OPEN
출처표시
상업용금지
공공누리
공공저작물 자유이용허락

2020 기초예술분야 이용 활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안 연구

2020 한국문화예술위원회 예술정책연구 06

기초예술분야 이용 활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안 연구

2020

한국문화예술위원회

2020 한국문화예술위원회 예술정책연구 06

기초예술분야 이용 활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안 연구

2021. 01

제 출 문

한국문화예술위원회 귀하

본 보고서를 「기초예술분야 이용 활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2021년 1월 27일

주 관 기 관: 한국문화예술위원회
수 행 기 관: 미래산업전략연구소
연구 책임자: 고정민(미래산업전략연구소)
참여 연구원: 양효석(미래산업전략연구소)
장신정(미래산업전략연구소)
최이진(미래산업전략연구소)
공태현(미래산업전략연구소)
고창만(미래산업전략연구소)

연구개요

기초예술분야
이용 활성화를 위한
통합문화이용권사업 운영방안 연구

■ 연구설계 및 추진방법

○ 본 연구는 첫째, 통합문화이용권사업 관련 환경 분석, 둘째, 통합문화이용권사업 및 성과분석, 셋째, 기초예술의 가치와 활성화 방안에 관한 문헌조사와 심층면접결과 분석을 통하여 기초예술분야 활성화의 타당성을 검증하고, 통합문화이용권사업 확대·발전을 위한 추진체계 구성 및 기초예술분야와 연계 확대 방안을 제시함

- (문헌분석) 문화지원정책 자료, 정책사업결과 보고서, 정책 연구보고서와 논문, 문화복지 및 기초예술분야 연구보고서와 논문 등의 자료들을 분석함
- (전문가 FGI) 문화예술 및 사회복지 전문가 대상으로 ①사업 운영체계, 사업성과, ②사업 활성화 방안, ③기초예술분야 연계방안 및 이용 활성화 방안에 대한 의견을 수렴함
- (이용자 심층면접) 문화누리카드 기초예술분야 이용자들에게 ①공연 및 전시 관람 경험, ②사업 활성화 방안, ③기초예술분야 이용 활성화 방안에 대한 의견을 수렴함
- (사업 담당자 심층면접) 지역 문화재단 및 지자체 사업 담당자들로부터 ①사업 운영체계, 사업성과에 관한 장점과 문제점, ②사업 활성화 방안, ③기초예술분야 이용 활성화 방안에 대한 의견을 수렴함
- (중장기 로드맵) 기초예술분야 이용 활성화를 위한 중장기 추진체계 및 로드맵을 도출

■ 환경분석

○ PEST 분석을 활용해 통합문화이용권사업에 영향을 미치는 정치적(political), 경제적(economical), 사회적(social), 기술적(technological) 환경을 분석하고 동향을 파악함

- (정책 환경 변화) 문재인 정부는 국민의 기본권으로서 문화적 권리를 사회의제로 확산하고 보다 많은 사람이 문화를 누릴 수 있는 정책을 펼치고자 함
  - 통합문화이용권 사업은 문화적 권리를 확보하기 위한 사업의 하나로 이를 통해 국민의 기초문화생활을 보장하고 지역 간 문화격차를 해소하고자 함
- (경제 환경 변화) 우리나라 경제는 2008년 글로벌 금융위기 이후 정체된 성장률을 보이며 저성장이 지속되고 있음. 특히, 2020년은 코로나 19(COVID-19)의 전 세계적인 확산으로 극심한 경제침체를 겪음
  - 강화된 사회적 거리 두기가 지속되면서 경제활력이 약화되어 취약계층, 노동자, 영세 소상

공인을 중심으로 경제적 타격을 받음

- 2020년 11월을 기준으로 우리나라의 사회 빈곤층 수는 2019년 말보다 11.7% 증가함

ㅡ (사회 환경 변화) 우리나라 국민의 문화예술활동은 지속해서 증가하고 있으나 대중예술관람률과 기초예술관람률 사이에 큰 격차가 발생하고 있음

- 특히 통합문화이용권 발급 대상자인 최저소득계층의 문화예술 관람률이 크게 증가함
- 하지만 우리나라의 경우 영화 관람 비율은 높은 반면 공연, 전시의 관람 비율은 낮은 수준임

ㅡ 코로나 19로 인해 온라인 플랫폼을 통한 비대면 문화예술향유가 증가할 것으로 보임

- 비대면, 무인화가 상용화되면서 고령층이나 장애인, 저소득층 같은 기존 정보취약계층의 디지털 격차가 심화되고 있음

ㅡ (기술 환경 변화) 4차 산업혁명을 통한 새로운 기술의 등장으로 미래형 예술창작 및 문화향유가 이루어지고 있음

○ 현재까지의 우리나라 문화복지 체계와 기초예술분야 분석을 통해 현실을 진단함

ㅡ (복지체계 및 문화복지 환경 변화) 20세기 후반 삶의 질에 관한 관심이 증가함에 따라 정부는 국민의 문화향유를 장려하고 모든 국민이 문화를 통해 행복할 수 있도록 문화복지 정책을 추진함

- 문재인 정부는 '혁신적 표용국가'를 국정비전으로 설정하고 소외되거나 피해받는 사람이 없는 포용적 사회망을 구축하고자 함

ㅡ (기초예술분야 환경 변화) 우리나라의 경우 대중문화예술과 기초예술의 격차가 크게 벌어지고 있음

- 한류로 불리는 우리나라의 대중문화예술산업은 시장규모가 전세계 7-8위권에 해당하는 상당한 수준이나 기초예술분야는 대중문화예술보다 시장규모가 작음
- 작은 시장규모 때문에 기초예술분야에 대한 정부의 지원 또한 규모가 작으며 이마저도 국립공연시설과 국립공연단체에 집중되어 있음

○ 외부 거시 환경과 우리나라 문화복지 체계, 기초예술분야 환경 등을 분석한 결과는 아래와 같음

ㅡ 기초예술은 문화향유에 대한 욕구와 취향 형성되어 있는지 여부가 중요한 경험재로 정책적 관심과 지원이 필요함

ㅡ 코로나 19로 최저소득계층의 소득이 크게 감소할 수 있는 환경 속에서 최저소득계층의 문화예술관람률을 높이기 위해 정부의 지원이 필요함

ㅡ 온라인·비대면에 대한 수요를 만족하는 동시에 통합문화이용권 사업대상자인 최저소득계층의 디지털정보화 역량 강화를 지원해야 함

■ 사업 및 성과분석

○ 통합문화이용권사업은 문화예술진흥법 제15조의 3과 4에 의해 문화소외계층의 문화예술복지 증진과 삶의 질 향상 및 문화격차 완화를 목적으로 운영되는 사업임

ㅡ 현재는 문화소외계층 중에서도 경제적 취약계층을 대상으로 한정하여 사업을 진행하고 있음

○ 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 전국 광역·기초 지자체 및 17개 시·도 지역 주관처의 주체로 운영됨

○ 2014년에는 여행이용권, 스포츠관람이용권 사업과 통합하여 통합문화이용권으로 일원화함

○ (사업분석) 해당 사업을 각 시점 별로 ①사업의미, ②전개과정, ③사업예산, ④운영체계로

나누어 세부적으로 분석한 결과는 아래와 같음

- 통합문화이용권사업은 사업개편을 거치면서 가맹점 관리, 카드신청 및 이용방식 등이 체계화되어 이용자들의 편의성이 증대되었음
- 관련 기관들끼리의 연계가 부족하여 지역문화재단 산하의 공연장 부족 및 각 기관에 정보들이 산재함에 따라 발생하는 낮은 정보접근성 문제 등이 발생하고 있음
- 과거에는 문화이용권사업이 카드사업과 이를 뒷받침하는 기획사업으로 구성되어 기획단계에서 사랑티켓과 문화누리카드 단체관람을 기반으로 하는 공연전시 활성화가 가능하였으나 통합문화이용권사업으로 개편되면서 기획사업이 사라지고, 개인카드지원으로 인한 홍보의 어려움 등으로 인해 문화예술에 대한 접근성이 하락함
- 해당 사업의 재원인 복권기금은 문화예술진흥기금의 대체 성격을 띠고 있음에도 불구하고 낮은 1인당 지원금액, 이용에서의 문화·여행·스포츠 관람 간 경계의 소멸 등으로 인해 문화예술진흥의 역할을 제대로 수행하고 있지 못하고 있음

○ (성과분석) 해당 사업을 각 시점 별로 ①예산 분석, ②사업목표달성도 분석, ③만족도 분석으로 나누어 세부적으로 분석한 결과는 아래와 같음

- 통합문화이용권사업의 성과와 이용자 만족도는 전반적으로 상승하고 있으나 발급대비 이용률과 가맹점 등에 대한 세부항목 만족도는 상대적으로 낮은 수준에 정체되어 있어 이에 대한 보완이 필요함
- 지원금의 사용비율과 본인충전 이용률이 꾸준히 증가한 것을 보아 성공적인 사업 홍보를 통해 인지도 향상을 이끌어냈음을 알 수 있으며, 이러한 높은 이용률을 볼 때 만족도 조사 분석 등을 통한 풍부한 콘텐츠와 혜택지원 등을 추가하면 사업이 더욱 활성화될 수 있을 것이라 사료됨
- 문화카드와 여행카드, 스포츠관람카드가 통합되어 운영되면서 문화부문 이용률이 급속하게 감소하였으며, 이는 타 부문에 비해 심리적 장벽이 상대적으로 높은 문화부문의 특성으로 인한 것으로 보이며 이를 개선하기 위한 방안이 필요함
- 점진적으로 증가하는 온라인 이용비율과 코로나19로 새로이 등장한 비대면 위주의 생활양식인 '뉴노멀'에 대비하여 이용자와 콘텐츠 공급자를 위한 온라인 영역 지원의 확장이 필요함

■ 예술의 가치

○ 문화예술은 예술 그 자체로서의 본원적 가치 이외에도 다양한 가치를 보유하고 있으며 이러한 문화예술의 가치는 문화예술 지원에 대한 필요성과 당위성을 뒷받침하고 있음

○ 우선, 문화예술은 사적재화의 성격과 공적재화(공공재)로서의 성격을 동시에 가지고 있는 준공공재(혼합재)의 성격을 보유하여 사회적 편익을 제공, 이러한 특성으로 인해 국가는 문화예술에 대한 대중 접근성을 높이기 위해 정책적인 지원을 시행하고 있음

○ 또한 문화예술은 인간 내면의 성장과 창의성 발달을 촉진하고 감수성 향상, 창의성 개발, 심미성 고양, 커뮤니케이션 능력 향상 등 풍부한 교육적 가치를 보유 교육적 가치를 보유

○ 그리고 삶의 질을 향상시킴으로써 인간의 행복과 건강한 노후생활을 이끄는 역할 및 치유의 도구로 활용함으로써 인간의 몸과 마음을 치유하고 사회문제 해결에 도움을 주고 스트레스와 우울증의 해소에도 순기능을 제공하며 문화예술을 창작하고 향유하는 과정을 통해 계층, 세대, 인종

적·문화적 이질성으로부터 나타난 사회갈등을 해소하고 사회적 통합을 이루는 역할을 수행

○ 문화예술은 창작과 향유 과정에서 경제적인 파급효과와 부가가치를 창출하고 이러한 파급효과는 지역과 국민경제에 긍정적인 기여를 하는 동시에 문화예술이 지닌 예술적 감성, 인문학적 관점을 타 산업에 접목하고 융합함으로써 혁신의 원천이 되고, 산업의 품격을 높이며 상품과 브랜드 가치를 제고시킴

○ 이렇듯 단순한 시장가치 그 이상의 가치를 보유한 문화예술, 특히 기초 문화예술에 대해서 공공의 영역에서 지원 가능한 방안을 모색하는 것이 필요하며 통합문화이용권 사업을 활용해 문화향유의 다양성 증진과 더불어 기초 문화예술 분야의 활성화에도 기여할 수 있는 대안을 마련하는 것이 요구됨

■ 문제점

○ 가격의 한계

- 기초예술분야 관람료는 도서 및 영화 티켓에 비해 고가이기 때문에 지인과 함께 공연 관람을 하게 되면 한번에 9만원의 지원금이 거의 다 소진되게 되어 기피하게 됨
- 이와 같이 공연분야는 특별 할인혜택을 찾아서 사용하거나 주로 나눔티켓을 통해 무료로 이용하기 때문에 기초예술분야 이용은 문화누리카드 이용률로 가시화 되지 않는다는 문제가 있음

○ 문화누리카드사업의 본질적인 취지 재검토

- 초기에 본 사업의 목적은 복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)은 문화소외계층에게 문화나눔 프로그램을 제공함으로써, 문화 소외계층에 대한 문화 양극화를 해소하고, 문화 소외계층이 창작의 힘을 공여 받아 삶의 질을 고양하는데 있었음
- 하지만, 2014년 여행이용권, 스포츠관람이용권 사업과 통합하여 통합문화이용권으로 일원화하고 분야 구분 없이 자유롭게 문화, 여행, 스포츠 관람을 향유할 수 있도록 함으로써 문화누리카드사업의 본질적 취지인 기초예술분야 이용률이 2019년 기준, 2%에 머물고 있는 실정임

○ 접근성, 홍보, 콘텐츠의 다양성, 전문인력 부족

- 문화누리카드가 일반적으로 도서 및 영화 티켓 구입을 위한 상품권이라는 인식이 강하고, 기초예술분야에 사용이 가능하다는 점을 인식하지 못하고 있는 이용자가 많음
- 기초예술분야 관람료가 고가이기 때문에 할인이 적용되는 콘텐츠를 찾게 되는데 무료 또는 할인이 적용되는 공연은 1년 동안 거의 동일한 콘텐츠들만 있는 등의 한계가 있음
- 전문인력 부족. 이용자들과 접점에 있는 인력에게 문화예술에 대한 전문적인 교육이 필요

○ 문화누리카드 또는 나눔카드 이용 시 신분증을 제시하는 등 확인 절차가 복잡하고 취약계층이라는 신분이 노출됨으로 공연장에서 카드 사용을 기피하게 됨으로 개선방안을 모색해야 함

○ 사회 전반적으로 기초예술 분야 수요가 낮음 기초예술분야 이용률이 타 분야에 비해서 현격히 낮은 현상은 문화누리카드 이용자뿐만 아니라 우리나라 전반에서 일어나고 있는 사회적 현상임으로 이에 대한 적극적인 지원 정책이 필요

○ 2018년도 문화향수실태조사 및 2019년도 국민문화예술조사에 따르면, 가구소득이 낮을수록 문화예술행사 관람률이 매우 저조한 것으로 나타난다는 계층의 한계를 보완하기 위해 방안이 필요

○ 코로나19 여파로 인한 비대면 사회 가속화로 인해 문화예술 활동이 위축되었고, 기초예술분야 단체들은 자체적으로 운영 및 유지가 버거운 상황에 처해있는 경우가 많기 때문에 그들에게 저소득자들은 관객 개발의 대상이 아님으로 이에 대한 대안 모색이 필요

■ (기초예술분야 이용 활성화를 위한) 추진전략

○ 통합문화이용권 사업의 비전 : “문화누리로 열어가는 포용적 문화복지 시대”

- 통합문화이용권(문화누리카드) 정책은 경제적 여건 등으로 인해 문화 활동에 제약을 받는 소외계층에게 문화 향유 기회를 제공하여 국민의 문화 향유 불균형과 차별을 해소하고 공생 발전 및 사회통합에 이바지함으로써 국민 모두의 삶의 질을 높이는 포용적 복지국가를 지향함

○ 목표 : “쉽게 접근하고 향유하는 기초예술”

◇ 공연·전시 등 기초예술 분야의 문화누리카드 이용률 제고
: (’20. 11월) 0.9% → (’25. 11월) 5%

◇ 제도개선 등을 통해 2030년까지 기초예술 분야 이용률을 10%까지 확대

- 공연·전시 등 기초예술 분야의 이용률은 2019년까지 전체 이용액의 2.0%로 미미한 수준에 그치고 있음. 또한 2020년(11월 말 기준)에는 코로나19의 영향으로 관객 수가 더욱 감소하여 예년의 절반 수준(0.9% ; 공연0.5%, 전시0.4%)에도 못 미치는 관람률을 기록함
- 기초예술분야의 이용률이 현저하게 낮은 이유는 기초예술의 시장 규모가 상대적으로 작고 콘텐츠가 부족한 데 원인이 있음. 그러나 보다 근본적인 이유는 기초예술분야 콘텐츠의 접근성이 떨어지고 문화시설 및 예술단체 관계자들의 이해와 관심도가 낮으며, 정책적인 뒷받침이 미흡한 점 등 여러 복합적인 요인이 작용한 것으로 판단됨

○ 3대 추진방향과 9개 실행과제 설정

- 환경분석, 사업 및 성과분석, 전문가와 카드 이용자, 주관처 사업담당자의 의견수렴 등을 통해 도출된 문제점을 기반으로 기초예술분야 이용 활성화를 위한 추진방향과 실행과제 도출

3대 추진방향	실행과제 (9개)
1 문화소외계층의 기초예술 접근성 높이기	1-1. 기초예술 이용 활성화를 위한 프로그램 개발 및 붐 조성
	1-2. ‘소외계층문화접근성확대사업’ 신규 추진
	1-3. 스마트 기반의 문화향유 통합 지원 플랫폼 구축
2 기초예술 분야 이용 활성화를 위한 네트워킹 확대	2-1. 문화예술 시설(단체) 협력 네트워크 구축
	2-2. 문화복지전문인력 양성 및 배치
	2-3. 사회복지 등 타 분야와 협력 강화를 통해 사회적 역할 제고
3 문화향유 지원정책 및 제도 개선	3-1. 기초예술 이용 활성화를 위한 법제도 개선
	3-2. 카드 발급대상의 단계적 확대로 기초예술 분야 소비 진작
	3-3. 추진체계 개선 및 지역 주관처 업무역량 강화

○ (실행과제 1-1) 기초예술 이용 활성화를 위한 프로그램 개발 및 붐 조성

- 공연 · 전시 등 기초예술 분야의 향유에 대한 욕구와 취향 형성이 중요한 경험재로서의 특성을 갖고 있으므로 티켓 할인 및 홍보를 통한 붐 조성 등 카드 이용을 촉진하기 위한 다양한 콘텐츠의 개발과 접근성을 높이는 노력이 요구됨
- 공연 · 전시티켓 구매 등 기초예술 분야 이용 시 마일리지/포인트 적립 등 촉진방안 마련
- 창작뮤지컬 등의 인기 공연의 티켓을 다수 확보하여 파격적인 할인을 통해 관람 기회 제공
  - 이달의 추천 공연, 스타와의 대화 등 정기적인 행사 개최, 관련 동호회 활동 적극 직원

- 주요 문화시설 및 예술단체의 소외계층 대상 프로그램과 연계하여 기초예술 활성화 모색
  - 공연 관련 예술교육 및 체험 프로그램 개발 (국립극단 어린이청소년극연구소 사례)
- 기업 및 메세나협회, 사회복지공동모금회 등 민간 영역의 프로그램 연계 추진
  - 기업과 공동으로 소외계층에게 할인티켓을 제공하는 '매칭 인센티브 프로그램' 등

○ (실행과제 1-2) 소외계층문화접근성확대사업 (舊 기획사업) 신규 추진

- '소외계층문화접근성확대사업'은 문화누리카드 이용자를 중심으로 문화적 취약계층 및 지리적 사회적 소외로 인해 문화예술 향유 기회를 제한받고 있는 사람들에게 다양한 문화예술 체험 기회를 제공하여 소외계층의 삶의 질적인 수준을 높이고 기초예술에 대한 인식 개선 및 카드 이용률을 제고할 목적으로 추진함
  - 사업내용 : 모셔오는 서비스, 찾아가는(방문) 서비스, 문화투어, 지역별 맞춤형 프로그램. 문화누리카드 이용 촉진 프로그램 등 지역특성에 맞게 운영

○ (실행과제 1-3) 스마트 기반의 문화향유 통합 지원 플랫폼 구축

- 디지털 기술의 발전에 따라 가맹점 조회, 이용내역 확인, 잔액 확인 등을 핸드폰을 통해 언제 어디서나 간편하게 확인할 수 있는 모바일 애플리케이션의 개발이 요구됨
- 문화누리카드 모바일 앱 개발 및 스마트 페이 도입 등 모바일 기반 고도화
- 문화 분야의 각종 할인·제휴 혜택을 통합 서비스하는 가칭 '문화누리패스' 발행
- 돌봄 기관 등 사회복지 시설과 연계하여 문화누리카드 관련 정보 제공

○ (실행과제 2-1) 문화시설(단체) 협력 네트워크 구축

- 국공립 문화시설 및 단체와 문화예술의 사회적 역할에 대해 가치를 공유하고 문화누리카드 소지자인 저소득층에 대한 공동 대처(MOU 체결) 등 협력체계 강화
- 한국소극장협회 등 민간 문화시설 및 예술단체와 네트워킹 강화
- '공연예술상주단체육성지원'사업의 경우, 해당 지역의 문화소외계층의 공연 관람을 위해 공연 발표시 문화누리카드 소지자에 대한 티켓 할인(30~80%) 적용
- 그 외, 한국뮤지컬협회, 한국연극프로듀서협회, 사립미술관협회 등 민간 영역과의 네트워크 채널 구축을 통해 문화소외계층의 기초예술 향유에 관한 관심 제고

○ (실행과제 2-2) 문화복지전문인력 양성 및 배치

- 문화복지 수요 증가와 통합문화이용권 사업의 확대에 따른 맞춤형 문화복지 서비스 전달체계 구축과 문화복지 정책을 효과적으로 추진하기 위해서는 문화복지전문인력의 양성이 요구됨
- 문화복지전문인력 양성을 위한 교육프로그램 운영
  - 지역과 대상자에 대한 이해, 프로그램 개발 및 네트워크 조직, 행정 처리능력, 통합문화이용권에 대한 이해와 지원업무, 데이터 통계화 분석 능력 등 문화복지 전문역량 강화
- 배치기관 : 광역 및 기초 지자체, 광역 및 기초 문화재단, 지역문화시설 및 기관 등

○ (실행과제 2-3) 사회복지 등 타 분야와 협력 강화를 통해 사회적 역할 제고

- 사회복지 추진체계와 긴밀한 협력관계 구축을 통해 국민의 삶의 질 향상에 기여
  - 문화복지 업무를 담당하는 사회복지사에 대한 교육 및 해외연수 등 인센티브 제공
- 문화복지 대표사업으로서 기초예술 활성화를 통한 사회공헌과 사회적 역할 제고
  - 개인의 자존감 회복 및 문화격차 해소, 사회적 갈등 완화와 사회공헌 등 사회적 가치 증진에 기여
  - 기초예술분야의 선호도가 높은 저소득 청년층을 타깃으로 하는 기초예술 프로그램 개발

○ (실행과제 3-1) 기초예술 이용 활성화를 위한 법제도 개선

- 문화복지 관련 법률 조항이 체계적이지 않고 선언적인 구호에 머물러 있는 경향이 있음
- 문화예술진흥법 제3장(문화예술복지의 증진)의 문화강좌 설치(12조), 학교 등의 문화예술 진흥(13조). 문화산업의 육성·지원(14조), 장애인 문화예술활동의 지원(15조의 2)등의 조문은 이미 관련 법률이 제정됨. 법적 근거가 미비한 문화복지전문인력 양성, 문화복지사 제도 도입 등 실질적인 내용을 중심으로 법 조문 개정 필요성 검토
- 문화예술진흥법 시행령(시행규칙)에 지역 주관처의 역할에 대해 명시하여 지역 주관처의 인력 배정, 운영 경비에 대한 지자체 지원의 근거 조항 마련
- 국공립 문화시설을 통합문화이용권의 사용처로 의무화하고 기초예술활성화를 위한 문화소외계층의 문화누리카드 할인율 적용 등 운영지침 제정 협의

○ (실행과제 3-2) 카드 발급대상의 단계적 확대로 기초예술 소비 진작

- 제1단계('22년 시범운영) : 기존 대상에서 누락된 기초·차상위계층 3~5세 유아(약 4만명) 우선 확대, 기초예술 관람 의향이 높으나 비용 제약이 큰 차차상위 청년층까지 지원을 확대(약 45만명)하여 기초예술 분야의 신규 관객 유입 등 활성화 효과 기대
- 제2단계('24년~) 아동 청소년기 문화향유 첫걸음 지원 : 생애 첫걸음 문화누리카드(초등학교 입학생), 꿈드림프로그램(여성가족부)과 연계 (학교 밖 청소년) 등
- 3단계('26년~) 이용자 중심, 포용적 문화복지의 마중물 역할 : 문화향유 욕구와 구매력이 있는 다양한 대상층을 발굴, 문화예술 관객 확대
  - 근로자(신청기업에 한함), 만18세를 맞은 청년, 유치원 및 초,중고 교사 등

○ (실행과제 3-3) 추진체계 개선 및 지역주관처 업무역량 강화

- 통합문화이용권 사업의 추진체계 개선을 통한 서비스 전달체계 고도화 및 효율적 연계를 통한 최종 수혜자인 저소득층의 수요 파악 및 사업 관련 정보제공 및 원활한 홍보, 지원
- 현재 지역주관처, 기초지자체, 주민센터의 공동 업무로 되어 있으나, 예산 및 인력 부족으로 유명무실화된 문화누리카드 이용 촉진 프로그램 기획·운영 업무 활성화
- 지역 주관처 업무역량 강화
  - 문화복지전문인력의 양성·배치가 이루어질 경우, 지역주관처 우선 배치
  - 기초예술 이용 활성화 TF팀 구성 시 지역주관처 관계자 참여
  - 기획사업 폐지 이후 위축된 문화복지 업무 회복 조치 필요 (인건비 확보)
  - 지역주관처와의 네트워킹 강화 및 우수업무 직원들에게 인센티브 제공 등

■ 지속 가능한 운영체계 혁신

○ 재원 및 운영체계의 변화

- 통합문화이용권의 재원인 복권기금은 2004년 4월 제정된 「복권 및 복권기금법」 제23조(복권기금의 배분 및 용도) 제3항 4호에 "문화·예술 진흥사업"에 사용하도록 규정하고 있음
- 통합문화이용권 사업은 초기 '문화바우처사업'이란 이름으로 인터넷 포인트제로 운영하면서 주로 인터넷 상에서 공연티켓을 구입하는 형태였으나 2011년부터 카드제가 도입되면서 문화이용권으로 사업 명칭을 변경하였고, 2013년 스포츠관람바우처와 여행바우처 사업이 문화바우처와 통합되면서 명칭을 "통합문화이용권"으로 변경함

- 예산은 2011년 67억 원에서 245억 원(지방비 포함 340억 원)으로 크게 증가하면서 사업 운영체계를 정비하여 민간단체(문화복지협의회)에 이관했던 사업 총괄 기능을 다시 예술위원회가 맡고 지역문화재단이 해당 지역의 사업을 주관하는 방식으로 전환함.
- 통합문화이용권 사업은 이후에도 연간 지원금액이 가구당 5만원에서 개인당 5만원으로, 문재인 정부에 들어서면서 매년 1만원씩 증액하여 2021년부터 개인당 10만원을 지급하게 됨으로써 전체 예산 규모가 1,792억 원에 달하는 문화복지 핵심사업으로 성장함.
- 문화누리카드 수혜자 수는 2020년 기준 총 175만명으로 전체 저소득층(기초생활수급자 및 차상위계층 238만 명)대비 73.1%에 해당됨

○ 운영체계 개편 방향

- 지원예산의 대폭 증액, 수혜자수의 지속적인 증가 등 변화된 환경에 대응하기 위해 전담기관 및 지역주관처의 역할 강화
- 카드 이용률 2% 이하에 머무르고 있는 기초예술 분야의 다양한 콘텐츠 개발과 정보 제공 등의 업무를 추진할 TF 구성 (문화복지 전문가 및 예술인, 관련 업무 종사자 등)
- 국공립 문화시설 및 민간 부문(기업, 민간문화시설 등)과 문화누리카드의 제휴(MOU)를 통해 저소득층의 문화향유를 위한 창조적 거버넌스 구축
- 문예기금사업의 지원을 받아 창작된 예술작품이 향유로 연결되고 새로운 관객개발의 통로가 될 수 있도록 창작예술의 선순환 구조 확립
- 문화누리카드를 저소득층에만 국한하지 않고 중장기적으로 국민 문화예술 향유활동을 지원하는 통합 문화향유 지원플랫폼 구축을 통해 미래 지향적 종합 서비스체계 마련

○ 전담조직 운영체계 개편(안)

◇ (제1안) 현재의 운영체계를 유지하되 새로운 사업을 추진할 신규 인력 증원
◇ (제2안) 예술위원회 사무처에 가칭 「문화누리센터」(본부급) 신설
◇ (제3안) 예술위원회 산하에 별도의 재단법인으로 가칭「(재)문화누리센터」설립

○ 미래지향적인 지속가능한 운영체계 혁신을 위해서는 추진체계를 좀 더 정교하게 다듬고, 운영체계의 확대 개편이 필요하며, 그 방안으로서 제시된 제1~3안 가운데 '예술위원회 사무처 산하에 (가칭)문화누리센터를 본부 단위로 신설'하는 내용의 제2안이 예술위원회의 다른 창작, 매개 분야를 담당하는 부서들과 협력이 용이하고, 기초예술의 창작과 향유의 선순환 구조 확립에도 적합할 것으로 판단됨. 또한 앞서 추진전략에서 제시한 지원플랫폼 구축을 통한 서비스 고도화, 전국의 국공립 공연장 및 민간 영역과의 협력체계 마련 등 창조적인 거버넌스 구축과 미래 지향적 종합 서비스체계가 시급히 마련되어야 할 것임

목차

제1장.
연구개요

제1절 : 연구 배경 및 목적 02
1. 연구 배경 02
2. 연구 목적 03

제2절 : 연구 범위 및 방법 04
1. 연구 범위 04
2. 연구 방법 04

제2장.
환경분석

제1절 : 거시 환경 분석 08
1. 정책 환경 변화 08
2. 경제 환경 변화 09
3. 사회 환경 변화 14
4. 기술 환경 변화 20

제2절 : 복지체계 및 문화 환경 분석 22
1. 복지체계 및 문화복지 환경 변화 22
2. 기초예술분야 환경 변화 29

제3절 : 소결 34

제3장.
사업 및 성과 분석

제1절 : 사업 분석 36
1. 사업 개요 36
2. 사업 분석 42
3. 소결 57

제2절 : 성과분석 58
1. 문화바우처 시기(2004년~2012년) 58
2. 문화이용권 시기(2013년) 64
3. 통합문화이용권 시기(2014년~현재) 69
4. 통합문화이용권사업의 파급효과 82
5. 성과분석 요약 86
6. 소결 88

제3절 문화예술의 가치 89
1. 공공적 가치를 지닌 재화로서 사회적 편익을 제공 89
2. 인간 내면의 성장과 창의성 발달을 촉진 90
3. 인간답고 행복한 생활과 건강한 노후를 이끄는 역할 92
4. 인간의 몸과 마음을 치유하고 사회문제 해결에 순기능 역할을 함 93

5. 사회적 갈등 해소와 통합에 기여 94
6. 문화예술의 창작과 향유, 활용을 통한 직·간접의 경제적·산업적 효과 96
7. 소결 97

제4장.
의견수렴

제1절 : 전문가 의견수렴 100
1. 전문가 의견수렴 개요 100
2. 문화재단 및 사회복지 101
3. 예술협회 105
4. 문화행정 110
5. 국공립 예술단체 113
6. 민간 예술단체 공연기획 117

제2절 : 사업담당자 및 이용자 의견수렴 121
1. 사업담당자 및 이용자 의견수렴 개요 121
2. 시단위 문화재단 122
3. 도단위 문화재단 및 지자체 124
4. 기초예술분야 이용자 125
5. 나눔티켓 이용자 127

제3절 : 소결 131

제5장.
문제점

제1절 : 내부적 요인 134
1. 가격의 한계 134
2. 문화누리카드사업의 본질적인 취지 재검토 135
3. 접근성 및 홍보 부족 136
4. 콘텐츠 다양성 부족 137
5. 전문인력 부족 138
6. 카드가 신분을 내포 138

제2절 : 외부적 요인 139
1. 사회 전반적으로 기초예술 분야 수요가 낮음 139
2. 계층의 한계 140
3. 코로나19 여파로 인한 비대면 사회 가속화 140
4. 문화예술계의 무관심 141

제3절 : 소결 142

제6장.
추진전략

제1절 : 비전과 목표 144

1. 비전 144
2. 목표 145

제2절 : 추진방향과 실행과제 147
1. 3대 추진방향과 실행과제 147
2. 실행과제 148
3. 실행과제별 예산 및 추진일정 176

제3절 : 지속가능한 운영체계 혁신 177
1. 통합문화이용권 운영체계 현황분석 177
2. 운영체계 개편을 통한 서비스 고도화 181

참고문헌 185

표 목차

[표 1-1] 전문가 FGI 및 심층면접 참여자 05
[표 1-2] 문화누리카드 이용자 심층면접 참여자 05
[표 1-3] 사업담당자 FGI 및 심층면접 참여자 06
[표 2-1] 기초 문화생활 보장을 위한 문재인 정부 국정과제 세부내용 08
[표 2-2] 개인의 문화권리 확대 세부 추진과제 09
[표 2-3] 우리나라의 경제성장률 10
[표 2-4] 종사상 지위별 취업자 추이(2016년~2020년) 11
[표 2-5] 문화여가 지출액과 지출률 추이 13
[표 2-6] 오락문화비 중 문화서비스 지출 추이 14
[표 2-7] 문화예술관람률과 문화예술 관람 횟수 추이 14
[표 2-8] 분야별 문화예술행사 관람률 추이 15
[표 2-9] 2017~2020년 공연예술 소비현황 16
[표 2-10] 공연예술 각 장르의 성·연령별 티켓판매매수(2018년 기준) 17
[표 2-11] 우리 국민이 느끼는 사회적 고립감 19
[표 2-12] 전두환 정부가 발표한 새문화정책의 내용 24
[표 2-13] 문화체육관광부 2020 업무계획 12대 과제 30
[표 3-1] 통합문화이용권 사업의 문화예술진흥법 내 법적근거 36
[표 3-2] 통합문화이용권 사업 연도별 지원변화 1(2005~2010년) 38
[표 3-3] 통합문화이용권 사업 연도별 지원변화 2(2011~2020년) 38
[표 3-4] 통합문화이용권 사업 참여 주체별 역할 분담 체계 40
[표 3-5] 통합문화이용권 17개 시·도별 지역 주관처 운영 현황 40
[표 3-6] 통합문화이용권 사업 지원 대상 41
[표 3-7] 문화예술진흥법 시행령이 규정하는 문화소외계층의 범위 42
[표 3-8] 한국문화예술위원회의 문화소외계층 분류 42

[표 3-9] 문화바우처 지원대상 48
[표 3-10] 통합이용권 사업과 목표 50
[표 3-11] 2013년도 문화이용권 전체 예산(사업별 구성) 51
[표 3-12] 2013년 통합이용권 사업의 내용과 대상 52
[표 3-13] 통합이용권사업 지원 대상 54
[표 3-14] 사업별 수혜대상, 사업매개자, 사업내용 55
[표 3-15] 문화더누리 프로그램 구성 56
[표 3-16] 문화바우처 기획사업 대상자 60
[표 3-17] 문화바우처 기획사업 지원대상 60
[표 3-18] 문화카드 사용안내 60
[표 3-19] 문화카드 사용범위 61
[표 3-20] 문화카드 사용장르별 한도액에 대한 관리자 답변 (2010. 4. 28) 61
[표 3-21] 문화바우처 카드사업 참여의향이유 63
[표 3-22] 문화바우처 기획사업 참여의향 64
[표 3-23] 2013년도 문화이용권 전체 예산(사업별 구성) 65
[표 3-24] 문화이용권 예산비교 65
[표 3-25] 문화이용권 사업내용 및 예산 66
[표 3-26] 사업별 수혜대상, 사업매개자, 사업내용 66
[표 3-27] 사업별 수혜자 수 67
[표 3-28] 문화카드 발급률과 이용률 성과목표 달성률 67
[표 3-29] 사업별 만족도 68
[표 3-30] 사회적 가치를 구성하는 13개 요소 83
[표 4-1] 문화재단 및 사회복지 전문가 FGI 참여자 101
[표 4-2] 예술협회 전문가 FGI 참여자 105

[표 4-3] 문화행정 전문가 심층인터뷰 참여자 110
[표 4-4] 국공립 예술단체 전문가 FGI 참여자 113
[표 4-5] 민간 예술단체 공연기획 전문가 FGI 참여자 117
[표 4-6] 시단위 문화재단 사업담당자 FGI 참여자 122
[표 4-7] 도단위 문화재단 및 지자체 사업담당자 심층인터뷰 참여자 124
[표 4-8] 기초예술분야 및 나눔티켓 이용자 심층인터뷰 참여자 125
[표 4-9] 나눔티켓 이용자 심층인터뷰 참여자 127
[표 5-1] 나눔티켓 회원 134
[표 5-2] 무료 또는 할인 티켓 예매내역 135
[표 5-3] 신규작품등록 건수 137
[표 5-4] 문화·여행·스포츠 분야 산업규모 통계 139
[표 5-5] 가구소득별 문화예술행사 관람률 140
[표 6-1] 문화누리카드 세부 분야별 사용현황 145
[표 6-2] 참고 : 지역별 통합문화이용권 기획사업 추진사례 153
[표 6-3] 한국문화예술위원회 문화예술향유지원사업 현황(2020년) 154
[표 6-4] 카드 이용 기준 실 집행내용 및 불용액 현황 155
[표 6-5] 전국 문화기반시설 현황 157
[표 6-6] 문화복지 전문인력 양성사업 현황 160
[표 6-7] 문화복지전문인력과 지역문화전문인력의 양성과정 및 역할 비교 162
[표 6-8] 문화전문인력 매개 프로그램 내용 163
[표 6-9] 문화복지전문인력의 필요 역량 및 역할 (예시) 163
[표 6-10] 문화복지 관련 법률 조항 169
[표 6-11] 통합문화이용권 연도별 예산 추이 178
[표 6-12] 통합문화이용권 사업의 재원 변화 179

[표 6-13] 복권기금사업(통합문화이용권 등) 담당 조직의 변천 179
[표 6-14] 통합문화이용권사업 전담부서(문화누리부) 인력 현황 179
[표 6-15] 통합문화이용권사업 전담부서(문화누리부) 업무분장표 2021.1 180
[표 6-16] 통합문화이용권사업 전담조직의 적합성 비교 183

그림 목차

[그림 1-1] 연구추진체계 04
[그림 2-1] 2020년 2월~10월 취업자수 추이 11
[그림 2-2] 코로나19 긴급고용안정지원금 수급자 소득구간별 소득감소율 12
[그림 2-3] 월평균 가구소득별 관람률 16
[그림 2-4] 세종문화회관의 비대면 공연 힘내라 콘서트와 내 손안에 극장 포스터 18
[그림 2-5] 소득수준별 사회적 고립감(2019년 기준) 19
[그림 2-6] 문재인 정부 사회정책 비전: 3대 비전 및 9대 전략 23
[그림 2-7] 문화생태계의 구조와 사람들의 문화소비 및 참여 27
[그림 2-8] 중앙정부 및 지자체 문화예산 규모 29
[그림 2-9] 공연시설 및 단체 매출액 31
[그림 2-10] 공연단체 특성별 설립주체별 연간 평균 수입 32
[그림 2-11] 공연단체 항목별 수입 비중 32
[그림 2-12] 전시개최 지역별 분포현황 33
[그림 2-13] 유료전시 개최 여부 33
[그림 3-1] 통합문화이용권 사업 추진체계도 39
[그림 3-2] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2008년~2009년 4월 46
[그림 3-3] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2009년 5월~2010년 5월 46
[그림 3-4] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2010년 5월 이후 47
[그림 3-5] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2011년 3월 이후 47
[그림 3-6] 문화이용권 추진체계도 53
[그림 3-7] 여행이용권 추진체계도 53
[그림 3-8] 스포츠관람이용권 추진체계도 54
[그림 3-9] 2004-2011 문화바우처 예산금액 및 전체예산대비비중 58
[그림 3-10] 문화나눔사업 전체 성과지표(수혜자 수) 달성도 59

[그림 3-11] 문화바우처 수혜자 만족도 62
[그림 3-12] 문화바우처 연도별 문화예술활동기여도 62
[그림 3-13] 연도별 사업예산 및 1인당 연간 지원금액 69
[그림 3-14] 연도별 문화누리카드 예산 대비 이용률 70
[그림 3-15] 연도별 발급매수 71
[그림 3-16] 문화누리카드 실제발급인원과 대상자 대비 실제 발급비율 71
[그림 3-17] 문화누리카드 예산대비 발급가능인원 대비 실제 발급비율 72
[그림 3-18] 문화누리카드 발급대비 이용률과 예산대비 이용률 73
[그림 3-19] 연령대별 문화누리카드 발급비중 73
[그림 3-20] 문화누리카드 분야별 승인건수 비율 74
[그림 3-21] 문화누리카드 공연·전시 세부결제건수 합계 및 비중 75
[그림 3-22] 온오프라인 이용건수 비중 76
[그림 3-23] 문화누리카드 이용가맹점 현황 77
[그림 3-24] 문화누리카드 전체발급자 중 본인충전을 실시한 비율 78
[그림 3-25] 문화누리카드 본인충전자 1인당 충전금액 78
[그림 3-26] 연도별 만족도 목표 및 실적 79
[그림 3-27] 문화누리카드 총 발급자 수 대비 전액사용자 비율 80
[그림 3-28] 문화누리카드 총 발급자 수 대비 전액 미사용자 비율 81
[그림 3-29] 문화누리카드 미사용이유 응답 81
[그림 3-30] 아동·청소년기 문화예술 친숙도와 향후 문화예술 향유의지 86
[그림 6-1] 문제점 분석에 따른 추진방향 및 실행과제 도출 146
[그림 6-2] 지역문화 전문인력 양성과정(지역문화진흥원) 161
[그림 6-3] 문화예술계에서 바라보는 문화복지 164
[그림 6-4] 문화누리카드 효과성 정서적 측면(연도별분석) 166

[그림 6-5] 복지사회(Welfare Society)에서 문화복지의 역할 166
[그림 6-6] 2021년 문화누리카드 자동 재충전 안내 167
[그림 6-7] 통합문화이용권 사업 추진체계도(현재) 174
[그림 6-8] 문화누리운영체계(제2안) 182
[그림 6-9] 문화누리운영체계(제3안) 183

제1장

연구개요

제1절 연구배경 및 목적

1. 연구배경

■ **통합문화이용권 사업 운영의 효과성 제고**

○ 2006년 저소득층에게 문화 향유의 기회를 제공함으로 계층 간 문화양극화를 줄이고 삶의 질 고양을 도모하는 바우처 방식의 문화복지 사업으로 시작하여, 2014년부터 여행·스포츠 분야가 추가 확대 되면서 통합 운영되고, 지원금액의 지속적 확대에 따라 사업 운영의 실질적 효과 측정 필요

- 2004년부터 시행해 온 '복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)'의 단위사업으로서 2006년부터 수행된 문화바우처사업은 문화소외계층에게 문화나눔 프로그램을 제공함으로써 문화 양극화를 해소하고, 문화 소외계층이 창작의 힘을 공여 받아 삶의 질을 고양하는 데 목적이 있음
- 2004년 4월 1일 제정된 복권 및 복권기금법에서는 '문화·예술 진흥사업'에 사용할 수 있도록 규정했으나, 기획재정부와 복권위원회에서는 '저소득층·소외계층에 대한 복지사업'에 대한 적합성 여부를 가장 중요한 기준으로 삼음
- **2014년 여행이용권, 스포츠관람이용권 사업과 통합하여 통합문화이용권으로 일원화하고 연간 가구당 10만 원 범위에서 분야 구분 없이 자유롭게 문화, 여행, 스포츠 관람을 향유할 수 있도록 함**
- 2018년부터 국정과제 주요 사업으로 추진되면서 예산이 크게 증가('17년 5만원→'20년 9만원)하였으며, 수혜자를 위한 실질적인 사용 편의를 높이고 지원금 증액을 목표로 설정함
- 이와 같이 문화·예술 진흥사업으로 개시된 문화누리카드사업이 지속적으로 이용 영역 및 지원 예산이 증대됨으로 그에 따른 효과성 제고가 절실한 시점임
- 문화바우처사업은 경제적 여건 등으로 인해 문화 활동에 제약을 받고 있는 사회적 취약계층(기초생활수급자, 차상위계층)에게 공연·전시 등 문화예술 향유기회를 제공하여 국민의 문화기회불균형을 해소하고 공생발전 및 사회통합에 기여하는 것을 목적으로 함
- 이와 같이 사회적 취약계층에게 문화예술 향유 기회 제공을 목적으로 시작된 문화누리카드사업이 그 본질적 취지에 부합되도록 운영되고 있는지에 대한 실질적 효과성 검토가 필요함

■ **통합문화이용권 활용에 대한 사회적 효과성 확인**

○ 통합문화이용권의 활용으로 인해 문화예술·여행·체육 활동 지원으로 소외계층 삶의 질 향상 및 문화격차 완화에 기여했으며 개인의 행복감 증진, 문화생활 공유를 통한 가족관계 회복 등 긍정적 사회효과를 발생시킴

○ 통합문화이용권은 문화복지 사업으로 지속적인 사업 확대가 이루어지고 있어 문화누리카드 이용자의 활용분야에 대한 효과성을 확인할 필요가 있음

- 예술은 인간의 내면을 성장시키는 본원적 가치를 가지고 있으며, 인간의 창의력과 상상력 발달에 기여하는 교육적 가치를 제공하고, 인간답고 행복한 생활과 건강한 노후를 이끄는 역할

을 수행하며, 인간의 몸과 마음을 치유하고 사회문제 해결에 순기능 역할을 함

- 이와 같이 예술이 사회적 갈등 해소와 통합에 기여하고, 문화예술의 창작과 향유, 활용을 통한 직·간접의 경제적·산업적 효과성이 있음을 반영한 문화누리카드 활용에 대한 사회적 효과성 확인이 필요함

■ **문화누리카드의 성과 파악을 통한 기초예술분야 사용 확대방안 모색**

○ 문화누리카드는 문화·체육·관광 분야에서 다양하게 사용되며 문화소외계층의 문화향유 확산에 기여해 왔으나, 공연·전시 등 기초예술 분야의 향유비율은 2%에 불과하여 문화예술 창작으로의 재정 선순환이 미흡하여 이를 확대하기 위한 방안 마련이 필요

- 2019년도 문화누리카드 이용 현황을 살펴보면, 도서구입이 46%로 가장 높았고, 영화 관람이 19.1%로 두 번째로 높은 이용률로 집계된 반면에, 공연·전시 관람은 2%에 머물고 있음
- 사회적 취약계층의 예술 향유에 대한 긍정적인 사회적 효과성 및 문화누리카드사업의 본질적 목적에 부합하도록 기초예술분야 이용 활성화 방안 모색이 절실한 시점임

2. 연구목적

■ **통합문화이용권사업의 효율적이고 지속적으로 발전 및 확대 가능한 운영체계를 구축**

○ 이를 위해 사업의 사업추진체계를 검토하고 사업 및 성과 분석을 통한 환류 방안 모색

- 통합문화이용권 지원금액의 지속적 확대에 따른 사업 운영 방안의 변화를 종합적으로 분석하고 사업성과의 실질적인 효과성을 측정하여 시사점을 도출
- 문화·체육·관광 분야에 폭넓게 사용할 수 있게 됨으로 야기되는 문제점을 도출하고 기초예술분야의 사업성과를 면밀히 검토
- 문화누리카드 사용의 사회적 효과성을 다각적 관점에서 시사점을 도출

○ 사업 활성화 방안 및 기초예술분야 이용 활성화 방안 모색을 위해 사업담당자, 이용자, 문화예술 및 사회복지 전문가 의견수렴을 통해 중장기 발전 방안을 마련

■ **문화예술위원회의 주요 사업 목표인 기초예술 진흥, 향유 확대 실현을 극대화하기 위한 통합문화이용권사업의 효율적 확대 방안을 제시**

○ 문화누리카드사업의 취지와 목적에 부합하는 사업운영을 위해 기초예술분야 이용 활성화 방안 및 기초예술분야와 연계된 사업 운영 방안을 모색하여 문화예술위원회가 추진 가능한 창작과 향유가 연계된 사업 운영 체계를 도출

제2절 연구범위 및 방법

1. 연구범위

■ 환경 분석

○ 통합문화이용권사업 관련 정치, 경제, 사회, 기술, 복지체계 등 분석

■ 사업 및 성과분석

○ 통합문화이용권사업 관련 예산·인력·추진체계 등 분석

○ 문화바우처 시기(도입~2013년), 통합문화이용원 시기(2014년~현재) 별 성과 메타분석

○ 통합문화이용권사업 파급효과 분석 및 기초예술분야 연계방안 인식분석

○ 통합문화이용권사업 확대·발전 방안 모색을 위한 전문가 의견수렴

■ 중장기 발전방향 도출

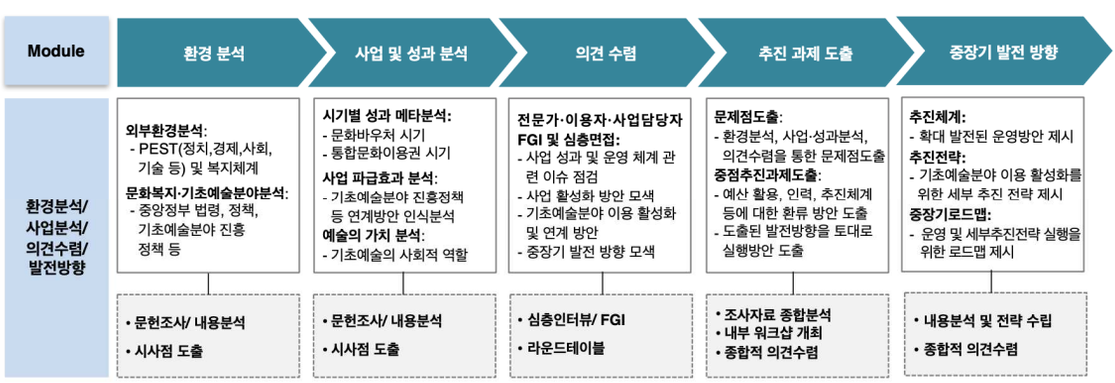
○ 통합문화이용권사업의 효과적 운영을 위한 추진체계(안) 도출

○ 통합문화이용권사업과 기초예술분야 연계방안 도출

○ 통합문화이용권사업의 기초예술분야 이용 활성화 방안 도출

2. 연구방법

[그림 1-1] 연구추진체계



■ 환경 분석

○ 문화누리카드사업에 영향을 미치는 외부 환경을 거시적으로 분석하여 주요 이슈와 시사점 도출

○ PEST 분석을 활용하여 정치적(political), 경제적(economical), 사회적(social), 기술적(technology) 및 복지체계를 중심으로 핵심동향 등을 파악하고, 관련 법령, 정책 및 복지체계를 분석하여 현실을 진단

■ **사업 및 성과분석**

○ 2006년부터 현재까지의 선행연구 및 문헌, 사업현황에 대한 조사 및 분석을 종합적으로 실시하여 통합문화이용권사업 예산·인력·추진체계 등 분석

○ 문화바우처 시기와 통합문화이용원 시기 별 성과 메타분석을 통한 통합문화이용권사업 파급효과 분석 및 기초예술분야 연계방안 분석하고 시사점을 도출

■ **의견수렴**

○ (조사 목적) : 통합문화이용권 사업 확대·발전을 위한 추진체계 구성 및 기초예술분야와 연계 확대 방안 모색

○ (대상) : 전문가 (공연기획, 예술단체, 사회복지, 문화행정 전문가) 10인, 문화누리카드 기초예술분야 이용자 5인, 사업 담당자 (지자체 및 문화재단) 9인으로 구성

○ (조사방법) : 심층면접(In-depth interview) 및 FGI

○ (조사내용) : 통합문화이용권사업의 확대 및 발전을 위한 추진체계 구축 방안, 시민들의 문화창작 및 향유 확대 방안, 통합문화이용권사업과 기초예술분야 연계 운영 방안

[표 1-1] 전문가 FGI 및 심층면접 참여자

구분	참여자	직업/속성
국공립 예술단체	정○○	국립극단 마케팅 팀장
	김○○	세종문화회관 문화재원 팀장
공연기획	조○○	문화예술 사회적기업 문화콩 대표
	김○○	음악극장창작집단 톰방 팀장
문화재단 및 사회복지	이○○	전 마포문화재단 사장 / 한국공연예술경영협회 부회장
	소○○	의정부문화재단 본부장
	정○○	숭실사이버대학교 사회복지학 교수
예술협회	김○○	한국연극프로듀서협회 자문위원 / 극단 즐거운사람들 단장
	방○○	국제아동청소년연극협회 아시테지 한국본부 대표
문화행정	용○○	전 문화체육관광부 국장

[표 1-2] 문화누리카드 이용자 심층면접 참여자

구분	참여자	속성
기초예술분야 이용자	정○○	수기공모자: 공연(19년), 도서, KTX(20년), 울산
	손○○	수기공모자: 콘서트(19년), 도서(20년), 부산
나눔티켓 이용자	김○○	수기공모자: 나눔티켓, 뮤지컬(19년), 도서, 영상(20년), 서울
	박○○	수기공모자: 나눔티켓, 공연(19년), 도서, 영화(20년), 경기
	정○○	나눔티켓 최다 사용, 서울

[표 1-3] 사업담당자 FGI 및 심층면접 참여자

구분		참여자	직업/속성
시단위 문화재단	서울문화재단	김○○	지역문화팀 팀장
		조○○	지역문화팀 주임
		김○○	지역문화팀 주임
	인천문화재단	태○○	생활문화팀 부장
		안○○	생활문화팀 대리
		남○○	생활문화팀 대리
도단위 문화재단	제주문화재단	고○○	일상문화팀 주임
지자체	강원	김○○	문화예술과
	충남	김○○	문화정책과

■ **추진과제 도출**

○ 환경 분석, 사업 및 성과 분석, 사업담당자, 전문가, 문화누리카드 이용자 의견수렴을 종합하여 문제점을 분석하고 추진과제를 도출

■ **중장기 추진체계 및 로드맵 도출**

○ 도출된 추진 과제의 핵심 키워드를 기반으로 파급효과 확대를 위한 예산 활용, 인력, 추진체계 등에 대한 환류 방안 마련

○ 기초예술분야 연계 및 발전된 통합문화이용권사업을 위한 세부추진 방향과 실행방안을 도출

제2장

환경 분석


Module
환경 분석
사업 및 성과 분석
의견 수렴
추진 과제 도출
중장기 발전 방향
환경분석/
사업분석/
의견수렴/
발전방향
외부환경분석:
- PEST(정치,경제,사회, 기술 등) 및 복지체계
문화복지·기초예술분야분석:
- 중앙정부 법령, 정책, 기초예술분야 진흥 정책 등
시기별 성과 메타분석:
- 문화바우처 시기
- 통합문화이용권 시기
사업 파급효과 분석:
- 기초예술분야 진흥정책 등 연계방안 인식분석
예술의 가치 분석:
- 기초예술의 사회적 역할
전문가·이용자·사업담당자 FGI 및 심층면접:
- 사업 성과 및 운영 체계 관련 이슈 점검
- 사업 활성화 방안 모색
- 기초예술분야 이용 활성화 및 연계 방안
- 중장기 발전 방향 모색
문제점도출:
- 환경분석, 사업·성과분석, 의견수렴을 통한 문제점도출
중점추진과제도출:
- 예산 활용, 인력, 추진체계 등에 대한 환류 방안 도출
- 도출된 발전방향을 토대로 실행방안 도출
추진체계:
- 확대 발전된 운영방안 제시
추진전략:
- 기초예술분야 이용 활성화를 위한 세부 추진 전략 제시
중장기로드맵:
- 운영 및 세부추진전략 실행을 위한 로드맵 제시
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 심층인터뷰/ FGI
• 라운드테이블
• 조사자료 종합분석
• 내부 워크샵 개최
• 종합적 의견수렴
• 내용분석 및 전략 수립
• 종합적 의견수렴

제1절 거시 환경 분석

1. 정책 환경 변화

가. 문재인 정부의 기초 문화생활 보장을 위한 국정목표 설정

■ **2017년 7월, 100대 국정과제를 발표하고 국민의 기본권으로서의 문화적 권리를 확보하기 위해 통합문화이용권 확대를 주요 과제로 삼음**

○ 문재인 정부는 '국민의 나라, 정의로운 대한민국'이라는 국가 비전하에 5대 국정 목표, 20대 국정 전략, 100대 국정 과제를 수립함

○ 그 중 67번 과제는 '지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대'로 국민의 기초문화생활을 보장하고 지역 간 문화격차를 해소하고자 함

[표 2-1] 기초 문화생활 보장을 위한 문재인 정부 국정과제 세부내용

국가비전	국민의 나라, 정의로운 대한민국
국정목표	내 삶을 책임지는 국가
국정전략(전략5)	자유와 창의가 넘치는 문화국가
국정과제(67번)	지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대
세부내용	• 과제목표 - 생활문화 정책 추진을 통해 국민의 기본권으로서의 문화적 권리 확보 - 지역 간 문화격차 해소, 문화유산의 보존 및 활용 강화 • 주요내용 - **(국민 기초문화생활 보장) 저소득층에게 연간 6만원이 지급되고 있는 통합문화이용권을 연차별로 확대하여 '21년부터 10만원 지급** - (국민 문화예술 역량 강화) 생애주기별 문화예술교육 확대로 '22년 문화예술교육 수혜자 수 360만 명 달성 - (지역 간 문화 균형발전) 분야별 문화도시 지정을 확대하고, 문화마을(읍·면·동 단위 중심) 신규 조성 추진 - (문화유산 보존·활용 강화) 매장문화재조사 공영제 도입으로 '22년까지 연간 지표조사 및 발굴조사 지속 확대 - (문화재원 확대) 연차별로 문화 분야 재원 적극 확대 • 기대효과 - '22년 문화예술행사관람률 85% 달성('16년 78.3%) - '22년까지 문화기반시설 3,080개 조성('16년 2,595개) 등으로 지역문화균형발전 토대 마련

출처: 정부업무평가위원회(2020)

■ **2018년 9월 「문재인 정부 혁신적 포용국가 비전과 전략」, 2019년 2월 「문재인 정부 포용국가 사회정책」을 발표하여 국민이 문화생활을 누릴 수 있는 여건을 조성하고, 문화 인프라에 대한 접근성을 강화하겠다는 의지를 보임**

○ 국민 누구나 동네 가까이에서 문화와 여가를 즐길 수 있는 환경을 조성하겠다는 정책목표 하에

2022년에는 모든 읍·면·동에 문화·체육시설이 1개소 이상 설치되어, 동네에서 문화와 여가를 누릴 수 있으며, 저소득층의 문화·체육 향유권이 대폭 확대된다는 목표를 설정함

○ 주요 과제로는 문화기반시설의 건립지원, 통합문화이용권 및 스포츠강좌이용권 등을 통한 문화격차 해소 등이 있음

나. 문화비전 2030 '사람이 있는 문화'

■ **2018년 5월 발표한 「문화비전 2030 '사람이 있는 문화'」(이하 문화비전 2030)는 문화기본법 제2조에 명시된 기본이념을 참고하여 자율성, 창의성, 다양성을 기본원리로 하는 9개 실천 의제를 설정함**

○ 이 중 첫 번째 의제는 개인의 문화권리 확대로 국민의 기본권으로서 문화의 권리를 사회의제로 확산하여 노동중심사회에서 여가중심사회로 전환해 개인이 일상생활에서 원하는 문화를 즐기고, 문화향유자만이 아닌 생산자로 활동할 수 있는 여건을 조성하고자 함

○ 개인의 문화권리 확대 의제의 세 번째 대표과제는 '전 국민에게 문화복지 확산'임

○ 현 정부가 문화비전 2030에서 제시한 문화복지 정책 과제와 세부사업 계획은 문화복지 정책이 국민의 행복이라는 궁극적이고 실질적인 성과를 거둘 수 있도록 정책 방향을 설정함

[표 2-2] 개인의 문화권리 확대 세부 추진과제

의제	대표과제	추진과제
1. 개인의 문화권리 확대	3. 전 국민에게 문화복지 확산	① 통합문화이용권제도 개선과 확산
		② 생애주기별 문화복지 확산
		③ 생활문화공간을 재편해 전 국민적 문화향유 확대

출처: 문화체육관광부·새문화정책준비단(2018), 문화비전 2030 '사람이 있는 문화'

다. 기초예술 분야 저변 확대 정책

■ **문화체육관광부는 기초예술의 저변을 확대하고 활성화하기 위해 노력하고 있음**

○ 2021년도 문화체육관광부의 문화예술 분야 예산은 1조 5,901억 원으로 2020년 본예산 1조 4,252억 원 대비 829억 원 증액됨

○ 국립오페라단의 '오페라 인재양성 프로그램'(10억 원), 국립발레단의 '발레꿈나무 육성'(10억 원) 등 국립예술단체 특성화 지원 사업비(67억 원)를 신규로 편성함

○ 다원·독립예술 등에 대한 창작지원(5억 원)과 아동·청소년을 관객층으로 한 작품제작·축제지원(5억 원)도 새롭게 추진해 예술의 다양성을 증진하고 향유 대상도 확대하고자 함

2. 경제 환경 변화

가. 저성장 고착화 및 양극화

■ **우리나라 경제는 2008년 글로벌 금융위기 이후 경제성장률이 3%대에서 정체되면서 저성장의 고착화에 대한 우려가 높아지고 있음**

○ 이러한 경기 회복 지연과 저성장의 지속은 글로벌 금융위기 이후 공급과잉의 후유증과 원자재 가격의 약세 지속으로 투자심리 위축이 해소되지 않고 있는 점과 과도한 가계 부채 부담 및 소득격차 확대로 소비의 둔화가 발생하여 발생한 것으로 분석됨

○ 장기적으로도 급속한 고령화로 인한 생산가능인구 감소로 우리나라의 잠재성장률 저하는 지속될 것으로 보임

[표 2-3] 우리나라의 경제성장률

단위: %

연도	경제성장률
1960-1969	8.46
1970-1979	10.16
1980-1989	8.64
1990-1999	6.68
2000-2009	4.43
2010-2012	4.16
2013	3.2
2014	3.2
2015	2.8
2016	2.9
2017	3.2
2018	2.9
2019	2.0

출처: 한국은행 경제통계시스템

■ **특히, 2020년의 경우 코로나19의 전 세계적인 확산으로 경기 부진이 지속되며 극심한 경기침체를 겪고 있음**

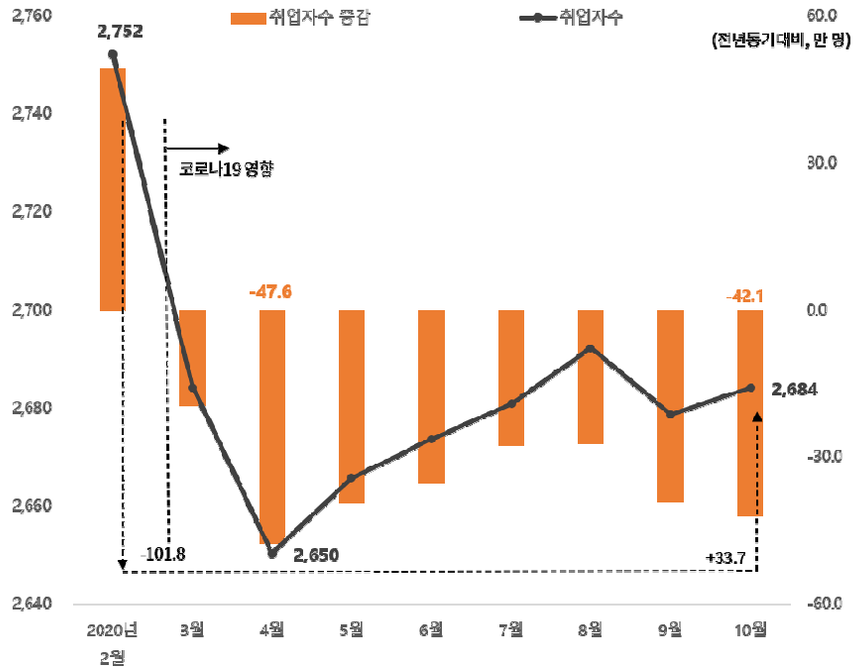
○ 한국경제연구원(2020)에 따르면 외환위기를 겪었던 1996년-2000년 이후 처음으로 2011년-2015년과 2016년-2019년 두 기간 연속 실제성장률이 잠재성장률을 밑돎

○ 또한 2011년과 비교해 2019년 경제협력개발기구(OECD) 34개국 중 우리나라의 경제성장률 순위는 7위에서 15위로 8계단, 잠재성장률은 3위에서 10위로 7계단 하락함

■ **우리나라의 경우 유럽 국가들과 같은 봉쇄 조치는 아니더라도 사회적 거리 두기가 강화되면서 경제활력이 약화되어 취약계층, 노동자, 영세 소상공인 등을 중심으로 경제적 타격을 받음**

○ 한국은행(2020.12.)에 따르면 전체 취업자수(계절조정)는 코로나19의 충격으로 3-4월 중 큰 폭 감소한 후 5월부터 저점에서 벗어나고 있으나 고용회복은 느리게 진행되고 있음

[그림 2-1] 2020년 2월~10월 취업자수 추이



주: 취업자수는 계절조정된 수치임
자료: 통계청 경제활동인구조사

○ 산업별로 살펴보면 대면업무 비중이 높은 서비스업에서 시작되어 제조업, 건설업 등으로 고용충격이 확산되고 있음

○ 종사자지위별로는 임시일용직을 중심으로 시작되어 자영업자, 상용직 등으로 고용악화가 확산되고 있음

- 통계청(2021.01.)에 의하면 2020년 동안 임금근로자 중 상용근로자는 30만 5천명 증가하였으나, 임시근로자는 31만 3천명, 일용근로자는 10만 1천명이 각각 감소함
- 비임금근로자 중 고용원 없는 자영업자는 9만 명 증가하였으나, 고용원 있는 자영업자는 16만 5천명, 무급가족종사자는 3만 5천명이 각각 감소함

[표 2-4] 종사상 지위별 취업자 추이(2016년~2020년)

단위: 전년동월대비증감, 만 명

구분	2016	2017	2018	2019	2020
임금근로자	26.7	26.5	15.0	35.7	-10.8
사용근로자	34.6	36.6	34.5	44.4	30.5
임시근로자	1.0	-13.2	-14.1	-5.6	-31.3
일용근로자	-8.8	3.1	-5.4	-3.1	-10.1
비임금근로자	-3.6	5.1	-5.2	-5.6	-11.0
고용원 있는 자영업자	-2.5	2.4	4.3	-11.4	-16.5
고용원 없는 자영업자	1.7	4.4	-8.7	8.1	9.0
무급가족종사자	-2.7	-1.7	-0.9	-2.4	-3.5

출처: 통계청(2021.01), 2020년 12월 및 연간 고용동향

○ 감염병 확산에 따른 조업중단, 사회적 거리두기로 인한 수요위축 등으로 실업보다는 일시휴직이 크게 확대되었으며 구직단념자도 큰 폭으로 증가함

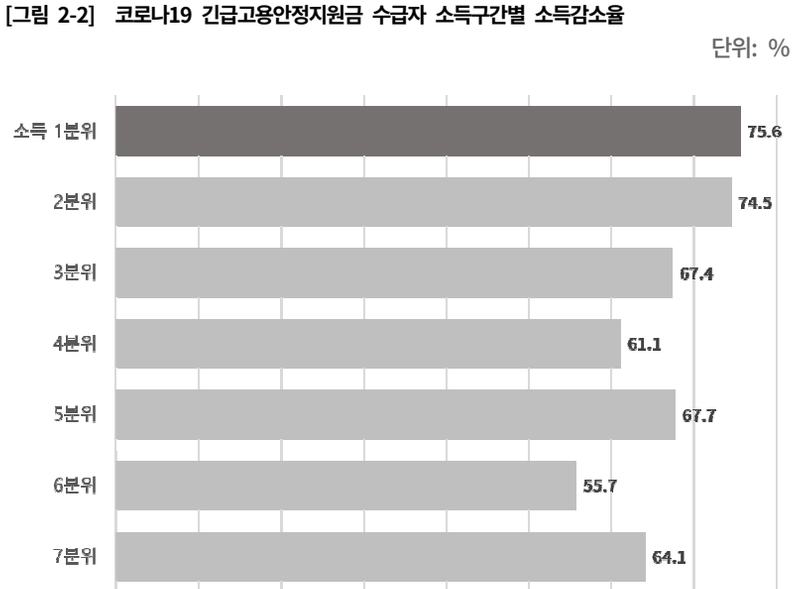
■ **고용노동부(2020)에 따르면 특수고용노동자·프리랜서 등은 코로나19 확산 이후 월 소득이 지난해 평균 소득보다 69.1% 감소한 것으로 나타남[1)]**

○ 코로나19로 인한 소득 감소는 저소득층일수록 더 큰 것으로 나타남. 소득 1분위 계층의 소득감소율은 75.6%에 달했으며 소득구간이 높아질수록 감소율이 떨어짐

○ 코로나19 긴급고용안정지원금 수급자(149만 명)의 46.0%가 소득하위 20%, 수급자의 82.9%가 소득하위 40%에 속하였으며, 2분위(35.1%)를 정점으로 소득이 높아질수록 분포가 급감함

○ 고용감소가 가장 큰 계층은 여성, 20대 이하, 임시직 근로자인 것으로 나타남

[그림 2-2] 코로나19 긴급고용안정지원금 수급자 소득구간별 소득감소율



자료: 고용노동부(2020.11)

■ **코로나19로 인한 경제 침체 여파로 2020년 11월 기준 사회빈곤층 수는 272만 2,043명으로 2019년 말에 비해 28만 5,000명(11.7%) 증가함[2)]**

○ 통계청의 가계동향조사에 따르면 2020년 3/4분기 소득 1분위 가구의 월평균 소득은 163만 7천원으로 전년동분기대비 1.1% 감소함

나. 성장동력 약화로 인한 제로섬 사회 도래

1) 고용노동부 (2020). 코로나19 긴급고용안정지원금 수급자 통계 분석 결과.
2) 성상훈 (2020). [단독]文정부 3년간 빈곤층 55만명 증가…'경제실패'에 '코로나'까지". <한국경제>. 2020.12.27.

■ **제로섬 사회는 사회 전체의 이익은 일정하여, 한쪽이 이득을 취하면 한쪽은 손해를 보게 되는 사회를 의미하는 말로 1980년 메사추세츠 공대의 Lester C. Thurow 교수가 그의 저서 『제로섬 사회』(Zero-Sum Society: Distribution and the Possibilities for Econominc Change)에서 언급하며 확산됨**

○ Thurow는 경제가 제로섬으로 갈수록 에너지 환경, 인플레이션 등의 문제를 해결하는데 어려움이 생기며, 이 때문에 이익을 보는 계층과 피해를 보는 계층이 충돌할 것이라고 전망함

■ **2019년 우리나라 경제성장률은 2.0%로 세계은행이 발표한 세계경제성장률 2.4%보다 낮게 나타남**

■ **이러한 경제 침체 현상은 가계소득 둔화 및 부채 부담 증가로 인한 미래 불확실성으로 민간소비 부문에도 정체 현상을 초래하고 있으며 서민경제의 어려움을 가중시키고 있음**

다. 문화소비의 증가

■ **저성장 고착화 우려 속에서도 통계청의 「가계동향조사」에 의하면, 우리 국민의 가계지출총액 중 오락문화지출은 지속적으로 증가하고 있음[3)]**

○ 가구의 문화여가지출은 2006년 약 9만 3,000원에서 2019년 약 18만 원으로 증가하였음

○ 가계지출에서 문화여가지출이 차지하는 비중, 즉 문화여가지출률도 2006년 4.16%에서 2019년 5.41%로 증가하였음

[표 2-5] 문화여가 지출액과 지출률 추이

단위: %, 원

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
문화여가지출률	4.16	4.13	4.00	4.04	4.25	4.13	4.20
가계지출액	2,232,225	2,320,137	2.387,917	2,437,279	2,597,709	2,738,529	2,825,615
오락문화비	92,961	95,828	95,517	98,501	110,427	113,174	118,631
연도	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
문화여가지출률	4.28	4.35	4.4	4.53	5.27	5.76	5.41
가계지출액	2,846,644	2,901,814	2,886,649	2,857,967	3,316,143	3,326,764	3,329,804
오락문화비	121,720	126,351	128,260	129,494	174,693	191,772	180,301

주: 문화여가지출률=(가구 월평균 오락문화비÷가구 월평균 가계지출액)×100; 명목금액임
출처: 통계청 가계동향조사 각연도

○ 오락문화부문의 세부 항복 중 문화향유와 직접적으로 관련되어 있는 소비지출인 문화서비스의 지출은 2007년 5,992원에서 2019년 42,154원으로 증가함

3) 오락문화비는 영상음향기기(텔레비전 등), 사진광학장비, 기록매체 정보처리장치, 오락문화 내구재, 장난감 및 취미용품, 화훼관련용품, 운동 및 오락서비스, 문화서비스, 서적, 기타인쇄물, 문구, 단체여행비를 포함함. 통계청 (2019.12). 『가계동향조사(소득·지출부문)』 통계정보보고서. p. 25.

[표 2-6] 오락문화비 중 문화서비스 지출 추이

단위: 원, %

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
오락문화비	118,631	121,720	126,351	128,260	129,494	174,693	191,772	180,301
문화서비스	8,962	9,504	10,693	11,340	11,864	33,248	37,171	42,154
오락문화비 중 문화서비스가 차지하는 비율	7.55	7.81	8.46	8.84	9.16	19.03	19.38	23.38

주: 문화서비스는 전시시설, 공연시설, 방송수신료, 문화용품의 대여료 등을 포함함
출처: 통계청 가계동향조사 각연도

3. 사회 환경 변화

가. 문화예술 활동의 증가

■ **문화체육관광부의 「2019 국민문화예술 활동조사」에 의하면, 우리 국민의 문화예술관람률과 문화예술 관람 횟수는 지속적으로 증가하고 있음**

○ 우리 국민의 문화예술관람률은 2003년 62.4%에서 2019년 81.8%로 19.4%p 증가함

○ 우리 국민의 문화예술 관람 횟수는 연평균 6.3회로 2018년에 비해 0.7회 증가하였으며 문화예술 관람 횟수는 2010년부터 꾸준히 증가하고 있음

[표 2-7] 문화예술관람률과 문화예술 관람 횟수 추이

단위: %, 회

	2003	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
문화예술행사 관람률	62.4	65.8	67.3	67.2	69.6	71.3	78.3	81.5	81.8
문화예술행사 관람 횟수	4.5	4.7	4.9	4.2	4.9	5.0	5.3	5.6	6.3

출처: 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술 활동조사

■ **전체적인 문화예술행사 관람률은 증가하였으나, 분야별로 살펴보면 대중예술 관람률과 순수예술 관람률 사이에 큰 격차가 발생하고 있음**

○ 2019년 기준으로 영화 관람률이 77.0%로 가장 높았고 다음으로 대중음악/연예(23.3%), 연극(14.9%), 미술전시회와 뮤지컬(각각 13.5%), 전통예술(10.3%), 문학 행사(6.7%), 서양음악(6.1%) 순으로 높았으며 무용 관람률은 가장 낮은 2.4%로 나타남

[표 2-8] 분야별 문화예술행사 관람률 추이

단위: %, %p

구분	2003	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
전체	62.4	65.8	67.3	67.2	69.6	71.3	78.3	81.5	81.8
문학행사	4.0	4.4	4.0	3.8	6.1	6.2	5.8	8.9	6.7
미술전시회	10.4	6.8	8.4	9.5	10.2	10.6	12.8	15.3	13.5
서양음악	6.3	3.6	4.9	4.4	4.8	4.9	4.5	5.5	6.1
전통예술	5.2	4.4	4.4	5.7	6.5	5.7	7.6	9.3	10.3
연극	11.1	8.1	11.0	11.2	11.8	12.6	13.0	14.4	14.9
뮤지컬					11.5	11.5	10.2	13.0	13.5
무용	1.1	0.7	0.9	1.4	2.0	2.4	1.3	1.7	2.4
영화	53.3	58.9	61.5	60.3	64.4	65.8	73.3	75.8	77.0
대중음악/연예	10.3	10.0	8.2	7.6	13.5	14.4	14.6	21.1	23.3

출처: 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술 활동조사

○ 우리나라의 경우 대체로 유럽에 비해 영화 관람의 비율은 다소 높은 반면 공연 전시의 관람비율은 낮은 수준임

- 유럽 27개국이 참여한 유로바로미터(Eurobarometer)의 2013년 문화 분야 연간 관람률 조사 결과를 보면 영화관 52%, 박물관·미술관 37%, 콘서트 35% 등으로 나타남[4)]

■ 최저소득계층의 문화예술 관람률이 크게 증가함에 따라 계층 간 문화격차가 조금씩 해소되고 있음

○ 2019년 월평균 100만 원 미만 소득 가구의 문화예술 관람률은 51.7%로 이는 조사 이후 최고 수치임

○ 월평균 100만 원 미만 소득 가구의 문화예술 관람률은 51.7%, 월평균 100-200만 원 미만 소득 가구의 문화예술 관람률은 60.4%로 통합문화이용권 발급 대상자의 문화예술행사 관람률이 크게 증가함

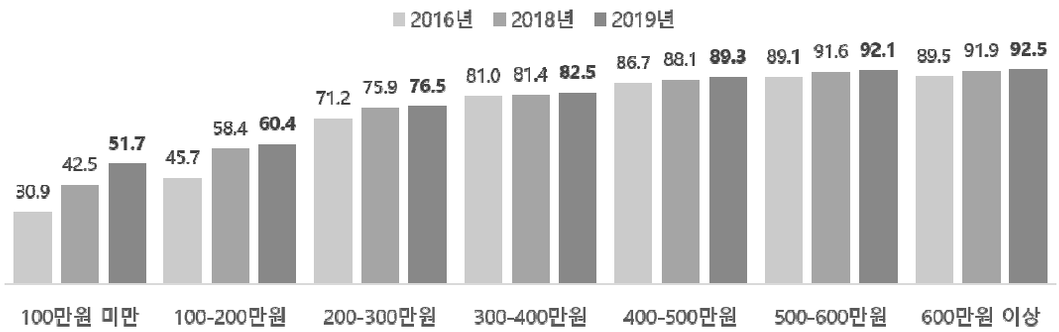
○ 특히, 월 소득 100만원 미만 소득가구의 문화예술행사 관람률은 51.7%로 조사 이후 처음 50%를 넘어섬

○ 최고 소득 가구과 최저 소득 가구 간 문화예술행사 관람률 격차는 2016년 58.6%에서 2019년 40.8%로 감소함

○ 이는 소외계층의 문화생활을 돕는 통합문화이용권(문화누리카드) 지원 확대, 문화비 소득공제 등 소득계층 간 문화향유 격차를 줄이기 위한 지원 정책의 영향으로 보임

4) 통계청 통계개발원 (2019). 한국의 사회동향 2019. p. 215.

[그림 2-3] 월평균 가구소득별 관람률



출처: 문화체육관광부(2019), 2019 국민문화예술 활동조사

■ **예술경영지원센터에 따르면 코로나19로 공연시장이 크게 위축된 2020년을 제외하고, 우리나라 공연예술분야 소비는 증가하고 있음**

○ 2018년을 기준으로 작품수가 가장 많은 장르는 클래식(3,329건, 38.4%)이고, 공연횟수가 가장 많은 장르는 연극(60,614회, 51.9%)이며, 티켓판매매수가 가장 많은 장르는 뮤지컬(2,709,969장, 66.3%)임

○ 남녀 모두 그리고 모든 연령대에서 뮤지컬 장르의 티켓판매매수가 가장 많은 것으로 보아 우리 국민이 선호하는 공연예술분야는 뮤지컬임을 확인할 수 있음

- 성별로 살펴보면, 남녀 모두 뮤지컬 장르의 티켓판매매수가 여성 2,081,929장(72.3%), 남성 502,418장(63.4%)으로 가장 많음
- 연령별로 살펴보면, 모든 연령대에서 뮤지컬 장르의 티켓판매매수가 10대 이하 48,906장(66.1%), 20대 518,199장(58.8%), 30대 1,089,086장(77.0%), 40대 571,532장(72.5%), 50대 이상 124,680장(60.5%)으로 가장 많음

[표 2-9] 2017~2020년 공연예술 소비현황

구분	2017년 소비규모	2018년 소비규모	2019년 소비규모	2020년 소비규모
총 작품수(건)	5,397	8,668	11,671	661
총 공연횟수(회)	51,841	116,897	82,960	4,361
총 티켓판매매수(장)	4,103,187	4,085,163	8,333,348	3,739,974

자료: 예술경영지원센터 공연예술통합전산망(www.kopis.or.kr); 예술경영지원센터(2019), 2018년 공연예술 소비현황 조사 보고서; 예술경영지원센터(2020), 공연예술통합전산망 월간리포트 2020년 11월

[표 2-10] 공연예술 각 장르의 성·연령별 티켓판매매수(2018년 기준)

장르	티켓판매매수 합계(장)						
	성별		연령별				
	여성	남성	10대 이하	20대	30대	40대	50대 이상
전체	2,880,007	793,021	73,974	881,293	1,415,163	788,395	206,129
뮤지컬	2,081,929	502,418	48,906	518,199	1,089,086	571,532	124,680
연극	562,305	208,821	20,639	309,056	232,651	120,199	49,486
클래식	128,304	52,599	2,794	31,377	53,778	55,748	19,716
오페라	18,981	7,202	471	4,186	6,189	8,794	3,624
무용	62,691	17,444	872	15,103	29,490	27,298	6,736
국악	25,797	4,537	292	3,372	3,969	4,824	1,887

장르	티켓판매매수 비율(%)						
	성별		연령별				
	여성	남성	10대 이하	20대	30대	40대	50대 이상
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
뮤지컬	72.3	63.4	66.1	58.8	77.0	72.5	60.5
연극	19.5	26.3	27.9	35.1	16.4	15.2	24.0
클래식	4.5	6.6	3.8	3.6	3.8	7.1	9.6
오페라	0.7	0.9	0.6	0.5	0.4	1.1	1.8
무용	2.2	2.2	1.2	1.7	2.1	3.5	3.3
국악	0.9	0.6	0.4	0.4	0.3	0.6	0.9

출처: 예술경영지원센터(2019), 2018년 공연예술 소비현황 조사 보고서

나. 문화예술에 대한 수요 증가

■ **주 52시간 근무제 도입과 유연근무제 확대에 따라 직장들인 사이에서 저녁이 있는 삶에 대한 인식이 확산되고 있음**

○ 2018년 7월 1일 부로 기존 최장 68시간의 근로시간에서 16시간이 줄어든 주 52시간 근무 상한제가 시행됨

○ 근무시간 외 여가시간이 증가한 직장인을 대상으로 다양한 문화예술기관에서 다양한 사업을 진행하고 있음

○ 한국문화관광연구원(2018)에 따르면 주 52시간 근무제 도입은 근로시간 단축으로 인한 고용비용 부담, 임금감소 등의 부정적인 영향(17.5%)보다, 늘어난 여가시간이 문화예술서비스의 신규 수요창출에 긍정적인 효과를 거둘 것(60%)으로 보임

다. 비대면 시대의 도래와 디지털 격차 심화

■ **대면접촉을 전제로 하는 문화예술은 본질적으로 감염병에 취약하다는 특징 때문에 코로나19이후 많은 행사가 취소되고 문화시설 운영이 중단되는 등 문화예술활동이 위축됨**

○ UNESCO에 따르면 세계 128개국에서 코로나19의 확산을 막기 위해 문화시설을 폐쇄함(백선혜, 2020: 4)

○ 우리나라의 경우에도 국립현대미술관, 국립중앙박물관, 국립중앙도서관, 예술의전당 등 국공립 문화시설이 휴관과 제한적 운영을 반복함

■ **이에 온라인 플랫폼 기반의 '비대면 공연문화'가 전 세계적으로 확산됨**

○ 코로나19 이전부터 공연예술의 대중화를 위해 다양한 영상화 작업이 진행되었으나 코로나19로 인해 온라인 스트리밍 서비스로 공연예술을 집에서 즐길 수 있는 '랜선 공연'이 확대됨

○ 우리나라의 경우 세종문화회관과 예술의전당, 국립극장, 국립국악원 등 공공문화기관을 중심으로 온라인 공연 상영, 생중계 등이 이어짐

○ 이후 장애인을 위한 온라인 공연 영상 제작, 교육용 VR 공연 영상 제작 등 다양한 시도가 이어지고 있음

[그림 2-4] 세종문화회관의 비대면 공연 힘내라 콘서트와 내 손안에 극장 포스터



출처: 세종문화회관 공식홈페이지

■ **다만 온라인/비대면 경제가 부상하면서 저소득계층과 고령층 등 소외계층의 디지털격차(digital divide) 문제가 심화되고 있음**

○ 실내시설 입장을 위한 QR코드, 전자상거래를 통한 물품 구입, 비대면 회의·교육·은행업무 등 비대면, 무인화가 상용화되어가는 현실에서 고령층이나 장애인, 저소득층과 같은 기존의 전통적 정보취약계층의 디지털 격차가 더욱 커지고 있음

○ 뿐만 아니라 일반 이용자 간에도 필요도와 활용능력, 관심도 등에 따라 격차가 발생하고 있음

○ 코로나19와 관련된 정부지침이나 보건정보 등 생명과 직결된 부분뿐 아니라 문화예술을 향유하는데도 디지털 격차가 발생하고 있음

○ 과학기술정통부의 『2019 디지털정보격차 실태조사』에 따르면 정보취약계층의 디지털정보화 수준은 일반국민(100%)대비 91.7%로 정보취약계층 대부분이 일반국민 수준에 필적하게 스마트폰과 PC를 보유하고 있는 것으로 나타남

○ 하지만 컴퓨터 및 스마트폰 이용 능력을 의미하는 종합 디지털정보화 역량 수준은 일반국민의 60.2%로 나타남

- 계층별로는 고령층의 디지털정보화 역량 수준이 51.6%로 가장 낮게 나타났으며, 농어민(63.6%), 장애인(67.8%), 저소득층(86.5%)순으로 나타남

○ 인터넷 이용 여부 및 이용 다양성, 심화 활용 여부를 의미하는 종합 디지털정보화 활용 수준 역시 68.8%로 나타남

- 계층별로는 고령층의 디지털정보화 활용 수준이 63.9%로 가장 낮게 나타났으며, 농어민(67.2%), 장애인(74.0%), 저소득층(85.4%)순으로 나타남

라. 사회적 외로움 심화

■ **한국행정연구원의 『2019 사회통합실태조사』에 의하면 우리나라 국민 중 '외롭다'고 느끼는 비중은 20.5%, '아무도 나를 잘 알지 못한다'고 느끼는 비중은 16.7%로 전년보다 각각 4.5%p, 5.4%p 증가함**

○ 사회적 고립감을 느끼는 사람은 2014년 이후 매년 감소하는 추세를 보였으나 2019년 들어서 증가함

○ 월 소득 400만 원 미만에서는 소득수준이 낮을수록 사회적 고립감을 더 많이 느끼는 경향을 보임

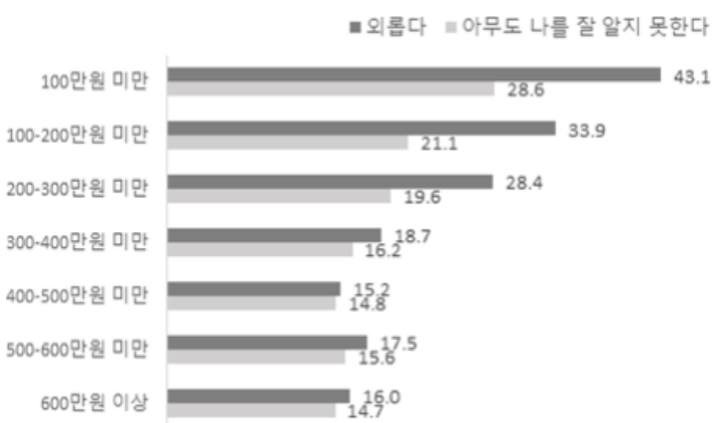
[표 2-11] 우리 국민이 느끼는 사회적 고립감

단위: %

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	남자	여자	19~29세	30대	40대	50대	60대
외롭다	27.7	26.1	23.0	20.7	16.0	20.5	19.6	21.5	19.1	18.6	21.8	18.8	25.1
아무도 나를 잘 알지 못한다	19.5	18.0	14.0	13.0	11.3	16.7	15.8	17.8	15.8	16.5	17.5	14.8	19.8

주: '약간 그렇다'와 '매우 그렇다'는 응답자의 비율; 19~69세 인구를 대상으로 함
자료: 한국행정연구원(2020), 2019 사회통합실태조사

[그림 2-5] 소득수준별 사회적 고립감(2019년 기준)



자료: 한국행정연구원(2020), 2019 사회통합실태조사

마. 갈등의 확산

■ **사회적 단절과 고립에 따라 기존의 계층, 지역, 세대, 이념 갈등뿐 아니라 젠더나 종교 갈등 등 다양한 갈등 양상이 나타나고 있음**

○ 한국행정연구원의 『2019년 사회통합실태조사』에 따르면 우리 국민의 사회갈등에 대한 인식은 보통 이상으로 높은 수준임

○ 보수와 진보 간 이념갈등에 대한 인식이 4점 만점에 평균 3.3점으로 가장 높게 나타났으며, 빈곤층과 중/상층 계층갈등, 근로자와 고용주 간 노사갈등이 각각 3.0점, 2.9점으로 높게 나타남

○ 사회갈등의 원인으로는 개인, 집단 간 상호이해 부족이 27.6%로 가장 높게 나타났으며 이해 당사자들의 각자 이익 추구(22.4%), 빈부격차(18.3%)의 순으로 높게 나타남

■ **SNS를 중심으로 차별·혐오 표현이 증가하고 있음**

○ 국가인권위원회와 한국인사이트연구소(2020.09.)에 따르면 2020년 1월부터 5월까지 국내 주요 SNS 등을 분석한 결과 코로나19 확산 이후 온라인 혐오 표현이 크게 증가함

○ 국내 확진자가 처음 발생한 1월 4주차에는 '중국인'에 대한 부정적 언급이, 신천지 대구 교회에서 집단감염이 발생한 2월 말에는 신천지와 대구지역에 대한 부정적 언급이, 서울 용산구 이태원 클럽 내 집단감염이 발생한 5월초에는 성소수자 혐오표현이 급증함

○ 이외에 장애인과 여성에 대한 혐오는 일상적으로 일어나는 것으로 나타남

■ **서울연구원에서 서울에 거주 중인 만 19세 이상 1,000명을 대상으로 실시한 도시 갈등 관련 여론조사에 따르면 응답자의 82.5%가 코로나19 이후 사회갈등이 더 심각해졌다고 응답함**[5)]

4. 기술 환경 변화

가. 새로운 범용기술의 등장

■ **4차 산업혁명은 2011년 독일 하노버 박람회에서 '인더스트리 4.0(Industrie 4.0)'으로 처음 소개됨**

○ 다보스 포럼에서 '제4차 산업혁명의 이해'를 주제로 논의하면서 세계적으로 주요 화두로 떠오름

○ 이후 2016년 세계경제포럼에서 클라우드 슈밥(Klaus Schwab) 회장은 4차 산업혁명을 디지털 혁명에 기반을 두고 디지털, 물리, 생물학적인 기존 영역의 경계가 사라지면서 융합되는 '사이버 물리시스템(cyber-physical system)으로 정의

■ **인공지능과 빅데이터는 과거 증기기관, 전기와 내연기관, 컴퓨터와 인터넷과 같은 역할을 맡으**

5) 정한국 (2020). [단독] 서울 30대 "부동산 갈등 가장 심각", 40대는 "이념 갈등", 20대는?. <조선일보>. 2020.11.09.

면서, 제4차 산업혁명을 이끄는 범용기술(General Purpose Technology)로 작동하고 있음

○ 4차 산업혁명은 과거의 산업혁명과 구별되는 독자적인 산업혁명으로 인공지능, 빅데이터와 같은 범용기술과 함께 IoT, 로보틱스, 합성생물학, 블록체인, VR/AR/MR 등의 핵심기술을 통해 모든 분야의 산업에서 새로운 지평을 열고 있음

○ 이러한 기술은 해당 기술과 직접적으로 연관된 분야 이외에 다른 분야에도 쉽게 적용되고 융합될 수 있어 연쇄적인 기술변화를 이룰 가능성이 큼

○ 4차 산업혁명은 제조공정의 혁신에서 나아가 인간 노동의 형태 및 가치에 대한 변화를 가져올 수 있다는 점에서, 기존 사회가 가지고 있는 혁신성과 창발성을 바탕으로 새로운 사회적 변혁과 거대한 차이를 초래한다는 점에서 예술생태계 전반에도 막대한 영향을 끼칠 것으로 보임

나. 첨단기술을 활용한 미래형 예술창작 및 문화향유 가속화

■ **2016년 3월 구글은 주어진 이미지를 재해석해 회화로 표출하는 인공지능 추상화가 프로젝트 딥 드림(Deep Dream)을 공개함**

○ 인셉셔니즘(inceptionism)이라는 이미지 합성 알고리즘을 활용하여 사진정보로부터 이미지를 새롭게 창조함

○ 마치 꿈에서 상상한 이미지를 직접 구현한 듯한 이 기술을 통해 사용자는 새로운 작품을 창작할 수 있음

■ **렘브란트 미술관은 마이크로소프트사와 협력하여 렘브란트 풍의 그림을 그리는 인공지능 화가 '더 넥스트 렘브란트(The Next Rembrandt)'를 개발함**

○ 안면인식 기술을 활용하여 렘브란트의 작품 346점을 분석한 데이터로 렘브란트의 화풍을 재현함

○ 렘브란트가 애용한 색채와 구도는 물론 유화의 질감까지 그대로 살리는 것이 특징임

■ **브라질 상파울루의 피나코테카 미술관(Pinacoteca do Estado)는 IMB의 왓슨(Watson)을 활용하여 전시 해설 프로그램을 운영함**

○ 인공지능 왓슨은 작품의 역사적 배경과 제작시기, 작품의 의미 등을 미술관 관람객에게 설명하며 관람객과 커뮤니케이션을 함

○ 이후 뉴욕의 자연사박물관, 프랑스의 세계대전박물관, 오타와의 캐나다과학기술박물관 등 많은 박물관에서 인공지능을 활용한 도슨트 프로그램을 운영함

■ **미국 UC 산타크루스 캘리포니아 대학 David Cope 교수진은 인공지능 작곡 프로그램 '에밀리 하웰(Emily Howell)'을 개발함**

○ 방대한 데이터베이스를 기반으로 박자, 구조 등을 자료화 하고 이를 조합하는 방식으로 다양한 음악을 창작하는 프로그램임

○ 2016년 8월 경기도문화의전당 대극장에서 하웰이 만든 모차르트 풍 교향곡과 모차르트 교향곡을 비교하는 테스트가 이루어지기도 함

제2절 복지체계 및 문화 환경분석

1. 복지체계 및 문화복지 환경 변화

가. 문재인 정부의 ‘혁신적 포용국가’

■ **‘혁신적 포용국가’는 문재인 정부의 국정비전과 사회정책 비전임**

○ 김대중 정부 이후 역대 정부 등장과 함께 각 정부의 복지 정책 지향을 담은 슬로건을 발표함

- 지금까지 공표된 복지 슬로건으로는 김대중 정부의 ‘생산적 복지’, 노무현 정부의 ‘참여 복지’, 이명박 정부의 ‘능동적 복지’, 박근혜 정부의 ‘맞춤형 복지’가 있음
- 문재인 정부는 「문재인 정부 국정운영 5개년 계획」 등을 통해 문재인 정부의 복지를 ‘포용적 복지(Inclusive Welfare)'로 규정함

○ 국정비전으로서 혁신적 포용국가는 문재인 정부 출범(2017년) 이후 지속적으로 수정·보완되어 왔음

- 문재인 정부는 2017년 7월에 발표한 「문재인 정부 국정운영 5개년 계획」에서 5대 국정목표 중 하나인 ‘내 삶을 책임지는 국가’(국정목표 3)의 5대 국정전략 중 하나로 ‘모두가 누리는 포용적 복지국가’를 언급함
  - 문재인 정부는 국민 통합을 추진하고 불평등이 심화되고 있는 현실을 바로잡기 위해 복지국가 체제 강화를 중요한 전략으로 추진함(국정기획자문위원회, 2017)
- 2018년 9월 포용국가전략회의에서는 ‘모두를 위한 나라, 다 함께 잘사는 포용국가’를 사회정책비전으로 설정하고 포용국가에 도달하기 위한 3대 비전과 9대 전략을 발표함
  - 3대 비전, 9대 전략 중 문화정책은 ‘전략 7 인적자본의 창의성·다양성 증진’에 포함되지만 과제는 소득, 노동, 교육, 젠더, 주거, 지역정책 등 다양한 사회정책을 다루고 있음
- 문재인 정부의 ‘혁신적 포용국가’는 사회정책 비전(2018.09)에서 국정비전(2018.11)으로 확대됨
  - 2018년 11월 APEC 정상회담에서 문재인 대통령은 ‘다 함께 잘사는 혁신적 포용국가’를 국정 비전으로 추진한다고 밝힘
- 2019년을 ‘혁신적 포용국가의 원년’으로 선언하고 2019년 2월 19일 「포용국가 사회정책 추진계획」을 발표함
  - 이는 포용국가 비전과 전략의 구체적 이행방안으로 국민의 전 생애 기본생활 보장을 목표로 함
  - 정부는 소득·환경·안전·건강·주거 등 기본적인 생활기반 분야에서 소외되거나 피해를 받는 사람이 없는 ‘포용적’ 사회적 안정망을 구축하고자 함

[그림 2-6] 문재인 정부 사회정책 비전: 3대 비전 및 9대 전략



출처: 대통령직속 정책기획위원회·관계부처 합동(2018.09.11.)

나. 문화복지정책의 변화

■ **20세기 후반 고도의 경제성장과 생활수준의 향상으로 국민의 생활양식에 변화가 생기고 삶의 질에 대한 관심이 증가함에 따라 정부는 국민의 문화향유를 장려하고 국민모두가 문화로 행복한 사회적 분위기를 조성하기 위해 문화복지 정책을 추진함(김영준, 2017)**

○ 특히 2013년 제정된 문화기본법에서 밝히고 있는 문화복지에 대한 내용은 삶에 있어 문화를 중요하게 생각하는 우리 국민의 의식 변화가 반영됨[6)]

■ **전두환 정부는 1980년 제5공화국을 출범시키면서 처음으로 헌법에 문화국가 조항을 삽입하고 문화향수권 확대 및 문화 복지 개념을 형성함(장용근, 2006; 박광무, 2010)**

○ 1981년 발표한 '새문화정책'에 '문화'와 '복지'가 결합한 정책 목표와 기조가 나타나는 것으로 보아 전두환 정부 시절부터 문화복지의 개념이 형성되었다고 볼 수 있음

○ '새문화정책'은 실제 정부의 국가계획으로 수용되지는 않았으나 이후 1983년 수립된 '제6차 경제사회발전 5개년계획(1987~1991)으로 수용됨

— 이는 문화정책이 국가사회 발전전략의 하나로 인식되었음을 의미함(서보람 외 2인, 2011: 105)

○ 또한 '지방문화 육성'과 같이 지역적으로 소외되어 있는 지역문화 발전에 관심을 두었는데 이는 지역민의 문화향수 욕구 증대에 부응하고자 정부가 추진한 시도로 볼 수 있음(김영준, 2017: 49)

---

6) 문화기본법 제2조에서는 "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 문화표현과 활동에서 차별받지 아니하도록 하고, 문화의 다양성, 자율성과 창조성의 원리가 조화롭게 실현되도록 하는 것을 기본이념으로 한다."고 제정 이유를 설명함

[표 2-12] 전두환 정부가 발표한 새문화정책의 내용

정책목표	정책기조	정책수단
민족 주체성의 확립	문화적 주체성 확립	자주적이고 창조적인 민족문화 계발
문화적 복지의 구현	문화적 혜택의 복지적 분배 문화시설의 사회교육역할 제고	문화적 혜택의 균형분배
문화예술인의 예술성과 전문성 신장	창조적 문화역량의 제고 문화발전 지원체제 강화	창작활동 지원체제와 사회적 여건의 개선

출처: 한국문화정책개발원(2002). 문화정체성 확립을 위한 정책방안 연구, p. 216.

■ **노태우 정부는 '문화복지'라는 용어를 처음으로 사용함**

○ 1990년 발표한 '문화발전 10개년계획'에서 "모든 국민에게 문화를"이라는 정책 방향을 설정하고 21세기 문화발전 방향을 "문화복지국가"로 설정함(서보람 외 2인, 2011: 107)

- 문화발전 10개년계획은 문화복지국가 실현을 위해 마음의 풍요를 지향하는 '복지문화'의 틀, 갈등구조를 푸는 '조화의 문화'의 틀, 환태평양시대를 주도하는 '민족문화'의 틀, 후기산업시대에 적응하는 '개방문화의 틀', 남북한 협력시대를 준비하는 '통일문화의 틀'의 다섯 가지 문화의 틀을 구축함
- 세대·지역(도농)·계층 간의 위화감과 격차를 극복하기 위해 누구나 문화에 참여할 수 있는 여건을 조성하고자 함(정갑영, 1993: 97)

■ **김영삼 정부는 문화복지를 중요 정책 목표로 삼고 문화복지정책의 체계를 마련함**

○ 김영삼 정부는 1996년 '세계화'를 슬로건으로 걸고 경제발전 외에 삶의 질을 추구하는 등 문화복지의 중요성을 강조함

- 1996년 2월 15일, 세계화추진위원회는 "삶의 질 세계화를 위한 문화복지 기본구상"을 대통령에게 보고함

○ 이후 문화체육부 내에 문화복지기획단을 구성하여 문화복지 중장기실천계획의 기초안을 마련(1996년 4월 30일)하고 1996년에는「문화복지중장기 실천계획」보고서를 발간함

- 이 보고서는 문화복지 실천계획을 중기(1996~2001)와 장기(2002~2011)로 구분하고 문화예술·복지, 체육, 청소년, 여가 및 관광의 영역별 최우선과제, 우선과제, 장기과제를 개발함
- 또한 과제별 사업목표, 추진방향, 사업계획을 제시함

○ 문화복지의 재정적 기반 확립을 위해 정부 총예산의 1%를 문화예산 비율로 책정하는 것을 목표로 삼음(김영준, 2017: 52)

■ **김대중 정부는 「2000년대를 준비하는 국민의 정부 새 문화정책」을 통해 문화복지국가를 기본 전략으로 삼고 이를 추진하기 위한 10대 중점 과제를 제시함**[7)]

7) 「2000년대를 준비하는 국민의 정부 새 문화정책」의 10대 중점 과제로는 ①21세기 문화국가 실현을 위한 정책기반 구축, ②문화기반 시설 확충 및 운영개선, ③지식정보사회에 대비한 기반 조성, ④창조적 예술 활동을 위한 여건 조성, ⑤문화복지의 실질적 구현을 통한 삶의 질 향상, ⑥문화유산의 체계적인 보호·계승·발전, ⑦문화산업의 획기적 발전체제 구축, ⑧문화를 기반으로 지역간 균형발전 및 사회통합 추구, ⑨문화를 통한 민족통합 달성, ⑩문화정체성을 바탕으로 한 보편적 세계주의 지향임.

○ 도서관, 박물관, 문화의 집 등 문화기반 시설을 대폭적으로 늘려 국민문화향수를 위한 기반시설을 지속적으로 확충함

○ 문화소외계층을 위해 문화 소외 지역에 문화시설을 서리하고 문화 자원봉사자를 육성하여 모든 국민이 문화혜택을 받을 수 있도록 함

■ 노무현 정부의 문화복지정책은 경제 발전의 이면에 나타난 양극화 현상에 따라 나타난 취약계층의 문화향유 기회확대 지원을 중심으로 함

○ 취약계층의 문화향수 기회증대가 문화복지의 핵심 영역으로 변화하였으며 문화복지정책의 목적이 감수성 제고보다는 향수기회 확대로 전개됨(김세훈·조현성, 2008: 46)

○ 복권기금사업을 통해 문화바우처 사업과 같은 소외계층을 대상으로 하는 문화 복지사업을 운영함

- 정부는 저소득층의 문화예술 관람비용을 지원하고 노인과 장애인에 대한 보조인력 배치, 티켓수령, 좌석안내, 휠체어, 수화 통역 서비스 등을 제공함

○ 문화시설 이용률을 높이기 위해 문화예술교육 활성화, 일상 속 체육활동을 통한 삶의 질 제고, 건강하고 생산적인 여가활동 지원에 중점을 둔 정책을 추진함

■ 이명박 정부는 문화핵심정책을 문화복지 증진에 두고 이전 정부보다 강화되고 능동적인 복지개념을 도입함

○ 이명박 정부의 문화복지정책은 생산적 복지와 맞춤형 복지를 강조하며 적극적인 복지를 지향함

- 문화복지정책의 6대 추진방향을 생애주기별 수요자 중심의 통합적·맞춤형·예방적 문화복지 프로그램 개발 및 제공, 문화복지정책의 수혜대상을 보편주의로 확대, 정책 주체의 다변화와 역량강화, 재원 다양화 및 효율적 집행, 전달체계 구축, 전문 인력 양성 및 다양한 활용방안 모색으로 설정함(김세훈 외, 2008: 42)

○ 일상 속 문화복지 강화와 사회적 약자에 대한 문화향유 기회 확대를 추진함

- 공공 도서관 개관시간 연장, 국립박물관/미술관의 무료관람 실시, 생활밀착형 작은 도서관 조성, 문화를 통한 전통시장 활성화 사업 등을 추진함
- 새로운 바우처를 개발하여 복지관광·여행 바우처, 스포츠 바우처 제도를 실시함

■ 박근혜 정부는 '문화융성'을 국정기조로 삼고 문화를 통해 국민 개개인의 행복 수준을 높이고 사회적 갈등을 치유하며 문화를 통한 국가 발전의 원동력을 마련하고자 함

○ 문화관련 법률 제정을 통해 문화가치 제고, 지역문화 발전 및 격차해소, 다양성을 통한 사회통합, 인문학·인문정신문화를 통한 삶의 질제고 등을 추진함(조현성, 2016: 24)

- 박근혜 정부 시기 제정된 문화 관련 법률로는 <문화기본법>(2013), <지역문화진흥법>(2014), <문화예술 후원활성화에 관한 법률>(2014), <문화다양성 보호와 증진에 관한 법률>(2014), <인문학 및 인문정신문화의 진흥에 관한 법률>(2016)이 있음
- 이 중 문화기본법에서는 국민 누구나 마땅히 누려야 할 기본권으로서 '문화권'을 최초로 명시함[8)]

8) 문화기본법 제4조에서는 "모든 국민은 성별, 종교, 인종, 세대, 지역, 사회적 신분, 경제적 지위나 신체적 조건 등에 관계없이 문화 표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에

○ 보편적인 문화복지 환경 조성을 위해 생애주기별 맞춤형 문화복지 확대, 국민의 생활 속에서 문화 참여가 활성화되는 ‘문화가 있는 삶’을 실현하도록 함

— 다양한 문화시설의 문턱을 낮추고 생활 속 문화 참여를 독려하기 위해 매월 마지막 수요일을 ‘문화가 있는 날’로 정하고 2014년 1월 29일에 처음으로 시행함

다. 문화예술진흥기금과 기초예술분야

■ **문화예술진흥기금(이하 문예기금)은 모든 문화예술의 근간인 기초예술 분야를 지탱해주는 든든한 버팀목**

○ 문화예술진흥기금이란 문화·미술·음악·연예 및 출판에 관한 문화예술의 진흥을 위한 사업과 그 활동을 지원하기 위한 공공재원으로 1972년 8월 14일에 제정된 문화예술진흥법(법률 제2337호)에 근거를 두고 있음[9)]

— 1973년 10월 11일 문예기금을 관리·운영하고, 기금사업을 추진할 한국문화예술진흥원이 정식 개원되었으며, 2005년 8월 26일 한국문화예술위원회로 전환됨

— 한국문화예술진흥원 개원 이전, 1973년 6월 22일 문화공보부장관의 모금승인을 받아 같은 해 7월 22일부터 모금을 시작함

— 2001년 12월에 제정된 부담금관리기본법에 의거하여 2004년 1월 1일부터 기금 모금이 중단됨

○ 문예기금은 국내 유일의 공공예술지원금이자 기초예술 진흥의 유일한 재원임

— 시장진입이 어려운 문화예술인들의 창작 활동을 지원하고 국민의 문화 향유 기회를 제공하기 위한 기초 재원의 역할을 함

— 문예기금은 설치 이후 40년간 문화예술 전 분야에 걸친 창작·연구·보급 활동 지원과 문화복지, 국제문화교류, 예술기반조성, 영상문화산업 등 우리나라 문화예술정책

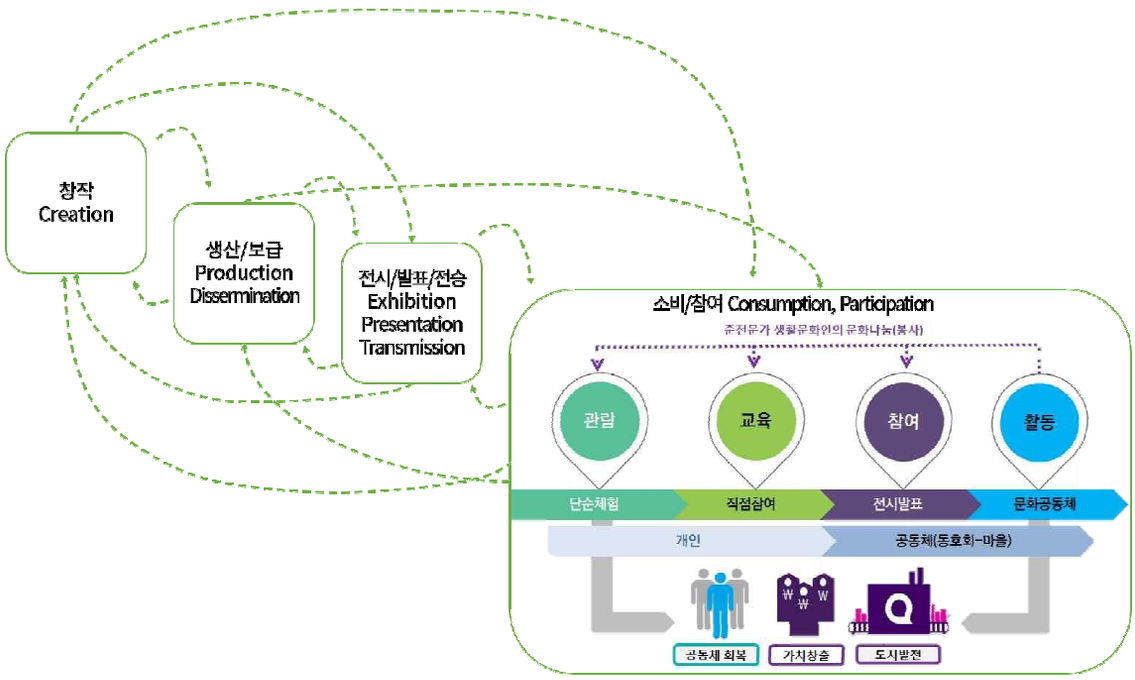
○ 문화소비 및 국민 문화예술활동은 지속적으로 증가하는 추세이며, 영화, 드라마, 웹툰 등 대중문화의 원형 콘텐츠가 기초예술이라는 측면을 감안할 때 문예기금의 중요성은 지대함

○ 문화예술 강국이 곧 선진국으로 분류되고 있는 현실을 익히 알고 있는 정부로선 문예기금의 역할에 주목하면서 재원안정과 기금의 적절한 활용에 집중할 필요가 있음

참여하며 문화를 향유할 권리(이하 “문화권”이라 한다)를 가진다.“는 국민의 기본권으로서의 문화권을 명시함

9) 문화예술진흥법 제18조에 의한 기금은 문화예술의 창작과 보급, 민족전통문화의 보존·계승 및 발전, 남북 문화예술 교류, 국제 문화예술 교류, 문화예술인의 후생 복지 증진을 위한 사업, 지방문화예술진흥기금으로 출연, 제20조에 따른 한국문화예술위원회의 운영에 드는 경비, 장애인 등 소외계층의 문화예술창작과 보급, 공공미술 진흥을 위한 사업, 기타 문화예술의 진흥을 목적으로 하는 문화시설의 사업이나 활동 등을 위해 사용됨. 문화체육관광부(2020), 2019 문화예술정책백서, p. 99.

[그림 2-7] 문화생태계의 구조와 사람들의 문화소비 및 참여



출처: 박재홍·권선영(2020)

■ **문화예술진흥을 위한 정책은 현 문재인 정부를 비롯하여 역대 정부에서도 추진해왔던 주요 국정과제중 하나임**

○ 노무현 정부는 지방분권을 주요 정책 이슈로 삼고 12대 국정과제를 수립함. 그 중 하나인 지방분권과 국가균형발전(국정과제 3)에 '지방문화 육성'이 과제로 포함됨

— 이에 지역문화의 정체성 확립과 인프라 구축, 특화 문화산업단지 조성 등을 제시함

— 문화 분야 과제인 "교육개혁과 지식문화 강국 실현"에서는 창조적 문화역량 강화, 문화적 창의성을 기반으로 문화산업 육성 등에 대한 세부과제를 제시함

○ 이명박 정부는 '섬기는 정부', '활기찬 시장경제', '능동적 복지', '인재대국', '성숙한 세계국가'의 5대 국정지표를 설정하고 20대 국정전략(각 지표별 4개 국정전략 수립), 100대 국정과제(각 전략별 5대 국정과제 수립)를 수립함

— 국정 전략 중 문화정책에 영향을 미치는 전략으로는 '지방분권의 확대와 지역경제 활성화'가 있으며 이는 이전 참여정부가 강조하였던 맥을 이어감(문화체육관광부, 2017: 16)

○ 박근혜 정부는 '희망의 새 시대'를 국정비전으로 설정하고 '경제부흥', '국민행복', '문화융성', '평화통일기반구축'을 4대 국정기조로 삼음

— 이전 정부와는 달리 '문화융성'을 국정 전면에 내세우고 대통령 직속 문화융성위원회에 의해 문화계획을 수립하여 국정 1기 「문화융성시대-문화가 있는 삶」이라는 문화융성계획을 발표함

— 국정 2기 문화융성계획에서는 3대 전략목표와 9대 추진과제를 선정하고 전통문화 부흥을 전면으로 내세움

• 대중문화에 비해 취약한 전통문화의 세계화를 위해 「전통문화의 세계화 방안」(관계부처

합동, 2015)을 수립함

■ **문화예술진흥을 위한 정책들은 문화예술진흥법에 기초하고 있으며 이후 문화예술의 가치 제고에 기여하였음**

○ 문예기금은 기본적으로 상품화 이전의 순수 창작활동을 지원하기 위한 목적으로 운영되어 왔으며[10] 이에 어떠한 가시적 성과나 능률성을 전제로 기금을 운영하기 어려운 근본적인 이유가 내재되어 있으며 이러한 성과들이 문예기금의 지원에 영향을 미쳐서는 안 됨

○ 문화예술에 대한 관심이 커지면서 문예기금 사업에 대한 사회적인 수요가 함께 늘고 있어 문예기금 사업의 확장이 필요한 시점임

■ **기초예술 활성화는 대중문화 콘텐츠 사업에 이르기까지 긍정적인 연쇄반응을 불러올 수 있음**

○ 문예기금의 재정적 불안정은 기초예술 분야의 지원 불안으로 이어지는 것에 그치지 않고 기초예술활동의 위축이라는 연쇄효과를 야기

○ 기초예술의 몰락은 이를 바탕으로 하는 드라마와 영화 등 대중문화 콘텐츠산업 및 관광산업에 이르기까지 전방연관효과를 이끌어 내지 못하는 특성을 가지며 따라서 부정적인 전후방 연관효과를 방지하기 위한 정책적 개선 방안 모색이 필요함[11]

○ 문화예술이 국가의 경쟁력을 좌우하는 중요 지표로 기능하고 있는 문화산업의 시대에, 이러한 문화산업의 가치는 문학, 음악, 공연예술 및 시각예술 등 핵심적인 기초예술에서 영화, TV, 광고 등 다른 대중예술 분야의 콘텐츠로 빠르게 확산되고 있음

○ 즉, 기초예술은 국가의 정책 자산의 중심이라고 할 수 있으며, 기초예술 퇴보는 이와 연관된 문화콘텐츠는 물론 콘텐츠 의존도가 높은 관광산업에까지 부정적으로 작용해 결과적으로 국가 경쟁력 강화를 저해하는 요소로 작동될 가능성을 높임[12]

○ 또한 최근의 문화예술지원의 흐름이 문화바우처, 문화나눔 등 수혜자의 문화향유를 중시하는 방향으로 가고 있음을 감안했을 때, 기초문화예술에 대한 창작지원은 갈수록 약화될 가능성이 큼

■ **또한 기초예술분야는 긍정적 외부효과를 창출하는 분야로 시장실패를 방지하기 위해 정부의 적극적인 지원이 필요**

○ 문화예술은 수요 측면에서의 비효율적인 자원배분, 공급측면에서의 문화예술 생산기반 와해 문제 등으로 인해 일반적으로 시장균형이 사회적으로 요구되는 최소생산점에 크게 미달하게 되어 과소생산의 문제가 심각[13]

○ 예술 부문은 시장을 통한 자원배분에 한계가 있어 결국에는 예술의 공급량이 사회적 최적수준에 이르지 못하기 때문에 정부개입이 필요함

10) 박혜자 (2018). 『문화정책 문화행정』. 흔들의자.
11) 한승준 (2017). 『문화예술정책 현황진단 연구』. 한국문화예술위원회.
12) 김진 (2017). 『문화예술진흥기금 지원 실태조사 연구』. 한국문화예술위원회
13) 한국재정학회 (2020). 「문화예술진흥기금 신규재원 마련 방안 연구」

2. 기초예술분야 환경 변화

가. 기초예술분야 현황

■ **전 세계적인 한류 열풍 등 가시적인 대중문화예술산업의 성장과 달리 기초예술은 크게 성장을 보이지 못하고 있음**

○ 최근에는 아이돌 그룹인 방탄소년단의 노래가 미국 빌보드 차트 최상위에 위치하였으며 그 외 다른 그룹들 또한 동남아시아 등에서 큰 인기를 끌고 있음

○ 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에 따르면 2016년 방송, 광고, 영화, 게임 등 문화산업 시장 규모가 100억 원을 넘어섰으며 특히 한류로 불리는 우리나라의 문화산업은 시장 규모로 보면 세계 7~8위권에 해당하는 상당한 수준

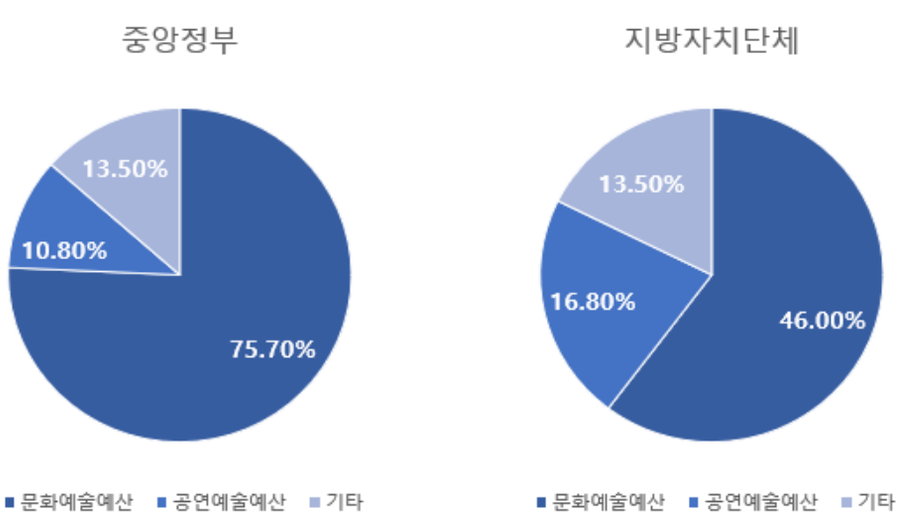
○ 이에 따라 '한류'에 대한 정부의 지원도 문화 분야에서 최우선 순위를 차지

■ **기초예술분야에 대한 정부의 예산지원은 대중문화예술 지원에 비해 규모가 매우 작음**

○ 2018년의 경우 중앙정부 문화예산 중 10.8%인 3,114억 원이 지원되었는데 국립공연시설과 국립공연단체에 대한 지원을 제외하면 전체 공연예산의 3.24%밖에 안 되는 예산이 민간 기초문화예술분야에 지원되고 있는 실정

○ 문화체육관광부에서 발표한 2020 업무계획 12대 과제에도 문화경제 육성, 신한류 지속 및 확산, 문화복지 확대, 활기찬 문화생태계 조성을 필두로 다양한 세부목표가 있지만 기초문화예술 활성화 지원은 포함되지 않음

[그림 2-8] 중앙정부 및 지자체 문화예산 규모



출처: 문화체육관광부(2019), 2019 공연예술실태조사

[표 2-13] 문화체육관광부 2020 업무계획 12대 과제

4대 전략	12대 과제	세부항목
문화산업으로 경제활력 제고	콘텐츠산업 혁신성장	1조 6,850억 원 정책금융 투입 실감콘텐츠 육성 및 연구개발확대 핵심 장르 인프라 확충 및 인재양성
	방한 관광시장 확대	'코로나19' 확산방지 및 관광업계 피해 최소화 5대 관광거점도시 5년간 종합지원 한류, 비무장지대 등 10대 관광상품 육성 고나광산업 강소기업 육성
	스포츠산업 지속 육성	스포츠산업 유지 지원 스포츠산업종합지원센터 신설 및 기업성장지원 초등학교 가상스포츠실 확대
신한류로 국력신장	한류 확산 및 연관산업 성장 견인	한류스타-중소기업 협업상품 개발 신설 한국문화축제 및 대중문화산업박람회 신설 세종학당 확대, 한국어 교원파견 등 한국어 확산 범정부 한류협력위원회 구성·운영 및 협업 강화
	문화교류 통한 문화공동체 확대	한-아세안 문화장관회의, 한·중·일 문화장관회의 등 지속협력 수교30주년 기념 2020-2021 한-러 상호 문화교류의 해 개최 비무장지대, 유네스코 세계유산 남북공동 등재 추진
	국제 스포츠 교류 성과 창출	2020 도쿄 하계올림픽-패럴림픽 성과 창출 2024 강원 동계청소년 올림픽 성공개최 준비 2032 하계올림픽 남북 공동유치 본격 추진
문화향유로 국민행복 확대	국민 문화활동 지원	국내여행 숙박비 미 소득공제 추진 및 근로자 휴가 지원 확대 학교예술강사 지원, 직장 문화프로그램 배달 생활체육지도사 배치, 공공스포츠 클럽 지원
	취약계층 문화복지 확대	저소득층 통합문화이용권 및 스포츠 강좌이용권 지원 확대 소외지역 찾아가는 문화사업 장애인 체육시설 확충 무장애 '열린관광지' 조성
	생활문화시설 등 인프라 확충	문화도시 육성 생활문화기반시설(SOC) 확충 시립박물관·미술관 전문인력 지원 작은도서관 순회사서 지원 확대
지속가능한 문화생태계 구축	문화예술 창작·유통 활성화	독립예술영화 유통지원센터 신설 공연단체 대관료 지원 국악방송TV 본격운영, 한복교복 개발
	문화·체육·관광 공정 환경 조성	에술인 지위보장법, 문화산업 공정 유통법 제정 스크린 상한제, 음원사재기 대응 강화 스포츠윤리센터 신설
	예술인·체육인의 안정적 활동 보장	예술인 창작준비금 및 생활안정자금 융자 확대 체육인 복지법 추진 등

출처: 문화체육관광부(2020)

■ **문화체육관광부와 예술경영지원센터에서 실시한 「2019 공연예술실태조사」에 따르면 최근 9년간(2010년~2018년) 공연 시장의 성장은 미미한 정도에 그침**

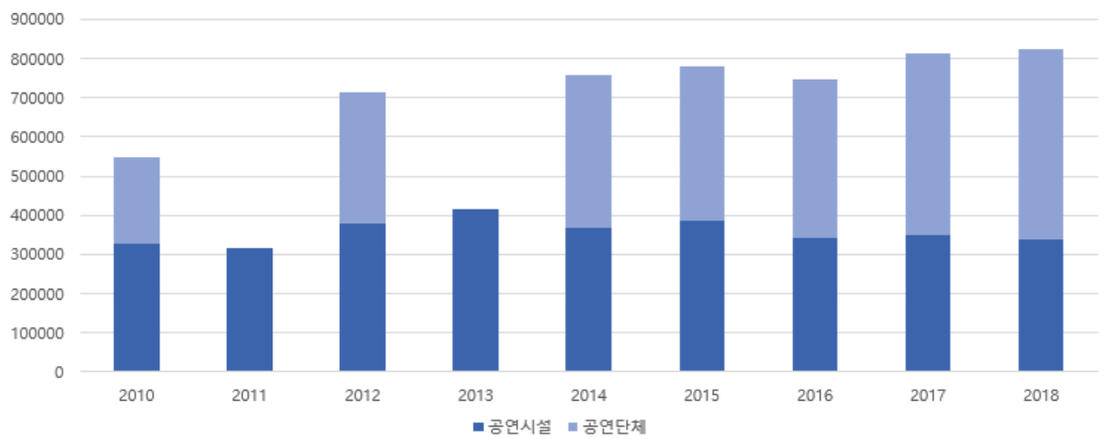
○ 공연시설은 2010년 820개 시설에서 2018년 1,029개 시설로 209개 증가, 매출액은 2010년 3,274억 원에서 2018년 3,395억 원으로 3.69% 성장에 그침

○ 공연단체는 2010년 2,214개 단체에서 2018년 3,634개로 1,420개의 단체로 늘어났으며, 매출액

은 2010년 2,219억 원에서 2018년 4,838억 원으로 증가

[그림 2-9] 공연시설 및 단체 매출액

단위: 백만 원



주: 2011년과 2013년은 공연단체 매출자료가 존재하지 않음
출처: 문화체육관광부(2019), 2019 공연예술실태조사

■ **공연시설과 공연단체의 모두 총수입액 중 공공지원금 금액이 50%를 상회하며 재정자립도가 낮아 공공지원에 대한 의존도가 매우 높음**

○ 공연시설은 2018년 총수입액 중 공공지원금 비중이 전체의 66.5%를 차지하고 있었으며, 자체수입 비중은 22.4%, 기부·후원금 및 기타수입 비중은 각각 4.1%

○ 공연단체는 총수입 중 공공지원금 비중이 전체의 52.9%, 자체수입이 42.7%, 기부·후원금이 2.7%를 차지하고 있음

■ **연간 총수입은 공공단체가 민간단체보다 높으며 이러한 현상은 공공지원금의 공공단체 집중지원에 의해 나타남**

○ 2018년의 경우 국립단체가 평균 72억 3천만 원으로 가장 높게 나타났으며, 공립[광역]단체는 29억 7천만 원, 민간기획사는 9억 5천만 원, 공립[기초]단체는 7억 1천만 원 순으로 나타남

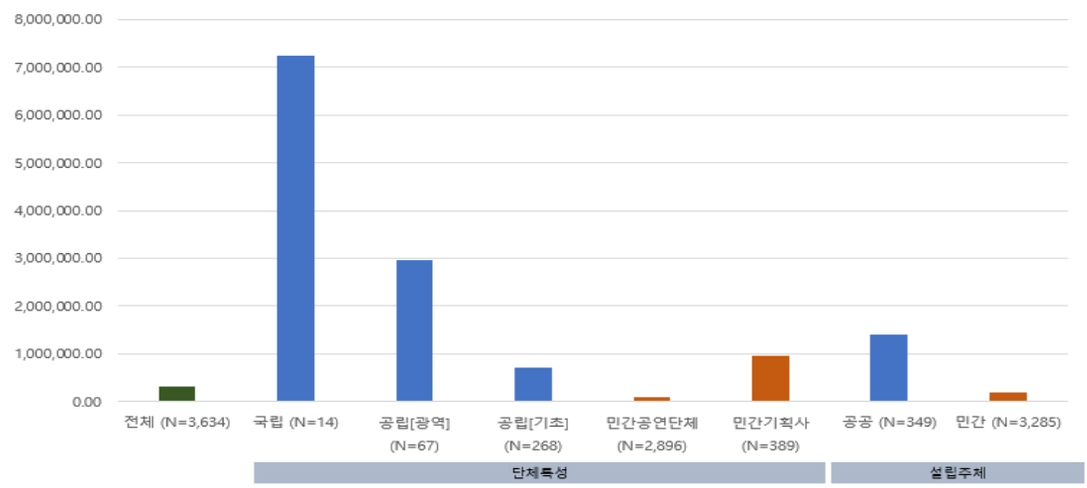
○ 설립주체별로는 공공단체가 약 14억 1천만 원으로 민간단체보다 약 7배 높은 것으로 나타남

○ 항목별 수입내역을 단체특성별로 살펴보면 공립[기초], 공립[광역], 국립 단체에서 총 수입액 중 공공지원금 비중이 각각 98.4%(평균 7억 원), 93.3%(평균 27억 7천만 원), 81.2%(평균 58억 7천만 원) 순으로 높게 나타나며, 반면 민간기획사 자체 수입 비중은 93.7%(평균 8억 9천만 원), 민간공연단체는 공공지원금 비중이 45.4%(평균 4천 1백만 원)로 가장 높게 나타남

○ 설립주체별로 공공단체는 공공지원금이 92.8%(평균 13억 원), 민간단체는 자체수입이 71.6%(평균 1억 4천만 원)로 가장 높게 나타남

[그림 2-10] 공연단체 특성별 설립주체별 연간 평균 수입

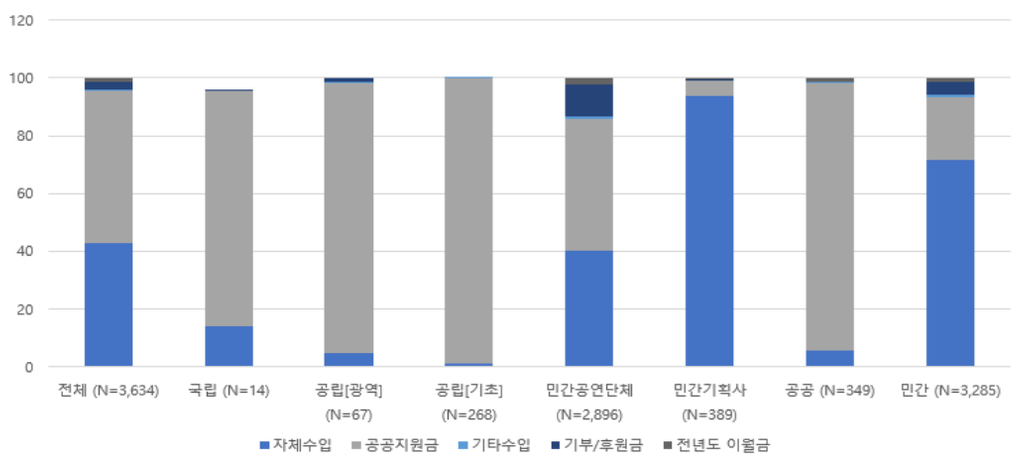
N=3,634. 단위: 천 원



출처: 문화체육관광부(2019), 2019 공연예술실태조사

[그림 2-11] 공연단체 항목별 수입 비중

N=3,634. 단위: %



출처: 문화체육관광부(2019), 2019 공연예술실태조사

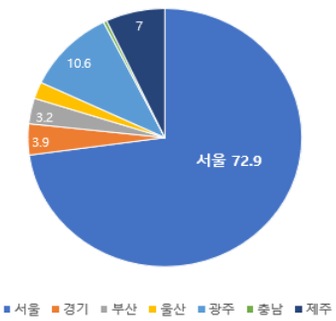
■ **문화체육관광부와 예술경영지원센터에서 실시한 2019 미술시장실태조사에 따르면 국내 미술전시의 경우 전시공간이 수도권과 광역시에 몰려있어 지방민들의 기초문화예술 향유의 기회가 상대적으로 적음**

○ 2018년 정부 등록기관 화랑, 미술관, 문예회관, 박물관을 제외한 복합문화공간, 다목적 전시공간 등의 전시공간은 총 40개이며, 서울(31개)와 광역시(4개) 지역에 대부분 위치

○ 2018년 개최된 총 284회 전시 중 207회(72.9%)는 서울지역에서 개최되었으며 광주 30회(10.6%), 제주 20회(7.0%), 경기 11회(3.9%) 등으로 조사됨

[그림 2-12] 전시개최 지역별 분포현황

단위: 회, %



출처: 문화체육관광부(2019), 2019 미술시장실태조사

■ **미술작품 전시 역시 공연예술과 마찬가지로 유료전시에 비해 무료전시의 비중이 높으나 관람 이용률은 유료 전시가 더 높음**

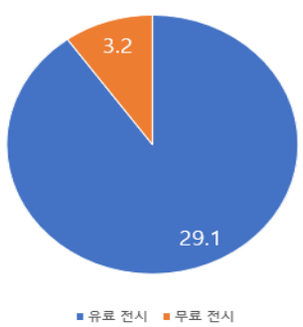
○ 2018년 전시공간 총 284회 전시 중 유료전시는 전시공간 28개 기관에서 총 83회(29.1%) 개최되었으며 유료전시 관람료는 평균 9,835원임

○ 전시공간의 2018년 전체 관람객 수는 5,017,843명으로 유료 관람객은 전체 관람객의 77.0%를 차지하며 유료전시 1회 평균 4.6만 명이 관람하는 것으로 나타남

○ 유료 전시 평균 관람객 수(4.6만 명)는 무료전시 1회 평균 6.8천 명의 6.8배로 유료전시가 전체 전시 횟수의 29.2%에 불과한 것을 감안할 때, 유료 전시 관람이용률(77.0%)은 높은 것으로 나타남

[그림 2-13] 유료전시 개최 여부

단위: %



출처: 문화체육관광부(2019), 2019 미술시장실태조사

■ **종합하자면 기초예술은 공연예술과 미술작품전시 주 수익을 공공지원금에 의존하고 있으나, 지원금은 주로 공공예술부문에 집중되어 민간예술부문의 성장을 저해하고 있음을 알 수 있음**

제3절 소결

■ **우리 국민의 문화예술관람률과 문화예술 관람 횟수는 지속적으로 증가하고 있으나 기초예술분야에 대한 수요는 적음**

○ 2019년을 기준으로 우리 국민이 가장 많이 관람한 문화예술활동은 영화>대중음악/연예>연극>미술전시회=뮤지컬>전통예술>문학 행사>서양음악>무용 순임

○ 기초예술은 문화 향유에 대한 욕구와 취향이 형성되어 있는지 여부가 중요한 경험재로 정책적인 관심과 지원이 필요함

○ 문재인 정부는 국민의 기본권으로서의 문화적 권리를 보호하고 지역 간 문화격차를 해소하고자 하는 의지를 보임

■ **지속되는 저성장과 양극화, 2020년의 코로나 이슈로 최저소득계층의 문화예술 관람률이 감소할 것으로 예상됨**

○ 2019년을 기준으로 월평균 100만 원 미만 소득 가구의 문화예술관람률은 조사 이후 최고 수치(51.7%)를 기록했으나 2020년 이후 최저소득계층의 문화예술 관람률은 감소할 것으로 보임

○ 한국은행, 통계청, 고용노동부에 의하면 코로나19로 가장 큰 피해를 본 계층은 경제적 취약계층이며, 2020년 11월 기준으로 사회빈곤층은 지난해보다 11.7% 증가함

○ 최저소득계층의 소득이 크게 감소할 수 있는 환경 속에서 최저소득계층의 문화예술 관람률을 높이기 위해 문화누리카드 사업 내 정부나 기업의 지원을 통한 티켓 할인이나 무료 공연 제공 등의 지원이 필요함

■ **코로나 이슈로 의료, 금융, 문화/여가, 교육 등 여러 분야에서 온라인·비대면에 대한 수요가 증가하고 디지털 사회로의 전환이 가속화되고 있음**

○ 대면접촉을 전제로 하는 직접적인 문화예술활동보다 온라인 플랫폼을 활용한 온라인 공연 상영, 중계 등 비대면 공연문화가 확산하고 있는 추세임

○ 그러나 최저소득계층은 전통적 정보취약계층으로 일반국민보다 비대면 서비스가 증가하는 디지털사회에 적응하지 못할 가능성이 있음

○ 정부는 비대면에 대한 수요를 만족(모바일 어플리케이션의 개발이나 통합 온라인 플랫폼 구축 등)하는 동시에 문화누리카드 사업대상자인 소외계층의 디지털정보화 역량 강화를 위해 지원해야 함

■ **정부는 기초예술활성화를 위해 노력하고 있으나 대중문화예술에 비해 그 지원 규모가 작음**

○ 문화체육관광부의 문화예술 분야 예산은 점차 증가하고 있으나 기초예술에 대한 지원은 국립공연시설과 국립공연단체에 집중되어 있음

○ 문화체육관광부의 공연예술실태조사에 의하면 우리나라 공연 시장의 성장은 미미한 정도임

○ 기초예술분야 활성화와 문화소외계층의 기초예술 향유를 위해 민간 문화시설이나 단체와 네트워킹 등을 시도해 볼 수 있음

제3장

사업 및 성과 분석


Module
환경 분석
사업 및 성과 분석
의견 수렴
추진 과제 도출
중장기 발전 방향
환경분석/ 사업분석/ 의견수렴/ 발전방향
외부환경분석:
- PEST(정치,경제,사회, 기술 등) 및 복지체계
문화복지·기초예술분야분석:
- 중앙정부 법령, 정책, 기초예술분야 진흥 정책 등
시기별 성과 메타분석:
- 문화바우처 시기
- 통합문화이용권 시기
사업 파급효과 분석:
- 기초예술분야 진흥정책 등 연계방안 인식분석
예술의 가치 분석:
- 기초예술의 사회적 역할
전문가·이용자·사업담당자 FGI 및 심층면접:
- 사업 성과 및 운영 체계 관련 이슈 점검
- 사업 활성화 방안 모색
- 기초예술분야 이용 활성화 및 연계 방안
- 중장기 발전 방향 모색
문제점도출:
- 환경분석, 사업·성과분석, 의견수렴을 통한 문제점도출
중점추진과제도출:
- 예산 활용, 인력, 추진체계 등에 대한 환류 방안 도출
- 도출된 발전방향을 토대로 실행방안 도출
추진체계:
- 확대 발전된 운영방안 제시
추진전략:
- 기초예술분야 이용 활성화를 위한 세부 추진 전략 제시
중장기로드맵:
- 운영 및 세부추진전략 실행을 위한 로드맵 제시
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 심층인터뷰/ FGI
• 라운드테이블
• 조사자료 종합분석
• 내부 워크샵 개최
• 종합적 의견수렴
• 내용분석 및 전략 수립
• 종합적 의견수렴

제1절 사업 분석

1. 사업 개요

가. 사업 추진 근거

■ **문화예술진흥법 제15조의 3과 4에 의해 문화소외계층의 문화예술복지 증진과 삶의 질 향상 및 문화격차 완화를 목적으로 운영되고 있으며, 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 전국 광역·기초 지자체 및 17개 시·도 지역 주관처의 주체로 운영됨**

[표 3-1] 통합문화이용권 사업의 문화예술진흥법 내 법적근거

구분	주요내용
제15조의3 (문화소외계층의 문화예술 복지 증진 시책 강구)	국가 및 지방자치단체는 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 문화예술을 향유하지 못하고 있는 문화소외계층의 문화예술 향유 기회를 확대하고 문화예술 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.
제15조의4 (문화이용권의 지급 및 관리)	①국가 및 지방자치단체는 「국민기초생활 보장법」에 따른 수급권자, 그 밖에 소득수준이 낮은 저소득층 등 대통령령으로 정하는 문화소외계층에게 문화이용권을 지급할 수 있다. ②국가 및 지방자치단체는 문화이용권의 수급자격 및 자격유지의 적정성을 확인하기 위하여 필요한 가족관계증명·국세·지방세·토지·건물·건강보험 및 국민연금에 관한 자료 등 대통령령으로 정하는 자료를 관계 기관의 장에게 요청할 수 있고, 해당 기관의 장은 특별한 사유가 없으면 요청에 따라야 한다. 다만, 「전자정부법」 제36조제1항에 따른 행정정보 공동이용을 통하여 확인할 수 있는 사항은 예외로 한다. ③국가 및 지방자치단체는 제2항에 따른 자료의 확인을 위하여 「사회복지사업법」 제6조의제2항에 따른 정보시스템을 연계하여 사용할 수 있다. ④국가 및 지방자치단체는 문화이용권의 발급, 정보시스템의 구축·운영 등 문화이용권의 업무의 효율적 수행을 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 전담기관을 지정할 수 있다. ⑤제1항부터 제4항까지에서 규정된 사항 외에 문화이용권의 지급·이용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

■ **2017년 8월에 발표된 100대 국정과제 중 통합문화이용권이 '국민 기초 문화생활 보장'을 위한 주요 정책 사업으로 제시됨**

○ 지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대를 위해 경제적·사회적 소외와 상관없이 모든 국민이 기초문화생활을 보장받기 위해 통합문화이용권 인당 금액이 2021년까지 지속적으로 늘어날 예정임(2017년 6만 원에서 매년 1만 원씩 증액, 2021년 10만 원 지급 예정)

나. 사업 전개 과정

■ **2005년 복권기금 시법사업으로 추진(복권기금 4억, 5개 주관처 운영)**

○ 2004년 4월 1일 제정된 복권 및 복권기금법에서는 '문화·예술 진흥사업'에 사용할 수 있도록 규정했으나, 기획재정부와 복권위원회에서는 복권 자체의 역진적이고 부정적인 이미지로 사업지원 심사 시 '저소득층·소외계층에 대한 복지사업'에 대한 적합성 여부를 가장 중요한 기준으로 삼음

■ **2006년, 문화바우처(이용권) 전국 확대 및 '신나는 예술여행' 문화관광부의 문화바우처 사업과 통합 운영**

○ 한국문화예술위원회 산하 단체 형식으로 문화나눔추진단을 설립하고 15개 지역별 주관처를 선정해 해당지역의 프로그램 선정과 사업운영을 위임하는 등 체계적인 틀을 갖추기 시작함

○ 수혜대상을 장애인, 외국인 근로자, 저소득층 청소년 등에서 기초수급자와 차상위계층으로 명확하게 설정함

■ **2011년부터 지원 단위가 개인에서 가구로 변경되고, 온라인 포인트로 지급하던 방식에서 카드를 발급하여 사용하는 방식으로 바뀜**

○ 2010년 67억에서 2011년에는 347억의 예산 증가와 포인트 방식의 한계를 극복하고자 기존 포인트제 방식에서 카드 방식으로 전환하였고, 인터넷 이용률이 낮은 노인 등에 대한 접근성을 높이고 프로그램 선택의 범위를 확대함

○ 카드제의 최초 도입과 함께 다수 구성인 가구 및 문화욕구가 활발한 청소년층에 대한 지원을 고려해 가구당 1매에 더하여 청소년(10~19세) 개인당 1매(5만 원)를 추가로 발급함

■ **2012년 한국문화예술위원회를 문화이용권 사업 전담기관으로 지정함**

○ 카드제 도입 이후 2012년에는 선기명식에서 후기명식으로 전환하고, 전국 주민센터에서 실시간으로 카드 발급이 가능하도록 함

■ **2013년에는 사업명을 문화바우처에서 문화이용권으로 순화하였고, 사회보장정보시스템(보건복지부 대상자 자격검증시스템) 및 행정안전부 세대 검증시스템과의 실시간 연계를 통해 발급 편의성을 강화함**

■ **2014년 여행이용권, 스포츠관람이용권 사업과 통합하여 통합문화이용권으로 일원화하고 연간 가구당 10만 원 범위에서 분야 구분 없이 자유롭게 문화, 여행, 스포츠 관람을 향유할 수 있도록 함**

○ 여행이용권 사업은 2005년 저소득근로자를 대상으로 국내여행 경비 중 일부를 지원하는 사업으로 시작되어 2010년 저소득근로자 및 자영업자 대상 사업으로 확대되었고 2011년부터 기초생활수급자 및 법정 차상위 계층을 대상으로 1인당 최대 15만 원을 지원하였음

○ 스포츠관람이용권 사업은 2010년 기초생활수급가구 및 법정 차상위 계층에 대해 가구당 연간 최대 12만 원 범위에서 국내 프로스포츠 관람을 지원하는 방식으로 진행됨

■ **2015년에는 세대 당 10만 원에서 개인당 5만 원으로 지원방식을 개선하여 구성원 수 차이에 따른 세대 간 불평등을 해소함**

■ **2016~2017년도 여행, 스포츠와 통합하면서 각 문화예술진흥기금으로 추진되던 사업이 2018년부터 다시 복권기금으로 추진되었음**

○ 2018년부터 국정과제 주요 사업으로 추진되면서 예산이 크게 증가하였으며, 수혜자를 위한 실질적인 사용 편의를 높이고 지원금 증액을 목표로 설정함

[표 3-2] 통합문화이용권 사업 연도별 지원변화 1(2005~2010년)

구분	'05	'06	'07	'08	'09	'10
사업총괄	문화부, 문예위		문화부 한국문화예술위원회 문화나눔추진단			문화부 한국문화복지협의회
주관	5개 지역주관처	15개 지역주관처	16개 시도별 주관처			
예산	4억	26억	20억	27억	40억	68억
수혜인원	3만명	16.4만명	15.1만 명	21.8만 명	29.6만 명	47만 명
연간지원금	기준없음	1인당 3,000포인트(3만원)	1인당 5,000포인트(5만원)			
지원대상	소외계층	기초생활수급자 및 차상위계층				
지원단위		개인				
사용방식/발급방법		홈페이지 포인트제(온라인)				
사업명		문화바우처				
지자체예산		일부 지방비 매칭				
비고	시범사업 문화부: 문화바우처/예술위: 신나는 예술여행	문화바우처 및 신나는 예술여행사업 통합 추진				

출처: 문화체육관광부(2020), 문화복지정책 중장기 발전방향 연구-통합문화이용권 사업을 중심으로-

[표 3-3] 통합문화이용권 사업 연도별 지원변화 2(2011~2020년)

구분	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20
사업총괄	문화부/예술위(12년도부터 예술위 문화이용권사업 전담기관 지정)									
주관	16개 시·도별 주관처					17개 시·도별 주관처				
예산	347억	487억	493억	732억	968억	785억	992억	1,167억	1,299억	1,539억
수혜인원	121만명	161만명	164만명	148만명	138만명	145만명	152만명	159만명	163만명	175만명
연간지원금	5만원			10만원	5만원		6만원	7만원	8만원	9만원
지원대상	기초생활수급자 및 차상위계층('18부터 스포츠강좌 이용권 수혜자 발급 허용)									
지원단위	세대				개인(6세 이상 확대: '14~)					
사용방식/발급방법	카드발급방식 개편	후기명식 카드발급(주민센터발급가능)		통합문화이용권 통합카드 발급 (동일 세대내 합산, 개인 비용 충전 신설: '14~)						
사업명	문화바우처		문화이용권	통합문화이용권사업						
비고	예산규모 대폭 확대 지방비 매칭(7:3) 시작	기획사업(4개 유형)	문화, 여행	문화 여행 스포츠 관람 이용권 사업 통합		기획사업 폐지 체육, 관광 기금 문화예술진흥기금으로 편입	새 정부 국정과제 선정	복권기금사업 추진	전화충전 서비스 개시	복지시설 단체 이용 개선

	기획사업 병행 추진	지역별 고유 프로그램								
		문화카드 플러스 서비스								

출처: 문화체육관광부(2020), 문화복지정책 중장기 발전방향 연구-통합문화이용권 사업을 중심으로-; 한국문화예술위원회(2020), 통합문화이용권(문화누리카드) 주요 통계자료 (2014-2020)

다. 사업추진 체계 및 역할

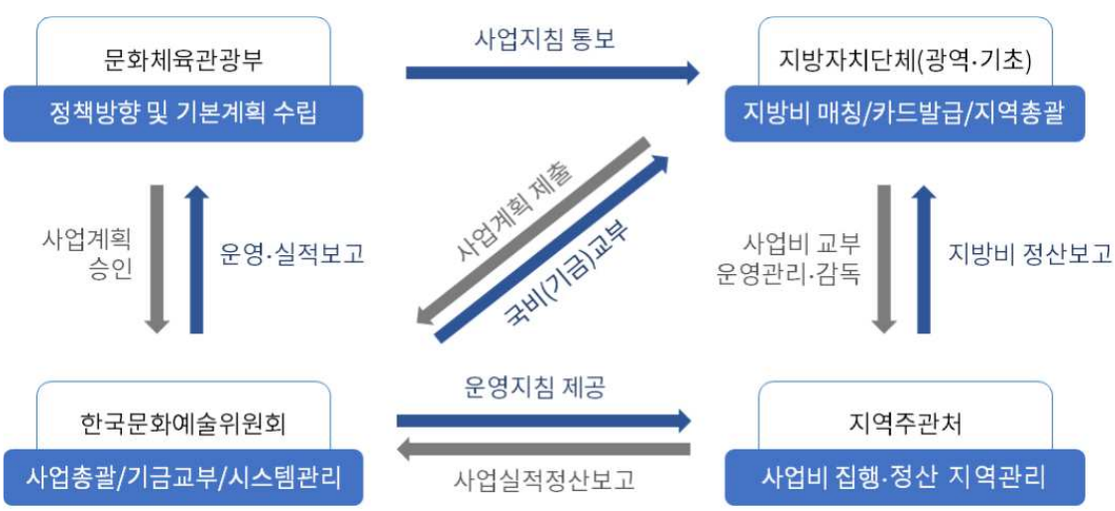
■ **통합문화이용권 사업은 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 지자체가 중심이 되어 운영되고 있으며 각 지역주관처는 지역별 수혜자와 가맹점을 직접 관리·운영하는 형태로 이루어져 있음**

○ 문화체육관광부는 사업지침을 지방자치단체로 통보하고 지방자치단체는 이 지침에 따라 문화누리카드를 발급해주며 지역을 총괄하고 있음

○ 한국문화예술위원회는 문화체육관광부에 운영 및 실적을 보고하고 지역 주관처에 운영지침을 제공하고 지역 주관처에서 수혜자와 가맹점을 직접 관리 및 운영하는 형태로 사업이 진행됨

○ [그림 3-1]에서 확인할 수 있듯이 지역주관처가 수혜자 및 지역 가맹점과 가장 밀접한 관계를 유지하고 있음

[그림 3-1] 통합문화이용권 사업 추진체계도



출처: 문화체육관광부(2020), 2019 문화예술정책백서

[표 3-4] 통합문화이용권 사업 참여 주체별 역할 분담 체계

문화체육관광부
정책방향 및 기본계획 수립

한국문화예술위원회
사업 운영·홍보 총괄, 보조금 교부·정산, 카드시스템 구축·운영 지자체 및 지역주관처 담당자 교육·지원 고객지원센터 운영 및 부정행위 모니터링 이용자 만족도 조사(외부기관 의뢰)실시 및 가맹점주, 사업담당자 대상 수시 만족도 조사 실시(자제진행) 기타 '문화예술진흥법' 시행령 제23조의4 제2항의 업무 수행

지역 주관처(17개 시·도)
예산 집행, 정산·실적보고 등 자료 제출 및 관내 발급·이용 현황 관리 가맹점 발굴 및 관리 이상결제 내역 모니터링, 보고 및 현장점검 지원 이용 촉진 프로그램 기획·운영

카드사
카드 발급 및 정산 관리 콜센터 등 이용자 편의 서비스 운영

가맹점
문화, 여행, 체육 등 상품 및 서비스 공급

지방자치단체
① 광역자치단체(17개 시·도) 관할 지역 사업 총괄, 시·도별 사업 시행계획 수립 지방비 매칭·교부, 지역주관처 선정 및 관리 감독 관내 발급·이용 및 사업 현장 점검 등 관리 총괄 실적 우수 기초지자체 사례 공유 및 실적 저조 기초지자체 독려를 위한 관계자 회의 개최, 현장 방문 및 전화 모니터링 지역 유관기관 협력 및 지역 홍보 협조 ② 기초자치단체(시·군·구) 사업 실적 관리(발급·이용 현황, 주민센터 모니터링 등) 관내 복지시설 발급·이용 관리·감독 및 현장 점검 실적 우수 읍면동 사례 공유 및 실적 저조 읍면동 독려를 위한 관계자 회의 개최, 현장 방문 및 전화 모니터링(수시) 가맹점 점검 및 지원(전수조사, 이상결제 가맹점 현장 점검 등) 지역 유관기관 협력 및 지역 홍보 협조 카드 이용 불편 계층의 이용촉진 프로그램 기획·운영 ③ 주민센터(읍·면·동) 카드 발급, 이용 안내 등 민원 대응 카드 이용 불편 계층의 이용 촉진 프로그램 기획·운영 등 가맹점 점검 및 지원

출처: 문화체육관광부(2020), 문화복지정책 중장기 발전방향 연구-통합문화이용권 사업을 중심으로-

■ **현재 17개의 시·도별 주관처(광역자치단체)에서 사업을 운영하고 있으며, 지역별 현황과 담당부서는 [표 3-5]와 같음**

[표 3-5] 통합문화이용권 17개 시·도별 지역 주관처 운영 현황

지역	기관명	담당부서
강원	강원문화재단	교류협력팀
경기	경기문화재단	경기문화나눔센터
경남	경남문화예술진흥원	지역문화팀
경북	경북문화재단	문예진흥팀
광주	광주문화재단	문화예술지원팀
대구	대구문화재단	시민문화팀
대전	대전문화재단	생활문화팀
부산	부산문화재단	문화공유팀
서울	서울문화재단	지역문화팀
세종	세종시문화재단	생활문화팀
울산	울산문화재단	문화예술진흥팀
인천	인천문화재단	시민문화부

전남	전라남도문화관광재단	문화예술교육팀
전북	전라북도문화관광재단	문화관광팀
충남	충남문화재단	예술지원팀
충북	충북문화재단	생활문화팀
제주	제주문화예술재단	생활청년문화팀

자료: 한국문화예술위원회(2020), 2020년 통합문화이용권 사업지침; 각 재단 홈페이지 참조

라. 사업 지원 대상

■ **통합문화이용권사업은 문화소외계층을 대상으로 하며, 2020년을 기준으로 6세 이상의 기초생활 수급자 및 차상위 계층의 문화향유 활동을 지원함**

○ 2005년 도입기에는 장애인, 외국인 근로자, 저소득층 청소년 등을 대상으로 사업을 진행하였으며 수혜계층은 명확히 설정되지 않고 막연하게 소외 계층으로만 표현하였음(용호성, 2011)

○ 이후 2006년, 지원대상을 기초생활수급자와 차상위 계층으로 명확히 설정함

[표 3-6] 통합문화이용권 사업 지원 대상

구분	세부 내용
기초생활수급자	생계, 의료, 주거 교육급여 수급자
	조건부 수급자, 보장시설 수급자
차상위계층	차상위자활근로자, 차상위계층확인서 발급자
	장애(아동)수당 수급자, 장애인연금 부가급여 수급자
	본인부담경감대상자, 저소득한부모가족, 교육급여 수급자(학생) 외 나머지 가구원

출처: 복지로 홈페이지

■ **문화소외계층의 법적 정의는 문화예술진흥법 제15조의3과 동법 시행령 제23조의2에서 규정하고 있음**

○ 문화예술진흥법 제15조의3은 문화소외계층을 “경제적·사회적·지리적 제약 등으로 인하여 문화예술을 향유하지 못하고 있는”자라고 규정함

○ 동법 시행령 제23조의2는 문황소외계층을 “경제적·사회적·지리적 제약 등으로 인하여 문화예술을 향유하기 위한 지원이 필요한 사람”으로 규정함

○ 한국문화예술위원회는 문화소외계층을 경제적 소외계층, 사회적 소외계층, 지리적 소외계층, 특수 소외계층, 문화 소외계층으로 분류함

[표 3-7] 문화예술진흥법 시행령이 규정하는 문화소외계층의 범위

제23조의 2 (문화소외계층의 범위)	법 제15조의4제1항에서 “대통령령으로 정하는 문화소외계층”이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람을 말한다. <개정 2015. 11. 30.> 1. 「국민기초생활보장법」 제2조제2호에 따른 수급자 2. 「국민기초생활보장법」 제2조제10호에 따른 차상위계층에 해당하는 사람 중 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사람 가. 「국민기초생활 보장법」 제7조제1항제7호에 따른 자활급여 수급자 나. 「장애인복지법」 제49조제1항에 따른 장애수당 수급자 및 같은 법 제50조제1항에 따른 장애아동수당 수급자 다. 「장애인연금법」 제5조에 따른 장애인연금 수급자 라. 「국민건강보험법 시행령」 별표 2 제3호라목의 경우에 해당하는 사람 3. 「한부모가족지원법」 제5조에 따른 보호대상자 4. 그 밖에 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 인하여 문화예술을 향유하기 위한 지원이 필요한 사람으로서 문화체육관광부장관이 정하여 고시하는 사람

자료: 국가법령정보센터

[표 3-8] 한국문화예술위원회의 문화소외계층 분류

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

자료: 한국문화예술위원회(2020), 2020 신나는예술여행 사업 기본계획(안)

■ **현재 통합문화이용권 사업의 대상은 최초 사업 시작의 목표였던 저소득층에 초점을 맞추어 문화소외계층 중에서도 경제적 취약계층을 대상으로 한정하여 사업을 진행하고 있음(문화체육관광부, 2020)**

2. 사업 분석

가. 문화바우처 시기(2004년~2012년)

■ **사업의미**

○ 문화바우처 사업은 2004년부터 수행해 온 ‘복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)’의 단위사업으로서 2006년부터 수행됨

- 복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)은 문화소외계층에게 문화나눔 프로그램을 제공함으로써, 문화 소외계층에 대한 문화 양극화를 해소하고, 문화 소외계층이 창작의 힘을 공여 받아 삶의 질을 고양하는 데 목적이 있음
  - 다만, ‘문화나눔’이라는 용어는 2008년부터 명시적으로 사용되었으며 ‘복권기금 문화나눔사업’은 고유사업임
- 문화바우처사업은 경제적 여건 등으로 인해 문화 활동에 제약을 받고 있는 사회적 취약계층(기초생활수급자, 차상위계층)에게 공연·전시 등 문화예술 향유기회를 제공하여 국민의 문화

기회불균형을 해소하고 공생발전 및 사회통합에 기여하는 것을 목적으로 함

- 생활현장에서 문화를 체감하도록 하여 국민의 '문화행복'을 지원하고, 문화예술을 통한 삶의 질 제고를 통해 품격 있는 '문화국가'를 지향하는 수단으로서 기능
- 문화소외계층에게 예술의 창조성을 통해 창의성을 고양할 수 있는 기회를 제공하여 문화적 소양(감성, 이해력)을 높여 문화욕구를 향상시키고 장차 문화예술 소비자에서 생산자로서 문화역량을 강화
- 문화예술소비를 촉진시킴으로서 예술시장 활성화를 통한 예술현장에 대한 간접지원 효과 강화 및 지역 문화예술 소비 확대에 따른 인프라 수요 활성화를 통한 지역문화 활성화

○ 복권기금 문화나눔사업은 2007년을 기점으로 '모두를 위한 예술' 지향에서 '소외계층의 문화 향수권 신장'으로 사업 방향이 변화함

- 2004년의 경우에는 단위사업 중 '소외계층 문화순회(장애인창작 및 표현활동지원)'으로 '모두를 위한 예술' 내 소외계층을 위한 별도의 단위사업 형식으로 진행되었음

○ 복권기금 문화나눔사업은 문화예술진흥기금의 대체 성격을 가지며, 이로 인해 해당 사업은 문화예술진흥기금의 지원목표와 관련성을 가짐

- 2008년까지 복권기금 문화사업은 문예진흥기금의 지원목표 중 '예술의 사회적 역할 확대'와 '예술의 생활화'에 포함되었음
- 2009년 이후 복권기금 문화나눔사업은 문예진흥기금 지원목표 가운데 '생활 속의 예술 활성화'에 포함됨

○ 복지담론의 확대 및 활성화에 따라 문화복지에 대한 다양한 논의의 결과로 2011년 이후 문화바우처 사업은 복권기금 문화나눔사업의 주 사업으로 변모

○ 2012년 사업추진을 위한 법률적 근거를 검토하고, 동시에 민간과 공공부문의 다른 문화예술지원사업 등과 중복성 등의 여부를 확인하여 사업의 필요성을 확실히 함

■ **전개과정**

○ 문화바우처 사업은 2004년부터 수행해 온 '복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)'의 일부로 수행됨

- 복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)은 문화소외계층에게 문화나눔 프로그램을 제공함으로써, 문화 소외계층에 대한 문화 양극화를 해소하고, 문화 소외계층이 창작의 힘을 공여받아 삶의 질을 고양하는 데 목적이 있음
  - 다만, '문화나눔'이라는 용어는 2008년부터 명시적으로 사용되었으며 '복권기금 문화나눔사업'은 고유사업임

○ 2011년부터 문화바우처 사업 내 문화카드사업과 기획사업이 분리됨

- 카드방식만으로 자발적으로 문화예술 관람이 어려운 계층을 위해 모셔오는 서비스와 재가방문 서비스의 기획사업을 운영함
  - 기획사업의 경우 카드사업 보완의 성격이 강하며, 자발적으로 문화예술 관람이 어려운 계층(거동불편 독거노인, 중증장애인 등)을 위한 맞춤형 사업으로 문화복지 정책의 목적에 부합함
  - 기획사업은 각 지역주관처에서 수혜자에게 적합한 프로그램을 선정하려 노력하였으나 프로

그램 선정과 관련된 체계적인 기준이 존재하지 않아 체계의 제도화 필요성이 대두됨

○ 2011년부터 사업예산의 급증으로 가구 단위로 카드를 발급기준을 변경하였으나 개인별 사용액수 감소로 개인단위 카드발급으로 복귀

- 카드발급 가구 가운데 청소년은 개인단위로 문화바우처 카드를 발급함
- 복지시설 거주자 역시 시설단위에서 개인단위로 문화바우처 카드를 발급함

○ 2012년부터 문화바우처사업과 다른 단위사업의 연계와 문화바우처의 편의성이 강화되었음

- 문화바우처 이용자는 나눔티켓의 혜택을 받을 수 있게 변화
- 후기명식 카드 발급방식[14]을 도입, 자격 확인 및 발급 절차의 간소화
- 이용업종 및 가맹점 확대, 디지털 영화 및 음악 이용 및 부가서비스 확대 등

○ 2012년부터 문화바우처사업은 지역 문화예술재단 등을 사업자(지역주관처)로 선정하여 카드 및 기획사업 등을 지역 여건에 맞게 집행 및 관리 책임을 부과하였음

- 집행 및 관리 책임이란 문화바우처 홍보, 정보 제공, 프로그램 개발 및 유치, 현장 모니터링 및 정산 등을 의미함

○ 2012년에는 문화바우처와 나눔티켓이 연계됨으로써 사업의 효과성이 제고되었음

- 문화바우처 이용자는 나눔티켓(무료 및 할인티켓) 혜택을 받음
- 정부지원을 받는 예술가 및 예술단체의 재능기부를 문화바우처 기획사업과 연계

○ 2012년부터 후기명식 카드 발급방식을 도입하여 자격확인 및 발급절차를 간소화하였음

- 후기명식 카드 발급방식이란 읍면동 일선 주민센터에서 자격확인 후 카드를 현장에서 발급하는 것을 의미함

○ 또한 2012년에는 이용업종 및 가맹점 확대, 디지털 영화 및 음악 이용 및 부가서비스 확대 등이 이루어짐

- 지역 문예회관 및 문화센터 결제, 악기 및 온라인 콘텐츠 구입, 영화관 할인 등

■ **사업예산**

○ 문화바우처 사업은 복권기금 문화나눔사업의 일부로 복권기금과 지방비를 재원으로 함

- 복권기금문화사업은 복권기금의 공익사업의 하나이며, 단일사업임
  - 복권기금은 “복권수익금의 합리적 배분을 통해 저소득층 · 국가유공자 등 국민의 복지 증진을 도모”(「2007 복권기금 운영계획」)하는 것에서 복권기금의 활용 근거 존재
  - 문화예술진흥기금이 <부담금관리기본법>에 의해 2003년 폐지되면서 이에 따라 문화예술 관련 대체 기금의 필요성이 대두되어 이에 따라 복권기금을 활용하게 됨

○ 문화나눔사업의 복권기금 활용은 문화복지 예산의 부족과 문화예술진흥기금의 대체에 의함

- 복권기금문화사업은 복권기금의 공익사업의 하나이며, 단일사업임
  - 복권기금은 “복권수익금의 합리적 배분을 통해 저소득층 · 국가유공자 등 국민의 복지 증진을 도모”(「2007 복권기금 운영계획」)하는 것에서 복권기금의 활용 근거 존재

○ 복권기금 문화나눔사업이 문화예술진흥기금의 대체 성격이 있음을 감안할 때, 단위사업인 문화바우처 역시 문화예술진흥기금의 목표와 관련성이 있음

- 복권기금문화사업은 소외계층에 대한 문화지원 뿐 아니라 문화예술진흥기금의 지원목표 가운

14) 읍면동 일선 주민센터에서 자격 확인 후 카드를 현장에서 발급하는 방식

데 예술활성화와도 관련이 깊음

- 2008년까지 문예진흥기금의 지원목표 가운데 '예술의 사회적 역할 확대'와 '예술의 생활화'에 복권기금 문화나눔사업이 포함되었음
- 2009년 이후 문예진흥기금의 지원목표 가운데 '생활속의 예술 활성화'에 복권기금 문화나눔사업이 포함되었음

○ 2011년부터 문화바우처 예산은 복권기금이 대폭 증가하였음

- 2010년도 50억원에 불과하던 복권기금이 2011년에는 245억원으로 증가
- 문화바우처 전체예산은 340억원이며, 복권기금 245억원(72.1%), 지방비 95억원(27.9%)임
  - 지방비 95억원 가운데 기획사업비 55억원은 광역지자체 예산이며, 카드사업비 40억원은 기초지자체 예산임
- 전체예산 340억 가운데 카드사업이 278억원(81.8%), 기획사업이 55억원(16.2%), 홍보 및 기타비용이 7억(2.1%)임

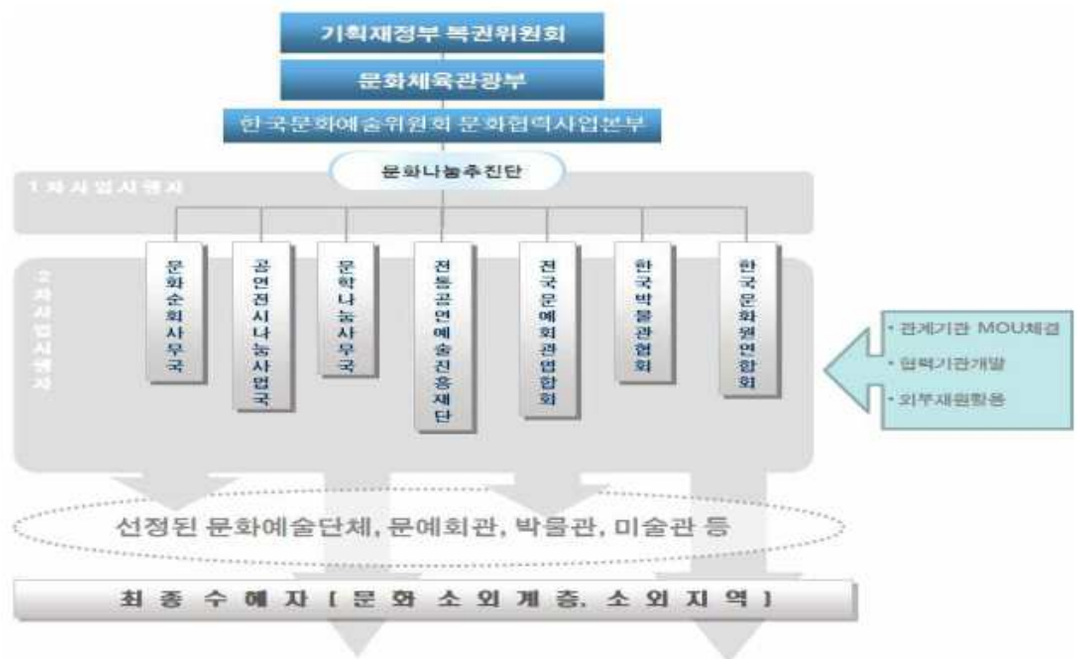
○ 2012년에는 복권기금이 문화예술진흥기금으로 전입되었음

■ 문화바우처 사업의 운영체계

○ 문화바우처 사업을 단위사업으로 포함하는 복권기금 문화나눔사업의 운영체계는 크게 3번의 변화를 겪음

- 2008년 문화나눔추진단 설립 이전의 경우 사업계획과 운용계획, 단위사업이 모두 별개의 기관에서 담당하여 진행되었음
  - 문화체육관광부가 단위사업 시행주체와 협의를 통해 사업계획 수립
  - 복권위원회 · 기획재정부 · 국회에서 복권기금 운용계획이 결정하고 복권기금을 한국문화예술위원회로 전입
  - 한국문화예술위원회, 한국문화예술교육진흥원, 한국문화원연합회, 전국문예회관연합회, 공공미술추진위원회, 국립중앙도서관, 한국메세나협의회, 한국박물관협회, 한국문화의집협회 등에서 단위사업을 수행

[그림 3-2] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2008년~2009년 4월



출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

○ 2008년에서 2010년 5월까지는 한국문화예술위원회 내에 문화나눔추진단을 설치하여 복권기금 문화나눔사업의 총괄하고자 함

- 문화나눔추진단이 1차 보조사업 수행자가 됨으로써 실제 단위사업을 추진하는 2차 보조사업 수행자의 상위 사무국으로 역할함

[그림 3-3] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2009년 5월~2010년 5월



출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

○ 2010년 5월 문화나눔추진단 해체 이후에는 한국문화예술위원회 문화나눔부에서 사업을 총괄하였고 2011년도 사업부터는 한국문화예술위원회 문화복지부에서 사업을 총괄함

[그림 3-4] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2010년 5월 이후



출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

[그림 3-5] 복권기금 문화나눔사업 조직체계: 2011년 3월 이후



출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

○ 이와 같이 잦은 운영체계의 변화는 복권기금 문화나눔사업의 안정적인 운영에 바람직하지 않다는 비판이 있었음

○ 문화바우처 사업은 한국문화예술위원회에서 사업운영을 총괄하며 2011년은 지원기관인 한국문

화정보센터의 도움과 신한카드와의 협력으로 카드 1매당 5만원 한도에서 문화예술 프로그램 및 문화상품을 이용할 수 있는 문화카드사업을 진행

- 한국문화예술위원회는 지원기관인 예술경영지원센터의 도움과 16개 지역주관처의 협력으로 모셔오는 서비스와 재가방문 등 기획사업을 운영함
  - 문화체육관광부가 단위사업 시행주체와 협의를 통해 사업계획 수립

○ 문화바우처 사업은 사업의 성과를 평가하기 위한 지침이나 전략이 사업계획 수립과 동시에 이루어지지 못해 사업추진절차와 과정이 복잡하여 사업주관처의 책임성 약화 가능성 문제가 제기되었음

■ **지원대상 및 지원항목**

○ 문화바우처는 경제적 여건 등으로 인해 문화활동에 제약을 받고 있는 저소득층(기초생활수급자, 차상위계층)에게 공연 · 전시 등 문화예술 향수 기회를 제공하여 국민의 문화기회 격차 해소에 정책의 초점을 맞춰 생활 현장에서 문화를 체감하도록 하여 문화역량 강화와 삶의 질 제고를 목적으로 함

- 2011년 기준 지원대상은 기초생활수급권자 및 차상위계층 약 170만 가구(약 327만 명)
  - 기초생활수급자 약 157만 명, 차상위계층 약 170만 명

[표 3-9] 문화바우처 지원대상

구분	지원대상	내용	증명서	발급기간
차상위 자활급여	[국민기초생활보장법]에 의한 근로능력이 있는 미취업 차상위자	소득인정액이 최저생계비 120% 이하인 근로능력이 있는 미취업 차상위자	자활근로 대상자 확인서	주민자치센터
차상위 의료급여 (차상위 본인부 담경감대상자)	의료급여법]에의한 차상위본인부담경감대상자	소득인정액이 최저생계비 120% 이하인 희귀난치성 질환자, 만성질환자 및 18세 미만 아동	차상위 본인부담경감 대상자 증명서	국민건강 보험공단, 주민자치센터
차상위 장애수당	[장애인복지법]에 의한 차상위 장애수당수령자	소득인정액이 최저생계비 120% 이하인 중증 · 경증 장애인	장애(아동) 수당 대상자 확인서	주민자치센터
차상위 한부모가정 급여	한부모가족지원법]에 의한 저소득한부모가족	모 또는 부와 18세 미만의 자녀로 이루어진 가정으로 소득인정액 130% 이하인 가정	한부모 가족 대상자 증명서	주민자치센터

출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

○ (2011년 기준 연간 5만원 한도 내) 문화카드 지급, 자발적 관람이 어려운 계층을 대상으로 모셔오는 서비스와 재가방문 서비스를 포함하는 지역별 기획사업 진행

○ 지원항목은 연극, 뮤지컬, 음악, 전시, 무용, 영화, 전통, 도서, 문화일반, 문화재 등

○ 2012년에는 가구당 연간 5만원 및 청소년, 복지시설거주자 개인당 연간 5만원

- 또한 2011년 카드사업은 수요자의 요구를 반영하여 장르별 한도액을 폐지하였음

나. 통합이용권 시기(2013년)

■ 사업의미

○ 문화 소외계층에게 복권기금, 관광기금, 국민체육진흥기금 등을 활용하여 문화예술, 여행, 스포츠관람 프로그램을 제공함으로써 문화양극화를 줄이고 사회통합에 기여하여 삶의 질을 고양할 수 있게 함

○ 문화향유를 통해 문화소비를 증진시킬 수 있다는 경험재적 특성으로 당장의 소비 진작효과는 크지 않을지라도 시간이 지남에 따라 문화향유 경험이 미래의 문화향유에 기여할 수 있음

○ 문화이용권은 경제적·사회적 여건 등으로 인해 문화활동에 제약을 받고 있는 저소득층(기초생활수급자, 차상위계층)을 포함한 문화소외계층에게 공연·전시 등의 문화예술 향유 기회를 확대, 제공하여 국민의 문화기회 격차를 해소하고, 생활 현장에서 문화를 체감하도록 하며 문화역량 강화와 삶의 질 제고를 목적으로 함

  ㅡ 문화이용권은 크게 카드사업과 기획사업으로 구분됨

    • 카드사업은 수혜자에게 카드를 지급하고 개별 수혜자가 원하는 문화이용 항목을 선택하여 문화생활을 누릴 수 있게 하는 것

    • 기획사업은 카드사업을 보완하는 방식으로서, 카드사업의 사각지대라 할 수 있는 거동이 불편하거나 카드발급이 용이하지 않은 수혜자에게 문화향유를 제공하는 방식의 사업

  ㅡ 따라서 기본적으로 문화소외계층의 선택권을 중요시하는 사업으로서의 의미를 담고 있으며 '문화의 민주화'와 '문화 민주주의'에 부합함

  ㅡ 또한 '바우처'라는 정책수단이 내포하고 있는 가치재(merit good)으로서의 문화향유 대상인 선택 품목의 경우, 경제적 소외계층이라 할 수 있는 기초생활수급자와 차상위계층에 대해 선별적으로 문화향유 품목이 제공됨으로써 현금지원에 비해 수혜자의 후생증진에 기여하는 정도는 낮을 수 있으나 문화향유의 대상 확대로 인해 경험재적인 특성을 갖는 문화향유를 통해 동태적 후생증진에는 충분히 기여한다고 볼 수 있음

○ 여행이용권은 경제적, 신체적, 사회문화적 제약 등으로 인해 국내여행에 쉽게 참여하지 못하는 기초생활수급자, 법정차상위계층 등 사회적 취약계층에게 여행기회를 제공하고 사회적 취약 계층의 여행참여 및 관광활동을 통한 삶의 질 향상과 관광 향유권 증진기여를 목적으로 함

  ㅡ 여행이용권은 크게 카드사업, 단체사업과 기획사업으로 구분할 수 있음

    • 카드사업과 기획사업은 문화이용권과 내용상 여행이라는 차별성이 있을 뿐 형식은 동일하며, 단체사업은 사회복지시설단체를 대상으로 카드사업과 유사하게 추진하는 방식임

  ㅡ 저소득층에 대한 여행의 기회제공이라는 복지사업의 성격을 갖고 있으며 현물지원이라는 측면에서 문화이용권과 유사한 함의를 가짐

  ㅡ 다만 여행이용권 사업은 국내여행 활성화라는 부가적인 목표를 갖고 있어 복지사업의 성격 외에 여행업계에 대한 지원적 성격도 갖고 있다고 할 수 있음

○ 스포츠관람이용권은 경제적 생활이 상대적으로 어려운 저소득층 가정에 스포츠관람 비용을 국가에서 보조하여 건전한 여가선용의 기회를 제공하는 것을 목적으로 함

  ㅡ 저소득층의 스포츠관람 활성화를 위한 정책 개발 및 지원을 통하여 스포츠관람 산업 육성을

도모하여 계층 간 격차 해소 및 사회 통합에 기여하여 스포츠복지 사회 구현

- 스포츠관람이용권 사업의 의미는 스포츠의 생활화, 스포츠 복지의 필요성, 스포츠 복지수단의 3가지가 있음
  - 스포츠의 생활화: 스포츠는 경제발전과 함께 비약적으로 그 영역을 확대하고 있으며 인간의 삶 속에 중요한 부분으로 자리 잡고 있고, 특히 경제발전 속에서 스포츠의 생활화는 건강과 복지의 측면에서 가속화되고 있으며 삶의 질을 향상시키고 즐길 수 있는 수단이 되고 있음
  - 스포츠 복지의 필요성: 삶과 밀접한 관련이 있는 스포츠는 국민이 반드시 누릴 수 있어야 하는 사회보장의 수단이 되고 있으며, 이는 사회적 기본권의 성격을 가짐
  - 스포츠 복지의 수단으로서 스포츠관람이용권 사업의 의의: 저소득층 유청소년에게 스포츠 참여권을 부여함으로써 소득재분배와 공공복리를 증진하며 궁극적으로는 스포츠 고유의 가치를 통해 체·지·덕이 함양된 전인육성에 기여하며 더 나아가 사회통합에 기여할 수 있음

[표 3-10] 통합이용권 사업과 목표

추진	사업명	목표
한국문화예술위원회	문화이용권	저소득층에 대한 공연·전시 등 문화 향유 기회 확대 (소외계층 문화역량강화)
	여행이용권	저소득층에 대한 국내여행 지원으로 삶의 질 향상 및 국내 관광수요 증진
	스포츠관람이용권	저소득층에 대한 건전한 여가선용 기회제공 및 계층 간 격차 해소로 스포츠 복지사회 구현

출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

■ **전개과정**

○ 2006년부터 2012년까지 실시된 '문화바우처'사업은 2013년 '문화이용권'사업으로 명칭이 변경되었음

- '바우처(Voucher)' 용어에 대한 일반인의 인지도가 낮아 문화이용권으로 순화함(문화바우처 병기)
- 2012년 문화예술진흥법에 따른 추진근거의 법제화를 통해 체제적 실행의 근거를 마련함

○ 기존 3개 이용권(문화, 여행, 스포츠관람) 개별운영에서 2013년부터 한국문화예술위원회에서 통합운영을 맡는 전담조직으로 개편이 실시되었음

- 2013년 2월 3개 이용권 운영기관을 문예위로 일원화

○ 지역 주관처 인력운영과 가맹점 운영체계가 개선되었음

- 2013년부터 안정적 인력운영 등 체계적 관리감독을 강화하고 적정인원, 계약직 급여기준 및 고용보장 등 사업지침 내용을 강화하였음
- 지역별 문화복지 전문인력을 적극적으로 활용할 것을 유도하고, 카드 가맹점 책임 관리자를 지정하여 발굴, 등록, 정보관리 책임자 지정의 체계적 관리, 이용안내문 배부를 실시하였음

○ 일률적으로 적용되던 사업비가 지역여건에 따라 편성차등이 적용되었음

- 2012년까지 카드사업비·기획사업비 배분기준을 시·도에 일률적으로 적용하였으나 2013년부

터는 지역여건을 고려하여 배분율을 차등 조정하는 것으로 변경되었음

- 문화카드 사용이 어려운 농산어촌 지역의 특성을 고려하여 지자체별 기획사업 비율을 탄력적으로 조정함

— 문화카드 사용이 어려운 농산어촌 지역의 여건을 고려하여 지자체별 기획사업 비율을 조정함

— 주관처의 역량이 부족한 지자체의 경우 기획사업 확대 대상에서 제외하였음

○ 낙인효과 방지를 위해 일반 신용카드 디자인으로 변경하였음

■ **예산분석**

○ 2013년도 문화이용권 전체예산은 493억 원이며 자금조성 측면에서 보면, 복권기금 349억 원(70.8%), 지방비 144억 원(29.2%)임

— 복권기금 349억 원은 카드사업비 326억 원(93.3%), 기획사업비 10억 원(2.9%), 총괄운영비 13억 원(3.9%)으로 구성됨

— 지방비 144억 원 전액 기획사업비(100%)임

[표 3-11] 2013년도 문화이용권 전체 예산(사업별 구성)

단위: 백만 원, %

구분	사업비				총괄운영비		총계	
	카드사업		기획사업					
	예산	비율	예산	비율	예산	비율	예산	비율
복권기금	32,600	93.3	1,000	2.9	1,346	3.9	34,946	100
지방비	-	-	14,400	100	-	-	14,400	100
계	32,600	66.1	15,400	31.2	1,346	2.7	49.346	100

출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

○ 2012년과 비교했을 때 카드사업비는 감소하였고, 기획사업비가 크게 증가하였음

— 카드사업비는 2012년 대비 2013년에 3.0% 감소하였음

- 2012년 336억 원(2012년 문화이용권 예산의 69.1%)에서 2013년 326억 원(66.1%)로 감소하여 절대적인 예산금액뿐만 아니라 문화이용권 예산 내 상대비중도 감소하였음

— 기획사업비는 2012년 대비 2013년에 4.4% 증가하였음

- 2012년 143.5억 원(2012년 문화이용권 예산의 29.5%)에서 2013년의 154억 원(31.2%)로 증가하여 절대적 예산금액뿐만 아니라 문화이용권 예산 내 상대비중도 증가하였음

○ 총괄운영비는 시스템 관리, 평가, 홍보 등 사업 총괄 운영비를 의미하며 전년 대비 2013년 총괄운영비의 뚜렷한 증가(734% 증가)는 활발한 홍보활동에 기인함

○ 2013년 문화이용권 전체 예산은 2012년 대비 1.4% 증가하였음

[표 3-12] 2013년 통합이용권 사업의 내용과 대상

단위사업	세부사업	사업내용 및 대상	2013 예산
문화 이용권	문화카드 발급	사업내용: 공연, 전시, 영화 등 문화예술 프로그램 및 도 서·음반 등 문화상품 구매(가구당 연 5만원, 저소득 청소년, 복지시설거주자 1인당 연간 5만원)	총 493억원 복권기금: 349억원 지방비: 144억원 카드사업: 326억원 기획사업: 154억원 운영비: 13억원
		사업대상 : 기초생활수급자 및 차상위계층	
	지역별 기획사업	<모셔오는 서비스>	
		사업내용 : 지역별로 기획사업 진행	
		사업대상: 기초생활수급자 및 차상위계층 중 문화사각지대 수요자 대상	
		<찾아가는 서비스>	
		사업내용: 지역별 기획사업 진행	
		사업대상: 기초생활수급자 및 차상위계층 중 자발적 카드 발급이 어려운 중증장애인, 초고령자, 격오지 주민 등	
여행 이용권	개별	사업내용: 여행상품, 교통, 숙박, 입장권 비용에 대해 15만 원(가족여행 시 30만원)	총 94억원 관광기금: 67억원 지방비: 27억원 개인·단체카드사업: 57억원 기획사업: 30억원 운영비: 4억원 기타: 3억원
		사업대상: 기초생활보장 수급자, 법정차상위계층	
	복지시설 단체	사업내용: 여행사 판매 상품 이용에 대해 1인당 최대 15 만원	
		사업대상: 사회복지시설	
	지자체 기획사업	사업내용: 개별 및 단체 준용	
		사업대상: 지자체 인정 소외계층	
스포츠관람 이용권	카드사업	사업내용: 국내 프로스포츠(농구, 배구, 야구, 축구) 관람비용 일부 보조 (가구당 연간 최대 12만원)	총 5억원 경륜·경정 공익사업적립금: 5억원 카드사업: 1.6억원, 기획사업: 2.3억원 운영비: 1.1억원
		사업대상: 기초생활보장 수급자, 법정차상위계층	
	기획사업	사업내용 : 문화소외지역 복지시설 유·청소년에게 스포츠 관람 지원	
		사업대상: 보건복지부 또는 지역아동센터 중앙지원단에서 인가를 받은 복지시설 유·청소년	

출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

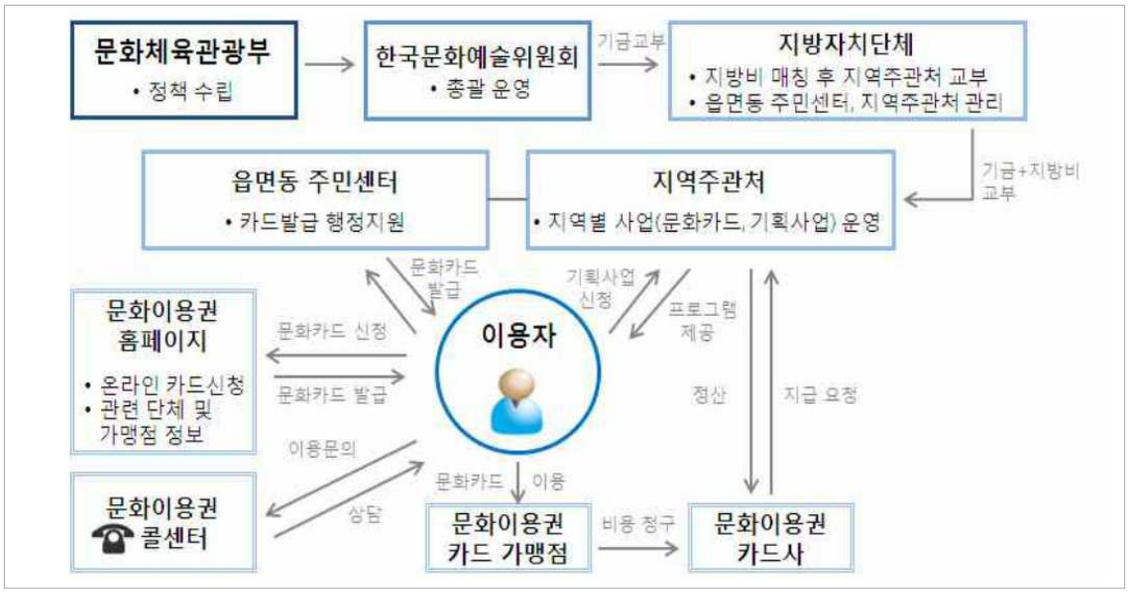
■ 운영체계분석

○ 2013년부터 주관기관이 한국문화예술위원회로 통합되어 운영됨으로써 사업추진의 효율성 증대

— 여행이용권은 주관처가 한국관광공사로부터 한국문화예술위원회로, 스포츠관람이용권은 국민체육진흥공단에서 한국문화예술위원회로 이관되었음

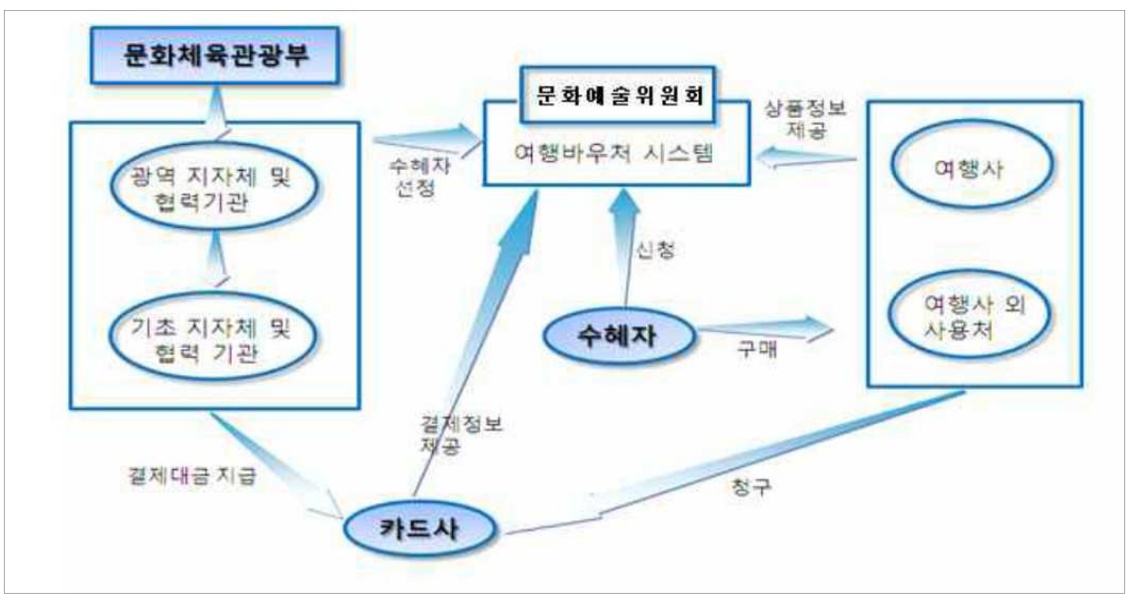
- 사업주체: 문화체육관광부, 한국문화예술위원회
- 시행주관: 한국문화예술위원회
- 후원: 기획재정부 복권위원회, 문화체육관광부

[그림 3-6] 문화이용권 추진체계도



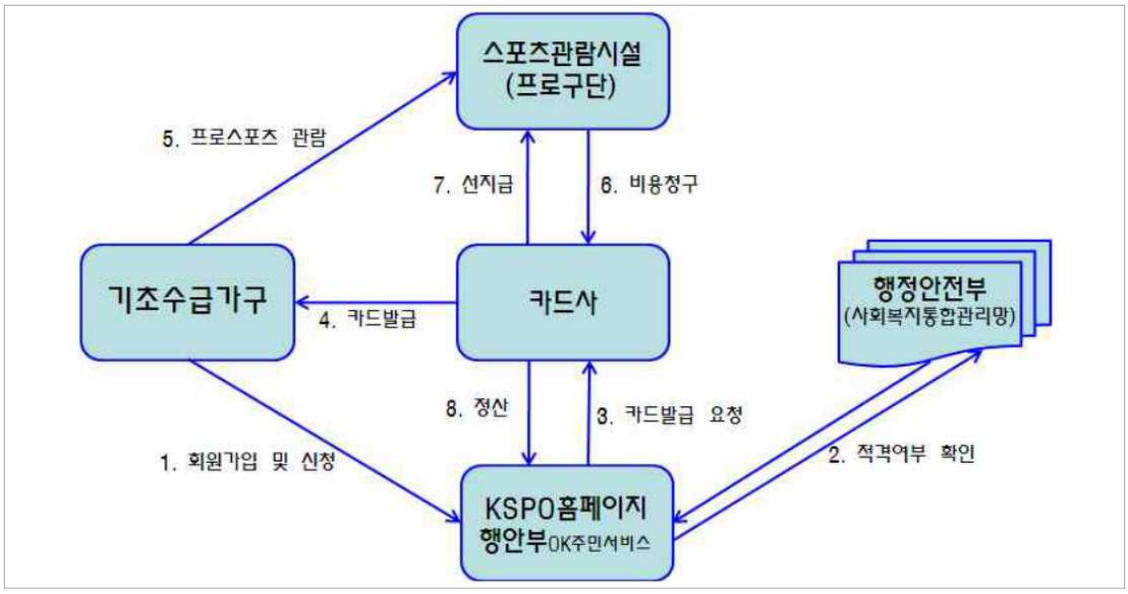
출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

[그림 3-7] 여행이용권 추진체계도



출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

[그림 3-8] 스포츠관람이용권 추진체계도



출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

■ 지원대상 및 지원항목 분석

○ 문화 소외계층을 대상으로 함

- 기초생활수급권자(기초생활수급자, 조건부수급자, 보장시설수급자) 및 차상위계층(자활, 장애수당, 장애아동수당, 장애인연금, 본인부담경감, 한부모가족, 우선돌봄) 등 문화소외계층 약 324만 명(184만 가구) 기초생활수급권자 약 139만 명(82만 가구), 차상위계층 수급자 약 185만 명(102만 가구)
- 선정기준은 신청일자 기준 기초생활수급자 대상 및 차상위계층을 대상으로 함

[표 3-13] 통합이용권사업 지원 대상

구분	대상
경제적 소외계층	기초생활수급자, 차상위계층, 임대주택 거주자
사회적 소외계층	장애인, 노인(만 65세 이상), 재활원·요양원·보육원·쉼터 등 사회복지시설 이용자, 소아병동 환자, 외국인 노동자 등
지리적 소외계층	읍·면·동·도서(섬)·산간벽지, 공단지역 주민
특수 소외계층	교정시설 수용자, 군인, 새터민 등

출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

[표 3-14] 사업별 수혜대상, 사업매개자, 사업내용

사업명	수혜대상	사업매개자	사업내용
문화이용권	경제적 소외계층 (기초생활수급자, 차상위계층 등)	17개 시도 기획사업 주관처	문화카드(5만원 한도) 발급 : 예술행사 관람, 도서/음반 구입 지역 문화예술행사 : 관람 및 참여
여행이용권	경제적 소외계층 (기초생활수급자, 차상위계층 등)	16개 시도 기획사업 주관처	여행카드(개별 15만원/가족 30만원) 발급 : 여행상품, 교통, 숙박시설 이용
스포츠관람 이용권	경제적 소외계층 (기초생활수급자, 차상위계층 등) 연령제한 없음	한국문화예술위원회, 국민체육진흥공단, 프로스포츠 구단	스포츠관람카드(가구당 12만원 한도) 발급 : 프로스포츠 경기 관람비용 보조

출처: 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

다. 통합문화이용권 시기(2014년~)

■ **사업의미**

○ 통합문화이용권사업은 문화소외계층이 문화·여행·스포츠 향유 기회를 가질 수 있도록 정책적으로 지원함으로써 '지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대'를 구현하고자 추진하는 사업임

- 한국문화예술위원회는 문화예술진흥법 제15조에 근거하여 저소득층 등 문화소외계층의 문화향유 기회를 제공하기 위하여 통합문화이용권사업의 일환으로 '문화누리카드'사업을 진행하고 있음

○ '문화누리카드'는 서비스 영역확대 및 가족합산 이용 등 이용편의성 증대를 통해 이용자의 문화·여행·스포츠 향유 기회를 지속적으로 증대시킴으로써 이용자의 양적 증대 뿐만 아니라 질적 성장을 가져오고 있음

- 서비스 분야 역시 초기의 문화분야 중심에서 스포츠, 여행분야를 망라하는 등 지속적으로 늘려나가고 있으며, 적은 비용으로 개인단위 지출로 인한 미사용자 층의 최소화를 위하여 '가족합산이용', '재충전 기능추가' 등 서비스 범위 확대와 이용편의성의 제고를 위한 사업을 추진하고 있음

■ **전개과정**

○ 사업의 명칭은 2013년 '문화이용권'사업에서 2014년 문화 뿐만 아니라 여행, 스포츠관람 등을 포괄하는 '통합문화이용권'사업으로 전환되었음

- 지원대상 및 기준은 2014년 '통합문화이용권'으로 통합된 때까지는 가구기준으로 지원하였으며, 청소년과 복지시설 거주자에 대해서는 개인단위로 추가적인 지급을 실시함
- 2015년 이후 선정기준(문화누리카드 발급자격)은 기초생활수급 및 차상위 가구의 6세 이상 개인을 대상으로 함

○ '통합문화이용권' 지원 금액은 변경이후 첫 실시해인 2014년에는 가구기준으로 10만원을 지급하고, 청소년(10~19세)에게는 가구당 최대 5인까지 1매씩 추가 지급하고 복지시설 거주자에게

는 1인당 1매를 지급하였으며, 2015년부터는 6세 이상의 대상자에게 1인당 1매씩 지급하는 '개인지급방식'으로- 1인당 연간 지급 금액은 2015~2016년 5만원, 2017년 6만원, 2018년 7만원, 2019년 8만원으로 증액하였으며, 2020년에는 9만원, 2021년에는 10만원으로 상향지급예정임

○ 2015년에는 기획사업이 '문화더누리 프로그램'이라는 이름으로 시행되었음

- 문화더누리 프로그램은 단순 영화관람 등을 지양하고 문화향유권 신장에 기여할 수 있는 양질의 프로그램을 실시하고, 지역별·계층별·연령별 대상자 수요에 맞는 다양한 프로그램을 추진하고자 함
- 문화더누리 프로그램의 사업내용은 크게 문화누리 맞춤형 프로그램, 문화누리카드 플러스 프로그램으로 구분되어짐
  - 맞춤형 프로그램: 문화누리카드 미발급자 대상, 카드사용에 준하는 문화·여행·스포츠관람 지원 프로그램
  - 플러스 프로그램: 카드 발급자 대상, 교통 불편해소, 장애보조 등을 통해 카드의 적극적 사용 지원 프로그램

[표 3-15] 문화더누리 프로그램 구성

유형	대상	분야	비율	내용
맞춤형 프로그램	카드 미발급자	문화	30%	공연·전시 관람, 공예체험 등
		여행	40%	축제, 관광지, 테마파크 등 여행
		스포츠	30%	스포츠경기 관람
플러스 프로그램	카드 발급자	카드이용 콘텐츠 개발, 교통, 장애 보조 지원 등		

출처: 글로벌경영연구소(2015), 통합문화이용권(문화누리카드) 사업 효과성 분석 및 성과지표 개발 연구

○ 2015년에는 카드가맹점에 대한 점검 및 심사를 강화하였음

- 적합·부적합 가맹점 점검 강화를 위한 정기 조사를 확대함
  - 2014년 연 1회에서 2015년 연 2회 조사 실시로 변경(1분기: 문예위 / 2분기: 카드사)
- 가맹점 적합여부 심사 및 자문 등을 위한 가맹점 관리위원회를 구성·운영함
- 지역주관처별 가맹점 관리 강화를 위한 전담 직원제 실시

○ 2016년부터 사업의 재원으로 문화예술진흥기금, 체육진흥기금, 관광진흥기금의 일부 문화예술진흥기금으로 전입되자 복권기금은 재원에서 제외됨

- 기획사업 폐지

○ 신규가맹점 분야로 2015년에 사진관, 스포츠관람기념품점, 책바다 및 on line 구매 등이 발굴되었으며 2016년에는 체육용품, 문화센터강좌, 시외버스 등이 발굴됨

○ 2017년 통합문화이용권(문화누리카드) 이용금액 6만원으로 증액, 2018년 7만원, 2019년 8만원, 2020년에는 9만원으로 상향지급

3. 소결

■ **통합문화이용권 사업은 사업개편을 거치면서 고도화, 체계화가 이루어짐**

○ 문화바우처, 문화이용권, 통합문화이용권 사업으로 변화하면서 가맹점 관리, 카드신청 및 이용의 편리성 등이 강화되었음

○ 그러나 정보접근성에 대한 이용자 만족도는 여전히 낮아 사업 개편 시 정보접근성 향상에 대한 대안이 강조되어야 할 것임

■ **기관들끼리의 연계가 부족하여 이용자들에 대한 문화예술콘텐츠 이용에 불편함이 있음**

○ 지역주관처의 경우 지역의 문화재단으로 경기 문화재단과 몇 개의 문화재단을 제외하면 산하에 공연장이 없는 문화재단이 대부분임

○ 기관이나 단체에 속한 이용자의 경우 정보접근성이 높으나 그렇지 않은 이용자의 경우 정보접근성이 낮아 이에 대한 대책이 필요함

■ **문화이용권사업이 통합문화이용권사업으로 개편되면서 문화예술에 대한 접근성이 하락함**

○ 과거에는 문화누리카드 예산으로 단체관람 등이 가능했으나 개인카드로 지원되면서 기획사 입장에서는 홍보가 어려워짐

○ 특히 과거에는 기획 단계에서 사랑티켓과 문화누리카드 단체관람을 기반으로 하여 공연전시 등의 활성화가 가능하였으나 기획사업이 배제되면서 해당 부문에 대한 지원이 어려워짐

■ **통합문화이용권 사업의 재원인 복권기금은 기본적으로 문화예술진흥기금의 대체성격을 띠고 있음에도 불구하고 문화예술진흥의 역할을 제대로 수행하고 있지 못함**

○ 해당 사업의 지원금이 매년 목표 금액을 달성하고는 있으나 여전히 높은 가격의 공연전시 티켓을 감당하기에 낮은 금액인 관계로 상대적으로 저렴한 영화와 도서구매에 치중될 수밖에 없는 구조임

○ 또한 해당 사업이 문화, 여행, 스포츠관람 3개 분야를 구분없이 지원하게 됨으로써 이용자들의 통합문화이용권에 대한 본질적인 인식이 흐려질 가능성이 있음

제2절 성과분석

1. 문화바우처 시기(2004년~2012년)

가. 예산분석

■ **문화바우처 사업목적은 문화나눔사업의 목적과 일치하여 수혜자에게 보다 많은 혜택을 주기 위한 방향으로 사업목적이 일부 변경되면서 예산이 사업시작 시기보다 대폭 증액되었고 문화바우처 카드발급의 단위가 가구 단위에서 일부 개인 단위로 변경되었음**

○ 복권기금 문화나눔사업 중 문화바우처 예산비중은 2006년 이후로 급속하게 증가하였으며 특히 2011년에는 복권기금 문화나눔사업의 중요성이 강조되면서 문화바우처 예산 내 복권기금이 대폭 증가함

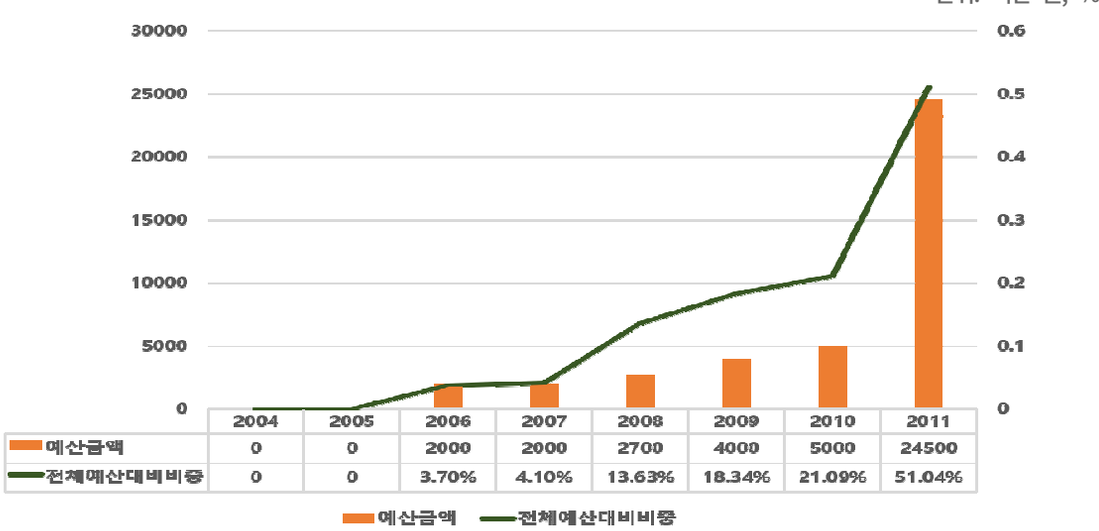
- ‘2011년 복권기금 문화나눔사업’ 예산은 전년대비 102.5% 증가하였고, 특히 문화바우처 예산 390.0%(4.9배) 증가하였음(복권기금 기준, 곧 문화바우처 관련 지방비 예산은 제외한 수치. 지방비를 포함할 경우 증가율은 175.0%임)
  - 2012년 문화바우처 예산은 487억 원으로 2011년 대비 1.4배 증가하였으며, 소외계층 문화향유 확대는 2012년도 문화체육관광부에서 가장 역점을 두고 추진하는 정책임 (2011. 12. 29 문화체육관광부 대통령 업무부고 자료)

○ 2011년의 급격한 예산증가는 문화바우처 사업목적이 복권기금의 지원목표에 매우 높은 정도로 부합하기 때문임

- 2011년 최초로 복권기금 문화나눔사업 내 문화바우처의 예산비중이 50%를 돌파하였음

[그림 3-9] 2004-2011 문화바우처 예산금액 및 전체예산대비비중

단위: 백만 원, %



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
예산금액	0	0	2000	2000	2700	4000	5000	24500
전체예산대비비중	0	0	3.70%	4.10%	13.63%	18.34%	21.09%	51.04%

나. 사업목표달성도 분석

■ 수혜자 수

○ 수혜자 수는 문화바우처사업의 핵심성과지표임

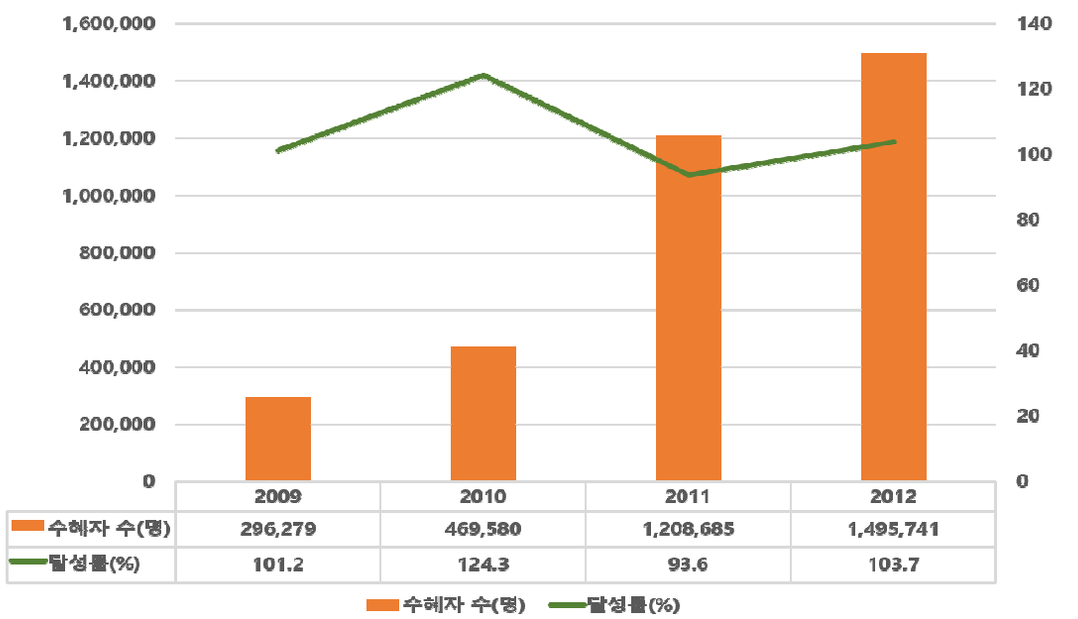
- 수혜자 수는 ① 바우처 예산총액을 카드당 사용금액으로 나누어, 카드발급 가구 수를 설정하고, ② 가구당 평균인원을 곱하여 산출함

○ 문화바우처사업의 수혜자 수는 급격하게 증가하였으며 아래 4개년도의 수혜자 수 성장률은 404%에 달함

- 2012년 문화바우처 수혜자 수 목표는 1,442,727명이며, 실적은 1,495,741명으로 목표대비 103.7%를 달성함
- 2012년 문화카드 이용률 목표는 78.2%이며, 실적은 87.2%로 목표대비 111.6%를 달성함
- 2012년 기획바우처 재원유치실적 목표액은 856,719천원 이며, 실적은 3,785,768천원으로 목표대비 437.3%를 달성함

[그림 3-10] 문화나눔사업 전체 성과지표(수혜자 수) 달성도

단위: 명, %



	2009	2010	2011	2012
수혜자 수(명)	296,279	469,580	1,208,685	1,495,741
달성률(%)	101.2	124.3	93.6	103.7

※ 2011년 성과지표는 수혜자 수만으로 구성된 2010년과 비교가능하지만 2009년 성과지표가 다르기 때문에 단순비교가 어려움

■ 지원대상 및 지원분야

○ 문화바우처사업의 지원대상은 기초생활수급권자 및 차상위계층임

○ 문화바우처 기획사업의 경우 문화바우처 카드사업과는 달리 수혜대상이 명확하지 않음

- 카드사업의 수혜대상은 '차상위계층 이하'이나, 기획사업은 반드시 '차상위계층 이하'라고 보기 어려움
- 카드사업은 카드발급자에 한정하여 서비스를 제공하나 기획사업은 진행과정에서 카드발급 비
- 대상자까지도 포함하여 카드발급자뿐 아니라 일반적인 소외계층도 포함됨

- 카드사업의 보완임에도 현실적으로 수혜자에 카드발급 비대상자가 포함되어 중복수혜 가능성이 있음

[표 3-16] 문화바우처 기획사업 대상자

구분	문화바우처 기획사업 대상				
	카드발급대상				카드발급 비대상자
	카드발급자			카드 미발급자	
	이용자	비이용자			
		안 쓴 사람	못 쓴 사람		
기획사업대상	×	○	○	○	△

출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

[표 3-17] 문화바우처 기획사업 지원대상

- 중증장애인, 독거노인 등 문화카드가 있어도 거동이 어려워 공연·전시 등 관람 활동이 어려운 경우
- 산간도서벽지와 같이 근린 문화시설이 없어 관람활동 시 교통비 등 부대비용이 과다하게 소요되는 경우
- 한부모가정, 조손가정 등 문화에 대한 정보 부족으로 문화카드를 이용하기 어려운 아동 및청소년
- 문화예술프로그램 관람 시 거동이 불편하여 보조인솔자가 필요한 중증장애인 · 기타 기초생활수급자와 차상위계층에 준하는 문화복지 소외계층 및 지원·보조 인력
- 매개자 감수성 훈련 차원에서 문화바우처 담당공무원 등

출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

○ 문화바우처 카드로 이용 가능한 콘텐츠는 연극, 뮤지컬, 음악, 전시, 무용, 영화, 전통, 도서, 문화일반, 문화재 등으로 문화예술의 거의 모든 장르가 가능함

- 문화바우처 카드사업은 수혜자의 선택권을 보장하기 위하여 사용 장르를 거의 모든 문화예술 장르로 설정하고 장르별 한도액을 설정하지 않음
- 이러한 사용 장르의 확장 및 한도액 폐지는 이용자의 만족도를 높이는 주된 요인으로 작용함

○ 사용장르(콘텐츠)별 한도액은 설정되어 있지 않았음

- 문화바우처 사업착수 시점에서는 영화 사용액 비중을 50%(25,000원)으로 제한하였으나 해제하였음

[표 3-18] 문화카드 사용안내

이용한도	• 문화카드는 매년 3월~12월까지 가구당 5만원의 문화예술프로그램을 관람비용을 지원합니다. • 사용하지 않은 금액은 자동 소멸되며 다음 연도로 이월되거나 현금으로 교환할 수 없습니다. • 카드결제가 가능한 가맹점에서 가구당 5만원 한도 내에서 사용할 수 있으며 본인부담금액은 없습니다.
이용범위	• 문화카드 사용범위는 반드시 문화예술프로그램으로 제한됩니다. • 오프라인 공연장에서의 현장 결제 뿐 아니라, 온라인마켓에서의 문화예술프로그램 결제도 가능합니다. ※ 단, 웹툰 결제, mp3 및 DVD 다운로드 등 컴퓨터로만 사용 가능한 콘텐츠는 제한합니다. • (음반 및 'DVD' CD구입 결제는 가능) • 문화카드는 영화, 연극, 뮤지컬, 음악, 무용, 오페라, 음반, DVD, 도서, 전시, 문화예술축제 등문화예술프로그램으로 제한합니다.

	• 학교, 학원 등 예술교육비 결제는 불가합니다. • 놀이동산 및 놀이동산 내 축제, 문화예술과 관련 없는 지역축제 등은 지원하지 않습니다. • 카드 가맹점에서 사용할 수 있으며 카드로 결제 할 수 없는 곳에서 현금으로 전환하여 사용할수 없습니다. [문화시설 안내] • 잔액조회 및 사용내역 조회는 홈페이지 왼편상단에 위치한 [마이페이지]에서 확인 가능합니다.
사용방법	• 반드시 본인이 사용해야 하며 카드사용이 가능한 전국 문화예술프로그램은 모두 사용가능합니다. • 단체로는 문화카드를 신청·이용 할 수 없으며, 단체 소속 대상자가 직접 발급받아 사용할수 있고, 대상자들을 단체에서 인솔하여 관람하는 것은 가능합니다.

출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

[표 3-19] 문화카드 사용범위

• 공연·전시 영화 등 문화예술 프로그램 및 도서·음반 등 문화상품 구매에 이용하되, 영화는 쏠림 현상 방지를 위해 총 사용액의 50%(2만5천원) 이내로 제한 • 그 밖에 문화카드 사용 시 최대한의 할인율이 적용될 수 있도록 공연장·공연단체·카드사 등과 협력, 기브티켓(미판매티켓할인제) 구입 자격 부여 등 혜택 추진

출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

[표 3-20] 문화카드 사용장르별 한도액에 대한 관리자 답변 (2010. 4. 28)

질문	문화바우처로 이용할 수 있는 문화예술 프로그램 중 영화의 경우 사용 금액의 50%로 한도가 정해져있나요?
답변	영화의 경우에도 50% 제한 없이 사용금액 범위(5만원 한도)에서 자유롭게 사용할수 있습니다

출처: 한국문화예술위원회(2011), 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구

다. 만족도 분석

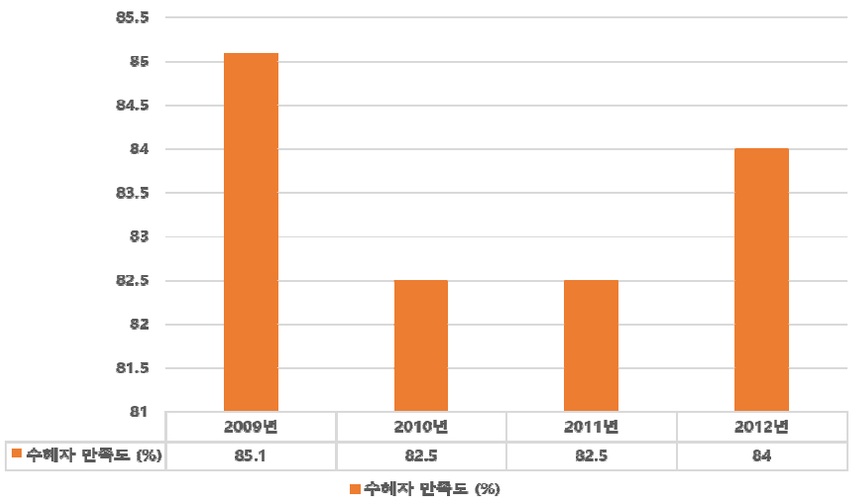
■ **수혜자 만족도**

○ 문화바우처의 수혜자 만족도는 2009년를 제외하고는 85점을 하회하였음

○ 2011년 문화바우처의 수혜자 만족도는 낮은 카드사업의 만족도(77.2점)를 높은 기획사업의 수혜자 만족도(87.8점)이 보완하여 나온 점수이며, 이에 향후 카드사업의 활성화를 위한 논의의 필요성이 제기되었음

[그림 3-11] 문화바우처 수혜자 만족도[15)]

단위: %



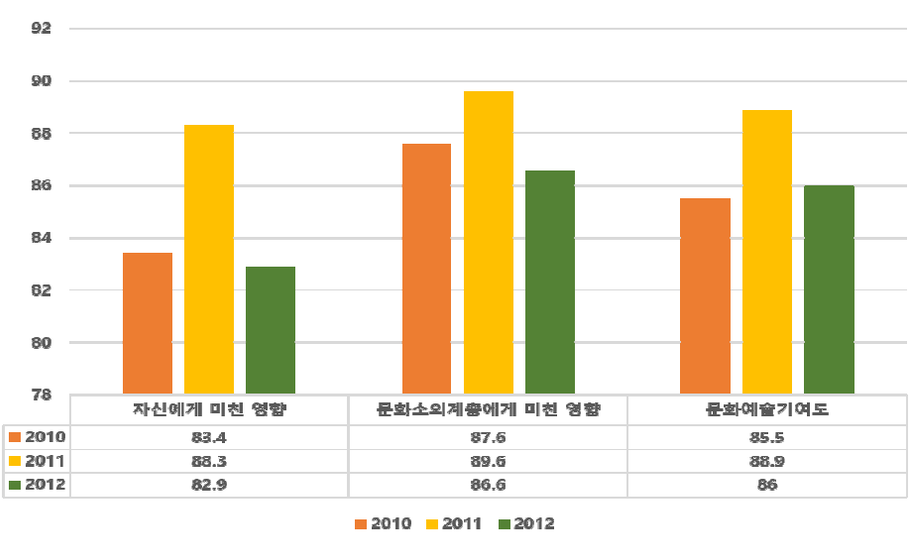
○ 또한 문화바우처의 문화예술활동 기여도 점수는 2010년에서 2012년까지 80%를 상회하여 문화바우처사업이 문화소외계층에 문화향유에 대해 긍정적 영향을 미친다는 것이 드러남

— 문화예술활동 기여도란 문화바우처 이용자 자신에게 미친 영향과 문화소외계층에게 미친 영향을 평균한 것이며, 카드사업과 기획사업은 7:3의 예산비율을 적용하여 기여도에 반영하였음

- 자신에게 미친 영향이란 문화예술활동증가수준과 취약계층 문화예술 향유기회 제공 공감수준을 평균한 것으로 해당 사업으로 인해 개인의 문화예술활동이 증가하였는지와 사업의 목적에 대해 공감하는 정도를 의미
- 문화소외계층에게 미친 영향이란 프로그램 재참여 의향과 프로그램 추천 수준을 평균한 것으로 사업참여자들 해당 사업에 대한 만족도를 의미

[그림 3-12] 문화바우처 연도별 문화예술활동기여도

단위: 점



15) 2011년 문화바우처 사업은 카드사업과 기획사업으로 분리됨에 따라 종합만족도를 아래 표에 반영하였음

○ 또한 2012년 성과평가에 따르면 향후 문화바우처 카드사업 이용여부는 92.7점으로 나타났으며, 참여의향이 있는 이유에 대해 ‘도서구입에 도움이 되어서’와 ‘영화를 볼 수 있어서’ 다음으로 ‘문화예술에 참여해서’와 ‘문화예술을 다양하게 접해서 좋음’이 차지함

- ‘도서구입에 도움이 되어서’와 ‘영화를 볼 수 있어서’는 각각 33.7%, 16.4%를 차지하며 사업 수혜자들의 대중문화향유의 발판이 되고 있음
- ‘문화예술에 참여해서’는 10.3%, ‘문화예술을 다양하게 접해서 좋음’이 9.6%, ‘공연/전시회 접촉 기회가 생겨서’가 1.9%로 20%가 넘는 사업참여자들이 문화예술참여에 대한 자기효능감을 느끼고 있으며 기초문화예술 향유기회 역시 사업재참여의 동기가 됨을 알 수 있음
- ‘삶의 질이 향상되어서’와 ‘가족, 이웃간의 소통의 장이 된 것 같아 좋음’ 또한 각각 1.8%, 1.2%로 문화바우처 카드사업이 수혜자들에게 문화예술에 대한 경험 제공뿐만 아니라 정서적 측면에의 긍정효과 또한 발생시킨다는 것을 알 수 있음
- 카드사업 참여의향이 없는 경우는 전체의 0.6%로 이유는 ‘없음/잘모름’이 100%임

[표 3-21] 문화바우처 카드사업 참여의향이유

단위: %

참여의향이 있는 이유			
도서구입에 도움이 되어서	33.7	흥미와 취미개발/여가선용	3.4
영화를 볼 수 있어서	16.4	건전한 여가선용이 되어서	3.3
문화예술에 참여해서	10.3	지원제도가 좋아서	3.2
문화예술을 다양하게 접해서 좋음	9.6	문화소외지역/지방소도시에서 공연을 접할 기회가 되어서	2.8
문화바우처 카드로 구입시 도움이 되어서	8.0	소외계층을 위한 공연이어서	2.3
아이들 정서/교육/문화생활에 좋은 공연임	4.2	공연/전시회 접촉 기회가 생겨서	1.9
가족, 이웃간의 소통의 장이 된 것같아 좋음	1.8	삶의 질이 향상되어서	1.2

출처: 한국문화예술위원회(2012), 2012년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 결과보고서

○ 2012년 성과평가에 따르면 향후 문화바우처 모셔오는 서비스(기획사업) 이용 여부는 92.1점으로 나타났으며 주 원인으로는 공연 및 전시에 대한 긍정적 응답이 주를 이룸

- 참여의향이 있는 이유로는 ‘공연/전시회 접촉 기회가 생겨서’(18.6%), ‘다양한 문화체험을 할 수 있어서 좋음’(7.8%) 등이 나타났으며, 참여의향이 없는 이유로는 ‘공연이 지루함/흥미롭지 않음’, ‘온라인 홍보강화’, ‘교통이 불편’이 나타남
- 참여의향이 없는 이유에 ‘공연이 지루함/흥미롭지 않음’이 40%를 차지하여 공연·전시 콘텐츠의 질적 향상이 요구됨

[표 3-22] 문화바우처 기획사업 참여의향[16)]

단위: %

참여의향이 있는 이유			
공연/전시회 접촉 기회가 생겨서	18.6	흥미와 취미개발이 되었다/여가선용	4.5
다양한 문화체험을 할 수 있어서 좋음	7.8	교통이 편리해서	2.8
공연/전시회가 재미있음/신명남/흥미로움	7.3	공연이 다양함	2.0
무료공연이라서 좋음	7.3	모셔오는 서비스가 편리해서	2.0
문화예술에 참여해서	6.0	소외계층을 위한 공연이어서	1.5
공연/전시회가 유익하고 알참	5.3	아이들 참여 프로그램이 있어서 좋음	1.3
참여의향이 없는 이유			
공연이 지루함/흥미롭지 않음			40.0
온라인 홍보강화			10.0
교통이 불편			10.0

출처: 한국문화예술위원회(2012), 2012년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 결과보고서

■ **이용자 편의성**

○ 2011년의 경우 회원가입(76.6점 → 70.6점), 이용의 편의성(79.8점 → 71.6점)으로 회원가입과 카드이용의 편의성 점수가 하락하였음

- 이는 수혜자 인증절차가 2010년 대비 크게 변하지 않았으나 점수가 하락한 것은 가입회원 수의 증대에 따른 것으로 보임
- 카드이용의 편의성 점수 하락 역시 가입회원 수의 증대가 주된 요인으로 보임
- 신규가입회원 수의 증대에 따른 온라인 및 카드이용 시행착오가 많을 수 있음

2. 문화이용권 시기(2013년)

가. 예산분석

■ **사업별 예산분석**

○ 2013년도 문화이용권 전체예산은 493억 원이며 자금조성 측면에서 보면, 복권기금 349억 원(70.8%), 지방비 144억 원(29.2%)임

- 복권기금 349억 원은 카드사업비 326억 원(93.3%), 기획사업비 10억 원(2.9%), 총괄운영비 13억 원(3.9%)으로 구성됨
- 지방비 144억 원 전액 기획사업비(100%)임

16) 응답비율 1% 이하는 제외

[표 3-23] 2013년도 문화이용권 전체 예산(사업별 구성)

단위: 백만 원, %

구분	사업비				총괄운영비		총계	
	카드사업		기획사업					
	예산	비율	예산	비율	예산	비율	예산	비율
복권기금	32,600	93.3	1,000	2.9	1,346	3.9	34,946	100
지방비	-	-	14,400	100	-	-	14,400	100
계	32,600	66.1	15,400	31.2	1,346	2.7	49.346	100

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

○ 2012년과 비교했을 때 카드사업비는 감소하였고, 기획사업비가 크게 증가하였음

- 카드사업비는 2012년 대비 2013년에 3.0% 감소하였음
  - 2012년 336억 원(2012년 문화이용권 예산의 69.1%)에서 2013년 326억 원(66.1%)로 감소하여 절대적인 예산금액뿐만 아니라 문화이용권 예산 내 상대비중도 감소하였음
- 기획사업비는 2012년 대비 2013년에 4.4% 증가하였음
  - 2012년 143.5억 원(2012년 문화이용권 예산의 29.5%)에서 2013년의 154억 원(31.2%)로 증가하여 절대적 예산금액뿐만 아니라 문화이용권 예산 내 상대비중도 증가하였음

○ 총괄운영비는 시스템 관리, 평가, 홍보 등 사업 총괄 운영비를 의미하며 전년 대비 2013년 총괄 운영비의 뚜렷한 증가(734% 증가)는 활발한 홍보활동에 기인함

○ 2013년 문화이용권 전체 예산은 2012년 대비 1.4% 증가하였음

[표 3-24] 문화이용권 예산비교

단위: 천 원, %

구분	2012년			2013년			증감률		
	카드	기획	총괄 운영	카드	기획	총괄 운영	카드	기획	총괄 운영
사업비	33,600,000	11,830,666	-	32,593,250 (66.1)	12,355,117 (25.0)	-	-3.0	4.4	-
경상비	-	1,959,244 (4.0)	630,000 (1.3)	-	2,164,924 (4.4)	762,000 (1.5)	-	10.5	21.0
홍보기	-	561,190 (1.2)	70,000 (0.1)	-	886,709 (1.8)	584,000 (1.2)	-	58.0	734.3
합계 (비율)	33,600,000 (69.1)	14,351,000 (29.5)	700,000 (1.4)	32,593,250 (66.1)	15,406,750 (31.2)	1,346,000 (2.7)	-3.0	7.4	92.3
총합계	48,651,000 (100)			49,346,000 (100)			1.4		

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

[표 3-25] 문화이용권 사업내용 및 예산

단위사업	세부사업	사업내용 및 대상	2013 예산
문화 이용권	문화카드 발급	사업내용: 공연, 전시, 영화 등 문화예술 프로그램 및 도서·음반 등 문화상품 구매(가구당 연 5만원, 저소득청소년, 복지시설거주자 1인당 연간 5만원)	총 493억원 복권기금: 349억원, 지방비: 144억원 카드사업: 326억원, 기획사업: 154억원, 운영비: 13억원
		사업대상 : 기초생활수급자 및 차상위계층	
	지역별 기획사업	<모셔오는 서비스>	
		사업내용 : 지역별로 기획사업 진행	
		사업대상: 기초생활수급자 및 차상위계층 중 문화사각지대 수요자 대상	
		<찾아가는 서비스>	
		사업내용: 지역별 기획사업 진행	
		사업대상: 기초생활수급자 및 차상위계층 중 자발적 카드 발급이 어려운 중증장애인, 초고령자, 격오지 주민 등	
여행 이용권	개별	사업내용: 여행상품, 교통, 숙박, 입장권 비용에 대해 15만 원(가족여행 시 30만원)	총 94억원 관광기금: 67억원, 지방비: 27억원 개인·단체카드사업: 57억원 기획사업: 30억원 운영비: 4억원 기타: 3억원
		사업대상: 기초생활보장 수급자, 법정차상위계층	
	복지시설 단체	사업내용: 여행사 판매 상품 이용에 대해 1인당 최대 15만원	
		사업대상: 사회복지시설	
	지자체 기획사업	사업내용: 개별 및 단체 준용	
		사업대상: 지자체 인정 소외계층	
스포츠 관람 이용권	카드사업	사업내용: 국내 프로스포츠(농구, 배구, 야구, 축구) 관람비용 일부 보조 (가구당 연간 최대 12만원)	총 5억원 경륜·경정 공익사업적립금: 5억원 카드사업: 1.6억원, 기획사업: 2.3억원 운영비: 1.1억원
		사업대상: 기초생활보장 수급자, 법정차상위계층	
	기획사업	사업내용 : 문화소외지역 복지시설 유·청소년에게 스포츠 관람 지원	
		사업대상: 보건복지부 또는 지역아동센터 중앙지원단에서 인가를 받은 복지시설 유·청소년	

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

[표 3-26] 사업별 수혜대상, 사업매개자, 사업내용

사업명	수혜대상	사업매개자	사업내용
문화이용권	경제적 소외계층 (기초생활수급자, 차상위계층 등)	17개 시도 기획사업 주관처	문화카드(5만원 한도) 발급 : 예술행사 관람, 도서/음반 구입 지역 문화예술행사 : 관람 및 참여
여행이용권	경제적 소외계층 (기초생활수급자, 차상위계층 등)	16개 시도 기획사업 주관처	여행카드(개별 15만원/가족 30만원) 발급 :여행상품, 교통, 숙박시설 이용
스포츠관람 이용권	경제적 소외계층 (기초생활수급자, 차상위계층 등) 연령제한 없음	한국문화예술위원회, 국민체육진흥공단, 프로스포츠 구단	스포츠관람카드(가구당 12만원 한도) 발급 : 프로스포츠 경기 관람비용 보조

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

나. 사업목표달성도 분석

■ 전체 수혜자 수

○ 문화이용권의 성과목표치는 1,610,000명이고 결과치는 1,638,737명으로 목표치의 101.8%를 달성하여 2012년 대비 102.1%의 실적치를 보임

- 성과목표 달성도는 문화카드와 기획사업을 분리하지 않으며, 성과목표와 결과는 문화이용권 전체(문화카드 + 기획사업)을 의미함

○ 여행이용권의 성과목표치는 57,095명이고 결과치는 67,223명으로 목표치의 100.2%를 달성함

- 여행이용권의 경우 2012년의 실적치가 존재하지 않아 전년 대비 파악이 불가능함

○ 스포츠관람이용권의 성과목표치는 8,878명이고 결과치는 8,460명으로 목표치의 95.3%를 달성하였으며 2012년 대비 실적치는 150% 증가하였음

[표 3-27] 사업별 수혜자 수

단위: 명, 회, %

단위사업명	2012 실적	2013			
		목표	실적	달성률	전년대비
문화이용권	1,605,115	1,610,000	1,638,737	101.8	102.1
여행이용권	n/a	57,095	57,223	100.2	n/a
스포츠관람이용권	5,639	8,878	8,460	95.3	150/0

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

○ 문화카드 발급률은 101.8%로 100%를 초과달성하였으며 문화카드 이용률은 92.6%임

- 문화이용권 시기의 문화카드 발급률 성과목표는 99.6, 실제성과는 101.8으로 발급은 목표치를 상회하였고, 문화카드 이용률 성과목표는 92.8, 실제성과는 92.6으로 이용은 목표치를 하회하였음
- 사업수혜자의 카드잔액이 발생하므로 약간의 추가발급을 시도함으로써 사업예산의 집행률을 높이고자 하였음

[표 3-28] 문화카드 발급률과 이용률 성과목표 달성률

단위: %

성과지표	성과목표	성과	성과목표 달성률
문화카드 발급률	99.6	101.8	102.0
문화카드 이용률	92.8	92.6	99.8

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

다. 만족도 분석

■ **수혜자 만족도**

○ 문화이용권의 만족도는 2012년 대비 소폭 상승하였음

- 2013년의 문화이용권 실제만족도 85.7점으로 목표만족도인 86.4점에 미치지 못하였으나 2012년의 만족도 점수인 84.0점에 비해서는 1.7점이 높아 전년 대비 102%의 상승률을 보임
- 여행이용권과 스포츠관람이용권의 경우에는 2013년에 처음으로 만족도 조사를 실시하여 2012년 실적과 별도의 목표치가 존재하지 않아 비교가 불가능함

[표 3-29] 사업별 만족도

단위: %

단위사업명		2012 실적	2013			
			목표	실적	달성률(%)	전년대비 (%)
문화 이용권	전체	84.0	86.4	85.7	99.2	102.0
	문화카드	84.8	86.4	86.8	100.5	102.4
	문화기획	82.2	86.4	83.1	96.2	101.1
여행 이용권	전체	-	-	88.9	-	-
	여행카드			89.5		
	단체사업			88.2		
	기획사업			88.8		
스포츠관람 이용권	전체	-	-	79.8	-	-
	카드사업			83.8		
	기획사업			77.1		
평균		-	-	86.2	-	-

출처: 한국문화예술위원회(2013), 2013 통합이용권사업 성과 연구

■ **카드이용의 편의성**

○ 문화카드 발급신청은 개인이 온라인에서 직접 신청할 수도 있고, 읍/면/동을 방문하면 본인확인 후 신청을 대행해주어 가입절차가 복잡하지 않음

- 온라인 신청; 대상자 본인이나 보호자가 문화이용권 홈페이지에서 신청하면, '사회복지 통합관리망(행복 e음망)'에서 자격검증 후 카드사에 정보 송부
- 오프라인 신청: 읍·면·동(주민센터)사무소에서 신청서 및 구비서류 등을 확인(자격확인)한 다음, 카드 발급 대행

○ 2013년 회원가입의 편의성은 79.7점으로 전년 대비 10.3점 상승하였으며 대도시 79.5점, 중소도시 79.9점, 군(郡)지역 78.2점으로 지역별 편차가 거의 없음

○ 문화카드는 오프라인/온라인 가맹점에서 자유롭게 사용 가능하여 이용자의 편의를 제공함

- 2013년 카드이용의 편의성은 79.7점으로 전년 대비 10.5점 상승
- 대도시 77.0점, 중소도시 81.4점, 군(郡)지역 83.3점으로 지역별 편차가 거의 없으며 오히려 군(郡)지역에서 만족도가 높음

3. 통합문화이용권 시기(2014년~현재)

가. 예산분석

■ 예산 및 연간 지원금액

○ 통합문화이용권사업의 예산과 1인당 연간 지원금액은 지속적으로 확대되고 있으며 문화비전 2030에서 제시한 문화복지 확산과 맞물려 사업이 더욱 확대되고 있음

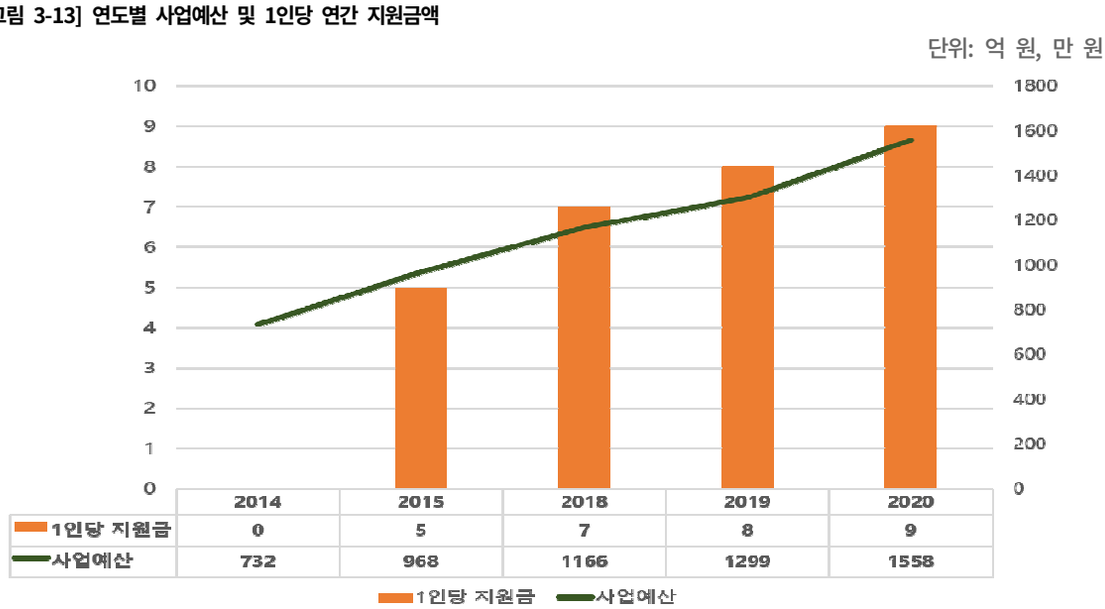
○ 2020년 사업예산은 1,558억으로 2014년 사업예산인 732억의 212%에 달하며, 5개년도 연평균 사업예산 증가율은 22%임

- 2014년의 경우 통합문화이용권 지원금이 가구 단위로 지급되어 아래 표에 1인당 지원금에는 반영하지 아니함

○ 가구당 10만원을 지급한 2014년을 제외한 2015년 이후부터는 1인당 연간 지원금액을 목표에 따라 1만원씩 증액하고 있음

- 2020년 기준 1인당 연간 지원금 9만원 지급

[그림 3-13] 연도별 사업예산 및 1인당 연간 지원금액



출처: 한국문화예술위원회(2020), 포용적·보편적 국민 문화복지 실현을 위한 통합문화이용권 중장기 발전계획

■ 예산 및 예산대비 이용률

○ 문화누리카드 지원금이 가구 단위로 지급되었던 2014년을 제외한 2015년 이후부터는 예산대비 이용률이 꾸준히 상승하고 있음

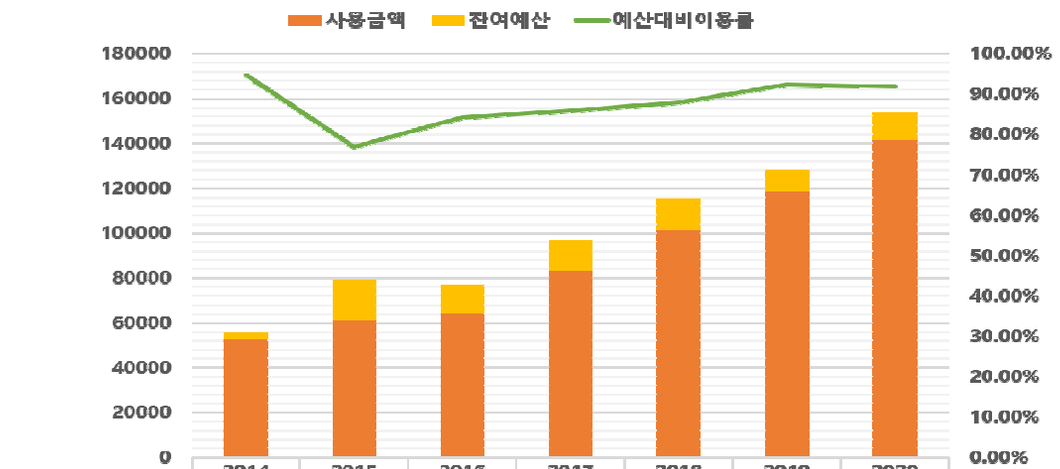
○ 2019년부터 예산 불용액을 줄이기 위해 초과 발급을 실시하면서 예산대비이용률이 2014년 이후 최초로 90%를 돌파하였음

- 가구 기준으로 지원한 2014년을 제외하고 2015년 이후로 예산대비 이용률은 꾸준히 상승해왔음

- 코로나19로 인해 2020년 문화예술시설 이용제한이 있었음을 감안할 때 2020년의 91.90%의 예산대비 이용률은 유의미하다고 볼 수 있음

[그림 3-14] 연도별 문화누리카드 예산 대비 이용률

단위: %



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
잔여예산	3184	18210	12068	13736	14032	9841	12471
사용금액	52574	60776	64432	82900	101144	118159	141429
예산대비이용률	94.70%	76.90%	84.20%	85.80%	87.80%	92.30%	91.90%

나. 성과목표 달성도

■ **카드발급현황**

○ 문화누리카드 대상자수가 매해 등락이 있음과 별개로 문화누리카드사업 예산이 지속적으로 확대됨에 따라 발급인원은 증가세를 보임

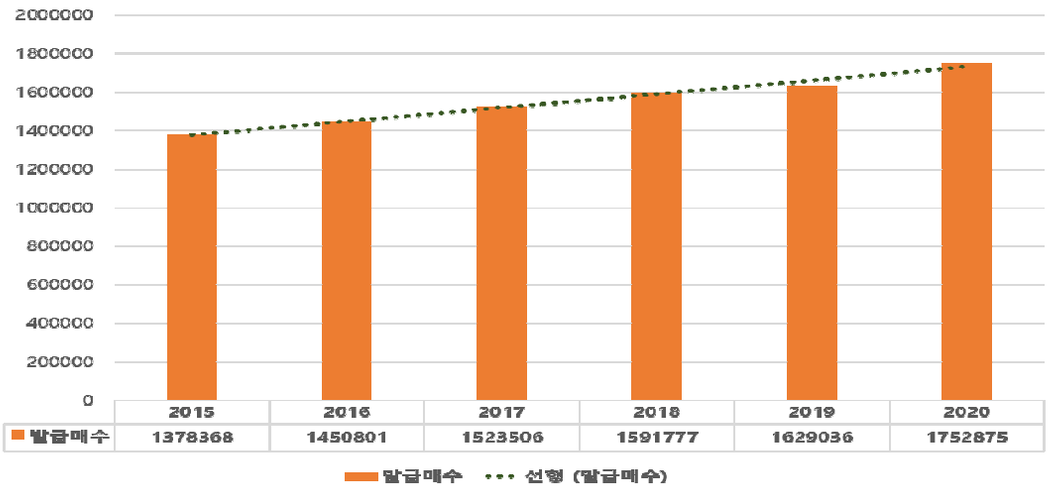
- 2019년 예산대비 실제 발급비율은 101.8%, 2020년은 102.5%로 실제 발급매수는 2019년 이후의 초과발급정책에 따라 예산대비 발급가능인원보다 많음

○ 지원대상 및 기준은 2014년 '통합문화이용권'으로 통합된 때까지는 가구 기준으로 지원하고 청소년과 복지시설 거주자에 대해서는 개인 단위로 추가 지급을 실시하였으나 2015년 이후 선정기준은 기초생활수급 및 차상위 가구의 6세 이상 개인을 대상으로 변경되었음

- 다음 그림과 같이 대상자 대비 발급가능인원의 비율은 2019년에는 72.7%로 전년에 비해 증가하였으나, 2020년에는 오히려 67.8%로 낮아짐
- 이는 1인당 지원금이 8만원에서 9만원으로 12.5% 증액되고 지원대상자가 2019년 220만명 정도에서 2020년 238만명으로 8.2% 늘어날 것으로 예상됨에도 불구하고 문화누리카드 배정예산이 128,000백만원에서 144,900백만원으로 전년 대비 13.2% 증액에 그친 결과임

[그림 3-15] 연도별 발급매수

단위: 매

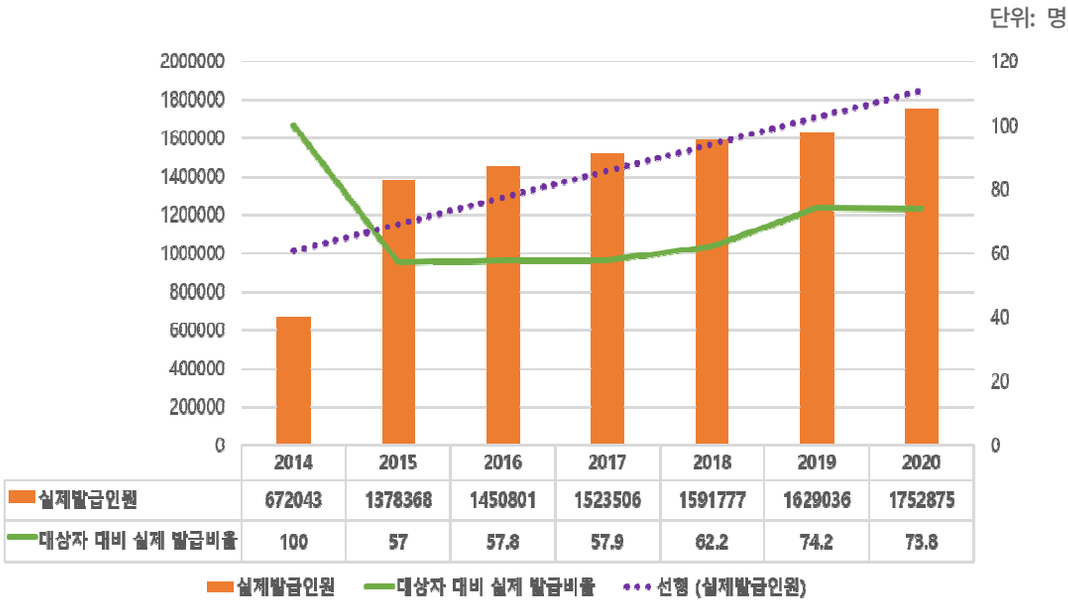


○ 2014년 이후로 문화누리카드 실제발급인원은 지속적으로 증가하였으며, 2019년에는 대상자 대비 실제 발급비율이 74.2%로 최초로 70%를 돌파하였음

- 대상자 대비 실제 발급비율은 2020년 0.4%p 감소한 것 외에는 지속적으로 상승해왔으며, 2015년 대비 2019년의 대상자 대비 실제 발급비율은 17%p 상승하였음
- 코로나로 인해 문화예술활동이 위축된 2020년에도 대상자 대비 실제 발급비율이 전년 대비 0.6%p밖에 하락하지 않은 73.8%로 선형 추세선을 그려보았을 때 뚜렷한 상승세를 보임

[그림 3-16] 문화누리카드 실제발급인원과 대상자 대비 실제 발급비율[17)]

단위: 명, %



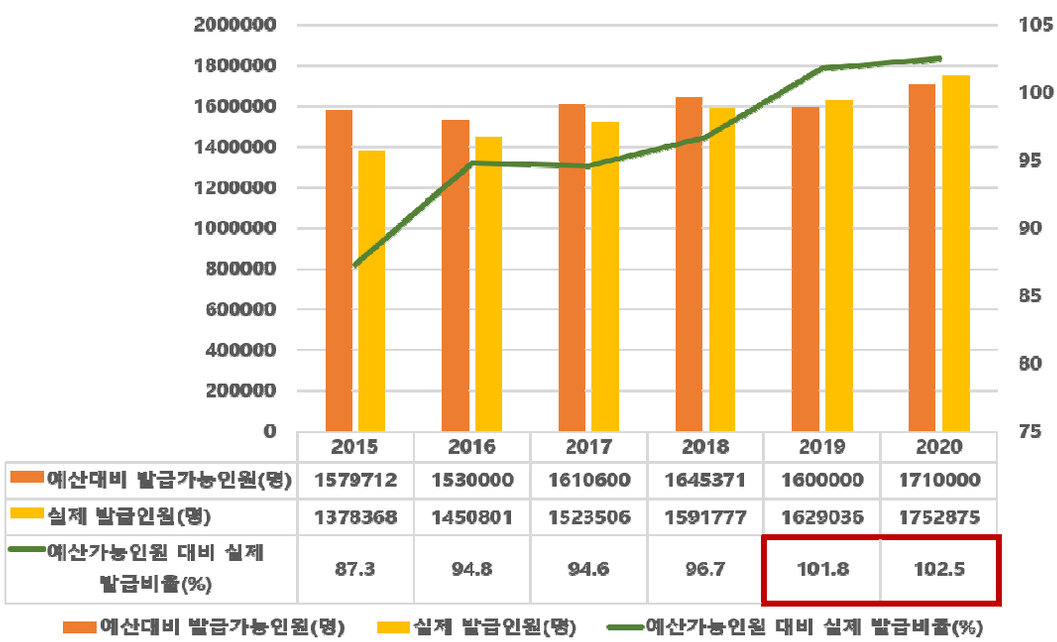
17) 2014년의 경우에는 가구 단위로 카드가 발급되어 이후의 자료와의 비교는 적절하지 못하나 통합문화이용권 사업연도에 해당하기에 자료를 반영함

○ 발급률은 2020년도에 102.5%로 최근 4개년도 동안 지속적으로 높아지고 있으며, 발급대비 이용률 역시 89.7%로 꾸준히 약 90%의 이용률을 유지하고 있음

- 2014년도 책정된 예산규모가 법정수혜대상규모를 완전히 포괄하지 못해 문화누리카드발급이 선착순으로 진행되었으며 카드를 발급받지 못한 수혜자들의 민원이 다수 발생하였음. 이에 따라 충분한 예산확보 및 신청자 전원 발급의 중요성이 강조
- 2015년도 책정 예산 대비 발급률은 87.3%였으나, 2019년 101.8%로 지속적으로 증가하고 있음. 특히 2019년부터 초과발급 시행으로 실제 발급 인원이 예산대비 가능한 인원과 배정된 예산을 초과 발급하는 성과를 보임
- 발급대비 이용률은 2015년 88.2%에서 2019년 90.7%까지 점진적으로 높아졌으나 2020년 89.7%로 소폭 하락하였음

[그림 3-17] 문화누리카드 예산대비 발급가능인원 대비 실제 발급비율

단위: 명, %



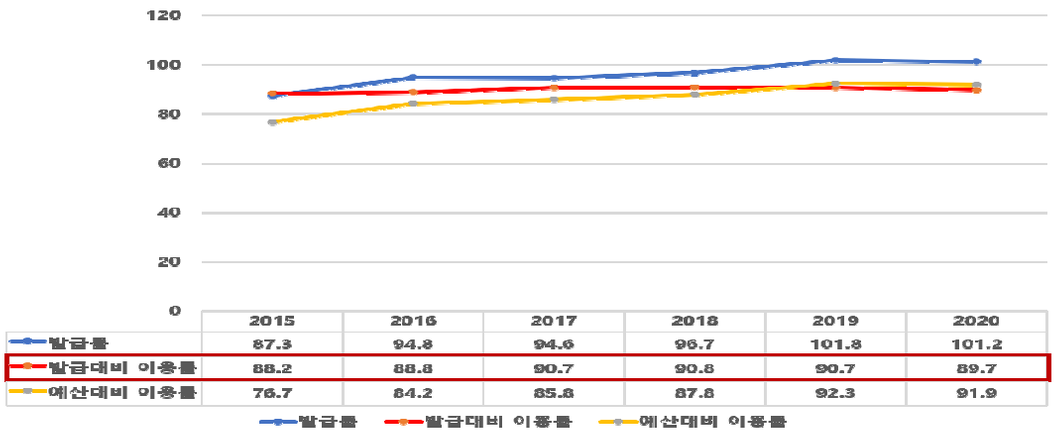
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
예산대비 발급가능인원(명)	1579712	1530000	1610600	1645371	1600000	1710000
실제 발급인원(명)	1378368	1450801	1523506	1591777	1629035	1752875
예산가능인원 대비 실제 발급비율(%)	87.3	94.8	94.6	96.7	101.8	102.5

○ 아래 [그림3-11]에서 알 수 있듯이 문화누리카드의 예산대비 이용률은 2015년 이후로 꾸준히 증가하고 있음

- 2015년에서 2020년까지 발급률과 예산 이용률의 추세선은 거의 동일한 양상을 보임
- 발급대비 이용률은 90%±2% 수준에 머무르고 있는데, 이는 2019년 이후 초과발급이 시행됨에 따라 초과발급 분에 해당하는 발급급액 상승효과 때문으로 추정됨. 따라서 문화누리카드의 실제 이용률은 발급대비 보다는 예산대비 이용률로 보는 것이 적정함

[그림 3-18] 문화누리카드 발급대비 이용률과 예산대비 이용률

단위: %



■ 연령대별 발급현황

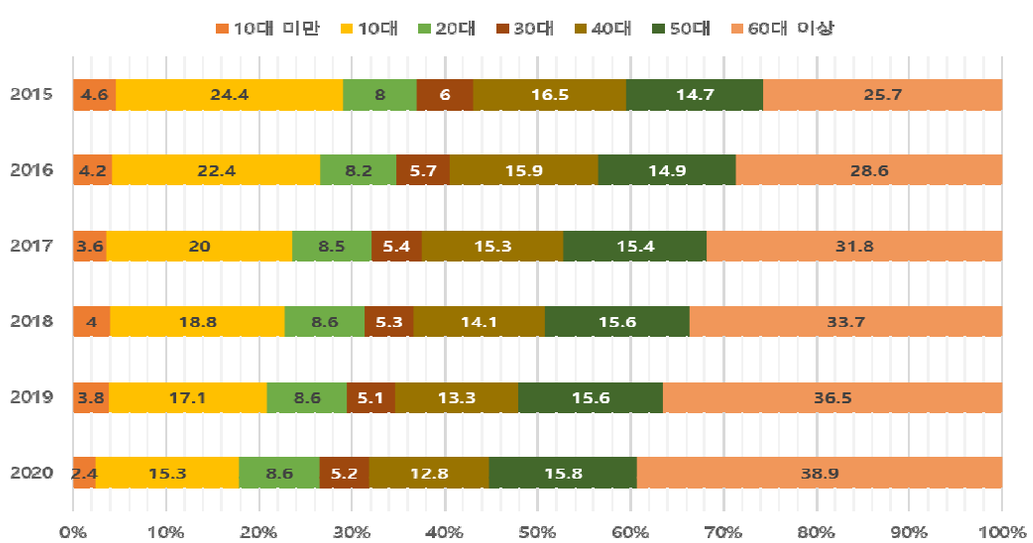
○ 연령대별 문화누리카드의 발급 매수의 경우 연령대별로 추이가 나뉘는 특징을 가짐

○ 가장 두드러지는 것은 60대 이상 연령대의 문화누리카드 발급률의 증가로 2020년의 경우 전체 대비 38.9%로 높게 나타났으며, 10대 미만과 10대의 문화누리카드 발급률이 꾸준한 하락 또한 최근 6년간 뚜렷이 나타나는 추세

- 20대와 30대의 청년층과 40대 또한 발급률이 하락세를 보이고 있으며, 50대의 경우에는 소폭 상승한 발급률을 보임
- 중장년층 및 노년층의 문화누리카드 발급률 상승이 두드러지는 추세
- 이는 상대적으로 문화 향유 소외계층으로 분류되는 고연령층의 발급이 증가하고 있음을 의미하며, 더불어 이들의 이용 활성화 방안 마련이 필요함을 의미

[그림 3-19] 연령대별 문화누리카드 발급비중[18)]

단위: 명, %



18) 2014년의 경우 가구단위발급으로 연령대별 발급자료가 존재하지 않음

■ 분야별 사용현황

○ 문화누리카드 내 문화부문 승인 건수의 비중은 2018년의 일시적 증가 외에는 꾸준히 감소하는 추세

- 문화부문 승인건수는 2015년 88.7%, 2016년 83.9%, 2017년 80.2%, 2018년 86.5%, 2019년 74.5%, 2020년 71.4%로 2018년 외에는 감소세 보이고 있음
- 2020년의 문화부문 승인건수 비중 감소에는 코로나의 영향도 있을 것으로 추정됨

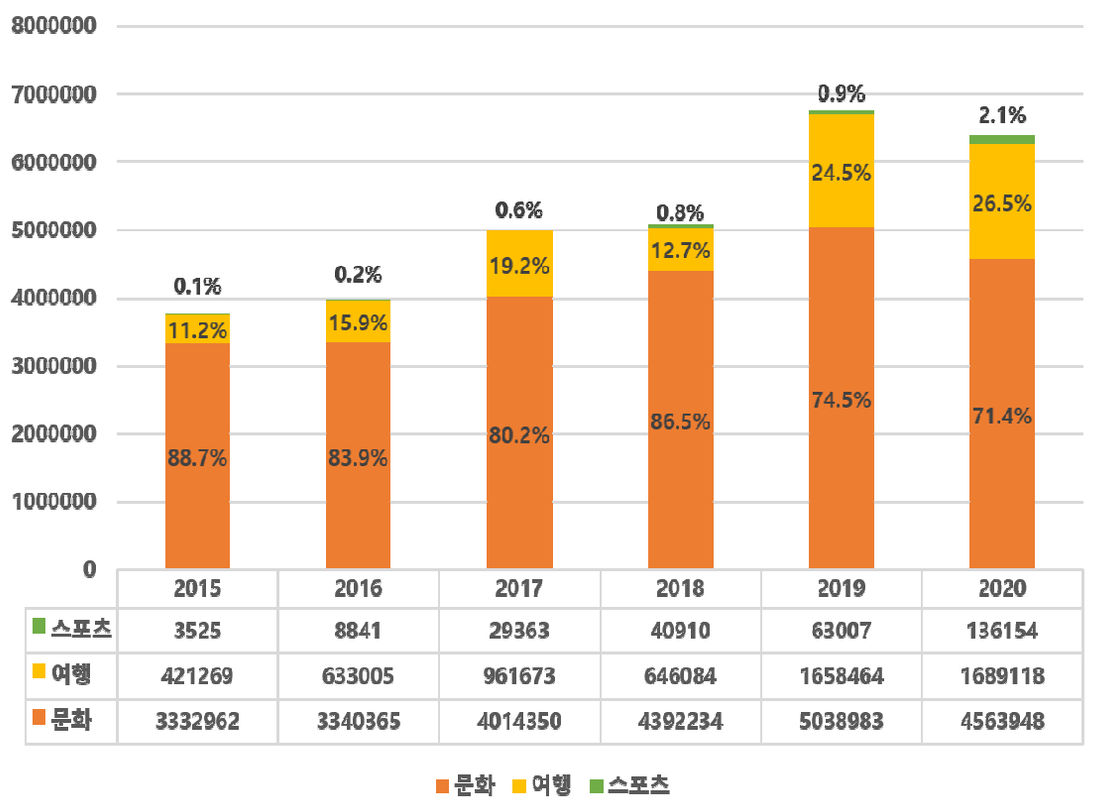
○ 여행부문 승인건수는 2015년 이후 대폭 증가하였으며 2015년 이후 6개년도 평균 여행부문 승인건수 증가률이 50%에 달함

- 2018년을 제외한 사업연도에 절대수치와 상대비중 모두 상승하였음
- 2018년까지 10%대에서 머무르던 여행부문 승인건수의 비중은 2020년에는 26.5%로 문화누리카드 전체 승인건수의 4분의 1을 차지할 정도로 성장하였음

○ 스포츠부문 승인건수 역시 2015년 이후 꾸준한 증가세를 보이고 있으며 특히 2020년에는 2019년에 비해 200% 넘게 증가하였음

[그림 3-20] 문화누리카드 분야별 승인건수 비율

단위: %



	2015	2016	2017	2018	2019	2020
스포츠	3525	8841	29363	40910	63007	136154
여행	421269	633005	961673	646084	1658464	1689118
문화	3332962	3340365	4014350	4392234	5038983	4563948

○ 문화 내 공연·전시 이용비중은 전체 이용건수의 2% 미만임

- 공연이용건수는 2014년 17,017건(0.63%), 2015년 25,441건(0.68%), 2016년 45,168건(1.13%), 2017년 85,977건(1.72%), 2018년 76,023건(1.32%), 2019년 62,380건(0.92%),

2020년 26,130건(0.41%)로 2017년 이후로 감소세에 있음

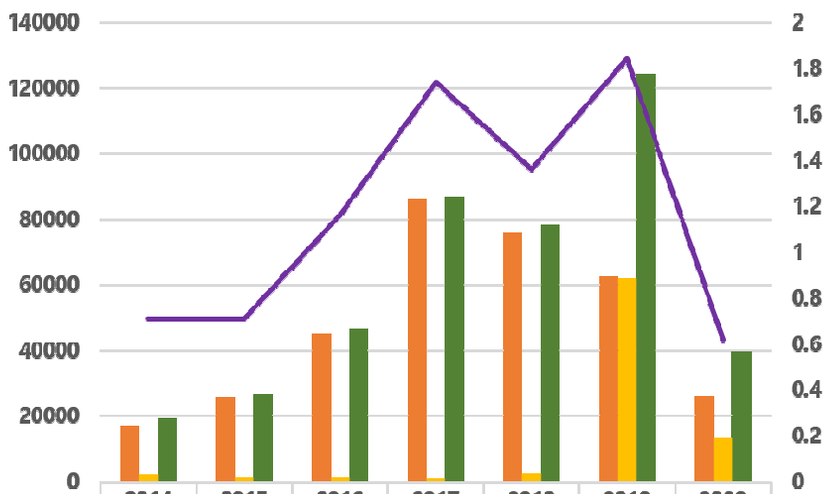
- 전시이용건수는 2014년 2,162건(0.08%), 2015년 1,151건(0.03%), 2016년 1,315건(0.03%), 2017년 1,065건(0.02%), 2018년 2,325건(0.04%), 2019년 61,990(0.92%), 2020년 13,476건(0.21%)로 전체 비중의 0%대를 벗어나지 못하고 있으며 2019년도에는 전년 대비 267% 증가하였으나 2020년 코로나로 인해 다시 감소함

○ 코로나의 영향을 받은 2020년에도 전체 이용건수는 크게 감소하지 않았는데 이는 공연, 전시, 여행, 스포츠 등의 오프라인 체험이 어려웠던 만큼 도서, 음악, 영상, TV의 비대면 문화콘텐츠 이용했기 때문인 것으로 추정됨

○ 2020년을 제외한 연도의 전체 이용건수가 꾸준히 증가하고 있음을 감안할 때, 공연·전시 이용건수의 상대비중감소와 절대수치감소는 기초문화예술에 대한 수요가 다른 분야에 비하여 사업대상자들에게 외면받고 있음을 의미하며 이에 대한 대책 마련이 필요함

[그림 3-21] 문화누리카드 공연·전시 세부결제건수 합계 및 비중[19)]

단위: 건, %



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
공연	17017	25441	45168	85977	76023	62380	26130
전시	2162	1151	1315	1065	2325	61990	13476
합계	19179	26592	46483	87042	78348	124370	39606
전체이용건수 대비 공연 및 전시 이용비중(%)	0.71	0.71	1.16	1.74	1.36	1.84	0.62

○ 통합문화이용권의 온오프라인 전체 이용금액과 이용건수는 코로나로 인해 외부활동이 위축된 2020년을 제외하고는 지속적으로 증가하고 있음

- 온라인과 오프라인 모두 이용건수와 이용금액은 성장하고 있으며, 오프라인에 비해 온라인

19) 2019년도 이전과 2020년도 이후 자료 간의 가맹점 분류기준이 상이함에 따라 정확한 비교가 어려울 수 있음

이용비중이 점차 증가

- 온라인 이용건수 2017년 5.1%, 2018년 5.5%, 2019년 5.7%, 2020년 16.0%, 온라인 이용금액 2017년 7.30%, 2018년 7.90%, 2019년 8.10%, 2020년 16.30%로 꾸준한 증가세를 보이고 있음
- 반면, 오프라인 이용건수 2017년 94.9%, 2018년 94.5%, 2019년 94.3%, 2020년 84.0%, 오프라인 이용금액 2017년 92.70%, 2018년 92.10%, 2019년 91.90%, 2020년 83.70%로 꾸준한 감소세를 보임

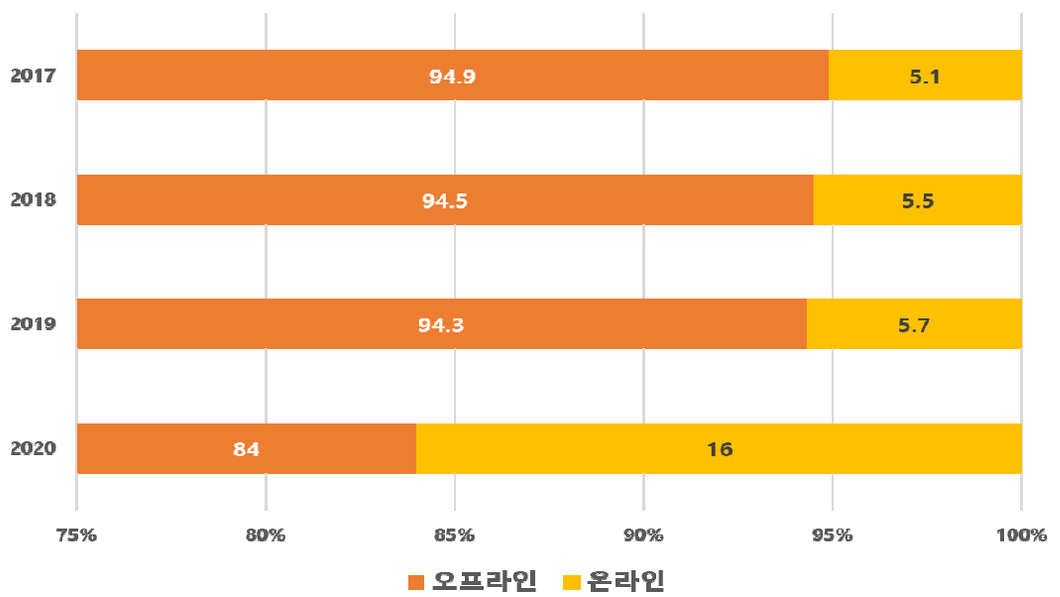
— 특히 코로나로 인해 비대면이 강조됨으로 인해 2020년의 경우 기존의 오프라인 이용금액과 이용건수의 상당 부분이 온라인 부문으로 이전되었음을 추측할 수 있음

- 온라인 이용건수가 증가한만큼 사업대상자들의 온라인 이용가능분야에 대한 검토 및 확장이 필요할 것으로 보임

— 전체 이용건수가 전년 대비 감소한 2020년의 경우 온오프라인 전체 이용금액은 오히려 증가하였는데 이는 이용자들이 온라인 이용에도 상당한 금액을 지불할 의사가 생겼다는 것을 의미함

[그림 3-22] 온오프라인 이용건수 비중

단위: %



■ **가맹점 현황**

○ 연도별 통합문화이용권(문화누리카드) 이용 가맹점 현황은 점차 줄어드는 추세에 있는 가운데, 문화 및 여행분야는 줄어들고 있는 반면, 스포츠분야는 점진적인 증가세에 있음

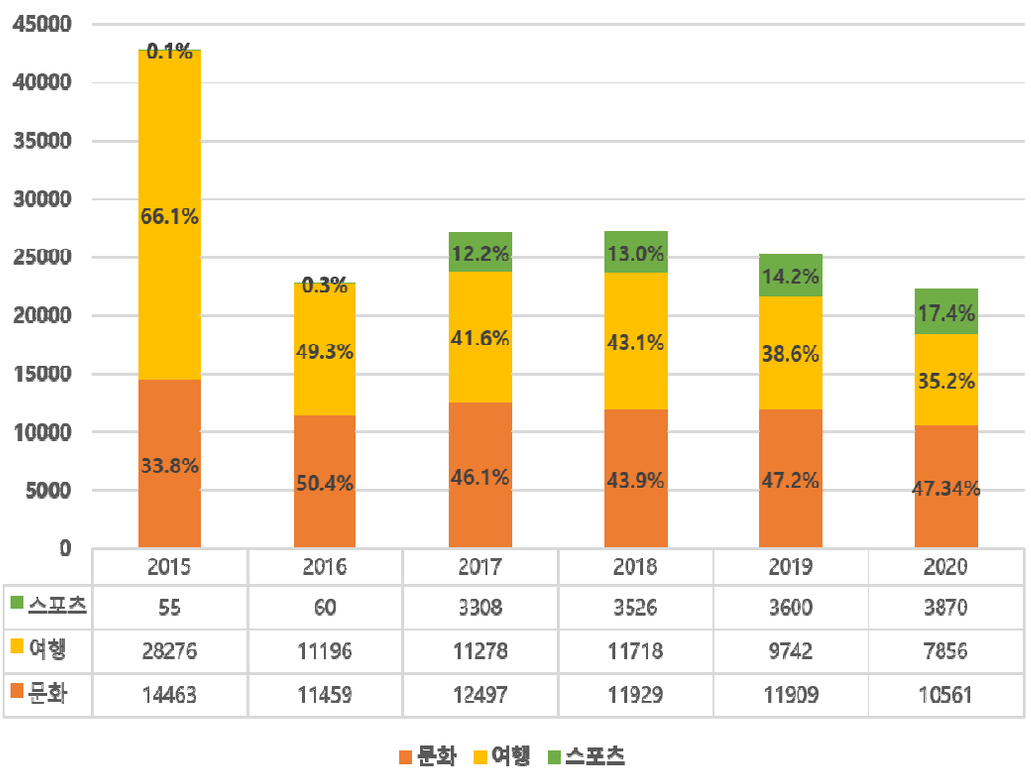
— 문화누리카드 이용분야의 다양화를 위하여 스포츠 분야 등에 대한 가맹점 확대 노력으로 최근 3년 동안 가맹점이 상당히 증가함

— 통합문화이용권으로 전환된 초기인 2015년 여행 분야 가맹점은 28.276개소로 전체의 66.1%를 차지하였으나, 이후 약 10,000개소를 유지하고 있는 수준임

- 가맹점의 수가 큰 폭으로 줄어든 이유는 가맹점 확보 초기인 2015년까지는 농협 카드사의 분류체계를 기준으로 해당 업종의 가맹점을 자동으로 문화누리카드 가맹점으로 등록되도록 하였으나, 2016년 이후는 자동등록방식을 지양하고 매년 가맹점에 대한 전수조사를 통해 기존 가맹점 중 업종 및 품목이 부적합한 경우에 일괄 해지를 실시하고 이후 신규 가맹점에 대해서는 자동등록이 아닌 사전 검토 후 수동 등록하는 등 가맹점의 체계적 관리를 실시한 결과, 기존 가맹점 중 높은 비중을 차지하는 문화 및 여행분야가 줄어 듦
- 반면, 2016년부터 이용 다양화를 위하여 기존의 스포츠관람 중심에서 운동용품을 포함한 체육 분야로 가맹점을 확대하면서 가맹점을 일괄 등록한 2017년에 급격히 증가한 이후 점진적으로 늘어나고 있음
- 스포츠분야의 가맹점 증가에도 불구하고 문화 및 여행분야를 중심으로 최근 가맹점 수가 줄어드는 현상은 이용자의 통합문화이용권(문화누리카드) 사용처가 없다는 불만을 야기하는 요인이 될 수 있다는 점에서 가맹점 확대를 강화하기 위한 노력이 필요함

[그림 3-23] 문화누리카드 이용가맹점 현황

단위: 개, %



	2015	2016	2017	2018	2019	2020
스포츠	55	60	3308	3526	3600	3870
여행	28276	11196	11278	11718	9742	7856
문화	14463	11459	12497	11929	11909	10561

■ **본인충전이용현황**

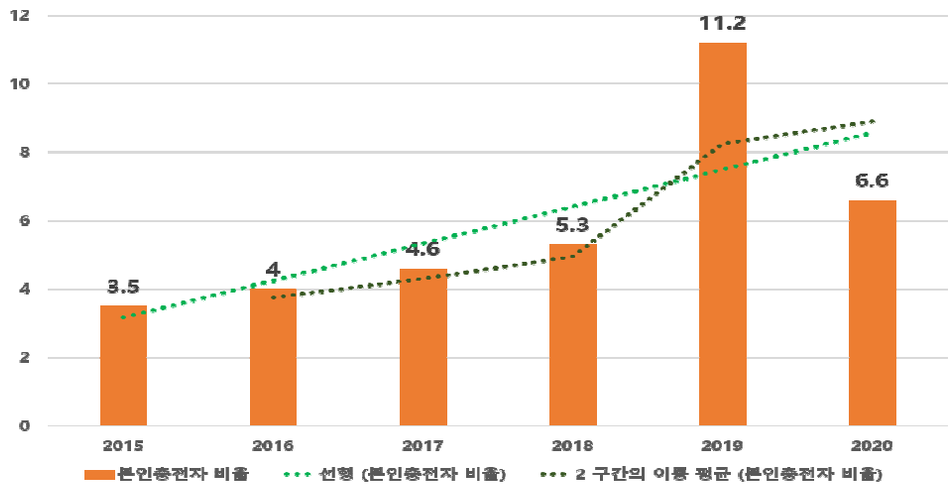
○ 전체발급자 중 본인충전을 이용하는 인원수는 코로나 사태가 일어난 2020년을 제외하고는 2015년 이래로 꾸준히 증가하였음

- 특히 2019년 본인충전자수의 폭발적인 증가가 이루어짐 (2018년 83,826명에서 2019년 182,550명으로 218% 증가)
- 본인충전금액 또한 꾸준히 증가하고 있으나 2019년의 경우 본인 충전자 1인당 충전금액이

전년도에 비해 크게 감소하였음 (2018년 37,400원에서 2019년 18,100원으로 51.6% 감소)

- 본인 충전금액 이용비율이 2015년과 2020년을 제외하고는 95%를 상회하는 것으로 보아 본인충전제가 이용자들의 문화향유에 도움이 되고있음을 추측할 수 있음

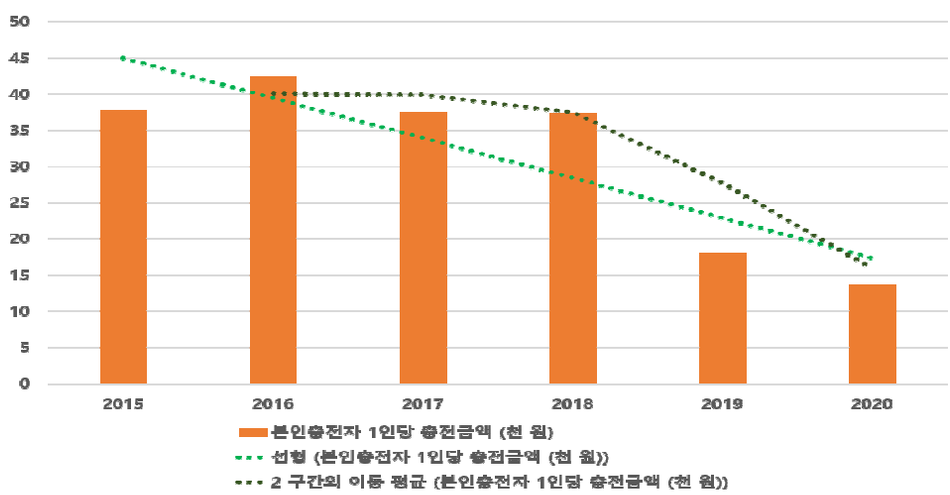
[그림 3-24] 문화누리카드 전체발급자 중 본인충전을 실시한 비율



○ 다만, 증가하는 본인충전자 비율에 비하여 1인당 충전금액은 감소세를 보이고 있음

[그림 3-25] 문화누리카드 본인충전자 1인당 충전금액

단위: 천 원



다. 만족도

■ 전체 만족도 점수

○ 통합문화이용권사업으로 전환된 2014년 이후로 매년 시행된 만족도 조사에서 2016년과 2017년을 제외한 모든 시행년도에서 목표 만족도를 상회하는 결과를 보임[20)]

20) 통합문화이용권사업이 카드사업과 기획사업으로 나뉘어 시행된 연도의 사업만족도는 통합문화이용권

○ 2014년의 종합만족도 목표점수 초과달성은 높은 카드사업 만족도에 의한 것으로, 이러한 결과는 해당연도부터 가구당 한도금액이 10만 원으로 증가하고 문화/여행/스포츠관람 간 칸막이를 제거함으로써 수혜자들이 느끼는 편익이 상대적으로 증가한 반면, 기획사업의 경우 전년도 대비 큰 변화가 이루어지지 않았기 때문으로 추측됨

○ 2017년의 상대적으로 낮은 사업만족도는 '가맹점 정보 안내 적절성(71.3점)'과 '사업 가맹점 만족도(72.2점)', '사업관계자의 도움(71.6점)' 항목에 대한 이용자의 불만족에 기인함

- 사업에서 제공하는 문화·국내여행·체육분야 가맹점에 대한 정보를 적절히 안내받았는지를 측정하는 '가맹점 정보 안내 적절성'에서 7점 척도 기준 5.28점을 받음
- 사업을 통해 제공된 문화·국내여행·체육분야 가맹점에 만족하는지를 측정하는 '사업 가맹점 만족도'에서 7점 척도 기준 5.33점을 받음
- 사업 이용 시 관계자들이 적절한 도움을 제공했는지를 측정하는 '사업 관계자의 도움'에서 7점 척도 기준 5.29점을 받음

○ 2017년의 만족도 점수를 볼 때 가맹점의 질적수준과 지원내용에 대한 정보제공이 이용자 만족도에 있어 핵심적인 역할을 수행한다는 것을 알 수 있음

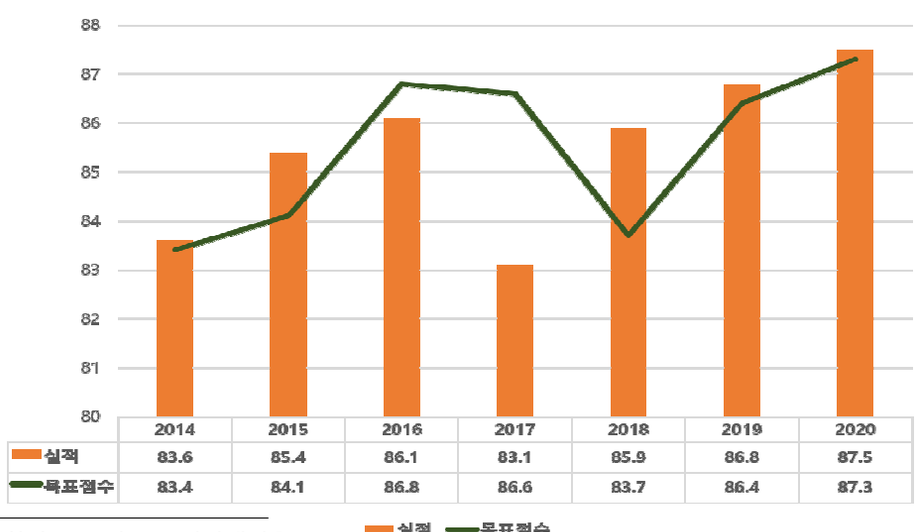
○ 2018년의 높은 만족도는 '재신청의향(95.5점)'과 '타인추천의향(88.9점)', 그리고 세부 요소 중 '카드발급 과정 만족도(83.2점)'에 기인하며 여전히 '홈페이지 가맹점 정보 만족도(67.9점)', '문화혜택 만족도(76.4점)', '스포츠 혜택 만족도(60.8점)', '여행 혜택 만족도(60.8점)' 등의 실질 사업내용에 대한 만족도는 낮은 점수를 기록함

- 2017년의 낮은 만족도 원인이었던 정보 안내 및 각 분야별 혜택이 여전히 이용자 만족수준에 도달하지 못함을 의미함

○ 2019년의 경우 이전 만족도 조사에서의 혜택 만족도에 상응하는 '문화생활에 도움(89.5점)'과 '부가적인 제도 우수(76.6점)'의 점수가 상승하여 86.8점의 높은 종합만족도 점수를 기록하였으나 여전히 정보접근성 항목에 해당하는 '궁금한 정보찾는 방법마련(68.6점)'은 낮은 점수에서 벗어나지 못해 개선이 요구됨

[그림 3-26] 연도별 만족도 목표 및 실적

단위: 점



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
실적	83.6	85.4	86.1	83.1	85.9	86.8	87.5
목표점수	83.4	84.1	86.8	86.6	83.7	86.4	87.3

사업 종합만족도 점수로 나타내었음

■ 발급의 편의성

○ 2015년 발급기간의 권역별 분리, 발급방식 변경, 제출서류의 간소화로 사업대상자들의 편의성이 상승하였음

- 전년도에는 전국, 온/오프라인 동시발급과 신청 즉시 발급 등으로 카드발급에 혼잡이 발생하였으나 2015년에는 권역별 순차발급 및 온라인 별도 발급 개시, 신청 후 7일 이내 발급으로 발급방식을 변경함
- 제출서류 역시 전년도에는 신분증 사본제출이 필수적이었으나 2015년부터는 신분증 확인으로 사본 제출을 대체함으로써 사업대상자들의 제출서류에 대한 부담을 경감하였음

■ 카드사용현황

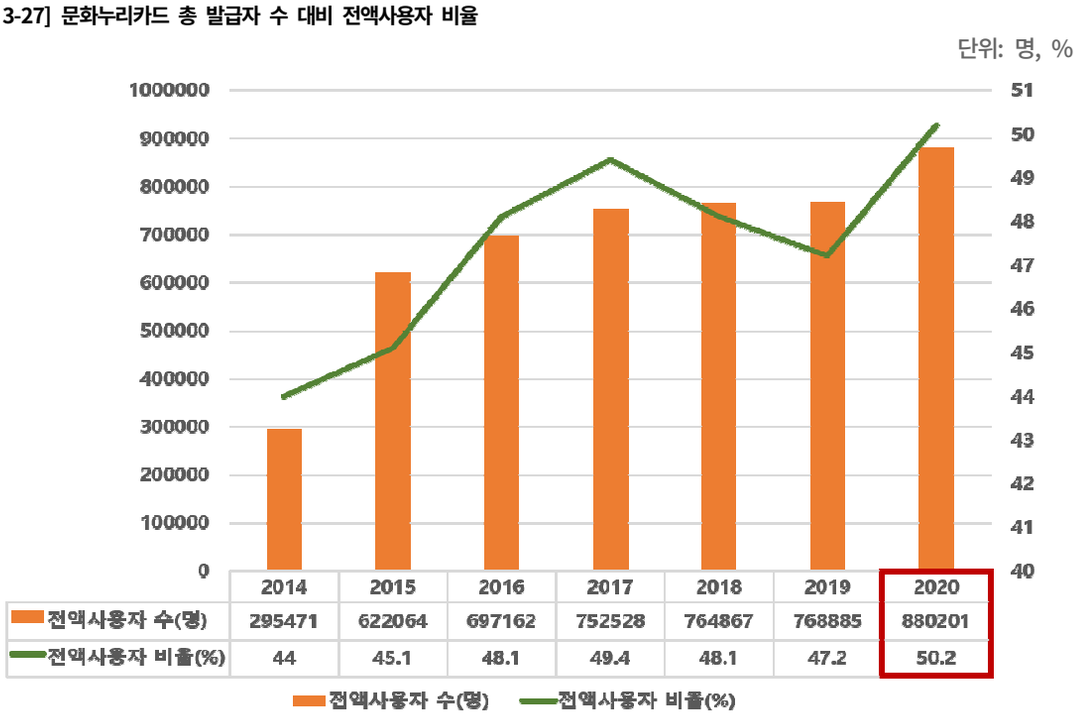
○ 2019년도 통합문화이용권(문화누리카드) 전액 사용자 비율은 47.2%로, 2015년의 45.1%에 비해 높아진 수준이며, 2016~2018년보다는 다소 하락함

- 카드예산 대비 잔액은 2015년 18,209백만 원에서 2019년 9,841백만 원으로 절반 이상 감소하였음
- 전액사용자 비율은 2020년 최초로 과반(50%)를 돌파하였음

○ 전액 미사용자 비율은 2014년과 2017년을 제외한 기간 동안 감소세를 보임

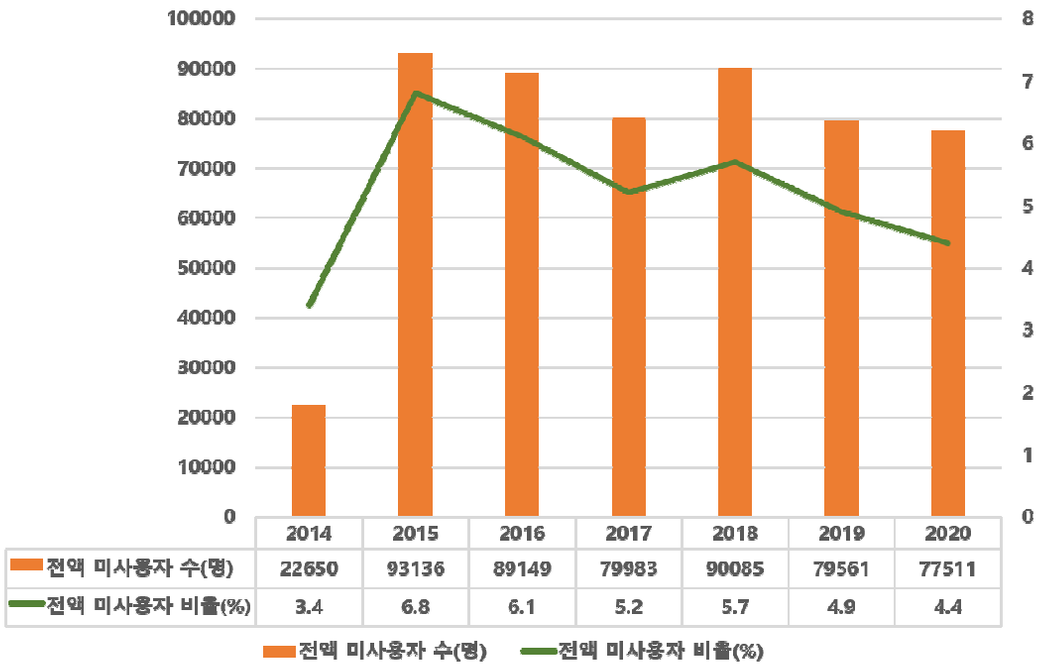
- 2014년은 가구 기준으로 지급되어 2015년 이후의 기간과 비교가 불가능함

[그림 3-27] 문화누리카드 총 발급자 수 대비 전액사용자 비율



[그림 3-28] 문화누리카드 총 발급자 수 대비 전액 미사용자 비율

단위: 명, %



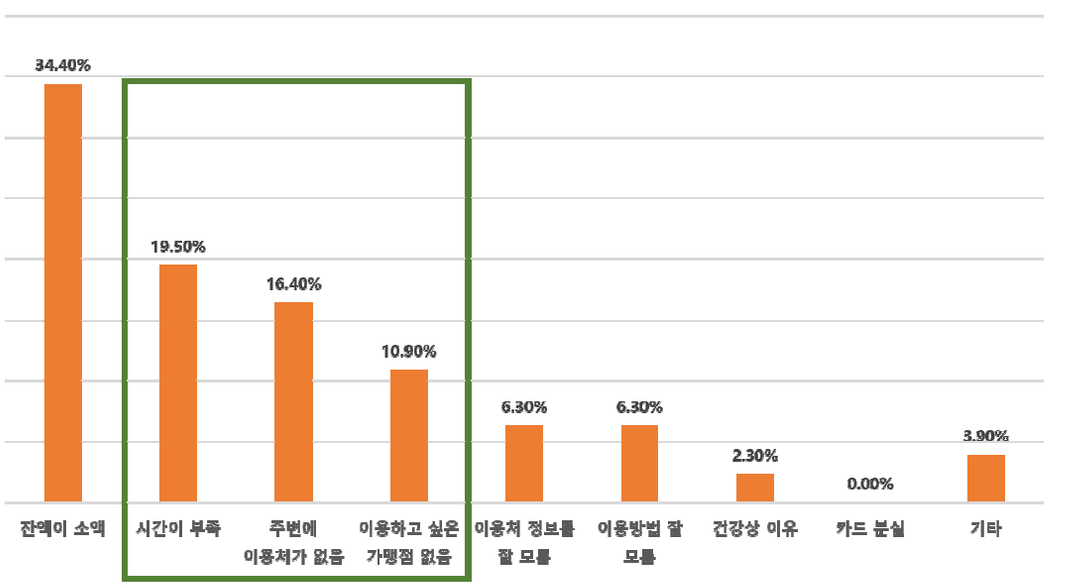
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
전액 미사용자 수(명)	22650	93136	89149	79983	90085	79561	77511
전액 미사용자 비율(%)	3.4	6.8	6.1	5.2	5.7	4.9	4.4

○ 2019년의 문화누리카드 만족도 조사에 따르면 문화누리카드 미사용이유 응답에서 가장 높은 비중을 차지한 '잔액이 소액(34.4%)' 항목을 제외하고는 가맹점 방문하기까지의 시간이 부족하거나 인근에 양질의 가맹점이 없다고 응답한 비율이 상위권을 차지하였음

- 해당 사항을 보완하면 문화누리카드의 미사용자 비율이 감소할 수 있을 것이라 추측할 수 있음

[그림 3-29] 문화누리카드 미사용이유 응답

단위: %



출처: 한국문화예술위원회(2019), 2019 통합문화이용권 이용자 만족도 조사 결과보고서

○ 2016년~2019년도 통합문화이용권(문화누리카드) 전액 미사용자는 60대 이상과 10대 이하에서 다른 연령층에 비해 높은데, 60대 이상 고연령층의 경우 발급 건수 대비 줄어들고 있는 양상을 보이고 있으나, 10대 이하는 전액 미사용자의 수가 오르내리는 변동 양상을 보임

- 따라서, 60대 이상 고연령층의 경우, 전액 미사용자의 수가 점진적으로 줄어들고 있다는 점에서 이들의 문화누리카드 사용을 활성화할 수 있는 홍보 방안을 안정적으로 유지할 필요가 있는 반면, 10대 이하의 경우, 이용 성향 분석을 통해 이용을 활성화할 수 있는 방안의 모색이 필요

○ 전액 미사용자 분포는 연도별로 살펴 보면, 2016년도 전액 미사용자의 건수 및 비율은 60대 이상에서 가장 높게 나타났으며, 그 다음이 10대 이하임

- 60대 이상과 10대 이하는 발급자 수에서 1~2순위를 다투는 연령층으로서 특히 60대 이상에서는 전액 사용자의 비율도 가장 높으면서, 전액 미사용자 수 및 비율이 가장 높음
- 10대 이하는 전액사용비율이 가장 낮은 연령층으로서 전액 미사용 역시 높게 나타남

○ 2019년 문화누리카드 만족도 조사에 따르면 지원금 상향 시 대부분의 연령대에서 영상과 도서를 가장 많이 희망하고 있는 가운데, 60대 이상은 교통수단을, 20대는 공연을, 30대를 관광지를 희망하는 비율이 상대적으로 더 높음

- 문화향유자로서의 잠재성이 큰 20대를 위한 다양한 공연기획 등이 필요함

4. 통합문화이용권사업의 파급효과

■ 파급효과 분류

○ 통합문화이용권 사업은 국민의 복리개선을 위한 공공사업의 성격으로 추진됨에 따라 시장에 의한 평가가 이루어지기 힘들기에 파생되는 외부효과를 파악하여 해당 사업이 우리 사회 전반에 미치는 영향을 파악하여야 함

- 경제적 파급효과: 생산 및 부가가치 유발효과, 고용창출효과 등 통합이용권사업에 투입된 예산 규모의 산업연관파급효과를 지역별로, 그리고 전국 단위로 추계하며, 이용권 수혜를 받지 않은 대상과의 문화비 지출 차이에 대한 유의성을 검증하여 통합문화이용권 사업이 소기의 목표를 달성했는지를 파악
- 사회적 파급효과: 다양한 수혜자의 효용 가치를 제시하여 이용권 사업이 삶의 질, 행복도와 같이 사회적으로 갖는 의미와 정책적 시사점을 도출함
  - 사회적 파급효과는 분석기준은 행정안전부에서 제시한 「국민 중심의 정부혁신을 위한 ‘사회적 가치’의 이해」의 13가지 요소를 기준으로 함
  - 행정안전부는 사회적 가치를 사회, 경제, 환경, 문화 등 모든 영역에서 공공의 이익과 공동체의 발전에 기여할 수 있는 가치라고 명시하였으며, 국민 중심의 정부 혁신을 위한 ‘사회적 가치’의 이해」에서 ‘사회적 가치’의 사회는 사회, 경제, 환경, 문화 전 분야를 포괄하는 바, 좀 더 명확한 구분을 위해 아래 사회적 파급효과에서의 사회는 관계를 중심으로 하는 미시적 수준의 사회로 정의

■ **경제적 파급효과**

○ 통합문화이용권 사업의 시행으로 새로운 직업과 업무가 생겨나고 그에 따른 사업 모델 및 프로세스의 구성, 가맹점과 국가문화기관이 활성화되는 등 사업에 직접적으로 연계되어 있는 주체에 활력을 불어넣음

- 문화소외계층의 가계 가처분 소득을 증대시키고 사회안전망 확충에 도움을 준다는 측면서어 현 정부의 경제 기조인 '소득주도성장'과도 맥을 함께함
- 코로나19로 전 세계의 경제가 역성장하고 있는 현재, 문화누리카드 사업대상자들의 문화예술 관련 소비는 해당 산업을 유지할 수 있게 하는 최소한의 원동력임

[표 3-30] 사회적 가치를 구성하는 13개 요소

사회적 가치를 구성하는 13개 요소
• 인간의 존엄성을 유지하는 기본권리로 인권의 보호 • 재난과 사고로부터 안전한 근로·생활 환경의 유지 • 건강한 생활이 가능한 보건복지의 제공 • 노동권의 보장과 근로조건의 향상 • 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합 • 대기업, 중소기업 간의 상생과 협력 • 품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출 • 지역사회 활성화와 공동체 복원 • 경제적 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌 • 윤리적 생산·유통을 포함한 기업의 사회적 책임 이행 • 환경의 지속가능성 보전 • 시민적 권리로서 민주적 의사결정 참여의 실현 • 그밖에 공동체 이익실현과 공공의 강화

출처: 행정안전부(2018), 국민 중심의 정부혁신을 위한 '사회적 가치'의 이해

○ 문화향유를 통해서 문화소비를 증진시킬 수 있다는 경험재적 특성으로 통합문화이용권을 통해 당장의 소비 진작 효과는 크지 않을 수 있으나, 시간이 지남에 따라 미래의 문화향유에 기여할 수 있음

○ 특히, 10대와 20대에서 가계 경제 기여 효과가 상대적으로 높은데, 이는 주로 학생 등 비경제활동계층의 비율이 높은 이들 연령층의 문화레저활동에 따른 가계부담을 경감시켰다고 볼 수 있음

- 10대와 20대의 경우 타 연령층에 비해 가계 경제 기여 효과가 상대적으로 높은 것으로 보아, 연령이 낮을수록 할인을 통한 문화생활로 가계 경제에 기여하고 있는 것으로 보임
- 10대와 20대는 비경제활동인구인 학생의 비중이 높아 특히 가계 경제 기여에 효과가 높은 것으로 판단됨
- 한편, 연령이 많아질수록 가계 경제 기여가 낮으며, 장애인도 비장애인에 비해 가계경제 기여 효과가 낮게 나타남

○ 2014년 통합문화이용권사업 성과보고서에 따르면 참여자의 문화·여행·스포츠에 대한 태도, 문화·여행·스포츠 교육 및 동호회 참여 의향, 삶의 질, 심리적/신체적 건강, 사회적 자본 형성에 통계적으로 유의미한 긍정적 영향을 미친 것으로 확인됨

- 통합문화이용권사업의 비용 대비 편익 비율(BC비율, BC ratio)은 2.5로 사업에 투입된 비용 대비 편익이 크게 나타나 경제적 타당성이 인정되었음

■ **사회적 파급효과**

○ 사회적 가치란 타인의 반응으로부터 사회적 자아를 향상시킬 수 있는 능력 혹은 기회에서 파생된 효용을 의미하며[21], 특별한 사회적 집단과 관련된 선택 대안으로부터 획득되어지는 지각된 효용을 의미[22]

- 기초생활수급자 등 문화소외계층이 문화누리카드를 통해서 문화향유계층이 됨으로써 발생하는 효용은 사회적 파급효과에 포함됨
- 2012년도 성과평가에 따르면 문화바우처의 문화예술활동 기여도는 2011년 88.9, 2912년 86.0으로 나타남
  - 문화예술기여도란 자신에게 미친 영향과 문화소외계층에게 미친 영향을 평균한 것으로 문화예술활동의 증가수준과 재참여 의향, 타인 추천 수준을 나타낸 지표
- 2013년도 성과평가 내 다중회귀분석에 따르면 사업참여자 집단의 문화예술 역량, 문화예술 평균 관람횟수와 의향, 문화복지 인식, 사회자본 인식, 삶의 만족도 측면의 모든 측면에서에서 비참여자 집단에 비해 유의미하게 높게 나타남
  - 문화이용권 사업 참여는 정부의 문화복지 정책사업에 대한 긍정적인 인식에 영향을 미칠뿐만 아니라 개인의 문화적 성취감(문화향유율)에도 긍정적 영향을 미침
- 2019년도 만족도 조사에 따르면 '다른 사람과의 어울림'과 '사람을 만나는 것이 부담스럽지 않음' 모두 70점 초반(100점 기준)의 효과성을 보임

○ 공연예술은 관람객 간의 상호작용, 관람객과 공연자와의 상호관계, 공연을 통하여 개인의 인식이나 품위와 같은 요소들이 사회적 가치를 창출

- 사회적 가치는 하나 또는 그 이상의 사회단체들과 연관된 결과로서 선택에 의해 획득되는 효용성으로 다른 사람들과 공유되는 상품·활동·장소의 선택에 영향을 미침

○ 아르코비전 2030의 3대 전략목표 중 2번째 목표인 문화예술 가치의 사회적 확산에도 부합함

- 통합문화이용권사업의 경우 문화소외계층에 대한 경제적 지원을 통해 문화향유의 기회를 제공함으로써 5번째 요소인 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합에 기여
- 사업대상자의 정서적 안정과 가계경제에 기여함으로써 8번째 지역사회 활성화와 공동체 복원에 도움을 주며 각 계층 간의 불화를 잠재우는 긍정적 파급효과를 발생
- 향후 원하는 이용분야 조사의 응답에서도 알 수 있듯이 사업대상자들의 높은 수준의 이용 의지, 높은 관심도 그리고 변화의지를 이끌어내는 것이 확인됨

○ 감성적 가치란 제품 혹은 용역을 구매한 경험에서 나타나는 행복감이나 즐거운 감성으로부터 얻는 효용 가치를 의미하며[23], 감성을 자극하거나 감성 상태에 영향을 끼침으로써 획득되는 지각

---

21) Sweeny. J. C & Soutar. G. N(2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. Journal of retailing.

22) 김소정·김형준(2013). 소비가치가 명품브랜드의 진품과 복제품 태도에 미치는 영향, 『소비문화연구』, 한국소비문화학회

23) Sweeny. J. C & Soutar. G. N(2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. Journal of retailing.

된 효용으로 구체적인 감성과 관련이 있거나 혹은 감성을 촉발시키거나 지속시키는 경우에 발생한다[24]. 감성적 가치는 감정들 또는 정서적인 상태를 불러일으키는 능력의 결과로서 선택에 의해 획득되는 인지된 효용성

- 이와 같은 측면에서 공연예술은 관람객에게 감성이나 감정 상태를 유발시킬 수 있도록 공감대를 형성하고, 소통할 수 있는 공연이 되어야 하기 때문에 감성적 가치는 소비가치의 핵심요소라고 할 수 있는 자원
- 2019년 통합문화이용권 이용자 만족도 조사 결과보고서에 따르면 문화누리카드의 사용에 따라 이용자들의 정서적 측면과 삶의 질 향상에 특히 효과가 높은 것으로 나타남
- '이전보다 행복하다고 생각한다'에 이용자의 86.1%가, '이전보다 생활이 활기찬 느낌이다'에 이용자의 81.3%가 긍정적으로 응답함

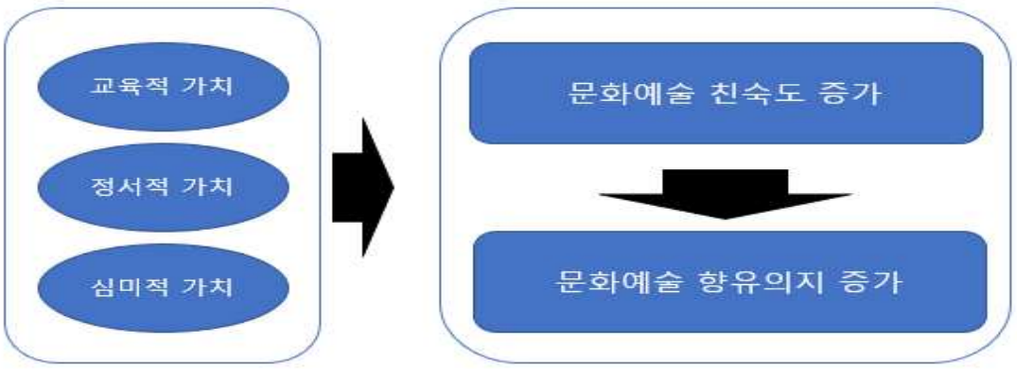
○ 또한 문화예술에 대한 긍정적 감정은 삶의 질 향상 뿐 아니라 향후 문화예술 친숙도 증가로 이어져 문화예술 생태계의 선순환을 일으킬 수 있다는 점에서 긍정적임

- 우리나라의 경우 문화예술에 대한 관심도에 비해 아동청소년기와 성인기까지 문화예술활동 지속률과 다양성은 떨어짐
- 이는 2019년 만족도 조사 보고서에서 나타난 답변에서 알 수 있듯이 비경제활동인구가 많은 10대와 20대의 경우 참고서 구입 등 교육지출과 실생활 교통비 지출 등이 높아 기초문화향유경험 기회가 다른 연령대에 비해서 떨어짐을 알 수 있음
- 유·아동기 문화예술경험이 풍부한 사람일수록 문화예술에 대한 공감능력이 증대되어 향후 성인이 되어서도 문화예술 관련활동을 지속하게 됨[25]
- 특히 2017년 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 아동·청소년기 문화예술 경험가치와 문화예술 친숙도, 향후 문화예술 향유의지와의 구조적 관계 연구에 따르면 아동·청소년기 문화예술 경험가치는 문화예술 향유의지에 긍정적인 영향을 미치며, 특히 문화예술 경험가치의 세요인(교육적, 정서적, 심미적 가치) 중 특히 경험에서 얻을 수 있은 심미적 가치가 문화예술 향유의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 학교 내에서 이루어지는 문화예술교육보다 실제 문화예술경험이 더 유의적인 효과를 나타냄을 도출할 수 있음
- 따라서 10대와 20대에 대한 통합문화이용권 지원금 증대 및 기초문화예술 경험지원은 향후 우리나라의 문화예술 자원 증대에 기여할 것으로 예상됨

24) 김소정·김형준(2013). 소비가치가 명품브랜드의 진품과 복제품 태도에 미치는 영향, 『소비문화연구』, 한국소비문화학회

25) 성도의(2012), 김윤정(2015)

[그림 3-30] 아동·청소년기 문화예술 친숙도와 향후 문화예술 향유의지



출처: 서미선(2017), 아동·청소년기 문화예술 경험가치와 문화예술 친숙도, 향후 문화예술 향유의지와의 구조적 관계

5. 성과분석 요약

■ **통합문화이용권사업 성과는 전반적으로 증가하였으며, 코로나19로 인해 이용률과 사용률이 소폭 감소한 것 외에는 만족도 상승 추세가 뚜렷하고, 사업성과도 향상되었음**

○ (만족도) 2020년 통합문화이용권사업 만족도는 87.5점으로 목표대비 0.2점을 초과 달성하였을 뿐 아니라, 전년대비 1.3점이 상승하였음

- 개인 지급 방식으로 전환된 2015년 이후 2016년과 2017년을 제외한 모든 사업연도에서 목표 만족도를 초과달성하였음

○ (발급률) 2020년 문화누리카드 발급인원은 1,752,875명으로 전년 대비 7.6%, 예산가능인원 대비 실제 발급비율은 102.5%[26]로 전년 대비 0.7%p 상승하였음

- 최근 6년간 연평균 증가율은 예산대비 발급가능인원 1.4%, 실제 발급인원 4.5%로 실제 발급인원의 증가율이 두드러짐

○ (이용률) 예산대비 이용률은 2015년도 76.9%에서 2020년 91.9%로 2020년의 소폭 감소 외에 꾸준한 상승세를 이어가고 있으며 이는 문화누리카드 초과발급으로 인한 사용금액증가에 기인하는 것으로 보임

- 2020년 발급대비 이용률은 89.7%, 예산대비 이용률은 91.9%로 각각 전년 대비 1.0%p, 0.4%p 감소하였으나 코로나19로 문화시설의 이용이 제한되었음을 감안할 때 두 이용률 모두 안정세를 이어가고 있다고 볼 수 있음
- 2020년 카드예산 대비 잔액은 8.1%로 전년 대비 0.4%p 증가하였으며 이는 코로나19로 인한 문화시설이용 제한으로 인한 것으로 추측됨

○ (잔액구간) 2015년 이후 전액미사용은 꾸준히 감소하고 있으며, 2020년에는 코로나 시국에도 불구하고 전액 미사용이 줄어 들었음

- 2020년 전액사용 비율은 50.2%로 전년 대비 3.0%p 증가, 전액미사용 비율은 4.4%로 전년 대비 0.5%p 감소하였으며 50% 이상 사용이 92.1%로 50% 미만 사용보다 압도적으로 높음

26) 2019년부터 초과발급을 시행함에 따라 실제 발급 인원은 예산대비 발급 가능 인원을 초과하였으며, 기획사업이 실시된 해의 경우에는 기획사업에 따른 발급 인원이 포함되어 있음

- 최근 6년간 전액 미사용은 2015년 6.8%, 2016년 6.1%, 2017년 5.2%, 2018년 5.7%, 2019년 4.9%, 2020년 4.4%로 꾸준히 하락하고 있어 카드발급자의 카드사용이 활성화되고 있음을 추측할 수 있음

○ (분야별 승인건수) 통합문화이용권사업 초기에는 문화 부문의 승인건수가 80% 이상을 차지하였으나 여행과 스포츠 부문의 이용 증가로 문화·여행·체육 부문 간 이용편중이 완화되고 있음

- 문화누리카드의 여행 부문 이용건수는 최근 6년간 300% 이상 증가하였음(2015년 421,269건 → 2020년 2,026,941건[27])
- 문화누리카드의 스포츠 부문 이용건수는 최근 6년간 450% 이상 증가하였음(2015년 3,525건 → 2020년 168,385건[28])

○ (가맹점) 가맹점 수는 2020년 총 22,287개로 문화 관련 가맹점 10,561개(47.34%), 여행 관련 가맹점 7,856개(35.2%), 스포츠 관련 가맹점은 3,870개(17.4%)로 전년 대비 문화 비중은 소폭 증가, 여행 부문은 감소, 스포츠 부문은 증가하였으며 전체적인 가맹점수는 2015년 이래로 감소세를 보이고 있음

- 2015년 총 42,794개였던 가맹점 수는 가맹점에 대한 관리감독이 강화됨에 따라 2016년 22,715개로 감소하였고 이후에는 2017년 27,083개, 2018년 25,251개, 2019년 25,251개, 2020년 22,287개로 2만개 내외를 유지하고 있음
- 변화하는 여가생활 트렌드를 반영하여 신규가맹점 발굴에 대한 검토가 필요함

○ (온오프라인) 2017년 이후 오프라인 이용비율은 전체 이용건수의 94% 이상, 온라인 이용비율은 5% 이상을 차지해왔으나 2020년 오프라인 이용비율이 84.0%로 대폭 하락하고 온라인 이용비율이 16.3%로 대폭 증가하였음

- 코로나 사태로 오프라인 이용건수의 온라인 이용건수에의 이전이 이루어졌음을 추측할 수 있음

○ (본인충전) 코로나19로 문화시설이용이 제한된 2020년을 제외하고는 2015년 이후 본인충전자수는 꾸준히 증가하고 있으며 전체 카드발급자 내 본인충전자 비율 또한 지속적으로 상승해왔음

- 본인충전자수는 2015년부터 2019년까지 5개년간 210% 이상 증가하였으며, 이는 전체 발급매수가 해당 기간동안 18% 성장한 것을 고려할 때 유의미한 결과임
- 본인충전에 대한 홍보 및 정보전달, 본인충전 후 할인혜택 경험 등으로 인한 것으로 추측됨

■ 문화누리카드예산의 불용액 감소를 위해서는 초과발급뿐 아니라 발급자의 카드이용률을 증가할 방법을 강구해야 함

■ 코로나19의 장기화 및 문화예술계 패러다임의 변화를 반영한 비대면 예술지원의 강화가 요구됨

○ 코로나19가 발발한 2020년 외에도 2015년에서 2019년까지 온라인 이용의 꾸준한 증가세가 두드러지고 있으므로 온라인 분야에의 지원확장이 필요함

---

27) 2020년 10월까지 수집된 2020년 여행분야 이용건수는 1,689,118건으로 해당 수치는 월평균을 곱하여 12개월을 곱하는 형식으로 추산한 추정값임

28) 2020년 10월까지 수집된 2020년 스포츠분야 이용건수는 136,154건으로 해당 수치는 월평균을 곱하여 12개월을 곱하는 형식으로 추산한 추정값임

6. 소결

■ **통합문화이용권사업의 이용자 만족도는 전반적으로 상승하고 있으나 해당 상승세에 비하여 가맹점 서비스 등에 대한 세부항목 만족도는 정체되어 있어 보완이 필요함**

■ **특히 미사용 원인에 대한 만족도 조사를 종합하여 보았을 때 적은 지원금, 정보 접근성의 부족, 인근 가맹점 부족, 가맹점에 대한 낮은 질적 만족도 등을 핵심적인 문제점으로 꼽을 수 있음**

■ **지원금의 사용비율과 본인충전 이용률이 증가하는 것을 종합하여 보았을 때 풍부한 콘텐츠, 높은 할인율 등을 통하여 이용자들의 사용유인만 높아진다면 문화누리카드 사용이 더욱 활성화될 것이라 추론할 수 있음**

○ 지원금 사용비율 증가와 본인충전 이용률 증가는 기본적으로 인지도 향상과 평균 문화예술소비지출에 못미치는 지원금으로 인하여 발생하는 현상이나 이는 또한 문화예술에 대한 이용자들의 관심이 증가하고 있음을 나타냄

○ 또한 만족도 조사에서 이용자들의 증가하는 관심을 파악할 수 있는 만큼 이를 충족시킬 수 있는 다양한 문화콘텐츠 및 할인상품 등이 필요함

■ **문화분야로만 사용처가 제한되었던 세 개 바우처(문화카드, 여행카드, 스포츠관람카드) 통합 이전과 비교할 때, 현재의 통합문화이용권은 이용자 선택의 폭이 넓어진만큼 특정 분야에 대한 이용 빈도는 낮아지는 구조로 보임**

○ 타 부문에 비하여 문화부문에 대한 이용자들이 높은 심리적 장벽과 낮은 접근성을 느끼는 이상 해당 3개 부문을 통합운영하였을 때 통합문화이용권사업이 문화예술의 발전에 크게 기여하기는 어려운 것으로 보여 이에 대한 대책이 필요하다고 사료됨

○ 3개 부문의 구분 운영 또는 할인율 증대 등을 통한 문화부문에 대한 유인을 증가시킬 필요가 있음

■ **온라인 이용비율이 증가한 만큼 온라인 이용상품 등의 준비가 필요함**

○ 온라인 이용비율이 점진적으로 증가해왔으나 코로나19로 인하여 비대면 위주의 새로운 생활양식인 ‘뉴노멀’이 도래하였으며 이용자와 콘텐츠 공급자 모두를 위하여 이에 대한 대비가 필요함

○ 통합문화이용권의 사용대상상품들이 기본적으로 ‘대면’형태를 지니고 있는 만큼 온라인 문화예술상품 등의 지원을 통한 지원상품의 확장이 필요함

제3절 문화예술의 가치

1. 공공적 가치를 지닌 재화로서 사회적 편익을 제공

가. 문화예술의 재화적 특성

■ **문화예술의 공공재적 특성**

○ 공공재란 누구나 공동으로 이용할 수 있는 재화 또는 서비스로 시장의 매커니즘에 맡겨두어서는 사람들의 효용을 최대화하는 자원 배분이 이루어지지 않으며 비배제성과 비경합성이라는 특성을 지니고 있음

○ 소비의 비배제성은 재화의 생산과 공급이 이루어지고 나면 생산비를 부담하지 않은 경제주체라고 할지라도 그 소비나 편익을 누리는 것을 배제시킬 수 없는 특성을 말함

○ 소비의 비경합성이란 누군가가 재화나 서비스에 대해 소비나 편익을 누리고 있어도 다른 사람이 동시에 그 편익을 누릴 수 있는 성격을 의미함

○ 문화예술은 사적재화의 성격과 공적재화(공공재)로서의 성격을 동시에 가지고 있는 준공공재(혼합재)의 성격을 보유

○ 모든 문화예술이 시장원리의 밖에 있는 것은 아니며 시장원리에 의해 공급되는 문화예술작품도 역시 많음

○ 그러나 문화예술을 전적으로 시장의 원리에 의해 수요 공급을 맡겨놓을 경우 비배제성과 비경합성이 제한되어 모든 사람들이 충분히 향유하지 못할 가능성이 존재

■ **준공공재와 가치재로서 문화예술의 사회적 편익**

○ 문화예술은 의무교육 서비스처럼 '수요와 무관하게 사람들이 반드시 소비해야 한다' 라고 온정적(paternalistic)판단으로 공급하는 재화인 가치재로서의 특성도 보유

○ 문화예술이 가진 준공공재와 가치재적인 성격은 문화예술에 대한 국가적 지원의 필요성을 뒷받침해주는 근거가 되고 있음

○ 저소득층에게 예술감상의 기회를 제공하는 것처럼 정부가 문화예술의 향유가 불평등한 상황에 개입하여 모두가 평등하게 문화예술을 향유할 수 있는 기회를 제공하는 것은 소득분배의 적정화에도 일정 부분 기여할 수 있음

○ 문화예술은 사회적 '수요'보다 '필요'에 의해 비용을 지출하기 때문에 다양성을 유지하는 것이 중요

○ 시장가치는 낮지만 그 이상의 가치가 있는 문화예술에 대해서 공공의 영역에서 일정 부분 지원이 가능한 방안을 모색함으로써 문화적 다양성을 유지하고 문화향유의 기회를 확대할 수 있음

나. 보몰과 보웬의 「공연예술의 경제적 딜레마」

■ **문화예술의 생산자인 공연예술 단체의 기술(technology) 분석을 통해 생산비용의 문제를 다루고 정부 지원의 필요성에 대한 함의를 제공**

○ 보몰(William.J.Baumol)과 보웬(William.G.Bowen)은 '공연예술의 경제적 딜레마(Performing Arts: The Economic Dilemma)'(1966)에서 공연예술 단체의 생산비용을 연구

○ 이를 통해 문화예술이라는 상품을 생산 공급하는 데 있어서 소요되는 '비용'의 문제를 다루고, 그것이 필연적으로 봉착할 수밖에 없는 한계를 제시

○ 50년 전이나 지금이나 하나의 작품을 연주하는 데에는 똑같은 양의 시간이 소요되며, 똑같은 수의 단원들이 필요한 것처럼 문화예술은 제조업이나 다른 부문처럼 기술혁신에 따른 생산성의 향상을 기대하기 어려운 특성을 보유

○ 연주자의 연주나 공연자의 공연 활동 그 자체가 바로 관객이나 청중이 구매하는 최종단계의 생산물로 예술가의 노동은 어떤 상품 생산의 수단이 될 수 없으며 그 자체가 하나의 목적임

○ 이러한 본질적인 특성상 기술혁신에 따른 생산성의 향상을 기대할 수 없기에 노동력의 유출을 겪거나 다른 부문과 비슷한 수준의 임금 상승이 불가피해지며 이는 생산비용의 증가를 가져옴

○ 생산비용의 지속적인 증가는 입장료처럼 문화예술 향유에 필요한 비용의 상승을 유도하며 이것은 또다시 소득수준이 낮거나 보통인 계층을 관객화시키는 데에 하나의 장벽으로 작용하여 공공재로서의 문화예술이 지니는 공평성(equity)의 추구를 위협

○ 생산비용의 상승에 비례하는 소비·향유 비용의 인상은 어렵기에 이러한 수지 격차를 해소하여 문화예술 창작자를 보호하고 저소득층 및 다수의 대중들에게 공평한 향유기회를 제공하기 위해 정부의 개입을 통한 다양한 종류의 재정보조나 지원이 필요

○ 정부의 재정지원을 공급자 쪽에 대한 것과 수요자 쪽에 대한 것으로 양분해서 볼 때, 이들의 연구는 그러한 지원이 문화예술을 공급하는 생산자 쪽에 주어져야 한다는 시사점을 제공

2. 인간 내면의 성장과 창의성 발달을 촉진

가. 예술은 인간의 내면을 성장시키는 본원적 가치를 가짐

■ **인간은 문화예술을 통해 표현하고 소통하며 이를 통해 인간으로서 성장**

○ 고대로부터 인간은 아름다움을 인식하는 존재로 자신이 보고 느낀 것을 특정한 형식으로 드러내 표현하면서 예술이라는 것을 창작해냄

○ 모든 문화 안에서 인간은 아름다움에 대해 다양한 형식을 통해 표현해 왔으며 문화예술은 인류가 축적해온 가장 높은 정신적 창조물 중 하나로 예술과 삶은 서로 분리되지 않음

○ 알타미라 동굴에서 발견된 고대 벽화는 예술이 고대에서부터 인간의 삶과 밀접한 연관성이 있음을 보여주는 동시에 '미'에 대한 가치의 공통된 흐름과 성격을 보여주는 좋은 사례임

○ 함께 생활하는 공동체 속에서 발현된 창조적 예술행위는 생활 속에 자연스럽게 녹아들게 되어 생활이 곧 문화이며 예술작품이라 할 수 있음

■ **예술작품이 주는 미적 가치는 시대를 초월하는 감동과 영감을 제공**

○ 인간의 인지체계가 발달함에 따라 '아름다움'의 이해와 표현은 각 시대 문화적 상황에 따라 다르게 나타나지만 '미'에 대한 가치는 공통된 흐름과 성격을 보이면서 아름다움을 체험하고 그 체험을 표현하는 근본적인 성격이 인간의 공통된 특성이라 할 수 있음 (한국문화예술교육진흥원(2007), 문화예술교육론 연구)

○ 예술은 시간이 흘러도 그 시대에 언제나 새로운 의미로 다가오며 후대인들에게 새로운 영감과 가치를 제공함

■ **예술창작은 그 자체로 창의력과 상상력을 발현시키고 창조적인 결과물을 만들기 위한 인간의 가장 탁월한 미적 행위임**

○ 시대의 변화에도 불구하고 예술은 인간의 창의성이 최고의 수준에서 구현되는 장소로 인식되고 있음

○ 허버트 리드에 따르면, 문화예술 활동은 인간 본성의 발현이며 시대를 초월하는 예술적 가치를 지님 (허버트 리드, 『예술의 의미』, 박용숙 역(문예출판사, 2007))

○ 위대한 예술작품은 시간이 흘렀음에도 가치를 잃어버리지 않듯이 문화예술 작품은 작품이 갖는 본연의 가치를 통해 시대를 초월하여 삶에 감동과 가치를 부여

○ 따라서 인간 내면의 새로운 감수성을 경험하고, 이를 통해 독창적인 작품을 만들며, 기존에 예상하지 못했던 깊이나 관점에서 삶의 의미나 가치를 도출해 내는 것이 문화와 예술이 가진 중요한 가치라 할 수 있음

나. 문화예술은 인간의 창의력과 상상력 발달에 기여하는 교육적 가치를 제공

■ **문화예술은 창의력과 상상력의 원천**

○ 문화예술은 창의적 사고와 과정으로 빚어낸 산물이자 인간 정신활동의 최고 결정체로서 가장 직접적으로 창조성을 인식할 수 있는 분야

○ 예술은 과학과 기술 분야와 더불어 가장 높은 창조성 수준(high creativity)에 포함되며 이 분야의 전문가들은 새롭고 독창적인 아이디어, 영감, 발명 혹은 작품을 생산해 낼 수 있는 능력을 갖춘 인재임(Vernon, 1984)

○ 특히 '창의성이 최고의 수준에서 구현되는 장소'로 예술을 통해 학습자의 창의력과 상상력을 발현시킬 수 있는 분야

○ 미국 랜드연구소(2004)에 의하면 예술이 주는 효과로 취학기 어린이의 창의적 사교력을 길러주며 언어력 향상과 학습능력 향상이 있다고 제시

○ 또한 미국국가예술기금(NEA, National Endowment for Arts)의 2012년 연구에 의하면 예술활

동 참여가 학업성취도, 직업목표, 사회참여율이라는 세 가지 측면에서 아래와 같은 주요 효과를 이끈다는 결과가 나타남

■ **문화예술은 감수성 향상, 창의성 개발, 심미성 고양, 커뮤니케이션 능력 향상 등 풍부한 교육적 가치를 보유**

○ 또한 문화예술은 학습자의 창의적 경험, 창의적 과정, 창의적 발전에 활발히 참여하고 활동할 수 있는 환경을 제공

○ 지식과 기술 중심의 현대 교육체계에서 문화예술을 통해 개인의 감수성 향상, 창의성 개발, 심미성 고양, 커뮤니케이션 능력 향상 등 개인의 능력을 계발하여 개인적 측면의 기능을 강화

○ 예술교육은 예술활동을 통해 감성을 키우고 구성적인 사고능력을 형성하게 하는 교육과정의 중요한 분야로 예술적 기능의 향상뿐만 아니라 창의성, 공감을 바탕으로 한 다양한 가치들과의 소통 및 이해, 공동체 의식을 증진시키는데 긍정적인 영향을 미침

3. 인간답고 행복한 생활과 건강한 노후를 이끄는 역할

■ **삶의 질을 향상시킴으로써 인간의 행복과 건강한 노후생활을 이끎**

○ 문화예술은 개개인의 삶의 질을 높이는 가치재(merit goods)의 기능을 보유

- 가치재란 공공의 이익에 기여한다고 판단되는 재화로 문화예술 또한 공익적 측면에서 향유나 소비가 권장되며 국가 차원에서는 대중의 예술에 대한 접근성을 높이려고 노력함
- 문화예술은 그 자체로서의 미적 가치를 지님은 물론 예술을 향유하는 사람들에게 정신적인 만족감과 행복도를 높여주는 역할을 함
- 인간 삶의 중요한 목적인 삶의 질 향상과 자아실현은 종종 행복으로 표현되며, 그 핵심에는 인간으로서의 가치와 품격과 같은 정신적인 부분이 자리 잡고 있음
- 따라서 예술을 즐긴다는 것은 단순히 경제적인 측면을 넘어 풍요로운 삶을 누리고 행복을 지향하는 것이라 할 수 있음
- 문화예술은 인간의 정신을 고양하고 가치를 키우는데 효용이 있으며 풍요로운 삶의 모델을 제시함으로써 행복한 삶을 누리기 위해서는 우리에게 필요한 부분임

○ 문화예술은 삶의 질에 대한 기준을 높이고 국민 대다수가 행복감을 느낄 수 있도록 기여함

- 행복은 경제적· 사회적 요인과 함께 문화적 요인이 함께 작용하는 정신적 감정으로, 높은 경제적 성장에도 불구하고 한국의 국가 행복지수가 낮은 이유를 소극적인 여가활동과 낮은 문화예술 소비 등 문화적인 이유에서 찾아볼 수 있음
- 인간의 삶의 질을 파악하고 판단할 수 있는 보편적인 기준으로 건강, 안전, 쾌적, 편리, 즐거움의 5가지를 들 수 있는데 이를 충족시킬 수 있어야 행복한 삶을 유지시키며 복지를 실현시킬 수 있음
- 이 가운데 ‘즐거움’은 문화예술을 통해 충족시킬 수 있는 분야로 국민 삶의 질 향상과 행복의 증진 위해서 문화예술이 반드시 필요한 부분이라 할 수 있음

- 유럽 문화예술의 중심인 프랑스의 경우 은퇴 후 여가활동을 활발하게 영위하는 사람들이 많은 것이 특징이며 어린이, 직장인을 비롯한 대부분의 시민들이 방과 후와 퇴근 후 예술 활동을 취미생활로 영위하고 있음
- 이는 대부분의 사람들에게 예술 활동이 일상적인 활동이라는 점과 시와 지자제에서 다양한 예술 분야의 교육과 향유 프로그램을 운영함으로써 경제적 부담 없이 예술을 향유하고 배울 수 있는 기회가 보장되어 있기 때문임
- 이렇듯 문화예술의 향유는 인간다운 생활을 하도록 도와주며, 이는 전반적인 삶의 질 향상으로 이어지고 나아가 행복하고 건강한 노후생활을 이끄는 역할을 함
- 스코틀랜드 정부의 사회조사에 따르면(2013) 문화 참여, 문화적 장소 방문이나 문화행사 관람은 건강과 삶의 질에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타남
- 문화적 장소나 문화행사를 관람한 이들은 그렇지 않은 사람들에 비해 60%정도 더 건강할 확률이 높게 나타났으며 문화활동 참여자는 38% 정도 더 건강할 확률이 높은 것으로 나타남

4. 인간의 몸과 마음을 치유하고 사회문제 해결에 순기능 역할을 함

■ 예술을 치유의 도구로 활용하여 질환의 극복 및 힐링과 사회문제를 해결

○ 예술치료는 정신적 장애나 질환을 가지고 있는 환자가 창작이나 향유를 통해 자신의 내면세계와 대면하고 표현함으로써 정신적 장애나 질환을 극복하는 과정을 의미

- 예술치료는 음악, 미술, 연극, 문학 등을 도구로 활용하여 인간의 심리, 정신, 정서 등의 문제점을 극복하고 치유하는 것으로 전인적 치료의 효과적인 방안으로 활용영역을 넓혀가고 있음
- 미술, 음악, 영화치료, 푸드아트테라피, 사회심리극 등과 같은 다양한 문화예술 활동을 통해 억눌린 감정을 자연스럽게 드러냄으로써 스스로 인식하고 긍정적으로 바꿀 수 있게 함

○ 예술치료는 우울증을 겪고 있는 사람들의 우울증을 완화시키는 효과가 있음이 연구결과로도 입증됨

- 우울증을 겪고 있는 중년여성들을 대상으로 주2회씩 총 20회에 걸쳐 음악치료를 실행한 연구의 결과에서 음악치료는 중년여성들의 우울증 완화와 자아 존중감을 높이는데 효과가 있는 것으로 나타남
- 음악치료를 받은 중년여성의 경우 치료를 받기 전보다 우울증이 약 5% 가량 감소하였으나 음악치료를 받지 않은 중년여성은 우울증이 거의 감소되지 않았음
- 노인환자를 대상으로 음악게임치료를 실시한 결과 노인환자의 자아존중감은 증대하였으며 우울감은 감소한 것을 볼 수 있음
- 문화예술 작품의 향유를 통해 정신적 충만감과 정서적 안정감을 느끼며 불안과 스트레스를 감소시키는 치료 효과를 얻을 수 있음
- 이처럼 예술은 스트레스 해소, 자아정체감 및 정신적 건강 증진 등 개인적 치유에 기여하고 삶의 위기, 소외 및 각종 문제 상황 등을 완화하는데 도움을 줌으로써 사회가 가진 문제를 해결

○ 청소년들의 정서적 · 심리적 안정을 위해 문화예술이 활용

- 예술은 인지적 능력, 공감과 소통기술 동기부여, 문제해결력 등의 학습과 같은 교육적 효과를 가지기도 한다.
- 사회적 문제가 되어버린 학교폭력이나 집단 따돌림의 해결방안으로 학교폭력을 초래하는 정서적 결핍과 낮은 공감 능력을 향상시킬 수 있는 청소년 정신건강 대책에 대한 해법으로 문화예술 활동이 대안으로 떠오름
- 공감훈련 집단미술치료가 학교폭력 청소년의 정서 공감 변화 및 공격성에 효과적인 영향을 미친다는 연구결과도 다수 존재
- 문화테라피나 예술치료를 활용하여 과잉행동장애(ADHD), 틱(tick)장애 등 아직 원인이 정확하게 밝혀지지 않은 정서 장애를 경험하고 있는 청소년들이 이를 극복할 수 있도록 도움을 주는 사례가 늘고 있음

○ 예술을 활용한 치료를 통해 스트레스와 우울증을 개선

- 예술은 건강한 몸(health)과 마음(wellbeing)을 가져오며, 트라우마, 우울, 고통, 장애 등에 대한 사회적/심리적 치료기제로도 작용
- 지난 20년 동안 국내외 음악·미술치료학회지를 통해 발표된 연구결과에 의하면 방사선 치료나 항암주사치료를 받는 암환자들에게 일정한 간격으로 예술치료를 시행한 결과, 정서적 스트레스 상태가 개선되고 면역 글로블린도 증가한 것으로 나타났으며 스트레스 호르몬에 해당하는 코티졸도 감소
- 뇌손상으로 인지적 기능이 떨어지는 아동을 대상으로 그룹 및 개인 작업치료를 시행한 결과, 소근육 발달과 자기표현 능력 및 감각인지 기능과 집중력 향상에 긍정적인 영향을 미침 (한국메세나협회(2012). 여름호. vol. 79.)
- 또한 40~60세 중년 여성의 대인관계와 관련한 연구를 보면, 집단미술치료 프로그램이 삶의 질과 자기 자신을 바라보는 시각에 긍정적인 영향을 미쳤으며 자존감의 향상을 확인
- 이처럼 불안한 사회와 각박한 삶 속에서 쉽게 접근할 수 있고 스스로 실행에 옮길 수 있는 손쉬운 힐링에 대한 관심이 증대하며 문화예술은 힐링을 위한 방법으로 떠오르고 있음

5. 사회적 갈등 해소와 통합에 기여

■ 문화예술은 사회적 갈등을 해결하고 다양한 사회 구성원들을 통합시키는 역할을 함

○ 문화예술은 사람과 사람을 연결시켜 주는 역할을 하며 서로를 이해하도록 돕는 의사소통의 수단임

- 다양한 문화예술을 창작하고 향유하는 과정을 통해 계층, 세대, 인종적·문화적 이질성으로부터 나타난 사회갈등을 해소하고 사회적 통합을 이루는 역할을 수행
- 또한 사람들의 정서적 교감을 이끌며 의사소통의 수단으로 활용되면서 사람과 사회의 긴장을 이완시키고 타 문화에 대한 이해력을 증진시켜 사회적 안정과 균형 상태를 유지하는데 기여함

- 계층, 세대, 인종적·문화적 이질성으로부터 나타난 여러 가지 사회갈등을 해소하고 사회적 통합을 이루는 역할을 수행
- 문화적 다양성을 매개로 향유자에게 자문화와 타문화를 비교하고 이해하게 함으로써 사회적 소통과 통합의 과정을 이끔
- 문화예술은 사회에서 주로 문화적 기능이나 경제적 기능을 하는 것으로 인식하였으나 최근에는 사회적 기능도 하는 것으로 인식하기 시작
- 사회구성원들이 함께 문화예술 활동에 참여하며 공동체 의식을 함양하게 되며 이를 통해 사회적 통합을 도모할 수 있게 됨

○ 글로벌화 및 사회의 다분화·다양화에 따라 인종, 종교, 문화적 갈등과 대립을 방지하고 문화다양성을 인정하는 문화형성이 필요
- 사회통합은 이질적이고 다양한 사람들로 이루어지는 사회 구성원이 정체성을 갖도록 통합하는 일로 정치·제도 통합과 문화통합 두 가지로 구분되기도 함
- 이전에는 문화통합이 정치·제도 통합에 종속되거나 통합문제에 있어서 부수적인 것으로 인식되어 왔으나 정치와 제도적 통합을 이루었으나 문화통합의 문제가 해결되지 않은 국가들에서는 통합 자체가 의문시되는 상황에 이르면서 문화통합의 독자성과 중요성이 제기 (문화체육관광부(2011), 문화를 통한 사회통합유형에 대한 기초연구)
- 사회통합은 경제, 사회, 문화 모든 영역에서 실현해야 할 가치로 떠오르고 있으며 사회구성원들 간 유기적 관계의 형성과 공동체적 연대감 형성이 필요
- 사회적 취약계층과 소외계층을 대상으로 문화예술 향유의 기회와 문화예술 교육의 기회를 제공함으로써 사회적 갈등을 해소하고 통합을 이루는 데 기여할 수 있음

○ 문화예술 활동의 참여를 통해 가족관계를 개선하고 공동체 화합과 공동체 의식의 증가를 경험
- 문화예술 활동과 가족관계 및 공동체 화합과의 관계에 대한 연구들(Dewey, 1916; Freysinger, 1994; 지영숙 이태진, 2001; 이근매, 2004; 이윤식 외, 2010; 김소영, 2012)에 의하면 문화예술 활동은 부모와 자녀 관계에 긍정적인 기능을 부여하며 집단활동을 통해 또래 간 소통향상과 학교 및 지역사회 내에서 공동체 의식이 증진하는 등 긍정적인 효과가 나타나는 것으로 해석됨
- 또한 문화예술 활동에 참여하며 함께 즐기고 커뮤니케이션하는 과정에서 서로의 공동체 의식을 느끼고 삶의 만족감을 느끼는 것으로 나타남
- 영국 센트럴 세실(Central and Cecil) 주거단체에서 제공하는 프로그램 사례(National Forum for Arts in Health, www.cultureandwellbeing.org.uk)를 보면, 센트럴 세실 주거공간에 거주하는 65세 이상 노인들이 다양한 내용의 예술과 문화관련 활동 참여(춤, 노래, 공예활동 참가 등)결과, 새로운 사람을 만나고 서로의 공동체 의식을 느끼고 하루하루 삶의 만족도와 행복감을 느끼게 되었다고 보고됨(한국문화관광연구원(2013))

6. 문화예술의 창작과 향유, 활용을 통한 직·간접의 경제적·산업적 효과

■ **문화예술은 지역과 국민경제에 직·간접적인 경제적 효과와 가치를 창출**

○ 생산, 부가가치, 고용 측면에서 긍정적인 파급효과를 발생

- 문화예술은 창작과 향유 과정에서 경제적인 파급효과와 부가가치를 창출하고 이러한 파급효과는 지역과 국민경제에 긍정적인 기여를 함
- 문화예술이 지역과 국민경제에 미치는 파급효과는 문화예술 시설이나 행사, 활동과 생산, 고용의 측면에서 나타나며 이러한 파급효과는 타 산업과 마찬가지로 생산유발효과, 고용유발효과, 부가가치유발효과 등으로 측정이 가능
- 일례로 서울의 경우 대학로의 공연문화 및 문화기반시설에 의한 경제적 파급효과는 2,210억 원의 직접효과와 6,144억 원의 간접효과, 5,000여명의 취업유발효과가 있는 것으로 분석됨(2010년)
- 약 6,000억 원에 이르는 간접적 효과는 대학로가 공연예술에 의해 다양한 분야에서 파생적 경제가 활성화되고 부가가치가 창출되고 있음을 보여주는 사례라 할 수 있음
- 또한 산업연구원에서 발표한 '예술의 국민경제적 위상과 고용 및 부가가치에 미치는 영향'(2013년) 보고서에서는 문화예술산업의 부가가치 유발계수가 0.827로 전산업평균(0.687)과 제조업(0.568)보다 월등히 높으며, 생산유발계수는 1.8817로 제조업(2.095)보다는 약간 낮으나 서비스산업 평균(1.664) 보다 높은 것으로 추정
- 그리고 한국문화경제학회에 의해 이뤄진 2016년 조사연구에 따르면 경기도 공연장 상주단체 활동과 지원사업이 지역에 미치는 경제적 파급효과는 약 120억 원에 이르는 것으로 파악됨

■ 타 산업과의 융합을 통해 혁신을 창출하고 경쟁력을 강화

○ 타 분야, 타 산업과 융합하여 혁신의 원천이 되고, 산업의 품격을 높이며 상품과 브랜드 가치를 제고시킴

- 문화예술은 타 산업(ICT, 제조업 등)과 만나 서로 다른 장점을 융합해 시너지 효과를 일으킬 수 있음
- 문화예술이 지닌 예술적 감성, 인문학적 관점을 타 산업에 접목하고 융합함으로써 타 산업의 혁신을 일으키는데 동력을 제공
- 문화예술과 과학기술의 융합을 통해 창의적인 아이디어를 실현시킬 수 있으며 타 산업과의 결합을 통해 혁신을 창출하고 경쟁력을 향상시킬 수 있음
- 또한 문화적 요소를 활용하는 인문융합 R&D 등 문화예술적 요소와 타산업의 융합이 증가하고 있음
- 문화예술은 타 산업과의 협업을 통해 기업과 제품의 경쟁력을 향상시키는 콜라보레이션에서부터 문화예술이 가진 예술적, 인문학적 관점의 도입으로 융합과 혁신을 확대
- 예술가와 기업이 협업하고 예술작품이 제품과 결합하여 시너지를 발휘하는 아트 콜라보레이션은 다양한 사례를 통해 이미 그 효과가 입증되고 있으며 마케팅의 한 방법으로 폭넓게 활

용되고 있음

- 또한 문화예술은 콘텐츠산업의 원천이자 기반으로 활용되며 경쟁력을 강화하는 역할을 하고 있으며 문화예술의 영향을 받은 콘텐츠산업 또한 제조업과 서비스업과 같은 타 산업에 영향을 미침

7. 소결

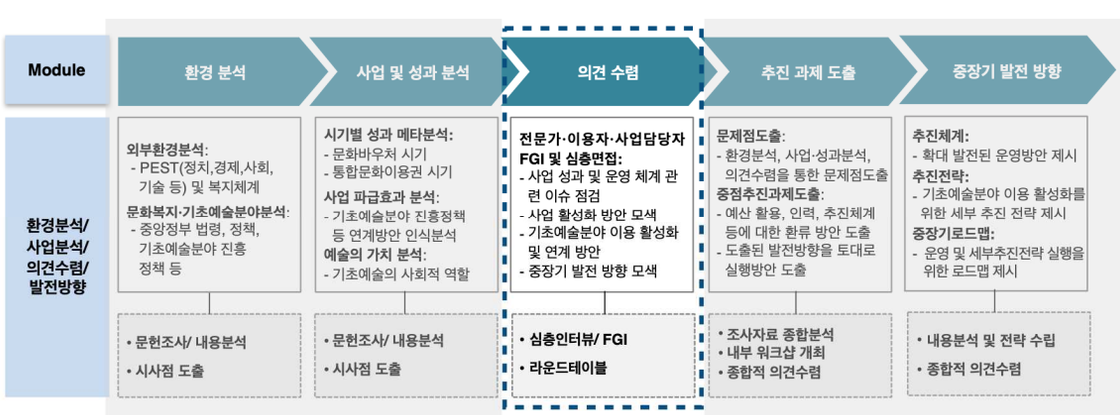
■ **통합문화이용권사업을 통해 기초예술분야가 보유하고 있는 가치가 저소득층에게 보다 긍정적이고 적극적으로 발현될 수 있도록 기초예술분야 이용 활성화 방안을 모색하고 이를 위하여 기초예술분야와 연계방안을 구축해야함**

○ 사회적으로 취약한 위치에 있는 문화누리카드 대상자들에게 다양한 가치를 지니고 있는 기초 문화예술 분야의 경험을 통해 정신적으로 건강해지고, 정서적으로 치유의 역할을 할 수 있도록 보다 적극적인 지원 방안 마련이 필요

- 문화예술은 공공의 이익에 기여하는 가치재의 성격을 보유하고 있기에 국가는 문화예술에 대한 대중 접근성을 높이기 위해 정책적인 지원을 시행하고 있음
- 문화예술은 예술 그 자체로서의 본원적 가치 이외에도 다양한 가치를 보유하고 있으며 이러한 문화예술의 가치는 문화예술 지원에 대한 필요성과 당위성을 뒷받침하고 있음
- 한편으로는 문화의 산업화가 가속화되면서 문화의 산업화를 지원하는 정책이 다각도에서 시행되고 있으며 향유자들과 시장의 관심은 이들 분야로 점점 더 집중되고 있으며 기초 문화예술 분야는 수요와 관심의 감소와 더불어 창작 영역에서 위기 상황을 맞이하고 있음
- 기초 문화예술 분야와 문화예술산업 간의 격차가 확대되고 각 분야 간 양극화가 심화되고 있는 현상을 해소하기 위해 기초 문화예술에 대한 사회적 지원의 필요성 또한 커지고 있음
- 단순한 시장가치 그 이상의 가치를 보유한 기초 문화예술에 대해서 공공의 영역에서 일정 부분 지원이 가능한 방안을 모색함으로써 문화적 다양성을 유지하고 문화향유의 기회를 확대할 수 있는 방안이 필요
- 저소득층 및 다수의 대중들에게 공평한 향유기회를 제공하기 위한 통합문화이용권 사업이 문화 향유의 다양성 증진과 더불어 기초 문화예술 분야의 활성화에도 기여할 수 있는 방안을 모색하는 것이 요구됨

제4장

의견 수렴


Module
환경 분석
사업 및 성과 분석
의견 수렴
추진 과제 도출
중장기 발전 방향
환경분석/ 사업분석/ 의견수렴/ 발전방향
외부환경분석:
- PEST(정치,경제,사회, 기술 등) 및 복지체계
문화복지·기초예술분야분석:
- 중앙정부 법령, 정책, 기초예술분야 진흥 정책 등
시기별 성과 메타분석:
- 문화바우처 시기
- 통합문화이용권 시기
사업 파급효과 분석:
- 기초예술분야 진흥정책 등 연계방안 인식분석
예술의 가치 분석:
- 기초예술의 사회적 역할
전문가·이용자·사업담당자 FGI 및 심층면접:
- 사업 성과 및 운영 체계 관련 이슈 점검
- 사업 활성화 방안 모색
- 기초예술분야 이용 활성화 및 연계 방안
- 중장기 발전 방향 모색
문제점도출:
- 환경분석, 사업·성과분석, 의견수렴을 통한 문제점도출
중점추진과제도출:
- 예산 활용, 인력, 추진체계 등에 대한 환류 방안 도출
- 도출된 발전방향을 토대로 실행방안 도출
추진체계:
- 확대 발전된 운영방안 제시
추진전략:
- 기초예술분야 이용 활성화를 위한 세부 추진 전략 제시
중장기로드맵:
- 운영 및 세부추진전략 실행을 위한 로드맵 제시
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 심층인터뷰/ FGI
• 라운드테이블
• 조사자료 종합분석
• 내부 워크샵 개최
• 종합적 의견수렴
• 내용분석 및 전략 수립
• 종합적 의견수렴

제1절 전문가 의견수렴

1. 전문가 의견수렴 개요

가. 전문위원 구성

■ 전문위원은 사업성격을 고려하여, 문화예술 및 사회복지 분야 이론, 정책, 행정, 기획, 연출 등 관련 분야에 대한 경험이 10년 이상 된 전문위원 선정을 기본으로 함

○ 세부적으로는 다양한 시각에서 의견수렴이 되도록 문화재단, 예술협회, 국공립예술단체, 민간예술단체, 문화행정, 사회복지 분야 전문가 10인으로 구성

○ 자문위원 활동 경험이 있거나 이와 유사 경험이 있는 전문가를 우선적으로 구성

○ 한국문화예술위원회와 협의를 통해 전문위원 선정

나. 기간 및 방법

■ 전문가 의견수렴은 2020년 11월 25일부터 12월 11일까지 진행

■ 전문가 집단의 참여자가 자유로이 의견을 나누면서 발생하는 집단적 역동성을 활용하여 보다 다양한 아이디어와 심층적인 의견수렴을 위해서 총 5회의 FGI를 추진함

■ 개진된 다양한 아이디어들을 심화시키고 행정적으로 실현 가능한 운영방안 모색에 관한 심도 깊은 의견수렴을 위해 문화행정 전문가와 1회의 개별 심층인터뷰를 진행

다. 중점과제

■ 기초예술분야 이용활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안 연구를 위해서 전문가 심층인터뷰를 통해 1)사업 운영체계 및 사업성과의 장점과 문제점에 관한 의견을 수렴하고, 2)제기된 문제에 대한 대안 및 사업 활성화 방안을 모색

■ 본 연구의 목적을 달성하기 위해서 1)기초예술분야 연계 방안 및 2)기초예술분야 이용 활성화 방안에 대한 구체적인 사례와 아이디어를 이끌어 내는데 중점을 둠

2. 문화재단 및 사회복지

[표 4-1] 문화재단 및 사회복지 전문가 FGI 참여자

참여자	직업/속성
이○○	전 마포문화재단 사장, 한국공연예술경영협회 부회장
소○○	의정부문화재단 본부장
정○○	숭실사이버대학교 사회복지학 교수

가. 사업성과

■ 우리나라 기초생활 수급자나 차상위계층 사람들에게는 단비와 같은 역할을 하고 있음

■ 국공기금 사업 중 공공 프로젝트 분야에서 성과가 매우 좋은 사업으로 평가됨

○ 기재부에서는 국공 기금이 들어가면 금전적으로 어떤 효과가 있는지를 밝히기를 원하는데, 이와 같은 관점에서는 금전적으로 성과가 나타나지 않기 때문에 문제가 제기 됨

○ 하지만, 취약계층이 문화 예술을 향유하게 되면 정서적으로 여유가 생기고, 의존도도 낮아지고, 삶의 질이 풍요 로와 지는 등 가시적인 시각에서 보다 더 큰 성과가 있음

○ 아동 청소년들 같은 경우 문화 예술을 향유함으로써 꿈도 생기고 직업 적성 찾는데 도움이 된다는 보고를 한 적이 있고 실제로도 그러함

■ 문화누리카드 사업의 핵심 취지의 본질에 대한 검토가 필요

○ 문화누리카드를 많이 사용하는 사람들에게 많은 혜택을 주고 가맹점을 확보해서 만족감을 높이는 방향은 좋지만 기본적으로 문화라고 하는 것은 기초예술을 기반으로 하는데, 너무 많은 혜택과 가맹점, 그리고 스포츠와 관광 분야까지 폭넓게 사용을 할 수 있게 하다 보니, 활용도는 많아지지만 카드의 핵심 취지 본질은 점점 약화되고 있다는 우려가 됨

○ 기초예술분야에 대한 관심이 낮아지는 현상은 본 사업뿐만 아니라 순수예술이 가지고 있는 시대적인 트렌드로 볼 수 있음. 삶의 형태도 변하고 관광에 대한 욕구도 많아지고 스포츠에 대한 관심도 많아지는 현대인의 라이프 스타일상, 자연스럽게 받아들여야 하는가하는 생각이 들기도 함

○ 그럼에도 불구하고 예술이 가지고 있는 힘에 파생되는 효과와 예술경험을 통해 순화되는 감정들로 인해 개개인의 삶에 행복감를 높이는 것이 무엇보다 중요하다는 원칙을 간과해서는 안 됨

■ 근본적인 문제 제기

○ 기금사업은 법정분배사업과 공익사업과 65대 35로 나눠져 있는데, 공익사업으로 진행되고 있는 문화누리카드 사업은 문화예술부분이 많았었는데, 관광과 체육이 추가되면서 문화예술 분야의 소비가 줄어드는 측면이 있음

○ 그나마 소비의 빈익빈 부익부 현상이 일어나고 있어서 대중적인 예술에만 몰리고, 비인기 장르는 혜택을 받지 못하는 상황

나. 기초예술분야 활성화가 필요한 이유

■ **기초예술 향유에 대한 긍정적인 측면**

○ 취약계층의 경우 복지관을 통해 처음으로 공연 관람을 경험하신 어르신들이 관람 후 옷차림도 달라지고, 언제 또 가냐 묻고, 복지관에서도 행동, 말투도 달라지는 등 변화한 모습을 발견할 수 있음. 기초예술의 경험은 우리 삶의 질을 향상 시킬 수 있음

○ 어린 나이부터 일상생활에서 기초예술에 관한 교육이나 전시나 공연 관람 경험이 없다보니 기초예술에 대한 욕구가 잘 안 생기게 되는데 한번 경험을 하면 추가적으로 수요가 많이 발생함

  ㅡ 실제로 문화예술을 경험한 사람들이 문화누리카드 이용 한도 소멸된 후에도 기초예술 분야에 더 추가적으로 사용하는 근거도 있었음

○ 기초예술분야 향유로 인한 분명한 성과는 취약계층들이 의존적인데 이러한 활동을 통해서 사회성도 높아지고 정신적으로도 건강해짐

○ 일반 시민들이 문화예술을 향유하는 것과 취약계층들이 문화예술을 향유하는 것은 차이가 있음

  ㅡ 실제 부가가치는 취약계층에게 훨씬 높다고 사료됨

○ 아동이나 청소년들이나 실제 문화예술을 경험하게 되면 일탈도 적어지고 미래에 대한 비젼도 생김으로 이러한 부분에 대한 부가가치도 산술화해야 함

다. 사업 활성화 방안

■ **1인당 9만원이면 부족할 것으로 판단됨. 큰 관점에서는 문화 통합 이용권에 대한 금액이 커졌으면 좋겠음**

■ **대상이 차상위 계층, 기초생활 수급자인데, 차차상위도 포함시키고, 청소년들만이라도 좀 늘리는 등 대상이 확대됐으면 함**

○ 복권기금이란 복권이 1년에 4조원 정도가 팔리는데 그 중 30프로를 취약계층을 위해 사용하게 되어있고, 취약계층의 정의는 기초수급자와 차상위이기 때문에 이 두계층을 벗어날 수가 없음

○ 문체부 재정사업 즉 국고 사업이 되면 괜찮은데, 복권사업 기금에 묶여있음으로 대상자들도 확대할 수 있고, 효과성도 높은 청소년들이나 차차상위로 대상을 확대 할 수가 없다는 한계가 있음

라. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ **문화예술위원회에서는 전시나 공연 향유 기회가 많아지기를 기대. 처음에는 이러한 효과가 있었으나, 기획사업 없어지고, 스포츠 관광으로 확대되면서 오히려 축소되었음**

■ **통합이용권 사업을 기재부 입장에서 평가를 진행하고 있는데, 기재부 입장에서 중요한 것은 취약계층들의 전반적인 삶의 질이 향상됐는가가 목표임. 문화누리 카드를 가지고 이들이 문화 감수성이 높아지는 등이 목표가 아님으로, 이러한 상황 속에서 기초예술 분야를 활성화 시킬 수**

있는 설계를 잘 해서 활용도를 높이는 방안을 고민을 해야 함

■ 매개인력 교육 사업 시행

○ 기초예술분야는 복지관이나 복지 관련 시설에서 취약계층들에게 직접 서비스를 제공하는 사회복지 인력들이 문화 예술에 관심이 있으면 오페라 음악회도 가는 등 단체로 문화 향유의 기회를 제공하는 프로그램을 진행하게 됨으로 매개인력이 굉장히 중요

○ 사회 복지 인력들이 문화예술을 잘 몰라서 가이드 역할을 잘 수행할 수 없는 상황임으로 사회복지인력에게 문화 교육시키는 사업이 필요함

■ 문화누리 카드 이용자에게 할인 혜택 제공을 제도화

○ 공연장에서 문화누리 카드로 결재한 경우가 극히 드문 실정임. 일부 공연장에서는 객석이 만석이 안 될 경우, 문화누리 카드 소지자에 한해서는 대폭 할인을 해주는 혜택을 진행하고 있기는 하지만 제도화 되어있지 않기 때문에 대부분의 공연장에서 문화누리카드를 잘 모르고 있음

○ 이러한 문제에 대한 대안으로 강제적이지는 않지만 예술 단체들의 문화누리카드에 대한 할인정책을 다소 제도화할 필요가 있음

- 장애인이나 국가유공자들이 티켓 구매하게 되면 의무적으로 50퍼센트 할인을 제공해주는데, 사회공익적인 차원에서 공공 공연장에서는 문화누리카드로 티켓을 예약할 경우 장애인 국가유공자들에 준해서 50퍼센트 정도 할인율을 적용하는 것을 제도화하면 유용할 듯함
- 공연장에서 티켓이 매진되는 경우는 흔치 않기 때문에, 50퍼센트를 할인해준다 하더라도 관람객을 유도 한다면 50퍼센트만큼 공연장으로서도 혜택이 있다고 보기 때문에 공익적인 측면에서도 제도화가 타당성 있고 검토할 만한 사항으로 사료됨
- 메르스 시기에 1+1 티켓 도입했는데, 문화누리카드로 티켓을 사면 한 장을 더 제공해준다거나, 모든 국공립 공공 공연장에서 할인 제공 50퍼센트 제공 한다고 하면, 공연에 대해 카드 소지자들이 관심을 가질 수 있음

○ 문화누리카드 혜택이 공연장 별로 적용 되는 것이 있고 안 되는 곳이 있고, 또 티켓이 대부분 고가이다 보니 가격 측면에서 제한적인 요소가 있는데, 50퍼센트 할인율 제공을 한다면 가격으로 인한 제약 요인은 완화시킬 수 있음

○ 이와 같은 할인제도는 기본적으로 모든 공연장에 적용이 되어야만 홍보 및 인식의 변화에 효과가 있음

■ 칸막이 정책

○ 수도권이나 도심지역에서 이용자를 대상으로 만원 정도는 기초예술 분야에만 사용을 하게 하는 칸막이 정책이 가능

○ 사용자 입장에서는 다소 불편할 수 있겠지만, 사용자 입장도 중요하지만 문화누리카드의 원래 취지를 봤을 때 기초예술분야 활성화를 위해서라면 규제를 하는 방법도 고려해볼 수 있음

○ 할당제 혹 쿼터제를 뒀을 때 반발에 대한 대안

- 문화체육관광부의 국고사업으로 기획된 사업이면 할당제를 만들 수도 있겠지만 기재부 입장에서는 소비자의 욕구를 우선시 할 수밖에 없는 상황임

- 바우처 사업은 소비자의 자유의지를 중시하는 제도임으로 소비자가 원하는 대로 사용할 수 있게 해야 한다는 것이 대전제임기 때문에 기초예술분야로 유도 하려면 경쟁을 통해서 유인책을 만드는 것이 큰 과제임
- 현재 9만원에서 내년에 증액되는 10만원까지는 기초 선택하게 하고, 그 이후, 증액되는 부분에 대해서는 기초예술 분야에만 사용하게 하는 방안 모색

■ **잔액 소진 이벤트**

○ 잔액이 5천원 이하면 천원이든 이천원이든 한 해가 마무리되기 전에 공공 전시관 또는 공연장 티켓 예매에 한하여 금액 상관없이 남은 잔액으로 티켓 한 장을 구입할 수 있는 이벤트 진행

■ **융합상품 개발**

○ 공연관람과 공연장 인근 식당이용을 하나의 패키지 상품으로 융합 하는 프로그램을 개발하면 소비자들의 흥미를 유발할 수 있음

■ **카드깡에 대한 대안으로 지역의 문화예술 단체 1년 회원권 프로그램**

○ 문화누리카드 지원금이 2021년 10만원으로 증액되고, 추후 추가 증액 가능할 수 있는데, 카드깡이 일어나는 분기점이 10만원 정도임으로 이와 관련 리스크 관리 방안이 모색되어야 함

○ 유사한 제도가 미국의 푸드스탬프 제도인데, 100불 넘어가면서 깡이 많이 일어남으로 금액이 높아지면 문화예술 쪽으로 소비가 높아질 것 같지만 왜곡될 가능성이 굉장히 높음

○ 이러한 문제에 대한 대안으로 지역의 문화예술 단체에게 일정 금액을 지급하고 1년 회원권을 받는 제도를 시행할 수 있음

○ 기부금 처리가 불가하고 소비자들이 공연장에서 문화누리카드 사용 시 신분증을 제시해야 하는 등 심리적으로 위축된다는 단점을 보완할 수 있는 방안도 될 수 있음

■ **기획사업을 부활**

○ 기획사업 부재로 인해 결국은 기초예술향유가 상당히 줄어들게 되었음

○ 도서산간, 복지계층 찾아가서 하는 것이 있어야 기초예술분야 소비가 이루어질 수 있고 실제로 효과도 매우 좋았는데, 금액이 늘어나면서 소비자의 선택권이 중요하다는 기재부의 강력한 의지에 의해서 이게 없어졌음으로 문화예술계에서는 기획사업 부활을 강력히 요구할 필요가 있음

○ 교육을 받지 못하고 경험해보지 못해서 기초예술 향유가 좋다는 것을 몰랐던 경우가 많음으로 실제로 한번 이용해본 사람들의 재수요가 상당히 높음

○ 기획사업을 통해 예술 체험할 수 있는 프로그램을 만들어서 문화 소외 지역 시민들과 문화 향유의 기획가 없었던 사람들을 교육하여 미래의 고객으로 성장시켜야 함

■ **매개인력 교육이 필요**

○ 취약계층과 직접 대면하는 사회복지 인력들이 문화예술을 교육시켜야 함

○ 복지시설은 차도 있고 예산도 있는데 프로그램이 부재한 실정임. 문화예술은 이러한 상황에 유용한 프로그램임으로 그들이 문화예술에 대한 이해를 가지고, 본인들의 경험을 가지고 취약계층

들이 함께 가서 향유할 수 있는 프로그램들을 많이 만들면 기초예술 분야의 이용이 증가할 수 있음

○ 지역문화진흥법에서 지역문화 매개인력을 양성하게하고 하고 있음

○ 매개인력의 자격증이나 제도를 새로 만들기보다는 현재 사회복지 인력들을 교육시키고 문화예술에 대한 경험을 쌓게 하는 것이 중요

마. 기초예술분야와 연계 방안

■ **먼저, 문화체육관광부, 예술위원회, 광역지자체 문화재단 등 운영의 주체와 관련된 문화시설들을 밀접하게 관여시켜야 함**

■ **이외에도 문화예술회관, 미술관 등의 참여를 유도하는 방법을 찾는 것이 중요. 문화예술 기관에서 문화누리 카드에 대한 관심을 갖게 하고, 문화예술단체와 연계 협력 시스템을 구축하려는 노력이 필요**

■ **한국문화예술회관연합회와 전략적 제휴를 통해서 문화누리카드 소지자들이 지방의 일선 공연장으로부터 할인 혜택을 많이 받고, 공연장을 활용할 수 있는 캠페인을 추진해 볼 수 있음**

■ **지역 예술단체의 커뮤니티 아트 회원으로 활동**

○ 요즘은 흥행성이 높은 대중공연에 대한 관심이 높고, 기초예술분야인 무용, 전통음악, 전통공연, 클래식, 성악 등은 특별한 취향이 있지 않는 한 돈을 내고 티켓을 구매하는 경우가 드문 실정임

○ 그럼으로 일회성 공연, 전시 관람보다 지역 예술단체의 커뮤니티아트 회원으로 가입을 유도하여 해당 예술단체의 공연 관람, 리허설 참여, 배우와의 대화 등 커뮤니티아트 이벤트 프로그램을 통해 예술단체의 회원으로서 역할을 부여 받음으로 예술에 대한 관심이 증폭될 수 있음

  - 이는 커뮤니티 예술 또는 생활예술 차원에서 시도해볼 수 있음
  - 1인 1예술단. 예를 들어 천안에 거주하는 사람은 천안시 무용단과 같은 단체에 만원이든 이만원이든 9만원 중에 단체에 후원금을 지급하고, 그 단체에서는 후원금을 지급한 사람에게 커뮤니티 아트 활동과 공연 관람을 하게 해줌
  - (기대효과) 후원인은 보다 친밀한 환경에서 예술을 체험함으로 관심도가 증폭되고, 기초예술단체는 지속가능한 후원 회원을 확보할 수 있음
  - 커뮤니티 아트 기획은 시대 트렌드에 부합되는 아이디어임. 복지 분야에서도 커뮤니티 케어 방향으로 가고 있고, 앞으로 예술이든 복지든 커뮤니티 자생력이 중요해질 것임

3. 예술협회

[표 4-2] 예술협회 전문가 FGI 참여자

참여자	직업/속성
김○○	한국연극프로듀서협회 자문위원 / 극단 즐거운사람들 단장
방○○	국제아동청소년연극협회 아시테지 한국본부 대표

가. 기초예술분야 전반적인 생태계와 실정에 대한 이해

■ **예술위원회의 역할로 인해 공공영역이 문화예술시장에 큰 영향을 미치고 있음**

○ 사회전반을 보면 문화예술 뿐 아니라 다른 영역에서도 공공영역이 큰 영향을 미치고 있음

■ **공연예술의 경우 과거에는 예술가가 콘텐츠 제작 및 관객개발, 마케팅까지 역할이었는데, 현재 예술가는 콘텐츠 제작만 하고 있는 실정**

○ 공연단체가 적극적으로 마케팅과 관객개발을 하지 않게 되는 환경으로 변화하면서 시장자체가 굉장히 소극적으로 변화하였음

○ 티켓판매, 구입구조가 바뀌고 있는 상황에서 난감한 문제라고 생각함

- 사회 전반적으로 기업이 마케팅을 전문적으로 하고 있는 여행, 출판 등의 분야로 고객을 빼앗길 수밖에 없는 환경임
- 고객이 흥미로운 공연이 있음을 알아야 소비하는데 그렇지 못한 구조가 이루어지고 있음
- 사업을 수행하는 중간기관 또한 기초지자체 및 광역재단 등의 구조를 보면 이러한 문제에 대한 대안을 모색할 수 있는 전문 인력이 많지 않음
- 한 분야에 정규직으로 사람을 고용하지 않고 전문성이 떨어지는 인력을 고용하고 있는데, 이와 같은 형식에 치우는 현장의 흐름이 보여서 안타까움
- 기업처럼 마케팅을 해서 이윤이 생겨야 살아남을 수 있는 구조가 아님으로 관객개발 및 마케팅이 더욱 부재한 상황이 지속되고 있는 실정임

○ 문화누리카드를 이용하면 우리에게(공연계)에 좋다는 인식이 없음. 이는 공연장이 변화한 환경에 따라 관객으로부터 선택받는 위치가 되면서, 관객 개발의 대상이 눈에 보이지 않는 구조가 원인으로 파악됨

- 지원체계에서 온 병폐도 있음. 순수예술의 경우 90%가 공공의 예산으로 콘텐츠를 제작하는 경우가 많음. 예술가는 마케팅과 거리가 멀어짐으로 문화누리카드를 가진 고객을 이해할 수 없고 홍보할 필요도 없는 환경임
- 한문연의 경우 공연을 많이 하지 않아 홍보의 필요성은 점점 줄어들고 있음. 현재 무방비상태로 진행되고 있음. 조금 더 적극적인 마케팅이 있으면 관객개발을 할 수 있을 것임
- 이러한 상황에서도 적극적으로 기초예술분야의 이용률이 높아질 수 있도록 해야 하는데, 공연은 본 사람이 또 와서 보기 때문에 먼저 사람들이 공연을 경험할 수 있도록 공연 관람문화가 정착될 때까지는 예술위원회와 기초 광역재단에서 적극적으로 홍보하고 이슈화해야 함

■ **사회성을 가져야 할 특정계층에게 문화예술이 얼마나 필요한지를 인식시키고 설득해야 할 필요가 있음**

○ 예술의 사회적 기능, 통합적 기능, 치유적 기능 등을 알려야 함

- 우리 국민들은 가지고 있는 것에 비해 행복지수가 낮음. 이러한 문제에 대한 대안으로 예술이 역할을 할 수 있음

○ 예술위원회가 중심이 되어 예술현장이 해야 할 일이고 이러한 움직임이 사회적으로 이슈화 되어

야 함. 예술이 마지막 보루라는 것을 설득해야 함

○ 의도적으로 문화누리 카드 이용률을 높이려면 카드를 가진 대상자들에게 사회적 역할을 찾아주어야 함. 스스로 자부심을 느낄 수 있게 하는 지점들을 생각하면서 접근해야 함

나. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ 이슈화하기 위해서 한국문화예술회관연합회(이하 한문연)에 문화누리카드 이용자에게 획기적인 할인 등을 제공하도록 정부지침 전달할 수 있음

○ 의무화 등 다른 장치가 필요. 강제조항 없이는 불가능해 보임

■ 가맹점이 어디인지 정보 등이 부족함. 가맹정으로 입점되어 있는데 모르고 있는 경우도 많음

○ 가맹점을 늘리는 것보다 가맹점에 대한 정보를 얻는 방법을 제공해야함. 현재 공공기관에서 정보를 알려주는 것으로 보임. 가맹점이 홍보할 수 있는 툴이 없어 보임

■ 기초예술분야 콘텐츠 부족 현상에 대한 대안

○ 콘텐츠가 부족한 것을 급하게 해결하는 방법으로 통합문화이용권에 대한 새로운 플랫폼을 만들어 공연이 있을 때마다 대학로티켓닷컴 활용 하여 콘텐츠를 업로드하고, 50%할인을 전략적으로 접근할 수도 있음

- 캠페인 차원에서 소극장협회와 예술위원회가 공동으로 할인율을 대폭 책정하고, 공연되는 콘텐츠를 온라인 등으로 홍보하는 행사를 추진

○ 예술위원회 지원 시스템 내 상주단체의 네트워크를 활용하는 방법도 하나의 예가 될 수 있음

- 상주단체는 문예회관과 파트너십으로 활동을 하는 단체이므로 사회적 역할을 위한 하나의 축으로 제도화할 수 있음

■ 아동청소년 대상 프로그램 제안

○ 혼자서 공연을 보기 힘든 차상위계층 아이들을 대상으로 단체관람 프로그램을 기획할 수 있음

- 아동청소년은 취약계층이 아니더라도 혜택을 받을 수 있도록 열어주고, 6세미만 아동 포함하는 것으로 대상자를 확대하게 되면 도움이 될듯함

○ 사랑티켓의 경우, 민법상 청소년 만 24세까지 사용이 가능했는데 다른 부분의 할인율이 높아지면서 의미가 없어져 사라졌음.

○ 대상자 범위를 넓히는데 부정사용사례가 문제인데 이를 줄일 수 있는 방도가 필요함

- 24세까지 안되더라도 고등학생까지만 이라도 열어둔다면 단체관람을 위한 학교의 선택권도 넓어질 것임
- 대상의 범위를 장애인 등 특수한 구간과 기획(고3 등), 특정 시즌이나 작품에 한해서 개방하는 방법(콘텐츠 측면)이 가능
- 극단에서 초등학교 3학년 교과와 연관된 지역사회와 관계한 예술단체가 기획해서 공연을 하는 등 수요자들이 선택하게 하되 매력도를 높일 수 있도록 특정 대상을 위해서 공연 기획을 하여 예술의 사회적 역할을 수행할 수 있음

○ 체계개선에 있어 문화일반하고 공연예술을 나눌 수 있다면 나누는 것이 좋겠음

○ 공연단체 제공 할인율

- 30%이상의 할인율을 권고하지 않음. 70-80% 할인율은 공연 질서 측면에서 다시 한 번 생각해야 할 부분이라고 봄

다. 기초예술분야 연계 방안

■ 한문연와 소극장협회와 같은 단체와 연계하여 할인을 제공

○ 한문연에게 속하지 않은 민간 네트워크는 개별 예술단체를 묶기엔 공연 시기 등에 일관성이 없어 어려움이 있음. 서울 중심이기는 하지만 하드웨어를 관점으로 본다면 소극장협회가 있음

- 두 트랙으로 진행이 가능함. 공공 분야는 한문연와 연계하고, 민간 분야는 소극장협회와 지역의 극장과 인프라를 구축

○ 소극장협회와 연계방안

- 대학로 티켓닷컴에서 올해 문화누리 카드로 이용한 관객이 작년엔 3명 정도임. 취약계층이 공연장까지 와서 공연을 볼 수 있도록 유도하기까지가 어려운 과제임
- 소극장협회에서는 광화문 KT 본사와 티켓 2,000매를 선구매해서 대학로 티켓닷컴에 있는 10개 단체를 대상으로 시범사업을 추진하였음
- 대학로, 민간소극장과 선구매 형태 등으로 진행할 수 있음. 하지만 사랑티켓 부정사용사례처럼 잘못된 사용이 있을 수 있어서 염려스러운 부분도 있음
- 현재상태에서는 기초예술분야 확대를 위해서는 단체나, 실제 관객을 모객 할 수 있는 사람들과의 연계를 찾지 않으면 어려울 것임
- 소극장협회가 홍보 등 중간역할을 하는 부분에도 한계가 있음. 대학로티켓닷컴의 콘텐츠가 그렇게 많지 않음(80개-100개)으로 대학로티켓닷컴에 등록되지 않은 대학로극단과도 연결되어야 함

■ 지역과 연계방안

○ 지역의 경우 대부분의 가맹점들이 문예예술회관이고, 민간 가맹점이 적음. 대구 지역정도만 의미 있는 민간가맹점이 있음. 지역을 위해서는 여러 트랙을 만들어야함

- 지역문화재단을 활용하는 방법이 있는데, 문화재단에 적극적으로 마케팅하려는 인력이 있는가에 대한 문제가 제기됨

○ 재단, 공공기관의 경우 티켓이 많이 팔리지 않아도 괜찮아하기 때문에 티켓판매량이 성과평가의 지표로 들어가면 가능할 듯

- 지자체 성과평가 지표에 바우처 사용량이 있긴 한데, 순수예술분야로 한정된 것은 아님

■ 공연분야 연계사업 대상

○ 소극장연합회 코로나 이후 500석미만 극장을 대상으로 사업을 운영 중임

- 문체부 등록 민간 소극장(500석미만) 490여곳임. 기초예술분야 공연장은 300개정도로 추정. 소극장연합회에서는 202개 극장을 대상으로 사업을 진행하고 있음. 예술위 지원사업의 경우 210개의 극장이 지원을 받음

- 이와 같이 소극장연합회 중심의 통계로 미루어보아 전국 기준 기초예술분야 활성화 극장은 220-230개(대학로95개 포함)정도로 추정됨
- 200개의 극장을 대상으로 시범사업을 운영하면 구체적 방안이 보일 것임

■ **연계사업은 연차별로 중장기 계획을 수립하여 진행**

○ 문예회관연합회와 소극장협회가 협업한다면 1차적으로 현재 오픈되어 있는 상품을 대상으로 사업을 추진하면서 적극적인 마케팅을 진행할 수 있음

○ 사업을 수행하게 되면 마케팅 비용이나 기본 운영 예산 등이 편성되어야 함

○ 한문연이라는 공공단체로서의 마케팅과 소극장연합회라는 민간으로서의 마케팅을 동시에 추진함으로 긍정적인 해법이 나올 수 있음

○ 문화누리카드 공연예술분야에서 이용자들의 다양한 소비가 가시화되면서 2, 3년차로 넘어가기 위한 대책을 세우고, 접근이 용이한 프로그램을 선택하여 기획 상품을 제작하는 과정으로 장기적 관점에서 5개년 동안을 시도한다면 특정 취약계층을 타깃으로 한 마케팅은 효과가 확연히 드러날 것임

■ **연말 카드 남은 잔액 소진을 위한 프로그램 구상**

○ 장수군의 경우 공공에서 대행서비스를 하고 있는 것으로 보임. 공공에서 온라인 주문 등을 통해 남은 잔액을 소진하려고 함

○ 이와 같이 협력기관이 있으면 협력기관이 공연예술단체와 연계해서 구매 대행과 같은 방법으로 진행할 수 있음

■ **기획 상품 개발**

○ 내 생애 최초의 공연과 같이 어린이들에게 공연 관람의 기회를 제공하는 등의 기획이 가능

라. 문화누리카드의 낙인효과에 대한 대안

■ **사회적 역할과 관련해 지역단체들이 문화누리카드 사업대상자에게 우호적으로 접근할 수 있게 하는 방안이 필요**

○ 민간의 영역에 있는 소극장은 (서울의 경우 극장 운영 주체와 사용주체가 다른 경우가 있지만) 지역의 경우 극장을 운영하는 주체가 콘텐츠도 생산하는 경우가 많은데, 문화누리카드 이용자들이 소비주체이면서 후원주체가 될 수 있게 하는 선순환 구조를 이끌어낼 수 있다면, 카드사용자와 후속행사도 진행할 수 있고 지역과 예술단체를 연결하는 고리가 될 수 있을 것으로 사료됨

○ 소극장연합회에서 컨트롤 타워 역할을 할 수 있음. 공간도 운영하고 콘텐츠도 만들어내는 주체의 경우 문화누리카드가 예술단체를 간접 후원하는 역할로 적용할 수 있음

4. 문화행정

[표 4-3] 문화행정 전문가 심층인터뷰 참여자

참여자	직업/속성
용ㅇㅇ	전 문화체육관광부 국장

가. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ 지원 대상 영역 확대를 위해 사각지대에 있는 특수계층을 위한 프로젝트를 추진

○ 지원 대상 영역 확대를 추진함에 있어 정책 전달이 전혀 안 되는 경우가 있는데, 이러한 문제를 해소할 수 있도록 특수 계층을 위한 사업을 시행할 수 있음

○ 최근의 흥미로운 사례로 한 대중가수가 제약회사의 지원을 받아 진행하는 NOW프로젝트가 있음

- 운영사업 대상은 환자, 노인층, 장애인, 치매어르신 등을 타깃으로 함
- 매년 타깃이 조금 바뀌지만 내용 자체는 대상자를 만나 노래를 같이 만드는 작업임
- 그들의 삶을 반영해서 노래를 만들고, 대상자들에게 직접 노래를 하게 한 후 발표회를 하는데, 사업대상자들이 매우 행복해 보였음

○ 과거의 기획사업의 문제는 단지 공연에 사람들을 데리고 와서 보게 하는 예가 많았음. 카드이용자들이 장기적 차원에서 문화 향유 계층으로 성장해가는 사업이 아니고. 단순히 공연을 관람하는 것에 머물렀음. 여기서 한 단계 더 나아가야함

- 나눔티켓과 과거의 기획사업과는 전혀 반대 성향의 사업임
- 과거의 기획사업 또는 나눔티켓과 같은 사업의 경우는 이미 문화 향유에 대한 욕구와 취향을 가지고 있는 사람들을 대상으로 함으로 욕구를 해소할 수 있는 창구를 마련해주는 방향임

○ 특수상황의 이용자를 위한 사업의 경우는 예술 향유에 대한 취향이 없거나, 정책을 전달받을 수 없는 고령자와 장애로 인한 접근이 어려운 사람, 문화 소외 지역의 거주자 등을 대상으로 함

- 이러한 특수한 상황에 처한 문화 소외계층을 위해서는 더 많은 돈과 인력을 들여서라도 향유층으로 발전할 수 있게 실질적 체험을 도와야 함
- 사각지대에서 정책을 전달받지 못하는 사람들에게는 돈을 더 많이 들여서라도 그 사람의 취향을 개발할 수 있게 도와준다면 다음단계에서는 자발적인 소비자가 될 수 있음

○ 이와 같은 사업은 예술교육진흥원과도 통합사업으로 진행 할 수 있다고 생각함

■ 반납되는 불용 예산 활용하여 사각지대에 있는 특수계층을 위한 프로젝트를 추진

- 복권기금의 목적이 불용된 예산을 아껴서 산업시설에 투자를 하는 것이 아니고 원래 지원을 하려했던 대상에게 예산이 정확하게 전달하는 것이라고 사료됨
- 3/4분기 까지 결산해서 남는 예산을 전환하던가 특별적립형태로 해서 다음연도 사업에 투입할 수 있음
- 또한 특별한 관리가 필요한 대상을 상정해놓고 그 그룹을 위한 특별사업을 진행해야 함
- 국고예산으로는 불가하지만 기금은 적립이 가능함으로 특별목적적립으로 그런 특수계층을 위

한 사업을 추진한다면 충분히 설득력이 있음

■ **문화복지 전문인력 양성사업**

○ 사회복지 관련 영역에는 전문 인력으로 구분되어 있음. 그런 차원에서 문화영역도 특화가 되어야하지 않겠냐 하는 접근이었음

- 문체부가 하는 여러 사업들이 문화체육관광에 걸쳐있는데 담당자들 선에서 정책이 왜곡, 축소, 소홀히 되는 경우가 많음. 당사자의 문제 아닌 시스템의 문제이긴 함. 다른 분야의 일을 하다가 문화행정 일을 맡게 되는 경우 있고, 일선행정에서도 짧은 주기로 인력이 교체됨. 이럴 때 전문성이 보장되는가의 문제가 생김
- 최근 지자체 안에서 전문성을 구축해가는 영역이 학예사임. 도단위는 다 배치가 되어있고 시군구 단위에서도 학예사를 배치하는 경우가 많음
- 학예사 도입 사례를 참고하면 문화복지 영역을 공무원안에 사회복지 영역정도로 도입하는 것은 가능해 보임. 예전에는 문화누리카드 사업이 그럴 정도의 규모가 되느냐는 문제제기가 있었으나 지금은 예산 규모 큰 사업이고 가능해보임

○ 문화누리카드 사업은 시군구단위로 1-2명 정도의 인원을 배치하는 것이 가능해보임. 붙박이 개념으로 한다면 전문성을 확보해줄 수 있음

- 문화예술 분야 전공자의 일자리 창출도 가능하고, 문화예술자원을 효율적으로 쓸 수 있음
- 단기적으로는 인력에 대한 예산이 조금 더 필요하겠지만 장기적으로 봤을 때는 큰 예산이 들지 않음
- 일반 행정 종사자가 학예사로 전환하여 문화행정만 전문으로 보는 사람들도 있음
- 지자체 입장에서는 긍정적으로 받아들이는 상황이고 지역에 인력 수요도 있음
- 초기도입단계에서는 현재 있는 인력을 전환 배치하는 방법이 좋음. 기존 인력은 교육을 시켜서 전문성을 취득시켜주고, 새로 채용하는 경우는 전문성 있는 인력을 채용. 성과평가를 통해 점차 확대하는 방식으로 진행한다면 좋을 것임
- 1차적으로 시군구, 2차적으로는 읍면동사무소까지 배치한다면 낭비되는 예산 없이 진행될 수 있을 것으로 사료됨
- 교육직, 교정직의 경우는 현재 따로 존재하는데 예전에는 통합행정으로 진행했었음. 점차 전문화된 형태로 바뀌어 가고 있는 추세임

○ 문제적 케이스로 문화예술교육사 사업이 있는데 2004년 법안 통과하여 제도화되된 사업임. 에듀케이터 개념으로 접근해야했는데 티쳐와 에듀케이터가 구분을 하지 않은 상태에서 교육과정만을 가지고 도입하게 되어 사업이 문제가 많은 상황이 됨

- 문화복지 사업도 자칫 이런 형태가 되면 문제가 크게 발생할 수 있음으로 신중하게 접근해야함

나. 기초예술분야와 연계 방안

■ **예술위원회를 포함해서 문체부 등 공공기관과의 연계사업 추진**

○ 현재 문화누리카드는 구매를 위한 적립금을 활용하는 카드로 사용되고 있는데 예술인카드처럼

웬만한 문화관련 프로그램에는 다 활용할 수 있도록 전반적인 문화복지카드로 사용되었으면 함

○ 정부에서 모든 종류의 보조금에 대해서 티켓 할당을 할 수 있다고 생각됨

○ 예술위에서 보조금으로만 나가는 것이 1000억원 정도로 예상되는데, 그 사업의 혜택을 받는 단체에서 문화누리카드 사용자를 대상으로 의무 할당을 할 수 있을 것임

○ 사람을 모아서 데리고 가는 것은 보조단체에게 너무 큰 부담이 될 것으로 사료됨

○ 티켓의 일정량을 할당할 수 있게(보조금을 받는 단체 한정), 국공립단체는 무조건 포함, 지자체의 협조를 받으면 대관공연을 제외하고, 제작공연의 경우 의무적으로 문화누리 사용자들에게 의무할당을 하여 카드소지자들이 언제어디서나 홈페이지에 들어가서 무료로 기초예술분야 티켓을 취득할 수 있게 함

○ 주로 예술위원회 보조사업 단체, 국공립 운영 예술단체의 경우 티켓을 할애하도록 하는 경우는 홈페이지에 어쩌다가 한 번 올라오는 경우는 대중화가 되지 않을 것이고 한 번에 다양한 공연들이 업로드 되어야함

○ 카드매출에 반영되지는 않겠지만 어떻게든 성과가 숫자로 나올 수 있음

■ 뮤지컬, 콘서트 등 인기 콘텐츠 관련

○ 사람들이 선호하는 프로그램은 예술위원회에서 지원하는 사업과는 거리가 있을 것으로 보임. 영화나 뮤지컬을 선호하는데, 뮤지컬의 경우 지원금이 부족해서 못 봄

- 보고 싶은 뮤지컬의 경우 최소 5만원부터이기 때문에 카드금액으로 볼 수 없는 경우가 허다하므로 공연사와 할인에 대한 협의가 필요함
- 일반 국민의 경우 30%할인이라면 문화누리사용자는 50% 등. 추가 할인분에 대한 것은 나라가 지불 하는 방식으로 진행할 수 있을 듯(일정금액을 정해두고)함. 모두가 보지는 않겠지만 소비 욕구가 있는 사람들은 소비할 것임

○ 보조단체가 단체단위로 보조되는 경우가 있음(상주단체) 400-500개라고 추정. 1년에 큰 공연 1-2개, 교육프로그램 등 다양한 서비스를 제공함. 제주도는 100% 무료로 진행하지만 도시의 경우 유료로 진행. 보조 조건으로 명시하면 티켓의 일정부분을 문화누리사용자에게 할당할 수 있음. 5-10%의 할당은 무리가 아닐 것으로 보임

○ 금액이 큰 부분은 할인율을 높인다는 방식으로 운영하고 문체부가 할당하는 방식으로 진행하면 효과일 수 있지만, 국가의 지원이 적기 때문에 민간 소극장의 경우 무리일 수 있음

○ 나라에서 직접적인 보조를 받는 경우 행정적으로 무리가 아니고, 보조금을 받는 단체의 입장에서도 이해할 수 있음(사회적 기여나 사업의 취지 등)

■ 메세나협회와 연계 방안

○ 성공사례로 예술 강사 지원사업이 있음. 전국 아동복지시설에 1주일에 한 번 강사를 보내줄 수 있지만 교구 등을 지원할 수 없었고, 아이들이 현장에 답사하거나 하는 등의 비용은 마련할 수 없어서 이를 위해 지역의 기업과 연계하여 부담시키자는 의도였음

- 포항의 경우 포항제철 등 거점을 마련해서 기업을 지정했고, 사업의 지속성을 위해 강사지원 외 모든 부분은 지역에서 알아서 할 수 있도록 자율권을 제공
- 포스코의 경우 사회복지 예산을 일부 투입했고, 사내 봉사동아리를 투입해 현장 인솔교사 등

의 역할을 하고, 낮시간에 회사 출퇴근버스를 활용하였음

- 아이들이 현장체험을 하기 전에 기업을 관람하는 등의 서비스를 진행함
- 국가사업이라 공신력도 있고 구체적으로 사업을 추진하는 권한은 지역에 있기 때문에 개별 기업과 지자체의 상황에 따라 다양한 프로그램이 진행되고, 지역에서 선호하는 사업이었음
- 민관단체에서 문제가 발생해서 3년정도 후 메세나협회는 그만두게 되어 현재는 지역기업에서 사업을 운영하고 있음

○ 이와 같이 메세나협회나 전경련을 활용하여 연계사업을 추진하는 방안 모색할 수 있음

- 연계 사업 추진 시 해당 단체의 내부의 상황 파악도 중요함. 당시 메세나협회는 해당 사업에 우호적이었음
- 적절한 파트너가 있다면 전경련, 상공회의소, 메세나협회 등 지역과 연결될 수 있다면 상당히 괜찮은 사업이 될 수 있음

5. 국공립 예술단체

[표 4-4] 국공립 예술단체 전문가 FGI 참여자

참여자	직업/속성
정○○	국립극단 마케팅팀장
김○○	세종문화회관 문화재원팀장

가. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ 기초예술분야 이용 시 가중치를 주는 방안

○ 공연분야에 티켓 구매를 하였을 경우 마일리지 또는 포인트를 제공하고, 쌓인 마일리지/포인트로 기초예술 분야뿐만 아니라 영화, 도서 등 타 분야에도 사용을 가능하게 함

○ 모든 프로그램 별로 차등을 두기 어렵다면, 카드사 경우 가맹점별로 포인트를 차등을 두어 지급하고 있는 것처럼 가맹점 업종별로 차등을 두어 포인트를 제공. 예를 들어, 교통수단 등은 100% 요율적용, 기초예술분야는 150% 적용

○ 만약에 당해연도 사용이 불가하다면, 1년 동안 쌓은 실적을 차년도로 이월 또는 쿠폰을 제공

■ 관객들과 접점에 있는 부분에 대한 고려

○ 이용자 관점에서의 논의도 중요하지만 관객들과 접점에 있는 가맹점 즉, 공연장, 문화예술단체에게 어떤 인센티브를 부여할 수 있는지에 대한 고민이 필요

- 국립극장의 경우, 명동에 있는 극장은 4%, 나머지 소극장은 2%로 비율을 정해서 소외계층 초청을 10년 넘게 진행해오고 있음
- 기관 입장에서는 소외계층분들이 오시는 것이 큰 도움이 안 되는 실정이고, 이분들을 위한 관객개발 또는 마케팅 활동을 구지 할 필요가 없는 상황이기 때문에 문화누리카드 이용자가 공연장에 오는 것을 귀하게 여기게 하고, 이분들이 오시면 공연장 입장에 도움이 된다는 동기 부여가 필요함

- 기초예술분야 이용활성화 방안으로는 일반적인 관객개발 프로세스와 크게 다르지 않다는 맥락에서 공연장에도 메리트를 제공해한다면, 공연장에서 자발적으로 문화누리카드 관객 유치를 위해 관객개발 프로그램 및 마케팅 활동을 적극적으로 추진할 것으로 예상됨

■ 공연 관련 예술교육 및 체험 프로그램 개발

○ 이미 기획 된 제작공연을 관람하기 이전에 예술교육 및 체험 프로그램을 먼저 경험하면서 공연관람으로 이어질 수 있는 브릿지 역할이 중요함

- 저소득층을 위한 공연을 개발하는 것도 중요하지만, 문화누리카드 이용자들이 문화인으로서 커나갈 수 있도록 교육/체험 프로그램들을 개발하여 경험하게 함으로 공연을 접해보지 못했던 분들이 관객을 성장해 갈 수 있는 단계가 필요함
- 이러한 장기적 전략으로 문화 향유를 즐길 수 있도록 성장시켜 갈 수 있는 교육 프로그램 개발을 위한 사업비 지원이 필요함
- 국립극단은 국내에서 유일하게 어린이청소년극연구소 운영하고 있음. 특히 청소년은 미래관객이라고 해서 상당히 오랫동안 개발을 진행하고 있는데 그중에 역점을 두는 프로그램은 예술교육을 통한 관객 개발임
- 관객개발 프로그램은 예술을 수업시간에 듣는 기존의 프로그램과 달리 실재 작품을 만드는 과정에 관객들이 참여를 해서 연극 놀이도 하고 직접 연극에 참여하면서 작품의 내용도 바꾸게 되는 방식의 깊이 있는 참여를 하게 되면 구지 공연 보라고 독려 안 해도 너무 보고 싶어하게 됨. 그런 씨앗들이 필요함

■ 타깃별로 세분화하여 프로그램 제공

○ 통합문화이용권 사용을 기초수급자 ‘차상위계층’이라는 넓은 범위가 아닌 연령대 별로 프로그램을 세분화하여 전략을 수립할 필요가 있음

- 예를 들어 서울시극단에서 하고 있는 시민연극교실 같은 프로그램이 공연을 한편 보여주는 것보다 더 장기적으로 도움이 많이 됨
- 세종문화회관에서는 기부자들에게 예우를 주는 프로그램 진행. 예를 들어 오페라 토스카를 한다면 기부자들에게만 미리보기 프로그램을 제공함으로 어려운 오페라에 대한 이해에 도움을 주고 특별한 대우를 받는다는 경험을 제공함

○ 이와 같이 공연 전후에 연계 프로그램을 통한 마케팅 효과를 최대화 할 수 있음

- 체험하고 교육하는 프로그램을 통해 공연에 쉽게 접근할 수 있게 함 (무용단이 직장인 점심시간에 스트레칭을 가르침)

○ 이러한 프로그램들은 문화누라카드에 적용한다면 문화에 대한 관심을 증대 시킬 수 있음

■ 문화예술의 온라인 소비에 대한 고민이 필요함

○ 네이버 온라인 프로그램 등 대중문화를 중심으로 진행하고 있어서 조심스러운 부분이 있기는 하지만, 모차르트 등 성공사례가 있음으로, 연계방안을 연구해 보아야 할 시기임

■ 문화누리카드 이용자에게 할인 제공을 권유하는 정책 시행 또는 제도 도입

○ 양질의 공연이 문화누리카드 사용자에게 저렴하게 제공될 수 있도록 하는 조항을 추가
  - 쿼터제나 인센티브를 제공
  - 현재 정책 방향에서도 사회공헌에 대한 부분이 강조되고 있는 시점에 문화누리카드 활성화 방안으로 사회공헌에 대한 문구 등을 더 잘 살려서 진행하면 해당 기관들이 홍보를 더 많이 해서 이용자 참여를 독려할 수 있음

■ **TF팀을 구축하여 기초예술분야 이용 활성화 방안을 추진**

○ 기획사업이 힘들다면 TF팀을 구축하여 기초예술분야 연계방안을 전략적으로 추진해 볼 수 있음

○ 기획사업의 단점은 일회성 사업으로 정책이 변화하면 사라질 수도 있음으로 자체적으로 잘 돌아갈 수 있도록 하는 단계까지 TF팀이 연계사업 등을 설계하고 추진

나. 기초예술분야와 연계 방안

■ **세종문화회관 '온쉼표' 프로그램과 연계방안 모색**

○ 세종문화회관 마케팅 팀에서 문화누리카드 이용자를 찾아본 결과 극히 일부라서 통계를 잡을 수 없을 정도로 낮다고 함

○ 세종문화회관에서 사회공헌프로그램과 '온쉼표' 프로그램을 합하여 연간 30여회 진행하고 있는데, 필요하다면 그 중 몇 개의 프로그램을 문화누리카드 이용자를 위한 공연으로 따로 설계해서 초대하는 방식이 가능
  - 저소득 계층일수록 순수예술 분야에 대한 문턱이 너무 높아서 공연을 잘 보러 오시지 않아서 세종문화회관의 경우 '온쉼표'(1000원 티켓)라는 프로그램을 운영
  - 저렴한 공연이라서 공연 질이 떨어진다거나 하지 않도록 '온쉼표' 프로그램을 위해 따로 공연을 기획. 거의 만석이거나 70~80%이상 매진
  - 진행되고 있는 '온쉼표' 공연에 문화누리카드 이용자들을 참여시킬 수 있음
  - 또한 기획사업의 일환으로 문화누리카드 이용자를 위한 공연 기획이 가능
  - 무료초대형식 또는 1000원으로 해서 먼저 공연 관람 경험을 늘려 나가는 것이 중요
  - 전시/공연분야 문화누리카드 사용 지출액이 늘어나지는 않지만 점차적으로 기초예술분야에 대한 관심이 증가하고 카드 사용액이 늘어갈 수 있도록 하는 중장기 전략을 수립

■ **기존에 시행되고 있는 저소득층을 위한 공연과 연계방안을 모색**

○ 각각 다른 형태이지만 공연장에서 대부분 그러한 계획들을 가지고 있을 것으로 예상되는데 그것을 어떻게 문화누라카드와 연계시키고 이용자들이 활용을 할 수 있게 하느냐가 중요
  - 지역주관처가 지역의 문화재단인데, 경기문화재단과 몇개의 문화재단을 제외하고 산하에 공연장이 없는 문화재단이 많음. 시범사업으로 각 지역문화재단 산하의 공연장부터 연계사업을 진행하면 속도감 있게 추진이 가능할 것임
  - 이로 인해 소규모 공연장이나 전시장이 소외될 우려가 있기 때문에 조심스러운 부분이 있지만, 먼저 시범 사업으로 이용자에게 접근성을 넓혀나가는 것을 시도해 보면 좋겠음

■ **매칭 펀딩 인센티브 프로그램**

○ 1장의 티켓을 단체 + 관객/기업(정부/지자체) + 공연장이 공동으로 부담하는 형식

- 단순히 할인만 제공하게 되면 공연장에 부담이 됨으로 매칭 펀딩 프로그램 기획이 필요함. 문화누리카드 이용자에게 할인혜택들 주고, 차액을 공연장과 기업 또는 정부에서 공동으로 부담하여 공연장에 메리트를 제공
- 공공기관은 괜찮지만 민간 공연장은 예산에 민감할 수밖에 없는 실정이기 때문에 이러한 매칭 펀딩 인센티브 프로그램으로 간접지원 효과를 볼 수 있고, 이로 인해 민간 예술단체는 차상위계층 또는 소외계층을 모객하기 위한 노력을 더 많이 하게 될 것임
- 메세나 협회에 예술위원회가 지원하는 예술지원 매칭 펀드가 10억에서 시작하여 지금 현재 39억까지 늘어남. 사업이 홍보가 잘 되어서 3월에 시작하면 7-8월이면 다 고갈이 됨. 시장에서는 매칭을 해주는 사업의 범위가 늘어난다면 붐이 일어나는 계기를 마련해 줄 수 있는 핵심적인 사업이 될 것임

다. 가맹점 영역 기준 검토

■ **바우처로 사용할 수 있는 가맹점 영역을 결정하는 기준점에 대한 검토가 필요**

○ 층위가 안맞는다는 느낌. 가장 이질적으로 느껴졌던 부분이 교통편 이용에 관한 부분임

- 예를 들어 케이블 TV의 경우, 이동이 힘든 어르신께서 TV를 통해 다양한 문화를 시청하실 수 있게 되기 때문에 이해가 되었으나, 교통편 이용은 문화, 체육, 관광 분야와는 좀 이질적으로 보임

○ 문화누리카드 이용자에게 제공되고 있는 가맹점들이 어떠한 기준으로 설정하는지에 대한 논의가 필요함

라. 카드 미사용으로 인한 불용 예산 10%에 대한 활용 방안

■ **카드 사용 10% 불용인 상태에서 제제를 가하는 정책을 시도해야 한다면 그에 대한 대안도 모색해야함**

○ 예를 들어 교통에 대한 부분 사용을 제한한다면 다른 부분을 활성화해서 전반적인 이용 활성화 방안을 모색해야 함

- 잔액을 자동 기부 할 수 있는 시스템 도입
- 불용예산으로 과거에 시행하다가 중지된 기획사업을 다시 추진할 수 있음

6. 민간 예술단체 공연기획

[표 4-5] 민간 예술단체 공연기획 전문가 FGI 참여자

참여자	직업/속성
조ㅇㅇ	문화예술 사회적기업 문화콩 대표
김ㅇㅇ	음악극장창작집단 톰방 팀장

가. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ 사용자에게 직접적인 혜택을 제공

○ 공연분야 사용 시 추가적으로 포인트 적립

- 다른 선택지가 많지만 기초예술분야에 사용했을 때 손해가 아니고 메리트를 얻어갈 수 있다면 이용이 활성화 될 수 있음
- 일반적인 공연단체 할인정책에서는 50%이하로 떨어지기 보다는 20~30% 선에서 진행됨으로 민간 예술단체가 문화누리카드에 30%이상의 할인 혜택 제공 시 기업 또는 정부로부터 매칭 펀드를 제공 받아서 부담을 나누어야 함

■ 문화누리카드 대상자를 위한 공연을 기획하거나 할인가격으로 관람, 선물 제공 등을 위해서는 제작지원을 받는다든가 객석을 보장해준다거나 하는 메리트가 있어야 가능함

○ 지역권별로 문화누리카드에 혜택을 제공할 수 있도록 예술인들에게 이해를 도모해서 가격에 부담을 줄여야 함

○ 복지기관에서 사람을 모아서 단체관람을 하거나, 문화누리카드 자체 기획공연을 추진

○ 찾아가는 공연에서도 보다 흥미로운 콘텐츠를 제공하여 브랜드 가치를 높이는 전략 활용을 제고

- 현재 한번 방문 비용이 150~300만원 수준인데, 공연 횟수를 줄이더라도 공연 예산을 증액시키는 방안을 검토

■ 홍보 강화

○ 기관이나 단체에 속해있는 개인은 정보를 공유받기가 유용하지만, 그렇지 못한 개인들은 문화누리카드 사용에 대한 정보를 얻기가 쉽지 않음

- 동사무소에서부터 홍보를 할 수 있는 디바이스가 있거나 홍보도구가 필요
- 돌봄 관련 기관이 많은데 요즘은 케어 로봇이 지자체를 통해서 혼자사시는 어르신 집에 장치가 되어서 생활 돌봄, 정보 제공, 학습용 유튜브 영상도 연결해주고 있음. 이와 같은 돌봄 기관 프로그램과 연계하여 문화누리카드 관련 정보도 제공할 수 있도록 하면 좋겠음
- 모바일 앱에서 알림서비스를 제공함으로 쉽게 정보를 접할 수 있도록 해야 함

○ 홈페이지 상에서 공연을 좀 더 쉽게 찾아 볼 수 있게 정리

- 문화누리카드 사이트에 공연 콘텐츠들이 나열식이 아닌 장르별로 또는 나이대별로 정리가 되면 개인의 취향에 따라 선택이 용이해질 것임

- 공연장과 전시장 위치를 한눈에 볼 수 있고, 찾아가기 쉽도록 가이드 맵을 제공

○ 유튜브 동영상과 연계를 시켜서 이용자들의 흥미를 유발

■ 매개역할을 하는 코디네이터가 필요

○ 문체부 예산 중 시민들에게 다가가는 프로젝트 예산의 경우 총액은 많고 개인과 예술단체에게 가는 예산은 너무 협소한 상황이기 때문에 공연단체는 지원금에 의지하는 부분을 줄여야 하고, 자체적으로 생존경쟁에서 살아남기 위해서 콘텐츠 가격을 제대로 인정받아야 하는 상황임

○ 또한 아직 기초예술분야에 대한 인식이 성숙되지 못한 환경임으로 정부에서는 여러 단체들과 일반 시민들의 예술에 대한 인식이 향상되고, 정상적인 가격을 지불하고 공연을 관람하는 문화가 안착되기까지 환경을 만들어 주었으면 함

○ 이러한 환경을 만들기 위해서 코디네이터를 두어서 기관/단체들과 취약계층 분들이 문화예술교육과 문화예술에 관한 전반적인 인식을 향상시키고 더 활발히 연계 활동을 할 수 있도록 다리 역할을 하면 도움이 될 것임

○ 추가로 필요한 코디네이터 비용은 일자리 창출 예산 활용 가능성 검토

■ TF팀 구성

○ 소비자 층을 연령별로, 지역별로 특수성을 고려해서 개별적으로 전략을 수립해야 함

- 단순히 제작비를 지원하는 것보다 마케팅 툴이 있어서 서로가 윈윈하는 지점에서 만나질 수 있도록 다양한 분야의 문화예술 전문가, 복지 분야에서도 세분화하여 고령층, 장애인, 어린이, 고아 등 다양한 영역의 전문가들로 구성이 되면 참신한 팀이 형성될 것임

■ 나눔 티켓 페이지가 따로 있는데, 사이트에 공연 좌석 예매 현황이 다 드러나 있어서 공연단체들이 참여하기 부담스러울 수 있음

○ 좌석현황은 인증해야 들어가서 볼 수 있게 하여 외부에 공개되지 않도록 하는 장치 마련이 필요

■ 기존의 사업담당자와 책임자들을 교육시키는 워크숍 추진. 담당자들에게 문화 향유의 기회를 제공해서 그들이 실재로 문화예술을 체험하고 좋았던 경험을 바탕으로 문화누리카드 이용자들에게 권유 할 수 있는 선순환 구조를 만들어야 함

■ 본인이 취약계층임을 드러내고 싶어 하지 않는 심리가 작용하여 영업이 어려움. 특히 공연장에 와서 확인해야하는 부분이 너무 많아서 공연장에서 문화누리카드 사용을 꺼려하는 분들이 많음. 확인 절차나 결재 등의 간소함이 필요

■ 다른 카드 또는 일반 카드와 연계해서 사용할 수 있는 시스템 구축의 가능성 검토

나. 기초예술분야와 연계 방안

■ 방방곡곡 사업은 객석의 15%를 소외계층에게 무료로 초청하게 되어있는데 문화누리카드와 연

계하는 방안을 모색

■ **과거에는 문화누리카드 예산으로 단체관람이 가능했음. 개인카드로 돌아서면서 기획사 입장에서는 홍보 방안이 부재하여 문화누리카드 고객 유치가 힘들게 됨**

○ 과거에는 사전에 고객을 확보하고 공연을 기획하는 과정에서 사랑티켓과 문화누리카드 단체관람이 베이스를 잡아주고 있었음

- 하지만 요즘은 힘들게 되어서 개인, 복지관, 유치원, 학교를 통해 문화누리카드 사용자 유치를 시도하였으나 사용자 수 파악이 불가하였음
- 지역에서는 문화누리카드 단체관람 예산이 컸었는데, 영업이 힘들다보니 어느 순간부터는 문화누리카드 단체관람 유치를 배제하게 되었고 자율적으로 와주기를 기다리는 분위기가 되었음
- 공연장도 요즘 제작 지원을 받기가 힘들어졌고, 찾아가는 공연에 지원을 받거나 초청되어서 가는 공연이 70% 이상 되었고, 자체 기획을 못하게 된지도 오래되었음. 자체 기획을 해도 문화누리카드 객석을 담보로 기획을 할 수 없는 상황임
- 이마저도 힘들어서 공연기획을 안하게 되고, 오히려 신나는 예술여행, 방방곡곡과 같은 프로그램에 지속적으로 컨택을 하게 되는 실정임

■ **외부 단체와 연계방안 사례로 MBC 문화사랑티켓이 있음**

○ 뮤지컬 공연도 지역에서는 만원이상이면 집객이 잘 안됨. 하여 고등학교의 상황을 보니 7000~8000원 선이면 단체 관람이 가능한 것으로 판단

○ MBC 문화사랑티켓은 15000원 티켓을 학생들에게 7000원만 받고 학교에서 8000원 내주고 공연 전 20분 동안 대학교 입시설명회를 할 수 있는 시간을 제공. 대학교에서 학생들에게 프로모션을 위해 증정품도 가지고 옴. 학생들은 공연 전 20분정도 광고를 보게 되는 형식임

- 고등학교와 대학교 양측 모두 만족도가 높았고, 3년간 굉장히 호응이 좋아서 900석 공연을 연간 5회 진행하였음

■ **기업과 연계방안 사례**

○ 공연 티켓에서 40% 기업이 보존해주고, 개인이 60%의 가격으로 티켓을 구매해서 관람하게 하는 프로그램인데 호응이 꽤 좋았음. 2000만원 한정 수량을 시민들에게 판매하였음

- 하지만 공연 시장에서 할인율이 증폭되면서 50%할인을 해도 사람들이 공연을 잘 안보는 상황임으로 기초예술분야에서 야기되고 있는 근본적인 문제들에 대한 탐구가 필요함

■ **메세나 협회와 연계방안**

○ 중소기업 1대1 매칭 펀드에서 1000만원을 지원하면 협회기금으로 1000만원을 매칭해서 지원해주는 사업에 '매칭티켓'이라는 새로운 카테고리를 추가하는 방안

- 문화누리카드 이용자에게 50%할인을 제공하고 나머지 50%는 기업에서 제공하거나, 문화누리카드 이용자에게 70%할인을 제공하고, 기업과 공연장이 35%씩 부담

○ 메세나 협회에서 지원해주는 공연은 유료보다는 무료가 더 많음. 메세나 협회에서 지원 받은 모

든 공연에 문화누리카드 이용자에게 제공될 수 있도록 연계

■ **사랑의 열매 공동모금회와 연계방안**

○ 사랑의 열매 공동모금회가 직접 기부를 못하는 기업들로부터 모금을 받아서 수혜자들에게 생필품을 주거나 문화 관람을 시키는데, 사이트에 굉장히 많은 무료공연이 있음. 그냥 무료로 가는 것이 아니라 문화누리카드와 연계해서 양쪽이 다 부담이 안 생기는 방안을 고려해 보면 좋겠음

○ 사회적 기업 또는 혼합형으로 등록 된 예술단체들은 사회 공헌을 위해 취약계층에게 20%의 좌석을 제공해야하는데 이러한 공연장과 연계가 가능

- 공연장 분위기를 살리기 위해서 눈물을 머금고 남는 좌석을 취약계층을 대상으로 무료 티켓을 제공하는데 이런 공연장들과 연계
- 이러한 경우, 공동모금회의 경우는 취약계층과 네트워킹이 되어 있고, 또 적극적으로 홍보도 해주기 때문에 공동모금회를 찾게 됨

○ 공동모금회처럼 좋은 공연을 매칭해주고 공연장/기획사들이 남는 객석 또는 사회공헌을 위한 무료/특별할인 제공 시 문화누리카드가 활용될 수 있도록 연계방안 모색

■ **티켓 플렛폼과 제휴하여 모든 기초예술분야 티켓 결제단계에서 프로모션 제공**

○ 공연별로 따로 할인혜택을 제공하는 것이 아닌, 문화누리카드로 결제 시 쿠폰처럼 금액이 할인되는 제도를 도입한다면 사용자도 선택할 수 있는 콘텐츠 수가 많아지고 접근성도 용이하게 됨

○ IT 차원에서 카드 결제 시스템을 업그레이드하여 기존의 플렛폼들과 연동되게 한다면 구지 개별 기초예술분야 단체들과 연결되지 않더라고 이미 플렛폼에 입점되어 있는 모든 단체들의 콘텐츠에 혜택을 제공해줄 수 있게 됨

○ 문화상품권같은 경우도 결제단계가 복잡해서 안 받겠다는 업체들이 있는데, 문화누리카드도 비슷한 상황임

- 문화누리카드 결제 프로세스가 번거롭고 또한 할인에 대한 폭이 크기 때문에 부담스러운 상황임으로 공연장에게 메리트가 있어야 해당 시스템을 모두가 다 구비를 할 것임

○ 모든 공연에 혜택을 받을 수 있다는 것을 소비자에게 알리는 것도 중요

제2절 사업담당자 및 이용자 의견수렴

1. 사업담당자 및 이용자 의견수렴 개요

가. 심층인터뷰 대상 구성

■ 사업담당자 심층인터뷰 대상은 사업성격을 고려하면서 지역의 특성이 반영되고 다양한 시각의 의견수렴을 위해 기초예술분야가 인프라가 비교적 잘 구축되어있는 서울과 수도권 지역의 시단위 문화재단 2개소, 기초예술분야에 대한 인프라가 그에 비해 잘 구축되어있지 않은 지역의 도단위 문화재단 및 지자체 3개소로 선정

■ 본 연구의 목적에 부합하는 문화누리카드 이용자 의견수렴을 위해 기초예술분야 이용을 많이 하고 있는 수기 공모자와 나눔티켓 이용자 5인으로 구성

나. 기간 및 방법

■ 사업담당자 및 이용자 의견수렴은 2020년 11월 18일부터 2021년 12월 11일까지 진행

■ 기초예술분야 인프라가 형성된 지역 사업담당자 의견수렴은 집단의 참여자가 자유로이 의견을 나누면서 발생하는 집단적 역동성을 활용하여 보다 다양하고 심층적인 정보 수집을 위해서 서울문화재단 사업담당자 3인과 인천문화재단은 사업담당자 3인과 FGI를 진행

■ 재주문화재단 1인, 강원도청 1인, 충청남도청 1인의 사업담당자들과는 지역별 특성 및 차이성을 감안하여 개별 심층인터뷰를 진행

■ 기초예술분야 이용자 및 나눔티켓 이용자 5인과 개별 심층인터뷰를 진행

다. 중점과제

■ 사업담당자

○ 기초예술분야 이용활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안 연구를 위한 사업 담당자 심층인터뷰에서는 1)사업 운영체계 및 사업성과의 장점과 문제점에 관한 의견을 수렴하고, 2)제기된 문제에 대한 대안 및 사업 활성화 방안을 모색해보고, 3)기초예술분야 연계 방안 및 4)기초예술분야 이용 활성화 방안 중점을 둠

■ **문화누리카드 기초예술분야 이용자**

○ 본 연구의 목적을 달성하기 위해서 1)문화누리카드 기초예술분야 및 나눔티켓 이용 후 변화 등 긍정적인 효과에 관한 경험, 2)공연, 전시 분야 이용시 문제점, 3)사업 활성화 방안, 3)기초예술분야 연계 방안 2)기초예술분야 이용 활성화 방안에 관한 의견을 수렴

2. 시단위 문화재단

[표 4-6] 시단위 문화재단 사업담당자 FGI 참여자

참여자	직업/속성
김ㅇㅇ	서울문화재단 지역문화팀 팀장
조ㅇㅇ	서울문화재단 지역문화팀 주임
김ㅇㅇ	서울문화재단 지역문화팀 주임
태ㅇㅇ	인천문화재단 생활문화팀 부장
안ㅇㅇ	인천문화재단 생활문화팀 대리
남ㅇㅇ	인천문화재단 생활문화팀 대리

가. 담당 업무 관련

■ **현재 지역 주관처에서는 가맹점 발굴 및 관리에 초점을 맞춰서 업무를 진행하고 있음**

○ 가맹점을 발굴하는 단계에서 문화누리카드가 갖고 있는 브랜드파워가 적고 가맹점에게 줄 수 있는 혜택이 없다는 한계가 있음

○ 가맹점을 발굴하고 관리하는데 있어서 인력이 많이 부족한 상황임

○ 동주민센터의 경우 인력이 6개월에서 1년 간격으로 교체되며 지역주관처인 문화재단의 경우도 부서이름이 계속해서 바뀌는 등 변동이 잦음

○ 문화복지 관련 전문인력을 양성해야 할 필요가 있음

○ 지역주관처는 개인정보 등을 다룰 수 있는 권한이 적어 실제 사용자들에게 정보제공이나 민원에 대한 안내를 할 수 없음

나. 사업 운영체계 관련

■ **근본적으로 운영체계가 통합문화이용권으로 확장되면서 원래 취지였던 문화향유의 기회 제공이 점점 더 힘들 수밖에 없는 형국으로 진행되고 있음**

○ 문화누리카드사업에 왜 관광과 스포츠이용권이 통합되었는지 이해가 안감

○ 기존에 추진하던 기획사업이 중단되면서 사실상 기초예술분야 이용활성화를 이끌어 낼 수 없게 되었고 이용자뿐 아니라 기초예술분야에서도 문화누리카드 사업에 점점 더 무관심하게 되었음

○ 지역별 지자체에서 개별적으로 운영비를 관리하기 때문에 문화재단에서 기초예술분야 활성화를 위해 할

수 있는 일이 전무한 상황임

○ 문화예술진흥법의 문화의 정의에는 체육이나 관광이 포함되어 있지 않지만 통합문화이용권의 정의에는 체육이나 관광이 포함되어 있어 통합문화이용권에서 체육이나 관광이 다시 빠지기는 어려워 보임

○ 현재 통합문화이용권사업의 사업체계가 자잘하게 쪼개져 있는 상태(분업화가 잘 되어있음)로 더는 운영체계나 사업구조를 복잡하게 만들 필요는 없음

○ 지역 내 복지재단, 예술경영지원센터 등 타 기관과 협력이 필요함

■ 문화체육관광 모두를 아우를 수 있는 상위기간인 센터를 구축해서 사업을 진행할 수 있음

○ 이 경우 문화체육관광을 아우르는 센터를 문화재단 차원에서 관리할 수 있을지 의문이 있음

다. 기초예술분야 활성화 방안

■ 기존 문화예술위원회나 문화재단 프로그램을 매칭해서 기초예술분야 이용률을 높일 수 있는 방안을 마련해야함

○ 문화재단의 기초예술분야 프로그램의 경우 무료인 경우가 많아 카드매출과 연결되지 않는다는 한계가 있음

■ 1+1티켓, 사랑티켓 등의 사업을 다시 활성화해서 기초예술분야 공급자가 통합문화이용권 사업에 대해 관심을 가질 수 있도록 유도해야 함

■ 기획사업, 카드플러스 등을 통해서 문화재단 측에서도 통합문화이용권 사용자들이 매력을 느낄 만한 콘텐츠를 개발해야 함

○ 기초예술분야를 사용자가 자발적으로 경험하기는 어렵기 때문에 이전에 진행하던 기획사업인 찾아가는 공연, 모셔다 드리는 공연 등을 통해 사용자가 경험할 수 있는 기회를 제공해야함

○ 이를 위해 몇 년째 동결 상태인 운영비 부분을 해결해야 함

■ 문화재단이 다루는 영역이 시민문화, 생활문화도 영역을 넓혀가고 있는데 통합문화이용권 사용자에게 기초예술분야 이용을 늘리라고 하는 것은 모순일 수 있음

■ 기초예술분야 이용률만을 생각한다면 도서나 다른 장르의 이용을 과감하게 제해야 함

○ 넓혀진 분야를 좁히거나 가맹점 수를 아예 줄이는 방법도 있음

■ 규모가 큰 사업체를 중심으로 가맹점을 발굴하면 이용률을 높일 수 있음

○ 현실적으로 기초생활수급자나 차상위계층인 통합문화이용권 사용자가 쉽게 접할 수 있는 곳은 동네 가맹점이 아닌 대형 프랜차이즈 업체임

3. 도단위 문화재단 및 지자체

[표 4-7] 도단위 문화재단 및 지자체 사업담당자 심층인터뷰 참여자

참여자	직업/속성
고○○	제주문화재단 일상문화팀 주임
김○○	강원도청 문화예술과
김○○	충남도청 문화정책과

가. 담당 업무 관련

■ **충남도청 문화누리카드 사업담당 업무로는 사업비 교부, 정산, 이용률, 제고방안 마련 등 도단위 사업 총괄하고 있음**

■ **담당 업무 관련 사업성과 및 활성화를 위해서는 가맹점 최대한 많이 발굴 및 사용 가능한 품목 확대해야 함**

○ 작년에 복지 시설에서 가맹점을 한번에 발굴하고, 시설에서 사용하다보니 이용률이 낮아지는 현상이 있었음

- 이는 복지시설에서 거동이 불편하신 분들을 위해 카드 관리하시는 분들이 물품을 일괄 구매했는데, 미술용품 구매하다 보니 활용도가 낮았음
- 구매할 수 있는 물품의 품목이 확대되거나 이러한 현상에 대한 대안이 필요함

■ **가맹점 현행화 여부를 알리는 시스템이 필요**

○ 가맹점에서 더 이상 문화누리카드를 받지 않겠다고 알려 왔는데, 문화누리카드 이용자들이 계속 사용하려고 가맹점을 방문하고 문의가 들어와서 가맹점에서 불편을 호소

- 이용자들이 되나 홈페이지에 들어가서 안되나 일일이 확인하고 사용하지 않고 예전에 사용이 가능했으면 계속 될 줄 알고 사용하려 함

■ **강원도의 경우는 도시가 아니다 보니 사용에 어려움이 있음**

○ 문화누리카드로 시내버스도 이용할 수 있으면 좋겠음

○ 카드로 사용하는 것보다 정보재난지원금처럼 복지 급여처럼 드리는 것이 좋을 듯함

나. 기초예술분야 활성화 방안

■ **충남의 경우는 천안이나 아산 같은 큰 도시와는 다르게 유로 공연을 접할 기회가 없음으로 공연 분야에 카드 이용률이 더 떨어짐**

○ 기초예술분야를 향유 할 수 있는 인프라 구축이 더 필요함

○ 또한 사람들이 주로 시/도에서 진행하는 무료 공연 관람하다 보니 카드 이용률에는 반영이 안됨

○ 유료 공연 관련은 홍보가 부족한 상황임

- 유료 공연 할 때도 문화누리카드로 이용이 가능하다는 홍보가 되어야 함

○ 지역에서는 무료 공연도 많은데 돈을 주고 가는 것도 회의적임

- 제주에서는 시설 이용자들을 대상으로 버스 대절해드리고, 간식 지원, 티켓비도 일부 지원해 드리고 있는데 관심이 없다는 한계가 있음

■ 기존의 기획사업 부활하고 운영비가 증액되어야 가능함. 또한 중위소득 및 학생들까지로 확장대상자 범위를 늘리는 것도 중요함

■ 운영비도 각자 지자체 제량으로 운영하고 있기 때문에 이런 구조로는 문화재단에서 사업 담당자가 기초예술분야 활성화를 제대로 추진하기도 힘든 구조임. 올해는 담당자도 거의 없는 상황임

■ 해마다 해당 주관처가 진행하는 자체 기획 부분도 지역별로 편차가 크고 지역 인프라 차이도 매우 큰 상황임

4. 기초예술분야 이용자

[표 4-8] 기초예술분야 및 나눔티켓 이용자 심층인터뷰 참여자

참여자	직업/속성
정○○	수기공모자: 공연(19년), 도서, KTX(20년), 울산
손○○	수기공모자: 콘서트(19년), 도서(20년), 부산

가. 공연 관람 경험

■ 울산은 광역시 중 문화적으로 취약함

○ 이제까지 만족할 만한 공연이 없었는데 작년부터 국악, 연극, 오페라 등 흥미로운 공연을 접할 수가 있었음

- 재즈 공연 관람 시 연주자들도 이제까지 공연 기회가 없다가 큰 무대에서 공연을 할 수 있게 되어서 감사하는 모습을 보았음
- 지역문화 활성화 방안이 많이 나왔으면 좋겠음
- 돈 없이 자기 분야에서 꿋꿋하게 살아가는 예술인들에게 연주기회가 더 많아졌으면 함

■ 공연관람 경험

○ 콘서트 관람 경험이 없는 사람들이 꽤 많은데, 현장감도 느껴지고 콘서트에 대한 인식이 바뀌어서 그 뒤로 콘서트가 있다하면 적극적으로 참여하고 있음

- 일상에서 연예인을 보는 일이 드물기 때문에 TV로만 보던 가수를 실제로 보아서 신기했음
- 공연을 보면 정서적으로 힐링이 되고 각박한 삶속에서 공연을 관람하는 순간뿐 아니라 그 이

후에도 삶의 쉼표를 주고 위안을 느낄 수 있음

○ 공연기획 작은 소규모 공연장 힘들다고 하는데, 공연단체를 후원을 해주고 문화누리카드 이용자들에게 할인 또는 무료 티켓 제공해주면 좋겠음

■ 공연 관람으로 삶의 질이 올라가고 윤택해짐

○ 너무 바삐 살아가다가 우연히 지나가는 길에서 음악을 듣거나 그림을 보게 되면 지치고 피곤한 일상에 감정의 순화가 일어나고 힐링이 됨

○ 삭막한 일상에서 문화예술은 삶을 풍요롭게 해주는 중요한 요소라고 생각함

○ 유명한 1%의 연예인이 아닌 배고픈데도 불구하고 예술을 지속하는 예술인들에게 공연과 전시의 기회가 더 많이 주어지고 문화예산 지원이 더 많이 이루어진다면 문화를 향유하는 시민들에게 그 혜택이 돌아갈 것임

■ 부모의 영향도 있고 저소득자들의 삶의 터전과도 관련이 있고 하다 보니 취약계층의 문화 향유의 기회가 많지 않아서 매우 안타까움

○ 전시, 공연 등 순수예술분야 향유의 기회가 없었던 취약계층이 순수예술을 보고 느낄 수 있는 기회가 주어졌으면 함

○ 학부모 모임에서 단체로 음악 연주를 관람하게 되었는데, 다른 학부모들이 연주를 듣고 '슬프다' 라는 한가지 감정 표현 이외에 다양한 감성을 느끼고 표현하지 못하는 것을 보고 매우 안타까움

- 공연, 전시 등 다양한 순수예술을 많이 경험하게 되면 감수성도 개발되고 여러 층위에서 타인의 감성을 느낄 수 있고, 본인의 감정도 보다 다채롭게 표현할 수 있는 훈련이 되기 때문에 예술경험은 표현과 소통 능력을 발달 시켜줌

○ 현대사회에서 예술은 감정을 어루만져주고, 마음을 어루만져주기 때문에 삶의 환경이 열악한 취약 계층일수록 예술 체험 기회가 더욱 많이 제공되어야 한다고 생각함

○ 공연장에서 관객의 역할과 현장에서의 라이브의 느낌 등을 경험해보는 것도 중요함

■ 공연 관람 시 좋은 좌석에서 공연을 관람하게 되어 감사한 마음이었음

○ 문화누리카드로 티켓을 구매했던 경험 중 제일 뒷좌석에서 공연을 보게 되어 많이 아쉽고 내심 서운한 마음도 생겼음

- 한번은 제일 앞좌석에서 공연을 관람하게 되어서 연주자들의 몸짓과 숨소리까지 느낄 수 있어서 특별한 경험을 해서 좋았음

나. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ 접근성이 어려움

○ 처음에는 콘서트 예매까지 되는지 몰랐는데, 인터파크에서 공연 티켓을 결제하는 과정에서 문화누리카드 사용이 가능하다는 걸 알게 되었음

- 인터파크에서 티켓 예매 시 문화누리카드로 결제하는 섹션 있는데, 깨알 글씨로 된 세부정보 섹션에서 문화누리카드 사용된다는 걸 알게 되었는데, 미리 알고 선택이 안 된 점이 아쉬움

- 홈페이지에 문화누리카드를 공연과 전시 관련 이용가능 콘텐츠에 대한 정보를 얻기 위한 접근성 용이했으면 좋겠음
- 공연장 리스트만 나와 있고, 세부적으로 어떤 공연들이 언제 관람 가능하다는 정보는 없음
- 지역별로 실시간으로 가능한 공연 정보를 쉽게 접할 수 있게 정보가 제공되었으면 좋겠음

■ **홍보 방안**

○ 도서상품권이라는 개념이 강함. 단순한 홍보보다는 인식전환이 가능한 홍보가 필요
- 접근성이 용이하면 관심이 증가하고 선택도 용이해질 수 있음으로 인터파크 예매 사이트처럼 실시간 어플이 있었으면 좋겠음
- 기초예술분야 사용이 가능하다는 점을 인식하지 못하고 있는 경우가 많기 때문에 홈페이지에 눈에 띄게 배너를 넣어서 사람들의 호기심을 일으키고, 클릭해서 들어가면 실시간 관람 가능한 공연 리스트가 잘 정리되어있으면 자주 찾아가게 될 것임
- 문화콘텐츠도 문화/전시 참여자들이 관람 후 사진/경험담/평/별점 등을 올릴 수 있는 섹션 만들어 놓으면 선택하러 들어갔을 때도 후기를 보고 별점이 높으면 가고 싶은 마음이 더 날 수 있고 좋은 공연을 선별할 수 있어서 좋을 듯함

■ **공연, 전시 분야 콘텐츠가 더 많았으면 함**

○ 문화누리카드로 볼 수 있는 공연이 매우 한정적임

○ 예를 들어 부산에서 10개 콘서트한다면 1군데 정도만 사용가능한 실정임. 보다 다양한 콘텐츠가 제공되었으면 좋겠음

■ **지역화패처럼 10%~15% cash bank을 제공하고 공연과 전시 분야에만 사용할 수 있게 하는 방안도 좋을듯함**

5. 나눔티켓 이용자

[표 4-9] 나눔티켓 이용자 심층인터뷰 참여자

참여자	직업/속성
김○○	수기공모자: 나눔티켓, 뮤지컬(19년), 도서, 영상(20년), 서울
박○○	수기공모자: 나눔티켓, 공연(19년), 도서, 영화(20년), 경기
정○○	나눔티켓 최다 사용, 서울

가. 공연 관람 경험

■ **공연 관람의 장점**

○ 일상에서 스트레스를 많이 받는데 공연 관람으로 자아와 만나고 존재감을 느끼게 하고, 가끔 나에게도 이런 휴식의 시간을 줌으로 우울증과 스트레스에서 나올 수 있음

○ 아이들도 좋아하고, 스스로에게 문화 향유 기회를 제공함으로 혼자만의 시간을 가지게 되어 좋은데, 상당히 많은 분들이 이런 제도가 있다는 사실도 몰라서 아쉬움
○ 문화에서 가장 먼 취약 계층을 위해 이런 해택을 제공함으로 삶을 풍요롭게 해주고, 영세한 극장에도 도움이 될 것으로 사료됨

■ 공연 관람 경험
○ 공연 좌석 배치가 중요. 초창기에는 남은 좌석이라서 아쉬움이 있었으나 차차 더 사용하다보니 가운데 좌석도 주고 해서 좋았음
○ 유명한 뮤지컬 나와서 너무 좋았음. 보고 싶었던 공연을 너무 좋은 좌석에 50% 할인 받아서 저렴하게 볼 수 있어서 좋았음
○ 공연을 처음 보여주는 사람들에게 공연을 보여주면 너무 좋아함
○ 당장 먹고살기 힘든데 문화가 왠말이냐? 사치라고 보는 시각이 많지만, 저소득자 입장에서는 가족들이 함께 공연을 보러가는 상당히 의미 있는 큰 가족행사임
○ 아이들이 인형극을 너무 좋아해서 이런 공연은 낮시간에 반차를 내서라도 꾸준히 관람하고 있음

나. 기초예술분야 이용 활성화 방안

■ 공연, 전시 분야 콘텐츠 다양화가 필요
○ 코로나 여파도 있겠지만 전시 분야는 콘텐츠가 전혀 올라와 있지 않았고, 공연도 올해 1년 계속 똑같은 공연 반복됨. 콘텐츠의 다양함이 절실히 요구됨
○ 보고 싶은 공연은 안 나오고, 안보고 싶은 공연 자주 올라와 있음. 뮤지컬이나 비씨고 유명한 공연이 더 많이 추가되었으면 좋겠음
○ 어린이 인형극의 경우 사람들이 몰려서 티켓을 구하기가 어려움으로 가족들이 함께 볼 수 있는 공연이 더 많았으면 함

■ 접근성이 보다 용이하도록 시스템 보완
○ 정보에 어두운 편이 아닌데 나눔티켓이 있는지 몰랐다가 다른 사람의 수기공모 글을 보고 알게 되었음. 나눔티켓이 있다는 것을 알게 되는 단계까지 가기가 쉽지 않음
  - 홈페이지에서 TV, 영화, 전반적 할인 등에 대한 정보는 쉽게 접하게 되는 것에 비하여 나눔티켓에 대한 정보는 찾기가 어려움
  - 처음에는 나눔티켓에 대해 몰랐고 공연은 조금 할인받는 것만 알았다가 문화누리카드 사용처 찾다가 어쩌다 알게 됨
○ 무료공연티켓 관련 팜플렛을 제공하면 좋겠음
○ 선착순으로 무료로 배부되는 공연 티켓의 경우도 이용자들이 접근하기 쉽게 홍보가 되었으면 함

■ 문화누리카드 사이트 관련
○ 사이트 홍보가 더 잘 되어야 함. 사이트를 보면 뭐하는지도 모르겠고, 어른들은 더 알아보기 힘들듯함. 할인 받는 곳을 또 알아내야 하는데, 그 과정이 무척 힘들었음

○ 어플이 만들어 졌으면 좋겠고, 문자가 아니라 어플에서 잔액 바로 나오고, 이벤트, 알림, 나눔티켓, 예매까지 통합으로 관리되면 좋겠음

○ 앱을 활용해서 해당 한주의 공연소식에 관한 알람이 오면 자연스럽게 정보를 접하게 되고 관심을 유발할 수 있음. 대부분 홈페이지는 거의 잘 안 들어감

○ 핸드폰으로 홈페이지를 보는 것도 다른 페이지가 나오는 등 상당히 불편함

○ 나눔티켓 홈페이지는 괜찮음. 나눔티켓을 알게 된 후부터는 나눔티켓 홈페이지를 보게 됨

■ 홍보 관련

○ 무료 공연 관람 후 내부 이벤드는 하고 있는데, 외부에서 활성화되는 블로그, 네이버, 다음 등에서 검색이 된다면 보다 많은 사람들의 관심을 유발 할 수 있을 듯함

○ 홍보가 가장 중요함

- 문화누리카드로 공연 전시 티켓을 얼마이상 구입하면 카카오톡으로 상품 증정하면 좋겠음
- 우편으로 할인권 보내기 등 나눔티켓은 잘 모르는 경우가 많음으로 공연 티켓부스에 있는 깨알글씨 말고 적극적으로 홍보되었으면 함
- '지역화폐도 사용 가맹점입니다'라는 사인이 부착되어있는 것처럼 티켓부스 앞에 문화누리카드 사용가맹점이라는 사인을 부착하면 좋을듯함
- 사이트에 유튜브에 영상 올리기 등으로 연극, 전시 등을 홍보하여 흥미를 유발하고 공연도 사용이 가능하다는 인식을 심어 줄 필요가 있음
- 무료 공연 이벤트를 진행할 수 있음. 블로그에 기초예술분야에 일정 금액이상 사용하면 공연을 볼 때 사용할 수 있는 포인트를 제공
- 인스타그램을 통한 홍보

○ 인터파크, 에스24 등 티켓 판매처 등과 협업을 해서 문화누리카드 이용자에게 기초예술분야 티켓 구매도 가능함을 알려야 함

○ 나라에서 발간하는 공연 정보 잡지에 나눔티켓 정보를 홍보

○ 공연 예매가 마감이 빨리 되는 인기 있는 공연은 이용후기가 많은 반면에 창작극은 이용후기가 거의 없음으로 비인기 공연단체와 협력 체계를 만들어서 해당 공연 사이트의 이용후기 등을 문화누리카드 사이트에도 공유 제안

■ 모바일 마케팅이 필요

○ 지금은 본인이 찾아서 일정을 확인하는 시스템인데 보다 친절하게 안내해주면 좋겠음

- 공연은 한번만 해보면 너무 좋은 프로그램이라고 생각하는데, 경험을 안 해본 사람들이 압도적으로 많다고 생각됨으로 친근한 다가가는 홍보가 필요

○ 모바일 마케팅 필수인 시대임으로 카톡 플러스 친구 등을 통해 기초예술분야에 관심이 없는 이용자들에게 쉽게 접근할 수 있도록 SNS, 카톡 문자 등으로 알림 서비스 제공

- '무료 공연! 놓치지 말자' 등을 알리고 해당 공연 링크도 포함한 문자 서비스 제안
- '이번주에는 이런 공연이 있다'는 알림 서비스가 지속적으로 올라온다면 '이게 머지? 공연이 또는 이렇게 저렴해?' 하며 흥미를 유발할 수 있을 듯함
- 홈페이지 공연 전시 섹션으로 찾아가지 않아도 바로 볼 수 있게 하는 것이 중요

■ **공연티켓 취소 시 알람 시스템**

○ 티켓 예매 시스템에서 이미 구매되었던 공연이 취소될 경우 실시간으로 알람이 되었으면 좋겠음. 몇일 동안 수시로 들어가서 일일이 확인해야 하다가 포기하게 됨

■ **후기 이벤트 관련**

○ 후기이벤트 올리면 봤던 공연 티켓 또 보게 해주는 행사는 이용자 입장에서는 별 의미가 없음으로 개선이 필요함

■ **할인 혜택 관련**

○ 블록버스터급 공연이나 정말 인기 많았던 어린이 공연 5~10만원인데도 매진됨
  - 좋은 공연은 티켓 50%할인 또는 1+1이라도 관람 하고 싶음

○ 차상위분들은 대부분 업무 때문에 낮시간에 공연을 보기가 힘들고 주중에 7시 공연도 관람이 쉽지 않아서 주말(공휴일) 공연에도 혜택이 주어졌으면 함

○ 저렴한 공연보다 무료 공연이 더 훌륭한 경우가 많음

○ 지방에 공연관람 기회가 별로 없어서 차비까지 들여서 오는 것이니 돈까지 냈는데 공연이 별루면 다시 공연 관람을 시도하기가 어려움

○ 할인되는 공연의 범위를 넓히고, 할인율은 50%도 부담이 됨으로 더 저렴했으면 좋겠음

■ **추가 혜택 관련**

○ 공연 보고 영수증 제시하면 추첨해서 선물 주기

○ 깜짝 타임세일 등 이벤트 성으로 메일 사이트에 알릴 수 있는 방안 모색해서 노출을 높여야 함

○ 마일리지 제도 도입. 나눔티켓 많이 보면 몇 번 더 볼 수 있게 해 줌

■ **예술단체와 협력관계 구축**

○ 뮤지컬, 좋은 극장과 협력 유명한 공연도 나눔티켓 혜택 있으면 좋겠음
  - 부모님, 가족들에게 공연 보여주고 싶은데 좋은 공연, 좋은 극장이라는 담보가 있으면 자신이 생기고 관람 후에 즐거웠다, 고맙다는 말도 듣게 됨으로 좋은 극장과 더 많이 연계되었으면 함
  - 작품성이 높거나 어려워 보이는 공연도 마감이 됨. 세종문화회관, 구청 등 다양한 극장들과 협력 체계를 구축하면 좋을 듯함

■ **결제 시 창피하고 불편함**

○ 공연이나 전시 관람의 경우 가족, 친구들도 같이 가는데 나눔티켓 결제 시 신분증을 가지고 가서 검사를 받아야 해서 그 순간이 어색하고 창피하고 불편함
  - 신분증을 제시하는 대신에 개인인증 가능한 문자 번호를 보내고 번호를 말한다거나 하는 식으로 대안을 모색해 주었으면 함
  - 티켓을 타인에게 판매할 경우에 대한 처벌 규정 높이고, 경고를 더 크게 하고, 가족들에게 양도하는 부분은 허용해주면 좋겠음

제3절 소결

■ **사업 운영체계**

○ 관광 및 스포츠이용권과 통합, 확장되면서 원래 취지였던 문화향유의 기회 제공이 점점 더 힘들 수밖에 없게 되는 근본적인 문제가 있음

○ 바우처로 사용할 수 있는 가맹점 영역을 결정하는 기준점에 대한 검토가 필요

○ 지역별 지자체에서 개별적으로 운영비를 관리하기 때문에 문화재단에서 기초예술분야 활성화를 위해 할 수 있는 일이 전무한 상황임

○ 기존에 추진하던 기획사업이 중단되면서 이용자뿐 아니라 기초예술분야에서도 문화누리카드 사업에 점점 더 무관심하게 되었음

○ 기존의 기획사업 부활하고 운영비가 증액되어야 가능함. 또한 중위소득 및 학생들까지로 확장대상자 범위를 늘리는 것도 중요하다는 의견이 수렴됨

■ **사업성과**

○ 문화누리카드 사업은 우리나라 기초생활 수급자나 차상위계층 사람들에게 매우 긍정적인 역할을 하고 있으며 국공기금 사업 중 공공 프로젝트 분야에서 성과가 매우 좋은 사업으로 평가됨

○ 하지만 문화누리카드 사업의 핵심 취지의 본질에 대한 검토가 필요

■ **기초예술분야 활성화가 필요한 이유**

○ 예술의 사회적 기능, 통합적 기능, 치유적 기능 등의 긍정적 효과가 있음

○ 일반 시민들 보다 취약계층이 문화예술을 향유하는 것이 실제 부가가치가 훨씬 높음

○ 기초예술분야 이용자로부터 공연 관람으로 자아와 만나게 되고, 우울증과 스트레스에서 벗어나는 등 삶이 윤택해졌다는 의견과 부모 또는 삶의 터전의 영향으로 취약계층의 문화 향유의 기회가 많지 않아서 매우 안타깝다는 의견이 수렴됨

■ **기초예술분야 이용 활성화 방안**

○ 문화누리카드 기초예술분야 이용자 의견수렴 결과

- 기초예술분야 이용 접근성이 부족하고, 문화누리카드에 대해 도서상품권이라는 개념이 강하기 때문에 단순한 홍보보다는 인식전환이 가능한 홍보가 필요하고 접근성이 보다 용이하도록 시스템 보완이 요구됨
- 지원금에 비해 공연, 전시 관람티켓이 비싸기 때문에 나눔티켓 또는 대폭 할인 프로그램 활용. 이러한 혜택이 제공되는 콘텐츠가 부족함으로 기초예술분야 콘텐츠 다양화가 필요함
- 문화누리카드 사이트 보완이 필요함. 앱 활용 및 모바일 마케팅이 필요

○ 전문가 의견수렴 결과

- 문화누리 카드 이용자에게 할인 혜택 제공을 제도화, 칸막이 정책, 잔액 소진 이벤트, 융합상품 개발, 매개인력 교육 사업 또는 문화복지 전문인력 양성사업 시행, 기획사업을 부활해야 함

- 반납되는 불용 예산 활용하여 지원 대상 영역 확대를 위해 사각지대에 있는 특수계층을 위한 프로젝트를 추진
- 기초예술분야 이용 시 가중치를 주고, 문화누리카드 이용자에게 할인 제공을 권유하는 정책 시행 또는 제도 도입
- 이용자 관점에서의 논의도 중요하지만 관객들과 접점에 있는 가맹점 즉, 공연장, 문화예술단체에게 어떤 인센티브를 부여할 수 있는지에 대한 고민이 필요
- 공연 관련 예술교육 및 체험 프로그램 개발, 타깃별로 세분화하여 프로그램 제공, 문화예술의 온라인 소비에 대한 고민이 필요함
- TF팀을 구축하여 기초예술분야 이용 활성화 방안을 추진 매개역할을 하는 코디네이터가 필요

■ 기초예술분야와 연계 방안

○ 문화체육관광부, 예술위원회, 광역지자체 문화재단 등 운영의 주체와 관련된 문화시설들과 연계사업을 추진하고, 다양한 기관들의 참여를 유도하는 방법 모색이 필요

- 한국문화예술회관연합회 및 소극장협회와 같은 단체와 연계하여 할인을 제공
- 세종문화회관 '온쉼표' 프로그램, 방방곡곡 사업, MBC 문화사랑티켓, 사랑의 열매 공동모금회 등 기존에 시행되고 있는 저소득층을 위한 공연과 연계 방안을 모색
- 메세나협회와 연계 방안 및 매칭 펀딩 인센티브 프로그램 기획 및 실행
- 티켓 플렛폼과 제휴하여 모든 기초예술분야 티켓 결제단계에서 프로모션 제공

■ 문화누리카드의 낙인효과에 대한 대안이 필요

○ 결제 시 신분증을 제시하고 검사 받는 과정이 어색하고 창피함. 이러한 불편함으로 인해서 기초예술분야 이용을 기피하게 됨

제5장

문제점


Module
환경 분석
사업 및 성과 분석
의견 수렴
추진 과제 도출
중장기 발전 방향
환경분석/ 사업분석/ 의견수렴/ 발전방향
외부환경분석:
- PEST(정치,경제,사회, 기술 등) 및 복지체계
문화복지·기초예술분야분석:
- 중앙정부 법령, 정책, 기초예술분야 진흥 정책 등
시기별 성과 메타분석:
- 문화바우처 시기
- 통합문화이용권 시기
사업 파급효과 분석:
- 기초예술분야 진흥성책 등 연계방안 인식분석
예술의 가치 분석:
- 기초예술의 사회적 역할
전문가·이용자·사업담당자 FGI 및 심층면접:
- 사업 성과 및 운영 체계 관련 이슈 점검
- 사업 활성화 방안 모색
- 기초예술분야 이용 활성화 및 연계 방안
- 중장기 발전 방향 모색
문제점도출:
- 환경분석, 사업·성과분석, 의견수렴을 통한 문제점도출
중점추진과제도출:
- 예산 활용, 인력, 추진체계 등에 대한 환류 방안 도출
- 도출된 발전방향을 토대로 실행방안 도출
추진체계:
- 확대 발전된 운영방안 제시
추진전략:
- 기초예술분야 이용 활성화를 위한 세부 추진 전략 제시
중장기로드맵:
- 운영 및 세부추진전략 실행을 위한 로드맵 제시
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 심층인터뷰/ FGI
• 라운드테이블
• 조사자료 종합분석
• 내부 워크샵 개최
• 종합적 의견수렴
• 내용분석 및 전략 수립
• 종합적 의견수렴

제1절 내부적 요인

1. 가격의 한계

■ **기초예술분야 이용자 의견수렴 결과, 도서 및 영화 티켓에 비해 공연 티켓은 고가이기 때문에 지인과 함께 공연 관람을 하게 되면 한번에 9만원의 지원금이 거의 다 소진되게 됨으로 기피하게 됨**

> "저소득자들은 대부분 늦은 시간까지 일을 하고 바쁜 나날들을 보내고 있어서 공연 관람이 사치라는 인식도 있지만 전시나 공연을 보러가는 것이 여유가 있는 사람들보다 지친 일상 속에서 활력을 불어 넣어주는 특별한 행사입니다. 하지만 9만원의 지원금으로 인기 있는 어린이극이나 뮤지컬을 관람하기에는 가격이 너무 비싸서 할인 혜택 없이는 볼 엄두가 나지 않습니다." - 문화누리카드 기초예술분야 이용자 인터뷰

■ **가족과 함께 즐길 수 있는 공연 또는 뮤지컬 관람을 선호하는데, 이러한 유명한 공연 은 가격대가 높아서 특별할인과 같은 큰 혜택이 없이는 문화누리카드 이용이 불가한 실정임**

■ **이와 같은 한계로 인해 무료 또는 할인 혜택을 제공하는 나눔 티켓 회원은 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있음**

○ 2019년 나눔티켓 회원은 20,240명으로 2011년 2,910명에 비해 17,330명 증가하였음

[표 5-1] 나눔티켓 회원

구분	나눔회원		이음회원		합계
	회원수	비율(%)	회원수	비율(%)	
2011	2,901	30.34	6,661	69.66	9,562
2012	6,614	50.43	6,501	49.57	13,115
2013	8,885	59.01	6,171	40.99	15,056
2014	11,265	96.87	364	3.13	11,629
2015	15,777	97.72	368	2.28	16,145
2016	20,147	98.79	246	1.21	20,393
2017	23,594	99.32	161	0.68	23,755
2018	25,291	99.63	94	0.37	25,385
2019	20,240	99.55	92	0.45	20,332

* 회원정책변동
- 2011년 국고로 사업 개시, 교사 및 청소년회원이 주 대상
- 2014.3.1.~ 청소년회원 제외 / 2015.1.1.~ 교사회원/참여단체회원 제외
- 현재 나눔회원(문화누리카드 소지자 및 기초생활수급자, 차상위계층) / 이음회원(사회복지시설 재직 중인 사회복지사 및 통합문화이용권 담당자)로 구성
- 2019년 장기 미접속자 회원 정리 실시

○ 2019년도 나눔티켓 무료 또는 할인티켓 예매 내역을 살펴보면, 할인티켓 예매율은 3.6%로

1,917건이었던 것에 비해 무료 티켓 예매율은 96.4%로 52,793건으로 대부분의 사용자들은 무료 티켓을 이용하고 있음

○ 2019년도 사용되었던 무료 티켓을 판매금액으로 환산해보면 2,095,565천원임

[표 5-2] 무료 또는 할인 티켓 예매내역

구분	티켓 예매회원(명)		티켓 예매횟수(건)		티켓 예매매수(매)		티켓 판매금액(천원)		
	무료티켓	할인티켓	무료티켓	할인티켓	무료티켓	할인티켓	무료티켓	할인티켓	계
	비율(%)	비율(%)	비율(%)	비율(%)	비율(%)	비율(%)			
2011	1,238	2,090	8,506	3,076	20,528	6,644	546,667	202,354	749,021
	37.2	62.8	73.4	26.6	75.5	24.5			
2012	3,789	2,374	15,620	3,767	38,264	7,719	1,099,371	272,174	1,371,545
	61.5	38.5	80.6	19.4	83.2	16.8			
2013	4,103	2,106	17,259	3,703	43,307	7,566	1,350,058	301,494	1,651,552
	66.1	33.9	82.3	17.7	85.1	14.9			
2014	3,845	1,652	19,881	2,922	49,944	5,836	1,706,913	261,536	1,968,449
	69.9	30.1	87.2	12.8	89.5	10.5			
2015	5,065	858	22,097	1,074	44,020	1,851	1,421,536	93,466	1,515,002
	85.5	14.5	95.4	4.6	96.0	4.0			
2016	5,536	865	26,011	1,126	54,931	2,105	1,950,755	94,909	2,045,664
	86.5	13.5	95.9	4.1	96.3	3.7			
2017	4,612	719	21,739	935	62,015	2,320	1,901,526	86,121	1,987,647
	86.5	13.5	95.9	4.1	96.4	3.6			
2018	3,945	615	19,159	826	54,412	2,051	2,027,063	89,568	2,116,631
	86.5	13.5	95.9	4.1	96.4	3.6			
2019	4,027	551	19,725	722	52,793	1,971	2,095,565	85,231	2,180,796
	88.0	12.0	96.5	3.5	96.4	3.6			

* 무료티켓 티켓 판매금액은 티켓의 정가 기준으로 산정함

■ 이와 같이 공연분야는 특별 할인혜택을 찾아서 사용하거나 주로 나눔티켓을 통해 무료로 이용하기 때문에 기초예술분야 이용은 문화누리카드 이용률로 가시화 되지 않는다는 문제가 있음

■ 저소득자들이 기초예술분야 관람을 유도하기 위해서는 1인당 문화누리카드로 이용할 수 있는 금액이 상향 조절될 필요가 있음

2. 문화누리카드사업의 본질적인 취지 재검토

■ 사업성과분석에 따르면, 2004년 4월 1일 제정된 복권 및 복권기금법에서는 '문화·예술 진흥사업'에 사용할 수 있도록 규정되었음

○ 문화바우처 사업은 2004년부터 수행해 온 ‘복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)’의 단위사업으로서 2006년부터 수행됨

○ 복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)은 문화소외계층에게 문화나눔 프로그램을 제공함으로써, 문화 소외계층에 대한 문화 양극화를 해소하고, 문화 소외계층이 창작의 힘을 공여 받아 삶의 질을 고양하는데 목적이 있음

■ **또한 사업분석에 따르면, 복권기금 문화나눔사업은 문화예술진흥기금의 대체 성격을 가지며, 이로 인해 해당 사업은 문화예술진흥기금의 지원목표와 관련성을 가짐**

○ 2008년까지 복권기금 문화사업은 문예진흥기금의 지원목표 중 ‘예술의 사회적 역할 확대’와 ‘예술의 생활화’에 포함되었음

○ 2009년 이후 복권기금 문화나눔사업은 문예진흥기금 지원목표 가운데 ‘생활 속의 예술 활성화’에 포함됨

■ **하지만, 2014년 여행이용권, 스포츠관람이용권 사업과 통합하여 통합문화이용권으로 일원화하고 분야 구분 없이 자유롭게 문화, 여행, 스포츠 관람을 향유할 수 있도록 함으로써 문화누리카드 사업의 본질적 취지인 기초예술분야 이용률이 2019년 기준, 2%에 머물고 있는 실정임**

“문화누리카드 너무 많은 혜택과 가맹점, 그리고 스포츠와 관광 분야까지 폭넓게 사용을 할 수 있게 하다 보니, 활용도는 많아지지만 카드의 핵심 취지 본질은 점점 약화되고 있다는 우려가 됩니다.”
- 사회복지 전문가 인터뷰

“예술이 가지고 있는 힘에 파생되는 효과와 예술경험을 통해 순화되는 감정들로 인해 개개인의 삶에 행복감를 높이는 것이 무엇보다 중요하다는 원칙을 간과해서는 안 된다고 생각합니다.” - 문화예술 전문가 인터뷰

3. 접근성 및 홍보 부족

■ **기초예술분야 이용자 의견에 따르면 문화누리카드가 일반적으로 도서 및 영화 티켓 구입을 위한 상품권이라는 인식이 강하고, 기초예술분야에 사용이 가능하다는 점을 인식하지 못하고 있는 이용자가 많음**

■ **문화누리카드에서 무료 또는 할인을 제공하는 나눔티켓 서비스도 존재 자체를 알기까지 어려움이 있음**

“문화누리카드 홈페이지에 들어가도 영화, 도서 관련 혜택에 관한 안내는 쉽게 접할 수 있는데 반에 공연, 전시 분야에 대한 정보는 쉽게 찾아지지가 않아요. 정보에 어두운 편이 아닌데 나눔티켓이 있는지 몰랐다가 다른 사람의 수기공모글을 보고 알게 되었습니다.” - 문화누리카드 기초예술분야 이용자 인터뷰

■ **문화누리카드 이용자들에게 기초예술분야 이용에 대한 홍보가 부족함**

○ 취약계층에게 일상에서 쉽게 접하기 힘든 문화예술 향유의 기회를 제공하려는 취지로 시작된 사업임에도 불구하고 이에 대한 홍보가 부족해서 이용자들이 전시, 공연 분야에 문화누리카드를 이용할 수 있다는 사실조차 인식하지 못하고 있는 경우가 많음

■ **문화예술단체 및 문화예술계 종사자들이 문화누리카드를 잘 알지 못함**

○ 예술단체에서 문화누리카드 이용자를 모객 할 수 있도록 보다 적극적인 홍보가 필요

○ 예술계 종사자들 중 취약계층이 많고 본인의 전공분야인 공연 전시 관람에 대한 욕구가 크기 때문에 그들에게 문화누리카드를 알리고 사용을 권하는 홍보 전략이 필요

○ 가맹점을 발굴하는 단계에서 문화누리카드가 갖고 있는 브랜드파워가 적고 가맹점에게 줄 수 있는 혜택이 없음

4. 콘텐츠 다양성 부족

■ **문화누리카드 나눔티켓 이용자 의견수렴 분석 결과, 가족과 함께 볼 수 있는 유명한 공연이나 블록버스터 급의 비교적 가격대가 높은 공연 관람을 선호하고, 이와 같은 기초예술분야 티켓 구매 시 할인이 적용되는 콘텐츠를 찾게 되는데, 무료 또는 할인이 적용되는 공연은 1년 동안 거의 동일한 콘텐츠들만 있는 등의 한계가 있음**

○ 2020년도에는 코로나 여파도 있었지만 전시분야는 정보가 부재함으로 전시 관람을 위해 사이트를 찾는 사람들에게 아쉬움이 있음

> "어린이 인형극이나 뮤지컬 등은 사람들이 몰려서 너무 빨리 소진되고, 그마저 시도해 볼 수 있는 기회가 매우 적고 나머지는 거의 비슷한 공연들만 올라와 있어요. 전시도 보고 싶은데 전시 관련 정보는 전혀 올라와 있지 않아서 매번 사이트 들어갈 때마다 실망하게 됩니다." - 문화누리카드 나눔티켓 이용자 인터뷰

■ **[표 5-2] 무료 또는 할인 티켓 예매내역 분석 결과 나눔티켓 판매금액이 2011년 749,021천원에서 2019년 2,180,796천원으로 191% 증가하였는데 비해 신규작품등록 건수는 2011년 651건에서 2019년 785건으로 20% 증가에 머물고 있음**

[표 5-3] 신규작품등록 건수

구분	무료티켓		할인티켓		합계	참여단체수
	건수	비율(%)	건수	비율(%)		
2011	266	40.9	385	59.1	651	204
2012	405	39.7	616	60.3	1,021	292
2013	417	39.8	631	60.2	1,048	256
2014	429	37.1	729	62.9	1,158	290
2015	557	43.2	732	56.8	1,289	306
2016	477	51.9	442	48.1	919	210
2017	529	58.8	370	41.2	899	174
2018	426	61.5	267	38.5	693	157
2019	515	65.6	270	34.4	785	158

* 신규작품 등록건수(등록일 기준)

- 나눔티켓 관리자시스템 상품관리>상품등록현황>공연등록현황(공연등록일 기준)>등록현황 요약
- 나눔티켓 관리자시스템 상품관리>상품등록현황>업체별 등록현황>참여단체수 집계

5. 전문인력 부족

■ **사회복지 전문가 의견수렴에 따르면, 이용자들과 만나는 접점에 있는 인력들이 문화예술에 대한 전문적인 학습이 되어 있어야 이용자들에게 기초예술 향유를 권하게 됨으로 전문인력 양성을 위한 교육이 필요함**

○ 기초예술분야는 복지관이나 복지 관련 시설에서 취약계층들에게 직접 서비스를 제공하는 인력들이 문화 예술에 관심이 있으면 오페라 음악회도 가는 등 단체로 문화 향유의 기회를 제공하는 프로그램을 진행하게 됨으로 매개인력의 역할이 매우 중요함

○ 사회 복지 인력들이 문화예술을 잘 몰라서 가이드 역할을 잘 수행할 수 없는 상황임

> "복지시설은 차도 있고 예산도 있는데 프로그램이 부재한 실정입니다. 문화예술은 이러한 상황에 유용한 프로그램이므로 사회 복지 인력들이 문화예술에 대한 이해를 가지고, 본인들의 경험을 바탕으로 취약계층들이 향유할 수 있는 프로그램들을 개발한다면 기초예술 분야의 이용이 증가할 수 있을 것입니다."
>
> - 사회복지 전문가 인터뷰

■ **예술단체 전문가 의견으로는 사업을 수행하는 중간기관 또한 지자체 및 광역문화재단에 현재 기초예술분야에서 야기되고 있는 문제에 대한 대안을 모색할 수 있는 전문 인력이 많지 않다는 우려의 목소리를 높이고 있음**

○ 한 분야에 정규직으로 사람을 고용하지 않고 전문성이 떨어지는 인력을 고용하고 있음. 형식에 치우는 현장의 흐름에 대한 안타까움을 표출함

6. 카드가 신분을 내포

■ **이용자 의견수렴 결과, 공연장에서 문화누리카드로 결제하거나, 나눔카드 이용 시 신분증을 제시하는 등 확인 절차가 복잡하고, 함께 동행 한 지인 또는 가족들에게 취약계층이라는 신분이 노출됨으로 공연장에서 카드 사용을 기피하게 되는 경우가 많은 것으로 분석됨**

> "공연장에 가족 또는 친구들과 함께 가는데 티켓을 받기 위해 '나눔티켓'이라고 소리 내어 말해야 하고, 결제 시 신분증 검사를 받아야 해서 그 순간이 어색하고 창피했습니다. 저를 포함한 많은 사람들이 공연장에서 지인에게 신분이 노출되는 것이 부담스러워서 공연장에서 문화누리카드 사용을 꺼리고 있습니다"
>
> - 문화누리카드 나눔티켓 이용자 인터뷰

○ 문화누리카드의 낙인효과에 대한 대안이 시급함

○ 사회적 역할과 관련해 지역단체들이 사업대상자에게 우호적으로 접근할 수 있게 하는 방안이 필요

제2절 외부적 요인

1. 사회 전반적으로 기초예술분야 수요가 낮음

■ 환경 분석 결과에 따르면, 경제 환경 변화 부분에서 가구당 문화여가 지출은 증가하였으나 문화여가지출 항목이 영상, 음향, 정보처리장치, 장난감 및 취미용품, 운동 및 오락서비스, 서적, 단체여행비 등이 포함된 오락문화비로 구분되어 있다는 한계가 있음

■ 문화서비스 분야 지출에 대한 세부적인 통계를 살펴보면, 주5일 근무제로 여가 시간이 증가 하였음에도 불구하고 대부분의 사람들은 공연이나 전시와 같은 기초예술분야 보다는 대중적이고 접하기 쉬운 도서와 영화 관람을 선호하고 있음

■ 우리나라 전반적으로 국민 소득이 증가하고 여가시간이 많아지면서 각박한 도심에서 벗어나 여행을 즐기는 풍토가 자리를 잡으면서 문화예술 향유보다는 관광 분야에 소비가 더 많이 이루어지고 있는 추세임

[표 5-4] 문화·여행·스포츠 분야 산업규모 통계

단위: 억원

구분	문화				여행				스포츠
	도서	영화	음악	공연	숙박	여행사	관광지·테마·레저	철도	스포츠
2016	207,659	52,561	53,082	7,480	82,683	76,427	43,840	55,545	507,480
2017	207,553	54,947	58,043	8,132	84,112	81,134	50,264	50,572	515,550
2018	210,484	55,896	11,578	8,232	76,644	84,622	49,738	53,651	542,200

* 산업규모 기준
- (도서·영화·음악) 2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서(한국콘텐츠진흥원) 출판, 영화, 음악 분야 연도별 매출액
- (공연) 2019년 공연예술실태조사(2019년 기준, 예술경영지원센터) 공연시설+공연단체 매출액
- (숙박·여행사·관광지) 2018 관광사업체조사보고서(문체부) 관광숙박업, 여행업, 관광객시설이용업+유원시설업+관광편의시설업 연간 매출액
- (철도) 2016, 2017, 2018 철도통계연보(국토교통부) 한국철도공사 손익계산서 매출액(영업수익)
- (스포츠) 2019 스포츠산업실태조사 보도자료 (2018년 기준, 문체부) 스포츠시설업+스포츠용품 매출액

■ 사회 환경 변화 분석 결과, 우리 국민의 문화예술 관람률과 문화예술 관람 횟수는 지속적으로 증가하고 있으나, 대중예술 관람률과 순수예술 관람률 사이에 큰 격차가 발생하고 있음

○ 우리나라의 경우 유럽에 비해 영화 관람의 비율은 다소 높은 반면 공연과 전시 관람비율은 낮은 수준임

■ 기초예술분야 이용률이 타 분야에 비해서 현격히 낮은 현상은 문화누리카드 이용자뿐만 아니라 우리나라 전반에서 일어나고 있는 사회적 현상임

2. 계층의 한계

■ 2018년도 문화향수실태조사 및 2019년도 국민문화예술조사에 따르면, 가구소득이 낮을수록 문화예술행사 관람률이 매우 저조한 것으로 나타남

○ 2019년도 문화예술행사 관람률이 가구소득이 600만원 이상의 경우는 92.5%인데 비해 가구소득이 100만원 미만일 경우는 51.7%에 머무르고 있음

[표 5-5] 가구소득별 문화예술행사 관람률

단위: %

구분		2016년	2018년	2019	증감	증가율
전체		78.3	81.5	81.8	0.3%P ↑	4.1
가구 월평균 소득	100만원 미만	30.9	42.5	51.7	9.2%p ↑	21.6
	100~200만원 미만	45.7	58.4	60.4	2.0%p ↑	3.4
	200~300만원 미만	71.2	75.9	76.5	0.6%p ↑	0.8
	300~400만원 미만	81.0	81.4	82.5	1.1%p ↑	1.4
	400~500만원 미만	86.7	88.1	89.3	1.2%p ↑	1.4
	500~600만원 미만	89.1	91.6	92.1	0.5%p ↑	0.5
	600만원 이상	89.5	91.9	92.5	0.6%p ↑	0.7

출처 : 2018 문화향수실태조사(문화체육관광부) p.6
· 조사대상 : 전국 17개 시·도(제주도 및 세종시 포함) 만 15세 이상 남녀 10,558명 대상
· 조사기간 : 2018. 10. 1 – 11. 30
· 조사방법 : 조사원에 의한 1:1 가구방문 면접조사
출처 : 2019 국민문화예술조사 p.68
· 조사대상 : 전국 17개 시·도(제주도 및 세종시 포함) 만 15세 이상 남녀 10,102명 대상
· 조사기간 : 2019. 9. 9 – 11. 14
· 조사방법 : 태블릿PC를 이용한 1:1 가구방문 면접조사(TAPI)

■ 문화누리카드는 저소득자와 차상위계층을 대상으로 함으로 그분들의 삶의 터전과 주변 환경 영향으로 공연, 전시 관람 기회가 없는 경우가 많기 때문에 기초예술분야 향유에 대한 욕구와 관심이 상대적으로 적음

■ 공연, 전시 등과 같은 기초예술분야는 경험을 해본 사람이 또 찾게 되는 경우가 대부분임으로 관람 경험이 없는 사람들의 관심을 유도하기가 쉽지 않다는 계층의 한계가 있음

> “어린 나이부터 기초예술 교육 경험이 없고 기초예술 향유 기회가 없으니 예술에 대한 욕구가 잘 안 생기게 되는데 한번 경험을 하면 추가적으로 수요가 많이 발생하게 됩니다.” - 공연단체 전문가 인터뷰

3. 코로나19 여파로 인한 비대면 사회 가속화

■ 2020년 사회 환경 변화 분석 결과에 따르면, 대면접촉을 전제로 하는 기초예술 분야는 코로나

19 여파 많은 행사가 취소되고 문화시설 운영이 중단되는 등 사회 전반적으로 문화예술 활동이 위축됨

○ UNESCO에 따르면 세계 128개국에서 코로나19의 확산을 막기 위해 문화시설을 폐쇄하였고, 우리나라의 경우에도 국립현대미술관, 국립중앙박물관, 국립중앙도서관, 예술의 전당 등 국공립 문화시설이 휴관과 제한적 운영을 반복함

○ 코로나19 여파로 이미 진행되어 오던 온라인 플랫폼 기반의 '비대면 공연문화'가 가속화 되면서 전 세계적으로 확산되고 있는 추세임

■ **이와 같이 온라인/비대면 경제가 부상하면서 저소득계층과 고령층 등 소외계층의 디지털격차 문제가 심화되고 있음**

○ 장애인과 저소득층의 디지털정보화 역량 수준은 각각 67.8%, 86.5%이고, 인터넷 이용 여부 및 이용 다양성, 심화 활용 여부는 장애인과 저소득층 각각 74%, 85.4%로 나타남

○ 이와 같은 시대 변화에 적합한 기초예술분야 프로그램 개발이 필요한 상황임

4. 문화예술계의 무관심

■ **예술단체에 종사하는 전문가 의견수렴 결과, 문화예술단체에서 문화누리카드에 대해 잘 알지 못하거나 관심이 없음**

○ 세종문화회관 및 소극장연합회에서 문화누리카드로 티켓을 구매한 기록을 살펴본 결과, 티켓 구매 시 문화누리카드 이용 기록이 거의 없는 상황임으로 관객 개발 입장에서 문화누리카드 이용자는 관심의 대상이 아닌 것으로 분석됨

○ 대부분의 민간의 기초예술분야 단체들은 자체적으로 운영 및 유지가 버거운 상황에 처해있는 경우가 많기 때문에 그들에게 저소득자들은 관객 개발의 대상이 아님

○ 또한 전시장 또는 공연장 입장에서는 문화누리카드 사용 시 절차가 복잡하기 때문에 결제 프로세스에 번거로움이 있을 뿐만 아니라 이용자에게 제공해야하는 할인율이 높기 때문에 부담스러움

■ **공연기획 전문가 의견에 따르면, 과거에는 공연단체에서 콘텐츠 제작과 마케팅까지 했었는데 근래에는 콘텐츠 제작만 하고 관객개발을 하지 않게 되면서 공연 마켓이 소극적으로 변화하였음**

○ 사회 전반적으로 기업이 마케팅을 전문적으로 하는 여행, 출판 등의 분야로 고객을 빼앗길 수밖에 없는 환경임

> "기초예술분야의 경우 90%가 공공의 예산으로 콘텐츠를 제작하는 경우가 많고, 변화한 환경에 따라 공연단체에서는 마케팅과 거리가 멀어짐으로 문화누리카드 고객을 이해할 수 없고 홍보할 필요도 없는 환경임에 처하게 되었습니다. 한국문화예술연합회의 경우도 공연을 많이 하지 않아 관객 개발의 필요성은 점점 줄어들고 있는 상황입니다."
> - 공연기획 전문가 인터뷰

■ **기초예술분야 종사자들과 예술인들은 일반인에 비해 문화예술 향유에 대한 욕구가 높고, 예술전공자들과 예술인들 중 저소득자들이 많은 상황임에도 불구하고 문화누리카드에 대해 잘 알려지지 않아서 활용을 못하고 있는 실정임**

제3절 소결

■ **가격의 한계**

○ 기초예술분야 관람료는 도서 및 영화 티켓에 비해 고가이기 때문에 지인과 함께 공연 관람을 하게 되면 한번에 9만원의 지원금이 거의 다 소진되게 되어 기피하게 됨

○ 이와 같이 공연분야는 특별 할인혜택을 찾아서 사용하거나 주로 나눔티켓을 통해 무료로 이용하기 때문에 기초예술분야 이용은 문화누리카드 이용률로 가시화 되지 않는다는 문제가 있음

■ **문화누리카드사업의 본질적인 취지 재검토**

○ 초기에 본 사업의 목적은 복권기금 문화나눔사업(문화예술사업)은 문화소외계층에게 문화나눔 프로그램을 제공함으로써, 문화 소외계층에 대한 문화 양극화를 해소하고, 문화 소외계층이 창작의 힘을 공여받아 삶의 질을 고양하는데 있었음

○ 하지만, 2014년 여행이용권, 스포츠관람이용권 사업과 통합하여 통합문화이용권으로 일원화하고 분야 구분 없이 자유롭게 문화, 여행, 스포츠 관람을 향유할 수 있도록 함으로써 문화누리카드사업의 본질적 취지인 기초예술분야 이용률이 2019년 기준, 2%에 머물고 있는 실정임

■ **접근성, 홍보, 콘텐츠의 다양성, 전문인력 부족**

○ 문화누리카드가 일반적으로 도서 및 영화 티켓 구입을 위한 상품권이라는 인식이 강하고, 기초예술분야에 사용이 가능하다는 점을 인식하지 못하고 있는 이용자가 많음

○ 기초예술분야 관람료가 고가이기 때문에 할인이 적용되는 콘텐츠를 찾게 되는데 무료 또는 할인이 적용되는 공연은 1년 동안 거의 동일한 콘텐츠들만 있는 등의 한계가 있음

○ 이용자들과 만나는 접점에 있는 인력들을 위한 문화예술에 대한 전문적인 학습 프로그램이 필요함

■ **문화누리카드 또는 나눔카드 이용 시 신분증을 제시하는 등 확인 절차가 복잡하고 취약계층이라는 신분이 노출됨으로 공연장에서 카드 사용을 기피하게 됨으로 개선방안을 모색해야 함**

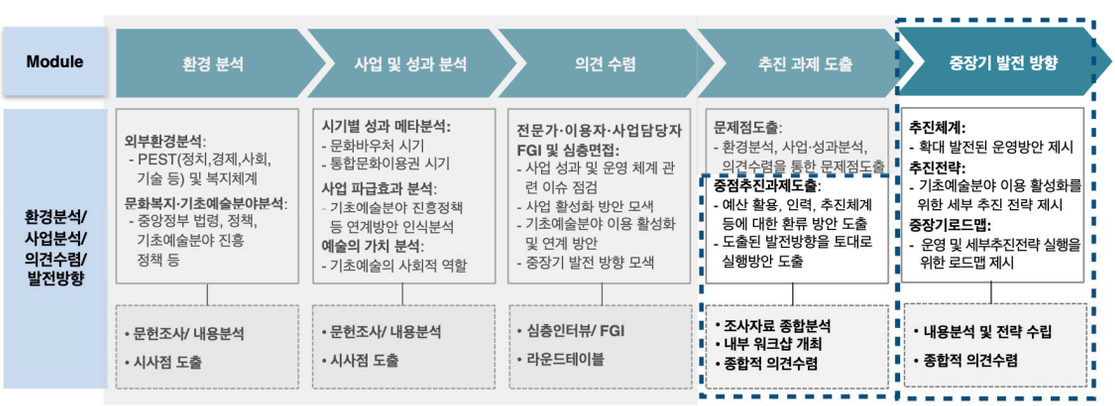
■ **사회 전반적으로 기초예술 분야 수요가 낮음 기초예술분야 이용률이 타 분야에 비해서 현격히 낮은 현상은 문화누리카드 이용자뿐만 아니라 우리나라 전반에서 일어나고 있는 사회적 현상임으로 이에 대한 적극적인 지원 정책이 필요**

■ **2018년도 문화향수실태조사 및 2019년도 국민문화예술조사에 따르면, 가구소득이 낮을수록 문화예술행사 관람률이 매우 저조한 것으로 나타난다는 계층의 한계를 보완하기 위해 방안이 필요**

■ **코로나19 여파로 인한 비대면 사회 가속화로 인해 문화예술 활동이 위축되었고, 기초예술분야 단체들은 자체적으로 운영 및 유지가 버거운 상황에 처해있는 경우가 많기 때문에 그들에게 저소득자들은 관객 개발의 대상이 아님으로 이에 대한 대안 모색이 필요**

제6장

추진 전략


Module
환경 분석
사업 및 성과 분석
의견 수렴
추진 과제 도출
중장기 발전 방향
환경분석/ 사업분석/ 의견수렴/ 발전방향
외부환경분석:
- PEST(정치,경제,사회, 기술 등) 및 복지체계
문화복지·기초예술분야분석:
- 중앙정부 법령, 정책, 기초예술분야 진흥 정책 등
시기별 성과 메타분석:
- 문화바우처 시기
- 통합문화이용권 시기
사업 파급효과 분석:
- 기초예술분야 진흥정책 등 연계방안 인식분석
예술의 가치 분석:
- 기초예술의 사회적 역할
전문가·이용자·사업담당자 FGI 및 심층면접:
- 사업 성과 및 운영 체계 관련 이슈 점검
- 사업 활성화 방안 모색
- 기초예술분야 이용 활성화 및 연계 방안
- 중장기 발전 방향 모색
문제점도출:
- 환경분석, 사업·성과분석, 의견수렴을 통한 문제점도출
중점추진과제도출:
- 예산 활용, 인력, 추진체계 등에 대한 환류 방안 도출
- 도출된 발전방향을 토대로 실행방안 도출
추진체계:
- 확대 발전된 운영방안 제시
추진전략:
- 기초예술분야 이용 활성화를 위한 세부 추진 전략 제시
중장기로드맵:
- 운영 및 세부추진전략 실행을 위한 로드맵 제시
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 문헌조사/ 내용분석
• 시사점 도출
• 심층인터뷰/ FGI
• 라운드테이블
• 조사자료 종합분석
• 내부 워크샵 개최
• 종합적 의견수렴
• 내용분석 및 전략 수립
• 종합적 의견수렴

제1절 비전과 목표

1. 비전 : “문화누리로 열어가는 포용적 문화복지 시대”

가. 비전 설정 배경

■ ‘포용’이란 국민 모두가 함께 잘 살고, 공정한 기회와 정의로운 결과가 보장되며 성별, 지역, 계층, 나이에 상관없이 국민 단 한 사람도 차별받지 않는 것을 의미함 (대통령 연설, 2018년 11월)

■ 문재인 정부는 출범 당시 ‘모두가 누리는 포용적 복지국가’를 주요 국정전략으로 내세웠고, 2018년 8월, 포용국가 전략회의에서 ‘모두를 위한 나라, 다 함께 잘사는 포용국가’를 사회 정책 분야의 국가 비전으로 제시함

■ ‘국민 모두가 함께 잘 사는 포용적 복지국가’는 경제적, 사회적, 문화적 소외계층에게 물질적인 차별 해소뿐 아니라, 일상 속에서 문화를 쉽게 접하고, 예술적 체험을 향유하여 국민 개개인이 문화적 삶을 영유토록 하는 것을 말함

■ 문화누리카드는 경제적 여건 등으로 인해 문화 활동에 제약을 받는 소외계층에게 문화 향유 기회를 제공하여 국민의 문화 향유 불균형과 차별을 해소하고 공생 발전 및 사회통합에 이바지함으로써 국민 모두의 삶의 질을 높이는 포용적 복지국가를 지향함

■ 문재인 정부의 중장기 비전인 ‘문화비전 2030’은 자율성, 다양성 창의성의 가치를 기본원리로 3대 방향 9대 실천 의제를 설정하였음. 문화복지 관련 의제를 살펴보면, 1. 개인의 자율성 보장 중 실천의제1) 개인의 문화권리 확대 / 03. ‘전 국민에게 문화복지 확산’을 명시하여 보편적 문화복지를 지향하고 있음

■ 한국문화예술위원회의 ‘아르코비전 2030’은 창조의 기쁨을 함께 만드는 예술 현장의 파트너’를 비전으로 설정하였고, 그 밑에 3대 전략목표와 6대 전략과제, 15개 세부과제를 배치하였음. 문화복지와 관련된 과제는 3대 전략목료 중 II. 문화예술 가치의 사회적 확산, 6대 전략과제 중 ‘모두를 위한 예술 공유’, 15개 세부과제 중 문화예술 향유 격차와 불균형 해소임

■ 본 보고서는 문화누리카드의 기초예술분야 이용 활성화를 중심으로 추진전략을 제시하면서 통합문화이용권의 중장기 발전계획(안)(2020~2024)에서 제시한 비전과 동일하게 설정함으로써 계획의 일관성을 유지함

2. 목표 : “쉽게 접근하고 향유하는 기초예술”

◇ 공연·전시 등 기초예술 분야의 문화누리카드 이용률 제고
: (’20. 11월) 0.9% → (’25. 11월) 5%

◇ 제도개선 등을 통해 2030년까지 기초예술 분야 이용률을 10%까지 확대

가. 목표 설정 배경

■ 문화누리카드 세부 분야별 사용현황(2017년~19년)을 살펴보면, 도서구입이 48%~54.3%로 가장 높았고 이어서 영화 관람이 19.1%~26.0%로 2위를 차지하고 있음. 분류 기준이 달라진 2020년의 경우, 코로나 팬데믹 이후 영화관의 객석 거리두기 혹은 폐쇄 영향으로 영화 관람이 8.6%로 급격히 감소한 반면, 도서 구입은 57.5%로 전년보다 3% 상승함

[표 6-1] 문화누리카드 세부 분야별 사용현황

(단위: 백만 원, %)

구분	2017년		2018년		2019년	
	이용금액	비율	이용금액	비율	이용금액	비율
도서	40,825	49.2	48,511	48.0	54,329	46.0
음반	1,769	2.1	2,119	2.1	1,884	1.6
영화	21,523	26.0	24,697	24.4	22,642	19.1
공연	1,626	2.0	1,659	1.6	1,433	1.2
전시	18	0.0	24	0.1	932	0.8
문화일반	3,622	4.4	4,621	4.6	3,278	2.8
문화체험	1,092	1.3	1,659	1.6	8,646	7.3
숙박	863	1.0	1,201	1.2	1,510	1.3
철도	3,144	3.8	4,665	4.6	5,225	4.4
항공/여객	4,538	5.5	6,478	6.4	9,207	7.8
여행사	607	0.7	661	0.7	1,170	1.0
관광지	898	1.1	1,442	1.4	3,237	2.7
테마/레저	1,625	2.0	2,042	2.0	2,473	2.1
스포츠	750	0.9	1,365	1.3	2,191	1.9
계	82,900	100	101,144	100	118,159	100

구분	2020년.11기준	
	이용금액	비율
도서	66,348	57.5
음악	2,463	2.1
영화	9,869	8.6
TV	1,190	1.0
공연	546	0.5
전시	479	0.4
공예	2,522	2.2
사진관	578	0.5
문화체험	1,895	1.6
직접 체험	11	0.0
문화일반	2,788	2.4
철도	6,377	5.5
시외/고속버스	7,796	6.8
국내항공	340	0.3
여객선	333	0.3
렌터카	441	0.4
여행사	149	0.1
관광명소	230	0.2
휴양림/캠핑장	63	0.1
동·식물원	107	0.1
온천	1,356	1.2
체험관광	495	0.4
테마파크	1,797	1.6
숙박	2,363	2.0
스포츠관람	25	0.0
체육용품	4,111	3.6
체육시설	660	0.6
계	115,332	100

* 2019년 4월 가맹점분류기준이 변경되었으나, 통계자료에는 2018년도와의 비교 및 2019년 연중 집계기준 통일을 위하여 2018년도 가맹점 분류 기준으로 이용실적을 집계함 (2020년부터 새로운 분류 기준 적용/ 출처: 한국문화예술위원회)

■ 공연·전시 등 기초예술 분야의 이용률을 살펴보면, 2019년까지 전체 이용액의 2.0%로 미미한 수준에 그치고 있음. 또한 2020년(11월 말 기준)에는 코로나19의 영향으로 관객 수가 더욱 감소하여 예년의 절반 수준(0.9% ; 공연0.5%, 전시0.4%)에도 못 미치는 관람률을 기록함

■ 공연·전시 등 기초예술분야의 이용률이 현저하게 낮은 수준을 벗어나지 못하는 이유는 도서, 영화 및 관광, 스포츠 분야의 산업 규모에 비해 기초예술의 산업 규모 (표4-1 문화·여행·스포츠 분야 산업규모 통계 참조)가 상대적으로 작고 콘텐츠가 부족한 데 원인이 있는 것으로 판단됨

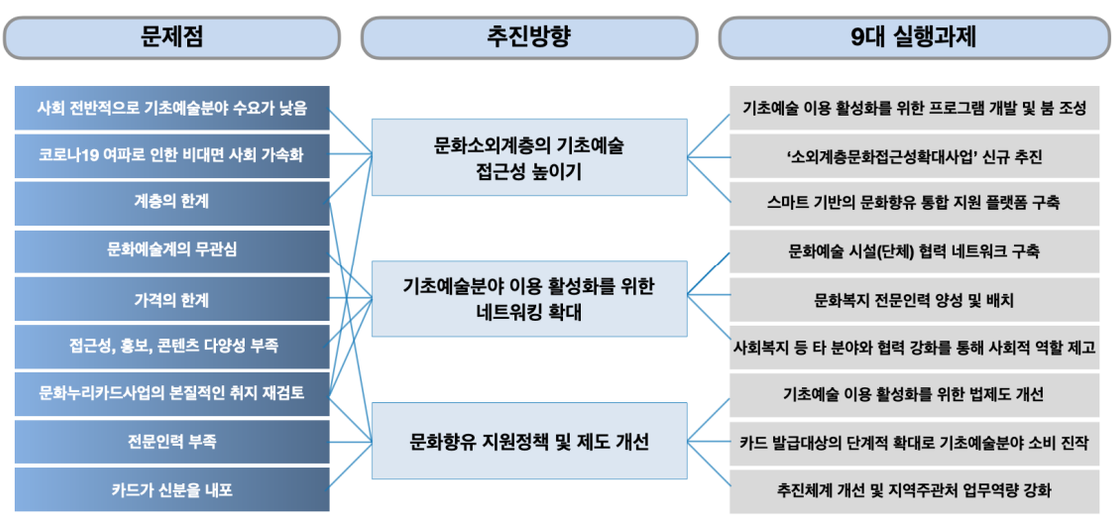
■ 그러나 통합문화이용권의 이용률이 낮은 보다 근본적인 이유는 기초예술분야 콘텐츠의 접근성이 떨어지고 문화시설 및 예술단체 관계자들의 이해와 관심도가 낮으며, 정책적인 뒷받침이 미흡한 점 등 여러 복합적인 요인이 작용한 것으로 보임

나. 추진방향 및 실행과제 도출

■ 환경 분석, 사업 및 성과분석, 전문가(공연기획, 예술단체, 사회복지, 문화행정 전문가) 10인, 문화누리카드기초예술분야 이용자 5인, 사업담당자(지자체 및 문화재단) 9인의 의견수렴 분석 결과 도출된 문제점을 기반으로 기초예술분야 이용 활성화를 위한 통합문화이용권사업 운영방안을 위한 추진방향과 실행과제 도출

■ 추진방향은 ① 문화소외계층의 기초예술 접근성 높이기, ②문화시설(단체)과의 협력 '네트워킹 확대', ③문화향유 지원정책 및 제도개선 등 세 가지를 설정하고 총 9개의 실행과제를 통해 기초예술 분야 이용률을 단계적으로 높이고자 함

[그림 6-1] 문제점 분석에 따른 추진방향 및 실행과제 도출



제2절 추진방향과 실행과제

1. 3대 추진방향과 실행과제 (총괄)

비전

문화누리로 열어가는 포용적 문화복지 시대

목표

"쉽게 접근하고 향유하는 기초예술"

- ❖ 공연·전시 등 기초예술 분야의 문화누리카드 이용률 제고
  : ('20. 11월) 0.9% → ('25. 11월) 5% 로 확대
- ❖ 2030년까지 기초예술 분야 이용률을 10%까지 확대

3대 추진방향	실행과제 (9개)
문화소외계층의 기초예술 접근성 높이기	◇ 기초예술 이용 활성화를 위한 프로그램 개발 및 붐 조성 ◇ '소외계층문화접근성확대사업' 신규 추진 ◇ 스마트 기반의 문화향유 통합 지원 플랫폼 구축
기초예술 분야 이용 활성화를 위한 네트워킹 확대	◇ 문화예술 시설(단체) 협력 네트워크 구축 ◇ 문화복지전문인력 양성 및 배치 ◇ 사회복지 등 타 분야와 협력 강화를 통해 사회적 역할 제고
문화향유 지원정책 및 제도 개선	◇ 기초예술 이용 활성화를 위한 법제도 개선 ◇ 카드 발급대상의 단계적 확대로 기초예술 분야 소비 진작 ◇ 추진체계 개선 및 지역 주관처 업무역량 강화

2. 실행과제

1 문화소외계층[29]의 기초예술 접근성 높이기

《 실 행 과 제 》

가. 기초예술 이용 활성화를 위한 프로그램 개발 및 붐 조성

- ■ 기초예술 분야 이용 때 가점제 등 촉진 방안 마련
- ■ 기초예술 분야 특별 이벤트 개최 및 붐 조성
- ■ 주요 문화시설 및 예술단체와 연계하여 기초예술 활성화 모색

나. 소외계층문화접근성확대사업(구 기획사업) 신규 추진

- ■ 취약계층의 문화예술 취향 형성을 위한 다양한 기획프로그램 운영
- ■ 소외계층 문화접근성 확대를 위한 예산 확보방안 마련

다. 스마트 기반의 문화향유 통합 지원 플랫폼 구축

- ■ 문화누리카드 모바일 기반 서비스 고도화
- ■ 문화향유 지원 통합 플랫폼 구축을 통한 정보 서비스 혁신

가 기초예술 이용 활성화를 위한 프로그램 개발 및 붐 조성

1) 추진배경

■ 공연·전시 등 기초예술 분야의 문화누리카드 이용액이 전체 이용액의 2% 내외로 매우 저조한 상황이며, 특히 2019년 코로나 팬데믹 이후 공연·전시장의 거리두기와 폐쇄조치의 영향으로 그마저도 더욱 하락하고 있음

■ 통합문화이용권은 수요자(소외계층)의 자기 선택권을 중요시하여 스스로 선호하는 분야에 문화누리카드를 이용하도록 하고 있으나, 기초예술의 경우, 문화 향유에 대한 욕구와 취향이 형성되어 있는지 여부가 중요한 경험재의 특성을 갖고 있어 정책적인 관심과 지원이 필요한 상황임

29) 문화예술진흥법 제15조의 3(문화소외계층의 문화예술복지 증진시책 강구)에 '국가 및 지방자치단체는 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 문화예술을 향유하지 못하고 있는 문화소외계층의 문화예술 향유 기회를 확대하고 문화예술 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다'라고 명시하고, 같은 법 시행령 제23조의2(문화소외계층의 범위) 법 제15조의4 제1항에서 "대통령령으로 정하는 문화소외계층"이란 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 사람을 말한다. 고 하여 문화소외계층을 구체적으로 규정하고 있음

■ **특히 기초예술 분야의 공연·전시 프로그램이 대도시의 특정 지역에 집중되어있고 티켓 가격이 높아 문화누리카드 사용자(저소득층, 고령자, 장애인 등)가 접근하기에는 한계가 있음. 따라서 정책적으로 티켓 할인 및 프로그램 개발, 홍보를 통한 붐 조성 등 카드 이용을 촉진하기 위한 다양한 콘텐츠의 개발과 접근성 향상 노력이 요구됨**

2) 추진내용

■ **기초예술 분야에 카드를 이용하는 경우, 가점제 등 촉진 방안 마련**

○ 공연·전시 등 기초예술 분야 이용 시 가점제(포인트 적립 등) 도입

- 공연·전시티켓 구매 등 기초예술 분야 결제 시 마일리지/포인트를 적립하도록 하고, 쌓인 포인트는 기초예술 분야뿐만 아니라 영화, 도서 등 타 분야에도 사용 가능하게 함
- 포인트 적립은 기초예술 분야에 한해 카드 사용시 지급액의 10%~20% 요율을 시범 적용하고 성과 분석을 통해 타 분야 확대 및 요율 조정
- 적립된 포인트는 연 2회 이벤트를 통해 소진할 수 있도록 기회 제공

■ **기초예술 분야 특별 이벤트 개최 및 붐 조성**

○ 연령대별 타겟층을 세분화하여 프로그램 제공

- 통합문화이용권 사용 대상을 기초생활보장 수급자 및 차상위 계층이라는 넓은 범위가 아닌 연령대별 혹은 타겟층별로 프로그램을 세분화하여 전략을 수립할 필요가 있음
  - 사례 : 서울시립극단(시민교실), 세종문화회관(점심시간을 이용한 직장인 스트레칭) 등

○ '기초예술 체험하기' 특별 이벤트 개최

- 연극, 무용, 오페라, 뮤지컬 등 기초예술 분야의 취향 형성을 돕기 위해 우수한 공연 관람 및 다양한 체험 기회 제공
- 기초예술 분야 중 대중적인 인기가 있으나, 티켓 가격이 비싸 문화누리카드로 관람이 어려웠던 작품(창작뮤지컬, 대학로 상설 공연 등)을 다수 확보하여 파격적인 할인 (영화 관람료 수준)을 통해 관람 기회 제공
- 일회성 이벤트로 그치지 않고 '이달의 추천 공연' '스타와의 대화'등 정기적인 행사 개최, 마니아층 형성 및 기초예술 관련 동호회 활동 적극 지원

■ **주요 문화시설 및 예술단체의 프로그램과 연계하여 기초예술 활성화 모색**

○ 공연 관련 예술교육 및 체험 프로그램 개발

- 저소득층을 위한 공연을 개발하는 것도 중요하지만, 문화누리카드 이용자들이 문화인으로서 커나갈 수 있도록 교육/체험 프로그램들을 개발하여 경험하게 함으로써 공연을 접해보지 못했던 사람들이 열성 관객으로 성장할 수 있도록 함

(국립극단 어린이청소년극연구소)

- 국립극단은 국내에서 유일하게 어린이청소년극연구소 운영하고 있음. 특히 청소년을 대상으로 단계적 예술교육을 통한 미래 관객 개발에 역점을 두고 있음
- 관객개발 프로그램은 예술을 수업 시간에 듣는 기존의 프로그램과 달리 실제 작품을 만드는 과정에 관객들이 참여해서 연극 놀이도 하고 직접 연극 작품의 내용을 만들어가는 방식 등 깊이 있는 참여를 통해 충성스러운 관객으로 성장 유도

○ 주요 문화시설 및 예술단체에서 운영하는 소외계층 대상 프로그램과 문화누리카드 기초예술 활성화 프로그램의 연계방안 모색

- 우선 광역 및 기초문화재단이 운영하는 공연·전시장을 중심으로 자체 계획하고 있는 소외계층을 위한 공연·전시 프로그램과 연계하여 진행하는 방안 강구
- 사회공헌 프로그램의 하나로 시작한 세종문화회관의 '온쉼표' 프로그램 (연간 30회 진행) 중 일부를 문화누리카드 이용자를 위한 공연으로 설계하는 방안 협의

(세종문화회관 온쉼표 프로그램)

- 저소득 계층일수록 순수예술 분야에 대한 문턱이 너무 높아서 공연을 접할 엄두를 못 내는 점을 감안, '온쉼표' 프로그램을 운영
- 초대 형식 또는 저가 금액(1,000원)을 설정, 먼저 공연 관람 경험 기회 제공을 통해 기초예술 분야에 대한 관람 경험을 늘려갈 수 있도록 함
- 공연의 질이 떨어지지 않도록 온쉼표 프로그램을 따로 기획하여 거의 만석이거나 경우에 다라 70~80% 이상 매진을 기록하고 있음

○ 한국문화예술회관연합회가 주관하는 '방방곡곡 문화공감' 사업은 객석의 15%를 소외계층에게 무료로 초청하도록 하고 있는데, 통합문화이용권 사업과 연계하여 추진하는 방안 모색

■ 기업 및 메세나, 사회복지단체 등 민간 영역의 프로그램 연계 추진

○ 기업과 공동으로 소외계층에게 할인티켓을 제공하는 '매칭 인센티브 프로그램' 기획 운영

- 기초예술 관련 공연·전시 티켓을 문화누리카드 소지자(관객)와 기업, 공연장(기획자)이 공동으로 부담하는 프로그램 운영
- 인기 있는 공연의 경우, 민간 공연장(또는 기획자)이 재정적인 문제에 민감할 수밖에 없으므로 이러한 '매칭 인센티브 프로그램'은 간접지원의 효과를 거둘 수 있고, 이로 인해 민간 예술단체에서 문화누리카드 대상자를 위한 기획이 늘어날 것으로 전망됨

○ 한국메세나협회의 '기업과 예술의 만남(A&B)' 사업과 연계 방안 모색

- 문화예술 후원에 관심이 있는 중소 및 중견기업을 대상으로 추진하고 있는 '기업과 예술의 만남' 사업에 '매칭티켓'이라는 새로운 카테고리를 추가하는 방안 검토
- 문화누리카드 이용자에게 70%의 할인을 제공하고, 할인된 티켓 요금을 예술단체 30%, 기업과 문예진흥기금이 20%씩 부담하는 방안 등

○ ‘MBC 문화사랑티켓’ 등 민간 영역의 관객개발 사례 검토 및 협력 모색

— 인기 있는 뮤지컬 공연도 지방에서는 티켓 가격이 만 원 이상이면 집객이 잘 안됨. 따라서 고교생의 경우, 단체 관람이 가능한 가격대(7000~8000원)로 티켓 가격을 책정하고, 대학 입시설명회와 연계하여 대학교의 후원을 받아 호응을 얻은 프로그램임.

(MBC 문화사랑티켓)

- MBC 문화사랑티켓은 15,000원 티켓을 학생들에게 7000원만 받고 학교에서 8000원 내주고 공연 전 20분 동안 대학교 입시설명회를 할 수 있는 시간을 제공. 대학교에서 학생들에게 프로모션을 위해 증정품도 가지고 옴. 학생들은 공연 전 20분 정도 광고를 보게 되는 형식임
- 고등학교와 대학교 양측 모두 만족도가 높았고, 3년간 굉장히 호응이 좋아서 900석 공연을 연간 5회 진행하였음

○ 다양한 기부 프로그램을 운영하는 <사회복지공동모금회>와 연계하는 방안 강구

— 사랑의 열매로 인지도가 높은 <사회복지공동모금회>는 취약계층과 네트워크가 갖춰져 있고 이들을 대상으로 홍보에도 적극적임.

— 공동모금회가 운영하는 인터넷 사이트에는 많은 무료공연이 올라와 있는데, 소외계층을 위한 무료/특별 할인권 제공시 문화누리카드와 연계 활용될 수 있도록 협력관계 구축

3) 기대효과

■ **문화누리카드의 기초예술 이용 활성화를 위한 다양한 프로그램을 개발하여 그동안 개별 문화시설 또는 예술단체별로 진행되어온 소외계층 대상 프로그램과 연계함으로써 상호 윈-윈의 시너지 효과를 낼 수 있을 것으로 기대됨**

■ **다양한 촉진 프로그램을 통해 문화누리카드에 대한 사회적 관심을 높이고, 정보 부족과 비싼 티켓 가격 등으로 그동안 문화누리카드 소지자가 접근하기 어려웠던 기초예술 분야에 대한 이용률 제고에 이바지할 것임**

■ **다양한 이벤트와 홍보 활동을 통해 문화누리카드 사용하는 저소득층의 사람에게 문화예술의 체험과 관람 기회를 폭넓게 제공하는 기회가 될 것임**

■ **기초예술 분야의 질 높은 공연·전시 감상의 기회를 가질 수 있도록 다양한 정보를 연결하고 기초예술 분야 이용시 마일리지·보너스 포인트제를 잘 활용한다면, 이용자의 만족도를 상당히 높이는 효과를 거둘 것으로 기대됨**

나 소외계층문화접근성확대사업 (舊기획사업) 신규 추진

1) 추진배경

■ 문화예술의 향유는 어린 시절부터 문화예술에 대한 자연스러운 경험을 통해 형성된 취향, 취미, 태도 등 무형의 자산인 문화자본이 큰 영향을 끼침[30]. 그러나 저소득층의 경우 기초예술에 대한 관람 및 체험 부재로 관심 자체가 없을 수 있음

■ 정보의 부재와 지리적 사회적 소외로 문화 향유에 대한 접근이 어려운 사람들이 기초예술에 대한 관람 및 참여 경험이 없는 경우가 많은데, 문화누리카드를 통해 연극 관람 등 기초예술 분야에 한 번 이용해본 사람들은 '다시 이용하겠다'라는 재이용 의향이 상당히 높은 편임

■ 경험재로서의 성격이 강한 기초예술의 이용을 높이기 위해서는 우수한 공연·전시에 접근할 수 있도록 돕는 역할이 필요함. 이를 위해서는 문화누리카드를 사용해서 다양한 기초예술 콘텐츠에 접근할 수 있도록 지역 주관처를 중심으로 기초예술 프로그램을 개발 또는 연결하고 양질의 정보를 지속해서 제공할 필요가 있음

■ 통합문화이용권사업에 대한 이해도 제고 및 문화누리카드의 효과적인 이용을 촉진하기 위해서는 전국의 사업 주관처(지역문화재단)들과 공동으로 <소외계층문화접근성확대사업>을 추진할 수 있도록 정책 개선이 필요하다는 의견이 꾸준히 제기되고 있음

- 사업의 효과성을 향상시키려면 기획사업이 필수적이며, 특히 문화접근성이 낮은 지역이나 고령층을 위한 기획사업의 예산확보가 필요한 것으로 판단됨[31]
- 현재 지역 주관처인 지역문화재단에서 사업을 총괄하고 있지만, 기획사업 예산이 없으므로 적극적인 사업추진이 어렵고 제한적인 상황임

2) 추진내용

■ '소외계층문화접근성확대사업' 개요

○ 목적 : 문화적 취약계층 및 지리적 사회적 소외로 인해 문화예술 향유 기회를 제한받고 있는 사람들에게 다양한 문화예술 체험 기회를 제공하여 소외계층의 삶의 질적인 수준을 높이고 기초예술에 대한 인식 개선 및 이용률 제고

○ 사업계획

- 대상 : 문화누리카드 이용 대상자(청소년, 고령자, 장애인, 산간벽지 거주자 등 문화소외계층)
- 기간 : 연중 운영

---

30) 경향신문, [커버스토리]"한국도 '문화자본' 공고화…개인의 노력으로 극복 어려워", 2020.5.20
31) 조현성 외, 문화체육관광부, 문화복지 중장기 발전방향 연구-통합문화이용권사업을 중심으로, 2020,3

- 사업 주체
  - 업무 총괄 : 한국문화예술위원회 (전국단위 프로그램 기획, 지역 주관처 업무 협력 등)
  - 사업주관 : 각 광역시도 문화재단 (지역 주관처)
- 사업내용 : 모셔오는 서비스, 찾아가는(방문) 서비스, 문화투어, 지역별 맞춤형 프로그램, 문화누리카드 이용 촉진 프로그램 등

[표 6-2] 참고 : 지역별 통합문화이용권 기획사업 추진사례

구 분	통합문화누리기획사업	문화누리카드 플러스사업
서 울	문화예술 나들이, 사랑의 문화나눔, '서울, 문화를 걷다', '플레이 with 서울',.'행복누리 여행'	문화누리 카드플러스
부 산	착한티켓, 착한그물, '집으로', '예술여행',, '문화정거장', '문화공작소'	플러스 서비스
대 구	해피티켓, 해피버스, 해피핸즈, 문화로 가족만 들기, 해피클래스, 악기기부, 해피서포터즈	-
인 천	문화마중, 나눔방문, 문화유람	-
광 주	방문형 프로그램, 초대형 프로그램	문화누리카드플러스 서비스
대 전	문화동행, 아름다운 선물, '대전역연가', 아티언스랩투어', '함께그리는 세상'	문화누리 플러스서비스
울 산	문화마실 관람사업, 미소나눔 문화예술체험 ('나도예술가', '내가모델'), '버스타고 GOGO', '희망창고'	문화누리카드 A+
세종 및 충남	문화예술프로그램(우리 사는 이야기), 여행프로그램(거기 가봤슈?), 스포츠관람프로그램(사구!보구!), 문화누리 패키지프로그램	-
경 기	낮달 문화소풍 (상시프로그램,'문화바람개비_브랜드데이','지역문화바람개비') 가가호호 문화교감('문화두드림', 인기척프로젝트', 동네축제프로그램)활생문화공명(연속지원프로그램, 공모프로그램, 기획발굴프로그램)	-
강 원	문화바람, 문화나침반, 박물관나들이, 문화영상캠프	문화길라잡이
충 북	문화 나들이, 문화를 배달합니다, 3색 문화탐방	문화누리플러스
전 북	관람 · 여행 서비스(관람지원, 여행지원, 문화누리플러스서비스), 맞춤형 서비스(찾아가는 공연지원, 예술가 방문, 저자강연, 지역맞춤)	문화누리플러스 서비스
전 남	세대공감문화탐방('2음', '예향견문록', '꿈의구장', 'Grand Prix') 찾아가는문화배달('문화배달 감동배달','행복문화보부상') 지역특화문화공감 ('줄탁동시', '섬마을 문화연락선', '동행','행복마을')	-
경 북	통합 모셔오는 서비스, 23빛깔무지개, 문화가 쉬어가는 정자	카드플러스서비스
경 남	반딧불 예술버스, 반딧불 예술단, 반딧불 나들이	반딧불 예술버스플러스
제 주	드림티켓, 당신은 빛나는 별입니다, 컬처 · 路 피크닉	문화누리카드플러스서비스

자료: 한국문화예술위원회 내부자료

○ 소요예산 : 50억원 (2021년 예산신청, 2022년부터 시행)

■ **(소외계층문화접근성확대사업의 재원 마련 방안) 소외계층 문화접근성확대사업은 전문가와 카드 이용자의 다수가 그 필요성을 제기하고 있으나 관건은 소요 재원을 어떻게 마련할 것인가에 달려 있음. 현재 검토 가능한 방안은 두가지로 다음과 같음**

○ **(제1안)** 기존의 신나는예술여행(소외계층문화순회)사업의 예산을 증액, 소외계층문화접근성 확대사업으로 활용

- 신나는예술여행은 1990년대부터 시행해온 우리나라의 대표적인 소외계층을 위한 문화향유 프로그램으로 전문적인 예술가들이 참여해서 만든 문화예술프로그램을 소외지역 순회를 통해 문화예술 향유 기회를 제공하는 '문화의 민주화' 정책으로 자리를 잡고 있음.
- 본 사업은 2004년 이후 복권기금으로 예산이 편성되어 운영해오다가 00년부터 복권기금 지원이 통합문화이용권사업으로 일원화되면서 문예진흥기금사업으로 예산이 편성되고 있음.
- 신나는예술여행 사업은 통합문화이용권 사업과 함께 문화소외계층의 문화예술 접근성을 확대하려는 목적으로 추진되는 공통점을 갖고 있으며, 신나는예술여행은 공급자(예술단체) 주도형으로 기획되었고, 통합문화이용권사업은 소비자(저소득층) 선택형으로 기획된 차이가 있음.
- 따라서 기초예술 이용 활성화를 위한 소외계층문화접근성확대사업을 추진할 경우, 예산 사용의 용도가 제한된 복권기금보다 기초예술 활성화라는 공동의 목표를 가진 문화예술기금사업(신나는예술여행)으로 편성하는 것이 사업 수행에 도움이 될 수 있음.
- 예산 확보방안 : 신나는예술여행 예산 : 242억 원('20년) → 292억 원('22년)으로 증액 편성하고, 증액되는 예산 50억 원을 소외계층문화접근성확대 사업으로 편성)

[표 6-3] 한국문화예술위원회 문화예술향유지원사업 현황(2020년)

구 분	'18결산	'19예산 (A)	'20예산 (B)	증감		비 고
				(B-A)	%	
□ 문화예술향유지원	117,952	132,540	143,303	10,763	8.1	
통합문화체육관광이용권	82,093	91,501	103,324	11,823	12.9	
신나는예술여행	20,859	25,289	24,229	△1,060	△4.2	
방방곡곡 문화 공감	15,000	15,750	15,750	-	-	

○ **(제2안)** 통합문화이용권사업의 미 소진 반납액 중 지방비 매칭에 의해 편성된 예산의 불용액을 소외계층문화접근성확대 사업 예산으로 활용

- 복권기금의 목적은 불용 예산을 아껴 반납하는 것이 아니라 원래 지원하려고 했던 저소득층에게 예산이 정확하게 집행되는 것으로 볼 수 있음
- 통합문화이용권 사업의 전년도 예산은 복권기금과 지방비 매칭으로 편성되어 있음. 당해연도 예산집행 후 불용액은 다음 연도에 이후 반납이 이루어지며, 복권기금은 기획재정부(복권위원회)로, 지방비 매칭액은 17개 광역 지방자치단체로 반납함
- 반납되는 불용 예산 활용 방안 검토

- 복권기금 및 지자체 반납 예정액을 재원으로 통합문화이용권사업 예산에 편성하여 활용 (기획재정부 및 지자체 사전 협의)
- 3/4분기까지 결산해서 남은 예산을 전환, 또는 문예진흥기금 특별 적립 형태로 다음 해 사업에 투입하는 방안 등 강구
- 국고 예산으로는 불가하나 기금은 적립할 수 있으므로 '특별목적적립'으로 특수계층(문화소외계층)을 위한 사업 추진

[표 6-4] 카드 이용 기준 실 집행내용 및 불용액 현황

(단위:백만 원)

구분	카드 예산(A) (기금+지방비)	카드 이용액	카드 예산 불용액[a+b+c] 및 카드예산(A) 대비 불용액 비율	불용액 세부 및 비율			
				전액 미사용 [a]	일부 미사용 [b]	미발급 [c]	비고
2016년	76,500	64,432	12,068	4,457	3,651	3,960	
			15.8%	36.8%	30.2%	32.7%	
2017년	96,636	82,900	13,737	4,799	3,712	5,226	
			14.2%	34.9%	27.0%	38.0%	
2018년	115,176	101,144	14,032	6,306	3,974	3,752	
			12.2%	44.9%	28.3%	26.7%	
2019년	128,000	118,159	9,841	9,841		-	
			7.7%	100.0%		-	

3) 기대효과

■ 통합문화이용권 사업의 하나로 카드사업을 촉진하는 소외계층문화접근성확대 사업이 추진된다면, 저소득층의 문화적 삶의 질 수준을 높이는데 실질적인 성과가 있을 것으로 판단됨

■ 소외계층문화접근성확대 사업의 문제점으로 제기되고 있는 문화누리카드의 이용이 쉬운 도서구입, 영화관람 등으로 소진되는 실태를 개선하여 현재 전체 이용액의 2% 내외로 실적이 저조한 공연·전시 등 기초예술 분야의 이용률을 향상시킬 수 있을 것으로 생각되며, 통합문화이용권에 대한 예술현장의 일부 부정적 시각도 긍정적으로 변화할 수 있을 것으로 기대됨

다 스마트 기반의 문화향유 통합 지원 플랫폼 구축

1) 추진배경

■ 디지털 기술이 급속도로 발전함에 따라 가맹점 조회, 이용내역 확인, 잔액 확인 등을 핸드폰을 통해 언제 어디서나 간편하게 확인할 수 있는 모바일 애플리케이션의 개발이 요구됨(이용자 간담회 19.12.12/ 이용자 만족도 조사에서 앱 개발 의견 계속 제기됨)

■ 분실, 타인 양도, 판매 등의 우려가 있는 플라스틱 카드(사용 중) 보다 안정선, 편의성이 높은

모바일 기반의 앱카드(스마트 페이) 도입 필요성 제기

* 모바일 앱 활용 사례 : 프랑스 문화패스(Pass Culture), 이탈리아 보너스 컬쳐(Bonus Cultura)

■ **현재 사용되고 있는 카드는 지원금 선불카드 형식으로 이러한 형태로는 다양한 기능(지원금 차등 지급, 무료·할인·제휴 혜택 등)을 탑재하여 제공하기에 어려움이 있음.**

■ **현재의 복잡한 데이터 처리 체계로 인해 카드 이용 내역에 대한 유의미한 데이터 활용에 한계가 있음. 미래 지향적인 분석 체계를 갖추기 위해서는 효과적인 데이터 분석·관리가 필수적임.**

2) 추진내용

■ **문화누리카드 모바일 기반 서비스 고도화**

○ 문화누리카드 모바일 앱(Application) 개발

- 앱으로 수집된 이용자 사용 패턴에 기반한 홍보 및 알림 서비스 제공

○ 스마트 페이(Smart Pay) 도입을 통해 본격적인 모바일 기반 서비스 고도화

- 모바일 앱 내 문화예술티켓 예매사이트 연계 및 구축 (’23년)
- 앱을 통한 발급 및 이용 확대로 문화누리카드 서비스 기반이 모바일 중심으로 점진적 전환

■ **문화향유를 지원하는 공공영역의 통합 플랫폼 구축을 통한 정보 서비스 혁신**

○ 국민의 문화향유를 지원하는 공공 통합 플랫폼 구축

- 문화소외계층에게 문화예술 관련 정보 (지원프로그램, 문화공간 위치, 관심 분야의 문화콘텐츠 등 추천)를 쉽게 접할 수 있도록 이용 편의 제공
- 문화누리카드의 빅데이터를 자료화하여 이용자의 취향 등을 고려한 맞춤형 서비스를 제공

○ 문화 분야의 각종 할인·제휴 혜택을 통합 서비스하는 가칭 ‘문화누리패스’ 발행

- 문화분야의 무료 또는 할인을 제공하는 카드, 패스 등 유사 사업 통합 및 제휴처 확대
  - 예술인패스, 청소년문화패스 등 국공립 문화예술기관의 무료·할인 제도 통합

○ 돌봄 기관 등 사회복지 시설과 연계하여 문화누리카드 관련 정보 제공

- 케어 로봇이 지자체를 통해 독거 어르신 집에 설치되어서 생활 돌봄, 정보 제공, 학습용 유튜브 영상을 연결해주고 있는데 돌봄 기관과 연계하여 문화누리카드 관련 정보 제공

3) 기대효과

■ **모바일 앱 개발을 통해 한 단계 진전된 문화누리카드 서비스 고도화 기반 구축**

■ **기초예술의 공연·전시 추천 등 모바일 앱 구현을 통한 정보 제공 등 맞춤형 큐레이션을 통해 카드 이용자의 편의 제고**

■ **문화향유의 소비패턴 및 이용자 취향 분석을 통한 기초예술분야 등 맞춤형 서비스 제공이 가능**

해짐에 따라 사업의 편의성 및 투명성이 고도화될 것임

2 기초예술 분야 이용 활성화를 위한 네트워킹 강화

《 실 행 과 제 》

가. 문화시설(단체) 협력 네트워크 구축

■ 공공 문화시설 및 단체와의 협력 강화

■ 민간 문화시설 및 단체와의 네트워킹 강화

나. 문화복지전문인력 양성 및 배치

■ 지역문화복지(문화서비스) 전문인력 육성사업 시범 추진

■ 지역문화 기획 전문인력 체계적 양성 및 배출(일자리 창출)

다. 사회복지 등 타 분야와 협력 강화를 통해 사회적 역할 제고

■ 사회복지 등 타 분야와 긴밀한 협력체계 구축

■ 문화복지의 대표적 사업으로서 사회공헌 등 역할 제고

가 문화시설(단체) 협력 네트워크 구축

1) 추진배경

■ 전국의 문화기반시설은 도서관 1,099개, 박물관 881개, 미술관 258개, 문예회관 255개, 지방문화원 231개, 문화의집 101개 등 총 2,825개(2019년말 기준)로 이루어져 있음

[표 6-5] 전국 문화기반시설 현황

연도별	총 계	국립도서관	공공도서관	박물관	미술관	문예회관	지방문화원	문화의 집
2019	2,825	3	1,096	881	258	255	231	101
2018	2,749	1	1,042	873	251	251	231	100
2017	2,657	1	1,010	853	229	236	228	100
2016	2,595	1	978	826	219	229	228	114
2015	2,519	1	930	809	202	232	229	116
2014	2,375	1	865	754	190	220	229	116
2013	2,182	-	828	740	171	214	229	-
2012	2,072	-	786	694	154	209	229	-
2011	1,979	-	759	655	145	192	228	-
2010	1,883	-	703	630	141	182	227	-

출처 : 전국문화기반시설총람 2019 문화체육관광부

■ **문화기반시설은 창작자인 예술가와 소비자인 국민이 만나는 매개공간으로 특히 문예회관과 미술관은 공연·전시의 다양한 작업이 이루어지고 있음. 이들 문화공간은 개별적으로 소외계층을 대상으로 무료 초청하거나 일정한 할인율을 적용하여 사회공헌 차원에서 소외계층을 배려하는 프로그램을 운영하고 있음**

■ **그러나 문화누리카드의 회원을 대상으로 한 티켓 할인제도를 운영하거나 공연기간 중 무료초청 이벤트 등을 별도로 제공한 사례는 거의 없어 문화시설과의 협력체계 구축이 요구됨**

2) 추진내용

■ **국공립 문화시설 및 단체와 문화예술의 사회적 역할에 대해 가치를 공유하고 문화누리카드 소지자인 저소득층에 대한 공동 대처 (MOU 체결) 등 협력체계 강화**

○ 국립 공연장 (국립중앙극장, 명동극장 등) 및 국립현대미술관, 국립국악원 등 국립문화시설의 소외계층을 위한 문화누리카드 통합 할인율 적용 추진

— 문화체육관광부 차원의 소외계층의 문화접근성 확대를 위한 '국공립 문화시설의 이용 활성화를 위한 지침' 시달 ⇒ 추진 주체 간 MOU 체결

- 개별적으로 진행하고 있는 소외계층 무료 초청·할인제도 등을 통합, 자체 기획공연의 경우는 객석의 5% 내에서 티켓 가격의 70~80% 할인율 적용을 의무화하고, 민간 공연단체의 대관공연의 경우에는 티켓 가격의 30~50% 할인율 적용 권장
- 유료 전시의 경우 인원에 상관없이 티켓 가격의 50~80% 할인율 적용

○ 국공립 문화시설 등을 대상으로 적극적인 홍보로 사용처 확보 노력

— 사용처 확보를 위한 적극적 홍보 노력과 중앙정부 또는 지자체 차원에서 국공립 문화시설은 본 사업의 사용처로 의무화 권장

— 수도권에서 활용하고 있는 '플러스친구맺기'를 통해 정보를 전달하는 방법 강구 등 적극적인 홍보를 위한 아이디어를 지역 간 공유 필요 (TF팀 구성)

○ 전국의 종합문화예술회관을 회원으로 하는 한국문화예술회관연합회(한문연)과 협력을 통해 '문화소외계층의 문화접근성 확대를 위한 문화누리카드 이용 편의 제공'에 관한 지침을 지방자치단체를 통해 시달 (문화체육관광부)

— 구체적인 내용은 한문연과 예술위 간 MOU 체결을 통해 진행

○ 전국 공공 문화시설 중 공연·전시장을 운영하는 문화예술회관(255개처)을 대상으로 우선 시범 도입하고 박물관, 미술관 등 전시시설도 소외계층 대상의 티켓 할인제 등 도입

■ **민간 문화시설 및 예술단체와 네트워킹 강화**

○ 민간 문화시설에 대해서는 한국소극장협회 (500석 이하 민간공연장)'와 한국문화예술위원회 간 문화소외계층의 기초예술 분야 이용 편의성 제공에 관한 MOU 체결

- 민간 소극장의 경우, 서울 대학로의 일부 소극장을 제외하고 대부분의 극장 운영자가 공연 콘텐츠도 직접 제작하고 있음
- 소극장을 운영하고 콘텐츠도 만들어내는 민간 예술단체와 협력을 통해 문화누리카드 사용자들이 소비 주체이면서 예술단체의 간접 후원자로서 역할을 수행
- 문화누리카드 회원이 지역 예술단체의 1년 단위 후원회원으로서 가입하여 활동할 수 있도록 하고 예술단체는 각종 후원행사 개최, 연간 회원 할인 등 혜택 부여

○ 공연예술 분야의 대표적인 지원사업인 '공연예술상주단체육성지원'사업의 경우, 지원사업 공모 요강에 해당 지역의 문화소외계층의 공연 관람을 위해 공연 발표 시 문화누리카드 소지자에 대한 티켓 할인 (30%~80%) 적용하도록 명문화

○ 그 외, 한국뮤지컬협회, 한국연극프로듀서협회, 사립미술관협회 등 민간 영역과의 네트워크 채널 구축을 통해 문화소외계층의 기초예술 향유에 관한 관심 제고

3) 기대효과

■ **전국의 문화기반시설에서 개최되는 각종 공연·전시에 문화소외계층인 문화누리카드 회원이 일정한 할인을 받도록 함으로써 기초예술의 이용 활성화에 이바지할 것으로 판단됨**

■ **문화누리카드 회원(사용자)이 지역의 대표적인 지원사업인 공연예술상주단체육성지원에 선정된 단체를 비롯한 지역 유명 예술단체의 후원회원으로서 활동함으로써 지역문화에 대한 자부심을 품는 계기가 될 수 있을 것임**

■ **한문연 등 전국적인 네트워크망을 가지고 있는 문화예술기관과의 MOU 체결과 문화체육관광부의 공식적인 지침 시달을 통해 소외계층에 대한 할인 등이 제도화되는 계기 마련**

나 문화복지전문인력 양성 및 배치

1) 추진배경

■ **문화체육관광부는 문화이용권 제도가 확대되면서 문화소외계층의 문화복지 서비스를 전담할 '문화복지전문인력'의 양성·배치하는 시범사업을 추진한 바 있음 (2011~15년)**

○ 초기 시범운영을 거쳐 2013년부터 16개 시도에서 추천한 문화이용권 사업 담당자와 문화예술기관 및 사회복지시설 등에서 추천한 문화예술, 사회복지 관련 전공자와 종사자 등 100여 명을 대상으로 이론교육과 현장 실습 등 교육이 진행되었고 교육 이수자는 기관 수요에 따라 당해연도 교육 이수 후 현장 배치 활용

[표 6-6] 문화복지 전문인력 양성사업 현황

구분	2011년~2012년	2013년~2015년	비고
지원 대상	61개 지역(부산,전북 포함) 33명~42명 배치	전국권 100명~120명 배치	배치규모 확대
예산	100백만원~450백만원	1,000백만원~1,200백만원	
추진 방식	ㅇ 기초·심화 과정 별도 운영 ㅇ 11년도(1기) - 부산 11개, 전북 27개 (금정구청, 전북도청 등) ㅇ 12년도(2기) - 부산, 전북 제외한 14개 시도의 시 군청 및 문화시설, 사회복지 시설 등 34개	ㅇ 기초, 실무, 심화(워크숍) 과정 운영 -사회복지·문화예술 현장 종사자 및 문화이용권 담당 등 일선 문화복지 담당자 대상 교육 시행 ㅇ 배치기관 선정 -재배치기관 : 사업성과 평가 결과 반영하여 선정 -신규 운영기관 : 광역자치단체와 문화재단 협력사업 형태 추진	집행체계 개선

■ **문화복지 수요 증가와 통합문화이용권 사업의 확대에 따른 맞춤형 문화복지 서비스 전달체계 구축이 필요한데, 이러한 문화복지 정책을 효과적으로 추진하기 위해서는 문화복지전문인력의 양성과 배치를 통해 문화복지사업의 제도적 정착이 이루어져야 할 것임**

■ **문화전문인력 양성과 관련된 정부사업 추진내용**

○ ‘문화복지사’ 제도 도입을 위한 법적 근거 마련

— 문화복지전문인력 양성 결과를 바탕으로 문화예술진흥법을 개정하여 (가칭)‘문화복지사’의 법적 근거를 마련하고자 하였으나, 부처 간 이견(예산, 중복문제 등)이 존재하여 법제화에는 실패함

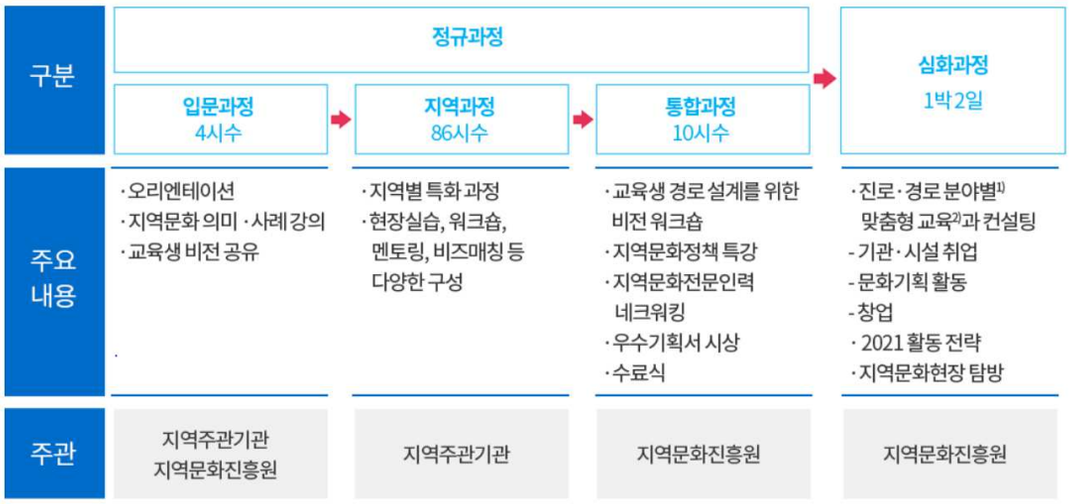
(참고 : 문화복지사) : 문화복지를 일반 국민 및 사회적 취약계층을 대상으로 서비스하기 위해 전문성을 갖춘 인력 중, 국가자격증을 취득한 자를 의미함. 문화복지사의 역할은 전국 문화시설, 주민자치센터, 사회복지관 등에 배치되어, ▲지역 주민의 문화감수성 증진을 위한 프로그램 개발 ▲소외계층에 대한 문화서비스 증진을 위한 활동 ▲소외계층 문화 및 여가활동 실태조사 실시 ▲지역 내 문화예술 지원 파악 및 문화자원봉사 활성화 ▲각종 문화복지 사업 관리 ▲지역 일반 기업 등의 여가설계, 여가 컨설팅 업무 등을 수행하는 것으로 되어있으나, 법 개정을 통한 제도적 도입에는 어려움을 겪고 있음

○ 지역문화진흥원에서는 지역문화전문인력 양성과정 개설하고 지역주관처(7개)를 선정하여 정규과정 및 심화과정을 나누어 교육프로그램을 운영하고 있음

— 2014년 제정된 지역문화진흥법에 지역문화전문인력의 양성에 관한 근거 조항 명시

* ‘국가와 지방자치단체는 지역문화전문인력의 양성과 자질 향상을 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다. (지역문화진흥법 제10조 1항)’

[그림 6-2] 지역문화 전문인력 양성과정(지역문화진흥원)



- 지역문화진흥원에서는 지역문화진흥법에 명시된 지역문화전문인력 양성과정을 운영하고 있음
  * * 정규과정(입문과정, 지역과정, 통합과정), 심화과정(1박2일)
- 지역문화인력 배치사업 : 지역문화인력이 지역 안에서 실무능력을 갖춘 지역문화전문인력으로 성장하고, 역량을 펼칠 수 있도록 최대 2년간 (월 200만 원) 지원함.

2) 추진내용

■ 문화복지전문인력 양성제도 도입

○ 문화복지 전문인력에게 요구되는 역량은 지역과 대상자에 대한 이해, 프로그램 개발 및 네트워크 조직 역량, 행정처리 능력, 데이터 통계와 분석 능력, 통합문화이용권에 대한 이해와 지원업무 등을 갖출 수 있도록 문화복지전문인력 양성 프로그램 운영

○ 문화복지전문인력의 주요 역할 (예시)

- 통합문화이용권 등 문화복지 사업 정보 제공 및 홍보
- 지역 문화복지 수요 발굴 및 프로그램 기획·운영
- 지역 문화 자원 조사 및 발굴
- 지역 문화복지 관련 기관 네트워킹 및 문화복지망 구축
- 문화복지 사업성과 관리
- 지역별 배치 전문인력 총괄 및 매개 업무 (관리기관 배치 인력에 한함)

■ 현재 추진되고 있는 지역문화전문인력 양성 및 배치에 문화복지 분야를 추가하는 방안도 검토해볼 수 있으나 문화복지역량을 키울 수 있도록 양성과정의 교과목 조정 등 특성화된 프로그램 필요

[표 6-7] 문화복지전문인력과 지역문화전문인력의 양성과정 및 역할 비교

구분		문화복지전문인력 양성	지역문화전문인력 양성	비고
정의		문화복지에 대한 이해와 프로그램 기획·개발 및 네트워킹, 홍보 등 관련 지식과 행정처리 능력을 갖춘 사람	지역문화의 기획·개발·평가 등의 업무를 수행할 수 있는 지식과 능력을 갖춘 사람 (지역문화진흥법 제2조)	
주요업무		문화복지 수요 발굴 및 프로그램 기획·운영 지역 문화 자원 조사 및 발굴 지역 문화복지 관련 기관 네트워킹 망 구축 문화복지(문화누리카드) 사업 성과관리 등	생활문화프로그램 기획운영 동아리 현황파악 및 네트워크 관리 문화콘텐츠 개발 및 운영 지역문화자원 조사 등	
자격요건 (대상)		문화예술 및 사회복지 관련 전공자 문화예술 및 사회복지 유경험자	지역을 기반으로 활동하는 문화기획자	
배치기관		광역 및 기초 지자체(문화복지담당부서) 광역 및 기초 문화재단 지역문화시설 및 기관 등	생활문화센터, 문화의집, 지방문화원, 지역문화재단 등 지역문화시설 및 기관 등	
교육과정	기초과정	사회복지와 문화복지의 이해 문화복지정책의 이해 및 사업현황 문화복지대상자 커뮤니케이션 스킬 문화활용 실무능력 등,	지역별 특화과정(현장실습, 워크숍) 경로설계를 위한 비전워크숍 지역문화정책 특강 지역문화전문인력 네트워킹 등	
	심화과정	문화복지프로그램의 기획 문화복지사업 실제 현장과 사례 성과워크숍(문화복지사례연구 및 토의) 현장 문화복지프로그램 기획, 정보교류	진로·경로분야별 맞춤형 교육·컨설팅 문화기획활동 창업(지역문화,문화일반,예술교육 등) 지역문화현장탐방, 2021활동전략 등	

■ **사업 개요(안)**

○ 사업기간 : 2022년 2월~12월

○ 사업주최 : 문화체육관광부

○ 사업주관 : 한국문화예술위원회

○ 추진절차 및 내용

- 배치기관 선정 (2월~3월) : 지자체 및 지역문화재단 협력을 통해 진행 (문화재단 컨소시엄)
- 인력 선발 (2월~3월): 각 배치기관에서 인력선발 (문화예술, 사회복지 전공·유경험자)
- 인력 교육(4월 중) : 선발인력 교육, 기초과정 이수 후 배치
- 기관배치 (5월~12월) : 각 선정기관에서 부여한 실무업무 진행 (신규 8개월)
- 모니터링 및 워크숍 (배치 기간 중) : 모니터링 평가 위원단 구성, 현장 평가연도 중 심화과정, 워크숍 추진으로 사례발굴 및 성과 공유
- 평가 및 환류 (사업 종료시 까지)

■ **문화복지 전문인력 양성 교육프로그램 개발**

○ 문화복지 전문인력 매개 프로그램 내용

[표 6-8] 문화전문인력 매개 프로그램 내용

구 분	내 용
현장 모니터링	개별 배치기관 방문을 통한 현장 모니터링 및 피드백
지역별 네트워킹	전문인력 및 운영기관, 관리기관, 배치기관 담당자, 유관기관 관계자 등 네트워크 형성
스터디모임 및 워크숍, 교육 운영	지역전문가 초정 강연, 문화복지 사례 발표 및 자료공유, 교육 참여 전문인력 역할 토론 및 주요실적/성과공유 지역 우수사례 공유 및 현장 답사
기타 전문인력 운영 및 관리	기타 사업관련 홍보물 등 제작

자료 : 한국문화예술위원회 내부자료

○ 문화복지전문인력이 가져야할 역량 및 역할

- 문화복지전문인력 교육프로그램 구성과 교육과정 편성에 활용

[표 6-9] 문화복지전문인력의 필요 역량 및 역할 (예시)

구 분	역 할
지역에 대한 이해	지역 문화자원 현황 파악 및 발굴/대상자(수요자) 발굴 및 분석
대상자에 대한 이해	대상에 대한 이해 및 복지 마인드 대상자와의 커뮤니케이션
프로그램 개발	대상 세분화를 통한 유형별/단계적 프로그래밍 [통계에 의해 과학적 접근 필요]=> 고객만족도 훈련 필요
네트워크 조직역량	문화예술동호회 네트워크 조직 생활문화예술교육 감사 네트워크 조직 지역예술인/ 문화자원봉사자/지역의 동의와 참여 이끌어 내기
문화행정처리 능력	대상자 행정서비스 해결 문화복지 인식이 부족한 행정기관에 인력보충 및 업무효율성 증대
데이터 통계와 분석능력	문화복지 관련 데이터 축적 및 활용 다양한 문화복지 프로그램 사례 축적 과학적인 접근으로 통계를 분석하여 대상을 좁혀나가며 효율성과 형평성을 판별해낼 수 있는 능력 필요 지역별 특성 유형화 하여 분석
통합문화이용권사업 (문화누리카드) 지원	대상자 카드발급 및 가맹점 정보제공 서비스 대상자 데이터베이스 확보 및 대상자 유형별 분류 대상자에게 맞는 문화정보제공 및 연결 지역 기본데이터 및 문화관련 데이터 통계 및 분석 주민자치센터 매뉴얼 만들기
기타 사업	지자체 문화사업 모니터링

자료 : 한국문화관광연구원(2012). 문화복지전문인력 양성 커리큘럼 및 운영방안 개발 연구

3) 기대효과

■ **문화복지 전달체계의 중요성이 부각됨에 따라 문화복지전문인력 양성의 필요성이 높아지고 있으며, 전문인력의 양성과 배치가 이루어지면, 국민의 삶의 질을 높이는 실질적이고 효과적인 복지사회 구현에 기여할 것으로 기대됨**

■ 문화복지전문인력은 기존 시행되고 있는 지역문화전문인력과 함께 지역문화와 문화복지 관련 기획이 활성화되고 문화분야 일자리 창출에 도움을 줄 것임

■ 인력 부족으로 어려움을 겪고 있는 지역문화재단에 준비된 문화복지전문인력을 배치하여 통합문화이용권사업의 기획프로그램 개발 등 지역문화복지 업무의 내실화를 기할 수 있음

다 사회복지 등 타 분야와 협력 강화를 통해 사회적 역할 제고

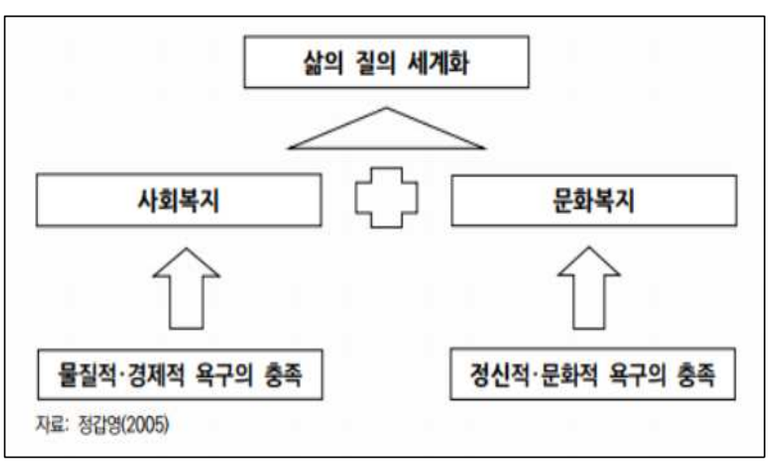
1) 추진배경 및 현황

■ 사회복지의 궁극적인 목표는 인간의 행복과 삶의 질 향상이라는 점에서 문화복지가 추구하는 방향과 일치함

○ 문화복지는 단순히 물질적인 존재를 유지하는 수준의 복지에서 벗어나, 인간으로서의 존엄성과 인간성을 실현할 수 있게 하는 인간 존재의 전체적인 욕구 충족을 위한 것이며, 이를 통해 총체적인 의미의 국민복지를 실현할 수 있도록 함

○ 문화복지의 핵심적 내용은 문화적 소외현상을 극복하고 국민 개개인이 문화예술을 접하고 문화적 삶을 영위하도록 하는 것으로 사회복지가 추구하는 궁극적인 목적과도 일치함

[그림 6-2] 문화예술계에서 바라보는 문화복지



■ 사회복지와 문화복지의 관계

○ 문화예술계에서는 사회복지가 물질적·경제적 욕구의 충족을 위한 것이지만, 문화복지는 정신적·문화적 욕구의 충족을 위한 것이며 두 가지가 병렬적으로 연결되어 궁극적으로는 '삶의 질' 제고(이른바 국민복지)에 이르는 것으로 봄[32]

32) 정갑영, 「문화복지사제도 도입방안 연구」, 한국문화관광정책연구원 (2005)

■ **사회복지 분야와 긴밀한 협력관계 구축 필요**

○ 사회복지 추진체계와 긴밀한 협력관계 구축을 통해 국민의 삶의 질 향상에 기여

- 사회복지와 문화복지는 국민의 행복권 추구라는 공통의 목적이 있음
- 사회복지는 법적으로 공인된 자격증 제도(사회복지사 1, 2급)를 비롯한 법·제도가 세밀하게 갖춰져 있고 추진체계가 정립되어 있음. 반면, 문화복지는 법·제도가 아직 미비하고 해당 전문인력의 공인된 자격증 제도가 없으며, 지역을 무대로 활동하는 문화복지전문인력에 대한 지원체계가 아직 확립되어 있지 않음.

2) 추진내용

■ **통합문화이용권 관련 업무를 담당하고 사회복지 인력에 대한 교육 및 인센티브 제공**

○ 사회복지를 전공한 담당자들이 시민자치센터에서 통합문화이용권 관련 업무를 담당하고 있는 경우가 일반적이므로 사회복지 전공자나 일정기간 업무 경험자도 교육대상에 포함시켜 문화예술에 대한 이해 및 문화복지의 이론과 현장 체험 등 정기적인 교육과 네트워킹의 기회 부여

- 아르코예술인력개발원에 문화복지 교육프로그램 개설 (2박3일 단기 과정)
- 문화복지전문인력 양성 및 배치 프로그램에도 사회복지 전공자가 참여할 수 있도록 조치

○ 주민자치센터의 담당 사회복지사 등 저소득층 관련 문화누리카드 업무 담당자를 대상으로 문화복지에 업무 실적 우수자를 선발하여 해외 단기연수 기회 부여 등 인센티브 제공

■ **문화복지의 대표사업으로서 예술을 통한 사회공헌과 사회적 역할 제고**

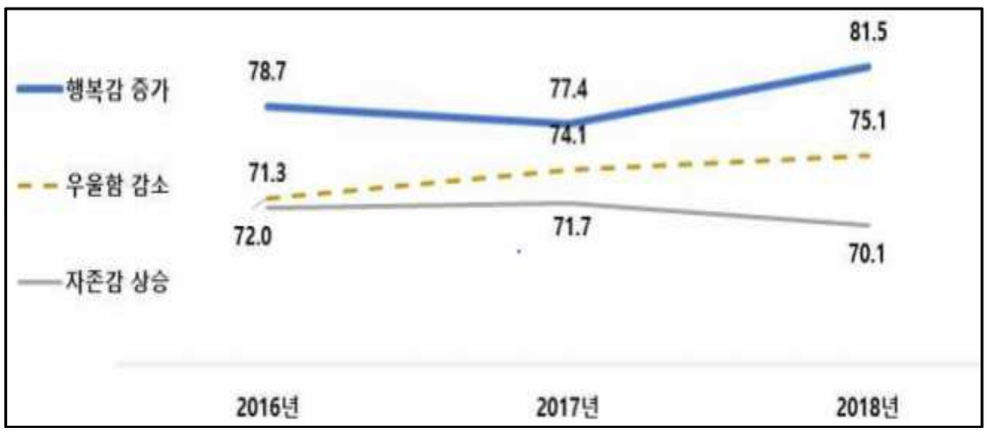
○ 통합문화이용권 사업은 문화예술·여행·스포츠 활동을 지원하는 공적사업이자 문화분야 대표 복지사업으로서, 특히 기초예술 분야의 관람 및 체험 확대를 통해 소외계층에 대한 문화예술 향유 기회를 제공함. 문화복지 사업은 협의로는 개인의 자존감 회복 및 문화 격차 해소, 광의로는 사회적 갈등 완화와 사회공헌 등 사회적 가치 증진에 기여하고 있음

○ 문화누리카드를 사용하는 저소득층 청년의 경우, 기초예술분야의 이용을 선호하고 있는 점을 감안, 청년층을 주 타깃으로 하는 프로그램 개발 필요

○ 사업 수혜자들은 문화이용권이 문화적 욕구를 충족할 기회를 제공한다는 점에서 복지정책으로서 본 사업을 높게 평가하고 있으며 문화복지 혜택을 누리는 수혜자가 확대되기를 기대하고 있음 33)

33) 류민정, 문화소외계층 지원정책의 위험 분석 및 감사 시사점, 감사연구원, 2019.8

[그림 6-3] 문화누리카드 효과성 정서적 측면(연도별분석)



출처 : 2018 통합문화이용권 성과평가 연구

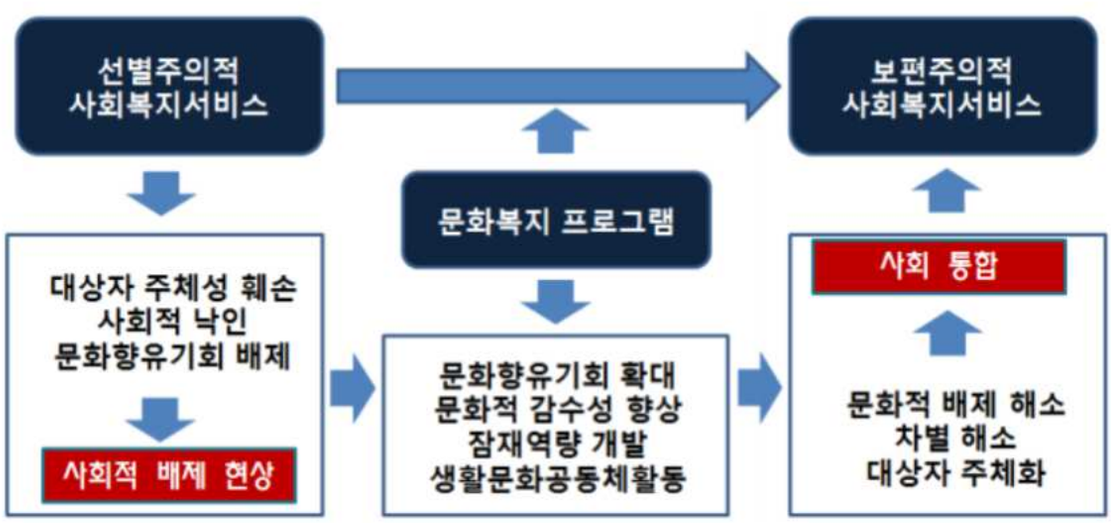
○ 통합문화이용권을 통해 친구 또는 가족들과 함께 문화예술을 향유하는 기회가 확대되면서 세대·가족 공동체성 개선에 도움을 주고 있는 것으로 분석됨

○ 문화예술의 향유 역량은 선천적으로 형성되기 보다는 향유 경험의 축적을 통해 후천적으로 형성되는 경험재(experience goods)적 특성을 확인할 수 있는 결과임

○ 문화누리카드가 저소득층이라는 사회적 낙인(烙印)을 주지 않도록 개선방안 마련

- 나눔티켓, 문화누리카드 결제시 신분증 제시를 요구하고 있어 동행한 친구 앞에서 '창피하고 불편함' 토로
- 카드 디자인이 두드러지지 않도록 개선하고 결제시 신분증 제시 대신에 모바일 인증 등 대안 모색이 필요함[34]

[그림 6-4] 복지사회(Welfare Society)에서 문화복지의 역할



34) 정무성, 문화예술 향유사업의 성과와 발전방향, 문화예술 향유사업의 성과와 미래 컨퍼런스 발제문, 한국문화예술위원회, 2017.9.8

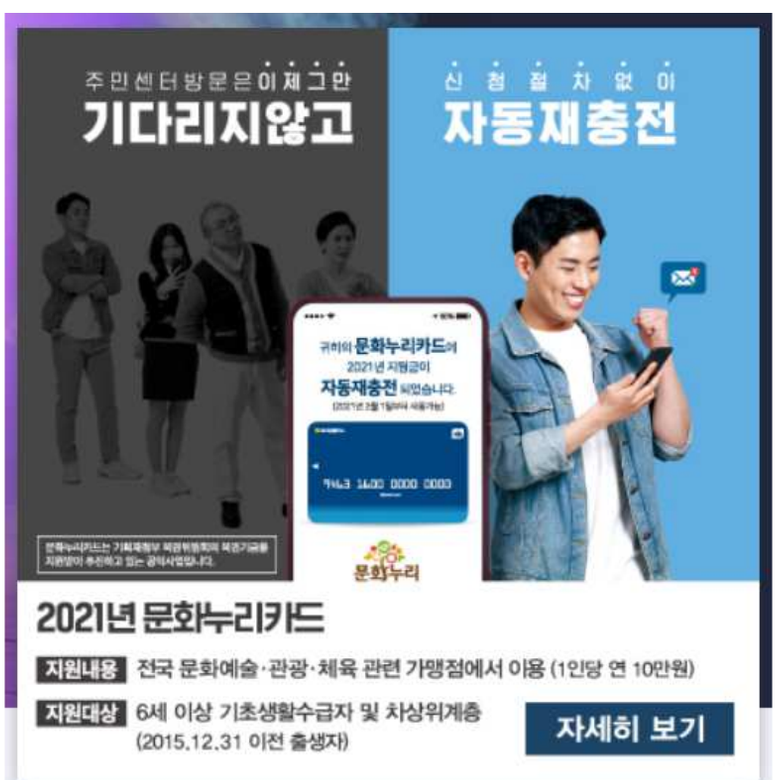
3) 기대효과

■ 문화복지는 사회복지가 선별주의적 사회복지정책으로 인해 대상자의 주체성 훼손과 사회적 낙인 등 사회적 배제 현상을 일으키는 문제점을 안고 있으나, 문화복지 프로그램을 통해 문화향유 기회를 넓히고 문화적 감수성을 향상시키는 등 문화적 배제를 해소하여 궁극적으로 보편주의적 사회복지 서비스로 나아갈 수 있도록 하고 있음.

■ 통합문화이용권 관련 업무를 수행하고 있는 사회복지 관련 인력의 애로사항과 불만을 청취하여 해결방안을 강구하고, 이들에 대한 문화예술의 이해 및 현장 체험 등을 통해 원활한 업무 처리가 이루어질 수 있도록 함. 우수한 업무 성과자에게는 국내 공연 초청 및 해외 연수기회 등 인센티브를 제공함으로써 문화복지 업무의 효율성이 크게 증대될 것임

■ 문화누리카드는 저소득층을 상징하는 낙인효과를 가져오지 않도록 모바일 인증 전환 등 세심한 배려를 한다면, 오히려 문화를 향유하는 다양한 혜택을 보유한 카드로써 긍정적인 부분이 드러날 수 있을 것으로 기대됨

[그림 6-5] 2021년 문화누리카드 자동 재충전 안내



출처 : 한국문화예술위원회 홈페이지(www.arko.or.kr)

3 문화향유 지원정책 및 제도 개선

《 실 행 과 제 》

가. 기초예술 이용 활성화를 위한 법제도 개선

■ 문화복지 및 통합문화이용권 관련 법·제도 개선
■ 국공립 시설(단체)의 문화누리카드 이용 편의 개선

나. 문화누리카드 발급대상의 단계적 확대로 기초예술 분야 소비 진작

■ (1단계) 차차상위 청년층까지 지원 확대
■ (2단계) 아동·청소년기 문화향유의 첫걸음
■ (3단계) 이용자 중심, 포용적 문화복지의 마중물

다. 추진체계 개선 및 지역 주관처 업무역량 강화

■ 문화누리카드 사업 추진체계 정비
■ 지역 주관처 업무역량 강화

가 기초예술 이용 활성화를 위한 법제도 개선

1) 추진배경 및 현황

■ **국가 차원에서 법 제도상 '문화권'에 대한 국민의 권리를 적극적으로 해석할 필요가 있음**

○ 경제적, 사회적, 지리적 소외로 인해 문화기본법에 적시한'문화를 창조하고, 참여하며, 향유할 권리 (문화권)'를 제약 받고 있는 문화소외계층의 권리 회복과 카드 이용 서비스 제고를 위해 관련 법규 개정 및 콘텐츠 확보 등 활성화 정책 강화 필요

■ **문화복지 관련 법률 조항이 체계적이지 않고 선언적인 구호에 머물러 있는 경향이 있음**

○ 1972년 제정된 문화예술진흥법은 가장 먼저 '제3장 문화예술복지의 증진'장을 만들고 관련 조항을 한데 모았으나, 제12조 문화강좌 설치, 제13조 학교 등의 문화예술 진흥, 제14조 문화산업의 육성·지원, 제15조의2 장애인 문화예술활동의 지원 등의 조항은 이미 타 법률 (문화예술교육지원법, 문화산업진흥기본법, 장애인 문화예술활동 지원에 관한 법률 등)이 제정되어 의미가 퇴색된 조항으로 개정이 필요한 부분임

[표 6-10] 문화복지 관련 법률 조항

구 분	조 항		내 용
문화 기본법 (2013)	-	제4조(국민의 권리)	-모든 국민은 (생략) 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(이하 “문화권”이라 한다)를 가진다.
		제5조(국가와 지방자치단체의 책무)	③ 국가와 지방자치단체는 경제적 · 사회적 · 지리적 제약 등으로 문화를 향유하지 못하는 문화소외 계층의 문화 향유 기회를 확대하고 문화 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.
		제7조(문화정책 수립 · 시행상의 기본원칙)	4. 차별 없는 문화복지가 증진되도록 할 것
		제9조(문화 진흥을 위한 분야별 문화정책의 추진)	6. 문화복지의 증진
		제11조의2(한국문화관광연구원의 설립)	⑤ 연구원은 설립목적을 달성하기 위하여 다음 각호의 사업을 수행한다. 3. 문화복지를 위한 환경조성에 관한 조사 · 연구
문화 예술 진흥법 (1972)	제3장 문화예술 복지의 증진	제11조 장려금 지급 등 외	제12조 문화강좌 설치 제13조 학교 등의 문화예술 진흥 제14조 문화산업의 육성·지원 제15조 도서·문화 전용 상품권 인증제도
		제15조의2 장애인 문화예술 활동의 지원	장애인의 문화예술 교육 기회 확대 및 장려, 지원을 위한 시설 설치 등 시책 강구
		제15조의3 문화소외계층의 문화예술복지 증진시책 강구	경제적·사회적·지리적 제약으로 문화예술을 향유하지 못하는 문화소외계층을 대상으로 문화예술 향유 기회 및 활동 확대 장려
		제15조의4 문화이용권의 지급 및 관리	「국민기초생활 보장법」에 의한 수급자, 저소득층 대상 지급 「사회복지사업법」 및 그 외 자격을 확인하기 위한 증명자료 제출 효율적 운영을 위해 국가 및 지방자치단체에서는 이와 관련한 시스템 구축 가능
문화예술 교육지원법 (2006)	제4장 사회문화예술 교육의 지원	제24조(각종 시설 및 단체에 대한 사회문화예술교육의 지원) 등	사회문화예술교육을 위해 민간 교육시설 및 국공립 교육시설 등을 활용할 수 있으며, 문화적으로 취약한 노인이나 장애인에 대한 지원활동을 지원
국민기초생활보장법 (1995)	제1장 총칙	제2조(정의)의7	최저생계비란 국민이 건강하고 문화적인 생활을 유지할 수 있도록 최소한의 비용으로서 정의
		제4조 급여의 기준	급여는 건강하고 문화적인 최저생활 유지를 목적
사회보장 기본법 (1999)	제2장 사회보장에 관한 국민의 권리	제10조 사회보장 급여의 수준	모든 국민이 건강하고 문화적인 생활을 유지할 수 있는 수준 최저생계비와 최저임금을 매년 공표

자료: 정광렬(2015)맞춤형 문화복지정책 및 서비스전달체계 구축방안 연구, 2015, 일부 수정

2) 추진내용

■ **문화예술진흥법 전면 개정을 통해 문화복지 관련 조문 등 보완 필요**

○ 문화기본법이 제정된 이후 모법의 역할이 모호해진 문화예술진흥법이 “누더기법”이라는 오명을 듣고 있는 만큼, 이미 타 법률에 관련 조항이 규정되어 있는 조문은 삭제 또는 관련 법률로 이전하고 관련 법이 미비한 문화복지전문인력 양성, 문화복지사 제도 도입 등 실질적인 내용을 중심으로 검토 절차를 거쳐 새로 포함하는 방안 검토

■ **통합문화이용권 추진체계의 제도적 안정화 도모**

○ 문화예술진흥법 시행령(시행규칙)에 지역 주관처의 역할에 대한 법적 근거 마련

- 현재 문화이용권 전담기관 지정 및 주요업무에 관한 규정(문화예술진흥법 시행령 제23조의4(문화이용권사업 전담기관)은 있으나, 지역 주관처에 대한 법적 근거 미비로 인력 배정 등에 어려움을 겪고 있음.
- 각 지역 주관처로 광역문화재단(17개 시도 소재) 지정 및 주요업무 명시, 운영경비에 대한 지자체 지원 등 근거 조항 마련

■ **중앙정부 및 지방자치단체에서 국공립 문화시설을 통합문화이용권의 사용처로 의무화**[35]

○ 기초예술 관련 기관 및 단체에 기초예술활성화를 위한 운영지침 제정 통보

- 문화예술진흥법 시행령(또는 시행규칙)을 개정하여 국공립 문화시설은 소외계층의 문화향유를 위한 통합문화이용권이 원활하게 사용될 수 있도록 일정한 할인율 적용 등 활성화 정책에 적극 협조해야함을 명시

3) 기대효과

■ **문화기본법이 제정되면서 문화정책 수립·시행상의 기본원칙에 ‘차별없는 문화복지가 증진되도록 할 것’ 조항이 포함되어 있고 분야별 문화정책의 6번째 항목에 ‘문화복지의 증진’이 규정되는 등 명문화가 되어있으나 조문 정리가 필요한 문화예술진흥법 개정을 통해 실질적인 문화복지가 구현될 수 있을 것으로 판단됨**

■ **기초예술의 매개공간인 국공립 문화시설이 정부의 지침에 의거 문화소외계층을 위한 문화누리카드 할인율 적용에 적극 협조하게 되면, 문화누리카드의 기초예술 이용에 큰 도움이 될 것으로 판단되며, 기업이나 민간공연장에도 소외계층이 제약받고 있는 문화권리의 회복에도 기여할 것으로 기대됨**

35) 류민정, 문화소외계층 지원정책의 위험 분석 및 감사 시사점, 감사연구원 연구보고서, 2019.8

나 카드 발급대상의 단계적 확대[36]로 기초예술 소비 진작

1) 추진배경

■ 현 정부 기조인 '포용적 문화복지' 확산과 개인의 문화권리 확대(문화비전2030), 사회적 이슈(저출산, 청년실업)에 대응, 아동기 문화예술 경험의 중요성 등을 고려하여 점진적 사업대상 확대

■ 세대카드에서 개인카드로 전환 때 특별한 이유 없이 6세 이상으로 나이 제한 적용. 6세 미만의 유아는 법적 통합문화이용권 정책 대상임에도 지원대상에서 누락되어 있었음

○ 기초예술에 대한 취향 형성은 유아기의 경험이 절대적으로 영향을 끼치게 되므로 차세대 기초예술의 향유자(관객)를 확보한다는 차원에서도 유아 연령의 대상 확대가 필요함

■ 기초예술 분야 (전시, 음악, 연극, 뮤지컬 등)에 대한 관람의향은 20~30대의 연령층에서 가장 높게 나타났고, 영화, 대중음악을 포함한 전체 문화예술행사는 15~19세와 20대의 관람의향이 제일 높은 것으로 나타남.(출처 : 문체부, 2019 국민문화예술활동조사)

■ 가구 소득수준에 따른 문화적 박탈감을 느끼는 비율은 일반가구(10.9%)와 저소득층가구 사이의 차이가 뚜렷하게 드러남. 특히 기초수급자 가구(35.1%)가 가장 높았고, 차상위 가구와 차차상위 가구의 문화적 박탈감을 비교했을 때, 차차상위의 가구(32.1%)가 차상위 가구(30.9%)보다 오히려 문화적 박탈감을 느끼는 비율이 더 높았음[37] 따라서 차차상위 가구 중 특히 문화욕구가 높은 청년층을 대상으로 문화누리카드 발급을 확대할 필요가 있음.

2) 추진내용

■ **(제1단계 : '22년 시범운영~)** 기초·차상위 3~5세 유아(3~5세, 약 4만 명) 우선 확대, 차상위 청년층까지 지원 확대 (약 45만 명)

○ 우선, 기존 대상에서 누락된 기초·차상위 유아(3~5세)에게 문화누리카드 발급

○ 관람 의향은 높으나 관람비용의 제약이 큰 차차상위 소득의 청년층 대상 시범 확대

- (청년구직자) 구직활동 지원금 대상자 전원 (연간 약 10만 명)
- (청년예술가) 창작준비금사업 대상자 (약 2,500명) 및 예술활동증명 완료 예술인 중 19세~24세 이하 저소득층 (약 3만 명)
- (현역 장병) 약 32만 명 중 저소득층 지원 ('18년 현역병 입영자 기준)

○ 지원분야 : 공연 및 전시관람 등 기초예술분야 중심 소비

---

36) 한국문화예술위원회, 통합문화이용권 중장기발전계획(안) 2020~2024, 추진과제1-2 참조
37) 서우석 외, 문화적 박탈감을 통해 살펴본 문화복지 대상 범위 연구, 문화정책논총 제27집1호(2013)

- 청년층의 경우 기본적인 문화예술 경험이 있으므로 다양한 정보 제공과 기초예술분야의 연계를 통해 지원내용 설정
- 기초예술 분야의 마니아층 형성과 신규 관객 유입 등 활발한 청년 문화소비를 통해 기초문화예술의 생태계 선순환 기대

■ **(제2단계 : '24년~) 아동·청소년기 문화향유 첫걸음 지원**

○ 아동·청소년기의 문화예술 경험은 문화예술 향유를 위한 취향 및 문화자본 형성에 결정적인 영향을 미치고 문화예술에 대한 수용도를 높여 성인이 되어 문화예술활동을 지속하게 하는 중요한 요인으로 작용함

○ 아동·청소년은 사회적 문화소외계층으로 간주, 국가에서 다양한 문화예술체험을 지원 (프랑스, 독일, 이탈리아, 영국 등)

○ 대상별 지원방식 (예시, 기존 지원자 중복 제외)

- 초등학교 입학생 (47만 명) : '생애 첫걸음 문화누리카드' 학교별 단체발급, 학기당 1회 및 전시 관람 지원
- 학교 밖 청소년 (5만 명) : 여성가족부와 협력하여 꿈드림프로그램 연계 지원
- 지역아동센터 아동·청소년 (11만 명) : 아동권리보장원 (구. 지역아동센터중앙지원단)과 협력하여 문화예술 체험프로그램 운영

■ **(제3단계 : '26년~) 이용자 중심, 포용적 문화복지의 마중물 역할**

○ 문화향유 욕구와 구매력이 있는 다양한 대상층을 발굴, 문화예술 관객 확대

- 국가 재정여건을 감안, 수익자 일부 부담 : 기업 후원+국가 지원+본인 부담 등
- 대상별 지원 방식 (예시, 일부 보조 원칙)
  - 근로자 (약 8만 명) 신청기업에 한하여 지원 (근로자 휴가지원제도 등 참고)
  - 만 18세를 맞은 청년 (약 53만 명)
  - 유치원 및 초, 중고 교사 (약 49만 명) 등

3) 기대효과

■ **문화향유 욕구가 크고 상대적 문화박탈감이 높은 저소득층의 아동, 청소년을 대상으로 문화누리카드를 추가 발급함으로써 기초예술에 대한 선호도와 구매력이 높아질 것으로 기대됨**

■ **그동안 대상에서 누락되었던 기초수급자·차상위 계층의 6세 미만 유아(3~5세)에게 카드를 발급하여 영유아를 위한 공연시장의 수요(현재 아동/가족극이 21.6%를 차지)가 더 늘어날 것으로 기대됨**

■ **문화누리카드 발급 대상자를 확대가 기초예술 관객 확대로 이어지려면, 홍보 및 정보제공, 기획프로그램 개발 등을 적극 추진하여 실질적인 효과를 볼 수 있도록 할 필요가 있음**

다 추진체계 개선 및 지역주관처 업무역량 강화

1) 추진배경 및 현황

■ **통합문화이용권 사업의 참여 주체별 역할 분담체계는 아래와 같음**

○ 통합문화이용권 사업의 참여 주체는 문화체육관광부를 비롯하여 한국문화예술위원회(전담기관), 각 광역시도 문화재단(주관처), 광역 및 기초 자치단체, 주민센터(읍·면·동) 등 전국의 공공 지원 및 행정조직을 망라하고 있음. 사업 주체별 역할을 살펴보면 다음과 같음

- 문화체육관광부가 전반적인 정책의 방향과 기본계획을 수립하고,
- 한국문화예술위원회에서는 사업 세부계획 수립 및 운영 총괄, 보조금 교부·정산, 카드시스템 구축 운영 등의 업무를 맡고 있음. 그 외 문화예술진흥법 시행령 제23조의 4의 통합문화이용권 전담기관으로서 시행령에 규정된 업무를 수행하고 있음
- 전국 17개 시도 광역자치단체는 담당 지역 사업을 총괄하고 시도별 사업 시행계획을 수립하며, 지방비 매칭·교부, 지역 주관처 선정 및 관리와 사업 현장 점검 및 홍보 협조 등의 업무를 수행함
- 전국 17개 시도의 지역 주관처는 광역단위 문화재단이 맡고 있는데, 예산집행, 정산·실적 보고 및 가맹점 관리, 이용 촉진 프로그램 기획·운영 등의 업무를 수행함
- 기초자치단체(시·군·구)는 발급·이용 등 사업 실적을 관리하고 관내 가맹점 점검 및 지원 현장 점검, 카드 이용 불편계층의 이용 촉진 프로그램 기획·운영 등의 업무를 수행함
- 주민센터(읍·면·동)는 카드 발급, 이용 안내와 가맹점 점검 및 지원, 취약계층의 카드이용 촉진 프로그램 기획·운영 등의 업무를 맡고 있음
- 그 외, 카드사(농협)는 카드 발급 및 정산 관리, 콜센터 등 이용자 편의 서비스 운영 업무를 맡고 있고 가맹점은 문화, 여행, 체육 등 승인된 상품 및 서비스를 공급함

■ **지역 주관처의 통합문화이용권(문화누리카드) 업무 전담 인력 부재**

○ 기획사업을 운영하면서 지역 주관처는 문화복지 및 문화나눔사업을 관장하는 부서를 신설하는 등 관련 업무를 강화했으나, 기획사업이 폐지되자 현재는 카드관리 (발급 및 이용 현황, 가맹점 관리 등) 중심으로 업무가 축소되어있는 상황임

○ 문화누리카드 사업의 지역 주관처인 광역단위 문화재단(17개 시도)의 경우, 현재 문화누리사업의 전담인력이 대부분 팀장1, 팀원 1명의 형태로 최소화되어있고, 이 또한 다른 업무와 겸해서 하는 경우가 많음. 문화누리카드 사업만 전담하는 인력이 있는 곳은 서울, 제주, 세종 등 3, 4개처에 불과한 실정임

○ 주민자치센터의 담당 인력이 6개월에서 1년 간격으로 교체가 빈번히 이루어지고 있고, 지역 주관처인 재단의 경우도 담당 부서가 계속해서 바뀌는 등 인력의 이동이 잦음

○ 지역 주관처는 개인정보 등을 다룰 수 있는 권한이 없어 실제 사용자들에게 정보 제공이나 민원에 대해 안내를 하기 어려운 상황임

2) 추진내용

■ **통합문화이용권 사업의 추진체계 개선을 통한 서비스 전달체계 고도화**

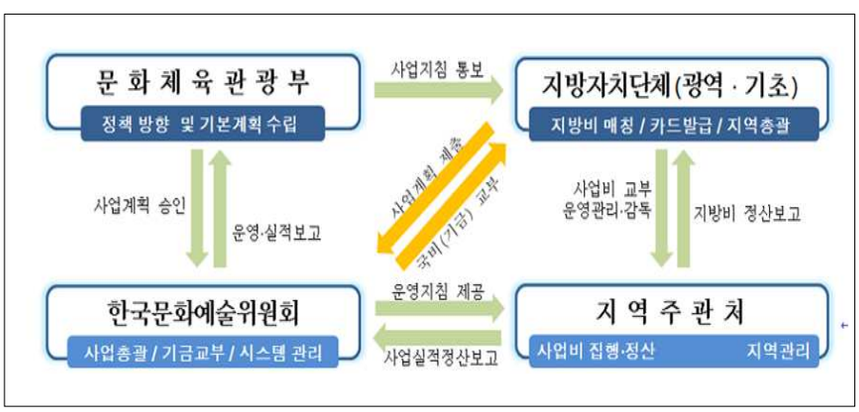
○ 통합문화이용권 사업의 서비스 전달체계의 고도화 및 효율적 연계가 필요함

- 현재 통합문화이용권 사업의 서비스 전달체계는 크게 문화체육관광부-한국문화예술위원회-지역 주관처로 이어지는 사업실행 전달체계와 광역 지자체-기초지자체-읍면동사무소로 이어지는 행정전달체계로 분류될 수 있음
- 통합문화이용권 사업의 지속적인 추진으로 사업과 행정전달체계 간의 협력이 점차 효율적으로 구축되어가고 있으나 최종수혜자인 저소득계층에게 문화·여행·스포츠 관람 서비스가 충분히 전달되는 데에는 한계가 존재한다는 측면에서 서비스 전달체계의 고도화 및 효율적 연계를 통해 최종수혜자의 수요 파악 및 사업과 관련된 정보 제공이나 홍보, 지원이 원활히 이루어지도록 할 필요가 있음

○ 문화복지 전문인력 배치를 통한 문화누리카드 이용 촉진 프로그램 기획·운영 활성화

- 현재 유명무실화된 '문화누리카드 이용 촉진 프로그램 기획·운영' 업무의 경우 지역 주관처, 기초자치단체, 주민센터에 공동 업무로 되어있으나 관련 예산 및 인력 부족 등으로 실제 운영에 어려움을 겪고 있는 것으로 파악됨
- 문화복지전문인력 양성·배치가 이루어질 경우, 지역 주관처 등 우선 배치를 통해 기초예술 분야 이용 촉진 프로그램 기획·운영 업무를 추진할 수 있도록 함

[그림 6-6] 통합문화이용권 사업 추진체계도(현재)



○ 통합문화이용권 성과의 지방자치단체 합동 평가 지표 반영 개선

○ 문화누리카드의 정체성에 대한 인식개선을 위한 홍보활동 강화

- 문화누리카드는 생활복지카드가 아닌, 문화소외계층을 위한 대표적 '문화복지카드'라는 인식개선을 위해 서비스 전달체계 재정비 필요

■ **기초예술 이용 활성화 TF팀 구성 운영**

○ 운영기간 : 2021년~2022년까지 시범 운영 (이후 성과를 분석, 상시 조직화)

○ 구성 : 한국문화예술위원회, 지역주관처, 문화복지 및 사회복지전문가, 문화예술인 등 참여

○ 기능 : 문화누리카드의 기초예술 이용 활성화를 위한 전략수립, 이벤트 및 홍보활동 총괄

- 단순히 제작비를 지원하는 것이 아니라 홍보 마케팅 측면에서 서로가 윈윈하는 지점에서 만날 수 있도록 문화예술 관련 전문가와 사회복지 분야의 전문가 등 다양한 영역의 전문가들이 참여하여 기초예술 분야의 성과를 낼 수 있도록 특별 이벤트, 프로그램 개발 등을 추진
- 소비자층을 나이별로, 지역별로 특수성을 고려해서 개별적으로 전략을 수립함

■ 지역 주관처 업무역량 강화방안 마련

○ 기획사업 폐지 이후 위축된 업무 회복 조치 필요

- 현재 17개 광역시도 문화재단이 지역 주관처 역할을 수행하고 있으나, 문화이용권 기획사업이 폐지된 이후 운영인력이 대폭 감소 (팀장 포함 2명)되고 업무가 문화사업 기획은 예산 및 인력 부족으로 거의 사라지고 가맹점 관리 등 단순 행정업무가 주를 이루게 됨

○ 문화복지전문인력의 양성을 통한 배치 인력을 시도문화재단에 우선적으로 배치할 수 있도록 함

- 지방자치단체의 운영경비 지원 등 법적 근거 마련 (3-1 법제도 개선내용 참조)
- 문화복지전문인력 양성을 통해 해당 전문인력을 지역주관처에 우선 배치하여 기초예술 활성화를 비롯한 문화누리카드 이용 촉진을 위한 소외계층문화접근성확대사업 등 추진

○ 지역주관처와의 네트워킹 강화 및 우수업무 직원들에게 인센티브 제공

- 기존의 한국문화예술위원장상, 문화체육부장관상 등 시상제도 강화 및 해외연수 기회 부여 등
- 순회 워크숍을 정례화하고, <기초예술 이용 활성화 TF> 참여 등을 통해 지역 주관처 의견 적극 수렴

3) 기대효과

■ 문화예술계 및 사회복지 전문가가 참여하는 <기초예술 이용 활성화 TF>는 기초예술 이용 활성화 전략을 수립하고, 실제 촉진 이벤트 및 홍보활동에도 나서는 활동을 통해 기초예술 이용 촉진에 긍정적 역할을 할 수 있을 것으로 기대됨

■ 통합문화이용권 사업추진체계는 사업과 행정서비스 전달체계 간에 효율적인 업무분담이 이루어지고 있는 것으로 판단되나, 공공문화시설의 통합 할인 적용 등은 최종 수혜자인 저소득층에게 실질적인 서비스 혜택이 돌아갈 수 있는 개선사항으로 판단됨.

■ 지역주관처의 업무역량 강화를 위해서는 '예산 및 인력'의 증액(증원)이 필수적이며, 현재의 단순 관리업무 중심에서 프로그램을 기획하고 주관하는 적극적인 행정으로 전환이 필요함. 문화복지전문인력 양성, 소외계층문화접근성확대사업의 신설 등은 지역 주관처의 업무역량 강화에 긍정적 영향을 줄 것임

3. 실행과제별 예산 및 추진일정

추진방향	실행과제	구분	2021	2022/2023	2024/2025
문화소외계층의 기초예술 접근성 높이기	기초예술 이용 활성화를 위한 이벤트 및 붐 조성	예산	2억원	10억원	10억원
		내용	포인트적립제도 준비	포인트적립제도 시행	포인트적립제도 시행
			기초예술활성화 프로그램 개발 및 시범운영(2억원)	기초예술활성화프로그램 개최 및 붐조성(5억원)	기초예술활성화프로그램 개최 및 붐조성
			주요문화시설 및 예술단체연계프로그램개발	주요문화시설 및 예술단체연계프로그램 추진(2억원)	주요문화시설 및 예술단체연계프로그램 추진(2억원)
	소외계층문화접근성확대 사업 신규 추진	예산		50억원	50억원
		내용	소외계층접근성확대사업 계획수립 및 추진방안 확정	소외계층접근성확대사업추진(지역주관처협의)	소외계층접근성확대사업추진(지역주관처협의)
	스마트 기반의 문화향유 통합 지원플랫폼 구축	예산	2억원	7억원	2억원
		내용	모바일 앱 개발(1억)	모바일 앱카드 도입 (결제시스템 구축: 3억)	앱 내 예매사이트 연계 및 모바일로의 점진적당 환(1억)
				통합문화예술패스 개발 및 구축(3억)	통합문화예술패스 추진(1억)
			(빅데이터) 데이터기반 분석(1억)	모바일앱을 활용한 맞춤형 큐레이션(1억)	모바일앱을 활용한 맞춤형 큐레이션
기초예술 분야 이용 활성화를 위한 네트워킹 확대	문화예술시설 (단체) 협력 네트워크 구축	예산		(연구조사)2억원	(연구조사)1억원
		내용	문화시설(단체) 협력네트워크구축	문화시설(단체) 협력네트워크구축	문화시설(단체) 협력네트워크구축
	문화복지전문인력 양성 및 배치	예산	2억원	18.5억원	18.5억원
		내용	양성계획수립 및 시범운영	인력양성	인력양성
			양성인력배치기관협의	양성인력현장배치 (100명)	양성인력현장배치 (100명)
	타 분야와 협력 강화를 통해 사회적 역할 제고	예산	0.5억원	1억원	1억원
		내용	사회복지분야연계 및 인센티브제도입	사회복지분야연계 및 인센티브제도입	사회복지분야연계 및 인센티브제도입
			사회공헌과 사회적역할제고 방안연구	연구 조사 및 영향분석	연구조사 및 협력체계구축
문화향유 지원정책 및 제도개선	기초예술 활성화를 위한 법제도 개선	예산	해당없음		
		내용		관계법령 개정	관계법령 개정
			제도개선 노력	제도개선 노력	제도개선 노력
	카드발급대상의 단계적 확대로, 기초예술분야의 소비 진작	예산	(1,077억 원)	(1,488억 원)	(2,757억 원)
		내용	기존대상증액 (171만명)	기초·차상위 유아연령확대(3세이상)	기초·차상위 유아연령확대(3세이상)
				차차상위 청년층지원 등 (22.5만명)	차차상위청년층지원 등 (49만명)
	추진체계 개선 및 지역 주관처 역량 강화	예산	0.5억원	2억원	2억원
		내용	기초예술활성화TF 구성운영	기초예술활성화TF 운영	기초예술활성화TF 운영
			지역주관처 업무역량강화방안마련	지역주관처 업무역량강화	지역주관처 업무역량강화

제3절 지속 가능한 운영체계 혁신

1. 통합문화이용권 운영체계 현황분석

가. 재원 및 운영체계의 변화

■ 통합문화이용권을 비롯한 복권기금사업은 기존의 주택복권 등 10여 개 기관에서 발행해오던 복권사업을 통합, 2004년 4월 「복권 및 복권기금법」이 제정, 시행되었으며, 문예진흥기금의 복권기금 전입은 「복권 및 복권기금법」이 시행된 2004년 7월부터 기획재정부 복권위원회로부터 시작되었음

■ 복권 및 복권기금법」 제23조(복권기금의 배분 및 용도)에 '문화 · 예술 진흥사업'이 포함된 것은 2003년 말에 영화관 등으로부터 일정 비율로 입장료에 부가되던 문예진흥기금이 헌법재판소의 헌법 불합치 판정으로 모금이 중단되면서 기금 고갈의 위기의식이 팽배해지자 대체 재원으로서 복권기금을 문예진흥기금으로 전입하여 문화예술 진흥사업에 쓰기로 한 것임.

> **복권 및 복권기금법 제23조(복권기금의 배분 및 용도)** ③ 제1항에 따라 배분된 복권수익금과 제4항에 따른 비용 및 경비를 제외한 복권기금은 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 사업에 사용한다. (1~3호 생략) 4. 문화·예술 진흥사업

■ 한국문화예술위원회 새로 유입된 복권기금사업을 운영하기 위하여 문화협력사업본부에 별도 조직인 '문화나눔추진단(단장 박정자)'을 구성하였고, 추진단 내부에는 문학나눔사무국, 공연전시나눔사무국, 순회사업사무국을 두고 행정처리 및 종합관리는 문화협력사업본부(문화나눔부)가 총괄하도록 한 바 있음

■ 2009년, 유인촌 문화체육부장관이 밝힌 ''지원사업 4대 원칙'[38]에 따라 예술위원회에서 추진해오던 '예술작품 창작 및 표현활동 지원' 등 예술가(예술단체)에 대한 직접 지원사업들을 서울문화재단을 비롯한 각 시도문화재단으로 이관함. 복권기금문화나눔 사업도 추진단을 해체하고 관련 사업들을 분야(장르)별 전문기관(단체)으로 분리 이관함

■ 통합문화이용권사업은 사업 초기에는 '문화바우처사업'이란 이름으로 인터넷 포인트제로 운영하면서 주로 공연티켓 구입을 목적으로 인터넷상에서 결제가 이루어지는 형태였으나 2011년부터

38) 이명박 정부 (유인촌 문화체육부장관)가 들어서면서 문화예술 지원원칙으로 '선택과 집중, 간접지원, 사후지원, 생활속 예술 활성화' 등 4대 원칙을 천명하고 한국문화예술위원회가 추진했던 예술가(예술단체) 직접지원사업들을 시도문화재단으로 이관하고, 문화나눔추진단도 해체, 복권기금사업의 추진을 분야(장르)별로 민간 및 공공단체로 이관한 바 있음.

카드제가 도입되면서 문화이용권사업으로 명칭을 변경하였고 2013년 스포츠관람바우처와 여행바우처 사업이 문화바우처와 통합되면서 명칭을 “통합문화이용권”으로 변경하였음

■ **(예산의 지속 증가)**문화이용권사업은 2010년 10월, 대통령의 정례 라디오 연설에서 소외계층을 위해 문화바우처 제도를 대폭 확대하겠다는 언급이 있었던 후 2011년 예산이 67억 원에서 245억 원(지방비 포함 340억 원)으로 크게 증가하였으며, 사업 운영체계를 정비하여 그동안 민간단체로 이관했던 사업 총괄 기능을 다시 한국문화예술위원회가 맡고 지역문화재단이 해당 지역의 사업을 주관하는 방식으로 변경하였음

■ **(문화복지 핵심사업으로 성장)** 통합문화이용권 사업은 이후 연간 지원금액이 가구당 5만 원에서 개인당 5만 원으로 늘어남에 따라 전체 예산규모가 크게 증가했고 특히 문재인 정부에 들어서면서 애초 선거 공약에 따라 연간 5만 원이던 지원액을 2017년부터 매년 1만 원씩 증액했고, 2021년부터는 개인당 연 10만 원을 지급하여 전체 예산 규모가 1,792억 원에 달하는 문화복지 핵심사업으로 성장하였음

[표 6-11] 통합문화이용권 연도별 예산 추이

(단위:억 원/만 명)

구 분	´11	´12	´13	´14	´15	´16	´17	´18	´19	´20	´21
예 산	340	487	493	732	968	785	992	1,167	1,299	1,558	1,792
수혜인원	121	160	164	147	138	145	152	159	163	175	미정
연 간 지 원 금	가구 5	가구 5	가구 5	가구 10	개인 5	개인 5	개인 6	개인 7	개인 8	개인 9	개인 10

출처 : 한국문화예술위원회 내부자료

■ **(신나는예술여행)** 복권기금문화나눔 사업 가운데 통합문화이용권 외에 또 하나의 대표적 사업은 ‘신나는예술여행’으로, 지리적, 사회적 문화소외계층을 찾아가 문화예술의 향기를 전하는 순회형 사업으로 복권기금 의 사업 취지에 부합하기 때문에 재원을 복권기금으로 옮겨 사업을 확장 추진하고 있음. 신나는예술여행 사업은 고급문화의 확산이라는 ‘문화의 민주화’ 정책으로서 상징성이 있고, 공급자인 예술가(단체)가 지원처를 발굴하고 직접 찾아가는 형태로 운영되기 때문에 소비자 선택형인 통합문화이용권 사업과 대비됨

■ **(사업재원의 변화)** 통합문화이용권사업은 사업규모가 커지면서 2016년~17년에는 복권기금에서 문예진흥기금으로 옮겨갔다가 2018년부터 다시 복권기금에서 예산을 받고 있음. 대신 소외지역을 찾아가는 신나는예술여행과 지방문예회관을 찾아가는 방방곡곡 문화공감(한국문예회관연합회 주관) 등의 공급자 주도형 사업들이 자리를 바꾸어 문예진흥기금에서 예산을 받아 사업을 추진하고 있음

[표 6-12] 통합문화이용권 사업의 재원 변화

연도별	2014~2015년	2016~2017년	2018년~현재
사업재원	복권, 관광, 체육기금 06~13년: 복권기금(문화이용권)	문예진흥기금	복권기금

나. 전담조직 현황

■ **(전담 조직의 변천과정)** 통합문화이용권의 담당 부서는 애초 복권기금문화나눔사업을 총괄하는 부서에서 함께 관리하는 형태였으나, 예산 규모가 커지면서 부서가 2개로 나뉘고 2015년부터는 통합문화이용권만을 전담하는 부서로 문화누리부가 등장하면서 2021.1월 현재 전담부서로 업무를 총괄하고 있음

[표 6-13] 복권기금사업(통합문화이용권 등) 담당 조직의 변천

개편시기	본부명	부서명	사업명	재원
2020.1	예술확산본부	문화누리부	통합문화이용권	복권기금
		지역협력부	신나는예술여행	문예기금
2019.3	예술확산본부	문화누리부	통합문화이용권	복권기금
		순회사업부	신나는예술여행	문예기금
2015.11	문화나눔본부	문화누리부	통합문화이용권	복권기금
	공연예술본부	순회사업부	신나는예술여행	복권기금
2014.1	문화나눔본부	문화복지부	복권기금문화나눔	복권기금
		순회사업부	신나는예술여행	복권기금
2011.2	문화나눔본부	문화복지부	복권기금문화나눔	복권기금
2010.3	문화사업본부	문화나눔부	복권기금문화나눔	복권기금

자료 : 한국문화예술위원회 홈페이지 참조

■ **(전담부서의 인력 현황)** 현재 통합문화이용권을 담당하고 있는 문화누리부의 인력 운영현황을 살펴보면, 부장을 포함하여 차장급 2명, 대리급 3명, 주임급 3명 등 총 9명으로 운영되고 있으며, 파견직이 1명 포함되어 있음

[표 6-14] 통합문화이용권사업 전담부서(문화누리부) 인력 현황

부서명	인원	현 인력운영		비고
		정규직	파견직	
문화누리부	9명	8명	1명	부장1, 차장2, 대리3, 주임3

■ **(업무분장 구성)** 문화누리부의 업무분장을 살펴보면, 통합문화이용권의 관리, 평가, 홍보 업무와 나눔티켓운영, 지역주관처 관리, 가맹점 관리 등 통합문화이용권 운영 전반에 대해 분장되어 있고 그 외 예술인생활안정자금 융자업무, 연구조사(R&D)업무와 예산, 성과평가 등 대내외 서무업무 등으로 구성되어 있음

[표 6-15] 통합문화이용권사업 전담부서(문화누리부) 업무분장표 2021.1

직위	담당업무
부장	○부서업무 총괄
차장	○예술인 생활안정자금 융자 업무(평가 포함)/○복권기금사업 총괄업무 ○사업 예·결산 업무/○국회 및 감사원·권익위 등 감사기관 대응 업무 ○예방적 내부통제 및 부서 자율감사인 업무
차장	○통합문화이용권사업 홍보 업무/공연/전시분야 이용 활성화 업무/연구·조사·의견수렴 ○통합문화이용권 고객지원센터 운영 및 관리/○국민신문고 및 정보공개청구 관리 ○나눔티켓 사업 운영(회원 관리 및 공연/전시 확보, 홍보 등) ○통합문화이용권 사업 관련 연구·조사·의견수렴
대리	○통합문화이용권 기본 사업계획·지침 수립과 관리/복권기금사업 평가 업무 ○부서 성과계획 수립 및 계량·비계량 실적(성과)관리/ ○사업 개선계획 수립 및 사업 결과보고 작성 ○정책기관 대응(문체부, 기재부 등)/○대내외 평가업무(경영평가, 부서평가 등)
대리	○통합문화이용권사업 홍보업무/ 위반행위 관리 총괄 ○부서 청렴/윤리/인권경영 업무/○부서 서무 및 기록물 관리 담당
대리	○통합문화이용권·나눔티켓 정보시스템 기획·구축·운영 및 온라인 서비스 지원 ○정보화소통 업무추진/○통합문화이용권 주관카드사(농협) 대응 업무
주임	○통합문화이용권 사업 17개 시·도 및 주관처 관련 업무/○복지시설 관련 업무 ○부서 고객만족도(PCSI) 관련 업무○통합문화이용권사업 모니터링 총괄
주임	○통합문화이용권 가맹점/대외협력 업무/○가맹점 고객지원센터 운영 관리 ○가맹점 등록시스템 및 누리집 가맹점파트 관리 총괄/○사업 기본 통계관리
주임	○홍보업무 지원/○가맹점 업무 지원

■ **(대내외 평가 결과) 통합문화이용권 사업은 기획재정부 복권기금사업 성과평가단의 평가결과 공익사업 가운데 7년 연속 우수 등급으로 평가되었으며, 특히 2019년 복권기금 평가에서는 30개 공익사업 중 84.1점으로 전체 1위라는 좋은 성적을 거둔 바 있음. 대내적으로는 2018년 부서종합운영실적평가에서 문화누리부가 1위로 평가(2019.8월 발표)되었고 그밖에 ARKO경영혁신아이디어 공모전에서 우수상을 수상하는 등 대내외적으로 통합문화이용권 관리업무에 좋은 평가를 받고 있는 것으로 나타남**

다. 사업성과와 향후 과제

■ **통합문화이용권은 카드제 도입 이후 2011년 340억 원에서 2021년 1,792억 원으로 10년 동안 예산이 5.2배 증가하였으며, 저소득층에게 가구당 연 5만 원을 지급하던 방식에서 개인당 10만 원을 지급하는 방식으로 발전하면서 문화소외계층에게 실질적인 문화향유의 기회를 제공하고 있음**

- 발급자수는 연평균 4% 증가하고 실 이용자수는 5.3% 증가하고 있어 문화누리카드를 통해 문화향유를 누리는 사람들이 꾸준히 늘어나고 있음을 보여줌

○ 문화누리카드의 수혜자수는 2020년 기준 총 175만 명으로 전체 저소득층(기초생활수급자 및 차상위계층 238만명)대비 73.1%가 문화누리카드를 통해 자신이 원하는 문화생활을 누리고 있음

○ 발급자수(수혜자수)가 전체 대상자의 73.1%라고 하는 것은 역으로 생각하면, 아직도 저소득층의 26.9%가 문화누리카드를 발급받지 못한 채 문화향유의 기회를 누리지 못하고 있는 것으로 해석할 수 있음

■ **또한 가맹점에 대한 정보가 부족하여 카드 사용자가 합리적인 정보에 접근이 어렵고, 특히 문화예술에 대한 정보는 영화 평점과 같이 차별화된 정보가 필요한데, 지역문화재단 담당자의 정보접근이 제한을 받는 등 어려움을 겪고 있어 본래 취지에 맞는 주관처의 역할에 변화가 필요한 시점임**

○ 당초 복권기금이 문예진흥기금으로 전입되기 시작한 계기는 2003년 말 폐지된 문예진흥기금의 고갈을 우려하는 문화예술계의 목소리가 커지자 문예진흥기금의 대체 재원으로서 복권기금을 통해 문화예술 관련사업을 지원하여 그 성과가 문화예술계로 투입되도록 한 것임

○ 이러한 취지로 설계된 문화바우처 사업은 초기에는 지원액이 대부분 연극 뮤지컬 등 공연예술분야에 사용되었으나, 2013년 카드제 도입 이후 다양한 분야의 가맹점이 생기면서 공연·전시 등 기초예술 분야의 이용율은 지원 예산의 대폭 확대에도 불구하고 전체의 2% 이하에 머무르고 있는 실정으로 당초 복권기금 전입의 취지를 무색하게 하고 있음

○ 따라서 카드 이용자들이 본래의 사업 취지에 맞게 질 높은 문화예술을 관람하고 체험할 수 있도록 적극적이고 세심한 서비스 제공이 필요하며 사업 추진체계와 운영체계의 혁신적 개선을 통해 기초예술의 창작과 향유의 선순환이 이루어질 수 있도록 전담기관(예술위원회)과 지역주관처(광역시·도 문화재단)의 역할의 변화와 적극적 행보가 필요한 시점임

2. 운영체계 개편을 통한 서비스 고도화

가. 개편방향

■ **문화누리카드 사용 실적이 저조한 기초예술 분야의 카드 활용이 획기적으로 변화될 수 있도록 관련 TF 구성 등 예술위원회 운영체계 개편**

- 현재 추진체계의 중심에 있는 예술위원회와 지역문화재단의 역할 강화

■ **국공립 문화시설 및 민간 부문(기업, 민간문화시설 등)과 문화누리카드의 제휴(MOU)를 통해 저소득층의 문화향유를 위한 창조적 거버넌스를 구축하여 미래지향적 문화서비스 체계 구축**

■ **문예기금사업의 지원을 받아 창작된 예술작품이 향유로 연결되고 새로운 관객개발의 통로가 될 수 있도록 창작예술의 선순환 구조 확립**

- 지원사업 안내시 문화누리카드 할인 및 정보제공을 의무화
- 문화누리카드 회원이 문화예술의 관객층으로 자리잡을 수 있도록 정책 추진

■ **문화누리카드를 저소득층에만 국한하지 않고 중장기적으로 국민 문화예술 향유활동을 지원하는 통합 문화향유 지원플랫폼 구축을 통한 종합 서비스체계 마련**

나. 전담조직 운영체계 개편(안)

1) 제1안 : 현재의 운영체계를 유지하되 인력 보강

■ 현 조직구조 (예술확산본부-문화누리부)를 유지하되 문화누리부 인력 보강

○ 기존 인력(9명) 외에 신설 또는 강화 예정인 업무에 맞게 인원 충원 필요

- 기획사업운영 및 총괄(1명), 문화복지전문인력양성 및 배치(2명)
- 종합 지원플랫폼 구축 및 운영(2명)
- 공공 민간이 참여하는 거버넌스구축 운영(1명)

○ 문화누리부에 “기초예술 활성화”를 위한 TF팀 한시적 운영 (2021~2022)

- 대상 : 문화복지 및 사회복지 전문가, 지역 주관처 담당자, 지자체 담당자 등 포함
- 기능 : 기초예술 활성화 전략수립 및 이벤트·홍보활동 추진 등

■ 통합문화이용권의 지원대상과 예산이 지속해서 늘어날 가능성이 크고 이에 따른 업무도 단순 관리에서 기획사업 운영 등 서비스의 고도화를 지향하게 될 것이므로 이에 대한 대비가 필요함.

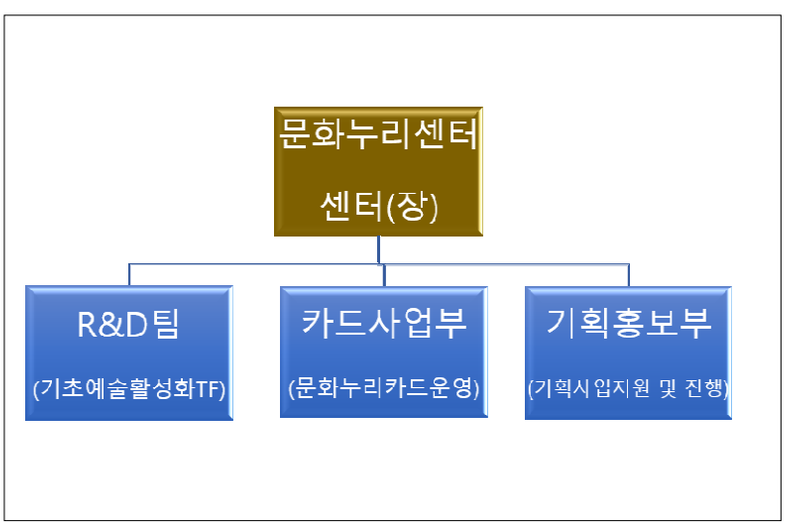
2) 제2안 : 예술위원회 사무처에 가칭「문화누리센터」(본부급) 신설

■ 센터장은 본부장급으로 하되, 과감한 위임전결을 통해 센터장이 신속하게 의사결정을 할 수 있도록 상당한 자율권 부여

○ 문화누리센터에는 부장급으로 카드사업부, 기획사업부, R&D팀 등 3개 부·팀 설치

■ 카드사업부는 기존의 업무를, 기획홍보부는 새로 제시된 기획사업을 진행하고, R&D팀은 공공플랫폼 구축 등 연구,조사,개발 업무와 기초예술활성화TF (제1안과 동일)'를 운영함

[그림 6-7] 문화누리운영체계(제2안)

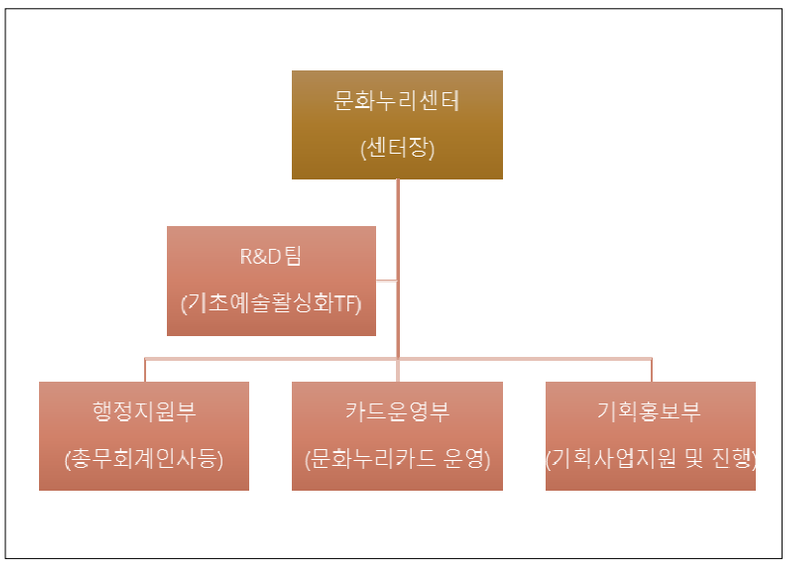


3) 제3안 : 예술위원회 산하 재단법인으로 가칭 「(재)문화누리센터」 설립

■ (재)문화누리센터는 민법상의 재단 성격의 독립된 기관으로서 센터장의 책임하에 자율적인 의사

결정을 통해 업무를 수행하며, 예술위원회와 긴밀한 협력 하에 문예진흥기금으로 전입된 복권기금을 지원받아 통합문화이용권 사업을 추진함. 그 외 정부의 문화복지정책과 관련된 업무를 예술위원회와 공동 추진하거나 위탁을 통해 대행할 수 있음

[그림 6-8] 문화누리운영체계(제3안)



■ 센터는 서울 혹은 나주에 본부를 두고 초기 최소한의 인력으로 업무를 시작하되 예산규모 등을 감안할 때 업무영역 · 인원 등 운영체계가 점차 강화될 것으로 예상됨.

■ 행정지원부는 총무·인사·회계업무를, 카드운영부는 문화누리카드와 관련된 관리업무를, 기획홍보부는 새로 기획된 행사의 지원 및 주관, 홍보업무를 수행함. R&D팀은 TF운영과 공공플랫폼 구축, 빅데이터 등 각종 연구 조사업무를 진행함

다. 운영체계 개편안(1~3안)의 전담조직 적합성 비교

[표 6-16] 통합문화이용권사업 전담조직의 적합성 비교

구분	제1안 (인력보강)	제2안 (원내 센터화)	제3안 (독립 법인화)	비고
공공성	○	○	◉	
창의성	○	○	○	
책임경영과 리더십	◉	◉	◉	
직원의 전문성	◉	◉	○	
경영관리 및 사업운영의 효율성	○	◉	○	
추진체계내 주체 간 부합성	○	◉	○	
추진체계내 주체 간 소통의 원활성	○	◉	△	
조직내 의사결정의 신속성	○	○	◉	
기초예술 분야와의 연계성	◉	◉	△	
발전 가능성(미래 지향성)	△	◉	◉	
합계	**22**	**27**	**22**	

■ 통합문화이용권의 운영체계의 개편 방향에 따른 제1안~제3안에 대한 사업운영의 효율성 등 조직의 적합성에 관한 문항에 대해 상호 비교 [◉매우 높다(3점) ○약간 높다(2점) △그저 그렇다(1점)]를 통해 평가함.

■ 이상 3가지 안에 대하여 경영관리 및 사업운영, 조직의 발전가능성, 기초예술 분야의 연계성 등 10가지 항목의 질문에 대해 비교 검토해본 결과, 예술위원회 사무처 산하 본부장급 편제로 준독립적인 지위를 갖는 제2안의 운영체계가 27점(30점 만점 대비)으로 가장 적합한 것으로 판단됨

■ 현행을 유지하되 인력을 보강하는 제1안(22점)과 산하 법인으로 독립하는 제3안(22점)이 같은 점수를 얻었는데 제1안은 기초예술분야의 연계에 강점을, 제3안은 조직내 의사결정의 신속성이 강점이 될 것으로 보았음.

■ 문화누리카드의 지속 가능한 발전성을 고려할 때 운영체계 강화가 절대적으로 필요한 시점임. 앞에 제시된 3개의 안 중 (제2안)이 운영체계를 강화하면서 기존의 위원회가 갖고 있는 노하우를 활용할 수 있는 안으로 판단됨. 제1안은 현재의 전담부서에 필요 인력을 충원하는 방안으로 통합문화이용권사업의 발전 속도를 감안하면 임시적인 처방으로 생각됨. (제3안)은 장기적으로 검토해볼 수 있는 방안이지만, 예술위원회와 별개의 독립 법인화는 기관 설립·운영에 많은 예산이 소요되고 기존의 추진체계 및 정보 전달체계와 혼선을 가져올 수 있음

■ 결론적으로 미래지향적인 지속가능한 운영체계 혁신을 위해서는 추진체계를 좀 더 정교하게 다듬고, 운영체계의 확대 개편이 필요한 시점이며, 그 방안으로서 예술위원회 사무처 산하에 준독립적인 (가칭)문화누리센터를 본부 단위로 확대 개편하여 예술위원회의 다른 창작, 매개 분야를 담당하는 부서들과 협력하는 가운데 기초예술의 창작과 향유정책의 선순환 구조를 확립해야 함. 또한 앞서 추진전략에서 제시한 지원플랫폼 구축을 통한 서비스 고도화, 전국의 국공립 공연장 및 민간 영역과의 협력체계 마련 등 혁신적이고 적극적인 업무 대응에 나서야 할 것임

■ 이미 문화누리카드 소지자가 175만 명을 넘어서고 있음. 단일 문화분야 사업의 수혜 규모로는 가히 견줄 수 없는 숫자임. 예술위원회가 수립한 통합문화이용권 중장기 발전계획에 의하면, 앞으로 수년 내에 문화누리카드 수혜자의 수는 양적으로나 질적으로 급속하게 늘어날 가능성이 큰 것으로 판단됨. 지금은 안타깝게도 이들을 위한 양질의 문화서비스가 거의 미흡한 실정이지만, 전체적인 흐름을 볼 때 지금이야말로 추진체계를 정비하고 다가오는 미래를 준비해야 할 때임

■ 저출산, 고령화, 저성장의 뉴노멀시대에 문화누리 회원들은 더욱 어려움을 겪고 있음. 문화예술은 일상화된 위기 속에 노출되어 있는 이들을 위로하는 힘을 갖고 있음. 전 국민이 문화예술을 통해 힘을 얻고 위기를 기회로 바꿀 수 있도록 문화복지 정책의 틀을 새롭게 모색할 필요가 있음

참고문헌

1. 고용노동부(2020). 코로나19 긴급고용안정지원금 수급자 통계 분석 결과, 2020. 11. 02.
2. 과학기술정보통신부(2020). 2019 디지털정보격차 실태조사, 2020. 03. 05.
3. 관계부처 합동(2013). 박근혜정부 국정과제, 2013. 05. 28.
4. 국무총리실(2008). 이명박 정부 20대 국정전략, 100대 국정과제, 2008. 10. 22.
5. 국정기획자문위원회(2017). 문재인정부 국정운영 5개년 계획, 2017. 07.
6. 국정홍보처(2003). 참여정부의 국정비전과 국정과제, 2003. 03. 17.
7. 글로벌경영연구소(2015). 통합문화이용권사업 효과성 분석 및 성과지표 개발 연구.
8. 김소정·김형준(2013). 소비가치가 명품브랜드의 진품과 복제품 태도에 미치는 영향, 『소비문화연구』, 한국소비문화학회, 16(4), pp. 129-142.
9. 김세훈·조현성(2008). 문화복지 중기계획 연구, 한국문화관광연구원, 2008. 11.
10. 김연진(2013). 문화기본법 제정안 연구, 한국문화관광연구원.
11. 김영준(2017). 국내 문화복지정책의 전개과정 연구. 『지역과 문화』, 한국지역문화학회, 4(2), pp. 45-62.
12. 김윤정(2015), 청소년의 문화예술활동이 학업성적에 미치는 영향, 홍익대학교 대학원 문화예술경영학과 석사학위 논문.
13. 김자영(2013), 여행바우처정책의 역사적 제도주의 분석: 경로의존성을 중심으로, 한양대학교 대학원 관광학과 박사학위 논문.
14. 김정민(2018). 인공지능 미술, 최신 동향 및 시사점, 『월간 SW 중심사회』, 소프트웨어정책연구소, 2018. 10. 26.
15. 김진(2017). 문화예술진흥기금 지원 실태조사 연구, 한국문화예술위원회.
16. 김진각·김형수(2020). 문화예술분야 공공지원금의 재정 안정성 및 정책적 개선 방안에 대한 탐색적 연구: 문화예술진흥기금을 중심으로, 『한국동북아논총』, 한국동북아학회, 25(1), pp. 97-117.
17. 김현경 외(2015). 통합문화이용권사업 지원대상에 대한 연구(기초생활보장법 개편을 중심으로, 한국보건사회연구원, 2015. 6.
18. 김혜인·김연진(2018). 2020 문화예술 트렌드 분석 및 전망, 한국문화관광연구원, 2018. 11. 30.
19. 류민정(2019). 문화소외계층 지원정책의 위험 분석 및 감사 시사점, 감사연구원, 2019. 8.
20. 문화체육관광부(2013), 문화복지전문인력 현장업무가이드북, 2013. 7.
21. 문화체육관광부(2017). 예술정책 미래 비전과 전략, 2017. 05. 18.
22. 문화체육관광부(2019a). 2019 국민문화예술 활동조사, 2019. 12.
23. 문화체육관광부(2019b). 2019 국민여가활동조사, 2019. 12.
24. 문화체육관광부(2019c). 2019 공연예술실태조사, 2019. 12.

25. 문화체육관광부(2019d). 2019 미술시장실태조사, 2019. 12.
26. 문화체육관광부(2019e). 혁신적 포용국가 달성을 위한 문화정책 발전 방향 연구, 2019. 10.
27. 문화체육관광부(2020a). 2019 문화예술정책백서.
28. 문화체육관광부(2020b). 문화복지정책 중장기 발전방향 연구: 통합문화이용권 사업을 중심으로, 2020. 03.
29. 문화체육관광부(2020c). 2020년 업무계획, 2020. 03. 05.
30. 문화체육관광부·새문화정책준비단(2018). 문화비전2030-사람이 있는 문화, 2018. 05. 16.
31. 박광무(2010). 『한국문화정책론: 21세기 최강대국의 가장 강력한 아이콘』, 김영사.
32. 박재홍·권선영(2020). 문화예술교육의 질적 성장을 위한 지역문화정책의 방향성 및 과제, 『한국무용과학회지』, 한국무용과학회, 37(2), pp. 47-57.
33. 박혜자(2018). 『문화정책 문화행정』, 흔들의자.
34. 백선혜(2020). 포스트코로나 시대 비대면 공연예술의 전망과 과제, 서울연구원, 2020. 08. 31.
35. 서미선(2017), 아동·청소년기 문화예술 경험가치와 문화예술 친숙도, 향후 문화예술 향유의지와의 구조적 관계, 『한국무용학회지』, 한국무용학회, 20(1), pp. 25-34.
36. 서보람·장하림·현택수(2011). 문화복지정책 발달사 연구, 『韓國行政史學誌』, 한국행정사학회 29, pp. 95-124.
37. 서우석·양효석(2013). 문화적 박탈감을 통해 살펴본 문화복지 대상 범위 연구, 『문화정책논총』, 한국문화관광연구원, 27(1), pp. 164-197.
38. 성도의(2012). 문화예술교육 프로그램이 아동·청소년의 자기효능감에 미치는 영향 연구, 숙명대학교 대학원 문화관광학과 문화예술경영전공 석사학위 논문.
39. 성상훈(2020). [단독]文정부 3년간 빈곤층 55만명 증가...'경제실패'에 '코로나'까지, 한국경제, 2020. 12. 27.
40. 신나리·박치성(2019). 문화복지 정책대상 범위에 대한 탐색적 연구: 문화향유를 중심으로, 『한국사회정책』, 한국사회정책학회, 26(2), pp. 65-88.
41. 양혜원(2012). 문화복지정책의 사회,경제적 가치 추정과 정책방향, 한국문화관광연구원, 2012.11
42. 양혜원·김면·차민경·김현경·노수경(2020). 코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구, 한국문화관광연구원, 2020. 12. 18.
43. 여순심(2020). 공연예술관람객의 소비가치가 관람만족도 및 재관람의도에 미치는 영향, 『예술교육연구』, 한국예술교육학회, 18(1), pp. 29-46.
44. 용호성(2012). 문화바우처 정책의 쟁점과 방향, 『문화정책논총』, 한국문화관광연구원, 26(1), pp. 98-125.

45. 예술경영지원센터(2019). 2018년 공연예술 소비현황 조사 보고서, 2019. 02.
46. 예술경영지원센터(2020). 공연예술통합전산망 월간리포트 2020년 11월, 2020. 12.
47. 장용근(2006), 헌법상 문화국가원리의 보장, 『법학논총』, 단국대학교 법학연구소, 30(2), pp. 15-59.
48. 정갑영(1993). 우리나라 문화정책의 이념에 관한 연구, 『문화정책논총』, 한국문화관광연구원, 5, pp. 82-132.
49. 정갑영(2005). 문화복지사제도 도입방안 연구, 한국문화관광연구원.
50. 정광렬(2015). 맞춤형 문화복지정책 및 서비스전달체계 구축방안 연구.
51. 정광렬(2019). 문화복지서비스에서 빅데이터 활용방안, 『한국예술연구』, 한국예술종합학교 한국예술연구소, 25, pp. 5-28.
52. 정명주(2010). 해외동향분석-문화관광체육 할인/바우처제도, 2010 문화정책동향, 한국문화관광연구원
53. 정무성 외(2017), 통합문화이용권 성과평가 연구, 숭실대학교 산학협력단, 2017. 1. 31.
54. 정한국(2020). [단독] 서울 30대 “부동산 갈등 가장 심각”, 40대는 “이념 갈등”. 20대는?, 조선일보, 2020. 11. 09.
55. 조현성(2016). 남북한 문화정책 비교와 통일지향적 문화정책, 한국문화관광연구원
56. 조현성 외, 문화복지 중장기 발전방향 연구-통합문화이용권사업을 중심으로, 문화체육관광부, 2020. 3.
57. ㈜포인트맥리서치(2017). 2017 통합문화이용권 이용자 만족도 조사.
58. 지역문화진흥원 홈페이지 참조, http://www.rcda.or.kr/2020/business/index16.asp
59. 태혜신·김선영(2019). 인공지능과 예술의 융합 양상에 관한 탐색적 고찰, 『한국무용과학회지』, 한국무용과학회, 36(2), pp. 27-42.
60. 통계청(2019). 가계동향조사(소득·지출부문) 통계정보보고서, 2019. 12.
61. 통계청(2021). 2020년 12월 및 연간 고용동향, 2021. 01. 13.
62. 통계청 통계개발원(2019). 한국의 사회동향 2019, 2019. 12. 13.
63. 한국경제연구원 보도자료(2020). 심화된 저성장 탈피위해 총요소생산성 증가시켜야, 2020. 04. 26.
64. 한국문화관광연구원(2012), 문화복지 전문인력 양성 커리큘럼 및 운영방안 개발 연구.
65. 한국문화예술위원회(2011). 2011년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 연구.
66. 한국문화예술위원회(2012). 2012년 복권기금 문화나눔사업 성과평가 결과보고서.
67. 한국문화예술위원회(2013). 2013 통합이용권사업 성과 연구.
68. 한국문화예술위원회(2015). 통합문화이용권 성과평가 워크숍 자료, 2015. 3. 17.
69. 한국문화예술위원회(2017). 문화예술 향유사업의 성과와 미래 컨퍼런스 자료집, 2017. 9. 8.

70. 한국문화예술위원회(2019). 2019년도 통합문화이용권 이용자 만족도 조사 결과보고서.
71. 한국문화예술위원회(2020). 통합문화이용권 중장기 발전계획(안) 2020~2024, 2020. 5. 28.
72. 한국문화예술위원회(2020). 포용적·보편적 국민 문화복지 실현을 위한 통합문화이용권 중장기 발전계획.
73. 한국문화예술위원회(2020a). 2020 신나는예술여행 사업 기본계획(안).
74. 한국문화예술위원회(2020b). 2020년 통합문화이용권 사업지침.
75. 한국문화예술위원회(2020c). 통합문화이용권(문화누리카드) 주요 통계자료(2014—2020).
76. 한국문화예술위원회·숭실대학교(2017). 2016년 통합문화이용권 성과평가 연구.
77. 한국문화예술위원회·한국문화관광연구원(2015). 2014 통합문화이용권사업 성과평가 연구.
78. 한국문화예술위원회 예술정책연구(2014). 2014-02 통합문화이용권사업 효과성 및 타당성 분석연구.
79. 한국문화예술위원회 예술정책연구(2019). 2018 통합문화이용권 성과평가 연구.
80. 한국문화정책개발원(2002). 문화정체성(正體性) 확립을 위한 정책방안 연구.
81. 한국은행(2020). 통화신용정책보고서, 2020. 12.
82. 한국인사이트연구소(2020). 코로나19와 혐오 빅데이터 분석, '감영병 시기의 인권' 온라인 토론회, 국가인권위원회, 2020. 09.
83. 한국재정학회(2020). 문화예술진흥기금 신규재원 마련 방안 연구, 문화체육관광부, 2020. 03. 09.
84. 한국행정연구원(2020). 2019 사회통합실태조사, 2020. 01. 31.
85. 한승준(2017). 문화예술정책 현황진단 연구, 한국문화예술위원회, 2017. 2.
86. Sweeny. J. C & Soutar. G. N(2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. Journal of retailing.

기초예술분야
이용 활성화를 위한
통합문화이용권사업 운영방안 연구

발행인 : 박종관
발행처 : 한국문화예술위원회
58217 전라남도 나주시 빛가람로 640
전화 061-900-2100, 2200
팩스 061-900-2362
홈페이지 www.arko.or.kr

인쇄일 : 2021.02.19.
발행일 : 2021.02.26.
인쇄인 : AMC