

# 문화, 예술을 활용한 한국 기업의 교육 프로그램에 관한 연구

## A Study on Corporate Training Program applying Culture and Arts in Korea

최광웅, 염경식\*, 윤호창\*\*  
씨씨클 문화 연구소

Choi Gwang Ung, Yum Kyoung Sik\*, Youn Ho Chang\*\*  
SeaCircle Culture Research Institute

### 요약

국내, 외 많은 기업들이 메세나 활동을 기업의 긍정적인 이미지 확보 및 조직 구성원 화합 등을 목적으로 활용하고 있다. 또한, 이러한 관련 영역에 대한 효과성을 측정하기 위한 연구도 동시에 진행되어 왔다. 그러나 그 측정이 포괄적이고 추상적으로 이루어지면서 심층적인 효과를 측정하기에는 무리가 있어왔다. 본 연구에서는 기업에서 진행하고 있는 주요 문화, 예술 교육 프로그램에 대해 고찰하고, 이와 연관된 메세나 활동의 효과 측정에 대해 분석했다. 이를 바탕으로 교육 효과 측정을 위한 기준으로서 대표성을 갖고 있는 요인을 추출하고자 시도했다. 이는 관련 교육 프로그램을 실질적으로 도입하기 위해 준비 중인 기업들에 있어 시사점을 갖고 있으며, 추후 연구에 있어서 이러한 기준과 효과 측정 방법에 대한 설정, 그리고 이에 대한 신뢰성을 높일 수 있는 계량적인 지표를 추가하는 것이 필요할 것이다.

### Abstract

Many enterprises make use of 'mecenat action' for positive image ensuring to company and harmony within organization members. Also, at the same time the research has continued estimating of efficiency about that area. but that estimations get accomplished inclusive and abstractive, and then estimation of significant effect isn't sufficient. In this study we consider that many enterprises practice culture and art education program, and related that analyze the estimation of effect in 'mecenat action'. Stand on this analysis we attempts to extract factor, having representation character with making standard for estimation of education effect. That is a implication that relation education programs are prepared many enterprises, In future study, we will need to make standard and select methods about effect estimation, add measurable index that reliability can increase.

## I. 서론

### 1. 연구배경과 목적

문화, 예술은 21세기를 이끌어 나갈 새로운 성장 동력으로 주목 받고 있다. 각종 문화, 예술 산업은 '한류'라는 상징어 아래 지속적인 관심과 함께 투자가 진행 중이며, 기업 차원에서 문화 마케팅 및 메세나 활동은 기업의 이미지 향상 및 마케팅 방법으로서 다각적으로 활용되고 있다. 그러나 기업의 실질적인 내부 경쟁력 강화를 위한 교육, 훈련 프로그램으로 진행되고 있는 사례는 제한적으로 나타나고 있는 것으로 파악되고 있다. 따라서 개인 및 조직의 창의성 발현 및 조직력 강화, 조직 문화 및 노사 관계 발전을 위한 핵심 과제로서 제기되어야 할 필요성을 갖게 되었다. 또한 실제 경영에 있어 실효성이 증명되기 위해서는 교육, 훈련 프로그램의 성과를 측정할 수 있는 도구와 방법이 제시되어야 한다. 이러한 연구 배경을 바탕으로 본 연구에서는 추후 진행될 심층적인 연구를 위한 탐색적 연구로서 다음과 같은 연구 목적을 갖고 있다.

- 1) 기업의 메세나 활동의 효과 측정 방법 제시.
- 2) 국내, 외 기업의 문화 예술 교육 프로그램 현황 고찰.
- 3) 효과 측정을 위한 주요 요인 추출 및 검토.

## II. 본론

### 1. 효과 측정 기준에 대한 논의

기업 메세나 활동의 효과 분석은 문화 경제학, 그리고 기업 경영 측면을 바탕으로 이루어져 왔다. 그러나 그 효과에 대한 판단 기준과 성과 측정에 대한 신뢰도가 끊임없이 장애요인으로 나타나고 있다.

Colbert 외(1994)는 34개 기업에 대한 조사에서 기업의 후원으로부터 얻는 효과를 '기업 이미지 향상', '판매 증대', '기업의 노출 효과' 등으로 파악했다. 특히 한국문화정책개발원(2002)에 따르면, 호주문화인문학재단(AFCH)과 Arthur

Andersen(社)가 1999년 간행한 보고서를 중심으로 메세나 활동의 평가 기준과 효과 측정 결과를 제시했으며, 한국메세나협의회(2006)는 자체 조사를 통해 종업원 만족도의 향상으로 생산성이 향상되며, 이직률 감소로 인한 인력 운용의 안정성 등을 이유로 기업 성과 향상에 도움이 된다고 주장하였다[1][2]. 이를 바탕으로 본 연구에서는 종업원 측면을 중심으로 측정 내용과 기준 요인을 분류 했다.

[표 1] 메세나 활동의 효과에 대한 측정 기준 분류

측면	내용	측정 기준 요인
	종업원	창의적 제품 및 서비스 개발
직원확보 및 유지		종업원 만족도
		이직률 감소
조직문화 고양		직원간의 관계 증진
	기업의 소속감 증진	

## 2. 기업의 문화, 예술 교육 프로그램

기업 내에서 조직의 단합을 위한 레크리에이션이나 역할극 등을 포함한 교육은 꾸준히 진행되어 왔다. 그러나 본 연구에서는 보다 예술과의 직접적인 교류와 협력을 통한 교육, 훈련이 진행되는 사례를 보다 구체적으로 살펴보고자 한다.

### 2.1 국외 사례

해외의 대표적인 사례로서 유니레버(Unilever)의 ‘Catalyst Program’을 들 수 있다. 지난 2000년부터 7년간 약 1,600여 명의 직원들이 매년 이 프로그램에 참여했다. 주요 프로그램은 시인, 작가와 함께하는 작문능력개발, 배우와 함께하는 대화 및 발표능력개발 프로그램 및 사내 미술, 사진 작품 전시를 통한 분위기 변화 등이 포함된다. 본 프로그램의 성과는 크게 4가지로 제기된다.

- 1) 예술을 활용한 작업환경의 변화
- 2) 직원들의 창의성 증진
- 3) 동기 부여
- 4) 기업 문화 혁신

또한 미국의 대표적인 제약회사인 Pfizer에서는 직원들의 창의력과 감수성 개발을 위해 예술적 영감이 존재하는 공간의 조성이 필요하다는 것을 인식하고, 유명 아티스트와의 협력을 통해 리모델링 했다.

### 2.2 국내 사례

국내에서는 문화 마케팅 및 메세나 협의회를 통한 지원, 협

력, 교류 등을 통해 다양한 프로그램이 사례로서 제시되고 있다. 그러나 기업의 직접적인 필요성 보다는 고객과의 점점 확보 및 조직 문화 고양을 위해 제한적으로 이루어지고 있는 것으로 나타난다. 아직까지 창의적인 제품 연구 및 서비스 개발, 제공 등에 있어서 실질적인 교육 프로그램 제공은 극히 미미하게 이루어지고 있는 것으로 알 수 있다.

[표 2] 국내 기업의 문화, 예술 교육 프로그램 예시[3], [4]

회사명	프로그램	예상 효과
(주) 대교	합창	Teamwork와 성취감 획득
LG전자	사물놀이	조직 구성원간 시너지 효과 획득과 몰입체험
대우조선해양	공연관람	팀 단합, 상생의 노사관계
CJ문화재단	발레 교실	친가족적 교육, 문화 향유 기회 제공
LG생활건강	해금 연주 교실	직무 동기 고취 및 문화 마케팅

## III. 결론

### 1. 효과 측정을 위한 주요 요인 검토

교육 프로그램에 대한 효과 측정을 위한 대표적인 요인으로서 창의성, 직원 만족도, 조직 문화 등이 있을 수 있다.

#### 1.1 창의성

국외 사례에 비추어 본다면, 조직 및 개인의 창의성 향상에 문화, 예술 교육 프로그램이 도움을 주며, 성과로 나타난다는 것을 알 수 있다. 창의성에 대한 효과 측정은 개인 수준에서 몇몇 측정 도구를 통해 이루어지고 있다. 이러한 측정 도구가 과연 실질적인 문화, 예술 교육 프로그램에 적용 될 수 있는지의 논의해야 할 필요성이 있을 것이다.

#### 1.2 직원 만족도

직원 만족도는 이직률 감소 및 기업의 성과 향상으로 이어진다[2]. 그러나 실질적으로 많은 기업에서 활용하기에 비용의 부담, 활용 성과의 가시성 부족 등으로 어려움이 있는 실정이다. 추후 실제 문화, 예술 교육 프로그램이 직원의 만족도에 어떻게 영향을 미치는지 실증적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

#### 1.3 조직 문화

현재, 한국 기업에서 문화 마케팅 및 메세나 활동을 통한 교류와 병행하여 실질적으로 활용하는 부분이 바로 조직 문화 고양 일 것이다. 각 기업마다 특유의 조직 문화가 존재하며, 이에 적합한 관련 교육 프로그램이 존재해야 할 것이다. 이러한 적합성을 특히 문화, 예술과 관련된 프로그램 도입 시에 어떻

게 측정할 것인가 논의 되어야 할 것이다.

## 2. 한계점 및 추후 연구

본 연구는 기업의 문화, 예술 교육 프로그램에 대한 현황 분석과 향후 연구에 대한 탐색에 초점을 두어 실증적인 부분이 결여되어 있다는 점이 한계점이다. 또한, 아직까지 실질적인 교육, 훈련 프로그램에 문화, 예술이 접목되어 실행되지 않고 있다는 점은 추후 논의 되어야 할 부분이다. 또한, '메세나', '문화 마케팅', '예술경영' 등 관련 단어에 대한 끊임없는 논의가 이루어지는 과정이기에 정립되지 못한 부분이 많다는 것이 추후 해결해야 할 과제로서 제기된다.

삼성, 3M, Unilever 등 국, 내외 많은 기업들이 창의성을 중시한 경영에 관심을 갖고 이와 관련된 많은 제도나 조직 문화 변화 등을 꾀하고 있다. 이러한 기업들의 관심과 실질적인 교육에의 적용에 대해 효과에 대한 측정을 어떻게 하고 있는지, 구체적인 방법론이 추후 연구되어야 할 것이다.

### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 한국문화정책개발원, '메세나 활동의 효과분석', 2002
- [2] 이성권, '기업의 문화마케팅 사례', 한국메세나협의회, 2006
- [3] 이상아, '문화예술프로그램이 직장인의 역량향상에 미치는 영향에 관한 연구', 석사학위 논문, 단국대학교, 2005
- [4] 김소영, '창조적 경쟁력을 위한 중소기업 문화마케팅 세미나', 한국메세나협의회, 2007
- [5] Peter Miskell, 'Knowledge and Innovation in Unilever's Personal Products Business, 1965-1990', EBHA Conference, 2001
- [6] 한국메세나 협의회, <http://www.mecenat.or.kr/>
- [7] 영국메세나 협의회, <http://www.aandb.org.uk/>