

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

주최 | 한국문화예술경영학회·경희대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

일시
2022. 7. 22(금) 14:00

장소
박수근미술관(강원도 양구)

후원 | 흥희대학교 문화예술경영학과

한국에서 미술관 리더십과 거버넌스 모델을 찾기 어려운 이유

박신의 경희대학교 경영대학원 문화예술경영학과 교수



2022 한국문화예술경영학회 하계학술대회

한국에서 미술관 리더십과 거버넌스 모델을 찾기 어려운 이유

2022. 7. 22

박 신 의
경희대학교 경영대학원 문화예술경영학과 교수
경희대학교 문화예술경영연구소 소장

1. 문제제기

■ 한국 공공미술관의 양적 팽창

- 국립이 4개이고 공립이 74개 (문체부, 2021 전국 문화기반시설 총람 기준)
- 인천시립미술관 등 지역별로 건립예정인 미술관을 감안하면 수치는 더욱 늘어날 것
- 이러한 양적 팽창 속에서 더욱 절실한 것은 미술관 경쟁력 강화에 대한 요구
- 그러나 미술관 관장의 리더십이 제대로 발휘되기 어려운 상황이고, 미술관 활동의 전문성을 높이기 위한 다양한 방식의 거버넌스 구도가 보장되지 못하는 현실

구분	1986-1990	1991-1995	1996-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2021	합계
서울	1		1(1)	1	2	4(1)		9(2)
인천		1			1			2
경기	1(1)			1	5	5		12(1)
광주		1				2	1	4
호남		1	2	1	2	7	5	18
대전			1			1		2
충청				3	1	2	2(1)	8(1)
대구		1				1		2
부산			1				1	2
영남		1		4	3	3		11
강원				2		2		4
제주	1			1	4		1	7
합계	3	5	5	13	18	27	10	81(4)

* ()안의 수는 국립현대미술관 4개관(서울관, 덕수궁관, 과천관, 청주관)

* 81개는 재개관을 포함한 숫자임

2. 요인1 - 법적 지위 및 운영조직에 따른 한계

1) 국공립미술관의 법적 지위와 이에 따른 운영조직의 문제

- 기본적으로 대다수국 공립미술관은 직접경영의 체제를 갖추게 됨에 따라 미술관 운영에 따른 전문성과 고유성을 살리기에는 원천적 한계를 내재함

	직접경영		간접경영
	정부조직	책임운영기관	법인
설치근거	『정부조직법』	『책임운영기관의 설치, 운영에 관한 법률』	<ul style="list-style-type: none"> - 특별법 (특수법인) - 관련법 (법정법인) - 민법 (재단법인)
기관장 임명	대통령, 기관장	공개모집 : 계약직 (3년)	<ul style="list-style-type: none"> - 『공기업·준정부기관의 인사운영지침』 제3장 제19조(직무수행요건 및 자격 요건 설정), 제20조(임원선임의 원칙), 제21조(임원추천위원회), 제22조(임원후보자 모집방법의 결정) 에 따라 후보자 자격요건 및 모집방법을 결정함 - 임원추천위원회: 공개모집, 추천방식, 공개·추천방식 병행의 3가지 방식
직원 인사권	장관(청장)	기관장	기관장
직원신분	공무원	공무원	비공무원
사례	국립중앙박물관, 국립한글박물관 (문화체육관광부)	국립현대미술관 (문화체육관광부), 국립과천과학관 (과학기술정보통신부)	국립해양박물관 (해양수산부), 국립대구과학관 (과학기술정보통신부)

2. 요인1 – 법적 지위 및 운영조직에 따른 한계

2) 조직운영 형태에 따른 분류 및 장단점 분석

		직접경영		간접경영
		정부조직	책임운영기관	법인
기관 장 및 인력	장 점	<ul style="list-style-type: none"> ·대통령 및 장관 임명 또는 개방형 직위공모 ·학예사의 공무원 신분 확보가능 	<ul style="list-style-type: none"> ·개방형직위공모제: 제한적이거나 기관장에게 예산운영의 자율성을 부여하고, 성과에 책임지는 방식으로 기관장의 전문성이 높아짐 ·학예사의 공무원 신분 확보가능 	<ul style="list-style-type: none"> ·이사회 결정에 따라, 정원 조정 가능 ·기관장을 포함한 다수의 민간 전문인력 구성 가능(정규직구성)
	단 점	<ul style="list-style-type: none"> ·인력 충원의 어려움 (행자부 TO) ·공무원 순환보직체제로, 전문성 담보 및 관장에 대한 공무원 임명 가능, 전문성 확보 어려움 ·국립박물관의 많은 경우는 민간 전문인을 관장으로 공모하나, 정권의 영향력을 받을 수 있어 장기적 비전을 가지고 운영하기 어려운 여건임 	<ul style="list-style-type: none"> ·인력 충원이 어려움(행자부 TO) ·학예직: 충원 시 전문계약직(임기제 3년)으로 임기가 정해져 있어 학예직의 안정성이 떨어짐 ·관장의 업무 성과에 대한 부담이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ·이사회의 자율적 결정 외에 정치적 외압 등에서 자유롭지 못할 수 있음 ·전반적 박물관 운영의 성과에 대한 압박으로 인해 학예직의 부담과 신분 안정성에 대한 우려
배 영	장 점	<ul style="list-style-type: none"> ·공무원 인력과 정부 재정을 통해 운영의 안정성 보장 ·박물관 활동 목표에서 공공성 보장 	<ul style="list-style-type: none"> ·관장의 자율권 행사에 따른 운영 효율성이 실행 가능하며, 전반적으로 공공성 유지 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ·독립기관으로서 조직의 유연성 확보 가능 ·업무 효율화 확보 ·경영평가를 통한 경쟁력 확보 ·공공성과 수익성 동시추구
	단 점	<ul style="list-style-type: none"> ·조직의 경직성과 이에 따라 운영의 효율성 및 자율성이 떨어질 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ·책임운영기관제에 따라 관장에게 일부 인사권이 부여되나, 크게 영향력을 행사하지 못한 상황에서 조직의 경직성이 올 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ·재정자립도를 강조할 경우, 상업성/수익성 추구로 인해 공공성이 상대적으로 낮아질 염려가 있음

2. 요인1 - 법적 지위 및 운영조직에 따른 한계

2) 조직운영 형태에 따른 분류 및 장단점 분석

		직접경영		간접경영
		정부조직	책임운영기관	법인
재정	장점	<ul style="list-style-type: none"> ·정부회계이므로 예산 확보의 안정성 	<ul style="list-style-type: none"> ·정부회계이므로 예산 확보의 안정성이 있음 - 경상적 경비의 20% 이하 이월 가능 (직영에 비해 탄력적) - 예산의 이용과 전용상의 자율권이 직영에 비해 높음 	<ul style="list-style-type: none"> ·개별법상 지급근거에 따른 출연금으로 운영하여 조직 안정성이 높음 ·예산이월의 자율성 ·기부금·협찬금 운영가능 ·다양한 수익사업개발을 통해 장기적 재정발전방안(재정자립도제고)을 계획할 수 있음
	단점	<ul style="list-style-type: none"> ·예산의 경직성 및 비효율성 ·경상적 경비의 5%이하 이월 가능 ·기부금 운영불가 ·수익사업 불가 ·별도의 재단법인을 통한 수익사업 및 기부금 운영가능 	<ul style="list-style-type: none"> ·기부금 운영불가 ·수익사업 불가 ·별도의 재단법인을 통한 수익사업 및 기부금 운영가능 <p>* 국립현대미술관 문화재단 (2013) * 국립박물관문화재단 (2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ·개별법 및 관련법에 의한 근거가 없는 재단법인의 경우 자금 고갈 시, 조직의 합병 및 해체가 가능 (조직 안정성 낮음)

→ 국립과 지자체의 경우 직접경영이 주를 이루면서 관장과 학예실장, 학예사 일부는 공모로 선임하며, 근무 기간은 짧게는 2년에서 3년 단위로, 최대 5년을 넘기지 못한다. 이런 환경에서 관장마다 제 각각의 미술관 성격을 구사하고, 그나마도 3년이라는 짧은 시기에 구현조차도 못하는 경우가 허다하다.

2. 요인2 – 미술관 조직 체계에 따른 한계

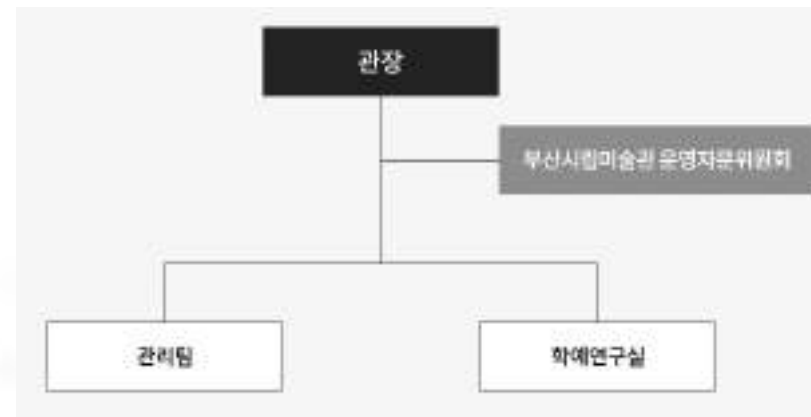
1) 미술관 조직의 동형화



<대전시립미술관 조직도>



<대구미술관 조직도>



<부산시립미술관 조직도>

2. 요인2 – 미술관 조직 체계에 따른 한계

2) 시립미술관의 조직운영형태 유형

구분	책임운영기관	지방자치단체 직속기관	지방자치단체 출연 재단법인
명칭	서울시립미술관	광주시립미술관	경기도 미술관
기관장	3급(개방형직위)	2급(개방형직위)	임명직(1급 수준의 대우)
기구(조직)	- 2부 1분관 6과 - 현원 74명 (일반직 45, 연구직 12, 계약직 11) (2019년 2월 기준)	- 1분관 1실 3과 - 정원 85 (일반직 14, 연구직 10명, 기능직 21, 공무직 40) (2019년 기준)	- 2팀 - 정원 27명 (행정직 3명, 운영직 14명, 학예직 9명, 기간제 1명) (2019년 5월 기준)
예산 (2022년)	12,606백만 원 (‘21년 대비 730백만 원 증가)	13,145백만 원 (‘21년 대비 2,656백 만원 증가)	3,283백만 원 (‘21년 대비 179백만 원 증가)
성과	연 관람객수 1,168,748명 (2018년)	연 관람객수 200,000명 (2018년)	연 관람객수 207,113명 (2018년)

→ 미술관 조직은 중앙 및 지방정부의 직접경영에 의거하여 조직 구도 자체가 행정과 학예로 나뉘면서 전반적으로 관리체제 형식을 갖는다. 게다가 학예분야 인력수급이 원활하지 않아 행정직에 비해 작은 숫자이며, 고용여건도 불안정하여 장기적인 전시기획을 위한 계획이나 연구가 어려운 상황이고, 미술관 활성화 업무 역시 행정직에 해당하면서 마케팅 부서를 두지 않는 상태로 유지된다.

2. 요인3 – 미술관 거버넌스 구조에 따른 한계

1) 미술관 거버넌스의 정의 및 역할

- 미술관 거버넌스는 미술관 관련 사업 및 정책 결정에 있어 미술관 관련 이해관계자의 의견을 수렴하는 과정을 만들고, 이에 따라 다양한 의견이 의사결정에 반영되도록 함으로써 협치적 개념을 실천하는 것을 말한다.
- 미술관 이해관계자는 정부 및 지자체의 직접경영이라는 점에서 '정부 - 미술관 - 각종 위원회 - 작가 - 관람객 - 지역사회 공동체' 등으로 구분할 수 있으며, 사안에 따라 참여 및 협력의 정도가 다르게 진행될 수 있다.
- 미술관 거버넌스는 미술관 미션과 비전에 준하여 시행되는 다양한 사업이나 정책 사안이 이루어는 목표 달성을 위해 이해관계자 간의 상호 신뢰를 바탕으로 참여와 협력을 통한 의사결정과정으로 정의된다.

2) 미술관 거버넌스 작동의 한계

- 기본적으로 정부 및 지자체의 직접경영 체제에서 거버넌스에 대한 이해나 인식 수준이 낮은 상태이며, 실질적인 미술관 거버넌스에 대한 필요성에 대해서도 적극적이지 않다.
- 사실상 거버넌스 기능은 법인형식에서 더 발휘되는 것이라 할 수 있다. 이사회를 중심으로 미술관이 처한 문제를 해결하기 위한 노력을 다하게 된다는 점에서 그 역할과 존재 자체가 절실하기 때문이다.
- 현재로서는 미술관 거버넌스는 미술관별 기구로서 운영자문과 소장품 구입을 위한 위원회 운영이 전부라 할 수 있지만, 대부분 형식적인 수준에 그치거나 유명무실한 경우도 적지 않다.

→ 국립과 지자체에 의한 직접경영이라는 점에서 거버넌스보다는 관리기능이 앞서는 현실에서 그나마 가능한 역할을 각종 위원회에서 찾을 수 있어, 이에 대한 역할 강화가 요구된다. 특히 소장품 정책과 구입방식에서의 전문성 보장, 기존 조직에서 해결하기 어려운 관객개발이나 미술관 활성화 관련에 대한 사안들이 적절하게 조처되면서 행정직과의 원활한 소통구조를 갖도록 하는 것이 가능하다.

2. 요인3 – 미술관 거버넌스 구조에 따른 한계

3) 공립미술관의 소장품 경쟁력 약화 요인

“한국 미술계의 소장품 경쟁력은 어디에?”

• 한국 공립미술관의 소장품 현황

- 한국 공립미술관의 소장품 경쟁력은 '해외 선진 미술관에 비해 장르별 다양성이 낮고, 작품의 질적 수준 편차가 심한 상태이며, 각 미술관을 대표할 만한 소장품이 부족하다'는 의견이 지배적

• 공립미술관 소장품 수집정책 수립 필요

- 국내미술관의 경우 소장품 수집정책을 수립한 사례는 찾기 힘들
- 소장품은 미술관의 성격과 방향을 가시화함에 따라, 소장품 수집정책 수립이 필요

• 공립미술관의 법적 지위에 따른 한계 : 직접운영 한계

- 공립미술관의 지자체 직접운영 체제 하에 관장과 학예실장은 공모로 선임되며, 근무기간은 2~3년 단위로 최장 5년 이상 불가능
- 이는 미술관의 성격에 부합하는 양질의 작품을 찾고, 구입하려고 해도 지속성을 갖지 못하는 한계를 야기

• 공립미술관 소장품 경쟁력 강화 방안

- 공립미술관을 법인의 지위에서 전문가에게 미술관 운영과 방향 설정을 위임하여, 소장품 수집에서의 전문성 발휘 보장 필요
- 단기적 차원에서 공립미술관의 소장품 미션과 운영정책을 수립하여, 관장과 학예실장이 바뀌더라도 수집의 기본방향 유지

기관명	개관연도	총 소장품	유형별 소장품 수 (수량 순)
국립현대미술관	1986년	8,705점	회화 2,888점(33.17%) / 드로잉·판화 1,722점 / 사진: 1,145점 / 한국화: 998점 / 조각 826점 / 공예 433점 / 서예: 365점 / 뉴미디어: 281점 / 디자인: 34점 / 건축: 13점
서울시립미술관	1999년	5,387점	회화: 1,877점(34.84%) / 조각·설치: 605점 / 사진: 1,231점 / 뉴미디어: 245점 / 한국화: 659점 / 드로잉·판화·디자인: 520건 / 공예: 153점 / 서예: 87점
광주시립미술관	1992년	5,266점	회화: 2,188점(41.54%) / 드로잉·판화: 1,370점 / 한국화: 605점 / 사진: 492점 / 조각: 326점 / 공예: 113점 / 서예: 105점 / 뉴미디어: 45점 / 디자인: 9점 / 건축: 4점
부산시립미술관	1998년	2,886점	회화: 1,570점(54.4%) / 드로잉·판화: 551점 / 사진: 311점 / 조각: 217점 / 한국화: 182점 / 뉴미디어: 36점 / 공예: 17점 / 서예: 2점 / 건축: 0점 / 디자인: 0점
대전시립미술관	1998년	1,302점	회화: 659점(50.61%) / 한국화: 187점 / 조각: 95점 / 뉴미디어: 53점 / 사진: 26점 / 드로잉·판화: 216점 / 공예: 33점 / 서예: 33점
제주도립미술관	2009년	889건	회화: 396점(44.54%) / 드로잉·판화: 132점 / 사진: 81점 / 한국화: 77점 / 조각: 63점 / 서예: 52점 / 공예: 35점 / 뉴미디어: 19점 / 디자인: 16점 / 건축: 14점 / 설치: 4점
경기도미술관	2006년	326점	평면: 186점(57.05%) / 입체: 71점 / 설치: 36점 / 미디어 33점

출처: 각 미술관 홈페이지 기준

출처: 박신의(2021), "한국 미술계의 소장품 경쟁력은 어디에?", <월간미술>, 2021년 9월호, 106-109.

→ 소장품 구입방식에서도 서울시립미술관, 경기도미술관을 제외하고는 대부분 '기증' 비율이 월등하게 높은 수준이라는 점, 공모제 편중 방식 역시 소장품 경쟁력 약화의 요인이 될 수 있다.

2. 요인4 – 미술관 디렉터십에 따른 한계

1) 미술관의 예술적 리더십(artistic leadership)

- 예술적 리더십은 예술적 수월성과 경영 효율성이라는 두 마리 토끼를 잡는 것을 목표로 발휘된다.
- 미술관에게 요구되는 예술적 수월성은 전시 및 소장품 활동을 통해 한국현대미술의 우수성을 알리고, 한국현대미술의 경쟁력을 키우며 진흥을 꾀하기 위한 몫이다. 그리고 이러한 성과를 바탕으로 대중을 위한 문화 향유 기회와 수준을 확보하는 것이다.
- 경영 효율성은 미술관 경영 성과 관리 역량 및 조직 전문성과 안정화, 조직문화 개선 등의 합리적 조직 운영 역량을 말한다.

리더의 특성	관리자의 특성
<ul style="list-style-type: none"> - 무엇을, 왜 할 것인가에 관심 - 인간에 초점 - 자극, 안내, 지도 - 혁신, 창조, 개발 - 장기적 사고 견지, 미래 지향 - 수평적 의사소통 중시 - 옳은 일을 함(What 중심) - 현 상태에서 도전, 혁신 - 유연한 사고 - 조직 질서를 깨고 변화 추구 	<ul style="list-style-type: none"> - 언제, 어떻게, 누가 할 것인가에 관심 - 제도, 규칙, 구조에 초점 - 통제, 명령, 지휘 - 유지, 책임수행, 모방 - 단기적 사고 중시, 과거 지향 - 수직적 의사소통 중시 - 일을 옳게 함(How 중심) - 현 상태를 수용, 적용 - 경직적 사고 - 조직 질서 중시

→ 한국의 미술관 관장은 작가 출신이거나 미술사나 미술평론 분야에서의 인물이 담당해 왔고, 경영 역량보다는 전시기획 역량에 따른 개인적 성향을 드러내는 가운데 3년이라는 짧은 임기 내에서 충분한 디렉터십을 발휘하지 못했다. 관리자적 성격에 가까운 상태지만, 현대미술에 대한 충분한 이해를 기반한 가운데 미술계의 복잡한 역학관계를 헤아릴 수 있는 역량과, 조직 운영의 훈련을 거친 경영 역량을 겸비하는 것이 이상적일 수 있다.

3. 미술관 리더십과 거버넌스를 위한 대안은?

해외 디렉터십 사례



Philippe de Montebello
메트로폴리탄 뮤지엄
1977-2008 재직



Kasper König
켈른현대미술관
2001-2013 재직



TATE MODERN

: 1988년부터 2017년까지 테이트모던미술관장을 역임한 니콜라스 세로타(Nicholas Serota)경은 2000년 테이트모던을 개관하면서 상설전을 기존의 연대별, 사조별 구분이 아닌 작품의 주제별로 구성하여 소장품 기획전을 마련함. 또한 유명 석유기업 브리티시 페트롤륨(British Petroleum)의 후원을 받아 매년 기획을 바꿔 새롭게 상설전을 구성함으로써 자원 조성과 마케팅 효과도 얻어냄



Serge Lemoine

Suzanne Pagé
1966 파리시립미술관
입사, 1978 백남준
연구 및 전시기획(ARC)
1988-2006
파리시립미술관장 역임,
2006-현재 루이뷔통
재단 예술감독



Thomas Krens
예일대학 MBA출신으로 1988년
부임, 글로벌 프랜차이즈 전략

Richard Armstrong
2009년 크렌스 후임으로 부임
정통 큐레이터 출신



- 1978년 미국박물관협회(AMAA, Art Museum Association of America)의 후원 아래 캘리포니아 버클리대학에서 박물관 경영 연구소(MMI, Museum Management Institute)에서 관장 대상 교육 실시
- 2000년부터 게티미술관이 업무 담당, 2003년 리더십 프로그램으로 변경 이후 게티 재단으로 통합되면서 이 프로그램은 게티 리더십연구소(Getty Leadership Institute, GLI)가 맡게 되고, 2009년부터는 실제 교육을 클레어몬트 대학원(Claremont Graduate University) 피터 드러커 경영대학원 교수가 담당



3. 미술관 리더십과 거버넌스를 위한 대안은?

- 한국에서 미술관 리더십 모델을 찾기 어렵다는 의미는 곧 한국의 미술관 경쟁력 문제로 귀결
- 결국 미술관의 법적 지위에 따른 미술관장의 위상과 역할에 대한 제한이 가장 큰 문제임과 동시에 이러한 환경에 적응하면서 일정하게 준공무원으로서의 업무수행방식을 내재화하는 경향도 문제
- 미술관 관장은 임기 이후 전 지역미술관에서 새롭게 자리를 찾아가는 '철새형' 일자리로 전략
- 결과적으로 미술관 리더십 부재는 한국미술의 수월성을 진작하고, 글로벌 미술계와의 교류와 소통을 주도하기 보다는 대민 서비스 기능에 만족하는 수준의 미술관으로 사회적 역할을 규정
- 예술경영의 관점에서 볼 때 한국의 미술관은 마케팅과 조직 혁신, 자원조성, 관객개발 등의 시도를 필요로 하지 않는 시설로서의 개념이 강한 형국

- 법인화 전환에 대한 논의 촉발
- 미술관 리더십 연구와 교육 시스템 조성
- 미술관 거버넌스 구조 논의 확산





감사합니다!

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

일시
2022. 7. 22(금) 14:00

장소
박수근미술관(강원도 양구)

주최 | 한국문화예술경영학회·결핵대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

후원 | 홍익대학교 문화예술경영학과

미술관 전시관람 경험형성에 미치는 SNS인플루언서의
영향력에 대한 현상학적 연구

박수인 중앙대학교 문화예술경영학과 석사과정

**미술관 전시관람 경험 형성에 미치는
SNS 인플루언서의 영향력에 대한 현상학적 연구**

중앙대학교 일반대학원 문화예술경영학과
전시경영전공 박수인
지도교수 류승완

Contents

I. 서론

II. 연구 설계

III. 연구 결과

IV. 결론

V. 참고문헌

I. 서론

1. 관람객 유형 변화

SNS 활용의 급격한 증가로 '인증' 행위가 강조되는 추세 관람객의 만족도와 경험 중시

- 연령별 관람객: 전체 관람객 중 2-30대가 가장 높은 비율 차지
- 20대의 문화생활: 가장 친숙한 문화생활 중 전시회가 1위로 선정
- 20대의 전시 향유방식: 인증샷을 찍고 SNS에 올리며 본인의 만족도와 경험 중시

<미술관 연령별 관람객>



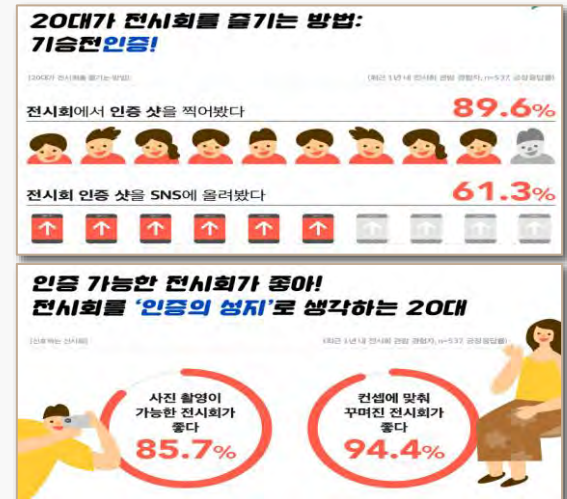
(국립현대미술관, 2019)

<20대에게 친숙한 문화생활>



(대학내일20대연구소, 2017)

<20대가 즐기는 전시회 유형>



(대학내일20대연구소, 2017)

I. 서론

2. SNS 인플루언서

- 인플루언서: SNS를 주축으로 수많은 팔로워를 보유하며 영향을 미치는 SNS 속 유명인
- 인플루언서 유형: 팔로워 또는 영향력 규모에 따라 4가지 유형으로 구분
- 인플루언서 팔로잉: 국내 소셜미디어(SNS) 이용자 10명 중 7명이 인플루언서 팔로잉

**SNS 인플루언서의 대표적 특성은
정보성 · 전문성 · 신뢰성 · 동조성
팔로워 행동에 영향을 미치는 요소**

<인플루언서 유형>



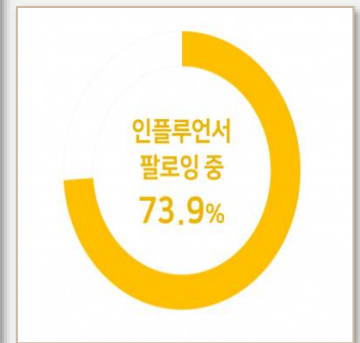
(KOTRA, 2018)

<인플루언서 사례>



(동아닷컴, 2018)

<인플루언서 팔로잉 비율>



(DMC미디어, 2019)

인플루언서 A	인플루언서 B	인플루언서 C	인플루언서 D
<p>팔로워 1.6 만 명</p>	<p>팔로워 9.5 만 명</p>	<p>팔로워 1.4 만 명</p>	<p>팔로워 2.1 만 명</p>

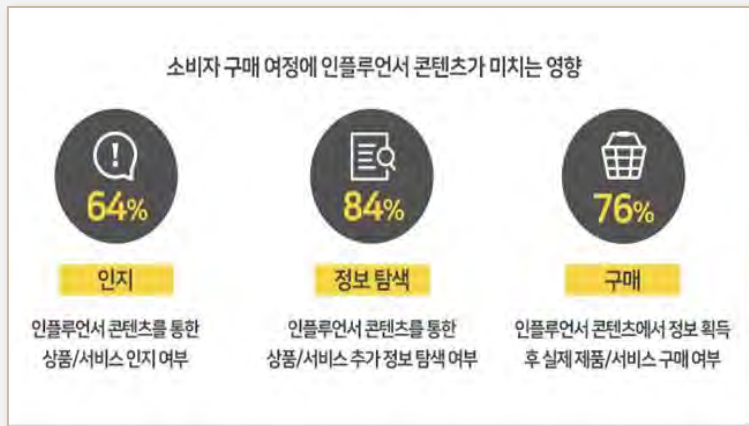
I. 서론

3. 인플루언서의 영향력

- 소비자 구매 여정: 인플루언서 콘텐츠를 통해 상품·서비스를 인지하고 실제 구매로 이어짐
- 인플루언서 마케팅 효과: 인플루언서의 산업적 가치가 향상되었으며 마케팅도 효과적
- 인플루언서 마케팅 시장규모: 글로벌 인플루언서 마케팅 시장 규모가 지속적으로 증가

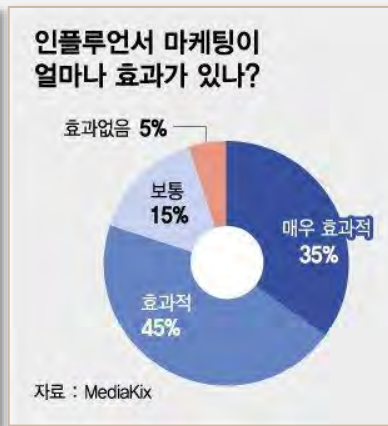
인플루언서는 소비자들의 관심을 이끌고 호감을 높이며 구매 욕구를 불러일으키는데 효과적

<소비자 구매 여정에 인플루언서가 미치는 영향>



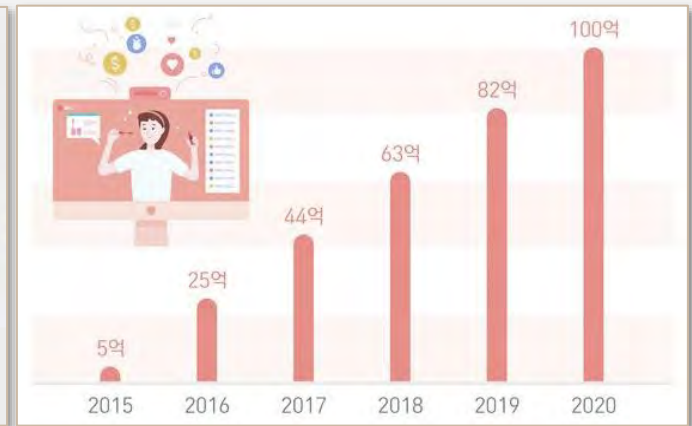
(콘텐츠매터스, 2018)

<인플루언서 마케팅 효과>



(미디어릭스, 2019)

<인플루언서 마케팅 시장규모>



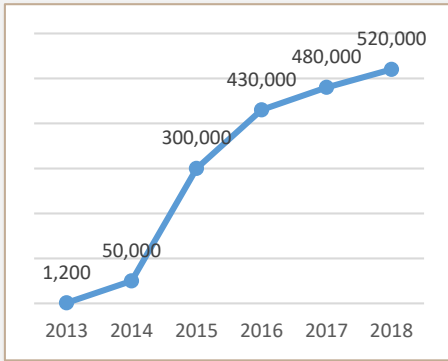
(KB금융지주경영연구소, 2020)

I. 서론

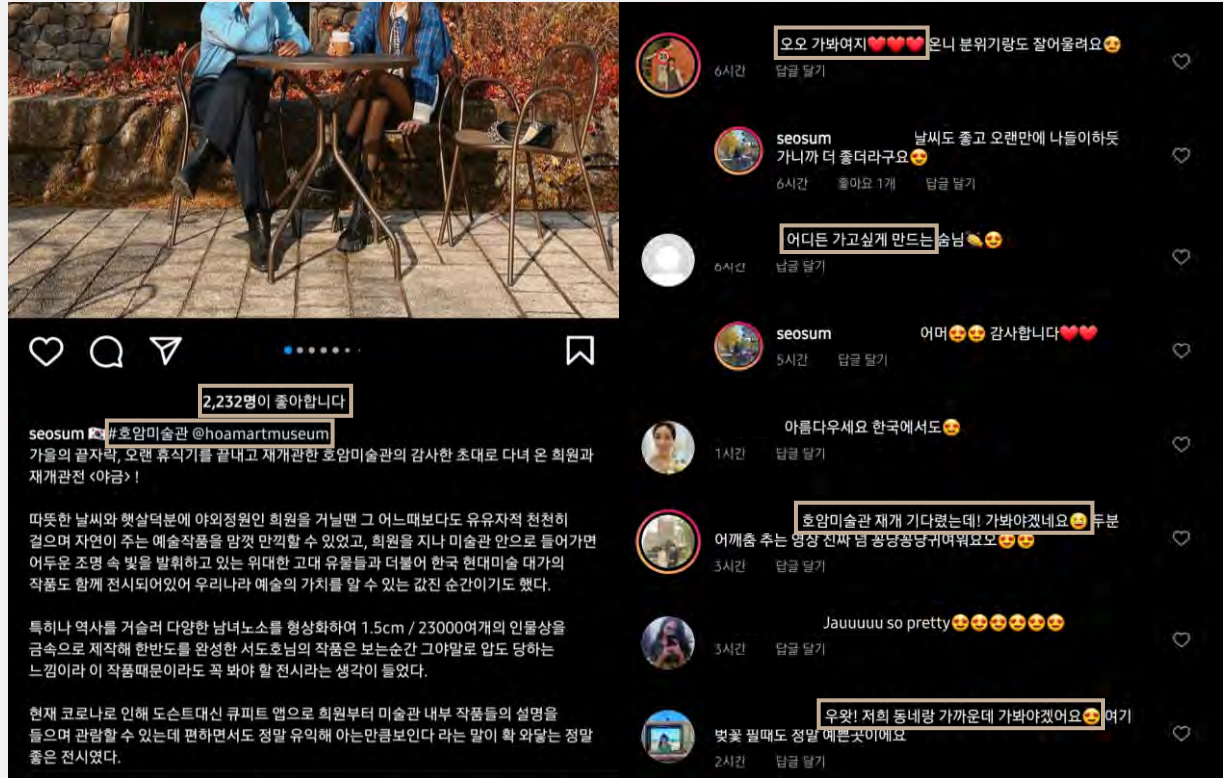
3. 인플루언서의 영향력

온라인 상 영향력 있는
SNS 인플루언서 꾸준히 증가
잠재 고객과 관계 형성
신뢰 있는 콘텐츠 생산

<인플루언서 인포그래피>



(디지털인사이드, 2018)



I. 서론

3. 인플루언서의 영향력

<인플루언서 콘텐츠에 대한 SNS 이용자들의 반응>

인플루언서 A 콘텐츠의 댓글	인플루언서 D 콘텐츠의 댓글
<p>• 팔로잉</p>	<p>• 팔로잉 서울시립미술관 Seoul Museum of Art</p>
<p>전시 진짜 좋더라고요 😍😍</p> <p>11주 답글 달기</p>	<p>상세한 설명에 감사드립니다.</p> <p>1일 좋아요 1개 답글 달기</p> <p>— 답글 보기(1개)</p>
<p>저도 카펫 작품 너무 신박해서 사진 찍고 싶었는데 수요일에 다시 가야겠군요!! 늘 유익한 고급정보 공유 해주셔서 고마워요 지현님 😊👍</p> <p>11주 답글 달기</p>	<p>와아아 이뿌네영 🙏🙏🙏❤️❤️</p> <p>1일 좋아요 1개 답글 달기</p> <p>— 답글 보기(1개)</p>
<p>정말 이쁜 전시네요 😊</p> <p>11주 답글 달기</p>	<p>전시가 너무 좋았네요 😊 감탄사가 절로 나오는 전시였던거 같아요 😊😊😊 친정엄마와 좋은시간이셨겠어요~ 🙌❤️❤️</p> <p>1일 좋아요 1개 답글 달기</p> <p>— 답글 보기(5개)</p>
<p>우와 바다 그림 너무 아름다워요 😍💙</p> <p>11주 답글 달기</p>	<p>주말에 다녀왔어요! 국제갤러리때 못봐서 아쉬웠는데 덕수궁연못까지 규모도 크고 너무 아름다웠어요 ㅠㅠ💙</p> <p>1일 좋아요 1개 답글 달기</p> <p>— 답글 보기(1개)</p>
<p>오 몰랐어요.. 목요일에 다녀왔는데 ㅠ 테이트 특별전 정말 최고였습니다 🙏</p> <p>11주 답글 달기</p>	<p>여기 저 빼고 다갔나봐요 😊😊😊 꼭 가봐야겠어요</p> <p>1일 좋아요 1개 답글 달기</p>
<p>대박 꿀팁 감사해요!</p> <p>11주 답글 달기</p>	

SNS 이용자들은 인플루언서 콘텐츠를 통해

- 전시에 관심을 갖게 되고
- 관람 동기를 부여받고
- 전시에 대한 새로운 정보를 얻게 됨

II. 이론적 배경

4. 기존연구 동향

No.	주 제	주저자
1	무역기업의 인플루언서 마케팅 활용 전략	김상정 (2021)
2	소셜미디어 인플루언서의 준사회적 상호작용과 관계가 이용자의 브랜드 태도와 구매의도에 미치는 영향	이은선 (2021)
3	소셜미디어 인플루언서의 특성이 추천의도 및 구매의도에 미치는 영향-인플루언서 만족과 애착을 중심으로	신민호 (2021)
4	소셜 플랫폼에 나타난 뷰티 인플루언서와 브랜드의 콜라보레이션 마케팅 활성화 전략	정선주 (2020)
5	인플루언서의 특성이 소비자 만족과 지속적 이용의도에 미치는 영향	한수정 (2020)
6	인플루언서의 신뢰성과 매력성이 관계유지에 미치는 영향 연구	오지연 (2019)
7	인플루언서 특성이 소비자 행동의도에 미치는 영향: 계획된 행동이론 중심으로	박지혜 (2018)

- 뷰티, 영화, 패션, 푸드 등 타 분야에서의 인플루언서 및 마케팅 효과에 대한 연구는 많이 진행되어 왔지만, 예술 분야 중에서도 특히, 전시와 관련한 인플루언서에 대한 경험적 연구는 거의 이뤄지지 않음.
- 전시 관람객의 관람 경험이 인플루언서에 의해 어떻게 구성되고, 인지되고, 형성되어 발전하는지 연구하고자 하나, 선행연구가 부족하고 경험에 대한 기초적인 탐색 연구가 필요하다고 판단하여 질적연구를 수행하고자 함.
- 본 연구는 인플루언서에 대한 기존 연구를 바탕으로 진행하되 인플루언서에 의해 전시를 관람하는 관람객 경험의 의미를 밝히고자 함. 따라서, 관람객들이 경험한 것에 대한 본질적 의미를 알아보기 위해 현상학적 연구가 적합하다고 판단함.
- 이론이나 모델을 개발하고 일반적 설명을 전개하는 것보다, 하나의 현상에 대한 경험을 정확하게 기술하는 것을 목표로 함.

II. 연구 설계

1. 연구 문제

<미술관 전시 동향>

- 미술관 인프라 확대
- 2-30대 관람객 증가
- 향유 방식 및 가치 변화

+

<사회문화적 동향>

- SNS 이용의 확대
- 인플루언서 영향력 증대
- 온라인 시장의 활성화

SNS 이용자의
전시관람 경험

<연구 문제>

SNS 인플루언서에 의해 형성되는 전시 관람 경험 규명

- ✓ 전시 관람하기 전, 예비 전시 관람객은 어떤 목적과 동기로 전시를 선택하는가?
- ✓ SNS 인플루언서를 통해 전시를 관람하며 어떤 경험을 하고 어떻게 인지하는가?
- ✓ 전시 관람객에게 SNS 인플루언서의 역할은 무엇이고 어떠한 영향을 미치는가?

- 미술관은 관람객 개발을 위해 시대 변화의 흐름에 맞춰 소셜미디어와 인플루언서를 적절하게 활용할 필요성이 있음.
- SNS 인플루언서는 온라인 및 SNS 마케팅에 있어서 주목해야 할 대상임에도, 전시 분야 내에서는 학술적 논의가 부족함.
- 미술관 전시 및 사회문화적 동향을 반영하여 이용객이 경험하는 전시 관람 경험 및 사회적 현상을 분석하고 유형화하고자 함.

II. 연구 설계

2. 연구 방법

- **질적연구방법론** 5가지 연구방법 중 인플루언서에 의해 전시 관람객이 경험한 것에 대한 본질적 의미 탐구를 위해 **현상학적 연구 수행**

종류	내용	분석단위	문제유형	자료수집	자료분석 전략
내러티브연구	개인의 인생 탐색	1명 이상의 개인	개인적 경험에 대한 이야기	면접과 문서 활용	이야기, 이야기 재구성, 연대기
현상학	경험의 본질 이해	경험을 공유해 온 여러 개인들	체험한 현상의 본질을 기술	개별면접, 문서와 관찰, 예술작품 활용	의미있는 진술, 의미단위, 구조적 기술
근거이론	현장에서 나온 자료를 근거로 한 이론 개발	많은 개인들이 포함된 과정, 행동, 상호작용	연구참여자 관점에서 근거이론 개발	20~60명 개인들과 면접	개방코딩, 축코딩, 선택코딩
문화기술지	문화공유집단을 기술하고 해석	같은 문화를 공유하는 집단	집단 문화의 공유된 패턴을 기술하고 해석	관찰과 면접, 다른 자료원 수집	문화공유집단에 대한 기술, 집단에 대한 주제
사례연구	단일사례나 여러 사례에 대해 철저하고 상세한 기술과 분석 전개	사건, 프로그램, 활동, 1명 이상의 개인	단일사례나 여러 사례들에 대한 이해	면접, 관찰, 문서, 인공물 등 다양한 자료원 활용	사례의 주제와 사례에 대한 기술

현상학적 연구에서 연구자가 갖춰야 할 자세

‘ 현상학적 환원 ’

EPOCHE

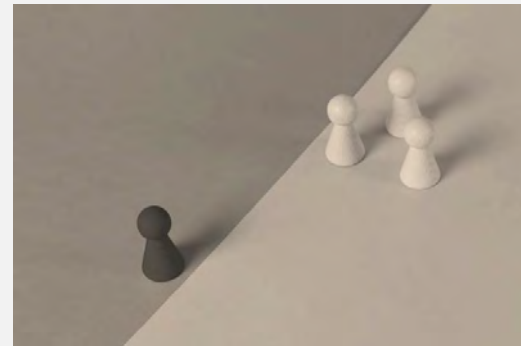
판단 중지
판단 보류

BRACKETING

믿음이나 편견을
명백히 밝히고
치워 놓기

현상학적 연구 특징

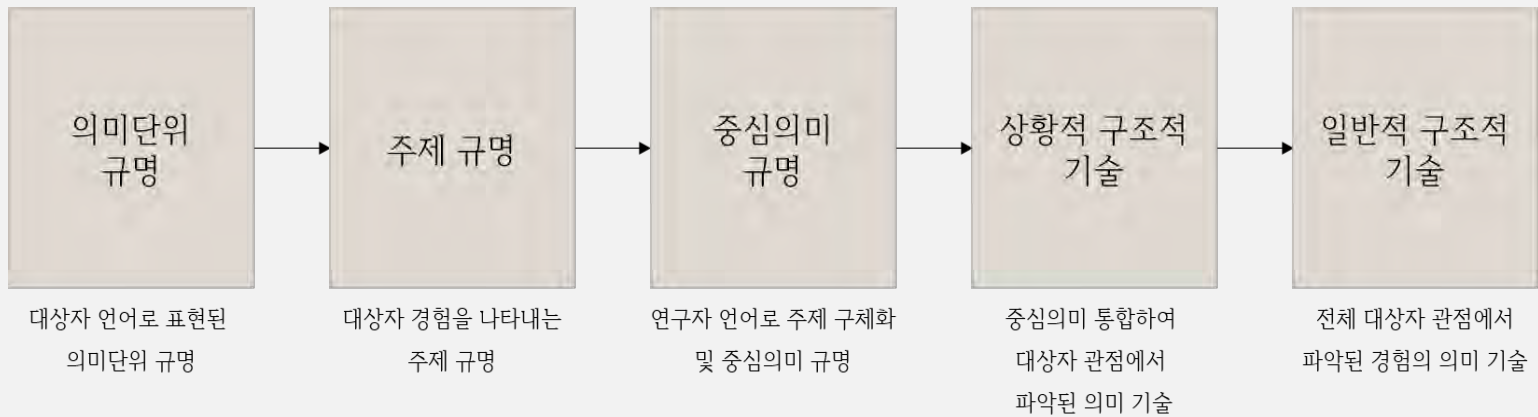
1. 현상학적 질적 연구는 체험을 연구하는 것이다.
2. 현상학적 질적 연구는 의식에 나타나는 대로의 현상을 해명하는 것이다.
3. 현상학적 질적 연구는 현상의 본질을 연구하는 것이다.
4. 현상학적 질적 연구는 체험적 의미를 우리가 겪은 대로 기술하는 것이다.
5. 현상학적 질적 연구는 현상에 대한 인간 과학적 연구이다.



Giorgi 자료분석 방법

개인마다 다르게 경험한 내용을 기술함으로써, 하나의 현상을 각자가 어떻게 다르게 경험하는지를 파악할 수 있고 개인의 주관적인 경험을 자세하게 파악할 수 있음

Giorgi 자료분석 절차



<심층 인터뷰>

인플루언서 및
전시관람 이용객
1:1 심층 인터뷰

① 의미단위 규명

사고를 시작하고 끝내는 단위
즉, 대상자의 언어 그대로의
자신의 경험을 표현한 본래의
의미단위 규명

ex) “인플루언서가 올린 전시 게시글을 보고,
저도 미술관 가서 똑같이 사진 찍고 싶었어요.”

② 주제 규명

대상자의 언어로 표현된,
대상자의 경험을 나타내는
주제 규명

③ 중심의미 규명

연구자의 언어로 주제를
구체화하여 대상자의 경험이
대상자에게 의미하는
중심의미 규명

ex) 이용객은 인플루언서의 경험을 따라하면서 만족감을
느끼고 똑같이 인정받고자 하는 욕구가 있다.

<결과 분석>

결과에 대한
시사점 및 한계점
제시

⑤ 일반적 구조적 기술 형성

상황적 구조적 진술을 통해
전체 대상자의 관점에서
파악된 경험의 의미인
일반적 구조적 기술 형성

④ 상황적 구조적 기술 형성

중심의미를 통합하여
연구대상자의 관점에서
파악된 경험의 의미인
상황적 구조적 기술 형성



연구 대상자 주요 특징

- ✓ 2-30대 성인 6명
- ✓ 최근 1년간 5회 이상 미술관 전시 관람 경험자
- ✓ 최근 2년간 SNS 인플루언서를 통해 전시 관람
 - ✓ 서울 및 경기도에 거주
 - ✓ 다양한 분야에서 종사

연구대상자	직업군	연령대	주요 SNS	전시관람 횟수
대상자 1	대학교 교직원	30대 중반	인스타그램 유튜브	한 달에 2회
대상자 2	통신사 마케터	30대 초반	인스타그램	한 달에 2회
대상자 3	의류 MD	20대 후반	인스타그램	한 달에 1회
대상자 4	백화점 매니저	30대 후반	인스타그램 링크드인	한 달에 1회
대상자 5	IT 엔지니어	20대 후반	트위터 인스타그램	한 달에 3회
대상자 6	대학원생	20대 중반	페이스북 인스타그램	한 달에 4회

Ⅲ. 연구 결과

2. 경험 구성요소

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
체험 단계	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

1-1) 콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각

“요즘에 올라오는 콘텐츠들은 브랜드에서 팝업을 많이 해서 그런지, 콘텐츠 퀄리티가 생각보다 괜찮더라고요. 우후죽순 생겨나는 그런 것들을 모아서 알려주니 좋더라고요.” (연구대상자 C)

“근교에 있는 경기도 외곽지역 전시들도 관심이 없으면 모를 곳들인데, 인플루언서를 통해 정보를 얻고, 여행가는 느낌으로 주변도 둘러보고 갤러리를 가기도 하는 것 같아요.” (연구대상자 E)

“학부 졸업하고 나서는 SNS 인플루언서 통해서 전시를 보게 되는 빈도가 조금 더 늘어났고, 이러한 정보들이 꽤나 도움이 된다고 생각합니다.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
체험 단계	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

1-2) SNS를 활용한 적극적 정보 탐색

“전시가 정말 가고 싶은데 어디 가야할지 모를 땐 해시태그로

‘몇 월 서울 전시’ 라고 검색해보고 찾아가는 것 같아요.”

(연구대상자 A)

“인스타그램 해시태그를 검색해서 보기도 하고 좋은 것

같아요. 사진보고 대충 어떤 느낌의 전시인지도 알 수

있으니까요.” (연구대상자 C)

“SNS와 같은 여러 매체들에서 검색해본 것들을 통해 전시

정보를 얻고 나서, 전시 기간들을 기억 해놨다가 제가 비는

시간을 보고 이 날 이 전시를 가봐야겠다 결정하는 편이에요.”

(연구대상자 E)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
체험 단계	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

1-3) 알고리즘에 의한 새로운 지식 수용

“정보를 얻거나 이미지 등을 찾기 위해서 (인플루언서를) 팔로잉하는 편이에요. 이미지 검색을 하다보면 알고리즘을 통해 제가 좋아하는 이미지를 또 추천해주니까 좋은 것 같아요.” (연구대상자 D)

“저도 그 동안 많은 전시들을 관람하면서 제가 직접 알게 된 정보들이 있기 때문에, 굳이 추천받지 않더라도 정보들을 자연스럽게 알게 되는 것 같아요.” (연구대상자 E)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
인지 단계	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

2-1) 주류 문화 참여 욕구

“전시를 고를 때 작가가 얼마나 유명하고 인기 있는지 영향을 미치는 것 같아요. 워낙 유명세를 타니까 나만 안보면 아쉽고, 제 값 주고 보기엔 아까우니 기회가 될 때 얼리버드로 싸게 사서 보러 다녀오는 편이에요.” (연구대상자 A)

“제가 좋아하는 인플루언서가 많이 간 곳들을 따라서 가다보니, 전시 관람에 많이 부스팅 된 것 같아요. 인플루언서와 동일한 경험을 공유했다는 것에서 만족도가 큼니다.” (연구대상자 E)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
인지 단계	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

2-2) 흥미로운 콘텐츠에 대한 관심

“보통은 소셜미디어나 광고 보고 재밌을 것 같아 보이는 전시는 바로 예매해서 보러 가요.” (연구대상자 A)

“작가의 작품을 보고 끝났다 싶으면 가게 되는 것 같아요. 갤러리가 예뻐서 보러 가는 경우도 있어요.” (연구대상자 B)

“인스타그램에 전시를 클리핑 해놓은 곳들을 팔로우하고 있어서, 거기서 일자별로 정리해주는 곳 중에서 좋아 보인다고 싶은 곳을 가는 경우도 꽤 있고요.” (연구대상자 C)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
인지 단계	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

2-3) 취향에 맞는 예술 향유

“전시는 일로 하는 게 아닌, 정말 제 취향으로 받아들이는 것이다 보니, 싫으면 안가도 되는 것이기 때문에, 더 확실하게 취향을 반영하게 되는 것 같아요.” (연구대상자 B)

“전시라는 건 보고 듣고 즐기는 거기 때문에, 개인의 taste가 정말 중요하고 더 많이 반영하게 되는 것 같아요. 인플루언서가 나에게 전시에 대해 notice를 해주고, 선택하는 건 내가 가진 taste에 따라 다른 거니까요.”
(연구대상자 C)

“SNS 계정들에서 전시정보를 많이 얻고, 초보자를 위해 전시를 추천해주기도 하고, 거기서 입맛에 맞게 전시를 선택해서 보는 편입니다.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

3-1) 관람 방식 모방

“여기서 찍으면 예쁘게 나오겠다, 싶은 부분이 있으면 따라 찍어보는 거죠. 인증샷이 쟁점이었던 “요시고전” 같은 경우, 사진 찍으러 가는 게 목적이기 때문에 어디서 사진을 찍어야 예쁘게 나올지 고민하게 되는 것 같아요. 그래서 그런 전시는 가보기 전에 인스타그램에서 해시태그를 통해서 사례들을 찾아보죠. 보통 어디서 어떻게 찍는지를 봅니다. 왜인지는 모르겠어요. 그냥 인증하고 싶은 마음일까요? 이 사람도 다녀간 곳인데, 나도 다녀갔다 하는 마음으로요.”

(연구대상자 A)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

3-2) 자발적 학습

“인플루언서로 인해 국내 작가들이 많이 힘을 얻고 있는
느낌이에요. 몰랐던 한국 작가들을 많이 알게 되었죠.
인플루언서가 올리면, 한 번씩 그 작가도 찾아보게 되는 것
같아요.” (연구대상자 A)

“이후에도 전시 선택 시 인플루언서 콘텐츠가 영향을 끼칠 것
같아요. 요즘 전시 어떤 거 하고 있나, 뭐가 유행인지를 알게
되는데 영향을 받을 것 같아요.” (연구대상자 C)

“한국 현대작품이나 작가들에 관심을 갖거나 주류로 배우진
않기 때문에 잘 몰랐었는데, 인플루언서 덕분에 많이 알게 된
것 같아요.” (연구대상자 E)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

범주		하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

3-3) 취향 형성 또는 취향 변화

“시간이 지나면서 영향을 받고, 취향이 변한 것 같기도 해요. 예전에 좋아했던 작품 스타일과 지금이 다르더라고요. 그럴 때문에 취향이 바뀌는 것 같기도 해요.” (연구대상자 B)

“사실 전시에 대한 취향이 없던 사람들도 여러 전시를 보다보면, 본인의 취향이 생긴다고 생각하는데, 신뢰할 수 있는 사람인 인플루언서의 취향을 보고 따라가는 것도 저는 괜찮다고 생각해요. 거기서 이제 본인이 관람하면서 자신의 관점과 취향이 생기게 되는 거겠죠.” (연구대상자 E)

“나중에 그 작가들 전시가 있으면 가보게 되는 쪽으로 파생이 되면서 저만의 취향도 생기는 것 같아요.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

범주		하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

4-1) 긍정적 경험에 따른 신뢰 형성

“인플루언서의 전시 콘텐츠에 대한 저의 태도는 신뢰가 있는 편인 것 같아요. 왜냐하면 그들이 없는 사실을 올리진 않으니깐요.” (연구대상자 C)

“인플루언서가 전시를 추천하면 높은 신뢰도를 갖게 될 것 같고, 많이 참고가 될 것 같아요. 전시에 대한 정보 퀄리티가 좋고, 다양한 전시와 작가들을 알려주셔서 좋더라고요. 기왕이면 괜찮은 전시를 선택하려고 하는데, 그 때 해당 인플루언서 계정을 가장 많이 참고할 것 같아요. (중략) 다양하게 작품을 잘 설명해주셔서 일단은 너무 만족하고 있어요.” (연구대상자 D)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

4-2) 취향 부합에 따른 신뢰 증가

“그 인플루언서는 무작위로 올리겠지만 어쨌든 나는 내 마음에 드는 걸 고르는 거기 때문에 그에 대한 만족도는 괜찮았던 것 같아요.” (연구대상자 C)

“가나아트센터에서 진행한 전시를 보고 왔었는데, 해당 전시에 대한 만족도가 인플루언서와 꽤 맞았던 것 같아요. (중략) 많은 믿음이 있고, 전시 설명되어 있는 글을 보면, 저와 취향이 많이 닮아있다고 생각이 들었어요.” (연구대상자 D)

“미술관 정보를 얻고 있는 인플루언서는 저와 취향이나 바이브가 잘 맞아서, 가고 싶은데 못간 곳은 있어도, 가고 싶지 않은 전시가 있었던 적은 없었어요.” (연구대상자 E)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

범주		하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

4-3) 신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용

“그가 올리는 전시 관련 콘텐츠에 대한 신뢰는 높은 편이에요.
믿고 가는 거죠. 웬만하면 다 괜찮은 전시들을 간다고
생각해요.” (연구대상자 A)

“앞으로도 그가 올리는 콘텐츠들을 신뢰하고 최우선으로
그것들을 경험하려고 시도할 것 같습니다.” (연구대상자 E)

“피드에 올라오는 대로 보고 있는 것 같습니다. 전시를
보러가고 싶을 때는 해당 계정에 직접 찾아서 들어가 보기도
합니다.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

범주		하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양	
	다양한 관점 제시	

5-1) 정보제공자로 역할 전환

“제 지인들한테 보여주기 위함과 동시에 이런 전시도 있다고 알려주는 목적도 조금은 있을 것 같네요. 본격적으로 전시를 소개하기 위해 사진인증을 한 적은 없는데, 제 친구 중에 제가 올린 피드를 보고 연락 와서 전시 어땠는지 물어보기도 하고, 제 덕에 좋은 전시 알게 되었다고 말하는 친구들도 더러 있더라고요.” (연구대상자 A)

“전시를 좋아하긴 하는데, 어디서 어떤 전시를 하는지 자세한 정보를 알려고 하는 친구들이 주변에 별로 없어서, 제가 제안하면 좋아하더라고요. 제가 SNS에 전시 인증사진을 올리면, 어떤 전시인지 물어보기도 하고요.” (연구대상자 E)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

범주		하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양	
	다양한 관점 제시	

5-2) 관심 및 정보의 확산

“주변 친구들이 (전시 관련 SNS 인플루언서 계정을) 많이 보다보니, 어디가 좋았다고 추천해줘서 가는 경우도 있어요.”
(연구대상자 C)

“미술과 관련된 사람들이 많이 가입하는 ‘미술지식인’이라는 그룹이 페이스북에 있는데, 여기서 전시정보를 공유하기도 하고 작품 활동 할 때 서로 도움을 요청하기도 합니다. (중략) 인플루언서가 포토존을 소개하는 것도 결국 관객들을 유입하는 좋은 방안 중에 하나라고 생각합니다.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

범주		하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양	
	다양한 관점 제시	

5-3) 장벽 완화 및 관객 유입

“인플루언서의 영향력은 되게 강력한 것 같아요. 그 사람이 가고 나서 전시를 방문해보면, 해당 콘텐츠를 보고 왔구나 싶은 사람들이 대부분인 게 느껴져요. 남녀노소 불문하고, 젊은 사람들뿐만 아니라, 5-60대 어머님들도 계시고 그의 콘텐츠를 보면서 관람하시더라고요. (중략) 정말 그의 파급력이 연령대 불구하고 강력하구나 싶었어요.”

(연구대상자 E)

“특히 RM이 현대미술에 관심이 많아서 선한 영향력을 끼치고 있다고 생각해요. 이름 없는 미술관에도 사람들이 유입되는 게 RM 때문이라고 생각해서, 인플루언서의 영향력은 긍정적으로 생각합니다. (중략) 미술에 흥미를 가질 수 있는 계기가 될 것 같아요.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
반응 단계	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

6-1) 무분별한 정보 제공 지양

“인플루언서가 광고를 하면 사람들이 많이 알게 되고 많이 사용하게 되고, 그래서 (티켓을) 구하기 힘들어질 때도 있고, 여러 인플루언서가 광고하니까 그만큼 희소 가치가 줄어들고 흔해지는 느낌이 들어요. (중략) 인플루언서가 굉장히 많은 수의 콘텐츠를 업로드하기 때문에, 제가 검색하지 않아도 이미 많이 떠요. 일주일에 5번씩은 올리기 때문에 오히려 제가 속도를 못 따라가는 느낌이예요.” (연구대상자 B)

“광고를 위해 좋지 않은 전시들까지 무분별하게 소개하는 부분은 좀 아니라고 생각해요. 그냥 어떤 전시가 있는지에 대한 전시 정보를 제공하는 역할 정도만 수행했으면 좋겠어요.” (연구대상자 F)

Ⅲ. 연구 결과

3. 상황적 구조 진술

	범주	하위 범주
인지 단계	1. 전시 정보 인식	콘텐츠에 대한 정보 유용성 지각
		SNS를 활용한 적극적 정보 탐색
		알고리즘에 의한 새로운 지식 수용
	2. 관람 동기 유발	주류 문화 참여 욕구
		흥미로운 콘텐츠에 대한 관심
		취향에 맞는 예술 향유
체험 단계	3. 관람 경험 재구성	관람 방식 모방
		자발적 학습
		취향 형성 또는 취향 변화
반응 단계	4. 신뢰도 형성	긍정적 경험에 따른 신뢰감 형성
		취향 부합에 따른 신뢰도 증가
		신뢰를 통한 적극적 콘텐츠 수용
	5. 구전 의도 발생	정보제공자로 역할 전환
		관심 및 정보의 확산
		장벽 완화 및 관객 유입
반응 단계	6. 개선 요인	무분별한 정보 제공 지양
		다양한 관점 제시

6-2) 다양한 관점 제시

“그들은 하나의 게시글로만 정보를 전달하기 때문에, 양이 많지 않아요. 때문에 단편적인 정보만 얻고 나머지는 제가 이후에 더 찾아보고 참고하게 되는 것 같아요.” (연구대상자 B)

“예술작품을 향유하고 감상하는 데 상업적으로 흐르지 않았으면 좋겠다 생각이 들었어요. (중략) 그래서 상업적 방향으로 치우치지 않고, 다양한 관점에서 전시에 대한 설명이 이루어지면 좋을 것 같아요.” (연구대상자 D)

Ⅲ. 연구 결과

4. 일반적 구조 진술

인지 단계

- 전시 정보 인식
- 관람 동기 유발



체험 단계

- 관람 경험 재구성



반응 단계

- 구전 의도 발생

1. 정보 유용성 지각

예비 전시 관람객은 정보를 제공하는 SNS 인플루언서가 설득력 있고 전문적이라 느낌으로써 정보 유용성을 지각하게 되고, 그들의 정보를 긍정적으로 받아들이는 인지적 효과가 나타남

2. 동일시 동조 욕구 발생

SNS 인플루언서에게 긍정적 선망을 느끼고 동경하기 때문에 그들의 가치관, 행동방식 등을 동일시하려는 욕구가 발생하고, 트렌드를 선도하는 사람처럼 보이려는 파노플리 효과가 나타남

3. 전시 관람 방식 모방

인증샷을 남기는 전시 관람 문화가 발달하면서 SNS 인플루언서를 따라 유사한 사진을 찍고 공유하고 전시 게시물을 올리는 포스팅 모방 행위가 나타남

4. 역할 전환 및 관심 확산

인플루언서를 통해 정보를 수용하던 역할에서 정보를 제공하는 역할로 전환되면서 프로슈머로서 문화예술 생산 과정에 참여하고 전시에 대한 관심이 주변으로 확산되는 효과가 나타남

IV. 결론

결과 요약

- 1 SNS 인플루언서가 소셜 큐레이션으로써 역할을 함으로써 편리하게 정보를 수집하고 긍정적으로 콘텐츠를 인지하고 수용함
- 2 전시 관람 동기는 주류 문화에 참여하고자 하는 욕구가 발생함과 동시에 자신의 취향을 발현하고자 하는 것으로 나타남
- 3 SNS 인플루언서가 주목한 전시 콘텐츠에 관람객들의 관심이 집중되면서 모방 현상이 생기고 관람 방식을 재구성하게 됨
- 4 전시관람객이 정보 수용자에서 정보제공자로 역할이 전환되면서 프로슈머로서 문화예술의 소비와 생산 과정에 참여하게 됨
- 5 SNS의 관계 지향적 특성을 통해 정보제공자로서의 역할은 주변으로 관심을 확산시키는 바이럴 효과를 불러일으키게 됨

IV. 결론

시사점 및 의의

- 인플루언서를 통해 소셜 미디어 이용자들 중 전시에 관심이 낮았던 이들에게 예술에 대한 진입장벽을 낮추고 관심을 유도할 수 있을 것으로 예상함
- 관람 경험 전 단계에서 인플루언서의 역할을 파악하고 어떤 부분에서 영향을 미치는지 살펴보면, 전시 관람객들의 경험이 어떻게 인지되고 축적되는지 확인함
- 전시 마케팅 측면에서 SNS 인플루언서를 적재적소에 활용하여 전시 관객유입 효과를 가져올 수 있을 것으로 예상함

한계점 및 과제

- 연구대상자로 선정된 전시 관람객들은 SNS 플랫폼 중 주로 인스타그램을 사용하였기 때문에 다른 플랫폼으로도 확장하여 연구를 진행해볼 필요가 있음
- SNS를 가장 적극적으로 활용하면서도 영향을 많이 받는 대상자를 선정하면서 연구대상자의 연령대를 고루 구성하지 못하였고 연구 결과를 일반화하기 어려움
- 후속 연구에서는 본 연구결과를 토대로 각 상위요소를 변수로 활용하여 실증 분석을 수행한다면, 각 단계별 인플루언서의 영향력에 대해 통계적으로 유의미한 결과를 발견할 수 있을 것으로 기대함

감사합니다.

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

주최 | 한국문화예술경영학회·경희대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

일시
2022. 7. 22(금) 14:00

장소
박수근미술관(강원도 양구)

후원 | 홍익대학교 문화예술경영학과

의료 분야 문화매개자 역할 사례 연구:
영국 '링크 워커(Link Worker)'를 중심으로

조은시 숙명여자대학교 문화관광외식학과 문화예술경영전공 박사과정

의료 분야 문화매개자 역할 사례 연구

- 영국 '링크워커'(Link Worker)를 중심으로-

숙명여대 문화관광외식학과 박사과정
조은시(eunsi.cho@gmail.com)

목차

01

서론

02

문화매개자 논의

03

사회적 처방&링크워커

04

사례 분석

05

분석 및 결론

I

서론

1. 연구 배경
2. 연구 필요성

문화매개자 논의 및 역할의 중요성

- 넓은 차원에서 ‘문화매개(자)’는 문화산업/문화정책에서 다루지는 예술의 생산과 소비에 관여하는 모든 인력, 기관, 서비스를 지칭
- 국내에서 문화매개자는 지역문화전문인력, 생활예술활동가, 문화예술교육사 등 문화예술 활동을 통해 주민의 삶을 향상시키는 역할을 강조
- 문화매개자에 대한 합의된 정의는 없지만 예술의 생산과 소비, 보편성 제고 측면에서 매개자 역할에 대한 중요성은 많이 논의 되어옴

빠르게 변화하는 문화예술의 지형

- 4차 산업혁명 시대의 기술과 예술의 융합은 창작 영역을 위협하기도 하지만 동시에 새로운 가능성을 보여주고 있음
- 고령 사회 진입/1인 가구 증가 등의 인구 구조의 변화는 문화예술 소비층의 향유 방식에도 변화를 가져옴
- 코로나19로 인해 직접적 체험을 강점으로 내세운 문화예술 분야의 한계가 나타남
- 오늘날 급속히 변화하는 시대의 흐름은 전통적 문화매개자의 활동 외에 새로운 역할들을 요구함

정신건강관련 예술의 사회적 역할 부각

- 유네스코에서는 최근 리질리아트(ResiliArt, Art is Resilient, Art makes us resilient) 개념을 확산시키며 ‘예술은 위협에 대한 자기 회복력과 적응력을 가지고 우리 삶을 회복시키는 힘을 가졌음’을 강조(UNESCO 홈페이지)
- Arts and Health, Museum and Health, Arts on Prescription 등 예술과 건강을 연계한 연구 증가
- 영국 의회에서 발표한 창의적 건강보고서는 건강과 관련한 예술의 영역을 ‘예술 처방’, ‘예술 치료’, ‘참여적 예술 프로그램’, ‘문화예술 기관 방문’, ‘아마추어 예술’, ‘임상 환경에서 쓰이는 라이브 음악’ 등으로 구분하고 있음 (APPG, 2017)
- 영국 및 유럽 등지에서는 건강과 관련한 일반인들의 예술 참여를 다양한 차원에서 접근하는데 비해, 한국에서의 예술과 건강의 연계는 음악치료, 미술치료 등 주로 치료적 관점에서 접근하는 특징을 보이고 있음

한국사회의 정신건강 현황

- 한국사회의 정신건강 문제는 심각한 사회적 이슈로 떠오르고 있음
- OECD 국가 중 우울증 유병률은 36.8%로 1위를 차지했지만 우울증 치료의 접근성은 외국의 1/20로 세계 최저 기록(신경과학회, 2021)
- 국민 48%는 코로나19로 인해 우울과 불안을 경험, 연령이 증가할수록 그 정도가 심해짐(이은환, 2020)
- 서울시민 51% 타인과의 관계에서 외로움 느낌 (신인철·최지원, 2019)

링크워커 사례를 통한 문화매개 활동 가능성 모색

- 이와 같은 사회 현실에서 영국 의료분야의 사회적 처방과 링크 워커 사례는 중요한 시사점을 제공함
- 사회적 처방: 일반인의 정신건강(mental health) 문제에 대해 환자에게 약물치료 대신 지역의 문화예술활동, 봉사활동, 커뮤니티 그룹 등의 참여를 독려함으로써 주민의 건강과 웰빙을 증진시키고자 하는 서비스
- 링크워커: 보건분야와 협력하여 지역의 문화예술 활동자원을 환자/주민에게 소개하는 역할을 맡고 있음
- 최근 우리나라 보건 분야에서는 사회적 처방과 링크워커 서비스를 한국에 도입하는 문제에 대해 연구와 담론이 조금씩 만들어지는 단계, 이런 논의와 연계해서 문화예술 분야에서도 예술과 건강 연구와 문화예술 매개자 역할 확대를 검토하는 것이 필요함



문화매개자 논의

1. 문화매개자 논의
2. 국내 문화매개자 유형

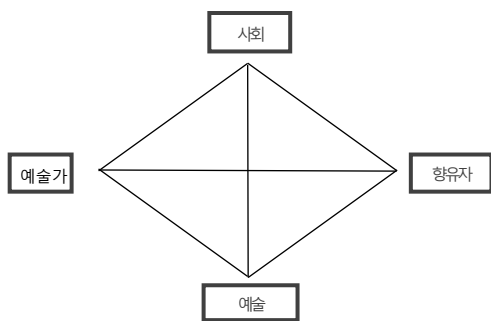


선행연구

연구자	주제	문화매개자의 정의/분류
피에르 부르디외 (1984)	• 구별짓기, 차별: 경험의 판단에 따른 사회적 비평	<ul style="list-style-type: none"> • 문화매개를 용어로서 처음 사용 • 문화매개자를 어느 정도의 문화자본을 가진 신흥 씨띠 부르주아지의 직업군의 하나로 보고, 문화생산 및 촉진에 관계하는 제작자, 비평가, 언론 등의 직업군을 지칭 • 새로운 문화매개자의 예로 “문화활동 교육자”, “문화활동 지도자” 를 언급
김용범 (1997)	• 문화행정 전문인력 양성 방안 연구	• 예술의 창의성과 행정 및 경영의 효율성 매개할 수 있는 전문가 역할을 강조하면서 ‘예술경영자’, ‘문화행정가’ 등을 문화매개자로 한정
장세길 (2012)	• 문화매개인력의 노동실태와 개선방안	• 문화매개자는 넓은 층위에서 문화생산자, 향유자 등을 포괄하는 모든 문화활동 참여자로 볼 수 있지만, 좁은 의미로는 <u>문화예술 기관에 소속된 종사자 및 예술교육 등 문화서비스에 참여하는 전문인력으로 한정</u>
김규원 (2014)	• 지역 문화매개인력 현황조사	• 문화매개자의 범위를 지역문화재단 및 문화원에 소속된 인력, 정부사업의 민간 보조사업자 및 민간단체로 한정
강윤주 · 심보선(2013)	• 생활예술공동체 내 문화매개자의 역할 분석	• 전문인력을 의미하는 문화매개자의 개념에서 벗어나 생활예술 공동체에서의 실천을 촉진하는 인적자원도 문화매개자가 될 수 있음을 제시
이상길 (2010)	• 영미권에서 쓰이는 문화매개자 개념을 비판적으로 검토하고 확장 가능성을 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트폰, 인터넷의 확산은 예술가와 매개자, 소비자의 경계가 흐려지는 양상을 보이기도 함 • 온라인에서 활동하는 “서평 블로거, 뮤지컬 카페 회원들, 영화비평 블로거”도 <u>온라인상에서의 문화 매개자의 한 형태로 볼 수 있음</u>

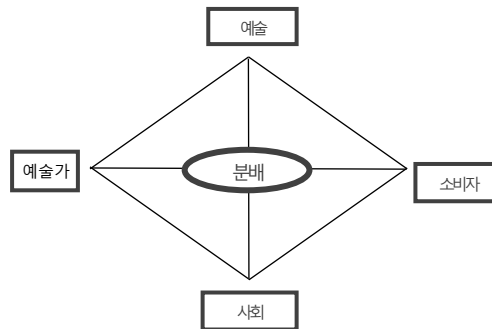

 문화의 다이아몬드

웬디 그리스월드(1994)



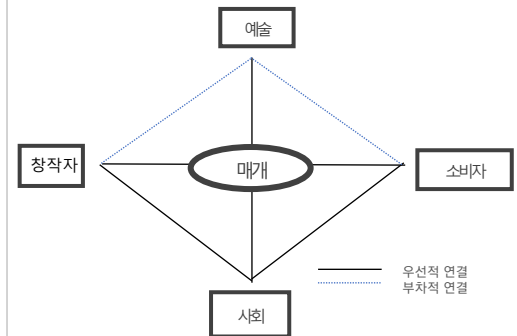
- 네 개의 꼭지점과 연결선을 통해 예술, 창작자, 소비자 그리고 사회의 관계를 보여줌

빅토리아 알렉산더(2010)



- ‘분배’ 개념을 반영하여 예술과 사회는 직접 연결된 것이 아니며 “조직 및 네트워크”에 의해 매개 된다는 보완된 문화 다이아몬드를 제시

임성민·김재범·장혜미(2014)



- 오늘날의 매체는 유통의 역할뿐 아니라 수용자의 의견을 생산의 영역에 전달하여 문화적 대상에 투영시키는 창구로 기능하고 있기에, 분배를 ‘매개’로 대체

국가별 논의흐름

프랑스

- 1959년 문화부 설립 이래로 나타난 문화정책 흐름과 관련이 있음
- 프랑스 문화부에서는 문화가 “코드화”되어 있어 시민들의 즉각적 인식이 어렵기 때문에 이를 보완하기 위한 ‘매개자’의 필요성을 강조 이는 프랑스의 문화 향유 확대 및 접근성 강화에 중점을 둔 “문화민주화 정책”과 관련이 있음(민지은·지영호, 2016)
- 프랑스의 문화매개자는 향유자 대상 촉매 활동 중점을 두고 교육을 통한 향유자 감상능력 개발에 목적을 둠(민지은·지영호, 2016)

영국

- 영국에서 문화매개자 개념은 문화산업 분야를 아우르며 폭넓게 발전
- 서비스 종사자, 광고제작자, 브랜딩 컨설턴트, 복지관련 종사자 등 국가의 “라이프스타일”과 문화적 특성을 반영한 대상이 문화매개자의 범주에 분류(이상길, 2010)
- 최근에는 “정보통신 기술 전문가”, “홈페이지 관리자”까지 그 개념이 확장 되는 흐름을 보임(이상길, 2010)



- 각 나라의 문화매개자 개념은 국가의 문화적 특성, 정책 방향에 따라 달라지는 양상을 보임
- 예술과 사회, 창작과 소비의 관계를 설명하는데 있어 ‘매개’의 역할을 중요하게 인식하고 이를 설명하기 위해 노력들이 있었음

지역문화예술 인력

- “지역문화의 기획·개발·평가 등의 업무를 수행할 수 있는 지식과 능력을 갖춘 사람”으로 정의(국가법령정보센터 홈페이지, 2022)
- 지역문화시설의 실무자로서 주민의 자발적 문화활동 촉진을 위해 지역문화활성화 프로그램 운영하고, 다양한 문화활동을 기획하고 실행하는 인력(지역문화진흥원, 2021)

생활예술 활동가

- 각 문화재단에서 자체적으로 선발, 운영하고 있으며 지역의 특성을 반영한 다양한 이름으로 명명됨
-서울:생활예술활동가, 서울 은평: 생활문화활동가, 경기 용인: 청년활동가, 대구: 가드너, 경남 포항: 문화예술코디네이터, 충남 천안: 문화예술매개자
- 생활예술단체, 동호회 등의 자발적 예술 단체들을 연결하고, 이들의 콘텐츠 기획 지원, 공간을 지원하는 역할
- 문화전문인력 양성체계는 정책 차원에서 추진되고 있지만 현장의 생태계의 여건과 수요를 잘 연계하지 못한다는 지적이 있음(추미경, 2018)

문화예술 교육사

- 2004년 문화예술교육지원법 제정 이후 한국문화예술교육진흥원 설립과 함께 예술강사의 형태로 출발
- 2011년 문화예술교육 지원법이 개정됨에 따라, 문화예술교육사 자격제도가 도입되었고 현재는 교육과정 이수 후 자격을 취득 하여 문화예술 관련 시설에서 활동할 수 있는 자격이 주어짐
- 문화예술교육사는 교육 실행자의 역할 뿐 아니라 생활활동가, 지역문화전문인력과 같이 지역의 전문가의 자질과 기획자로서의 역량도 필요 근로조건
- 강사 처우, 연수교육의 문제, 자격 취득 관련 문제 등의 문제가 논의되고 있음(권영임·차수정, 2015; 탁지현, 2014)



사회적 처방&링크워커

1. 사회적 처방
2. 링크워커



선행연구

연구자	제목	내용
최보연 (2019)	• 고독해결을 위한 예술기반 사회적 처방 정책 확산과 문화정책적 함의: -영국 사례를 중심으로	• 사회적 처방은 복지예산 절감과 효율성 제고를 성취하기 위해 영국 정부가 고안한 일종의 문화적 처방으로, 장기적 관점의 보건복지, 문화예술 관련 전문성에 대한 투자와 예산투입 계획은 사실상 원천적으로 배제되어 있음. 이에 국내 도입은 신중한 검토가 필요
남은우 (2020)	• 외로움 극복을 위한 사회적 처방 제도	• 영국의 사회적 처방 사례와 한국의 시범 사업을 검토하여, 코로나와 같은 전염병 발병시 보건교육사는 보건소 중심의 사업에서 나아가 지역사회의 여러 단체들과 협력하는 지역사회 참여형 네트워크 구축이 필요
정민아 외(2021)	• 사회적 처방에 의한 텃밭활동 경험에 관한 연구	• 강원도 원주 거주 사회적 처방 시범사업에 참여하는 노인 12명 대상으로 텃밭활동 경험이 그들의 건강증진에 어떤 의미가 있는지 조사. 텃밭 활동은 노인의 심리적 요인과 사회적 요인을 향상시킬 수 있는 기반임을 확인
강미화 · 윤규탁 · 남은우(2021)	• 영국의 사회적 처방 도입과 운영 사례: 킹스턴 지역을 중심으로	• 한국은 노인인구가 증가함에 따라 사회적 처방 국내 도입이 곧 필요할 것으로 예상. 고려해야 할 점으로 1. 링크워커(Link Worker)인 사회 처방사의 역할과 직무를 설정 2. 다학제적 협력 모델을 구축하여 사회적 처방의 운영과 효과성을 높일 수 있는 방안을 공동으로 검토해야 함
이은경 (2022)	• 고령사회 영국의 사회적 처방에서의 보건·복지 협력에 대한 메타문화기술지 연구: 우리나라 커뮤니티케어에 주는 함의	• 2000년 이후 발표된 사회적 처방 관련 질적·혼합연구 23편을 분석하여 NHS와 1차 의료기관의 협력 저해요소와 촉진요소를 분석. 저해요소로는 기관간 피드백 구조 미비, 건강한 사회모델 인식 공유 부족 등이 있고, 촉진요소로는 실무자가 소통 기회, 링크워커의 훈련된 역량 등으로 나타남



- 국내 연구는 2019년 이후 시작 되었고, 대부분 보건 분야 관점 기반. 예술기반 사회적 처방 연구는 1건 있었음
- 내용으로는 처방 시범사업에 대한 효과 분석, 한국에 도입 시 고려해야 할 점 등이 있으며, 사회적 처방의 가장 주요한 역할을 하는 매개자 분석은 자세하게 다루지지 않음

서비스 도입 배경


- 영국에서는 고독사로 사망하는 사람, 우울증을 겪는 사람이 급속도로 증가
-2016/7년 외로움을 경험한 50대 이상은 약 140만 명, 이는 2025/26년까지 2백만 명에 이를 것으로 예상
- 1차 의료기관 GP방문 환자의 20~30%은 외로움, 빛, 주거 등으로 인한 정신적 문제를 호소하기 위함(King's fund, 2017)
- 2018년, 영국 정부는 스포츠, 여행, 유산, 시민사회 장관(Minister for Sport, Tourism, Heritage and Civil Society)을 외로움 장관(Minister for Loneliness)을 임명하는 등 외로움을 '사회적 질병'으로 인식하고 국가 차원에서 대응하고 있음
- 관련 보고서 및 전략 발표 - 연결된 사회: 외로움을 다루기 위한 전략(HM Government, 2018), 외로움 연간 보고서 (DCMS, 2022)
- 국민건강서비스 NHS 주관으로 사회적 처방이 전국적으로 확대됨
- 2023년까지 모든 지역 보건 및 의료 시스템이 전국에 걸쳐 사회적 처방 커넥터 체계(social prescribing connector schemes)를 구현할 수 있도록 정부에서 지원

서비스 대상

- 응급 환자가 아닌 만성적 질환을 가진 사람, 사회적으로 고립된 사람, 정신건강의 위험성을 가진 사람, 외로움을 느끼는 사람, 나이 및 경제적인 상황 때문에 취약한 환경에 놓은 사람 등(NHS England 홈페이지)

서비스 과정

- GP가 서비스가 필요한 사람에게 지역의 링크워커를 소개하여 사회적 처방 활동을 하도록 독려
- GP가 서비스가 필요한 사람에게 적합한 활동을 직접 소개
- 자신이 서비스가 필요하다고 판단될 경우 온라인 시스템을 사용하여 자가 위탁(self-refer)을 하고 링크워커를 매칭 받을 수 있음 (King's Fund, 2017; NHS England 홈페이지)

 사회적 처방 종류

Connected

- 집을 나서서 사람과 관계 맺기

신뢰를 쌓는 그룹, 커뮤니티 그룹,
뜨개집 그룹, 자원봉사


Creative

- 관심 쌓기, 새로운 것 배우기

예술, 댄스, 노래, 가드닝,
자연과 친숙하기


Active

- 육체적으로 활동적인 것들,
건강해지기

함께 걷기, 댄스, 가드닝
자원봉사활동,


Supported

- 조언과 서포트에 접근하기

주거 문제, 빚, 가정 학대, 복지,
고용 문제


Learning

- 평생 교육, 새로운 실력과 자신감
발전 시키기

성인 교육, 평생 교육, 자원봉사,
직업 관련 서포트



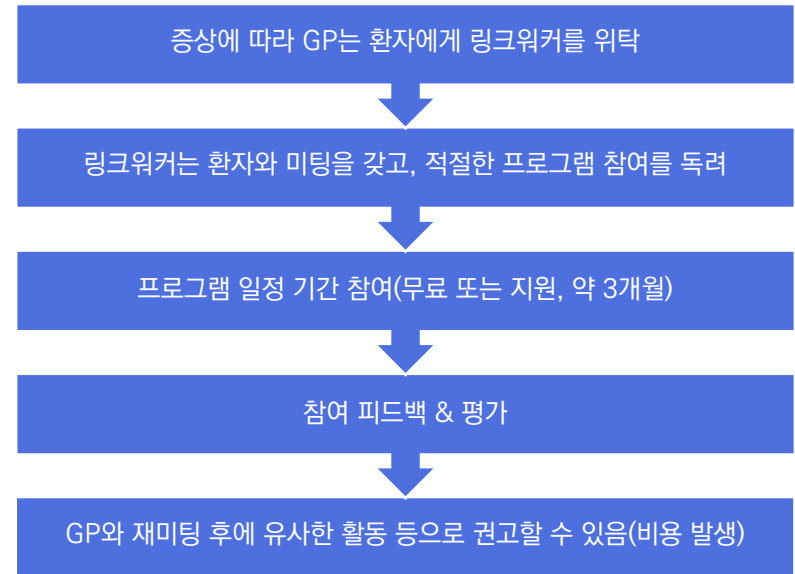
"What can be socially prescribed?" (London council, 2019)

📋 사회적 처방 과정 - 링크워커 위탁



© SHN

- 주치의 및 보건의료전문가는 환자와의 상담 과정을 거쳐 지역 일차의료네트워크 또는 지역 에이전시에 소속되어 있는 링크워커를 매칭하여 처방을 위탁(refer)
- 링크워커는 환자와 일대일 만남을 갖고, 가장 적합한 지역내 활동 자원을 소개함으로써 환자의 사회참여를 독려하며 가정을 함께 함
- 최근에는 GP를 방문하지 않고 온라인 사회적 처방 시스템을 통해 링크워커를 연결받을 수도 있음(self-refer)
(King's Fund, 2017; NHS England 홈페이지).



Social prescribing referral pathways in UK primary care
(Chatterjee, 2018)

사회적 처방 과정 - 의사의 직접 처방



©Jean-François Barthe

- 주치의가 환자와의 내담 과정을 거쳐 프로그램을 직접 처방
- 프랑스어를 사용하는 의사 모임인 캐나다프랑코폰(MFDC) 과(1200여명 가입) 몬트리올 박물관은 파트너십을 맺고, 환자와 환자의 가족들에게 몬트리올 박물관을 무료 방문할 수 있는 처방전을 발행(1인 약 50개)
- 캐나다 의사들은 1980년대부터 정신건강 관련하여 운동을 처방해왔는데, 운동을 통해 생성되는 호르몬과 박물관을 방문했을 때 호르몬이 같다는 것을 발견하고 프로그램 파일럿 확대 중
- 2018년 부터 현재까지 지속되고 있으며, 처방전을 받은 사람들은 박물관 내 투어 및 프로그램에 참여 가능

사회적 처방 과정 - 자가 처방

It may be helpful to talk about (please select a maximum of three areas of support):

- Benefits / Budgeting Advice
- Emotional Support (Bereavement, relationships etc.)
- Family Support
- Housing Options Advice
- Low-level Mental Health and Wellbeing Support
- Opportunities for Social Interaction
- Physical Activity
- Practical help (cooking, transport, shopping)
- Remaining independent at home (alarms, meals, handyman etc.)
- Support around a Disability / Impairment

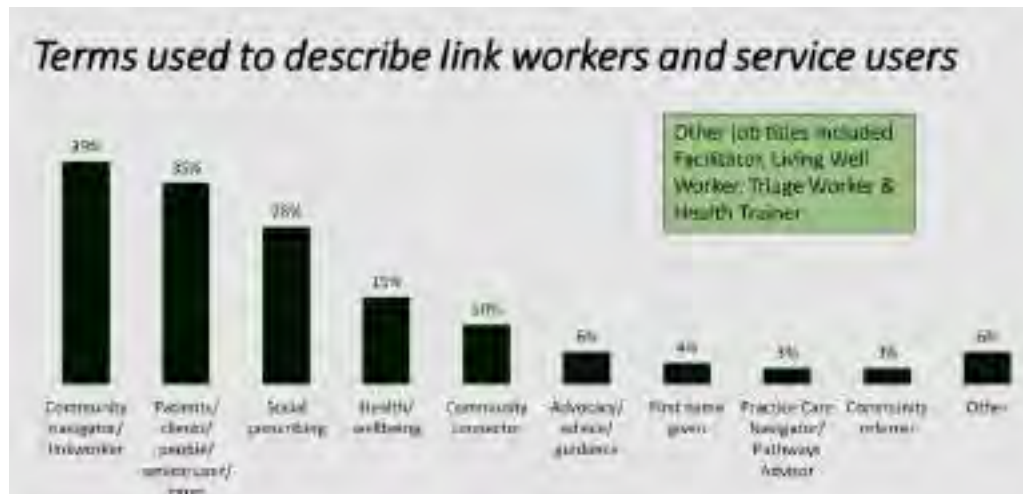
- 처방이 스스로 필요하다고 판단되는 사람을 위한 자가 처방
- 최근에는 지역의 NHS웹사이트에서 자가 처방(self-referral)을 할 수 있음. 개인 정보 및 증상에 대해 기입한 후 전송하면, 사회적 처방 디지털 시스템을 통해 링크워커가 배정됨
- 개인이 자신의 정신적 또는 육체적 건강 문제를 해결하기 위해 비의학적 방법을 찾는 것에 적극적이고, 그 효과를 알고 있다면 도움을 얻을 수 있음

역할

- 사회적 처방 시스템 안에서 환자에게 지역사회 프로그램을 매개하고, 지속적인 모니터링을 통해 상담한 환자가 프로그램에 잘 정착할 수 있도록 지원하는 역할을 수행
- 링크워커는 사회적 처방의 성패를 좌우하는 가장 중요한 역할을 가졌음(Stickley & Duncan, 2007; NHS, 2022)
- 2019년 발표한 NHS의 장기적 계획에서는 2020/21까지 링크워커를 약 1,000명까지 더 선발 것임을 발표

명칭

- 활동 지역 및 세부 업무 특징에 따라 다양한 이름으로 명명
- 사회적 처방 링크워커(social prescribing link worker), 링크워커(link work), 사회적 처방사(social prescriber), 웰빙 조연자(wellbeing advisor), 커뮤니티 커넥터(community connector), 커뮤니티 네비게이터(community navigator), 커뮤니티 건강 헬스워커(community health worker), 커뮤니티 에이전트(community agent) (NHS England 홈페이지)



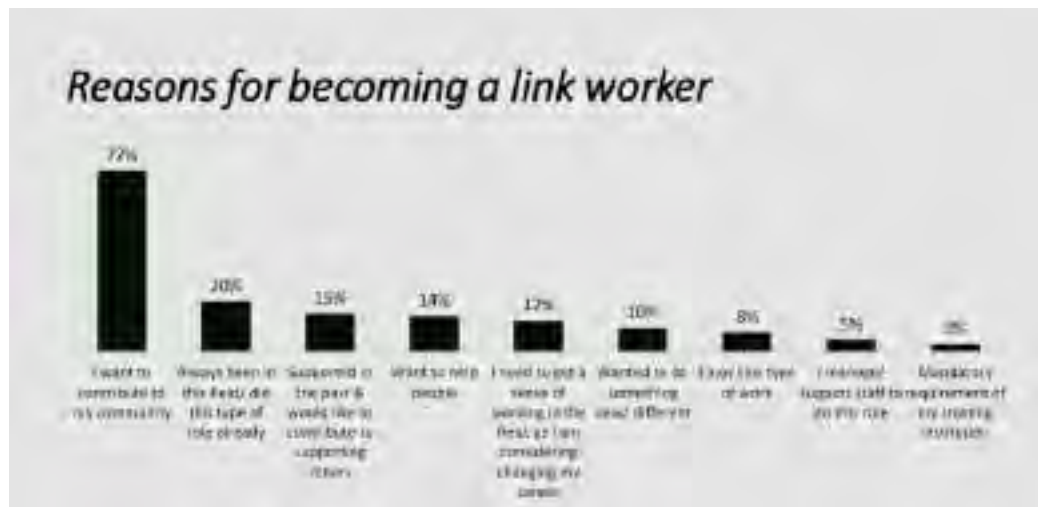
출처: Getting to know the link worker workforce (National Association of Link Workers, 2019) 8쪽

채용 및 처우

- 채용: 지역의료네트워크(Primary care networks), NHS(국민보건서비스)를 대신해서 일하는 지역의 건강 관련 기관들
 - PCN은 GP, 간호사, 약사 또는 기타 의료 전문가들이 속해있는 네트워크 GP의 99%가 PCN에 속해 있음(NHS England 홈페이지)
 - 예) 맨체스터 내 링크워커 채용 기관: Newark PCN, Groundwork(맨체스터 내 건강관련 자선 기관) 등
- 소속이 다른 링크워커들의 네트워크 플랫폼: 국립 링크워커 협회(National Association of Link Workers, 2019)
- 처우: 연봉 £20K and £27K a year(3,100만원~4,200만원), 풀타임/파트타임 근무

지원 동기/역량

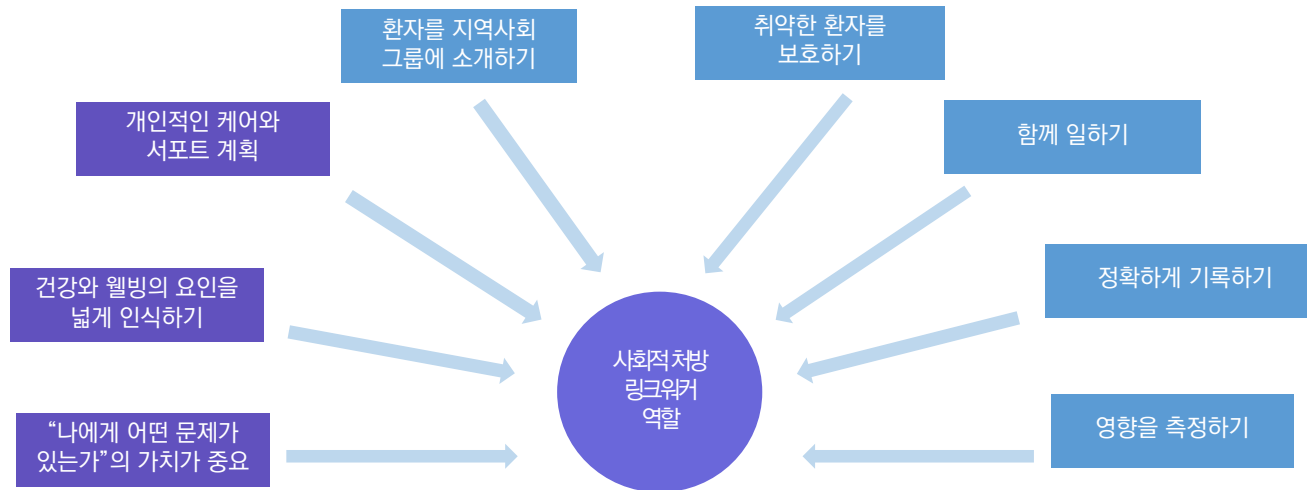
- 링크 워커가 된 동기로는 1. 지역사회 무언가를 공헌하기위해(72%), 2. 유사 분야에 종사 했기 때문(20%), 3. 과거 도움을 받았거나, 다른 사람을 돕기 위해(20%)의 순서임
- 뛰어난 경청 능력과 의사소통 능력, 공감력, 정서적 회복력, 우수한 IT 및 기록 보관 기술 등이 요구되어지는 역량



출처: Getting to know the link worker workforce (National Association of Link Workers, 2019) 8쪽

업무 특징/과정

- 서비스 참여자/환자를 전인격적(holistic approach)이고, 개인적(personalized care)으로 접근
- 약 3개월 동안 환자와 전화 통화 및 대면 미팅을 포함한 6~12번에 걸친 만남을 가지며 환자를 지속적으로 지지
- 주치의들은 환자를 진료하는데 10분 이내의 시간을 평균 사용하지만 링크워커는 각 미팅별 1시간 이상 환자와의 대화를 통해 환자와 서로 신뢰를 쌓음
- 환자의 우선순위, 관심, 가치, 동기 등을 분석하고 “그들의 특성에 맞는 계획을 함께 만들어간다는 것”(co-design)이 중요
- 지역의 약사, 물리치료사, 1차 의료기관 스태프들과 팀으로 업무를 진행함
- 링크워커는 활동 기간 중 배정된 GP supervisor, 지역 교육 코디네이터(Regional learning coordinators) 등과의 정기적 만남을 가짐
- 온라인 플랫폼을 통해 링크워커 역할 관련한 지속적인 교육을 받고, 링크워커들과의 네트워크 형성



IV

사례분석

1. 박물관 처방
2. 맨체스터 문화예술처방 파트너십 사례
3. 시사점

영국내 박물관 처방

- 영국에서 박물관 내 건강 관련 처방 프로그램들은 2008년 이후 나타나기 시작함
 - Art-based Information Prescription at Tate Britain in 2008, Recollection at Holburne Museum in 2014
- 박물관의 가치와 역할은 사회적 처방과 연계되어 중요한 아젠다로 떠오르고 있음
- 유물 중심으로 기억을 자극하는 프로그램(object-handling), 예술 연계/이야기 중심 프로그램 등을 진행하기에 용이한 공간
- 특히 영국에서는 치매 환자, 뇌졸중 생존자, 신체 장애인을 포함한 특정 취약 계층을 대상으로 한 프로그램이 박물관 중심으로 개설되고 있음(Thomson, Lockyer & Camic, 2018)

관련 연구들

- 영국의 켄트 지역 내의 작은 박물관들과 UCL대학의 협력으로 2014년부터 2017년까지 3년간의 연구 (Chatterjee, 2018)
 - 박물관 공간과 작품 활용은 긍정적인 사회적 상호작용, 차별하게 경험, 학습과 새로운 기술의 습득을 위한 기회를 제공한다는 것을 보여줌
 - 노인들의 신체 건강 및 건강한 라이프스타일 개선. 불안 및/또는 우울증 증상의 감소, GP방문 횟수 감소, 박물관 활동 참여 고령층의 친화력, 의사소통 능력이 향상되었고 사회적 고립과 외로움이 감소함
- 300명의 병원 환자와 요양원 거주자 대상으로 오브제 핸들링 세션을 30~40분 진행 후 효과를 조사(Chatterjee & Noble, 2013)
 - 참가자들의 웰빙과 행복감이 프로그램 참여 후 증가
 - 참가자들은 프로그램에 참여하면서 사회적 상호작용, 감각 자극, 학습 기회 등을 얻었고, 자신의 정체성, 감정, 동기 등을 이에 활용함
 - 박물관 내 교육 프로그램은 성인들의 심리적 웰빙을 개선하기 위한 방법이 될 수 있음

Art and Culture on Prescription

- Art and Culture on Prescription은 맨체스터 대학 내의 맨체스터 박물관(The Manchester Museum), 위트워스(the Whitworth), 맨체스터 아트 갤러리(Manchester Art Gallery)의 협력으로 운영되는 문화예술 처방 파트너십 사례임
- 2008년 Who Cares라고 불리는 연구 프로젝트와 함께 시작 되었고, 2018년까지 운영(현재 맨체스터 박물관 휴관 중)
- 맨체스터 내 병원들과도 협력하고 있음(Central Manchester University Hospitals NHS Foundation Trust)
- 2012년에는 Royal Society for Public Health에서 Arts & Health Research & Practice에서 2회 수상 하기도 함

파트너십 특징/목적

- 각 프로그램은 사회적 고립과 싸우고, 창의적 학습을 육성하며, 개인의 건강과 행복을 증진시키고, 건강 문제나 학습 욕구를 넘어 개인에게 초점을 맞추고, 문화와 예술에 대한 장기적 관점에서의 참여를 목적으로 하고, 창의적 활동, 영감, 자극을 지원하고자 함
- 사회적 처방이 지역사회와 의료 시스템에 미칠 수 있는 영향력에 대한 논의가 증가함에 따라 다양한 배경을 가진 예술가, 실무자 및 전문가들이 함께 모여 보다 전문적인 프로그램을 운영하고 있음
- 더 많은 사람들이 사회적 처방 프로그램의 혜택을 가질 수 있도록 파트너십을 통해 다양한 프로그램을 기획하고, 프로그램 위탁을 맡길 수 있는 링크워커 및 보건 의료 전문가, 관련 서비스 제공자들을 프로그램에 초대하고 있음(the Whitworth 홈페이지)

The Manchester Museum



the Whitworth



Manchester Art Gallery



01 Coffee, Cake and Culture



©the whitworth

- 요양원 거주 노인, 치매 환자, 보호사 및 가족을 위한 프로그램
- 박물관 전시 관람, 오브제 핸드링 세션, 인터랙티브 프로그램을 통해 기억을 자극하고, 참여자 간의 대화의 장을 마련함
- Brenda Roe(2016)의 연구에 따르면 Coffee, Cake and Culture 참여 노인과 관계자들은 프로그램 경험 이후 자신의 활력 및 건강 증진에 도움을 받았다고 함

02 Art in Stroke Recovery



©the whitworth

- 맨체스터 박물관 파트너십은 2013년, 18개월 동안 뇌졸중 생존자, 보호자, 임상의와 함께 뇌졸중 회복에 있어 예술의 역할을 탐구함
- 2015년 5월에 Stroke Association와 협력을 맺고, 갤러리에 뇌졸중 카페(Gorton Stroke Café)를 개설하고 모임을 가짐
- 뇌졸중 협회의 코디네이터가 생존자 및 보호자를 대상으로 세션을 진행하고, 서로의 이야기를 나누면서 마음의 치유를 얻기도 함
- 코디네이터는 환자가 다른 상담이 추가적으로 필요하다고 판단되면 다른 프로그램 및 기관에 참여자를 위탁함

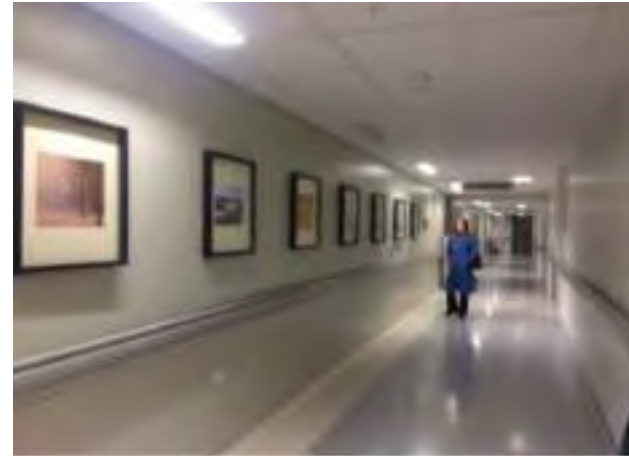
03 See, Make & Do: Autism



@the whitworth

- 박물관 공식 오픈전, 편안한 환경이 필요한 자폐아동 및 특별 케어가 필요한 5-16세 어린이, 가족들 대상 프로그램 운영
- 많은 사람들 있는 공간에서 자폐아동은 특히 감각이 예민하고, 과민 반응을 할 수 있기 때문에 정규 시간 외 방문할 수 있도록 하여 박물관 내에서 자유로운 활동을 누릴 수 있도록 함
- Autism in museums은 ‘박물관이나, 문화 공간을 누구나 접근할 수 있도록 한다’ 인식을 높이기 위한 이니셔티브로, 국립역사박물관, 대영박물관, V&A박물관, 리버풀 박물관 등에서도 관련 유사한 프로그램을 진행

04 + culture shots



@the whitworth

- 맨체스터에 있는 5개의 병원과 박물관이 협력하여 매년 일주일간의 ‘+ culture shots’ 페스티벌을 진행
- 주요 프로그램:
 - 매년 병원 내 레지던스 아티스트 제도를 운영, 환자들과 교류
 - 병원 내 그림 전시, 뇌졸중 협회가 제공하는 상호작용 그림 그리기
 - 창의적 글쓰기 대회(2012)
 - 사진찍기 대회(2013)

05 Cultural First Aid Kit

MUSIC EXERCISES	STORYTELLING & CRAFT EXERCISES	ART EXERCISES
• Playlist Recommendations: 1 Walking to the Bear 2 Double Drumming 3 Listening and Thinking 4 Follow My Leader 5 Descending Music 6 Sing What You See! 7 Upper Body Workout 8 Your Favourite Song 9 Autumn Leaves 10 Marching to the Beat	1 Textural Tree 2 Clear Plastic Pocket Frame 3 Things I Love Heart Box 4 Objects: Trace and Colour 5 Objects: Trace, Colour Cut 6 Shoes: My Journey 7 Paper Cup Photo Frame 8 Recycled Bottle Textured Ball and Cup 9 Paper Bag 10 Storytelling Cards	1 Paper Collage 2 Creative Mark Making 3 Observing, Thinking and Talking 4 Mono Printing 5 Nature Collage 6 Air Dry Clay Modelling 7 Mindfulness Photography 8 Relief Printmaking 9 Origami Heart 10 Sun Photography

©the museums

- 문화 응급처치 키트는 30개의 창의적이고 재미있는 활동과 워크숍 프로그램을 제공
- 키트는 예술가, 음악가, 치료사들에 의해 만들어졌고, 병원 환자 및 의료진과 함께 시도되고 테스트되었음
- 다양한 프로그램을 통해 신체적 움직임과 균형의 발달, 스피치, 집중력, 자신감과 자존감 향상, 정서적, 정신적 행복을 증대하는 효과가 있음

06 ArtsMED



©artsy

- ArtMED는 맨체스터대학의 생물학, 의학, 보건학부, 인문학부와 박물관 파트너십이 공동으로 진행하는 프로그램
- 의료분야를 공부하는 학생들과 전문가들이 소규모 그룹으로 박물관을 방문하여 프로그램에 참여하고, 예술 작품과 사물을 탐구하는 토론의 장도 가짐
- 박물관을 방문하는 것은 문화의 가치에 대한 그들의 인식을 넓히고, 예술과 의학이 교차되는 지점에 대한 이해를 풍부하게 함

문화와 의료분야의 파트너십

- 맨체스터 내 3개의 박물관과 병원들의 협력을 통한 지속적인 공동연구 및 기획으로 예술을 통한 건강증진의 계기를 마련하고, 높이는 것은 물론, 창의적인 문화예술 처방 프로그램을 기획할 수 있게 됨
- 문화예술과 의료 분야의 공동연구에 있어 예술가와 의료진이 기획하고 이를 검증하는 과정이 빠르게 이루어짐
- 파트너십 기관들은 Autism friendly, Dementia friendly 등의 슬로건으로 내세움. 이는 정신적 장애에 대한 일반인들의 관심을 높이고 인식을 개선하는데도 도움이 됨
- ArtMED와 같이 의료기관 학생에 대한 예술연계 교육은 예술관 건강에 대한 그들의 인식을 일찍 확장하는 계기가 될 수 있음

링크워커의 역할

- 맨체스터 박물관 파트너십 프로그램은 건강 증진에 실질적 도움이 되는 요소가 있기 때문에 이를 적극적으로 사회적 처방을 받는 사람에게 소개할 수 있는 링크워커의 역할이 매우 중요
- 링크워커는 지역사회 자원에 대한 지식을 넓히는데 힘써야 하고, 특히 지역 사회 내 새로운 그룹이나 프로그램이 생길 때도 민첩하게 인식하고 반응해야 함(WHO, 2022). 하지만 프로그램 매칭에 있어 링크워커의 주관적 견해가 들어갈 수 있는 문제가 있음
- 고령층이 사회적 처방의 일환으로 문화관련 프로그램에 참여하는 것에 대한 링크워커의 인식을 조사한 연구에서(영국 내 148명의 링크워커 대상) 담당 환자를 박물관과 같은 문화기관에 위탁한 횟수 보다는 지역사회 건강/감정 지지 프로그램 및 일반적인 커뮤니티 자산에 위탁하는 경우가 많았다는 결과가 있음(Tierney, Akinyemi, Mahtani, 2021)
- 이는 문화예술기관이 'Elitism'과 연계되어 있다고 생각하고, 고령층 환자는 문화기관 방문은 익숙하지 않을 것이라는 링크워커의 선입견에서 비롯됨
- 링크워커와 문화 기관의 적극적인 소통이 중요하다는 것을 알 수 있음(Tierney, Akinyemi, Mahtani, 2019)
- 맨체스터 사례에서는 프로그램을 매개할 수 있는 링크워커 및 보건분야 관계자에게 관심을 갖고 그들을 프로그램에 초대하면서 소통하려고 하는 노력은 고무적임



V

분석 및 결론

- ✓ 사회적 처방과 링크워커 사례는 문화예술과 의료 분야와의 긍정적인 협력 가능성을 보여 줌

서비스 참여자의 정신건강 증진 및 의료비용 절감

- 사회적 처방 참여자는 불안 및 우울, 부정적인 기분이 감소 하였고, 신체 건강 및 생활습관이 개선됨(King's Fund, 2017)
- 사회적 처방 참여자의 80%는 3~4개월 후 외래 진료 횟수가 전보다 감소(Linkworker 홈페이지)
- 30개월 이상 사회적 처방에 참여한 사람의 주관적인 웰빙 개선 수치를 평가를 하면, 1인 £5425(한화 8,500만원)의 가치를 얻은 것으로 환산됨(Kimberlee, Bertott, Dayson, 2022)
- 고령층 대상 2년 이상 문화예술 기반 사회적 처방 프로그램에(합창, 그림 그리기 등) 참여 한 사람은 그렇지 않은 사람 보다 육체적 건강(의사. 방문, 약물 섭취 감소 등)이 나아졌다는 연구 결과가 있음(Thomson, Lockyer & Camic, 2018)

예술향유 기회를 확대하고 사회적 구성원 연결

- 링크워커의 매개 활동을 통해서 고령층, 사회적 취약계층, 우울증을 겪는 사람들이 새롭게 지역사회의 구성원으로 참여하게 되는데, 이는 문화예술의 보편성 제고 및 사회 통합 관점에서 긍정적인
- 지역사회의 문화예술기관에서도 참여자를 다변화할 수 있으며, 예술가의 활동 범위도 넓어짐

문화예술기관과 의료분야와의 새로운 협력 모색

- 우리나라에서도 박물관/미술관에서 건강과 연계하는 예술 프로그램을 현재 운영 중
 - 영국 사례와 다른 점은 프로그램이 다양화 되지 못하고 '노인 대상 치매'에 집중 되어 있다는 것
 - 대상이 개인이 아닌 기관/마을과의 파트너십을 통한 단체 환자이기 때문에, 참여자의 프로그램 참여 의사가 심도 있게 반영 되는 것은 아님
- 박물관, 미술관, 공연장과 같은 공간에서, 건강 관련 다양한 대상을 타겟으로 하는 창의적인 프로그램 개발이 의료 분야와의 파트너십을 통해 시도될 수 있음
- 즉, 치매와 같은 중증의 질병이 아닌 우울, 외로움 등 일반인들의 겪고 있는 정신건강 문제에 대한 편견을 없애고, 심리적/육체적 건강을 증진 시킬 수 있는 프로그램들도 실행 될 수 있음

기관	국립중앙박물관	국립경주박물관	국립현대미술관
제목	〈문화재 오감표현〉	〈도란도란, 우리들의 행복한 시간〉	〈일상 예찬〉
기간	2021~2022년, 2달간 주 1회	2018~2019년, 5개월간 7회	2015년~2022년, 과천/서울 상하반기 진행
대상	치매어르신 관리 기관 및 관련 단체(보호자 포함 15명 이내)	경주시 치매보듬마을 노년 층, 케어기버	치매 환자와 보호자 총 250명
내용	치매 노년층이 시각·후각·촉각 등 다양한 감각을 활용해 주요 소장품을 감상하고 체험할 수 있도록 기획됨	박물관 문화재 체험 활동, 창작 활동	야외 작품 감상, 온라인 교재 다운 받아서 그림 그리기
협력	용산구·강서구 등 지자체 치매안심센터	경주시 보건소	대한치매학회

사회적 처방 연계 문화매개자 역할 확대 검토

- 사회적 처방과 링크워커 제도는 국민건강서비스를 무료로 제공하는 영국의 의료 시스템에서 가능한 제도이며, 우리나라에 그대로 도입하는 것은 쉽지 않음
- 하지만 예술과 연계한 건강 연구 및 프로그램은 앞으로 우리사회에서 지속되어야 할 것이고, 이러한 프로그램을 환자에게 소개하는 매개자의 역할 확대는 필요함
- 국내 문화매개자 유형 중 지역문화재단에서 고용하는 '생활예술활동가'는 링크워커와 같이 지역의 문화예술 동호회 네트워크와 잘 연계되어 있고, 지역사회 예술 자원에 대해 인지하고 있는 장점이 있음
- 우리나라 환경에서 사회적 처방 서비스를 적용하다면, 시 단위에 있는 지역문화재단과 정신건강복지센터의 파트너십을 통해 예술과 건강을 연계한 프로그램을 진행해볼 수 있고, 정신건강복지센터에서는 문화예술 기반의 사회적 처방이 필요하다고 판단되는 방문자가 있을 시, 생활예술활동가를 통해 주민에게 적합한 프로그램 참여를 독려할 수 있음

문화매개자의 적극적 교육과 지지 필요

- 국내 생활예술활동가의 경우 대부분 프로젝트 단위 또는 년 단위 계약으로 인해 업무에 대한 경험이나 역량이 축적되기 어려움. 또한 양성 과정 후 현장에 투입되면 교육내용과 현장과의 괴리감으로 현장 업무가 지속적으로 이루어지지 못하는 경우도 있음(김규원, 2014)
- 영국의 링크워커의 29%는 협력하고 있는 주치의들의 조언과 서포트가 부족하다고 느끼고 있으며, 이에 대한 어려움을 토로하고 있음 (Bertotti et al., 2019)
- 문화매개자는 문화예술 자원을 환자/주민에게 소개할 수 있는 중요한 역할을 가진 사람으로써, 이들의 역할이 의료분야와의 연계를 통해 확대될 시 매개자에 대한 지속적인 관심과 지지, 양질의 교육, 네트워크 확대 등은 더욱 중요한 과제가 될 것임

참고문헌

- 강미화 · 윤규탁 · 남은우(2021), “영국의 사회적 처방 도입과 운영 사례: 킹스톤 지역을 중심으로”. 대한보건연구, 47(2), 1-15.
- 강윤주 · 심보선(2013), “생활예술공동체 내 문화매개자의 역할 분석: 인천 ‘문화바람’의 경우”, 경제와 사회, 100: 335-373.
- 김규원(2014), “지역 문화매개인력 현황조사”, 한국문화관광연구원.
- 김용범(1997). “문화행정 전문인력 양성 방안 연구”. 서울: 한국문화정책개발원.
- 권영임 · 차수정(2015), “문화예술교육사 자격제도의 가치와 발전방안”. 한국콘텐츠학회 논문지, 15(7): 601-617.
- 남은우(2020), “COVID-19와 관련된 사회적 고립과 외로움 극복을 위한 사회적 처방 제도”, 보건교육건강증진학회지. 37.1, 113-116.
- 이은경(2022), “고령사회 영국의 사회적 처방에서의 보건·복지 협력에 대한 메타문화기술지 연구: 우리나라 커뮤니티케어에 주는 함의”. 보건과 복지, 24(1), 7-41.
- 빅토리아 D. 알렉산더(2010), “예술 사회학: 순수예술에서 대중예술까지, Sociology of the arts: exploring fine and popular forms(최섯별·한준·김은하 역)”, 파주(경기도): 살림.
- 신인철 · 최지원(2019), “외로움은 개인만의 문제 아닌 사회적 질병”, 서울연구원.
- 이상길(2010), “문화매개자 개념의 비판적 재검토: 매스 미디어에서 온라인 미디어까지”, 한국언론정보학보, 52: 154-176.
- 임성민 · 김재범 · 장혜미(2014), “문화 다이아몬드(Cultural Diamond)의 대안적 모델에 관한 탐색적 연구 - ‘문화 엄브렐라(Cultural Umbrella)’ 모델을 중심으로”. 예술경영연구, 29, 63-86.
- 장세길(2012), “문화적 삶의 질, 문화매개인력의 제도화로부터 -문화매개인력의 노동실태와 개선방안을 중심으로”, 이슈브리핑, 2012.7.11.
- 지영호·민지은(2015), “문화예술 향유권 확대를 위한 문화매개 및 문화매개자에 관한 연구”, 문화정책논총, 29(1): 28-49.
- 정민아 · 윤희진 · 신동은 · 김지연 · 김혜경 · 남은우(2021), “사회적 처방에 의한 텃밭활동 경험에 관한 연구”. 보건교육건강증진학회지, 38(3), 39-51.
- 최보연(2019). “고독해결을 위한 ‘예술기반 사회적처방’ 정책 확산과 문화정책적 함의: 영국사례를 중심으로”, 문화와 정치, 6(1): 233-268.
- 추미경(2018), “지역문화인력 생태계 구축을 위한 공공과 민간의 상생 협력 방안”, 지역 문화전문인력 미래포럼 자료.
- 탁지현(2014), “문화예술교육 지원사업에 대한 예술강사 인식에 관한 연구”, 한국무용교육학회지, 25(3): 17-43.

국가법령정보센터 홈페이지. <https://www.law.go.kr>

지역문화진흥원 홈페이지. <http://www.rcda.or.kr>.

UNESCO 홈페이지. <https://www.unesco.org/en>,

the Whitworth 홈페이지. <https://www.whitworth.manchester.ac.uk>,

NHS England 홈페이지. <https://www.england.nhs.uk/personalisedcare/social-prescribing>,

Linkworker 홈페이지. <https://www.linkworker.co.uk>

- All-Party Parliamentary Group(APPG)(2017), Creative Health: The Arts for Health and Wellbeing.
- Bertotti M, Haque W H, Lombardo C, Potter S, & Harden A.(2019), A Systematic Map of the UK literature on navigation roles in primary care: social prescribing link workers in context, London: University of East London.
- Bourdieu, P.(1984), Distinction: a social critique of the judgement of taste, London: Routledge & Kegan Paul.
- DCMS(2021), Loneliness Annual Report: the third year.
- London council(2019), Next Steps for Social Prescribing in London.
- Roe.B, McCormick. S, Lucas T.(2016), Coffee, Cake & Culture: Evaluation of an art for health programme for older people in the community
- Chatterjee, H., & Noble, G.(2013), Museums, Health and Well-Being (1st ed.). Routledge.
- Griswold, W.(1994), Cultures and Societies in a Changing World, Pine Forge Press.
- King's Fund.(2017), What is Social Prescribing?
- Kimberlee R, Bertotti M, Dayson C, Asthana S, Polley M, Burns L, Tierney S, Husk K. (2022), 'The economic impact of social prescribing'. London: National Academy for Social Prescribing
- National Association of Link Workers(2019), Getting to know the link worker workforce
- NHS England(2019), Social Prescribing Link Worker welcome pack.
- Stickley, T. & Duncan, K.(2007), Art in Mind: implementation of a community arts initiative to promote mentalhealth, Journal of Public Mental Health, 6(4), 24-32.
- Thomson LJ, Lockyer B, Camic PM, Chatterjee HJ(2018), Effects of a museum-based social prescription intervention on quantitative measures of psychological wellbeing in older adults. Perspect Public Health.
- Tierney, S, Akinyemi O, Mahtani, K. (2021), What do link workers think about involving the cultural sector in social prescribing for older people? Findings from a questionnaire.
- WHO(2022), A toolkit on how to implement social prescribing.



감사합니다

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

주최 | 한국문화예술경영학회·경희대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

일시
2022. 7. 22(금) 14:00

장소
박수근미술관(강원도 양구)

후원 | 홍익대학교 문화예술경영학과

메타버스 기반 뮤지엄 전시의 재매개에 관한 연구

김원재 경희대학교 문화예술경영연구소 연구원
경희대학교 일반대학원 경영학과 박사과정

<2022 한국문화예술경영학회 하계학술대회>
대학원생 자유주제 발표

메타버스 기반 뮤지엄 전시의 재매개에 관한 연구

경희대학교 문화예술경영연구소 연구원
경희대학교 일반대학원 경영학과 박사과정

김 원 재

2022. 07. 22.

Contents

1. 개념 검토
2. 연구 배경
3. 연구 방법
4. 이론적 배경
5. 분석 결과
6. 결론 및 시사점

참고문헌

1. 개념 검토

■ 메타버스 전시의 의미 범주

- 2022년 1월, 정부는 메타버스를 “가상과 현실이 융합된 공간에서 사람·사물이 상호작용하며 경제·사회·문화적 가치를 창출하는 세계(플랫폼)”으로 정의
- 최근 연구자들의 메타버스 정의에 따르면, 구연상(2022: 408)은 “자신이 현실에서 하던 일들을 언택트(untact) 방식으로 처리하거나 현실에서는 결코 실행할 수 없는 일들을 몸소 벌일 수 있는 생활 세계”로 이해한 바 있으며, 다양한 사회적 주체들이 온라인으로 연결되고 커뮤니케이션을 형성하는 플랫폼으로서 간주함(송원철·정동훈, 2021)
- 문화예술 분야에서 김기라(2021)는 메타버스가 시공간을 자유롭게 넘나드는 경험을 제공하여, 전통적인 전시 공간에서의 물리적 시간과 공간을 극복할 수 있을 것으로 보았다.

▶ 위와 같이 메타버스는 '우리의 상태'를 전제. 즉 메타버스 전시는 '우리의 전시'를 표상하는 개념으로 이해 가능

정책환경 | 메타버스 신산업 선도전략 (2022.1.20., 관계부처 합동)

“메타버스(Metaverse)는 ①가상과 현실이 융합된 공간에서 ②사람·사물이 상호작용하며 ③경제·사회·문화적 가치를 창출하는 세계(플랫폼)”

- ① 가상/현실 융합 공간 : 가상과 현실이 융합되며 그 경계가 사라진 공간
- ② 상호작용 : 세계관을 공유하는 다양한 주체 간 소통 또는 현상·경험 공유
- ③ 가치창출 : 경제·사회·문화적 활동을 통해 새로운 가치의 생산과 소비 발생

출처 : 전현희(2022)

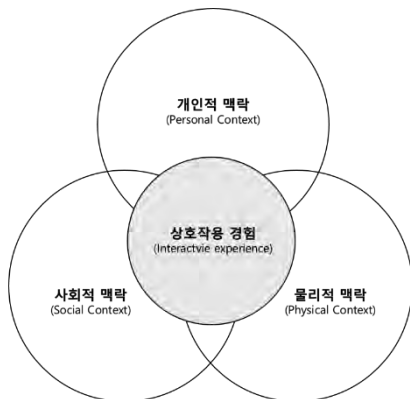
2. 연구 배경 및 목적

■ 물리적 맥락이 부재한 메타버스 전시는 감상(鑑賞)*의 대상이 될 수 있는가?

- 벨처(1991/2006)는 전시 감상에 대하여 관람객과 전시물 간의 실제적 만남을 전제
- 전시는 특정 공간에 소재하는 전시물의 위치와 환경이 고려되어야 이해 가능(정진아, 2017)
- 전시의 미적 경험은 '구체적인 장소'에서 관람객과 전시물 간의 의미작용에서 비롯되는 것으로 간주(김연희, 2009)
- 교육적 측면에서 전시는 관람객에게 실제 작품을 직접 관찰하게 함으로써 체험적 사고력 향상에 도움(강석태, 2018)

▶ 전시 경험은 '물리적 맥락'이 기본 전제, 이는 포크와 디어킹(Falk & Dierking)의 이론이 전시 경험에 대한 해석적 틀로 작동하는 것과 밀접한 연관

(참고) '상호작용 경험모델(Interactive experience model)'



구분	내용
개인적 맥락 (Personal Context)	관람객의 심리적 구성 : 개인의 지식, 경험 태도, 동기, 흥미 (Psychological make-up including prior knowledge, experience, attitudes, motivation and interests)
사회적 맥락 (Social Context)	다른 관람객 및 직원들과의 상호작용 (encounter during the experience, such as museum staff and other visitors)
물리적 맥락 (Physical context)	뮤지엄의 건물 구조, 건물(공간)의 느낌과 분위기, 전시물 등 (objects, artifacts, architecture, "feel" and "ambiance" of the building)

출처 : Falk & Dierking(1992)

- '상호작용 경험모델'은 관람객 개발의 연구차원에서 등장한 연구 모형으로, 관람객의 뮤지엄 학습과 경험의 이해에 기여(Falk & Dierking, 1992)

- 국내 연구자들에 의해 뮤지엄 전시 경험 해석의 틀을 마련한 것으로 평가(김정은, 2005; 안금희·변순영, 2002; 안광선,

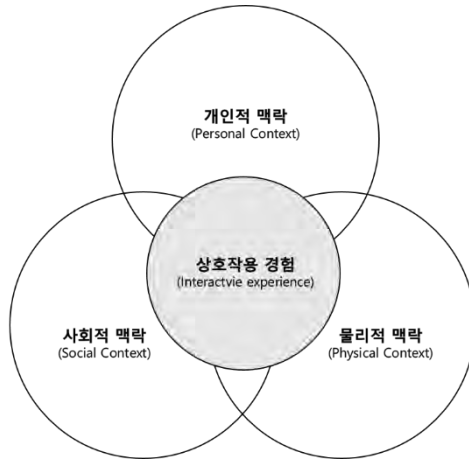
2011; 유아란·김세준, 2018)

2. 연구 배경 및 목적

- 그럼에도, 메타버스 전시는 기존 오프라인 뮤지엄 전시와 구분되는 '독립적 매체'로서 이해되는 시각 형성(김보름 · 용호성, 2020)
- 이에, '물리적 맥락'이 부재한 메타버스 전시의 관람객 경험을 이해하기 위해서는 학술·실무적 차원에서의 **새로운 해석적 틀 필요**

기존 뮤지엄 전시

상호작용 경험모델



구분	내용
개인적 맥락 (Personal Context)	관람객의 심리적 구성 : 개인의 지식, 경험, 태도, 동기, 흥미 등
사회적 맥락 (Social Context)	다른 관람객 및 직원들과의 상호작용
물리적 맥락 (Physical context)	뮤지엄의 건물 구조, 건물(공간)의 느낌과 분위기, 전시물 등



메타버스 전시

새로운 상호작용 경험모델 필요

구분	내용
개인적 맥락 (Personal Context)	관람객의 심리적 구성 : 개인의 지식, 경험, 태도, 동기, 흥미 등
사회적 맥락 (Social Context)	다른 관람객 및 직원들과의 상호작용
?	?

3. 연구방법

■ 연구방법

- '집합적 사례연구(collective case study)'(스테이크, 1995/2000)
 - 집합적 사례연구는 다양한 개별 사례들 중 일치하는 특성을 도출하여 특정 이슈나 이론을 예증하는 데 주로 사용

■ 사례선정

- '의도적 표집(purposive sampling)'(크레스웰, 1997/2015)
 - 연구자가 연구에 필요한 현장 또는 대상을 선택하는 것을 의미, 즉 연구목적에 상응하는 표본을 선정하는 방식

■ 자료수집

- 직접 관찰(direct observation)과 문헌 검토(document review)
 - 1차 자료(사례에 대한 정보를 전시 및 관련 홈페이지로부터 직접 정보 추출) 및 2차 자료(학술논문 및 언론기사) 수집

■ 분석방법

- 지시적 내용 분석(directed content analysis), (Hsieh & Shannon, 2005)
 - 특정 이론 또는 선행 연구결과에 기반한 텍스트 데이터로부터 사례의 의미 해석
 - 이론적 틀 또는 이론을 개념적으로 확장하거나 그 타당성을 검증에 그 목적을 둠

4. 이론적 배경

재매개(remediation)의 이중논리 : 비매개와 하이퍼매개

- 재매개는 '비매개'와 '하이퍼매개'의 상반된 두 가지 전략의 상호작용을 통해 **경험의 진정성*** 구현(김은영, 2017; 볼터&그루신, 1999/2006)
- '비매개'와 '하이퍼매개' 전략의 특징을 포착하여 뉴미디어의 **가치화 방식 이해** 가능

비매개 (transparent immediacy)

시각정보를 매개하고 있다는 사실을 인지하지 못하도록, 미디어가 표상한 대상에 주목하거나 빠져들도록 만드는 '투명성(transparency)'을 추구하는 표상 양식



하이퍼매개 (hypermediacy)

미디어 그 자체를 드러내거나 복수의 이질적 화면 또는 공간을 만들어, 수용자가 미디어 자체에 주목하게 하는 '반성성(reflectivity)'을 추구하는 표상 양식



재매개

- 경험의 진정성(authenticity) 구현
- 뉴미디어의 가치화 실현

경험의 진정성 : 볼터와 그루신에 따르면 수용자와 미디어의 간의 '몰입'에서 촉발되는 실재적 경험 그 자체에 초점을 둔 개념으로, 미디어의 가치화와 밀접한 관련이 있음

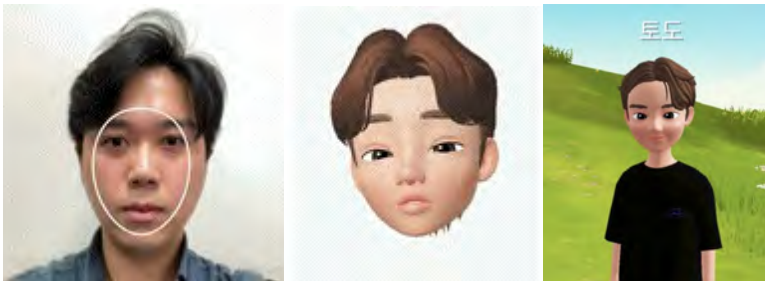
5. 분석결과

① 국립중앙박물관 : 메타버스 박물관 <힐링동산>

- 2021년 6월, <디지털 전략 2025>를 발표하며 '새로운 디지털 경험 제공' 강조 (실감 콘텐츠 개발, AI 큐레이션, 빅데이터체계 구축 등)
- 2021년 10월, 네이버 제페토(Zepeto) 내에 메타버스 박물관 <힐링동산> 구축
- 실내 공간이 아닌 자연 환경 속에서 만나는 반가사유상 (국보 79호, 83호)으로 힐링의 공간 연출
- 2022년 7월 기준 누적방문자 수 1,000만 명

비매개 (transparent immediacy)

사용자의 외형을 반영한 **아바타(Avatar)***를 통해 가상세계에서의 현존감, 공존감을 제고함으로써 비매개적 몰입 강화



- 아바타는 가상세계에서의 현존감과 공존감을 제고하여, 궁극적으로는 사용자의 몰입감(Immersiveness)을 높이는 것으로 여겨진다(김우상·나건, 2018; 이향재, 2003).

하이퍼매개 (hypermediacy)

현실에서는 경험할 수 없는 **'환상성'**을 통해 하이퍼매개적 몰입 강화 (오로라, 광배 연출 → 환상성)



- 매체의 이질감을 야기하나, 환상적인 장면(환상성)을 연출하는 것은 올드미디어와 차별화되는 뉴미디어의 성격을 보여준다(김은영, 2017).

아바타*: 가상세계에서 사용자의 상호작용을 대신하기 위해 시각화된 영상 이미지로, 사용자의 의식이 내포된 캐릭터로서 의미를 지닌다(이향재·조성태, 2010).

5. 분석결과

② Google : Google Art & Culture

- 2011년, 구글이 서비스한 세계 유수의 뮤지엄의 소장품을 아우르는 비영리 온라인 플랫폼
- 유명 뮤지엄을 방문하거나 미술작품을 직접 보기 어려웠던 문화적 환경에서 성장한 아밋 수드(Amit Sood)의 유년기의 경험에서 비롯
- 전 세계의 예술과 문화를 온라인을 통해 어디서든 누구나 접근할 수 있도록 하는 것을 미션으로 설정
- 2011년 2월, 총 9개국 17개의 유명 뮤지엄의 참여로 시작한 이래 2022년 7월 기준 2,000여 개 이상의 뮤지엄과 파트너십 체결

비매개 (transparent immediacy)

스트리트 뷰(street view) 와 연동되는

기가픽셀(Giga Pixel)* 이미지를 통해 비매개적 몰입 강화



- 이미지의 해상도 수준과 관찰자의 몰입도는 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났다(소요환, 2019; 정태섭, 2011).

기가픽셀* : 10억 개 이상의 픽셀 이미지로, 이를 통해 구글 아트 앤 컬처는 미적 경험의 대상으로 간주된다(최정훈, 김민, 2019). 성이 제기된 바 있음(박소현, 2021; 신원정, 2019).

하이퍼매개 (hypermediacy)

'아트셀피'를 통해 사용자를 매체에 투영함으로써 기술 그 자체에 주목하게 만드는 하이퍼매개적 몰입 강화



- 안면인식과 머신러닝 기술을 통해 구현된다(The Guardian, 2018).
- 아트셀피는 미술 입문자에게 흥미를 돋는 역할을 하는 것으로

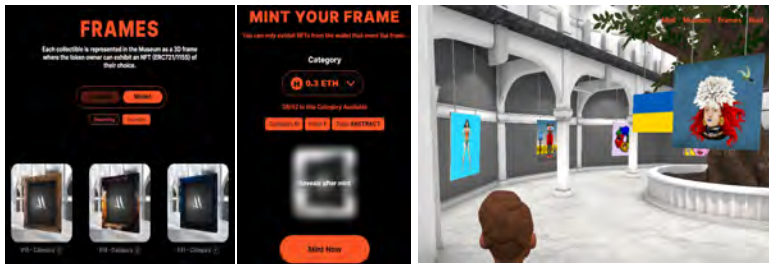
5. 분석결과

③ RAVE.SPACE : <Musee Dezentral>

- 2021년, 디지털 전환을 위한 솔루션을 마련하고, 몰입감 있는 가상 세계를 구축을 지향하는 메타버스 프로젝트팀 'RAVE.SPACE' 조직
- 2022년 2월, RAVE.SPACE는 예술의 영역으로 관심을 확장하면서 NFT 박물관 <Musee Dezentral> 공개
- 예술의 탈중양화에 대한 신뢰를 바탕으로, 누구나 뮤지엄 전시의 큐레이팅에 개입할 수 있도록 하여 전통적 게이트키퍼 과정 탈피 지향
- 뮤지엄 내에 위치한 총 222개의 NFT 프레임이 구매와 대여를 통해 박물관에 전시되는 자폭이 서태 귀하은 부트전 다

비매개 (transparent immediacy)

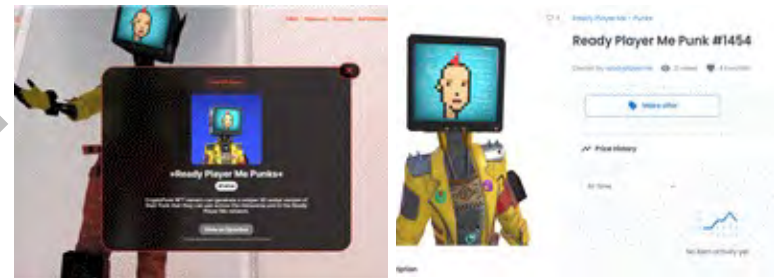
NFT*를 통해 디지털 데이터에
고유성/실재성을 부여하여 비매개적 몰입 강화



- 인간은 그것이 실재한다고 믿는 대상에 대해 감정을 갖게 된다(이병덕, 2006).
- 특정 대상에 대한 믿음(belief)은 신뢰를 제고하고, 신뢰는 감정적 몰입을 높이는 데 유의미한 영향을 끼친다 (Morgan & Hunt, 1994; Bansal et al, 2004).

하이퍼매개 (hypermediacy)

원도양식을 통한 사용자의 편의성 제고로,
하이퍼매개적 몰입 강화



- 원도양식은 볼터와 그루신이 언급한 하이퍼매개 전략의 대표적인 예시로, 컴퓨터에서 구현되는 크기조절과 스크롤 될 수 있는 그래픽 사용자 인터페이스를 일컬음





NFT*: 원본성을 담보할 수 없었던 디지털 데이터에 소유권을 부여하여 복제 불가능한 디지털 자산으로서의 가치 부여 (김원재·이진우, 2021; 민경식 외, 2021).

6. 결론 및 시사점

■ 가상적 맥락(Virtual Context) 개념 제안

- 가상(Virtual)은 "컴퓨터 분야에서 물리적으로 있는 것이 아니라, 소프트웨어에 의해 나타나도록 만들어진 것"을 의미(구연상, 2022: 129~130)
- 가상공간은 물리적 실체성은 없지만 디지털 기술을 통해 인간의 감각이 '몰입'할 수 있는 실재 세계로 간주(고창택, 2005; 김보름·용호성, 2021; 전지윤, 2021)
- 이로부터 가상적 맥락이란 "디지털 기술을 통해 조성되는 가상공간의 전시물과 감상을 위한 환경 및 도구"로 정의 가능
- 가상적 맥락은 메타버스 전시가 오프라인 전시를 재매개하는 데 기여하는 요소이자, 관람객의 개인적 맥락과 사회적 맥락과 상호작용하며 메타버스 전시의 관람 경험을 포착하는 데 기여할 것으로 예상
(특히, 메타버스에서의 사회적 맥락은 가상적 맥락과 긴밀한 관계를 지님 ex: 아바타의 존재와 행동에서 기인하는 허조각과 공조각으로부터 사회적 맥락 형성)

(참고) 가상적 맥락 구성을 위한 디지털 기술

구분	힐링동산	구글 아트 앤 컬처	Musee Dezentral
비매개 전략	<p>아바타</p> 	<p>기가픽셀 이미지</p> 	<p>NFT</p> 
재매개			
하이퍼매개 전략	<p>환상성</p> 	<p>아트셀피</p> 	<p>원도 양식</p> 

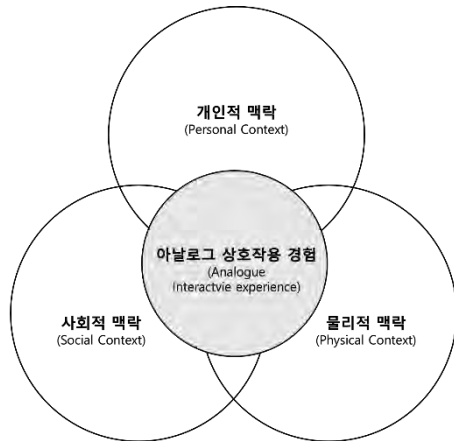
6. 결론 및 시사점

■ 온·오프라인 병행구도를 위한 두 가지의 해석적 틀

- 포크와 디어킹의 상호작용 경험모델을 구성하는 '물리적 맥락'을 '가상적 맥락'으로 대체하여, 메타버스 전시 경험을 이해하기 위한 새로운 해석적 틀 제안

기존 뮤지엄 전시

아날로그 상호작용 경험모델

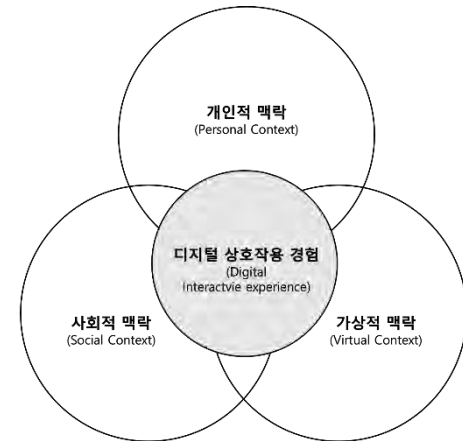


구분	내용
개인적 맥락 (Personal Context)	관람객의 심리적 구성 : 개인의 지식, 경험, 태도, 동기, 흥미 등
사회적 맥락 (Social Context)	다른 관람객 및 직원들과의 상호작용
물리적 맥락 (Physical context)	뮤지엄의 건물 구조, 건물(공간)의 느낌과 분위기, 전시물 등

출처 : Falk & Dierking(1992) 수정사용

메타버스 전시

디지털 상호작용 경험모델



구분	내용
개인적 맥락 (Personal Context)	관람객의 심리적 구성 : 개인의 지식, 경험, 태도, 동기, 흥미 등
사회적 맥락 (Social Context)	다른 관람객 및 직원들과의 상호작용
가상적 맥락 (Virtual Context)	디지털 기술을 통해 조성되는 가상공간의 전시물과 감상을 위한 환경 및 도 구

6. 결론 및 시사점

■ 학술적 시사점

- 메타버스 전시 경험 이해를 위한 새로운 이론적 틀 제시
 - 재매개 이론을 바탕으로 메타버스 전시 사례를 분석함으로써 '가상적 맥락' 개념 제안
 - 포크와 디어킹의 상호작용 경험모델에 제시된 '물리적 맥락'을 대체하여, 메타버스 전시 경험 이해를 위한 새로운 이론적 틀 마련

■ 실무적 시사점

- 실무자의 메타버스 전시 개발 및 차별화 방향 제시
 - 재매개 이론을 바탕으로 기존 오프라인 전시 감상 양식을 답습하면서도 매체만의 차별성을 유발하는 '가상적 맥락'의 형성 고려 제안

■ 연구의 한계점

- '개인적 맥락'과 '가상적 맥락' 간의 상호작용에 대한 논의 부족
 - 본 연구는 메타버스 전시가 물리적 맥락을 어떻게 대체하고, 감상의 대상으로서 존재론적 당위성을 담지하는 지 포착하는 데 주요 관심을 두었음
 - 상대적으로 디지털 상호작용 경험모델의 세 가지 맥락적 요소 간의 상호작용에 대한 분석 미흡
 - 특히, '개인적 맥락'과 '가상적 맥락' 간의 상호작용을 검토하지 않은 한계 존재

■ 후속연구 제안

- 디지털 상호작용 경험모델의 맥락적 요소 간의 상호작용 여부 구체화 : 다중상관관계분석
 - 메타버스 전시에서의 '개인적 맥락', '사회적 맥락', '가상적 맥락'과의 상호작용을 분석하여 메타버스 전시의 이용자 경험에 대한 총체적 분석 시도

참고문헌

- 강석태, 2018, 「미술 전시에 참여한 창작자와 감상자의 상호작용 경험의 의미」, 『교육문화연구』, 24(4), 인천: 인하대학교 교육연구소, 659-678.
- 고창택, 2005, 「사이버세계의 존재론 -가상, 현실, 실재의 존재론적 관계 분석 및 다른 세계들과의 비교를 중심으로-」, 『철학연구』, 93, 대구: 대한철학회, 1-26.
- 구연상, 2022, 「가상현실(假想現實)의 우리말 뜻매김」, 『현대유럽철학연구』, 65, 부천: 한국하이데거학회, 121-151.
- 구연상, 2022, 「메타버스(Metaverse)의 우리말 뜻매김」, 『동서철학연구』, 103, 대전: 한국동서철학회, 403-426.
- 김기라, 2021, 「메타버스 기술을 이용한 전시 공간과 활용 가능성에 대한 연구」, 『한국디자인리서치』, 6(4), 서울: 한국디자인리서치학회, 152-160.
- 김보름, 옹호성, 2021, 「가상 전시공간의 유형별 특성과 함의」, 『디지털콘텐츠학회논문지』, 8, 대전: 한국디지털콘텐츠학회, 1303-1314.
- 김연희, 2009, 「미술관 교육에서 경험과 이해의 통합적 접근을 위한 고찰」, 『미술과교육』, 10(2), 공주: 한국국제미술교육학회, 101-118.
- 김우상, 나건, 2018, 「몰입형 가상현실의 아바타 디자인 특성에 관한 연구-소셜네트워크 기반의 가상현실 콘텐츠를 중심으로-」, 『한국디자인문화학회지』, 24(1), 화성: 한국디자인문화학회, 91-104.
- 김원재, 이진우, 2021, 「NFT 아트 플랫폼의 선택시스템 분석」, 『문화예술경영학연구』, 14(2), 서울: 한국문화예술경영학회, 147-168.
- 김은영, 2017, 「현실과 환상을 가로지르는 콘텐츠의 재매개화: <미생>의 재매개를 중심으로」, 『한국언론학보』, 61(1), 서울: 한국언론학회, 147-174.
- 김정은, 2005, 「전시 관람객 조사 및 평가에 관한 연구: 관람객 행동, 경험이론을 기반으로」, 중앙대학교 예술대학원 석사학위 논문
- 마이클 벨처, 1991/2006, 『박물관 전시의 기획과 디자인』, Exhibitions in Museums(박윤옥 역), 서울: 예경.
- 민경식, 김관영, 박진상, 2021, 「NFT 기술의 이해와 활용, 한계점 분석」, 『KISA Insign』, 03, 서울: 한국인터넷진흥원.
- 박소현, 2021, 「구글 아트 앤 컬처(Google Arts & Culture)의 '비영리' 전략에 대한 비판적 고찰 - 뮤지엄의 공공성을 전용하는 디지털 플랫폼 기업의 비즈니스 모델-」, 『예술경영연구』, 59, 서울: 한국예술경영학회, 33-72.
- 소요환, 2019, 「가상현실 디바이스의 해상도가 사용자 프레즌스 경험에 미치는 영향」, 『한국콘텐츠학회 논문지』, 19(7), 대전: 한국콘텐츠학회, 393-401.
- 송원철, 정동훈, 2021, 「메타버스 해석과 합리적 개념화」, 『정보화정책』, 28(3), 서울: 한국지능정보사회진흥원, 3-22.
- 신원정, 2019, 「“도대체 무엇이 ‘미술작품’ 그토록 색다르고 흥미진진하게 만드는가?” -디지털화 시대의 미술 보기」, 『미술사학보』, 52, 서울:

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

주최 | 한국문화예술경영학회·결핵대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

일시

2022. 7. 22(금) 14:00

장소

박수근미술관(강원도 양구)

후원 | 홍익대학교 문화예술경영학과

낙후지역 비영리 전시공간이 신진 작가 성장에 미친 영향:
행궁동 대안공간 눈 사례를 중심으로

장신정 홍익대학교 문화예술경영학과 박사과정



낙후지역 비영리 전시공간이 신진 작가 성장에 미친 영향

- 행궁동 대안공간 눈 사례 중심으로

장신정

홍익대학교 문화예술경영학과 박사과정 수료



낙후지역 비영리 전시공간이 신진 작가 성장에 미친 영향

: 행궁동 대안공간 눈 사례 중심으로

수원시립미술관에서는 대안공간 눈 전시경력이 있는 작가들로 구성된 ‘행궁유람 행행행’ 전시를 개최하고 지역에서 예술가들을 중심으로 자생적으로 일어난 행궁동 예술마을 탐방 프로그램을 운영하였다. 과거 부촌이었던 행궁동은 많은 주민이 떠나가면서 낙후 지역으로 변모하게 되었고, 문화적 인프라가 열악한 상황이 되었다. 이에 지역에서 입시미술학원을 운영하던 조각가가 대안공간 눈을 오픈하여 신진작가들에게 전시기회를 마련해주는 동시에 지역에 활력을 불어넣기 위한 벽화마을, 레지던시, 지역주민 참여 프로그램 등을 추진하였다. 지역 주민 예술인이 구심점이 되어 자체적으로 일으킨 행궁동 예술마을 만들기 운동은 도시재생 성공 사례로 손꼽히면서 많은 연구가 이루어지고 있다. 하지만 지역경제 활성화에 초점이 맞추어진 연구들이 주를 이루고 원래 작가들에게 긍정적인 역할을 하고자 했던 부분에 관한 연구가 부족한 상황이다. 하여 특별히 이러한 대안공간이 작가들의 성장에 어떤 영향을 미쳤는지에 대해 작가들의 이야기들을 통해 풀어보는 현상학적 연구를 하였다.



대안공간 눈

2003년 구상하여 벽 부수고 문 내고 하나하나 지역작가들과 함께 하나하나 같이 만들어서 2005년에 오픈 한 대안공간 눈은 1960년 김정집 관장의 부모가 직접 짓고 함께 살았던 구옥을 개조하여 만든 비영리 전시공간이다. 젊고 실험적인 작가들의 예술 활동을 지원하면서 작가·주민·지역단체 등과 함께 마을에 활력을 불어 넣는 프로젝트를 진행하였다.

- 지역작가 30% 타지역작가 30% 서울작가 30%, 예술가가 아닌 소수자 사회적 약자 10%를 대상으로 전시공간을 제공
- 2014년 예술공간 봄 오픈하여 전시공간 확장하였고 2019년 초에 폐관하였다.



행궁동 사람들 - 이웃과 공감하는 예술프로젝트

- 2007년부터 “행궁길발전위원회” 활동에 참여하여 빈 점포에 작가 입주 프로그램 및 전시에 예술가 연계
- 2007년도 부터 5~6년간 봉담 작업실과 농사짓는 밭에 조립식 설치해서 작가들을 불러 작업실을 제공해주고 외국인 근로자들에게는 프로그램은 운영하여 소통하고 쉬어갈 수 있는 공간을 제공하는 내건너 창작촌 운영
- 2009년도부터 2019년 말까지 무보수 예술총감독 행궁동 레지던시 추진
- 2010년부터 공적 자금(한국문화예술위원회 기금)을 받아서 벽화마을 프로젝트 진행
- 2011년 공간문화대상 대통령상을 수상함으로써 공간문화가치의 창출을 통해 지역사회발전에 이바지한 공로를 인정 받음
- 이후 현재까지도 전국에서 수많은 전문가와 탐방객들이 방문하여 도시재생 레지던시 프로그램 등에 관한 아이디어를 얻어 감



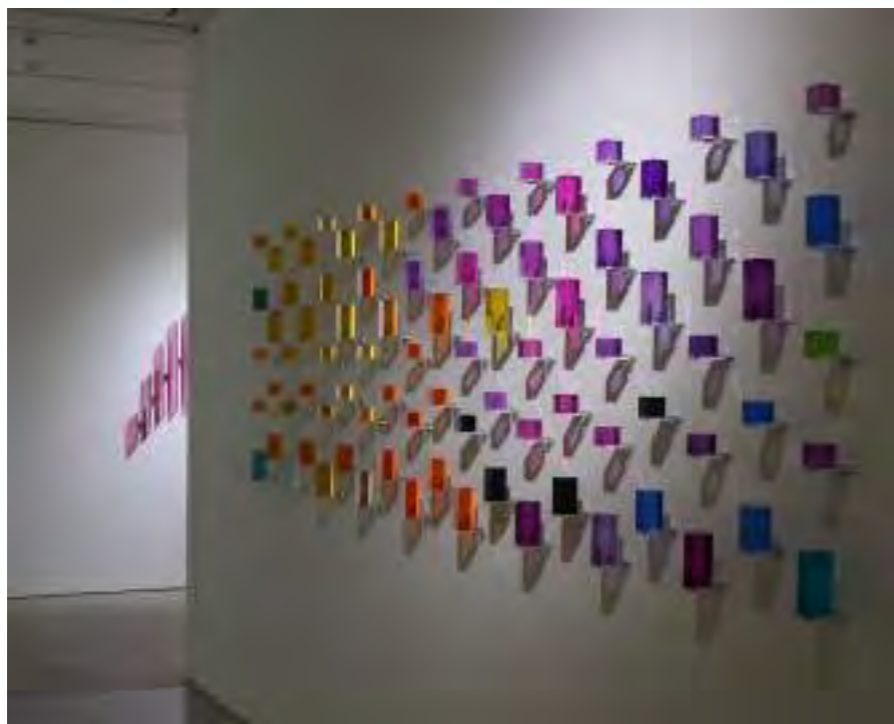
현상학적 연구

- 질적 연구는 양적 연구로는 탐구 하기 어려운 인간의 삶의 의미나 목적, 동기를 분석함으로써 인간 사회에서 발생 하는 다양한 문제들에 대한 대안적 관점들을 제시해줄 수 있다는 데 그 의의가 있다.
- 현상학적 체험연구는 인간의 체험의 정체가 무엇인지를 해명하고 경험의 본질을 이해하고자 하는 학문이다.
- 현상학의 어원은 ‘스스로 드러냄’, 즉, ‘스스로 드러내는 그 자체로 볼수 있도록 함’을 뜻한다. 따라서 현상학은 어떠한 선입견이나 이론적 개념들의 방해를 받지 않고 경험세계의 근저에 있는 본질을 밝히려는 것이다(이남인, 2004).
- Merleau-Ponty는 현상학이 늘 어떤 것의 본질이나 의미가 무엇인지를 탐구한다는 뜻에서 ‘본질에 대한 연구’라고 말하였다.
- **현상학적 체험연구의 절차** : ①연구자료의 수집, ②수집된 자료의분석, ③연구보고서의 작성 과정으로 이루어진다.
- 이남인(2015)에 따르면 현상학적 환원이란 곧 세계를 보는 ‘태도변경’을 의미한다.
- **현상학적 환원의 방법**
 - 판단중지(사실적 현상학적 심리학적 환원) : 옳은지 그른지에 대한 일체의 판단을 유보하고 그러한 믿음을 괄호 속에 묶어 둠으로써 체험에 대한 우리의 태도에 영향을 미치지 않도록 함을 의미한다(이남인, 2015: 163).
 - 본질직관(형상적 환원) : 보편자로서의 본질에 대한 경험은 ‘본질직관’이라고 한다(이남인, 2015: 172).
 - 자유변경 : 체험의 본질구조를 파악하기 위해 그 본질을 구현하고 있는 어떤 개별적 대상에서 시작하여 그와 유사한 무수히 많은 개별적 대상들을 상상 속에서 자유롭게 산출해나가는 과정을 의미한다.
- **연구질문**
 - 대안공간 눈 예술 활동 참여 계기와 당시의 상황에 관하여
 - 대안공간 눈 예술 활동 참여 과정에서 어떠한 변화 또는 성장이 있었나요?
 - 대안공간 눈 예술 활동은 현재의 나(작가)로 성장하는데 어떠한 영향을 미쳤나요?

연구참여자는 대안공간 눈 대표(조각가)와 대안공간 눈에서 개인전 경험이 있는 작가3인으로 구성

참여자	거주지역(당시/현재)	참여년도	전공분야	약력
1	수원/수원	2004-2019 (총감독)	예술기획/조각&설치	<ul style="list-style-type: none"> 대안공간 눈, 내건너 창작촌, 행궁동 레지던시, 벽화마을 프로젝트 예술 총감독 개인전 및 단체전 참여 다수
2	수원/뮌헨, 독일	2010(개인전)	유리조형&설치	<ul style="list-style-type: none"> 갤러리 마르티나 카이저, 소더비 뮌헨 개인전, 청주시립미술관 단체전 등 40여회
3	광명/수원	2015, 2016, 2017(개인전3회)	설치&조형	<ul style="list-style-type: none"> 팔레드 서울 등 개인전 7회, 단체전 다수
4	부천/서울	2016, 2017(개인전3회), 2015(단체전)	평면&설치	<ul style="list-style-type: none"> 스페이스 엄 등 개인전 8회, 단체전 다수

참여자 2 작품



참여자 3 작품



참여자 4 작품



범주화

연구질문을 3개의 중심주제로 묶고, 경험의 흐름과 전체 맥락에 따라 9개의 의미주제를 설정하고, 18개의 개별 의미단위를 추출

주제 묶음	의미주제	의미단위
참여 계기와 당시의 상황	나에게서 우리로	<ul style="list-style-type: none"> • 나를 버리고 우리를 위한 삶을 향해 • 전국의 신진작가와 지역 서로의 필요를 연계
	외부 세상으로	<ul style="list-style-type: none"> • 작업을 시작하고 작품을 세상에 드러내기로 • 학교전시가 아닌 외부 현대미술 전시 공간을 갈망
	아쉬움과 분노	<ul style="list-style-type: none"> • 어린 시절 동네가 사라져가는 아쉬움 • 의미 없는 존재가 되어버린 자신
참여 과정에서의 변화와 성장	전시의 의미	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 예술적 시도를 펼칠 수 있는 실험의 장 • 몇 년간의 작업을 한 번에 되돌아보게 하는 분기점
	시도와 발견	<ul style="list-style-type: none"> • 동네 풍경에서 오브제로의 관심 발견 • 나를 드러내는 시도로부터 함께하고픈 염원까지
	내적 변화 과정	<ul style="list-style-type: none"> • 내적 갈등 해소 단계에서 타인을 치유하는 샤먼으로 • 사라짐에 대한 아쉬움에서 예술로 재탄생하는 기쁨으로
현재의 나(작가)로 성장하는데 미친 영향	응원과 지지	<ul style="list-style-type: none"> • 가족의 반대와 포기권유를 넘어서게 한 응원과지지 • 실험적 창작 행위에 대한 응원과 지지
	네트워크와 확장	<ul style="list-style-type: none"> • 동료 작가와의 만남과 교류로 예술계 정보수집 • 다양한 소통과 지역주민 반응으로 작품세계관 확장
	함께하는 행복	<ul style="list-style-type: none"> • 많은 사람들과 함께하는 기쁨 • 함께 변화와 성장을 이루어내는 과정의 행복

1. 참여 계기와 당시의 상황

1-1 나에게서 우리로

나를 버리고 우리를 위한 삶을 향해



참여자1은 지역에서 미술학원을 꾸리며 개인 조각 작업을 하며 개인 미술관을 오픈 하는 것이 꿈이었다. 하지만 지역이 낙후 되기 시작하고 제자들이 학위를 마치고 돌아와 작품세계를 펼치지 못하는 현실과 점점 침체기로 들어서고 있던 지역에 새로운 활기를 불어 넣기 위해 대안공간 눈을 오픈 하게 된다. 이러한 결심을 하게 된 배경에는 남들을 따라가는 삶이 아닌 자신만의 독특한 인생관을 만들자는 취지에서 지역에서 함께했던 슈룹이라는 모임이 있었다.

“

우리 어머니 중풍에 치매셨는데 모시고 살았 거든... 너무 힘든데 딱 놓고 ... 백두대간 히말라야 프로젝트를 가버린거야. 어려운 배낭여행을 통해서 다른 전세계에 사는 사람들의 삶을 보고 히말라야를 혼자 묵묵히 걸으면서 삶에 대한 가치관의 변화가 생긴거지... 내가 살고 있는 이 주변 환경이 좋아야 나도 행복한거잖아. 경계를 허무는게 중요하다고 ... 예술가에게 있어서 그런 삶과 예술은 같은건 거지... (참여자 1)

”

1. 참여 계기와 당시의 상황

1-1 나에게서 우리로

전국의 신진작가와 지역 - 서로의 필요를 연계



2000년대 초반 행궁동은 낙후된 지역 환경으로 신진작가 활동 기회가 전무 상황이었다. 한두군데 있던 전시장도 IMF 때 다 문을 닫았다. 서울로 가서 전시를 하지 않으면 실험적인 미술은 전시를 할 곳이 없었다. 서울에서 활동을 하면 수원에 남는게 없어진다. 작가들이 서울에서 전시하면 그곳에서 제반의 경비를 지출해야하고, 문화 인프라가 없으니 수원사람들은 서울로 가서 전시보고 여가 소비를 하게 된다. 이러한 현상이 반복되면 지역은 주거 기능만 하는 위성도시가 된다. 내가 사는 지역이 활동의 중심이 되어야 하는데 그러기 위해서 거점이 필요한 상황이었다.

“

내 주변 애들 공부하고 와서 막 따끈따끈 할때 풀어내야하는데... 다들 꾸부리고 있고... 내가 어렵게 컸기 때문에 어려운 작가들 비밀 언덕 만들고 싶었어. 또 마을을 변화시키는데 젊은이들이 절대적으로 필요... 여기서 활동할 수 있는 거점 만들어주고 전국에 신진작가들을 이곳으로 오게 하자. 그렇게 지역과 젊은작가들에게 필요한 것을 엮은 거야... 화성세계문화유산이라서 개발은 안되고... 낡고 오래된 건물이지만 예술가들이 와서 살게하고 주민들과 소통하다보면 주민들도 예술을 알게 되고 행궁동이 예술마을이 된다. 그렇게 되면 개발이 안되어도 더 앞서가는 동네가 될 수 있다고 생각했지... (참여자 1)

”



1. 참여 계기와 당시의 상황

1-2 아쉬움과 분노

어린 시절 동네가 사라져가는 아쉬움

어린시절부터 익숙했던 환경의 변화는 사라져가는 것에 대한 아쉬움으로 남게 되고, 떠나 보내기 아쉬운 모습들을 남기고 싶은 소망은 종종 창작의 모티브를 제공한다. 참여자4에게 2015년도 행궁동과의 만남은 현재진행형으로 이어지고 있다. 작가는 여전히 자신의 회화 작업에서 행궁동 벽화 속 이미지들을 재생시키고, 다실바 오브제들을 모티브로 시작하게 된 레디 메이드 작업은 작가의 회화와 설치 작업 속에서 변주되어지고 있다.

“ 어린 때 익숙하던 동네 모습이 사라져가는 것에 대한 아쉬움이 마음속에 있었어요... 대안공간 눈에 공모 신청을 하면서 행궁동이라는 동네를 알게 되었는데, 그때 그리고 있던 사라져버린 어린시절 동네와 비슷한 것을 느꼈어요. 그래서 대안공간 눈 공모 신청하면서 기획서에 행궁동 동네 그리기를 제안했어요. (참여자 4) ”



1. 참여 계기와 당시의 상황

1-2 아쉬움과 분노

의미 없는 존재가 되어버린 자신과 누적된 분노

미술대학 졸업생 중 예술가로 남는 작가들은 전체의 5%에 불과하다. 그만큼 신진작가들에게 삶은 녹록치가 않다. 근래에는 여성인권을 보호하고 페미니즘 운동이 일어나 여성의 사회적 활동에 대한 인식의 변화가 생겼지만, 현실적으로는 결혼과 육아로 경력이 단절되는 경우가 여전히 많다. 오랜동안 희생이 요구되는 삶과 해소되지 못한 자아실현의 욕구는 시간이 갈수록 화기로 증폭되고 누적된 분노는 분출구를 찾아 새로운 창작의 여정을 이끌어낸다.

“

2003년 결혼하면서 전시를 아예 못하게 되었어요... 30대는 아이에게 전념해야 했어요. 그때 화가 많이 있었어요. 내가 의미 없는 사람이라는 것... 아이가 집 음식만 먹어야 하는 상황이어서 된장국을 많이 끓였어요... 멸치가 반짝이고 예쁜데, 그냥 팔팔 끓는 물에 자기에게 있는걸 다 우려내고 멸치비늘은 의미 없이 버려지는데 꼭 나 자신 같이 느껴졌어요... 그래서 멸치도 건지고 나도 건져야겠다는 생각을 했어요. 2010년에 그렇게 다시 작업을 시작했어요. (참여자 3)

”

1. 참여 계기와 당시의 상황

1-3 외부 세상으로

작업을 시작하고 작품을 세상에 들어내기로



작업을 하기위한 작업실을 마련하기 위해 경제적 여건을 만들어서 작업을 시작한다. 또 결혼을 하고 아이를 키우면서 오랜동안 작업을 못하게 되는 경우에도 오랜 갈등을 해소하기 위해 틈을 내어서 다시 작업을 시작한다. 그리고 그들은 다시 자신이 만든 작품을 통해 세상과 소통 할 기회를 모색한다.

“ 학교 졸업 후 작업실 마련을 위해 일을 했고, 작업실 보증금과 몇 달치 월세를 모아서 2014년에 작업실을 마련했어요. 일을 줄이고 작업에 집중 하다가 전시를 하고 싶어서 서울, 경기 지역 가능한 많은 공모전시에 신청 했어요. 그중에 대안공간 눈에 처음으로 당선되어 전시를 하게 되었어요. (참여자 4)

“ ... 다시 작업을 시작하고는 아무 생각 없이 작업만 했어요. 그 다음해 내 작업을 세상에 드러나게 하고 싶다는 마음이 들었어요. (참여자 3)



1. 참여 계기와 당시의 상황

1-3 외부 세상으로

동문전시가 아닌 외부 현대미술 전시 공간을 갈망



학교를 졸업한지 얼마 되지 않은 신진작가 또는 졸업 후 결혼으로 경력이 단절된 신진 작가들은 먼저 학교 동문에서 하는 전시에 참여하게 된다. 하지만 관람객은 학교동무들이 대부분이고 외부와의 연결고리가 만들어지기가 어렵다. 그리고 아직 경제적으로 여유롭지 못한 젊은 작가들은 비용이 드는 대관전시 보다 아트허그 또는 네오룩을 통해 공모전을 시도한다. 세월이 흐르면서 대안공간 눈은 이러한 신진작가들에게 알려지게 되어 매우 경쟁율이 높은 공모전시 공간으로 자리잡게 되었다.

“ 대학원 마칠 무렵 한예종에서 운영하는 안국에 있는 갤러리에서 첫 개인전을 했어요. 학교 갤러리에서 전시를 하면 학교 동료들과 같이 만나서 술마시고 끝나고 다음 전시가 이어지어나, 기사가 난다든지 하는 것도 아니어서 허망하다하는 느낌이 있었어요. (참여자 2)

“ 그때 할 수 있는 게 동문전이어서 전시를 했어요... 그리고 2015년에 대안공간 눈에 공모신청을 했는데 지원자가 굉장히 많았어요. 그곳은 작가들에게는 상당히 좋은 전시공간이었어요. (참여자 3)



2. 참여 과정에서의 변화와 성장

2-1 전시의 의미

새로운 예술을 펼칠 수 있는 실험의 장

참여자4는 행궁동 그림 그린 장소로 지도로 만들고 ‘사라짐’에 대한 에피소드를 글로 적어서 전시장 안과 밖이 연결될 수 있는 리플렛을 만들고 또 그것들을 모아서 도록을 제작했다. 첫 개인전 반응이 좋아서 같은 해 앵콜 전시를 하게 되었는데 그 사이 동네가 변했다. 그사이 개발 제한이 약간 풀리면서 벽화들이 많이 사라졌던 것이다. 그래서 변화된 장소에 전시했던 그림을 두고 같이 찍은 사진을 전시했다. 언제나 항상 그자리에 있을 것만 같은 것들과의 끊임없는 이별을 마주하게 되는 우리의 삶. 작가는 이를 기록하고 자신만의 색깔을 입혀 작품으로 남긴다.

“ ... 첫 전시를 준비하기 시작할 무렵에는 없었던 ... 대안공간 눈 카페 근방에 위치한 다실바 의상실 사장님이 버려진 오브제들을 아상 블라주하여 거리를 장식한 거예요... “사라져가는” 오브제들을 결합시켜 놓았다는 점에 매력을 느껴 Ready made in 다실바 작업을 시작하게 되었어요. (참여자 4) ”



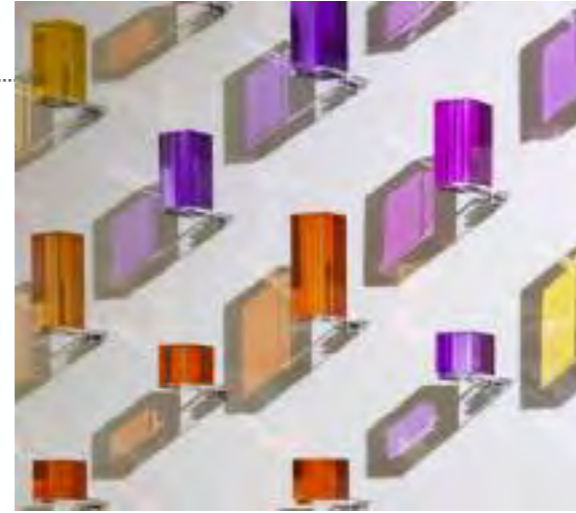
2. 참여 과정에서의 변화와 성장

2-1 전시의 의미

몇 년간의 작업을 한 번에 되돌아보게 하는 분기점

전시 기회를 통해 새로운 프로젝트를 시작하고 다양한 실험의 기회로 활용하는 작가들이 있는 반면에 자신의 세계를 구축하며 그 길로 꾸준히 작업을 해온 작가들에게 현대미술 전문 전시공간에서 전시를 한다는 것은 그 자체만으로도 큰 의미가 있다. 나만의 공간에서 자신과 대화하며 치열하게 창작해온 작품들을 대중에게 선보이는 장이 펼쳐진다. 새로운 공간에서 작품이 전시되고 또 다른의 시작으로 작품들과 대면하게 되는 것이다.

“ ... 그동안 몇년간 작업한 작품들을 한곳에 다 모아서 전시를 하면서 스스로 한번 돌아볼 수 있는 기회가 되었어요. 그 전시 때문에 어떤 큰 터닝포인트가 되었다 라기보다는 한 마디가 넘어가는 분기점이 된것은 확실했어요. (참여자 2) ”



낙후지역 비영리 전시공간이 신진 작가 성장에 미친 영향



2. 참여 과정에서의 변화와 성장

2-2 시도와 발견

동네 풍경에서 오브제로의 관심 발견

전시공간이 위치한 행궁동이라는 동네 드로잉으로 첫 개인전 전시 작품을 구상하고 작업을 해왔던 참여자 4의 경우는 대안공간 눈에서의 전시 기회는 다른 작가에 비해 특별한 경험을 선사한다. 행궁동을 중심으로 작업을 계속하면서 자신의 관심사를 발견하고 변화하는 지역을 몸소 체험하면서 새로운 작업을 시도하였다.

“

... 풍경보다는 오브제 그리기에 더 흥미를 느낀다는 점을 발견하게 되었어요. 처음에 의도는 사라져 가는 동네를 기록하는 ... 하지만 행궁동을 오고가면서 개인적인 시선과 경험, 감정 등 점차 주관적인 관점들을 작업 속에 담았어요.

두번째 개인전때 했었던 다실바 오브제 작업의 영향으로 저만의 오브제 설치 작업을 시도해보았어요... (참여자 4)

”





2. 참여 과정에서의 변화와 성장

2-2 시도와 발견



나를 드러내는 시도로부터 함께 하고픈 염원까지

자신을 건져내기 위해서 작업을 시작한 참여작가3의 경우는 대안공간 눈 2015년부터 3년동안 연속적으로 개인전을 하면서 해마다 새로운 구상으로 해마다 확장된 개념의 전시를 시도하였다. 그녀의 작품을 만드는 과정은 상당히 반복적이다. 멸치 비늘만 계속 붙여서 그 자체로 한 장의 천을 만든다. 그 오랜 시간동안 은빛이던 멸치비늘이 황금빛으로 변해서 황금빛 천이 된다. 그 황금빛 천 안에는 작가가 견뎌오면서 수많은 매일동안 쌓은 바람과 기쁨과 슬픔이 담겨있다.

“

2015년 첫 전시때는 달잔치라고 축제에 가는 것같은 아직은 어설피 먼가 드러나게 하는 ... 다음해 ... 전시는 하고 싶은 거 다 했던것 같아요. 타르초처럼 멸치비늘 천을 설치했었는데 ... 반복되는 일상을 견디며 담은 바람이 결국에는 황금빛 천을 만들었는데 그 천을 걸어서 그 안에 담긴 소원을 들어주는 존재에게 갔으면 좋겠다는 생각을 했어요.

2017년도 수원문화재단에서 지원금을 받아서 유목민 전시를 했는데 전시장 안에 집을 지었어요... 그 집 안에 들어갔다 나오면 엄마 뱃속에서 나와 다시 태어난 것처럼 만들었어요. 관람객들에게 작게나마 위안의 느낌을 전해 주고 싶었어요. (참여자 3)

”

2. 참여 과정에서의 변화와 성장

2-3 내적 변화 과정

사라짐에 대한 아쉬움에서 예술로 재탄생하는 기쁨으로



종종 예술을 하는 과정을 수행의 과정과 비유하는 경우가 있다. 이는 한가지 주제를 두고 몰입을 하고 깊이 탐구하다보면 진리가 조금씩 가까이 가게 된다는 의미를 담고 있다. 참여작가 3과 4는 대안공간 눈에서 2~3년간 3회의 개인전을 준비하며 집중적으로 작업을 하였다. 그런 과정에서 작업주제와 관련하여 오랜동안 자리 잡고 있던 관념의 틀을 깨고 나오는 변화를 경험하게 된다. 그리고 그러한 내적 변화를 창작 활동에 적용하게 된다.

“ ... 과거에 제가 가지고 있던 ‘사라짐’에 대한 생각이 조금씩 변화하였어요. 과거에는 사라짐에 대해 서운함 또는 허무함이었다면, 작업을 계속하면서 사라짐에 대한 긍정적인 생각이 싹트기 시작했어요. 사라짐으로 인해 새로운 생성이 일어나고 이러한 동네 풍경들과 오브제들이 예술작품으로 재탄생된다는 것을 실감하게 되었어요. (참여자 4) ”

“ ... 독립하고 싶은 마음이 생겼어요... 독자적으로 인정받는 존재로 만들고 싶었어요. 죽은 생명인데 다시 작품으로 새로운 생명을 부여 받았으니까. 독립의 의미로 집을 짓고 또 영역을 만들고 싶었어요... (참여자 3) ”

2. 참여 과정에서의 변화와 성장

2-3 내적 변화 과정

내적 갈등 해소 단계에서 타인을 치유하는 샤먼으로

내가 사라졌던 10여년이라는 세월이 흐르고 달잔치 작업으로 전시장으로 모습을 드러낸 참여작가3에게 모든것은 어색하고 때로는 불편했다. 하지만 전시를 통해 분노가 가득했던 자신이 치유되는 경험을 하게된다. 여전히 어색하지만 사람들과 대면하고 배우며 사람들과 함께 하고 싶은 마음이 생겨나게 된다. 그리고 또 한해가 흐르면서 작가는 이제 사람들에게 위안이 되고 싶은 설치 작업을 구상하는 단계로 성장한다.



“

... 그래서 가내수공업 때는 사람들과 함께 하고 싶었어요... 예술가는 샤먼의 역할에 소질이 조금이라도 남아있는 사람들이라는 생각이들어요. 나도 해소가 되었으니까 힘든 분들은 같이 해소 되었으면 좋겠다는 마음이었어요... 원하는건 뭐든지 만들 수 있다는 결국 우리가 만든 그 황금천은 다양한 가능성이 있다는 이야기를 하고 싶었어요. (참여자 3)

”

3. 현재의 나로 성장하는데 미친 영향

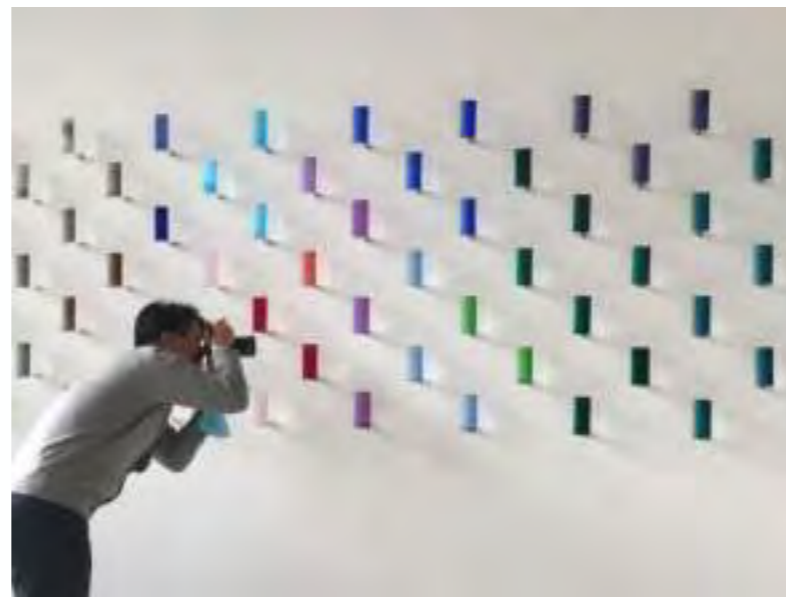
3-1 응원과 지지

가족의 반대와 포기권유를 넘어서게 한 응원과 지지



참여작가2는 미술학원을 운영하던 당시 고등학생이었고 학원 제자였다. 부모님 반대로 학원비를 못내게 되어 학원을 그만두려하자 정말 예술을 하고 싶다면 수업료는 나중에 벌어서 주고 일단 수업에 나오라 하여 무료로 몇달을 배웠다. 그 후 미대에 들어가서도 부모님의 반대는 이어졌다. 하지만 그는 뜻을 굽히지 않고 독일로 유학을 가서 유리조형작업으로 세계 미술계에 기라성 같은 작가들 사이에 어깨를 나란히 하는 작가로 성장하였다.

“ 선생님 덕분에 미술을 계속 할 수 있었다고 분명히 말 할 수 있어요... 그래서 평생 선생님을 은인으로 생각하고 있어요... 선생님께서 전시에 와주시고 ... 외부에서 하는 첫 개인전을 했는데 선생님께서 응원해주시는 일환이 아니었을까 생각하고 있어요. 전시 얼마 후 독일 유학을 가려는데, 작품을 사주셔서 울었어요. 너무 고마웠고 도움이 많이 되었어요... 대안공간 운영하시면서 넉넉하지 않으셨을 텐데... (참여자 2)



3. 현재의 나로 성장하는데 미친 영향

3-1 응원과 지지

실험적 창작 행위에 대한 응원과 지지



대안공간은 상업성을 추구하는 갤러리와는 다르게 작가들이 자유롭게 실험적인 창작행위를 할 수 있도록 지원한다. 그러하기에 신진작가들에게는 그들의 상상의 날개를 신명나게 펼쳐 보일 수 있는 더할나위없는 기회이기도 하다. 이와 같이 경계를 넘나 들며 자신의 역량을 마음껏 발휘한 경험은 작가생활에서 자신만의 독창적인 세계를 구축할 수 있는 자양분이 된다.

“ ... 대안공간에서 전시를 할 수 있는 기회가 있어서 새로운 시도들을 할 수 있는 계기가 되었다고 생각합니다. 행궁동 다실바 의상실을 모티브로 오브제 회화작업에 이어 설치작업까지 시작하게 되었으니까요... (참여자 4) ”

3. 현재의 나로 성장하는데 미친 영향

3-2 네트워크와 확장

동료 작가와의 만남과 교류로 예술계 정보수집



참여작가2가 개인전을 했던 2010년에는 전시만 이루어지고 있는 상황이라서 2015년부터 참여했었던 참여작가3과 4와는 다르게 많은 교류가 이루어지지 않았다. 이후 2009년도부터 시작했던 행궁동 레지던시가 자리를 잡았고, 2010년도부터 기금으로 벽화마을을 시작하고 2011년에 공간문화대상 대통령상을 받고난 후부터 전국에서 수많은 사람들이 대안공간 눈을 찾기 시작했다. 지역주민들과 관광객은 물론이고, 문화예술분야 전문가들도 모여들기 시작했다. 더불어 지원금을 받으면서 기획자, 비평가 매칭 프로그램이 시작되었고, 지역 연계 프로그램도 더욱 활성화 되었다.

“

... 전시를 하면서 만나게 된 작가와는 아직도 친분을 유지하고 지내고 있어요. 이외에도 여러 작가들과 미술 관계자들, 동네 프로그램 등을 통해 만나게 된 관람객들과의 교감은 대안공간이기에 가능했다고 생각해요. 갤러리에서 첫 전시를 했다면 ... 열린 교류와 네트워크의 확장을 기대할 수 없었을 거예요... (참여자 4)

”

“

... 그때를 생각하면 대학 친구들 이외 예술하는 분은 아는 사람이 하나도 없었어요. 눈에서 전시하면서 여러 작가들을 만나게 되었고 그분들에게 ... 정보를 얻게 되었어요... 작가 친구도 거기서 만들게 되었어요. 지금도 대학 동문중에는 저만 작업한다고 들었어요. (참여자 3)

”



3. 현재의 나로 성장하는데 미친 영향

3-2 네트워크와 확장

다양한 소통과 지역주민 반응으로 작품세계관 확장

작가들은 나름의 경험과 자신들의 삶 속에서 작업의 모티브를 발견한다. 충격적인 기억 사건 또는 각자의 삶에 대한 철학 또는 가볍게는 관심사 등이 작업의 주제가 된다. 흥미로운 지점은 대안공간 눈에서 3년간 릴레이 개인전을 했던 참여작가 3의 경우는 전시 과정에서 생성된 사람에 관한 교류와 소통이 다음 전시에 반영이 된다는 점이다. 작가가 지니고 있는 멸치비늘 - 우리 일상속에서 항상 함께 존재하지만 우리에게 맛있는 국물을 제공해주지만 너무도 작고 사소하여 그저 쓰이고 버려지는 - 멸치비늘이라는 존재를 중심으로 대안공간이라는 실험적 전시공간과 사람들과의 교류로 작가의 작품세계관은 지속적으로 확장되어지고 있었다. 전시기간중에 작가는 항상 전시장에서 관람객들과 길고 긴 소통의 시간을 갖는다. 요즘도 여전히 그렇게 한다. 작품을 제작하는 것으로 예술행위가 끝난것이 아니다. 전시기간 중에 이루어지는 다양한 소통 그 자체가 바로 예술 실천이다. 우리의 의식이 깨어있다면 그 모든 순간이 예술실천의 순간일 수 있다.

“ ... 일용직 하시는... 분들을 모셔다가 인문학 강의를 했는데 그중 한분이 나중에는 양복을 차려입고 다시 오셔서 차도 마시고 책도 읽고 하시면서 이렇게 깨끗하고 멋진 모습으로 전시도 보고 싶다고 하셨다해요. 그 이야기가 상당히 크게 남았어요... 그 다음해 유목민 전시를 구상하면서 그분이 생각이 났어요. 다시 태어나고 싶어 하지 않았을까 하는... 그리고 그런 생각들을 작품 안에 담게 되었어요... (참여자 4)

”

낙후지역 비영리 전시공간이 신진 작가 성장에 미친 영향



3. 현재의 나로 성장하는데 미친 영향

3-3 함께하는 행복

많은 사람들과 함께하는 기쁨

대안공간 눈을 거점으로 일어났던 행궁동 예술마을 만들기 프로젝트는 전국적으로 붐을 일으키고 있는 도시재생사업이나 마을만들기사업에 좋은 선례가 되었다. 작가들은 물론이고 이러한 사업과 관련된 수많은 전문가들은 행궁동을 탐방하고 대표를 만나 자문을 구하고 많은 아이디어들을 얻어가고 있다. 울산북구창작 레지던시도 행궁동 레지던시를 모델로 기획되었다.

“ ... 사람들이 정말 많이 왔어요. 수원 지역사람들 뿐 아니라 다른 지역 작가들도 많이 오고 신기했어요. 매일매일 거기서 사람 만나는 재미있었고 정말 행복했어요. 지금도 마음 속에는 저의 바탕이 된 곳이고... (참여자 3)

“ ... 동네분, 관광객, 작가, 기획자, 비평가 등 전문가들까지 많은 사람이 오고 갔어. 신문 기사도 나오고 해서 젊은 작가에게는 엄청난 힘이 되지. 가끔 와서 사주기도 해... 단체로 오면 작가가 있으면 작품설명도 하고 질의응답도 하고. 다른데서 전시하는 거랑은 완전히 달랐지... 작가들이 이렇게 커가는 거 보면 뿌듯하잖아. (참여자 1)

3. 현재의 나로 성장하는데 미친 영향

3-3 함께하는 행복

함께 변화와 성장을 이루어내는 과정의 행복



2009년까지 대안공간 눈을 운영해오던 참여작가1은 ‘행궁동 사람들 - 이웃과 공감하는 예술 프로젝트’를 자신의 예술 작품이라고 생각한다. 자신의 창작을 위해 투자 하듯이 내 주변과 나 그리고 우리를 위한 삶을 행복하게 일구었다. 대안공간을 폐관 한지가 3여년이 지났는데도 여전히 탐방객들이 그녀를 찾는다. 연구자 본인도 그러했듯이 그녀를 통해 각자의 삶을 내가 사는 주변을 되돌아본다. 그리고 더 함께 하는 행복한 삶을 구상해 본다.

“

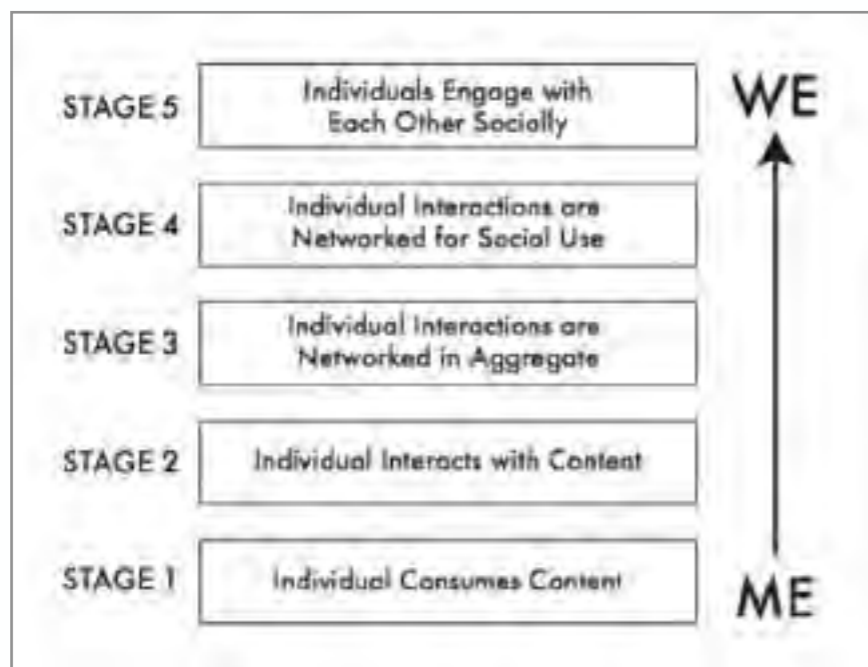
... 많은 사람들에게 행복을 주고 아이디어를 주고 영향을 미치고... 가치있는 일을 한거고... 사는게 사실 뭐겠어. 결국은 어떤 관계 속에서 어떤 행복감을 얼마나 느끼느냐. 모두가 행복한 공간이 된 거잖아... 맘껏 내 하고 싶은 거 하면서 남들도 행복하게 해주고 나도 행복하고 더할나위 없는 성장 아닐까?

지금까지도 탐방오고 그동안의 노하우들이 있잖아. 아픔도 있었고. 작가들은 작가들대로, 주민들은 주민들대로, 행정은 행정대로 문화재단 이런데서 다 도와주는 게 아니라 뒷걸음질 치게 하고. 여러 일들이 많았지만 그런것들을 이제 선례로 이야기해줄 수 있지... 뭔가 나눌 수 있을 때 가장 행복하잖아 우리. (참여자 1)

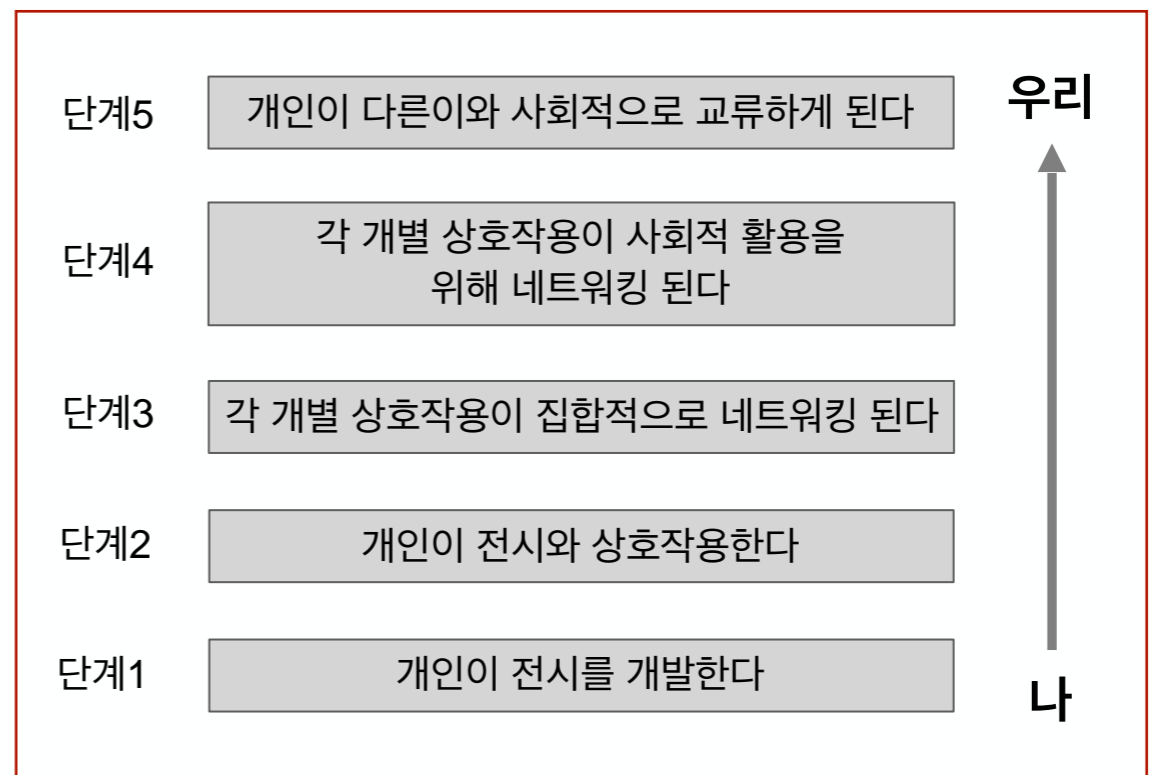
”

참여작가 4인의 대안공간 눈 예술 활동 당시의 상황을 살펴보면, 공통적으로 크고 작은 개인적인 문제들을 안고 있으면서 자신들의 예술활동을 진취적으로 시작하는 지점이었다. 그들은 대안공간 눈 예술활동을 하는 과정에서 (엄밀히 말하자면 참여자2는 미술학원 시기부터) 생성되고 증폭되어진 상호작용을 통해 ‘나에서 우리로’의 단계로 성장해가는 변화를 보였다. 또한 현재에도 그들은 자신들의 예술활동을 매개로 다른이들과 사회적 활용을 위해 사회적으로 교류하며 영역을 확장해가고 있었다. 이와 같은 분석 결과를 아래와 같이 Nina Simon(2010)이 소개한 ‘me-to-we’ 모델에 적용해서 재구성했다.

결론적으로 부모님의 반대로 미술대학 진학을 포기한 경우도 있지만 미대를 나온 학생 중 5%정도가 작가로 활동하고 있다는 점을 미루어보아 지속적으로 창작활동을 이어가는 것은 현실적으로 쉬운일은 아니다. 이러한 상황에서 신진작가를 위해 활발한 교류와 다양한 네트워크를 형성할 수 있는 장을 마련해 주고 실험적인 예술을 할 수 있도록 보호하고 응원해주었던 비영리 전시공간은 작가의 성장에 중요한 자양분이 되었을 뿐만 아니라 활기를 잃었던 지역에 예술로 생명력을 불어넣는 역할을 했다.



<Simon(2010) 'me-to-we' design>



<Simon(2010) 'me-to-we' 모델을 바탕으로 연구자 재구성>



감사합니다

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

주최 | 한국문화예술경영학회·경희대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

일시
2022. 7. 22(금) 14:00

장소
박수근미술관(강원도 양구)

후원 | 홍익대학교 문화예술경영학과

문화예술분야 사회적기업의 가치: 시각예술영역을 중심으로

문희원 홍익대학교 문화예술경영학과 박사과정 수료

문화예술분야 사회적기업의 가치

- 에이컴퍼니 사례를 중심으로 -

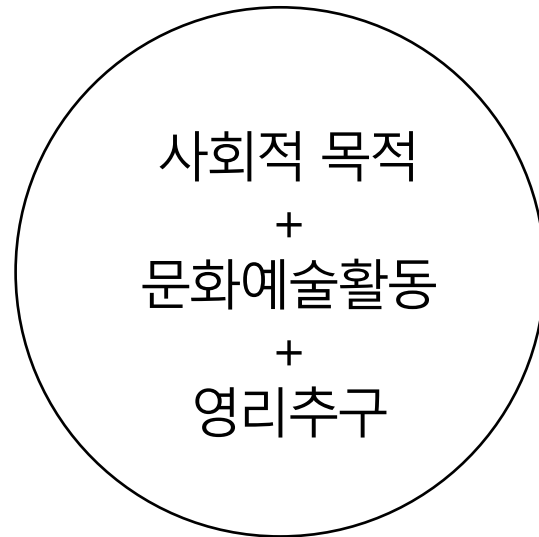
한국문화예술경영학회 하계학술대회

발표자 : 문희원(홍익대학교 문화예술경영학과 박사과정)

발표일 : 2022년 7월 22일 (박수근 미술관)

1. 문화예술분야 사회적기업의 정의
2. 국내 문화예술분야 사회적기업 현황
3. 문화예술분야 사회적기업의 가치
4. 사례연구: 에이컴퍼니(주) 사례를 중심으로
5. 결론
6. 참고문헌

1. 문화예술분야 사회적기업의 정의



공연, 음악, 미술, 종합예술, 전통문화, 지역문화 등과 같은 문화예술 활동을 중심으로 사회서비스를 제공하거나 일자리 창출 등과 같은 사회적 목적을 추구하면서 영리활동을 수행하는 조직이다.

(류정아, 2011; 연수현, 20018; G. McQuilten & A. White, 2015)

문화예술분야 330개소 (9.9%) : 총 3,974개 사회적 기업 (3,342개소 활동 중) 2022년 6월, 81차 기준

■ 서비스분야별 현황 : 기타 → 문화예술 → 교육 → 청소 → 사회복지 → 환경 순

	문화예술	청소	교육	사회복지	환경	간병가사 지원	관광운동	보건	보육	산림보전 및 관리	문화재	고용	기타	합계
개소	330	268	313	136	134	107	83	18	15	19	10	10	1,899	3,342
비율(%)	9.9	8.0	9.4	4.1	4.0	3.2	2.5	0.5	0.4	0.6	0.3	0.3	56.8	100

■ 지역별 현황 : 서울, 경기, 인천이 약 40% 이상을 차지

	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종	합계
개소	86	20	19	23	14	7	5	37	20	6	13	26	10	15	17	8	4	330
비율(%)	26.1	6.7	5	7	4.2	2.1	1.5	11.2	6.1	1.8	3.9	7.9	3.3	4.5	5.2	2.4	1.2	100

■ 사회서비스 유형별 : 기타(창의혁신형) 및 일자리제공형이 약 77% 차지

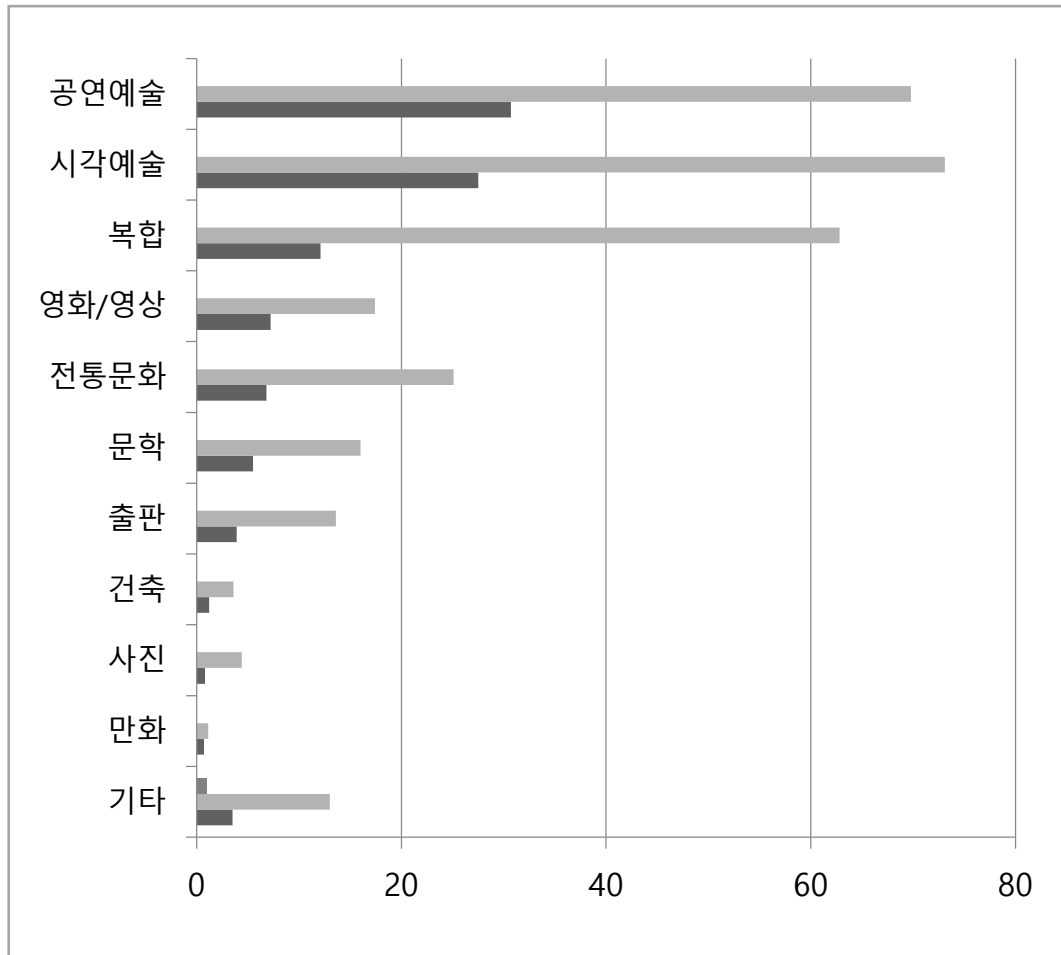
일자리제공형	사회서비스제공형	지역사회공헌형	혼합형	기타(창의·혁신)형
116(35.2%)	34(10.3%)	21(6.4%)	21(6.4%)	138(41.8%)

2. 국내 문화예술분야 사회적기업 현황

출처 : 예술경영지원센터(2020). 2019 문화예술 사회적경제 실태조사, p.98, 108 참조.

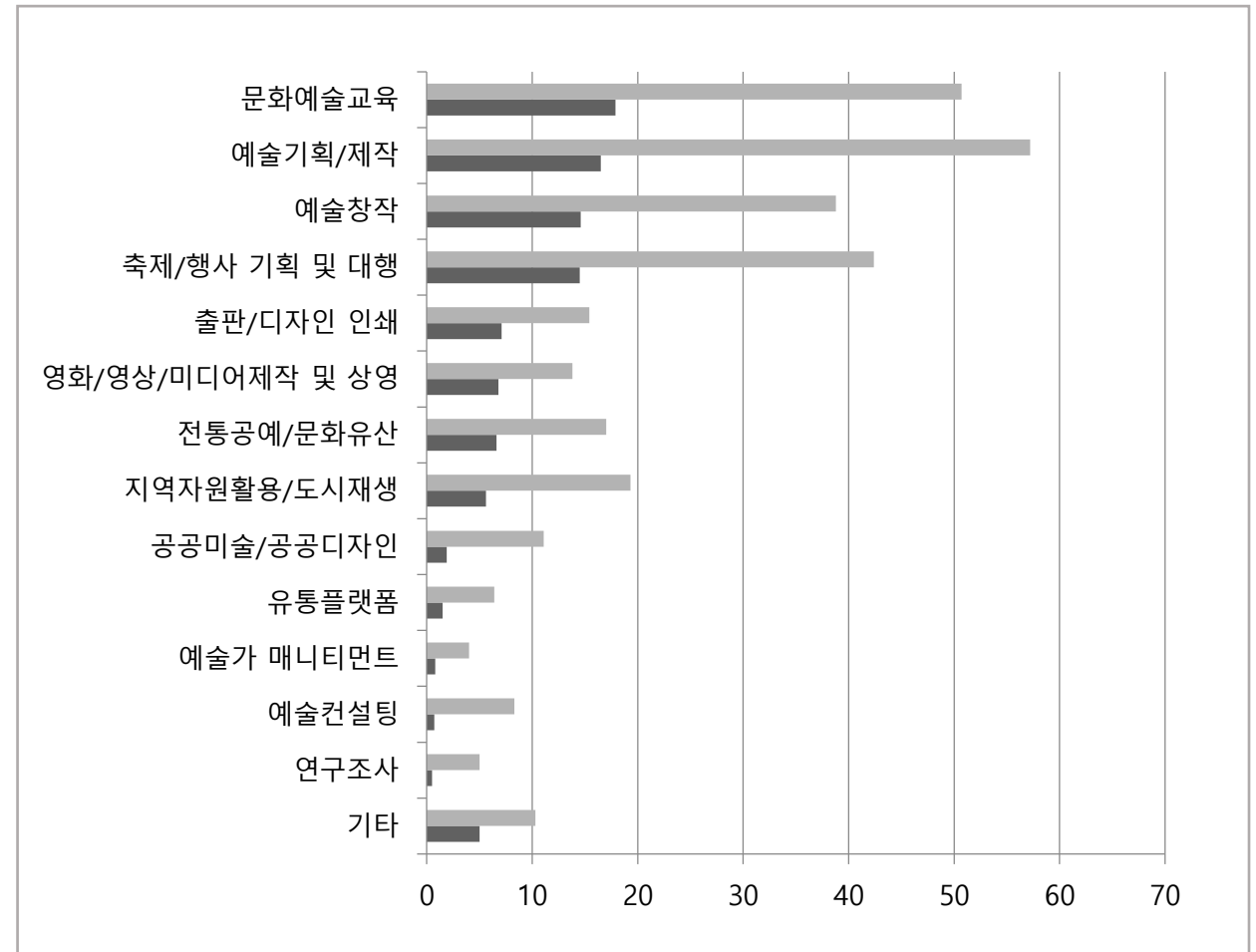
- 문화예술교육(17.9%) → 예술교육기획제작(16.5%) → 예술창작(14.6%) → 축제·행사·기획 및 대행(14.5%) 순
- 공연예술(17.9%) → 시각예술(16.5%) → 복합 순

활동 장르



■ 1순위 ■ 1+2+3 순위

주요사업분야



■ 1순위 ■ 1+2+3 순위

구분	내용			저자
문화예술 (기관)의 미션	예술감상 장려 도구적으로 커뮤니티 사용 장려 대중들에게 예술노출 증대 창조적 과정에 참여자 개입	예술적 노력을 위한 펀딩	새로운 예술 제시 및 전시 새로운 예술 창조 예술작품 수집 및 보호 예술가 트레이닝	McCarthy & Jinnett (2001)
	문화복지, 문화적 접근 문화예술 향유 예술교육과 참여 커뮤니티 형성 및 지원 지역 브랜딩 및 정체성 강화	재정적 안정성 소비자, 고객만족 마케팅 및 브랜드	예술생태계 구축 작가발굴 및 지원 문화예술 콘텐츠 개발 뮤지엄 기능(전시, 수집, 연구 등) 지역문화예술 활성화	Chnag & Lee (2021)
문화예술 (기관)의 가치	공인된 공적 가치 친사회적 관점 성과관점 사회적 가치	재정적 지속가능성 마켓관점 재정적 관점 고객가치	예술적 활력 예술적 관점 전문가적 관점 전문가 가치	Boorsma & Chiaravalloti(2010) McCarthy et al.(2004) Voss et al.(2000) Wyszomirski(2013)
	커뮤니티 단계에서의 가치 (사회자본구축 등)	경제적 가치 (직접적, 간접적, 공공재)	본질적 가치 (내재적 가치, 개인역량 강화 등)	
사회적기업의 가치(SVI)	사회적 가치 (조직미션, 사업활동, 조직운영)	경제적 가치 (재정성과)	혁신가치 (기업혁신)	한국사회적기업진흥원(2021)
문화예술분야 사회적기업의 가치	사회적 가치 (지역기반활동, 사회적 이슈대응 등)	경제적 가치 (재정자립, 수익모델)	예술적 가치 (예술기업가, 예술활동지원 등)	예술경영지원센터 (2019)

↓

사회적 가치

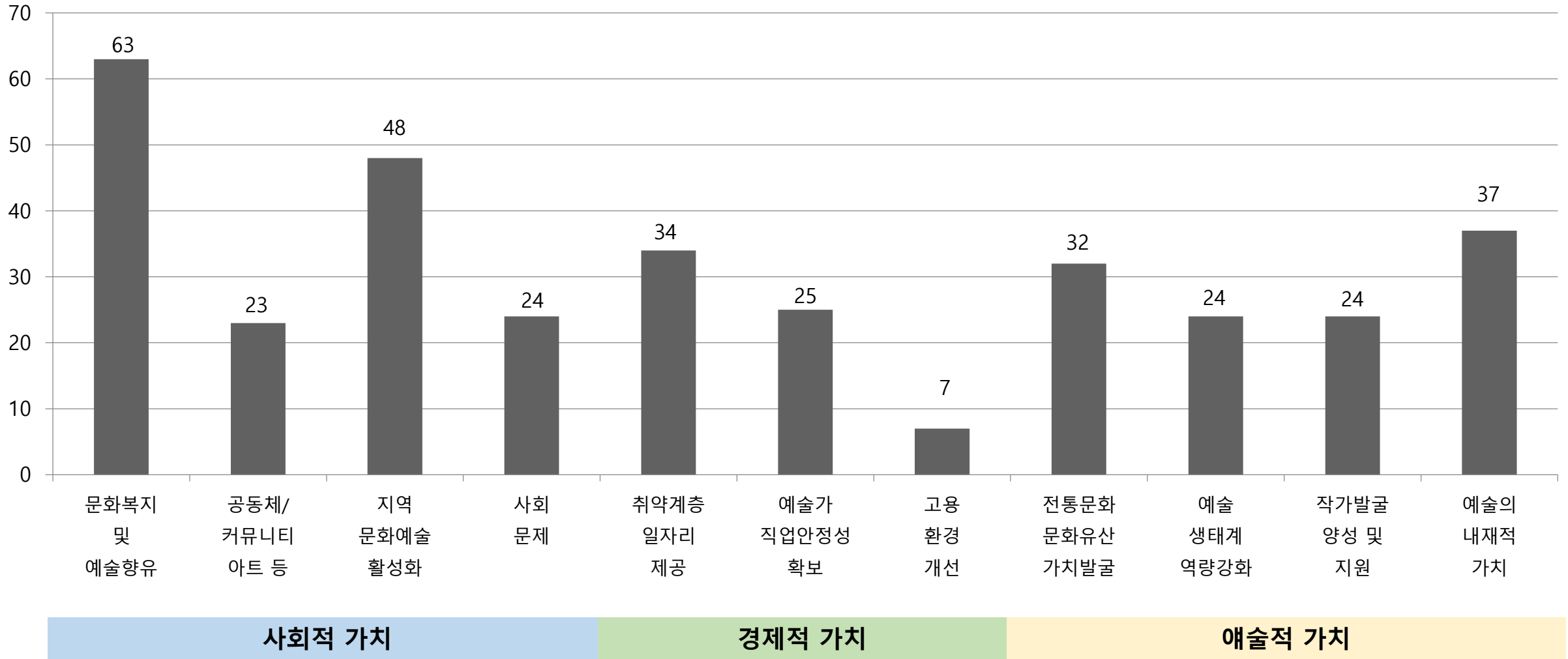
↓

경제적 가치

↓

예술적 가치

- 연구대상 : 문화예술분야 사회적기업 전수조사 294개소 (2021년 7월 기준, 79차)
- 자료수집 : 각 기업 홈페이지 및 자율경영공시 자료 참조 → 미션 수집
- 연구방법 : 내용분석 + 코딩 (3개 상위범주, 11개 하위범주)





미션

예술의 사회적 가치를 전달하고
예술가들의 경제적, 정서적, 제도적
창작 환경개선을 위해 노력합니다.

사업 영역

- 전시 기획 및 작품 판매
- 예술 콘텐츠와 라이프스타일의 연결
- 신진 아티스트 발굴, 매니지먼트
- 사회공헌 프로젝트 기획 및 진행
- 예술가 일자리 및 사회참여 연구 및 제안
- 지역 및 국제 교류

주요 연혁

- 2010 아티스트영클럽 비영리 임의단체 등록
제1회, 제2회 <반짝쇼>(구로아트밸리갤러리, 이양갤러리)
- 2011 에이컴퍼니 설립 및 법인등록
서울형 (예비)사회적기업 지정(서울시)
<나의 첫 전시회>론칭
- 2012 사회적기업인증(고용노동부)
<2012 브리즈 아트페어> 론칭
- 2013 <미나리 하우스> 1호점 오픈(동송동)
- 2015 <휴맥스 아트룸> 위탁운영(분당, 수내역)
- 2016-18 서울형 뉴딜일자리 사업 <우리가게 전담예술가> 운영
- 2019 <우리동네 아트테리어> 사업
- 2020 코로나 19 예술가지원 <펀드 A프로젝트>
- 2021 <자영업자 간판지원사업> 운영(서민금융진흥원)
에이컴퍼니 제주지점 설립
- 2022 2022 문화체육관광분야 사회적경제기업
우수사례 발굴공모전(우수상)

4. 사례연구 : 에이컴퍼니

반짝쇼

카페
프로젝트

나의 첫
전시회

찾아가는
갤러리

아트
컨설팅

CSR
아트상품

브리즈
아트페어

10개월 무이자 할부
뉴컬렉터 캠페인
맥주와 음악, 밤 10시

미나리
하우스

카페, 갤러리, 게스트하우스
레지던시, 멤버십 아티스트
포트폴리오 라이브러리

우리가게
전담
예술가

예술가+소상공인점포
사회참여
공공프로젝트

펀드 A
프로젝트

코로나 19 긴급대출
1차(자체기금)
2차/3차 지원

브리즈 아트페어

예술의전당 한가람미술관
2022.09.30-10.08

part 1
09.30 fri
10.02 sun

part 2
10.06 thur
10.08 sat

breezartfair.com

주관: 브리즈 아트페어 사무국 / 주최: 에이컴퍼니
홈페이지 : www.breezartfair.com

2020 브리즈 + 아트 페어

11.06 (금) -
11.08 (일)

온라인 &
작품 창고

(창고 위치: 한남동 안도)



브리즈 아트페어 Breeze Art Fair

음악이 흐르고 맥주와 함께하는 아트마켓!



2016. 09. 22 -
09. 25

블루스퀘어 네모

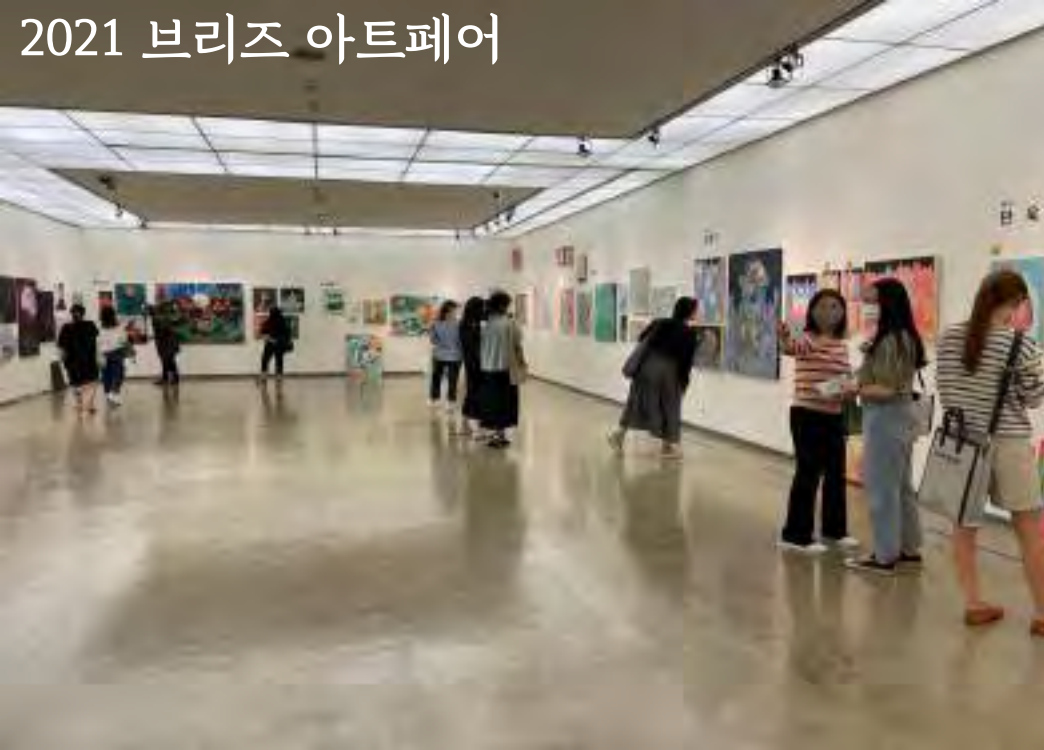


BREEZE ART FAIR 브리즈 아트페어

세종문화회관 . 세종미술관 1관
2018 4.13 - 4.15



2021 브리즈 아트페어



“신진예술가와
신진컬렉터의
만남을
주선합니다.”

**브리즈
아트페어의
뉴컬렉터가
되어주세요!**

당신에게 예술은 어떤 의미인가요?
브리즈아트페어는 동시대의 예술가를 응원하고
새로운 미술시장을 이끌어갈 뉴컬렉터를 찾고 있습니다.

박노을 NOW

“
브리즈아트페어는 작가와 관객이 밀접하게 만나고 편하게 작품에 대해 이야기를
나눌 수 있는 아트페어라고 생각합니다. 올해로 일곱 번째 참여하는 브리즈라 감회가 새
롭습니다. 페어 기간 동안 많은 분들과 좋은 추억을 쌓을 수 있는 시간을 가졌으면 합니다.
”



Small hot red apple -roy roshidani #3 (1/2)
The/Man, Collage, gold leaf, 2021 / 140x90cm



2019 브리즈 아트페어
BREEZE ART FAIR
with 노을집

네트워킹 티켓

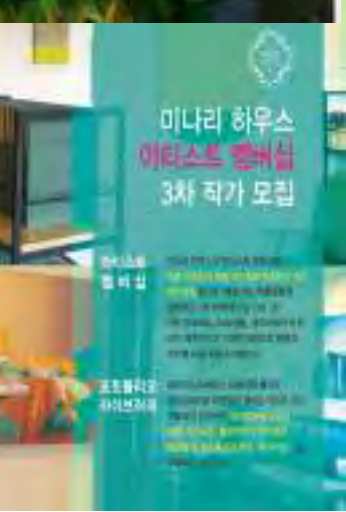
성인 ~~25,000원~~ → 20,000원

- 200원 원장 뷔페 (예술가와 특별한 내빈 한정)
- 아트페어 3일 동안 자유 관람, 3일 1회 선착
- 장어 예술가 및 관람객과 1:1로 워킹 미팅 up이 가능한 프라이빗 매이스업 비영리클럽 초대

미나리 하우스



Café
Gallery
Residency
Guest house



월간 **미나리**

미나리하우스가 사랑하는 작가들이 매월 다른 주제로 작업한 신작을 짧은 글과 함께 소개합니다.



VOYAGE

김지원
노경화
만옥
박노을
이다겸
최지현
허승희
허진의

네이버
스마트스토어



6 허진의, 비를 보는 남자
1,000,000원

Vol. 4 미나리하우스가 사랑하는 작가들이 매월 다른 주제로 작업한 신작을 짧은 글과 함께 소개합니다.

SOLD OUT



7 허승희, 소나기
1,200,000원

Vol. 4 미나리하우스가 사랑하는 작가들이 매월 다른 주제로 작업한 신작을 짧은 글과 함께 소개합니다.

SOLD OUT



8 최지현, 봄비
1,600,000원

Vol. 4 미나리하우스가 사랑하는 작가들이 매월 다른 주제로 작업한 신작을 짧은 글과 함께 소개합니다.



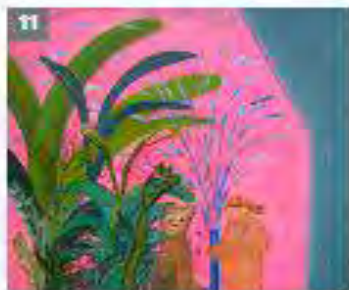
9 이다겸, narrative of the rain
1,500,000원

Vol. 4 미나리하우스가 사랑하는 작가들이 매월 다른 주제로 작업한 신작을 짧은 글과 함께 소개합니다.



10 박노을, 비가 오면 비를 맞고
2,400,000원

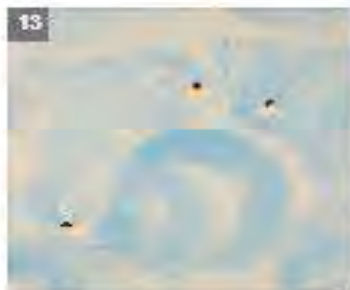
Vol. 4 미나리하우스가 사랑하는 작가들이 매월 다른 주제로 작업한 신작을 짧은 글과 함께 소개합니다.



11 만옥, 비 오는 날의 울추기
1,200,000원



12 노경화, 동그렇게 흐르는 세계
700,000원



13 김지원, In the rain
450,000원



14 최지현, 정해진 승부
1,600,000원



15 허진의, 꽃을 주는 마음
2,000,000원

그림가게
미나리하우스
(naver.com)

카페는 알,
사람들은 오지 않는
그렇기에 그려줘라.

떡집을, 비닐집 하달
종이집은 공간으로
바꾸어 보고 싶다.



2016 서울형 뉴딜사업

우리가게

방앗길 벽돌...
어떻게 바꾸면
홍분까!

권담



내 작품이 어느
새로운 공간 편들게!

예술가

하루하루 정육십
평화롭고 재미있게
작을 수 있을까?



내 드로잉 작업 다음은
정성스러운 공간



서적소를
책이여 아뢰를
읽을까?

우리가게의 **꽃** 예술가를
모집합니다.

“우리가게 활기를 넣어줄
청년예술가가 찾아옵니다.”

예술가와 1:1 매칭

예술가의 개성있는 작품과
독특한 아이디어로
아트마케팅을 지원해 드립니다.

동네정미소

Before



After



메이지카페

Before



After



한신세탁소

Before



After



블루헤어샵 (미용실)

Before



After



중랑구

우리동네가게 아트테리어 참여작가모집

21.08.02 - 21.08.08



모집개요

모집대상 예술가로 활동중인 시각예술전공자
모집기간 2021년 8월 2일 - 8월 8일 까지
모집인원 15명
주요활동 중랑구 (상봉역자글목 내) 소상공인 점포 40개소에
아트마케팅 지원 (예술가 1인당 3~4개 점포 매칭)
업무범위 공간개선 / 디스플레이디자인 /
제품 및 인쇄물 디자인 / 브랜딩 및 마케팅 지원

신청자격

- 서울시민으로서 시각예술 분야 전공자
 - 주 1회 업무미팅 및 교육 참석 가능자 (매주 수요일 예정)
 - 소상공인과 원활한 소통 및 과업수행 가능자
- ※중랑구 거주자 우대
※유사 사업 경험자 우대
※비전공자의 경우 예술인 등록증명서류 증빙

- ※사업참여 제한자 안내
- 주민등록상 서울시민이 아닌자
 - 대학교, 대학원 재학중인 자
 - 4대 보험에 가입된 자
 - 기타 활동지원비 지급에 결격 사유가 있는자

선발절차

- 1차 서류심사 발표 : 8월 9일(월) - 개별 이메일 통보
- 2차 대면심사 일정 : 8월 11일(수) - 1차 합격자에 일정 개별 통보
- 최종 참여예술가 발표 : 8월 13일 (금)

신청서류 및 제출 방법

1. 사업참여 신청서 작성 (온라인 작성)
2. 포트폴리오 제출 (이메일 제출)
 - 작가노트 및 작업 이미지
 - 유사 사업 경험자는 관련 내용 및 결과를 포함

신청서 작성 주소 : url.kr/nzqrax
포트폴리오 제출 이메일 : hello@acompany.asia

근무조건

- 8월 중순 - 11월 중순 (약 3개월)
- 과업 단계별 활동지원비 (180만원) x 3회 지급
- 프로젝트 팀 구성 또는 개인작업 등 자율 활동 보장
- 출퇴근 관리 등 근태관리 미실시
- 프로젝트 진행단계별 보고서 등 결과를 제출

- * 원천세 및 고용보험 공제
* 과업 미완수 시 활동지원비 지급 불가

문의사항

에이컴퍼니 정현석 실장
연락처 : 070-8656-3303

서울시 15개 자치구 (2021)

266명 작가, 735개 점포

점포 개선
청년예술가와 소통
원하는 환경으로 변화
매출증대 효과



펀드 A 프로젝트

세상엔
언제나
예술가가
필요합니다

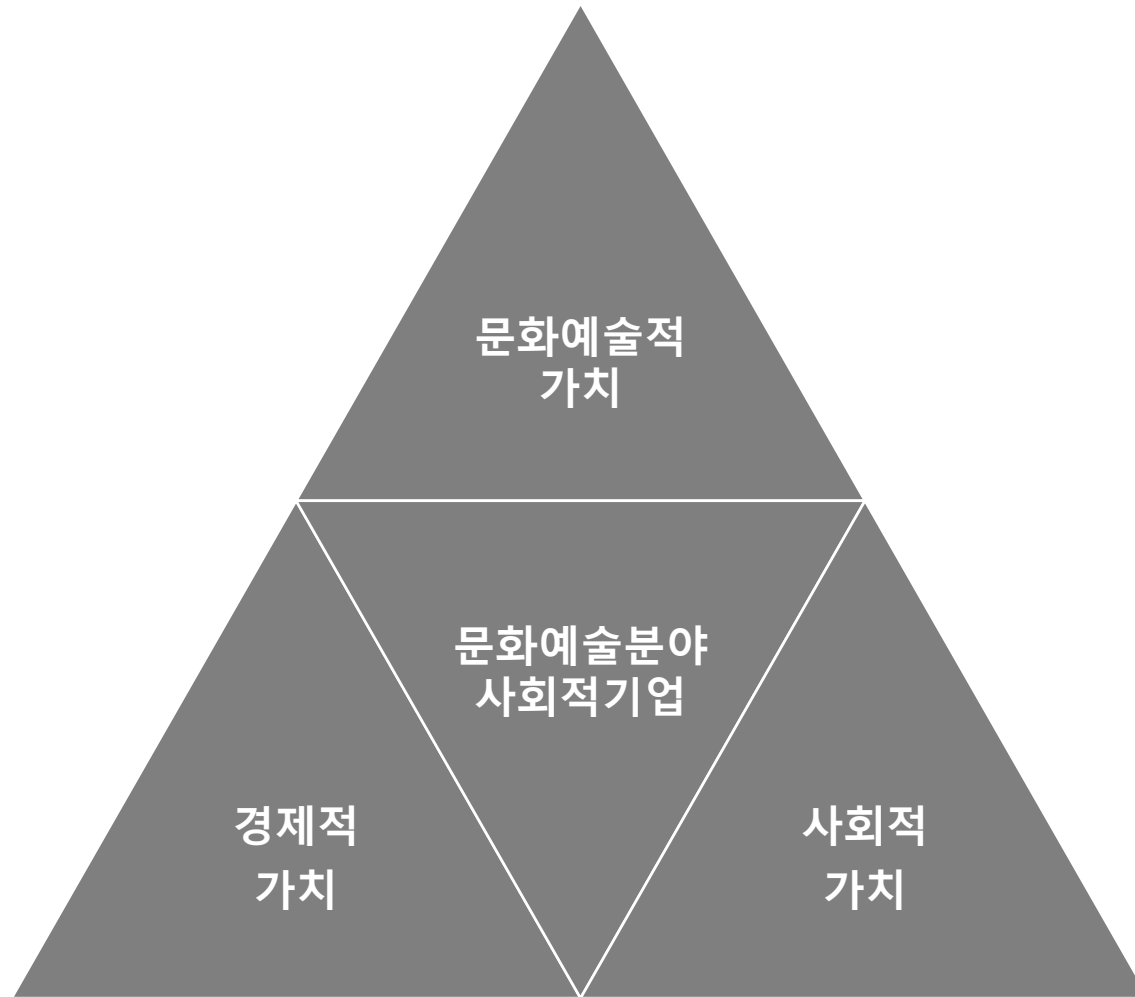
2차
open!!

이자 x
이유 x
서류 x

에이컴퍼니가
예술가에게
빌려드립니다

- 1차(자체기금) 2천 만원
- 100-300만원 * 15명 예술가
- 2차(모금액) 3천 만원
- 100-300만원 * 17명 예술가
- 3차(상환액) 4천 8백 만원
- 모집 중 (22년 3월 17일 ~)

상환율 96.3%



- 류정아. (2011). 문화예술분야 사회적기업 국내외 사례 조사 및 활성화 방안, 한국문화관광연구원.
- 문희원. (2020). 문화예술분야 사회적기업 연구동향에 대한 탐색적 연구, 문화예술경영학연구, 13(1),71-101.
- 문희원·장웅조. (2022). 미션선언문을 통해서 본 문화예술분야 사회적기업의 추구가치에 대한 탐색적 연구, 사회적가치와 기업연구, 14(3), 137-160.
- 연수현. (2018), 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구, 한국문화관광연구원.
- 예술경영지원센터. (2019). 2019 문화예술 사회적경제 실태조사, 문화체육관광부·예술경영지원센터.
- 한국사회적기업진흥원. (2021), 2021 사회적가치지표(SVI) 활용 매뉴얼, 고용노동부·한국사회적기업진흥원.

- Boorsma, M. & Chiaravalloti F. (2010). "Arts marketing performance: An artistic-mission-led approach to evaluation", *Journal of Arts Management, Law, and Society*, 40(4), 297-317.
- McCarthy, K. F. & Jinnett K. (2001). A New Framework for Building Participation in the Arts, RAND Institute.
- McCarthy, K. F., Ondaatje, E. H., & Zakaras. L.(2004). *Gifts of the Muses: Reframing the Debate About the Benefits of the Arts*, RAND Institute.
- Voss, G. B., Cable, D. M., & Voss, Z. G. (2000). "Linking organizational values to relationships with external constituents: A study of nonprofit professional theatres", *Organization Science*, 11(3), 330-347.
- Chang, W. & Lee, D. (2018). "The absence of a statement in nonprofit arts organizations in Korea". *International Conference on Cultural Policy Research*, 1-17.

한국사회적기업진흥원 홈페이지 (<http://www.socialenterprise.or.kr>)
에이컴퍼니 홈페이지 (<http://www.acompany.asia>)

감사합니다.

2022년 하계 공동학술대회

미술관 리더십과 거버넌스

주최 | 한국문화예술경영학회·경희대학교 문화예술경영연구소·박수근미술관

일시
2022. 7. 22(금) 14:00

장소
박수근미술관(강원도 양구)

후원 | 홍익대학교 문화예술경영학과

인천시립미술관이 부재한 현 인천 미술의 연구 방향

최희연, 김해나, 오은서, 유지수 인하대학교 조형예술학과 석사과정

인천시립미술관이 부재한 현재 인천 미술의 연구 방향

인하대학교 일반대학원 조형예술학과(이론)

김해나 오은서 유지수 최희연

목차

1. 서론

- 1) 인천시립미술관의 필요성
- 2) 인천시립미술관의 추진 상황
- 3) 타 시립미술관 사례

2. 인천 미술의 현 상황

- 1) 단발성 제도적 지원
- 2) 공공미술

3. 연구 방향

- 1) 사례 제시

4. 제언

서론

1) 인천시립미술관의 필요성



서론

1) 인천시립미술관의 필요성

a) 서울 인근에 위치해 있는 만큼 미술 전문가, 창작자들의 수도권 쏠림 현상 up

현재 인천 미술의 구심점 역할을 할 수 있는 기관이나 단체가 희박 - 인재들이 다시 지역 밖 수도권 쪽으로 이동하는 상황

b) 이로 인해 지역에 대한 연구가 미미한 현재 인천지역 내의 미술 자료 아카이빙 및 구체적인 연구를 통해서 인천에 사회 문화적인 사실 자료 필요

-> 이를 통해서 **지역의 역사와 정체성에 대한 확립 중요**

c) 박혜영(2019)의 풍피두 센터 연구에서 발췌한 내용과 같이

경직되어 있는 사회 체제에서 다양한 생각들을 합법적으로 표현하고 경쟁적 토론을 벌일 수 있는 장소,

모든 주장이 배제되지 않고 합법적으로 공존할 수 있는 장소,

현재를 살아가는 젊은이들이 그들의 열망과 울분을 표현할 수 있는 장소,

그것을 표현하는 현대예술이 전시되고 교육될 수 있는 장소의 필요성

-> 동시대 문화예술을 표현하고 접할 수 있는 기회와 문화 교육의 장이 필요 = **시민들의 문화인식의 변화**

서론

2) 인천시립미술관의 추진 상황



- 개관 : 2025년 목표
- 주제 : 디아스포라
- 장소 : 인천광역시 미추홀구 학익동 587-53, 뮤지엄파크 조성 예정

인천시 뮤지엄파크 조성안 (출처 - 인천일보)

연구방향

3) 타 시립미술관 사례 : 울산 시립미술관



- 개관 : 2021년
- 주제 : 미디어 아트 중심인 '미래형 미술관'
- 장소 : 울산광역시 중구 도서관길 72(북정동)

서론

3) 타 시립미술관 사례 : 울산 시립미술관



대면_대면 2021 포스터 (울산시립미술관 제공)



포스트네이처 포스터(울산시립미술관 제공)



울산시립미술관이 소장하는 백남준작 '거북'

인천미술의 현 상황

1) 단발성 제도적 지원

a) 인천문화재단

- 청년예술가 기획지원
- 인천형 예술인 지원
- 미술활성화 기획

단 2022년도 인천문화재단 지원사업

추진부서	사업명	사업내용 / 지원분야
예술교원활동	예술교원활동	문학, 시각예술, 공연예술, 건축예술, 국제교류, 지역문화공간, 인천 문화예술 연구, 역량강화, 통합예술, 예술기획
	공연예술수업개발지원	인천 내 공연장과 공연예술단체에 대한 지원
청년예술가 기획지원	유망그라운드 (아티스트기획)	청년예술인의 예술창작 프로그램 개발 지원(공간, 원예)
	신진예술인	신진예술가별 맞춤형 창작활동 지원 (문학, 시각, 공연예술)
인천형 예술인 지원	무당복합원	1) 다년차원 (5년 이상) 유망주 지원사업 2) 신진(1년 - 5년차원), 유망(5년 - 10년차원) 지원
	홍익회관	1) 1차년도 사업 지원 후 연속 지원 심의를 통해 최대 2년 동안 연속 지원 및 성과 활동을 지원
예술활성화 지원	미술활성화 기획	무엇보다 지역예술 창작자 활동구심 및 미술생태계 조성
	문화예술문화거리	지역예술 창작공간 및 활동 지원
예술인연계	유망인재 (18~24세) (ART 100 2021)	문화인재 발굴 및 지원 (공연예술인, 시각예술가)
	인천예술인연계사업 (18~24세) (EAS)	문화인재 발굴 및 지원 (공연예술인, 시각예술가)
인천예술인 지원센터	창작공간 지원사업	인천 예술인 및 단체의 창작공간 임대료 지원
	예술인 세무지원	예술인 예술가의 세무준비로 인하여 발생하는 비용 지원 (법인세, 소득세 등)
인천예술인 지원센터	인천예술인 경력개발 지원사업	인천 예술인에게 경력개발을 지원하기 위한 경력 개발 지원금
	연구-포교지원	연구-포교지원

구분	사업명	내용	
지역 문화팀	지역문화활동지원	생활 속 문화, 문화다양성, 사회문화적 기능을 구사하는 문화예술사업 지원	
	생활문화사업	동작의 일출점 지원	생활문화사업의 활동 공간 및 교육 지원 (생활문화/인사교육)
		생활문화 연계사업	생활문화사업의 기획/운영 지원 (유망주 발굴 지원 및 생활문화 기획 지원)
		사회공헌 활동 지원	생활문화사업의 사회공헌활동 지원
문화예술 교육지원팀	유망주 프로그램	유망주 그룹을 대상으로 전문에서 실행 가능한 생활문화 프로그램 지원	
	유망주 아카데미	공간 지원에 생활문화활동 지원	
	예술가꿈자 문화사업 (구 크리에이티브 지원사업)	중고등 및 모교인재를 통해 모집하는 크리에이티브인으로서 시간-재능과 재능(50% 또는 실용 50%) 제공금 지원	
	일터에서 문화활동 지원	문화소외지역 시민과 문화계 계층으로 문화활동이 어려운 계층에게 문화활동이 가능하게 함으로써 문화예술프로그램 제공(예술가꿈자사업) 특성화 프로그램을 운영하여 프로그램 제공	
문화예술 교육지원팀	인천 문화교류 문화교류	학교 밖 유망주 발굴을 위한 문화교류 지원 (문화예술교육 지원)	
	인천지역문화교육교과	문화예술교육을 하고자 하는 단체 지원	
	문화교류교육교과 지원	문화예술교육을 개발한 지원문화사업(인천, 인천지) 및 운영비	
	문화예술교육교과 지원	문화사업에 문화예술교육사 인건비, 프로그램 운영비 지원	

인천미술의 현 상황

1) 단발성 제도적 지원

a) 인천아트플랫폼



- 레지던시 플랫폼이라는 특성
단기 활동 이후 수도권으로 이동
레지던시 프로그램이 거의 다수

- 인천 지역에 관련된 연구 사업 부족
단기 전시 사업
아카이브 사업 부족

- 지역 내 전문 인력의 부족
짧은 사업 기간
전문 인력 양성 프로그램 부족

인천시립미술관이 부재한 현재 인천 미술의 연구 방향

인천미술의 현 상황

2) 공공미술

a) 2006년 인천문화재단 공공미술 지원사업 사례



도시유목_2 : Discovery (출처 -도시유목)



홍예문 프로젝트 워크숍 (출처 -인천아트아카이브)



아름다운 교문만들기 프로젝트 (출처 -중앙일보)

인천미술의 현 상황

2) 공공미술

b) 타 전시공간에서 진행한 공공미술 사례



2017 개항장 고양이 문화생태 지도 (출처 -임시공간)



2020 기담: 가늘게 굽은 이야기 (출처 -코스모40)

연구방향

1) 사례 제시

a) 인천여성미술비엔날레



《국제인천여성미술비엔날레》 2007



《국제인천여성미술비엔날레》 2009



《국제인천여성미술비엔날레》 2011

연구방향

1) 사례 제시

Q. 왜 지속할 수 없었는가?



《Pre-국제인천여성미술비엔날레》, 《남성미술비엔날레》 2006 (출처- 인천투데이)



《국제인천여성미술비엔날레》 2007 (출처-뉴스와이어)

연구방향

1) 사례 제시

b) 강원트리엔날레

- 3년간의 연계전시로 진행



강원도에 대한 해석을 통한 유희 공간에 맞는 장소 특정적 작품을 제작·전시하는 프로젝트



강원도의 정체성을 바탕으로 어린이의 순수하고 무한한 상상력을 담을 수 있는 축제



재생의 기대와 회복의 전망을 제시와 예술을 통한 일상과 지역의 재생도 소망

연구방향

1) 사례 제시

b) 강원트리엔날레

**강원국제트리엔날레2021
국내 학술 컨퍼런스**

- 발제 1. 이해경 (미술학 박사)**
변해가는 지구 형성과 새로운 생태 이미지
- 발제 2. 김형수 (한국미술평론가 협회 주간)**
시대의 카타스트로프에서 예술의 카타르시스:는 가능할까?
- 발제 3. 임재광 (공주대 교수)**
에코-아트와 일상 재성
- 발제 4. 김동길 (DMZ아트프로젝트 전시감독)**
유류 공간의 예술적 활용을 통한 지역 재생
- 경기상상 캠퍼스를 중심으로
- 발제 5. 홍경환 (미술평론가)**
에코-아트(ECO-ART)를 통한 지속 가능한 지역 재생
- 강원도를 중심으로

비평 웹진
CRITICAL WEBZINE

4월호의 표지화인상작가 소개 - 김형수
비평 웹진 - 강원국제트리엔날레 2021 - 김동길

**강원국제예술제2019
학술 세미나**

TOPIC : **프로젝트와 (재)생산** 지역 발전의
가능성, 그리고 그 외의 가능성

01 — 김형수 (한국미술평론가 협회 주간)
시대의 카타스트로프에서 예술의 카타르시스:는 가능할까?

02 — 임재광 (공주대 교수)
에코-아트와 일상 재성

03 — 김동길 (DMZ아트프로젝트 전시감독)
유류 공간의 예술적 활용을 통한 지역 재생
- 경기상상 캠퍼스를 중심으로

강원국제트리엔날레 기획세미나

**아이들을 위한
새로운
공간, 전시, 체험**

2020. 2. 20. (목)
14시-17시
강원아트센터 4층 401호

강원국제트리엔날레
기획세미나
강원국제트리엔날레
기획세미나

연구방향

1) 사례 제시

C) 비류대로 월페인팅



기존 비류대로 공장장 외벽



비류대로 월페인팅 진행 이후

제언

1. 지리적 특성을 활용한 국제적 행사를 통해 중국 및 동북아시아의 미술거점으로서의 역할 기대
2. 기업과의 연계를 통해 지역사회의 문화 인식 개선 및 관심도를 높이고 도시 이미지 개선 효과
3. 공공미술관이 없는 현재 공공기관의 지속적인 지원과 미술 전문인 양성을 위한 제도 필요

참고문헌

논문

풍피두센터 - 국가 메세나에서 문화 민주화, 문화외교의 주역으로 - (박혜영, 2019), p.79

왜 《인천여성미술비엔날레》는 지속가능할 수 없었는가? (양은희, 2019)

지역 시각예술축제 성과분석과 발전방안 연구-강원트리엔날레 2021의 사례를 중심으로- (조정래,2022)

기사

이산 현장 인천 최초 시립미술관...'디아스포라' 주제로 내실 채운다(인천일보, 2022)

도시는 미술관 시리즈 ⑩ 인천 '아름다운 교문 만들기(중앙일보, 2008)

인천서 두 개의 비엔날레 동시 개막(인천투데이, 2006)

세계 최초 여성미술비엔날레 인천에서 개최(뉴스와이어, 2007)

기타

스페이스빔-도시유목(<https://cafe.naver.com/exploringincheon>)

홍예문프로젝트(<https://neolook.com/archives/20070409b>)

임시공간(<http://spaceimsi.com/portfolio/openport>)

코스모40(<https://www.cosmo40.com/8183d209-973d-4777-b1af-2334004a4883>)

인천 문화지표조사 결과 보고서(인천문화재단, 2020.12)

인천문화재단 자료실(https://ifac.or.kr/IFACBBS/board.php?bo_table=ifacbbs_dw2101&sca=연구자료)

인천아트플랫폼(<https://www.inartplatform.kr>)

강원국제예술제(<http://www.gwart.kr/kor/main/index.asp>)

울산 시립미술관(<https://www.ulsan.go.kr/s/uam/main.ulsan>)

감사합니다.