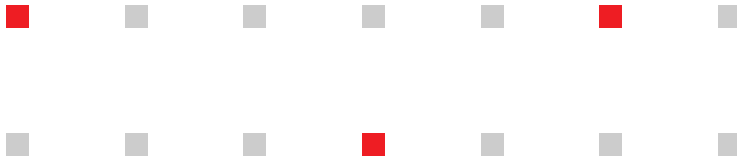




Issue Briefing

20110808 vol.51

강소(强小)공연예술단 육성 통한 공연시장 활성화 및 문화일자리 만들기



연구진 장 세 길 부연구위원 zoru21@jthink.kr

1. 기존의 문화일자리 창출정책
2. 문화일자리 창출정책의 개선방향
3. 강소(强小)공연예술단, 20개를 육성하자

전북발전연구원



이슈브리핑 Issue Briefing

전북발전연구원 이슈브리핑 2011년 8월 8일 vol.51
발행처 : 전북발전연구원 | 발행인 : 원도연
주소 : 전북 전주시 완산구 전라감영로 57(중앙동 4가 1) TEL : 063)280-7100 FAX : 063)286-9206

※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.
※지난 호 이슈브리핑을 홈페이지 (www.jthink.kr)에서도 볼 수 있습니다.

C O N T E N T S

강소(強小)공연예술단 육성 통한 공연시장 활성화 및 문화일자리 만들기

1. 기존의 문화일자리 창출정책

- 1) 정부의 문화일자리 창출정책 4
- 2) 전라북도의 문화일자리 창출정책 6
- 3) 문화일자리 창출정책의 성과 6

2. 문화일자리 창출정책의 개선방향

- 1) 단기 일자리 창출의 한계 분명, 장기적 전략 필요 6
- 2) 선택과 집중 : 일자리 창출효과 배가되는 부문에 지원 강화 ... 7
- 3) 시장 활성화 통한 안정적 일자리 창출정책 병행 8

3. 강소(強小)공연예술단, 20개를 육성하자

- 1) 대형공연 하나로 모든 것이 해결되지 않는다. 8
- 2) 작지만 강한 강소공연예술단 육성 방안 9
- 3) 강소공연예술단의 자생력 확보 방안 14



요약

1. 문화일자리 창출정책의 개선방향

- 첫째, 인건비를 직접 지원해 '단기 일자리'를 창출하는 정책과 함께 안정적인 일자리를 만드는 장기적인 방안이 필요하다. 예술지원정책의 4대 원칙(선택과 집중, 간접지원, 사후지원, 생활 속의 예술 확대)을 문화일자리 창출정책에 적용해봄직하다.
- 둘째, 정부정책은 예산 '1'을 지원할 경우에 일자리 '1'이 만들어지는 방식이다. 하나 이상의 일자리가 창출될 수 있는 부문에 집중해야 한다. 자생력을 키울 수 있는 콘텐츠 제작에 예산을 간접 지원하는 방식을 고려할 필요가 있다.
- 셋째, 정부예산 지원으로 만들어진 일자리는 시장 상황이 나아질 때까지 견딜 수 있도록 한시적으로 지원하는데 의미가 있다. 안정적인 일자리가 되기 위해서는 시장 활성화를 통한 일자리 확대 전략을 병행해야 한다.

2. 강소(強小)공연예술단, 20개를 육성하자

- 강소공연예술단이란 작지만 일류상품을 개발해 세계시장에서 강한 면모를 보여주는 강소기업처럼 대표 콘텐츠를 제작해 공연시장에서 경쟁력을 갖춘 공연예술단을 말한다.
- 기본구상 : 사회적 기업육성과 공연장 상주단체 지원의 성과를 결합하는 방식이다.
- 주요활동 : 첫째, 시군별 상설 브랜드공연을 제작한다. 둘째, 문화예술교육·체험프로그램을 운영한다. 셋째, 소외계층 대상의 문화예술 체험프로그램을 진행한다.
- 지원대상 : 지역 내 공연예술단체 20개(시군별 1개, 시 지역에 추가 배치)를 육성한다.
- 지원내용 : 첫째, 시군별 공공 문화예술공간을 제공한다. 둘째, 2년 동안 2억원(공연·교육콘텐츠 제작비, 인건비, 인센티브 등)을 지원한다. 셋째, 공연 및 교육체험프로그램을 소비자화 연결시켜 주는 시스템을 구축·지원 한다.
- 사업효과 : 직접 일자리 500개(상용 300, 임시 200)가 창출된다. 고용유발효과는 1,902명이다. 시군 특성 반영한 브랜드공연작품·문화교육체험콘텐츠가 20개씩 만들어진다. 문예회관의 문제점인 이용률과 가동률도 높일 수 있다.

강소공연예술단			
지원예산(2년)	일자리 효과		
	상용	임시	
40억원	300명	200명	

지역	생산유발효과(백만원)	부가가치유발효과(백만원)	고용유발효과(명)
전북	73,011	38,014	1,902
기타	44,898	18,572	377
전국	117,909	56,586	2,279

1. 기존의 문화일자리 창출정책

1) 정부의 문화일자리 창출정책

문화체육관광부는 2010년 약 1,528억 원의 재정투입을 통해 약 18,197개의 직접 일자리를 창출했다. 문화예술과 직접적으로 관련된 사업은 사회서비스 13건, 예술공감 프

로젝트 4건, 문화재 4건, 청년인턴 9건으로, 전체 1,004억 여원의 예산이 투입됐으며, 10,088개의 일자리가 만들어진 것으로 조사됐다.

이 중에서 2010년에 새롭게 만들어진 일자리는 936개 (사업 11건, 예산 85.3억 원)였다. 한편, 공연예술 부문 일자리 사업은 주로 문화예술교육 강사 파견, 예술기관단체 인력 파견, 공연단 파견 등 교육 및 체험프로그램과 관련 돼 있다.

〈표1〉 문화체육관광부의 문화예술 분야 일자리 창출 사업(2010년) (인원: 명, 예산: 억 원)

구분	내용	인원	예산
사회서비스 (13건)	유아대상 문화예술교육 지원, 작은도서관 순회사서 지원, 소외계층 대상 책 읽어주기, 국가서 지정보존센터 운영, 문화누리원정대사업(소외지역 문화예술교육), 농어촌 시범지역 문화심기(농림부 협조), 지방문화원 어르신문화학교 이수자 파견, 문화분야 희망근로프로젝트(행안부 협조), 장애인도서관 서비스 선진화, 문화예술교육 전문인력 양성·배치 지원, 문화예술기관 개관시간 연장(박물관, 도서관 등), 사회 문화예술교육 활성화, 학교 문화예술교육 활성화 등	7,187	641.3
예술공감 프로젝트(4건)	공연예술단체 연수단원 육성, 생활공간 공공미술로 바꾸기, 문학관/도서관 문학작가 파견, 우수공연 소외지역 학교파견사업	860	60
문화재(4건)	궁능야간 개방, 궁능유적기관 방재시스템 확충, 목조문화재 상시감시체제 구축, 문화재 특별관리 인력지원	1,122	174
청년인턴 (9건)	유네스코 세계문화예술교육대회 운영지원, 무대예술 전문인력 파견 지원, 학교파견 저작권 인턴강사 양성·파견, 국립박물관 미정리유물 및 자료정리, 문화예술기관 연수단원 육성, 공공기관 인턴(26개 기관), 국제업무 전문인력 지원, 등록사립박물관·미술관 학예인력지원, 청년문화예술단 해외 파견	919	129
합계	30개 사업	10,088	1,004

자료: 「예술 분야 일자리 특징 및 인력정책 방향」(허은영 2010: 65) 참조.

2) 전라북도의 문화일자리 창출정책

전북지역에서 매년 졸업하는 문화예술 전공자는 300여명 (방송연예 부문을 제외한 순수예술 장르)에 달한다.

한국문화관광연구원원의 조사(김효정 2010: 68~74)에 따르면, 문화예술 전공학생 중에서 70.3%가 문화예술 분야로

취업하고자 하며, 35.8%가 정부지자체기관의 일자리를 선호했다. 즉 전라북도에 한해에 대략 200여명의 전공자들이 예술 부문 일자리를 희망하며 졸업하고 있는 것이다.

전라북도가 문화일자리 사업에서 전공 졸업생에 특히 주목하는 이유가 여기에 있다.

〈표2〉 전라북도의 공연예술 부문 일자리 창출 사업

(인원: 명, 예산(국비·도비포함): 백만 원)

구분	내용	연도	예산	일자리		
				상용	임시	
공연예술 문화서비스 일자리	계속	지역문화예술교육지원센터지원, 국악분야 예술강사 지원, 사회문화예술교육 지원, 도민문화예술 사회교육, 신나는 예술버스, 문화바우처, 연극전문인력 양성아카데미, 음악인과 함께하는 순회공연단, 초등학교 대상 방과 후 문화예술교육, 공공도서관 개관시간연장, 작은 도서관 운영, 학교마을도서관 개방, 취약지역 문화재 환경정비 등	2010	2,309	130	42
		2011	2,347	130	60	
		2012	2,868	140	75	
		2013	3,078	140	90	
	신규	춤그리고다정다감프로젝트, 전북문화재단 설립	2014	3,168	140	100

전라북도 문화체육관광국이 주관하는 문화일자리 창출사업 중에서 공연예술과 직접적으로 관련된 사업은 ‘공연예술분야 문화서비스 일자리 창출’이다. 예술인 강사 파견, 소외계층 문화향유를 활용한 예술인 일자리 창출 등 구체적인 프로그램에 있어서 정부의 문화일자리 만들기 사업과 비슷하다. 이 가운데 ‘도민문화예술 사회교육’, ‘신나는 예술버스’, ‘연극전문인력 양성아카데미’, ‘영화제작 인턴쉽’ 등은 전라북도가 국비를 지원받지 않고 독자적으로 추진하는 사업이다. 2010년에 새롭게 선보인 문화일자리 만들기 사업은 ‘춤 그리고 다정다감 프로젝트’ 등이 있다.

전라북도 정책 중에서 긍정적 평가를 받고 있는 사업은

크게 두 가지다.

첫째, 문화예술 강사지원이다. ‘국악분야 예술 강사 지원’은 민선 5기 공약사업으로 2010년 문화체육관광부 평가에서 전국 최우수등급을 받았다. 둘째, 전북형 사회적 기업 역시 전북의 대표적인 문화일자리 창출사업이다. 중앙부처가 지정하는 사회적 기업 외에 지역 자체적으로 사회적 기업 육성에 적극적으로 나선 결과, 2011년 현재 전라북도 전체 48개의 예비 사회적 기업(고용부 지정 8개, 도지정(2010~2011) 40개) 중에서 문화 부문 사회적 기업이 8개에 이른다.

〈표3〉 전라북도의 문화예술 부문 사회적 기업 현황

구분	기업명	사업개요	지역	지정일
인증	이음	문화 통한 지역사회 통합프로젝트	전주	고용부지정
	한울전통문화체험교육원	국악공연, 문화체험, 청소년수련활동	남원	고용부지정
예비	문화포럼나니레	비빔밥퍼포먼스, 한옥마을 상설공연	전주	고용부지정
	(사)전북예술문화원	문화예술 공연 및 교육	전주	전북도지정(2010.10.28)
	(사)교통아트	전통상품 개발 및 판매	전주	전북도지정(2010.10.28)
	(사)공연문화발전소 명태	문화예술공연 및 교육	전주	전북도지정(2011.03.16)
	(사)꼭두	문화예술공연 및 HRD	전주	전북도지정(2011.03.16)
	(사)마당	문화월간지 발행, 문화예술 기획	전주	전북도지정(2011.03.16)
	(사)전통문화마을	문화예술교육, 문화예술공연	전주	전북도지정(2011.03.16)
	타악연희원 아귀	문화예술콘텐츠 사업	전주	전북도지정(2011.03.16)

3) 문화일자리 창출정책의 성과

정부가 만들어내는 일자리가 한시적이라는 한계가 분명하지만, 또 다른 측면에서 본다면 정부의 문화일자리 창출정책은 나름의 성과를 거두고 있다. 첫째, 젊은 예술인이 정부 기관, 문화공간, 교육현장 등에서 한시적이지만 전공업무를 경험함으로써 커리어 형성기회를 얻고 있다. 둘째, 문화소외계층에게 예술단을 파견하는 사업은 문화일자리 창출이라는 목적만이 아니라 소외계층에게 평소 접하기 힘든 문화예술을 향유하도록 돕고 있다는 점에서 의의가 있다.

전라북도에서도 의미 있는 성과가 나타나고 있다. 한시적이라는 한계가 분명하지만, 도내 졸업생 중에서 상당수가 문화예술교육 강사로 파견되거나 사회적 기업에서 전공 분야를 살려 일하는 경우가 많아지고 있다.

예를 들어, 전북대학교 한국음악과 졸업생(2008년 후기, 2009년 전기 졸업생 중)의 취직현황(전북대학교 한국음악학과 홈페이지 참조)을 보면, 한국문화예술교육진흥원 국악강사 8명, 초등학교 특별활동 강사 1명, 온소리예술단원 3명, 달이양상블 단원 1명, 푸른문화 '판' 단원 1명, 한국시각장애인협회 연주단원 1명, 여수시립국악단원 1명이다.

취업자 대부분이 강사파견 사업과 사회적 기업을 통해 전공 부문 활동을 이어가고 있다.

정부 및 전라북도의 문화일자리 창출정책은 어려운 경제 상황에서 문화예술인에게 일할 수 있는 기회를 제공해주고 있다. 특히 소외계층의 문화복지와 아동청소년의 문화예술교육 및 체험을 병행함으로써 문화일자리 창출정책의 시너지 효과도 나타나고 있다. 다양한 사업을 통해 지금까지 없었던 새로운 문화일자리가 발굴됨으로써 문화예술 인력시장 또한 넓어지고 있다. 다만 문화일자리 창출정책이 보다

내실을 기하기 위해서는 다음과 같은 점을 추가로 고려할 필요가 있다.

2. 문화일자리 창출정책의 개선방향

1) 단기 일자리 창출과 장기적 전략 병행

정부의 일자리 창출정책은 일자리 개수로 평가된다. 그래서인지 정부는 문화예술 인력에게 직접 인건비를 지급해 일자리 개수를 늘리는 방식을 선호하는 것 같다. 하지만 일자리가 장기적으로 안정적인 일자리인가라는 고민이 필요하다.¹⁾ 예를 들어, 국악강사를 파견하는 사업이 언제까지 지속될 수는 없을 것이다. 정부가 예산지원을 멈출 경우 강사 파견은 중지될 수밖에 없다. 소외계층을 위한 공연예술을 통해 일자리를 만드는 사업도 정부의 예산지원이 뒷받침되어야 한다.

이러한 현상은 사회적 기업도 마찬가지다. 'A단체'는 문화일자리 창출과 관련해 모범 사례로 꼽힐 정도로 전국적으로 유명세를 탄 사회적 기업이다. 하지만 정부의 사회적 기업 지원이 종료되면서 'A단체'는 심각한 경영위기에 봉착했다. 산하 예술단을 해산했고(현재는 예술단원들이 독자적으로 운영), 상당한 인력을 구조조정했다. 'B단체'는 유아·초등학생을 대상으로 공연활동을 벌이던 예비 사회적 기업이다. 'B단체' 역시 1년 만에 지원이 종료되면서 새롭게 만들어졌던 일자리 대부분이 사라졌다. 'C단체'는 지원이 중단된 이후에도 예술단을 운영하고 있지만 인건비는

1) 정부의 '단기 일자리' 창출방식을 무조건 부정적으로만 바라봐서는 안 된다. 예술인의 경제적 상황은 참담한 수준으로 직접적으로 인건비를 지원하는 방식이 필요하기 때문이다. 예를 들어, 공연예술인 실태조사에 따르면 연극인(국공립단원 제외) 중에서 연평균 수입이 200만원 이하가 48.9%에 달했다. 무소득자도 11%를 넘었다. 일명 '투잡(two job)'을 하는 연극인이 62%였다(KOCCA 2011: 09). 이러한 통계는 수도권 지역을 포함한 것이기 때문에 전라북도 상황만 놓고 본다면 결과는 더 암울하다.

최저임금 수준에도 못 미친다.

문화부문 사회적 기업의 지원방식을 개선할 필요가 있다. 자생력을 갖추려면 공연콘텐츠가 있어야 한다. 그런데 정부지원이 인건비가 중심이다 보니 공연제작에 필요한 작곡, 의상 및 무대제작, 시나리오, 조명, 연출선임, 마케팅 비용을 마련하지 못하는 경우가 많다. 사업개발비가 지원되고 있기는 하지만 공연콘텐츠를 개발하기에는 턱없이 부족하다. 이 때문에 대부분의 사회적 기업이 일명 ‘오부리밴드’ 활동으로 수익을 창출하는 불균형적 수익구조가 만들어지고 있다.

최소생계를 위해서 인건비를 지원해 ‘단기 일자리’를 창출하는 정책과 함께 안정적인 일자리를 만드는 장기적인 방안이 필요하다. 이와 관련해 예술지원정책의 4대 원칙(선택과 집중, 간접지원, 사후지원, 생활 속의 예술 확대)을 문화일자리 창출정책에 적용해봄직하다.

우선 뚜렷한 성과가 보이는 부문에 집중 지원하고, 콘텐츠 제작지원을 강화해야 한다. 개인 지원 중심의 일자리 정책은 문화예술계의 자생력을 제고하는데 한계가 있다. 궁극적으로 시장에서 답을 찾아야 한다. 시장 활성화를 통한 일자리 확대 창출방안에 주목해야 하는 이유다.

2) 선택과 집중 : 일자리 창출효과 배가되는 부문에 지원 강화

정부의 일자리 창출정책은 예산 ‘1’을 지원할 경우에 일자리 ‘1’이 창출되는 방식이다. 얼마나 많은 예산을 투자하는가에 따라 일자리 수가 결정된다. 이러한 지원방식은 비효율적일 수밖에 없으며, 동시에 안정적인 일자리를 기대하기 어렵다. 하나의 상품이 다양한 가치를 창출하듯이, 예

산 ‘1’을 지원할 경우 ‘1’ 이상의 일자리가 창출될 수 있는 부문에 집중하는 전략이 필요하다. 개인에게 인건비를 지원하는 것이 아니라, 공연수익을 통해 자생력을 가질 수 있도록 ‘상품성 좋은 공연콘텐츠 제작’에 예산을 집중하는 것도 하나의 방법일 것이다.

공연산업은 생산 및 판매 전 과정에서 초기 인력이 그대로 투입되는 노동집약적 산업이다. 1,000석 규모 공연장에서 뮤지컬 1회 공연을 위해 동원되는 인력은 대략 200여명이다. 공연예술 직업군을 보더라도 사이트관리, 진행요원, 출연배우, 부대사업, 예술학교 운영관리, 공연시설관리, 연계사업, 부대사업, 부가상품, 객석, 매표, 안전, 주차 등 다양하다. 상품성 있는 공연은 일자리를 비롯한 산업연관효과도 크다.

예를 들어, 객석규모 500석, 출연진 및 스태프 40여명, 평균 객석 점유율 83.3%²⁾인 공연작품을 주당 8회(연 384회) 공연하고, 관람객이 평균 50,000원(공연관람 30,000원, 기타 경비 20,000원)을 지출한다고 가정할 때 105억원의 생산유발효과, 51억원의 부가가치유발효과 그리고 265명의 고용유발효과가 발생한다.

이와 같이 예술인 개인 단위의 지원보다 공연단체 또는 공연콘텐츠 제작에 지원하는 방식이 양적 또는 질적으로 효과적이다. 따라서 일자리 창출효과가 극대화될 수 있고, 장기적으로 안정적인 일자리를 제공하는데 유용한 공연단체(공연콘텐츠 제작) 지원방식을 적극적으로 검토하자.

〈표4〉 상설 브랜드공연(객석규모 500석, 관객 점유율 83.3%, 연 384회)의 경제적 파급효과

지역	생산유발효과	부가가치유발효과	고용유발효과
전북	10,529	5,135	265
기타	6,985	2,865	66
전국	17,514	8,000	331

2) 미국 브로드웨이 조사결과, 100만 달러 공연(500석 규모)을 제작할 경우 객석점유율 83.3%가 손익분기점이다(박상곤 2008: 29).

3) 시장 활성화 통한 안정적 일자리 창출정책 병행

전국적으로 파견되고 있는 예술 강사는 약 5,300명이다. 5천개가 넘는 일자리가 만들어진 것은 분명하나 예술작품의 창작, 유통, 향유로 이어지는 본격적 예술시장과는 거리가 먼 것도 사실이다. 공적자금 투입으로 창출된 일자리는 시장 상황이 나아질 때까지 견딜 수 있도록 한시적으로 지원하는데 의미가 있다. 그런 점에서 본다면 재정투입을 통한 일자리 창출만으로는 고용규모와 질을 개선하는데 한계가 분명하다.

예산지원이 중단되더라도 문화일자리가 유지되기 위해서는 무엇보다 자생력 확보가 시급하다. 자생력은 예술시장 내에서 창작, 유통, 향유 시스템이 갖춰지고 여기에 적응할 때 생겨난다. 따라서 문화일자리가 새롭게 창출되고 장기적으로 유지되기 위해서는 예술시장의 자생력을 키울 수 있는 지원과 함께 시장 활성화를 통한 일자리 확대 전략을 병행해야 한다.

우리나라 공연시장은 지속적인 성장세를 보이고 있다. 하지만 이러한 성장은 지역의 공연예술인에게 그림의 떡일 뿐이다. 일반적으로 대형뮤지컬, 대중콘서트가 시장 확대를 이끌고 있고, 클래식/무용, 연극 등 전통예술장르는 정체되어 있다. 대형뮤지컬은 투자비용만이 아니라 스타마케팅이 필요하기 때문에 지역에서는 엄두를 내지도 못한다. 시장성숙이 지역공연예술단의 성장으로 이어지고 있지 못한 것이다. 지역 차원에서 시장 활성화 정책을 병행해야 하는 이유다.

만명이 관람함으로써 공연을 통한 지역경제 활성화의 대표적인 사례로 꼽힌다. 특히 제작 스텝이 120명, 출연진이 500명(대부분 지역주민)에 달하면서 일자리 창출효과만큼은 탁월하다는 평가다. 이러한 이유에서 공연관광 및 문화일자리 창출정책을 추진하려는 우리나라 지자체의 벤치마킹 일순위로 중국인상시리즈가 꼽히고 있다. 대전 서구의 '갑천', 경북 안동의 '부용지애', 충남 공주·부여의 '사마이야기', '사비미르', 전남 영암의 '영암아리랑'(추진 중) 등이 중국인상시리즈 사례를 지역에 적용한 공연이다.

하지만 전문가들이 지적하듯이(예, 안창현 2010: 109~110), 중국식 대형공연을 한국에 그대로 적용하는 것은 무리가 따른다. 중국인상시리즈가 성공을 거둘 수 있었던 이유는 중국의 세계적인 관광명소라는 기본적인 배경과 한국에서는 상상할 수 없는 저렴한 인건비(실제로 '인상서호' 공연은 항저우 주민의 인건비가 비싸 인근 농촌지역의 젊은 예술가들을 불러 모아 기숙사 생활을 시키며 공연을 했다), 사회주의라는 사회경제적 구조가 뒷받침됐기 때문이다.

중국인상시리즈를 참조한 우리나라 지자체의 브랜드공연 중에서 일자리가 만들어진 경우는 거의 없다. 스텝, 출연배우의 일자리가 만들어지기 위해서는 상설공연이 돼야 한다. 1~2개월 공연해서는 정규 일자리가 만들어지지 않는다. 우리나라 지자체의 브랜드공연 모두가 상설공연을 지향한다. 하지만 상설공연을 '성사' 시킨 곳은 극히 일부다. 대규모 공연은 규모화에 따른 막대한 제작비, 높은 인건비, 관객 동원의 불확실성 등으로 공연의 경제적 타당성이 낮기 때문이다.

지역성을 반영하는 브랜드공연은 분명 일자리 창출 효과

3. 강소(強小)공연예술단, 20개를 육성하자

1) 대형공연 하나로 모든 것이 해결되지 않는다.

중국 '인상려강' 공연(연중 상설, 1일 2~3회, 무대 1,850석)의 경우 2007년 14만명, 2008년 60만명, 2009년 100



(사진)중국 운남성의 '인상여강'



(사진)경주의 '신국의 땅, 신라'

가 탁월하다. 다만 중국을 본따 무조건 대형화를 지향하기 보다는 한국 상황에 부합하는 공연규모와 유형을 고려할 필요가 있다. 500석 규모로 지역브랜드공연을 제작해 국내의 관광객을 대상으로 상설공연을 진행하는 경주의 '신국의 땅, 신라' 공연(지역 예술인력 40여명 예술단 직원으로 채용)은 그런 점에서 참고해봄직 하다.

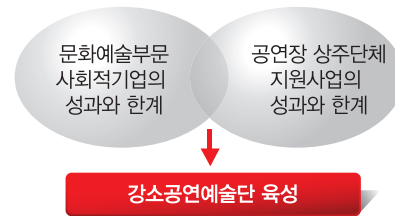
필자가 글로벌 기업과 관련해서 강조되는 히든챔피언(Hidden Champion), 즉 작지만 강한(small and strong) 강소기업(強小企業) 개념을 지역 공연예술단체에 적용하려는 이유가 여기에 있다. 브랜드공연을 통한 일자리 창출 효과를 노리기 위해서는 반드시 상설공연이어야 한다. 제작 비용, 관객동원 가능성을 놓고 볼 때 전라북도에서 경제적 타당성이 있는 상설공연은 중소기업이다. 대기업이 아니라 글로벌 강소기업을 키우는 전략처럼, 작지만 내실을 기할 수 있으며 그럼으로써 괜찮은 일자리(Decent Job)를 창출하는 강소공연예술단 육성을 적극 검토해보자.

강소공연예술단이란 규모화를 지향하는 대기업과 달리 규모는 작지만 일류상품을 개발해 세계시장에서 강한 면모를 보여주는 강소기업처럼, 대규모 인력을 기반으로 하는 관립예술단과 달리 대표 콘텐츠를 제작해 공연시장에서 경쟁력을 확보하는 공연예술단을 의미한다. 예를 들어, '점프'를 제작한 (주)예감, '난타'를 제작한 (주)PMC, '문화미를 들소리' 등이 강소공연예술단이라고 할 수 있다. 전라북도에서도 맹아적 형태가 나타나고 있는데, 전라북도 최초로 에든버러페스티벌에 참가하는 '각시마고'를 제작한 극단 까치동이 하나의 사례라고 할 수 있다.

2) 작지만 강한 강소공연예술단 육성 방안

○ 기본 구상 : 사회적 기업 육성과 공연장 상주단체 지원의 결합

사회적 기업은 일자리 창출효과가 분명하다. 하지만 예술시장이 극도로 열악해 1~2년 사이에 자생력을 갖추기는 어려우며, 실제로 연차평가에서 실적을 올리지 못해 탈락하는 경우가 허다하다. 또한 공연예술의 특성상 인건비를 직접 지원하는 방식보다 콘텐츠 제작에 집중하는 지원방식이 필요하다.

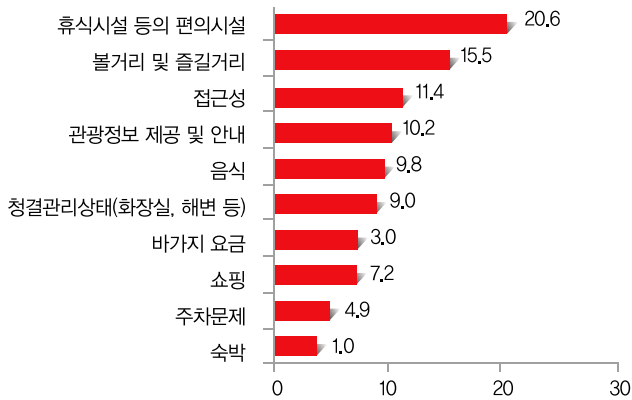


2010년부터 시행하는 '공연장 상주단체 지원 사업'은 지역 공연단체가 공연장·사무실·연습실이 부족해 창작활동을 안정적으로 이끌어가기 어렵다는 현실 극복과 지역 공연장의 가동률 및 이용률을 높이려는 목적에서 출발했다. 공연장과 상주하려는 공연예술단체가 계약을 체결, 공연장은 공간 제공 및 기획·홍보·마케팅을 담당하고 상주단체는 공연(교육)프로그램을 제공한다. 지원은 2년을 원칙으로 하되 1년 단위로 성과를 평가한다. 2011년 현재 전북에서는 4개 단체(전문예술법인 명태, 글로리아 스트링 오케스트라, 금파무용단, 까치동)와 공연장(아하아트홀, 우진문화공간, 소리아트센터, 창작소극장)이 지원을 받고 있다(지원총액 2억원).

이 사업은 공연단체에게 무대를 제공함으로써 창작활성화를 꾀할 수 있다는 점에서 긍정적이다. 하지만 소규모 민간 공연장만 참여해 시너지 효과가 크지 않다. 시설이 좋은 관립 문화공간의 참여가 필요하다.

요컨대, 사회적 기업은 단기적 일자리 창출효과는 있되 창작활성화 효과는 미진하고, 공연장 상주단체 지원 사업은 창작 활성화 효과는 있되 일자리 창출효과는 부족하다. 강소공연예술단 육성은 이러한 성과와 한계를 보이는 두 사업을 결합하는 방식이다. 즉 공연콘텐츠 제작 및 상설공연을 위한 기반(예산, 공연장)을 지원하고, 이를 통해 시장 활성화와 안정적 일자리 창출을 병행하려는데 목적이 있다.

○ 주요활동 : 지역 대표 브랜드공연 제작 및 상설공연, 아동청소년 대상의 문화예술교육프로그램 제작 및 운영, 소외지역 및 소외계층 대상의 문화예술 체험프로그램
세 가지 목적을 가진다. 첫째, 시군별 브랜드공연을 제작하고 상설 공연한다. 국내외관광객 대상의 공연관광이 중요해



〈그림1〉 2011년 1/4분기 전라북도 관광실태 중 전라북도 관광의 문제점 설문결과(정명희 2011: 14)

지고 있다. 광역단체보다 구체적인 관광지를 가지고 있는 기초자치단체에서 지역 브랜드공연 제작 열기가 더 뜨겁다.

하지만 전라북도 관광실태를 보면 이와 관련된 활동이 미비하다. 2010년 1/4분기 전라북도 관광실태 조사에 따르면, 전라북도 관광지 선택 이유 중에서 '불거리/즐길거리가 풍부해서'는 전체 응답 중 9.0%에 불과하다. 또한, 전라북도 관광에서 불편한 사항에 대해 15.5%가 '불거리 및 즐길거리 부족'을 꼽고 있다. 올해부터 '한옥경관을 활용한 야간상설공연 지원사업'을 벌이는 이유도 이 때문이다. 따라서 강소공연예술단이 관광객을 대상으로 브랜드공연을 제작, 공연함으로써 지역의 관광활성화 및 공연관광을 통한 수익창출이라는 효과를 동시에 추구한다.

둘째, 주5일제 교육시행에 따라 증가할 것으로 예상되는 아동청소년의 문화예술교육·체험프로그램을 제작하고 운영한다. 공연장에서의 문화예술 체험은 공교육 내에서 이뤄지는 예술교육과 다른 경험을 제공한다. 김제문화예술회관의 '우리는 예술회관으로 소풍 가요!' 프로그램처럼 지역 교육기관 및 유치원 등과 연계해 프로그램을 상설로 진행한다. 특히 아동청소년의 문화예술콘텐츠 시장은 주5일제 교육 전면시행과 더불어 대폭 확대될 것으로 예상된다. 문화예술교육프로그램은 아동청소년을 대상으로 하기 때문에 일반 공연시장과 달리 고정적인 수요가 충분하다.

셋째, 문화복지 차원의 활동이다. 지역의 특성을 반영한

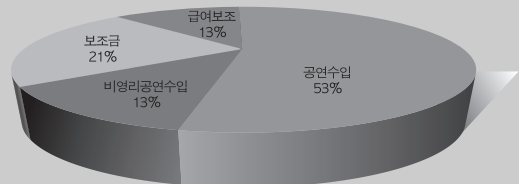
해당 지역만의 소외계층 대상 프로그램을 제작해 문화예술 체험프로그램을 진행한다.



요컨대, 관립 예술단은 '괜찮은 일자리'를 만들 수 있지만 행정기관의 재정적 부담과 대중적 공연작품을 만드는 데 한계가 있다. 교육기관은 전문적 체험프로그램을 제공하기 어렵다. 민간 공연예술단은 상업적 작품을 통해 경쟁력을 확보할 수 있는 구조지만 문화복지 등 공공성이 부족하다. 즉 강소공연예술단은 이러한 세 부문의 한계를 극복하면서 동시에 긍정적 성과를 결합하는 개념이다.

공연콘텐츠·문화교육프로그램 병행 성공사례: 문화마을 '들소리'

- 1984년 11월 30일에 창단, 2005년 전문예술법인, 2008년 사회적 기업으로 발전했고, 임직원수는 25명이다.
- 공연 및 교육, 축제, 문화체험 프로그램을 발굴, 육성, 제작한다. 공연수익을 중심으로 축제기획 및 교육사업을 통해 수익창출의 다각화를 모색하는 공연, 체험, 교육 복합형의 대표적 사례다. 2009년 매출액이 7억원을 돌파했다(Dulsori UK Ltd 매출 불포함).
- 주요수입은 공연수입이 53%로 가장 많으며, 축제 및 교육사업 수입이 13%로 수익창출의 다각화를 모색하고 있다.



○ 육성대상 : 지역의 공연예술단체 20개

문화예술부문 사회적 기업(인증, 예비 사회적 기업 포함)의 인증 현황을 보면 전체 8개 중에서 전주 외 지역은 남원의 한울전통문화체험교육원뿐이다. 시군별로 최소한의 시장이 형성되어 있지 않기 때문이라고 하더라도 지나친 전주 편중은 문화일자리 창출정책 차원이 아니라 문화복지 차원에서라도 긍정적 현상은 아니다. 따라서 강소공연예술단을 각 시군에 최소한 1개씩 배정, 육성하는 전략이 필요하다. 또한 인구비례에 따라 전주 2개, 익산·군산·남원·정읍에 각각 1개씩을 추가해서 모두 20개를 육성한다.

○ 공연예술단별 상설공연장 제공 : 시군별 문화예술회관 활용

지역 공연예술단체에게 절실한 지원 가운데 하나가 공연장을 비롯한 활동공간이다. 공연콘텐츠 제작비용을 지원받더라도 자신의 작품에 맞는 전문공연장을 갖고 있지 않으면 성공하기가 쉽지 않다. 여러 지원예산이 공연장 임대 및 무대제작에 쓰이게 되면서 정작 공연제작비용은 턱없이 부

족하다. '난타', '점프' 처럼 대중성을 확보한 공연들이 대부분 전용극장을 만들기 위해 노력했다는 사실만으로도 공연장의 중요성을 알 수 있다.

'공연장 상주단체 지원 사업' 처럼 강소공연예술단별로 공연장을 제공하지는 것이 기본 구상 가운데 하나다. 기존 사업과 다른 점이 있다면 공연장 상주단체 지원 사업은 개별 공연장과 공연단이 계약을 체결해 신청하는 반면, 강소공연예술단 육성사업은 각 지자체별로 건립돼 있는 문예회관 같은 공연장을 제공하는데 있다.

강원도 '정선 아리랑' 공연 사례

- 강원도 정선은 5일장이 중요한 관광자원이다. 정선군은 관광객을 끌어들이기 위한 지역브랜드공연으로 5일장마다 '아리랑고개 너머' 라는 상설공연을 1999년부터 진행하고 있다. 특히 상설공연은 코레일 패키지(레일바이크, 화암동굴, 아라리촌, 장터)에서 킬러 콘텐츠다.
- 상설공연 관람객을 포함, 1년 방문객은 2백만 명 정도다.
- 정선문화예술회관에서 군립예술단이 공연하며, 출연진은 18명, 스텝은 9명이다. 연간예산은 1억8천만원이다. 정선아리랑 상설공연은 지역브랜드공연, 문화일자리 창출, 공연 통한 지역경제 활성화, 다양한 체험프로그램 운영과 관련해 긍정적 사례로 평가받고 있다.

〈표5〉 전라북도 소재 공공 문화예술공간 현황

문예회관	개관일	객석수	운영주체	공연일수	유료관객	이용자수	연간운영비 (백만원)	공연 및 대관수입 (백만원)
고창문화의전당	'08.9.30	633	고창군	56	9,717	38,444	896	22
군산시민문화회관	'89.5.1	858	군산시	156	40,240	101,555	1,083	51
김제문화예술회관	'89.4.9	471	김제시	26	6,241	55,035	67	31
남원춘향문화예술회관	'95.5.6	778	남원시	178	32,020	60,600	414	38
무주예체문화관	'01.12.14	476	무주군		-	241,491	1,353	
부안예술회관	'01.2.10	503	부안군	17	700	68,712	1,331	13
순창향토회관	'97.10.1	-	순창군	9	1,238	36,883	85	6
완주향토예술문화회관	'01.10.23	218	완주군	17	3,470	3,470	1	4
익산솔리문화예술회관	'96.11.29	659	익산시	157	20,955	128,913	806	82
전북대삼성문화회관	'97.9.1	1,700	전북대	247	-	-	466	466
전북교육문화회관	'83.11.15	1,163	교육청	133	0	155,690	1,845	47
한국소리문화의전당 분원	'01.9.21	2,909	예원대	189	70,936	315,496	5,354	1,296
전주 덕진예술회관	'99.4.1	572	전주시	156	6,362	67,691	645	42
정읍시예술회관	'92.9.15	824	정읍시	128	11,121	50,766	879	51
진안문예체육회관	'00.9.6	-	진안군	1	-	49,193	252	2

물론 이러한 사업이 성사되기 위해서는 각 지자체와 전라북도가 협약을 체결, 각 지역별 강소공연예술단체에게 제공하는 결단이 필요하다. 전라북도의 적극적인 지원이 뒤따른다면 가능하리라 본다. 또한 공공 공연장이 어려울 경우 시설 문화공간 및 대학 내 문화공간까지 범위를 확장할 수 있을 것이다. 이 역시 전라북도가 어떤 자세를 취하는가에 따라 성사여부는 결정된다고 생각한다.

○ 예산 지원 : 공연예술단체 2년 동안 총 2억원

기본적으로 2년 지원을 원칙으로 한다. 지역의 브랜드공연 및 문화예술교육콘텐츠 제작을 중심으로 예산을 지원한다. 책정기준을 보면, 우선 공연콘텐츠 제작비(40백만원)는 '2009~2011 전라북도 무대공연작품 제작지원사업'의 건당 평균 지원액 19백만원의 두 배다. 문화예술체험프로그램은 전술한 지원사업의 최저금액(10백만원)이다. 또한 공연콘텐츠 제작 및 최소의 자생력을 확보하기 위한 기간(제작 및 마케팅)에 한해서 예술단원 인건비를 지원한다. 인건

비 지원기간은 6개월로 한다. 인건비(상근배우, 스텝)는 공연제작에 집중할 수 있는 최소한의 비용으로, 2011년 최저임금(40시간 사업장 통상임금 902,880원)보다 많은 1인당 110여만원으로 책정한다. 2차년 지원금은 1차년에 진행한 공연 및 체험콘텐츠 수정예산과 예술단 기본운영비다.

공적자금을 지원하는 공연작품의 경우 흥행에 실패하더라도 책임지는 경우가 없다. 이에 반해 민간단체는 흥행실패의 여파가 개인파산까지 이른다. 그렇기 때문에 대중성 있고, 완성도 높은 작품을 만들 수가 있다. 이러한 태도가 뒤따르지 않는다면 아무리 예산을 지원하더라도 자생력을 갖출 수 있는 공연콘텐츠를 제작할 수 없다. 따라서 공연예술단을 선정할 때 목표(전북도에서 강소공연예술단체에게 공연관객, 공연횟수, 수익창출 등의 목표 제시)를 명확하게 지정해줄 필요가 있다.

만약 목표를 초과할 경우 인센티브(예산중액, 사업기간 연장 등)를 제공한다. 목표달성에 미흡할 경우에는 페널티를 적용한다(예산삭감, 재선정시 벌점 가산 등).

연차	내용	금액	합계
1년차	공연콘텐츠 제작비	40백만원	150백만원
	문화예술체험 프로그램	10백만원	
	한시적 인건비(6개월, 15명)	100백만원	
2년차	콘텐츠 수정 및 운영	50백만원	50백만원
합계			200백만원

한편, 문화예술 부문 사회적 기업 육성 사업, 그리고 전북공연장 상주단체 지원사업(연간 2억원), 한옥경관을 활용한 야간상설공연 지원사업(연간 20억원), 문화복지 차원의 소외계층 예술지원 사업 등을 유기적으로 통합하면 별도의 예산 마련 없이 재원을 확보할 수 있다고 본다.

○ 시장 분석 및 사업 효과: 직접 일자리 500개, 고용 유발효과 1,902명

강소공연예술단의 첫 번째 활동인 브랜드공연 관련 시장

규모를 추정해보면 다음과 같다. 2009년 외래 관광객 실태조사(한국관광공사)에 따르면 외래방문객의 '공연/민속행사/축제참가 비율'은 3.80%³⁾다. 2010년 말 기준 전라북도 외래 관광객은 47,613,120명이다. 이를 공연관람 비율에 적용하면, 시군별 강소공연예술단체의 브랜드공연을 관람할 수 있는 인구를 1,809,298명으로 추정할 수 있다.

문화예술교육·체험프로그램의 주요 수요자는 아동청소년이다. 2010년 말 기준, 전라북도에는 유치원(사립,공립 포함) 512개(19,677명), 아동보육시설 1,531개(56,531명),

3) 다른 연구에서는 문화체험 비율(평균 5.65%)을 포함시켜 공연관람 가능인구를 추정하는데 이 글에서는 보다 명확한 시장규모를 추정하기 위해 공연/민속행사/축제 항목만 적용한다.

초등학교 413개(126,869명), 중학교 206개(76,583명), 고등학교 77개(50,620명)에 달한다. 유아 및 학생 수는 모두 330,280명으로, 이들이 연간 2회의 문화예술체험프로그램에 참여한다고 가정하더라도 연간 660,560명이라는 기본 수요층이 가능하다.

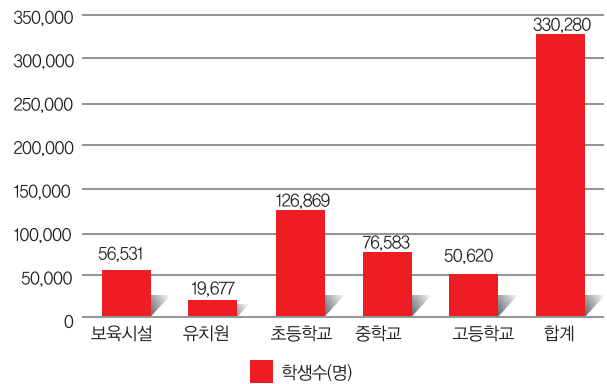
공연관람 및 체험프로그램 참여가능한 인구 추정치를 기준으로 시장규모를 파악할 수 있다. 우리나라 뮤지컬 티켓 가격대는 창작뮤지컬의 경우 3만원 미만이 41.1%, 3만원~5만원이 34.2%를 차지한다. '2011새만금상설공연(창작공연 '아리울 아리랑')은 티켓가격이 10,000원으로, 이에 대해 외래 관광객은 대체로 적절하다고 평가한다⁴⁾. 지역공연단체가 제작한 작품의 경우 대체로 15,000원 정도에서 티켓 가격이 정해진다. 따라서 강소공연예술단 브랜드공연의 티켓 가격을 15,000원으로 상정 한다. 한편, 문화예술체험프로그램은 2005년에 전북도교육청에서 파악한 초등학교 유형별 현장체험학습 결과를 참조할 수 있다. 당시 자료에 따르면 참여 학생 1인당 지출 경비는 14,614원이다.

이와 같은 시장규모와 지자체의 예산지원, 활동내용을 종합해 주요 성과를 분석해보면 다음과 같다. 우선 직접적으로 고용되는 문화일자리가 500개다. 1개 강소공연예술단의 전체 인력은 상설공연, 교육프로그램 진행, 마케팅 강화 등을 감안

할 때 25명(상근 배우 상근 배우 10명, 비상근 배우 10명 내외, 스태프 5명) 내외로 상정한다. 강소공연예술단 20개를 육성할 경우에 2년 동안 전체 40억원(단별 20억원 × 20개)이 투입되고 문화일자리는 대략 500여개가 창출되는 셈이다.

〈표6〉 전라북도 공연관광 가능인구 추정
(한국관광공사 2009 참조)

전라북도 외래방문객 (2010)	외래관광객의 공연/민속 행사/축제참가비율	공연관람 가능인구추정
47,613,120명	3.80%	1,809,298명



〈그림2〉 전라북도 교육시설별 학생현황
(전라북도, 도교육청 통계자료 참조, 2010년 말 기준)

〈표7〉 기존 문화일자리 정책과 강소공연예술단의 고용창출효과 비교

전북의 문화일자리 정책			강소공연예술단		
지원예산(2011~2012)	일자리 창출 목표		지원예산(2년)	일자리 창출 효과(예상)	
	상용	임시		상용	임시
32억원	140	75	40억원	300명	200명

강소공연예술단 운영과 관련해 약 1,809,298명의 공연 관객수요와 관객 1인당 약 25,000원(티켓 15,000원, 식음료 10,000원)의 지출변화, 그리고 공연교육프로그램 운영에 따른 참가학생의 경비로 17,245원(2005년 평균 14,614원에 물가상승률 적용)이 지출될 것으로 예상된다. 이러한 지역 내 최종수요변화가 전북지역에 미치는 경제

적 파급효과를 분석한 결과, 강소공연예술단 20개를 육성할 경우 공연단체 및 공연(교육)체험프로그램 활성화로 전라북도에는 매년 730억원의 생산유발효과와 380억원의 부가가치유발효과가 발생할 것으로 나타났다. 또한, 장기적으로 1,902명의 고용유발효과가 발생하는 것으로 분석됐다.

4) 연구자가 현재 진행하고 있는 과제로, 6~7월 관람객을 설문조사한 결과 53.4%가 적절하다고 평가했다.

〈표8〉 전라북도 공연단체 및 공연(교육)체험프로그램 활성화의 지역경제 파급효과

지역	생산유발효과(백만원)	부가가치유발효과(백만원)	고용유발효과(명)
전북	73,011	38,014	1,902
기타	44,898	18,572	377
전국	117,909	56,586	2,279

한편, 강소공연예술단 육성으로 만들어지는 일자리는 현재 정부 및 지자체가 시행하는 단기 일자리 창출과 달리 장기적으로 안정적인 일자리를 만들어줄 가능성이 더 크다.

또한 강소공연예술단 육성사업은 단순히 일자리만 만드는 것이 아니라 각 시군별 대표 브랜드공연과 문화예술교육에 대한 지역별 콘텐츠를 하나씩 보유하는 성과를 가진다. 전체적으로 보면 브랜드공연콘텐츠 20개, 문화예술교육·체험콘텐츠 20개가 지역의 문화자원으로 남게 된다. 이러한 콘텐츠를 지역별 관광, 문화복지, 교육과 관련해서 다양하게 활용할 수 있을 것이다. 이밖에 시군별 문예회관의 문제점으로 지적되는 이용률과 가동률도 개선될 것으로 보인다.

3) 강소공연예술단의 자생력 확보 방안

○ 지역공연예술단체의 수익구조 현황

조사(전북문화예술사회적기업협의회 2010)에 따르면⁵⁾ 전라북도 공연예술단체의 공적자금 의존도는 매우 높다. 수익창출방법이 기금 및 보조금(50%)에 집중돼 있고, 공연을 통한 수익창출은 17.7%에 불과하다. 회원에게 걷는 운영비가 전체 수익에서 가장 많은 비중을 차지하는 단체도 29.4%에 달한다.

공연수익 현황을 보면 초청공연이 61.5%, 자체기획공연이 38.5%다. 자체기획공연은 다시 축제 및 이벤트 등의 초

청공연이 43.4%이며 기업초청공연, 해외초청공연, 학교 및 관공서초청공연 등의 기타초청공연이 19.2%다. 기획공연을 통한 수익이 전체 공연수익에서 38.5%를 차지한다는 것은 그나마 고무적이다.

하지만 전라북도에서 공연예술단체들이 활동할 수 있는 무대는 절대적으로 부족하다. 전라북도 축제와 이벤트(축제 33개의 전체 예산 분석)에서 공연예술에 지출할 금액은 대략 25억원(새만금 상설공연 18억원 제외)으로 전체 예산 대비 21.5%다. 지역에서 활동하는 공연예술단체(문예진흥기금 신청단체)가 170여개라는 점에서 결코 많지 않다. 즉 공연예술단체들이 공연수익금을 올릴 수 있도록 활동무대를 많이 만드는 방안이 필요하다.

조사결과에서 주목할 점은 공연예술단체의 교육사업이다. 교육사업으로 벌어들이는 수익금이 가장 높은 비중을 차지하는 단체가 15개에 달한다. 교육사업의 주요대상은 문화의집이나 주민자치센터 또는 동회회 등의 일반단체가 46.7%로 가장 높으며, 방과후수업·특별활동수업 등 학교가 33.3%, 개인교습 등 기타가 20%다. 조사결과 중에서 기업체를 대상으로 하는 교육사업은 없다. 수도권 사회적 기업(공연부문)이 기업체 연수교육을 주요 수입원으로 삼고 있는 것과 대조를 보인다.

공연단체가 자생력을 확보하는 최고의 방법은 흥행성공일 것이다. 하지만 브랜드공연이 정착하기까지 많은 시간이 필요하다. 지역공연단체의 특화된 수익창출방법으로서 주 5일제 교육 전면시행에 따른 예술교육, 문화체험프로그램에 주목해야 하는 이유다.

5) 2008년부터 2010년까지 3년간 전라북도에 문예진흥기금 신청 공연예술단체 169개를 모집단으로 선정, 이들 단체에 설문지를 보낸 뒤 답신된 39개 단체를 표본(동회회 단체 3개 제외)으로 설정하고 면접조사를 추가로 병행했다. 조사기간은 2010년 7월15일~8월10일였다.

전라북도 공연예술단의 문화예술교육콘텐츠를 통한 수익 창출 사례

- M 예비 사회적 기업 : 국악예술단 통해 유치원의 특별 국악교육 프로그램 진행했다. 원생의 반응이 좋아 유치원 측에서 유치원생 대상의 전문 국악교육 콘텐츠로 제작, 대중화시키자고 제안했다.
- P 예비 사회적 기업 : 어린이 국악뮤지컬을 제작, 총 100일 동안 공연했다. 1인당 입장료는 3천원~5천원이었다. 1년 동안 5,350,000원의 공연수익을 올렸다. 또한 제작된 콘텐츠를 활용, 어린이 대상 문화바우처 초청공연 총 12,000,000원, 익산·진안보육시설 초청공연 5회 및 공립유치원협의회 초청공연 등 총 12,000,000원 공연수익을 올렸다. 특히 어린이 국악뮤지컬의 경우 재구매 의사가 뚜렷했다.
- 김제문화예술회관은 2010년 청소년 문화탐방 '우리는 예술회관으로 소풍가요' 프로그램을 운영하고 있다. 김제문화예술회관 시설 투어와 전시관, 특별기획 공연을 관람하는 프로그램으로 구성돼 있다. 문화예술에 대한 이해와 청소년들의 정서함양에 기여하는 바가 큰 것으로 평가돼, 2010년 전국문화회관 우수기관에 선정, 장관상을 수상했다.

예를 들어, 초등학교만 해도 417개가 14개 시군에 고루 분포되어 있기 때문이다(2010년 말 기준: 전주 66, 군산 55, 익산 61, 정읍 36, 남원 27, 김제 36, 완주 30, 진안 13, 무주 10, 장수 9, 임실 15, 순창 15, 고창 21, 부안 23).

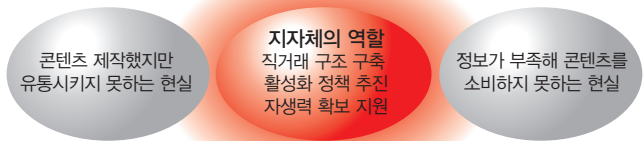
하지만 프로그램이 만들어졌다고 해서 무조건 시장이 활성화되는 것은 아니다. 마케팅이 뒤따라야 하는데 프로그램을 개발하는 입장에서는 제작만 해도 벅차기 때문에 마케팅에 쏟을 여력이 없다. 지자체가 나서야 하는 이유다.

하나의 사례로, 익산 모 중학교에서 문화예술 체험프로그램을 진행하고 싶었다고 한다. 하지만 담당 교사는 마땅한 예술인이나 단체에 대한 정보가 없어 답답해했다는 것이다. 다행히 지인에게 마임예술가를 소개받아 초청공연을 마칠 수 있었다. 공연예술 공급자와 소비자가 원활하게 연결되어 있지 않은 현실, 이것이 지역공연시장의 현주소다.

○ 교육현장과 공연단체 연결하는 시스템 구축

강소공연예술단이 브랜드공연을 제작하고 이를 상품화하기 전까지 지자체가 도와줘야 한다. 그렇다고 공연티켓을 대규모 구매해 지역주민에게 제공하거나, 공연제작비를 무한대로 지원하는 방식은 한계가 있다. 지역의 특화시장을 발굴, 지자체 차원에서 공연 소비자와 생산자를 연결시켜주는 시스템을 구축해야 한다. 이와 관련해 지역의 농산물을 지역에서 소비하는 로컬푸드시스템과 같은 형태의 일명 로컬퍼포먼스아트(Local Performance Arts) 시스템을 제안하고자 한다.

주5일제 전면 실시로 문화예술 체험프로그램의 수요는 갈수록 늘어날 것이다. 이러한 문화예술 체험프로그램은 예산이 많이 들지 않을뿐더러, 지역성을 반영한 독특한 콘텐츠를 제작할 경우에 상당한 경쟁력을 가질 수 있다고 생각한다. 아무리 군 지역이라고 하더라도 지역문화를 담은 체험 프로그램을 실시할 경우 최소한의 시장 확보는 충분하다.



공연예술단체와 교육현장을 연결하는 소비시스템이 구축될 필요가 있다. 전라북도와 전북교육청이 문화예술 체험 프로그램(공연)에 대한 협약을 체결하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다. 예를 들어, 초·중·고 학생에게 지역 공연 작품 관람을 월 1회 이상씩 관람하도록 유도하는 정책을 추진하거나 강소공연예술단과 교육현장을 연결시켜주는 중간매개체, 또는 통합마케팅을 담당하는 사회적 기업을 만드는 방법도 생각해볼 수 있다.

그렇다고 교육현장에만 목을 매서는 안 된다. 공연예술단이 자생력을 갖출 수 있는 조건, 즉 시장 활성화를 위한 다양한 정책지원이 뒤따라야 한다. ▲재래시장 상품권처럼,

공연예술 관람 상품권 발매(지역예술사랑 티켓), ▲문화바우처 등을 진행할 때 지역 공연예술작품 관람을 일정 비율로 의무화하는 지역공연작품 쿠폰제, ▲새만금상설공연처럼 주요 관광거점지역에 상설무대(유료) 운영, ▲광주브랜드공연축제처럼 지역공연예술작품을 한자리에 모은 브랜드공연페스티벌 등을 고려할 수 있다.

또한 전북도립국악원 같은 관립예술단의 행사공연을 강소공연예술단체에게 개방하는 방안(관립예술단은 지역을 대표하는 창작공연 제작에 매진), 지역축제의 공연예술무대를 확대하도록 유도하는 것도 강소공연예술단체가 자생력을 확보하는 하나의 방안이 될 수 있다.

참고문헌

- 김효정 2010, “정부 고용지원정책과 연계한 문화예술분야 고용정책 방안”, 한국문화관광연구원.
- 박상곤 2008, “공연예술의 국제관광 상품화를 위한 정책과제”, 한국문화관광연구원.
- 안창현 2010, “중국 대형실경공연 : 임프레션 시리즈의 문화산업적 가치연구”, 『인문콘텐츠』19: 87~112.
- 전북문화예술사회적기업협의회 2010, “전라북도 공연예술 우수 콘텐츠 발굴 및 수요조사”.
- 정명희 2011, “2011년 1/4분기 전라북도 관광객 실태조사 결과”, 전북발전연구원 이슈브리핑 36호.
- 한국관광공사 2009, “외래 관광객 실태조사”.
- 허은영 2010, “예술 분야 일자리 특징 및 인력 정책 방향”, 한국문화관광연구원.
- KOCCA 2011, “문화예술 인력의 복지현황과 개선과제”, KOCCA포커스 제6호(통권34호).