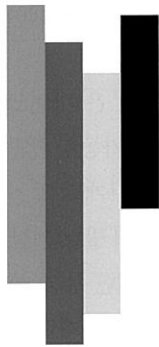


문화바우처 제도가 문화콘텐츠산업에 미치는 영향



기고 | 정세일(유펠러스연구소 연구위원)

국민 여가 생활의 명과 암

통계청의 '2011년 사회조사'에 따르면, '앞으로 하고 싶은 여가 활동'의 질문에 가장 높은 비중을 차지한 것은 '여행'으로 나타났다. 여행에 이어 가장 높은 비중을 차지한 것은 '문화예술관람'이었다. 2009년 응답과 비교하면 여행의 비중은 여전히 가장 큰 비중을 차지했으나 응답 비중은 소폭 하락했다. 이에 비해 문화예술관람은 비중이 약간 증가했다. 이와 같은 응답에서 미루어보면, 국민들의 문화예술관람에 대한 관심의 폭이 높아지고 있음을 확인할 수 있다.

이러한 문화예술관람에 대한 국민의 관심이 높아지는 것처럼, 공연이나 전시의 횟수도 늘었다. 한국문화예술위원회의 「문예연감」에 따르면 2009년 1만6496회에서 2010년 2만8864회로 거의 두 배 정도로 증가했다. 생활이 점차 여유로워지고 다양한 영역에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있게 되면서, 앞으로도 문화예술관람에 대한 국민의 관심 정도는 점차 확대될 것으로 예상된다.

하지만 국민이 희망하는 여가생활과 실제로 이루어지는 여가생활과는 괴리가 있음을 최근 서울시가 발표한 '통계로 보는 서울시민의 여가생활'에서 확인할 수 있다. 실제로 희망하는 여가 생활의 대부분은 여행과 문화예술관람, 자기계발이지만 실제로 이루어지는 여가생활은 게임이나 인터넷, 가사일, 단순 휴식이며, 특히 가장 큰 비중을 차지하는 것은 TV 및 DVD 시청으로 실내에서 이루어지는 여가생활이 대부분이었다. 이상적으로 생각하는 여가 생활은 '야외활동형 및 자기발전형'이었으나 실제 여가 생활은 '실내형'으로 나타난 주요 이유는 경제적 부담이 가장 높은 것으로 확인됐다. 결국, 여가 생활을 위해서는 경제적인 지출이 함께 이루어져야 한다는 것을 반증한다고 할 수 있다.

여가생활을 위해서 경제적인 여유는 필수적인 부분이라고 할 수 있을 것이다. 하지만 일부 국민들은 경제적 여유를 충족시키지 못하는 환경에 따라 문화예술영역의 여가 생활을 누리지 못하고 있다. 이러한 환경을 국가적인 차원에서 해소하기 위하여 복권 기금의 후원을 받아 문화체육관광부, 한국문화예술위원회 및 16개 광역시도에서 '문화바우처' 제도를 시행하고 있다.

문화바우처 제도의 개념

문화바우처 제도는 쉽게 말해, 사회적·경제적·지리적인 어려움으로 인해 문화예술을 향유하지 못하고 있는 소외계층에게 공연·전시·영화·도서 등의 문화예술프로그램의 관람료 및 음반, 도서 구입비를 지원하는 ‘문화복지 프로그램’이라고 할 수 있으며, 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 지방자치단체 주최로 각 16개 광역시도의 주관으로 운영되고 있으며, 복권위원회의 후원으로 문화바우처 제도는 운영되고 있다.

현재 주요 사업대상자는 크게 3가지로 구분할 수 있다. 첫 번째 대상자는 저소득층이며, 이를 조금 더 세분화하면 기초기초생활수급자 및 법정차상위계층 - 차상위자활, 차상위장애인, 차상위본인부담경감대상자, 차상위한부모가족, 차상위 우선돌봄, 장애인연금 ‘부가급여’ 수급자 중 차상위계층이며 각 가구당 5만원이 지원되고 있다. 두 번째 대상자는 지원 대상 가구 내의 만 10~19세 청소년(본인이 기초생활수급자 및 차상위대상자)으로 1인당 5만원이 지원된다. 세 번째 대상자는 복지시설 거주자이면서 기초생활 수급자 및 차상위대상자로 1인당 5만원이 지원된다. 이렇게 지원되는 규모는 각 가구당 최대 7장의 카드, 총 35만원이 최고 한도이다.

문화바우처는 ‘카드바우처’, ‘기획바우처’, ‘나눔티켓’ 등의 형태로 지원된다. 카드바우처는 위의 사업대상자에게 발급되는 1장당 5만원 상당의 금액이 부여되며 온오프라인에서 사용이 가능한 것이 특징이며, 사용자의 선택권 보장과 편리한 사용을 위해 2011년부터 도입되어 시행되고 있다.

기획바우처는 문화카드를 이용하고 힘든 환경에 있는 계층에게 카드 1장에 해당하는 금액만큼의 공연 관람 서비스를 제공하는 것으로 해당 수혜자를 공연장(전시장)까지 직접 초청하는 ‘모셔오기 서비스’, 중증 장애인·재가 노인 등 외부 출입이 어려운 대상자 등을 위한 맞춤형 방문 프로그램인 ‘재가 서

비스’, 장애인·도서지역 및 농촌, 산간 벽지 지역민을 대상으로 운영되는 문화체험 프로그램인 ‘지역별 고유 프로그램’이 있으며, 카드바우처를 소지한 대상으로 이루어지는 ‘플러스 서비스’ 등이 기획바우처 제도의 유형이라고 할 수 있다.

문화바우처는 크게 카드바우처와 기획바우처로 구분할 수 있지만, ‘나눔티켓’도 소외계층을 대상으로 문화예술분야의 관람을 증대하여 문화향수권의 증대와 창의성 계발을 돕고 있다. 나눔티켓은 문화카드 소지자의 나눔회원과 초중고 학생, 교사 및 교직원, 참여단체 임직원의 배움회원의 두 종류로 구성된다. 각 회원 모두 50~80%의 할인티켓을 구매할 수 있으며, 나눔회원은 무료티켓을 이용할 수 있다.

이와 같은 문화바우처 제도는 현재, 문화바우처 홈페이지(www.cvoucher.kr)에서 자세한 내용을 확인할 수 있다.

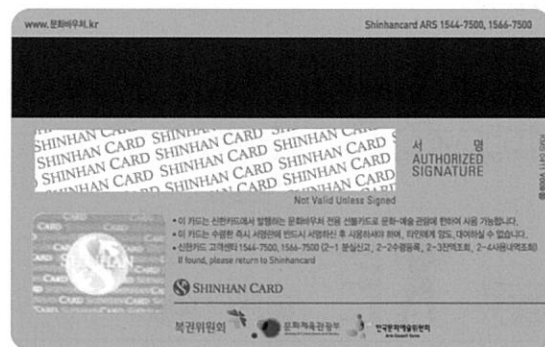
해외 문화바우처제도의 사례

문화바우처 제도는 소외된 계층을 대상으로 문화예술분야를 이용할 수 있는 기회를 확대하는 제도로 이미 해외에서도 전 국민을 위해 문화, 스포츠, 관광 등의 영역에서 이용되어 왔다.

영국은 노동당 정부의 주도 아래에 ‘모두를 위한’ 문화 및 예술 정책을 주창해왔으며, 특정한 그룹이나 대상에 한정된 혜택보다는 전 국민을 대상으로 제도의 시행을 지속해왔다. 특히, 바우처 제도를 통한 1회성 지원보다는 회원권 등과 같은 제도를 통해 지속적인 지원을 위한 노력을 해왔다. 특히, 국립박물관이나 미술관의 경우에는 1997년부터 전면 무료로 개방했으며, 전 국민 더 나아가 영국을 방문한 전 관광객을 대상으로 한 혜택을 실시하고 있다. 최근 폐막한 런던 올림픽을 위해 2009년부터 무료 수영 혜택인 프리 스위밍(Free Swimming)은 연령제한(16세 이하, 60세 이상)은 두지만,



문화바우처 제도의 '문화 카드'



소득 수준과 관계없이 전 대상으로 하였으나 2010년 정권이 교체되면서 국고 예산 삭감의 이유로 프리 스위밍 제도는 폐지되었다. 공연 분야의 무료 입장 회원권인 'A Night Less Ordinary'는 문화미디어스포츠부가 주도하는 전 국민을 대상으로 하는 문화 생활의 기회를 확장하기 위한 정책의 일환이다. 전국 200여개의 공공극장에서 상연되는 공연물을 대상으로 14세에서 25세까지의 청소년 및 청년을 대상으로 하고 있으며, 영국인뿐만 아니라 거주 비자를 보유한 외국인도 대상으로 하였다. 이 밖에도 각 지방자치단체나 일부 자선재단이 운영하는 문화관광 할인 제도가 있다.

독일은 문화생활을 보조하기 위한 할인이나 무료 입장 제도와 관련된 것은 대부분 '문화패스(Kulturpass)'의 명칭으로 각 지방자치단체별로 운영되고 있다. 2007년 오스트리아의 비엔나에서 먼저 시행됐고, 이후 벤치마킹하여 독일의 각 도시에서 시행하고 있다. 이 제도는 '모든 사람이 문화를 누릴 권리가 있다'는 모토 아래 정부 복지제도 하에 월수입 900 유로 이하인 사람이 정부로부터 문화패스를 지급받아 문화예술기관 무료 입장 등의 혜택을 받는 제도라 할 수 있다. 다만, 독일의 경우에는 중앙정부나 주정부의 주도로 이루어지는 않고 각 지방자치단체의 재량이거나 민간단체 주도로 시행되는 제도가 대부분으로 내용과 범위는 지역마다 차이를 나타낸다. 그러나 이와 같은 각 지자체별 문화패스 제도는 모든 사람이 문화를 누릴 권리가 있다는 모토에 따라 최저 생계 수당자나 생활 보호 대상자, 저소득 가정의 자녀 등으로 소외된 계층을 주요

사업 대상으로 보고 있다.

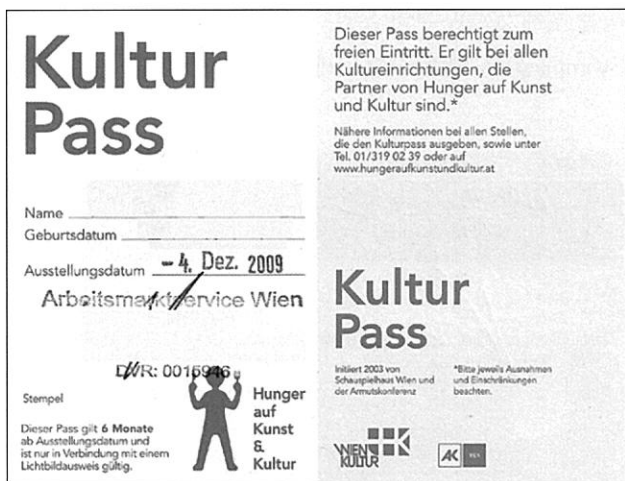
앞에 언급된 국가와 달리 미국은 저소득층을 위한 여행이나 관광과 관련된 바우처 제도는 활성화되지 못한 실정이라고 할 수 있다. 다만, 여행 산업의 활성화를 위하여 정부나 지방자치단체, 관련 업계의 마케팅을 목적으로 활성화된 경향이 크다고 할 수 있다. 미국 내에서 이루어지는 여행·관광 바우처 제도는 주 정부와 시 정부를 중심으로 한 지역관광 활성화 목적, 여행사 및 항공사를 중심으로 한 민간 여행·관광업체 위주, 비영리 단체 및 방문자 센터를 중심으로 한 기타 여행·관광 쿠폰 제도로 구분할 수 있으나 엄밀하게 말하면 경제의 활성화를 위한 것으로 앞에 언급된 국가들이 표방하고 있는 저소득층 위주의 제도는 아니라고 할 수 있다.

국내 문화바우처 제도의 현황

한국의 문화바우처 제도는 2010년까지는 시범 사업으로 시행되었다가 2011년부터 전국적으로 전면 확대됐다. 문화바우처 제도의 주최적인 문화체육관광부나 한국문화예술위원회 등의 발표에 따르면 2012년 문화바우처의 총 예산은 약 480억 원으로 이 중에서 카드 바우처 예산은 336억 원으로 나타났다. 문화바우처는 지역별로 조금씩 예산의 차이를 보이고 있으며, 2012년 올해 가장 큰 비중은 경기도로 44억 600만원이 책정된 바 있다.

앞에서 언급했지만 국내 문화바우처 제도는 공연·전시·영화·도서 등의 문화예술프로그램의 관람료 및 음반, 도서 구입비를 지원하는 문화복지 프로그램이다. 문화카드(카드바우처)로 온라인 마켓에서 공연이나 문화 관련 상품을 구입하거나 오프라인 상점에서 직접 서비스를 이용할 수 있도록 하고 있다. 기획바우처 또한, 온라인을 통하여 신청하면 각 지방자치단체에서 직접 서비스를 제공하는 식으로 운영되고 있다.

그러나 한정된 문화예술서비스로 다수의 사람들이 원활한 서비스를 이용하지 못하는 것을 해소하기 위하여 지난 7월 문화체육관광부는 민간 기업과 업무협약을 체결하여 폭넓은 문화 서비스를 누릴 수 있도록 하였다. '문화바우처 활성화를 위한 문화부-문화바우처 협력 기업 업무협약'을 체결하여, 문화콘텐츠 기업인 교보문고, 맥스무비, CJ CGV, CJ E&M, 알라딘 커뮤니케이션, YES24, 인터파크 INT, KT뮤직 등과 협약을



독일의 문화패스(Kulturpass)

맺은 바 있으며, 혜택의 수혜자들이 편리하고 저렴하게 문화 콘텐츠를 이용할 수 있도록 지원하면서 다양한 문화서비스를 제공할 계획이라고 한다.

전국적으로 시행된 지 2년이 채 되지 않은 문화바우처 제도는 아직 풀어가야 할 과제가 많은 것으로 보인다. 문화바우처 제도의 가장 큰 비중을 차지하는 카드 바우처의 카드 발급률은 문화시설이 많은 도시와 적은 농어촌 지역 간에 큰 차이를 보이는 것으로 나타났다. 최근의 통계에 따르면 도시 지역의 카드 발급률은 농촌 지역에 비해 상당히 높은 것으로 나타났으나 도서 지역이나 산간 오지가 많은 경북이나 전남은 약 30% 내외로 발급률이 가장 낮았다. 이는 카드 바우처를 발급 받아도 이용할 수 있는 가맹점이 거의 없거나 인터넷을 이용하기 어렵기 때문에 사용할 수 있는 비율이 낮을 수밖에 없는 것이다. 이에 따라 '모셔오는 서비스'나 '재가 방문 서비스' 등이 포함된 '기획 바우처' 제도의 예산을 확대해 달라는 요구가 뒤따르고 있다고 한다.

문화콘텐츠산업에 미치는 영향

다수의 국민들은 여가 시간에 여행이나 문화예술 관람 등의 야외 활동이나 자기계발 등의 활동을 원하지만 실제로는 TV를 보거나 단순히 휴식을 취하는 등의 실내 활동이 이루어지는 경우가 많았다. 이러한 이유는 경제적 이유가 가장 큰 비중을 차지하였으며 이러한 이유는 저소득층이나 소외된 계층에게는 더욱 절실한 이유가 될 수 있을 것이다.

그런 상황에서 문화바우처는 일부 계층에게 문화예술을 관람하는 데 유용한 도구가 될 수 있는 제도라 할 수 있다. 또한, 문화바우처는 단순히 문화예술관람의 기회를 확대하는 것에 그치는 것이 아니라 문화콘텐츠산업 전반에 영향을 미칠 수 있는 새로운 기회라고 할 수도 있다.

소외받아온 계층이 문화콘텐츠산업에 새로운 플레이어로서 등장한다는 것은 문화콘텐츠산업에 있어서 새로운 수익원이 될 수 있는 가능성을 의미한다. 물론, 실제 금액에서 할인을 하거나 무료 혜택을 주는 것이 전제돼야 하겠지만, 이는 국가 재정적인 지원을 통해 해결할 수 있는 부분이기 때문에 넓은 관점에서의 문화바우처 제도는 소외된 계층의 문화콘텐츠산업으로의 유입의 측면과 문화콘텐츠산업의 수혜 대상을 더욱 넓혀



해당 산업을 더욱 확대시킬 수 있는 측면을 모두 포함하고 있다고 할 수 있다.

인쇄문화산업에의 함의

문화바우처 제도에는 분명 도서 분야와 관련한 내용도 담겨있다. 카드바우처를 통해 지급되는 1인당 5만원 상당의 지원 금액으로 인터넷 서점을 통하여 도서 및 음반을 구입할 수 있도록 되어 있다. 이를 통해 인터넷 교보, 알라딘, 인터파크 도서 등의 인터넷 홈페이지를 통해 해당 카드를 이용하여 혜택을 받을 수 있도록 하고 있으며 이와 함께 지역 서점에서도 오프라인으로 이용할 수 있다. 문화바우처 제도는 인쇄문화산업에서의 새로운 대상군을 유입시킬 수 있는 좋은 기회로 작용될 수 있다.

그러나 아직까지 문화바우처 제도는 공연, 전시 등과 같은 문화예술관람에 국한된 것으로 여겨지는 경우가 많으며, 많은 경우 해당 제도 자체를 인지하지 못하여 제대로 발급을 받지 못해 혜택을 받지 못하는 일도 발생하고 있다. 이러한 상황에서 정부와 민간의 협력을 통하여 혜택을 넓히기 위한 노력을 하고 있으나 아직까지는 가시적인 긍정적 결과는 얻기 어렵다.

인쇄문화산업에 있어서 문화바우처는 국가 재정의 부분을 통하여 새로운 원동력이 될 가능성을 가지고 있음을 확인할 수 있다. 인터넷 기업뿐만 아니라 오프라인의 다수의 기업들이 조금 더 적극적인 자세로 문화바우처의 협력 기업으로 참여하거나 저소득층이나 소외된 계층을 위한 혜택이 조금 더 확대될 수 있기를 기대해 본다. ↻