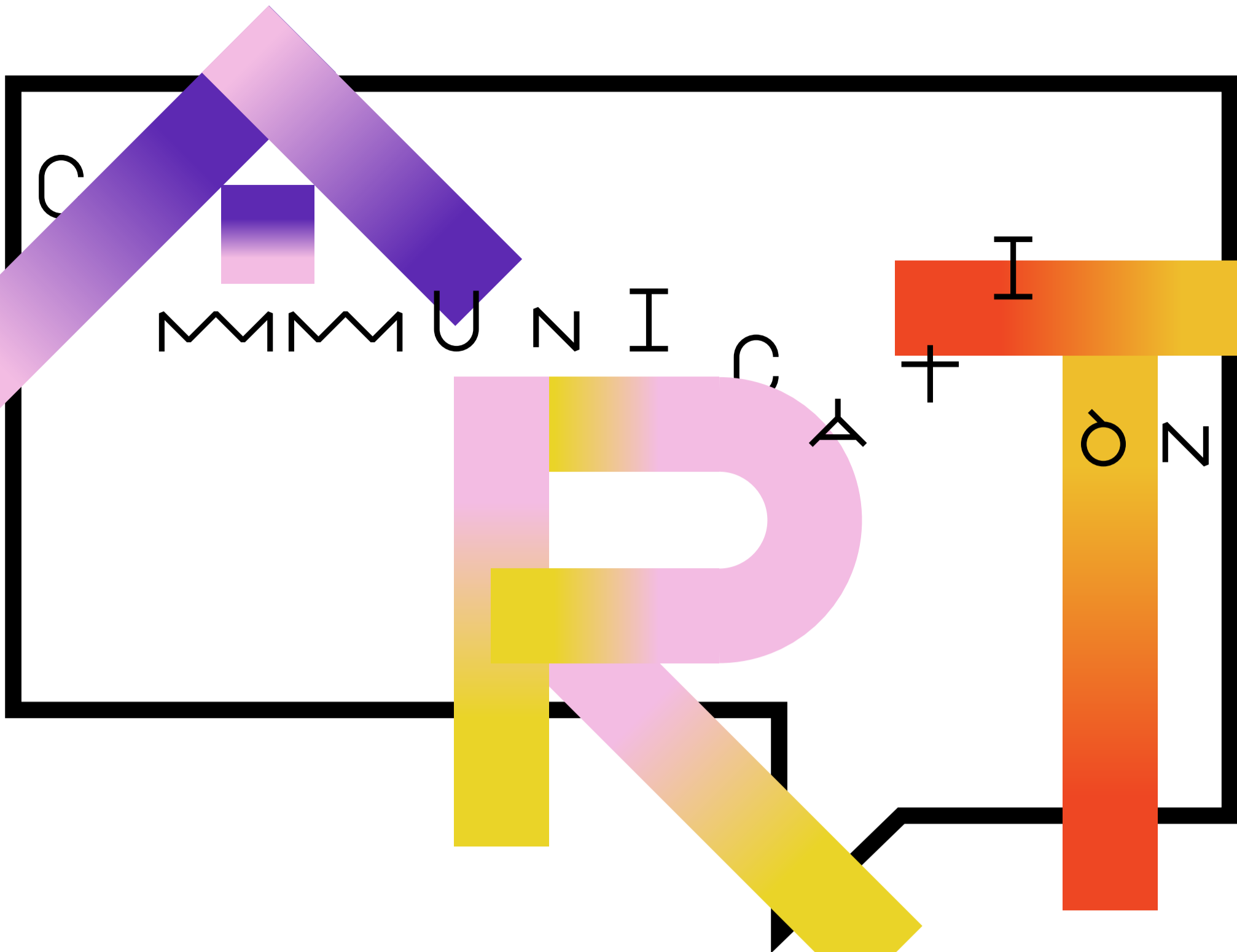


# 커뮤니케이션 매체로서의 예술



## INVITATION

미국 사진작가 낸 골딘과 동료 예술가들은 2017년 P.A.I.N(처방 중독 즉각 개입)이라는 단체를 만들어 20여 년 간 45조 원 이상 매출을 올린 마약성 진통제의 위험과 허위광고 문제를 제기했습니다. 이들이 예술적 퍼포먼스를 통해 사회에 던진 메시지는 제약사 '피듀 파마'를 파산에 이르게 하고, 소유주 '새클러(Sackler) 가문'이 사람 생명과 맞바꿔 일군 재산의 사회 환원을 이끌어내는 기폭제가 되었습니다.

글로벌 테크 액세서리 브랜드 '케이스티파이'는 고객이 사용하던 스마트폰 케이스를 재활용하는 '리 케이스티파이(Re/CASETiFY™) 프로젝트'에 전 세계 다양한 아티스트들과의 크리에이티브 파트너십을 접목했습니다. 아티스트의 손을 거친 폐기물은 새로운 디자인 제품이나 예술 작품으로 재탄생되고, 단순한 자원 순환의 개념을 넘어 창조적인 가치가 더해진 작품들은 공공장소에 전시되어 환경 보존의 가치를 전파하는 메신저가 됩니다.

예술은 국가, 인종, 성별의 장벽이 없는 일종의 공용 언어이자 정서적 교감, 인식의 전환, 공동체 의식을 이끌어내는 효과적인 감성 매체입니다. 끊임없이 사회와 상호작용하는 예술은 창의적인 방식으로 다양한 사회 현상과 문제들을 다루고, 새로운 가치와 아이디어를 담은 감각적 메시지를 통해 대중의 공감과 감동을 불러일으킵니다.

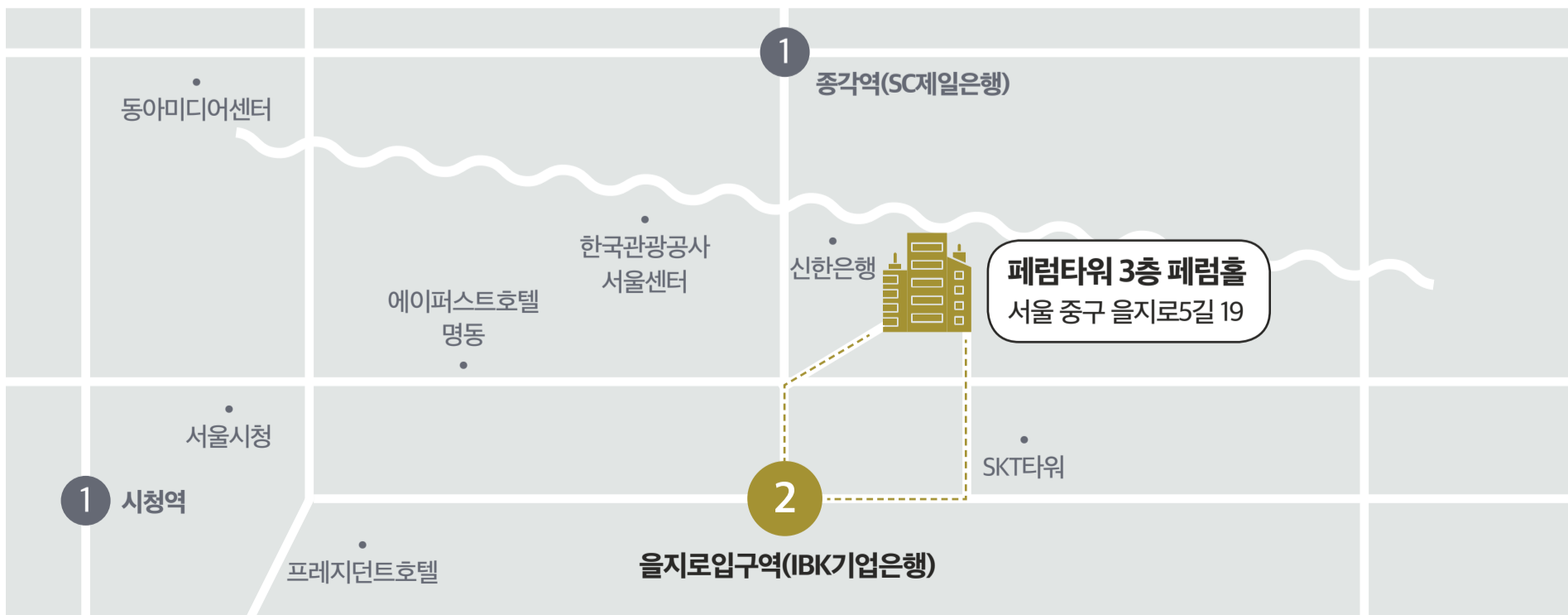
이번 세미나에서는 예술의 사회적 메시지 기능과 임팩트를 공유하고, 이를 기반으로 한 기업 커뮤니케이션 전략과 브랜드 가치 제고 방안을 제안하고자 합니다. 더불어 예술을 통해 브랜드 품격을 높이고, 고객의 감성적 욕구를 충족시켜 감동을 이끌어내는 기업 사례를 탐구하는 시간도 마련했습니다.

차별화된 문화경영 전략이 필요한 기업 관계자 및 기업과의 협력에 관심 있는 예술계 모두에게 유용한 정보를 제공하는 기회가 될 이번 세미나에 많은 관심과 참여 부탁드립니다.

- 일시** 2025. 11. 25. (화) 15:00 ~ 17:00
- 장소** 페럼타워 3층 페럼홀(서울 중구 을지로)
- 주관** 한국메세나협회
- 후원** 한국문화예술위원회

PROGRAM	사회 이선철(감자꽃스튜디오 대표)
<b>기초강연</b>	예술의 사회적 커뮤니케이션 기능과 사회적 임팩트 허연   매경출판 대표이사, 시인, 前 매일경제신문 문화부장
<b>주제발표1</b>	창의적 이니셔티브와 기업 커뮤니케이션의 시너지 효과 황인선   마케팅 컨설턴트, <비즈니스와 삶을 바꾸는 해석의 마법> 저자, 前 KT&G 마케팅 기획부장
<b>주제발표2</b>	브랜드에 가치를 더하는 문화전략 박재항   서경대학교 광고홍보영상학과 교수, 前 제일기획 브랜드마케팅연구소 소장
<b>Q&amp;A</b>	Floor Q&A

## 오시는 길



- 행사 장소 내 주차 공간이 부족하오니, 대중교통을 이용해주시기 바랍니다.
- 부득이 차량을 이용하시는 경우 주차비는 별도 지원하지 않습니다.

**문의** 한국메세나협회 A&B팀(02.786.9655)

**참가신청 바로가기**