

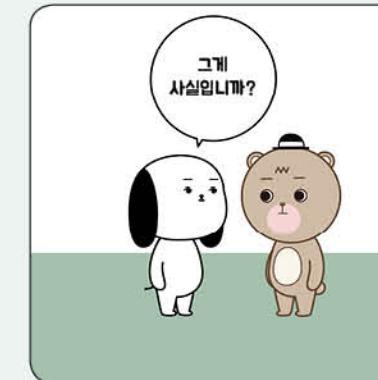
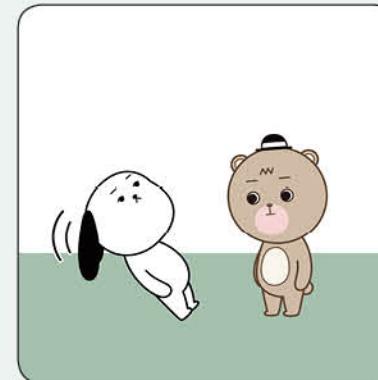
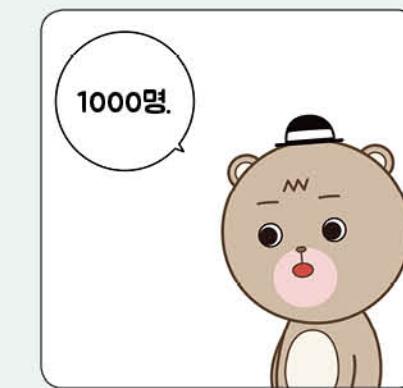
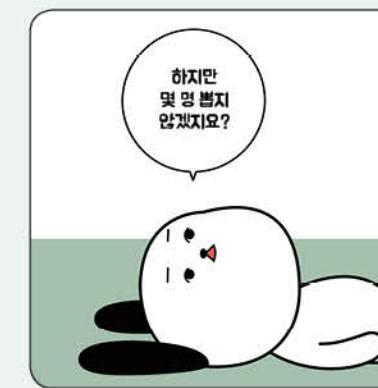
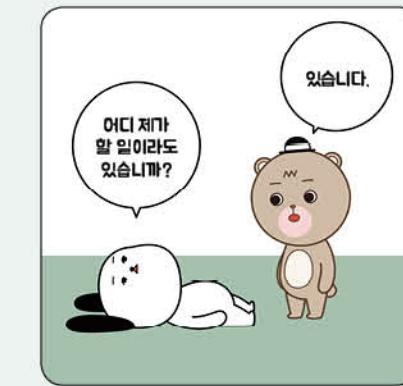
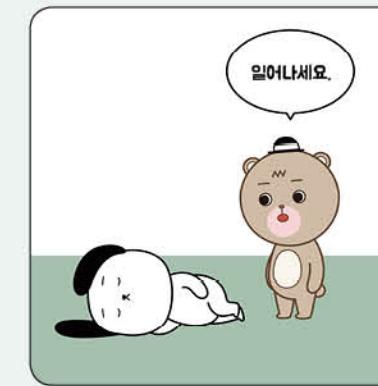
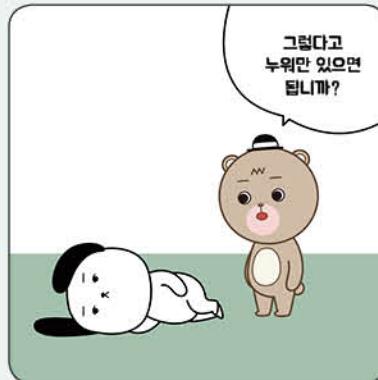
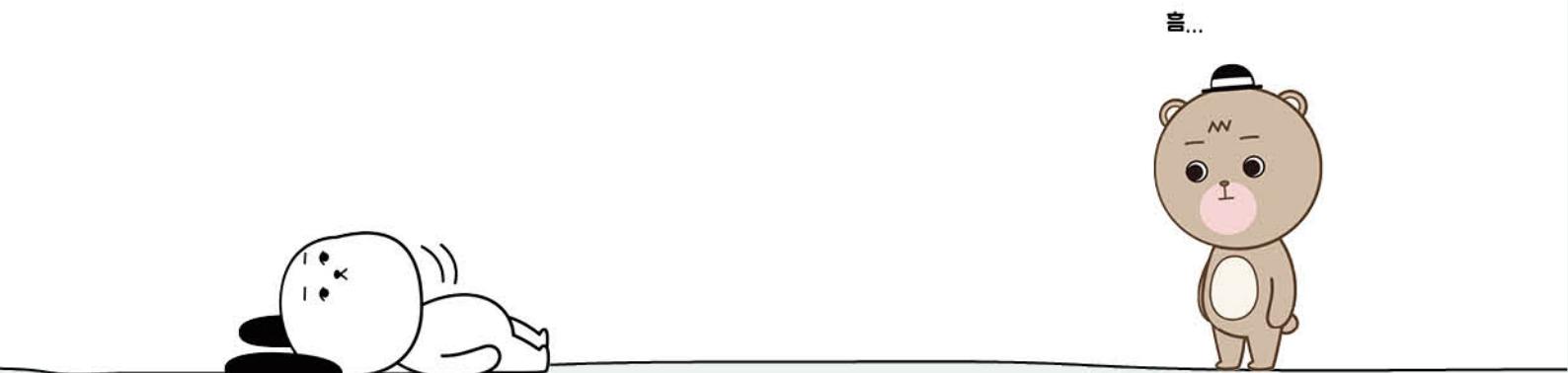
2016 예술인 파견지원 사업 대표 사례집



**2016
예술인 파견지원 사업
대표 사례집**

예술인의 고민 상담

글·그림 김보통



Contents

한국예술인복지재단 대표 인사말

010 창조적 파괴를 통한 혁신이라는 모험 – 박계배 대표

Part 1. 예술인이 기업으로 간 까닭은

Part 2. 직무유형별 예술인 파견지원 사업 사례

- 조직문화 개선 026 일의 보람과 슬픔? 간사의 보람과 슬픔!
아름다운재단 간사들이 만난 '자신의 얼굴'
033 예술을 들어 일상을 깨는 실험
(주)세정의 특별한 6개월
041 나의 이름을 찾아서 떠나는 신나는 모험
10주년을 맞은 시흥여성새일지원본부
047 당신이 바로 나의 힘
(주)하나금융지주의 화합을 위한 테라피
052 공장에서 아트하자. 일상이 된 예술
(주)센트랄의 아트 팩토리

- 홍보마케팅 060 건강한 삶, 창조적 에너지, 지속 가능한 삶
LG전자(주)와 함께 찾아보는 '건강'한 삶
068 당신의 일에 "연두" 하세요
샘표식품(주)의 맛있는 홍보
075 모든 사물에는 시간이 있다. 시간의 전시
(주)어스맨의 시계는 정직하다
082 생과 사를 건너는 시간의 향해자
서울시설공단과 함께하는 웨딩의 새로운 체험

ART EDUCATION 연극 X 미술

땅!땅! 어린이 선언! 예술가와 함께 하는

우리를 * 발견하는 연극놀이



역할극, 상황극, 증홍극 등
연극활동으로 나를 표현하는
시간이 됩니다.

진행기간 2016년 07월 29일, 8월 5일, 8월 12일
1회 14:00, 2회 16:00

강사 이기봉, 김정현 (연극배우) X 이현희(미술작가)

나를 표현하는 방법의 다양성과
타인을 존중하는 방법을
연극놀이를 통해 체험하는
시간을 가져볼까요?

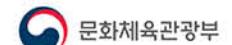
장소 경기도어린이박물관 3층 미니시어터

대상 초등 3~6학년 어린이 10명

참가비 무료

접수기간 2016.07.18(월) ~ 2016.08.13(토)

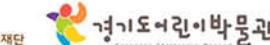
접수방법 gcm.ggcf.kr 온라인 사전 예약 및 잔여 인원에
한해 교육시작 30분전 선착순 현장접수



문화체육관광부



한국예술인복지재단



경기도어린이박물관

위 특별교육프로그램은 한국예술인복지재단에서 주최하는 2016년 예술인 파견지원 사업의 일환으로 시행되었습니다.

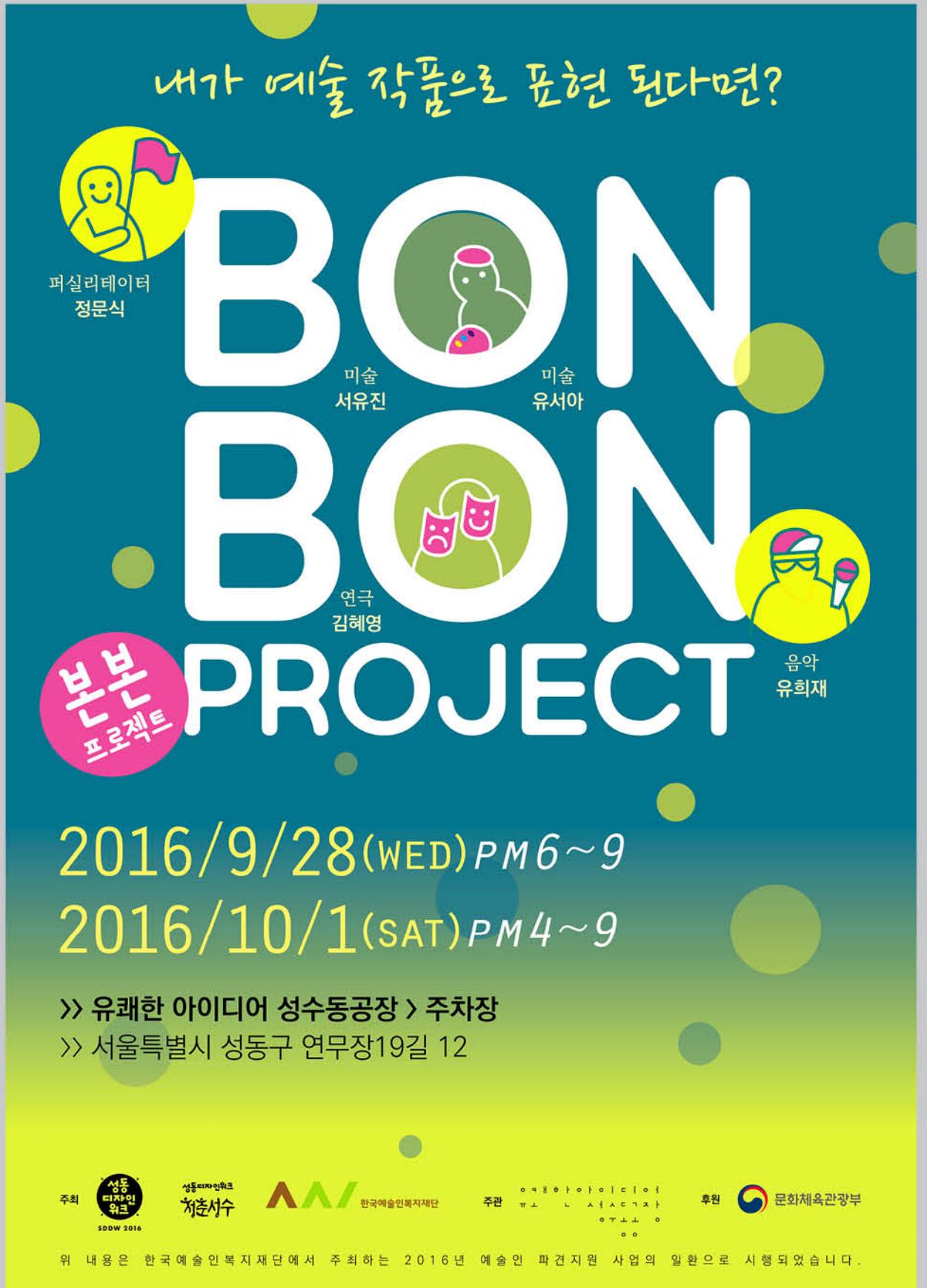
Contents

제품기획	088 세상에 쓸모없는 것은 없다. 전시 가구의 새로운 탄생 (주)스튜디오 헤이데이가 전시장에서 건져 올린 것들
교육훈련	096 배우는 일이 즐겁다는 것 삼일회계법인의 교육 프로그램
복리후생	102 제대로 쉬는 방법을 알려주마 henkelkorea(유)의 잘 쉬는 기술
사회공헌	108 손에 손잡고 행복한 마을 만들기 과거 대신 미래를 선택한 대동호텔 112 사라져가는 것의 아름다움을 기억하다 기억을 기록하는 (주)포토베이

Part 3. 퍼실리테이터가 말하는 퍼실리테이터

- 122 “기업·기관과 밀착하고 스킨십을 나눠라” – 김월식
- 123 “기업·기관과 예술인의 사업 이해도와 관계 형성이 열쇠” – 김보경
- 124 “본연의 가치를 잃는다면 다 무슨 소용” – 박이창식
- 125 “예술인이 사회에 존재해야 하는 이유” – 류성효
- 126 “초반 세팅이 결과를 좌우한다” – 강지윤
- 127 “언제나 이상을 배신하는 현실” – 이미화
- 128 “자기를 버리면서 선택해야 할 매개자의 역할” – 오석근
- 129 “관리자가 아니라 조력자이자 동료로서의 퍼실리테이터” – 양철모

Project List	130 Project List
	150 사업 구성원 소개



창조적 파괴를 통한 혁신이라는 모험

2016년 〈예술인 파견지원〉 사업은 “예술을 통한 혁신”을 기치로 기업과 기관, 지역 등 우리 사회 곳곳에서 예술인들이 예술적 역량과 창조적 도전을 펼칠 수 있는 기회의 장으로 마련되었습니다.



2016년 〈예술인 파견지원〉 사업은 “예술을 통한 혁신”을 기치로 기업과 기관, 지역 등 우리 사회 곳곳에서 예술인들이 예술적 역량과 창조적 도전을 펼칠 수 있는 기회의 장으로 마련되었습니다.

혁신을 뜻하는 ‘innovation’은 라틴어 ‘innovare’(새로운 것을 만드는 것)을 어원으로 합니다. 이는 안에서부터(in) 새로움(nova)을 추구한다는 의미입니다. 전문가들은 새로운 것을 개발하거나 이미 있는 것에 새롭게 가치를 부여하는 일련의 창조적 파괴과정을 혁신으로 정의하고 있습니다.

〈예술인 파견지원〉 사업은 예술을 통해 기업과 사회 내부로부터의 새로움을 찾는 모험의 여정이었습니다. 공연장이나 갤러리, 작업실에서 예술창작에 매진하던 예술인들이 밖으로 나와, 전국 각지의 다양한 기업과 기관, 마을 등을 찾아가 기업의 문화를 바꾸고, 보다 나은 균무 환경을 만들고 또 창의적 개념의 제품을 함께 만들었습니다. 〈예술인 파견지원〉 사업은 바깥에서 오는 외적 힘을 통해서가 아니라 사람의 마음 ‘안’에 숨 쉬고 있는 감성과 창작본능을 통해 ‘새로움’을 찾아가는 창조적 혁신이었습니다. 그리고 그 과정에서 예술인들 스스로도 성장하고 변화하는 계기가 되었습니다.

〈예술인 파견지원〉 사업이 펼쳐지는 동안, 늘 즐겁고 아름다운 것만은 아니었습니다. 기업 혹은 예술인이라는 낯선 대상과의 조우는 지금껏 직면해보지 못한 도전이었고 서로 다른 사고방식과 언어는 갈등을 불러오기도 했습니다. 그러나 그러한 도전과 갈등 역시 ‘새로움’을 얻기 위한 창조적 파괴임을 경험하는 기회가 되었고 모두에게 의미 있는 결과로 돌아왔습니다.

러시아의 대표적인 연출가이자 배우인 스타니슬랍스키는 ‘천부적 배우뿐 아니라 천부적 관객 역시 존재한다’라고 했습니다. 하나의 공연이 완성되기 위해서는 무대와 배우뿐 아니라 관객이 필수인 것처럼 〈예술인 파견지원〉 사업은 예술인들과 창의적 마음 그리고 그것을 함께 나눌 준비가 되어있는 훌륭한 관객, 즉 기업과 기관을 중심으로 한 우리 사회가 있어야 합니다. 〈예술인 파견지원〉 사업에 참여한 기업과 기관, 지역은 모두 훌륭한 관객으로 함께 해주었습니다. 그리고 더 나아가 관객으로서의 역할을 뛰어넘어, 객석과 무대 구분이 없는 공연처럼 예술인들과 기업·기관, 지역이 모두가 배우가 되고 또 모두가 관객이 되어 하나의 훌륭한 공연을 이루어냈습니다.

이제 막은 내려졌고 무대와 객석의 모든 조명은 꺼졌습니다.

하지만 이 암전은 공연의 마지막을 의미하는 것이 아니라 다음 장으로 넘어가는 짧은 쉼의 시간을 의미합니다. 다시 커튼이 올라가고 조명이 켜지면 ‘안으로부터 새로움을 찾고자’ 하는 예술인들과 기업, 기관, 지역이 다시 무대에 설 것입니다.

2016년 〈예술인 파견지원〉 사업에 참여하신 281개의 기업·기관·지역 임직원 및 관계자 여러분, 그리고 1,014명의 우리 예술인 여러분 수고 많으셨습니다. 여러분 모두는 우리 사회가 희망하는 미래, “예술적 개입을 통한 혁신”的 개척자이자 혁신가입니다. 한국예술인복지재단은 예술적 혁신을 통해 사회에 가치를 더하고자 하는 모든 분들의 플랫폼이자 베이스캠프가 되겠습니다.

감사합니다.

2016년 12월
한국예술인복지재단 대표

김재현

Part 1

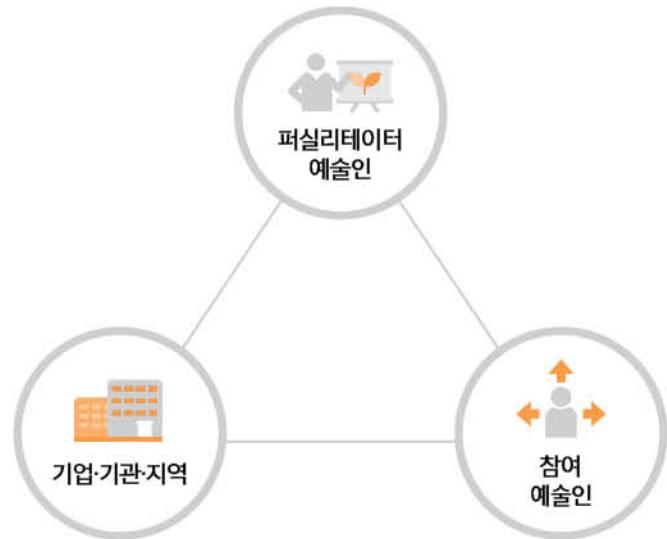
예술인이 기업으로 간 까닭은

예술인으로서 산다는 것

살아남는다는 것은 때때로 어떤 대의명분보다 더 중요한 명분이 되기도 하고, 때때로 살아가기 위한 이유 그 자체가 되기도 한다. 영혼의 자유로움과 현실에 얹매이지 않는 상상력을 특징으로 하는 예술인이라고 해도 이 생계의 문제에 대해서만큼은 남들과 다르지 않다. 그렇다고 사회의 일상적인 직업구조에 편입되는 순간, 예술인으로서의 생활은 반쯤 포기해야 하는 경우가 많다. 그러나, 예술인이 스스로의 능동적인 힘으로 변화하는 예술 환경 속에서 살아남으려면 어떻게 해야 할 것인가. 이 문제는 예술인으로 살고 싶어 하는 사람이라면 피해갈 수 없는 고민이다. 자신의 예술 활동을 방해받지 않으면서 스스로의 예술적 능력으로 경제적 안정을 확보할 방법은 무엇일까. 예술인이 예술 활동과 병행할 수 있는 예술 관련 활동, 직업적인 일(sub-job)을 갖는다면 어떨까.

우리가 이 책에서 다루게 될 예술인 파견지원 사업은, 예술인이 기업·기관·지역에 나가 문화예술과 관련된 새로운 직업 활동을 개발하고 그 체계를 구축하는 일련의 과정이다. 예술인의 창의적 시각으로 기업·기관·지역 현장에서 필요한 문화예술적 직업 역량을 개발하고 실현하는 것이다. 그를 통하여 예술인은 예술 능력을 기반으로 하는 안정적인 수입을 얻을 수 있고, 기관은 예술 활동의 결과물을 통해 조직의 역량과 가치를 높일 기회를 얻게 된다. 이런 경험이 반복되고 축적됨으로써 사회 전반에 문화 예술의 가치가 증명되고 확산되는 것, 그것이 예술인 파견지원 사업의 궁극적인 목표다.

- **파실리테이터** : 예술인과 참여기업·기관을 매개하여 프로젝트를 구성하고, 프로젝트의 진행을 도와주는 예술인. 예술인이 파견(매칭)될 기업·기관을 발굴하고 연결하며, 참여예술인의 요구와 기업·기관의 요구를 매개하는 역할을 한다. 참여예술인의 개별 프로젝트 활동에 대한 성과와 기록을 다큐멘테이션과 아카이빙 등으로 관리하고 남긴다.
- **참여예술인** : 매칭된 기관(들)과 협업하여 프로젝트를 실천함으로써 실질적 주체가 되는 예술인. 매월 10일, 30시간 이상의 활동 시간 동안 매칭된 참여기업·기관과 예술적 협업을 기획하고 진행한다.
- **참여기업·기관** : 예술을 통해 조직 내 이슈를 해결하고자 하는 영리기업 및 비영리기관



예술인 VS 생활인

예술인 파견지원 사업은 애초에 예술인 복지 사업의 일환으로 제기되었다. 문화체육관광부가 발행한 〈2015년 예술인 실태조사〉에 따르면, 예술인이 예술 활동으로 얻는 연 수입은 평균 1,255만 원으로 한 달에 100만 원 정도에 불과했다. 예술 활동 수입이 '없다'는 응답도 36.1%나 된다. 4인 가구 기준 2016년도 최저생계비는 약 176만 원인 것을 기억하고 보면, 예술인이 예술 활동만으로 생계를 유지하고 가정을 꾸리는 것이 현실적으로 어렵다는 것을 짐작할 수 있다.

2015년 한국예술인복지재단에서 실시한 '예술인 심리상담 연구를 위한 설문조사'에 따르면, 응답한 예술인의 57.5%는 부업 혹은 아르바이트를 하고 있었다. 본업에만 전념하고 있다고 답한 42.5% 중에서도 예술 활동을 통한 수입이 '규칙적이다'라는 답은 4.6%에 불과하다.

결국 많은 예술인이 생활을 유지하기 위해 예술 활동 외의 부업 혹은 생업을 하고 있는데, 문제는 대부분의 부업이 예술 활동과 병행하기 어려운 일이라는 점이다. 특히 연극이나 영화처럼 공동 작업이 많은 분야에서는 시간 문제 때문에 단순·일용직 아르바이트를 전전하는 경우가 많아 저소득의 굴레를 벗어나기가 어렵다. 본업인 예술 활동에 몰두하지 못하는 것은 물론이고, 부양가족까지 생기면 부업을 본업으로 하고 예술계를 떠나는 경우도 적지 않다.

이런 문제를 해결하려면 단기적으로는 예술인들이 본인의 역량으로 할 수 있는 일, 혹은 그 역량을 키워가면서 즐겁게 할 수 있는 '돈이 되는 일'을 찾아야 할 것이고, 장기적으로는 결국 문화예술의 가치를 더 많은 사람들에게 전파하는 것이 필요해진다. 예술인들이 일하는 과정을 통해 문화예술의 잠재적인 수요자에게 문화예술의 가치와 효과를 입증하는 것, 이것이 바로 예술인 파견지원 사업의 핵심 효과라고 일컫는 이유다.



2015년 한국예술인복지재단에서 실시한 '예술인 심리상담 연구를 위한 설문조사' 중에서

예술인의 직장인 되기

예술인 파견지원 사업은 단순히 예술인에게 아르바이트를 알선하고 기업이나 기관, 지역에 인건비를 제공하는 사업이 아니다. 예술인 파견지원 사업은 예술인의 역량을 필요로 하는 기업, 기관, 지역에 예술인을 연결해주는 통로다. 그리고 예술인에게는 경제적 안정과 자신의 능력을 개발하는 두 마리 토끼를 잡는 일이다. 하지만 '파견'이라는 단어 때문에 간혹 공공근로 같은 사업으로 오해를 받는 것도 사실이다. 아직 많은 예술인들이 파견지원 사업을 하게 되면 기업이나 기관에서 사무보조나 잡무를 도와야 하느냐고 묻기도 하고, 기업에서도 단순한 인력지원 사업인가 싶어 시큰둥하게 생각하는 경우도 있다.

기업
우리는 디자인 업체입니다. 능력 있는 디자이너가 필요한데 예술인 파견지원 사업 참여기업으로 선정되면 예술인을 소개받아서 함께 일할 수 있는 건가요?

예술인
학고 졸업 후 예술활동만 해왔기 때문에 회사에서 일해본 경험이 없습니다. 워드나 엑셀 같은 프로그램을 다루는 사무 능력은 전혀 없는데, 예술인 파견지원 사업에 참여할 수 있나요?

디자인 회사에서 디자이너를 찾거나 광고회사에서 광고음악을 만들 경우, 혹은 단순히 일손이 부족해서 사무보조 아르바이트가 필요한 경우라면, 그것은 예술인 파견지원 사업을 통해서가 아니라 회사에서 사업비로 책정된 예산으로 진행하면 된다. 그러나 디자인 회사에서 조직문화 개선을 위해 예술적 개입이 필요해졌을 때, 혹은 제조업을 하는 기업에서 기업의 딱딱한 이미지를 바꾸고 싶은데 어디서부터 손을 대야 할지 모를 때, 그럴 때 예술인 파견지원 사업이 좋은 해결방법이 된다. 즉, 기업이나 기관이 예술인의 창의적인 사고와 유연한 감성을 경험함으로써 기존에 생각하지 못했던 새로운 방식의 해결책을 찾아내려는 것, 이것이 예술인 파견지원 사업이 사회에 불러일으키려는 파장이라는 것이다. 그리고 기업은 이것을 '혁신'이라고 부른다.

문화예술 체험이 만들어내는 기업 혁신

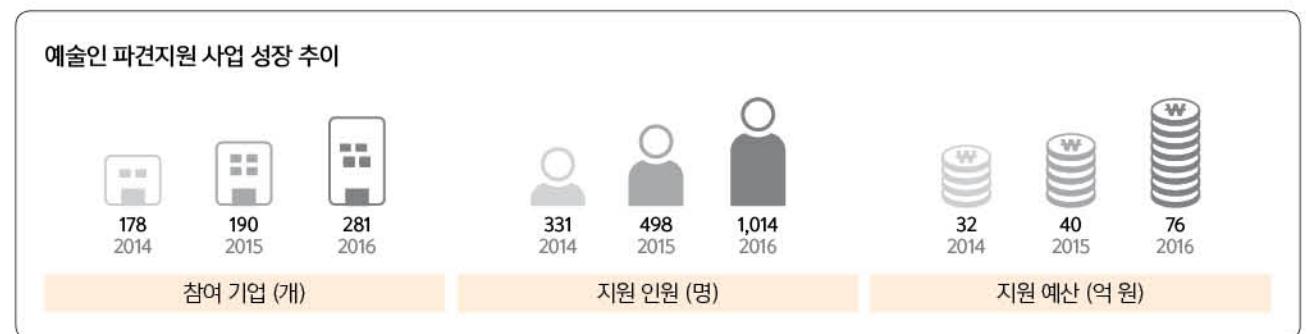
예술인이 기업·기관에 들어가서 일하는 방식은 일반 회사가 선택하는 업무 프로세스와는 많이 다를 수밖에 없다. 예를 들어 예술인 파견지원 사업에 참여하는 기업·기관을 살펴보면, 사람과 관련된 부분 즉, 조직문화와 인력 개발 쪽에 예술인을 파견해달라는 요구가 많다. 만약 일반 회사가 인력 개발을 기획한다면 그 내용은 직원의 업무 능력 개발에 초점을 맞추게 마련이다. 반면, 예술인들은 일터가 더 즐거운 곳이 되게 하고 같이 일하는 동료들을 ‘사람’으로 이해하게 하고, 기업이 공동체성을 찾아가게 돋는 새로운 실험을 설계한다. 이것이 결국 조직의 문화를 바꾸고 업무 효율을 끌어올리는 효과를 가져오는 것을 보며 기업·기관에서는 놀라워한다. 이런 실험은 인력 개발 분야에서만 유효한 것은 아니다. 2016년 예술인 파견지원 사업은 조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련, 제품 기획, 홍보마케팅, 사회공헌 등의 업무 영역을 6대 중점 프로젝트 유형으로 선정해서 다양한 예술 활동을 진행하였다.

2016 예술인 파견지원 공모사업에 참여한 기업·기관의 직무 유형을 살펴보면, 홍보마케팅 분야 직무가 113개 업체로 가장 많고, 사회공헌 분야 직무가 뒤를 이어 72개 업체였다. 제품기획 직무에서 예술인의 참여를 원한 기업은 53개 업체, 조직문화 개선 직무는 45개 업체, 교육훈련 직무는 39개 업체, 복리후생은 22개 업체로 뒤를 이었다. 기업·기관에서 진행한 프로젝트가 2~3개 직무 분야에 함께 해당하는 경우들이 많아서 숫자는 중복 참여를 허용한 것이다.



폭발적인 예술인 파견지원 사업의 성장

예술인 파견지원 사업이 처음 시작된 것은 지금으로부터 3년 전인 2014년이었다. 아직 사업의 개념이나 가능성이 모두 미지수였던 때라서 이듬해인 2015년까지는 사업의 규모나 성과를 따지기보다는 예술인 파견지원 사업이란 무엇이며 어떤 일이 필요하고 가능할지를 모색하는 시기가 되었다. 사업의 논리, 구조, 역할에 대한 고민과 논의가 주로 많이 이루어졌다. 행정가와 현장의 예술인, 그리고 기획자들이 함께 꾸준히 협의를 거듭했고, 그것이 예술인들의 노력과 맞물려 예술인 파견지원 사업의 근간을 마련했다. 그리고 2016년은 예술인 파견지원 사업이 본격적인 확산 단계로 접어든 시기였다. 사업의 규모도 크게 확장되었고, 사업의 효율적인 진행을 위한 시스템도 여러 면에서 보강되었다.



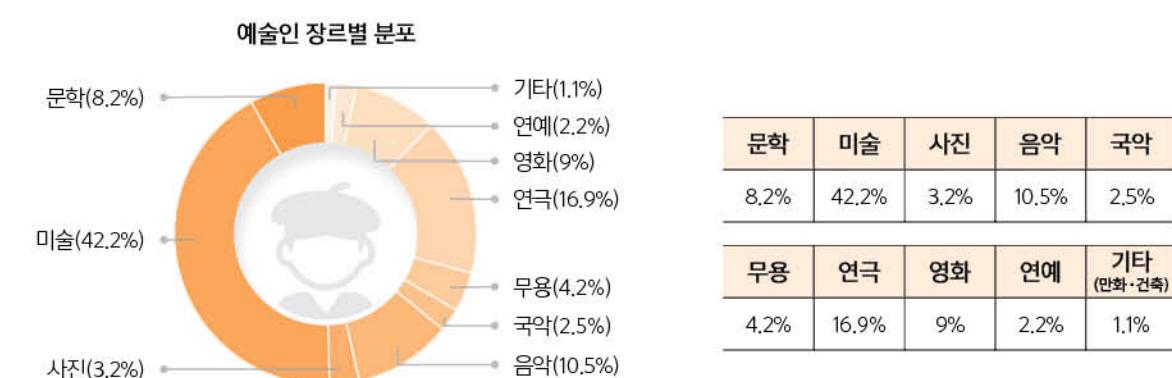
2014년에 예술인 파견지원 사업에 참여한 예술인은 331명이었다. 2015년에는 총 190개 기업·기관에 498명(퍼실리테이터 60명, 참여예술인 438명)의 예술인을 파견했다. 그리고 본격적인 단계로 접어든 2016년에는 참여 규모가 2배 이상 늘어나 참여한 예술인만 약 1,014명(퍼실리테이터 200명, 참여예술인 814명), 참여기업·기관은 281개에 이르게 되었다. 또한, 퍼실리테이터 예술인의 선정 규모와 역할도 확대되었고, 참여기업·기관을 사전에 선정하여 더 안정적인 사업 운영이 가능해졌다. 관련 예산도 76억 3천만 원으로 증가하였다. 그 결과, 작은 현장들에서도 홀륭한 성과가 나오기 시작했다.

구분	공모형사업	기획사업			합계
		대한무역투자진흥공사 (KOTRA)	한국메세나협회	농협중앙회	
퍼실리테이터	200명	-	-	-	200명
참여예술인	648명	53명	53명	60명	814명
기업·기관	178개	48개	15개	40개	281개

2016 예술인 파견지원 사업에는 1,014명의 예술인과 281개의 기업·기관이 참여했다.

2016년, 예술인 파견지원 사업에 참여한 퍼실리테이터와 참여예술인 중에서는 30대가 55.7%로 가장 다수였다. 뒤를 이어 40대 26.5%, 20대 10.5%였다.

예술인들의 장르별 분포를 살펴보면 미술이 42.2%로 가장 많았고, 연극 16.9%, 음악 10.5%, 영화 9% 순이었다.



가보지 않은 길의 지도

예술인 파견지원 사업은 당장 수익을 만들어내거나 생산성을 높이는 일이 아니다. 예술인 파견지원 사업은 기업이나 기관들에
께서 해결하기 어려운 문제가 발생했을 때 ‘예술인들과 작업함으로써 문제를 다른 각도에서 풀어봐야겠구나’ 생각할 수 있는
토대를 만드는 일이다. 그런 토대가 될 수 있는 다양한 선례를 만들고 널리 알려 나가는 것이 지금 우리가 하려는 일이다. 예술
인들과 기업·기관이 만나는 장에서 어떤 상황이 벌어지고 어떤 드라마가 만들어질지는 아무도 모른다. 아직 가지 않은 길이기
때문이다. 그래서 특정한 성공의 롤 모델, 도달해야 할 정답지도 없다. 예술인 파견지원 사업은 1,000명의 다른 예술인으로부
터 1,000개의 다른 해피엔딩을 만들어내는 것이 옳다고 믿는다. 더 많은 기업·기관의 참여와 더 많은 해피엔딩을 기대한다.

2016 예술인 파견지원 사업 일정

2월	15일	• 예술인 대상 사업설명회
3월	8일	• 기업·기관 대상 사업설명회
4월	1일	• 퍼실리레이터 선정
	5일	• 퍼실리레이터 워크숍
	11일	• <예술인 파견지원 만남의 광장> 개최
	15일	• 우선 매칭 대상 기업·기관 확정
	29일	• 참여예술인 선정
	6~18일	• 퍼실리레이터-기업·기관 매칭
5월	27일	• 참여예술인 워크숍
	4~27일	• 2016년 예술인 파견지원 빌대식
		• 참여예술인-기업·기관 매칭
		• 매칭 기업·기관별 프로젝트 시작
7월	7~8월 4일	• 퍼실리레이터 직무교육
	19일	• 농협중앙회 연계 기획사업 참여예술인 오리엔테이션
8월	8~26일	• 퍼실리레이터 간담회
	18일	• 한국메세나협회 연계 기획사업 참여예술인 오리엔테이션
		• 기획사업 기업·기관별 프로젝트 시작
9월	-	• 기업·기관 방문 모니터링
10월	-	• 참여예술인 활동 종료
11월	-	• 퍼실리레이터 활동 종료
		• 공모형 사업 기업·기관별 프로젝트 종료
12월	29일	• 기획사업 기업·기관별 프로젝트 종료
		• 2016 예술인 파견지원 사업 성과보고회

예술, 날개가 됩니다



2016년 4월, <예술인 파견지원 만남의 광장> 행사가 대학로 마로니에 공원 일대에서 열렸다. 사업에 참여하는 178개 기업·기관의 부스가 마련되었고, 30개 기업·기관의 담당자와 200명의 퍼실리레이터가 부스에 상주하여 예술인을 맞이하였다. 현장에서는 약 1천여 명의 예술인이 기업·기관 담당자, 퍼실리레이터와 상담에 참여하였고, 기업·기관의 담당자 및 예술인 등 방문객은 약 5천여 명에 이르러 본 사업에 대한 큰 관심을 드러냈다.

2016 예술인 파견지원 사업을 통해 자신의 예술 활동과 연관된 서브-잡을 찾은 예술인은 프로젝트 매개 역할을 담당하는 퍼실리레이터를 포함해서 약 1천여 명이다. 이들은 기업과 소통하고 협력하며 문화예술을 통한 새로운 방식의 결과물을 함께 만들어냈다.

한국예술인복지재단 박계배 대표는 개회식 축사를 통해 “오늘의 만남이 예술인에겐 새로운 예술 직무를 찾을 수 있는 기회를, 기업은 생각지 못한 새로운 결과물을 통해 기업혁신의 아이디어를 얻고 산업의 문화화를 완성시킬 수 있으리라 생각된다”며, “예술인 파견지원 사업에 함께하는 모든 예술인들과 기업·기관이 함께 날개를 펼쳐 더 높이 더 멀리 날 수 있기를 응원한다”라고 말했다.

일시 2016년 4월 11일(월) 장소 대학로 마로니에 공원 일대

프로그램 예술인 파견지원 사업 매칭 상담, 찾아가는 상담 컨설팅 부스, 유관 기관 홍보 부스, 특별 공연, 프로필 사진 촬영 등



1-2 농협중앙회는 〈농촌문화융성〉 사업과 예술인 파견지원 사업을 연계하여 진행하였다. 사업에 참여하는 예술인 60명이 40개의 농촌 마을에 파견되어 6 개월간 지역 특산물과 관광 상품에 예술적 감수성을 더하는 활동을 진행했다. 농촌 마을의 예술적 재구성, 다른 마을과 차별되는 독창적인 홍보, 농촌 체 험 프로그램에 재미와 감동을 더하는 스토리텔링 작업 등을 중심으로 마을 특산물을 알리고 판매를 촉진하기 위해 예술을 접목한 홍보·마케팅도 이루어 졌다. 사진 1은 농협중앙회 예술인 파견지원 사업의 빌대식 및 오리엔테이션 현장, 사진 2는 농협중앙회 예술인 파견지원 사업 홍보 포스터.

3-4 대한무역투자진흥공사(KOTRA)는 2012년부터 기업과 예술의 만남을 지원하는 〈아트콜라보〉를 통해, 수출 기업의 제품에 예술적 감성을 입혀 수출 산업의 부가가치 창출을 지원했다. 올해는 53명의 예술인이 48개의 수출 기업에서 파견 활동을 진행했는데, 참여예술인은 수출 상품의 디자인을 개발, 수출 기업의 해외 마케팅에 혜력을 불어넣었다. 재킷 또는 가방에 예술인의 작품을 결합해 독창적인 상품을 개발하고, 일폐 용기나 사워기 등 일상생활에 사용 되는 제품을 예술적 아이디어로 디자인하는 작업 등을 진행했으며, 8월 24일부터 10월 14일까지 서초구 KOTRA 사옥 1층에서 캐릭터를 주제로 한 아트 콜라보 기획전 〈콜! 브라보 라이프展〉을 개최하였다.

5-6 한국메세나협회는 협회 회원사 15개 기업을 대상으로 예술인 파견지원을 진행하였다. 8월부터 12월까지 53명의 예술인들이 기업이 직면한 조직 문제에 대해 예술적 해법을 제공했다. 예술인들은 예술적 창의성을 통해 업무 공간에 예술적 감수성을 더하고, 이를 통해 조직문화의 변화를 시도하였다. 또한, 기업의 임직원에게 요구되는 직무역량을 예술 활동을 통해 증진시키고, 긴장노동에 종사하는 임직원을 위한 스트레스 해소 및 힐링 프로그램을 제공하였다. 사진은 한국메세나협회 예술인 파견지원 사업의 빌대식 및 오리엔테이션 현장.

Part 2

직무유형별 예술인 파견지원 사업 사례

Part 2-1 조직문화 개선

아름다운재단
(주)세정
시흥여성새일지원본부
(주)하나금융지주
(주)센트럴

Part 2

직무유형별 예술인 파견지원 사업 사례

조직문화 개선 아름다운재단, (주)세정, 시흥여성새일지원본부, (주)하나금융지주, (주)센트럴

홍보마케팅 LG전자(주), 샘표식품(주), (주)어스맨, 서울시설공단

제품 기획 (주)스튜디오 헤이데이

교육훈련 삼일회계법인

복리후생 핸켈코리아(유)

사회공헌 대동호텔, (주)포토베이



일의 보람과 슬픔? 간사의 보람과 슬픔!

아름다운재단 간사들이 만난 ‘자신의 얼굴’



참여기업·기관	아름다운재단
퍼실리테이터	정원연(미술)
참여예술인	김지연(김노이)(만화), 이윤주(윤주)(문학), 전명은(사진), 하나영(미술)
프로젝트 소개	〈간사의 기쁨과 슬픔 프로젝트〉를 통해 간사들의 이야기를 웹툰으로 제작하고 직원 간 소통의 기회를 마련한다.

아름다운재단 속 개인과 집단

세상을 아름답게 만드는 일을 있다고 자신의 삶이나 일이 항상 ‘아름답기만’ 한 것은 아니다. 아름다운재단 간사들은 매일 이 사실을 몸으로 깨우치며 사는 사람들이다. 그래서 그들은 예술인과 함께 자신의 일과 직장을 돌아보면서 간사로서 산다는 것의 보람과 슬픔에 대해 짚어보고자 했다.

아름다운재단에서 일하는 간사는 모두 60명이 넘는다. 이들은 지금 일하는 곳이 같을 뿐, 저마다 개성과 삶의 경험, 방식이 다른 다양한 사람들이라는 점에서는 일반 직장이나 별반 다르지 않다. 당연히 생각도 다르고 사물을 보는 관점도 다를 수밖에 없다.

홍보팀 장혜윤 간사는 “일이라는 주제로 아름다운재단 간사들의 생각과 가치관, 삶의 경험하는 작업을 해보고 싶었다”고 예술인 파견지원 사업에 참여한 의도를 설명했다. 예술인과의 협업을 통해 간사들이 서로를 폭넓게 이해하고 알아가는 계기를 만들 수 있으리라는 것이다.

“예술인의 시선으로 간사들의 생각을 기록해서 콘텐츠를 만들고, 이것을 블로그와 SNS를 통해 시민들에게 소개함으로써 아름다운재단을 홍보하는 콘텐츠로 활용할 수 있으면 좋겠다”는 희망도 더해졌다.



인터뷰 프로젝트

5월, 아름다운재단의 프로젝트에 참여하는 예술인이 결정되었다. 커뮤니티 아트를 주제로 하는 미술 작가인 정원연 퍼실리테이터는 사진, 문학, 일리스트 분야 등의 예술인으로 팀을 구성할 것을 계획했다. 설치예술을 하는 하나영 예술인, 동화 작가인 이윤주 예술인, 웹툰 작가인 김지연 예술인, 사진 작가인 전명은 예술인 등 다양한 매체의 예술인들이 이 프로젝트를 진행하기로 결정됐다. 이들은 각기 다른 예술 분야의 능력을 발휘해 프로젝트가 입체적으로 구성될 수 있게 할 것이었다.

서로 다른 분야의 예술인들을 모아놓고 보니 서로 입장이나 대화하는 방식이 같지 않다는 걸 느낄 수 있었다. 전명은 참여예술인은 “여러 사람과 함께 작업을 진행해본 경험이 적어서 초반에는 서로의 의견을 조율해가는 과정이 익숙하지 않았습니다. 하지만 그 낯설조차 새로운 자극이 되었어요”라고 과정을 설명했다. 동화 작가인 이윤주 참여예술인 역시 “주로 혼자서 글을 써왔는데 사람들과 만나고 다른 분야의 예술인들과 협업하면서 하나의 프로젝트를 완성하는 게 큰 자극이 되었어요. 문학은 사람들의 이야기를 쓰는 것이라서 다양한 사람들을 만난 점이 좋았습니다”하고 이야기했다. 전명은 참여예술인은 “여러 예술인들의 의견이 섞이다 보면 길을 잃고 산만해지기 쉬운데도, 정원연 퍼실리테이터가 특유의 정확함과 예리함으로 프로젝트를 간결하고 명확한 방향으로 이끌어나갔습니다”하고 칭찬했다.

때로는 한국예술인복지재단에서 바라는 지점과 예술인들이 예술적으로 풀어내고자 하는 지점이 어긋나는 경우도 발생했다. 다행히 정혜윤 간사의 협조와 배려가 그 두 지점을 일치시키는 데 큰 역할을 했다. 김지연 예술인은 “아름다운재단 정혜윤 간사가 전에 문화재단에서 근무하셨기 때문인지 예술인들과 협업한다는 것에 대한 이해도가 높고 배려하는 모습을 보여주셨어요. 인터뷰 때는 식사도 제공해주고, 회의 장소도 협조적으로 잡아주셔서 일이 원활하게 진행될 수 있었어요”라고 높이 평가했다.

마음을 열어요

처음부터 맞아서가 아니라 서로에게 맞추기 위해 노력하면서, 이들은 흥미롭고 매력적인 프로젝트를 완성하기 위해 아이디어 기획과 노력을 아끼지 않았다. 개성 넘치는 아름다운재단 간사들을 다각도로 조명하려면 어떻게 해야 할지 기획회의가 이어졌다.

참여예술인들은 아름다운재단 간사들과 그룹 인터뷰와 개인 인터뷰를 하면서 간사들이 살아온 과정에 대한 이야기를 듣고, 지금 하고 있는 일에 대한 고민과 즐거움을 알게 되었다. 그리고 앞으로 살아가고 싶은 삶에 대한 비전을 나누는 시간을 가졌다.

- 1 인터뷰를 준비하면서 기획회의를 하는 모습.
- 2 6월에 아름다운재단 회의실에서 진행된 그룹 인터뷰 장면.
- 3 9월에 진행된 개별 인터뷰 장면.
- 4 미래에 하고 싶은 일을 주제로 3차 그룹 인터뷰를 마치고 나서 촬영한 단체 사진.
- 5 2차 그룹 인터뷰에서는 사진을 보고 떠오르는 개인의 기억에 대해 이야기를 나누었다.



6월 13일 아름다운재단 회의실에서 '간사의 기쁨과 슬픔'이라는 주제를 두고 그룹 인터뷰가 진행되었다. 마치 수화를 하는 것처럼 손을 쓰는 간사들의 모습이 인상적이다.



6월이 되자, 프로젝트의 내용이 어느 정도 그려졌다. 그룹 인터뷰와 개인 인터뷰를 기반으로 다양한 매체를 활용하는 <간사의 기쁨과 슬픔>이라는 프로젝트가 기획되었다. 1차 인터뷰의 주제는 ‘일의 기쁨과 슬픔’.

정작 프로젝트가 시작되자 아름다운재단 내부에서는 이것이 과연 우리에게 필요한 사업일까를 의문스러워 하는 간사들의 목소리도 들리기 시작했다. 당장 처리해야 할 업무가 적지 않은 상태에서 일만 느는 것은 아닐까 걱정하는 사람도 있었다. 그러니 인터뷰가 시작되었다고 처음부터 내밀한 속 이야기로 말문을 열지는 않을 것이었다. 각자 다른 형태의 작업을 진행해온 예술인들은 협업과 제안을 통해 인터뷰 프로젝트가 서로에게 긍정적인 효과를 가져올 수 있도록 노력했다. 정원연 퍼실리레이터는 편물 작품을 인터뷰 공간에 설치해서 인터뷰가 좀 더 따뜻하고 편안한 분위기에서 진행될 수 있도록 배려했다. 참여예술인들은 각자 인터뷰 업무를 분담하고 인터뷰와 함께 진행할 드로잉 재료 등을 준비했다.

6월 13일, 첫 그룹 인터뷰가 시작됐다. 간사들이 지금까지 거쳐온 일이 어떤 것이었는지를 이야기하는 것이었다. 철저히 준비하고 노력한 덕분인지 인터뷰에서는 준비한 시간이 모자랄 정도로 많은 이야기가 오갔다. 직장, 직업, 꿈, 열망을 소재로 하는 대화에서 사람들이 마음을 열기 시작하는 것이 느껴졌다. 참여예술인들은 간사들의 삶의 경로와 지향점을 알 수 있었다.

간사의 삶을 수집하는 이야기 수집단

7월의 두 번째 그룹 인터뷰는 ‘한 장의 사진을 내밀며’라는 타이틀로 진행되었다. 사진을 통해 자신의 삶에 대해 이야기하는 방식이었다.

9월의 인터뷰는 개인 인터뷰로 진행되었다. 10월의 그룹 인터뷰는 가상의 백지수표를 써서 재단 밖



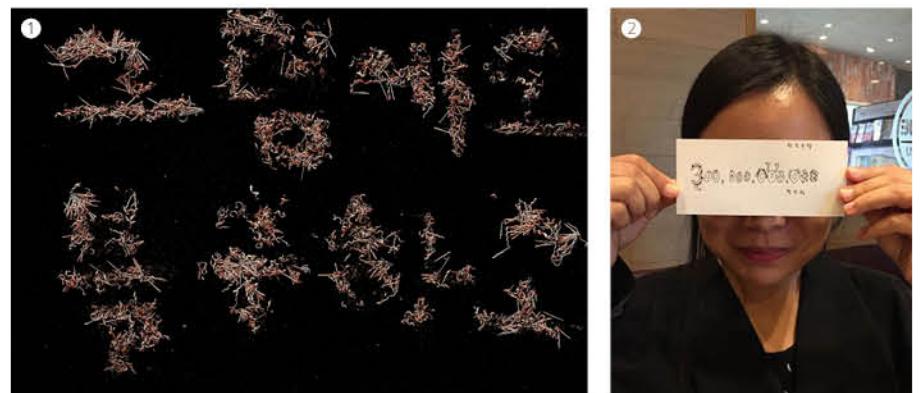
1-3 아름다운재단 간사들의 62개 책상을 활용한 사진 시리즈.

에서, 재단을 나와서 하고 싶은 일을 이야기하는 것으로 진행되었다. 이렇게 진행된 인터뷰 내용을 바탕으로 이윤주 참여예술인이 글을 작성하고 김지연 참여예술인은 4~10컷 정도의 웹툰을 그려냈다. 또한 전명은 참여예술인은 인터뷰를 촬영하고 허나영 참여예술인은 간사 개개인에 대한 아트진(art zine)을 만들었다. 그리고 이 모든 창작물은 아름다운재단 블로그에 게시되어 간사들이 서로에 대해 알 수 있는 자료가 되고, 아름다운재단을 궁금해하는 대중들이 손쉽게 살펴보면서 재단에 대해 알아볼 수 있는 홍보자료로 축적되었다.

10월에는 <간사의 책상 간사의 일터>라는 주제로 사진 프로젝트가 진행되었다. 62개의 책상을 촬영하는 프로젝트는 불가능한 것은 아니었지만, 책상에는 간사들의 개인 정보, 혹은 기관의 보안과 관련한 정보도 있어 이를 촬영에 노출되지 않게 준비해야 했다. 여기서도 간사들의 다양한 성향이 드러났다. 자연스럽게 놔둔 책상, 말끔히 치운 책상, 삼각 구도로 사물을 배치한 책상 등 다양한 책상이 카메라 앞에 섰다. 이 책상을 정직하게, 그러면서도 일관된 태도로 담아낸 전명은 참여예술인의 사진 작품은 어딘가 사람의 마음을 물들하게 만드는 부분이 있어 나중에 공개되었을 때 사람들의 높은 관심과 호응을 얻게 되었다.

보이지 않는 노력과 계획

아름다운재단을 움직이는, 평소에는 볼 수 없는 간사의 기쁨과 슬픔을 드러내기 위해서는 수많은 노력과 계획이 필요했다. 다양한 생각과 관점을 가진 참여예술인과 퍼실리레이터, 기관 사이에는 지속적인 소통과 배려가 필요했다. 계획을 세우고 진행하고 수정하며 다시 계획을 세우는 과정이 마치 아름다운재단 간사들이 평소 기울이는 노력과도 다르지 않았다. 여러 어려운 점에도 불구하고 참여예술인들은 새로운 기획을 구상하고 실행에 옮기는 일에 지치지 않았다.



1 아름다운재단 박초롱 간사의 개별 인터뷰 창작물. 서로 주고받은 말들을 연필로 쓰면서, 연필을 깎을 때 나오는 연필가루를 모아 ‘그림에도 불구하고’라는 말을 만들었다.
2 ‘아름다운재단을 나가면, 혹은 재단 밖에서 하고 싶은 일에 대한 주제로 3차 그룹 인터뷰를 진행하면서 사용하기 위해 만든 백지수표 샘플.

이 프로젝트가 진행되고 나서 간사들은 차츰 자신의 삶을 살피고 동료 간사를 살필 수 있게 되었다. 정혜윤 간사는 6개월의 시간이 너무 짧았다고 아쉬워했다. “참여예술인들의 인터뷰에 참여하며 그 시간이 좋았다고 후기를 전하는 간사들이 많아졌어요. 참여예술인의 작업이 담긴 콘텐츠를 기다리는 간사들이 생겼고요. 간사들끼리 서로 몰랐던 이야기를 알 수 있었고, 새로운 프로젝트를 실행하는 것을 응원하고 참여하는 분위기를 경험할 수 있었습니다. 프로젝트를 소개하기 위해 포스터를 만드는 것부터, 인터뷰를 진행하며 간사들의 이야기를 이끌어내고, 인터뷰에 참여했던 간사들을 위한 선물 까지 준비한 예술인들의 마음과 감각에 감사드립니다.”

세상은 쉽게 나아지지 않는다. 하지만 느리더라도 바르게 가려는 노력은 결코 사람을 배신하지 않는다. 이 프로젝트의 힘은 길게 이어질 것이다. 이 아름다운 효과가 어디까지, 어떻게 이어질지 기대가 된다.

예술을 들어 일상을 깨는 실험

(주)세정의 특별한 6개월



세정그룹과 함께
6개월을 보낸 예술인들.
왼쪽부터 김보경 퍼실리레이터,
이진우, 혼민기 참여예술인.

참여기업·기관	(주)세정
퍼실리테이터	김보경(대중예술)
참여예술인	이영미(연극), 이진우(미술), 이현진(미술), 홍민기(영화)
프로젝트 소개	기업 내 조직원들 간 소통 부재 문제에 대하여 예술로써 스스로의 새로운 모습을 발견하고 또 타인의 모습을 새롭게 인식하며 기업 내에 따뜻한 변화가 일어나기를 기대하며 〈재미 삼아 타로〉, 〈8Rooms & 1Girl〉 등의 프로젝트를 진행했다.

“제가 입사한 지 9년 차인데, 우리 회사가 나름 패션 브랜드 회사이면서도 분위기가 굉장히 딱딱하고 어둡습니다. 이번에 예술인들과 함께하면서 바쁜 와중에도 잠시 쉬어갈 수 있는 짬이 생겨서 참 좋았습니다.”

“‘출근하는 예술인’이라는 프로젝트가 굉장히 낯설고 신기했습니다. 예술인과 회사원의 교감이라는 것도 신기했지만, 즐길 거리도 많고 굉장히 의미 있는 시간이었습니다.”

“개인적으로 독특한 경험이었습니다. 동료 직원들과 편안하게 소통할 수 있어서 너무 좋았어요. 개인적인 바람이 있다면 그림이나 조형물 등 예술작품도 설치해 주면 좋겠습니다. 생활 속에서 예술 활동을 접할 수 있도록 말이지요.”

-예술인 프로젝트에 참여한 (주)세정 사원들의 평 중에서

문제를 예술을 통해 해결하겠다는 의지

쳇바퀴를 도는 일상에 지친 직장인들에게 예술이란 어떤 의미일까? (주)세정은 인디안, 올리비아로렌, 센터풀 등의 패션 브랜드와 디디에두보, 두아니 등의 주얼리 및 패션잡화를 비롯해 20여 개의 패션 관련 브랜드를 보유하고 있는 국내 대표 패션그룹이다. (주)세정은 2015년에 이미 예술인 파견지원 사업에 참여한 바 있다. 2015년 당시에는 (주)세정에 6명의 참여예술인이 파견되어 크게 두 가지 직무 영역에서 프로젝트를



- 1 이진우 예술인과 작품 전경.
- 2 세정그룹 직원들과 예술인이 함께 진행한 다양한 프로젝트들.
- 3 홍민기 예술인과 김보경 퍼실리테이터.
- 4 홍민기 예술인의 〈8rooms & 1girl〉.

추진했다. 그 하나는 조직문화 개선의 직무였고, 다른 하나는 홍보마케팅 커뮤니케이션이었다. 사업의 결과, (주)세정의 전체 역사를 한눈에 보여주는 히스토리 달력이 탄생하여 사내 안팎에서 큰 호응을 얻었고, 회사의 일상을 댄스로 표현한 직장인 댄스 프로젝트 ‘프로젝트 직당’과 사내 라디오 방송 〈으랏차차 세정〉 등을 만들어 직원과 소통하는 조직 문화가 형성되는 성과를 거두었다. 이런 좋은 성과에 힘입어, 2016년에도 다시 예술인 파견지원 사업에 참여를 신청한 (주)세정은 이번에는 조직 내 소통의 문제를 주요한 해결 과제로 꼽았다. 기업 내 조직원들 간의 소통이 원활하지 않은 문제를 예술을 통해 재조명하고, 그 과정에서 스스로의 새로운 모습을 발견하고 또한 타인의 모습을 새롭게 인식함으로써 조직 안에 따뜻한 변화를 가져왔으면 좋겠다는 것이다. 그리고 브랜드 브루노바피(BRUNO BAFFI)의 아이덴티티를 새롭고 실험적으로 표현하는 아트워크 프로젝트가 함께 진행되기를 희망한다고 밝혔다.

예술인 개개인별로 진행한 프로젝트

이러한 요구에 맞춰서 4월과 5월에 걸쳐 대중예술 분야에서 활동해온 김보경 예술인이 퍼실리테이터로, 연극 분야에서 활동해온 이영미 예술인, 미술 분야에서 활동해온 이진우 예술인과 이현진 예술인, 영화 분야에서 활동해온 홍민기 예술인이 참여예술인으로 매칭되었다. 특히 김보경 퍼실리테이터는 이미 2015년에도 (주)세정 퍼실리테이터로 참여한 인연이 있어서 기업의 요구와 분위기를 충분히 파악하고 있다는 이점이 있었다. 이런 조건에 맞춰서 5월에 (주)세정 담당자와의 상견례와 인



터뷰를 통해 서로의 목표를 설정하는 작업이 이뤄졌다. 2016년의 활동 목표는 직원 간 소통 활성화 등 조직문화 개선, 그리고 기업의 프로젝트에 예술적 개입을 통한 참신한 홍보마케팅을 진행하는 것으로 맞추어졌다. 6월이 되자 본격적으로 (주)세정에 대한 리서치 작업이 시작됐다. 사옥을 투어하고 전년도 예술인 파견지원 사업 담당자를 만나고, 수없이 많은 아이디어가 회의 테이블 위에 올라왔다 가 사라졌다.

이 과정에서 김보경 페실리테이터가 신경을 쓴 부분은 매우 명확했다. “저는 한 기업에 파견된 참여 예술인들이 꼭 공동작업을 할 필요는 없다고 생각해요. 참여예술인끼리 마음이 맞아 저절로 협업을 하게 되면 좋지만, 그렇지 않다면 좋은 결과를 얻기가 힘듭니다. 그래서 저는 함께 참여한 4명의 참

여예술인들 모두 개별 작업을 진행하도록 했습니다.” 즉, 큰 프레임 안에서 참여예술인 개인의 컨디션에 따라 유연하게 활동하게 한 것이다. 물론, 그렇게 하려면 페실리테이터의 노력이 갑절이 되어야 한다. “참여예술인 한 명 한 명 신경을 써야 하니 물리적인 시간이 몇 배나 더 들죠. 하지만 그렇게 공을 들인 만큼 참여예술인과의 관계도 좋아지고 동시에 프로젝트에 대한 애정도 서로 높아지게 되었습니다.”

재미 삼아 타로

그래서 (주)세정에서는 매우 다양한 프로젝트가 진행되게 되었다. 이영미 참여예술인은 조직문화 개선 프로젝트를 진행했다. 직원들이 자기 이야기를 자연스럽게 꺼낼 수 있도록 소통 수단으로 ‘타로’를 꺼내 들었다. 타로점을 치면서 리서치 및 인터뷰를 겸해 직원들 개인을 바라보고 한 명 한 명의 삶을 들어보려고 시작한 것이었다. 7월과 8월, 9월에 걸쳐 진행된 이영미 참여예술인의 〈재미 삼아 타로〉 프로젝트는 참여를 원하는 신청자가 너무 많아 추가 이벤트를 기획해야 할 정도로 인기를 끌었다. 처음에는 재미 삼아 하는 타로였지만, 이후에는 고민을 가진 직원들을 대상으로 심층 타로 형식으로 사연을 받아 진행했다.

이영미 참여예술인은 이렇게 모은 직원들의 이야기를 바탕으로 참여예술인과 직원이 직접 참여하는 공연을 기획했다. 〈안녕, 오늘도 사라질 하루에게〉라는 이 공연은 단순히 배우가 나와서 하는 공연이 아니라 1:1 오디오 퍼포먼스였다.

직원에게 오디오를 주고, 오디오에서 나오는 지시대로 이동해서 사내 곳곳을 돌아다니면서 나 자신을 되돌아보는 시간, 사라져버리는 것들에 대해 주제를 가지고 공연을 만드는 것이었다. 곳곳에 장치를 마련해서, 다른 직원들이 실제 안내자 및 배우 역할을 했다. 예를 들면 눈을 감고 사내 곳곳을 다니는 퍼포먼스를 해야 할 때, 다른 직원이 안내 역할을 하며 함께 다니는 식이었다. 공연에 참여한 직원들은 매일 오가던 공간이 색다르게 보인다는 반응, 안내자 역할을 하며 공연에 능동적으로 참여할 수 있어 더 뜻깊은 시간이었다는 등의 반응을 보였다. 참여예술인도 보람을 느꼈고 직원들 사이에서의 만족도도 가장 높은 프로젝트였다. 김보경 페실리테이터는 “공연이 다 끝났는데도 저한테 연락해서 한 번 더 안 하냐고 묻는 사람들이 있을 정도였다”고 웃었다.

이영미 예술인과 직원들과 함께 진행한 공연 〈안녕, 오늘도 사라질 하루에게〉와, 직원들 사이에서 선종적인 인기를 끈 〈재미 삼아 타로〉 장면.



일상적 공간에 대한 재발견

이진우 참여예술인은 (주)세정 사옥에서 영감을 얻어 작품을 만들었다. 이 회화 작품들은 〈Sejung Series〉로 명명되었는데, 이진우 참여예술인은 (주)세정의 업무 공간을 페인팅하고 복도와 휴게실 같은 사옥 내 유휴 공간에 전시를 진행했다.

전시공간을 따로 마련하지 않은 대신, 직원들로 하여금 전시된 공간을 찾아보는 미션을 수행하기도 하고, 아티스트 토크도 진행하고, 회사원이라면 누구나 하나씩 품고 있는 ‘자신만의 공간’에 대한 사진 이벤트도 진행하는 등 다양한 기획으로 직원들의 관심을 불러일으켰다. 이 전시는 참여예술인의 기존 작품 전시와 더불어 총 5번째 전시로, 작품들은 사옥이라는 공간과 그 안에서 생활하는 직원들을 참여예술인의 시선에서 지속적으로 관찰하고 느낀 감정을 회화로 표현한 것이었다. 작품 속에는 사옥의 디테일이 살아 있어 많은 눈길을 끌었다.

이진우 참여예술인은 “작품 하나를 완성하는 데 6개월이 걸렸다. 반복되는 일상적인 공간이 누군가에게는 흥미로운 곳이 된다는 점을 보여주고 싶었다”면서 “이 전시가 직원들에게 익숙한 공간을 새롭게 바라보고, 일상을 재발견하는 계기가 되었으면 좋겠다”는 희망을 피력했다. 실제로 전시가 진행되는 동안, 직원들 사이에서는 “어, 여기 내가 좋아하는 장소네?” “여기 내가 담배 피우려 숨는 데 많아?” “어머, 여기가 이렇게 그려지니까 완전 색다른데?” 등의 뜨거운 반응이 퍼져나갔다. 이외에도 사무실 안팎의 삶을 다룬 총 5개의 작품을 (주)세정 로비에 전시하면서, 직원들의 참여와 관심을 이끌어내는 성과를 거두었다.

고객이 관객이 되고 관객이 고객이 되는

홍민기 참여예술인은 (주)세정 안에 있는 다양한 브랜드들 가운데 하나인 ‘유어스타일리스트’와 협동 작업을 진행했다. 유어스타일리스트 브랜드에서 기획하고 있던 〈유어스타일리스트 데이〉 행사에 자신의 아트워크를 결합시켜 〈8Rooms & 1Girl〉이라는 프로젝트를 추진하기로 한 것이다.

유어스타일리스트 브랜드는 단순히 옷을 파는 것이 아니라, 고객들에게 1:1로 패션 스타일링을 해주고 그 옷을 고객들이 원할 때 구매하는 형식으로 매출을 만드는 특별한 브랜드다. 이 브랜드는 결국

직원들과 속 깊은 교감을 하면서
사옥을 주제로 작업한 이진우
예술인의 작품들.



옷을 파는 것이 아니라 ‘라이프 스타일’을 파는 것이고, 그런 면에서 홍민기 참여예술인의 작업과 연결고리를 가지고 있었다.

홍민기 참여예술인의 작품은 8대의 아날로그 TV가 동시에 재생되면서 진풍경을 연출한다. (주)세정 사무실 공간, 사람이 사는 집, 사람이 살지 않는 빈집 등 각기 배경이 다른 8개의 방을 오가는 1명의 여인을 통해 프레임의 안과 밖을 넘나들며 현실 세계를 재발견하도록 제안하는 작품이다. 프레임 안과 밖의 경계에는 ‘누군가의 삶’이 아니라 ‘누구나의 삶’이 있다는 메시지를 담고 있었다.

이번 유어스타일리스트 데이 행사는 관객들의 폭발적인 관심을 불러일으켰다. 브랜드 매출도 덩달아 상승하여 기업 입장에서도 대만족이었다. 김보경 퍼실리테이터는 “단순히 작품을 놓고 관객을 초대하는 것이 아니라, 고객이 관객이 되고 관객이 고객이 되는 가운데 서로 원-원 하는 것이 아닐까”라고 말했다. 기업과 예술인, 그리고 고객들의 새로운 접점을 통해 예술과 기업이 함께 확장되고 더 큰 가치를 갖게 되면 좋겠다는 것이다.

보석으로 만들어진 탄생석 캐릭터

한편, 이현진 참여예술인은 (주)세정의 주얼리 브랜드인 디디에두보의 작업에 자신의 아트워크를 결합시켜 탄생석을 테마로 캐릭터를 개발하는 프로젝트를 추진했다. 그 결과 현재 12개의 탄생석 캐릭터가 만들어졌다. 성격과 특징, 머리 색상 등 기본이 되는 세트도 구성했다. 그래서 크리스마스라는 이벤트가 있으면 거기에 맞게 리미티드 에디션이나 패키지 등을 만들 수 있게 되는 것이다. 이현진 참여예술인의 작업에 대해서는 다들 만족스러워하는 분위기라 이후에도 함께 일을 해나갈 계획으로 있다.

11월에 프로젝트가 마무리되고 진행된 12월의 평가에서 2016 예술인 파견지원 사업에 대해 매우 만족스러운 평가가 나온 것은 어쩌면 당연한 노력의 결실이었을 것이다. 김보경 퍼실리테이터는 “작년에 이어 같은 기업을 담당하며 기업에 대한 구조, 문화 등 미리 알고 있는 정보가 많은 도움이 되었습니다. 스스로 노하우가 생긴 탓인지 참여예술인별로 세부 계획을 세우고, 전체 프로젝트 계획을 잘 세워서 사업 기간 내내 흔들림 없이 활동한 것이 좋은 성과로 이어진 것 같습니다”하고 기뻐했다. 특히 2016년 (주)세정 예술인 파견지원 사업은 다양한 예술 프로젝트를 통해 직원들 사이에서 예술

에 대한 인식을 바꾸어내는 데 성공했다는 점이 매우 특징적이었다. 예전에는 예술이라고 하면 무조건 어렵다는 분위기가 강했던 것이 사실이다. 하지만 이영미 참여예술인이나 이진우 참여예술인의 프로젝트처럼 예술의 접근성을 낮추고 창작 과정을 지속적으로 공유한 결과, 직원들이 스스로 변화하고 다가오는 것을 느낄 수 있었다. 직원들에게 작품에 활용된 사진을 보여주고 참여예술인의 시선과 생각을 공유하는 과정 자체가 모두에게 의미 있는 시간이 된 것이다. 김보경 퍼실리테이터는 “개인적으로도 볼 만한 공연이나 전시를 추천해달라는 분이 많아졌어요. 어렵게만 생각하던 예술을 이번 프로젝트를 통해 훨씬 편하고 가깝게 느끼게 된 것 같아서 무척 뿌듯합니다” 하고 이야기했다.

(주)세정에서 진행된 여러 종류의 프로젝트는 예술의 가치와 영역을 확장하기 위한 노력의 흔적들이다. 기업과 예술인, 그리고 고객이 함께했던 이번 프로젝트를 통해 예술인의 창의성이 문화 융성의 원동력이 되길 희망한다.

나의 이름을 찾아서 떠나는 신나는 모험

10주년을 맞은 시흥여성새일지원본부



〈유어스타일리스트 데이〉 프로젝트 벌료가 있던 행화탕 전경과 내부 전시.



시흥여성새일지원본부의 상담사들

참여기업·기관	시흥여성새일지원본부
퍼실리테이터	김태균(미술)
참여예술인	김문선(미술), 민광숙(연극), 허경진(허은)(연극)
프로젝트 소개	개소 10주년 기념행사를 앞두고 있는 시흥여성새일지원본부. 전화상담을 주로 해야 하는 시흥여성새일지원본부 상담사들의 업무 피로도는 상상 이상이다. 연극 분야의 참여예술인들이 결합하여 10주년 기념 행사와, 상담사들의 육체적, 정신적 피로를 풀기 위한 새로운 워크숍을 진행하게 되었다.

경력 단절 여성의 재취업

시흥여성새일지원본부는 경력 단절 여성의 재취업을 위하여 직업상담사가 직업 상담 및 알선을 해주는 시흥시 산하기관으로, 시흥여성새일센터라고도 불린다. 여성새일센터는 전국 147곳에서 운영되고 있는데, 여기 시흥여성새일지원본부가 전국에서 최초로 문을 연 곳이다. (문을 열 당시의 이름은 여성새일지원본부가 아니라 여성희망일터였다.) 2006년에 문을 연 이후 2014, 2015년 2년 연속 여성가족부로부터 최고 등급인 A 등급을 받으며 여성가족부 장관상을 받았다.



기관은 A 등급, 삶의 질은 F 등급

시흥여성새일지원본부는 여성의 재취업을 돋기 위해 20여 명의 전문 상담사들이 한정된 공간에서 수많은 전화 응대와 대면상담 업무를 해나가고 있다. 예술인 파견지원 사업을 담당하게 된 송은경 직업상담 팀장은 폐쇄된 근로환경으로 개선해야 할 필요가 있다고 지적했다.

“좁은 공간에서 21명이 근무하면서 직업 상담에서부터 교육, 사후 관리까지 많은 일들을 처리해야 합니다. 여성가족부 평가에서 2014년부터 3년 연속 최고등급인 A 등급을 받고 있지만, 종사자들의 삶의 질은 F 등급이라고 해도 과언이 아닙니다. 예술인들과 함께 하면서 일상의 즐거움을 발견할 수 있는 기회를 마련하고 싶어요.”

겉으로 보이는 성과보다는 조직의 문제를 털어놓는 송은경 팀장의 태도에 김태균 퍼실리테이터는



1-4 경력 단절 여성들의 삶에 이름과 생기를 돌려주는 일을 하면서도, 자신의 삶은 돌보지 못해 늘 피로에 지쳐 있던 시흥여성새일지원본부 상담사들이 참여 예술인들과 함께하는 예술 활동을 통해 흰한 웃음을 찾게 되었다. 사진은 시흥여성새일지원본부 직원들을 대상으로 진행된 ‘연극 미술 통합 워크숍’의 장면. 5 미술 연극 통합 워크숍 이미지 결과물.

깊이 공감했다. 참여예술인들이 활동적인 프로그램을 가지고 기관 사업에 참여해준다면 조직에 활력을 불어넣을 수 있겠다고 생각했다.

송은경 팀장은 덧붙여 “2016년이 시흥여성새일지원본부의 개소 10주년입니다. 10주년 기념행사를 해야 하는데, 조직에 홍보 전문가가 없으니 한계가 많습니다. 예술인과의 협업을 통해 저희 본부가 하고 있는 일을 시민들에게 쉽고 재미있게 전달할 수 있으면 좋겠습니다” 하는 희망을 피력했다.

10주년 기념 홍보 동영상 제작

김태균 퍼실리레이터는 적합한 참여예술인을 매칭하기 위해 한 명 한 명에 대한 자료를 뒤져가며 노력을 기울였다. 5월이 되면서, 한 명의 미술 분야 참여예술인과 두 명의 연극 분야 참여예술인이 매칭 완료되었다. 미술 분야에서 주로 활동해온 이는 김문선 참여예술인, 연극 분야에서 활동해온 이는 민광숙, 허경진 두 참여예술인이었다.

김문선 참여예술인은 자기만의 세계에 틀어박히지 않고 다른 분야 사람들과의 소통과 협업 경험이 풍부해서 참여예술인과 유기적으로 작업하기 좋을 것으로 기대를 받았다. 허경진 참여예술인은 활달하고 적극적인 성격과 조직문화 개선을 위한 다양한 문화 체험 프로그램을 운영해본 경험이 있어서 좋은 평가를 받았다. 민광숙 참여예술인은 연극을 매개로 다양한 기관과 기업에서 프로젝트를 진행해본 적이 있을 뿐만 아니라 행정적인 업무 능력이 있어서 기대를 받았다.

김태균 퍼실리레이터와 참여예술인들은 5월과 6월을 들여서 기관의 현 상황을 파악하고 필요한 자



1 시흥여성새일지원본부의 직원과 시흥시청 경제정책과장이 함께 10주년 기념 동영상을 모니터링 하고 있다.

2 전시장에서 상영되고 있는 시흥여성새일지원본부 10주년 기념 동영상.

료를 조사했다. 직원들과 함께 회식도 하고 벼룩시장에도 참여하면서 본부 직원들과의 친밀도를 높이고 다양한 에피소드와 고충을 수집했다. 사업은 두 가지 축으로 기획하기로 했다.

우선 직원들의 스트레스를 이완하고 조직문화를 개선하기 위해서는 정기적인 만남의 장이 필요하다는 데 동의하고 종사자 워크숍을 기획해 서로 소통과 활력 충전의 기회를 만들기로 했다.

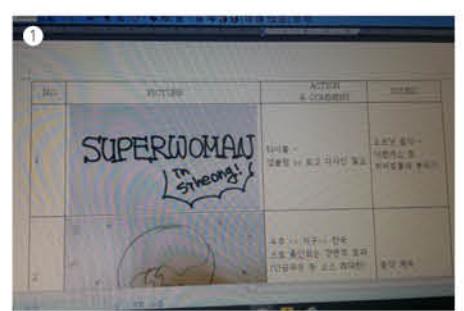
둘째, 10주년 기념행사를 위해서는 시흥시민이 함께 참여하고 주인공이 되어야 한다는 원칙 아래, 각종 프로그램을 구상했다. 홍보용 동영상이 유력한 아이디어로 떠올랐다.

나의 이름을 찾아서

7월이 되어, 미술과 연극을 결합시킨 직원 워크숍이 진행되었다. 직원들의 힐링과 친목을 도모하는 워크숍이었다. 워크숍의 제목은 〈나의 이름을 찾아서〉. 내용은 팔빙수 게임, 한자 이름 이야기하기, 나만의 이름을 미술로 표현하기 같은 프로그램으로 구성했다.

민광숙 참여예술인은 “기획 단계에서부터 수많은 의견들이 오갔고, 이것을 하나의 프로그램으로 만들기까지는 정말 시간이 오래 걸렸다”고 고개를 흔들면서도 “각자 아이디어에 더 좋은 생각을 붙이고 혼자 하기 어려운 부분을 함께 도와가며 하니 부담감이 한결 줄어들었다. 참여예술인들이 서로 부족한 부분을 채워주었고, 퍼실리레이터를 비롯해서 정말 열심히 노력했다”고 자신했다.

고생한 만큼 보람은 있었다. 워크숍이 끝난 후 기관 종사자 사이에서는 “함께 일한 지 오래됐는데도 모르던 이야기를 알게 됐다. 힐링했다. 친목을 도모할 수 있었다. 서로를 깊이 알 수 있는 시간이었다” 등등의 후기가 쏟아졌다. 빽빽한 일과에 시달리던 상담사들의 마음이 모처럼 밝고 편안해졌고,



사무실 분위기가 한결 환해졌다.

허경진 참여예술인은 “이 워크숍이 진행된 후 본부 분위기가 밝아졌다고 한다. 기관 내에서 참여예술인의 역할과 존재감에 대한 긍정적인 분위기가 조성됐다”고 전했다.

예술이 만들어내는 시너지

8월이 되자, 10주년을 기념하여 열리는 콘서트 홍보를 위한 티저 영상 제작과, 2016 경력 단절 여성 취업 지원 우수 사례 경진대회에 참가할 동영상 콘테스트를 준비하는 작업이 본격화되었다. 콘티를 짜고 손글씨를 쓰고 스토리보드를 제작하고 촬영을 하고 하는 과정을 거쳐 2분짜리 티저 광고를 만들었고, 이 광고는 9월 28일의 행사에서 성공적으로 상영되었다.

경진대회 참가용 동영상은 <수퍼우먼 인 시홍>으로 정해졌다. 동영상 제작은 다들 익숙한 분야가 아니라서 처음에는 겁을 먹었지만, 1차, 2차, 3차까지 편집하고 조율하는 과정을 통해 드디어 10월 콘테스트에 출품할 수 있게 되었다.

허경진 참여예술인은 “시홍여성새일지원본부 담당자들 사이에서 예술이 이렇게 우리 기관의 업무와 연계가 되는구나, 이렇게 시너지 효과가 나는구나, 다음번에도 이런 방향으로 예술과 기관의 업무를 접목시키면 되겠구나 하는 평이 나왔을 때 가장 뿌듯했다”고 전했다. 이런 경험과 평이야말로 예술인과견지원 사업이 원하는 핵심적인 성과일 터다.

당신이 바로
나의 힘

(주)하나금융지주의 화합을 위한 테라피



(주)하나금융지주에서 사업을 진행한
김종대 퍼실리레이터와 참여예술인들.

참여기업·기관	(주)하나금융지주
퍼실리테이터	김종대(제이디)(연극)
참여예술인	박혜숙(문학), 유경은(은짱)(영화), 곽혜영(미술), 이정훈(기린)(연극), 오경선(연극)
프로젝트 소개	외환은행과 하나은행이 합병한 이후, 어수선한 회사 분위기를 수습하고 스트레스를 완화할 수 있는 힐링 프로그램이 필요해졌다. 참여예술인들은 내부 직원들이 서로 소통하면서 즐거운 분위기 속에서 업무를 추진할 수 있도록 휴지(休知) 프로젝트라는 큰 그림 안에서 오감 테라피, 아트 다이어리 등의 프로그램을 추진했다.

2015년 (주)하나금융지주는 외환은행과 하나은행을 통합하고 KEB하나은행을 출범시켰다. (주)하나금융지주는 서로 다른 조직에 속해 있던 사람들의 인위적인 조합과 전산 시스템의 통합 같은 새로운 업무 환경으로 인해 조직 분위기가 어수선했다.

처음에는 서울시 중구의 역사탐방 프로젝트를 추진할 계획으로 예술인 파견지원 사업에 참여한 (주)하나금융지주는 6월이 되면서 곧 프로젝트의 방향을 변경했다. (주)하나금융지주는 회사가 가지고 있는 이런 문제 상황을 설명하면서, 직원들의 스트레스를 풀고 긴장을 완화시켜줄 힐링 프로그램이 필요하다고 말했다. 다른 조직에 속해 있던 직원들이 하나의 사무실이나 하나의 객장에서 원활히 의사소통을 나누고 업무를 볼 수 있도록 도와주는 프로그램이 있으면 좋겠다는 의견도 나왔다.

휴지(休知) 프로젝트

(주)하나금융지주에서는 조직 안에 있는 갈등을 해결하기 위해 이미 다양한 직원 역량 강화 프로그램을 추진하고 있었다. 김종대 퍼실리테이터는 동화와 영화 시나리오를 쓰는 유경은 참여예술인, 마임을 하는 이정훈 참여예술인, 연극을 하는 오경선 참여예술인, 시각 예술을 하는 곽혜영 참여예술인의 네 명과 함께 활동을 펼치기도 했다. 참여예술인들은 (주)하나금융지주가 기존에 해오던 프로그램과 겹치지 않는 새로운 내용으로 직원들의 화합과 휴식을 위한 프로그램을 기획하려고 신선한 아이디어를 모았다.

오경선 참여예술인은 쉴 휴(休) 알 지(知)를 써서 휴지(休知) 프로젝트를 제안했다. 쉬는 게 무엇인지 제대로 알려주마, 라는 뜻을 담고 있었다. 수많은 회의와 조사, (주)하나금융지주 담당자와의 검토



를 통해 구체적인 내용이 가닥을 잡았다.

대상에 따라 프로그램을 두 가지로 기획했다. 첫 번째 프로그램은 각 영업장에 근무하는 젊은 연령대의 직원들을 대상으로 하는 것이었다. 연극과 마임을 결합시켜 오감 테라피라는 이름으로 내용을 짰다. 다른 프로그램은 직원 및 직원 가족들과 함께 할 수 있는 문학과 영화가 결합된 프로그램이었다. 제목을 아트 다이어리로 정했다.

오감 테라피는 이정훈, 오경선 두 참여예술인이 담당하고, 아트 다이어리는 유경은, 곽혜영 참여예술인이 진행하기로 했다. 기획안을 본 (주)하나금융지주의 기대가 높아져 이후 프로그램을 진행하는 데 원활한 협조가 이루어진 것은 무척 다행스러운 일이었다.



1 8월 <휴지 프로젝트> 1차 계획서 완성.

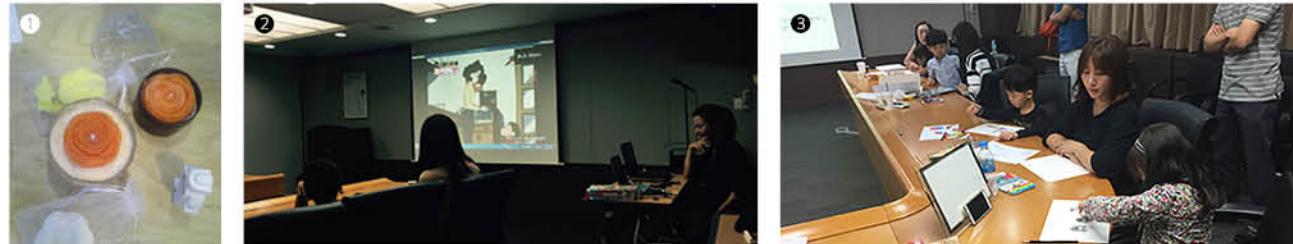
2 (주)하나금융지주의 담당자와 함께 회의하는 참여 예술인들.

“가족은 나의 힘” 아트 다이어리

프로그램의 내용이 대략 구성된 7월부터는 참여예술인들이 직접 참여해서 모의 체험을 진행했다. 예상되는 문제와 상황을 미리 발견해서 기획안을 수정하려는 것이었다. 모의 체험을 토대로 파일럿 프로그램을 준비했다. 기획안을 다듬는 일은 8월까지 이어졌다.

직원을 대상으로 하는 본격적인 프로그램 진행은 9월에서 10월 사이에 진행하기로 예정되었다. 유경은, 곽혜영 두 참여예술인이 중심이 되어 진행한 아트 다이어리 프로그램의 제목은 ‘가족은 나의 힘’. 그림과 애니메이션으로 시대별 가족의 변천사를 감상한 후, 각자 가족을 주제로 그림을 그리는 내용으로 구성되었다. 그림만이 아니라 초 만들기와 같은 프로그램도 넣었다. 9월 초 서울에서 1차로 아트 다이어리 프로그램이 진행되고, 이어 10월 중순에는 대전 콜센터에서 직원과 가족들이 함께 모여 2차 아트 다이어리 프로그램을 진행했다.

유경은 참여예술인은 “미리 지원자를 받고 프로그램의 진행을 시연해본 덕분인지 참여 직원과 자녀들의 호응이 아주 좋았고, 진행도 순조로웠다”고 말했다. 이어서 “참여예술인들의 땀과 노력으로 만들어진 프로그램이 만큼 일회성으로 사라지지 말고 직원의 사기 진작에 지속적인 도움을 주는 프로그램으로 자리매김하면 좋겠다”는 희망도 피력했다.



휴지 프로젝트 중 아트다이어리 팀의 다양한 프로젝트들

- 1 양초 만들기 체험.
- 2-3 하나금융지주 본관에서 진행된 〈가족은 나의 힘〉 프로그램 중 가족화 그리기 체험.
- 4-5 대전클러센터금융부의 직원과 직원 자녀들을 대상으로 진행된 〈가족은 나의 힘〉 프로그램.



오감테라피 프로그램의 여러 풍경들

- 1 참여자의 즉흥연기.
- 2 상대방 얼굴만 보고 그리기.
- 3 사물 다르게 생각하기.
- 4 몸으로 말해요.
- 5 친구 소개하기.
- 6 프로그램을 마친 후 단체사진.



모처럼 웃는 일, 오감 테라피

오감 테라피 프로그램은 10월에 두 차례에 걸쳐 진행되었다.

이정훈 참여예술인과 오경선 참여예술인이 진행한 오감 테라피 기획은 서먹서먹한 직원들이 서로에게 관심을 갖고 단합하는 계기를 만들기 위한 프로그램이었다. 오감을 열어 나를 보고 상대방을 바라보면서 관계를 치유해간다는 의미를 가진 작명이었다.

다른 참여자들을 잘 모르는 상태에서 프로그램이 시작됐는데, 매 회마다 즉흥 연기, 상대의 얼굴만 보고 그리기, 사물 다르게 생각하기, 몸으로 말해요 등의 다양한 놀이 활동으로 구성해서 프로그램을 진행하는 두 시간 내내 참여자들의 웃음이 끊이지 않았다. 후기에는 “서로를 많이 알 수 있는 시간이 되었다, 바쁜 업무에 시달리느라 웃을 일이 없는데, 모처럼 실컷 웃었다” 하는 내용들도 보여서 참여 예술인들에게 뿌듯한 보람을 안겨주었다.

오경선 참여예술인은 “오감 테라피 프로그램은 직원들끼리 서로 친해질 수 있는 기회를 자연스럽고 즐겁게 만들어준다. 자연스럽게 사기도 높아진다”고 자신했다.

사회와 함께 살아간다

예술인 파견지원 사업은 딱딱한 기업 조직에 예술이 스며들어감으로써 기업 문화에 적지 않은 파장을 불러일으키는 한편, 예술인에게도 많은 생각거리와 변화의 계기를 주는 것이 사실이다.

오경선 참여예술인은 프로그램을 개발하는 과정에서 그 자신에게도 적지 않은 깨달음이 있었다고 고백했다. “함께 협업하여 무언가를 만들어가면서 아이디어도 많이 얻고 서로 배려하고 타협하는 소통 방법을 새로 배웠습니다.”

유경은 참여예술인은 “예술인이라면 누구라도 사회의 일원으로서 예술적 기여를 할 수 있기를 간절히 원할 것”이라면서 “이번 프로젝트에서는 참여예술인으로서 사회공헌에 기여하고 있다는 의식이 생겨서 좋았다. 개인 활동을 하다 보면 외롭거나 지치는 경우가 많은데, 같은 마음으로 프로젝트를 한다는 것이 깊은 유대감과 함께 보람을 가져다 준 것 같다”고 말했다.

사회와 함께 살아가면서 사회에 긍정적인 영향을 미치려는 예술인들의 실험, 예술인 파견지원 사업에 참여한 예술인들의 고백이 의미심장하게 들린다.

공장에서 아트하자 일상이 된 예술

(주)센트랄의 아트 팩토리



11월 3일 '음악이 있는 미술 전시회' 중
'출사동력' 전시를 관람하는 직원들

참여기업·기관	(주)센트랄
퍼실리테이터	손상민(연극)
참여예술인	김보경(미술), 김시우(미술), 장하윤(미술)
프로젝트 소개	2016년 5월 말 (주)센트랄에 파견된 세 명의 참여예술인과 한 명의 퍼실리테이터는 6, 7월의 준비 기간을 거쳐 <일상이 된 예술>을 기획·진행하였고 11월 3일 '음악이 있는 미술전시회'를 끝으로 전체 프로젝트를 마무리하였다.

전시장이 되고 공연이 열리는 공장

지난 2016년 11월, 경상남도 창원에 있는 자동차부품기업 '(주)센트랄' 공장.

평소 같으면 회색빛 공장 안에 기계 돌아가는 소리만 들리고 있을 이 공장 안에서 난데없는 오페스 트라 선율이 울리기 시작했다. 보통 때는 직원들이 운동을 하는 실내 탁구장은 형형색색의 미술 작품 전시회장으로 탈바꿈했다. 기업과 예술의 다양한 콜라보레이션을 시도해온 (주)센트랄이 이번엔 공장 안에서 '음악이 있는 미술 전시회'를 펼친 것이다.

경남 창원에 본사를 둔 (주)센트랄은 자동차용 조향·현가 부품 등을 제조하는 기업이다. 지난 2012년부터 5년째 경남메세나협회의 '예술지원 매칭펀드'에 가입하여 경남도 내 예술단체를 후원해오고 있다. (메세나는 기업이 문화예술 활동에 자금이나 시설을 지원하는 활동을 말하는 것으로 기업의 대표적인 사회공헌활동으로 자리하고 있다.)

이번 전시는 (주)센트랄 직원이 직접 만든 사진, 회화, 설치미술 등의 미술 작품 전시로 진행되었다. (주)센트랄은 직원들의 문화 활동을 장려하기 위해 2016년 한 해 동안 '센트랄 아트 팩토리'라는 사진 촬영, 미술작품 만들기 취미 활동반을 운영해왔다. '센트랄 아트 팩토리'는 (주)센트랄 직원들이 예술인 파견지원 사업의 일환으로 파견된 참여예술인과 함께 사진 촬영·미술 작품 만들기 취미 활동을 해온 프로젝트의 이름이었다.



내가 그린 그림이 바로 작품

총 60점의 작품과 함께 전시회장 중심에는 경남A&B오케스트라 단원들의 클래식 연주가 이어졌다. 음악이 취미인 직장인 45명으로 구성된 경남A&B오케스트라는 (주)센트랄이 결성을 주도하고 3년째 후원을 계속해오고 있는 직장인 오케스트라다. 경남 도내 공장의 생산라인을 무대 삼아 공연하는 등, 실력을 꾸준히 키워오고 있다. 이번 전시회는 '경남A&B오케스트라'의 공연과 (주)센트랄 직원들



이 직접 만든 미술 작품들로 꾸며진 <음악이 있는 미술 전시회>로 기획된 것이었다.

미술 작품 전시에 참여한 (주)센트랄 인사팀 김정희 과장은 “회사에서 예술 활동을 할 기회가 없었는데 몇 달 동안 회사에서 그림을 배우는 과정이 힐링의 시간이었다. 내 손에서 나온 그림이 작품이 됐다는 점에서 더욱 의미가 있었다”고 소감을 밝혔다.

(주)센트랄에서 예술인 파견지원 사업을 담당한 성명은 총무안전환경팀 대리는 사실 워크숍을 진행할 때 처음에는 걱정을 많이 했다고 고백했다. “회사 안에서 예술 활동을 하는 것이 처음이라 직원들의 참여도가 높을지 무척 걱정을 했어요.”

그런데 웬걸, 실제로 워크숍을 진행하자 직원들의 반응이 매우 적극적이었다고 한다. 초반 워크숍은 각각의 분야에서 다루게 될 재료, 도구에 대한 이해를 하는 것으로 시작했는데, (주)센트랄 직원들은 새로운 분야를 알게 된다는 점에서 매우 흥미로워했다.

같지만 다르고 다르지만 같은

(주)센트랄이 예술인 파견지원 사업에 참여할 때의 요구는 ‘시각 예술’에 대한 것이 강했다. 손상민 퍼실리테이터는 (주)센트랄과의 면담을 통해 같은 시각 예술이라고 해도 세부 장르를 나눠서 회화, 설치, 사진 분야에서 각각 작가를 선정하자고 제안했다. (주)센트랄이 그의 의견을 받아들여 결국 참여예술인은 설치미술을 하는 김보경 참여예술인, 회화 미술을 하는 김시우 참여예술인, 회화와 사진 미술을 하는 장하윤 참여예술인으로 구성되었다.

서로 같으나 다르고 다르지만 같은 장르에서 활동해온 참여예술인들은 (주)센트랄과의 면담을 통해 기업의 니즈를 조사하고, 이어 6월부터 7월까지 한달 반을 기획과 리서치에 투자했다. 회사를 둘러보고 견학을 하고 회사에 필요한 내용과 자료를 수집하고 계획을 세웠다. 오랜 기획과 준비 끝에 8월의 뜨거운 봄에 아래에서 회사의 적극적인 홍보와 배려를 지원군으로 워크숍이 시작됐다. 세 명의 참여예술인이 주축이 되어 일상이 된 예술을 주제로 설치미술, 회화, 사진의 총 3개 워크숍을 추진한 것이다.

손상민 퍼실리테이터의 기획은 맞아 떨어졌다. “함께 작업한 세 명의 참여예술인들은 프로젝트를 위한 협업 과정에서 서로의 작업에 관심을 보이기도 하고 의견을 교환하며 정보를 나눌 수 있었고, 저는 참여예술인들의 워크숍을 참관하면서 이들의 차이와 특징을 관찰하고 배울 수 있었습니다.” 참여 예술인이 각각의 전문성을 살려서 진행한 워크숍은 직원들의 폭넓은 관심과 참여를 얻었다.

1-5 2016년 11월, (주)센트랄 공장에서 진행된 ‘일상이 된 예술’ 결과 전시회. (주)센트랄이 후원하고 있는 A&B오케스트라가 공연하는 가운데 음악이 있는 미술전시회의 형식으로 진행되었다.



다른 집단의 문제 해결 능력

참여한 (주)센트랄의 직원들은 미술 재료나 다양한 도구를 통해 재료들의 특징을 이해하고 시험해보는 과정을 거쳐 천천히 새로운 장르에 다가갔다. 9월과 10월에 걸쳐서는 미니갤러리가 구성되고 야간 출사가 진행되고 각종 작품이 만들어지기 시작했다.

3개월의 집중적인 워크숍이 진행되는 동안, 참여예술인들이 가장 인상적으로 느낀 것은 직원들의 적극적인 참여와 자세였다. 장하윤 참여예술인은 “함께한 근로자들의 열정을 본받아야겠다고 생각했다. 우리가 당연히 가능할 거라고 생각한 어떤 일들이 이들에게는 특별한 경험이라는 것을 깨달았다”고 소감을 전했다. 김보경 참여예술인은 또 다른 차원에서 느낀 바가 크다고 전했다. “단체 프로젝트



1 워크숍 중 '출사동락出社同樂'의 참여자들이 정물을 촬영하고 있다.
2 '무모한예술' 워크숍 중 단체 작업인 '도미노 프로젝트'의 참여자들이 영상을 보면서 토론하는 모습.
3 '출사동락出社同樂'의 참여자들이 서로를 촬영하고 있다.

(주)센트랄과 참여예술인들이 함께 진행한 예술인 파견지원 사업의 다양한 현장.

- 1 센트랄 공장을 둘러보는 참여예술인들.
- 2-3 사내 유후 공간에 미니갤러리를 조성하고 예술인들의 작품을 전시하는 모습.
- 4 '무모한예술' 설치미술 워크숍 과정 중에서 '자화상 그리기'를 진행하는 김보경 예술인과 직원들.
- 5 '각양각색' 회화 워크숍 중 하나인 먹물 드로잉을 끝내고 기념 촬영.
- 6 '각양각색' 회화 워크숍에 참여한 직원이 컬리ング 작업에 몰두하고 있다.



를 실행하는 동안 참여자들 사이에서의 유대감, 리더십, 창의력이 돋보였다. 예술인이 아닌 다른 집단의 문제 해결 능력을 엿본 것이 매우 인상적이었다.”

긍정적인 스트레스

손상민 퍼실리테이터는 11월 3일, 음악이 있는 전시회를 개최하던 순간을 가장 보람찬 순간으로 꼽았다.

“워크숍 중반부에 가서는 자기만의 작품을 창작하고 전시회를 준비하는 일이, 사람들에게 아무래도 스트레스가 된 게 사실이거든요. 하지만 그것을 힘들게 여겨 도망가는 대신, 다들 더 좋은 작품을 만들기 위해 스스로 노력하는 것으로 승화시켰습니다. 긍정적인 스트레스가 된 거죠.”

게다가 그런 과정을 거쳐 열린 전시회가 사람들한테 큰 박수를 받고 지역 언론에서도 중요하게 다뤄진 것만 보람이라 느낀 것은 아니었다. 공장에 다니던 보통의 직장인이 직접 연습하고, 실패하고, 도전하고, 그래서 결국 작품을 만들고, 전시장을 꾸미고, 작품을 걸어보고, 준비하고, 다른 직원들이 자신의 작품을 감상하는 것을 바라보며 뿌듯해하는 것을 볼 수 있다는 것, 그 자체가 보람이 된 것이다. 직원들의 호응은 예상보다 좋았고 3일간의 전시회는 회사 안에 생기를 불어넣었다는 좋은 평가를 받았다. 이런 과정은 참여예술인들 모두에게도 마찬가지 기쁨을 주었다. 김시우 참여예술인은 “이번 워크숍을 통해서, 제가 미술 작업을 통해 누군가를 이끌어가고 삶의 질을 높이고 사람들과의 관계를 개선하는 데 도움을 줄 수 있다는 것을 깨달았다”며 자랑스러워했다. (주)센트랄의 성명은 대리도 “직원들이 마음속에만 품고 있던 예술 취미 활동을 실제로 하면서 그 활동에 몰입을 하는 모습을 발견했습니다. 취미 수준에서 하는 사람들도 있었지만 자기 자신의 가능성을 발견하기도 하며 앞으로도 지속적으로 예술을 해보고자 마음먹은 사람들도 많았습니다” 하고 전했다.

Part 2-2

홍보마케팅

LG전자(주)
샘표식품(주)
(주)어스맨
서울시설공단

회사와 직원을 이어주는 매개체로서의 예술

이번 사업을 통해 (주)센트랄에 한 가지 중요한 변화가 생겼다. 예술 활동에 참여한 직원들의 회사에 대한 애사심이 높아졌다는 것이다. 직원들이 마음 속에만 품고 있던 예술 취미 활동을 회사인 일터에서 할 수 있다는 점에서 직원들에게 회사에 대한 긍정적인 인식이 만들어진 것이다. 회사에 대한 만족은 곧 긍정적인 태도 조성과 업무 몰입을 가능하게 하는 효과를 발휘했다.

성명은 대리는 “회사와 직원들을 이어주는 매개체로서 예술이라는 것이 얼마나 놀라운 역할을 하는지 알게 된 계기였다”고 말했다. 회식을 하고 휴가를 자주 보내준다고 해서 회사에 대한 만족도가 올라가지는 않는다. 직원들의 삶의 질을 높이고 자신이 평소에 하고 싶었던 것을 할 수 있게 해주며 숨겨진 창조적 열망을 이끌어내어 궁극적으로 스스로 다양한 경험을 해보고 더 나은 삶을 살도록 환경을 조성해주는 것이 본질적으로 필요하다는 것이다.

회사에서 다양한 예술적 경험을 통해서 직원들이 더욱 의미 있는 삶을 살아가고 끊임없이 꿈을 꾸도록 만들어준다면 모두에게 그보다 보람찬 회사 생활이 있을까. 애사심은 거기서 만들어지는 부산물일지도 모른다.

참여예술인들. 왼쪽부터 김시우,
장하윤, 김보경 예술인.



건강한 삶, 창조적 에너지, 지속 가능한 삶

LG전자(주)와 함께 찾아보는 ‘건강’한 삶



참여기업·기관	LG전자(주)
퍼실리테이터	김호경(미술)
참여예술인	구시연(연극), 김은희(빨간다크)(대중예술), 윤찬복(음악)
프로젝트 소개	LG전자(주)는 구성원의 건강 증진과 회사의 환경을 개선하는 일에 예술인과의 협업을 원했다. 그 결과 〈아트다방〉 〈폐휴대폰 수거 캠페인〉과 같은 프로젝트를 만들어내게 되었고, 이는 건강한 삶, 창조적 에너지, 지속 가능한 삶의 가능성을 보여주는 결과로 이어졌다.



어디로 훨지 모르는 만남

2016 예술인 파견지원 사업은 그 규모가 확장된 만큼 활동의 내용도 다채로워졌다. LG전자(주)의 예술인 파견지원 사업은 참여 기업과 예술인의 적극적 협업 과정뿐 아니라 기업 안에서의 예술 체험을 현실화한 아이디어가 인상적이어서 많은 주목을 받았다.

사실, 기업과 예술인의 니즈가 이상적으로 상호 충족되었다고 해도 예술인 파견지원 사업 현장에는 변수가 많이 마련이다. 참여 기업과 예술인의 사업 이해도에서부터 기업 담당자의 예술에 대한 인식과 지지도, 예술인 개개인의 성향 등이 모두 다르기 때문이다. 그중에는 통제하기 어려운 요소가 적지 않고 그로 인해 예상치 못한 결과물이 나오기도 한다. LG전자(주) 환경안전실과 예술인들이 함께 만들어간 프로젝트는 그런 면에서 무척 운이 좋은 편이라고 했다. 기업의 지원은 성실하고, 참여예술인들은 즐거웠다.

LG전자(주)의 예술인 파견지원 사업에는 연극 분야의 구시연 예술인과 대중예술 분야의 김은희 예술인, 음악 분야의 윤찬복 예술인, 그리고 미술 분야의 김호경 퍼실리테이터가 참여했다. 서로 다른 분야에서 활동해온 네 사람을 하나로 묶고 서로 다른 세계에서 살아온 기업과의 협업을 무리 없이 이끌어

갈 수 있었던 데에는 무엇보다도 김호경 퍼실리테이터의 역할이 컸다. 사전 기획에 만전을 기한 김호경 퍼실리테이터의 리딩 위에서 참여예술인과 기업은 서로의 니즈와 사업 방향을 조기에 선정할 수 있었다. 그리고 참여예술인은 각자의 개성과 장기를 살려 임직원과 소통하는 사업을 추진하기 시작했다.

건강한 삶을 위한 시도

LG전자(주) 환경안전실에서 예술인 파견지원 사업을 신청하면서 원했던 이슈는 네 가지였다. 첫째, 휴대폰 수거 캠페인, 둘째, 임직원 건강 증진, 셋째, 에너지 절감 유도 디자인, 넷째, 창의력 증진. 2016년 5월, 기업과 참여예술인이 만나서 의논을 하는 과정에서 활동 목적은 앞의 두 가지, 즉, 임직원 건강 증진과 휴대폰 수거 캠페인으로 압축되었다. 김호경 퍼실리테이터와 참여예술인들은 자신의 분야를 활용한 예술적 소통과 활동을 기획하기 위해 적극적으로 나섰고, 기업 관계자들 사이에서도 예술인이 제안하는 창의적 시도에 대한 기대감이 생겼다.

6월이 되면서 임직원 건강 증진 프로젝트는 정신 건강 강화를 중요한 축으로 조정되었다. 프로젝트의 내용도 그에 맞춰서 신체 활동 중심의 '룸 프로젝트'에서 '힐링과 위로'를 내용으로 하는 '아트다방' 프로젝트로 방향을 선회했다. 슬슬 활동을 시작할 준비가 되자, 예술인들은 LG전자 임직원들에게 예술인 파견지원 사업에 대해 알리고 구체적인 활동을 시작할 준비가 되었음을 알릴 필요성이 있다고 생각했다. 7월 12일, 기업 조직원들의 생활 안으로 파고들어 가기 위해 '우리와 LG의 만남'이라는 주제로 퍼포먼스를 준비해 LG 트윈타워 본사 1층 로비와 33층에서 공연했다.

아트다방은 일회성 프로그램이 아니었다. 참여예술인들이 한 회씩 맡아 각자의 장르를 배경으로 프로그램을 진행하는 방식의 연속 이벤트로 기획되었다. 김호경 퍼실리테이터, 구시연 예술인, 김은희 예술인, 윤찬묵 예술인이 전시와 공연, 아트 토크 등을 진행하면서 꽉 짜여진 일상에 균열을 내고 틈새를 만드는 예술 체험을 제공하고 피드백을 나누는 게 아트다방의 핵심이었다.



- 1 아트다방 두 번째 시간은 미술다방으로 진행되었다. 영국 작가 '데미안 허스트'의 작품을 보며 '죽음'을 주제로 심도 깊은 이야기들을 나누었다.
- 2 아트다방 세 번째 시간은 놀자방1로 진행되었다. 시각을 가리고 촉각과 미각, 후각을 안전파트너에게 맡겨 자신의 감각을 깨우는 프로그램이 진행되었다.
- 3 아트다방 네 번째 시간은 놀자방2로 진행되었다. 감각에 이어 감정에 대해 이야기를 나누는 시간이었다. 신문지에 낙서하고 찢고 던지며 스트레스를 푸는 프로그램이 진행되었다.
- 4 10월 25일, 폐휴대폰 수거 캠페인으로 수거된 4,300여 대의 폐휴대폰을 가지고 예술품으로 만들어 전시를 시작했다.

임직원의 참여가 중요한 프로젝트이니만큼, 아트다방 프로젝트는 너무 자주 진행하기보다는 한 달에 두 번 격주 화요일 점심시간을 활용해 진행하기로 했다. 프로그램을 준비하기 위해서는 사전회의, 연습, 시뮬레이션이 필요했다. 아트다방 프로그램의 질을 높이려는 노력이 투자되는 만큼, 처음에는 어색해하며 머뭇거리느라 놓지 않던 참여율이 차차 증가하기 시작했다.



1-2 LG전자에서 예술인 파견지원 사업이 시작되었다는 것을 알리기 위한 퍼포먼스. LG트윈 빌딩 1층에서는 윤찬묵 예술인의 음악에 구시연, 김은희 예술인의 안무가 함께한 퍼포먼스 '만남'이 열렸고, 33층에서는 '용기'를 주제로 하는 김호경 퍼실리테이터의 미술 작품 전시가 시작됐다.

3 7월 26일, 예술프로젝트 '아트다방 그 첫 번째, 음악다방'을 진행했다. 정신 건강에 예술적 개입을 하는 시도로서 '인생에서 잊을 수 없는 곡'을 이야기하고 함께 듣는 시간을 가졌다.

음악다방-미술다방-놀자방

윤찬묵 예술인이 진행한 첫 아트다방은 '음악다방'이었다. 예술인과 참여 임직원은 '인생에서 잊을 수 없는 곡'을 함께 듣고 이야기를 나누는 시간을 가졌다.

두 번째 아트다방은 김호경 퍼실리테이터가 진행한 '미술다방'이었다. 영국 아티스트를 통해 본 미술 이야기라는 제목으로 스팅의 음악과 테미안 허스트의 작품을 다루었다. 주제는 '삶과 죽음을 통해 본 미술'이었다. 12시가 넘어 점심식사를 마친 LG전자 임직원들이 음악이 흐르는 아트다방에 들어오기 시작했다. 준비한 차가 나왔다. 30여 명이 모이고 간단히 인사가 진행됐다. 이어 스팅의 음악 <Englishman in New York>이 실내에 깔리면서 김호경 퍼실리테이터는 모인 사람들로 하여금 일어나 실내를 산책하게 이끌었다. 항상 앉아서 생활하기 때문에 자주 움직여야 한다는 것과 비록 실내

이긴 하지만 음악을 들으며 잠시 산책을 하고, 아트다방 곳곳에 붙여 놓은 ‘건강한 삶, 창조적 에너지, 지속 가능한 삶’에 대해 생각해보라는 취지였다. 이어서 테미안 혀스트의 작품을 보며 이야기를 나누었다. 죽음을 주제로 하는 테미안의 작품을 통해 우리의 소중한 삶을 어떻게 건강하게 살 수 있는지, 지속 가능한 삶이란 어떤 삶인지, 우리의 에너지를 창조적 에너지로 전환하는 것이 왜 필요한지, 등등에 대한 짧지만 울림 있는 대화가 이어졌다.

아트다방 세 번째는 ‘놀자방1’로 구시연 예술인이 기획했다. 시각 의존도가 높은 현대인의 시각을 배제하고 촉각과 미각, 후각을 가지고 안전 파트너에게 기대어 몸의 감각을 깨우는 시간을 가졌다.

마지막 아트다방은 김원희 예술인의 ‘놀자방2’였다. ‘놀자방1’에서 감각을 느껴보는 시간을 가졌다면 이 시간에는 감정에 집중했다. 감정에 대해 이야기를 나누고 신문지에 낙서를 하고 찢고 던지며 스트레스를 해소하는 시간을 가졌다.

아트다방을 통해 예술을 경험한 것은 임직원뿐만이 아니었다. 참여예술인 역시 다른 분야의 예술을 체험하면서 다른 예술이 가진 힘과 감각을 느끼는 기회가 되었다. 창조성이나 혁신 같은 결과를 만들 어내려면 긴 시간과 노력이 있어야 하겠지만, 그 시작은 모두 아트다방 프로젝트처럼 일상에 사소한 균열을 만드는 일에서 출발하는 게 아니겠는가. 지속적인 균열은 조금이라도 자신을 돌아보는 계기가 되며, 조직의 변화는 그런 개인의 변화로 가능해질 거라고 참여예술인들은 입을 모았다.

폐휴대전화로 추억과 역사를 모으다

10월에는 여의도 LG트윈타워에서 폐휴대전화를 활용한 예술 작품 공개행사를 개최했다. 작품은 가로 3.6m, 세로 2.6m 크기로, 하트 모양을 형상화했다. LG전자와 참여예술인들은 이 작품을 만들기 위해 지난 8월부터 임직원을 대상으로 폐휴대전화 수거 캠페인을 진행했다. 휴대전화에 깃든 가족, 친구, 연인과의 추억을 모티브로 하는 만큼, 휴대전화뿐만 아니라 이에 얹혀있는 사연까지 함께 접수해 작품에 소재로써 녹여냈다. 돌아가신 할머니와 마지막으로 통화한 휴대전화, 첫 월급으로 어머니께 사드린 휴대전화 등 마음을 옮리는 사연들이 모였다.

LG전자(주) 지원부문장 이충학 부사장은 “휴대전화는 단순한 전자제품이 아니라 각자의 추억과 사연을 담고 있는 물건”이라며, “폐휴대전화 예술작품은 심미적 효과는 물론 자원 재활용 측면에서도 뜻깊다”고 전시의 의미를 밝혔다.

이러한 다양한 실험과 프로젝트가 가능했던 것은 환경안전실 담당자들의 배려와 적극적인 지원이 없었다면 애초에 불가능했으리라는 것은 분명하다. 신민철 과장과 김호경 퍼실리테이터의 명확한 지향성, 사업 참여자들 간의 지속적 소통이 없었다면 프로젝트는 산으로 가거나 적어도 제대로 추진되기가 쉽지 않았을 것이다. 여기서 LG전자 기업담당자와 퍼실리테이터 두 사람의 이야기를 들어보는 것은, 이 쉽지 않은 문제들을 어떻게 하나씩 풀어냈는지가 앞으로의 예술인 파견지원 사업에 큰 도움이 될 것이라고 기대하기 때문이다.



“기업이 원하는 것은 예술적 창의성과 업무에 대한 다른 시각”

신민철(LG전자(주) 환경안전실 과장, 예술인 파견지원 사업 담당자)

Q. 예술인 파견지원 사업에 참여하게 된 계기와 기업의 니즈는 무엇인가?

환경안전실에서는 ‘환경’과 ‘안전’을 주제로 캠페인 업무를 주 진행한다. 메시지를 전달하는 방식에 대해 늘 고민할 수밖에 없는데, 이와 관련해 2014 예술인 파견지원 사업에 단기로 참여하면서 좋은 결과를 얻었다. 올해는 좀 더 다양한 프로젝트를 기획하여 참여했다. 기업 입장에서 예술인들의 창의성을 빌려 참신한 캠페인 기획을 하고, 임직원들의 활발한 참여를 유도할 수 있는 상호소통적인 기획에 예술인들의 도움을 받길 원했다.

총설한 설명과 합의가 좋은 태도이자 소통 방식이라고 생각한다. 사업의 기업 파트너로서 진행할 프로젝트와 기대할 수 있는 성과에 대해 예술인들과 먼저 합의했다. 진행 과정에서는 예술인들의 자율성을 최대한 보장하는 방향으로 소통했다. 본 사업 취지가 서로 다른 것들과의 만남을 통해 창조성을 발견하는 것이라 생각하기 때문에 예술인들과도 다름을 인정하고 서로 충실히 설명하고 듣는 것이 중요하다고 여긴다.

Q. 그래서인지 프로젝트 전체 분위기가 좋다. 개인적으로 예술 체험이 일상적인 편이었나? 프로젝트에 참여하며 어떤 변화가 있는지?

예술인들에게 원하는 건 예술적 창의성과 업무 접근에 필요한 다른 시각이다. 기업의 니즈를 충족하기 위해 예술인들이 충분한 시간과 에너지를 쓰도록 지원하는 게 필요하다고 봤다. 달리 말하면 일방적인 작업 요구나 행정적인 업무 요청으로 예술인들이 시간과 에너지를 쓰지 않도록 하는 거다. 필요할 때 편안히, 수시로 소통할 수 있도록 관계를 형성하는 것도 중요하다. 또한, 업무 회의실 및 사원증 등을 제공해 소속감을 고취하고자 했다.

음악, 미술, 공연 등에 관심이 많은 편이다. 어머니가 작가여서 예술에 대한 이해와 접근이 더 용이한 부분도 있는 듯하다. 평소 어렵다고 생각했던 순수 예술에 편하게 접근하게 된 게 작은 변화라면 변화다. 보다 큰 변화는 스스로 즐거워졌다는 거다. 일상에서 간과하고 지나쳤던 아름다움과 사람들의 감정 등을 다시 생각하게 되었다. 이것도 분명한 삶의 변화다. 이러한 변화가 임직원들에게도 일어나면 좋겠고 그리리라 기대하고 있다.

Q. 예술인과의 소통과 관련해 경영 언어와 예술 언어의 상이함과 거리를 어떻게 해결하고 있나?

Q. 임직원의 관심 정도와 프로젝트에 대한 반응은?

언론 홍보가 이루어진 덕분에 경영진들의 관심이 많은 편이다.

아트다방 프로젝트 초반에는 참여자가 적어서 고민이 있었다. 3회차부터 참여자 수가 늘어났다. 전사 임직원을 대상으로 홍보를 진행하면서 프로젝트를 알리는 데 주력했는데, 참여한 임직원들이 신선하고 재미있다는 피드백을 줘서 보람을 느낀다.

Q. 향후 예술인 파견지원 사업에 참여할 기업에게 중요한 조언을 한다면?

사업에 뚜렷한 가이드 라인이 없다는 것 즉, 프레임이 오픈되어 있다는 것이 이 사업의 최대 장점이자 단점이랄 수 있다. 실

무자 역량에 따라 사업 과정과 결과가 극과 극이 될 수 있는 거다. 그래서 실무자는 먼저 꼭 협업이 필요한 일인지, 커뮤니케이션은 어떻게 할 것인지, 다른 언어를 어떻게 조율할 것인지 고민해야 한다. 가장 중요한 고민은 결과물을 어떤 방식으로 성과화할지다. 그 지표와 방식이 막연하면 자칫 예술인들에게 성과 증명의 부담을 주게 되고, 그들의 창의적 작업을 저해하는 결과를 초래하게 된다. 예술인들 역시 기업과의 협업을 통해 무엇을 얻을 것인가 구체적으로 고민해보면 좋을 듯하다. 서로 잘하는 걸 하고 접점을 늘려가는 게 중요하다.



“예술작업과 병행할 수 있어서 큰 장점”

김호경(미술 작가, 퍼실리레이터)

Q. 예술인 파견지원 사업에 참여한 계기는?

예술의 저변 확대에 관심이 많았다. 다양한 공부와 작업을 하며 기업과의 협업 니즈가 있었고, 유럽의 예술적 개입 사례를 접하고 개인적으로 시도를 해보고 싶었으나 쉽지 않았다. 그래서 작년에 이 사업을 접하고 너무 반가웠다. 올해는 LG전자 환경안전실의 주요 이슈가 우연히 내가 그동안 해온 작업의 연장선상에 있는 것이어서 전체적인 방향성을 잡고 기획하기가 좋았다.

Q. 2년 연속 참여하며 사업에 있어 중요하게 생각하는 점은?

예술인과 기업이 사업에 대한 이해도가 높고 열정이 있고 서로 배려한다면 큰 시너지가 날 수 있는 좋은 사업이다. 이 모든 조건이 중요하다는 뜻이기도 하다. 특히 기업의 협조는 중요한 부분 중 하나이다. 사업에 대한 이해도가 높고 중간 역할을 잘 해주시는 과장님과 환경안전실 실장님 등 임직원 분들의 호의

안에서 감사하게 활동할 수 있었다. 이 부분에서는 운이 무척 좋다고 생각한다.

Q. LG전자 아트다방 프로젝트에서 주력하는 것은?

예술인들이 기업의 니즈를 자신의 장르로 풀어내는 것이다. 기업이 이제껏 해오던 방식이 아닌, 예술적 방식으로 접근하자는 것과 모든 부분을 ‘체험’ 중심으로 하자는 것이 중요한 두 가지 지향점이다. 특히 아트다방 프로젝트의 경우, 예술인들이 자기 프로그램을 진행하면서 자신의 역량을 충분히 발휘하도록 하고 있는데, 지나치게 교육적인 방향으로 흐르지 않도록 프로그램 사전에 참여예술인들끼리 여러 차례 의견을 교환한다.

Q. 퍼실리레이터로서 기업과 예술인의 니즈를 조율하면서 느낀 어려움은?

니즈가 서로 상충되는 부분 때문에 어려움이 있었다. 이번에 사업 참여가 처음인 분들이 많아 합의점을 찾는 데 에너지가 많이 필요하기도 했다. 일을 진행하기 위해서는 기업과 예술인 사이에서 서로의 다른 이해를 이해시켜야 했는데 일이 진행된 후에 야 이해가 가능해지는 부분이 많다는 게 어려웠다. 예술인들의 의견을 존중하는 것이 무엇보다 중요하기 때문에 예상 가능한 문제점이 보여도 일단 의견대로 진행하게 되는 경우도 있었다. 참여자 모두가 짧지 않은 과정 속에서 서로를 이해하고 이해시키기 위해 지속적으로 노력하고, 상호 신뢰를 만들어 가고, 서로를 배려하는 일이 필요하다는 인식이 중요하다고 생각한다. 그런 인식 덕분에 여기까지 온 것 같다.

Q. 프로젝트를 진행하면서 아쉬운 점이 있나?

지속성이 어렵다. 진행 시간과 횟수가 짧아서 예술을 즐기고 느끼기에는 여유로 부족해 맛보기 정도가 될 것 같다. 아직 초반이라서 더 지켜봐야겠지만 참여도 면에서도 아쉬움이 있다. 기업 담당자, 참여예술인 모두가 이 부분을 고민 중이다. 시간이 흐르면 입소문이 날 테지만 그때쯤엔 사업이 마무리된다. 호응도가 높아져서 프로젝트가 연장되거나 사업이 끝난 후에도 기업 내에서 다른 방식으로 이어질 수 있다면 참여예술인과 참여기업 모두에게 좋지 않을까 생각한다.

Q. 예술인 입장에서 예술인 파견지원 사업을 다른 예술인에게 추천한다면?

예술인들이 자신의 예술작업과 병행할 수 있는 일이라는 게 가장 큰 장점이고, 여러 분야의 예술인들과 작업을 하면서 시너지가 나는 것도 좋다. 무엇보다 시대적 흐름으로 사회적 요구가 있기 때문에 기회를 잘 활용하면 예술의 가치를 널리 알리고 확산시킬 수 있는 중요한 사업이니만큼 기업과의 협업이나 다양한 시도를 원하는 예술인들에게는 아주 좋은 계기가 될 거라고 생각한다.

Q. 퍼실리레이터의 업무량이 많다고 들었다.

쓰는 시간과 에너지를 보면 내게는 서브-잡이 아니라 풀-잡이다(웃음). 나뿐만 아니라 이 사업의 퍼실리레이터의 업무량이 많을 수밖에 없다. 그런데 이 일도 내 작업으로 생각하고 참여해서인지 일 자체가 너무 재미있다. 기업의 니즈가 전제된다고 해도 예술인의 창의력이 만들어내는 새로운 일과 다양한 경험에 흥미를 느낀다.

당신의 일에 “연우” 하세요

샘표식품(주)의 맛있는 홍보



경기도 이천에 있는 샘표 공장을 방문하여 견학하고 있는 참여예술인들.

참여기업·기관	샘표식품(주)
퍼실리테이터	신하정(미술)
참여예술인	방승조(방철수, 몽씨, 뺑가루)(만화), 임진세(미술), 전귀언(음악)
프로젝트 소개	2015년 예술인 파견지원 사업에 참여하여 예술인들과 홍보영상을 만드는 프로젝트를 진행했던 샘표식품(주). 올해에는 음악, 미술, 만화 분야로 다양한 장르에서 활동하는 예술인을 맞이하여 도전의 폭을 넓혔다.

창의적인 예술인과 만나고 싶다

신하정 퍼실리테이터는 샘표식품(주)과 인연이 깊다. 2015년에도 샘표식품(주)에서 예술인 파견지원 사업을 진행하는 퍼실리테이터로 참여했던 것이다. 당시에는 영상 분야와 그림 분야의 예술인들과 함께 손을 잡고 샘표식품(주)의 홍보 영상을 만드는 프로젝트를 진행했다. 그때의 인연이 이어지면서 올해에도 퍼실리테이터로 참여하게 되었다. 신하정 퍼실리테이터는 “아무래도 같은 곳에 매칭되다 보니, 기업에 대한 이해가 미리 되어 있어서 수월하게 진행했다”고 말했다.

반면, 2015년에는 시각 예술을 주로 하는 예술인들과 협업하여 홍보영상에 집중해서 작업하는 방식으로 비교적 수월하게 사업을 한 샘표식품(주)은 올해는 좀 더 진일보한 예술인의 활동을 기대하고 있었다. 샘표식품(주)의 이윤아 차장은 “창의적인 예술인과 작업하면서 새로운 결과물을 만들고 지원 사업 이후에도 장기적으로 예술인들과의 협력을 통해 새로운 사업을 추진하고 싶었다”고 이유를 설명했다. 신하정 퍼실리테이터는 “2016년에는 예술인과의 협업이 가능한 파트를 조금 더 모색해서 개별 프로젝트 진행도 염두에 두자는 이야기가 오고 갔다”고 분위기를 전했다.

각자의 특기에 따른 별도의 계획

이에 따라 4월, 신하정 퍼실리테이터는 샘표식품(주)과 함께 사업을 할 예술인들로 웹툰을 그리는 방승조 예술인, 회화 미술을 하는 임진세 예술인, 음악 작업을 하는 전귀언 예술인 등, 다양한 장르의 예술인으로 매칭하기로 하였다. 샘표식품(주)이 애초에 원했던 프로젝트는 샘표식품(주) 이천공장



샘표의 홍보물, 책자 등에 쓰일 수 있는 자료인 나물 이미지.

외벽에 벽화를 그리는 일이었다. 하지만 신하정 퍼실리테이터가 답사를 다녀와 비용과 필요성 측면에서 의문을 제기한 후, 프로젝트는 웹툰과 CM송 제작에 좀 더 무게중심을 두고 진행하기로 수정되었다.

5월, 참여예술인 매칭이 완료된 후 신하정 퍼실리테이터와 세 명의 참여예술인은 샘표식품(주)에 대한 공부를 시작했다. 오송에 있는 샘표 연구소를 방문하여 견학도 하고, 샘표가 힘을 실어 마케팅하고 있는 '연두'와 '질리' 브랜드의 광고 내용을 훑어보기도 했다. 이번에는 협업보다는 개별적인 특기를 살려 작업을 해보기로 했기 때문에, 방송조 만화 작가는 '연두'와 '질리'의 브랜드를 위한 웹툰 시안 작업에 착수했다. 음악을 하는 전귀언 예술인은 샘표식품(주) 홍보영상에 음악과 사운드를 입히는 것으로 첫 번째 작업을 하기로 했다. 한편, 회화를 하는 임진세 예술인은 샘표의 홍보물과 책자 등에 고루 쓰일 수 있는 자료로써 나물 이미지를 그림으로 그려보기로 하고 다양한 시도를 시작했다.

스트레스 킬러 '질리'와 '연두'

6월에 들어서면서 예술인들의 작업이 활발해졌다.

임진세 예술인을 비롯해서 예술인들은 다른 예술인의 작업실을 방문하여 서로의 작업에 대한 이해도를 높이고, 그동안 진행한 예술인 파견지원 사업의 활동에 대한 피드백을 나누었다. 이천에 있는 샘표 공장을 견학하고 샘표 스페이스의 전시 <현실 속의 심연, 물과 거울>의 오프닝에도 참석하였다. 예술인들은 친환경적인 공장 운영과 직원들의 문화생활을 위한 전시실을 보면서 샘표의 기업 가치에 대한 이해도 심화할 수 있었다.



1-2 5월 24일, 참여예술인들은 충북 오송에 있는 샘표연구센터를 방문하여 견학하는 시간을 가졌다.

3 7월 29일, 샘표 본사에서 연두 웹툰 타이틀 변경 건에 관한 회의를 하고 있다.

- 1 최종 확정된 연두 웹툰 타이틀.
- 2 방송조 작가의 연두 시리즈 중 한컷.
- 3 방송조 작가의 '질리' 스토리 보드.



한편 방송조 예술인은 '연두'와 '질리' 브랜드의 웹툰 시안 작업을 진행하면서 연재 타이틀에 관한 기획을 세우고 조율에 들어갔다. 우선 '질리'를 위해서는 페이스북에 스트레스 킬러 '질리'라는 내용으로 연재를 하기로 했다. 직장인의 스트레스 상황을 웹툰으로 제시하고, 그 스트레스를 푸는 해법에 대한 직장인의 댓글을 받는 것이다. 그러면 다음 주에 그중 하나의 사연을 선별해서 웹툰으로 그려 업로드하는 방식으로 연재를 진행하기로 기획했다.

'연두' 브랜드에 대해서는 질리와는 다른 방식으로 진행하기로 했다. 스토리를 넣어서 스크롤 웹툰 방식으로 연재하면서 좀더 구체적인 재미를 주려고 했다. 이 기획은 이후 카카오스토리와 샘표 블로그에 동시 연재되었다.

홍보영상의 사운드가 완료된다

7월이 되면서 각자의 프로젝트가 궤도에 오르기 시작했다.

우선 방송조 예술인은 연두 웹툰 2회분을 완료하고 온라인상에 연재를 시작했다. 질리 웹툰 역시 사전 홍보 컷과 1회분의 작품을 완성하는 기염을 토했다.

임진세 예술인은 새로 만들어질 샘표의 공간을 위한 설치물을 기획하는 일에 참여하기로 했다. 자료를 찾고 아이디어를 스케치하기 시작하여, 네 가지 아이디어를 구체화했다. 임진세 예술인은 이 자료를 가지고 샘표와 의견을 나누기 시작했다.

전귀언 예술인은 드디어 음악 제작을 완료했다. 녹음실에서 영상에 들어갈 멘트를 녹음한 뒤 전체적인 사운드 믹스를 완료하고 홍보영상의 사운드 제작을 완료했다.



1 참여예술인들은 다른 분야의 작가 작업실을 탐방하며 서로를 알아가는 시간을 가졌다. 사진은 임진세 작가의 작업실을 방문해 대화를 나누고 있는 참여예술인들.

더운 여름, 더 더운 예술인들

더운 8월이 되었다.

신하정 퍼실리레이터와 예술인들은 전귀언 예술인의 스튜디오를 방문해서 음악 프로듀싱에 관한 여러 이야기를 듣는 시간을 가졌다. 프로듀싱에 필요한 기계에는 실제 악기 외에도 많은 기계가 필요하다는 것을 알고 신기해하기도 했다. 샘표 홍보영상에 삽입되는 음악을 만들고 음향 편집도 끝낸 전귀언 예술인은 이번에는 샘표 CF송 라이브리리를 만들기로 하고, 힙합, 아이돌, 일반 CM송의 세 가지 버전을 먼저 만들었다. 방송조 예술인은 연두 웹툰을 5화분 스토리까지 완성하고 질리 웹툰은 3화분 까지 업로드를 마쳤다.

임진세 예술인은 특히 8월에 무척 바빠졌는데, 샘표 어린이 그림대회 '맛있는 추억'의 심사위원을 맡고, 우수작 전시를 돋고, 미술 전문가로서의 의견글을 작성해 게재하는가 하면, 샘표식품(주) 직원 7명의 일러스트를 수채로 그리는 일도 진행했기 때문이다.



사업 마무리, 성과물을 남기다

9월, 방송조 예술인은 연두 웹툰 7화분을 완료하고 질리 웹툰 6화 분량의 메인 컷 스케치를 마쳤다. 임진세 예술인이 연두 웹툰 연재를 위해 협력을 시작하면서 새로운 시도로 웹툰을 그리는 작업이 시작됐다. 임진세 예술인은 샘표의 새로운 로고에 따라 패키지 디자인 작업도 시작했다. 전귀언 예술인은 샘표 CF송 라이브리리 작업을 계속 이어갔다. 지금까지 작업한 것을 6가지 종류의 BGM 스타일 음악으로 재편곡하고 새로 모델링하기 시작했다.

예술인 파견지원 사업이 마무리되어야 할 10월이 되었다. 예술인들은 각자 진행하던 프로젝트의 마무리 단계에 들어갔다. 방송조 예술인은 연두 웹툰 9화분과 질리 웹툰 7화분 연재를 완료했다. 임진세 예술인은 로고를 활용하는 디자인을 위해 아이디어 목록을 만들고 각 아이디어를 이미지로 구상해서 샘표식품(주)에 전달했다. 전귀언 예술인은 샘표 CF송을 여러 가지 방향으로 해석하여 국악, 댄스, 힙합, 피아노 연주, 재즈, 일반 CM송, 홍보영상에 멘트와 사운드 이펙트 음악을 제작해 넣은 것 등의 일곱 가지 버전으로 만들고 마스터하여 프로젝트를 마무리했다.

새로운 고민의 시작

어떤 사업이든 마찬가지일 수 있지만, 특히 샘표식품(주)과 협업한 예술인에게는 기업과 밀착하여 프로젝트를 진행하면서 배운 점이 크다고 했다.

전귀언 예술인의 말을 빌리면 이렇다. “음악 작업을 할 때 제 생각과는 완전히 다른 방향으로 작업할 때 오히려 사람들이 더 좋아했습니다. 기준에 제가 해왔던 것과는 전혀 다른 방향이었습니다. 사람들과 잘 소통한다고 생각했는데, 아직도 더 많은 소통이 필요하구나, 생각했습니다. 이번 프로젝트를 통해 다른 방식의 작업이 필요하다는 생각이 들었고, 더 노력하고 더 고민하는 계기를 발견했습니다.”

예술인 파견지원 사업은 기업에게 창의적인 아이디어와 새로운 접근 방법을 알려주는 것만이 아니라 예술인에게도 사람들과 소통하기 위한 많은 고민거리를 던져주고 있었다.

**모든 사물에는 시간이 있다
시간의 전시**

(주)어스맨의 시계는 정직하다

1-2 임진세 예술인의 얼굴 그리기.

샘표 직원을 그린 이 일리스트들은 향후 신입사원 공채용 기업 소개 책자에 수록되었다.



참여기업·기관	(주)어스맨
퍼실리테이터	김세윤(미술)
참여예술인	김도영(미술), 박미애(미술), 윤결(미술)
프로젝트 소개	공정무역 브랜드인 (주)어스맨은 라オス와 파키스탄에서 직물이나 건과일 등의 제품을 수입 판매하는 업체다. 기존의 공정무역에 대한 사람들의 인식을 깊은 감성을 담아 바꾸기 위해 예술인 파견지원 사업에 참여하게 되었다. 이들이 선택한 공간은 흥대, 그리고 키워드는 시간.



지구 마을과 지구 마을을 잇다

“어스맨을 영어로 쓰면 earthman, 그대로 읽으면 지구 사람이라는 뜻도 되고 흙이라는 뜻을 중의적으로 풀면 자연과 사람이라는 의미가 있어요.” (주)어스맨 창립자인 최희진 씨는 어스맨의 의미를 이렇게 해석해주었다.

(주)어스맨은 2011년 설립된 공정무역 라이프스타일 기업이다. 공정무역을 통해 저개발국 생산자의 경제적 자립도를 높이고 차별화된 콘텐츠와 제품으로 국내 공정무역 시장을 활성화하는 것을 미션으로 삼고 있다. 이 말을 최희진 씨의 말로 해석하면 이렇다. “부유한 나라의 소비자가 빈곤한 나라의 생산자를 돋는다는 개념이 아니라, 같은 지구에 살고 있는 평등한 사람이라는 입장에서, 어스맨은 한 지구 마을과 또 다른 지구 마을을 잇는 중간다리 역할을 하는 곳이에요.”

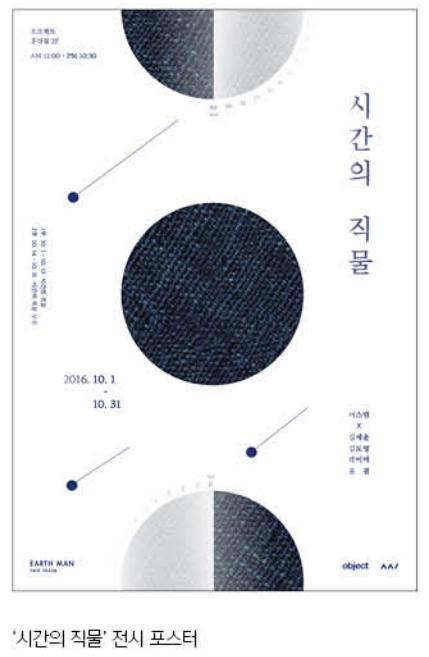
자연에서 나오는 재료를 사람의 손으로

국내에 공정무역이 들어온 지도 10년이 되어간다. 아름다운커피와 같은 공정무역 업체에서 적극적으로 알리는 덕분에 전보다는 인지도가 개선되기는 했지만, 아직도 공정무역을 모르는 사람이 많다. 소비자들이 공정무역을 더 가깝게 인지하고 일상적인 구매가 가능하려면 품목과 유통에서 많은 점이 개선되어야 한다. 국제적으로 공정무역 인증을 받은 제품은 3만여 종이 넘지만, 아직 국내에는 잘 알려져 있지 않은 경우가 많기 때문이다.

(주)어스맨은 스카프나 노트북 파우치, 이불 등 라オス의 수공예품으로 시작해서, 라オス와 파키스

- 1 라オス에서 핸드메이드로 제작되는 직물의 제작과정을 체험하기 위해 배틀을 직접 사용해보는 과정.
- 2 예술인 파견지원 활동의 구체적인 프로젝트를 어떻게 설정할 것인지 여러 차례 회의가 진행되었다.
- 3 전시 장소 섭외를 위해 시정사 지하 공정무역 카페 공간을 방문하여 공간과 기자재를 확인하였다.
- 4 DIY 키트를 만들기 위한 다양한 샘플들.





'시간의 직물' 전시 포스터

탄 등에서 생산되는 건과일 등 식품 분야로 품목을 확장하고 있다. 지금은 패션에서 리빙, 식품, 재료까지 4가지 분야를 아울러 취급하는데, 모두 사람의 손을 써서 자연에서 나오는 재료로 만든다는 공통점이 있다. '어스맨'의 이름이 제품과 생산 과정의 특성을 담고 있는 셈이다.

(주)어스맨의 사업 구조는 이렇다. 예를 들어 체리나 살구는 약 6천여 명의 소농들이 생산자 조합을 결성하고 있는 파키스탄에서 생산된다. 생산자 조합은 현지 공정무역 회사와 거래하고, (주)어스맨은 그 현지 공정무역 회사에서 수입을 한다. 한국에서는 소비자와 거래하거나 아름다운커피 같은 유통 채널을 거쳐 판매가 이루어진다. 일반 유통은 중간 거래상을 많이 거치게 되는 반면, 공정무역은 채널이 비교적 단순하다.

색다르고 신선한 공정무역?

"어스맨은 '기본적이고 상식적인 무역을 하고 싶다'는 굉장히 단순한 이유에서 출발했어요. 사람이 중심이 되는 무역, 생산자와 소비자 모두에게 좋은 무역을 만들고 싶은 거죠." 최희진 씨의 설명은 담백하다.

(주)어스맨은 아름다운가게나 생협 같은 공정무역 회사들보다는 작고 짧은 회사라는 것을 특징으로 삼는다. (주)어스맨이 예술인 파견지원 사업에 참여하게 된 것도 공정무역에 대한 인식을 짧고 갑작으로 특징화할 수 있는 방안을 찾으려는 것이었다. 최희진 씨는 "공정무역을 사람들이 색다르고 흥미로운 대상으로 느끼게 만들고 싶다"고 말했다.

이러한 기업의 니즈에 맞춰 김세윤 페실리테이터는 김도영 예술인, 윤결 예술인, 박미애 예술인과 한 팀이 되어 (주)어스맨과 예술인 파견지원 사업을 시작했다. 4월과 5월에는 주로 (주)어스맨과 참여 예술인의 작업을 두고 서로의 니즈와 활동에 대한 대화를 통해 관심사를 공유하는 시간이 이어졌다. 6월부터 9월까지는 본격적인 기업의 홍보 콘텐츠에 대한 회의가 진행되었다. 공정무역이라는 키워드를 어떻게 해야 짧고 흥미로운 대상으로 구성해서 전달할 수 있을까, 기존의 홍보 방법과 다른 방식은 무엇이 있을까의 고민이 이어졌다.

물건을 사는 것이 아니라 시간을 산다

(주)어스맨은 회사에서 취급하는 제품의 스토리를 통해 공정무역의 이미지를 짧고 세련되게 만들고 싶어했다. 또한 제품의 특장점을 즉각적으로 보여주고 싶어했다. 김세윤 페실리테이터와 세 명의 참여예술인이 주목한 것은 (주)어스맨이 주로 취급하는 '손으로 만드는'이라는 부분이었다.

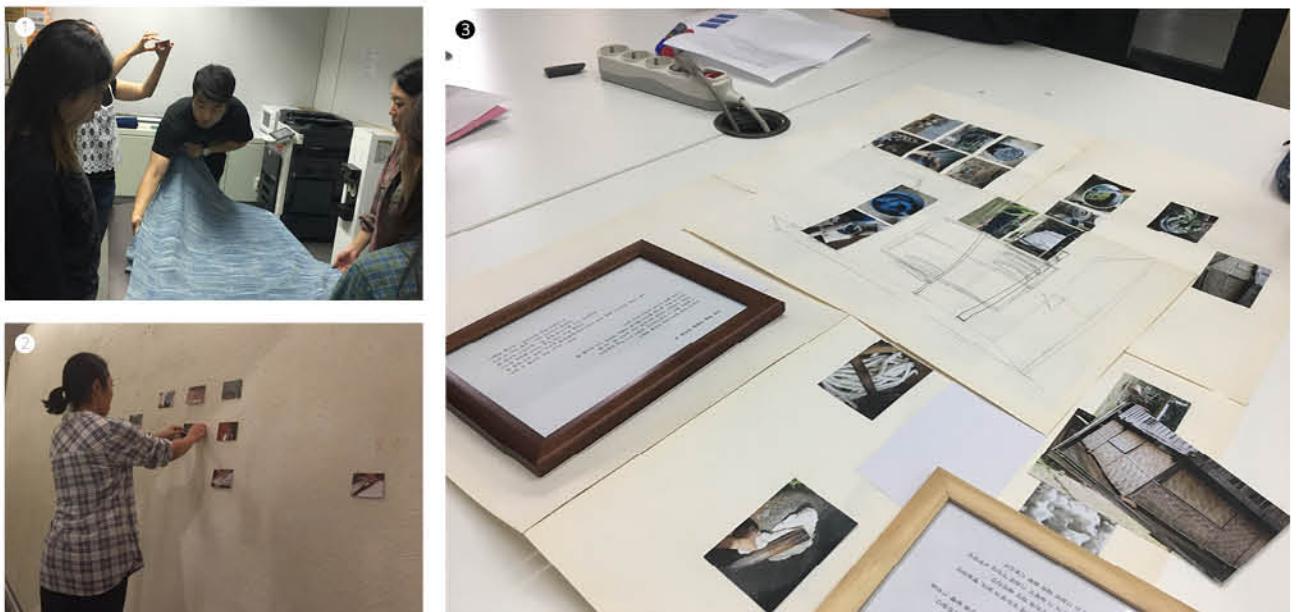
핸드메이드 제품에는 일일이 사람의 수고가 들어가고, 그것은 물건마다 개별적인 '시간'이 존재한다는 뜻이다. 참여예술인들은 이렇게 물건이 가진 시간을 키워드로 해서 '시간의 직물'이라는 콘셉트를

설정했다. 박미애 참여예술인은 "시간의 직물은 핸드메이드 직물이 가진 시간적인 측면을 조명하는 겁니다. 어떤 물건을 선택하고 소비하는 것이 단순히 재화를 교환하는 게 아니라 그 물건을 통해 누군가의 시간과 이야기를 간직하고, 거기에 흐르는 시간을 경험하는 일이라는 새로운 시각을 제시하려는 것이 우리 기획이었습니다" 하고 설명했다.

이 기획은 참여예술인들이 각자의 특기에 근거해서 텍스트나 사진 등을 이용해 작업물을 만들어 전시하는 것으로 완성시키기로 했다. 김세윤 페실리테이터는 "공정무역과 어스맨 기업에 대한 예술인들의 해석이 전시에 드러나도록 구성하고자 했다"고 전했다. 예술인들은 생산지와 생산자, 제품의 스토리를 반영해서 제품 너머의 이야기를 찾아내고 전달하기 위해 노력했다.

시간의 직물

전시는 활기가 가득한 짧음의 거리 홍대 거리에서 진행하기로 하고, 기존에 상점 겸 전시공간으로 사용되고 있는 '오브젝트'라는 소품숍이 장소로 선택됐다. 원래 물건을 파는 공간과 전시가 조화롭게 잘 어우러졌으며 '어스맨'의 제품 스토리와 함께 판매도 동시에 이루어질 수 있다는 점이 장점으로 꼽혔다. 전시 공간 섭외와 작품 제작비 및 재료비는 (주)어스맨에서 지원했다. 전시의 전반적인 진행은 (주)어스맨과 3인의 참여예술인, 페실리테이터가 함께 담당했다.





드디어 10월, 오브젝트에서 (주)아스멘의 브랜드 리뉴얼, 오브젝트 상점 입점과 함께 '시간의 직물'이라는 제목으로 전시가 시작됐다. 최희진 씨는 직물을 고른 이유에 대해 한 인터뷰를 통해 이렇게 설명했다. “직조는 한 줄 한 줄을 이어서 천이 되는 거잖아요. 단순한 제품이 아니라 ‘일상의 시간’, ‘자연의 시간’, ‘생산의 시간’이 안에 들어가 있거든요. 이 시간을 조금 더 직관적으로 보여주면 좋겠다고 생각했어요. 생산하는 데 걸리는 시간을 계산해 90cm의 75시간이라는 내용을 담았지요.” 이렇게 진행된 '시간의 직물' 전시는 이후 '공정무역 재료가게'라는 새로운 형태의 팝업 스토어 기획으로 이어지는 성과를 거두었다.

새롭게 쓰는 시간

(주)아스멘과 참여예술인의 협업은 (주)아스멘에게는 새롭고 깊은 영감과 사업 기획의 아이디어를 주었는데, 이런 즐거움은 참여예술인들에게도 마찬가지였다.

박미애 참여예술인은 “보통 예술인은 혼자서 작업하는 경우가 많은데, 뚜렷한 영리 목적성을 가지고 있는 기업과 함께 미션을 해결해가는 게 무척 재미있었어요. 여러 사람들과 협력하면서 다른 시각을 공유하는 것도 좋았습니다” 하고 말했다. 윤결 참여예술인 역시 “예전에는 생계를 위해 예술과 관련 없는 일들을 하며 예술 활동을 유지하려고 했는데, (주)아스멘과 협업하는 동안에 제 역량을 가지고 다른 참여예술인들을 만나고 기업과 만나 일할 수 있어서 좋았던 것 같습니다” 하고 술회했다. ‘시간의 직물’ 전시는 끝났지만, 사업에 참여한 사람들에게는 아직 끝나지 않은 기획일 수도 있겠다는 생각이 들었다. 이렇게 한 사람 한 사람이 새로운 경험을 만들어가고, 그 경험에 의해 내일의 일을 구상하게 될 때, 시간의 직물은 새롭게 한 줄 한 줄 직조되고 있는 것인지도 모르겠다.

생과 사를 건너는 시간의 항해자

서울시설공단과 함께하는 웰다잉의 새로운 체험



참여기업·기관	서울시설공단
퍼실리레이터	유희경(대중예술)
참여예술인	김수정(문학), 성지현(대중예술), 정운(미술), 박은지(밸렛파킹, 복코, 박복)(미술)
프로젝트 소개	서울추모공원, 서울시립승화원 등 장례 문화시설을 운영하는 서울시설공단과 예술인들은 추모시설 운영처에서 주관하는 '2016 생사문화주간'에 참여하여 <시간의 항해자-生과 死를 건너다> 전을 개최했다. 예술인의 눈으로 해석한 웰다잉의 새로운 모습.

감성적이고 창의적인 콘텐츠

서울시설공단은 우리나라 최초로 만들어진 지방공단이다. 서울특별시장이 지정하는 시설물, 예를 들어 월드컵경기장이나 청계천, 서울추모공원 같은 도시 기반 시설물을 효율적으로 관리하고 운영하기 위해 설립된 곳이다. 서울시설공단은 공기업으로서 서울시민의 복지를 증진하는 것이 목적이니만큼, 서울시민의 삶을 편리하고 풍요롭게 만들기 위한 다양한 서비스를 제공하고 있다. 그래서 서울시설공단은 2014년 이후 3년째 예술인 파견지원 사업에 참여하고 있다. 예술적인 감성으로 시민들이 누릴 만한 새롭고 감성적이고 창의적인 문화예술 콘텐츠를 만들려는 것이다.

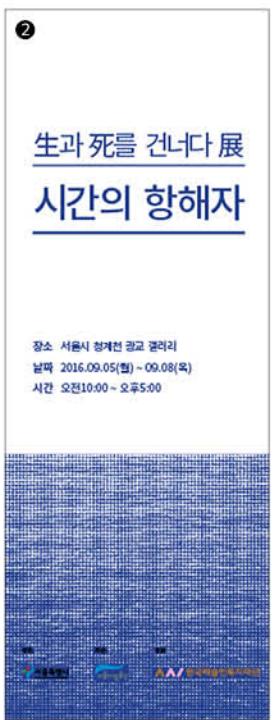
삶과 죽음의 문화

서울추모공원, 서울시립승화원 등은 서울시설공단이 관리하는 여려 사업장 중에서도 특히 장례와 추모 등 죽음에 관한 문화를 전담하는 장례 문화 시설이다. 특히 서울시립승화원에서는 죽음에 관한 올바른 인식(웰다잉, well dying)과 좋은 장례 문화를 전파하기 위해 해마다 9월이면 '생사문화주간' 행사를 개최한다.

생사문화주간이 되면, 일주일 동안 전시나 공연, 토론처럼 분야별로 다양한 행사가 진행된다. 서울시설공단은 작년에 이어 올해에도 생사문화주간 중에 웰다잉에 관한 전시회를 예술인 파견지원 사업의 참여예술인들과 함께 진행하기를 원했다.

퍼실리레이터인 유희경 예술인은 문학, 영상, 사진 등 각각 다른 장르에서 활동하는 김수정, 정운, 박은지, 성지현 참여예술인 4명과 함께 서울시립승화원에서 2016 예술인 파견지원 활동을 하기로 했다. 이들은 각기 자신만의 시각과 방법으로 시와 설치 영상, 다큐멘터리 영상으로 '삶과 죽음'이라는





1 생사문화주간 행사에서 진행된 예술인 파견지원 사업에 대한 안내 리플렛.
2 생사문화주간에 진행된 시간의 항해자 전시 베너.

초를 시민들에게 선보일 수 있었다"고 만족감을 표했다.

죽음에 대한 이야기들

주제가 '삶과 죽음'이라는 만만치 않은 무게를 가지고 있는 만큼, 몇 달에 걸쳐 전시를 준비하면서 예술인들이 느낀 점도 적지 않았다.

김수정 예술인은 "조사 하나, 실험 하나에도 신경을 썼다"고 술회했다. "5월부터 8월까지 죽음이라는 날말과 합숙했다고 해도 과언이 아니었어요. 죽음에 관한 책들을 찾아 읽고, 죽음에 관한 시만 골라 읽고, 그림을 보고, 음악을 듣고... 심지어 꿈에서도 죽음과 만나는 시간들이었어요. 그러나 제가 쓰는 글이 너무 어렵거나 어두워서는 안 될 것 같아 쉽게 쓰려다 보니, 문학적으로는 퇴보하는 것이 아닌가 하는 개인적인 고민도 있었네요."

성지현 예술인은 "죽음에 대한 이야기를 하면서 현재의 저에 대해, 저의 삶에 대해, 저의 삶에 대한 태도에 대해 생각할 수 있었어요"라고 회고했다. "유품을 정리하시는 분들의 인터뷰를 통해 삶과 죽음을 바라보고자 했어요. 장년층 40~50대의 가장들의 고독사가 큰 문제라는 걸 알게 되었는데, 그게

주제를 풀어내게 될 것이었다.

시간의 항해자

5월부터 준비된 참여예술인들의 전시는 2016년 9월 5일~8일 사이, 청계천 광교 갤러리에서 진행되었다. 전시의 제목은 <시간의 항해자-生과死를 건너다>로 정했다.

김수정 예술인은 장례와 죽음에 대한 자작시를 선보였다. 정운 예술인은 2채널의 설치 기법으로 죽음에 대한 새로운 시각을 제시했다. 성지현 예술인은 죽음을 정리하는 이들에 대한 영상다큐멘터리를 상영했다. 박은지 예술인은 삶의 연장이 곧 죽음이라는 의미에서 현재를 열심히 살아가는 이들의 인터뷰를 주 내용으로 하는 영상을 상영했다. 같은 주제에서 출발했지만 각각 다른 시각을 제시함으로써 죽음과 장례에 대한 서로 다른 시각을 보여준 전시는 대중들의 관심을 이끌어내기에 충분했다.

서울시설공단 홍보마케팅실의 김보은 주임은 "예술인 파견지원 사업을 통해 새롭고 독창적인 문화예술 콘텐

츠를 시민들에게 선보일 수 있었다"고 만족감을 표했다.

그리고 다시 살아가기

반면, 박은지 예술인은 죽음에 대한 생각을 하면서 오히려 '육체'와 '삶'에 대해 이야기하고 싶어졌다 고 말했다. "축구선수, 가정주부, 시설공단 직원, 법원 경호, 설계사, 대학원생, 예술인처럼 다양한 직업을 가진 친구들에게 '땀', '과거-현재-미래', '죽음', '다짐'에 대해 물었어요. 실패의 기록을 지나 자기 자신만이 지니는 가능성으로 남은 각자의 현재를 확인할 수 있었어요. 주어진 운명을 느끼며 몸의 유한성 안에서 우리가 할 수 있는 최선의 말을 찾고 가능성을 가진 경계를 확인하는 중요한 경험이었습니다."

정운 예술인은 "죽음이 끝이 아닌 것 같다는 생각을 늘 해왔다"고 말했다. "만남에는 언젠가 헤어짐이 있으니 사라짐에 너무 애달파할 필요는 없다는 생각이지요. 하지만 이번에 다리를 걷다가 홀로 투신하는 많은 사람들을 보면서, 그들이 어떤 고민과 어려움을 가지고 있는지는 알 수 있지만 뒷모습이 안쓰럽다는 생각이 많이 들었습니다."

참여예술인들의 감정과 깨달음은 전시가 끝나고 나서도 많은 이들에게 되풀이하여 기억될 것이다. 서울시설공단의 창의적인 공공서비스에 대한 고민은 어느새 우리 사회의 '웰다잉'을 통한 진짜 '웰빙'의 얼굴을 보여주고 있는지 모른다.

- 서울시설공단 관계자들과 참여예술인이 함께 모여 진행한 프로젝트 기획회의 모습.
- 참여예술인들과 퍼실리레이터는 함께 청계천 광교 갤러리 현장을 답사하며 전시를 준비했다.
- 광교갤러리에서 생사문화주간 전시를 위한 설치 작업이 진행되고 있다.



(주)스튜디오 헤이데이

공장에서 아트하자 센트랄 아트팩토리

일상이 된 예술

자동차 부품으로 설치미술을?
공장에서 무슨 그림?
사진이 예술이 된다고?

선긋기만 하던 미술시간을 상상하는 당신,
자동차 부품은 자동차에만 들어간다고
생각하는 당신,
사진은 핸드폰으로 찍어 저장하는 게 다인
당신을 위해 준비했습니다.

내가 몰랐던 나를 발견하는 새로운 시간,
미처 몰랐던 동료를 다시 보게 되는 시간,
공장으로 출근하는 세 명의 작가가 준비한
'일상이 된 예술'의 세 가지 워크숍에서
만나보세요.

▶ 진행일정 :
8월 16일 ~ 10월 27일 (매주 화, 목요일) 총 10회차

▶ 프로그램 :
각양각색 ; color the life / 목 18:00~19:00 / 김시우 작가
무모한예술 ; 설치미술 도전기 / 화 18:00~19:00 / 김보경 작가
출사동락出社同樂 ; 나도 사진작가 / 화 18:00~19:00 / 장하윤 작가

▶ 접수기간 :
8월 10일(수)까지

인사팀 성명은 대리 055-278-0513,
화합지원팀 황준하 대리 055-278-0240

 한국예술인복지재단  센트랄 위 내용은 한국예술인복지재단에서 주최하는 2016년 예술인 파견지원 사업의 일환으로 시행되었습니다.



세상에 쓸모없는 것은 없다 전시 가구의 새로운 탄생

(주)스튜디오 헤이데이가 전시장에서 건져 올린 것들



참여기업·기관	(주)스튜디오 헤이데이
퍼실리레이터	권순우(미술)
참여예술인	오히원(미술), 박준영(미술), 김동희(미술)
프로젝트 소개	전시디자인은 당장 보기에 아름답지만 일회용이라는 점에서 허무하다. 그런 전시디자인에 생명을 불어넣는 새로운 시도가 (주)스튜디오 헤이데이에서 일어났다. 전시 후 버려지는 부자재와 가구를 활용하여 새로운 전시 가구를 만들기로 한 것이다. 또한 미술 작가들과 협업해서 그들의 전시에 맞는 가구를 제작함으로써, 버려지는 부자재로 예술인들을 지원하는 방안을 찾기 시작했다.



사용하기는 어렵고 버리기는 아깝지만

여느 기업들과 마찬가지로, (주)스튜디오 헤이데이 역시 예술인 파견지원 사업에 참가하면서 뚜렷한 목표를 두고 있었던 것은 아니다. 다만, (주)스튜디오 헤이데이가 가지고 있는 브랜드인 바이헤이데이를 운영하면서, 운송 중 파손으로 인해 상품으로 사용하기는 어렵고 버리기는 아까운 자재들이 종종 발생하는데, 이를 활용하여 예술인들이 자유롭게 자신들의 활동에도 도움이 되는 콜라보레이션 작품을 제작하면 어떨까라는 생각을 뿐이었다.

직접 만나서 서로를 알아야

권순우 퍼실리레이터는 (주)스튜디오 헤이데이의 입장은 충분히 이해하고 가구 콜라보레이션 사업의 그림을 어느 정도 그린 후에 실제 예술인 파견지원 사업에 착수했다. 억지로 결과물을 만들어내기보다는 기업과 참여예술인이 서로가 부담을 주지 않는 선에서 도움이 되기를 원했다. 우선 먼저 공을 들인 것은 함께 사업을 진행할 참여예술인들의 매칭이었다. (주)스튜디오 헤이데이에 지원한 참여예술인들의 이력서를 살펴보고, 헤이데이의 계획에 부합하는 예술인들을 만나 이야기하는 시간을 가졌다.

권순우 퍼실리테이터는 이렇게 사전에 의견을 나누고 매칭을 진행한 것이 매우 효과적이라고 술회했다. “직접 만나서 어떤 사람인지, 어떤 생각으로 사업에 참여하는지를 물어봐서 서로의 사업 방향에 최소한의 합의를 하고 시작한 덕분에, 이후 6개월 동안 사업을 진행할 때 큰 문제를 피할 수 있었습니다. 세 명의 참여예술인들 모두 각자의 작업에 대단히 애정을 가지고 열정적으로 활동하였고, 자신의 활동과 예술인 파견지원 사업에 서로 도움이 되도록 최선을 다했습니다.”

각자의 가구 제작 프로젝트 그러나 다 함께

권순우 퍼실리테이터가 오랜 대화 끝에 (주)스튜디오 헤이데이와 매칭한 예술인들은 설치미술을 기반으로 하는 김동희 예술인, 시각예술을 기반으로 하는 박준영 예술인, 회화를 기반으로 하는 오희원 예술인이었다. 6월이 되어 세 예술인과 퍼실리테이터는 (주)스튜디오 헤이데이 일산 공장을 방문하여 공장에 있는 각종 부자재를 인계 받았다. 이제 이 부자재들을 어떻게 쓰면 좋을까 의논이 시작됐다. 처음에는 헤이데이 쇼룸 공간을 활용하여 참여예술인이 제작한 가구를 전시하고 실제 판매까지 해보자는 프로젝트를 계획했지만 짧은 기간 동안 상업화를 고려하여 제품을 디자인하고 제작하고 전시까지 하기는 무리가 많았다. 논의 끝에 참여예술인들이 각자의 가구 제작 프로젝트를 진행하되 쇼룸 대신 기타 전시공간에서 가구를 선보이고, 그때마다 헤이데이를 적극 홍보하기로 했다. 또한 각자의 프로젝트에서 일손이 필요할 경우 나머지 팀원들이 함께 협조해서 돋는 방식의 파트너십을 활용하기로 했다. 덕분에 팀원들의 프로젝트가 무사히 실현될 수 있었다.

(주)스튜디오 헤이데이측은 참여예술인들의 활동에 직접 개입하기보다는 자생적인 활동을 충분히 이해하고 협조하는 방식을택했고, 남은 부자재(목재, 대리석)를 지원해줌으로써 활동의 기반을 지원했다.

가구로 결합하다

이후 9월까지는 각각의 참여예술인들이 개인적으로 진행하거나 추천하는 전시에 다양한 방식으로 부자재들을 활용한 가구 디자인으로 결합하는 활동이 이어졌다. 우선 이수경 예술인의 개인전에 들어갈 가구들을 함께 디자인하고 지원받은 자재를 활용하여 제작했고, 김동희 참여예술인이 무대디자인을 맡은 오페라코스트에서의 전시 디스플레이에 협력하는 일도 진행되었다. 7월에는 노상호 예술인이 서울 사루비아 다방에서 전시를 여는데, 헤이데이의 부자재를 활용하여 참여예술인들의 손길로 만들어진 액자 프레임이 전시에 디스플레이 되었다. 8월에는 박준영 참여예술인이 조력하고 있는 서울 서교동 드라이브인 실험실에 필요한 가구 소품 및 공간 구성에 함께 참여했다. 10월에는 웨스트웨어하우스에서 열린 노상호 예술인의 전시에 들어갈 가구들을 함께 제작하고 전시하는 협업 활동을 벌이기도 했다. 6월부터 진행된 성산동 스튜디오 파이의 리모델링과 가구 디자인도 함께 참여한 작업이었다.



1 오페라 코스트에서 진행된 장지우 예술인의 상영회에 들어갈 가구를 디스플레이하였다.

2-3 사루비아 다방에서 진행된 노상호 예술인의 2인전에 들어갈 포스터용 프레임 가구를 제작하였다.

4-6 서교예술실험센터 앞에서 해외 작가들과 함께 진행한 드라이브인 프로젝트에서 사용할 가구를 제작하였다.

7-10 웨스트웨어하우스에서 진행된 노상호 작가의 개인전 <더그레이트캡복>에 들어갈 가구와 공간을 디자인하고 제작했다.

손에 잡히는 물질의 구현

예술인들이 작업을 할 때 건축이나 가구 자체를 구하고 다루기가 쉽지 않다는 측면에서, 이번 헤이데이와의 작업은 참여예술인들에게 특별한 경험이 되었다.

오후원 참여예술인은 “예전의 예술인 파견지원 사업이 세미나나 대화 같은 무형의 성과물을 주로 냈다면, 이번에는 가구나 사물을 직접 제작할 기회가 생기면서 손에 잡히는 물질을 구현할 수 있어서 좋았습니다. 저는 평면 작업을 주로 하지만 재료의 물성과 평면을 일으켜서 조각이 되는 상태에도 대한 관심이 있다 보니, 자재를 이용해서 전개도가 입체로 조립되는 과정을 지켜보는 건 꽤나 즐거운 경험이었습니다”라고 즐거움을 표했다.

이런 경험의 특별함은 (주)스튜디오 헤이데이에게도 마찬가지였다. (주)스튜디오 헤이데이의 김영두 이사는 “지금까지는 상품 개발을 위한 디자인에 치중했기 때문에, 순수 예술 분야에서 활동하는 예술인들과 함께 지속적으로 무언가를 같이 하는 건 처음이었습니다. 시장의 수요와 관계없이, 참여예술인들의 작업과 가구의 제작 과정을 지켜보는 것은 색다른 경험이었습니다. 참여예술인의 작업을 받쳐주고 효과적으로 드러내는 가구를 만들기 위한, 예술인들이 가구에 접근하는 사고는 기존의 디자인과 비슷하면서도 다른 구석이 있어서 재미있게 지켜볼 수 있었습니다” 하고 말했다.



1-2 이수경 작가의 개인전을 위한 가구와 공간을 디자인했다. 가구들은 하이그로시로 표면을 처리하여 스타일을 살렸다.

기획보다 더 많은 결과

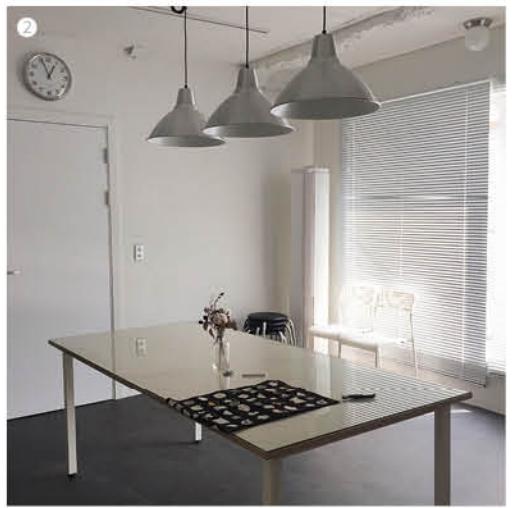
참여예술인과 기업이 즐거우니, 그 결과물을 보는 일이 즐겁지 않을 리 없었다. 전시를 보러 온 관객들 사이에서는 전시만이 아니라 콜라보레이션한 가구들에 대한 호평이 많아서 참여예술인들을 행복하게 했다.

김영두 이사는 “이번 사업에서 참여예술인들은 본인 활동에 도움이 되는 가구/소품을 만들기도 하고, 다른 예술인과 협업하여 가구를 만들기도 하고, 전시와 퍼포먼스에 도움이 되는 일을 기획하여 진행하기도 했습니다. 이는 단순히 참여예술인들의 실험적 가구 제작만을 생각했던 당초 예상보다 훨씬 더 많은 성과를 이뤄낸 것입니다” 하고 작업을 높이 평가했다.

예술인이 다른 예술인을 만나 기업과 협력하는 과정에서 생기는 의외의 결과물, 그 과정에서 만들어지는 사유와 기획, 그 기획과 결과물을 향유하는 일반 관객의 즐거움이야말로 예술인 파견지원 사업의 백미라면, (주)스튜디오 헤이데이의 사업은 예술인 파견지원 사업의 백미를 고스란히 누리는 사례가 되었을 듯하다.



1-2 스튜디오 파이의 공간을 디자인하고 가구를 설계하였다. 사진 1은 공사 시작 전. 사진 2는 공사후의 모습.



삼일회계법인

ARTIST, GET WINGS TO ASIANA

예술인, 아시아나에 날개를 달다.



HAZZI
JUNG JIN
KIM SUN
LEE HA
YOON MIYEON

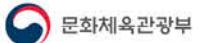
주최
한국예술인복지재단

주관
김민선, 김은정, 윤미연, 이정진, 이정하, 서상혁
(2016 아시아나항공 광고팀 파견예술인/퍼실리레이터)

2016.11.22 TUE 16:00

행화탕
서울특별시 마포구 마포대로19길 12

후원
문화체육관광부, 죽제행성



문화체육관광부



한국예술인복지재단



아시아나항공



배우는 일이 즐겁다는 것

삼일회계법인의 교육 프로그램



삼일회계법인에서 함께 예술인 파견지원 사업을 진행한 참여예술인과 퍼실리레이터, 그리고 직원들.

참여기업·기관	삼일회계법인
퍼실리레이터	유순희(문학)
참여예술인	이정현(만화), 김현이(미술), 하인영(미술)
프로젝트 소개	삼일회계법인은 신입사원 교육에 있어서 기존 교육방식의 틀에서 벗어나 다양한 방법으로 교육 목적을 달성하기 위하여 참여했다. 일방적인 주입식 방식을 벗어나 예술인과의 협업으로 참여하는 교육을 하면서 더욱 목적에 적합하고 효과적인 결과를 달성할 수 있었다.

“삼일회계법인이라고?”

삼일회계법인이 예술인 파견지원 사업에 참여하기로 하자, 그런 (숫자로 꽉 짜여져 있을 것 같은) 회사에서 예술인이 무슨 일을 할 수 있을지 도무지 짐작하기도 어려웠던 예술인들. 모험 같은 낯섦이야 말로 예술인 파견지원 사업의 특징이기도 하겠지만, 국내 최대 규모의 회계법인이라는 점에서 삼일회계법인과 함께 펼쳐나가게 될 사업은 더욱 상상하기 힘들었던 것이 사실이다.

삼일회계법인에서 퍼실리레이터로 활동한 유순희 예술인은 처음 심경을 이렇게 설명했다. “공인회계사들이 3,000여 명이나 모여 있는 회사니까요. 다소 어렵게 느껴졌습니다. 담당자 신혜선 대리와 최달 상무님을 비롯한 교육부 직원들을 처음 만날 때도 서로가 긴장했어요. 기업에서도 예술인을 만난다는 것 자체에 이미 긴장했다고 합니다.”



창의적이고 재미있는 교육

교육팀 김연우 과장은 그런 우려를 충분히 이해할 만하다고 생각했다. 하지만 그래서 더욱 예술인의 아이디어와 창의력이 필요했다. “삼일회계법인은 3,000여 명의 공인회계사들이 모여 기업의 회계와 감사 등의 업무를 하는 기업입니다. 우리 기업 특성상 교육이 매우 중요합니다. 시대 변화에 대해서, 또 고객과의 비즈니스에 대해서, 향후 미래 전략에 대해서 끊임없이 연구하고 공부하고 대처해야 하니까요. 저희에게 예술인 파견지원 사업은 창의적이고 다양하고 즐거운 방법으로 교육을 진행하기 위한 중요한 사업이었어요.”

삼일회계법인은 신입사원부터 1년 차, 3년 차, 7년 차 직원, 임원진에 이르기까지 다양한 강의를 듣게 하고 있다고 했다. 연차가 올라간다고 교육이 필요 없어지는 것이 아니라, 필요한 교육이 달라지는 것뿐이기 때문이다. 교육팀은 효율적인 교육과 스트레스 완화를 위해 부단히 고민하고 노력해

- 1 삼일회계법인 파트너 최고 경영자 과정 교육을 위해 만든 브로슈어.
- 2 삼일 파트너 교육을 위해 만든 교육 자료 시안을 삼일회계법인 교육팀 직원들과 함께 검토하는 모습.
- 3 삼일회계법인의 팀장들을 대상으로 만든 교육 자료. 갈등이 생겼을 때 유연하게 대응할 수 있도록 돋는 내용인데 만화를 활용해 이해가 쉽게 만들어졌다.



야 했다. 이런 부서에 예술인이 지원을 왔으니 협업 사업의 목표는 처음부터 설정된 것이나 마찬가지였다.
“기존에 시도하지 못했던 방식으로 교육을 하고 싶습니다. 우리 팀의 비전은 단순교육을 시키는 것이 아니라 문화를 만드는 팀이라는 Learning & Education이라는 비전을 가지고 있습니다. 기존에는 딱딱하고 획일적인 방법으로 교육을 해왔지만, 예술인들과 협업을 통해 교육을 더 재미있고, 효율적으로 진행하고 싶어요.”(김연우 과장)

스토리와 만화가 있는 교육 자료

유순희 퍼실리레이터는 기업의 니즈에 맞춰 미술가와 만화가를 중심으로 예술인을 찾았다. 5월에서 양화가 하인영 예술인, 만화가 이정현 예술인, 화가 김현이 예술인이 매칭될 수 있었다. 기업의 니즈에 맞추면서도 다양한 포트폴리오를 가진 예술인을 찾으려고 노력한 덕분이었다.

6월부터 당장 공부가 시작됐다. 삼일 박물관을 답사하고 삼일회계법인에 대해 자료를 모아 공부를 시작했다. 새로운 교육 자료에 대한 아이디어 회의도 시작됐다. 딱딱하기만 한 회의실 공간을 마음을 열고 토론이 가능한 곳으로 바꾸는 작업도 함께 시작됐다. 자유로운 회의실 출입이 가능하도록 회사 출입 카드도 지급됐다.

7월이 되자 삼일회계법인 파트너 최고경영자들이 받아야 하는 강의에 필요한 브로슈어를 제작하자는 미션이 생겼다. 기존의 딱딱하고 획일적인 브로슈어 이미지를 벗어나 삼일회계법인이 새롭게 도전하는 혁신적이고 창의적인 이미지를 찾기 위해 예술인들의 아이디어가 필요했다. 예술인들은 <펭

귄 이카루스의 모험>이라는 스토리를 바탕으로 삼일 파트너 최고경영자과정 브로슈어를 제작했다. 갈등에는 위트를

8월에는 PM교육을 준비하게 되었다. PM교육은 7년차 이상의 팀장들이 받는 교육이다. 이 교육에서는 팀장과 팀원과의 갈등 상황을 보여주어야 했다. 말로 하면 다소 불편할 수도 있는 내용이라 고심이 거듭됐다.

만화를 그리는 이정현 예술인을 중심으로 안지은 매니저와 신혜선 대리들이 모여 함께 아이디어를 구상했다. 좋은 매니저와 나쁜 매니저의 사례를 한눈에 이해할 수 있도록 만화로 상황을 설명하기로 하고, 갈등 상황을 만화로 구성했다. 딱딱해지기 쉬운 내용이니만큼 교육 시간에 잠깐이라도 웃을 수 있도록 만화에는 위트를 넣기 위해 노력했다.

전달하고자 하는 내용을 가지고 있는 기업과 그 내용을 창의적으로 풀어낼 수 있는 예술인이 협업하자 기업이 가장 원하는 자료를 만들어낼 수 있었다. 이 만화 자료는 교육하려는 내용을 말로 했을 때 보다 훨씬 더 생동감 있고 부드럽게 전달되면서 매우 좋은 반응을 불러일으켰다.

미술로 가치를 익히다

9월이 되자 새로운 프로젝트가 생겼다. 이번에는 10월에 있을 신입사원을 대상으로 하는 교육에서 쓸 교재였다. 주제는 삼일회계법인의 핵심가치였다. 기업의 핵심가치를 어떻게 교육할 수 있을까. 핵심가치란 기업이 회사가 어떤 방향으로 나아가야 할지 지향하는 지점을 말한다. 사업의 목적과 방향뿐만 아니라 조직 내의 윤리와 도덕도 포함되어 있다.

기존의 핵심가치 전달 방식은 그냥 일방적으로 설명하는 식이었다. 그러다 보니 신입사원 입장에서는 가만히 앉아서 들어야 하고, 지루하고 힘든 시간이 된 게 사실이다. 삼일회계법인은 그런 일방적 전달 방식을 지양하고 미술 같은 참여형 프로그램을 기획하면 어떨까 생각하고 있었다.

예술인들은 신입사원들에게 회사의 핵심가치를 미술로 그리게 하는 프로그램을 기획하고, 예술인들이 직접 미술 프로그램 시간의 진행을 담당하기로 했다. 신입사원들이 핵심가치를 그림으로 그리면서 자연스럽게 회사의 핵심가치를 되새길 수 있게 하면서, 동시에 그 내용을 팀원들과 함께 그리도록



1-2 신입사원을 대상으로 하는 Drawing the Film Value 수업을 준비하기 위한 여러 과정. 김현이 예술인의 오리엔테이션과 탐색 테이블 검토 장면.

헨켈코리아(유)

유도해서 동료의식과 애사심을 자연스럽게 길러내는 프로그램이었다.

예술인들은 머리를 맞대고 강의 내용을 짜고, 강의 때 쓸 파워포인트 자료와 재료를 만들고, 효율적인 강의를 위한 시간표를 짜고, 다채로운 강의가 될 수 있도록 보조강사를 섭외하는 등의 작업을 진행했다. 준비가 철저했던 만큼, 프로그램은 성공적이었다. 신입사원들은 “즐겁고 재미있었다. 역동적이다” 하며 적극적으로 반응했다.

숫자를 세는 창의적인 방법

김연우 과장은 “우리에게 예술인 파견지원 사업이 준 의미는 예술인들이 보여준 창의성이었습니다. 딱딱한 내용을 창의적이고 재미있는 방법으로 교육할 수 있다는 자극을 받았고, 이것은 이후 교육에도 큰 도움이 될 것입니다” 하고 술회했다.

이러한 협업은 유순희 페실리테이터에게도 유용한 경험이 되었다. “회사를 다녀본 적이 없는 저로서는 샐러리맨들의 고충과 애환을 느낄 수 있는 시간이었습니다. 안목도 넓어졌습니다. 처음에는 기업에서 예술인들이 어떤 역할을 할 수 있을까 입체적으로 느껴지지 않았는데, 막상 협업을 해보니 그 시너지도 크고, 결과도 역동적이라는 것을 피부로 느낄 수 있었습니다.”

하인영 예술인은 “예술인 파견지원 사업이 껍데기뿐인 사업이 아닌가 의심했던 선입견이 완전히 뒤바뀌었다. 즐겁고 보람찼다. 내년에도 참여하고 싶다”고 이야기했다. 그 보람은 예술 활동이 개인적인 것에 그치지 않고 한 기업에 긍정적인 영향을 미쳤음을 증명 받았을 때 더욱 커졌다. “예술인 파견 지원 활동이 마무리될 10월 즈음, 이사님께서 회사 안에 부드러운 분위기를 만들고 스트레스를 해소하기 위해 ‘클래식’ 모임을 만들었다는 말씀을 해주셨습니다. 우리 참여예술인 세 명과의 활동을 통해 예술이 회사 생활의 긴장을 풀어주는 좋은 작용을 한다는 것을 느끼고 실천했다는 사실에 감동 받았습니다.”

예술의 힘은 이렇게 서서히, 그러나 강한 힘으로 하나의 조직을 바꾸어 놓고 있었다. 이것이야말로 예술인 파견지원 사업의 핵심가치가 아니겠는가.

1-2 신입사원의 교육 중에서

‘Drawing the firm value’

프로그램을 진행하는 모습

과 기념촬영. 신입사원들이 생각하는 삼일회계법인의 의미와 가치를 자유롭게 그림으로 표현하게 했다.

3 강촌 엘리시안에서 진행된 신입사원 교육 중 예술 프로그램에서 만들어진 결과물들.



제대로 쉬는 방법을 알려주마

헨켈코리아(유)의 잘 쉬는 기술



- 1 5월, 예술인 파견지원 사업 빌대식에 참석한 참여예술인들.
- 2 참여예술인들은 월 3회의 정기적인 회의를 갖고 휴게실 프로젝트를 함께 추진하는 한편, 각자 진행하는 프로젝트들의 경과를 의논했다.
- 3 7월, 참여예술인들은 헨켈코리아 대표 및 중역, 사원들과 함께 아트워크숍을 진행했다.

참여기업·기관	헨켈코리아(유)
퍼실리테이터	박지희(미술)
참여예술인	박미옥(미술), 박정혜(미술), 오승욱(오수)(미술), 이지연(미술)
프로젝트 소개	창의력이 샘솟는 즐거운 일터를 만들기 위해 헨켈코리아(유)는 예술인과 손을 잡았다. 직원을 대상으로 설문을 조사하고 예술인들이 쉼터를 디자인하여 실제로 쉼터를 만들기도 하고 '일상 속 나만의 공간 찾기'라는 주제로 직원과 함께 하는 워크숍도 진행했다.

예술인으로부터 배우다

헨켈코리아(유)는 예술인 파견지원 사업을 통해 예술인들의 고민과 배려가 담긴 여러 가지 사업을 추진하기를 원했다. 예를 들면 예술인의 유연한 생각과 활동을 체험해볼 수 있는 워크숍, 진짜 휴식을 위한 휴게공간, 그리고 제품 기획 등이 그것이다. 박지희 퍼실리테이터는 회화, 시각디자인, 건축, 설치미술 등 각기 다른 장르를 베이스로 활동하는 시각예술인 네 명과 함께 헨켈코리아(유)의 니즈를 해결해 나가기로 했다.

휴게실이 필요하다

2016년 5월, 뉴미디어 분야에서 활동해온 박미옥 예술인, 건축 분야에서 활동해온 오승욱 예술인, 회화 분야에서 활동해온 이지연 예술인과 박정혜 예술인이 헨켈코리아(유)와 만났다. 오리엔테이션을 통해 헨켈코리아(유)의 요구를 이해한 참여예술인들은 직원들의 쉼터가 될 휴게실 개선을 위한 공간 프로젝트를 한 축으로, 직원들과 직원 가족을 대상으로 하는 아트워크숍을 다른 한 축으로 해서 프로젝트를 진행하기로 했다.

애초에는 박정혜 참여예술인이 제품 개발을 맡고 박미옥 참여예술인 이 휴게공간의 외벽 영상 파사드 작업을 맡자는 계획도 있었지만, 수차례 회의가 진행되면서 공간 및 예산이 문제가 되어 중단하고, 대신 프로젝트 숫자를 줄여서 예술인들의 힘을 집중하게 되었다.

직원들에게 필요한 것

일단 휴게실 개선 프로젝트는 오승욱, 박미옥, 박정혜 참여예술인이 중심이 되어 진행하기로 했다.



순다는 것이 무엇인지 피로의 개념과 휴식의 필요성에 대해 알아보는 스터디부터 시작해서, 헨켈코리아(유) 직원들의 이해와 요구는 무엇인지 조사하는 작업이 이어졌다.

박미옥 참여예술인은 참여 예술인들 중 가장 완벽한 보고서를 매달 제출하고, 휴게공간에 대한 적합한 설문조사와 콘셉트 설정으로 휴게공간 디자인 발표가 성공적으로 진행되는 데 큰 도움을 주었다. 박정혜 참여예술인은 이지연 참여예술인의 워크숍 프로젝트에 합류해서 진행을 돋는 한편, 휴게실을 위한 온라인 사진 공모전을 진행하여 '쉼 스토리'라는 주제로 선정작을 휴게공간에 전시하기로 했다.

인간적이고 예술 지향적인 휴식

휴게실은 헨켈타워 13층에 위치한 옛 사장실을 개조하여 직원들이 사용하는 휴게공간으로 쓰기로 자리를 마련했다. 초기에는 다소 거칠더라도 더 혁신적이고 창의적인 형태의 공간을 만들고 싶어했지만, 점차 사람에 대한 세심한 배려와 생각을 담은 휴게공간 디자인으로 정리되어 갔다. 이는 단순히 용역업체가 총괄하여 디자인하는 것보다 훨씬 더 인간적이고 예술 지향적인 휴게공간이 탄생하는 계기가 되었다.

오승우 참여예술인은 현업 건축가로서 현실적인 안목과 디자인으로 3D드로잉과 공간 구획을 진행하여 휴게공간이 실제로 시공될 수 있도록 큰 힘을 보탰다. 8월에 직원들의 희망과 요구에 대한 리서치를 진행했다. 9월에 그 내용에 근거하여 휴게실 디자인 초안이 나왔다. 10월에는 임직원들 앞에서 휴게실 디자인과 콘셉트에 관한 발표가 이뤄졌다. 반응은 매우 긍정적이었다. 최종적으로 시공이 결정되었을 때 다들 환호성을 질렀다.

1 5월, 참여예술인들은 마포에 있는 헨켈타워를 방문해 휴게실을 만들기 위한 현장 리서치를 진행했다.

2 9월, 참여예술인과 헨켈코리아 담당자들이 함께 모여 시공업체 후보자들을 대상으로 업체 선정을 위한 입찰 설명회를 진행하고 있다.

3 10월, 참여예술인들이 최종 프리젠테이션을 통해 예술인 파견 지원사업과 휴게실 프로젝트의 성과에 대해 소개하고 있다.

즐거운 경험, 아트 워크숍

참여예술인들이 힘을 모아 진행한 두 번째 프로젝트는 아트 워크숍이었다. 이지연 참여예술인이 중심이 되어 진행한 워크숍은 직원들에게 많은 즐거운 경험이 되었다.

1-2 헨켈코리아에서 워크숍을 진행하기 위해 참여예술인들이 샘플을 만들고 자료를 준비하고 있는 모습.

3 10월에는 임직원과 자녀가 함께 참여하는 워크숍을 진행했다. 사진은 이지연 참여예술인이 도시 속 재생공간의 이야기를 들려주면서 친환경 소재인 내츄럴폼을 활용해 창작워크숍을 진행하는 장면.



이지연 참여예술인은 7월에 사내 직원들을 대상으로 하는 예술 워크숍을 진행했는데, 이 워크숍이 반응이 좋아서 10월에 임직원 및 직원 자녀들까지 대상을 확대해서 '지속 성장 발전'이라는 주제를 가지고 환경 워크숍, 아트 워크숍을 다시 진행하는 성공을 거두었다.

자신의 공간을 그려본다거나 재활용품을 이용해 집을 만들어 보는 과정은 바쁜 일상을 잠시 벗어날 수 있는 즐거운 창작 활동이 되었을 뿐만 아니라, 이후에도 예술을 향유하고자 하는 동기를 사원들에게 제공했다. 덕분에 워크숍 행사는 헨켈코리아(유) 직원들 사이에서 가장 긍정적인 평가를 받을 수 있었다.

초콜릿 상자

박지희 퍼실리레이터는 예술인 파견지원 사업을 "like a box of chocolates"라고 표현했다.

"예술인 파견지원 사업은 수많은 가능성으로 가득 차 있기 때문입니다. 한 박스의 초콜릿 같다는 표현은 영화 <포레스트 걸프>의 대사에서 빌려왔는데, 재미있는 사업이 되려면 반드시 박스를 열어 보아야 하고, 초콜릿을 먹어보기 전까지는 생각만으로는 어떤 맛일지 기늠할 수 없기 때문입니다. 초콜릿 한 상자를 다 먹은 그 끝은 달고 맛있지만, 조금은 어렵게 녹아 사라집니다."

초콜릿 한 상자를 다 먹고 나서 남는 아쉬움, 그것이 다음 예술인 파견지원 사업을 더 나은 사업으로 이끌어가는 힘이 될 것이다. 예술인 파견지원 사업은 초콜릿 상자 같은 사업이 맞다.



Part 2-6
사회공헌

대동호텔
(주)포토베이

— 青春聖水 —
— CHEONG CHUN SONGSU —

스트릿미디어그램
라이브 페인팅
정글 판타지

야밤공연
어쿠아스틱 아일랜드
SSS HIPHOP LIVE *

네트워크 파티
MC Lee Band
SEE크릿 네트워크 아트 프로젝트 *
도시산책

워크숍
드로우성수
아트테라스

드로우성수는
서울시마을공동체종합지원센터의
우리마을활동지원사업으로
진행되었습니다.

* 프로젝트는
한국예술인복지재단에서 주최하는
'2016년 예술인 파견지원 사업'의
일환으로 시행되었습니다.

각 행사별 상세일정은
디자인워크 홈페이지를
참고하세요

9.28 - 10.2
청춘은 골목과 예술로

스트릿성수

주최_ 성동구
주관_ 성동디자인워크 준비위원회 / 유쾌한아이디어성수동공장 / 더매치랩 / 이트로기획단
후원_ 서울문화재단 / 문화체육관광부 / 한국예술인복지재단 / HOTEL ATTIC

www.sddw.kr
문의. 02-2286-5455

성동
디자인
워크
SDDW 2016
청춘서수

SEONG-DONG DESIGN WEEK 2016 | SEP.28 - OCT.2 | STREET SONGSU | 스트릿성수



손에 손잡고 행복한 마을 만들기

과거 대신 미래를 선택한 대동호텔



1 손뜨기 작업에 참여한 4번째 마을 주민인 남성복 매장 사장님의 손을 캐스팅하는 장면.

2 라이브 퍼포먼스 <얼굴들>의 결과물.

3 10월 30일 대동호텔 앞에서 퍼포먼스가 끝난 후 캐스팅 된 자신의 석고얼굴을 들고 포즈를 취하고 있는 모습이다.

참여기업·기관	대동호텔
퍼실리테이터	최동민(유진)(연극)
참여예술인	박채영(영화), 서은정(서할)(미술)
프로젝트 소개	대동호텔은 예술을 통해 행복한 마을을 만들기를 원했다. 예술인은 '대동호텔'이 있는 동네의 과거와 현재를 리서치하고 마을 사람들의 참여를 통해 손과 손을 연결하는 작업을 진행했다. 이 과정은 영상으로 기록되고 미디어 작품으로 만들어져 대동호텔 1층 로비에 전시하는 성과로 이어졌다.

셋풀골 여관길

제주항을 중심으로 형성된 제주 원도심 지역은 오랫동안 제주의 정치와 경제, 문화의 중심지 역할을 해왔다. 원도심 지역에는 제주의 주요 관청 및 병원, 상점이 몰려 있고, 문화예술인들이 모이는 극장과 전시장, 카페며 서점도 밀집해 있었다. 지금은 새로 개발된 많은 도심과 관광지들이 제주를 대표하게 되었지만, 20여 년 전까지만 해도 제주 원도심 지역이 제주의 심장부였던 것은 사실이다. 원도심 지역에서 숙박시설이 몰려 있는 곳이 있는데, 이름이 셋풀골 여관길이다. 바로 대동호텔이 자리잡고 있는 곳이다.



예술을 통해 행복한 마을 만들기

대동호텔이 예술인 파견지원 사업에 참여하면서 목표로 설정한 것은 '예술을 통해 행복한 마을을 만들기'였다. 최동민 퍼실리테이터는 구체적인 작업에 들어가기 전에 대동호텔이 원하는 행복한 마을, 사회공헌이란 어떤 것인지에 대해서 여러 번의 미팅을 갖고 이야기를 나누었다. 그리고 미디어 기반의 대중예술을 하는 박채영 예술인과 조각을 하는 서은정 예술인을 매칭하여 함께 프로젝트를 이끌어가기로 했다.

최동민 퍼실리테이터는 매칭된 두 명의 참여예술인과 대동호텔과 함께 여러 차례의 전체 미팅을 하면서 셋풀골 지역에 대한 이해를 돋고, 예술인이 이 지역에서 펼칠 수 있는 활동은 어떤 것들이 있는지 논의를 이끌어갔다. 예술인들은 함께 제주 문화를 이슈로 하는 토론회에 참석하여 제주도의 문화 지형에 대한 공부를 하고, 호텔 주변을 탐방하면서 산지천의 역사에 관한 강연을 듣고, 대동호텔 주변에 있는 칠성로의 문화 행사와 서귀포 등 다른 지역의 문화 행사를 살펴보았다. 아울러 산지천의 변화 과정을 사진 자료집과 웹 서핑을 통해 체계적으로 정리하고, 호텔 주변 풍경을 동영상으로 기록하기 시작했다.

- 1 손뜨기 작업에 참여한 11번 째 손모델은 bridge 16 cafe 사장님이었다. 손을 캐스팅 하는 장면.
- 2 제주아트페어가 열린 10월 27~30일 사이에 대동호텔 로비에 손뜨기 작업의 완성작이 전시되었다.
- 3 〈셋풀글 여관길 사람들 여기 여기 모여라〉 미디어아트 작품과 대동호텔 담당자 박은희 실장.



여기 여기 다 불어라

대동호텔이 위치하고 있는 동네에 유난히 여관과 캐스트하우스들이 많고, 그 동네의 옛 이름이 '셋풀글 여관길'이라는 이야기를 들은 예술인들은 주변의 여인숙을 찾아가 인터뷰를 진행하기도 했다. 박채영 예술인은 "인터뷰와 조사가 진행되면서 주변이 달라 보이기 시작했다. 내가 사업에 참여하고 있는 이 동네에 대해 연구하면서 동네에 애착이 생겼다"고 회고했다. 그리고 이렇게 애착이 생기자 "외부인의 입장에서 많은 반향을 일으키기보다는 마을의 작은 변화 혹은 따뜻함을 전할 수 있는 매개체가 되었으면 좋겠다는 바람이 들었다"고 한다.

여러 차례의 의논 끝에 조각가와 미디어 작가가 협업하여 진행할 수 있는 지역민 참여 프로젝트로 방향을 결정했다. 프로젝트 이름은 〈셋풀글 사람들, 여기 여기 다 불어라〉로 정했다. "무슨 무슨 놀이 할 사람 여기 불어라" 하고 외치면, 그 사람의 염지손가락을 잡기 위해 우르르 달려가는 아이들 놀이에 착안한 프로젝트였다. 동네 사람과 이웃 상인을 대상으로 손을 잡고 있는 형상을 석고 본으로 뜯면 어떨까 하는 서은정 예술인의 아이디어에 다들 만장일치로 찬성하면서 프로젝트는 일사천리로 진행되기 시작했다.

이웃을 불러내고 연결해주는 손

"사실 이곳은 산지천을 중심으로 많은 변화가 있었던 곳이에요. 여기서 외부인이 갈등을 해결하겠다고 나서거나 개입을 하는 것 자체가 어려운 일입니다. 그런데 이 아이디어는 우리가 이웃 주민을 불러내고 서로 연결시켜 주면서 따뜻함을 전달할 수 있어서, 우리 역할은 작지만 파급 효과는 클 것이라는 확신이 생겼습니다." (박채영 참여예술인)

"알지네이트로 손을 뜨고, 굳은 뒤 다시 손을 빼내는 작업 과정에서 마을 사람들이 신기해하고 재미 있어 해주셔서 좋았습니다. 자신의 손이 들어간 작품을 보면서 완성된 작품에도 많은 애착과 관심을 가져주셨습니다." (서은정 참여예술인)

이 모든 과정은 박채영 예술인의 섬세한 카메라에 고스란히 촬영되고 녹음으로 남았다. 이웃 간의 화

기애애함, 애틋함, 서먹함, 쑥스러움, 이 행사에 참여하기 전과 후의 변화까지, 박채영 예술인은 그 감정을 함께 담아내기 위해 세심하게 신경을 썼다고 고백했다. 서로의 모습이 들어간 영상을 보면서 마을 사람들이 즐거워하는 데서 느낀 뿌듯함은 덤 같은 즐거움이 되었다.

이렇게 완성된 〈셋풀글 사람들, 여기 여기 다 불어라〉 작품은 10월 마지막 주 셋풀글에서 진행된 제3회 '2016 제주아트페어' 기간 동안 대동호텔 로비에서 전시되었다. 서은정 예술인이 작업한 손 석고본과 박채영 예술인이 작업한 미디어 영상이 함께 전시된 대동호텔 로비에는, 자신과 지인의 손을 찾는 셋풀글 동네 사람들의 발길이 연일 이어졌다.

대동호텔 아트숍 공간이 마을의 사랑방이 된 것 같았다. 마을 사람들은 처음에는 손을 캐스팅하기 위해 예술인들의 작업 공간을 찾아왔고, 캐스팅이 되어 석고로 손을 제작한 후에는, 그 손을 확인하기 위해 또다시 찾아오면서 자연스러운 분위기 속에서 드나들게 된 것이다.

전시 마지막 날인 10월 30일에는 대동호텔 앞에서 사람들의 얼굴을 캐스팅하여 그 순간의 감정과 표정을 담아내는 즉석 라이프캐스팅 퍼포먼스를 진행해서 또 하나의 추억을 남겼다.

박채영 예술인은 "프로젝트를 진행하는 과정에서 동네 주민들이 주인공으로 참여한 덕분에, 나만의 작품이라는 생각보다는 나도 즐거운 참여자라는 입장이 되었다"고 술회했다. 서은정 예술인은 "자신이 잡은 손은 누구인지, 자신의 손을 누가 잡게 될 것인지, 그런 이야기를 하면서 마을 사람들 사이에 서로에 대한 관심이 커졌습니다. 결과물도 마을 사람들의 손으로만 이루어졌으니 셋풀글 여관길을 상징하는 첫 조각 작품이 된 셈입니다"라고 말했다.

서로 손을 잡은 조각의 형태처럼 앞으로도 셋풀글 여관길이 사람냄새 나는 골목으로 남았으면 좋겠다는 것, 그것이 예술인 파견지원 사업에 참여한 모든 사람들의 공통된 희망이었다. 그리고 그 희망 이야기로 이번 사업의 가장 따뜻한 성과물로 남게 되었다.



- 1 대동호텔 앞에서 사람들의 얼굴을 캐스팅하는 라이브 퍼포먼스를 벌이는 장면.
- 2 라이브 퍼포먼스 〈얼굴들〉 프로젝트도 지역 주민들을 대상으로 진행되었다.

사라져가는 것의 아름다움을 기억하다

기억을 기록하는 (주)포토베이



- 1 10월 3일 반도카메라 3층에서 마지막 전체 회의를 하고 난 후 기념사진을 촬영했다.
- 2 사라져가는 직업인들 프로젝트 중 부천 이발사를 취재하면서 기념사진을 촬영했다.
- 3 '로고송 제작 프로젝트'를 위해 참여예술인들이 반도카메라 직원들과 함께 로고송에 들어갈 문구를 만 들고 있다.

참여기업·기관	(주)포토베이
퍼실리테이터	방병상(사진)
참여예술인	박아름(emily)(음악), 유두진(고구려인)(문학), 이성준(사진), 이찬욱(sWAN)(음악)
프로젝트 소개	2016년 (주)포토베이-반도카메라에 4인의 예술인이 파견되었다. 예술인의 활동분야와 이력도 다채롭다. 이성준 예술인은 사진을 전공했고, 유두진 예술인은 소설을 쓰는 문학가다. 그리고 박아름 예술인은 작사가이며, 이찬욱 예술인은 밴드 음악가다. 이 범상치 않은 조합으로 시작된 문화예술 프로젝트는 사라져가는 직업인들을 찾아 기록으로 남기는 일에서 정점을 찍었다.

소형 카메라의 명품 기종인 라이카(LEICA)를 아는 사람은 많아도 (주)포토베이를 아는 사람은 많지 않다. (주)포토베이-반도카메라는 라이카 카메라를 국내 최초로 수입해 소개한 업체다. 최근에는 스웨덴의 카메라 명기 핫셀블라드(Hasselblad)와 스위스 명품 조명 브론콜레(Broncolore) 같은 광학기자재를 한국에 소개하면서, 한편으로는 한국 최대 규모의 온/오프라인 매장을 갖추고 라이카 오피셜 스토어, 사진 갤러리, 클래식 카메라 박물관 등 종합 문화공간을 운영하고 있다.

이러한 (주)포토베이가 예술인 파견지원 사업에 참여하게 된 것은 최근 라이카 카메라와 핫셀블라드 카메라가 디지털 시대에 맞는 새로운 카메라와 장비를 다양하게 출시하고 있기 때문이다. 단순히 새로 나온 제품을 보여주는 것만으로는 부족하다고 판단한 기업은 브랜드의 가치와 문화를 공유하는 새로운 접근이 어떻게 가능한지 고민하기 시작했다. (주)포토베이는 시대의 변화에 걸맞은 마케팅으로서, 예술인과 기업이 함께 참여하는 문화예술 프로젝트를 시작하기를 원했다.

수정된 계획 색다른 조합

방병상 퍼실리테이터와 만난 자리에서 (주)포토베이의 김영애 차장과 서정훈 과장은 기업의 니즈를 일목요연하게 정리해서 전달했다.

"카메라 신제품을 광고할 수 있는 문화예술 프로젝트를 하려는데, 구체적으로는 기업과 예술의 융합을 통한 이미지 광고를 하고 싶습니다. 첫째 문화재청과 협조하여 문화재를 사진으로 기록하고 아카이브를 만들고 싶어요. 둘째 반도카메라의 유저들을 대상으로 하는 예술 아카데미를 진행하는데, 기존의 아카데미 운영방식과는 다르게 프로젝트를 중심으로 한 리서치, 예술교육, 카메라, 워크숍, 전시, 출판 등의 과정을 진행하고 싶습니다. 이번 프로젝트가 단순히 제품의 홍보만이 아니라 우리 문

화재의 우수성을 알리고 자긍심을 고취하는 데 일조했으면 좋겠습니다.”

기업 측의 요구에 따르자면 아무래도 ‘사진과 영상 매체를 다룰 줄 알고 교육이 가능한 예술인’이 필요했을 것이다. 그런데 2016년 (주)포토베이-반도카메라에 파견된 참여예술인은 총 4명, 그 활동 분야와 이력이 다채롭다. 이성준 예술인은 사진을 전공했고, 유두진 예술인은 소설을 쓰는 문학가다. 박아름 예술인은 작사가이고, 이찬욱 예술인은 밴드 음악가다.

참여예술인들은 기업의 니즈를 확인하고는 고민에 빠졌다. 기업의 니즈를 충족시키면서 예술인의 재능을 살리는 기획에는 무엇이 있을까. 처음 5월 한 달은 이런저런 프로젝트의 기획과 검토에 많은 시간이 할애되었다.

세 가지 프로젝트

6월이 되면서 드디어 사업의 방향이 조금씩 정리되기 시작했다.

그 첫째는, (주)포토베이 카메라박물관 전시를 목표로 우리 사회에서 미래에 없어질 직업, 직업인을 찾아서 그들에 대한 사진과 인터뷰 기록을 남기는 ‘사라져가는 직업인들’ 프로젝트를 진행하기로 했다. 둘째는 참여예술인들 사이에 음악가도 있고 작사가도 있고, 또 (주)포토베이는 아직 자사의 브랜드를 이미지화할 다른 아이덴티티가 없으니 (주)포토베이 기업의 로고송을 만들기로 했다. 셋째는 (주)포토베이 내 카메라박물관 홍보자료를 제작하기로 했다.

참여예술인들은 첫째 ‘사라져가는 직업인들’은 공동 프로젝트로, 둘째 로고송 제작은 박아름 예술인과 이찬욱 예술인이 한 조가 되어, 셋째 카메라박물관 소개 작업은 유두진 예술인과 이성준 예술인이 한 조가 되어 작업을 진행하기로 했다.

기업에서도 긍정적으로 이해하고 협조하기로 했다. 프로젝트를 담당하는 기업 측 파트너인 서정훈 과장 자신이 사진작가 출신이라, 예술인의 입장과 기업의 입장 중간에서 잘 이해하고 조율했다는 점이 사업에 유효한 도움이 되었다고 다들 입을 모았다.

사라져가는 직업인들

사라져가는 직업인들 프로젝트는 다들 찬성하고 적극적으로 해보자고 한 기회 이었지만, 7월 들어 실제 추진 단계에 들어가자 여기저기 난항이 많았다.

어떤 직업을 선정해야 할 것인가에서부터 누가 가장 적절한 대상이나, 그리고 실제로 그 사람을 관찰하고 섭외하는 모든 과정이 더디고 하나하나 정성이 들 어가야 했다. 프로젝트에 참여한 참여예술인들이 모두 달려들이 함께 기획회의를 하고 섭외에 매달렸다. 일단 어렵게 섭외가 되면 유두진 참여예술인이 수차례 상대방을 만나 인터뷰를 진행했다. 인터뷰가 어느 정도 마무리되면 (주)포토베이가 지원한 핫셀블라드 카메라와 브론컬러 조명 장비를 들고 사진작가들



[사라져가는 직업인들]
프로젝트

- 1 이발사 정기환. 30년째 부천에서 이발소를 운영하다 은퇴 예정.
- 2 도시어부 박찬수. 20년간 고양시 어촌계 어부로 일하는 중.
- 3 공씨 책방 사장 장화민. 40년간 한책방을 운영.
- 4 아날로그 현상소 사장 임형주. 26년간 컬리네가 필름 현상소를 운영.
- 5 8월, 부천 이발소에서 이발사 정기환 님을 촬영.
- 6 9월, 고양시 행주나루에서 도시어부 박찬수 님을 촬영.
- 7 〈월간사진〉 10월호에 ‘사라져가는 직업인들’ 프로젝트가 소개되었다.

이 나서서 촬영을 진행했다.

‘도시어부’를 시작으로 프로젝트가 마무리될 때까지 기록이 진행된 직업군은 이발사, 도시어부, 오디오 장인, 극장 간판화가, 현책방 주인, 사진 인화사 등이었다. 도시어부는 행주나루에서 일하고 있는 어부를 찾아 섭외했다. 부천의 오래된 이발소에서 이발사를 찾았고, 오디오 장인은 세운상가에서 만났다. 인천 예수중심교회와 시립미술관에서 간판 장인을 만나 촬영했고, 신촌 공씨책방 주인을 섭외해서 촬영했다. 신사동에서 아날로그 필름을 현상하고 있는 현상소 사장을 만나 촬영했다. 서울 불광 대장간의 대장장이는 섭외를 하는 단계에서 프로젝트 기간이 끝나 어렵게 중단하게 되었다.

이 프로젝트는 <월간 사진> 10월 호, <월간 비디오디지털카메라(VDCM)> 10월 호, <월간 사진예술> 11월 호에 관련 기사가 크게 게재되는 등 많은 사회적인 반향을 불러일으켰다. 비록 프로젝트 기간이 끝나기는 했지만, 이찬욱 참여예술인은 “전국에는 훨씬 더 많은 사라져가는 직업인이 있을 것이다. 더 늦기 전에 이들에 대한 기록이 있어야 하지 않을까. 이 프로젝트는 오히려 지속적이고 전국적으로 시행되었으면 좋겠다”고 아쉬워했다. 그 마음은 다른 예술인들도 마찬가지였다.

다함께 로고송 작업과 박물관 홍보자료

이찬욱 참여예술인, 박아름 참여예술인이 함께 주도한 기업의 로고송은 바깥에서보다 안에서, 결과물보다 과정에서 큰 성과를 거둔 프로젝트였다. 로고송을 위한 가사도 만들어야 하고 멜로디도 나와야 하는데, 예술인과 직원들이 서로 의견을 묻고 듣는 과정 속에서 서로를 이해하고 돋는 소중한 경험들을 쌓았던 것이다.

유두진 참여예술인은 “이찬욱 참여예술인이 작곡을, 박아름 참여예술인이 작사를 했지만, 저도 문학작가로서 문구에 대한 여러 아이디어를 냈고 다른 예술인들도 마찬가지였어요. 회의할 때마다 즐거웠습니다” 하고 말했다. 이찬욱 참여예술인은 “전 레코딩 엔지니어라는 직업을 가지고 있지만 밴드의 기타리스트로서도 활동하고 있는 만큼 이렇게 여러 예술인과 협업하는 경험은 굉장히 소중한 자산이 될 거라고 생각합니다. 서로 다른 장르에서 일하는 사진가, 문학가와 일하면서 당장은 향후 앨범을 만들 때 힘을 얻을 수 있을 거라고 생각하고 멀리 보면 앞으로 앨범을 만들고 홍보할 때 적지 않은 도움이 되리라 생각합니다” 하고 희망했다.

이런 협업의 시간이 즐거운 것은 참여예술인들에게 국한된 경험이 아니었다. 로고송을 위한 문구를 찾고 음을 함께 듣고 의견을 나누는 사이, 예술인 파견지원 사업에 대한 직원들의 관심과 이해가 많이 높아졌다. 이렇게 완성된 (주)포토베이의 로고송은 현재 전화 연결음으로도 쓰이고, 매장 및 박물관에서도 정해진 시간마다 훌러나와 (주)포토베이를 빛내주고 있다.

한편, 유두진 참여예술인과 이성준 참여예술인이 주로 진행한 (주)포토베이 카메라박물관 홍보자료는 반도카메라 박물관 블로그에 게재를 준비하고 있다.

배짱과 낙관

(주)포토베이의 예술인 파견지원 사업은, 눈에 띠는 작품을 남겼다는 특징이 있다. 애초 사진 전문 기업의 니즈와는 다른 생소한 분야의 참여예술인이 결합했고, 그래서 사업을 처음부터 다시 기획하고 협의해야 하는 난항이 있었음에도 불구하고, 한걸음씩 문제를 풀어가는 배짱과 낙관도 돋보였다. 참여예술인들은 기업측이 작업에 협조적이었다고 감사 인사를 했고, 자신들끼리는 서로 다른 분야의 참여예술인을 만나 배우려고 노력하는 기회가 생겨 좋았다면 서로를 추어올렸다. 아마도 난관은 어디에나 있을 것이다. 다만 한 고비 한 고비를 풀어가는 노력 속에서 서로가 성장하는 즐거움은 (주)포토베이 참여예술인과 기업만이 공유한 특별한 즐거움이었던 듯하다.

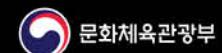


[기업 로고송 제작]
프로젝트

- 1 반도 카메라의 3층에서 작사가 박아름 예술인과 작곡가 이찬욱 예술인이 로고송을 만들고 있다.
- 2 서울영상미디어센터의 오디오 스튜디오에서 박아름 예술인과 이찬욱 예술인이 성우 녹음을 진행하고 있다.
- 3 고양영상미디어센터의 오디오 스튜디오에서 곡을 막상하고 있다.

현대백화점 무대지원 프로젝트

DO YOUR ART



한국예술인복지재단
Korean
Artists Welfare
Foundation



음악을 연주하는
당신을 지원합니다

본 프로젝트는 음악을 전공하거나 30분 이상의 연주 구성이 가능한 대한민국 아마추어 연주자(팀) 누구나 응모 가능합니다.
위 내용은 한국예술인복지재단에서 주최하는 2016년 예술인
파견지원 사업의 일환으로 시행되었습니다.

문의

① 02 3416 5720 ② culture_hall@hmall.com
③ ehyundai.com 문화홀 페이지 방문 후 신청서 다운로드 가능

*선정된 연주자에게는 무상 무대 지원 및 장학금이 제공됩니다.

THE HYUNDAI

Part 3

퍼실리테이터가
말하는
퍼실리테이터

기업과 예술인의 촉매 퍼실리테이터

기업·기관이 예술인과(기존의 고용 방식이 아니라) 협업을 한다니, 그런 일이 어떻게 가능할까? 이런 질문, 혹은 의혹이 유효한 것은, 예술인과 기업·기관이 사용하는 언어가 서로 같지 않다는 사실에서 비롯된다. 서류 작성을 위한 언어와 예술 작품 설명을 위한 언어는 다를 수밖에 없지 않겠나. 그렇게 다른 언어로 살아온 이들이 한 조직 안에서 하나의 목적을 설정하고 협업하는 일이 손쉽게 돌아가리라 기대하기는 어렵다.

예술인 파견지원 사업에 참여하는 예술인들은 다양한 장르에서 일해온 사람들이다. 미술, 문학, 음악 분야도 있고, 건축이나 만화, 국악, 대중예술 장르도 있다. 그러나 대부분의 예술인들이 자기 작업실에서 혼자 작업에 몰두해왔다는 점은 비슷하다. 기업·기관은 반대로 대중이나 시장을 상대로 생각하고 일을 굴린다는 점에서 대부분이 비슷하다. 그럴 때 기업과 예술인의 사이를 촉매하고 통역사 역할을 하는 사람들이 바로 퍼실리테이터(facilitator)다. 퍼실리테이터는 기업과 참여예술인 사이에서 정보를 공유하고 원활한 프로젝트 진행을 도와 사업의 매개 역할을 담당한다.

2015년에는 한 명의 퍼실리테이터가 3~4개 기업의 현장을 맡아 관리자 역할을 했다면, 2016년부터는 1개 업체당 1명의 퍼실리테이터가 3~4명의 예술인들과 함께 직접 활동에 참여하기 시작했다. 퍼실리테이터가 직접 프로젝트를 이끌어나감으로써 사업 진행의 효율성을 기하려는 것이다. 그 결과 200명의 퍼실리테이터가 814명의 예술인들과 281개의 기업·기관 사이에서 문화예술의 매개 역할을 담당하게 되었다.

예술적 개입을 통해 조직을 활성화하기 위한 퍼실리테이터들의 역할이 중요해진 만큼, 퍼실리테이터의 업무와 역량을 끌어올리기 위한 교육도 다양해졌다. 2016년 4월에는 '2016 예술인 파견지원 사업 퍼실리테이터 워크숍'이, 7월과 8월 사이에는 총 5회에 걸쳐 '퍼실리테이터 직무교육'이 시행됐다. 다음의 내용들은 4월에 열린 워크숍에서 이미 퍼실리테이터 역할을 경험한 예술인들이 발표한 내용을 요약한 것이다.



1-4 2016년 4월에 열린 퍼실리테이터 워크숍에서 예술인 파견지원 사업에 관한 질의응답 시간을 가졌다.
5-7 퍼실리테이터 직무교육에서 퍼실리테이터들이 예술 분야 발전을 위한 의견을 개시하고 토론하고 있다.



김월식

“기업·기관과 밀착하고 스킨십을 나눠라”

2015년 (주)아이코닉스, 수원다문화도서관, 안양시 박달2동 민군종합복지관에서 퍼실리테이터로 활동

김보경

“기업·기관과 예술인의 사업 이해도와 관계 형성이 열쇠”

2015년 (주)세정, 유어스타일리스트, 더북소사이어티, 2016년 (주)세정에서 퍼실리테이터로 활동

2014년부터 예술인 파견지원 사업에 참여하면서 ‘퍼실리테이터’는 어떤 역할을 해야 하는가에 대한 고민을 해왔습니다. 우선 당부하고 싶은 말씀은, 기업·기관을 선정할 때 물리적으로 활동 가능한 거리에 있는지 신중하게 판단해야 한다는 것입니다. 저는 초기에 지역 멘토로 제주도 지역을 맡았는데, 확실히 거리가 너무 멀면 자주 못 가게 됩니다.

퍼실리테이터는 참여예술인과의 스킨십도 중요하지만, 자신이 담당하는 기업·기관과의 스킨십이 무엇보다 중요합니다. 2015년에 3개 기업·기관을 담당하면서 큰 불편 없이 마무리를 할 수 있었던 동력은 사업 초반에 많은 시간을 할애하고 공을 들여서 기업·기관과의 스킨십을 시도했던 것이라고 생각합니다. 익숙한 일은 아니지만 너무 어려워 마시고, 적극적으로 시도하면 훨씬 좋은 성과가 날 수 있습니다.

아쉬운 점은 많은 기업들이 여전히 아주 단편적이고 장르적인 수준에서 예술인을 이해하고, 예술인을 도구화하는 경우도 있다는 겁니다. 그래서 퍼실리테이터의 역할이 아주 중요합니다. 기업·기관의 요구를 그대로 전달하는 것이 아니라 예술인들이 더 주체적으로 예술실험을 통해 사회를 변화시킬 수 있도록, 의미를 만드는 활동을 할 수 있도록 도와야 합니다. 그리고 기업·기관의 문제점 그리고 그 안의 긍정적인 면을 읽어서 더 개선하고 성장할 수 있는 방향을 제안해야 합니다.

저는 2015년, 2016년에 퍼실리테이터로 참여했습니다. 제가 활동하면서 가장 중요하게 생각했던 것은 기업과 예술인의 사업에 대한 공통적인 이해와 관계 형성입니다. 그래야 예술인들이 기업·기관의 제한을 받지 않고 최대한 자유로운 활동을 시도할 수 있습니다. 사실 사업에 대한 이해는 사업을 진행하면서 더 완성되어가는 것입니다. 그래도 초반에 많은 시간과 공을 들이면 과정에서의 시행착오를 줄일 수 있습니다.

아쉬운 점이 있다면, 많은 결과물이 실질적으로 기업에 도입되어 활용되지 못했다는 겁니다. 예술인들의 작업물이 어떻게 기업에 활용될 수 있을지 창의적인 시선이 필요합니다.

구체적으로 프로젝트에서 어려웠던 점은 복잡한 보고 과정을 거쳐야 한다는 것과, 그렇게 해서 최종 확정까지 갔는데도 임원들이 사업에 대한 이해가 부족해서 계속 무너졌다는 겁니다. 저도 예술인도 지쳐버렸죠. 여기서 드릴 수 있는 팁은 임원급의 최종결정권자에게 직접 보고하는 구조를 만들거나, 과정을 인지할 수 있게끔 끊임 없이 직접 보고하는 것이 중요하다는 점입니다. 그래야 일이 수월해질 수 있습니다.



“본연의 가치를 잃는다면 다 무슨 소용”

2015년 미산면주민자치위원회, 백학면주민자치위원회, 연천군청, 2016년 성과아카이브팀에서 퍼실리레이터로 활동



“예술인이 사회에 존재해야 하는 이유”

2015년 정읍시청, (주) 온굿플레이스, 2016년 성과아카이브팀에서 퍼실리레이터로 활동

저는 조그마한 동네에서 활동했습니다. 2014년은 27명의 참여예술인을 맡아서 관리형 멘토로, 2015년에는 퍼실리레이터로서 3개 기관을 선정해서 7명의 참여예술인과 프로그램을 진행했습니다. 참여했던 예술인 중 평균 연령대가 가장 높았던 팀으로 70대 2명, 60대 1명, 50대의 퍼실리레이터, 40대 2명, 30대 1명, 20대 1명, 총 7명으로 구성되었죠. 연세 높은 예술인들과 진행하는 작업이 쉽지 않았습니다. 누구의 의견을 반영해서 프로그램 만드는 것이 익숙하지 않았고, 기업·기관의 니즈를 평가하고 판단을 내리다 보니 참여기업·기관 담당자와 예술인이 만나는 자리가 굉장히 불편한 자리가 되기도 했습니다.

그 과정에서 다짐했던 것은 기업·기관과의 원활한 관계도 중요하지만, 평생을 예술인으로 헌신하며 살아온 예술인의 자존심을 다치게 하지 말자는 거였습니다. 6개월이라는 짧은 기간에 이분들이 자칫 얻게 되는 상처가 너무 클 수 있었기 때문입니다. 목적에만 매몰되기 시작하면 예술인 본연의 가치를 스스로 좀먹을 수 있습니다. 이 프로그램을 하면서 저희가 간과하면 안 되는 부분이 이런 지점입니다.

한 가지 더, ‘서브-잡’이라는 이 사업의 별칭과 한 달에 10일, 시간으로는 총 30시간 이상이라는 제한을 너무 의식하는 경우가 많습니다. 그 이상의 시간을 할애하면 마치 피해를 보는 것처럼 판단하는 것이죠. 갑질을 하는 기관도 문제가 있지만, 갑질을 하는 예술인도 분명 있습니다. 그런 점을 고려하고 각오를 다지셔야 하지 않을까 생각합니다.

2014년 사업 첫해부터 멘토로 시작해서 2015년에는 퍼실리레이터로 활동을 했습니다. 사실 2014년 사업을 처음 시작할 때는 모호한 지점이 많이 있었죠. 한정된 10여 명의 멘토가 많은 예술인들과 함께 활동하다 보니 개인의 활동을 정확하게 목격하고 해석하고 도와주는 것도 힘들었습니다. 그런 과정을 거치며 구체적으로 어떤 지향점을 가져야겠다는 생각이 들었어요. 그래서 2015년에는 스스로의 고민을 안고 아주 구체적인 목표를 가지고 시작했습니다.

퍼실리레이터의 역할은 단순히 아르바이트를 하는 게 아니라 책임감이 중요하다고 생각합니다. 예술인들은 자신의 특별한 재능을 활용해 작업하는 것뿐 아니라 작업을 할 수 있는 환경을 만들어내는 것이 필요하다고 생각하거든요. 그런데 그 방법은 주변에서 쉽게 찾아낼 수 없는 거예요. 그래서 우리가 사례를 생산해야 하는 거죠. 그것들이 가치가 있다고, 곧 예술인이 사회에 존재해야 하는 이유에 대한 이야기로 연결될 수 있게 만들어야 하고요.

한국예술인복지재단의 존립 근거에 대한 비판이 많이 있습니다. 일반 복지도 잘 안 되는 나라에서 과연 예술인을 위한 복지가 될 수 있느냐는 질문을 많이 받습니다. 하지만 충분히 예술인이 그 대상이 될 수 있습니다. 그 근거를 다양한 방법으로 보여줄 수 있고, 이 사업이 그 방법의 하나가 될 수 있다고 생각합니다. 퍼실리레이터 한 사람 한 사람이 가지고 있는 사회적 책임감이라든가 예술에 대한 의지 등이 사업에 조금씩 반영이 되어 이 사업이 어디로 갈 수 있는지를 다양한 형태로 보여줬으면 좋겠습니다.



“초반 세팅이 결과를 좌우한다”

2015년 우리동네지역아동센터, 강남도시가스, (주)이야기너머, (사)동물자유연대,
2016년 성과이카이브팀에서 퍼실리레이터로 활동



“언제나 이상을 배신하는 현실”

2015년 서울시설공단, 제일모직CSR, 서울강남시니어클럽, 송파실벗뜨락, 2016년 걸 실크스크린에서 퍼실리레이터로 활동

2014년에는 참여예술인으로, 2015년에는 퍼실리레이터로서 이 사업에 참여했습니다. 초반에 어떻게 세팅을 하 고 리서치 하느냐에 따라 많은 것들이 달라진다는 것을 말씀드리고 싶어요.

짧게는 한 달, 길게는 두 달 이상 리서치에 시간을 할애하시는 것도 좋다고 생각하는데, 왜냐하면 기업·기관의 문제와 니즈가 무엇인가를 파악하는 것이 중요하기 때문이죠. 기업이 가지고 있는 문제를 개선하기 위해 정말로 이 교육 프로그램이 최적의 활동인지 검토해봐야 합니다. 보통 조직원 대상 교육 프로그램이나 환경미화 관련 프로그램을 진행하는 경우가 많은데, 그게 정말 필요한 건지 생각을 좀 해봐야 합니다.

무슨 말인지 좀 더 설명이 필요할 텐데요. 이 사업을 하겠다고 결정하신 분들은 기업·기관의 결정권자고 우리가 만나는 분들은 실제로 해당 기업·기관에서 일하는 직원입니다. 자칫하면 밀단 직원들만 추가 근무를 하는 구조로 흘러가게 된다는 말입니다. 예술인과 대표가 결정하고, 직원들은 일과를 마친 후에 퇴근을 못 하고 교육 프로그램을 듣는 상황이 벌어집니다. 이렇게 되면 안 되는 거죠.

한 가지 더 있습니다. 미술 하는 예술인은 내가 그림 그리는 사람이니 그림 그려야지 생각하고, 연극을 하는 분 이면 연극을 해야지 생각합니다. 꼭 그래야만 하는 건 아닙니다. 협업하는 경우가 많고, 그럴 때는 직접적인 자기 재능 말고도 연결 지점을 찾으면 좋겠다는 생각이 듭니다.

저는 이웃상회라는 이름으로 활동하고 있는 미술 분야의 예술인입니다. 이 사업 이전에 공예나 디자인 작가와 현장에서 활동하는 프로젝트를 했었고, 참여예술인으로 시작해서 2015년에 퍼실리레이터로 활동하고 2016년에 도 다시 재단을 방문하게 되었습니다.

2015년은 2016년과 사업 진행방식이 다른데, 2015년에는 퍼실리레이터들이 매칭 기관을 스스로 섭외해야 한다는 큰 과제가 있었습니다. 저는 시니어 문화예술 쪽에 관심이 있어 서울 소재 중소규모의 시니어 복지기관들을 섭외했습니다. 하지만 작업은 쉽지 않았고 오히려 상당히 내상을 입었습니다. 각오를 단단히 하고 담대하게 임하면 좋을 것 같습니다.

제가 담당했던 기업에서는 스트리트 아트 프로젝트를 진행하고 싶다는 분명한 니즈가 있었고, 예술인이 거의 10개 정도의 제안을 계속 했습니다. 그러나 기업에는 상업적인 미술 기준이 있었기 때문에 발견된 예술인의 공공 미술 관점과의 미감 충돌이 있었습니다. 많은 시간과 예산의 소모가 있었고 최종적으로 실행을 끝내야만 하는 예술인에게는 매우 힘든 지점이었습니다. 어쨌든 가시적인 결과물이 나왔는데, 마지막 구청 허가 과정에서 사업 성과를 차지하려는 경쟁이 일어났습니다. 구청에서 먼저 홍보를 시작하면서 기업과 예술인 파견지원 사업이 전혀 드러나지 않았고, 이어 기업 홍보에서는 예술인 파견지원 사업과 구청이 드러나지 않는, 그런 문제가 있었습니다. 이런 현장의 문제들이 굉장히 많을 텐데 잘 해나가기를 바랍니다.



“자기를 버리면서 선택해야 할 매개자의 역할”

2015년 인천탁주, (주)추억극장 미림, 강화고려역사재단, 2016년 성과아카이브팀에서 퍼실리레이터로 활동



“관리자가 아니라 조력자이자 동료로서의 퍼실리레이터”

2015년 부석초등학교 간월도 분교장, 충주장애인자립생활센터, 제주도청, 아마데우스, 스페인드,
2016년 성과아카이브팀에서 퍼실리레이터로 활동

2014년엔 참여예술인, 2015년엔 퍼실리레이터였어요. 제가 이 사업에 참가한 이유는 먹고 살 기회들이 많아지기를 바란 건데, 실제로 기업·기관에서 계속 연락이 오고 있습니다. 기업이나 지역과 할 수 있는 일들이 계속 생겨나고 있는 거죠.

제가 기업·기관과 일을 할 때는, 그 일은 너무 하고 싶은데 돈이 없어서 곤란한 경우가 있었어요. 돈이 없으니 아이디어 싸움이 되었지요. 크라우드 펀딩도 해보고 사업 기간도 자발적으로 늘리고, 지원서도 써드라고 했습니다. 그리고 결국 해냈지요. 힘들었지만 기뻤습니다. 물론 지치고 무력한 느낌도 많이 있지요. 하지만, 사실 목표는 더 멀리 있는 것이기 때문에 바로 앞에 있는 것에 슬퍼하지 말았으면 해요.

중요한 것은 대표 혹은 책임을 질 수 있는 실무자와 일해야 일이 잘 진행된다는 겁니다. 그리고 제일 중요한 것은 예술인들과 “퍼즐을 잘 맞추자!” 목표가 있고 니즈가 있으면 퍼실리레이터는 그 목표를 향해서 참여예술인들과 최대한 진행을 해야 합니다. 여러 재능이 모이면 어떤 시너지가 날지 상상할 수 있다면 많은 도움이 될 겁니다. 거기에 재미가 더해지고 마음이 더해진다면 좋은 효과와 결과도 얻을 수 있습니다.

한 가지 당부드릴 것은 퍼실리레이터는 때로는 자기를 버리면서 매개자가 될 수도 있어야 한다는 겁니다. 가장 좋은 결과물을 만드는 방향으로 갈 수 있게끔 머리를 맞대는 것이 우리 모두를 위한 길이 될 겁니다.

2015년에 리스크 관련 부분을 담당하는 기획위원을 맡았습니다. 개인적으로는 예술인 파견지원 사업이 예술인의 삶에 미치는 영향이 크다고 생각합니다. 그리고 우리 모두가 ‘이 사업이 예술인의 삶에 어떤 영향을 미칠 것인가’에 함께하는 주체들이라고 생각합니다.

기업·기관에서 퍼실리레이터와 예술인을 신뢰하지 않고 자신들이 원하는 대로만 해주길 바라는 경우가 있습니다. 저는 이렇게 조언했습니다. “기업·기관 대표가 원하는 것을 2개월 동안 들어준다. 나머지 2개월은 예술인들이 원하는 것을 대표가 들어주고. 그리고 남은 2개월은 어떻게 했으면 좋겠는지 논의하는 시간을 갖자.” 기업·기관의 요구와 예술인의 요구를 동등하게 취급할 수 있도록 퍼실리레이터가 제안, 설득하는 것이 필요합니다.

기업·기관은 굉장히 보편적인 어려움을 예술인이 해결해주기를 바랍니다. 퍼실리레이터는 기업·기관의 요구와 기업·기관을 둘러싼 환경을 잘 분석하고, 예술인들에게 설명해서 의견을 듣는 것이 좋습니다. 관리자가 아닌 프로젝트를 함께하는 사람으로서 사례를 제안하는 것이 중요합니다. 그리고 해결하지 못하는 문제가 있으면 재단과 상의해서, 재단에서 공식적인 입장으로 의견을 전달하는 것이 좋습니다. 퍼실리레이터로서 안정적으로 프로젝트를 운영하고, 함께하는 방법은 조력자의 역할을 충실히 하는 것이라는 점을 말씀드리고 싶습니다.

연번	기업/기관명	퍼실리레이터	참여예술인	직무유형	활동내용
1	(사)경기글로벌센터	하연화	김예은, 변사무엘, 손문양	교육훈련, 홍보마케팅, 사회공헌	〈다문화 청소년 미술 프로그램〉, 〈벽화 프로젝트〉, 〈다름의 문화 이해 아카데미〉 진행
2	(사)녹색연합	배민경	강현아, 김지영, 박문영, 박지혜	홍보마케팅, 사회공헌	로드킬 캠페인 〈작고 작은 장례식〉 전시 및 퍼포먼스 기획, 카카오스토리펀딩 6,908,883원 후원 유치
3	(사)동물보호시민단체 키라	강민자	김유리, 변혜령, 신승은, 이명진	조직문화 개선, 홍보마케팅	개 식용 반대를 주제로 캠페인 애니메이션 제작, '아름辱 스토리텔링' 인터뷰와 원고 작성
4	(사)배리어프리영화위원회	신동혁	염소진, 이해진	홍보마케팅	배너 CMS 등 홍보물 제작, 시민참여 캐릭터 배너의 마음그리기, 얼굴만들기, 인형업서 프로그램 진행
5	(사)빅이슈코리아	정은주	김은성, 안소영, 홍완엽	조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련, 사회공헌	빅이슈 판매원들의 미소를 부르는 '미소 예술단' 프로그램 기획 및 진행, 판매원이 만든 작업 엽서제작
6	(사)서울오페스트라	윤하얀	송지연, 송혜림, 염승일, 이준영	제품기획, 홍보마케팅	홍보영상과 클래식 블레로와 디자인분야의 콜라보 공연
7	(사)세계문자연구소	임선희	배인숙, 오민정, 정정호, 최유미	사회공헌	'2016 세계문자심포지엄' 행사 참여
8	(사)시흥시기업안협회	김혜연	문지영, 이경숙, 한창호	교육훈련, 사회공헌	〈마음을 치료하는 행복한 시 읽기와 낭송〉, 현대무용 활용 프로젝트, 협회 관련 행사에서 공연
9	(사)실로암사람들	조진태	김형진, 백상욱, 임용현, 조광식	교육훈련, 홍보마케팅, 사회공헌	기관 로고 제작, 홍보영상 제작, 40주년 기념행사 프로그램 지원
10	(사)원주중앙시장번영회	김미남	고대훈, 박승걸, 이만영, 이선형, 한명숙	조직문화 개선, 홍보마케팅	시장에 새로운 변화를 보여주는 문화예술 Zone 조성 프로젝트, 정크아트벤치 설치
11	(사)이주노동희망센터	이종승	김수미, 윤광희, 이수민, 정혜원, 지성은, 최미경	조직문화 개선, 복리후생, 사회공헌	이주민의 문화에 대한 토크쇼 진행, 인형 만들기와 인형극, 영화 상영 등 진행
12	(사)제주 올레	김승환	이동수	홍보마케팅	제주올레길의 지팡이 콘텐츠를 발굴하여 〈올레주량〉 프로젝트 진행
13	(사)청소년내길찾기	이성규	김용진, 김지혜, 김진아, 조혜민	복리후생, 교육훈련, 사회공헌	센터에서 모집한 청소년들과 예술활동 수업을 진행, 힙합프로젝트 진행 및 전시
14	(사)한국공정무역단체협의회	임경동	김보민, 김수진, 김지연, 이지영	홍보마케팅	손그림과 영상, 일러스트 등 다양한 홍보 작업물 및 공정무역 컨퍼런스 전시 참여
15	(사)한국메세나협회	김대현	강선주	조직문화 개선, 교육훈련, 홍보마케팅	격주 목요일 〈예술이 있는 워크숍〉을 진행, 협회에서 발행하는 뉴스레터에 원고 작성 등
16	(사)한국소공인진흥협회 / 문래스공인특화지원센터	최두수, 서인순	김용익, 노유난, 문소현, 박무진, 윤세열, 윤승미, 장수종	제품기획, 홍보마케팅	소공인동아리 중심 회원들의 전시 참여, 팽이제품과 상품개발, 친선행사 대회, 홍보 등 진행
17	(사)한국패션봉제아카데미	하수민	김수영, 김은선, 김홍근, 조향미	제품기획	〈창신동 GO 프로젝트〉로 창신동에 대한 새로운 아카이빙 작업(웹 포스팅) 등을 진행
18	(유)퐁낭	이치웅	전송이	제품기획, 홍보마케팅, 사회공헌	올레주량을 소재로 올레길의 놀이문화를 창작하고 다양한 스토리텔링을 하기 위한 프로젝트 진행
19	(재)강화고려역사재단	한석훈	류미례, 박자선, 최지원	홍보마케팅	강화돈대를 배경으로 댄스필름 방식의 '돈대 아트필름' 2편 제작
20	(재)경기도문화의전당	정미진	강선옥, 남명옥, 안우리, 허상례	홍보마케팅	전당 소속 5개 단체 활동 편집을 통한 홍보영상 제작
21	(재)경기도어린이박물관	류형정	김정현, 양경애, 이기봉, 이현희	교육훈련, 홍보마케팅	어린이 빙학 특별프로그램 설계 및 진행, '손으로 만드는 에코아틀리에' 아카이빙 및 안내서 제작
22	(재)군포시평생학습원	유혜인	강장원, 강혜연, 박찬호, 조민아	홍보마케팅, 사회공헌	용호동굴미술관 오프닝 행사에 공연과 전시 마켓행사 등으로 참여
23	(재)노래의섬	우종필	신재창, 허석	제품기획, 홍보마케팅	남이섬에서 〈시 노래로 만나는 윤동주〉에 대한 공연을 진행
24	(재)따뜻한 재단	박홍태	김성은, 김현성, 박시영	제품기획, 사회공헌	소방관, 문화소외계층을 위한 콘텐츠 제작, 공연 등 다양한 프로젝트 진행
25	(재)성남문화재단	허자은	신동훈, 이노연, 정경미, 홍준원	홍보마케팅, 사회공헌	〈오작교 프로젝트〉를 기획하여 시민들에게 성남미디어센터를 좀 더 알리고자 홍보영상 제작
26	(재)아름다운커피	남경순	박후정, 신해철, 윤선영, 이성민	홍보마케팅	기업 로고를 활용한 대형 테이블 및 홍보음원, 사진과 엽서 제작
27	(재)우진문화재단	정연주	김성수	제품기획, 홍보마케팅, 사회공헌	무대디자인에 대한 자문 및 전문예술가들이 서로 연계하면서 공연프로그램 진행
28	(재)한국국학진흥원	하원준	김재경, 박진미, 오정향, 장정은	홍보마케팅, 사회공헌	스토리테마파크에서 구축된 콘텐츠를 예술로 재해석, 〈이천백리〉라는 예술협업공연 기획
29	(주)공공공간	곽이브	강성욱, 김혜나, 조아라, 천근성	제품기획, 홍보마케팅	마켓에서 판매할 굿즈와 전시작품 제작, 마켓 공간 구성
30	(주)금진화커뮤니케이션	양보경	김수현, 이원화, 장마리, 전양수	홍보마케팅	보성, 무안, 순창, 익산, 임실 등 전남 각지 농가 방문 후 인터뷰 및 영상 촬영, 편집 후 스토리영상 제작
31	(주)네오위즈게임즈	양재광	김수환, 김정변지, 박성진, 조혜진	조직문화 개선, 복리후생, 홍보마케팅	예술가들이 사이다 TFT팀을 구성, 사원들을 위한 교육프로그램 기획 및 기업 홍보영상 제작

연번	기업/기관명	퍼실리테이터	참여예술인	직무유형	활동내용
32	(주)넥슨코리아	서승희	김주현, 양지영	제품기획, 홍보마케팅	사내 다양한 문화예술 교육프로그램(넥슨 포럼, 제주N포럼)에 대한 아카이빙
33	(주)능라	이정훈	김석환, 김혜진, 손혜경, 양지훈, 황두하	홍보마케팅	기업에서 제조하여 판촉중인 악과의 홍보를 위한 시각화 작업 및 레시피 홍보동영상 제작
34	(주)대웅제약	권진희	김은미, 박준기, 이지훈, 최은진	홍보마케팅	오송공장 내 기업과 예술이 만난 언어와 논의과정 아카이빙
35	(주)더페이스샵	임광모	김미로, 김용민, 손현정, 이용택	제품기획, 홍보마케팅	기업의 VIP 대상 키트 제작
36	(주)도서출판보리	이연숙	금사영, 김은미, 조숙경, 조윤영	홍보마케팅	책놀이터의 전시를 제작 및 결과물 전시, 접시에 그리는 접시책 제작
37	(주)두루두루에이엠씨	돈선필	김영수, 류경호, 박현정	제품기획, 홍보마케팅	기관에 속해 있던 뮤지션의 앨범발매일정과 맞추어 굿즈 제작을 통한 새로운 홍보방안 마련
38	(주)디씨엠	이대일	라병연, 서상욱, 임한충, 정현, 황선영	복리후생, 교육훈련	기업 직원과 함께하는 목조각, 연극, 음악 등의 예술워크숍 진행과 온라인 소통창구 운영
39	(주)디포그	최선	박찬배, 유비호, 이수진, 이지영	조직문화 개선, 복리후생	공간 디자인, 직원 맞춤형 책상 및 데이블 제작, 지역예술 프로그램 현장지원
40	(주)마이너리티	남주경	이예진, 이진풍, 장희아, 정주영	조직문화 개선	VR(가상현실)영상 문법에 대한 리서치 및 연구
41	(주)매직닷컴	전은영	권해란, 김동일, 김정훈, 신영섭	조직문화 개선, 홍보마케팅	아마추어 마술 강사들을 대상으로 <마술과 현대무용과의 만남>이란 프로젝트 기획, 협업작품 제작
42	(주)명설차	양관수	이한별	홍보마케팅, 사회공헌	기업 및 상품 소개와 차(茶)를 즐기는 방법 등에 대한 전자책(e북) 제작
43	(주)보노보씨	장윤정	공미선, 김유진, 허은영	사회공헌	전설의 덧발 파티 진행과 문래 투어가이드 양성 프로그램 참여, 건강댄스 등 진행
44	(주)석수유통	윤주희	손혜민, 전지은, 허강일	홍보마케팅, 사회공헌	전통시장 내 공간 개선과 시장 벽화, 만화간판, 석수주 시음회
45	(주)세손교육	이준우	김미지, 박신애, 허정이, 홍철희	교육훈련, 제품기획	연극놀이와 교육연극 중심의 콘텐츠로 구성한 프로그램 개발
46	(주)세정	김보경	이영미, 이진우, 이현진, 홍민기	조직문화 개선, 홍보마케팅	<재미남아 타로>, <이미지_공간> 프로젝트, 유어스타일리스트 행사, 캐릭터 콜라보레이션 등
47	(주)세정과미래	박승순	김효정, 송진영, 조해영	제품기획, 홍보마케팅	기존 제품에 예술가의 작업을 활용한 제품 디자인
48	(주)센트릴	손상민	김보경, 김시우, 정하윤	조직문화 개선	화화, 사진, 설치미술 워크숍 <일상이 된 예술> 진행
49	(주)쇼앤	송민철	허재범, 강석태, 고윤후, 이자은	제품기획, 홍보마케팅	기업의 로고와 홈페이지 메인화면 이미지 제작, 동영상 홍보영상, 로고송 제작
50	(주)스튜디오헤이데이	권순우	김동희, 박준영, 오희원	제품기획	<더그래이트แฮ복>, <노상호 개인전> 등 전시협업과 <드라이브인> 퍼포먼스 협업
51	(주)스티븐스	이인규	남숙현, 박민호, 서정애, 윤범호	홍보마케팅	기업 내 도구들(카피머신 등)을 악기로 이용한 낸버벌 타악 퍼포먼스 기획
52	(주)쌈지농부	신현수	김미영, 김은하, 이민선, 전강희, 황진주	홍보마케팅, 사회공헌	농가 판매부스에 맞는 예술간판 제작, <농부의 시장, 예술과 만나다> 소책자 2천부 제작 및 배포
53	(주)샌더즈픽쳐스	이현주	권칠인, 백선우, 이승환, 이익태	제품기획	유튜브 동영상 제작, 액션 캐릭터 연출, 시나리오 구상 및 북정마을 예술인 다큐멘터리 제작
54	(주)씨에스알 임팩트(CSR impact)	김제현	안상미, 이동엽, 장우진	복리후생, 교육훈련, 홍보마케팅, 사회공헌	탈북청년들을 대상으로 미술, 사진, 음악 장르를 활용한 예술교육프로그램 진행
55	(주)아이티위너	강경호	박지영, 박현미, 원종국, 장혜원	조직문화 개선	액션페인팅, 미션워크숍, 움직이는 컨설팅 등 진행
56	(주)아일랜드	이다슬	박소영, 복혜정	홍보마케팅	제주 해녀의 일상 수집 프로젝트로 해녀 인터뷰를 통해 그림, 영상 등의 자료를 수집하여 CD제작
57	(주)어스맨	김세운	김도영, 박미애, 윤결	홍보마케팅	공정무역 관련 <시간의 직물> 전시 진행
58	(주)엑스코리아	장형윤	박주희, 이세린, 한영준	제품기획	기업의 제품 개발 시스템 및 인쇄기기에 대해 아이디어를 개발, 패키지 디자인 시안 완성
59	(주)에코십일	조우람	김현우, 신미리, 왕희정, 정대균	제품기획	농산물 직거래시장 로고 및 포스터 디자인, 무대 설치 및 홍보영상 제작 등 진행
60	(주)엔씨소프트	이한나	이진희, 정아람, 차경희	교육훈련, 제품기획	사내동호회인 '엔씨클래식', '사진쟁이'와 협업하여 클래식 공연 및 사진 전시회 진행
61	(주)엘5에이엠씨	백용성	김건아, 박국진, 여안영, 이성호	홍보마케팅	리모델링한 S factory 내부공간 운영을 위해 공간과 제품에 대한 리서치 및 컨설팅 진행
62	(주)엘에스화장품	권용숙	김은송, 이은지, 표명희	조직문화 개선, 제품기획, 홍보마케팅	기업 제품에 간접광고(PPL)방식으로 접목하여 거리 연극 작품 공연 및 기업영상 홍보물 제작

연번	기업/기관명	퍼실리레이터	참여예술인	직무유형	활동내용
63	(주)엘지생활건강(네이처컬렉션)	석혜원	김현준, 신자선, 정현진	홍보마케팅	'네이처컬렉션트리'/'제주팔랫'/네이처컬렉션 브랜드컷' 등 제작
64	(주)오드	정민아	김혜성, 박수예, 오성용, 주하림, 황서현	조직문화 개선, 홍보마케팅	기업 내 직원 및 대표의 하루를 취재하여 카드뉴스 <오드인의 하루>로 제작. 고객에서 기업을 소개
65	(주)온바로	오선아	김명, 김범호, 김성환, 박정기, 이보람	조직문화 개선, 홍보마케팅	공간 리모델링과 전시 오프닝
66	(주)온오피스	김기훈	심소라, 윤서연, 이근준	홍보마케팅	<온오피스 컬쳐데이>의 "달빛파티"라는 컨셉으로 다양한 음악 장르의 콜라보 공연 진행
67	(주)워터웨이플러스	이성경	류현민, 박준식, 유지은, 정만진, 정지현, 조향미, 채치민	교육훈련, 홍보마케팅	교육 프로그램 및 홍보에 활용될 소개 책자 제작 및 기업 임직원 이야기를 담은 연혁집 발간 등
68	(주)유쾌한아이디어성수동공장	정문식	김혜영, 서유진, 유서아, 유희재	제품기획, 홍보마케팅, 사회공헌	시크릿 네트워크 아트프로젝트, 성수난다 판화프로젝트, 구매구매월트도깨비바늘 등 기획 및 진행
69	(주)인아크	이주영	김순옥, 유성환, 유재중, 홍예원	제품기획, 홍보마케팅	동인천 지역을 배경으로 한 2가지의 도보여행 코스를 스토리텔링형 맵핑화 진행
70	(주)입니다	김경선	백훈기, 안은주, 원을미	제품기획, 사회공헌	<작은 예술의 비밀>, <단세포 생활사 퍼포먼스> 등 지역어린이, 시민 대상 예술교육프로그램 진행
71	(주)장우 농업회사법인	강정윤	권주하, 김명집, 송수경, 최소현	사회공헌	<이야기가 있는 농기구 전시회> 진행 및 <농기구 이야기> 도록 출간
72	(주)자미소	박선옥	김기남, 김봉준, 이현지, 홍은경	제품기획, 홍보마케팅	상품 패키지와 일리스트 문구 제작, 카탈로그 작성 등
73	(주)추억극장 미림	이성재	김푸르나, 류석현, 박소봉, 박소운, 박은주, 염지희	사회공헌	<미리미리 라디오쑈>, <미리미카어>, <미리미더빙극장> 등의 어르신들을 위한 프로그램 기획 및 진행
74	(주)카운티스	김성범	문세나, 박은희, 설호종, 진동현	조직문화 개선, 홍보마케팅	리우 올림픽 응원가 기획 및 영상촬영, SNS 홍보
75	(주)컴퍼니위	박선영	권혜영, 김양지, 김현정, 정대호, 최세미	홍보마케팅, 사회공헌	노인정과 어린이집을 대상으로 국악 공연과 국악 아동극 기획 및 진행
76	(주)코오롱	박준하	김승택, 박주희, 오재우, 최진성	교육훈련	교육프로그램 진행 후 아트마켓과 전시회 개최
77	(주)페어트레이드코리아 그루	오세나	김영해, 이은정, 최수진, 홍윤표	홍보마케팅	오가닉 티셔츠에 기존 작가 작업을 활용한 디자인
78	(주)포토베이	방병상	박아름, 유두진, 이성준, 이찬욱	사회공헌	사라져가는 작업인을 대상으로 인터뷰 및 사진촬영을 통해 작품화하여 기업 내 전시
79	(주)프론텍	정재인	김재경, 박나훈, 박시범	조직문화 개선, 복리후생	기업근로환경 개선을 위한 근로자 아침체조 개발 프로젝트 기획
80	(주)하나금융지주	김종대	곽혜영, 박혜숙, 오경선, 유경은, 이정훈	조직문화 개선	직원의 애로사항과 스트레스를 달래주는 '휴지(休知)프로젝트'
81	(주)한울	박경식	김원수, 윤여진, 이석원, 정현민, 정연주	홍보마케팅	예술인들의 손이 모델이 된 사진광고와 로고송이 삽입된 영상물을 제작. 기업 홍보 판촉물로 사용
82	(주)헬로긱스	김화용	김나래, 심재경, 전유진	조직문화 개선, 교육훈련, 제품기획, 사회공헌	<헬로긱스 함께 놀아요>, <헬로긱스 서포터즈-비트브릭으로 만드는 상상의 공간> 워크숍 진행
83	(주)현대백화점	최명숙	권연순, 서호연, 신형식, 유수미	홍보마케팅, 사회공헌	<Do Your Art>, <동화 읽어주는 오빠> 2개의 공연 콘텐츠 기획 및 진행
84	(주)현대아트모아	김진	김철환, 노상희, 배유리, 한정원	홍보마케팅	기업에서 생산하는 제품을 활용하여 키달로그를 보완, 공장 근로자를 대상으로 스트레칭 프로그램 진행
85	(주)현대아린이책미술관	김순영	김성라, 서윤아, 안소민, 윤태규	제품기획	<예술가의 움직이는 작업실> 프로젝트 기획 및 <예술가의 감상법> 책 제작
86	(주)훈네트웍스	홍예성	권요섭, 박주연, 송숙희, 이광용, 이윤신, 장경섭	교육훈련, 제품기획, 홍보마케팅	연극과 음악 장르를 활용하여 사이버폭력 예방이라는 주제로 강연 및 공연 콘텐츠 개발
87	200/20	신자연	우정인, 이희인, 장성진	제품기획	창작된 텍스트 작업을 쇼케이스 형식으로 <임의의 텍스트>라는 행사 진행
88	J. LIZARD	김선정	김상민, 김진영, 이명숙	제품기획	영화시나리오 창작, 스마트폰 유아교육용 앱 '티티카카 키즈북' 스토리 개발 진행
89	LG전자(주)	김호경	구시연, 김은희, 윤찬욱	조직문화 개선, 홍보마케팅, 사회공헌	'아트다방', 폐휴대폰 수거 캠페인을 활용한 예술작업 전시 및 인터뷰 메이킹필름 제작
90	SK(주) C&C	최재원	신은경, 최세아, 한지아	홍보마케팅	카툰, 일리스트, 사진 등으로 구성된 무크지 발간
91	갤리리 정	정경록	김소영, 박민규, 장인선, 황선덕	제품기획, 홍보마케팅	아트프린팅 제작 및 프로모션
92	건축연구소 샘	김문경	김나현, 김동화, 박지혜	복리후생, 교육훈련, 사회공헌	사운드 드라마 세 편 완성, 건축 설계 작업 콜라주 및 3D 건축모형 만들기 등 체험 영상 제작
93	걸 실크스크린	이미화	권정구, 임선애, 한선경	제품기획, 홍보마케팅, 사회공헌	마을브랜드 <안정맞춤 제작소> 시제품 론칭 및 전시, <팽성시스템>, <마토예술제> 등 참여

연번	기업/기관명	퍼실리레이터	참여예술인	직무유형	활동내용
94	경은산업(주)	강해란	김영현, 김은주, 김효영, 정내관, 정혜국	제품기획, 홍보마케팅	전자파 차단 핸드폰케이스 디자인 개발 참여 및 베이비페어 참여부스를 위한 기획
95	공연예술제작소 비상	이자영	김정아, 김형종, 윤원효, 홍혜인	교육훈련, 홍보마케팅	아동과 청소년을 대상으로 한 문화예술 융복합 프로그램 기획 및 극단 홍보영상과 포스터 제작
96	공존공간 89-2	김혜경	권기예, 양승주, 조은하, 채산하	제품기획, 홍보마케팅, 사회공헌	마을주민과 기관이 함께 할 수 있는 '공존랜드' 지역파티 진행
97	교하도서관	이성준	강상구, 문해주, 황혜경	홍보마케팅, 사회공헌	도서관 방석을 매개로 프로그램을 통해 사람과 책, 시간과 공간을 엮어나가며 관계 맺기를 기획
98	굿즈스퀘어	김태덕	김형진, 엄아름, 정고요나, 조하연, 최정선	홍보마케팅, 사회공헌	안산지역에 'Playground Ansan', 명야주 지팡이 테마 조형물 및 새집 등의 조형물을 제작 및 설치
99	극장 봄	장원정	김주희, 이남희, 차혜림	조직문화 개선, 홍보마케팅, 사회공헌	시민연극학교 협업 및 삼선동 일대 전시 프로젝트 기획 및 실행
100	기와카뮤니케이션	서진옥	김상덕, 안명호, 오종원, 조인한	조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련, 제품기획	'로모카노를 이용한 영화만들기' 워크숍, '군산, 은빛 드로잉' 등 전시
101	대동호텔	최동민	박채영, 서은정	사회공헌	호텔 투숙객과 주민을 대상으로 관객참여 캐스팅 기법을 활용한 작품 제작과 과정 영상 기록
102	대명여울빛거리상인회	신자영	김윤재, 오정은, 윤헤숙, 정재영	조직문화 개선, 홍보마케팅, 사회공헌	시장 내 오래된 가게의 스토리텔링 작업과 시장 주제가 및 뮤직비디오 제작
103	대일건설(주)	이창훈	박영균, 이원호, 정승, 하수정	홍보마케팅	낙원상가를 배경으로 '낙원의 고수' 워크숍과 전시 등 진행
104	대학로소나무길번영회	송지은	김덕원, 박성을, 서지형, 유명훈, 하영미	사회공헌	주말마다 차없는 거리 위 다양한 예술행위 기획 및 진행
105	더오이	김자연	신현재, 이강일, 최진아	교육훈련, 홍보마케팅	〈미술연극학교 워크숍〉, 〈먹으면서 얘기하자〉, 〈예술식당 감각식사〉 등 이벤트 개최
106	도서출판 덕유아침	하용현	김미선, 이종진	조직문화 개선, 제품기획, 홍보마케팅	거창 문화정보지 제작 및 마을만들기 관련 디자인 제작 작업 등 각종 인쇄 홍보물 제작 참여
107	동네건축가들	정기엽	김두원, 김리아, 정유미	교육훈련, 제품기획, 사회공헌	공익프로젝트 및 공공미술프로젝트 기획 및 진행
108	동대문옥상낙원디알피(DRP)	윤혜진	김혜원, 왕자은, 이용훈, 전진모	사회공헌	공간 활용을 위한 다양한 소모임(파티, 워크숍 등) 기획 및 진행
109	동대문종합사회복지관	최영환	백종민, 서승인, 신승재	사회공헌	고등학교 학생들에게 사회복지 관련 교육 및 실습을 제공하는 〈청출어람〉 협력
110	두리바이오	김선민	김소윤, 김애선, 서봉균	홍보마케팅	‘안나운스가 있는 풍경’이라는 제목으로 기업홍보 티저영상 제작
111	리니어콜렉티브	임유리	박성민, 서혜림, 임다운, 정기훈	복리후생, 교육훈련, 사회공헌	워크숍 프로젝트 〈우정의 무대〉의 세부 세 가지 프로그램, 탈영역 우정국 유휴공간 조성 활동 진행
112	리사익(Riverside Express)	심해린	고아라, 김지예, 이미리	교육훈련, 제품기획	기업 및 예술인의 작업 콘텐츠 발굴을 위한 ‘ㅅㅅㅅ공유워크숍’ 프로젝트 진행
113	마음애터협동조합	이태옹	김범준, 김동호, 홍지영	홍보마케팅	〈삶의 여행자 BOX〉 프로젝트 진행 및 결과물 전화박스 설치
114	마포구립서강도서관	나현정	송기두, 이병승, 최은숙	교육훈련, 제품기획, 홍보마케팅	북큐레이션, 북씨, 마케팅마포책축제 등의 전시와 이벤트 진행
115	망원시장상인회	김현숙	노은석, 박소영, 유재인, 정광숙	복리후생, 홍보마케팅	망원동 일대에서 〈마음도시락〉, 〈망원시장〉, 〈Made in 망원〉, 〈망과휴〉 프로젝트 진행
116	매일유업(주)	권영심	박진영	조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련	기업의 건강캠페인 관련 〈필라테스를 이용한 10분 운동법〉 워크숍 실시
117	메이저세븐이엔엠	이은형	강덕중, 김민들레, 배정식, 백선혁	조직문화 개선, 제품기획, 홍보마케팅	소속가수 매니지먼트 협업, 팟캐스트 방송 〈그래, 지금 이렇게〉 제작 및 진행, 뮤직비디오 제작
118	몰토베네(Molto bene)	김은숙	갈유라, 안효정, 임승천	조직문화 개선, 복리후생, 제품기획, 홍보마케팅	공간 재정비, 문화복합공간으로서의 재구성을 위한 프로젝트 진행
119	민즈하우스	함승연	김민기, 김보민, 나미나, 박민수	제품기획, 사회공헌	아트투어 관련 콘텐츠 개발을 위해 게스트하우스 인근 지역의 지도퍼즐 제작, ART X STAY 영상 제작
120	벽산엔지니어링(주)	박순영	김유경, 손이숙	조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련, 사회공헌	〈벽산, 일상을 그리다〉 프로젝트를 통해 캘리그라피, 드로잉 공방활동, 사진 워크숍 진행
121	보다컴퍼니	차정훈	김연재, 윤혜진, 조하나	조직문화 개선, 복리후생, 홍보마케팅	〈유기농 브런치 콘서트〉 진행을 위한 리서치 및 기획
122	봉봉방앗간	최제현	김민석, 윤의진, 최상아, 최용철	홍보마케팅, 사회공헌	전시 및 공연, 팟캐스트 방송, 매월 프로그램 홍보물 제작
123	브라운핸즈(주)	이세미	김다형, 이은정, 이화수	홍보마케팅	〈손손 프로젝트〉를 결성하여 세부 프로젝트로 영상동화 제작 및 전시 진행
124	비온후	이준욱	김경화, 김대홍, 박자현	사회공헌	바람직한 도시재생 방식에 대한 플립북 및 그림책 발간

연번	기업/기관명	퍼실리레이터	참여예술인	직무유형	활동내용
125	사회복지법인 세이브더칠드런코리아	이승재	김윤섭	홍보마케팅, 사회공헌	농어촌 아동지원 사업과 관련하여 사진자료 수집 및 활동 기록 등 사진프로젝트 진행
126	삼일회계법인	유순희	김현이, 이정현, 하인영	교육훈련	기존의 딱딱한 브로셔 이미지를 벗어나 만화로 구성된 브로셔 제작, 신입사원 대상 미술교육
127	샘표식품(주)	신하정	방승조, 임진세, 전귀언	홍보마케팅	임직원 얼굴 드로잉, 홍보웹툰 연재, CM송 라이브리리 제작, 협업전시 및 아이들 그림전시 심사 진행
128	서울시 중구보건소	이덕영	이상숙, 이선애, 이선진	조직문화 개선, 복리후생, 사회공헌	〈자장가 프로젝트〉, 〈Fun Fun하게〉, 〈리더십품격완성 프로젝트〉, 〈신체훈련 프로젝트〉 진행
129	서울시설공단	유희경	김수정, 박은지, 성지현, 정운	홍보마케팅	장례와 관련한 전시, 공연, 토론 등으로 구성된 〈생사문화주관〉 행사에 예술협업 프로젝트
130	서울특별시 은평병원_진료부(심리상담)	김정묘	김동우, 노석채, 윤수진	교육훈련, 사회공헌	환우들과 함께 즐기는 문학힐링콘서트 〈응답하라, 42병동〉 등의 행사 준비와 진행
131	서울특별시 은평병원_진료부(음악치료)	유승욱	박지희	교육훈련	기관에서 운영하고 있는 〈꿈틀소리 합창단〉 활동화 프로젝트 기획 및 진행
132	서울혁신센터	구수현	강동형, 김은영, 김형관, 엄희권	제품기획	서울혁신파크 내 전봇대집 공간조성 과정에 참여
133	선부종합사회복지관	정영신	김영빈, 김정은, 변신영, 이성호, 조신일	조직문화 개선, 사회공헌	〈어느 복지사의 하루〉 프로젝트로 포토툰 작업 진행
134	수원시장애인가족지원센터	신은희	신연호, 장영철, 지현숙	홍보마케팅, 사회공헌	발달장애 청소년 대상 워크숍 진행, 홍보영상 제작 및 책 발간
135	스페셜 아트(SPECIAL ARTS)	원태웅	김미교, 김재민이, 임영화, 최종룡	홍보마케팅, 사회공헌	발달장애인의 미적 재능을 미술전시를 통해 사회에 소개하고 상호 소통하는 프로젝트
136	시화공구상가사업협동조합	이현주	이슬, 이윤기, 정승원, 조건국	조직문화 개선, 교육훈련	시흥시청과 협업하여 시화공구상가 조형물 제작, 음악 및 연극 관련 문화강좌 진행
137	시화문구인쇄	이보라	김은정, 김현영, 신민경	조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련	'한 사람을 위한 정원 프로젝트', '진실된 이야기 : 관계 글쓰기' 등 직원과 함께 하는 워크숍
138	시흥시 평생교육원	김경수	김학철, 이광호, 이정자	홍보마케팅, 사회공헌	시흥ABC행복학습타운내에 있는 경기청년협업마을 건물内外부 공간조성 활동
139	시흥여성새일지원본부	김태균	김문선, 민광숙, 허경진	조직문화 개선, 홍보마케팅	여성들의 자존감을 일깨우는 주제의 워크샵 진행, 새일본부 홍보 영상 제작
140	식생활교육 과천네트워크 사회적협동조합	조현영	노혜란, 박동조, 유대식, 장준호	홍보마케팅	초등학생 대상 바른 식생활교육 행사의 인형극 진행, 이후 활용 가능하도록 인형극 영상기록
141	신도시	정진화	박재영, 안정란, 여다함	교육훈련, 제품기획, 홍보마케팅	신도시의 과거, 현재, 미래를 짚어보는 〈신도시 디스패치〉 프로젝트, 티셔츠, 양말 등 상품 제작
142	신화전기	이은주	장영원	조직문화 개선	협업기관 환경미화 프로젝트 및 임직원, 다문화직원, 여성사원, 신입사원 대상 맞춤형 워크숍 진행
143	아름다운재단	정원연	김지연, 이윤주, 전명은, 혜나영	조직문화 개선, 홍보마케팅	〈간사의 기쁨과 슬픔 프로젝트〉 : 간사들의 이야기를 웹툰으로 제작, 직원 간 소통의 기회 마련
144	아시아나항공(주)_광고팀	서상혁	김민선, 김은정, 윤미연, 이정진, 이정하	홍보마케팅	〈예술인, 아시아나에 날개를 달다〉 행사에서 예술인들이 작업한 과정 공유 및 광고안 발표
145	아시아나항공(주)_홍보팀	서민기	송영웅, 이나래, 조희경	사회공헌	국악이 가미된 크리스마스 캐롤 음원 3개 작품 작곡 및 앨범 제작 등의 프로그램 진행
146	아이미코리아	김성모	김봉연, 사성비, 안종민, 이준구	홍보마케팅, 사회공헌	사회환원을 이슈로 폐자재를 활용한 브랜드 로고 제작 등의 프로그램 진행
147	안양시장애인인권센터	이야람	김상숙, 문경자, 정희성	교육훈련, 홍보마케팅	장애인의 글과 그림을 활용, 장애인 인권을 주제로 하여 영상물 등을 제작
148	여린아트 게스트하우스	김소은	김훈예, 서동훈, 안가영, 진형민	교육훈련, 제품기획, 홍보마케팅	외국인 수요가 높은 게스트하우스의 특성에 따라 문래동 지역성을 담은 사진엽서 제작 등의 작업 진행
149	영진비쥬얼테크놀러지(주)	강정석	김정태, 조혜진, 황정원	조직문화 개선, 홍보마케팅	기업 직원과 예술가가 함께 하는 전시투어 프로그램 〈영진 문화가 있는 날〉 등 진행
150	오디오가이	황도연	김보람, 문정현, 조동희	제품기획, 홍보마케팅	예술가들이 연출/촬영/구성작가로 협업하여 기업의 철학을 담은 다큐영상을 제작
151	우리동네나무그늘협동조합	최선영	김은기, 이재환, 전세훈	조직문화 개선, 사회공헌	연례행사인 〈소금꽃마을축제〉, 〈아무나 배움터〉에서 예술인들이 함께 기획하여 참여
152	의료법인 우리의료재단 김포우리병원	김성진	김두안, 장윤진, 조미란	조직문화 개선, 사회공헌	어린이 병동에 입원한 어린이들에게 다양한 움직임 및 엽서꾸미기 워크숍, 마음엽서 공모전 등 진행
153	의정부요양병원	신지선	김동희, 봉한율, 송명규, 이영호	조직문화 개선, 사회공헌	복지사와 예술인이 함께 녹음한 음원을 바탕으로 무용, 미술, 노래 공연 등의 활동 진행
154	이노주단	한석경	김수연, 김정민, 배영란	제품기획, 홍보마케팅	이노주단의 대표한복 및 새로운 컬렉션을 화보로 촬영 및 혼합장르 퍼포먼스 공연 진행 등
155	아글레이 한국사무소_정책사업팀	주희란	김영덕, 김재숙, 한영미	사회공헌	생물다양성에 대한 지역민의 경험담을 토대로 이야기 지도를 만들고 인형극 콘텐츠를 제작

연번	기업/기관명	퍼실리레이터	참여예술인	직무유형	활동내용
156	이글레이 한국사무소_총괄지원팀	채의석	오가을, 이동환, 주원익	홍보마케팅, 사회공헌	기관의 아젠다를 쉽게 전달하기 위해 예술인들의 작품, 나레이션, 연주가 담긴 오디오파일로 제작
157	자전거문화살롱	김주희	강지숙, 김인혜, 박재현, 이은주	제품기획, 사회공헌	기관의 〈자전거도시유목민〉 프로젝트 활동에 협업하여 뮤직비디오 제작하고 결과발표회 개최
158	정글북스	문정수	김구환, 박규석, 박세현, 양수환, 지민희	제품기획	예술인들의 평소 관심사를 주제로, 그들이 인터뷰어로 활동하며 글, 사진, 영상을 기록. 잡지발간 예정
159	제이투 커뮤니케이션	권호진	김민지, 박경린, 박은미, 신미정, 전하영	사회공헌	디자인, 영상 및 주민참여 퍼포먼스 작품을 행화당에서 지역민에게 발표 전시
160	중소기업중앙회	김주욱	김명규, 김정애, 이선영	조직문화 개선, 사회공헌	중소기업 인식 개선을 위한 작품 설치 및 팟캐스트 콘텐츠 기획, 방송
161	지이엔(주)	김효진	신동훈, 조성호, 주현석, 채송아	조직문화 개선, 교육훈련	딱딱한 제조회사에 문화예술정보 공유하고 직원들과 소통하는 '지이엔의 문화가 있는 날' 등 실행
162	진밭골향기(천연염색체험장)	정명근	김원호, 이성미, 이진희	제품기획, 사회공헌	마을 주민과 관광객이 즐길 수 있는 영화상영 프로그램 등 기획 및 실행
163	최커피	김원	김영희, 이동형, 전준모, 최유미	교육훈련, 제품기획, 홍보마케팅	기업 스토리텔링을 기반으로 브랜드 개발, 커피 프로세싱 심화와 리플릿 및 명함 제작, 공연 진행
164	출판놀이 출판사	오현희	강태구, 전경남, 전소현	제품기획, 홍보마케팅	출간예정인 동시집 홍보행사를 위해 예술인이 행사 연출 및 인형극 시연, 노래공연을 진행
165	충주장애인자립생활센터	가병빈	박은혜, 신소빈, 조일현, 한선덕	홍보마케팅, 사회공헌	〈충주 오즈의 마법사〉 제목의 장애인 참여 공연 개최에 예술인들이 함께 참여하여 협업
166	카페 메이비	엄정은	황동윤	홍보마케팅	외국인 손님이 많은 공간의 특성을 살려 국악 공연을 진행함과 동시에 관련 기념품과 이벤트를 마련
167	카페 보스토크	김채린	김용현, 김준서, 이정아, 장선경	홍보마케팅, 사회공헌	예술인이 갖고 있는 기술을 전수해주고 이웃과 교류하는 〈연희동네 공작소〉 프로젝트 등 진행
168	캐럿 202(유)	이가영	김차영	홍보마케팅, 사회공헌	제주 올레길에서의 공공예술 프로젝트인 〈올레주랑 만나주랑〉 기획과 실행
169	커스텀웍스	이창수	감승민, 이수정, 이승현, 황정아	홍보마케팅, 사회공헌	〈Respect on the Street〉 축제 및 축제 사진전 개최. 송단 홍보 다큐멘터리 "송 프란시스코" 제작
170	쿠키픽쳐스	김형옥	곽은미, 곽한울, 박병훈, 배종대	제품기획	소설 원작에 등장하는 캐릭터들을 시각화하는 작업으로 마스크 제작, 트리트먼트 작업 진행
171	타사의 책방	박채란	김영숙, 김은의, 신혜정, 홍혜선	제품기획, 홍보마케팅	작가와 독자가 소통/교류할 수 있는 워크숍과 원화전시, 동시그림작곡 콘서트 진행
172	판교생태학습원	나광호	김잔디, 손민지, 이계원, 정기암	교육훈련	다양한 연령층을 대상으로 예술교육프로그램 진행
173	풍류마을협동조합	이성순	김만영, 박진희, 변가영, 임남규	홍보마케팅, 사회공헌	상설 프로그램 〈역사문화 술래길 탐방〉 기획 및 홍보영상 등 제작. 지역 유관단체들과 관계망 형성
174	플랫비문화예술협동조합	최경옥	권효정, 김비, 이미옥, 이재운	제품기획, 홍보마케팅	수영성마을에 관한 교양서 잡지편집과 수영아류 자산별기 문화재를 현대화한 영상 및 앤솔 제작
175	한국식품연구원	전지인	김다영, 안소영, 최재영	조직문화 개선, 교육훈련	〈무모한 도전 프로젝트〉를 기획. 팝아트 초상화 그리기 수업 및 현 청사에서의 추억을 담은 영상작업 진행
176	한국씨티에스(주)	박대용	김지영, 박예분	제품기획, 사회공헌	〈이야기가 있는 정류장 프로젝트〉로 기존(신규) 정류장에 지역특색을 살린 이미지를 제작
177	한사랑 너싱홈	서유석	김시연, 김재현, 하정훈, 한바름	복리후생, 사회공헌	어르신들을 위한 문화예술공연 기획 및 홍보를 제작, 어르신들의 이야기가 담긴 영상 제작 등 진행
178	한스피크(HanSpeak)	권지현	이수진, 전보형, 지웅	조직문화 개선, 복리후생	장애 청년들을 대상으로 한 프로그램(일상생활 안무 만들기, 즉흥 연주하기 등) 기획 및 진행
179	헨켈코리아(유)	박지희	박미옥, 박정혜, 오승우, 이지연	조직문화 개선, 복리후생, 교육훈련, 홍보마케팅	기업 내 쉼터 조성과 사원들을 위한 워크숍, 제품개발을 위한 사진공모전 진행.
180	흔은청소년 문화의 집	김시우	김자현, 노영미, 이현우, 전혜림, 최근모	교육훈련, 홍보마케팅, 사회공헌	지역 청소년들이 예술적 경험 성장을 드는 워크숍, 다큐 인터뷰 영상 제작 및 전시
181	환경운동연합	박유미	백준길, 염석무, 오현진, 조경미	홍보마케팅, 사회공헌	〈댐졸업〉 캠페인 홍보를 위한 실크스크린을 활용한 도안/제판 제작, 퍼포먼스 등 진행

연번	기업/기관명	기업/기관유형	지역	참여예술인	직무유형	활동내용
1	(주)케이티스	대기업	서울특별시	황상경, 김영환, 박지연, 양병열	복리후생	콜센터직원들의 스트레스 해소와 심리적 안정을 위해 연극놀이 기획
2	(주)바라, 동진기업(주)	중소기업	서울특별시	마용환, 김민수, 정용현, 홍시윤	복리후생	사무직 직원들의 건강증진을 위해 몸의 긴장을 풀어주는 시간을 갖고, 기분전환을 위한 마술과 노래 교육 프로그램을 함께 운영
3	사단법인 숲길	기관	경상남도	오세린, 서성훈, 안효찬, 이현우	복리후생	참여예술인들과 직원들, 마을주민들과 협업하여 옛 마을회관을 갤러리 주막으로 재건하여 마을 주민들의 문화쉼터를 마련
4	한화라이프에셋	대기업	서울특별시	이자순, 장미옥, 박상협, 최정은	복리후생	'감정 노동자'인 콜센터 직원들의 심리적 안정과 스트레스 해소에 도움을 주고자 뮤지컬 교육을 진행
5	한양의료재단 남양주한양병원	기관	서울특별시	황윤희, 채문호, 조현수, 이재홍	복리후생	다양한 연극놀이, 상황극 등을 통해 행복했던 순간, 후회되었던 순간 등을 되돌아보며 자기 치유의 시간을 갖고 자신의 내면을 돌아보는 계기를 만들
6	이케이맨파워	대기업	서울특별시	박지훈, 이준학, 우강희, 김연수	복리후생	'감정 노동자'인 콜센터 상담직원들의 스트레스 해소와 심리적 안정, 건강증진을 위해 댄스 교육 프로그램을 기획
7	마을온예술	기관	서울특별시	이은지, 최규식, 권우정	교육훈련	예술 활동에 보다 익숙해질 수 있도록 시나리오 작법 및 영상·촬영 교육, '이야기 나무 아래 놀다, 걷다' 프로그램을 진행하여 예술적 소양을 갖출 수 있도록 진행
8	웨이브랩	중소기업	서울특별시	정건영, 김지연, 성유경, 송주원, 김영근	복리후생	영화 사운드를 막상 하는 직업적인 특성 때문에 업무시간이 규칙적이지 않고 신체활동이 적어 건강 증진을 위한 목적으로 무용 무보 프로그램 기획
9	한화호텔&리조트	대기업	서울특별시	이수정, 서선미, 박근형	복리후생	임직원의 대부분이 고객 접점에서 근무하는 감정 노동자로 축적된 직무 스트레스의 경감을 위해 시, 소설, 희곡, 그림책 등을 낭독하는 프로그램을 기획
10	KT	대기업	서울특별시	이창민, 고두현, 이보라	복리후생	콜센터 상담직원들이 문화 활동을 쉽게 접할 수 있도록 영화감상과 스마트폰으로 다큐멘터리 제작하기 프로그램을 기획
11	삼익문화재단	기관	서울특별시	윤석재, 백승서	교육훈련	직원들의 음악에 대한 이해도를 높이고 예술적 경험을 할 수 있도록 악기 연주 프로그램을 기획
12	한설그린	중소기업	서울특별시	유명상, 윤미경, 백성철, 이연주	교육훈련	업무에 필요한 감성적 사고를 고취시키기 위한 활동의 일환으로 조경을 주제로 한 연극 활동 프로그램 기획
13	한화생명	대기업	서울특별시	유진경, 정광복, 김미숙, 강정민	복리후생	'정신노동자'인 콜센터 상담사들의 심리적 안정과 스트레스 해소를 위한 팝아트 프로젝트 기획
14	한화투자증권	대기업	서울특별시	노채영, 김정은	복리후생	다양한 문화·예술 프로그램에 기반을 둔 감성치유로 직원들이 업무 스트레스를 해소하고 재충전의 기회를 갖도록 '2016 문화학교 : 나도 아티스트' 프로그램 개최
15	(사)아트버스킹	기관	서울특별시	안선경, 이나연, 이관현	사회공헌	성북동 골목에 얹혀있는 다양한 역사와 사람들의 이야기를 담기 위하여 '성북골목극장'이라는 프로젝트를 기획
16	동막마을	시군지부	경기도	야은, 한경희, 김세원	홍보마케팅	마을 홍보영상 제작
17	바람새마을	시군지부	경기도	야은, 한경희, 김세원	홍보마케팅	마을 스토리텔링, 캐릭터 개발, 벽화 제작
18	천생연분마을	시군지부	경기도	문지숙, 이소정, 김영미	홍보마케팅	마을 체험농장들 컨설팅 진행
19	비암리마을	시군지부	경기도	문지숙, 이소정, 김영미	홍보마케팅	마을 특산물을 이용한 요리 레시피 만화 제작
20	자체방아마을	시군지부	경기도	정연, 이승천, 박정은	홍보마케팅	마을 주민들 개리켜 문패 제작
21	서경들마을	시군지부	경기도	정연, 이승천, 박정은	사회공헌	마을 벽화 제작
22	금당마을	시군지부	경기도	김리라, 조성호, 정일건	홍보마케팅	마을 스토리텔링 진행
23	산두른마을	시군지부	경기도	김리라, 조성호, 정일건	홍보마케팅	마을 홍보영상 제작
24	아홉마지기마을	시군지부	경기도	이현정, 유승훈, 한혜미	홍보마케팅	마을 홍보영상 제작, 영상 BGM 제작
25	뚱딴지마을	시군지부	경기도	이현정, 유승훈, 한혜미	홍보마케팅	마을 축제 기획운영 컨설팅, 홍보자료 제작, 축제 진행

연번	기업/기관명	기업/기관유형	지역	참여예술인	직무유형	활동내용
26	산머루마을	시군지부	경기도	김미애, 장경환, 제소라	홍보마케팅	마을 홍보물 제작
27	한베미마을	시군지부	경기도	김미애, 장경환, 제소라	사회공헌	마을 포인트변화 제작, 그림책과 마을을 연결한 체험활동 자료집 제작
28	그린토피아과수마을	시군지부	경기도	박경희, 고은진, 홍수철	홍보마케팅	마을 홍보영상 제작, 블로그, 홈페이지 관리, 체험활동 관련 사진과 글 업로드
29	여물리마을	시군지부	경기도	박경희, 고은진, 홍수철	홍보마케팅	마을 홍보영상 제작, 블로그, 홈페이지 관리, 체험활동 관련 사진과 글 업로드
30	풍산개마을	시군지부	경기도	이해은, 이대영, 유경인	제품기획, 홍보마케팅	마을 홍보 캠페인영상 제작, 캐릭터를 활용한 소품 제작
31	과채류마을	시군지부	경기도	이해은, 이대영, 유경인	제품기획, 홍보마케팅	마을 홍보영상 제작, 캐릭터를 활용한 소품 제작
32	해바라기마을	시군지부	경기도	조하석, 공윤배, 조세영	복지후생, 사회공헌	마을 주민들을 대상으로 한 찾아가는 영화관 상영
33	주록마을	시군지부	경기도	조하석, 공윤배, 조세영	복지후생, 사회공헌	마을 어르신들 영정사진 촬영
34	숯골마을	시군지부	경기도	서요한, 신슬기, 강세진	교육훈련, 홍보마케팅	마을 홍보영상 제작, SNS 운영, 마을 지도 제작, 주민들 대상 영상촬영, 편집 교육
35	교동장독대마을	시군지부	경기도	서요한, 신슬기, 강세진	홍보마케팅	마을 홍보영상 제작(뮤직비디오)
36	점말마을	시군지부	강원도	신정민, 윤철중, 염다솔	홍보마케팅	심볼마크 디자인, 홍보물 제작
37	고라데이마을	시군지부	강원도	신정민, 윤철중, 염다솔	복지후생, 제품기획	마을 스토리텔링, 안내표지판 디자인, 예술교육 진행
38	원평리마을	시군지부	강원도	허성, 김문경, 유은정	제품기획, 사회공헌	마을을 배경으로 한 사진엽서 제작, 마을지도 제작, 사진과 에세이 전시기획
39	송천떡마을	시군지부	강원도	허성, 김문경, 유은정	홍보마케팅, 사회공헌	마을 홍보영상 제작, 마을을 배경으로 그림동화책 제작
40	돌로돌마을	시군지부	충청북도	김유신, 윤교석, 장영복	복지후생, 사회공헌	마을회관 문예학교 프로그램 진행, 경관사업 컨설팅
41	보련마을	시군지부	충청북도	김유신, 윤교석, 장영복	사회공헌	마을의 분교를 활용한 문화센터 건립과 특화프로그램 제안
42	수통마을	시군지부	충청남도	김용우, 박선영, 임은희	홍보마케팅	마을 스토리텔링 진행
43	가파마을	시군지부	충청남도	김용우, 박선영, 임은희	복지후생, 사회공헌	다문화가정 어머니들 한글 교육, 어린이들 연극놀이 수업
44	창포마을	시군지부	전라북도	이용주, 김종희, 이우상	홍보마케팅	마을 벽면 부조를 디자인
45	구름호수마을	시군지부	전라북도	이용주, 김종희, 이우상	제품기획	마을 특산물 패키지 스티커 제작
46	달빛무월마을	시군지부	전라남도	최용, 윤형근, 조숙	홍보마케팅, 사회공헌	마을 홍보영상 제작, 국악교육, 국악콘서트 진행, 마을 스토리텔링
47	가정마을	시군지부	전라남도	최용, 윤형근, 조숙	홍보마케팅, 사회공헌	마을 홍보영상 제작, 국악교육, 국악콘서트 진행, 마을 스토리텔링
48	이슬촌마을	시군지부	전라남도	최해수, 최은미, 박지영	홍보마케팅, 사회공헌	마을 축제 기획운영 컨설팅, 국악공연
49	자풍비나리마을	시군지부	전라남도	최해수, 최은미, 박지영	홍보마케팅, 사회공헌	마을 축제 기획운영 컨설팅, 국악공연
50	별천지마을	시군지부	경상남도	최명희, 최승일, 이동영	홍보마케팅, 사회공헌	마을 SNS운영, 체험활동 시각자료 제작
51	청사초롱마을	시군지부	경상남도	최명희, 최승일, 이동영	홍보마케팅, 사회공헌	마을 SNS운영, 체험행사 기획/운영/홍보물 디자인, 마을역량강화교육 진행
52	신풍어멍이벙찬치마을	시군지부	제주도	고효경, 홍민아, 제희정	사회공헌	마을예술학교 진행, 작은음악회 기획
53	아홉굿마을	시군지부	제주도	고효경, 홍민아, 제희정	사회공헌	마을 행사 음악공연, 주민들 대상 스트레칭과 움직임 수업, 홍보영상 제작
54	도래미마을	시군지부	인천광역시	권수정, 이영욱, 박지숙	홍보마케팅, 사회공헌	마을 홍보영상 제작, 체험프로그램 PPT제작,
55	달빛동화마을	시군지부	인천광역시	권수정, 이영욱, 박지숙	홍보마케팅, 사회공헌	마을 홍보영상 제작, 체험프로그램 PPT 제작, 마을 체험프로그램 모티브로 한 그림동화 집필
56	꿈담			김영호	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발

연번	기업/기관명	기업/기관유형	지역	참여예술인	직무유형	활동내용
57	나인			이수원,정혁	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
58	노크			임훈일	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
59	라쿠르아상			이수연	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
60	리썸			구본아,서자선	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
61	매스트			주재범	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
62	메세			이동민,홍원표,김지희	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
63	미아트			박계현,장준수,한성민	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
64	바이암			조재임	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
65	보드라이프			이창호	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
66	삼진어묵			김수민	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
67	성실섬유			강민경	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
68	세비앙			김덕기	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
69	셀피코리아			박래경	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
70	소프트리			정재훈	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
71	손과밭			손지훈	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
72	씨앤파			강현하	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
73	아트숍비			정혜련	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
74	에스엠비딩			유현욱	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
75	에스제이테크			안준규	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
76	에스프레소코리아			이향길	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
77	엘엔디비즈			정혁	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
78	엠토디자인			한창우	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
79	와이에이치라이프			강주리	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
80	용성			김현종	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
81	용우동			유현숙	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
82	이리화학			임옥경	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
83	잇츠스킨			나오미	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
84	자연지애			정희진	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
85	자이크로			한창우	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
86	제이벅스			윤영철,장준수	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
87	제이월드인터내셔널			김지현, 임보영	제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발

연번	기업/기관명	기업/기관유형	지역	참여예술인	직무유형	활동내용
88	조광페인트		최한진		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
89	카인드펄슨		송광찬		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
90	코나드		박계현, 백현주, 홍원표		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
91	파머스코스메틱스		김지현		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
92	파피아플리스		박태준		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
93	퍼니피쉬		김도영		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
94	페이보릿선셋		강현하, 장춘수, 박현웅, 강영민		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
95	포그난		한성민		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
96	푸른고래		유인준, 김유미, 진재영		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
97	자이크로		유인준		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
98	프리티걸즈		김지현		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
99	향원		이영수		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
100	헤코리아코스메틱스		정안용		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
101	HM인터내셔널		김다솜, 송예선, 김진경		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
102	JDK인터내셔널		이수연		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발
103	KR뷰티랩		김예임		제품기획	아트콜라보를 통한 제품 이미지 제고 및 개발

2016 예술인 파견지원 사업 대표 사례집

기획운영 한국예술인복지재단 사업3팀

팀장 김석진

총괄 이기언

운영 김정, 박상혁, 이숙현, 오정은, 박아연, 조고은, 김민정

실행 삼인출판사

디자인 디자인 지풀리

발행처 한국예술인복지재단

발행인 박계배

발행일 2016. 12

이 자료집에 수록된 도판 및 글의 저작권은 한국예술인복지재단에 있습니다.

도판과 텍스트를 사용하시려면 미리 저작권자의 사용허가를 받으시기 바랍니다.

©한국예술인복지재단 2016

서울시 종로구 이화장길 70-15 소호빌딩

T. 02 3668 0200

<http://www.kawf.kr>



한국예술인복지재단
Korean
Artists Welfare
Foundation

비매품

9 791195 149445
ISBN 979-11-951494-4-5

03600