



# 성남 문화예술비전 2040

2021. 12.



---

## 제출문

성남문화재단 귀하

본 보고서를 「성남 문화예술비전 2040」의 최종보고서로 제출합니다.

2021. 12.

---

### 연구진 책임연구원

김세훈 숙명여자대학교 교수

### 공동연구원

손동기 호남대학교 교수

오현주 노바티오 정책연구소 대표

유승호 강원대학교 교수

장예빛 아주대학교 교수

조현성 한국문화관광연구원 선임연구위원

### 보조연구원

김윤경 전 한국콘텐츠진흥원 사원

조은시 숙명여자대학교 박사 과정

황정은 라온 문화연구소 대표

---



# 목 차

<b>제1장 성남 문화예술비전 2040 수립 배경</b>	<b>1</b>
제1절 연구 배경 및 필요성	3
제2절 연구 범위 및 방법	8
1. 연구 범위	8
2. 연구 방법	10
<b>제2장 비전 수립을 위한 여건 분석</b>	<b>13</b>
제1절 성남시 환경 분석	15
1. 지리/지역적 여건	15
2. 인구/사회적 여건	19
3. 산업적 여건	24
4. 행정/재정적 여건	27
5. 문화예술 여건	30
6. 분석 및 시사점	35
제2절 국내외 환경 변화 분석	39
1. 사회 환경 변화	39
2. 문화예술 환경 변화	47
3. 분석 및 시사점	52
제3절 성남문화재단 현황 및 실태	54
1. 일반 현황	54
2. 분석 및 시사점	67
<b>제3장 관련 정책 및 법·제도 분석</b>	<b>81</b>
제1절 관련 정책 및 계획	83
1. 중앙정부 정책	83
2. 경기도 정책	87
3. 성남시 정책	92
제2절 분석 및 시사점	100
1. 분석	100
2. 시사점	105

<b>제4장 국내·외 유사사례 분석</b>	<b>107</b>
제1절 국내 문화재단 사례 분석	109
1. 광역문화재단	109
2. 기초문화재단	118
3. 분석 및 시사점	131
제2절 해외 사례 분석	134
1. 해외 도시 발전 계획	134
2. 문화를 통한 도시 발전 전략	135
3. 해외 도시 사례	136
4. 해외 문화기관 사례	155
5. 시사점	170
<b>제5장 비전 수립을 위한 수요분석</b>	<b>173</b>
제1절 조사 개요	175
1. FGI	175
2. 직원 비전수립 워크숍 및 설문조사	178
제2절 FGI 조사 결과	179
1. 시민	179
2. 문화예술 전문가	188
3. 정책 관계자	192
4. 재단 직원	196
5. 워드클라우드 분석	202
제3절 직원 비전워크숍 및 설문조사 결과	205
1. 비전워크숍 결과	205
2. 설문조사 결과	206
제4절 시사점	210
<b>제6장 성남 문화예술비전 2040 구상</b>	<b>211</b>
제1절 성남 문화예술비전 2040	213
1. 기본 방향	213
2. 주요 구성 개념	218
3. 성남 문화예술비전 2040 체계	220
제2절 15대 추진 과제	229
1. 휴식과 즐길의 도시환경	229
2. 협력과 소통의 파트너십	235
3. 창의적 융합과 사회적 실천	242
4. 다름이 가치가 되는 문화	249
5. 시민과 함께하는 지속가능 혁신경영	255

<b>제7장 사업추진 방식 및 관리운영 방안</b>	<b>263</b>
제1절 사업추진 방식	265
1. 추진 단계	265
2. 추진 방식	266
제2절 관리운영 방안	268
1. 기본 방향	268
2. 관리 운영 방안	270
3. 제도 개선 방안	274
 <b>참고문헌</b>	 <b>277</b>
 <b>부록</b>	 <b>283</b>
부록1 예술 활용 기후 변화 대응 도시 사례	285
부록2 주요 해외 디지털 아트센터 및 뮤지엄 사례	287
부록3 성남시 문화예술 관련 조례	294

## 표 목 차

〈표 1-1〉 문화예술비전 수립 관련 인터뷰 현황 1 .....	10
〈표 1-2〉 문화예술비전 수립 관련 인터뷰 현황 2 .....	11
〈표 1-3〉 문화예술비전 수립 관련 인터뷰 현황 3 .....	11
〈표 1-4〉 문화예술비전 수립 관련 자문회의 현황 .....	12
〈표 2-1〉 성남시 공원 현황 .....	18
〈표 2-2〉 거주지에 우선적으로 확충해야할 시설(구별) .....	18
〈표 2-3〉 성남시 인구 현황 .....	19
〈표 2-4〉 성남시 총인구 추계(2017~2037년) .....	20
〈표 2-5〉 성남시 인구성장률(2018~2037년) .....	21
〈표 2-6〉 성남시 유소년인구 및 구성비(2017~2037년) .....	21
〈표 2-7〉 성남시 학령인구(2017~2037년) .....	22
〈표 2-8〉 성남시 세출분야별 연도별 현황(2017~2021) .....	28
〈표 2-9〉 성남시 공연시설과 문화복지시설 실태 .....	30
〈표 2-10〉 성남시 공공문화시설과 유·무형문화자산 .....	30
〈표 2-11〉 성남시 문화예술환경 만족도 .....	34
〈표 2-12〉 성남시 구별 문화예술교육 프로그램 운영 현황 .....	34
〈표 2-13〉 해외 기관의 미래예측 .....	39
〈표 2-14〉 국내 기관의 미래예측 .....	39
〈표 2-15〉 13대 분야 143개 미래 개혁과제 중 인구사회 및 경제 부문 .....	40
〈표 2-16〉 기초자치단체 부문별 S등급 지자체 현황 .....	42
〈표 2-17〉 세계 콘텐츠시장 규모 및 전망(2015~2024) .....	45
〈표 2-18〉 콘텐츠산업 전체 요약(2019) .....	46
〈표 2-19〉 메타버스 사례 .....	47
〈표 2-20〉 국내 AI와 문화예술 융합 사례 .....	48
〈표 2-21〉 성남문화재단 부서별 인력현황 .....	55
〈표 2-22〉 성남문화재단 비전/미션 및 경영방침(2021) .....	56
〈표 2-23〉 성남문화재단 연도별 정원 변경 사유 .....	57
〈표 2-24〉 성남문화재단 조직 변경 연혁 .....	57
〈표 2-25〉 성남문화재단 연도별 인력 및 조직현황 .....	58
〈표 2-26〉 성남문화재단 연도별 세입예산 .....	59
〈표 2-27〉 성남문화재단 연도별 세출예산 .....	59
〈표 2-28〉 성남문화재단 연도별 자체수입률 .....	60
〈표 2-29〉 성남문화재단 수입 비중 .....	60
〈표 2-30〉 성남문화재단 의존 수입 비중 .....	61
〈표 2-31〉 성남문화재단 재단사업 수입 비중 .....	61



〈표 2-32〉 성남문화재단 공연 건수 .....	62
〈표 2-33〉 성남문화재단 관람객 대상 희망 공연 장르 .....	63
〈표 2-34〉 성남문화재단 연도별 대관 건수 .....	63
〈표 2-35〉 성남문화재단 연도별 전시장 가동현황 .....	64
〈표 2-36〉 성남문화재단 연도별 전시사업 실적 .....	64
〈표 2-37〉 성남문화재단 연도별 기획전시 현황 .....	64
〈표 2-38〉 기획공연, 기획전시 유료 점유율 .....	65
〈표 2-39〉 성남문화재단 연도별 경영평가 결과 .....	65
〈표 2-40〉 성남문화재단 연도별 경영평가 결과(실적이 낮은 지표 중심) .....	66
〈표 2-41〉 성남문화재단 경영평가 결과: 경기도 내 다른 문화재단 비교 .....	67
〈표 2-42〉 성남문화재단 경영방침 변화 .....	69
〈표 2-43〉 경기도 내 타 문화재단의 조례 .....	71
〈표 2-44〉 성남문화재단 비전에 따른 사업 분류(연도별) .....	73
〈표 2-45〉 성남문화재단 추진사업 분류 .....	74
〈표 2-46〉 성남문화재단 비전에 따른 사업 분류와 주요 사업 내용 .....	75
〈표 2-47〉 성남문화재단의 ‘문화예술 창조도시 실현’을 위한 단계별 발전 계획 .....	76
〈표 2-48〉 5대 정책사업 주요 분야 및 정책 수단 .....	77
〈표 2-49〉 ‘성남예술인 실태조사’에 나타난 예술인 거주/활동지역 .....	79
〈표 2-50〉 ‘성남예술인 실태조사’에 나타난 예술인 활동 지역 .....	79
〈표 2-51〉 성남시 문화예술인·단체 지원 사업(2021) .....	80
〈표 3-1〉 중앙정부 5대 국정목표 .....	83
〈표 3-2〉 문화비전 2030 3대 방향과 9대 의제 .....	84
〈표 3-3〉 한국판 뉴딜과 관련된 문화체육관광부 분야별 세부과제(2021) .....	84
〈표 3-4〉 문화체육관광부 비전 및 핵심 추진과제(2021) .....	86
〈표 3-5〉 경기도 문화체육관광국 목표 및 전략(2021) .....	88
〈표 3-6〉 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 정책과제(공약 및 도정 핵심과제) .....	90
〈표 3-7〉 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 정책과제(신규과제) .....	90
〈표 3-8〉 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 정책과제(일반과제) .....	91
〈표 3-9〉 경기도와 오산시 문화자치 기본조례 .....	92
〈표 3-10〉 성남시 문화정책의 흐름 .....	92
〈표 3-11〉 「성남비전 2020」 문화예술 관련 정책방향과 추진 사업 .....	93
〈표 3-12〉 「2035 성남 도시기본계획」 분야와 발전 방향 .....	94
〈표 4-1〉 주요 광역문화재단 비전 및 미션 .....	109
〈표 4-2〉 서울문화재단 주요 경영목표(2021) .....	109
〈표 4-3〉 부산문화재단 경영전략체계(2021) .....	110
〈표 4-4〉 인천문화재단 경영목표(2021) .....	111
〈표 4-5〉 경기문화재단 비전 체계(2021) .....	111
〈표 4-6〉 주요 광역문화재단 설치 조례 및 주요 사업 .....	112
〈표 4-7〉 주요 광역문화재단의 조직 .....	113

〈표 4-8〉 주요 광역문화재단의 인력 .....	114
〈표 4-9〉 주요 광역문화재단 정규직 정원대비 지자체 지원금 .....	114
〈표 4-10〉 주요 광역문화재단 예산 .....	115
〈표 4-11〉 주요 광역시 문화공간 .....	116
〈표 4-12〉 주요 광역시 국립, 공공 500석 이상 공연장 .....	117
〈표 4-13〉 주요 광역시 인구 10만명당 문화공간 보유 현황 .....	117
〈표 4-14〉 경기도내 주요 기초문화재단의 비전 및 미션 .....	118
〈표 4-15〉 수원문화재단 전략 체계(2021) .....	119
〈표 4-16〉 고양문화재단 추진 계획(2021) .....	120
〈표 4-17〉 부천문화재단 목표와 주요 추진 방향(2021) .....	120
〈표 4-18〉 경기도내 주요 기초문화재단 설치 조례와 주요 사업 .....	121
〈표 4-19〉 경기도내 주요 기초문화재단 조직 .....	122
〈표 4-20〉 문화재단의 사업 유형 분석 및 대표 문화재단 .....	123
〈표 4-21〉 경기도내 주요 기초문화재단 인력과 조직 .....	123
〈표 4-22〉 경기도내 주요 기초문화재단 정규직 정원대비 지자체 지원금 .....	124
〈표 4-23〉 경기도내 주요 기초문화재단 예산 .....	125
〈표 4-24〉 경기도내 주요 기초문화재단의 문화공간 .....	125
〈표 4-25〉 경기도내 주요 기초문화재단의 국립, 공공 500석 이상 공연장 .....	126
〈표 4-26〉 경기도내 주요 기초문화재단의 인구 1만명당 문화자원 보유 현황 .....	126
〈표 4-27〉 경기도내 주요 기초지자체의 문화예술축제 현황 .....	127
〈표 4-28〉 경기도내 문화예술축제 중 문화재단이 운영하는 축제 .....	127
〈표 4-29〉 서울시 기초문화재단 비전 .....	128
〈표 4-30〉 서울시 기초문화재단 미션 .....	128
〈표 4-31〉 광역·기초 문화재단 사업 영역 비교 .....	129
〈표 4-32〉 서울시 기초문화재단 사업 유형 분류 .....	129
〈표 4-33〉 세계 주요 도시 미래상 .....	134
〈표 4-34〉 해외 문화예술 지원 기관 비전 .....	168
〈표 4-35〉 해외 문화예술 지원 기관 미션 .....	169
〈표 5-1〉 FGI 조사 설계 개요 .....	176
〈표 5-2〉 비전 워크숍 및 설문조사 설계 개요 .....	178
〈표 5-3〉 성남시의 문화환경 특징 및 정체성(시민) .....	180
〈표 5-4〉 성남시에서 누리는 문화예술 및 미래의 성남시(시민) .....	181
〈표 5-5〉 성남문화재단/아트센터의 인지도, 이미지 및 불만사항(시민) .....	184
〈표 5-6〉 성남아트센터에 바라는 점 및 사업아이템 제안(시민) .....	186
〈표 5-7〉 성남시 문화예술생태계 특성 및 문화예술 활동(문화예술 전문가) .....	188
〈표 5-8〉 성남시 미래의 모습 및 문화예술활동 관련 어려운 점(문화예술 전문가) .....	190
〈표 5-9〉 성남시 및 성남문화재단에 바라는 점/프로그램(문화예술 전문가) .....	191
〈표 5-10〉 성남 문화예술비전 2040 수립 시 고려할 점(정책 관계자) .....	193
〈표 5-11〉 성남 문화예술비전 2040 과제 내용 제언(정책 관계자) .....	194
〈표 5-12〉 성남문화재단의 개선 방향(정책 관계자) .....	195

〈표 5-13〉 성남문화재단 미래 사업(정책 관계자) .....	196
〈표 5-14〉 성남 문화예술비전 2040 수립 필요성 및 방향성(직원) .....	197
〈표 5-15〉 성남문화재단의 운영상 문제점(직원) .....	198
〈표 5-16〉 성남문화재단이 향후 강화해야 할 사업(직원) .....	200
〈표 5-17〉 성남문화재단 조직 및 제도 개선방향(직원) .....	201
〈표 6-1〉 〈문화가 숨쉬는 환경 조성〉 추진 로드맵 .....	230
〈표 6-2〉 〈문화자치체계 활성화〉 추진 로드맵 .....	236
〈표 6-3〉 서초음악문화지구 TFT 지원주체 .....	236
〈표 6-4〉 서초음악문화지구 타운매니지먼트 참여주체 .....	237
〈표 6-5〉 〈ACT 성남 프로젝트〉 추진 로드맵 .....	243
〈표 6-6〉 〈문화다양성 환경 조성〉 추진 로드맵 .....	250
〈표 6-7〉 〈시민경험중심 운영〉 추진 로드맵 .....	256
〈표 6-8〉 ESG 경영지표 방향 및 주요 내용 .....	259
〈표 7-1〉 성남 문화예술비전 2040 단계별 추진 전략 .....	266
〈표 7-2〉 과제별 중점 추진 기간 .....	267
〈표 7-3〉 과제별 평가 지표(예시) .....	269

## 그림 목 차

[그림 1-1] 2021 주요 지자체별 재정자립도 비교 .....	3
[그림 1-2] 성남시 사업체 및 종사자수 .....	4
[그림 1-3] 성남시 사업체 전국대비 증가율 .....	4
[그림 1-4] 월별 공연시장 예매수와 매출액 .....	5
[그림 1-5] 성남 문화예술비전 2040 단계별 로드맵 .....	8
[그림 1-6] 성남 문화예술비전 2040 연구 흐름도 .....	9
[그림 1-7] 성남 문화예술비전 2040 연구 진행 일정 .....	12
[그림 2-1] 성남시 광역교통 .....	15
[그림 2-2] 「2035 성남 도시기본계획」 도시 기본구상도 .....	15
[그림 2-3] 성남시 주택보급률 추이 .....	16
[그림 2-4] 성남시 도시공간 구조 및 생활권 설정도 .....	17
[그림 2-5] 성남시 인구 변화 추이 .....	19
[그림 2-6] 성남시 구별 인구변화 추이 .....	20
[그림 2-7] 성남시 인구피라미드 변화 추이(2017년, 2037년) .....	21
[그림 2-8] 성남시 연령대별 연구 .....	22
[그림 2-9] 성남시 지역별 인구특성 .....	23
[그림 2-10] 성남시 사업장 현황 .....	25
[그림 2-11] 아시아실리콘밸리 성남프로젝트 .....	25
[그림 2-12] 성남시 게임·콘텐츠 특구 위치도 .....	26
[그림 2-13] 유사 지방자치단체와 재정자립도 비교 .....	27
[그림 2-14] 인구 50만 이상 시 부문별 순위 .....	28
[그림 2-15] 판교테크노밸리 전체 유동인구 추세 .....	29
[그림 2-16] 소비인구 유입형 상권(2019) .....	29
[그림 2-17] 성남시 공연장 지역별 분포도 .....	31
[그림 2-18] 성남시 구별 예술인 거주 .....	32
[그림 2-19] 성남시 ICT 지역특성을 살린 문화정책 수립 필요성 인식 .....	32
[그림 2-20] 성남시 예술단체 인력구성 현황 .....	33
[그림 2-21] 성남시 주민 문화예술활동 선호 .....	35
[그림 2-22] 성남시 문화정책 방향설정 .....	35
[그림 2-23] 성남시 복합문화시설, 도서관, 박물관, 미술관, 생활 SOC 미래지도 .....	36
[그림 2-24] 세계 콘텐츠시장 규모 및 전망(2015~2024) .....	45
[그림 2-25] 성남문화재단 수입 비중 .....	61
[그림 2-26] 성남문화재단 비전에 따른 사업 분류(연도별) .....	73

[그림 3-1] 경기도형 문화뉴딜 모바일 보도자료 .....	89
[그림 3-2] 성남시의 미래상 선정 시 중요 가치 .....	95
[그림 3-3] 성남시 2차 지역문화진흥계획 비전체계도 .....	97
[그림 3-4] 성남시 대표 이미지 .....	101
[그림 3-5] 성남시 도시 이미지 구축 방향 .....	101
[그림 3-6] 문화예술행사 관람/참석 지역 .....	102
[그림 3-7] 성남시 문화예술행사 우선적으로 보완해야 할 사항 .....	102
[그림 3-8] 성남시에서 운영하길 희망하는 문화예술 프로그램 .....	103
[그림 3-9] 성남시 여가활동을 함께 하는 사람 .....	103
[그림 4-1] 해외 도시 및 도시문화 발전계획 동향 .....	135
[그림 4-2] 해외 도시 시사점 .....	154
[그림 5-1] 시민 FGI 답변 워드클라우드 분석(4개 질문) .....	204
[그림 5-2] 시민 FGI 답변 워드클라우드 분석(답변 종합) .....	204
[그림 5-3] 성남문화재단의 주요 서비스 대상 및 제공 가치 .....	206
[그림 5-4] 성남문화재단의 핵심가치 및 가치 발현 활동 .....	207
[그림 5-5] 성남문화재단의 강점 및 열정을 발휘할 수 있는 분야 .....	207
[그림 5-6] 성남문화재단의 2040 미래상 및 필요사항 .....	209
[그림 5-7] 성남문화재단에서의 개인적 꿈 .....	209
[그림 6-1] 성남 문화예술비전 2040 종합분석 .....	216
[그림 6-2] 성남 문화예술비전 2040 기본 방향 .....	218
[그림 6-3] 성남 문화예술비전 2040 주요 구성 개념 .....	219
[그림 6-4] 성남 문화예술비전 2040 추진 방향 .....	220
[그림 6-5] 도시 2040 미래상 .....	221
[그림 6-6] 재단 2040 미래상 .....	221
[그림 6-7] 성남 문화예술비전 2040 체계도 .....	228
[그림 6-8] 지속가능한 제작 .....	260



## 제 1 장

# 성남 문화예술비전 2040 수립 배경

제1절 연구 배경 및 필요성

제2절 연구 범위 및 방법





## 제1절 연구 배경 및 필요성

### 1. 성남의 비약적 성장

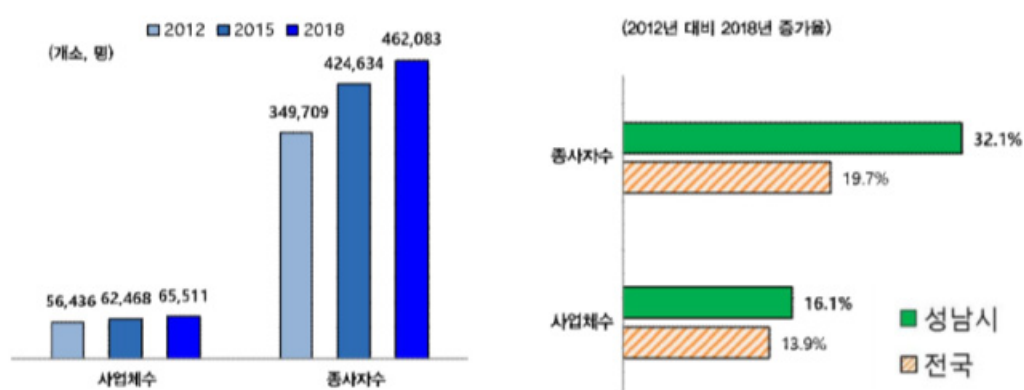
- 성남은 지난 20여년 간 행정적, 재정적, 산업적, 사회적 측면에서 큰 폭의 성장을 경험하였고, 행정적으로는 판교신도시가 들어서면서 기존의 행정체계가 크게 확대되었으며, 재정적으로도 3조원(2019년 기준)에 달하는 예산 규모를 보이고 있음
- 비록 인구구조에 있어서 인구수 감소와 고령화 비율 증가, 생산가능 인구 감소 등의 모습을 나타내고 있지만, 산업·경제 부문에 있어서는 전국 대비 매우 큰 폭의 증가 추세를 나타냄
  - 2021년 기준, 전국 지방자치단체 재정자립도에서 성남시는 서울시 다음으로 재정자립도가 높음. 기초지방자치단체 수준에서는 1위임



\* 출처: 지방재정 365 홈페이지

[그림 1-1] 2021 주요 지자체별 재정자립도 비교

- 경제적 측면에서 볼 때, 2018년 기준 성남시 사업체수는 2012년 대비 16.1%의 증가율로 전국 사업체수 증가율 13.9% 대비 2.2%를 상회하였으며, 종사자수는 동기간 32.1%의 증가율로 전국 종사자수 증가율 19.7%를 크게 상회함



\* 출처: 성남시(2020c), 「2035 성남도시기본계획」, 23쪽

[그림 1-2] 성남시 사업체 및 종사자수

[그림 1-3] 성남시 사업체 전국대비 증가율

- 2021년 4월에는 중소벤처기업부로부터 판교 제1, 제2테크노밸리와 킨스타워 일대가 ‘성남 판교 게임·콘텐츠 특구’로 지정되어, 2025년까지 5년간 큰 규모의 투자가 예정되어 있는 등 코로나 상황에서도 지속적인 경제적 성장을 거듭하고 있음
  - ‘성남 판교 게임·콘텐츠 특구’ 지정에 따라 게임·콘텐츠 산업 기반시설 조성, 생태계 조성, 기업지원 프로그램 강화, 산업 활성화 지원 등 4개 특화사업(16개 세부사업) 영역에 국비 50억원, 도비 195억원 등 총 1,719억원 가량이 연차적으로 투입될 예정임
- 이런 가운데 성남시는 다양한 중장기 계획을 통하여 지속적이고 체계적인 도시 발전을 도모하고 있음
  - 「성남비전 2012」, 「성남비전 2020」에 이어 「성남비전 2040」을 통해 성남 발전의 미래상 제시
  - 도시 차원에서는 2035년까지의 성남도시기본계획을 수립하였으며, 문화부문에서도 제2차 지역문화진흥 시행계획(2021~2025)을 수립한 바 있음
- 이러한 환경은 성남문화재단이 지난 2006년 수립한 제1차 재단 중장기 발전계획인 「성남 문화예술 창조도시 성남만들기」 당시와는 크게 다르게 변화한 상황이기에 이에 대응하여 성남의 문화예술분야에서 이러한 변화에 상응하는 중장기 발전계획 수립 필요성이 제기됨

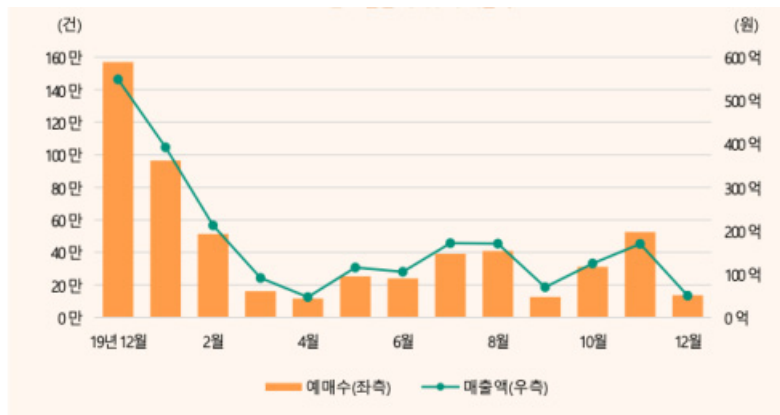
## 2. 문화예술을 둘러싼 환경 변화

- 4차 산업 혁명으로 명명되고 있는 기술 발전은 문화예술분야 창작, 유통 및 소비 영역에 중요한 변화를 초래함
  - 박물관에서는 증강현실(AR), 가상현실(VR) 및 3차원 프린터를 활용한 프로그램으로 ‘디지털 박물관’ 개념이 등장하였으며, 인공지능 소프트웨어인 구글의 ‘딥드림(Deep Dream)<sup>1)</sup>’은 구글 리서치 블로그에서 배포한 인공 신경망(Artificial Neural Network)<sup>2)</sup>을 통한 시각화

1) 구글 엔지니어 Alexander Mordvintsev가 만든 컴퓨터 프로그램으로, 신경망이 학습한 패턴을 시각화 하여 나타내는것을 의미. 꿈을 꾸는 듯한 추상적인 이미지를 닮았다는 뜻에서 이름이 붙여짐 \*출처: 위키피디아 홈페이지

코드를 통해 그림을 생산함

- 공연 유통의 형식도 아날로그에서 디지털로 진화하고 있으며 스트리밍 플랫폼은 오프라인 공연이 제공할 수 없는 새로운 형태의 ‘현장감’을 부여함
- 스마트폰과 인터넷의 확산으로 콘텐츠를 생산하고 온라인 플랫폼을 통해 공유하는 1인 미디어가 각광받고 있으며, 온라인과 오프라인을 포괄하는 플랫폼 경제 위에 문화 향유자가 주도하는 경제, 곧 컨슈머토피아(Consumertopia) 환경이 조성되고 있음
- 다른 한편으로, 코로나19로 인해 문화 영역에서는 대면 기반 경험의 위축되면서 공공 인프라에 대한 의존도가 높았던 저소득 계층에게 피해가 가중되고 있음
  - 온·오프라인 서비스 접근이 제한되는 디지털 양극화 현상이 심화되면서 고령자, 저소득층 등의 디지털 취약계층의 서비스 사용이 제한되고, 이러한 디지털 리터러시(Digital Literacy)<sup>3)</sup> 차이는 문화격차에까지 영향을 줌
- 2020년 발발한 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 문화시설의 휴관, 제한적 이용, 공연·축제의 취소 등이 이어지며 문화예술계는 위기를 맞고 있음. 코로나 시대의 비대면 문화는 기존의 직접적 체험을 강점으로 내세운 문화예술 콘텐츠의 치명적인 한계를 드러냄과 동시에 랜선 콘서트 등과 같이 새로운 문화향유 환경을 조성
- 2020년 12월 공연시장의 예매 수 및 매출액은 전년 동월 대비 91% 감소, 직전월 대비 70% 감소



\* 출처: 예술경영지원센터(2020), 「2020년 12월 공연예술 통합전산망 월간리포트」, 5쪽

[그림 1-4] 월별 공연시장 예매수와 매출액

- 2) 생물학의 신경망에서 영감을 얻은 학습 알고리즘으로, 시냅스의 결합으로 네트워크를 형성한 인공 뉴런이학습을 통해 시냅스의 결합세기를 변화시켜 문제해결능력을 가지는 비선형 모델 \*출처: LG CNS 블로그(2016.03.15.), “인공신경망이란 무엇인가”
- 3) 길스터(Gilster, 1997)에 의해 개념이 처음 등장했으며, 인터넷 중심의 디지털 기기를 통한 정보 습득, 이용, 활용능력 등 기능적 측면에 맞춰져 정의되었으며, 기기와 정보의 활용 역량에 미디어 리터러시 개념을 포괄하는 개념으로 발전 하고 있음 \*출처: 신하나·정세훈(2021)

- 코로나19로 인한 사회 환경은 사람들의 정서에 큰 영향을 미치고 있으며, 이에 따라 우울감 극복과 같은 영역에서의 ‘예술의 사회적 역할’이 강조되고 있음
  - 유네스코에서는 리즐리아트(ResiliArt, Art is Resilient, Art makes us resilient) 개념을 확산시키며 ‘예술은 위협에 대한 자기 회복력과 적응력을 가지고 우리 삶을 회복시키는 힘을 가졌음’<sup>4)</sup>을 강조함
- 문화예술분야를 둘러싼 이와 같은 다양한 차원의 환경 변화는 문화예술 진흥과 관련하여 새로운 도전과 가능성을 제기하고 있으며, 이에 따른 새로운 차원의 문화예술 발전 계획 수립 필요성을 제기

### 3. 성남문화재단의 사업 영역 확대

- 2006년 「문화예술창조도시 성남만들기 기본계획 연구」가 발표된 이래 성남문화재단의 인력 및 사업 영역은 지속적으로 확장되었음
  - 인력 규모는 2006년 일반직 정원 96명에서 2007년부터 현재까지 101명으로 유지되고 있으며, 공무원의 경우 33명에서 58명으로 확대되었음(비정규직 정규직 전환 25명)
  - 사업 영역은 2006년 11월 기준 아트센터 운영관련 부분을 제외하고는 문화기획부(12명 정원)의 사업 영역만이 존재하던 것에서 2019년 창작지원, 생활문화지원, 문화예술교육 등 영역으로 확대
  - 특히, 시설관리 측면에서 책테마파크(2006), 중앙공원 야외공연장 위탁(2007), 전시공간 확충(큐브미술관 2010), 성남미디어센터(2011), 공공예술창작소/악기도서관(2017), 청년예술창작소/위레스토리박스/성남문화예술교육센터(2020), 성남 아트리움(2022년 예정) 등 지속적으로 확대됨
  - 2007년 이후 정원 증가 사유 발생에도 조직 내부 조정으로 정원 증가 최소화를 유지하고 있음
- 재단 시설 및 사업 영역 확대는 문화예술 분야에 대한 지역사회의 수요가 크게 증가하였음을 반영. 이러한 가운데 미래 환경 변화를 예측하면서 변화된 환경에서 보다 효과적으로 사업을 운영하기 위한 중장기적 차원의 기본계획 수립이 요구됨

4) 관계부처 합동(2020), “코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안”, 3쪽

#### 4. 2차 중장기 문화예술발전계획 수립 필요성

- 성남문화재단은 2006년 문화정체성 확립을 위한 「문화예술창조도시 성남만들기 기본계획 연구」를 실시한 바 있음. 이 계획은 15년을 내다 본 중장기 계획으로 1단계 3개년(2006~2008), 2단계 5개년(2009~2013), 3단계 7개년(2014~2020)으로 구성
  - 이후 「5대 정책 2단계 4개년 발전계획 연구 보고서(2009)」 단계별 목표를 다음과 같이 제시함
  - 단계별 목표로는 ‘시민주체 형성을 위한 기반 마련’(1단계), ‘문화공동체 시스템 구축’(2단계), ‘세계 속의 예술시민의 도시 실현’(3단계)이 제시됨
- 2006년 「문화예술창조도시 성남만들기 기본계획 연구」 계획을 1차로 명명한다면, 2021년인 현 시점은 1차 계획이 마무리되고 2차 계획을 수립해야 하는 시점임. 그동안 성남문화재단은 1차 계획에 기반하여 체계적이고 목적 지향적으로 사업을 수행해 온 바, 문화재단에서 시행한 여러 사업들이 전국적인 주목과 긍정적인 평가를 받았으며 특히 ‘사랑방문화클럽’으로 대표되는 사업은 성남문화재단 및 시민문화활동에 대한 인식을 전국적으로 확산시키는 계기가 되었음
  - 2010년: 사랑방문화클럽 민관협력 우수사례 국무총리상 수상
  - 2012년: 사랑방문화클럽 지역전통문화브랜드 대상(문화체육관광부장관상)
  - 2016년: 예술경영 우수사례 선정 등
- 성남문화재단은 문화예술창조도시 성남만들기 기본계획 이외에도 최근 3~4년간 성남 문화발전을 위해 다양한 연구와 조사를 실시한 바 있음. 이러한 결과들은 각각 성남의 문화발전을 위해 중요한 의미를 가지고 있으나 아직까지 체계적으로 성남문화재단 비전으로 종합되지는 못하였음
  - 「성남시 삶의 질 향상을 위한 도시 정체성 확립 방안」(2017)
  - 「성남 생활밀착형 문화예술공동체 공간 조사」(2019)
  - 「성남 생활밀착형 문화예술공동체 공간 조성을 위한 활용방안 연구」(2019)
  - 「성남 생활인구 문화욕구 파악 조사」(2020)
  - 「성남 예술인·예술단체 실태조사」(2020)
- 1차 계획이 종료되는 현 시점에서 그동안 추진되어 온 1차 계획의 성과와 과제를 평가하고, 다양한 연구 성과들을 종합하며, 변화된 환경을 반영하여 향후 성남문화재단이 추진해야 할 2차 계획을 수립하여야 할 필요성이 제기됨
  - 전체 재단 사업의 방향을 제시하고 이끌어갈 수 있는 비전 및 목표, 이에 따른 사업의 재구조화 필요성 제기

## 제2절 연구 범위 및 방법

### 1. 연구 범위

#### 1) 시간적 범위

- 이 연구는 성남 문화예술 비전을 수립하고 이를 달성하기 위한 전략 및 과제를 개발하는 것을 목적으로 함. 비전은 현재 추진하고 있거나 향후 추진할 사업들에 대한 전체적인 방향과 체계를 제시해 주는 것으로, 단기간에 성취될 수 없고 따라서 단기 계획으로 마무리될 수 없음. 이런 점에서 연구가 포괄하는 시간적 범위는 향후 19년(2022~2040)을 대상으로 함. 다만, 중장기 비전을 담는다고 할지라도 이 기간을 단기, 중기, 장기 등 단계별로 구분하여 단계별 목표 등 설정
- 2022년~2040년 19년 장기 비전·미션·전략 수립 및 단계별 로드맵 제시
  - 단기: 2022~2024(3년), 중기: 2025~2031(7년), 장기: 2032~2040(9년)



[그림 1-5] 성남 문화예술비전 2040 단계별 로드맵

#### 2) 공간적 범위

- ‘성남 문화예술비전 2040’은 지리적으로 성남시의 행정 관할 구역을 대상으로 하며, 성남시의 시정방향 등과의 연계성 속에서 검토되어야 함. 다만, 문화예술비전 자체는 ‘성남시’의 문화예술비전보다는 ‘성남문화재단’의 문화예술비전으로, 향후 성남문화재단이 성남지역 및 시민을 대상으로 문화예술 사업을 추진할 때 기반하게 될 기본계획의 성격을 가짐

### 3) 내용적 범위

- 이 연구가 성남의 문화예술 비전과 전략을 수립하는 데 중점을 두고 있기 때문에, 연구의 초점은 세부사업 계획의 수립, 미래의 변화상에 대한 분석과 이에 대한 대응 추진방향 제시에 중점을 둔다. 다만, 미래 변화상에 초점을 맞춘다고 할지라도 이러한 변화상이 현재 상황과 분리되어 전개되는 것은 아니므로 현재 문화예술을 둘러싼 환경 및 이슈들도 포함하여 검토하고, 1단계 단기 계획 기간 동안 추진되어야 할 사업들에 대해서는 주요 추진 사업안들을 검토하여 제시
- 성남문화예술 비전은 성남문화재단의 향후 운영 방향을 제시하는 의미뿐만 아니라 향후 비전 성취를 위한 단계적 추진 계획 및 이를 추진할 수 있는 수단 등에 대한 검토를 포함함. 이러한 작업은 비전을 뒷받침할 조직, 제도 등에 대한 검토를 필요로 하는 바, 이 연구는 비전의 성공적 구현을 뒷받침할 수 있는 사업 추진 및 관리 운영 방안 등에 대해서도 검토하여 개선 방향 및 실행방안 등을 제시
- 비전과 이를 추진할 전략을 수립하기 위하여 이 연구는 다음과 같은 내용을 중심으로 연구를 진행함
  - 성남 문화예술 비전 수립을 둘러싼 다양한 환경을 종합적으로 조사, 분석하고 시사점을 분석함
    - 외부 환경 분석: 사회 환경, 기술/산업 환경, 문화여가 환경, 정책 환경 등
    - 내부 환경 분석: 성남시 문화/역사적 환경, 정책 환경, 주민 생활/주거 환경, 문화예술 창작/향유 환경 등
  - 문화예술 비전의 실행 주체가 성남문화재단인 만큼, 비전 수립과 관련한 성남문화재단 조직 및 제반 사업, 기존 계획, 이슈 등을 분석함
    - 성남문화재단의 위상 및 역할 분석
    - 성남문화재단의 기존 발전 계획 분석 및 평가
    - 가치체계, 전략체계, 내부역량 분석
    - 성남문화재단 사업 현황 및 이슈 분석 등
  - 효과적 비전 달성을 위해 중장기 기간을 단계별로 구분, 각 단계별 목표와 사업 방향을 마련하고 주요 추진 과제 제시



[그림 1-6] 성남 문화예술비전 2040 연구 흐름도

## 2. 연구 방법

- 지역의 다양한 이해관계자 및 시민들의 의견 수렴을 위해 내외부 이해관계자들과 시민, 전문가 등을 대상으로 포커스그룹 인터뷰, 워크숍, 설문조사, 공유회 및 자문회의를 실시
- 문화예술 비전 관련 타 지역이나 기관, 도시들의 국내외 사례는 성남 문화예술비전 수립에 중요한 시사점을 제공할 수 있는 바, 유사 참고 사례들에 대한 분석 실시

### 1) 사례 조사

- 국내외 도시 및 문화예술 기관이 수립한 비전과 발전 전략들을 검토함
  - 기술과 문화가 결합된 해외 도시 발전 사례(미국 오스틴, 캐나다 토론토, 프랑스 낭트)
  - 해외 공공문화기관 및 문화시설 사례(미국 로스엔젤레스 문화예술재단, 캐나다 킹스톤 예술 위원회, 오스트리아 아르스 일렉트로니카, 독일 도르트문트 U, 미국 워커 아트센터, 영국 ICA 외)
- 국내외 타 문화재단에서 수립한 비전, 전략, 조직, 사업 등 사례 분석
  - 광역문화재단: 서울, 부산, 경기, 인천 외
  - 경기도 및 서울시 기초문화재단: 성남, 고양, 수원, 부천, 성북, 종로, 마포 외

### 2) 심층 인터뷰

- 문화예술비전 수립과 관련하여 광범위한 의견 수렴을 위해 성남시 문화정책 관계자 및 성남문화재단 경영진, 성남문화재단 직원, 성남시민 등을 대상으로 인터뷰와 포커스그룹인터뷰 진행
- 성남시 문화정책 관계자와 성남문화재단 경영진 인터뷰는 다음과 같이 실시

〈표 1-1〉 문화예술비전 수립 관련 인터뷰 현황 1

구분	일정	대상
1차 ~ 4차	7월 15일~16일	재단 대표이사 및 경영국장, 문화국장, 예술국장
5차	7월 27일	성남시 공무원
6차	8월 6일	성남시 문화예술 단체장
7차	9월 3일	성남시 문화예술인
8차	11월 8일	성남시 의원



- 성남지역주민을 대상으로 한 포커스그룹 인터뷰는 주부, 청소년, 고령층, 직능기관 관계자 등을 중심으로 6개 집단을 구분하고, 각 집단에 대하여 1~3회 진행

〈표 1-2〉 문화예술비전 수립 관련 인터뷰 현황 2

구분	일정	대상
1차	9월 23일	주부 1그룹
2차	9월 23일	청소년 1그룹
3차	9월 28일	주부 2그룹
4차	9월 29일	노인 1그룹
5차	9월 29일	블로그 기자단 1그룹
6차	10월 2일	청년 1그룹
7차	10월 5일	직장인 1그룹
8차	10월 9일	직장인 2그룹
9차	10월 9일	노인 2그룹
10차	11월 4일	주부 3그룹
11차	11월 22일	청년 2그룹

- 직원대상 포커스그룹 인터뷰는 저연차, 고연차, 고객접점, 정책네트워크 그룹 등으로 균형적으로 배분하여 진행

〈표 1-3〉 문화예술비전 수립 관련 인터뷰 현황 3

구분	일정	대상
1차	8월 25일	재단 저연차 직원1
2차	9월 3일	재단 고연차 직원1
3차	9월 3일	재단 고연차 직원2
4차	9월 10일	재단 고객접점 직원
5차	9월 10일	재단 정책네트워크 그룹(SELF)
6차	9월 10일	재단 저연차 직원2

### 3) 직원 비전수립 워크숍/설문조사

- 문화예술비전 수립과 관련하여 내부 직원들의 의견수렴

#### 4) 전문가 자문회의

- 문화예술비전 수립과 관련하여 다양한 분야에서의 전문성을 보완하기 위하여 전문가 자문회의 개최
- 자문회의는 ‘공연장, 전시장의 미래’, ‘조직 운영’, ‘사업 개발’ 등의 주제로 진행됨

〈표 1-4〉 문화예술비전 수립 관련 자문회의 현황

구분	일정	대상
1차	8월 19일	강윤주(경희사이버대학교 교수) 박승현(전 세종문화회관 문화예술본부장)
2차	9월 2일	김보름(세종대학교 교수) 손상원(전 정동극장장)
3차	11월 16일	김성하(경기연구원 연구위원) 유상진(경기도청 문화종무과 전문관) 홍사웅(예술경영지원센터 본부장)
4차	11월 18일	김준희(한양대학교 교수) 신동준(세종문화회관 공연기획 팀장)
5차	12월 14일	김지연(프락시스 대표) 양효석(홍익대학교 문화예술경영대학원 겸임교수) 이선철(감자꽃 스튜디오 대표) 장성은(세계무용협회 한국본부 사무국장)



[그림 1-기] 성남 문화예술비전 2040 연구 진행 일정

## 제 2 장

### 비전 수립을 위한 여건 분석

제1절 성남시 환경 분석

제2절 국내외 환경 변화 분석

제3절 성남문화재단 현황 및 실태



## 제1절 성남시 환경 분석

## 1. 지리/지역적 여건

- 성남은 1960년대 말 이주된 정착을 위하여 현 성남 원도심 지역 일대 주택단지 경영사업을 시작으로 형성되기 시작함
  - 먼저 태평동, 수진동, 단대동, 은행동, 금광동, 상대원동 등에 주택 단지가 조성되었고, 인구 증가(14만여명)로 경기도 관할 성남출장소가 설치되어 본격적인 행정집무가 개시되었음
  - 또한 1970년대에는 성남 지역주민의 고용촉진 및 생활안정 대책을 위한 성남공업단지가 조성됨(1973년 시 승격)
- 1980년대 정부는 수도권 기능 분담과 주택공급, 부동산 가격안정 등의 목적으로 성남 분당 일대에 약 540만평, 42만명의 신도시 건설계획을 발표하고(1989년), 본격적으로 제1호 신도시 개발을 추진함
- 지리적으로 성남시는 서울과 인접하고, 경기도의 중심으로 하남시, 광주시, 용인시, 의왕시와 매우 인접해 있어 성남은 유동인구 250만, 이동 차량만 약 110만대로 교통 이동량이 많음<sup>5)</sup>
  - 향후 제2·3 판교테크노밸리가 들어설 경우 더욱 혼잡할 것으로 예상



\* 출처: 성남시(2021a), “2021 주요업무계획”, 15쪽

[그림 2-1] 성남시 광역교통

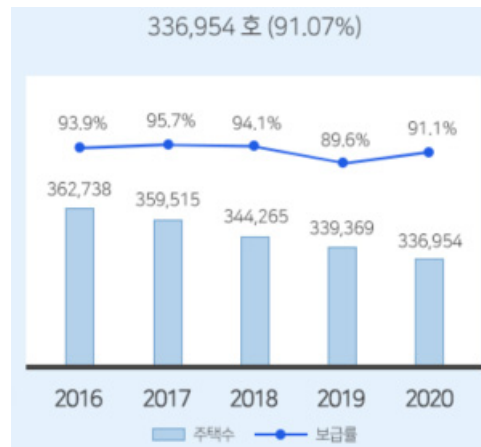


\* 출처: 성남시(2020a), “성남 일반산업단지(성남하이테크밸리) 재생사업지구 현황 설명서”, 21쪽

[그림 2-2] 「2035 성남 도시기본계획」 도시 기본구상도

5) 경기일보(2021.08.16.), “성남시, 사통팔달 ‘교통혁명’ 가속화”(https://www.kyeonggi.com/news/articleView.html?idxno=2376765)

- 성남시 2030 도시·주거환경정비 기본계획에 따르면 성남시의 용도지역 중 주거지역은 22%, 상업지역은 3.69%, 공업지역은 1.24%, 녹지지역 73%로 지정되어 있음<sup>6)</sup>
  - 다른 경기도 지역과 비교했을 때 주거지역과 상업지역 비율이 매우 높고, 공업지역과 녹지지역이 낮음. 그 원인은 각종 개발사업으로 인한 주거지역 확대가 주요 요인으로 꼽히고 있음
- 성남시의 주택보급률은 91%(2021년 9월 말 기준)로 2017년 95.7%와 비교했을 때 더욱 떨어졌음. 이는 현재 거주하는 가구의 수에 비하여 주택 재고가 부족하다는 것을 의미함. 주택공급이 부족함으로 인해서 주택가격의 상승으로 이어질 수 있음. 주거 구매에 대한 부담은 성남으로 진입을 하거나, 성남에 정착하는데 있어서 영향을 끼칠 수 있음
  - 수정구 보급률(92%), 중원구 보급률(95%), 분당구 보급률(88%)로 지역별 차이가 있음<sup>7)</sup>



\* 2020년 12월 31일 기준  
\* 출처: 성남시 통계 사이트

[그림 2-3] 성남시 주택보급률 추이

- 현재 성남시 공공시설(주민센터, 순찰지구대, 119안전센터, 우체국 등)이 분당구에 집중되어 있어 균등한 서비스가 수정구와 중원구에 미흡한 것으로 나타남.<sup>8)</sup> 이러한 문제를 해결하기 위해서 「2035 성남도시기본계획」에 따르면 성남시는 신설 공공시설을 인구분포를 고려해서 우선순위를 부여하거나, 균형 있는 입지를 선정하고자 함. 한편 법적 기준이 없거나 적용 기준이 지역여건과 부합할 경우 생활권을 중심으로 우선순위를 부여하고자 하고 있음

6) 2021년 6월 말 기준에 따르면 주거지역 21.74%, 상업지역 3.69%, 공업지역 1.23%, 녹지지역 73.34%로 주거지역이 더 늘고, 녹지지역이 감소했음. \*출처: 성남통계, “용도지역현황”(https://www.seongnam.go.kr/stat/newStat/newStat.do?menuIdx=1001712&returnURL=%2Fmain.do&p\_category\_idx=8)

7) 주택보급률은 주택수를 가구수로 나누어 산정(총 주택수/일반가구수\*100)하고 있음. 하지만 주택보급률의 한계는 한 가구가 한 채 이상의 주택을 소유할 수 있기 때문에 주택의 배분상태를 나타내는 지표는 아님. 주택보급률의 의미는 그 자체로 큰 의미가 있는 것은 아니지만 현재 신도시를 계획하고 진행하고 있는 성남에서 지역별 주택공급을 결정하는데 있어서 유의미함

8) 성남시(2020c), 「2035 성남 도시기본계획」, 277쪽

- 이에 도시개발 추진에 있어서 3개의 생활권을 설정하였음. 생활권을 중심으로 구분해 보면 ‘성남 북부 생활권’, ‘성남 중부 생활권’, ‘성남 남부 생활권’으로 구분하고 있음. 생활권별 특성을 살펴보면 다음과 같음
- 북부생활권
    - 북부생활권은 1960년대 형성된 원도심지역과 최근에 개발된 위례신도시 등으로 주거지를 형성하고 있음
    - 특히, 원도심지역은 중부 생활권과 남부 생활권에 비해 고용 기반 및 중심기능이 취약하고, 노후주거지가 많으며 기반시설이 부족하여 정주 환경이 열악한 문제점을 안고 있음
  - 중부생활권
    - 중부생활권은 성남시청, 판교테크노밸리 등의 도시의 중심기능을 보유하고 있으며, 입지에 있어 성남시 도시 중앙부에 위치하여 도시간 연계성이 매우 중요한 지역임
    - 더욱이 GTX-A(성남역) 계획 등에 의해 광역교통 환승거점으로 육성될 지역으로 성남시 전체 발전에 매우 중요한 입지적 장점을 보유하고 있음
  - 남부생활권
    - 남부생활권은 1990년 개발된 1기 신도시인 분당지역과 신규 개발지역인 대장판교지구 등으로 이루어져 있음



\* 출처: 성남시 의회 홈페이지

[그림 2-4] 성남시 도시공간 구조 및 생활권 설정도

- 2021년 12월 말 기준 성남의 도시공원은 총 281개소가 있음. 어린이 공원이 136개소로 가장 많고 소공원이 58개소, 주제공원이 17개소 등이 있음<sup>9)</sup>

9) 성남통계 홈페이지 “성남 통계 도시·주택·공원”(https://www.seongnam.go.kr/stat/newStat/newStat.do?menuIdx=1001712&p\_category\_idx=8&category\_idx=56)



- 하지만 공원 중 143개소가 분당구에 있어 수정구(83개소), 중원구(54개소)와 차이가 있음

〈표 2-1〉 성남시 공원 현황

구분	총계	도시자연공원	근린공원	어린이공원	주제공원	소공원	비고
성남시	280	2	68	136	17	57	
수정구	83	0	19	22	7	35	
중원구	54	0	14	19	2	19	
분당구	143	2	35	95	8	3	

\* 2021년 6월 말 기준

\*\* 출처: 성남통계 홈페이지

- 성남시 내 지역 간 차이는 성남 주민들의 거주지역 확충시설에 대한 욕구 조사를 통해서도 잘 나타남

〈표 2-2〉 거주지에 우선적으로 확충해야할 시설(구별)

구분	도시기반시설	문화시설	공원녹지	복지시설	체육시설	공공시설	교육시설	기타
수정구	108	46	27	15	27	19	20	2
	40.9%	17.4%	10.2%	5.7%	10.2%	7.2%	7.6%	0.8%
중원구	96	42	24	19	32	23	6	3
	39.2%	17.1%	9.8%	7.8%	13.1%	9.4%	2.4%	1.2%
분당구	139	139	53	54	44	54	42	2
	26.4%	26.4%	10.1%	10.2%	8.3%	10.2%	8.0%	0.4%

\* 출처: 성남시(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」, 331쪽

- 성남 주민은 성남시의 대규모 공공투자에서 우선적으로 고려해야 할 사항에 대해 ‘지역간 균형발전’(37.8%)을 가장 높게 꼽음. ‘경제적 효율성’(32.6%), ‘주민화합 및 이해조정’(17%)이 그 뒤를 잇고 있음<sup>10)</sup>. ‘지역간 균형발전’과 ‘주민화합 및 이해조정’을 같은 맥락에서 볼 때 약 50%가 넘는 주민은 지역별 특성화를 통한 균형발전이 중요하다고 보고 있음

10) 성남시(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」, 334쪽



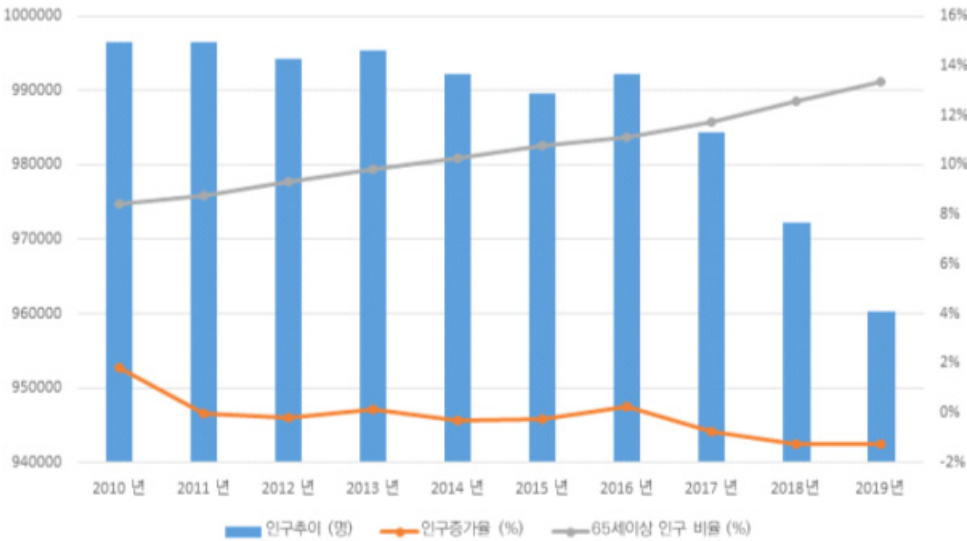
2. 인구/사회적 여건

- 인구는 지역을 구성하는 가장 기본적인 것으로, 장래인구는 지역의 미래복지, 의료, 산업, 정책 등 다양한 분야에 활용. 특히 지방자치단체는 생활밀착형 정책을 수립하기 위해서 인구 현황과 미래에 대한 정보가 매우 중요함
  - 성남에서는 중원구 ‘인구밀도’가 현재 약 81.16%에서 2040년까지 지속적으로 증가할 것으로 예상됨<sup>11)</sup>
- 성남시 인구는 1990년 540,690명에서 2021년 6월 말 기준 931,654명으로 크게 증가하였으나, 최근 수년 동안은 인구 감소 추세를 보이고 있음
  - 성남시의 인구는 주택개발사업 시기와 맞물려 크게 증가<sup>12)</sup>
  - 2018년 기준 성남시에 관외에서 전입하는 가구의 가장 큰 이유는 직업(44%)과 주택(80.4%)으로 나타남

〈표 2-3〉 성남시 인구 현황

구동별	세대수	2021년 6월 인구현황					전년도말 인구현황	전년대비 인구증감
		인구수			전월 인구수	전월대비 인구증감		
		계	남	여				
성남시	406,828	931,654	461,565	470,089	931,626	57	940,064	-8,410

\* 출처: 성남통계 홈페이지

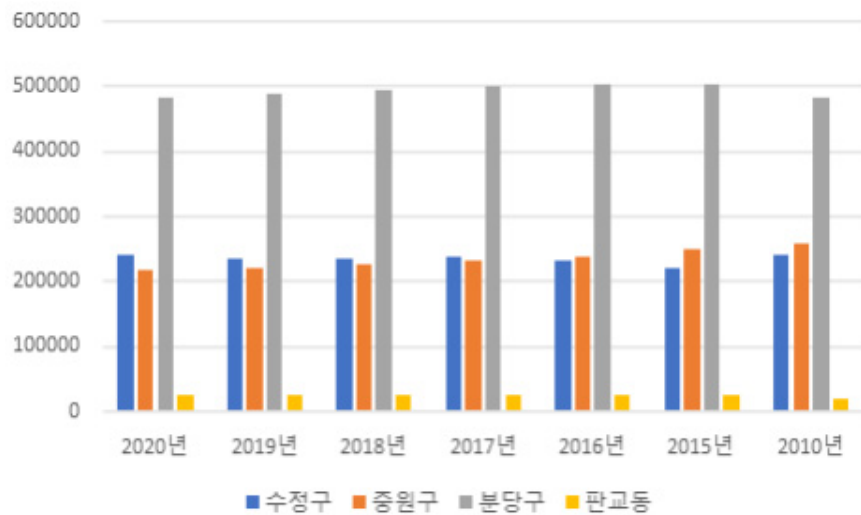


\* 출처: 성남통계 중 '주민등록인구 통계'를 토대로 연구자 작성

[그림 2-5] 성남시 인구 변화 추이

11) 이보경(2019), 「2040년 장래인구 분포 전망 연구」(국토연구원), 25쪽  
12) 이희희 외(2019), 「경기도 가구이동과 유입가구 특성에 관한 연구」(경기연구원)

- 2020년 기준(외국인 수 제외) 구별로 볼 때 분당구(판교동 제외)가 482,232명으로 가장 많으며 수정구 241,701명, 중원구 216,131명, 판교동 23,932명으로 구성되어 있음<sup>13)</sup>
- 2010년과 비교한 구별로 인구변화를 봤을 때 분당구는 481,027명, 수정구는 241,701명에서 크게 변화가 없음. 한편 중원구는 2010년 258,093명에서 약 4만명 감소<sup>14)</sup>. 판교동은 19,520명에서 소폭 증가



\* 출처: 통계청 DB조화를 토대로 연구자 편집

[그림 2-6] 성남시 구별 인구변화 추이

- 경기도 시군별 장래인구 특별추계(2017~2037)에 따르면 성남시 인구는 현재보다 줄어들고, 경기도 전체에서 차지하는 비율도 감소하는 것으로 전망되고 있음
- 성남시 경기도 총인구 구성비에서 성남시가 차지하는 비율은 2017년 7.4%에서 2037년 6.3%로 추계되었음
- 또한 성남시의 인구성장률은 경기도 평균에도 못 미칠 정도로 낮은 수준임

〈표 2-4〉 성남시 총인구 추계(2017~2037년)

단위: 명, %

	2017년	2021년	2025년	2029년	2033년	2037년 (B)	증감 (C=B-A)	증가율 (C/A*100)
성남시	947,839	913,043	912,240	914,724	911,680	904,189	-43,650	-4.6

\* 출처: 경기도(2020), 「경기도 시군별 장래인구 특별추계 2017~2037」, 22쪽 성남시 자료만 인용

13) KOSIS 국가통계포털 홈페이지 “성남시 동별세대 및 인구”(https://stat.kosis.kr/statHtml\_host/statHtml.do?orgId=612&tblId=DT\_D\_AA&dbUser=NSI\_IN\_612)

14) 성남시 원도심인 중원구는 재개발로 인해 향후 인구가 증가할 것으로 예상됨

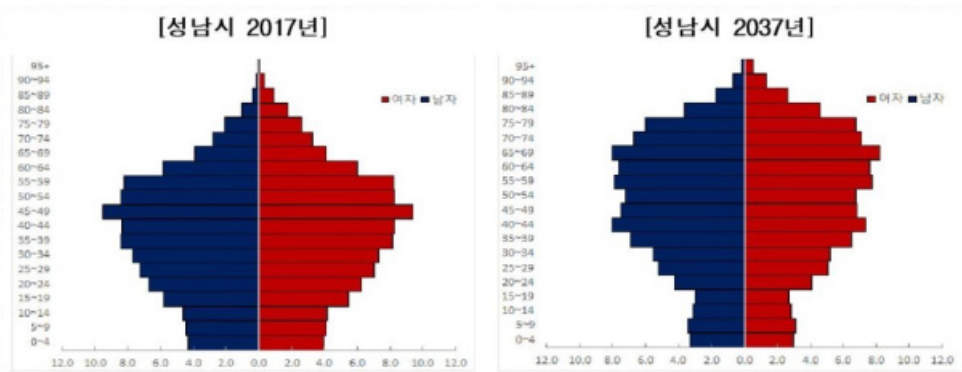
〈표 2-5〉 성남시 인구성장률(2018~2037년)

단위: %

	2018년	2021년	2025년	2029년	2033년	2037년
성남시	-0.74	-0.61	0.14	0.01	-0.14	-0.25
경기도	1.90	1.10	0.60	0.43	0.21	-0.02

\* 출처: 경기도(2020), 「경기도 시군별 장래인구 특별추계 2017~2037」, 27쪽 성남시와 경기도 자료만 인용

- 성남시는 1인 가구 비율과 노령화 비율이 높게 나타남
- 1인 가구 비율: 11만 5,433가구(31.2%)(2020년 인구총조사)
  - 고령인구(65세 이상)는 2017년 111,433명(11.8%)에서 2037년 263,800명(25.7%)로 증가할 것으로 전망. 고령인구가 전체 인구에서 20%가 넘는 초고령사회로 진입이 예상됨



\* 출처: 경기도(2020), 「경기도 시군별 장래인구 특별추계 2017~2037」, 43쪽

[그림 2-기] 성남시 인구피라미드 변화 추이(2017년, 2037년)

- 성남시의 중위연령은 2017년 41.4세에서 2037년 51.2세로 9.8세 증가가 예상됨. 이는 경기도 전체 평균 10.5세보다 조금 낮음
- 성남시 유소년인구(0~14세)는 2017년 121,689명(12.8%)에서 2037년 84,555명(9.4%)으로 3.4% 감소할 것으로 전망. 이는 타 경기도 시군과 비교했을 때 조금 낮은 수준임

〈표 2-6〉 성남시 유소년인구 및 구성비(2017~2037년)

단위: 명, %

	유소년 인구(0~14세 인구)						유소년 인구 구성비				
	'17년	'23년	'30년	'37년	증감 (17~37)	증가율	'17년	'23년	'30년	'37년	증감
성남시	121,689	95,510	82,101	84,555	-37,134	-30.5	12.8	10.5	9.0	9.4	-3.5
경기도	1,845,125	1,699,624	1,514,857	1,553,384	-291,741	-15.8	14.4	12.3	10.6	10.8	-3.7

\* 출처: 경기도(2020), 「경기도 시군별 장래인구 특별추계 2017~2037」, 32쪽 성남시와 경기도 자료만 인용

- 성남시 학령인구(6~21세)는 2017년 151,166명에서 2037년 90,185명으로 40.3%가 감소할 것으로 전망

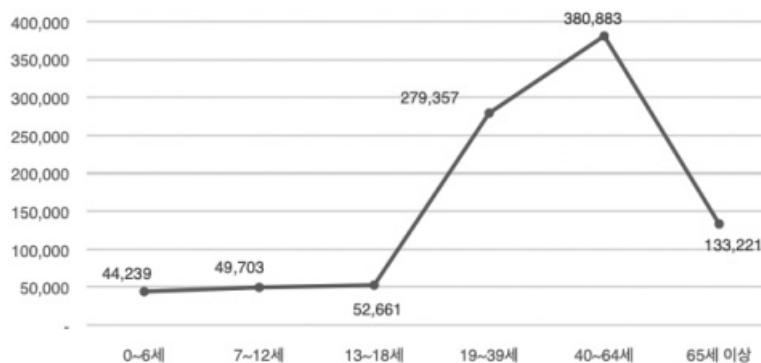
〈표 2-7〉 성남시 학령인구(2017~2037년)

단위: 명, %

	학령인구(6~21세 인구)						초등학교 학령인구(6~11세)					
	'17년	'23년	'30년	'37년	증감 (17~37)	증가율	'17년	'23년	'30년	'37년	17년 대비 37년	
											증감	증가율
성남시	151,166	124,820	103,126	90,185	-60,981	-40.3	48,496	43,288	28,722	34,845	-13,651	-28.1
경기도	2,203,795	2,047,202	1,785,306	1,612,786	-591,009	-26.8	754,342	762,790	548,691	649,330	-105,012	-13.9

\* 출처: 경기도(2020), 「경기도 시군별 장래인구 특별추계 2017~2037」, 33쪽 성남시와 경기도 자료만 인용

- 성남시 생산인구(15~64세)는 2017년 714,717명(75.4%)에서 2037년 555,834명(61.5%)로 158,883명(13.9%)이 감소하는 것으로 전망
- 현재 분당 신도시 이후 판교, 도촌지구, 고등지구, 위례지구, 대장지구, 복정 1, 2지구, 낙생지구, 신촌지구 등 성남시 전 지역에 걸쳐 도시개발이 진행이 되면서 새로운 인구유입이 예상됨
- 성남시 인구는 현재 40~64세 사이의 연령층이 가장 큰 분포를 보이고 있는데, 이러한 분포는 향후 20년이 지나면 60~84세 인구층이 되어 성남시 고령화의 중요한 요인이 될 것으로 예상됨. 반면 청장년층 인구는 급속히 감소할 것으로 예상됨. 인구구조의 이와 같은 변화는 고령층 인구의 문화 수요에 대한 대응과, 이로 인한 다른 연령층 수요의 불균형 문제를 어떻게 다루어야 하는지의 문제를 제기할 것으로 예상됨



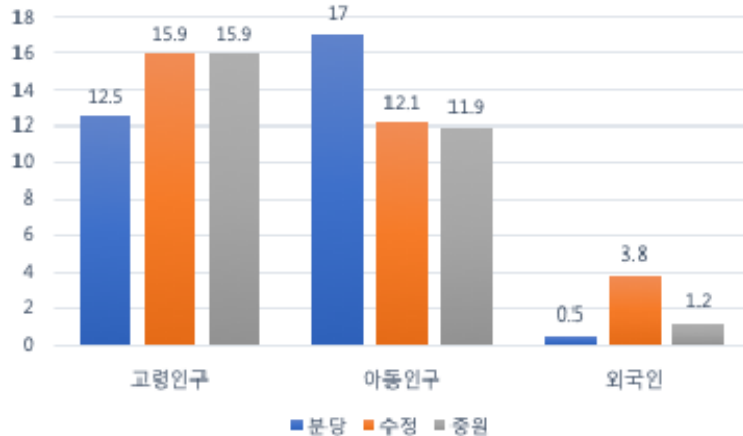
\* 출처: 행정안전부 주민등록인구 통계 연구자 편집

[그림 2-8] 성남시 연령대별 연구

- 성남시의 인구 특징은 지역별로 다음과 같이 나타남<sup>15)</sup>
- 고령인구(65세 이상): 분당 12.5%, 수정 15.9%, 중원 15.9%

15) 성남통계 홈페이지 “주민등록인구 통계”(https://www.seongnam.go.kr/stat/statReport/statReport.do?menuidx=1001718&returnURL=%2Fmain.do&category=4)

- 아동인구(0-17세): 분당 17.0%, 수정 12.1%, 중원 11.9%
- 외국인: 분당 0.5%, 수정 3.8%, 중원 1.2%



\* 출처: 성남통계 주민등록 인구통계를 연구자 편집

[그림 2-9] 성남시 지역별 인구특성

- 지역별 경제적 생활수준 또한 큰 차이를 보임<sup>16)</sup>
  - 월평균 가구 총소득: 400만원 미만(수정 69.8%, 중원 70.1%, 분당 36.9%), 700만원 이상(수정, 6.4%, 중원 5.1%, 분당 31.2%)
- 지역별 차이는 생활만족도, 문화여가시설(접근성과 충분성), 성남시에 대한 전반적인 만족도에서 주민간 차이를 나타냄
  - 생활만족도: 분당 36.9% > 수정 20.2% > 중원 19.2%
  - 시민으로서의 자부심: 분당 > 수정 > 중원
  - 자녀가 성남에 살기를 원함: 분당 > 중원 > 수정
- 특징적인 것은, 지역주민 간 유대감이 강하다고 느낀다는 응답은 수정 > 중원 > 분당의 순으로 나타난다는 점임. 수정·중원구는 성남의 구도심으로 신도시로 개발된 분당에 비해서 살기 좋은 지역이거나, 인프라가 뛰어나다는 평가는 받고 있지 못함. 하지만 구도심이 가진 지역주민 간의 유대감 측면에서는 분당보다 높다는 점을 통해서 볼 때 이들 지역의 정체성이 뚜렷하고, 주민참여 활성화가 높을 수 있다는 점을 유의미하게 평가할 필요가 있음
- 특히 지역별 연령대별 인구비율을 볼 때 중원과 수정구를 중심으로 신도시가 건설되면서 유아와 청소년 비율이 높게 나타남. 하지만 성남의 인구구조에서 중장년층(40-65세)이 가장 인구가 많은 두터운 층으로 나타남. 청장년층 인구의 유입이 필요하고 영유아 인구의 감소에 대한 대비가 필요함. 이로 인해서 성남의 노년 부양비는 매년 증가하는 추세임

16) 성남시(2021c), 「성남시 사회조사 보고서」, 85쪽

- 「2035 성남도시기본계획」보고서에 따르면 성남시 1인 가구는 매년 증가하는 추세임
  - 특히 수정구와 중원구의 1인 가구 비율이 매우 높음
  - 성남시 1인 가구 거주형태는 단독주택이 50.1%(2017년 기준)로 높음
  - 1인 가구 주택 점유 형태는 자가 18.7%, 전세 28%, 월세 46.4%로 주거 불안정성이 매우 높음
- 주목할 만한 점은 성남시 인구에서 창조계층 비율이 매우 높게 나타난다는 점임<sup>17)</sup>
  - 창조계층 비율: 성남(34.3%), 서울(29.4%), 전국(21.9%)
    - ※ 창조계층: 교수, 과학자, 전문가, 문화/예술/미디어 종사자 등
- 다른 한편으로, 성남시는 인구 규모가 100만에 미치지 못하여 2020년 ‘특례시’ 지정을 받지 못하였으나 향후 특례시 지정 가능성을 위해 노력하고 있음
  - 2020년 12월 9일, 인구 100만 이상 대도시에 ‘특례시’ 명칭을 부여하는 ‘지방자치법 전부 개정안’이 국회 본회의를 통과하면서 수원·고양·용인·창원 등 인구 100만 명 이상 대도시가 특례시로 지정됨

### 3. 산업적 여건

- 경제규모
  - 2001년 성남시 지역총생산은 7조 9,600억 원에서 2009년 14조 9,100억 원으로 연평균 10.9%의 성장률을 나타내고 있음. 2016년에는 27조 8,755억 원으로 증가했음.<sup>18)</sup> 지역 총생산은 경기도에서 화성시, 용인시, 수원시 다음으로 높음. 반면 지역 총생산은 경기도에서 화성시, 용인시, 수원시 다음으로 높음. 반면 지역내 총생산은 지역 인구수로 나눈 1인당 GRDP(지역내총생산)는 2,867만원으로 경기도 평균(2,960만원)보다 낮고, 경기도에서 가장 높은 화성시(8,079만원), 이천시(5,683만원)와 비교하면 낮은 수준임
  - 향후 지역경제는 판교 벤처단지 집적화로 인해 지식관련 정보사업이 활성화될 것으로 예상됨
- 산업구조
  - 2035년 성남 도시기본계획 보고서에 따르면 성남의 산업구조에서 3차 산업이 차지하는 비중이 79.7%로 매우 높음
  - 성남시 총 취업자 수는 최근 5년(2013-2018)간 2차 산업은 감소, 3차 산업은 증가했음
  - 성남시의 1차 산업은 거의 전무한 상태이며, 2차:3차 산업비는 2010년 현재 18.7:81.3로서 3차 산업비가 매우 높게 나타남
  - 성남시는 첨단 ICT 산업벨트, 바이오헬스 산업벨트, 백현 마이스(MICE)클러스터 혁신거점구역을 발전시키고 서로 연결시켜 매머드급 클러스터 조성을 추진하고 있음
  - 2020년 성남시 경제지표 조사에 따르면 제조업 및 서비스업의 전체 사업장 수는 25,952

17) 성남시(2020c), 「2035 성남 도시기본계획」, 80쪽

18) KOSIS 국가통계포털 홈페이지 “시군단위 지역내총생산(GRDP, 당해년 가격)”([https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=210&tblId=DT\\_GRDP002&conn\\_path=I3](https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=210&tblId=DT_GRDP002&conn_path=I3))





- 성남시는 산업·경제 부문에 있어 판교테크노밸리를 중심으로 지속적인 성장을 하고 있으며, 전국대비 압도적인 산업부문 증가 추세를 보임
- 경기도에서 추진 중인 4차 산업 관련 사업 94개 중 판교와 관련된 사업이 38개로 판교는 4차 산업 관련 사업을 위한 교육과 기업지원 서비스를 제공<sup>19)</sup>

○ 특히 IT 기업들이 집중되어 있는 판교의 경우, 2021년 중소벤처기업부 주관으로 개최된 제50차 지역특화발전 특구위원회에서 ‘게임·콘텐츠 특구’로 지정되면서 2025년까지 5년간 4개 특화사업, 16개 세부사업에 총 1,719억 원이 투입될 계획이 수립되어 게임분야를 중심으로 더욱 발전할 가능성을 보임

- 성남시는 이미 2015년 ‘SeN(성남e스포츠) 페스티벌’을 개최했고, 2017년부터 성남산업진흥원, 한국모바일게임협회의 공동 주관으로 우수 인디게임을 발굴, 지원하는 ‘인디 크래프트’와 같은 행사를 진행해 오고 있어 차세대 문화콘텐츠 산업의 핵심으로 주목되는 게임을 중심으로 한 산업 발전이 예상됨



\* 출처: 정보통신신문(2022.04.13.), “1719억 투입 ‘판교 게임·콘텐츠 특구’ 조성”

[그림 2-12] 성남시 게임·콘텐츠 특구 위치도

- 4차산업은 전통적인 산업과 같이 생산을 위한 원자재 투입이 없이, 인간의 창조적 능력으로 생산이 이뤄지는 특징을 가짐. 4차 산업혁명으로 인해서 미래 산업구조의 변화와 그로 인한 일자리 변화가 예상됨
- 4차산업은 시장의 니즈(Needs)에 대한 신속한 반응과 대응이 중요함. 한편 4차산업 정책을 마련하는 과정에서 기업과 전문가뿐만 아니라 시민들의 참여가 매우 중요함. 이러한 측면에서 지방자치단체의 역할이 중요함
- 4차산업은 AI나 빅데이터나 IoT나 드론 등 기술에 국한된 논의가 아니라, 제조회명에 대한 이야기이며 이는 곧 생산방식의 혁명을 의미함. 4차 산업혁명은 모듈공정, 가변·유연설비, 자율·분산제어를 하는 유연한 대량 맞춤화(Mass Customization)를 의미. 때문에 개방과 협업의 노동 형태가

19) 성영조 외(2018), 「4차 산업혁명 확산을 위한 판교테크노밸리 플랫폼 전략」(경기연구원), 34쪽



중요함. 이런 측면에서 성남시는 판교를 중심으로 4차산업 클러스터를 조성함으로써 경쟁력을 확보하고자 함

- 성남시는 아시아실리콘밸리 성남 프로젝트를 통해 지역의 산업환경을 발전시킬 뿐 아니라 ‘공정한 기회와 혁신의 도시’, ‘창의 인재와 시민이 함께하는 도시’, ‘다양한 가치가 존중받는 도시’로의 새로운 도약을 위해 노력하고 있음
  - 성남시의 아시아실리콘밸리 프로젝트는 ‘판교권역 특화’, ‘혁신산업 생태계 조성’, ‘성남형 바이오헬스벨트 구축’ 등 세 축으로 추진되고 있음
  - 특히 판교권역 특화사업은 판교지역을 게임·콘텐츠 특구로 발전시킬 계획을 하고 있음
- 성남시는 아시아실리콘밸리 프로젝트에 14개 부서에서 41개 사업을 추진. 특화된 산업집적지 간 거점별 연계를 바탕으로 지속적인 성장 추진. 한편 도시 개발·재생을 통해 원도심과 신도심의 균형 발전을 이뤄 4차 산업 혁명을 선도하는 첨단산업도시, 창조도시로 도약을 추진

#### 4. 행정/재정적 여건

- 성남시 예산규모는 3조 4,642억 원으로 일반회계 2조 3,507억, 특별회계 6,549억 원, 기금 4,585억 원임 (2021년 기준)<sup>20)</sup>
  - 유사 지방자치단체 평균액(2조 5,735억 원)보다 8,907억 원이 많음
- 성남시의 2021년 회계연도 예산 기준 재정자립도는 58.54%로 유사자치단체(인구 50만 이상) 평균 재정자립도(37.64%)보다 20.9% 높은 수준임
- 한편 성남시의 재정자주도는 2021년 기준 67.89%로 유사 지방자치단체와 비교시 자율성이 좋음
- 결과적으로 성남시는 유사 지자체보다 재정 규모가 크고, 재정자립도와 재정자주도가 높은 안정적인 재정 상태를 갖고 있음



\* 출처: 성남시청 홈페이지

[그림 2-13] 유사 지방자치단체와 재정자립도 비교

20) 한국일보(2019.02.19.), “2019 지자체 평가, 높은 경쟁력 입증한 경기도… 5위 안에 4곳이나”(https://www.hankookilbo.com/News/Read/201902151077376853)

- 성남시는 2019년 전국 지방자치단체평가에서 인구 50만 이상을 대상으로 하는 시 평가에서 재정 역량과 주민평가에서는 1위를 차지. 하지만 행정서비스는 이에 미치지 못함<sup>21)</sup>



출처: 한국일보(2021.02.19.), “2019 지자체 평가, 높은 경쟁력 입증한 경기도… 5위 안에 4곳이나”

[그림 2-14] 인구 50만 이상 시 부문별 순위

- 성남시의 세출분야별 현황을 살펴보면 문화 및 관광은 2017년 7.65%에서 2021년 6.26%로 줄고 있음. 반면 사회복지에 대한 세출은 2017년 36.92%에서 2021년 41.83%로 증가

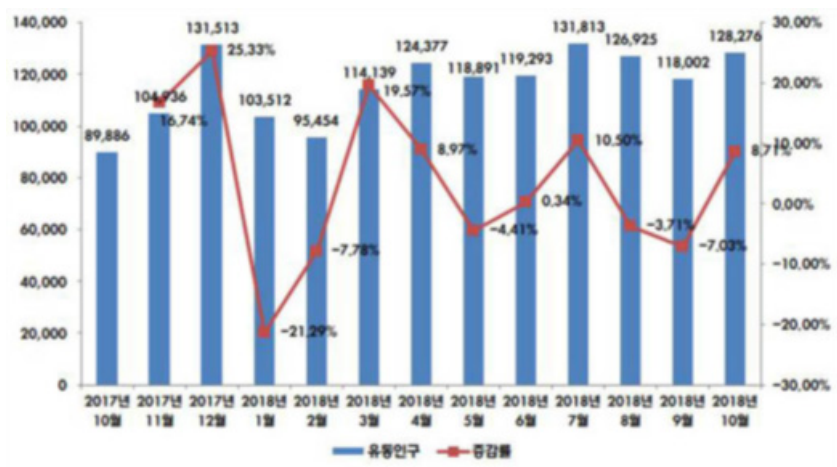
〈표 2-8〉 성남시 세출분야별 연도별 현황(2017~2021)

단위: 백만원, %

세출분야	2017		2018		2019		2020		2021	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
합계	1,709,358	100	2,052,577	100	2,089,323	100	2,161,909	100	2,350,733	100
일반공공행정	103,048	6.03	138,685	6.76	115,267	5.52	133,083	6.16	141,821	6.03
공공질서 및 안전	4,146	0.24	5,341	0.26	6,512	0.31	7,353	0.34	14,784	0.63
교육	59,528	3.48	90,212	4.40	80,266	3.84	76,689	3.55	69,516	2.96
문화 및 관광	130,732	7.65	142,318	6.93	142,864	6.84	147,806	6.84	147,205	6.26
환경보호	99,042	5.7	111,792	4.45	128,077	6.13	145,791	6.74	179,047	7.62
사회복지	631,098	36.92	780,614	38.03	884,108	42.32	912,485	42.21	983,385	41.83
보건	127,993	7.49	108,847	5.30	78,449	3.75	106,213	4.91	112,688	4.79
농림해양수산	9,111	0.53	11,040	0.54	13,099	0.63	13,892	0.64	17,536	0.75
산업·중소기업	38,888	2.27	84,195	4.10	84,219	4.03	59,590	2.76	74,458	3.17
수송 및 교통	155,322	9.09	169,512	8.26	178,826	8.56	192,143	8.89	215,872	9.18
국토 및 지역개발	93,918	5.49	127,693	6.22	96,513	4.62	72,860	3.37	84,265	3.58
과학기술	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
예비비	32,656	1.91	45,977	2.24	29,296	1.40	15,565	0.72	18,745	0.80
기타	223,876	13.10	236,350	11.51	251,827	12.05	278,440	12.88	291,412	12.40

\* 출처: 성남시(2021b), “예산 기준 재정공시”

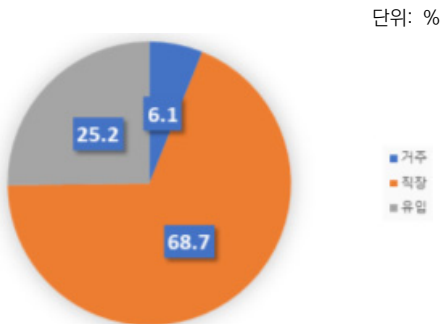
21) 한국일보(2021.02.19.), “2019 지자체 평가, 높은 경쟁력 입증한 경기도… 5위 안에 4곳이나”(https://www.hankookilbo.com/News/Read/201902151077376853)



\* 출처: 성남시 상권 활성화재단 홈페이지

[그림 2-15] 판교테크노밸리 전체 유동인구 추세

- 한편 분당구 판교테크노밸리를 중심으로 주말과 주중의 유동인구 편차가 심함.<sup>22)</sup> 이 지역의 유입형 상권은 주로 직장으로 2019년 기준 거주는 6.1%에 불과함. 이에 장기적으로 정주여건을 확보하기 위한 문화시설 확충 등의 다양한 노력이 필요함



\* 출처: 성남시 상권 활성화재단 홈페이지

[그림 2-16] 소비인구 유입형 상권(2019)

22) 김영룡(2021) '빅데이터를 이용한 코로나 시대 수도권 유동인구 네트워크 분석'에 따르면 판교테크노밸리와 같이 원격근무를 할 수 있는 기업이 많은 곳에서 유동인구 이동량이 급감한 것으로 나타남. 하지만 코로나19 이후에 유동인구에 대해서는 예측하기 어려움

## 5. 문화예술 여건

### 1) 시설 및 자원

#### ○ 시설

- 성남시에는 성남문화재단, 성남시립예술단, 성남문화원, 성남예총, 성남민예총 등 다양한 문화예술 기반 단체가 운영 중
- 성남시 공연시설은 분당구에 집중되어 있음. 즉 성남시 문화공간의 대부분이 분당 및 판교 등 신시가지 지역에 밀집해 있어 본시가지의 문화향유를 위한 공간은 상대적으로 부족

〈표 2-9〉 성남시 공연시설과 문화복지시설 실태

단위: 개소

구분	공연시설		문화복지시설			문화원
	공연장	영화관	문예회관	문화의 집	청소년회관	
성남시	17	54	1	2	0	1
수정구	1	13	-	1	0	1
중원구	3	6	-	-	0	-
분당구	13	35	1	1	0	-

\* 2020년 12월 말 기준, 영화관 수치는 상영관 기준

\*\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 57쪽

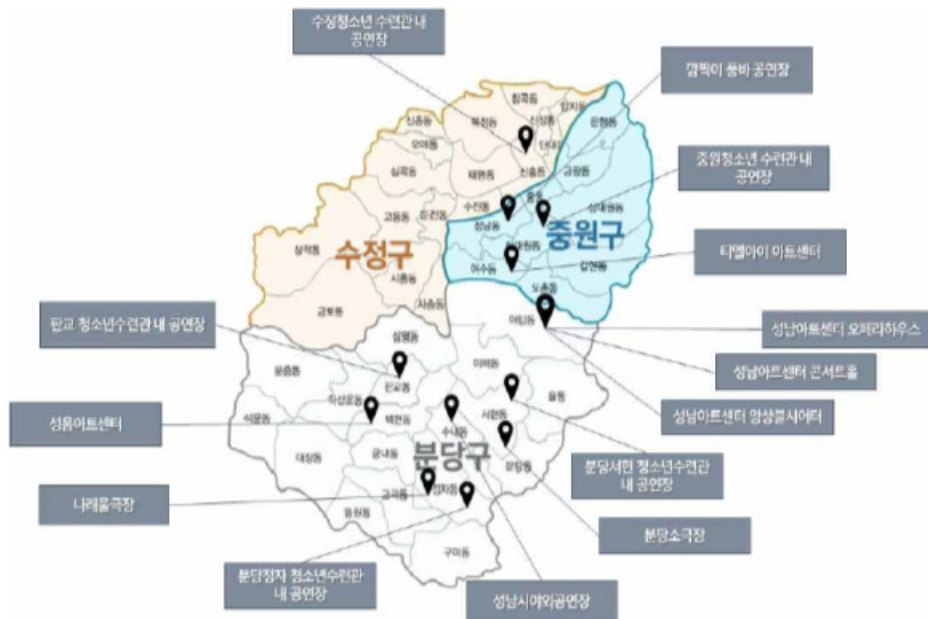
- 성남시는 유형 문화재뿐만 아니라 국가무형문화재와 시도무형문화재 또한 풍부한 도시임
- 성남시가 설립해 운영하는 예술단체인 성남시립예술단에 4개 단체(교향악단, 국악단, 합창단, 소년소녀합창단) 활동

〈표 2-10〉 성남시 공공문화시설과 유·무형문화자산

구분		수정구	중원구	분당구
공공도서관	16개소	5개소	3개소	8개소
박물관	2곳	신구대학교 박물관, 판교박물관		
문화재	58건	국보: 4건 보물: 30건 국가무형문화재: 3건 시도유형문화재: 10건 시도무형문화재: 2건 시도기념물: 6건 문화재자료: 3건 등록문화재: 4건		
예술단	4개	교향악단, 국악단, 합창단, 소년소녀합창단		
노인여가 복지시설	395개	노인복지회관: 6개 / 경로당: 385개 / 노인교실: 4개		

\* 2020년 12월 말 기준

\*\* 출처: KOSIS 국가통계포털 중 성남 통계연보



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 58쪽

[그림 2-17] 성남시 공연장 지역별 분포도

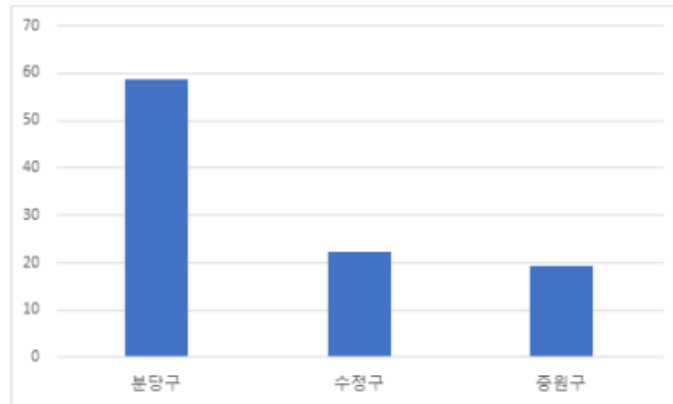
- 도시계획이 진행 중인 수정구와 중원구는 도시기반시설이 갖춰지면서 분당구와 같이 문화 시설에 대한 향유 욕구가 커질 것에 대응할 필요가 있음. 위 <표 2-9>에서 알 수 있듯이 주요 문화·예술시설은 분당구에 주로 분포하고 있고, 수정구에는 매우 부족하다는 것을 알 수 있음
- 문화의집은 지역주민들에게 다양한 강좌를 마련하여 주민들의 평생교육의 기회를 제공하고 문화관람실, 문화연습실 등의 개방으로 문화공간을 제공. 2000년 4월 성남문화의 집, 2002년 7월 서현문화의 집이 개관함
- 문화의집은 지역주민들에게 다양한 강좌를 마련하여 주민들의 평생교육의 기회를 제공하고 문화관람실, 문화연습실 등의 개방으로 문화공간을 제공
- 주요 문화시설들이 분당구라는 특정 지역을 중심으로 집중해서 위치. 중원구 내 문화시설도 증가하고 있음
- 공연장은 많이 증가했지만 미술관, 박물관은 많이 증가하지 않았고, 소규모의 문화예술 전용시설이 여전히 부족함

## 2) 예술인 및 단체

### ○ 예술인, 예술단체<sup>23)</sup>

- 성남 예술인은 분당구(58.6%)에 많이 거주. 수정구(22.1%)와 중원구(19.3%)는 상대적으로 적음

23) 성남문화재단(2020c), 「2020 성남 예술인·예술단체 실태조사」, 24쪽



\* 출처: 성남문화재단(2020c), 「2020 성남 예술인-예술단체 실태조사」, 158쪽

[그림 2-18] 성남시 구별 예술인 거주

- 성남 예술인들은 성남(42.5%)뿐만 아니라 서울(27.9%) 및 성남 외 경기권(25.5%)을 넘나들며 활동하고 있으며, 활동 경력은 20년 이상(40.1%)이 가장 많고, 11년 이상 되는 예술인들이 69%를 차지함
- 성남 예술인들은 대부분 예술 교육/강의 능력을 보유(91.2%)
- 성남시 예술인들의 주요 예술활동 방식과 관련해서는 주로 '개인 단독'(41.3%)으로 활동하거나 '다른 예술인과 팀·단체 형태로 주로 공동작업'(36.5%)하고 있음
- 성남지역 예술인들의 82.6%가 ICT를 활용한 문화정책 수립에 대해서 동의하고 있음. 이를 위한 창작기반시설 구축이 필요하다고 강조함

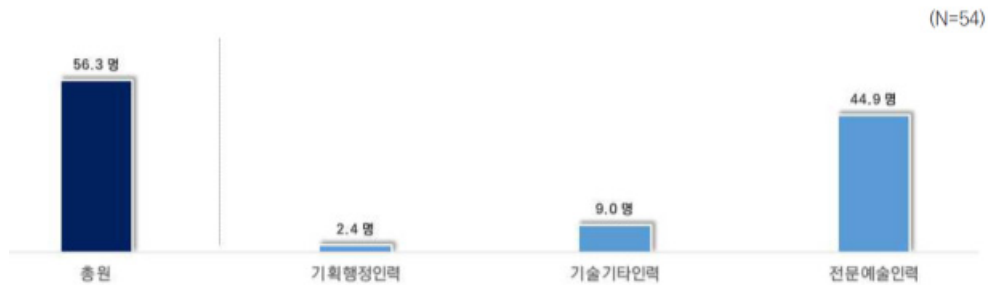
N=419



\* 출처: 성남문화재단(2020c), 「2020 성남 예술인-예술단체 실태조사」, 131쪽

[그림 2-19] 성남시 ICT 지역특성을 살린 문화정책 수립 필요성 인식

- 성남지역 예술가가 예술창작 지원을 받지 못한 사유로 '지원정책을 몰라서'(36.5%)와 '지원받는 방법을 몰라서'(23.7%)로 절반 이상이 제도를 알지 못해서 받지 못하고 있음. 때문에 지역 예술가에 대한 DB 구축이 필요하고 지역 예술가들을 대상으로 하는 지원사업 교육이 필요함
- 성남 예술가의 51.3%가 '임대-월세' 형태로 예술활동 공간을 이용하고 있음. 때문에 '높은 임대료/이용료'(38.7%)가 예술활동 공간의 문제점으로 지적되고 있음
- 한편 예술단체 인력구성을 보면 전문예술인력이 주를 이루고, 기획행정인력이 매우 부족한 실정임



\* 출처: 성남문화재단(2020c), 「2020 성남 예술인·예술단체 실태조사」, 143쪽

[그림 2-20] 성남시 예술단체 인력구성 현황

- 결과적으로 전문 예술인의 창작기반이 불안정하다고 볼 수 있음. 이는 성남 지역의 특색인 ICT를 활용한 예술창작 기반도 취약하다는 것을 의미함

### 3) 문화예술 향유

#### ○ 시민 문화예술 향유<sup>24)</sup>

- 접근 편의성이 가장 높은 시설은 극장 및 공연시설로 응답자의 89.9%가 주거지로부터 20분 이내(도보 및 대중교통, 또는 자가교통) 해당 시설에 도달할 수 있는 것으로 나타남. 이어 시민 문화생활공간(82.5%), 실버문화시설(50.8%), 박물관 및 미술관(48.8%) 등의 순으로 접근 편의성이 높은 것으로 나타남
- 응답자 중 84.2%는 거주지로부터 20분 이내에 생활문화공간에 접근 가능한 것으로 나타남
- 응답자의 75.5%는 성남 소재 문화예술 공간/시설 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 이용 경험이 가장 많은 곳은 성남아트센터(46.9%) > 중앙공원 야외공연장(32.4%) > 주민자치센터(문화센터)(25.2%)의 순서로 나타남
- 1순위로 뽑은 문화예술 지원이 필요한 분야는 ‘문화예술시설 확충’(33.2%)이었으며 ‘다양한 행사의 지속적인 개최’(32.2%)와 ‘문화예술행사 및 시설 홍보’(14.9%)의 순서로 나타남
- 성남시민이 생각하는 ‘문화예술환경 만족도’의 평균 점수는 3.3점(5점 척도)으로 만족도가 높다고 할 수 없음. 특히 수정구에서는 불만족 10.5%, 매우 불만족 2.1%로 다른 구에 비해 불만족하는 비율이 상대적으로 높게 나타남. 연령대에서는 10대가 불만족 16.7%로 다른 연령층에 비교했을 때 높게 나타남

24) 성남시(2020b), 「2020 성남 생활인구 문화 욕구 파악 조사」, 130쪽

〈표 2-11〉 성남시 문화예술환경 만족도

단위: 명, 점, %

구분		사례수 (명)	5점 평균	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
성남시민		549	3.3	2.0	7.7	53.9	31.9	4.6
거주지역	수정구	143	3.2	2.1	10.5	55.9	28.0	3.5
	중원구	122	3.3	0.8	9.0	55.7	30.3	4.1
	분당구	283	3.3	2.5	5.7	52.3	34.3	5.3
성별	남성	267	3.3	3.0	7.1	54.7	29.6	5.6
	여성	282	3.3	1.1	8.2	53.2	34.0	3.6
연령	10대	6	3.2	0.0	16.7	50.0	33.3	0.0
	20대	208	3.2	2.9	9.1	52.9	31.3	3.9
	30대	127	3.3	0.8	6.3	57.5	31.5	3.9
	40대	81	3.3	1.2	4.9	54.3	38.3	1.2
	50대	89	3.4	2.3	9.0	48.3	30.3	10.1
	60대 이상	36	3.3	2.8	5.6	58.3	27.8	5.6
성남직장인		196	3.19	1.0	7.1	65.8	23.5	2.6
이해관계자		50	3.58	0.0	4.0	44.0	42.0	10.0
전체		795	3.29	1.6	7.3	56.2	30.4	4.4

\* 출처: 성남시(2020b), 「성남 생활인구 문화 욕구 파악 조사」, 154쪽

- 문화예술향유의 주요 집단으로 노년층을 많이 고려해야 하지만 청소년에 대한 문화예술교육과 향유 프로그램 확대 등에 대한 정책 검토도 필요함
- 성남시 문화예술 관련 시설은 도서관 134개 포함 총 171개임
- 문화예술 관련 프로그램 운영 현황 중 분당구가 67.3%이며, 중원구가 9.9%로 약 7배 차이가 있음. 분당구의 인구가 중원구에 2배가 많은 것을 감안해도 격차가 매우 큼

〈표 2-12〉 성남시 구별 문화예술교육 프로그램 운영 현황

지역	프로그램 수	공공	민간	비율
수정구	3,632	2,884	748	22.8%
중원구	1,574	1,554	20	9.9%
분당구	10,695	4,157	6,538	67.3%
합계	15,901	8,595	7,306	100%

\* 2019년 11월 기준

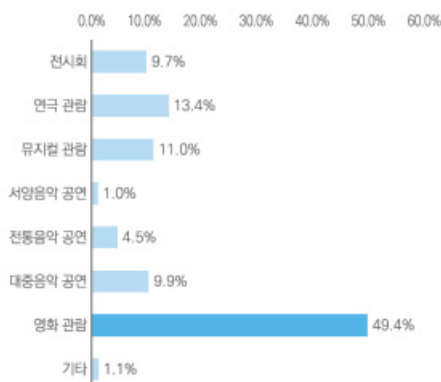
\*\* 출처: 성남시(2019), 「2019년 성남시 평생학습자원 조사·연구」

- 성남뿐만 아니라 우리나라의 문화복지정책은 경제적 소외계층을 주요 대상으로 하고 있음. 하지만 2021년 9월 11일 ‘문화기본법’이 시행되면서 국민 개개인이 차별을 받지 않고, 자신의 욕구에 따른 문화향유와 창조적 활동까지 보장이 중요해지고 있음. 이러한 맥락에서 경제적 혹은 여가 소외계층을 중심으로 하는 문화복지정책과 함께 성남의 모든 시민을 대상으로 하는 공공문화정책 또는 프로그램 적용 및 확대 필요



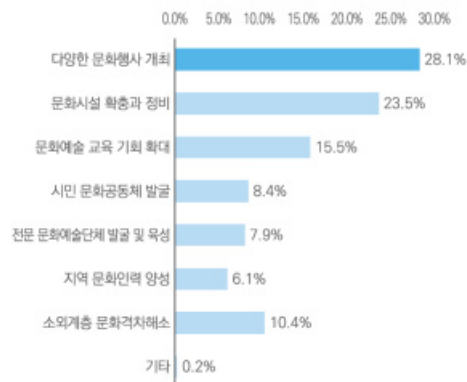
## ○ 성남 주민 문화예술활동 선호

- 선호하는 문화예술 활동으로는 영화 관람(49.4%), 연극 관람(13.4%), 뮤지컬(11%) 순으로 나타남
- 성남 주민들은 성남시의 문화정책 방향 중 역점을 두어야 하는 분야로 ‘다양한 문화행사 개최’ 28.1%, ‘문화시설 확충 및 정비’ 23.5%, ‘문화예술 교육 기회 확대’ 15.5%를 제시함



\* 출처: 성남시(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」, 349쪽

[그림 2-21] 성남시 주민 문화예술활동 선호



\* 출처: 성남시(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」, 350쪽

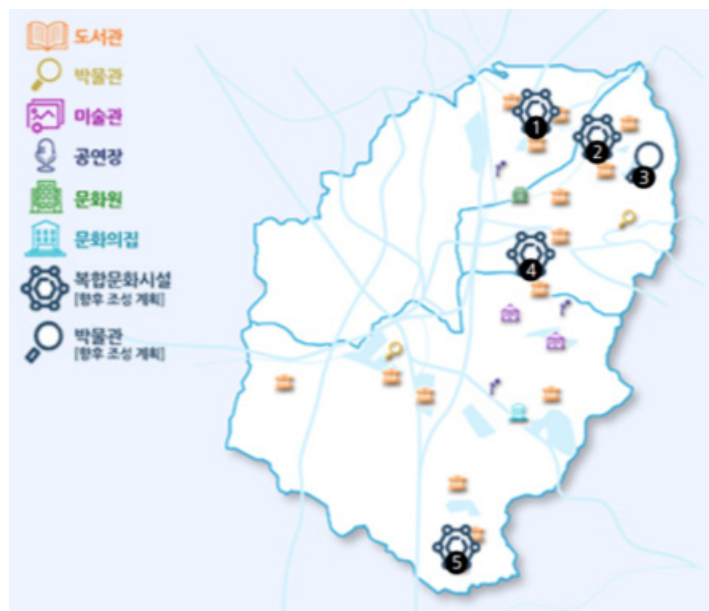
[그림 2-22] 성남시 문화정책 방향설정

## 6. 분석 및 시사점

## 1) 시설 및 자원

- 문화예술비전 수립과 관련하여 향후 20년간 가시적으로 드러날 성남시의 변화는 크게 신도시 및 원도심 재개발로 인한 공간의 변화, 고령화에 따른 인구 구성의 변화, 다극화된 지역에 따른 생활 모습의 변화 차원에서 살펴볼 수 있음
- 재개발로 인해 원도심 주거 형태 및 인구 구성이 크게 변화하고 있음. 2035 도시기본계획이 완료 되는 시점에 성남 원도심은 아파트 중심의 주거 형태와 중산층의 시민들이 거주하는 지역으로 변화될 것으로 예상. 이러한 변화는 새로 유입되는 주민들에 기반한 광범위한 문화수요 확대를 가져올 것으로 보이며 이러한 수요에 대한 대응이 중요하게 부각될 것으로 예상됨
- 새롭게 조성된 판교 지역은 기존 원도심이나 분당 지역과 달리 하이테크 기업들의 집적과 청장년층 중심의 직장인이 매우 폭넓게 자리하고 있음. 판교 지역의 이러한 특성은 제2 판교테크노밸리 구축과 게임·콘텐츠 특구 지정 등 사업에 따라 더욱 강화될 것으로 예상됨. 이런 환경에서 청장년층과 이들의 문화적 수요를 충족시켜줄 방안의 마련이 중요하게 부각될 것임
  - 경기도 경제과학진흥원이 2021년 10월 발표된 조사에 따르면 판교 지역에 상시 근무하는 노동자 수는 7만 1967명이며, 주요 연령대는 30~40대가 4만 9151명으로 72.1%, 연구인력은 2만 4902명으로 34.6%에 달하는 것으로 나타남

- 성남아트센터 이외에 5곳의 복합문화시설과 박물관 조성을 통해서 지역별 차이는 줄어들 것으로 보임
  - ① 위례 업무2부지 복합문화시설조성 2025년 목표
  - ② 성남문화예술교육센터 2020년 조성
  - ③ 성남시립박물관 조성 2024년 목표
  - ④ 여수동 공공부지 복합문화시설 조성 2023년 목표
  - ⑤ 구미동 복합문화예술공간 조성 2025년 목표



\* 출처: 성남시청 홈페이지

[그림 2-23] 성남시 복합문화시설, 도서관, 박물관, 미술관, 생활 SOC 미래지도

- 시민들은 바쁜 일상에서 스트레스를 해소하거나 쉼을 위한 공간이 필요하다는 욕구가 날로 커지고 있음. 이러한 시민들의 욕구를 반영하려는 취지에서 복합문화시설을 설립하는 사례가 늘고 있음. 복합문화시설은 하나의 기능으로 국한된 공간이 아닌 한 곳에서 여러 가지를 즐길 수 있다는 측면에서 경제적인 효과뿐만 아니라 도시의 삶의 질을 실질적으로 향상시킬 수 있다는 장점이 있음
- 복합문화시설의 확장으로 인해 시민들은 시간과 비용을 절약하여 문화를 향유 할 수 있다는 측면에서 긍정적으로 보고 있음. 때문에 성남시에서 지역별로 계획해서 설립을 추진 중인 복합문화시설은 지역 주민들의 특성과 욕구를 사전에 파악하고 이에 맞는 공간과 프로그램 구성이 필요함
- 복합문화시설은 문화예술을 즐기는 곳일 뿐만 아니라 시민들의 삶의 일부분이 될 수 있어야 함. 복합문화시설은 전시, 공연, 학습 및 편의공간이 잘 어우러져야 그 시너지를 발휘할 수 있음. 이는 복합문화시설의 공공성 측면에서도 중요함. 결과적으로 복합문화시설이 공공성을 갖고, 시민들에게 유의미한 공간이 되기 위해서는 주민들이 복합문화시설의 설립에 대한 인식이 우선적으로 만들어져야 함

## 2) 예술인 및 단체

- 현재의 예술인 및 단체에 대한 지원은 예술가 개인의 창작활동을 지원하거나 지역 주민들의 문화향유에 도움을 주는 것에 초점이 맞추어져 있음
- 성남시 예술인들은 성남시에 거주하며 서울 등 다른 지역에서 활동을 하는 경우도 적지 않은 것으로 나타남. 성남시 거주 예술인들이 성남 지역에서 더욱 활발하게 활동할 수 있도록 하는 환경이 마련될 필요가 있음
- 예술인들의 지원 수요 중 중요하게 제기되는 것이 예술활동 공간과 관련한 수요임. 이외에도 지원 제도를 몰라서 지원하지 못하는 경우도 적지 않은 것으로 나타나, 예술인 지원이 이러한 부분들을 중심으로 이루어져야 할 필요성을 제기함
- 기술발전과 관련하여서도 예술인들의 대다수가 예술활동과 관련한 기술의 활용에 대해 긍정적인 인식을 나타내고 있어 예술인들에게 예술과 기술의 결합 경향이나 기술환경 변화에 대한 지식과 정보 등을 확대에 주는 노력을 기울일 필요가 있음
- 특히 향후 예술활동이 오프라인을 넘어 온라인 영역으로까지 확장될 것으로 예상된다는 점에서 ICT 기술관련 기업이 집적되어 있는 성남은 이를 활용하여 예술 창작역량을 강화해주는 지원방안을 모색할 수 있음
- 또한 예술을 활용하여 성남의 국제도시로서의 위상과 브랜드 가치를 높일수 있도록 예술인 및 예술단체들의 국제교류 활성화를 도울 수 있는 지원정책이 필요함

## 3) 문화예술 향유

- 인구구조 변화에 따른 미래 문화수요에 대한 프로그램 및 콘텐츠 개발이 중요해짐
  - 1인 가구, 직장인, 가족 단위 등 다양한 수요자층의 요구를 충족시키기 위한 맞춤형 문화 체험 프로그램 개발 및 제공이 중요
  - 「성남비전 2040」(사람중심의 문화와 첨단산업이 융합하는 도시; 아시아 실리콘밸리 성남)에서 성남시민의 삶의 질을 향상시키기 위한 '시민이 주체가 되는 문화예술'로 생활예술창작거점 조성, 시민문화예술 교육체계 구축, 생활문화조성 및 확대 등을 제시하고 있음
- 수요에 대한 파악과 효율적 공급을 위한 거버넌스적 접근방식의 변화가 필요함
  - 성남 문화정책 발전 과정에서 공통적으로 나타나는 것은 '시민주체', '시민참여'임. 하지만 시민이 주체적으로 자신의 문화향유를 실천하거나, 주체적으로 참여할 수 있는 거버넌스에 대한 정책적 변화는 이뤄지고 있지 못함
  - 성남시의 문화정책의 주요 대상은 '시민'이지만, 더 명확히 '성남시민'에 대한 이해를 바탕으로 하는 문화정책 개발이 필요함. 이는 앞에서 언급한 문화정책의 거버넌스와의 밀접하게 연계됨
    - 삶의 질을 높이는 측면에서 일과 삶의 균형(Work-Life Balance)과 여가친화적 일상문화가 중요해지면서 성남시민의 문화욕구가 다양화되고, 다층화되고 있음. 따라서 '일반적이고, 보편적인 문화취향'이라는 것을 규정하기 어려움

- 성남시민 전체 대상 설문조사에 기반해 일반적 문화정책 수립하기보다는 목적에 따라 지역 또는 지역 주요 계층별 전략적 패널조사가 이뤄질 필요가 있음
  - 다극화된 성남에서는 지역별 문화소비에 대한 욕구차이가 다원화되고 있기 때문에 전체대상 문화정책보다는 계층 맞춤형 문화서비스에 초점을 맞추는 것이 중요함
- 성남은 제2의 강남으로 불릴 만큼 생활권이 서울에 가까워 서울에서 주최하는 문화행사와 경쟁관계에 처할 때가 있음. 때문에 성남에서 문화예술행사나 서비스를 제공할 때는 질적인 수준과 차별화된 서비스에 대한 고려가 중요함
- ‘살고 싶고, 머물고 싶은 성남’으로 발전하기 위해서는 성남시의 긍정적 이미지를 문화를 통해서 강화할 필요가 있음. 「성남비전 2040」의 시민 설문조사에 나타났듯이 생활편의시설 등의 도시환경(City Amenity)에 대한 욕구가 매우 큼. 때문에 문화시설이나 프로그램을 시행함에 있어서 가장 우선해야 할 점이 있다면 바로 ‘편의성’이라고 할 수 있음
  - 성남시민들의 문화예술체험은 가족단위로 이뤄지는 경우가 많으므로 문화예술 공연 이외에 함께 할 수 있는 주변 편의시설이 중요함
  - 한편, 이처럼 현재 성남시가 강력하게 추진하는 스마트시티나 첨단산업 육성은 성남시민들이 생각하는 성남의 대표적 상징이 아니라는 점에서 논의가 필요함
- 성남의 지역 정체성에 대한 논의는 있지만 정체성의 내용과 이를 구체적으로 발전시킬 수 있는 프로그램이 부재함
- 성남시민이 뽑은 성남시를 대표하는 상징물은 ‘남한산성’, ‘모란시장’, ‘탄천’ 그리고 ‘판교’ 순으로 나타남. 하위순으로 가면 ‘신도시’, ‘첨단도시’ 등이 나타남
  - 남한산성, 모란시장, ICT, 첨단산업 등은 성남시를 구성하는 일부 지역을 특징짓는 정체성은 될 수 있을지 모르지만 다원화된 성남시를 대표하는 정체성이라고 보기 어려움
  - 다양한 문화욕구를 가진 시민들이 주체적으로 참여할 수 있는 문화환경 조성이 중요한 과제이고 이 과정에서 ‘일상성’과 ‘자율성’이 매우 중요해지고 있다는 점에서 성남시의 문화적 정체성을 구체화하는 노력과 이를 문화적으로 상징화하는 노력이 필요함
- 생활인구<sup>25)</sup> 중심의 문화예술정책으로 전환
- 판교테크노밸리를 중심으로 삼성테크원, 삼성중공업, SK케미칼, 넥슨, 엔씨소프트 등 기업과 연구소들이 있어 이곳에서 직장생활하는 이들이 증가할 것으로 예상함. 이 지역은 경부고속도로, 제2경인고속도로, 서울외곽순환고속도로, 용인서울고속도로 등을 통해 수도권과 서울의 중심부로의 이동이 편리하기 때문에 비교적 부동산 가격이 높은 판교에서 정주하는 인구보다 유동하는 인구가 많음. 때문에 낮시간에 이 지역에서 생활하는 생활인구의 소비와 활동이 지역상권과 문화에 영향을 끼치는 중요한 요인으로 볼 수 있음
  - 판교를 중심으로 하는 지역은 생활인구가 주말보다는 주중, 밤보다는 낮에 많음. 따라서 이에 맞는 문화·예술정책 시행이 중요함
  - 더 나아가 이러한 생활인구를 장기적으로는 성남에 정주하는 인구로 유입하기 위한 노력이 함께 진행돼야 함

25) 생활인구는 해당지역에 머무르고 있는 현재 인구를 주소지를 둔 사람은 물론 업무, 관광, 의료 및 교육 등 일시적으로 해당 지역을 찾아 행정수요를 유발하는 총 인구를 말함. \*출처: 서울시 정보기획관(2018) “서울 생활인구추계 매뉴얼”

## 제2절 국내외 환경 변화 분석

### 1. 사회 환경 변화

- 중장기 문화예술비전 수립과 관련하여 중요한 것은 미래 사회 환경이 어떻게 변화할 것인지에 대한 예측이라고 할 수 있음
  - 해외 여러 기관들은 미래의 변화된 사회상을 예측하고 이러한 변화의 특징들이 무엇인지를 찾아내는 작업을 다양하게 실시하고 있음

〈표 2-13〉 해외 기관의 미래예측

발표기관	Wellington City Council	Roland Berger	Fraunhofer Institute
대상시기	2040년	2050년	2050년
명칭	Megatrends	Trend Compendium	Global Megatrends
주요 이슈 및 키워드	<ul style="list-style-type: none"><li>- 첨단기술에 의한 도시형성</li><li>- 기후대응 급변화</li><li>- 도시 라이프스타일 다양화</li><li>- 도시간 경쟁 심화</li><li>- 자원부족</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 고령화</li><li>- 연장된 교육기간</li><li>- 질병과 간호</li><li>- 기후변화와 생태계 위기</li><li>- 탈 탄소 및 신기술 기반 경제</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 세계화</li><li>- 인구변화</li><li>- 대체에너지 사용급증</li><li>- 환경리스크 증가</li><li>- 의료수준 향상</li><li>- 시술패러다임 전환</li></ul>

\* 출처: 성남시(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」, 206쪽 재구성

- 국내 여러 기관에서도 이와 같은 미래 예측 보고서들을 발표한 바 있음

〈표 2-14〉 국내 기관의 미래예측

발표기관	한국미래학회	국토연구원	한국정보화진흥원
대상시기	2030년	2040년	2050년
명칭	한국 2030	Global Megatrends	한국사회의 15대 메가트렌드
주요 이슈 및 키워드	<ul style="list-style-type: none"><li>- 세계 정치권력 이동</li><li>- 저출산, 고령화</li><li>- 글로벌 경제</li><li>- 지식기반 경제</li><li>- 사회통합위기</li><li>- IT, Nano, Silver, Bio, Eco산업</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 인구감소</li><li>- 인구고령화</li><li>- 1인가구 증가</li><li>- 양극화, 갈등심화</li><li>- 저성장</li><li>- 경제통합, 글로벌화</li><li>- 산업구조변화</li><li>- 지식기반경제화</li><li>- 제4차산업혁명</li><li>- 융복합산업</li><li>- 자연재해증가</li><li>- 지방분권화</li><li>- 남북관계변화</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 인구구조변화</li><li>- 양극화</li><li>- 네트워크 사회</li><li>- 가상지능공간</li><li>- 기술융복합화</li><li>- 로봇</li><li>- 웰빙/감성복지 경제</li><li>- 지식기반경제</li><li>- 글로벌 인재</li><li>- 기후변화 및 환경오염</li><li>- 에너지 위기</li><li>- 기술발전 부작용</li><li>- 글로벌화</li><li>- 안전위험성 증대</li><li>- 남북통일</li></ul>

\* 출처: 성남시(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」, 207쪽 재구성

- 2020년 국회미래연구원에서도 2050년 대한민국의 미래 변화상에 관한 예측과 분석 결과를 토대로 국가 중장기 발전 방안을 논의함<sup>26)</sup>
- 13대 분야 143개 미래 개혁과제를 도출했고, 최종적으로 11대 국가 개혁과제를 제시함
  - 13대 분야에는 기후, 에너지자원, 정보통신기술(IT), 생명공학기술(BT), 우주항공기술(ST) 식량 수자원, 정주여건, 국제정치, 북한, 사람, 인구사회, 정치행정, 경제가 포함됨. 13대 분야 중 인구사회 부문과 경제 부문에 관한 미래 개혁과제는 다음과 같음

〈표 2-15〉 13대 분야 143개 미래 개혁과제 중 인구사회 및 경제 부문

인구사회 부문	경제 부문
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 혼자 살아도 고독하지 않게 하는 사회정책</li> <li>- 노동력 보완은 외국인과 인공지능을 통해</li> <li>- 3~4인 가구에 맞춰진 공공정책 전면 수정</li> <li>- 비혼동거를 결혼과 거의 유사한 사회적 관계형태로 인정 필요</li> <li>- 동거에 대한 세대갈등 중재 역할 강화</li> <li>- Free Rider 방지 위한 시스템 관리강화</li> <li>- 협력과 협업을 통한 문제해결능력 강화 정책</li> <li>- 갑질의 탈계층화를 중심으로 정책적 대응이 필요</li> <li>- 감정노동의 보호 정책 강화</li> <li>- 율들의 갑질 제재 정책</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 보호 중심 경쟁질서 확립</li> <li>- 산업분류체계 개선 보완</li> <li>- 디지털 금융 혁신</li> <li>- 공유경제 플랫폼 비즈니스 환경조성</li> <li>- 벤처 투자자본 생태계 조성</li> <li>- 서비스산업 규제완화</li> <li>- 재정 분권화</li> <li>- 중앙-지방의 경제역할 전문화</li> <li>- 대학 입학 및 졸업시스템 개혁</li> <li>- 고용보험 제도 개선</li> <li>- MOOC등 디지털 기반 대안적 교육의 제도권 흡수</li> <li>- 비정규직 고용안정을 위한 노동시장 개혁</li> <li>- 서민 금융 포용성 증진</li> <li>- 취약계층 사회안전망 확충</li> <li>- 노후소득 안정을 위한 제도 보완</li> </ul>

\* 출처: 김유빈(2020), "2050년 대한민국 미래예측과 국가가 주목한 11대 국가 개혁과제", 「국가미래전략 Insight 1호」(국회미래연구원), 14~15쪽

- 국회미래연구원(2021)에서 2020년 현재 국내 거주 만 13세 이상 69세 이하 남녀를 대상으로 실시한 〈한국인의 미래 가치관 조사〉의 전망 중 일부내용을 살펴보면 다음과 같음<sup>27)</sup>
- 응답자는 대부분 미래를 낙관적이고 희망적으로 바라보았으나, 미래 행복은 현재와 비슷한 수준일 것으로 전망함. 다만, 고령층 및 저소득층의 희망적 평가가 낮은 편으로 나타남
  - 응답자는 지금보다 미래에 더 공정성이 개선될 것으로 보고 있으나 갈등은 크게 개선되지 않고 오히려 더욱 심각해질 것으로 인식하는 것으로 조사됨
  - 미래 세대는 여가생활을 중요하게 인식하는 반면 사회적 의무감은 약한 편으로 나타나며 기존 기성세대가 가진 직업관과는 구별되는 차이점을 드러냄
  - 미래세대는 새로운 형태의 가족 개념 및 과학기술 수용도가 높아 변화하는 사회에 따른 사람들의 개방성 및 포용성 또한 높아지는 것으로 나타남
- 이와 같은 미래 사회 변화에 대한 전망에서 문화적 관점에서 중요하게 지적되는 부분은 첨단기술의 발달, 급속한 환경/기후 변화, 1인 가구/핵가족화와 고독, 여가와 라이프 스타일, 낮은 사회적 의무감과 라이프 스타일, 미래 세대의 높은 개방성/포용성 등이라고 할 수 있음

26) 김유빈(2020), 2050년 대한민국 미래예측과 국가가 주목한 11대 국가 개혁과제, 「국가미래전략 Insight 1호」(국회미래연구원)

27) 민보경 외(2020), 「한국인의 미래 가치관 연구」(국회미래연구원)

- 이러한 맥락을 고려하면서 문화예술비전 수립과 관련하여 향후 예상되는 ‘사회’와 ‘문화예술’ 영역의 변화 중 중요하게 고려해야 할 부분을 예측해 보면 다음과 같은 사항들을 검토할 필요성이 제기됨

### 1) 코로나19와 새로운 접촉 방식의 보편화

- 코로나19는 세계 경제에 큰 충격을 주었을 뿐만 아니라 사람들의 삶의 방식에도 심대한 영향을 미침
  - 2019년 말 전 세계적으로 확산되기 시작한 신종코로나 바이러스로 인하여 2021년 10월 12일 현재 전 세계 코로나바이러스감염증-19 누적 확진자수는 2억 3,704만 8,887명에 달하며, 사망자 수는 484만 116명에 이르고 있음
  - 이러한 영향은 심리적으로는 전 세계 인구에 하여금 코로나 블루와 같은 우울증을 앓게 하였으며, 학교가 문을 닫음으로 인하여 적절히 교육받지 못한 아동, 청소년의 학력 및 사회성 문제, 지역 간, 개인 간 교류 제한으로 인한 고독 문제 등을 일상화 시켰음
- 이러한 가운데 새로운 형태의 만남 방식으로 기존의 컨택트(Contact)에 대비되는 것으로서 언택트(Untact)와 온택트(Ontact) 방식의 일반화가 나타남
  - 언택트가 사람과 사람사이에 직접 접촉하지 않는 방식으로 만남이 이루어지는 것을 의미한다면, 온택트는 언택트의 한 방식으로 온라인상에서 만남이 이루어지는 것을 의미
  - 이와 같은 새로운 방식은 코로나 초기 오프라인에서의 만남이 여의치 않은 상황에서 임시적인 만남 형태로 인식되었으나, 코로나 상황이 장기화되면서 새로운 만남의 방식으로 자리잡기 시작하였으며, 코로나 이후 세계에서도 오프라인에서의 접촉과 함께 새로운 한 형태의 접촉방식으로 꾸준히 이어질 것으로 예상됨

### 2) 기후환경 변화와 사회적책임경영

- 지구온난화가 가속됨에 따라 전 세계적으로 이상 기후 현상이 빈번해 짐. 이에 따라 국제사회를 중심으로 탄소 저감을 위한 노력들이 나타나고 있음
  - 유엔환경계획(UNEP)과 세계기상기구(WMO)가 공동설립한 기후변화에 관한 정부간 협의체(Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC)는 돌이킬 수 없는 전지구적 재앙을 피하기 위해서 지구의 평균기온 상승을 1.5도에서 제한하여야 함을 제안. 이에 따라 2050년 탄소배출이 0이 되기 위해 2030년까지는 이산화탄소 배출을 1999년 대비 55% 줄여야 한다는 구체적 지침이 마련됨
- 세계 25개국에서는 탄소세를 도입하여 화석에너지 사용량에 따라 정부가 정한 세율에 근거하여 세금을 부과하고 있으며, 한국도 도입을 추진 중에 있음
  - 실제로 유럽연합은 2030년까지 온실가스 배출량을 55%까지 줄이고 2050년에는 완전한 탄소중립을 실현하기 위하여 최근 탄소국경세 초안을 발표함. 수입제품 생산과정에서 배출

되는 탄소량에 대해 세금을 부과하는 이 제도는 2023년부터 도입되어 2026년 전면실시가 계획되고 있음

- 한국 정부도 ‘2050 탄소중립 추진전략’을 발표하고 2050 장기저탄소발전전략과 2030 국가온실가스 감축목표를 확정하였음
  - 정부는 2021년 8월 ‘기후위기 대응을 위한 탄소중립·녹색성장 기본법안’을 가결하였으며, 이 법안에 2030년까지 온실가스 감축목표를 2018년 대비 40%로 규정함
- 민간 기업영역 중심의 ESG 경영이 공공기관으로도 확대되는 추세임
  - 기후위기와 관련한 이와 같은 환경 변화는 당초 기업의 투자 의사 결정 시 재무적 요소 이외에 비재무적 요소를 고려하는 차원에서 고안된 ESG(Environmental, Social, Governance) 경영의 환경 부분과 연계되며 전 세계뿐만 아니라 국내에서도 크게 확산되고 있음
  - 민간 기업영역을 중심으로 논의되어 오던 ESG 경영의 중요성은 최근 공공기관 및 지방자치단체로까지 확산되면서 공공기관 및 지방자치단체 운영에 있어서 얼마나 ESG 기준을 충족하였는지를 평가하는 움직임이 나타나고 있음
- 이러한 변화는 지방자치단체 및 공공기관의 운영과 관련하여서도 지속적인 영향을 미칠 것으로 예상됨

〈표 2-16〉 기초자치단체 부문별 S등급 지자체 현황

구분	환경(E)	사회(S)	거버넌스(G)
지자체명	서울 양천구	울산 울주군, 강원 영구군 서울 구로구, 광주 남구	서울 성동구, 동작구, 종로구, 전남 해남군

\* 출처: ESG 행복경제연구소 보도자료(2021.10.05.), “국내 최초 전국 226개 기초자치단체 ‘ESG 평가등급’ 나와”

### 3) MZ세대의 등장과 라이프스타일

- 디지털 디바이스를 통해 소통하고 상품 및 서비스의 높은 질을 선호하는 MZ세대가 소비트렌드를 이끄는 세대로 등장함
  - MZ세대란 80년대 초에서부터 2000년대 초에 태어난 밀레니얼 세대와 90년대 중반에서부터 2000년대 초에 태어난 디지털 네이티브인 Z세대를 아우르는 세대를 의미함. 이들은 디지털 기술을 활용한 디지털 소통에 익숙한 세대임
  - MZ세대는 여러 측면에서 이전 세대와는 다른 소비 특성을 보이는 세대라 할 수 있음. 가장 주요한 소비 특성으로 ‘가치소비’에 민감한 세대로 상품과 브랜드가 올바름과 진정성을 갖추었는지가 이들에게는 중요한 이슈임. 같은 맥락에서 환경에 대한 진정성 있는 행보를 보이는 기업과 상품에 반응하는 것이 대표적인 예라 할 수 있음
  - 또한 이들은 소비자로서 권리를 찾고 목소리를 내는 일련의 활동에 적극적으로 동참하는 세대이기도 함. 소셜미디어 등의 온라인 공간에서 적극적으로 기업의 부당한 횡포나 불공정한 행위에 집단적인 행동을 함께 하는 모습을 나타냄
  - MZ세대는 인터넷의 성장과 궤를 함께 하는 세대로 게임, e스포츠, 소셜미디어, 메타버스



등과 같은 디지털 미디어로 구축된 세계관 문화에 친숙한 세대임

- MZ세대의 스포츠에 대한 관심이 낮아지고, 게임, e스포츠 등의 디지털 여가에 관한 시간 소비가 증가함에 따라 스포츠 산업계에서는 이에 대한 위기상황을 감지하기 시작함. 미국의 경우, 스포츠 프로그램의 시청률 감소가 현실화되자, MZ 세대 타겟으로 다양한 디지털 전략을 모색하고 있음. MZ세대의 농구에 대한 관심을 높이기 위해 경기장면을 NFT로 판매하는 NBA 사례 등이 존재함

#### 4) 고령화, 1인 가구 증가와 생활 패턴의 변화

- 우리나라는 기대수명 연장 및 출산율 하락으로 초고령사회에 빠른 속도로 진입하고 있음
  - ‘OECD 보건통계 2020’ 따르면 2020년 우리나라 국민의 기대수명은 82.7년으로 OECD 국가(80.7년)에 비교하여 상위국에 속함
  - 2020년 기준 65세 이상 고령인구는 우리나라 인구의 15.7%를 차지하며, 2025년에는 20.3%에 이를 것으로 전망함
  - 사망자 수가 출생자수를 넘어 인구가 자연 감소하는 ‘데드크로스(Dead Cross)’가 2020년 처음으로 나타났으며, 고령화 사회로의 진입과 인구절벽현상은 노동인구의 감소, 사회적 비용 증가, 도시 활력 저하 등 사회경제적인 문제를 유발할 가능성이 높아짐
  - 2019년 통계청이 발표한 ‘장래인구 특별추계: 2017~2047’에 따르면, 2047년 노령인구 38.4%, 1인 가구 37.3%, 2인 가구 35.0%에 달할 것으로 예상
- 베이비붐 세대의 문화소비 주체로서의 영향력도 점차 더욱 증대될 것으로 예상됨
  - 국내의 경우, 1955년에서 1963년 사이에 출생한 세대를 베이비붐 세대로 가리키며 과거와 달리, 적극적인 삶을 영위해나가는 세대로 액티브 시니어(Active Senior), 오팔 세대(OPAL, Old People with Active Lives)라고도 불림
  - 베이비붐 세대의 소비에 관해 살펴본 「베이비붐 세대의 은퇴로 인한 소비구조 변화와 고령친화산업 활성화」<sup>28)</sup>를 통해 베이비붐 세대의 소비 특성을 분석함. 문화소비와 관련하여 눈여겨볼 점은 이들 세대의 교육비 및 문화오락비 지출비중이 고령세대에 비해 상대적으로 높다는 점과 가구주의 교육수준이 높을수록 문화오락 지출이 증가하는 양상을 보인다는 점임
  - 보고서에서는 이전세대와 비교해 베이비붐 세대가 문화생활에 더욱 적극적일 것으로 예측하고, 이와 관련해 문화소비도 증가할 것으로 예측하고 있음
  - 뿐만 아니라 다양한 사회참여 활동들을 통하여 ‘제2의 인생’, ‘인생 2막’을 추구하는 경향성도 높아짐. 시니어 모델, 시니어 문화클럽, 제2의 인생교실 등 다양한 사회적 활동에의 참여를 통해 의미, 보람, 즐거움을 추구하는 활동이 증가됨
- 1인 가구 비율 또한 빠르게 증가하고 있으며 이는 전국적인 현상으로 나타나고 있음
  - 2019년 기준 1인 가구는 615만 가구에 달하며 이는 222만 가구 수준이던 지난 2000년과 비교할 때 약 2.8배 급증한 수준임

28) 조현승 외(2015), 「베이비붐 세대의 은퇴로 인한 소비구조 변화와 고령친화산업 활성화」(산업연구원)

- 2020년 기준 우리나라 1인 가구가 차지하는 비중은 약 30%로 가장 주된 가구 유형을 차지하고 있음
- 독신·만혼 경향, 이혼의 증가로 인해 1인 가구 비율은 지속적으로 증가하고 있으며 이들은 자기 주도 성향이 강하면서도 생활에 대한 불안감이 혼재되어 있으며, 여가 생활에 관한 욕구는 강한 편임
- 1인 가구의 문화소비 트렌드의 영향력이 더욱 높아질 것으로 예측됨
  - ‘싱글슈머(Single+Consumer)’, ‘솔로 이코노미(Solo Economy)’ 등의 신조어를 통해 1인 가구가 주요한 경제 주체로 나타나고 있는 현상을 살펴볼 수 있음. 최근에는 혼자 영화, 공연을 즐기는 이들을 가리켜 ‘혼영족’, ‘혼공족’으로 지칭하는 용어도 등장하기도 함
  - 산업연구원(2015)의 「1인 가구의 문화소비지출행태 분석」<sup>29)</sup> 보고서에 따르면, 2013년 자료를 기준으로 1인가구와 3인가구의 ‘오락·문화’ 항목의 소비 행태에 차이가 존재하는 것으로 보고되었음. 3인 가구에서는 자녀 양육 및 교육비 항목의 지출 비중이 상대적으로 높은데 반해, 1인 가구의 경우, ‘영상음향기기’, ‘애완동물관련물품’, ‘문화서비스’, ‘서적’, ‘문구’ 등의 지출 금액이 증가한 것으로 나타남.
  - 이러한 결과는 1인 가구의 오롯이 자신을 위한 문화소비에는 양질의 투자를 아끼지 않는 특성과 고급화의 경향을 살펴볼 수 있음
- 여가시간의 활용은 문화예술을 소비한다는 차원을 넘어 삶의 가치관 및 지향점과도 연결됨. 퇴근 후 공통된 취향을 나누는 사교모임, 자발적 예술 동호회 등의 모임이 늘어나고 있고 이는 다양한 형태로 확산될 것으로 예상됨<sup>30)</sup>

## 5) 콘텐츠/디지털 경제의 성장

- 세계 콘텐츠시장은 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망됨
  - 한국콘텐츠진흥원의 「2020 해외 콘텐츠시장 분석」<sup>31)</sup> 보고서의 2019년 세계콘텐츠 시장 규모 및 전망을 살펴보면, 2조 4,320억 달러 규모로 집계되었으며, 2018년 대비 4.63%가 증가한 결과임. 2024년까지의 전망을 살펴보면, 세계 콘텐츠 시장은 지속적인 성장세를 보일 것으로 예상됨
  - 콘텐츠 분야별로 살펴보면, 지식정보, 광고 및 방송 산업 분야가 큰 규모를 차지하고 있으며, 전체 시장의 절반 이상을 차지하고 있음
  - 2019년 성장의 바탕에는 콘텐츠 제작, 유통, 소비 형태의 변화 흐름 속에 영상 및 음악을 중심으로 한 글로벌 온라인 플랫폼의 성장이 자리 잡고 있는 것으로 풀이하고 있음

29) 박지혜 외(2015), 「1인 가구의 문화소비지출행태 분석」(산업연구원)

30) 김혜인·김연진(2020), 「2020 문화예술 트렌드 분석 및 전망」(한국문화관광연구원)

31) 한국콘텐츠진흥원(2020), 「2020 해외 콘텐츠시장 분석」, 9쪽



\* 출처 : 한국콘텐츠진흥원(2020), 「2020 해외 콘텐츠시장 분석」, 9쪽  
PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020),  
BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020)

[그림 2-24] 세계 콘텐츠시장 규모 및 전망(2015~2024)

〈표 2-17〉 세계 콘텐츠시장 규모 및 전망(2015~2024)

단위: 억 달러, %

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-24 CAGR
출판	2,918	2,893	2,839	2,798	2,764	2,482	2,530	2,531	2,512	2,494	-2.04
만화	72	78	76	80	90	86	89	89	90	90	-0.02
음악	463	486	514	543	580	408	519	648	671	689	3.51
게임	827	956	1,087	1,201	1,317	1,429	1,548	1,638	1,726	1,815	6.63
영화	387	401	419	435	451	155	276	373	387	399	-2.40
애니메이션	50	68	53	50	84	28	51	69	71	73	-2.50
방송	4,609	4,765	4,826	4,895	4,906	4,622	4,848	5,024	5,124	5,63	1.42
광고	4,708	4,708	4,826	4,895	4,906	4,622	5,802	6,199	6,422	6,635	1.85
지식정보	6,680	7,282	7,910	8,360	8,778	8,646	9,112	9,727	10,201	10,651	3.94
캐릭터/라이선스	2,517	2,517	2,629	2,716	2,803	2,928	2,763	3,126	3,249	3,367	2.83
산술합계	23,232	24,562	25,724	26,861	27,951	26,055	27,715	29,425	30,454	31,476	-
합계	19,576	20,872	22,109	23,244	24,320	22,949	24,420	25,964	26,987	27,966	2.83

\* 출처: 한국콘텐츠진흥원(2020), 「2020 해외 콘텐츠시장 분석」, 11쪽  
PwC(2020), ICv2(2020), SNE(2020), 公益社団法人全国出版協会, 『出版月報』(2020), BoxOffice Mojo(2020), LIMA(2020)

- 한국 콘텐츠 산업 규모의 경우, 코로나19로 인해 잠시 시장 성장이 주춤한 상황을 확인할 수 있으나, 장기적인 관점에서 성장세를 보일 것으로 예상함
  - 한국콘텐츠진흥원의 2019년 기준 콘텐츠산업조사(콘텐츠산업 통계조사)<sup>32)</sup> 보고서의 결과에 따르면, 한국 콘텐츠 산업은 126조 7,123억 원의 매출과 47조 7,388억 원의 부가가치액을 기록함

32) 문화체육관광부(2021a), 「2019년 기준 콘텐츠산업조사(콘텐츠산업 통계 조사)」, 3쪽

- 사업체 수는 10만 4,136개로 집계되었으며, 종사자 수는 총 68만 2,644명인 것으로 나타났다. 2019년 수출액과 수입액은 각각 101억 8,903만 달러와 수입액은 12억 222만 달러로 흑자를 나타냄
- 콘텐츠산업 분야별 매출 순으로 살펴보면, 출판산업 21조 3,412억 원(16.8%), 방송산업 20조 8,430억 원(16.4%), 광고산업 18조 1,338억 원(14.3%), 지식정보산업 17조 6,693억 원(13.9%), 게임산업 15조 5,750억 원(12.3%), 캐릭터산업 12조 5,669억 원(9.9%)에 이어, 음악산업(5.4%), 영화산업(5.1%), 콘텐츠솔루션산업(4.2%), 만화산업(1.1%), 애니메이션산업 (0.5%) 순으로 나타남
- 콘텐츠산업 2021년 전망보고서(한국콘텐츠진흥원, 2021)<sup>33)</sup>에서는 2020년 콘텐츠산업 매출액을 118조 1천억 원에서 130조 2천억 원 사이로 추정하고 있음. 2019년 대비 -5.8%~3.8%의 증감을 보일 것으로 예측함

〈표 2-18〉 콘텐츠산업 전체 요약(2019)

구분	사업체수 (개)	종사자수 (명)	매출액 (백만 원)	부가가치액 (백만 원)	부가가치율 (%)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)	수입액 차액 (천 달러)
출판	25,220	185,270	21,341,176	8,875,983	41.6	214,732	275,426	△60,694
만화	6,607	11,079	1,337,248	436,443	32.6	46,010	6,578	39,432
음악	34,145	77,149	6,811,818	2,173,092	31.9	756,198	13,766	742,432
영화	1,223	32,566	6,432,393	1,354,550	21.1	37,877	38,432	△554
게임	13,387	89,157	15,575,034	6,753,335	43.4	6,657,777	298,129	6,359,648
애니메이션	480	5,436	640,580	225,485	35.2	194,148	8,778	185,370
방송	1,062	51,006	20,843,012	6,816,136	32.7	474,359	95,812	378,547
광고	7,323	73,520	18,133,845	5,630,559	31.0	139,083	276,034	△136,951
캐릭터	2,754	37,521	12,566,885	4,931,361	39.2	791,338	166,945	624,393
지식정보	9,859	89,286	17,669,282	8,104,087	45.9	649,623	8,909	640,715
콘텐츠솔루션	2,076	30,655	5,360,990	2,437,722	45.5	227,881	13,414	214,467
합계	104,136	682,644	126,712,264	47,738,753	37.7	10,189,026	1,202,223	8,986,803

\* 출처: 문화체육관광부(2021a), 「2019년 기준 콘텐츠산업조사(콘텐츠산업 통계 조사)」, 3쪽

- 미래 콘텐츠 시장의 확장은 디지털 경제의 성장에 기반하고 있음
  - 최근 크게 부각되고 있는 AI, 메타버스 등의 등장은 향후에도 디지털 경제, 콘텐츠 경제가 지속적으로 확장될 것임을 보여주는 사례라 할 수 있음
  - 글로벌시장조사업체인 스트래티지애널리틱스(Strategy Analytics)는 2025년 메타버스 시장이 2800억달러(약 315조원)에 달할 것으로 전망
- 향후 메타버스는 가상의 놀이공간에서 사람들이 모이는 사회적 공간으로의 확장을 시도하며, 가상 경제 시장을 견인할 것으로 예측됨

33) 한국콘텐츠진흥원(2021), 「콘텐츠산업 2021년 전망보고서」, 4쪽

- 국내의 경우, MZ세대를 중심으로 소비되고 있는 메타버스는 게임과의 융합에서부터 홀로그램, VR 등 다양한 기기와의 결합을 통해 현실같은 자연스러운 경험을 창출해내는 것에 초점을 맞추고 있음
- 메타버스는 지난 세컨드라이프의 사례에서와 마찬가지로 가상경제를 만들어낼 수 있다는 점에서 가능성을 내포함. 메타버스 내에서 이용자들이 스스로 가상의 아이템을 만들어 판매하거나, 게임을 제작해 판매하는 등의 경제활동이 가능하기에 누구나 크리에이터 및 게임 개발자가 될 수 있다는 점에서 충분한 이용자를 확보할 수 있는 사회적인 시스템이 된다면, 향후 발전가능성이 높은 플랫폼이라 할 수 있음

〈표 2-19〉 메타버스 사례

이름	회사	출시(발표)일	비고
제페토	네이버Z(한국)	2018년 8월~	3D 아바타 기반 누적 가입자 2억명(2021 기준) 블랙핑크, ITZY(있지) 등 인기 K-pop 가수들의 활용
이프랜드	SKT(한국)	2021년 7월~	아바타 기반
포트나이트	에픽게임즈(미국)	2017년 7월~	모바일 게임 미국 힙합가수 트래비스 스콧의 콘서트 진행
로블록스	로블록스 코퍼레이션(미국)	2006년 9월~	온라인 게임 1억 5,000만 이용자
옴니버스	엔비디아(미국)	2021년 4월~	산업분야 원격 협업 및 시뮬레이션 지원
호라이즌 워크룸	페이스북(미국)	2021년 8월~	업무용 메타버스
스타라인	구글(미국)	2021년 5월~	3D 영상회의 기술
메시(Mesh)	마이크로소프트(미국)	2021년 3월~	아바타 및 홀로그램 활용
모여봐요 동물의 숲	닌텐도(일본)	2020년 3월~	비디오 게임
플레이 투게더	주식회사 해긴(한국)	2021년 4월~	캐주얼게임, 모바일게임

## 2. 문화예술 환경 변화

### 1) 문화예술 창작과 결합된 기술: AI와 기계창의성

- 코로나 19가 촉발시킨 디지털로의 급진적인 전환은 기존 문화예술분야와 기술 결합 양상을 더욱 빠르게 촉진시키는 역할을 하고 있음
  - 문화예술 분야에서도 4차 산업혁명에 따른 다양한 기술 융합 시도가 점차 더 늘어나는 추세임. 기존 문화예술 분야에서는 예술과 기술의 융합이라는 새로운 시도를 통해 소비자들에게 새로운 예술적 경험을 제공하고자 노력하고 있음
  - 4차 산업혁명을 주도하는 대표적인 기술인 인공지능(이하 AI), 블록체인 등의 기술이 최근 문화예술 산업에도 다양하게 도입되고 있는 사례들을 찾아볼 수 있음
- 예술 창작 주체로서의 AI 기반 예술이 등장함에 따라 인간과 기계의 창의적 협업이 점차 더욱 확산되는 추세임
  - Computational Creativity, Machine Creativity 등과 같은 새로운 개념이 확산되며, 인

- 간 창의성뿐만이 아닌 기계 창의성에 대한 문화예술계의 관심도 높아질 것으로 예상됨
- 창작주체로서의 AI는 더 이상 낯선 개념이 아님. 콘텐츠산업의 상업적 영역에서 AI 활용은 보편화되는 추세로 예술과 인간의 창의성에 도전하고 있음. AI 예술가의 등장은 시각예술, 음악(작곡), 문학 등 다양한 영역에서 나타나는 추세임
  - 인공지능 미술 작품이 크리스티 경매에서 판매(2018)된 사례<sup>34)</sup>는 인공지능 작품이 처음으로 권위 있는 미술 옥션에서 거래됨으로써 AI 예술이 상업적 영역에서 판매될 수 있다는 가능성을 보여준 사례 중 하나임
  - 크리스티 경매에서 ‘벨라미가의 에드몽 벨라미’라는 그림이 43만2500 달러(약 4억 9,000만원)에 낙찰됨. 프랑스의 예술집단 ‘오비우스’가 AI를 활용하여 만들어낸 작품임. AI의 그림이 세계 주요 경매에서 낙찰된 첫번째 사례임. 작품 오른쪽 하단에 보통 작가 서명이 들어가는 것과 달리, 컴퓨터 알고리즘이 적혀있어 작가 서명을 대신함
  - 구글은 딥드림제너레이터 개발을 통해 누구나 손쉽게 인공지능을 활용해 이미지를 생산하고 예술 활동에 참여할 수 있는 저변을 넓혀가고 있음
  - 딥드림이 그린 29점의 작품은 2016년 2월 샌프란시스코 미술 경매에서 총 9만7000달러(약 1억1000만원)에 판매된 바 있음. 딥드림의 ‘작품’ 중에는 한 점당 8000달러(920만원)에 팔린 작품도 존재함<sup>35)</sup>
- 국내에서도 인공지능과 문화예술 분야를 결합시키는 활동들이 나타나고 있음
- 예를 들어, 김포필하모닉오케스트라는 지난 2021년 7월 21일, 김포아트홀에서 ‘클래식 AI×Human, 피아노로 만나다’라는 제목으로 AI 피아노와의 합동공연을 개최한 바 있음. 이 공연은 (재)김포문화재단 상주단체 육성지원사업으로 개최된 것으로 KAIST의 진화된 자동연주 알고리즘을 통해 스스로 악보를 해석하며 연주하는 AI Piano와 함께한 연주회임. 단순 AI 악기와 협업의 뛰어넘어, 실제 AI 프로그래밍 기술을 통해 모델링(Modeling Psychology)된 가상의 AI 연주자와 인간 피아니스트가 듀엣으로 오케스트라와 협연하였음<sup>36)</sup>
  - 이외에도 국내에서 AI와 문화예술의 융합 사례들이 다양한 분야에 걸쳐 나타나고 있음

〈표 2-20〉 국내 AI와 문화예술 융합 사례

분야	세부	날짜	공연명	비고
공연	국악	2020.10.01	국악 메카트로니카	시흥시 주최 / 이모션 웨이브 아츠 주관 인공지능 창작한 곡 연주, 인공지능 밴드 ‘리마’ 연주
	클래식 음악	2021.07.21	AI×Human 피아노로 만나다	김포문화재단 주최 김포필하모닉오케스트라 주관 (기획공연) AI 프로그래밍 기술을 통해 모델링된 가상의 AI 연주자 협연
음악	뉴에이지	2021.05.27	가상 AI 피아니스트 ‘한울’	가상인간 컨퍼런스 오픈 공연

34) 조선일보 비즈(2018.10.27.), “AI가 그린 초상화 5억원에 팔렸다”(https://biz.chosun.com/site/data/html\_dir/2018/10/27/2018102700028.html)

35) 조선일보 비즈(2017.05.04.), “고흐가 광화문을 그렸다? 소름 돋는 인공지능의 그림...저작권은 누구 소유일까?”(https://biz.chosun.com/site/data/html\_dir/2017/05/04/2017050400772.html)

36) 경인매일(2021.07.05.), “김포필하모닉오케스트라, AI×Human, 피아노로 만나다 공연 개최”(http://www.kmaeil.com/news/articleView.html?idxno=290776)

분야	세부	날짜	공연명	비고
	작곡	2021.09.01	EvoM(이봄)	AI 작곡가 광주디자인비엔날레 작품 선보임
연극	연기	2021.06.25~27	'A,아이'	고양문화재단 공모사업 선정작 AI를 활용하여 가상인물을 만들어내는 '메타휴먼' 기술 사용
미디어 아트	전통 예술(국)	2021.03.31 ~4.18	'신명: 풀림과 맺음'	예술의전당 한가람 디자인 미술관 음악을 듣는 관객의 뇌파를 실시간으로 측정하여 변화를 영상으로 치환하는 알고리즘으로 관객반응 시각화
전시	미술 전시	2019.10.	아이아 갤러리 오픈	AI 아트 갤러리, 아이아 갤러리 오픈 - AI와 인간 작가의 협업 작품 전시 - 작품 판매

## 2) 새로운 유통과 소비 방식: 플랫폼 역할 증대

- 코로나로 인해 비대면 문화예술 향유의 강점이 상대적으로 크게 부각되었으며, 일반 문화소비자들도 비대면을 통한 문화예술 향유에 대한 거부감을 덜 느끼게 되었음
  - 공연의 경우, 언택트에서 온택트로 옮겨가는 양상이 뚜렷이 등장했으며, 미술의 경우도 온라인 전시의 형태가 발전하고 있음. 이러한 경향은 온라인 문화예술 서비스가 기존 오프라인 예술의 대체재가 아닌 보완재로서 기능하게 될 가능성을 제시함
- 문화예술 유통 측면에서 살펴보면 문화예술 향유의 장으로서 디지털 공간을 새롭게 인식하는 기회가 창출됨에 따라 디지털 플랫폼의 중요성이 더욱 확대되고 있음
  - 디지털 문화예술향유 플랫폼으로서 일찍 출발했던 구글 아트앤컬처의 경우, 비대면 상황에서 상당히 강력한 문화예술플랫폼으로서의 기능과 역할이 확인됨
  - 이런 점에서 아카이빙, 쌍방향적 소통, 교육, 홍보, 프로모션 등 다양한 기능을 담당할 수 있는 허브로서의 플랫폼의 중요성이 커짐
  - LG전자 메타버스 갤러리에는 150만 명이 방문한 것으로 알려짐. 한국을 대표하는 문화공간인 국립현대미술관 서울관 연간 관람객 수 142만 명 정도임을 감안했을 때 이러한 수치는 상당히 높은 편이라 할 수 있음<sup>37)</sup>
  - 국립현대미술관이 개관 최초 서예 단독 기획전이자 2020년 첫 신규 전시인 <미술관에 책(서): 한국 근현대 서예전(덕수궁관)>을 유튜브 채널을 통해 대중에 공개함. 2021년 12월 기준, 총 11만회가 넘는 조회 수를 기록함<sup>38)</sup>
- 향후 문화예술계에서는 디지털 생태계 구축 필요성이 더욱 강조될 것으로 예상됨
  - 플랫폼으로 대변되는 디지털 생태계를 먼저 구축하고, 양질의 문화예술작품 및 관련 콘텐츠를 선점하여 확보하는 것이 플랫폼 운영의 가장 큰 핵심이 될 것으로 보임
  - 온라인 유료 공연이 새로운 공연 관람 문화로 등장, 네이버 TV의 공연 라이브가 대표적인

37) 서울경제(2021.07.05.), "LG전자 '최초 메타버스 갤러리'에 150만명 찾았다"(<https://www.sedaily.com/NewsView/22OSMIIXO9>)

38) 국립현대미술관 홈페이지 "새소식"(<https://www.mmca.go.kr/pr/newsDetail.do?menuId=01H000801000000&bdCId=202003310007157#>) 국립현대미술관 유튜브 채널(<https://www.youtube.com/watch?v=Sx1Vr7vNtcw>)

사례라 할 수 있음

- 서울시는 '서울문화포털'을 개편하여 서울의 공연·전시·축제 등을 영상으로 관람·감상할 수 있도록 메뉴 신설함. 라이브 공연도 실시간 스트리밍 채널로 연계함<sup>39)</sup>

### 3) 디지털 경제: 실물없는 작품, 크리에이터 생태계 구축

- 문화예술작품의 디지털화는 기존과 달리 실물 없는 작품이 현존하는 현실을 창출해내는 한편, 크리에이터 생태계를 더욱 확장시켜 나가고 있음
  - NFT(Non-Fungible Token '대체 불가능한 토큰')는 이러한 경향의 가장 두드러진 사례로 디지털 속에서 구현되는 문화예술 작품의 현존 가능성을 구체화시킨 것이라고 할 수 있음. NFT 미술 작품이 만들어져, 실제 판매되는 다양한 사례들이 점차 늘어나고 있음
  - 크리스티와 소더비도 NFT 시장에 관심을 가지기 시작했고, 2021년 3월, 크리스티 경매에서 NFT 작품이 6,930만 달러, 원화로는 약 784억 원에 낙찰된 사례가 존재함<sup>40)</sup>
  - 훈민정음 해례본 소장처인 간송미술관은 '훈민정음 NFT'를 만들어 개당 1억 원씩 100명에게 한정 판매를 시도함. 간송미술관은 새로운 기술이 젊은 세대(MZ)를 새로운 미술 후원층으로 만들 수 있을 것이라 보고 있음. 이와 관련하여 별도 법인 헤리티지아트(주)까지 설립했고, 아트센터나비 등과도 협업해 디지털 미디어아트 분야로도 진출할 계획을 수립함<sup>41)</sup>
  - 미디어미래연구소에 따르면, 1인 미디어 시장 규모는 2018년 3조 8,700억원 규모에서 2023년 8조원대로 급증할 것으로 전망
- NFT는 미술, 영상, 음악에 이르기까지 다양한 디지털 창작물에 적용될 수 있기에 테크 기반의 문화예술 및 콘텐츠 창작자와 예술가들에게 또 하나의 비즈니스 모델로 떠오름
  - NFT는 블록체인 기술을 활용해 디지털 창작물임에도 위조나 변조를 할 수 없는 단 하나의 오리진얼 작품임을 증명할 수 있음. 또한 NFT는 작품이 재판매 될 때마다 작품을 만든 창작자가 로열티를 받을 수 있음
- NFT의 사례는 문화예술과 콘텐츠의 경계가 점차 흐려지며, 예술가와 크리에이터의 구분도 함께 모호해지는 최근의 현상을 보여주는 사례이기도 함
- NFT는 몇 가지 해결해나가야 할 당면과제를 가지고 있음<sup>42)</sup>
  - NFT 시장의 성장에 버블이 존재한다는 것을 비롯하여, 작품 창작과 관련한 대표적인 문제가 작품의 원작자가 아니더라도 NFT를 제작하고 판매할 수 있다는 점임. 작품의 소유권과 저작권은 구별되는 개념으로 작품에 대한 소유권만으로 NFT를 제작해 판매하는 것은 불가함
  - 이러한 문제에도 불구하고 NFT를 중심으로 한 디지털 예술 및 콘텐츠 제작, 판매 시장은

39) 전자신문(2021.05.09.), "서울문화포털 개편...공연·전시 영상 집에서 즐긴다"(<https://www.etnews.com/202105090000033>)

40) 매일경제(2021.03.17.), "글로벌 경매 '큰 손' 났다...소더비, NFT 거래 시장 진출"(<https://www.mk.co.kr/news/economy/view/2021/03/253674>)

41) 조선일보(2021.07.26.), "국보 가치 훼손? '훈민정음 NFT'는 젊은 세대 끌어들이 전략"(<https://www.chosun.com/culture-life/art-gallery/2021/07/26/XLEQZBKQMRGV7L4K6EXMAQZOOM>)

42) 조선일보 비즈(2021.10.18.), "NFT 광풍 '사상 최대 거래액'...메타버스 인프라로 부각"([https://biz.chosun.com/stock/market\\_trend/2021/10/18/YLMPICPO5DBDEZY36T6H5ZSCU/](https://biz.chosun.com/stock/market_trend/2021/10/18/YLMPICPO5DBDEZY36T6H5ZSCU/))



성장하는 추세임. 예술작품의 새로운 소유와 판매 창구가 만들어졌다는 점에서 주목할 만 하며, 예술작품에 있어서 가치 있는 IP를 확보하는 것이 중요해질 것으로 보임

#### 4) 문화예술 경계를 넘어서는 확장성

- 문화예술은 전통적인 창작 및 향유 영역을 뛰어넘어 다양한 확장을 시도하고 있으며, 최근 경향은 문화예술을 사회적 문제 현상의 직접적 해결책으로 활용하고 있는 경향임
  - 영국은 2018년 외로움 담당 장관(Minister for Loneliness)을 임명할 정도로 국민들의 정신건강에 관한 사회적 문제에 깊은 관심을 나타냄. 2021년 2월, 일본도 고독 담당 장관을 임명함
  - 개인화와 단절화가 심화되며 나타나는 고독감이나 외로움의 문제는 국가적, 지역적(도시적) 차원의 해결 과제로 떠오르고 있음. 영국은 사회문제를 해결함에 있어, 문화예술이 가진 중요성과 영향력을 높이 평가하고, 실질적인 정책을 통해 사회를 변화시켜나가고자 노력 중임
  - 최근 영국 및 캐나다, 호주에서 도입된 사회적 처방(Social Prescribing)은 의사 및 보건 의료 종사자가 정신건강에 어려움을 호소하는 환자에게 약물치료 대신 공연관람, 문화예술 프로그램 참여, 정원 가꾸기, 요리하기, 봉사활동 등 지역사회 활동 자원 참여를 독려함으로써 환자의 건강을 증진시키는 것을 목적으로 하여, 예술향유 증대에 기여한다는 평가를 받고 있음
- 다른 한편으로, 급변하는 기후 환경에 대한 인식을 제고하기 위한 차원에서 문화예술 영역에서도 이와 관련된 내용을 강조하는 경향이 나타남
  - 영국은 다양한 문화를 활용한 기후위기 극복 프로그램들을 추진하고 있으며, 2021년 7월, G20 문화장관회의에서 영국 문화디지털부 장관 캐롤라인 다이네이지는 기조연설을 통해 기후변화 위기를 극복하기 위한 혁신적 아이디어의 중심에 문화가 자리 잡고 있음을 강조함<sup>43)</sup>
  - ‘기후행동을 위한 박물관 프로젝트’(Museums for Climate Action)에서는 국제 디자인 및 아이디어 공모전을 개최하여, 탄소 제로를 가능케 하는 창의적이고 혁신적인 작품을 모집함. 최종 선정된 8개의 프로젝트를 2021년, ‘제26차 유엔기후변화협약 당사국총회’(UN Climate Change Conference UK 2021, COP26) 기간 전후에 글래스고과학센터(Glasgow Science Centre)에서 전시<sup>44)</sup>

43) 한국문화관광연구원 문화예술지식정보시스템(ACKIS) 홈페이지 “[정책새소식 2021-09] 영국의 문화를 통한 기후위기 대응 정책 방향, Addressing the Climate Crisis through Culture”(https://policydb.kcti.re.kr/#/overseasBriefingDetail?bbstypecd=3001091&postno=200568)

44) 아르떼 365 “기후위기 시대, 예술로 공감하기”(https://arte365.kr/?p=84125)  
기후행동을 위한 박물관 홈페이지(https://www.museumsforclimateaction.org)

### 3. 분석 및 시사점

- 문화예술 환경 변화는 이 분야가 디지털 전환에 유연하게 적응하고, 다양화되어 가는 라이프스타일에 기반을 두어 문화적 수요를 충족시킬 수 있는 방향으로 전환해야 할 필요성이 있음을 보여줌
  - 향후 20여 년간 사회 일반의 환경 변화와 관련하여 가시적으로 가장 중요하게 주목되는 경향은 기술 발전 및 환경 변화에 따른 기술과 온라인 공간 활용의 확대, 노동시간 단축, 1인 가구 확대 등과 연계되는 라이프 스타일에 대한 관심, 사회적 책임에 대한 강조 등이라고 할 수 있음
  - 기술 발전이나 환경 위기, 질병의 세계화 등과 같은 여러 환경 변화는 지속적으로 디지털 사회로의 전환을 가속화하고 있으며 이러한 경향은 향후 더욱 강화될 것으로 예상됨
  - 이에 따라 경제도 디지털 경제, 콘텐츠 경제의 비중이 증가하고, 언택트, 온택트와 같은 새로운 방식의 접촉 유형들이 확산되고 있음. 이러한 디지털 사회에의 적응은 선택이 아니라 필수적으로 요구되는 과제로 제기됨
- 이전 시기와 달리 인구 변화에서 나타나는 새로운 특징은 1인 가구 증가, 자유와 취향을 강조하는 세대의 등장임
  - 현재는 과거와 달리 표준적인 성공이나 삶의 방향들 보다는 다양한 실험들이 많이 이루어지고 있음. 이러한 경향은 노동시간 단축이나 고령화, 미혼/비혼 증가 등 다양한 요인과 상호작용하면서 더욱 가속화되고 있음
  - 자신이 중요하다고 생각하는 것에 가치를 부여하고 살아가는 생활 방식이나 일과 여가의 균형 실천, 곧 라이프스타일에 대한 관심의 증가를 가져옴
- 기술 변화의 경우, 5G를 넘어 6G의 시대가 열릴 것으로 예상되며, 산업 영역에서 AI 기술 활용이 늘어날 것임. 한편, 디지털 융·복합 기술이 고도화됨에 따라 메타버스, 로봇 등 새로운 기술 이용이 보다 일상화될 것으로 보임
  - 근래 들어 기업 성장에 영향을 미치는 비경제적 요인으로 기업의 사회적 책임(CSR)이 강조된 것이나, 공공영역에 민간의 경영기법을 도입하는 계기가 된 신공공관리론의 확산, 나아가 최근의 사회적책임경영(Environmental, Social, Governance: ESG) 등에 대한 관심은 민간과 공공영역 모두에 사회적 책임 인식과 실천을 강조하고 있으며, 이러한 경향은 향후 더욱 강화될 것으로 전망됨
- 이러한 변화들은 문화예술 분야에 다양한 변화를 초래할 것으로 예상되며, 특히 기술 발전에 따른 예술 창작, 유통, 소비 영역의 변화, 예술과 경영 결합의 가속화, 사회적 목적을 위한 문화예술 활용 경향의 강화 등이 예상됨
  - 최근 인공지능에 의한 예술창작 활동이 지속적으로 증가되고 있으며, 예술 유통과 소비 영역에서도 온라인 플랫폼의 역할이 지속적으로 확대되고, NFT에 기반을 두어 실물 없이 디지털 형태로만 존재하는 작품들이 생산, 유통, 소비되는 등 새로운 유형의 예술 관련 활동 확산이 예상됨

- 예술이 기존의 공공지원에 의존하거나 시민들의 기부에 의존하던 방식에서 벗어나, 경영과의 연계성을 모색함으로써 시장과의 연계를 통해 재원을 조달하고 지속가능성을 확보하고자 하는 노력들이 강화되고 있음
- 이러한 노력들은 향후 더욱 확대될 것으로 보이며 예술가나 기획자의 경영 역량에 대한 사회적 관심을 가져올 것으로 보임
- 향유나 과시의 대상으로 존재했던 예술의 존재 형태가 최근 수십년간 경제나 사회적 목적을 달성하기 위한 형태로 확장되고 있음. 특히 베네수엘라의 엘 시스템아 프로그램이나 영국, 호주, 캐나다 등의 사회적 처방 프로그램(Social Prescribing), 주요 국가들의 기후 변화 대응을 위한 예술 프로그램 등에서 나타나는 것과 같이, 다양한 사회적 목적을 위해 예술분야를 활용하려는 노력이 이루어지고 있으며 이러한 경향은 향후 더욱 강화될 것으로 예상됨

### 제3절 성남문화재단 현황 및 실태

#### 1. 일반 현황

##### 1) 설립목적 및 주요사업

###### ○ 설립근거

- 성남시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례(조례 제1916호/2004.06.07)
- 재단법인 성남문화재단 정관(민법 제32조에 의한 설립)

###### ○ 설립목적

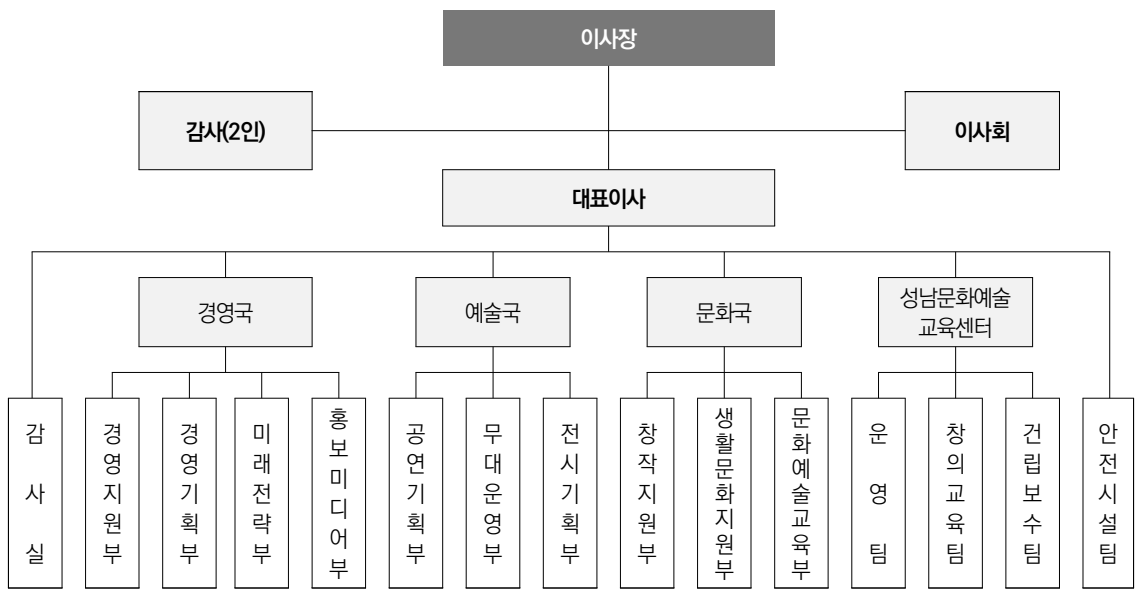
- 재단법인 성남문화재단 정관 제1조(목적): “성남시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례가 정하는 바에 의하여 지방문화예술의 진흥을 통한 성남시의 정체성 확립, 시민의 문화향수 기회의 확대, 문화 창달 활동 등을 통하여 시민의 문화 복지 구현에 이바지함을 그 목적으로 한다”

###### ○ 주요사업

- 성남시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례 제4조(재단의 사업)
  1. 문화예술의 창작·보급과 조사연구
  2. 문화예술의 국내·외 교류사업
  3. 문화유산의 보존 및 육성
  4. 성남아트센터의 운영 및 관리
  5. 성남시시민회관의 운영 및 관리
  6. 기타 문화예술진흥 발전을 위하여 시장이 위탁하는 사업

###### ○ 조직

- 1실 3국 10부(1센터 4팀 임시기구)
- 2020년에 기존의 경영국, 예술국, 문화국 이외에 성남문화예술교육센터 조직구성 완료
- 문체부-한국문화예술교육진흥원의 ‘꿈꾸는 예술터 사업’으로 선정돼, 성남시에서 문화재단을 위탁운영기관으로 지정함
- 2020년 성남 ‘꿈꾸는 예술터 준공’ 및 성남문화예술교육센터 조직 구성
- 이를 통해 성남문화재단은 기존의 아트센터(특히 공연) 중심에서 생활문화와 문화예술교육으로 전환할 수 있는 전기 마련



- 인력
- 일반직 및 공무원: 정원 159명, 현원 148명(2021년 8월 31일 현재-임시기구 반영)

〈표 2-21〉 성남문화재단 부서별 인력현황

구분	계	감사실	경영지원부	경영기획부	미래전략부	홍보미디어부	공연기획부	무대운영부	전시기획부
계	148	2	18	5	5	11	21	20	7
일반직	94	2	11	4	4	7	11	19	4
공무원	54	0	7	1	1	4	10	1	3
정원외 (청년고용)	9				2	2		3	

구분		창작지원부	생활문화지원부	문화예술교육부	성남문화예술교육센터			안전시설팀
					운영팀	창의교육팀	건립보수팀	
계		11	13	6	5	5	1	18
일반직		5	8	4	4	4	1	6
공무원		6	5	2	1	1		12
정원외 (청년고용)						2		

\* 정원외 인원은 청년고용 촉진에 따른 인원  
\* 출처: 성남문화재단 내부자료

2) 비전 및 미션

- 2006년 수립된 문화예술 창조도시 성남만들기 기본계획의 비전과, 제1차 및 제2차 지역문화진흥계획의 비전은 다음과 같음
  - 2006년 기본계획: 시민이 주체가 되어 펼쳐나가는 문화예술 창조도시, 성남
  - 2015년 1차 지역문화진흥계획: 일상이 예술이 되는 생활문화융합도시

- 2020년 2차 지역문화진흥계획: 시민이 만드는 문화융복합도시, 성남
- 지난 기간 성남문화재단이 수립한 비전은 ‘품격 있는 예술, 참여하는 생활문화(2015~2018)’, ‘특화된 예술, 함께하는 문화(2019~2021)’이며, 2015년 이래 미션은 변함없이 ‘역동적 기획과 문화 콘텐츠 다양화, 시민의 지혜로 여는 성남형 생활예술’을 제시하고 있음
- 비전, 미션과 달리 매년 재단 운영 방향성을 제시하는 내용은 ‘경영방침’으로 제시되는데 매년 변경됨
  - 공연·전시 활성화와 생활문화 확대(2015)
  - 예술의 질 향상과 공간활성화를 통한 향유자 증대, 생활문화 확산을 통한 시민참여 확대(2016)
  - 다양한 고품격 기획 프로그램을 통한 인지도 제고, 참여형 생활문화 확산과 시민 문화역량 강화(2017)
  - 재정건정성 확립 및 공공성·효율성 증대(2018)
  - 시민이 참여하는 문화예술, 신뢰받는 문화예술기관(2019)
  - 일상 속에 깃든 문화예술 가치 창조(2020)
  - 신조직문화 정착, 스마트공연장 기반 조성, 시민 생활문화 활성화(2021)

〈표 2-22〉 성남문화재단 비전/미션 및 경영방침(2021)

비전	특화된 예술, 함께하는 문화			
미션	- 역동적 기획과 문화콘텐츠 다양화 - 시민의 지혜로 여는 성남형 생활예술			
2021년 경영방침				
경영목표	신(新) 조직문화 정착 / 스마트공연장 기반조성 / 시민 생활문화 활성화			
핵심가치	독창성	다양성	지속가능성	공감
	성남문화재단만의 독창적인 콘텐츠 제공	생애주기별, 융복합, 다문화 등 다양한 콘텐츠 개발	장기적 안목의 프로그램 수립	시민모두가 공감하는 정책 창조
추진방향	성남형 예술 콘텐츠 기획	디지털 사업 기반 조성	문화정책 기능 활성화	소통, 공감 정책 강화
전략과제	- 클래식 공연 확대 및 시민 선호 공연기획 - 미술관 특화프로그램 기획 - 콘텐츠 융합을 통한 시민 문화가치 재창조	- 언택트 극장 운영 - 온택트 시스템 구축 및 프로그램 기획 강화 - 스마트공연장 서비스 강화	- 시민 문화공동체 네트워크 활성화 - 시민과 함께하는 시민 친화형 생활문화 - 문화예술교육 기능 활성화 - 자-속 가능 문화예술비전·문화정책 연구 개발	- 신뢰 기반 제도 개선 - 언택트&콘택트·홍보채널 다변화 - 소통하는 조직 구현을 위한 혁신 추진 - 조직역량 강화

\* 출처: 성남문화재단(2021), “2021년도 주요업무 계획”

### 3) 조직구성과 인력

#### ○ 인력 변화

- 2007년부터 정원은 101명으로 유지
- 2007년 이후 정원 증가 사유 발생에도 불구하고 조직 내부 조정으로 정원 증가 최소화 유지

〈표 2-23〉 성남문화재단 연도별 정원 변경 사유

연번	정원 변경사유	년도
1	문화 및 집회시설 전시공간 확충(큐브플라자)	2010
2	성남미디어센터 개관	2011
3	공공예술창작소(신흥, 태평), 악기도서관, 직영카페	2017
4	독립운동가 웹툰 프로젝트	2018
5	청년예술창작소, 위례 스토리박스, 생활밀착형 문화예술공동체 공간 조성, 성남문화예술교육지원센터	2019

- 2019년 정원은 일반직 101명, 공무원 33명(합계 134명)
- 2019년 8월 이후 정원이 일반직 101명, 공무원 58명으로 증가(합계 159명)<sup>45)</sup>

〈표 2-24〉 성남문화재단 조직 변경 연혁

연번	일자	조직구성	정원	주요 개편내용
1	2004.12.22	2국 6팀	49명	- 조직 신설
2	2005.01.21	2국 1단 9부	50명	- 축제추진단 신설 - 직위명칭변경(팀장→부장)
3	2005.06.14		89명	- 정원 증가
4	2005.06.27	1실 3국 1단 10부	89명	- 홍보실 신설 - 주무국 변경(기획운영국→공연사업국)
5	2005.09.16	1실 3국 1단 10부	89명	- 부서별 인원 조정
6	2006.01.26	1실 3국 1단 10부		- 책테마파크 위탁에 따른 정원 증원(4명)
7	2006.05.02	3국 1단 1실 10부	92명	- 책테마파크 위탁운영으로 정원 증가
8	2006.07.28	3국 1단 1실 10부		- 박물관 추진에 따른 정원 증원(4명)
9	2006.10.31		96명	- 박물관 추진에 따른 정원 증가
10	2006.11.27	3국 1단 1실 10부	96명	- 조직 일부 변경
11	2006.12.22	1감독 3국 1실 11부	96명	- 조직 일부 변경
12	2007.10.23	1감독 3국 1실 11부	96명	- 주무국 변경(공연사업국→기획운영국)
13	2007.12.07	1감독 3국 1실 11부		- 야외공연장 위탁 위탁에 따른 정원 증원(5명)
14	2007.12.27		101명	- 중앙공원야외공연장 위탁 운영으로 인한 정원 증가
15	2008.04.23	1감독 3국 1실 11부	101명	- 부서 명칭 변경

45) 2019년 기간제근로자 대상 25명 공무원 전환으로 공무원 정원 증가

연번	일자	조직구성	정원	주요 개편내용
16	2008.12.23	1감독 2본부 1실 9부	101명	- 조직 일부 변경
17	2010.01.06	1감독 2본부 1실 9부	101명	- 상임이사→대표이사 변경
18	2010.11.08	1실 3국 10부	101명	- 조직개편
19	2011.04.26	1실 3국 10부	101명	- 부서 명칭 변경
20	2012.02.21	1실 3국 9부	101명	
21	2014.07.11	1실 3국 10부	101명	- 고객지원부 신설
22	2017.11.17	1단 1실 3국 10부	101명	- 축제추진단, 감사실 신설
23	2019.02.19	1실 3국 10부	101명	- 조직개편

- 조직 변화를 살펴보면 경영국, 예술국, 문화국 3국 체계를 유지하면서 약간 변화가 있음
- 2017년에는 홍보미디어실이 별도 운영되었으며, 2020년에는 문화예술교육센터가 설립됨
  - 2019년 예술국이 4개 부서(공연기획부, 무대운영부, 전시기획부, 시민회관운영부)에서 3개 부서(시민회관 운영부 폐지)로, 문화국이 2개 부서(문화기획부, 문화사업부)에서 3개 부서(창작지원부, 생활문화지원부, 문화예술교육부)로 변화하여 조직상으로 문화국(문화정책)이 강화됨
  - 경영국은 2018년 총무부, 경영기획부, 홍보미디어부, 안전시설부로 구성되었으나, 2019년에는 안전시설부를 폐지하고 미래전략부를 신설함

〈표 2-25〉 성남문화재단 연도별 인력 및 조직현황

단위: 명

	2017년	2018년	2019년	2020년
정원	101	101	101	148(6)*
경영국	28	33	37	40(2)
예술국	44	42	42	46(2)
문화국	21	20	21	31
성남문화예술교육센터	-	-	-	10(2)
축제추진단	-	5	-	-
기타	8	1	1	21 (안전시설팀 19)
조직구성	홍보미디어실 경영국(4부) 예술국(4부) 문화진흥국(2부)	경영국(4부) 예술국(4부) 문화진흥국(2부)	경영국(4부) 예술국(3부) 문화국(3부)	경영국(4부) 예술국(3부) 문화국(3부) 성남문화예술교육센터(3팀)

\* (괄호)는 정원외 인원 수. 정원의 인원은 청년고용 촉진에 따른 인원



## 4) 예산

- 2021년 세입예산은 약 357억원이며, 의존수입 82%, 자체수입 13%, 이월금 5%로 구성됨
  - 일반출연금이 79%로 가장 높고, 다음으로는 정책사업수입이 7%임

〈표 2-26〉 성남문화재단 연도별 세입예산

단위: 천원

내역		2019년		2020년		2021년	
		예산	비율(%)	예산	비율(%)	예산	비율(%)
의존 사업 수입	일반출연금	22,722,345	75.7%	27,267,500	70.3%	28,347,990	79.3%
	중앙공원 출연금	813,188	2.7%	-	-	-	-
	대행사업비	-	-	4,386,223	11.3%	810,321	2.3%
	국도비지원	70,000	0.2%	70,000	0.2%	70,000	0.2%
	소 계	23,605,533	78.6%	31,723,723	81.8%	29,228,311	81.8%
재단 사업 수입	정책사업수입	2,851,977	9.5%	2,865,699	7.4%	2,442,672	6.8%
	대관사업수입	1,171,070	3.9%	1,168,070	3.0%	1,175,770	3.3%
	시설운영수입	862,123	2.9%	887,889	2.3%	751,967	2.1%
	그외수입	150,000	0.5%	150,000	0.4%	350,000	1.0%
	소 계	5,035,170	16.8%	5,071,658	13.1%	4,720,409	13.2%
전년도 이월금		1,380,010	4.6%	1,972,418	5.1%	1,802,240	5.0%
합계		30,020,713	100.0%	38,767,799	100.0%	35,750,960	100.0%

\* 출처: 성남문화재단 홈페이지, “2019~2021년 예산(본예산 기준)”

- 2021년 세출예산은 약 357억원이며, 정책사업 경비 60%, 행정운영 경비 38%로 구성됨
  - 인건비 비중(24%)이 가장 높으며, 정책사업 경비에서는 경영국(22.9%)의 비중이 증가하고 예술국(17.5%) 비중이 하락한 것으로 나타남

〈표 2-27〉 성남문화재단 연도별 세출예산

단위: 천원

내역		2019년		2020년		2021년	
		예산	비율(%)	예산	비율(%)	예산	비율(%)
행정 운영 경비	인력운영	8,038,454	26.8%	9,311,008	24.0%	8,652,374	24.2%
	재단운영	4,616,926	15.4%	4,824,421	12.4%	4,833,266	13.5%
	소 계	12,655,380	42.2%	14,135,429	36.5%	13,485,640	37.7%
정책 사업 경비	감사실	19,800	0.1%	28,000	0.1%	30,800	0.1%
	경영국	5,523,135	18.4%	7,423,896	19.1%	8,176,238	22.9%
	예술국	6,424,669	21.4%	6,792,300	17.5%	6,266,859	17.5%
	문화국	4,481,541	14.9%	9,454,622	24.4%	6,881,102	19.2%
	소 계	16,449,145	54.8%	23,698,818	61.1%	21,354,999	59.7%

단위: 천원

내역	2019년		2020년		2021년	
	예산	비율(%)	예산	비율(%)	예산	비율(%)
야외공연장 운영	816,188	2.7%	833,552	2.2%	810,321	2.3%
예비비 운영	100,000	0.3%	100,000	0.3%	100,000	0.3%
합계	30,020,713	100.0%	38,767,799	100.0%	35,750,960	100.0%

\* 출처: 성남문화재단 홈페이지, "2019~2021년 예산(본예산 기준)"

○ 2016년부터 2021년까지 자체 수입률을 분석하면 예산서 대비 자체수입률은 17%~20% 사이에 있음

〈표 2-28〉 성남문화재단 연도별 자체수입률

단위: 천원

		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
자체수입률*		18.7%	18.8%	20.0%	17.4%	18%	
예산서 기준	자체수입률	21.3%	19.1%	18.5%	17.0%	24.6%	15.7%
	총 수입액	26,986,101	27,171,385	28,525,930	30,020,713	38,767,799	35,750,960
	출연금	20,470,922 75.9%	20,631,478 75.9%	21,854,982 76.6%	23,535,533 78.4%	27,267,500 70.3%	28,347,990 79.3%
	전년도이월금	759,830	1,360,522	1,379,522	1,380,010	1,972,418	1,802,240
	자체수입액	5,755,349	5,179,385	5,291,426	5,105,170	9,527,881 <sup>46)</sup>	5,600,730

\* 자체수입률: 자체수입액/총수입액 × 100 경영실적보고서(결산서) 기준

\*\* 자체수입액: 총수입액에서 지방자치단체의 출연금을 제외한 금액, 대행사업비, 위탁금, 보조금, 후원금, 기부금 등은 포함

- 의존사업수입은 전체 예산의 76%~82% 수준으로, 코로나로 인한 특수한 상황을 감안하더라도 2016년 이후 전체에서 차지하는 비중이 높아지는 추세로 보임
- 의존수입 비중이 늘어나면서 자연스럽게 재단사업수입 비중은 낮아짐(2016년 21%, 2021년 23%)

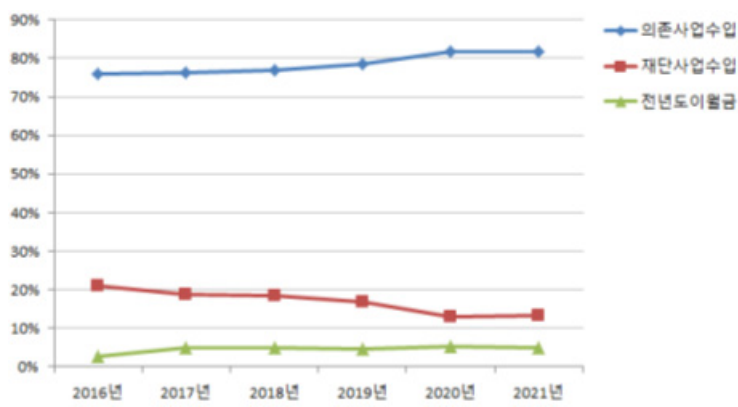
〈표 2-29〉 성남문화재단 수입 비중

단위: 천원

		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
전체 예산		26,986,101	27,171,385	28,525,930	30,020,713	38,767,799	35,750,960
	의존사업수입	20,529,922 76.1%	20,703,478 76.2%	21,924,982 76.9%	23,605,533 78.6%	31,723,723 81.8%	29,228,311 81.8%
	재단사업수입	5,696,349 21.1%	5,107,385 18.8%	5,221,426 18.3%	5,035,170 16.8%	5,071,658 13.1%	4,720,409 13.2%
	전년도이월금	759,830 2.8%	1,360,522 5.0%	1,379,522 4.8%	1,380,010 4.6%	1,972,418 5.1%	1,802,240 5.0%

\* 출처: 성남문화재단 홈페이지, "2016~2021년 예산(본예산 기준)"

46) 다른 해보다 자체수입액이 많은 이유는 대행사업비 43억이 포함되었기 때문임



[그림 2-25] 성남문화재단 수입 비중

○ 의존사업수입에서 거의 대부분은 출연금(86%~99.7%)

〈표 2-30〉 성남문화재단 의존 수입 비중

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
의존사업수입	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
출연금	99.7%	99.7%	99.7%	99.7%	86.0%	97.0%
대행사업비	-	-	-	-	13.8%	2.8%
국도비지원	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%

- 코로나 이전 시기인 2019년까지의 예산 변동을 살펴보면, 재단사업수입 가운데 정책사업수입 비중은 줄어드는 추세이며, 대관사업수입은 큰 변동이 없고 시설운영수입은 다소 증가함
- 세부 분야별로 살펴보면, 정책사업 수입 가운데 공연과 전시사업 수입이 감소하고 문화사업 수입은 다소 증가함. 이런 점에서 볼 때, 정책사업 수입 비중 감소는 공연사업 수입 감소에서 비롯된 것으로 보임
  - 대관사업 수입 대부분은 아트센터 공연장에서 비롯됨

〈표 2-31〉 성남문화재단 재단사업 수입 비중

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
재단사업수입	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
정책사업수입	62.7%	57.6%	60.5%	56.6%	56.5%	51.7%
공연사업수입	41.9%	38.0%	37.4%	36.2%	33.0%	34.4%
전시사업수입	4.2%	4.7%	3.3%	1.2%	6.1%	1.4%
문화사업수입	16.1%	14.4%	19.3%	19.2%	17.4%	16.0%
기타	0.4%	0.5%	0.5%	0.0%	-	-
대관사업수입	22.3%	23.6%	22.1%	23.3%	23.0%	24.9%
아트센터공연장	20.7%	21.3%	19.5%	20.8%	20.6%	22.2%

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
아트센터미술관	0.8%	1.2%	1.6%	1.3%	1.3%	1.4%
회의실	0.6%	0.7%	0.6%	0.7%	0.7%	0.6%
미디어센터	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
야외공연장	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	-	-
성남문화예술교육센터	-	-	-	-	-	0.4%
시설운영수입	13.8%	17.4%	15.9%	17.1%	17.5%	15.9%
기타	1.3%	1.4%	1.5%	3.0%	3.0%	7.4%

### 5) 공연장, 전시장 운영

- 공연 분야와 관련하여 대관기획공연 작품 수를 비교하면 2018년~2019년 기간 동안 대관공연 건수가 기획공연 작품 수보다 다섯 배 가량 많은 것으로 나타남
  - 장르별로 살펴볼 때, 대관공연은 클래식/오페라 분야가 가장 많으며, 대중음악과 뮤지컬 분야가 그 다음을 차지함
  - 무용, 연극 등 장르는 대관공연에서는 없는데 비해, 기획공연을 통해 무대에 올려짐
  - 한편 2020년에 코로나19로 인해 대관공연은 94건 진행됐고, 기획공연은 42건 진행됨

〈표 2-32〉 성남문화재단 공연 건수

	대관공연 건수		기획공연 작품수(작품)		
	2018년	2019년	2018년	2019년	2020년
뮤지컬	29	21	6	2	0
대중음악	25	30	17	19	3(콘서트)
클래식/오페라	219	196	19	18	19
무용	-	-	6	4	2
연극	-	-	7	6	13
국악	-	-	...	...	3
융복합	-	-	3	3	2
기타	62	23	6	7	-
계	335	270	64	59	42

\* 출처: 성남문화재단, 각년도 경영실적 보고서

\*\* 코로나19로 인해 승인된 279건 중 대면 50건, 비대면 44건 총 94건 진행 / 185건 취소 환불건

- 대관기획공연의 관객 선호 장르는 별 차이가 없음
  - 뮤지컬을 가장 선호하고, 그 다음으로는 대중음악, 클래식/오페라, 연극을 선호함
  - 관객 입장에서는 기획공연이든 대관공연이든 자신이 선호하는 장르를 관람하기를 원함
  - 성남문화재단이 이 같은 시민수요를 어느 정도 수용할 것인지는 아트센터 운영의 목표 내에서 결정되어야 할 사항임

- 아트센터가 지향하는 공연이 아트센터 초기처럼 세계적 수준-국내 초연 등인지, 아니면 시민들이 원하는 장르를 많이 공연하는 것인지에 대한 내부 목표정리가 필요함

〈표 2-33〉 성남문화재단 관람객 대상 희망 공연 장르

	대관공연		기획공연	
	2017년 <sup>47)</sup>	2018년 <sup>48)</sup>	2018년 <sup>49)</sup>	2019년 <sup>50)</sup>
뮤지컬	55.3%	48.2%	31.4%	60.8%
대중음악	33.5%	35.4%	21.7%(콘서트)	36.2%
클래식/오페라	33.0%	32.9%	22.3%	32.2%
무용	6.7%	12.5%	6.2%	4.7%
연극	15.4%	18.1%	13.5%	23.4%
전통예술	3.4%	10.8%	4.9%(국악)	5.2%
복합장르	5.0%	13.9%	-	7.70%
기타	0.3%	1.4%	-	-

\* 출처: 성남문화재단, 각년도 경영실적 보고서

- 대관 공연은 정기대관이 전체의 60%(2018년), 80%(2019년)인데, 이것은 안정적 대관료 수입과 관련된 것으로 보임
- 대관 공연장은 오페라하우스보다 콘서트홀, 앙상블시어터가 많아서 대관공연의 장르나 규모와 관련 있는 것으로 보임

〈표 2-34〉 성남문화재단 연도별 대관 건수

		2018년	2019년	2020년
대관 유형별	정기대관	127건	143건	123건
	수시 및 상시대관	85건	36건	53건
	총계	212건	179건	176건
공연장별	오페라하우스	59건	60건	15건(46)
	콘서트홀	140건	116건	44건(136)
	앙상블시어터	136건	94건	35건(97)
	총계	335건	270건	94건(279)*

\* 공연장별 대관의 2020년 수치는 진행건(승인건)임

\*\* 코로나19로 인해 2020년 대관공연 진행건수가 많이 줄어듦

- 전시사업을 살펴보면, 가동률은 2018년부터 2020년까지 작게나마 증가함

47) 2017 공연 관람객 대상 향후 관람 희망 공연장르 조사, 사례수 615명(장르 선택 중복 가능)

48) 2018 공연 관람객 대상 향후 관람 희망 공연장르 조사, 사례수 1,067명(장르 선택 중복 가능)

49) 2018 성남아트센터 홈페이지 회원 대상, 사례수 1,096명(장르 선택 중복 가능)

50) 2019 성남문화재단 고객만족도 조사, 사례수 401명(장르 선택 중복 가능)

〈표 2-35〉 성남문화재단 연도별 전시장 가동현황

	2018년			2019년			2020년		
	가용일수	가동일수	가동률	가용일수	가동일수	가동률	가용일수	가동일수	가동률
평균	301.8일	287일	95.1%	274일	261.5일	95.4%	123일	119일	96.7%
기획전시실	302일	294일	97.4%	271일	262일	96.7%	129일	129일	100.0%
상설전시실	284일	279일	98.2%	293일	293일	100.0%	119일	119일	100.0%
반달갤러리	304일	304일	100.0%	274일	268일	97.8%	128일	128일	100.0%
갤러리 808	317일	271일	85.4%	258일	223일	86.4%	116일	100일	86.2%

\* 가용일수=전체일수-(휴관일수+전시실 보수기간), 휴관일수는 코로나19 방역지침에 따른 휴관일 포함  
가동일수=전시준비일수(작품 설치 및 철수)+전시일수  
가동률= 가동일수÷가용일수

- 2020년 기준 전시사업의 세입액(118,272천원)은 코로나 19 이전인 2018년(62,987천원)보다 많은 특성을 보임

〈표 2-36〉 성남문화재단 연도별 전시사업 실적

단위: 천원, 명, %

	세입액	세출 집행액	입장객			유료관객 점유율
			합계	유료	무료	
2018년	62,987	383,798	36,538	13,290	23,248	36.4
2019년	12,399	535,084	30,660	2,189	28,471	7.1
2020년	118,272	870,715	35,341	23,332	12,009	66.0

- 2018년부터 2020년 전시기획의 특징은 지역예술인 참여·지원이 상대적으로 많은데 있음(단 전시 기획 자체가 적어서 일반화하기는 어려움)

〈표 2-37〉 성남문화재단 연도별 기획전시 현황

	추진사업			
	주요 기획 (대중교육)	지역예술인 참여·지원	소장품	미술은행
2018년	4건	6건	3건	총 35점 유료대여 / 대여수입 6,733천원
2019년	2건	4건	3건	총 15점 유료대여 / 대여수입 6,255천원
2020년	3건	7건	2건	총 22점 유료대여 / 대여수입 8,700천원

○ 기획공연의 경우 객석점유율은 73%~76% 수준이며, 유료관객 비율은 65%~71% 수준임

〈표 2-38〉 기획공연, 기획전시 유료 점유율

	기획공연			기획전시		
	2018년	2019년	2020년	2018년	2019년	2020년
건 수(작품수)	64개 작품	59개 작품	30개 작품 <sup>51)</sup>	13건	9건	13건
총 객석수	124,493석	102,720석	6,020석	...	...	...
관람객	91,458명	78,197명	4,448명	36,538명	30,660명	35,341명 <sup>52)</sup>
무료(초대)	10,602명	8,914명	183명	23,248명	28,471명	12,009명
유료	80,856명	69,283명	4,265명	13,290명	2,189명	23,332명
객석점유율	73%	76%	74%	...	...	...
유료점유율	65%	67%	71%	36.4%	7.1%	66.0%
건수 당 관객 수**	1,429명	1,325명	148명	2,811명	3,407명	2,719명
건수 당 유료관객 수**	1,263명	1,174명	142명	1,022명	243명	1,795명

\* 출처: 성남문화재단, 각년도 경영실적 보고서

\*\* 별도 계산한 결과임

## 6) 경영평가

○ 성남문화재단 경영평가는 2018년 S 등급, 2019년 A등급, 2020년 B등급으로 점차 하락하였다가 2021년 A등급으로 상승

〈표 2-39〉 성남문화재단 연도별 경영평가 결과

	2018년 (2017년 실적)	2019년 (2018년 실적)	2020년 (2019년 실적)	2021년 (2020년 실적)**
정규직 정원	101명	101명	101명	101명
지원금 비중 (a/b)*100%	73.1%	75.8%	76.1%	...
최근 3년간 지자체 지원금 합계 a	585억원	687억원	731억원	...
최근 3년간 총 수입액 b	801억원	905억원	961억원	...
평가점수	92.1점	80.69점	77.95점	80.93점
평가등급 5구간(S, A~D)	S	A	B	A

\* 출처: 행정안전부(2020), "2020 지방출자·출연기관 경영실적평가 결과" 2018년(2017년 실적)~2020년(2019년 실적)

\*\* 2021년(2020년 실적) 자료는 내부자료임, 행정안전부의 자료의 미발표로 지자체 지원금과 총 수입액은 알 수 없음

51) 코로나19로 인해 총 21개 사업 중 11개 사업 진행, 10개 사업 취소됨. 11개 사업 중 30개 작품 진행

52) 코로나19로 인해 온라인으로 진행된 전시는 관람객 수를 파악할 수 없어서 관람객수 집계에서 빠져있음

- 평가영역 4부분(① 리더십·전략 ② 경영시스템 ③ 정책준수 ④ 경영성과) 가운데 경영성과 부분을 살펴보면, 아래와 같은 항목에서 80점을 넘지 못함. 이처럼 전반적으로 낮은 평가를 받은 것은 문화재단 프로그램과 운영 방식에 전반적 검토가 필요함을 보여줌

〈표 2-40〉 성남문화재단 연도별 경영평가 결과(실적이 낮은 지표 중심)

단위: 점

지표명	2018년 (2017년 실적)			2019년 (2018년 실적)			2020년 (2019년 실적)			2021년 (2020년 실적)		
	배점	평가 점수	100점 환산 점수	배점	평가 점수	100점 환산 점수	배점	평가 점수	100점 환산 점수	배점	평가 점수	100점 환산 점수
사업구성의 적합성 및 타당성	4	3.6	90.0	6	5.1	85.0	6	5.37	89.5	6	4.66	77.7
사업추진체계의 적합성 및 타당성	6	5.1	85.0	6	4.2	70.0	6	4.81	80.2	6	5.08	84.7
공연장 운영 성과	4	3.6	90.0	4	3.11	77.8	5	3.48	69.6	5	3.50	70.0
공연사업 활성화	6	5.4	90.0	6	4.3	71.7	6	4.54	75.7	6	4.94	82.3
전시장 운영 성과	4	3.6	90.0	4	3.7	92.5	4	3.53	88.3	4	3.42	85.5
전시사업 활성화	6	5.5	91.7	6	4.73	78.8	6	3.81	63.5	6	5.11	85.2
문화예술 정책사업의 성과	6	5.8	96.7	5	4.8	96.0	6	5.52	92.0	6	3.93	65.5
시민문화예술 창작지원 성과	5	4.8	96.0	5	3.49	69.8	5	3.78	75.6	5	3.72	74.4
문화예술교육사업 활성화	5	4.6	92.0	5	4.27	85.4	6	4.5	75.0	6	4.50	75.0
홍보활동 성과	-	-	-	4	3.59	89.8	5	4.32	86.4	5	4.08	81.6
예술경영지원의 효율성	2	1.8	90.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
시설운영관리의 적정성	2	2	100.0	1	0.9	90.0	-	-	-	-	-	-
무대운영관리의 적정성	2	1.9	95.0	1	0.9	90.0	-	-	-	-	-	-
안전대책의 적정성	3	3	100.0	1	0.9	90.0	-	-	-	-	-	-
합계	55	50.7	92.2	54	43.99	81.46	55	43.66	79.38	55	42.94	78.07
평가결과	S 92.1			A 80.69			B 77.95			A 80.93		

\* 출처: 행정안전부(2020), “2020 지방출자·출연기관 경영실적평가 결과” 2019년(2018년 실적), 2020년(2019년 실적)  
2021년(2020년 실적) 자료는 내부자료

- 2020년 경영성과 가운데 점수가 낮은 항목을 구체적으로 살펴보면 다음과 같음<sup>53)</sup>
- 공연장 운영성과: 가동률, 대관자 만족도
  - 공연사업 활성화: 고객만족도
  - 전시사업 활성화: 만족도 및 관람자 수
  - 시민문화예술 창작지원: 만족도
  - 문화예술교육 활성화: 수강생 만족도
- 이러한 평가 결과를 종합할 때, 현재 성남문화재단은 공연, 전시, 창작지원, 교육 전반에 걸쳐 수요

53) 2021년 실적의 경우, 행정안전부 공기업정책과에서 결과보고서가 발간되지 않음. 따라서 2021년 기준으로 기술할 수 없음을 밝힘



자가 만족하는 서비스가 제공되고 있지 못함을 보여줌

- 타 문화재단과 비교(2019년 실적)해 보면 성남문화재단의 경영평가 결과는 낮음
  - 성남은 78점인데 비해 고양 88점, 수원 89점, 부천 90점 등으로 높게 나타남

〈표 2-41〉 성남문화재단 경영평가 결과: 경기도 내 다른 문화재단 비교

	성남	고양	수원	부천
정규직 정원	101명	80명	179명	70명
지원금 비중 (a/b)*100%	76.1%	68.8%	83.5%	74.8%
최근 3년간 지자체 지원금 합계 a	731억원	596억원	857억원	187억원
최근 3년간 총 수입액 b	961억원	867억원	1,026억원	250억원
평가점수	77.95점	88.26점	88.92점	89.85점
평가등급	B 5구간(S, A~D)	B 5구간(S, A~D)	A 5구간(S, A~D)	나 5구간(가~마)

\* 출처: 행정안전부(2020), “2020 지방출자·출연기관 경영실적평가 결과”(2019년 실적)

## 2. 분석 및 시사점

### 1) 비전 및 미션 관련

- 성남문화재단의 비전, 미션, 경영방침 등을 종합적으로 살펴보면, 비전에서 나타나는 기본적인 특징은 예술과 문화 두 영역을 각각 언급하고 있다는 점이며, 가장 중요하게 제시된 개념은 ‘시민’과 ‘생활문화’임
- 미션과 관련하여 중요한 것은, 문화재단이 제공하는 서비스의 내용과 그 서비스가 지향하는 대상, 그리고 이러한 서비스를 통하여 성취하고자 하는 목적이 구체화되어야 함
- 이런 점에서 볼 때, 현재의 미션은 이러한 내용들을 담고 있지 않아 재단활동의 방향성을 명확히 드러내 보이지 못하는 모습을 나타냄
- 예를 들어, 재단 사업의 주요 서비스 대상으로 예술가와 예술단체를 포함할 것인지, 서비스 대상 범위를 성남시민으로 한정할 것인지, 현재 제공되고 있는 다양한 서비스 내용을 어떻게 분류하고 체계화할 것인지의 문제가 제기됨
  - 그동안 성남문화재단은 주로 성남시민을 대상으로 한 서비스를 제공하여 왔고, 예술가/단체는 이러한 성남시민 범주 안에서 이해되어 왔음
  - 그러나 문화재단이 ‘문화예술’을 중요한 자원으로 활용하고 있다는 점에서 예술인/예술단체를 계속 일반 성남시민의 범주 안에서 다루어야 할 것인지의 문제는 검토가 필요함
  - 이와 관련하여 해외의 경우 예술가나 기획자, 일반인 모두의 창작활동에 대한 지원을 포함한다는 의미에서 지원 대상을 ‘Creative Community’로 부르기도 함

- 특히 사업 대상 범위와 관련하여 성남문화재단이 제공하는 서비스를 성남 주변지역 이용자들도 이용한다는 점에서, 그리고 최근 기초자치단체 문화재단의 활동들이 기초자치단체를 넘어서는 범위로 확장되고 있다는 점에서 사업 대상 범위를 검토할 필요가 있음
  - 특히 온라인을 활용한 활동들이 크게 증가하고 있는 환경에서 문화재단 지원을 성남 시민에 국한할 것인지, 아니면 그 서비스의 수혜자를 성남 생활인구로 설정할 것인지를 점검할 필요성이 있음
  - 지방자치단체 지원을 받는 재단의 서비스가 성남시민을 위한 것이어야 함은 분명하지만, 그 지원 대상을 성남 지역 거주를 중심 기준으로 할 것인지에 대해서는 검토 필요성이 있음
- 서비스 내용/방식은 성남문화재단이 어떤 사업을 어떤 방식으로 할 것인지를 제시하는 것으로 미션 설정에 있어서 가장 핵심적인 내용임
  - 성남문화재단에서 실시하는 활동 내용을 구체화하여 이를 미션에 반영할 필요가 있음

## 2) 기타 조직 관련

### (1) 종합 분석

- 성남 문화예술비전 2040 수립과 관련하여 재단 분석에서 나타난 특징들을 주요 이슈, 사업, 지원 대상 등 차원에서 살펴보면 다음과 같음
- 첫째, 예술과 문화정책 영역의 유기적 결합이 다소 미흡함
  - 재단 설립 초기 아트센터 중심의 운영에 문화정책 프로그램이 일부 존재하였던 것에서, 현재는 여전히 아트센터 운영이 큰 비중을 차지하고 있지만 문화정책 부분의 비중 또한 크게 증가함
  - 이런 환경에서 아트센터를 중심으로 한 예술 영역의 운영과 시민 문화프로그램을 중심으로 한 문화정책 영역의 사업들이 상위의 계획 속에서 유기적으로 연계되어 추진되지 못하는 모습을 보임
  - 아트센터와 문화재단 조직을 분리함으로써 예술서비스와 문화정책 사업을 분리 운영하는 방안도 검토될 수 있으나, 기초자치단체 차원에서의 이러한 분리가 예술서비스와 문화정책 사업 분야 상호 Win-Win 하는 결과를 가져올 것인지는 검토의 여지가 있음
- 둘째, 그동안 재단 사업이 지향하는 대상은 일반적으로 시민으로 규정되어 왔으며, 사업 운영 방식에서 동호회(사랑방)나 예술인 등 특정 계층에 대한 지원을 구체화하였음. 성남시 내 인구학적 및 지역적 특성이 다양함에도 불구하고 사업은 성남시민으로 일반화하여 진행된 경향이 있음
  - 재단 사업이 성남시민 전체를 대상으로 한다는 점에서 이러한 접근은 일반적인 경향이기는 하지만, 다른 한편으로 '성남시민'이라는 보편적인 틀에서 제외되는 '다양한' 계층이나 지역적 특성이 반영되지 못하여 문화예술 무관심층이나 문화적 혜택이 미흡한 지역을 새로운 문화예술 관심층이나 수혜 지역으로 전환시키는 성과를 가져오기 어려운 측면이 있음
  - 특히, 지역 내 예술 창작, 기획 집단에 대한 서비스를 어떻게 추진할 것인지, MZ세대와 같

이 디지털 문화에 익숙한 새로운 세대를 어떻게 문화예술 관심층으로 유도할 것인지 등에 대한 전략이 필요함

- 셋째, 재단 사업이 성남시 전체를 대상으로 하는 확산성을 가지지 못함
  - 재단 활동은 아트센터 중심의 프로그램과 재단이 중심이 되어 공모나 지원 형태로 실시하는 사업 두 유형으로 구성됨
  - 재단이 다양한 사업을 실시하고 있음에도 불구하고 그 효과가 성남시 전체로 확산되지 못하는 것은, 현재의 서비스 제공 방식이 성남 지역 전체를 포괄하지 못하기 때문임
  - 따라서 재단의 문화서비스가 성남 지역 및 시민 전체에 확산될 수 있도록 하는 서비스 제공 방식에 대한 검토 필요성이 제기됨
- 넷째, 환경 변화에 대응하는 사업 설정이 미흡한 모습을 보임
  - 기존에 수립된 전략 및 과제는 현재 시점을 기준으로 필요한 사업을 수립하고 있으나 미래의 변화된 환경을 대상으로 한 내용들이 전략이나 사업들로 구체화되지 못함
  - 변화에 대응하는 기조는 2019년 '미래경영 전략 수립', 2021년 '디지털 사업기반 조성'이라는 전략으로 비로소 나타나기 시작함

〈표 2-42〉 성남문화재단 경영방침 변화

연도	경영방침	전략	과제
2015	'공연·전시 활성화와 생활문화 확대'	함께하는 감동예술	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 창의적 역동성 강화</li> <li>· 지역성의 세계화</li> <li>· 안전하고 쾌적한 문화예술 제공</li> <li>· 시민참여형 문화예술 확대</li> <li>· 노력하는 모드를 위한 문화공간 조성</li> </ul>
		문화재단 정체성 강화로 생활문화 으뜸도시 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 주민과 마을속으로</li> <li>· 주민커뮤니티 확산 및 생활문화공동체 구현</li> <li>· 전국 최초 기초단위 문화예술교육지원센터 설립</li> <li>· 전문인력 발굴·양성 및 생활예술 네트워크 형성</li> </ul>
		생동감 있는 조직, 감동주는 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소통과 참여로 공감행정 수행</li> <li>· 합리적 예산운영으로 효과 극대화</li> <li>· 쾌적하고 안전한 환경조성</li> <li>· 감성서비스로 고객감동</li> <li>· 선택과 집중이 있는 홍보로 홍보효과 극대</li> </ul>
2016	'예술의 질 향상과 공간활성화를 통한 향유자 증대, 생활문화 확산을 통한 시민참여 확대'	조직역량 강화, 감동주는 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사업성과/효율성 제고를 위한 경영시스템 구축</li> <li>· 고객 중심 서비스 제공</li> <li>· 환경변화에 유연하게 대처할 수 있는 인재육성</li> <li>· 고객이 만족하는 안전하고 쾌적한 환경조성</li> </ul>
		성남형 예술정책 구현	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 성남아트센터 활성화</li> <li>· 지역가치 공유</li> <li>· 기획제작 역량 강화</li> <li>· 성남형교육 연계를 통한 청소년 문화예술교육 활성화</li> <li>· 지역문화예술 활성화</li> </ul>
		커뮤니티 아트로 여는 생활문화 수도	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 생활문화공동체 10년, 시민예술 시대로</li> <li>· 생활속 공감의 문화예술 교육</li> </ul>

연도	경영방침	전략	과제
2017	‘다양한 고품격 기획 프로그램을 통한 인지도 제고, 참여형 생활문화 확산과 시민 문화역량 강화’	지속성장을 위한 경영혁신	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 효율적이며 지속가능한 경영모델 구축 및 고도화</li> <li>· 사람을 움직이는 홍보(3C)</li> <li>· 효율적인 공공성 추구</li> <li>· 고객 눈높이 가치 창조</li> <li>· 경영목표 달성을 위한 효율적 지원</li> <li>· 체계적 유지관리와 안전한 공간운영으로 3무 365 달성</li> </ul>
		창조적 문화예술 기획으로 사업 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기획·제작 역량 강화</li> <li>· 프로그램 다양화와 예술의 질 향상으로 관람객 확대</li> <li>· 수요자 중심의 사업수행</li> <li>· 성남아트센터 활성화</li> <li>· 지역문화예술과의 동반성장</li> </ul>
		시민이 스스로 배우며 만들어가는 문화도시 성남	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 시민 문화공간 조성 및 운영</li> <li>· 지원제도의 정비 및 강화</li> <li>· 협력네트워크의 확대 강화</li> <li>· 문화예술교육 가치확산 및 고도화</li> <li>· 문화예술교육지원센터 위상 및 역할 안정화</li> </ul>
2018	‘재정건정성 확립 및 공공성·효율성 증대’	목표 달성을 위한 경영혁신	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 차별화된 홍보콘텐츠를 통한 수요자 맞춤형 홍보</li> <li>· 업무간소화 및 효율성 재선을 통한 서비스 강화</li> <li>· 사업성과 분석 및 평가관리를 통한 경영시스템 구축</li> <li>· 편의시설 운영 효율화를 통한 공간활성화 및 서비스 강화</li> </ul>
		창의적인 문화예술 기획으로 예술사업 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 성남아트센터 활성화</li> <li>· 기획·제작 역량 강화</li> <li>· 프로그램 다양화와 예술의 질 향상</li> <li>· 지역문화예술과의 동반성장</li> </ul>
		활력 있는 문화공동체, 살아 있는 문화도시	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사람을 키우는 문화공동체</li> <li>· 문화공간의 확장</li> <li>· 시민참여 문화공동체 시스템 마련(예술창작, 생활문화)</li> <li>· 소통과 공감의 문화예술교육</li> <li>· 문화예술교육지원센터(Art&amp;Life) 건립 및 운영</li> </ul>
2019	‘시민이 참여하는 문화예술, 신뢰받는 문화예술기관’	시민만족 프로그램 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 시민참여 사업 확대</li> <li>· 시민만족 브랜드 시리즈 고도화</li> <li>· 최적화 시스템 구축에 의한 무대예술 구현</li> <li>· 시민과 함께하는 미술문화 창출</li> </ul>
		미래경영 전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 효율적인 경영지원 및 시설관리</li> <li>· 지속성장을 위한 관리 기반 확립</li> <li>· 협력형 문화정책 플랫폼 기반 마련</li> <li>· 소통과 공감의 문화예술 홍보 네트워크 구현</li> </ul>
		활동기반 지원 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역 예술 창작활동 지원 강화</li> <li>· 시민이 함께하고 만족하는 생활 문화</li> <li>· 소통과 공감의 문화예술교육</li> <li>· 성남문화예술교육지원센터로의 역할 정립</li> </ul>
2020	‘일상 속에 깃든 문화예술 가치 창조(2020)’	시민만족 프로그램 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 공연장 및 전시장 등 성남아트센터 활성화</li> <li>· 예술성·대중성 균형잡힌 프로그래밍</li> <li>· 성남형 축제 기반 확립</li> </ul>
		생활문화지원 플랫폼 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 시민 문화공동체 네트워크 확대</li> <li>· 문화예술공동체 공간 조성 및 활동 지원</li> <li>· 지역 예술창작활동 지원 강화</li> </ul>
		문화정책 기능강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지속가능한 문화정책 연구개발 및 지원</li> <li>· 교육 및 사회적 역할 강화</li> <li>· 민관 거버넌스 구축</li> </ul>

연도	경영방침	전략	과제
		소통, 공감, 예술행정 구현	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소통하는 조직문화 구축</li> <li>• 온라인 홍보 강화</li> <li>• 대내외 소통시스템 개선</li> </ul>
2021	'신조직문화 정착, 스마트공연장 기반 조성, 시민 생활문화 활성화(2021)'	성남형 예술 콘텐츠 기획	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 클래식 공연 확대 및 시민 선호 공연기획</li> <li>• 미술관 특화프로그램 기획</li> <li>• 콘텐츠 융합을 통한 시민 문화가치 재창조</li> </ul>
		디지털 사업 기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 언택트 극장 운영</li> <li>• 온택트 시스템 구축 및 프로그램 기획 강화</li> <li>• 스마트공연장 서비스 강화</li> </ul>
		문화정책 기능 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민 문화공동체 네트워크 활성화</li> <li>• 시민과 함께하는 시민 친화형 생활문화</li> <li>• 문화예술교육 기능 활성화</li> <li>• 지속 가능한 문화예술 비전·문화정책 연구개발</li> </ul>
		소통, 공감 정책 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신뢰 기반 제도개선</li> <li>• 언택트&amp;온택트 - 홍보 채널 다변화</li> <li>• 소통하는 조직 구현을 위한 혁신 추진</li> <li>• 조직역량 강화</li> </ul>

## (2) 영역별 분석

### 가. 조례상 규정 사업과 실제 사업 영역

- 성남문화재단 설립 조례에 따르면, 재단의 사업 영역은 다음과 같이 규정되어 있음
  1. 문화예술의 창작·보급과 조사연구
  2. 문화예술의 국내·외 교류사업
  3. 문화유산의 보존 및 육성
  4. 성남아트센터의 운영 및 관리
  5. 성남시시민회관의 운영 및 관리
  6. 그 밖에 문화예술진흥 발전을 위하여 성남시장이 위탁하는 사업
- 조례에 규정된 사업 가운데 '3. 문화유산의 보존 및 육성'은 조례상에는 규정되어 있으나 실제 재단 사업에서는 운영되고 있지 않음
  - 타 문화재단의 경우, 문화유산 분야를 목적 사업으로 조례로 규정하고 있는 경우는 역사 관광을 중요 사업으로 추진하고 있는 수원문화재단 외에는 잘 나타나지 않음

〈표 2-43〉 경기도 내 타 문화재단의 조례

구분	설립 근거	제정일	조례에 명시된 사업 내용
고양문화재단	고양문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	2003.10.18	1. 고양어울림누리 내 문화시설의 관리 및 운영 2. 고양아람누리의 관리 및 운영 3. 문화예술과 전통문화의 창작·보급·진흥활동 및 지원 4. 문화예술 관계 자료의 수집·관리·보급 및 조사·연구 5. 문화예술진흥을 위하여 고양시장이 위탁하는 사업 6. 문화예술진흥을 위한 정책개발 지원 및 정책사업 시행 7. 고양문화재단의 설립목적 달성을 위하여 필요한 사업

구분	설립 근거	제정일	조례에 명시된 사업 내용
수원문화재단	수원시 재단법인 수원문화재단 설립 및 운영 조례	2011.08.05	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 문화예술의 창작·보급 및 문화예술 활동의 지원</li> <li>2. 문화예술에 관한 연구사업</li> <li>3. 문화예술 전문 인력의 양성</li> <li>4. 문화예술단체의 국내·외 활동 지원</li> <li>5. 전통문화예술의 전승과 문화유산 발굴, 보존</li> <li>6. 수원화성 시설의 운영·관리 및 수익사업</li> <li>7. 관광활성화를 위한 정책, 콘텐츠, 홍보 개발</li> <li>8. 수원 SK아트리움 및 수원미디어센터의 운영·관리</li> <li>9. 수원시장(이하 “시장”이라 한다)이 위탁하는 사업</li> <li>10. 그 밖의 문화재단 목적달성에 필요한 사업</li> </ol>
부천문화재단	부천문화재단 설립 및 운영 조례	2001.04.02	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 부천시 복사골문화센터 및 부천시시민회관의 운영 및 관리</li> <li>2. 문화예술진흥을 위한 정책개발 지원과 자문</li> <li>3. 시민 문화예술 교육 및 활동 지원</li> <li>4. 지역문화전문인력의 양성 및 지원</li> <li>5. 지역문화예술단체 지원 및 활성화사업 추진</li> <li>6. 지역문화 협력 및 연계 교류에 관한 업무</li> <li>7. 시민 생활문화 진흥 및 활성화 사업</li> <li>8. 문화예술진흥을 위하여 부천시장이 위탁하는 사업과 문화시설의 운영 및 관리</li> <li>9. 그 밖에 시장이 특별히 필요하다고 인정하는 사업</li> </ol>
경기문화재단	경기문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	2013.11.11	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 역사·문화유산의 발굴·보존·현대화</li> <li>2. 문화 예술의 창작·보급 지원과 환경조성</li> <li>3. 문화예술 정책개발 및 자문</li> <li>4. 문화예술단체 및 예술인 육성 지원</li> <li>5. 문화예술 정보화 및 홍보</li> <li>6. 국제문화예술 교류</li> <li>7. 지방 향토사 연구</li> <li>8. 도 문화 예술시설의 관리 및 운영</li> <li>9. 정부 및 지방자치단체장의 위탁사무</li> <li>10. 문화상품 개발 및 판매 등 수익사업</li> <li>11. 그 밖에 도지사가 문화 진흥을 위해 필요하다고 인정하는 사업</li> </ol>
경기아트센터	경기도 경기아트센터 설립 및 지원 조례	2003.12.29	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 도가 설립한 문화예술시설의 운영</li> <li>2. 경기도예술단 운영</li> <li>3. 공연 및 작품전시 활동과 보급</li> <li>4. 문화예술의 국내·외 교류사업</li> <li>5. 제1조의 목적 달성에 필요한 사업</li> <li>6. 그 밖에 도지사, 시장·군수가 위탁하는 사업 등</li> </ol>
인천문화재단	인천광역시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	2004.06.14	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 예술창작활동 지원 및 보급</li> <li>2. 시민 문화향수 제고를 위한 사업전개</li> <li>3. 문화예술진흥을 위한 정책 개발 및 자문</li> <li>4. 전통문화예술의 전승과 문화유산 발굴, 보존 및 활용</li> <li>5. 문화예술의 교육 및 연구</li> <li>6. 문화예술분야 국내·외 교류사업추진</li> <li>7. 문화예술 정보의 축적 및 서비스사업 추진</li> <li>8. 역사·문화 자원의 조사·연구 및 보급</li> <li>9. 남북 문화·예술 등 교류 사업</li> <li>10. 그 밖에 문화예술진흥을 위하여 인천광역시장이 위탁하는 사업</li> </ol>
아트센터인천	아트센터인천 운영 조례	2018.11.05	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 우수 문화예술작품의 공연 기획 및 유치</li> <li>2. 문화예술진흥을 위한 공연 및 장소 제공</li> <li>3. 문화예술교육 프로그램 운영</li> <li>4. 그 밖에 시민의 문화향수 기회 및 문화예술 공연의 저변 확대를 위해 인천광역시장이 필요하다고 인정하는 사업</li> </ol>

### 나. 사업 방향성

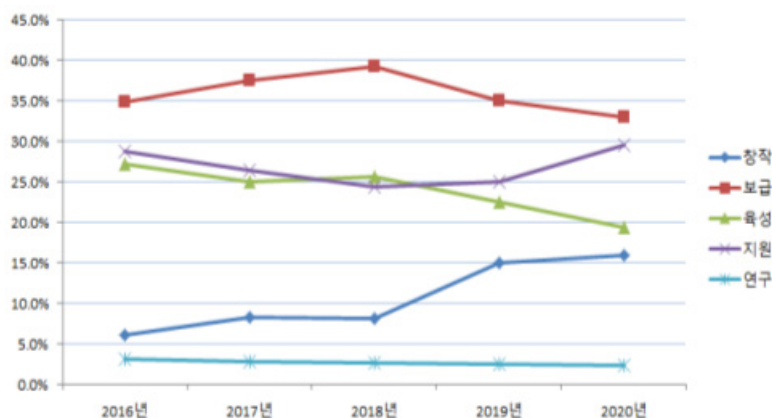
- 앞서 살펴본 것과 같이 성남문화재단은 연간 수행 사업이 2020년 88건이며, 2016년부터 매년 단위사업 수가 늘어나고 있음
- 특히 창작, 지원의 단위사업 수가 늘어난 것으로 분석되는데, 성남문화재단의 연간 사업 건수를 살펴보면, 2020년 기준으로 보급(33%), 지원(30%), 육성(19%), 창작(16%), 연구(2%)의 순서로 나타남
  - 5개년 동안의 변화를 살펴보면 보급(문화행사 개최, 다양한 문화콘텐츠, 문화다양성 증진)과 지원(공모, 대여, 예술생태계 및 문화공간 조성)이 계속해서 가장 많이 시행되었음
  - 육성(지역단체, 생활문화공동체, 마을축제, 강사 매개자 인력 교육)은 점차 감소하고 있으며 (2016년 27%, 2020년 19%), 창작(자체 콘텐츠 제작)은 증가함(2016년 6%, 2020년 16%)
- 사업 영역별 비중은 비교적 무리가 없다고 판단되지만, 영역별 사업 수의 비중보다 중요한 것은 핵심사업-중점사업의 분류, 그리고 분류체계를 명확히 하는 것임
  - 예를 들어, 계층별 문화예술교육, 교육제도 개선은 ‘육성’ 영역으로, 생애주기별 문화예술교육 지원체계 구축은 ‘지원’ 영역으로 분류되는데, 성남문화재단의 사업을 보다 분명하게 분류해야 사업별 성과 측정 및 개선이 가능함

〈표 2-44〉 성남문화재단 비전에 따른 사업 분류(연도별)

단위: 건수

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
창작	4(6.1%)	6(8.3%)	6(8.1%)	12(15.0%)	14(15.9%)
보급	23(34.8%)	27(37.5%)	29(39.2%)	28(35.0%)	29(33.0%)
육성	18(27.3%)	18(25.0%)	19(25.7%)	18(22.5%)	17(19.3%)
지원	19(28.8%)	19(26.4%)	18(24.3%)	20(25.0%)	26(29.5%)
연구	2(3.0%)	2(2.8%)	2(2.7%)	2(2.5%)	2(2.3%)
합계	66(100.0%)	72(100.0%)	74(100.0%)	80(100.0%)	88(100.0%)

\* 출처: 성남문화재단, 경영평가자료 각 년도



[그림 2-26] 성남문화재단 비전에 따른 사업 분류(연도별)

- 이를 위해서는 단위사업의 체계 구성, 곧 영역별 사업 내용과 방향성이 분명한지, 단위 사업 간 중복이 없는지, 그리고 전체 성남문화재단 사업의 방향성과 연계되는지 등이 확인되어야 함

〈표 2-45〉 성남문화재단 추진사업 분류

		창작	보급	육성	지원	연구	합계
2018년	공연사업	1	13	2	1	-	17
	전시사업	-	10	2	7	1	20
	문화기획	3	-	3	4	1	11
	문화사업	2	5	12	6	-	25
	축제추진단	-	1	-	-	-	1
	계	6	29	19	18	2	74
2019년	공연사업	3	15	2	1	-	21
	전시사업	-	7	2	7	1	17
	문화 플랫폼	2	-	-	2	1	5
	문화지원	5	1	4	6	-	16
	미디어 문화교육	2	5	10	4	-	21
	계	12	28	18	20	2	80
2020년	공연사업	1	11	2	1	-	15
	전시사업	-	10	1	9	1	21
	문화정책	1	1	-	-	1	3
	문화지원	9	3	6	11	-	29
	미디어 문화교육	3	4	8	5	-	20
	계	14	29	17	26	2	88

- 창작사업의 예를 들면, 2020년 창작사업 14개는 공연사업 1개(오페라 정원 3개 작품), 정책 1개(성남대표축제), 문화지원 9개(100인 웹툰, 사랑방문화클럽네트워크, 공공예술창작소, 청년예술창작소, 지역문화예술활동지원, 광주대단지사건 기념사업, 공공미술 프로젝트: 우리 동네, 생활밀착형 문화예술공동체 공간조성, 위례 문화공간 운영)로 구성됨
- 2019년 창작사업 12개는 공연사업 3개(오페라제작 2작품, 2019 가극 금강, 마스터즈 시리즈 4개 작품 8회), 정책플랫폼 2개(생활밀착형 문화예술공동체 공간조성, 위례 문화공간 조성), 문화지원 5개(독립운동가 웹툰 프로젝트, 사랑방문화클럽네트워크, 공공예술창작소, 청년예술창작소, 지역문화활동지원), 미디어/문화교육 2개(시민제작단, 독립영화제작)로 구성됨
- 2018년 창작사업 6개는 공연사업 1개(오페라제작 2작품), 문화기획 3개(사랑방문화클럽네트워크, 공공예술창작소 운영, 지역문화예술활동 지원/창작), 문화사업 2개(시민제작단, 독립영화제작지원)로 구성됨



- 2019년 창작사업이 크게 증가(2018년 6개, 2019년 12개)했는데, 공연사업 2개 증가, 정책플랫폼 2개 증가, 문화지원 2개 증가함. 5년 동안 연속사업은 공연사업과 사랑방문화클럽네트워크 2개뿐임
- 이러한 모습들은 재단이 지향하는 비전이나 사업의 방향성에 대한 문제를 제기함. 즉 신규 사업을 기획, 구상할 때, 성남문화재단 사업방향성이 무엇인지, 기존사업과 연관성이 무엇인지를 분명히 설정할 필요가 있음
  - 단위사업의 목적이 상호 연계되면서 공통된 목표를 지향하는지, 영역 간 사업의 연계성이 나타나는지 등에 대해 명확한 이해가 필요함
- 이러한 측면은 2021년 재단의 비전(특화된 예술, 함께하는 문화) 및 미션(역동적 기획과 문화콘텐츠 다양화, 시민의 지혜로 여는 성남형 문화예술)의 개별사업 프로그램과의 연계성을 분석함으로써 살펴볼 수 있음
  - 성남문화재단 사업영역 및 주요사업을 비전과 연계하여 분류하면 다음과 같음
  - ‘특화된 예술’: 연구, 자체콘텐츠 제작, 다양한 문화행사 개최 등 포함. 성남에 특화된 예술이 무엇인지에 대한 설명이 부족함
  - ‘함께하는 문화’: 교육, 지원, 시스템 구축 등 포함. 대체로 비전과 연결될 수 있음
- 전반적으로 볼 때, 비전에서 제시되고 있는 ‘특화된 예술’이 의미하는 바가 명확하지 않으며, 이것의 사업과 연계성도 찾기 쉽지 않음

〈표 2-46〉 성남문화재단 비전에 따른 사업 분류와 주요 사업 내용

재단비전	사업영역	분류	주요 사업 내용
특화된 예술	문화예술 연구	연구(조사, 수집, 교류)	- 문화예술정책 연구/수립, 국내외 교류사업 - 자료수집, 관리(예술인 DB), 기록물관리, 작품수집(미술은행, 미술작품)
	문화예술 향유	창작	- 자체 콘텐츠 제작
		보급	- 공연전시 등 다양한 문화행사 개최 - 다양한 콘텐츠, 문화다양성 증진
함께하는 문화	문화예술 조력	육성(교육)	- 지역 단체공동체 육성, 생활예술공동체(커뮤니티) 형성/강화, 마을축제 - 강사매개자 인력 양성, 교육 확대, 교육제도 개선, 소양교육, 계층별 문화예술 교육 확대, 생애주기별 문화교육(문화시민양성), 창의교육
		지원	- 지원 자금운용, 공모 활성화, 대여(악기, 장비, 미술작품) - 생애주기별 문화예술교육 지원체계 구축, 지역밀착형 예술생태계 조성 - 공간: 공연장, 전시장, 공공예술창작소, 청년예술창작소, 연습공간, 생활문화예술 거점 공간(동단위), 문화시설 확충 및 조성 - 동네마다생활밀착형 문화공간 조성, 위례 스토리박스 운영
	문화여건 조성	시스템 구축	- 향유시스템 구축(소외계층, 지역문화 격차 해소) - 다층적 참여/문화교류, 문화융합 매개로 한 도시재생 - 유관기관 네트워크(협업시스템) 및 지원체계 구축

\* 출처: 성남문화재단(2020a), “2020 경영평가자료”, 152쪽

- 이러한 모습은 서비스 대상 계층(정책관계자, 시민, 예술가/단체, 내부고객 등)에게 재단 활동의 명확한 메시지를 보여주지 못하여 재단 사업에 대한 만족도가 낮아지는 원인이 될 수 있음

#### 다. 기존계획-관련계획과 연계성 및 차별성

- 「문화정체성 확립을 위한 문화예술 창조도시 성남만들기 기본계획 연구」(2006)(이하 ‘1차 계획’)은 15년 간(2006~2020) 계획임에도 불구하고 일관성을 유지하면서 사업 진행
  - 2단계 5개년 발전계획 연구: 창조시민·창조공간·창조도시(2009)
  - 3단계 수정을 통해 기본 골격은 유지하면서 상황에 맞게 유연하게 대처

〈표 2-47〉 성남문화재단의 ‘문화예술 창조도시 실현’을 위한 단계별 발전 계획

단계	시기	목표	핵심 추진 과제
1단계 3개년 (기초다지기)	2006~2008	시민주체 형성을 위한 기반 마련	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화클럽 발굴 및 교류 활동과 네트워크 구축</li> <li>- 문화클럽의 지역 사회 참여 기회 확대</li> <li>- 동네 유형별 커뮤니티 육성 모델 개발</li> </ul>
2단계 5개년 (구조세우기)	2009~2013	문화공동체 시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동네 단위 커뮤니티 활성화 및 교류 활동 확산</li> <li>- 문화클럽의 지역 사회 참여 활동 네트워크 활성화</li> <li>- 문화공동체 발전 시스템 구축</li> <li>- 문화예술 창조도시 포지셔닝</li> </ul>
3단계 7개년 (몸체만들기)	2014~2020	세계 속의 ‘예술시민의 도시’ 실현	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전체 지역사회의 문화공동체 확대 및 발전 네트워크 확대</li> <li>- 국제 교류 네트워크 확대 및 강화</li> </ul>
⇓ 수정, 보완(2013년 12월)			
3단계 7개년 (몸체만들기)	2014~2020	생활예술 공동체 네트워크 확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화공동체 시스템 구축 강화 · 추진사업의 조정과 재정립</li> <li>- 시민 참여의 영역 확대 및 자생성 기반 조성</li> <li>- 국내외 교류 네트워크 구축 및 확대</li> </ul>

\* 출처: 성남문화재단(2013), 「성남시 생활예술공동체 네트워크 확산을 위한 중장기(2014~2020) 발전계획 연구」, 40쪽

- ‘1차 계획’은 문화재단 활동 가운데 ‘문화정책’ 분야를 특화한 사업 계획임
  - 문화재단 설립 당시, 재단 운영에서 더 큰 비중을 차지하고 있던 아트센터 운영 부분은 ‘1차 계획’에 포함되지 않음
- 5대 정책사업의 목표는 ‘시민’과 ‘생활예술’을 강조함
  - 시민에 의한 문화예술활동 활성화를 통해 예술시민의 도시 만들기
  - 생활예술이 꽃피는 문화예술 창조도시 성남
- 이를 위해 제시한 5대 정책 사업(문화도시 성남시 정체성 구축, 우리동네 문화공동체 만들기, 사랑방 문화클럽 네트워크 구축, 성남인의 창작활동 진흥사업, 문화통화 시스템 기반 조성)은, ① ‘시민’ 각자가 주체로 참여하는 문화적 삶을 향유하고, ② 문화적 삶이 ‘동네’에 기반하여 이루어지며, ③ 이러한 활동에 기반하여 ‘도시’가 생활예술로 활성화되는 모습을 구상함

〈표 2-48〉 5대 정책사업 주요 분야 및 정책 수단

사업	분야	정책 수단
정체성 구축	도시	정체성
사랑방문화클럽	시민	문화클럽
문화공동체만들기	동네	공동예술

- ‘1차 계획’은 지역문화정책을 구상함에 있어, ‘도시’, ‘시민’, ‘동네’를 기본 축으로 설정했는데, ‘도시’와 관련하여, 중요하게 다루어져 왔던 주제는 ‘정체성’임
- 그동안 성남시 정체성 문제는 남한산성, 모란시장, 광주대단지 이주 사건 등과 함께 주로 검토되었으며, 원도심 형성의 역사와 관련된 차원을 중심으로 이루어진 경향이 있음
- 그러나 정체성이 고정된 것이 아니라는 점에서 역사와 정체성을 서로 구분해서 접근할 필요성이 제기됨
  - 현 단계에서 성남시는 매우 큰 변화를 경험하고 있으며, 지역 특징도 신/구도시가 대비되었던 과거와 달리 판교, 위례 신도시 등의 개발로 다원화되는 모습을 보임
  - 정체성을 하나의 특징으로 구체화하는 것이 아니라 다원적 측면에서 접근하여 개별성/독자성/독특성의 문제로 전환하여 사고할 필요가 있음
  - 이러한 전환은 정체성의 문제를 도시가 가지는 전통/역사에 기반하여 가지는 ‘하나의’ 정체성이 무엇인가의 문제나 그 정체성에 성남의 다양성을 하나로 수렴시키는 것이 아니라, 그 지역이 그 지역 모습 그대로 살아가는 것을 정체성의 내용으로 구체화하는 것이 가능하게 됨
- ‘동네’와 관련하여, 1차 계획은 문화활동을 매개로 지역에 ‘문화공동체’를 형성하는 것을 목표로 하여 사업을 진행하였으나, 현재까지 크게 성과를 거둔 것으로 보기 어려움
  - 문화공동체만들기와 유사한 성격의 사업은 문화재단 이외에도 중앙정부(지역문화진흥원), 광역자치단체(경기도 마을네트워크 사업) 및 성남시(마을만들기위원회) 등 다양한 주체들에 의해 이루어지고 있음
  - 도시 동네의 특성은 주민 간 느슨한 형태의 연계 또는 자기 관심과 연계된 영역에서의 상호 교류를 원하는 경향을 보임
  - 이런 점에서 동네를 대상으로 한 사업은 기존의 ‘공동체’ 만들기 성격을 확장하여 각자의 관심에 기반하여 자발적, 자의적 모임들이 자유롭게 형성되고 해체되는 방식을 구상할 수도 있음
- ‘시민’ 영역은 사랑방문화클럽 사업으로 구체화 되었는데, 사랑방문화클럽은 취향공동체로 상호 관심에 기반한 문화예술활동을 ‘꾸준히’ 지속하는 사람들이 조직화된 형태임
  - ‘1차 계획’은 문화클럽간 상호 교류와 지역과의 연계성을 강화함으로써 자발적 문화공동체를 형성하는데 큰 기여를 한 것으로 평가됨
  - 이런 모임이 활성화되는 것은 좋으나, 다수 시민이 문화예술 동호회를 꾸릴 것을 목표로 할 수 없으며, 동호회 조직의 지속성을 목표로 하게 되어 자발성과 자의성에 따른 모임 성

격이 강제화되는 측면이 존재함

- 이런 점에서 사랑방문화클럽처럼 단체가 중심이 되어 조직화되는 형태뿐만 아니라 개인이 중심이 되어 참여하는 형태의 모임 활성화도 검토할 수 있음
- 종합적으로 볼 때, 더욱 많은 시민들이 일상의 삶의 내용들을 중심으로 자발적으로 참여할 수 있는 느슨한 형태의 네트워크를 구축하는 방향으로 사업 방향 전환을 검토해 볼 수 있음
- 전반적으로, 비전-목표-추진전략의 달성여부와 관계없이 5대 정책사업은 15년 동안 무리 없이 수행된 것으로 평가됨
- 다만 시민주체(비전), 문화예술을 통한 창조적 산업화(목표), 문화정체성 제고 및 정립(추진전략)은 온전히 달성되었다고 보기 어렵기 때문에 향후 계획 설정에서 심층적인 검토가 필요함
- 종합적으로 볼 때, 성남문화재단의 사업은 상위계획과 일치성(연계성) 자체가 높다고 보기는 어려운 것으로 분석됨

#### 라. 문화재단과 공연장의 관계 설정

- 성남문화재단은 조례에 따라 성남아트센터 운영 및 관리를 담당하는데, 재정자립도 등을 고려하여 재단과 아트센터 분리가 필요하다는 의견이 있음
- 아트센터에서 예술업무를 담당하며, 문화재단은 시민 문화향유(복지) 업무를 담당해야 한다는 의견임
  - 성남문화재단의 2016년부터 2021년까지 수입예산 가운데 의존수입은 76%~82%이며, 재단사업 수입은 13%~21%임
  - 의존수입은 증가추세이며, 재단사업수입은 감소추세임
  - 2016년부터 2021년까지 재단수입 가운데 공연사업 수입은 33%~42%, 전시사업 수입은 1%~5%인데, 감소하는 추세임
  - 2016년부터 2021년까지 재단수입 가운데 대관사업 수입은 22%~25%로 변동폭이 크지 않음
- 기초재단 가운데 공연장-전시시설을 분리하는 경우는 없음(광역은 분리함)
- 시민 문화향유가 아트센터의 예술공연/전시와 연계된다는 점에서, 그리고 성남아트센터의 지명도가 높은 점을 고려하여, 그리고 공연 및 전시수입의 감소추세를 감안하면 재단과 아트센터 분리를 현시점이 아니라 향후 논의하는 게 바람직하다고 판단됨

#### 마. 예술인 지원의 범위

- 성남시민의 문화예술 관람지역은 2015년과 비교하여 성남시가 줄고, 서울시가 늘어남. 이 같은 결과는 성남아트센터 프로그램 측면과 예술활동 지원 측면에서 살펴볼 수 있음
  - 관람 지역: 성남 72.7%, 서울 25.1%(2015) / 성남 58.7%, 서울 34.1%(2020)
- 이러한 현실은 예술활동이 주로 서울에서 많이 이루어지고 있다는 점 때문이기는 하지만, 예술 활동 지원을 강화하여 성남 지역에서도 수준 있는 문화예술 활동이 많이 이루어지게 함으로써 개선을 검토할 수 있음

- 현재 성남시, 성남문화재단의 예술인 및 예술활동 지원은 성남거주자를 대상으로 함을 원칙으로 함(성남 거주자라면 성남지역 이외에서 활동하더라도 지원을 받을 수 있음)
- '2020 성남예술인/예술단체 실태조사'에 따르면, 예술인의 경우 성남에 거주하지 않으면서 성남에서 예술활동을 하거나, 성남에서 거주하더라도 성남 이외지역에서 예술 활동을 하는 경우가 적지 않음
  - 성남 거주/성남 활동(125명, 30.4%), 성남 거주/성남 외 활동(165명, 40.2%), 성남 외 거주/성남 활동(53명 12.9%), 성남 외 거주/성남 외 활동(67명, 16.3%)
  - 성남예술인의 활동지역은 성남(42.7%), 서울(28.4%), 성남 외 경기도(23.4%), 기타(5.5%)
  - 성남지역 활동비율은 실연예술가(48.8%), 예술기획/교육자(45.9%)가 창작예술가(34.0%)보다 훨씬 많음(서울지역 활동은 창작예술가가 많음 39.0%)
  - 성남지역 활동비율은 회사소속(52.9%), 프로젝트 협업(51.1%), 팀/단체 공동작업(48.4%), 개인단독 활동(34.1%)의 순서임(서울지역 활동은 개인단독활동이 많음 39.9%)
  - 장르별로는 국악, 무용, 음악, 만화에서 성남지역 활동비율이 높음(서울지역 활동은 문학, 영화에서 많음)

〈표 2-49〉 '성남예술인 실태조사'에 나타난 예술인 거주/활동지역

구분	사례수	비율
성남 거주/성남 활동	125	30.4%
성남 거주/성남 외 활동	165	40.2%
성남 외 거주/성남 활동	53	12.9%
성남 외 거주/성남 외 활동	67	16.3%

\* 출처: 성남문화재단(2020c), 「2020 성남예술인·예술단체 실태조사」, 74쪽

〈표 2-50〉 '성남예술인 실태조사'에 나타난 예술인 활동 지역

구분		단위: %			
전체		성남	성남 외 경기도	서울	그 외 지역
주요 활동 직업	창작예술가	34.0	19.1	39.0	7.8
	실연예술가	48.8	23.1	19.8	8.3
	예술기획/교육자	45.9	27.4	25.5	1.3
	개인 단독 활동	34.1	22.5	39.9	3.5
예술 활동 방식	팀/단체 공동작업	48.4	24.8	19.6	7.2
	프로젝트 단위 협업	51.1	22.2	24.4	2.2
	회사 소속 활동	52.9	17.6	23.5	5.9
	기타	35.7	35.7	7.1	21.4
활동 분야	문학(출판)	13.6	40.9	45.5	0.0
	사진	36.4	45.5	18.2	0.0
	미술	41.5	18.9	34.0	5.7
	국악	48.9	21.3	12.8	17.0
	무용	56.8	16.2	21.6	5.4
	연극	33.3	41.7	19.4	5.6
	음악	46.0	24.0	27.0	3.0
	영화	21.1	15.8	63.2	0.0
	만화	50.0	0.0	50.0	0.0
	연예(방송, 공연)	40.0	10.0	30.0	20.0
	기타(다원예술 등)	58.6	17.2	24.1	0.0

\* 출처: 성남문화재단(2020c), 「2020 성남예술인·예술단체 실태조사」, 83쪽

〈표 2-51〉 성남시 문화예술인단체 지원 사업(2021)

지원사업명	신청자격	지원규모	비고
지역예술인 창작활동 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공고일 현재 성남시에 소재한 문화예술단체(회원수 10인이하 또는 사업규모 4백만원 이하) 및 개인</li> <li>- 단체의 경우 문화예술관련 단체가 아닐 경우 지원불가</li> <li>- 최근 3년 이내 문화예술 관련 사업 추진실적이 있는 단체 및 개인</li> </ul>	문화예술행사와 직접 관련된 사업비 지원 (보조금 지원 대비 자기부담비율 10% 이상 부담)	성남시 지방보조금 사업으로 매년 상반가하반기 2번 실시
문화예술 동호인 및 교육단체 지원	관내 소재 예술단체로 시에서 최근 1년 이상 공익활동을 주목적으로 활동한 비영리 단체	문화예술행사와 직접 관련된 사업비 지원 (보조금 지원 대비 자기부담비율 10% 이상 부담)	성남시 지방보조금 사업으로 매년 상반가하반기 2번 실시
성남형 연대안전자금 성남시 예술인 긴급지원	신청자격(3가지 조건 모두 해당되는 예술인) - 성남시에 주소를 둔 예술인 - 한국예술복지재단에서 증명하는 예술활동증명 보유 예술인 - 직장이 아닌 지역건강보험 가입자	1인당 30만원 (모바일 성남사랑상품권)	
2021년 성남문화예술인 및 단체 창작공간 임차료 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개인: 예술활동 증명을 완료하고 주소지가 성남인 예술인이 임차 계약한 성남시 소재 창작공간 임차료</li> <li>- 단체: 단체등록증을 소지하고 성남시에 소재하는 예술단체의 대표가 임차 계약한 성남시 소재 창작공간 임차료</li> </ul>	지원규모 - 성남지역예술인 및 단체 창작공간(작업실, 연습실) 월 임차료 50% 까지 지원, 월 최대 지원 임차료 50만원, 8개월간 지원 - 총 예산 45백만원	

- 예술인 지원에 있어서 주소지가 성남시인 것이 중요한지 아니면 주된 활동공간이 성남시인 것이 중요한지, 또는 활동 결과가 성남시 및 성남시민을 대상으로 한 것이 중요한지 등에 대해서 검토가 필요함

#### 바. 예술과 기술, 사회 의제 등과의 융합

- 최근 문화예술계에는 예술과 기술을 결합하는 경향이 증가하고 있으며, 이러한 경향은 향후 더욱 가속화될 것으로 예상되는데, 성남문화재단 사업은 아직까지 이러한 변화에 대한 대응이 적극적으로 이루어지지 못하고 있음
- 성남아트센터에서는 AR 어반 뮤지엄 개발, 2020 ACT 행사계획에서 보듯이 이러한 변화에 대한 대응을 준비하고는 있으나 중장기적 전망을 가지고 체계적으로 이루어지지 못함
- 타 문화재단이나 공연시설 등에서는 예술과 기술을 결합하는 활동들뿐 아니라 기후 변화와 같은 환경, 젠더, 포용성, 지속가능발전 등 다양한 사회적 의제와 연계하는 모습이 나타남
- 한국문예회관연합회는 문화체육관광부의 지원을 받아 ‘기술 입은 문화예술교육 프로그램 지원사업’ 실시
- 예술과 기술의 융합뿐 아니라 예술 장르 간 융합, 다양한 참여자들의 융합, 시설의 융합 등을 시도할 필요 있음

## 제 3 장

### 관련 정책 및 법·제도 분석

제1절 관련 정책 및 계획

제2절 분석 및 시사점





## 제1절 관련 정책 및 계획

### 1. 중앙정부 정책

- 중앙정부는 2013년 「문화기본법」 제정을 통해 국민의 문화권 보장과 향유권 존중으로 문화정책 패러다임을 전환함으로써 일반 국민 전체를 대상으로 법규, 제도적 기반을 강화하려 함
- 문재인 정부는 2018년 9월 ‘혁신적 포용국가’의 비전과 전략을 제시하면서, 국민들의 일상과 관련하여 다양한 삶의 영역에서 체감할 수 있는 포용과 혁신의 사회정책 추진 계획을 발표함
  - 세부적으로 “국민의 나라, 정의로운 대한민국”을 국가 비전으로 하며, 5대 국정 목표로 ‘국민이 주인인 정부’, ‘더불어 잘사는 경제’, ‘내 삶을 책임지는 국가’, ‘고르게 발전하는 지역’, ‘평화와 번영의 한반도’를 제시

〈표 3-1〉 중앙정부 5대 국정목표

국가비전	국민의 나라 정의로운 대한민국				
5대 국정목표	국민이 주인인 정부	더불어 잘사는 경제	내 삶을 책임지는 국가	고르게 발전하는 지역	평화와 번영의 한반도
20대 국정전략	1.국민주권의 민주주의 실현	1.소득주도 성장을 위한 일자리 경제	1.모두가 누리는 포용적 복지국가	1.풀뿌리 민주주의를 실현하는 자치분권	1.강한 안보와 책임국방
	2.소통으로 통합하는 광화문 대통령	2.활력이 넘치는 공정경제	2.국가가 책임지는 보육과 교육	2. 골고루 잘사는 균형발전	2. 남북 간 화해협력과 한반도 비핵화
	3.투명하고 유능한 정부	3.서민과 중산층을 위한 민생경제	3.국민안전과 생명을 지키는 안심사회	3.사람이 돌아오는 농산어촌	3. 국제협력을 주도하는 당당한 외교
	4.권력기관의 민주적 개혁	4.과학기술 발전이 선도하는 4차 산업혁명	4.노동존중·성평등을 포함한 차별없는 공정사회		
		5.중소벤처가 주도하는 창업과 혁신성장	5.자유와 창의를 넘치는 문화국가		

\* 출처: 국정기획자문위원회(2017), “국정운영 5개년 계획”, 15쪽

- 이 중 문화정책은 ‘내 삶을 책임지는 국가’의 전략 5: 자유와 창의를 넘치는 문화국가에 포함됨
- 문재인 정부는 또한 2018년 「문화비전 2030 : ‘사람이 있는 문화’」을 발표함
  - 문화비전 2030의 3대 가치로 자율성, 다양성, 창의성을 제시하고 이를 실천하기 위해 문화정책에서 ‘포용성’과 ‘공공성’을 강화하는 노력을 기울임

〈표 3-2〉 문화비전 2030 3대 방향과 9대 의제

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

\* 출처: 문화체육관광부 새문화정책준비단(2018), 「문화비전 2030 사람이 있는 문화」, 13쪽 재구성

- 2020년 7월, 코로나19로 인해 최악의 경기침체와 일자리 충격 등에 직면한 상황에서, 위기를 극복하고 코로나 이후 글로벌 경제를 선도하기 위해 마련된 국가발전전략으로 '한국판 뉴딜 종합계획' 발표

〈표 3-3〉 한국판 뉴딜과 관련된 문화체육관광부 분야별 세부과제(2021)

단위: 억원

연번	구분	세부사업	내역사업	'21 예산
예산 사업 총계				3,144.6
5세대 이동통신(5G) 기반 실감콘텐츠 산업 육성				1335.4
1	디지털	예술의전당 지원	실감형 공연전시 콘텐츠 제작	27
2		방송영상콘텐츠 제작지원	5G 기반 실감형 방송영상콘텐츠 제작 지원	47
3		실감형 콘텐츠산업 육성	실감형 콘텐츠 제작 지원	192.3
4			5G 실감형 광화문 프로젝트	160
5		국내관광 역량 강화	관광한국 실감형콘텐츠 제작	15
6		스포츠산업활성화지원	가상현실 스포츠실 보급	50
7		회원종목단체 및 지회지원	실감형 스포테인먼트 콘텐츠 개발	100
8		음악산업 및 대중문화산업 육성	온라인실감형 K-pop 공연 지원	290
9		박물관·미술관 진흥지원	해외박물관 실감콘텐츠 제작 체험관 조성	20
10			공립박물관 실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성지원	125
11		실감형 콘텐츠산업 육성	5G 위치기반 실감서비스 개발지원	54
12			실감형 콘텐츠 향유 인프라 조성	100
13		실감형 콘텐츠산업 육성	실감형 콘텐츠 기업지원 인프라 운영	44.6
14			실감형 콘텐츠 사업화 및 수출 지원	30.5
15			실감형 콘텐츠 창작자 양성	80
인공지능(AI) 등 첨단기술 활용 융합콘텐츠 개발·확대				520.6
16	디지털	예술창작활동 지원	예술과기술융합지원	47.5
17		음악산업 및 대중문화산업 육성	ICT-음악 콘텐츠 지원	42
18		실감형 콘텐츠산업 육성	인공지능 연계 콘텐츠 확산기반 조성	55
19		박물관·미술관 진흥지원	스마트 박물관·미술관 구축 지원	82
20		도서관 정책개발 및 서비스환경개선	협업소통중심의 플랫폼 구축	7
21			스마트 기반 K-도서관 구현(창작공간 조성)	22.5
22		문화기술 연구개발(R&D)	문화예술 실감서비스 기술 개발(R&D)	52.5
23		저작권 보호 및 이용활성화 기술개발(R&D)		105.8

단위: 억원

연번	구분	세부사업	내역사업	'21 예산
24		스포츠산업 혁신기반 조성(R&D)		77.3
25		융복합 관광서비스 사업화 지원(R&D)		29
문화부문 비대면 서비스 지원				520.6
26	디지털	인문정신문화 사회적 확산 지원	디지털 인문 뉴딜	11
27		국립극장 운영	'가장 가까운 국립극장'(우수공연 온라인 확산)	10
28		온라인 미디어 예술활동 지원		49.3
29		박물관·미술관 진흥지원	사립박물관 온라인콘텐츠 제작 지원	10
30		국립중앙박물관 운영	디지털 원격교육 콘텐츠 개발운영	13
31			다양한 국내외 전시(온라인 전시 및 해설)	30
32		저작권 문화기반 조성	열린 저작권 디지털 교육 체계 구축	( '22년~ )
33		게임산업육성	교육용 게임콘텐츠 개발	90
34			게임제작 지원	242
35		게임물관리위원회 지원	온라인 게임교육체계 구축	10
36		만화산업 육성	청년장애인 온라인 웹툰 교육 지원	1.3
37		스포츠 산업활성화 지원	비대면 스포츠 코칭시장 육성	39
38			온라인 동영상 플랫폼 특화 콘텐츠 제작지원	15
39		수업목적 저작물 이용 가이드라인 개정		제도
문화 부문 데이터 기반 구축				301
40	디지털	한국어 진흥기반 조성 및 확산	언어 말뭉치 빅데이터 구축	50
41		도서관정보서비스 구축 운영(정보화)	국가문헌의 보존 및 지식정보자원 공유기반 구축	150
42			차세대 통합자료관리시스템 구축	( '22년~ )
43			전자책 납본확대 및 서비스 플랫폼 구축 (전자책등 도서자료 납본보상금)	6.2
44		저작권 유통 지원 및 이용활성화	저작권 이용정보 수집체계 구축	30.3
45		영상콘텐츠산업 육성	애니메이션 아카이빙 구축	12
46			영상콘텐츠 소스데이터 공유기반 구축	6.5
47		스마트관광 활성화	관광 빅데이터 구축	46
생활밀착형 사회기반시설(생활 SOC) 친환경 혁신				393
48	그린	국민체육센터 건립지원	일반형 국민체육센터(친환경 재구조화)	393
49		공공문화시설 에너지저감화	에너지저감형 문화시설 개선 지원	( '22년~ )
문화 부문 안전망 강화				74
50	안전망	국립장애인도서관 운영	대체자료 위탁제작	74
51		예술인 고용보험 도입		제도

\* 출처: 문화체육관광부 보도자료(2020.09.01.) "문체부, 내년도 예산안 6조 8,273억 원 편성" 붙임 2: 한국판 뉴딜과 관련된 문화체육관광부의 분야별 세부과제

## ○ 문화체육관광부 정책

- 문화체육관광부는 국정기조에 따라 2020년 3월 ‘문화로 행복한 국민, 신한류로 이끄는 문화경제’라는 비전하에 ①문화산업, ②신한류, ③문화향유, ④문화생태계의 4대 전략을 설정하고 그 아래 다음과 같은 과제들을 제시
  - 문화산업: 콘텐츠 산업 혁신성장, 방한 관광시장 확대, 스포츠 산업 지속 육성
  - 신한류: 한류 확산 및 연관산업 성장 견인, 문화교류 통한 문화공동체 확대, 국제 스포츠 교류 성과 창출
  - 문화향유: 국민 문화활동 지원, 취약계층 문화복지 확대, 생활문화시설 등 인프라 확충
  - 문화생태계: 문화예술 창작/유통 활성화, 문화/체육/관광 공정 환경 조성, 예술인/체육인의 안정적 활동 보장
- 2020년에는 지역문화진흥과 관련하여 ‘제2차 지역문화 진흥 기본계획(2020~2024)’ 발표
  - 계획의 비전을 ‘포용과 혁신의 지역문화’로 정하고, ‘내가 만드는 지역문화’, ‘모두가 누리는 지역문화’, ‘사회를 혁신하는 지역문화’ 등의 3대 목표와 4개의 전략, 15개의 핵심과제를 제시<sup>54)</sup>
- 2021년 2월에는 ‘문화로 되찾는 국민일상, 문화로 커가는 대한민국’ 비전 아래 4대 전략과 15대 과제로 구성된 2021년 업무계획 발표

〈표 3-4〉 문화체육관광부 비전 및 핵심 추진과제(2021)

비전	문화로 되찾는 국민일상, 문화로 커가는 대한민국	
4대 전략 및 15대 과제	1. (문화회복) 문화생태계 회복	2. (문화행복) 문화향유 확대
	① 코로나 위기극복 및 회복지원	⑤ 국민 문화소비 지원 강화
	② 디지털·비대면 전환	⑥ 문화가치 회복·확산
	③ 예술인 복지 및 권리보장 강화	⑦ 문화인프라 지속 확충
	④ 스포츠 혁신 및 공정성 제고	⑧ 지역문화 진흥 및 균형발전
	3. (문화경제) 문화산업 육성	4. (문화외교) 문화국가 도약
	⑨ 콘텐츠산업 경쟁력 강화	⑬ 신한류 지속 확산
	⑩ 저작권 강국 기반 마련	⑭ 국제문화 교류·협력 강화
	⑪ 관광산업 재도약 지원	⑮ 문화선도국가 기반 구축
	⑫ 스포츠산업 지속 육성	
▲현 장 소 통		▲부 처 협 업
		▲적 극 행 정

\* 출처: 문화체육관광부(2021c), “2021년 업무계획”, 3쪽

54) 문화체육관광부(2020), 「제2차 지역문화진흥 기본계획 수립 및 평가연구 최종보고서」, 6쪽

- 2021년 5월에는 문화다양성 보호 및 증진을 위해 <제1차 문화다양성 보호 및 증진 기본계획>을 발표
  - 문화다양성 정책은 인권 존중 측면의 ① 문화적 정체성에 기반한 문화적 표현과, 문화적 예외 측면의 ② 문화적 독특성에 기반한 문화적 표현으로 구분<sup>55)</sup>
  - ‘문화적 정체성에 기반한 문화적 표현’이란 나이, 성별, 장애, 민족, 인종, 성적 지향, 종교 등에 따른 문화의 차이를 설명하는 개념임. 정체성에 대한 차별 없이 누구나 자유롭게 문화적 표현을 할 수 있는 권리를 보호·증진하는 정책을 의미함
  - ‘문화적 독특성에 기반한 문화적 표현’은 주류 문화로 인해 나타나는 문화 획일화 현상을 지양하고 다양한 문화적 표현의 중요성을 인정하는 것을 의미함. 소멸 위기의 문화를 포함하는 소수 혹은 비주류 문화의 가치와 고유성을 인정하고 보호하기 위한 정책임

## 2. 경기도 정책

### 1) 정책

- 경기도는 2018년 민선 7기를 시작하며 ‘공정’, ‘평화’, ‘복지’를 핵심 가치로 내세우고 그 아래 5대 정책 방향 설정
  - 공정을 실천하는 정의로운 경기: 누구나 차별받지 않는 공정한 사회 구현 및 공정시스템 구축
  - 평화와 혁신으로 도약하는 경기: 한반도 평화 공감대 확산 및 경기북부 등 지역 가치 제고
  - 삶의 기본이 보장되는 복지+경기: 경제기본권 확대, 생애주기별 맞춤형 문화 복지 실현
  - 상생하는 경제, 성장하는 경기: 상생경제, 좋은 일자리 창출
  - 깨끗하고 안전한 살기 좋은 경기: 코로나19 선제적 대응체계 구축 등
- 2020년에는 경기도 문화비전인 “문화로 가꾸는 행복한 삶”을 심화할 수 있는 「경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 2020-2024」 발표. 여기에서 ‘문화의 미래 경기, 미래의 문화 경기’, ‘문화로 꿈꾸고, 꿈을 실현하는 경기’, ‘문화가 바뀌는 지역사회와 시민’, ‘문화로 하나되는 경기’라는 4대 목표를 발표하고 다음과 같은 과제 제시
  - 문화재정 확보 방안 모색
  - 경기도 근현대 문화유산 발굴·활용, 역사문화 콘텐츠 개발 등 계획 마련
  - 고령화 시대 대비 노인 대상 문화예술 특화 프로그램 개발·운영
  - 경기도코뮤지엄 사업 확대
  - 예술인 복지환경 조성을 위한 계획 수립·반영
  - 경기도형 문화예술교육 지원
  - 문화격차 해소를 위한 지역간 문화시설 공동 이용, 네트워크 구축 등 사업 고도화
  - 경기도 인문학 활성화 방안 모색
  - 도민참여 확대를 위한 온·오프라인을 아우르는 개방형 플랫폼 구축

55) 관계부처 합동(2021), 「제1차 문화다양성 보호 및 증진 기본계획: 2021~2024년」, 2쪽

- 경기도 문화체육관광국은 2021년 ‘도민이 있는 문화, 모두가 행복한 경기’라는 목표 아래 다음과 같은 주요업무계획 계획 발표
- 3대 핵심 가치: 도민이 참여하는 문화(자치), 정당한 보상이 있는 문화(공정), 누구나 누리는 문화(향유)
  - 6대 전략 20개 핵심 과제

〈표 3-5〉 경기도 문화체육관광국 목표 및 전략(2021)

목표	도민이 있는 문화, 모두가 행복한 경기도		
핵심가치	자치	공정	향유
	도민이 참여하는 문화	정당한 보상이 있는 문화	누구나 누리는 문화
전략 및 핵심과제	1. 문화를 통한 삶의 질 향상 및 문화 기본권 신장		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 문화기본권 신장과 생활문화 확산 및 문화기반 확충</li> <li>▶ 공공언어 개선과 친일문화잔재 청산으로 문화역량 강화</li> <li>▶ 종교를 통한 사회 안정과 도민 행복 추구</li> </ul>		
	2. 문화콘텐츠산업 창작·창업 생태계 및 공정경쟁 기반 강화		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 콘텐츠 융·복합 창작·창업 생태계 기반 강화를 통한 전략적 산업 육성</li> <li>▶ 콘텐츠산업 상생 발전을 위한 공정경쟁 기반 강화</li> <li>▶ 첨단기술이 접목된 미래형 콘텐츠산업 발굴 및 육성</li> </ul>		
	3. 다함께 공유할 수 있는 예술생태계 구현		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 도민 누구나 참여하고, 누리는 경기도 뉴미디어 예술방송국 운영</li> <li>▶ 활력이 넘치는 예술인 정책 및 문화예술 향유기회 확대</li> <li>▶ 공정하고 투명한 건축물 미술작품 생태계 조성</li> </ul>		
	4. 체육정책 합리적 조정을 통한 공정한 스포츠 생태계 조성		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 체육정책 합리적 조정을 통한 공정한 체육환경 조성</li> <li>▶ 생활체육 환경조성 및 장애인체육 저변확대</li> <li>▶ 체육 인프라 구축 및 안전한 체육환경 조성</li> <li>▶ 스포츠산업 기반조성을 통한 도민행복 증진</li> </ul>		
	5. 문화유산 발굴·보존과 활용을 통한 문화복지 구현		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 신규문화재 확대 발굴 및 지정을 통한 보호 토대 마련</li> <li>▶ 문화재 보수정비를 통한 원형보존 및 가치보전</li> <li>▶ 문화재 가치 확산 및 활용을 통한 문화유산 향유기회 확대</li> </ul>		
	6. 도민이 행복한 경기관광 구현		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 경기도 대표 관광콘텐츠 개발</li> <li>▶ 코로나 이후 대비 경기관광 경쟁력 제고</li> <li>▶ 시·군과 함께하는 지역 관광 활성화</li> <li>▶ 공정한 경기관광 환경조성</li> </ul>		

\* 출처: 경기도(2021), “2021년 경기도 문화체육관광국 주요 업무계획”, 9쪽

- 2021년 7월에는 전국 최초로 문화정책 결정·집행 과정에 도민 등 다양한 문화 주체의 참여 기반을

마련하기 위한 ‘경기도 문화자치 기본조례’를 제정·시행하고, 조례에 따라 문화자치 기반 조성, 역량 강화, 활성화를 위한 시범사업 추진

## 2) 계획

### (1) 경기도형 문화뉴딜 대책(문화예술관광 분야 위기극복 방안)

#### ○ 목적

- 코로나19로 타격을 입은 문화예술관광 분야 종사자들의 위기극복을 위한 긴급활동 지원, 취약근로자 보호, 공공시설 입주단체 임대료 사용료 감면 등을 지원

#### ○ 추진과제: 3개 분야 / 2,413명 및 1,732개 단체에 103억원 지원

- 긴급활동 지원 : 10개 사업, 1,500명 및 1,046개 단체 지원
- 취약근로자 보호 : 7개 사업, 913명 및 500개 단체 지원
- 공공시설<sup>56)</sup> 입주단체 임대료·사용료 감면 : 186개 업체 지원

#### ○ 추진체계

- 경기도(문화체육관광국) 및 공공기관(문화재단/아트센터/관광공사/도자재단/콘텐츠진흥원) 협업 추진



[그림 3-1] 경기도형 문화뉴딜 모바일 보도자료

56) 도립 박물관·미술관, 상상캠퍼스, 경기아트센터, 콘텐츠기업 입주공간(경기문화창조허브 등), 임진각·평화누리 등

## (2) 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획

## ○ 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 비전과 목표

- 비전: ‘예술로 열고 문화로 공감하는 경기도’
- 목표: ‘도민이 주체인 문화예술 경기도’, ‘예술과 문화로 새로운 일상’

## ○ 정책과제

- 정책과제는 민선 7기 공약, 경기도에서 현재 추진하고 있는 과제로 지속추진 필요성이 있는 과제와 사회·환경 등 변화에 따라 신규 추진할 과제, 일반 과제로 구분하여 제시

〈표 3-6〉 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 정책과제(공약 및 도정 핵심과제)

정책과제	
전략 2. 문화주체로 거듭나기	1. (민선7기 공약) 장애인 문화·체육활동 기회 확대
전략 3. 예술활동 기반조성	2. (도정핵심) 공정·투명 정의로운 경기 3. (민선7기 공약) 경기도 내 폐교 및 유휴공간 활용 복지·문화예술 공간조성 4. (민선7기 공약) 예술인 복지사업 지원을 위한 도 행정 서비스 혁신 5. (민선7기 공약) 예술가 대상 창작 공간 간접 지원 추진
전략 4. 공정한 문화자본 구축	6. (민선7기 공약) DMZ를 생태·평화의 공간으로 조성 7. (민선7기 공약) 중앙정부 남북 교류사업 지원 및 협력 확대 추진 8. (민선7기 공약) 스마트 다문화 해설 개발 지원 9. (민선7기 공약) 생태 공간 및 역사유적 탐방로를 관광자원으로 활용 10. (민선7기 공약) 지역 기반 활동 예술인과 예술 향유자의 자유로운 활동 공간 마련 11. (민선7기 공약) 문화친화적 도시공간 설계 12. (민선7기 공약) 중앙정부 ‘문화가 있는 날’과 연계하여 ‘경기도 문화의 날’ 운영 13. (민선7기 공약) 경기도 내 생활문화센터, 작은미술관, 작은영화관 조성 확대 14. (민선7기 공약) 도민 박물관·미술관 전시 관람 일상화 추진

\* 출처: 경기문화재단·경기연구원(2019), 「경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 2020~2024」, 57쪽

〈표 3-7〉 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 정책과제(신규과제)

정책과제	
전략 1. 문화자치 기반 구축	1. 문화자치 관련 조례 제·개정 2. 지역 문화커뮤니티 구축 3. 문화다양성 정책 기반 조성
전략 2. 문화주체로 거듭나기	4. 문화시민 역량 강화 5. 어르신 지역 문화주체 활동기반 구축 6. 경기문화예술교육 진흥
전략 3. 예술활동 기반조성	7. 기초예술 활동 영역 강화 8. 일상으로 공연 확산 9. 음악 창작활동기반 구축
전략 4. 공정한 문화자본 구축	10. 근대문화유산에 기반한 경기도 정체성 확립 11. 사회적 가치 확산을 위한 영화정책 12. 경기형 생활문화 지원정책 활성화 13. 지역 문화예술 발전을 위한 경기도 뮤지엄 재도약

\* 출처: 경기문화재단·경기연구원(2019), 「경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 2020~2024」, 64쪽



〈표 3-8〉 경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 정책과제(일반과제)

정책과제	
전략 1. 문화자치 기반 구축	1. (경기문화재단) 광역·기초 교류·협치 모델 구축 2. (경기문화재단) 문화예술 전문조직으로 기능 강화
전략 2. 문화주체로 거듭나기	3. (중기지방재정계획) 문화예술교육 활성화 4. (경기문화재단) 생애주기별 문화예술교육 확산
전략 3. 예술활동 기반조성	5. (중기지방재정계획) 문화예술 향유 기회 확대 6. (중기지방재정계획) 지역문화예술 활성화 7. (중기지방재정계획) (예술진흥) 문화기반시설 확충 8. (경기문화재단) 경기도형 선순환 창작기반 조성 9. (경기도문화의전당) (예술성) 레퍼토리 시즌제 극장 10. (경기도문화의전당) (혁신성) 지속성장 극장
전략 4. 공정한 문화자본 구축	11. (중기지방재정계획) (문화진흥) 문화향유기회 확대 12. (중기지방재정계획) 지역문화 활성화 13. (중기지방재정계획) (문화진흥) 문화기반시설 확충 14. (중기지방재정계획) 문화진흥 활동 지원 15. (중기지방재정계획) 문화재 보호 역량 강화 16. (중기지방재정계획) 무형문화재 보존 지원 17. (중기지방재정계획) 문화유적의 발굴 및 복원 18. (중기지방재정계획) 역사 및 문화자원 재조명 19. (중기지방재정계획) 문화유산 활용 20. (중기지방재정계획) 남한산성 보존관리 21. (중기지방재정계획) 도립공원 관 22. (경기문화재단) 지역문화원형 콘텐츠 발굴·보존 23. (경기문화재단) 복합문화공간으로 뮤지엄 기능 확대 24. (경기문화재단) 누구나 차별 없는 문화복지 실현 25. (경기문화재단) 문화재생을 통한 지역적 이슈 해소 26. (경기문화재단) 최대·최초·최고 뮤지엄 위상 제고 27. (경기문화재단) 경기문화 대표브랜드 개발 28. (경기도문화의전당) (공공성) 도민중심의 극장

\* 출처: 경기문화재단경기연구원(2019), 「경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 2020~2024」, 85쪽

### (3) 조례

- 경기도는 문화체육관광국 소관 조례(문화종무, 콘텐츠, 예술, 체육, 문화유산, 관광 분야)로 106개를 가지고 있으며, 이 가운데 문화종무 30개 조례, 예술 17개 조례가 있음
  - 문화종무 분야 주요 조례: 경기도 공공예술창작소 지원 조례, 경기도 공예문화산업 육성 및 지원에 관한 조례, 경기도 국제문화교류 진흥 조례, 경기도 도민 여가활성화 기본 조례, 경기도 문화다양성의 보호와 증진에 관한 조례, 경기도 문화복지 증진에 관한 조례, 경기도 문화영향평가 조례, 경기도 문화예술 재능나눔 장려 및 지원 조례, 경기도 문화예술진흥 조례, 경기도 문화예술후원활성화 지원 조례, 경기도 문화이용권 지원 조례, 경기도 문화자치 기본 조례, 경기도 생활문화 진흥에 관한 조례, 경기도 인문학 및 인문정신문화 진흥에 관한 조례, 경기도 문화지구 관리 및 육성에 관한 조례 등
  - 예술 분야 주요 조례: 경기도 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례, 경기도 건축물 미술작품 설치 및 관리에 관한 조례, 경기도 공공조형물 건립 및 관리 조례, 경기도 국악진흥 및

지원에 관한 조례, 경기도 문학진흥 및 지원에 관한 조례, 경기도 문화예술교육 지원 조례, 경기도 문화예술인 성인지 문화확산에 관한 조례, 경기도 미술품 유통활성화 및 지원에 관한 조례, 경기도 생활예술진흥 및 지원에 관한 조례, 경기도 서예진흥 및 지원에 관한 조례, 경기도 예술인 복지증진에 관한 조례, 경기도 예술인 창작수당 지급 조례, 경기도 장애인 예술인 문화예술활동 지원에 관한 조례, 경기도 장애인 문화예술활동 지원 조례, 경기도 청년예술인 육성 및 지원 조례 등

- 경기도는 2021년 7월 전국 최초로 문화정책 결정·집행 과정에 도민 등 다양한 문화 주체의 참여 기반을 마련하기 위한 ‘경기도 문화자치 기본조례’를 제정·시행
  - 오산시에서도 경기도 사례를 따라 문화자치조례 제정

〈표 3-9〉 경기도와 오산시 문화자치 기본조례

법규명	종류	담당부서	공포일자	제/개정	목적
경기도 문화자치 기본조례	조례	경기도 문화중무과	2021.07.14	제정	「문화기본법」의 기본이념에 맞추어 경기도민의 문화권을 보장하고 다양한 문화주체의 참여와 협력을 지원하며, 「지역문화진흥법」 및 같은 법 시행령에서 위임한 사항과 그 시행을 위해 필요한 사항을 규정
오산시 문화자치 기본 조례안	조례		2021.11.18	입법예고	「문화기본법」의 기본이념에 맞추어 문화에 관한 오산시민의 권리와 오산시의 책임을 정하고 다양한 문화주체의 참여와 협력 및 지원에 필요한 사항을 규정함으로써 문화가 시민의 삶의 질을 향상시키도록 문화자치를 실현

\* 출처: U-LEX 홈페이지, 국민참여입법센터 홈페이지

### 3. 성남시 정책

#### 1) 정책

- 성남시는 2014년, 「성남비전 2020 장기종합발전계획」을 수립하면서 지역의 문화예술발전 및 진흥과 관련된 미래 비전과 발전 방향성을 제시한 바 있음
- 2015년에는 「성남시 문화정책 중장기 발전방안」을 계획하며 성남시의 문화예술 생태계를 이끌어 나갈 세 중심축 중 하나를 예술가로 설정하고 성남의 생활문화예술정책이 활성화되기 위해서는 시민도 중요하지만 예술가들 또한 간과해서는 안 될 중요한 존재임을 강조

〈표 3-10〉 성남시 문화정책의 흐름

구분	성남비전 2012	성남비전 2020	성남비전 2040
주요 흐름	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민이 참여하는 지역문화예술 발전</li> <li>• 역사문화 보존 및 관광자원 홍보</li> <li>• 직접 참여하고 즐기는 문화예술</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민들의 문화에 대한 욕구증대에 부응하여 각종 문화시설 확충, 시민들의 자발적 참여를 유도할 수 있는 문화환경 조성, 시민체육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 첨단문화산업 육성</li> <li>- 시민이 주체가 되는 문화예술</li> <li>• 생활예술 창작거점 조성</li> <li>• 시민문화예술 교육체계 구축</li> </ul>

구분	성남비전 2012	성남비전 2020	성남비전 2040
		시설 확보 • 성남시의 문화적 정체성 • 높은 문화적 수준 유지 • 문화도시 지정 추진 • 문화지구의 지정관리	• 생활문화 조성 및 확대

\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 80쪽

- 「성남비전 2020 장기종합발전계획」에서 성남의 미래 비전상으로 제시한 ‘열린도시’, ‘안심·건강 도시’ 항목에서 시민문화예술을 중심으로 한 발전방향과 추진과제 등을 제시. 이와 함께 ‘창의형 인재양성과 문화도시 구현’을 정책방향으로 설정한 ‘활력도시’ 항목에서는 ‘문화예술 활성화’를 통한 ‘문화도시 기반 구축’을 위해 추진해야 할 사업과제와 내용을 다음과 같이 밝히고 있음

〈표 3-11〉 「성남비전 2020」 문화예술 관련 정책방향과 추진 사업

구분	정책방향	사업과제	사업내용
활력도시	창의형 인재양성 및 문화도시 구현	아트팩토리 및 문화마을 조성	- 지역 내 쇠퇴하는 본시가지의 비어 있는 상가를 문화예술인들에게 싼 임대료로 제공하고 입주한 문화예술인들로 하여금 의무적으로 교육, 공연, 전시 등을 실시하게 함으로써 본시가지의 문화적 활력을 높임 - 복합 레지던스형 스튜디오를 설치하고 공공디자인공간을 조성하여 문화예술인의 교류와 지역주민의 장으로 활용 - 상가지역의 리모델링을 통한 문화예술의 거리 조성 - 문화예술인 거리의 지정 및 홍보 - 문화예술인의 의무적 시민 예술교육 및 공연, 전시 - 문화예술인들의 작품 판매 및 공연 등에 지역주민의 참여를 유도하여 경제적 지역재생사업으로 활용

\* 출처: 성남시(2014), 「성남비전 2020 장기종합발전계획」, 335쪽

- 민선 7기 성남시는 ‘하나 된 성남, 시민이 시장’이라는 비전 아래 ‘공감행정’, ‘자족경제’, ‘감동복지’, ‘문화재생’, ‘균형도시’, ‘안심안전’이라는 6대 시정방향을 설정하고, 지역의 균형발전과 시민의 참여와 소통을 통한 시민자치를 구현하는 정책 방향 추진
- 성남시 민선 7기 주요 문화정책
- 6대 시정 방침 중 ‘역사와 미래의 공존, 문화재생’에 문화예술공약 배치
  - 주요 공약:
    - 동네마다 생활밀착형 문화예술, 공동체 공간 조성
    - 위례 업무용지 복합문화시설 조성
    - 영성여중 부지 성남문화예술교육지원센터 조성
    - 여수동 공공부지 복합문화시설 공간 조성
    - 태평3동 한전 건물 복합문화시설 공간 조성
    - 구미동 하수종말처리장 부지에 다목적 복합문화예술공간 조성

## 2) 계획

### (1) 2035 성남 도시기본계획

- 성남시가 2035년을 내다보며 도시발전을 위해 제반 분야에 대한 계획을 수립한 「2035 성남 도시 기본계획」은 도시부터 환경 분야에 이르기까지 총 10개의 세부 분야별로 발전방향과 계획들을 제시하고 있음

〈표 3-12〉 「2035 성남 도시기본계획」 분야와 발전 방향

분야	방향	사업
도시	아이를 키우기 적합한 도시 환경 조성	주거문화 개선, 교통환경 개선을 통한 쾌적한 도시, 교육문화시설 확충 및 개선
재생	오래된 미래	균형과 조화를 이룬 도시재생 추구, 신속하고 계획적인 재개발 추진, 상업지역의 재개발
청년	결혼하기 좋은 도시 성남	청년주택 공급 확대, 즐길 공간 확대, 복지예산의 효율적 집행
일자리	자기 계발의 천국 성남시	양질의 일자리 확대, 중장년/여성 일자리 확대, 자영업자 지원 대책
교통	사통팔달 교통 중심 도시	도로 및 주차장 추가 개설, 지하철 노선 확대, 첨단 교통수단 도입
안전	안전이 보장된 스마트 안심도시	노후화된 시설 개선, 안전시스템 강화, 안전교육 강화
복지	성남형 복지 도시	다양한 계층이 공유하는 복지도시 성남, 아이 키우기 좋은 행복도시 성남, 시민과 함께하는 상권 활성화 성남
문화	문화가 숨쉬는 도시 성남	문화공간시설 확충 및 효율적 활용, 문화체험 프로그램 다양화, 문화단체의 효율적 운영
참여 교육	균등한 기회와 조화로운 재능 개발	다양한 프로그램의 확충, 다양한 교육시설 확충, 다양한 재능을 키우는 전문 인력 양성
환경	사람과 자연이 조화로운 성남시	시민 중심의 랜드마크, 시민 친화적인 공원/녹지 조성, 시민과 함께 하는 반려동물 환경조성

- 이 계획은 분야별로 다양한 세부 계획들을 수립하고 있는데 이 가운데 문화분야와 관련된 분야별 세부 사업을 살펴보면 다음과 같음

#### - 문화 분야

- 문화공간시설 확충 및 효율적 활용: 지역별 세대별 문화공간 확충, 학교 유휴공간의 지역문화 공간 활용, 지역도서관을 평생교육관으로 활용
- 문화체험 프로그램 다양화: 성남시 대표문화축제 선정 및 활성화(게임축제, 반려동물축제), 세대가 함께 즐기는 무료공연 증진, 문화프로그램 양적 확대(아트센터)
- 문화단체의 효율적 운영: 문화단체 중 활동이 미진한 단체 취소(중복 유관단체 통합), 지역별 문화활동 활성화 지원, 문화전문 사회적 기업 지원

#### - 환경

- 시민 중심의 랜드마크: 현대미술관 건립(빌바오 구겐하임과 같은 최고의 현대미술관), 복정동 대학로 걷고 싶은 길 조성(컨테이너 라이브러리), 남한산성 활용(관광 활성화)
- 시민 친화적인 공원/녹지 조성: 탄천 활성화(인프라 구축), 시민을 위한 공원 확충, 집주변 소공원 확충

- 시민과 함께하는 반려동물 환경조성: 반려동물 테마파크 조성, 반려동물을 위한 자연장 건립, 반려동물을 위한 교육 및 놀이 전문시설 확충
- 기타 분야
  - 도시/시설: 성남아트센터 시민에게 활성화
  - 재생/도시재생: 도시재생시 마을 커뮤니티 활성화를 위한 거점 마련
  - 청년/즐길공간: 문화거리 조성, 걷고싶은 길 만들기, 스마트 문화공간 공급
  - 복지/계층: 맞춤형 노인복지 시스템 구축, 장애인전용 문화체육지원센터 운영
  - 복지/상관: 벼룩시장 활성화
  - 참여교육/프로그램: 다문화 가정 대상 교육, 체험형 교육 프로그램 확대
  - 참여교육/시설: 청소년 놀이공간 마련
- 「2035 성남 도시기본계획」은 미래 도시의 비전으로 ‘소통과 화합의 글로벌 시티, 성남’을 제시하고 있음
  - 도시 미래상과 관련하여 2019년 시민계획단(65명)을 대상으로 실시한 조사에서는 가장 높은 응답으로 ‘살고 싶고 물려주고 싶은 성남’이 선정되었으나 전문가들의 검토를 통해 최종적으로 위 비전이 선정됨
    - 모수의 적음으로 큰 차이는 아니지만, ‘역사와 문화가 숨쉬는 성남’, ‘문화, 예술, 기술이 한 곳에 숨쉬는 성남’, ‘시민과 함께 성장하는 문화의 도시’등 ‘문화’ 용어가 포함된 미래상은 상대적으로 낮은 응답을 보임
    - 2010년에 수립된 「2020 성남 도시기본계획」에서는 도시 미래상으로 ‘정착하고 싶은, 기업하고 싶은, 방문하고 싶은 도시’를 선정
  - 성남시민 1602명을 대상으로, 성남시 미래상 선정시 중요한 가치를 묻는 설문 조사에서는 ‘삶의 질’(문화/여가/복지/안전 등)(28.9%)이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 지역간 균형 발전/격차 해소(20.4%), 환경 친화적 도시관리(20.0%), 글로벌 도시로서의 가치제고(14.0%), 시민 소통/화합/통합(12.0%), 도시 정체성 확립(4.7%) 등이 제시됨



\* 출처: 성남시(2020c), 「2035 성남 도시기본계획」, 66쪽

[그림 3-2] 성남시의 미래상 선정 시 중요 가치

## (2) 성남비전 2040

- 「성남비전 2040」에서 수립한 비전은 “사람 중심의 문화와 첨단산업이 융합하는 도시-아시아 실리 콘벨리 성남-”이며 문화분야와 관련한 세부 사업은 아래와 같음(문화분야 세부 사업은 지향하는 4대 도시상 중 3대 도시상(‘건강하고 회복력 있는 도시’ 제외) 아래 각각 분포되어 있음)
- 문화관련 사업 내용
  - 01. 스마트 도시: 기술을 통해 도시문제를 해결하고 시민의 삶의 질을 향상시키는 도시(LH와 협의하여 스마트시티 정보 서비스에 문화정보 제공)
    - 스마트 도시 성남(전략1)/첨단기술 융합(과제2): 관객선호와 경험 분석 등의 빅데이터에 따른 맞춤형 문화/예술 공연 제공, 다양한 문화행사를 경험할 수 있는 가변형 문화공간 제공
    - 아시아실리콘벨리(전략2)/산업벨트(과제1): 게임 및 문화콘텐츠 중심 콘텐츠 거리 조성, 게임 페스티벌, /MICE클러스터(과제3): 백현동 성남문화산업진흥지구. /첨단문화산업 육성(과제5): 차세대 융합콘텐츠 캠퍼스(connect 21) 역량 강화, 게임 콘텐츠 지원 허브 조성, 글로벌 인디 게임 대회 개최, 지역 문화산업과의 융합
  - 02. 사람 중심 도시
    - 서민경제 육성(전략2)/경제기반 도시재생(과제1): 캠퍼스타운 조성, /중심시가지형(과제2): 주민문화예술공간 조성(공작소 등)
    - 누구나 가고싶은 성남(전략9)/관광정보시스템(과제1): 원스톱 관광종합안내사이트 구축, 위치기반 모바일 관광 앱, /관광거리 조성(과제2): 수진동 세계음식문화거리 활성화, 태평동 고바우길 명소화, /야간관광지개발(과제4): 울동공원, 성남모란시장, 판교테크노밸리(야간 조명, 미디어 파사드) 야간 명소화, 남한산성 야간 프로그램 개발, 탄천 생태관광자원화(반딧불이)
  - 03. 공정하고 공평한 도시
    - 수요자 중심 복지서비스(전략2)/장애인 편의(과제2): 장애인 전문문화아트센터 조성, /이주민 사회통합 환경 조성(과제3): 문화이해 프로그램 운영
    - 예방적 복지 실현(전략3)/인프라 확충(과제1): 인생이모작 지원센터(여가, 문화생활 지원 서비스)
    - 사회안전망(전략4)/1인가구(과제1): 1인가구 지원센터, /나눔 플랫폼(과제2): 타임뱅크 플랫폼 구축(자원봉사), 클라우드 펀딩 플랫폼
    - 시민주체 문화예술(전략5)/생활예술창작거점(과제1): 구미동 하수처리장, /시민문화예술교육(과제2): 영성여중 교육센터, /생활문화 조성(과제3): 작은문화공간 조성, 지역문화기획가 발굴, 생활문화축제, 문화예술장비 공유은행
    - 차별없는 교육체계(전략7)/성남형 교육사업(과제2): 학교문화예술교육 확대

## (3) 2차 지역문화진흥계획(2020)

- 2차 지역문화진흥계획은 비전으로 “시민이 만드는 문화융복합도시, 성남”을 제시하고 4대 목표로 ‘문화창의·혁신환경 조성’, ‘시민문화창조 역량 강화’, ‘생활문화인프라 구축’, ‘문화예술 협력 생태계 구축’을 제시함



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 66쪽

[그림 3-3] 성남시 2차 지역문화진흥계획 비전체계도

○ 또한 각 목표를 추진할 전략과 세부 사업으로 다음과 같은 내용을 제시

- 참여·융합형 문화예술밸리 환경 조성: 융복합 미래콘텐츠 개발/육성(융복합 예술실험실, AR기반 도시역사문화 디지털화), 시민·예술인 문화예술플랫폼 구축(랜선 문화체험놀이터, 성남 문화예술인 플랫폼 구축), 참여·융합 성남 대표 축제 개발(SMART 성남체험 관광 축제), 성남형 문화 융합 생태계 구축
- 시민의 문화예술 참여도 확대 및 전문성 강화: 시민 문화주체 역할 강화(시민예술가 양성, 마을문화기록가 양성, 시민 문화기획자 양성), 성남 신진 예술인 문화프로젝트 지원 강화(성남 청년 기획 문화프로젝트 추진, 독립영화제작지원 확대/독립영화제 추진), 성남시민 생애주기별 문화교육체계 마련(시민, 생애주기별 문화교육 체계 구축, 학교연계 문화예술교육 전문 프로그램 확대)
- 시민생활 중심의 문화향유 기반 조성: 성남 특화 문화관광거리 조성(성남 문화거리 조성, 시민 소극장 문화관광거리 조성, 판교 콘텐츠 거리 조성), 생활밀착형 문화공간 확대(문화향유공간 조성, 주민·예술인 공동운영 성남 문화공간 활용 사업, 위례 복합문화공간 조성), 전시공간 확대 및 MICE 산업 개발(힐링형 복합문화예술 공간 확대, 백현지구 MICE산업 개발), 성남 문화예술공공인프라 확대 및 내실화(성남시립박물관 조성, 문화예술교육센터 활성화, 성남아트센터 활성화, 아트센터 문화나눔석 운영)



- 민·관/예술인/지역 문화자치 협력체계 개선: 문화예술진흥협력·평가체계 강화(문화예술진흥 거버넌스 체계 구축, 문화정책 평가관리체계 구축), 성남 위기 예술인 지원(예술인 지원), 문화예술사업 홍보 확대

참고: 1차 지역문화진흥계획(2016~2020)

- 비전: “일상이 예술이 되는 생활문화 융합도시”(일상에서 예술을 만나고 생애에 걸쳐 문화교육을 받으며, 새로운 미래 기술을 이용하여 질 높은 삶을 함께 만들고 누리는 도시)
- 전략 사업
  - 생활문화 창작
    - 생활문화 창작거점 공간 조성(성남생활문화창작지원센터조성/권역별 생활문화 거점 조성 / 생활문화마을조성)
    - 성남형 생활문화공동체 육성(동 단위 생활문화공간 커뮤니티/동 단위 마을축제 활성화 지원)
    - 생활문화 커뮤니티아트 프로그램 개발(우리마을 창작콘텐츠 개발/성남 커뮤니티 아트 비엔날레 개최)
    - 지역밀착형 문화생태계 조성(예술인창작지원구축/무형문화재전승 지원/본도심 문화예술시설 확충 및 활성화)
    - 문화거리 조성(생활문화거리 활성화 운영/생활문화거리 예술가 지원활성화)
    - 문화거리 프로그램 개발(생활문화 동아리 거리퍼레이드/성남형 공공예술 프로젝트)
    - 성남시민문화 휴먼라이브러리 구축(성남시민문화 휴먼라이브러리 구축/공연, 전시, 박람회 개최/센터·은행 설립)
  - 생애문화교육
    - 생애문화예술교육 지원 체계 구축(성남문화예술교육지원센터 설립/성남형 문화예술교육정보시스템구축/바우처제도)
    - 생애주기별 교육 프로그램 개발(생애주기별 문화예술교육사업/찾아가는 맞춤형 문화예술교육 프로그램 개발)
    - 생활문화 매개인력 양성(성남 시민문화기획자 양성과정/성남시민 문화기획사 인증제도)
  - 기술융합
    - 시민-기업-예술가 참여 교류 확대(기술융합 운영위원회 구성/기술융합 협력기금 조성/융합프로그램 지원)
    - AT(Art+Technology) 랜드마크 조성(AT융합박물관 조성)
    - 기술융합 문화콘텐츠 개발(글로벌 빅 이벤트(미디어파사드,코스튬)/성남기업콘텐츠연계활용/하나의 성남을 위한콘텐츠개발)
  - 공통지원체계
    - 추진체계 구축(생활문화조례 제정/생활문화팀 신설/문화정책 평가관리 시스템 구축)
    - 생활문화 교류 및 협력체계 구축(생활문화브랜드 구축/생활문화포럼/거버넌스 구축/국제네트워크 구축)

### 3) 조례

- 성남시는 교육문화체육국 소관 조례(교육청소년, 평생교육, 문화예술, 관광, 체육진흥)로 67개의 조례를 가지고 있음. 이 가운데 문화예술분야 조례는 30개임
- 문화예술분야 30개 조례 중 주요 조례를 살펴보면 다음과 같음<sup>57)</sup>
  - 성남시 공공예술활성화 및 지원에 관한 조례, 성남시 문화도시 기본 조례, 성남시 문화예술 교육지원 조례, 성남시 문화예술진흥 조례, 성남시 문화예술후원 활성화 지원에 관한 조례, 성남시 예술인 복지 증진에 관한 조례, 성남시 장애인 문화예술활동 지원 조례 등
- 성남시 조례 중 상당수는 중앙정부 문화정책 방향과 맥락 및 내용을 같이 하여 제정한 것으로 지역현실과 필요에 기반한 내용을 담은 조례는 다소 미흡함
  - 1999년 ‘성남시 문화의 집 설치 및 운영 조례’는 「지방자치법」 제144조 및 「문화예술진흥법」 제3조에 따라 제정

57) 부록 3. 성남시 문화예술 관련 지방조례 참고



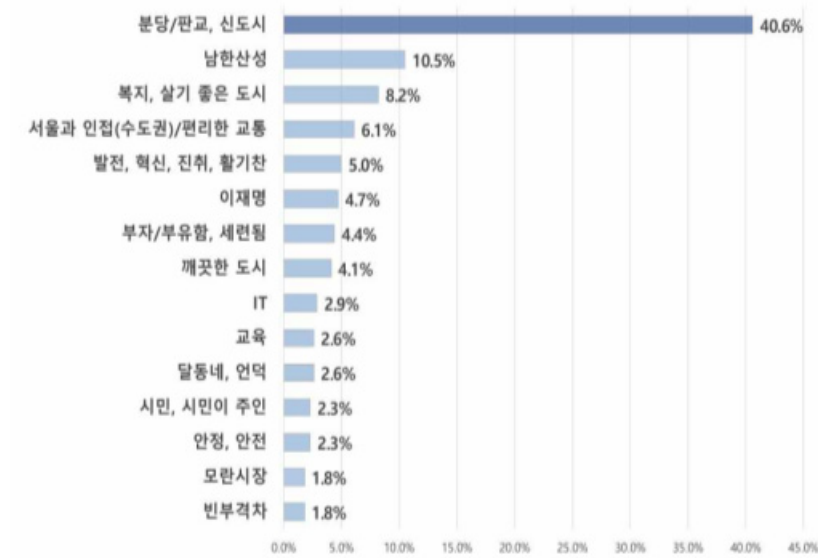
- 2015년 ‘성남시 문화예술진흥 조례’는 「문화예술진흥법」 및 「지역문화진흥법」 맞춰 제정
  - 2021년 ‘성남시 장애인 문화예술 활동 지원 조례’는 「문화예술진흥법」과 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」에 따라 제정
- 변화하는 시대상에 발 맞추어 문화다양성의 보호와 증진에 관한 조례나 ‘문화영향평가 관련 조례, 국제화 시대에 걸맞은 성남의 비전과 전략을 위한 조례 등 새로운 문화적 이슈를 담는 조항 검토 필요성이 있음

## 제2절 분석 및 시사점

### 1. 분석

- 중앙정부는 2013년 제정된 문화기본법을 기반으로 국민의 문화에 대한 권리를 법적·제도적으로 보장하는 것을 강화하고 있음. 특히 최소한의 문화서비스를 보장·지원하는 측면이 강하게 나타남
- 경기도는 '지역문화', '생활문화', '문화자치'에 대한 정책이 두드러짐. 그러나 31개의 시군을 관할하는 광역자치단체의 특성상 다양한 지역과 집단의 연합체로서 경기도만의 뚜렷한 지역문화와 생활문화를 정의하는데 한계를 갖고 있음
  - 경기도는 각 지역의 문화정책을 아우르기 위한 포용적 문화정책을 시행하는 성격이 강함. 결과적으로 경기도민의 일상 속에서 문화향유를 직접 대응하는 것보다는 협력자 또는 매개자로서 역할이 큼
- 성남시의 문화정책은 성남아트센터를 중심으로 대규모 문화기반시설을 조성하는 것을 중심으로 발전해왔음. 이에 반해서 문화공간의 질적인 성장이 필요한 시점에 다다름
- 향후 성남의 지역별 인구특성에 따른 문화공간의 다양화가 필요함. 이는 단순한 하드웨어 측면에서 조성이 아닌, 소프트웨어 측면에서 지원이 필요함. 즉 전문인력 확보와 역량 강화, 프로그램 다양화 등 소프트 파워(Soft Power) 성장이 중요함
- 성남시에서 중요하게 다루어야 할 문화정책의 방향은 다음과 같은 조사 결과에서 잘 나타남
  - 13세 이상 성남시민 521명을 대상으로 2020년 7월 27일부터 8월 5일까지 8일간 조사한 결과는 성남의 도시 이미지 구축이나 문화예술 프로그램 개발 등과 관련한 방향성을 보여줌<sup>58)</sup>
  - 성남 대표이미지: 분당/판교, 신도시(40.6%), 남한산성(10.5%), 복지, 살기좋은 도시(8.2%), 편리한 교통(6.1%), 발전/혁신/진취/활기찬(5.0%)

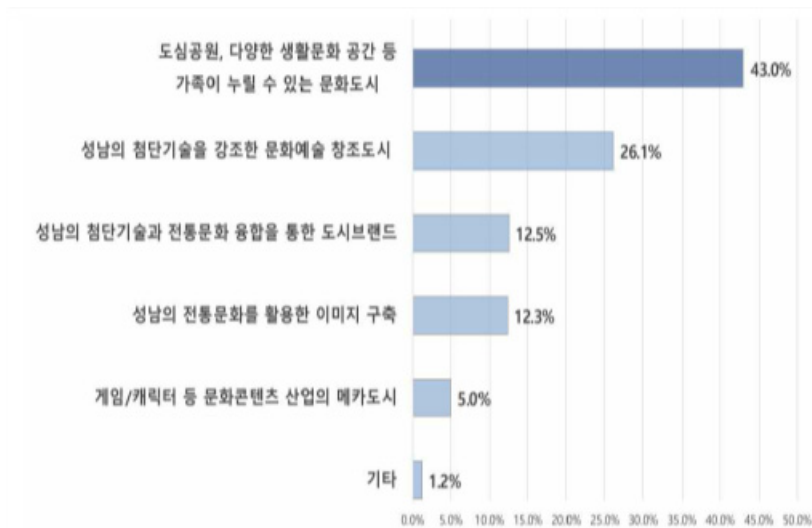
58) 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 121쪽



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 126쪽

[그림 3-4] 성남시 대표 이미지

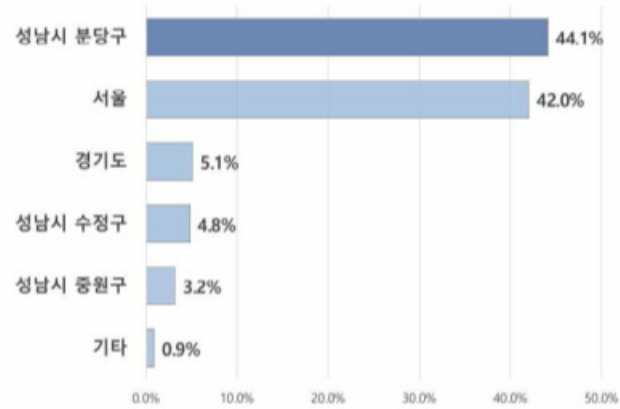
- 도시 이미지 구축 방향: ‘도심공원, 다양한 생활문화 공간 등 가족이 누릴 수 있는 문화도시’ (43.0%), ‘성남의 첨단기술을 강조한 문화예술 창조도시’(26.1%), ‘성남의 첨단기술과 전통 문화 융합을 통한 도시 브랜드’ (12.5%), ‘성남의 전통문화를 활용한 이미지 구축’(12.3%)



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 127쪽

[그림 3-5] 성남시 도시 이미지 구축 방향

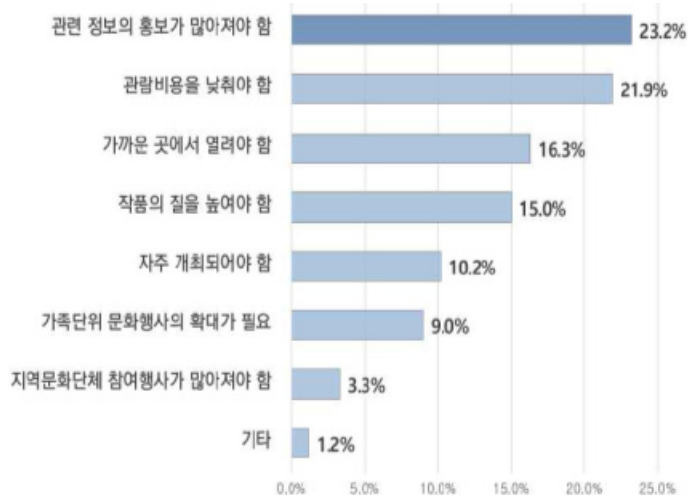
- 문화예술관람 참석 지역: 분당(44.1%), 서울(42.0%), 수정구(4.8%), 중원구(3.2%)



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 131쪽

[그림 3-6] 문화예술행사 관람/참석 지역

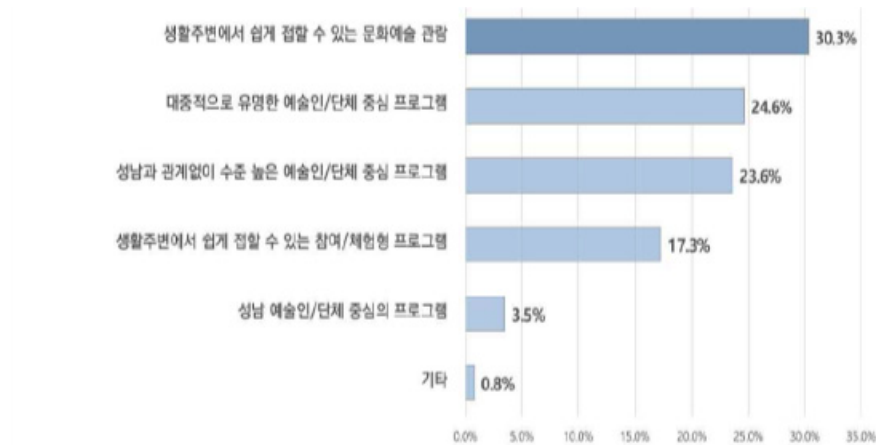
- 문화예술행사 보완사항: 홍보(23.2%), 비용(21.9%), 접근성(16.3%), 질(15.0%), 빈도(10.2%), 가족단위행사(9.0%), 지역문화단체 참여행사가 많아져야 함(3.3%)



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 133쪽

[그림 3-7] 성남시 문화예술행사 우선적으로 보완해야 할 사항

- 희망 프로그램: 생활주변에서 쉽게 접할 수 있는 문화예술 관람(30.3%), 유명 예술인/단체 프로그램(24.6%), 수준 높은 예술인/단체 프로그램(23.6%), 참여/체험형 프로그램(17.3%), 성남 예술인/단체 중심 프로그램(3.5%)

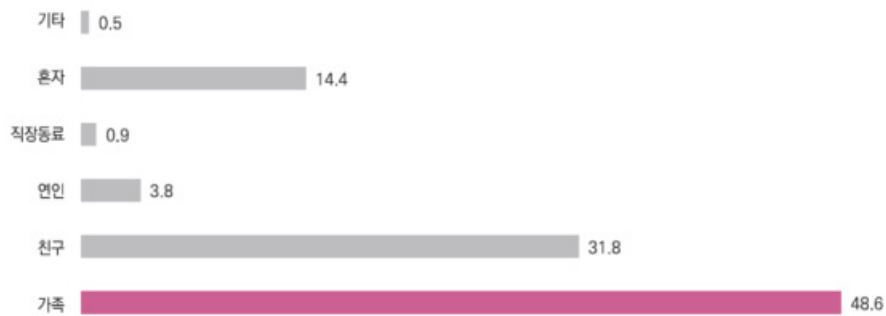


\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 134쪽

[그림 3-8] 성남시에서 운영하길 희망하는 문화예술 프로그램

- 여가활동 유형: 가족(48.6%), 친구(31.8%), 혼자(14.4%), 연인(3.8%), 직장동료(0.9%)

(단위: %)



\* 출처: 성남시(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」, 120쪽

[그림 3-9] 성남시 여가활동을 함께 하는 사람

- 이러한 조사 결과에 기초하여 살펴보면, 성남시는 가족과 함께 하는 문화활동을 향유하는 경향이 높고, 문화예술행사가 다양하게 이루어지지만 이와 관련한 정보는 시민들에게 잘 전달되지 못하고 있음을 보여줌
- 뿐만 아니라 이러한 조사 결과는 성남시와 관련한 인식과 평가가 기존의 다른 조사와는 다른 특징들을 나타냄
  - 문화프로그램에 대한 수요는 ‘성남’ 예술인/단체 중심 프로그램, ‘참여/체험형’ 프로그램에 대한 수요가 낮은 반면, 생활 주변에서 쉽게 접할 수 있는 문화예술 ‘관람’ 프로그램이나 ‘유명한’ 프로그램에 대한 수요가 높게 나타남
  - 생활밀착형 문화공간 기능 관련 선호도에서는 ‘일상적으로 머무를 수 있는 휴식 및 여가공간 제공’이 압도적으로 높고, ‘다양하고 자율적인 프로그램 및 강좌 제공’이 그 다음을 차지. 이에 비해 ‘생활문화 활동 및 발표공간 제공’이나 ‘시민/주민, 동아리간 커뮤니티 형성을 위한 네트워크 제공’ 기능에 대한 수요는 낮음

- 이 같은 경향은 성남시민, 특히 청장년층의 도시 및 문화예술에 대한 수요가 이전과는 다른 특징을 가지고 있음을 보여줌. 곧, '시민', '참여', '체험', '공동체' 등의 개념이 함축하는 바와 같이 문화예술을 목적의식적 차원에서 접근하기보다 일상의 자유로움과 삶의 차원에서 접근하고 있으며, 도시와 관련하여서도 '정체성', '글로벌', '소통', '콘텐츠' 등과 같은 목적지향적 개념보다는 '살고 싶은', '사람', '삶', '가족', '환경' 등과 같이 '생활'과의 관련성 속에서 바라보고 있음
- 종합적으로 볼 때, 성남시는 시민들의 문화예술창작과 향유 활동을 문화기본권 차원에서 접근하여 이를 더욱 확장, 활성화할 필요성이 제기되며, 전반적인 문화자치의 경향 아래서 시민들이 자율적이고 자치적으로 문화활동에 참여할 수 있는 기반을 마련하는 것이 필요한 것으로 분석됨
- 이를 위해서는 성남지역 주민의 지역문화·예술시설 이용 장려를 위한 시설과 프로그램 공급을 넘어 이용 활성화를 위한 정책을 강화하는 것이 필요함(예시: 주민 맞춤형 운영시간제, 가족요금제 등)
- 또한 성남아트센터 이외에 성남시의 다양한 시설 및 기관들(문화센터, 도서관, 복지관 등)과의 협력 체계를 구축함으로써 생활권 중심으로 문화예술 서비스를 공급하여 시민들의 접근성을 높일 필요성이 제기됨
- 아직까지 국내 문화정책에서는 기후나 디지털 전환 등 다양한 환경적, 사회적 변화와 관련한 논의는 중요하게 다루어지지 않고 있음. 그러나 미래 변화와 관련하여 이러한 분야에 대한 검토 또한 심층적으로 이루어질 필요가 있음

참고: G20 문화장관 로마 선언

- 경제 분야 국제기구인 G20은 2020년 11월 4일 최초로 문화의 경제·사회 회복에 대한 기여도를 인정하고 관련 의제를 반영한 정상회담을 진행하였고, 각국 문화부 장관 참석
  - 주제: 문화적 경제의 부상: 새로운 패러다임(The rise of the cultural economy: a new paradigm)
  - 문화의 회복탄력성뿐만 아니라 공공정책에서 문화다양성의 중요성, 문화분야의 친환경화(Greening the cultural sector) 및 기후변화 적응, 디지털 혁신의 적응, 문화분야의 고용 및 문화·관광의 새로운 경제 모델의 필요성을 강조
  - 2021년 7월, 이탈리아 대통령 주재 하의 G20 문화부 장관 회의에서 「G20 문화장관 로마 선언(Rome Declaration of the G20 Culture Ministers)」(이하 「G20문화선언문」) 채택
    - 「G20 문화선언문」은 32개 조항으로 구성되며, 5가지 우선 사항으로 문화창의 부문(CCS), 문화유산 보호, 문화와 기후 위기, 문화와 교육, 문화의 디지털 전환을 다루고 있음

## 2. 시사점

- 중앙정부와 경기도 정책 방향에 나타나 있는 것처럼 문화예술활동에의 참여를 기본권 차원에서 접근하고, 자율과 자치에 기반하여 문화활동이 이루어지도록 이와 관련한 환경을 마련하는 것이 필요함
  - 시민들의 다양한 욕구를 반영하고, 이들의 주체적 참여를 강화하기 위한 민간부문과의 거버넌스 구축 필요성
- 문화자치, 문화분권의 중요성이 강조됨에 따라 지방자치단체의 역할과 책임이 중요해짐. 이에 지역의 문제를 스스로 찾아내어 합의하고, 해결책을 스스로 모색할 수 있는 역량을 강화할 필요성이 제기됨
  - 중앙정부 차원에서 주도하는 문화정책이 아닌 성남의 문화정책을 위한 제도를 수립하고 이를 실천하기 위한 맞춤형 정책 마련 필요
  - 성남 내에서도 지역의 세분화를 통한 서비스 대응 방안 강화
  - 특히 이러한 과정에 주체적으로 참여할 시민 기반 마련 중요
- 기존에 수립된 다양한 문화관련 성남시 계획들과 성남 문화예술비전 2040의 유기적 조응이 필요함
  - 성남시에서는 이미 「2035 성남 도시기본계획」, 「성남비전 2040」, 「제2차 지역문화진흥계획」 등을 수립, 발표하였음
  - 성남문화재단에서 수립하는 「성남 문화예술비전 2040」은 이러한 상위 계획들의 방향성과 사업 내용들을 자세히 살핀 후에 이러한 계획들과의 연계성을 잘 마련하고 또 문화예술 영역의 특수성을 잘 반영하여 계획을 수립하여야 함
- 변화하는 사회 환경과 중앙 및 광역자치단체 정책 환경을 고려할 때, 향후 문화예술분야를 지원, 활성화하기 위한 노력은 조례 등을 통하여 제도화, 공식화되어 추진될 필요성이 있음
- 위에서 검토한 바와 같이 현재 성남시 문화예술관련 조례는 예술인 및 지역주민들의 문화예술관련 활동을 지원하고 활성화하면서 성남시의 문화환경을 조성하는 데에는 다소 미흡한 측면이 있음
  - 문화예술관련 조례의 제정은 제정 자체보다 조례 내용에서 어떤 사안이 다루어져야 하는지가 더욱 중요하며, 이런 점에서 조례 제정이 필요한 사안들에 대한 사전 환경 검토 및 분석이 이루어져야 함





## 제 4 장

# 국내·외 유사사례 분석

제1절 국내 문화재단 사례 분석

제2절 해외 사례 분석



## 제1절 국내 문화재단 사례 분석

### 1. 광역문화재단

- 광역문화재단은 17개 광역지자체(세종특별자치시 포함)에 설립·운영되고 있는데, 재단 정관에 명시된 고유 목적 사업들을 유형화 해보면 약 10가지로 분류할 수 있음
  - ① 문화예술창작보급·지원, ② 문화예술교육, ③ 정책개발 및 교류, ④ 지역문화진흥, ⑤ 시민문화향유, ⑥ 문화시설 운영, ⑦ 전통문화 계승과 발전, ⑧ 정보화, ⑨ 기금조성 및 기부유치, ⑩ 그 외 목적 달성을 위한 기타(위탁)사업

#### 1) 비전 및 미션

〈표 4-1〉 주요 광역문화재단 비전 및 미션

구분	비전	미션
서울문화재단	문화와 예술의 다양한 가치가 발현되고 공감되는 플랫폼	문화와 예술로 행복한 도시 만들기
부산문화재단	내 삶과 동행하는 예술, 함께 행복한 문화도시 부산	시민과 함께, 예술인과 함께 문화예술로 사회적 가치 실현
인천문화재단	문화인천을 디자인하는 협력플랫폼	예술이 생동하고 문화로 행복한 인천
경기문화재단	일상이 문화로, 예술이 일상이 되는 문화시민 구현	문화로 가꾸는 살기 좋은 경기도

\* 출처: 각 문화재단 홈페이지

- 주요 광역문화재단의 비전 및 미션의 특징은 다음과 같음
- 비전에서는 광역문화재단이 지역 내 문화(예술) 플랫폼을 지향하는 경향이 있음(서울, 인천)
  - 일상과 문화의 연계를 통한 일상 지향, 그리고 나의 삶과 예술의 동행을 제시하는 경우가 있음(부산, 경기)
  - 문화도시와 문화시민을 지향하는 경우가 있음(부산, 경기)
- 미션에서는 문화예술을 통한 행복을 지향하는 경향이 나타남(서울, 인천)
  - 부산은 시민과 예술인의 동향을 지향하면서 사회적 가치를 실현하고자 함

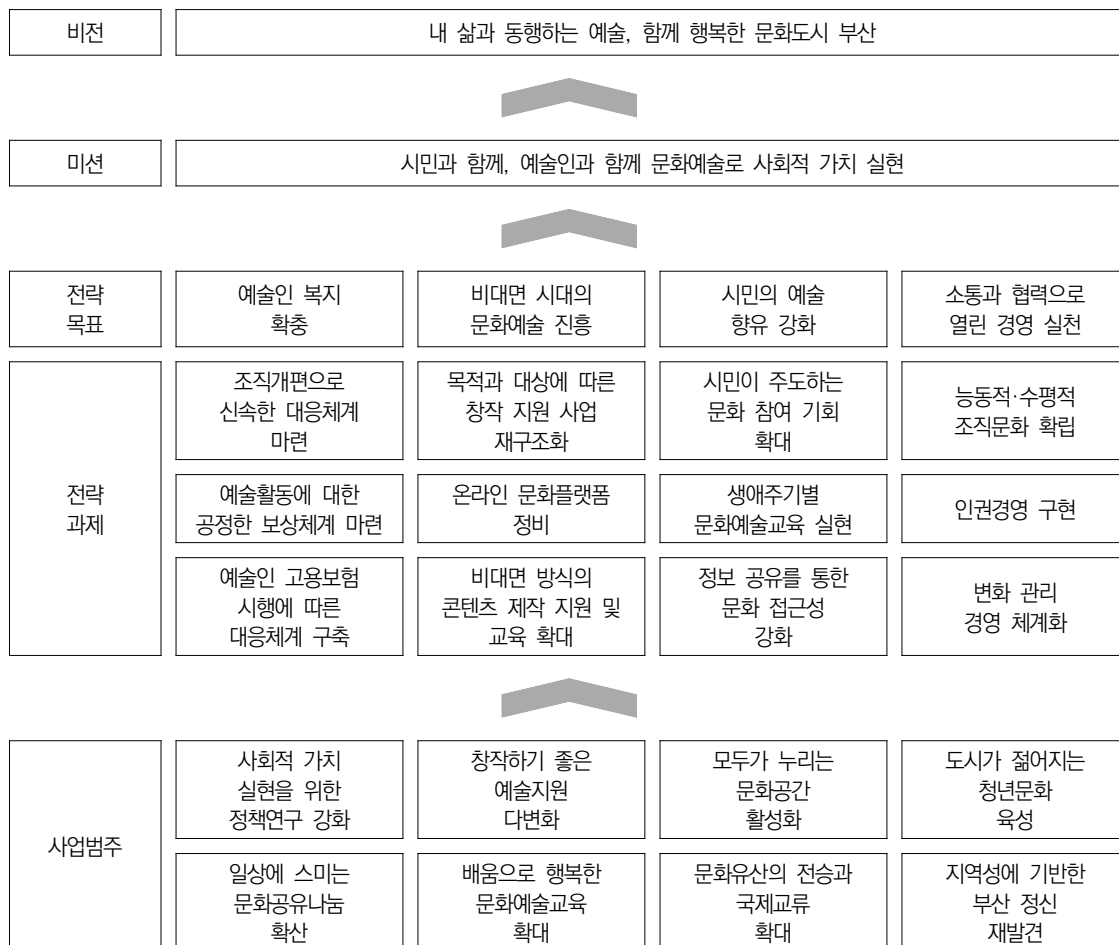
〈표 4-2〉 서울문화재단 주요 경영목표(2021)

구분	내용
예술창작 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 급변하는 환경에도 단절되지 않고 지속가능한 예술창작기반 마련·운영</li> <li>- 예술현장과 파트너십을 통한 지원제도의 현장적합성 강화</li> <li>- 예술인과 함께 기획 운영하는 예술공유 플랫폼 조성 및 운영</li> </ul>

구분	내용
지역문화 및 시민문화 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광역-기초 간 수평적 문화 협치를 통한 지역문화 활성화</li> <li>- 지속가능한 생활문화 생태계 구축을 위한 시민주체형 생활문화 기반 조성</li> <li>- 일상에서 즐기는 양질의 공연 및 문화콘텐츠 육성·확산</li> </ul>
예술교육 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동시대 예술과 상생하는 예술교육 철학구현</li> <li>- 예술교육거점시설, 돌봄시설, 생활문화시설 등 대상 다변화에 따른 인력육성 개발</li> <li>- 성장 및 지속가능한 예술교육 생태계 조성을 위한 지원</li> </ul>
창작공간 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 장르별 전문화된 지원 강화로 예술창작 활동의 안정적 창작기반 제공</li> <li>- 창작공간을 중심으로 한 문화예술 협치 플랫폼으로서의 기능 확대</li> <li>- 장애 예술 가치 확산을 위한 기획·지원 운영</li> </ul>
극장운영 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신규 공공 극장 시설 인프라 조성 및 운영모델 구축</li> <li>- 예술가 참여형 극장 운영 거버넌스 구축</li> <li>- 공공극장의 다양성 확대 및 사회적 가치 증진을 위한 정책 개발</li> </ul>
문화정책 개발 및 경영기획 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 예술현장 기반 효율적·효과적 사업구조 고도화 및 정책 개발</li> <li>- 포스트코로나 등 외부환경을 반영한 특화된 메세나사업 추진</li> <li>- 서울의 문화예술 현장의 콘텐츠를 발굴하고 가치를 확산하는 플랫폼 구축</li> </ul>

\* 출처: 서울문화재단(2021), “2021년도 주요 경영목표”

〈표 4-3〉 부산문화재단 경영전략체계(2021)



\* 출처: 부산문화재단(2021), “2021년도 경영목표 및 예산운영계획” 재구성

〈표 4-4〉 인천문화재단 경영목표(2021)

미션	예술이 생동하고 문화로 행복한 인천	
비전	문화인천을 디자인하는 협력플랫폼	
전략 · 주요 과제	1. [창작지원] 예술로 공존하는 플랫폼 실현 ① 현장맞춤형 예술창작 지원 ② 문화거점 활용 예술서비스 확대	2. [시민문화] 생활 속 문화가치 확산 ① 시민의 생활문화 활성화 ② 문화교육을 통한 시민문화력 제고
	3. [지역문화] 지역문화의 창의적 발굴 ① 지역문화자원을 통한 지역문화가치 창출 ② 현장과 소통하는 문화정책 기능 확대	4. [지속가능경영] 사회적 가치 구현 경영체계 구축 ① 소통과 협력을 통한 인권경영 ② 안정적이고 효율적인 조직 운영

\* 출처: 인천문화재단(2021), “2021년도 경영목표 및 사업운영계획”

〈표 4-5〉 경기문화재단 비전 체계(2021)

미션	문화로 가꾸는 살기 좋은 경기도	
비전	일상이 문화로, 예술이 일상이 되는 문화시민 구현	
전략	4대 정책목표, 12대 정책과제	
핵심가치	정책목표	정책과제
창 의	1. 동시대의 새로움을 만드는 문화	1 경기도형 선순환 창작기반 조성
		2 미래세대 문화예술 전문인력 양성
		3 지역문화원형 콘텐츠 발굴·보존
일 상	2. 도민의 삶으로 확장되는 문화	4 일상속에서 누리는 생활문화활동 지원
		5 생애주기별 문화예술교육 확산
		6 복합문화공간으로 뮤지엄 기능 확대
공 존	3. 함께 성장하는 지역 문화	7 누구나 차별 없는 문화복지 실현
		8 문화재생을 통한 지역적 이슈 해소
		9 광역·기초 교류·협치 모델 구축
혁 신	4. 새롭게 변화하는 문화	10 최대·최多·최高 뮤지엄 위상 제고
		11 경기문화 대표브랜드 개발
		12 문화예술 전문 조직으로 기능 강화

\* 출처: 경기문화재단(2021), “2021년 경기문화재단 종합경영계획”, 28쪽

## 2) 설립 조례와 주요사업

- 재단별 설치조례는 조례명이 동일하며(단 부산은 운영조례가 아니라 운영지원조례임), 주요사업이 거의 비슷함
- 인천과 경기에서는 문화유산에 관련된 내용이 포함됨(인천: 고려사 중심 강화지역 역사연구, 강화 지역 문화유산 세계유산 등재 추진 지원 / 경기: 지방 향토사 연구)
- 서울과 경기도는 국제 문화예술교류가, 인천에는 기금조성이 포함됨

〈표 4-6〉 주요 광역문화재단 설치 조례 및 주요 사업

재단명	설립일 (등기기준)	설치 조례	주요 사업
서울 문화 재단	2004.03.15	서울특별시 재단법인 서울문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술의 창작·보급 및 문화예술활동의 지원</li> <li>- 문화예술의 교육 및 연구</li> <li>- 국내·외 문화예술 교류</li> <li>- 시민의 문화향수 및 창의력 증진</li> <li>- 지역문화의 육성·지원 및 지역문화 전문인력 양성</li> <li>- 기타 법인의 목적달성에 필요한 사업</li> </ul>
부산 문화 재단	2009.01.21	부산문화재단 설립 및 운영 지원 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역문화진흥을 위한 사업의 개발, 추진 및 지원</li> <li>- 지역문화 관련 정책 개발 지원과 자문</li> <li>- 지역문화전문인력의 양성 및 지원</li> <li>- 지역문화예술단체 지원 및 활성화 사업 추진</li> <li>- 지역문화 협력 및 연계·교류에 관한 업무</li> <li>- 지역문화예술에 관한 교육 및 연구사업</li> <li>- 지역문화예술인 복지증진 사업</li> <li>- 그 밖에 지역문화진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 사업</li> </ul>
인천 문화 재단	2004.12.10	인천광역시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 예술창작활동 지원 및 보급</li> <li>- 시민 문화향수 제고를 위한 사업전개</li> <li>- 문화예술진흥을 위한 정책 개발 및 자문</li> <li>- 문화예술진흥을 위한 기금조성 및 운용</li> <li>- 전통문화예술의 전승과 문화유산 발굴, 보존 및 활용</li> <li>- 문화예술의 교육 및 연구</li> <li>- 문화예술분야 국내·외 교류사업추진</li> <li>- 문화예술 정보의 축적 및 서비스사업 추진</li> <li>- 고려사 중심 강화지역 역사연구</li> <li>- 강화지역 문화유산 세계유산 등재 추진 지원</li> <li>- 기타 문화예술진흥을 위하여 인천광역시장이 위탁하는 사업</li> </ul>
경기 문화 재단	1997.07.03	경기문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 역사·문화유산의 발굴·보존·현대화</li> <li>- 문화 예술의 창작·보급 지원과 환경조성</li> <li>- 문화예술 정책개발 및 자문</li> <li>- 문화예술단체 및 예술인 육성 지원</li> <li>- 문화예술 정보화 및 홍보</li> <li>- 국제문화예술 교류</li> <li>- 지방 향토사 연구</li> <li>- 도 문화 예술시설의 관리 및 운영</li> <li>- 정부 및 지방자치단체장의 위탁사무</li> <li>- 문화상품 개발 및 판매 등 수익사업</li> <li>- 그 밖에 도지사가 문화 진흥을 위해 필요하다고 인정하는 사업</li> </ul>

\* 출처: 법제처 국가법령정보센터 홈페이지

### 3) 조직 및 인력

#### ○ 조직

- 모든 재단은 3개의 공통된 조직인 경영-예술-문화(본)부를 구성함(단 경기도는 문화와 예술을 합하여 문화예술본부를 운영함)
- 서울, 경기, 인천은 문화예술교육 본부(센터)를 운영함(서울 예술교육본부, 인천 문화예술교육지원센터, 경기 지역문화교육본부를 운영함(부산은 생활본부 내 문화예술교육지원센터 운영))
- 서울은 직접 운영하는 창작시설을 총괄하는 창작기반본부를, 부산은 문화유산팀(생활문화본부 내)과 정책연구센터 등을, 인천은 인천문화유산센터를, 경기도는 지역문화교육본부 등을 운영하는 게 특징임
- 서울은 창작기반본부를 통해 예술인 창작을 위한 공간지원을, 부산은 재단사업을 위한 연구를 추진하는 점이 특징임
- 인천은 문화시설을 운영하지만 서울처럼 본부체계가 아니라 시설(공간)별로 운영하며, 평화문화예술교류사업단을 운영하는 특징이 있음
- 경기도는 지역문화교육본부 내에서 지원센터를 운영할 뿐 아니라(한국문화예술교육진흥원과 협력사업 진행하는 것으로 위 4개 재단 모두 운영), 지역문화실-정책사업실-공공예술팀을 운영하는 구조가 특이함

〈표 4-7〉 주요 광역문화재단의 조직

서울	부산	인천	경기
경영기획본부	기획경영실	경영본부	경영본부
경영기획팀 인사팀 재무회계팀 시설안전팀 홍보IT팀	기획홍보팀 경영지원팀 재정관리팀	전략기획팀 경영지원팀	경영기획실 인사팀 경영지원실 IT 홍보팀 - 경기사이버도서관
예술지원본부	예술진흥본부	창작지원부	문화예술본부
예술기획팀 예술지원팀 융합예술팀	예술지원팀 - 부산예술인복지지원센터 문화공간팀 청년문화팀 뉴텍Tf팀		예술진흥실 생활문화팀 - 경기생활문화센터 경기창작센터팀 예술인지원팀 - 경기예술인지원센터
문화시민본부	생활문화본부	시민문화부	지역문화교육본부
지역문화팀 생활문화팀 축제팀 서울거리예술창작센터 시민청팀	문화공유팀 문화교육팀 - 부산문화예술교육지원센터 문화유산팀	인천문화예술교육지원센터	지역문화실 정책사업팀 예술교육팀 - 예술교육지원센터 공공예술팀
예술교육본부			
예술교육팀 서울문화예술교육지원센터 용산예술교육센터			

서울	부산	인천	경기
서서울예술센터 관악어린이창작놀이터			
창작기반본부	정책연구센터	인천문화유산센터	소속기관
문래예술공장 금천예술공장 신당창작아케이드 서울연극센터 서울무용센터 서교예술실험센터 연희문학창작촌 잠실창작스튜디오		인천아트플랫폼 트라이보울 한국근대문학관 평화문화예술교류사단	경기문화재단연구원 경기도박물관 경기도미술관 백남준아트센터 실학박물관 전곡선사박물관 경기도어린이박물관 뮤지엄지원

## ○ 인력

- 계약직을 포함한 재단 인력은 편차가 많은 편임
- 경기도가 월등히 많은데 이것은 계약직 포함 기타인력이 70%를 차지하기 때문임(정규직 인원은 경기 187명, 서울 173명으로 큰 차이는 없음)

〈표 4-8〉 주요 광역문화재단의 인력

	직원수			조직
	계	정규직	기타(계약직 등)	
서울문화재단	226명	173명	38명	2실 5본부
부산문화재단	71명	35명	36명	1센터 1실 2본부 9팀
인천문화재단	80명	46명	34명	2실 3부 2센터 3관
경기문화재단	614명	187명	427명	2실 1센터 3본부 7소속기관

\* 출처: 문화체육관광부(2021b), 「2020 전국문화기반시설 총람」, 868쪽

〈표 4-9〉 주요 광역문화재단 정규직 정원대비 지자체 지원금

	서울	부산	인천	경기
정규직 정원 a <sup>1)</sup>	173명	35명	46명	187명
전체 직원수 b <sup>1)</sup>	226명	71명	80명	614명
지자체 지원금 c <sup>1)</sup>	574억원	203.8억원	178억원	391.8억원
지자체 지원금 d <sup>2)</sup>	501억원	183억원	166억원	713.5억원
지자체 지원금 e <sup>3)</sup>	420억원	195억원	156억원	396억원
최근 3년간 지자체 지원금 합계 c+d+e	1,495억원	582억원	500억원	1,501억원
$\{(c+d+e) \div 3\} \div a$	2.9억원	5.5억원	3.6억원	2.7억원
$\{(c+d+e) \div 3\} \div b$	2.2억원	2.7억원	2.1억원	0.8억원

\* 출처: 문화체육관광부(2021b), 「2020 전국문화기반시설 총람」 2018년~2020년

1) 2020년 1월 1일 기준

2) 2019년 1월 1일 기준

3) 2018년 1월 1일 기준



## 4) 예산

- 문화재단 예산에서 서울은 1,403억 원, 경기도는 1,136억 원으로 규모가 크지만, 인천 363억 원, 부산 329억 원으로 차이가 큼
- 출연금이 문화재단 예산에서 차지하는 비중은 편차가 많음
  - 서울은 40.9%, 경기도는 33.8%, 인천 21.8%, 부산 19.1%임
- 문화재단 예산이 시도예산에서 차지하는 비중은 4개관 모두 0.2%이며, 시도의 문화관광 예산에서 비중은 서울(10.1%), 부산(5.9%), 인천(5.8%), 경기도(4.6%)임
  - 문화재단 예산의 편차는 따라서 시도예산 총액에 따른 것으로 이해할 수 있음

〈표 4-10〉 주요 광역문화재단 예산

단위: 백만원

	서울	부산	인천	경기
문화재단 예산 A	140,370	32,976	36,343	113,609
출연금 B	57,406	6,298	7,931	38,360
보조금수익 C		25,580	21,606	
대행사업수익 D	53,395			59,455
사도 예산 E	57,038,640	19,069,490	17,413,404	68,450,930
문화 및 관광 예산 F	1,390,831	555,876	625,982	2,496,618
문화예술 f	615,002	301,519	199,823	1,051,709
관광	97,478	34,451	40,168	185,154
체육	381,142	180,065	357,827	838,341
문화재	214,031	36,467	23,094	183,545
문화 및 관광일반	83,178	3,373	5,069	237,869
출연금 비율 B/A	40.9%	19.1%	21.8%	33.8%
출연금+보조금(대행사업수익) 비율(B+C+D)/A	78.9%	96.7%	81.3%	86.1%
문화재단 예산 비율(시도예산 대비) A/E	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
문화 및 관광 예산비율(시도 예산 대비) F/E	2.4%	2.9%	3.6%	3.6%
문화재단 예산 비율(문화관광 예산 대비) A/F	10.1%	5.9%	5.8%	4.6%
문화재단과 사도 문화예술 예산(문화예술 예산 대비) A/f	22.8%	10.9%	18.2%	10.8%

\* 출처: 문화재단 예산 A, 출연금 B, 보조금수입 C, 대행사업수익 D는 문화재단 홈페이지 경영공시 예산총괄표 2020년 예산 기준<sup>59)</sup>  
시 예산 E, 문화 및 관광 예산 F, 문화예술 f는 지방재정 365 홈페이지 2020년 기준

59) 서울, 부산은 예산에 대한 정확한 설명 없음. 인천은 2020년 6회 추경예산 기준, 경기도는 기정예산액 기준

## 5) 문화자원

- 공연장은 서울이 압도적으로 많고, 미술관 및 박물관은 경기도가 가장 많음(189개)
  - 공연장: 서울(379개), 경기(161개), 부산(64개), 인천(43개)
  - 미술관 및 박물관: 경기(189개), 서울(179개), 부산(39개), 인천(33개)
  - 500석 이상/1,000석 이상 공연장: 서울(63개/19개), 경기(47개/15개), 부산(9개/4개), 인천(8개/2개)임
- 공연장에 비해 박물관 및 미술관이 경기도가 서울보다 많은 것은 공공시설이 많은 데서 기인함
- 인구 10만 명당 문화시설 수를 살펴보면 다음과 같은 특징이 있음
  - 공연장: 서울이 개체 수뿐 아니라 인구로 환산해도 많지만, 경기도는 개체 수는 많지만, 인구로 환산하면 부산과 인천보다 적음
  - 도서관: 도시별 차이가 거의 없음
  - 미술관: 서울 0.5개, 경기도 0.4개이며, 부산과 인천이 0.2개임
  - 박물관: 서울 1.3개, 인천 및 경기 1.0개, 부산 0.9개로 차이가 크지 않음
- 이처럼 경기도 내에 공연장, 박물관/미술관이 많지만, 인구로 환산하면 부산-인천과 차이가 크지 않음

〈표 4-11〉 주요 광역시 문화공간

		서울	부산	인천	경기
문화공간	공연장 <sup>1)</sup>	379	64	43	161
	주요 도서관 <sup>2)</sup>	2536	1088	867	4277
	국립	4	0	0	1
	공공	188	47	55	286
	작은	954	406	276	1,508
	대학	88	26	12	82
	학교	1,302	609	524	2,400
	문화원	25	15	10	31
	문화의집	5	0	1	10
	미술관	48	8	5	53
	국립공립	8	2	2	12
	사립대학	40	6	3	41
	박물관	128	31	28	136
	국립공립	31	13	15	56
	사립대학	97	18	13	80

\* 출처: 1) 공연장: 문화체육관광부 홈페이지 2020 등록공연장 현황(2019년 기준)

2) 도서관: 문화체육관광부 국가도서관통계시스템 2020년

그 외 자료는 문화체육관광부(2021), 「2020 전국문화기반시설 총람」

〈표 4-12〉 주요 광역시 국립, 공공 500석 이상 공연장

	서울	부산	인천	경기
500석 이상 공연장	63	9	8	47
1,000석 이상 공연장	19 - 세종문화회관 대극장 3,022석 - 예술의전당 콘서트홀 2,596석 - 올림픽홀 2,452석 - 예술의전당 오페라극장 2,340석 - 롯데콘서트홀 2,036석 - 대양홀(세종대) 2,030석 - 동해문화예술관 대극장 2,005석 - 블루스퀘어(Blue Square) 뮤지컬공연장 1,767석 - KBS홀 1,661석 - 잠실종합운동장(위월락류)전용 로열씨어터 1,487석 - 블루스퀘어(Blue Square) 콘서트공연장 1,400석 - 디큐브아트센터(디큐브씨어터) 1,242석 - 충무아트센터 대극장 1,231석 - 샤롯데 씨어터 1,227석 - 우리금융아트홀(올림픽역도경기장) 1,184석 - LG아트센터 1,103석 - 유니버설 아트센터 1,082석 - 광림아트센터 BBCH홀 1,006석 - 예술의전당 토월극장 1,004석	4 - 금정문화회관 1,198석 - 부산광역시문화회관 대극장 1,417석 - 드림씨어터 1,727석 - 부산시민회관 대극장 1,606석	2 - 아트센터 인천 콘서트홀 1,727석 - 인천문화예술회관 대공연장 1,332석	15 - 삼천리대극장(서울랜드) 2,858석 - 고양아람누리 아람극장 1,887석 - 성남아트센터 오페라하우스 1,808석 - 안산문화예술의전당 해돋이극장 1,592석 - 경기아트센터 대극장 1,541석 - 고양아람누리 아람음악당 1,449석 - 용인포은아트홀 1,258석 - 고양아람누리 어울림극장 1,218석 - 이천아트홀 대공연장 1,200석 - 군포문화예술회관 수리홀 1,134석 - 안양아트센터 관악홀 1,126석 - 성남아트센터 콘서트홀 1,102석 - 부천시민회관 대공연장 1,041석 - 남한산성아트홀 대극장 1,038석 - 의정부예술의전당 대극장 1,025석

\* 출처: 문화체육관광부 홈페이지, “2020 등록공연장 현황(2019년 기준)”

〈표 4-13〉 주요 광역시 인구 10만명당 문화공간 보유 현황

	서울	부산	인천	경기
공연장	3.9	1.9	1.5	1.2
도서관	11.9	13.4	11.2	13.4
문화원	0.3	0.4	0.3	0.2
문화의집	0.1	0.0	0.0	0.1
미술관	0.5	0.2	0.2	0.4
박물관	1.3	0.9	1.0	1.0

\* 도서관(국립, 공공, 작은도서관의 합계 기준), 박물관미술관(국립·공립, 사립·대학 합계 기준)

\*\* 인구수는 2020년 12월 주민등록인구 통계 기준(행정안전부 자료)

○ 운영기관은 창작공간을 운영하는 서울이 많으며, 경기도는 박물관 중심임

서울	부산	인천	경기
[창작공간] 금천예술공장 관악어린이창작놀이터 대학로연습실	[창작공간] 감만창의문화촌 홍티아트센터 원도심 창작공간 또따또가	인천공연예술연습공간 생활문화센터 칠통마당 인천문화예술교육지원센터 우리미술관	경기도박물관 경기도미술관 백남준아트센터 실학박물관

서울	부산	인천	경기
문래예술공장 블랙박스 공공(가칭) 삼일로창고극장 서교예술실험센터 서서울예술교육센터 서울거리예술창작센터 서울무용센터 서울연극센터 서울예술교육센터 시민청 신당창작아케이드 연희문화창작촌 예술청 잠실창작스튜디오 청년예술청	부산공연예술연습공간  [문화공간] 사상인디스테이션 조선통신사 역사관 한성1918-부산생활문화센터 F1963 도시철도북하우스 민락인디트레이닝센터	인천아트플랫폼 인천문화유산센터 트라이보울 한국근대문학관 청년문화창작소	전곡선사박물관 경기도어린이박물관 경기북부어린이박물관 경기문화재단연구원

## 2. 기초문화재단

- 기초문화재단은 성남이 속해 있는 경기도 시(市) 단위 현황을 주로 살펴보고, 간략하게 서울의 구(區) 단위를 살펴봄
- 경기도내 기초문화재단은 인구규모 등을 고려하여 성남과 유사한 수원, 고양, 부천을 살펴봄
- 기초자치단체 문화재단들의 경우, 중장기 발전계획을 수립하여 이를 기반으로 재단 활동 방향을 설정하고 체계적 사업 및 활동들을 체계화하려는 노력을 기울이고 있음
  - 중장기 발전계획 사례들의 시간적 범위는 짧게는 5년에서부터 길게는 100년(부천문화재단)을 제시한 경우도 있음
  - 주로 포함되는 내용으로는 미션, 비전, 가치, 목표(또는 기본 방향), 추진전략(또는 추진과제) 등이 제시됨

### 1) 비전 및 미션

〈표 4-14〉 경기도내 주요 기초문화재단의 비전 및 미션

구분	비전	미션
성남문화재단	특화된 예술, 함께하는 문화	역동적 기획과 문화콘텐츠 다양화, 시민의 지혜로 여는 성남형 생활예술
수원문화재단	다시 찾고 싶은 수원, 함께하는 문화예술	예술진흥과 역사/전통문화 활성화를 통한 시민 문화복지 구현
고양문화재단	고양시민의 삶과 문화를 잇는 든든한 다리	고양시민 문화복지 구현과 고양시 문화예술 진흥
부천문화재단	즐거운 나, 행복한 도시	

\* 출처: 각 문화재단 홈페이지

- 비전은 활동의 결과로 성취될 미래상을, 미션은 현 단계에서 조직이 제공하고 있는 서비스에 대한 설명을 제시하는데, 우리나라 대부분의 문화재단에서는 비전과 미션의 의미가 명확히 구분되지 않으며 혼합되어 사용되고 있는 모습을 보임
- 비전의 경우, 활동의 결과로 성취될 미래상을 구상함에 있어 서비스 대상의 미래 변화 모습을 제시하는 경우와 서비스를 제공하는 기관의 미래상을 제시하는 경우로 분류됨
  - 일반적으로는 서비스 대상의 미래 모습을 제시하는 경우가 더 많으나 중앙부처의 문화관련 공공지원기관의 경우 여러 기관이 유사한 미래상을 제시하게 될 가능성이 많아 기관의 미래상으로 제시하는 경우도 나타남
- 경기도 주요 문화재단 비전에는 일반적으로 행복, 시민, 문화, 예술과 같은 개념이 활용되지만, 재단이 수행하는 사업이 특정한 영역에 강조를 두고 이루어지는 경우 이러한 내용이 반영되기도 함
  - 수원문화재단은 시민뿐 아니라 방문자(여행자)에게 매력적인 도시 조성에 역점을 두고 있음 (수원문화재단의 조직이 화성관광국, 문화국, 문화도시센터로 구성됨)
  - 수원문화재단은 축제 및 관광육성에 강조점을 두고 있으며, 화성이란 문화유산을 매개로 시민뿐 아니라 방문객에게 매력 있는 도시를 만드는 것을 추진하고 있음
  - 고양문화재단은 일상과 문화의 조화를 꾀하고자 하며, 이를 문화복지라고 표현함
  - 부천문화재단은 문화를 통한 '나'의 발견, 그리고 이것을 행복으로 연결시킴

〈표 4-15〉 수원문화재단 전략 체계(2021)

미션	예술진흥과 역사 전통문화 활성화를 통한 시민문화복지 구현		
비전	다시 찾고 싶은 수원, 함께하는 문화예술		
2021 경영목표	재단 운영 고도화 수원문화재단 브랜드 강화, 지속가능 체질 개선	법정 문화도시 지정 예비 문화도시 운영, 예술지원 체계 고도화	전략적 관광활성화 수원화성 관광 확대·재생산 계획, 체류형 관광활성화
3대 전략방향	재단 지속가능 체질개선	문화예술 진흥	수원형 관광 플랫폼 개발
12대 전략과제	수원문화재단 브랜드 강화	인문 문화도시 수원 기본인프라 구축	체류형 관광활성화를 위한 콘텐츠 개발
	재정개선을 위한 방편 마련	문화예술 창작 고도화 및 생활문화 활성화	수원화성 관광 확대·재생산 계획 수립
	포스트 코로나 시대 대비	수원SK아트리움 브랜드 강화	전통문화 활용 전시·체험 활성화
	창립 10주년 준비 (지속가능한 체질 개선)	어린이도서관 융·복합 문화거점 공간 강화	국내·외 관광객 개발

\* 출처: 수원문화재단(2021a), “2021년도 주요업무계획보고”, 5쪽

〈표 4-16〉 고양문화재단 추진 계획(2021)

미션	고양시민 문화복지 구현과 고양시 문화예술 진흥			
비전	고양시민의 삶과 문화를 잇는 든든한 다리			
핵심가치 (경영방침)	향유 문화다양성 실현	참여 시민문화주권 확보	확산 창의성 발휘	책임 공동체성 형성
경영목표	문화참여 시민수	고객만족도	가동률	사업목표 달성률
전략목표	문화향유 확대	고객만족경영 실현	유무형 문화예술 인프라의 도시내 확산	소통하는 조직 문화 구축
전략방향	소수와 다수를 잇는 공존문화	사람과 사람을 잇는 생활문화	도시자원을 잇고 늘리는 협력문화	자율과 책임을 잇는 신뢰문화
전략과제	1.1. 다양다감 (多樣多感)	2.1. 우리동네 소.확.행(小.確.幸.)	3.1. 상생협력 (相生協力)	4.1. 몸튼튼, 마음든든
	1.2. 이심전심 (以心傳心)	2.2. 우리동네 예술가	3.2. 잇GO 늘리GO	4.2. 유비무환 (有備無患)
	1.3. 동행동행 (同行同幸)	2.3. 동동곡곡 (洞洞曲曲)	3.3. 온고지신 (溫故知新)	4.3. 같이가치

\* 출처: 고양문화재단(2021), “2021년도 경영목표 및 예산편성방향”, 1쪽

〈표 4-17〉 부천문화재단 목표와 주요 추진 방향(2021)

비전	즐거운 나, 행복한 도시		
행정환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 팬데믹이 불러온 사회경제적 위기와 뉴노멀 시대</li> <li>- 정부 ‘한국판 뉴딜 종합계획’과 ‘따뜻한 연결 사회를 위한 비대면 시대의 문화전략’ 발표</li> <li>- 문화를 통한 삶의 관계망 회복 및 문화안전망 강화 요구</li> <li>- 지속가능한 지역문화 발전 및 시민 문화 체감 증진을 위한 법정 문화도시 사업 추진</li> </ul>		
중점 추진방향 (3대 목표)	시민 주체 문화예술 즐김	문화 공공성 확립	협력적 거버넌스 구축
중점 추진방향 (6대 핵심과제)	문화예술로 즐거운 일상 만들기	다양한 문화공동체 공존 실현	문화예술 공감을 위한 정책 역량 강화
	자유로운 창작 생태계 조성	상호존중 문화 실현	열린 조직 문화를 통한 지속 가능한 경영문화 수립

\* 출처: 부천문화재단(2021b), “2021년도 주요 업무계획”, 2쪽

## 2) 설립 조례와 주요사업

- 재단별 설치조례는 조례명이 동일하며, 주요사업이 거의 비슷함
- 성남은 다른 기초자치단체 재단과 다르게 문화유산의 보존 및 육성이 포함돼 있음(수원은 문화유산을 수원화성으로 특화함)
- 성남과 수원은 문화예술의 국내외 교류사업이 포함됨

〈표 4-18〉 경기도내 주요 기초문화재단 설치 조례와 주요 사업

재단명	설립일 (등기기준)	설치조례	주요 사업
성남 문화 재단	2004.12.01	성남시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술의 창작보급과 조사연구</li> <li>- 문화예술의 국내외 교류사업</li> <li>- 문화유산의 보존 및 육성</li> <li>- 성남아트센터의 운영 및 관리</li> <li>- 성남시시민회관의 운영 및 관리</li> <li>- 기타 문화예술진흥 발전을 위하여 성남시장이 위탁하는 사업</li> </ul>
수원 문화 재단	2011.12.07	수원시 재단법인 수원문화재단 설립 및 운영 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술의 창작보급 및 문화예술 활동의 지원</li> <li>- 문화예술관광 진흥을 위한 정책개발 지원의 사업시행</li> <li>- 수원화성 시설의 운영·관리 및 수익사업</li> <li>- 관광활성화를 위한 공연, 관광안내, 콘텐츠 개발</li> <li>- 문화예술단체의 활동 지원 및 국내·외 문화예술 교류</li> <li>- 전통문화예술의 전승과 문화유산 발굴, 보존</li> <li>- 수원 SK아트리움의 운영 및 관리&lt;신설 2013.07.31&gt;</li> <li>- 수원시장이 위탁하는 사업</li> <li>- 그 밖의 문화재단 목적달성에 필요한 사업</li> </ul>
고양 문화 재단	2004.01.15	고양시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고양어울림누리 내 문화시설의 관리 및 운영</li> <li>- 고양아람누리의 관리 및 운영</li> <li>- 문화예술과 전통문화의 창작보급·진흥활동 및 지원</li> <li>- 문화예술 관계 자료의 수집·관리·보급 및 조사 연구</li> <li>- 문화예술진흥을 위하여 고양시장이 위탁하는 사업</li> <li>- 문화예술진흥을 위한 정책개발지원 및 정책사업 시행</li> <li>- 고양문화재단의 설립목적 달성을 위하여 필요한 사업</li> </ul>
부천 문화 재단	2001.09.27	부천문화재단 설립 및 운영조례	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부천시 복사골문화센터 및 부천시시민회관의 운영 및 관리</li> <li>- 문화예술진흥을 위한 정책개발 지원과 자문</li> <li>- 시민 문화예술 교육 및 활동 지원</li> <li>- 지역문화전문인력의 양성 및 지원</li> <li>- 지역문화예술단체 지원 및 활성화사업 추진</li> <li>- 지역문화 협력 및 연계 교류에 관한 업무</li> <li>- 시민 생활문화 진흥 및 활성화 사업</li> <li>- 문화예술진흥을 위하여 부천시장이 위탁하는 사업과 문화시설의 운영 및 관리</li> <li>- 그 밖에 시장이 특별히 필요하다고 인정하는 사업</li> </ul>

\* 출처: 법제처 국가법령정보센터

### 3) 조직 및 인력

#### ○ 조직

- 성남은 다른 문화재단과 비교하여 예술국과 문화국이 분리된 형태로 운영되는 특징이 있음
- 이것은 성남아트센터의 위상과 역사에 따른 것으로 보이는데, 이것의 적절성에 대한 논의가 필요함

〈표 4-19〉 경기도내 주요 기초문화재단 조직

성남	고양	수원	부천
경영국	예술경영지원본부	화성관광국	경영기획본부
경영지원부 경영기획부 미래전략부 홍보미디어부	인사혁신팀 정책기획팀 경영지원팀 안전시설팀 영상미디어센터(위탁)	기획경영부(기획홍보팀, 경영지원팀, 회계팀) 화성사업부(화성공연팀, 화성콘텐츠팀) 관광사업부(관광마케팅팀, 관광육성팀, 관광운영팀) 전통사업부(전통기획팀, 전통교육팀, 한옥운영팀)	경영지원부 기획홍보부 문화시설부
예술국	문화예술사업본부	문화국	문화예술본부
공연기획부 무대운영부 전시기획부	공연사업팀 교육전시팀 지역문화팀 생활예술팀 무대운영팀 생활문화센터문예회관(위탁)	문화예술부(예술창작팀, 예술교육팀) 공연부(운영관리팀, 공연기획팀, 무대기술팀) 책문화부(슬기샘·지혜샘바른샘 도서관) 수원미디어센터(미디어교육팀, 공동체미디어팀)	문예진흥부 문화도시사업부 공연기획부 무대운영부
문화국		문화도시센터	시민문화본부
창작지원부 생활문화지원부 문화예술교육부			문화예술교육부 생활문화지원센터 시민미디어센터
생활문화예술 교육센터			
운영팀 창의교육팀 건립보수팀			

#### ○ 한편, 문화재단 조직도에서 부서명으로 사업 유형을 구분하면 크게 네 가지 유형으로 나눌 수 있음

- A 유형: 공연·전시 기반 문화재단
- B 유형: 공공도서관 기반 문화재단
- C 유형: 축제·관광사업 기반 문화재단
- D 유형: 지역·생활문화 기반 문화재단

#### ○ 이에 따르면 성남문화재단은 전형적인 공연 및 전시기반 문화재단(A유형)이라고 볼 수 있는데, 최근 문화정책을 강조하면서 D유형의 성격이 나타나기 시작함



〈표 4-20〉 문화재단의 사업 유형 분석 및 대표 문화재단

	사업 유형	단위사업 부서명	대표 문화재단
유형 A	공연(장) 및 전시	공연전시팀 공연기획팀 전시기획팀 미술관팀 시각예술팀 예술단 운영팀 문예사업부 무대예술팀 시설무대팀 등	성남문화재단(공연기획부, 무대운영부, 전시기획부) 고양문화재단(공연사업팀, 교육전시팀, 무대운영팀) 서울중구문화재단(공연사업팀, 무대기술팀) 안산문화재단(공연예술부) 용인문화재단(공연전시팀, 무대예술팀)
유형 B	도서관 운영	도서관팀 (대표)도서관장+운영도서관(a, b, c, d 등) 책문화부 도서관운영지원팀 독서진흥팀 등	서초문화재단(도서관팀, 반포·내곡양재 도서관) 수원문화재단(책문화부) 부평문화재단(도서관본부) 금천문화재단(도서관운영팀)
유형 C	축제 × 관광육성	축제사업팀 시민축제팀 문화사업팀 관광기획팀 관광상권활성화팀 관광자원개발팀 관광마케팅팀 등	수원문화재단(화성사업부, 관광사업부) 안산문화재단(시민축제부) 김해문화재단(관광사업본부) 익산문화관광재단(관광자원개발팀, 문화예술축제팀)
유형 D	생활문화 × 문화도시	지역문화팀 생활문화팀 시민문화팀 문화센터 문화도시사업단 문화도시지원센터 복합문화지구 문화공간팀 등	부천문화재단(시민문화본부) 연수문화재단(생활문화팀) 경주문화재단(문화도시사업단) 완주문화재단(완주문화도시지원센터) 춘천문화재단(문화도시센터(본부))

\* 출처: 장석류(2021), “기초문화재단은 어떤 일을 하고 있을까”, 『웹진 예술경영 vol. 467』(예술경영지원센터)

#### ○ 인력

- 성남은 전체 직원수는 153명(공무직 60명)으로 고양(204명), 수원(178명)보다 적음
- 전체 직원수 대비, 정규직 정원 대비 지난 3년간(2018~2020년) 지자체 평균 지원금을 비교해보면 성남은 고양, 수원보다 높음

〈표 4-21〉 경기도내 주요 기초문화재단 인력과 조직

	직원수			조직
	계	정규직	기타(계약직 등)	
성남문화재단	153	93	60	1실 3국(경영국, 예술국, 문화국) 10부
고양문화재단	204	78	126	1본부(예술경영지원본부, 문화예술사업본부) 10팀
수원문화재단	178	115	63	2국(화성관광국, 문화국) 7부 21팀
부천문화재단	68	68	0	3본부(경영본부, 문화예술본부, 시민문화본부) 7부 2센터 1감사관

\* 출처: 문화체육관광부(2021b), 「2020 전국문화기반시설 총람」, 884쪽~888쪽

〈표 4-22〉 경기도내 주요 기초문화재단 정규직 정원대비 지자체 지원금

	성남	고양	수원	부천
정규직 정원 a <sup>1)</sup>	93명	78명	115명	68명
전체 직원수 b <sup>1)</sup>	153명	204명	178명	68명
지자체 지원금 c <sup>1)</sup>	248억원	159억원	270.23억원	71억원
지자체 지원금 d <sup>2)</sup>	248억원	149억원	119.7억원	71억원
지자체 지원금 e <sup>3)</sup>	218.5억원	144억원	91.2억원	61억원
최근 3년간 지자체 지원금 합계 c+d+e	714.5억원	452억원	481.13억원	203억원
$\{(c+d+e) \div 3\} \div a$	2.6억원	1.9억원	1.4억원	1.0억원
$\{(c+d+e) \div 3\} \div b$	1.6억원	0.7억원	0.9억원	1.0억원

\* 출처: 문화체육관광부(2021b), 「2020 전국문화기반시설 총람」 2018년-2020년

1) 2020년 1월 1일 기준

2) 2019년 1월 1일 기준

3) 2018년 1월 1일 기준

#### 4) 예산

- 출연금이 문화재단 예산에서 차지하는 비중은 79.3% 정도이며, 문화재단 예산이 전체 시 예산에서 차지하는 비중은 1.2%임
- 성남은 시 예산이 다른 지역보다 훨씬 많고, 시 예산 대비 문화재단 예산 역시 높은 편임
  - 시 예산이 많기 때문에 문화재단 예산이 많은 것인지, 아니면 문화에 대한 관심이 더 많은 것인지를 살펴볼 필요가 있음
  - 이것 못지않게 성남시민의 문화재단에 대한 만족도, 그리고 문화생활 만족도를 살펴볼 필요가 있음

〈표 4-23〉 경기도내 주요 기초문화재단 예산

단위: 백만원

	성남	고양	수원	부천
문화재단 예산 A	35,751	26,900	28,619	11,886
출연금 B	28,348	14,453	13,427	10,342
보조금수입	70	6,819	1,119	-
시 예산 C	3,005,653	2,697,544	2,662,725	2,084,543
문화 및 관광 예산 D	147,205	115,674	145,089	95,470
문화예술 d	77,193	57,972	43,284	53,654
관광	1,706	15,058	4,752	757
체육	65,456	32,288	55,053	40,036
문화재	2,851	5,157	2,377	1,023
문화 및 관광일반	-	5,199	39,621	-
출연금 비율 B/A	79.3%	53.7%	46.9%	87.0%
문화재단 예산 비율 A/C	1.2%	1.0%	1.1%	0.6%
문화 및 관광 예산비율 D/C	4.9%	4.3%	5.4%	4.6%
문화재단 예산비율 A/D	24.3%	23.3%	19.7%	12.4%
문화재단과 시문화예술 예산 A/d	46.3%	46.4%	66.1%	22.1%

\* 출처: 각 시문화재단 예산서(2021년 본예산 기준)

## 5) 문화자원

- 성남시의 일반적 문화시설 수는 수도권 내 도시와 비교하여 일반적 수준임
  - 문화기반시설이란 일반적 분류가 아니라 성남문화재단이 운영하는 위레스토리박스, 문화예술교육센터, 공공예술창작소, 청년예술창작소를 포함하면 개체 수가 적은 편은 아님
- 다만 500석 이상 공연장은 고양시, 수원시와 규모는 비슷하지만 시설수준이 높은 특성이 있음

〈표 4-24〉 경기도내 주요 기초문화재단의 문화공간

		성남시	고양시	수원시	부천시	경기도
문화공간	공연장	13	14	19	6	165
	도서관	16	18	28	15	281
	문학관	0	0	1	0	8
	문화원	1	1	1	1	31
	문화의집	2	1	0	0	9
	미술관	7	2	3	0	75
	박물관	3	4	7	9	119
	전시관	4	2	6	2	40
	복합문화공간	2 <sup>1)</sup>	0	3 <sup>2)</sup>	1 <sup>3)</sup>	16
	소계	48	42	68	34	744
생활문화	생활문화센터	1	3	4	2	22

		성남시	고양시	수원시	부천시	경기도
창작지원	예술창작공간-레시던시	7	4	9	3	71
	동네책방	5	11	14	7	76
	작은도서관	117	90	172	88	1,750
	소계	130	108	199	100	1,919
문화예술 축제	국제규모	0	1	0	4	
	국내규모	7	16	11	2	
	소계	7	17	11	6	
문화유산		60	79	67	8	1,118

\* 출처: 경기문화재단(2020b), 「한눈에 보는 경기도의 문화자원 2020」, 16-32쪽

- 1) 위례스토피아, 책테마파크
- 2) 수원전통문화관, 화서사랑채, 경기상상캠퍼스
- 3) 부천아트벙커B39

〈표 4-25〉 경기도내 주요 기초문화재단의 국립, 공공 500석 이상 공연장

	성남시	수원시	고양시	부천시
	3	5	4	2
500석 이상 공연장	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중앙공원 야외공연장 (고정객석 480석+잔디객석 최대 11,000석)</li> <li>- 성남아트센터 오페라하우스 (1,808석)</li> <li>- 성남아트센터 콘서트홀 (1,102석)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기아트센터 대극장(1,541석)</li> <li>- 수원SK아트리움 대공연장(950석)</li> <li>- 수원 제1야외음악당(고정관람석 796석+잔디관람석 10,000석)</li> <li>- 수원청소년 문화센터 온누리아트홀 (525석)</li> <li>- 경기아트센터 소극장(502석)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고양아람누리 아람극장 (1,887석)</li> <li>- 고양아람누리 아람음악당 (1,449석)</li> <li>- 고양어울림누리 어울림극장 (1,290석)</li> <li>- 고양아람누리 노루목야외극장(1,000석)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부천시민회관 대공연장 (1,041석)</li> <li>- 북사골문화센터 아트홀 (531석)</li> </ul>

\* 출처: 경기문화재단(2020b), 「한눈에 보는 경기도의 문화자원 2020」, 7쪽

〈표 4-26〉 경기도내 주요 기초문화재단의 인구 1만명당 문화자원 보유 현황

	성남시	고양시	수원시	부천시	경기도 내	
					최고	최저
문화공간	0.5	0.39	0.55	0.40	과천시 3.12	의정부시 0.26
생활문화 창작지원 공간	1.36	0.99	1.62	1.17	연천군 2.46	광주시 0.62
문화예술축제	0.07	0.16	0.09	0.07	동두천시 1.02	남양주시 0.03

\* 출처: 경기문화재단(2020b), 「한눈에 보는 경기도의 문화자원 2020」, 6-13쪽

#### ○ 축제

- 성남의 문화예술축제는 7개로 고양시와 수원시보다 적고, 수원시와 부천시는 경기관광 대표축제를 진행함

〈표 4-27〉 경기도내 주요 기초지자체의 문화예술축제 현황

		성남시	고양시	수원시	부천시	경기도
문화예술축제		7	17	11	6	181
경기관광대표축제		0	0	1**	1***	18
문화체육관광부선정	문화관광축제	0	0	1**	0	5
	예비문화관광축제	0	0	0	1***	2

\* 출처: 경기문화재단(2020a), 「경기도 문화자원 총서 2020」, 401-402쪽

\*\* 수원화성문화제

\*\*\* 부천국제만화축제

〈표 4-28〉 경기도내 문화예술축제 중 문화재단이 운영하는 축제

문화재단명	축제명	비고
고양문화재단	고양호수예술축제	2008년부터 총 11회 진행 / 10월경
	노루목 봄 페스티벌 <노루목페스티벌>	2018년부터 총 2회 진행 / 5월경 (페이지터너와 공동 주최)
	대한민국 막걸리축제	2003년부터 총 17회 진행 / 10월경
안산문화재단	ASAC공연예술제	2011년부터 총 10회 진행 / 6월경
	안산국제거리극축제	2005년부터 총 15회 진행 / 5월경
	여름미오페스티벌	2004년부터 총 17회 진행 / 8월경
안양문화예술재단	광복기념음악회	2012년부터 총 8회 진행 / 8월경
	안양충훈벚꽃축제	2003년부터 총 17회 진행 / 4월경
여주세종문화재단	명성황후송모제	1998년부터 총 22회 진행 / 11월경
	세종대왕 탄신 송모제	1977년부터 총 44회 진행 / 5월경
	한글날 문화행사	- / 10월경
오산문화재단	독산성 문화제	2010년부터 총 10회 진행 / 10월경
	오산천 두 바퀴 축제	2015년부터 총 5회 진행 / 4월경
용인문화재단	용인 생활문화축제 <생생주>	2017년부터 총 2회 진행 / 4월경
	용인거리축제	2015년부터 총 4회 진행 / 3월경
의정부예술의전당 의정부문화재단 (의정부음악극축제)	의정부음악극축제	2002년부터 총 19회 진행 / 5월경
	블랙뮤직페스티벌	2018년부터 총 2회 진행 / 8월경
	의정부 국제가야금축제	2013년부터 총 7회 진행 / 10월경
	천상병예술제	2004년부터 총 16회 진행 / 4월경
하남문화재단	하남여성문화축제	1989년부터 총 32회 진행 / 9월경
화성문화재단	품앗이 공연예술 축제	2009년부터 총 12회 진행 / 8월경

\* 출처: 경기문화재단(2020a), 「경기도 문화자원 총서 2020」, 404-438쪽 중 주최기관이 문화재단인 축제를 연구자가 편집

## 6) 서울시 기초문화재단 사례

- 서울시 문화재단의 경우 2021년 현재 25개 자치구 중 총 22개 기초 문화재단이 운영 하고 있음

## (1) 비전 및 미션

- 서울시 기초지자체(구) 문화재단의 비전을 살펴보면 다음과 같음
  - 행복을 강조하는 경향(광진, 마포, 서초, 양천, 은평, 종로)
  - 문화를 강조하는 재단과 문화예술을 강조하는 재단으로 나뉘볼 수 있음
    - 문화: 광진, 마포, 양천, 종로
    - 문화예술: 강북, 관악, 서초, 은평

〈표 4-29〉 서울시 기초문화재단 비전

구분	내용
강북문화재단	문화예술 감성 공유, 강북문화생태계 구축
관악문화재단	모두의 예술이 찬란한 문화로
광진문화재단	나누는 문화 행복한 문화 창의적인 문화
마포문화재단	문화로 더 행복한 도시 마포
서초문화재단	구민의 행복을 창조하는 문화예술 플랫폼
양천문화재단	행복한 문화도시, 양천
은평문화재단	문화로 소통하고 예술로 상상하는 행복한 은평
종로문화재단	문화행복 1등 도시 종로를 함께 만드는 문화파트너

\* 출처: 각 문화재단 홈페이지

- 서울시 기초지자체(구) 문화재단의 미션은 비전에 비하여 다양하게 나타남
  - 미션이 비전과 크게 다르지 않은 경우와, 구체성을 지닌 경우로 나눌 수 있음
  - 서초문화재단과 관악문화재단은 재단의 구체화된 미션을 보여줌

〈표 4-30〉 서울시 기초문화재단 미션

구분	내용
강북문화재단	문화와 예술의 향기가 넘치는 강북
관악문화재단	관악구의 문화예술 진흥과 구민의 문화복지 증진에 기여한다
광진문화재단	예술과 삶이 공존하는 광진문화플랫폼 구현
마포문화재단	창조적 역량과 소통을 통한 지역발전과 주민 문화복지 증대
서초문화재단	서초의 문화정체성을 바탕으로 주민들이 품격있는 문화예술을 창조하고 향유하게 함으로써 삶의 질을 높여 행복한 서초구를 만든다
성북문화재단	누구나 문화로 행복한 공동체 조성 / 주민과 예술가가 어우러지는 문화도시 구현
은평문화재단	주민이 참여하고 누리는 문화민주주의 실현
종로문화재단	문화예술로 종로구민의 '풍요로운 삶' 실현

\* 출처: 각 문화재단 홈페이지

## (2) 사업 영역

## ○ 서울시 기초문화재단의 사업 영역

- 서울시 기초문화재단은 광역문화재단의 사업 영역<sup>60)</sup>과 거의 차이가 없음
- 다만 광역문화재단은 예술 창작 지원 및 보급에 집중하는 경향이 있음
- 서울시 기초문화재단은 문화시설 관리/운영에 관련한 공연/전시/축제 등의 자체 기획 업무를 수행함

〈표 4-31〉 광역기초 문화재단 사업 영역 비교

광역문화재단	기초문화재단
문화예술창작/보급지원	자체제작/기획(공연/전시)
문화예술교육	문화예술교육
정책개발 및 교류	정책개발 및 교류
지역문화 진흥	지역문화예술진흥
도민 문화향유 증진	생활문화예술진흥
문화시설 관리/운영	문화시설 관리/운영/위탁
전통문화 계승과 발전	지역콘텐츠 개발
문화정보서비스	문화정보플랫폼
기금조성 및 기부 유치	지역파트너십
기타사업	예술단체 운영/지원
-	기타사업

## ○ 서울시 기초문화재단의 사업유형과 구체적 사업을 살펴보면 다음과 같음

## ○ 사업유형은 크게 지역문화 진흥, 생활문화 진흥, 문화예술교육, 콘텐츠 기획 및 운영, 시설 관리 및 위탁 등으로 나눌 수 있음

## ○ 기초문화재단은 이 같은 사업유형에 자치구의 특성을 감안하여 다양한 사업을 진행

〈표 4-32〉 서울시 기초문화재단 사업 유형 분류

사업유형	세부사업	사업사례
지역문화진흥	지역예술가 지원	공모를 통해 지역 예술가 발굴 및 무대 제공(도봉, 광진) 온라인 공간(SNS등)에서 지역 예술가 홍보 및 소개(관악) 신진/청년 작가 릴레이 전시(광진) 공간과 예술가를 매칭하여 창작 공간을 지원(은평)
	지역 예술가 역량 강화	지역기반 선후배 예술가들의 네트워크 마련(구로) 문화예술 교육사 현장역량 강화(동작)
	지역 문화 콘텐츠화	공모를 통해 지역 이야기 발굴하고 스토리텔러를 통해 구체화 및 아카이빙(금천, 동대문) - 금천: 독산동 일대 낡은 주거 공간 및 비어 있는 상업공간을 문화예술 창작 장소로 탈 바꿈시키는 '빈집 프로젝트'. 지역과 연계한 다양한 문화예술프로그램 진행 중
생활문화진흥	지역 동아리 지원	장소 제공 및 축제 지원을 통해 생활 예술 활성화를 도모(마포, 강동, 금천) - 마포: 주민예술가 1만 양성 프로젝트 '꿈의 무대'는 극단, 합창단, 무용단, 밴드 등 총 7개 장르로 구성되어 있음. 2015년부터 7600여명의 인원이 참여하고 있음 - 강동: 아트센터를 청소년, 아마추어 예술가 등에게 '완전' 개방을 목표로 함

60) 한국지역문화정책연구소(2020), 「지역문화재단 통계 및 지표체계 개발 연구」, 62쪽 재구성

사업유형	세부사업	사업사례
문화예술교육		- 금천: 동아리가 직접 운영하고 실행하는 '엄청나' 축제를 지원
	생활문화 협의체 구축	주민, 전문가 등으로 구성된 생활문화 지역 협의체 운영(강동, 관악, 동작, 도봉) - 도봉: 주민 사업 아이디어 공유 및 컨설팅 워크숍 '문화도시 씽킹랩' 진행. 주민 제안 사업에 대한 실행사업비 지원하는 '주민기획 100단' 기획
	기관 연계 예술 교육 프로그램 운영	한국문화예술교육진흥원 거점기관 '꿈의 오케스트라' 운영(구로, 성동, 성북, 중구) 세종문화회관 협력 뮤지컬단 운영 '세종 우리동네 뮤지컬단' 운영(동작, 구로)
문화예술교육	자체 교육 프로그램 기획/운영	어린이 대상 워크숍, 체험 프로그램(강북, 종로) 인구구조/생애주기별 프로그램 기획 - 송파: '인생학교' 여성편/신중년편/청소년편 운영 온/오프라인 아카데미 프로그램 운영 - 서초: 매학기 900여명 오프라인 수업 수강, 온라인 줌 수업 20~30개 운영
	역량 강화 교육	문화예술교육사 현장역량 강화 교육, 지역문화기획자 양성 프로그램 지역 권역별 문화매개자를 양성하여 지역 문화진흥에 기여(동대문)
	축제	지역의 역사 문화 자원을 축제와 연계시켜 브랜드화 추진 - 관악: 강감찬 축제, 노원: 수락산 문화제, 동대문: 선농대제 지역 환경/인프라를 축제 콘텐츠화 - 관악: 독립책방 거리 연계 축제, 동작: 도심속 바다축제(노랑진 수산시장 연계) - 노원: 등축제, 경춘선숲길 거리예술 페스티벌 트렌드를 축제 콘텐츠에 반영 - 동작: SNS영상챌린지 축제, 양천: 반려동물 관련 문화축제 전국 공모를 통한 축제 운영 - 강동: 스마트 도시 강동 디지털 아트 페스티벌, 노원 전국울스트리트 댄스대회 - 마포: 병영문화 활성화 프로젝트 '군팀싱어', 한글사랑 109초 손전화 영상 모듬, 홍대협력 제로 웨이스트 환경보호 디자인 공모전 개최 - 서초: 전국단위 청년 버스커 공모(서리풀 축제 일환, 2019년 120팀 선발)
콘텐츠 기획/운영	공연/전시	예산 절감을 위해 공동기획 프로그램 제작 - 관악: 모여라 덩동맨 - 번개맨 콘텐츠 공동 기획 기획 시리즈 다변화 - 서초: K-오페라(소규모 연주와 원곡 재해석), 동작: 여름엔 시콘서트(음악+문화)
	문화공간 다변화 및 온라인 스트리밍	공연/전시 장소 다변화 - 동작: 초등학교에서 가을 음악회 정기 개최, 강동: 경희대병원, 아트센터 주차장을 갤러리화하여 랜드마크 육성, 광진: 자동차극장에서 영화 상영 추진 공연/전시 온라인 스트리밍 및 극장의 디지털화 - 관악: 지역방송국과 연계하여 온라인 영상 제작/송출 - 도봉: 사이버 예술극장 개관(관객이 원하는 카메라 각도에서 관람 선택 가능) - 마포: 온라인 마포아트센터 개관(스트리밍 위주, 온라인 홍보 채널 다각화 추진)
	지역 내 다양한 시설을 운영/대관	서울시 기초문화재단의 50% 이상이 예술회관, 아트센터를 직접 운영 - 구로 아트밸리, 노원문화예술회관, 마포아트센터, 충무아트센터(중구), 나루아트센터(광진), 성북 구립미술관, 소월아트홀(성동), 종로 어린이 극장 이외에 문화센터(강남: 15개소), 도서관, 체육시설(마포, 광진) 등 다양한 시설을 위탁운영
기타	지역 내 예술 단체 및 학교 기업 등과의 파트너십	지역 예술단체와의 협업을 통한 특화된 예술콘텐츠 개발(광진) 학·연·산·민 협력을 통한 리빙랩 기반 R&D 기획 추진(동대문) 지역 대학교 연계 - 동대문: 한국외대, 경희대, 서울시립대 등 지역내 대학 동아리 연합축제 지원 - 성동: 한양대와 함께하는 오페라 뮤지컬 공연 - 종로: 벽산엔지니어링과 함께하는 어린이 병원 인형극장 - 중구: 한국영화감독조합과 공동주최하여 감독들과 토크쇼 진행 예술단체 지원/운영: 구립 예술단체에 공간을 지원하거나 직접 운영, 또는 상주예술 단체와 협력하는 형태



사업유형	세부사업	사업사례
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 강남: 강남심포니, 강남합창단 기획/운영</li> <li>- 광진/서초: 공연장 상주예술단체 운영(협약 기간 있음)</li> <li>- 강북: 시니어/여성/소년소녀 합창단, 실버악단, 청소년 오케스트라 지원</li> </ul>
	기업 메세나, 소액기부금 유치	기업 메세나, 문화나눔 등을 위한 소액기부금을 유치(강남, 성동, 종로)
	문화예술정보 플랫폼 운영	지역 문화예술 정보를 찾아볼 수 있는 시스템을 구현하고, 지역 네트워크 및 문화 허브로서의 역할 수행(강남, 성동, 금천)
	재단 브랜딩 강화	재단 브랜딩 강화를 위한 자체 홍보물 자료 제작(강남, 동대문) 대학생 홍보 서포터즈 운영, 연 2회 기자간담회 운영(광진)

### 3. 분석 및 시사점

#### 1) 광역문화재단

##### (1) 광역문화재단의 업무

- 17개 광역문화재단의 업무 내용은 유사함
- 17개 광역문화재단(세종특별자치시 포함)의 업무는 열 가지 정도로 구분할 수 있는데, 17개 재단에서 문화예술창작·보급지원, 정책개발 및 교류 사업을 수행하고, 16개 재단(충북 제외)에서 문화예술교육 사업을 수행함
  - 이밖에도 전통문화 계승과 발전사업(13개 재단), 지역문화진흥 사업(12개), 시민문화향유 증진 사업(9개) 등이 문화재단의 보편적 사업임
- 17개 광역지자체에 모두 문화재단이 설립 운영되는 것은 두 가지를 의미함
  - 첫째, 광역지자체 정책에서 문화(정책)의 중요성을 모든 지자체가 인지하고 있음을 보여줌
  - 둘째, 문화(정책)는 다른 영역 정책과 구분되는 고유한 특성이 있기 때문에 전문성 있는 문화재단에서 정책과 사업을 개발하고, 운영하는 것이 적합함
- 따라서 전문성을 지닌 문화재단이 지자체와 협력하여 문화정책 영역에서 연구-계획 수립-프로그램 개발-사업 평가 등에 보다 적극적으로 참여하기도 함
- 연구 및 계획수립, 프로그램 개발뿐 아니라 문화재단은 지자체와 협력하여 구체적 사업을 수행하기도 하는데, 지자체 담당부서와 협력이 항상 유기적으로 이뤄진다고 보기는 어려운 측면도 있음

##### (2) 개별 광역문화재단의 특징

- 17개 시도의 문화재단과 마찬가지로 4개 지역(서울, 부산, 인천, 경기) 문화재단 역시 문화예술 창작 및 보급 지원(예술인 및 예술단체 지원), 시(도)민의 문화향유 증대, 문화예술교육 활성화 등을 기본업무로 함
- 이밖에 광역지자체별(창작)문화공간 관리를 하기도 하고, 예술을 넘어서 문화유산 관련 업무를

### 수행하기도 함

- 4개 지역 문화재단은 문화(예술)의 플랫폼을 지향하고 문화와 일상의 조화, 문화예술교육을 통해 행복을 지향하는 경향이 나타남
- 4개 지역 광역재단은 이처럼 지역 주민이 일상 속에 문화예술을 접할 수 있는 기회를 많이 제공하여, 이를 통해 문화도시를, 궁극적으로는 문화예술을 통한 행복을 지향함
- 재단의 주된 조직은 경영-예술-문화의 세 가지 영역으로 구분되며, 지역마다 약간의 특징이 있음
  - 서울은 창작시설 지원하는 창작기반본부, 부산은 문화유산팀을, 인천은 인천문화유산센터, 경기도는 경기학센터를 운영하는 게 특징임
- 문화재단 예산이 시도예산에서 차지하는 비중은 4개 기관 모두 0.2%임
  - 각 시도의 문화관광 예산에서 비중은 서울(10.1%), 부산(5.9%), 인천(5.8%), 경기(4.6%)인데, 이것은 각 시도의 문화관광정책에서 재단이 차지하는 역할이라고 볼 수 있음

## 2) 기초문화재단

### (1) 경기도 기초지자체(시) 문화재단

- 경기도 시 단위 문화재단(수원, 고양, 부천)을 성남과 비교하면 다음과 같은 특성이 있음
- 4개 기초재단의 조례명은 동일하며(00시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례), 사업내용 역시 크게 다르지 않으나, 단 성남은 문화유산 보존 및 육성이 포함되며, 수원은 문화유산 발굴 보존뿐 아니라 수원화성 시설 관리운영 및 수익사업이 포함됨
- 4개 기초재단의 조직은 문화예술이 하나의 본부(국)단위로 구성되는데, 성남은 예술국과 문화국을 분리하여 운영함
- 성남과 고양은 공연·전시기반 문화재단이며, 수원은 도서관운영 및 축제관광육성 문화재단이라고 볼 수 있음
- 한편 부천 생활문화 및 문화도시형 문화재단으로 볼 수 있는데, 최근 성남 역시 이 같은 유형의 성격이 많이 나타남
- 문화재단 예산이 시 전체 예산에서 차지하는 비율은 성남-고양-수원은 1.2% 수준으로 큰 차이는 없음(다만 성남시 전체 예산이 다른 지역보다 많아서, 성남문화재단 예산 총액이 많음)
- 성남의 문화시설 수는 수도권 내 도시와 비슷한 수준이고, 500석 이상 공연장 수는 많지 않으나 수준이 다소 높다고 볼 수 있음

### (2) 서울시 기초지자체(구) 문화재단

- 서울시 기초지자체인 구(區) 문화재단은 다음과 같은 특성이 있음
- 문화재단의 일반적 업무는 유사하지만 재단별 특화된 서비스와 대상이 있음
  - 강동: 인문도시, 중구: 뮤지컬, 종로: 어린이, 서초: 버스킹

- 문화재단은 지역의 문화예술의 정보 허브의 역할을 수행하고, 지역 문화 콘텐츠를 아카이빙 하는 기능을 강조하는 것은 예전부터 진행된 일이지만, 최근에는 이 영역이 온라인에서 많아지는 경향이 나타남
- 지역 내 기관 단체들과의 협력, 국내외 기관들과 정책 개발 교류가 증가하는 특성이 있음
- 최근 사회적 책임 및 라이프 스타일을 반영한 콘텐츠들이 나타나기 시작함
  - 예술의 사회적 책임 인식 강화에 따라 기후/생태계/에너지/난민/여성인권 등이 축제/공연/전시 콘텐츠에 반영되는 것이 세계적 추세이며, 일부 기초재단에서는 이와 관련된 사업을 진행함
- 기초 문화재단의 외연이 확대되는 경향이 있음
  - 축제 콘텐츠는 지역주민을 대상한 것에서 벗어나 전국 공모를 하는 경우가 많아지고 ‘국제 규모의 예술 축제’를 지향하는 사례도 있음
  - 공연/전시 유치에 있어서도 ‘명작’, ‘수준 높은 공연’에 초점을 맞추는 경향
  - 문화예술플랫폼 및 문화 허브의 기능을 강화하고 있음

### (3) 기초지자체 문화재단의 비전과 미션

- 경기도 기초지자체(시) 문화재단의 비전은 행복, 시민, 문화, 예술을 강조하는데, 재단별 특징이 있음
  - 수원문화재단은 시민뿐 아니라 방문자(여행자)에게 매력적인 도시 조성에 역점을 둠
  - 고양문화재단은 일상과 문화의 조화를, 부천문화재단은 문화를 통한 ‘나’의 발견을 행복으로 연결시킴
- 서울시 기초지자체(구) 문화재단의 비전은 거의 행복과 관련되며, 문화를 강조하는 재단과 문화예술을 강조하는 재단으로 나뉘볼 수 있음
- 서울시 기초지자체(구) 문화재단의 미션은 비전에 비하여 다양하게 나타나는데, 비전과 미션이 크게 다르지 않은 경우가 많으며, 일부 재단은 구체적 미션을 설정하기도 함
  - 예를 들어, 서초구 문화재단의 미션은 “서초의 문화정체성을 바탕으로 구민들이 품격 있는 문화예술을 창조하고 향유하게 함으로써 삶의 질을 높혀 행복한 서초구를 만든다”임
  - 참고로 서초구 문화재단 비전은 ‘구민의 행복을 창조하는 문화예술 플랫폼’임

## 제2절 해외 사례 분석

### 1. 해외 도시 발전 계획

- 해외 주요 도시들의 문화발전 전략들을 살펴보면, 문화적으로 매력적인 도시를 만들고 동시에 문화를 통해 도시 공간 자체를 더욱 창의적이고 개방적이며 유연한 공간으로 만들겠다는 목표를 설정하고 있음
  - 또한 문화를 통해 역점을 두는 부분은 비즈니스 섹터를 어떻게 더욱 키워나갈 수 있을지의 문제로 귀결. 창의적인 인력들이 계속 도시에 머무르며 도시를 활기차고 혁신적인 공간으로 재정의해 나가는 것을 목표로 한다는 것을 발견할 수 있음
- 미래 변화에 대응하여 뉴욕, 시카고, 런던, 동경과 같은 해외 도시들은 다음과 같은 발전계획들을 수립함
  - 뉴욕은 열린도시, 녹색 도시를 주요 추진 전략으로 삼음
  - 시카고는 지역사회(공동체)의 공동체성 및 효율적 거버넌스에 초점
  - 런던은 성장, 번영 등을 강조하며 도시의 지속 가능성을 강조
  - 동경은 도시의 활력과 환경과의 공생을 강조

〈표 4-33〉 세계 주요 도시 미래상

구분	미국 뉴욕	미국 시카고	영국 런던	일본 동경
목표연도	2030년	2040년	2020년	2025년
수립연도	2007년	2010년	2008년	2009년
목표인구	910만 명	1,100만 명	810만 명	1,280만 명
도시 미래상	더 푸르고, 더 위대한 뉴욕 (A Greener, Greater, New York)	지속가능한 번영 (Sustainable Prosperity)	지속가능한 세계도시 (Sustainable World City)	세계의 모범이 되는 매력과 활력을 갖춘 환경선진도시 동경의 창조
추진전략 (핵심이슈)	열린도시, 유지가능한 도시, 녹색도시	지역사회(공동체), 인적자원, 효율적 거버넌스, 지역 이동성	성장하는 도시, 살기좋은 도시, 번영하는 도시, 공평한 도시, 접근성이 높은 도시, 매력적인 녹색도시	도시활력의 유지·발전, 지구환경과의 공생, 녹지와 수변에 둘러싸인 새로운 도시공간의 재생
계획성격	종합계획이며 전략계획인 법정계획	시나리오를 통한 대안 제시형 비법정계획	장기발전 구상 및 정책을 담은 법정계획	정책유도형 전략계획으로 비법정계획

\* 출처: 성남시(2020c), 「2035 성남 도시기본계획」, 76쪽

## 2. 문화를 통한 도시 발전 전략

- 문화를 매개로 발전을 이끌기 위한 국제사회의 노력은 ‘유네스코 창의도시 네트워크’나 ‘세계도시 문화포럼’ 등의 노력에서 잘 살펴볼 수 있음
  - 창의성을 지속 가능한 도시개발의 전략적 요소로 간주하는 도시들과의 협력을 증진하기 위해 2004년에 설립된 ‘유네스코 창의도시 네트워크(UCCN)<sup>61)</sup> 유엔의 ‘지속가능 발전을 위한 2030 의제’ 이행을 위해 함께 노력해나가고자 함
  - 네트워크에 포함된 246개 도시들은 지역 차원에서 창의성과 문화산업을 도시 개발계획의 중심에 놓고, 국제적 차원에서 서로 협력하여 공동의 목표를 이루고자 함
  - ‘세계도시문화포럼’(World Cities Culture Forum, WCCF)<sup>62)</sup>은 2019년 <Culture and Climate Change Report><sup>63)</sup>를 통해 기후 변화에 대한 창의적 대응을 하고 있는 14개 회원 도시의 우수 사례를 제시함. 구체적으로는 창의적 프로그램 및 캠페인, 자원 및 지원, 파트너십 및 혁신, 정책 및 전략이라는 4가지 영역을 중심으로 소개함
  - 14개 도시에는 런던, 암스테르담, 뉴욕, 샌프란시스코, 케이프타운, 멜버른, 대만, 오슬로, 토론토, 더블린, 시드니, 에든버러, 오스틴, 라고스의 사례가 포함되어 있음
  - 보고서 사례들을 통해 도시들이 마주한 전 지구적 문제들을 해결해나감에 있어, 문화예술이 어떻게 창의적으로 기여할 수 있는지의 구체적인 적용 사례를 살펴볼 수 있으며, 도시 문제 및 글로벌 이슈 해결에 있어 문화와 예술의 창의적 영향력을 다시금 확인할 수 있음



[그림 4-1] 해외 도시 및 도시문화 발전계획 동향

61) 유네스코 창의도시 네트워크 홈페이지(<https://en.unesco.org/creative-cities>)

62) 세계도시문화포럼 홈페이지(<http://www.worldcitiescultureforum.com/>)

63) World Cities Culture Forum(2019), "Culture and Climate Change Report"

### 3. 해외 도시 사례

- ‘살고 싶고, 머물고 싶은 성남’으로 발전함에 있어 시사점을 공유할 수 있는 해외 문화도시로 미국 오스틴, 캐나다 토론토, 프랑스 낭트, 도시 사례를 중심으로 살펴봄
  - 미국 오스틴, 캐나다 토론토, 프랑스 낭트는 대표적인 ‘살기 좋은(Livable) 도시’ 지표의 상위권에 위치한다는 공통점을 가짐
    - 오스틴: 2018년 U.S. News & World Report 선정 살기 좋은 도시 1위
    - 토론토: 2018년 Economist Intelligence Unit 선정 가장 살기 좋은 도시 1위
    - 낭트: 2013년 Time Magazine 선정 유럽에서 가장 살기 좋은 도시 1위
  - 미국 오스틴 및 캐나다 토론토는 유네스코 미디어아트 창의도시로 선정되었다는 공통점을 가짐
    - 2015년, 오스틴: 미국 내 유네스코 미디어아트 창의도시 최초 선정 도시
    - 2017년, 토론토: 캐나다 첫 번째 유네스코 미디어아트 창의도시 선정
- 오스틴, 토론토, 낭트의 또 하나의 공통점은 경제 성장을 기반으로 한 문화도시를 지향한다는 점이며 일자리가 있는 도시, 비즈니스에 좋은 환경을 가진 도시로 발전해 나가는데 있어, 문화예술의 역할과 중요성을 크게 인식하고 있는 도시임
  - 창조계층, 벤처자본 및 도시 경제발전은 높은 상관관계를 가지며, 도시의 풍부하고 독특한 문화적 자원은 창조계층을 지속적으로 유입할 수 있는 중요한 도시자산임
- 오스틴 및 토론토는 첨단산업 등의 기술 산업이 도시를 이끌어나가는 주동력이라는 점과 경제발전 에 따른 지역 간 공간 분리 등의 도시화 문제를 해결해나가고자 노력하고 있음. 다양성과 개방성으 로 대표되는 두 도시는 문화예술이 도시 매력도를 높이고 도시민의 고유한 문화적 정체성을 구성해 나가는 역할과 중요성을 충분히 이해하고 있는 도시라는 측면에서 성남의 미래에 시사하는 바가 높다고 볼 수 있음
- 낭트는 French Tech의 수도라 불리고 있으며 교육, 연구 그리고 기업 간의 디지털 생태계를 강화 하고자 노력하고 있음. 한편 낭트는 ‘Nantes City Lab’을 통해서 환경, 사회적 연대, 지역경제 등 다양한 실험적 프로젝트 수행함<sup>64)</sup>. 특히, 낭트의 사례에서는 공공예술에 대한 시의 투자와 정책 적 지원이 도시의 문화 정체성 형성 및 도시 이미지 제고에 미치는 영향력을 보여주는 좋은 사례라 할 수 있음

#### 1) 오스틴(미국, 텍사스)

##### (1) 개요

- 오스틴 도시 개요
  - 미국 남서부의 동쪽 가장자리에 위치한 오스틴은 론 스타 주(The Lone Star State)로 불

64) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/nantes-city-lab#serviceTocEntry0>)

리는 텍사스의 주도임. 미국 인구조사국의 2020년 인구조사에 따르면, 오스틴 시 인구는 지난 10년간 21% 증가한 96만1855명을 기록함

- 오스틴 시는 시의 인구통계학적 흐름이 세 가지의 주요한 주제를 중심으로 전개되고 있다고 분석하고 있으며, 세 가지 주요한 주제는 첫째, 빠르고 지속적인 일자리 및 인구 증가, 둘째, 변화무쌍한 인구 다변화, 셋째, 상당히 완고한 구조적, 공간 측면에서의 사회경제적 분리라 할 수 있음<sup>65)</sup>

## (2) 비전 및 미션, 이니셔티브

### ○ 오스틴의 비전 및 미션<sup>66)</sup>

- 도시의 비전: 우리는 오스틴이 전국에서 가장 살기 좋은 도시가 되기를 원한다.
- 도시의 미션: 전국에서 가장 잘 관리되는 도시

### ○ 도시 관련 슬로건 및 별칭

- 세계의 라이브 음악 수도(The Live Music Capital of the World)
- 실리콘 힐스(Silicon Hills) (첨단 기술 회사 집단을 의미)
- Keep Austin Weird는 오스틴에 있는 작은 기업들을 육성하기 위해 오스틴 독립 비즈니스 연합(Austin Independent Business Alliance)이 채택한 슬로건으로, 오스틴 도시의 비공식 슬로건으로도 활용됨. 이후 2003년 포틀랜드(오레건주), 2005년 루이빌(켄터키주), 2013년 인디애나폴리스(인디애나주) 등 다른 도시들도 해당 슬로건을 사용하기 시작함

### ○ 도시의 최근 이니셔티브 현황

- 삶의 질 이니셔티브(Quality of Life Initiatives)<sup>67)</sup>: 삶의 질 이니셔티브는 오스틴의 아프리카계 미국인, 아시아인 및 히스패닉 인구, LGBTQ에 대한 환경 개선을 목표로 하여 이에 대한 평가 및 지역사회 참여를 포함하는 이니셔티브임
- 이스트 오스틴의 공동체 의식 이니셔티브(The Spirit of East Austin)<sup>68)</sup>: 오스틴은 미국 내에서 취업 기회, 경제적 번영 및 살기 좋은 도시 리스트에서 최고 수준을 자랑하지만 동시에 “가장 경제적으로 분리된 도시”라는 타이틀도 함께 보유하고 있음. 이스트 오스틴의 공동체 의식 이니셔티브 역시 마찬가지로 지역사회 내의 불평등을 해결하고자 하는데 초점을 맞춘 이니셔티브임. 2015년 커뮤니티 이벤트에서 런칭된 해당 이니셔티브는 별도의 홈페이지를 구축하여 관련 정보를 제공하고 있음
- 최근 두 개의 이니셔티브 모두 오스틴 시의 불평등 및 격차 개선에 중점을 두고 있음

## (3) 오스틴 시의 문화예술에 대한 지원 및 역할

- 오스틴 시의 문화 발전에는 문화예술국의 역할과 노력이 자리 잡고 있음. 오스틴의 문화예술생태계를 구축하고자 하는 일련의 노력들은 문화예술국이 담당하고 있는 다음의 프로그램들을 통해 살펴볼 수 있음

65) 오스틴 시 홈페이지 “demographics”(https://www.austintexas.gov/department/demographics)

66) 오스틴 시 홈페이지 “Vision and Values”(https://austintexas.gov/department/vision-and-values)

67) 오스틴 시 홈페이지 “Quality of Life initiatives”(https://www.austintexas.gov/department/quality-life)

68) 오스틴 시 홈페이지 “The Spirit of East Austin”(https://www.austintexas.gov/content/spirit-east-austin)

- 오스틴 시는 '오스틴의 창의 문화(Culture of Creativity)'를 오스틴을 규정하는 정체성의 핵심으로 보고<sup>69)</sup>, 예술과 문화가 도시가 가진 창의성과 혁신을 이끄는 가장 중요한 자원임을 인식하고 있음

#### 가. 오스틴 시, 문화예술국(Cultural Arts Division)<sup>70)</sup>

- 오스틴 시의 문화예술국은 경제개발부(The Economic Development Department) 산하에 위치하고 있음. 경제개발부에는 산하에는 '문화예술국'을 포함하여, 'Global Business Expansion Division', 'Heritage Tourism Division', 'Music & Entertainment Division', 'Redevelopment Division', 'Small Business Division'이 함께 존재하고 있음
- 문화예술국은 오스틴의 문화예술프로그램을 관리하고, 오스틴의 창조경제의 경제 발전을 이끄는 역할을 담당함. 이와 별도로 오스틴 시에는 시의회에 의해 임명된 11명의 위원으로 구성된 오스틴 예술 위원회가 존재하며 월간 모임을 통해 예술과 관련된 문제를 자문하고 있음
- 문화예술국이 담당하는 지원 카테고리는 크게 '문화예술 자금지원', '예술 활동에 대한 전시', '오스틴의 문화적 활력(Cultural Vitality) 지원', '오스틴의 문화 및 창의성 촉진', '예술가들을 위한 오픈 콜', '예술가들을 위한 자원 제공' 등으로 구분됨
- 문화예술 자금 지원: '문화예술 기금 지원 프로그램'을 통해 예술단체와 계약하여 오스틴 지역사회의 문화예술 프로그램들을 지원함
- 예술활동에 대한 전시: '공공장소에서의 예술', '레지던시 프로그램', '피플스 갤러리(People's Gallery)', '미술품 기증 및 대여 프로그램'이 포함되어 있음. 2005년 시작된 피플스 갤러리는 오스틴의 예술가들과 예술 단체들의 작품을 위한 연례 쇼케이스임
- 오스틴의 문화적 활력(Cultural Vitality) 지원: '문화 관련 연구 및 보고서 출판', '창의적 공간 지원 프로그램', '창의적 공간에 관한 조사', '성스러운 장소 내의 예술 프로그램(Arts in Sacred Places Program)', '크리에이티브 앰배서더 프로그램', '문화 자산 맵핑 프로젝트(CAMP: The Cultural Asset Mapping Project)', '디지털 미디어 및 게임(인센티브 지원 프로그램)', '영화, TV 및 비디오 프로그램을 위한 자원 지원', '예술 마을'이 포함되어 있음. 이 중 몇 가지 지원 프로그램들의 내용을 간략히 살펴보면 다음과 같음
  - 창의적 공간에 관한 조사: 경제개발부는 예술가, 예술단체, 기업체들에게 공간 요구, 선호도 및 이상적인 비용 등에 관한 조사를 매년 실시, 창작 분야 내 변화하는 요구에 보조를 맞추고, 창의적 공간 매치메이킹 등이 가능할 수 있도록 노력함
  - 성스러운 장소 내의 예술 프로그램: 지역 교회, 모스크, 유대교 회당 등의 미사용 공간을 활용하여 예술 활동을 위한 장소를 찾는 모든 분야의 지역 예술가들을 돕는 것을 목표로 함
  - 예술 마을: 학교 내에서 저렴한 창작 공간을 확장하기 위한 이니셔티브로 지역 예술가들과 예술단체들에 공립학교들의 스튜디오 공간을 제공하고 있음
- 오스틴의 문화 및 창의성 촉진: '아프리카계 미국인 문화유산 시설' 지원, '문화적 관광' 계

69) 오스틴 시 홈페이지 "CreateAustin Cultural Master Plan"(<https://www.austintexas.gov/department/createaustin-cultural-master-plan>)

70) 오스틴 시 문화예술국 홈페이지(<https://austintexas.gov/department/cultural-arts>)



획(Cultural Tourism Plan), ‘유네스코 미디어아트 창의도시 지정’ 등을 통해 도시의 문화와 창의성을 제고하고자 노력해오고 있음

- 예술가들을 위한 오픈 콜: 오픈 콜 카테고리는 예술가 및 단체들을 대상으로 하고 있으며, 공공장소 내 상설 공공 미술 설치에서부터 오스틴 시청에서 매년 개최되는 피플스 갤러리 전시회에 이르기까지 신진작가, 기성작가 모두에 다양한 기회를 제공함
- 예술가들을 위한 자원 제공: 시의 다양한 부서 산하에 존재하는 모든 다양한 예술가들을 위한 지원 정책과 컨택 정보를 총망라하여 제공하고 있으며, 도시 내 공공미술 투어를 위한 지도를 다운로드 받을 수 있도록 제공하고 있음

#### 나. 오스틴 시의 문화 마스터플랜 <CreateAustin Cultural Master Plan><sup>71)</sup>

○ 오스틴 시의 정체성의 핵심인 ‘창의 문화(Culture of Creativity)’를 중심으로 한 문화발전 종합계획을 의미함

- 오스틴 시의 문화 마스터플랜: <CreateAustin Cultural Master Plan> 보고서는 Metropolitan Group이 총괄 컨설턴트 겸 주요 저자로 참여했고, Greenlights for Nonfit Success 컨설턴트가 부컨설턴트로 참여해 도출된 결과물임
- 오스틴 시의 문화 마스터 플랜 <CreateAustin>은 오스틴의 문화발전 과정을 계획하기 위해 2년 동안의 문화 평가, 연구, 지역사회 참여 과정의 결과임. 오스틴의 문화예술국은 2006년 9월 전략 계획을 시작하여 향후 10년 발전 계획을 세움
- 핵심 가치: 포용(Inclusion), 협력(Collaboration), 혁신(Innovation)
- 오스틴 정체성의 핵심을 ‘오스틴의 창의 문화(Culture of Creativity)’로 보고, 예술과 문화가 오스틴의 독특한 정체성과 브랜드 정의를 돕는 중요한 역할을 담당한다고 인식함

#### (4) 미디어아트 창의도시 선정 및 주요 문화 페스티벌

○ 미디어아트 유네스코 창의도시

- 2015년 오스틴은 미국 내 유네스코 미디어아트 창의도시로 선정된 최초이자 유일한 도시로, 풍부한 문화생태계가 형성된 도시임. 음악, 영화, 게임을 비롯하여 디지털을 포함한 산업 분야에서의 혁신과 리더십을 인정받는 도시임. ‘사우스 바이 사우스웨스트(SXSW)’, ‘오스틴 시티 리미트’, ‘퓨즈박스 페스티벌’과 같은 축제들이 오스틴을 최고의 문화목적지이자 창의도시로 만들어내는 주요한 동력이라 할 수 있음
- [SXSW: 글로벌 융합 컨퍼런스<sup>72)</sup>] 2019년 사우스 바이 사우스웨스트, SXSW(South by Southwest, 이하 SXSW)는 도시와 주변 지역 사업에 3억 달러 이상의 경제적 가치를 창출한 것으로 나타남. 특히 2019년의 행사는 33년 행사 역사상 가장 큰 경제적 영향을 준 것으로 확인되었으며, 총 3억 3,590만 달러에 달하는 것으로 조사됨
  - 1987년 텍사스 오스틴에서 처음 만들어진 SXSW는 기술, 영화, 음악, 교육 및 문화의 융합을 기념하는 컨퍼런스와 페스티벌로 가장 널리 알려져 있음

71) 오스틴 시 홈페이지 “CreateAustin Cultural Master Plan”(https://www.austintexas.gov/department/createaustin-cultural-master-plan)

72) SXSW 홈페이지(https://www.sxsw.com)

- 매해 3월 약 10일여 간 진행되며, 주요 프로그램은 컨퍼런스(Conference), 페스티벌(Festival), 전시(Exhibition), 어워드(Award)로 구분됨
- 컨퍼런스의 트랙 리스트만 살펴봐도 SXSW가 지향하는 융합이라는 지향점이 잘 나타남. 2021년 컨퍼런스 부문 트랙에는 2050(혁신적인 사고 관련 주제들을 다루는 트랙), 광고 및 브랜드 경험, 공공 참여, 기후 변화, 문화, 디자인, 영화 및 TV 산업, 음악의 미래, 게임 산업, 건강 및 의료기술, 영화 및 에피소드 제작, 미디어 산업, 스타트업, 기술 산업, 교통 등이 포함되어 있음
- [Austin City Limits<sup>73)</sup>: 대규모 음악 축제] 오스틴 시티 리미츠(Austin City Limits): 오스틴의 질커 공원에서 매년 개최되는 음악 축제로 오래된 음악도시로서의 오스틴의 정체성을 형성하는데 SXSW만큼이나 중요한 역할을 하고 있는 대규모 음악 축제임
- [Fusebox Festival: 라이브 음악 축제<sup>74)</sup>] 라이브 음악 페스티벌인 퓨즈박스 페스티벌은 퓨즈박스(Fusebox)라는 미국 텍사스주 오스틴에 기반을 둔 비영리 예술 단체가 제작하는 페스티벌임
- 퓨즈박스는 소규모 풀뿌리 단체부터 주요 아트센터 및 축제에 이르는 전 세계 단체와 제휴하고 있으며 연중 운영되는 프로그램 및 이벤트와 함께 두 개의 축제(The Fusebox Festival & Live in America)를 제작하고 있음

## 2) 토론토(캐나다, 온타리오)

### (1) 개요

#### ○ 토론토 도시 개요

- 토론토는 온타리오주의 수도로서 캐나다에서 가장 큰 도시로 비즈니스, 금융, 기술, 엔터테인먼트, 문화 등의 분야에서 세계적인 리더임
- 토론토의 많은 이민자 인구는 세계에서 토론토를 가장 다문화적인 도시 중 하나로 만들었음. 2018년 7월 기준, 토론토 인구는 2,956,024명이며, 광역권을 포함하면 인구는 6,341,935명임<sup>75)</sup>

### (2) 비전 및 미션

#### ○ 토론토의 비전, 모토 및 미션<sup>76)</sup>

- 도시의 비전:
  - 포용하는 도시(Toronto is a caring city)
  - 깨끗하고 녹색이며 지속 가능한 도시(Toronto is a clean, green and sustainable city)
  - 역동적인 도시(Toronto is a dynamic city)
  - 삶의 질에 투자하는 도시(Toronto invests in quality of life)
- 도시의 모토: 다양성 우리의 강점(Diversity Our Strength)

73) 오스틴 시티 리미츠 홈페이지(<https://austincitylimits.com>)

74) 퓨즈박스 페스티벌 홈페이지(<https://fuseboxfestival.com/about-fusebox>)

75) 토론토 시 홈페이지 "Data, Research & Maps"(<https://www.toronto.ca/city-government/data-research-maps/toronto-at-a-glance>)

76) 토론토 시 홈페이지 "Corporate Strategic Plan"(<https://www.toronto.ca/city-government/accountability-operations-customer-service/city-administration/city-managers-office/key-initiatives/corporate-strategic-plan>)

- 도시의 미션: 위대한 도시와 시민을 위해 봉사하는 것(To serve a great city and its people)

### (3) 토론토 시의 문화예술에 대한 지원 및 역할

- 토론토 시는 문화예술국을 통해 토론토의 문화산업과 창의산업을 발전에 있어 비즈니스 측면의 기회를 넓히고, 창의인력들이 도시로 유입되고 활동할 수 있도록 지원함
  - 문화산업과 창의산업 발전이 곧 더 많은 일자리를 의미하고, 이것이 도시 역동성을 높이고 전체적인 도시경제발전을 도모할 것으로 보고 있음
  - 문화도시, 창의도시로서의 지속가능성을 위해서는 창조인력들이 도시에 거주하며 활동할 수 있는 기회를 더욱 늘리는 것이 중요함
  - 이를 위해 토론토 예술위원회와 토론토 예술재단을 통해 예술가와 예술단체들을 지원하고 있음
    - 두 단체는 같은 비전을 공유하나 다소 차이를 가지는데, 토론토 예술위원회는 토론토 시의 편당을 받아 예술가 및 예술단체들을 위한 자금 지원 기관인, 한편, 토론토 예술재단은 예술가 및 예술단체를 지원하는 비영리 자선단체로 주로 토론토의 민간 부문 투자를 통한 자금 지원이 이루어지고 있음

#### 가. 토론토 시, 문화예술국<sup>77)</sup>

- 토론토 시의 문화 발전 노력: 문화예술국의 역할
  - 토론토 시의 경제발전 및 문화국(Economic Development & Culture, EDC)
    - 토론토 시의 경제발전 및 문화국은 토론토를 비즈니스와 문화가 번창하는 곳으로 만들기 위해 노력하고 있으며, 사업부의 목표는 다음을 통해 토론토의 번영, 기회 및 거주만족감(Liveability)을 향상시키는 것임
      - 고용 및 투자 기회 육성
      - 더 많은 문화적 경험을 통해 토론토의 문화적 활기 조성
      - 도시의 경제 및 문화 자원의 계획 및 개발에 파트너로 참여
    - 경제발전 및 문화국에서 제공하는 서비스로서의 비즈니스 영역은 문화예술서비스, 비즈니스 성장 서비스, 영화 및 엔터테인먼트 산업, 박물관 및 문화재 서비스, 프로그램 지원 등을 포함함

#### 나. 토론토 예술위원회(Toronto Arts Council, TAC)<sup>78)</sup>

- 개요
  - 토론토 예술위원회(TAC)는 토론토 시의 예술가와 예술 단체를 위한 자금 지원 기관임
    - 역사: 토론토 예술위원회는 1974년 토론토 시의 예술 지원 기관으로 설립됨
    - 서비스: 예술가들과 예술 단체들에게 혁신적인 보조금 프로그램을 지원하고 있음
    - 편당: 토론토 시로부터 자금을 지원받음

77) 토론토 시 홈페이지 "Economic Development & Culture"(<https://www.toronto.ca/city-government/accountability-operations-customer-service/city-administration/staff-directory-divisions-and-customer-service/economic-development-culture/>)

78) 토론토 예술위원회 홈페이지(<https://torontoartscouncil.org>)

- 펀딩 규모: 토론토 예술 위원회의 자금 지원 규모는 지속적으로 상승하고 있음

#### ○ 미션

- 예술가와 예술단체에 혁신적인 지원 프로그램 제공하여 이들을 지원한다.

#### ○ 비전

- 창의적인 도시: 블록 바이 블록(Creative City: Block by Block)
- 모든 토론토 지역을 예술의 변혁적인 사회적, 경제적 이익과 연결시키기 위해 일한다.
- 포용과 다양성에 전념하기 위해, 우리는 모든 규모와 학문의 개별 예술가들과 예술 단체를 지원한다. 핵심 원칙은 우수성, 혁신성 및 접근성.

#### ○ 주요 활동

- 예술적 재능과 조직적 역량에 투자하여 도시의 활력을 높이고 토론토 시청자의 참여를 유도
- 예술에 대한 대중의 접근, 참여 및 감상 기회를 창출
- 예술의 가치에 대한 대중의 인식을 높이고 효과적인 예술 정책에 대한 시민 지도자를 교육하기 위해 시의 예술가 및 작품을 대표하여 지지
- 재단(Toronto Arts Foundation)을 통해 공공 및 민간 부문 파트너와 협력하여 아티스트의 리소스 및 기회 확대
- 예술 창작과 발표의 문화적 다양성과 형평성을 지원

### 다. 토론토 예술재단(Toronto Arts Foundation)<sup>79)</sup>

#### ○ 개요

- 토론토 예술재단은 도시 곳곳에 예술과의 창의적인 연결을 조성하고, 예술적 우수성을 조명하며, 민간 투자를 통해 활기찬 문화적 성장을 지원하는 자선 단체임
- 역사: 토론토 예술재단은 예술가들을 위한 자원을 늘리고, 개인, 민간 및 공공 재단, 기업, 기타 단체들이 토론토의 예술에 투자하고 강화할 수 있는 기회를 제공하기 위해 1995년 비영리 자선단체로 설립되었음
- 서비스: 토론토의 예술가들과 거주민들을 위한 프로그램, 어워드 및 자원을 제공함. NAT은 운영 재단으로서, 토론토 예술 위원회와는 차별화된 프로그래밍과 서비스를 제공함. 주요 제공 서비스에는 'Neighborhood Arts Network', 'Arts in the Parks', 이머징 재즈 아티스트 어워드, 청소년 예술상을 포함한 시상식 포트폴리오, 'Toronto Arts Stats', 'Creative Champions Network' 등이 포함되어 있음
- 펀딩: 토론토 예술 재단은 주로 민간 부문의 투자를 통해 자금을 지원받음. 이와 같이 재단은 정부 자금에 의존하지 않으며, 토론토 예술 재단에서 모금된 기금은 시 전체의 프로그램과 이니셔티브를 지원하는데 사용되며, 토론토 예술위원회 기금 프로그램을 후원하지는 않음

79) 토론토 예술위원회 홈페이지(<https://torontoartscouncil.org>)

토론토 예술재단 홈페이지(<https://torontoartsfoundation.org/home>)

#### (4) 미디어아트 창의도시 선정 및 주요 문화 자원

##### 가. 미디어아트 창의도시 및 주요 문화자원

###### ○ 토론토 시의 창의 아젠다 발전 흐름<sup>80)</sup>

- 토론토 시는 2000년대에 걸쳐, 창조적인 도시로서 스스로를 발전시켜나가는 과정을 시작하고 구체적인 전략을 개발하여 시행하였으며, 단계별 창의 아젠다를 통해 창조도시 개념을 점진적으로 발전시켜온 것을 알 수 있음
- 토론토 창의도시 홈페이지에는 토론토의 창의 아젠다 발전 흐름의 단계가 소개되어 있음. 시간순서대로 단계 살펴보면, ‘창조 도시: 워크프린트(2001)’, ‘창조도시를 위한 문화플랜(2003)’, ‘창조도시 계획 프레임워크(2008)’, ‘창조적 자본 이득(2011)’, ‘토론토시 전략적 행동(2013-2018)’으로 이어져 내려옴
- 2001년 ‘창조도시: 워크프린트’에서 시작, 2003년 ‘창조도시를 위한 문화플랜’이라는 10개년 전략이 제시되었고, 2008년 ‘창조도시 계획 프레임워크’에서는 국제 노동시장의 최고 인재 유치 경쟁에 있어, 문화 및 창조산업을 통해 경쟁우위 확보가 가능함을 역설하였음. 2011년 시의회는 ‘창조적 자본 이득’이라는 액션 플랜을 채택함. 2013년에서 2018년에 이르기까지 ‘토론토시 전략적 행동’이 새롭게 제시되었고, ‘도시 건설’이라는 주제 범주 내에 ‘#2: 문화에 투자하라’라는 전략적 행동이 제시된 바 있음

###### ○ 미디어아트 유네스코 창의도시<sup>81)</sup>

- 2017년, 유네스코 미디어아트 창의도시로 선정된 토론토는 영화, 음악, 디지털 미디어, 기술을 활용한 문화 표현에서 리더십을 인정받아 캐나다에서는 첫 번째 미디어아트 창의도시로 선정됨
- 토론토의 영화, 텔레비전, 디지털 미디어 산업은 2016년 생산 수준이 20억 달러가 넘는 주요 경제 동력임. 이는 경쟁력 있는 세액 공제 제도, 고도의 숙련 인재, 앵크 스튜디오와 같은 자산이 바탕이 된 결과임. 토론토는 토론토 국제 영화제, 세계 최대 토착 미디어 예술 축제인 ‘이매진 네이티브’ 등 80여 개의 영화제를 개최하고 있기도 함
- 2000년대부터 토론토는 일련의 문화 플랜의 계획과 실행을 통해 창조적인 도시로의 발전을 위해 꾸준히 노력해왔으며, 유네스코 창의도시 네트워크 가입 역시 창조도시 개념을 발전시켜나가는 토론토의 글로벌 리더십을 반영함
- 토론토의 창의도시 지정은 관학협력을 잘 보여주는 사례로 시와 토론토대 교수진의 협업의 결과물로 시와 대학 간 체결된 MOU에 나타나있듯 시와 대학이 공동의 목표를 달성하기 위한 방안 중 하나임
- 토론토의 정체성 형성에 큰 영향을 미친 공공 미술전시회인 ‘뉘 블랑쉬 토론토’는 14년의 역사를 통해 북미에서 가장 큰 공공 미술 전시회로 성장했음. 토론토시가 토론토 예술계와 협력하여 제작한 ‘뉘 블랑쉬 토론토’는 10년 이상에 걸쳐 문화적 연계를 장려하고, 퍼포먼스 아트, 인터랙티브 설치 미술 및 혼합 미디어를 창작하여 더 크고 다양한 관객들에게 제공하고자 노력해왔음. ‘뉘 블랑쉬 토론토’는 항상 큰 성공을 거두었으며 많은 관객들을 모았음.

80) 토론토 창의도시 홈페이지 “Toronto Creative Agenda”(http://www.torontocreativecity.ca/creative-city-agenda)

81) 토론토 창의도시 홈페이지(http://www.torontocreativecity.ca)

11회 기념 EDC(Economic Development & Culture)행사에는 외지 방문객 205,000명을 포함한 100만 명 이상이 참석해 4,300만 달러의 경제적 효과를 창출해냄

#### 나. 주요 산업 지원

##### ○ 토론토의 게임 산업 지원<sup>82)</sup>

- 캐나다는 게임 산업에 대한 지원이 주 정부를 중심으로 이행되며 주 정부의 세금 공제 혜택에 초점이 맞추어져 있음. 이를 담당하는 기관은 온타리오 미디어 개발공사(Ontario Media Development Corporation, 'Ontario Creates')임<sup>83)</sup>
- 온타리오 주는 미디어 및 디지털 미디어 산업과 관련해 세계에서 가장 관대한 세금 우대 정책을 가지고 있고, 대부분의 프로그램을 위한 펀드는 온타리오 미디어 개발공사를 통해 관리됨. 대표적인 미디어 세금 인센티브 프로그램과 기금은 다음과 같음
  - 대표적인 미디어 세금 인센티브 프로그램 및 기금으로 '온타리오 인터랙티브 디지털 미디어 세금 공제(35-40%)'와 '인터랙티브 디지털 미디어 펀드' 등을 들 수 있음

##### ○ 토론토의 영화 및 TV 산업 지원<sup>84)</sup>

- 토론토는 북미 영화, 광고 및 애니메이션 산업에 있어 북미 3위를 기록하며, 제작 투자와 고용이 매우 활성화되어 있음. 매년 9월 개최되는 토론토 국제 영화제(TIFF, Toronto International Film Festival)도 산업 발전에 중요한 역할을 하고 있으며, 2018년 TIFF는 652,000명의 관객을 모은 것으로 알려져 있음
  - 영화 및 TV 산업도 게임 산업과 마찬가지로 다양한 세금 혜택 지원이 이루어지며, 캐나다 기업이든 외국인 소유 기업이든 관계없이 세금 공제 혜택의 일부를 이용할 수 있음

##### ○ 스타트업 및 벤처기업 육성에 관한 지원<sup>85)</sup>

- 토론토는 도시 경제 발전의 핵심인 벤처자본들이 모인다는 점에서 혁신적인 도시로 평가할 수 있으며, 토론토의 스타트업 현황을 보다 자세히 살펴보면 다음과 같음
- StartUp HERE Toronto는 토론토 내 스타트업 및 혁신 커뮤니티 지원을 위해 시작된 공동 경제 개발 이니셔티브로 스타트업들에게 토론토가 왜 최상의 도시인지 다음의 이유를 들어 설명함
  - 2020년 기준 벤처 캐피털 투자 44억 달러
  - 640만여 명의 인구 및 북미에서 인구가 가장 빠르게 증가하는 도시
  - 세계적인 8개의 대학 및 학술 기관, 단체, 조직, 인큐베이터 및 연구 시설 등의 밀집
  - 학술 기관, 단체, 인큐베이터 및 연구 시설 등이 자리한 세계적인 8개 대학 보유
  - 도시 GDP에 113억 달러의 예술 및 문화 기여
- 2021년 기준, 엑셀러레이터 및 인큐베이터들은 클린 테크, 친환경 건설, 첨단 제조와 같은 신흥 분야 및 소프트웨어와 창조 산업 분야에서 5,000개 이상의 벤처기업을 지원하고 있음

82) 토론토 글로벌 홈페이지(<https://torontoglobal.ca/our-industries/digital-media-gaming>)

83) 한국콘텐츠진흥원(2017), 「글로벌 게임산업 트렌드」, 2017.9

84) 토론토 글로벌 홈페이지(<https://torontoglobal.ca/our-industries/film-tv>)

85) StartUp Here Toronto 홈페이지(<https://startupheretoronto.com/why-here/why-toronto>)

### 3) 낭트(프랑스, 루아르 아틀랑티크)

#### (1) 개요

##### ○ 낭트 도시 개요<sup>86)</sup>

- 프랑스에서 6번째로 큰 도시 낭트는 24개의 코뮌(Commune)으로 구성되어 있으며, 609,000명의 주민이 거주하고 있음. 1인당 녹지 면적이 57㎡로 100개 이상의 공원과 정원이 존재하는 자연 친화적인 도시이기도 함
- 낭트는 프랑스에서 대표적으로 살기 좋은 도시로 유명하며, 프랑스에서 살기 좋은 도시에 대한 조사에서 항상 상위를 차지하는 도시임
  - 2021년 10만 명 이상의 20개 대도시 중 ‘가족과 살기 좋은 도시’에서 1위를 차지한 바 있음(2위는 보르도(2020년 1위), 3위: 리옹, 파리: 8위)<sup>87)</sup>
- 낭트는 모범적인 문화정책으로 국가 및 유럽 수준에서 두각을 드러내는 도시임
  - <해저 2만리>, <80일 간의 세계 일주>로 유명한 프랑스 소설가 쥘 베른(Jules Verne)의 고향이자 <셸부르의 우산>, <로슈포르의 연인들>을 연출한 자크 데미(Jacques Demy)에게 영감을 준 도시로 알려져 있으며, 현대 예술가들에게도 지속적인 영감을 제공하는 문화예술도시임<sup>88)</sup>

##### ○ 낭트의 도시 재생에 따른 변화

- 낭트의 중앙에 있는 낭트섬(l'île de Nantes)은 1960-82년대 산업구조의 변화로 조선소가 폐쇄되고, 수출용 제조업 공장도 문을 닫으면서 황폐해졌음. 이후 낭트는 이 지역을 도시산업유산으로 선정하고 ‘과거 위에 현재와 미래’를 담는 공간으로 변화시켰으며, 낭트섬(l'île de Nantes) 내 창조지구(Quartier de la Création)를 지정하여 문화, 예술, 교육 및 경제를 포괄하는 다양하고 실험적인 프로젝트를 할 수 있는 공공시설화 하였음

#### (2) 비전 및 미션

##### ○ 낭트: 영토의 열망<sup>89)</sup>

- 낭트의 비전과 미션은 명확히 제시되어 있지 않은 것으로 확인됨. 다만 낭트 메트로폴&시 홈페이지를 살펴보면, ‘영토의 열망(Ambitions du territoire)’이라는 카테고리가 존재하여, 이를 통해 낭트의 미래 발전 방향의 주요 키워드를 살펴볼 수 있음
  - 해당 카테고리 내에는 민주적, 생태적, 디지털적 변화에 대응하기 위한 새로운 발전 모델로 설명되는 총 15개의 세부적인 주제들이 존재하며, 각 주제별로 상세한 설명이 제공되고 있으며, 15개 주제들을 의역하면 다음과 같음
  - 디지털 거점 낭트(Nantes, place forte du numérique)
  - 시민과 함께 하는 낭트(Nantes joue collectif)
  - 내일의 나무와 숲(L'arbre et les forêts de demain)

86) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr>)

87) Parismatch(2021.03.17.), “Le top 20 des grandes villes où il fait bon vivre en 2021”(<https://www.parismatch.com/Vivre/Voyage/Le-top-20-des-grandes-villes-ou-il-fait-bon-vivre-en-2021-1729452#2e-Bordeaux>)

88) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr>)

89) 낭트 메트로폴&시 홈페이지 “Les ambitions du territoire”(<https://metropole.nantes.fr/territoire-institutions/projet/ambitions-territoire>)

- 에너지 전환을 위한 33가지 약속(33 engagements pour la transition énergétique)
- 평등을 위해 행동하는 낭트(Nantes se mobilise pour l'égalité)
- 낭트 대도시, 고용하는 영토(La métropole nantaise, un territoire qui emploie)
- 친환경 도시 낭트(Nantes, ville verte par choix)
- 매력적인 대도시(Une métropole attractive)
- 혁신적인 대도시(Une métropole qui innove)
- 매력적이고 편리한 도시를 위한 디지털 서비스(Le numérique au service de l'attractivité et de la ville facile)
- 협력의 지역, 낭트 메트로폴(Nantes Métropole, un territoire de coopération)
- 루아르를 위한 30가지 약속(30 engagements pour la Loire)
- 대도시 데이터 헌장(La charte métropolitaine de la donnée)
- 영토 식품 프로젝트(Projet Alimentaire Territorial)
- 브르타뉴 문화를 지지하는 낭트(La Ville de Nantes soutient la culture bretonne)

### (3) 낭트의 문화정책, 문화예술에 대한 지원 및 역할

#### 가. 낭트의 문화 정책

- 낭트의 문화예술을 살펴보기에 앞서, 낭트의 문화정책의 특성에 대해 이해할 필요가 있음
  - 낭트는 1980년 이후 산업단지와 항구라는 지역의 특성에서 벗어나고, 도시의 역동성을 강화, 지역의 정체성을 수립하는데 있어서 문화를 활용하고자 함. 산업의 쇠퇴에 대응하기 위해서 도시재생을 위한 전략적 요소로 문화정책을 발전시켰음
  - 낭트가 문화도시로 거듭나는 가운데 지방자치단체의 정치적 의지와 시민단체의 참여가 매우 큰 역할을 함. 초기에 문화예술에 대한 투입 비용에 대한 낭트의 반대를 극복할 수 있는 역할을 시민단체들이 담당했음<sup>90)</sup>
    - 특히 장 블레즈(Jean Blaise)는 1989년 '점등 축제(Le festival des Allumées)'를 성공시킴으로 낭트가 문화도시로 발전하는데 큰 공헌을 한 인물임. '점등 축제'는 저녁 6시부터 새벽 6시까지 공연과 전시가 진행되는 축제로 기존의 축제의 틀과는 형식부터 달랐으며, 축제의 공간 또한 폐허가 된 도시의 공간을 활용하는 등 예상하지 않았던 곳에서 진행이 되었음. 이와 같은 장 블레즈의 시도는 낭트의 문화 비전과 미션을 수립하는데 있어서 많은 영감을 끼쳤음
  - 이후 낭트가 문화정책을 수립하고 시행함에 있어서 중요시하는 것이 있다면 '실험적 예술 탐구'와 '편안한 삶의 공간'을 추구하고 있다는 점임
    - 낭트의 문화정책은 이 도시만의 특성이라고 할 수는 없음. 프랑스는 1982년 지방분권을 시행하며 시민 개인의 '문화에 대한 권리(Droit de la culture)'에 대한 사회적 용인(Consécration)을 폭넓게 개방해오고 있음<sup>91)</sup>

90) École normale supérieure - PSL, Département Géographie et Territoires 홈페이지(<http://www.geographie.ens.fr/la-culture-comme-element-d-une-strategie-metropolitaine.html>)

91) 문화권(Droit à la culture)은 모든 시민들에게 '문화에 대한 접근(Accès à la culture)'에 대한 권리를 보장한다는 것을 명시할 뿐 국가의 의무가 명확하게 무엇이고, 문화에 대한 접근의 보장이 무엇인지를 명확하게 하고 있지 못하다는 비판을 받았다. 특히 피에르-로랑 프리에르(Pierre-Laurent Frier)는 "문화권과 관련해서 입법부나 행정부는 민영화의 격변기에 모든 문화 확산 서비스를 막을 수 없고 모두를 금지할 수 없다. 국가에 의해서 이뤄지는 문화권은 결국 거대한 문화시설이나 고급문화에 대한 교육만 발전시킨다."고 비판했다. 이러한 비판과 사회적 변화로 1990년쯤 문화권에 대한 새로운 개



- 이런 맥락에서 낭트가 대도시화(Nantes-Métropole)되는 가운데 문화는 대도시 결속의 도구로 인식되고 있음. 그리고 지역의 역동성과 활성화에 문화·예술이 봉사하고 있음을 강조하고 있음
- 낭트는 문화공간의 개방성을 강조하고 있음. 문화공간이 열렸을 때 시민들이 방문하는 것이 아니라 시민들이 방문하고 싶어 할 때, 또는 시민들이 자리한 공간에 문화예술이 들어가야 한다는 측면에서 문화정책을 강화하고 있음. 이러한 예가 바로 '낭트 여행(Voyage à Nantes)'임. '낭트 여행'은 물리적으로 모든 사람들이 문화에 접근이 가능하도록 한 사례라고 할 수 있음. 이처럼 낭트는 문화정책을 마치 대중교통과 같이 누구나 선택해서 접근하기 쉽도록 하기 위해서 노력을 기울이고 있음<sup>92)</sup>

#### 나. 낭트 문화부 및 주요 역할

##### ○ 낭트 문화부(Direction générale à la culture de la Ville de Nantes)

- 프랑스는 지방자치단체의 의원들을 직선으로 선출하고 의원의 다수가 선출된 당의 대표가 지역 시장이 되기에, 낭트는 24개의 코문으로 구성되어 있고, 각 코문을 대표하는 24명의 시장이 존재하며, 낭트 메트로폴을 대표하는 의장이 존재하는 구조임
- 2020년 9월에 낭트의 시장으로 조안나 롤랑(Johanna Rolland)이 선출되었고, 낭트 메트로폴 의장(Métropole nantais)을 겸하고 있으며 임기는 2026년까지임
- 24개 코문 중에 낭트의 행정구조에서 문화를 담당하는 부서는 낭트 문화부(Direction générale à la culture de la Ville de Nantes)가 있음. 현재 낭트문화부는 낭트메트로폴 문화부의 역할을 겸하고 있음. 낭트 문화부의 구성은 다음과 같음<sup>93)</sup>
  - 문화개발부(Direction du développement culturel)
  - 문화유산과 고고학부(Direction du patrimoine & de l'archéologie)
  - 행정과 재정부(Direction administrative & financière)
  - 도서관(Bibliothèque municipale)
  - 음악원(Conservatoire)
  - 미술 박물관(Musée d'arts)
  - 쥘 베른느 박물관(Musée Jules Verne)
  - 자연사 박물관(Muséum d'histoire naturelle)
  - 플라네타륨(Planétarium, 천문대 박물관)

##### ○ 낭트 문화부의 주요 역할

- 도시의 혁신을 위한 협력이나 문화유산을 보호하는데 주요한 역할을 하고, 대부분은 각 독립적인 문화기관들과 협력관계가 이뤄질 수 있도록 하는 행정서비스와 재정지원을 하는 수준에 머무르고 있음. 특히 지역의 문화기관과의 관계에 있어서 평등한 관계임
- 재원에 있어서도 유럽연합, 중앙정부 그리고 지방자치단체의 예산을 각 기관들이 받을 수 있도록 지원을 하는데 노력을 기울이고 있음. 따라서 문화예술 기관은 공공이든 민간이든

념인 '문화에 대한 권리(Droit de la culture)'라는 개념이 등장하게 된다. \*출처: 손동기(2018)

92) Blaise, J. (2018), "Voyage dans la politique culturelle a Nantes", 「Le journal de l'école de Paris du management」, 3, 37-44

93) VDOKUMENTS 홈페이지(<https://vdocuments.mx/juillet-2018-organigramme-ville-de-nantes-nathalie-hopp-d-g-ressources-departement.html>)

지방자치단체의 재정에만 의존하는 경우가 거의 없음

- 2017년에는 낭트와 낭트 메트로폴 문화 펀드(Le Fonds métropolitain pour la culture)을 조성함<sup>94)</sup>. 이 펀드의 목적은 다음과 같음
  - 기업과 시민이 지역 사회와 함께 유산을 위해 행동할 수 있도록 한다.
  - 지역에서 대규모 문화 프로젝트를 공동으로 수행하고 대도시의 사회, 경제 및 관광 개발에 참여한다.
  - 낭트와 대도시의 유산, 풍부한 지식 공유의 원천을 개발, 보존, 공개 및 전달하고 이를 미래 세대에 전달한다.
- 이 펀드에는 30개 기업에서 메세나를 하고 있고, 220만 유로를 모금했으며, 40개의 프로젝트를 지원하고 있음. 이 문화 펀드의 이사회는 11명으로 구성되었음. 낭트 마을 대표 3명, 낭트 메트로폴 대표 3명, 메세나 대표 3명, 전문가 2명임. 마을 대표는 대부분 지방의회 의원들로 지역을 대표함
- 낭트의 주요 지원을 살펴보면 아래와 같음<sup>95)</sup>
  - 낭트에 의해서 지원되는 문화협회나 기업: 433개
  - 낭트에 의해서 직접적으로 지원되는 예술가: 약 1,000명
  - 낭트와 낭트 메트로폴 2019년 문화예산: 8,380만 유로

#### (4) 낭트의 문화예술 자원 및 도시 특성

##### 가. 낭트의 문화예술 자원

###### ○ 낭트의 문화예술 자원

- 조선업의 쇠퇴 이후, 낭트가 문화도시로 변모할 수 있었던 데에는 낭트의 문화예술에 대한 지속적인 지원이 기반이 되었으며, 낭트만이 가진 독특한 문화예술자원을 키워내는데 시차원의 적극적인 협력이 있었기 때문으로 볼 수 있음
  - 낭트가 문화예술도시로 발돋움할 수 있었던 데에는 문화예술을 중심으로 한 도시재생을 펼쳐 온 Jean-Marc Ayrault 시장의 역할이 있었기 때문으로 볼 수 있음. 23년이라는 장시간에 걸친 시정 운영을 통해 일관된 정책을 펼칠 수 있었던 것으로 풀이됨
- 낭트는 매우 다채롭고 창의적인 문화예술 자원을 보유하고 있음. 낭트 시내에만 아래와 같은 문화자원이 존재함<sup>96)</sup>
  - 31개 도서관, 89개 축제 및 문화행사, 120개 문화예술 카페, 27개 공연 예술 전용공간, 127개의 역사적 기념물과 장소 등이 이에 해당함. 그 중 대표적인 사례들을 살펴보면 다음과 같음
  - 로알 드 룩스(Loyal de Luxe)<sup>97)</sup>: 1979년 설립된 Loyal de luxe는 세계적인 명성을 가진 거리공연 극단임. 거대한 인형을 제작하여 도시 공간 전체를 극장과 같은 장소로 활용하는 실험적이고도 새로운 경험을 제공하는 공연으로 알려져 있음

94) 낭트와 낭트 메트로폴 문화 펀드 홈페이지(<https://www.fmc-nantes.org/le-fonds/>)

95) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/actualites/2021/culture-loisirs-patrimoine/nantes-soutien-culture>)

96) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/territoire-institutions/nantes/competences-municipales/culture>)

97) 로알 드 룩스 홈페이지(<https://www.royal-de-luxe.com/en/>)

- 섬의 기계들, 레 마신 드 릴(Les Machines de l'île)<sup>98</sup>: 오래전 조선소가 위치했던 버려진 섬이 새로운 문화공간으로 재창조된 사례임. 레 마신 드릴에는 해저를 테마로 한 회전목마, 강철로 만들어진 거대한 건축물인 거대한 코끼리(Le Grand Elephant), 기계 갤러리(La Galerie Des Machine)등이 위치하고 있음
- 하루만의 대소동(La Folle Journée)<sup>99</sup>: 1995년에 시작한 La Folle Journée 축제는 모두를 위한 클래식 음악 프로그램으로 2022년 28회를 맞이함. 매년 1월 말에 시작해서 5일 동안 음악가, 강사, 학생, 클래식 음악 애호가들이 한자리에 모여 독특한 장소를 활용, La Folle Journée 축제는 다양한 관객들을 위해 기존의 딱딱한 클래식 공연이 아닌 짧게 편곡된 편안한 클래식 음악을 선보임. 5일의 축제 기간 동안 약 200개가 넘는 콘서트와 1,000명 이상의 연주자가 참여함<sup>100</sup>
- 낭트 여행(Voyage à Nantes)<sup>101</sup>: 대표적인 낭트의 여름축제인 낭트 여행은 2012년부터 시작되었고, 약 2달간 계속되는 축제임. 약 12km에 이르는 바다에 그려진 녹색 선을 따라가면 도시 곳곳에 위치한 공공예술을 감상할 수 있으며, 해당 경로는 공공예술작품뿐만이 아니라 도시의 문화유산, 자연경관 등을 함께 감상할 수 있도록 설계되어 있음. 축제 기간 동안 도시는 도시민과 방문객들이 문화와 예술을 탐험할 수 있는 창의적인 공간으로 거듭남
- 낭트 디지털 위크(Nantes Digital Week): 낭트 디지털 위크는 디지털에 초점을 맞춘 페스티벌로 관련 정보들이 홈페이지를 통해 제공되고 있으며, 지난 페스티벌에 관한 정보들도 홈페이지를 통해 살펴볼 수 있음<sup>102</sup>. 낭트 디지털 위크는 지역 내 협회, 학계, 기업 등이 공동으로 구성한 컨퍼런스, 워크숍, 미팅 등의 프로그램을 통해 일반 대중과 전문가 등 모두가 디지털 기술에 대한 접근할 수 있도록 하는 것에 목적을 두고 있음

#### 나. 유럽 혁신 수도 선정 및 디지털, 환경 분야에 대한 노력

- 낭트는 유럽 혁신 수도로 선정되었으며, 프랑스 내에서 Metropole French Tech. Capitale French Tech로 지정되어 디지털 산업에서도 두각을 드러냄. 한편, 유럽의 녹색수도로 선정되기도 함. 낭트의 이러한 다양한 도시적 특성을 구체적으로 살펴보면 다음과 같음<sup>103</sup>
  - 바르셀로나, 암스테르담, 파리, 아테네에 이어 2019년 유럽 혁신 수도로 선정됨
    - ‘혁신’의 추구는 지역 내 식품, 항공, 해양 경제, 디지털 경제, 창조 및 문화 산업 전반의 정책 개발에 영향을 미치고 있음
    - 대표적인 정책 사례로 창조지구 도시 계획 프로젝트를 통해 문화 및 창조산업 인재들을 위한 집결지 구축, Nante City Lab을 기반으로 한 도시 혁신 프로젝트 지원 등이 이에 해당함
- 낭트는 2014년 11월, Metropole French Tech로, 2019년에는 Capitale French Tech로 지정되었으며, 디지털 거점이 되고자 노력하고 있음
  - ‘French Tech’는 프랑스 정부의 디지털산업 육성 지원 프로그램임. 경제적 성과로 2013

98) 프랑스 관광청 홈페이지(<https://kr.france.fr/ko/val-de-loire/article/50102>)

레 마신 드릴 홈페이지(<https://www.lesmachines-nantes.fr/en>)

99) 보마르셰(Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais) ‘피가로의 결혼식(Le Mariage de Figaro, 1784)’ 희곡에서 따옴

100) La folle Journée 홈페이지(<http://www.follejournee.fr/>)

101) 프랑스 관광청 홈페이지(<https://kr.france.fr/ko/happening-now-in-france/voyage-nantes>)

102) 낭트 디지털 위크 홈페이지(<https://www.nantesdigitalweek.com/>)

103) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/territoire-institutions/projet/ambitions-territoire>)

년 French Tech Nantes Dynamics 창설 이후 지역 내 일자리 창출: 약 10,000개, 2020년 디지털 부문 낭트 메트로폴의 일자리 수: 28,800개, 2020년 낭트 수도권 디지털 부문 사업장: 2,706개, 루아르-아틀란티크: 355개 스타트업 등이 존재함

- 낭트의 이러한 노력은 역동성을 가진 도시이자 살기 좋은 도시가 가져야할 가장 중요한 역량이 도시의 경제발전이라는 점을 역설함
  - 낭트의 실업률(7.3%)이 전국 평균보다 2%포인트 낮은 가운데, 10년 동안 수도권에서 6만 개의 일자리가 창출되었음

- 유럽연합 집행위원회(European Commission)는 2013년, 낭트를 유럽의 녹색수도로 선정함
  - 100개의 정원이 있는 도시, 낭트는 모든 도시 프로젝트의 중심에 자연을 두어 “정원 속” 도시를 재창조하고자 하며, 2030년까지 거주자 당 CO2 배출량 50% 감소를 목표로 하고 있음

#### 다. 시민 참여의 문화

- 낭트는 시민 참여의 문화를 가진 도시로 낭트의 도시 발전을 위한 노력에서 주목할 만한 부분들을 정리해보면 다음과 같음<sup>104)</sup>
  - 낭트는 시민 참여의 문화가 정착되어 시의 공공 정책 개선 과정에 시민들의 참여가 다양한 형태로 이루어지고 있음. 낭트는 2002년 지역민주주의(Démocratie Locale)에서 참여민주주의(Démocratie Participative)로 이행을 위한 법률이 제정되기 훨씬 전인 1989년부터 시민참여(La Participation Citoyenne)를 시행해옴
    - 2016부터 낭트의 11개 지역에 자원봉사자로 구성된 시민위원회(Comité de citoyens volontaires)와 지역대표들이 ‘프로젝트 사무소(Bureau des projets)’를 운영함. 이를 통해 시민들의 소통을 위한 공공공간을 활성화시킴. 낭트는 프로젝트 사무소에 약 30만 유로의 예산을 투입함
    - 낭트의 공공정책 50%는 지속적인 시민, 지역협회 및 지역전문가와 함께 만듦.<sup>105)</sup> 주요한 지역의 프로젝트에 대해서 어떻게 진행이 되는지 알리고, 주민의 의견을 수렴함
    - 시민 이니셔티브<sup>106)</sup>와 같은 프로그램은 바텀업 형식의 정책개발을 보여주는 사례로, 시민 중심 도시발전 과정을 통해 시민 역량 및 시민 사회의 자율성이 제고될 수 있음

### 4) 분석

#### (1) 종합 분석

- 세 도시는 모두 살기 좋은 도시라는 공통된 특성을 가진 도시들이며 크게 두 가지의 주요한 시사점을 발견할 수 있음

104) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/territoire-institutions/projet/ambitions-territoire>)

105) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/territoire-institutions/projet/ambitions-territoire/dialogue-citoyen>)

106) 낭트 메트로폴&시 홈페이지(<https://metropole.nantes.fr/participer/initiatives-citoyennes/citoyens-acteurs-territoire>)

- 첫째, 도시별 문화자원 특성의 극대화를 통한 도시 브랜딩을 강화하고 있으며, 도시 발전의 주요 동력으로 첨단산업에 집중함으로써 혁신적, 창의적 장소라는 지역적 상징성을 추구함
  - 세 도시는 각각 도시 특성과 도시의 주요한 문화자원을 중심으로 차별화 시도
    - 오스틴의 경우, 과거부터 풍부했던 음악자원에 새로운 엔터테인먼트의 영역으로 확장을 시도 하여, 지역 내 융합 콘텐츠 생태계를 구축하고자 노력 중임. 이와 더불어 기업하기 좋은 환경(낮은 세율, 인재 수급 등)을 갖춘 도시적 특성이 결합하여 첨단기업들이 밀집함
    - 토론토는 발 빠르게 창조산업에 대한 중요성을 인식하고 이에 대한 지속적인 비즈니스화와 문화적 브랜딩에 노력을 기울여온 도시로 캐나다를 대표하는 창조산업 중심지임. 영화, TV 산업의 중심지이자 세금 우대 정책 등을 통해 세계 게임 산업에서도 독보적인 위치를 차지 함. 토론토는 벤처와 스타트업 기업들이 집중된 도시이자, 캐나다 정부의 인공지능 클러스터를 형성한 테크 도시임<sup>107)</sup>
    - 낭트의 경우, 예술을 중심으로 한 성공적인 도시재생 사례에 해당하는 도시로 낭트만의 독특한 문화적, 예술적 정체성을 구축함으로써 뚜렷한 지역 정체성을 정립했을 뿐만 아니라 경제적 창출도 함께 이룬 도시임. 한편, 낭트는 2014년 11월 Métropole French Tech로, 2019년에는 Capitale French Tech로 지정되어, 디지털 거점으로서 경제적 성과를 창출하고 있음<sup>108)</sup>
- 둘째, 높은 다양성 속에서 도시민의 소속감 증진 및 소통과 연대를 높일 수 있는 문화와 예술의 역할 모색
  - 세 도시는 다양성과 개방성이 높은 도시라는 공통점을 가짐. 많은 대학을 보유하고 있고, 창조적인 인재들이 유입되어 지속적으로 인구가 증가하는 장점을 가지나, 오스틴, 토론토의 경우, 한편으로는 지리적, 인종적, 경제적 격차 등으로 인해 지역 내 공간 분리, 불평등이 해결해야 할 도시문제로 자리 잡고 있음
  - 오스틴과 토론토는 다양성과 개방성을 존중하는 한편, 모두에게 포용적인 도시 환경을 만드는데 문화와 예술을 적극적으로 활용하고 있음. 낭트 역시 공공예술을 통해 도시민과 도시 방문객 모두가 낭트가 가진 창의성을 경험하고 이해할 수 있도록 노력하고 있으며 보다 많은 사람들이 문화와 예술에 참여할 수 있는 프로그램들을 지원하고, 도시에 예술가들과 창의적인 인재들이 머무르며 활동할 수 있는 환경을 구축하는 것을 큰 방향으로 삼고 있음

## (2) 도시별 분석

### 가. 오스틴

- 오스틴의 산업 특성 및 기업 이전 현황은 다음과 같음<sup>109)</sup>

107) KOTRA 해외시장뉴스(2019.04.02.), “인공지능산업 거점으로 각광받고 있는 캐나다 시장”(https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE\_NO=3&MENU\_ID=180&CONTENTS\_NO=1&bbsGbn=243&bbsSn=243&pNttSn=174162)

108) 낭트 메트로폴 홈페이지(https://metropole.nantes.fr/territoire-institutions/projet/ambitions-territoire/nantes-place-forte-du-numerique)

109) KOTRA 해외시장뉴스(2021.01.19.), “美 텍사스의 실리콘힐스, 오스틴이 뜬다”(https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/6/globalBbsDataView.do?setIdx=322&dataIdx=186761)

- 오스틴에는 반도체, 전자 연구개발 및 제조분야를 비롯하여 자동차 기술, 나노기술, 항공 우주 제조업 등의 첨단제조업이 발달한 도시임. 또한 청정에너지 기술 기업과 생명과학 기업들이 밀집하여 해당 산업 분야를 선도하고 있음
- 휴렛팩커드 엔터프라이즈(HPE), 오라클, 테슬라 등의 세계적 기업들이 모두 본사를 오스틴으로 이전하고 있으며, 2018년에서 2020년에 이르는 동안 기업 본사를 캘리포니아에서 오스틴으로 이전한 사례는 84곳으로 집계됨. 애플, 구글, 아마존 등의 거대 IT 기업들의 주요 시설도 오스틴으로 모여들고 있음
- 비즈니스 환경이라는 측면에서 텍사스 주의 강점은 다음과 같음<sup>110)</sup>
  - 텍사스 주는 경영전문지 ‘치프 이그제큐티브 매거진’ 선정 ‘비즈니스를 위한 최상의 주’로 17년 연속 1위를 기록하였는데, 최고경영자들은 주별 비즈니스 환경, 인력, 삶의 질을 핵심적인 평가기준으로 보았고, 텍사스는 이러한 점에서 우위를 차지함
  - 오스틴에는 오스틴 대학을 비롯, 25개의 대학을 통해 인재 수급이 원활한 도시임
- 오스틴에 글로벌 및 로컬 기업들의 집적도가 높아짐에 따라 지속적으로 인구가 유입되고 있다는 것은 기회이나 도시 내 불평등, 공간 분리 및 격차 심화 등 문제를 불러옴
  - 앞서 오스틴 도시 개요에서 살펴본 바와 같이, 오스틴의 인구통계학적 흐름의 주요한 핵심은 빠르고 지속적인 증가(지난 10년 대비 21% 증가), 인구 다변화, 구조적 및 공간적 사회경제 분리 현상임. 오스틴 시의 최근 이니셔티브들은 도시 내 불평등과 격차 개선에 초점을 맞추고 있음
- 오스틴 시의 문화 마스터플랜에 나타나 있듯이, 오스틴은 스스로의 정체성의 핵심을 오스틴의 창의 문화(Culture of Creativity)로 정의내리고, 도시가 가진 독특한 정체성과 브랜딩에 문화예술이 중요한 역할을 인식하고 있음. 즉, 다양성이 높고 다원화된 도시로서, 문화예술이 곧 도시 구성원과 지역사회를 하나로 묶어낼 수 있는 힘이 있다는 사실을 정확하게 인식하고 있음
- SXSW와 같이 대표적인 시그니처 문화예술 페스티벌은 문화도시로서의 정체성을 만들어나가는데 상당히 중요한 역할을 담당하기에, 도시를 대표할 수 있는 랜드마크 문화예술축제의 필요성을 재확인할 수 있음
  - 오스틴을 현재의 테크도시이자 문화적인 도시로 발돋움할 수 있도록 만든 데에는 대표적인 사례로 글로벌 융합 컨퍼런스이자 페스티벌인 SXSW의 힘이 컸음. 라이브음악의 수도라 불릴 만큼 지역 내에 풍부했던 음악 자원에서 출발한 SXSW는 테크 도시로 변모해가는 과정에서 ‘혁신’이라는 키워드 속에서 영화, 게임, 디지털미디어, 최신 기술과 스타트업 등 가장 혁신적인 아이디어와 비즈니스가 한자리에 모일 수 있는 세계적인 혁신문화의 장으로 발돋움했음
- 리처드 플로리다는 3T(3T: Technology: 기술, Talent: 인재, Tolerance: 관용)를 통해 창조도시의 경제 발전을 설명하였으며, 이에 부합하는 도시 중 하나로 오스틴을 언급한 바 있음. 첨단기술과 벤처자본의 밀집, 창조계층(Creative Class)의 지속적인 유입, 관용 및 개방성과 다양성을 지켜나

110) 조선일보 비즈(2021.11.26.), “[쑈민] 테슬라·삼성 사로잡은 ‘기회의 땅’ 美 텍사스의 매력”(https://biz.chosun.com/international/international\_economy/2021/11/26/ZBQY6OP34JD7FBT24B4K2DHFTQ/)

가고자 하는 도시 차원의 노력이 오늘날에도 오스틴을 미국에서 가장 살기 좋은 도시로 만들어내는 동력이라 할 수 있음

#### 나. 토론토

- 토론토는 오랜 기간 창조 도시라는 개념을 중심으로 도시의 문화 전략을 개발해왔으며, 도시를 발전시키는 주요한 동력으로서 문화 전략을 발전시켜왔음. 2000년대 초반 시작된 노력이 오늘날 유네스코 미디어 창의 도시 선정이라는 결과로 이어지는 토대로 작용함
  - 가장 최근의 문화 전략에는 토론토의 문화예술에 대한 투자가 강조되어 나타나고 있음
  - 토론토는 창조 도시의 가장 중요한 구성 요소 중 하나가 바로 창의적이고 혁신적인 인재들이라는 점을 이해하고 있음. 토론토의 문화 전략의 핵심에는 항상 세계 최고의 인재들을 토론토로 이끌고자 하는 노력이 자리 잡고 있음
  - 토론토의 다문화적인 도시 특성으로 인해, 도시의 문화적 지향점은 포용성과 다양성의 수용에 깊이 연결되어 있음
- 토론토는 캐나다의 영화, TV 산업의 중심지로 대표적인 창조산업으로 유명한 도시이며, 이중에서도 특히 게임 산업은 미디어 및 디지털 미디어 산업에 있어서 세계에서 가장 관대한 세금 우대 정책<sup>111)</sup>을 펼침으로써 산업의 경쟁우위를 강화해나가고 있음
- 토론토의 주요 핵심 산업은 비즈니스, 금융, 기술, 엔터테인먼트 등의 분야임. 토론토는 비즈니스에 최적화된 도시라는 도시경쟁력을 매우 중요하게 여기는 도시임
  - 비즈니스하기 좋은 도시라는 뜻은 곧 일자리가 풍부한 도시라는 의미가 되며, 이것이 궁극적으로 살기 좋은 도시를 만드는 핵심임을 명확히 이해하고 있음
  - 스타트업 및 벤처기업에 대한 다양한 지원이 이루어지고 있으며, 실제로 토론토는 여러 지표에서 스타트업에 우수한 환경을 갖추었다는 사실이 증명됨
    - 높은 수준의 벤처 캐피탈 투자, 인구 증가, 다문화적 도시 특성에 기반을 둔 개방성과 다양성의 공존, 대학 및 연구기관의 밀집으로 인한 인재 수급 등이 이에 해당함
  - 따라서 창조계층이 지속적으로 모여들 수 있는 도시로서의 도시매력도를 높이기 위해 문화 예술에 대한 투자를 아끼지 않고, 창의도시 아젠다의 지속적 발전에 노력을 기울이고 있음

#### 다. 낭트

- 낭트의 과거 핵심 산업이었던 조선업이 쇠퇴한 이후, 문화예술을 중심으로 한 도시재생을 이루어낸 바 있음. 낭트는 프랑스의 대표적인 문화도시이자, 친환경도시이며, 디지털을 중심으로 혁신을 추구하는 도시이기도 함
- 낭트는 문화예술을 통한 도시재생의 성공적 모델을 보여주는 도시이며, 낭트 문화예술의 정체성과 혁신성은 낭트만이 가진 도시적 특성을 반영하고 있음
  - 조선업이 번성했던 공업도시이자 항구도시로서의 역사 및 근대적 산업 유산이 가지는 의미를 충분히 반영하는 가운데, 낭트만이 가진 정체성이 담긴 독특한 형태의 문화예술을 만들

111) 토론토 글로벌 홈페이지(<https://torontoglobal.ca/our-industries/digital-media-gaming>)

어냈다는 점을 눈여겨보아야 할 것임

- 특히 이 과정에서 지방자치단체와 시민단체의 참여가 중요한 역할을 하였으며, 특히 시민 단체들이 문화예술에 대한 투자에 대한 낭트의 반대를 극복하는데 역할을 담당했다는 점에 서 도시 발전에 있어 시민 참여의 기여를 살펴볼 수 있음
- 낭트는 공공예술에 대한 투자와 지원을 통해 시민을 위한 문화적 공간으로서의 도시를 구축하고자 노력해왔다는 점과 누구든 문화예술에 쉽게 접근할 수 있도록 열려있다는 점에서 시사점을 가짐
- 낭트는 유럽의 혁신수도이자 프랑스의 테크 부문을 선도하는 도시로 '혁신(Innovation)'과 기술이 곧 고용 창출의 기반이 되고, 기업 경쟁력 강화에서부터 지속 가능한 도시, 지역 주민들의 더 나은 삶에 영향을 줄 수 있는 매우 중요한 자원임을 인식하고 있음
- 낭트는 매력 있는 도시란 결국, 살기 좋은 도시로서의 경쟁력이 높은 도시라는 점을 명확히 인식하고 있으며, 낭트의 '영토의 열망'에서도 언급되었듯 낭트는 민주적, 생태적, 디지털적 변화를 중심으로 한 도시 발전 모델을 도시가 나아가야 할 지향점으로 보고 있음
- 민주적, 생태적, 디지털적 변화라는 측면에서 시민 참여의 문화 추구, 친환경에 대한 노력, 디지털 및 혁신 가치의 도시 내재화 등을 중심으로 한 세부 주제들이 거듭 등장하는 모습을 살펴볼 수 있음
- 이와 더불어 평등 가치 옹호, 문화예술 발전에 대한 투자 등을 포함하여 도시 관련 모든 부문의 발전에 종합적인 노력을 기울이고 있으며, 이러한 통합적 접근이 이루어져야만 비로소 시민들의 삶의 질이 높아질 수 있다는 점을 심도 있게 이해하고 있는 것으로 보임



[그림 4-2] 해외 도시 시사점



#### 4. 해외 문화기관 사례

- 성남문화재단의 문화예술 비전 및 미션 수립을 위해 해외 공공지원 기관의 미션과 비전 및 주요 사업 영역들을 살펴보았으며, 이를 통해 향후 성남문화재단의 비전 및 미션 수립 관련 시사점을 분석하였음. 공공지원 기관의 경우, 해당 기관들의 미션, 비전과 사업과의 연관성을 중심으로 고찰하였음
- 한편, 성남문화재단 비전 및 미션 수립을 위해서는 성남시의 문화발전 방향과 성남문화재단의 미래 발전 방향을 모두 아우를 수 있는 사례들을 모두 살펴볼 필요성을 가짐. 성남시는 현재 ‘유네스코 창의도시 네트워크’ 예비회원국으로, ICT 산업의 중심지로서 성남문화재단과 함께 기술 융복합을 통한 창의적 문화예술 생태계 조성을 목표로 하고 있음. 따라서 기술 중심의 선도적인 문화예술기관들의 사례들도 함께 널리 살펴볼 필요가 있음. 기술 중심의 기관들은 유네스코 창의도시, 유럽 smARTplaces 프로젝트, 융복합 문화예술 등의 세 가지 범주로 다시 구분하여 정리하였음
- 구체적으로 살펴본 해외 사례들은 다음과 같음
  - 첫째, 해외 공공지원 기관 사례에는 해외 주요 도시들을 중심으로 미국 로스앤젤레스 문화예술재단, 캐나다 킹스턴 예술위원회, 미국 힐스보로 예술위원회, 미국 퀸즈 예술위원회 사례가 포함되어 있음
  - 둘째, 해외 미디어아트 분야 유네스코 창의도시 네트워크 회원도시 소재 아트센터사례에는 토론토 미디어아트센터, 오스트리아 아르스 일렉트로니카, 프랑스 앙기앵레뱅 아트센터 사례가 포함되어 있음
  - 셋째, 유럽 smARTplaces 프로젝트 관련 해외 문화예술기관 사례에는 독일 예술과 미디어 기술 센터, 독일 도르트문트 U, 스페인 이토피아 문화 기술 센터 사례가 포함되어 있음
  - 넷째, 융복합 문화예술 관련 주요 해외 디지털 아트센터 및 뮤지엄 사례에는 미국 워커 아트센터, 영국 ICA, 미국 빌 아트 앤 테크놀로지 센터가 포함되어 있음

##### 1) 공공지원기관

(1) 미국, 캘리포니아: 로스앤젤레스 문화예술재단(Los Angeles County Arts & Culture)<sup>112)</sup>

###### 가. 비전 및 미션

- 비전: 예술, 문화, 창의성이 모든 시민들과 지역의 삶의 곳곳에 융합 되어지는 도시
- 미션: 로스앤젤레스 전역에 예술, 문화 그리고 창의성을 진작시키기

###### 나. 주요 사업 영역

- 예술가 공모 및 지원

112) 로스앤젤레스 문화예술재단 홈페이지(<https://www.lacountyarts.org>)

- 지역 예술가들의 작품 이미지를 홈페이지에 공개하고 시민들이 예술가들의 작품 이미지를 다운로드하여 컴퓨터와 모바일 배경 화면 등으로 활용할 수 있도록 함
- 지역 내 예술가들의 작품이 설치된 지도를 만들고, 이를 홈페이지에 게재함으로써 지역 예술가의 작품에 대한 시민들의 접근성을 높임
- 다양한 예술 프로젝트들이 지역의 당면한 문제를 해결하는 것을 기대
  - 주거 공간 해결을 위한 디자인 프로젝트 공모: 노숙자 이니셔티브(Homeless Initiatives) 및 지역 계획 협회(Regional Planning) 등과 협력함. 지역 대학 학생 및 지역 예술가들이 프로젝트 공모에 참여하도록 독려함

#### ○ 공원 관련 프로그램

- 매년 여름 한 달 동안 카운티 내 33개의 공원에서 '어둠이 내린 후의 공원'(Parks After Dark) 프로그램이 진행됨. 금요일 밤에는 무료 영화 상영과 예술과 건강 관련 워크숍을 진행하고 토요일 밤에는 콘서트를 진행하는 프로그램으로 이루어짐

#### ○ 청소년 예술 교육

- 지역 내 모든 청소년 교정 시설에 연중 문화예술교육 프로그램이 진행될 수 있도록 지원
- 지역 학교 학생들이 창조 산업 분야를 인식하고 접근 할 수 있도록 관련 교육 프로그램을 제공

#### ○ 홈페이지 활용 문화예술 분야 정보 제공

- 로스엔젤레스 예술생태계를 강화하기 위한 예술과 문화, 창의성 관련한 정보를 수집하고 홈페이지를 활용하여 시민 누구나 정보를 이용할 수 있게 함
- 학생들을 위한 예술기관 인턴십 프로그램 및 지역의 예술 분야 채용 정보를 게재
- 지역 예술가, 예술교육사, 문화예술 분야 전문가 목록을 게재

### (2) 캐나다, 온타리오: 킹스톤 예술위원회(Kingston Arts Council)<sup>113)</sup>

#### 가. 비전 및 미션

- 비전: 예술을 통한 시민의 전문성, 리더십 함양 및 지역의 예술가, 예술 단체 등 예술 생태계 강화
- 미션: 킹스톤과 주변 지역의 재정 지원자, 리더, 지지자, 자원 및 모든 기회의 촉진자

#### 나. 주요 사업 영역

##### ○ 예술가 지원

- 매년 높은 성취를 이룬 지역의 예술가들을 선발하고 홈페이지에 소개(2020년 수상 분야: 오케스트라, 조각가, 현대예술 무용가)
- 특히 시각 미디어 분야의 젊고 유망한 예술가를 지속적으로 지원하고 있음

##### ○ 공간 운영

- 킹스톤 예술위원회 사무실 내에 있는 전시 공간을 활용하여 지역 예술가에게 공간을 제공. 이는 공모를 통해 이루어지며 예술가와 지역 네트워크 협력을 위해 정기적 쇼케이스도 진행

113) 킹스톤 예술위원회 홈페이지(<https://www.artskingston.ca>)

## ○ 문화예술 관련 토론, 강연 제공

- 지역 주민들에게 창조적인 글쓰기, 인스타그램 마케팅, 스폰서십 등 시민을 위한 다양한 교육을 제공
- 예술과 페미니즘, 도시에서 예술의 역할, 창조적인 장소 만들기 등 각 분야의 전문가와 대담형식의 라운드 테이블을 정기적으로 진행. 최근에는 코로나 위기에 예술가와 예술 단체들이 어떻게 접근해야 하는지를 주제로 예술행정가, 음악/공연/시각/문학 분야의 예술가 그룹이 토론했다
- 지역의 예술발전을 위해 다양한 장르의 예술가들이 'Thinking Group'을 만들고 정기적 토론을 진행하며, 이는 지역 문화 정책에 반영됨

## ○ 정보제공

- 지역의 펀딩 기관 리스트, 예술기관 리스트, 뉴스레터 등 문화예술관련 정보를 홈페이지에 게재

(3) 미국, 노스캐롤라이나: 힐스보로 예술위원회(Hillsborough Arts Council)<sup>114)</sup>

## 가. 비전 및 미션

- 비전: 예술이 주민들의 삶에 완전히 통합되는 경험을 만들기 위해 위원회는 힐스보로의 창의적 공동체의 대변자가 되고자 하며, 모든 연령대가 모든 분야의 풍부하고 다양하고, 접근성이 있는 예술 프로그램을 누릴 수 있도록 할 것이다. 또한 공연 및 시각 예술에 있어 최첨단 시설을 제공하고자 한다
- 미션: 힐스보로 예술위원회는 자원봉사자 중심의 단체로써 시민의 예술 감상을 촉진시키고 재단 프로그램에 다양한 관객들이 참여하게 하며 예술, 기관, 관객을 연결하는 노력을 통해 지역사회를 풍요롭게 하고자 한다

## 나. 주요 사업 영역

## ○ 예술가 지원

- 재단은 오렌지카운티 재단과의 협력으로 지역 예술가들이 합리적인 가격으로 스튜디오를 임대할 수 있도록 함
- 지역 예술가의 역량 강화를 위해 커뮤니티 내 갤러리와 파트너십을 갖고 예술가에게 비즈니스, 마케팅, 프리젠테이션 워크숍 등을 제공하고 있음

## ○ 소규모 모임 및 공연 추진

- 마을을 중심으로 한 가든 콘서트, 가정 내 살롱 콘서트 등의 소규모 모임을 추진하여 예술을 중심으로 한 지역의 결속력을 다짐
  - 움직이는 마을 무대(Mobile Community Stage): 지역 내 거리, 호텔, 상점 앞 등 제한을 두지 않는 공간에서 시민들의 음악 연주, 시낭송 등이 팝업 무대로 펼쳐짐
  - 손전등을 가지고 함께 걷기(Solstice Lantern Walk): 매년 12월, 시민들이 각자의 개성을

114) 힐스보로 예술위원회 홈페이지(<https://www.hillsboroughartscouncil.org>)

가지고 만든 핸드메이드 렌턴을 가지고 마을 곳곳을 함께 누비는 겨울 이벤트. 걷기 후에는 함께 모여 음식을 나누고, 음악을 감상하는 이벤트가 준비되어 있음

○ 문화예술교육 패키지 발송

- 어린이들이 가정에서도 예술교육을 즐길 수 있도록 체험 키트가 발송됨. 키트 사용에 관한 온라인 가이드 프로그램도 제공하여 활용에 어려움이 없도록 함
- 아트 사이클(Art Cycle): 가정으로 발송되는 체험 키트는 연필, 스케치북, 크레용 등의 물품으로 이루어져 있으며 이는 재단의 홈페이지 내에 연결된 구매 사이트를 통해 시민들이 어린이들에게 직접 기부하는 시스템으로 이루어짐

(4) 미국, 뉴욕: 퀸즈 예술위원회(Queens Council On the Arts)<sup>115)</sup>

가. 미션

- 미션: 퀸즈 카운티 내 예술을 육성하고 발전시키며, 예술가와 예술 기관이 지역사회를 위해 그들의 문화적 다양성을 보여줄 수 있도록 지원한다
- 퀸즈 예술위원회(QCA)는 1966년에 설립된 비영리 단체로 퀸즈 예술과 문화 기관의 전략적 네트워킹 및 예술, 상업, 미디어의 플랫폼 역할을 수행하고 있음

나. 주요 사업 영역

○ 조직 체계

- 퀸즈 예술위원회의 이사회는 운영 이사회(Board of Trustee), 자문 이사회(Advisory Board) 주니어 이사회(Arts Junior Board)로 나뉨. 다른 곳에서 볼 수 없는 주니어 이사회는 예술 분야의 다양한 배경과 직업을 가진 젊은 예술가로 구성되어 있으며 퀸즈 예술위원회 이사회의 가이드 속에서 그들의 리더십을 발전시키고, 위원회를 대표하고 홍보하는 일에 주력하고 있음

○ 예술가 지원

- 위원회는 매년 '올해의 예술가'를 분야별로 발표하고 해당 예술가를 지속적으로 후원하고 소개함(Artist Commissioning Program)
- 예술가 레지던스는 예술인들이 고립된 장소에서 일하는 전통적인 레지던시가 아니라 유동 인구가 많은 공항 및 지역 내 호텔에서 이루어짐(ArtsPort, ArtHotel Residency). 예술가들은 창작 장소를 확보함과 더불어 많은 시민들과 작품을 공유하는 기회를 갖게 됨

○ 교육 프로그램

- 줌 등을 활용한 가상 교실을 통해 다양한 분야의 리더, 활동가 등을 초청하여 강연을 상시 진행
- 노인과 장애인을 위한 프로그램을 별도로 마련함
  - SU-CASA: 노인들을 위한 예술교육 프로그램으로 뉴욕시의회, 문화부(DCA), 노화부(DFTA) 및 시의 5개 지역 예술 협의회 협력 프로젝트가 진행 중. 예술가와 복지관의 노인들을 연결

115) 퀸즈 예술위원회 홈페이지(<https://www.queenscouncilarts.org>)

하고, 예술을 기반으로 한 활동을 통해 노인들의 복지에 긍정적인 영향을 미치는데 목적이 있음. 프로그램에 선정된 예술가는 복지관에 머물면서 노인들에게 양질의 예술 교육 프로그램을 상시 제공함

## 2) 해외 미디어아트분야 유네스코 창의도시 네트워크 회원도시 소재 아트센터

### (1) 캐나다, 토론토: 토론토 미디어아트센터(Toronto Media Arts Centre, TMAC)<sup>116)</sup>

#### 가. 개요

##### ○ 역사 및 시설

- TMAC는 미디어 아트 및 기술에 대한 접근성에 대한 기대, 경제적 부담 없이 이용할 수 있는 센터의 필요성에 의해 2011년에 설립되었고, 2013년에 자선단체로 등록되었음. 오늘날 센터 회원, 지역사회 커뮤니티(West Queen West), 지역의 미디어 아티스트 및 아티스트 운영 센터를 지원하는 통합적인 협력 조직으로 성장함
- 4개의 공공 갤러리와 전시공간, 독립영화 상영 및 실험적인 작업을 할 수 있는 210석 규모의 극장, 지역주민이 함께 모이고 이벤트를 할 수 있는 다양한 공간 및 아티스트 레지던시를 위한 스튜디오가 마련되어 있음. 센터는 미디어 아트 활용 창작, 제작, 프레젠테이션, 교육, 보존 및 보급의 역할을 하고 있음
- 인구 290만으로 캐나다에서 가장 큰 도시인 토론토는 유네스코 미디어아트 창의도시에 2017년에 지정됨

#### 나. 주요 사업 및 특징

##### ○ 신기술을 활용한 다양한 장비를 자유롭게 이용

- 지역 주민의 의미 있는 참여를 위한 다양하고 협력적인 환경을 구축하고 있으며 특히 예술과 기술을 활용한 지역의 건설과 포용성에 초점을 맞추고 있음
- 연중무휴 전시 및 교육 프로그램, 오픈 랩 스튜디오, 장비 라이브러리 운영 및 협력할 수 있는 공간을 제공하고 있으며 영화, 애니메이션, 비디오 게임, 오디오 및 음향, 비디오, 로봇, 전자 장치 등을 포함한 예술과 미디어, 신기술을 사용할 수 있는 다양한 도구와 공간을 자유롭게 사용할 수 있게 함

##### ○ 자원봉사자들로 운영되는 조직

- TMAC는 회원 조직의 대표들 및 토론토 미디어 예술 커뮤니티를 대표하는 2명의 이해관계자로 구성된 이사회에 의해 운영됨. 현재 고용 직원이 없으며 100% 자원 봉사자에서 의해서 운영됨
- 각 회원 조직은 사무실과 강의실이 있는 자체 작업 공간을 가지고 있으며, 전시 공간을 이용하는 사람들을 지원 하고, 예술적, 문화적 커뮤니티에 기초한 지속 가능하고 협력적인 모델을 만들기 위해 노력하고 있음

116) 토론토 미디어아트센터 홈페이지(<https://www.tomediaarts.org>)

(2) 오스트리아, 린츠: 아르스 일렉트로니카(Ars Electronica)<sup>117)</sup>

## 가. 개요

○ 미션<sup>118)</sup>

- 예술, 기술, 사회
- 우리는 1979년부터 디지털 혁명에 관해 분석하고 논평해왔다. 1996년부터 우리는 디지털 변화를 위한 프로젝트, 전략 및 역량을 개발해왔으며 전 세계의 예술가, 과학자, 기술자, 디자이너, 개발자, 기업가 및 활동가들과 함께 우리는 미래의 핵심적인 문제들을 다룬다. 그 초점은 새로운 기술 및 새로운 기술이 우리가 함께 살아가고 일하는 방식을 어떻게 바꿀 것인가에 있다

## ○ 역사 및 시설

- 1979년 설립 되었으며 페스티벌과 국제 경연대회, 미술관 및 전시관, R&D기관 등 4개 부문으로 구성된 국제적 미디어 아트 문화 공공기관임
- 아르스 일렉트로니카는 미디어 아트가 모든 시민이 쉽게 이해할 수 있는 보편적 시각으로 서의 예술과 미디어 아트의 공공성에 주목하고 있으며, 미디어 아트가 다양한 사회 문화적인 현상을 아우를 수 있도록 함
- 디지털화를 기술의 발전이 아닌 사회적 발전으로서의 접근을 가지고 있음. 디지털 전환에 주목하며 관련한 프로젝트, 전략 및 역량을 개발하고 있으며, 9월에 한정기간 진행되는 페스티벌의 한계를 극복하기 위해 센터에서는 전시와 교육 프로그램을 항시 운영하고 있음
- 린츠는 2014년 유네스코 미디어 아트 창의도시로 지정됨

## 나. 주요 사업 및 특징

## ○ 페스티벌

- 린츠는 빈과 잘츠부르크 사이에 위치하여 정체성을 찾기 어려운 공업도시였으나, 1979년 ‘예술과 기술, 사회’를 주제로 한 페스티벌을 개최하게 되면서 명성을 얻음. 현재 ‘아르스 일렉트로니카’ 페스티벌에는 매년 7만여 명의 외부인이 방문하고 있음
- 페스티벌에는 19세 이하 청소년의 창의적인 아이디어를 모아 축제 내 축제 형식으로 치러지는 ‘U19-Creative Your World’ 프로그램이 아르스 일렉트로니카 센터 광장에서 동시에 진행됨

## ○ 다양한 학제 간 파트너십

- 센터는 다양한 기관과의 유기적 연결을 통해 학제간 다원적 연구를 확장하려는 노력을 지속하고 있음. 미디어아트, 건축, 디자인, 인터랙티브 전시, 가상현실, NASA와의 연계를 통한 이미지와 게임 개발, BBC와 협력한 3D다큐멘터리 체험제공 하는 등 다양한 파트너십과 네트워크 시스템 구축하고 있음
- 특히 연구기관인 ‘퓨처랩’은 25개의 연구팀으로 운영되며 운영 건축, 생물학, 화학, 인포매

117) 아르스 일렉트로니카 홈페이지(<https://ars.electronica.art>)

118) 아르스 일렉트로니카가 소개한 미션의 일부로 아르스 일렉트로니카의 지향점이 상세히 제시되어 있음

틱, 미디어 기술, 음악, 시, 사회학 등 다양한 분야와 기관의 전문가가 참여하고 있음 스폰서십 파트너로는 린츠 지역 기업이 과반수 이상을 차지할 정도로 지역의 지지를 받고 있으며, 예술가와 과학자, 기술자가 참여하는 레지던시 프로그램도 상시 운영 중임

### (3) 프랑스, 앙기앵레뱅: 앙기앵레뱅 아트센터(Centre Des Arts - Enghien-les-Bains)<sup>119)</sup>

#### 가. 개요

##### ○ 역사 및 시설

- 2002년 개관했으며 1년 예산 100만 유로 수준(2018년). 미디어 아트 전문 전시설과 극장, 작가 레지던시, 랩 등을 갖추고 있음
- 초학제간 공간으로서 다양한 예술 프로그램, 전시, 무용, 연극, 무용, 연극 공연과 더불어 젊은 관객들을 위한 다양한 워크숍이 열리는 '예술과 창작'의 중심으로 인정받고 있음
- 파리의 외곽 소도시인 앙기앵레뱅은 2013년 유네스코 미디어아트 창의도시로 지정됨

#### 나. 주요 사업 및 특징

##### ○ 페스티벌 '뱅 뉴메리크'

- 센터를 중심으로 미디어아트 비엔날레 '뱅 뉴메리크'(Les Bains Numériques)가 개최되고 있음. 행사 기간 중에는 CDA 뿐만 아니라 시립음악학교, 공원, 정원 등 사람들이 많이 이용하는 공공장소와 도시 전체가 전시장으로 변하여 도시에 활력을 불어 넣고 있음
- 센터 앞 호수 위에 설치된 특설무대에서 진행되는 폐막식 행사에는 전 세계에서 매년 3만 5000여명이 찾아옴. 2013년부터 디지털 특수효과상 시상식도 열림

##### ○ 파트너십과 세분화된 교육 프로그램

- 센터는 디지털 문화에 대한 인식을 높이기 위해 지역 파트너들과의 협력을 통해 청중을 개발하고, 다양한 프로그램을 통해 미디어에 대한 지역 주민들의 인식을 높이고 있음
- 매년 200명 이상의 파트너가 CDA와 협력하고 있으며 병원과 대학 연구원, 아티스트들이 참여해 신체·정신 장애를 가진 이들을 위해 음악, 미디어 아트 등이 결합된 교육도 진행함
- 다양한 교육 시스템은 다소 생소한 미디어 아트가 지역민과 결합할 수 있는 토대를 제공하며, '고령층', '초보자'를 위한 인터넷과 멀티미디어 교육 등 세분화된 교육 프로그램을 가지고 있음
- CDA의 인큐베이터인 Numeric Lab은 현장 전문가, 디지털 실무자, 기업가 및 아티스트들이 모여 격월제의 라운드 테이블을 개최하고, 디지털 환경의 기회와 어려운 문제를 함께 모색하는 자리를 마련함

119) 앙기앵레뱅 아트센터 홈페이지(<https://www.cda95.fr>)

### 3) 유럽 smARTplaces 프로젝트 관련 해외 문화예술기관

- smARTplaces는 유럽 연합의 Creative Europe Program이 공동으로 자금을 지원하고, 디지털 기술과 새로운 형태의 문화 매개를 활용하여 문화와 예술이 인식되고 소비되는 방식을 혁신하는 것을 목표로 하는 장기적인 유럽 관객 개발 프로젝트임<sup>120)</sup>

#### (1) 독일, 칼스루에: 예술과 미디어 기술 센터 ZKM(Center for Art and Media, ZKM)<sup>121)</sup>

##### 가. 개요

- 미션<sup>122)</sup>
  - 우리의 목표는 지식을 공유하는 것이다
  - 우리는 우리의 세상에 대한 이해를 향상시키고자하며 따라서 대중들에게 질문, 맥락 및 문제들을 인식하도록하기 위한 노력의 일환으로 현재의 주제들을 채택한다
- 역사 및 시설
  - 1997년 독일 칼스루에의 군수품 생산 공장 건물을 개조하여 개관하게 됨. 예술과 기술의 융합을 추구했던 바이마르의 '바우하우스'(Bauhaus) 모델로 하고 있으며, 현재 '디지털 바우하우스' 이미지를 추구하고 있음
  - 3개의 미술관, 5개의 연구소, 2개의 공연장, 1개의 미디어 전시관과 도서관에서 미디어아트를 창조하기 위해 연구, 실험 및 전시가 지속적으로 이루어지고 있음

##### 나. 주요 사업 및 특징

- 전시, 포럼을 통해 미디어의 불확실성과 가능성을 조명
  - 뉴미디어의 한계와 불확실성에 관한 담론들을 기획 전시들을 통해서 지적하기도 하며, 가능한 응용 프로그램과 창조적인 잠재력을 강조하는 것을 목표로 철학, 과학, 예술, 정치 및 상업 간의 만남을 위한 공개 포럼도 개최하고 있음
- 모든 연령층을 위한 미디어 교육
  - 1997년부터 모든 연령층과 교육수준을 세분화한 미디어 워크숍이 개최되고 있음. 디지털 사진 및 이미지 처리, 만화 제작, 비디오 편집, 라디오 재생, 컴퓨터 음악 및 비디오 클립의 작곡 등 다양한 주제를 다룸. 최근 소셜미디어를 주제로 한 워크숍과 태블릿과 모바일의 일상적인 사용에 대한 교육도 이루어짐

120) 스마트플레이스 홈페이지(<https://smartplaces.eu>)

121) 예술과 미디어 기술 센터 홈페이지(<https://zkm.de/en/the-zkm>)

122) ZKM이 홈페이지에 소개한 미션 선언문의 일부로 ZKM이 왜 박물관 그 이상을 지향하는지에 대해 상세히 제시되어 있음



## (2) 독일, 도르트문트: 도르트문트 U(Dortmunder U)<sup>123)</sup>

### 가. 개요

#### ○ 미션<sup>124)</sup>

- 도르트문트 U는 국제적인 영향력을 지닌 문화 중심지이며, 이 지역의 새로운 랜드마크이자 도시의 구조적 변화의 상징이다
- 도르트문트 U의 전시, 행사 및 중재 제안의 특별한 초점은 디지털 미디어의 통합과 창의성 증진에 초점을 맞춘다
- 도르트문트 U는 모두를 위한 집이다. 도르트문트 U는 다른 문화 기관, 조직, 이니셔티브 및 프로젝트와의 협력에 열려있다

#### ○ 역사 및 시설

- 도르트문트 U는 20세기와 21세기의 예술작품을 전시, 디지털 시대의 문화교육에 있어 혁신적인 개념을 개발하고, 예술과 과학 간 파트너십을 만들어내며 창의산업 내 다양한 주체들과 협력하고 있음
- 노르트라인-베스트팔렌주(North Rhine-Westphalia, 이하 NRW)의 국제적 역량의 중심지로서 도르트문트 U는 지역 및 국제적인 프로젝트의 파트너로서 학제 간 분야에서 다른 국제기관들과 협력해나가고 있음. 도르트문트 U는 예술, 연구, 창의성, 문화 교육의 교차점에서 혁신적 실천을 구현하고자 함
- 1926/27년에 세워진 U-Tower 빌딩은 유럽 최고의 양조장 중 하나로 67년 동안 맥주 생산 시설로 기능하였음. 과거 양조장에서 현재의 문화 기관으로 변화하였다는 관점에서 문화로 인해 시작된 구조적 변화를 상징함과 동시에 도르트문트 경제 역사의 중요한 장을 상징함
- 아돌프 윈켈만(Adolf Winkelmann) 감독이 'FLYING PICTURES'를 통해 만들어낸 설치 작품(Film Installation) 중의 하나인 'U-Tower Picture Clock'은 U-Tower 건물 외부의 상단에 위치하고 있는 거대한 미디어 파사드로 하나의 상징적인 랜드마크로 기능함

### 나. 주요 사업 및 특징

#### ○ 디지털 세계의 거대한 미래 실험실로 스스로를 규정

- 도르트문트 U의 디지털 문화: 도르트문트 U는 디지털 문화 및 예술의 디지털 전환에 체계적인 초점을 맞춘 NRW 내에서 유일하게 큰 규모의 국가적으로도 중요한 문화 기관임
- 디지털리티(Digitality)의 주제는 도르트문트 U 내에 위치한 모든 기관들의 전시회, 워크숍, 기타 프로젝트 및 행사를 구현하는데 초점을 맞추고 있음. 디지털에 대한 집중은 도르트문트 U 내 기관들의 협력 작업을 자연스럽게 수반함
- 도르트문트 U는 'page21', 'Innovative Citizen', 'DIGITRANS' 및 'smARTplaces'와 같은 프로젝트를 통해 이러한 협력의 결과를 입증한 바 있음

#### ○ 예술, 미디어 및 문화에 대한 연구, 경험 및 담론이 생성되는 모두를 위한 공간

123) 도르트문트 U 홈페이지(<https://www.dortmunder-u.de/en/u>)

124) 도르트문트 U가 소개한 미션 선언문의 일부로 도르트문트 U 발전상과 지향점이 상세히 제시되어 있음

- 도르트문트 U는 U-Tower 빌딩 내의 다양한 이용자들의 협력에 기반하고 있으며, 도르트문트 U와 관련한 다양한 주체들이 협력하여 RWE 포럼을 운영하고 있음

### (3) 스페인, 사라고사: 이토피아 문화 기술 센터(ETOPIA Centre for Art and Technology)<sup>125)</sup>

#### 가. 개요

##### ○ 역사 및 시설

- 이토피아 문화 기술 센터(이하 이토피아)는 다양한 활동이 이루어질 수 있는 공간으로 전위적인 예술을 표현하는 전시, 워크숍을 제공하는 한편, 창작자와 기술자를 위한 공간이자 예술과 기술의 교차점에서 나타나는 새로운 영역에 대한 교육 공간으로 기능하며, 디지털 도시를 위한 아이디어 실험실이자 콘텐츠 분야의 새로운 기업을 위한 인큐베이터로 표현됨
- 이토피아는 새로운 아이디어를 개발, 탐구, 공유하는데 관심을 가진 시민, 기업, 창작자 모두에게 열려있는 공간으로 해당 건물은 스페인 정부가 추진하는 Avanza Plan의 재정적 지원으로 설립되었음

#### 나. 주요 사업 및 특징

- 주요 역할은 지식 센터와 R&D, 기업, 기업가, 창작자, 시민, 도시 관리자 및 연구원을 지역적, 국가적, 국제적으로 연결하는 것임. 이토피아가 고도의 전문화를 추구하는 세 가지 주요 활동 분야는 다음과 같음
  - 스마트 도시 관리를 위한 솔루션
  - 새로운 디지털 미디어를 위한 콘텐츠 제작
  - 기술, 디지털 및 창의적 훈련에 대한 실험과 실습
- 이토피아가 제공하는 서비스에는 어린이들을 위한 기술 교육에서부터 레지던스, 3D 프린터를 활용할 수 있는 공간, 전시 공간, 강의실 등의 공간 제공, 크라우드 펀딩에 이르기까지 다양한 영역이 포함되어 있음
  - 이 중에서 'Creators Digital Residence'는 공동제작 및 공동 제품/서비스 개발을 위한 상호작용 공간으로 창작자, 연구원, 기업가를 위한 36개의 레지던스를 뜻함. 이는 타 센터와 네트워크를 구축하고, 인재, 예술가 및 연구원들을 유치함에 있어 필수적인 이토피아의 큰 차별 요소라 설명하고 있음

125) 이토피아 문화 기술 센터 홈페이지(<http://www.zaragoza.es/ciudad/etopia>)

#### 4) 융복합 문화예술 관련 주요 해외 디지털 아트센터 및 뮤지엄

##### (1) 미국, 미니애폴리스: 워커 아트센터(Walker Art Center)<sup>126)</sup>

###### 가. 개요

###### ○ 미션

- 워커 아트센터는 사람들이 우리 시대의 예술과 아이디어들의 변혁적 가능성을 경험하고 새로운 방식으로 세상을 상상할 수 있도록 한다

###### ○ 역사 및 시설

- 워커 아트센터(Walker Art Center)는 목재 사업으로 막대한 부를 축적한 아트 컬렉터인 토마스 발로우 워커(Thomas Barlow Walker)의 이름을 딴 갤러리로 1927년에 시작해 1940년에 1월 워커 아트센터로 변경됨
  - 예술 장르 간의 경계를 허물고, 다양한 창의적 시도를 통해 대중들이 현 시대의 예술의 다양성을 경험하고 새로운 방식으로 세상을 상상할 수 있도록 기여하는 데 목적을 둠
  - 시각, 공연 및 미디어 분야의 13,000개가 넘는 혁신적인 현대 예술 작품을 보유하고 있으며, 갤러리, 극장, 영화관 등 다양한 플랫폼을 통해 끊임없이 변화하는 다차원의 경계를 다루고자 함
  - 건축/디자인, 공연 예술, 시각 예술, 교육 및 공공프로그램 등을 제공함으로써 현대 예술 작품이 가진 모호함과 과제를 심도 있게 다루고자 함
  - 인접한 미니애폴리스 조각 정원과 함께 연간 700,000명 이상의 관람객이 방문하여 미국에서 가장 많이 방문객 수가 많은 미술관 5곳 중 하나로 손꼽힘

###### 나. 주요 사업 및 특징

- 건축/ 디자인: 사내 디자인 개발 전담 부서가 있으며, 100개 이상의 디자인상을 수상한 경력이 있음. 디자인 관련 전시와 강연을 기획하고, 출판 프로그램 등 다양한 이벤트를 진행함. 최초의 디자인 저널 Everyday Art Quarterly을 1946년부터 발행하였고, 현재는 Design Quarterly로 변경됨. 디자인이 사회에 미치는 영향에 대한 다양한 주제를 다룸
- 교육 및 공공 프로그램: 모든 연령대의 사람들을 대상으로 예술 경험을 심화하고 향상시키기 위해 다양한 교육 프로그램을 제공하고 있음
- 움직이는 이미지(Walker's Moving Image) : 영화와 관련된 다양한 회고전, 토론회, 워크숍 등을 진행함. 21세기 영화, 글로벌 및 아방가르드 영화, 다큐멘터리 등의 영화 제작자 및 아티스트를 소개하며, 예술적 아이디어를 공유하고자 함
- 공연 예술: 1940년부터 현대 무용, 실험적 연극, 뉴 재즈, 전위 포크, 새로운 글로벌 및 대체 고전 음악 등 실험적 공연을 시도함. 그 외에도 최첨단 제작기술을 이용한 예술창작, 레지던시 프로그램, 전국 투어 지원 등 예술가들을 위한 다양한 지원을 진행함
- 시각 예술: 현대 및 주제별 전시가 혼합된 전시 프로그램을 제공하며, 신진 예술가를 지원하고,

126) 워커 아트센터 홈페이지(<https://walkerart.org/about>)

현대 예술과 삶의 연결을 조명함으로써 대중의 접근성을 높이고자 함

## (2) 영국, 런던: ICA(Institute of Contemporary Art)<sup>127)</sup>

### 가. 개요

#### ○ 역사 및 시설

- ICA는 예술가 및 작가가 현대 예술을 주제로 다양한 아이디어를 토론할 수 있는 공간을 마련하고자 1946년에 설립됨
- 실험적이면서 독창적인 예술 및 문화를 주제로 다채로운 전시, 영화, 공연예술 등을 제공하며, 새롭게 떠오르는 아티스트를 발굴하는 역할을 함
- 데미안 허스트, 스티브 맥퀸, 장미셸 바스키아, 리처드 프린스 등 현대 미술작가들의 전시를 최초로 기획하였고, The Smiths(1983), David Bowie(1988), The Stone Roses(1989) 및 The Beastie Boys(2004) 등 공연예술계의 한 획을 긋는 작품들을 다수 개최함
- 갤러리, 극장, 영화관, 서점 등을 운영하고 있으며, 주요 프로그램 이외에도 관객들과 소통할 수 있는 강연 프로그램을 제공함으로써 동시대의 담론과 비평의 틀을 마련하고자 함

### 나. 주요 사업 및 특징

- 미술 전시: 전위적인 현대 미술을 주제로 다양한 전시 및 프로그램을 기획함. 2021년 현재 전시 중인 작품은 '채널 B'로 흑인 중심의 예술, 음악을 다루는 창조적인 이니셔티브인 'Nine Nights'가 진행하는 사운드 및 비디오 설치 예술임. 사변적 허구, 실험적 사운드, 풍자를 사용하여 감시 및 인간이 아닌 지능과 같은 현대 디지털 문제를 탐구하고자 하였음
- 영화 및 페스티벌: ICA 영화관은 독립영화, 저예산 영화, 예술 영화를 주로 상영하며, 일본, 인도, 한국, 북유럽 영화 페스티벌 등 다양한 이벤트를 정기적으로 개최함. 지역 및 전 세계 관객들에게 독립영화를 소개하는 중요한 역할을 하고 있으며, Chantal Akerman, Kenneth Anger, Matthew Barney, Derek Jarman 등과 같은 선구적인 영화 제작자의 작품을 소개함
- 공연 및 기타행사: 실험적 공연 예술, 문학, 연구모임, 심포지엄 등을 개최함. 디지털 콜라주, 퍼포먼스, 비디오 아트, 재즈 및 뮤지컬, 춤, 음악 등 다학문적 공연 세계를 모두 망라하며 실험적이고 논쟁적인 주제들을 다루고 있음
- 온라인 플랫폼: 온라인 플랫폼인 Cinema3를 통해 영화, 라이브 이벤트 등을 제공하고 있음

## (3) 미국, 알바인: 빌 아트 앤 테크놀로지 센터(Beall Center for Art + Technology)<sup>128)</sup>

### 가. 개요

#### ○ 미션 선언문

- 빌 센터의 사명은 예술, 과학, 공학 간의 새로운 관계를 탐구하는 연구, 전시 및 공공 프로

127) ICA 홈페이지(<https://www.ica.art/about>)

128) 빌 아트 앤 테크놀로지 센터 홈페이지(<https://beallcenter.uci.edu/about/mission>)

그램을 지원하고, 디지털 기술을 활용한 새로운 형태의 창작과 표현을 촉진하는 것이다. 빌 센터는 예술과 관객의 연결 외에도 새로운 형태의 학제 간 예술을 창조하기 위해 기술이 어떻게 효과적으로 사용될 수 있는지에 관한 질문에 대한 답을 함으로써 박물관/갤러리 경험을 재 정의하고자 한다

#### ○ 역사 및 시설

- 빌 아트 앤 테크놀로지 센터(The Beall Center for Art + Technology)는 Rockwell Corporation 이사회 의장이었던 Don Beall과 예술의 지도자 및 지지자였던 그의 아내 Joan Beall을 기림과 동시에 비즈니스, 엔지니어링 그리고 예술의 공유, 세 가지 주요 측면을 탐구하고자 2000년에 설립됨
- 예술, 과학 및 공학 간의 새로운 관계를 탐구하는 연구, 전시 및 공공 프로그램을 지원하고 디지털 기술을 사용하여 새로운 형태의 창작 및 표현을 촉진하는 데 목적을 둠

#### 나. 주요 사업 및 특징

##### ○ 주요 전시

- 2021년: 로스엔젤레스 아티스트 이안 잉그램(Ian Ingram)의 1998년부터 2021년 작품을 전시함. 자연 환경에서의 동물 형태와 행동, 로봇 아바타, 중간 의사소통 및 기술을 탐구하고자 하였음
- 2020년: “American Monument” 전시는 로젠 우즈(Lauren Woods)의 작품으로 아프리카계 미국인이 경찰의 잔혹성에 의해 목숨을 잃는 문화적 조건을 조사한 것들을 다루었음. 로젠 우즈는 영화, 비디오 및 사운드 설치, 공공 개입, 현장 특정 작업 등의 하이브리드 미디어 프로젝트를 통해 역사를 현재의 사회정치적 관점으로 바라보는 렌즈로 참여시키는 개념 예술가임

##### ○ 주요 프로그램

- Black Box Projects: 예술가들의 작업 환경, 설치 및 조각 연구 및 개발을 지원하는 예술가 레지던시 프로그램으로 다양한 UC(University of California) Irvine 연구부서와 협력하여 예술가들이 최신 기술과 자원을 바탕으로 작업을 발전시킬 수 있는 기회를 제공하고자 함. 동시에 Beall 센터가 혁신적이고 학제적인 작업을 전시하고 실험적 미디어 예술을 위한 연구 센터로 기능할 수 있도록 함
- Black Box Projects의 목표
  - 전시를 위해 설득력 있는 새로운 미디어 아트 작품을 제작하고 실천의 한계를 넘는 것을 목표로 함
  - 연구 결과를 공유하기 위해 공동 작업자와 함께 공개 프로그램에 참여함
  - 향후 프로젝트에 대한 방법론, 일정 및 작업 프로세스를 철저히 평가함
- LASER TALKS: 예술, 과학, 공학 등 분야와 관련된 다양한 주제로 토론회 및 강연회를 개최함
- S.T.E.A.M. SUMMER CAMPS: 지역 학생들을 위한 여름캠프 진행

## 5) 분석

- 해외 공공문화지원 기관의 경우, 다음과 같은 특징이 나타남
  - 비전, 미션과 관련하여서는 일반적으로 ‘Community’가 강조되고 있으며, ‘Creative/Creativity’, ‘Diverse’, ‘Access’ 등의 개념이 나타남. 또한 비전을 ‘평등’이나 ‘포용’, ‘연계’ 등의 사회적 이슈와 연계시키거나 ‘시민’이라는 주제와 연계하여 제시하기도 함. 특이하게는 예술이 경제적 자원으로 역할 한다는 점을 강조하는 경우도 나타남

〈표 4-34〉 해외 문화예술 지원 기관 비전

기관	비전
LA County Arts & Culture	We envision a region in which arts, culture, and creativity are integral to every aspect of civic life for all people and communities.
Hillsborough Arts Council	To create a Hillsborough experience where the arts are fully integrated into the lives of its residents by: Becoming a voice and advocate for the creative community in Hillsborough, Creating enriching, diverse, and accessible arts programming for all ages and across all disciplines, Providing a state-of-the-art facility for the performing and visual arts in Hillsborough.
Oregon Arts Commission	The Oregon Arts Commission envisions a future where communities celebrate creative expression, artists and arts organizations thrive through robust public support, the arts are recognized as an essential economic driver and Oregon is recognized as a leader for equity and inclusion in the arts.
California Arts Council	A California where all people flourish with universal access to and participation in the arts.
National Endowment for the Arts	A nation in which every American benefits from arts engagement, and every community recognizes and celebrates its aspirations and achievements through the arts.
National Arts Council Singapore	Home to diverse and distinctive arts which inspire our people, connect our communities and position Singapore globally.

- 서비스 범위의 대상을 특정 짓는 경향은 외국 문화지원 기관 사례에서 유사하게 나타나는데 펜실베이니아 예술위원회(PCA)는 “Pennsylvania’s communities through the arts”, 뉴욕주 예술위원회(NYSCA)는 “the heritage of New York’s citizens” 등으로 서비스 범위를 규정하고 있음
- 외국 공공지원기관 미션 사례에서 더욱 특징적으로 나타나는 것은, 서비스의 내용이나 방식이 특정되어 있다는 점임
  - 미국 노스캐롤라이나주 힐스보로 예술위원회는 자신의 정체성을 ‘자원봉사자의 참여’에 기반한 조직이라고 밝히고 있으며, ‘예술 감상을 강화’하고, ‘다양한 층위의 시민들을 예술 활동에 참여’시키며, ‘예술가와 조직/단체, 관객을 상호 연계’시키는 활동을 통하여 지역사회를 풍요롭게 하는 것을 목적으로 함을 밝힘
  - 펜실베이니아 예술위원회는 예술활동을 통하여 펜실베이니아 지역사회를 ‘문화적’, ‘교육적’, ‘경제적’ 차원에서 활성화시키는 것을 목적(미션)으로 제시

- 미국 뉴욕주 예술위원회는 뉴욕 주가 가지고 있는 풍부하고 다양한 문화자원들을 ‘보존하며 확장’시키는 것을 활동의 목적으로 제시

〈표 4-35〉 해외 문화예술 지원 기관 미션

기관	미션
Pennsylvania Council	The mission of the Pennsylvania Council on the Arts (PCA) is to strengthen the cultural, educational, and economic vitality of Pennsylvania's communities through the arts.
Hillsborough Arts Council	The mission of the Hillsborough Arts Council (HAC), a volunteer-driven organization, is to enrich the community through the arts. HAC achieves this by: <ul style="list-style-type: none"> <li>- fostering appreciation of the arts</li> <li>- engaging diverse audiences in events and programs</li> <li>- connecting artists, organizations, and audiences.</li> </ul>
New York Arts Council	The New York State Council on the Arts (NYSCA) is dedicated to preserving and expanding the rich and diverse cultural resources that are and will become the heritage of New York's citizens.
National Endowment for the Arts	To strengthen the creative capacity of our communities by providing all Americans with diverse opportunities for arts participation.
National Arts Council Singapore	To champion the creation and appreciation of the arts as an integral part of our lives.

- 해외 문화기관/시설의 경우 나타난 종합적 시사점은 다음과 같음
- 디지털화에 대한 지속적인 투자와 발전이 이루어지고 있음
  - 디지털은 단순한 전시 및 아카이빙의 기능을 넘어서, 디지털 플랫폼을 활용한 문화예술프로그램의 전문성이 곧 기관이 가진 기술에 대한 이해도와 혁신성을 보여주는 지표로 기능함
- 디지털 기술 융합 및 탈장르화 등을 통해 기관의 문화 예술적 혁신성을 제고하고자 함
  - 디지털 기술과 예술의 결합의 가장 큰 예술적 가능성은 탈장르화 되거나 완전히 새로운 형태의 예술경험을 가능케 한다는 점임
  - 기술을 통한 융복합 성격의 문화예술을 중심으로 하여 기관의 혁신성을 높여나가고자 노력하고 있음
  - X-Box, Lab 등의 형태를 활용한 실험적이고 혁신적인 창작, 실험, 연구 환경 구축
  - X-Box, Lab 등으로 명명된 프로그램들의 주요한 역할은 새로운 예술적 실험이 가능한 문화적 공간을 만들어내는 것임. 이를 통해 예술가들과 더욱 적극적으로 협력할 수 있는 창조적 기반을 구축할 수 있음
- ‘시민’ 중심의 개방적 공간 지향: ‘시민’의 문화예술 참여와 연계를 위한 지속적인 노력이 나타나고 있음
  - ‘시민’ 중심의 개방적 공간이란 모두에게 자유롭게 오픈된 물리적 공간의 개방성 및 제공 프로그램 자체가 가진 ‘시민 참여적’ 측면에서의 개방적 성격을 모두 아우르는 중층적 의미를 지님

- 이는 예술가와 비예술가, 전문가와 비전문가라는 영역과 경계를 흐리는 시도로서 '시민'들의 창의 역량을 배양할 수 있도록 지원하고자 하는 노력으로 이해됨
- 지역 내 창의적 문화예술 플랫폼으로 기능하며 도시의 활력과 역동성을 제고하는 기능을 담당하고 있음
  - 해외의 주요 문화예술기관들은 문화예술이라는 키워드를 통해 다양한 이해관계자들이 만나고, 교류하며, 예술 가치와 문화적 경험을 확장할 수 있는 하나의 통로이자 연결점으로서 자신들의 정체성과 중요성을 강화함
- 지역 커뮤니티와 교류하고 협력해나가고 있음
  - 지역 내 대학, 지역 내 기관 및 단체들과의 협력을 통해 지역사회와 연계되고자 하는 꾸준한 노력이 존재함
- 네트워킹을 통한 영향력 확장을 시도하고 있음
  - 네트워킹을 통한 문화 예술적 영향력 확대를 시도하고자 하며, 네트워킹의 파트너에는 지역 내 기업들도 중요한 파트너로서 협력하고 교류함

## 5. 시사점

- 해외 주요 도시들의 문화발전 전략의 핵심에는 문화를 통해 창의적인 도시 공간을 창출함으로써 더욱 높은 개방성, 다양성, 포용성 및 관용을 갖춘 도시로 발전해나가고자 하는 목표가 공통적으로 자리 잡고 있음
  - 해외 주요 도시들이 마주한 도시 관련 의제 중 하나는 바로 환경과 기후 변화 이슈로 문화 예술을 기반으로 한 창의적 문제해결을 모색하고 있음
- 해외 도시 사례인 오스틴, 토론토, 낭트는 모두 살기 좋은 도시 순위에서 항상 최상위 권에 위치하는 도시라는 공통점을 가지며, 주요한 시사점에서도 공통된 특성을 나타냄
  - 첫째, 도시별 주요 문화자원을 적극적으로 활용하여 차별화된 도시 브랜딩을 구축해나가고 있음
  - 둘째, 세 도시 모두 창조산업과 더불어 첨단기업, 벤처 및 스타트업의 중심지로서 테크 도시 정체성을 강화해나가고 있음. 일자리가 지속적으로 창출되며 문화와 예술이 풍부한 장소가 곧 많은 사람들이 머물고자 하는 도시라는 점이 재확인됨
  - 셋째, 세 도시는 다양성 및 개방성이 높은 도시임. 문화와 예술 활동을 통해 도시민의 소속감을 증진하고 소통 및 연대를 강화하고자 노력함. 궁극적으로는 더욱 포용적이며 높은 관용을 갖춘 도시로 나아가고자 함
- 도시 미래와 발전이라는 측면에서 종합적인 관점에서의 개별 도시들이 가진 '거주만족감'(Liveability) 역량이 중요하게 논의됨
- 해외 문화예술 공공지원기관들의 미션 및 비전을 살펴본 결과, 시사점은 다음과 같음
  - 미션 및 비전과 관련하여 살펴보면, 비전 사례의 경우, 'Community'에 대한 강조됨을 알



수 있었으며, 미션 사례의 경우, 지원기관별로 제공하는 서비스 내용과 방식이 특정되어 나타나있다는 점임

- 해외 문화예술 기관/시설들을 살펴본 결과, 시사점은 다음과 같음
  - 디지털 기반 문화예술 프로그램 지원에 대한 높은 전문성을 갖추었으며, 디지털 기술 융합 및 탈장르화 등 새로운 예술 창작을 지원하고 있음. 다수의 문화예술 기관/시설들이 창작, 실험, 연구 환경이 가능한 공간을 구축하여 제공하고 있음
  - ‘시민’이 중심이 되는 모두에게 열린 공간이자 ‘시민 참여적’ 프로그램들을 제공함으로써 ‘시민’들의 창의 역량을 배양할 수 있도록 지원함
  - 지역 내에 위치한 창의적 문화예술 플랫폼으로서 다양한 문화예술 관련 이해관계자들이 소통하고 교류의 장으로 기능하며 도시의 문화적 활력을 제고함
  - 다수의 해외 문화예술/기관들이 지역 내 대학, 기관 및 단체들과 문화예술을 중심으로 한 협력을 시도해나가고 있으며, 협력의 네트워크에는 지역 내 기업들도 포함되어 있음



## 제 5 장

# 비전 수립을 위한 수요분석

제1절 조사 개요

제2절 FGI 조사 결과

제3절 직원 비전수립 워크숍 및  
설문조사 결과

제4절 시사점



## 제1절 조사 개요

### 1. FGI

#### 1) 대상

- 성남 문화예술비전 2040 연구의 비전과 전략 수립 및 사업아이템 발굴을 위해 성남문화재단 내부 의견과 외부의견 수렴
- 재단 내부 의견은 저연차그룹, 시민접점 업무그룹, 정책네트워크(SELF)그룹, 고연차그룹, 부서장 및 경영진으로 구분하여 수렴(42명)
- 외부 의견은 주부·청소년·청년·노인 등 일반 시민(60명), 문화예술 단체장과 예술인 등 문화예술 전문가(8명), 시공무원·시의회 의원 등 정책관계자(5명)로 구분하여 수렴
- 총 115명 의견 수렴

#### 2) 내용

##### (1) 내부 의견 수렴

- 성남문화재단이 나아가야 할 방향성, 미션·전략 및 필수사업·중점사업 인식
- 성남문화재단 내부 문제, 조직 및 제도 개선점
- 저연차 그룹의 경우 성남문화재단 입사 전후 문화재단 역할에 대한 관점 변화 포함

##### (2) 외부 의견 수렴

- 시민
  - 성남시의 고유성/정체성, 이미지(AS-IS & TO-BE), 문화환경 및 특성
  - 성남문화재단/아트센터의 인지도, 역할과 위상(AS-IS, TO-BE)
  - 시민으로서 문화적 수요 및 성남문화재단 사업아이템 제안 등
- 문화예술전문가
  - 성남시 문화예술생태계 특성
  - 성남문화재단 역할과 위상(AS-IS, TO-BE), 성남문화재단에 바라는 점
  - (문화예술단체) 성남시 문화예술단체 활동 및 애로사항
  - (문화예술인) 성남시 내 거주 및 창작여건, 활동 현황, 애로사항 등
- 정책관계자

- 성남시 문화비전, 성남문화재단의 역할과 위상(AS-IS, TO-BE) 등

〈표 5-1〉 FGI 조사 설계 개요

내부직원(42명)					
대상		일시	인원	현소속	진행
저연차		2021.08.25	7명	- 경영국: 경영지원부/미래전략부2/홍보미디어부2 - 예술국: 공연기획부 - 문화국: 창작지원부	연구진
		2021.09.10	4명	- 경영국: 홍보미디어부 - 예술국: 무대운영부/전시기획부 - 문화예술교육센터(창의교육)	
정책네트워크 (SELF)		2021.09.10	5명	- 경영국: 홍보미디어부/미래전략부 - 문화국: 생활문화지원부2 - 문화예술교육센터	
고객접점		2021.09.10	4명	- 문화국: 생활문화지원부(위레스토리박스)/문화예술교육부(아카데미) - 예술국: 공연기획부(하우스매니저, 아이플라자)	
고연차		2021.09.03	4명	- 경영국: 홍보미디어부 - 예술국: 공연기획부/전시기획부 - 문화국: 창작지원부	
		2021.09.03	4명	- 안전시설팀 - 문화예술교육센터(꿈터) - 예술국: 무대운영부2	
부서장		2021.11.04	4명	- 경영국: 경영지원부/경영기획부/미래전략부/홍보미디어부	
		2021.11.05	6명	- 예술국: 공연기획부/무대운영부/전시기획부 - 문화국: 창작지원부/생활문화지원부/문화예술교육부	
경영진		2021.07.15	1명	- 대표이사	
		2021.07.15 2021.07.16	각 1명	- 문화국장 - 경영국장, 예술국장	
내용		- 성남문화재단이 나아가야 할 방향성, 미션·전략 및 필수사업·중점사업 인식 - 성남문화재단 내부 문제, 조직 및 제도 개선점 - 저연차 그룹은 성남문화재단 입사 전후 문화재단 역할에 대한 관점 변화 포함			

시민(60명)				
대상	일시	인원	특성	진행
주부	2021.09.23	7명	- 사랑방문화클럽 활동(플룻, 오카리나, 만돌린, 무용2, 연극, 전시)	외부 모더레이터
	2021.09.28	5명	- 사랑방문화클럽 활동(회화, 오케스트라, 민요, 캘리그래피, 플룻)	연구진
	2021.11.04	4명	- 이매동 거주 초·중등 학부모	연구진
노인	2021.09.29	6명	- 판교노인복지관 이용자	외부 모더레이터
	2021.10.09	6명	- 위례 시민문화정책 간담회(위례기타동아리/제대로영어학교/위례색소폰합주단/위례인생학교)	

청소년	2021.09.23	6명	- 청소년수련관 문화예술 동아리(댄스)	
청년	2021.10.02	6명	- 청년참여단4, 성남 직장인2	
	2021.11.22	3명	- 성남에서 사업체 운영, 직장인, 공익근무	
직장인	2021.10.05	5명	- 분당구 거주4, 서울거주1	
	2021.10.09	6명	- 성남 하이테크밸리 기업 근무	
블로그기자단	2021.09.29	6명	- 블로그기자단4, 위례스토리박스 편집장1, 성남발전사 기록 사진작가1	
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남시의 고유성/정체성, 이미지(AS-IS &amp; TO-BE), 문화환경 및 특성</li> <li>- 성남문화재단/아트센터의 인지도, 역할과 위상(AS-IS, TO-BE)</li> <li>- 시민으로서 문화적 수요 및 성남문화재단 사업아이템 제안</li> </ul>			

문화예술 전문가(8명)					
대상		일시	인원	소속/분야	진행
	성남소재 문화예술단체장	2021.08.06	3명	- 한국예총 성남지회 사무국장 - 성남민예총 사무국장 - ㈜위아츠 대표/성남문화예술네트워크 운영위원	연구진
	성남시 활동 문화예술인	2021.09.03	3명	- 대학생(예술창작) - 국악(판소리) - 현대무용	
	사랑방 문화클럽	2021.08.25	2명	- 위원장 - 운영위원	
내용		- 성남시 문화예술생태계 특성, 성남문화재단 역할과 위상(AS-IS, TO-BE), 재단에 바라는 점 - (문화예술단체) 성남시 문화예술단체 활동 및 애로사항 - (문화예술인) 성남시 내 거주 및 창작여건, 활동 현황, 애로사항 등			

정책관계자(5명)				
대상	일시	인원	현소속	진행
성남시 문화예술과 공무원	2021.07.27	2명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술과장</li> <li>- 문화팀장</li> </ul>	연구진
성남시의회 의원	2021.11.08	3명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 남용삼 의원(문화복지위원회 위원장)</li> <li>- 박영애 의원(의회운영위원회 위원장)</li> <li>- 이준배 의원(문화복지위원회 위원)</li> </ul>	문화재단
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남시 문화비전, 문화예술 정책 방향, 예산 계획</li> <li>- 성남문화재단의 역할과 위상(AS-IS, TO-BE)</li> </ul>			

## 2. 직원 비전수립 워크숍 및 설문조사

### 1) 대상

- 재단 내부의 심도 있는 의견 수렴을 위해 비전 수립 워크숍 및 관련 설문조사를 진행
- 비전수립 워크숍에는 직원 22명, 설문조사에는 총 116명이 참여함

### 2) 내용

#### (1) 비전수립 워크숍

- 성남문화재단의 미션(존재이유) 및 실현 방법
- 성남문화재단의 2025, 2030, 2040 비전과 가치
- 성남문화재단의 미션, 비전, 가치에 부합하는 조직문화

#### (2) 설문조사

- 성남문화재단이 제공해야 할 가치
- 성남문화재단의 서비스 대상 및 해야 할 활동
- 성남문화재단의 2040 미래상 및 그를 달성하기 위해 필요한 조직문화, 인력, 재단 역량, 인프라 및 사업 등
- 성남문화재단의 핵심가치, 강점 및 재단 내에서 나의 꿈

〈표 5-2〉 비전 워크숍 및 설문조사 설계 개요

재단내부					
분류		일시	인원	현소속	진행
	비전워크숍	2021.10.21	22명	- 재단 내부직원	외부 전문가
	설문조사	2021.10.21~10.29	116명	- 재단 내부직원	
내용		- 성남문화재단의 미션 및 실현 방법, 비전 및 제공해야 할 가치 - 성남문화재단의 핵심가치 및 조직문화 - 성남문화재단의 고객 및 해야 할 활동 - 성남문화재단의 2040 미래상 및 재단이 갖추어야 할 조직문화·인력·제도·역량·사업 등 - 성남문화재단의 강점 및 재단 내에서 나의 꿈			



## 제2절 FGI 조사 결과

### 1. 시민

#### 1) 성남시의 문화환경 특징 및 정체성

- 성남시민들은 교육, 문화, 교통, 남한산성, 공원, 자연 등 많은 측면에서 성남을 대체로 '살기 좋은 도시'로 생각하고 있음
  - 특히 중앙공원이나 율동공원 같은 공원, 탄천, 도서관과 주민센터 문화예술 프로그램에 대한 만족도가 상당함
  - 다만, 청소년들에게 “성남에서 계속 살고 싶은지?” 물은 결과 3명 찬성, 3명 반대(성인이 되면 서울로 가고 싶다고 함)
  - 또 문화적인 측면에서 성남을 대표할만한 '장소'가 없다, 문화적으로 떠오르는 대표 '이미지'가 없다는 응답이 상당히 많았음
  - 아트센터 공간은 넓고 좋지만 사람들이 모이거나 활용하기는 어려운 곳으로 인식
- 정체성 측면에서는 성남시는 정체되지 않고 발전해나가는 도시라고 보고 있음
  - 성남은 언덕과 골목이 많은 원도심과 분당/판교 신도시라는 편이하게 다른 특성을 모두 갖고 있는데 이는 다름일 뿐이므로 각각의 특성을 인정하자는 의견이 대부분
  - 다만 이러한 특성으로 인하여 '시민들이 함께 만들어가는 축제'처럼 시민을 응집시킬 수 있는 요소가 더욱 필요함을 강조(주부)
  - 또, 성남의 원도심 관련 정체성을 알고 이어나갈 수 있는 주민이 없음을 우려하는 시각도 존재(블로그 기자단)
  - 현재 원도심 쪽에서 재개발이 활발하여 미래에는 원도심이 더 발전할 가능성도 있음. '구시가지'라는 단어 사용도 지양해야 한다는 의견도 상당수 있었음(학생들조차 구도심 비하 문제로 갈등이 있는 상황)
- 서울에 비해 낮은 경쟁력
  - 성남은 경기도의 다른 지역에 비해 문화예술 즐길거리가 많은 도시이지만, 서울로의 접근성이 좋아 공연 관람 장소로는 여전히 서울을 선호하고 식사 역시 공연 전후에 서울에서 하므로 문화예술 향유 측면에서 성남은 서울에 비해 경쟁력이 낮음
  - 특히 20~30대는 “성남아트센터에 청년층을 위한 프로그램이 있다 해도 서울로 갈 것”이라 할 정도로 서울을 선호하다보니(광주나 용인 주민들도 여가생활은 서울에서 즐기는 경우가 많음) 성남에서 즐길거리 정보에 대한 수요 자체가 적음

〈표 5-3〉 성남시의 문화환경 특징 및 정체성(시민)

구분	성남시 문화환경 특징	성남시의 정체성(고유성)
주부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 쾌적하고 살기 좋은 곳</li> <li>- 문화적 혜택 많은 문화예술의 도시</li> <li>- 성남시민은 문화육구와 관심이 높음</li> <li>- 아이들 교육복지와 문화생활 고루 누릴 수 있음(특히 분당에는 현재도 강남에서 유입됨)</li> <li>- 동별 문화시설 불균형</li> <li>- 문화예술 관련 대표적 장소가 없음</li> <li>- 타 지역에 비해 대표 페스티벌이 없음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정체성 정의 어려움. 다양한 모습의 한국 특징을 압축해 놓은 곳이 성남</li> <li>- 원도심/신도시 다른 특성이 장점이 될 수 있음(예: 대구 컬러풀 페스티벌)</li> <li>- 현재 없는 이미지를 만들려 하기보다 다양한 색깔 융합 필요</li> </ul>
청소년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 큰 도시, 살기 좋은 도시, 교통이 좋은 도시</li> <li>- 숲, 놀거리(스케이트, 썰매장) 많아 어릴 때 추억 만들기 좋음</li> <li>- 구도심에 아파트가 많이 들어오면서 향후 이곳에서 살고 싶다는 생각</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남하면 분당/판교 먼저 떠올림</li> <li>- 성남은 예술도시</li> </ul>
노인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남시에서 살면서 불편한 점 없음</li> <li>- 좋은 문화인프라: 자연친화 녹지환경, 문화시설, 남한산성, 체육 등 인프라가 잘 되어 있어 삶의 질 제고 및 지적육구 충족</li> <li>- 도시와 시골(모란장, 텃밭)이 조화된 곳</li> <li>- 은행동 골목골목 기억</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 베타타운 이미지</li> <li>- 도시브랜딩 재정립 필요</li> <li>- 성남의 정체성은 광주대단지 사건으로부터 발현됨(성남의 뿌리를 문화에도 반영해야 함)</li> <li>- 앞서가는 첨단 복합미래도시</li> </ul>
청년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동네마다 특색 다름</li> <li>- 남양주나 가평 등에 비해 문화예술 즐길 거리, 탄천, 공원 잘 되어 있어 살기 좋은 도시</li> <li>- 모란쪽(구도심)은 교통은 좋지만 도시가 지저분하고 위험함. 정비 필요</li> <li>- 성남에서 문화예술로 떠오르는 이미지 없음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 언덕이 많은 도시</li> <li>- 정체되지 않고 지속적으로 발전하고 나아가는 도시(구도시 개발 발전)</li> <li>- 시그니처가 될 만한 것이 없음</li> </ul>
직장인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 저렴한 물가, 교통편리(서울로의 접근성)</li> <li>- 좋은 문화인프라: 모란시장 등 옛 모습 간직한 구시가지와 신시가지의 조화, 쾌적한 공원, 남한산성, 성남아트센터, 도서관, 주민센터 교육프로그램</li> <li>- 그러나 공단 쪽은 문화 인프라가 거의 없음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IT산업의 중심지(이주/이직 이유)</li> <li>- 새로운 것에 대해 개방적인 도시</li> <li>- 깨끗한 도시, 기술에서 앞서가는 도시</li> </ul>
블로그 기자단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공원 등 문화환경 좋음(특히 분당)</li> <li>- 주민참여 활발한 편</li> <li>- 문화재단의 다양하고 수준 높은 전시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 살고 싶은 도시</li> <li>- 다양성, 순환도시, 소통의 도시</li> <li>- 노령화 도시</li> </ul>

## 2) 성남시에서 누리는 문화예술 및 미래의 성남시

○ 성남시에서 누리는 문화예술 생활에 대해서는 다양한 견해가 있었음

- 주부층은 성남시 내 지역별 주민들의 니즈를 파악하여 그에 맞는 문화예술 서비스를 해야 한다고 보고 있음. 사랑방문화클럽 활동을 하는 주부들은 코로나19의 장기화로 사랑방문화클럽 활동이 위축되는 것에 큰 위기의식을 느끼고 있음
- 청소년들은 춤, K-Pop/랩, 영화 보기, 서예, 독서, 사진 찍기 등 ‘광의의 문화’를 문화로 생각하는 경향. 버스킹에 참여하면 영상이 SNS에 올라가 자신을 알릴 수 있는 기회가 된다고 하는 등 자신을 드러내는 것을 좋아하고 성남시에서 하는 다양한 문화예술 활동에 직접 참여하고 있음.<sup>129)</sup> 다만 직접 참여하는 활동 외에 전시나 연극 관람은 서울에서 하는

129) 인터뷰 대상 6명(1명 중학생, 5명 고등학생) 학생 개인별 주관적 견해로 문화예술 활동에 차이가 있을 수 있음

경향이 있었음

- 노인층의 경우, 노인복지관 이용 그룹은 복지관 문화예술프로그램에 매우 만족하여 오히려 성남아트센터 이용률이 높지 않음. 위레스토리박스 이용 그룹은 다양한 동호회를 통해 활발하게 문화예술 활동을 했지만, 지리적 특성상 서울과도 가까워 성남아트센터보다는 롯데콘서트홀이나 예술의 전당을 더 자주 이용(송파 롯데콘서트홀과 성남아트센터 거리가 비슷한데, 심리적 거리는 롯데콘서트홀이 더 가깝다고 함). 다만, 코로나 이후로 성남 외부보다 지역에서의 문화생활 선호하는 경향
  - 청년층에서 “경기도 광주에는 문화예술 공간 부족하여 성남에서 문화생활을 한다”, “광주시보다 문화예술 행사 횟수가 많아 성남아트센터를 이용한다”는 응답이 있었음. 성남아트센터는 성남뿐만 아니라 인근 지역의 문화적 수요도 흡수 가능
  - 직장인들의 경우 중원구 거주자는 물론 분당구 수내동 거주자조차 성남아트센터 이용 경험에 없는 경우가 있었음. 그러나 성남아트센터를 이용하지 않는 사람들도 서울 해화동 소극장, 부산 예술의 전당, 벅스코 등을 이용하고 있었음. 판교는 게임 관련 동호회는 물론 공연 관련 동호회도 있지만 남자가 많은 기업에서는 문화 동아리는 거의 없고 축구, 당구, 야구, 낚시 등 액티비티 위주 동아리가 많음
- 성남시의 미래 모습으로는 ‘융합’을 키워드로 볼 수 있음
- 신·구세대, 전통과 신기술, 저소득층과 고소득층이 소통하고 융합할 수 있는 도시
  - 지역 특성을 살려 IT기술과 예술이 조화되어 발전하는 미래
  - 원도심과 신도시 특색을 살려 다양한 즐길거리가 있는 도시. 현재 구도심의 즐길거리는 다양한 버스킹(바텐더 공연 등 포함). 골목이 많고 주차공간 부족한 원도심의 특색을 살려 특구로 지정(‘골목의 즐거움을 주는 지역’, ‘걸어다니는 도시’)
- 상시적인 문화예술 행사, 특히 탄천 활용에 대한 수요가 상당함
- “특정 시간에 가면 특정한 공연을 항상 하고 있었으면 한다”는 의견(홍대의 경우 좋은 버스킹이 있어서 간다기보다 가보면 항상 버스킹을 하고 있음)

〈표 5-4〉 성남시에서 누리는 문화예술 및 미래의 성남시(시민)

구분	성남에서 누리는 문화생활	미래의 성남시(to-be)
주부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공원, 탄천, 탄천종합운동장에서 이루어지는 각종 작품 발표회, 전시회, 이벤트</li> <li>- 사랑방문화클럽 활동 &amp; 다양한 동아리가 자발적으로 참여하여 만드는 한마음 축제</li> <li>- 향후 사랑방문화클럽 브랜드 강화 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가볍게 즐길거리 많은 도시(예: 전주난장, 도깨비시장)</li> <li>- 원도심은 남한산성/국악/모란시장, 신도심은 비보잉 등 다양성 있는 도시</li> <li>- 원도심 특구 지정, ‘골목의 즐거움을 주는 지역’, ‘걸어다니는 도시’ 컨셉 도입</li> <li>- 한강 돌레길 같은 성남의 누비길 조성</li> <li>- 상시적 문화예술 활동 이루어지는 탄천</li> </ul>
청소년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수련관 동아리 활동: 연습공간 활용(춤, 노래), 초빙전문가로부터 배움의 기회 획득</li> <li>- 학교 체험활동 : 학기별 3~4회</li> <li>- 청소년 참여공연: 성남예술제(걸스합창 등), 중앙공원 공연, 청소년 어울림마당 공연, 춤/노래 버스킹(종합시장 버스킹존), 성남시 수련관들 합동공연(유튜브 생중계) 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 진로 설정에 도움을 줄 수 있는 다양한 체험활동을 제공하는 도시</li> </ul>

구분	성남에서 누리는 문화생활	미래의 성남시(to-be)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 그 외 문화활동: 야외출사, 해화 연극, 독서 전시 등 친구들과 주로 서울로 가는 편</li> <li>- 문화생활 정보는 주로 SNS에서 얻음</li> <li>- 특히 구도심 즐길거리는 버스킹</li> </ul>	
노인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남 문화복지에 만족: 노인복지관이나 주민문화센터 프로그램 만족(무료/저렴), 성남아트센터 문화프로그램, 봉사활동 등</li> <li>- 성남시통합학습플랫폼 '배움숲' 통해 배움의 지평 확장. 디지털 장벽 없애는 교육 필요</li> <li>- 위례주민은 서울에서 문화소비 많이 함</li> <li>- 아트센터에서 친구들과 매주 공연 봤던 시절 그리움 (금난새 '해설이 있는 음악회')</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구시가지와 신도시 문화적 차이 해소</li> <li>- 다양한 세대의 니즈를 잘 반영하는 도시</li> <li>- 신-구세대가 융합되는 도시, 노인과 아이가 함께 하는 도시</li> <li>- 노년층의 문화예술 봉사활동 프로그램이 많은 도시</li> <li>- 문화매개 만남의 장(문화네트워크) 제도화</li> <li>- 문화 소프트웨어를 함께 생산</li> </ul>
청년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도서관 혜택 많음</li> <li>- 아트센터에서도 문화생활 함</li> <li>- 경기도 광주에는 문화예술 공간이 부족하여 문화생활은 성남에서 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구도심, 신도시 조화롭게 발전하는 도시</li> <li>- 편안한 주거환경이 갖춰진 도시</li> <li>- 환경친화적 개발의 도시</li> <li>- 공연예술이 많은 도시</li> <li>- 모든 세대가 어우러질 수 있는 도시</li> </ul>
직장인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지리적 혜택은 남한산성</li> <li>- 성남시 문화생활 지원에 만족. 특히 주민센터 교육프로그램이 다양, 도서관이나 악기연습실도 다양한 편(어플 통해 방음시설이 좋은 연습실 쉽게 찾음)</li> <li>- 판교에 게임동호회, 공연동호회도 있음</li> <li>- (광주시민)성남아트센터 뮤지컬 관람 경험</li> <li>- 직장 커피매장에서 월 1~2회 '베란다라이브' 공연 및 예술작품 전시</li> <li>- 근로자복지관 있지만 직장인 이용 어려워 저녁 프로그램이 있었으면 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌한 도시</li> <li>- 학생들이 자발적으로 문화예술 활동하는 도시</li> <li>- 각 예술 분야에서 콘텐츠가 많고, 관광객도 많은 도시</li> <li>- 작가들이 많이 육성되는 도시</li> <li>- 인공지능, 로봇기술 발전으로 IT와 문화예술이 접합된 도시</li> </ul>
블로그 기자단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화재단에서 누리는 다양한 문화혜택</li> <li>- 도서관 이용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술을 향유할 수 있는 도시</li> <li>- 삶의 질이 높은 도시</li> <li>- 다양성과 조화의 도시(신구도심 갈등 해결, 전통 어우러진 계획도시, 신구세대, 저소득층/고소득층 소통하는 도시)</li> <li>- 문화예술교육사업 활발한 도시(1인1악기)</li> <li>- 성남의 역사, 정체성이 확립된 도시</li> </ul>

### 3) 성남문화재단/아트센터의 인지도, 이미지 및 불만사항

#### ○ 성남아트센터와 성남문화재단의 인지도 괴리

- 시민들 사이에 '성남아트센터'의 인지도는 어느 정도 있지만 인지도와 실제 이용도가 일치하지는 않음
- '성남문화재단'의 인지도는 매우 낮은 편이지만 재단을 아트센터의 지원조직으로 인식하고 있어 재단 인지도가 낮은 것은 큰 문제가 아니라고 보고 있음
- 성남아트센터는 일반인들보다는 예술인들을 위한 공간으로 인식되고 시민들이 편하고 쉽게, 친근하게 이용할 수 있는 공간의 이미지를 주지 못하고 있음
- 특히 청년들은 아트센터가 어디에 있는지도 모르는 사람들이 많고 20~30대 청년층에게 어필할만한 무엇이 없다는 인식이 강했음

“성남아트센터는 외딴 섬 같아요.”  
 “아트센터 주변 거주인들은 가겠지만 그 외 지역에서는 굳이 찾지 않을 것 같아요.”

- 성남아트센터에 대한 불만사항은 비용문제가 가장 크고 다양한 프로그램의 부족, 아트센터 주변 및 센터 내 편의시설 부족, 경직된 운영시스템과 홍보 부족 문제 등이 있었음
- 비용문제
  - (시설/인력 사용료) 청소년 (취미)오케스트라의 경우, 필수로 써야 하는 재단의 지원크루 1인 당 15~20만원, 재단 지정 음향시스템 1회 사용 비용이 아트센터 공연 시 200만원, 중앙공원 공연 시 100만원. 시에서 일부 지원되지만 부모 부담이 큼
  - (주차요금) 아트센터에서 공연하는 스탬프, 아트센터 내 음식점이나 카페를 이용해도, 식사하러 나갔다 다시 들어와도 각각 주차료 지불. 문화예술 주 소비층인 주부와 청년층이 특히 주차료를 부담스러워하여, 피그렛 식당 역시 약속장소로 잡지 않고, 세계악기전시관이나 책테마파크 등 아이와 볼만한 곳이 있어도 이용하지 않는다고 함. 아이들이 어릴 때부터 성남아트센터에 익숙해질 기회가 없다는 의미
  - (비싼 가격의 식당) “공연을 보더라도 식사는 다른 곳으로 이동해서 해결한다”, “간단히라도 식사를 해결할 수 있는 시설이 있어야 이용할 것 같다”는 응답 많음
- 무료/더 싸게 이용가능한 좋은 대체시설이 많아, 전문적인 공연은 보러 가겠지만 편하게 즐기고 싶은 사람들은 굳이 성남아트센터를 이용하지 않음
  - 주민센터나 청소년수련관, 복지관 프로그램보다 아트센터가 깊이 있는 문화생활을 제공해야 하는데 이용자 유입 자체가 적음
  - (이용 불편) 공간 이용시 매번 허가 필요, 앉아서 쉴 수 있는 벤치조차 없음
  - (프로그램 부족) 연령 맞춤 프로그램, 아이들 놀거리나 체험프로그램 부족
  - (대체시설) 주민 단체 발표나 유치원 발표 등은 대관료가 거의 무료인 청소년수련관 많이 이용. 특히 현대백화점 문화센터는 프로그램 이용료가 더 싸고 홀 연주도 가능한데다 무료 주차에 식당가 이용이 가능하여 주부나 직장인들의 선호도 높음
  - (타지역 사례) 서울 서초구는 서초구민이 아니어도 서초에서 활동하면 서초구의 운영시설을 무료 개방하여 문화 쪽 연주자들에게 활동 기회를 많이 줌. 분당 살아도 서초 가서 1년 동안 매주 금요일마다 금요음악회 했음(플룻 전공 주부)
- 홍보 부족
  - 도서관, 송도아트센터, 고양아람누리, 동주민센터 등 다른 아트센터나 문화시설들에도 회원 가입되어 있는데 성남아트센터만 홍보문자가 오지 않는다는 지적 상당했음
  - 청년들의 경우 가격보다는 보고 싶은 공연인지 여부 및 출연배우가 중요하지만 가격이 저렴하면 일단 관심은 생긴다고 하였음. 그러나 성남아트센터에서 진행하는 연극 만원에 대해서는 전혀 몰랐다는 사람들이 대부분

〈표 5-5〉 성남문화재단/아트센터의 인지도, 이미지 및 불만사항(시민)

구분	인지도 & 이미지	불만사항
주부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아트센터는 음향 시설 좋고 좋은 환경 가졌지만 인지도 낮음</li> <li>- 아트센터 이미지=큰 전시나 뮤지컬 하는 곳</li> <li>- 주변인들이 아트센터에 거리감 느끼고, 프로그램이 있는지도 모름</li> <li>- 아트센터 공간은 좋지만 잘 활용되지 못하는 느낌</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 낮은 접근성: 비싼 대관료, 비싼 식당, 주차료, 쉴 곳 없음 (벤치도 없음), 활용공간 부족, 전문예술인/퀄리티 있는 공연 위주, 대중장르와 불균형, 전공자 위주, 아마추어용 공간 부족</li> <li>- 홍보 부족: 홈페이지 관리 미흡(모바일-PC버전 다름), 테크노 밸리 쪽에 홍보 거의 안 됨</li> <li>- 운영시스템, 인력 등 아트센터가 일방 지정</li> <li>- 어린이용 전시/공연 부족 : 아이들이 꾸미는 공간, 놀거리, 체험프로그램 부족. 학교문화예술교육-아트센터-문화예술 교육센터 연계 미흡</li> </ul>
청소년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아트센터='뮤지컬 하는 곳'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연령 맞춤 프로그램 부족: 중3때 단체관람으로 카르멘 관람 이후 흥미 떨어짐(어려움)</li> </ul>
노인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외초청공연 관람, 동호회 공연, 전시 관람, 미디어센터 사용으로 아트센터 알지만 이용도는 높지 않음(경제적 문제와 홍보 부족)</li> <li>- 산책용으로는 자주 방문(아트센터 이용자는 주로 중앙공원 아래 이매/서현 주민들)</li> <li>- 주차 염려가 없는 넓은 공간 장점</li> <li>- 위례의 경우 성남아트센터와 예술의전당 모두 가까워 예술의전당 선호 경향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 심리적 거리: 예술의 전당은 식사, 전시 관람 후 공연까지 보는 반면 성남아트센터에서는 음악회만 봄, 비전문가는 대관도 어려움</li> <li>- 다양한 콘텐츠 부족: 공연은 다양하지만, 전시 종류 부족 (9월 예술의전당 피카소전은 코로나에도 불구하고 인산인해 었음)</li> <li>- 홍보 미흡: 홍보는 홈페이지 접속하지 않는 수동적 상태에서도 정보에 노출되어야 함</li> <li>- 연 1~2회라도 '좋은 공연' 필요. 세종문화회관이나 예술의 전당에 비해 음향 퀄리티 낮음</li> <li>- 재단은 공무원 같은 자세로 모든 문제를 예산문제로 귀결 시키는 경향</li> </ul>
청년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 선호하는 공연 있으면 아트센터 방문</li> <li>- 전시보다 공연관람 빈도가 더 높음</li> <li>- 산책 용도로만 방문하기도 함</li> <li>- 오케스트라 공연 장소라는 이미지로 거리감, 외딴섬 같음</li> <li>- 20~30대 청년에 어필할 것이 없음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남아트센터 가는 길 불편, 편의시설 부족, 계단이 너무 많아 이용 불편, 비싼 주차료</li> <li>- 흥미로운 공연이나 전시 부족(서울과 비교). 특히 전시가 많이 부족하고 홍보도 부족</li> <li>- 공연장 규모 작음</li> <li>- 야외공연의 경우 음악콘서트 편중</li> </ul>
직장인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공연, 전시, 아이들 발표회로 성남아트센터 알고 있지만 존재감 없고 쉽게 접하기 어려움(가격, 티켓팅)</li> <li>- 콘텐츠 만족도는 좋지만 교통, 시설 접근성 불편. 동떨어진 위치에 있어 들어가고 싶다는 생각이 들지 않음</li> <li>- 홍보부족: 아트센터 홈페이지가 아니라 성남신문에서 정보 획득</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화프로그램 다양성 부족: 아이들 접근성 높은 프로그램, 다양한 전시회 부족(주로 코엑스, 킨텍스, 전주, 춘천 전시회에 감)</li> <li>- 성남아트센터 공연 관람 이후 연계활동 없음</li> <li>- 성남아트센터 주변 편의시설이 없어 가족과 가거나 지인과 약속 잡을 때는 안 가게 됨</li> <li>- 아트센터 주변에 맛집이 많이 생기면 명소가 될 수 있음 (코스 필요)</li> </ul>
블로그 기자단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기자단 활동 이전에 공연 관람 등으로 인해 알고 있었음</li> <li>- 아름다운 가게 이용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이용 불편 : 폐쇄성, 공간활용도 낮음(큐브사랑방 사용제한), 휴게공간 부족, 고급 이미지로 친근감 저하, 고소득층용 공연 위주</li> <li>- 타지역 사람들이 찾을 만한 전시, 공연 없음</li> <li>- 성남의 역사, 문화유산 관리와 알림 부족</li> </ul>

#### 4) 성남아트센터에 바라는 점 및 사업아이템 제안

- 시민들은 시민 스스로 오는 공간이 되기 위해서는 아트센터가 지나치게 전문성을 추구해서는 안 된다고 보고 있음
  - 예술전공자들도 아트센터가 너무 전문가 위주로 운영하면 전문가들의 활동에 오히려 한계가 생긴다고 함. 전문가들도 배우려는 제자들이 있어야 지속가능성이 있음
  - 동네 간 연합공연이나 초등학생 오케스트라단 공연 등 연 1회 무료대관하여 시민들이 아트센터에서 공연할 수 있는 기회를 부여하는 동시에 자연스럽게 홍보

“수련관에서 공연하면 동네에서 친구들이 모인 느낌이지만, 아트센터에서 공연한다면 성남시 청소년들이 다 같이 모인 느낌이 들 것 같아요(청소년).”  
 “아이들도 마을회관보다는 ‘성남아트센터에서 공연했다’는 것이 자부심이 될 거예요(주부).”

- 좋은 전시와 공연 및 적극적인 홍보 필요성은 거의 모든 응답자들이 강조했지만 그와 함께 식당, 커피숍, 휴게시설, 쇼핑센터 등 인프라 구축이 더 중요하다는 응답이 많았음
  - 특히 20~30대는 연남동이나 성수동처럼 인스타 감성이 충만한 곳들을 선호하여 공연이든 전시든 인스타 감성을 공략하는 것이 중요하며, 인스타에 올릴 만한 좋은 식당, 커피숍이 있다면 아트센터를 찾을 것 같다는 의견들이 있었음
- 주부들은 특별한 프로그램을 통해 성남아트센터에 시민 스스로 찾아오게 하되, 센터 내·외부 시설을 확충하고 산책하듯 편하게 이용할 수 있도록 개방해야 한다고 함
  - 주차료 할인 혹은 무료 이용(성남시청도 평일에는 주차비 받지만 주말은 무료개방)
  - 전문 아트마켓, 식당, 주말 잔디밭 개방 및 포토존 벤치 설치, 벼룩시장 등
  - 성남 시향 오케스트라 리허설 참관(무료/저렴), 무료공연 주간 운영
  - 증강현실(AR), 3D/4D 등 새로운 기술 접목한 문화예술 콘텐츠
  - (대상별) 아동 프로그램 특히 중요, 학생 문화예술 인성교육 프로그램, 역사문화 탐방 프로그램, 직장인 대상 저녁/주말 원데이클래스, (직장으로)찾아가는 클래스
  - 아르코 예술기록원처럼 누구나 와서 영상을 보거나 책을 볼 수 있는 컨셉
  - 주말문화 중요. ‘토요일에 가면 어떤 프로그램이 있을 것’이라는 생각 들게 할 필요

“예술의전당은 가깝게 느껴지는데 비해 성남아트센터는 편안하게 느껴지는 공간은 아니예요. 예술의전당의 마티네 콘서트, 교향악축제 등을 자주 보러 가는데 미리 시즌권을 구매하고 가도 즐길 거리가 있어요. 성남아트센터는 그렇지 않아요(주부).”  
 “여기 엄마들 교육열 높으니까 아이들 진학 관련 프로그램을 열면 많이 이용할 거예요(주부).”

- 청년층이나 직장인들은 좋은 공연보다는 이미지 쇄신을 통한 아트센터 활성화 강조
  - 단발성 공연이나 프로그램보다는 장기적 프로그램, 지정된 날짜에 항상 하는 프로그램 등 아트센터를 대표하는 장기 프로그램으로 특화된 이미지 구축 필요.
  - (예) 셋째 주 수요일은 음악과 함께 하는 맥주 파티, 영화와 함께 하는 OO파티처럼 테마를 정해 지정된 날짜에 항상 하는 프로그램
  - 선호 프로그램 예: 공연과 먹거리 융합프로그램, 2030이 좋아하는 가수 공연, 마술쇼(최현



- 우), 여러 가수 공연을 1-2만원대 금액으로 묶어 공연, 중원구 루프탑 공연 및 전시(빌라가 많은 환경)
- 합창단이나 오케스트라 같은 공연은 선호하지 않음. 월데이 클래스는 크게 선호하는 것은 아니지만 프로그램에 따라 선호가 달라질 것이고 가격도 중요 요소
- 성남 소재 신진/마이너 작가들에게 지원한 후 정기적으로 그들의 작품을 전시하고 그 작품을 소재로 한 굿즈 개발·판매(예술인 경제적 안정과 지역화폐 소비 유도)
- 아트센터 공연 관람 후 의견을 교환할 청년문화공동체 모임 결성
- 아트센터 평생교육 바우처 도입 및 지역화폐 사용 허용(성남 소재 공방들과 협업)
- 성남아트센터 프로그램 이용 시 인센티브 부여(메타버스에서 코인 제공 등)
- 복지관, 동주민센터 등을 통해 충분히 만족할만한 문화생활을 즐기고 있는 분들은(특히 노인) 성남 아트센터 프로그램에 대한 정보가 없고 적극적으로 알리고 하지도 않음
- 온라인 문화콘텐츠 활용 가능성 및 전 연령층 대상 온라인 콘텐츠 개발 필요성
  - 청년층은 온라인 전시나 공연(실시간 영상, 유튜브)도 좋아하는 콘텐츠라면 볼 것이라 응답하였고, 온라인 접근성이 다소 낮은 연령층인 위례 노인들의 경우에도 5명 중 4명이 긍정 응답하여 상당한 수요 확인
  - 성남에서는 대학생들에게 이미 방학 기간 동안 일자리를 제공하고 있는데, 일자리가 필요한 대학생들과 시니어를 연결시켜 디지털 교육을 하는 프로그램도 고려 가능
- 코로나 상황임에도 오프라인 축제 혹은 이벤트에 대한 수요가 있음(특히 청소년, 주부)
  - 성남시민 대상 선착순 ‘송년의 밤’ 초청 이벤트 등

“코로나 이전에는 5월 전시행사, 9월 말~10월 초(연 1회)에 크게 사랑방 타이틀로 축제했었어요. 시민들에 티셔츠도 주고 시청 도로변에 부스 만들어 시민들과 탈도 만들고 퍼포먼스도 하고 퍼레이드에 시민도 참여했어요.(주부)”

〈표 5-6〉 성남아트센터에 바라는 점 및 사업아이템 제안(시민)

구분	성남아트센터에 바라는 점	원하는 프로그램/사업아이템
주부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지나친 전문가 위주 지원보다 지역 생활문화예술 동호회 위주 지원(세종문화회관은 아마추어들에 무대공연 기회 부여, 전문가에게 레슨받을 기회도 제공)</li> <li>- 장르 균형: 클래식/대중예술/국악 등, 유명 작품 전시+사랑방문화클럽 전시</li> <li>- 오페라하우스는 클래식/전문가용, 다른 2개 공연장은 대중공연/아마추어용으로 저렴하게 대여</li> <li>- 획기적인 프로그램과 홍보 중요</li> <li>- 주말이나 저녁 개방 원함(아트센터는 세금으로 운영하는 곳)</li> <li>- 포토존, 벤치 등 시설 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대중 유입 시스템 : 푸드트럭, 비어데이, 정기 베품시장, 주차장 1층 아마추어 공연, ‘만원의 행복’ 같은 접근성 좋은 프로그램 확대, 무료공연 주간 운영, 주말 무료개방(잔디밭 이용), 아트마켓(악보/악기 판매), 식당, 연말 모임공간 제공(시청 온누리행사장 대여처럼), 포토존, 중앙공원 실로폰존처럼 누구나 이용할 수 있는 공간 조성</li> <li>- 성남아트센터에 가야 체험 가능한 프로그램 기획: (예) 시청 오케스트라 리허설 참관(무료/저렴)</li> <li>- 대상별 프로그램: 육아맘 낮시간 프로그램, 직장인 주말/저녁 프로그램, 교육청 연계 아트센터 투어, 아동·청소년 진학상담, 음악/미술치료, 체험프로그램(리움미술관은 아래에서 자유롭게 그림 그리도록 도구 구비, 현대미술관도 회화 테이블 세팅)</li> <li>- 교류 장 조성: 야외 오픈스크린으로 영화 함께 보기</li> <li>- 연 1회 공연 무료 대관으로 시민참여 통한 홍보</li> <li>- 아트센터 내 전광판 공연안내, 공간별 이정표 확충</li> </ul>



구분	성남아트센터에 바라는 점	원하는 프로그램/사업아이템
청소년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS 통해 홍보</li> <li>- 오프라인 축제 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 방과후 프로그램: 연기/뮤지컬 수업받고 아트센터에서 공연, 회화/옷만들기 등 생활문화 프로그램</li> <li>- 청소년기 프로그램: 증강현실(AR), 3D/4D콘텐츠, 성남 특성(남한산성) 고려한 역사체험 프로그램, 다른 문화 경험 가능한 콘텐츠(각국 음식문화, 춤 등)</li> <li>- 야외 활용: 아트센터 포토존 설치, 야외 영화상영(야탑광장, 공원), 탄천 인디공연, 길거리 버스킹 등</li> </ul>
노인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무료공연, 요금인하(시니어, 야외공연 인근 거주 소음 피해자 등)</li> <li>- 다양한 프로그램, 공연, 전시 필요(타지역에서 성남으로 보러 올 정도의 하이퀄리티 공연 및 대중예술, 지역작가 작품 전시 등)</li> <li>- 구세대와 신세대 조화 프로그램</li> <li>- 어떤 주간에는 이런 행사가 늘 열린다는 인식 심어줄 필요</li> <li>- 탄천 정화로 악취 개선 후 다양한 문화예술 프로그램 개발</li> <li>- 홍보 및 정보제공(모란시장, 중앙공원 소규모 공연에 관객 없음)</li> <li>- 시니어에게는 문자홍보가 효과적</li> <li>- 미술랭 수준 레스토랑 유치. 먹거리 있어야 문화 즐길 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대중적 재미 요소: 유명 문화예술인 초빙, 이벤트, 주민센터 동아리 공연 발표, 중앙공원 동아리 경연, 대회 등을 먹거리도 준비하여 축제처럼 운영</li> <li>- 장기코스 개설: (예) 대학 정도 수준으로 1년동안 주 3~4회 출석하면서 학기제 운영</li> <li>- 양질의 온라인 콘텐츠 개발: 액자TV로 집에서 유명 그림 감상, 야탑/위례평생학습관 랜선투어 등</li> <li>- 대상별 프로그램: 부모와 아이가 함께하는 예절 프로그램, 자녀 위한 고전학습, 학교 연계 중고등학생 문화예술 인성교육 프로그램, 1인가구 대상 '요리와 토크가 있는 공유주방', 남성 시니어 대상 색소폰 등 프로그램 개발</li> <li>- 고스펙 은퇴자 활용: 문화예술, 여행, 숲 체험 등 다양한 분야에서 재능기부</li> <li>- 성남의 역사/명소를 주제로 한 사진전, 역사/문화해설가와 함께하는 탐방 프로그램, 큐레이터와 함께하는 미술관 탐방</li> <li>- 성남 구역을 문화관련 정보 제공</li> <li>- 문화소비층 네트워크 형성</li> </ul>
청년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 적극적 홍보: 인스타, SNS, 에브리타임(대학생 정보공유 어플) 활용, 대중교통 홍보(정류장, 횡단보도, 버스 등)</li> <li>- 캐릭터 개발, 굿즈 제작 판매(지역화폐 사용 시 할인)</li> <li>- 지역주민 할인</li> <li>- 찾아가는 공연, 전시 필요</li> <li>- 센터 주변 편의시설/식당가 필요</li> <li>- 탄천길 정돈 후 공연장으로 이용</li> <li>- 남한산성 중심 관광상품 개발</li> <li>- 성남시 문화예술 공방리스트 제공</li> <li>- 장기 프로그램으로 특화된 이미지 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아트센터 외 장소에서 다양한 교육 자원: (예) 탄천에서 즐기는 VR 방탈출 게임(경기문화재단 VR 이용 방탈출 게임 참고)</li> <li>- 아트센터를 대표하는 장기 프로그램, 지정일에 항상 하는 테마 프로그램 개발</li> <li>- 다양한 공연: 공연과 먹거리 융합 프로그램, 2030이 좋아하는 가수의 공연, 마술쇼 등</li> <li>- 신진작가 전시 지원 &amp; 굿즈 개발</li> <li>- 청년문화공동체 모임 활성화</li> <li>- 아트센터 평생교육 바우처 도입 및 전문교육 강화: 도서관에서 기초교육, 아트센터에서 심화교육</li> <li>- 직장인, 학생에게 맞는 시간대 교육 활성화</li> <li>- 출퇴근 시간에 직장인들을 위한 길거리 공연</li> <li>- 성남시민 대상 선착순 '송년의 밤' 초청 이벤트 등</li> </ul>
직장인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역마다 특색 있는 프로그램(여기 가면 항상 이걸 하더라)</li> <li>- 적극적 홍보: 인스타/페이스북 등 SNS, 카카오톡 활용, 경품제공 이벤트, 재단이 회사와 연계하여 사내 홈페이지 통해 홍보, 고령층에는 주민센터 통한 홍보</li> <li>- 리워드/인센티브: 수원화성 이용시 3~4천원 할인받기 위해 수원시와 카톡친구 맺은 이후 수원시 프로그램을 잘 알게 됨</li> <li>- 작가 육성 공간 제공</li> <li>- 배우들도 입주해 같이 공연 제작</li> <li>- 아마추어 예술인들 모이고 재능 발휘할 네트워킹 제공</li> <li>- 남한산성이나 탄천 쪽에 시민들이 이용할 수 있는 시설 원함(캠핑장 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 교육프로그램 강화: 유튜브 콘텐츠 제작 등(웹 수업이라도 네트워크 형성하고 예술활동 지속 가능), 디지털 센터는 일반인들과 함께 배우는 허브 지향, 아이들의 디지털 놀이터화</li> <li>- 다양한 프로그램 개설: 오전 공연+오후 전시/워크숍, 게임/에스포트츠, 인지도 있는 전시, 어린이/청소년 대상 미술·사진 전시회, 아이 수업 중 학부모 이용가능한 클래스(커피수업 등), 직장인용 평일 저녁/주말 원데이클래스, 여가생활 소개 박람회, 춤 명인 초청 캠프, 남한산성에서 강강수월래 재현 등 잊혀져 가는 역사문화 재현 등</li> <li>- 아동 교육 프로그램 강화: 공연 관람은 습관. 학교연계 수업을 아트센터에서 진행</li> <li>- 소규모 찾아가는 공연: 기업과 연계, 문화예술 이벤트를 공간 쪽에서 실시</li> <li>- 오프/메타버스 내 콘테스트 도입</li> <li>- 퇴직자 재능기부 플랫폼</li> <li>- 공연 활성화(공원에서 공연, 전시, 체험, 볼거리 등)</li> </ul>

구분	성남아트센터에 바라는 점	원하는 프로그램/사업아이템
블로그 기자단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민 눈높이에 맞는 공연, 전시 등으로 문화예술 저변 확대(전 연령층 및 전 계층 위한 프로그램)</li> <li>- 성남시 대학생 위해 공연장 저렴하게 제공</li> <li>- 청년예술창작소 확대</li> <li>- 가족단위로 즐길 수 있는 생활문화 프로그램 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 학교연계 청소년/어린이 공연, 프로그램 확대: 샌드아트, 아트센터 탐방, 아이들과 자유롭게 활동하면서 관람할 수 있는 공연 등</li> <li>- 혁신적 프로그램 필요: (예) 한국관광공사 B급광고, 인천아트센터 DJ공연, 반려동물과 함께 관람할 수 있는 전시, 복합문화 전시, 온라인으로 찾아가는 문화예술 프로그램(Zoom 활용) 등</li> <li>- 야외공간 활용: 전시(벤치, 테이블, 계단이나 인도 활용), 플리마켓, 전통시장 행사</li> <li>- 아트로드 : 작은도서관 투어 프로그램, 태평동 중심 시티투어, 성남 걷기 좋은 길, 탄천 거리 활용</li> </ul>

## 2. 문화예술 전문가

### 1) 성남시 문화예술생태계 특성 및 문화예술 활동

- 성남 예술인들은 '잘 나가면 서울에서 활동하고 아니면 외곽으로 밀려나는' 현상 발생
  - 경기도나 성남시 지원은 상당히 많지만, 행정 처리가 미숙한 예술인이나 팀은 공모사업이나 지원사업 프로그램에 선정되기 어려워 지원받는 팀이 계속 받는 경향
  - 행정적 차원에서는 작품활동을 하지 않고 예술교육만 하는 사람들은 예술인이 아니라고 보지만, 문화단체나 현직 예술인들은 예술교육을 중요한 영역으로 보고 예술교육만 하더라도 예술인으로 인식하고 지원의 필요성을 말하고 있음
- 원도심 공공예술사업에 지원이 많음
  - 예술인들은 원도심의 급격한 개발로 인하여 성남의 정체성이 사라지는 것에 대한 아쉬움과 우려를 크게 느끼고 있음. 예술작업과 창작하기에 골목이 아파트보다 더 좋은 환경이므로 재개발되면 예술인들은 창작이 더 좋은 공간으로 떠날 수 있음
- 다만, 지역 문화예술 전문가 의견에 따르면, 메세나 1000대 기업 중 36개가 성남에 있어(판교쪽) 향후 기업들의 메세나 활성화 가능성과 IT 관련 신사업동력으로 성남에서 다양한 시도가 이루어질 가능성이 있다고 함

〈표 5-7〉 성남시 문화예술생태계 특성 및 문화예술 활동(문화예술 전문가)

구분	성남시 문화예술생태계 특성	문화예술인/단체 활동
문화예술 단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인위적으로 탄생된 도시(원주민+철거민+신도시 유입인구)로 문화예술 측면 미약</li> <li>- 성남은 높은 재정자립도와 아트센터, 야외공연장, 박물관, 교육시설 등 타 지역보다 시설 환경 좋음. 그러나 문화예술 예산이 성남시 총예산에 비해 너무 적음</li> <li>- 타지역 예총 대비 성남예총 예산 및 활동 많음(9개 회원단체, 2,500명 예술인 회원)</li> <li>- 서울과 인접해 지역예술인으로 성장하기 어려운 환경+부동산 폭등으로 작업실 이전</li> <li>- 예술인 수에 비해 하드웨어 부족. 아트센터는 일상적 활동공간 아님(비싼 대관료)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (성남예총) 접근성 문제 해결 위해 각 지역 공원, 역광장, 탄천 활용한 찾아가는 공연, 미니콘서트로 '직접 시민들에게 다가가는' 공연(코로나와 무관), 문화예술 하는 청소년 육성·발굴·영입 및 공연에 중점</li> <li>- (성남민예총) 장르별 창작지원, 연습실 임대료도 못 내는 예술인에 1인당 30만원 지급(1회성)</li> <li>- (위아즈) 예술인 행정지원, 컨설팅 중점</li> </ul>

구분	성남시 문화예술생태계 특성	문화예술인/단체 활동
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보 산재로 획득 용이하지 않음</li> <li>- 성남의 강점은 메세나, 아트테크 가능성</li> </ul>	
문화 예술인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (시각예술 창작) 저렴한 월세, 첨단도시 이미지, 신진작가에 기회 부여. 그럼에도 연극/영화 관람시 성남보다는 혜화나 홍대로 감</li> <li>- (판소리) 좋은 음향시설의 작은 공간 부족. 외부시설 사용시 200~300만원 소요되어 지원금으로는 태부족. 결국 공연 퀄리티 저하</li> <li>- (현대무용) 2021년 성남 청년예술창작소 개소로 창작환경 개선됐지만, 공간이 협소해 여전히 작업+창작발표+교류할 공간은 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (시각예술 창작) 수진역-신흥역 재개발 과정을 사진으로 찍어 기록·전시 중</li> <li>- (판소리) 청년예술창작소 교육 파트 &amp; 전통예술 공연 준비 중(교육 위주)</li> <li>- (현대무용) 원도심은 마을의 특징이 살아있고, 예술인의 작업과 마을주민 교육까지 자연스럽게 연결됨. 3년간 주 2시간씩 신흥동 골목길에서 아이들과 춤추는 작업 중</li> </ul>
사랑방 문화클럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경제수준 높으면 문화욕구 높지만, 경제수준이 낮다고 해서 문화욕구가 낮지는 않음</li> <li>- 원도심 재개발 후 외부유입이 많아져 생활은 급속도로 바뀌고 시민들 문화욕구는 증가할 것. 문화예술 정책이 이를 충족시켜야 함</li> <li>- 원도심 개발 이후에도 지리적 특성(골목, 오르막) 고려 시 찾아가는 공연과 생활문화동아리 지원은 필요할 것</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 회원 클럽 216개, 회원 3,400명, 장르 16개(국악, 민요, 통기타, 색소폰, 청소년합창, 오케스트라 등)</li> <li>- 공모사업에 한 팀이 대표로 지원서 넣어도 선정되면 협업체 공연</li> <li>- 양로원, 요양원, 복지관에서 봉사활동</li> <li>- 대부분 50대 이상. 남성은 60대 퇴직자, 여성은 40대 중반에 활동 많이 함. 40대 직장인들은 밴드 활동 많음</li> <li>- 사랑방문화클럽이 행사하면 회원이 아니어도 조건 없이 참여 가능</li> </ul>

## 2) 문화예술 측면에서 성남시 미래 모습 및 문화예술활동 관련 어려운 점

- 문화예술 전문가들이 바라보는 성남시의 미래는 IT와 예술이 결합한 도시, 문화수준이 높은 도시, 원도심의 모습을 보전하면서 새로운 모습이 조화되는 도시임
- 성남시에서 문화예술 활동하기에 가장 큰 애로사항
  - 성남시 내에서 문화예술 공연을 할 장소가 태부족하다는 것
  - 성남아트센터를 저렴하게 개방하거나 청년예술창작소 추가 개설 희망
- 예술인 지원 및 공모사업 문제
  - 공모사업을 통해 생계유지가 쉽지 않음. 공모사업 진행 시, 강사나 예술가에게는 인건비 지출이 가능하지만 기획자와 대표자가 동일하지 않으면 대표는 인건비를 받을 수 없는 경우가 많음(지자체마다 상이)
  - 이런 상황에서는 생계를 위해 창작보다는 교육 등 다른 활동에 집중할 수밖에 없음. 그러나 작품활동을 하지 않으면 예술인으로 인정되지 않는 문제 발생
  - 시가 민간 문화예술 단체에 지원하는 예산은 10년 동안 동결되는 사업 많음
- 모두 탄천의 활용을 강조함
  - 탄천은 서울과 경기도를 이어주고 축제나 예술활동을 하기 좋은 장소
  - 소소한 거리축제들이 많이 생겨나는 추세인데 '항상 문화를 즐길 수 있는' 후보지로 탄천이 좋다는 인식

〈표 5-8〉 성남시 미래의 모습 및 문화예술활동 관련 어려운 점(문화예술 전문가)

구분	성남시 미래 모습	활동 애로사항
문화예술 단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 판교 활용, 스마트도시의 선도 도시</li> <li>- 예술과 IT가 결합하는 도시</li> <li>- 예술인들이 예술활동과 작품으로 대중과 소통하고 생계를 유지하는 도시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공연 대관장소 부족(아트센터는 대형공연 위주)</li> <li>- 지역예술인 실적증명이 어려워 재난지원금 못 받음</li> <li>- 탄천 활용에 있어서 행정적 제약 있음</li> <li>- 성남시가 아트테크나 메세나에 관심이 적고 탄천이나 아트센터 자원 활용을 못 함</li> </ul>
문화 예술인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재개발로 예술이 들어올 수 없는 공간이 될까 두려움</li> <li>- 원래 것을 보존하면서 신규 조화</li> <li>- 탄천은 굉장히 특별한 곳, 활용 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전시의 경우 대부분 위치적 접근성, 아트센터의 비싼 대관료 등 고려해 서울에서 대관하고 있음</li> <li>- 생계문제로 입시수업, 특강 등 하지만 고정수입 없음</li> <li>- 청년창작소(교류의 장) 공간이 작음</li> <li>- 공모사업으로 생계 유지 곤란</li> <li>- 현재 공동작업자는 개인 페이스북, 인스타 활용해 구하고 있음("내가 이 작업 하니 관심 있으면 DM을 달라")</li> </ul>
사랑방문화 클럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민행복도시</li> <li>- 사랑방 활동으로 문화생활 수준이 가장 높은 도시</li> <li>- 누구든지 편하게 무대에 서고 서로 칭찬해주고 격려해주는 도시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 클럽 정제되어 있음</li> <li>- 재단에 공모사업 신청하면 95%는 서류미비로 탈락. 선정되어도 사업비 200만원으로는 음향렌탈도 어려움</li> <li>- 사랑방문화클럽 리더급 회원들은 학원에서 가르치는 실력이므로 역시 전문예술인이지만 시민 속으로 들어가 활동할 분임. 현재는 자원봉사센터에서 봉사시간 인정받는 정도의 혜택뿐</li> <li>- 편하게 설 무대 없음. 동아리 지원 60%, 공연가능 공간 지원 40% 정도로 복합적 지원 필요</li> </ul>

### 3) 성남시 및 성남문화재단에 바라는 점/프로그램

- 문화예술인들이 성남 내에서 창작활동 및 유통할 수 있는 환경 조성
  - 성남시 내에서 예술작품 창작, 유통, 소비 이루어지도록 지원하는 창작지원센터 필요, 지역 문화예술단체가 위탁 운영
- 전문예술인을 시 문화예술과 공무원이나 재단 직원으로 채용하여 장기적 정책 수립(전문직 6급 또는 5급 채용)
- 예술인 지원 및 공모사업에 대한 변화 필요
  - 성남 원도심은 마을의 형태가 살아있어 공공예술 지원사업이 많은데 지원이 미술분야에 쏠려있어 예술작업 결과가 비슷해짐(키트 제작·전시, 마을벽화 등)
  - 지원이 있으면 예술가들이 모이게 됨. 일정한 지원을 통해 성남예술인들이 서울로 빠져나가는 현상을 막고 서울에서도 일하러 오는 곳으로 만들어야 함
  - 공모사업 홍보를 통해 더 많은 참여 유도 필요. 서울문화재단의 경우 홍보, 입소문 등을 통해 타지역 예술가들도 많이 알고 있음
  - 판교기업 메세나: 예술복지재단에 기업-예술가 매칭해 기업에서 지원금을 주는 서비스가 있는데 판교도 기술지원 등으로 예술가와 연결
  - 신진예술가 적극 발굴, 장기적 관심(인천 아트플랫폼은 2~3년 지원)
  - 예술인 활동 증명방식 변화: (예) 문화예술 관련 학과 졸업자 등 예술단체의 인정

## ○ 공간의 중요성

- 성남아트센터는 시민들을 위해 만들어진 공간이므로 아트센터에서도 평소 작은 모임과 공연연습이 가능하도록 개방할 것을 원했음<sup>130)</sup>
- 청년예술인들은 청년예술창작소 개설로 예술가들이 소통을 시작하게 되었다며, 청년창작소 같은 공간으로서 50~100명 정도 수용 가능하고 조명+음향+플로어가 있는 다수의 소규모 공간의 필요성을 강조함(시민회관보다 작은 크기)
- 공간이 있으면 청년예술가들은 모이게 되고 재미 있는 작업을 자연스럽게 같이 하게 되며 젊은이들도 관심을 갖게 되겠지만, 서울 문래창작소나 연희창작공간처럼 가볍게 접근할 수 있는 공간이 필요하고 아트센터는 연습공간으로도 부적당
- 작아도 시설이 좋은 공연장이 생기고 홍보되면 현재 성남예술인들이 서울로 가듯이 수원, 용인에서 성남으로 올 수 있다고 보고 있음

## ○ ‘예술이 흐르는 탄천’ : 항상 음악을 들을 수 있고 공연을 볼 수 있는 장소화

- ‘태평동 쪽 탄천에서 항상 통기타 공연하더라’, ‘정자동 쪽은 색소폰, 수내동 쪽엔 국악공연이 주말마다 있더라’, ‘평일 점심시간 디자인센터 쪽에서 공연하더라’ 등

## ○ 정보공유 플랫폼 구축사업

- 성남시 프로젝트, 공모사업, 지원사업, 인력 정보, 어디에서 어떤 예술작업들이 이루어지고 있는지, 감독과 퍼포머 매칭 등 정보 공유

## ○ 원도심에 지나친 지원 지양

- 성남의 본모습 유지하면서 미래를 융합할 필요 있지만 원도심에 과한 지원은 주의
- 원도심 주민들의 적극성 중요, 스스로 수요하도록 해야 함. 신도시에는 홍보를 하지 않아도 인스타그램 보고 스스로 찾아옴(신도시 주민 약 30%)

〈표 5-9〉 성남시 및 성남문화재단에 바라는 점/프로그램(문화예술 전문가)

구분	시에 바라는 점	성남문화재단에 바라는 점/프로그램
문화예술 단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술관련 예산 증액</li> <li>- 성남시, 재단, 예술단체 소통, 정책기획 시 예술인/현장전문가 참여</li> <li>- 지역을 잘 아는 전문예술인이나 기획자를 시 문화예술과에 배치, 장기적 문화예술 정책 수립</li> <li>- 예술의 공공재 성격. 예술가 생계+지지와 존중+정책이나 시설 지원</li> <li>- 성남시 내에서 예술작품 창작, 유통, 소비 이루어지도록 지원</li> <li>- 예술인 활동 증명방식 변화</li> <li>- 기업들에 메세나 관련 인센티브 제공 등 독려</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 소통창구를 성남시 유튜브로 일원화</li> <li>- 성남예술카페 개설: 문화예술인 교육, 멘토링, 정보교류, 1:1 컨설팅, 예술인들 모이는 장소</li> <li>- 기업활용 메세나, 아트테크 연구 활성화</li> <li>- 예술인DB &amp; 문화예술 사업 플랫폼 구축</li> <li>- ‘예술이 흐르는 탄천’</li> <li>- 공연기회 적은 수정구나 중원구에서 더 많은 활동 지원(미니 콘서트 등)</li> <li>- 공간 제공: 젊은이들 놀 공간, 연습공간, 공연공간, 댄스공간 등. 지나친 대관사업 지양, 앙상블시어터를 문화예술인 커뮤니티로 제공</li> <li>- 지역예술인들이 지역의 이야기를 담은 작품을 만들 수 있게 지원</li> </ul>

130) 단, 문화예술단체는 성남문화재단은 아트센터 공간을 운영하고 관리하는 곳이 아니라 지역문화 발전을 위한 정책연구와 예술인 지원이 본연의 임무인 곳이라고 보고 있음

구분	시에 바라는 점	성남문화재단에 바라는 점/프로그램
문화 예술인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원도심은 공공예술(특히 미술)에 치중. 다양한 분야 활동 지원 필요</li> <li>- 원도심 지역 오버투어리즘, 사생활 보호되지 않는 문제</li> <li>- 공모지원의 경우, 전국 대상 공모 지원을 받고 성남시 거주 시 우선권 부여하는 식으로 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신진예술가 적극 발굴, 장기적 관심 및 지원</li> <li>- 시민과 예술가의 소통공간 창작소 확충</li> <li>- 학부생에 성남아트센터 전시기회 확대(서울 프로젝트스페이스 사루비아다방 참고)</li> <li>- 정보공유 플랫폼 구축</li> <li>- 아카데미 프로그램: 영상제작 교육, AI 수업 필요(비대면 교육 플랫폼 가능)</li> <li>- 대중 유입 사업: 일러스트페어, 아트페어, 아트마켓, 공연+시각예술 축제(안산거리공연축제)</li> <li>- 판교기업 메세나 연결</li> <li>- 탄천 활용</li> </ul>
사랑방 문화클럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시와 재단 지원정책은 전문예술인에 치우쳐 있음</li> <li>- 생활문화가 활성화되어야 문화가 발전함. 동호회는 적은 돈으로 시민문화생활 제고 가능, 지원 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아트센터 이용 불편: 주차비, 볼거리/즐길거리 없음. 먹거리는 아트센터 밖에서 해결 → 아트센터 자유 버스킹 허용, 베틀 시장 개최 등</li> <li>- 공모사업 관련 재단의 행정지원 필요</li> <li>- 탄천 활용: 단발축제 아닌 상시 문화예술 활동</li> </ul>

### 3. 정책 관계자

#### 1) 성남 문화예술비전 2040 수립 시 고려해야 할 성남의 특징

- 도시 변화를 고려한 문화비전 수립을 꾀했음
  - 원도심과 신도시의 경제적·문화적 격차와 판교의 편입, 원도심의 개발 등 성남시의 기존 문제와 새로운 변화로 인한 정책 혼란에 대한 우려를 보임
- 성남 도시발전의 복합적 특성
  - 변화를 적극적으로 받아들이는 ‘개방성’ 및 ‘역동성’
  - 경제·문화 격차를 ‘다양성’ 관점에서 이해하고 분석해야 함
  - 성남의 자원, 첨단산업 기반 지역자원, 베드타운 등 정적 이미지, 미래 MZ 인구의 라이프스타일 종합적으로 고려
  - 성남은 지역 내 다양한 생활 유형이 폭넓게 펼쳐지는 도시로, 이는 성남의 정체성을 단일한 것으로 규정짓기 어렵게 만들기도 하지만 이 자체가 성남을 특징짓는 중요한 문화적 자산임
- 성남시는 거주인구뿐만 아니라 생활인구가 많은 도시
  - 성남시는 ‘아시아실리콘밸리’ 사업으로 구시가지 공단들과 판교를 중심으로 한 테크노밸리의 직장인 및 유동인구를 흡수함



〈표 5-10〉 성남 문화예술비전 2040 수립 시 고려할 점(정책 관계자)

구분	내용
시 공무원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원도심 주민 문화 향유 고민 : 원도심 쪽은 문화예술 관련 행사할 때 곤란할 때가 많음. 자영업 종사자나 전 통시장 상인이 많아 문화예술을 즐길 시간 자체가 나지 않는 주민들이 많고 공간도 골목과 오르막길이 매우 많음</li> <li>- 원도심 재개발로 인한 인구 구성 변화 고려: 아파트가 들어서고 새로운 인구 유입으로 문화수요 증대 예상</li> <li>- 판교 하이테크 기업 종사자들의 문화향유 고민</li> </ul>
시의원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남 도시발전의 역동성 및 개방성: 첨단산업 + 베드타운</li> <li>- 지역 내 다양한 생활 유형 공존, 개방성</li> <li>- 경제·문화 격차를 다양성 관점에서 이해</li> <li>- 거주인구뿐만 아니라 생활인구가 많은 도시</li> </ul>

## 2) 성남 문화예술비전 2040 과제 내용 제언

- 변화할 성남 도시환경에 대응할 수 있는 새로운 가치 발굴 및 조직경영 방향 설정
  - 성남문화재단-성남아트센터 간 목적과 역할 구분에 따른 사업 방향 재설정
  - 성남문화재단 직원 대상 전문성/역량 강화 프로그램 체계 마련
- top-down 방식의 정책사업 구상에서 벗어나 거버넌스/네트워킹 및 bottom-up 방식의 의사결정구조를 만드는 선도적 모델 제시 필요
- 기존 사업의 확장 및 차별성 있는 사업 개발
  - 기존 상위계획과의 연계성 고려
  - 문화재단 설립 조례상 규정과 실제 사업 영역의 재분류
  - 2016년도부터 재단은 매년 사업 수와 예산은 증가하고 있으나 사업 운영이 재단의 비전 및 미션과의 연관성 속에서 수행·평가되지 못함. 단위사업 체계가 적절하고 사업간 중복은 없는지, 영역별 사업 방향성이 분명한지 등을 고려해야 함
- 인구구조 변동으로 인한 지역의 새로운 문화수요를 창출할 수 있는 정책비전 필요
  - 성남시 생활인구를 아우를 수 있는 토대 마련, 창의적 인재 유치 및 성남지역 기업의 인재들을 지역사회로 문화자원으로 활용하여 기업과 지역의 시너지 토대 마련
  - 성남지역을 생활권으로 하는 주변도시(용인, 광주 등)의 문화수요를 충족시킬 수 있는 정책과 사업
  - 다양한 문화인프라를 확보하여 주변지역과 연계·발전할 수 있는 문화정책 거점도시로서의 위상 강화
- 대표사업 및 축제 개발
  - 성남시를 브랜딩할 수 있는 문화재단의 대표사업 개발
  - 성남시민들을 묶을 수 있는 대표 축제 필요. 기존에 모란민속장, 탄천축제, 파크콘서트, 피크닉콘서트 있지만 특색 없음. 특히 탄천의 적절한 활용법 찾아야 함
  - 아시아실리콘밸리 사업 및 유네스코 창의도시 네트워크 사업과 연계
- 예술가-시민의 경계를 허무는 지역사회 통합형 문화비전 설정

〈표 5-11〉 성남 문화예술비전 2040 과제 내용 제언(정책 관계자)

구분	내용
시 공무원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2040 비전작업은 제2차 지역문화진흥계획, 도시발전계획 등 성남시의 기존 문화예술계획과 매칭되어야 함</li> <li>- 기존 사업들을 전면 바꾸기보다는 조금 더 업그레이드하는 점진적 변화 방식</li> <li>- 대표사업으로 성남 브랜딩(초기 아트센터나 사랑방처럼), 성남의 문화적 색깔 고민 필요</li> <li>- 탄천 활용 : '사람들이 서로 어울리고 얘기하는 동네' 같은 느낌, 스토리텔링 필요</li> <li>- 성남시민들이 하나가 될 수 있는 대표축제 개발</li> <li>- 전통자원 있으면 강릉처럼 단오제, 없으면 화전산천어축제처럼 지역과 무관한 것으로 브랜딩</li> <li>- 판교 쪽에 가능한 문화예술사업 제안 필요</li> </ul>
시의원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남의 새로운 가치 발굴 및 그에 따른 조직경영 방향 설정</li> <li>- bottom-up 방식의 의사결정구조 만드는 선도적 모델 제시</li> <li>- 기존 사업의 확장 및 차별성 있는 사업 개발, 문화재단 설립 조례와 실제 사업 재분류</li> <li>- 단위사업의 체계의 적절성, 사업간 중복 체크, 영역별 사업 내용과 방향성 고려</li> <li>- 지역의 새로운 문화수요를 창출할 수 있는 정책비전 마련</li> <li>- 성남지역 기업의 우수인재들을 지역사회의 문화자원으로 활용하는 사업</li> <li>- 성남 주변도시(용인, 광주 등)의 문화수요를 충족시킬 수 있는 정책과 사업</li> <li>- 예술가-시민 경계를 허무는 지역사회 통합형 문화비전 설정</li> </ul>

### 3) 성남문화재단의 역할 및 개선 방향

- 공공지원기관으로서 성남문화재단의 시민 문화향유를 위한 공공성 사업 역할과 공연장 운영을 통한 수익창출 간 균형
  - 세금으로 운영되는 성남문화재단은 시민문화복지 구현을 위한 비영리 활동이 우선
  - 수익성 높은 공연 및 전시 기획·유치 등 수익활동은 위와 같은 목적 하에 조례와 정관에서 규정하고 있는 사업(문화예술 창작·보급 및 조사연구, 성남아트센터 운영 및 관리 등)의 경비를 충당하기 위해 일부 수행하는 것
  - 다양한 사업을 개발하되, 지속적인 예산 투입이 아닌 시민의 자발적 활동을 통해 자생할 수 있는 문화예술 생태계 구축을 위해 노력하여 예산 집행의 효율성 도모
- 성남문화재단의 새로운 비전 키워드
  - 역동성, 혁신성, 창의성, 미래변화, 새로움, 레벨업, 메타버스, 스마트공연장, ICT
  - 다양성, 개방성, 청년, 세대, 평등, 가치, 전문성, 연결
  - 변하지 않는 가치나 지역정체성 발굴 혹은 역사성보다는 현재 성남이 가지고 있는 고품격 도시, 다양성의 도시, 창의도시 같은 문화적 이미지 실현 필요
- 직원들의 전문성 제고가 우선 과제
  - 문화재단도 공무원 스타일로 일하고 있음
  - 트렌드로 문화를 만들어내는 직원 역량 및 전문성 강화 교육 필요
- 성남아트센터의 이용률 및 인지도 제고
  - 성남시민 이용률 높지 않고 아트센터와 가까운 분당 주민들이 일부 이용하는 수준
  - 성남문화재단 오페라하우스가 대관 역할에 머무르고 있는 것으로 인식하고 있음
  - 아트센터 주변 지역을 함께 개발 필요
- 지역예술가 발굴, 지원 대상 성남지역예술인 개념 확대 및 지원 실효성 확보



- 지역과 파트너십을 맺고 활동을 지속할 수 있는 예술가 발굴 및 지원
- 〈2020 성남예술인·예술단체 실태조사〉에 따르면, 성남에 거주하지 않으면서 성남에서 예술 활동하거나, 성남에 거주하지만 성남 외 지역에서 활동하는 예술인 많음
- 현재 성남시·성남문화재단의 예술인 및 예술활동 지원은 성남거주자를 대상으로 하지만, 성남이 예술가의 자유로운 창조적 활동무대가 되기 위해서는 성남시 거주유무와 상관없이 예술인들도 '생활인구'로 대상 범위를 확대해야 함

〈표 5-12〉 성남문화재단의 개선 방향(정책 관계자)

구분	내용
시 공무원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남아트센터의 이용률 및 인지도 제고</li> <li>- 직원 역량 및 전문성 강화 교육 필요</li> <li>- 아트센터 주변 지역을 함께 개발</li> </ul>
시의회	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남문화재단의 새로운 비전 키워드: 역동성, 다양성, 개방성, 혁신성, 창의성, 미래변화, 연결, 청년, 세대, 평등, 새로움, 레벨업, 가치, 전문성 등</li> <li>- 고품격 도시, 다양성의 도시, 창의도시 같은 문화적 이미지 실현 필요</li> <li>- '생활인구'로 지원 대상 성남지역예술인의 개념 확대 및 지원의 실효성 확보</li> </ul>

#### 4) 성남문화재단의 핵심활동 및 미래 사업 아이템

- 최고의 공연과 전시를 시민에게 제공하여 시민의 자긍심 고취
- 지역의 문화예술 정보 허브의 역할을 하는 플랫폼 구축
  - 전문예술 및 전문예술인 지원사업 확대
  - 예술가-기업-시민 간 교류사업 개발
  - 시민-기업을 넘어 국제적 수준의 네트워킹 필요
- 도시 내 유희공간 재생을 통한 소규모 문화예술 기반시설 확충 및 활용 사업
- 탄천 활용 사업 개발(언제 방문하든 '문화예술 경험할 수 있는 탄천')
- 원도심 주민들 문화활동 여건 마련
  - 변화하는 도시(원도심 재개발, 분당구 노후화)의 문화적 정체성 활용 사업
  - 원도심 개발 이후에는 문화예술 활동 많이 참여할 수도 있으므로 재단이 이들이 문화활동 가능한 여건 마련해 주어야 함
- 새로운 콘텐츠 개발
  - 예술과 기술 융복합 관점 사업(스마트공연장 등)
  - 공공-민간협력 통한 창조적 디지털 문화콘텐츠 개발(ICT융합산업벨트, 백현MICE클러스터, e-스포츠산업 등 거점 사업 활용)
  - 기후변화, 생태계, 젠더, 포용성, 지속가능발전 등 다양한 사회적 의제들과 라이프스타일을 매칭한 새로운 콘텐츠 개발
- 성남시 정체성에 기반한 축제 개발 및 축제 외연 확대
  - 최근 축제의 트렌드는 지역주민 대상에서 전국 단위로의 외연 확대. 유연한 시각으로 축제

### 컨셉과 콘텐츠 만들 필요

- 문화예술을 통한 지역성 구축 및 문화예술을 통해 소통 가능한 시민문화 형성
  - 공연장 중심 경영과 지역대상 문화정책 사업 간 균형
  - 지역예술뿐만 아니라 생활예술 진흥, 시민의 문화향유 기회 확대
  - 지역주민을 대상으로 문화예술을 통한 다양한 도시문제의 해결 및 사회혁신 활동
  - 지역예술인의 활동 증진 통해 시민들이 자연스럽게 지역예술을 접할 기회 제공

〈표 5-13〉 성남문화재단 미래 사업(정책 관계자)

구분	내용
시공무원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남 원도심 주민들 문화활동 여건 마련 사업</li> <li>- 탄천 활용 사업</li> </ul>
시의회	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최고의 공연과 전시를 시민에게 제공하여 시민의 자긍심 고취</li> <li>- 원도심 주민들 문화활동 여건 마련</li> <li>- 지역의 문화예술 정보 허브의 역할을 하는 플랫폼 구축</li> <li>- 예술과 기술 결합 사업, 다양한 사회적 의제 고려한 새로운 콘텐츠 개발</li> <li>- 공공-민간 협력 통한 창조적 디지털 문화콘텐츠 개발</li> <li>- 도시 내 유희공간 재생을 통한 소규모 문화예술 기반시설 확충 및 활용 사업</li> <li>- 문화예술을 통한 지역성 구축 및 문화예술을 통한 시민 간 소통</li> </ul>

## 4. 재단 직원

### 1) 성남 문화예술비전 2040 수립 필요성 및 방향성

- 성남문화재단이 기초지자체 재단 수준을 넘어 대한민국 공연계의 선도적 역할을 할 필요성 제기
  - 여타 도시의 문화재단들은 2030 연구 중이지만 성남시가 다른 도시보다도 예산 규모나 인구가 훨씬 크기 때문에 10년 정도는 앞서 제시하고 점검할 필요 있음
  - 상징적 차원에서도, 그리고 2030 계획을 세우는 것보다 더 효과적일 수 있음
  - 인간의 삶을 회복하는 것이 문화예술 가치의 본질이라는 점에서, 100세 시대를 대비하여 선제적으로 준비
- 이를 위해 다음과 같은 방향성 제시
  - 지역 문화예술인들이 아끼고 활용하는 공연장화: 제작, 유통, 지역예술인 활용 공연장화. 지역예술인들에 대한 지원(공모사업을 통한 창작 지원, 공간 및 행정 지원)
  - 대한민국 공연의 모든 것이 성남아트센터에서 생산되는 시스템 구축: 공연장과 기획사 간 협업 및 정보교환 중요, 공연기획사들에 성남아트센터 내 공간 제공
  - 새로운 공연장 문화 창출: 공연이 끝난 후 팬과 배우들이 관계를 만들어내는 곳
  - 공간 확보: 전시장 공간, 연습실, 카페 등 부대시설 부족 → 예술의 전당 비타민스테이션처럼 새로운 공간 확보(수익사업으로 성남문화재단의 재정자립도도 제고)
  - 스마트공연장화: 오프라인 고객에게는 최고의 공연 제공, 온라인 감상자에게는 저렴하게 제공, 빅데이터나 메타버스 활용

- 공연장 분리: 개관 20주년이 되는 25년에 성남문화재단 문화정책 파트와 공연장을 분리, 각자 독립적 성장 추구
- 도시 역사 보존 & 도시 내 양극화 완화: 도시 내 양극화는 도시의 공통적 현상. 도시의 역사 중 보존해야 할 것 결정 필요. 원도심과 신도시의 이질적인 모습 완화 방안 고민 필요

〈표 5-14〉 성남 문화예술비전 2040 수립 필요성 및 방향성(직원)

성남문화재단 비전 2040 수립 필요성	성남문화재단이 지향해야 할 방향성
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성남문화재단이 기초지자체 재단 수준을 넘어 대한민국 공연계의 선도적 역할 필요</li> <li>- 여타 도시의 문화재단들은 2030 연구 중</li> <li>- 성남시 인구나 예산규모 고려시 타 도시에 비해 앞서 제시하고 점검하는데 의의</li> <li>- 미래 100세 시대를 선제적으로 준비할 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 문화예술인들이 아끼고 활용하는 공연장: 제작, 유통, 지역 예술인 활용 및 지원</li> <li>- 대한민국 공연의 모든 것이 성남아트센터에서 생산되는 시스템 구축</li> <li>- 공연 이후 팬과 배우들이 관계를 만들어내는 새로운 공연장 문화 창출</li> <li>- 전시장, 연습실, 카페 등 부대시설 위한 새로운 공간 확보</li> <li>- 빅데이터 및 메타버스 활용한 스마트공연장화</li> <li>- 문화정책 파트와 공연장 분리, 각자 독립적 성장 추구</li> <li>- 도시 역사 보존 및 도시 내 양극화 완화</li> </ul>

## 2) 성남문화재단 운영상 문제점 및 어려운 점

- 저연차 직원이나 고연차 직원 모두 조직문화가 경직되어 있고 공공조직처럼 운영되고 있어 조직문화 혁신 및 인력 전문성 강화가 필요하다는 데에 공감하고 있음
  - 문화재단이 ‘올드한 느낌’이고 다가가기 힘든 느낌이라는 평에 대해 전원 공감
  - 공기업식 채용: 문화예술 전공자가 면접까지 오지 못해 전공 직원 수 적음
  - 전자결재시스템이 있음에도 외부 조직에서 결재받기 위해 성남문화재단에 방문
  - 부서 간 정보공유 미흡: 성남문화재단 내 사업도 DB화되지 않음
- 수익성 고려, 최고 수준 강조, 지역예술 강조 간 불균형
  - 외국공연을 올리면 좋은 평가를 받던 초기와 달리 시민의 문화적 눈높이가 높아짐
  - 경쟁 심화, 기술환경 변화 상황에서 지역예술인도 배려해야 하는 지역적 한계 공존. 전시의 경우 관행적으로 10개 중 8개는 지역예술가 작품을 전시함
  - 순수예술은 수익률이 50%를 밑도는데 대중예술 기획사 공연은 약 120% 정도라 대관사업을 하게 되고 실제 대관 수요도 매우 큼(객석이 1800석으로 경제성 있음)
  - 신비아파트, 번개맨, 대중음악 콘서트 등 대중성이 강한 콘텐츠의 지나친 증가. 티켓수익도 중요하지만 순수예술 공연무대 필요
- 공연 자체제작 부족
  - ‘공연쇼핑’: 인력 전문성 부족 상황에서는 자체제작보다는 대관 및 기획사공연 단순 구매에 의존하게 됨(현재 자체제작4 : 구매6)
  - 제작비와 인력 문제로 지난 1년 간 오페라 올리지 못함(한 작품 10억 이상 소요)
- 지역적 한계, ‘서울의 문화적 그늘’
  - 성남은 주거환경은 좋지만 고유의 문화적 정체성 확립에 한계
  - 예술인들의 ‘크려면 서울로 가야 한다’는 인식

- 지역작가들 중 성남 연고자 감소, 미대졸업 후 성남에서 활동하는 청년작가 층도 없어지고 있어 전시소재가 점차 고갈되는 중
- 아트센터 내·외부 시설 부족
  - 예술의 전당은 모차르트에서 만나 밥 먹고 커피 마시고 공연에 들어가는 코스가 있는데 성남아트센터에서는 이용 가능한 시설 부족으로 공연만 보고 모두 가버림
  - 아트센터 주변에도 상업지구가 없어 젊은 층에 인기 없음

〈표 5-15〉 성남문화재단의 운영상 문제점(직원)

구분	내용
그룹A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아트센터 설립 초기의 주목도 및 트렌드 리더 이미지가 퇴색된 상황</li> <li>- 공연장 규모/시설 국내 최상위급, 전국 기초재단 중 공연 제작예산 최상위급(예산도 광역 혹은 수원문화재단 수준)이지만 전시공간은 협소해 대형 기획전시 어려움</li> <li>- 재단에 대한 낮은 인지도/관심도, 기초단위의 근본적 한계</li> <li>- 대관사업 주력, 아트센터 이용료 비싸 지역예술가들의 공연기회 적음</li> <li>- 직원들의 매너리즘, 도전과 열정이 감퇴한 상황</li> <li>- 공기업식 채용, 순환보직제, 호봉제, 직급제로 인한 전문성 미흡</li> <li>- 소극 행정: 공모사업 등에서 어려움을 겪는 지역 예술인들에 대한 지원 미흡 등</li> <li>- 성남을 '서울의 문화적 그늘'로 인식</li> </ul>
그룹B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (경직된 조직문화) 입사 전 시대는 자유로운 문화향유 및 소통, 공공기관보다 유연한 행정시스템. 그러나 체계적인 조직 운영 시스템 미흡하고 조직문화는 경직되어 있음</li> <li>- 지원사업은 많지만 관계에 의해 협회가 독식해 청년들이 거리감 느끼고 기회 적음</li> <li>- (인력부족 및 전문성 미흡) 성남미술은행 사업의 경우 1명이 관련된 모든 일을 하고 있음, 기술 관련 융합콘텐츠 분야 선구자가 되어야 하는데 전문성 미흡</li> <li>- 기술스텝의 낮은 활용도. 이는 기술 부족보다는 기획력 부족에 기인</li> <li>- 퀄리티 낮은 대중 콘텐츠 지나친 증가</li> <li>- 신규사업 미흡, 홍보 부족(품터 융합교육프로그램 등)</li> <li>- 전시 만족도 저하: 형평성, 작품성, 지역문화단체, 미술협회 등 고려사항 너무 많음, 성남 연고 지역작가나 성남에서 활동하는 청년작가층 없어지고 있어 전시소재도 고갈중</li> <li>- 아트센터 주변에 상업지구가 없어 접근성 낮음</li> </ul>
그룹C	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수정구에 성남아트센터 운영시설 있지만(4개) 시민들은 아트센터 관련성 모름</li> <li>- 고정 수요층 위주 운영, 새로운 장르에 대한 도전 부족</li> <li>- 아트센터 주변에 상업지구가 없어 젊은 층에 인기 없음</li> </ul>
그룹D	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 정책네트워크 TF 만들어 월 1회 회의, 각 부서의 고민, 재단의 거시적 방향, 지역브랜드 포지셔닝, 중복지원 단체 문제, 공간활용 지속가능성(창작소 공간 협소하지만 지원금 상한 한계, 인력 운용 어려움 등), 공연장 리모델링, 지역예술인 정의 등에 대한 고민을 나누었지만 이후 진척사항 별로 없음</li> <li>- 순환근무로 전문성 축적 곤란</li> <li>- 부서 간 정보공유 미흡</li> <li>- 파편화된 홍보: 언론사에 개별 사업아이템 홍보 위주 진행. 스토리 연결 홍보 어려움</li> </ul>
그룹E	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사랑방문화클럽은 클럽 스스로 성장이 어려워 골방사업화됨</li> <li>- 아트센터 퀄리티는 클래식에서 나오지만 대중공연해야 재정자립도 높아지는 문제</li> <li>- 재단 직원들은 시의 정책이나 방향, 재단의 비전이나 전략에 공감하지 못한 채로 예산 수준에 맞춘 사업 진행</li> <li>- (공간 부족) 향후 예술 수요 증가, 재정 부족으로 인한 인프라 격차 당분간 계속될 것</li> <li>- (독립성 없는 큐브미술관) 타 미술관들은 미술관 내에 홍보실, 학예연구실, 홍보실 등이 있지만, 큐브미술관은 아트센터 내 조직일 뿐 전문성 미흡</li> </ul>

### 3) 필수사업·중점사업 인식

- 인지도 및 이용률 제고 측면에서 성남아트센터의 고유 아이템이 필요하다는 데에 모두 동의함
  - 직원들도 입사 전에는 성남문화재단은 잘 모르고 아트센터만 알았던 경우가 대부분. 입사 이후에야 재단에서 많은 사업을 수행함을 알았을 정도로 성남문화재단 인지도가 낮은 상태. 그렇다고 성남아트센터 인지도와 이용률이 높지도 않았음
  - 시민들에게 '이런 공연이 있으니 와서 보라'가 아니고 시민들이 '공연을 볼 욕구가 생기도록' 해야 하는 것
  - 이런 의미에서 성남아트센터에서만 볼 수 있는 고유성 있는 아이템이 필요함. 강남에서 30분이면 올 수 있는 거리에 위치한 아트센터로써 독특한 아이템으로 외부인도 유입 가능
  - (고유 아이템 사례) 2021년 공연한 발레스타즈(Ballet Stars)처럼 오케스트라 시연과 발레를 동시에 즐길 수 있는 프로그램
- 생활밀착형 사업 및 프로그램 다양화
  - 시민들이 문화재단이 필요하다 느끼게 하려면 클래식/순수예술만이 예술이라는 생각 지양, 클래식 외에 생활문화 사업을 많이 해야 한다는 데에 대체로 동의(공연과 문화 부문 분리 연계)
  - 클래식, 재즈, 대중음악, 게임 등 모두가 문화. 게임오케스트라 등 융복합 장르로 새관객을 유입하고 젊은 층도 오고 즐길 수 있는 아트센터가 되어야 함
  - 기획공연 특성화(6개월 장기공연 같은 방식 운영)
  - 성남시내 지역별 수요 파악해 맞춤 사업, 작은 공연 중요
  - 온라인 아카데미 강좌 확대로 고객 범위 확장. 이미 용인이나 광주에서 오프라인 수업 참여하고 있는데 타지역 주민도 온라인 회원가입 가능하므로 고객 확장 가능
- 문화예술 생애주기 기반 플랫폼 및 프로그램
  - 청년예술가가 창작소에서 지원받아 활동한 이후 전시 등 다음 스텝 진행
  - 아카데미에서 배운 어린이들이 청소년들이 되면 미디어센터에서 교육받고, 성년되면 문화재단 성인 프로그램 참여하여 전 생애에 걸쳐 아트센터 찾도록 함
- 디지털 걸쳐로 도시브랜딩 및 성남아트센터 스마트공연장화
  - 대표이사부터 저연차 직원들까지 메타버스 등 미래사업, 문화예술+기술, 게임, AI 분야 아이템이 필요하다고 인식하고 있음
  - 다만, 스마트공연장화는 필요성은 있지만 예산과 인력 등 현실적 문제가 크다고 인식. 특히, 현재의 재단 운영방식으로 스마트공연장 운영은 어렵다고 보고 있음
- 전시의 경우 시민들은 대형전시, 유명전시 수요가 상당했던 반면 경영진 내부적으로는 지역예술인 인큐베이팅 역할에 대한 강조도 있음
- 아트센터 주변 지역과 연계 개발
  - 아트센터가 허브가 되어 서울 수요도 다소 흡수하고 용인이나 광주에서도 놀러오도록 해야 함
  - 변화가와 연계할 필요 있고, 비타민스테이션 같은 구조는 예산확보가 어렵겠지만 개발한다면 지하와 연동 개발 필요

〈표 5-16〉 성남문화재단이 향후 강화해야 할 사업(직원)

구분	내용
그룹A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (디지털 기술로 접근성 제고, 잠재고객 확대) 예술·기술 융복합 스마트공연장 구축, 여러 대 카메라로 현장감을 제고하여 송출함으로써 집에서 저렴하게 즐길 수 있는 콘텐츠 제공, 성남의 스토리/역사/정체성과 첨단기술 연계하여 독창적인 콘텐츠 생산 등</li> <li>- (이원화 운영) 아트센터는 '한 달에 한 번은 좋은 공연 봐야지' 생각하게 되는 곳 + 성남시 내 나머지 site에 하드웨어 설치하여 지역 맞춤형 프로그램 운영. 재단은 운영비 지원 및 문화기획자 양성, 장기적으로는 시민들의 자발적 관리 지향</li> <li>- (생활문화사업 활성화) 참여형 컴퍼티션(전국노래자랑처럼), 주말 베틀시장 운영 등</li> <li>- (제작 극장화) 성남아트센터가 기획하고 예술인 자체 고용해 예술인들이 극장에서 공연을 제작·공연. 대관사업 감축</li> <li>- (지역예술인 지원) 창작 지원, 전시 및 인큐베이팅(대형 전시는 성남시립미술관 담당)</li> <li>- ('기억의 뮤지엄') 성남의 기억 보존, 도시 전체의 박물관화, 원로들의 이야기 기록</li> <li>- (지역예술인들과의 거버넌스 구축) 지역예술인들 간, 재단 직원들과 예술인 간 매칭, 분야별 예술인 정보 제공, 재단직원-예술인-시민 소통공간 조성·운영</li> <li>- (원도심/신도시 특성에 맞는 사업) 주민들이 원하는 것을 묶어 예산 내에서 사업화</li> <li>- (축제) 경제 유발효과+지역민 공동체 의식 제고+도시이미지 제고 효과 있을 경우 시행</li> </ul>
그룹B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (성남아트센터에 가야 볼 수 있는 아이템 개발) 유명인 팬미팅, 포토존 홀로그램, 미디어아트 예술기술 융복합 아 아이템, NFT나 메타버스 활용 전시/공연콘텐츠 등</li> <li>- (생활밀착형 사업 및 프로그램 다양화) 단발성 전시나 공연이 아닌 생활밀착/지역밀착형 사업이 많아야 함. 지역별 수요 파악해 맞춤사업, 작은 공연 중요</li> <li>- (문화예술 생애주기 기반 플랫폼) 청년예술가가 창작소에서 지원받아 활동한 이후 전시 등 다음 스텝 진행, 아카데미에서 배운 어린이들이 청소년기에 미디어센터에서 교육받고, 성년되면 문화재단 성인 프로그램 참여</li> <li>- (새로운 수요층에 홍보 및 투자) 메타버스 주 향유층은 청소년. 좋은 크리에이터로 홍보하면 청년층 유입 가능</li> <li>- 탄탄 활용 프로그램 필요</li> </ul>
그룹C	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (온라인 강좌 확대로 고객 범위 확장) 성남아트센터 아카데미 강의내용은 컴플레인 별로 없음. 주말, 어린이 강좌(무용, 미술) 인기 있음. 특히 미술은 온라인 강좌 선호도 높음</li> <li>- 홀로그램/AR/VR 등 융복합 새로운 공연 시도 필요(관련 문의 있음)</li> <li>- 판교 소재 대기업들 중 자체 극장을 운영하는 곳과 재단이 제휴하여 시민에게 개방</li> <li>- 판교에서는 게임과 음악을 결합하는 등 신장르·실험적 공연(판교에 들어설 경기도e-스포츠경기장과 연계)</li> </ul>
그룹D	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (고유성) 성남에 가야 볼 수 있는 것 필요. '성남근대역사박물관' 제안</li> <li>- 원도심, 분당, 판교 등 지역 특성을 살린 사업</li> </ul>

#### 4) 성남문화재단 조직 및 제도 개선 방향

##### ○ 직원들은 성남문화재단의 미래 키워드로 다음을 꼽았음

- 일상 속의 예술 활동
- 프리즘(하나의 목표, 미션, 구심점을 갖고 그 슬로건 하에서 교육/전시/홍보)
- 밸런스(대중적 콘텐츠 해야 하지만 지역예술인들을 위한 기회의 공간도 되어야 함)
- 지속가능한 문화예술
- 청춘(노년층에게는 향수 + 청년에게는 그들 자신이 재단에서 주역이 되도록 함)
- 평등(시민 모두가 즐길 수 있게 평등한 문화공간 제공)
- 가치(성과 중심, 숫자, 정량화에서 의미와 가치 등 정성적인 측면 강조)
- 창의적 전문성, 새로움, 다양성, 레벨업 등
- 성남의 도시역사가 독특하여 이질적인 요소들이 섞여 있지만 그 다름을 굳이 억지로 묶을 것이 아니라 문화예술이라는 키워드로 연결

##### ○ 문화예술 분야 전문성 강조

- 문화재단 설립의 가장 큰 이유는 공무원의 전문성 부족을 보완하기 위함. 문화예술 분야 전문가 채용 필요성 강조
- 직원 전공이나 전문성과 상관없이 순환근무 배치하는 것은 지양
- 아트센터(공연)와 문화재단(문화정책 부분) 분리 필요성에 적지 않은 공감대
  - 직원들은 성남문화재단이라는 하나의 조직 안에서 다른 업무를 하고 있는데, 전문적이고 효율적인 운영을 위해 공연과 문화부문 분리에 대체로 동의
  - 분리 시 재정 측면에서 아트센터의 자생력에 한계가 있다는 견해도 있음
- 성남문화재단은 성남 지역예술인을 고객이자 파트너로 인식
  - 예술인들은 성남을 주력 무대로 생각하지 않고 시민들도 성남예술인 콘텐츠를 선호하지 않는 경향이 있지만, 재단은 지역예술인을 함께 성장할 고객이자 파트너로 인식
- 성남시 내 공간적 특성이 다름을 인정하고 각 지역 특성에 맞는 사업을 하는 다원화된 접근법이 필요한 것으로 의견이 수렴됨
  - 예전에는 분당에서 공연 티켓팅 많이 했는데 요즘은 원도심과 신도시 티켓팅 비율이 비슷하고, 원도심의 문화수요도 신도시 못지 않으므로 이제는 도심간 문화 격차 해소보다는 지역의 특징에 맞춘 정책 마련 필요
  - 원도심 쪽에 생활문화 공간 조성 및 지원사업이 많은 것은 골목이나 비탈이 많은 공간적 특성과, 분당 신도시 전부터 살아왔던 사람들의 공동체 문화가 있고 서로 잘 알아서 관련 사업이 비교적 쉽게 가능하기 때문임

〈표 5-17〉 성남문화재단 조직 및 제도 개선방향(직원)

구분	내용
그룹A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (재단운영 윤리성, 책임성 강화) ESG(환경/사회/지배구조)<sup>131)</sup> 경영 도입 필요</li> <li>- 직원 윤리의식 제고 및 예산 지출 타당성 검토 필요</li> <li>- 구성원 전문성, 역량 강화, 유연한 인사제도, 팀제 도입 등</li> <li>- (전문예술극장으로 운영) 문화재단과 아트센터 분리, 아트센터는 전문적이고 클래식한 공연, 문화재단은 예술인 지원이나 시민생활예술 담당</li> <li>- 공연장 가동률 제고, 장르 다양화, 공연 횟수 증가, 티켓의 다양화</li> <li>- 중요성 측면에서 콘텐츠의 차별화와 경쟁력 제고 &gt; 하드웨어</li> <li>- (문화거버넌스 운영) 재단 외부와 협업, 예술단체/예술인과 협력해 작품 제작 및 공동투자</li> <li>- 지역예술인들에게 공연 기회 많이 부여</li> </ul>
그룹B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문역량 가진 인력 채용</li> <li>- (거버넌스) 위례스토리박스, 창작소, 꿈꾸는 예술터, 문화원, 동주민센터 등 관련 기관들까지 모두 포함하여 재단이 플랫폼 역할</li> <li>- (홍보) 성남문화재단 유튜브 콘텐츠는 타 재단 콘텐츠들에 비해 조회수 높지만 지역수요만 있어 조회수에 한계 있음. 유튜브에서 문화재단 홍보하려면 장르 특화 필요</li> </ul>
그룹C	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (지역 특화) 아트센터/판교/위례/창작소 각 특성에 맞게 장르 선택해 브랜딩화</li> <li>- (친숙한 아트센터 공간 조성) 평소에도 시민들이 쉽게 찾을 수 있는 공간이 되어야 함</li> <li>- (콘텐츠 중점 개발 및 전문가 확충) 좋은 콘텐츠가 있어야 인프라도 따라옴</li> <li>- (예술가와 연계) 장기적으로는 예술단 및 예술가와 연계(정기적으로 예술가와 워크숍 등)</li> <li>- (극장과 교육 연계) 공연장 운영 아카데미는 극장과 교육을 직접 연계할 필요</li> <li>- (홈페이지 개편) 다양한 콘텐츠 및 부서에 대한 홍보 부족. 홈페이지 개편 필요</li> </ul>



구분	내용
그룹D	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상징적인 대표사업 필요</li> <li>- 최초, 최고보다 커뮤니티 중심체제로 전환</li> <li>- 정치와 문화 분리. 정치에 상관없이 재단 내부에서 흔들리지 않는 기초 제시해야 함</li> <li>- 새로 마련되는 공간의 민간단체 또는 마을 공동체 위탁 운영 검토</li> </ul>
그룹E	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (수준 높은 공연 제작) 제작 콘텐츠의 수준 중요</li> <li>- (지역예술인 지원) 재단사업은 아트센터, 공연, 사랑방 중심이고 예술인에 대한 관심과 지원은 미흡했음. 예술인 자원 강화 필요성(IT교육 등)</li> <li>- (시민참여) 시민들과 예술인이 함께 하는 예술활동(지역영화 촬영, 스토리텔링 발굴)</li> <li>- (스마트공연장화) 인프라, 저작권, 인력 필요함. 메타버스 구현 솔루션 시스템과 하드웨어 등 전산·IT 장비는 매우 비싸고 현재 인력으로 감당하기 어려움</li> </ul>

## 5. 워드클라우드 분석

### 1) 개요

- 시민 60명 및 예술인(예술단체장, 전문예술인, 생활예술인) 8명의 FGI 조사결과 워드클라우드 종합 분석(이하 ‘시민’으로 통칭함)
- 질문을 4개로 재분류하여 각각 분석하고, 4개 질문에 대한 답변을 종합하여 재분석
  - ▲성남시 특성, ▲성남시 문화예술 생태계 및 미래비전, ▲성남문화재단·아트센터 인지도, 이미지 및 이용 애로사항, ▲성남문화재단·아트센터에 바라는 점 및 미래사업

### 2) 결과

- 성남시 특성
  - 성남시의 특성에 대한 답변으로는 성남시, 도시, 서울, 문화, 생각, 이미지, 교통, 분당, 판교, 프로그램, 발전, 필요, 공원, 구도심, 개발, 시설, 베드타운 등의 단어들이 많이 도출됨
  - 성남시민들은 성남이라는 도시의 특성을 말할 때 서울과 비교하여 생각하는 경향이 강하게 나타났음
  - 성남의 문화예술 수준을 서울에 비교하여 판단하고, 서울에 대한 접근성을 기준으로 교통 편의성을 판단함
  - 또한 구도심보다는 분당이나 판교 등 신도시에 대한 언급, 도시 발전과 필요, 중앙공원이나 울동공원 등 공원에 대한 언급들이 많았음
  - 이 질문에 대한 답변에서 ‘성남아트센터’ 단어는 거의 나오지 않음. 실제로 “성남시를 대표할만한 장소가 없다”고 응답한 시민들이 많았던바, 향후 성남아트센터가 성남시를 대표할 만한 장소라고 인식되도록 하는 것이 성남문화재단의 중요한 과제
- 성남시 문화예술 생태계 및 미래비전
  - 성남시 문화예술 생태계 및 미래비전과 관련해서는 성남시, 공연, 아트센터, 도시, 예술인,

131) ESG는 기업이나 비즈니스에 대한 투자의 지속가능성과 사회에 미치는 영향을 측정하는 요소로서 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 약칭으로 기업의 비재무적 성과 판단기준으로 활용됨



- 지역, 지원, (문화)예술, 참여, 필요, 사람, 부족, 탄천, 공간 등의 단어가 많이 도출됨
- 성남의 문화예술에서 공연이 중요한 위치를 차지하고 있으며, 지역 예술인에 대한 지원, 공간 마련, 탄천 활용 등이 중요한 키워드임
- 성남아트센터는 성남시-공연에 이어 세 번째로 많이 언급되는데 비해 성남문화재단 언급은 30번째로 별로 언급되지 않음. 시민들은 성남문화재단보다는 성남아트센터를 더 인지하고 있다고 볼 수 있음
- 성남문화재단·아트센터 인지도, 이미지 및 이용 애로사항
  - 이 질문에 대해서는 아트센터, 공연, 공간, 이용, 전시, 홍보, 주차비, 문화재단, 사랑방, 부족, 방문, 오케스트라, 시민, 필요, 시설, 이미지, 가격, 아이, 무료 등의 단어가 많이 언급됨
  - 성남아트센터는 78회 언급된 반면 성남문화재단은 18회 언급으로 위 ‘성남시 문화예술 생태계 및 미래비전’에 대한 답변에서와 같은 경향이 나타남
  - 시민들은 편하게 이용·방문할 수 있는 공간을 필요로 하는데, 현재는 공간도 부족하고 아트센터는 주차료 등 이용요금 부담이 상당히 작용하고 있음을 알 수 있음
  - 그리고 공연이나 전시 등 프로그램에 대한 홍보가 부족하다는 지적이 매우 많았는데, 단어 분석에서도 홍보라는 단어가 많이 도출됨
  - 또한 실제 아이들을 대상으로 한 문화예술 프로그램이 별로 없다는 언급이 많았는데, 단어 분석으로도 ‘아이’가 상당한 빈도로 언급되었음
- 성남문화재단·아트센터에 바라는 점 및 미래사업
  - 이 질문에는 공연, 아트센터, 필요, 프로그램, 성남시, 전시, 공간, 문화, 예술인, 홍보, 사람, 지원, 교육, 지역, 시민, 문화재단, 문화예술, 아이, 정보, 참여 등의 단어가 많이 도출됨
  - 다른 질문에 비해 ‘공연’이 특히 많이 언급되어, 미래에도 아트센터는 역시 공연에 주력해야 한다는 것을 유추할 수 있음
  - 또 전시프로그램 확충, 공간 확충, 예술인 지원, 홍보 강화, 교육프로그램, 아이들을 대상으로 한 프로그램, 정보제공, 참여 등을 중시함을 알 수 있음

〈성남시 특성〉	〈성남시 문화예술 생태계 및 미래비전〉



[그림 5-1] 시민 FGI 답변 워드클라우드 분석(4개 질문)

○ 답변 종합

- 시민들의 답변을 종합해보면, 공연, 아트센터, 성남시, 필요, 프로그램, 공간, 전시, 문화, 예술인, 도시, 홍보, 지원, 사람, 생각, 지역, 활동, 서울, 이용, 시민, 문화재단, 문화예술, 교육, 시설, 참여, 관심, 부족, 정보, 활용 등의 단어가 많이 언급됨
- 시민들은 전시보다는 공연에 대한 기대가 훨씬 더 크고, 공간 활용 및 다양한 프로그램에 대한 수요가 있으며, 지역에서 활동하는 예술인에 대한 지원, 교육프로그램이나 참여형 프로그램 등에 대한 수요가 있었음
- 또 적극적인 홍보의 필요성을 강조하고 있음
- 한편, 성남문화재단보다는 성남아트센터에 대한 언급량이 월등히 높은데, 그렇다면 인위적으로 재단의 인지도를 강화하기보다는 각종 문화예술 사업을 통해 아트센터를 더욱 알리는 한편 생활문화 사업으로 재단의 인지도도 확대해갈 필요가 있음



[그림 5-2] 시민 FGI 답변 워드클라우드 분석(답변 종합)

### 제3절 직원 비전워크숍 및 설문조사 결과

#### 1. 비전워크숍 결과

##### 1) 미션, 비전, 가치

###### ○ 미션

- 성남문화재단 직원들은 재단이 예술가보다는 성남시민을 주 대상으로 즐거움과 행복, 감동과 위로, 재미와 일상의 변화라는 가치를 제공해야 한다고 생각하고 있음
- 그 실현 방법으로 창작활동 지원, 다양한 콘텐츠 기획, 참여기회 부여, 문화예술 교육, 향유기회 발굴 및 촉진 등을 들었음

###### ○ 비전

- 단기적(2025)으로는 성남문화재단이 ‘대한민국을 선도하는 자치분권 문화창의도시의 랜드마크’, ‘전국 최고수준의 예술-기술 융복합 콘텐츠 개발 가능한 재단’이 되어야 한다고 보고 있음
- 장기적(2040)으로는 ‘메타버스 선도 기관’, ‘새롭게 태어나는 New SNART’, ‘아시아 1등 공연장’, ‘세계최고 문화예술도시의 꽃 성남그랜드아트센터’, ‘해외 유명 연주가가 선호하는 한국 공연장’, ‘전 세계 예술가가 서고 싶어하는 세계 최고의 성남아트센터’ 등 전국 최고를 넘어 아시아, 나아가 세계 최고의 공연메카를 지향하고 있음
- 단, 장단기와 무관하게 아트센터는 ‘성남시민이 편하게 이용할 수 있는 공연장’이 되어야 한다고 함

###### ○ 가치

- 재단 직원들은 비전을 구현하기 위해 1차로 소통, 창의, 전문성, 협력, 즐거움, 공감, 신뢰, 공정, 열정, 존중, 개방성, 교감, 도전과 모험, 진정성과 책무 등을 중요한 가치로 들었음
- 1차 가치들 중 중요한 가치들을 선별해 다시 투표한 결과, 전문성, 소통, 협력, 즐거움, 창의가 매우 중요한 가치로 도출됨

##### 2) 조직문화

###### ○ 미션과 비전, 가치에 부합하는 조직문화를 만들기 위해 필요한 제도

- 청년이사회, 칭찬게시판, 우수직원 연수제도 활성화, 신규직원 멘토링 제도, 프로젝트 베이스 팀제 운영, 개인기념일 휴가지원, 부서 간 점심식사 교류, 안식년 제도 운영 등

## 2. 설문조사 결과

### ○ 성남문화재단의 주요 서비스 대상 및 제공 가치

- 성남문화재단 직원들이 생각하는 성남문화재단의 존재 이유가 되는 대상은 '성남시민'이 가장 많았고, 대한민국 국민, 경기도민, 전 세계인 순으로 집계됨
- 성남문화재단 직원이 그들에게 주고자 하는 가치는 '문화예술 향유'가 가장 많았고, 그 다음 순으로 전문성, 즐거움, 행복, 기쁨, 봉사, 감동 등을 꼽았음



[그림 5-3] 성남문화재단의 주요 서비스 대상 및 제공 가치

○ 성남문화재단 조직의 핵심가치 및 가치를 발현할 수 있는 활동

- 직원들은 재단이 일관되게 지켜야 할 조직의 핵심가치로 ‘공정성’을 가장 많이 제시함. 그 다음 순으로 소통, 창의/창의성, 고객만족, 전문성, 존중 등을 들었음
- 가치를 발현할 수 있는 활동으로는 ‘문화예술/문화교육 체험, 향유, 소통을 위한 새롭고 다양하고 재미있는 콘텐츠를 기획/개발/제공’하는 것을 가장 중요하게 생각함. 그외에 ‘예술인(시민) 문화예술 활동공간/창작활동 지원’, ‘다양한 문화예술 활동 경험/참여기회 제공’ 등도 중요하게 보고 있음



[그림 5-4] 성남문화재단의 핵심가치 및 가치 발현 활동

- 성남문화재단의 강점 및 열정을 발휘할 수 있는 업무분야
  - 직원들은 성남문화재단의 강점으로 ‘공연장, 미술관, 야외공연장 등 다양한 문화예술 인프라(시설)’를 가장 많이 들었고, ‘안정되고 풍부한 예산지원’, ‘지리적 위치/교통편리성’ 순으로 중요하게 생각함
  - 그리고 직원들은 ‘시민에게 문화예술행사/사업을 기획/제공할 때’, 그리고 ‘기획/운영한 일을 시민으로부터 지지/인정받을 때’ 큰 열정을 발휘할 수 있다고 응답



[그림 5-5] 성남문화재단의 강점 및 열정을 발휘할 수 있는 분야

- 성남문화재단의 2040 미래상, 조직문화 및 역량
  - 성남문화재단 직원들이 바라는 2040년 미래상은 ‘시민들에게 힐링/쉼/편안함/즐거움을 줄 수 있는 콘텐츠를 제공하는 행복한 복합문화공간’이 가장 많았고, 그 외에 ‘대한민국 최고 복합문화공간(공연장)/문화재단’, ‘성남시 랜드마크(문화공간/자랑)’도 중요하게 언급되었음



- 그러한 미래상을 달성하기 위해 재단이 갖춰야 할 것으로 ‘전문가/전문성 강화’를 가장 중요하게 생각하고 있으며, 그 외에 ‘부서 간 소통/협력/통합’, ‘전문 인재개발 및 양성을 위한 교육/제도/자기개발 지원’ 등이 필요하다고 보았음
- 또, 성남문화재단과 아트센터의 분리운영을 통한 전문성 강화, 투명한 조직운영, 정치적 중립과 독립성 보장, 시민들이 쉽게 참여할 수 있는 기회 마련 등도 중요하게 보고 있음
- 2040 미래상 달성을 위해 필요한 재단의 역량으로는 역동적인 기획과 기술적 완성도, 콘텐츠의 다양성, 적극적인 홍보를 들었으며, 필수적인 재단사업으로는 ‘새로운 형식의 다양한 문화예술/생활문화 콘텐츠’를 꼽음
- 그리고 이를 위해 공연장 리모델링과 주변인프라 개발 등 시설을 확충할 필요가 높다고 보고 있음

	
<p>〈성남문화재단의 2040년 미래상〉</p>	<p>〈2040 미래상 달성에 가장 필요한 것〉</p>
	
<p>〈2040 미래상을 위한 조직문화〉</p>	<p>〈2040 미래상을 위한 재단운영〉</p>

[그림 5-6] 성남문화재단의 2040 미래상 및 필요사항

- 
- 〈성남문화재단에서의 개인적 꿈〉

[그림 5-7] 성남문화재단에서의 개인적 꿈

## 제4절 시사점

- 성남시의 미래 모습으로는 ‘변화’, ‘다양성’, ‘융합’ 등을 중요한 키워드로 볼 수 있음
  - 성남시는 역동적인 변화가 이루어지고 있는 도시라는 인식
  - 원도심과 신도시 격차 문제도 이제는 차별이 아니라 ‘차이’와 ‘다양성’으로 인식하고 지역민의 수요와 공간적 특성 등에 맞는 서비스를 제공해야 한다고 인식
- 코로나 이후로 성남 외부보다 지역에서의 문화생활을 선호하는 경향이 커져 성남아트센터에 기회요인이 될 수 있음. 시민의 수요 파악 중요
  - 시민이나 예술인, 직원 등 인터뷰 참여자들은 대체로 퀄리티 있는 문화예술 콘텐츠도 중요하지만 이제는 성남아트센터가 지역의 문화예술인들과 시민들이 편하게 찾고 아끼는 곳이 되어야 한다는 데에 인식을 같이 함
  - 이를 위해 참여자들이 만나는 공간의 필요성이 큰데 현재의 아트센터는 그러한 공간이 되지 못하고 있음. 물리적 공간을 확보하고 이용료를 낮추어 이용자 문턱을 대폭 낮출 필요
- 초점그룹 인터뷰와 비전워크숍, 설문조사를 통해 성남문화재단의 발전을 향한 직원들의 바람과 열정을 확인
  - 성남문화재단 직원들은 성남문화재단이 전국 최고를 넘어 세계 최고의 공연장을 지향하면서 시민들이 문화예술을 편하게 향유할 수 있는 공간이 되어야 한다고 생각하고 있음
  - 이를 위해 재단은 전문성을 강화하고 재단 내부의 소통과 협력을 제고하며, 역동적인 기획과 다양한 콘텐츠 개발 및 적극적인 홍보에 역점을 두어야 한다고 보고 있음
  - 특히 공연 부문과 문화정책 부문을 분리, 공연부문을 주관하는 아트센터는 좋은 퀄리티의 순수예술에 주력하고, 문화부문은 시민들과 지역 생활예술인들에게 밀착된 다양한 콘텐츠 제공이 필요하다는 데에 상당한 공감대 형성
- 향후 필수적인 시설이나 콘텐츠는 다음과 같음
  - 성남아트센터를 더 많은 시민들이 편하게 자주 찾게 하기 위하여 식당이나 카페, 아트마켓, 벤치, 포토존 등 성남아트센터 내외부 시설의 복합개발 필요
  - 향후 필수 프로그램으로 특히 아동과 청소년을 위한 체험 아이템 개발이 필요하며, 기술과 예술을 융합한 새로운 콘텐츠 및 온라인 콘텐츠 개발 필요
  - 예산이나 인력 문제가 해결된다면 예술·기술 융복합을 통한 ‘스마트공연장화’는 향후 새로운 수요층의 유입을 위해서도 필요함
- 이러한 방향에서 각종 사업을 추진하기 위해 무엇보다 재단 내부 경직된 조직문화의 혁신, 인식의 개선, 직원 전문성 및 역량 강화가 중요함



## 제 6 장

# 성남 문화예술비전 2040 구상

제1절 성남 문화예술비전 2040

제2절 추진 과제



## 제1절 성남 문화예술비전 2040

### 1. 기본 방향

#### 1) 종합 분석

- 환경 변화, 국내외 사례, 재단 운영 실태, 시민 수요 등에 대한 분석은 다음과 같은 방향성 제시

#### (1) 환경분석

- 거시적 사회환경 변화는 성남 문화예술비전 2040 수립과 관련하여 다음과 같은 영역에 대한 대응 필요성 제기
  - 첫째, 고령화, 1인 가구 증가 등 인구 구조 및 라이프스타일 변화
    - 인구 구조 변화에 따른 사회적 삶의 양식 변화(액티브 시니어, 솔로 이코노미 등)
  - 둘째, 산업/기술 발전과 이에 따른 사회 변화
    - 4차 산업 혁명과 기술기반 경제, 콘텐츠 경제, 크리에이터의 부상
  - 셋째, 삶의 질, 다원화된 가치, 행복, 사회적 책임 강조 등 가치 및 제도 변화
    - 취향, 개성 등 기반 관심 확대, 자치/지속가능/ESG 경영 등 강조
  - 넷째, 전염병 등 생태·기후환경 변화와 이에 따른 사회적 교류 환경 변화
    - 기후위기 대응을 위한 탄소중립·친환경 활동 등의 전 사회적 확대
    - 사회적 교류가 대면 직접 접촉 중심에서 비대면 접촉 방식으로 전환
  - 다섯째, 장르 융합, 기술 활용, 사회적 목적 연계 증가 등 문화예술환경 변화
    - 예술과 기술의 결합 등 새로운 형태의 문화예술 창작, 유통, 소비 경향 확대
    - 문화예술을 활용하여 사회 문제, 사회 변화에 창의적으로 대응하고자 하는 노력 증가

#### (2) 사례분석

- 해외 도시, 공공문화지원 기관 및 문화시설 사례는 성남 문화예술비전 2040 수립과 관련하여 다음과 같은 시사점 제시
- 해외 도시의 경우 다음과 같은 특징을 보임
  - 첫째, 세계적으로 살기 좋은 도시는 기술, 전문 인력, 다양성/포용성이 높은 도시임
    - 오스틴(2018 U.S. News & World Report 선정 살기 좋은 도시 1위), 토론토(2018 Economist Intelligence Unit 선정 가장 살기 좋은 도시 1위), 낭트(2013 Time Magazine 선정 유럽에서 가장 살기 좋은 도시 1위) 등 도시는 모두 기술, 전문 인력, 다양성/포용성이 높은 도시임
  - 둘째, 도시 발전에서 기술 산업이 차지하는 비중이 매우 높으며, 거버넌스 시스템이 잘 갖

추어진 도시라는 특징을 보임

- 셋째, 이러한 도시들은 모두 도시 발전과 관련하여 '포용성'을 발전 방향의 하나로 설정. 포용성/다양성 확보는 다양한 인종 및 관심과 취향을 가진 인구로 구성된 사회의 특성을 반영하며, 동시에 이러한 인력들이 도시에 더욱 잘 정착할 수 있게 하기 위한 문화 환경을 제공한다는 점에서 중요하게 다루어짐

○ 문화예술비전과 관련하여 해외 공공문화지원 기관의 경우 다음과 같은 특징이 나타남

- 일반적으로 비전, 미션에는 'Community'가 강조되고 있으며, 'Creative/Creativity', 'Diverse', 'Access' 등의 개념이 중심적으로 강조됨. '평등'이나 '포용', '연계' 등의 사회적 이슈, 가치와 연계시키거나 '시민'이라는 주제와 연계하는 경향도 나타남
- 미션 사례에서 특징적으로 나타나는 것은, 서비스의 내용이나 방식이 특정되어 있다는 점임
  - 미국 노스캐롤라인 주 힐스보로 예술위원회는 자신의 정체성을 '자원봉사자의 참여'에 기반한 조직이라고 밝히고 있으며, '예술 감상을 강화'하고, '다양한 층위의 시민들을 예술 활동에 참여'시키며, '예술가와 조직/단체, 관객을 상호 연계'시키는 활동을 통하여 지역사회를 풍요롭게 하는 것을 목적으로 함을 밝힘
  - 펜실베이니아 예술위원회는 예술활동을 통하여 펜실베이니아 지역사회를 '문화적', '교육적', '경제적' 차원에서 활성화시키는 것을 목적(미션)으로 제시
  - 미국 뉴욕주 예술위원회는 뉴욕 주가 가지고 있는 풍부하고 다양한 문화자원들을 '보존하며 확장'시키는 것을 활동의 목적으로 제시
- 해외 문화시설 운영의 경우에는 디지털화, 시민참여 강화, 도시와의 연계성 강화 등과 같은 특징이 나타남
  - 첫째, IT 기술의 발전에 대응하여 지속적인 디지털화 작업 실시. 이러한 디지털화는 자료의 DB화와 같은 차원을 넘어서 디지털 플랫폼과 디지털 서비스 차원으로 연계됨
  - 둘째, 융복합 방식으로 창작된 예술 작품이나 기존 장르를 넘어서는 예술 작품에 대한 경험 기회 제공 증가
  - 셋째, 공간 및 프로그램의 시민 중심 운영. 문화시설의 개방이나 시민 참여적 문화프로그램의 개발과 같이 다양한 차원에서 시민 참여를 촉진하는 활동 강화
  - 넷째, 문화예술을 매개로 창의적 네트워크를 구축함으로써 도시의 활력과 역동성을 제고하는데 중요한 영향을 미침

○ 국내 문화재단 비전, 미션, 사업 분석에서는 다음과 같은 특징이 나타남

- 비전의 경우 다음과 같은 특징을 보임
  - 국내 타 문화재단 비전의 경우, '행복', '문화', '생활', '사람' 등의 개념이 중요하게 나타나며, '즐거움', '나' 등의 개념이 특이하게 나타남
  - 일반적으로는 '예술', '문화'가 강조되지만 특이하게 역사/전통문화를 강조하는 경우(수원)도 있음
  - 또한 비전을 '평등'이나 '포용', '연계' 등의 사회적 이슈와 연계시키거나 '시민'이라는 주제와 연계하여 제시하기도 함
  - 전반적으로 '첨단', '미래', '융복합' 등의 개념은 거의 나타나지 않으며, '다양'하거나 '창의'적인 예술활동을 통하여 '지역사회'(Community)의 '행복', '생활', '즐거움', '평등', '포용',

‘연계’ 등을 증진시킨다는 내용을 강조하는 것으로 나타남

－ 미션의 경우 다음과 같은 특징을 보임

- 미션에는 문화복지, 문화예술진흥 용어가 많이 등장하며, 각 재단의 지원 영역에 따라 역사/전통문화(수원), 예술산업/생활문화(서울 중구) 등 특정 영역이 강조되기도 함
- 특히 미션에서는 조직의 서비스 대상 범위를 제시하는 경우도 적지 않은데, 일반적으로 “구민과 함께 하는”이나 “시민과 함께 하는”과 같이 지역명을 특정하지 않는 경우도 많으나, ‘성동주민과 함께 하는’, ‘영등포 문화예술진흥’ 등과 같이 서비스 대상 범위를 특정화해서 제시하는 경우도 나타남

－ 사업의 경우 다음과 같은 특징을 보임

- 지역 브랜딩에 중요한 영향을 미치는 콘텐츠 개발(지역 문화유산 및 인프라 콘텐츠화, 최신 트렌드를 축제 콘텐츠로 반영)
- 기초 문화재단 외연 확대(지역주민 대상 서비스에서 전국 공모 경향으로 확대, 국제규모 예술 축제 사례)
- 사회적 책임 강조 및 라이프 스타일 반영한 기획(기후/생태계/반려동물 등 이슈 축제/공연 전시 콘텐츠에 반영)
- 플랫폼 역할 수행 및 지역 내외 파트너십 강화(기업 연계, 지역 학교/기관 협력 콘텐츠 개발 사례, 통영 유네스코 창의도시 국제네트워크 등)

### (3) 성남문화재단 분석

○ 성남 문화예술비전 2040과 관련하여 재단 관련 영역에서는 다음과 같은 사항의 검토가 요청됨

－ 첫째, 사업 방향, 목표의 명확성

- 다양하게 이루어지고 있는 재단 사업들의 방향과 목표에 대한 명확한 인식 요청
- 재단 사업 중 아트센터와 문화정책 프로그램 운영의 관계 등

－ 둘째, 활동의 계층/지역 확장성

- 문화재단 서비스가 보다 넓은 지역, 계층으로 확장될 필요성 제기
- 다양한 지역 자원 및 역량을 연계할 수 있는 플랫폼/허브로서의 재단 역할 중요성

－ 셋째, 중장기 환경 변화에 대응한 계획 수립 필요성

- 기술 변화, 문화예술 창작/유통/소비환경 변화, 가치 및 라이프스타일 변화, 기후 변화, ESG (환경/사회/지배구조) 경영과 같은 사회적 책임 강조 및 정책/제도 변화 등 사회 전반에서 예상되는 변화에 대응하는 전략 수립
- 언택트/온택트 환경에서의 디지털 서비스 강화

－ 넷째, 새로운 문화/예술활동 지원구조 확립

- 장르간 융합, 기술을 접목한 새로운 예술활동, 개인적 취향/인문적 관심/지역 향토활동 등에 기반한 다양한 문화활동에 대한 지원 구조
- 메타버스 등 문화예술+기술, 게임, AI 분야 등 아이템 개발

－ 다섯째, 새로운 고객층 개발

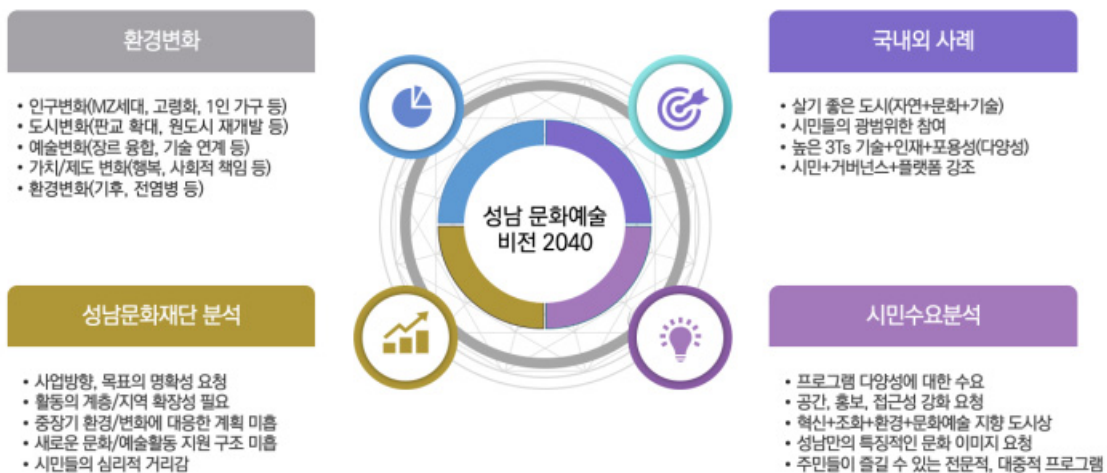
- 고전적 장르, 고정 수요층 위주 운영
- 변화하는 인구 구조와 재단 활동의 사회적 확산을 위해 기존 예술 애호가 중심 활동에서 다양한 새로운 계층을 재단 활동에 포함시키는 노력

- 생애주기별 접근보다 목표 집단 중심형 접근으로 사업 성격 명확화
- 여섯째, 심리적 거리감 해소
  - 아트센터 및 문화재단에 대한 시민들의 심리적 거리감 해소 필요성
  - 다양한 활동/프로그램을 통한 아트센터 공간 접근성 제고

#### (4) 수요분석

○ 성남시 및 문화재단에 대한 시민들의 수요는 다음과 같이 나타남

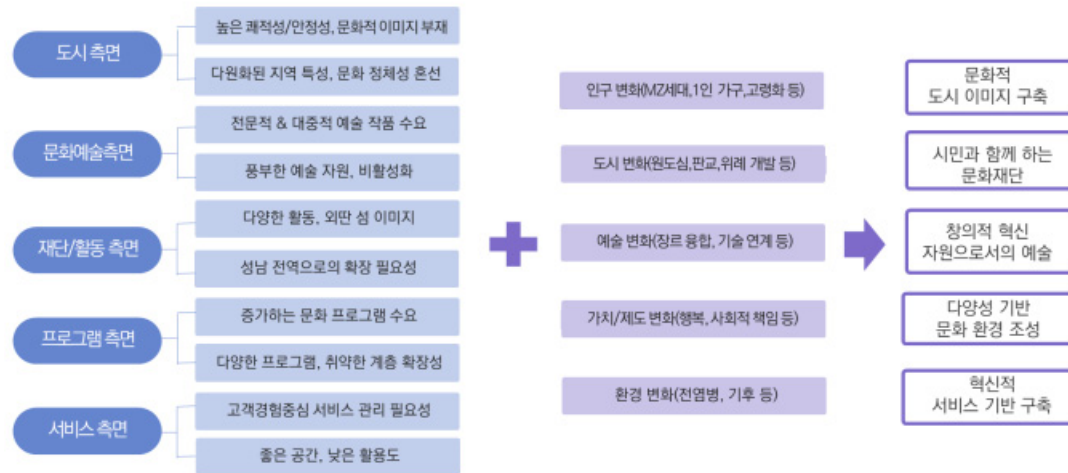
- 시민들은 성남시 미래상을 ‘변화’, ‘다양성’, ‘융합’ 등과 같은 키워드를 중심으로 인식
  - 도시 특성으로는 ‘다양성’이 있는 도시, ‘신규세대가 조화롭게 어울리거나’ ‘즐길 거리가 많은’ 도시, ‘환경친화적’이며 동시에 ‘IT와 예술이 접목된’ ‘글로벌화 된’ 도시 등을 제시
- 쾌적하고 안정적인 도시 이미지, 부족한 문화 상징 이미지
  - 지역간 차이가 나타나기는 하지만 경제적, 환경적 차원에서 쾌적하고 안정적이라는 이미지와 함께, 문화적으로는 특정한 이미지가 없음이 공통적으로 나타남
  - 신규 도시간 지역 격차에 대한 인식은 다양성에 대한 인식으로 변화
- 문화재단이나 아트센터에 대해서는 뮤지컬이나 고급 예술을 중심으로 운영되는 공간, 외딴 섬과 같은 이미지와 심리적 거리감이 존재하는 공간으로 인식
- 재단에 필요한 내용으로는 다양한 프로그램 제공과 홈페이지 개선 등을 포함하는 적극적인 홍보가 필요하다고 지적
  - 주말이나 저녁에도 공간을 개방하여 시민들이 자유롭게 참여할 수 있게 한다면, 정기적으로 진행되는 프로그램이나 행사를 배치함으로써 아트센터 방문 시기에 대해 고민하지 않을 수 있도록 하는 것, 시즌별 공연, 아마추어를 위한 무대 제공 등이 필요하다는 의견 등 제시
- 새로운 프로그램에 대한 욕구
  - 아트센터나 문화재단 활동에 대해서는 예술과 기술이 결합된 프로그램이나 반려동물, 디제잉 등과 같이 기존에 시도해 보지 않았던 새로운 성격의 프로그램, 디지털 교육 프로그램, 탄천을 활용한 프로그램, 다양한 원데이 클래스 등에 대한 수요가 제기됨



[그림 6-1] 성남 문화예술비전 2040 종합분석

## 2) 시사점

- 사회환경 변화, 국내외 사례, 재단 운영과 시민 수요 분석 내용을 성남 문화예술비전 2040 수립과 관련하여 살펴보면 다음과 같은 과제와 시사점 제기
  - 첫째, 도시 측면의 과제 및 시사점
    - 경제적 차원이나 거주 환경 차원에서의 높은 안정성에 비해 도시를 상징하는 문화적 이미지 부재
    - 신구도시 대비를 넘어 지역간 특성을 기반으로 한 발전이 이루어지는 환경에서 지역의 다양한 특성을 어떻게 문화 정체성으로 승화시켜야할 지에 대한 이슈
    - 문화적 이미지 부재와 지역간 다양한 특성을 도시의 풍부한 문화적 특성과 이미지로 상징화할 필요성
  - 둘째, 문화예술 측면 시사점
    - 아트센터를 중심으로 전문적이고 높은 수준의 예술 향유활동에 대한 기대와 문화재단 활동 중심으로 여가친화적이고 일상친화적인 문화예술프로그램에 대한 수요 공존
    - 풍부한 전문/준전문/아마추어 문화예술활동 인력과 생활문화예술활동 기반에 비해 문화예술 활동 비활성화
    - 문화재단 내 전문적, 일상친화적 문화예술프로그램 제공에 대한 방향성 정립과 제공, 풍부한 문화예술자원 활성화를 위한 방안 마련
  - 셋째, 재단/활동 측면 시사점
    - 다양한 활동에도 불구하고 존재하는 물리적, 심리적 거리감
    - 넓은 지역 대비 문화재단 프로그램의 상대적으로 낮은 지역 포괄성
    - 문화재단에 대한 거리감 해소와 도시 전체를 대상으로 한 활동 구상
  - 넷째, 프로그램 측면 시사점
    - 다양한 프로그램에도 불구하고 여러 계층의 문화예술활동 수요 대비 문화재단 프로그램의 계층 확장성 상대적으로 낮음
    - 원도심 개발과 판교 테크노밸리 확대 등으로 인한 문화예술 프로그램 수요 확대와 세분화
    - 지역간, 계층간 다양화된 수요를 충족시킬 수 있는 콘텐츠 및 프로그램 개발
  - 다섯째, 서비스 측면 시사점
    - 다양한 프로그램과 홍보 활동 대비 시민들의 낮은 체감도
    - 고품격의 넓은 아트센터 내외부 공간 낮은 활용율
    - 아트센터 내외부 공간 운영 활성화 전략 수립과 고객경험중심 서비스 필요성
- 거시적 차원의 환경 변화와 성남 문화예술비전 2040 수립과 관련하여 성남시 및 성남문화재단에 요청되는 수요들을 종합하면 다음과 같은 방향성이 나타남
  - 제1방향: 문화적 도시 이미지 구축
  - 제2방향: 시민과 함께 하는 문화재단
  - 제3방향: 창의적 혁신 자원으로서의 예술
  - 제4방향: 다양성 기반 문화환경 조성
  - 제5방향: 혁신적 서비스 기반 구축



[그림 6-2] 성남 문화예술비전 2040 기본 방향

## 2. 주요 구성 개념

- 성남 문화예술비전 2040은 2006년 수립한 ‘문화예술 창의도시 기본계획’(이하 1차 계획)과의 연계성과 차별성 확보가 중요
  - 1차 계획의 중요한 지향점은 ‘시민’, ‘공동체’, ‘생활예술’
- 2040년의 도시 환경은 2006년과는 매우 다를 것으로 예상
  - 1인 가구, 여가 시간 확대, IT 기술 발전 등은 자유와 개성, 라이프스타일, 취향에 대한 관심 증가시킴. 활동 양태에 있어서도 개인화된 모습들과 집단에의 강한 소속감보다는 느슨한 연결망 속에서 소속감과 자유로움을 동시에 추구하는 경향을 보임
- 변화된 환경에 대응하여 성남 문화예술비전 2040을 구성할 주요 구성요소들을 제시하면 다음과 같음
  - 첫째, ‘(자율적) 개인’과 ‘(느슨하게 연계된) 주민(네트워크)’ 중심으로 초점 확대, 전환
    - ‘시민’과 ‘공동체’가 깨어 있는 시민의식과 강한 결속력을 특징으로 한다면, ‘개인’과 ‘느슨한 네트워크’는 자유로운 개인이면서 동시에 집단에의 일정한 소속감을 특징으로 함
  - 둘째, 문화예술의 혁신적 창의성 강조
    - 최근 문화예술 영역을 다양한 차원에서 활용하고자 하는 노력들이 크게 증가하였으며, 이러한 경향은 더욱 가속화될 것으로 예상
    - Hospital art, 사회적 처방으로서의 예술, 기업과 예술의 만남, 예술과 기술의 결합 등은 예술에 대한 적극적이고 창의적인 역할 주문
    - 문화예술 영역과 기업가 정신의 연계에 대한 관심, 곧 예술 기업가 정신(Arts entrepreneurship)에 대한 관심 증대
    - 변화되는 미래 환경에 대응하는 문화예술의 창의적이고 혁신적인 역할은 문화예술영역 자체의 변화뿐만 아니라 향후 예상되는 사회변화를 능동적이고 주체적으로 이끌어낼 수 있는 환경 조성에 기여



- 셋째, 삶을 풍요롭게 하는 문화활동
  - 산업과 기술 발달에 따른 디지털 사회의 도래와 온택트 형태의 사회 교류가 확대될 것으로 예상되는 미래에, 일상에서 즐기는 생활 속 문화활동에 대한 관심은 더욱 증가될 것으로 예측
  - 여가시간 증대, 라이프스타일 강조, 1인 가구, 고령화 등 개별화된 사회 구조 속에서 자신의 삶을 보다 의미있게 향유하고자 하는 욕구 증대(액티브 시니어, 신중년, 가치 소비 등의 개념은 이와 같은 사회 현상 반영)
  - 이러한 활동은 생활예술을 넘어 다양한 차원에서 이루어지는 생활 속 문화활동 경향을 강화시킬 것으로 예상
- 이러한 점을 종합하여, 1차 계획과의 연속성을 고려하면서 미래 대응성을 강화한다는 차원에서 성남 문화예술비전 2040을 구성하는 주요 구성 개념들을 제시하면 다음과 같음
  - 자유로운 개인: 문화예술비전 2040이 지향하는 기본 단위
    - 스스로 자신의 관심과 취향을 향유하기 위한 활동을 추구하고 영위하는 주체 강조
  - 연결된 주민: 재단의 활동 방향을 제시
    - 이동성과 익명성이 더욱 강한 영향을 미칠 미래 사회에서 자유로운 개인들이 고립되지 않고 관심과 취향에 기반하여 상호 연계성을 구축
  - 열린: 도시의 특성인 개방성, 다양성, 역동성을 담는 개념
  - 즐길의 문화: 삶을 풍요롭게 하는 문화 환경
    - 일상 속에서 다양한 문화 활동(생활문화)을 통하여 삶이 여유있고 풍족하게 영위될 수 있도록 하는 환경
  - 혁신적 예술: 예술적 창의성은 미래를 여는 주요 키워드
    - 변화하는 미래에 대한 개인과 사회의 능동적, 주체적 대응 역량을 강화시켜주는 예술적 창의성

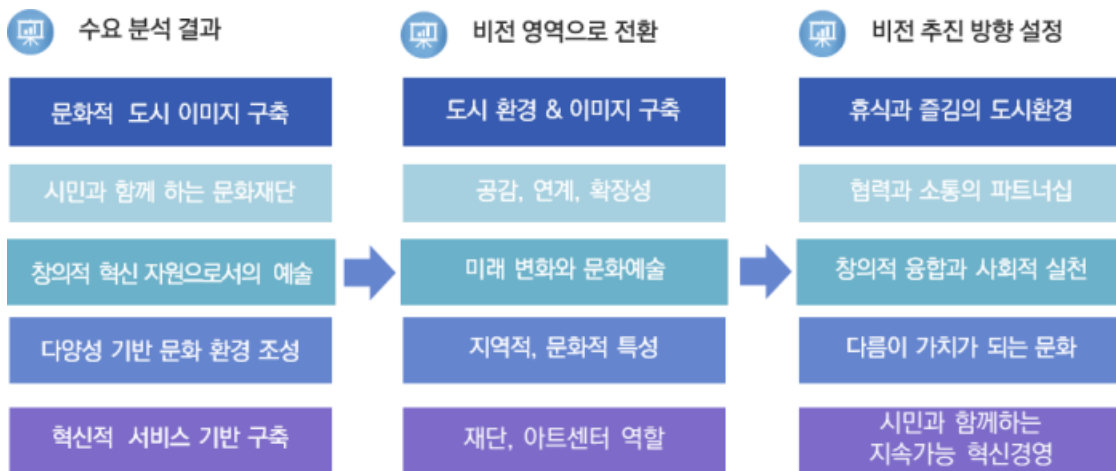


[그림 6-3] 성남 문화예술비전 2040 주요 구성 개념

### 3. 성남 문화예술비전 2040 체계

#### 1) 기본 구상

- 수요 조사 및 분석을 통하여 확인된 내용을 비전, 미션 설정과 관련한 주요 영역으로 전환하고 이를 비전 추진 방향으로 설정하면 다음과 같음
  - 문화적 도시이미지 구축: 문화적 차원에서 도시 환경과 이미지를 재구축하는 영역
  - 시민과 함께 하는 문화재단: 문화재단 활동이 많은 시민들에 의해 광범위하게 지지될 수 있도록 하는 영역
  - 창의적 혁신 자원으로서의 예술: 변화하는 환경을 예술을 통해서 주도적으로 이끌어갈 수 있는 역량을 갖추는 영역
  - 다양성 기반 문화환경 조성: 지역의 다원적 특성 반영과 시민의 문화적 소통 역량을 강화하는 영역
  - 혁신적 서비스 기반 구축: 문화재단/아트센터 활동 및 서비스가 효과적이고 효율적으로 이루어질 수 있도록 하는 영역



[그림 6-4] 성남 문화예술비전 2040 추진 방향

- 성남 문화예술비전 2040이 지향하는 미래 성남시의 중요한 도시 특성은 다음과 같음
  - 첫째, 역동성을 갖춘 도시
    - 경제적 발전 도시, 거주하기 쾌적한 도시 이미지에 비해 문화적으로 풍요롭고 활기찬 도시 이미지 부재
    - 판교 신도시 형성과 IT, 게임, 바이오 등 첨단 기업들의 입주가 젊은 층의 인구 유입을 가져왔지만 이에 상응하는 역동적 이미지 형성은 미미
    - 성남에 대한 분명한 상징적 이미지가 없으며, 여전히 베드타운으로서의 이미지 존재
      - 미래 성남시는 지역의 다양한 특성과 자원을 충분히 활용하여 활기차고 역동성을 가진 도시로 성장하는 것에 초점

- 둘째, 다양성을 갖춘 도시
    - 세계적으로 살기 좋은 도시는 3T(기술, 인재, 포용성)가 갖추어진 도시. 성남은 하이테크 기술과 전문적 역량을 갖춘 인재들이 가장 많이 집적되어 있는 도시임
    - 해외 도시와 달리 다문화 사회로의 특성을 보이지는 않지만, 전통/현재/미래적 특성과 문화가 공존하는 지역으로, 이러한 다양성의 보호 및 활성화는 성남을 살기 좋은 도시로 만드는 데 중요한 요인이 됨
      - 다양성 가치의 자원화를 통해 성남시를 타 지역과 다른 독특한 문화와 모습을 가진 지역으로 자리매김
  - 셋째, 개방성을 갖춘 도시
    - 코로나로 인한 환경 변화, 지구 온난화와 기후 변화, 기술로 인한 사회 변화 등은 미래의 예측하지 못한 변화에 대한 적응력과 회복 탄력성을 요구
    - 개방성은 변화에의 열린 태도이며, 이전의 관행과 환경에 머무는 것이 아니라 환경 변화를 적극적으로 받아들이고 이에 주체적으로 대응할 수 있는 방향들을 능동적으로 모색하는 태도
      - 미래 변화를 먼저 경험하고 이러한 변화에 대한 대응 방향을 가늠해 볼 수 있는 변화에 열려 있는 도시
- 성남 문화예술비전 2040이 지향하는 성남문화재단의 미래상은 다음과 같음
- 첫째, 문화예술로 사회를 연결하는 네트워크 허브
    - 다원화된 사회에서 문화예술을 매개로 다양한 구성원들이 상호 연결, 교류할 수 있도록 역할
    - 문화예술과 관련된 다양한 활동 네트워크들의 허브
  - 둘째, 미래를 여는 새로운 아이디어와 영감의 중심지
    - 미래에 대한 새로운 아이디어와 영감을 줄 수 있는 창의 활동의 중심지
  - 셋째, 생활 속 문화 활동의 동반자
    - 일상을 풍요롭고 창의적으로 만드는 생활 속 문화활동의 동반자



[그림 6-5] 도시 2040 미래상



[그림 6-6] 재단 2040 미래상

## 2) 성남 문화예술비전 2040 추진방향 및 체계

### (1) 추진방향

#### 가. 휴식과 즐길의 도시환경

- 성남 문화예술비전 2040을 추진하기 위한 첫 번째 전략은 도시상과 연관됨
  - 성남시는 「2035 성남 도시기본계획」에서 문화분야 비전으로 ‘문화가 숨쉬는 도시 성남’ 제시
- 문화재단 활동은 성남시의 문화환경을 조성함으로써 시민들이 자유롭게 다양하게 문화예술활동을 즐기고 향유할 수 있도록 하는 것이라고 할 수 있음. 이는 시민의 문화향유 활동에 대한 직접 지원 형태로 나타날 수도 있지만, 다른 한편으로 성남이라고 하는 ‘도시’를 다양한 문화예술활동을 향유할 수 있는 공간으로 만드는 것과도 연결됨
- 성남시는 경제적으로는 높은 수준을 보여주지만, ‘베드 타운’이나 ‘떠오르는 이미지 없음’과 같이 문화적으로는 특색없는 도시로 인식되고 있음. 이러한 도시의 문화적 이미지에 대한 시민들의 인식은 문화재단의 다양한 활동이 광범위한 성남시민에게 인식되어 도시 이미지 형성으로까지 연계되지 못하고 있음을 의미함
- 살기 좋은 도시는 경제나 환경 차원뿐만 아니라 문화적 차원에서 시민들의 삶을 풍요롭고 다채롭게 만들어 줄 수 있는 도시라는 점에서, 그리고 문화재단은 이러한 역할을 담당해 줄 중요한 역할을 부여받은 기관이라는 점에서 성남 문화예술비전 2040을 추진하기 위한 첫 번째 방향으로 ‘도시의 문화환경 조성’이 중요한 과제로 제시됨

#### 나. 협력과 소통의 파트너십

- 사회는 급속하게 변화하고 있으며 시민들의 문화적 관심과 욕구도 다양하게 세분화되고 있음
- 이러한 변화와 다양화, 세분화 경향 속에서 도시 문화환경을 조성하고, 시민들의 문화 욕구에 효과적으로 대응하기 위해서는 다양한 주체들 사이의 집합적 노력이 필요함
- 성남시에는 다양한 주체, 자원, 기관들이 성남시를 문화적인 도시로 만들기 위해 다양한 활동들을 실시하고 있음
  - 조례 기관인 ‘도시재생 지원센터’, ‘마을공동체 지원센터’, ‘주민자치센터’, ‘성남시청소년재단’ 등은 도시재생, 마을만들기, 성인 및 청소년 대상 문화프로그램 등 다양한 프로그램 운영
- 뿐만 아니라 민간 영역에서도 시민들은 자신의 구체적이고 세분화된 관심, 취향에 따라 다양한 유형의 협력/정보망들을 이용, 활용하고 있음
  - 성남 생활예술인들의 ‘사랑방문화클럽’, 판교 게임회사 직장인들의 ‘판교직장인동호회연합’, ‘분당엄마 따라잡기’(‘분파’, 분당지역 엄마들의 정보, 교류 카페), 학교 기반 학부모 취미 모임(독서 모임, 학부모 아카데미 등) 등
- 지속적으로 강화되어 가고 있는 예술과 기술, 과학, 환경, 건강 등 타 영역과의 결합 경향은 기존의 동종, 유사 영역과의 연계뿐만 아니라 새로운 네트워킹, 창의적 네트워킹의 필요성을 더욱 증가시킴

- 이런 환경에서 문화재단의 역할은 문화예술을 매개로 다양한 주체, 자원, 기관들의 역량을 상호 연계시키고 거버넌스 체계를 구축함으로써 시민들의 문화적 수요를 효과적으로 충족시킬 필요가 있음

#### 다. 창의적 융합과 사회적 실천

- 문화예술활동은 다양한 개인, 사회 현상을 창의적인 관점에서 접근하고 바라볼 수 있게 한다는 점에서 중요한 의미를 가짐. 이런 점에서 문화예술의 창의성이 사회 다방면을 통해 풍부하게 발현될 수 있도록 하는 것이 중요
- 미래 성남시는 사회, 문화, 산업, 환경 등 차원에서의 다양한 변화에 직면할 것으로 예상
  - 코로나 19로 인한 전 세계적 사회 변화는 성남시민들의 일상생활 및 문화예술 창작, 향유 환경에도 큰 영향을 미침
- 문화예술 창의성과 상상력은 미래에 일어날 변화를 창의적이고 혁신적인 방식으로 시민들에게 인식하게 함으로써 문화예술 영역 자체의 발전뿐만 아니라 다가올 사회 변화에 대한 시민들의 인식 확장에 중요한 역할을 담당
  - 최근의 문화예술 활동은 기존의 장르중심 활동을 벗어나 장르간 결합이나 새로운 형태의 예술 창작 등이 시도됨으로써 미래의 사회 및 기술 변화의 한 단면들을 보여줌
  - 2021년 7월, 이탈리아에서 개최된 G20 문화장관 회의에서 「G20 문화장관 로마 선언(Rome Declaration of the G20 Culture Ministers)」 채택. 이 가운데 ‘문화와 기후위기’, ‘문화와 교육’, ‘문화의 디지털 전환’ 등이 중요한 의제로 다루어진 바 있음
  - 유럽을 중심으로 예술과 건강을 연계시키는 ‘사회적 처방’(social prescription) 활동 증가
- 문화예술 활동은 창의력과 상상력에 기반한 활동을 통하여 개인과 사회의 창의, 혁신 역량을 강화할 수 있다는 점에서 창의적 문화예술 활동, 특히 다양한 영역들을 통해 문화예술 창의성이 발현될 수 있도록 관련 환경을 조성하는 것이 필요함

#### 라. 다름이 가치가 되는 문화

- 다른 도시에 비해 성남시는 지역적, 계층적 다양성이 두드러지게 나타남
  - 원도심, 분당, 판교 등은 각각 독특한 역사와 지역적 특징을 가지고 발전
  - 도소매업 종사자, 전문직 종사자, 하이테크 기술직 종사자 등 산업부문 종사자의 유형도 매우 다양함
- 성남시의 지역적, 계층적 다양성은 시민들의 관심과 취향의 다양성으로 나타나고 있으므로 이러한 수요에 대한 체계적인 전략 수립이 필요함
- 세계적으로도 살기 좋은 도시의 경우 다양성, 포용성이 그 특징으로 제시됨. 성남시는 다른 국내 도시에 비해 창조도시의 여건(기술, 인재, 포용/다양성)을 잘 갖추고 있으나 다양성은 더욱 활성화될 필요가 있음
  - 창조성 지수(2016): 성남(34.3%), 서울(29.4%), 전국(21.9%)<sup>132)</sup>
  - \*창조성 지수: 인구 중 교수, 과학자, 전문가, 문화/예술/미디어종사자 비율

- 성남시 인구 감소에 대응하기 위해서도 다양성의 확보가 요구됨
  - 2013년 이래 지속적으로 인구 감소. 현대의 인구 유입은 다양성이 확보된 도시에서 나타나는 경향을 보임
- 이와 같은 사회적 수요를 충족시키기 위해서는 다양성에 기반한 문화환경, 다양성을 가치로 인식하는 문화환경을 조성하는 것이 필요

#### 마. 시민과 함께하는 지속가능 혁신경영

- 2040년 변화된 환경에서 문화서비스를 제공하기 위해서는 변화된 환경에 대응할 수 있는 문화재단 서비스 체계를 구축하는 것이 필요함
- 예상되는 변화와 관련하여 중요하게 제기되는 과제는 기술 변화에의 대응, 재단 사업에 대한 시민들의 확고한 지지, 안정적 재정 기반 마련 등이라고 할 수 있음
- 이러한 과제들은 기존 서비스 체계에 대한 지속적인 혁신을 요구하고 있으며, 중장기적으로 조직 구조 및 운영 방향에 대한 변화까지 요청
- 혁신적 서비스는 고객 홍보나 관리 등 영역에 국한되는 것이 아니라 변화하는 미래 환경에 대응하여 조직 운영 방향이나 사업 추진 방식까지를 포함
- 혁신적 서비스는 서비스, 공간, 조직, 고객 관련 부분 등 다방면을 통해 구현 필요
  - 문화시설 운영 스마트 시스템, 아트센터 공간을 주민 휴식공간으로 전환하기 위한 공간 마케팅, 재단 활동 및 서비스에 대한 전반적인 디지털 전략을 기획할 수 있는 역량, 긍정적 고객체험을 이끌어낼 수 있는 고객경험관리 시스템 등과 같은 부분을 중요하게 검토해 볼 수 있음

### (2) 성남 문화예술비전 2040 체계

#### 가. 성남 문화예술비전 2040이 그리는 미래상

- 성남 문화예술비전 2040이 그리는 성남시 미래상은 역동적이고 개방적이며 다양성을 가진 도시임. 이러한 비전이 가지는 기대는 일상 속에서의 다양한 문화활동을 통하여 시민의 삶이 풍요로워지고, 성남시 각 지역의 고유한 특성이 독특한 문화자원이 되어 조화로운 발전을 이루며, 문화예술을 매개로 한 혁신적 변화를 통하여 미래 변화를 주도적으로 이끌어가는 도시의 모습을 구현하는 것임
  - 도시는 창의적 실험이 이루어지는 혁신적 문화예술의 도시, 다양한 즐거움과 쉼의 기회가 제공되는 생활문화의 도시, 지역의 특성이 다양성으로 승화되는 열린 문화의 도시 지향
  - 주민들은 느슨하게 상호 연결된 삶 속에서 다양한 문화적 활동(생활문화)을 매개로 자신의 개인적 관심과 취향을 충족시키면서 일상에서 삶을 즐기고 풍요로움을 영위하는 도시
  - 문화재단은 개인의 취향과 가치 지향이 현재보다 더욱 중요한 의미를 가지게 될 미래 사회에서 자신의 독립성을 유지하면서 필요와 취향에 따라 자유롭게 유관 네트워크에 연결되어

자신이 원하는 삶을 향유할 수 있도록 사회를 연결하는 역할 수행

- 문화예술은 한편으로 변화하는 환경 속에서 문화예술 창의성을 통해 새로운 문화예술 창작의 지평을 확장해 감과 동시에, 다른 한편으로 변화하는 도시와 시민 삶의 측면들을 창의적이고 능동적으로 대응할 수 있도록 도시의 시민의 인식과 역량을 강화해 주는 역할

## 나. 미션과 비전

### □ 미션

- 성남 문화예술비전 2040은 2040년을 목표로 하는 계획으로, '2040년까지 기간 동안' 성남문화재단 활동이 추구하는 목표와 이를 위해 수행할 활동 내용, 서비스 대상의 범위 등을 제시
- 성남 문화예술비전 2040이 2040년까지 추구하고자 하는 목표는 '문화예술을 통하여 시민 개개인과 사회가 문화적 다양성과 풍요로움 속에서 발전하며, 미래 변화에 대응하는 창의적 역량을 갖게 하는 것'임
- 성남문화재단 활동의 '최종적' 서비스 대상은 성남시민임. 다만, 재단 지원사업의 수혜자는 성남 이외 거주자라고 할지라도 성남시와 일정한 관련을 갖거나 성남시민이 활동의 주 수혜자일 경우 포함
  - 직원 대상 워크숍에서 조사된 바에 따르면, 재단 서비스의 주요 대상으로 성남시민이 가장 많이 지적되었으며, 그 다음으로 예술인, 비성남 거주자 등으로 나타남
  - 최근 기초 지방자치단체 문화재단에서 전국규모의 공모를 진행하는 경향이 나타나고 있으며, 현재 성남문화재단의 독립영화제작 지원사업 경우(전체 촬영분량의 30%이상 성남지역 촬영)에도 성남거주민으로 지원 대상을 국한하지 않고 있음
- 2040년을 목표로 한 성남문화재단의 주요 기능은 성남시민이 즐길 수 있는 다양하고 수준 높은 문화예술 프로그램 '제공', 예술인을 포함한 시민들의 다양한 문화활동에 대한 직간접적 '지원', 문화예술과 관련한 활동을 실시하는 성남 지역 내 다양한 개인, 단체, 조직들의 활동을 상호 '연결'시키는 것임
- 이러한 내용을 중심으로 2040년을 향한 성남문화재단의 미션을 제시하면 다음과 같음

우리의 사명은 성남시 및 성남시민을 대상으로 다양한 주체들에 의해 이루어지는 창의적 문화·예술활동을 지원, 제공, 연결함으로써 개인과 사회가 문화적 다양성과 풍요로움 속에서 성장·발전하고, 문화·예술을 매개로 자유롭게 소통·교류하며, 미래 변화에 대응하는 창의적 역량을 갖게 하는 것이다.

- 위 미션은 성남문화재단의 목적이 '개인(성남시민)과 사회(성남시)'가 '문화적 다양성과 풍요로움 속에서 발전하며, 미래 변화에 대응하는 창의적 역량을 갖게' 하는데 있으며, 이를 위해 '다양한 주체들에 의해 이루어지는 창의적인 문화·예술활동'을 지원 대상으로 설정하고, (재정적, 행정적) '지원'과 문화서비스 '제공' 및 다양한 자원들을 상호 '연계'시키는 방식으로 활동하는 기관임을 명시
- '성남시 및 성남시민을 대상으로' 이루어지는 활동을 지원 대상으로 함을 밝힘으로써 서비스의 '최종' 수혜 대상이 성남시민이라면 지원 대상이 '성남 지역 거주자'로 제한되지 않음을 밝힘

- 성남문화재단 미션을 보다 명확하고 이해하기 쉽게 전달하기 위하여 다음과 같이 슬로건 형태로 제시
  - 성남문화재단은 ‘문화와 예술 활동’을 지원하는 기관으로, 시민과 도시, 다양한 자원들을 ‘상호 연결’ 시킴으로 ‘창의적 역량을 갖춘 사회’를 만드는 것을 추구하는 기관임

#### 미 셴

문화와 예술로 연결된 창의사회 만들기

#### □ 비전

- 2040년을 향한 성남문화재단 활동의 결과로 기대되는 성남시 미래상은 ‘영감과 혁신의 아이콘’으로 자리매김되는 창의도시 성남’임
  - 성남시가 가지고 있는 다양하고 풍부한 전통, 현재, 미래 자원에 기반하여 과거와 미래가 공존하고 세대와 계층이 융합하며 변화의 도전과 창의적 응전이 사회 전반에 영감과 혁신을 주는 도시 지향
  - 이러한 영감과 혁신을 주는 도시환경에서 개인의 삶은 보다 역동적이고 진취적이며 풍요로워지는 사회

#### 비 전 2040

영감과 혁신의 창의도시 성남

#### □ 핵심가치

- 성남 문화예술비전 2040 수행과 관련하여 성남문화재단이 중요하게 지향하는 핵심가치는 ‘혁신’, ‘공감’, ‘창의’로 제시
  - 혁신: 미래 사회를 향한 문화재단의 조직 및 사업 운영 방향은 기존 접근 방식을 새로운 관점에서 다시 살펴보고 창의적으로 재구성하는 것을 중요하게 인식하고 있음을 강조
  - 공감: 문화재단이 시행하는 사업이 얼마나 시민들과의 공감 속에서 이루어지는지를 중요한 기준으로 삼음을 제시
  - 창의: 모든 사람은 창의성을 가지고 있으며 문화재단은 이러한 창의성이 개인이나 사회, 조직에서 잘 발현될 수 있도록 ‘돕는 것’을 중요한 가치로 삼음을 나타냄



### 성남문화재단 문화예술비전 2040 선언문

#### 사명

우리의 사명은 성남시 및 성남시민을 대상으로 다양한 주체들에 의해 이루어지는 창의적 문화·예술활동을 지원, 제공, 연결함으로써 개인과 사회가 문화적 다양성과 풍요로움 속에서 성장·발전하고, 문화·예술을 매개로 자유롭게 소통·교류하며, 미래 변화에 대응하는 창의적 역량을 갖게 하는 것이다.

#### 목표

첫째, 누구나 자유롭게 참여할 수 있는 문화예술활동을 제공한다.  
 둘째, 다양하고 풍요로운 문화적 도시환경을 조성한다.  
 셋째, 협력과 소통의 파트너십을 구축한다.  
 넷째, 문화예술의 창의적 융합과 사회 변화에 대응을 지원한다.  
 다섯째, 창의적 아이디어와 영감이 넘치는 역동적인 사회를 만든다.

#### 핵심가치

혁신: 우리는 새로운 변화를 추구하는 혁신의 가치를 지향한다.  
 공감: 우리의 모든 활동은 시민의 공감에 의해 지지된다.  
 창의: 우리는 모든 개인이 창의적 잠재력을 갖고 있음을 믿는다.

#### 행동약속

첫째, 누구나 자유롭고 활발하게 참여할 수 있는 문화예술환경을 조성한다.  
 둘째, 현재와 미래에 창의적 영감을 제공하는 문화예술 활동을 지원한다.  
 셋째, 도시의 창의적 기획 역량을 강화한다.  
 넷째, 시민과 함께 하는 문화예술 거버넌스 체계를 구축한다.  
 다섯째, 모두에게 친근하고 사회적 책임을 다하는 문화재단을 만든다.

#### 다. 성남 문화예술비전 2040 체계도

- 성남 문화예술비전 2040은 성남문화재단 미션으로 ‘문화와 예술로 연결된 창의사회 만들기’를, 2040 비전(미래상)으로 ‘영감과 혁신의 창의도시 성남’을 제시
- 성남 문화예술비전 2040을 추진하는 과정에서 성남문화재단이 중요하게 지향하는 핵심가치로는 ‘혁신’, ‘공감’, ‘창의’ 제시
- 성남 문화예술비전 2040을 달성하기 위한 추진 방향은 다섯 개로 제시하고 그 아래 15대 추진 과제 제시
  - 5대 추진 방향: ‘휴식과 즐길거의 도시환경’, ‘협력과 소통의 파트너십’, ‘창의적 융합과 사회적 실천’, ‘다름이 가치가 되는 문화’, ‘시민과 함께하는 지속가능 혁신경영’



[그림 6-7] 성남 문화예술비전 2040 체계도

## 제2절 15대 추진 과제

### 1. 휴식과 즐길의 도시환경

#### 1) 과제명: 문화가 숨쉬는 환경 조성(중점 추진과제)

##### ○ 배경 및 필요성

- 공공 공간은 시민 누구나 일상 가까이에서 자유롭게 이용하고 휴식을 취하는 공간으로 다른 공간에 비해 접근성이 상대적으로 좋음
  - 특히 공원은 시민들의 휴식 공간일 뿐만 아니라 시민들이 일상 가까이에서 문화예술을 향유하기에도 좋은 공간임
  - 성남시에는 194개의 도시공원이 있으며 이 가운데 규모가 상대적으로 큰 근린공원이 49개가 있음
- 공원과 같이 생활에서 가까운 공공 공간들을 통해 보다 많은 시민들이 쉽게 문화예술을 접할 수 있도록 함으로써 일상에서 향유되는 도시의 문화적 이미지를 형성해 나갈 수 있음

##### ○ 추진 방향

- 일부 특정 공간을 중심으로 프로그램을 운영하기보다 공원 등과 같은 공공 공간을 우선적으로 활용하여 많은 주민들이 문화예술을 향유할 수 있도록 함
- 제공되는 문화예술 프로그램은 전문성을 갖춘 프로그램 중심으로 운영하되, 시민들은 편하고 자유로운 방식으로 참여, 향유할 수 있도록 운영

##### ○ 사업 예시

- ‘공원에서 즐기는 예술’(Park Arts): 성남 전역의 공원에서 예술과 음악을 향유할 수 있게 하는 프로그램
- ‘음악이 흐르는 탄천’: 현재 조성되어 있는 생활문화공간인 Place-C 등 활용하여 탄천을 문화거점으로 만드는 프로그램
- ‘도시가 미술관’: 공공미술, 도시 디자인 활동을 통하여 도시 전역에 미술적 향취가 나타날 수 있도록 조성

##### ○ 추진 방안

- 공공 공간 문화환경 조성 프로그램이 가능하고 필요한 공간에 대한 사전 조사
- 프로그램 운영을 위한 네트워크 구축: 예총 등 문화예술단체, 사랑방문화클럽 등 생활문화동호회, 성남시 예술단, 지역 대학 등 다양한 주체와 협력체계 구축
- 향후 문화가 숨쉬는 환경조성 프로젝트를 실무적으로 운영할 비영리 프로젝트관리조직(Project Management Organization) 구성
- 연간 운영 계획 수립: 각 주체별 참여 빈도 및 방식 결정

## ○ 추진 로드맵

〈표 6-1〉〈문화가 숨쉬는 환경 조성〉추진 로드맵

추진 시기	내용	예산(백만원)
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>공원 예술, 음악이 흐르는 탄천, 도시가 미술관 활동 대상 지역 조사, 선정</li> <li>우수사례 벤치마킹, 프로젝트 운영 계획 수립</li> <li>협력 기관, 단체 네트워크 구축</li> </ul>	20
2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업별 시범 운영</li> <li>프로젝트관리 조직(PMO) 구성</li> </ul>	150
2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 확대</li> <li>문화재단 창립 20주년 행사와 연계하여 운영</li> </ul>	300

사례: 캐나다, 토론토 음악 전략(Toronto Music Strategy)<sup>133)</sup>

## 가. 추진 배경

- 캐나다 토론토시는 지역 음악 분야의 장·단기적 성장을 돕고자 2016년부터 토론토 음악 전략(Toronto Music Strategy)을 수립하고 시행함
- 토론토 음악 전략은 시민이 일상에서 누릴 수 있는 음악공연과 축제를 늘리는 등 다양한 정책으로 지역 음악인과 시민향유 기회를 확대하는 것을 목적으로 함
- 자문위원단을 구성하고 음악 전략을 구축해 체계적으로 음악 분야의 발전을 추구
  - 2013년 구성된 ‘토론토 음악산업 자문위원회’는 음악산업 쟁점에 관한 자문과 권고가 주요 기능이며, 관련 정책 연구·개발도 담당
  - 총 36명으로 구성되었으며, 토론토 경제발전위원회장과 관광청 최고 경영자 등 음악산업에 관련된 넓은 스펙트럼의 인사를 포함

## 나. 추진 방식

- 2016년 ‘토론토 음악 전략’을 수립해 6개 영역의 구체적 계획하여 제시
  - 6개 영역은 음악가(Music Creator) 지원, 음악산업 활성화, 음악교육 확장, 지역·국제 홍보 강화, 다른 음악도시와 제휴, 전략 진행 상황 모니터링·평가 프로세스 구축
- 토론토 음악 전략의 권고에 따라 시정부와 토론토 예술위원회, 토론토 예술 재단, 토론토 공원 등이 협력해 다양한 프로그램 진행

## 다. 주요 내용

- ‘공원에서 예술·음악을’(Arts/Music in the Parks) 프로그램
  - 토론토 시민들이 도시의 녹지 공간을 배경으로 뛰어난 예술 프로그램을 즐길 수 있도록 이 토비코(Etobicoke)에서 스카버러(Scarborough), 노스 요크(North York) 등 시내 중심가

133) Toronto Music Advisory Council(2016), “Toronto Music Strategy”

- 에 이르기까지 도시 곳곳의 공원에서 예술 행사를 개최하는 연례 여름 종합 예술 프로그램
- 무료로 참여 가능하며 어린이와 가족 및 이웃을 위한 연극, 음악 콘서트, 영화 상영 및 워크숍 등을 운영함
- 토론토 음악 전략의 권고에 따라 시정부와 토론토 예술위원회, 토론토 예술 재단, 토론토 공원 등이 협력해 다양한 프로그램을 진행함
- 토론토 피어슨 공항 음악공연 'YYZ Live'<sup>134)</sup>
  - 토론토 공항을 방문한 관광객들을 대상으로 현지 음악가들의 공연을 감상할 기회를 제공함. 토론토시와 피어슨 공항이 협력하여 YYZ 라이브 공연을 주최하여 포크, 팝, 인디, 블루스, 재즈 등 다양한 음악 장르를 선보임
  - 홈페이지 및 SNS를 통해서 예술가와 공항 내 공연 장소, 시간에 대한 정보를 홍보함
- 토론토 시청 앞 음악공연 'City Hall Live'
  - 일상에서 경험할 수 있는 축제로 지역 음악인이 다양한 음악 공연을 시민에게 제공
  - Music Canada<sup>135)</sup>와 TD Bank 그룹<sup>136)</sup>이 협업하여 아티스트 비용, 제작비 등 프로그램 비용을 지원하고 2016년부터 70개 밴드 및 그룹의 공연 기회를 제공하여 약 24,000명이 참석함
- '토론토 음악 등록'으로 지역 내에 있는 음악과 관련된 모든 산업체, 서비스, 기관, 장소, 예술가 등을 쉽게 찾을 수 있는 온라인 지도를 작성
- 규제 완화와 법 개정
  - 음악 공연장의 규제 부담을 덜어주고 시내의 작은 공연장을 보호하는 정책을 개발
    - 음악 공연장 인증제 도입, 세금감면 혜택 등 공연 공간 지원정책 시행
    - 새로운 소음 관련 조례를 개발·발의하고, 공연장 주변 불법 포스터 단속
  - 다른 국제적 음악도시와 교류·협력
    - 지역 음악인의 세계 진출을 돕고 국제적 음악도시의 지위를 공고히 함
    - 시카고와 토론토가 함께 'Remix 프로젝트'를 추진해 콘서트를 기획·실행
    - 2016년 오스틴-토론토 음악 정상회담을 개최해 두 도시의 음악인이 함께 공연

## 2) 과제명: 여가친화 문화활동 활성화

- 배경 및 필요성
  - 시민들의 문화적 관심은 매우 다양한 영역에 걸쳐 나타남. 그러나 지원대상으로서의 문화 활동은 주로 예술을 중심으로 한 향유 활동에 초점을 맞추는 경향
    - 2020년 성남문화재단이 실시한 「성남 생활인구 문화욕구 파악조사」(2020)에서 나타난 바에

134) 토론토 피어슨 공항 홈페이지(<https://www.torontopearson.com/en/whats-happening/stories/yyz-live/holidays-2019>)

135) 비영리 조직으로 음반, 제작, 홍보, 유통 등 다양한 음반 산업 회사들의 이해관계를 대변하는 기관임. 녹음 스튜디오, 라이브 음악 공연장, 콘서트 프로모터, 매니저들과 함께 캐나다 내 음악 클러스터를 홍보하고 발전시키기 위해 긴밀히 협력하고 있음

136) 토론토에 본사를 두고있는 캐나다의 대표적인 은행. 지역사회에서 시민들이 소속감을 느낄 수 있도록 하는 북미 지역의 다양한 문화예술 행사 및 예술 단체들을 지원하고 있음

따르면, 505명을 대상으로 한 성남시민 여가활동 조사에서 예술향유 인구는 전체 응답자의 9.7%로 나타남. 이는 90% 이상의 시민이 문화예술향유와는 무관하게 여가시간을 보내고 있다는 것을 의미

- 여가시간 증대와 취향의 다양화는 개인의 관심을 충족시키는 다양한 여가활동에 대한 관심을 가져옴. 그러나 예술중심 문화활동에 대한 공공지원은 이러한 다양한 여가활동 수요를 포괄하지 못하는 모습을 보임
  - 「성남 생활인구 문화욕구 파악조사」(2020)에 따르면, 성남시민은 문화활동을 즐기는 장소가 서울50%:성남50%로 나타나고 있으나, 여가활동의 경우는 서울(15.1%)보다 성남(66.5%)에서 즐기는 비율이 4배 이상 높은 것으로 조사됨
- 여가친화적 문화활동을 활성화하여 보다 많은 시민들이 삶 속에서 문화적 경험을 폭넓게 체험하게 함으로써 도시 생활 속에서 휴식과 즐거움의 여유를 갖게 할 필요가 있음

#### ○ 추진 방향

- 여가친화 문화 프로그램 활성화를 통하여 문화적 삶의 질 향상과 도시 이미지 조성
- 생활문화의 범위를 확장하여 삶 속에서 이루어지는 다양한 여가문화활동들을 지역문화사업의 범주 안으로 포함
  - 문재인 정부의 '문화비전 2030-사람이 있는 문화' 계획 중 대표과제로 '여가친화 사회환경 조성' 제시

#### ○ 사업 예시

- 야외 영화제: 공공 공간을 활용한 야외 영화제
- 지역 특화 문화축제
  - 「2035 성남 도시기본계획」 문화 분야 계획 중 하나로 '성남시 대표문화축제 선정 및 활성화' 세부사업에 '게임축제', '반려동물축제' 등이 제시됨
- 게임 페스티벌 등 연계 게임문화 다양성 프로그램: 판교 게임·콘텐츠 특구와 연계하여 추진(참고.「성남비전 2040」중 '게임 페스티벌' 과제)
- '올해의 마을 축제' 선정: 지역 단위로 다양하게 시행되고 있는 '마을 축제' 중 공모를 통해 하나를 선택, 올해의 마을 축제로 선정하고 마을 축제가 풍성히 이루어질 수 있도록 예산, 프로그램 영역에서 재단 차원의 집중 지원 제공

#### ○ 추진 방안

- 여가친화 문화활동 범주 구체화
- 지역별 마을축제추진위원회와 협력 체계 구축
- 올해의 마을 축제 선정 및 지원 기준 마련

### 사례: 영국 캠브리지, 야외영화제(Movies on the Meadows)<sup>137)</sup>

#### 가. 추진 배경

- 야외영화제(Movies on the Meadows)는 영국에서 가장 큰 야외 영화 행사 중 하나로 매년 8월 बैंक 홀리데이(Bank holiday) 주말 동안 영국 그랜체스터(Grantchester) 강 초원에서 4일간 진행되는 영화제임
- 야외영화제는 비영리 단체 캠브리지영화 트러스트(Cambridge Film Trust)가 개최하는 캠브리지 영화제(Cambridge Film Festival)의 기금 조달을 위한 행사로 시작되었으며, 매년 3,000명 이상의 참가자가 방문함
- 매년 8월 여름 बैंक홀리데이 주말 동안 그랜체스터 강 초원에서 지역 주민들 및 관광객들이 피크닉을 즐기며, 다양한 영화를 감상할 수 있는 문화적 환경 제공

#### 나. 추진 방식

- 3개의 별도 대형 스크린에서 매일 저녁 8시부터 4일간 총 12편의 영화를 상영하며(최근 기준, 2019년), 일일 티켓 혹은 페스티벌 패스로 4일간 매일 행사에 참여할 수 있음. 따로 좌석이 마련되어 있지 않으며, 간이 의자 및 영화를 감상할 수 있는 헤드폰을 지참해야 함
- 다양한 음식 노점이 제공되며 앱이나 케이터링 업체의 휴대폰 번호를 사용하여 미리 주문 가능. 현지 식품 관련 업체가 참여한 푸드 코트도 함께 마련됨

#### ※ 상영 영화

- 2019년 라인업: 보헤미안 랍소디, 스파이더맨, 어메이징 그레이스, 어벤저스: 엔드게임, 피셔맨스 프렌즈, 메리 포핀스 리턴즈, 드래곤 길들이기: 숨겨진 세계 등
- 2018년 라인업: 위대한 쇼맨, 어벤저스: 인피니티 워, 주만지: 웰컴 투 정글, 패딩턴 2, 덩케르크, 잃어버린 방주의 침입

### 3) 과제명: 도시 대표 문화브랜드 개발

- 배경 및 필요성
  - 성남시는 경제와 산업, 환경 차원에서 안정적 모습을 보여주고 있으나 문화적 차원에서는 특징적 이미지를 보여주지 못함
  - 성남시 대표 축제 개발 필요성은 오래 전부터 제기되어 왔으나, 현재까지 성공적으로 정착된 축제는 없음
  - 도시 대표 축제는 단시일 내 이루어지기보다는 마중물이 되는 축제를 기반으로 발전하는 경향이 있음

137) 캠브리지 야외영화제 홈페이지(<http://cambridgefilmprojects.uk/movies-on-the-meadows>)

- 도시재생 차원에서 유휴 공간, 폐 산업시설 등을 문화예술 거점으로 개발하여 문화브랜드화
- 추진 방향
  - 아트센터가 도시 대표 문화브랜드의 하나로 자리매김될 수 있도록 자원을 집중하여 아트센터 대표 축제로 운영
  - 시민과 함께 하는 축제로 운영하되, 아트센터 전역이 축제 공간이 되도록 구상
  - 향후 성남을 대표하는 축제로 육성
  - 문화예술을 활용하여 유휴 공간 재생 프로젝트 추진(청년 예술가 레지던시 공간 개발 등)
- 사업 예시
  - 아트센터 문화예술 축제
    - 예술단과 함께 하는 예술축제
    - 시민 예술제
    - 계단 영화제
    - 창작 워크숍
    - 플리마켓 등
  - 성남 아트스케이프: 캐나다 토론토 아트스케이프와 같이 도시 내 방치된 유휴공간을 지역 예술인 입주 및 창작공간으로 조성
- 추진 방안
  - 문화재단 축제기획단 조직
  - 문화재단 내 각 부서가 독자 프로그램을 가지고 축제에 공동 참여
  - 아트스케이프는 성남지역 문화예술 창작 중심 '지역'이 되도록 구상하고 문화지구 계획과 연계하여 추진

#### 사례: 캐나다 토론토, 아트스케이프(Artscape)

##### 가. 추진 배경

- 토론토의 젠트리피케이션이 심화됨에 따라 젊은 예술가를 지원하기 위해 토론토 예술위원회가 도입한 예술문화 지원 프로그램

##### 나. 추진 방식

- 1991년부터 도시 외곽이 아닌 내부에 방치된 유휴공간(증류주 공장, 목장 등)들을 젊은 예술가들에게 거주와 창작 공간으로 제공
- 도심 중심부에 위치한 입지 조건으로 시민과 관광객이 방문하기 용이하여 주민들에게 열린 공간 지향

##### 다. 사업 내용

- 계획 단계부터 시당국과 연계기관, 예술가, 지역주민이 참여하였으며 철저한 계획 하에 추진됨
- 조각, 목공예, 오페라, 댄스, 회화, 연극, 패션 쇼 등 종합예술이 펼쳐지는 공간으로 구성



## 2. 협력과 소통의 파트너십

### 1) 과제명: 문화자치체계 활성화(중점 추진과제)

#### ○ 배경 및 필요성

- 시민들의 수요는 다원화되고 다양화되어 가고 있음. 이에 효과적으로 대응하기 위해서는 집합적인 노력 필요
- 특히 지역, 계층에 따라 다양한 내용을 가지는 문화수요는 수요자 스스로가 그 내용을 가장 잘 알고 있다는 점에서 수요자 스스로 내용을 구체화하고 이에 따른 충족 방안을 기획하는 것이 가장 효과적임
- 이처럼 주민 스스로 지역 및 구성원의 수요를 파악하고 이를 충족시킬 수 있는 방안을 모색하는 것은 문화자치의 기초를 이룸
- 이런 점에서 지역 주민들이 스스로 문화자치 역량을 키우고 관련 활동을 수행해 나갈 수 있도록 지원할 필요가 있음

#### ○ 추진 방향

- 지역의 문화적 수요를 파악하고 이에 대해 논의하는 구조가 만들어질 수 있도록 지역별 문화자치 모임 구성
- 문화자치 모임에서 검토된 사항들은 문화재단이 매개기관이 되어 민간업체, 행정기관 등과 협력을 거쳐 수요가 충족될 수 있도록 지원
- 문화자치의 단위는 지역과 계층으로 설정하되 초기 단계에서는 지역별 문화자치모임을 활성화하고 향후 계층별 문화자치 모임으로 확대

#### ○ 사업 예시

- ‘문화자치위원회 50’ 구성: 성남시의 50개 행정동을 중심으로 지역주민들에 의한 문화기획이 이루어질 수 있도록 지역별 ‘문화자치위원회 50’(가칭) 구성
  - 지역, 주민의 문화 수요에 대해 주민 스스로 파악, 논의하고, 문화재단과 협의, 협력, 지원하는 구조
- 문화자치 네트워크 구축: 지역별 문화자치위원회간 네트워크, 정보 교류와 상호 논의 마당. 문화재단이 초기 운영 지원

#### ○ 추진 방안

- 단계별 추진계획 수립. 가능한 조건을 갖춘 지역부터 문화자치위원회 구성/운영
- 문화자치위원으로는 문화예술인, 공간운영자, 문화예술단체 관계자 등 민간 분야 다양한 계층에서 참여
- 사랑방문화클럽, 지역행정기관(행정복지센터) 등과 협력 체계 구축
- 주민참여예산제 연계(참고. 성남시 주민참여예산제 운영 조례)
- 문화자치위원회를 재단의 거버넌스 운영체제와 연계하여 운영

## ○ 추진 로드맵

〈표 6-2〉〈문화자치체계 활성화〉추진 로드맵

추진 시기	내용	예산(백만원)
2022	• 지원 계획 수립 및 구성 지원	10
2023	• 기획 사업/활동 지원 • 협력체계 구축	100
2024	• 네트워크 구축 운영 • 기획 사업 확대	150

## 사례: 서초음악문화지구 타운매니지먼트

## 가. 추진 배경

- 타운매니지먼트의 정의와 법적근거: 서초음악문화지구 타운매니지먼트는 서초음악문화지구 관리 계획(안)의 실행을 위한 민관협의체로서 「서울특별시 문화지구 관리 및 육성에 관한 조례」제10조에 의한 주민협의회의 권한과 역할을 갖고 출발
- 목적: 지역사회, 문화예술분야가 문화지구 관리·운영에 참여하여 지속가능한 문화지구를 조성할 수 있도록 타운매니지먼트 체계 구축 및 운영

## 나. 추진 방식

- 서초음악문화지구 타운매니지먼트 운영을 위한 전담지원기구 구성
  - 서초문화재단/서초구청/서초3동

〈표 6-3〉서초음악문화지구 TFT 지원주체

지원주체		역할
문화지구 지원 TFT	서초구청 문화예술과	타운매니지먼트(민관협의체)에 공공으로 참여 문화재단 및 서초3동 주민센터 관련예산 지원, 행정지원
	서초3동 주민센터	타운매니지먼트 지역사회부문 참여주체 연결 및 구성 타운매니지먼트 운영 지원(장소 협조 등)
	서초 문화재단 (문화지구 지원팀)	타운매니지먼트 문화예술부문 참여주체 발굴 및 참여 유도 타운매니지먼트 구성 총괄 타운매니지먼트 운영 및 활성화 지원 문화활동 기획 및 운영 공간운영 및 프로그램 지원 문화지구 콘텐츠 발굴 및 홍보

\* 출처: 성남문화재단(2020), “문화지구 제도와 지역문화 거버넌스”, 「도시문화이슈브리핑」, 2020.3

## ○ 타운매니지먼트 참여주체

〈표 6-4〉 서초음악문화지구 타운매니지먼트 참여주체

참여주체		주체별 특성에 따른 역할	
서초구		공공부문 대표자로서 서초구 지원사항 등 가이드 행정지원	
지역 사회	산업종사자	서울악기거리협의회 등 악기시설 관련 운영자, 기타 분야 상인 등	문화공간복합화, 문화프로그램연계 상생협약
	기업	문화지구내 기업 (KH바텍, HCN, SSG, <u>코스모스</u> 악기 등)	CSR을 통한 기업의 문화사업 지원과 홍보
	건물주	문화지구내 건물주	상생협약
	지역주민	서초3동 직능단체 주민, 신중초 오케스트라 학부모 등	문화활동 및 프로그램 연계 및 참여
문화 예술 분야	공공문화거점	예술의전당, 국립국악원, 한예종	문화활동 및 프로그램 지원
	문화예술단체	서리풀오케스트라, 서초구립여성합창단, (사)서울필 하모닉오케스트라, (사)정가악회 등	문화활동 및 프로그램 지원 및 참여
	문화예술인	전문연주자, 한예종 학생, 기타 연주자 등	문화활동 및 프로그램 지원 및 참여
	공연기획자	공연 등 문화예술분야 기획 전문단체 및 개인	문화활동 및 프로그램 지원 및 참여

\* 출처: 성남문화재단(2020), “문화지구 제도와 지역문화 거버넌스”, 「도시문화이슈브리핑」, 2020.3

## 다. 사업 내용

- 서초음악문화지구의 운영과 관련하여 다음과 같은 활동 실시
  - 문화지구에 대한 다양주체의 의견을 수렴·합의·의사결정
  - 문화지구에 대한 지역의 공감대를 형성하고, 지역간·주민간 갈등 조정
  - 문화지구 관리계획 수립시 전문가와 내용 협의를 통한 의사반영
  - 문화지구 관리계획에 의한 문화활동, 문화사업 등을 직접 기획하거나 참여 또는 의견제시
  - 상생협약 협의체 및 활성화 사업에 참여
  - 관리계획 자체 평가 및 환류

## 2) 과제명: 창의협력 네트워크 확대

- 배경 및 필요성
  - 성남시 내에는 다양한 기관, 단체, 조직들이 다양한 방면에서 각각의 고유 활동들을 실시하고 있으며, 이러한 활동들 가운데는 문화예술관련 활동들도 적지 않음
  - 문화재단이 시행하는 사업 가운데 일부는 다른 기관, 단체 사업과 유사한 내용도 일부 발견되며, 이들과의 연계, 협력을 통해 더 큰 시너지 효과를 거둘 수 있는 경우가 적지 않음
  - 제한된 문화재단 조직 규모로 시민을 대상으로 한 서비스를 효과적으로 확대하기 어려운 만큼, 기관 간 연계를 강화함으로써 사업 효과를 배가시킴과 동시에 해당 기관의 인력, 재원을 활용하는 효과를 거둘 수 있음

## ○ 추진 방향

- 성남시에서 문화재단 활동과 관련한 활동을 실시하고 있는 다양한 민간 및 공공기관과의 협력 체계 구축
- 협력체계 구축을 통하여 문화예술 영역에서의 문화재단 핵심 역량 강화
- 문화재단 사업 가운데 기관간 연계를 통하여 추진할 수 있는 사업들을 선정, 협력체계를 구축하여 진행
- 기관간 협력 체계는 문화재단 사업에 활용하거나, 타 기관 사업을 문화재단이 협력하여 진행하는 방식을 취하거나 또는 공동 사업을 구상하여 함께 시행하는 방식으로 사용될 수 있음

## ○ 사업 예시

- 문화재단 중심 창의협력 네트워크 구축: 공동/협력사업 개발
  - 유관기관 네트워크: 창조경제혁신센터, 산업진흥원, 도시재생지원센터, 마을공동체지원센터, 청소년재단, 상권활성화재단, 주민센터, 청소년수련회관, 복지관, 도서관
  - 기업 네트워크: 판교/분당벤처벨리/하이테크벨리 기업 및 LH 기업성장지원센터 등
- ‘기관 네트워크 DAY’: 문화재단 중심으로 기관 관계자들을 초청. 공연과 전시 관람 등을 매개로 네트워크 구축. 지원, 협력, 공동사업 모색
- ‘기획 마켓’ 개최: 예술가, 예술기획자들의 사업 아이디어 마켓(도시재생지원센터, 마을공동체지원센터, 청소년재단 등 문화사업을 실시하는 기관 관계자들이 참여하여 각 기관에서 시행할 사업들과 관련하여 예술가, 기획자들의 기획안을 살펴보는 자리)

## ○ 추진 방안

- 기관간 협력체계 구축은 목적의식적으로 추진되어야 함. 곧, 명확한 목표를 가지고 필요한 기관과의 네트워킹이 이루어져야 함. 네트워킹은 1회적 만남이 아니라 지속적 협력관계가 구축됨을 의미하므로 명확한 상호 협력 활동 및 업무에 대한 규정이 구체화되어야 함
- 기관간 네트워킹은 1차적으로 문화재단 사업 가운데 협업을 통하여 효과를 거둘 수 있는 사업을 선정하여 해당 기관과 협력체계를 구축하여 시행
- 2단계에서는 네트워크 대상 공공기관 사업에 대한 조사를 실시하고, 사업 가운데 문화재단과 협력 또는 협업할 수 있는 사업 확인하여 사업 계획에 반영
- 3단계에서는 사업가운데 문화예술인력이나 활동에 대한 정보가 필요한 사업들을 중심으로 네트워크 기관들이 공동으로 개최하는 ‘기획 마켓’ 실시
- ‘기획 마켓’ 구매 기관(Buyer)은 처음에는 공공기관 위주로 진행, 이후 민간 기업들도 참여할 수 있도록 확대

## 3) 과제명: 문화예술 플랫폼 구축

## ○ 배경 및 필요성

- 개인, 예술가 등 다양한 계층의 다양한 관심 존재. 서로 유사한 관심을 가지고 있음에도 불구하고 만나고 교류할 수 있는 기회 부족
- 유사한 관심을 가진 사람들이 고정된 소속감을 가지지 않으면서도 서로 연계되고 교류하며

안정적으로 사회적 삶을 추구할 수 있는 환경에 대한 수요 증가

- 이러한 사람들이 문화예술을 매개로 한 연결망을 통하여 서로 어울려 교류하고 소통하며 자신의 필요를 충족할 수 있는 시스템 필요

#### ○ 추진 방향

- 성남에 대한 통찰과 애정이 있는 지역 문화예술 인재 발굴, 육성
- 프로그램이나 공간을 통하여 유사한 관심을 가진 사람 간 네트워킹 할 수 있는 기회 제공
- 생활 지역 내 다양한 거점 공간을 마련하여 이를 중심으로 취향중심 네트워크가 형성되도록 유도
- 문화재단의 네트워크 허브로서의 역할 강화

#### ○ 사업 예시

- 100개의 'Place-C'(생활밀착형 문화예술공동체 공간)<sup>138)</sup> 조성: 문화활동을 위한 민간 공간 발굴 프로젝트
  - 카페, 레스토랑, 서점, 커피숍, 종교시설 등 다양한 공간에서 시민이나 예술가와 연계하여 정기적 문화프로그램을 운영할 경우 'Place-C'로 지정하고, 공간 홍보 등 지원
- '예술 카페': 문화예술 영역에 관심을 가진 사람들의 교류 플랫폼(참고, '제2차 지역문화진흥계획' 중 '문화예술플랫폼' 사업)
  - 지역과 조응하는 사람+문화+네트워크+혁신 운영모델 시민 네트워킹 허브 역할
  - 'SNArts Talk': 정례 문화예술 대담회(아래의 Tate Exchange 참조)
  - 문화예술 지원 정보, 교육, 컨설팅 제공 및 COP 활동 등 지원
  - 문화예술 DB 구축, 정보 제공

#### ○ 추진 방안

- 문화예술교육센터를 '예술 카페' 공간으로 활용. 카페지기를 지정하여 예술 카페 프로그램 운영
- 'Place-C'는 문화활동이 가능한 민간 공간을 찾아 소개하고, 여기에서 소규모의 문화만남이 이루어질 수 있도록 지원하는 방식으로 운영('Place-C'에서의 소규모 공연, 낭독, 전시 등)
  - 초기에는 재단 지원 아래 'Place-C' 프로그램을 직접 기획, 운영하고 향후 지원 사업으로 실시
  - 공공에서 조성한 'Place-C'가 거점이 되어 다양한 민간 'Place-C' 네트워크 구축

### 사례: 영국 런던, 테이트 익스체인지(Tate Exchange)<sup>139)</sup>

#### 가. 추진 배경

- 영국 런던의 대표적 현대미술관인 테이트 모던(Tate Modern)은 테이트 리버풀(Tate Liverpool)과 함께 매년 특정 주제를 중심으로 영상, 대담, 워크숍, 공연/전시 등 여러 형식을 통해 예술가,

138) 일상적인 보행이나 비교적 느린 속도의 이동수단으로 쉽게 접근할 수 있는 일상생활 속에 위치하여, 지역의 주민·동호회·커뮤니티 누구나 문화예술의 교육·창작·향유 등 다양한 문화예술 활동에 차별없이 참여할 수 있는 공간으로 2021.1.2. 현재 15개 공간을 성남문화재단에서 조성 및 운영 중인 성남형 문화 공간임

139) 테이트 익스체인지 홈페이지(<https://www.tate.org.uk/tate-exchange>)

전문가와 일반 관람객이 의견을 나누는 행사를 진행

- 이러한 행사를 통해 “사회에서 예술이 가지고 있는 의미가 무엇인가?”를 질문함으로써 예술의 창의력이 사회와 보다 직접적으로 만날 수 있도록 하는 역할을 담당

#### 나. 추진 방식

- 매년 한 가지 주제 하에 테이트 모던, 테이트 리버풀과 연계된 80개 이상의 협업 기관, 예술가들이 함께 참여하여 프로그램을 구성. 관객들은 이렇게 마련된 프로그램에 참여하고 예술가들과 함께 소통하고 토론하는 과정을 경험
- 오프라인뿐만 아니라 온라인으로도 참여 가능
  - 2021년까지 200,000명이 프로그램에 참여하였으며, 550,000명 이상이 온라인 플랫폼을 통해 참여
  - 하나의 공간(테이트 모던 5층, 테이트 리버풀 1층)에서 여러 프로그램을 운영하며 모든 활동은 관객 참여형으로 이루어짐

#### 다. 사업 내용

- 매해 주제가 변경
  - 연도별 주제: 1회-교류(Exchange), 2회-생산(Production), 3회-운동(Movement), 4회-힘(Power), 5회-사랑(Love)
- 프로그램
  - Culture Shifts: 2016년, 테이트 리버풀과 Open Eye Gallery의 협력으로 진행된 프로그램. 치매에 대한 인식을 높이기 위해 지역사회, 사진작가, 의료 협력 기관과의 연계를 통해 공연, 토론, 관련 투어를 진행함으로써 예술이 정신 건강에 미치는 영향에 대해 조명할 계기를 마련 회와 보다 직접적으로 만날 수 있도록 하는 역할을 담당
  - re:GENERATION: 2018년에 진행된 프로그램으로 협력기관인 플라잉 라이브가 기획. 63개의 회원 단체와 전 세계 예술가, 다양한 분야의 전문가, 일반인이 함께 참여하여 예술을 통해 세대를 연결하고 사회적 포용력을 넓히기 위한 목적으로 진행
    - 4일간 진행된 이 프로그램은 시각 예술, 워크숍, 무용, 토론, 사진, 연극, 음악 등으로 이루어졌으며, 예술을 통해 노인들의 정신 건강과 웰빙에 활력을 불어넣고 노화에 대한 새로운 시각을 공유하는 것을 목적으로 운영

#### 사례: 서울 예술청<sup>140)</sup>

##### 가. 추진 배경

- 서울문화재단의 예술청은 예술인이 주도하는 거버넌스 기반의 연결, 연대, 확장 플랫폼으로 공동

140) 예술청 홈페이지(<https://sap.sfac.or.kr>)

의 의사결정 및 수평적 구조를 기반으로 함

- 대학로의 동숭아트센터를 리모델링하여 현장에서 활동하는 예술인·기획자, 공공이 양방향으로 소통하는 플랫폼으로서의 기능을 하고 있음
- 소통 플랫폼으로서의 기능 뿐 아니라 예술인들의 연습, 가변형 발표 공간, 휴식, 교육, 코워킹 공간 등으로 공간을 리모델링하여 기존의 창작공간의 한계 해결

#### 나. 추진 방식

- 예술청 운영준비단은 4개의 워킹그룹(실험적 아트프로젝트 운영모델 수립 워킹그룹, 점진적 연결망 증폭기, 지속가능한 창작플랫폼 등)으로 구성
- 공공이 기획·운영하는 프로젝트에 예술인이 참여하는 수동적인 방식이 아니라 예술인과 서울문화재단이 공동운영단을 구성해 모든 의사결정을 함께 내림
- 예술청 공동운영단은 공동예술청장 3명(예술가 2인, 행정 1인의 공동예술청장 제도를 가짐), 운영위원 9명, 서울문화재단 예술청팀 8명 총 20명으로 구성

#### 다. 사업 내용

- 예술인 통합 상담지원센터
  - 예술인들의 권익 보호와 예술 창작 활동 과정에서 파생되는 심리적 고충을 해소하고 심리건강의 증진을 위하여 예술인들에게 심리 상담을 지원, 전문 변호인을 통한 저작권 및 계약, 불공정행위와 관련된 법률적 이슈에 대한 법률 상담을 제공
- 예술청 아고라
  - 문화예술현장의 주요 담론을 논의하는 온오프라인 플랫폼으로 관련 정책 수립을 위한 참고자료로 활용할 계획
  - 2021년에는 참여자의 자율적 공론장 모임지원사업인 ‘유닛 아고라’를 진행 중이며, 온오프라인으로 모아진 의제를 모아 공론포럼을 개최할 예정
- 예술청 살롱, 문화예술 안전망 학교
  - 예술인 네트워크와 역량 개발을 위한 소모임을 지원
  - 예술인 자력화와 안전한 예술 환경 구축을 위한 교육 프로그램. 예술인의 인권, 문화권, 노동권, 사회적 이슈를 중심으로 하는 강의와 워크숍 등 진행
- 예술청의 공간
  - 소규모 공연과 기획전시, 아트마켓 등을 열 수 있는 ‘예술청 올라운지’, 예술인의 창작과 지속적인 예술활동을 위한 공유오피스, 공론장, 포럼, 세미나 용도로 사용되는 ‘아트 라운지’, 전시, 촬영, 공연, 쇼케이스 등 다양한 용도로 활용되는 ‘프로젝트 룸’ 등으로 구성

### 3. 창의적 융합과 사회적 실천

#### 1) 과제명: 'ACT(Arts Convergence Technology) 성남' 프로젝트(중점 추진과제)

##### ○ 배경 및 필요성

- 빠르게 변화하는 기술환경 속에서 이러한 기술이 예술 및 도시, 개인의 생활 전반에 큰 영향을 미치고 있음
- 사회 구성원들이 빠르게 변화하는 기술환경을 쉽게 이해하고 다양한 분야에 창의적으로 적용할 수 있도록 관련 인식이나 역량을 키울 필요가 있음
- 기술과 결합한 예술의 변화와 발전을 체험함으로써 기술 변화에 대응하고 변화를 주도적으로 이끌 수 있는 역량 강화

##### ○ 추진 방향

- 융복합 예술 실험이 가능한 공간 조성
- 기술 기반 예술 활동 지원 강화로 예술+기술 파트너 생태계 육성
- 문화예술을 매개로 한 시민, 예술가와 과학, 기술 분야의 만남 확대 등

##### ○ 사업 예시

- Art&Technology Lab 조성(참고. 제2차 지역문화진흥계획 'Arts&Tech Lab' 사업)
  - 문화예술 활용 디지털 리터러시 교육(디지털 문화예술에의 참여와 접근 확대)
  - 예술·기술 결합 콘텐츠 개발(트랜스미디어 스토리텔링 콘텐츠 개발 및 활용 등)
  - 기술 기반 예술 콘텐츠 체험(실감콘텐츠, 지역특화 문화콘텐츠 메타버스 구축 등)
  - 문화기술 관련 포럼, 컨퍼런스, 워크숍 운영
  - 기관 연계 교육 프로그램 운영 등
  - 문화예술 스타트업 지원하는 아이디어 연구소, 인큐베이터 역할 수행
- 창의 혁신 페스티벌: 예술과 기술을 매개로 다양한 사회적, 지역적 이슈에 대한 창의적 아이디어 축제. 경쟁 심사를 통해 우수 아이디어 시상
- 게임×영화 시나리오 동시 개발 및 게임·콘텐츠 다양성 강화 프로그램 지원 등

##### ○ 추진 방안

- 문화자원의 융합역량 강화를 위한 융복합 사업 추진 교육 등 실시(ICT 활용 콘텐츠 기획, 빅데이터 활용, 스마트 아트센터, 디지털 아카이빙 등)
- 성남 지역 내 예술가, 예술단체와 판교의 문화예술미디어기술 관련 스타트업, 사회적 기업, 협동조합 등(예: MOT 과학기술인협동조합, 누리아이티 협동조합, 한국ICT산업 협동조합 등)과 연계 운영
- 한국문화예술포럼연합회 '기술 입은 문화예술', 한국문화예술위원회 '아트애테크'(Arts&Tech) 사업과 연계하여 규모 있게 운영



## ○ 추진 로드맵

〈표 6-5〉〈ACT 성남 프로젝트〉추진 로드맵

추진 시기	내용	예산(백만원)
2022~2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화예술 활용 디지털 리터러시 교육</li> <li>기술기반 문화예술콘텐츠 체험 기회(공연, 전시 등) 제공</li> <li>기술기반 문화예술 창·제작 포럼, 컨퍼런스, 워크숍 운영(예술가 및 기술자 네트워크 구축, 예술-기술 협업 톨킷 연구 등)</li> <li>아트애펜크(Arts&amp;Tech) Lab 조성 계획 수립</li> </ul>	300
2025~2031	<ul style="list-style-type: none"> <li>아트애펜크(Arts&amp;Tech) Lab 조성 및 운영</li> </ul>	1,700 (첫해 조성비 5억, 운영비 연간 2억)

사례: 영국 리버풀, 'FACT'(Foundation for Art and Creative Technology)의 디지털 예술 프로그램<sup>141)</sup>

## 가. 추진 배경

- 영국 리버풀의 FACT(Foundation for Art and Creative Technology)는 새로운 기술을 수용하고 디지털 문화를 탐구하는 예술과 영화의 지원 및 전시, 체험을 위한 공간으로 사람, 예술 및 기술이 만날 수 있는 공간을 제공함을 목적으로 설립
- 혁신적인 정신을 육성하고 창의성을 고무하며 새로운 인재를 지원하여 사람들의 삶을 변화시키는 데 목적을 둠
- 최신 기술을 이용한 뉴미디어에 초점을 맞춘 예술가들의 작품 활동 지원과 지역 주민들이 참여해 쉽게 접근할 수 있는 TV, 비디오, 영화 등 친숙한 기존 미디어를 활용한 예술적 활동을 하도록 하는 하나의 '장'으로서 역할

## 나. 추진 방식

- 2003년에 개관하여 2개의 대형 미술관, 3개의 영화관, 미디어 및 이벤트 공간, 학습 및 실험을 위한 실험실, 카페 운영
- 리버풀 지역의 모든 연령대를 대상으로 지역 예술가들이 기획한 다양한 비디오 게임, 증강 현실, 미디어 아트, 영화 등 예술 및 창의적인 기술 융합 워크숍, 컨퍼런스, 프로젝트 등을 진행
- 실습 워크숍 공간을 통해 창의적인 기술의 학습과 탐구를 장려하고 지원

## 다. 사업 내용

- 교사와 교육자를 위한 디지털 교육
  - 증강 현실을 활용하여 디지털 기술을 향상시키는 방법 교육
- 학생 디지털 예술 체험

141) FACT 홈페이지(<https://www.fact.co.uk/about>)

- 예술가와 교사가 협력하여 교육 커리큘럼을 만들어, 학생들이 재단 내의 실습공간에 다양한 주제로 창의적 기술 학습과 탐구를 할 수 있도록 장려하고 지원
- 네트워크 내러티브 프로젝트 ‘마음의 광고 캠페인’
  - 지역 예술가와 청년이 함께 지역의 공공 장소에서 느끼는 개인의 사적 감정을 표현한 공공 예술 디지털 작품으로 제작
- 대화형 비디오 게임 디자인<sup>142)</sup>
  - 지역 예술가와 청소년이(13~17세) 함께하는 게임 디자인 프로젝트로 7~8일간, 리버풀에 대한 전반적인 지식, 디지털 예술에 대한 기술적 부분과 창의적 사고를 촉진하는 수업에 참여하여 최종 작품을 완성하여 전시함

## 2) 과제명: 융복합 창의도시 사업

- 배경 및 필요성
  - 성남시는 전국에서 하이테크 관련 기업 밀집도가 가장 높은 지역 중 하나임
  - 예술과 기술이 결합한 다양한 융복합 활동의 활성화를 통해 기술이 발전한 미래의 도시 모습과 예술의 모습을 보여줄 수 있는 잠재력이 있음
  - 특히 예술과 기술의 결합이 현실과 미래에 대한 창의적 상상과 실험을 가능하게 해준다는 점에서 성남시는 창의도시로 성장할 수 있는 가능성을 보유하고 있음
- 추진 방향
  - 성남시가 창의적 아이디어와 기술이 적용된 도시로 꾸며질 수 있도록 구상
  - 창의적 거점을 선정하여 기술적 창의성이 집중적으로 가시화될 수 있도록 운영
  - 새로운 예술을 육성하는 기술지원을 통해 도시의 창의성을 높이는 행사 개최
  - 다양한 예술의 흐름을 기존의 향유방식을 벗어나 새롭게 체험할 수 있게 하는 자유로운 상상, 휴식, 참여가 가능한 융복합 랜드마크 문화예술 체험공간 마련
- 사업 예시
  - 예술과 기술을 결합한 활동이 가능한 특성화 지역/공간 조성
  - 융복합 기술 적용한 도시 디자인 사업
  - 융복합 아트 페스티벌 개최
  - 융복합 공공예술 프로젝트 개발
  - 융복합 자원 기반 문화매개 활동 개발
- 추진 방안
  - 기술 기업과의 연계를 통해 추진
  - 중장기적 관점에서 융복합 아티스트들과의 협업체계 구축
  - 지자체와 협력을 통한 융복합 도시 디자인 계획 수립

142) FACT 홈페이지(<https://www.fact.co.uk/about>)

### 사례: 캐나다 몬트리올, 카르티에 데 스펙터클(Quartier des Spectacles)<sup>143)</sup>

#### 가. 추진 배경

- 몬트리올시는 1920~30년대 미국의 ‘금주법’ 정책으로 범죄, 매춘이 성행하는 지역이었지만 1960년대 부터는 전문 극장과 지역 축제가 생겨나가면서 북미의 문화, 관광지로 유명해지기 시작
- 2000년대 초반 몬트리올 정상 회의(Montreal Summit)를 준비하던 시기, 시의 문화 분야대표들은 지역의 문화 활력을 불어넣을 수 있는 방법을 고민하던 중 ‘카르티에 데 스펙터클’ 지역에 주요 축제를 만들고 문화 기관과 공연장들을 선보이는 것을 최우선 목표로 삼음

#### 나. 추진 방식

- 이 지구의 문화 프로그램 및 시설을 관리, 운영하기 위해 2003년 ‘카르티에 데 스펙터클 파트너십’(Quartier des Spectacles Partnership, 이하 ‘파트너십’)이라는 비영리 단체가 설립됨. 이 단체는 몬트리올시의 준 자치단체로 시의 자금으로 운영되며 이사회에는 문화, 교육, 비즈니스 전문가 및 몬트리올 시 주민 대표가 포함됨
- 파트너십은 지역의 이해관계자들과 긴밀히 협력하여 매년 40개 이상의 행사를 주최하고, 문화활동에 사용되는 공공장소 및 시설을 관리하고 있으며 카르티에를 몬트리올의 심장부로 홍보하고 발전시킴

#### 다. 사업 내용

- 몬트리올의 카르티에 데 스펙터클 지구에는 평방 1km 규모에 30개의 극장과 콘서트홀을 포함한 80개의 공연장 및 영화관, 박물관 등 다양한 문화시설이 있음. 이 지구에는 매년 40개의 페스티벌이 열리고 있으며 매일 다양한 문화 관련 프로그램이 열림
- 카르티에 데 스펙터클의 비전은 ‘살고, 배우고, 창조하고, 즐기는 도시’(Live, Learn, Create and Entertain Downtown)임
- 겨울행사 ‘루미노테라피’(Luminothérapie)
  - 2021년 12회를 맞이한 이 행사는 공모를 통해 선발된 소리와 빛, 영상을 활용한 다양한 디지털 인터랙티브 조형물이 도시 곳곳에 설치됨
  - 이 행사로 설치되는 조형물은 다른 도시와 기관들에게도 매력적으로 다가왔고, 디자인된 작품들은 지난 5년 동안 세계 70개 도시에 전시되고, 2500만명이 넘는 사람들에게 선보임

### 3) 과제명: 사회연계 예술활동 활성화

- 배경 및 필요성
  - 변화 속도가 빨라지는 사회 환경에 대한 창의적 대응 필요성 증대
  - 예술과 도시, 기술, 환경, 건강 등 다방면의 사회적 의제들과의 결합 확대

143) 카르티에 데 스펙터클 홈페이지(<https://www.quartierdesspectacles.com/en>)

- 사회적 이슈, 미래 변화에의 대응 등과 관련하여 예술의 창의적 상상력이 요구됨
- 기존 발전 패러다임에 대한 창의적 혁신의 필요성 증대

#### ○ 추진 방향

- 예술의 창의력이 사회의 창의력으로 확산될 수 있도록 연계성 강화
- 예술을 통해 현재 및 미래 변화, 이슈에 대한 인식을 제고하고 가시화
- 도시, 기업 발전 등과 관련하여 예술을 통한 창의적 혁신 지원

#### ○ 사업 예시

- 기업-예술 협력 지원 사업: 성남시내 기업과 예술단체간 협력관계 구축 지원 사업(예: 한국 메세나협회 예술지원 매칭펀드 사업)
- Hospitality arts: 현대 예술, 취약계층, 지역, 공간 등을 대상으로 한 문화예술활동
- 예술 처방전: 건강과 예술을 연계하는 프로그램
  - 보건소 등의 의료 전문가와 협업하여 사회적, 신체적, 정서적 고립으로 의료적 치료보다(또는 의료적 치료와 함께) 사회적 치료가 필요한 사람들을 대상으로 예술활동을 매개로 한 프로그램 운영
- 장애 예술교육: 장애인을 대상으로 한 예술교육 실시(참고, '장애인 문화예술 활동 지원 조례')
- 사회 의제 포럼 개최: 기후 변화와 예술, 에너지와 예술, 고독과 예술 등 사회적 의제와 예술의 관계를 다루는 포럼 정례 개최

#### ○ 추진 방안

- 예술-기업 협력지원 사업은 예술단체와 기업의 결연을 지원하는 사업으로 기업의 단체 후원과 단체의 기업 지원(공연, 홍보, 예술교육 등)이 매칭되는 방식으로 운영
- 예술 처방전 사업은 보건소, 지역 병원과 협력하여 진행. 프로그램을 시작하기에 앞서 의사와 함께 질병과 예술의 관계에 대한 워크숍을 실시하는 것이 필요함. 예술처방전 사업에 참여할 예술가, 단체를 모집하고 진행
- 사회의제 포럼은 전시, 워크숍과 같은 교육 프로그램 등과 연계하여 운영

**사례: 영국 런던, 로열 필하모닉 오케스트라 '리사운드'(Resound)<sup>144)</sup>**

#### 가. 추진 배경

- 1993년에 시작된 지역 사회 교육 프로그램. 교도소의 재활 프로그램, 노숙자 프로젝트 및 아동, 노인, 장애인 등의 대상을 포함하며, 지역 사회의 다양한 환경에서 고품질의 음악 제작 경험을 제공. 가장 중요한 목표는 음악의 변화적인 힘을 활용하여 참여자의 열망, 능력, 인생의 기회를 향상시킴으로써 지속적인 업적을 남기는 것임

144) 로열필하모닉 오케스트라 홈페이지 "리사운드"(<https://www.rpo.co.uk/rpo-resound>)

#### 나. 추진 방식

- 로열 필하모니 오케스트라 음악가를 포함하여 약 7,500명이 참여하고 연간 390회 이상의 세션, 프로젝트 및 콘서트를 수행

#### 다. 사업 내용

- ‘스트로케스트라’(STROKESTRA): 로열 필하모니 오케스트라 리사운드 프로그램 중 하나로, 전문 음악가 및 임상과의 함께 합동적인 창작의 힘을 활용하여, 뇌졸중 환자 및 보호자의 환자 주도적 회복을 촉진하는 선구적인 뇌졸중 재활 프로그램임
  - 로열 필하모니 오케스트라와 헐(Hull) 지역의 ‘통합지역뇌졸중센터’(Hull Integrated Community Stroke Service)와 협력하여 개발했으며, 뇌졸중 생존자(환자)와 보호자의 복합적인 요구를 해결하기 위해 다양한 특수 음악 기술을 활용함. 기능적 운동, 이해, 기동성을 포함한 신체 재활 작업 및 자신감 구축, 의사 소통, 자존감을 지원하는 사회적 통합의 측면에서, 환자와 간병인이 전체적으로 재활을 위해 노력하고 그들에게 중요한 목표를 설정하고 달성할 수 있도록 지원

### 사례: 영국 런던, 장애예술 축제 ‘언리미티드 페스티벌’(Unlimited Festival)<sup>145)</sup>

#### 가. 추진 배경

- 2012년 런던 하계 장애올림픽을 계기로 처음 열리게 된 세계 최대 규모의 장애 예술 축제인 런던 사우스뱅크 센터를 중심으로 매년 9월 격년 주기로 개최되고 있음
- 영국과 전 세계 장애 예술가들의 작품을 공유함으로써 새로운 관객에게 다가가고, 장애인에 대한 인식을 전환하는 것을 목표로 함

#### 나. 추진 방식

- ‘언리미티드’는 영국 예술위원회, 웨일스 예술위원회, 크리에이티브 스코틀랜드, 영국 문화원의 지원을 받고 있으며 비영리단체인 셰이프아츠(Shape Arts)와 아트어드민(Artssadmin)이 공동으로 프로그램을 운영
- 언리미티드의 위촉 프로그램(The Unlimited Arts Commissioning Program)은 장애인 예술가들이 모든 예술 형태에 걸쳐 작품을 창작하고 발표할 수 있도록 지원하고 있음. 2021년에는 이 위촉 프로그램에 468명의 예술가가 지원하였고, 34명이 수상함. 사우스뱅크 센터에서 진행되는 페스티벌 기간 중에는 수상 예술가들의 작품을 만나볼 수 있음

145) 사우스뱅크 센터 홈페이지 “언리미티드 페스티벌”(https://www.southbankcentre.co.uk/whats-on/festivals-series/unlimited)

#### 다. 사업 내용

- 언리미티드는 연극, 춤, 음악, 문학, 코미디, 시각 예술 등의 다양한 장르가 워크숍, 심포지움, 공연 등의 형태로 진행됨
- 페스티벌에는 정보의 전달이나 공간에 대한 접근성(Accessibility) 보장이 기본 전제가 됨. 대부분의 공연 및 행사에서 영국 수어 통역과 음성해설이 제공됨
- 위촉 프로그램을 통해 그동안 330명의 장애 예술가들과 관련 단체에 4백만 파운드 이상이 수여되었고, 그들의 작품은 전 세계 무대와 온라인에서 260만 명 이상의 사람들에게 의해 경험됨
- 언리미티드는 런던 시민의 문화향유나 영국 내 장애 예술 시장에 대한 유통을 넘어 국제적 네트워크를 통한 콘텐츠 확장 및 유통의 중요한 국제 플랫폼으로 인식되고 있음

**사례: 캐나다 몬트리올, 문화예술 사회적 처방 ‘몬트리올 미술관’(Montreal Museum of Fine Arts)<sup>146)</sup>**

#### 가. 추진 배경

- 영국, 호주, 캐나다를 중심으로 활발히 이루어지고 있는 사회적 처방은 의사 및 보건의로 종사자가 정신건강에 어려움을 호소하는 환자에게 약물치료 대신 공연관람, 문화예술프로그램 참여, 정원 가꾸기, 요리하기, 봉사활동 등 지역사회 활동 자원 참여를 독려함으로써 환자의 건강을 증진시키는 것을 목적으로 함
- 1860년 세워진 몬트리올 박물관은 캐나다에서 가장 오래된 예술관으로 연간 평균 관람객은 1,174,680명 정도로 많은 관람객의 호응을 받고 있으며 ‘Education & Wellness’ 부서가 별개로 할 정도로 예술과 건강 연계 많은 프로그램을 추진. 이 부서에서 기획하는 건강관련 프로그램에는 매년 335,600명 이상의 사람들이 참여하고 있음. 의사 협회와의 협력을 통한 사회적 처방 프로그램도 이러한 전략 아래 시행되고 있음
- 캐나다 의사들은 1980년대부터 운동을 처방해왔는데, 운동을 통해 생성되는 호르몬과 박물관을 방문했을 때 호르몬이 같다는 것을 발견 했으며, 박물관 방문이 모든 연령대의 환자들의 건강을 증진시킬 수 있다는 연구 결과들이 파일럿으로 시행 중<sup>147)</sup>

#### 나. 추진 방식

- 프랑스어를 사용하는 의사 모임인 캐나다 프랑코폰(MFDC)과 박물관은 파트너십을 맺고, 환자와 환자의 가족들에게 몬트리올 박물관을 무료 방문할 수 있는 처방전을 발행
- 박물관을 방문하여 관련 예술과 건강 관련 프로그램, 박물관 투어 등에 참여할 수 있음

146) 몬트리올 미술관 홈페이지(<https://www.mbam.qc.ca/en>)

147) World Economic Forum(2018.10.26.), “Doctors in Montreal can now prescribe a visit to an art museum” (<https://www.weforum.org/agenda/2018/10/doctors-in-montreal-will-start-prescribing-visits-to-the-art-museum>)

#### 다. 사업 내용

##### ○ 박물관 건강 관련 다양한 프로그램 진행

- 박물관내 설치된 'The Art Hive'는 예술 치료사들에 의해 운영되는 스튜디오로써, 방문객들이 직접 창작하고, 예술을 통한 웰빙을 촉진하며, 의사들과 함께 연구 협력도 추진하는 공간임
- 거식증과 폭식증, 자폐 스펙트럼 장애(ASD) 또는 지적 장애와 같은 섭식 장애를 가진 사람들, 유방암의 피해자, 심장 부정맥, 간질, 언어 또는 감각 장애 또는 정신 건강 문제로 고통 받는 사람들, 노인들, 그리고 알츠하이머를 앓고 있는 사람들 질환에 따른 맞춤형 프로그램이 준비 되어 있음

##### ○ 사회적 처방은 의료 예산 절감 및 문화 향유에 기여

- 사회적 처방을 시행하는 국가에서는 첫째, 의료와 복지 비용 절감을 기대하고 있음. 위급성이나 질병보다는 사회적 심리적 문제를 해결하기 위해 병원을 방문하는 사람들의 사회적 처방을 받은 뒤 환자의 80%는 3~4개월 후 그들의 외래진료 횟수가 전보다 감소한 것으로 나타남<sup>148)</sup>
- 또한 예술을 접하는 상당수가 사회적 취약계층에 집중되어 있으므로 예술 기반한 사회적 처방은 예술에 대한 보편적 접근성 제고에 기여

### 4. 다름이 가치가 되는 문화

#### 1) 과제명: 문화다양성 환경 조성(중점 추진과제)

##### ○ 배경 및 필요성

- 성남은 지역적으로 원도심 생활권, 분당생활권, 판교생활권 등으로 일정하게 구분되는 특성을 보임
- 성남의 지역적, 사회문화적 다양성은 다른 도시에서는 찾아보기 힘든 중요한 문화적 자원임
- 지역적으로는 이러한 다양성을 가지고 있지만, 문화적으로는 이러한 다양성과 그러한 다양성에 기반한 욕구가 충분히 충족되지 못하고 있음
- 이러한 특성에 기반하여 다양한 즐길 거리가 제공되는 지역의 문화적 환경이 조성될 필요가 있음

##### ○ 추진 방향

- 원도심과 분당, 판교의 문화수요 유형 조사분석 및 프로그램 개발
- 원도심과 분당, 판교에 지역별 거점을 마련하여 이 거점을 중심으로 지역의 특성 있는 문화가 확산될 수 있도록 함
- 과거/현재/미래의 모습과 아날로그와 디지털 감성을 함께 느낄 수 있는 지역적 특성을 프로그램화

148) 링크워커 홈페이지(<https://www.linkworker.co.uk>)

## ○ 사업 예시

- 권역별 '문화 지구' 조성: 원도심과 분당, 판교 지역별로 지역의 문화적 특성을 드러낼 수 있는 거점 지역 지정, 문화 지구로 조성(참고. '2차 지역문화진흥계획' '문화의 거리', '판교 콘텐츠 거리' 과제)
- 지역특성화 문화콘텐츠 개발: 지역 특성을 문화적으로 보여줄 수 있는 콘텐츠 및 프로그램 개발
- AR기반 도시역사문화 디지털화(참고. '2차 지역문화진흥계획' 제시 과제)
- 지역별 문화적 특성을 보여주는 공간 및 자원 발굴(문화자산 맵핑 프로젝트)

## ○ 추진 방안

- '문화 지구' 종합 계획 수립하여 추진
  - 원도심, 분당, 판교의 지역적, 문화적 특성을 살릴 수 있는 내용과 프로그램에 대한 선 조사, 연구
- 지역 특성화 공간 및 문화콘텐츠 개발, 아카이빙, 연계 프로그램 운영
  - 지역 특성화 문화콘텐츠 개발을 통한 도시 재활성화와 지역 경제 발전 모색
- 문화재단, 주민, 상권이 중심이 되는 타운매니지먼트 시스템 도입
- 문화지도 제작 및 지역을 연계하는 One-day 문화관광 코스 개발
  - 전 연령층/계층 대상 도시 문화유산 이해를 돕는 해설 프로그램 운영

## ○ 추진 로드맵

〈표 6-6〉〈문화다양성 환경 조성〉추진 로드맵

추진 시기	내용	예산(백만원)
2022~2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공간, 역사, 이야기 등 권역별 특성화 문화자원 조사</li> <li>• 지역 특성화 문화콘텐츠 개발</li> <li>• 문화지도 제작, 원 데이 문화·예술 코스 개발</li> </ul>	200
2025~2031	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화지구 종합계획 수립 및 선정</li> <li>• 타운 매니지먼트 시스템 도입</li> <li>• 문화지구 특성화 프로그램 시범 운영</li> </ul>	650 (종합계획 5천, 운영비 연간 1억)
2032	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화지구 특성화 프로그램 확대</li> </ul>	200

사례: 대구 '근대골목투어'<sup>149)</sup>

## 가. 추진 배경

- 도시재생을 표방한 다수의 정비사업으로 인해 주변과의 부조화, 심화된 사회계층의 양극화, 인문 생태 네트워크 소멸 등의 문제점이 대두됨에 따라 대구는 지역의 다양한 유무형 자산을 창의적으로 발굴, 지역 고유의 자산을 형성하여 도시 및 지역재생에 활용하기 위해 본 사업 시행
- 대구시는 근대 문화유산을 중심으로 '근대골목투어' 코스를 개발, 지역의 문화적 상징성 부각과

149) 대구광역시 홈페이지 "문화관광"(<https://www.jung.daegu.kr/new/culture/pages/tour/page.html?mc=0843>)



관광객 유입의 이중 효과를 거둠

- 골목투어가 처음 시작된 2008년 투어객 287명에서 시작하여, 2012년 한국관광공사가 선정한 '한국관광 100선'에 선정되면서 6만명 돌파. 2015년에는 100만명 이상, 2018년에는 200만명 관람객이 다녀감

#### 나. 추진 방식

- 2001년 지역시민단체 청년그룹인 대학 YMCA 대구시 연맹의 10명의 청년들이 만든 대구문화지도가 고유한 지역문화교육 콘텐츠이자 도심재생의 자원으로 활용
- 문화체육관광부 '일상장소 문화생활 공간화 기획·컨설팅 지원' 사업에 선정(2007)되면서 본격적으로 근대골목 사업 추진
- 근대골목투어는 지도 및 스마트폰 앱 '골목투어'를 활용해 자유롭게 여행할 수도 있고 대구광역시 문화관광 사이트 내 골목투어 프로그램을 신청하여 골목문화 해설사와 함께 골목투어를 할 수도 있음

#### 다. 사업 내용

- 외국인 관광객을 위해 영어, 일어, 중국어 해설사와 시각장애인·수어 해설사 지원
- 근대골목 관광사진·일러스트 공모전, 근대골목 스마트폰 한복사진 공모전뿐만 아니라 다양한 체험 프로그램과 연계 운영
- 골목투어가 처음 시작된 2008년 투어객 287명에서 시작하여, 2012년 한국관광공사가 선정한 '한국관광 100선'에 선정되면서 6만명 돌파. 2015년에는 100만명 이상, 2018년에는 200만명 관람객이 다녀감
- 대구 중구의 근대사를 배경으로 하여 근대골목 조성. '대구 골목투어', '골목투어'를 상표로 등록
- 대구 근대 골목 투어 코스
  - 1코스: 경상감영달성 길, 2코스: 근대문화골목, 3코스: 패션한방길, 4코스: 삼덕봉산문화길, 5코스: 남산 100년 향수길

## 2) 과제명: 생활문화사업 다양화

- 배경 및 필요성
  - 생활 속에서 즐기는 문화활동 유형은 다양하게 나타남. 인문학적 관심을 추구하는 문화활동에서부터 전통과 민속에 기반한 문화활동, 기후, 인권, 환경 등 사회적 의제를 이슈화하는 문화활동, 다른 문화에 대한 이해를 추구하는 문화활동, 여가기반 문화활동 등 매우 다양함
  - 이러한 문화활동은 서로 다른 관심에 기반해 있지만, 다양한 가치와 문화에 대한 이해를 돕는다는 점에서 개인과 사회의 문화적 성숙에 기여
  - 안정적 경제 기반, 하이테크 중심의 산업 구조, 상대적으로 높은 고학력층 비율 등은 성남

시가 다양한 문화에 대한 높은 이해도와 교류, 소통 역량을 가진 도시로 발돋움하는데 중요한 기반이 됨

- 타 문화에 대한 이해나 다양하게 제기되는 사회적 가치들에 대한 포용성은 시민과 도시의 문화수준을 높이는데 매우 중요한 요소로 작용

#### ○ 추진 방향

- 다양한 계층 및 지역의 생활문화사(生活文化史)에 기반한 서사 및 프로그램 개발
- 다양한 관심에 기반한 문화활동에 쉽게 접근할 수 있는 온라인, 오프라인 환경 조성
- 타 문화에 대한 이해를 높이는 활동 확대

#### ○ 사업 예시

- 성남 지역 주민들의 다양한 생활문화를 각각의 서사로 개발하고 이에 상응하는 프로그램 개발 운영
  - IT/바이오 등 첨단기술 기업 및 산업체 종사자들의 생활문화사
  - 전통산업/시장 종사자들의 생활문화사
  - 가정주부, 청년, 청소년, 노인층 생활문화사
- '인문학 도시': 500개의 독서 클럽(1개 행정동 10개 독서클럽)
  - 인문학을 기반으로 한 인문예술 통합프로그램으로 운영
- '국제 문화의 날': 여러 국가나 문화권의 문화에 대한 이해 기회 제공
  - 문화권별(또는 국가별) 문화의 날을 기획, 강연, 전시, 행사 등을 연계하여 진행
- 온라인 플랫폼 '공감': 관심과 취향기반 생활문화활동 매칭 온라인 플랫폼
  - 동일한 분야에 관심을 가진 사람 간 만남을 연결하고 모임 활동 지원

#### ○ 추진 방안

- 독서클럽은 성남시 내 공공도서관의 독서활동 프로그램과 연계하여 추진
- 국제문화의 날 프로그램은 각 국 대사관, 문화원 및 성남지역 내 해당 국가 모임과 연계하여 추진
- 문화재단에서 문화예술 분야에 대한 관심을 가지고 있는 지역주민들이 관심분야별로 온라인 공간을 통하여 서로 만나고 교류할 수 있도록 플랫폼 공간(가칭 '공감')을 제공하고 활동 활성화 프로그램 운영 및 자치 운영방안 등 모색

### 3) 과제명: 계층맞춤형 프로그램 확대

#### ○ 배경 및 필요성

- 성남시 미래 인구 구성은 고령화, 1인 가구 증가 등의 추세를 나타내고 있음. 또한 타 지역에 비해 자녀들에 대한 교육열이나 자기 개발 욕구가 상대적으로 높게 나타남
- 현재 문화재단의 주요 서비스는 기존의 예술 애호가를 중심으로 이루어지는 경향이 있으며, 미래 변화에 대응하여 새로운 고객층을 개발해야 할 필요성이 제기됨
- 기존에 문화재단 사업이나 아트센터 프로그램에 크게 관심을 가지지 않았던 시민들을 대상으로 이들을 적극적으로 문화예술 수요층으로 끌어들이는 노력이 필요함

## ○ 추진 방향

- 성남시 미래 인구, 사회변화와 연계하여 목표 고객층을 설정하고 이러한 고객층을 대상으로 고객 친화적 프로그램 개발, 제공
- 활동이나 프로그램은 신규 고객층을 아트센터로 끌어들이는 방향과 이들을 찾아가는 방향(Outreach) 모두를 활용함

## ○ 사업 예시

- 어린이 음악회/어린이 미술관: 어린이를 대상으로 친근한 음악 중심의 영상과 실연을 연계하여 제공/어린이가 오감으로 느끼고 만지고 체험하는 미술관 운영
- ‘멘토와 함께하는 문화예술 진로체험 캠프’ 프로그램: 초·중·고등학생들을 대상으로 예술가, 대학생, 문화기술자 등 다양한 사람들을 만나 강연, 시연, 체험 등에 참여함으로써 자신의 미래 진로를 생각해볼 수 있는 기회를 제공하는 행사
- 노년층 대상 ‘제2의 인생학교’

## ○ 추진 방안

- 1차적으로 중심적인 목표 대상층은 어린이, 청소년, 노년층으로 설정할 수 있으며, 새로운 고객층 개발 차원과 연계하여 시행
- 중장기적으로 문화재단의 문화예술교육 영역과 연계하여 운영
- 문화예술 진로체험 캠프는 예술대학, 콘텐츠 분야 기관, 문화시설 등 여러 기관이 연합하여 운영
- 아트센터 내 미술관을 어린이 미술관으로 특화 운영

### 사례: 영국 런던, 크리에이티브 쿼터(Creative Quarter)<sup>150)</sup>

## 가. 추진 배경

- 크리에이티브 쿼터는 매년 11월, 런던 사우스 켄싱턴 지역의 Exhibition Road에 위치한 문화예술기관 및 학교 등지에서 이루어지는 One-day 프로그램으로 13~19세 청소년들을 대상으로 함
- 창조 산업은 영국 경제에서 가장 빠르게 성장하는 분야로 영국 전역의 일자리 10개 중 1개를 차지하지만 최근 영국 중등교육자격시험 ‘GCSE’에서 학생들의 창의관련 과목 채택이 감소하는 현상이 있음. 이와 같은 환경을 고려하여 크리에이티브 쿼터는 학생들의 창의 산업에 대한 관심을 고취시키는 계기를 마련

## 나. 추진 방식

- 매년 11월에 진행 되는 프로그램은 사우스 켄싱턴 지역의 문화 기관 ‘Exhibition Road Cultural Group’ 주최로 진행
- Exhibition Road에 위치한 빅토리아&알버트 박물관(V&A Museum), 국립자연사박물관(Natural History Museum), 디자인 박물관(Design Museum), 임페리얼 칼리지 런던(Imperial

150) Discover South Kensington(2016), “Creative Quarter”

College London), 영국 왕립 음악원(Royal College of Music), 로알 알버트 홀(Royal Albert Hall), 영국 독일문화원(Goethe-Institut UK) 등이 파트너 그룹으로 참여하며, 위 기관에서 주최하는 개별 프로그램 및 파트너 그룹들과의 연계 협력을 통한 행사가 진행됨

#### 다. 사업 내용

- 문화예술, 콘텐츠 산업 분야 진로를 탐색할 수 있도록 대학생이나 대학원생뿐만 아니라 예술가, 디자이너, 과학자 등을 만날 수 있는 기회와, 워크숍이나 간담회, 창작 과정 등을 살펴볼 수 있는 기회를 제공
  - 빅토리아&알버트 박물관: 2019년 행사에 30여개 학교가 참여하였고, 총 3,600여명의 청소년들이 패션, 건축, 운송, 제품, 디지털 디자인 분야 전문가들이 함께하는 강연 및 보석/가구/제품 디자인, 무대 메이크업, 패션 스타일링을 포함한 다양한 분야의 워크숍을 박물관 내에서 체험하였음
  - 로알 알버트 홀: 학생들 대상 'Day in the Life Tour'를 진행. 150년 전통을 가진 공연장의 역사를 소개하고 공연장의 숨겨진 공간 등을 집중 소개하는 프로그램을 한 시간 가량 제공함으로 학생들이 공연장에 친숙할 계기를 마련
  - 영국 왕립음악원: 음악원 학생들이 연주하는 공연을 관람하고, 음악 관련 강의 및 작곡 체험 등을 통해 음악 분야의 진로를 탐색할 계기를 마련. 임페리얼 컬리지 런던 학생들과 음악원 학생들과의 협력을 통해 진공 상태에서의 악기 소리의 변형 시연하는 등 학생들에게 음악과 과학의 흥미로운 주제를 소개하기도 함

#### 사례: 영국 런던, '인생학교'(The University of the Third Age)<sup>151)</sup>

##### 가. 추진 배경

- 1973년 프랑스 툴루즈(Toulouse)대학에 은퇴자를 위한 U3A(University of the Third Age, 이하 'U3A') 강좌를 연 것을 시작으로 노인의 성장과 자립을 도모하기 위한 U3A는 이후 벨기에, 스위스, 이탈리아, 영국 등으로 확산 됨
- 전 세계적으로 초고령사회로의 진입을 앞두고 지혜가 축적된 노인의 평생학습이 대폭 확대되는 추세에 있으며 현재 영국에는 40만 명이 넘는 회원이 1000여 개의 지역 U3A에서 활동하고 있음

##### 나. 추진 방식

- 영국의 피터 라슬렛은 U3A 제도를 받아들여 프랑스 모델에 반대하고 시민 스스로가 주도하는 원칙을 세움으로 정부나 지방정부의 지원 없이 은퇴자들이 자조, 자립으로 운영하는 조직으로 프랑스 모델을 변형함
- 영국의 U3A는 시민 스스로가 자신들이 원하는 내용을 서로 가르치고 배우는 방식으로 발전하여

151) 영국 인생학교 홈페이지(<https://www.u3a.org.uk>)

전국으로 보급되었으며, 회비는 프로그램 운영비로 혹은 U3A의 전국 조직인 Third Age Trust를 유지하는 데 쓰임

#### 다. 사업 내용

- 영국 U3A는 ‘배우자, 웃자 그리고 인생을 즐기자’(Learn, Laugh and Live) 슬로건을 가지고 있음. 학습에 어떠한 자격을 갖거나 경쟁을 하는 것이 아닌 즐거움을 주요 동기로 삼음
- 학습자와 교사의 구분 없이 모두 자발적인 봉사자이며 수업 진행자를 교사라는 말 대신에 코디네이터(Co-ordinator)라고 부름
- 초기 영국 U3A의 프로그램 내용은 지역 역사, 책읽기, 글쓰기, 음악 등이 주였지만 현재는 언어, 과학, 테크놀로지 등이 새로운 교육 내용으로 등장하여 300가지 이상의 다른 주제에 학습할 기회를 가짐
- 최근에서는 지역 U3A 간 주제별 네트워크(Subject Networks)를 만들어 서로 정보를 나누고 세미나와 워크숍을 개최하기도 함<sup>152)</sup>
  - 인생학교를 경험한 사람들은 그렇지 않은 사람보다 삶의 만족도가 높다는 연구 결과들이 많이 있으며 인지 능력 및 정신 건강 측면에서도 향상을 보여줌

## 5. 시민과 함께하는 지속가능 혁신경영

### 1) 과제명: 시민경험중심 운영(중점 추진과제)

- 배경 및 필요성
  - 문화재단 활동 및 서비스는 문화재단을 이용하는 이용자의 경험에 기반하여 만족을 제고하는 방향으로 이루어질 필요가 있음
  - 소비자 관리와 관련하여 점점 더 중요해지는 것은 ‘고객과의 관계’에 초점을 맞추는 것에서 ‘고객의 경험’에 초점을 맞추는 방향으로 전환되고 있음
  - 시민은 문화재단 서비스를 공연이나 전시의 수준, 제공되는 서비스의 친절도, 서비스 제공 환경 등을 분절적으로 경험하기보다 총체적으로 경험한다는 점에서 시민경험을 중심으로 한 서비스 체계가 마련될 필요가 있음
- 추진 방향
  - 문화재단 이용 시민의 경험 관련 자료 수집/분석에 기반한 홍보/서비스 개선
  - 시민 경험에 대한 자료 분석이 재단 활동 및 서비스 운영에 피드백 될 수 있는 고객경험관리(Customer Experience Management, CEM) 전략 및 시스템 구축
  - 재단 출범 20주년(2024년) 목표로 성남문화재단 통합 리브랜딩 프로젝트 추진 및 이와 연동한 긍정적 고객경험을 이끌어내는 대표 브랜드 프로그램 개발, 운영

152) 신미식(2005), “U3A(the University of the Third Age)가 한국 노인교육에 주는 시사점”, 『평생교육학연구』, 11(3), 127-149

## ○ 사업 예시

- ‘시민만족 프로그램’ 브랜딩: 국립현대미술관의 ‘MMCA 나잇’, 대림미술관의 ‘Party in the Museum’처럼 시민의 긍정적 경험을 이끌어 낼 수 있는 프로그램을 아트센터 프로그램과 연계 운영
  - ‘연극 만원’, ‘마티네 콘서트’ 등을 시민 만족을 추구하는 프로그램으로 개편하여 새롭게 브랜딩하여 추진
- 시민경험관리 기능 강화: 설문, 모니터링, 관찰 등 방법과 이에 대한 분석 도구 개발, 피드백 과정 구축 및 성과 평가
- 재단 20주년 통합 리브랜딩 프로젝트 추진 및 체계적 브랜드 디자인 적용으로 성남문화재단/성남아트센터 브랜드 이미지 재고 및 디자인 환경 정비
- 고객 자문단 운영

## ○ 추진 방안

- 이용 시민 경험 정보 데이터 수집/분석 체계 구축
- 시민만족 프로그램 개발시 프로그램 내용은 공연, 전시, 관람, 나눔, 상영, 행사 등을 조합하여 자유롭게 편안하게 참여할 수 있는 환경 조성. 문화재단 후원회원들 초대의 밤으로 활용 가능
- 시민편의 제고를 위한 온라인 서비스 및 스마트 공연장 시스템 구축: 홈페이지 재구축, 지식관리시스템(Knowledge Management System)<sup>153)</sup> 구축 등
  - 1단계 : 정보화전략계획(ISP) 수립
  - 2단계 : 정보시스템 마스터플랜(ISMP) 수립 및 노화 전산 인프라 교체
  - 3단계 : 홈페이지 재구축 및 지역 문화예술 기록정보관리시스템 구축
  - 4단계 : 지역 문화예술자원 DB 구축 및 연계 정보서비스 계획 수립
  - 5단계 : 홈페이지 기능 고도화 및 스마트 지역문화예술 플랫폼(포털) 오픈

## ○ 추진 로드맵

〈표 6-7〉 〈시민경험중심 운영〉 추진 로드맵

추진 시기	내용	예산(백만원)
2022~2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객경험관리 전략 마련 및 시스템 구축</li> <li>• 정보화전략계획(ISP) 및 정보시스템 마스터플랜(ISMP) 수립</li> <li>• 노화 전산 인프라 교체</li> <li>• 재단 20주년 기념 통합 리브랜딩 전략 수립</li> </ul>	700
2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 재구축</li> <li>• 재단 20주년 기념 브랜드 리뉴얼 및 홍보</li> </ul>	800
2025~	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스마트 공연장 시스템 구축</li> <li>• 지식관리시스템(Knowledge Management System) 구축</li> <li>- 지역 문화예술 기록정보관리시스템 구축</li> <li>- 지역 문화예술자원 DB 구축 및 연계 정보서비스 계획 수립</li> <li>- 홈페이지 기능 고도화 및 스마트 지역문화예술 플랫폼 오픈</li> </ul>	정보화전략계획(ISP) 및 정보시스템 마스터플랜(ISMP) 수립 연구를 통해 소요예산 책정

153) 조직이나 기업의 인적 자원이 축적하고 있는 개별적인 지식을 체계화하여 공유함으로써 경쟁력을 향상시키기 위한 기업 정보 시스템

### 사례: 국립현대미술관 ‘고객 자문단’<sup>154)</sup>

#### 가. 추진 배경

- 관람객과 소통하면서 더 나은 서비스를 제공하기 위해 2013년 부터 약 30~40명 가량의 ‘고객 자문단’을 모집(고객 평가단에서 2018년 자문단으로 명칭 변경)

#### 나. 추진 방식

- 국립현대미술관 3개관(과천, 서울, 덕수궁)의 6개 부문(전시, 교육, 시설, 홍보, 정보제공, 접점응대)에 관람객의 관별 선호 및 의견을 22개 항목을 통해 정량적으로 제시

#### 다. 사업 내용

- 관람객과 동일한 조건으로 미술관을 방문하여 점검 부문에 대한 각자의 의견 및 개선점, 아이디어 등을 제시
- 활동 내역
  - 선발 후 오리엔테이션 및 연간 시기별 온·오프라인 모임에 참여
  - 전시관 현장 모임 2회 이상 참석하여 의견 제시 및 아이디어 공유
- 제공사항
  - 각 전시장 무료 입장 가능
  - 매년 12월, 해단식에서 수료증 및 우수 자문단에 한해 시상 진행

### 사례: 국립현대미술관 ‘MMCA 나잇’<sup>155)</sup>

#### 가. 추진 배경

- 국립현대미술관의 ‘MMCA 나잇’은 일반인들 대상 미술관을 좀 더 친숙한 곳으로 만들 위한 프로그램으로 “예술로 쉼(休)과 즐거움(樂)을 누리자”는 모토를 가지고 있음
- 미술관의 주요 전시와 무용, 클래식 공연, 영화 상영 및 각종 이벤트를 연계한 프로그램을 운영되며 연간 4회(3월, 6월, 9월, 11월), 마지막 주 금요일 저녁에 미술관의 야외, 로비 등지를 중심으로 진행됨

#### 나. 추진 방식

- 참가자는 공식 홈페이지 및 현장 예약을 통해 모집되며 프로그램에 따라 선착순 300~500명이 참여함

154) 국립현대미술관 홈페이지(<https://www.mmca.go.kr>)

155) 국립현대미술관 홈페이지 “뉴스레터”(<https://www.mmca.go.kr/pr/blogDetail.do?bld=201907010000240>)

- 참가비(1만원)는 국제구호개발 NGO ‘월드비전’의 난민 아동 사업 중 “정서 회복을 위한 미술 프로그램 지원”에 참가자들의 이름으로 전액 기부됨

#### 다. 사업 내용

- MMCA 나잇은 프로그램 기획에 따라 다양한 기업, 기관 및 예술가들과 협업하고, 참가자들의 행사 전 전시 관람을 유도함
  - MMCA 나잇-야외극장(2019년 6월 운영): 한국영상자료원과 협력해 영화를 주제로 ‘관객과의 대화’를 진행 한 후 미술관 마당에 설치된 520인치 대형 스크린을 통해 영화를 상영. 참가자들에게는 미술관에서 자체 제작한 돗자리와 협찬사에서 준비한 맥주를 제공
  - MMCA 나잇-올림(2019년 12월 운영): 1층 로비에서 디제이 퍼포먼스, 전자 장비를 사용한 하우스 장르의 음악, 클래식 피아노 공연이 차례로 진행되며 참가자들은 제공되는 아이스크림, 음료 등을 먹으며 편안한 분위기 속에서 공연을 관람
- 프로그램 참여자를 모집하는 홈페이지는 오픈 3분 만에 참가자 모집이 마감될 정도로 인기가 높음. 참여자 중 20대 비율은 60~70%를 차지하고 있으며 행사 이후 미술관의 전체 관람객 수가 증가했음<sup>156)</sup>
- 국립현대미술관 뿐 아니라 서울시립미술관, 디뮤지엄, 롯데뮤지엄 등을 국내 미술관을 비롯하여 영국 런던의 빅토리아&알버트 박물관(V&A), 미국 뉴욕의 모마PS1(MoMA PS1)에서도 비슷한 형태의 프로그램을 진행 중

## 2) 과제명: 사회적 책임경영 실천

- 배경 및 필요성
  - 전 사회적으로 가치기반 소비, 가치기반 선택, 가치기반 경제 등과 같이 가치를 중요시하는 사회분위기 형성
  - 기업차원에서 제기되기 시작한 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 논의는 ESG(Environmental, Social, Governance) 경영에 대한 논의로까지 확대
  - 기업에서 시작된 ESG 경영 논의는 공공기관으로까지 확장되어 공공기관에서도 이와 관련된 지표가 활용되고 있음
  - 문화재단 또한 공공기관으로 미래 변화에 책임 있게 대응한다는 차원에서 사회적 책임 경영을 경영목표로 제시할 필요성이 제기됨
- 추진 방향
  - 사회적 책임을 다하기 위한 경영방향 설정 및 목표 구체화
  - 사회적 책임경영을 구현하기 위한 방식 제도화
  - ESG 경영 체계 구축
- 사업 예시

156) 매일경제(2020.01.16.), “20대 문화예술 성지로 부상한 미술관”(https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2020/01/55083)



- ESG 경영지표 개발

〈표 6-8〉 ESG 경영지표 방향 및 주요 내용

구분	방향	주요 내용
환경(Environmental)	지속가능 환경전략 마련	- 자원 선순환 활동 - 에너지 저감 노력
사회(Social)	취약계층/지역 지원	- 병원, 복지관 등 예술활동 지원 - 장애 예술 지원(참고. 장애예술지원 조례)
지배구조(Governance)	시민협업 체계 구축	- 문화자치위원회 50 연계 운영

- 시민참여 제도화: '문화자치위원회 50'과 연계 운영
- 취약 지역, 계층 지원 확대
- 에너지 저감 계획 수립 등

○ 추진 방안

- ESG 경영관리 계획 수립
- 탄소배출 측정 기준 마련

**사례: 영국 런던, 국립극장<sup>157)</sup>**

가. 추진 배경

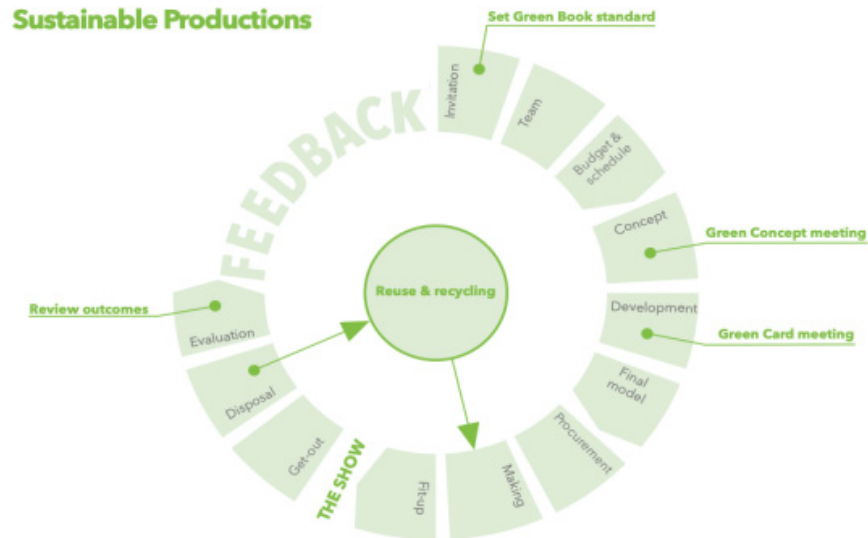
- 영국 국립극장(The National Theatre of Great Britain)은 기후 위기를 극복하기 위해 극장의 사회적 책임을 강조. 다양한 실천들을 통해 기후 위기를 긍정적으로 변화시킬 수 있다는 믿음 아래, 물, 음식, 에너지, 생물의 다양성 등 다각화된 측면에서 지속가능성을 추진

나. 추진 방식

- 국립극장 홈페이지 내에 각 분야에서 어떤 노력을 하고 있는지 명시. 씨어터 그린북(Theater Green Book)<sup>158)</sup>이라는 극장 내 환경 관련 정책 기준들을 체크하는 리포트를 통해 크리에이티브 팀, 프로덕션 매니저 팀, 테크니컬 팀 등 각 파트에서 유념해야 할 환경 관련 기준들을 미리 체크하고 공연 제작에 참여할 수 있도록 유도

157) 영국 국립극장 홈페이지(<https://www.nationaltheatre.org.uk>)

158) 씨어터 그린북 홈페이지(<https://theatregreenbook.com>)



\* 출처: 씨어터 그린북 홈페이지

[그림 6-8] 지속가능한 제작

- 전년 대비 탄소 감축 목표를 설정하고, 극장의 경험을 영국 전역에 공유하려고 노력. 이러한 극장의 환경 정책은 매년 이사회에 검토되고 업데이트 됨

#### 다. 사업 내용

- 극장의 환경정책(Green Policy)을 통해 기후위기에 대처하는 극장의 집중 영역 및 대응 방안에 대해 선언
  - 사람(People): 환경 정책에 대한 국립극장 전반에 걸친 변화를 위해 모든 직원들의 이해와 실천이 필요함. 관객들의 극장 방문 시 그들의 오염과 탄소 발자국(Carbon Footprint)<sup>159)</sup>에 대한 것을 이해하는 관점도 필요
  - 공간(Place): 2016년부터 에너지, 폐기물 및 탄소 영향 25% 감소시켜 1970년대 지어진 건물의 효율성을 개선하였으며 탄소 배출 제로를 위한 목표를 달성할 것임
  - 제작(Production): 기후와 생태에 관한 관심이 프로그램에 두드러지게 반영될 것이며, 공연에 올려지는 모든 과정을 환경적인 관점에서 검토할 것임
- 환경 지속 가능성(Environmental Sustainability)을 개선하기 위한 다양한 조치를 취하고 있음
  - 음식(Food): 2018년 지속가능식당협회와 함께 탄소발자국을 고려하여 극장 내 반입되는 모든 음식의 60% 이상이 영국에서 온 것이어야 하고, 영국 밖에서 생산되는 모든 농산물은 공정무역이나 열대우림동맹이어야 한다는 것을 명시하고 있음
  - 에너지: 국립극장에 사용되는 모든 전력은 풍력, 태양열을 사용. 1970년대 건물을 보다 에너지 효율적으로 만들기 위한 노력을 기울여 왔으며 객석과 로비에 LED사용하여 에너지

159) 사람의 활동이나 상품을 생산, 소비하는 전 과정을 통해 직·간접적으로 배출되는 온실가스 배출량을 이산화탄소(CO2)로 환산한 총량

절감에 대한 모니터링 시스템을 개선해옴. 에너지 표시 등급(Display Energy Certificate)은 10년전 G등급에서 현재 B등급으로 상승

- 생물다양성(Biodiversity): 극장 외부에 정원을 만들고 다양한 꽃과 식물들이 심어져 생물들과 함께 공존하고 있음. 극장 정원에 있는 벌집에서 생성되는 꿀은 극장 매점에서 판매되기도 함
- 쓰레기(Waste): 상업 폐기물의 67%를 재활용하고 있으며 2022년까지 재사용률 75% 도달을 목표로 함. 카페의 재사용컵은 시행 3개월 동안 20만개 이상 일회용 플라스틱 컵을 절약했으며, 6개월마다 커피 찌꺼기 5톤을 모아서 4200장의 연탄을 만들

### 3) 과제명: 아트센터 공간 활성화

#### ○ 배경 및 필요성

- 문화재단 및 아트센터에 대한 시민들의 물리적, 심리적 낮은 접근성
  - 아트센터 공간은 공연이나 행사가 있는 경우를 제외하곤 전반적으로 공간 활용도가 낮음
- 시민 대상 인터뷰에서 아트센터 공간이 보다 활성화되어야 한다는 의견이 매우 높게 나타남
- 공연이나 전시 등 행사만을 중심으로 한 공간이 아니라, 공간 자체를 마케팅 관점에서 접근함으로써 시민들이 행사가 없는 경우에도 자유롭게 공간을 이용할 수 있게 함으로써 심리적 거리감을 줄일 필요가 있음

#### ○ 추진 방향

- 하드웨어뿐만 아니라 공간 전체를 활용한 다양한 사업, 행사 등에 대한 마스터 플랜 및 리모델링 계획 수립
- 시민친화적 ‘공간’ 안내 및 홍보방안 마련
- 아트센터 내외부 공간에 대한 활용도 제고
- 다양한 방식으로 시설 공간 개방
- 주민친화형 공간으로 아트센터 공간 운영 계획 수립
- 스토리가 있는 아트센터 공간 정책 및 운영계획 수립
- 복합문화공간 문화를 창출하는 프로그램/마케팅 개발
- 지속적 공간경쟁력 확보를 위해 좋은 콘텐츠 개발 및 전략적 홍보방안 마련

#### ○ 사업 예시

- 공연장 상주단체 운영
- 상주단체와의 상생협력 강화를 통한 연계 프로그램 활성화
- ‘주민의 날’(가칭) 운영: ‘행정동’ 또는 ‘구’를 중심으로 주민을 초청하여, 대중적 공연, 전시 등 행사와 함께 단품 중심으로 저렴하게 레스토랑을 이용할 수 있는 기회 제공(지역 주민을 위한 대표 인센티브 프로그램 개발)
- 정기적 야외행사 운영: 공영 주차장 등을 활용하여 ‘정기적’으로 주민들이 아트센터 공간을 활용토록 함(예: Flea market)
- 아트센터 투어: 오페라 하우스, 콘서트 홀 등 백스테이지 투어, 전시장 등 아트센터 투어

프로그램 운영

- 성남아트센터 공간활성화 전략 마련 및 추진
  - 안내 표지판 및 공간 내비게이션 시스템, 휴게시설 마련, 프로그램 정보 안내 등

○ 추진 방안

- 공간 운영에 대한 마스터 플랜 수립. 공간 활성화 관련 업무를 총괄할 조직을 두고, 각 부서가 사업 내용에 따라 전사적으로 협력해 업무 수행
- 야외행사는 외부 운영업체 연계하여 최소한의 노력을 투입하는 방식으로 운영
- 문화자원봉사자를 모집하여 아트센터 해설사와 같은 역할 수행

## 제 7 장

# 사업추진 방식 및 관리운영 방안

제1절 사업추진 방식

제2절 관리운영 방안



## 제1절 사업추진 방식

### 1. 추진 단계

- 성남 문화예술비전 2040은 2022년부터 2040년까지 장기 비전임. 따라서 2040년 비전을 추구하기 위해 단계별 계획을 수립하는 것이 필요
- 단계는 크게 3단계로 구분
  - 1단계(3개년): 2022년~2024년(23년 시승격 50주년, 24년 재단 설립 20주년)
  - 2단계(7개년): 2025년~2031년
  - 3단계(9개년): 2032년~2040년
- 1단계 3개년 계획: 성남 문화예술비전 2040이 문화재단만의 계획이 아니라 시민들이 광범위하게 참여하고 지지하는 계획이 되기 위해서는 현재 심리적 거리감이 존재하는 문화재단과의 거리를 좁히고, 다양한 방식을 통하여 시민들을 접촉함으로써 시민들에게 지지받는 조직이 되는 것이 필요
  - 이에 따라 1단계 계획에서는 성남 문화예술비전 2040에서 제시된 사업을 추진하되 문화재단이 시민들에게 더욱 친근한 조직이 되는 것에 초점을 두고 진행
  - 이 과정에서 그동안 거리감을 느껴왔던 아트센터 중심의 문화예술 활동을 아트센터를 넘어 시민들에게 더욱 가깝게 다가갈 수 있는 다양한 프로그램으로 개발, 운영
- 2단계 7개년 계획: 성남 문화예술비전 2040은 성남시 전역을 대상으로 하는 계획임. 지역, 계층, 관심, 취향별로 다양화되어 있는 대상에게 문화재단 활동이 효과적으로 전달되기 위해서는 개인이나 단체, 재단과 같은 특정한 주체가 아닌 다양한 주체들이 문화예술의 영향력 확대에 관여할 수 있도록 하는 시스템이 구축되어야 함
  - 2단계 계획은 문화재단 활동 및 문화예술의 가치가 사회 전반에 확산될 수 있도록 다양한 주체들을 상호 연계시키는데 목표를 둠
- 3단계 9개년 계획: 3단계는 구축된 기반 위에서 역동적이고 개방적이며 다양성을 가진 열린 문화 사회를 효과적으로 구현하기 위해 지역의 독특한 문화적 특성들을 강화하고, 예술과 사회, 기술 등이 만나는 다양한 실험을 지원하며, 문화에 대한 이해의 폭을 넓혀 개방적 사회를 구현하기 위한 활동을 중점적으로 실시

〈표 7-1〉 성남 문화예술비전 2040 단계별 추진 전략

단계	시기	비전(목표)	추진 방향
1단계 (기초만들기)	2022~2024 (3개년)	시민과 동행하는 문화예술플랫폼	- 친근한 문화예술 - 친근한 공간
2단계 (기반세우기)	2025~2031 (7개년)	공감과 협력으로 연결된 사회	- 관심 기반 플랫폼 (예술인, 개인, 단체 등) 구성 - B2B(재단-기관) 네트워크
3단계 (도시 특성 입히기)	2032~2040 (9개년)	영감과 혁신의 창의도시 성남	- 역동성 강화 - 다양성 강화 - 개방성 강화

## 2. 추진 방식

- 성남 문화예술비전 2040의 5대 추진방향과 비전 추진 3단계는 상호 연계하여 운영
  - 1단계인 2022년부터 2024년까지 목표는 문화예술과 문화재단이 일반 시민에게 친근한 존재가 되는 것임
  - 15대 추진과제 중 1단계 목표인 ‘문화예술, 문화재단, 아트센터를 시민과 친근하게’ 만들기 위한 과제는 1단계에 배치. 2단계에서는 네트워킹 성격의 과제를 집중 추진, 3단계에서는 도시의 문화적 특성을 가시화하는 사업들을 중점적으로 추진
- 과제/사업 성격에 따라 추진 기간에 차이가 있을 수 있으나, 기본적으로 사업 일몰제(5년) 개념을 적용하여 탄력적으로 새로운 사업이 시작될 수 있는 환경 조성
  - 사업일몰제는 새로운 사업을 도입할 경우, 최대 5년 기간 안에 종료토록 하고 지속 여부는 5년후 논의를 거쳐 결정(사업을 일몰성 사업과 지속성 사업으로 구분하여 운영)
  - 다양하게 추진되고 있는 사업들을 유형별로 통합하여 유연하고 상황에 맞게 사업 재구조화
- 과제/사업별 ‘중점’ 추진 기간 설정(사업 시작과 종료는 각 단계에 걸쳐 있을 수 있음)
  - 1단계: 문화가 숨쉬는 환경조성, 문화자치체계 활성화, 창의협력 네트워크 확대, 사회연계 예술활동 활성화, 계층 맞춤 프로그램 확대, 시민경험 중심 운영
  - 2단계: 여가친화 문화활동 활성화, 도시대표 문화브랜드 개발, 문화예술플랫폼 구축, ACT 성남 프로젝트, 생활문화사업 다양화, 사회적 책임경영 실천, 아트센터 공간 활성화
  - 3단계: 융복합 창의도시 사업, 문화다양성 환경 조성
- 성남 문화예술비전 2040에서 제시된 과제는 성남문화재단 단독으로 수행하기 어려움. 이를 위해 다양한 주체들과의 협력체계 구축이 필수적으로 요청됨
  - 성남 문화예술비전 2040이 제시하는 문화재단 운영 방향은 기존의 성남문화재단 중심 사업 운영에서 다양한 주체들과의 협력을 통한 사업 운영으로의 방향 전환을 강조
  - 그동안 구축해 온 예술인, 학교, 사랑방문화클럽 등 다양한 주체들과의 네트워크는 향후 문화재단 사업 운영에서 중요한 파트너로서 위상이 재설정될 필요가 있음



〈표 7-2〉 과제별 중점 추진 기간

[illegible]

## 제2절 관리운영 방안

### 1. 기본 방향

#### 1) 관리 운영체계 구축

- 성남 문화예술비전 2040이 성공적으로 추진되기 위해서는 본 계획의 실행 및 운영 상황을 점검하고 조율하기 위한 관리운영 체계가 마련되어야 함
  - 이 계획에서 제시된 사업들은 2040년을 대상으로 한 문화재단 비전 및 미션과 연계되어 있는 것으로 각 사업의 비전, 미션과의 연계성을 점검하고 조율하기 위한 관리운영 체계 필요
- 계획의 원활한 추진을 위한 관리운영 내용에는 사업 운영과 관련된 내용뿐만 아니라 사업이 효과적으로 추진되게 하기 위한 조직이나 예산 구조, 조례와 같은 법령이나 제도, 시민들이나 유관 개인, 단체들의 평가까지 포함됨
- 성남 문화예술비전 2040 관리운영을 위한 중점 점검 사항들은 다음과 같음
  - 사업이 운영되고 있는 내용과 비전, 미션의 연계성
  - 사업의 원활한 추진을 위한 조직, 제도, 예산 환경
  - 추진되고 있는 사업에 대한 시민, 예술인, 협력네트워크 기관들의 반응
  - 사업을 통해 기대한 성과의 달성 정도 등
- 이와 함께 성남 문화예술비전 2040의 효과적 추진을 위한 부서간 협력체계를 구축할 필요가 있음
  - 성남 문화예술비전 2040의 성공적 추진을 위해서는 전사적 차원에서 이 계획이 지향하는 목표에 따라 유기적이고 지속적으로 관련 사업을 시행하는 것이 필요함
  - 이는 부서간 협력을 전제로 하는 바, 부서간 협력체계에 대한 모색이 계획 시행 초기단계부터 집중적으로 이루어질 필요가 있음

#### 2) 단계별 점검

- 성남 문화예술비전 2040은 2040년까지를 목표로 한 계획임. 사회 및 기술환경이 빠른 속도로 변화하고 있으므로 이 계획에서 예상한 사회 변화의 양상들은 예상했던 것과 다른 방향으로 전개될 가능성도 충분히 존재
- 성남 문화예술비전 2040은 성남문화재단이 향후 지향할 활동의 방향과 목표를 설정하는데 초점을 맞춘 것으로, 이 계획에서 제시된 실행 단위의 세부 과제 및 사업들은 많은 검토에 기반하여 제시된

것이기는 하지만, 사업 확정 단계에서 추진방향별, 15대 추진 과제별 심도 깊은 추가 논의를 필요로 함

- 세부 과제 및 사업 확정 후, 구체적 사업의 추진 단계에서도 연차별, 추진단계별 검토와 연도별 비전 워크숍 등이 필요함
  - 특히, 추진단계(1~3단계)별 점검 시기에는 각 단계가 종료되는 시점 이전에, 해당 단계에 제시되었던 제반 사항(비전/목표, 방향, 과제 등)을 점검하여 이에 대한 내용의 수정, 보완이 필요함

### 3) 평가지표 관리

- 성남 문화예술비전 2040이 효율적으로 추진되기 위해서는 추진방향별로 제시되어 있는 15대 주요 과제들에 대한 평가지표를 설정, 설정된 평가지표에 기반하여 과제를 관리할 필요가 있음
- 평가지표 설정 목적은 각 과제의 '성과'를 점검하는 것이 아니라 각 사업이 당초 성남 문화예술비전 2040에서 설정한 문화재단의 비전 및 미션의 취지와 조응하며 운영되고 있는지를 점검하는 것임. 따라서 사업 실적과 관련한 지표로 활용하기보다는 미션과 비전을 달성하기 위한 사업들이 잘 추진되고 있는지를 내부적으로 '점검'하는 차원에서 활용되는 것이 바람직함
- 이런 목적에서 볼 때, 평가지표는 각 과제별로 세부지표를 다양하게 구성하기보다는 대표지표 중심으로 간략하게 운영하는 것이 효과적임

〈표 7-3〉 과제별 평가 지표(예시)

5대 추진방향	15대 추진과제	추진과제별 평가 지표(예시)	
휴식과 즐길의 도시환경	문화가 숨쉬는 환경조성	• 조성건수/목표대상공간수	• 향유자 만족도(시민) • 참여자 만족도(예술인 등)
	여가친화 문화활동 활성화	• 참여인원수/목표인원수	• 참여자 만족도(시민)
	도시대표 문화브랜드 개발	• 브랜드 인지도	• 유관 사업/프로그램 평가(시민, 내용/수준/호감도)
협력과 소통의 파트너십	문화자치체계 활성화	• 운영 건수 /시민참여 활동 목표건수	• 시민 참여자 평가(내용/수준/만족도)
	창의협력 네트워크 확대	• 협력기관수/목표대상기관수 • 수행건수/공동사업목표건수	• 지속협력의사 유무(참여기관)
	문화예술 플랫폼 구축	• 플랫폼 활용도	• 이용자 평가(내용/수준/만족도)
창의적 융합과 사회적 실천	ACT 성남 프로젝트	• 예술기술 결합 활동 시민 인지도	• 참여자 평가(내용/수준/만족도)
	융복합 창의도시 사업	• 창의도시 사업 인지도	• 참여자 평가 (내용/수준/만족도)
	사회연계 예술활동 활성화	• 수혜인원수/목표인원수	• 참여자 평가(시민/예술인) (내용/수준/만족도)

5대 추진방향	15대 추진과제	추진과제별 평가 지표(예시)	
다름이 가치가 되는 문화	문화다양성 환경 조성	• 성남시에 대한 다양성 이미지 인식 정도	• 다양성 활동/프로그램 인지도
	생활문화사업 다양화	• 참여인원수/목표인원수	• 참여자 만족도
	계층맞춤형 프로그램 확대	• 참여인원수/목표인원수	• 참여자 만족도
시민과 함께하는 지속가능 혁신경영	시민경험중심 운영	• 수혜자 체감도	• 공간/프로그램/서비스 이용 만족도
	사회적 책임경영 실천	• 탄소 저감 노력 정도	• 시민의견 피드백 만족도
	아트센터 공간 활성화	• 공간 방문자수 /목표 방문자수	• 공간 활용정도 평가 (시민, 예술인)

## 2. 관리 운영 방안

- 성남 문화예술비전 2040의 성공적 추진을 위해서는 미래 변화에 대비하여 현 단계 문화재단의 조직, 사업, 공간, 서비스 등이 재구조화될 필요성이 제기됨
  - 이러한 재구조화는 문화재단이 직면하고 있는 이슈들 가운데 ‘미래’ 변화와 관련하여 중장기적으로 해결이 필요한 사항과 관련된 것들임
  - 현재 운영되고 있는 조직 구조나 사업, 프로그램 등은 현 단계의 수요를 반영하고 있으므로 그 필요성이 충분히 인정되지만, 기존 조직이나 수행되고 있는 사업들이 재구조화되지 않고는 미래를 대비하는 새로운 사업이나 노력들이 취해지기 어렵다는 점에서, 새로운 방향성에 입각하여 기존 구조를 재구조화하는 것을 검토할 필요가 있음
  - 재단 초기 문화공간 환경 조성에 초점을 두었던 방향을 넘어 질적 성장이 필요한 시기로 성남지역의 다원화된 발전 방향에 대응하기 위한 활동들을 다각적으로 추진하기 위한 체계 구축 필요
    - 일상 속 문화공간 확산 전략 및 사업영역의 확장속도에 걸맞는 전문인력 확보, 역량강화, 프로그램 다양화 등 소프트파워 투자 및 성장 노력 필요(특히 디지털 분야 투자)
  - 더불어 빠른 도시 발전 상황에 발맞추어 주요 지역 문화예술 분야, 문화유산 등 성남 문화 예술자산의 지속적 발굴·보존·활용을 위한 아카이브 시스템 구축 필요

### 1) 조직 분야

- 성남 문화예술비전 2040 계획 실현을 위해서는 이를 뒷받침할 수 있는 조직 구조가 마련될 필요가 있음
- 이와 관련하여 향후 재단 조직 가운데서 중장기적으로 그 기능이나 역할이 강화되거나 신설되어야 할 구조를 살펴보면 다음과 같음
  - 디지털 전략 수립 및 지원 기능: 변화하는 환경에 맞추어 디지털 전략을 수립하고 지원할 조직(전산, 온라인 서비스 등 포함) 신설 검토
    - 디지털 서비스에 대한 수요는 향후 지속적으로 확대될 것으로 예상. 전사적 차원에서 중

- 합적인 디지털 서비스 전략을 수립하고 이에 따라 체계적으로 계획을 시행하여야 함
  - 디지털 기술을 활용한 홍보 전략, 데이터 추적 및 분석 역량 강화 등과 연계하여 운영
  - 비영리 수익사업 운영 구조: 비영리 수익 사업을 실시할 수 있는 사업 조직 신설 중장기적으로 검토
    - 비영리 수익 사업을 아트센터 브랜드 제고 및 재정자립도 이슈에 대응하는 방안 가운데 하나로 적극 활용
    - 문화사업이나 예술사업은 시민 대상 지원 프로그램 운영에 집중되는 경향. 비영리 수익사업 구조를 마련함으로써 문화, 예술지원 사업을 침해하지 않으면서 이를 지원할 수 있는 자체 수익구조 확보
  - 고객경험관리 기능
    - 현재의 홍보 기능은 보다 포괄적인 고객경험관리 차원에서 접근하고, 전반적인 어메니티(Amenity) 관리 차원까지 연계될 수 있도록 운용
  - 도시 문화전략 기획 기능
    - 시설이나 프로그램 차원이 아니라 도시 차원에서 문화재단 전략이 수립될 수 있도록 도시문화전략 기획 기능 강화
    - 문화재단의 문화정책 수립 기능 강화와 연계하여 운영
- ※ 진주시의 경우, 진주문화관광재단과 진주문화도시지원센터가 각각 독립 기관으로 운영됨

#### 사례: 원주문화재단/원주창의문화도시지원센터

- 원주문화재단은 문화도시 사업 운영과 관련하여 조직 내에 문화도시 TF를 구성, 운영하다가, 2019년 문화재단과 별도 기관으로 원주창의문화도시지원센터를 설립하여 관련 기능 이관
- 원주문화재단에서 원주창의문화도시지원센터가 분화된 과정은 다음과 같음
  - 2015년 문화특화지역(문화도시) 조성사업 선정
  - 2016년 문화재단 내 문화도시 TF 구성, 2018년까지 3년차 사업 실시
  - 2018년 법정문화도시 예비도시 선정
  - 2019년 법정문화도시 선정
  - 2019년 원주 문화재단에서 원주창의문화도시지원센터로 독립

## 2) 인적 자원 분야

- 성남 문화예술비전 2040을 실천하기 위해서는 인적 자원 역량의 보완이 필요함. 특히 다양한 프로그램들의 기획역량 강화가 이루어져야 함
  - 부서별 전문 네트워크 운영
    - 해당 분야 동향과 전망, 지식과 정보 등을 학습할 수 있는 부서별 전문 네트워크 구축하여 정례적 운영
  - 사내공모 등 혁신창구 운영

- 직원들이 혁신적인 사업 아이디어나 제도 개선안 등을 제안하고 평가받을 수 있는 공식적 창구 마련(마쓰시다 전기 실시 사내 Free Agent 제도 참고)
- Reverse 멘토링: (가칭)성남문화재단 그림자 위원회 구성 운영
  - 저연차 직원을 중심으로 문화재단 임원들의 정기회의에서 논의되는 주요 이슈를 다시 토론허게 하여 아이디어를 얻는 “(가칭)성남문화재단 그림자 위원회”를 구성, 저연차 직원들과의 적극적인 커뮤니케이션과 아이디어의 발굴을 위한 체제 구축

### 사례: 리버스 멘토링(Reverse Mentoring)

- 멘토링은 풍부한 경험과 전문지식을 갖춘 선배가 후배 구성원을 전담하여 능력을 향상시키는 활동. 리버스 멘토링은 이러한 멘토링이 후배사원을 대상으로 이루어지는 것이 아닌, 높은 직급의 선배 사원과 경영진이 후배사원에게 멘토링을 받는 것임
- 리버스 멘토링의 장점으로 시니어조직 구성원에게는 기술적 지식, 트렌드, 간문화적 글로벌 관점을 배우고 신세대를 이해할 수 있다는 점, 주니어 직원들에게는 조직의 상위 수준에 대한 통찰을 제공하여 비즈니스에 대한 이해도를 높일 수 있다는 점이 있음
- 대표적인 예로, P&G에서는 경영이나 관리에는 능통하지만 의약 및 약품 관련 지식이 부족한 경영진을 위해 연구소의 연구원들을 매칭시켜 생명 공학 기술이 실제 사업과 연계되는가에 대한 지식을 전수하고 있음. GE는 600여 명의 인원을 대상으로 1~2주에 최소 1회 이상 일반 사원이 정보기술을 교육하는 리버스멘토링 제도를 활용하고 있음
- 구찌의 경우가 대표적인 성공 사례임. 2014년까지 매출 부진의 늪에 빠져 있던 명품 브랜드 구찌는 2015년 마르코 비자리 신임 최고경영자(CEO)가 도입한 리버스 멘토링 회의로 체질을 바꿈. 그중 대표적인 것이 임원회의 주제를 30세 이하 직원들이 다시 토론허게 하는 ‘그림자 위원회’와 경영진이 35세 이하 직원들과 점심식사를 같이 하며 회사 문화 및 복지에 대한 아이디어를 얻는 ‘점심 회동’임. 이를 통해 구찌는 모피 사용 금지, 여행 애플리케이션(앱) 제작, 독특한 문양과 디자인으로 밀레니얼 세대의 취향을 저격했고, 광고 모델로 소셜네트워크서비스(SNS) 인플루언서를 쓰는 등 파격적인 시도를 함. 그 결과 2017년 세계에서 가장 많이 팔린 브랜드 1위가 됨. 또한 35세 이하 소비층으로부터 벌어들인 수익이 전체의 55%에 달함
- 리버스 멘토링이 문화재단에 주는 시사점으로는 1) 문화예술 환경의 디지털기술과의 접합, 특히 스트리밍 플랫폼과의 연결이 중요해지고 있으며 2) 디지털과의 접합에서 문화격차가 확대되고 있는 시점에서 저연차 직원들의 아이디어와 이들과의 적극적인 커뮤니케이션이 기존의 조직 문화 개선과 경영 혁신에 도움을 줄 수 있다는 점임

### 3) 사업 분야

#### ○ 문화분야

- 방향: 예술 기반 생활문화활동 지원 중심에서 도시, 여가, 계층, 지역 영역으로 관심 영역 확장
- 내용: 다음과 같은 활동 분야를 설정할 수 있음
  - 도시 특성, 이미지 조성 차원의 문화사업 기획/실행
  - 문화 범위의 확산적 이해: 예술 중심 생활문화활동 지원에서 여가·콘텐츠·취향 기반 문화활동 지원으로 확대
  - 새로운 참여층 유입을 위한 계층 맞춤형 프로그램 개발: 목표 집단으로 어린이, 청소년/청년, 노년층 등 설정
  - 지역적, 문화적 특성과 다양성을 담은 문화사업 구상

#### ○ 예술분야

- 방향: 예술지원정책 범위 유형화와 지원 범위 확대
- 내용: 다음과 같은 활동 분야를 설정할 수 있음
  - 전문예술인에 대한 지원/협업계획 수립
  - 예술지원 범위의 확대: 창작지원에서 경험/역량/교류 지원 등 영역으로 확대
  - 예술 영향력의 사회적 확산 지원: A&B, Hospital art, 장애예술 지원, 예술과 도시디자인 등
  - 예술 옹호 활동: 예술에 대한 사회적 인식 제고
  - 시민대상 새로운 예술경험 기회 제공: 예술과 기술의 결합 등
  - 예술지원 클라우드 펀딩

#### ○ 교육분야

- 방향: 문화, 예술, 콘텐츠 교육 영역 수요는 매우 다양화되고 세분화. 기존 예술 유형에 포함되지 않는 다양한 유형의 프로그램 증가. 이런 점에서 현재 다양하게 실시되고 있는 문화예술교육을 시민 수요와 사회적 경향에 맞게 재구조화
- 내용: 재단 운영 문화예술교육 체계정비(미디어 교육, 콘텐츠 교육, 문화예술교육지원센터 교육, 아카데미 교육 등 체계화)
  - 유형화(예): 아트센터 예술교육(시설과의 유기적 연계성), 인문, 콘텐츠 등 포함한 특강/워크숍/포럼 등의 융합형 예술·콘텐츠 교육, 체험과 창의력 제고를 위한 문화예술교육(문화예술교육지원센터), 수월성 중심의 아카데미 예술교육 등

#### ○ 미디어콘텐츠분야

- 방향: 미디어/독립영화 사업은 문화나 교육사업 차원에서도 진행될 수 있으나 미래에는 미디어콘텐츠의 중요성이 더욱 커질 것으로 보이는 전망을 감안하여 현재의 사업범주를 미디어콘텐츠센터의 영역으로 확대 검토
- 내용: 독립영화 지원 외 문화예술체험(공연/전시) 영상화, 콘텐츠별 브랜드화, 게임/메타버스 연계 콘텐츠사업 시도 등 트랜스미디어 스토리텔링 콘텐츠사업 다각화(영상/미디어 교육은 시설 등 측면에서 별도로 독립적 운영)
  - 문화재단 및 아트센터의 사업들과 전사적으로 연계되는 미디어콘텐츠센터로 육성(제작스튜디오, 송출 기능 등 포함)

#### 4) 아트센터 분야

- 방향: 기초 지방자치단체 설립 문화시설으로써 가장 중요한 역할은 한편으로 수준 높은 문화서비스를 시민들에게 제공함과 동시에 다른 한편으로 시민 및 지역 예술인들의 문화적, 예술적 성장을 돕는 것임. 이런 점에서 아트센터는 '시민 및 지역 예술인의 전문예술 경험 및 성장'을 돕는 '지역전문문화시설'로서 위상 정립. 아트센터는 문화재단 발전 계획 속에서 별도의 발전 계획 수립 필요
- 내용: 다음과 같은 활동 분야를 설정할 수 있음
  - 시민들의 예술 창작 역량 강화
    - 수월성을 중요한 기준으로 삼으면서 이를 '시민 복합문화시설'로서 역할 및 기능과 연계하여 운영
  - 지역 예술인 성장 지원
  - 제작 역량 강화: 시립예술단, 상주예술단체(향후 제도 도입) 등과 연계, 제작 역량 확보

#### 5) 인프라 분야

- 방향: 문화재단 및 아트센터 시설/공간을 시민에게 열린 공간이며 문화예술 발전을 체험할 수 있는 공간으로 개발
- 내용: 다음과 같은 사업 방향을 설정할 수 있음
  - All-line 서비스 환경 구축: 기술과 결합된 All-line(on/off) 예술 서비스 제공 환경 조성
    - 홈페이지, 지역 문화예술 기록정보관리시스템 및 문화예술자원 DB 구축에 기반한 지역문화 예술 플랫폼 서비스 제공 추진(온/오프라인 연계 스마트 관람 모델 개발)
  - 언택트 시대 새로운 방식으로 문화예술서비스를 제공할 수 있는 공간 및 시설 확보: 예술과 기술이 결합한 융복합 공연/전시가 가능한 시설/설비
  - 스마트 공연장 시스템 구축
  - 아트센터 공간(실내외)의 광범위한 개방과 활용도 제고
  - 코로나 시대 언택트 오프라인 관람 시스템 마련
    - 사회적 거리두기가 가능한 문화예술공간 확보(야외 포함)

### 3. 제도 개선 방안

#### 1) 법/제도 분야

- 방향: 문화재단 운영 및 사업에 대한 시민 참여를 활성화하고 사업 운영을 효과적으로 추진하기 위한 제도 도입
- 내용: 다음과 같은 내용을 검토할 수 있음
  - 시민 참여 및 의견 반영 구조 제도화



- 문화자치위원회와 연계하여 운영
- 사업 일몰제 도입: 계획한 기간을 지난 사업에 대해 일몰 적용 여부 검토하여 지속 추진 결정(참고. '성남시 시책 일몰제 운영 조례'[시행 2021.04.05.]

## 2) 평가 분야

- 방향: 성남 문화예술비전 2040의 효과적 추진을 위해 직원평가 시스템에 관련 내용 반영
- 내용: 평가 개선은 다음과 같이 검토할 수 있음
  - 성남 문화예술비전 2040에서 중요하게 강조되고 있는 사항들(혁신, 창의, 네트워크, 정보기반 등)에 대한 역량 평가 정성 평가 강화
    - 혁신 지향, 창의적 사고(리더십 역량), 업무네트워크 형성, 정보수집/관리(직무 역량) 등
  - 정량 지표로 구성되어 있는 업적 평가 중 성남 문화예술비전 2040과 관련된 내용을 지표에 보완하고 정성 평가 비중 보완(Output지표 중심에서 Outcome지표 보완)
    - 예: 시민참여 제고 정도, 아트센터 인지도 증가 정도, 예술인 지원 효과 정도 등



## 참고문헌

### □ 단행본 및 보고서

- 경기도(2020), 「경기도 시군별 장래인구 특별추계 2017~2037」
- \_\_\_\_\_(2021), “2021년 경기도 문화체육관광국 주요 업무계획”
- 경기문화재단(2020a), 「경기도 문화자원 총서 2020」
- \_\_\_\_\_(2020b), 「한눈에 보는 경기도의 문화자원 2020」
- \_\_\_\_\_(2021), “2021년 경기문화재단 종합경영계획”
- 경기문화재단·경기연구원(2019), 「경기도 문화예술진흥 중단기 종합계획 2020~2024」
- 고양문화재단(2021), “2021년도 경영목표 및 예산편성방향”
- 관계부처 합동(2020), “코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안”
- 관계부처 합동(2021), 「제1차 문화다양성 보호 및 증진 기본계획: 2021~2024년」
- 국정기획자문위원회(2017), “국정운영 5개년 계획”
- 권선영·황설화(2019), 「고양시 문화자원 현황 및 특성분석 연구」(고양시정연구원)
- 김영룡(2021), 「빅데이터를 이용한 코로나 시대 수도권 유동인구 네트워크 분석」(경기연구원)
- 김유빈(2020), “2050년 대한민국 미래예측과 국회가 주목한 11대 국가 개혁과제”, 「국가미래전략 Insight 1호」(국회미래연구원)
- 김혜인·김연진(2020), 「2020 문화예술 트렌드 분석 및 전망」(한국문화관광연구원)
- 문화체육관광부 새문화정책준비단(2018), 「문화비전 2030 사람이 있는 문화」
- 문화체육관광부(2020), 「제2차 지역문화진흥 기본계획 수립 및 평가연구」
- \_\_\_\_\_(2021a), 「2019년 기준 콘텐츠산업조사(콘텐츠산업 통계 조사)」
- \_\_\_\_\_(2021b), 「2020 전국문화기반시설 총람」
- \_\_\_\_\_(2021c), “2021년 업무계획”
- \_\_\_\_\_(2021d), 「전국문화기반시설 총람」
- 민보경 외(2020), 「한국인의 미래 가치관 연구」(국회미래연구원)
- 박지혜(2015), 「1인 가구의 문화소비지출행태 분석」(산업연구원)
- 부산문화재단(2021), “2021년도 경영목표 및 예산운영계획”
- 부천문화재단(2021a), “2021년도 부천문화재단 예산”
- 부천문화재단(2021b), “2021년도 주요 업무계획”
- 서울문화재단(2021), “2021년도 주요 경영목표”
- 서울시 정보기획관(2018) “서울 생활인구추계 매뉴얼”
- 성남문화재단(2009), 「5대 정책 2단계 4개년 발전계획 연구 보고서」
- \_\_\_\_\_(2013), 「성남시 생활예술공동체 네트워크 확산을 위한 중장기(2014~2020) 발전계획 연구」
- \_\_\_\_\_(2018, 2019, 2020), 「경영실적 보고서」

- \_\_\_\_\_(2019), 「고객만족도 조사」
- \_\_\_\_\_(2020a), “2020 경영평가자료”
- \_\_\_\_\_(2020b), “문화지구 제도와 지역문화 거버넌스”, 「도시문화이슈브리핑」, 2020.3
- \_\_\_\_\_(2020c), 「2020 성남예술인·예술단체 실태조사」
- \_\_\_\_\_(2021), “2021년도 주요업무 계획”
- 성남시(2014), 「성남비전 2020 장기종합발전계획」
- \_\_\_\_\_(2019), 「2019년 성남시 평생학습자원 조사·연구」
- \_\_\_\_\_(2020a), “성남 일반산업단지(성남하이테크밸리) 재생사업지구 현황 설명서”
- \_\_\_\_\_(2020b), 「2020 성남 생활인구 문화 욕구 파악 조사」
- \_\_\_\_\_(2020c), 「2035 성남 도시기본계획」
- \_\_\_\_\_(2020d), 「성남비전 2040: 장기종합 발전계획」
- \_\_\_\_\_(2020e), 「성남시 지역문화진흥 문화정책 중장기 발전방안 연구보고서」
- \_\_\_\_\_(2021a), “2021 주요업무계획”
- \_\_\_\_\_(2021b), “예산 기준 재정공시”
- \_\_\_\_\_(2021c), 「성남시 사회조사 보고서」
- 성남시·성남산업진흥원(2021), 「2020년 성남시 경제지표조사 보고서」
- 성영조 외(2018), 「4차 산업혁명 확산을 위한 판교테크노밸리 플랫폼 전략」(경기연구원)
- 손동기(2018), “프랑스 문화예술향유를 위한 지원정책 연구: 예술가 지원정책을 중심으로”, 「EU연구」, 50, 185-217
- 수원문화재단(2021a), “2021년도 수원문화재단 예산”
- 수원문화재단(2021b), “2021년도 주요업무계획보고”
- 신미식(2005), “U3A(the University of the Third Age)가 한국 노인교육에 주는 시사점”, 「평생교육학연구」, 11(3), 127-149
- 신하나·정세훈(2021), “온라인 시민참여에 영향을 미치는 요인에 대한 연구: 인구통계학적 요인, 개인 특성, 디지털 리터러시를 중심으로”, 「한국소통학보」, 20(4), 223-259
- 예술경영지원센터(2020), “2020년 12월 공연예술 통합전산망 월간리포트”
- 이보경(2019), 「2040년 장래인구 분포 전망 연구」(국토연구원)
- 이외희 외(2019), 「경기도 가구이동과 유입가구 특성에 관한 연구」(경기연구원)
- 인천문화재단(2021), “2021년도 경영목표 및 사업운영계획”
- 장석류(2021), “기초문화재단은 어떤 일을 하고 있을까”, 「웹진 예술경영 vol. 467」(예술경영지원센터)
- 조현승 외(2015), 「베이비붐 세대의 은퇴로 인한 소비구조 변화와 고령친화산업 활성화」(산업연구원)
- 한국콘텐츠진흥원(2017), 「글로벌 게임산업 트렌드」 2017.9
- 한국콘텐츠진흥원(2020), 「2020 해외 콘텐츠시장 분석」
- 한국콘텐츠진흥원(2021), 「콘텐츠산업 2021년 전망보고서」
- 한국지역문화정책연구소(2020), 「지역문화재단 통계 및 지표체계 개발 연구」

- 행정안전부(2020), “2020 지방출자출연기관 경영실적평가 결과”
- Blaise, J. (2018), “Voyage dans la politique culturelle a Nantes”, 『Le journal de l'ecole de Paris du management』, 3, 37-44
- Culture and Climate Change(2019), “World Cities Culture Forum Policy Series”
- Discover South Kensington(2016), “Creative Quarter”
- Toronto Music Advisory Council(2016), “Toronto Music Strategy”
- World Cities Culture Forum(2019), “Culture and Climate Change Report”

#### □ 신문기사 및 보도자료

- 경기일보(2021.08.16.), “성남시, 사통팔달 ‘교통혁명’ 가속화”
- 경인매일(2021.07.05.), “김포필하모닉오케스트라, AI×Human, 피아노로 만나다 공연 개최”
- 관계부처 합동(2020), “코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안”
- 국민일보(2020.07.25.) “3D 가상 무용수… AI 통한 안무… 테크, 예술 속으로 녹아들다”
- 뉴스와이어(2018.06.21.), “모리빌딩과 팀랩, 독특한 디지털 아트 뮤지엄 공동 개장”
- 매일경제(2020.01.16.), “20대 문화예술 성지로 부상한 미술관”
- 매일경제(2021.03.17.), “글로벌 경매 ‘큰 손’ 떴다…소더비, NFT 거래 시장 진출”
- 문화체육관광부 보도자료(2020.09.01.), “문화부, 내년도 예산안 6조 8,273억 원 편성”
- 서울경제(2021.07.05.), “LG전자 ‘최초 메타버스 갤러리’에 150만명 찾았다”
- 전자신문(2021.05.09.), “서울문화포털 개편…공연·전시 영상 집에서 즐긴다”
- 정보통신신문(2022.04.13.), “1719억 투입, 판교 게임·콘텐츠 특구 조성”
- 조선일보 비즈(2017.05.04.), “고흐가 광화문을 그렸다? 소름 돋는 인공지능의 그림…저작권은 누구 소유일까”
- 조선일보 비즈(2018.10.27.), “AI가 그린 초상화 5억원에 팔렸다”
- 조선일보 비즈(2021.10.18.), “NFT 광풍 ‘사상 최대 거래액’…메타버스 인프라로 부각”
- 조선일보 비즈(2021.11.26.) “[썰] 테슬라·삼성 사로잡은 ‘기회의 땅’ 美 텍사스의 매력”
- 조선일보(2021.07.26.), “국보 가치 훼손? ‘훈민정음 NFT’는 젊은 세대 끌어들이 전략”
- 한경경제(2019.10.28.), “성남이 한국의 미래…아시아실리콘밸리 프로젝트”
- 한국일보(2019.02.19.) “2019 지자체 평가, 높은 경쟁력 입증한 경기도… 5위 안에 4곳이나”
- ESG 행복경제연구소 보도자료(2021.10.05.), “국내 최초 전국 226개 기초자치단체 ‘ESG 평가등급’ 나와”
- LG CNS 블로그(2016.03.15.), “인공신경망이란 무엇인가”
- Parismatch(2021.03.17.), “Le top 20 des grandes villes où il fait bon vivre en 2021”
- World Economic Forum(2019.10.26.), “Doctors in Montreal can now prescribe a visit to an art museum”

#### □ 홈페이지(웹사이트)

- 강북문화재단, <http://www.gbcbf.or.kr>
- 경기문화재단, <https://www.ggcf.kr>
- 고양문화재단, <https://edu.artgy.or.kr>
- 관악문화재단, <https://gfac.or.kr>
- 광진문화재단, <http://naruart.or.kr>
- 국립현대미술관, <https://www.mmca.go.kr>
- 국립현대미술관 유튜브 채널, <https://www.youtube.com/user/MMCAKorea>
- 국민참여입법센터, <https://opinion.lawmaking.go.kr>
- 기후행동을 위한 박물관, <https://www.museumsforclimateaction.org>
- 낭트 메트로폴&시, <https://metropole.nantes.fr>
- 낭트와 낭트 메트로폴 문화 펀드 홈페이지, <https://www.fmc-nantes.org/le-fonds>
- 낭트 디지털 위크 홈페이지, <https://www.nantesdigitalweek.com>
- 대구광역시 중구청, <https://www.jung.daegu.kr>
- 대만 타이페이 디지털 아트센터, <https://dac.taipei>
- 도르트문트 U, <https://www.dortmunder-u.de/en/u>
- 디자인 뮤지엄, <https://designmuseum.org/creative-quarter>
- 디지털 문화센터 MEET, <https://www.meetcenter.it>
- 디지털 아트 뮤지엄 DAM, <https://www.dam.org>
- 레 마쉴 드릴, <https://www.lesmachines-nantes.fr/en>
- 로스엔젤레스 문화예술재단, <https://www.lacountyarts.org>
- 로얄 드 룩스, <https://www.royal-de-luxe.com/en>
- 로얄 알버트 홀, <https://www.royalalberthall.com>
- 로열 필하모닉 오케스트라, <https://www.rpo.co.uk/rpo-resound/strokestra>
- 링크워커, <https://www.linkworker.co.uk>
- 마포문화재단, <https://www.mfac.or.kr>
- 몬트리올 미술관, <https://www.mbam.qc.ca/en>
- 문화체육관광부, <https://www.mcst.go.kr>
- 법제처 국가법령정보센터, <https://law.go.kr>
- 부산문화재단, <http://www.bscf.or.kr>
- 부천문화재단, <https://www.bcf.or.kr>
- 빌 아트 앤 테크놀로지 센터, <https://beallcenter.uci.edu>
- 사우스뱅크 센터, <https://www.southbankcentre.co.uk>
- 서울문화재단, <https://www.sfac.or.kr>
- 서초문화재단, <https://seochof.or.kr/>
- 성남문화재단, <https://www.snart.or.kr>

- 성남시, <https://www.seongnam.go.kr>
- 성남시 상권 활성화재단, <https://www.smr.or.kr>
- 성남시의회, <https://www.sncouncil.go.kr>
- 성남시 통계 사이트, <https://www.seongnam.go.kr/stat>
- 성북문화재단, <https://www.sbculture.or.kr>
- 세계도시문화포럼, <http://www.worldcitiescultureforum.com>
- 수원문화재단, <https://www.swcf.or.kr>
- 스마트플레이스, <https://smartplaces.eu>
- 스위스 전자예술박물관, <https://www.hek.ch/en/ueber-das-hek>
- 스페인 예술 및 산업 창조 센터, <http://www.laboralcentrodearte.org>
- 씨어터 그린북, <https://theatregreenbook.com>
- 아르떼 365 홈페이지, <https://arte365.kr>
- 아르스 일렉트로니카, <https://ars.electronica.art>
- 아츠 어라우드(Arts Aloud), <https://artsaloud.wordpress.com>
- 앙기앵레벵, <https://www.cda95.fr>
- 양천문화재단 <https://yfac.kr>
- 영국 국립극장, <https://www.nationaltheatre.org.uk>
- 영국 인생학교, <https://www.u3a.org.uk>
- 영국 ICA, <https://www.ica.art>
- 예술과 미디어 기술 센터, <https://zkm.de/en/the-zkm>
- 예술청, <https://sap.sfac.or.kr>
- 오스틴 시, <https://www.austintexas.gov>
- 오스틴 시티 리미츠, <https://austincitylimits.com>
- 워커 아트센터, <https://walkerart.org>
- 위키피디아, <https://ko.wikipedia.org>
- 유네스코 창의도시 네트워크, <https://en.unesco.org/creative-cities>
- 은평문화재단, <https://www.efac.or.kr>
- 이토피아 문화 기술 센터, <http://www.zaragoza.es/ciudad/etopia>
- 인천문화재단, <https://ifac.or.kr>
- 일본 NTT 인터커뮤니케이션 센터, <https://www.ntticc.or.jp>
- 일본 디지털 아트 뮤지엄 팀랩 보더리스, <https://borderless.teamlab.art>
- 일본 모리미술관, <https://www.mori.art.museum>
- 종로문화재단, <https://www.jfac.or.kr>
- 지방재정 365, <https://lofin.mois.go.kr>
- 카르티에 데 스펙터클 홈페이지, <https://www.quartierdesspectacles.com/en>
- 캠브리지 야외 영화제, <http://cambridgefilmprojects.uk>
- 퀸즈 예술위원회, <https://www.queenscouncilarts.org>

- 킹스톤 예술위원회, <https://www.artskingston.ca>
- 터키 현대미술관, <https://www.arttr.org.tr>
- 테이트 익스체인지, <https://www.tate.org.uk/tate-exchange>
- 토론토 글로벌, <https://torontoglobal.ca/our-industries/digital-media-gaming>
- 토론토 미디어아트센터, <https://www.tomediaarts.org>
- 토론토 시, <https://www.toronto.ca>
- 토론토 예술위원회, <https://torontoartscouncil.org>
- 토론토 예술재단, <https://torontoartsfoundation.org/home>
- 토론토 창의도시, <http://www.torontocreativecity.ca>
- 토론토 피어슨 공항, <https://www.torontopearson.com>
- 퓨즈박스 페스티벌, <https://fuseboxfestival.com/about-fusebox>
- 프랑스 관광청, <https://kr.france.fr/ko/val-de-loire/article/50102>
- 한국문화관광연구원 문화예술지식정보시스템(ACKIS), <https://policydb.kcti.re.kr>
- 행정안전부 주민등록 인구통계, <https://jumin.mois.go.kr>
- 힐스보로 예술위원회, <https://www.hillsboroughartscouncil.org>
- DH News, <https://dailyhive.com/toronto>
- École normale supérieure - PSL, Département Géographie et Territoires, <http://www.geographie.ens.fr>
- FACT, <https://www.fact.co.uk>
- KOSIS 국가통계포털, <https://kosis.kr>
- KOTRA 해외시장뉴스, <https://dream.kotra.or.kr/kotranews/index.do>
- La folle Journée, <http://www.follejournee.fr>
- StartUp Here Toronto, <https://startuperetoronto.com>
- SXSW, <https://www.sxsw.com>
- The Space, <https://www.thespace.org>
- To do Canada, <https://www.todocanada.ca/city>
- Toronto Creative City, <http://www.torontocreativecity.ca>
- U-LEX, <https://www.ulex.co.kr>
- UNESCO Creative Cities Network, <https://en.unesco.org/creative-cities>
- VDOKUMENTS, <https://vdocuments.mx>



## 부록



## 부록 1 예술 활용 기후 변화 대응 도시 사례

### 런던 사례: 런던의 환경적 포부(Environmental Ambition)<sup>160)</sup>

- [런던의 환경적 포부(Environmental Ambition)]: 런던 시장은 2018년, 환경전략과 문화전략이라는 두 가지 새로운 전략을 런칭하였음
- 혁신과 협력 정신에 기반한 런던의 새로운 문화 전략의 핵심 공약은 수도의 사회적, 경제적, 환경적 과제를 해결하는 것임. ‘더 깨끗한 녹색 도시’(A Greener, Cleaner City)라는 타이틀에 하에 런던의 창조 산업은 폐기보다 자원 재사용과 재활용을 촉진하는 지속 가능하고 순환적인 경제를 지원하는 리더로 칭송받고 있음
- 런던의 창조적 프로그램 및 캠페인: 기후와 환경을 주제로 사람들의 참여를 독려하는 창의적인 콘텐츠 및 활동들은 다음과 같음
  - Illuminated River: 템즈강을 따라 있는 런던 중심부의 다리들에 에너지 효율이 높은 최신 조명기술로 대체함으로써 보다 지속가능하게 만들고, 지역의 안전을 도모하고자 함
  - Switch to Green: 런던 시장, 영국패션협회, 비비안 웨스트우드 여사가 ‘Switch to Green’ 캠페인을 위해 힘을 합침. 패션업계가 2020년까지 친환경 에너지 공급자로의 전환 등의 환경 측면에서의 조치를 취할 것을 요구하고 있음. 해당 캠페인은 2050년까지 런던을 탄소배출 제로 도시로 만들고자 하는 시장의 비전에 조응하여 개발된 캠페인임. 런칭 당시, 마크 앤 스펜서, 셀프리지스, 스텔라 매카트니 등 주요 디자이너와 리테일러들로부터 지지를 받았음
  - Film London: Good Energy 및 영화 산업과 협력하여 영화 및 TV 제작에 있어 재생 에너지를 공급하기 위한 타당성 조사와 시범 프로젝트를 수행하고 있음
  - National Park City Festival: 2019년 7월에 개최되는 National Park City Festival은 런던이 세계 최초의 국립공원 도시로 확정되는 것을 기념하고자 함. 페스티벌은 런던 시민들이 문화, 스포츠, 공동체 활동을 통해 야외 환경을 탐험하도록 촉진할 것이며, 파트너로는 국립극장(National Theatre), 오픈 시티(Open City) 및 내셔널 트러스트(National Trust)가 포함되어 있음

160) Culture and Climate Change Report(2019), “World Cities Culture Forum Policy Series”

### 뉴욕 사례: 뉴욕의 환경적 포부(Environmental Ambition)<sup>161)</sup>

- [뉴욕의 환경적 포부(Environmental Ambition)]: 뉴욕시는 배출 감축 목표를 파리협정에 맞추고자 하는 전략 및 지구 기온 상승을 1.5°C로 제한하고자 하는 포부를 발표한 첫 번째 도시였음. 시민 정체성에 의해 강화된 도시의 재정적, 정치적, 문화적 힘은 기후와 환경에 대한 행동을 주도할 수 있는 기반이 됨. 이는 OneNYC와 같은 이니셔티브 및 화석연료에서 연기금을 분리하는 결정 등을 통해 입증됨. 2019년 4월, Bill de Blasio 시장은 뉴욕시의 그린 뉴딜 정책을 발표, 기존 대형 건물들의 배출량 감소를 의무화하였음. 뉴욕시는 그들의 세계적인 예술 및 문화 공동체를 지속가능성 전환을 위한 글로벌 리더로서 위치시킬 기회를 갖게 되었다고 볼 수 있음
- [뉴욕의 창조적 프로그램 및 캠페인]: 뉴욕시는 직접 또는 파트너십을 통해 환경 주제 관련 다양한 공공 예술 및 참여 프로젝트에 자금을 지원하고 있으며, 내용은 다음과 같음
  - 뉴욕시 문화국(Department of Cultural Affairs)에서 감독하는 교육 프로그램. 미국 자연사 박물관(American Museum of Natural History), 야생 동물 보호 협회(Wildlife Conservation Society), 브롱스 동물원(Bronx Zoo), 브루클린 식물원(Brooklyn Botanic Garden), 뉴욕 식물원(New York Botanical Garden) 등이 함께 참여함. 주제는 도시 생태학, 가드닝, 환경 과학, 시를 포함함
  - Public Artists in Residence(PAIR): 시민 문제를 창의적으로 해결하기 위해 시 에이전시 에 예술가를 배치함
  - Red Hook Public Art Project on Climate Change: 공공예술 및 커뮤니티 참여 프로젝트임. 이를 통해 허리케인 샌디 발생 4주기에 추모하고, 기후 변화와 해수면 상승에 대한 관심을 촉구한 바 있음
  - The Climate Museum: 기후 박물관은 시장실(기후 정책 및 프로그램)과 협력하여 예술가 Justin Brice Guariglia의 야외 설치 작품을 선보임. 이 작품은 기후 변화의 지역적 영향, 타 도시 문제와의 연결, 도시의 기후 행동의 중요성, 시민 모두의 역할에 대한 이해를 증진시켰음
  - Swale: 예술가 Mary Mattingly의 해당 프로젝트는 뉴욕이 향후 어떻게 자급자족할 것인지, South Bronx에서 신선한 음식에 대한 접근성이 어떻게 향상될 수 있을지, 도시가 어떻게 공공 부지를 더 잘 활용할 수 있을지에 대해 질문을 던짐. 이 프로젝트는 뉴욕시 공원과 긴밀히 협력하고 있음
  - Daylight Hour: 문화국과 다수의 문화 기관들이 참여하는 세계적인 연례 일광 절약 캠페인에 참여하고 있음. 해당 캠페인은 뉴욕의 문화기관의 에너지 효율에 대한 투자 및 전등 대신 일광 사용을 장려함
  - 문화국의 #PoetweetNYC 트위터 시 연례 콘테스트: 전국 시의 달(National Poetry Month) 기간에 콘테스트가 열림. 최근 2018년의 테마는 지구의 날을 기리고 시의 Materials for the Arts programme 40주년을 기념하기 위한 환경 지속가능성이었음

161) Culture and Climate Change Report(2019), "World Cities Culture Forum Policy Series"

## 부록 2 주요 해외 디지털 아트센터 및 뮤지엄 사례

### 스위스, 바젤: 전자예술박물관(Haus der elektronischen Kunste, HeK)<sup>162)</sup>

#### ① 개요

- 전자예술박물관(Haus der elektronischen Kunste, HeK)은 미디어 아트 회사 플러그인(plug.in)과 Festival Shift-Festival of Electronic Art(2007년~2011년)가 합병하면서 2011년에 설립되었음
- 디지털 문화와 정보화 시대의 새로운 예술 형식에 관심을 가지고 공연 및 전시, 축제를 개최하며, 미디어 기술의 미학적, 사회정치적, 경제적 효과에 대한 창의적이고 비판적인 담론을 논하기 위한 다양한 프로그램을 진행함. 예술, 기술, 미디어 등에 대한 다학제적 접근 방식으로 전문가 및 일반 대중 모두 참여할 수 있는 다양한 주제를 다룸
- 정보 기술과 관련된 미적 관행(Art Practice)을 다룸으로써 변화하는 세상에 대한 이해력을 높이고, 21세기 문화예술의 시급한 문제에 대처하고 중재하여 전자 예술 및 디지털 문화예술의 허브로 자리매김하고자 함
- 디지털 아트 수집 방법론 연구를 통해 스위스에서 독특한 위치와 선구적인 역할을 수행하고 있음
- 미션 선언문
  - HeK는 스위스 예술, 기술 및 미디어 탐구 우수성의 중심에 있다. 학제 간 교차 접근 방식 내에서 시사문제에 역동적이고 유연하게 대응하고, 전문가와 일반 대중이 모두 접근할 수 있도록 하는 것에 중점을 둔다. 다양한 프로그램과 다수의 국제 및 국내 프로젝트 파트너들과 함께 HeK는 스스로를 전자 예술 및 디지털 문화 탐구의 허브로 칭한다

#### ② 주요 사업 및 특징

- 전시: 인터랙티브 미디어, 소프트웨어 기반 작품 및 네트 아트(Net Art)에 이르기까지 광범위한 미디어 아트와 다양한 디지털 형식의 작품을 보유하고 있음. 컬렉션의 초점은 기술적 형식이 아니라 사회적으로 관련된 주제와 관련된 질문을 하는 지 여부에 달려있음. 1990년 중반부터 스위스 예술가들의 작품으로 구성됨
- 공연: 시각예술, 음악, 연극, 무용, 공연, 디자인 등 예술과 미디어 및 기술을 융합한 다양한 공연 및 이벤트를 개최함
- 디지털 예술작품 보존 연구 사업: 미디어 아트 작품의 보존 작업을 수행하는 국제 네트워크와 협력하여, 테크노-컬처 환경에 맞춰 작품을 보존하고 선보일 수 있는 방안에 대한 연구 사업을 진행함
- 교육프로그램: 어린이, 청소년 및 성인, 아마추어, 전문가 그룹을 대상으로 예술, 미디어 및 기술 관련 실험적이고 실용적인 교육프로그램을 제공함

162) 스위스 전자예술박물관 홈페이지(<https://www.hek.ch/en/ueber-das-hek>)

## 일본, 도쿄: NTT 인터커뮤니케이션 센터(NTT InterCommunication Center, ICC)<sup>163)</sup>

### ① 개요

- 인터커뮤니케이션 센터(InterCommunication Center, ICC)는 일본 전화 통신 100주년을 기념하기 위해 1997년 NTT East Corp이 설립한 문화 시설로, 과학, 기술 및 예술 문화 간의 융합을 통해 전 세계 예술가와 과학자를 연결하는 네트워크 및 정보 교환의 중심지가 되는 것을 목표로 함
- 인터커뮤니케이션 센터의 개념적이고 실용적인 프레임워크의 개발은 시설이 개장되기 8년 전인 1990년부터 많은 예술 및 과학 관련 행사를 개최했으며, InterCommunication 저널을 발행하였음
- 가상현실, 인터랙티브 멀티미디어 등 미디어 아트 작품에 최첨단 기술을 도입하여 기존의 형식과 범주를 초월하는 다양한 전시회를 개최하고 있으며, 그 외에도 워크숍, 공연, 심포지엄, 출판물 등 실험적인 시도와 프로그램을 제공하고 있음

### ② 주요 사업 및 특징

- 미디어 환경의 다양성을 강조하는 전시회: 인터커뮤니케이션 센터는 현대 미디어 예술작품을 소개하기 위한 동영상 아카이브 HIVE와 입장료가 없는 구역에서 진행 중인 전시 시리즈 Open Space, 그리고 특정 예술가나 주제를 다루는 연례 전시회로 나뉘 전시를 개최함
- 새로운 개념과 실천을 위한 이벤트: 전시 중인 작품에 대한 이해를 돕기 위해 아티스트 토크 및 공연을 개최함. 강연회, 공개토론회, 공연, 심포지엄 등을 개최해 국내외 주요 인사들을 초청함
- 교육 활동: 모든 연령대를 위한 교육 활동을 제공하고 있음. 갤러리 투어를 통해 작품을 설명하고, 작가의 워크숍 및 세미나를 통해 특정 주제에 대한 교육과 토론장을 마련함. 그밖에도 공공 및 민간 부문의 미디어 관련 연구 및 개발 사례를 전시하는 포럼을 개최함
- ICC의 활동 기록 보관소 HIVE: 인터커뮤니케이션 센터는 동영상 아카이브 HIVE를 통해 컬렉션 전반에 걸친 영상아트 작품, 예술가, 과학자, 건축가 및 비평가와의 인터뷰, 이전 전시회 영상, 심포지엄, 토크, 라이브 이벤트 등을 볼 수 있는 시각적 아카이브를 제공하고 있음. 또한 센터의 수많은 활동은 팟캐스팅, 블로그, 웹 프로젝트 등의 채널을 통해 온라인으로 참여가 가능함

163) 일본 NTT 인터커뮤니케이션 센터 홈페이지(<https://www.ntticc.or.jp>)

## 스페인, 히혼(Gijón): 예술 및 산업 창조 센터(LABoral Centro de Arte y Creación Industrial)<sup>164)</sup>

### ① 개요

- 예술 및 산업 창조 센터(LABoral Centro de Arte y Creación Industrial)은 기술 문화 분야를 강화하여 미래를 위한 대안 모델을 구현하기 위해 아스투리아스 공국 정부의 이니셔티브에서 등장한 기업, 민간기업, 기관이 모여 설립한 비영리 민간재단임
- 건축가 Luis Moya가 1950년대에 설계한 Universidad Laboral 건물로 2007년 3월 30일 창립 이래로 스페인 및 유럽의 수많은 기관과의 협력 네트워크를 구축하고 있음
- 정보 통신 기술(ICT)에 기반을 둔 새로운 형태의 문화를 생산, 보급 및 촉진하는 다학제적 종합 기관으로 예술가와 창작자들이 예술 및 산업 창작 환경에서 혁신적 프로젝트를 개발할 수 있도록 환경과 시설, 네트워크를 지원하며, 일반 대중도 예술과 신기술, 산업 창조를 모두 체험할 수 있도록 다채로운 교육 프로그램을 진행함

### ② 주요 사업 및 특징

- 전시 및 공연: 전시·공연·발표회 등을 통해 현대 예술작품을 경험할 수 있는 기회를 제공함. 아래와 같은 다수의 저명한 국제기관과 공동 제작을 수행함
  - ZKM, Karlsruhe Banquet; Centre Pompidou, Paris, Electric Nights; TBA-21, Pasajes; 동영상 박물관, 게임월드 및 플레이웨어; Ars Electronica; CA2M Dos de Mayo Art Center, 마드리드, Auto. Dream & Matter 및 실험 스테이션 ; 마르코 비고, 액티브 프레즌스 등
- 생산 및 연구
  - Plataforma Cero: 현대 미술 및 기타 문화 프로젝트 제작 센터를 운영하여 예술가, 제작자가 창작활동을 위해 장비와 리소스를 사용할 수 있도록 지원함
  - fabLAB 아스투리아스: 실제 및 가상 프로토타입을 만들기 위한 첨단 디지털 제작 기계를 갖춘 연구, 교육 및 생산을 위한 공간을 운영하여, 창작자, 작업 그룹 및 교육자를 위한 기술 지원, 컨설팅, 리소스 및 인프라를 구축함
  - Audio Visual 연구소: 디지털 및 오디오 비디오의 녹음, 편집 및 프로덕션 및 포스트프로덕션을 위한 장비가 구축된 연구소를 운영하여 신작 창작 및 예술적 연구를 지원함
  - 레지던시 프로그램: 창작자에게 기술 지원 및 아티스트 개발 등의 업무를 진행함
- 교육 및 강연 프로그램
  - 학교, 교육 센터 및 일반 대중을 위한 토크, 워크숍, 회의, 컨퍼런스, 심포지엄 등을 운영함. 새로운 교수법과 획기적인 형식을 제공하고자 함
  - 지역 대학과의 협업(Universitat Oberta de Catalunya, UOC)으로 국제적 주요 논쟁점을 다루고 학제적 관점에서 현대 문화를 이해하고 참여하도록 촉진함

164) 스페인 예술 및 산업 창조 센터 홈페이지(<http://www.laboralcentrodearte.org>)

## 대만, 타이페이: 타이페이 디지털 아트센터(Digital Arts Center, DAC)<sup>165)</sup>

### ① 개요

- 타이페이 디지털 아트 센터(Digital Arts Center, Taipei, DAC)는 2009년에 설립되었으며, 타이페이시 문화부에서 위임한 조직인 디지털 아트 재단에서 운영하고 있음
- 2018년부터 대만 시각 예술 협회(AVAT)가 직접적인 운영을 맡아 풍부한 자원과 예술에 대한 실질적인 경험을 활용하여 디지털 전시를 홍보하고 현지인과의 연결을 강화하였음. 디지털 아트 연구 개발을 촉진하고 실험하는 것을 주요 목표로 두고 있음
- 예술가들이 우수한 디지털 아트 프로젝트를 구현하고 전시할 수 있도록 다양한 전문 분야의 전문가와 작업, 협업할 수 있는 플랫폼을 제공하고 있음. 학술 기관, 산업, 미술관 관리 및 창작 예술 등 분야의 전문가가 참여하여 산업 간, 플랫폼 간 및 지역 간 협력을 통한 공연·전시 프로젝트를 통해 디지털 기술과 예술의 융합 개념을 실현하고자 함
- 디지털 예술 진흥을 위해 매년 6개의 전시회, 타이페이 디지털 아트 페스티벌, 20개 이상의 포럼과 워크숍을 개최하고 있음

### ② 주요 사업 및 특징

- 전시회: 디지털 아트 작품을 발굴하고, 다양성을 갖춘 디지털 아트의 발전을 촉진할 수 있도록 전시를 개최함
  - 2021년 '복수의 장면': 라이브 아트 설치 작품으로 라이브 스트리밍, 증강현실, 기계 학습을 활용하여 1980년대 사회 리얼리즘 영화와 (여성)착취 영화의 역사를 표현함
  - 2021년 '99%의 진실': 설치와 공연을 결합하여 관계를 탐구하는 작업을 시도함
- 디지털 아트 페스티벌: 타이페이시 문화국이 주최하는 디지털 아트 페스티벌로 2006년 시작되어 매년 개최됨. 올해는 12월 10일~19일 동안 “끊임없는 피난처(Borderless Shelter)”를 주제로 시먼 레드 하우스와 타이페이 디지털 아트 센터에서 온라인 전시와 실물 전시로 나누어 총 21명의 작가/단체를 초청해 인터넷 등장 이후 20년을 탐험할 예정임

165) 대만 타이페이 디지털 아트센터 홈페이지(<https://dac.taipei>)



## 일본, 도쿄: 모리미술관(Mori Art Museum)<sup>166)</sup>

### ① 개요

- 일본 롯폰기 힐즈 모리 타워 꼭대기 53층에 위치한 모리미술관(Mori Art Museum)은 독자적인 시각으로 아트와 건축 등 다양한 기획전을 개최하고 있는 국제적인 현대 아트 미술관임
- 모리미술관은 예술이 삶의 모든 측면과 관련되는 풍요롭고 활기차고 균형 잡힌 사회를 실현하도록 격려하는 “Art + Life”의 원칙을 기반으로 전 세계의 최첨단 시각 예술, 건축, 디자인 및 기타 창의적 실천 방식을 제시하고자 함
- 지역 예술을 장려하고 개별 문화적 배경을 이해하며, 더 넓은 글로벌 맥락에서 새로운 트렌드를 포지셔닝함으로써 일본과 더 넓은 아시아 태평양 지역의 현대 미술 센터로서 중요한 역할을 하고자 함
- 모리미술관은 전시뿐만 아니라 다양한 학습 프로그램을 통해 사회와 문화에서 중요한 것이 무엇인지 지속적으로 소통할 수 있는 즐거움, 자극, 토론의 장소를 만들고자 함. 어린이, 학생, 성인 및 노인에 이르기까지 지역사회의 다양한 청중을 참여할 수 있는 다양한 프로그램을 제공하고 있음
- 모리미술관 및 전망대, 모리 아트센터 갤러리, 뮤지엄 샵, 뮤지엄 카페 및 레스토랑을 운영하고 있음

### ○ 미션

- 오늘날의 글로벌 세계에서 사람 및 정보와의 소통은 다른 지역들의 문화와 역사로부터 심도 있게 배울 수 있는 기회와 새롭고 더 다양한 방식의 삶을 기릴 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 환경 속에서 새로운 가치 창조의 풍부한 원천인 예술의 역할과 인접한 창조 활동이 점차 중요해지고 있다

### ② 주요 사업 및 특징

#### ○ 모리미술관의 전시회

- 기획 전시와 MAM Collection, MAM Screen 시리즈를 기획함
- 2021년 기획전시 <또 다른 에너지: 계속 도전하는 힘>: 세계 70대 이상 여성 아티스트 16인의 이야기를 집중 조명하여, 회화, 영상, 조각, 대규모 설치, 퍼포먼스 등 총 130여 점의 작품을 선보임
- MAM Collection은 일본을 포함한 아시아 태평양 지역의 현대 미술에 중점을 둔 모리 미술관의 영구 컬렉션으로 현재 약 400점으로 구성되어 있음
- MAM Screen 시리즈는 영화 및 비디오 아트 작품의 온라인 상영 프로그램임

#### ○ MAM Digital

- 전시 및 학습 프로그램, 모리미술관의 활동 기록뿐만 아니라 온라인 토크, 심포지엄, 갤러리 전시 투어 및 워크숍, 영화 등을 상영하는 온라인 학습 플랫폼을 운영 중임

#### ○ 모리 아트센터 갤러리

- 롯폰기 힐즈 모리 타워 52층 전망대에 인접한 아트 스페이스로 세계 유수의 박물관 작품, 만화, 애니메이션과 영화, 세계의 패션과 디자인 등 다양한 주제에 대한 전시회를 개최함

166) 일본 모리미술관 홈페이지(<https://www.mori.art.museum>)

167) 일본 디지털 아트 뮤지엄 팀랩 보더리스 홈페이지(<https://borderless.teamlab.art>)

모리 빌딩 디지털 아트 뮤지엄: 팀랩 보더리스 사례<sup>167)</sup>

- 모리 빌딩 디지털 아트 뮤지엄: 팀랩 보더리스(MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: teamLab Borderless)'는 도시건축 개발회사인 모리빌딩(Mori Building)과 디지털 아트 예술가 집단인 팀랩(teamLab)이 협업한 디지털 미술박물관임
- 팀랩(teamLab): 2001년에 결성된 팀랩은 다양한 분야에 걸친 울트라 테크놀로지스트들의 모임으로 예술, 과학, 기술, 디자인, 자연 세계가 한데 어우러지는 세계를 만드는 것을 지향하고 있음. 예술가, 프로그래머, 엔지니어, 컴퓨터그래픽 전문가, 수학자, 건축가 등 다양한 분야의 전문가들이 팀랩을 구성하고 있음
- 5개 구역으로 나뉘어진 1만평방미터 넓이의 공간에 50개에 달하는 인터랙티브 미술작품을 전시하고 있음. 인터랙티브 미술작품은 작품 간에 분명한 경계가 없다는 점이 특징인데 일부 작품은 전시실을 벗어나 복도에까지 연결되고 어떤 것은 다른 작품과 혼재하며 또 어떤 것은 다른 작품과 자연스럽게 합쳐져 다채로운 경험을 선사함

터키, 이스탄불: 현대미술관(Arter)<sup>168)</sup>

## ① 개요

- Vehbi Koc재단의 자회사인, Arter는 터키 이스탄불의 현대미술관으로 2010년 현대 미술을 장려하기 위해 설립되었음. 2010년~2018년간 출판물, 강연, 공연 및 워크숍과 함께 35회의 전시회를 개최하였고, 183개의 작품 제작을 지원함
- 2019년 9월 이스탄불의 Dolapdere 지역으로 옮겨 Grimshaw Architects가 설계한 새 건물로 이전에 다양한 분야의 공연과 이벤트를 전시하고 프로그램 범위를 확장함. 현재, 18,000㎡의 실내 공간을 가지고 있으며 전시 갤러리, 공연장, 학습 공간, 도서관, 예술 서점 및 비스트로를 운영하고 있음

## ② 주요 사업 및 특징

- 컬렉션 및 전시
  - 2007년에 시작된 Arter Collection은 전 세계 현대 미술의 참신한 아이디어, 담론 및 경향을 바탕으로 약 400명의 예술가들의 1,300여 점의 작품을 소장함(2021년 기준)
  - 컬렉션에는 1960년대부터 현재까지의 작품이 포함되어 있으며 회화, 드로잉, 조각, 인쇄, 사진, 영화, 비디오, 설치, 사운드, 조명 및 퍼포먼스 기반 작업에 이르기까지 다양한 매체를 포함함
- 공연 프로그램
  - 국내외 예술가, 큐레이터 및 다양한 기관과 협력하여 공연 예술, 클래식, 현대 및 전자 음악, 영화, 공연 및 디지털 예술 분야의 혁신적인 프로그램을 개최함
- 학습 프로그램
  - Arter의 학습 프로그램은 예술을 통해 현 시대를 해석하는 과정과 활동을 제시함. 토크, 패널, 워크숍, 세미나 및 전시 투어 외에도 2개의 장기 프로그램인 Teen Council 및 Arter Research Programme을 제공함
  - 모든 사람이 창작 과정을 즐길 수 있는 기반을 제공하기 위해 다양한 맥락과 관객의 일상 생활 사이의 상호 관계를 탐구하여 현대 미술에 대한 탐구를 촉진하고, 방문객 친화적인

뉴스와이어(2018.06.21.), “모리빌딩과 팀랩, 독특한 디지털 아트 뮤지엄 공동 개장”(https://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=871125)

프로그램을 제공해 아티스트와 관객 간의 지속적인 연결을 구축하려고 함

○ 간행물 발간

- Arter는 현대 미술에 대한 담론을 심화하기 위해, 독창적인 연구를 장려하고 2개 국어(터키어 및 영어)로 간행물을 출판하는 등 해당 분야의 지식 생산과 현대예술사 발전에 기여하고자 함

## 디지털 뮤지엄 및 디지털 문화센터: DAM<sup>169)</sup> 및 MEET<sup>170)</sup>

### ① 디지털 아트 뮤지엄 DAM

- 디지털 아트 뮤지엄 DAM은 2000년에 설립된 디지털 아트 아카이브 플랫폼으로 지난 20년간 디지털 아트의 혁신과 실험에 대해 탐구하여 기사, 참고 문헌 및 인터뷰 등 다양한 배경 정보를 포함한 디지털 아트 작품의 정보를 수집하고 제공하는 온라인 박물관의 역할을 함
- 독일 비스바덴과 영국 런던에서 갤러리스트였던 Wolf Lieser에 의해 설립 및 개발되었으며, 전문가 패널의 조언을 받아 디지털 창의성을 둘러싼 예술적 실천과 성찰에 대한 아카이브를 지속적으로 제공하고 있음

### ② 디지털 문화센터 MEET

- MEET는 디지털 문화와 창의적인 기술을 바탕으로 전시회, 강연, 워크숍, 교육 활동 및 창의적인 서비스 등을 제공하는 이탈리아 밀라노의 디지털 문화센터로 각종 디지털 경험을 제작하고 보급할 수 있는 물리적, 가상공간을 운영함
- 2018년 2월에 설립되어 2020년 10월 새로운 미디어 공간으로 재설계를 통해 3층 건물 총 1,500평방미터를 확보하며, 200석 규모의 극장과 몰입형 룸, 갤러리, 스튜디오 등을 보유하고 있음

168) 터키 현대미술관 홈페이지(<https://www.arter.org.tr>)

169) 디지털 아트 뮤지엄 DAM 홈페이지(<https://www.dam.org>)

170) 디지털 문화센터 MEET 홈페이지(<https://www.meetcenter.it>)

## 부록 3 성남시 문화예술 관련 조례

법규명	종류	담당부서	공포일자	제/개정	목적
성남문화원 지원 및 육성에 관한 조례	조례	문화예술과	2016.12.21	제정	「지방문화원진흥법」 제3조 제1항 및 제19조에 따라 성남문화원을 지원·육성하기 위하여 필요한 사항을 규정
성남시 도시역사문화 아카이브 구축 및 운영 조례	조례	문화예술과	2019.05.13	제정	성남시 도시역사문화를 체계적으로 조사, 수집, 구축하고 미래를 향한 문화적 자산으로 활용하도록 하여 주민의 문화적 생활 향상에 이바지
성남시 무형문화재 보존 및 지원에 관한 조례	조례	문화예술과	2010.12.20	제정	「문화재보호법」 제41조 및 제72조에 따라 성남시 무형문화재의 전통을 보존하고 세계적 문화유산으로 육성하기 위하여 지원에 필요한 사항을 규정
성남시 무형문화재 보존 및 지원에 관한 조례 시행규칙	규칙	문화예술과	2013.11.13 2016.06.20	제정 일부개정	「성남시 무형문화재 보존 및 지원에 관한 조례」의 시행에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 문화도시 기본 조례	조례	문화예술과	2019.07.15	제정	성남시를 문화도시로 구현하는데 필요한 기본적인 사항과 「지역문화진흥법」에서 위임한 사항 및 그 시행을 위하여 필요한 사항을 규정함으로써 성남시민의 문화적 삶의 질을 향상시키고 시민의 문화행복을 실현하는 것
성남시 문화상 조례	조례	문화예술과	1984.03.03 2019.09.09	제정 일부개정	성남시 문화·예술·교육 및 체육발전에 기여한 공적이 현저한 시민에게 성남시 문화상을 수여하기 위하여 필요한 사항을 규정
성남시 문화상 조례 시행규칙	규칙	문화예술과	1984.03.03 2017.09.01	제정 일부개정	「성남시 문화상 조례」(이하 “조례”라 한다)의 시행에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 문화예술교육 지원 조례	조례	문화예술과	2016.06.20	제정	「문화예술교육 지원법」 및 같은 법 시행령에 따라 성남시 문화예술교육의 진흥 및 이를 지원하는데 필요한 사항을 규정
성남시 문화예술진흥 조례	조례	문화예술과	2015.10.12	제정	「문화예술진흥법」 및 「지역문화진흥법」에 따라 문화예술 진흥을 위한 사업과 활동을 권장하고 이를 적극 보호·육성하여 시민의 문화예술 향유권 보장 및 삶의 질 향상에 기여
성남시 문화예술후원 활성화 지원에 관한 조례	조례	문화예술과	2020.12.14	제정	성남시의 문화예술분야 후원을 활성화하는데 필요한 사항을 규정
성남시 문화의집 설치 및 운영 조례	조례	문화예술과	1999.08.09 2019.09.09	제정 일부개정	「지방자치법」 제144조 및 「문화예술진흥법」 제3조에 따라 지역주민의 문화복지 향상을 위하여 문화의집을 설치하고 그 운영에 관한 필요한 사항을 규정
성남시 문화의 집 설치 및 운영 조례 시행규칙	규칙	문화예술과	2000.02.14 2016.05.02	제정 일부개정	「성남시 문화의 집 설치 및 운영 조례」에서 위임된 사항과 시행에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 문화재단 설립 및 운영에 관한 조례	조례	문화예술과	2004.06.07 2021.12.13	제정 일부개정	문화예술 진흥과 문화복지 발전을 위하여 성남시문화재단(이하 “재단”이라 한다)을 설립하고 그 운영에 필요한 사항을 규정

법규명	종류	담당부서	공포일자	제/개정	목적
성남시 장애인 문화예술 활동 지원 조례	조례	문화예술과	2021.06.21	제정	「문화예술진흥법」과 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」에 따라 성남시 장애인 문화예술 활동을 장려·지원하여 장애인의 문화예술 활동 활성화와 문화적 권리 증진을 도모
성남시 청소년 문화의집 설치 및 운영 조례	조례	교육 청소년과	2000.05.12 2013.08.02	제정 일부개정	「청소년기본법」 제18조 및 「청소년활동진흥법」 제11조의 규정에 의하여 미래사회의 주역이 될 청소년의 건전한 문화예술활동을 적극 보호·육성하기 위하여 성남시청소년문화의집(이하 “문화의집”이라 한다)을 설치하고 그 운영에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 청소년 문화의 집 설치 및 운영 조례 시행규칙	규칙	교육 청소년과	2000.02.14 2016.06.20	제정 일부개정	「성남시 청소년 문화의 집(이하 “문화의 집”이라 한다) 설치 및 운영 조례」(이하 “조례”라고 한다)에서 위임된 사항과 시행에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 향토문화재 보호 조례	조례	문화예술과	2013.12.09 2016.06.20	제정 일부개정	선대로부터 전하여 오는 문화재를 보호 관리하는 데 필요한 사항을 규정함으로써 지역문화 발전에 기여
성남시 공공예술활성화 및 지원에 관한 조례	조례	문화예술과	2015.04.13	제정	주민의 문화예술 활동 및 창작 욕구를 증진함으로써 지역공동체의 유대강화와 주민의 건전한 공공예술 활동에 이바지
성남시 박물관 건립추진위원회 설치 및 운영 조례	조례	문화예술과	2007.05.03 2019.07.15	제정 일부개정	성남시 박물관(이하 “박물관”이라 한다) 건립에 관한 중요사항을 심의·자문 하기 위하여 「지방자치법 시행령」 제80조의 규정에 의하여 성남시 박물관 건립추진위원회(이하 “위원회”이라 한다)를 설치하고, 그 운영 등에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 시립예술단설치 조례	조례	문화예술과	1995.01.12 2019.07.15	제정 일부개정	시민의 정서함양과 지역 문화예술 창달을 위한 성남시시립예술단의 설치 및 운영에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 시립예술단설치 조례 시행규칙	규칙	문화예술과	1995.04.07 2017.12.05	제정 일부개정	「성남시 시립예술단설치 조례」에서 위임한 사항과 그밖에 예술단 운영에 필요한 사항을 규정
성남시 시립예술단 단원 복무 규정	훈령	문화예술과	2009.12.07 2021.12.20	제정 일부개정	「성남시 시립예술단설치 조례」 및 같은 조례 시행규칙에 따라 성남시 시립예술단 단원의 복무에 관한 사항을 규정
성남시 시민헌장 조례	조례	문화예술과	1973.07.01 2011.12.16	제정 일부개정	우리 성남은 남한산성 아래 탄천벌에 자리한 호국정신의 역사적 고장이다. 우리는 생명존중의 정신과 진취적 기상으로서 화합하여 쾌적한 복지도시를 건설한다. 우리와 후손들이 한결같이 이 땅에서 행복하게 살아가기 위하여 다음을 실천한다. 1. 서로 믿고 돕는 정다운 이웃이 된다. 1. 예절을 지키고 올바르게 살아간다. 1. 알뜰하게 생활하며 열심히 일한다. 1. 문화유산을 가꾸고 살기 좋은 환경을 만든다. 1. 내 고장을 사랑하며 새 시대를 열어간다.
성남시 여성합창단 지원 조례	조례	문화예술과	2008.04.30 2015.10.12	제정 일부개정	지역 문화예술진흥 및 주민정서함양을 위하여 성남시에서 활동 중인 여성합창단에 대한 지원사항을 규정

법규명	종류	담당부서	공포일자	제/개정	목적
성남시 예술인 복지 증진에 관한 조례	조례	예술정책과	2021.02.19	제정	성남시 예술인의 지위와 권리를 보호하고 예술인의 복지 증진에 관한 사항을 규정하여 예술인의 창작활동을 활성화하고 문화예술 발전에 이바지
성남시 판교박물관 관리 및 운영 조례	조례	문화예술과	2013.04.01	제정	「박물관 및 미술관 진흥법」 제12조에 따라 설립한 성남시 판교박물관의 관리와 운영에 필요한 사항을 규정
성남시 판교박물관 관리 및 운영 조례 시행규칙	규칙	문화예술과	2013.11.13 2017.12.05	제정 일부개정	「성남시 판교박물관 관리 및 운영 조례」의 시행에 관하여 필요한 사항을 규정
성남시 지역 축제 지원	조례	관광과	2008.06.13 2019.07.15	제정 일부개정	성남시의 각종 축제의 효율적인 추진 및 이를 통한 경쟁력 있는 지역축제의 육성·발전을 위하여 필요한 지원 및 운영에 관한 사항을 규정

---

## 성남 문화예술비전 2040 연구

---

발 행 일 2021. 12.

발 행 처 (재)성남문화재단

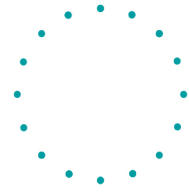
발 행 인 이 사 장 은수미

편 집 인 대표이사 노재천

기획총괄 경영국장 최현희

기 획 미래전략부장 심보미, 과장 이경재, 황준기, 조한별, 박효정

---



# 성남 문화예술비전 2040

