

Artsolution 2022

- | | | |
|------------|----------------|----------------------|
| CJ나눔재단 | | 서울문화재단 |
| BNK부산은행 | | 서펜타인 갤러리 |
| BNP파리바 | | 솔트컴바인 |
| KH필룩스 | | 스트라타시스 코리아 |
| KT&G | | 신세계L&B |
| MOT | | 실험실C |
| SK하이닉스 | | 아시아소사이어티 제로캠프 |
| 가이아예술재단 | 대구현대미술가협회 | 아일랜드 중앙은행 초록우산 어린이재단 |
| 광명업사이클아트센터 | 대한암협회 | 아트하우스 언리미티드 칸디바 몰디브 |
| 광명시사회복지협의회 | 더 히스맨 호텔 | 아일랜드 중앙은행 초록우산 어린이재단 |
| 구겐하임 | 도리스 듀크 자선재단 | 신한은행 크리스티 |
| 구글 아트&컬처 | 동일DRB | 액터스갱 템플바 갤러리 |
| 구찌 이켈리브리엄 | 드림 아트 | 앤드루멜론재단 트레버 스미스 |
| 닛폰생명보험상호회사 | 러쉬 | 에이컴퍼니 파르시 프로시모 |
| 대구시 | 레고 | 올림푸스한국 퍼블릭 아트 펀드 |
| | 메디테이티드 매터 그룹 | 은행나무출판사 페인팅 인 호스피탈 |
| | 메트라이프생명 사회공헌재단 | 이케아 펠릭스 프로젝트 |
| | 모우아 | 포르쉐코리아 |
| | 부산문화재단 | 프랑켄탈러 재단 |
| | 블룸버그 재단 | 한국메세나협회 |
| | 샤넬재단 | 한국화학연구원 |
| | 생태미학예술연구소 | 한화생명 |
| | | 헬룸아트 |



2022 문화예술후원매개사례집

Artsolution



2022 문화예술후원매개사례집

*이 사례집에는 (주)디올연구소가 저시력자와 노안자를 위해 개발한 국내 최초 상용 유니버설디자인 서체 '디올폰트'가 사용되었습니다.

Contents

| | |
|-------------|-----|
| 기업사례 | 8 |
| 예술교육 | |
| 레고 | 10 |
| 아일랜드 중앙은행 | 14 |
| 크리스티 | 18 |
| CJ나눔재단 | 22 |
| 신한은행 | 26 |
| 예술치유 | |
| 샤넬재단 | 30 |
| 아트하우스 언리미티드 | 34 |
| 페인팅 인 호스피탈 | 38 |
| 헬룸아츠 | 42 |
| 올림푸스한국 | 46 |
| 액터스갱 | 50 |
| 기후/환경 | |
| 프랑켄탈러 재단 | 54 |
| 가이아예술재단 | 58 |
| 서펜타인 갤러리 | 62 |
| 블룸버그 재단 | 66 |
| 모우아 | 70 |
| SK하이닉스 | 74 |
| 러쉬 | 78 |
| 커뮤니티 | |
| 트레버 스미스 | 82 |
| 블룸버그 재단 | 86 |
| 퍼블릭아트펀드 | 90 |
| 칸디바 몰디브 | 94 |
| 더 히스맨 호텔 | 98 |
| 광명업사이클아트센터 | 102 |
| 솔트컴바인 | 106 |
| 실험실C | 110 |

| | |
|-------------|-----|
| 작가지원 | |
| 구겐하임 | 114 |
| 앤드루 멜론 재단 | 118 |
| KH필룩스 | 122 |
| 신세계L&B | 126 |
| 스트라타시스 코리아 | 130 |
| KT&G | 134 |
| 메트라이프생명 | 138 |
| 닛폰생명보험상호회사 | 142 |
| 사회공헌 | |
| 크리스티 | 146 |
| 포르쉐코리아 | 150 |
| 구찌 이퀄리브리엄 | 154 |
| 아트&테크 | |
| 블룸버그 재단 | 158 |
| 한화생명 | 162 |
| 한국화학연구원 | 166 |
| 인터뷰 | |
| 부산문화재단 | 172 |
| 초록우산 어린이재단 | 176 |
| KH필룩스 조명박물관 | 180 |
| 사업소개 | 184 |
| 인덱스 | 188 |

Artsolution

이 사례집 제작의 출발선에는 ‘문화예술후원매개 전문가 양성사업’의 수료생들과 함께 만들어 온 4개월간의 리서치 프로그램이 있었습니다. 총 16주간의 사례조사를 통해 국내외의 문화예술후원과 협력사례 200여 건을 다루었으며, 그중 가장 창의적이면서도 메시지 전달력이 높았던 사례 40개를 선별하여 이 책자에 담았습니다.

본 책자에 소개한 사례는 7개의 카테고리로 나뉘어있으며 기업이나 재단명으로도 사례를 찾아볼 수 있도록 하여 문화예술 분야 후원매개를 위해 다양한 형태로 참고·활용할 수 있도록 제작했습니다.

이 책자에 실린 사례로도 알 수 있듯, 문화예술은 우리 모두의 삶에 변화를 일으킬 수 있는 (원천의) 힘을 가지고 있습니다. ArtSolution의 다양한 사례를 통해 환경, 지역사회, 기후위기 등의 사회적 문제의 솔루션을 찾는 데 도움이 되기를 바랍니다.

* 본 도서는 문화예술후원매개 증진을 위한 교육, 연구 등 공익적 목적으로 제작되었습니다. 또한 본 도서에 소개된 사례와 사진은 해당 기업의 홈페이지와 공중에게 개방된 연례보고서에서 인용하였으며, 이미지마다 출처를 명시하였습니다.
* 인터뷰에 사용된 사진은 인터뷰이에게 제공받아 초상권의 적용을 받지 않습니다.

우리는 모두 각자의 방식으로 사회공헌 가치를 잇고 나누고 있다고 생각합니다. 이번 아트 솔루션 사례집에는 예술의 창의성을 통해 공익의 문제해결 방법론을 모색해보고자 하는 문화예술후원매개자의 시선을 담았습니다. 이번 기회를 통해 기업의 철학이 담긴 사회공헌활동 및 예술영역의 판로확장에 영감이 되기를 바랍니다.

_김상미(디렉터)

아트솔루션은 환경, 인권, 락다운 등의 현실적 문제를 예술로 가장 창의적이고 세련되게 풀어낸 사례들을 담았습니다. 이러한 ‘예술적’ 방법들이 모든 개개인의 삶에 닿아 서로를 연결하고 일상을 풍요롭게 만들기를 바랍니다.

_전사랑(리서처)

문화예술후원 아이디어를 리서치 하며, 그런 아이디어들이 어떻게 비치는가(look)보다, 사람들에게 어떤 영향력을 미치는가(do) 고민하며 참여하였습니다. 모두를 위한 문화예술과 창의적으로 손잡고 싶을 때, 아트 솔루션을 참고해주세요.

_정주연(리서처)

국내외 다양한 기업들의 문화예술 후원 사례들로부터 기업과 예술이 상생하고 선순환할 수 있는 인사이트를 발견하시길 기대합니다. 이 사례들이 창의적인 문화예술후원매개 활동들에 영감을 주어 지속가능한 문화예술 생태계 조성에 도움이 되었으면 좋겠습니다.

_최정문(리서처)

문화예술후원 매개자 중 한 사람으로서, 보물찾기하듯 설렘 가득한 기분으로 참여했습니다. 전 세계 곳곳에서 예술이 사회와 만나 사회공헌을 실천하는 보물들을 함께 만나볼까요?

_최정숙(리서처)

아트솔루션(ArtSolution)은 기후위기, 교육격차, 인종차별 등 당대의 당면과제들에 대한 예술적 해법을 이야기합니다. 본 책자에서 이러한 전 지구적 문제해결을 위해 기업이 능동적으로 나서서 예술가들과 협업한 사례들을 확인하시기 바랍니다.

_김일송(편집자)

기업사례

2022 문화·예술 후원매개사례집

Overview

Rebuild the World

레고 × 아티스트

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 레고(Lego) https://www.lego.com |
| 프로젝트 주제 | Rebuild the world * 코로나19로 인해 막대한 폐쇄적인 상황에서 레고를 통해 자유로운 실험을 하고 창조력을 열어내는 과정 공개. |
| 주요 사업 분야 | 조립식 완구 제조업 |
| CSR 활동 분야 | 지속 가능한 성장, 유아교육, 환경문제, 인종차별 |

#예술교육 #레고 #어린이 #예술가 협업



이미지 출처: 레고 홈페이지



이미지 출처: 레고 홈페이지

Story

레고

레고 재단(Lego Foundation)은 최근 러시아의 우크라이나 침공으로 피해를 당한 어린이와 그 가족을 포함한 수천 명의 우크라이나 국민에게 1,650만 달러를 긴급 기부하는 등 아동 교육과 보호, 인도적 차원의 지원 등 CSR 사업에 앞장서고 있다. 2021년에는 홍수로 인해 파괴된 마을의 유치원 10개를 재건하고 가족지원센터 건립을 위해 960,000유로를 기부하기도 했다. 이처럼 어린이들을 대상으로 한 CSR 사업을 펼치고 있는 레고 재단은 팬데믹 시기, 레고를 이용한 예술품 만들기과 같은 아이들의 흥미를 자극하는 프로그램을 진행하였다.



알렉사 미드가 레고 블록으로 아이들이 상상한 이미지를 만드는 중이다. | 이미지 출처: 레고 홈페이지

CSR

Rebuild the world

레고는 아이들이 코로나로 인한 락다운 상황에서도 밝고 즐겁게 생활할 수 있도록 설치미술가 알렉사 미드 (Alexa Meade)와 배우 빌리 포터(Billy Porter), 그리고 건축가 데이비드 아디아예(David Adjaye)와 함께 Rebuild the World 캠페인을 진행했다. 알렉사 미드는 두 명의 어린이들 초대해 레고로 창의력을 발전시키고 예술작품을 만드는 프로그램을 선보였다. 관련 영상에는 장난감이 예술작품이 되어가는 과정이 담겨있다. 영상에 등장하는 두 명의 어린이는 작가와 함께 레고 놀이를 통해 실험하고, 실패하고, 탐구하면서 창의적인 가능성의 세계를 보여준다.



프로젝트에 참여한 두 어린이가 알렉사 미드와 작품 앞에서 기념촬영 중이다. | 이미지 출처: 레고 홈페이지

Point

아이들의 창의력을 향상하는 놀이와 예술을 결합해 아들에게는 예술적 경험을 극대화하고, 예술가와의 협업을 통해 기업의 창의적이고 예술적인 이미지를 창출한 사례이다. 코로나로 인해 외부활동이 제한된 가운데 아이들이 레고로 즐겁게 놀이하며 창의적인 작품을 만드는 과정이 더욱 신선하게 다가온다.

자료 출처

이미지

<https://www.lego.com/en-it/aboutus>

<https://learningthroughplay.com/about-us/the-lego-foundation>

<https://www.lego.com/en-it/aboutus/news/2021/february/rebuild-the-world-alexa-meade>

관련 영상

<https://youtu.be/oo3tV6Eep0s>

Overview

Creative Generation

아일랜드 중앙은행 × 템플 바 갤러리

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 아일랜드 중앙은행(Central Bank of Ireland) http://www.centralbank.ie 템플 바 갤러리(Temple Bar Gallery) http://www.templebargallery.com |
| 프로젝트 주제 | Creative Generation * 어린이 대상 창의 예술 프로그램 |
| 주요 사업 분야 | 금융(아일랜드 중앙은행), 전시(템플 바 갤러리) |
| CSR 활동 분야 | 청소년 예술교육, 커뮤니티 지원, 거버넌스, 직업교육, 환경 |

#예술교육 #로컬 #재활용 #예술가 지원 #민관협력



이미지 출처: 템플 바 갤러리 홈페이지



이미지 출처: 아일랜드 중앙은행 홈페이지

Story

아일랜드 중앙은행

아일랜드 중앙은행은 템플 바 갤러리를 후원하면서 더블린 도심 학교의 어린이들에게 시각예술 교육을 제공하고 있다. 템플 바 갤러리는 예술가들에게 레지던시 프로그램을 제공하면서 지역 학생들의 예술교육 과정을 포함하고 있다. 레지던시를 이용하는 예술가가 지역 학생들과 함께 협력하는 의미 있는 사례이다.



바삼 알사바의 말을 경청하고 있는 아이들 | 이미지 출처: 템플 바 갤러리 홈페이지

CSR

Creative Generation

2018년 템플 바 레지던시 작가로 선정된 시각 및 영상 예술가 바삼 알사바(Bassam Al-Sabah)는 오코넬 C.B.S. 초등학교 4학년 학생들과 공동 창작에 참여했다. 학생들은 플라스틱과 카드를 사용해 자신만의 캐릭터를 만들고 애니메이션을 개발했다. 학생들은 드로잉, 스토리, 네러티브, 인물 모델링, 세트 디자인, 스톱모션 사진을 포함한 애니메이션 프로세스에 참여하며 세 편의 단편 영화를 시리즈로 만들었다.



주변에서 흔히 구할 수 있는 재료로 작가와 함께 의상을 만들어 시너를 홍보하는 아이들 | 이미지 출처: 템플 바 갤러리 홈페이지

Point

아일랜드 중앙은행이 갤러리 레지던시 소속 작가들을 후원한 사례로, 작가 지원으로 끝나지 않고, 작가에게 해당 지역의 학생들과 함께 공동 프로젝트를 진행하도록 한 프로젝트다. 아이들에게 작품을 만드는 과정을 경험하도록 하여, 지역 커뮤니티 활성화에도 이바지하고 있다.

자료 출처

이미지

<https://aqmetrics.com/blog/central-bank-of-ireland-capital-markets-update-march-2019>

<https://www.templebargallery.com/visit-us/accessibility>

<https://www.templebargallery.com/learn-engage/archive/creative-generations>

<https://www.templebargallery.com/news/creative-generations-featured-on-rte2s-news2day>

관련 영상

<https://youtu.be/oo3tV6Eep0s>

Overview

Art + Soul

크리스티 × 드림 아트

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 크리스티(Christie's) https://www.christies.com 드림 아트(Dream Arts) https://www.dreamarts.org.uk |
| 프로젝트 주제 | Art + Soul |
| 주요 사업 분야 | 예술품 옥션(크리스티), 예술단체(드림 아트) |
| CSR 활동 분야 | 취약계층 후원, 공동체 예술교육 |

#예술교육 #취약계층 #어린이



이미지 출처: 크리스티 홈페이지



이미지 출처: 크리스티 홈페이지

Story

크리스티, 드림아트

세계적인 예술품 경매회사 크리스티는 1766년 세워져 런던, 뉴욕, 홍콩 등 전 세계 43개 지점에서 미술품을 판매하고 있다. 크리스티는 보유하고 있는 특별한 네트워크를 바탕으로 자선 사업을 진행하면서 옥션하우스와 온라인 플랫폼을 기금 마련 행사를 위한 장소로 제공한다.

드림 아츠는 1999년부터 어린이들에게 창의적으로 자신을 표현할 수 있는 기회를 제공해 오고 있는 예술단체이다. 이들은 예술을 매개로 어린이들이 잠재력을 실현할 수 있도록 돕고 있는데, 특히 공연과 멀티미디어, 리더십 및 커뮤니케이션과 같은 재능을 발굴하고 육성해서 많은 사람이 예술 분야에서 경력을 쌓을 수 있도록 돕고 있다. 크리스티는 드림 아츠와의 긴밀한 파트너십을 통해 드림 아츠를 후원하고 협력하고 있다.



이미지 출처: 드림 아트 홈페이지

CSR

Art + Soul

크리스티는 2018년 크리스티 채리티(Christie's Charity)에 드림 아츠를 선정하여 이들의 자선활동을 돕고 있다. 크리스티는 먼저 크리스티 직원들의 작품 전시와 판매를 통해 모은 수익금 일부를 드림 아츠에 기부하는 한편, 드림 아츠의 아동과 그의 가족들을 초대해 모의 경매를 진행해 보도록 하였다. 이를 통해 아이들에게 예술품 경매를 경험할 기회를 주고, 다양한 미술 전문인력들과 만남을 주선하였다. 또한 운영진에게는 펀드레이징 멘토링을 제공했다.

Point

지역의 자선 단체와 협력해 파트너십을 강화하고 어린이들에게도 특별한 교육과 경험을 제공했다. 또한 크리스티 직원들에게 예술적 재능을 강화할 수 있는 전시, 판매의 기회를 제공하고 일부 수익금을 해당 단체에 기부하면서 소속감도 증대시킨 사례이다.

자료 출처

이미지

<https://www.christies.com/about-us/corporate-social-responsibility>

<https://www.christies.com/media-library/images/about-us/csr/pdf/csr-progress-report-2017-final.ashx?la=en>

<https://www.dreamarts.org.uk/partners/>

Overview

CJ도너스캠프 ‘청소년 문화동아리’ CJ나눔재단

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | CJ나눔재단 https://www.donorscamp.org |
| 프로젝트 주제 | CJ도너스캠프 ‘청소년 문화동아리’ * 청소년 대상 성장 단계별 체계적인 문화 창작 및 체험 기회 제공 |
| 주요 사업 분야 | 아동 지원사업, 불우이웃 지원사업 및 사회복지 봉사활동 지원사업 등 |
| CSR 활동 분야 | 문화 교육, 성장 단계별 문화체험 및 창작활동 지원 |

#예술교육 #창작자발굴 #공모 #기업 내 협업 #캠페인



이미지 출처: CJ나눔재단 홈페이지



청소년 문화동아리 | 이미지 출처: CJ나눔재단 제공

Story

CJ나눔재단

사회복지법인 CJ나눔재단은 ‘교육의 기회가 적어 가난이 대물림되어서는 안 된다’라는 기업의 나눔 철학을 근간으로 2005년 설립한 CJ그룹의 사회공헌재단이다. CJ나눔재단은 아동·청소년의 ‘문화 꿈지기’로서 아동부터 청년에 이르기까지 성장 단계별 문화 교육 및 체험의 기회를 제공하기 위한 다양한 지원 활동을 하고 있다. 다양한 문화체험과 창작활동 기회를 통해 자신의 재능을 탐색하고 스스로 꿈을 발견하는 창의적인 아이들로 성장할 수 있도록 지원하고, 그룹 내 계열사와 유기적으로 협업해 멘토링에서 취업 연계 교육까지 그 꿈의 실현 가능성을 열어주고 있다.



위쪽 좌측부터 방송·영화·음악·공연·요리·패션부문, 나영석·윤제균·김문정 멘토 특강 | 이미지 출처: CJ나눔재단

CSR

청소년 문화동아리

CJ도너스캠프 ‘청소년 문화동아리’는 청소년의 미래사회에 필요한 창의 발현과 동아리 활동을 통한 협동심 및 인성 함양을 위해 청소년의 창작활동을 지원하고 멘토링 및 창작작품 발표의 기회까지 제공하는 문화사회공헌 프로그램이다. 2005년 CJ도너스캠프 출범 이후 2009년 꿈키움 캠프(진로 탐색), 2013년 창의학교(아동·청소년 창의·인성 발달)등의 지원사업을 운영하며 쌓은 경험을 바탕으로 문화 체험과 창작활동 기회를 제공해 문화를 꿈꾸는 청소년이 그 가능성을 높일 수 있도록 2019년 ‘청소년 문화동아리’ 사업을 시작했다. 아동·청소년의 문화꿈지기 CJ나눔재단의 대표 지원사업인 ‘청소년 문화동아리’는 작품 기획부터 완성, 발표까지 청소년 스스로 창작자가 되는 전 과정을 방송·영화·음악·공연·요리·패션/뷰티 6개 분야의 국내 최고 전문가와 CJ 임직원, 전공 대학생으로 구성된 꿈지기 멘토단과 함께 지원한다. 만들어진 창작작품은 영상 포트폴리오로 제공될 뿐 아니라, ‘CJ도너스캠프 쇼케이스’를 통해 온·오프라인으로 발표된다. 2019년부터 2021년까지 누적 443팀 동아리와 4,047명의 청소년, 576명의 멘토단이 함께하였다.



쇼케이스 현장 | 이미지 출처: CJ나눔재단

Point

청소년을 대상으로 한 문화예술 매개 프로그램이 미비한 현실에서 청소년들의 꿈을 찾아 줄 수 있는 실질적이며 대중적인 기업의 사회공헌 활동으로, CJ기업이 가지고 있는 장점이 부각되는 프로그램이다.

자료 출처

이미지

<https://www.donorscamp.org/CjNanum.do>

<https://www.donorscamp.org/culDreamAbout.do>

<https://www.donorscamp.org/index.do>

관련 영상

<https://blog.naver.com/donorscamp05/221828918320>

Overview

신한 Shining Star

신한은행 × 제로캠프

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 신한은행 http://www.shinhangroup.co.kr |
| 프로젝트 주제 | 신한 Shining Star * 문화예술 분야에 관심이 많은 학교 밖 청소년에게 진로 탐색의 기회를 제공하고 뮤지컬 제작·참여를 통해 자존감과 성취감을 심어주기 위해 기획한 프로젝트 |
| 주요 사업 분야 | 금융 |
| CSR 활동 분야 | 취약계층 복지, 문화재 보존, 환경 |

#예술교육 #학교밖청소년 #공연



이미지 출처: 신한금융그룹 페이스북



이미지 출처: 사단법인 제로캠프 페이스북

Story

신한은행, 제로캠프

신한금융그룹은 지속 가능한 성장을 확보하고 시민으로서 사회적 책임을 다하기 위해 공존(복지), 공감(문화), 공생(환경)의 사회적 책임경영을 위한 3가지 중점추진 분야를 선정하여 사회공헌 활동을 펼치고 있다. 복지 부분에서는 사회적 약자, 취약계층지원, 일자리 창출을 중심, 환경 부분에서는 친환경 에너지 확대 지원, 친환경 녹색 복지의 확대를 위한 활동을 해오고 있다. 그리고 문화 분야는 오랜 기간 전통 문화복원 및 보존 무형 가치 및 문화 인재육성에 중점을 두고 있다. 그러나 최근 사회적 트렌드에 발맞춰 사회문제를 함께 고민하는 ‘공감’형 사회공헌 활동이 늘어남에 따라 제로캠프와 한국 청소년 문제에 사회적 관심을 촉구하는 다양한 문화 캠페인을 전개하고 있다. 제로 캠프는 2012년 한 독지가가 천주교 교정사목위원회에 30억 원을 기부하면서 시작된 비영리단체이다.



'신한 Shining Star' 프로젝트에 참여한 학생들의 공연 모습 | 이미지 출처: 신한금융지주회사 홈페이지



'신한 Shining Star' 프로젝트에 참여한 학생들의 공연 모습 | 이미지 출처: 신한금융지주회사 홈페이지

CSR

신한 Shining Star

'신한 Shining Star'라는 이름으로 사단법인 제로 캠프와 함께 2019년 신한은행이 기획한 프로젝트이다. 2019년 시작 이후로 현재까지 90명의 청소년이 교육을 수료했다. 2019년 <적금왕> 부터 2020년 <배드 보이>, 2021년 <외계인(외롭고 힘들더라도 계속 달리다 보면 인간 되겠지)>까지 매년 학생들의 작품을 제작하고 있으며, 이렇게 제작된 뮤지컬은 전국의 다수의 학교에서 공연 중이다.

Point

학교 밖 청소년이 학교 안에서 공연을 한다는 것을 무엇을 의미할까? 예술이기에 가능한 신선하고 창의적인 접근방식이다. 2021년 현재 약 40만 명 정도로 추산된다는 학교 밖 청소년, 기업이 예술이라는 방식으로 제도권 밖 아이들을 포용하고 있는 사례이다.

자료 출처

이미지

<https://www.facebook.com/shinhangroup.official>

<https://www.facebook.com/zerocamp01/>

<https://www.instagram.com/zerocamp9/>

<http://www.shinhangroup.co.kr/kr/contribute/public.jsp>

http://www.zerocamp.co.kr/default/board/news.php?com_board_basic=read_form&com_board_idx=1

관련 영상

https://www.youtube.com/watch?v=pGJtYuh60_M

Overview

Metissage

샤넬 재단 × 파르시 프로시모

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 샤넬 재단(Foundation Chanel) https://www.fondationchanel.org/en/foundation/ |
| 프로젝트 주제 | Metissage * 포용의 도구로서의 예술과 문화 |
| 주요 사업 분야 | 명품의류 |
| CSR 활동 분야 | 취약계층 지원, 여성 인권 |

#예술치유 #인권 #재단협력 #취약계층



이미지 출처: 샤넬 재단 홈페이지



이미지 출처: 샤넬 재단 홈페이지

Story

샤넬 재단

샤넬 재단은 전 세계 비영리 단체, 사회적 기업과 협력해서 성차별 해소, 인권을 옹호하며 모두를 위한 포용적인 사회를 건설하는 것을 목표로 여성과 청소년들의 발전을 지원한다. 파르시 프로시모(Farsi Prossimo)는 어린이, 청소년, 이탈리아 및 해외에서 어려움을 겪고 있는 가족, 인신매매 및 학대 여성 피해자, 소외계층, 난민 및 국제 보호 신청자들을 돕는 사회 비영리 단체로, 해당 지역의 공공 기관, 지방 행정부, 대학, 재단 협회 및 협동조합과 협력해 사회 교육 서비스를 설계 및 관리한다.



이미지 출처: 샤넬 재단 홈페이지

CSR

Metissage

파르시 프로시모는 샤넬의 후원으로 난민들에게 이탈리아 문화를 접할 수 있도록 지원하고 있다. 이 프로젝트는 난민들의 자신감 회복과 사회로의 통합을 위해 만들어진 프로젝트로 세 개의 모듈로 이루어진 이탈리아 문화 교육과정이다. 파르시 프로시모는 이탈리아어 강좌와 이탈리아 역사 및 예술, 시민권 교육을 진행하며, 박물관 가이드와 문화 예술에 대해 말하고 해석하는 능력 개발시킨다. 또한 각 개인의 경험과 기술 활용, 수혜자의 사회적 기술개발을 목표로 미술 워크숍을 진행 중이다.



프로그램 참가자들이 이탈리아 예술을 통해 이탈리아 역사 및 문화유산을 배우고 있다. | 이미지 출처: 샤넬 재단 홈페이지

Point

기업이 추구하는 ‘사회적 포용’이라는 가치를 실현하기 위해 예술과 문화를 통한 사회통합의 방식을 후원한 사례이다. 난민이 지역사회에 정착할 수 있도록 언어와 문화 교육을 해주는 것은 정부가 맡아야 할 과제이지만, 명품 브랜드의 후원을 통해 비영리 단체가 기존의 방식에서 문화 예술을 활용해 한 차원 높은 사회통합 교육을 만들어냈다.

자료 출처

이미지

<https://www.fondationchanel.org/en/foundation/>

https://www.fondationchanel.org/fr/?news_id=5518

<https://www.fondationchanel.org/en/in-italy-farsi-prossimo-uses-art-and-culture-as-tools-of-inclusion/>

<https://farsiprossimo.it/chi-siamo/>

Overview

Knot Wrap

아트하우스 언리미티드 × 러쉬

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 아트하우스 언리미티드(ARTHOUSE Unlimited) https://arthouseunlimited.org |
| 프로젝트 주제 | Knot Wrap 협업 * 학습 장애와 자폐증을 가진 예술가 지원(공간, 교육 지원 등)을 통한 프로젝트의 일환으로 러쉬(LUSH)와 협업 |
| 주요 사업 분야 | 자선기관, 교육 |
| CSR 활동 분야 | 취약계층 지원, 여성 인권 |

#예술치유 #인권 #예술가 후원 #해외



이미지 출처: 아트하우스 언리미티드 홈페이지



이미지 출처: 러쉬 트위터

Story

아트하우스 언리미티드, 러쉬

아트하우스 언리미티드는 학습 장애와 자폐증이 있는 예술가들에게 디자인 교육을 통하여, 판매가 가능한 디자인 제품으로 생산하는 것에 목표를 두고 있다. 판매 수익금의 100%를 다시 단체 운영 기금으로 사용하여 예술가를 지원한다. 판매를 목적으로 하는 아이템을 제작할 수 있도록 장애 예술가들을 지원하고, 생산된 제품은 온라인숍 및 영국 내 다양한 샵에서 판매되고 있다.



ARTHOUSE Unlimited 소속 예술가들이 '판다 파티'를 제작하는 과정 | 이미지 출처: 아트하우스 언리미티드 홈페이지

CSR

Knot Wrap

러쉬와 협업, 낫 랩(Knot Wrap) 캠페인에 참여하여, '판다 파티'에디션을 제작하였다. Knot Wrap 캠페인은, 매년 엄청난 양의 버려지는 포장재에서 착안하였으며, 다양한 예술가들과 협업하여, 재활용 천을 활용한 포장재를 제작하고 이를 매장과 온라인 샵에서 판매하고 있다.



러쉬에서 출시한 Knot Wrap '판다 파티'에디션 | 이미지 출처: 러쉬 홈페이지

Point

목적을 명확히 하는 작품 제작을 통하여 수익을 창출하고 이를 다시 단체의 기금으로 사용하는 선순환 구조의 좋은 예이다. 특히, 협업 기관인 미스 뇌전증 자선재단(Meath Epilepsy Charity)에서는 예술가들이 독립적인 삶을 살 수 있도록 예술가들의 주거를 지원하여, 주거와 창작활동 지원이 함께 이뤄지도록 하고 있다.

자료 출처

이미지

<https://arthouseunlimited.org>

<https://twitter.com/LushKitchen>

<https://arthouseunlimited.org/about-us/design>

<https://www.lush.com/uk/en/p/panda-party-knot-wrap>

참고 사이트

Meath Epilepsy Charity <https://www.meath.org.uk/>

Overview

I'm Fine Project / Toy Box Tales

페인팅 인 호스피탈 x 토이 라이크 미

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 페인팅 인 호스피탈(Paintings in Hospitals) https://www.paintingsinhospitals.org.uk |
| 프로젝트 주제 | I'm Fine Project *팬데믹 기간 간호사 대상 치유프로그램 Toy Box Tales *장애 아동 대상의 프로그램 |
| 주요 사업 분야 | 자선기관, 병원 내 artwork loans 외 |
| CSR 활동 분야 | 의료진 활동 지원, (아트테라피프로그램) |

#예술치유 #의료 #병원 #전시 #미술 #비영리 단체 #해외



이미지 출처: 페인팅 인 호스피탈 홈페이지



아임 파인 프로젝트 키 비주얼 | 이미지 출처: 페인팅 인 호스피탈 홈페이지

Story

페인팅 인 호스피탈

페인팅 인 호스피탈은 환자, 간병인과 지역사회의 더 나은 건강과 웰빙을 위해 예술로 영국의 의료 분야에 영향을 주겠다는 목표를 가지고 1959년 설립된 단체이다. ‘쓸모있는 컬렉션’(Useful collection)을 모토로, 대형 미술관들과 협업하여 병원 내 전시, 워크숍 등을 진행하고, 임상 치료 공간에서 환자, 간병인, 간호사 대상 아트 테라피 프로그램을 진행하고 있다.

CSR

I'm Fine Project

팬데믹 장기화로 인해, 간호사들의 심리 관리와 연대감 조성을 위해 웨비나를 개최한 후 홈페이지를 통해 관련 자료를 배포하여 프로그램을 간접적으로 접할 수 있도록 하였다. 다양한 작품, 이미지 컷들 보여주며 직업의 존엄성, 개인의 심리 상태 등에 관해 묻고 답하는 형식으로 웨비나를 진행했다.



#toylikeme 전시 작품 | 이미지 출처: 페인팅 인 호스피탈 홈페이지

Toy Box Tales

토이 라이크 미(ToyLikeMe)와 함께 다양한 장애가 있는 장난감을 전시하는 새로운 순회 전시회로, 각기 다른 능력을 갖춘 장난감들의 사진 12장을 전국 어린이 병원 순회 전시로 운영하며 장애 아동들에게 꿈과 희망을 주도록 노력하였다.



병원 복도에 전시된 작품 설명하는 모습 | 이미지 출처: 페인팅 인 호스피탈 홈페이지

Point

수혜 목표 타깃을 명확히 병원, 환자, 간호사, 간병인으로 하고, 영국 내 메이저 예술 기관들과 협업하여 예술을 향유할 수 있는 저변을 확대하고, 치유하는데 예술을 활용한 케이스이다. 단체에서 미술 작품의 컬렉션을 하고, 이를 병원에 대여하거나, 영국 내 메이저 박물관/미술관들의 작품을 대여하여, 해당 병원에서 기획전시 및 워크숍 등을 진행하는 방식으로 운영하며, 환자들의 치유 목적 외에도 예술의 저변 확대에 기여하고 있다.

자료 출처

이미지

<https://www.paintingsinhospitals.org.uk>

<https://www.paintingsinhospitals.org.uk/im-fine-project>

<https://www.paintingsinhospitals.org.uk/toy-box-tales>

<https://www.paintingsinhospitals.org.uk/about-our-collection>

관련 영상

<https://youtu.be/E6hfu2XYZrI>

Overview

Cloudlands

헬륨 아트 × BNP 파리바

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 헬륨 아트(Helium arts) https://helium.ie/ |
| 프로젝트 주제 | Cloudlands * 만성질환을 앓고 있는 십대 청소년 문화예술교육 |
| 주요 사업 분야 | 아동·청소년 예술교육 |
| CSR 활동 분야 | 아동 |

#예술치유 #취약계층 #청소년 #로컬 #예술교육 #예술가협업



이미지 출처: 헬륨 아트 홈페이지



이미지 출처: BNP 파리바 홈페이지

Story

헬륨아트, BNP파리바

헬륨 아트는 아일랜드 사회적기업으로 상상력을 키우고 창의성과 예술을 통해 건강의 어려움을 안고 살아가는 어린이들에게 힘을 실어주고, 어린이를 돌보는 사람들에게 영감을 주고 창의적이고 건강한 환경을 지원하는 동시에 예술적 야망과 탁월함을 위한 기회를 창출하는 것을 목표로 하는 비영리 예술단체이다. 또한 BNP 파리바는 프랑스 파리에 본점을 둔 유료 통화권에서는 최대 규모의 금융 그룹이다.



Cloudland 프로젝트에 참여한 청소년과 예술가 | 이미지 출처: 헬리움 아트 홈페이지



혈액투석 중인 아동과 병실에서 예술교육 활동을 진행 중인 모습 | 이미지 출처: 헬리움 아트 홈페이지

CSR

Cloudlands

헬륨 아츠는 BNP 파리바의 장기후원으로 클라우드랜드(Cloudlands)프로젝트의 더블린 부문을 아일랜드 템플 스트리트의 Children's University Hospital 에서 수행했다. 이 프로젝트는 만성질환을 앓고 있는 십대들과 함께 지역 전문 예술가들이 영화 제작, 스토리텔링, 애니메이션 및 공연을 포함한 다양한 예술 형식으로 작업하는 예술교육프로젝트이다. BNP 파리바의 이 지역 은행 직원들은 자발적으로 촬영에 참여하고 아티스트 토크 및 프로젝트의 공개 전시회에도 참석하는 등 적극적으로 예술후원에 동참했다.



작곡가와 참여 청소년이 함께 작업한 노래의 뮤직비디오 한 장면
이미지 출처: BNP 파리바 홈페이지

Point

만성질환을 앓고 있어 학교와 지역사회에서 소외된 삶을 살아야 하는 십대 청소년에게 초점을 맞춘 예술교육프로그램으로 지역 예술가와의 장기 작업을 통해 그들의 예술성을 표현할 기회를 주는 사례이다. 이는 지역 기반의 금융서비스 기업이 지역사회의 건강 및 웰빙 문제를 창의적 예술로 해결하고자 노력하는 후원사례이다.

자료 출처

이미지

<https://helium.ie/about/>

<https://group.bnpparibas/en/group/at-the-service-of-our-clients-and-society/commitments-to-society/solidarity>

<https://helium.ie/projects/hospital/>

관련 영상

<https://youtu.be/5ndYY5PfXZY>

<https://vimeo.com/100495599>

Overview

고잉 온 다이어리 올림푸스한국 × 대한암협회

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 올림푸스한국 https://olympus.co.kr |
| 프로젝트 주제 | 고잉 온 다이어리 * 공통의 경험을 가진 환우들이 함께 일기를 쓰며 서로 소통하고 공감하며 자아를 발견하는 프로그램. |
| 주요 사업 분야 | 의료기업(메디테크) 분야, 광학 및 의료기술과 솔루션 제공 |
| CSR 활동 분야 | 암 경험자에 대한 사회적 공감대 형성과 정서적 지지를 위한 사회공헌 활동 |

#예술치유 #문학 #전시 #병원 #예술 치유 #기업후원



이미지 출처: 올림푸스한국 홈페이지



코로나19 상황 속에서도 임직원들이 물리적인 시간과 공간의 제약을 받지 않고, 쉽고 간편하게 참여할 수 있는 비대면 사회공헌 프로그램, GOING ON WALK | 이미지 출처: 올림푸스한국 홈페이지

Story

올림푸스한국

올림푸스한국은, 암 진단부터 치료에 필요한 의료기기 및 의료서비스를 제공하는 글로벌 메디테크 기업으로, 인류의 삶을 더 건강하고, 안전하고, 풍요롭게 만드는 데 기여하고자 암 경험자의 심리적 지지를 위한 다양한 사회공헌 프로그램을 운영하고 있다.



경희대학교 후마니타스 암병원 고잉 온 다이어리 영상 중 | 이미지 출처: 유튜브 고잉 온 동영상

CSR

고잉 온 다이어리

‘고잉 온 다이어리’는, 암 경험자들이 일기를 쓰며 서로 소통하고 공감하는 기회를 제공하기 위한 프로그램으로 기획되어 암 병동이 있는 전국 주요 병원과의 협력으로 진행 중이다. 암 환자와 가족들이 참여해 목표일기, 행복일기, 감사일기 등 ‘암’이라는 주제로 자신의 감정이나 경험을 짧은 글과 사진으로 표현하고 공유한다. 코로나19 상황에 맞춰 스마트폰 앱을 활용해 환자 간의 커뮤니티 형성 및 공유가 원활하게 되었고, 4주간의 참여 프로젝트 결과물을 책으로 만들고 병원 로비에서의 전시도 진행된다. 이러한 공감과 소통의 기회를 통해 심리 정서적 지지를 함으로써 문학 치유를 활용한 기업과 병원의 협력 사회공헌 활동의 우수 사례로 평가받고 있다. 2020년 11월 경희대 후마니타스 암병원을 시작으로 국립암센터, 서울대학교병원, 연세암병원, 이대 여성암병원, 한림대학교성심병원 등 여러 병원에서 진행한 바 있다.



암 경험자들을 대상으로 몸, 마음, 소리, 공동체, 회복을 주제로 진행되는 예술교육 프로그램 고잉 온 하모니
이미지 출처: 올림푸스한국 홈페이지

‘고잉 온 캠페인’은 고잉 온 다이어리 이외에도 암 경험자들 간의 경험 공유와 정신과 상담을 진행하는 ‘고잉 온 토크’, 콘텐츠 기획, 영상, 편집 등 1인 미디어 크리에이터를 양성하는 교육과정의 ‘고잉 온 스튜디오’, 암 경험자들을 대상으로 몸, 마음, 소리, 공동체, 회복을 주제로 진행되는 예술교육프로그램 ‘고잉 온 하모니’, 음악을 매개로 암에 대한 인식 개선 및 소통의 장을 마련하기 위한 ‘고잉 온 콘서트’ 등 세부 프로그램들을 통해 암 경험자 지원 프로그램을 지속적으로 운영하고 있다.

Point

암 경험자들에게 일기라는 형식의 짧은 글쓰기와 사진을 매개로 한 문학적 예술 치유프로그램을 제공해, 예술을 통해 공감과 소통을 끌어낸 실용적이고 적극적인 기업의 사회공헌 활동이다. 메디테크 기업의 특징을 살린 문화예술 기반 치유프로그램으로 주요 사업 영역인 병원과 환자를 매칭한 기업의 주체적인 활동이 지속적으로 이루어지고 있는 좋은 사례이다.

자료 출처

이미지

https://m.olympus.co.kr/m_company/html/OlympusKoreaIntro.html

https://olympus.co.kr/Company/contribution_01

관련 영상

<https://www.youtube.com/c/%EA%B3%A0%EC%9E%89%EC%98%A8>

Overview

Actors' Gang Prison Project

액터스갱 x 아티스트

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 액터스갱(ACTOR'S GANG) https://theactorsgang.com |
| 프로젝트 주제 | Actors' Gang Prison Project * 수감자 대상 재활 목적의 예술교육 프로그램 |
| 주요 사업 분야 | 공연예술 |
| CSR 활동 분야 | 수감자 재활 |

#예술치유 #공연 #예술교육 #재소자프로그램



이미지 출처: 액터스갱 홈페이지



이미지 출처: 액터스갱 홈페이지

Story

액터스갱

액터스갱은 1981년 팀 로빈스가 창단한 극단으로 미국의 젊은 배우 그룹에 의해 설립되었다. 지난 38년 동안 액터스갱은 로스앤젤레스와 전 세계, 5개 대륙과 미국 40개 주에서 관객을 위해 공연을 해오고 있다. 공연과 더불어 교도소 재활 프로그램을 통해 수감된 여성, 남성과 어린이에게 서비스를 제공할 뿐만 아니라 매년 로스앤젤레스 공립학교의 수천 명의 어린이에게 방과 후 프로그램도 진행하고 있다.



Actors' Gang Prison Project 워크숍 장면 | 이미지 출처: 액터스갱 홈페이지

CSR

Actors' Gang Prison Project

액터스갱 프리즌 프로젝트(Actors' Gang Prison Project)는 2006년에 시작되어 현재 캘리포니아 주립 교도소 13개, 재입소 시설 2개, 로스앤젤레스 카운티 보호 관찰 캠프와 청소년홀에서 실행 중인 전국적으로 인정받는 재활 프로그램이다. 코메디아 델라르떼에 기반한 방법을 사용하여 캘리포니아 교도소에서 8주에서 10주간의 워크숍을 제공하는데 수업은 공개 토론, 워크숍, 그리고 즉흥연기라는 다양한 시나리오를 사용하는 공연이 결합된 형태이다. 이 프로젝트를 통해 주 전체의 재범률 62% 대비 프로젝트 참여자의 경우 비율은 10%로 재범률 예방에 큰 효과를 보여주고 있으며 또한 프로그램에 참여하는 재소자의 교도소 내 위반이 87% 감소하는 등 가시적인 성과를 보이고 있다.



이미지 출처: 액터스갱 페이스북

Point

재소자들에게 자신의 감정을 탐색하고 감정을 다룰 기회를 제공하는 데 있어 예술 만한 도구가 또 어디 있을까? 또한 재범률 감소라는 장기적으로 사회적 비용을 낮추는 효과까지 있다는 점에서 기업의 사회 공헌에 의미를 한층 더하는 예술후원이라 할 수 있다.

자료 출처

이미지

<https://theactorsgang.com/>

<https://theactorsgang.com/education>

<https://theactorsgang.com/prison-project>

https://www.facebook.com/TheActorsGangPrisonProject/photos/?ref=page_internal

Overview

Frankenthaler Climate Art Award

프랑켄탈러 재단 × 아시아 소사이어티

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 프랑켄탈러 재단(Frankenthaler Foundation) https://www.frankenthalerfoundation.org |
| 프로젝트 주제 | Frankenthaler Climate Art Award '기후예술상' |
| 주요 사업 분야 | 추상 표현주의 작가 헬렌 프랑켄탈러 재단 |
| CSR 활동 분야 | 예술 후원 |

#기후환경 #신진작가 #기후변화



이미지 출처: 프랑켄탈러 재단 홈페이지



2022년 수상작. 위쪽부터 마우리시오 차데스(Mauricio Chades)의 <피라미드, 우루부> | (Pyramid, Urubu)(2019)
이미지 출처: climateartawards 홈페이지

Story

프랑켄탈러 재단

프랑켄탈러 재단(Frankenthaler Foundation)은 미국 추상주의 작가 헬렌 프랑켄탈러의 작품을 광범위하게 수집할 뿐만 아니라 작가의 삶과 작업과 관련된 다른 예술가의 작품과 원본 문서 및 자료 컬렉션을 유지, 관리하는 재단이다. 또한 전시, 작품 대여, 연구 및 출판, 대중과 학계를 위한 교육 프로그램 등 시각예술에 대한 대중의 관심과 이해를 높이는 데 전념하고 있다.



2022년 수상작. 더글러스 톨먼(Douglas Tolman)의 마지막 제스처(Last Gesture)(2021)
 이미지 출처: climateartawards 홈페이지



2022년 수상작. 알렉사 발레즈(Alexa Valez)의 <오브 더 에어>(Of the Air)(2021)
 이미지 출처: climateartawards 홈페이지

CSR

Frankenthaler Climate Art Award

프랑켄탈러 기후예술상(Frankenthaler Climate Art Award)은 프랑켄탈러 재단이 아시아 소사이어티(Asia Society)와 협력하여 제정한 상으로, 기후변화와 관련된 주제의 작품을 창작하는 예술가들에게 수여하는 상이다. 프랑켄탈러 재단은 차세대의 상상력과 통찰력을 통해 기후변화 인식을 육성하기 위해 이 상을 고안하였으며, 허쉬혼 박물관과 존 F. 케네디 공연예술센터, 국립미술관, 필립스 컬렉션과 협력하고 있다.

Point

기후위기가 다가온 지금, 기후위기에 대한 젊은 작가들의 참신한 해석을 볼 수 있는 공모상이다. 신진작가들에게 뉴욕에서 시상, 전시라는 기회를 제공하고 기술융복합을 활용하여 관람객에게 이머시브 경험을 제공한다. 전시를 통해 기후위기에 대한 경각심을 주는 시간이 될 것으로 기대된다.

자료 출처

이미지

<https://www.frankenthalerfoundation.org/>

<https://climateartawards.org/>

Overview

Eden Project

가이아 예술재단 × 구글 아트&컬처

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 가이아 예술재단 GAIA art Foundation https://www.gaiaartfoundation.org/ 구글 아트&컬처 Google Arts & Culture https://artsandculture.google.com/ |
| 프로젝트 주제 | Eden Project * 생물 다양성을 촉진하는 예술적 정원 제작 |
| 주요 사업 분야 | 예술, 인권, 과학기술, 공공미술 제작 |
| CSR 활동 분야 | 환경 |

#기후환경 #환경 #기술 융복합



@ Guggenheim Museum Bilbao, Spain | 이미지 출처: 구글 아트&컬처 홈페이지



긴즈버그 박사의 '꽃가루 매개자'는 생물 다양성을 촉진하는 곤충 수분의 중요한 역할을 한다.
이미지 출처: 가이아예술재단 홈페이지

Story

가이아 예술재단, 구글 아트&컬처

가이아 예술재단은 예술가 레지던시 프로그램, 토크 및 연구 콘서트, 환경, 첨단 기술과 관련된 학제간 예술 프로그램을 개발시키는 것에 주력한다. 단지 미술관에서 경험해야 하는 대상이 아닌, 직접적으로 삶의 형태에 영향을 줄 수 있는 예술을 활성화하는 색다른 프로젝트를 진행하고 있다. 구글 아트&컬처는 전 세계 파트너 문화기관의 예술작품 및 문화 유물에 대한 고해상도 이미지와 동영상을 제공하는 온라인 플랫폼이다. 고해상도 이미지 기술을 활용해서 방문자가 물리적으로 예술작품 및 갤러리를 탐색할 수 있도록 해준다.

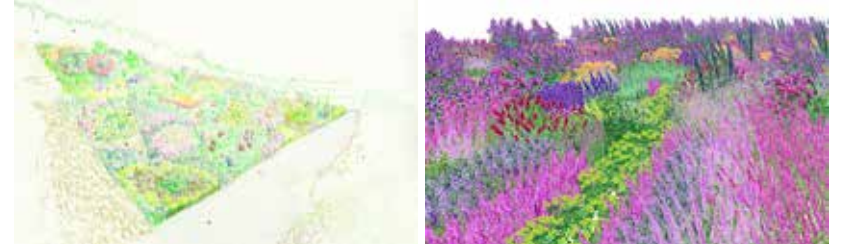


원예에 관심 있는 관객도 이 독특한 예술작품 일부가 되어 참여할 수 있다. | 이미지 출처: 가이아예술재단 홈페이지

CSR

Eden Project

가이아 예술재단은 생명공학자 알렉산드라 데이저 긴즈버그(Alexandra Daisy Ginsberg) 박사를 초청해서 콘월 지역에 에덴 프로젝트(Eden Project)를 제작했다. 긴즈버그는 그동안 생태학적 위기를 주제로 기술을 접목한 작품을 선보여온 예술가이기도 하다. 그는 이번 에덴 프로젝트를 통해 55m 규모의 정원을 만들어, 수십 종의 꿀벌과 딱정벌레, 나방 등 다양한 꽃가루 매개체(Pollinator Pathmaker)를 불러모았다. 이 작품은 꽃가루 매개체들의 관점에서 그들이 선호하는 식물을 식재하고, 꽃을 찾아가기 위해 날아가는 거리를 줄이는 것을 포함한 알고리즘 구축을 뼈대로 한다. 에덴 프로젝트는 식물과 수분 매개체의 관점에서 꿀벌과 기타 멸종 위기에 처한 곤충 종을 구하기 위한 국제 문화 캠페인이다. 독특한 점은 'Pollinators Pathmaker'라 이름 붙인 이 정원 설계의 알고리즘 정보를 온라인에 공개해 대중이 직접 자신의 정원을 가꿀 수 있게 했다는 점이다. 관객도 웹사이트에서 알고리즘을 사용, 다양한 매개체를 위해 설계된 자신만의 정원을 설계하고 3D로 볼 수 있다.



구글 아트&컬처 랩과 협업으로 개발한 웹사이트와 알고리즘을 통해 관객들은 집과 들판, 그리고 커뮤니티 정원에서 심기 계획을 디자인해 볼 수 있다. | 이미지 출처: 가이아예술재단 홈페이지

Point

사람만을 위한 정원이 아닌, 곤충까지도 생각하는 정원을 만들고 관람자를 위한 정원의 형태까지 고려한 전시이다. 이는 '공존과 공생'이라는 시대적 화두를 새로운 형식의 전시로 풀어냄과 동시에 예술의 영역에 대한 미래의 제언이 엿보이는 사례이다.

자료 출처

이미지

<https://www.facebook.com/Gaia-Art-Foundation-110553660704947>

<https://about.artsandculture.google.com/>

<https://www.gaiaartfoundation.org/projects/the-pollinator-commission>

<https://www.gaiaartfoundation.org/projects>

<http://www.pollinator.art/>

관련 영상

<https://youtu.be/IN3YzdzqBY>

Overview

Climavore Station

서펜타인 갤러리 × 쿡섹션스

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 서펜타인 갤러리(Serpentine Gallery) https://www.serpentinegalleries.org |
| 프로젝트 주제 | Climavore Station * 기후변화가 인류 식단에 어떤 변화를 일으킬 것인지 식별하고, 무엇을 먹을 것인지 논의한다. |
| 주요 사업 분야 | 미술 갤러리 |
| CSR 활동 분야 | 환경, 기후, 창작자 지원 |

#기후환경 #환경



이미지 출처: 서펜타인 갤러리 홈페이지

Story

서펜타인 갤러리

서펜타인 갤러리는 런던의 대표적인 현대미술 갤러리로, 오늘날의 시급한 문제에 대응하는 아티스트를 지원하면서 갤러리의 현대적이고 선구적인 정체성을 확고히 해 나가고 있다. 특히 현대미술의 청중을 넓히고 전 세계적으로 예술과 아이디어의 영향력을 확대하기 위해, 20년 이상 공적 자금 및 민간 자선 단체와의 파트너십을 개척해 왔다.

CSR

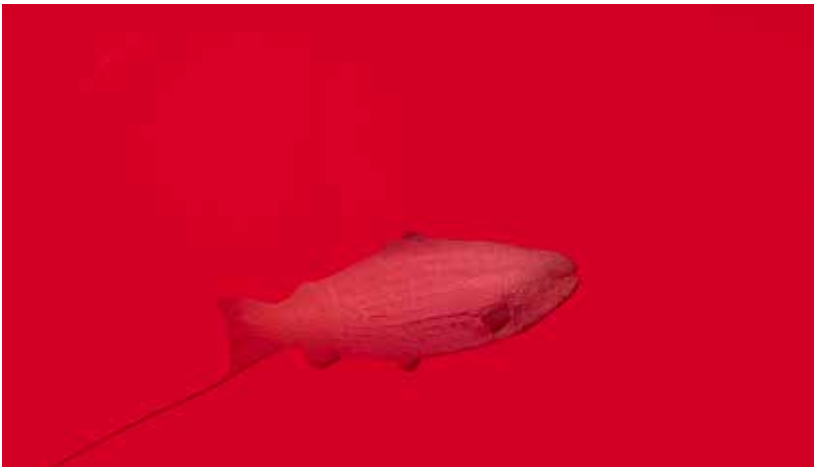
Climavore Station

이 프로젝트는 생태학, 해양 생물학, 농학, 영양학, 공학 분야의 전문가들과 협력, 새로운 공간과 기반 시설을 건설하고, 지속 가능한 식사 방식을 제안하는 특별한 프로젝트다. 클리마보어(Climavore)는 무엇을 생산하고 소비할지 결정하는 대규모 농업 사업에 도전, 기후변화의 지정학적 의미와 인간과 인간 모두에게 가해지는 압력에 비판적으로 참여한다.

다니엘 파스쿠알과 알론 슈바베 (Daniel Fernandez Pascual, Alon Schwabe)의 쿡섹션스 (Cooking Sections)는 농부, 레스토랑 및 지역 이해 관계자와 모두 협력하여 오염된 연어 양식업에서 벗어나 해조류 기반, 건강한 생태계를 유지하는 필터 피더(filter feeder) 만들어 클리마보어 스테이션(Climavore Station)에 설치했다. 이들은 예술, 건축, 생태학 및 지정학 사이의 경계를 탐구해 2021년 터너상에 노미네이트 되었다.



이번 프로젝트로 2021년 터너상 후보에 오른 쿡섹션스. 이들은 설치작품을 통해 식품 생산과 소비가 환경에 미치는 영향에 대해 고찰하고 그 대안을 찾으려 노력한다. | 이미지 출처: 서펜타인 갤러리 홈페이지



쿠킹섹션스 작품 <연어: 붉은 청어>(Salmon: A Red Herring)는 테이트 브리튼에 전시된 양식 연어에 관한 설치물로, 양식 연어가 소비자 입맛에 맞도록 인공적으로 착색되는 과정을 보여줬다. | 이미지 출처: 쿠킹섹션스 홈페이지



스코틀랜드 스카이섬 해안선에 있는 인스톨레이션인 'On Tidal Zone'. 밀물 때는 공동 식탁으로, 밀물 때는 굴과 다른 어패류의 서식지 역할을 한다. | 이미지 출처: 서펜타인 갤러리 홈페이지

Point

오늘날 인류가 당면한 문제 해결을 위해 예술이 어떤 역할을 해야 할지 고민할 수 있는 사례이다. 예술가들이 각 분야의 전문가 및 예술가와 협업을 이끌고 문제를 직시하며 해결하는 방식을 통해 주목할만한 프로젝트를 만들어냈다.

자료 출처

이미지

<https://www.serpentinegalleries.org/about/>

<https://www.serpentinegalleries.org/about/press/becoming-climavore/>

<https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/climavore/>

<http://www.cooking-sections.com/Salmon-A-Red-Herring>

관련 영상

<https://youtu.be/IY2kA5PbSS0>

Overview

Ice Watch London

블룸버그 재단 × 올라퍼 엘리아슨

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 블룸버그 재단 (Bloomberg Philanthropies) https://www.bloomberg.org |
| 프로젝트 주제 | Ice Watch London 기후변화 관련 공공미술 프로젝트 |
| 주요 사업 분야 | 언론사 자선 단체 |
| CSR 활동 분야 | 미술, 교육, 의료, 환경, 재난 구제, 총기 안전 등 |

#기후환경 #기후변화 #창작자 지원



이미지 출처: 블룸버그 재단 홈페이지



올라퍼 엘리아슨이 <아이스 워치>를 전시하기 위해 아이슬란드에서 빙하를 가져오는 장면
이미지 출처: 아이스 워치 홈페이지

Story

블룸버그 재단

블룸버그 재단은 941개 도시와 전 세계 173개국에 예술, 교육, 환경, 정부 혁신, 공중 보건의 5가지 핵심 영역을 중심으로 다양한 자선 활동을 이어오며 매년 연간 보고서를 공개한다. 2020년에는 코로나바이러스와 관련된 긴급한 문제를 해결하기 위한 다양한 프로그램을 개발, 2020년에만 16억 달러를 지원했다. 예술 관련 후원도 5개의 영역(로컬 예술 강화, 관객을 문화 온라인과 현장으로 연결, 공공미술 후원, 전 세계 예술 발전, 다른 후원자와의 콜라보레이션)으로 세분화하여 운영하고 있다. 블룸버그 재단은 마이클 R. 블룸버그의 재단과 개인 자선 사업뿐만 아니라 전 세계 도시에서 일하는 프로보노 컨설팅 인 블룸버그 어소시에이츠(Bloomberg Associates)를 포함하고 있다.



올라퍼 엘리아슨이 <아이스 워치> 런던 테이트 모던 미술관 앞에 전시된 장면 | 이미지 출처: 아이스 워치 홈페이지

CSR

Ice Watch London

아이슬란드계 덴마크인 예술가 올라퍼 엘리아슨(Olafur Eliasson)은 기후변화의 시급성에 대한 인식을 높이기 위해, 블룸버그 재단 지원을 받아 그린란드 피요르드에서 30개의 빙산을 런던으로 옮겨와 전시했다. 아이슬란드의 빙하 유실 문제를 모티프로 한 <아이스 워치>(Ice Watch)는 조금씩 녹아내리는 빙하를 관람객들이 피부로 느낄 수 있도록, 실제로 유실된 빙하를 옮겨와 런던 테이트모던 앞 광장에 전시했다. 아이러니한 사실은 이 빙하를 옮겨오기 위해 어마어마한 양의 이산화탄소가 소비되었다는 점이다. 이에 작가는 비영리 단체인 줄리스 바이셔클(Julie's Bicycle)의 지원을 받아 제작과정에 생긴 탄소 발자국에 대한 전체 보고서 작성하고 이 프로젝트가 지속할 수 있게 하도록 탄소 비용을 상쇄하는 데 필요한 금액의 3배를 영국 최대 삼림 보호 자선 단체인 우드랜드 트러스트(Woodland Trust)에 기부할 계획이라 밝혔다.



런던 테이트 모던 미술관에 전시된 아이스 워치를 관람하는 아이들 | 이미지 출처: 아이스 워치 홈페이지

Point

2019년 세계기후변화 회의를 앞두고, 인류가 기후변화의 최악의 영향을 제한할 수 있는 시간이 12년 밖에 남지 않았다는, 정부 간 협의체의 연구 경고가 발표한 지 한 달 만에 이루어진 프로젝트이다. 사회문제에 적극적이고 발 빠르게 대응한 전시 프로젝트이며, 이렇게 시간을 다투는 전시를 진행할 수 있었던 것은 블룸버그재단의 후원이 있었기에 가능했다.

자료 출처

이미지

<https://creativepool.com/linda-lu/projects/bloomberg-philanthropies-annual-report-2018>

<https://www.bloomberg.org/arts/advancing-the-arts-around-world/ice-watch>

<https://icewatch.london>

관련 영상

<https://vimeo.com/305136645/97f7d8608>

Overview

Museum of Underwater Art

모우아 × 아티스트

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 모우아 유한회사(MOUA Ltd) (Museum of Underwater Art) https://www.moua.com.au/ |
| 프로젝트 주제 | 수중 미술관 * 산호초 보존 및 복원, 관광 활성화 목적 |
| 주요 사업 분야 | 수중 미술관, 수중 생태계 연구, 조각 작품 |
| CSR 활동 분야 | 환경 |

#기후환경 #기후변화 #전시 #로컬 #예술가 협력 #관광 #해외 #로컬



이미지 출처: MOUA 페이스북



이미지 출처: MOUA 페이스북

Story

모우아

호주 그레이트 배리어 리프(Great Barrier Reef) 지역의 관광 활성화, 수중 산호 보존 복원 및 해양 생태계 연구를 목적으로 하는 기관 모우아 유한회사 자원봉사자로 구성된 이사회가 감독하고 있고, 여기서 수중 미술관 모우아(MOUA)를 설립하여 운영 중이다.



MOUA 미술관 모습 | 이미지 출처: MOUA 페이스북

CSR

Coral Greenhouse

모우아에서는 유명 수중조각가 제이슨 디케리스 테일러(Jason deCaires Talor)의 조각품을 수중 미술관 내 전시하여 미술관에 관한 관심을 유도하고 기금 후원을 유치하고 있다.

Ocean Siren

MOUA 인근에 있는 테일러의 <오션 사이렌>(Ocean Siren)은 바다 수온에 따라 작품의 색이 실시간으로 변하도록 하여 작품을 통해 기후변화를 감각적으로 확인하도록 한다.



수온 변화에 따라 색이 변하는
오션 사이렌
이미지 출처: MOUA 페이스북

Point

지역 수중 생태계 보호를 위하여, 아티스트와 협업을 통해 남들이 시도하지 못했던 수중 미술관이라는 공간을 조성하고, 이 공간에서 해양 생태계에 관한 연구와 더불어 메시지를 던지는 설치작품을 통해 지역의 관광 활성화에 기여했다는 점에서 의미 있다

자료 출처

이미지

<https://www.facebook.com/MOUAGreatBarrierReef/photos/130584937564974>
<https://www.facebook.com/MOUAGreatBarrierReef/photos/182713135685487>
<https://www.facebook.com/MOUAGreatBarrierReef/photos/485290492094415>
<https://www.facebook.com/MOUAGreatBarrierReef/photos/733583147265147>
<https://www.facebook.com/MOUAGreatBarrierReef/photos/510746376215493>
<https://www.facebook.com/MOUAGreatBarrierReef/photos/500700950553369>

관련 영상

<https://youtu.be/6xQPbggR6Jc>
https://youtu.be/39fXs_a7jmY

Overview

Drawing for Green Future SK하이닉스 × 에이컴퍼니 × 빅이슈

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | SK하이닉스 https://www.skhynix.com |
| 프로젝트 주제 | Drawing for Green Future * 기후변화'를 주제로 한 신진작가 작품공모 및 전시회 |
| 주요 사업 분야 | 반도체, 컴퓨터, 통신기기 제조 |
| CSR 활동 분야 | 사회안전망 구축, 글로벌 ICT 인재육성 플랫폼 구축 등 |

#기후변화 #신진작가 #전시 #청년예술가 #공모 #환경 #기업협력 #국내



도화아트갤러리 전시 중인 모습 | 이미지 출처: SK하이닉스 사회공헌 홈페이지



이미지 출처: SK하이닉스 홈페이지

Story

사회적 가치 창출 활동의 방향성과 목표를 구체화한 중장기 추진 계획 SV2030(Social Value 2030)을 발표한 후, 환경 분야의 실천과 소외계층을 위해 사회 안전망(Social Safety Net)을 구축하는 활동의 일환으로 본 프로젝트를 진행했다.



도화아트갤러리 전시 중인 모습 | 이미지 출처: SK하이닉스 사회공헌 홈페이지



도화아트갤러리 전시 중인 모습 | 이미지 출처: SK하이닉스 사회공헌 홈페이지

CSR

Drawing for Green Future

사회적 기업 2곳(에이컴퍼니-신진작가 후원, 양성/빅이슈-주거 취약계층 자립 지원)과 협업하여, 기후 변화를 주제로 한 신진작가 공모전을 진행했다. 코로나19로 출품 기회를 잃은 청년예술가를 지원함과 동시에, 기후변화 문제 해결에 대한 기업의 의지를 이해 관계자들에게 전달하기 위한 목적으로 진행 되었으며, 시각예술 분야, 만 39세 이하 청년예술가 대상 공모, 선정된 10명의 작가에게 인당 300만원의 상금 지급 및 오프라인 전시 기회가 제공되었다.

Point

기업-사회적기업-신진작가의 협업을 통하여, 사회적 가치를 함께 발굴하고, 글로벌 이슈인 환경문제를 작가의 시선을 통해 전달함으로써, 대중의 공감대를 형성하고 기업의 비전을 잘 전달한 케이스이다. 사회적 의제인 기후변화를 주제로 하여 유의미한 성과를 거두었다.

자료 출처

이미지

<https://www.skhynix.com/>

<https://www.skhynix.com/sustainability/UI-FR-SA10>

Overview

Knot Wrap

러쉬 × 아티스트

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 러쉬(LUSH) https://www.lush.com/uk/en |
| 프로젝트 주제 | Knot Wrap * 다양한 아티스트(단체)와 협업을 통해 업사이클링 포장재 제작 |
| 주요 사업 분야 | 프레쉬 핸드메이드 코스메틱 |
| CSR 활동 분야 | 동물보호, 환경(기후변화), 인권(평등, 평화, 사회정의) |

#기후환경 #로컬 #문화예술후원매개 #업사이클링 #환경 #미술 #공예



이미지 출처: 러쉬 홈페이지



이미지 출처: 러쉬 홈페이지

Story

러쉬

1995년 영국에서 6명의 공동 창업자에 의해 시작된 친환경 코스메틱 기업이다. 과대포장과 과도한 마케팅이 아닌 제품의 질적인 면에 집중한다는 원칙을 고수하며 제품을 생산하는 기업으로 알려져 있다. 러쉬는 특히, 기업 철학의 실행을 강조하며, 동물보호(동물 실험 반대), 환경-기후변화(화장품 원료로 쓰이는 팜유로 훼손되어가는 열대우림 보존 등), 인권 보호에 앞장서고 있다.



일러스트레이터 러셀콕(Russell Cobb)과 협업, 플라스틱을 재활용하여 만든 '바잉 맵' | 이미지 출처: 러쉬 홈페이지

CSR

Knot Wrap

낫 랩(Knot Wrap)은 영국에서만 매년 크리스마스 시즌 포장재 쓰레기가 36.5만kg 발생하는 것에서 착안하여, 기존의 포장재가 아닌 리사이클링 천을 활용한 포장재로 활용하는 캠페인이다. 재사용(Reuse), 재활용(Recycle), 제로웨이스트(Zero Waste)를 모토로 2017년부터 전개 중이며, 아이템 별로 아티스트나 예술단체와 협업을 통하여, 낫랩의 아트웍을 제작하여 리미티드 에디션으로 온·오프라인 판매하고 있다. 최근에는 낫 스왑(Knot Swap)-사용한 낫 랩을 매장으로 가져오면, 새로운 낫 랩을 50% 할인된 가격으로 교환해 주는 캠페인-을 통해 자원 재활용에 대한 메시지도 전달하고 있다.

다운중후군 예술가그룹(AEP: Atelier Element Present)과 협업한 낫 랩 '오랑우탄' / '에너지' | 이미지 출처: 러쉬 홈페이지



채리티팟에 소개된 비영리 단체들의 캠페인 | 이미지 출처: 러쉬 홈페이지

Point

러쉬는 명확한 기업의 철학만큼이나, 이를 해결하려는 노력도 적극적으로 하고 있다. 특히, 낫랩 캠페인의 경우, 아티스트 및 장애예술인 단체들과의 협업을 통해 심미적인 가치 외에도 재활용, 제로웨이스트라는 실용적 가치까지 담은 아이디어로, 환경문제를 해결한 좋은 사례이다.

자료 출처

이미지

- <https://weare.lush.com/press-releases/lush-reflects-on-5-years-of-employee-ownership-launching-across-north-america/>
- <https://weare.lush.com/lush-life/our-company/we-are-buying/>
- <https://weare.lush.com/lush-life/our-giving/charity-pot/>

Overview

Supporting Emerging Artists

트래버 스미스 × 아티스트

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 트래버 스미스(Travers Smith) https://www.traverssmith.com |
| 프로젝트 주제 | Supporting Emerging Artists * 신진작가 공모로 지역사회 예술 인재를 지원 육성 |
| 주요 사업 분야 | 법무법인 |
| CSR 활동 분야 | 환경, 지속 가능한 성장, 예술가 지원 |

#커뮤니티 #신진작가 #로컬 #지역 대학



이미지 출처: 트래버 스미스 홈페이지



이미지 출처: 펠릭스 프로젝트 홈페이지

Story

트래버 스미스

트래버 스미스는 1810년 영국 런던시에 설립된 가장 오래된 법무법인으로 신진예술가 지원부터 난민 및 망명 신청자 지원에 이르기까지 다양한 CSR 활동을 펼치고 있다. 최근에는 지역사회와 협력하여 학교, 대학, 청소년 프로젝트 및 지역사회 그룹과 유대관계를 발전시키는 기회를 제공하고 있다. 트래버 스미스는 2년 단위로 주요 자선 파트너에게 상당한 재정적 지원을 하는데 2020-2022년 음식물 쓰레기를 줄이고 필요한 사람들에게 음식을 공급하는 자선 단체 펠릭스 프로젝트(The Felix Project)와 파트너십을 맺고 기금 마련 및 자원봉사 등을 진행하고 있다.



알렉스 데버러(Alex Devereux)가 진행한 은퇴한 파트너 대상 워크숍 | 이미지 출처: CSR ART CATALOGUES 2021-22



이미지 출처: ART PROGRAMME CATALOGUES

CSR

Supporting Emerging Artists

트레버 스미스는 웨스트민스터 대학교와 왕립예술원 학생들이 전문 미술가로 성장해 역량을 발휘할 수 있도록 기회를 제공하고 있다. 트레버 스미스는 경제적 불안과 커리어 형성 등으로 불안해하는 미대 졸업생들이 전문성을 개발할 수 있도록 2014년부터 재정적 지원을 하고 있다. 또한 예술가들에게 취약한 비즈니스 기술 워크숍, 무료 법률 자문, 전시회 개최, 카탈로그 제작, 판매 및 젊은 예술가들의 수익 창출에 기여하는 실용적인 방법에 이르기까지 전방위적 지원을 하고 있다.

Point

기업이 지역의 미술 전공생들을 후원하고 전시와 판매를 촉진하면서, 예술가와 구매자 모두에게 진입 장벽을 낮추고 기회를 문을 열어주는 사례이다. 기업이 젊은 예술가들의 '대학 이후의 삶'을 함께 고민하고 예술가로서 독립된 삶을 살 수 있도록, 다양한 방식으로 실제 예술사들에게 필요한 후원을 한다는 것이 인상적이다.

자료 출처

이미지

<https://www.traverssmith.com/>

<https://www.traverssmith.com/media/7772/csr-art-catalogue-2021-22.pdf>

<https://thefelixproject.org/news/2018>

관련 영상

<https://www.youtube.com/watch?v=0v-cUJxBN0c>

Overview

Public Art Challenge

블룸버그 재단 x 아티스트

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 블룸버그 재단 (Bloomberg Philanthropies) https://www.bloomberg.org |
| 프로젝트 주제 | Public Art Challenge 공공미술 프로젝트 공모 |
| 주요 사업 분야 | 언론사 자선 단체 |
| CSR 활동 분야 | 미술, 교육, 의료, 환경, 재난 구제, 총기 안전 등 |

#커뮤니티 #공공미술 #창작자 지원



이미지 출처: 블룸버그 재단 페이스북

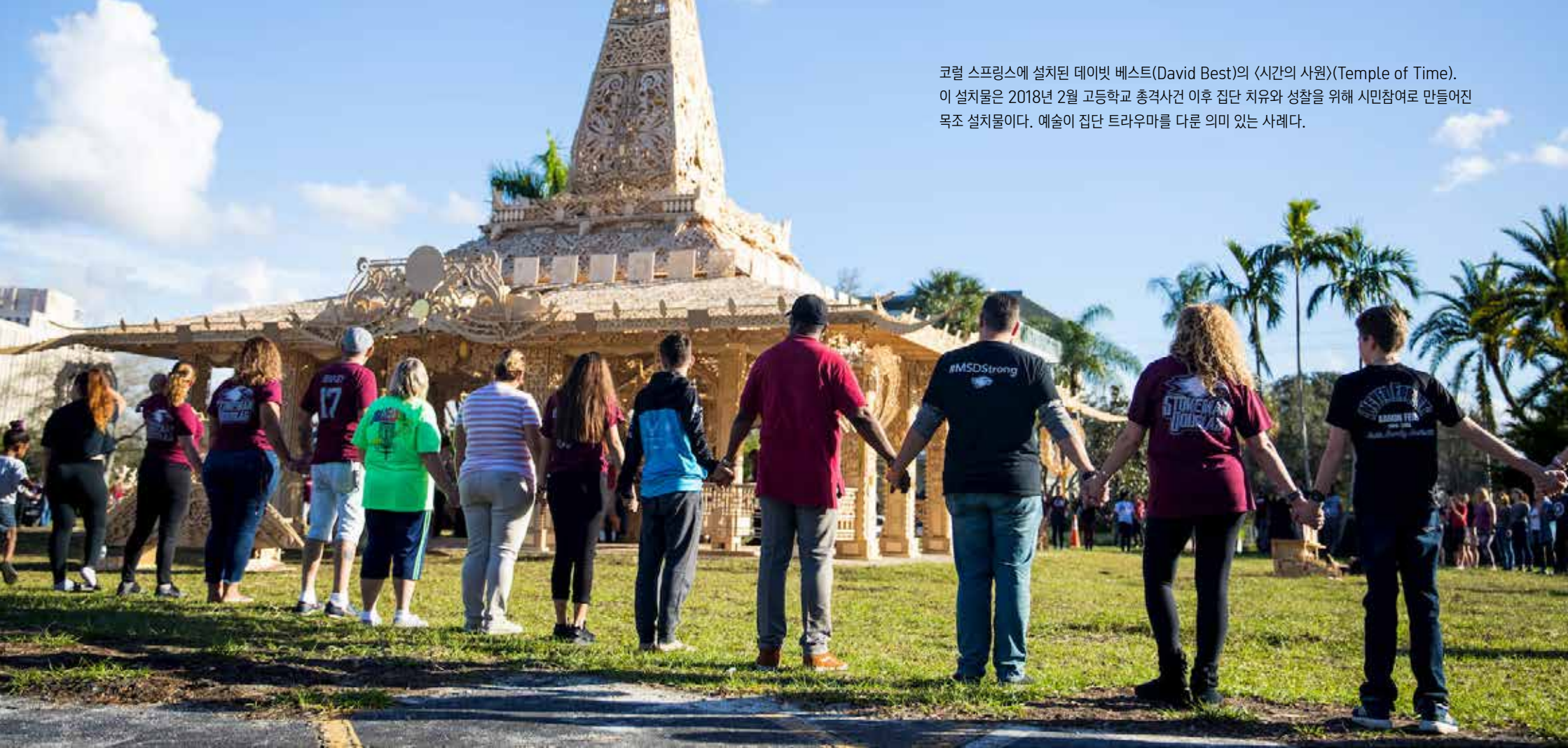


굵직한 벽돌 표면을 고출력 LED 조명 디스플레이용 캔버스로 사용한 작품 [스티븐 스티븐스/네이션스웰]
이미지 출처: 네이션스웰 홈페이지

CSR

Public Art Challenge

블룸버그 재단은 예술이 시민 진보에 동인 될 수 있다는 믿음으로 미국 전역에 커뮤니티를 강화하는 공공미술 프로젝트(Public Art Challenge)를 2014년부터 지원하고 있다. 블룸버그 재단은 기후 변화, 전염병, 총기 폭력 등 여러 문제를 해결하기 위해 예술가들로부터 혁신적인 공공예술 프로젝트 제안을 받아 9개 도시와 협력해 공공 미술 프로젝트를 완성했다. 도시와 협력해 완성된 이 프로젝트를 통해 지역 비영리 단체 및 기업과 함께 버려진 자산, 환경 지속 가능성, 지역사회-경찰 관계, 창조 부문 경제 개발과 같은 중요한 도시 문제에 대한 솔루션을 모색했다. 2018년에는 기후변화, 역병, 총기 폭력 및 치유, 열사 인종 대학살로 파괴된 그린우드의 회복과 같은 문제를 조명하면서 예술의 치유 기능을 시민들이 직접 체험할 수 있게 했다.



코럴 스프링스에 설치된 데이빗 베스트(David Best)의 <시간의 사원>(Temple of Time). 이 설치물은 2018년 2월 고등학교 총격사건 이후 집단 치유와 성찰을 위해 시민참여로 만들어진 목조 설치물이다. 예술이 집단 트라우마를 다룬 의미 있는 사례다.

이미지 출처: 블룸버그 사회공헌재단 홈페이지

Point

사회적 문제와 집단 트라우마를 풀어낼 때 예술이 갖는 진가를 보여주는 사례이다. 경제적, 시간적으로 여유로운 관람객을 위한 예술을 넘어, 공공예술이 갖는 보편의 사람들을 위로하는 역할에 대해 작가들의 창의적인 아이디어와 시민참여로 증명하고 있다.

자료 출처

이미지

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=339480711546479&set=pb.100064536586321.-2207520000..&type=3>

<https://nationswell.com/news/public-art-improving-communities>

<https://www.bloomberg.org/annualreport/arts>

관련 영상

<https://www.youtube.com/playlist?list=PL00k6Nnx8t1v0N808-PuKH0nCuKi2mond>

<https://youtu.be/uo82K1Nr7ac>

<https://youtu.be/s-7P-8WbG10>

Overview

Good Fences Make Good Neighborhood

퍼블릭 아트 펀드 x 아티스트

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 퍼블릭 아트 펀드(Public Art Fund) https://www.publicartfund.org |
| 프로젝트 주제 | Good Fences Make Good Neighborhood 뉴욕 공공미술 프로젝트 2017년 |
| 주요 사업 분야 | 공공 프로젝트 |
| CSR 활동 분야 | 공공예술지원 |

#커뮤니티 #공공미술 #창작자 지원



이미지 출처: 퍼블릭 아트 홈페이지



이미지 출처: 퍼블릭 아트 홈페이지

Story

퍼블릭 아트 펀드

1977년에 설립된 퍼블릭 아트 펀드는 40여 년간 뉴욕의 공공미술품 설치작업을 주관하는 비영리 미술 기구이다. 개인, 재단, 기업 등의 지원을 받아 공공장소에 미술 작품을 선보이며, 누구나 접근 가능한 전시를 끌어내 도시에 활기를 불어넣는데 성공했다는 평가를 받고 있다. 뉴욕 주요 자치구의 공원과 관광지를 비롯한 곳곳에서, 유명 작가부터 신진작가의 작품에 이르기까지 다양하게 구성되는 이들의 공공미술 프로젝트는 미술의 공적 역할과 기능을 충실하고 여실하게 보여주고 있다.



아이 웨이웨이의 워싱턴 광장에 설치된 작품, <좋은 울타리가 좋은 이웃을 만든다>
이미지 출처: Ai Weiwei 스튜디오 제공/ Frahm & Frahm

CSR

Good Fences Make Good Neighborhood

좋은 울타리가 좋은 이웃을 만든다. 도널드 트럼프 대통령이 미국 남부 국경을 따라 장벽을 건설하기 위한 자금확보를 시도한 지 며칠 만에 이루어진 뉴욕시 협업 프로젝트로, Bill de Blasio 시장은 “증오의 상징”을 식별하기 위해 도시 전역에 공공 기념물을 조사할 위원회를 임명하고 목소리를 잃은 사람들을 위한 공공 프로젝트를 착수했다. 공공예술기금 (Public Art Fund) 40주년 기념 프로젝트로, 뉴욕시의 예술공간을 활성화할 목적으로 아이 웨이웨이와 협업했다. 이 프로젝트는 난민 위기의 공포를 ‘벽’이라는 주제로 뉴욕 전역 300개 사이트에 공공 미술 설치를 통해 “좋은 울타리가 좋은 이웃을 만든다”는 메시지를 효과적으로 전달했다.



Doris C. Freedman Plaza에 설치된 작품. 이미지 출처: Ai Weiwei Studio 제공/ Frahm & Frahm

Point

난민 위기, 난민 유입을 막으려는 정치적 상황에서 뉴욕과 퍼블릭 아트 펀드는 사회적 문제를 제기하고자 했으며, 작가 아이 웨이웨이를 영입, ‘벽’이라는 주제를 뉴욕 시민들과 함께 고찰해 볼 수 있는 공공예술 작품을 뉴욕 곳곳에 설치했다. 사회적 문제와 동시대 질문을 담은 예술을 통해 뉴욕을 더욱더 진보적이고 예술적인 곳으로 만드는 시도가 아닐 수 없다.

자료 출처

이미지

<https://www.publicartfund.org/programs>

<https://www.publicartfund.org/programs/view/public-art-fund-talks-davina-semo-2>

https://www.publicartfund.org/ai_weiwei_good_fences_make_good_neighbors

관련 영상

https://www.publicartfund.org/videos_etc/paf40-ai-weiwei-good-fences-make-good-neighbors

Overview

KULA Art Festival

칸디바 몰디브 x 아티스트

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 칸디마 몰디브(Kandima Maldives) https://kandima.com |
| 프로젝트 주제 | KULA ART FESTIVAL 지역 예술가들과 함께하는 아트 페스티벌 프로젝트 |
| 주요 사업 분야 | 리조트 산업 |
| CSR 활동 분야 | 지역 예술가 지원, 지역 학교 장비 지원 및 장학금 프로그램 등 |

#커뮤니티 #로컬 #기업 협력 #예술가 후원



이미지 출처: 칸디마 몰디브 홈페이지



지역 예술가들과의 아트 워크숍 모습 | 이미지 출처: 칸디마 몰디브 홈페이지

Story

칸디바 몰디브

몰디브의 칸디마 몰디브(Kandima Maldives) 리조트에서 지역 예술가 지원을 위한 쿨라 아트 이니셔티브(KULA Art Initiatives) 비영리 기금을 출범하여 지역의 공예, 패션, 디지털 사진, 비디오 그래픽, 음악 등의 현대예술을 지원하고 있다.



지역 예술가들과의 아트 워크숍 모습 | 이미지 출처: 칸디마 몰디브 홈페이지



지역 예술가들과의 아트 워크숍 모습. 이미지 출처: 칸디마 몰디브 홈페이지

CSR

KULA Art Festival

칸디마 몰디브는 연례행사로 KULA 아트페스티벌을 개최하여, 지역 예술가 20여 명을 초청, 새로운 작품의 쇼케이스 기회 제공 및 리조트 방문객들과의 워크숍을 진행하고 있다. 이외에도 리조트 내 아로마 아트 스튜디오(Aroma Art Studio)에서 지역 예술가들의 정기 전시회 및 예술 공연을 개최하고 있으며, 숙박 객실마다 1달러씩 기부하여, 지역 학교와 예술가들의 장비 지원, 인턴십, 장학금 프로그램 등의 활동을 지원하고 있다.

Point

아트페스티벌 및 전시를 통해, 지역 예술가들에게 쇼케이스 기회를 제공함과 동시에 리조트 내 방문객을 위한 참여형 프로그램으로 활용하며 상생할 기회를 창출하였다. 더불어, 객실당 1달러씩 모금된 기부금을 지역사회 후원 기금으로 활용한 사례는 지역상생의 모델이다.

자료 출처

이미지

<https://kandima.com/index.php/en/explore/gallery>

<https://kandima.com/index.php/en/kool-things/kula-art-initiative>

<https://kandima.com/index.php/en/kool-things/kula-art-initiative>

관련 영상

<https://youtu.be/7EnhwmXl5Jg>

<https://youtu.be/FzVPmbKPP-4>

Overview

Give to The Arts Even Your Sleep

더 히스맨 호텔 × 포틀랜드 예술단체

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 더 히스맨 호텔 (Heathman Hotel) https://www.provenancehotels.com/the-heathman-hotel |
| 프로젝트 주제 | Give to The Arts Even Your Sleep * 호텔 객실 디자인을 지역예술가들에게 맡겨 독특한 예술적 경험을 선사함. |
| 주요 사업 분야 | 호텔 |
| CSR 활동 분야 | 예술지원사업 |

#커뮤니티 #로컬 #예술가 지원 #지역예술



이미지 출처: 더 히스맨 호텔 공식 페이스북



이미지 출처: 프로비넌스 홈페이지

Story

더 히스맨 호텔

더 히스맨 호텔은 프로비넌스 호텔(Provenance Hotels)에서 운영하는 부티크호텔 중 하나로, 프로비넌스 호텔은 미국 내 8개 도시에 13개의 독립 부티크호텔을 운영하고 있다. 프로비넌스 호텔은 지속가능성과 친환경, 지역예술 지원을 실천 중으로 투숙객에게 영감을 주는 공간을 제공하기 위하여 호텔 공간을 지역예술가의 작품으로 꾸미고 있다. 각 호텔은 팝 아트 작품부터 사진 컬렉션에 이르기까지 지역에서 영향을 받은 독특하고 예술적인 경험을 제공한다. 미국 오리건 포틀랜드에 있는 더 히스맨 호텔은 포틀랜드 심포니(Portland Symphony), 노스웨스트 미술대학(Fine Arts and Northwest College of Art), 그리고 포틀랜드 센터 스테이지(Portland Center Stage) 등 포틀랜드 내 예술단체를 위해 공연예술과 시각예술 분야의 예술기금을 조성하며, 컬렉션과 공연을 위한 장소를 제공하고 있다. 문화예술과의 접목을 통해 여행객을 유치하고 지역 문화예술단체 지원과 주민의 삶의 질을 향상시키는 것을 목적으로 하고 있다.



호텔 드로잉 엽서 | 이미지 출처: 배스 커션 공식 홈페이지

CSR

Give to The Arts Even Your Sleep

히스맨 예술기금은 “자는 동안 예술에 기부하세요(Give To The Arts Even In Your Sleep)”라는 캠페인을 통해 주말 객실수입 1% 적립을 통해 포틀랜드 예술단체 지원에 사용했다. 노스웨스트 예술가들은 감사의 뜻으로 각자의 작품을 기증해 250개의 회화, 사진, 다양한 아트워크가 객실과 호텔의 로비, 라운지 등에 전시되고 있다. 호텔의 80개의 객실에서 작품을 관람할 수 있으며 대중을 위한 견학 프로그램도 제공하고 있다. 호텔은 자연스럽게 갤러리 호텔로 변화를 추구하면서 아트비즈니스의 성공사례로 꼽힌다.



더 히스맨 호텔 로비 | 이미지 출처: 더 히스맨 호텔



코스튬 디자이너 제프리 콘의 스위트 룸 | 이미지 출처: 플리커

Point

공간기반의 문화예술 사회공헌 사례로, 포틀랜드 지역 예술단체들의 동반성장과 호텔의 매출 증대에도 효과적인 협력사례로, 예술 애호가들이 선호하는 모임장소이자 새로운 예술 경험 장소로 자리매김한 지역 상생의 좋은 예이다. 더 히스맨 호텔의 경우 주말 객실수입의 1%를 지역 예술단체에 후원했다. 국내에서는 (주)서울 프린스호텔이 ‘소설가의 방’이라는 예술위원회와의 문학창작집필실 협력사업을 통해 신진 소설가들에게 창작을 위한 집필 공간으로 호텔 객실을 후원하고 있다. 앞의 두 사례는 공간을 기반으로 한 후원사업의 참고할만한 예시라 할 수 있다.

자료 출처

이미지

https://www.facebook.com/heathmanhotelportland/photos/4015145808539512?_rdr

<https://www.provenancehotels.com/>

<https://www.provenancehotels.com/the-heathman-hotel/gallery>

https://www.flickr.com/photos/bca_photos/sets/72157629742248518/

<https://bethkerschen.com/gallery/heathman-hotel/>

Overview

업사이클 상생기부 프로젝트

광명업사이클아트센터 × 이케아 × 광명시사회복지협의회

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 광명업사이클아트센터 http://www.gm.go.kr/up/index.do |
| 프로젝트 주제 | 업사이클 상생기부 프로젝트 * 이케아의 판매가 어려운 가구, 교체되는 유니폼 등을 활용해 센터 입주 기업과 작가들이 업사이클 작품과 제품을 개발해 기부하는 업사이클 프로젝트 |
| 주요 사업 분야 | 업사이클 중심 전시, 디자인 교육 및 이벤트, 레지던시 입주작가 지원을 통한 1인 기업 육성, 주변 기업과의 협업을 통한 아트 디자인 콘텐츠 개발 등 |
| CSR 활동 분야 | 재활용, 친환경, 지역상생 |

#커뮤니티 #로컬 #업사이클링 #환경 #창작자지원 #민관협력 #도시재생 #기업협업



이미지 출처: 광명업사이클아트센터 페이스북



이미지 출처: 광명업사이클아트센터 제공

Story

광명업사이클아트센터

광명업사이클아트센터는 2015년 조성된 국내 최초의 업사이클 특화 문화예술 공간이다. 광명시의 폐산업시설을 문화예술 공간으로 탈바꿈하는 문화 재생 사업의 일환으로 조성되었으며, 업사이클을 주제로 전시, 교육, 체험, 국제교류 등 다양한 문화예술 프로그램을 운영하며 문화 명소가 됐다. 또한 지역 기업들과 민관협력을 통해 산업 현장에서 발생하는 폐자원의 순환 시스템을 구축하고, 에코 디자인-콘텐츠 분야의 유망한 스타트업 육성을 통해 광명형 순환 경제 기틀을 마련하고 있다.



업사이클 상생기부 프로젝트, 폐유니폼 업사이클 작품 | 이미지 출처: 광명업사이클아트센터 제공

CSR

업사이클 상생기부 프로젝트

‘업사이클 상생기부 프로젝트’는 광명업사이클아트센터-이케아-광명시사회복지협의회가 함께 민관 협약으로 버려진 폐기물에 예술적 가치를 더해 새로운 작품 또는 상품으로 재탄생시키고자 진행한 프로젝트이다. 매장 전시, 반품 등의 이유로 판매가 어려워진 이케아 폐가구를 지역 업사이클 작가들과 시민참여단, 이케아 소속 디자이너가 협력하여 업사이클 가구로 제작한 뒤 지역아동센터 등 복지시설에 기부한다. 2021년까지 누적 기부처 33개소에 업사이클 제품 총 230개(가구 80점, 가방 150개)를 기부한 성과를 올렸다.

2022년에는 이케아 광명점에서 폐기 예정이던 직원 유니폼 의류를 기증받아 이를 소재로 만든 업사이클 아트 작품을 업사이클아트센터에서 무료 전시했는데, SNS를 통한 관람 후기와 인증 사진이 줄을 이으며 화제를 불러 모았다. 또한 입주 기업 ‘헤르미(Hermi)’와 협력해 유니폼 업사이클 가방 제품도 개발해, 온라인 쇼핑몰에서 판매하고 있다. 가방 50개와 판매 수익 1%는 광명시사회복지협의회를 통해 광명시 취약계층 청소년에게 기부했다.



업사이클 상생기부 프로젝트, 업사이클 가방 | 이미지 출처: 광명업사이클아트센터 페이스북

Point

광명업사이클아트센터는 업사이클 아트를 시도한 국내 최초의 예술공간이다. 또한 지역 재생과 자원 순환이라는 과제를 예술로 매개하여 지역과 고민하고 나누면서 선순환 구조를 만든 사례로, 문화 매개를 중심으로 지역 상생을 주도하는 기관으로 자리매김했다.

자료 출처

이미지

<https://www.facebook.com/gmupcycleartcenter/photos/a.746257482178020/1452122821591479>

<https://www.facebook.com/gmupcycleartcenter/photos/2519463821524035>

<https://www.facebook.com/gmupcycleartcenter/photos/2519463818190702>

Overview

아트투제로 (AtoZ)

솔트컴바인 × 부산문화재단 × 동일DRB

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 솔트컴바인(S.Alt combine) https://saltcombine.com |
| 프로젝트 주제 | 아트투제로 * 해양쓰레기 문제에 대한 인식 개선을 위한 문화·경험 콘텐츠 개발 |
| 주요 사업 분야 | 전시, 문화행사 기획, 환경캠페인, 해양환경 보호, 업사이클링, 기업 ESG 실천을 기반으로 한 기업-지역-문화예술 상생 활동 |
| CSR 활동 분야 | 환경, 지역상생 |

#커뮤니티 #로컬 #문화예술후원매개 #업사이클링 #환경 #미술 #공예



이미지 출처: 솔트컴바인 홈페이지



이미지 출처: 솔트컴바인 홈페이지

Story

솔트컴바인

솔트컴바인은 환경을 주제로 다양한 경험 기반 콘텐츠 서비스를 제공하는 문화환경단체이다. 여가, 취미를 매개로 한 환경문화 콘텐츠 프로그램을 운영하고 제로웨이스트가 일상이 될 수 있도록 프로젝트를 진행하고 있다. 친환경 활동을 통해 지역과 환경에 대한 이해를 돕고, 지역의 콘텐츠 생산자와 협력-상생하는 프로그램을 기획하고 운영하고 있다.



재생 철사와 비닐로 만든 고래 조형물. 아트투제로 전시장 외부 | 이미지 출처: 솔트컴바인 제공

CSR

아트투제로(AtoZ)

‘아트투제로(AtoZ)’는 2021년도 부산문화재단의 메세나 활성화 지원사업 중 기획형 사업인 ‘예술같이’의 일환으로 기업-재단-예술단체가 전략적 파트너십을 맺고 부산이 직면한 다양한 사회적 문제를 예술로 해결하고, 예술의 사회적 가치를 확산하기 위한 공공 프로젝트 중 하나이다. 환경문제를 예술로 표현하여 환경문제의 심각성을 알리고 시민들의 실천을 끌어내고자 동일DRB과 솔트컴바인이 파트너십을 맺고, 쓰줍(쓰레기 줍기)으로 일회용품 사용에 대한 문제의식을 일깨운 프로젝트이다. 동일DRB의 기부금과 공장 내부 공간을 제공받아 바다생물 형상의 예술작품을 멸치·고래 모양 틀을 만들고 준비된 비닐 조각을 시민들이 참여해 함께 묶어가며 진행했고, 프로젝트를 공장과 서구 예술터밭 닻밭골 두 곳에 동시 진행한 뒤 전시했다.

솔트컴바인은 이러한 활동 외에도 단체의 주요 타깃인, 환경문제에 관심이 많은 20-40 여성들의 참여 기반 프로그램을 통해 지역과 환경에 대한 이해의 기회를 제공하는 ‘다 같이 줍자 동네 한 바퀴’ 등의 친환경 활동 프로그램을 진행 중이며, 제로웨이스트 라이프앤컬처 브랜드 운영을 통해 전시 및 친환경 편의용품 등을 판매하고 이용자들의 커뮤니티 활동 공간으로 운영하고 있다.



아트투제로 전시 관련 행사. 쓰줍. 참여자들이 펭귄 모자를 쓰고 쓰레기를 줍는 현장 | 이미지 출처: 솔트컴바인 제공

Point

솔트컴바인은 지역의 환경문제와 사회문제에 대해 문화를 매개로 한 액티비티 형 프로그램을 접목한 기획으로 사회적 이슈를 환기하고 있다. 2040타깃들을 대상으로, 시각적 효과가 있는 캐릭터와 커뮤니티를 활용하여 호소력 있게 메시지를 전달할 수 있는 매개 방법들을 모색하고 있는 문화예술 매개 단체로서 특색있는 활동들을 만들어 가고 있다. 본 프로젝트는 부산문화재단의 매개로 솔트컴바인의 창의적 기획과 부산의 향토기업인 동일DRB의 지원과 연결되어 시민들의 참여를 통한 업사이클링 예술 활동을 보여준 우수 사례이다.

자료 출처

이미지

<https://saltcombine.com>

Overview

1제곱미터의 우주

실험실 씨 × 부산문화재단 × BNK부산은행

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 실험실 씨(LabC) https://labc2018.notion.site/labc2018/bee7869bc5de427486d58b5da7a986a3 |
| 프로젝트 주제 | 1제곱미터의 우주 프로젝트 * 부산의 다대포·물운대 지역을 탐색하고 지역의 역사와 생태에 관한 이야기를 발견하여 창작을 도모하는 프로젝트 |
| 주요 사업 분야 | 지역 기반 예술가 매개 활동, 장소특정적 전시 및 지역 기반 콘텐츠 창작활동 |
| CSR 활동 분야 | 지역 |

#커뮤니티 #부산은행 #실험실C #로컬 #환경 #예술가리서치지원 #장소특정적 전시



이미지 출처: 실험실 씨 홈페이지



이미지 출처: 실험실 씨 페이스북

Story

실험실 씨

창파(아트 큐레이터)와 박미라(포레스트 큐레이터)가 주축이 되어 다양한 조직, 집단, 개인과 콜렉티브를 이루며 활동하고 있는 실험실 씨는 지역, 예술, 자연을 키워드로 우리 삶의 숨겨진 공간을 발견하여 창작을 도모하는 프로젝트를 진행해 오고 있다.



작가 리서치 워크숍 과정 사진 | 이미지 출처: 실험실 씨 제공



실험실 씨가 2021년 진행한 <부유의 시간> 프로젝트. 절영해안산책로를 3개월 동안 관찰하고 그곳에 자생하는 식물, 바닷가 해양생물, 구술 인터뷰를 토대로 장소특정적 전시로 마련. | 이미지 출처: 실험실 씨 페이스북

CSR

1제곱미터의 우주

실험실 씨는 부산문화재단과 부산은행의 후원으로 2021년부터 2년에 걸쳐 진행하는 '1제곱미터의 우주' 프로젝트를 진행하고 있다. 프로젝트는 3단계로 이루어지는데 1단계는 부산의 다대포·물운대 지역을 대상으로 문헌조사, 현장답사, 구술 인터뷰 등 리서치를 하고 2단계는 자연·예술·이야기가 어우러진 프로젝트 콘텐츠를 제작, 장소특정적 전시 형태로 프로젝트 결과를 발표한다. 그리고 마지막 3단계는 예술가, 생태연구가 등이 참여해 관객이 주도적으로 참여하는 체험형·융복합형 산책 프로그램을 선보인다.



실험실 씨가 2020년 진행한 <소유의 시간> 프로젝트/ 생태 공간인 수정산을 지역과 예술로서 서술하고 산책 프로그램과 결합
이미지 출처: 실험실 씨 페이스북

Point

다양한 장르의 지역 예술가들이 함께 해당 지역의 지리적, 역사적 특성 연구를 선행하고 예술적 영감을 찾는 창작 준비 과정부터 지원하는 사례이다. 이는 일반적인 전시 후원사례와 비교해 후원의 폭이 훨씬 더 넓어진, 긴 호흡의 예술후원사례로 볼 수 있다.

자료 출처

이미지

- <https://labc2018.notion.site/labc2018/about-7c44ecbee6364ddd84f47143a9678224>
- <https://www.facebook.com/LabC2018/>
- <https://www.facebook.com/LabC2018/photos/a.527912437736099/1002150393645632/>
- <https://www.facebook.com/LabC2018/photos/a.527912437736099/1002150393645632>

Overview

Dance Bubble Residencies

구겐하임 × 도리스 듀크 자선재단 × 앤드루 멜론 재단

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 구겐하임(Guggenheim) http://www.guggenheim.org |
| 프로젝트 주제 | Dance Bubble Residencies * 코로나 기간 공연예술가들에게 레지던시 제공(2020년) |
| 주요 사업 분야 | 미술관 |
| CSR 활동 분야 | 작가지원 |

#예술가 지원 #레지던시 #공연예술 #재단협력 #팬데믹



이미지 출처: 구겐하임 홈페이지



링컨센터에서 작업 | 이미지 출처: 구겐하임 홈페이지. @Dancing Camera

Story

구겐하임

구겐하임은 미국 뉴욕시에 있는 현대미술 전시관으로, 1939년 설립됐다. 광산재벌이자 철강 사업가인 솔로몬 구겐하임(Solomon R. Guggenheim, 1861-1949)이 수집한 현대미술품들을 기반으로 설립됐으며, 주로 비구상 계열의 작품들을 전시하는 미술관이다.



링컨센터에서 작업. | 이미지 출처: 구겐하임 홈페이지, @Dancing Camera

CSR

Dance Bubble Residencies

구겐하임은 팬데믹 동안 예술가들이 안전하게 모여 창작하고 공연할 수 있는 대안 모델을 구축하기 위해, 허드슨 밸리에서 격리된 8개의 버블 레지던시를 제작했다. 코로나로 가장 많은 타격을 입은 안무가들은 전염병 대응 협력모델 연구를 통해 창의적이고 안전한 창작 방법을 모색했다. 앤드루 멜론 재단(Andrew W. Mellon Foundation)의 리더십 보조금(400만 달러)과 도리스 듀크(Doris Duke) 자선재단의 추가 지원을 통해 120명 이상의 예술가를 지원하는 17개의 추가 버블 레지던시가 제작되었고, 이렇게 탄생한 공연은 링컨센터, 브리지 스트리트 극장, 캣스킬 마운틴 파운데이션, 할렘 스테이지에서 디지털 방식으로 초연되었다.

Point

코로나로 직격탄을 맞은 무용수들이 안전하게 모여 창작활동을 할 수 있는 환경과 시간을 마련하고, 이를 디지털 공연화하는 방법을 제안한 사례로 팬데믹 시대의 예술이 공존할 수 있는 협력모델을 보여준 의미 있는 실험이다.

자료 출처

이미지

<https://www.guggenheim.org>

<https://www.guggenheim.org/initiatives/works-process/creative-bubble-residencies>

<https://mellon.org/shared-experiences-blog/dance-artists-take-creative-steps-reconnect>

관련 영상

https://youtu.be/CHX_8zKwBZI

<https://youtu.be/KwDivjJ8F4?list=PLJ08rQmWB63SajTAdTXL7vRB4-pNujq>

Overview

Puerto Rico : After the Storm

앤드루 멜론 재단

| | |
|---------------|---|
| 기업명 | 앤드루 멜론 재단(Andrew W. Mellon Foundation) https://mellon.org |
| 프로젝트 주제 | Puerto Rico: After the Storm 푸에르토리코 예술가 지원 프로젝트 (2018년) |
| 주요 사업 분야 | 미술관 |
| CSR 활동 분야 | 문화예술 재단 |
| #예술가 지원 #취약계층 | |



이미지 출처: 앤드루 멜론 재단 홈페이지



이미지 출처: 앤드루 멜론 재단 홈페이지

Story

앤드루 멜론 재단

미국에서 가장 큰 예술과 인문학의 후원자인 앤드루 멜론 재단은 아이디어와 상상력이 번성할 수 있는 공동체를 구축하고자 한다. 핵심 프로그램은 교육과 문화의 모범적이고 고무적인 기관을 지원하고 있으며, 재단은 4개의 핵심 프로그램인 교육, 예술과 문화, 공공지식, 인문학 분야를 후원하고 있다.



허리케인에 강타당한 푸에르토리코 @ Mario Tama | 이미지 출처: 앤드루 멜론 재단 홈페이지

CSR

Puerto Rico: After the Storm

2017년 9월 허리케인이 푸에르토리코를 강타한 후, 연방 정부조차 도움을 주지 못할 때 폭풍으로 인해 집을 잃거나 더이상 일할 수 없는 예술가들을 위한 멜론재단의 후원 프로젝트이다. 이 프로그램은 푸에르토리코 예술가 레지던시 및 멘토링 프로그램 설립을 통해 프로젝트 위원회, 지원 구조, 공간을 활성화하기 위해 진행되었다. 10명의 중견 예술가들이 2년간 수수료, 전문성 개발 과정에 참여했고, 작가들은 성명서 작성, 강의 발표, 워크숍, 보조금 및 펠로우십 제안서 수집, 작품에 대한 관객과의 소통 작업 등을 수행했다. 작가들의 예술가로서의 발판을 마련하기 위해 노스웨스턴대학에서 일주일간의 레지던시, 캠퍼스에서 작품과 푸에르토리코에서 일하는 예술가로서의 경험에 대해 발표하고 워크숍을 진행하며, 대학 커뮤니티와 공개 대화에 참여했다.



노스웨스턴대학에서 공연하는 푸에르토리코 공연 @Northwestern University
이미지 출처: 앤드루 멜론 재단 홈페이지

Point

앤드루 멜론 재단은 교육 및 의료 시스템의 부재, 예산 삭감으로 위협받는 고립된 섬의 작가들을 후원하면서, 예술가 네트워크를 안정시키고 강화할 수 있도록 도왔다. 재난 상황에서 위축된 예술가들을 지원하면서 해당 지역 문화와 예술이 재해로 인해 사장되지 않도록 지원하여 공존하는 방식을 실험적으로 선보인 사례로, 코로나 시대 더 의미 있는 사례이다.

자료 출처

이미지

<https://mellon.org>

<https://mellon.org/programs/humanities-place>

<https://mellon.org/shared-experiences-blog/after-storm>

Overview

라이트아트 공모전 KH필룩스

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | KH필룩스 https://www.feelux.com |
| 프로젝트 주제 | 라이트아트 공모전 * 라이트아트를 통해 다양한 분야의 예술가들과 빛을 주제로 새로운 소재, 새로운 욕구 충족의 일환이자 변화하는 시대에 변화된 감수성을 가진 새로운 세대와의 소통을 위한 역동적인 예술의 변화를 이끈다. |
| 주요 사업 분야 | 전자 부품, 소재 및 조명 산업, 바이오사업 |
| CSR 활동 분야 | 문화예술지원(조명박물관 운영, 라이트아트페스티벌, 조명디자인공모전), 사회공헌 활동(어린이축제, 라이팅 콘서트) |

#예술가 지원 #로컬 #시각예술 #미디어아트 #기업협업 #전시 #공모 #박물관



이미지 출처: KH그룹 홈페이지



조명박물관(조명역사관) 내부 전시장 | 이미지 출처: KH그룹 홈페이지

Story

KH필룩스

KH필룩스는, 전자 부품, 소재 및 조명 산업의 전문 기업으로 독자적인 기술 개발과 생산으로 국내외 시장을 선도해온 2000년대 초반 조명사업 진출을 통해 조명의 새로운 패러다임을 만들어왔다. 또한, '감성 조명'이라는 기업의 조명 철학을 통해 전 세계의 모든 인류가 빛으로 행복해지는 세상을 만들어나가고자 한다. 전문 체육 인재 발굴과 육성을 위한 블루니움재단과 인류 조명문화를 재발견하고 미래지향적인 조명문화를 창조하며 건강한 빛 문화 정립을 위한 조명박물관 운영을 통해 사회공헌 활동을 전개하고 있다.



라이트 로드 | 이미지 출처: 조명박물관 제공



라이트팅 빌리지 | 이미지 출처: 조명박물관 제공

CSR

라이트아트 공모전

조명박물관은 2004년 (주)필룩스가 설립한 조명을 주제로 한 박물관이다. 전통 조명, 인더스트리얼 조명, 바우하우스 조명, 근현대 조명, 엔틱 조명, 라이트아트 등의 조명 유물과 작품을 소장하고 있으며, 빛, 색, 조명과 관련된 교육, 체험, 공연, 축제를 개최하며 관람객과 소통하고 있다. 지역 문화 예술 플랫폼 육성사업과 문화 메세나 등 지속적인 조명을 주제로 한 문화예술 매개 사회공헌 활동을 주체적으로 추진해오고 있다.

‘라이트아트 공모전’은 필룩스 조명박물관이 매년 공모를 진행하고 선정 작가의 작품을 전시하는 프로그램이다. 빛을 매개로 한 작업을 통해 작가들에게 새로운 표현의 계기와 라이트아트로의 입문의 기회를, 대중에게는 라이트아트에 대한 새로운 인식을 넓히는 계기를 마련하고 있다. 빛을 매개로 한 작업을 통해 작가들에게 새로운 표현의 계기와 라이트아트로의 입문의 기회를 마련하고 대중에게는 라이트아트에 대한 새로운 인식을 넓히는 계기 제공하고 있다. 빛의 효과를 적극적으로 살린 새로운 시각적 이미지를 창조할 수 있는 시도가 기업과의 협업을 통해 예술의 다양화와 라이트아트 발전에 기여하고 있다. 조명박물관은 이 외에도 글로벌 조명디자인공모전을 2014년부터 7년간 진행해 왔고, 빛, 색, 조명을 주제로 한 어린이 축제(5월, 한국관광공사 선정 가볼 만한 어린이축제 선정), 조명박물관 회원과 관계자 대상 필룩스 라이팅콘서트(9월, 조명과 오케스트라의 만남 등의 행사)를 통해 기술과 예술을 잇는 새로운 문화예술 체험의 기회를 지속적으로 제공하고 있다.

Point

건강한 빛 문화를 위해 ‘조명’이라는 기업의 사명을 드러내는 차별화된 사회공헌 활동. 예술가들과의 단발성이 아닌 지속적인 협업을 통해 다양한 문화예술 후원과 저변 확대를 이어오고 있어 조명처럼 다양한 빛깔의 차별화된 기업의 사회공헌 활동이라 평가할 만하다.

자료 출처

이미지

http://khfamily.kr/sub/sub04_02.php

<http://www.feelux.com/corp/contri/museum.asp>

lighting-museum.com

Overview

Room and More

신세계L&B × 서울문화재단 × 신당창작아케이드

| | |
|--|--|
| 기업명 | 신세계 L&B http://www.shinsegae-lnb.com |
| 프로젝트 주제 | Room and More * 신세계L&B가 서울문화재단과 함께 공예 및 디자인 분야 예술가를 지원하고 전시하는 창작 지원 프로그램을 통해 주류문화 발전을 위한 협업 활동. |
| 주요 사업 분야 | 주류 수입 및 유통 |
| CSR 활동 분야 | 창작활동 지원을 통한 문화지원 및 상생, 임직원 봉사활동 및 기부, 취약계층 지원 등 |
| #예술가 지원 #공예 #디자인 #미술 #전시 #공모 #예술후원 #민관협력 #다자협력 | |



이미지 출처: 신세계 L&B 홈페이지



이미지 출처: 신세계 L&B 홈페이지

Story

신세계L&B

주류기업 신세계L&B는 2019년부터 서울문화재단과 업무협약을 체결하고, 공공과 민간기업, 예술가와 고객 관점의 상생 가치를 실현하고 문화예술을 지원하고자 예술가 대상 창작 지원을 해오고 있다. 단순 창작자 지원에 그치지 않고 상품 개발까지 지원의 폭을 넓힘으로써 기업과 예술의 상생의 선순환 구조를 만드는 사회공헌 활동을 전개 중이다.



이미지 출처: 신세계 L&B 홈페이지



이미지 출처: 신세계 L&B 홈페이지

CSR

Room and More

‘서울문화재단과 함께하는 창작활동 지원 공예작품전시회’는 서울문화재단에서 운영하는 공예 분야 전문 창작공간 신당창작아케이드의 전·현직 입주작가 30여 명의 공예·디자인 창작 지원과 상품 개발까지 지원하는 자생적인 창작 시스템을 조성하는 데 초점이 맞춰져 있다. 기업의 유통망을 활용한 작품 판매 판로 지원을 통해 소비자와의 접점을 확대해, 기업의 밸류체인과 연계한 예술지원의 선순환 구조를 만들어낸 우수 사례로 서울시 ‘민관협력 우수기관’ 선정되었다.

Point

기업의 비즈니스와 연계하여 특성을 살린 예술분야의 창작자들에게 창작 지원, 상품 개발과 결과물 전시까지 지원하는 문화예술후원 활동으로써, 대중과의 소통과 홍보 기회까지 제공한 사례이다. 또한 기업의 유통망을 통한 판로 개척을 지원해주는 구조는 창작자들의 자생력에 실질적인 도움을 주는 선순환 문화예술후원 우수 사례라 하겠다.

자료 출처

이미지

<http://www.shinsegae-lnb.com/about/winemore>

<http://www.shinsegae-lnb.com/about/contributionView?id=28>

<http://www.shinsegae-lnb.com/about/contributionView?id=1032>

Overview

ART & DESIGN PROJECT

스트라타시스 x 아티스트

| | |
|---|---|
| 기업명 | 스트라타시스 https://www.stratasys.co.kr |
| 프로젝트 주제 | ART & DESIGN PROJECT * 예술가와 3D프린팅 전문 기업의 콜라보. 문화예술의 창작 구현의 새로운 지평을 열고 있는 3D프린팅 전문 기업협업 |
| 주요 사업 분야 | 3D프린팅 솔루션 |
| CSR 활동 분야 | 미래업계의 리더 교육, 소외계층 커뮤니티 활동 지원 |
| #예술가 지원 #미술 #시각예술 #설치작품 #다자협력 #예술가 후원 #기술융복합 #글로벌 | |



이미지 출처: 스트라타시스 홈페이지



스트라타시스가 구글 아트&컬처와 함께 진행한 'Open Heritage Project'. 3D프린팅 기술로 태국 아유타야 사원을 복원한 모습. | 이미지 출처: 스트라타시스 홈페이지



스미소소니언의 명나라 화병: 스미소니언 박물관에서 받은 3D 스캔을 바탕으로 제작한 청나라(1644-1911)의 명나라 꽃병 복제본/폴리젯 기술을 사용하여 3D로 인쇄 | 이미지 출처: 스트라타시스 홈페이지

Story

스트라타시스

스트라타시스는 미국의 3D프린팅 솔루션 기업이다. 항공 우주, 자동차 분야에서부터 의료, 소비재에 이르기까지 아이디어를 현실화하고 창의적이면서 비용을 절감할 수 있는 기술들을 제공하고 있다. 구글의 아트&컬처와 협력하여 역사적 유물과 유적지 모델을 재현하고 있으며, 산업 현장과 교육 현장의 3D프린팅 교육과 예술과 패션 분야에서도 다양한 작가들과의 다양한 협업을 통해 기술력으로 상상을 실제적으로 구현해내는 창의적 활동들을 보여주고 있다. 전 세계 13개국의 지사를 두고 있다.



2021년 12월8일부터 12일까지 서울 종로구 소재 더레퍼런스에서 'Stain-Rainbow Forest' 열록 무지개 숲' 개인전을 개최하고 전시했다. | 이미지 출처: 아트선재센터 홈페이지

스트라타시스 x 네리 옥스먼(미국, 디자이너) x 메디테이티드 매터 그룹(디자인회사)의 미국의 '아구 아호아 프로젝트'는 유엔 세계 물의 날을 기념하기 위해 시작된 예술의 상상력을 스트라타시스가 3D 프린팅 기술로 후원해 자연에서 영감을 얻은 아름다움을 유기물과 물로 형성된 거대한 조형물로 창조해냈다.

CSR

ART & DESIGN PROJECT

스트라타시스 x 이지연 작가의 협업은 멀티미디어 설치작가 이지연의 전시 작품 제작을 위한 3D 프린팅 나노 패턴 복제기술의 협업으로 탄생한 국내 첫 사례이다. 한국문화예술위원회 '예술과 기술융합 지원사업' 선정작으로 빛이 인간에게 주는 긍정적인 의미와 심리적 영향을 느낄 수 있는 242개에 달하는 탄소봉을 중앙 구형 지지체에 연결해 완성할 수 있는 기술을 스트라타시스 코리아와의 협업으로 구현해냈다.



애니메이션 <쿠보와 전설의 악기>에 등장하는 'Giant Undersea Eyeball'. 3D로 재현되어 포틀랜드 아트 뮤지엄에 전시 중이다. | 이미지 출처: 스트라타시스 홈페이지

Point

스트라타시스는 예술과 기술의 만남을 지속적으로 만들어 가고 있다. 스트라타시스는 자사의 기술을 이용하여 창의적인 작품을 창작하는 예술가의 도전을 함께 하며 기술 융·복합적 협업을 보여주고 있다.

자료 출처

이미지

<https://investors.stratasys.com/company-information>
<https://www.stratasys.com/en/resources/blog/3d-printed-realism-from-stratasys-helps-bring-ancient-artifacts-to-life/>
<https://3dprintedart.stratasys.com/projects-1/project-one-kmracs>
<http://artsonje.org/2022-jiyen-lee>
<https://3dprintedart.stratasys.com/projects-1/project-one-kmracs-etems-gsh6k-jj7tr-fck24-35zrs-ts548-g85dj-m9bjf>
<https://www.stratasys.co.kr/explore/blog/2017/laika-is-animating-life-with-the-help-of-3d-printing-technology>

Overview

레지던시 창작랩

대구현대미술가협회 × 대구시 × KT&G 기부채납

| | |
|------------------|--|
| 기업명 | 수창청춘맨손 https://suchang.or.kr |
| 프로젝트 주제 | 레지던시 창작랩 * 청년예술가들의 실험적 창작 지원으로서 레지던시 프로그램 운영 중. 수창청춘맨손 內 창작공간 및 지역문화 경험을 통한 다양한 예술 창작 기회 제공, 청년예술가들의 인큐베이팅 지원 |
| 주요 사업 분야 | |
| CSR 활동 분야 | 전시, 공연, 레지던시를 통한 청년예술가 및 큐레이터 창작 지원과 네트워킹을 통한 역량 강화, 예술교육 등을 통한 지역민들 대상 문화예술 나눔 실현 |

#예술가 지원 #청년예술가 #미술 #전시 #공모 #레지던시 #도시재생 #로컬



이미지 출처: 수창청춘맨손 홈페이지

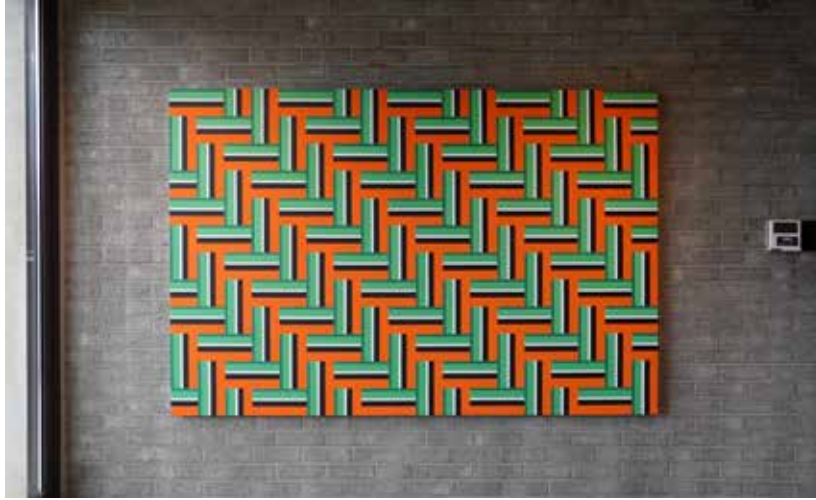


수창청춘맨손 레지던시 창작랩 성과전_김나운 작 | 이미지 출처: 수창청춘맨손 홈페이지

Story

대구현대미술가협회, KT&G 기부채납

수창청춘맨손은 문화형 도시재생의 일환으로 대구의 구 KT&G 연초제조창 사택 단지를 리노베이션한 청년복합문화 공간이다. 2015년 대구시가 KT&G로부터 기부채납을 받아 대구문화재단이 위탁 운영을 하다 2017년 대구시 청년예술가들을 지원하기 위한 청년예술창조공간 ‘수창청춘맨손’으로 조성한 것을 2018년 대구현대미술가협회가 수탁 운영 중이다. 대구 수창동에 있는 KT&G 연초제조창과 사택 단지는 각각 대구예술발전소와 수창청춘맨손으로 사용되고 있다. 협회는 레지던시 프로그램 운영 경험과 노하우를 살려 작가 작업실 형태의 레지던시로서 청년작가들의 실험적이고 과정 중심적 활동에 중점을 둔 다원적인 예술을 지원하고 있다. 시각예술을 중심으로 미디어아트, 음악, 무용, 퍼포먼스 등의 다양한 예술을 장르의 경계 없이 지원하고 있다.



수창청춘맨손 레지던시 창작랩 성과전_김아라 작 | 이미지 출처: 수창청춘맨손 홈페이지



수창청춘맨손 레지던시 창작랩 성과전_임지혜 작 | 이미지 출처: 수창청춘맨손 홈페이지

CSR

레지던시 창작랩

‘레지던시 창작랩’은 청년예술가들의 창작 지원을 위해 수창청춘맨손 내 창작공간을 제공하고 지역을 기반으로 성장할 수 있도록 청년예술가들의 인큐베이팅을 지원하는 프로그램이다. 오픈스튜디오, 교류전, 성과전 등 다양한 예술 창작발표 기회 제공 및 평론가 매칭, 철학 멘토링 수업 등 창작 역량 강화 프로그램 등을 지원하고 있다. 수창청춘맨손은 지역문화 투어와 지역 내 여타 레지던시 프로그램 작가들과의 교류 등 네트워크 활성화를 통해 작가의 성장 지원과 함께 전시, 공연, 교육프로그램 등 다양한 시민참여 프로그램들을 통해 지역사회의 문화예술 나눔을 실현하고 있다.

Point

문화형 도시재생의 일환으로 탄생한, 장소적 특징이 매력적인 ‘수창청춘맨손’의 레지던시 창작랩은 지역을 기반으로 활동할 건강한 창작자를 양성하고자 하는 목표가 프로그램 안에서 잘 드러난다. KT&G에서 기부채납 한 공간을 대구현대미술가협회가 수탁 운영하는 구조를 만들어, 도시재생의 목적에 부합하는 지역의 성공적인 예술역량 강화 및 지역 자원 활성화뿐만 아니라 지역과 예술을 매개하는 기관의 역할을 잘 수행하고 있는 사례이다.

자료 출처

이미지

http://www.suchang.or.kr/su/bbs/board.php?bo_table=residency&td=1

Overview

‘첫 책 지원 공모사업’

메트라이프생명 사회공헌재단 × 한국메세나협회 × 은행나무출판

| | |
|---------------------------------|--|
| 기업명 | 메트라이프생명 사회공헌재단 https://www.metlifewelfare.org |
| 프로젝트 주제 | 첫 책 지원 공모사업 * 공모를 통해 신진작가 발굴과 육성, 문학인의 경제적 자립을 위한 문학 분야 예술인 지원, 젊은 문학인 역량 지원. |
| 주요 사업 분야 | 금융, 생명보험 |
| CSR 활동 분야 | 금융소외계층 지원의 금융포용(Financial Health), 문화예술 나눔, 지역사회 나눔 및 환경 4가지 영역의 사회공헌 활동 |
| #예술가 지원 #문학 #신진작가 #출판 #공모 #다자협력 | |



이미지 출처: 메트라이프생명 사회공헌재단 홈페이지



이미지 출처: 메트라이프생명 사회공헌재단 홈페이지

Story

메트라이프생명 사회공헌재단

메트라이프생명 사회공헌재단은, 한국에 2005년 설립되어 ‘건강한 금융 생활과 더 나은 삶을 함께 만들어 갑니다’라는 미션을 바탕으로 금융 건강과 건강한 지역사회를 지원하는 전략적 사회공헌 활동을 펼치고 있다. 금융소외계층을 지원하는 ‘재무 건강’(financial health) 프로그램을 중심으로 문화예술, 환경, 나눔 영역에서 사회공헌을 전개하고 있다. 그중 문화예술사회공헌 ‘The Gift (선물)’는 음악과 문학 영역 분야에 대한 지원사업으로 창작물 저작권 이슈 해결을 위한 음원 제작 지원, 세종문화회관, 한국메세나협회와의 협업을 통해 예술단체의 온라인 공연을 지원하였으며, 2021년부터 예술지원 소외장르인 ‘문학 분야’의 지원도 확대하고 있다.



2021 신진작가 첫 책 지원 공모 안내 포스터 | 이미지 출처: 메트라이프생명 사회공헌재단 홈페이지

CSR

첫 책 지원 공모사업

‘2021 첫 책 지원 공모사업’은, 메트라이프생명 사회공헌재단이 한국메세나협회, 은행나무출판사와 협약을 맺고 신진작가에게 첫 책 출판과 창작지원금을 후원하는 사업이다. 문학 분야의 예술인 지원과 경제적 자립을 위한 안정적 창작활동 기반 마련, 신진작가 발굴과 육성을 통해 젊은 문학인들의 역량을 펼칠 수 있는 계기를 마련해 주고자 시행되었다. 등단 5년 이내 작가 중 단행본 출간 경험이 없는 작가들을 대상으로 선정위원회의 공모 심사를 통해 2021년 당선작을 선정, 1,000만 원의 상금이 주어졌으며 출판 후에는 인세도 지급되게 된다. 2022년에도 공모사업이 계속 진행될 예정이다. 메트라이프생명 사회공헌재단은 문화예술 사회공헌 활동을 꾸준히 진행하고 있으며, 문화예술단체 역량 강화, 문화 소외계층 티켓 나눔 및 온라인콘서트, 문학 및 미술 작가창작 지원 등 다양한 문화예술 분야를 지원하고 있다.

은행나무출판사는 1997년 창립 이래 ‘재미있고 감명 깊은 책, 시대와 미래를 읽는 책’을 모토로 국내외 문학 작품을 비롯해 역사, 철학, 과학 등 다양한 분야의 인문 교양 도서를 출간해 왔다. 참신한 상상력과 역량 있는 서사 발굴의 산실인 황산벌청년문학상과 제주4.3평화문학상 공모를 통해 신진작가들을 발굴, 장르와 경계를 허무는 젊은 작가들의 작품을 소개함으로써 한국문학의 발전에 힘쓰고 있다. 미국 펭귄, 영국 리틀브라운 등 20여 개국 주요 출판사에 한국 작가의 작품을 수출함으로써 세계 시장에 한국문학과 작가를 알리고자 노력하고 있다.

Point

메트라이프생명 사회공헌재단은 문화예술단체 역량 강화, 문화 소외계층 티켓 나눔 및 온라인콘서트, 문학 및 미술 작가창작 지원 등 다양한 문화예술 분야의 지원 활동을 전개하고 있다. 문학을 매개로 사회공헌 활동을 전개한 첫 책 지원 공모로 선정된 첫 책 지원이 올해도 예정되어 있다.

자료 출처

이미지

<https://www.metlifewelfare.org/about/finance>

<https://www.metlifewelfare.org/biz/culture/share>

<https://www.metlifewelfare.org/biz/culture/creation>

<https://m.blog.naver.com/PostList.naver?blogId=ehbook>

Overview

Nissay Backstage Award 닛폰생명보험상호회사 × 니세이극장

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 닛폰생명보험상호회사 Nippon Life Insurance Company https://www.nissaytheatre.or.jp/en/ |
| 프로젝트 주제 | Nissay Backstage Award * 스테이지 스태프를 조명하고 그들의 헌신을 기리는 상(1995년-현재) |
| 주요 사업 분야 | 생명보험 |
| CSR 활동 분야 | 문화예술 향유 저변 확대 |

#예술가 지원 #공연예술 #공연기술자후원 #시상



이미지 출처: 니세이극장 홈페이지



이미지 출처: 니세이극장 홈페이지

Story

닛폰생명보험상호회사

니세이극장(Nissay Theatre)은 1963년 닛폰생명보험상호회사 창립 70주년 기념하여 개관되었다. 니세이극장은 계층 간 문화예술 격차를 줄이고자 하는 오랜 전통의 굼직한 문화예술후원을 주로 해오고 있다. 1964년부터 시작된 '닛세이 걸작 극장'은 6학년 학생들을 전국 11개 도시를 순회하는 시키극단의 뮤지컬 공연에 무료로 초청하는 프로그램 지난 43년 동안 총 6,650,000명이 넘는 학생들이 이 프로그램에 초대되었다. 또한 1979년부터 시작된 '청소년 관객을 위한 닛세이 오페라 시리즈'는 중·고등 학생들을 저렴한 가격으로 공연에 초대하고 있다.



이미지 출처: 니세이극장 홈페이지



제27회 닛세이 백스테이지 상 시상식 현장 | 이미지 출처: 니세이극장 페이스북



제27회 닛세이 백스테이지 상 시상식 현장 | 이미지 출처: 니세이극장 페이스북

CSR

Nissay Backstage Award

닛세이 백스테이지 상(Nissay Backstage Award)으로 1995년 시작되었으며 수년간 무대를 지지해 온 백스테이지 스태프를 조명하고 그들의 헌신을 기리는 상이다. 구체적으로는 무대, 의상, 조명, 음향, 가부키 기술자, 무대감독, 피아노 조율 등 무대예술을 뒷받침하는 기술을 지닌 인재에게 수상한다. 대상 수상자에게는 상금 100만 엔과 함께 파격적으로 70세부터의 종신 연금이 제공된다.

Point

공연예술에 대한 깊은 애정과 관심으로부터 나오는 보이지 않는 예술 공로자들을 위한 배려 깊은 후원 사례이다. 또한 후원 방식 자체는 단순히 공로자 수상이지만 수상자에게 '연금'을 제공한다는 점 하나로 생명보험 서비스 기업 특성을 잘 살리며 후원을 하는 모범적인 CSR사례라 하겠다.

자료 출처

이미지

<https://www.nissaytheatre.or.jp/en/>

<https://www.nissaytheatre.or.jp/en/hallguide/theater.html>

<https://www.facebook.com/nissaytheatre1963>

Overview

Art for Education

크리스티 × MOT

| | | |
|-----------|--|---|
| 기업명 | 크리스티(Christie's) https://www.christies.com | MOT(Ministry of Tomorrow) https://www.ministryoftomorrow.com |
| 프로젝트 주제 | Art for Education * 아프리카 취약계층의 교육을 돕기 위해 패션과 예술품 판매 플랫폼이 연결된 사례. 2021년 6월 1일~16일 온라인 판매 | |
| 주요 사업 분야 | 예술품 옥션(크리스티), 패션 액세서리(MOT) | |
| CSR 활동 분야 | 지역사회 예술 보존, 보호 및 홍보, 예술교육 | |

#사회공헌 #크리스티 #기업 협력 #친환경 #어린이 #패션



이미지 출처: MOT 홈페이지



이미지 출처: 크리스티 홈페이지

Story

크리스티

세계적인 예술품 경매회사 크리스티는 1766년 세워져 런던, 뉴욕, 홍콩 등 전 세계 43개 지점에서 미술품을 판매하고 있다. 크리스티는 보유하고 있는 특별한 네트워크를 바탕으로 자선 사업을 진행 하면서 옥션하우스와 온라인 플랫폼을 기금 마련 행사를 위한 장소로 제공한다.



가수 마돈나가 자신이 디자인한 백을 들고 자선 옥션을 홍보하고 있다. | 이미지 출처: 크리스티 홈페이지

CSR

Art for Education

MOT은 미국 LA 기반 에코 패션 하우스로 지속 가능한 개발 목표에 따라 친환경 비건 핸드백과 액세서리를 제조 판매하는 회사이다. MOT은 크리스티와 협력하여 셀럽들이 디자인한 24개의 백을 선보이고 크리스티와 함께 경매를 진행했다. 10만 달러 기부를 목표로, 모든 수익금은 아프리카 나이로비 최대 빈민촌으로 알려진 키베라(Kibera)에 위치한 체마 비전 키베라 스쿨(CHEMA VISION KIBERA SCHOOL)에 기부했다.



모델 나옴이 캠벨이 자신이 디자인한 백을 들고 자선 옥션을 홍보하고 있다. | 이미지 출처: 크리스티 홈페이지

Point

크리스티는 기업의 사업성이 가장 잘 발현될 수 있는 옥션을 CSR에 접목한 사례이다. 크리스티를 중심으로 유명인의 디자인 재능기부 및 여러 회사가 함께해 프로젝트를 성공적으로 이끌었다. 이 사례는 디자인→생산→소비→생산자 후원이라는 순환 구조로 되어 있으며, 후원에 있어서 구체적이고 명확한 수혜 대상과 목표의 중요성을 이야기해주고 있다.

자료 출처

이미지

https://www.christies.com/features/viewing-room-art-for-education-11699-7.aspx?sc_lang=en

<https://www.ministryoftomorrow.com>

https://www.christies.com/presscenter/pdf/10099/Christies_Press%20Release_Art%20for%20Education_June1-16%202021_10099_1.pdf

관련 영상

<https://www.christies.com/auctions/art-for-education>

Overview

포르쉐 드림 아트 따릉이 포르쉐코리아 × 서울문화재단

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 포르쉐코리아 https://www.porsche.com/korea/ko/ |
| 프로젝트 주제 | 포르쉐 드림 아트 따릉이 * ‘Do Dream’을 콘셉트로 지원 분야에 따라 콘셉트와 연계된 타이틀의 캠페인으로 진행 |
| 주요 사업 분야 | 슈퍼카 제조 |
| CSR 활동 분야 | 교육, 환경, 문화 분야를 대상, ‘Do Dream’ 콘셉트와 연계된 타이틀의 캠페인 진행. 드림플레이그라운드, 드림업, 드림서클 등등 |

#사회공헌 #공공예술 #공모 #환경 #시민참여 #기업협력 #재단협력 #디자인 #로컬



이미지 출처: 포르쉐코리아 홈페이지



이미지 출처: 포르쉐코리아 제공

Story

포르쉐코리아

세계적인 슈퍼카 브랜드 포르쉐의 국내 판매를 맡고 있는 포르쉐코리아는 한국에서 다양한 사회 공헌 활동을 해오고 있다. ‘Do Dream’은 친환경 예술 도시 조성에 기여하고 서울시 공공자전거 이용을 활성화하고자 진행한 공공예술 프로젝트 공모전이다.



이미지 출처: 포르쉐코리아 제공



포르쉐코리아 홀가 게어만 대표와 박기쁨 디자인 공모전 대상자 | 이미지 출처: 포르쉐코리아 제공

CSR

포르쉐 드림 아트 따릉이

포르쉐코리아에서 후원하고, 서울문화재단에서 주관하여, 시민예술가를 대상으로, 오픈 아트 및 디자인 공모전을 진행하여, 서울시에서 운영하던 공공자전거 따릉이를 아트 따릉이로 변신시켰다. 1년 365일, 일상 회복의 의미를 담아 총 365대의 아트 따릉이를 서울시에 기증하였다.

Point

세계적 기업의 현지화된 CSR 캠페인으로, 'Do Dream'이라는 명확한 콘셉트와 연계한 분야별 캠페인 드림플레이그라운드, 드림업, 드림서클을 일관성 있게 진행하며 어린이들이 꿈을 향해 다가가고 꿈을 키워나가는 환경을 조성하도록 지원하고 있다. 아트 따릉이의 경우, 아트와 시민예술가를 연계하여 친환경 예술 도시 조성에 기여하기 위한 시도를 잘 보여주었다.

자료 출처

이미지

<https://www.porsche.com/korea/ko/aboutporsche/overview/>

<https://newsroom.porsche.com/en/company/annual-sustainability-report-2020/sustainability-management.html>

Overview

CHIME FOR CHANGE

구찌 이퀄리브리엄 × 아티스트

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 구찌(Gucci Equilibrium) https://equilibrium.gucci.com |
| 프로젝트 주제 | CHIME zine * 전 세계 소외된 지역사회를 대표하는 활동가, 작가, 예술가 후원 |
| 주요 사업 분야 | 의류 패션 |
| CSR 활동 분야 | 인권, 양성평등 |

#사회공헌 #양성평등 #인권 #예술가협업 #출판



이미지 출처: 구찌 이퀄리브리엄 홈페이지



이미지 출처: 구찌 이퀄리브리엄 홈페이지

Story

구찌 이퀄리브리엄

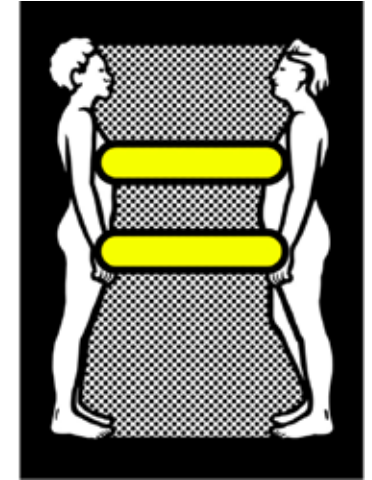
구찌 이퀄리브리엄은 사람과 지구를 위해 긍정적 변화를 일으키고자하는 메시지를 전달하고 있는 구찌의 플랫폼이다. 그중 ‘CHIME FOR CHANGE’는 성 평등을 외치는 목소리를 모으고, 단결하고, 강화하기 위한 글로벌 캠페인과 동시에 전 세계 여성주도 풀뿌리 조직과 이와 협력하는 비영리 파트너들에게 필수적인 자금을 지속적으로 지원하는 프로젝트다. 2022년 현재 89개국에서 성 평등 프로젝트 및 옹호를 지원하기 위해 1,750만 달러 모금, 162개 비영리 파트너와 함께 442개 프로젝트 자금을 지원하고 있다. 이 프로젝트를 통해 전 세계 570,000명 이상의 소녀와 여성이 직접적인 혜택을 받고 있다.



이퀄리브리엄 로고. 인간의 존엄성, 지구와 인간의 상호적 관계에 대한 메시지를 상징적으로 표현 디자인은 <차임 진>의 아트 디렉터 MP5가 맡았다. MP5는 이탈리아 출신의 비주얼 아티스트로 성 평등, 반문화, 퀴어 페미니스트 등 사회적 편견에 맞서는 내용으로 활발하게 활동하고 있다. | 이미지 출처: 구찌 이퀄리브리엄 홈페이지

CSR

‘CHIME FOR CHANGE’ 프로젝트를 위해 문화예술 쪽으로도 다양한 활동을 해오고 있었는데 최근 2019년부터 새롭게 예술 매거진CHIME zine(차임 진)을 발행해오고 있다. 작가 아담 일라이(Adam Eli)가 편집하고 비주얼 아티스트 MP5가 아트 디렉터를 맡아 사회 운동에 대한 시각적 상징의 중요성을 여러 주제로 조명하는 에세이, 인터뷰, 아트워크를 다루고 있다. 예를 들어 차임 진 3호의 경우 성평등을 위해 싸우는 활동가와 예술가들의 목소리에 힘을 실어주기 위한 차임의 지속적인 노력을 바탕으로 전 세계에서 여성의 주도하에 전개되는 사회 운동을 집중적으로 소개했다. 팔레스타인 유산에 대한 팔레스타인 그래픽 디자이너 Hiba Walid Yassine, 여성을 신화화하는 가장장적 질서를 전복하고 저항하는 나체 여성 시리즈를 그린 아프간 예술가 큐브라 카데미(Kubra Khademi), 자기표현과 성정체성에 관한 인도 예술가 바르니타 세티(Varnita Sethi) 작품을 소개했다.



전 세계 여성 운동 활동가와 창작가들의 목소리를 소개한 <차임 진 3호> 표지 | 이미지 출처: 구찌 이퀄리브리엄 홈페이지

Point

구찌 크리에이티브 디렉터 알레산드로 미켈레는 이퀄리브리엄의 목표가 구찌 커뮤니티 전체가 성 평등을 위해 함께 모였다는 사실에 대해 명확하고 큰 메시지를 보내는 것이라고 얘기하고 있다. 글로벌 젠더 이슈에 대해 대담하고 세련된 방식으로 풀어내고 있는 예술후원사례이다.

자료 출처

이미지

<https://equilibrium.gucci.com/about-chime/>

<https://www.gucci.com/us/en/stories/gucci-equilibrium/article/chime-for-change>

Overview

Bloomberg Connect App

블룸버그 재단

| | |
|-----------|---|
| 기업명 | 블룸버그 재단 (Bloomberg Philanthropies) https://www.bloomberg.org |
| 프로젝트 주제 | Bloomberg Connect App 문화기관 무료 디지털 가이드 개발 |
| 주요 사업 분야 | 언론사 자선 단체 |
| CSR 활동 분야 | 미술, 교육, 의료, 환경, 재난 구제, 총기 안전 등 |
| #기술융복합 | |



이미지 출처: 블룸버그 재단 홈페이지



블룸버그 커넥트 앱은 전문가의 작가 설명, 가상 액티비티, 멀티미디어 가이드를 방문자의 편리에 맞게 제공, 관람자가 더욱 깊이 예술을 이해하고 교류하도록 돕는다. | 이미지 출처: 블룸버그 재단 홈페이지

Story

블룸버그 재단

이 재단은 941개 도시와 전 세계 173개국에 예술, 교육, 환경, 정부 혁신, 공중 보건의 5가지 핵심 영역을 중심으로 다양한 자선 활동을 이어오며 매년 연간 보고서를 공개한다. 2020년에는 코로나 바이러스와 관련된 긴급한 문제를 해결하기 위한 다양한 프로그램을 개발, 2020년에만 16억 달러를 지원했다. 예술 관련 후원도 5개의 영역(로컬 예술 강화, 관람객을 문화 온라인과 현장으로 연결, 공공 미술 후원, 전 세계 예술 발전, 다른 후원자와의 콜라보레이션)으로 세분화하여 운영하고 있다. 블룸버그 재단은 마이클 R. 블룸버그의 재단과 개인 자선 사업뿐만 아니라 전 세계 도시에서 일하는 프로보노 컨설팅 인 블룸버그 어소시에이츠(Bloomberg Associates)를 포함하고 있다



CSR

Bloomberg Connect App

문화기관 무료 디지털 가이드 개발(1999년-현재). 블룸버그 재단은 '블룸버그 커넥트'(Bloomberg Connect)를 통해 문화기관과 협력, 온 오프라인을 통해 관람객들의 경험을 향상하고자 했다. 블룸버그는 전 세계 15개의 문화기관의 기술개발 지원을 위해 1억 달러 이상을 기부해 기술개발에 지원했다. 기술개발에는 대화형 터치스크린, 몰입형 설치, 앱 및 모바일 웹사이트와 같은 새로운 기능이 포함되어 있다. 이 앱을 통해 관람객은 다양한 문화기관을 호스팅할 수 있고 문화기관은 고유한 브랜드와 콘텐츠 구현기능을 제공받으며, 데이터 플랫폼을 통해 문화기관에서 더 나은 의사 결정을 내릴 수 있도록 분석할 수 있다.

블룸버그 커넥트 앱은 전문가의 작가 설명, 가상 액티비티, 멀티미디어 가이드를 방문자의 편리에 맞게 제공, 관람자가 더욱 깊이 예술을 이해하고 교류하도록 돕는다. | 이미지 출처: 블룸버그 재단 홈페이지

Point

민간 단독의 공공의 성격이 짙은 대규모 프로젝트로, 기술융복합을 활용하여 관람객과 문화기관이 손쉽게 예술 데이터에 접근하고 활용함으로써 다양한 경험을 할 수 있도록 지원한 우수한 플랫폼사업이다.

자료 출처

이미지

<https://www.bloombergconnects.org>

<https://www.bloomberg.org/arts/connecting-audiences-to-culture-online-or-onsite/bloomberg-connects-app>

관련 영상

<https://www.youtube.com/watch?v=XXJScmrHTNA>

<https://www.youtube.com/watch?v=q1bf0eRiEWU>

Overview

RE:SOUND AI캠페인

한화생명 × 초록우산어린이재단

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 한화생명 https://www.hanwhalife.com |
| 프로젝트 주제 | RE:SOUND AI캠페인 * 보육원 영아의 환경 개선을 위한 ‘맘스케어’ 두번째 캠페인으로, AI 기술 활용한 음원 제작, 스트리밍 |
| 주요 사업 분야 | 생명보험 |
| CSR 활동 분야 | 차세대 인재 양성, 다양성과 평등 추구, 지구와 인류를 위한 실천 |

#기술융합 #영유아 #청소년 #캠페인 #재단협력 #음악 #후원 #국내



이미지 출처: 한화그룹 미디어 갤러리



이미지 출처: 한화그룹 미디어 갤러리

Story

한화생명

‘지속 가능 미래를 위한 건강한 가치연재’를 비전으로 ‘차세대 인재육성’, ‘다양성의 포용과 양극화 해소’, ‘기후변화 대응’을 위한 CSR 활동을 펼쳐온 한화생명은, 2021년 보육원 영아의 환경 개선을 위해 ‘맘스케어’ 캠페인을 시작하였다.



RE:SOUND AI캠페인 온라인사이트 | 이미지 출처: 리사운드 맘스케어 홈페이지

CSR

RE:SOUND AI캠페인

‘맘스케어’ 두 번째 캠페인으로, 보육원 영아들에 대한 따뜻한 마음을 담은 보육사들의 편지를 시기술을 통해 자장으로 완성하는 캠페인을 기획하다. 이 자장가를 각종 음원사이트에 등록하여, 대중들이 음악을 들 때마다 스트리밍 사이트 수익금은 초록우산어린이재단을 통하여 시설 아동의 양육환경 개선에 사용 되도록 기부된다. 캠페인을 알리기 위해, 각계 전문가들이 모여, ‘아동복지법 일부개정법률안’ 법안 추진에 대해 힘을 모으는 컨퍼런스를 시작으로, 음악가 ‘몽니밴드’와 ‘정우주’ 참여하여 AI 자장이 편곡 및 참여 독려, 기업 광고 및 SNS 홍보를 진행하였다.



김신의(몽니) AI 자장가 | 이미지 출처: 리사운드 맘스케어 홈페이지

Point

장기적인 캠페인이 가능할 수 있는 시리즈로 구성하고, 최신 트렌드(테크와 소셜네트워크)를 반영하여, 캠페인 참여에 대한 접근성을 높여 대중의 참여 독려 및 기업의 광고캠페인으로까지 확장하여 기업 이미지 제고에 기여하였다. 캠페인 론칭 3개월여 만에 스트리밍 수 6만, 캠페인 영상 조회수 224만 등 성공적인 캠페인으로 진행되고 있다.

자료 출처

이미지

<https://press.hanwha.co.kr/press/gallery.do?page=business>

<http://resoundmomscare.kr/>

hanwhalife.com

관련 영상

<https://youtu.be/Tk2m9PWdaB8>

Overview

화성에서 온 메시지

한국화학연구원 × 생태미학예술연구소

| | |
|-----------|--|
| 기업명 | 한국화학연구원 https://www.kRICT.re.kr |
| 프로젝트 주제 | 화성에서 온 메시지_기후변화 대응 화학 예술 특별전 탄소 자원화와 예술을 융합한 탄소 기술프로젝트 (2017년) |
| 주요 사업 분야 | 화학 및 관련 융·복합 분야 기술 개발과 화학 기술의 산업체 이전, 화학 전문인력 양성 및 다양한 화학 인프라 지원 서비스 |
| CSR 활동 분야 | 환경, 중소기업지원 |

#기술융복합 #환경 #전시



이미지 출처: 한국화학연구원 홈페이지



전시 오픈 기념 공연인 '케미컬 댄스 II_화성으로 온 탄소'-안가영 작가와 박현미 안무가가 공동창작한 작품, 공연자들이 디딤돌플라자 1층 로비 바닥에 그려진 분자구조식 위에서 여러 소품을 이용해 탄소(C)가 옥텟 규칙에 따라 공유결합(covalent bond)하는 과정을 표현하고 있다. | 이미지 출처: 한국화학연구원 홈페이지

Story

한국화학연구원

한국화학연구원은 2013년부터 초기 창업에 대한 지원 중심인 창업보육센터와는 달리 화학 분야 기업의 부설연구소를 연구원 내에 입주시켜 중소기업의 R&D 역량을 강화하는 것을 목표로 '디딤돌 사업' 진행해왔다. 그 사업의 일환으로 한국화학연구원 정문에 4층짜리 '디딤돌플라자'를 2017년 1월에 문을 열었다. 디딤돌플라자 건물 1층에 과학문화복합전시관 Space C#(스페이스시샵)을 만들어 과학자, 기업인, 시민, 학생, 문화예술인이 소통하는 공간으로 화학 예술전시와 화학 체험교육 등을 위한 전시를 진행하고 있다.



미국의 생태과학예술가 아비바 라마니의 'The Blued Trees Symphony'는 해수면 상승 이후의 변화된 대륙을 지도로 표현했다. | 이미지 출처: 한국화학연구원 홈페이지

CSR

화성에서 온 메세지

화학연구원의 '디딤돌플라자' 개관 기념으로 <화성에서 온 메세지_기후변화 대응 화학 예술 특별전>이 2017년 1월 23일부터 5월 31일까지 '대전 개방형 과학문화 공간 Space C#'에서 한국화학연구원 주최, 생태미학예술연구소 유현주 소장의 기획으로 열렸다. 이 전시는 탄소 자원화와 예술을 융합한 탄소 기술프로젝트로 기후변화의 주범인 이산화탄소를 생명의 에너지로 전환하자는 의도로 기획된 전시이다. 참여작가로는 박형준 김지수 안가영 길현 등 국내 작가와 마르쿠츠 베를리(Markuz Wernli) 아비바 라마니(Aviva Rahmani)·셔일 사프렌(Cheryl Safren) 등이 참여했다.



작가 마르쿠츠 베를리(Markuz Wernli, 스위스)와 디자이너 사라 다허(Sarah Daher, 네덜란드)의 작품 '아쿠아포밍, 화성!(Aquaforming Mars!)'은 실험을 통해 인간의 소변으로 식물을 기르는 방법을 제안한다. 지구의 물 부족 문제를 해결하기 위해 한국화학연구원 해수 담수화 기술 등을 개발하는 것처럼, 작가 또한 물이 없는 화성에서 생존할 수 있는 과학적 방법을 구상했다. 이날 작가는 관람객들에게 소변 기증을 요청하기도 했다. 기증자는 24시간 동안 무엇을 먹었는지 그리고 본인의 소변으로 길러진 식물이 자신에 대해 꼭 알아야 할 것은 무엇인지 등을 기증서에 적어야 한다. | 이미지 출처: 한국화학연구원 홈페이지

Point

장기적인 캠페인이 가능할 수 있는 시리즈로 구성하고, 최신 트렌드(테크와 소셜네트워크)를 반영하여, 캠페인 참여에 대한 접근성을 높여 대중의 참여를 독려하면서, 기업의 광고캠페인으로까지 확장하여 기업 이미지 제고에 기여하였다. 캠페인 론칭 3개월여 만에 스트리밍 수 6만, 캠페인 영상 조회수 224만 등 성공적인 캠페인으로 진행되고 있다.

자료 출처

이미지

<https://www.kRICT.re.kr/>
https://www.kRICT.re.kr/bbs/BBSMSTR_000000000687/view.do
<https://www.facebook.com/KRICT.PR/photos/a.118266614909896/1235962476473632>
<https://www.facebook.com/KRICT.PR/photos/1235962766473603/>
<https://www.facebook.com/KRICT.PR/photos/1235962563140290>

인터뷰

2022 문화예술후원매개사례집

후원매개자 없이도 지속가능한 생태계 부산문화재단

부산문화재단은 지난해 부산은행과 실험실C와 함께 지역 아카이빙 사업 '1제곱미터의 우주'와 동일 DRB와 솔트컴바인과 함께 '아트투제로(AtoZ)' 사업을 진행했다. 두 사업은 부산문화재단의 주도 하에 기업과 예술단체가 협업한 사례로, 기업의 통상적 예술후원 방식이 아닌 부산문화재단이 적극적으로 기획한 사례이다. 부산문화재단은 지역문화재단 중 활발하게 기업과 예술단체를 매개하고 있는 재단이다. 두 사업을 기획·진행한 부산문화재단 예술지원팀 옥지는 담당자는 궁극적 목표로 '후원매개자 없이도 지속가능한 생태계'를 이야기한다.

후원매개 사업을 기획하면서 삼았던 사례가 있나?

모델이 따로 있지는 않았다. 우리가 추진하고자 했던 방향은 이전에 해왔던 금전적 지원을 넘어, 재단이 조금 더 주체적으로 참여하는 방향이었다. 사실은 기획형 사업을 작년부터 시작해서, 현재는 기반을 다지는 단계다. 추측하기로는 기업과 단체를 후원매개 하는 체계가 잘 잡혀 있는 곳이 많지는 않을 것 같다. 지역문화재단 같은 경우, 조직 내 후원매개 전담 부서가 존재하기보다는 관련 사업 담당자가 업무를 보는 등의 형태로 운영되는 곳이 많다. 즉, 후원매개 업무와 관련하여 조직 차원에서 체계적 구조가 세워진 곳은 많지 않은 듯하다. 후원매개보다 산적인 문제들이 많아서, 후원매개까지 신경을 쓰기 어렵기 때문이지 않을까.

지난해에 참여한 기업은 후원매개에 대한 이해도가 높은 기업들이었나?

그렇다. 사실 서울에는 기업도 많고, 그중에 문화예술후원에 대한 인식이 높은 기업들이 많을 텐데, 부산 지역에서는 그런 기업이 많지는 않은 실정이다. 부산문화재단에서는 이 사업에 의미를 더하기 위해 향토기업과 함께 사업을 진행하고자 하였다. 하지만 지역에서 문화예술후원에 대한 인식을 공유할 수 있는 기업을 찾지 못한 결과 쉽지 않다. 그러다 보니 이미 문화예술 사업을 해온 경험이 있는 기업을 먼저 찾게 되는 형편이다. 반대로 기업에서 먼저 접촉해온 예도 있지만, 그런 기업들은 원하는 바가 특정한 곳이 대부분이었다. 예를 들어 예술가에게 기업체를 상징하는 작품을 만들게 하고 싶은 경우다. 이런 경우에는 기업이 예술가와 별도의 계약을 맺고 진행하는 게 맞는데, 기부처럼 진행하려 한다. 이런 인식은 기업뿐만 아니라 공공기관도 비슷하게 가지고 있다. 그건 우리의 방향과 맞지 않다. 그래서 결국 우리가 기업을 찾아 지난해 두 군데 기업과 함께했다. 부산은행과 동일DRB다. 부산은행은 부산문화재단이 설립될 때부터 지속적으로 기부 후원을 해오고 있는 기업이다.

동일DRB는 우리가 직접 찾아가서 발굴했던 사례로, 이전부터 예술가들에게 창작 공간을 제공하는 등 문화예술 방면으로도 많은 공헌을 해온 기업이다.

두 기업과 예술단체의 매칭(부산은행×실험실C, 동일DRB×솔트컴바인)은 재단에서 주도했나?

매칭은 재단에서 했다. 매칭의 방식은 조금 다르다. 동일DRB는 기획 초기부터 참여하는 방식이었고, 부산은행은 기부금 후원 방식을 중심으로 참여했다. 하지만 두 프로젝트의 공통적인 요소는 '문화예술 프로젝트를 통한 기업의 ESG경영 실천'이다. 그래서 기업의 참여를 추진할 때, 기업에서도 그저 후원에서 끝나는 것이 아니라 해당 프로젝트를 통해 기업이 ESG경영을 실천할 수 있음을 강조했다. 특히 동일DRB의 경우, 기업이 어떤 사회공헌 활동을 해왔는지 연구하고, 기업이 추구하는 가치에 맞는 사업을 기획하고자 했다. 동일DRB는 부산에서 주도적으로 ESG경영을 실천하고 있는 기업이다. 기업과 여러 차례의 회의 끝에 ESG경영을 문화예술로 함께 실천할 수 있는 주제를 '환경'문제로 설정하고, 환경 프로젝트를 진행하는 예술단체를 검색해, 솔트컴바인을 연결하게 되었다. 그렇게 작년에 진행한 오프라인 프로젝트가 제로 웨이스트를 주제로 한 '아트투제로(AtoZ)'였고, 이와 함께 영상을 제작해 온라인 캠페인도 진행했다. 온라인 캠페인에 대한 호응이 특히 높았다.

부산은행×실험실C의 '1제곱미터의 우주'는 어떤 방식이었나?

실험실C와 함께한 '1제곱미터의 우주'는 부산은행의 금전적 지원을 중심으로 협력한 프로젝트로, 향토 기업과 함께 지역의 의미 있는 사업을 추진할 수 있는 성격의 예술단체를 수소문하던 중 실험실C를 알게 되어, 그들에게 프로젝트의 기획과 진행을 전적으로 맡겼다. 그렇게 진행된 사업은 지역 아카이빙으로 이어졌다. 실험실C에서는 작년부터 올해까지 부산 다대포 지역을 리서치하고 지역 주민들과 만나 소통하고 연구했다. 그리고 그 결과를 6명의 예술가들과 함께 올해 6월 초 다대포에 있는 몰운대 숲속에서 3일간 전시했다. 당시 지역 주민들을 초청했는데, 토박이분들의 감회가 매우 색달랐던 것 같다. 그런 식으로 문화예술이 지역에 융화되는 작업을 다른 지역에서도 진행하고 싶은 욕심이 났다.

상당히 만족도가 높았던 것 같다.

'1제곱미터의 우주' 프로젝트의 경우, 재단과 기업이 한 발짝 뒤에서 협력한 방식이 높은 성과를 거두는데 한몫하지 않았을까 싶다. 실험실C의 역량도 뛰어났지만, 프로젝트 특성상 만약 협력하는 사람들의 요구사항이 많았다면 지금의 결과가 나오지 않았을 것이다. 실험실C도 이렇게 마음 편하게 진행해 본 건 처음이라고 하더라.

‘아트투제로(Atoz)’ 프로젝트는 여러 우여곡절은 있었지만, 기업의 참여방식은 사실상 가장 이상적인 형태라고 생각한다. 특히 기업의 임직원 참여도, 기업의 폐자재를 활용한 업사이클링 등은 기업과 프로젝트가 직접적으로 연결될 수 있는 매개가 되었다.

기업이 참여한 예산 수준이 어느 정도인가?

언급된 두 프로젝트는 각각 연간 1천만 원 이하의 기부금이 투입되었다. 재단예산은 기부금 대비 사실상 2배 이상은 들어갔다. 아직은 부산에서 기업이 문화예술 프로젝트에 1천만 원 이상 지원하는 일도 많지 않고, 또 기업 입장에서는 어떤 결과물이 나올지 모르니까 사전에 큰돈을 약속하기도 어려울 것이다. 부산은행은 지속적으로 부산문화재단과 사업을 함께해온 기업이었기에 프로젝트 참여가 용이했던 것 같다. 동일DRB 같은 경우는 예술단체가 어떤 활동을 할지 알 수 없는 상황에서 지원을 부탁하니 수락하기 쉽지 않았을 테지만, 이 사업이 마중물 역할을 했으면 하는 의미와 취지로 참여했다. 목표는 재단 예산과 기부금의 최소 1:1매칭이다. 재단도 이 후원매개 프로젝트들이 기업의 적극적인 참여를 이끌어내는 마중물 역할을 할 수 있기를 바라고 있다.

그러면 앞으로 어떤 사업을 준비 중인가?

올해는 ‘연결된 미래-미래의 식탁’이라는 이름의 프로젝트를 진행한다. 기후 위기를 주제로 한 프로젝트인데, 기후위기로 인해 사라져가는 음식 재료와 식문화에 초점을 맞춘 프로젝트이다. 이 프로젝트는 ‘오봇한’이라는 부산의 예술단체와 ‘더리터(주식회사 희천)’기업과 함께 진행할 예정인데, 더리터는 1L커피전문점으로 알려진 지역 향토기업이다. 기업쪽에서 작년에 진행된 ‘아트투제로(Atoz)’ 프로젝트 결과를 보고 재단으로 먼저 연락을 해왔다. 예술단체는 기업의 주종목을 일차적으로 고려하여 식문화 관련 다양한 활동을 하고있는 단체에 재단에서 직접 컨택하였다. 현재 3자가 다양한 협의 과정을 통해 올해 사업을 함께 추진하는 중이다.

기후 위기라는 주제는 그러면 부산문화재단에서 설정했나?

문화예술 후원매개 사업을 추진할 때, 기업과 예술가 중 중점은 예술가한테 두고 있다. 그래서 예술가에게 무엇을 기획하라고 주문하지는 않는다. 창작의 자율성을 존중해야 하니까. 그래서 우리는 예술가들에게는 이전에 어떤 방식의 프로젝트가 있었는지 알려주지만 하고, 실제적 기획은 예술단체가 직접하도록 한다. 물론 후원매개사업의 취지나 협력하는기업의특장등의 키워드는 미리 언급한다. 다행히 대부분의 예술단체가 이런 기회가 생긴 걸 긍정적으로 받아들인다. 그렇게 그들이 준비한 기획안을 가지고 기업이 참여할 수 있는 부분을 조율하고 있다. 이 과정이 힘이 들고 손도 많이 간다. 예술단체와 기업의 이견을 조율하는 게 쉽지 않다. 그래서 당장은 아니지만, 프로젝트에 참여할 예술단체나 기업을 공모하는 방향도 고민하고 있다.

장기적인 관점에서는 공모 방식이 수월성을 높이는 방법으로 보인다.

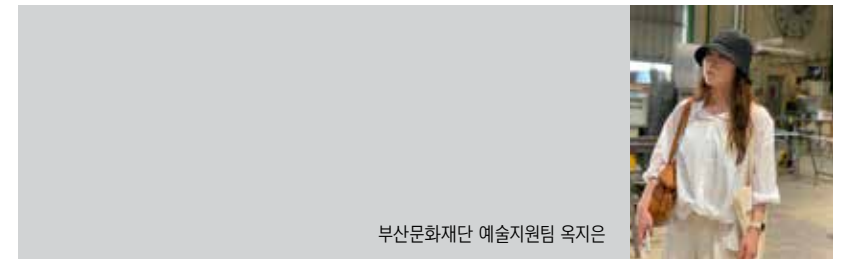
진행, 조율 등 여러면에서 공모방식이 훨씬 수월하겠지만 많은 고민과 시뮬레이션이 필요할 듯하다. 기업도 주제만 제시된 상태에서 참여를 확정할 곳이 있다면 좋겠지만, 그렇게 참여할 곳이 있을지는 모르겠다. 아직 많은 기업들이 대체로 기부에 참여하는 만큼 눈에 보이는 구체적 성과를 요구한다. 그렇다 보니 모호한 부분에 대해서 참여를 확정하기란 쉽지 않다. 재단도 후원매개 사업을 본격적으로 추진한 게 아직 초기 단계라서, 다양한 시행착오와 여러 사례들을 통해 성장하는 중이다.

기업의 인식 변화가 있어야 할 것 같은데, 예술가에게 바라는 점이 있을까?

아까도 언급했듯 재단에서는 기업보다 예술가의 비중을 더 크게 두고 추진한다. 그런 점에서 최종적으로는 예술가가 본인들이 자생력을 가지는 게 제일 중요하다. 지금은 재단이 후원매개자가 되어 기업과 만남을 주선하는데, 나중에는 예술단체가 네트워크를 활용해서 재단이 없어도 지속가능한 자생력을 가지면 좋을 듯하다.

마지막으로 후원매개자들에게 바라는, 혹은 필요한 건 무엇일까?

어떤 걸 딱 꼭 집어서 얘기하긴 힘들지만, 문화예술 후원 자체에 대한 인식이 중요해 보인다. 같은 문화예술 프로젝트라도 ‘후원매개’라는 요소가 녹아 있고 없고는 분명 차이가 있기 때문이다. 그리고 사업을 추진하면서 가장 절실하게 느끼는 건, 사업에 참여한 이들의 요구를 파악하는 능력 같다. 예술가의 요구와 기업의 요구를 파악해서 잘 조율하는 게 일차적으로 필요한 능력 같다. 조금 더 큰 희망 사항은 후원매개자가 없이도 예술가들이나 기업이 이 생태계 안에서 함께할 수 있게 장을 만들면 좋을 것 같다.



부산문화재단 예술지원팀 옥지은

후원매개자는 가치를 나누고 파는 사람 초록우산 어린이재단

올해 NGO 최초 국제 비정부기관 인증기관인 ‘어카운터블나우(Accountable Now)’의 정식회원이 된 초록우산 어린이재단은 국내에서 가장 오랜 역사를 가진 아동옹호 대표 기관이다. 74년 동안 국내 아동복지뿐만 아니라 해외사업을 선보여 온 초록우산 어린이재단은 초록우산 드림오케스트라, 드림합창단 등을 통해 문화예술 교육사업을 시행해 왔으며, 국내 굴지의 대기업들과 함께 문화예술 후원 활동을 펼쳐왔다. 초록우산 어린이재단의 최운정 (서울2지역) 본부장은 모금가는 ‘가치를 나누고 동참을 이끌어 내야하며 우리 모두가 변화의 마중물’이 되어야 한다고 이야기한다.

초록우산 어린이재단은 국내 대표적인 어린이재단이다.

초록우산어린이재단은 전국적으로 천여 명의 직원이 여섯 개 정도의 사회복지기관 유형의 50개 정도 조직을 통해 현장과 밀접하게 협업하는 Meta NGO로서 재단의 문화예술사업은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 초록우산 어린이재단의 인재양성사업은 학업뿐만 아니라 각자의 재능을 잘 발휘할 수 있도록 후원하는 사업으로, 전국에 있는 아이 중 소득수준이나 생활수준 등을 확인해서, 기준에 맞는 아이들에게 연간 1천만 원까지 지원하는 사업이다. 대표적 수혜자로 올림픽 펜싱 금메달리스트 박상영 선수가 있다. 이러한 인재양성사업을 통한 문화예술지원 사업뿐만 아니라 ‘초록우산 문화예술 사업’을 통해 예술분야의 지원을 재단이 직접 기획해서 지원한다. 또 다른 형태의 문화예술지원사업으로 후원기업이 사업을 특정해서 아이들을 후원하는 사업이 있다. 이 사업은 기업의 욕구와 재단의 가치를 반영해서 문화예술 분야를 포함해서 아이들이 재능을 발휘할 수 있는 다양한 분야의 아동·청소년을 지원하는 사업이다.

초록우산 문화예술사업에는 어떤 사업이 있나?

초록우산 어린이재단은 2010년부터 문화예술 분야의 후원사업을 시작했다. 베네수엘라의 엘 시스타마가 문화예술활동을 통해 아이들의 정서 발달에 크게 기여하고 있다는 사실을 알게 되면서 국내 상황에 필요한 문화예술사업을 시작하였다. 그때부터 ‘초록우산 문화예술사업’이라는 이름으로 아동들이 문화예술을 배우면서 건강한 지역사회의 일원으로 성장하는 걸 목표로 하는 문화예술 사업을 시작했다. 모든 아동을 대상으로 하지만, 빈곤세대 아동을 우선적으로 참여를 시키고 있다. 초록우산 문화예술사업은 초록우산 드림오케스트라와 초록우산 드림합창단 활동이 있다. 코로나 전에는 매년 10월 재단 창립기념일 전후에 세종문화회관에서 후원자분들을 모셔서 후원자 음악회를 가졌는데 아이들은 연습을 통해 실력을 배양할 뿐만 아니라 대형 무대에 서는 경험을 통해 자존감이 높아지는 효과가 있었다.

사업은 어떻게 운영되었나?

처음 시작한 건 2010년 목포 드림오케스트라였다. 창단했을 때는 지역유지분들과 지역의 음악 관련 업계 분들이 악기 후원을 해주었다. 장소 제공은 주로 학교장분들이 해주었고, 강의는 서울에서 활동하는 분들이 주기적으로 내려가 진행했다. 그렇게 2010년 목포 드림오케스트라를 시작으로, 2012년 제주 드림오케스트라, 대전 드림오케스트라, 천안드림오케스트라, 마천드림오케스트라, 2013년 경남 드림오케스트라, 경북 드림오케스트라, 울산 드림오케스트라 그리고 2014년 전남 여수, 경기 북부에 드림오케스트라가 창단했다. 드림합창단은 2011년에 부산을 시작으로, 2012년 제주, 2013년 서울 영등포, 2014년 경남에 창단되었다. 이러한 문화예술 지원사업을 위해서 2013년부터 19년까지 70여 억 원 정도의 후원금이 지원되었다.

박상영 선수처럼 적성을 발견해 진로를 선택한 학생도 있었나?

초록우산 인재양성사업을 통해서 적성을 발견하고 진로를 선택한 학생들은 많이 있지만 ‘초록우산 문화예술사업’에 한정해서 설명한다면 2011년부터 2018년까지 계속해서 지원을 받은 아동 중 특기 적성을 발견하여 기억을 전공할 아동이 원하는 서울대 관련 학과에 진학하였고 또 다른 아동도 원하는 학교에 진학을 한 예들이 있었다. 2014년에 효과성 평가 시행 결과에 따르면 문화예술사업에 참여한 아동의 자기 효능감 점수와 사회성 점수가 높게 나타난다는 보고가 있었다. 그리고 이 사업이 지역사회의 문제를 해결하고 사회통합에도 이바지한다는 사실도 알 수 있었다. 학교장과 지역유지 등이 아이들에게 필요한 걸 해결해주며, 주민들의 역량도 강화되는 측면이 있었다. 마지막으로 마을사업으로 추진 되는 사례도 있었다. 경북 포항의 구룡포마을에서는 마을사업으로 발전되기도 했다. 어촌 마을이라 방과 후 아이들이 방임되거나 범죄에 노출되는 일이 있었는데, 이러한 활동을 통해서 지역주민들이 주체적으로 지역문제를 해결하는 계기가 되었다.

기업과 매칭해서 진행하는 사업도 많은데, 어떤 사업이 있는가?

초록우산어린이재단은 올해 74주년을 맞이하였다. 한국전쟁 고아를 돕는 일부터 시작해, 정부가 제대로 지원하지 못하던 시기에, 도움의 사각지대에 놓인 그 시기의 소년 소녀 가장 지원을 비롯한 다양한 복지 분야의 지원을 했는데 초록우산 어린이재단은 우리나라의 사회복지 역사와 함께 성장해왔다고 할 수 있다. 현재 재단을 후원하시는 후원자가 53만 8천여명이며 그 중에는 40년 넘게 후원하고 계신 후원자들도 계신다. 재단은 투명성과 책무성을 지키는 면에서 철저하며 다양한 파트너들과 큰 신뢰를 쌓아왔다. 그래서 한국의 100대 기업의 대부분이 모두 파트너라고 할 수 있다. 일시적인 파트너십도 있지만 대부분의 경우 파트너십이 계속 지속되고 있다. 재단은 재단의 미션에 기반하여 기업의 가치와 방향성에 부합되는 사업을 기획하고 수행한다. 앞서 설명한 문화예술 지원사업이나 인재양성사업 뿐만 아니라 기초생활, 교육, 환경개선, 놀 권리, 자립지원 등 아동의 건강한 성장을 위한 환경을 만들기 위한 사업들이다.

기업과 협업하는 구조는 어떤가? 재단의 기존 사업과 연계하는 경우가 많은가? 기업의 경영철학 등에 맞게 기획하는 경우가 많은가?

10년 전만 해도, 기업이 원하는 사업이 있으면 아동에게 도움이 되는 범위 내에서 거의 기업에서 원하는 방향으로 했다. 그리고 그때는 기업이 우리는 이걸 꼭 하고 싶다는 의지가 강했기 때문에, 거의 한 80-90% 이상은 기업이 원하는 방향으로 사업이 진행되었다. 그러다 보니 현장에 중복지원이나 불필요한 지원이 생기고, 일회성 지원이 많아져서 성과를 측정하기 어려웠다. 무엇보다 지속가능한 지원을 통해 아이들의 삶이 변화되고 궁극적으로 아이들이 건강한 성인으로 성장해 잘 살아갈 수 있는 환경을 만들어 주어야 하는데, 일시 지원으로 끝나는 게 가장 큰 문제였다. 재단은 기업이 원하는 바를 그대로 수행하는 기관이 아니라 아동 청소년과 관련된 현장의 목소리를 대변하고 다양한 이슈들을 함께 해결할 수 있도록 방향을 제시하고 구체적인 방안을 마련하는 것에 중점을 두고 있다. 그럼에도 불구하고 기업의 입장에서는 눈에 보이는 가시적인 것들이나 단기성결과가 매우 중요하다. 이러한 결과가 지속적인 지원이나 더 큰 지원을 결정하기 위한 내부합의에 도움이 되기도 하기 때문이다. 재단은 사업을 제안할 때 유엔 아동 권리 협약이라거나, 아동의 권리, 아동의 옹호, 아동 보호 등의 이슈와 관련된 환경개선을 위한 다양한 제안을 한다. 혹은 보호종료아동이나 주거빈곤, 혹은 에너지빈곤 등의 당대의 거대담론이나 시대적 상황에 맞춰서 아이들에게 절실하게 필요한 것들을 제안한다. 다행히 우리가 제안에 기업이 긍정적으로 반응하는 경우가 많았다. 후원자인 기업의 요구를 듣고 현장에서 필요한 일, 재단이 가장 잘 할 수 있는 일을 통해서 도움이 필요한 곳에서 적시에 변화를 이끌어내고 환경을 변화시키며 상호 윈윈하는 것이 매우 중요하다.

초록우산 어린이재단에서는 후원 시 중시하는 점이 있나?

현재는 국내사업은 4개의 아젠다 사업을 중심으로 다양한 사업을 수행하고 있다. 첫 번째가 아동을 보호하고 아동의 자립을 지원하는 일이다. 보호와 자립 지원은 아동들이 사회 경제적으로 자립해 역량을 강화할 수 있도록 돕는 일이다. 여기서 아동에는 18세에서 24세까지의 보호종료아동도 포함된다. 두 번째가 교육 지원으로, 교육의 접근성을 향상시키고 재능 계발 지원하는 일을 한다. 세 번째가 주거 지원. 안전하지 않은 환경에서 생활하는 아동들이 많다. 그들에게 위생적이고 안전한 주거공간 마련해 주는 일도 상당히 중요하다. 마지막으로 건강 지원이다. 몸과 마음의 건강한 성장을 지원하는 차원에서 심리 치료도 병행하고 있다. 이 4가지가 아이들의 성장 환경의 격차를 해소하는 데 필요한 지원이라고 생각해서 재작년부터 과제 사업으로 선정을 하고, 핵심적인 사업으로 추진하고 있다. 해외사업은 교육, 아동보호 그리고 재난위험경감 세 분야를 중심으로 지원하고 있다.

사업을 진행하면서 지키는 원칙이 있는가?

재단은 글로벌 아동 대표 기관을 지향하고 있고 유엔 아동 권리 협약에 따라서 사업을 기획하고 사업을 수행하고 있다. 재단의 핵심 가치가 아동 중심, 그리고 투명성, 전문성, 그리고 변화와 도전이다. 특히

아동 보호 정책과 아동 보호 행동 강령은 아동을 중심으로 아동을 보호하고 아동을 중심으로 판단하고 생각하고 모든 활동을 해야 하는 원칙이다. 임직원은 반드시 그 내용을 숙지해야만 하고 이를 위해서 교육을 하고 있다. 또한 우리와 파트너십을 맺는 모든 이해관계자가 준수하도록 하고 있다. 또한 마케팅이나 대중 커뮤니케이션 역시 아동 보호 정책을 준수해야 한다. 요즘 인식이 많이 바뀌기는 했지만 여전히 이해당사자인 아동의 의견을 듣지 않거나 아동초상권을 보호하지 않는 경우가 있다. 아이의 사진을 SNS에 올리고 경우도 있는데, 아동보호 정책에 위배되므로 엄격히 준수해야만 한다.

기업과 협업하는 과정에서 염두에 두는 점은 무엇인가?

기업과의 협업에서 중요한 것은 상생(相生)이라 생각한다. 개인적으로 기업과 미팅을 하면 일단 첫 번째로는 기업이 뭘 원하는지를 잘 듣고, 기업의 CSR 담당자와 소통하려 한다. 그리고 담당자들이 회사 내 이해관계자들과 보다 원활한 커뮤니케이션을 할 수 있도록 최선을 다해서 지원하는 것이다. 담당자들이 회사의 의사결정권자들에게 자신감 있게 그들의 언어로 잘 설득할 수 있게 우리의 언어를 바꿔줘야 한다. 그리고 그들의 요구를 잘 듣고, 우리가 꼭 지켜야 할 원칙을 준수하면서 아동이 행복하고 건강하게 성장할 수 있는 환경을 만들어 나갈 수 있는 사업을 함께 기획하고 지원해서 변화를 이끌어 내고자 한다. 그리고 이러한 후원은 지속적으로 이뤄지고 그 성과를 평가할 수 있어서 환류되는 것이 매우 중요하다고 생각한다.

마지막으로 후원매개자에게 필요한 덕목이 있다면 무엇일까?

모금가는 변화의 마중물 역할을 하며 모금해야 하는 일에 대한 가치를 나누고 모금 목표액을 정한 후 그 가치에 동의하는 사람들이 행동하여 동참하게 하는 사람이다. 모금가는 모금윤리에 기반해서 후원자가 생각하는 것들과 지역사회에 필요한 것들을 해결하는 데 필요한 가치를 가장 적합한 방법으로 호소해야 한다. 이를 위해서 모금가는 자신이 왜 이 일을 하는지에 대해서 끊임없이 자문하고 답할 수 있어야 한다. 이러한 자기성찰과 동기부여는 단순히 목표액을 달성하려고 모금하는 것이 아니라 보다 나은 세상을 위한 일의 동력이 될 것이라는 확신에서 시작된다고 할 수 있다. 바로 가치에 기반하여 동력을 얻는 것이다. 흔히들 말한다 보면 모금을 해야 한다는 당면 과제에 부딪히면서 모금 목표액만 보게 되는데 모금은 목적이 아니고 수단임을 잊지 말아야 한다. 모금가는 가치를 나누는 변화의 마중물이 되어야 한다.



초록우산 어린이재단 서울2지역 본부장 최운정

예술가와의 지속적인 관계 맺음 KH필룩스 조명박물관

경기도 양주시에 위치한 KH필룩스 조명박물관은 국내, 어쩌면 세계 유일한 조명박물관이다. 보통 기업 박물관들은 자사의 제품을 전시하는 기업홍보관의 구실을 하지만, 조명박물관에서는 조명 문화와 관련된 유물과 작품을 볼 수 있고 관련 전시를 관람할 수 있다. 한편 조명박물관은 양주의 지역 문화·예술 플랫폼으로 기능하면서, 지역민들을 위한 다양한 프로그램을 운영 중이다. 박물관이 개관하던 2004년부터 근무하며 2013년 올해의 젊은 큐레이터 상을 받기도 한 안상경 박물관팀 부장은 매개자의 미덕으로 ‘예술가와의 지속적인 관계 맺음’이 중요하다고 강조한다.

모기업인 KH필룩스에 대해 기본적인 소개 부탁한다.

KH필룩스는 소재부품으로 시작해서 1980년대 조명사업에 뛰어들어, 주로 고가의 조명을 생산해온 40년이 된 국내 기업이다. 주요 고객은 해외에 많고, 국내에는 호텔이나 백화점 명품관 등이 있다. 조명 박물관은 2004년에 개관하였고 KH필룩스의 문화예술후원 활동은 조명박물관을 건립하기 이전부터 지속적으로 해오고 있었다. 그러나 어떤 예술단체를 후원하거나 작품을 후원하는 등 단발적인 경우가 많았고, 조명박물관을 개관하면서부터 조명박물관이 문화후원의 일정 부분을 맡게 되었다. 우리는 조명을 주제나 소재로 한 전시나 체험, 교육 프로그램 등을 지속적으로 진행해왔다.

박물관 운영은 어떻게 되는가?

모기업에서 지원은 하되 간섭은 거의 하지 않는다. 세세한 박물관 활동은 박물관에서 결정하고 진행하는 편이다. 독립된 박물관이라 다른 기업의 문화예술 후원 방식과는 좀 다를 것 같다. 그리고 박물관을 잘 운영하는 것 자체가 기업에도 도움이 되고, 나아가 우리 사회의 조명 문화에 기여하는 바가 있을 것이라는 믿음이 있어 가능했다.

조명박물관은 어떤 박물관인가.

조명박물관은 세 가지 정체성을 가지고 있다. 첫 번째 정체성은 기업에서 운영하는 기업박물관이라는 것이다. 그러나 기업의 제품을 전시하기보다, 조명 문화와 관련된 유물을 전시하는 조명전문박물관으로서 정체성이 짙다. 사실 많은 기업미술관이나 박물관이 기업을 홍보하는 용도로 사용되고 있다지만 우리는 좋은 박물관이 되는 것 자체가 우리 사회와 모기업에 가치와 의미를 준다고 생각한다. 마지막으로 지역박물관으로 정체성이 있다. 개관하고 한참 지날 때까지 양주시에 박물관은 조명박물관이 유일했다.

양주에는 서울로 출퇴근하는 젊은 부부들이 많다. 그래서 2006년 5월 5월부터 ‘빛나는어린이축제’를 시작했다. 어린 자녀를 둔 지역민에게 무료로 전시와 체험을 경험할 수 있게 박물관을 개방했다. 대단한 행사는 아니었지만, 첫째 하루 행사에 1천 명 이상의 주민이 방문했다. 그렇게 축제를 해마다 진행하다 보니, 매년 천 명 이상씩 방문객이 증가했고, 2019년에는 하루 3만 명이 방문하는 대형 축제가 되었다. 그러면서 자연스럽게 지역문화센터 기능을 겸하게 되었다. 지역민을 위해서 시작한 행사였는데, 나중에는 전국 규모가 되어 경기관광공사에서 선정하는 대표 어린이축제에 뽑히기도 했다.

지역민들의 문화예술 향유공간으로서 지역에 기여하는 것인가?

참여단체 면에서도 기여하는 바가 있다. 처음에는 양주에 있는 전통 마을인 맹골마을과 지역의 문화 예술 활동가들과 함께 축제를 준비했다. 그런데 축제를 진행하다 보면, 지역 내 각종 관계 기관과 단체, 조직의 협조를 요하게 된다. 소방서, 경찰서 등등. 처음에는 직원만으로도 축제 운영이 가능했지만, 관객이 1만 명 이상 늘어나면서부터 다양한 문제들이 발생했다. 인원 및 교통통제 문제, 주차공간 문제, 소음 문제 등. 한때 용역이나 아르바이트생을 고용하기도 해봤는데, 장기적으로 다른 해결책이 필요하다는 인과, 인근 대학교와 협력하게 되었다. 처음에는 서정대학교 유아교육과와 함께했고, 나중에는 예원예술대학교와 함께하게 되었다. 예원예술대학교에는 예술 관련 전공이 있어서 축제와 공감대를 잘 형성했다. 나중에는 과별로 축제 오리엔테이션을 진행하는 등 축제에 적극적으로 참여했다.

주차공간 부족 문제는 어떻게 해결했나?

주차공간은 인근 군부대와 자매결연을 하여 해결했다. 군부대 주차장을 이용하였고, 군부대 셔틀버스와 일반 셔틀버스까지 운행하였다. 그럼에도 마을 어귀에 주차하는 관람객이 있어 주민들에게 피해가 컸다. 소음 문제도 있고. 그래서 마을 주민분들께 축제 기간에 먹거리 부스를 운영할 수 있게 마련해드렸다. 마을 주민분 전체가 단체관광을 갈 만큼 수익금이 꽤 많다고 하더라. 외에도 축제 기간 중 박물관 주변에 상권이 살아나는 긍정적인 효과가 있었다.

그러면 대학이나 군부대에는 어떤 보상이 있는가?

대학에는 장학금을 기부했다. 군부대에는 사병이나 군인 가족들이 무료로 문화체험을 할 수 있게 해오고 있다. 가끔은 그들만을 위한 행사를 따로 진행하기도 한다. 그리고 장교들에게는 박물관 세미나실 등 회의할 수 있는 공간을 무료로 대관해주고 있다. 코로나로 인해 빛나는 어린이축제는 열지 않고 있지만, 관계는 계속 맺고 있다.

빛나는어린이축제 외에 대표적 사업으로 빛공해사진 UCC 공모전, 라이트아트 공모전이 있다.

빛공해사진 UCC 공모전은 2005년에 시작한 사업이다. 당시 미국이나 이탈리아에서 빛공해방지법이 제정되어, 우리에게도 필요하겠다는 싶어 시작하게 되었다. 공모전을 주최하는 한편, 국회에서 전시도 하고 공청회도 열었고, 결국 2012년 우리나라에도 빛공해방지법이 제정되었다. 그런데 빛공해라고 하면 부정적인 인상이 먼저 드는데, 빛이 원래는 생명의 빛이다. 과다하게 사용되었을 때 공해가 되는 것이다. 그래서 2009년부터는 빛을 소재로 작업을 하는 젊은 작가들을 발굴 지원하기 위해 라이트아트 공모전을 진행하고 있다.

한편 소극장을 운영하며 상주단체를 운영 중이다.

관람객 중 먼 길을 오시는 분들이 많다. 그런 분들을 위해 원데이 프로그램을 기획하면서 공연장을 만들게 되었다. 그리고 공연이 활성화되면서 2014년에 공연장등록을 했다. 초기에는 가족 단위 관람객에게 가벼운 공연을 선보이느라 마술공연을 주로 했는데, 공연장 등록 이후에는 이벤트성 공연이 아니라 제대로 된 아동극을 하는 게 낫겠다고 판단해서 상주단체를 뽑았다. 그래서 어린이나 초등학교생을 대상으로 한 공연실적이 있는 전문 공연단체를 대상으로 조명박물관에 맞는 공연제작이 가능한 단체를 선발하였다. 처음에는 빛을 주제로 한 공연을 2편 제작해달라 요청했는데, 단체 측에서 난감하다고 해서 1편으로 축소했다. 연간계약 방식으로 매년 공모를 통해 선정하는 방식으로 운영되고, 지금은 극단 즐거운사람들이 상주단체로 들어와 있다.

한국문화예술위원회와 공동으로 진행한 프로그램도 있다.

한국문화예술위원회와 2013년부터 몇 해 동안 융복합 예술 프로젝트를 진행했다. 빛이나 조명을 소재로 융복합 작품을 만드는 작가를 10팀 정도 선정해서 KH필룩스가 조명이론이나 기술 등을 지원하는 프로그램이었다. KH필룩스 개발팀, 연구소의 도움과 협조를 받아 진행한 사업이었다. 연수원에서 작가분들과 1박을 하면서, 밤새도록 같이 워크숍도 하고 우리 연구소분들이 서로 뭔가 이제 주고받으면서 작품 제작을 도운 적이 있다.

현재 진행 중인 프로그램은 어떤 프로그램이 있나?

박물관 본연의 업무인 전시 또는 교육, 체험프로그램을 운영 중이다. 그리고 지역 문화 플랫폼 사업으로, 경기도와 양주시와 함께 지역 문화예술을 활성화하기 위한 프로젝트를 진행 중이다. 올해는 라이트아트 공모전 선정작가인 소수민 작가의 <New Ecosystem : Plant&Light> 전시와 연계한 <식물과 같이> 라는 전시연계체험 참가자 결과물 전시를 지역주민들과 함께 진행하고 있다. 17년에는 이재형 작가와 <우리동네 라이팅 공작소>라는 양주시 관내 초중고등학교 대상 미디어아트 프로그램을 3개월간 함께 진행한 바 있다. 이재형 작가는 2009년 라이트아트 공모전 첫 선정작가이다. 라이트아트 공모전에 선정된

작가 또는 기획전으로 함께하는 작가분들과 전시 외에도 교육프로그램, 축제, 공연, 체험 키트 제작 등에 자문이나 초빙을 하고 공동 프로그램으로 진행하기도 한다. 그리고 작년 박물관 '길위의 인문학'으로 <빛공해, 과유불급의 이야기>를 진행했고 올해는 <등잔 밑, 어두울까? 밝을까?>를 진행하고 있는데, 박물관 길위의 인문학의 경우, 철학적이고 인문생태학적인 주제를 조명박물관 콘텐츠와 융합하는 프로그램으로 진행하고 있다. 그 외 대개 조명을 주제로 한 프로그램을 진행하지만 의미 있다면 조명 외에 다른 주제의 프로그램도 운영하는 편이다.

상당히 다양한 사업을 운영 중이다.

의미가 있고 관람객이 좋아하는 걸 하다 보니 많은 사업을 하게 되었다. 사업을 하다 보면 바로 성과가 나오지 않는 사업도 있는데, 일관되게 지속하는 게 중요하다. 사실 기업으로서 계량적으로 보면, 이런 행위를 가치 없다고 판단할 수 있지 않나. 그래서 기업이나 관객에게 이런 작업이 유의미한 일이라는 걸 끊임없이 알려야 한다.

그러면 매개자에게 중요한 미덕은 무엇인가?

예술가와 지속적인 관계를 잘 맺는 게 중요하다. 처음에는 시행착오도 많았다. 네트워킹을 유지하는 데에 공이 많이 들지 않나. 그래서 작가들과 단절되는 사례도 있었다. 하지만 인연은 중요하다. 프로젝트가 완료된 후에도 관계를 유지해야 후속 사업을 끌고 갈 수 있다. 전시가 아닌 다른 교육사업이나 체험프로그램의 강사로 모실 수도 있고. 그런 식으로 관심을 가지고 조명박물관 행사가 아니어도 다른 데에서 전시나 프로그램에 매개해주기도 한다.



KH필룩스 박물관팀 부장 안상경

사업소개

문화예술후원매개란?

문화예술후원자(개인, 기관, 기업)와 후원대상(문화예술단체와 예술인)을 연결하여 문화예술 분야의 지속가능한 후원환경을 조성하고 아울러 후원 확산을 유도하는 것을 말합니다.

문화예술후원매개는 다양한 관계자들이 연결되어있으며 매개 활동을 통해 문화예술후원 확산에 기여할 수 있을 것으로 기대합니다.

문화예술후원매개의 필요성

- 기업의 문화예술 분야 사회공헌활동 및 ESG 경영에 관한 관심 확대
- 다양한 문화에 대한 요구가 높아지는 흐름에 따라 세분화, 전문화된 인재 필요
- 기업과 지속적인 관계 구축을 통한 장기 파트너십 담당자 필요
- 기업의 브랜드 이미지 제고 및 사회적 가치 발굴
- 제도적 지원을 바탕으로 하는 예술 재원의 다양화
- 지속가능한 후원문화의 확산과 문화예술 분야 후원 총량 확대

문화예술후원매개자 양성사업 소개

한국문화예술위원회는 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」에 근거하여, 민간의 문화예술후원 활동 촉진에 필요한 다양한 지원사업을 하고 있으며, 2020년도부터 이러한 문화예술 후원 영역확장에 있어 필요한 인재를 양성하는 ‘문화예술후원매개 전문가 양성사업’을 추진하고 있습니다.

최근 기업의 사회공헌활동에 대한 지속가능성 확보 및 ESG 경영 활동 확대에 따라 문화예술을 통한 후원/협력사업에 관심이 높아지고 있으며, 특히 일시적인 기부에서 벗어나 지속가능한 후원사업에 대한 요구가 커지고 있어, 장기적인 파트너십을 만들 수 있는 문화예술후원매개자의 (활동) 기반은 필수적으로 커질 수밖에 없는 영역이기도 합니다.

문화예술후원센터는 이처럼 기업과 예술을 잇는 매개, 그리고 예술단체, 예술가의 재원 지원의 가교 역할을 할 수 있도록 후원매개 전문가 교육과정 (아트너스클럽)을 운영하고 있습니다.

매해 하반기, 약 3개월의 교육과정을 참여하게 되며 해당 과정 수료생의 취업과 창업지원 등 마중물 지원에도 박차를 가하고 있습니다.

〈예술나무(ARTISTREE)〉는 2013년에 출범한 한국문화예술위원회의 대표 후원브랜드로, 예술을 ‘우리가 함께 키워야 할 나무’로 형상화하여 문화예술의 가치를 확산하며, 우리나라 문화예술 분야 후원 활성화를 견인하고 있습니다.



(CMS)

예술단체 정기후원 역량강화 사업

CMS(Cash Management Service)

정기후원자 정보를 입력하면 금융결제원 인증을 거쳐
매월 기부금이 자동 출금 되는 서비스입니다.



예술단체는 정기후원이 왜 필요할까요?

첫째, 정기후원 기부금으로 자유로운 예술활동과 안정적인 단체 운영이 가능합니다.
둘째, 정기후원자와의 커뮤니케이션을 통해 단체를 지지하는 새로운 관객을 모집할 수 있습니다.

정기후원(CMS)

역량강화 사업 주요 혜택



모금페이지 제공

온라인 모금페이지를 활용한
손쉬운 모금 가능



수수료 보전

출금 수수료 없이
기부금 전액 100% 전달



모금 역량강화 프로그램 제공

예술위 모금 역량강화
프로그램 참여 기회 제공



기부금영수증 발급

정기후원자에게 세제혜택이
가능한 기부금영수증 발급

더 자세한 사항이 궁금하시다면 QR코드를 통해 확인해보세요!



예술단체 정기후원(CMS) 역량강화 사업은?

문화예술 후원의 필요성을 사회에 알리고, 기부금 모금을 통한 예술단체의 **자생력 강화**와 문화예술 **가치 확산**을 목표로 하는 사업입니다. 예술단체가 모금 활동을 할 수 있도록 플랫폼을 한국문화예술위원회에서 지원해 드립니다.

2022년 정기후원(CMS) 우수단체

정기후원 우수단체는 정기후원 사업에 3년 이상 참여하고 적극적으로 모금활동을 하고 있는 예술단체로 우수단체 심사 신청을 받아 선정된 단체입니다.

예술공간 오이



예술로 소통하는 연극 기반의
종합예술단체 그리고 공간

- 발달장애인과 청소년을 대상으로 문화예술 교육프로그램을 운영하고 제주지역 주민과 관광객 모두가 관람할 수 있는 예술 창작 활동을 하고 있습니다.

정기후원자 2016년 18명 ▶ 2022년 160명
누적모금액 67,855,000원

연희집단 The광대



유쾌한 사람들! 전통연희를 통해
관객과 소통하는 창작연희단체

- 전통연희라는 소재에 지금, 우리의 이야기를 덧대어 만든 창작연희 공연으로 국내외 유수의 극장 및 축제에 초청되어 우리 연희의 신명과 멋을 널리 알리고 있습니다.

정기후원자 2017년 12명 ▶ 2022년 53명
누적모금액 25,990,000원

인천미림극장



노년세대 여가문화를 선도하고, 세대 간 이해와 소통을 중심으로 한 가족 문화공간

- '가치 함께 시네마' 등 지역민 대상 문화 예술 프로그램을 안정적으로 운영하여 지역 문화 예술 향유에 기여하고 있습니다.

정기후원자 2018년 13명 ▶ 2022년 73명
누적모금액 20,915,000원

(사)대한무용협회



무용예술의 발전을 도모하고
무용가의 지위향상과 권익신장을 위한 협회

- '서울무용제', '전국무용제' 등 국내 무용 분야 활성화사업과 더불어 '서울형 뉴딜일자리 청년무용예술가 인턴사업' 등 무용인 일자리 제공 사업을 성황리에 운영하고 있습니다.

정기후원자 2019년 10명 ▶ 2022년 98명
누적모금액 17,639,000원

파주타이포그래피 교육협동조합(PoTI)



인문정신과 미래가치에 바탕한 창의교육을 위해
파주출판도시에 세워진 배움터

- 자유로운 사업 기획으로 미래의 예술가를 육성하고 새로운 예술 교육 실험을 통해 창의적인 예술 활동을 전개하고 있습니다.

정기후원자 2019년 21명 ▶ 2022년 30명
누적모금액 34,940,000원

* 22년 6월 기준 정기후원자 및 누적모금액

| | |
|----------------|-------------|
| CJ나눔재단 | 22 |
| BNK부산은행 | 106 |
| BNP파리바 | 42 |
| KH필룩스 | 122 |
| KT&G | 134 |
| MOT | 146 |
| SK하이닉스 | 74 |
| 가이아예술재단 | 58 |
| 광명업사이클아트센터 | 98 |
| 광명시사회복지협의회 | 98 |
| 구겐하임 | 114 |
| 구글 아트&컬처 | 130 |
| 구찌 이퀼리브리엄 | 154 |
| 닛폰생명보험상호회사 | 142 |
| 대구시 | 134 |
| 대구현대미술가협회 | 134 |
| 대한암협회 | 46 |
| 더 히스맨 호텔 | 110 |
| 도리스 듀크 자선재단 | 114 |
| 동일DRB | 102 |
| 드림 아트 | 18 |
| 러쉬 | 34, 78 |
| 레고 | 10 |
| 메디테이티드 매터 그룹 | 130 |
| 메트라이프생명 사회공헌재단 | 138 |
| 모우아 | 70 |
| 부산문화재단 | 102, 106 |
| 블룸버그 재단 | 66, 86, 158 |
| 샤넬재단 | 30 |
| 생태미학예술연구소 | 166 |

| | |
|-------------|----------|
| 서울문화재단 | 126 |
| 서펜타인 갤러리 | 62 |
| 솔트컴바인 | 102 |
| 스트라타시스 코리아 | 130 |
| 신세계L&B | 126 |
| 신한은행 | 26 |
| 실험실C | 106 |
| 아시아소사이머티 | 54 |
| 아일랜드 중앙은행 | 14 |
| 아트하우스 언리미티드 | 34 |
| 액터스갱 | 50 |
| 앤드루멜론재단 | 114, 118 |
| 에이컴퍼니 | 74 |
| 올림푸스한국 | 46 |
| 은행나무출판사 | 134 |
| 이케이 | 98 |
| 제로캠프 | 26 |
| 초록우산 어린이재단 | 162 |
| 칸디바 몰디브 | 94 |
| 크리스티 | 18, 146 |
| 템플바 갤러리 | 14 |
| 트레버 스미스 | 82 |
| 파르시 프로시모 | 30 |
| 퍼블릭 아트 펀드 | 90 |
| 페인팅 인 호스피탈 | 38 |
| 펠릭스 프로젝트 | 83 |
| 포르쉐코리아 | 150 |
| 프랑켄탈러 재단 | 54 |
| 한국메세나협회 | 134 |
| 한국화학연구원 | 166 |
| 한화생명 | 162 |
| 헬름아트 | 42 |

발 행 처 : 한국문화예술위원회
주 소 : (58326) 전라남도 나주시 빛가람로 640 (본원)
전 화 : 02-760-4612 (서울)
기 획 : 문화예술후원센터 민세정
리서치 총괄 : 블루버드씨 김상미
발 행 일 : 2022년 8월
편 집 : 김일송
홈 페이지 : www.arko.or.kr (공식사이트) | www.artistree.or.kr (후원센터)
디 자 인 : 주식회사 디올연구소

Copyright ©2022 by ARKO. All rights reserved.

이 책의 저작권은 ARKO(한국문화예술위원회)에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.