

발간등록번호

11-1371000-000972-01

<2020 연극의 해> 추진계획 수립 및 효과 분석



문화체육관광부

발간등록번호

11-1371000-000972-01

<2020 연극의 해> 추진계획 수립 및 효과 분석

제 출 문

문화체육관광부 장관 귀하

본 보고서를 「2020 연극의 해 추진계획 수립 및 효과 분석」
최종보고서로 제출합니다.

2019년 08월

사단법인 한국연극협회 이사장 오 태 근

■ 수행기관

사단법인 한국연극협회

■ 연구진

책임연구원 엄승용 (사단법인 문화자원진흥원 / 이사장)

공동연구원 박장렬 (2019대한민국연극제 / 예술감독)

정달영 (동국대학교 영상대학원 공연예술학과 / 교수)

보조연구원 김아라 (동국대학교 영상대학원 공연예술학과 / 석사)

유관희 (동국대학교 영상대학원 공연예술학과 / 석사과정)

■ 행정지원

진유라 (한국연극협회 / 차장)

■ 자문위원

오세곤 (순천향대학교 연극무용학과 / 교수)

지춘성 (서울연극협회 / 회장)

방지영 (국제아동청소년연극협회 / 이사장)

김수미 (한국극작가협회 / 이사장)

손상원 (전 정동극장장)

백승무 (오늘의 서울연극 / 편집주간)

김혁수 (한국문화예술위원회 / 위원)

이훈호 (경남연극협회 / 회장)

복영한 (대전연극협회 / 회장)

Contents

I

연구개요

11

1. 배경 및 목적 • 12
2. 수행 범위 • 14
3. 사업 추진 목표 및 주요 내용 • 15
4. 연구 방법 • 17
5. 연구의 기대 효과 • 18

II

<연극의 해>의 필요성

19

1. <연극의 해> 지정의 의미 • 20
2. 문제의 제기 • 21
3. <연극의 해> 지정의 필요성 • 24

III

국내외 유사 사례 및 연극 현황 분석

27

1. 국내 유사 사례 • 28
2. 해외 유사 사례 • 37
3. 국내 연극제 현황 • 45
4. 연극 관람객 현황 • 61
5. 공연단체, 예술인, 티켓시스템 실태 • 71

77

<2020 연극의 해> 프로그램 제안

IV

1. 기본 방향 • 78
2. 추진사업 개요 및 추진과정 • 84
3. 월별 주요 행사 및 프로그램 세부내용 • 88

139 <2020 연극의 해> 추진위원회 구성(안)

V

1. <2020 연극의 해> 추진기구 • 140
2. 추진일정 • 143

145

대국민 홍보 방안

VI

149

<2020 연극의 해> 기대 효과

VII

1. 접근방법 • 150
2. 투입부문의 기대 효과 • 153
3. 산출부문의 기대 효과 • 154
4. 산업연관표에 의한 파급효과 분석 • 156

159

결론 및 제언

VIII

참고 문헌 • 161

<표 목차>

- <표 2-1> 문화예술 관람률 변화추이 • 22
- <표 3-1> 시기별 국내 주요 연극제 현황 • 45
- <표 3-2> 공연시설 지역별 연극 관객수 • 61
- <표 3-3> 장르별 공연작품 소비현황 • 61
- <표 3-4> 연극의 성·연령별 티켓판매매수 • 62
- <표 3-5> 공연 관람 전·후 소비 금액 합계 • 67
- <표 3-6> 티켓 정가 및 할인 후 지불 가격 • 68
- <표 3-7> 공연단체 주요활동장르별 공연 실적 • 71
- <표 4-1> 사랑티켓 연혁 • 92
- <표 4-2> 2018 대한민국 국공립극단 페스티벌 in 경주 • 108
- <표 7-1> 연령대별 매체를 통한 문화예술행사 체험률 • 154
- <표 7-2> 매체를 통한 문화예술행사 관람 만족도 • 155
- <표 7-3> 공연예술분야 관련 표준산업분류표 • 157

<그림 목차>

- <그림 3-1> 문화예술행사별 관람률 변화 추이 • 62
- <그림 3-2> 문화예술행사 관람 의향(복수응답) • 63
- <그림 3-3> 문화예술행사 보완이 필요한 부분 • 63
- <그림 3-4> 문화예술행사 참여경험 • 64
- <그림 3-5> 문화예술행사 관련 정보 습득 경로 • 64
- <그림 3-6> 대학로 이동 교통수단 • 65
- <그림 3-7> 공연 관람 동반자 및 동반자 수 • 65
- <그림 3-8> 공연 정보 수집경로 • 66
- <그림 3-9> 공연 선택에 영향을 미친 요소 • 66
- <그림 3-10> 티켓 구매 장소 (세부 경로) • 67
- <그림 3-11> 티켓 할인 유형 • 68
- <그림 3-12> 공연 관람 양 • 68
- <그림 3-13> 지난 1년간 대학로 장르별 평균 관람 편수 • 69
- <그림 3-14> 지난 1년간 대학로 연극 관람 편수 • 69
- <그림 3-15> 공연단체별 평균 공연 횟수 및 관객수 • 71
- <그림 3-16> 공연단체 특성별 재정자립도 • 72
- <그림 3-17> 공연단체 업무와 고용형태별 인력비율 • 72
- <그림 3-18> 현재 활동하고 있는 주 예술분야 • 73
- <그림 3-19> 전업 예술인의 예술활동 고용형태 • 73
- <그림 3-20> 겸업 예술인의 예술활동 외 직업 종사 이유 • 74
- <그림 3-21> 예술인의 예술활동 개인 수입 • 74

<그림 3-22> 공적연금/건강보험/산재보험/고용보험 가입률	• 75
<그림 4-1> <2020 연극의 해> 프로그램 구조	• 79
<그림 4-2> 연극 생태계 구성주체 개념도	• 80
<그림 4-3> 추진전략과 전략목표	• 82
<그림 4-4> <2020 연극의 해> 프로그램 추진일정	• 84
<그림 4-5> 연극 거버넌스 체계도	• 87
<그림 4-6> 2020 연극박람회 개념 구성도	• 99
<그림 4-7> 공연예술통합전산망(KOPIS) 메뉴체계	• 110
<그림 4-8> 공연예술통합전산망(KOPIS) 조건검색 창	• 110
<그림 4-9> 한국예술디지털아카이브(DA-Arts) 목표시스템 구성도	• 111
<그림 4-10> 텀블벅의 연극 클라우드 펀딩	• 113
<그림 4-11> 공연예술 관람객 현황 (2018.7.1.~2019.6.30.)	• 115
<그림 4-12> 공연예술 매출액 현황 (2018.7.1.~2019.6.30.)	• 115
<그림 4-13> 연극 플랫폼 구축 개념도	• 117
<그림 4-14> 공연단체별 공연실적	• 120
<그림 4-15> 연극생태계 혁신 방향	• 124
<그림 4-16> 관객개발을 위한 평생학습전략(SELL)	• 128
<그림 4-17> 어린시절 예술교육과 준거집단 영향의 중요성	• 130
<그림 5-1> 추진위원회 조직도	• 141
<그림 7-1> 순환적 모델	• 151
<그림 7-2> <2020 연극의 해> 지정의 효과분석 모델	• 152

I. 연구개요

I

연구개요

1

배경 및 목적

1) 배경

- 「문화기본법」이 정한 자율성, 다양성, 창의성 원칙과 「문화비전 2030」에서 강조한 ‘사람이 있는 문화’의 가치를 연극창작 현장에서 적용하고, 현 정부 「100대 국정과제」 중 ‘지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대’(과제 67), ‘창작환경 개선과 복지 강화로 예술인의 창작권 보장’(과제 68), ‘공정한 문화산업 생태계 조성 및 세계 속 한류 확산’(과제 69) 과제를 추진할 계기 마련
 - 문화예술계 블랙리스트 진상조사 결과를 바탕으로 재발방지를 위한 정부의 제도적 보완 노력과는 별도로 연극계를 포함한 공연예술계 전반에 걸쳐 공정하고 투명한 거버넌스 과정을 자율적으로 실천할 필요성 제기
- 1991년 ‘연극영화의 해’ 지정으로 연극예술 발전에 관한 정부의 정책 지원과 연극계의 자율적 노력이 본격화되었고, 공연예술 전문인력 양성 활성화 방안, 공연예술기관 초대관행 개선방안 등의 공연예술 관련 정책연구가 이루어졌으며, 예술인복지법 제정 등 연극예술 진흥에 연관된 여러 가지 지원제도를 보완해오고 있음
 - 그럼에도 불구하고 국민의 전반적 문화향수 지표와 비교할 때 연극예술 관람객 규모와 관람률 증가가 저조하고, 영화 등 다른 문화예술 분야에 비해 관람률이 현저하게 저조함
 - 연극예술 생태계 조사¹⁾에서 연극인의 경제상황이 다른 분야 예술인에 비해 현저하게 낮고 현재 활동에 대한 주관적 평가가 낮게 나타남

1) 서울연극협회(2006), 연극분야 실태(생태계) 조사

- 예술인복지법 시행과 한국예술인복지재단이 설립되었음에도 불구하고 극단의 영세성 등 여러 가지 이유로 복지정책의 사각지대에 많은 연극인이 머물러 있음
- 대한민국연극제와 같은 전국적 규모의 연극제와 함께 다수의 지역 연극제와 특정 주제 연극제들이 지역의 정체성을 부각하지 못한 채, 상호 연계성 없이 독립적으로 진행되고 있어 전국의 잠재적 관객을 유치하지 못하는 실정임
- 홀로그램 무대, 몰입형극장(Immersive theater), 크라우드 펀딩(Crowd funding), 도시재생과 결합된 공연장 설치 등 다양한 공연예술 창작 시도가 이루어지고, 긍정적 성과들이 축적되고 있음
 - 일부의 실험적 시도가 일반화되지 못하고 대다수 극단이 관습적 경영방식, 창작과정을 유지하고 있음
- 고령화, 인구단절, 다문화 등 인구학적 변동과 양극화 및 청년실업 문제 등은 관람수요 개발에 중요한 변수로 작용하고 있음
 - 기초예술로서 연극예술의 정체성을 유지하면서 사회구조와 개인의 라이프스타일 변화에 따라서 연극예술의 새로운 지평을 넓혀야 할 시기임

2) 목적

- 연극계 분위기 쇄신과 연극생태계의 혁신을 위한 구체적 방안 제시
 - 과거의 부조리를 부각하기보다는 문제의 원인을 파악하여 재발 방지 대책을 세우고, <2020 연극의 해>를 통해 집중적으로 실천하는 행동지침 제시
 - 사회적 경제, 공유경제 등 개념의 생태계 혁신 사업을 통해 자율성, 다양성, 창의성 기반의 연극계의 지속가능한 미래발전 방향 제시
- 관객 수요 개발에 관한 전략적 방향, 단기 및 중장기 사업 제안
 - 연극예술 관객의 특성에 주목하여 국내외 사례를 분석하고 전략적 마케팅 기법을 제안
 - 학교 교육, 평생 교육, 인성 교육 등 다양한 교육수요와 연계된 연극교육을 통해 견고한 연극 관람 및 참여 인구 증대 방안 제시
- 기존의 전국 연극 관련 행사를 「연극의 해」 상징성으로 패키지화, 성과 극대화 방안 제시
 - 대한민국연극제, 국립극단 70주년 기념행사 서울 중심 연극제

- 전국의 지역 연극축제의 전국적 조율, 전국적 연극의 해 행사로 격상
- 연극예술의 정체성 재정립, 새로운 패러다임의 설정
 - 최근 진행되는 실험적 창작방식, 혁신적 경영방식, 창조적 경계파괴 등 현상을 종합하여 연극예술 진화에 관한 화두 제기 (본 연구 포함)
 - <2020 연극의 해> 한 해에 걸친 숙의와 실천을 통해 한국 연극의 재도약과 국민적 참여를 위한 실천방안 도출
- 연극의 해 핵심 프로그램의 성과분석 모델 제안
 - 접근성 제고, 자율성 강화, 다양성 보장, 창의성 고양 등 지표 중심

2 수행 범위

- 내용 범위는 “<2020 연극의 해> 추진계획 수립 및 효과분석”에 관한 과업 지시 내용
 - ‘연극의 해’ 추진을 통한 연극관람 수요 창출 필요성 제시
 - ‘연극의 해’ 프로그램 제안
 - 국내외 유사사례 분석 및 시사점 도출
 - ‘연극의 해’ 추진위원회 구성(안) 제안
 - ‘연극의 해’ 지정 추진을 위한 대국민 홍보방안 제안
 - ‘연극의 해’ 지정에 따른 연극 관람수요 창출 등 기대 효과 도출
- 본 과제가 상정하는 목적 ‘연극의 해 지정을 통한 연극관람 수요 창출’을 달성하기 위해서는 연극 생태계의 근본적 문제해결에 대한 논리적 분석을 바탕으로 일시적·소모적 행사를 지양하고 전략적·혁신적 프로그램을 개발하는 과정이 필요함
 - 이를 위해서 ‘연극 생태계 혁신’, ‘연극관람 수요 확대’ 두 변수를 개념적으로 정의하고, 두 변수의 인과 관계에 관하여 전문가 및 포커스 그룹의 의견을 수집하고 각 변수에 연관된 실천 프로그램을 개발함

1) 사업 추진 목표

- 비전, 슬로건, 전략목표, 추진전략, 실천사업 등 체계적인 <2020 연극의 해> 프로그램 개발 및 제안
- 연극 생태계 혁신에 관한 전략 사업 추진의 실천 로드맵 제시
 - 연극창작과 관람객 유치를 통합적으로 연계하는 플랫폼 구축
 - 정부(문화체육관광부), 지방자치단체, 한국연극협회, 각종 연극관련 단체와 극단 등의 거버넌스 제도화
 - 사회적 경제(협동조합)를 통한 거버넌스 활성화, 플랫폼 운영의 주체 기능을 수행하고, 예술인 복지정책의 사각지대에 있는 소극장 및 연극계 종사자의 상호부조 조직화 추진
 - 플랫폼, 거버넌스, 사회적 경제, 공유경제 개념의 혁신적 사회 인프라 위에서 <2020 연극의 해> 프로그램 추진
- 각 프로그램의 상호연계성을 극대화하고, 기존 연극관련 행사와 중복되지 않고 시너지 효과를 도출할 수 있는 방안 제시
 - 대한민국연극제, 국립극단 70주년 기념행사, 전국의 연극관련 지역 축제 등의 조율과 연계성 강화
 - 지역재생 사업 등과 연계하여 연극의 해 사업이 파급효과와 지속가능성을 극대화 할 수 있도록 검토
- 일부 집단이나 지역의 이해관계를 배제하고 다양한 연극계 종사자, 한국연극협회 구성원 등의 의견을 종합하여 균형성 있는 프로그램 제안
 - 주어진 기간에 충분한 의견 수렴이 불가능 한 경우 본 과제 용역이 종료된 이후 거버넌스 조직화 과정에서 보다 다양한 의견이 개진될 수 있도록 설계

2) 주요 내용

- ‘연극의 해’ 지정의 필요성 제시
 - 한국 연극예술의 역사적 배경, 연극창작 생태계의 현실, 디지털 기술혁명의 진전, 글로벌 문화예술 산업 환경의 변화, 고령화·다문화 등 사회 환경의 급변 등의 관점에서

<2020 연극의 해> 지정의 필요성 제시

- <2020 연극의 해>는 블랙리스트, 미투 운동 등 과거의 상처 치유, 침체된 연극계 분위기 쇄신 등의 상징성뿐만 아니라 **문화예술사적 전통의 맥을 복원하고, 디지털 기술혁명과의 융합, 글로벌 공연시장으로의 적극적인 진출, 사회인구학적 변화에 대한 능동적 참여**에 관한 실천적 중요성 부여

○ ‘연극의 해’ 프로그램 제안

- 연극계 활성화 프로젝트 <2020 연극의 해> 비전, 목표, 전략 마련
- **기초예술로서 연극공연, 예술 산업으로써 연극산업의 창작역량**을 키우고, **극단의 자생력과 공연시장 경쟁력**을 갖추는데 직간접적 효과가 기대되는 사업 선정
- 대한민국연극제, 국립극단 70주년 사업 등 기 추진 프로그램과의 연계 및 협력방안 모색
- OSMU 방식의 산업적 연계성이 적용되는 영화, 음악 등 분야와 다른 방법론을 통해 ‘현장성’과 ‘언어중심’ 등 연극예술의 특징적 요소를 예술적, 산업적 가치로 구현하는 창작방식, 마케팅 전략 구사

○ 국내외 유사사례 분석 및 시사점 도출

- ‘1991 연극영화의 해’ 등 국내외 연극행사 유사사례 분석
- ‘2018 책의 해’ 등 국내외 행사 유사사례 분석

○ ‘연극의 해’ 추진위원회 구성(안) 제안

- ‘연극의 해’ 성공적 추진을 위한 연극계 중심의 민간추진위원회 구성(안) 마련

○ ‘연극의 해’ 지정 추진을 위한 대국민 홍보방안 제안

- 방송매체별, 연령별 등 범국민 관심 고취를 위한 홍보방안 제안
- 해외 연극진흥 캠페인 사례 분석

○ ‘연극의 해’ 지정에 따른 기대 효과 도출

- ‘연극의 해’ 지정의 궁극적, 실질적 목적은 ‘연극예술 가치의 양적, 질적 확대’에 있으며, 문화예술 가치에 관한 일반적 이론에 따라서 내재적 가치²⁾, 경제적 가치³⁾, 사회적 가치⁴⁾ 측면의 효과 분석이 가능

2) 문화예술의 본질적 측면에서 예술적 표현의 창의성이나 참신성 등 예술적 양식으로서 존재하는 가치를 의미함

3) 금전적 가치로 환원될 수 있는 교환가치로 향유자 또는 관객의 개별적 지출이나 관련 문화예술 분야 작품, 티켓 등 총매출 등 의미

4) 사회구성원들이 해당 문화예술 작품 감상, 공연 참여, 교환 및 구매 등을 통해 가치를 공유하고, 신념체계, 정체성, 미래관 등에 영향을 미치는 가치

- 효과분석의 목적은 실증적 데이터 기반의 예산수립을 위한 것으로 2020년을 연극의 해로 지정하고 관련된 프로그램을 집중 추진함으로써 창출할 수 있는 내재적, 사회적, 경제적 가치의 규모와 성격을 규명하는 노력이 요구됨
- 단, 신뢰성과 타당성을 갖춘 기존 데이터가 부족하고 본 연구 영역의 취지가 실증적 효과분석 보다는 <2020 연극의 해> 프로그램 제안과 각 프로그램의 타당성 제시에 있는 것으로 파악
- 정량지표, 정성지표를 통한 연극의 해 추진사업 성과목표를 제안하고, 연관된 사업의 중장기 프로그램과 새로운 제도 및 시스템 도입의 기대 효과를 제시하기로 함
- <2020 연극의 해> 지정의 직접적, 실질적 목표는 ‘관람수요 확장’으로 설정, ‘연극의 해 지정’이 ‘관람객 증가’의 궁극적 효과로 연관될 수 있는 매개 프로그램을 제안하는 것이 본 영역의 과제
- <2020 연극의 해> 전략목표를 창작역량과 자생력 강화로 설정한 것은, 창작역량 강화가 관람수요에 긍정적 효과를 미치고, 자생력 강화가 관람객 증가의 결과이며, 자생력은 창작활동의 기본적 여건이 된다는 순환적 모델에 입각한 것임
- 관람객의 양적, 질적 기반의 차별성을 부각하여 관람수요 개발 전략을 구사하는 방법론의 차이를 제안하고, 4차 산업혁명 시대에 대비하여 지속가능 발전을 전제로 하는 한국 연극의 미래상을 제안하고자 함

4 연구 방법

○ 선행 문헌(사례) 조사

- ‘1991년 연극영화의 해’, ‘2018년 책의 해’ 등 국내 사례를 고찰하고 유관 해외사례 등에 대한 문헌(사례) 조사를 통해 시사점 도출

○ 전문가 자문회의 운영

- 연극계, 학계, 유관기관 등 각 분야 전문가로 구성된 연구자문위원회를 구성하고 유기적인 네트워크를 통해 ‘연극의 해’ 추진위원회 구성, 운영 프로그램 제안 등 연구내용의 주요사항에 대한 의견 수렴

○ 운영프로그램(안) 마련 및 추진 방안 수립

- ‘분위기 쇄신’, ‘수요창출’, ‘네트워크 구축’, ‘홍보’, ‘미래 전략’ 등 분야를 구분하고 각 분야에 포함·추진될 운영프로그램(안) 마련

- 신규 운영프로그램(안) 마련 시 연극 관람수요 창출 목적 달성을 감안하여 사회·인구·지역적 특성, 시기 등도 고려
 - 신규 운영프로그램(안) 구체적 추진 방안 제시 및 기 추진 프로그램과의 연계 및 협력 방안 모색
- 연극 관람수요 창출 등 기대 효과 도출
- <2020 연극의 해> 지정 및 운영프로그램 추진을 통한 연극 관람수요 창출 등 기대 효과 도출
 - 특히 관람수요 창출 규모는 각각의 운영프로그램 단위로 구분하여 정량화하여 도출
- 포커스 그룹(20명) 운영
- 연극계 종사자 및 지도자 중심 자문위원은 현안 문제에 대한 의견 개진, <2020 연극의 해> 프로그램에 대한 평가 등 관여
 - 젊은 연극인, 연극계 혁신위원회 관련 연극인 중심의 포커스 그룹은 생태계 혁신의 핵심 과제 도출, 해결방안에 대한 의견 개진, 연극 예술의 지속가능한 미래 발전 방안 토의

5 연구의 기대 효과

- <2020 연극의 해> 지정의 필요성과 기대 효과에 대한 전략적 타당성 제시
- 연극계의 다양한 목소리를 담아내어 프로그램을 개발하고 국민적 홍보를 통해 연극 생태계 혁신에 대한 국민적 지원과 잠재적 관객 확대
- <2020 연극의 해> 프로그램 진행 가이드라인 제공
- 2019년 연극의 해 사전 홍보, 거버넌스 주체와 사회적 경제 조직 결성 및 네트워킹을 진행
 - <2020 연극의 해> 선포식을 기점으로 다양한 핵심 프로그램과 부대 행사에 대한 다양한 시행계획 제시
 - 2021년 연극의 해 후속 프로그램 진행에 관한 중장기 계획 제시
- <2020 연극의 해> 지정의 효과분석을 위한 지표와 평가 방식을 제시하여 성과분석 모델 제안

Ⅱ. <연극의 해>의 필요성

II

<연극의 해>의 필요성

1 <연극의 해> 지정의 의미

- 1995년 「문화예술진흥법」, 1999년 「문화산업진흥기본법」 등으로 문화 산업, 예술 산업에 대한 개념이 정립되고 문화예술 분야에 대한 정부 지원정책의 기본골격이 갖추어지면서 ‘한류’로 대표되는 한국 문화산업의 국제 경쟁력을 확보하게 되었음
- 2017년 제정된 「문화기본법」⁵⁾은 기본이념으로서 자율성, 다양성, 창의성 원칙을 제시했고, 「문화비전 2030」에서 ‘사람이 있는 문화’의 가치를 강조하면서 문화예술 창작현장의 규범체계가 정비됨
- 블랙리스트나 미투 운동 등 최근에 불거진 불미스러운 문제는 공연예술 창작현장이 제도와 정책만으로 불투명하고 불공정한 관행이 청산되지 않는 한 언제든지 재발될 수 있다는 근본적인 문제의식에서 출발하여 연극 생태계 전반에 걸친 행태적, 문화적 개혁이 우선되어야 함을 보여주고 있음
- 연극계와 정부의 새로운 파트너십을 바탕으로 자율성, 공정성, 다양성 기반의 거버넌스가 제도화 되지 않는다면 생태계의 건강한 발전에 위협이 되는 상황이 재발될 수 있다는 문제의식 공유가 요구됨

5) 제2조(기본이념) 이 법은 문화가 민주국가의 발전과 국민 개개인의 삶의 질 향상을 위하여 가장 중요한 영역 중의 하나임을 인식하고, 문화의 가치가 교육, 환경, 인권, 복지, 정치, 경제, 여가 등 우리 사회 영역 전반에 확산될 수 있도록 국가와 지방자치단체가 그 역할을 다하며, 개인이 문화 표현과 활동에서 차별받지 아니하도록 하고, 문화의 다양성, 자율성과 창조성의 원리가 조화롭게 실현되도록 하는 것을 기본이념으로 한다.

- 1991년 연극영화의 해 지정 이후 연극계 및 정부의 지속적인 창작 활성화와 관객개발 노력에 힘입어 공연작품과 관람객의 양적인 증가가 이루어졌으나, 연극인들의 사회경제적 지위와 자긍심에 관한 문제, 대학로 젠트리피케이션 현상과 소극장 존립 위기 문제 등 현실적 위기감은 더욱 고조되는 실정임
- 연극 창작계, 관련 학계, 정부와 문화예술단체가 참여하여 1991년 연극의 해 이후 28년간 정부정책의 성과와 한계 등을 돌아보고 과학기술혁명, 사회인구학적 변동, 글로벌 교류의 역동성 등을 내다보고 연극예술의 현실적 가치와 미래 진로에 관한 국민적 관심을 모으는 계기 필요

2 문제의 제기

- 한국 현대연극과 전통공연의 연속성 상실
- 연극 창작현장의 낮은 자생력과 만성적자
- 글로벌화와 문화적 다양성에 대한 대응과 조화
- 디지털 융합과 기초예술로서 연극의 예술적 순수성 유지 균형
- 사회변동과 사회적 갈등 속에서 연극의 기능과 역할 연극의 사회적 기능과 역할

- **(한국 현대연극과 한국전통공연의 연속성 상실)** 20세기 초 신연극과 신파극이 도입된 후 사실주의 연극과 일제강점기의 식민통치 등으로 한국 현대연극과 한국 전통연극의 단절현상이 발생됨⁶⁾
 - 공연예술의 국제적 보편성이나 문화적 다양성 차원에서 전통적 요소를 배제하는 것이 심각한 문제가 된다고 볼 수는 없으나 ‘한국연극협회’의 대표성이 문화예술의 전통적 뿌리에 미치지 못하는 것은 재검토가 필요

6) 서연호 교수는 한국 근대극이 전통의 망각으로부터 시작되었고, 서구양식과 일본 신파극의 추종으로 전개되었다고 지적하면서 중일전쟁 이후 광복 이전까지 친일극이, 광복후 50년대 말까지 좌익극과 반공극과 용공극 등 이념파잉으로 점철된 한국연극의 역사 속에서 전통이 상실된 배경을 설명함. http://www.arko.or.kr/zine/artspaper2000_06/96.htm. 문경연 교수는 “한국회극사에서 비교적 선명하게 서술되고 있는 1920년대 이후의 작품과 연극담론들은 서구의 연극(drama) 개념에 절대적으로 의존하고 있다. ... 이 경우 우리의 연극적 자산들은 설 자리를 잃게 되고, 단절론의 입장에서 회극사를 서술할 수 밖에 없다. 때문에 20세기 초입의 20년간, 연극사에서 제대로 포착하지 못하는 비균질적이고 충돌적인 시기의 연극에 대한 조명에 절대적으로 필요하다”고 주장함. https://www.krm.or.kr/krmnts/link.html?dbGubun=SD&m201_id=10012944&res=y

- 모든 민족과 국민의 문화예술 장르는 그들의 가치창조, 과거에서 미래를 관통하는 가치체계의 지속성을 담보로 하는 것으로, 한국연극이 미래를 향해 지속가능성을 갖기 위해서는 전통을 포용해야 함
- 20세기 초 계몽주의자들의 선택, 사실주의 표현양식과 식민주의 통치, 좌우 이념적 대결 등 역사적 배경에 의해 전통적 요소가 배제되었으나, 한국연극 향후 100년 미래를 구상할 때 전통과의 만남을 검토해볼 시기임

○ **(연극 창작현장의 낮은 자생력과 만성적자)** 객석을 채워도 적자를 감수해야 하는 공연예술창작 현장의 문제점은 연극분야에서 관람객 증가율 저조와 맞물려 더욱 심각한 영향을 미침

- 2018년 공연예술실태조사에 의하면 연극의 공연 건수는 평균 8.7건(2012년 7.9건), 공연일수 62.9일(2012년 60.9일), 공연횟수 92.8회(2012년 90.3회), 관객수 14,048명(2012년 15,595명)으로 2012년 비교하여 관객수를 제외하고 전반적으로 증가하였음
- 2018년 문화예술 분야별 관람률에서는 영화 75.8%, 대중음악 21.1%, 미술전시회 15.3%인데 반해 연극은 14.4%, 뮤지컬은 13%로 나타남
- 문화예술행사 관람 의향에 대한 조사에서 영화 관람 의향률이 80.5%인데 반해 연극 20.5%가 연극, 뮤지컬 20.8%에 불과함⁷⁾
- 문화예술 관련 지출 의사에 관한 조사에서 영화 관람에 대하여 현재 가장 많이 지출하고 있으며(67.5%), 그에 비해 연극과 뮤지컬은 낮은 수치를 밀돌고 있음(17.4%)⁸⁾

<표 2-1> 문화예술 관람률 변화추이

(단위: %)

문화예술행사	2003년	2006년	2008년	2010년	2012년	2014년	2016년	2018년	16년대비 증감률(%p)
전체	62.4	65.8	67.3	67.2	69.6	71.3	78.3	81.5	3.2
문학행사	4.0	4.4	4.0	3.8	6.1	6.2	5.8	8.9	3.1
미술전시회	10.4	6.8	8.4	9.5	10.2	10.6	12.8	15.3	2.5
서양음악	6.3	3.6	4.9	4.4	4.8	4.9	4.5	5.5	1.0
전통예술	5.2	4.4	4.4	5.7	6.5	5.7	7.6	9.3	1.7
연극	11.1	8.1	11.0	11.2	11.8	12.6	13.0	14.4	1.4
뮤지컬					11.5	11.5	10.2	13.0	2.8
무용	1.1	0.7	0.9	1.4	2.0	2.4	1.3	1.8	0.5
영화	53.3	58.9	61.5	60.3	64.4	65.8	73.3	75.8	2.5
대중음악/연예	10.3	10.0	8.2	7.6	13.5	14.4	14.6	21.1	6.5

※ 2012년 조사부터는 연극과 뮤지컬을 세분화하여 구성함

※ 2016년 조사에만 '역사, 철학 관련 강의 및 역사탐방'이 추가됨('역사, 철학 관련 강의 및 역사탐방' 포함 관람률 79.3%)

7) 문화체육관광부, 2018 문화향수실태조사, p.36

8) 문화체육관광부, 앞의 책, p.44

- **(글로벌화와 문화적 다양성의 대응)** 교통수단의 발달로 여행자와 이민자가 급증하고 글로벌 통신수단의 발달로 이질적 문화의 혼재 현상이 심화되고 있는 상황에서 연극의 국내 생태계 체질 변화가 요구됨
 - 외국인 관광객 증가, 국내인의 외국관광 경험 증가, 국내의 다문화 사회 진전 등으로 관객의 문화적 배경이 변화하여 창작주제, 창작방식, 관람방식 등에 있어서 획기적인 변화가 요구되고 있음
 - 2018년 입국관광객은 15,346,879명⁹⁾(2017년 13,335,758명), 2018년 출국관광객은 28,695,983명(2017년 26,496,447명), 국내체류 외국인 2018년 2,367,607명 (장기체류 1,687,733, 단기체류 679,874명) 등 글로벌 문화 경험자가 2018년 기준 4천4백만 여명이 되고 있음
 - 한국 연극에 있어서 국제교류와 국제협력은 국내 창작자의 해외진출 문호를 확대하는 의미뿐만 아니라 국내 연극 관람객의 문화적 배경이 바뀌는 현상에 대한 적극적 대응 차원에서 검토해야 할 것임
- **(디지털 융합과 기초예술로서 연극의 순수성 유지)** 디지털 화상기술은 연극무대의 공간적 한계를 극복하고 관객들에게 몰입체험을 제공할 수 있도록 하여 관객유치 효과를 획기적으로 제고할 수 있도록 함
 - 홀로그램, 증강현실(AR), 가상현실(VR), 미디어 파사드, 모바일 생중계¹⁰⁾ 등 디지털 기술과 무대 공간 속 아날로그 요소들이 어우러진 디지로그 무대 연출
 - 첨단기술을 활용한 입체영상을 통해 환타지 장면이나 작고한 예술가 입체 이미지 부활 등 기존 아날로그 무대에서는 불가능했던 창작방식으로 제작비 절감이나 무대장치 대량생산을 통해 비용대비 생산성 증가 가능
 - 그러나 디지털 무대가 기술적 요소에만 치중하지 않으며 인간(배우) 중심의 본질적 예술 가치를 창조하는 창작역량 강화 중요
- **(사회변동과 사회적 갈등 속에서 연극의 기능과 역할)** 고령화, 인구급감, 다문화 사회 등 인구사회학적 변화, 양극화, 청년실업 등 사회적 갈등 등이 연극무대에서 소통과 대화를 통해 긴장 해소와 해법 모색 가능
 - 공연예술트렌드 조사에서 2017년 공연예술계에 ‘세월호와 촛불집회’가 가장 큰 영향을 미쳤고, 2018년에는 ‘청년층 일자리 정책 가속화, 청년의 미래투자’가 핵심 이슈가 될 것으로 전망했음

9) 국가별입국자 2018년 통계에서 중국인 4,789,512명, 일본인 2,948,527명, 대만인 1,115,333명, 베트남인 457,818명 등.

10) 연극 <Q>는 일곱 대의 카메라

- 법고창신(法古創新)의 한국적 연극예술 중흥
- 연극 생태계의 지속가능 발전 계기 마련
- 다양성, 창조성 기반의 국제적 소통과 공동창작
- 문화산업과 디지털 융합
- 연극을 통한 사회적 문제 해소

1) 법고창신(法古創新) 정신으로 한국 연극예술의 중흥 모색

- ‘옛 것을 본받아 새로운 것을 창조’하는 법고창신의 정신은 한국 현대연극이 전통의 뿌리를 찾아 창작자원의 시간적 범위를 확장하고, 예술적 창의성과 문화적 독창성을 기반으로 국제 경쟁력을 갖추자는 취지
 - 한국 연극의 역사적 재조명 : 20세기 초 문화예술 분야의 시대적 상황, 일제강점기 왜곡된 문화정책, 분단시대의 이념적 대립 등을 되돌아보고 미래 한국 연극예술의 정체성에 관한 국민적 토론 추진
 - 전통과 현대의 연속성 회복 : 신연극 100여 년의 역사, 대한민국 임시정부 수립 100년의 되돌아보기 위해 2020년을 연극의 해로 지정 하고 ‘민족예술의 연속성 속에서 우리 한국 연극의 뿌리를 복원할 것인가’, 아니면 ‘전통예술과 분리하여 우리 한국 연극의 역사를 새롭게 자리 매김할 것인가’에 대한 연극계의 치열한 토론과 국민적 공감대 형성
 - 전통과 현대의 창조적 융합 : 현실적으로 일부 진행되고 있는 전통공연과 현대공연의 콜라보 또는 퓨전공연을 일각의 실험적 창작으로 치부하지 않고 전통과 현대의 조화, 또는 전통의 뿌리를 현대적으로 이어가려는 의미 있는 가치 있는 창작 노력으로 인정
 - 새로운 관람수요 창출 : 전통에 대한 자긍심과 전통예술에 대한 취향을 가진 새로운 관객층을 형성하고, 창작자들이 전통과 현대를 넘나들며 창조성과 다양성 발현하는 새로운 전기 마련될 것

2) 사람 중심 연극생태계의 지속가능한 발전방향 모색

- 자본과 기술, 기득권과 패권에 의해 영향 받지 않고 연극인의 순수한 예술정신이 살아나며, 예술인으로서 자긍심을 유지하고 창조성이 발현될 수 있는 생활여건 확보와 사회적 자본(Social Capital) 형성
 - 창작자와 지원기관의 신뢰구축과 가치공유 : 지원기관은 창작자의 예술적 표현의 자

율성, 다양성, 창조성을 최대한 존중하고, 창작자는 지원기관이 추구하는 다양한 목적
· 예 : 국민의 문화예술 향유권 충족, 삶의 질 제고나 또는 기업의 고객관계 발전 등 달성에 기여함

- 관객-창작자간 소통의 양적·질적 발전 : 관객의 양적 증대를 위한 창작자의 기존의 노력을 지속하면서 관객의 관람 참여가 가지는 의미를 새롭게 인식하여 연극작품 감상의 안목을 키우고 창작자의 예술세계를 공유하는 관람행위의 질적 변화를 유도
- 극단과 극장의 예술경영 혁신과 자생력 제고 : 후원금, 기부금 모집, 시즌티켓 및 회원조직 등 예술경영 전문성을 강화하여 노동집약적인 연극 공연 창작의 한계 극복, 디지털 기반의 연극예술 마케팅 전문성 강화 등
- 사회적 자본 기반의 사회적 경제 조직화 : 신뢰, 규범, 네트워크를 바탕으로 다양한 직종의 연극인들이 집단 구성원간 내적인 상호협력, 다른 집단간 횡적인 호혜 협력 등을 증진을 목적으로 하는 사회적 경제조직(협동조합, 사회적 기업 등)을 구성하여 연극인의 사회안전망 구축의 보완

3) 한국 연극의 국제적 진출 기반 마련

- 글로벌 차원의 문화적 다양성을 한국연극의 창작자원으로 수용하여 해외의 공연예술 시장에 진출하고, 증가하고 있는 국내의 다문화 거주인구와 한국방문 외국인들을 연극관람 잠재적 기반에 흡수하여 한국 연극예술 발전과 예술산업 경쟁력 신장을 도모함
- 국제적 문화다양성 수용으로 새로운 관객기반 확장 : 다양한 문화권 여러 국가의 스토리와 전통과 현대적 공연예술 창작기회를 확대하여 한국 연극의 국제적 진출 계기 마련
- 국제적 공동창작 확대를 통한 창작역량의 국제적 경쟁력 확보 : 언어와 문화적 차이, 예술적 표현양식과 생활양식의 차이를 극복하고 관객들에게 호소력 있는 작품을 제작하는 경험 축적, 공연예술 국제진출의 교두보 확보

4) 디지털 융합을 통한 현장예술의 가능성 확장 계기

- 디지털 화상기술은 연극무대의 공간적 한계를 극복하고 관객들의 몰입체험을 극대화시켜 관객기반을 확장하고, OSMU 방식의 유통이 가능해져 연극을 예술산업으로 발전시키는데 결정적인 요소임
- 디지털 격차(Digital Divide)와 사회경제적 격차(Socioeconomic Divide) 극복 방안 강구 : 연극 생태계 혁신의 대안으로 불가피하게 선택하는 디지털 기술 융합 창작과 정에서 디지털 기술 격차 발생과 이로 인한 사회경제적 격차 심화의 문제를 극복할 수 있는 방안 강구

- 인간중심 기술융합 원칙 : 디지털 기술 융합 연극창작에 있어서 기술결정론 (technology determinism)이 아닌 “인간중심의 예술적 가치의 구현”이 핵심이 되어 한다는 원칙 선언

5) 연극의 사회적 기능에 대한 재인식 계기

- 인구절벽, 고령화, 양극화 등 우리 사회의 현실, 남북한 분단과 불확실한 한반도 정세 등에 관하여 연극무대가 담아야 할 담론과 스토리의 방향에 대한 연극계와 국민의 열린 토론 계기
 - 연극의 사회적 기능에 대한 재인식 : 이상론적, 규범적 차원에서 연극이 사회통합과 계층간 소통의 창구 역할을 수행할 것인가, 또는 현실론적 사실주의에 입각하여 분열과 갈등을 예술적 표현의 소재로 담아낼 것인가는 창작자의 선택 문제임. <2020 연극의 해>를 맞아 예술적 표현 자유와 사회적 실천의 책임에 대한 국민적 토론 전개
 - 연극의 도구적 기능성 확대의 계기 : 연극을 통한 심리치료, 교육연극이 추구하는 교육효과, 공동체 정신 강화를 위한 사회교육 등 연극을 통해 외부적 효과를 추구하는 다양한 프로그램 적극 모색

Ⅲ. 국내외 유사 사례 및 연극 현황 분석

III

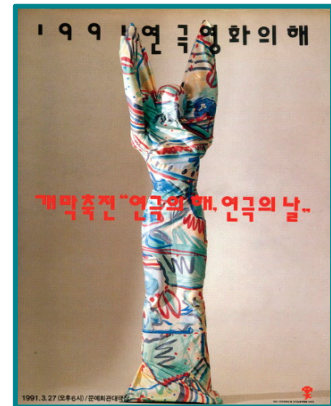
국내외 유사 사례 및 연극 현황 분석

1 국내 유사 사례

1) 1991년 <연극영화의 해> 중 연극 부문¹¹⁾

사업목표

정부차원에서 연극에 대한 사회적 인식을 재고하고,
연극인들에게 자극과 용기를 주기 위해 추진되었음

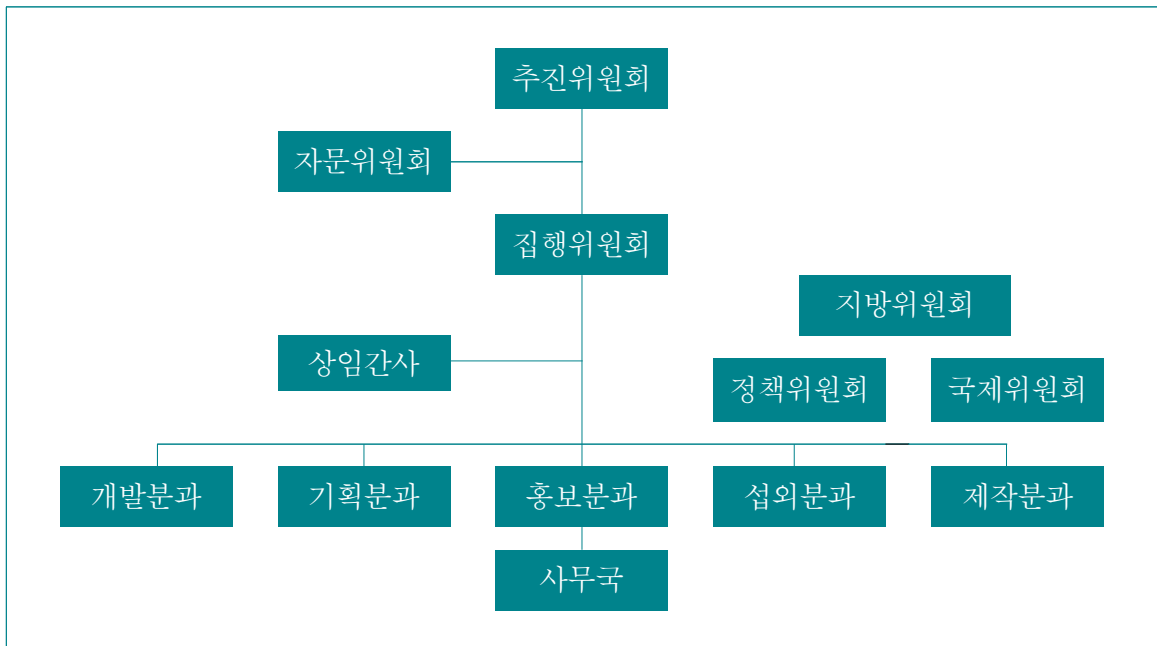


○ 조직위원 명단

위원회명	위원명
추진위원회	차범석(위원장)
자문위원회	문화부장관(위원장) 서울시장 예총회장 문예진흥원장 국립극장장 국제문화협회장
집행위원회	권오일(위원장) 김정옥 김동훈 문고현 김의경 김우옥 이태주 임영웅 유덕형 윤대성 김 문 김도훈 손진책 정진수 윤호진 손 숙 정 현 이재인 · 개발분과 : 김상열 하상길 · 섭외분과 : 손 숙 장미선 · 기획분과 : 김도훈 문석봉 · 제작분과 : 정 현 최종원 · 홍보분과 : 윤호진 이상우
지방위원회	문고현(위원장) 이재인 김경태 박진하 강택수 이상룡 김명환 황철희
정책위원회	이태주(위원장) 김문환 권오일 김동훈 서연호
국제위원회	김정옥(위원장) 손진책 이태주 김의경 김우옥
상임 감사	정진수
사무국	김혁수 양영주 김민호 조은주

11) 양현미 외(2003), 문화예술의 해 사업종합 평가 및 대안 모색, 한국문화관광연구원, pp.7-14, 내용 발췌 및 편집

○ 조직구성도



○ 사업개요

행사구분		행사내역
기념행사	공연행사	15건
	학술행사	8건
	전시행사	2건
중장기계획사업	추진사업	연극제작 금고 조성 연극회관 건립 추진
	연구사업	초중고 교육과정에 연극과목 반영 국립예술학교 설립 국공립극장 및 극단의 확충과 운영개선

○ 개막식 및 폐막식 행사

사업명	일 자	장 소	사업내용
91 연극의 해 개막축전	2.7	문예회관 대극장	‘연극의 해, 연극의 날’ 주제: 연극-인간의 얼굴
연극의 해 개막 공연	4.2-8 4.10-16	문예회관 대극장	<춘향전>: 유치진 작, 정일성 연출 <휘가로의 결혼>: 보마르셰 작, 김동훈 연출
송년연극제	12.23-30	문예회관 대극장	연극의 해를 마감하면서 문화방송 창사 30주년 기념공연을 겸하여 연극인 합동공연

○ 공연행사

사업명	일 자	장 소	사업내용
거리마임	4.5-7	문예회관 앞 마로니에 광장	마임배우들이 길놀이를 한 뒤 야외무대에 모여 마임배우들의 다양한 스타일로 공연
91년도 신춘단막극제	4.11-15 4.23-30	샘터 파랑새극장 소극장 학전	서울연극연출가그룹이 매년 실시해왔던 신춘문예 당선 희곡공연을 확대 발전시켜 신춘단막극제로 올림
사랑의 연극잔치	5.1-6.30	서울전역의 공연장	국내최초의 관객지원제도와 모든 극단이 자유롭게 참가한 개방연극제의 형식
국제 꼭두극 큰잔치	5.18-22	문예회관대극장, 소극장,롯데월드, 꿈나무극장	일본, 스위스, 불가리아, 이태리, 프랑스, 스페인, 네덜란드, 소련, 한국 등 9개국의 15개 극단이 참가
민족극 한마당	5.21-6.6	광주 YWCA대강당 민들레소극장	4월 이전까지 창작된 민족극 작품을 중심 으로 각 단체의 여건에 따라 선정된 11편 의 작품공연
제9회 전국연극제	6.13-27	진주문예회관	서울을 제외한 전국 14개 시·도 지역대표 가 참가하는 지방연극 최대의 잔치. 신극사 80년 대표작 공연
전국 해변연극제	8.14	해운대	해운대에서 대형천막극장을 설치, 전국에 서 초청된 대표적인 소극장 연극작품들이 연속공연
세계무대미술 경연대회 참가공연	6월	체코 프라하 문화궁전	세 계 극 장 예 술 전 시 회 (P r a g u e Quadriennale) 참가, 최인훈의 '등등 낙랑 등'의 무대장치 디자인작품을 출품
제15회 서울연극제	9.1-10.30	서울시 전역 공연장	국내부문: 8개 공식참가 공연, 서울전역 자 유참가공연 국제부문: 아시아태평양지역 10개 해외극 단 공연, 한민족 교민극단 공연
전국 소극장 연극제	9.30-10.15	극단 마산 전용극장	일본 극단을 포함하여 총 15개 극단이 참 가하여 전야제와 연극상 수상, 토론회 등 개최
제1회 대학생외국어 연극경연대회	11.6-12	국립극장 소극장	서울 소재 대학 영·불·독문과 학생들의 원어연극 공연과 외국 공연단의 축하공연
한국연극 배우협회 창립기념공연	11.15-28	문예회관 대극장	91년 4월 창립한 '배우협회'의 창립기념 공연

○ 학술 행사

사업명	일 시	장 소	사업내용
사랑의 연극잔치 심포지엄	7.11	문예회관 대극장	주제: 연극과 기업의 만남 발제: 연극과 기업의 만남을 위한 인식전환, 기업 과 만나기 위한 예술의 질과 마케팅
민족극 한마당 토론회	5.27 6.1	YWCA강당	주제: 한국 연극의 현실과 민족극 운동의 과제 주제: 한국 연극사의 재조명
전국연극제 심포지엄	6.22	경남문예회관 소공연장	발제: 지방자치제의 개막과 지역연극의 정착, 지 방연극의 지원정책 방안과 시·도립극단 설치의 필요성
지역연극 발전을 위한 심포지엄	8.9-10		주제: 지역연극, 무엇이 문제인가 발제: 개성의 발견과 기초기술의 연마, 지역연극 의 독자성을 위한 제안, 지역연극의 활성화를 향 한 환경조성과 지원정책
91 연극 영화의 해 기념 심포지엄	9.27-28	서울교육 문화회관	주제: 문화유산과 혁신 1부: 한국 연극에서의 문화유산과 혁신 2부: 혁신적 작업의 실제 3부: 개인연구논문발표
변기종의 달 기념세미나	10.4	문예진흥원 강당	기념강연회와 세미나로 구성, 세미나는 ‘한국연극 의 현실’이라는 주제로 ‘연극배우는 직업이 될 수 없나요’, ‘연극인 활동지원의 필요성’이라는 발제 로 진행
국제 연극포럼	10.10-12	타워호텔 렉스룸	주제: 연극적 유산과 새로운 창조 10일 이론과 미학 11일 공연의 실제 12일 실제공연에 관한 비평적 고찰
한국연극 배우협회 창립기념 학술평론분과 심포지엄	11.30	예총회관	주제: 연극의 해 성과와 반성 발제: 기획과 실천의 측면, 공연의 측면, 지원제도 및 관객개발, 서울연극제 및 전국연극제 개선

○ 전시 행사

사업명	일 시	장 소	사업내용
문예회관 개관 10주년 기념자료전	4.1-16	문예회관 대극장 로비	지난 10년간 문예회관 대소극장에서 공연되었던 공연예술분야의 대본, 프로그램, 전단, 포스터, 공연사진 전시
독일의 연극 자료전	8.30-9.30		1945년 이후 독일 연극의 양성과 변모상을 우리 나라 연극애호가들에게 보여줌으로써 양국 연극 의 이해증진과 비교평가의 기회마련

○ 지원효과

－ 기획부분

- 사랑티켓, 서울티켓, 전국연극제 관람권 등은 연극지원의 새로운 방법을 시도한 것으로 매우 중요한 의의를 지님
- 중장기적인 사업으로 연극지원 금고를 설치하여 1억여 원의 연극기금을 조성함

－ 공연행사

- 집행위원회 주관의 행사만 149건이며, 예년에 비해 초연공연이 증가하였음
- 서울연극제 외 다수의 국제연극제는 사상 처음으로 공식경연부문 외에 자유참가제를 도입, 보다 많은 극단의 참여로 주제, 형식 및 양식의 다양함을 유도해 연극공연의 폭을 넓힘

－ 학술행사

- 토론회와 심포지엄을 통해 연극의 중장기계획을 확정하였으며, 연극활동 지원에 대한 다각적인 방법이 모색되었음
- 문화유산으로서 연극의 발전과 개혁, 지역연극의 지원정책에 대한 검토를 통해 한국 연극계의 현 실태를 객관적으로 이해하고 연극 활성화 방안을 모색하는 계기를 마련해 주었음


○ 문제점

- － 중장기계획사업이 대부분 실현되지 못하고 단기 행사만 시행되어 연극계의 인프라 구축에 실패함
- － 대부분의 행사가 서울 중심으로 열렸으며 지역 연극계가 소외됨
- － 연극계 전체를 결집해내지 못했다는 비판이 제기됨
- － 연극경연대회의 경우, 심사위원회의 공정성에 문제가 제기됨

2) 2018년 <책의 해>¹²⁾

추진배경

디지털 환경의 진화 등으로 인한 출판문화산업의 위기 구조를 타개하고 출판 수요를 창출해 출판이 지속적으로 성장할 수 있는 기반을 마련하고자 추진되었음



12) 2018책의해 보도자료, https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16623, 2019.06.25. 검색

○ 조직위원회

분 야	참여 기관 · 단체명	대표자 성명 · 직위
정부/공공기관	문화체육관광부	도종환 장관
	한국출판문화산업진흥원	류지호 원장대행
작가	한국작가회의	이경자 이사장
	한국문인협회	문효치 이사장
출판/서점/도서관/독서	대한출판문화협회	윤철호 회장
	한국출판인회의	강맑실 회장
	한국잡지협회	정광영 회장
	대한인쇄문화협회	조정석 회장
	한국서점조합연합회	박대춘 회장
	한국도서관협회	이상복 회장
	책읽는사회문화재단	도정일 상임대표(안찬수 처장 대행)
	한국학술출판협회	김진환 회장
	한국아동출판협회	이병수 회장
	한국과학기술출판협회	송광현 회장
	한국기독교출판협회	방주석 회장
	한국출판협동조합	권혁재 이사장
	한국출판학회	이문학 회장
	한국제지연합회	이상훈 회장
	한국중소출판협회	강창용 회장대행
시민 사회	시민사회단체연대회의	<ul style="list-style-type: none"> - 권태선 환경운동연합 공동대표 - 김민문정 한국여성민우회 대표 - 김태일 대구시민사회단체연대회의 공동대표 - 류종열 홍사단 이사장 - 백미순 한국여성단체연합 상임대표 - 이충재 한국YMCA전국연맹 사무총장 - 정강자 참여연대 공동대표 - 최순영 경기시민사회단체연대회의 공동대표
언론	한국신문협회	이병규 회장
	한국방송협회	장해량 회장업무대행
	한국언론진흥재단	민병욱 이사장

○ 집행위원회 명단

구 분	성 명 (소 속)	담당 분과
집행위원장	정은숙 (한국출판인회의 부회장, 마음산책 대표)	총괄
집행위원	유성권 (한국출판인회의 대외협력위원장, 이퍼블릭 대표)	행사
	이용훈 (한국도서관협회 사무총장)	도서관
	강성민 (한국출판인회의 독서진흥위원장, 글항아리 대표)	함께 읽기
	김홍민 (한국출판인회의 홍보위원장, 북스피어 대표)	언론
	곽미순 (대한출판문화협회 독서진흥 담당 상무이사, 한울림어린이 대표)	기념사업
	백원근 (책과사회연구소 대표)	포럼/간사
	고홍식 (한국출판인회의 사무국장)	단체 협력
	김시중 (대한출판문화협회 사무국장, 책의 해 조직위원회 사무처장)	사무처장
	이경직 (문화체육관광부 출판인쇄독서진흥과장)	정부
	배진석 (한국출판문화산업진흥원 전략기획실장)	공공기관

○ 사업개요¹³⁾

구 분	내 용
출범식(3.22) 세계 책과 저작권의 날 (4.22)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 출범식 <ul style="list-style-type: none"> - 일시/장소 : 2018.3.22. 출판문화회관(대한출판문화협회) - 내용 : 조직위원 위촉, 엠블럼 공개, 기자회견, 현수막 및 현판 제막식 ○ 함께 읽는 2018 책의 해 어울림 마당 <ul style="list-style-type: none"> - 일시/장소 : 2018.4.22. 광화문광장 - 내용 : 책의 해 기념 행사, 책과 장미를 나눠주는 ‘책드림’ 행사, 행사 부스 운영, 독자 어울림 마당 등 ※ 세계 책과 저작권의 날(4.23) 및 2018 책의 해 기념 행사
함께 읽기 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ “나도 북튜버(Book+Youtuber)” 캠페인 <ul style="list-style-type: none"> - 책과 관련된 영상이 화제가 되도록 유튜브 활용 ○ 위드북(With Book) 캠페인 <ul style="list-style-type: none"> - 책 관련 소셜 미디어 미션 수행 프로그램으로 젊은 독자층 참여 ○ 북캠핑 <ul style="list-style-type: none"> - 캠핑의 즐거움과 책 읽기 연계(야외/학교/도서관/서점에서 시행) ○ 북클럽 리그 <ul style="list-style-type: none"> - 독서동아리 참여 장기자랑 및 홍보

13) 2018책의해 추진경과, https://www.mcst.go.kr/kor/s_open/realnmPolicy/realnmPolicyView.jsp?pSeq=140, 2019.06.25. 검색

구 분	내 용
공모 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리 고전 다시 쓰기(홍부전, 심청전, 춘향전 등) <ul style="list-style-type: none"> - 고전과 스토리텔링의 재미를 돋우는 '고전의 결론 바꾸기' 공모 ○ 시민 책·독서 프로그램 공모 지원(약 100곳) <ul style="list-style-type: none"> - 자유롭고 창의적인 책 관련 행사 지원(강연회 방식 지양) ○ 지역별 '책 플러스(+)' 네트워크 발족(5개 지자체 지원) <ul style="list-style-type: none"> - 마을 단위 책 관련 네트워크(시민단체, 도서관, 서점, 출판사 등) ○ '책 마을' 지정 시범사업(5개 내외) <ul style="list-style-type: none"> - 책 관련 사업이 활성화된 모범적인 마을, 계획이 훌륭한 마을 선정 ○ 지역 책 축제 우수 프로그램(지역도서전) 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 지자체 주관 지역 책 축제 5개 내외 지원(공모)
서점 협력 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 찾아가는 이동 서점, 북트럭 <ul style="list-style-type: none"> - 서점이 없는 지역 중심으로 전국 순회 운행(서점계 연계) ○ 전국 심야 책방의 날 <ul style="list-style-type: none"> - 전국 권역별로 서점의 심야 운영 및 행사 진행
도서관 협력 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 책 읽는 가족 한마당 축제 <ul style="list-style-type: none"> - 한국도서관협회 2018년 선정 '책 읽는 가족' 집결 행사 ○ 도서관 독서 모임 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 전국 도서관의 독서회 등 독서 모임 참가자 확대 프로모션 ○ 도서관 우수 독서프로그램 발굴 <ul style="list-style-type: none"> - 우수 독서 프로그램을 발굴·보급하여 도서관계 및 사회적 확산
책 생태계 포럼	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국제 포럼(총 2회) <ul style="list-style-type: none"> - 1회차 : 10.25. "읽기의 과학" <ul style="list-style-type: none"> (뇌과학, 심리학 등 읽기의 효용성에 관한 과학적 검증 집대성) - 2회차 : 11.29. "책으로 세상을 큐레이션하다" <ul style="list-style-type: none"> (독자를 책으로 이끄는 출판사, 서점, 도서관의 큐레이션 솔루션) ○ 국내 포럼(총 8회) <ul style="list-style-type: none"> - 3월(3.29) : 책 생태계의 오늘을 말하다 - 4월(4.26) : 책의 새로운 얼굴 - 5월(5.31) : 저자의 탄생 - 6월(6.22) : 출판 비즈니스 모델 - 7월(7.26) : 서점, 독자를 만나다 - 8월(8.30) : 도서관, 내일을 말하다 - 9월(9.27) : 읽는 사람, 읽지 않는 사람(독자 개발) - 12월(12.13) : 책의 해 결산과 책 생태계의 과제
책의 해 기념사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 하루 10분 함께 읽기 캠페인 (가정, 학교, 직장 등 일과시간에 책 읽기) ○ 책읽는나라 의원연맹 발족 (책 관련법 개선 및 책읽는 국회 행사) ○ 전국책읽는도시협의회 출범 (대한민국 독서대전 개최 도시 중심 구성) ○ 책나라 책나눔 센터 오픈 (도서 수요처에 기부금으로 새 책 구입/기증) ○ 책 있으면 할인! 이벤트 (전국 커피 체인점 등 연계)
언론협력사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 책의 해 관련 언론사 기획 시리즈 연재 및 특집 기획 협력

○ 성과¹⁴⁾

- ‘혼자 읽기’가 아닌 ‘함께 읽기’라는 콘셉트를 제시했고, ‘엄숙한 독서’가 아닌 ‘즐거운 책 읽기’로 방향 전환을 시도함
- 변하는 시대에 맞춰 마련된 새로운 포맷의 다양한 행사는 신선함과 아이디어 측면에서 높은 평가를 받음
 - ‘위드북 캠페인’, ‘북튜버 공모전’, ‘북스토리 공모’ 등은 SNS·동영상 플랫폼 시대에 맞춘 기획이었음
 - 향후 많은 책 축제와 행사에서 ‘모델 프로그램’으로 쓰일 것으로 예상됨
- 왜 독자들은 점점 책을 읽지 않을까를 연구하는 비독자 연구, 북 큐레이션, 책 읽기의 과학 등 핫한 이슈를 점검한 포럼도 좋은 평가를 받음
- 책 읽는 도시 사업을 하는 29개 시·군·구가 참여하는 ‘책 읽는 도시 네트워크’, 책 마을 지정 등으로 지역을 연결하는 독서 네트워크를 마련하였음

○ 문제점¹⁵⁾

- 다채로운 프로그램에도 불구하고 대중적인 붐업을 이루지 못 함
- 출판계의 적극적인 관심과 참여가 저조하였음
 - 국고 예산 20억 원, 네이버의 15억 원 지원(이동도서관 라이프러리 사업)으로만 진행하며 출판계의 자체적인 지출이 없었음

○ 후속 대책¹⁶⁾

- 비슷한 규모의 예산을 확보해 내년 이후로도 같은 규모의 독서 진흥 운동을 계속 이어갈 예정임
 - 올해 책의 해 행사 중에서 반응이 좋았던 심야책방, 캣왕성 유랑책방, ‘나도 북튜버’, 전국 책 읽는 도시 협의회 운영 등은 계속 이어나가기로 함
 - 시장 전망은 밝지만 콘텐츠가 부족한 오디오북이 더 많이 제작되도록 제작·체험 공간을 마련하는 사업도 진행할 예정임
 - 전국 독립서점 실태조사를 진행해 독립서점 활성화 방안을 마련하기로 함
 - 현재 공중파 등 방송에 전무한 책 관련 프로그램을 신설할 수 있도록 지원하는 예산도 포함됨

14) 최현미, 저무는 2018년... ‘책의 해’ 는 계속된다, <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2018121701032512047001>, 2018.12.17

15) 최현미, 저무는 2018년... ‘책의 해’ 는 계속된다, <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2018121701032512047001>, 2018.12.17

16) 김지훈, 영원하라, 책의 해!, <http://www.hani.co.kr/arti/culture/book/874585.html>, 2018.12.17

1) 미국 : 2019 Year of Chicago Theatre

목 표

- 광범위하고 혁신적인 연극 산업의 중요성 강조
- 재능 있는 배우, 제작자, 감독들을 기념하는 동시에 전 세계를 아우르는 관객층을 즐겁게 하는(Entertain) 역할



○ 개요

- 시카고 연극의 해는 2017년, 2018년에 시행된 시카고 공공예술과 창의적 청년사업의 성공으로 비롯됨
- 2018년 9월 시카고 시장 Rahm Emanuel이 사업 계획을 발표
 - ‘연극은 도시의 문화적 구조에 필수요소이다.’
- 시카고 시정부와 시카고 극장연맹(the League of Chicago Theatres)¹⁷⁾이 2019년을 「시카고 연극의 해(Year of Chicago Theater)」로 선언
- 시카고 전역에서 연극 공연과 특별 이벤트 개최

○ 세부계획

- 시카고의 77개 커뮤니티 공간에서 연중 공연 행사 진행. 시카고 시정부 등 주최 측은 마케팅 행사를 추진하고, 공연 프로젝트에 재정보조를 제공하며, 포용과 형평에 관한 대화를 권장하고, 시민단체·자선단체·예술단체·기업인 대상으로 공연 커뮤니티를 지원해주도록 촉구
- 금융회사, 공익단체, 예술단체 등¹⁸⁾ 기부로 조성한 1백만 달러 추진재원 지원으로 연중 250여 개 극장에서 공연 진행, 다양성과 접근성을 제고하고 공연장의 지역적 분포를 넓히기 위해 지역 소극장 등 대상 75만 달러 보조

17) 시카고 극장연맹은 시카고 공연사업을 지역적, 전국적, 국제적으로 진흥·지원·진출하기 위해 집단적 역량을 키우기 위한 극장들의 연대

18) BMO Harris Bank, Bayless Family Foundation, The Chicago Community Trust, Illinois Arts Council Agency, The Joyce Foundation, Lloyd A. Fry Foundation Endowment at Millennium Park Foundation, Millennium Park Foundation, Prince Charitable Trusts and Richard H. Driehaus Foundation

- 시카고의 밀레니엄 공원에서는 13개 극장¹⁹⁾ 협력으로 2019년 6월부터 8월까지 매주 화요일 영화를 상영하고, 12개 극단이 1주일간 공원에 상주하면서 현장 중심 자유주제 무료 공연 제공
- 시카고관광 전문기구인 「시카고 선택(Choose Chicago)」은 각 극장을 위한 대대적인 디지털 마케팅 전략을 개발해왔고, 연극관련 인물 초청 사업을 진행해옴
- 「시카고 선택」은 연중 미디어 그룹투어 프로그램을 진행, 뉴욕·런던·몬트리올·파리·뮌헨·베이징·상하이·도쿄 등 대도시에서 미디어 홍보
- 주최 측은 국내의 지역 마케팅을 적극 추진. 전광판, 거리 현수막, 도시전철과 버스 광고, 전용 웹사이트를 통한 정보를 제공
- 2019년 6월, 10대 공연 권장 단체인 ‘Teen Arts Pass’와 협력하여 청소년들에게 워크숍·백스테이지 투어 등의 독특하고 체험적인 프로그램을 제공할 예정

○ 기대 효과

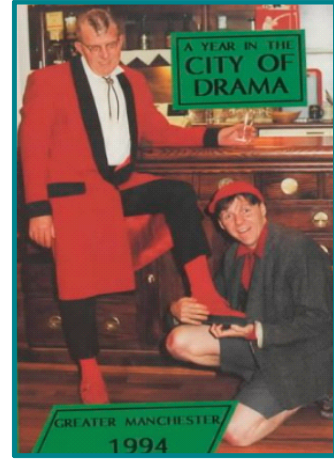
- 해당 도시에서의 활발한 연극적 교류
- 재능 있는 관련 종사자들의 기회 및 소통의 장 제공
- 청소년들의 문화적 경험 기회 증대

19) About Face Theatre, Aguijón Theater, Chicago Children's Theatre, Chicago Shakespeare Theater, Court Theatre, eta Creative Arts, Free Street Theater, Goodman Theatre, Lookingglass Theatre Company, Rivendell Theatre Ensemble, Steppenwolf Theatre Company, Teatro Vista and Victory Gardens Theater

2) 영국 : Year of the Arts (1992-2000)

개 요

영국은 1992년부터 2000년까지 매년 음악, 무용, 연극, 문학 등을 주제로 한 ‘예술의 해’라는 예술 진흥사업을 시행함



○ 사업내용²⁰⁾

- 영국, 스코틀랜드, 웨일즈, 북아일랜드의 각 지방과 도시들이 경선을 거쳐 8개 지역이 특정한 예술형식을 기념하기 위한 사업의 주체로 선정되어 시행됨
- 2000년 ‘예술가의 해’를 영국 전 지역에서 개최하며 끝냄

년 도	사업명	주 관
1992	음악의 해	버밍햄
1993	무용의 해	이스트미들랜드
1994	연극의 해	맨체스터
1995	문학의 해	스완시
1996	미술의 해	노스 잉글랜드
1997	오페라와 뮤지컬의 해	이스트 잉글랜드
1998	사진과 전자매체 이미지의 해	요크셔
1999	건축과 디자인의 해	그래스고우
2000	예술가의 해	영국 전지역

○ 잉글랜드예술위원회(Arts Council England) 예술정책²¹⁾

- ‘Five Goals for Arts and Culture’ (2010년 ~ 2020년) 전략
- 5가지 주제

20) 양현미 외(2003), 문화예술의 해 사업종합 평가 및 대안 모색, 한국문화관광연구원, pp114-116, 내용 발췌 및 편집

21) Arts Council England 공식 사이트, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/our-mission-and-strategy-0>> 2019.06.24검색

- 우수성(Excellence)
- 대중을 위함(for Everyone)
- 탄력성과 지속가능성(Resilience and Sustainability)
- 다양성과 기술들(Diversity and Skills)
- 어린이들과 젊은이들(Children and Young People)

○ The Arts Council Plan - Theatre Appendix²²⁾

– 영국의 예술진흥정책은 2013년 잉글랜드예술위원회가 발표한 2015–2018년 지원 계획안에서 볼 수 있으며, 그 중 연극에 관해서는 ‘Theatre’ 부록 부분에 상세히 제시되어 있음

주 제	세부내용
우수성 (Excellence)	<ul style="list-style-type: none"> • 공인된 독립예술가들, 예술적인 혁신과 기록을 보유한 회사들을 위한 우선적인 지원 • 국가 포트폴리오 조직(NPO)을 지원하여 예술가 공동체 안에서 그들의 범위를 확장시키는 것을 독려
대중을 위함 (for Everyone)	<ul style="list-style-type: none"> • NPO를 지원하는 중간규모의 touring theatre를 우선시하고 국가 포트폴리오 조직의 재정 지원을 받는 예술 활동이 적거나 거의 없는 지역의 연극을 진행하거나 메인 극장을 순회하는 것에 의존하는 곳을 우선적으로 지원 • 영국 예술 진흥원, BBC, Battersea Arts Company의 수업내용을 방송 협력을 통해 공유하여 디지털 수용력을 쌓게 하고 스크린을 통해 연극 방송의 기회를 발전시킴
탄력성과 지속가능성 (Resilience and Sustainability)	<ul style="list-style-type: none"> • 가능한 한 많은 극장들로 하여금 연극 세액 공제를 최대화 할 것이고 이것은 펀딩 지원서를 통해 고려될 것 • 영국과 그 외 지역에서의 쇼케이스 계획 지원을 통해 국제 시장의 잠재성 깨우침 • 예술가들, 관중들 그리고 더 나아가 창의 산업에 관련하여 확실한 조사를 통해 연극 프로덕션의 현 모델을 검토하고 새로운 극장과 관객들을 위한 미래의 가능성을 재조명
다양성과 기술들 (Diversity and Skills)	<ul style="list-style-type: none"> • 영국 극장의 사원직 채용 과정에 활발히 참여할 것이고 영국인의 다양성을 고려하여 가장 높은 자질을 가진 사람을 채용할 수 있게 할 것
어린이들과 젊은이들 (Children and Young People)	<ul style="list-style-type: none"> • 아이들, 젊은이들 그리고 그들의 가족들이 높은 수준의 획기적인 작업을 창조하고 발전시키고 서로 나눌 수 있도록 지원 • 아이들과 젊은이들이 디지털 기술에 대한 이해와 활용능력을 함양할 수 있도록 지원

22) Arts Council England 공식 사이트, The Arts Council Plan - Theatre Appendix,
https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Corporate-Plan_2015-18_Theatre_Appendix.pdf

3) 러시아 : 2019 – Year of Theatre in the Russian Federation²³⁾

목 적

- 연극적인 전통과 성과 보존 및 대중화
- 연극 예술의 주목할 만한 작품들을 공연하고 국립 극장 발전 도모
- 연극 교육의 중요 사안에 대한 관심을 끌기 위함



- 공식 개최는 2018년 12월 13일 야로슬라블 시의 Volkov Drama Theatre에서 열림
 - 대통령 블라디미르 푸틴(Vladimir Putin)이 개최 계획 발표²⁴⁾
 - ‘러시아를 Year of Theatre의 장소로 정한 이유는 러시아의 극장과 연극이 일반 대중들을 위한 것이고 이 나라에서 태어났기 때문이다.’
 - 러시아 전역의 500여 개 극장이 모두 참가하여 연간 2,600회의 행사들이 열림²⁵⁾
 - 참고로, 러시아의 극장은 모두 국립 내지 공립이며, 극단은 항상 상설된 자기의 극장을 갖고 있음. 현재 러시아에는 약 500개의 극장이 있는데, 오페라 발레 극장 33개, 뮤지컬 코미디 20개, 아동극장 100개, 나머지 350개가 드라마 및 코미디, 기타로 되어 있음. 이중 모스크바에 약 30개의 극장이 있음²⁶⁾
- 계획
 - 러시아 연방의 모든 지역에서 이 연간 행사가 이루어 질 예정
 - Russian Theatre Marathon
 - 2019년 1월 블라디보스토크에서 시작하여 다음 연도에 칼리닌그라드에서 마무리 예정
 - Theatre Olympiad
 - 2019년 6월부터 5개월간 세인트 피츠버그에서 진행
- 그 외 세부사항
 - 제25회 Golden Mask 연극 페스티벌
 - 제14회 채홉 국제 연극 페스티벌
 - 러시아 아마추어 연극 경연 페스티벌
 - 러시아 여름 연극 축제 등

23) EMBASSY OF THE RUSSIAN FEDERATION in Thailand, <http://thailand.mid.ru/en/news/5252-2019-god-god-teatra-v-rossii-2>, 2019.06.25검색

24) 크렘린 공식 사이트, <http://en.kremlin.ru/events/president/news/59401>

25) 타스 통신, <https://tass.com/society/1037898>

26) 위키백과, 러시아 연극, https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%9F%AC%EC%8B%9C%EC%95%84_%EC%97%B0%EA%B7%B9

4) 중국 : 2017 중국 연극 110주년 기념행사²⁷⁾

행사내용	
<p>2017년 중국 연극 탄생 110주년을 기념하여 연극과 관련한 포럼, 전시, 공연 등 다양한 행사를 개최하였음</p>	

○ 개요

구분	행사명	주최	일자
전시	대막개합 - 중국 연극 탄생 110 주년 중국 국가연극원 창작 작품 회고전 (大幕开阖 —纪念中国话剧诞生110周年 中国国家话剧院创作剧目回顾展)	국가연극원 (国家话剧院)	2017.4.25
	역사재연, 무대찬란-중국 연극 탄생 110 주년 기념 전시 (历史回放, 舞台辉煌—中国话剧诞生110周年纪念展)	국가대극원 (国家大剧院)	2017.7.28
포럼	중국 연극 탄생 110주년 기념 포럼 (纪念中国话剧诞生110周年主题论坛)	국가연극원 (国家话剧院)	2017.6.14 ~6.15
공연	중국 연극 110주년 기념 공연제 (纪念中国话剧110周年演出季)	베이징시 공연장 운영 서비스 플랫폼	2017.6 ~11
	중국 당대 명 연출 작품 초청전 (中国当代著名导演作品邀请展)	국가대극원 (国家大剧院)	2017.1.5 ~10.29
	청년 연출 작품 초청전 (青年导演作品邀请展)	국가대극원 (国家大剧院)	2017.1.4 ~10.15

27) 베이징시 인민정부 공식 사이트, http://www.beijing.gov.cn/zfxxgk/110021/gzdt53/2017-06/05/content_818142.shtml

○ 전시

전시명	내 용
대막개합 - 중국 연극 탄생 110주년 중국 국가연극원 창작 작품 회고전 (大幕开阖—纪念中国话剧诞生110周年 中国国家话剧院创作剧目回顾展)	76년간(1947~2017년) 창작한 400개 작품 중 76개 우수 작품을 선택해 ‘중국창작’, ‘세계고전’, ‘실험탐색’ 3개 테마로 구분하여 공연일자·작가·연출·무대디자인·배우·시놉시스·수상내역 등에 관해 전시
역사재연, 무대찬란 - 중국 연극 탄생 110 주년 기념 전시 (历史回放, 舞台辉煌 —中国话剧诞生110周年纪念展)	연극 역사 사진, 영상, 무대재현, 무대의상, 문물 등 통해 중국 연극 110년의 발전 역사와 성과에 대한 전시

○ 포럼

주 제	발제자	내 용
중국연극 학술연구와 예술 평론	연극연구 기구, 대학 연극학과, 문화 매체 전문가	현재 환경에서 연극 예술 직면하고 있는 새로운 정세 및 도전 현대연극의 예술적 관점, 중국 연극의 민족성과 현대성 간의 변증법적 관계 문화예술 비평이 연극 예술 창작에서의 중요한 작용
작품 개발 및 창작 능력 향상	작가, 연출 등 연극 창작자	창작 과정 소감, 중국 연극 창작 능력 향상에 대한 의견
연극 단체 관리 및 공연 제작	각 지역 연극 극장 및 단체 운영 관리자	극장/단체 운영관리 측면에서 현 단계 직면하고 있는 새로운 문제 교류, 관리와 제작에 새로운 이념과 방식
연극 발전의 환경 구축 및 연극 교육	정부기관, 기업, 공공기관 대표자	중국 연극의 외적 환경 구축, 연극 교육자들은 연극 관객 양성의 문제점 및 연극 대중화 성공 경험

○ 공연

- 베이징 內 각 공연장에 올려진 80개의 작품 중 20개의 우수작품을 공연함. 20개 작품 중 17개는 중국 공연단체의 작품이며, 3개는 해외의 작품임

○ 부대행사

행사명	내 용
명가예술강좌 (名家艺术讲坛)	유명 전문가의 전문적인 시각에서 예술창작의 경험과 소감 나눔, 연극 종사자와 일반 관객이 교류할 수 있는 플랫폼 제공
예술과의 대화 (与艺术面对面)	주민 그리고 대학교로 들어가 일반 관객들에게 예술적인 지식과 작품 창작에 대한 이야기 나눔 등을 통해 우수 작품 홍보
대본 독회 (剧本朗读会)	더 많은 일반인들이 연극을 알고 연극 예술을 직접 경험할 수 있는 기회 제공, 관객이 연극을 감상할 수 있는 능력을 향상시킴

5) 해외 사례 시사점

- 미국 시카고 시정부의 ‘2019 연극의 해’ 주최는 연극에 대한 지원과 더불어 청년사업의 일환임
 - 시카고 연극의 해는 2017년, 2018년에 시행된 시카고 공공예술과 창의적 청년사업의 성공으로 비롯됨
 - 미국은 예술에 대해 간접지원을 하는 대표 국가로서 연방·주·지방 정부의 차원의 우리나라 ‘예술의 해’와 같은 유사한 행사는 개최하지 않음
- 영국은 잉글랜드예술위원회의 예술정책(2010~2020년)을 통해 ‘어린이들과 젊은이들’에 대한 장기적이고 지속적인 지원을 하고 있음
 - 어린이들과 젊은이들 그리고 그들의 가족들이 높은 수준의 획기적인 작업을 창조하고 발전시키고 서로 나눌 수 있도록 지원함
 - 아이들과 젊은이들이 디지털 기술에 대한 이해와 활용능력을 함양할 수 있도록 지원
- 러시아 푸틴 대통령이 개막 연설을 할 정도로 2019년 ‘연극의 해’를 국가차원으로 매우 성대하게 개최함
 - 러시아는 연극에 대한 자부심 차원으로 러시아 전역의 500개 극장 모두가 참가함
- 중국은 ‘연극의 해’와 같은 사례는 없으나 정부 차원에서 10년 간격으로 기념 연례행사를 개최함

3 국내 연극제 현황

1) 국내 연극제

○ 국내 주요 연극제들은 주로 매년 5월부터 11월 사이에 개최되는 것으로 조사됨

<표 3-1> 시기별 국내 주요 연극제 현황

시 기	명 칭	역 사	주 체	특 징
5월 말	부산국제연극제	2004년	부산광역시	<ul style="list-style-type: none"> 부산국제영화제를 모델로 하여 국내외 작품들을 초청 <BIKIDS>라는 아동극 주간 프로그램을 마련하는 등 온 가족이 다함께 즐기는 축제로 발전
6월 중순	춘천연극제	<ul style="list-style-type: none"> 1993년 (3년 주기) 2002년부터 매년 개최 	(사)춘천연극제	개막작, 경연참가작, 해외참가작, 국내 참가작, 부대행사 등
6월	대한민국연극제	<ul style="list-style-type: none"> 1983년 '전국연극제'로 시작 2016년 명칭 변경 	(사)한국연극협회, 한국문화예술위원회	<ul style="list-style-type: none"> 전국의 본선 참가작 16작품, 네트워킹페스티벌 12작품, 다양한 야외 공연 및 행사 서울을 포함한 16개 시도를 순회하여 개최하고 있으며, 지방 문화의 활성화와 지역 연극의 균형적 발전, 연극인들의 창작의욕 고취를 도모
6~8월	전국청소년연극제	1997년	(사)한국연극협회, 한국문화예술위원회	<ul style="list-style-type: none"> 18개 팀 경선 참가, 소극장 연극열전, 청소년 버스킹, 토크 콘서트, 연극 캠프 등의 부대행사, 해외교류 공연 등
7월 말	김천국제가족연극제	<ul style="list-style-type: none"> 2002년 '김천전국가족연극제'로 시작 2013년 명칭 변경 	김천시	<ul style="list-style-type: none"> 경연형식으로 진행되는 연극축제로 가족의 의미와 부모자식의 개념 및 사회 구성원 간 화합과 통합의 의미가 중요 전문아동극단들의 수준 높은 아동극 공연과 연극의 다양한 요소체험을 통해 교육성과 예술성을 접목함
7월	통영연극예술축제	<ul style="list-style-type: none"> 2005년 '통영소극장 축제'로 시작 2008년 명칭 변경 	통영연극예술축제위원회, 통영시	TTAF스테이지, 가족극스테이지, 꿈사랑나눔스테이지, 워크숍, 전시와 같은 부대행사 등

시 기	명 칭	역 사	주 체	특 징
7월	포항바다 국제연극제	2001년	(사)포항바다 국제연극제 진흥회	<ul style="list-style-type: none"> • 본선 진출작 공연, 해외 공연, 대학극 축제, 가족극 등 • 2017년부터 일반 초청방식에서 공모제를 도입해 본선 진출작을 선정
7월 말~ 8월 초	밀양공연 예술축제	2001년	밀양시	<ul style="list-style-type: none"> • 청년K-Star Week, 국내 초청작, 마당극, 해외 공연단체의 공연(서커스, 마임 등) 등 • 낮에는 자연 경관속에서 피서를 즐기고 밤에는 연극을 관람하는 공연예술 축제
7~8월	아시테지 국제 여름축제	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 ‘서울어린이 연극제’로 시작 • 2013년 명칭 변경 	(사)국제 아동청소년 연극협회 한국본부	해외 초청작, 국내 초청작, 외국 문화 체험 및 전시·연극놀이·워크숍 등의 부대행사
8월 초	거창국제 연극제	<ul style="list-style-type: none"> • 1989년 ‘시월연극제’로 시작 	(사)거창연극제 육성지원회	<ul style="list-style-type: none"> • 초청공연과 경연참가작 공연 및 해외 단체공연, 해외 극단 작품 기획공연 • 휴가철 많은 사람들이 방문하는 수송대를 축제 장소로 활용하는 계획을 세워 자연의 환경적인 조건과 연극 축제를 결합시켜 시너지 효과를 냄 • 집행위원회와 거창군의 대립으로 2019년에는 개최하지 못함
8월 중순	수원화성 국제연극제	1996년	수원 문화재단	<ul style="list-style-type: none"> • 국내·외 공연단체 참가, 대학생 쇼케이스나 Solo 프린지 퍼포먼스 등의 부대행사 • 2018년 방문객의 88%이상이 내년에도 재방문의사를 보일만큼 만족도가 높음
9월	과천축제	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 ‘97경기-과천 세계마당극 큰잔치’로 시작 • 2013년 명칭변경 	과천시	국내초청공연, 음악공연, 해외초청공연, 축제참가공연, 부대행사 등
9월	구미아시아 연극제	2010년	구미시	<ul style="list-style-type: none"> • 공식공연 행사 - 초대공연, 유료공연 • 찾아가는 공연의 기획행사 • 시민예술가전, 구미아시아연극제전
9~10월	지역아동극 축제	2008년	(사)국제 아동청소년 연극협회 한국본부	<ul style="list-style-type: none"> • 공연과 예술체험이 필요한 곳을 찾아가며 국내 극단 작품 공연 • 현대자동차그룹과 아시테지 코리아가 손을 잡고 시작

시 기	명 칭	역 사	주 체	특 징
10~11월	서울국제 공연예술제	2001년	한국문화 예술위원회, 예술경영 지원센터	<ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 다수 작품 공연(연극&무용) 북콘서트·워크숍·학술행사 등의 부대행사 · 서울무용제와 서울연극제가 통합되어 새롭게 시작된 축제
10~11월	고마나루 전국향토 연극제	2004년	공주시	<ul style="list-style-type: none"> · 국내참가작, 초청작, 축하공연, 전통 의상체험과 기악탈전시 등 부대행사 · 한국 연극의 우수성을 세계에 알리는 계기를 마련하고 우리 주변에서 잊혀져가는 민화, 민담, 민속 등을 지역 고유의 방언을 사용하여 표현하는 전국 유일의 향토 연극제
11월	서울미래 연극제	2011년	서울연극협회	<ul style="list-style-type: none"> · 선정작 공연, 예술가와의 대화 등의 특별 프로그램 · 대중의 흐름에 편승하지 않는 창작자들의 예술적 가치 발견과 서울미래연극의 방향성을 제시하는 공연예술 축제

○ 부산국제연극제

- 2004년 첫 개최
- 부산 국제영화제를 모델로 하여 국내외 작품들을 초청하는 등 다양한 나라의 연극을 볼 수 있음
- 제1회는 마임극을 레퍼토리로, 제2회는 ‘동서양 웃음의 만남’이라는 주제로, 제3회는 ‘말없이 말하기’의 슬로건처럼 무언극을 주제로 하는 등 해마다 주제와 형식을 독창적으로 설정해 진행하여 여느 국제연극제와는 다른 차별성을 지님
- 제4회부터는 사단법인체의 발족과 안정된 재정 지원이 확보됨
- 2019 부산국제연극제에서는 아동극에 대한 높아지는 관심을 반영해 <BIKIDS>라는 아동극 주간 프로그램을 마련하는 등 어린이뿐만 아니라 온 가족이 다함께 즐기는 축제로 발전

○ 춘천연극제

- 1993년 제1회 춘천국제연극제 개최
- 극단 ‘혼성’이 1986년 스위스국제연극제, 1989년 인도 연극올림피아드, 1990년 미국 AACT국제연극제, 1990년 전 일본 아마추어연극제에 참가하면서 얻은 세계적 관심

- 과 춘천시의 지원을 바탕으로 시작하여 3년마다 열리다가 2002년부터 매년 개최
- 2016년부터 춘천국제연극제는 사단법인 춘천연극제로 명칭 변경
- 2019년 춘천연극제는 연극이 재미없고 진지하다는 편견을 깨기 위해 “ㅎㅎㅋㅋ 웃어라~! 즐겨라~!”를 슬로건으로 내세워 다양한 코미디 장르의 공연을 준비
- 매회 콘셉트를 선정 ex) 2016 “연극은 놀이다!”, 2017 “감성 톡talk! 낭만 풀ful~ 우리 함께 만나요”, 2018 “로맨틱 춘천연극제”, 2019 “춘천연극제 Comedy Lucky7”

○ 대한민국연극제

- 대한민국연극제는 전국 연극인들의 화합을 기반으로 1983년부터 이어져 온 국내 최대의 연극경연 축제
- 1983~2015년 총 33회간 ‘전국연극제’의 이름으로 행해졌다가 2016년부터 현재까지 ‘대한민국연극제’라는 새로운 명칭으로 개최되고 있음
- 서울을 포함한 16개 시·도를 순회하여 개최하고 있으며, 지방 문화의 활성화와 지역 연극의 균형적인 발전, 연극인들의 창작의욕 고취 등을 도모하고자 함
- 3월 16개의 시·도에서 예선 형식의 연극제 시행 후 본선 진출작들로 대한민국연극제 진행
- 2005년 제23회부터는 해외동포 초청공연(카자흐스탄)을 통해 국내 뿐 아니라 국외의 동포들에게도 연극 교류를 통한 민족화합의 장으로 자리 잡음

○ 전국청소년연극제

- 1997년 처음으로 시작하여 2019년 제23회 전국청소년연극제를 개최하였음
- 전국청소년연극제는 청소년들의 희곡문학과 공연예술에 대한 이해를 돕고 창의성과 문화적 소양을 길러줌으로써 인성교육과 전인교육에 기여하기 위해 실시함
- 전국 각지의 고등학생들이 연극경연에 직접 참여함

○ 김천국제가족연극제

- 김천시에서 열리는 아동극 경연 대회로, 2002년 ‘김천 전국 가족 연극제’에서 출발하여 2013년부터 ‘김천국제가족연극제’로 발전
- 가족과 연극을 통해 가족의 의미를 재정립하고 전국 최대의 경연축제를 통해 전국 연극인의 창작의욕을 고취하여 수준 높은 전문 연극제를 발전시키고자 하는 것을 목적으로 함
- 경연형식으로 진행되는 연극축제로 가족의 의미와 부모자식의 개념 및 사회 구성원 간 화합과 통합의 의미로 중요성이 강조됨

- 전문이동극단들의 수준 높은 이동극 공연과 연극의 다양한 요소 체험을 통해 교육성과 예술성을 접목함

○ 통영연극예술축제

- 2005년 제1회 '통영소극장축제'를 시작으로 2008년부터 '통영연극예술축제'라는 명칭을 사용
- 근대 이후 다방면의 예술가들의 활동 공간이자 수많은 유명예술가들을 배출해낸 예술 보고의 고장인 통영에서 수려한 자연경관을 활용한 지역문화콘텐츠를 발굴하여 통영을 관광 자원화 하는데 기여

○ 포항바다국제연극제

- 2001년 지역문화의 해를 맞이하여 동해안 천혜의 자연경관과 지역의 특수성을 살린 바다연극제를 개최
- 지역민의 문화향유계층 확대는 물론 국제적인 문화도시로서의 이미지 강화와 문화 인프라를 관광 자원화하여 침체된 내수경제 활성화에 이바지하며 장기적인 계획을 통해 국제적인 문화예술축제로 자리 매김
- 2017년부터 일반 초청방식에서 공모제를 도입해 신청 작품 중 10편을 본선 진출작으로 선정하여 수준 높은 작품들을 관람할 수 있음

○ 밀양공연예술축제

- 21C 자연, 생명 그리고 젊은 연극이라는 주제로 운영
- 낮에는 얼음골·호박소·구만폭포 등에서 피서를 즐기고 밤에는 자연친화적으로 꾸며진 연극촌 내 성벽극장·숲의극장 등에서 연극을 관람
- 2012년 중앙에 편중되어 있는 공연예술을 지역으로 분산시켜 지역민들에게 문화예술 향유기회를 제공하고, 연극문화 소외지역이라 할 수 있는 영남권의 연극축제로서 지역 불균형을 해소하는데 기여한 것으로 평가받음. 한국문화예술위원회 평가에서 종합 평점 90점 이상의 점수를 기록하였으며, 평가대상 예술행사 중 유일하게 A(최우수) 등급을 획득하기도 함
- 올해 지역대표 공연예술축제로 선정되어 '연극으로 떠나는 즐거운 휴가'를 슬로건으로 12일간 진행예정
- 축제 초반에는 사전 공연 형식으로 젊은 예술인들로 구성된 청년 K-Star 주간을 가짐

○ 아시테지국제여름축제

- 국제아동청소년연극협회(ASSITEJ) 한국본부에서 진행
- 1993년 ‘서울어린이연극제’로 시작하여 1995년부터 해외 우수아동극을 초청하면서 국제공연예술제로의 면모를 갖추
- 1997년 ‘서울국제어린이공연예술제’, 2001년 ‘서울아동청소년공연예술축제’로 발전 후 2013년 제21회부터 ‘아시테지 국제여름축제’로 행사명을 바꾸고 해외 참가의 비중을 확대해 국제적인 아동청소년 축제로서의 위치를 공고히 함
- 2014년부터 2017년까지 4년 연속 한국문화예술위원회 공연예술행사지원사업 평가 A등급 선정 및 2018년 지역대표공연예술제 평가 S등급 선정으로 명실상부한 한국 대표 공연예술축제로 평가받고 있음

○ 거창국제연극제

- 거창 국제 연극제는 지역축제와 예술축제의 성공적인 결합을 일궈낸 국내 최고의 야외연극축제로 자연, 연극, 인간이라는 축제 주제에 충실한 새로운 형태의 연극을 다수 선보임
- 거창군에 위치한 수송대에서 자연경관을 배경으로 초청공연(In)과 경연참가작 공연(Off)을 펼치고 있음
- 거창연극제의 발전과정:
 - 민간극단인 ‘입체(立體)’가 소극장의 공연 활성화와 경남지역 연극인들의 화합을 위해 <시월연극제>를 추진한 것이 첫 시작
 - 영호남 극단들의 참여로 전국연극제로 변화하였고 1993년 해외 극단들의 참여가 시작되면서 국제연극제로 확장. 축제의 성장에 따라 거창군에 미치는 직간접적인 영향이 커지면서 지방정부의 협력관계가 두드러지게 되면서 재정적인 지원을 받음
 - 1998년 제 10회를 맞이한 거창국제연극제가 수송대 야외극장에서 개최되며 본격적인 야외 축제로 자리 잡으면서 오늘날처럼 성장
 - 거창국제연극제 집행위원장은 ‘아비뇽 페스티벌’이 가진 콘텐츠의 다양성과 숨어있는 공간을 전부 극장화 시키는 점에 영감을 받아 휴가철에 많은 사람들이 방문하는 수송대를 축제 장소로 활용하는 계획을 세워 자연의 환경적인 조건과 연극 축제를 결합시켜 시너지 효과를 냄
 - 2014년 문화관광유망축제로 선정
- 8월 첫 주 금요일에 시작하여 8월 중순까지 진행
- 2018년 제 30회 거창국제연극제에서는 총 5개국 19개 단체의 공연이 펼쳐졌고 우리나라를 비롯해 이탈리아, 불가리아, 러시아, 우크라이나, 세네갈 등 5개 해외극단의 작품을 기획공연으로 진행

- 안타깝게도 집행위와 거창군과의 합의 과정에 차질로 2019년 제31회 거창국제연극제는 개최하지 못하게 됨

○ 수원화성국제연극제

- 수원화성국제연극제는 1996년 수원성 축성 200주년 기념행사의 일환으로 시작되었음
- 수원문화재단에서 개최하는 연극제로, 순수 민간의 주도가 아닌 민관의 협동체제로 운영되고 있으며, 관의 전폭적인 지지를 받아 운영되고 있음
- 수원화성국제연극제의 발전과정:
 - 극단 ‘성(城)’의 기획으로 ‘자연, 성, 인간’을 주제로 팔달산의 자연과 화성이 주는 아름다움을 예술로 표현하고, 그 속에서 관객과 공연이 함께하는 축제의 취지로 시작
 - 1998년 수원문화재단이 발족하면서 그동안 관이 주도하던 수원화성국제연극제가 민관의 협동체제로 전환. 민간 주도로 전환되며 관은 재정적인 지원과 협조를 제공
 - 2001년 새 예술감독 취임과 함께 다양한 예술 장르가 합쳐진 공연예술축제로 거듭남
- 2018년 방문객의 88% 이상이 내년에도 재방문하겠다는 의사를 보일 만큼 만족도가 높음
- 매년 8월 중순 경기도 문화의전당 · 장안공원 · 화성행궁 · 수원청소년문화센터 등 수원시 일대에서 열림
- 외국 공연단체와 국내외 각종 공연단체가 참가하며, 연극제 기간 내 대학생 쇼케이스, solo 프린지 퍼포먼스 등 다양한 부대행사를 운영함

○ 과천축제

- 경기도 과천시에서 해마다 9월에 개최되는 야외극을 중심으로 하는 국제 공연예술축제
- 1997년 국제 극예술협회 총회 및 세계공연예술축제의 하나로 ‘97경기- 과천세계마당극 큰잔치’라는 축제명으로 시작되었다가, 5차례의 명칭 변경을 거쳐 2013년부터 ‘과천축제’의 명칭을 사용하기 시작
- 개막작, 해외초청작, 국내공식초청작, 국내자유참가작, 국내특별참가작, 사전행사 등의 공연과 부대행사, 문화체험, 논문공모, 축제세미나, 사진공모 등 많은 내용이 담김
- 도시의 역사가 비교적 짧고 지역성을 대변할 만한 문화적 요소가 없는 계획 도시 과천에서 완성도 높은 공연 예술 중심의 축제를 시행해 지역문화를 재창출함
- 상대적으로 서울시민과의 거리적 접근성이 좋아 타 지역축제 보다 좋은 여건을 갖춘

○ 구미아시아연극제

- 경상북도 구미시가 주최하는 매년 9월에 열리는 아시아연극제
- 한국의 대표적 전자 공업 도시이지만 문화의 불모지대였던 구미에서 지역 문화 예술인과 시민들에게 해외 연극인과의 교류의 장을 마련해 주는 동시에 지역민이 함께 참여하는 공연 예술 축제를 기획하며 탄생
- 해외공연과 국내 유명 극단의 공식공연을 필두로 문화혜택이 적은 지역이나 학교 및 공공기관에 찾아가는 연극을 통해 시민들에게 일상 속 공연예술을 접할 수 있는 기회를 제공
- 시민예술가전을 통해 시민들이 직접 참여하여 만드는 기회도 제공

○ 지역아동극축제

- 2008년 현대자동차그룹과 아시테지 코리아가 손을 잡고 시작
- 2017년부터 ‘지역아동극축제’로 명칭을 변경하여 공연과 예술체험이 필요한 곳을 찾아가고 있음

○ 서울국제공연예술제

- 서울무용제와 서울연극제가 2001년 통합되어 새롭게 시작
- 재단법인 예술경영지원센터와 한국문화예술위원회가 주최하고 문화체육관광부가 후원
- 2018 서울국제공연예술제는 아시아 대표 공연예술마켓인 2018 서울아트마켓과 공동으로 진행되어 다양한 협력 프로그램을 통해 세계 공연예술 흐름과 정보를 공유하며 공연예술의 창작과 유통을 도모

○ 고마나루전국향토연극제

- 충청남도 공주시에서 해마다 열리는 전국 향토 연극제
- 2004년 10월 제1회 고마나루전국향토연극제 개최
- 한국 연극의 우수성을 세계에 알리는 계기를 마련하고 우리 주변에서 잊혀져가는 민화, 민담, 민속 등을 지역 고유의 방언을 사용하여 표현하는 향토 연극 축제
- 전국 유일의 향토 연극 축제로 2004년 문화관광부 공연 예술 행사 부문의 우수축제로 선정
- 수도권 중심의 문화 육성으로 인해 불균형적인 지역 간의 문화적 격차를 해소하고 지역 문화를 발전시키는 한편, 지역의 설화와 숨겨진 민속적 소재를 발굴하여 전통의 재창조를 지향

○ 서울미래연극제

- 대중의 흐름에 편승하지 않는 창작자들의 예술적 가치 발견과 서울미래연극의 방향성을 제시하는 공연예술축제
- 서울연극협회에서 서울연극제 행사 중 하나였던 '미래야 솟아라'를 독립시켜 '서울미래연극제'라는 색다른 연극제를 진행
- 2017년 제7회 서울미래연극제의 BEST 3로 선정된 세 단체의 작품이 2018년 해외교류를 통해 극단 가치가의 <레퀴엠 포 안티고네>가 루마니아의 아뜰리에 페스티벌에서 작품상 및 연출상을 수상하는 쾌거를 거둠

○ 서울아시테지겨울축제

- 2005년부터 매년 겨울 개최
- 온 가족이 함께 겨울방학동안 즐길 수 있는 가족문화체험 축제
- 대·외적으로 국내 작품의 해외시장 진출의 플랫폼 역할을 함
- 2020년부터는 예술 감독제를 도입할 예정

○ 서울연극제

- 1977년 '대한민국연극제'라는 이름으로 출범
- 2002년 '서울공연예술제'에 통합되었다가 2004년부터 다시 '서울연극제'로 분리됨
- 40년 역사와 함께 우리나라 현대 연극의 흐름과 방향을 만나볼 수 있음

○ 구미청소년연극제

- 한국연극협회 구미지부에서 해마다 열고 있는 청소년 연극제
- 1999년부터 전국청소년연극제 지역 예선전 형식으로 시작
- 2002년 제4회 대회부터는 독립적인 지역 청소년 축제로 발전

○ 부천청소년연극제 (부천시보라매연극제)

- 경기도 부천시 원미구 중동부천시민회관 소극장에서 열리는 경기도내 청소년들의 문화 축제 및 청소년 연극 축제
- 1997~2011년 개최 후, 2012년부터 보라매연극제와 통합
- 첫 해에는 고등학교만을 대상으로 시행하여 참여율이 매우 저조하였으나, 제2회 때부터 중학교까지 참여범위를 확대하여 시행하여 참여율을 높여 명실상부한 청소년연극제로 발돋움 함

○ 군포청소년연극제

- 2018년 15회를 맞은 군포문화재단 광정동청소년문화의집이 주최
- ‘막무가내’(막이 오르면 무한한 가능성을 내뿜어라) 라는 부제를 지님

○ 거창겨울연극제

- 1993년 제1회 개최되었으며, 경상남도 거창군에서 매년 겨울 열림
- 한국연극협회 거창지부가 주최하고 거창겨울연극제 집행 위원회가 주관
- 초·중·고등학생들이 주요 참가 대상이나 연극이 가지는 평생 교육의 기능과 의미를 되짚어보자는 의미에서 장애인, 노인, 다문화 가정 등의 다양한 사회단체가 참가하기도 함

○ 성남시청소년연극제

- 수정청소년수련관에서 진행되며 청소년으로 구성된 연극제 기획단이 주도적으로 참여
- 중학교, 고등학교 연극팀과 뮤지컬팀이 참가하여 경연 형식으로 진행

○ 논산시청소년연극제

- 2015년 연극배우가 꿈인 한 청소년의 제안으로 시작
- 논산시에서 청소년 연극동아리 활성화를 위해 연극동아리 특화사업비를 편성해 지원하고 있음

2) 대학로 소극장축제

○ 혜화동1번지 페스티벌

- 대학로 혜화동 로터리에 있는 작은 소극장에서 매 4년 마다 동인으로 묶여 6명의 연출이 작품을 발표하고 있고 1993년에 시작되어 지금까지 명맥을 유지하고 있는 유일한 자발적·독립적 예술가 성장 프로그램
- ‘2018년 혜화동1번지 6기동인 가을페스티벌 : 막판스퍼트’ 는 6기 동인들의 지난 4년간의 동인활동의 성과와 과제, 성장 등을 보여주는 자리로 8월 말에 시작하여 11월 말까지 이어졌음
- 주최 : 연극실험실 혜화동 1번지
- 2018년 참가단체 : 구자혜 연출 + 여기는 당연히 극장, 김수정 연출 + 극단 신세계, 전윤희 연출 + 앤드씨어터, 송경화 연출 + 낭만유랑단, 신재훈 연출 + 극단 작은방, 백석현 연출 + 극단 창세
- 장소 : 혜화동1번지

○ 권리장전페스티벌

- 2016년 문화예술계 블랙리스트 사태에 저항하기 위해 시작됨
- 정치·사회·문화 등 논란이 되는 사안에 대해 무대로 말하고 저항하는 연극 축제
- 2016년 ‘검열각하’, 2017년 ‘국가본색’, 2018년 ‘분단국가’에 이어 2019년은 ‘원조적 폐’라는 주제로 열림
- 축제운영위는 올해 주제에 대한 참여단체의 이해를 높이기 위해 한국 근대사, 미투, 노동, 5.18, 일본군 위안부, 블랙리스트 등에 대한 사전강연을 진행함
- 주최, 주관 : 권리장전
- 2019년 참가단체 : 창작집단 꿀, 프로젝트 림버잭 X 극단 행, 예술공동체 단디, 극장 시9, TEAM 돌, 친구네 옥상 ART, 극단 산수유, 창작집단 동이문, 종이로 만든 배, 작은 꿈, 극단 노마드, 극단 송곳, 공놀이클럽
- 장소 : 연우소극장

○ 스튜디오76 페스티벌

- 2019년 올 해 첫 회를 맞는 새로운 페스티벌
- ‘스튜디오 76’ 과 ‘극단 에스’의 주성근 대표 이하 여러 극단이 힘을 합쳐 만든 연극축제로 매년 발전시켜 후에 아시아 극단 초청 및 국내 공연을 해외에 소개하고자 하는 포부를 담고 있음
- 주최 : 스튜디오76 / 주관 : 스튜디오76, Studio76 Festival 추진위원회
- 2019년 참가단체 : 초록번개 & 연극집단반, 다이얼로거 & 극단 플레이트, 극발전소 301, 좋은회극읽기모임, 극단 바람꽃
- 장소 : 스튜디오76

○ 도담도담페스티벌

- 2016년 신진 연극인들이 첫 발걸음을 내딛고 경험을 쌓게 하기 위한 목적으로 만들어짐
- 참여 극단 내 배우, 스텝 등의 참가자들의 50% 이상이 데뷔 3년 이하의 신진 연극인들로 구성되어 있어야 함
- 주최 : 도담도담 페스티벌 사무국
- 2019년 참가단체 : 극단 지즐, 극발전소 301, U2 Theatre, 극단 제자백가, 극단 길손, 극단 다이얼로거
- 장소 : 대학로 지즐소극장

○ 단단페스티벌

- '짧을 단(短)', '쇠 두드릴 단(鍛)'이란 뜻을 가진 단막극 축제로, 연극인들의 협업과 창작역량 강화를 위해 매년 가을마다 선보이는 소극장혜화당의 기획 프로그램
- 올해 4회를 맞는 단단페스티벌은 10월에 시작하여 4주에 걸쳐 진행
- "50 이내의 작품 이라는 원칙은 형식에 대한 고민과 더불어 유의미한 표현을 위해 선별해야만 과업"이라며 "대장장이가 명검을 만들기 위해 무수히 망치질하듯, 무수히 고치며 선별하는 시간 속에서 창작자들의 예술적 역량도 깊어갈 것이라 확신한다"고 주최 측이 페스티벌의 취지를 밝힘
- 주최 : 소극장 혜화당, 단단페스티벌 조직위원회
- 2018년 참가단체 : 극단 이야기가, 프로젝트 럼버잭, 극단 드란, 프로젝트그룹 연희공방, 뽕족한 상상뽕 X 빨난 주니어, 뮤지컬 창작소 불과 얼음, 극단 신인류, 프로젝트 꿀통
- 장소 : 소극장 혜화당

○ SF연극제

- 페스티벌의 전당을 표방하는 소극장 혜화당에서 진행되는 대표적인 장르 페스티벌
- 2016년 시작 이래 2019년 올해 4회차를 맞이함
- 오랫동안 조명 받지 못했던 SF장르의 잠재성에 주목하여 생겨난 페스티벌
- 주최 : 소극장 혜화당, SF 연극제 조직위원회
- 2019년 참가단체 : 창작집단 마이리턴, 드림시어터컴퍼니, MARK117, Project ORZ
- 장소 : 소극당 혜화당

○ 무죽 페스티벌

- '무대에서 죽을란다.'의 줄임말로 왜 연극을 배우 예술이라고 하는가를 진지하게 탐구하며 오롯이 배우만을 빛나게 담고자 하는 취지로 2015년에 시작됨
- 극장비와 인력을 서로 나누어 제작비를 줄이기 위해서 극단들이 힘을 합쳐 릴레이 연극을 벌임
- 주최, 주관 : 극장 동국
- 2019년 참가단체 : 극단 신인류, 프로젝트그룹 하쿠나마타타, 공상집단 똥딴지, 종이로 만든 배, 예술공작소 몽상, 극단 진일보, 경사 프로젝트, 극단 Soulmate
- 장소 : 극장 동국

○ 페미니즘연극제

- 한국 여성들이 일상 곳곳에서 겪게 되는 불안과 공포를 다룬 연극 등이 공연
- 가부장제를 깨부수고 억압과 한계에 부딪히다 변화하기 시작하는 여성들의 모습을 표현
- 주최 : 페미씨어터 / 주관 : 플레이포라이프
- 2019년 참가단체 : 종이로 만든 배, 프로덕션IDA, 907, 프로젝트그룹 원다원
- 장소 : 아르코예술극장 소극장, 홍익대 대학교 아트센터 소극장, 한국장애인문화예술원 이음, 서울연극센터, 마로니에공원 다목적홀

○ 현대극페스티벌

- 공연 관련 단일 밀집 지역인 대학로의 이점과 앞으로 융합 발전 가능성에도 불구하고, 대학로의 핵심 동력이라 할 수 있는 연극인, 민간 극단, 소극당의 위치가 매우 불안하고 위태로운 상태에 반하여 저예산, 독립성, 그리고 동인제 정신을 추구하고 페스티벌과 각 참여 작품의 질을 높여 자본에서 독립된 미래 연극의 표상을 확립하고자 하는 취지의 축제
- 주최 : MTF
- 2019년 참가단체 : 극단 노을, 서울연극앙상블, 청춘오월당, 극단 미로, 극단 주변인들
- 장소 : 대학로 노을소극장

○ 나눔연극제

- 장애인과 비장애인, 남녀노소의 연극을 통한 소통과 장애인문화예술에 관한 인식 제고를 위한 연극축제
- 개막식, 공연, 시상식으로 구성
- 전국의 장애인극단을 대상으로 참가 신청을 받아 소수의 극단을 선정
- 주최 : (사)한국장애인문화협회
- 2019 참가단체 : 극단 소풍, 핸드스피크, 극단 안단테, 극단 애인, 멋진 친구들
- 장소 : 대학로 홍익대학교 아트센터 소극장

○ 개관페스티벌

- 2012년 첫 회를 시작해 7년간 총 9회의 페스티벌을 개최
- 정형화된 공연들만이 만들어지거나 흥행을 우선시하는 공연문화들에 떠밀려 정체되고 침체된 대학로 환경에 적극적으로 '난장'을 벌이고 싶은 마음으로 모인 예술인들의 축제
- 페스티벌 개관은 현재에는 창작 공동체성격으로 발전됨
- 주최 : 페스티벌 개관 운영위원회

- 2019년 상반기 참가단체 : 최재희 연구소, 태피티피, 극단 Go&sTop, 극단 탐, 극단 불량화소, 역전프로젝트 & SOL프로젝트, 극단 휴먼비
- 장소 : 천공의 성

○ JALHAM페스티벌

- 대학로 대표 소극장인 소극장알과핵과 잘한다프로젝트가 함께하는 축제
- 청년예술공간지원사업으로 진행되는 자람페스티벌은 현장의 진입은 쉽지만 연극인으로서 하나의 극단으로 살아남기가 쉽지 않은 오늘날 연극계에서 청년연극단체들이 작품을 무대에 올리고 극단의 유지와 직업 연극인으로 살아가는데 도움을 줄 수 있는 프로그램으로 구성
- 주최 · 주관 : 소극장알과핵, 잘한다프로젝트
- 장소 : 소극장알과핵

○ 무작정페스티벌

- 일곱 개 극단이 주제 · 장르 등 어떠한 내용도 정하지 않고 다양한 장르의 공연을 만들어 관객들을 즐겁게 하자는 취지에서 만들어짐
- 2019년 올해 첫 시작했으며 5월부터 7월까지 진행
- 주최 : 제1회 무작정 페스티벌 사무국
- 2019년 참가단체 : 극단 명작옥수수밭, 극단 지즐, 극단 길손, 창작집단 지오, 공연예술제작소 비상, 극단 제자백가, 극단 화살표

○ 서울 대학로소극장연극제

- 공모를 통해 서울 및 지역의 공연을 초청하고 한국소극장협회 회원 상호간의 네트워크 강화 및 해외 교류를 위한 다양한 방안 모색
- 주최, 주관 : (사)한국소극장협회
- 2018년 참가단체 : 극단 현장, 창작 나눔 공동체 담쟁이, 한/일 공동제작 낭독공연팀, 극단 yhs(일본극단)
- 장소 : 동숭무대 소극장, 아름다운 극장

○ 일번출구연극제

- 2019년 3회째를 맞는 ‘일번출구연극제’는 대학로를 찾는 관객들이 소극장 연극에 친근하게 다가설 수 있도록 기획됨
- 누적관객 6천여 명, 유료 관객 점유율 85% 기록
- 주최 : (주)주다컬처 / 주관 : 일번출구연극제 준비위원회

- 2019년 참가단체 : 극단 줌, 극단 배우다방, 극단 Soulmate, 극단 신인류, 극단 주다
- 장소 : 드림아트센터 2관, 노을소극장

3) 지방 민간주도 소극장축제

○ 대구 한울림골목연극제

- 2011년 시작된 대구 한울림 골목연극제는 집단이나 단체를 벗어나 젊은 예술인들에게 자신의 색깔을 펼쳐 보이는 기회를 마련하기 위한 취지로 만들어짐
- 극단 한울림 단원 뿐 아니라 대구의 젊은 예술인, 다른 지역의 작품들을 관객에게 소개
- 주최, 주관 : 극단 한울림
- 2018년 참가단체 : 극단 마인(대구), 극단 어니언킹(부산), 극단 푸른연극마을(광주), 울림프로젝트(극단한울림), 맘마피노(극단한울림), 극단 아라리(대전), 그때(극단한울림), 극단 불의전차(서울)
- 장소 : 대구 한울림소극장

○ 다락따라칸연극제

- 2015년 ‘소설, 무대를 만나다!’ 라는 이름으로 소설가 김애란의 단편소설을 3개 극단이 참여해 각각 한 편씩 각색 및 무대화하는 작업으로 첫 회 페스티벌 개최
- 2018년 제2회 다락따라칸 연극제는 연출교류전으로 구성해, 신진과 중견 연출가들의 다채로운 공연을 한 시즌에 펼쳐보임
- 주최, 주관 : 페이지르 다락
- 2018년 참가단체 : 극단 백수광부, 예술공동체 단디, 극단 제3세계, 극단 다락
- 장소 : 인천 다락소극장

○ 다다다연극제

- 대학로 같은 연극 상설 소극장이 없는 안산지역에서 7월 한 달 동안 청년예술인과 지역예술인, 다문화예술인이 함께하는 연극축제가 열릴 예정
- 안산 최초의 민간 소극장인 글로벌제이아트홀을 활성화 하자는 취지에서 여러 극단이 의기투합함
- 다문화, 청소년, 실버, 가족 등을 주제로 안산의 기쁨, 슬픔, 숨겨진 아름다운 모든(다) 많은(다) 다양한(다) 이야기가 다뤄짐
- 주최 : 복합문화공간 글로벌JEY아트홀 /
- 주관 : 4.16 가족극단 노란리본, 프로덕션 연작, 인터네셔널 영드림즈

- 2019년 참가단체 : 글로벌제이아트홀, 4.16 가족극단 노란리본, 프로덕션 연작, 인터 내셔널 영드림즈
- 장소 : 안산 글로벌제이아트홀

○ 대한민국 소극장열전

- 2012년 5개 도시의 소극장들이 연합해 출발한 네트워크 프로그램
- 지역에서 제작한 공연을 타 도시로 순회 공연할 수 있는 여건을 만들고, 지역민들에게 다양한 작품을 관람할 수 있는 기회를 제공
- 대한민국소극장열전은 연극예술의 기반이 되는 소극장의 활성화와 함께 연극인들의 창작기반 마련을 목적으로 하고 있음
- 올해는 대구, 구미, 광주, 대전, 부산, 춘천에서 페스티벌 개최
- 주최, 주관 : 대한민국소극장열전
- 2019년 참가단체 : 극단 한울림(대구), 극단 어니언킹(부산), 극단 푸른연극마을(광주), 프로젝트그룹 커튼콜(대전), 극단 빈칸(전주), 사단법인 문화프로덕션도모/극단 도모(춘천), 사단법인 문화창작집단 공터다(구미)
- 장소 : 한울림소극장, 골목실험극장, 소극장 소금창고(이하 대구), 소극장 공터다(구미), 씨어터연바람(광주), 소극장 커튼콜(대전), 공간소극장, 일터소극장(부산), 소극장 도모(춘천)

4 연극 관람객 현황

1) 연극 관람객 현황 분석²⁸⁾

- 연간 연극 관객수는 전체 5,347,331명이며, 이 중 서울은 2,948,250명으로 전체 관객의 55% 비중을 차지함
 - － 유료관객비율은 전체 43.6%이며, 서울은 46.3%임

<표 3-2> 공연시설 지역별 연극 관객수표²⁹⁾

전체	서울	경기/인천	강원	충청	전라	경상	제주
5,347,331	2,948,250	464,002	105,763	412,512	270,588	967,734	178,482

- 공연작품 중 연극의 작품수는 클래식, 뮤지컬 다음인 3위(216%)이고, 공연횟수는 1위(51.9%)이며, 티켓판매매수는 2위(20.7%)로 나타남

<표 3-3> 장르별 공연작품 소비현황³⁰⁾

장르	작품수		공연횟수		작품당 평균 공연횟수 (회)+	티켓판매매수		작품당 평균 티켓판매 매수(장)
	합계(건)	비율(%)	합계(회)	비율(%)		합계(장)	비율(%)	
전체	8,668	100.0%	116,897	100.0%	13	4,085,163	100.0%	471
뮤지컬	2,356	27.2%	49,503	42.3%	21	2,709,969	66.3%	1,150
연극	1,873	21.6%	60,614	51.9%	32	844,132	20.7%	451
클래식	3,329	38.4%	3,782	3.2%	1	272,987	6.7%	82
오페라	211	2.4%	485	0.4%	2	58,026	1.4%	275
무용	412	4.8%	1,150	1.0%	3	128,684	3.2%	312
국악	487	5.6%	1,363	1.2%	3	71,365	1.7%	147

28) 문화체육관광부, 2018 문화향수실태조사, pp.25~40 발췌 및 인용

29) 예술경영지원센터, 2018 공연예술실태조사, p.124

30) 예술경영지원센터, 2018 공연예술소비현황조사 보고서, p.45

- 연극의 티켓판매매수는 여성(72.9%)이 남성에 비해 압도적으로 많으며, 연령별로는 20대(42.2%), 30대(31.8%) 순으로 나타남

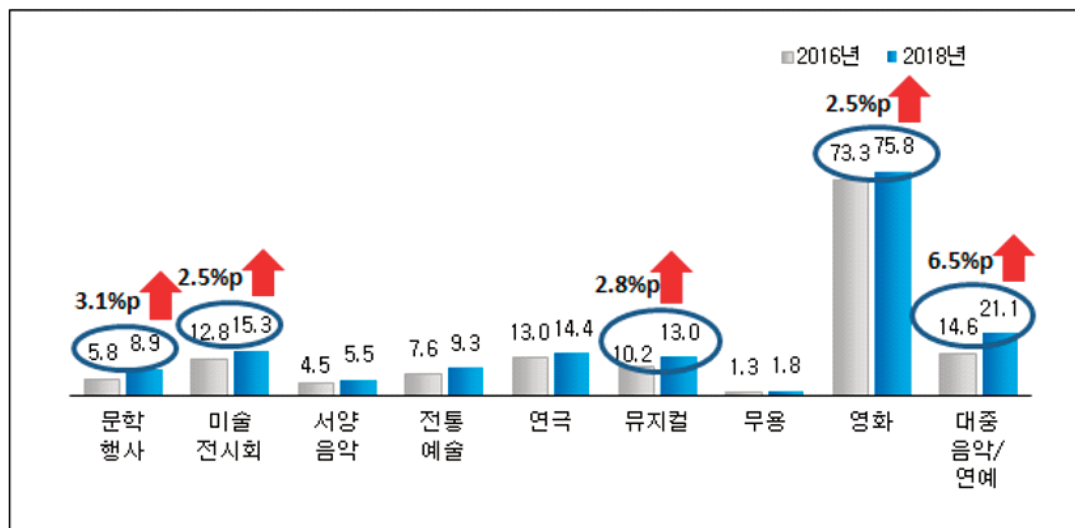
<표 3-4> 연극의 성·연령별 티켓판매매수³¹⁾

성별		연령별				
여성	남성	10대 이하	20대	30대	40대	50대 이상
562,305명	208,821명	20,639명	309,056명	232,651명	120,199명	49,486명
72.9%	27.1%	2.8%	42.2%	31.8%	16.4%	6.8%

- ‘연극’ 관람률 증가율이 9개 분야 중 7위로 매우 저조함
 - 지난 1년간 문화예술행사 직접 관람률은 2016년 78.3%보다 3.2%p 증가한 81.5%로 나타남
 - 2016년 대비 2018년 가장 증가한 분야는 ‘대중음악/연예’로 6.5%p 상승했으며, ‘문학 행사’ 3.1%p, ‘뮤지컬’ 2.8%p, ‘영화’와 ‘미술전시회’가 각 2.5%p 상승함
 - ‘연극’의 경우 1.4%p 증가함

<그림 3-1> 문화예술행사별 관람률 변화 추이

(단위: %)

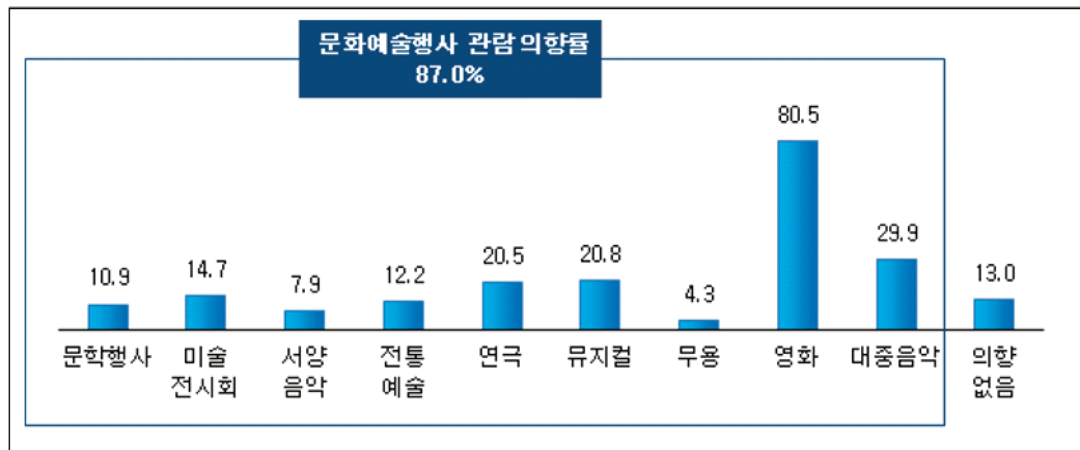


31) 예술경영지원센터, 앞의 책, p.47

- ‘연극’ 관람 의향률이 9개 분야 중 4위로 높게 나타남
 - 향후 1년 이내 문화예술행사 관람 의향은 ‘영화(80.5%)’가 가장 높았고, ‘대중음악(29.9%)’, ‘뮤지컬(20.8%)’, ‘연극(20.5%)’ 순으로 나타남

<그림 3-2> 문화예술행사 관람 의향(복수응답)

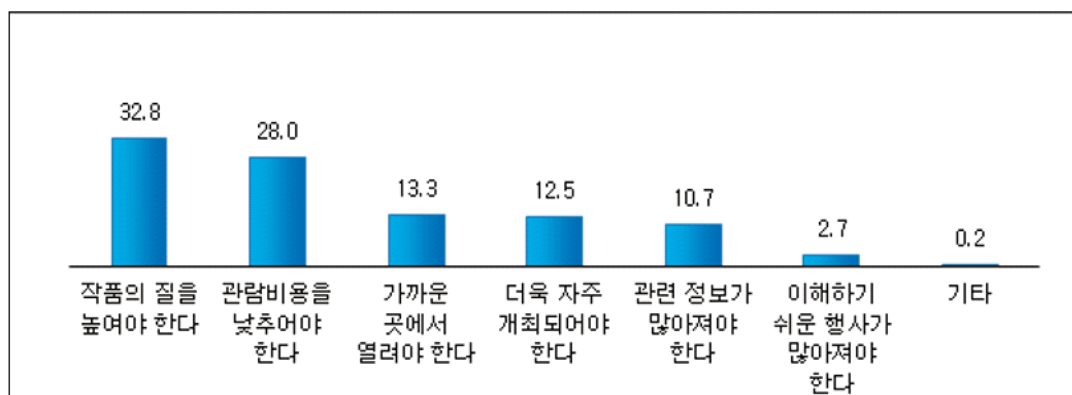
(단위: %)



- 보완이 필요한 부분은 ‘작품의 질’과 ‘관람비용’으로 나타남
 - 문화예술행사 시 보완이 필요한 부분으로 32.8%가 ‘작품의 질을 높여야 한다’고 응답했고, 다음으로 ‘관람비용을 낮추어야 한다(28.0%)’ 순으로 나타남
 - 15~19세의 경우 다른 연령대에 비해 ‘관람비용을 낮추어야 한다(36.2%)’고 응답한 경우가 더 많았고, 20대 이후는 ‘작품의 질을 높여야 한다’는 경우가 가장 많았음

<그림 3-3> 문화예술행사 보완이 필요한 부분

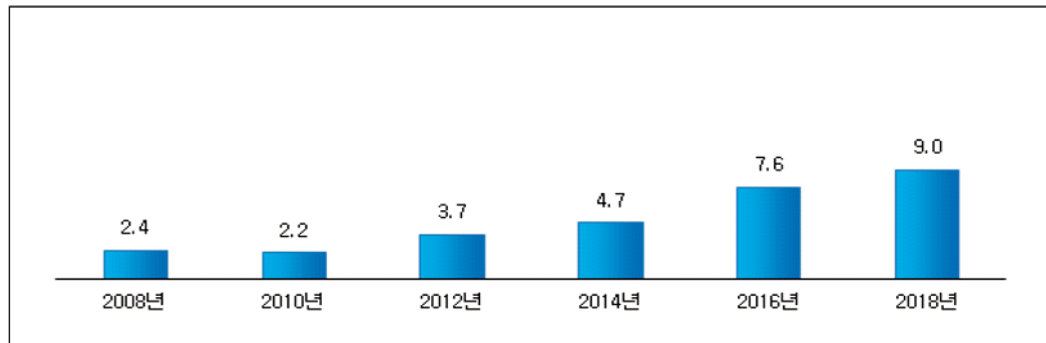
(표본수: 8,298명, 단위: %)



- 문화예술행사 직접 참여 경험률은 2010년 이후 지속적으로 증가하여 2018년 9.0%로 나타남

<그림 3-4> 문화예술행사 참여경험

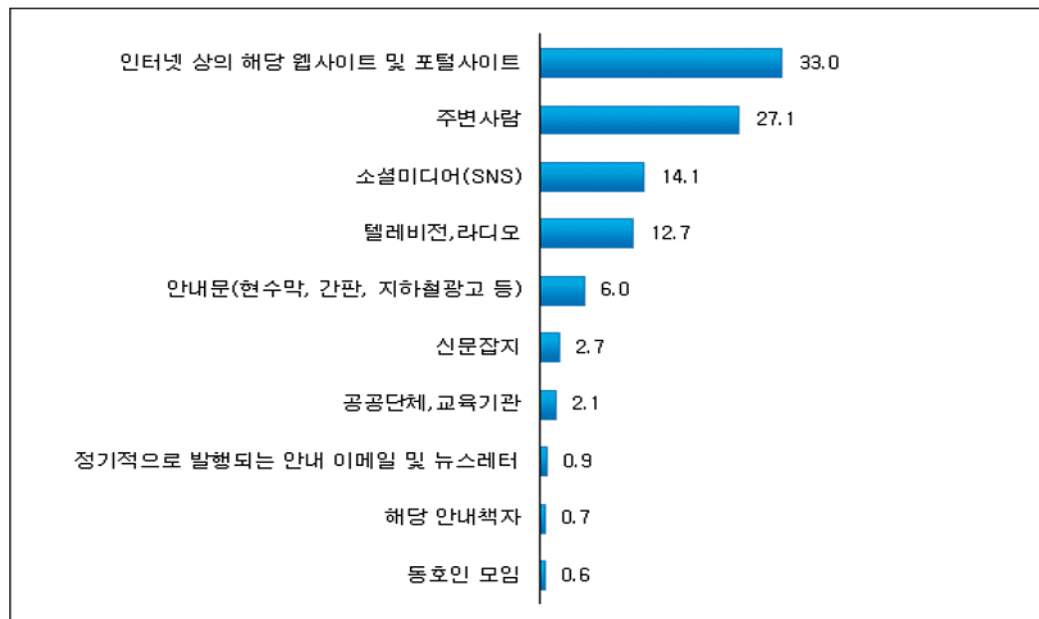
(단위: %)



- 문화예술행사 관련 정보는 주로 ‘인터넷’을 통해 습득하는 것으로 나타남
- ‘인터넷상의 해당 웹사이트 및 포털사이트(33.0%)’, ‘주변사람(27.1%)’, ‘소셜미디어(SNS)(14.1%)’, ‘텔레비전, 라디오(12.7%)’ 등의 순으로 획득함
 - 그 밖에 현수막, 간판, 지하철 광고 등의 안내문(6.0%), 신문잡지(2.7%), 공공단체·교육기관(2.1%) 등의 순으로 정보를 습득하는 것으로 나타남
 - 정기적으로 발행되는 안내 이메일 및 뉴스레터(0.9%), 해당 안내책자(0.7%), 동호인 모임(0.6%) 등은 1% 이하로 매우 적은 비율을 차지하였음

<그림 3-5> 문화예술행사 관련 정보 습득 경로

(표본수: 8,298명, 단위: %)

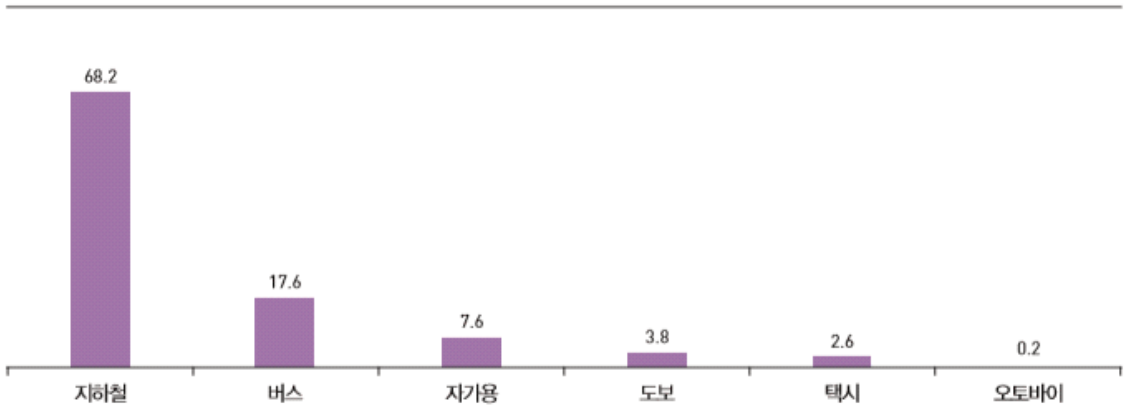


2) 대학로 연극 관람객 현황 분석³²⁾

○ 대학로 연극 관람객의 대학로 이동 교통수단으로는 ‘지하철(68.2%)’, ‘버스(17.6%)’, ‘자가용(7.6%)’ 등의 순으로 나타남

<그림 3-6> 대학로 이동 교통수단

(Base=전체, N=500, 단위: %)



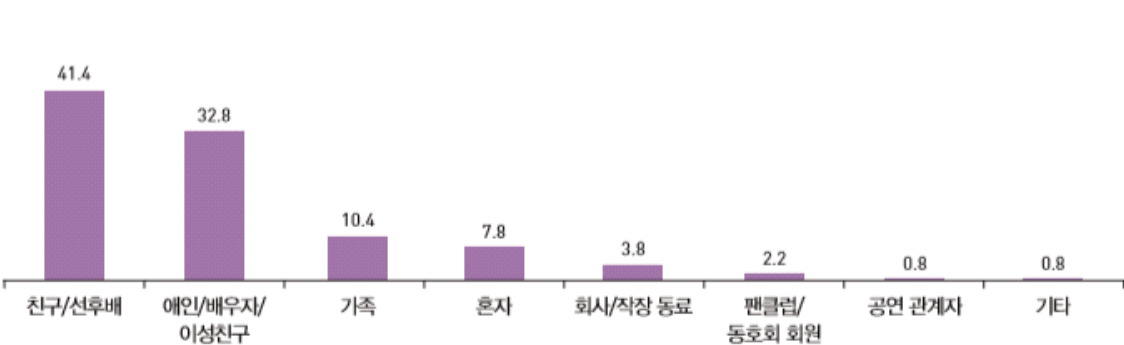
○ 대학로 연극 관람객은 주로 ‘친구/선후배’와 함께 관람하고, 평균 공연 관람 동반자 수는 ‘2.6명’으로 나타남

– 대학로 공연 관람 동반자는 ‘친구/선후배(41.4%)’, ‘애인/배우자/이성친구(32.8%)’, 가족(10.4%), 혼자(7.8%) 등의 순으로 나타남

<그림 3-7> 공연 관람 동반자 및 동반자 수

(Base=전체, N=5,000, 단위=%)

평균 동반자 수 2.6명

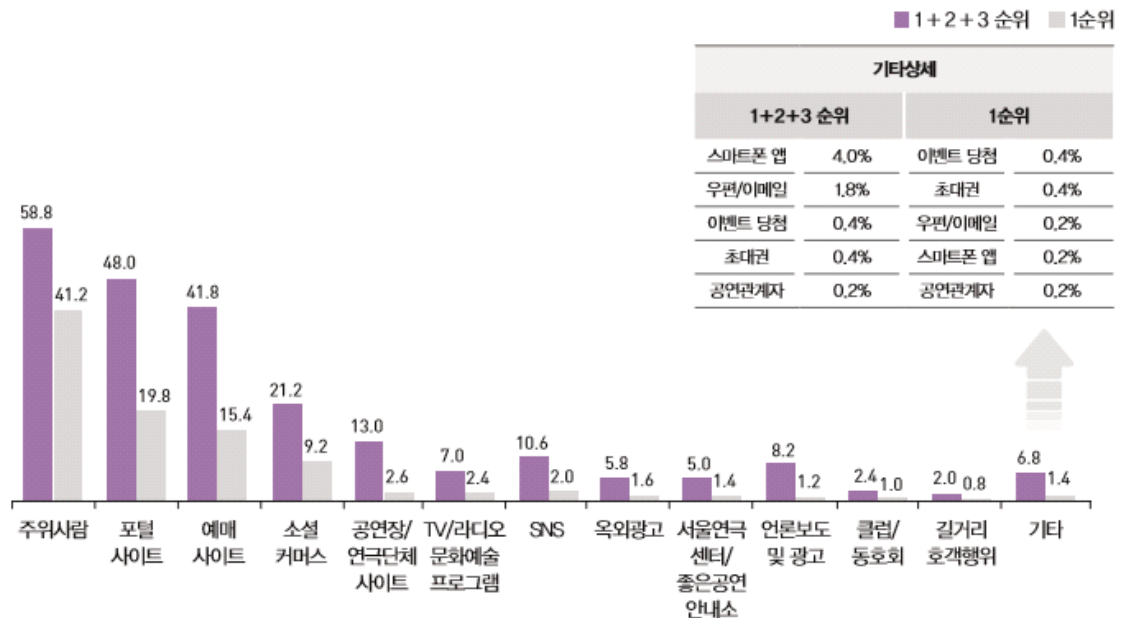


32) 서울문화재단, 2013 대학로연극실태조사 보고서, pp.141~163 발췌 및 인용

- 대학로 연극 관람객의 공연 정보 수집경로는 ‘주위사람(41.2%)’, ‘포털사이트(19.8%)’, ‘예매사이트(15.4%)’, ‘소셜커머스(9.2%)’ 등의 순으로 나타남

<그림 3-8> 공연 정보 수집경로

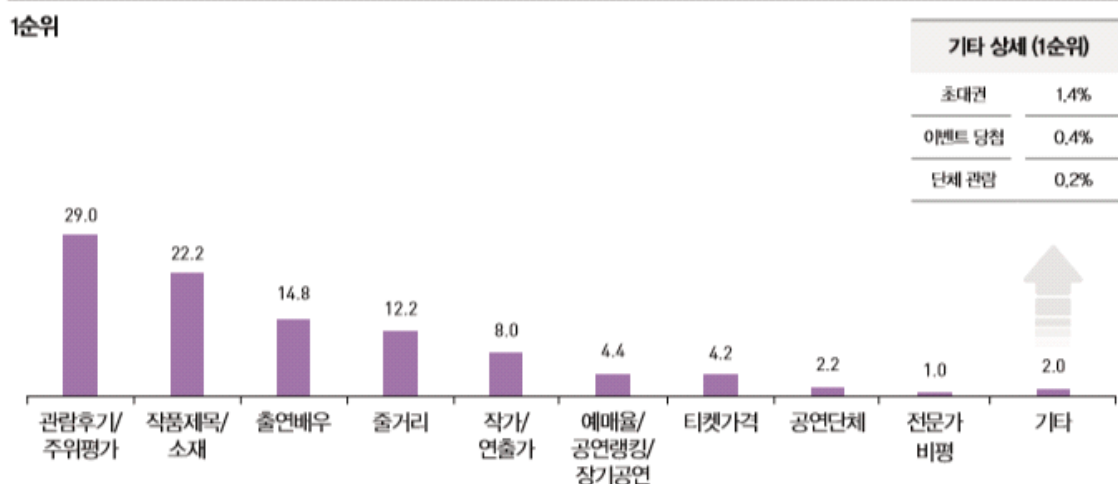
(Base=전체, N=500, 단위: %)



- 대학로 연극 관람객의 공연 선택에 영향을 미친 요소로는 ‘관람후기/주위평가(29.0%)’, ‘작품제목/소재(22.2%)’, ‘출연배우(14.8%)’, ‘줄거리(12.2%)’ 등의 순으로 나타남

<그림 3-9> 공연 선택에 영향을 미친 요소

(Base=전체, N=500, 단위: %)



○ 대학로 연극 관람객은 공연 관람 전·후로 지출하는 총 액수는 1인당 평균 20,111원인 것으로 나타남

<표 3-5> 공연 관람 전·후 소비 금액 합계

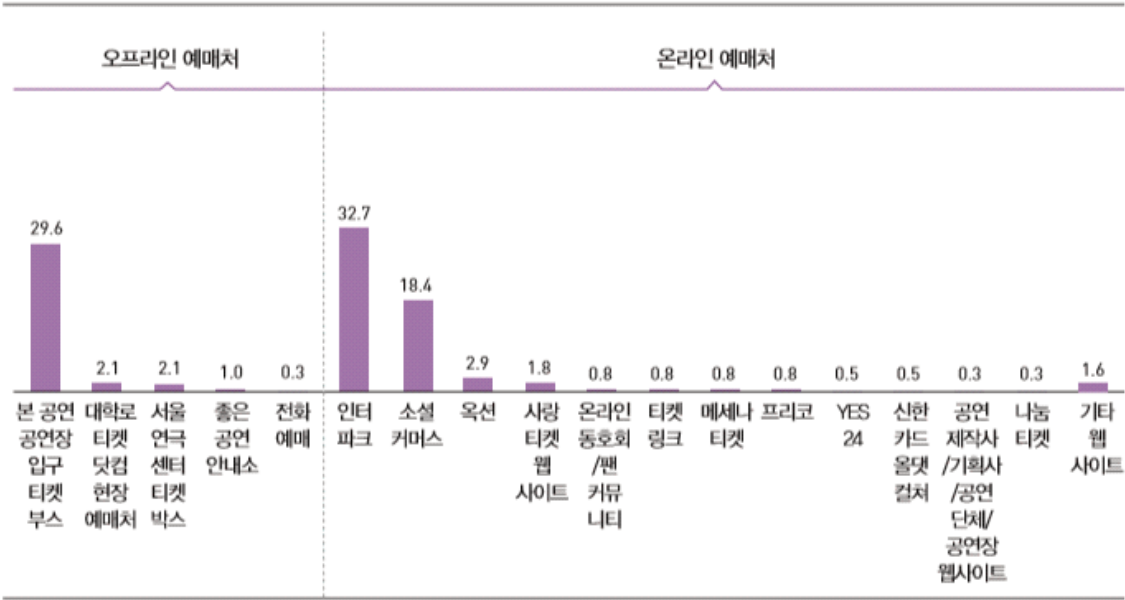
구 분	공연관람 전	공연관람 후	합계
1인당 평균 소비금액	10,466원	9,566원	20,111원

○ 대학로 연극 관람객 중 해당 공연의 ‘유료 관람’ 비중은 77.2%, ‘무료 관람’은 22.8%로 나타남

○ 대학로 연극 관람객의 티켓 구매 장소는 ‘온라인 예매처(62.1%)’, ‘오프라인 예매처(35.1%)’, ‘모름(2.9%)’ 순으로 나타남
 – 세부 경로로는 온라인 예매처의 경우 ‘인터파크(32.7%)’가, 오프라인 예매처의 경우 ‘본 공연 공연장 입구 티켓 부스(29.6%)’가 1순위로 나타남

<그림 3-10> 티켓 구매 장소 (세부 경로)

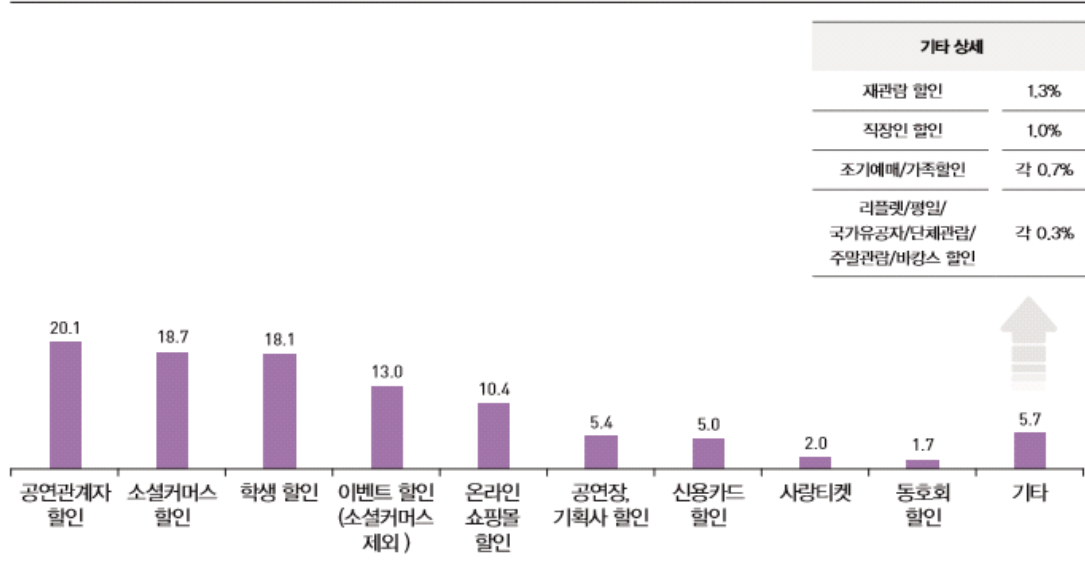
(Base=유료관람객, N=386, 단위: %)



- 대학로 연극 관람객 중 공연 티켓 구매시 할인을 받은 응답자는 77.0%이고, 할인 유형은 ‘공연관계자 할인(20.1%)’, ‘소셜커머스 할인(18.7%)’ 순으로 나타남

<그림 3-11> 티켓 할인 유형

(Base=티켓할인관람객, N=298, 단위: %)



- 대학로 연극 관람객은 평균 실제 지불 가격은 13,430원으로 나타남

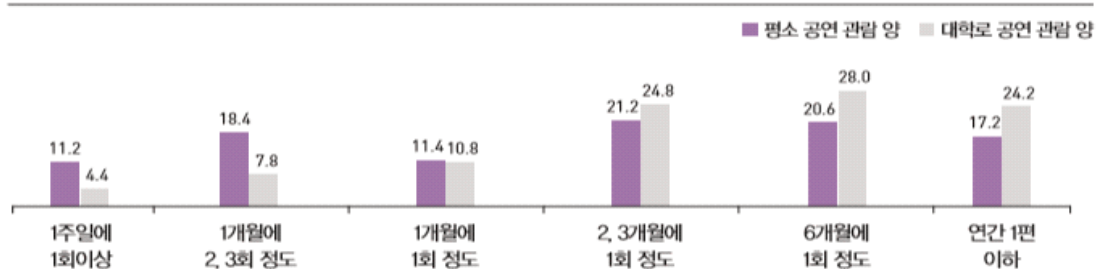
<표 3-6> 티켓 정가 및 할인 후 지불 가격

구 분	티켓 정가	할인 후 지불 가격
평균값	27,580원	13,430원
중앙값	30,000원	11,000원

- 대학로 연극 관람객은 ‘평소 공연 관람 양’은 ‘2,3개월에 1회 정도(21.2%)’가 가장 많고, ‘대학로 공연 관람 양’은 ‘6개월에 1회 정도(28.0%)’가 가장 많게 나타남

<그림 3-12> 공연 관람 양

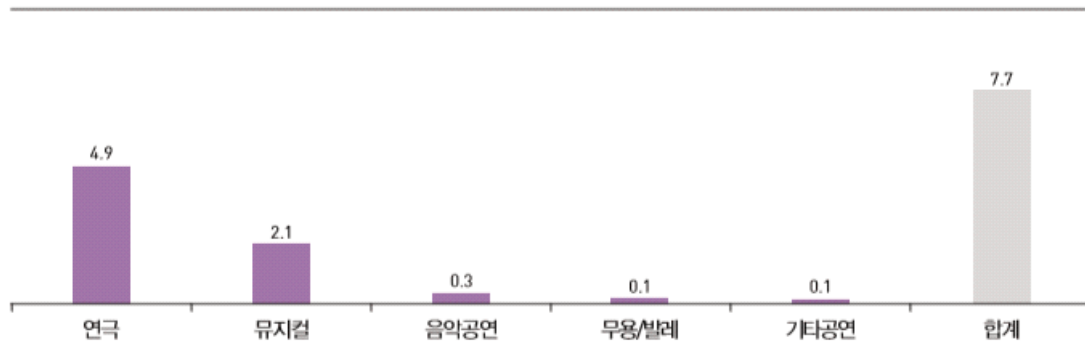
(Base=전체, N=500, 단위: %)



- 대학로 연극 관람객의 지난 1년간 대학로 장르별 평균 관람 편수는 ‘연극’이 4.9편으로 가장 높게 나타남

<그림 3-13> 지난 1년간 대학로 장르별 평균 관람 편수

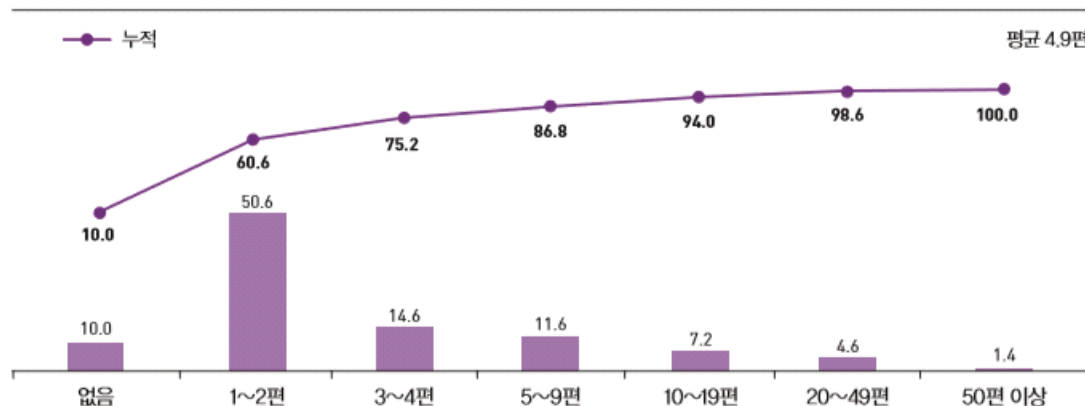
(Base=전체, N=500, 단위: %)



- 지난 1년간 대학로 연극 관람 편수가 ‘1~2편(50.6%)’인 응답자가 가장 많게 나타남

<그림 3-14> 지난 1년간 대학로 연극 관람 편수

(Base=전체, N=500, 단위: %)



3) 시사점

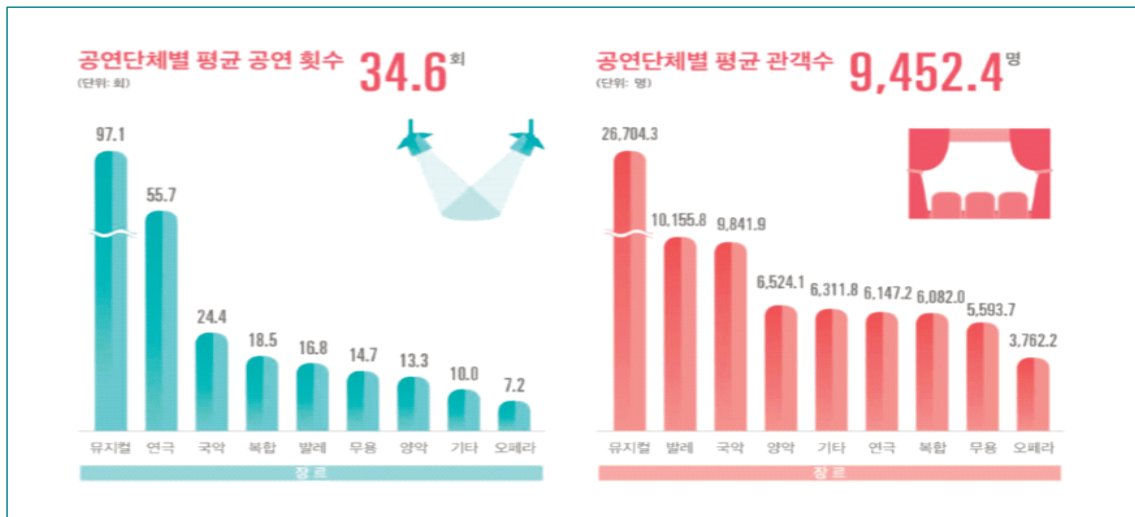
- 대중들의 연극 관람에 대한 의지가 높게 나타나고 있어 이를 고려한 체계적인 연극 관람 수요 개발 전략이 마련된다면 성과가 있을 것으로 전망함
 - 연극은 ‘관람률(14.4%)’에 비해 ‘관람 의향률(20.5%)’이 높게 나타남

- 문화행사 참여의 기준이 ‘작품의 질’이 가장 크게 작용하고 있어 연극 생태계의 건강한 발전을 위한 문화정책과 창작현장의 혁신적 노력이 필요
 - 문화예술행사 보완이 필요한 부분은 ‘작품의 질’과 ‘관람비용’ 순으로 나타남
 - 공연단체별 평균 관객수(9,452명)에 비해서 연극 단체는 6,147명으로 매우 낮음
- 연극 평균 관람료를 낮춘다면 관람수요(특히 청소년)의 획기적인 증가가 가능함
 - 연극 장르의 평균 티켓 가격(17,234원)이 영화 평균 티켓 가격(9,000원)에 비해 2배가 비쌈
 - 15~19세의 경우 다른 연령대에 비해 ‘관람비용을 낮추어야 한다’ (36.2%)고 응답한 경우가 가장 높음
- 중장년층을 끌어들이 수 있는 연극과 참여 프로그램의 개발이 필요
 - 국내에서 연극 관람 주 연령대는 20~30대 여성인데 비해 선진국(특히, 미국)은 40대 중반 이상임
 - 연극은 50대 이상 중장년층의 참여율이 매우 낮음
- 연극 관람수요 확대를 위한 온라인 홍보 강화가 필요
 - 공연 정보를 주로 ‘인터넷상의 해당 웹사이트 및 포털사이트’, ‘주변사람’, ‘소셜미디어(SNS)’ 등을 통해 획득함
 - 대학로 연극 관람객의 공연 정보 주요 수집경로 역시 ‘주위사람’이고, 공연 선택에 영향을 미친 주요 요소로서 ‘관람후기/주위평가’로 나타남
- 대학로 연극 관람객은 티켓 구입비 대비 1.5배의 추가 비용을 소비함으로서 해당 공연장 인근 지역 경제를 활성화하는 역할을 수행함
 - 공연 관람 전·후로 지출하는 총 액수는 1인당 평균 20,111원이고, 연극 티켓 구입을 위한 평균 실제 지불 가격은 13,430원으로 나타남
- 예술인의 경제적 곤란은 상대적 박탈감과 자긍심 저하로 이어져 연극 생태계 발전에 저해됨에 따라 연극인에 대한 사회안전망을 위한 대책 마련 필요
 - 응답자의 57.4%는 ‘전업 예술인’이고, 겸업 예술인의 73.6%는 ‘낮은 소득’과 ‘불규칙한 소득’ 등으로 예술활동에 전념하지 못함
 - 지난 1년간 예술인의 예술활동 개인 수입은 평균 ‘1,281만원’임

1) 공연단체 실태³³⁾

- 연극 단체별 평균 관객수는 9개 장르 중 6위로 나타남
 - 공연단체별 평균 공연 횟수(34.6회)에 비해서 연극 단체는 55.7회로 월등히 높음
 - 반면에 공연단체별 평균 관객수(9,452명)에 비해서 연극 단체는 6,147명으로 매우 낮음

<그림 3-15> 공연단체별 평균 공연 횟수 및 관객수



- 연극 장르의 평균 티켓 가격은 17,234원으로 나타남
 - 연극 단체 수는 900개가 있으며, 이들 공연의 유료관객비중은 63.1%이고, 평균 티켓 가격은 17,234원임

<표 3-7> 공연단체 주요활동장르별 공연 실적

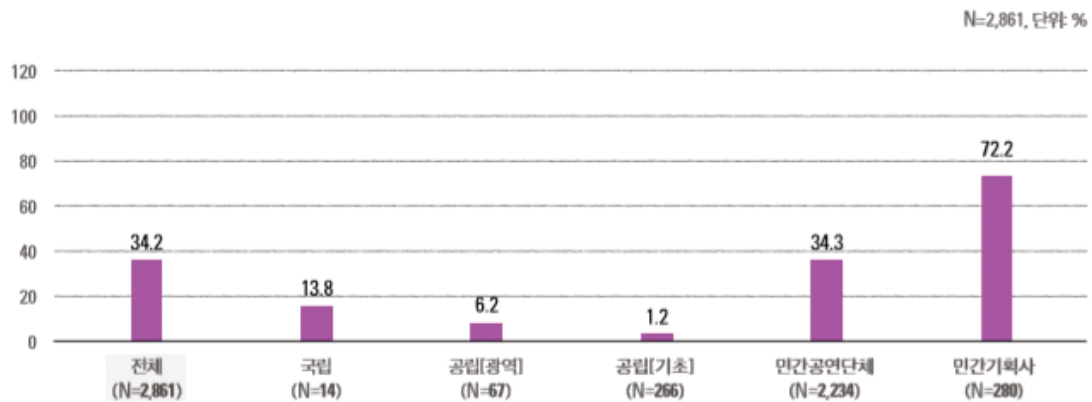
구분	단체 수 (개)	공연건수(건)		공연일수(일)		공연횟수(회)		관객수(명)		유료 관객 비중 (%)	평균 티켓 가격 (원)	
		합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균			
전체	2,861	33,629	11.8	75,247	26.3	99,067	34.6	27,043,448	9,452.4	36.2	18,461	
주요 활동 장르	연극	900	5,816	6.5	40,229	44.7	62,162	69.1	11,277,181	12,530.2	63.1	17,234
	무용	382	4,548	11.9	6,036	15.8	6,467	16.9	2,612,972	6,840.2	21.2	16,577
	양악	923	10,462	11.3	12,347	13.4	12,898	14.0	6,231,195	6,751.0	22.7	22,470
	국악	509	10,288	20.2	12,766	25.1	13,322	26.2	5,400,802	10,610.6	9.0	13,384
	복합	147	2,516	17.1	3,868	26.3	4,219	28.7	1,521,298	10,349.0	13.9	23,262

33) 예술경영지원센터, 2018 공연예술실태조사, pp.1~198 발췌 및 인용

○ 민간공연단체의 재정자립도는 34.3%로 나타남

- 전체 공연단체의 재정자립도는 34.2%로 나타났으며, 공공단체는 2.7%, 민간단체는 38.6%로 나타남
- 7개 권역별로는 서울이 37.8%로 가장 높게 나타났으며, 비수도권보다는 수도권에서 재정자립도가 높게 나타남

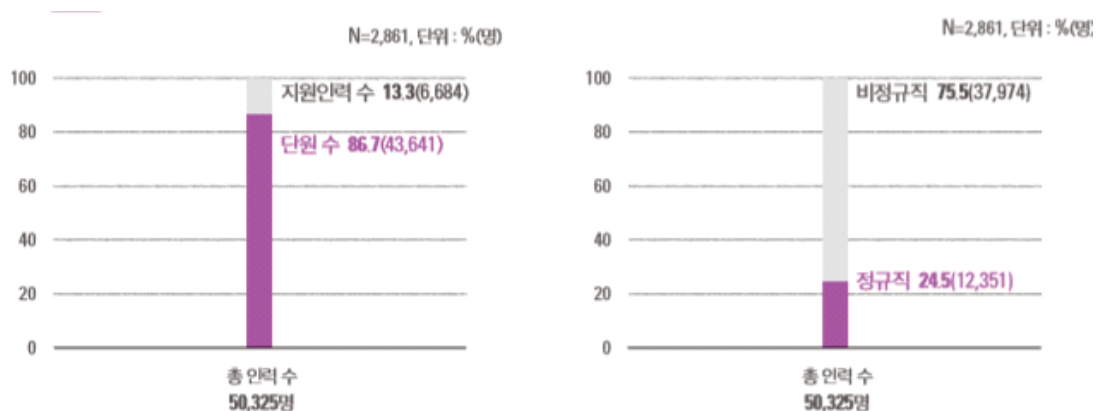
<그림 3-16> 공연단체 특성별 재정자립도



○ 공연단체의 비정규직은 전체의 75.5%를 차지하는 것으로 추정

- 공연단체의 단원은 43,641명으로 전체의 86.7%, 지원인력은 6,684명으로 전체의 13.3%로 추정
- 고용형태별로 살펴보면 정규직은 12,351명으로 전체의 24.5%, 비정규직은 37,974명으로 전체의 75.5%를 차지하는 것으로 추정
- 공연단체의 총 인력은 평균 17.6명으로 조사되었으며, 단원은 평균 15.3명, 지원인력은 평균 2.3명으로 나타남

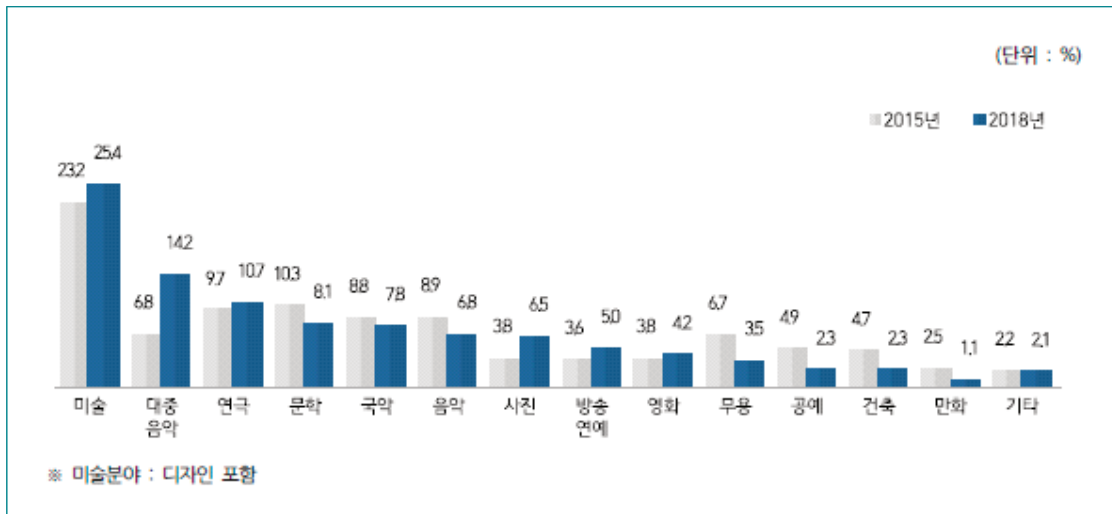
<그림 3-17> 공연단체 업무와 고용형태별 인력비율



2) 예술인 실태³⁴⁾

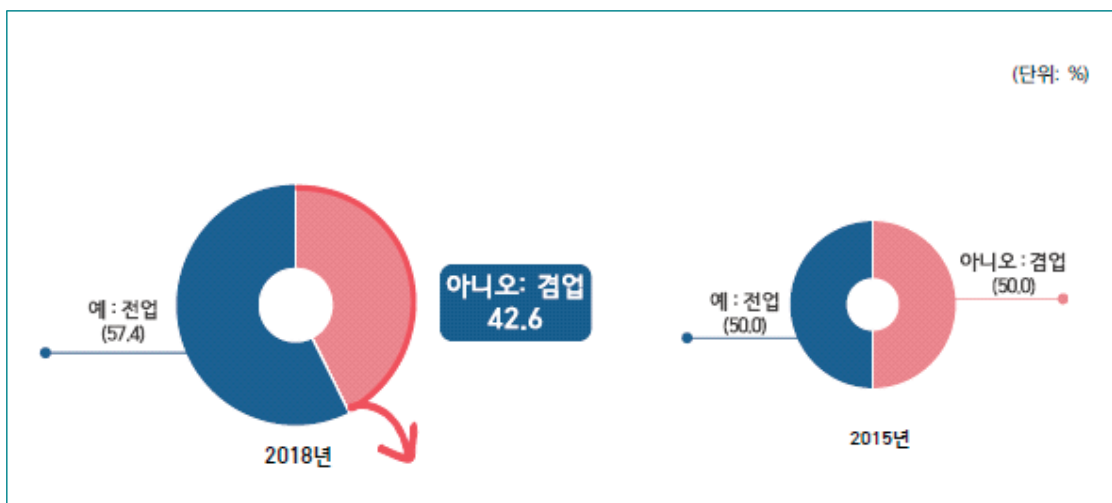
- 예술인들이 주로 활동하고 있는 문화예술분야 14개 중에서 연극은 3위로 매우 높게 나타남
 - 2018년 기준 현재 주로 활동하고 있는 예술분야는 ‘미술’(25.4%), ‘대중음악’(14.2%), ‘연극’(10.7%) 순임
 - 연극의 경우 2015년(9.7%)보다 비율이 1% 높아짐

<그림 3-18> 현재 활동하고 있는 주 예술분야



- 응답자의 57.4%는 ‘전업 예술인’임 (2015년 : 50.0%)
 - 연극의 경우 전체 예술인 평균 57.4%와 동일함

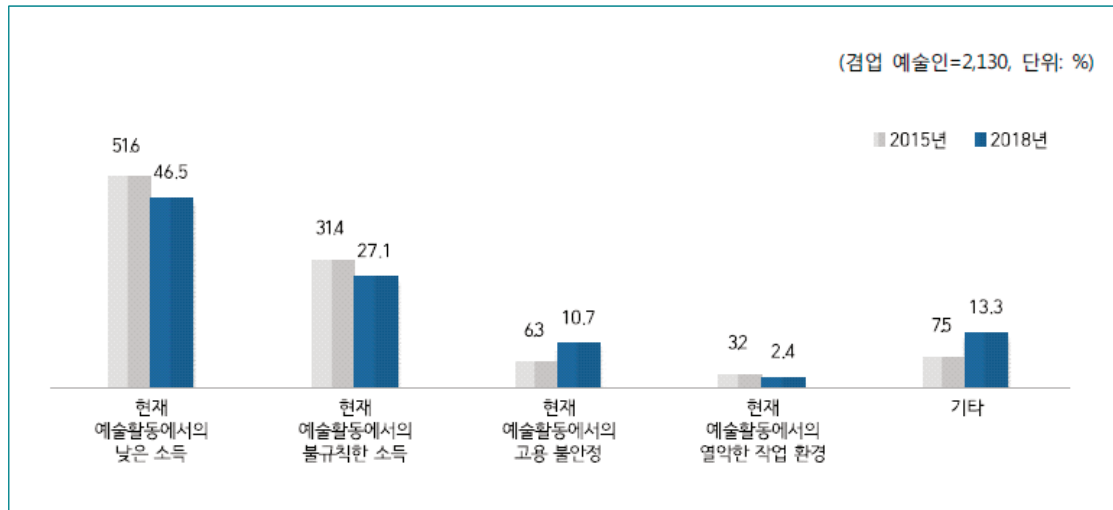
<그림 3-19> 전업 예술인의 예술활동 고용형태



34) 문화체육관광부, 2018 예술인실태조사, pp.15~28 발췌 및 인용

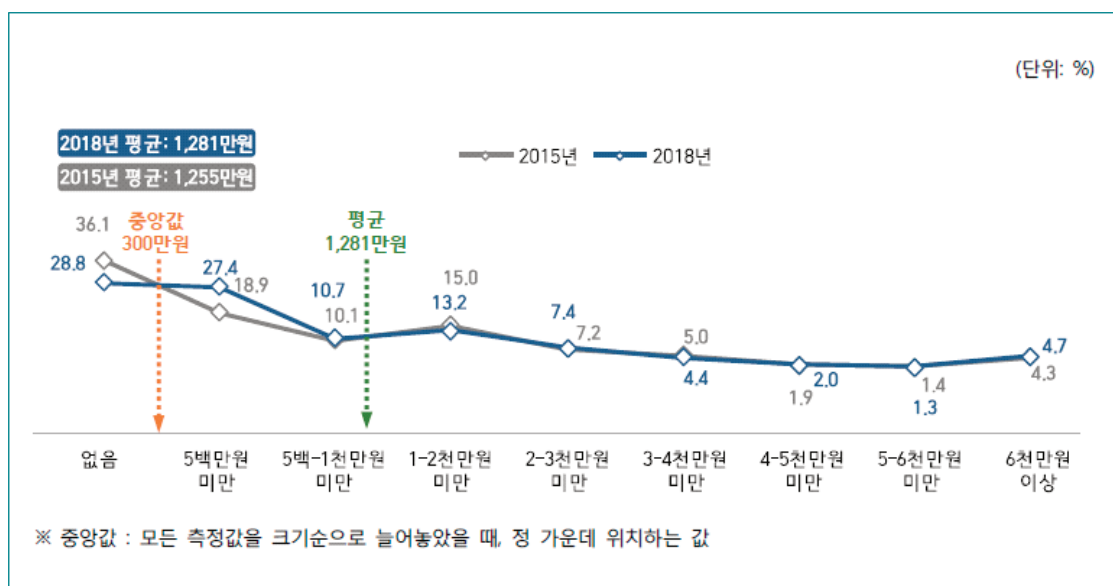
- 겸업 예술인의 73.6%는 ‘소득 문제’로 예술활동에 전념하지 못함
 - 예술활동 외 직업 종사 이유로는 현재 예술활동에서의 ‘낮은 소득(46.5%)’, ‘불규칙한 소득(27.1%)’순임

<그림 3-20> 겸업 예술인의 예술활동 외 직업 종사 이유



- 지난 1년간 예술인의 예술활동 개인 수입은 평균 ‘1,281만원’으로 매우 열악함
 - 중앙값은 300만 원으로 ‘부익부 빈익빈’이 심함
 - 특히, 예술활동 개인 수입이 1,200만 원 미만인 경우는 전체의 72.7%임

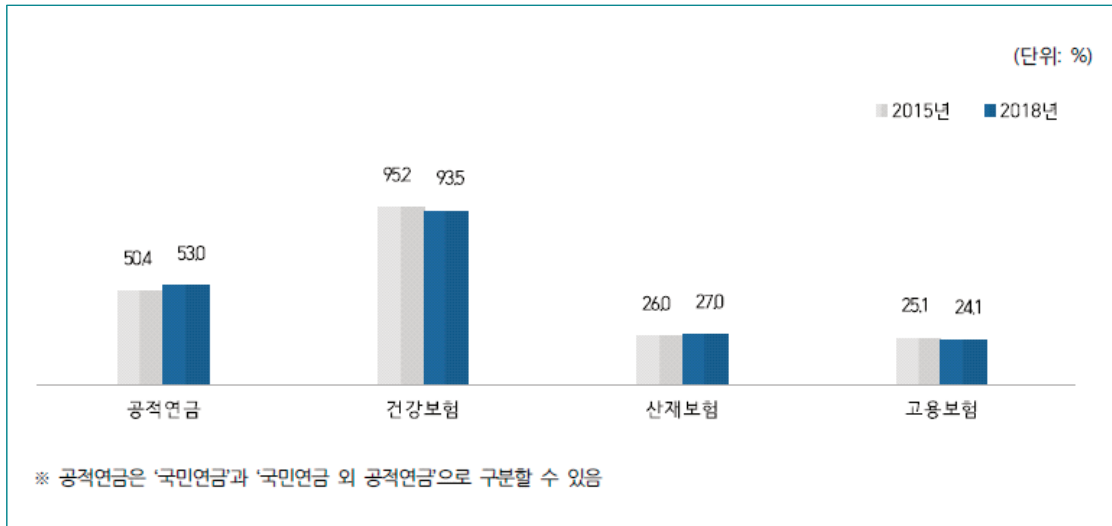
<그림 3-21> 예술인의 예술활동 개인 수입



○ 산재보험이나 고용보험 가입률이 낮게 나타남

- 사회보험 가입률은 건강보험 93.5%, 공적연금 53.0%, 산재보험 27.0%, 고용보험 24.1%임

<그림 3-22> 공적연금/건강보험/산재보험/고용보험 가입률



3) 티켓시스템 실태

○ 직영 티켓시스템

- 가장 큰 장점은 수수료 절감
- 비싼 초기 비용으로 구축하기 어렵고 지속적 투자가 필요
- 공연을 많이 판매하는 판매자의 경우 장기적으로 본다면 이득
- 대표 시스템: 예술의 전당 직영 티켓시스템 SAC Ticket
 - 스마트윌렛 앱 (회원가입, 공연정보 조회, 예매확인, 포인트 적립 등을 간편하게 할 수 있도록 티켓 시스템에 스마트윌렛 앱을 접목시킴), 당일 할인티켓 판매, 공연 관련 부가 서비스 (SAC Tour, 무료리허설 관람)

○ 대행 티켓시스템

- 직영 티켓시스템이 생기기 전까지 공연 티켓시스템의 유일한 유형이었지만 공연 판매에 대한 독점과 높은 수수료, 불공정 계약에 대한 불만이 커짐
- 대표 시스템: 인터파크 Entertainment & Ticket
 - 인기공연 패키지 서비스
 - : 저렴한 가격에 공연을 2개 이상 묶어서 판매

- 예매 대기 서비스
 - : 원하는 좌석이 없거나 매진된 경우 희망 좌석을 선택해 취소 티켓 발생 시 대기자에게 먼저 예매할 수 있는 기회를 제공하는 시스템
- 멤버십 서비스의 차별화
 - : 2015년 새로운 멤버십, 토폰을 선보여 다양한 혜택 제공
- 공연 관련 정보
 - : 공연정보 사이트인 PLAY DB / 대학로 공연 카테고리
- 인터파크는 문화특구 지역인 대학로를 공연 티켓시스템에 접목시켜 공연 순위부터 관련 소식, 추천 공연과 대학로 자유이용권을 구매자에게 제공

○ 문화N티켓

- 예매·발권 시스템 이용이 어려운 소규모, 영세 문화예술공연단체(시설)을 지원하기 위한 수수료 없는 티켓 판매 플랫폼(문화체육관광부와 한국문화정보원이 함께 2018년 오픈)
- 공연전시단체를 지원하고 차별 없는 국민의 문화생활을 위한 문화 관람지원 플랫폼
- 수수료 없는 티켓판매 대행
- 홍보비 없는 공연전시 홍보
- 다양한 문화행사의 종합적인 정보서비스
- 문화N티켓의 서비스
 - 관람 가능한 모든 문화정보를 확인할 수 있고 바로 예매까지 가능
 - 공연에 한정된 정보가 아닌 지역행사, 지역축제, 체험, 전시 등 다양한 장르 선택 가능. 무료관람 가능한 상품도 안내
 - 위치기반 서비스로 가까운 주변 관광정보, 문화행사, 문화시설 정보 확인 가능
 - 주변 가까운 곳의 키오스크에서 자유 티켓 발권 및 모바일 화면에서 직접 발권 가능
 - 문화공연 활성화를 위해 다양한 이벤트를 통해 문화 체험의 기회 제공

IV. <2020 연극의 해> 프로그램 제안

IV

<2020 연극의 해> 프로그램 제안

1 기본 방향

1) 비전 : “연극을 통한 문화강국 실현”

- <2020 연극의 해> 지정의 기본 목적은 블랙리스트와 미투 운동 등 문화 예술계의 상처를 극복하고 연극 생태계의 지속가능한 발전을 통한 연극 관람 수요창출과 미래 발전의 계기를 모색하는 것임
- 비전으로 “연극을 통한 문화강국 실현”이라 설정, 연극 생태계의 건강한 발전을 통해 국내의 관람기반 확장과 국제적 진출의 발판을 확립하여 한류로 대표되는 문화산업의 국제경쟁력과 비견되는 연극예술 산업화의 계기 마련
- 연극 생태계 모든 주체들이 과거의 상처를 극복하고 사람들에게 삶의 의미와 긍정적인 미래의 꿈을 전해줌으로써 연극무대를 통해 미래에 대한 자신감과 문화적 자긍심을 갖도록 함
 - **관객**은 연극창작 현장의 중요한 주체로서 문화예술 서비스의 수동적 소비자가 아니라 적극적 참여자로서 연극관람을 통해 내국인에게는 문화시민으로서의 자부심, 외국 관광객들에게는 한국예술에 대한 매력을 느끼도록 함
 - **창작자**는 배우, 시나리오 작가, 연출가, 무대예술가 등 역할과 전문성이 다르지만 각자의 창작역량을 극대화하고, **기획자와 홍보담당자**는 혁신적 전략으로 관람객 기반을 확대함
 - **극장**은 국공립, 민간 등 운영주체의 서로 다른 목적의식과 경영 방식에도 불구하고 디지털 기술을 도입하고 혁신적 창작공간을 제공하여 관람객들에게 공연예술 체험의

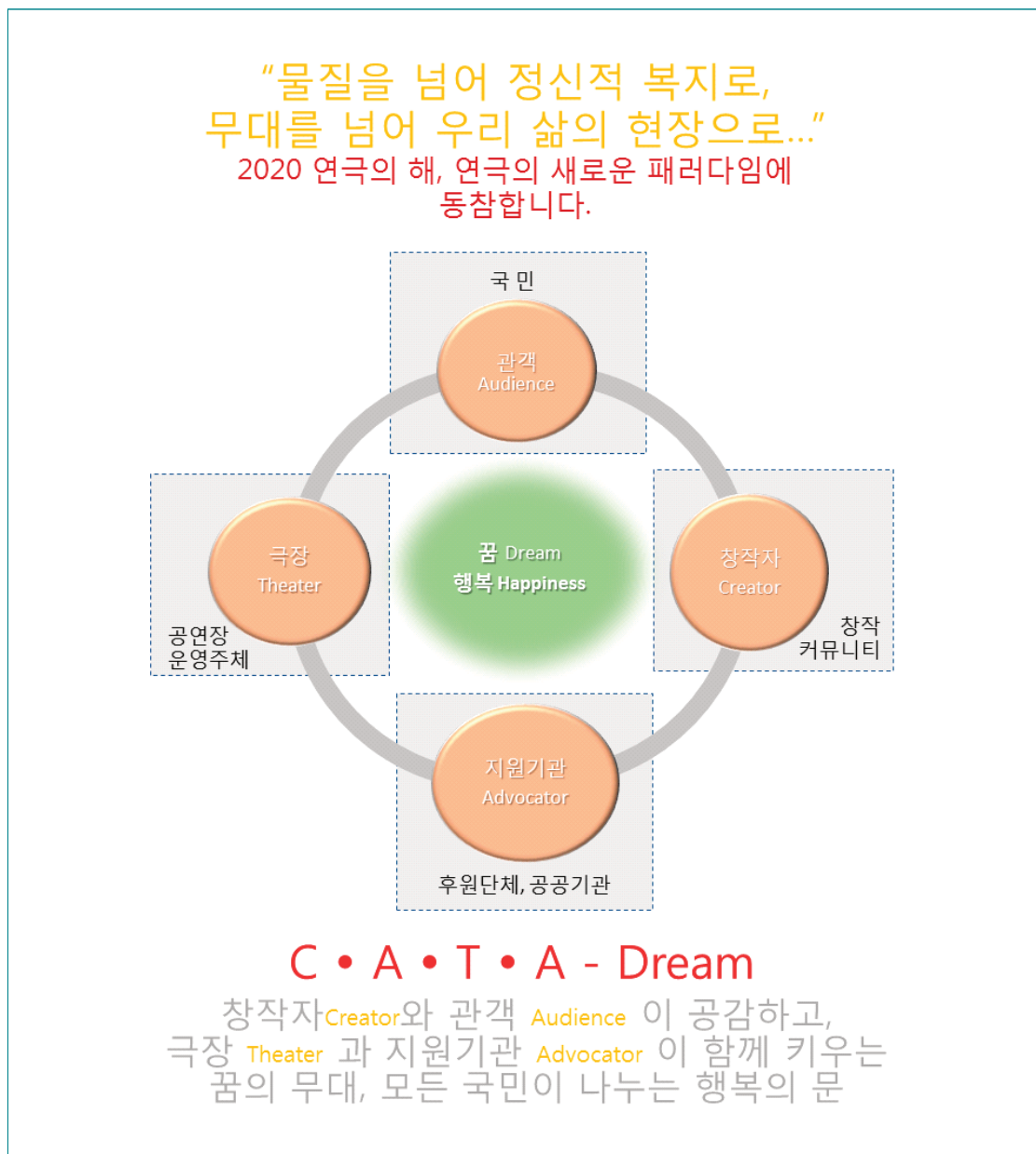
감동을 느끼도록 함

- 중앙정부와 지방자치단체 등 지원기관, 기업이나 문화단체 등 후원기관 등은 극장을 중심으로 관객과 창작자들이 소통하는 공간이 존립하고 발전할 수 있는 제도적, 재정적, 기술적 지원을 제공해주어 국민 전체적으로 행복추구권과 문화권을 보장하는 기능을 수행함

<그림 4-1> 2020 연극의 해 프로그램 구조



<그림 4-2> 연극 생태계 구성주체 개념도



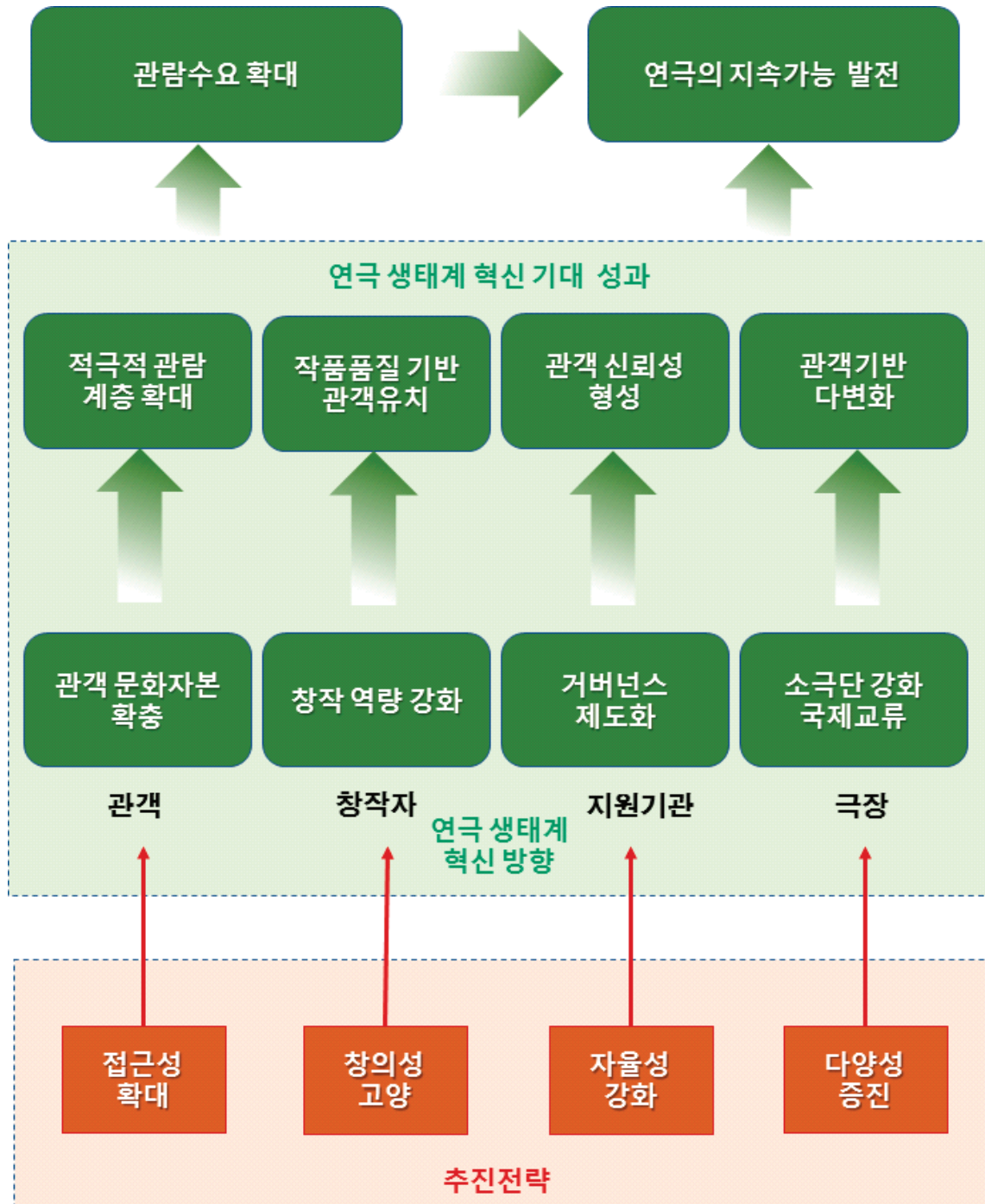
2) 슬로전 : “일상 속에서의 우리 연극, 세계 속의 한국 연극”

- 국민들의 일상생활 속에서 친근하게 다가서는 연극무대, 일상의 스토리가 연극무대에 올려지고, 예술적 가치가 창조되는 과정에서 창작자와 관객들이 함께 참여함
- 연극은 영화, 뮤지컬, 드라마 등 모든 문화산업의 기본이 되는 기초예술로서 연극생태계의 혁신과 디지털 기술 융합을 통해 문화예술 산업으로서 국제적인 경쟁력을 갖추어야 할 것임

3) 전략목표 : 창작역량과 자생력 강화

- <2020 연극의 해>는 한국 연극이 기초예술로서의 예술적 가치와 예술 산업으로서 시장 경쟁력을 동시에 추구하자는 연극계의 결단을 국민들에게 호소하고 국민적 공감대 속에서 합리적 정책지원을 요청한다는 의미를 가지고 있음
- 창작역량은 기존방식 연극무대의 한계를 극복하기 위해 디지털 기술과 아날로그 요소를 융합하는 능력, 문화적 다양성을 창조적 자원으로 승화하는 능력, 다양한 계층과 세대의 이질적 취향을 만족시키는 능력 등을 포괄함
- 자생력은 극장·극단의 ‘경제적 자립’ 생태계의 건강한 발전이 후세대에까지 미칠 수 있는 ‘지속가능성’까지 포함
- 연극 생태계 혁신 방향을 ① 관객 문화자본 확충, ② 창작역량 강화, ③ 거버넌스 제도화, ④ 소극단 지원 강화 및 국제교류 증진으로 설정
- 연극 생태계 혁신의 성과는 ① 적극적 관람계층 확대, ② 작품 품질 기반 관객유치, ③ 관객의 신뢰성 제고, ④ 관객 다변화로 나타남
- 연극 생태계 혁신의 궁극적 목적은 양적인 측면과 질적인 측면에서 관람수요를 확대하여 많은 국민들이 연극공연에 참여하여 연극예술의 독특한 가치에 공감하고 연극을 통해 삶의 의미를 찾을 수 있도록 하는 것임
- 관람수요 확대는 실질적 관람객 유치를 위한 여건을 강화하는 것으로 연극예술의 지속 가능한 발전의 근원이 되므로 미래세대와의 균형과 조화를 이루는 지속가능한 연극발전의 중요한 요소임

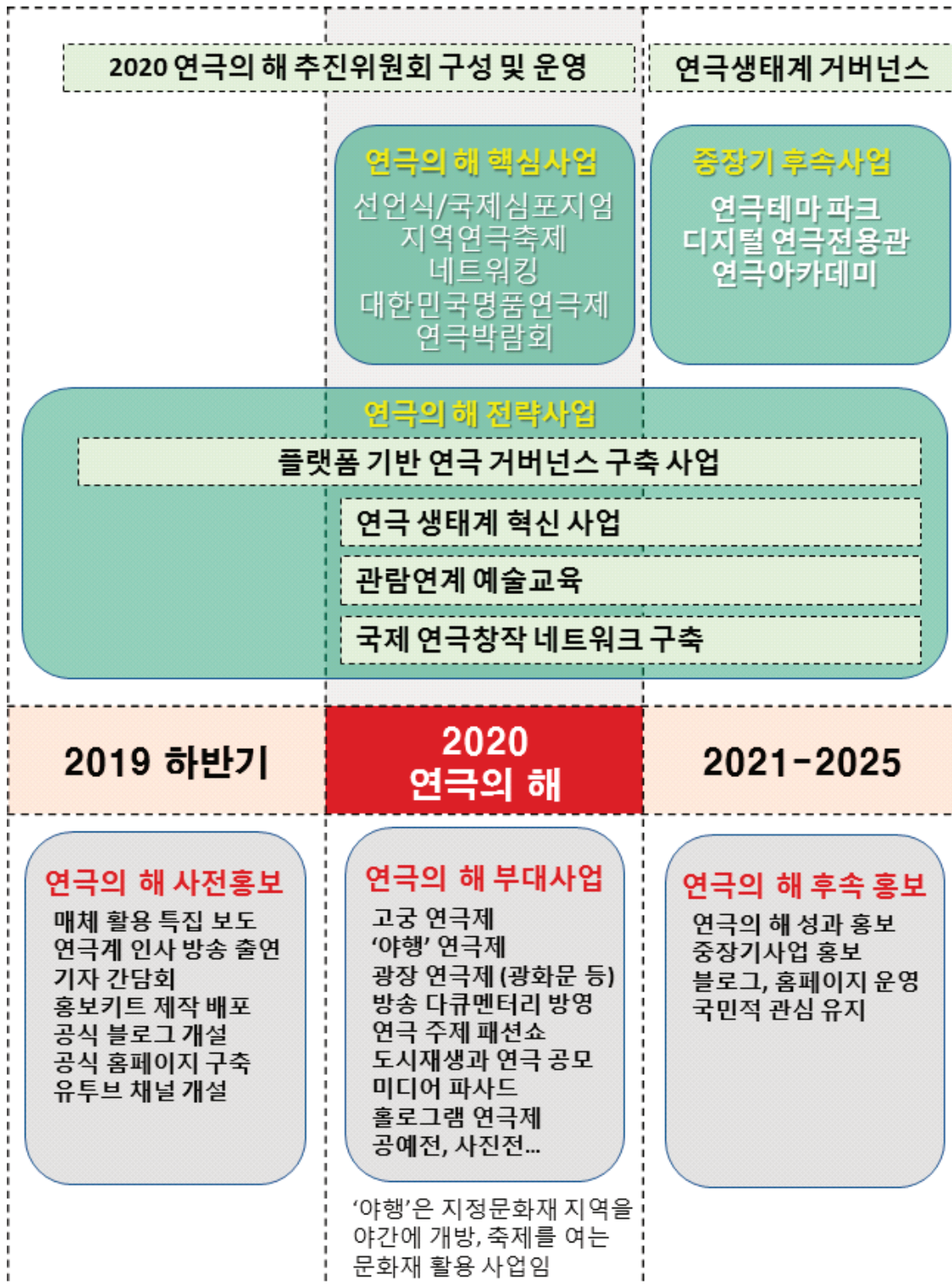
<그림 4-3> 추진전략과 전략목표



4) 추진전략

- 문화기본법 제2조에서 정한 기본이념에 따라서 ‘자율성’, ‘다양성’, ‘창조성’의 원리를 적용하고, 연극 관객 기반 확대라는 특수한 목적에 대한 처방으로서 ‘접근성’의 원리를 추가하여 실천적 행동방향을 설정
 - 특히 블랙리스트 사태는 자율성과 다양성의 이념을 위반하였고, 향후 재발될 수 있기 때문에 <2020 연극의 해> 계기로 이러한 원칙의 중요성을 환기하고 모든 프로그램의 이념적 방향으로 설정
- **접근성 확대**는 관객 측면에서 학교교육, 평생교육, 가정교육 등 과정을 통한 ‘관객의 문화자본 확충’을 통해 소득수준 등 사회경제적 격차, 언어 등 문화적 격차 등을 넘어 연극예술의 가치를 이해하고 관람의사 결정, 공연현장 참여, 반복적 공연 참여 의지 강화하는 ‘적극적 관람 계층’을 형성하는 과정임
- **창의성 고양**은 창작자 측면에서 ‘창작 역량강화’를 통해 완성도 높은 고품질 작품이 무대에 올려 품질 높은 작품을 기대하는 관람객의 요구를 충족시킴
- **자율성 강화**는 다양한 주체의 지원기관과 연극종사자 등이 참여하는 ‘거버넌스 제도화’를 통해 지원기관, 특히 중앙정부 및 지방정부의 부당한 간섭을 배제하고 투명하고 공정한 절차를 정착시켜, 관객들의 신뢰성을 확보함
- **다양성 증진**은 전국의 국공립 극장과 민영극장이 각자의 정체성에 따라서 다양한 창작활동을 함으로써 얻어짐. 특히 소극장의 가시성을 보장하고 다문화 사회화와 국제적 유동인구의 증가를 감안하여 국제적 네트워크를 확대하여 관객기반의 다변화를 추구함

<그림 4-4> <2020 연극의 해> 프로그램 추진일정



1) 기본방향

- 2020 연극의 해 프로그램은 두 개 층위의 사업으로 구성됨
 - 첫째로 **‘연극의 해 중점사업’**은 4개 사업을 기-승-전-결 방식으로 구성하여 ‘연극의 해’의 상징적 의미를 부각하면서 단기적으로 창작역량과 자생력을 강화하는 프로그램임
 - 중점사업 중에서 ‘연극박람회’는 중장기적으로 ‘연극 아카데미’, ‘디지털연극 전용 극장’, ‘연극아카데미’로 발전시켜 확고한 연극관객 기반을 바탕으로 한국연극의 예술 산업화로 이행하도록 함
 - 둘째로 **‘연극의 해 전략사업’**은 중장기적으로 생태계 혁신과 관람객 기반 확충에 기여하는 사업들로서 중장기적 추진사업을 연극의 해를 맞아 첫째 사업에 착수하는 프로그램임
 - 전략사업은 연극의 해 착수는 하였으나 한국연극의 생태계 강화와 예술산업 발전을 위해 핵심적인 사업으로 중장기적으로 이어가야 할 사업들임
- **‘연극의 해 중점사업’**은 2020.1월부터 2월까지 준비를 거쳐 3월 **‘선포식과 국제심포지엄’**, 3월부터 10월까지 **‘지역연극축제 네트워크 사업’**, 국립극단 창단기념 행사가 시작되는 4월부터 대한민국연극제가 열리는 6월까지 **‘대한민국 명품 연극제’**를 진행한 후 10월 **‘연극 박람회’**를 개최하게 됨
 - 이들 중점사업은 **‘해피로드관객지원 사업’**과 연동되어 진행되는데, 중점사업 전체에 대한 완전한 기획과 참가주체들 확정, 세부 프로그램 개발 등에 관한 모든 의사결정이 ‘2019년 말까지’ 이루어져야 하고, 이를 기반으로 2020년 1월~2월간 시즌티켓 개념의 티켓 판매, 해피로드관객지원 사업이 동시에 시행되어야 함
 - 이를 위하여 2019년 하반기에 <2020 연극의 해> 추진위원회를 구성하면서 거버넌스 방식의 운영원칙과 온라인과 오프라인 의사 소통과 의사결정 절차를 규정되어야 함
 - 연극의 해 사전홍보를 위해 방송신문을 통한 특집제작 협의, 연극계 인사 방송출연 및 기고문 발표, 문화부 기자 대상 기자간담회 등을 추진함
- **‘연극의 해 전략사업’**은 2019년 하반기 연극계의 충분한 의견을 수렴하고 합리적인 대안을 마련하여 2020년 시범사업을 추진하고 그 이후 중장기 사업으로 연계시키는 방식으로 추진함
 - **‘연극 플랫폼 구축 사업’**은 인적 네트워크와 자원공유에 초점을 맞추어 점진적으로 기능을 강화하는 방식으로 추진하고 온라인 티켓팅과 공연정보 접근은 기존의 다른 자원을 활용하도록 함. 단 플랫폼은 전문성과 혁신역량을 갖춘 운영주체가 선정되어야 함
 - **‘연극생태계 혁신 사업’**은 창작역량과 자생력 강화를 위한 여러 가지 사업을 병렬적으

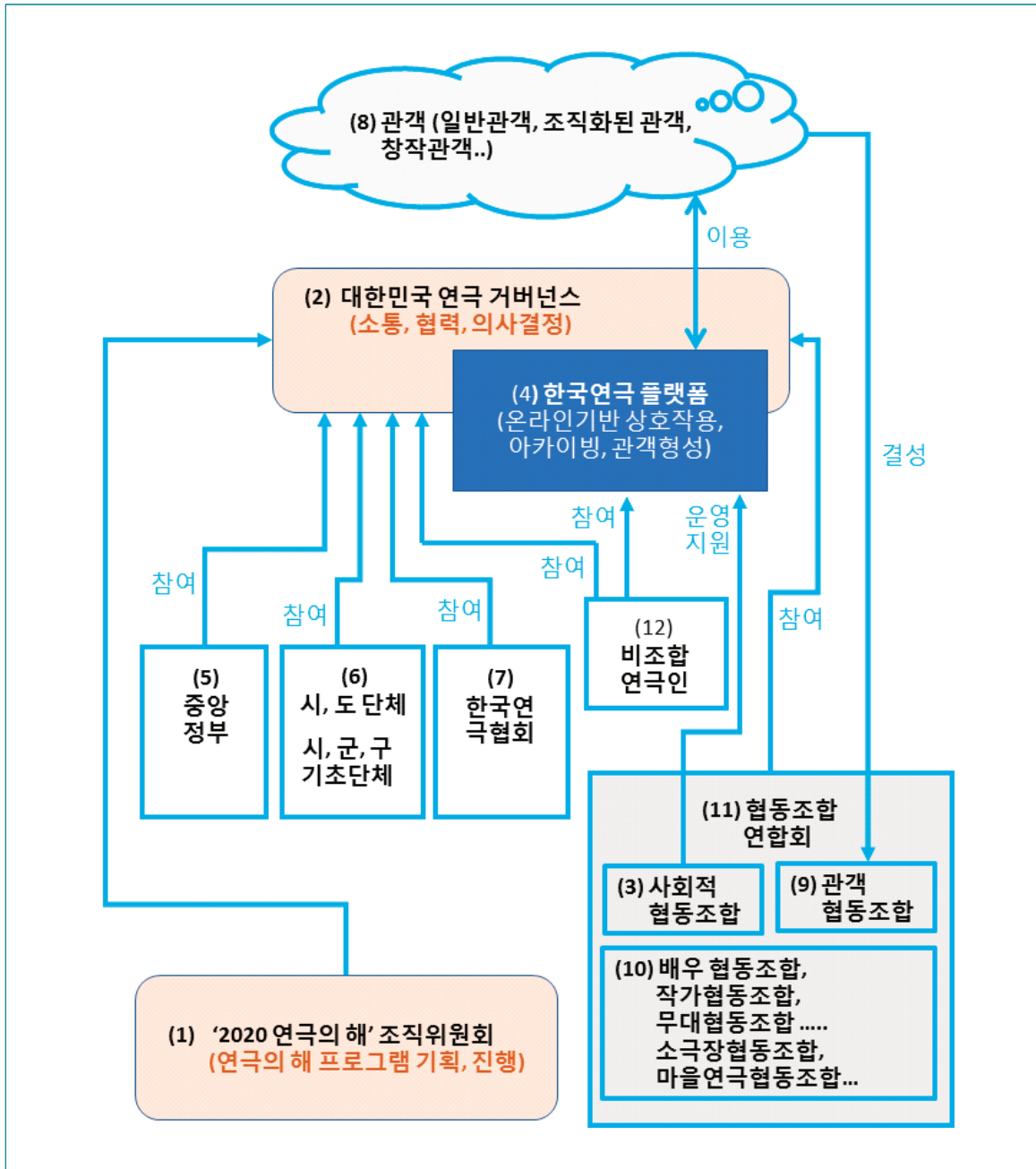
- 로 수행하는 프로그램으로 사업성과를 높이기 위해서 작은 단위의 사업으로 나누어 상호 연계하여 사업성과를 극대화 하도록 진행함
- ‘**관람연계 예술교육**’은 지역연극축제 네트워킹과 대한민국 명품 연극제 등 중점사업과 연계하여 극단이 직접 수행하는 예술교육 사업으로 충분한 시간을 부여하여 극장 및 극단의 창의적인 교육 프로그램을 개발 할 수 있도록 함
 - ‘**국제 창작네트워크 구축**’은 2019년 하반기부터 국제적 조직화 작업이 착수되어야 함
 - 부대사업은 연극 해 상징성을 부각하고, 연극예술에 대한 국민적 이해와 관심을 증진하고 연극의 해 핵심사업 홍보 차원에서 추진
 - 경복궁 등 고궁에서 진행하는 고궁 연극제, 문화재 활용 프로그램인 ‘야행’과 연계된 야행 연극제 등 **문화유산 연극제**
 - 장소의 상징성과 접근성을 활용한 **광장 연극제**, **공원 연극제**, **거리 연극제**
 - 방송사와 공동으로 연극 관련 **다큐멘터리 제작·방영**, 연극인 출연 **토크쇼**, 연극의 해 단위 사업별 기자회견 등 **미디어 홍보**
 - 연극 관련 복식 주제의 **패션쇼**, 연극관련 소품 중심 **공예전**, 연극 주제 **사진전**
 - 디지털 기술과 접목한 새로운 연극무대를 선보이기 위한 홀로그램 연극제, 연극주제 이미지 중심의 **미디어 파사드** 등 추진
 - 단위 프로그램들 추진과정에서 공간과 인력 배치를 종합적으로 편성하여 상호 연계성과 시너지 효과를 거두도록 편성함

○ 2021년 이후 후속사업

- 연극의 해 핵심사업과 전략사업은 5년 이상 중장기 사업으로 지속 추진
- 연극박람회는 지역재생 사업과 연계하여 연극 테마파크, 연극 아카데미 기능을 수행하는 중심으로 발전시킴
- 지역 연극제 네트워킹 사업은 선택과 집중을 통한 지역 연극제 명품화 추진
- 국제 네트워킹 사업은 아시아연극 페스티벌 등 폭넓은 국제협력 채널 구축
- 해피로드는 2020 연극의 해 사업성과를 분석하여 관람수요의 전략적 개발에 부합하는 방향으로 확대 발전

2) <2020 연극의 해> 프로그램 추진 거버넌스 구축

<그림 4-5> 연극 거버넌스 체계도



- 연극의 해 추진위원회는 ① 전국의 250개 극단대표 및 연극 관계자 대표, ② 300명 목표의 연극 관람객 협동조합(이용자 협동조합) 조합원 대표, ③ 연극협회 16개 시·도 지회와 연출가, 극작가 등 직능별 단체 대표, ④ 중앙정부, 지방자치단체 등 지원기관, 공공 및 민간 부문 후원단체 대표 등으로 구성(총 50명)

- 연극의 추진위원회는 다양한 연극 협동조합 등 주체들과 함께 거버넌스에 참여하여
 <2020 연극의 해> 프로그램 추진에 관한 절차를 투명하고 공정하게 운영되도록 함
- 연극 거버넌스는 연극 생태계의 모든 주체들이 상호신뢰 기반으로 소통과 협력을 통해
 심도 있는 숙의와 공정하고 투명한 의사결정이 이루어지는 시스템으로 운영
 - 중앙정부, 지방자치단체, 한국연극협회 등 기존의 연극관련 기관 및 단체가 참여하고,
 연극인들이 지역별, 직능별로 협동조합을 결성하여 거버넌스에 참여함

3 월별 주요 행사 및 프로그램 세부내용

월 별	주요 사업
1월	<2020 연극의 해> 추진위원회 신년회
2월	연극의 해 중점사업 시즌티켓 판매 해피로드 관객지원 사업 착수
3월	<2020 연극의 해> 선포식, 국제심포지엄 지역연극축제 네트워킹 사업 착수
4월	대한민국 명품 연극제 지역연극축제 네트워킹 사업 추진
5월	대한민국 명품 연극제 지역연극축제 네트워킹 사업 추진
6월	테마별 초청연극제 지역연극축제 네트워킹 사업 추진
7월	지역연극축제 네트워킹 사업 추진
8월	지역연극축제 네트워킹 사업 추진
9월	지역연극축제 네트워킹 사업 추진
10월	연극박람회 지역연극축제 네트워킹 사업 추진
11월	국제공동제작 연극공연
12월	사업평가

1) 추진 배경

- 대한민국 연극예술의 발전을 염원하는 연극인과 각계각층 인사들의 목소리를 담아 “연극을 통한 문화강국 실현” 비전 제시와 “일상 속에서의 우리 연극, 세계 속의 한국연극” 슬로건 선언
- 한국 현대연극과 한국전통공연의 연속성 상실, 연극 창작현장의 낮은 자생력과 만성적 자, 글로벌화와 국제적 문화 다양성의 영향, 디지털 융합과 기초예술로서 연극의 순수성 유지의 균형 문제, 사회변동과 사회적 갈등 속에서 연극의 기능과 책임 문제 등 문제의식을 제기
- 국제협력 파트너를 유럽, 미주 등 선진국 중심으로 설정해오던 과거의 방향을 바꾸어 아시아 지역 국가와의 긴밀한 협력과 공동창작을 강조
 - 문화적 다양성이 농축된 아시아 지역의 다양한 스토리와 문화자원을 연극의 예술적 가치와 산업적 성과로 재창조, 국제적 창작공동체를 통한 연극생태계의 활성화 도모

2) 추진 방향 및 목표

- 추진방식에 관하여,
 - [제1안] 연극계가 주관하여 문화행사 방식으로 추진하고 정부 측 인사를 초청하는 형식의 민간주도 행사로 추진
 - [제2안] 정부와 연극협회가 공동으로 추진하고 연극계 인사, 정부 및 정치계 인사 등이 참여하는 민관합동 행사로 추진
 - [제3안] 행위예술 차원에서 진행하는 상징적 선언식 검토 (민간주도)
- 연극의 해 선포식과 함께 국제심포지엄 개최
 - 러시아 연극의 해 행사 담당 정부 측 인사, 미국 시카고 연극의 해 담당 시정부 담당간 부나 시카고 극장연맹 관계자 초청
 - 아시아공연예술 창작자 네트워크 창립, 아시아 연극 공동창작 플랫폼 발기인 회의 등 아시아 국가들과의 긴밀한 협력 네트워크 구축을 위한 프로그램과 병행 추진

3) 기간·장소

- 추진시기를 동절기가 지난 **3월 경 추진**, 연극의 해 연중 프로그램에 관한 계획을 발표하고 지역연극 축제의 연쇄적 개최를 시작하는 의미를 살림

- 장소는 ‘대학로’와 ‘연극박람회 개최지 선정도시’로 정하여 ‘연극의 해’의 상징성을 부각함

4) 주최·주관

- 한국연극협회 주관(민간주도 행사), 또는
- 문화체육관광부와 한국연극협회 공동 추진 (민관협동 행사)

5) 행사규모 : 선언식 기본방향에 따라서 가변적

6) 주요 내용

- 선언식 (선언문 낭독, 상징적 퍼포먼스, 연극계와 정부의 메시지 전달 등)
- 국제심포지엄 (러시아, 미국, 영국 등 연극의 해 지정 국가 담당자, 연극분야 창작자와 학자 등 초청)
- 국제협력 네트워킹 행사 진행 (아시아공연예술 창작자 네트워크 창립, 아시아 연극 공동 창작 플랫폼 발기인 회의 등)

7) 소요 예산 : 400,000천원

- 선포식 진행 경비 : 100,000천원
- 국제학술대회 : 200,000천원
- 미디어 제작 및 홍보 : 100,000천원

8) 기대 효과

- <2020 연극의 해> 지정의 의미와 비전에 대한 국민적 이해, 연극예술 발전에 대한 국민적 공감대 형성의 계기
- 한국 문화예술 발전의 새로운 전환기로서 연극예술 발전을 위한 정책지원과 생태계 혁신을 위한 다양한 노력 집중 계기
- 유럽과 북미 지역 선진국에 치중한 국제교류 및 해외진출의 방향을 아시아 국가 중심의 협력네트워크와 공동제작 체제 확보로 전환
 - 국내 다문화인구의 증가, 한국방문 아시아 국가 관광객의 증가, 한국기업의 현지의 영향력 등을 감안할 때 관람객 유치를 획기적으로 증대
 - 한국에 대한 국가이미지 제고, 한국제품 구매력 향상 등 기대

1) 추진 배경

- 연극 관람료에 대해 부담으로 인해 관극을 못하는 사람들을 대상으로 관람료 일부를 지원하는 제도를 통한 관객 저변 확대
- 해피로드 관객지원사업을 통해 관객 붐을 일으켜 참여 극단에게 재정적, 심리적 지원의 효과를 줌
- 1991년 <연극영화의 해> 사업의 일환으로 시작된 ‘사랑티켓’ 제도가 관객을 확대하는데 기여한 바 이를 토대로 한 후속사업 필요

2) 추진 방향 및 목표

- 사랑티켓 제도의 장점은 활용하고 단점들은 개선시킬 수 있는 방식으로 사업 추진 방향을 삼음
- 연극의 해 기념으로 일시적인 시행을 통해 중장기적으로 지속시킬 수 있는 방안을 마련하는 것을 목표로 삼음
- 연령과 지역에 한계 없이 국민 누구나 이용할 수 있도록 하며, 창작 중심형 극장에만 지원가능하게 제한함
 - 창작 중심형 극장이란 공연기간이 한 달이 넘지 않고 아마추어단체가 아닌 프로단체의 공연이어야 하며 티켓가격이 3만원이 넘지 않는 공연을 주최하는 극장

3) 사랑티켓 주요 내용

- 1991년 <연극영화의 해> 사업의 일환으로 시작됨
 - 문예진흥기금 예산으로 ‘관객의 붐을 조성하고 결과적으로 참가 극단에 대한 지원이 되도록 한다’는 목적으로 시행

<표 4-1> 사랑티켓 연혁³⁵⁾

년도	내용
1991	‘연극영화의 해’를 맞아 서울지역에서 사랑티켓사업 실시 : 연극분야에 국한, 5월과 10월에 한시적으로 운영
1995	서울 대학로에 사랑티켓 티켓박스 설치
1998	공연예술6개 단체가 ‘좋은공연만들기협의회’를 구성하여 서울사랑티켓 지원을 주관하고 사랑티켓 시행분야를 확대함(연극외에 무용, 음악, 전통, 국악분야도 참가)
1999	서울사랑티켓을 연중 상시운영체제로 개편
2001	지역사랑티켓사업개시(시범지역4개 지역 최초 실시)
2002	사랑티켓을 온라인으로 예매 및 정보시스템 구축(www.artbank.or.kr)
2003	지역사랑티켓사업추진-광주,대구,인천,부천,과천한마당축제
2004	지역사랑티켓사업추진-마산국제연극제,충남,제주,고양,의정부,부산국제연 극제
2005	서울사랑티켓지원방식의 변경-회원제에 바탕을 둔 온라인 예매방식으 로 개선(예매홈페이지 개설 : www.sati.or.kr)
2006	지원금의 재원이 문예진흥기금에서 복권기금으로 전환
2008	소외계층대상으로 한 사업으로 제도 개편

자료 : 한국문화예술위원회, 「2008년도 사랑티켓 사업 설명회」, www.sati.or.kr

○ 2016년까지 운영되고 폐지

- 당시 저소득 문화소외계층에 지원하는 ‘통합문화이용권’과 사업 성격이 중복되고, 개
인보다는 단체에게 수혜가 편중되는 등 사업취지가 변질됐다는 이유³⁶⁾

35) 임영준(2007), 관객개발을 위한 관객개발 활성화 방안연구, 동국대학교 석사학위논문, p.35발췌

36) 박수영, 내년도 사랑티켓 폐지에 지역 공연계 ‘한숨’, <http://www.joongdo.co.kr/main/view.php?key=201611271140>,

- 가장 근본적인 문제점으로 수혜대상의 제한을 꼽을 수 있음
 - 기존 문예진흥기금에서 2006년 복권기금으로 넘어가면서 수혜대상이 기존에 공연을 많이 관람하는 2~30대 여성들에서 24세 미만(청소년), 60세 이상(노년)으로 2008년부터 제한이 되면서 활용도 면에서 떨어진데 그 원인이 있음³⁷⁾
- 그 외의 문제점으로 재원의 불확실성
 - 2006년 복권기금과 지방비의 연동비율이 4:1에서 2007년 2.8:1, 2008년 1.3:1, 2009년 1:1로 복권기금 재원이 축소되면서 서울사랑티켓은 일궈터제를, 지역사랑티켓은 공연에 할당 가능한 티켓매수가 줄어들었으므로 회원들의 원성이 높아지고 공연예술단체들은 재원의 불확실성으로 인해 공연계획을 세우는데 어려움이 따름³⁸⁾
- 또한 대중성 있는 인지도가 높은 일부 작품에만 관객이 몰려 공연단체의 창작활성화를 도모한다는 의도가 퇴색됨
 - 시행됐던 시기 중 3년간의 동향을 보면 참가작 중 5%의 작품만이 50%이상의 사랑티켓 지원금을 받았고, 그 작품들도 코미디물이나 뮤지컬에 치우치는 등 장르의 편중화가 심각하였음³⁹⁾

4) 기간 · 장소 · 방법

- 대한민국연극제 예선대회가 전국적으로 진행되는 4~6월에 중점적으로 추진
- 5대 광역시를 포함하여 전국적으로 배포
- 온라인 판매도 효율적일 수 있지만 전체적인 티켓 관리나 작품에 대한 거리 홍보 등 여러 방면의 이점을 생각하여 오프라인으로 우선 시행

5) 주최 · 주관

- 문화체육관광부
- 2020 연극의 해 추진위원회
- 한국연극협회 해피로드 관객지원사업팀

2016.11.27.

37) 최윤우(한국소극장협회 사무국장) 전화인터뷰, 2019.07.19.

38) 박희영(2009), 수요자 지원 사업으로서의 '사랑티켓' - 그 현황분석과 개선방안에 대한 고찰, 영남대학교 석사학위논문
2001년부터 지역사랑티켓 제도가 시행되면서 지방비가 재원으로 지원되기 시작하고, 복권기금은 2004년부터 일부 지원되기 시작됨

39) 정재엽(2004), 대학로 소극장 연극의 상업화 현상과 사랑티켓 제도 효과에 대한 연구, 경희대학교 석사학위논문

6) 추진규모

- 전국 규모로 추진하되 문화·예술 활동의 서울집중 현상을 막기 위해 지역에 극장이 3개 이상 있거나 티켓통합부스를 운영할 수 있는 도시에 한하여 최대한 다양한 지역에서 시행

7) 소요 예산 : 700,000천원

- 1인당 7,000원 지원, 총 100,000명
- 기업 협찬을 통해 추가 재원 마련
 - 한국연극협회에 재원 지원을 했던 기업들을 우선 접촉함. 우리은행, KB 국민은행, 우리투자증권, KT 등

8) 기대 효과

- **[관람 장벽 해소]** 비용의 부담을 느끼는 잠재관객들의 진입장벽을 해소하여 더 많은 연극 관람 입문자들을 양성
- **[연극계의 활성화]** 높아지는 수요층을 바탕으로 연극계 생태계에 활력과 재정적인 지원을 제공
- **[사업의 장기화]** <2020년 연극의 해>를 통해 기존 사랑티켓의 문제점과 한계를 극복 및 보완하는 기회를 가지고, 연극계 전반에 긍정적인 영향을 주어 이를 바탕으로 해피로드 관객지원사업의 장기화를 추진
 - 관객, 창작자, 연극인 등 모든 연극 관계자들에게 선순환

1) 추진배경

- 2020 연극의 해 프로그램의 하이라이트에 해당하는 상징적 의미와 연극의 해 주제의식을 선명하게 부각하는 ‘2020 연극 박람회’ 개최
 - 2020년 연초 연극의 해 선언식에서 제기한 화두에 화답하고, 지역 연극제의 전국 네트워킹 사업, 초청연극제 사업, 연극 플랫폼 구축 등 연중 프로그램의 성과를 종합하며, 향후 중장기 추진사업 방향 설정
 - 기술 및 사회 환경 변화 속에서 디지털 문명에 익숙해진 관객을 어떻게 연극공연에 이끌어 들인 것인가, 그 과정에서 연극계의 디지털 격차(digital divide)문제를 어떻게 해결할 것인가, 연극인의 현실적 문제해결을 외면하고 미래의 변화만을 바라볼 것인가, 등을 고민하는 생산적 행사로 진행함
- 연극박람회는 기존의 연극 창작방식으로는 관객유치에 한계가 있다는 문제의식에서 출발
 - 2018년 문화예술 관람률이 전체적으로 81.5%로, 2016년 대비 3.2%, 2003년 대비 19.1% 상승하였음
 - 영화와 대중음악의 경우 각각 75.8%, 21.1%로, 2016년 대비 증가율이 각각 2.5%, 6.5%이고, 2003년 대비 각각 22.5%, 11.2% 증가
 - 이에 비하여 연극과 뮤지컬은 각각 14.4%, 13%로 2016년 대비 증가율이 각각 1.4%, 2.8%임
- 공연예술계 일부에서는 새로운 창작방식을 도입하여 높은 수준의 관객 반응을 얻는 사례가 늘어가고 있다는 사실에 주목
 - 창의적 아이디어로 새로운 양식의 무대연출 (예 : 코미세 오퍼 베를린의 ‘마술피리’, 극단 1927의 ‘골렘’ 등)
 - 네트워크 기술을 이용한 연극공연의 공간적 제약을 극복하는 시도 (예 : 고양 아람누리의 ‘신타지아’, 독일 베를린과 도르트문트를 잇는 “평행세계” 등), 이머시브 씨어터와 같이 공간적 특징을 창조적 가치로 승화 (‘로드씨어터 대학로’, ‘씨어터 RPG 1,7-내일 공연인데 어떡하지’ 등)하는 경향 대두

- 홀로그램 등 3D 입체영상을 활용하여 관객들의 몰입감과 현장감을 증대시켜 새로운 시각적 경험을 제공 (예 : ‘영웅’, ‘금면왕조’)

○ 외국은 디지털 기술의 연극예술 분야 적용에 대한 학문적 연구, 실험적 실천, 국가적 지원 등을 진행하고 있음

- 2013년 1월부터 3월까지 일본재단(Japan Foundation)과 일본협회 뉴욕지부(New York Japan Society)가 공동으로 미국과 캐나다 6개 도시에서 로봇 배우를 무대에 등장시킨 연극, ‘사요나라’(Sayonara)와 ‘아이 워커’ (I, Worker) 두 작품을 총 2,833명 관객 대상으로 18회 공연. 관람객의 90%가 ‘만족’했다고 평가하였고, 83%가 일본 문화와 일본의 기술발전 노력을 이해하는데 도움이 되었다고 답변⁴⁰⁾
- 주한독일문화원은 독일 연극제작자들을 한국에 초청하여 한국 연극계와 함께 디지털 기술을 통한 연극무대 혁신의 방향과 범위에 대하여 토론 (2019. 4. 16~17, 삼일로창고극장). 이후 괴테 인스티튜트 베이징은 베이징에서 현대 연극 속에서의 가상현실에 주목하여 존재와 부재에 대한 문제를 중점적으로 다루었음

○ 최근 연극창작을 위한 크라우드 펀딩에 관객들이 참여⁴¹⁾하는 등 관객집단이 원하는 작품 창작 여건이 형성되어 연극창작 과정이 디지털 네트워크를 통해 관객들과 접속되는 경우 질적으로 다른 연극창작과 관람방식이 도출될 것으로 기대됨

- 정보수집, 문화향수, 자기표출 방식이 기성세대와 질적으로 다른 디지털 세대를 관객으로 이끌어 들이기 위해서는 창작방식도 달라져야 함

○ 무대혁신의 주체는 연극인들이야 하는데, 연극계 종사자들이 느끼는 경제적 어려움이 가장 심각하고 경제적 곤란은 상대적 박탈감과 자긍심 저하로 이어져 연극 생태계 발전에 저해됨

- 예술인복지법 제정과 예술인복지재단 설립 등이 연극예술 종사자들의 경제적 문제 해결에 기여할 것으로 전망하였으나 다수 연극인들이 복지 사각지대에 있어 혁신적인 대책을 강구할 필요가 있음
- 경제적 보상만으로 연극인의 창작 의욕을 고취할 수는 없고 미래 경력발전에 대한 전망, 창작현장 만족도 등 종합적 대책이 필요함

40) North American Audiences' Reaction to Robotics Theater,

<https://www.wochikochi.jp/english/foreign/2013/05/robot-north-american.php>

41) 군 의사사 유족들 참여연극으로 기획한 ‘이등병의 엄마입니다’, 뮤지컬 ‘캣츠’와 ‘비커밍맘’ 등 (2018 공연예술트렌드)

2) 추진방향 및 목표

- 2020 연극박람회의 핵심목표는 ‘연극창작의 혁신과 창조 비전 공유’로 설정하고, 공연예술로서 연극의 보편적 가치와 기초예술로서 연극이 지켜야 할 특수한 가치를 지키기 위해 현재 진행되는 트렌드를 적극적으로 적용(혁신)하고 실질적 문제해결을 위한 획기적인 대안을 마련함(창조)
- 2020 연극박람회는 디지털 혁명 속에서 진행되는 연극예술의 트렌드 변화와 2030 문화비전이 제시한 ‘사람’ 중심 가치의 원칙을 통합하기 위해, ① ‘연극무대의 디지로그(Digilog) 기술융합’과 ② ‘사람중심 연극무대’를 추진전략으로 설정
 - 슬로건 예시 : “2020 연극의 해에 묻는다! 연극예술은 어디로 가는가? 그리고 연극무대는 누가 지키는가?”
 - ‘디지로그’는 일반적으로 ‘디지털 공연’⁴²⁾(digital performance) 개념을 바탕으로 연극 공연 창작과정과 창작결과물이 디지털 요소와 아날로그적 요소가 상생적으로 배합된 상태를 의미함
 - ‘사람 중심’은 연극무대에서 궁극적 가치를 창출하는 주체는 기술적 요소(인공지능을 탑재한 로봇 배우 포함)가 아닌 배우, 연출가, 작가, 무대장치 전문가 등으로, 이들의 경제적 기반 문제와 예술가로서 전문성을 포함하는 개념임
- 2020 연극박람회를 통해 기대하는 성과는, ① 디지로그 기술융합 주제와 관련하여 ‘연극계의 디지털 격차(digital divide) 해소’(최소 성과), ‘연극공연 관람 만족도 극대화’(최대 성과)를 이루고, ② 사람중심 연극무대 주제에서 연극인의 ‘사회경제적 격차(socio-economical divide) 해소’(최소 성과), 궁극적으로 공연예술가로서 ‘창작역량 극대화’(최대 성과)로 설정함
- ‘2020 연극박람회’는 ① 공연, ② 전시, ③ 교육, ④ 컨설팅, ⑤ 캠페인의 다섯 가지 기능과 이벤트를 통해 핵심목표 ‘연극창작의 혁신과 창조’를 달성
 - **[공연]** 두 가지 형태의 작품 상설 공연
 - (홀로그램 등 디지털 공연) 홀로그램, 3D 입체영상, 증강현실 (AR), 가상현실(VR) 디지털 영상을 통해 무대개념을 바꾸고, 관객 몰입을 증가시키는 공연
 - ※ 적용 가능한 홀로그램 기술

42) 디지털 공연(digital performance)은 컴퓨터 기술이 주변적, 보조적으로 사용되지 않고 공연물의 내용, 기법, 미학적 인 측면 또는 전달수단에 걸쳐서 중요하게 사용되는 공연예술을 광범위하게 포함하는 것으로 정의한다. Dixon Steve et Smith Barry, Digital Performance: A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation, Cambridge (MA) : MIT Press, 2007, p. 3

원격지 인물 홀로그램 영상대화 기술(Telepresence), 디지털 부활기술 (Digital resurrection) 등 무대 위의 실제배우와 홀로그램 배우의 상호 연기, 아날로그 무대장치 없는 무대공간에서 실감 배경장치 재생 및 극적 변화

- (아날로그 실험극 창작 무대) 디지털 영상기술에 대한 의존보다 연극 스토리텔링 방식의 실험성, 혁신성을 강조한 공연

- **[전시]** 통상적 박람회 방식으로 부스 또는 섹션을 설치하여 다양한 콘텐츠 제공

- (디지털 연극 장비 및 제작과정 전시) 연극인들의 디지털 기술에 대한 거부감을 해소하고 현실적 제작 과정에 대한 자신감을 가질 수 있도록 기술정보, 제작 체험 기회 제공

※ 국내외 대학교 연구단체, 다수 디지털 영상 업체 참가 요청

- (사회적 경제 주체관) 협동조합, 사회적 기업, 마을기업 등 다양한 형태의 사회적 경제 조직화의 가능성과 기대성과, 국내외 사례 관련 정보 입수, 실질적 협동조합 설립에 관한 상담과 지원

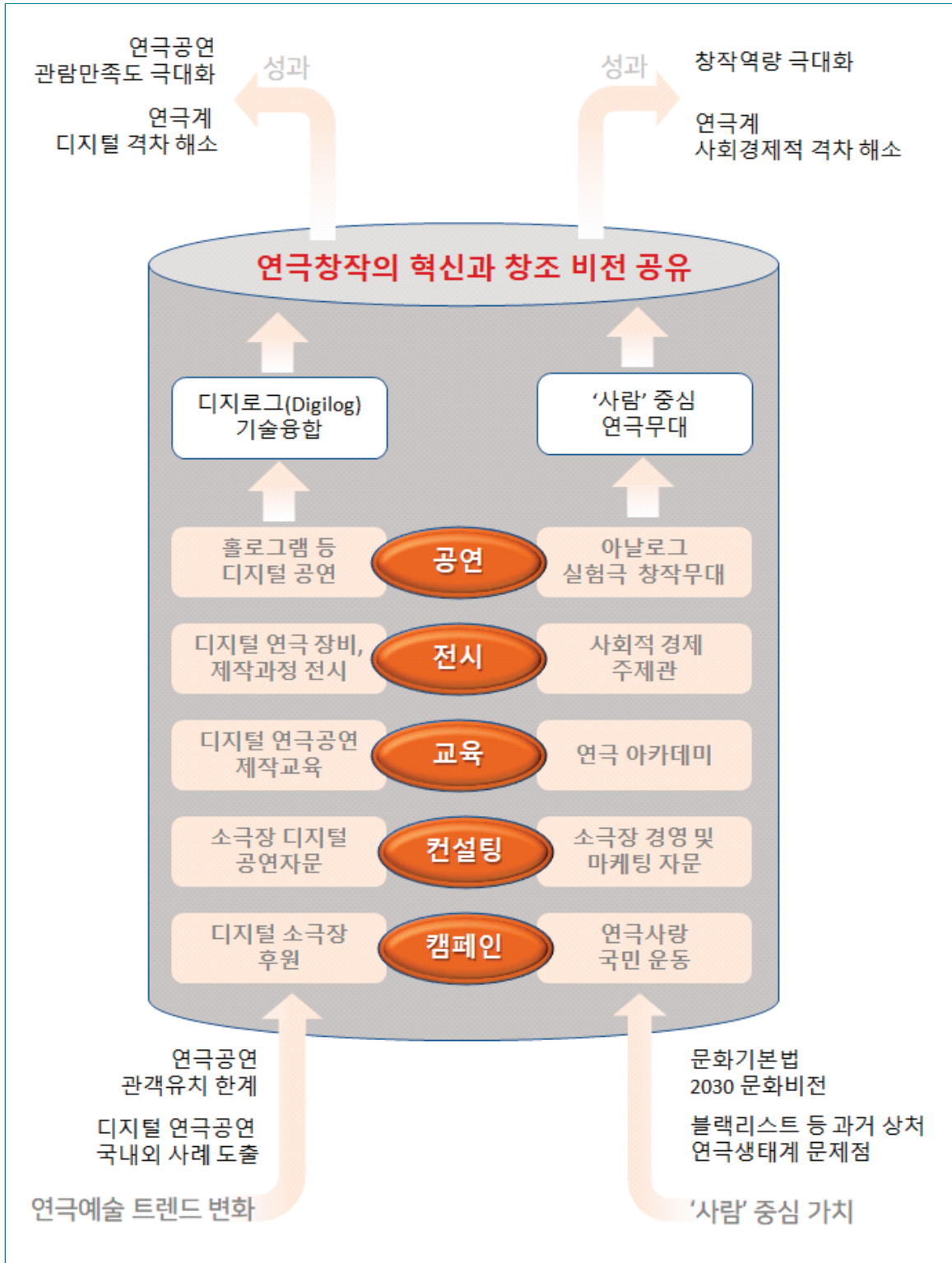
※ 예술경영지원센터, 사회적경제지원센터 등과 공동으로 운영

- **[교육]** 교육은 세미나, 특강, 그룹 토론 방식으로 디지털 연극공연 제작 방법론, 디지털 창작 이론 등에 관한 단기교육을 제공함

- (디지털 연극공연 제작 교육) 디지털 연극공연 제작에 관한 전략적, 실무적 교육을 통해 연극인들이 디지털 기술의 활용에 자신감을 가지고 각자의 창의적 발상을 디지털 기술과 접목하여 구현할 수 있는 역량을 기르도록 함. 특히, 디지털 공연제작으로 비용이 증가되기 보다는 혁신적 아이디어로 제작비용을 낮출 수 있는 방법론 개발

- (연극 아카데미) 연극공연 종사자들의 역량강화, 배우들의 연기력 향상, 사회적 경제를 통한 수익창출 방법론 습득, 디지털 리터러시 관련 교육 등 다양한 교육 프로그램을 개발 등 강의 및 프레젠테이션 제공. 결국, 향후 상설 연극 아카데미 설립 후 장기적 교육과정 개발의 계기 마련

<그림 4-6> 2020 연극박람회 개념 구성도



- (컨설팅) 컨설팅 서비스는 주로 소극장 창작자 또는 운영자, 실험적 공연을 준비하는 연출자 및 극작가 등을 대상으로
 - (소극장 디지털 공연 자문) 인력과 재정이 부족한 소극장이 작품 품질 제고, 관객 유치 증대, 특히 소극장의 정체성 및 브랜드 설정 등에 필요한 다양한 디지털 기술 활용에 관해 자문 제공
 - (소극장 경영 및 마케팅 자문) 연극공연에 대한 후원금 모집, 공연작품 마케팅 전략 구사, 사회적 경제 방식으로 극단 재정능력 제고 등 여러 분야에 걸친 전문가 컨설팅 자문 전개
- (캠페인) 캠페인은 연극예술에 대한 국민적 인식 제고, 연극예술 분야 지원정책에 대한 국민적 합의 도출, 소극장의 역할과 중요성에 대한 인식 전환 등을 추진하는 사회적 운동임
 - (디지털 소극장 후원) 기업 메세나 또는 가칭 “1사 1소극장 후원” 방식으로 기업체들이 소극장 활성화를 돕는 방식, 지역 주민들이 소극장을 보호하고 지원하는 문화운동 참여 등 검토
 - (연극사랑 국민운동) 2020 연극의 해를 맞아 ‘텔레이 방식’으로 연극 관람에 참여하는 운동 전개 검토

3) 기간·장소

- 시기 : 2020년 10월 (1개월간)
- 장소 : 지방자치단체와 매칭하여 추진하는 행사이고 2021년 이후 연극예술 테마파크 개념의 지역명소로 발전시키기 위해서는 해당 지방자치단체의 추진 의지가 중요함
 - 제1안 : 연극을 지역브랜드로 설정하고 충분한 재정지원을 제공할 의사가 있는 기초자치단체에서 개최하는 방안 중 결정
 - 제2안 : 서울시, 세종시 등 대도시에서 개최하는 방안

4) 주최·주관

- 주최 : <2020 연극의 해> 추진위원회
- 주관 : 해당 지방자치단체

5) 추진규모

- 인구 20만 ~ 30만 규모 지방도시의 지역재생 사업과 연계 추진
 - 연극박람회 행사 진행기간 중 10만 명 방문객 유치
 - 연극박람회 이후 디지로그 연극공연장, 연극 테마파크, 연극 아카데미 등 상설운영,

- 매년 연인원 10만 명 방문 유치
 - 지역의 연극관련 관광효과, 요식업 및 숙박업 등 지역경제 활성화 효과 기대
- 디지털 연극작품 : 5편
- 아날로그 연극작품 : 10편
- 기타 교육 및 홍보 프로그램 등

6) 주요 내용

- **[실행계획 수립]** 2020 연극박람회 준비 및 진행, 사후 활용에 관한 세부 계획 수립
- **[개최지 및 위치 결정]** 2020 연극박람회 개최지는 정부, 2020 연극의 해 추진위원회가 전략적인 검토를 통해 결정하며, 행사공간을 향후 지속적으로 연극관련 테마 파크 등으로 활용하는 방안을 수립
 - 제1안 : 지방자치단체 공모 방식으로 연극박람회 추진에 관한 적극적 의지와 재정 부담 범위 등을 기준으로 선정하는 방안
 - 제2안 : 서울이나 세종시 등 대도시로 정하되 도시재생 프로그램과 연계 검토
- **[박람회 공간 설정]** 박람회 공간은 ① 공연공간 (디지털 연극 전용 공간과 일반 연극무대), ② 다목적 전시 공간, ③ 이머시브씨어터로 활용 가능한 만남의 공간, ④ 교육·컨퍼런스 공간, ⑤ 기타 편의 공간으로 구분
 - 영국 Musion사 아이스매직(IceMagic)의 경우 최소한 6m 넓이, 6m 깊이의 무대와 4.5m 높이가 표준이지만 넓이를 무한 확대할 수 있고 높이도 최대 6m로 높일 수 있음
- **[박람회 콘텐츠 개발]** 공연, 전시, 교육, 컨설팅, 캠페인의 5개 섹션별 콘텐츠 및 프로그램 개발
 - 공연 : 홀로그램 등 3D기술 접목 공연작품은 최소 5편 제작, 아날로그 실험극 공연작품 최소 10편 제작
 - 전시 : 디지털연극 관련 장비, 솔루션, 교육, 컨설팅 등 부스 30개 이상, 사회적 경제, 연극교육 등 관련 전시 부스 20개 이상
 - 교육 : 소극장 대상 후원금 모집 기법, 사회적 경제 창업 및 운영 관련 교육, 디지털 미디어 운용 관련 교육 등 다양한 주제의 교육 제공 (사회적경제지원센터, 문화예술경영지원센터 등 공동추진)
 - 컨설팅 : 관련 컨설팅 단체, 대학교수, 비영리 전문법인 등 광범위한 참여, 소극장 대상 집중 맞춤형 컨설팅 제공

- 캠페인 : 박람회 내방객 대상의 캠페인 설명회, 프로모션 행사 및 홍보 연극 등 콘텐츠 확보

○ **[박람회 홍보 및 마케팅]** 언론 기자회견, 특집방송 제작 등 기존 미디어 대상 홍보, 유튜브 채널 개설, 페이스북 라이브 중계 등 소셜미디어 홍보 활동 전개

○ **[네트워킹]** 박람회 참가 단체, 업체, 전문기관 등을 네트워킹, 연극의 새로운 미래를 지향하는 포럼 기획 등을 추진하여 박람회가 일회성으로 종료하지 않고 지속적 성과를 축적하도록 운영

7) 소요 예산 : 2,500,000천원

(국비 1,000,000천원, 지방비 1,000,000천원)

○ 박람회 공간조성(디지털공연 공간, 부스설치 제외) 및 물리적 환경 정비 : 500,000천원
(외관 및 다중 관람객 편의시설)

- 부스설치비는 참가단체 및 업체 부담 : 추정비용 500,000천원
(50개 부스 * 10,000천원)

- 실험공연 등 아날로그 기반 공연 공간 조성비 포함

○ 디지털연극 공간 조성 : 300,000천원

- 홀로그램용 프로젝터 : 100,000천원

- 호일(foil) 등 홀로그램 장치 설치 : 150,000천원

- 컴퓨터 및 전송 시스템 : 50,000천원

○ 콘텐츠 개발 및 홍보 : 200,000천원

○ 디지털 및 아날로그 공연물 제작은 기업체 협찬 및 지방자치단체 부담 : 소요비용 추정 1,000,000천원

- 디지털 연극제작 : 600,000천원(200,000천원*3편)

- 아날로그 실험극 제작 : 400,000천원(50,000천원*8편)

- 추가로 디지털 공연물 2편과 아날로그 실험극 2편의 제작비 500,000천원은 기업체 협찬 또는 크라우드 펀딩 방식으로 조달

8) 기대 효과

- 연극예술산업 발전의 단초 마련, 디지털 기술 융합과 혁신적 아날로그 무대의 가능성 제시
- 디지털 기술융합에 따른 ‘연극계의 디지털 격차(digital divide)’를 해소하고 디지털 기술을 활용한 연극창작 비용감소 방법론 공유
- 새로운 창작방식을 통한 관객의 연극공연 관람 만족도 증가 효과를 검증하고, 관객기반 확대의 혁신적 가능성 시험
- 사람 중심 연극생태계 발전의 방향성 모색으로 ‘사회경제적 격차(socio-economical divide)’ 해소를 위한 다양한 해법 모색
- 창작자의 창작역량과 자생력 강화를 위한 지식과 사례 공유, 창작자와 관객의 소통공간을 통한 연극에 대한 접근성 강화 등 효과 기대

4 지역 연극축제 네트워크 사업

1) 추진 배경

- 각 시·도에 적지 않은 소규모 극장·극단의 연극제들이 매년 개최되고 있음에도 불구하고 큰 이목을 받지 못하거나 비대중적인 행사로 진행되어 각 연극제의 성과가 미비한 경향이었음
- 1991년 <연극영화의 해> 당시 대부분의 연극 행사가 서울 중심으로 열리면서 지역 연극계의 소외가 두드러지고 연극계 전체를 결집해내지 못했다는 비판이 제기되는 등의 문제점이 대두됨을 보아 문화 행사의 서울중심 집중 현상을 완화시킬 필요가 있음
- 각 지역 연극제가 향토성과 역사성을 바탕으로 다양한 예술체험의 기회를 제공하고, 전국적으로 조율이 되어 국민들의 문화향수 욕구를 충족할 수 있도록 추진할 필요가 있음
- 다양한 콘셉트의 연극제가 다수 존재하고 있으나 그에 따른 타기팅(targeting)과 홍보의 부족으로 연극제에 대한 국민들의 인식이 부족함
- 전 지역에 분포해있는 소극장들의 네트워크를 통해 점점 침체해가는 소극단들의 부흥이 필요함

2) 추진 방향 및 목표

- **[의미]** 각 지역과 그 곳에서 추진되는 연극제들이 가지는 역사성과 향토성을 잘 활용하여 전국단위의 다양한 관객층의 관람동기를 형성하고 소극장 페스티벌의 전국적인 개최를 통해 국내 연극제의 성장을 도모하는 동시에 극단 간의 교류와 화합을 통한 네트워크 구축의 기회
- **[추진방향]** 국내 소극장의 침체를 막기 위해 대극장과 소극장의 우수작품들을 2:3 비율로 하여 5개 정도 지역에 순회공연
 - 순회도시: 대·소극장이 존재할 만한 인구 30만 명 내외의 도시이고 기존에 큰 연극제나 연극적인 이슈가 없었던 불모지에 연극을 뿌리내릴 수 있는 기회가 필요한 곳으로 지정
 - 해당 지방자치단체와 공동으로 추진하는 프로그램으로 <2020 연극의 해> 추진위원회가 지역행사의 전국적 홍보 및 마케팅을 적극 지원
 - 평가단 운영으로 지역별 경쟁 유도 및 모범사례 도출 등 검토
 - 5개 지역의 극단끼리 긴밀한 교류와 화합의 장을 마련해 줌으로써 지속가능한 지역 네트워크를 구축

- **[사업계획]** 시기적으로 연중 균형 있게 추진하는 사업으로 <2020 연극의 해>이후 후속사업으로 매년 추진하는 방안을 강구하고 ‘해피로드 관객지원사업’, ‘연극교육 페스티벌’, ‘연극 마케팅 컨설팅’ 등 다른 사업과 긴밀히 연계하여 사업성과 극대화

3) 기간·장소

- 프로그램 기획 및 추진계획 수립: 2019년 하반기
- 해당 지방자치단체 협의 (예산확보 등): 2019년 하반기
- 홍보 및 마케팅 추진: 2019년 하반기, 2020년 연중
- 행사진행: 2020년 연중 해당 지역별 시기
- 장소는 <2020 연극의 해> 관련 행사가 이루어지는 전국 지역

4) 주최·주관

- <2020 연극의 해> 추진위원회
- 문화체육관광부
- 해당 지방자치단체 (광역 및 기초단체)
- 지역별 기업체 및 단체

5) 추진규모

- 각 지역 연극제별 해피로드 관객지원티켓 1,000매 지원, 총 5,000매 발행
- 각 지역 연극제별 5개 이상 극단 참가
- 유튜브 채널 라이브 중계 (100만 뷰 이상 기록)

6) 주요 내용

- **[소극장 중심의 공연]** 국내 소극장의 발전을 위해 기존에 시행되고 있는 소극장 페스티벌 등을 적극 홍보하고 소극장과 극단에 더 많은 기회를 제공할 것
- **[지역별 연극제 평가단 운영]** 지역 연극제별로 경쟁을 유도하여 발전 가능성을 높이고 모범사례들을 도출하여 검토하는 방안
- **[다른 사업과 연계 추진]** 해피로드 관객지원사업, 연극교육 페스티벌, 연극 마케팅 컨설팅 등 <2020 연극의 해> 사업들 간의 연계
- **[디지털 홍보 활용]** 유튜브, 네이버, 페이스북, 인스타그램 등의 플랫폼 적극 활용하여 라이브 중계 및 미디어 홍보 추진

7) 소요 예산

- 국고지원 1,500,000천원 (지방비 300,000천원*5개 단체)

8) 기대 효과

- **[다양한 관람계층 형성]** 기존 지역 연극제들이 각각 가지는 특징을 파악하여 그에 따른 다양한 관람계층을 타기팅(targeting)하고 적극적인 홍보활동을 통해 전국적인 관심을 유발시켜 많은 관람객을 유치할 수 있으며, <2020 연극의 해> 특별행사로 추진되는 테마 연극제들의 다양성을 특화시켜 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 지역 연극축제 네트워크를 구축
- **[연극예술의 지역균형 발전]** 서울 중심 문화시설 및 문화행사가 가지는 지속적인 문제점을 받아들여 소외된 지역연극계를 활성화시키고 전국 연극계를 결집해내는 시발점이 될 수 있으며, 관객들로 하여금 만족스러운 지역 연극제 경험을 제공하여 계속해서 지역 연극제를 참여할 수 있도록 하고 지역 연극 축제에 대한 긍정적인 인상을 형성시킬 수 있음
 - 2018 공연예술실태조사 공연시설 지역별 장르별 관객 수 자료를 보면 연극 전체 관람객 수는 5,347,331명인데 그 중 2,948,250명(55%)이 서울 관람객 수이며 경상(967,734명), 경기/인천(464,002명), 충청(412,512명), 전라(270,588명), 제주(178,482명), 강원(105,763명) 순으로 급격히 낮은 비율로 나타남
 - 2018 공연예술소비현황조사 공연지역별 소비현황 자료에서도 티켓 판매비율이 서울에서만 75.4%로 나타나고 있고 타 지역들은 작품 수에 비해 낮은 티켓 판매 수치를 보여줌
 - <2020 연극의 해>의 지역 연극 네트워킹 사업을 통해 서울로 치중되어 있는 관람객, 티켓 판매 비율을 낮추어 전국 연극 관람객수의 균형을 기대해 볼 수 있음
- **[전국의 연극제에 대한 품질 제고]** 각 지역 연극제와 소극장 연극축제마다 가지고 있는 강점들을 파악하여 하나하나의 특성화 된 연극 축제로 한 단계 더 성장시키고 전국단위의 기대 관객층을 확보하는 것이 중요함. 높은 수준의 지역 연극제를 통해 관객들은 지역 연극제에 대해 긍정적인 인식을 갖게 될 것이고 이는 그것들의 품질이 제고되는 효과를 얻을 것임
- **[소극장의 침체 저하]** 지역 네트워킹 연극제를 통해 소극장 공연이 가진 매력과 힘을 관객들에게 각인시킬 수 있으며 그를 통해 소극장의 발전 가능성을 높이는 기회가 될 수 있음
- **[지역연극 네트워킹 구축]** 지역 네트워킹 연극제를 통해 각지의 극단들이 서로 가진 특색을 공유하고 교류하는 기회를 만들어줌으로써 연극의 해 사업 이후에도 지속가능한 지역 연극 네트워킹을 구축하는 발판이 될 수 있음

1) 추진 방향 및 목표

- 국립극단 창단 70주년인 2020년이 연극의 해로 지정됨에 따라서 국립극단 70주년 행사와 연계된 연극의 해 프로그램을 편성함
 - 국립극단에서 추진하고 있는 70주년 기념 공연에 함께 참여하여 시너지 효과를 내고자 함
- 우리나라를 대표하는 연극제들을 더욱 더 공고히 하고 적극적인 홍보를 통해 관객층을 확대
 - 대한민국연극제, 통영연극페스티벌, 밀양공연예술축제 등
- 매년 경주에서 개최되는 국공립극단 페스티벌을 2020년 서울로 초청하여 지역을 거점으로 활동하고 있는 단체들의 인지도 개선과 서울의 예술인과 예술단체, 관객들과의 만남의 기회 제공
- 대학로를 비롯한 전국의 도시들 중 연극발전에 관한 역사성과 상징성을 가진 공간을 중심으로 운영할 예정임
- 제4차 산업혁명의 시대에 부합하고 연극계의 현실적 문제의식을 부각하는 주제를 선정하여, 디지털시대, 로봇시대, 고령화·다문화 사회 등 사회 변화 속에서 연극의 정체성과 시대적 의미를 제시함

2) 기간·장소

- 기간은 국립극단 창단 시기, 대한민국 국공립극단 페스티벌 개최 시기 등을 감안하여 성과를 극대화 할 수 있는 시기로 선정
 - 2020년 4월 국립극단 창단일, 6월 대한민국연극제, 7월 대한민국 국공립극단 페스티벌 기간 중 약 4개월에 걸친 테마 초청연극제 추진방안 검토
- 장소는 <2020 연극의 해> 관련 행사가 이루어지는 서울의 대학로를 비롯하여, 연극과 관련한 역사성 및 상징성이 있는 전국의 도시에서 분산 진행할 예정

3) 주최·주관

- <2020 연극의 해> 추진위원회
- 문화체육관광부 및 국립극단
- 국공립극단 페스티벌

4) 추진규모

- 5개 주제, 10개 공연 추진

5) 주요 내용

- **[국립극단 70주년 기념공연 연계]** 국립극단 주요 레퍼토리의 명장면과 역사적 순간들을 재구성한 공연에 함께 참여하여 연극의 역사성 및 정체성 반추
- **[대한민국 국공립극단 페스티벌 연계 방안]** 페스티벌에 참여하는 국공립극단들 중 창작 연극 작품을 직접 제작하는 극단에 창작지원금 지원
 - 2018년 기준으로 경주시·포항시·수원시·목포시·강원도·순천시·대구시·경산시·부산시 등 총 9개 단체가 참여하였음
 - <2020 연극의 해>에서는 참여 단체들 중 조건에 부합하는 1개의 단체를 선정하여 지원할 예정임
 - 극단이 속한 도시에서 해당 공연을 추가로 진행할 경우, 별도의 방안을 마련하여 지원할 예정임

<표 4-2> 2018 대한민국 국공립극단 페스티벌 in 경주⁴³⁾

일 시	장 소	공연명	극단명
7. 1(일) 15:00	원화홀	연극_복사꽃 지면 송화 날리고	경주시립극단
7. 4(수) 19:30	원화홀	Verbatim Theatre_The Permanent way 철로	포항시립연극단
7. 6(금) 19:30	원화홀	연극_열두명의 성난 사람들	수원시립공연단
7. 8(일) 15:00	원화홀	연극_경숙이, 경숙 아버지	목포시립극단
7. 14(토) 19:30	화랑홀	연극_달봉이	강원도립극단
7. 15(일) 15:00	원화홀	연극_중앙동 124번지	순천시립극단
7. 18(수) 19:30	원화홀	연극_해방의 서울	대구시립극단
7. 22(일) 15:00	원화홀	교육극_너희들은 왜 학교에 가니? 선생님이 좋아서요!	경산시립극단
7. 25(수) 19:30	화랑홀	창작 뮤지컬_상사화	부산시립극단

- **[테마 선정]** 대학로 등 연극관련 상징적 공간의 가치를 부각하고, 고령화 및 다문화 등 사회 환경 변화를 함축하는 테마 선정
 - 테마는 ‘2020 연극의 해 추진위원회’에서 선정하며, 시의성을 담고 있는 테마들과 연극의 고유성을 대변할 수 있는 테마들로 구성할 예정임
- **[극단 선정]** 선정된 테마에 적합한 공연을 할 수 있는 우리나라 대표 극단 8개 내외를

43) 경주문화재단 공식 블로그 <https://blog.naver.com/gjartcenter/221298583066>

선정하여 창작지원금을 지원하고, 이들 중 우수작 선정 및 시상 예정

- **[기존 지역별 연극제 홍보]** 기존의 지역별 연극축제들을 전국적으로 홍보하여 각각의 축제들이 가지는 컨셉과 특성들을 적절히 활용하여 <2020 연극의 해>이후에도 지속발전이 가능한 연극제가 될 수 있는 기회로 삼음
 - 휴가철과 야외무대의 시너지를 강점으로 하는 거창국제연극제와 밀양공연예술축제들을 휴가 계획을 세우는 시기에 가족 단위로 홍보하거나 방학 시즌을 겨냥하여 아시테지 국제여름축제 등의 아동·청소년 연극제를 홍보할 필요가 있음

6) 소요 예산

- 초청극단 창작지원 : 500,000천원
 - 창작 작품 제작에 필요한 직접 경비 및 제반 비용 등의 기타 경비에 사용할 수 있는 지원금을 보조함
- 우수작 시상 : 200,000천원
 - 지원을 받아 창작된 초청극단들의 작품 중 우수작을 선정하여 시상함
 - 우수작 선정은 ‘<2020 연극의 해> 추진위원회’에 속한 내부 위원 외에도 외부전문위원과 더불어 작품을 직접 관람한 관객도 함께 참여하는 ‘관객평가단’을 운영하여 우수작 선정에 공정성을 기하고자 함

7) 기대 효과

- **[연계 축제들과의 시너지 효과 도출]** 앞서 언급되었던 국립극단 70주년 기념행사, 대한민국연극제, 대한민국 국공립극단 페스티벌 등 연극과 관련한 여러 축제들과 연계하여 <2020 연극의 해> 기간 동안 언제, 어디서나 접할 수 있는 공연관람의 기회를 마련함
 - 대부분의 연극제들이 5월부터 시작되는 관계로, 4월에 진행되는 국립극단 70주년 기념행사가 <2020 연극의 해> 행사의 시작점이 될 것으로 예상됨
- **[완성도 높은 고품질의 연극작품 기대]** 재정적인 보조금 지원을 통해 창작 작품들을 제작을 용이하게 하고, 안정된 기반을 바탕으로 완성도 높은 작품을 제작하는데 도움을 주고자 함
- **[창작과정과 관객유치 전략의 모범사례 도출]** 창작과정부터 관객들이 참여할 수 있는 방안들을 도입하여 이들이 실제 관객으로 이어질 수 있도록 함

6 연극 플랫폼 구축

1) 추진 배경

- 최근 ‘플랫폼’이란 용어의 유행 속에서 사용 목적과 필요성에 따라 다양하게 플랫폼의 개념을 규정하고 각기 다른 기능을 상정하고 있음
- 플랫폼을 공연정보 접근성 제고와 관람의사 결정 지원, 티켓구매의 편의성에 국한하는 경우 공연예술통합전산망(KOPIS)을 이용할 수 있음

<그림 4-7> 공연예술통합전산망(KOPIS) 메뉴체계

ALIO

정확한

네가?

3233202

팝진 아트

사업자

KAMIS Co

서울아트

서울아트

서울아트

서울아트

서울아트

서울아트

2018 SPAF

www.kopis.or.kr

por/stats/perfo/perfoStatsCate.do?menuId=MNU_00030&searchWord=&searchType=

KOPIS

공연 예술 플랫폼

검색어를 입력하세요

DB검색

예매상황판

공연통계

공연소식

고객센터

KOPIS소개

공연DB

공연시설DB

기획/제작사DB

수상작DB

축제DB

극작가DB

예매상황판

종합통계

기간별

지역별

장르별

가격대별

국내/내한별

공연시설별

현황정보

공연뉴스

월간리포트

공지사항

OPEN API

1:1 문의

Q&A

KOPIS 소개

개인정보처리방침

<그림 4-8> 공연예술통합전산망(KOPIS) 조건검색 창

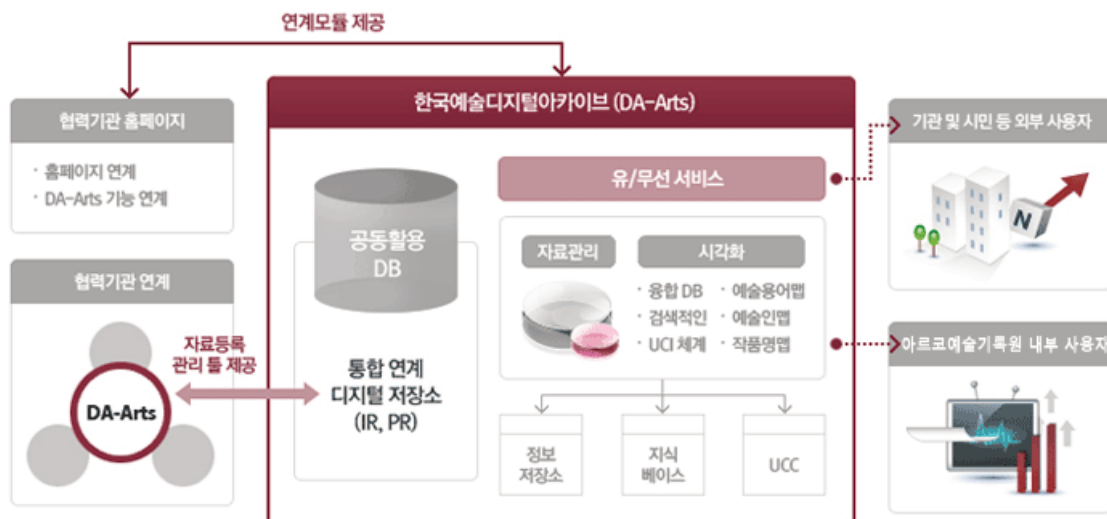
장르	지역	공연 상태	가격
<input checked="" type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 연극 <input type="checkbox"/> 뮤지컬 <input type="checkbox"/> 클래식 <input type="checkbox"/> 오페라 <input type="checkbox"/> 무용 <input type="checkbox"/> 국악 <input type="checkbox"/> 복합	<input checked="" type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 강원도 <input type="checkbox"/> 경기도 <input type="checkbox"/> 경상도 <input type="checkbox"/> 서울 <input type="checkbox"/> 전라도 <input type="checkbox"/> 제주도 <input type="checkbox"/> 충청도	<input checked="" type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 공연예정 <input type="checkbox"/> 공연중 <input type="checkbox"/> 공연완료 <input type="checkbox"/> 오픈런 <input type="checkbox"/> 리미티드런 <input type="checkbox"/> 마감임박	<input checked="" type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 1 ~ 3만원 <input type="checkbox"/> 3 ~ 7만원 <input type="checkbox"/> 7 ~ 10만원 <input type="checkbox"/> 10만원 ~
기간	태그	특성	국내/내한
<input checked="" type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 1일 <input type="checkbox"/> 1주 <input type="checkbox"/> 1개월 <input type="checkbox"/> 1년 <input type="checkbox"/> 직접 입력	<input type="checkbox"/> 어버이 날 <input type="checkbox"/> 6월 <input type="checkbox"/> 문화의 날 <input type="checkbox"/> 어린이 날	<input checked="" type="checkbox"/> 선택안함 <input type="checkbox"/> 아동 <input type="checkbox"/> 대학로	<input checked="" type="checkbox"/> 전체 <input type="checkbox"/> 국내 <input type="checkbox"/> 내한

- <그림 4-8>에서 볼 수 있듯이 KOPIS는 다양한 옵션으로 필터링을 할 수 있고, 공연 작품에 대한 기간별 티켓판매 상황을 알 수 있어서 관객의 의사결정에 도움을 주고 있음

○ 플랫폼을 아카이브 기능을 접근할 때 예술자료원이 운영하는 한국예술디지털아카이브(DA-Arts, Korea Digital Archive for the Arts)를 활용할 수 있음

- DA-Arts는 예술단체와 예술인이 예술자료를 저장하고 활용할 수 있는 디지털 공간을 제공하고, 그것을 예술인들이 통합적으로 검색하고 활용할 수 있는 기능을 제공하고 있음
- DA-Arts는 현장에서 생산된 예술 활동과 관련한 각종 기록물(사진, 동영상, 음악, 대본, 악보 등)을 효과적으로 관리하고자 하는 예술단체와 예술인의 신청을 받음

<그림 4-9> 한국예술디지털아카이브(DA-Arts) 목표시스템 구성도



○ 플랫폼을 컴퓨터 기반의 서비스 시스템으로 국한하지 않고 창작자의 소통 네트워크로 이해할 때 AYAF⁴⁴⁾ 창작소통 플랫폼 사례가 있음

- AYAF 창작소통 플랫폼은 창작과정 및 결과발표에 대한 자료들이 기획 단계부터 지속

44) AYAF는 2009년 한국문화예술위원회에서 도입한 '신진예술가 육성지원 프로그램'으로 2013년부터 인큐베이팅사업으로 전환, 차세대 유망 예술인력을 발굴하여 창작과정에 필요한 리서치과정과 예술가 성장프로그램, 위원회 보유 시설 및 전문가 멘토링 등의 지원을 통해 최종 공연발표와 함께 아카이빙까지 이루어지는 "차세대예술인력육성"임. 김윤희, 2015AYAF(공연예술 창작자 부문) "창작 소통 플랫폼", <http://webzine.arko.or.kr/load.asp?subPage=10.View&idx=813&searchCate=02>, 2015.11.23.

적으로 기록, 유지 관리되어 창작자들 간의 원활한 소통을 통해 신진 창작자들의 네트워크 확장과 역량개발에 도움을 줄 수 있도록 구축되었음

○ 비즈니스 관점에서 플랫폼은 외부 생산자와 소비자가 상호작용을 하면서 가치를 창출할 수 있게 해주는 메커니즘을 전제로 상호작용이 활성화될 수 있도록 개방적, 민주적, 체계적 기능을 제공함

○ 공연예술을 포함한 전반적인 문화예술분야 플랫폼 형태는 네 가지임
 - 예술품, 공연물을 향유자, 관람객에게 판매하는 플랫폼 : 예술자의 창작품을 소비자, 향유자에게 제공 · 판매하는 모델



· 예 : 미술작품 판매 플랫폼 ‘아티스티⁴⁵⁾,’ ‘프로라타 아트 PRO/RATA ART⁴⁶⁾’

- 예술가와 수요자를 이어주는 플랫폼 : 예술자의 창작품을 향유자, 관람객에게 판매하는 모델과 달리 예술가를 수요자에 연결하여 창작물을 수요자에게 직거래하거나 예술가가 필요한 자금을 직접 모집하는 모델



· 예 : 고객이 원하는 공연, 음악레슨, 포토, 영상 등 예술재능을 거래할 수 있는 플랫폼 SAYHO⁴⁷⁾, 네이버문화재단의 헬로!아티스트⁴⁸⁾, 크라우드 펀딩을 위한 텀블벅⁴⁹⁾, 세븐픽처스 등

45) ARTISTY 공식 사이트, https://artisty.co.kr/en_landing.html

46) PRORATA 공식 사이트, <https://www.prorataart.com/market/>

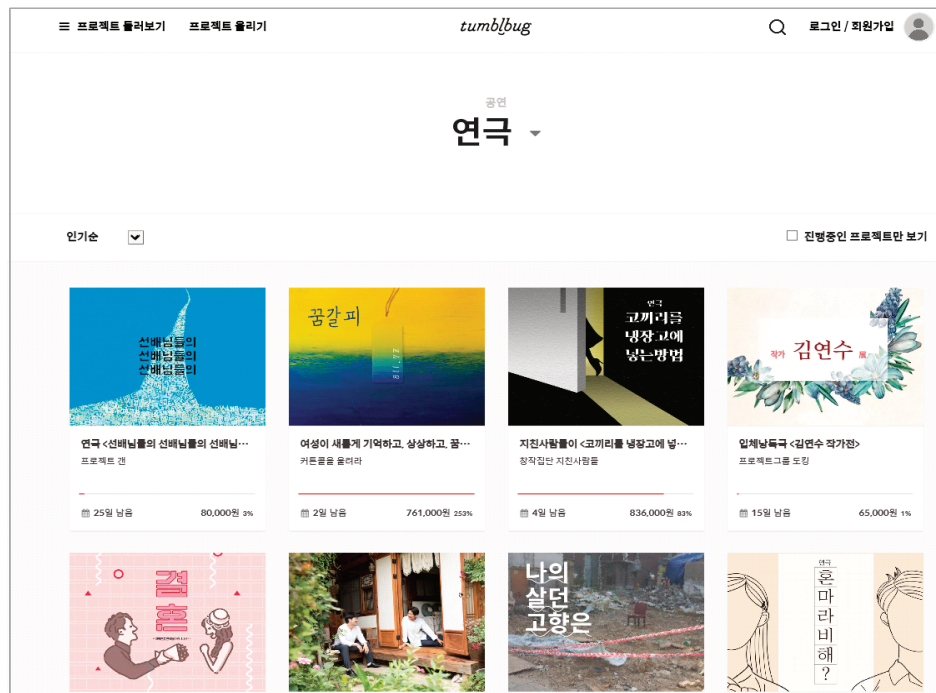
47) SAYHO 공식 사이트, <https://www.sayho.co.kr/>

48) 헬로!아티스트 공식 사이트, <https://smartstore.naver.com/nculture>

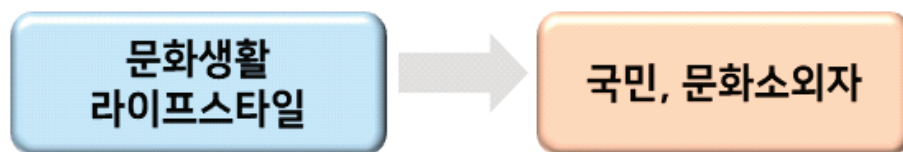
49) 텀블벅 공식 사이트, <https://www.tumblbug.com>

※ 한국문화예술위원회는 2011년 4월부터 공공기관에서 문화예술분야의 창작활동 실현을 위한 새로운 지원방식으로 크라우드 펀딩(Crowd Funding)을 운영, 예술가나 예술단체가 지속적으로 창작활동을 이어갈 수 있도록 대국민 참여가 가능한 문화예술 프로젝트를 기획·발굴, 예술단체, 예술가, 기부자의 편의를 위해 텀블벅과 MOU를 통해 크라우드펀딩선매칭 지원사업을 진행

<그림 4-10> 텀블벅의 연극 크라우드 펀딩



- 문화생활 전반에 관한 정보를 향유자에게 전달하는 플랫폼 : 문화정보원 문화정보포털이나 문화콧과 같이 국민들에게 문화생활 관련 종합적 정보를 제공하여 문화적 라이프스타일을 보급하는 플랫폼



• 문화체육관광부나 지방자치단체 등 기관이 국민, 시민 등을 대상으로 종합적인 정보를 제공하는 사례임. 한국문화정보원 문화포털인 '문화콧' 앱은 사용자 주변 문화시설 정보, 공연전시 소식, 문화캘린더를 통한 날짜별 검색과 할인정보 등을 제공하고, 문화릴레이티켓·스탬프 프로그램 등을 제공함

- 예술가와 예술가를 이어주는 플랫폼 : 문화예술분야의 인적 네트워크를 통해 창작관련 자원을 공유하거나 협업을 진행하는 플랫폼임



- 예 : Jam United⁵⁰⁾는 ‘누구나 아티스트가 될 수 있는 세상’이란 모토로 영상, 음악, 이미지 등 다양한 분야 아티스트들이 자신의 콘텐츠를 올리고 다른 아티스트와 협업하는 플랫폼임
- 미술분야 포트폴리오를 구축하는 SAART⁵¹⁾도 넓은 의미에서 해당분야 예술가들의 소통과 협업을 유도하는 플랫폼임

○ 연극분야 생태계와 창작역량 강화를 위해 독립적인 플랫폼 구축이 필요함

- 공연예술 창작현장에 보몰과 보웬(Baumol & Bowen)이 제기한 비용질병⁵²⁾이 아직도 적용되는 딜레마가 생태계 문제의 본질, 연극극단의 재정자립도 저하, 소극단의 재정난 등은 경영의 비합리성에서 온 것이 아니라 구조적인 한계에서 비롯된 것임
- 중앙정부와 지방자치단체의 지원이 공연예술의 체질을 강화하거나 지원금 분배과정이 형평성이 있다고 보장할 수 없음(제안서 작성이나 프레젠테이션의 기술이나 포장에 의한 왜곡 가능성 감안)
- 특히 연극분야는 재정수입 구조상 뮤지컬에 비해 효율성이 떨어짐
 - 예를 들어, 아래 그림은 2018.7.1. ~ 2019.6.30. 사이의 공연예술 관람객과 매출액 누적규모를 나타내고 있는데 연극과 뮤지컬을 관람객과 매출액을 기준으로 비교할 때 연극이 상대적으로 매출이 저조한 것은 티켓 단가 등 두 장르의 시장경쟁력 차이로 볼 수 있음

50) Jam United 공식 사이트, <http://www.jamunited.net/JAM/StartInJAM>

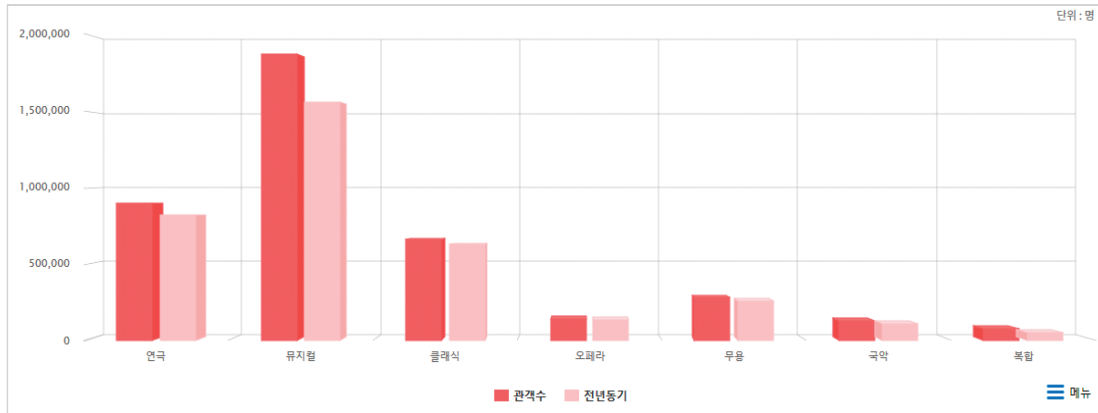
51) SAART 공식 사이트, <http://davidfive.webflow.io/>

52) 공연예술분야의 딜레마는 예술노동자들은 공업노동자들과 달리 원료를 생산품으로 전환하는 매개자가 아니라 노동이 목적 그 자체이고 그들의 활동 자체가 예술적 산물의 소비자가 소비대상이며 질이 곧바로 노동 총량으로 평가되어 결국 “공연예술에서 위기는 상존한다”로 결론짓고 있음.

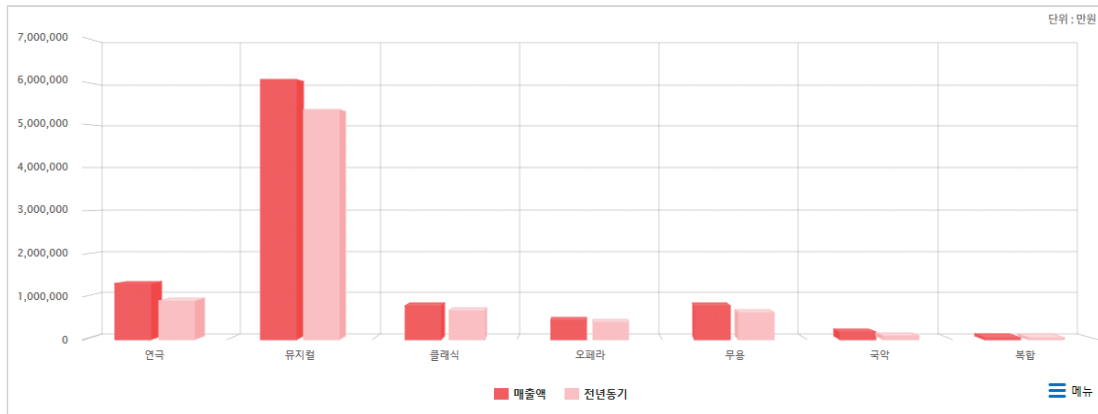
Baumol, William J.; Bowen, William G. (1966), Performing Arts, The Economic Dilemma: a study of problems common to theater, opera, music, and dance. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press.

Preston, Paschal; Sparviero, Sergio (2009), "Creative Inputs as the Cause of Baumol's Cost Disease: The Example of Media Services". Journal of Media Economics. 22 (4): 239-252.

<그림 4-11> 공연예술 관람객 현황 (2018.7.1. ~ 2019.6.30.)



<그림 4-12> 공연예술 매출액 현황 (2018.7.1. ~ 2019.6.30.)



- 이러한 연극 생태계의 구조적 문제를 해결하기 위해서 여러 가지 방안이 강구될 수 있지만 우선적으로 다음과 같은 사항에 대한 획기적인 대책이 있어야 함
 - 연극공연 창작비용을 낮추면서 공연 품질을 향상시킬 수 있는 방안 강구
 - 연극예술인과 연극예술단의 초기 진입장벽 해소로 재능과 아이디어만 있으면 창작 기회 확보, 공연시장의 가시성 확보가 가능한 환경 제공
 - 공연예술 창작자가 자체로는 확보할 수 없는 자원과 기술 (예를 들어, 디지털 연극 제작, 공연장 섹터별 특수음향 기술 등)을 지원받을 수 있는 시스템 제공
 - 최근 공연예술트렌드에서 나타나는 ‘관객의 주관적 선택과 적극적 역할’이 연극생태계 혁신에 긍정적으로 연계되는 매커니즘 도입

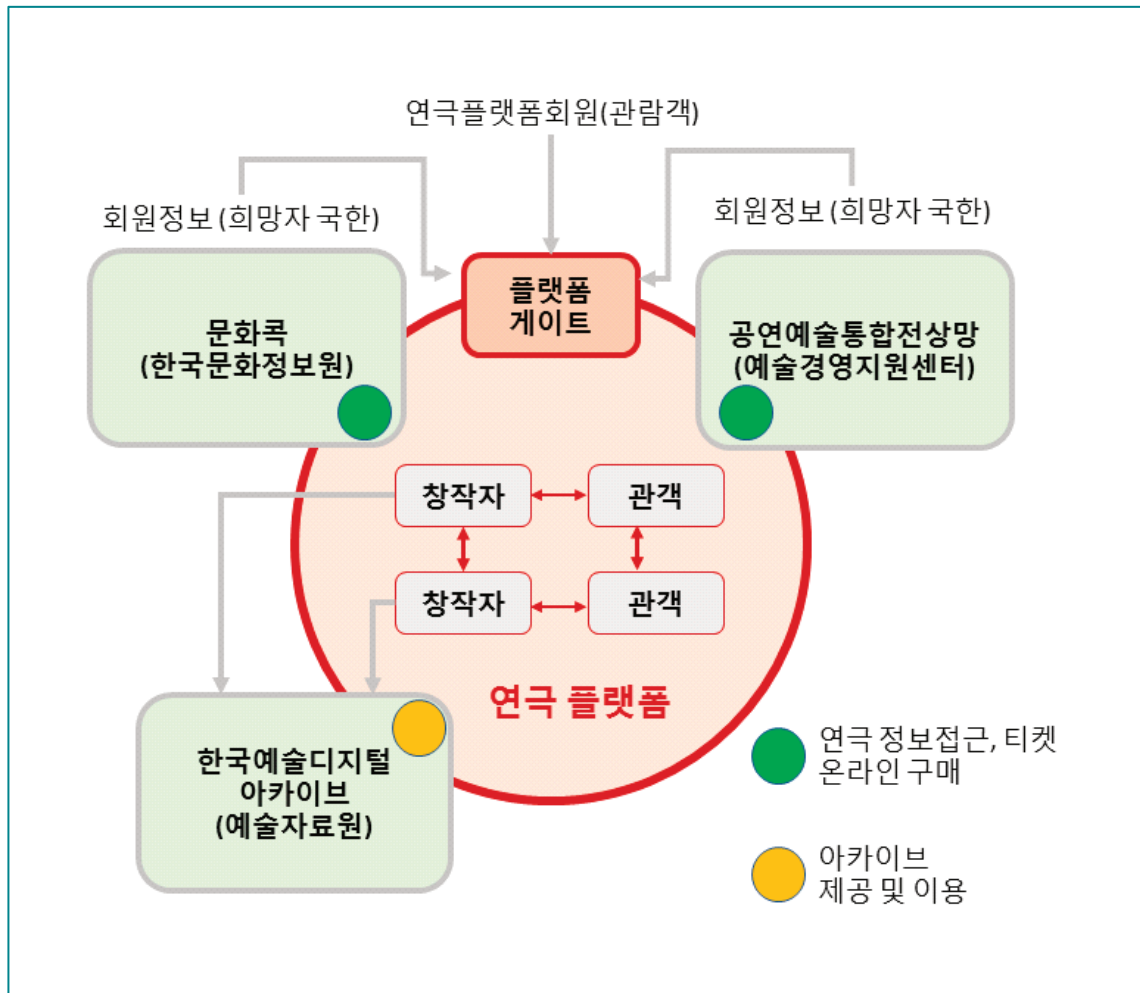
- 기존의 공연예술 지원 시스템(예술경영지원센터, 문화정보정보시스템, 문화정보원 등)과 긴밀하게 연계 및 자원공유를 이루면서 연극 분야의 가치사슬⁵³⁾(value chain) 구조에서 창작비용 저감, 진입장벽 해소, 외부자원 확보, 관객과의 생산적 연계 등이 이루어질 수 있는 연극 플랫폼 구축을 적극 제안함

2) 추진 방향 및 목표

- **[연계성과 집중성을 강화한 플랫폼 구축]** 문화예술 분야에서 공연예술 관련 정보제공, 티켓판매, 커뮤니티 조성 등을 위해 이미 구축·운영하고 있는 시스템(공연예술통합전산망, 문화예술 포털, 문화콕 등)과 중복되지 않고, 오히려 이들 기존 자원을 기반으로 연극 분야 창작과 관람이 활성화 될 수 있는 플랫폼 구축
- **[전국 연극분야 종사자 전수조사]** 연극 플랫폼 구축은 창작자-관객, 창작자-창작자의 인적 네트워킹을 중요한 목적으로 설정하고 있어, 창작자가 고립되지 않고 다른 창작자와 관객집단과 연계시켜주는 기능을 수행해야 함
 - 현재 표본조사 또는 일부 공연장 조사 등에 국한된 연극생태계 조사의 한계를 넘어, 2020 연극의 해를 맞아 전국 연극인 전수조사 실시
- **[‘사람 중심’과 ‘자원공유’의 플랫폼 구축]** 세 가지 유형의 인적 네트워크 및 자원공유 시스템 구축
 - 창작자-창작자 네트워크 : 연출가, 극작가, 배우, 무대장치 및 디지털 기술 전문가 등 창작자 그룹의 네트워킹 및 상호작용
 - 창작자-관객 네트워크 : 관객이 (공연작품이 아닌) 창작자와 소통할 수 있는 공간
 - 관객-관객 네트워크 및 커뮤니티 : 관객들이 조직화되어 공연관람 집단체험을 하거나 크라우드 펀딩에 참여

53) 부가가치 창출에 직접 또는 간접적으로 관여하는 활동과 프로세스의 선형적, 비선형적 연계관계, 예술경영지원센터는 문화예술 가치사슬을 창작, 유통, 소비로 보고 있음.

<그림 4-13> 연극 플랫폼 구축 개념도



- **[연극예매 편의성 제고 및 광고 지원]** 예술경영지원센터와 문화정보원 시스템의 자원을 공유하여 연극정보 제공과 티켓 온라인 구매 시스템을 공동 이용
- **[창작자원 아카이빙 및 관리]** 예술자료원의 한국예술디지털아카이브에 참여하여 창작자들이 연극관련 정보 아카이브 제공, 창작과정에서 필요한 자료 활용
- **[연극관객 상시관리]** 연극의 관객집단 조직화를 위해 개인정보 관련 규정에 철저히 대비하여 관련기관의 협조, 당사자의 동의 등을 확보하여 연극 플랫폼 회원 정보 별도관리
- **[연극영상 아카이빙 및 연극채널 구축]** 연극 무대공연 영상 기록 및 실시간 방송 기능을 점진적으로 강화, 미디어를 통한 연극 감상 기회의 확대

3) 기간·장소

- ‘플랫폼 기반 연극생태계 혁신 방안’ 세미나 개최 : 2019 하반기
- 개발 및 시험운영 : 2020. 1월 ~ 6월
- 본격운영 및 교육·홍보 : 2020. 7월 ~ 12월

4) 주최·주관 : 한국연극협회

5) 주요 내용

- 연극 플랫폼의 핵심기능과 개발추진계획 관련 공청회 개최
 - 오프라인에서 불가능한 포괄적 연극관련 자료의 효과적 공유를 위한 공간
 - 연극인들의 네트워킹을 통해 실시간 협업이 이루어지고 관객과의 소통이 이루어지는 공간
- 연극 플랫폼 **정보화전략계획(ISP)** 수립
 - 공연정보, 티켓구매 등 기능과 자원은 KOPIS, 문화콕 등 기존 시스템 자원 공유
 - 네이버, 유튜브, 페이스북 등 기존 포털 및 소셜미디어와 연동 연극공연 소셜마케팅 기능 강화
 - 창작 아이디어, 스토리 자원, 시놉시스 등이 공유되고 상호 보완되는 동태적 협업 기능 탑재
 - 관객, 후원자 회원들이 클라우드 펀딩 활동을 전개할 수 있는 기능
 - 관객들에게 연극관람 일 년 동안의 연극관람 계획을 수립하고 저렴한 가격의 사전 티켓구매 지원 시스템 (시즌티켓 기능)
 - 소극장의 창작과 마케팅을 지원하기 위한 다양한 기능 제공
- 전국 연극인 **전수조사**, 플랫폼 중심으로 네트워킹
 - 전국에서 다양한 방식으로 연극창작에 참여하고 있는 연극인에 대한 전수 정보 확보
 - 연극인들의 창작활동 참여 패턴 분석과 협업기획 공유를 위한 기초 정보 활용
 - 개인정보 보호에 관한 각별한 대책을 전제로 잠재적 관객들과 소통 공간 제공
- 다양한 기존 플랫폼 및 자원 등과 연동하는 협력 및 공동 프로젝트 추진, 연극 플랫폼이 실질적으로 연극창작자와 관객을 연계시키는 가시적 성과 도출
 - ① 네이버 등 포털사이트, 텀블벅 등 기존의 클라우드 펀딩 플랫폼과 공동사업 추진에 관한 업무협약 체결
 - ② 연극의 해 기념 클라우드 펀딩 및 관객참여 연극제작 등 공동 이벤트 추진

③ 연극플랫폼의 가시성 제고와 모범사례 확산을 위한 홍보 및 라이브 온라인 공연 추진

※ 예를 들어, 공간적 거리를 둔 다수 연극단이 하나의 연극을 공간적, 시간적 시퀀스를 두고 공동으로 공연하고, 각각의 공간의 해당된 부분에 대한 무대공연이 이루어지지만, 플랫폼 상에서는 전체적인 공연이 순차적으로 완결됨

④ 한국연극협회가 플랫폼의 실시간 전문적 운영을 위한 조직과 운영 매뉴얼 개발

6) 소요 예산 : 500,000천원

- 공청회 및 관련주제 학술대회 : 50,000천원
- ISP 개발 및 운영방안 연구 : 100,000천원
- 연극계 기초자원 전수조사 : 150,000천원
- 시스템 개발 및 운영 준비 : 200,000천원

7) 기대 효과

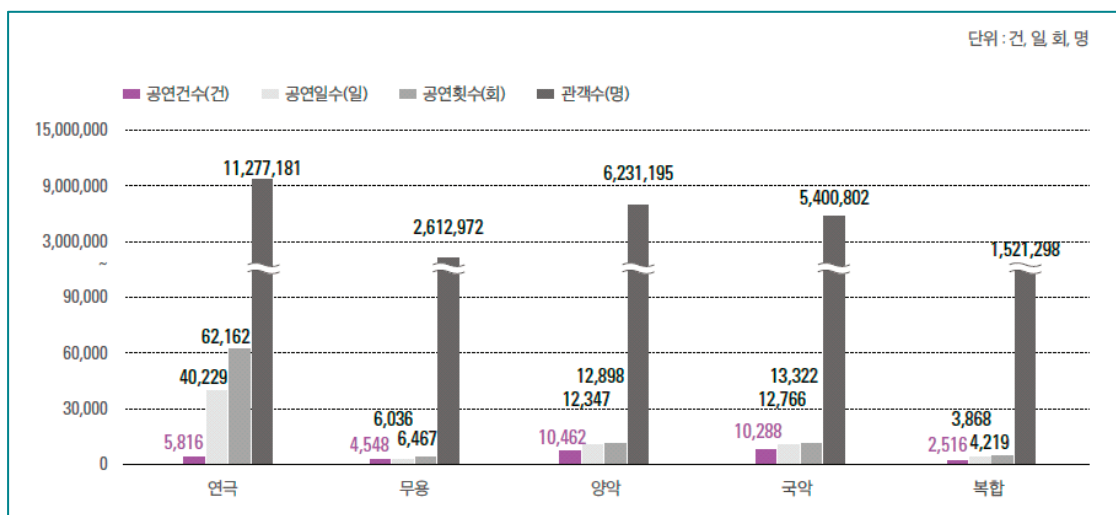
- **[창작 비용절감을 통한 자생력 제고]** 극장과 장르의 경계, 지역 간 물리적 거리, 연극종사자의 다양한 직종의 이해관계와 이질적 작업방식을 허물고 소통과 협력이 가능
- **[연극 생태계의 건강한 발전 도모]** 연극인에 대한 광범위한 정보, 창작기회와 아이디어의 상호 공유, 투명하고 공정한 창작과정 진행 등 플랫폼상에서 이루어질 수 있는 다양한 가능성 추구
- **[아카이빙 기능을 통한 창작자원 공유]** 연극창작에 필요한 스토리, 대본, 제작기법, 모범사례 등을 기록화 및 공유하여 창작역량을 강화하고 창작비용을 저감하는 효과를 거두고, 장기간의 아카이빙을 통해 인류 문화유산으로서의 가치를 축적하게 될 것임
- **[클라우드 펀딩 방식의 예술산업 모델 창출]** 관객집단이 선호하는 주제, 내용, 배우, 형식, 장소 등에 따른 맞춤형 공연에 대한 클라우드 펀딩을 기획하고, 혁신적 마케팅과 시장확대 등을 통해 예술산업 발전의 가능성 타진
- **[관람객 기반의 양적·질적 확대기여]** 플랫폼을 통해 창작자들과 관객이 소통하고 창작 과정에 관객이 적극적으로 참여하는 메커니즘을 정착시켜 감에 따라서 연극예술 가치의 향유에 참여하는 관객의 양적 성장과 연극예술 가치의 창출에 참여하는 질적으로 다른 관객층이 형성될 것으로 기대함
- **[미디어를 통한 연극무대 접근성 제고]** 연극채널을 통한 연극의 대중화를 실현하여 연극에 대한 거리감 해소, 관람 동기 형성 등 관람객 증대에 기여

7 연극 생태계 혁신 사업

1) 추진 배경

- 연극 생태계 혁신 사업은 우리나라 연극이 기초예술의 범주에만 머물지 않고 예술산업으로 성장하여 자생력과 가치창출의 범위를 넓혀간다는 비전을 전제로 함
 - <2020 연극의 해>를 통해 한국 연극의 기초 예술로서 예술적 가치 창출에 보다 더 충실하면서
 - 다른 한편으로 기술혁명과 글로벌화 등 새로운 환경에 선도적으로 부응하여 영화 등 다른 분야 문화산업 발전에 비견될 정도의 예술 산업으로 성장시킨다는 연극계의 합의와 국민적 공감대 조성
- 연극이 산업으로 발전하기 위해서는 창작-유통-관람의 가치사슬이 문화예술 시장에서 경쟁력을 확보해야 하고, 노동집약적인 창작현장을 혁신하여 비용을 낮추면서 가치창출을 극대화할 수 있어야 함
 - ‘2018년 공연예술 실태조사’⁵⁴⁾에 의하면 공연건수는 지속적으로 증가하고 있지만 공연 건수 증가율 대비 관객 증가율이 낮아 공급 과잉 현상이 나타나고 있음
 - 관객유치가 저조한 현관객유치가 저조한 이유는 연극의 ‘현장성’의 한계와 공연작품의 완성도 및 품질에 기인하는 것으로 볼 수 있음

<그림 4-14> 공연단체별 공연실적



54) 2018 공연예술실태조사보고. 공연시설 수는 총 1,019개, 종사자 수 12,377명, 매출액 3,500억 원, 공연단체는 단체 수 총 2,861개, 종사자 수 50,325명, 매출액 4,632억 원임.

- 창의적 방식의 창작으로 충분한 관객들을 유치하고 디지털 기술 도입으로 관객들의 긍정적 반응을 도출하는 사례들이 있지만 연극인을 위한 재교육 프로그램이 활성화되지 않아 창작역량을 개발하지 못하고 있음

－ 일부 시행되고 있는 연극인 교육 프로그램

- 연극인들의 창작 활동 역량 강화를 위한 ‘칼-다운(Calm-down) 아카데미’ : 2019. 7. 31. ~ 8. 8, 남산예술센터와 서울연극 센터에서 진행



- 장애인 관객을 위한 공연 제작 과정을 알아보는 ‘배리어 프리 (Barrier Free) 공연 제작 워크숍’ : 2019. 7. 31, 남산예술센터
- 해외 연극계 흐름을 살펴보는 ‘우리의 연극, 세계와 연극’ : 2019. 8. 6, 서울연극센터
- 무대 위에서의 성별 재현 방식에 대해 묻는 ‘예술가의 젠더연습/ 리플레이와 리허설’ : 2019. 8. 8, 서울연극센터
- 산울림 연극아카데미 (연극분야 차세대 유망 예술가(연출가, 극작가)가 다양한 창작 소재를 개발하고 심층적으로 조사·연구하여 수준 높은 창작활동을 할 수 있도록 지원하는 한국예술창작아카데미 창작과정) : 2019년 6월 ~ 2020년 3월

- 정부의 예술인복지에 관한 정책적 처방에도 불구하고 다수 연극인들이 아직도 예술인복지정책의 사각지대에 있다는 문제를 해결하기 위해 연극계 직종별(극작가, 배우, 무대예술가 등), 지역별, 사회적 공헌 및 재능기부 분야별로 ‘협동조합 기본법’에 의한 협동조합과 사회적협동조합, ‘사회적기업 육성법’에 의한 사회적기업 등을 결성, 운영함
 - － ‘협동조합’이란 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하고자 하는 사업조직⁵⁵⁾

- ‘사회적협동조합’이란, 협동조합 중 지역주민의 권익·복리 증진과 관련된 사업을 하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합 의미⁵⁶⁾
- ‘사회적기업’이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업을 의미함⁵⁷⁾
 - ‘취약계층’이란 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데에 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 곤란한 계층
 - ‘사회서비스’란 교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화 분야의 서비스, 그 밖에 이에 준하는 서비스로서, ‘사회적기업육성법 시행령’ 제3조는 사회서비스로서 ‘예술·관광 및 운동 서비스’를 규정하고 있음

- 연극분야 협동조합 현황

명칭	지역	품목	주요사업	유형	설립
전북연극협동조합	전북	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	예술체험교실 운영, 공연예술분야 일자리 창출	사업자	2013
협동조합 사다리 연극놀이터	서울	교육 서비스업	연극놀이 전문가 양성을 위한 교육사업, 연극놀이 프로그램 개발 및 연구, 교양증진 등 위한 평생교육사업	사업자	2014
극장나무협동조합	서울	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	공연 기획 및 문화예술 관련 사업, 조합원과 직원에 대한 상담, 교육, 훈련 및 정보제공 조합 간 협력을 위한 사업 소극장 운영	사업자	2014
한국연극인 부모협동조합	서울	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	조합원과 직원에 대한 상담, 교육, 훈련 및 정보제공 조합간 협력 위한 사업	사업자	2014
그림책연극놀이협동조합	서울	교육 서비스업	그림책 연극놀이 사업, 교육 콘텐츠 사업	직원	2018
연극마을문화공동체협동조합	광주	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	문화예술 공연, 교육 사업 지역주민쉼터 사업	다중 이해자	2013

55) 『협동조합기본법』 제2조 1.

56) 『협동조합기본법』 제2조 3.

57) 『사회적기업육성법』 제2조 1.

명칭	지역	품목	주요사업	유형	설립
나무시어터 연극협동조합	대전	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	문화예술기획 사업 및 시설운영 사업, 문화예술동아리 소모임 사업	다중 이해자	2013
서울가무연극 사회적 협동조합	서울	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	연극 및 뮤지컬 공연 사업, 교육 사업	다중 이해자	2018
교육연극 협동조합 재미사마	서울	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	생활연극을 통한 연극과 교육활 동 추구	사업자	2018

2) 추진 방향 및 목표

- **[추진방향]** 연극생태계 혁신의 방향은 ‘**창작역량 강화**’와 ‘**자생력 강화**’로 정하고, 연출자, 기획자, 배우, 무대장치전문가 등 연극계 종사자 대상으로 교육을 하고, 극단 및 극장 등 대상으로 컨설팅 서비스를 제공함
 - **[창작역량 강화]** 창작역량은 연극예술 작품을 독창적으로 만들어 낼 수 있는 역량으로서 ① 창작과정의 혁신적 방법론, ② 최신 디지털 기술 융합 방법론, ③ OSMU(One Source Multi-Use) 방식의 부가가치 창출에 관한 강의, 워크숍, 실습제작 실시
 - **[자생력 강화]** ① 극단 및 극장의 재정 자립도 제고, ② 연극인 개인의 경제기반과 사회적 자본 확충 등을 위한 교육 및 컨설팅
- **[추진목표]** 2020년 연극의 해를 맞아 창작역량과 자생력 강화를 통한 연극 생태계의 건강한 발전을 위해 다음 사업을 추진하고 사업성과가 우수할 경우 지속적 중장기 사업으로 확대발전시킴
 - **디지털 융합 연극창작 아카데미** : 기획자, 연출가, 무대예술가, 극작가 등 대상으로 홀로그램, 증강현실(AR), 가상현실(VR), 미디어 파사드 등 도입 연극창작에 관한 지식, 사례, 방법론 등 교육 및 실습 (**목표 : 100명 이상 참가자 교육**)
 - **연극공연 유통 및 마케팅 교육 및 컨설팅** : 기획자, 연출가 대상으로 OSMU 방식의 2차 콘텐츠 제작 및 유통, 연극 공연물의 브랜드 창출 및 마케팅에 관한 교육과 컨설팅 프로그램 (**목표 : 100명 이상 참가자 대상 서비스 제공**)
 - **후원금 모집(fund-raising) 담당자 교육 및 컨설팅 프로그램** : 연극 극단 및 극장의 자생력을 제고하기 위해 기업, 민간 및 공공단체의 기부금, 후원금, 협찬금을 모집하는 전략과 기법, 열성관람객의 개인후원 회원 자격 부여와 정보 서비스 제공 등 이론과 사례

- 학습, 필요시 컨설팅 서비스 제공 (목표 : 50개 이상 극단 및 극장 대상 서비스 제공)
- **협동조합 설립 및 사회적 기업 운영에 관한 교육 및 컨설팅 (사회적 경제 조직화)**
: 연극인 개인 및 극단 대상으로 협동조합과 사회적 기업 방식의 문제해결에 관한 교육, 직종별·지역별·전문영역별 협동조합과 사회적 기업 설립과 운영에 관한 컨설팅 제공 (목표 : 50개 이상 협동조합 및 사회적 기업 설립)

○ **[추진조직]** 생태계 혁신 사업추진을 위한 업무 체계

- 추진위원회 사무국에 생태계 혁신 관련 ‘전담부서’를 설치, 창작 역량강화, 자생력 강화, 사회적 경제 조직화를 위한 실행계획을 수립하고, ‘프로그램 파트너’ 선정과 교육 및 컨설팅 참가 희망 연극인, 극단 및 극장 모집 추진
- ‘프로그램 파트너’는 생태계 혁신 프로그램을 전국전 범위에서 실행하는 실행주체로 창작역량 강화, 자생력 강화, 사회적 경제 조직화에 전문성과 경험이 있는 단체 및 그룹임

<그림 4-15> 연극생태계 혁신 방향



3) 기간·장소

- 추진 기간 : 2020년 3월~12월
 - 프로그램 파트너 선정 : 2020년 3월~4월
 - 교육 및 컨설팅 프로그램 참가 대상 모집 : 2020년 3월~4월
 - 교육 및 컨설팅 프로그램 개발 : 2020년 3월~4월
 - 프로그램 실행 : 2020년 5월~12월
 - 협동조합 및 사회적 기업 관련 교육·컨설팅 : 2020년 3월~12월
- 추진 장소 : 전국 문예회관 등 공공 문화예술시설, 프로그램 참여 극장 등

4) 주최·주관

- 주최 : 문화체육관광부
- 주관 : 한국연극협회

5) 행사규모

- 프로그램 파트너 : 16개 전문단체 및 전문가 그룹
- 교육 및 워크숍 참가자 : 500명 (연출자, 배우, 극작가, 무대장치 전문가 등)
- 교육 및 컨설팅 서비스 제공대상 연극단체 : 50개 이상 극단 및 극장

6) 주요 내용

- 2020 연극생태계 혁신 사업설명회 및 워크숍 개최 (2020년 3월)
 - 생태계 혁신의 필요성과 미래 비전, 전략과 방법론 등에 관한 발표
 - 2020 연극생태계 혁신사업 추진방향에 관한 발표, 토론
 - 생태계 혁신, 자생력 강화, 사회적 경제 컨설팅 분야별 워크숍
- 프로그램 파트너 선정 (2020년 3월 ~ 4월)
 - 창작과정의 혁신적 방법론, 최신 디지털 기술 융합 방법론, OSMU(One Source Multi-Use) 방식의 부가가치 창출 등 창작역량 강화에 관한 전문가 그룹
 - 후원금, 기부금 등 모집에 관한 연극 마케팅 전문가 양성 프로그램을 기획하고 실행할 수 있는 전문가 그룹
 - 협동조합과 사회적 기업 등 사회적 경제 방식의 연극 생태계 혁신에 관한 전문가 그룹

○ 연극 생태계 혁신 프로그램 실행 : 2020년 5월 ~ 12월

① **디지털 융합 연극창작 아카데미** : 기획자, 연출가, 무대예술가, 극작가 등 대상으로 홀로그램, 증강현실(AR), 가상현실(VR), 미디어 파사드 등 도입 연극창작에 관한 지식, 사례, 방법론 등 교육 및 실습 (목표 : 100명 이상 참가자 교육)

② **연극공연 유통 및 마케팅 교육 및 컨설팅** : 기획자, 연출가 대상으로 OSMU 방식의 2차 콘텐츠 제작 및 유통, 연극 공연물의 브랜드 창출 및 마케팅에 관한 교육과 컨설팅 프로그램 (목표 : 100명 이상 참가자 대상 서비스 제공)

③ **후원금 모집(fund-raising) 담당자 교육 및 컨설팅 프로그램** : 연극 극단 및 극장의 자생력을 제고하기 위해 기업, 민간 및 공공단체의 기부금, 후원금, 협찬금을 모집하는 전략과 기법, 열성관람객의 개인후원 회원 자격 부여와 정보 서비스 제공 등 이론과 사례 학습, 필요시 컨설팅 서비스 제공 (목표 : 50개 이상 극단 및 극장 대상 서비스 제공)

④ **협동조합 설립 및 사회적 기업 운영에 관한 교육 및 컨설팅 (사회적 경제 조직화)** : 연극인 개인 및 극단 대상으로 협동조합과 사회적 기업 방식의 문제해결에 관한 교육, 직종별·지역별·전문영역별 협동조합과 사회적 기업 설립과 운영에 관한 컨설팅 제공 (목표 : 50개 이상 협동조합 및 사회적 기업 설립)

7) 소요 예산 : 400,000천원

○ 프로그램 운영 (프로그램 설명회, 파트너 선정, 프로그램 지원 등) : 80,000천원

○ 연극 생태계 혁신 프로그램 실행 : 320,000천원 (20,000천원 * 16개 파트너)

8) 기대 효과

○ **[창작역량 강화]** 연극계 생태계 혁신에 필요한 전문 인력 500명 양성

- 연극예술 창작과정에서 비용절감, 창의적 아이디어 도입 등을 통한 혁신 창작 전문가
- 홀로그램, 미디어파사드, 증강현실, 가상현실 등 디지털 기술과 아날로그 무대와 출연진을 융합시키는 디지로그 융합 전문가
- 기업 및 단체 후원금, 기부금 등 모집에 관한 전략과 기법 전문가

○ **[자생력 강화]** 기업이나 민간단체의 후원금, 기부금 모집, 극단·극장별 후원회 결성과 운영 등 공연 외의 수입을 증대시킬 수 있는 능력을 통해 자생력을 증가시킴

○ **[관람객 증가 효과]** 연극관람 동기형성에 관한 설문조사에서 ‘공연작품의 완성도와 품질’이 가장 중요한 요인으로 나타나고 있어 창작역량 강화를 통해 연극공연 작품의 완성도와 품질을 제고하면 다수 관람객을 유치할 수 있을 것임

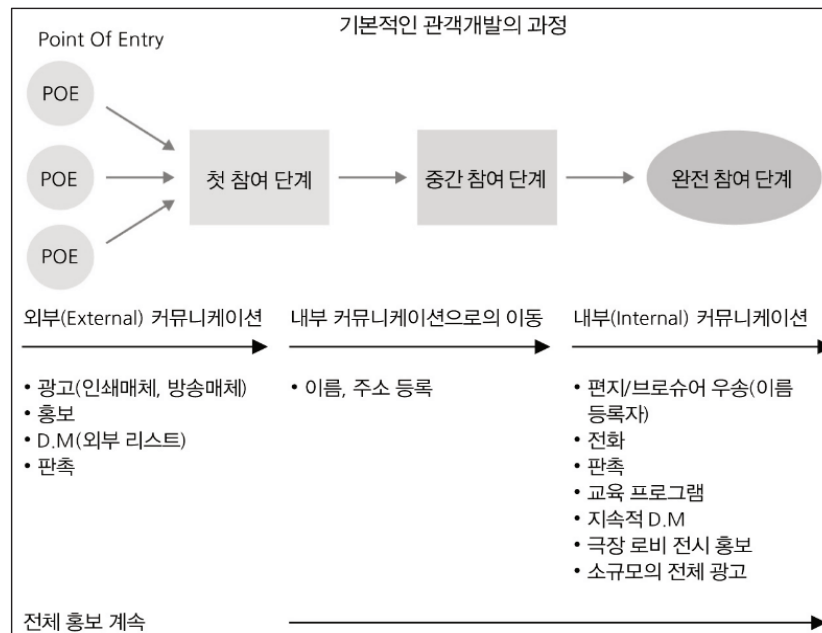
- 이머시브씨어터 등 새로운 방식의 공연을 통해 성공적인 관객유치 효과를 거둔 사례의 분석과 공유를 통해 관객들이 기대하는 연극무대의 성공요인 이해
- **[연극 아카데미 설립의 효과성과 타당성 입증]** 창작역량과 자생력 강화를 통해 연극 생태계의 지속가능한 발전이 이루어지고 연극예술을 예술산업으로 성장시키기 위해서는 2020 연극의 해 단년도 사업으로는 불충분함
 - 디지털 영상기술을 활용하여 현장의 공간적 제약을 극복하고 공연 몰입도를 극대화하여 연극관객들에게 새로운 관람체험을 제공하기 위해서는 디지털 기술력뿐만 아니라 연극창작의 예술성·창조성이 결합되어야 함
 - 2020 연극의 해를 통해 디지털 기술 혁명의 기반 위에서 한국 연극예술의 창작역량과 자생력을 키워 고품질의 연극공연을 기대하는 관객들의 수요에 부응하고 국제적 공연 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해 ‘국립 연극 아카데미’ 설립에 대한 연극계의 합의와 국민적 공감대가 형성될 수 있기를 기대함

8 관람기반 구축 예술교육 사업

1) 추진 배경

- 예술교육으로서의 연극교육은 ‘관객기반의 지속가능한 개발’을 위한 중요한 사업으로, 모든 세대에 걸친 예술참여 체험과 문화자본⁵⁸⁾(Cultural Capital) 형성을 통해 연극을 비롯한 모든 공연예술 발전의 토대가 될 것으로 전망함
- 기존의 연극 관람객들의 재관람 비율을 높이고, 연극예술 최초 경험 관객들을 유치하는데 평생학습 프로그램을 통한 최초체험이 중요함

<그림 4-16> 관객개발을 위한 평생학습전략(SELL)⁵⁹⁾



58) 문화자본(cultural capital)은 피에르 부르디외(Pierre Bourdieu)의 장(field)이론에 따라서 금전으로 즉각적, 직접적 전환과 소유가 가능한 경제자본(economic capital), 한 개인이나 집단이 동원하고 활용할 수 있는 사회적 연결이나 관계망을 의미하는 사회자본(social capital)과 함께 문화자본의 개념을 제시. 가족에 의하여 전수되거나 교육기관에 의해 학습되는 것으로 자연스러운 말투나 몸짓처럼 지속적인 성향으로서 '체화 된(incorporé)' 상태, 책, 미술품 등의 다양한 문화재화로써 '대상화 된' 상태, 자격을 부여하는 승인 형식의 '제도화 된' 상태로 존재하는 개인적 자산임. 문화자본은 특정한 환경에 의해 형성된 성향, 사고, 인지, 판단과 행동체계를 의미하는 아비투스(habitus)로 표출되는 데, 아비투스는 하나의 집단내 '동질성'과 서로 다른 집단 사이의 '이질성'을 기반으로 특정한 집단이 공유하는 문화적 행동특성임. 본 보고서에서 제안하는 '관람기반 조직화'는 단기적으로 개인과 집단이 현재 가지고 있는 문화자본을 연극관람 동기로 전환시키거나 중장기적으로 연극관람 동기에 긍정적으로 연관된 문화자본을 체계적으로 축적하는 교육과 전수행위를 진행하는 복합적 과정을 의미함. Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital" (1985), *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education* (1986) pp. 46-58.

59) 이용관, 「관객을 만드는 예술경영」 (서울:커뮤니케이션북스, 2014), 130. Morison & Dalglish가 제안한 모델 재인용. 여기에서 관객개발이란 '사람들로 하여금 예술단체나 극장의 모든 프로그램이나 서비스에 점차 밀접하게 참여하도록 격려하고 도와주는 오랜과정'이라고 정의하고 최초경험(또는 축 접점 points of entry)의 중요성을 강조하고 있음.

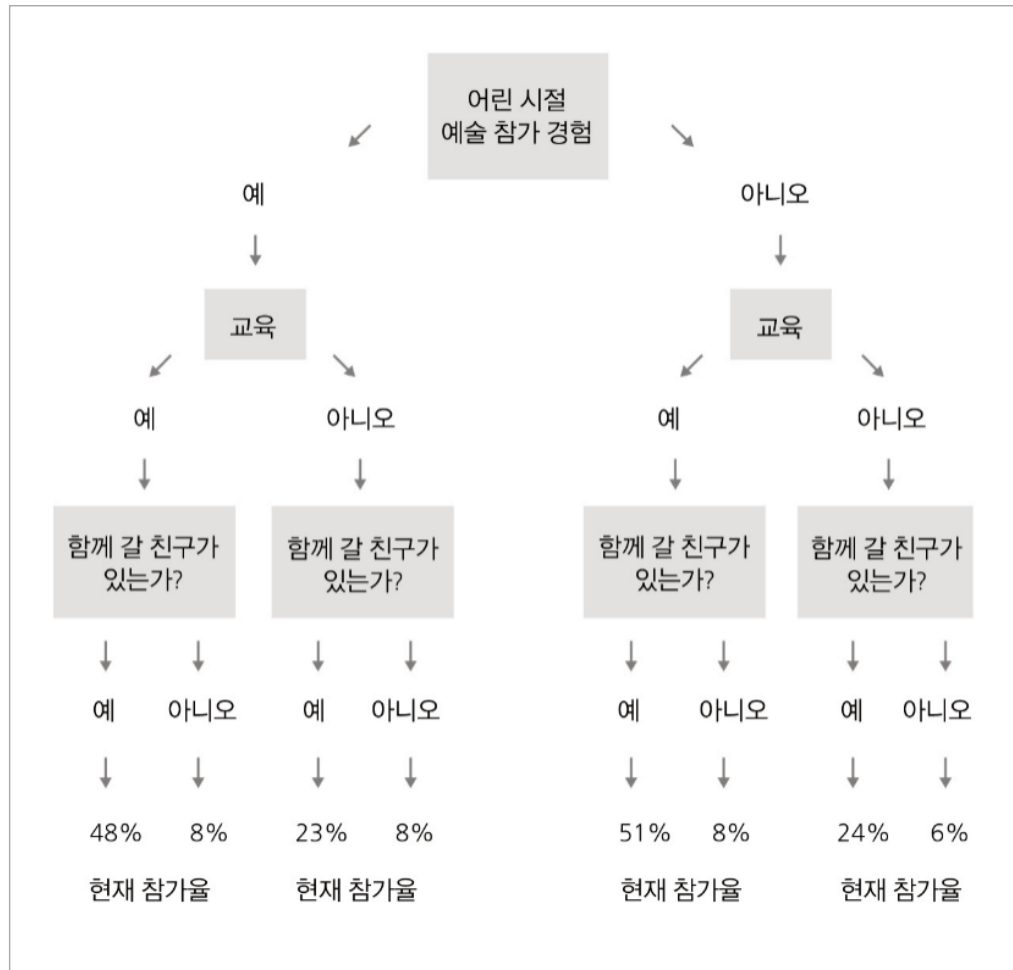
- 연극관람 기반의 전략은 결국 ① 연극공연장에 참여하는 관객의 절대 숫자를 증가시키는 것, ② 일단 참여한 관객이 재참여의 빈도를 증가시키는 것으로 요약될 수 있음
- 연극공연 관객의 절대 숫자를 늘리기 위해서는 연극공연 최초체험 (POE)와 일반 대중과 잠재적 관객들을 대상으로 외부 커뮤니케이션을 통해 연극에 대한 관심과 체험 가치에 대한 홍보를 수행함
- 완전참여 단계에 이르면 공연정보 제공 등 내부커뮤니케이션만으로 재관람 의사결정을 유도할 수 있게 됨

○ 어린 시절의 예술교육은 성인 성장 후 예술 프로그램 참가 패턴 형성과 예술단체 후원의사 결정에 결정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

- 미국예술기금(NEA)에서 실시한 ‘예술참여에 미치는 예술교육의 효과’ 조사에서 예술교육은 사회인구학적 요소, 라이프스타일 요소 등과 함께 예술참여에 영향을 미친다는 실증적 데이터 확인
- 미국 클리블랜드에서 실시된 조사에서 어린 시절에 예술교육을 받아온 기간과 예술프로그램 참가여부, 그리고 성인이 되어서 친구들의 동참여부가 예술참가 여부에 어떠한 영향을 미치는지 조사하였음⁶⁰⁾
 - 동 조사에서 어린 시절에 예술참가 경험이 있고, 예술교육을 받은 사람이 성인이 되어 함께 예술 공연 관람할 사람(준거집단)이 있는 경우 (48%)가 어린시절 예술참가 경험 및 예술교육을 받지 못한 사람이 함께 공연 참가 할 수 있는 친구가 있는 경우(24%) 보다 두 배의 차이를 보여주고 있음

60) Ibid.,163

<그림 4-17> 어린 시절 예술교육과 준거집단 영향의 중요성



- 연극교육은 학교 내 교육, 학교 외 교육, 사회교육, 평생교육 등을 통해 연극예술 교육 경험과 연극공연 첫 번째 체험 기회하고, 아울러 함께 연극공연을 체험할 준거집단을 형성해주는 기능을 수행하여 지속가능한 관람객 개발 효과가 예측됨

2) 추진 방향 및 목표

- **[추진방향]** 공연예술 수용과정을 Andreassen의 모델⁶¹⁾에 따라서 ① 무관심, ② 관심, ③ 시도, ④ 긍정적 평가, ⑤ 수용, ⑥ 확신의 단계로 발전하는 것으로 설정을 하고, 청소년 층 (중학교, 고등학교 과정 학생)과 성년층 중에서 연극에 대한 ① 무관심 및 ② 관심 계층 대상으로 연극교육 및 관람체험을 통해 ③ 시도와 ④ 긍정적 평가 단계로 발전시키기 위한 다양한 연극교육 시행

61) Ibid., 259.

- 이를 스트랑(Strang)과 굿맨(Gutman)의 관객분류 방식인 비참여 관객 (non-attenders), 관심관객 (interested), 열성관객 (enthusiasts)으로 보면 비참여 관객을 관심관객으로 변화시키는 과정으로 볼 수 있음

- **[추진목표]** 연극에 대한 연극공연 체험을 해보지 못한 무관심층 또는 관심계층 10,000명 대상 ① 예술교육으로서의 연극교육을 거쳐 ② 최초 연극공연 체험을 하고, ③ 블로그 또는 소셜 미디어를 통해 소감을 작성해보는 일련의 연극교육 프로그램 진행
- **[추진방식]** 전국 100개의 극단이 각각 100명의 청소년 또는 성년의 ‘비참여 관객’을 ‘관심관객’으로, ‘관심관객’을 ‘열성관객’으로 변화시키기 위한 실질적이고 창의적인 연극교육과 연극공연 체험 프로그램을 실행함
 - 공모를 통해 국공립 극장 및 극단, 지역 문화재단 중에서 100개의 연극교육 사업 파트너 선정
 - 각 파트너는 자체 또는 문화예술강사 초청 등을 통해 연극(감상)에 관한 이론, 희곡낭독 등 창작 수업 등 연극교육 프로그램 개발 및 실행
 - 각 파트너는 교육 참가자들이 자체 창작 공연 또는 해당 지역 내 다른 연극공연에 참가하는 연극공연 체험 프로그램 실행
 - 각 파트너는 연극공연 체험 후 교육 참가자들이 동료 집단 (준거 집단)과 의미 있는 피드백을 공유하여 통해 연극 재관람 동기 형성 유도

3) 기간·장소

- 기간 : 2020. 1. 1. ~ 12. 30.
- 전국 대도시 및 중소도시

4) 주최·주관

- <2020 연극의 해> 추진위원회
- 해당 지방자치단체 (광역 및 기초단체)

5) 추진규모

- 전국의 100개 국공립 극장, 극단, 지역 문화재단이 연극교육사업 파트너로 참여
- 각 파트너별로 100명의 교육 참가자 선정 및 프로그램 운영
- 총 10,000명의 연극공연 무관심계층 또는 (잠재적) 관심층을 관심층 또는 열성관객으로 변화

6) 주요 내용

- **[연극교육 프로그램 파트너 선정]** 연극분야의 지속가능한 관람객 개발을 위한 연극교육 사업 설명회 (온라인 또는 오프라인), 파트너 선정을 위한 공모절차 진행 등
- **[연극교육 파트너 워크숍]** 선정된 파트너 대상의 워크숍을 통해 연극교육 표준 프로그램 개발, 성과목표 설정, 전국적 파트너 네트워킹 등 프로그램 실행에 필요한 준비절차 진행
- **[연극교육 프로그램 실행]** 파트너별 교육 참가자 모집, 파트너별 교육 프로그램 개발, 교육 참가자 연극공연 체험 등 추진
- **[연극교육 프로그램 피드백 전국 공유]** 연극교육과 연극공연 참가 후기, 관람한 연극에 대한 소감, 연극예술에 대한 개인적 인식 변화 등을 온라인 방식으로 공유
 - <2020 연극의 해> 전용 웹사이트, 한국연극협회 웹사이트, 네이버 등 포털 사이트 등에 연극교육 피드백 전용 공간 마련
- **[설문조사 및 후속사업 추진]** 연극교육 참가자 대상 설문조사로 프로그램 성과, 향후 연극공연 재관람 의사 등 의견 수렴, 긍정적 결과 확인 시 2021년 이후 연속사업 추진

7) 소요 예산

- 200,000천원 : 20,000원 * 100명 교육 참가자 * 100개 파트너

8) 기대 효과

- **[연극관람기반의 질적인 확대]** 질적인 측면에서 연극에 대한 무관심 계층 대상의 연극교육을 통해 연극의 예술적 가치를 이해하고 공연 참가를 의미 있는 체험으로 받아들임으로써 연극관람에 충성도 높은 열성 관객으로 발전할 기반을 마련함
 - 양적인 측면에서도 연극 관람기반 구축을 위한 연극교육을 매년 실시하여 무관심층 10,000명씩 연극공연 체험을 통해 연극관람
- **[지역별 연극관람 공동체 형성]** 연극교육 프로그램은 연극에 대한 취향을 형성하는 효과뿐만 아니라 함께 연극공연을 참가할 공동체가 형성되어 향후 지속적으로 연극공연에 참여할 수 있는 사회적 환경 조성
 - 연구조사에서 ‘함께 공연에 갈 친구가 있다’는 요인이 공연 참가 비율에 긍정적으로 영향을 미친다는 사실 입증

- **[연극에 대한 국민적 인식 전환]** 연극교육을 통해 지역공동체가 강화되고 사회적 소통이 향상됨으로써 연극예술에 대한 국민적 인식 전환 계기 마련
- **[연극 관람객 개발의 지속가능성 제고]** 지속가능성은 “현재 세대의 필요를 충족시키기 위하여 미래 세대가 사용할 경제·사회·환경 등의 자원을 낭비하거나 여건을 저하(低下)시키지 아니하고 서로 조화와 균형을 이루는 것”으로 장기적인 안목에서 연극 생태계 발전을 이루어야 함
 - <2020 연극의 해>는 이벤트 보다는 전략적인 프로그램을 추진하여 궁극적으로 연극의 기초예술 가치와 예술 산업의 잠재적 가치를 구현하는 것임
 - 연극교육은 현재 지나친 예산을 투입하지 않고 적절한 투자를 통해 미래 세대의 예술적 가치 창출과 향수를 위한 사업임

9 국제 연극창작 네트워크 구축

1) 추진 배경

- 국제진출을 통해 문화예술계 국제환경 변화에 능동적으로 대응하고 국제적 규범의 선도적 적용을 통해 국제적인 경쟁력을 갖추므로서 연극생태계 발전에 긍정적으로 기여함
- 공연예술분야 국제교류 지원기관은 문화교류 활성화 및 국가 이미지 제고에 주력하는 ‘한국국제교류재단(Korea Foundation)’, 예술가·기획자
 - 공연단체 등 창작역량 강화를 지원하고 있는 ‘한국문화예술위원회’, 예술유통활성화와 예술기관 경쟁력 강화를 통한 공연단체의 자생력 제고를 돕고 있는 ‘예술경영지원센터’ 등이 있음
- 공연예술의 국제진출의 종류는
 - 레지던시 프로그램과 같이 공동창작과 아티스트 교류가 이루어지는 ‘예술적 교류’,
 - 해외초청공연과 지역투어 등을 통해 해외시장을 개척하는 ‘해외진출’,
 - 현지에 전용극장을 대관하여 오픈런 공연을 추진하거나 라이선싱 계약을 통해 현지에 프로덕션을 파견하는 ‘문화산업적 교류’,
 - 국가 간 협약에 따라서 예술가 또는 예술단체의 초청이 이루어지는 ‘문화외교’가 있음
- 국제진출 사업의 대표적인 예는 다음과 같음
 - 한국국제교류재단의 ‘해외 한국문화예술행사 지원사업’
 - 한국문화예술위원회의 ‘ARKO-PAMS 협력사업 지원’, ‘민간국제 예술교류사업’, ‘해외레지던스 프로그램 참가지원’, ‘국제교류 중기기획 프로젝트’ 등
 - 예술경영지원센터의 ‘전략적 해외진출 지원사업’과 ‘서울아트마켓 (PAMS)’ 등
- 한국연극 국제진출의 의미는 대외적으로 ① 한국 연극인의 해외진출 문호 확대, ② 개도국의 문화예술 발전에 기여하여 국제사회의 지속가능발전목표(SDGs) 달성에 기여하고, 대내적으로 ③ 외국인 관광객 증가, 국내 다문화 사회 진전 등으로 변화된 관객의 문화적 배경에 대응한다는 측면에서 중요성을 가지고 있음

2) 추진 방향 및 목표

- **[추진방향]** 기존의 유럽, 미주 중심의 국제교류에서 벗어나 아시아 국가 창작자들의 교류를 통해 문화적 다양성을 창조성 발현의 자원으로 발전시키고 공동창작의 가시적 성과물을 도출하여 공연예술 분야의 창작공동체와 다국적 관람객 기반 구축
 - 선진국 위주의 문화교류에는 한계가 있고, 아시아 태평양·남미·아프리카 지역 국가들과 교류협력을 통해 문화적 다양성 기반의 창의적인 공연예술 성과 기대
 - 연극분야에서 문화를 매개로 한 공적개발원조(ODA)를 선도적으로 실천하여 개도국의 문화자원을 연극예술과 연계시켜 협력국가의 문화예술적, 사회경제적 발전을 유도함

- **[추진목표]** 동남아시아 국가, 구소련연방 국가의 창작자 네트워크 구축을 통한 문화적 다양성 기반의 연극창작공동체 구축과 시범 공동창작 추진
 - **아시아 공연예술창작자 네트워크**
(APACN : Asia Performing Arts Creators Network)
 - [개념] 회원국⁶²⁾의 극작가, 연출가, 기획자, 배우, 무대예술가 등이 네트워크를 구축, 연극의 예술적 가치 구현 방법론, 연극을 통한 사회경제적 발전전략, 기술혁명을 적용한 연극무대의 진화 등에 대한 지식 나눔, 사례공유, 현장실습 등 추진
 - [목적] 문화적 다양성이 농축된 아시아 지역의 다양한 스토리와 문화자원을 연극의 예술적 가치와 산업적 성과로 재창조, 국제적 창작공동체를 통한 연극생태계의 활성화 도모

 - **아시아 연극 공동창작 플랫폼 구축**
(ACPT : Asia Co-creation Platform of Theater Drama)
 - [개념] 아시아 지역의 두 개 이상 국가가 공유할 수 있는 스토리, 이를 연극작품으로 제작할 수 있는 자원과 정부지원 프로그램 등이 통합된 플랫폼: 당사국 국가 간 정부지원, 인적·물적 창작기반, 기업체와 시민사회 지원기반 등의 결집체
 - [목적] APACN 기반으로 창조적 영감을 공유한 국가들끼리 실질적인 연극작품을 공동제작, 회원국 국민 간 문화 예술적 소통을 증진하고 상호협력을 통한 문화예술 분야 부가가치 창출

62) 베트남, 필리핀, 라오스, 캄보디아, 인도네시아, 태국, 말레이시아, 몽골, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 우즈베키스탄 등 국가 중 참가 희망국

- **[추진방식]** 연극의 해 선언식과 국제심포지엄을 계기로 추진절차 진행
 - 연극의 해 국제 심포지엄에 해당국가 핵심 창작자 및 정부인사 초청, 두 사업의 취지에 대한 공감대 도출, 회원국 참여의사 공식화
 - 한국연극협회에 APACN 사무국을 설치, 동 네트워크의 이념적 목표와 네트워크 운영 기본원칙 등에 관한 의견 수렴 등 관련 절차 진행
 - ACPT는 플랫폼 개념의 추상성을 극복하기 위해 <2020 연극의 해>를 기념하여 구체적인 대상국을 선정하여 공동창작 시범추진
 - 예 : 베트남 리(Ly) 왕조 마지막 왕자로 쿠데타로 집권한 전(Tran) 왕조의 살해 음모를 피하여 일족과 함께 베트남을 탈출, 고려에 귀화하여 몽골군을 격퇴하는 등 공을 세운 우리나라 화산 이씨 시조 ‘이용상’ 스토리를 한국-베트남이 연극으로 공동제작
 - APACN과 ACPT는 회원국에 진출한 한국기업의 후원을 기반으로 안정된 창작공동체를 운영하고, 단계적으로 공동창작을 확대하여 우리나라 기업의 국제적 이미지 제고와 광고효과 확산

3) 기간·장소

- 기간 : 2020. 1. 1 ~ 12. 31
- 장소 : 아시아 해당 국가

4) 주최·주관

- 후원 : 문화체육관광부
- 주최 : 한국연극협회
- 주관 : 아시아 공연예술창작자 네트워크 임시사무국

5) 추진규모

- 아시아 공연예술창작자 네트워크 (APACN)
 - : 300명 회원 확보 (2020년 말)
- 아시아 연극 공동창작 플랫폼(ACPT) 구축
 - : <2020 연극의 해> 계기 현지 진출 기업체 협찬을 통한 기금 10억 원 목표

6) 주요 내용

- 정부의 신남방정책의 틀에 맞추어 베트남, 인도네시아, 말레이시아, 캄보디아 등을 대상으로 ‘아시아 공연예술창작자 네트워크’와 ‘아시아연극공동창작 플랫폼’ 구축을 추진하고,

공적개발원조(ODA) 대상국이면서 우리나라 기업의 직접투자가 중점적으로 이루어지고 있는 베트남을 공동창작 시범대상 국가로 선정

- ① **[아시아 공연예술창작자 네트워크 창립]** 한국연극협회에 APACN 임시 사무국을 설치하여 2019년 하반기에 대상국가 창작자 대상으로 서면 또는 온라인 접촉, 네트워크의 이념과 필요성 설명, 연극의 해 국제심포지엄에 이들 대상자들을 APACN 핵심 발기인 자격으로 초청, 네트워크 운영원칙과 운영 매뉴얼 작성, 네트워크 활성화 프로그램 개발과 실천방안 실행 (2020년 이후 중장기 사업) 등 추진
 - ② **[아시아 연극 공동창작 플랫폼 설립]** APACN 참가 국가 중에서 공동창작에 참여할 국가의 정부관계자 및 창작자 대표의 다자간 또는 양자간 MOU 체결, 창작자원(스토리 자원, 희곡, 기획, 제작비 등) 결집, 실행계획 수립과 창작 진행
 - ③ **[ACPT 시범제작]** 연극의 해 기념으로 첫 작품 제작 추진, 플랫폼의 가시적 성과물을 우리 정부 예산지원으로 도출하여 후속 작품 제작을 위한 후원금 모집의 마중물 사업 추진
- **[아시아 연극공동창작 플랫폼 기금모집]** ACPT는 기본적으로 당사국가에 진출한 한국기업의 사회적 공헌과 기업 마케팅을 기반으로 운영되는 프로젝트로, 기금모집에 관한 전략 수립이 중요한 과제임

7) 소요 예산

- 아시아창작자네트워크 설립 및 운영 시스템 개발 : 50,000천원
- 아시아연극공동창작 플랫폼 구축 : 50,000천원
- 공동제작 시범사업 추진 : 200,000천원

8) 기대 효과

- **[새로운 차원의 한국연극 국제진출 교두보 확보]** 유럽과 북미 지역 선진국에 치중한 국제 교류 및 해외진출 프로그램과는 달리 아시아 국가들과의 네트워크와 공동제작 체제가 갖추어짐으로써,
 - ① 다양한 스토리와 이질적 문화적 배경 등 풍부한 창작자원의 확보,
 - ② 문화다양성 기반의 공연예술 창작 기법 개발,
 - ③ 문화예술을 매개로 경제 및 사회발전 공적 원조사업 참여 등의 효과를 기대함
- **[관람기반의 확장]** 국내 다문화인구의 증가, 한국 방문 아시아 국가 관광객의 증가, 한국 기업의 현지의 영향력 등을 감안할 때 관람객 유치를 획기적으로 증대시킬 가능성이 높음

- **[스토리 공유를 통한 문화외교 효과]** 우리나라를 중심으로 하는 스토리를 기반으로 공동창작을 추진하면서 공동창작 참여국가 관객들과 문화적 공감대를 형성하여 한국에 대한 국가이미지 제고, 한국제품 구매력 향상 등 기대
- **[한국기업의 문화 마케팅 지원]** 아시아 국가에 진출한 한국기업의 이미지 향상과 한국상품 구매력 증대

V. <2020 연극의 해>
추진위원회 구성(안)

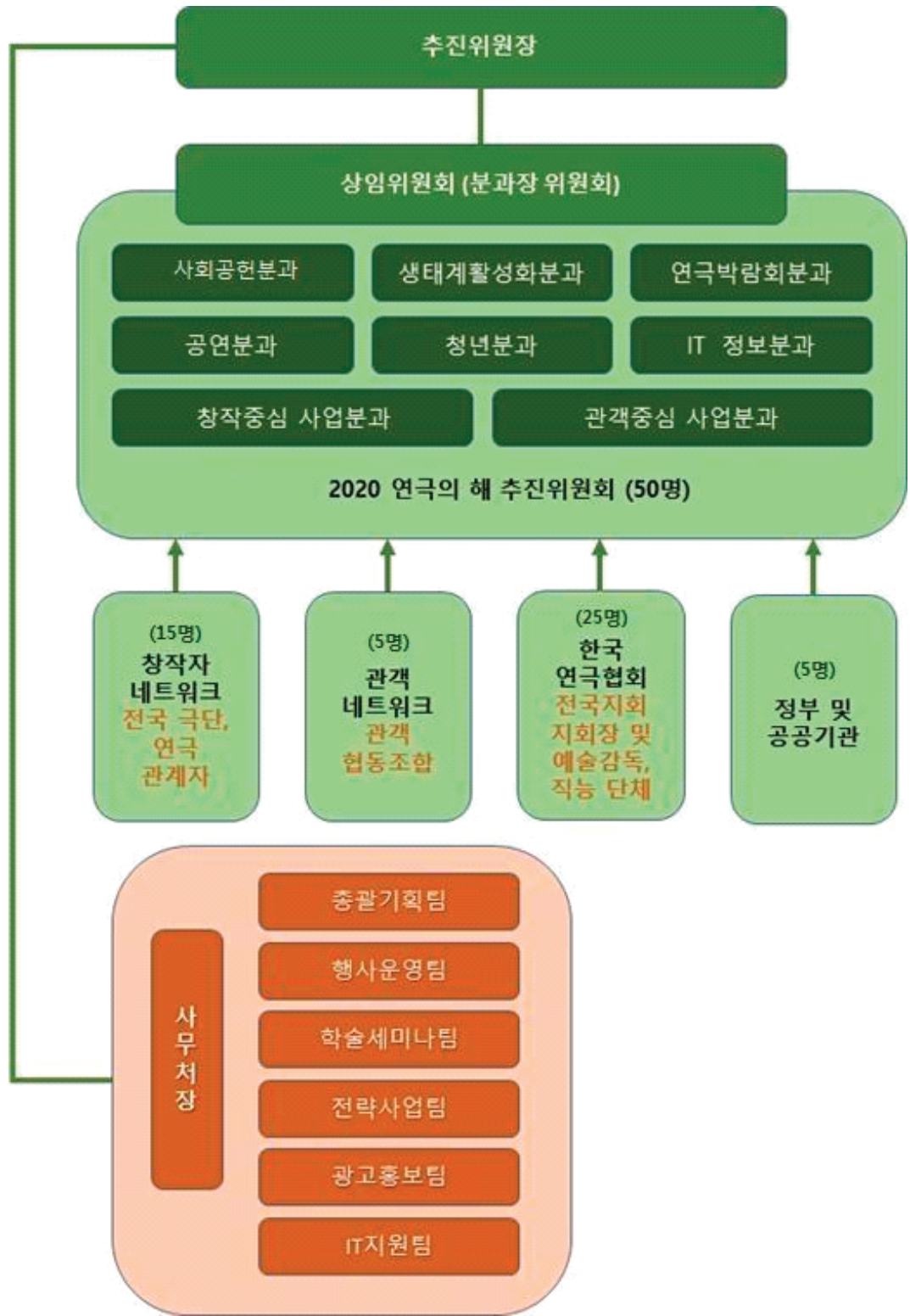
V

<2020 연극의 해> 추진위원회 구성(안)

1 <2020 연극의 해> 추진기구

- 추진위원회는 ① 문화체육관광부 등 정부기관(5명), ② 한국연극협회 중앙회와 지회(25명), ③ 전국 극단 및 연극 관련 단체로 구성되는 창작자 네트워크(15명), ④ 관객 집단, 특히 관객협동조합으로 구성되는 관객네트워크 대표자(5명) 총 50명으로 구성함
- 추진위원회는 ① 사회공헌 분과, ② 연극박람회 분과, ③ 생태계 활성화 분과, ④ 공연분과, ⑤ 청년분과, ⑥ 창작중심사업 분과, ⑦ 관객중심 사업 분과, ⑧ IT정보 분과 총 8개 분과에서 활동함
- 추진위원회 위원은 8개 분과위원회에 참여하여 업무를 수행함
- 상임위원회(분과위원장단 회의)는 분과별 협력·조정이나 갈등 조정 등의 기능을 수행함
- 사무국은 ① 총괄기획팀, ② 행사운영팀, ③ 학술세미나팀, ④ 전략사업팀, ⑤ 광고홍보팀, ⑥ IT 지원팀으로 구성함

<그림 5-1> 추진위원회 조직도



○ 사회공헌분과

- 연극인들과 연극 작품 활동을 통해서 사회적인 나눔 캠페인 진행
 - 아프리카 난민도움 캠페인: 연극의 해 관련 모든 사업 수익의 0.5%를 아프리카 난민 도움 목적으로 사용
 - 플라스틱 사용 줄이기 운동 등
- ‘연극인 소장품 옥션’을 통한 수익창출

○ 생태계활성화분과

- 생태계 활성화를 위해 규모는 작으나 의미 있는 일들을 진행하고 있는 페스티벌 지원
- 전국의 2,000만 원 내외의 예산으로 운영되는 소소한 연극제 중심
 - 무죽 페스티벌, 골목연극제 축제 등

○ 연극박람회분과

- 연극과 관련 있는 콘텐츠로 구성된 박람회 운영

○ 공연분과

- 국립극단, 대한민국연극제와 연계하여 진행
 - 국립극단 창단월인 4월부터 시작하여 대한민국연극제가 진행되는 6월까지 3개월 동안 지속적으로 진행
- 전국 16개 지회에서 진행하고 있는 연극제 활성화 사업 진행
 - 경남연극제, 부산연극제 등

○ 청년분과

- 기존에 진행되고 있는 청년 대상 사업 외에 추가로 필요한 사업 제안 예정
 - 미래세대 연극인을 양성하고, 역량을 강화시킬 수 있는 ‘청년예술인 현장입문 연수 과정’ 등 다양한 교육 진행

○ IT정보분과

- 플랫폼, 아카이브 구축 등 전산화 과정이 필요한 분야 담당
- 아카이브 구축의 경우, Play DB와 연계 사업 진행 예정

○ 창작중심 사업분과

- 극작가, 연출가, 배우 협회 중심으로 관련 사업안 의견 취합 예정

○ 관객중심 사업분과

- 접근성 강화를 위한 해피로드 관객지원사업 시행
- 예술교육 프로그램 운영
 - 참고: 서울공연예술제 청소년 대상 교육 프로그램

2

추진일정

- 2019년 10월 추진위원 조직 구성
- 2019년 11월 제1차 회의
- 2019년 12월 <2020 연극의 해> 추진위원회 선포식

VI. 대국민 홍보방안

VI

대국민 홍보 방안

- 대통령이 <2020 연극의 해>를 선언하는 성대한 선포식 개최
 - 대통령의 직접 참석이나 영상을 통한 선포를 통해 미디어 홍보 극대화 추진
 - 참고 : 러시아 푸틴 대통령이 '2019 러시아 연극의 해' 개막식 선언을 직접 함으로써 언론의 관심이 집중됨
- 전국 국공립공연장/단체의 '연극의 해' 프로그램 참여와 홍보
 - 전국의 모든 국공립공연장/단체들의 연극작품에 '<2020 연극의 해> 기념'이라는 타이틀을 붙여 참여시키고 이를 홍보에 적극 활용하여 전국 단위의 홍보를 추진함
 - 참고 : '2019 러시아 연극의 해'에는 러시아 전역의 500여 공연장 모두가 이에 동참하고 각각의 공연장이 해당 지역 홍보에 적극 참여함
- 기존 30여 개의 연극제와의 연계를 통한 홍보 시너지 창출
 - 대한민국연극제, 통영연극예술축제 등 전국의 기존 연극제와의 연계 및 통합 홍보를 통한 시너지 창출
 - 기존 연극제 홈페이지들과 연극의 해 홈페이지의 상호 링크를 통한 신속한 정보 전달 체계 구축
- 온라인 마케팅 강화
 - <2020 연극의 해> 공식 홈페이지 운영 : 뉴스, 공모, 보도자료, 정보 공유 플랫폼으로 활용
 - 온라인 기반 포털, 소셜 미디어, 팟캐스트와의 전략적 연계 및 활용

○ SNS 기반 홍보 자원봉사단 운영

- 인터넷이 문화예술행사 관련 정보 습득 경로에서 중요한 위치를 차지하는 만큼 소셜 미디어(SNS)를 통한 바이럴 마케팅 실시
- SNS 기반 ‘연극의 해’ 자원봉사 홍보요원을 모집하여 적극적인 활동을 촉구
- 참고 : 독일 테아터트레펜 블로그(Theatertreffen Blog): 온라인 저널리즘이라는 신선한 형식을 추구하며, 7인의 젊은 국제 문화예술 블로거(집필가 6인, 사진작가 1인)를 모집해 3주 동안 연극제의 다양한 이야기를 블로그에 게시하도록 함. 블로거팀은 각 공연들뿐만 아니라 무대 뒤에서 펼쳐지는 각종 이야깃거리들을 종합적으로 게시하고, 블로그 활동에 참여하는 이들은 솔직한 의견을 가감 없이 기재함

○ 연극 관람비용(평균 17,000원)을 영화 관람가격(평균 10,000원)으로 낮추고 이에 대한 홍보를 통해 관람객 모객 효과를 꾀함

- ‘높은 관람비용’은 연극 관람을 저해하는 요인 중 큰 부분을 차지하므로 이를 개선함으로써 대중들의 연극 관람을 유도함
- 관람료 일부를 지원하는 ‘해피로드’ 사업을 통해 비용 장애요인을 제거함

○ 중·장년층의 관심 유도를 위한 참여 프로그램 개발과 홍보

- 50대 이상 중·장년층의 연극 참여율이 매우 낮으므로 그들의 라이프스타일에 맞는 참여 프로그램 개발과 이에 대한 홍보 추진

○ 젊은 층을 유도하기 위한 프로그램 마련

- 학교 교육 외 연극교육프로그램 활성화 및 홍보를 통해 청소년들의 연극 경험 기회 증대
- 예술 교육 형식의 청소년 참여 프로그램을 적극 홍보
- 전국 대학 연극학과들의 축제인 ‘젊은 연극제’와의 적극 연대

○ 홍보 총괄표

구 분	항 목	내 용
온라인 매체	공식 홈페이지	공식 홈페이지를 통한 정보 제공
	유관기관 온라인배너와 링크	유관기관(공연장, 연극단체) 대상 온라인 배너 게재와 상호 링크
	네이버 등 포털광고	네이버, 다음, 인터파크 등 포털 배너를 활용한 홍보 진행(협찬 추진)
	뉴스 레터	매월 2차례 발행
	SNS	페이스북/인스타그램을 활용한 SNS 홍보 진행 ‘연극의 해’ 자원봉사 SNS 홍보단 구성
언론 매체	언론 보도자료 배포	일간지, 월간지, 전문지, 지역신문 등 매체에 주요 행사 개최 시마다 배포(약 30회)
	TV	공중파 TV 프로그램 소개/노출을 통한 홍보
	공익광고	TV, 시티비전 등
	프레스센터 운영	조직위/집행위/사무국에 프레스센터 운영, 보도자료 배포
옥외 매체	포스터 부착	관공서, 학교, 도서관, 출판사, 서점, 유관기관 대상 포스터 배포 및 홍보
	조직위 현수막	조직위 건물 외벽, 대학로 일대 등에 대형 홍보 현수막 설치 (30개소)
	현수막 광고	전국 주요 행사장, 주요 육교 등에 설치 (20개)
	가로등 배너	전국 주요 행사장 주변 가로등 배너 설치 (100조)
인쇄물 매체	포스터	선포식 홍보 포스터 제작
	초청장	VIP와 일반용 초청장 배포, 선포식 행사일정 및 프로그램 안내 등 (10,000매)
	선포식 행사장 유인물	행사개요, 프로그램 안내, 관련 정보 기재
	리플릿	공연장에 리플릿(50,000부) 비치
	결과보고서	행사 결과 보고용

VII. <2020 연극의 해> 기대 효과

VII

<2020 연극의 해> 기대 효과

1

접근방법

- 연극은 순수기초 예술로서 뮤지컬, 영화 등 문화예술 산업의 기반을 이루고 있으나, 연관된 문화예술 분야와 독립적으로 연극의 사회적, 경제적 효과를 분석하여 연극예술 진흥을 위한 정부 정책의 정당성과 국민적 공감대를 확보할 필요 있음
- 본 연구는 연극의 해 지정을 통한 (1) 연극예술의 가치 창출에 관한 기대 효과와 아울러 (2) 경제적으로 부가가치의 증가, 고급인력의 고용 확대 등의 효과가 있음을 밝히기로 함⁶³⁾
- ‘연극의 해’ 지정의 궁극적, 실질적 목적은 ‘연극예술 가치의 양적, 질적 확대’에 있으며, 문화예술 가치에 관한 일반적 이론에 따라서 ‘내재적 가치’, ‘경제적 가치’, ‘사회적 가치’ 측면의 효과 분석이 가능
 - 내재적 가치는 연극이 기초예술로서의 본질적 가치를 의미하는 것으로 주관적, 추상적 성격으로 인해 측정이 어려움
 - ‘경제적 가치’는 금전적 가치로 환원이 가능한 티켓 가격, 총관람 매출액, 극단 및 극장 재정 수입, 지역경제 파급효과 등 다양한 방식으로 측정이 가능
 - 단, 공연과 같은 문화예술 창작물들은 시장실패, 공익성 등 이유로 정부의 지원금이 제공되어 시장가치로 산출되기 어려운 부분이 많아 비시장재 가치 추정에 관한

63) 연극의 해 지정이 ‘고용’ 및 ‘부가가치’ 등에 미치는 영향 분석은 2016년 산업연구원이 수행한 “예술의 국민경제적 위상과 고용 및 부가가치에 미치는 영향” 연구에서 제안한 분석의 틀, 영국정부(Department of Culture, Media and Sports)가 런던 정경대학교 Daniel Fujiwara 교수 등 연구팀으로 하여금 분석한 “문화와 스포츠의 웰빙효과에 대한 계량화와 가치산정 (Quantifying and Valuing the Wellbeing Impact of Culture and Sports)” 등을 참조하였음.

다양한 방법론이 제시되고 있음⁶⁴⁾

- 본 연구는 ‘연극의 해’ 지정의 직접적 목적인 ‘관객기반 확대’, ‘관람객 유치 증가’에 주목하고, 연극의 해 프로그램 추진 전략목표는 ‘창작 역량’과 ‘자생력’ 강화로 설정하였음
 - 창작역량 강화가 관람수요에 긍정적 효과를 미치고, 자생력 강화가 관람객 증가의 결과이며, 자생력은 창작활동의 기본적 여건이 된다는 순환적 모델에 입각한 것임

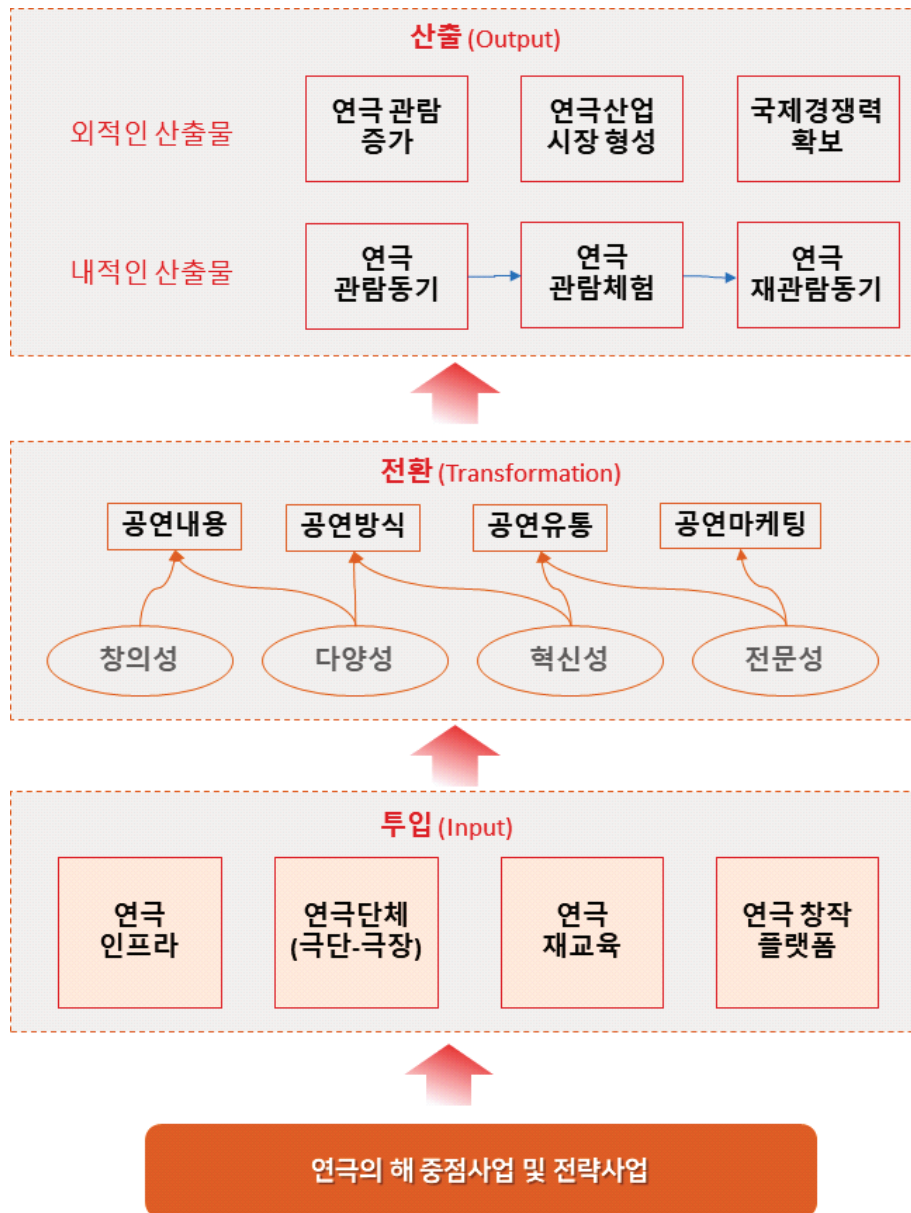
<그림 7-1> 순환적 모델



- 연극의 해 ‘중점사업’과 ‘전략사업’은 접근성 확대, 자율성 확보, 다양성 증진, 창의성 고양의 네 가지 전략을 통해 창작역량과 자생력을 증진·강화 하는 사업 모델의 기대 효과는 투입(input)과 산출(output)의 인과관계를 통해 분석할 수 있음

64) 비시장재 가치 측정을 위해 조건부 가치 측정법, 컨조인트 분석, 여행비용 접근법, 해도닉 가격 모형, 웰빙(well-being) 접근법, 산업연관분석 등이 제안되고 있으나, 연극의 경우 현장체험의 주관적 만족도를 측정하는 만족 접근법과 생산유발효과, 영향력 계수, 감응도 계수, 부가차치유발효과, 노동유발효과를 내용으로 하는 산업연관분석을 적용할 수 있음

<그림 7-2> <2020 연극의 해> 지정의 효과분석 모델



- 일반적으로 연극예술 분야의 투입부분은 ① 연극예술 물적 인프라, ② 연극예술 단체, ③ 연극예술 교육훈련, ④ 연극예술 공연기회로 설정
- 투입요소가 연극공연의 창의성, 다양성, 전문성, 혁신성 기반의 공연내용, 공연방식, 공연유통, 공연마케팅으로 매개되어 ① 연극관람 동기 형성, ② 연극 공연 체험, ③ 연극 재관람 동기 형성의 전환과정을 거침
- 궁극적 산출로서 ① 관람객의 양적 증가, ② 관람수요의 질적 다변화, ③ 연극예술산업 시장형성, ④ 한국연극 예술산업의 국제경쟁력 확보의 효과를 도출할 것으로 기대함

1) 연극 인프라 부문 : 연극 창작공간의 진화

- 디지털과 아날로그 융합을 통한 연극 관람체험을 확장할 상설 디지로그 창작 공간 설치 및 운영 (연극 박람회 후속 중장기 사업)
- 디지털 기술 융합 관련 교육 및 컨설팅 전문조직, 가칭 “디지털 융합 연극창작 지원센터” 설립 (연극 박람회, 연극 생태계 혁신)
- 전통과 현대의 공연, 다양한 양식의 국제적 공연물과 한국연극의 공연물의 콜라보 및 공동창작에 특화된 문화 다양성 전문극장 설립 (연극 박람회)

2) 연극 단체 부문 : 연극 극단의 경영혁신과 사회적 경제 조직화

- 지원체계 혁신을 위한 자율성, 다양성, 공정성, 투명성 기반의 연극 생태계 거버넌스 도입 (연극의 해 선언식, 연극 플랫폼 구축)
- 소극장, 소극단의 재원확보, 예술마케팅, 관람기반 구축 등을 돕기 위한 통합지원 체계 확립 (연극 플랫폼 구축, 생태계 혁신 사업)
- 협동조합, 사회적 기업 등 사회적 경제 조직으로 연극 단체 활성화 및 다양한 직종별 연대 강화 (연극 생태계 혁신, 연극 박람회)

3) 연극 재교육 부문 : 새로운 창작기법 및 모범사례 공유 등

- 디지털 융합, 전통공연의 현대화, 국제적 문화 다양성 등에 대한 관한 기획자, 연출가, 극작가 등 창작자들의 비전과 역량 개발 (생태계 혁신사업, 연극 박람회)
- 중장기적 체계적 연극 관람기반 확장과 관람객 기반의 다변화를 위한 문화예술교육 강화 (관람기반 구축을 위한 예술교육, 해피로드 관람지원 사업)
- 심리치료 목적의 연극, 교육적 목적의 연극, 사회 공동체 강화 목적의 연극 등 연극의 사회적 기능 강화 (연극 박람회, 연극교육)

4) 연극 창작 플랫폼 부문 : 창작자원 공유와 네트워킹을 통한 비용절감, 창의성 제고

- 지역의 독창성과 향토성을 대표하는 작품의 전국적, 국제적 가시성(visibility)을 확보할 수 있는 지역 연극 플랫폼 구축 (지역연극축제 네트워킹 사업)
- 예술적 완성도가 높은 우수한 작품을 발굴하여 전국적·국제적 예술시장 진출을 지원하는 공연예술산업 플랫폼 구축 (대한민국 명품 연극 초대전)

- 국제적 문화 다양성과 국가 간 공유 가능한 스토리 기반의 아시아 연극 공동창작 플랫폼 구축 (국제 창작 네트워크 구축사업)

3 산출부문의 기대 효과

1) 연극관람 증가

: 14%(2018년) → 20%(2020년) → 25% (2025년)

- ‘2018년 문화향수실태조사’에서 나타난 연극 관람률이 2016년 13%에서 2018년 14.4%로 나타나고, 향후 1년 이내 관람의향에서 연극이 20.5%로 나타남
- 디지로그 방식의 연극 창작, 체계적 관람기반 확대 등 노력을 집중 추진할 경우 2020년 연극의 해 20% 달성, 2025년 25% 달성 전망
- 콘텐츠의 속성이 다르고 멀티플렉스 방식의 배급을 통해 유통되는 영화산업의 발전과정과는 다르지만 창의성, 다양성, 혁신성, 전문성을 통해 연극 생태계의 체질을 바꾸는 경우 대중음악 공연 관람률을 앞설 가능성 있음

※ 2025년 25% 관람률 전망은 연극 플랫폼을 통해 연극채널 등 미디어를 통한 연극관람의 대중화 사업을 전제로 예상된 것임

<표 7-1> 문화예술 관람률 변화추이

(단위: %)

구분	문학 행사	미술 전시회	서양 음악	전통 예술	연극	뮤지컬	무용	영화	대중음악/ 연예
15-19세	6.6	4.9	7.9	4.1	10.8	4.8	3.3	90.5	90.3
20대	5.7	6.0	9.7	3.4	16.9	11.5	2.7	91.3	90.9
30대	6.1	5.9	10.7	4.5	4.2	5.3	2.3	89.7	84.8
40대	4.5	5.4	7.8	8.7	3.1	3.4	2.0	90.2	85.9
50대	5.1	4.8	7.5	13.4	3.1	3.1	3.1	81.9	77.8
60대	2.6	3.3	5.3	22.1	1.8	0.9	2.5	67.6	72.4
70세 이상	3.3	1.8	1.5	31.4	0.5	0.4	2.7	43.5	67.6

- 미디어를 통한 연극체험을 10대와 20대 중심으로 이루어지고 있어 이들에게 보다 적극적으로 연극관람 동기를 형성시킬 수 있는 가능성이 높음

<표 7-2> 매체를 통한 문화예술행사 관람 만족도

(단위: 명, %, 점/7점)

	이용자 수	매우 불만족	불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	만족	매우 만족	평균(점)
문학행사	489	0.9	0.3	1.7	17.3	43.3	30.1	6.5	5.18
미술전시회	444	1.1	0.2	1.8	19.8	32.6	35.9	8.7	5.25
서양음악	719	0.4	0.2	1.4	14.7	43.2	35.2	4.9	5.25
전통예술	1,311	0.4	0.0	1.0	12.7	50.2	29.8	5.9	5.25
연극	517	-	0.1	0.4	6.6	58.5	30.7	3.8	5.31
뮤지컬	403	-	0.2	0.7	8.7	37.7	46.0	6.6	5.49
무용	238	0.5	0.1	4.2	28.9	34.3	26.1	5.9	4.98
영화	8,378	0.1	0.1	0.8	8.6	35.2	45.2	10.1	5.54
대중음악/연예	8,506	0.0	-	0.3	5.7	38.2	45.2	10.5	5.60

2) 연극예술산업 시장형성

: 기반조성 (2020년) → 연극공연 유통체계 확립 (2025년)

- 연극이 예술산업으로 발전하기 위해서는 가치사슬의 선순환적 연계가 이루어져야 하는데, 전제조건으로서 ① 현재 유료관객비율 43.6%가 최소한 80%선으로 개선되어야 하고, ② OSMU 방식 유통이 가능한 디지털 콘텐츠로 제작되어야 하며, ③ 전용극장 상설 공연과 전국적·국제적 순회공연이 가능하고, ④ 투자와 수익배분이 가능한 성공모델이 축적되어야 함
- <2020 연극의 해> 지정으로 연극 생태계 혁신, 연극 박람회 개최, 연극 플랫폼 구축 등을 추진하고, 공연내용, 공연방식, 공연유통, 공연 마케팅이 새롭게 진화되는 경우 연극예술산업 발전의 기반이 형성되는 것임
- 2020년 이후 중장기 사업으로 연극 아카데미, 디지털 융합 연극창작 지원센터, 국제창작 네트워크 구축, 연극 플랫폼 등이 지속적으로 이루어져 관람수요의 양적·질적 변화와 이루어져 유료관객 비율이 증가하고, OSMU 유통체계가 확립되어 연극공연에 대한 투자가 이루어지면 2025년 시점에 연극 공연예술 유통체계가 확립되고 예술 산업으로 발전될 것으로 전망함

3) 한국연극 국제경쟁력 확보

: 이니셔티브 확보 (2020년)

→ 공동창작 플랫폼 구축 및 제작기금 확보 (2021년 ~ 2025년 연차 추진)

→ 아시아 연극예술산업 공동시장 주도 (2026년 ~ 2030년)

- 연극예술의 국제적 경쟁력 확보를 위해서는 대중음악이나 영화와 달리 정부와 공공기관 (예: 문화예술경영지원 센터 등)의 지원이 필요함

- <2020 연극의 해> 아시아 공연예술창작자 네트워크 창립, 아시아 연극 공동창작 플랫폼 구축 추진체계 확립, 아시아 연극 공동창작 기금 모금 착수, 아시아 연극공동창작 시범작품 창작 등으로 추진하여 한국 연극계의 주도권 확보
- 2021년부터 2025년간 참가 연극단체의 단계적 확보, 아시아 지역 진출 한국기업 대상 출연 및 후원 설득 (기업 메세나, 문화 마케팅) 등을 추진하여 재정기반을 구축함
- 2026년 이후 참여 연극단체가 공동으로 참여하여 체계적, 전략적 기획에 따른 창작 및 유통 추진

4 산업연관표에 의한 파급효과 분석

- 연극의 해 지정을 산업연관표⁶⁵⁾를 기준으로 산업으로서 국가경제에 미치는 영향을 분석해보기로 함⁶⁶⁾
 - 최종수요에 따라 변화하는 산업전체 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용유발효과 등을 분석하는데 있어서 연극 등 공연예술의 최종수요는 상업적 성격이 강한 대중문화예술과 달리 민간소비지출 비중 보다 정부소비지출에 의존하는 비중이 크기 때문에 시장수요에 대한 기대에 신중할 필요가 있음
 - 산업연관표에 의하여 생산유발효과⁶⁷⁾, 부가가치유발효과⁶⁸⁾, 고용유발효과⁶⁹⁾ 등 경제적 파급효과를 파악하는데 있어서 연극을 산업으로 분석하는데 적절한 분류방식을

65) 일정기간 동안의 산업간 거래관계를 일정한 원칙에 따라 행렬형식으로 기록한 통계표이고, 이를 이용하여 산업간 상호연관관계를 수량적으로 분석하는 것을 산업연관분석(inter-industry analysis) 또는 투입산출분석(input-output analysis)이라 함. 산업연관표는 국민소득, 국제수지표, 자금순환표, 국민대차대조표와 함께 5대 국민계정(National Accounts)을 구성하는 국가기간통계로서 최종수요가 유발하는 생산, 고용, 소득 등 각종의 파급효과를 산업부문별로 구분하여 분석할 수 있기 때문에 경제정책의 수립, 정책효과의 측정 등에 활용되고 있음.

66) 본 연구에서는 산업연구원이 수행한 '예술의 국민경제적 위상과 고용 및 부가가치 창출에 미치는 영향'의 분석방식을 사용하고, 한국은행이 2019년 8월 발간한 '2015년 산업연관표'를 참조하여 2020 연극의 해 지정을 계기로 향후 10년간 예상되는 국민경제 파급효과를 제시해보기로 함. 산업연구원의 분석에서 사용한 예술산업의 개념은 원천성과 창작성을 상대적으로 높은 반면에 대중성과 복제성이 낮은 공연예술(연극, 음악, 무용), 시각예술(미술, 디자인, 건축설계), 어문예술(문학창작)로 국한하여 사용하였고, 반면에 창작성과 원천성 외에 대중성과 복제성을 아울러 갖춘 대중예술 (영화, 대중음악 등)과 어문예술(문학출판, 만화 등)은 문화예술부문으로 분리하여 다루었음

67) 투입계수는 각 부문이 생산물 1단위를 생산하는 데 소요된 각종 중간재와 부가가치의 단위를 나타내기 때문에 각 부문의 생산기술구조, 즉 투입과 산출의 생산함수를 의미한다. 각 산업은 생산 활동 과정에서 직접적으로 연계되거나 우회를 통해 간접적으로 연계된다. 산업 간의 직·간접적 연계 정도를 측정하기 위해 이용하는 것이 생산유발계수이다.

68) 소비, 투자, 수출 등 최종수요가 발생하면 산출이 유발되며, 산출이 유발되는 과정에서 부가가치가 발생하는데, 이는 부가가치율을 생산유발계수에 적용하여 최종수요와 부가가치 유발의 관계를 통해 파악할 수 있는데 이 과정에서 도출된 것이 부가가치 유발계수이다.

69) 취업유발계수는 어떤 산업제품에 대한 최종수요가 10억원 발생하였을 경우, 해당산업에서 동금액만큼 생산하기위해 필요한 취업인원인 직접효과(=취업계수)와 해당 산업 및 타 산업에서 간접적으로 유발되는 취업인원인 간접 취업유발효과로 구분된다.

개발하는 것이 관건임

- 단, 연극을 포함한 공연예술이 국민경제에 미치는 영향을 분석하기 위해서는 모든 생산활동 영역을 포함하는 표준산업분류체계 속에서 문화예술산업, 특히 연극 관련 부분을 식별해야 하는 어려움이 있음⁷⁰⁾

※ 아울러 연극의 해 개별 프로그램의 서로 다른 성격에 초점을 두고 표준산업분류에서 연극 산업의 세부적인 데이터를 추출해야 하는 과정이 수반되어야 하는데 본 연구의 수행에 주어진 여건상 한계가 있다는 점을 밝힘

- 2009년에 작성된 표준산업분류 9차 개정안에 따르면 공연예술분야 관련 표준산업분류표는 다음과 같음

<표 7-3> 공연예술분야 관련 표준산업분류표

문화예술분류		표준산업분류	
대분류	중분류	KSIS	업종명칭
공연 예술	음악	90110	공연시설 운영업
		90122	무용 및 음악단체
	연극	90110	공연시설 운영업
		90121	연극단체(연극, 뮤지컬, 오페라..)
		90192	공연 및 제작 관련 대리업
		90199	그 외 창작 및 예술 서비스 업
	무용	90110	공연시설 운영업
		90122	무용 및 음악단체
	자영예술가	90131	공연예술가(배우, 가수 등)
	기타공연예술	90123	기타 공연단체(마술쇼, 서커스 등)
		90191	공연 기획업
		90192	공연 및 제작 관련 대리업
		90199	그 외 창작 및 예술 서비스 업

- 결국, 산업으로서의 연극은 연극공연이 이루어지는 공연장(공연시설, 극장), 창작단체(연극단체, 공연 및 제작 관련 대리업) 등 연극 생태계의 핵심적 주체들로 구성되어 있음

70) 문화예술 분야는 장르의 특성에 따른 소비자의 주관적 가치에 주목하지만 경제적 영향을 분석하기 위해 산업분류 방식을 채택하는 경우 투입물과 산출물의 유형, 원재료와 기술적 특성 등을 살펴봐야 하는 것임

- 산업연구원 분석 결과에 따르면 공연예술 생산유발계수가 1.808, 부가가치유발계수가 0.860으로 집적회로, 스포츠 서비스, 오락·서비스에 비하여 높게 나타나고 있음
 - 영향력 계수는 0.9584, 감응도 계수는 0.6977, 고용유발계수는 15.6, 취업유발계수는 22.9 (피용자, 자영업자 및 무급가족종사자 포함)
- 생산유발효과는 연극의 해 국고지원, 지방자치단체 매치, 민간참여를 통해 60억 원의 투입이 이루어지고, 향후 4년간 240억 원의 추가 투입이 이루어져 총 300억 원이 투입되는 경우, 생산유발효과는 542억 원, 부가가치유발효과는 258억 원, 고용유발효과는 468명, 취업유발효과는 687명이 될 것으로 기대됨

VIII. 결론 및 제언

VIII

결론 및 제언

- <2020 연극의 해>는 창작역량과 자생력을 강화하여 연극예술 생태계에 활력을 불어넣기 위해 지정되는 것으로 각 프로그램은 ① 상징성, ② 실효성, ③ 파급성, ④ 지속가능성이 상대적으로 높은 것들로 선정되었음
- ‘상징성’은 블랙리스트와 미투 운동 등 불미스러운 사건과 연극인들의 경제적 위상 문제 등으로 침체된 연극계의 분위기를 쇄신하고 미래 비전을 향해 연극예술계의 혁신적 도약을 의미하는 것으로 ‘연극박람회’, ‘연극 생태계 혁신 사업’이 대표적인 사업이 될 것임
- ‘실효성’은 각 사업들이 전략목표인 ‘창작역량과 자생력 강화’에 실질적으로 기여하는 정도를 의미하는 것으로 ‘연극박람회’, ‘국제 창작네트워크 구축’, ‘연극 생태계 혁신 사업’ 사업 등이 실효성이 클 것으로 기대함
- ‘파급성’은 사업추진 결과가 생태계 전반에 걸쳐 건강한 발전에 긍정적인 영향을 미치는 정도를 의미하는 것으로 ‘연극박람회’, ‘연극 생태계 혁신 사업’, ‘국제 창작네트워크 구축 사업’ 등이 파급성이 클 것으로 기대함
- ‘지속가능성’은 미래 세대의 효용가치를 훼손하지 않는 방식, 즉 미래세대에서 긍정적인 영향이 미칠 수 있는 사업을 의미하는 것으로 ‘관람 연계 예술교육 사업’, ‘연극 박람회’ 등이 해당 될 것으로 기대함
- 결론적으로 관람기반 확충을 통해 연극예술분야 발전 동력을 확보하고 예술산업으로서 경쟁력을 갖추기 위해서는 디지털 융합에 관한 하드웨어 지식기반 구축에 해당되는 ‘연극박람회’와 ‘연극 생태계 혁신 사업’에 우선순위를 뒤야 하고, 국제적 다문화를 기반으로 관람객 기반을 확대한다는 측면에서 ‘국제 창작네트워크 구축 사업’이 중요함

참고 문헌

■ 단행본 ■

- 문화체육관광부, 2012 국민여가활동조사
 _____, 2012 문화향수실태조사
 _____, 2018 문화향수실태조사
 _____, 2018 예술인실태조사
 _____(2015), 공연장 상주단체 육성지원사업 효과성 분석과 개선방안 연구
 _____(2015), 문화예술의 사회·경제적 효과 분석 및 전망 연구
- 문화체육관광부; 예술경영지원센터, 2017 공연예술실태조사
- 문화체육관광부; 예술경영지원센터, 2011년 예술경영 아카데미 공연예술 국제교류 전문가 양성과정
- 서울문화재단, 2013 대학로연극실태조사 보고서
- 서울연극협회(2006), 연극분야 실태(생태계) 조사
- 양현미 외(2003), 문화예술의 해 사업종합 평가 및 대안 모색, 한국문화관광연구원
- 예술경영지원센터, 2012 공연예술실태조사
 _____, 2017 공연예술 소비동향 2분기 보고서
 _____, 2017 공연예술트렌드조사 보고서
 _____, 2018 공연예술실태조사
 _____, 2018 공연예술소비현황조사 보고서
 _____, 2018 공연예술트렌드 조사보고서
 _____(2016), 예술산업 미래전략 연구
- 예술경영지원센터; 신한카드(2017), 빅데이터를 활용한 공연소비 트렌드 분석 보고서
- 이용관(2014), 관객을 만드는 예술경영
- 한국문화예술위원회(2016), 디지털 공간을 활용한 공연예술 활성화 방안 연구
 _____(2015), 예술 아카이브 운영 전문화 방안 연구
- 한국콘텐츠진흥원(2012), 자연풍경 및 지역전통문화 기반 디지털 공연 제작 기술 개발
- 환경부(2009), 환경부의 전략목표·성과목표 설정 및 성과지표 개발에 관한 연구
- Alan R. Andreasen(1990), Expanding the Audience for the Performing Arts
 Americans for the Arts(2014), Arts & Economic Prosperity IV
 Arts Council England(2002), Measuring the economic and social impact of the arts: a review
 Arts Council England(2016), Digital Policy and Plan Guidelines
 Bourdieu, Pierre(1985), The Forms of Capital
 Create NSW(2015), Create in NSW: NSW Arts and Cultural Policy Framework

Department for Culture Media & Sport(2014), Quantifying and Valuing the Wellbeing
Impacts of Culture and Sport

Riochardson, John G.(1986), Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education

■ 학위 및 학술논문 ■

김선영 외(2017), 공연예술산업의 유통부문 지원 개선방안, 한국산학기술학회논문지 18권 11호

김선영 외(2016), 공연예술의 해외시장진출 지체요인 및 향후과제, 한국산학기술학회 17권 8호

박희영(2009), 수요자 지원 사업으로서의 ‘사랑티켓’ - 그 현황분석과 개선방안에 대한 고찰,
영남대학교 석사학위논문

배기형(2013), 공연산업의 경제적 파급효과 분석, 한국콘텐츠학회논문지, 13권 1호

오지숙(2015), 디지털 미디어를 활용한 관객참여 공연극 구현, Journal of Digital Interaction
Design, 제31호 14권 3호

윤아영(2006), 소도시 거창에서 연극 공연이 성립하고 발달하는 과정, 지리학논총 제47호

윤용중(2003), 문화예술과 지역발전, 서울행정학회 학술대회 발표논문집

이동준(2016), 국내 연극의 디지털 테크놀로지 수용 양상 고찰, 차세대컨버전스정보서비스
기술논문지, 5권 2호

임영준(2007), 관객개발을 위한 관객개발 활성화 방안연구, 동국대학교 석사학위논문

정재엽(2004), 대학로 소극장 연극의 상업화 현상과 사랑티켓 제도 효과에 대한 연구,
경희대학교 석사학위논문

조만수(2015), 연극 생태계 조성을 위한 간접지원과 직접지원 연계방안, 연극평론 통권 78호

한승준 외(2012), 문화예술지원 거버넌스 체계에 관한 비교 연구, 행정논총 제50권 2호

Baumol, William J.; Bowen, William G.(1966), Performing Arts, The Economic Dilemma:
a study of problems common to theater, opera, music, and dance. Cambridge
e, Mass.: M.I.T. Press.

Dixon Steve; Smith Barry(2007), Digital Performance: A History of New Media in Theater,
Dance, Performance Art, and Installation, Cambridge (MA) : MIT Press

Preston, Paschal; Sparviero, Sergio(2009), "Creative Inputs as the Cause of Baumol's Cost
Disease: The Example of Media Services". Journal of Media Economics

■ 참고 사이트 ■

경주문화재단 공식 블로그, <https://blog.naver.com/gjartcenter/221298583066137>
베이징시 인민정부 공식 사이트, http://www.beijing.gov.cn/zfxxgk/110021/gzdt53/2017-06/05/content_818142.shtml
위키백과, 러시아 연극 https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%9F%AC%EC%8B%9C%EC%95%84_%EC%97%B0%EA%B7%B9
크렘린 공식 사이트, <http://en.kremlin.ru/events/president/news/59401>
타스 통신, <https://tass.com/society/1037898>
텀블벅 공식 사이트, <https://www.tumblbug.com>
헬로!아티스트 공식 사이트, <https://smartstore.naver.com/nculture>
ARTISTY 공식 사이트, https://artisty.co.kr/en_landing.html
Arts Council England 공식 사이트, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/our-mission-and-strategy-0>
Arts Council England 공식 사이트, The Arts Council Plan - Theatre Appendix https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Corporate-Plan_2015-18_Theatre_Appendix.pdf
EMBASSY OF THE RUSSIAN FEDERATION in Thailand, <http://thailand.mid.ru/en/news/5252-2019-god-god-teatra-v-rossii-2>
Jam United 공식 사이트, <http://www.jamunited.net/JAM/StartInJAM>
North American Audiences' Reaction to Robotics Theater, <https://www.wochikochi.jp/english/foreign/2013/05/robot-north-american.php> 120
PRORATA 공식 사이트, <https://www.prorataart.com/market/>
SAART 공식 사이트, <http://davidfive.webflow.io/>
SAYHO 공식 사이트, <https://www.sayho.co.kr/>

■ 보도 자료 ■

2018책의해 보도자료, https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16623
2018책의해 추진경과, https://www.mcst.go.kr/kor/s_open/realnmPolicy/realnmPolicyView.jsp?pSeq=140
최현미, 저무는 2018년... '책의 해'는 계속된다, <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2018121701032512047001>, 2018.12.17.

김윤희, 2015AYAF(공연예술 창작자 부문) “창작 소통 플랫폼”, <http://webzine.arko.or.kr/load.asp?subPage=10.View&idx=813&searchCate=02>, 2015.11.23.

김지훈, 영원하라, 책의 해!, <http://www.hani.co.kr/arti/culture/book/874585.html>, 2018.12.17.

박수영, 내년도 사랑티켓 폐지에 지역 공연계 ‘한숨’, <http://www.joongdo.co.kr/main/view.php?key=201611271140>, 2016.11.27.

■ 전화 인터뷰 ■

최윤우(한국소극장협회 사무국장) 전화인터뷰, 2019.07.19.

2020 연극의 해 추진계획 수립 및 효과 분석

발 행 처	문화체육관광부
연 구 기 관	사단법인 한국연극협회
발 행 일	2019년 8월
인 쇄 처	동방인쇄공사

* 이 보고서의 저작권은 문화체육관광부에 있습니다.
무단복제나 도용은 저작권법에 의해 금지되어 있습니다.
Copyright(c) 2019 by Ministry of Culture, Sports and Tourism.
All contents can not be copied without permission.

<2020 연극의 해> 추진계획 수립 및 효과 분석

비매품/무료



9 791163 571353
ISBN 979-11-6357-135-3