



오케스트라 운영을 위해 적극적인 펀드레이징이 필요했어요

강수경 (서울아티스틱오케스트라 대표)
아트펀드레이저 양성

작곡을 전공한 강수경 대표는 막연히 어느 정도 나이가 들고 부자가 되면 오케스트라를 만들어야겠다고 생각했다. 2018년 뉴욕에서 열린 국제여성지휘워크숍에 참석했어요. 그런데 제 또래 친구들이 이미 자기 오케스트라를 만든 거예요. 자극을 받은 그는 마음이 맞는 청년 음악인들을 모아 서울아티스틱오케스트라(SAO)를 만들었다. 처음에는 회사라는 생각보다 그저 음악인들이 정당한 대우를 받으며 활동할 수 있는 단체를 만들고 싶었다. 하지만 오케스트라를 제대로 운영하려면 예산이 부족했다. 꾸준한 단체 운영을 위해 기업의 후원 유치가 절실했던 그에게 '아트펀드레이저 양성' 과정이 돌파구가 될 수 있을 것 같았다. 수강 과정에서 강수경 대표는 펀드레이징 실행 계획안을 작성해 발표한 후 멘토링을 받아 발전시켰다. 이후 예술기업으로는 유일하게 SOCAP19에 선정되어 미국 샌프란시스코 현지 투자자를 대상으로 서울아티스틱오케스트라의 비전을 발표하는 의미 있는 성과를 이루어 냈다. 건강한 공연문화를 선도하는 행복한 예술 기업을 만들고 싶다는 그의 궁극적인 꿈은 자립, 언젠가는 공공지원 없이 안정적인 오케스트라 운영을 꿈꾼다.

INTERVIEW 07

공간 기획자로서 한 단계 더 성장하기 위한 발판

이슬기 (공간, 문화 기획자)
시각예술 기획

이슬기 기획자가 처음 문화 예술 분야에 관심을 갖게 된 건 캐나다 교환학생 시절 우연히 경험한 동네 축제 때문이었다. 서점, 갤러리, 맥주 가게 같은 공간을 지역 예술가들에게 하루 동안 마음껏 쓸 수 있게 빌려주고, 그곳에서 예술가와 동네 주민들이 자연스럽게 어울리는 모습을 보며 신선한 충격을 받았다. 문화 예술 관련 종사자가 되기로 마음먹은 그는 비전공자로서의 부족함을 채우기 위해 예술경영아카데미를 찾았다. 그는 당시 공익 활동가를 지원하는 월드컬처오픈(WCO)의 공간 담당자로, 공간이 필요한 활동가들에게 공간을 지원하는 업무를 맡고 있었다. 저희가 수업하기 좋은 공간을 가지고 있는데 예술경영아카데미에서도 활용하면 좋을 것 같다고 제안했어요. 수강생으로 시작된 인연이 공간 협력 담당자로서 확대된 순간이다. 그의 일차적인 목표는 예술경영아카데미의 수업이 진행될 수 있게 공간을 지원하는 일이었지만, 수업에 참석한 분들에게 공간 후원 기회를 알리는 것도 적극적이었다. 연극을 10년 이상 했는데 연습할 공간이 없어 어려워하는 분들을 지원할 수 있어 뿌듯했다고. 이런 경험을 바탕으로 그는 온라인 플랫폼, 커뮤니티, 물리적 장소 등 세 가지 공간을 통해 사람들이 자신을 재발견할 수 있도록 돕고자 한다.



INTERVIEW 08

INTERVIEW 09



사업 모델의 구체화, 창업의 첫걸음을 내딛다

장수정 (그림민화랑 대표)
시각예술 에이전시, 예술 부가상품 개발
투융자 첫걸음, 회계세무

예술과 행복이 있는 공간을 만들고 싶다는 그림민화랑의 장수정 대표. 그가 예술경영지원센터를 알게 된 건 창업지원금을 신청하기 위해서였다. 아쉽게 지원사업은 탈락했지만, 예술경영아카데미를 발견해 전화위복이 됐다는 그는 '시각예술 에이전시', '예술 부가상품 개발', '투융자 첫걸음', '회계세무' 총 네 개의 과정을 수강했다. 시각예술 에이전시 과정에서 작가를 귀하게 대해야 그 작가가 자신의 예술적 가치를 확산하고 더 좋은 작품을 만든다는 말이 가슴에 남았어요. 예술 부가상품 개발 과정을 듣고 난 후에는 작가들과 만나 그들의 작품을 활용한 여권 케이스, 파우치 같은 제품을 개발하고 판매하는 비즈니스 모델을 만들었다. 가장 큰 소득은 모든 과정을 수강하면서 다소 불명확했던 사업 컨셉을 생활공간 속에서 쉽고 친근하게 다가가는 예술로 구체화한 것이라고. 숨 가쁘게 달려온 그의 다음 목표는 밀레니얼 감성과 스토리를 담은 21세기 민화 브랜드를 만드는 것. 그는 새로운 꿈을 향해 천천히 성장하는 중이다.

실패와 성공, 우리는 데이터로 대화합니다

정혜윤, 윤현진, 임아름, 김은솔, 김덕희, 김아형 (왼쪽부터)
(서울예술단 공연기획팀)
빅데이터로 마케팅 혁신

올해로 33년의 역사를 자랑하는 서울예술단은 한국적인 창작 음악극을 꾸준히 만들어 오고 있다. 영화로도 큰 사랑을 받은 <신과 함께> 외에도, <나빌레라> <다윈 영의 악의 기원>이 그들의 작품. 서울예술단의 공연기획팀은 자신들을 음지에서 일하는 사람들이라고 표현한다. 공연이 잘되면 배우들과 함께 잘된 것으로 생각하지만, 공연이 잘 안 될 경우 모든 게 자신들의 잘못처럼 느껴지기 때문이다. 공연기획팀 임아름 과장은 정확한 데이터 없이 감에만 의존하여 의사결정을 내리는 상황에서 새로운 방법을 찾고 싶어 예술경영아카데미를 찾았다. 멘토링 과정을 위해 팀원 중 5명이 8주 동안 매번 하루씩 시간을 빼는 건 어려운 일이었다. 하지만 빅데이터를 활용해서 마케팅 전략을 짜려면 회사 안에 그걸 이해하는 사람이 적어도 세 명 이상은 되어야 한다는 말로 팀원들을 설득했다. 멘토링 과정에서 배운 내용을 당시 준비 중이던 <다윈 영의 악의 기원>의 홍보마케팅 전략을 짜는 데 활용했다. 가장 큰 변화는 의사소통이 데이터를 통해 구체화된 점이다. 작품의 타겟을 누구로 설정할 것인지, 할인율을 어떻게 설정할 것인지 그동안 경험과 감에 의존해야 했던 과제들을 데이터를 통해 명확히 하자 대화와 설득도 순조로워졌다. 기존 SNS 데이터 분석을 통해 음악에 대한 선호와 영상 노출에 긍정적인 반응을 확인했다. 이후 작품의 음원을 뮤직비디오로 만들어 유튜브에 공개했다. 반응은 기대 이상이었다. 세 편의 뮤직비디오를 공개하고 유튜브 구독과 좋아요, 댓글 이벤트를



연결해 목표 대비 10배 이상의 조회수를 기록하는 등 주목할 만한 성과를 얻었다. 이들은 '빅데이터로 마케팅 혁신' 과정의 가장 큰 결실로 같은 기준과 언어를 통한 팀원 간의 대등한 대화를 꼽는다. 10년 차 마케터와 1년 차 마케터가 같은 기준으로 자유롭게 이야기할 수 있을 때 더 많은 업무 혁신과 성과가 나온다는 걸 직접 경험했기 때문이다.

INTERVIEW 10

예술경영 아카데미 이야기

예술경영아카데미는 예술 현장에서 쌓인 경험을 공유하고, 같은 목표를 가진 동료들과 함께 성장합니다. 기획, 홍보, 마케팅, 유통, 경영 등 각 업무 영역별 실무 능력 강화를 위해 다양한 교육 과정을 운영하고 있습니다.

예술 현장 종사자의
업무 역량 강화 파트너



좋은 작가를 소개할 새로운 플랫폼이 필요했어요

최재원 (독립 큐레이터)
뉴미디어 콘텐츠 제작 A to Z

최재원 큐레이터는 경기도문화의전당에서 제작한 <만복사 저포기>의 예술감독과 서울시 무악2구역(육바라지) 기념관 전시 기획을 맡고 있다. 큐레이터의 역할을 폭넓게 해석하고 표현하고자 하는 그에게는 한 가지 고민이 있다. 주변에 좋은 작가들이 많아요. 그런데 전통 방식의 기존 미술관 플랫폼만으로는 신진 작가와 작품을 소개하기 힘들다는 생각이 들었어요. 그가 찾은 해법은 유튜브. 많은 교육기관 중 예술경영아카데미의 '뉴미디어 콘텐츠 제작 A to Z' 과정을 수강한 이유는 교육 내용이 유튜브 콘텐츠 제작 실무를 중심으로 진행되었기 때문이다. 유튜브 채널을 운영하는 분들이 강사로 참여해 생생한 경험과 노하우를 알려주고, 스스로 영상을 만들어서 올린 후, 대중의 반응까지 확인할 수 있다는 점에 끌렸어요. 그는 이 과정을 통해 당시 준비 중이던 고앤디Candy Koh 전시를 사전 홍보하는 '최규의 라디컬 뮤지엄 vol.1 캔디고' 영상을 제작해 13,000회가 넘는 조회수를 기록했다. 최재원 큐레이터는 앞으로도 유튜브를 활용해서 기존의 제도권에서 다루기 어려웠던, 재능있는 젊은 작가와 작품에 대한 이야기를 적극적으로 알리고자 한다.



INTERVIEW 02

오랜 시간 쌓아온 선배들의 경험을 배우는 소중한 시간

강지선 (남이섬교육문화그룹 국제사업팀 책임PM)
예술 에이전시 육성, 예술 부가상품 개발

강지선 책임PM이 2016년 처음 예술경영아카데미를 찾은 이유는 회사를 벗어나 다양한 현장에서 많은 경험을 한 업계 선배들을 만나고 싶어서였다. 매년 예술경영아카데미를 한 과정 이상 수강했다는 그는 가장 기억에 남는 수업으로 '예술 에이전시 육성' 과정을 꼽았다. 수업을 받고 다음 해 바로 공모전 수상작 중 하나를 공영화시키는 업무를 맡았는데, 미리 이 과정을 수강하지 않았다면 저작권 관련 업무를 제대로 처리하지 못했을 거라는 생각이 들었어요. 어느덧 5년 차가 된 강지선 책임PM은 올해 초 <나미콩쿠르>에서 수상한 17명의 작가와 저작권 계약을 맺고 총 100종이 넘는 MD 상품을 개발하는 역할을 맡았다. 업무 마지막쯤 '예술 부가상품 개발' 수업을 들었어요. 그때 재고를 남기지 않는 것이 얼마나 중요한지 깨닫고 공격적인 마케팅을 진행했죠. 올해 배운 것을 바탕으로 내년에는 조금 더 효율적으로 일하고 싶다는 그의 눈빛은 흔들림이 없었다.



같은 목표를 가진 동료들 만나, 위로와 자극을!

강대희 (부산문화회관 홍보마케팅팀 차장)
아트 펀드레이저 양성, 지역순회(부산)

강대희 홍보마케팅팀 차장은 업무 중 특히 펀드레이징을 하는데 어려움을 느꼈다. 후원과 협찬을 받기 위해서는 반대로 우리가 그들에게 주는 게 있어야 하는데 눈에 보이는 게 아니라 어려웠어요. 그런 그에게 동종업계 지인이 예술경영아카데미의 '아트펀드레이저 양성' 과정을 추천했다. 법적인 문제들, 제안서 작성 같은 실무적인 부분도 도움이 되었지만 가장 좋았던 건 같은 목표를 가진 다른 수강생들과 교류할 수 있다는 거였어요. 지금까지도 서로에게 큰 위로와 자극이 되거든요. 교육 과정은 만족스러웠다. 다만 수업을 듣기 위해 매주 부산과 서울을 오가는 과정이 녹록지 않았다. 새벽 6시에 일어나서 서울행 KTX 8시 열차를 탔어요. 잠깐 점심 먹는 시간을 빼고 온종일 수업을 듣고 다시 KTX 열차를 타고 집에 도착하면 자정이었죠. 다행히 그는 '지역순회'과정을 통해 부산에서도 여러 수업을 들을 수 있었다. 대부분의 문화시설과 교육이 서울에 집중되어 아쉽다는 강대희 차장. 그는 '지역순회'과정이 자신과 같은 지역 담당자들의 역량 강화를 위한 소중한 기회라고 거듭 강조했다.

INTERVIEW 03

문화예술 초보 창업가에게 필요한 눈높이 교육

설현주 (레이블소설 대표)
문화예술창업 첫걸음, 공연예술 에이전시

지난해까지 국악단에서 타악기 연주자로 활동했던 설현주 대표는 갓 2년 차에 접어든 초보 창업가다. 음반 작업을 할 때마다 아쉬웠어요. 국악 전문 녹음 공간이 없어서 소리를 예쁘게 살리지 못했거든요. 그는 현장에서 느낀 아쉬움을 해결하기 위해 전통음악을 기반으로 음반이나 공연을 기획하고 국악에 관한 콘텐츠를 만드는 레이블소설을 창업했다. 하지만 국악이라는 작은 시장에서 수익이 나는 사업모델을 만들기 쉽지 않았다. 그의 선택은 창업 교육. 이전에도 창업 관련 수업을 들었어요. 대부분 이론 위주였죠. 그런데 예술경영아카데미 '문화예술창업 첫걸음' 과정은 예술 분야에서 활동하는 분들이 강사라서 눈높이가 딱 맞았어요. 그는 특히 예술 분야 초보 창업가들이 어렵게 생각하는 행정과 세무 분야에서 큰 도움을 받았다. 성과는 또 있었다. 이 과정에서 얻은 아이디어를 정리해 높은 경쟁률을 뚫고 현대자동차 그룹의 <2019 H-온드림 사회적기업 창업오디션>에 최종 선정된 것. 국악 시장을 키우고 싶다는 그의 꿈에 한 발 더 가까워진 순간이다.



INTERVIEW 04



예술경영아카데미로 사업 운영의 시야를 넓히다

김동욱 (댄스플래너 대표)
공연예술 에이전시

매년 1,000여 명 이상의 무용학과 졸업생들이 대학 문을 나서지만, 이들 중 국내에서 취업할 수 있는 사람은 얼마 안 돼요. 체코 발레단에서 무용수로 활동한 김동욱 대표는 자신의 경험을 바탕으로 무용수들의 해외 취업을 돕는 전문 컨설팅 회사 댄스플래너를 만들었다. 그러나 열정에 비해 현실의 벽은 높았다. 작은 스타트업이 해외의 유명 무용단과 연락하는 것 자체가 어려웠어요. 무모한 도전이었죠. 하지만 포기하지 않았다. 뛰어난 기량을 가진 우수한 한국 무용수들을 해외 무대에 선보이고 싶다는 진심을 꾸준히 전하자 그들도 조금씩 마음의 문을 열었다. 12개국, 36개 해외 무용단과의 네트워크를 만들어낸 이후 계약 실무에 대한 팁을 얻고자 예술경영아카데미 '공연예술 에이전시' 과정을 수강했다. 이 과정을 통해 계약서나 협력 서류 작성법의 중요성을 다시 한번 깨달았어요. 무용수 한 사람의 삶이 걸린 일이니, 신중해야죠. 교육 과정을 통해 시야를 넓힌 김동욱 대표. 다음 목표는 일본과 대만 등 아시아 시장에 진출하는 것이라며 미소를 지었다.

INTERVIEW 05

네트워킹, 지역순회과정의 소중한 기회

전영주 (충북문화재단 기획전략팀 차장)
지역순회(충북)

대학 전공 공부보다 연극 동아리 활동에 더 열성적이었던 전영주 차장은 자연스럽게 문화예술 분야로 취업을 결심했다. 20대부터 꾸준히 예술경영아카데미 수업을 들었던 그는 충북문화재단의 전문인력양성과정 문화작업장 <티움>의 담당자이자, 지역순회(충북)의 공동주관 담당자이다. 저희도 자체적으로 교육 과정을 운영하지만, 감사 풀이 작아서 한계가 있어요. '지역순회' 과정은 한 번의 강의로 끝나는 게 아니라 나중에 우리 재단의 사업에 도움을 줄 수 있는 전문가 풀을 확대할 수 있다는 점이 장점이예요. 다방면으로 예술경영아카데미를 활용하고 있는 전영주 차장의 가장 큰 목표는 지역의 청년 기획자를 육성하는 일이다. 지역의 청년 기획자들이 마음껏 꿈을 키워나갈 때 지역의 문화예술도 함께 발전하리라 믿기 때문이다. 그 시작은 네트워킹이 아니겠느냐며 되묻는 그의 모습에서 당찬 의지가 느껴졌다.

INTERVIEW 06

