

To Promote the Intrinsic Value of the Arts

Arts Advocacy in Korea

Lee, Sung Kyum

Director General, Grants Program Consulting Center, ARKO

‘Art advocacy’ could be defined as “an effort to further the understanding about the value of arts among the members of society as well as an effort to promote interest in and participation in artistic activities.” Except the type of arts that are commercial in nature, most art works are highly uncompetitive when they go to the market place. As such, art advocacy is driven by the expectations to boost financial supports for the arts in the society.

Nowadays, the arts are rather viewed as a means of generating economic profits or a device that has social functionality while its intrinsic values are not fully recognized or

appreciated. To meet such trends, strategies are being forged to develop a diversified set of tools in order to gain more support for the arts from the society. Yet, this unavoidably runs the risk of overlooking the fact that it is more important to recognize the intrinsic value of the arts. It is not desirable to judge the value of the arts by simply looking at its socioeconomic functions as they are only the secondary or applied functions of the arts. The essence of the arts is an effort to realize the values set and pursued by the arts. Thus, the focus of art advocacy should be placed on the promotion of the intrinsic value of the arts so that the entire society can respect and appreciate the arts.

This paper tries to provide an overview on art advocacy in Korea by showing major in-

예술의 본래적 가치 존중을 위하여

한국에서의 '예술의 가치 확산' 현황

이성겸

한국문화예술위원회 예술지원컨설팅센터장

‘예술의 가치 확산’(art advocacy)은 예술의 가치에 대한 사회구성원의 이해를 높이고, 나아가 예술 활동에 대한 관심과 참여를 이끌어내기 위한 노력으로 정의할 수 있다. 일부 상업적 성격의 예술을 제외하고는 예술 고유의 성격상 시장에서 자생적으로 성장할 수 있는 경쟁력이 취약하기 때문에, 예술의 가치 확산 노력은 예술에 대한 사회의 경제적 지원을 창출하려는 기대를 동력으로 삼는다.

최근 예술의 내재적인 가치보다, 사회적 기능이나 경제적 이윤창출에 기여하는 수단으로 예술을 인식하는 경향이 확대되는 추세다. 이에 대응하여 예술에 대한 사회의 지원을 유인하기 위한 설득수단을 다각적으로 개발하려는 전략도 함께 발전하고 있다. 이는 불가피한 현

상이긴 하지만, 예술의 본래적 가치에 대한 인식의 확대가 무엇보다 중요하다는 점이 간과될 여지가 있다. 예술의 파급효과 혹은 응용가치인 예술의 사회, 경제적 기능이 예술의 가치에 대한 판단의 주된 근거가 되는 것은 바람직하지 않다. 예술의 본질은 ‘스스로 설정하고 추구하는 가치를 구현하려는 노력’이기 때문이다. 예술의 가치 확산은 사회 전체가 예술의 본래적 가치를 존중하고 폭넓게 향유할 수 있도록 촉진하는 데 초점이 맞추어져야 할 것이다.

여기서는 한국의 예술의 가치 확산 현황을 전반적으로 소개하는 데 중점을 두어 국민의 문화 향수 실태, OECD 국가들과 비교한 문화 경쟁력, 예술재정 및 투자 규모 등 예술의 가치에 대한 사회의 관심을 반영하는 주요 지표와 시사점을 살펴보고, 이어 공공 및 민간 부문에서 대표적인 문화예술 관련 기구와 단체들의 예술의 가치 확산 활동을 요약한 후, 향후 활

Indices reflecting the Korean society's interest in the arts

1

How Koreans are enjoying the culture?

■ Participation in art events

-54.8% in 2000, 62.4% in 2003, 65.8% in 2006
-By sector(as of 2006): literature 4.4%, fine art 6.8%, classical music-opera 3.6%, traditional art 4.4%, theater 8.1%, dance 0.7%, movie 58.9%, Korean pop music concert-other entertainment 10%

■ Major characteristics(as of 2006)

- Except the movies and Korean pop music concert-entertainment, the rate of attending various art events is a meager 4.7% on average.
- Except the movies and literature, the rate has decreased since 2003.
- the discrepancy by region in terms of enjoying the arts (69.6% in large cities, 63.2% in small & medium-sized cities, 57% in counties)
- a significant gap by income bracket in terms of enjoying the arts(81.5% with monthly average income of over some 3,000 USD, 66.3% between 2,000~3,000 USD, 54.7% in 1,000~2,000 USD, 23.9% in under 1,000 USD)
- 'do you want to attend art events in the future?': yes 73.8%, no 26.2%

2

Education on the arts and culture

■ Experience of art/cultural education outside of school: 7.7%

■ Intention to participate art/cultural education in the future : 19.6%

■ A rate of book reading: The 7th highest with an yearly average of 81% among highschool students & older compared against 73% in the US and 71% in the 27 EU countries

3

Cultural competitiveness in Korea

*compared against 10 largest contributing OECD member countries and China, Sweden

■ Number of artists per 1,000

Music: 5.21 in Sweden, 0.75 in Korea(5th out of 8), Visual arts: 3.29 in France, 0.21 in Korea (8th out of 8), Performing arts: 1.91 in France, 0.29 in Korea(9th out of 11), Literature: 2.39 in Britain, 0.25 in Korea(8th out of 8)

■ Spending in cultural and leisure activities

Government: 1.3% in Spain, 0.6% in Korea(6th out of 9), Individual household: 7.9% in Britain, 4.0% in Korea(10th out of 11)

■ Cultural infrastructure

Public library per 1,000: 0.119 in Spain, 0.011 in Korea(10th out of 10), Number of books per one person: 9th out of 11, Number of museum per 100,000: 5.95 in th US, 0.91 in Korea(8th out of 12)

■ Cultural openness

10th out of 11, Canada (1), Sweden (2), US (5), Germany (7), France (11)



indices that reflect how the society in general is sharing the value of the arts as well as the implications of these indices, which can explain: a) how Koreans are enjoying culture in general, b) the competitiveness of Korea against OECD member countries in cultural appreciation, c) the size of investment and budget for the arts, d) a summary on art advocacy activities by related art organizations in the public and private sectors and e) suggestions to further promote art advocacy in Korea.

The findings clearly show that the arts are not a part of daily lives among general Koreans as not many Koreans are enjoying the art and culture. Except for the movies and concerts for Korean pop music-entertainment, the continuous downward trend from 2000 and 2003 towards 2006 shows that art advocacy is not leading to visible outcomes. The findings also suggest that there are a lot of challenges to overcome in order to expand and deepen the way Koreans enjoy the arts. It has a far significant implication as Koreans

예술에 대한 사회적 관심을 보여주는 지표들

1

문화 향수 실태

■ 예술행사 관람률

-2000년 54.8%, 2003년 62.4%, 2006년 65.8%
 -2006년 분야별 실태: 문학(행사) 4.4%, 미술 6.8%, 클래식·오페라 3.6%, 전통예술 4.4%, 연극 8.1%, 무용 0.7%, 영화 58.9%, 대중가요 콘서트·연예 10%

■ 주요 특징(2006년도 기준)

-영화, 대중가요 콘서트·연예 제외 시 예술행사 관람률은 분야별 평균 4.7%에 불과
 -2003년에 비해 영화와 문학을 제외한 전 분야의 관람률 하락
 -소득 간 예술향유의 격차가 상당함(월 평균 가구소득 300만 원 이상 81.5%, 200~299만 원 66.3%, 100~199만 원 54.7%, 100만 원 미만 23.9%)
 ■향후 예술행사 관람 의향: 있음 73.8%, 없음 26.2%

2

문화예술 교육

■ 학교 밖에서의 문화예술 교육 경험 비율: 7.7%
 ■향후 문화예술 교육 참여 의향: 19.6%
 ■국민의 독서율: 고등학생 이상의 연간 독서율은 81%로, 미국(73%), 유럽연합(71%)보다 높으며, 유럽 27개국, 미국 등과

비교한 결과 7위에 해당함

3

우리나라의 문화경쟁력

(OECD 가입국가 중 분담금 10위 이내 국가 및 중국, 스웨덴을 대상으로 조사)

■ 인구 1,000명당 예술가 수

음악: 스웨덴 5.21명, 한국 0.75명(8개국 중 5위), 시각예술: 프랑스 3.29명, 한국 0.21명(8개국 중 8위), 공연예술: 프랑스 1.91명, 한국 0.29명(11개국 중 9위), 문학: 영국 2.39명, 한국 0.25명(8개국 중 8위)

■ 문화 여가 부문 지출

정부: 스페인 1.3%, 한국 0.6%(9개국 중 6위), 가구별: 영국 7.9%, 한국 4.0%(11개국 중 10위)

■ 문화 기반시설

인구 1,000명당 공공도서관: 스페인 0.119, 한국 0.011(10개국 중 10위, 1인당 장서 수로는 11개국 중 9위), 인구 10만 명당 박물관: 미국 5.95, 한국 0.91(12개국 중 8위)

■ 문화 개방성(한국문화관광정책연구원, OECD 주요 국가의 문화경쟁력 분석, 2006)

11개국 중 10위, 캐나다(1위), 스웨덴(2위), 미국(5위), 독일(7위), 프랑스(11위)



동 방향을 정리해 보았다.

예술의 가치 확산의 현황

예술에 대한 사회적 관심을 보여주는 여러 지표를 살펴보면 국민의 문화예술 향수 수준이 매우 저조하여 예술이 일반 국민의 생활과 단절되어 있는 실상이 극명하게 드러난다. 더구나 영화와 대중가요 콘서트·연예를 제외하면 예술 행사 관람률은 2000년과 2003년에 비교하여 지속적으로 감소하는 추세다. 이는 예술의 가치 확산 노력이 가시적인 성과를 창출하지 못하고 있음을 보여준다. 또한 영화, 게임 등 기술의 급격한 발전과 연계한 문화산업의 팽창, 프로 스포츠의 활성화, 주5일 근무제의

정착에 따른 관광문화의 성장 등 국민의 여가 활동이 다각화하는 추세에서, 대중의 예술 향수 확대를 위해 극복해야 할 어려움이 갈수록 심화됨을 반영하는 것이기도 하다. 다만 향후 예술행사 참여 의지와 특히 문화예술 교육 참여 의지가 현재의 수준에 비해 비교적 높은 편이라는 데서 예술 향수 수준을 끌어올릴 수 있는 가능성이 보인다.

OECD 주요 국가에 비해 예술가 수, 인프라 규모, 정부와 국민의 문화분야 지출 등 문화경쟁력의 주요 지표도 크게 낙후되어 있다. 이는 선진국에 비해 우리나라의 예술 창작 여건이 매우 취약한 실정임을 반영하는 동시에, 예술 향수 실태가 저조한 이유를 설명해주기도

Indices reflecting the Korean society's interest in the arts

4

Investment in Culture and Arts(unit: USD)

■Ministry of Culture, Sports and Tourism(MCST) budget for the culture and arts(% out of the government budget)

833.6 million in 2004(0.715%), 932.4 million in 2005(0.689%), 1014.6 million in 2006(0.694%)

■Korean Culture and Arts Promotion Fund

77.7 million in 2004, 115.6 million in 2005, 115 million in 2006, 99.6 million in 2007, 80 million in 2008

■Budget of local autonomies on culture & arts promotion(% out of the local governments' budget)

1123.6 million in 2004(1.22%), 1222.5 million in 2005 (1.21%), 1305.5 million in 2006 (1.15%)

■Corporate support for culture & arts activities

130.8 million in 1999, 164.4 million in 2004, 173.1 million in 2005, 176.9 million in 2006 *A 2006 research on 613 businesses in Korea including top 500 business by KORCHAM

Out of corporations' spending on corporate citizenship, the share of social contribution programs run by individual companies has increased from 5.0% in 2000 to 35.7% in 2005

■Individual patron's support

Individual contribution to the Culture and Art Promotion Fund: 1.01 million in 2005(252 cases),

663,461 in 2006 (397), 788,461 in 2007 (234)

Individual contribution to various art/cultural organizations in 2005: 0.3% of total individual contribution

enjoy more diversified activities thanks to rapid technological development and subsequent growth in movies and games, the activation of professional sports, and the growth in the tourism industry from the introduction of five-day work week. Yet, it seems that the level of art appreciation among Koreans is likely to increase as more Koreans want to participate in various art events in the future, art and cultural education in particular.

Korea is lagging far behind most of OECD countries in terms of cultural competitiveness indices: the number of artists, size of art infrastructure, spending by the government and citizens on the cultural sector. The environment in Korea to pursue artistic activities is significantly weak compared against other advanced countries. This also explains why not many Koreans are enjoying the arts. It is true that the Report on Cultural Competi-

tiveness among OECD Member Countries did not include the number of performing art facilities and thus, it is not giving an accurate picture. On the other hand, as a result of rapid increase in the number of art facilities in local areas most of which are for performing arts, the lack of artistic contents has become a more critical problem than short of art facilities. Korea has achieved a significant economic growth in a short period of time, but it has not developed yet the capability to enjoy culture and the arts as much. Additionally, Korea should address the cultural discrepancy between Seoul and other regions, and measures are needed in order to narrow the cultural gap.

Culture and Arts Promotion Fund accounts for a large share in public financial resources for the promotion of the arts. The central and local governments' budget for

예술에 대한 사회적 관심을 보여주는 지표들

4

문화예술에 대한 투자

■ 문화체육관광부 문화예술 부문 예산(정부 전체 예산에서의 비율)

2004년 8,671억 원(0.715%), 2005년 9,697억 원(0.689%), 2006년 10,552억 원(0.694%)

■ 문화예술진흥기금

2004년 809억 원, 2005년 1,203억 원, 2006년 1,196억 원, 2007년 1,036억 원, 2008년 833억 원

■ 지방자치단체 문예진흥부문 예산(지자체 예산에서의 비율)

2004년 11,686억 원(1.22%), 2005년 12,714억 원(1.21%), 2006년 13,578억 원(1.15%)

■ 기업의 문화예술 지원

1999년 1,361억 원, 2004년 1,710억 원, 2005년 1,801억 원, 2006년 1,840억 원(2006년 대한상공회의소 매출액 기준 500대 기업 및 회원사 등 613개사 대상 조사)

기업이 직접 운영하는 참여형 사회공헌 프로그램: 2000년 5.0%에서 2005년에는 35.7%까지 증가

■ 개인의 예술지원

문화예술진흥기금 개인 기부금:

2005년 10억 6천만 원(252건), 2006년 6억 9천만 원(397건), 2007년 8억 2천만 원(234건)

2005년 개인 기부 중 문화예술 단체 및 협의회에 대한 기부 비율: 0.3%

한다. OECD 주요 국가의 문화 경쟁력 분석 보고서에 공연 시설이 포함되지 않아 예술 향수와 관련한 인프라 실태의 세밀한 파악은 어렵지만, 한국에서는 시, 군, 구 단위에서 공연장 위주의 문화시설이 급속하게 건립되고 있고, 그 결과, 특히 지역에서는 예술 발표 공간의 부족보다는 그 공간을 활용할 예술 콘텐츠의 빈곤이 더욱 심각하다는 지적이 제기되고 있다. 이는 한국이 짧은 기간 동안 급속한 경제발전을 추구하는 과정에서 그에 걸맞은 문화 향수 수준의 발전을 미처 이루어내지 못한 결과라고 할 수 있다. 아울러 한국에서는 중앙과 지역의 불균형적인 발전, 특히 문화예술의 서울 집중 현상을 어떻게 해소할 것인가도 중요한 과제로 대두되고 있다.

한국의 공공부문 예술 지원 재정 중 한국문화예술위원회가 관리하는 문예진흥기금의 비중이 매우 크다. 수치상으로도 정부와 지방자치단체의 문화예술진흥 예산 중 민간의 예술 활동에 대한 지원예산이 차지하는 비율은 매우 낮은 상태이다(2006년, 서울 제외 전체 15

개 광역시도 문예진흥기금사업비 합계액 99억 3천만 원). 하지만 민간의 예술활동을 증추적으로 뒷받침하는 문예진흥기금이 최근 수년간 지속적으로 축소되는 추세는 기금의 기능과 역할에 대한 인식이 공공분야에서 충분히 공유되지 못하는, 매우 우려할만한 현실을 반영한다. 한국의 문화예술계를 대표하는 민간 자율기구인 한국문화예술위원회의 위상과 그 상징적인 의미가 존중되어야 한다.

기업의 예술지원 규모가 증가하는 추세는 경제성장과 더불어 기업이 사회공헌 활동의 대상으로 예술에 주목하는 결과이면서도, 한편으로는 홍보와 마케팅 등 전략적으로 문화예술과의 제휴가 강화되고 있음을 보여준다. 공공부문에 비해 기업의 예술지원 비중은 여전히 선진국에 크게 못 미치는 상태이지만, 한국에 메세나가 도입된 지 10여 년밖에 되지 않은 점을 고려할 때 성장여지가 적지 않다고 판단된다. <매일경제>가 30개 기업을 상대로 한 조사(2007.1.22)에 따르면 93%의 기업이 메세나가 기업경영에 도움이 된다고 했으며, 46%의

private art activities is significantly low (e.g. in 2006, the total budget for art promotion was 8.74 million USD in 15 provinces excluding Seoul). At the same time, ARKO which manages the Arts Promotion Fund should be respected further as it is a leading, symbolic non-governmental organization that represents the cultural and art community in Korea. Unfortunately, the size of the Arts Promotion Fund which has played a pivotal role in supporting art activities in the private sector, has shrunk over the past couple of years, which reflects its role and functions are not fully understood in the public sector.

More businesses are providing support for the arts thanks to the economic development and their growing interest in the arts as a part of corporate citizenship. At the same time, it shows that they are teamed up with the cultural and arts community as a part of PR and marketing strategies. That said, corporate support for the arts in Korea is still smaller compared against in advanced countries. Given that Mecenat in Korea is less than 10 years old, it has a potential for further growth in the future. According to a 2007 survey on 30 businesses by Maeil Economic Daily, 93% companies said that Mecenat was helpful for their business management and 46% responded that they would expand Mecenat in next year.

Individual contribution to the arts and cul-

tural activities is still insignificant in its size. It is partly due to the fact that the arts are not a part of Korean's everyday life. At the same time, it reflects the lack of structured systems through which Koreans can easily make contributions to the arts and culture. Currently, the right to receive contributions is limited to ARKO and other entitled art organizations/groups, however it needs to be expanded to include all of qualified organizations that meet the government's requirements like in the US. For this, art groups are advised to become legal entities while more policy measures are needed in order to enhance transparency in the use of their money. The fact that not many Koreans are aware of the contribution system itself may serve as a reason why individual contributions are not very active in Korea given, as of 2005, tax deduction for individual contributions has grown more than 5 times since 1999 from 817 million to 4.1 billion USD. In addition, 68.6% Koreans responded that they had made contributions before showing that the culture of donation has been entrenched in Korea. (Moonhwa Daily, September 21, 2007).

The following illustrates art advocacy activities by major arts organizations. However, as the scope of art advocacy is wide and comprehensive, it is difficult to launch a full-scale survey on detailed activities taken by the government, local autonomies, and other public/private organizations. Thus, this paper

예술의 가치 확산을 위한 주요 기관의 활동

1

정부

■ 문화예술 기부금의 손비 처리

- 기부 처리 기관: 한국문화예술위원회, 전문예술법인 및 단체
- 세제혜택: 한국문화예술위원회는 개인소득 100%, 기업 순이익 50% 내 손비 처리, 전문예술법인 및 단체는 개인소득 10%, 기업 순이익 5% 내 손비 처리
- 기부금 규모(한국문화예술위원회 접수분): 2005년 66억3천만 원, 2006년 83억7천만 원, 2007년 74억3천만 원
- 문화접대비의 세금 혜택
- 기업의 접대비 지출액(연간 5조여 원) 중 문화 분야에 3%를 초과하여 지출하면 접대비 한도액의 10%까지 추가 손비를 인정
- 최대 5,000억 원 정도의 문화예술 신규 수요가 창출될 것으로 전망
- 중소기업 문화예술 기부 지원 보조
- 2,000만 원 한도 내 기업 지원금과 1:1 매칭
- 기타
- 전문 예술단체 지정 제도를 통한 예술활동 여건 개선
- 예술인의 사회적 지위 제고를 위한 법적·제도적 기반 마련
- 중소기업 문화경영 지원 센터 설립 등 예술활동 지원 시스템 확충

2

한국문화예술위원회

■ 기초예술 정책 연구조사

- 예술에 대한 가치 확산 및 사회적 인식 제고를 위한 조사연구
- 출판사업
- 계간지, 웹진 아르코, 문화예술총서, 문예연감, 시 배달, 문장 배달
- 문화예술 이미지 제고 프로젝트
- 지상파 방송(KBS, MBC, EBS), 연합뉴스TV, 문화예술 전문 공익채널(아르떼TV, 아트TV), 신문 등과 제휴. 문화예술 의식 고양, 기초예술의 중요성 강조, 기부 캠페인 전개 및 국민의 관심과 참여 확대
- 소외계층의 문화예술 향유 기회 확대(복권 기부 활용)
- 저소득층 및 소외계층 공연티켓 구입비 지원
- 인터넷 매체를 통한 청소년의 문화창작 및 향유 기회 확충
- 군부대, 교정시설, 소외지역 주민 대상 다양한 문화예술 향수 프로그램 제공
- 우수 문학작품 구입하여 소외계층 시설에 배포

기업이 내년도에 메세나 사업의 규모를 확대할 계획이라고 밝혔다.

문화예술에 대한 개인 기부는 극히 미미한 상태이다. 이는 예술이 국민의 생활 속에 뿌리 내리지 못한 현실도 원인이지만, 국민의 기부를 유치하는 데 필요한 제도적 시스템이 미비한 것과는 밀접한 관련이 있다. 현재 기부 처리 기관·단체는 한국문화예술위원회, 전문예술법인 및 단체 등으로 제한되어 있다. 이를 미국의 경우와 같이 일정한 법적 요건을 갖춘 예술단체로 개방할 필요가 있다. 이를 위해서는 예술단체의 법인화를 유도하고, 자금 집행 내역을 투명하게 관리하는 정책적인 노력이 병행되어야 할 것이다. 아울러 2005년 기준으로 개인의 기부금 공제액은 4조 3400억 원으로, 1999년의 8500억 원의 5배 이상으로 늘어난

한편, 68.6%의 국민이 기부 경험이 있다고 밝히는 등 기부가 일상화되고 있는(〈문화일보〉, 2007.9.21) 상황에서 예술에 대한 개인 기부가 활성화되지 못하는 데는 문화예술 기부 제도에 대한 국민의 인식 부족도 주요한 요인으로 작용하고 있을 것으로 생각된다.

예술의 가치 확산을 위한 주요 기관의 활동

다음으로 예술의 가치 확산을 위한 주요 기관과 단체의 활동을 정리해 보았다. 예술의 가치 확산의 의미가 지나는 포괄성에 비추어 볼 때 정부와 각급 지자체, 각종 공공기관, 민간단체에서 전개되고 있는 다양한 층위와 형태의 활동들이 포함되어야 할 것이나, 대상이 너무나 광범위하기도 하고 심층적인 조사도 어려운 형편이어서 주요 기관과 단체의 활동에 대한 개

Art advocacy activities

1

Government(MCST)

- Contributions to the Arts and Culture(to be regarded as loss cost)
- Organizations entitled to contributions: ARKO, certified professional art organizations
- Tax benefits
 - ARKO: loss costs of 100% for individual income, 50% for corporations, certified professional art organizations: 10% for individual income and 5% for corporations
- Size of contribution(received by ARKO, in USD): 6.3 million in 2005, 8 million in 2006, 7.1 million in 2007
- Cultural treatment expenses(tax deduction given to companies when they buy tickets to exhibitions/performances, CDs, books to provide entertainment to clients)
- Tax benefits: when companies spend more than 3% of their treatment expenses on cultural activities, additional 10% of loss costs will be recognized.
- Expected outcome: businesses are spending about 4.8 billion USD for treatment purposes, and the introduction of cultural treatment expenses is expected to generate new support for cultural activities worth 480 million USD.
- Promoting contributions to art and culture by SMEs(when SMEs are making contributions to art/cultural activities, the government provides a matching fund for the activities)
 - Size: one on one matching up to 19,000 USD
- Others
 - to improve the environment for art activities by

introducing a certification system for professional art organizations art groups

- to provide legal and structural foundation to improve social status of art practitioners
- to expand supporting systems for the arts by establishing a cultural management center for SMEs

2

Arts Council Korea(ARKO)

- Policy research to promote art advocacy & social awareness of the arts
- Publishing projects to advocate the values of fundamental arts
 - quarterly Culture&Arts, webzine ARKO, ARKO BOOKS(culture/art series), Almanac for culture and the arts, 'Poetry Delivery', 'Prose Delivery'
- Projects to enhance the image of culture and the arts in collaboration with broadcasting stations(KBS, MBC, EBS), YTN, Arte TV, Art TV and newspapers to emphasize the importance of fundamental arts, to expand contribution to the arts and to cultivate interest and participation in the arts by public
- Providing opportunities to enjoy art/culture for the underprivileged groups(Fund from lotteries)
 - subsidies for the lower income group to purchase tickets
 - opportunities for the youth to create/enjoy literature
 - various culture/art programs for the military, correctional facilities, remote areas
 - purchasing literary works to be provided to the underprivileged groups



focuses only on providing summaries of their activities in an effort to offer an overview on art advocacy in Korea, its scope and level as well as future orientation.

Suggestions to Further Promote Art Advocacy

Lastly, the paper also provides suggestions to further promote art advocacy in Korea based

on the current status of art advocacy and its implications provided above.

1. Government's awareness on the value of the arts
 - to urge the government to expand investments in fundamental arts, which is lagging in its priority in allocating financial resources.
2. A wider acceptance of values of the arts among members of the society

3

한국문화예술교육진흥원

- 전국 초등, 중등, 고등학교에 예술 강사 지원
 - 지역사회 연계 문화예술 교육 시범사업
 - 사회복지시설에 예술강사 지원
 - 지방자치단체와 협력하여 지역사회 문화예술교육 활성화 지원
 - 특수 분야 문화예술교육 지원
- 문화관광부, 국방부, 법무부, 청소년 교육지원기관 등과 협력하여 군, 교정시설, 소년원학교, 새터민 등 특정분야 문화예술 교육 활성화 및 지원모델 개발
- 지역센터 및 문화 기반시설 연계 문화예술교육 활성화 지원
- 지역 문화예술교육 지원센터, 문화의 집 협회 등과 협력하여 지역 주민의 문화예술 교육 활성화 지원
- 문화예술 매개 전문인력 양성

4

한국메세나협회의

- 매년 우수한 메세나 활동을 한 기업들을 선정하여 시상
- 기업과 예술단체가 1년 이상의 단위로 결연을 맺어 다양한 방식으로 상호 교류하며, 전략적 파트너십을 형성
- 정부와 기업의 공동지원을 통해 중소기업의 예술지원 유도
- 기업, 문화재단, 사회단체 등과 협력하여 농촌, 학교, 군부대 등을 방문하여 예술체험 기회 제공
- 공부방 어린이, 보육원 아동 및 저소득층 어린이, 장애아동, 농어촌, 산간벽지, 아동복지시설 어린이 대상 문화예술 체험 프로그램 제공
- 저소득층 아동 및 청소년 문화예술 무료 관람 프로그램 제공

략적인 정리를 통해 한국에서의 예술의 가치 확산 노력의 전반적인 모습, 범위와 수준, 주요한 방향에 대한 이해를 돕는 데 주안점을 두었다.

예술의 가치 확산을 위한 과제들

끝으로 위에 열거한 예술의 가치 확산 현황을 반영하는 실태와 시사점, 그리고 주요 기관, 단체의 활동을 바탕으로, 한국에서 예술의 가치 확산을 위하여 앞으로 중점을 두어 전개해야 할 활동의 방향을 정리하면 다음과 같다.

1. 정부의 인식 전환

정부 정책의 우선순위에서 뒤쳐지고 있는 기초예술에 대한 공적 자원 투자 확대 촉구

2. 사회적 공감 확대

- 창의성 개발에 효과적인 예술의 역할과 기능을 강조하는 전략 개발
- 사회의 변화와 기술적 발전을 적극적으로 수용하여 사회 현상과 비전을 새로운 예술 형

식으로 담아내는 참신한 노력

- 소외지역, 소외계층, 저소득층의 문화예술 향수 확충의 필요성에 대한 지지 확대
- 다문화 사회에서 예술의 역할을 부각함으로써 문화 다양성 추구, 사회통합을 촉진

3. 민간 기부 유치 강화

- 개인과 기업의 문화예술 기부를 활성화하기 위한 법적, 제도적 기반 개선
- 문화예술에 대한 기업의 관심이 증가하는 현실에 부응하여 정부, 한국문화예술위원회, 한국메세나협회가 협력하여 다각적으로 기업의 문화예술 후원 확대를 유도

- 예술계와 연계하여, 예술에 대한 개인 기부의 미미함을 타개하기 위한 대국민 모금 캠페인 전개

4. 체계적 연구

- 예술에 대한 사회적 관심을 유발하기 위한 각종 의제 창출
- 예술의 사회, 문화, 경제적 파급효과에 대한 과학적 분석을 제시함으로써, 예술지원에 대

Art advocacy activities

3

Korean Arts and Culture Education Service(ARTE)

- To send art instructors to elementary, middle and high schools nationwide in order to provide opportunities to children and the youth to receive art education.
- Pilot projects on art education in collaboration with and between local communities, autonomous governments, offices of education, schools, art organizations.
- To send art instructors for social welfare institutions including nurseries, child care centers, handicapped children and their mothers.
- Promotion of regional 'cultural/art education' in collaboration with local autonomies for children, youth, elderly, handicapped population.
- Developing art/cultural education models for special facilities including military, correctional centers, a center for North Korean defectors(Saete) in collaboration with MCST, Ministry of Defense, Ministry of Justice, and youth educational centers.
- Promotion of art/cultural education for local population in collaboration with local art centers and cultural facilities.
- Training experts on art and culture education.

4

Korean Business Council for the Arts(Mecenat)

- Mecenat Grand Prix
to give awards to businessmen who are active in supporting cultural/art activities to further promote Mecenat in the business community.
- An 'encounter' between businesses and the arts a long-term strategic partnership and collaboration between businesses and the arts.
- Matching art fund between SMEs and the government to promote SMEs' participation for the arts.
- Mecenat On Site
to visit rural villages, schools and military bases to provide them with opportunities to experience the arts in collaboration with corporations, culture foundations and other social groups.
- Arts for Children
to provide art/culture programs for children in nurseries, from lower income families, handicapped children and children in rural communities or in welfare centers.
- Performances & tickets
free programs for children and youth from lower income families.

- to develop strategies to effectively emphasize the role and function of the arts cultivating creativities in the society.
- to underpin the efforts to reflect social phenomena and visions in a new form of the arts by fully embracing social changes and technological development.
- to expand the sentiment of society for supporting the underprivileged regions and lower income families for their art activities. (while the families with their monthly income of 2,884 USD or over are going to art events for 6.6 times a year, those with less than 961 USD went to these events for less than 0.86/ 2006 Report on Koreans Enjoying the Culture)

- to highlight the role of arts/culture as a means to promote social harmony through pursuing cultural pluralism as the Korean society becomes more diverse. (as of 2006, 9.1% of Korean men married to women from foreign countries. Money Today April 15, 2008/ There are more than 1.5 million foreign workers in Korea. Hankook Daily, April 21, 2008)

3. Inducing more contributions from the private sector

- to improve legal and institutional systems to enlarge individual and corporate contributions to the arts.
- to strengthen collaboration among the government, ARKO and the Korean Business

<p>한 공감대 확충</p> <ul style="list-style-type: none"> • 국민의 예술지원에 대한 정확한 규모 산출, 기부 성향과 동기를 분석함으로써 합리적인 기부 촉진 전략 수립 등, 체계적인 접근 <p>5. 문화예술 교육 강화</p> <p>문화예술 교육이 갖고 있는 관객 개발 효과 및 대중의 예술교육 참여 의지에 주목하여, 문화예술 교육 프로그램 개발 및 투자 확대</p> <p>6. 외국과의 연대</p> <p>외국 문화예술 기관과의 교류 확대를 통한 예술의 가치 확산 우수 사례 벤치마킹, 국제</p>	<p>협력을 통한 예술의 가치 확산 활동의 파급 효과 제고.</p> <p>글쓴이 이성겸 1958년 충남 공주에서 태어났다. 연세대학교 영어영문학과를 졸업하고 뉴욕대에서 공연예술행정 석사학위를 취득했다. 1984년 한국문화예술진흥원(현 한국문화예술위원회)에서 근무를 시작하여 문학, 공연예술, 시각예술 지원업무를 수행하였고 감사역, 총무인사팀장, 아르코예술인력개발원장, 문화협력실장 등을 거쳐 현재 예술지원컨설팅센터장으로 일하고 있다.</p>
<p>Council for the Arts to boost business' sponsorship for the arts as they are more interested in supporting the arts.</p> <ul style="list-style-type: none"> • to launch a nationwide contribution campaign in collaboration with the art community to break through the underdeveloped status of individual contribution to the arts. <p>4. A structured research for art advocacy</p> <ul style="list-style-type: none"> • to create various agenda in order to uplift the society's interest in the arts. • to gain supports for the arts from the society by presenting scientific research findings on the effect of the arts on society, culture and economy. • a urgent need for a systematic approach to precisely estimate the size of individual contributions to the arts, analyze their propensity and motivation and create strategies based on the findings to effectively facilitate their contributions to the arts. <p>5. Strengthening arts/culture education</p> <p>to develop art/culture education programs fo-</p>	<p>cusing attention on the intention of the public to take part in arts/culture education and its effectiveness developing audiences for the arts.</p> <p>6. Cooperation with foreign countries</p> <p>to spread the ripple effects of art advocacy through expanding exchanges with culture/art organizations in foreign countries in order to benchmark best practices on art advocacy and actively seeking international collaboration.</p> <p>Lee, Sung Kyum graduated from Yonsei University with a major in English Language & Literature and earned a MA in Performing Arts Administration from New York University. He joined the Korean Culture & Arts Foundation (now Arts Council Korea) in 1984 and experienced various support programs in the fields of literature, visual arts and performing arts. Then he served as Auditor, Team Leader of General Affairs & Human Resources Team, Director of Arko HRD Center and Director General of Cultural Cooperation Bureau. Now he works as Director General of Grants Program Consulting Center.</p> <p><i>translated by Jung, Byung Sun</i></p>