

■ 2026년 공연예술창작주체(창작공간) 전통예술분야 심의 총평

- 사업 유형 및 심의분과 : 2026년 공연예술창작주체(창작공간) 전통예술분야
- 회의일시
 - (1차 서류심의) 2025년 12월 9일(화) 14:00~18:00
 - (2차 인터뷰심의) 2025년 12월 16일(화) 10:00~18:00
- 회의장소 : 대학로 메이플레이스 호텔 컨퍼런스룸 1
- 심의위원명(가나다순) : 권성택, 권혜미, 송현민, 오영주, 정성진, 장재효

공연예술창작주체(창작공간) 지원사업은 '작품'만이 아니라 전통예술의 보급과 창작이 지속되는 '터전'을 함께 세우는 사업입니다. 전통예술은 한 번의 공연으로 완결되기 보다, 전승·실험·협업이 창의적으로 누적되는 과정에서 힘을 얻습니다. 따라서 본 지원사업은 단순히 공간 지원사업을 넘어, 전통예술을 관객과 연결하는 생산기지이자, 지역 예술생태계의 기반을 닦기 위한 지원사업이기도 합니다.

심의위원들은 본 사업이 단체(창작공간)의 중장기적 활동을 보장함으로써 지속가능성을 높이고 예술생태계에 활력을 불어넣는 제도적 장치라는 점에 공감하며, 공적기금의 책임성에 부합하도록 최대한 객관적이고 공정한 심의를 진행하고자 하였습니다.

이번 심의의 신청 건수는 총 4건이며, 본 사업을 위해 배정된 사업비는 총 143백만 원이었습니다. 그중 심의를 통해 총 2개 단체를 선정했고, 143백만 원을 지원하기로 결정했습니다.

1차와 2차 모두 창작공간이 전통예술 기반의 창작·확산 플랫폼으로 기능할 수 있는지가 종합적으로 살폈습니다. 주요 검토 항목은 다음과 같습니다.

- (가) 사업수행능력으로, 조직·인력 구성, 운영체계, 예술인 권익보호 노력(정당한 보상, 계약의 투명성 등)입니다.
- (나) 계획의 구체성과 타당성으로, 공간 운영 계획(프로그램·대관·교육·전승·협업 구조), 예산의 정교함과 현실성, 안전관리·접근성입니다.
- (다) 파급력과 기대효과로, 지역 기반성, 관객 개발 가능성, 전통예술의 확장성, 네트워크(지역기관·교육기관·예술가 풀)입니다.

위의 기준은 한국문화예술위원회의 사업 취지와, 심의위원으로 참석한 전문가들이 변화하는 현장의 시류를 논의하여 만든, 이번 사업을 위한 심의 기준입니다. 이러한 기준을 적용하며, 1차 서류 심의로 계획의 정합성과 기본 역량을 검토한 뒤, 2차 인터뷰 심의에서는 서류(1차)에 드러나지 않은 운영 리스크·예산 집행의 현실성·관객 개발 전략·성과 관리 방식을 면밀히 점검했습니다.

위와 같은 심의 과정을 통해 선정된 그룹의 공통점은 다음과 같습니다.

- (A) 공간의 정체성과 프로그램 구조가 명확하며, 전통예술의 장르적 특성과 확장성을 기반으로 한 연간 운영 로드맵이 구체적이었습니다.
- (B) 창작공간을 기반으로 한 공연과 프로그램이 단발성 이벤트가 아니라, 전승과 창작, 생산과 향유의 순환 구조를 제시했습니다. 더불어 지방의 경우 지역 기반의 예술가 및 단체와의 협력 체계가 비교적 탄탄한 곳이었습니다.
- (C) 예산 편성의 근거가 비교적 분명하고, 인력·시설·일정이 공간 규모에 맞게 설계되어 사업 수행의 합리성이 확인되었습니다.
- (D) 관객 개발을 위한 실질적 전략(타겟 설정, 홍보 채널 운영, 파트너십, 커뮤니티 구축)과 성과 관리 방식(지표 설정, 데이터 축적·환류)이 상대적으로 설득력 있게 제시된 곳이었습니다.

아쉽게 선정되지 못한 지원자의 경우 (A)공간 운영 계획이 추상적이거나, (B)프로그램별 특화 전략이 불명확하며, (C)홍보/관객 전략과 실적 관리가 취약하거나, (D)조직·예산·안전 체계가 현실적으로 설계되지 못한 점 등이 주요하게 작용했습니다.

위와 같은 사항들을 고려하여 예산 배분은 사업의 성과가 실질적 예술활동으로 이어질 수 있도록 가능한 범위에서 고려하되, 일부 항목은 현실성과 타당성에 기반해 조정이 필요하다고 생각합니다.

전통예술분야의 창작공간의 경우 신청이 4건밖에 되지 않아서 좀 더 적극적인 신청 노력이 아쉬웠습니다. 신청자들 모두 사업에 대한 진정성과 전통에 대한 애정을 적극적으로 보여주었지만, 한편으로는 다른 공연예술(연극·무용·음악 등)에 비하면 부족한 건수였습니다.

무엇보다 지원단체를 살피며 아쉬운 점은 모객(홍보)과 실적(성과) 관리의 취약함이었습니다. 공통으로 홍보·관객 개발 계획이 부족하거나, 실적 관리(데이터 축적, 목표 대비 점검, 결과 환류)가 부실했습니다. 오늘의 시장 환경에서 공간 운영은 “좋은 프로그램을 올리면 관객이 온다”로 작동하지 않습니다. 브랜딩·홍보 채널·관객 커뮤니티·협력 네트워크가 계획 단계부터 구조화되어야 하는데, 이러한 필요는 비단 전통예술뿐만 아니라 공연예술계 전반이 처한 현실이기도 합니다. 따라서 ‘작품’ 제작과 생산에만 주력하던 힘을 균형 있게 분배하여 공간 운영 전반에 잘 녹여 넣기를 바랍니다.

심의위원 일동