

기업과 예술이 만나다

예술의 가치 확산을 향한 싱가포르의 시도들

로웬 로

싱가포르 예술위원회 홍보협력개발팀장

들어가며-기업과 예술의 협력

한 사회를 이해할 수 있는 최고의 방법은 예술이라는 말이 있다. 예술은 우리에게 정보를 제공하고, 우리를 사로잡는다. 그것은 미묘하게, 그리고 깊이 있게 공통의 경험에 의미를 부여한다. 그런데 이 사실을 기업에 알리고 설득하는 것은 때때로 어려울 수 있다. 기업은 미학적 쾌감이나 문화 간 공감 같은 예술 고유의 가치보다는, 공동체의 결속이나 경제성장 같은 광범위한 사회경제적 유용성에 실질적으로 기여하는 예술의 도구적 가치에 의해 움직이는 경우가 많기 때문이다. 기업들은 예술 지원을 고려하면서 흔히 이렇게 묻는다. “예술이 우리 기업 목표를 달성하는 데 어떤 효과가 있지?” “예술에 투자한다고 했을 때, 투자 대비 이익

은 얼마지?” 그러나 공적 영역에서 발휘되는 도구적 효용뿐만 아니라 예술 고유의 가치에 대한 인식과 이해는 점점 더 증진되고 있다.

도시국가 싱가포르에는 다양한 문화적 배경을 지닌 인구 400만 이상이 거주하고 있다. 또한 7,000여 개의 다국적 기업이 상주하고, 10만여 개의 기업체가 활동하는 등 세계 최고 수준의 선진 경제국이기도 하다. 바로 이런 환경이 활발한 기업 활동의 조건이 된다. 이들 기업은 싱가포르의 의미 있는 사회 활동을 지원하기 위해 매년 약 4억 5천만 싱가포르 달러(3천여 억원)를 기부하고 있으며, 그 중 7.5%인 3천4백만 싱가포르 달러(250여 억원)가 예술 분야에 투입된다.

싱가포르 예술위원회(National Arts Council: NAC)는 1991년 싱가포르의 예술 발달을 촉진하기 위해 설립되었다. NAC는 예술의 수준을 고양시키며 광범위하고 깊이 있는 참여를 유

Arts Reaching Out to Businesses

Arts Advocacy in Singapore

Rowene Law

Manager, Marketing & Partnership Development,
National Arts Council Singapore

Background

Singapore is home to more than 4 million people of diverse cultures and one of the world's most developed economies with about 7,000 resident multinational companies and 100,000 enterprises, setting the backdrop for a vibrant business environment. Together, these businesses contribute about SGD\$450(USD\$333) million a year to support social causes in Singapore. Of this, SGD\$34(USD\$25) million, or 7.5%, goes towards the arts.

The National Arts Council (NAC) was set up in 1991 to spearhead the development of the arts in Singapore. NAC's vision is to de-

velop Singapore into a distinctive, global city for the arts, with a high level of arts excellence and a broader, deeper engagement in the arts. The Council plays a pivotal role in creating a robust and healthy arts scene.

Moving forward, the Council will focus on private-people-public collaborations to grow the artistic landscape into a key driver of the creative cluster, with the private sector being the significant "P" in the tripartite partnership approach to supporting the arts. In other words, advocating the value of the arts to businesses and engaging their active support will be one of the Council's key priorities.

Value of the Arts

It is said that the best way to understand a society is through the arts. It informs and



도함으로써, 싱가포르를 특색 있는 세계적 예술도시로 발전시키는 것을 비전으로 삼는다. 현재 NAC는 건전하고 활기 있는 예술 현장을 조성하는 데 중추적 역할을 수행하고 있다.

NAC는 앞으로 민간-대중-공공(private-people-public) 부문의 협력에 집중하고자 하며, 특히 민간 부문을 중추로 하여 예술을 지원하려고 한다. 이는 기업 기지(cluster)의 창의성이 예술을 통해 분출될 수 있도록 하기 위한 것이다. 다시 말해 기업들에게 예술의 가치를 고취시키고, 능동적 참여를 유도하는 것이 NAC의 최우선 관심 사업이라는 얘기이다. 그러면 기업과 예술 사이의 협력 관계를 여러 측면으로 살펴보겠다.

경제적 측면

이중 세금 공제

싱가포르에서 공공 전시를 하는 문화예술 단

체들에 현금, 주식, 컴퓨터 장비, 공예품, 조각, 기타 예술 작품 등을 기부하는 경우 싱가포르 국세청은 이중으로 세금을 공제해준다. 예술에 대한 투자와 자선을 유도하는 이런 세계 혜택은 문화예술 분야뿐 아니라 사회 복지 재단에 대한 기부에도 해당된다.

마케팅 수단

최근 많은 싱가포르의 고급 브랜드와 민간 은행들은 자산이 많은 고객들에게 접근하는 마케팅 수단으로 예술을 적극 활용하고 있다. 예를 들어, 다임러(독일의 자동차 제조업체) 동남아시아 지부는 난양 예술 아카데미(Nanyang Academy of Fine Arts)와 협력해 <메르세데스 벤츠 디자인 워크숍2007>과 <디자인의 역사> 전시회를 열었다. 또한 보메 메르시에(스위스 시계 브랜드)는 리비에라 시리즈를 싱가포르 시장에 출시하면서 사진 전시회를 열었고, 쉰 루(Shawn Loo), 지오프 양(Geoff Ang),



싱가포르의 많은 기업들은 지역 사회의 예술축제와 같은 예술 행사를 지원하는 일에도 열성을 보인다.

Community District Arts Festival



engages us, both subtly and deeply, giving meaning to our shared experiences. Communicating this to businesses can sometimes be a challenge, as they are often motivated by the instrumental value of the arts where arts positively contribute to broad social and economic values, such as community bonding and economic growth rather than by its intrinsic values, such as aesthetic pleasure and cross-cultural empathy. Often, businesses ask, as they ponder supporting the arts, “How can arts contribute to achieving my corporate objectives?” or “What’s the return of investment for every dollar I invest in the arts?” Increasingly, however, there is a growing recognition of the intrinsic value of the arts as well as its instrumental benefits to

the public realm.

The following highlight the partnerships between businesses and the arts on different fronts:

Economic

Double-tax Deduction

The Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) provides a double tax deduction incentive for the donation of cash, shares, computing equipment, artefacts and sculptures or works of art for public display to arts and cultural organizations in Singapore. This tax incentive that entices philanthropy and investment in the arts is not unique to the arts and culture sector donations to social welfare charities are also eligible for the double tax deduction.

Reaching Out

More and more luxury brands or private banks in Singapore are beginning to leverage on the arts as a marketing tool to reach out to their target audience of high net worth individuals. For example, Daimler South-east Asia collaborated with Nanyang Academy of Fine Arts to organize the Mercedes Benz Design Workshop 2007 and “Design

옵서버토리(The Observatory), 올리비에 앙리(Olivier Henry), 러셀 웡(Russel Wong) 등의 작가들에게 작품을 의뢰했다. 기업들은 고급 미술 전시회나 공연을 선호한다. 고객들에게 우대권이나 특별 초대장을 발급해 특별한 접대를 제공하는 것이다.

인식 제고와 고객층 확보

대량판매 시장의 고객을 대상으로 하는 기업들은 상품 판촉의 수단으로 예술 행사를 활용하며, 인지도를 높이고 고객의 데이터베이스를 구축하는 일에 점점 더 열을 올리고 있다. 2007년 싱가포르 최대의 슈퍼마켓 체인인 NTUC 페어프라이스는 지역 사회의 예술축제 다섯 개를 후원했다. 또한 프링글스, 스타허브, MSN, MTV 아시아, 플래시임프 등은 노이즈 싱가포르(Noise Singapore, 첨단기술을 바탕으로 창의적인 작품을 선보이는 젊은이들을 위한 혁신적 예술 플랫폼)를 후원했다. 이외에도 타이거 비어(Tiger Beer)가 출자해 만든 타이거 트랜슬레이트 박물관(Tiger Translate Museum)은 유행을 선도하는 가게와 식당들에 지역 예술가들의 작품을 전시했다.

사회적 측면

자선

그간 싱가포르의 몇몇 성공한 기업가들은 자선 단체를 설립하여, 문화와 예술을 포함하여 사회적으로 중요한 활동을 후원해왔다. 예를 들어, 탄친투안 재단(Tan Chin Tuan Foundation)은 예술교육 장학금을 지급한다. 이 장학금의 수혜자들은 지역 사회나 장학 재단 관련 네트

아시아 퍼시픽 브루어리는 APB 재단 인스파이어 프로그램을 통해 예술가들을 후원한다.

Asia Pacific Breweries displayed its corporate social responsibility by rolling out an APB Foundation Inspire Programme.

워크에 각자의 예술적 능력을 환원하여 공익적 가치를 창출하기 위해 노력한다. 이를 통해 재단의 활동과 노력이 두 가지 효과를 발휘함을 알 수 있다. 예술을 지원하는 것이 그 첫번째요, 사회의 혜택에서 소외된 사람들에게 도움을 주는 예술 고유의 가치를 실현시킬 수 있다는 게 그 두번째이다.

기업의 사회적 책임

2006년 싱가포르에서 가장 오래된 병원 가운데 하나인 탄톡성 병원(Tan Tock Seng Hospital)에서는 환자의 마음을 진정시키고 위로하는 치료법의 하나로 예술을 활용하기 시작했다. 이를 통해 병원은 환자와 내방객들에게 마음 편한 공간으로 자리 잡기 시작했다. ‘예술 치료’(Art of Healing) 프로그램의 일환으로, 병원 안뜰에서 공연을 하는가 하면 <치유하는 하늘 정원>(Healing Sky Garden)이라는 제목으로 크리스털 작품 전시를 열기도 했다. 지역의 기업들, 특히 능동적으로 행동하는 시민임을 자각하고, 사회적 책무를 다해야 한다는 인식을 가진 기업들은 이 사업을 적극적으로 후원했다.

아시아 퍼시픽 브루어리(Asia Pacific Breweries, 양조회사)는 APB 재단 인스파이어 프로그램(APB Foundation Inspire Programme)을 통해 기업의 사회적 책임을 다하고 있다. 이 프로그램은 예술 단체와 예술가들이 작업을 한



with a Heritage” exhibition. When Baume et Mercier launched the Riveira series in Singapore, it commissioned a photography installation with artists Shawn Loo, Geoff Ang, The Observatory, Olivier Henry and Russel Wong. Often, these businesses are attracted by the exclusivity of arts exhibitions or performances, offering their customers a unique brand of hospitality with complimentary tickets and personalized invitations to receptions.

Building Awareness and Customer Base

Companies targeting mass-market consumers are increasingly using arts events as avenues for product placement and promotion to create awareness and expand their customer database. In 2007, NTUC FairPrice, Singapore’s biggest supermarket chain, supported a series of 5 community district arts festivals.

Noise Singapore, an innovative arts platform for youths to present their creative works through technology, attracted sponsors such as Pringles, StarHub, MSN, MTV Asia and Flesh Imp. Elsewhere, Tiger Translate Museum, an initiative by Tiger Beer, featured works by local artists in shops and restaurants in a hip entertainment enclave.

Social

Philanthropic Giving

Over the years, several successful Singaporean entrepreneurs have set up philanthropic foundations to support social causes including arts and culture. Tan Chin Tuan Foundation, for example, provides arts education scholarships that require the recipients to volunteer their artistic abilities for deserving causes within the community and amongst

단계 발전시키기 위해 추진하는 구체적 계획안들을 재정적으로 후원한다. 아시아 퍼시픽 브루어리는 또한 예술가들이 자신들의 예술적 목표를 실현하고 경영 능력의 향상을 통해 전반적 생활의 안정을 꾀할 수 있도록 돕는 노력들을 펼치고 있다.

문화적 측면

브랜드 구축

기업들이 브랜드를 구축할 때, 브랜드를 예술과 긍정적으로 결부시키는 행위는 아주 유용하다. 마케팅 비용을 책정하여 예술 행사를 공개적으로 후원함으로써 브랜드를 효과적으로 구축할 수 있다.

예술 후원자들의 확대

NAC는 매년 기업과 개인들에게 예술후원가상(Patron of the Arts Award)을 수여한다. 이는 예술 활동을 지원한 후원자들의 기여에 감사를 표시하고, 예술 후원 활동을 고취하기 위한 방안이다. 2006년에는 230개의 기업과 35명의 개인 등 총 265명이 예술후원가상을 받았다.

정치적 측면

친선 구축

기업들의 예술 후원은 기존의 광고나 판매 촉진 활동보다 더 확실하다. 기업은 이런 예술 후원 활동을 통해 기업에 대한 투자자들의 호의를 구축하고 고객들과 더 밀접하게 상호작용할 수 있는 기회를 거머쥐게 되는 셈이다. 고객이 향유하는 예술 고유의 가치가 후원사 브랜드

로 전이되는 현상을 흔히 ‘후광 효과’라고 한다.

NAC는 기업과 이해당사자들(NGO, 정부 기관, 대사관 등)이 초연행사나 전시회 개막식 등을 통해 수시로 교류할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

도시환경적 측면

공공예술

공공예술은 현대의 도시 계획에서 아주 중요한 역할을 수행한다. 장소에 특정 인상과 정체성을 부여하는 것이다. 싱가포르의 도시 재개발국(Urban Redevelopment Authority: URA)은 도심 재개발 사업에서 예술 인센티브 정책을 추진하고 있다. 전체 개발 계획에 예술 작업을 포함시키는 개발업자의 경우 총 택지 면적의 2%를 추가로 제공받는다.

비엔날레는 싱가포르가 주관하는 최초의 국제 현대 예술 행사이자 최대 규모의 시각예술 축제이다. 비보시티(VivoCity, 2006년 개장한 싱가포르 최대의 쇼핑몰)는 2006년 비엔날레 개최식에서 세계적 명성을 쌓아온 6명의 예술가가 제작한 7점의 실외 설치 작품을 의뢰했다. 큐레이터로 참여한 후미오 난조(Fumio Nanjo)는 재미있고 매력적인 작품을 선별해, 쇼핑객들의 비보시티에 대한 전체적인 인상을 풍부하게 만들었을 뿐만 아니라 예술 행사에 대한 관심을 유도하기도 했다.

싱가포르의 고급 호텔들은 상당수의 시각예술 작품을 소장하고 있는데, 마리나 만다린 호텔(Marina Mandarin Hotel)은 여기서 한 단계 더 나아가, 예술가 레지던시 프로그램을 제공

the foundation's network of beneficiaries. This demonstrates the twin capability of the foundation's commitment to supporting the arts as well as its ability to leverage on the intrinsic value of the arts to benefit society's underprivileged.

Corporate Social Responsibility

In 2006, Tan Tock Seng Hospital, one of Singapore's oldest hospitals, launched an initiative that used the arts as a form of recovery therapy to soothe the minds of patients. This transformed the hospital into a warm enclave for patients and visitors. The Art of Healing programme, which features arts performances and a crystal glass installation entitled 'Healing Sky Garden' in the hospital's atrium, received positive sponsorship response from local corporations who believe in active corporate citizenry and upholding corporate social responsibility (CSR) practices.

Asia Pacific Breweries displayed its corporate social responsibility by rolling out an APB Foundation Inspire Programme, which funds specific plans drawn up by arts organizations and/or artists that would bring their works to the next level. Asia Pacific Breweries also embraces efforts that enable artists to realize their goals through training and enhance their management capabilities, thereby improving their overall sustainability.

Cultural

Brand Building

Positive brand association with the arts is a valuable brand building block for businesses. Brand building can be achieved through acknowledgements in marketing materials and publicity support for the arts events sponsored.

Growing Pool of Arts Advocates

Every year, in appreciation of the contributions made by sponsors toward supporting artistic activities and as a step towards cultivating arts sponsorship advocates, NAC recommends corporations and individuals for conferment of the prestigious Patron of the Arts Award. In 2006, 265 sponsors, comprising 230 corporations and 35 individuals, received the Patron of the Arts Awards.

Political

Building Goodwill

Corporate sponsorship to the arts works harder than traditional advertising or sales promotions. It offers businesses the opportunity to build corporate goodwill amongst stakeholders and greater interactivity with its customers. The transfer of the intrinsic benefits of the arts enjoyed by the arts audience to the sponsoring brand is often called the "halo effect".



고급 호텔들은 예술가 레지던시 프로그램을 직접 진행하기도 한다. 마리나 만다린 호텔의 스튜디오에서 작업을 완성 중인 조슈아(Joshua).

Marina Mandarin Hotel provides an ongoing artist-in-residence programme. Joshua adding the finishing touches to his work at the Hotel.

한다. 예술가들은 호텔 안에 마련된 스튜디오에서 완성된 작품이나 진행 중인 작품을 전시할 수 있다. 내부에 별도로 공식적인 예술 공간을 확보하고 미술 전시회를 여는 호텔도 있다.

나가며- 예술을 위한 예술

기업들이 빠르게 자산을 축적하면서 경제가 지속적으로 성장하고 있다. 이에 따라 각급의 이해 당사자 집단들은 부의 목적에 대해서는 물론, 재산을 통한 자아실현 같은 더 높은 수준의 만족감을 얻는 것에 대해 심사숙고하기 시작했다. 예술 고유의 가치와 효용은 이같이 다양한 이해 당사자 집단의 한 차원 높은 요구를 충족시켜 주는 귀중한 수단이 될 수 있다.

그러므로 삶을 풍요롭게 하는 예술의 본질적인 가치를 기업에 전파하는 활동은 예술의 도구적 가치를 설명하는 것만큼 중요하다고 할 수 있다. 예술의 진정한 가치와 사회적 기여를 올바르게 인식하고 있는 기업들이라면 앞으로도 계속해서 기금을 지원하고 후원할 것이다. 미래 세대에도 예술의 지속가능성이 유지되기 위해서는, 민간 부문의 기부가 계속해서 공공기금을 보충하고 뒷받침해야만 한다.

번역 정병선

NAC also provides a shared platform for networking opportunities between businesses and its stakeholders(including NGOs, government agencies, embassies etc) regularly at premieres and exhibition openings.

Environmental

Public Art Display

Public art plays a vital role in urban city planning, contributing to the identity and sense of place. In Singapore, the Urban Redevelopment Authority(URA) provides an Art Incentive Scheme for new property developments in the city centre. Developers are granted an additional 2% of the Gross Floor Area when artworks are integrated into the overall design of the development.

At the inaugural Singapore Biennale 2006, Singapore's premier international contemporary art event and the largest visual arts extravaganza, VivoCity(a new shopping mall) commissioned an international art collection of seven permanent outdoor artworks by six world-renowned artists. Curated by Fumio Nanjo, the fun and engaging pieces not only added to the shoppers' overall experience of VivoCity but also piqued their interest in the art event.

Many luxury hotels in Singapore have impressive collections of visual artworks. Marina Mandarin Hotel takes it a step further with an ongoing artist-in-residence

programme, where the resident artist will exhibit his/her completed works and works-in-progress in open-concept studio within the hotel premises. Some hotels even demarcate public art spaces within the hotel and organize visual art exhibitions.

Arts for Arts' Sake

As the economy continues to grow with rapid asset accumulation among businesses, stakeholder groups will begin contemplating the purpose of wealth and how it may offer higher levels of gratification such as self-actualization. The intrinsic value and benefits of the arts could be a valuable conduit that enables various stakeholder groups to fulfil these higher needs.

Communicating the intrinsic value of arts in enriching lives to businesses is, therefore, just as, if not more important than demonstrating its instrumental values. Corporations that appreciate the true worth and societal contribution of arts will continue to come forward to fund and support the arts. Private funding must continue to complement public funding to ensure a continued sustainability of the arts for generations to come.