

mécénat

기업과 예술의 만남, 메세나 | 2022 DECEMBER Vol.118



SPECIAL THEME
비즈니스와 아트페어



COVER ARTIST



신건우 <Aewol(涯月) I> mixed media on aluminium, 60×80cm, 2017

신건우 작가의 <Aewol(涯月) I>은 조각을 만드는 행위가 반영된 평면 작품이다.

화면 위에 투명 레진을 덮은 다음 형상을 그렸고, 또 그 위에 레진을 덮는 과정을 반복한다.

평평한 화면에 형상을 구성하는 회화와 다르게 그의 작품은 형상들 사이에 미세한 공간을 만들어 낸다. 형상들은 마치 공간을 부유하는 듯하다.

제주도 애월을 방문했던 작가의 경험과 그의 '조각적 행위'가 만들어낸 <Aewol(涯月) I>은

섬세한 공간 묘사를 통해 조각과 회화의 경계를 넘나든다.

작가 신건우

서울대학교 조소과 학부 및 동대학원 졸업 후 영국 슬레이드 예술학교에서 대학원 과정을 졸업했다.

해치아트프로젝트(싱가포르), 갤러리2(서울), 노블레스 컬렉션(서울) 등에서 개인전을 열었으며 남도문화재단의 전국청년작가 대상을 수상했다.

그의 작품은 국립현대미술관 미술은행, 서울시립미술관 등에서 소장하고 있다.

반연간지 <mécénat>는 신진 예술가를 널리 알리고 현대미술에 대한 독자의 이해를 돕고자 신진 미술 작가의 작품을 표지에 지속적으로 소개합니다.

* 계간지(연 4회)로 발행되던 <mécénat>는 더욱 함축적이고 알찬 콘텐츠로 2022년부터 반연간지(연 2회, 6월/12월)로 발행됩니다.

2022 DECEMBER Vol. 118

mécénat

COVER ARTIST 작가 신건우

SPECIAL THEME

비즈니스와 아트페어

- | | | |
|----|------|----------------------|
| 06 | 리포트① | 프리즈 서울 공식파트너사의 조건 |
| 12 | 리포트② | 기업이 만드는 아트페어 |
| 18 | 인터뷰 | 김영애 롯데백화점 아트콘텐츠실장 상무 |

SPOTLIGHT

- | | | |
|----|--------|---------------------------------------|
| 22 | 어워즈 | 2022 한국메세나대회 스케치
제23회 메세나대상 영예의 전당 |
| 32 | 기업은 지금 | LG아트센터 서울 |
| 38 | 예술은 지금 | 최우람 'MMCA 현대차 시리즈 2022' 선정작가 |
| 42 | 이슈 브리핑 | 2021년 기업의 문화예술 지원 현황 조사 |

SIDE BY SIDE

- | | |
|----|--------|
| 44 | 파트너십 |
| 50 | 메세나 현장 |
| 62 | 협회 뉴스 |
| 67 | 칼럼 |
| 68 | 회원사 뉴스 |
| 71 | 회원사 소개 |

발행일 2022년 12월 14일
발행처 한국메세나협회
발행인 김희근
기획 한국메세나협회 경영기획팀
제작 오니트(주) www.on-it.kr
주소 서울시 영등포구 은행로 37(여의도동 13-31)
기계산업진흥회 본관 6층
Tel. 02-761-3101~2

홈페이지
www.mecenat.or.kr
페이스북
www.facebook.com/mecenat.korea
인스타그램
www.instagram.com/koreamecenat



* 위의 QR코드로
한국메세나협회 홈페이지에
들어오시면 더 많은 소식을
보실 수 있습니다.

* 본지에 실린 글의 내용은 한국메세나협회의 의견과 다를 수 있습니다.



비즈니스와 아트페어

미술과
기업의
지속가능한
동반성장

지금 미술시장은 소수의 컬렉터만이 아니라 미술품을 매력적인 투자상품으로 여기는 대중의 관심 속에 전에 없던 활황을 맞고 있다. 기업은 특히, MZ세대라 불리는 젊은 소비자가 아트시장에 몰리는 현상을 지나치지 않는다. 주목받는 세계적 아트페어의 공식 파트너로 합류하고, 주목할 만한 아트페어를 직접 만든다. 사회 공헌 성격의 문화예술 후원을 넘어, 문화예술을 중요한 경영전략으로 인식하는 기업들의 행보는 메세나 활동의 새로운 방향 모색에도 많은 것을 시사한다.

노루페인트는 프리즈 아트페어의 글로벌 스탠다드에 부합하는 컬러 제품으로 전시장 벽면을 시공했다.

세계적 아트페어의 흥행을 뒷받침한 기업들

프리즈 서울 공식파트너사의 조건

글 편집부

사진 제공

YSL, BMW, 일리카페, LG전자, 노루페인트, 탕 컨템포러리 아트, 샤넬

세계적 아트페어 프리즈의 서울 개최는 올 한 해 문화 예술계 최대 화제였다. 프리즈 서울은 몰려드는 인파와 최고가 판매, 국내외 유명인들의 방문까지 개막과 동시에 연일 뉴스를 쏟아냈다. 흥행은 어느 정도 예정된 것이었지만 프리즈 서울의 성공에는 다양한 이야기 거리를 만들어 내고 축제 분위기를 함께 조성한 기업들의 역할이 작지 않았다.



색다른 볼거리를 선사한 공식 후원사

‘흑과 백’으로 통한 이배 작가와 생로랑

좋은 상품이 많은 시장에 구매자가 물리는 것이 당연하지만 이제 시장은 유일한 거래 공간이 아니라는 점에서 새로운 도전과 변화가 요구된다. 프리즈 서울은 그곳에서만 볼 수 있는 무언가, 색다른 경험을 관람객에게 제공하기 위해 기업의 참여 기회를 확대했다. 프리즈 서울의 공식 후원사들도 단순히 이름을 노출하는 것보다 더 적극적인 방식으로 아트페어에 참여했다. 문화예술 후원과 아트마케팅을 지속적으로 전개해 온 그간의 경험을 바탕으로 독자적인 아트 프로젝트를 선보였다.

프리즈 서울에서 처음 공개하는 신작들

상품, 기술, 브랜드와 예술의 공통점 찾기

전시장으로 향하는 코엑스 1층 로비의 대형 기둥들을 장식한 그림은 생로랑과 협업한 이배 작가의 신작이었다. 그 공간을 오기는 모든 이의 시선이 향할 수밖에 없는 자리에 생로랑의 로고와 작가의 이름이 나란히 놓였다. 생로랑은 이전에도 패션쇼 무대 설치와 윈도 디스플레이 같은 여러 영역에서 수많은 예술가들과 협업해 온 브랜드다. 이번에는 한국의 현대 미술가이자 ‘숯의 작가’로 불리는 작가 이배와 특별한 콜라베레이션을 진행했다. 단독 부스를 열어 이배 작가의 신작을 출품하고 프리즈 서울 개최 기간을 전후해 생로랑 서울 플래그십 스토어에서도 공개했다.

프랑스와 한국을 오가며 활동하는 이배 작가는 검은 숯을 갈아 제작하는 평면작업부터 대형 숯을 전시장 안에 세우는 설치작업까지 다양하게 선보여 관객의 이목을 집중시켰다. 흰 바탕에 검은 획이 강렬한 인상을 만들어내는 이배 작가의 작업은 흑백이 주조를 이루는 생로랑의 브랜드 컬러와 조화롭게 어울린다는 평가를 받았다.

생로랑과 협업해 프리즈 서울에 참여한 이배 작가의 작품 <붓질>



BMW와 일리카페의 아트 컬렉션

BMW는 문화예술 후원의 롤모델로 일컬어질 만큼 오랜 기간 다양한 장르의 아트 프로젝트를 펼쳐온 기업이다. 세계적 아트페어와 함께한 역사도 길다. 2004년부터 프리즈 아트페어의 글로벌 파트너로 참여해 온 BMW는 프리즈 서울에서 새로운 아트카로 기대를 모았던 ‘THE 8X 제프 쿤스 에디션’을 공개했다. 제프 쿤스 Zeff Koons는 대중적 인기와 상업적 성과를 모두 인정받는 미국의 팝 아티스트로, BMW 그란 쿠페의 우아하고 정교한 실루엣에 기하학 패턴과 팝 아트 요소를 접목해 BMW만의 개성과 예술성을 한껏 드러냈다.

90년 가까운 역사를 자랑하는 이태리의 커피 브랜드 일리카페는 1992년부터 아트컬렉션을 시작해 아트페어와 비엔날레 등에 출품해 왔다. 일리카페 컬렉션은 백색의 에스프레소 잔과 받침을 캔버스로 삼아 아티스트의 영감을 그려내는 프로젝트다. 올해는 아트컬렉션 30주년을 맞아 다양한 기념행사를 마련하고 프리즈 서울에도 공식파트너로 참여해 단독 부스를 운영했다. 이주민, 여성, 약자의 위치를 일러스트, 조각, 비디오 등으로 이야기해 온 런던 출신의 아티스트 모나 하툼(Mona Hatoum)과 협업한 커피잔 세트를 전시하고 기타 아트컬렉션의 정보가 담긴 카드를 방문객들에게 제공했다.

▶ BMW의 새로운 아트카, '제프 쿤스 에디션'
 ▼ 백색 잔과 받침을 캔버스로 삼아 아티스트의 영감을 그려낸 일리카페 아트컬렉션



LG전자의 가전, 아트페어에 가다

전자제품도 기능으로 경쟁하는 시대를 지나 고급화, 차별화 전략이 중요해지면서 예술과 협업하는 프로젝트가 늘었다. LG전자는 2016년에 '가전, 작품이 되다'라는 캐치프레이즈를 앞세워 LG시그니처라는 초프리미엄 가전을 선보였다. 초현실주의, 미니멀리즘의 미술사조를 접목한 디자인, 발레와 클래식을 사용한 TV광고로 아트 가전이라는 트렌드를 선도한 브랜드다. 이러한 시도는 점점 더 광범위하게 발전했다. LG전자는 이번 프리즈 서울에도 공식 후원사로 참여해 대표적 프리미엄 제품인 올레드TV와 예술가의 협업으로 눈길을 끌었다.

현대 미술의 거장 아니쉬 카푸어(Anish Kapoor)가 색에 관한 탐구를 펼쳐 보인 미디어 아트는 컬러의 생동감을 극한까지 표현하는 올레드TV의 기술과 맞닿는 지점이 있다. 아니쉬 카푸어의 작품이 담긴 올레드TV는 그 자체로 소장 가치가 있는 작품이라고 강조하는 듯했다. 제품 외관에 작가의 서명과 고유 번호를 각인해 미술품 소장자와 유사한 경험을 제공했다. 올레드TV로 거래하는 NFT 미디어 아트도 전시됐다. 전통적으로 사용되지 않았던 재료, 혁신적인 기술로 작업하는 조각가 배리엑스볼(Barry X Ball)이 금속과 원석 고유의 질감을 가상 이미지로 구현해 낸 작품이다. 혁신적인 기술과 예술을 접목하는 LG전자의 아트 프로젝트는 프리즈 런던까지 이어졌다. 프리즈 런던에서는 토비아스 레베르거와 협업해 롤러블 올레드TV의 특징을 살린 작품 <미로 속으로, 2022>를 선보였다.

◀ 혁신적인 재료와 기술을 사용한 배리엑스볼의 NFT 미디어 작품
 ▼ LG전자가 올레드TV를 활용해 아니쉬 카푸어와 협업한 미디어 아트



노루페인트의 컬러 미학과 공간 연출

삶 속의 흥미로운 컬러 이야기

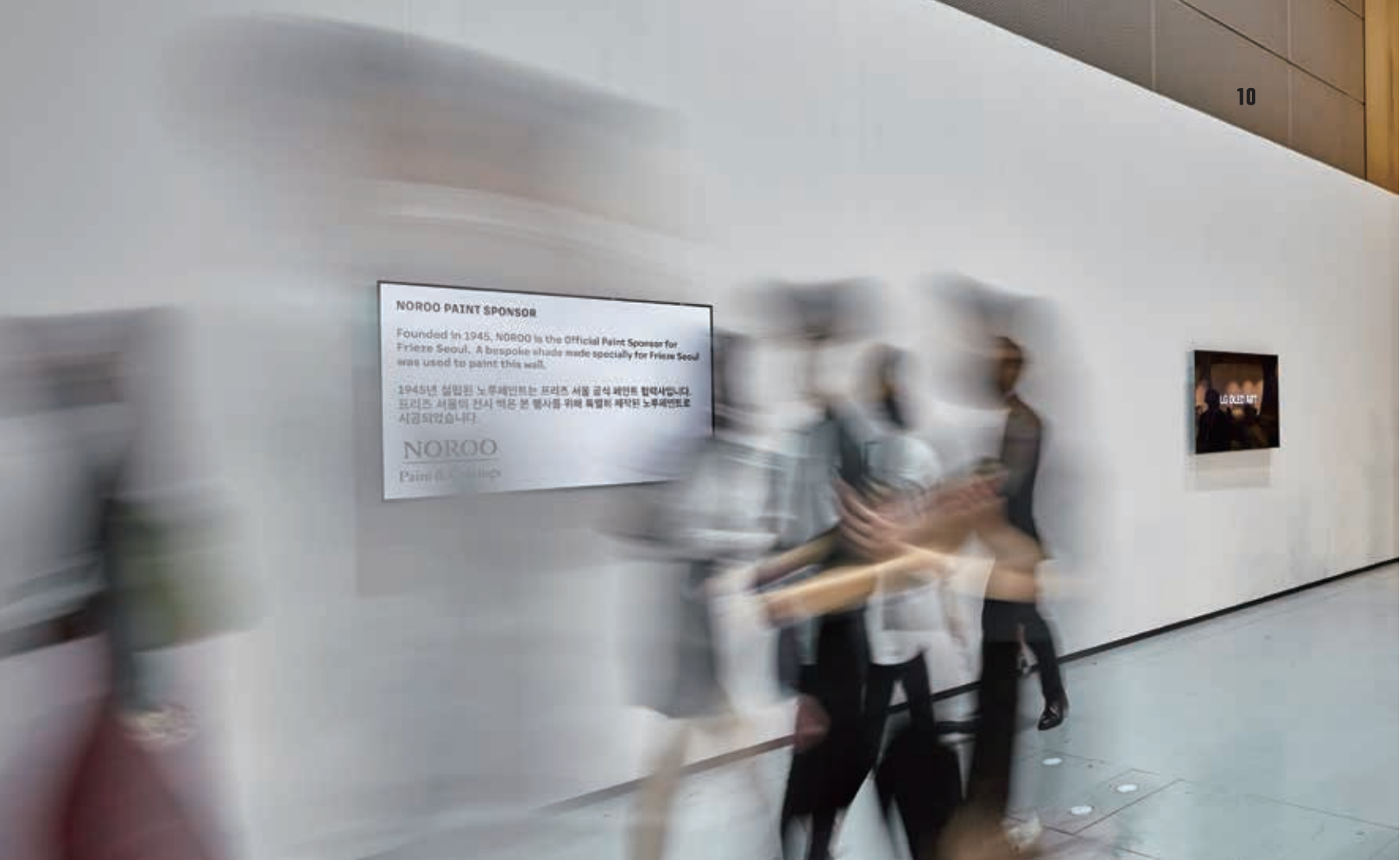
노루페인트는 평범한 건축자재로 여겨지던 페인트의 가치를 새롭게 알리기 위해 소비자와의 접점을 늘려 왔다. 노루페인트의 유튜브 채널 '페인트 잇 수다'는 페인트가 우리 삶에 미치는 영향과 여러 가지 컬러 연출법을 공유하며 셀프 인테리어와 컬러 미학에 관심 있는 소비자들로부터 호평 받고 있다. SNS의 핫플레이스로 주목받는 홍철책방이나 롯데월드의 대표 포토존이 된 그릴싸진관 등도 MZ세대 소비자에게 노루페인트의 이미지를 쇄신한 흥미로운 협업이었다.

▶ 프리즈 서울의 전시공간 단독 시공
 ▶ 컬러 전문기업으로 도약

전시공간 연출은 노루페인트의 컬러 우수성과 고급 인테리어 재료로서 페인트의 가치를 효과적으로 부각시키는 대표적 아트 프로젝트다. 올초에는 더현대 서울에서 세계 최초로 열린 <어느 봄날, 테레사 프레이타스 사진전>에 친환경 페인트와 프리미엄 페인트를 협찬했다. 예술의전당 한가람미술관에서 진행된 <내맘속 : 모두의 그림책> 전시회에서도 네 개의 테마에 따른 맞춤 컬러로 페인트를 시공했다. 2023년 3월 1일까지 서울 삼성동 마리아트뮤지엄에서 진행되는 <프랑코 폰타나 : 컬러 인 라이프> 사진전에서는 작품과 팬톤 페인트의 특별한 색채 조합을 선



▶ 노루페인트가 팬톤 컬러의 아름다움을 선보인 <프랑코 폰타나 : 컬러 인 라이프> 사진전



보인다. 추상적 색채 풍경이 강렬한 프랑코 폰타나(Franco Fontana)의 작품과 어울리는 16가지 컬러의 팬톤 페인트를 제공했다. 전시회 벽면에 페인트 컬러명과 코드를 새겨 인테리어나 셀프 페인팅에 관심 있는 관람객이 쉽게 컬러 정보를 확인할 수 있도록 한 것도 특징이다.

▲ 노루페인트가 프리즈 서울의 공식 페인트 협력사로 명기된 스폰서십 월

노루페인트는 국내외 전시회 경험과 자체 컬러연구소인 노루서울디자인스튜디오를 중심으로 쌓아 올린 기술력을 바탕으로 프리즈 서울에 프리미엄 페인트 공급을 제안했다. 프리즈 서울은 영국과 미국에서 사용하던 하이엔드 브랜드 페인트와 동등하거나 그 이상의 품질을 요구했고 노루페인트는 그 까다로운 기준을 충족시키는 비스포크 페인트를 개발해 시공까지 성공적으로 수행했다. 그간 메세나 활동에도 앞장서 온 노루페인트는 한국 현대 미술을 세계에 알리고 국내 미술시장의 저변 확대를 지원하는 기업의 사회적 책임 이행과 새로운 브랜드 스토리를 만들기 위해 프리즈 서울에 참여했다고 밝혔다. 노루페인트의 아트 프로젝트는 회사의 이미지를 단순히 페인트 제조사가 아닌 '컬러를 전문적으로 연구하고 개발하는 기업'으로 대중에게 리포지셔닝(Re-positioning)하는 브랜드 활동으로서 의미가 크다. 노루페인트 관계자는 "컬러가 긴밀히 연결되는 아트 프로젝트를 진행해 네트워크를 확장하고, 나아가 새로운 비즈니스 모델을 발굴하는 전략과 아이디어를 얻을 수 있다."라고 설명했다.

프리즈 서울 맞춤 컬러 개발

프리즈 서울의 컬러 시공은 또 다른 도전이었다. 노루페인트는 프리즈 서울의 공식 파트너로서 전시공간을 연출할 화이트 색상 포함 12종의 컬러 페인트를 단독 공급했다. 프리즈 아트페어는 참여하는 갤러리뿐 아니라 운영 전반에 걸친 파트너도 까다롭게 선정한다. 공간 연출에 사용되는 페인트 제품도 예외가 아니다. 작품을 돋보이게 할 차별화된 색감과 품질이 요구되고, 세계 어느 곳에서든 통일된 톤앤매너를 유지해야 한다. 그런 이유로 프리즈 아트페어는 해외 유명 브랜드 페인트를 장기간 사용해 왔고, 서울에서도 기존 제품을 우선 검토한 것으로 알려졌다.

프리즈 서울을 축제로 만든 브랜드 행사들

컬렉터와 대중 모두를 위한 아트페어

아트 프로젝트가 가장 활발한 패션업계는 프리즈 서울에서도 다양한 볼거리를 선사했다. 샤넬은 프리즈 서울과 파트너십을 맺고 한국의 독창적인 문화예술계를 조명하는 기획들을 진행했다. 먼저 한국의 신진 및 기성 예술가를 소개하는 영상물 '나우 앤 넥스트(NOW & NEXT)'를 제작해 프리즈 워크 기간에 공개했다. 기성 예술가인 박진아, 박경근, 정희승이 신진 예술가인 유예림, 이유성, 김경태를 각각 만나 예술적 대화를 주고받는 내용이다. 이 영상은 샤넬의 아트 토크 행사에서 최초로 공개됐다. 아트 토크에서는 아티스트 정희승, 김경태가 패널로 참여하고 큐레이터 장혜정이 진행을 맡아 세계 미술시장에서 한국의 영향력이 커지는 현상을 비롯한 여러 변화와 관련해 심도 있는 대화를 나눴다.

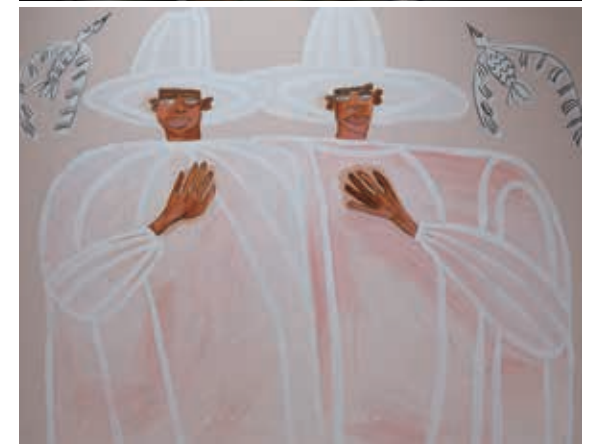
패션 브랜드와 국내외 갤러리가 함께한 위성 행사도 풍성했다. 럭셔리 패션물 네타포르테는 서울 청담동에서 탕 컨템포러리 아트 갤러리와 협업전시를 진행했다. 2022 FW 상품과 에즈 에가미(Etsu Egami), 스튜디오 렌카(Studio Renka) 분메: José Campos, 장괄과 같은 유명 아티스트의 작품들이 어우러진 전시였다. 패션 편집숍 분더샵은 세계적 경매사 크리스티의 국내 최초 비경매 전시로 화제를 모았다. 20세기 예술의 거장 프랜시스 베이컨(Francis Bacon)과 아드리안 게니(Adrian Ghenie)의 작품 16점이 공개됐다. 서울 한남동의 비이커 대표 매장에서는 미국의 커먼웰스 앤드 카운슬 갤러리와 함께한 전시가 열렸고, MCM은 서울 청담동 매장에서 한국을 대표하는 설치 작가 최정화의 특별 전시를 진행했다. 세계적 명성을 떨치는 아트페어는 미술 컬렉터뿐만 아니라 수많은 관광객의 발길을 불러들인다. 본 전시 외에도 각종 쇼와 세미나, 위성 전시가 함께 열려 행사 기간 내내

샤넬, 한국미술의 '나우 앤 넥스트' 조명

패션 브랜드와 갤러리의 협업, 위성 전시 풍성



▶ 샤넬과 프리즈가 파트너십을 맺고 제작한 '나우 앤 넥스트' 영상 캡처



▶ 네타포르테와 탕 컨템포러리 아트의 협업전시로 소개된 스튜디오 렌카의 <Peace birds>

도시 전체가 축제의 장으로 변신한다. 프리즈 서울도 기업들의 참여로 각계각층의 관심을 촉발하고 더욱 풍성한 이야기를 만들어냈다. 예술과 비즈니스가 다양한 형태로 상생할 수 있다는 것을 입증한 셈이다. **W**

미술 감상과
거래의 대중화를
앞당기다

기업이 만드는 아트페어

글
편집부

사진 제공

신한카드, KEB하나은행,
리쉬코리아, 신세계백화점,
현대백화점, 롯데백화점

2022년에는 아트페어가 미술계의 대표 행사로 각광 받았다. 기업은 키아프, 프리즈와 같은 대형 이벤트에 참여하는 한편으로 기업의 메세나 활동을 확대하고 아트 브랜딩 철학을 직접 실현할 전략으로 아트페어를 개최하고 있다. 기업이 만드는 아트페어는 미술과 대중의 접점을 더욱 늘리며 미술시장의 성장을 주도하는 중이다.



예술 감상과 아트테크의 균형 찾기

신한카드의 새 브랜드가 된 '더프리뷰'

MZ세대의 특징을 설명하는 말은 많지만 '예술에 대한 애호'야말로 이 세대를 정확히 규정하는 표현이 아닌가 한다. 하고 싶은 일을 거리낌 없이 하고 좋아하는 대상을 좋아하는 데 열정을 바치는 세대라는 점에서 그렇다. MZ세대는 예술을 삶의 일부로 받아들인다. 개성있는 라이프 스타일을 구성하는 요소이기도 하고, 투자 가치가 높은 상품이기도 하다. 미술 감상이 MZ세대의 유행이 된 것, 젊은 컬렉터가 급격히 늘고 있는 것 모두 전혀 이상한 일이 아니다.

기업이 아트페어 개최에 관심을 갖기 시작한 것도 자연스럽다. 특히 금융업계는 미술품 거래에 관심이 많은 MZ세대 고객의 수요에 부응해 아트페어를 기획했다. 가장 발

금융기업이 주목한
MZ세대의 아트테크

미술계 바깥에서
시작된
아트페어의 새바람

MZ세대 컬렉터들로부터
큰 호응을 얻은
'더프리뷰 성수 with 신한카드'

빠르게 움직인 곳은 신한카드였다. 신한카드는 점점 커지는 미술시장의 결제 인프라를 확보하기 위해 독자적인 미술시장을 만드는 사업을 구상했다. 지난해 신한카드가 스폰서십을 갖고 있던 블루스퀘어에서 개최한 '더프리뷰 한남 with 신한카드'가 시작이었다.

'더프리뷰 한남 with 신한카드'는 미리보기^{Preview}라는 이름대로 신진 작가들을 대거 소개했다. 신진 작가들이 소속돼 있거나 젊은 기획자가 운영하는 신생 공간들을 중심으로 128명의 작가를 소개해 미술계의 최신 트렌드를 살필 수 있게 했다. 첫 아트페어를 향한 반응은 뜨거웠다. 인터넷 블로그, SNS에는 더프리뷰 아트페어에 다녀온 후기가 속속 올라왔고 언론과 미술계의 호평이 이어졌다.





▲
더프리뷰 아트워크
with 신한카드의
갤러리 투어 프로그램과
또 다른 아트 행사인
로비 프로젝트



으로 무대를 옮겨 '더프리뷰 성수 with 신한카드'를 개최했다. 하반기에는 작년에 이어 두 번째 신한카드 로비프로젝트인 《공간에서 시간으로》(조은필 작가) 전시를 비롯해 예술의전당과 서울, 부산 등 6개 지역 50개 갤러리를 직접 다니는 오프라인 투어 코스를 제공하고 온라인에서는 메타버스 가상공간을 활용한 갤러리까지 구축해 또 다시 새로운 경험을 제공했다.

미술 거래가 사상 최고의 활황을 맞고 있는 지금도 미술 시장이 대중적인 시장이라고 말하기는 어렵다. 더프리뷰 아트페어도 여러 가지 고민을 안고 출발했다. 기존 사업과의 연관성이나 아트페어 자체의 사업성에 대해 사내의 회의적인 견해도 다소 있어서 반신반의하며 시작한 프로젝트였다. 아트페어를 기획하고 운영하는 사내벤처 아트플러스는 "문화예술을 통한 신한카드의 브랜딩과 신진 작가, 신진 갤러리를 지원하는 ESG 활동으로서 의미가 크다. 건강한 미술시장 구축에 힘쓰겠다는 초심을 유지하며 계속 발전시켜 나갈 것"이라고 설명했다.

사내벤처의 과감한 아이디어와 도전

올해는 문화체육관광부와 예술경영지원센터가 공동 주관한 '2022 아트페어 육성지원 공모사업'에 선정돼 4,000만 원의 지원금을 받았다. 기업이 만드는 신생 페어로서 공신력을 얻게 된 고무적인 성과였다. 이에 힘입어 올해는 아트페어의 규모를 키우고 내실을 더했다. 도시재생의 의미가 크고 MZ세대의 '힙한' 공간으로 사랑받는 성수동

'아트뱅크' 지향하는 KEB하나은행

KEB하나은행은 미술 감상과 구매에 관심이 큰 VIP와 MZ세대 고객을 대상으로 맞춤형 아트 서비스를 제공하는 다양한 프로젝트를 추진하고 있다. 지난 2020년에는 서울옥션 강남센터에 '아레테큐브 골드클럽'을 열고 고액 자산가와 미술품 컬렉터를 대상으로 아트펀드를 판매하기 시작했다. 이후 국내의 미술품 구입, 자문, 감정, 보관 서비스 등을 제공하며 금융과 예술의 결합을 추구하는 아트뱅크 서비스를 지속적으로 강화해 왔다. 올초에는 이러한 아트 서비스를 한층 강화하고 브랜드화하기 위해 '하나아트클럽' 커뮤니티를 출범시켰다.

▼
KEB하나은행의
'하나 프라이빗 아트페어'

7월과 9월에는 고객을 위한 수준 높은 아트 컬렉션의 방향을 제시한다는 취지로 '하나 프라이빗 아트페어'를 개최했다. 첫 번째 아트페어에서는 게르하르트 리히터 Gerhard Richter, 데미안 허스트 Damien Hirst, 박서보, 쿠사마 야요이 등 국내외 명망 높은 작가들의 작품을 선보여 호평을 받았다. 프리즈 서울 기간에 맞춰 진행한 두 번째 아트페어는 유명 작가와 신진·중진 작가를 한자리에 만날 수 있는 다채로운 기획을 선보였다. 아트컨설팅 전문회사 파라아트와 협업해 마련한 두 번의 아트페어는 소규모지만 기획전시로 진행하고 도슨트 프로그램 등을 제공해 쉽고 편하게 관람할 수 있었다는 평을 받았다.



백화점에서 거리까지, 아트페어의 공간 확장

대중에게 더 가깝고 친숙한 공간으로

예술가에게 필요한 아트페어 만들기

충분하다는 것이 롯데아트페어의 개최지로 정한 이유였다. 롯데백화점은 특히, 미술품을 감상하는 행위 자체가 갖는 품격을 강조하기 위해 아트페어의 공간을 호텔로 옮겼다. 그룹 계열사가 운영하는 시그니엘 부산 호텔과 협업해 약 520평의 대규모 행사장을 마련하고 방문객들이 여유롭게 작품을 감상할 수 있도록 공간 연출에 세심하게 주의를 기울였다.

지역 대표 아트페어를 예열한 현대백화점

백화점은 전통적으로 미술품과 함께해온 공간이다. 고급 재화를 파는 곳, 프리미엄 브랜드를 모아놓은 곳이라는 이미지에 맞게 미술품으로 공간을 장식하고 상설 갤러리를 운영하는 곳도 많다. 최근에는 늘어나는 예술 감상과 구매 수요에 대응하기 위해 독자적 아트페어를 개최하며 아트 마케팅을 강화하는 동시에 미술시장의 성장을 가속화하고 있다.

현대백화점은 대구와 울산의 대표적 아트페어와 함께하는 위성 행사 성격의 이벤트로 상호 시너지를 도모했다. 지난 5월에는 대구점에서 '국제대구아트페어'의 프리뷰 성격을 띤 아트페어를 열고 국내외 작가들의 작품 380여 점을 선보였다. 6월에는 울산점에서 '미리 만나는 2022 울산국제아트페어'를 개최해 데이비드 호크니, 무스타파 홀루시, 웨민켄 등 국내외 유명작가의 작품을 소개했다.

7월에는 세계의 스트리트 아트를 만날 수 있는 '어반브레이크 2022'가 열렸고 더현대 서울에서 그 프리뷰 아트페어를 진행했다. 더현대 서울은 아트페어 외에도 지난해 개관한 복합문화공간 알트원에서 특별한 전시를 이어오고 있다. 앤디 워홀 회고전으로 시작한 알트원A11의 감각적인 전시는 더현대 서울이 MZ세대로부터 각광받는 공간으로 급성장한 주요 이유로 꼽힌다.



▶ 더현대 서울에서 열린 '더 컬렉션' 전

▼ 시그니엘 부산 호텔에서 열린 '롯데아트페어 부산 2022'

아트페어의 품격 강조한 롯데백화점

올해 11주년을 맞은 '아트 부산'이 방문객과 판매액 모두 신기록을 세우는 대성공을 거둔 시기에 롯데백화점도 창사 이래 최대 규모의 아트페어를 부산에서 개최했다. 부산은 롯데그룹과 인연이 깊고 아트페어, 영화제 등 국제적 예술행사가 다양하게 열리는 예술 도시로서 인프라가



'아트 & 디자인 & 크라프트 Art & Design & Craft'라는 주제를 중심으로 기획한 전시 내용도 색달랐다. 파인 아트가 대부분인 보통의 아트페어에서는 볼 수 없었던 공예품과 디자인 제품 등 일상 용품까지 한자리에 모았다. 그랜드 볼룸, 볼룸, 포이어 등 행사장 각 공간이 지닌 특성을 살려 특색 있는 구성을 시도했다. 그랜드 볼룸에서는 국내외 유명 갤러리의 작품을 소개했고 볼룸과 포이어에서는 '아트 & 라이프스타일 특별전'을 진행했다. '아트 & 라이프스타일 특별전'은 감각적인 라이프스타일 용품과 아트 가구, 국립박물관문화재단의 굿즈 등으로 다채롭게 구성돼 관람객에게 신선한 즐거움을 선사했다.

거리를 전시장으로 만든 신세계와 러쉬

'블라섬 아트페어'는 신세계백화점 본점에서 열리는 대규모 아트페어로 2021년에 처음 시작됐다. 올해 하반기에는 '컬렉터스 초이스'라는 주제로 제4회 아트페어를 열어 국내외 작가 50여 명의 작품 300여 점을 선보였다. 데미안 허스트, 스탠리 휘트니, 박서보, 이우환 등 국내외 유명 작가와 김한나, 임지민 등 신진 작가를 한자리에서 만날 수 있었다.

이번 행사는 본점 전체를 활용한 역대 최대 규모로 진행됐다. 본점 신관 외벽에 설치된 대형 스크린도 전시장으로 변신했다. 김선우 작가의 <나이트 플라이트>, 하태임

▲ 신세계백화점 본점에서 개최한 '제4회 블라섬 아트페어'

▼ 전국 20개 매장에서 발달장에 예술가들의 작품을 선보인 '러쉬 아트페어'



작가의 <Un Passage NO.171022> 등 6점의 작품을 NFT로 변환해 스크린에 송출한 미디어 아트 전시는 명동 일대를 오가는 많은 대중에 새로운 예술 경험을 제공하며 블라섬 아트페어의 하이라이트를 장식했다.

9월부터 11월까지 전국 20개 매장에서 이어진 '러쉬 아트페어'는 거리로 향한 쇼윈도와 매장 안의 공간을 갤러리로 활용했다. 『그림 읽어주는 여자』의 저자 한재마 씨가 기획을 맡아 발달장에 예술가들의 작품을 소개했다. 지역에서 활동하는 발달장에 예술가 단체인 '우리 아트'와 '블루아트' 소속 작가들이 함께했다. 동물복지, 환경보호, 인권 등을 기업의 핵심가치로 삼아 사회와 소통해 온 러쉬는 이번 아트페어를 통해 예술을 이해하고 소비할 때도 공존과 지속가능성을 염두에 두자는 메시지를 전했다.

기업이 개최하는 아트페어는 박람회장으로 한정됐던 아트페어의 공간을 백화점, 호텔, 거리로 확장한다는 점에서 의미가 크다. 미술 감상과 구매에 입문하는 대중도 쉽게 접근할 수 있는 기회를 마련해 기업의 아트마케팅을 강화하고 미술시장의 저변확대에 기여한다. 컬렉터들이 선호하는 예술가뿐만 아니라 유망 작가, 소통할 기회가 필요한 작가를 발굴하는 기능도 수행한다. 기업마다 아트페어를 만드는 방향은 달라도 만들어야 할 이유는 이미 충분하다. **W1**

김영애
롯데백화점
아트콘텐츠실장 상무

아트 경영의 시대를 앞서나가기 위해

글
편집부

사진
손홍주
롯데백화점(전시 사진 제공)

고객의 취향과 소비 형태가 달라지면서 백화점 경영도 큰 변화를 요구받고 있다. 롯데백화점은 변화를 주도하기 위해 아트 전문가를 영입하고 아트페어를 만들었다. 백화점의 아트 사업을 담당하는 김영애 상무는 기업의 브랜드 철학과 스토리를 전달하는 아트 프로젝트가 필요하다고 말한다.

미술을

깊이 있게

알고자 하는

소비자가

많다고

느낍니다

‘롯데아트페어 부산 2022’는 달랐다

롯데백화점은 지난해 아트비즈니스실을 신설하면서 아트 사업을 강화했다. 창립 초부터 갤러리를 운영해왔지만 올해처럼 많은 행사를 하고, 고객의 그림 구매 문의를 많이 받은 적은 없었다. 아트비즈니스실에서 아트콘텐츠실로 이름을 바꾼 조직은 전국 각 지점의 미술 전시와 아트페어 같은 이벤트를 기획하며 바쁜 한 해를 보냈다.

가장 반향이 컸던 행사는 5월에 개최한 ‘롯데아트페어 부산 2022’였다. 이 행사를 기획할 때 가장 중점을 둔 것은 수많은 아트페어들과 다른 행사를 만드는 것이었다. 부산을 대표하는 럭셔리 호텔인 시그니엘과 협업해 ‘프리미엄 아트페어’를 연출하고자 했다. 비슷한 갤러리들이 참여해 회화와 조각 위주의 작품을 내놓는 친편일률적인 전시 구성을 탈피해 롯데아트페어만의 이야기거리를 만들고 싶었다. 그래서 ‘아트 & 디자인 & 크라프트’라는 주제를 정하고 공예품과 럭셔리 가구 같은 생활용품도 함께 전시했다. 시그니엘 부산 호텔의 적극적인 협조를 바탕으로 공간도 개성 있게 꾸몄다. 야외 테라스 공간에는 평범하게 풍선을 띄울 수도 있었지만 철재 구조물을 직접 제작해 장식했다. 어느 작가의 작품이냐는 질문을 받을 때면 팀원들과 회의를 거듭하며 아이디어를 발전시키고 제작을 완료하기까지 고생한 과정이 보상받는 것 같았다고 한다. 대부분의 아트 프로젝트를 팀내에서 직접 기획하고 있지만 외부 전문가를 초빙해 협업하는 프로젝트도 있었다. 7월에 진행한 공예전시는 《밀라노 한국공예전》을 총괄했던 강신재 감독, 구상미술을 소개했던 《재현과 재연》 전시는 미술사학자인 조은정 교수의 도움을 받았다. 아트콘텐츠실의 큐레이터들도 다른 분야 전문가에게 배운다는 마음가짐으로 진지하게 임했던 프로젝트다.

《재현과 재연》 전시는 컨퍼런스도 열었다. 김영애 상무는 “미술관에서나 할 법한 행사였다”며 웃었다. 그 와중에 일이 너무 바빠서 행사를 공지해야 할 시기도 놓쳤다. 아무도 안 오는 것 아니냐며 망연자실해 있었는데 행사 당일 이 되자 예상 외로 많은 사람이 찾아왔다. 사람들이 전시를 피상적으로 보고 가볍게 소비하는 것이 아니라 깊이 있게 알고자 하는 욕구가 작지 않다는 것을 느꼈다.



김겨울
김종언
장복
운병은
차규선

백화점이 왜 아트 사업을 하는가

롯데아트페어가 마무리될 즈음에는 언론과 갤러리들의 반응도 처음과는 달라졌다. 다음 아트페어에 참여할 수 있게 해달라고 문의하는 갤러리도 많았다. 그렇게 아트 프로젝트를 하나씩 완수할 때마다 아트 사업 부문의 역량이 회사 밖 전문가들에게도 조금 더 기대감을 줄 수 있는 수준으로 성장하고 있다고 느꼈다.

김영애 상무는 대학에서 회화를 전공하고 대학원에서 미술사학, 해외 대학에서 박물관학 석사과정과 미디어 아트 미학 박사과정을 수료했다. 프랑스케 글로벌 화랑인 오페라갤러리의 서울 디렉터를 거쳐 이안아트컨설팅을 창업해 운영하다가 롯데백화점의 아트 사업을 맡아달라는 제의를 받았다. 전문가의 기획과 전략을 존중하고 권한을 위임할테니 뜻대로 아트 사업을 펼쳐보라는 제안이었다. “롯데백화점이 왜 아트 사업을 하는지는 안팎에서 많이

듣는 질문입니다. 우리는 어느 미술관이나 상업화랑과 다르다는 점에 초점을 두고 있어요. 우리 고객이 누구인지, 우리가 어떤 역할을 할 수 있는지 계속 고민해야 하죠.” 김영애 상무가 생각하기에 백화점이 미술시장에서 가질 수 있는 경쟁력은 낮은 문턱이다. 미술관은 미술에 관심이 많은 사람만 찾아가는 곳인 데 반해 백화점은 누구라도 부담없이 들를 수 있는 공간이다. 작은 갤러리보다 홍보를 잘할 수 있다는 것도 백화점의 경쟁력이다. 수준 높은 문화 이벤트를 기획하고 백화점의 높은 인지도를 이용해 널리 알려 고객이 미술을 접할 기회를 늘리는 것은 대중을 상대로 서비스를 제공하는 백화점이 사회적 책임을 이행하는 방안이기도 하다. 백화점의 이점을 살려서 미술계의 발전에 기여하고, 무엇보다 스스로 재미있어서 열정적으로 몰입할 수 있는 프로젝트를 해보자는 것이 김영애 상무의 바람이었다.

▼ 롯데백화점 동탄점 구상 미술 전시회 《재현과 재연》



매력적인 서사가 팬덤을 만드는 시대

백화점에 아트 사업을 전담하는 조직이 신설되면서 생긴 변화는 전국 지점별 갤러리, 전시 공간에서 산발적으로 진행되던 아트 프로젝트들 간에 유기성이 생겼다는 점이다. 대표적인 예가 지난 3월에 개최한 《리조이스 전》이다. 리조이스 Rejoice는 롯데백화점이 추진하는 ESG 활동의 테마다. 여성과 어린이를 중심으로 가족 전체의 건강과 행복을 증진시키자는 캠페인으로서 상담이나 강연 같은 세부 프로그램을 진행하고 있다. 아트콘텐츠실은 3월 8일 세계 여성의 날을 앞두고 리조이스 캠페인과 연계한 테마 전시를 기획했다. 여성 작가 40여 명을 소개하는 전시를 통해 여성의 꿈과 도전을 응원하는 메시지를 보내고자 했다. 전시는 소공동 본점을 포함한 5개 점포에서 동시 진행돼 더욱 파급력을 갖고 언론과 대중의 호평을 이끌어냈다.

아트 사업을 담당하는 사람들이 의미 있는 테마를 발굴하고 스스로 몰입할 수 있는 프로젝트를 해야 하는 이유는 백화점이 아트 경영의 시대를 주도하는 방향으로 나아가기 위해서다. 김영애 상무는 제품을 잘 만들어 경쟁하는 시대는 가고 제품에 담긴 철학이 중요한 시대가 왔으며, 아트 경영이 기업의 철학을 효과적으로 소비자들에게 전달할 수 있다고 설명했다.

“비즈니스는 사람들이 무엇을 좋아할지 고민하지만, 아트는 내가 좋아하는 것을 했더니 다른 사람들도 거기에 이끌리고 팬이 되는 속성을 지닌다고 봐요. 회사가 아티스트는 아니지만 어느 정도는 아티스트처럼 ‘하고 싶은 것’을 추구하는 마인드가 필요하다고 생각해요. 유행 따라 이리저리 바꾸는 게 아니라 우리만의 이야기를 찾아 진정성 있게 전달해야 사람들의 마음을 움직일 수 있다고 봅니다. 그렇다면 우리는 롯데백화점의 헤리티지나 정신과 가까운 것을 이야기해보자. 그래서 리조이스 같은 전시를 시작했구요. 지금도 우리만의 스토리를 찾는 중이지요.”

아트 프로젝트가 기업에 남기는 것

김영애 상무는 『젊은 베르테르의 슬픔』에 나오는 여자 주인공의 이름을 아느냐고 물었다. ‘로테’를 바로 떠올리면서 ‘로테’가 회사 이름과 관계 있다는 생각에는 미치지 못했다. 창업주가 괴테를 너무나 좋아해서 소설 속 등장 인물의 이름을 사명으로 정했다는 설명을 듣고 나니 이제



▲ 롯데백화점 본점 에비뉴엘에서 리조이스 작품을 보고있는 고객

- 회사도
- 아티스트처럼
- 하고 싶은 것을
- 추구할
- 필요가 있다고
- 생각해요

껏 막연히 갖고 있었던 기업 이미지가 좀 더 선명하게 그려지는 듯했다. 롯데백화점과 호텔롯데가 함께 롯데아트페어를 성공적으로 치러낸 일은 그룹 계열사 간 좋은 협업 사례로 회자되고 있다. 김영애 상무는 롯데라는 이름을 매개로 다양한 분야의 계열사와 아트 컬래버레이션을 진행하는 새로운 기획에 대해서도 귀땀했다. “아트 경영을 다른 말로 하면 스토리 경영이 아닐까요. 기업이 가진 스토리를 사람들이 좋아하도록 만드는 게 마케팅이고 경영이라고 생각해요. 아트는 스토리를 효과적으로 전파하는 매개체고요. 백화점의 아트콘텐츠실이 재미있는 일을 많이 한다는 이야기를 사내에서 듣고 싶어요. 구성원이 흥미를 느끼고 참여하면서 아트 마인드를 체화하도록 지속적인 계기를 만들려고 합니다.”

2022 한국메세나대회

고대 로마제국의 문예부흥을 실현했던
마에케나스의 정신을 이어받은 메세나.
메세나의 확산으로 예술가는 창작의 꽃을 피우고,
함께한 우리는 앞으로의 세상이
조금 더 좋은 곳이 되리라는 믿음을 품었다.

The Great Companies
with Arts!



2022 한국메세나대회 현장 스케치

문화예술로 상생하는 기업과 예술인이 한자리에

코로나19와 경기침체가 겹쳐 힘든 상황에서도 문화예술을 사랑하는 마음은 꺾이지 않았다.

메세나를 실천하는 기업, 문화예술로 세상을 밝히는 아티스트와 예술계 종사자들이 한자리에 모였다.

새로운 만남, 그간의 노고와 헌신에 대한 감사, 변치 않을 상생의 약속이 기꺼운 자리였다.

글 편집부 | 사진 손홍주

예술 후원의 의미를 생각하며

2022 한국메세나대회가 지난 11월 16일 웨스틴 조선 서울에서 한국메세나협회 회원사와 문화예술계 인사 300여 명이 참석한 가운데 열렸다. 한국메세나대회는 기업과 예술계가 한 자리에 모여 예술 후원의 정신을 되새기고 상생을 도모하는 자리다. '기업과 예술의 만남' 결연식과 '메세나대상' 시상식이 함께 진행됐다. 방역을 위해 간소하게 개최했던 2020년과 2021년을 보내고 3년 만에 많은 이들이 참석한 올해 대회는 조심스럽게 회복하고 있는 일상의 소중함과 만남의 기쁨을 다시금 느끼게 했다.

대회 개막에 앞서 뇌과학자 장동선 박사가 연단에 올라 짧은 메시지를 전했다. 장동선 박사는 '신경미학'이라는 흥미로운 학문 분야를 소개하며 인간의 뇌가 한계를 넘어 서로 연결되는 경험을 하는 데 있어 예술이 매개가 되는 현상을 설명했다. 우리 사회가 갈등을 해소하고 서로에 대한 소외를 극복해 화합으로 나아가려면 예술의 역할이 절실하고, 예술을 수호하는 메세나 활동이 더욱 중요하다는 메시지였다.

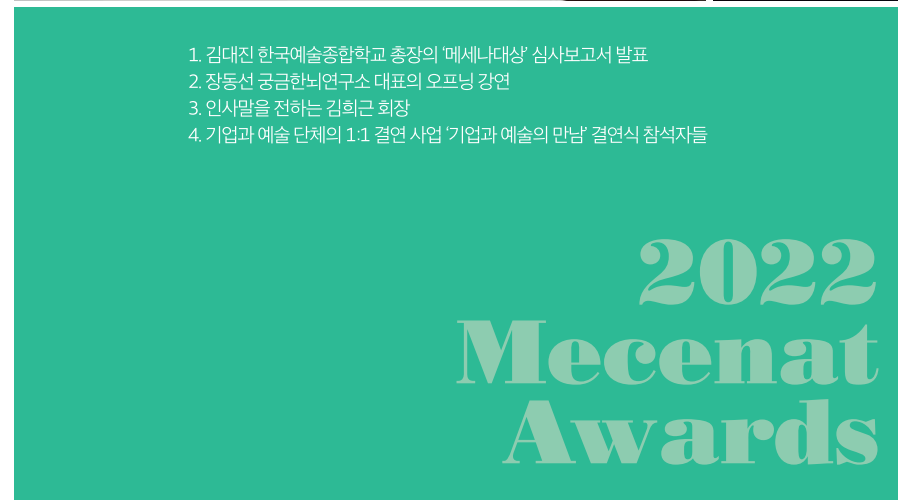
힘든 시기를 헤쳐온 모두에게 감사

이날 행사에는 김희근 한국메세나협회장, 장대환 매경미디어그룹 회장, 조용만 문화체육관광부 제2차관, 박종관 한국문화예술위원회 위원장, 이장한 증권당 회장, 윤영달 크라운해태

회장 등 경제계 주요 인사와 문화예술계 인사들이 참석해 자리를 빛냈다. 행사 진행을 맡은 정아영 MBN 아나운서가 내외빈을 소개할 때마다 참석자들은 따뜻한 박수를 전했고 김희근 회장의 인사말과 이어진 축사에 귀를 기울였다.

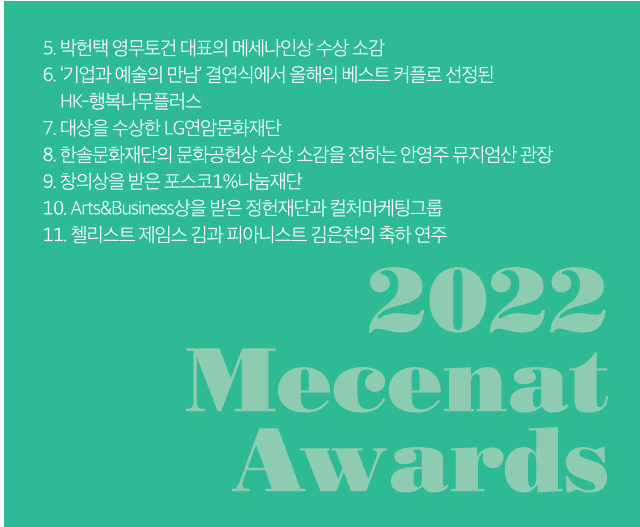
김희근 회장은 "팬데믹 기간에도 문화예술 지원으로 어려운 예술계에 힘을 보태주신 기업에 감사드린다."라며 "사회의 품격이 높아지려면 경제발전 같은 외형적 측면도 중요하지만 눈에 보이지 않는 문화적 가치도 대단히 중요하다. 기업의 메세나 활동이 우리나라를 문화선진국으로 만드는 데 기여하기를 바란다."라고 소감을 전했다. 장대환 매경미디어그룹 회장은 축사를 통해 우리 문화예술인들이 전 세계에서 올리고 있는 자랑스러운 성과를 소개했다. "자랑스러운 성과의 뒤에는 예술가들을 아낌없이 후원한 기업이 있었고 메세나 활동은 우리 사회에 희망을 전하는 힘"이라며 예술인과 기업인들의 헌신에 감사를 표했다.

조용만 문화체육관광부 제2차관은 박보균 문화체육관광부장관을 대신해 축사를 전했다. "코로나19로 인해 문화예술계가 힘든 시간을 보냈지만 이 시기를 통해 기업과 예술은 서로의 관계를 돈독히 다져 함께 어려움을 극복해가고 있다."라며 "문화체육관광부는 기업과 예술이 더욱 큰 시너지를 낼 수 있도록 현장의 목소리에 귀 기울이고 다양한 의견을 정책에 적극적으로 반영하겠다."라고 말했다.



1. 김대진 한국예술종합학교 총장의 '메세나대상' 심사보고서 발표
2. 장동선 공금한뇌연구소 대표의 오프닝 강연
3. 인사말을 전하는 김희근 회장
4. 기업과 예술 단체의 1:1 결연 사업 '기업과 예술의 만남' 결연식 참석자들





- 5. 박헌택 영무토건 대표의 메세나인상 수상 소감
- 6. '기업과 예술의 만남' 결연식에서 올해의 베스트 커플로 선정된 HK-행복나무플러스
- 7. 대상을 수상한 LG연암문화재단
- 8. 한술문화재단의 문화공헌상 수상 소감을 전하는 안영주 뮤지엄산 관장
- 9. 창의상을 받은 포스코1%나눔재단
- 10. Arts&Business상을 받은 정현재단과 컬처마케팅그룹
- 11. 첼리스트 제임스 김과 피아니스트 김은찬의 축하 연주

**‘기업과 예술의 만남’ 결연식,
올해 베스트커플은 HK-행복나무플러스**

이어 ‘기업과 예술의 만남’ 결연식이 진행됐다. 2006년에 시작된 ‘기업과 예술의 만남’은 한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 기업과 예술단체의 전략적 파트너십을 활성화하고자 기획한 1:1 결연 사업으로, 올해는 총 294건의 커플이 결연을 맺었으며 약 92억 원이 예술계에 전달됐다. 2006년 이후 누적 결연 건수는 2,469건, 누적 지원금액은 약 1,018억 원에 달한다.

‘기업과 예술의 만남’ 결연식에서는 장기간 굳건하게 파트너십을 이어온 ‘올해의 베스트 커플’에 기념패를 수여한다. 올해는 10여 년 동안 정기 연주회 수익금으로 시설아동의 장학금을 조성한 HK와 행복나무플러스가 주인공이었다. 이들은 올해만 해도 138명의 대학생에게 약 1억 4,000만 원의 장학금을 지급했다. 박정식 HK 대표와 조익현 행복나무플러스 예술총감독은 나란히 무대에 올라 서로에게 감사를 전했다.

**제23회 메세나대상 시상식,
아름다운 수상패 <저 끝까지> 전달**

이날의 하이라이트이자 가장 빛나는 주인공들을 예우하는 ‘메세나대상’ 시상식이 이어졌다. 메세나대상 시상식은 한해 동안 문화예술 발전에 공헌한 기업과 기업인을 발굴해 그 공로를 기리고자 1999년부터 시작됐다. 대상, 문화공헌상, 메세나인상, 창의상, Arts&Business상으로 총 다섯 개 부문을 시상한다. 수상자 발표에 앞서 사회자가 심사위원들을 소개했다. 심사위원장을 맡은 김대진 한국예술종합학교 총장은 문화예술계, 언론계, 학계 전문가로 구성된 5명의 심사위원이 모여 지역사회 및 문화예술계 기여도, 파트너십 지속가능성, 대상계층의 다양성, 문화편차 해소 여부 등을 종합적으로 평가해 선정했다고 설명했다.

메세나대상의 부문별 수상자에게 주어지는 상패도 소개됐다. 메세나대상은 매년 예술적 가치를 지니는 특별한 트로피를 제작해 시상하고 있다. 메세나 활동의 공로를 치하함과 더불어

어 소장 가치가 높은 트로피로 수상의 기쁨을 더한다. 올해는 이수경 작가가 <저 끝까지>라는 작품을 제작했다.

대상의 영예는 LG연암문화재단


‘대상’은 2000년 LG아트센터 개관 이후 선진 공연문화 구축과 미래 인재를 위한 문화예술 교육에 힘써 온 LG연암문화재단에 돌아갔다. LG연암문화재단은 문화체육부장관 표창을 받고 재단 깃발에 대통령 표창 수치를 걸었다. 수상을 위해 무대에 오른 양재훈 LG공익재단 대표는 강서 지역에 LG사이언스파크를 조성하면서 건립된 LG아트센터 서울 개관 소식을 언급하며 “새로운 터전에서도 예술과 고객이 가까이 호흡하는 장을 제공하기 위해 노력할 것”이라고 다짐했다.

‘문화공헌상’은 복합문화공간을 설립해 지역 활성화와 문화예술 저변 확대에 기여한 한술문화재단이 수상했다. 한술문화재단은 1997년 한술종이박물관을 개관한 이후 한술그룹 이인희 고문의 소장품 4,000여 점을 모아 2013년부터 ‘뮤지

엄산Museum SAN’을 운영하고 있다.

‘메세나인상’은 메세나대상 시상 부문 중 유일하게 기업이 아닌 개인에 주어지는 상이다. 올해는 ‘예향의 도시, 광주’의 문화예술을 알리는 데 앞장서고 있는 박헌택 영무토건 대표이 사에게 돌아갔다.

‘창의상’은 임직원이 급여 1퍼센트를 기부하고 회사가 같은 금액을 더해 조성한 기금으로 나눔활동을 전개하는 포스코1%나눔재단이 수상했다. ‘Arts & Business상’은 20년 동안 재즈 활성화에 애쓰며 건강한 음악 생태계 조성에 기여한 정현재단과 컬처마케팅그룹에 수여됐다.

메세나대상 시상식에 이어 펼쳐진 첼리스트 제임스 김과 피아니스트 김은찬의 축하 연주는 깊어가는 겨울밤과 어울리는 깊은 선율로 청중을 사로잡았다. 두 아티스트는 사라사테의 <지고이네르바이젠>과 피아졸라의 <리베르탱고>까지 이어진 매혹적인 연주로 장내가 떠나갈 듯한 박수갈채를 이끌어냈다. 

제23회 메세나대상 영예의 전당

메세나가 있어 한국 문화예술은 더 빛나고 사회 속에서 숨쉬며 다가올 미래를 준비한다.
어려운 여건에도 메세나 정신을 지켜 활동을 지속하는 기업은 우리 모두가 바라는 책임있는 기업의 표상이다.
쉽지 않은 길을 걷고 있는 모든 기업에 깊은 감사와 영예의 이름을 바친다.



이수경 <저 끝까지>
<달빛 왕관> 시리즈에서 착안한 작품으로,
각기 다른 모양과 빛으로 존재하는
우리 내면의 신성함을 찾아내 그것을 드러내고자 하는
작가의 의도가 담겨있다.



- 22년간 LG아트센터 운영하며 선진 공연문화 구축 및 미래인재 양성
- 한국의 문화적 품격 높일 LG아트센터 서울의 미래 기대

LG연암문화재단은 LG아트센터를 중심으로 선진 공연문화 구축에 힘쓰고 미래 인재를 양성하는 문화예술 교육을 주도해 우리 사회의 예술 수준을 드높이고 있다. LG아트센터는 2000년 개관 이후 지금까지 술한 경제적·사회적 위기 속에서 흔들림 없는 모습으로 자리를 지켰다. 문화예술 발전에 기여하는 뚜렷한 사회공헌 철학을 바탕으로 모기업인 LG와 함께 22년간 한결같이 공연장 운영에 힘쓰고 있다. '동시대를 살면서 우리 관객이 꼭 봐야 할 혁신적인 작품을 시

차 없이 소개한다'는 주요 미션 아래 피나 바우쉬, 매튜 본, 로베르 르빠주 등 세계적인 거장들을 국내에 처음 소개했을 뿐 아니라 양정웅, 이남치, 이자람 등 국내 아티스트들과의 협업 또한 꾸준히 시도해 지금까지 450만 명의 관객에게 867편의 작품을 선보였다.

또한 국내 최초로 '초대관 없는 공연장'을 선언하고, '기획공연 시즌제와 패키지 제도'도 처음으로 도입하는 등 획기적인 시도를 거듭해 공연계의 패러다임을 바꾸는 데 기여했으며, 15년 연속 한국서비스품질지수 '공연장 부문 1위' 자리를 굳건히 지키고 있다.

이 외에도 2006년부터 매년 청소년들을 위한 문화예술 역량 강화 및 진로탐색 프로그램들을 마련해 총 7만 3,000여 명과 인연을 맺으며 다양한 메세나 활동을 이어왔다. LG아트센터에서만 체험할 수 있는 AR 기반 무용 교육, VR 드로잉 교육, 아티스트 토크 등을 제공하며 예술의 사회적 가치 실현에도 힘쓰고 있다.

LG연암문화재단은 2022년 10월 서울 강서구 마곡 지구에 새로 동지를 튼 'LG아트센터 서울'이 예술과 과학, 자연과 시민이 교류하는 장으로서 우리나라의 문화적 품격을 높이는 랜드마크로 발돋움할 수 있도록 노력하겠다고 밝혔다.



Photo by JD Woo



문화공헌상

- 뮤지엄 산 운영하며 지역 활성화 및 문화저변 확대
- 신진 판화작가 발굴 및 창작활동 지원



메세나인상

- 전남 광주 기반으로 예술인 후원 20년째
- 복합문화공간 '김넛과' 및 '나주예술의전당' 건립



창의상

- 그룹 임직원의 급여 1% 기부와 회사의 매칭 그랜트
- 포항·광양 지역 아동 예술교육 6,000회



Arts & Business상

- 재즈 정기공연 '재즈파크' 20년 간 지원
- 누적관객 11만 명, 다원예술장르 재즈 활성화 기여

한솔문화재단은 1997년 한솔종이박물관을 개관한 이후 1세대 여성 경영인으로 손꼽히는 이인희 한솔그룹 고문의 소장품 4,000여 점을 모아 2013년부터 '뮤지엄 산'을 운영하고 있다. 이를 통해 개인의 컬렉션을 모두가 향유할 수 있는 공공의 문화자산으로 확대해 근·현대 미술의 흐름을 일목요연하게 볼 수 있는 공간으로 발전시켰다.

강원도 원주시 구룡산에 위치한 뮤지엄 산은 세계적인 건축가 안도 다다오의 설계로 7년 만에 완성된 복합문화공간이다. 종이의 문화적 가치를 담은 페이퍼 갤러리, 한국 근·현대 미술의 대표작을 선보이는 청조갤러리, '빛의 예술가'로 불리는 제임스 터렐의 작품관 등을 중심으로 종이와 미술의 접점을 만들어가고 있다.

이와 더불어 판화공모전을 개최해 신진 판화작가를 발굴하고 일반인을 대상으로 한 도슨트 양성교육 프로그램으로 대중의 적극적인 미술관 참여를 장려하고 있다.

전남 광주의 토속 건설기업인 영무토건의 박헌택 대표이사는 문화예술이 가득찬 광주를 꿈꾸는 메세나인이다. 2002년 예술인 지원을 시작으로 영무에다움 아파트를 공급하며 작가들의 작업실로 활용할 수 있는 창작 스튜디오를 열었다. 특히, 광주 구도심의 옛병원 건물을 개조해 복합문화공간 '김넛과'를 건립한 사례는 지역 내에서 계속 회자되고 있다. 김넛과는 국내외 작가의 전시와 클래식 공연, 인문학 강좌 등이 활발하게 열려 마음을 치료하는 문화 오아시스로 자리잡았다. 부산, 나주 등지에도 설립돼 누구나 편하게 문화를 즐기는 사랑방 역할을 하고 있다.

또한 신진 음악가들을 발굴하고 지원하는 '김넛과 트리오 프로젝트'를 기획, 2019년부터 매년 세 명의 아티스트들을 선정해 활동 무대를 제공하고 있다. 이 밖에 광주비엔날레를 후원하고, 나주예술의전당을 건립하며 지역 문화를 꽃피우는 데 크게 기여했다.



2013년에 설립된 포스코1%나눔재단은 포스코그룹 3만 3,000여 임직원의 급여 1퍼센트 기부와 회사의 매칭 그랜트를 통해 다양한 활동을 추진하고 있다. 2019년부터는 포항과 광양 지역의 아동들을 위한 '1%나눔 아트스쿨' 사업을 운영하며 예술을 매개로 미래 세대의 건강한 성장을 지원하고 있다. 지금까지 3,300여 명의 아동들과 함께하며 6,000회의 교육 프로그램을 운영했다. 강사로 참여하는 지역 예술가들에게는 매년 130시간 이상 전문가의 멘토링을 제공해 한층 더 역량을 강화할 수 있도록 도왔다.

포스코 임직원 재능봉사와 연계해 아동과 함께 오디오북을 제작, 이를 시각장애인복지관에 기부한 프로젝트도 진행했다. 벽화를 그려 도시재생 활동에 참여하거나 공연 및 전시회를 개최해 주민과의 소통을 이어가는 일련의 행보는 사회의 관심이 지역아동센터로 향해 아동들이 지역사회 내에 스며들 계기를 제공했다고 평가받는다.



컬처마케팅그룹이 2002년부터 정기적으로 운영하고 있는 '재즈 파크 Jazz Park' 공연은 무대에 설 기회가 적은 재즈 연주자들에게 가뭄에 단비처럼 반가운 사업이다. 다원예술 장르인 재즈의 활성화를 위해 손을 맞잡은 컬처마케팅그룹과 정헌재단은 재즈 파크 공연으로 건강한 음악 생태계 조성에 기여하며 예술과 기업의 진정성있는 결연을 이어왔다.

'재즈 파크'는 국내 재즈 음악을 개척한 1세대 연주자들에게 공연 기회를 제공하는 한편 국악, 클래식, 힙합 등과의 크로스오버 무대도 선보인다. 재즈 공연은 일부 마니아층이 즐긴다는 선입견을 해소하고자 했다. 매회 500명 이상이 공연을 찾았고 2021년까지 약 11만 명이 재즈 파크를 관람했다.

디동일그룹 창업주의 뜻에 따라 1979년에 설립된 정헌재단은 '한국 재즈 음악 발전 및 대중화'라는 과제에 크게 공감해 2006년부터 컬처마케팅그룹과 함께해 왔다.



역삼에서 마곡으로, 공연문화의 새 지평을 찾아 서

LG아트센터 서울

필
유윤중
《동아일보》 문화전문기자

사진 제공
LG아트센터 서울

LG아트센터가 22년의 역삼 시대를 마감하고
마곡으로 이전해 지난 10월 13일 개관했다.
세계적 건축가 안도 다다오가 설계한 공간은 아름답고
장대하며, 축제처럼 이어진 개관 기념공연은 다채로웠다.
2022 메세나대상에 빛나는 LG연암문화재단이
LG아트센터 서울에서 또 어떤 프로그램으로 공연예술
팬들을 설레게 할지, 이곳에서 펼쳐질 기업 메세나
활동의 새 장이 궁금하다.



“세계 최고의 건축가가 설계한, 이렇게 아름다운 공연장이 서울에 지어진 것에 질투가 납니다. 이 공연장은 서울의 관객에게도, 개관 공연에 함께하는 우리에게도 행운입니다!”

영국 런던 심포니 오케스트라 예술감독이자 전 베를린 필 하모닉 오케스트라 수석지휘자인 사이먼 래틀 경은 10월 13일 LG아트센터 서울 개관 기념공연을 맞아 공개한 동영상에서 이렇게 말했다. 조성진이 라흐마니노프 <파가니니 주제를 의한 광시곡>을 협연한 이 공연의 티켓은 예매 시작 40초 만에 전석 매진됐고, 런던 심포니 한국 투어 첫 순서를 겸한 콘서트는 열광과 환호 속에 마무리됐다.

1,300석 규모의 메인 홀인 IG시그너처 홀을 가득 메운 관객들은 “뒷자리에서도 무대가 가깝게 느껴진다.” “현대적이면서도 단아하다.” “로비 조경과 부대시설, 주변 자연환경까지 자랑스러운 정도”라며 서울 서남부 새 랜드마크로 자리잡을 LG아트센터 서울의 출발에 만족을 나타냈다.

서울식물원, LG사이언스파크와 연결되는 타원형 통로 '튜브'



역삼 LG아트센터 22년의 아름다운 길

공연계 팬이라면 누구나 알듯이 LG아트센터 서울이 펼쳐 나갈 길은 22년의 풍요한 전사前史를 품고 있다. 2000년 3월 개관해 2022년 2월까지 운영된 서울 강남구 역삼동의 옛 LG아트센터다. 구 엘지아트센터는 LG연암문화재단이 ‘문화예술을 통한 기업 이윤의 사회 환원’이라는 취지로 건립했다. 건립이 본격화된 1998년은 IMF 외환위기로 대부분 기업이 문화지원을 축소하던 시기였지만 LG는 공연장 건립을 계속하면서 개관 시점에 530억 원의 운영기금을 조성해 안정적인 운영을 보장했다. 흥행에 연연하지 않고 세계 최고 수준의 공연을 소개하는 것이 당시 LG아트센터의 사명이었다.

이렇게 시작된 LG아트센터의 행보는 확실히 남달랐다. 대표적 사례가 컨템포러리(동시대) 공연 시장을 개척한 기획공연 시리즈 ‘CoMPAS’다. 20세기 가장 위대한 안무가로 꼽히는 피나 바우쉬의 무용단 ‘부퍼탈 탄츠테아터’는 LG아트센터 개관작인 <카네이션>을 시작으로 여덟 편의 작품을 선보이며 LG아트센터 기획 프로그램을 대표하는 아티스트가 됐다. 근육질 남자 백조가 등장하는 <백조의 호수>로 센세이션을 일으킨 영국 안무가 매튜 본은 4개 작품을 여덟 차례에 걸쳐 공연하며 관객 12만 명을 동원했다. 이 밖에 로베르 르파주, 이보 반 호프 등 세계 공연장에서 ‘혁신’과 ‘파격’으로 상징되는 기라성 같은 인물들의 작품이 LG아트센터의 CoMPAS 시리즈를 통해 처음 국내 관객과 만났다.

LG아트센터는 국내 아티스트와의 협업에서도 주목할 성과를 거뒀다. 개관 초기 연출가 장진과 함께 제작한 연극 <박수칠 때 떠나라>와 <웰컴 투 동막골>은 관객 1만 명 이상을 동원했고 각각 영화로 제작돼 큰 성공을 거뒀다. 양정웅 연출과 함께 만든 <페르귄트>는 2017년 일본 버전으로 만들어져 도쿄에서 공연되기도 했다. 고대 그리스식 원형 무대를 재현한 서재형 연출 <더 코러스: 오이디푸스>는 싱가포르와 뉴질랜드 오클랜드 페스티벌에 진출해 해외 관객들의 찬사를 이끌어냈다.

건전한 공연 생태계를 조성하는 데 힘쓴 것도 LG아트센터가 공연계의 모범으로 평가 받은 이유이다. 개관과 함께 LG아트센터가 뜻심 있게 밀어붙인 ‘초대권 없는 공연장’ 정책은 객석 분위기가 휘둘러 바뀌어놓았다. 현재 국



로비에서 바라보는 거대한 벽면 '게이트 아크'

내 주요 공연장에 보편화된 시즌제와 패키지 제도는 LG아트센터가 앞장서 도입했다. 연간 관람 계획을 미리 세우는 관객층이 늘어나면서 이 모델은 LG아트센터의 핵심 운영 방식으로 자리잡았고 다른 국내 공연장과 공연단체로 전파됐다.

서울 서남부의 새 랜드마크를 설계하다

마곡에 새 터전을 마련한 LG아트센터는 기존의 운영 노하우를 바탕으로 LG의 브랜드 가치를 높이면서 서울 서남부 시민의 문화예술 향유 기회를 확대한다는 비전을 수립했다. 새 공연장의 이름은 ‘LG아트센터 서울’로 하되 서울시 기부채납 후 사용수익권을 확보해 20년간 LG연암문화재단이 운영하기로 했다.

세계적인 복합문화공간을 건설하기 위해 여러 건축가들의 다양한 설계안이 검토됐다. 최종 선택된 것은 이종노출 콘크리트와 미니멀리즘으로 상징되는 안도 다다오의 설계안이었다. 2022년 81세가 된 안도 다다오는 건축계의 노벨상으로 알려진 프리츠커상 수상자이자 오늘날 세계 건축의 페이지에서 가장 많이 언급되는 인물로 꼽힌다. 핫카이드 ‘물의 교회’, 오사카 ‘빛의 교회’, 나오시마의 미술관들, 제주도 유민미술관, 원주 ‘뮤지엄 산’ 등 대표작을 헤아리기 힘들 정도다. LG아트센터 서울 설계에 대해 그는 이렇게 말했다.

“로비와 아트리움, 통로 등이 각각 눈에 띄는 특징을 갖게 해 ‘여기밖에 없는 공연장’을 만들고 싶었습니다. 각각의 공간이 개성을 가지고 서로 교차하면 여러 요소가 충돌하



개관 페스티벌에서 신작 <물 밑>을 선보인 이날치의 리허설

면서 신선한 자극을 주지 않을까, 생각했습니다. 관객의 마음을 설레게 하는 공간이 되기를 기대합니다.” 안도 다다오의 디자인은 세 가지 주요 콘셉트를 바탕으로 한다. ‘튜브Tube’는 지상을 관통하는 타원형 통로다. 길이 80m, 높이 10m이며 옆으로 15도 가량 기울어져 있다. 북쪽으로 서울식물원, 남쪽으로는 LG사이언스파크와 연결돼 지상의 사람들을 건물 내부로 끌어들이며 이곳이 예술과 과학, 자연의 융합 공간임을 보여준다. ‘게이트 아크 Gate Arc’는 로비에서 마주하게 되는 길이 70m 높이 20m의 거대한 곡선 벽면으로, 관객을 초대하는 ‘문’ 역할을 한다. ‘스텝 아트리움 Step Atrium’은 지하철 마곡나루역 지하 2층부터 LG아트센터 서울의 객석 3층까지 연결하는 100m 길이의 계단이다. 튜브가 지상을 가로로 연결한다면 스텝 아트리움은 공간을 수직으로 연결하는 통로다.

이 같은 콘셉트를 바탕으로 LG아트센터 서울은 공연에 본격적인 관심이 없는 사람들도 끌어들이 수 있는 매력 요인들을 갖췄다. 이곳을 방문하면 건물 전체에서 은은한 향기를 맡을 수 있다. IG생활건강과 공동 개발한 향기 ‘136’이다. 지하철 마곡나루역에서 진입하는 관객들은 스텝 아트리움 지하 천장에 설치된 화려한 꽃모양 장식물 ‘메도우’와 마주치게 된다. IG 화담숲에서 자라는 우리 토종꽃을 형상화했다. 건물 정면 오른쪽에서는 영국 작가 그룹 스튜디오 스와인의 작품 <튜브>를 만날 수 있다. 도넛 모양의 흰 증기 고리가 튜브 위를 떠다니고 사라지면서 환상적인 형태를 만들어 낸다. 건물 북쪽 입구에는 이이남 작가의 대형 미디어 아트 <Ark 23.5>가 거대한 OLED 화면 위에 환상적인 이미지를 빚어낸다.

공연예술의 성장을 이끌 터전으로

가장 기대를 모으는 공연공간은 용도에 따라 두 개로 조성됐다. IG시그니처 홀은 모든 장르를 수용할 수 있는 크기의 무대와 장르에 따라 변화하는 음향을 갖춘 1,300석의 다목적 공연장이다. 유플러스 스테이지는 공연에 따라 무대와 객석을 자유롭게 변형해 아티스트들이 상상력을 마음껏 펼칠 수 있는 최대 365석의 ‘블랙박스 공연장’이다. 새로운 공연장에서 올리는 첫 공연이 LG아트센터 서울의 운영 방향을 보여준다고 하면 조성진의 기념비적인 공연으로 개관식을 대신한 것은 의미심장했다. 개관공연은 서두에 소개한 래틀 지휘의 런던 심포니 오케스트라와 조성진의 협연이었는데 LG아트센터 측은 “형식을 갖춘 개관식보다 전석 오픈 판매 공연이 운영 취지에 부합한다고 판단했다. 티켓 수입은 공연예술 성장에 재투자되도록 기부할 것”이라고 밝혔다.

이후 12월 18일까지 두 달 넘는 기간 동안 화려한 개관 페스티벌이 뒤따른다. 박정현 콘서트와 이날치의 신작 국악 퓨전, 아크람 칸 컴퍼니와 요안 부르주아의 무용 등이 이어진다. 가변형 극장인 유플러스 스테이지에서는 영국 이머시브 씨어터 그룹 다크필드의 3부작 <코마>, <고스트쉽>, <플라이트>라는 신선한 작품을 선보인다.

LG아트센터 서울의 새 시대를 여는 프로그래밍 철학은 ‘동시대성’ ‘확장성’ ‘협업’등의 키워드로 요약된다. 이 시대를 살고 있는 우리들의 이야기를 새로운 테크놀로지로 다루며, 최선의 하드웨어를 기반으로 세대를 잇는 복합문화공간의 역할을 수행하고, 다양한 창작자들과 협업하겠다는 의지다. 세계 정상급 공연들을 소개해온 ‘CoMPAS’를 이어나가는 한편, 창작자들과 경계 없는 협업을 추진하는 ‘크리에이터스 박스 CREATOR'S BOX’, 내외부 공간을 모두 활용하는 관객체험형 공연 ‘보이드 VOID’, 다양한 문화를 담아내는 ‘클럽 아크 ARC’등 새로운 기획 프로그램을 차례로 선보일 예정이다.

최고의 파트너와 함께하는 예술교육

특히 ‘확장성’이 표방하는 예술교육 프로그램은 다양한 파트너들과 협력해 이루어질 전망이다. 첫 교육 프로그램은 2023년 2월까지 진행되며 서울시립교향악단, 국립현대무용단, 정림건축문화재단이 파트너로 참여한다. 어린



개관 페스티벌 프로그램 이은결의 <더 일루션-마스터피스>

이들이 건축가와 함께 토론하며 건축을 체험해보는 ‘건축학교’, 안도 다다오의 건축과 세계 유명 공연장의 건축 이야기를 들려주는 ‘건축탐탐’, 청소년들이 클래식 음악 공연 감상법을 체험하는 ‘음악 이야기’, 직장인 대상 클래식 프로그램 ‘퇴근길 콘서트’, 국립현대무용단의 초대 예술감독이었던 홍승엽 안무가가 지도하는 어린이 워크숍 ‘몸으로 예술놀이’ 등 초등학생부터 성인에 이르기까지 다양한 연령층들이 참여할 수 있는 프로그램이 펼쳐진다.

LG아트센터는 지난 22년의 운영 경험을 통해 기업이 공연장을 경영하는 의미를 찾아냈다. 기업이 사회와 함께 숨쉬며 선한 영향력을 주고받고 선순환을 빚어내는 메세나의 놀라운 모델을 제시했다. 21세기 프론티어 마곡에서 펼쳐지는 LG아트센터 서울의 새 시대를 더욱 응원하고 싶은 이유다. **www.lgartscenter.com**



〈작은 방주〉 앞에서
최우람 작가

〈작은 방주〉,
페종이박스, 금속 재료,
기계 장치, 전자 장치,
212×230×1272cm,
2022

인간과 기계를

최우람
‘MMCA 현대차 시리즈 2022’
선정작가

탐 구 하 다

글
이문정
미술평론가, 연구소 리포에틱 대표

사진
정지현

사진 제공
국립현대미술관

《MMCA 현대차 시리즈 2022: 최우람-작은 방주》에는 작가 최우람이 지속해 온 인간에 관한 탐구가 응축돼 있다. 인간의 욕망과 믿음(신념), 기준과 선택의 양면성 등을 생각해볼 수 있을 것이다. 제임스 웹 우주 망원경, 서로 다른 방향을 바라보는 두 명의 선장이 공존하는 세로 12미터 규모의 〈작은 방주〉(2022)는 이 모두를 시각화해 보여준다. 이미 〈칼파Kalpa〉(2010) 시리즈에서 허블 우주 망원경을 선지자로, 허블 망원경이 보여주는 이미지를 모든 것을 포함하는 시간 신으로 가정해 종교를 이야기했기 때문에 최우람과의 인터뷰는 자연스럽게 〈제임스 웹〉(2022)에서부터 시작되었다.

어디로 가는지 모르는 방주

작가에 따르면, 제임스 웹 우주 망원경에 근거한 〈제임스 웹〉은 동서양의 종교화에서 쉽게 볼 수 있는 광배와 같은 모습으로 〈두 선장〉(2022) 뒤에 설치됐다. ‘방주’, ‘광배’, 그리고 방주의 머리를 장식하는 〈천사〉(2022)가 연상시키는 종교는 인간만의 특성을 보여주는 대표적인 영역이다. 최우람에게 종교는 인간이 만들어낸 믿음 체계와 행동을 포괄하는 것이자 인간이 속한 사회 구조에 정당성을 부여하는 광범위한 것이다. 인간은 눈앞에 보이지 않는 것을 존재한다고 믿고, 그것에 의지하며, 자신의 욕망을 투영한다. 여기에는 과학기술도 포함된다.

최우람은 역사 속에서 과학기술을 대하는 사람들의 태도가 신을 믿는 종교에 가까웠다고 말한다. 따라서 광배가 된 제임스 웹 우주 망원경이 비추는 〈두 선장〉은 인간이 만든 신 혹은 과학 신을 상징한다. 사람들은 과학 신이 이끄는 방주에 오르면 힘든 현실에서 탈출할 수 있으며, 더 나은 세상을 만날 수 있다고 믿는다. 자신들이 가지고 생각하는 무언가를 방주에 싣고 밝은 미래를 기대한다. 그러나 과학의 빛을 받으며 전진하는 길은 쉽지 않다. 불변하는 기준이나 유일한 최선은 불가능하기에 하나의 방주에는 두 명의 선장이 존재하고 확고한 이정표가 되어야 할 등대는 움직이는 방주 위에 위치한다. 또한 방주가 향하는 끝없이 열리는 〈출구〉(2022)는 무한의 가능성인 동시에 충족되지 않는 욕망 때문에 새로운 문을 열기를 멈출 수 없는 인간의 처절한 상황 그 자체를 보여준다. “기준은 사람의 마음에 따라 언제든지 바뀔 수 있다. 사람들은 과학 혹은 종교를 이용해 통일된 하나의 기준을 찾으려 한다. 그러나 모든 선택에는 반대되는 다른 선택지와 이견이 뒤따른다. 앞면만 있는 게 아니라 뒷면도 있다. 무조건적인 옳음과 그름은 없다. 결국 〈작은 방주〉는 하나의 방향을 갖지 못한다. 어디로 가고 있는지도 모르고 어디로 향해야 할지도 모르는 불완전한 방주이다. 그게 인간 사회의 진실이다.”



〈검은 새〉(폐종이박스, 금속 재료, 기계 장치, 전자 장치, 가변 설치, 2022)와 〈원탁〉(알루미늄, 인조 밀집, 기계 장치, 동작인식 카메라, 전자 장치, 110×450×450cm, 2022)

이번 전시에서 큰 반향을 불러일으킨 또 다른 작품인 〈원탁〉(2022) 역시 양가적이다. 거대한 탁자를 움직이는 지푸라기 인간들은 하나밖에 없는 머리(권력)를 차지하기 위해 고군분투하는 존재인지, 자신을 지배하는 시스템이 요구하는 역할을 성실히 수행하는 구성원인지 모호하다. 어느 쪽이든 강한 감정적 동요를 불러일으키는데, 〈원탁〉의 첫 스케치에 그려졌던 사회의 리더를 상징하는 3명이 18명으로 늘어나자 평범한 우리처럼 다가오게 되었다. 이러한 작품들은 작가가 이전보다 직접적으로 메시지를 전하는 것처럼 보이게 한다. 이에 대해 최우람은 “관객은 〈원탁〉과 같은 작품에 자기를 투영한다. 자신이 감당하기 어려운 복잡한 삶, 자신을 지배한다고 여겨지지만 정확히 설명하기 어려운 시스템을 한눈에 보여주는 이미지를 발견하며 감정이입을 해 선명하다고 느끼는 것 같다. 과거나 지금이나 역사는 반복된다. 인간은 오롯이 감당할 수 없고 이해할 수 없는 삶을 살고 있다.”고 말한다. 미술가는 정치인이나 종교인이 아니기 때문에 분명한 하나의 이야기를 제시하지 않으며, 그저 자신이 살면서 받은 느낌을 시각적 언어로 표현할 뿐이다. 애초에 인간 존재는 명쾌

한 답이 없는 삶을 살아간다. 모순과 부조리는 생의 시작에서부터 인간을 따라다닌다.

기계생명체도 결국 인간에 관한 이야기

최우람의 모든 작업은 인간에서 시작해서 인간으로 끝난다. “이번에 전시된 작품들, 전작 중 인간의 형상이 드러나는 〈허수아비〉(2012)나 〈놈Norm〉(2016), 심지어 인간의 형상이 드러나지 않는 기계생명체anima-machine인 〈우나루미노Una Lumino〉 시리즈와 〈우로보로스Ouroboros〉(2012)도 결국 인간에 관한 이야기를 하고 있다.” 그런데 최우람이 전하는 인간사는 해피엔딩을 향하는 것처럼 보이지 않는다. 힘없이 늘어진 〈천사〉와 벽에 걸린 〈뺨〉(2022)은 〈작은 방주〉의 표류를 암시하는 것 같고, 〈원탁〉 위의 〈검은 새〉(2022), 거대한 꽃의 형상을 한 〈하나〉(2020)와 〈빨강〉(2021)은 디스토피아적 상상력을 자극한다. 생성과 소멸에 대한 사유가 최우람의 작업 기저에 깔린 것도 영향을 주었을 것이다. “〈작은 방주〉도 죽음을 포함한다. 암울한 분위기가 감도는 것이 맞다. 〈작은 방주〉의 노樁은 각각 독립된 개체들

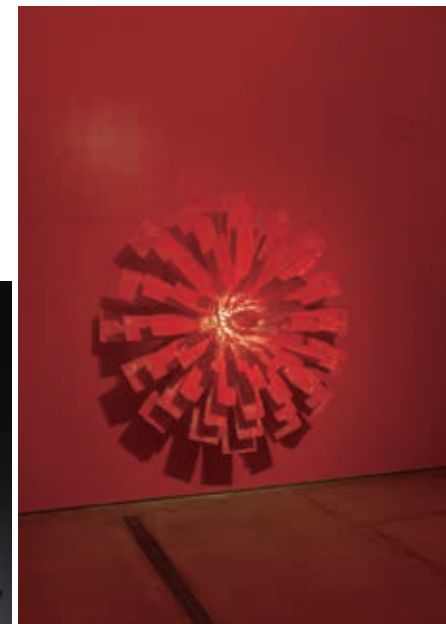
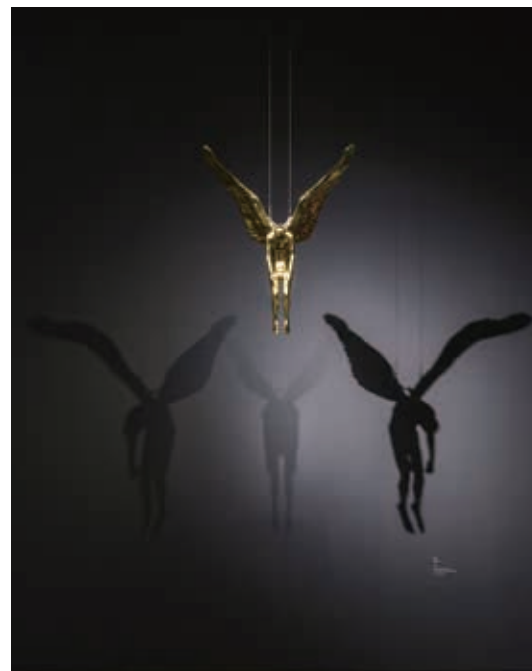
과 같기 때문에 처음에는 35쌍의 노樁에 한 명 한 명의 사람을 그리려 했다. 노인 동시에 날개이기도 한 이 개체들은 담장처럼 방주를 보호하다가 과도가 되고 해일처럼 커진다. 이후 인간이 만들어낸 권력이자 기준, 그리고 신인 등대가 각성해 항해를 주관하면서 노는 매스 게임을 하듯 자신의 날개를 움직인다. 그리고 중국에는 하나씩 망가져 죽는다. 그러나 꽃이 피고 지듯 죽음이 있어야 생도 있기에 방주의 이야기는 절망으로 끝나지 않는다.” 폐차되는 자동차의 전조등과 후미등으로 만든 〈URC-1〉(2014)과 〈URC-2〉(2016) 역시 소멸과 생성의 연결고리를 은유한다. “구원의 시작은 우리 자신이 아닐까?”라는 질문에서부터 시작해 인간의 픽토그램을 담은 〈사인Sign〉(2022)은 작가의 표현대로 “작은 희망”이 된다. 그리고 이것이 최우람의 작업에서 인문학적 정취가 느껴지는 이유이다.

‘MMCA 현대차 시리즈’여서 가능했던 작업

한편 《MMCA 현대차 시리즈 2022: 최우람-작은 방주》에 전시된 작품들은 에이로봇, 오성테크, PNI, 이이언, 클릭트, 하이브, 한양대학교 로봇공학과 등과의 기술 협력으로 제작됐다. 오래전부터 기술과 소프트웨어를 담당하는 박태윤 팀장, 작업 관련 업무를 총괄하는 노유리 실장과 파트너십을 유지하며 작업하고 있는 만큼 최우람에게는 익숙한 일이었다. 예를 들어 〈원탁〉의 공이 테이블 아래로 떨어지지 않도록 수학적 프로그램을 구축할 수 있었던 것은 한재권 박사, 에이로봇과의 협업 덕분이었다. 또한 〈작은 방주〉의 제작 과정에 대해 작가는 다음과 같이 설명한다. “〈작은 방주〉는 145개의 모터와 70개의 이중 관절이 있는, 이전보다 큰 동작의 자유도를 가진 작품이다. 나는 이런 장점을 살려 서사를 담은 자유로운 동작을 만들기 위해 음악가인 이이언과 함께 작업했다. 내가 작성한 시나리오와 콘티를 바탕으로 이이언이 동작을 연출하는 소프트웨어를 개발해 함께 안무를 만들고, 작곡에 사용되는 프로그램으로 전체 스토리를 구성하는 방식이다. 또한 〈작은 방주〉의 안무 공연에 포함되는 사운드를 위해 인위적으로 관객의 감정을 지배하는 배경 음악의 방식을 피하고 방주의 움직임으로부터 자연스럽게 생성되는 소리를 만들었다. 이이언은 각각의 날개 각도에 의해 음과 소리의 질감이 변화하는 프로그램을 만들었고, 연출된 날개의 움직임에 따라 파이프 오르간 소리와 같이 종교적인 아우라를 전하는 사운드를 완성했다.”

최우람은 이러한 작업이 가능했던 현실적 조건에 대해서도 자신의 생각을 전했다. “사실 국립현대미술관에서 현대자동차의 후원으로 진행되는 ‘MMCA 현대차 시리즈’가 아니었으면 〈작은 방주〉와 〈원탁〉 같은 작품은 실현되기 힘들었을 것이다. 아무 조건 없이 신작을 위한 지원을 받았기 때문에 순수성을 유지하며 10여 년 동안 보관했던 스케치들을 관통하는 맥락을 만들었고, 하고 싶었던 것들을 최대한 펼칠 수 있었다. 그래서인지 관객들도 그동안 나의 작품에서 보지 못했던 면이나 흥미로운 부분들을 발견하는 것 같다.”

〈천사〉, 레진, 24K 금박, 스테인리스 스틸, 162×133×56cm, 2022



〈빨강〉, 금속 재료, 타이벡에 아크릴릭, 모터, 전자 장치(커스텀 CPU 보드, LED), 223×220×110cm, 2021

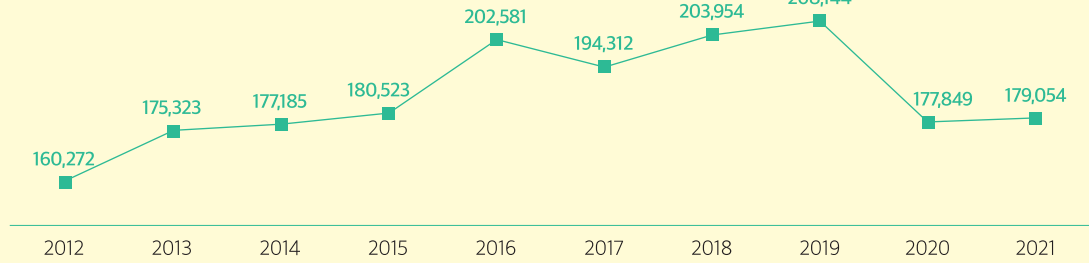
2021년
기업의 문화예술 지원
현황 조사

변화하는 시대와 함께할 메세나의 새 방향 찾기

2021년 지원 총액 1,790억 원, 전년 대비 소폭 증가

한국메세나협회는 국내 매출액 기준 500대 기업과 기업 출연 문화재단 등 716개 사를 대상으로 실시한 '2021년 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 결과를 발표했다. 조사결과는 2021년 1월 1일부터 12월 31일 까지 집행된 문화예술 지원활동을 설문하는 직접조사 자료 및 한국문화예술위원회를 통해 집계된 기부금 실적 등을 취합해 작성됐다. 조사에 따르면 2021년 한 해 동안 집행된 지원 총액은 1,790억 5,400만 원으로 전년 대비 0.7퍼센트(12억 500만 원) 증가했다. 지원 기업 수(493개 사), 지원 건수(1,051건) 역시 각각 10.3퍼센트, 26.4퍼센트 증가한 것으로 집계됐다.

2012~2021 기업의 문화예술 지원 규모



개별 기업 부문 KT&G 1위, 기업 출연 재단 부문 삼성문화재단 1위

개별 기업이 예술계에 직접 지원한 금액은 2년 연속 하락세를 보였다. 코로나19 확산이 시작된 2020년에 263억 7,800만 원이 감소한 데 이어 2021년에도 30억 7,900만 원이 감소한 것으로 나타났다. 반면 미술관, 공연장 등 대규모 인프라를 주로 운영하는 기업 문화재단을 통한 지원 금액은 전년 대비 42억 8,400만 원 증가했다. 특히 미술 관련 인프라를 운영하는 문화재단의 활동이 두드러졌다. 이는 전시 관람 사전 예약제 도입 등 코로나19로 인한 방역 지침에 신속하게 대비하며 대규모 집행 활동이 필수적인 공연 장르에 비해 상대적으로 미술 장르의 운영이 원활했던 결과로 파악된다. 개별 기업 부문에서는 전년도에 이어 KT&G의 지원 규모가 가장 컸다. KT&G는 서울, 춘천, 논산, 부산 등의 지역에 KT&G 상상마당을 운영하며 음악, 디자인, 인문학, 사진 등 다양한 문화 프로그램을 상시 운영하고 있다. 또한 다원예술 등 비주류 장르를 지원해 문화예술 다양성을 확장하는 데 크게 기여했다. 기업 출연 재단 부문에서는 2021년 리움미술관을 재개관하고, 호암미술관 운영 및 다양한 문화예술 지원사업을 진행한 삼성문화재단이 1위를 유지했다.

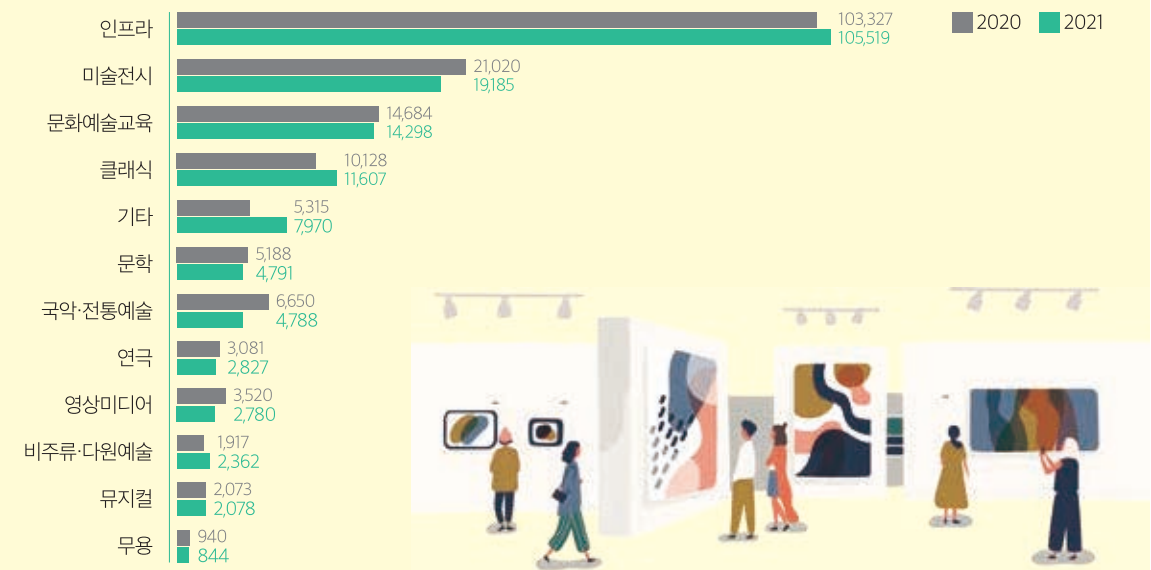
인프라·클래식 제외한 대부분의 장르 지원 감소

표면적으로 지원 총액은 증가한 것으로 나타났지만, 기업이 코로나19 장기화에 따른 인프라(공연장, 복합문화공간, 갤러리 등) 운영 침체기를 활용해 재투자한 활동 등을 감안하면 실질적으로 예술계에 직접 지원된 금액은 감소한 것으로 풀이된다. 분야별 지원 금액 중 가장 높게 집계된 인프라 분야 지원 금액이 1,055억 1,900만 원으로 전년 대비 2.1퍼센트(21억 9,100만 원) 증가한 사실이 이를 뒷받침한다. 전통적으로 지원 규모가 컸던 클래식(116억 700만

원) 분야는 전년 대비 14.6퍼센트(14억 7,900만 원) 증가했으나 이는 기저효과에 따른 현상으로 보인다. 코로나19 발생 이전 수치와 비교했을 때, 지원 규모를 회복하는 데에는 상당한 시일이 걸릴 것으로 예측된다. 이밖에 미술·전시(-8.7%), 문화예술교육(-2.6%), 문학(-7.7%), 국악·전통예술(-28%), 연극(-8.2%), 영상·미디어(-21%), 무용(-10.2%) 분야의 지원 금액은 전년 대비 감소했다.

2020~2021 기업의 문화예술 분야별 지원 금액

(단위: 백만 원)



포스트 코로나 시대의 문화예술, ESG 경영과 함께하는 메세나 모색

문화예술계는 포스트 코로나 시대의 변화와 도전에 직면해 있다. 기술 융합을 활용한 창작 활동에 대한 관심이 갈수록 커지는 추세 속에서 예술계가 창작의 지평을 넓히고 문화예술 향유자와 폭넓게 소통하는 것이 중요한 과제로 부상했다. 이에 예술계가 새로운 미래형 콘텐츠를 발굴·개발할 수 있도록 실질적으로 지원하는 기업과 정부의 역할이 절실하게 요구된다. 예술은 예술 본연의 인지적 가치와 예술행동을 통해

지역사회와 조직문화를 변화시키는 촉매가 될 수 있고, 지역 이해관계자 간 문화 소통은 소득·세대·지역의 격차를 줄여 공동체의 일체감을 형성하는 데 긍정적으로 작용한다. 최근 기업경영과 투자시장에서 화두가 되고 있는 ESG(환경, 사회, 지배구조)의 이슈를 효과적으로 풀어낼 수 있는 솔루션이 바로 문화예술이다. 변화하는 시대의 흐름을 읽고 주도할 메세나 활동의 새로운 방향 모색이 필요한 시점이다.

회화의 안과 밖을 들여다보다



'종근당 예술지상'
공식 홈페이지

종근당 | 아트스페이스 휴

글 김세연 한국메세나협회 A&B팀 매니저

종근당홀딩스는 지난 11월 17일부터 29일까지 서울 세종문화회관 미술관 1관에서 한국메세나협회, 세종문화회관과 함께 《제9회 종근당 예술지상 기획전》을 개최했다. '종근당 예술지상'은 한국현대미술 발전에 공헌하기 위해 이장한 회장의 뜻에 따라 추진되고 있는 사업으로 2012년부터 시작됐다. 아트스페이스 휴와 협력해 매년 세 명의 미술작가를 선정해 올해까지 총 33명의 작가를 지원했다. 선정 작가에게는 창작지원금 및 기획전 개최 기회를 제공한다.

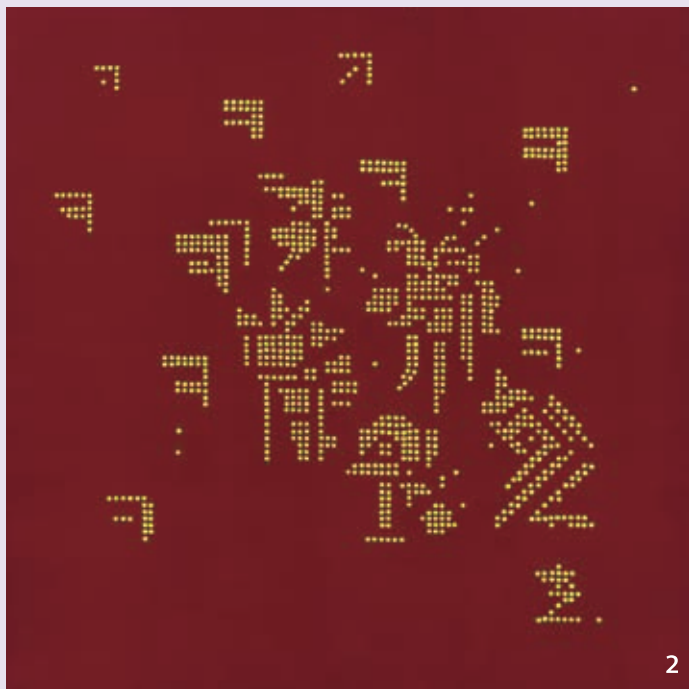
이번 기획전은 '종근당 예술지상 2020' 선정 작가인 김선영, 유승호, 최수련 세 명의 작가가 3년간의 창작성과를 선보이는 자리다. 세 작가는 이번 전시를 통해 관습화된 관념과 반복되는 이미지를 변형하거나 그 안에서 탈주함으로써 이전에는 부재하던 세계를 그려냈다.

김선영 작가는 사회 속에서 역동하는 자신의 현실과 내면을 다양한 음영과 형태, 색으로 표현하며 동양화와 서양화 재료를 고루 사용해 독자적이고 새로운 경향의 동양화를 제시한다. 작은 글씨로 산수화를 그리는 '문자산수도'로 잘 알려진 유승호 작가는 문자를 작업의 직접적인 소재로 사용해 시각예술에서 문자의 역할과 영역을 넓혀온 작품을 선보인다. 최수련 작가는 동북아 지역의 신화와 전설, 괴담과 민담을 모티브로 우리 내면에 자리하고 있는 정체성과 전통의 문제에 의문을 던진다.

17일에는 전시 오프닝에 맞춰 '회화의 안과 밖'을 주제로 콜로키엄이 진행됐다. 콜로키엄에는 김노암 아트스페이스 휴 디렉터, 발제자인 미술평론가 고충환, 김남수, 역대 종근당 예술지상 선정 작가를 비롯한 많은 작가들이 함께 했다. 김남수 평론가는 '내부성광'이라는 개념을 들어 회화의 '밖'과 관련한 발제를, 고충환 평론가는 '동시대 회화에서 형상성 문제'를 다루며 회화의 '안'에 관한 발제를 이어 나갔다. 아트스페이스 휴의 김노암 디렉터는 "오랜만에 회화를 주제로 진행한 콜로키엄이 작가들에게, 어떠한 생각으로 본인의 작업을 풀어가고 있는지 한번쯤 자문해보는 시간이 되었기를 바란다."라고 이야기했다.



1



2



3

1. 김선영 <쏟아지고 솟구치는> 장지에 아크릴, 과슈, 분체, 163×260cm, 2022
2. 유승호 <저 녀머의 그림 22-A-0005> 자작나무 패널에 아크릴, 60×60cm, 2022
3. 최수련 <그런 귀신이라면 좋군요 부디 그들을 저버리지 마십시오> 리넨에 유채, 170×210cm, 2022

동양화 없는 동양화 전시

한샘이펙스 | 아트센터 화이트블럭

글 방지민 한국메세나협회 A&B팀 매니저

동양화를 전공했지만 동양화를 하지 않는 작가들. 아트센터 화이트블럭의 《아아! 동양화: 열린 문》은 동시대 동양화의 가능성과 한계에 관한 프로젝트다. 총 4회로 기획된 《아아! 동양화》 중 첫 전시인 《열린 문》은 동양화를 전공했음에도 다른 매체로 작업하는 작가들의 작품으로 구성됐다. 현재 회화, 사진, 영상, 설치, 조각 등 다양한 매체를 다루는 8인의 작가들은 이 자리를 통해 본인이 동양화에서 빠져나오게 된 계기와 입장을 밝혔다. '열린 문'이라는 타이틀대로 동양화 안으로 '들어오기도', 그 밖으로 '나가기도' 했던 이들이다. 전시는 동양화 전공자의 내부 시선을 바깥으로 꺼내어 더욱 객관적 거리에서 재탐색하고 그 지평을 확장했다.

전시는 경기도 파주에 위치한 아트센터 화이트블럭에서 약 세 달 간 진행됐다. '동양화 없는 동양화 전시'라는 발칙한 이 프로젝트에 참여한 8인의 작가는 금혜원, 김방주, 김세진, 안경수, 안정주, 이정배, 임노식, 차명희다. 금혜원은 외할머니의 일기와 가족이 담긴 사진을 재가공해 우리 사회의 이면에 질문을 던지고, 김방주는 퍼포먼스 과정에서 나온 영상, 설치 작업으로 보편적 관념과 관계를 재구성했다. 김세진의 작업은 비디오의 거대한 시간성과 공간감 안에서 사회 현상을 다각도로 드러내며, 안정주는 이미지와 사운드를 구부리고 뒤틀며 다양한 실험을 시도했다. 도시 변두리와 같이 경계선상에 있는 대상을 캔버스에 그려내는 안경수와 산수화 이론을 바탕으로 도시에서 발견한 형태를 조각과 회화로 담아내는 이정배의 작업도 시선을 모았다. 임노식은 대상과의 거리를 실험한 회화 작업을 선보였고, 차명희는 아크릴화에 목탄을 가미한 즉흥적인 선으로 순수한 조형 언어를 담아냈다.

아트센터 화이트블럭은 어려울 것 같은 주제로 어렵지 않은 전시를 선보이는 데 탁월한 능력을 발휘했다. 한샘이펙스의 후원으로 더욱 풍성하게 구성된 이번 전시는 아쉽게도 끝났으나 아트센터 화이트블럭의 '열린 문'은 닫히지 않았다. 더 새롭고 발칙한 전시를 기대해본다.



1



2



3

1. 동양화의 가능성과 한계를 묻는 전시 <아아! 동양화: 열린 문>
2. 김세진 <존재하지 않는 것을 향한 북쪽> 단채널 비디오, 스테레오 사운드, 16' 53, 2019
3. 차명희 <마음속에 자라는 나무> 캔버스에 아크릴, 91×72.7cm, 2021

우리가 몰랐던 백남준의 예술적 도전

두나무 | 경기문화재단 백남준아트센터

글 임선미 한국메세나협회 A&B팀 매니저

올해는 백남준 탄생 90주년을 맞아 국내 곳곳에서 백남준의 예술적 성취를 만날 수 있는 전시가 열리고 있다. 경기문화재단 백남준아트센터는 3개의 기획 전시를 개최, 그 중 두나무의 지원과 함께하는 《바로크 백남준》, 《백남준의 보고서 1968-1979》를 통해 우리가 알지 못했던 백남준의 진면목을 전한다.

《바로크 백남준》은 백남준의 작업 특성상 국내에서 쉽게 볼 수 없었던 대규모 설치 작업을 만나볼 수 있는 전시다. 《바로크 백남준》의 중심 작품은 〈'바로크 레이저'에 대한 경의〉다. 1995년에 제작된 〈바로크 레이저〉를 2022년의 백남준아트센터라는 공간에 맞게 복원한 작업이다. 〈바로크 레이저〉는 독일의 바로크 건축가 요한 슈라운의 탄생 300주년을 기념하기 위해 1995년 슈라운이 건축한 로레토 교회에 설치된 작품이다. 백남준은 성소 앞에 거즈로 된 커튼을 드리우고 레이저 프로젝터로 머스 커닝햄이 춤추는 비디오를 RGB 세 가지 색으로 투사해, 마치 홀로그램처럼 성소 주변을 맴도는 삼차원의 공간감을 연출했다. 붉은 레이저 광선으로 촛불이라는 과거의 자연 빛과 현재의 빛인 비디오, 미래의 빛인 레이저를 연결했다. 빛을 내는 다양한 기술이 서로 대화하는 가운데 우리는 바로크에서 현재에 이르는 시간을 여행하게 된다.

《백남준의 보고서 1968-1979》에서는 백남준의 '정체' 면모를 발견할 수 있다. 이 전시에서는 백남준이 뉴욕 활동 초기인 1960년대 후반에 작성한 보고서를 중심으로 그의 비전과 생각이 어떻게 작품에 구현되고 있는지 살펴볼 수 있다. 백남준에게 비디오는 다름에 대한 몰이해를 해결하고 타문화 배움을 도구로 기능한다. 1994년작 〈해커 뉴비〉는 새로 온 사람을 칭하는 '뉴비'와 기존의 것을 변형해 새로운 길을 찾아가는 사람을 의미하는 '해커'를 합성한 단어로, 백남준이 생각하는 다음 시대의 표상을 작품에 담고 있다. 한 손에 게임기를 들고 있는 어린이 로봇 조각은 전자초고속도에서 삶의 여정을 시작할 미래 세대에 대한 백남준의 바람을 담고 있다.



1



2

1. 1995년작 〈바로크 레이저〉를 백남준아트센터에 복원한 〈'바로크 레이저'에 대한 경의〉
2. 다음 세대의 표상을 담은 1994년작 〈해커 뉴비〉

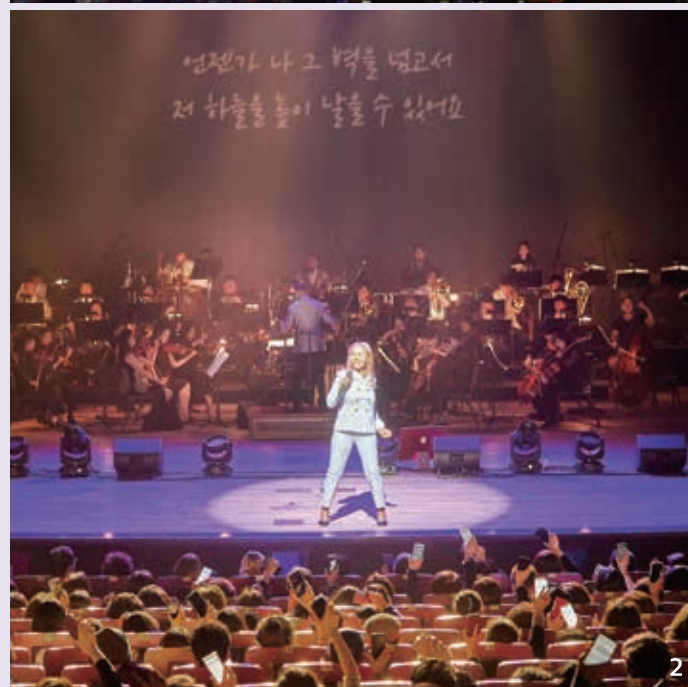
다시, 꿈을 향한 여정 《한화생명 콘서트》

한화생명 | 뮤지컬팝스오케스트라

글 김세연 한국메세나협회 A&B팀 매니저



1



2



3

1. 오케스트라, 출연진, 관객이 하나된 《한화생명 콘서트》
2~3. 열창하는 디바 인순이

뮤지컬팝스오케스트라와 '기업과 예술의 만남' 결연사업에 참여하고 있는 한화생명이 10월 11일 세종문화회관을 시작으로 전남대학교 민주마루, 안양아트센터 관악홀, 경북대학교 대강당, KBS부산홀, 천안시청 봉서홀까지 《한화생명 콘서트》로 전국을 누비며 관객들과 만났다. 2004년부터 문화예술 저변 확대를 위해 지방 도시를 순회했던 한화생명의 음악여행은 작년 《한화생명 콘서트》로 재단장해 '이날치'가 그 첫 공연을 장식한 바 있다.

올해 뮤지컬팝스오케스트라는 국내 최고의 디바 인순이, 재즈보컬리스트 윤덕현과 함께 무대에 올랐다. 이들이 만들어낸 아름다운 멜로디는 관객들 가슴 속 깊이 자리하고 있는 '꿈'을 향한 마음을 일깨웠다. 공연 부제 '드림 어게인(Dream Again)'에서 알 수 있듯 이번 공연은 계속되는 보건 위기와 자연재해, 경기침체까지 덮쳐 어려운 시기에 모두의 마음을 위로하고 잃어버렸던 꿈을 되찾아 서로를 응원하자는 메시지를 전했다.

공연은 뮤지컬팝스오케스트라의 밝고 경쾌한 쇼스타코비치의 관현악곡으로 시작했다. 이어 재즈보컬 윤덕현이 감미로운 목소리로 관객을 단숨에 사로잡았고 인순이는 '열정', '친구여', '거위의 꿈' 등 대중의 관심을 한몸에 받은 대표곡을 열창하며 무대를 이어갔다. 출연진의 진심이 담긴 연주와 노래에 관객들은 열렬한 환호와 함성으로 화답했다. 공연장은 노래를 따라 부르는 관객들의 목소리로 가득 찼다. 오케스트라, 출연진, 관객까지 모두가 공연의 주인공이 되어 함께 무대를 즐겼다.

《한화생명 콘서트》는 지역사회의 기대에 부응해 전년 대비 2회가 추가된 총 6회 공연으로 진행됐고 7,500여 명의 관객이 공연을 관람했다. 가을 저녁 선물같이 찾아온 이번 콘서트는 모두에게 다시, 꿈을 향한 여정을 시작할 수 있는 용기와 희망을 주었다.

발레 영재, 더 높이 날아오르다

KT&G장학재단 | 세계발레지도자협의회

글 김세연 한국메세나협회 A&B팀 매니저

세계발레지도자협의회와 '기업과 예술의 만남' 결연사업에 참여하고 있는 KT&G장학재단이 발레 영재 학생들에게 차별화된 체험과 무대 경험을 제공하기 위해 8월 4일부터 7일까지 3박 4일간 '발레 마스터 클래스'(이하 마스터 클래스)를 진행했다. 이번 마스터 클래스에는 온·오프라인 오디션을 통해 선발된 문화예술 장학생과 강사진 40여 명이 참석했다.

아름다운 북한강 의암호수 인근에 위치한 복합문화공간 KT&G 상상마당 춘천에 13세부터 17세까지의 발레 영재들이 모였다. 이들은 발레 클래스, 컨템포러리 클래스, 캐릭터 클래스, 개인 솔로 클래스 등 체계적인 수업을 받으며 기본기를 다지고 실력을 갈고 닦았다.

세계발레지도자협의회 대표이자 프로그램 총 감독인 김인희 감독을 비롯해 선화예술중·고등학교의 반리리 강사, 모나코 왕립발레학교의 수석교사 올리비에 루시아, 몬테카를로 발레단 출신 일리아 루엔 등 국내외 내로라하는 전문가들에게 수업을 받은 학생들은 "평소에는 만나기 어려운 선생님들과 수업을 할 수 있어서 소중한 시간이었다.", "해외 스타일의 발레와 현대무용 파트를 배울 수 있어서 새로웠다."라며 높은 만족도를 드러냈다.

수업뿐 아니라 강예나 선배 발레리나와 멘토링 시간과 프로필 사진 촬영을 함께하며 잊지 못할 추억도 남겼다. 8월 6일, 토요일에는 쇼케이스로 마스터 클래스의 대미를 장식했다. 인근 백령아트센터에서 진행된 쇼케이스에서는 개인 솔로 작품과 함께 단체 군무인 컨템포러리 작품과 캐릭터 작품을 선보였다. 쇼케이스에 초청된 학부모들은 마스터 클래스 기간 동안 고생한 학생들을 격려하며 뜨거운 박수를 보냈다.

KT&G장학재단 관계자는 "이번 마스터 클래스를 시작으로 앞으로 더 많은 발레 영재들이 꿈을 펼칠 수 있도록 차별화된 지원을 이어나갈 계획"이라며 "아이들이 더 높이, 그리고 더 멀리 도약할 수 있도록 든든한 후원 기업으로서 역할을 다할 것"이라고 전했다.



1



2



3

1. 발레 영재 학생들에게 특별한 무대 경험을 제공했다.
2. 국내외 내로라하는 전문가들과 함께한 '발레 마스터 클래스'
3. 발레 영재들의 열정적인 수업 현장

이야기가 가진 힘, '내 이야기가 들리니?'

케이옥션 | 우리들의 눈

글 김세연 한국메세나협회 A&B팀 매니저

영화 <라이프 오브 파이>로 더 친숙한 『파이 이야기』는 망망대해에서 호랑이와 함께 생존하기 위해 몸부림치는 인도 소년의 표류기를 담은 소설이다. 영화와 소설은 모두 하나의 이야기 너머의 또 다른 층위의 이야기를 들려주면서 '이야기'가 가진 힘을 보여준다.

여기, 또 다른 방식으로 이야기의 힘을 느끼게 해주는 아이들이 있다. "코딱지 공주는 코딱지를 좋아해서 여러 가지 맛이 나는 코딱지를 모아요. 콧물 맛 코딱지, 말랑카우 맛 코딱지..." "구렁이 마을에서는 구렁이 대회가 열려요, 대회에서 이긴 여자 구렁이와 남자 구렁이는 어느날 사랑에 빠졌어요."

"길-고-긴 도깨비의 인생 속에서 - 기원전 422년, 어느 마을에서 도깨비의 습격이 일어났어요. 이 습격은 아주 큰 습격이었는데..."

시각장애인 미술교육 예술단체인 '우리들의 눈' 교육 프로그램으로 모인 여섯 명의 시각장애 아이들은 다양한 활동을 하며 각자의 이야기를 완성해 나갔다. 종이로 만들어진 마을(공간)에서 까맣까말한 종이, 부드러운 종이 등 재료를 직접 만지고 느끼며 이야기거리를 찾았다. 의성어·의태어(펄럭 펄럭, 바삭바삭, 시들시들, 말랑말랑 등)를 입 밖으로 꺼내 자연스럽게 연상되는 단어로 짧은 이야기를 만들어보고, 이야기와 어울리는 음악과 소리가 무엇이 있는지 찾아 직접 녹음해보기도 했다.

'이야기'라는 무형의 대상에 대해 생각해보고 듣는 감각을 촉각, 후각, 구술 등 다양한 감각으로 변주해 스토리텔링을 해보는 것이 이번 프로그램 '내 이야기가 들리니?'의 취지였다. 아이들이 저마다의 감각으로 풀어낸 이야기는 무궁무진했다. 시각이라는 감각을 벗어나 이야기와 상상만으로도 풍성한 세계와 만난 아이들은 '이야기'를 통해 자신을 둘러싼 세계를 인지하는 또 다른 방법을 발견했다. 우리의 삶이 반영된 예술의 한 원형을 '이야기'라고 한다면, 우리가 발붙이고 있는 현실을 되돌아보게 하고, 또 계속해서 살아갈 수 있게 하는 원동력이 바로 이야기가 가진 힘일 것이다.

이번 프로그램은 케이옥션과 우리들의 눈 결연사업으로 진행되었다. 미술품 경매회사인 케이옥션은 미술분야 사회공헌을 실천하고 있으며, 우리들의 눈 지원으로 시각장애인 미술교육 활동에 큰 힘을 실어주고 있다.



1



2



3

1~3. 시각장애 아이들은 다양한 활동으로 여러 가지 재료를 만지며 각자의 이야기를 완성했다.

‘한성자동차 드림그림’의 새로운 도전

키아프 플러스에서 NFT 작품 선보여

글 김보민 한국메세나협회 문화사업팀 매니저

장학생들의 상상과 작가의 멘토링

2022 한국국제아트페어Kiaf는 국내미술시장에 있어 무척 기념비적이지도 도전적인 이벤트였다. 세계 3대 아트페어 중 하나인 프리즈와의 공동개최를 통해 아시아를 대표하는 아트페어로서 성장 가능성을 보였고, 신진작가와 NFT, 디지털 아트를 조명한 키아프 플러스Kiaf PLUS를 신설해 그 규모를 확장시켰다.

한성자동차 드림그림의 장학생들이 올해 키아프 플러스의 파트너 부스로 참여하며 큰 주목을 받았다. 버거슈 콘셉트의 전시 공간인 ‘메타버니 월드Metabun_ny World’를 구현하고 ‘메타버니Metabun_ny’를 선보이며 NFT라는 새로운 미술계 트렌드에 도전했다. NFT는 블록체인 기술을 활용한 가상자산인증서로, 원본 여부에 따라 가치가 크게 달라지는 예술작품에 고유성을 부여할 수 있다는 특징으로 인해 미술계에서 특히 주목받고 있다.

‘Metabun_ny World’에 전시된 NFT 아트워크 ‘메타버니’는 디지털 아티스트 오예슬 작가가 만든 가상의 캐릭터로, 뉴욕의 한 햄버거 가게에서 번bun으로 태어났지만 수호천사 메타버니의 도움을 받아 버거가 될 운명을 거부하고 도망쳐 메타버스에서 메타버니가 된다는 독특한 세계관을 지니고 있다.

드림그림 장학생들은 지난 6월 오예슬 작가와의 멘토링을 통해 직접 메타버니의 모험을 상상해보고 나만의 세계관이 담긴 메타버니를 구상했으며 이를 직접 NFT로 민팅minting해보는 시간을 가졌다. ‘Metabun_ny World’에 전시된 10점의 메타버니는 이렇게 드림그림 장학생들의 손끝에서 시작된 작품을 오예슬 작가가 재해석한 결과물이라는 점에서 특별한 의미를 가지고 있다.



1



2

1. 버거슈 콘셉트의 전시 공간인 ‘메타버니 월드’
2. 한성자동차 드림그림이 키아프 플러스에 파트너부스로 참여했다.

또한, 증강현실AR 기술이 적용된 모든 메타버니는 QR코드를 통해 생생하게 현실공간에 구현돼 관람객들에게 독특한 경험을 제공했다. 드림그림 부스를 찾은 관람객들은 “AR 기술로 구현된 작품을 통해 마치 각각의 메타버니가 가진 독특한 세계관 속으로 직접 들어간 느낌”이라며 드림그림 장학생들의 무한한 상상력과 작품을 감상하는 새로운 방식에 놀라움을 표했다.

한편, 한성자동차는 2017년부터 서울국제아트페어의 공식 파트너사로 함께하며 국내외 관람객들에게 드림그림과 아티스트의 콜라보레이션 작품을 선보이고 있다. 한성자동차는 이번 작품 판매 수익금 중 일부를 도움이 필요한 아동들에 기부해 드림그림 장학사업이 가지고 있는 선순환의 구조를 이을 예정이라고 밝혔다.

이미 예술가인 청년들을 응원합니다!

‘2022 두산아트스쿨: 창작 워크숍’ 성료

글 강의정 한국메세나협회 문화사업팀 매니저



1



2

예비 예술가의 역량 향상

‘두산아트스쿨: 창작 워크숍’의 사업 대상은 ‘예비 예술가’이다. 두산은 2019년부터 예술가를 꿈꾸는 청년들이 공연예술 분야에서 다양한 지식을 쌓고 네트워크를 형성하며 창작품 발표 기회를 가질 수 있도록 지원하고 있다. 한국메세나협회는 두산연강재단 두산아트센터와 함께 현업에서 활약하는 아티스트와 만 19~24세 청년들이 만나 예술 작품을 만들어가는 워크숍을 주관한다.

7기(6~8월)와 8기(10~12월)로 진행된 금년 워크숍은 연기·제작·연출·안무, 희곡으로 채워졌다. 100여 명의 청년들은 예술가의 지도에 따라 작품 창작을 위해 동료들과 탐골공원을 답사하고, 동대문에서 소품으로 쓸 실을 고르고, 매주의 일상을 희곡으로 썼다.

7기 참여자들의 후기를 모은 자료집에서 가장 많이 언급되는 것은 ‘두려움의 극복’과 ‘이게 되네?’였다. 창작의 두려움과 부담감을 밀어낸 후, 일단 소리를 내고 글을 써보니 무언가 되더라는 것이다. 그들은 치열하게 고민하며 빛나는 이야기를 발견했던 순간을 생생하게 증명했고, 이는 참여자들의 자존감을 높여 주었다. 7기 워크숍 참여자 대상 설문 조사 결과, 90퍼센트에 달하는 참여자들이 워크숍 사후 본인에게 나타난 변화로 ‘창작에 대한 자신감·자존감 상승’을 꼽았다.

그럼에도 불구하고 참여자들은 약간의 불안함을 마지막까지 놓지 못한 듯했다. 두산아트센터 Space 111에서 진행된 연기·제작 워크숍 발표회에서 참여자들은 “우리는 언제 이 무대에 서볼까?”라는 소감을 나눴다. 이를 들은 두산아트센터 담당자는 참여자들에게 마지막 인사로 이런 말을 남겼다. “그렇게 말씀하시는 것을 듣고 저는 마음이 좋지 않았어요. 여러분은 벌써 이 무대에 오르셨습니다. 그리고 언제든 다시 오를 수 있어요.”

이렇듯 ‘두산아트스쿨: 창작 워크숍’에 참여한 청년들은 모두 ‘예비 예술가’가 아닌, ‘이미 예술가’였다. 그들은 강사가 제시하는 아주 약간의 도움만으로도 자신의 이야기를 찾아 나섰고, 직접 부딪히며 창작을 해냈다. 강사는 그들이 잔뜩 품고 있는 잠재력을 끌어냈고, 참여자들은 자신의 변화에 당황하고 즐거워하며 역량을 마음껏 펼쳤다. 워크숍이 끝날 무렵, 강사로서의 예술가와 학생으로서의 예비 예술가라는 이분법은 사라지고 연습실에는 예술가만 남아 있던 것을 모든 담당자들은 목격했다.

지금도 연습실에서는 ‘두산아트스쿨: 창작 워크숍’ 8기 참여자들의 열띤 토론이 계속되고 있다.

1. 연기연출 부문 발표회
2. ‘두산아트스쿨: 창작 워크숍’ 7기의 희곡 창작 연습

고객과 소통하는 근로자의 마음 건강 챙기기

문화예술 기반 힐링 프로젝트 '한화생명 힐라힐러'

글 황유선 한국메세나협회 문화사업팀 매니저

고객서비스 개선 및 예술강사 활동기회 확대

콜센터 상담사는 반복되는 상담 업무를 수행하는 과정에서 개인의 감정을 절제하고 조직적으로 요구된 감정을 전달해야 하는 감정노동의 특성으로 인해 스트레스를 받게 된다. 한화생명은 최일선에서 고객을 응대하는 한화생명 콜센터(서울·대전·부산) 상담사들에게 문화예술을 활용한 감성치유 프로그램 '힐라힐러(Healing LIFEPLUS)'를 지원하며 이들의 마음 건강을 챙기고 있다.

'힐라힐러' 프로그램의 목적은 콜센터 상담사의 스트레스를 줄여 고객 응대 서비스의 질을 높이는 한편으로 코로나19 팬데믹이 길어지며 어려움을 겪고 있는 예술강사들에게 활동기회를 제공하는 것이다. 기업의 성과와 사회적 효과를 동시에 창출하며 새로운 문화 사회공헌 활동

의 롤모델이 되고 있다.

올해는 상담사들의 선호도가 높았던 기존 프로그램(칼리마, 캘리그래피, 라탄공예, 가야금)과 함께 우드카빙, 우쿨렐레, 플라워아트, 인문학·미술 강연까지 총 18개 프로그램을 진행해 400여 명의 콜센터 상담사들이 참여했다. 특히 가야금 수업은 꾸준히 참여한 상담사들을 위해 심화반을 신설해 지속적인 참여를 이끌었다.

또한 콜센터 상담사뿐 아니라 고객센터 센터장 및 임직원들까지 참여 대상을 확대해 기업의 소속감과 자부심을 가질 수 있는 원동력을 제공하고 있다. 이에 서울·울산 지역에서 캘리그래피, 플라워아트, 인문학 강연 등에 고객센터 임직원 및 가족들 120여 명이 참여했다.

서울 63스퀘어에서 진행된 플라워아트 수업에 참여한 고객센터 임직원은 "오랜만에 기분전환을 할 수 있었고, 작품을 완성하는 성취감이 있어 더 좋았던 프로그램 같다."라며 기업의 일원으로서 느끼는 자긍심을 표현했다.

한화생명 관계자는 "고객과 최접점에서 소통하는 근로자는 기업의 중요한 구성원이다."라며 "감정노동 스트레스를 효율적으로 관리·해소해 나갈 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다."라고 전했다. 선진적인 ESG 경영을 실천하고자 문화예술 프로그램으로 근로자 복지를 실현하는 한화생명은 내년 수요자 참여 기회를 확대해 문화예술 프로그램을 더욱 활성화할 예정이다.

1. 우드카빙 수업을 마친 한화생명 콜센터 상담사들
2. 고객센터 임직원과 가족이 프로그램에 참여하는 모습



덩기덕쿵! 전국에 울려 퍼진 국악

'크라운해태 찾아가는 국악캠프'

글 박선현 한국메세나협회 문화사업팀 선임

문화소외지역 아동의 전통문화 체험

국악에 대한 아낌없는 지원을 펼치고 있는 크라운-해태제과는 올해 동안 경기도 파주의 통일촌에 위치한 군내초등학교를 비롯해 충북 보은, 강원 횡성 등 전국의 아동들에게 신나는 하루를 선물했다.

크라운-해태제과는 한국메세나협회와 함께 2014년부터 '크라운해태 국악캠프'라는 이름으로 문화소외지역 어린이들을 자사 연수원에 초청해 여름방학 2박 3일간 국악을 비롯해 다양한 프로그램을 제공하는 문화공헌활동을 펼쳐왔다. 코로나19 팬데믹 이후에는 문화소외지역에 위치한 소규모 초등학교를 찾아가 아동 눈높이에 맞춘 한국음악과 전통문화 프로그램으로 1일 캠프를 제공하고 있다. 알찬 프로그램으로 한국 전통예술에 대한 미래세대의 인식과 관심을 고취시키고 팬데믹이라는 상황에서도 아동들에게 폭넓은 경험을 제공했다는 평을 받고 있다.

2022 찾아가는 국악캠프는 총 세 가지 프로그램으로 구성됐다. 1교시 프로그램은 크라운해태 키즈 뮤지엄의 '과자 꽃 케이크를 든 나무인형'을 만드는 창작체험으로, 아동들은 크라운-해태제과 제품을 활용해 자신만의 케이크를 만들고 나무인형을 꾸몄다. 달콤한 과자를 맛보고 싶은 마음을 뒤로하고 흥미로운 활동에 금방 집중하는 모습을 보였다. 이어 2교시에는 창작집단 각두기의 마술연희극 《심청》 공연이 열렸다. 익숙한 서사에 마술을 더한 극은 공연이 진행되는 60분 내내 아동들의 눈을 반짝이게 했다. 끝으로 3교시에는 락음국악단과 동락연희단의 신나는 국악공연이 펼쳐졌다. 동요와 친숙한 애니메이션 OST부터 전통 국악의 신명나는 연주까지 다양한 국악기들이 선보이는 선율과 장단에 아이들의 어깨는 들썩였고, 함께 따라 부르던 아이들의 노



1. 크라운-해태제과 제품으로 나만의 꽃케이크를 만드는 참여 아동
2. 락음국악단과 함께하는 악기 체험활동

랫소리는 어느새 강당을 가득 메웠다. 이번 캠프에 참여한 곳들은 전교생이 60명 내외인 전국의 작은 학교들이었다. 특히 민간인 통제 구역인 파주 통일촌 내에 위치한 군내초등학교의 담당교사는 "지역 특수성으로 다양한 프로그램과 풍성한 인적 자원의 지원이 적어 안타까웠는데 이번 국악캠프를 통해 학생들은 꿈을 꾸는 폭이 더욱 넓어졌을 것"이라고 소감을 전했다. 국악 지원에 남다른 관심을 보여왔던 크라운-해태제과는 계속해서 미래 세대가 우리 전통문화에 관심을 가지고, 더 나아가 문화적 다양성을 이해하는 사람으로 성장할 수 있도록 지원할 것이다.

문화예술과 함께한 선물같은 여정

메트라이프재단 문화예술 사회공헌 'The Gift'

글 오현상 한국메세나협회 문화사업팀 매니저

코로나19를 넘어 문화예술이 있는 일상으로

메트라이프생명 사회공헌재단(이하 재단)은 4년째 문화예술 사회공헌 'The Gift'를 운영하며 역량 있는 예술단체를 지원하고, 지역사회에 문화예술을 통한 활력을 불어넣고 있다. 재단은 코로나19로 공연예술계가 큰 어려움을 겪었을 때에도 온라인 공연 'Gift콘'으로 아티스트와 관객이 만날 수 있는 통로를 마련하고, 예술단체의 니즈를 반영한 맞춤형 지원으로 이들의 든든한 동반자가 되어주었다. 두 차례에 걸쳐 진행된 온라인 Gift콘은 1만 1,000명이 넘는 인원이 관람했다.

2022년, The Gift는 다시 한번 대면공연의 기지개를 켜다. 퓨전국악밴드 '날다NALDA'의 지원을 시작하며 이들과 함께 춘천과 포항에서 《심청날다》 공연을 진행했다. 아울러, 지난 11월에는 1기 단체로 3년간 활동했던 '엑스AUX'와 '코리아 아트빌리티 চে임버Korea Art, bility Chamber'까지 함께해 서울 국립극장에서 세 번째 Gift콘을 개최하며 모두에게 진정한 일상으로의 회복을 알리는 선물을 선사했다.

이어지는 내용은 재단의 황애경 이사와 The Gift를 통해 엑스, 날다를 발굴한 국악 레이블 '소설'의 최순호 대표, 그리고 메세나 필진이 나누는 이야기를 재구성했다.

메세나 다음 달이면 'The Gift'도 5년차로 접어 듭니다. 그간 함께해오신 두 분의 감회가 특히 남다를 것 같은데, 소감이 궁금합니다.

황애경 2019년 The Gift를 처음 시작했는데, 시간이 참 빨리 갔습니다. 문화예술 사회공헌을 음악 분야에서 시작해 미술, 문학으로 확대했는데 각 분야마다 특성도 달라 새로운 경험이었습니니다. The Gift의 방향이 바뀐 삶 속에서 사람들에게 '쉽표'와 '힐링'을 제공하고, 지역에 초

점을 두어 운영하는 것이었는데, 그간 The Gift를 경험하신 분들의 만족도도 높았던 것으로 미루어 보아 지난 4년간 잘 실행됐다고 생각합니다.

최순호 처음이라 좌충우돌하기도 했지만 한편으로는 여러 방향성을 가지고 다양한 시도를 해볼 수 있었던 시간이었습니다. 돌이켜보면 아티스트의 성장에 안전한 버팀목이 되어주고 단체의 성장과 활동에 너무나 큰 도움이 되었습니다.

메세나 아티스트들에게도 그리고 지역사회에도 정말 선물 같은 순간이 아니었나 싶습니다. 문화예술 사회공헌 프로그램을 운영하는 데 있어 재단에서 중요하게 생각하는 가치가 있을까요?

황애경 가장 중요한 가치는 '파트너십'과 '사람 중심'입니다. 사회공헌이라고 해서 단순히 기부, 자원 지원 등으로만 접근하는 것이 아니라, 함께하는 예술 단체의 니즈와 사회공헌사업의 목적이 일치하는 것이 중요합니다. 실제로 이를 위해 예술 단체 선정할 때나 사업 기간 동안에도 예술 단체들을 직접 만나 많은 이야기를 듣고자 합니다.

메세나 사람이 있기에 예술이 존재할 수 있는 만큼 재단에서 추구하는 가치가 참 와닿습니다. 지난 3년간 함께한 엑스에 이어 금년부터는 퓨전국악밴드 날다와 함께하고 있는데요, 재단이 국악 장르를 연이어 지원하는 특별한 이유가 있을까요?

황애경 사실 국악이라고 하면 많은 사람들이 '지루하다'는 선입견을 가지고 있습니다. 또한 기업의 문화예술 분야별 지원을 살펴보면 전통예술에 대한 지원이 적습니다. 퓨전국악이라는 장르가 처음에는 낯설었는데, 새로운 장르를 선보이는 것도 The Gift의 역할이라고 생각했습니다. 2기 선정 시에도 지속성을 유지하는 것이 필요하다고 판단되어, 퓨전국악밴드 날다와 함께 하고 있습니다. The Gift를 통해 국악 장르가 더욱 활성화되길 기대하고, The Gift도 역할을 충실히 할 계획입니다.

메세나 <춘향전>, <심청전> 등 이름만 들어도 알 정도로 유명한 작품들을 퓨전 국악으로 재구성하는 과정이 쉽지 않은 것 같습니다. 작품 창작과정에서 가장 고민하셨던 부분이 있을까요?

최순호 전통이라는 이름 아래 고착화되고 있는 국악이 시대를 관통할 수 있는 생명력 있는 공연물로 재탄생되면 좋겠다고 생각했습니다. 그래서 다양한 서양악기와 접목하고 대중음악의 형식들을 빌어 지금의 창작물을 제작할 수 있었던 것 같습니다. 이 공연을 통해 국악에 대한 인식이 조금이나마 바뀌고 지루함 대신 호기심으로 다가갈 수 있기를 기대하고 있습니다.



메세나 창작자의 끊임없는 고민으로 동시대성을 가진 멋진 작품이 나오는 것 같습니다. 지난 시간 동안 The Gift를 진행하시면서 어려운 점은 없으셨나요?

황애경 The Gift를 시작한 지 얼마 안 돼 코로나 팬데믹을 맞이하며, 불가항력적인 상황에서 이제 막 시작한 문화예술 사회공헌을 어떻게 해야 할지 정말 막막했던 기억이 납니다. 한국메세나협회와 예술 단체들과 이야기를 나눈 끝에, 지속적으로 관객과 만날 수 있는 무대를 만들고자 세종문화회관, 네이버 TV와의 협업으로 당시에는 흔하지 않았던 온라인 공연을 시도했습니다. 다행히도, 많은 분들이 관람 후 따뜻한 응원의 메시지를 건네주셨고 다시 한번 진정한 파트너십의 힘을 느낄 수 있었습니다.

메세나 끝으로, 그간 The Gift를 진행하면서 가장 기억에 남는 순간이나 인물이 있으실까요?

황애경 어려운 시기를 함께해서인지, The Gift의 시작을 같이한 코리아 아트빌리티 চে임버의 강미사 대표님과 엑스의 이우성 대표님이 가장 먼저 떠오릅니다. 코리아 아트빌리티 চে임버는 저희와의 경험을 바

1. 온라인 콘서트로 진행된 2021년 Gift콘 시즌2
2. 3년 만에 대면공연으로 진행된 2022년 Gift콘 시즌3
3. 퓨전국악밴드 '날다'의 <심청날다> 공연

탕으로 최근에 독자적으로 대규모 공연을 진행했고, 엑스는 2021년 '풍류대장'에서 실력을 인정받아 지금은 TV에서 더 자주 만나고 있습니다. The Gift는 3년간 지원이 원칙이지만, 지원이 마무리되었다고 해서 파트너십이 완전히 종료되지 않습니다. The Gift는 '지속성'이 중요한 가치이기 때문에 저희와 함께한 단체는 공연 홍보, 티켓 후원 등으로 꾸준히 지원하고 있습니다.

최순호 아무래도 올해 6월 춘천에서 진행된 날다의 첫 공연이 기억에 많이 남는 것 같습니다. The Gift를 통해 처음 시작된 밴드여서 그런지 재단과 협회 관계자뿐만 아니라 아티스트, 스태프 모두 너무나 애착을 가지고 준비했습니다. 특히나 아티스트들이 욕심을 부려 보면대 없는 공연을 만들고자 열심히 곡들을 외웠고, 무대에서 긴장하며 연주하던 그 모습들이 아직도 기억에 선하네요.

종근당이 전하는 따뜻한 울림

‘종근당 오페라 희망이야기’

글 박선현 한국메세나협회 문화사업팀 선임



1



2

종근당홀딩스는 지난 11년간 ‘종근당 오페라 희망이야기’를 통해 질병으로 힘든 시기를 보내는 많은 환자들을 비롯해 그들의 가족, 그리고 의료진들을 위한 희망 오페라를 선물했다. 팬데믹 이전에는 병원 내 공간에서 직접 공연을 선보였다면, 코로나19 직후에는 온라인 플랫폼과 전문 공연장에서 만남의 기회를 이어왔다. 2022년에는 전국 문화소외아동을 위해 오페라를 선보이는 ‘종근당 KIDS HOPERA’를 20회 진행했고, 종근당의 사업장이 소재한 지역을 기반으로 지역사회와 함께하는 ‘오페라&콘서트’를 2회 개최했다.

찾아가는 오페라 공연 ‘KIDS HOPERA’

‘종근당 KIDS HOPERA’는 문화공연 관람 기회가 적은 어린이들을 위해 전국 초등학교, 병원 등을 직접 찾아가 진행되는 오페라 공연이다. 프로그램 이름의 HOPERA는 희망을 뜻하는 ‘HOPE’와 ‘OPERA’를 합친 단어로, 어린이에게 희망을 전하는 오페라 공연이라는 의미를 담았다. 유명 오페라와 영화에 삽입된 명곡을 아이들의 눈높이에 맞게 편곡하고 흥미진진한 스토리와 함께 들려주는 어린이 맞춤형 오페라다. 올해 전국 아동들에게 선보인 《칙칙폭폭 썩썩》은 종근당 오페라 희망이야기에서 초연한 미리오페라단의 창작 작품이다. 글씨가 지워져 무슨 의미인지 알 수 없는 ‘ㅎㅁ역’을 지키는 꼬마 역장 썩썩이와 역을 찾아오는 친구들이 함께 역의 이름과 각자의 꿈을 찾아가는 이야기다. 썩썩이와 친구들이 불러주는 아름다운 오페라 아리아를 감상하며 자음놀이로 ㅎㅁ역의 이름을 유추하는 과정을 통해 아이들이 함께 참여하고 즐길 수 있는 것이 특징이다.

이번 ‘종근당 KIDS HOPERA’는 팬데믹의 여파로 병원에서 환자들을

만날 수 없는 상황에, 사회적·환경적인 요인으로 문화 향유 기회가 적은 어린이들을 위해 전국의 초등학교 및 특수학교를 방문해 공연을 펼쳤다. 지난 10월에 참여했던 이원초등학교는 충북 옥천의 면소재지에 위치한 전교생 60여 명 규모의 작은 학교다. 담당교사는 “인근 마을 단위로 한두 명의 아동들이 살고 있어 전교생이 통학버스를 이용해 등교를 한다. 이러한 환경적 이유로 공연을 관람하기 위해 도심에 나가는 데 어려움이 많아 이번 공연을 신청하게 되었는데, 작품이 건네는 이야기처럼 우리 학생들에게도 새로운 꿈과 희망을 심어주는 계기가 된 것 같아 감사하다.”라고 소감을 전했다.

지역사회와 함께한 ‘오페라&콘서트’

한편 병원 로비에서 음악으로 치유의 시간을 전했던 ‘오페라&콘서트’는 ESG 경영 실천과 보조를 맞춰 지역사회와 함께하는 문화공헌활동으로 확장됐다. 종근당건강의 사업장이 위치한 당진, 종근당바이오의 사업장이 위치한 안산에서 지역문화회관과 연계해 지역에 한발짝 다가가는 모습으로 선보였다. 각 지역의 문화소외계층을 비롯해 보건의



3

료 관계자, 종근당 계열사 임직원 등 지역주민들을 초청해 ‘종근당 오페라 희망이야기’가 전해왔던 희망의 메시지를 함께 나누며 성황리에 마쳤다.

서곡부터 공연 전반 연주는 최다정 선생의 지휘와 함께 트리니티 필하모닉 오케스트라가 맡았으며, 오페라 아리아와 팝페라, 뮤지컬 넘버 등 친숙하고 다채로운 구성으로 관객들의 뜨거운 호응을 얻었다. 특히 소프라노 오신영의 오페라《호프만의 이야기》중 아리아 ‘인형의 노래’ 연주에서는 태엽이 풀린 인형을 위해 태엽을 감아주는 지휘자의 재치있는 연출로 관객들에게 즐거움을 선사했다. 아울러 팝페라 콰르텟 디에스는 종근당 오페라 희망이야기 ‘오페라&콘서트’의 주역 가수로서 전국 병원을 순회하며 만났던 환자들과의 감동적인 에피소드도 들려주었다.

더 크게, 멀리 울려 퍼질 희망의 노래

공연을 관람한 한 병원 종사자는 “우리 모두가 일상을 되찾아가고 있는 것은 분명하지만, 아직은 조심해야할 때이고 또 일상 속 어떤 위험

- 1. 올해 20곳의 전국 초등학교 및 특수학교를 찾아가 ‘종근당 KIDS HOPERA’
- 2. KIDS HOPERA 《칙칙폭폭 썩썩》에 집중된 아동들
- 3. 당진문화예전당에서 진행된 종근당 오페라 희망이야기 《Sing Hopera》 공연 커튼콜

이 도사리고 있을 지 모르기에 의료관계자들은 여전히 긴장 상태”라며 “하지만 그 속에서 음악이 주는 잠깐의 여유는 큰 위로가 될 것이다.”라고 감사 인사를 전했다.

종근당 홀딩스 관계자는 “지난 몇 년간 병원을 방문하지 못한 아쉬움은 남지만, 올해 ‘지역사회’라는 키워드로 확장해 전국 곳곳에서 만났던 어린이들과 의료관계자분들과의 시간도 뜻깊었다.”라며 “여전히 의료계는 국민을 위해 고군분투 중이며, 전국 병원을 찾아가는 데 비록 시간이 걸리더라도 모든 분의 건강과 안전을 최우선으로 종근당 오페라 희망이야기를 펼쳐나갈 것”이라고 전했다. 2023년에도 종근당이 선사하는 따뜻한 희망의 노랫소리가 더 멀리 울려 퍼지길 기대한다.

위기상황에서는 반려동물도 안전하게 대피하자

‘한화손해보험 위기탈출 안전교육’

글 장진숙 한국메세나협회 문화사업팀 책임

사람과 반려동물 모두 안전한 사회

“저 안에 가족 같은 강아지가 있어요!”

대규모 산불 현장 인근의 집에서 간신히 대피한 중년 여성이 눈물을 흘리고 발을 동동 구르며 인터뷰를 했던 장면을 보며 많은 사람들이 함께 안타까워했다.

반려동물을 키우는 사람이 1,500만 명에 달하는 시대에 ‘각종 재난상황에서 사람과 반려동물이 함께 안전하게 대피하기 위해서 우리가 어떤 노력을 기울이면 좋을까’라는 고민은 더 이상 미뤄둘 문제가 아니다. 그래서 한화손해보험과 한국메세나협회는 8년째 진행 중인 아동·청소년을 위한 안전교육 프로그램 ‘위기탈출 안전교육’에 ‘반려동물 동반 재난대비 프로그램’을 추가했다.

그 첫걸음으로 지난 9월 말, 여의도공원에서 진행된 ‘서울안전한마당’ 행사에서 파일럿 프로그램을 우선 선보였는데, 아동·청소년은 물론 어른들에게도 큰 호응을 얻었다. 대구한의대학교 반려동물보건학과 박호일 교수팀과 함께 운영한 부스에서는 반려동물과 사람이 더불어 안전하게 살아갈 방법을 배울 수 있었다. 생존배낭 꾸리기, 프로필 카드 작성하기, 사료 대체 식품 알아보기, CPR(심폐소생술) 배우기 등 실용적인 내용이었다.

특히, 인기가 많았던 반려동물 CPR 방법은 반려동물이 갑자기 숨을 쉬지 않는 응급상황에 할 수 있는 심폐소생술을 직접 배워볼 수 있어 유익했다. 반려동물의 의식상태 확인, 심장위치 찾기, 심장압박, 인공호흡, 맥박체크 단계를 거쳐 자가 호흡이 돌아올 수 있도록 조치하는 과정을 배울 수 있었다.

또한 10월부터 12월까지 영남권 초등학교들을 대상으로 진행한 ‘찾아가는 재난안전교육’에서도 ‘반려동물 동반 재난대비 프로그램’을 병행했다. 초등학생들은 비록 가상의 상황이지만 반려동물을 한 마리라도 더 살리기 위해 땀이 나도록 열심히 CPR을 실행해 깊은 인상을 남겼다. 10월 말, 교육에 참여한 울산 병영초등학교 학생들은 “머리에 남는 지식을 넘어 몸으로 직접 익히는 교육으로 생명의 소중함을 체감하는 시간이었다.”라고 소감을 전했다.

일상에서 재난에 대처할 수 있는 시민 개개인의 역량이 바로 우리 사회의 재난 안전망을 구축하는 첫걸음이며 기초가 될 것이다. 반려동물 동반 위기탈출이 가능한 역량을 우리가 함께 키워 사람과 반려동물이 모두 안전한 사회를 만들어나갈 수 있기를 바란다.

1. 서울안전한마당 행사에 마련된 ‘위기탈출 안전교육’ 부스에서 반려동물 CPR 방법을 배우는 시민의 모습
2. 반려동물 CPR 방법을 익힌 울산 병영초등학교 6학년 학생들



1



2

예술과 과학기술의 만남

‘LG 아트 클래스’

글 김희진 한국메세나협회 문화사업팀 책임

나만의 상상력으로 AR·VR 만들기

LG아트센터 서울 개관을 기념해 LG가 주최하고 LG연암문화재단과 한국메세나협회가 주관하는 창의예술교육 현장의 분위기는 뜨거웠다. 지난 9월부터 시작된 ‘LG 아트 클래스’는 과학과 기술, 예술을 아우르는 무용·미술 융합교육으로, 서울 강서구·양천구 소재 초등학교와 복지기관 아동·청소년들이 참여했다.

무용 수업 ‘AR로 만드는 플레이 몬스터’는 LG아트센터 서울을 닮은 몬스터를 상상해 시각화하고 움직임을 창작하는 시간이다. LG아트센터 서울이 가진 공간적 특성과 과학기술, 예술이 접목된 특색을 반영해 기획했다. 증강현실 기술, 숏폼 콘텐츠 등으로 참여자들의 흥미를 유발해 즐겁게 참여할 수 있도록 하고 교육 효과를 높이고자 했다.

무용 수업을 운영한 김서진 ABC LAB 대표는 “LG아트센터 서울이 주는 넘치는 영감과 공간에 적합한 준비된 프로그램이 만나 탁월한 시너지를 내는 LG 아트 클래스가 되었다.”라고 말했다. 초등학교 5학년 이종화 어린이는 “LG아트센터 서울은 차원이 다르게 재미있었고 기대 이상의 곳이었다.”라고 했다. 아동들을 인솔한 이윤정 교사는 “코로나19로 인해 2년 만에 현장 체험을 경험한 학생들에게 너무 좋은 프로그램이었다.”라고 소감을 전했다.

미술 수업 ‘VR 드로잉으로 만드는 메타 스테이지’는 LG아트센터 서울의 공간과 VR 미술이 결합된 수업이다. 3D 가상공간에 드로잉을 하며 창의력과 공간지각능력을 체득한다. 학생들이 평소 체험한 VR은 게임 또는 체험형 콘텐츠를 감상하는 데 그쳤다면, 이 수업은 본인이 크리에이터가 되어 가상공간을 직접 설계할 수 있다는 점에서 더욱 특별한 경험이었다.



1



2

1. LG아트센터 서울에서 무용과 AR이 결합된 수업을 진행했다.
2. 가상공간에서 VR 드로잉을 하는 아동

미술 수업을 진행한 김진선 JS미디어랩 대표는 “자신만의 공연 무대가 가상공간에 펼쳐진다면 어떤 모습인지 표현해봄으로써 미래와 메타버스 시대의 기술이 결합해 다양한 예술작품들이 탄생했다.”라고 전했다. 참여자들은 “VR을 착용하고 그림을 그리는 것이 처음에는 복잡하고 어렵게 느껴졌지만 다양한 툴을 사용해 완성해가는 과정이 신기하고 재미있었다.”라고 소감을 전했다.

학생들을 인솔했던 학교와 복지기관 교사들은 “평소 발견하지 못했던 아이들의 예술적 소양과 창의성을 새삼 발견하게 된 점이 가장 큰 수확이었다.”라고 LG 아트 클래스와 함께한 소감을 밝혔다. LG 아트 클래스는 내년 1월에도 추가로 진행돼 총 1,000명의 아동이 참여 예정이다.

한국수출입은행 금고미술관의 현대미술 릴레이展

‘The SAFE 2022’

글 김보민 한국메세나협회 문화사업팀 매니저

여의도 도심 속 소중한 전시공간

2022년 한 해 동안 한국수출입은행 금고미술관에서는 ‘The SAFE 2022’ 사업의 일환으로 서혜영, 유나얼, 정진, 조영각 작가의 릴레이 개인전이 열렸다. 네 명의 작가가 각각 금고미술관에 약 1개월 간 작품을 전시하는 방식이었다. 작가들은 전시와 연계한 교육프로그램 개발에 직접 참여하고, 지역아동센터 어린이를 대상으로 한 전시 연계 교육프로그램도 진행했다.

릴레이 전시의 첫 번째 작가인 서혜영은 벽돌 모티브와 유닛Unit 개념에 주목한 설치 작품 (Ectype) 시리즈 4점과 장소특정적미술 (Floating Units)을 금고 내부에 구현했다. 가수 겸 화가로 활동하는 유나얼은 콜라주, 실크스크린, 사진, 드로잉 등 다채로운 작업 방식으로 제작한 18점의 작품을 선보였다. 정진은 만화의 말풍선과 효과선, 기호, 캔버스의 오래된 흔적과 같은 조형 요소를 활용한 17점의 회화 작품을 통해 인간의 욕망을 조망했다. 릴레이 전시의 마지막 작가인 조영각은 인공지능 AI 딥러닝 기술을 활용한 뉴미디어 작품 7점을 선보였다.

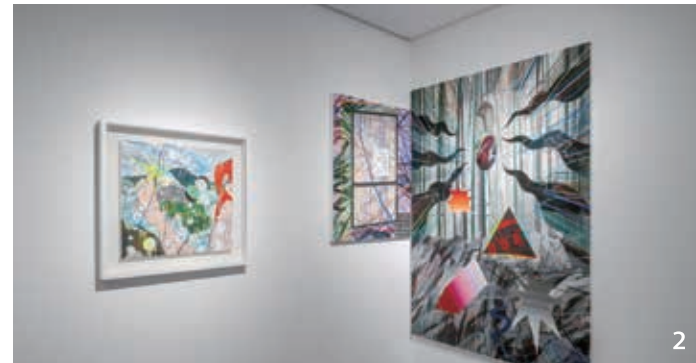
The SAFE 2022 전시가 개최된 금고미술관은 창고로 쓰이던 유휴 공간이었으나 2021년 9월에 한국수출입은행 직원과 방문 고객에게 문화예술의 가치를 알리고 정서적 휴식공간을 제공하는 소규모 전시공간으로 다시 탄생했다. 비록 작은 규모지만 방문자가 바쁘게 흘러가는 여의도 도심 속에서 여유를 느끼기에는 충분하다.

전시공간에서 관람객은 능동적으로 작품을 감상한다. 전시를 감상하는 행위는 미술 작품의 내용과 형식 등을 관찰하는 것에서 더 나아가 작품 속의 의도를 파악하고 그들의 내면을 탐색하며 가치를 창조하는 활동이다. 이러한 능동적인 미술작품 관람은 또 하나의 치유 요법으

로 쓰이기도 한다. 미술 작품에는 작가의 내면 세계와 고찰이 담겨있다. 작품을 감상하며 경험하게 되는 반응을 평가하고 이해하며 재해석하는 모든 일련의 과정은 작품의 의미를 관람자가 주체가 되어 새롭게 창조하는 일종의 치유 활동이다. 즉, 한국수출입은행의 금고미술관은 지친 현대인을 위한 치유 공간으로 재탄생한 것이다.

이번 전시를 관람한 관람객은 “한국수출입은행에 전시 공간이 생겼다는 소식을 듣고 점심시간에 방문했다. 유명 예술가들의 작품을 이렇게 가까운 곳에서 관람할 수 있다는 것이 가장 큰 장점인 것 같다. 전시를 관람하며 오전 내 쌓여있던 업무 스트레스가 조금이나마 해소된 것 같다.”라고 밝혔다.

- 1. 벽돌을 모티프로 다양한 조각·설치 작품을 선보인 서혜영 작가의 전시
- 2. 17점의 회화 작품을 선보인 정진 작가의 전시
- 3. 유나얼 작가와 지역아동센터 어린이들이 함께한 전시 연계 교육프로그램



실천하는 위생습관, 건강한 미래

LG생활건강 어린이뮤지컬 《반짝반짝 페리오》

글 김은샘 한국메세나협회 문화사업팀 매니저

노래 따라부르며 위생습관 만들기

전 세계를 강타한 코로나19의 여파로 연령과 상관없이 개인위생과 생활보건에 대한 관심은 더욱 높아졌다. 여전히 마스크와 손소독제는 일상생활 필수품으로 남아있고, 휴대용 공기청정기, 공기청정기 겸용 마스크 등이 출시되면서 바이러스로부터 신체를 지켜야 한다는 경각심이 그 어느 때보다도 오래 지속되고 있다. 전문가들은 유아기에 형성되는 건강한 생활습관은 평생에 걸쳐 지속되기 때문에, 이 시기에 건강하고 청결한 위생습관을 만들고 보건행동 능력의 기초를 확립하는 것이 매우 중요하다고 말한다.

- 1. 양치하기 싫어하는 봄이와 튠툰요정 리오의 이야기를 담은 어린이 뮤지컬 《반짝반짝 페리오》
- 2. 《반짝반짝 페리오》의 노래와 율동을 따라하는 어린이 관람객들



LG생활건강이 뮤지컬을 통해 어린이들에게 올바른 손씻기와 양치질 방법을 전파한 것은 어린이 구강캠페인 ‘페리오 키즈스쿨’을 뮤지컬 《반짝반짝 페리오》로 개편한 지난 2017년부터다. 성장기 어린이에게 필수적인 건강한 생활습관의 중요성을 뮤지컬에 접목시킨 《반짝반짝 페리오》는 어린이가 기본 위생습관을 재미있게 습득함으로써 스스로 건강을 지키는 적극적인 태도를 함양하는 데에 주안점을 두었다.

《반짝반짝 페리오》는 양치질을 싫어하는 주인공 봄이가 튠툰요정 리오와 세계 각국의 이웃을 만나며 올바른 위생습관의 중요성을 깨닫고 직접 실천하게 되는 이야기를 담고 있다. 공연은 다 함께 따라부르는 손씻기송으로 시작된다. ‘집에 오면 뽀뽀뽀~ 손 씻자 손 씻자 비벼 비벼~’. 어린이들은 경쾌하면서도 부르기 쉬운 멜로디와 손 씻는 모습을 표현한 율동을 따라하며 공연시간 내내 높은 집중력을 보였다.

올해에는 수도권에 위치한 유아교육기관과 정선, 예산, 당진, 장주에 위치한 지역문화예술회관에서 총 29회의 공연을 진행했으며, 3,000여 명의 어린이들이 관람했다. 공연 종료 후에는 관람아동들을 대상으로 LG생활건강 어린이 양치세트와 《반짝반짝 페리오》 워크북을 지원해 색칠놀이, 스티커 붙이기 등 다양한 활동으로 공연에서 소개된 올바른 위생습관 실천방법을 되짚어 볼 기회를 제공했다.

공연을 관람한 한 어린이집 선생님은 “최근 몇 년간 코로나19로 인해 아이들이 문화활동을 할 기회가 거의 없었는데 직접 찾아오는 《반짝반짝 페리오》 공연으로 오랜만에 즐겁고 유익한 추억을 쌓을 수 있었다.”라며 “기업의 선한 영향력 덕분에 아이들의 청결교육 뿐만 아니라 문화예술 경험을 확대할 수 있는 계기가 되었다.”라고 후기를 전했다. 미래의 꿈나무들이 보다 건강하고 활기차게 살아갈 수 있도록 LG생활건강의 어린이 건강 뮤지컬은 내년에도 계속될 예정이다. 🎭



협회 뉴스

‘국제음악콩쿠르 출전 지원사업’은 계속된다



‘인디애나폴리스 콩쿠르’ 본선 진출자 3인 지원

한국메세나협회는 8월 10일, ‘2022 인디애나폴리스 국제 바이올린 콩쿠르’ 본선 진출자 3인(백지현·위재원·이수빈)에게 후원 증서 및 지원금을 전달했다. 지원금 전달식에는 국내 체류 중인 위재원이 수혜자 대표로 참석했으며 미국 체류 중인 백지현, 이수빈은 온라인 화상 시스템으로 참여했다.

인디애나폴리스 국제 콩쿠르는 16세에서 29세의 유망주를 대상으로 4년에 한 번씩 개최돼 ‘바이올린계의 올림픽’이라 불리며, 바이올리니스트 클라라 주미 강(2010년)과 조진주(2014년)가 1위에 이름을 올린 바 있다.

현재 뉴잉글랜드 음악원에 재학 중인 바이올리니스트 위재원은 “한국메세나협회의 지원 덕분에 콩쿠르 출전에 대한 부담을 덜고 연습에만 매진할 수 있게 됐다”라며 “전 세계 많은 관객과 소통하는 연주자가 될 수 있도록 끊임없이 노력할 것”이라고 포부를 밝혔다.

임윤찬에 KT&G장학재단 후속지원 연결

9월 5일, ‘2022 반 클라이번 국제 피아노 콩쿠르’ 최연소 우승자 임윤찬에게 한국메세나협회가 KT&G장학재단의 후속 지원을 연결하며 후원금 전달식을 개최했다. 이날 KT&G장학재단은 1,000만 원의 지원금과 후원 증서를 전달했다.

KT&G장학재단과 임윤찬의 인연은 2017년에 시작됐다. 임윤찬은 KT&G장학재단 문화예술 장학생으로 선정돼 3년간 매년 500만 원을 지원받으며 클리블랜드 청소년 피아노 콩쿠르(2018) 2위 및 소평 특별상 수상, 쿠퍼 국제 콩쿠르(2018) 최연소 3위, 윤이상 국제 음악콩쿠르(2019) 1위, 관객이 뽑은 유네스코 음악 창의도시 특별상, 박성용 영재 특별상 수상의 성과를 거뒀다.

그로부터 3년이 지난 이날, 임윤찬은 “귀한 자리에 함께해 영광이다. 콩쿠르 이후에 크게 달라진 것은 없다. 이전처럼 저만의 방식으로 살아갈 것이며, 역사에 남는 음악을 만들도록 더욱 노력하겠다.”라고 말했다.

‘국제음악콩쿠르 출전 지원사업’은 한국메세나협회가 K-Art 음악 분야 발전에 기여하기 위해 런칭한 사업으로, 5개 국제음악콩쿠르의 바이올린, 피아노 2개 부문에서 본선에 진출한 국내 연주자를 지원한다. 연간 5명 내외로 수혜자를 선정해 콩쿠르 출전비용을 전달하며, 최종 3위 이내 입상자에게는 기업의 후속 지원까지 연계하고 있다.

협회 뉴스

예술의 가치를 공유하는 메세나 회원 음악회

문화예술 후원기업에 감사 전한 《메세나 희망음악회》

한국메세나협회는 8월 17일, 롯데콘서트홀에서 한국메세나협회 회원사 임직원 및 가족을 위한 《메세나 희망음악회》를 개최했다. 음악회는 코로나19로 힘든 시기에도 문화예술을 후원한 기업들에 감사의 마음을 표하기 위해 기획됐다. 약 1,000여 명이 객석을 가득 채운 가운데, 지휘자 차용과 한경arte필하모닉은 클래식부터 영화음악까지 다양한 작품을 남긴 작곡가 코른골트를 조명해 환호와 박수 갈채를 받았다. 코른골트는 브루노 발터, 아르투르 슈나벨 등 당대 거장들이 인정했던 천재 음악가로 <로빈후드의 전설>, <바람과 함께 사라지다> 등 수많은 영화 음악을 통해 오스카상을 두 번이나 수상한 바 있다.

이충관 한국메세나협회 사무처장은 “한국의 젊은 연주자들이 전 세계 클래식 팬들을 사로잡고 있는 요즘, 그 뒤에서 예술의 가치를 인식하고 지원한 기업들의 메세나 활동이 더없이 소중한게 여겨진다.”라며 “회원사 임직원 간의 소통을 도모하고 문화 나눔을 지속할 수 있도록 노력하겠다.”라고 말했다.

가을밤 정취를 담은 《Dear My Friends》

9월 15일, 대한성공회 서울주교좌좌성당에서 열린 회원 음악회의 부제는 《Dear My Friends》였다. 코로나가 소강 상태에 접어들면서 오랜만에 진행된 음악회로, 회원사 임직원 및 가족 등 약 220명이 자리했다.

음악평론가 장일범이 사회를 맡았으며 세계 무대에서 활약하는 세 명의 연주자, 한수진(바이올린)·제임스 김(첼로)·일리아 라쉬코프스키(피아노)의 앙상블로 무대가 채워졌다. 로마네스크 양식에 한국 전통기법이 어우러진 성당의 내부 울림과 붉은 조명은 클래식 선율을 더욱 돋보이게 하며 관객들의 몰입도를 높였다.

레퍼토리는 대중적인 클래식으로 구성됐다. 바이올린, 첼로, 피아노 등 각 악기의 매력을 유감없이 뽐낼 수 있는 솔로곡을 비롯해 연주자 간의 긴밀한 호흡이 돋보이는 2·3중주곡들까지 총 열 개의 작품이 연주됐다. 엘가의 <사랑의 인사>를 시작으로 ‘악마의 바이올리니스트’ 사라사테가 작곡한 <지고이네르바이젠>을 첼로 버전으로 전했으며, 특히 바이올리니스트 한수진이 생상스의 <서주와 론도 카프리치오소>로 극도의 테크닉과 우아한 표현력까지 살리며 관객의 마음을 사로잡았다.



협회 뉴스

3년 만에 재개된 메세나 포럼

아시아 현대미술 시장을 훑아보다, CEO문화포럼

세계 3대 아트페어 중 하나로 꼽히는 프리즈FRIEZE 서울 상륙, MZ세대의 열띤 작품 구입 등 지금 국내 미술계는 뜨겁다. 이에 한국메세나협회는 10월 19일, 웨스틴 조선 서울 오키드룸에서 메세나 CEO문화포럼을 마련해 '아시아 현대미술의 다이나믹한 시장'을 주제로 컬렉팅과 투자의 세계를 풀어냈다.



CEO문화포럼은 한국메세나협회의 회원사 서비스로서 2012년부터 인문, 사회, 경영, 예술 등 다양한 분야의 전문가를 모시고 회원사에 경영 인사이트 및 네트워킹의 장을 제공하고 있다.

이날 포럼에서는 소더비 인스티튜트 코리아의 김윤희 대표가 강연자로 나섰다. 1시간 동안 진행된 강연에서 김윤희 대표는 세계 미술시장의 현황을 시작으로 중국, 홍콩, 싱가포르, 인도네시아 등의 아시아 시장을 설명했다. 그리고 30여 년에 걸친 컬렉션 중 2012년 중국 작가들의 작품 1,463여 점을 홍콩에 기증한 스위스 컬렉터 울리 시그Uli Sigg, 인도네시아 작가의 해외 전시 초청에 일조한 데디 쿠수마Deddy Kusuma 등 강력한 컬렉터들을 소개했다. 한편, 플루트 영재 이서현 양(내정초 5년)이 축하 연주를 하며 자리를 더욱 빛냈다. 이서현은 동아 주니어 음악콩쿠르 1위, 이화경향콩쿠르 3위, 성정 음악콩쿠르 1위, 음악저널콩쿠르 1위, 서울시 전국학생음악작품콩쿠르 1위 등을 수상한 바 있다.

'여기밖에 없는 공연장' 찾아간 A&B포럼

세계적인 건축가 안도 다다오가 건축한 '여기밖에 없는 공연장'에 A&B포럼 회원들이 모였다. 한국메세나협회는 한 해를 마무리하는 송년 포럼으로 11월 2일, LG아트센터 서울 문화탐방을 진행했다.

A&B포럼은 기업 메세나 활동의 활성화를 도모하고, 메세나 실무책임자들의 문화예술지원 업무에 필요한 정보를 공유하기 위한 네트워크 모임이다. 이번 포럼은 이현정 LG아트센터장의 LG아트센터 서울 소개를 시작으로 공간 투어 및 공연 관람 그리고 네트워킹까지 진행됐다. 건축에 자연이 녹아들도록 설계하는 안도 다다오의 건축 철학이 고스란히 담긴 튜브, 스텝 아트리움, 게이트 아크를 살펴보고 공연장 LG시그너처 홀과 유플러스 스테이지의 객석부터 백스테이지까지 구석구석을 탐방했다.

이날 포럼에는 전 A&B포럼 간사인 김상일 한화생명 상무와 심우섭 강동문화재단 대표가 함께했다. 이들은 "기업 메세나 실무자가 문화예술이라는 공통의 관심사를 공유하고, 돈독한 인연을 맺는 즐겁고 유익한 자리가 되었으면 한다."라며 A&B포럼 활성화를 독려했다. 조금 이른 송년 모임을 겸했던 포럼은 각 기업의 정체성이 담긴 다양한 선물을 나누며 훈훈하게 마무리됐다.

협회 뉴스

촉망받는 미술작가를 위한 기업 후원

공연 예술과 비교하면 개인 활동을 기반으로 하는 미술작가를 위한 지원은 현저히 부족하다. 이러한 현실 속에 작가들이 작품 활동에 주력할 수 있는 기반을 마련하기 위해 한국메세나협회가 나섰다.

지난 10월 12일, 현대백화점 목동점 글라스하우스에서는 '1기업 1미술작가 지원사업'의 후원식이 열렸다. 이날 행사에는 미술작가 4인을 지원하기 위한 4개 기업 관계자들이 참석해 3년간의 지속 후원을 약속했다.

한국메세나협회가 지난해부터 펼치고 있는 이 지원사업은 예술경영지원센터와 협력해 '예비 전속작가제 지원사업'에 선정된 작가들이 장기적으로 성장할 수 있도록 기업의 지원을 연결해주고 있다. 지난해에는 메트라이프생명 사회공헌재단, 벽산엔지니어링, CJ문화재단 등 3개 기업이 후원을 약속했으며 올해는 바텍, 한미약품, 현대백화점, TYM(구 동양물산) 등 4개 기업이 각각 김미영, 신건우, 차영석, 김남두 작가를 후원한다. 이로써 사업 참여 기업은 총 7개로 늘어나, 해가 거듭될수록 그 규모는 더욱 확대될 예정이다.



김희근 한국메세나협회 회장은 "작가들의 성장을 돕는 기업의 안정적인 지원이 계속된다면 미술시장의 미래는 한층 밝아질 것"이라고 말했다.

문화접대비 활용 방안 설명회 개최

정부가 2007년 도입한 문화접대비는 기업의 접대문화를 개선하고 문화소비를 활성화하기 위해 마련된 제도다. 한국메세나협회는 기업인들에게 '문화로 인사하는' 방법을 전파하기 위해 10월 20일과 11월 30일, 두 차례에 걸쳐 블루스퀘어 카오스홀에서 '문화접대비 활용 방안 설명회'를 진행했다. 이날 설명회에는 경영관리·회계는 물론 문화접대를 활용할 수 있는 홍보·마케팅, 사회공헌 부문의 담당자들을 초청해 문화접대의 구체적인 사례 및 기업이 얻을 수 있는 실질적인 혜택 등 다양한 정보를 전달했다. 또한 김소영 한미회계법인 회계사와 최나래 나래텍스 세무사를 초청, 문화접대비가 법인세에 미치는 영향 등에 대한 전문가의 견해를 들을 수 있는 시간을 가졌다.

이후에는 참석자들이 문화접대의 가치를 직접 체험할 수 있도록 관객참여형 무대와 다이닝을 동시에 즐길 수 있는 이색적인 형태의 공연 <그랜드 엑스페디션>을 진행했다.

한편 한국메세나협회는 올해 6월, 국내 최대 티켓 예매 플랫폼인 인터파크와 기업 문화소비 활성화를 위한 업무 협약을 체결하며 '선물하는 문화, 함

께하는 문화' 예매권을 제작하고, '문화로 인사합시다' 캠페인 홍보 등을 함께했다. 문화접대비 제도는 기업이 문화접대비를 지출할 경우 일반접대비 한도에도 불구하고 접대비 한도액의 20퍼센트까지 추가로 손금을 인정해 법인세 부담을 줄일 수 있게 한 제도다.



협회 뉴스

“메세나법’ 제 역할 하려면 ‘조세특례법’ 개정안 통과해야”



‘기업 메세나 전국 확산을 위한 세미나’ 개최

10월 26일, 온드림 소사이어티에서 ‘기업 메세나 전국 확산을 위한 세미나’가 개최됐다. 한국메세나협회와 경남·제주·세종시·부산메세나협회의 공동 주관으로 진행된 이날 행사에는 기업 및 예술계 관계자 100여 명이 참석해 메세나 활동의 확산을 유도할 정책 방안을 논의하고 ESG 경영을 위한 문화예술 활용법을 살펴봤다.

4개 세션으로 구성된 이날 세미나에서는 이병민 건국대학교 문화콘텐츠학과 교수가 기조강연자로 나섰다. 이 교수는 코로나19 바이러스와 기술 발전이 변화시킨 포스트 팬데믹 시대의 면면을 짚어가며 지역과 연계한 기업 메세나의 역할 확장을 강조했다. 소수의 국가가 주도하던 문화예술과 콘텐츠가 세계화 국면에 접어들면서 다양한 이해관계자의 요구와 함께 새로운 플랫폼에서 표출되는 가운데, 메세나 역시 장소와 영역, 네트워크의 관계에서 확장성을 고려해야 한다는 설명이다. 또한, “적극적인 생태계 구성과 메세나 전국망 구축을 통한 탄탄한 거버넌스 확충 등이 지역 발전과 사회 변화를 이끌어내면서 발전의 지속력을 갖게될 것”이라고 말하며 “올해 발의된 ‘조세특례제한법 일부개정법률안’이 국회를 통과해 ‘메세나법’이 진정된 메세나를 위한 법이 될 수 있도록 관심을 가져야 할 때”라고 역설했다.

기조 강연에 이어 김효근 이화여자대학교 경영학과 교수는 ‘ESG+메세나’

를 주제로 메세나 활동의 사회적 가치 창출 효과를 활용한 ESG 경영 전략을 제시했다. 특히 ‘마스터피스 경영’과 ‘마스터피스 메세나’의 상관 관계에 주목했다. 김 교수는 마스터피스(제품, 서비스)로 소비자를 팬으로 만들고, ESG를 통해 사회 구성원을 감동시키면서 경제적 이윤 목표와 사회적 책임을 동시에 달성하는 새로운 경영 패러다임으로 ‘마스터피스 경영’의 개념을 설명했다. “문화예술을 기업 경영에 도구적으로 활용하는 ‘메세나 2.0시대’를 넘어 기업과 예술이 감동적 관계를 맺는 ‘마스터피스 메세나(메세나 3.0)’ 시대로 나아가야 한다.”라는 견해를 밝혔다.

고가연 제주메세나협회 부장은 지역예술 균형발전을 위한 해법으로 메세나를 내세우며 제주 기업 한라산과 롯데관광개발의 활동을 소개했다. 끝으로 진행된 지정토론에서는 임주연 한국문화예술위원회 문화예술후원센터장, 황애경 메트라이프생명보험 사회공헌재단 이사, 손수나 경남메세나협회 대리가 패널로 참여해 민간 예술후원 확대를 위한 메세나 기구의 역할 및 발전 방향에 대해 의견을 주고 받았다.

김희근 한국메세나협회 회장은 “새로운 경영 패러다임에 따라 변화하는 기업의 메세나 활동을 지속적으로 공유하고 지역 메세나 단체들과 네트워크를 구축해 지역문화 활성화와 예술후원 환경 발전에 앞장서겠다.”라고 말했다. 📢

칼럼

기업 후원 늘리려면 ‘메세나법’ 개정부러

2022. 10. 28 《매일경제》 기고 | 김희근 한국메세나협회 회장

2013년 제정된 「문화예술 후원 활성화에 관한 법률」은 민간의 문화예술 후원을 활성화하는 내용을 골자로 삼고 있다. 해당 법률은 일명 ‘메세나법’이라고 불리며 문화예술 저변 확대와 균형 있는 문화예술 발전에 크게 기여할 것이란 기대를 받아왔다. 하지만 법률이 제정된 지 9년이 되어가는 지금까지 메세나법은 제대로 된 실효를 발휘하지 못하고 있는 실정이다. 그도 그럴 것이 관련 법의 핵심 내용인 기업 문화예술 분야 기부금의 세액공제 도입을 위한 조세특례제한법 개정이 지지부진하게 미뤄지고 있기 때문이다.

코로나19는 문화예술계에도 지울 수 없는 상처를 입혔다. 많은 예술인이 생계를 위해 예술활동을 포기하거나 투잡, 스리잡을 하며 근근이 활동을 이어가고 있다. 문화체육관광부의 예술인 실태조사에 따르면 2021년 예술인의 예술활동 수입은 연간 695만 원에 불과하다고 한다. 전업 예술인이 예술활동 수입만으로 살아가는 것이 현실적으로 불가능하다는 것이다.

2023년 문화체육관광부의 예산은 6조 7,076억 원으로, 내년 정부 총예산 639조 원 중 약 1.05퍼센트에 해당한다. 문화예술에 대한 투자가 문화산업 발전의 근간이 된다는 것을 생각하면 다소 아쉬운 수치다. 하지만 공공예산을 필요로 하는 곳이 문화예술계만이 아니며 예산을 한없이 증액하는 것도 당연히 불가능하다.

이에 필자는 정부가 문화예술 분야에 부담하고 있는 재원 일부를 민간 자금의 유입을 통해 해결하는 방안을 제안하고 싶다. 기부에 참여한 민간에 세제 혜택을 제공하여 사회적 차원에서 문화예술 지원과 관련된 재원을 마련할 수 있게 하는 것이다.

지난 8월 이동주 더불어민주당 의원이 대표로 발의한 ‘조세특례제한법 일부개정법률안’에는 현행 기부금 손금산입에 더해 기업 매출액의 0.5퍼센트 한도 내에서 예술기부금의 10퍼센트를 추가로 세액공제하

는 내용이 담겨 있다. 이는 2003년부터 프랑스에서 시행 중인 이른바 ‘아야공 법(Loi Aillagon)’과 궤를 같이하는데, 프랑스의 경우 해당 법률에 근거하여 기업 매출의 0.5퍼센트 한도 내에서 기부금의 60퍼센트를 결정세액에서 감면해주는 파격적인 세액공제를 시행하고 있다. 2013년 프랑스 문화통신부에 따르면 법률 시행 이후 10년간 프랑스 내 메세나 후원금 총액이 약 3배 증가하는 정책 효과를 거두었다고 한다.

예술 기부에 대한 세제 혜택 도입에 따른 세수 감소 우려가 있을 수 있다. 하지만 18대 국회 당시 연구에 따르면 예술기부금 세액공제가 시행될 경우 기부 증가 예상액은 292억 원, 세수 감소 예상액은 71억 원으로 실질적인 세제의 정책적 효과는 221억 원으로 추정됐다. 이는 이번 조세특례제한법 개정이 조세나 세수의 논리가 아니라 문화예술을 바라보는 정부의 시각에 달린 문제라는 점을 시사하는 대목이다.

일부에서는 이러한 세제 혜택 제공이 문화예술 분야에 대한 특혜라고 지적하기도 한다. 하지만 아름다운재단의 2015년 기업 사회공헌 조사에 따르면 기업의 국내 기부금 중 문화예술이 차지하는 비율은 고작 4.4퍼센트에 불과하며, 2009년 이후 10년 동안 기부처 순위 최하위를 기록했다. 공평(公平)과 형평(衡平)을 구분한다면 소외 영역에 대한 기울어진 추를 맞추는 일은 특혜일 수 없다. 조세형평이라는 일률적인 기준보다는 우리 사회가 균형 있게 발전하기 위한 ‘기부 형평’을 맞추려는 제도적 접근이 더 중요한 과제라고 본다. 📢



회원사 뉴스

하트하트오케스트라와 신한은행의 《위드 콘서트》

신한음악상 수상자와 발달장애인 단원으로 구성된 하트하트오케스트라(이하 오케스트라)가 7월 19일 《위드 콘서트 WITH CONCERT》를 진행했다. 이날의 공연은 오랜만에 무대에 선 예술가와 관람객이 함께 호흡하는 즐거운 자리였다. 신한음악상은 2009년부터 금융권 최초로 순수 국내파 클래식 유망주를 발굴 및 육성해왔으며, 매년 국내 최고의 연주자를 배출하고 있다. 2018년부터 하트-하트재단과 《위드 콘서트》를 개최해 발달장애 연주자와 신한음악상 수상자가 협연하는 연주회를 열었다.

탤런트 김현숙의 사회로 진행된 이날 공연은 올해 신한음악상 수상자인 바리톤 강준모와 임종현의 솔로 무대로 시작됐다. 이어 음악상 부문별 수상자 4인이 피아졸라 <여름> 트리오, 비발디 <사계>를 협연했다. 2부는 신한음악상 1회 수상자 바리톤 김주택이 오케스트라의 연주에 맞춰 <카르멘> 중 '투우사의 노래', <지킬 앤 하이드>의 '지금 이순간'으로 공연을 이어갔다. 관객의 뜨거운 성원에 '만남'을 앙코르 곡으로 불렀는데, 김주택이 오케

스트라와 처음 공연한 곡으로 서로에 대한 애정이 담긴 곡이었다. 오케스트라의 드보르작 '교향곡 8번 4악장'에 이어 앙코르 두 곡을 끝으로 이날 공연은 마무리 되었다. 바리톤 김주택과 사회자 김현숙은 “늘 변함없이 자리를 지키는 오케스트라에 감동했고 앞으로도 좋은 연주를 기대한다.”라는 소감을 전했다.



롯데문화재단 - 뷰티플마인드, “장애·비장애인 모두 하나”

가을밤을 짙은 감동으로 물들인 《뷰티플마인드와 함께하는 가을음악회》가 9월 7일 롯데콘서트홀에서 성황리에 개최됐다. 뷰티플마인드 오케스



트라는 2010년 장애인과 소외계층 학생들의 지속 가능한 음악 환경을 조성하기 위해 뷰티플마인드가 창단한 장애·비장애 통합 오케스트라로, 뷰티플마인드 뮤직아카데미 재학생과 수료생 등 40여 명의 멤버로 구성됐다. 이번 공연은 롯데문화재단과의 결연으로 성사됐다. 뮤직아카데미 소속 소프라노 한슬아는 동요 '가을'로 콘서트장을 가을빛으로 물들였고, 조성대가 지휘하는 볼레드 합창단은 뮤지컬 <레미제라블> 메들리, BTS의 'Dynamite' 등을 합창했다.

특히 이번 공연은 싱가포르 뷰티플마인드 소속 장애인 아티스트 바이올리니스트 루오 망과 비올리스트 엔지 톡 하이가 참여해 더욱 뜻깊었다. 사회자 정지영은 “두 연주자와 같이 한국을 방문한 부모님들이 조마조마한 마음으로 지켜보며 눈물을 흘렸다”라며 무대 뒷 이야기를 들려주기도 했다. 한국을 대표하는 젊은 바이올리니스트 임지영과 클래식 기타리스트 박규희의 협연에 이어 베토벤 교향곡 9번 <합창>의 4악장과 프리드리히 실러의 <환희의 송가>를 끝으로 공연은 마무리됐다. 장애·비장애로 구분짓지 않고 음악을 향한 열정으로 가득 찬 음악가로서 함께 무대에 선 그들의 모습은 관객에게 큰 울림을 주었다.

회원사 뉴스

시민이 있는 곳 어디든, 동아제약 - 문화예술봉사단 메리

봉사를 통해 문화예술의 가치를 전하는 문화예술봉사단 메리(이하 메리)가 지난 9월 9일 롯데콘서트홀에서 관객과 만났다. 추석 연휴 첫날임에도 불구하고 공연장은 3층까지 관객으로 꽉 채워졌다. 지하철, 광화문 광장, 서울타워 등 시민이 있는 곳 어디든 찾아가던 메리가 이번에는 국내 최고의 공연장인 롯데콘서트홀 무대에 섰다. <겨울왕국> OST, <사운드오브뮤직> OST 메들리, 오페라 <카르멘> 중 '투우사의 노래' 등 많은 사람들에게 사랑받는 대중적인 레퍼토리부터 베르디와 말리의 작품까지 어느 때보다 공연은 풍성했다.

박주영 음악감독은 말리의 교향곡 제2번 <부활> 5악장에 대해 “메리가 공연에서 처음으로 선보이는 곡이자 코로나19로 위기를 피해갈 수 없었던 메리가 흔들림 없이 예술 활동을 이어나갈 수 있도록 힘을 실어줬다는 점에서 뜻깊은 곡”이라고 소개했다. 2020년부터 '기업과 예술의 만남' 결연을 통해 메리를 후원하고 있는 동아제약은 공연장을 찾은 1,900명의 관람객

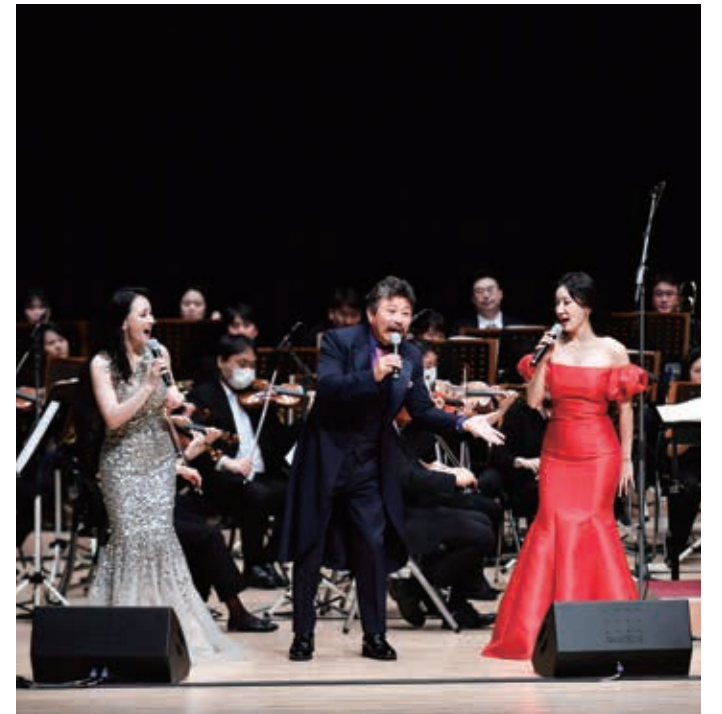


에게 박카스 젤리를 선물했다. 동아제약 임직원과 가족들도 공연을 관람하며 출연진을 비롯한 관객 모두가 특별한 연휴를 함께했다.

지역사회에 온기 전하는 한국전력 - 프라이밍필

한국전력이 프라이밍필하모닉오케스트라와 횡성, 태안, 울진을 찾아 《희망·사랑 나눔 콘서트》를 개최했다. 한국전력은 지역사회에 감사의 마음을 전하고 국민과 더욱 활발하게 소통하고 교감하기 위해 지난 2005년부터 국내 최정상급의 교향악단과 함께 지역사회를 찾아 갔다. 프라이밍필하모닉오케스트라는 우수한 기량과 열의를 갖춘 연주자들로 단원을 구성해 교향악은 물론 오페라, 발레 등 극장음악 전문 오케스트라로서 전문성을 인정받고 있는 단체다.

10월 28일 울진연호문화회관에서 진행된 공연에는 바리톤 김동규, 재즈보컬리스트 고아라, 소프라노 한아름, 색소폰 김성훈이 함께했다. 누구나 따라 부를 수 있는 이문세의 '깊은 밤을 날아서'부터 오페라 <카르멘>, 뮤지컬 <안나카레리나>의 곡까지 다채로운 선곡으로 천혜의 고장 울진의 가을밤을 수놓았다. 한국전력은 “이번 음악회로 모두가 조금 더 행복해지길 바라면서, 한국전력에 대한 울진 시민 여러분의 따뜻한 관심과 변함없는 응원을 부탁드립니다.”라고 전했다.



회원사 뉴스

두산연강재단, '제13회 두산연강예술상' 개최

두산연강재단은 10월 17일, 두산아트센터 연강홀에서 '제13회 두산연강예술상' 시상식을 열고, 극작가 겸 연출가 이흥도(공연 부문)와 미술작가 정희민(미술 부문)에게 상을 수여했다. 이흥도는 젠더, 인종 등 모든 인위적 경계에 다각적인 질문을 제기해 독창적 행보를 이어온 점을 인정받았으며, 정희민은 2015년부터 다양한 작품 활동으로 두각을 나타낸 점을 높이 평가했다고 재단은 설명했다. 수상자들에게는 총 2억 9,000만 원이 지원된다. 부문별 상금은 3,000만 원이며, 공연부문 수상자에게는 신작 공연 제작비로 1억 5,000만 원, 미술부문 수상자에게는 두산갤러리 전시비용 및 해외 레지던시 입주, 체류, 항공비 등으로 8,000만 원이 지원된다.

미술부문 수상자 정희민은 “더 멀리 보고 오래 헤맬 용기를 얻었다. 두산에서 제공해주는 여러 기회를 발판 삼아 한층 더 성숙한 작업들을 보여드리고 싶다.”라고 수상소감을 밝혔다.


두산연강예술상은 인재의 중요성을 강조한 연강^연 박두병 두산 초대회장의



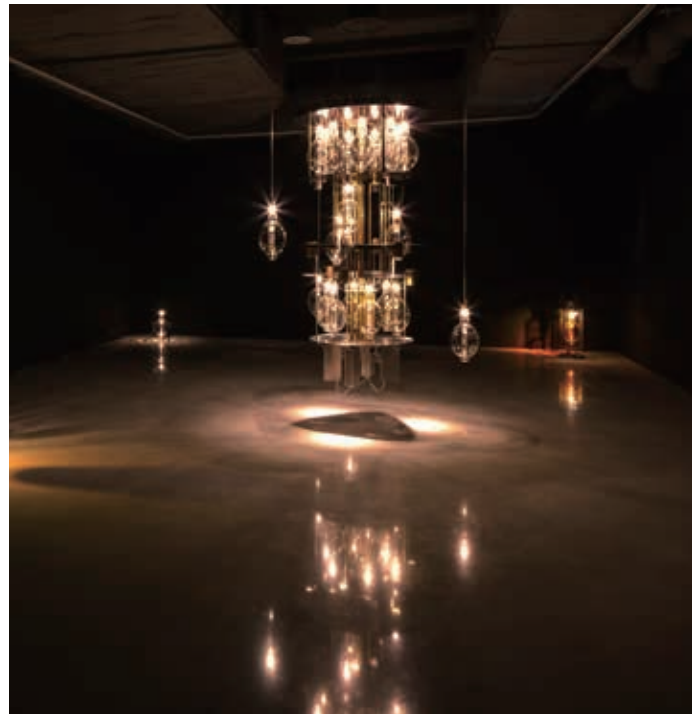
의 뜻을 이어 2010년에 제정된 상으로, 공연·미술 분야에서 성장 가능성이 높은 만 40세 이하 젊은 예술가를 선정해 지원한다. 2022년 현재까지 총 40명(팀)의 공연·미술 분야 작가들이 수상했다.

KH필룩스 조명박물관, 《Road of Lights》展 개최

KH필룩스 조명과 부지현 작가의 협업으로, 2023년 1월 31일까지 조명박물관(경기 양주)에서 《Road to Lights》展이 개최된다. 부지현 작가는 ‘폐집 어둠’을 미학적 오브제로 재탄생시키는 설치 작업으로 비엔날레와 뮤지엄에서 주목받은 바 있다. 이번 전시에서는 예술과 기술의 조우로 창작된 부지현 작가의 다양한 신작들을 볼 수 있다.

부지현의 집어등* 작품군은 그 소용이 다해 버려진 집어등을 전시장이라는 바다에서 되살아나게 한다. 작가는 포그 스크린^{fog screen}, 직진하는 빛의 성질과 반사하는 프리즘의 원리, 회전하는 빛의 움직임을 통해서 겹쳐지고 펼쳐지고 뻗어가는 빛의 새로운 길을 만들어 낸다. KH필룩스 조명이 지향하는 상생의 빛, 생명의 빛이라는 조명 철학과 부지현 작가의 ‘빛’을 근원으로 하는 재생 및 순환의 작품 세계는 맞는 지점이 있다. 작가의 작품에는 MonoRail 2 NMP, FLX Spot DVS swivel 등의 KH 필룩스 조명이 적용됐다. 

*집어등 아간에 물고기를 잡을 때 어류를 모여들게 하려고 배에 켜는 등불



회원사 소개(가나다순)

회장사	벽산엔지니어링				
부회장사	교보생명보험	삼양홀딩스	유니드	크라온-해태제과	한미약품
	노루홀딩스	설원량문화재단	종근당	파라다이스문화재단	효성
	삼성미술관(삼성문화재단)	세아제강	코오롱그룹	풍산그룹	
이사사	고려당	(주)두산	일신방직(일신문화재단)	한국예술문화단체총연합회	LG연암문화재단
	금호문화재단	사라	전국경제인연합회	한성자동차	SK SUPEX추구협의회 Social Value위원회
	남이섬	이건홀딩스	한국문화예술위원회	C제일제당	
회원사	가나아트갤러리	롯데렌터카	(주)신세계	코스모스악기	BMW코리아
	강원랜드	롯데문화재단	신한금융투자	코카콜라음료	BNK경남은행
	경남스틸	롯데백화점	신한은행	크레디아프로젝트	BNK부산은행
	공간그룹	마케팅큐레이터 그룹	신한카드	클라우드나인마케팅	D동일
	금융투자협회	메리츠화재해상보험	아시아나HD	태영건설	DL이앤씨
	금호건설	메트라이프사회공헌재단	아시아나에어포트	템퍼코리아유한회사	GA KOREA smart city & resort
	금호고속	(주)연사랑	아시아나항공	퍼시스	GS칼텍스 예울마루
	금호고속 유스퀘어	모나미	아이피케이	페르페티 반 멜 아시아퍼시픽	GS칼텍스주식회사
	금호미쓰이화학	문화유산국민신탁	(주)에네스지	한국FPSB	HK
	금호타이어	미디어월	에스원	한국공항공사	HSD엔진
	나라삼양감속기	(주)바텍	영무토건	한국광고주협회	IBK기업은행
	나라통상	베이글카페	영앤임슈 주식회사	한국남동발전	KBS교향악단
	나우피플	보령제약	오리콤	한국무역협회	KB국민은행
	남이섬교육문화그룹	본아이에프	오비맥주 주식회사	한국서부발전	KEB하나은행
	네이버문화재단	빌모트 건축사무소 한국지사	오성정보통신	한국수력원자력	KH필룩스
	네이처스웨일리코리아	삼성SDI	올림푸스한국	한국암웨이	KT
	노루비케미칼	삼성SDS	우진	한국전력공사	KT&G
	노루오토코팅	삼성물산	우진건설	한국도요타자동차	LG생활건강
	노루페인트	삼성생명	원마운트	한맥도시개발	LG전자
	뉴서울 컨트리클럽	삼성서울병원	월드리츠개발주식회사	한미회계법인	LG화학
뉴스킨 코리아	삼성엔지니어링	원포시스	한빛문화재단	OCI	
뉴욕제과	삼성전자	유안타증권	한세실업	POSCO	
다진	삼성중공업	유중아트센터	한솔케미칼	SK건설	
대성산업가스	삼성증권	이건산업	한진	SK네트웍스	
대신증권	삼성카드	이수화학	(주)한화	SK증권	
대우건설	삼성화재해상보험	인산죽염 주식회사	한화생명	SK텔레콤	
대창스틸	삼양인터내셔널	인터파크 큐브릿지	한화손해보험	SK해운	
대한상공회의소	삼익문화재단	인하대학교 문화예술교육원	한화솔루션	SM삼환기업	
대한항공	삼일회계법인	일진문화재단	햇빛담요	TCC스틸	
주식회사 더성도	삼화에프앤에프	재단법인 송강재단	현대백화점		
돌실나이	서울시립교향악단	제우인베스트먼트	현대자동차		
동서식품	서울옥션	제일기획	현대중공업 현대예술관		
동성케미칼	선명회계법인	조선호텔	현대차 정몽구 재단		
동아제약	세원특수금속	종이문화재단	호텔롯데		
동아출판	세일ENS	지알이파트너스자산운용주식회사	호텔롯데 면세점		
동일FnG	세화예술문화재단	지앤히어링코리아	호텔신라		
두산건설	송원문화재단	컨슈머타임스	홈플러스		
두산연강재단	스파크인터내셔널	케이옥션	환경시설관리주식회사		
두산중공업	신라교역	코리아 투모로우	힐라코리아		
로알&컴퍼니	신성씨에스	코리아리재보험 주식회사	휴맥스		

회비 지원 (2022.05.21~2022.11.30)



신규 입회



TG영무 영무토건

환영합니다

영무토건은 ‘영무예다음’이라는 아파트 브랜드로 “Life as art”, 삶이 예술이 되는 주거공간을 공급해오며 E·S·G·A(환경·책임·투명경영·예술)라는 새로운 경영 패러다임을 토대로 한 사회적 건설회사로 거듭나기 위해 노력하고 있다. 기업의 이윤을 사회에 환원하는 기업 메세나 운동을 실현코자 복합문화공간 ‘김넷과’를 건립해 예술인 창작지원, 청년작가 발굴, 클래식 나눔공연 등 다양한 실험적 메세나 운동을 이어오고 있다.