

Hyundai Motor Art vol.3

Hyundai Motor Art Vol.3

미술과 글로벌리즘

서문

한국 미술의 국제화를 지향하는 현대자동차의 아트프로젝트	조원홍 현대자동차 고객경험본부장· 부사장	006
-----------------------------------	------------------------------	-----

I
미술의 글로벌리즘

1. 세계미술사에서 글로벌리즘의 등장	조은정 미술평론가	012
2. 비엔날레의 글로벌리즘, 로컬리즘, 글로컬리즘	호경윤 미술평론가	020
3. 후발국가들의 비엔날레		030
샤르자 비엔날레	김태진 아트어드바이저	
족자 비엔날레	김태진 아트어드바이저	
시드니 비엔날레	장정인 현대자동차 아트랩	
4. 현대차 아트살롱 : 한국 미술작가의 국제무대 진출		044

Hyundai
Motor Art
Vol.3

미술과
글로벌리즘

II
미술작가와 기관

1. 글로벌기업의 미술재단	김만나 뮤인 기자	060
2. 기획자에 대한 지원		070
현대모터스튜디오 베이징 아트디렉터 쉬징 인터뷰	김새슬 독립 미술기획자	
3. 테이트모던 현대 커미션		080
Philippe Parreno <Anywhen>		
SUPERFLEX <One Two Three Swing!>		
4. MMCA 현대차 시리즈		094
안규철 <안 보이는 사랑의 나라> “MMCA 현대차 시리즈 전시를 마치고”	안규철 아티스트	
김수자 <마음의 기하학>		
임흥순 <우리를 갈라놓는 것들_민음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령>		
5. 블룸버그 브릴리언트 아이디어즈		120

III
한국현대미술의 세계화

1. 한국현대미술의 전지구화를 추동한 힘	임근준 미술평론가	146
2. 국내 기업의 예술후원	김윤섭 미술경영연구소장	154
3. 현대차 아트살롱 : 한국현대미술의 국제홍보		162

세계 속 한국미술을 알리는 현대자동차 아트프로젝트

조원홍

현대자동차 고객경험본부장 · 부사장

낮선 나라로 여행을 떠나거나 해외에서 방문한 손님과 만날 때는 간단한 인사말이라도 그 나라의 말로 익히려는 분들이 많습니다. 언어는 의사소통을 위한 기본적인 도구이고, 덕분에 사람과 사람 사이의 거리가 좁아질 수 있기 때문입니다. 한데 예술 작품 앞에선 기존 언어가 무용해지는 순간이 있습니다. 그래서 예술을 일컬어 ‘시각 언어’라고 표현하기도 합니다. 예술을 통해 더욱 창의적인 대화가 가능해지고, 다른 문화나 역사를 이해할 수 있는 덕분입니다.

단지 작가 개인, 개별 작품에 대한 지원뿐 아니라 미술 환경을 이루는 모든 구성 요소에 현대자동차가 관심을 갖는 이유도 이와 크게 다르지 않습니다. 한국 미술의 저변을 확장하는 것, 이는 나아가 한국의 고유한 문화와 역사를 국제 사회에 알리고, 그것에 관해 세계인들과 자연스럽게 소통하게 되는 일입니다. 우리와 그들이 어떻게 같고 또 어떻게 다른지 예술 작품은 훌륭하게 일깨워 줍니다.

4차 산업 혁명이나 디지털 혁명 같은 말들은 이미 미래가 도래해 있음을 환기시킵니다. 경제 · 산업 분야에서도 앞으로 일어날 변화에 어떻게 유연하게 대처할 것인가를 고민하고 있습니다. 현대자동차는 예술로부터 그 답을 찾을 수 있다고 믿습니다. 제약 없는 상상력과 그것을 실현시키는 추동력을 갖춘 예술이야말로 인간이 고민해야 할 모든 내용을 담고 있다고 생각합니다.

국제적인 미술관과의 중장기 파트너십, ‘아트&테크놀로지’라는 키워드 중심의 리서치, 미술계 전문가들께 듣는 인사이트 등 현대자동차는 한국 미술의 외연을 넓히는 일에 이바지하고자 짧지 않은 시간, 차분히 노력해 왔습니다. 장기적인 안목으로 시대와 지역을 초월하는 예술 생태계를 건강하게 만드는 일에 일조하겠다 다짐했지만, 여전히 가야 할 길은 멀니다. 단숨에 드러나는 화려한 결과를 좇지 않고 보다 많은 분이 수준 높은 문화 예술을 향유할 수 있는 풍토를 만들기 위해 해야 할 일도 아직 많다는 사실도 인지하고 있습니다.

자신의 시대를 넘어 여전히 사랑 받는 예술가, 앙리 마티스(Henri Matisse)는 “창의성에는 용기가 필요하다(Creativity takes courage)”고 말한 바 있습니다. 동시대 미술이 다루는 주제에는 한계가 없습니다. 예술이 자신이 구사할 수 있는 언어에만 얽매이지 않고 새로운 가능성을 끊임없이 갱신해 나가는 ‘용기’를 취한 덕분입니다. 미술계에서 주시는 응원과 충고는 현대자동차의 문화예술 후원이 어떤 방향으로 나아가야 하는지 다잡는 밑거름이 됩니다. 지켜봐 주시고 함께 해주시는 모든 분께 다시 한번 깊은 감사 드립니다.

|

미술의 글로벌리즘

- 1. 세계미술사에서 글로벌리즘의 등장
- 2. 비엔날레의 글로벌리즘, 로컬리즘, 글로컬리즘
- 3. 후발국가들의 비엔날레
- 4. 현대차 아트살롱 <한국 미술작가의 국제무대 진출>

20세기 세계 미술사에서는 비엔날레와 같은 국제미술제의 대두와 함께 글로벌리즘이 화두로 올라오게 되었다. 1895년 시작한 베니스 비엔날레에 이어 20세기 중후반부터 카셀 도큐멘타, 뮌스터 프로젝트, 상파울루 비엔날레, 아르스 일렉트로니카 등 각각 특색을 지닌 국제 미술제들이 생겼다. 아시아에서도 한·중·일의 광주비엔날레, 싱가포르 비엔날레, 상하이 비엔날레, 요코하마 트리엔날레 등에 이어 여러 나라들에서 비엔날레가 생겨나고 있다. 이런 국제미술제들은 세계 곳곳에서 피어나는 새로운 미술을 소개하는 역할뿐 아니라, 각 도시의 관광산업에도 기여했다. 미술 애호가뿐 아니라 일반 여행객들도 비엔날레가 열리는 도시를 방문하면서 현대미술의 국제적 흐름을 느끼고, 우리는 이제 예술을 통해 세상 다른 곳을 배우면서 세계를 이해하고 있다.

21세기에는 서구 열강만이 아니라 지구 곳곳에서 비엔날레가 유행처럼 생겨나고 있고, 포화상태에 이른 비엔날레 시대에 후발국가들은 지역의 특징을 살리면서 글로벌 담론을 형성하는 미술제를 만들기 위해 노력하고 있다. 현대 자동차는 세계 최고의 비엔날레인 베니스 비엔날레 후원에 이어, 지구 남반구에서 후발 비엔날레로서 자리매김하고 있는 시드니 비엔날레도 후원하였다.

국제 미술제들이 상업성을 떠나 첨단 미술 자체를 소개하는 장이라면, 뜨거워진 세계 미술시장의 현장을 그대로 옮겨놓은 아트페어들도 이제는 현대미술의 흐름을 보여주고 리드하는 중요한 역할을 하고 있다.

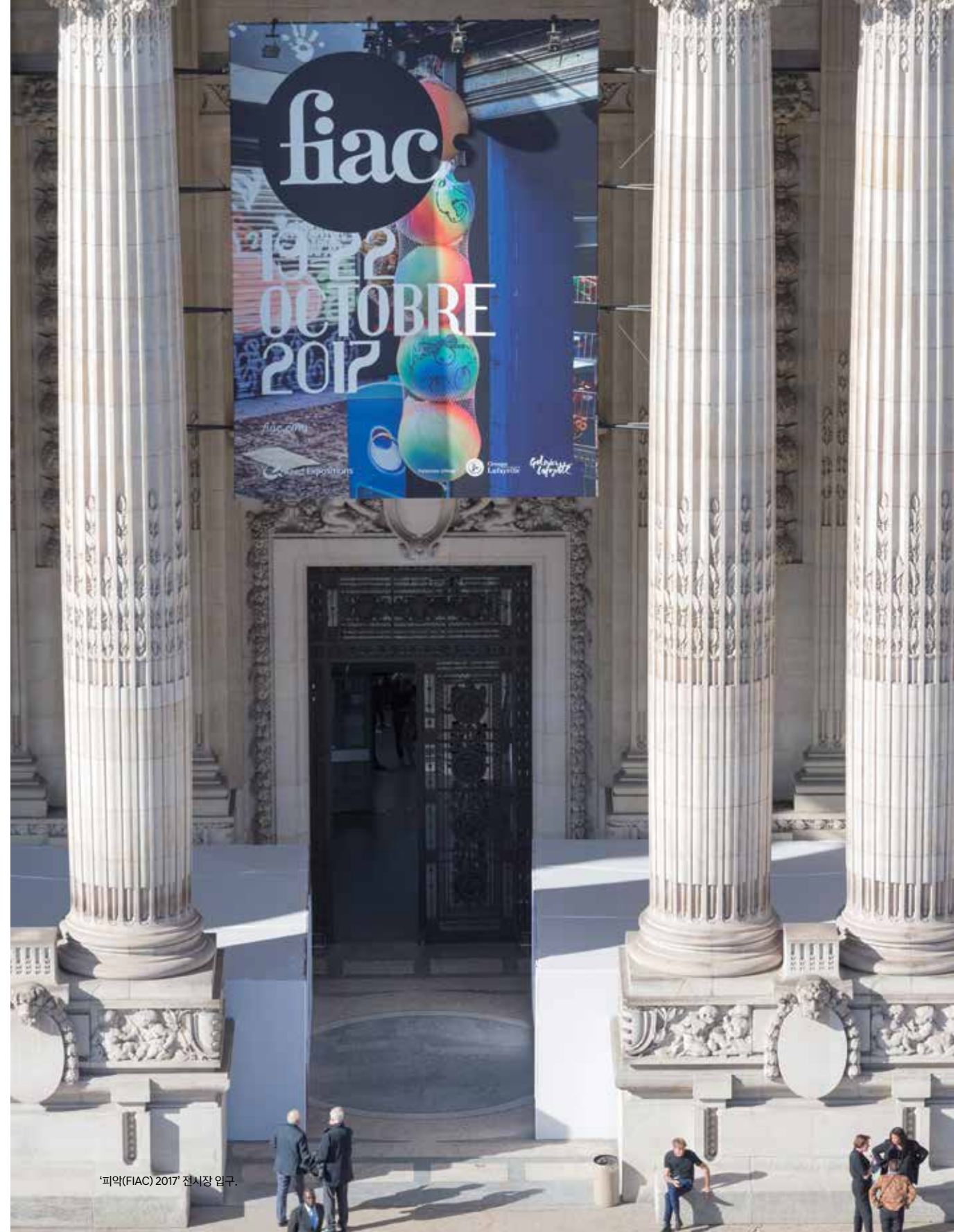
이 장에서는 세계 현대미술사에서 ‘글로벌리즘’이 담론으로 등장하는 계기가 된 국제 주요 비엔날레들과 아트페어의 등장 배경 및 이런 국제 행사들이 추구하는 담론에 대해 현장을 누빈 전문가들이 소개한다. 또, 그런 서구 열강 비엔날레와 차별점을 찾으면서 로컬리즘과 글로벌리즘을 함께 추구해 인기 있는 국제 미술제로 떠오르는 후발 비엔날레들을 소개한다. 이런 주제를 다루기 위해 열린 제6회 현대차 아트살롱에서는 미술작가들과 기획자들이 모여 우리 미술작가들이 국제적으로 활동하는 데 겪는 어려움을 이야기하고, 작가들이 해외로 진출하고 우리 현대미술을 세계로 보여주기 위해 국가와 기업은 어떤 제도적 뒷받침을 할 수 있는지에 대한 의견을 나누었다.

세계미술사에서 글로벌리즘의 등장

조은정
미술평론가

1991년, 전세계로 향한 오스트리아항공에 탑승한 승객들은 작은 퍼즐을 선물로 받았다. 파란 하늘에 하얀 구름 대신 비행기들이 떠 있는 그림이 인쇄된 퍼즐이었다. 여행 중 호텔이나 비행기에서 받은 여느 기념품처럼 이 퍼즐도 누군가의 집에서는 어린이에게 건네졌고, 어느 사무실에서는 휴지통으로 던져졌다. 물론 이 퍼즐은 그렇게 처리해버리기에는 다소 아까울 수 있는 단순한 기념품만은 아니었다. 인쇄된 그림은 아르테 포베라의 거장 보에티(Alighiero e Boetti, 1940-1994)의 것이었고, 기내에서 승객

들에게 이 퍼즐을 나눠주는 것은 큐레이터 한스 올리히 오브리스트가 기획한 ‘미술은 지정학적으로 달기 어려운 곳까지 갈 수 있음’을 증명한 프로젝트였던 것이다. 여러 나라로 구성된 세계의 거리를 우리는 이제 몇 킬로미터니 하는 도량형과는 다른 방식으로 인지한다. 비행기에서 밥 두 번 먹고 영화 세 편 보고 적당히 잠들었다가 깨는 거리. 이것이 우리가 인식하는 오스트리아와 한국의 거리이다. 직항 한국 국적기 10시간 25분, 1회 경유 오스트리아항공은 12시간. 1시간 25분이



‘피악(FIAC) 2017’ 전시장 입구.



베니스 비엔날레의 아르세날레(Arsenale) 전시장



베니스 비엔날레 전경

라는 시간차마저 경제적인 요건 즉 금전의 차이일뿐이다. 비행기에 올라탄 순간 공간은 시간적 경험으로 변환된다. 갑작스레 다른 세계에 진입한 여행자는 거리를 인지할 수 없는 면세점, 호텔, 레스토랑, 공연과 미술관 관람을 통해 문화의 동질성을 확인하며 안도한다.

축소되는 세계, 확장하는 미술

모든 장소를 유사하게 만드는 표준화된 소비문화는 문화의 세계

적 균질성에 주목하게 한다. 그럼에도 여행자에게 축적된 강한 경험의 이미지들은 낯선 거리, 선물집, 초대받은 가정과 같은 일상의 장소이다. 지역축제와 에어비앤비의 성황이 바로 그러한 상황을 증명한다. 세계적인 생활인 글로벌리즘의 상대방에 있는 지역성이자 로컬리즘인 장소에 보에티의 퍼즐은 비행기라는 교통수단을 통한 글로벌리즘의 실천을 통해 진입하였다. 그리고 결과는 지리학자 하비의 말처럼 지금 이 순간 모든 것이 존재한다는 믿음인 '세계가 우리들 내부로 가라앉는 듯한' 세계의 축소였다.

세계가 자신의 내부로 들어오는 집단적인 경험은 같은 장소에서 같은 음식을 먹고 같은 것을 보는 현대 패키지 여행에서의 경험과 유사할 것이다. 그런데 17세기 초반에서 19세기 중반까지 두 세기 걸쳐 지속된 근대의 여행, 이른바 그랜드 투어에는 대중교통 수단이 없었다. 영국 런던에서 출발한 젊은이는 프랑스 파리에 머물며 언어와 각종 예절을 배운 다음 스위스 제네바를 거쳐 이탈리아 로마로 가서 고대 유적지를 돌아보았다. 로마의 역사를 몸으로 느낀 후 피렌체, 피사, 베니스를 거치며 르네상스 문화와

고전예술을 공부하였다. 이후 나폴리, 폼페이, 헤르쿨라네움을 돌아보고 독일과 네덜란드를 거쳐 귀국하였다.

이 기나긴 여정을 가정교사와 함께 하며 세계를 배우는 것을 일러 그랜드 투어라고 하였으며, 기차가 없던 시절인지라 그들은 마차를 타고 이동하였다. 집으로 돌아온 청년들을 맞은 부모들은 때로는 그들이 쏟아 부은 재정적 후원만큼이나 성장한 모습을 볼 수 없었던 경우조차 '베두타'라고 불리는 그랜드 투어 최고의 기념품인 '베니스의 풍경화'를 받아들 수는 있었다. 물론 젊은 날의 몇 년



2017년 아르스 일렉트로니카 페스티벌의 과학 센터 'Esplora'에서 개최된 워크숍 'Create Your World'.

을 여행으로 보낸 이들에게도 그들이 있는 곳이 어디든 풍경화는 2, 3년의 시간을 압축하고 공간의 경험을 환기시켜주었다.

1814년 증기기관차의 등장으로 대중교통의 시대가 열렸고 1840년대 들어서는 철도여행이 보편화하자 그랜드 투어는 시들해졌다. 여행비용의 부담이 줄자 그동안 하던 것처럼 부자도 여행을 하였고 가난한 이들도 여행을 했다. 다시 말하자면 여행은 이제 더 이상 위화감을 조성하는 과시의 대상이 되지 못했다. 게다가 1894년, 디젤기관차의 등장으로 대중여행의 시대가 펼쳐졌고

누구나 아침에 자신이 거주하던 도시를 떠나 점심을 다른 도시에 서 먹을 수 있게 되었다.

이쯤 되면 1895년 베니스비엔날레가 시작된 연유를 짐작할 수 있을 것이다. 옛 관광도시로서의 영화를 찾기 위해 동분서주하던 베니스시는 1893년 뜻밖의 기회를 잡았다. 바로 이듬해가 당시 국왕 움베르토 1세가 왕비 마르가리타와 결혼한지 25년이 되는 해였다. 베니스시에서는 성대한 국왕 은혼식을 기념하는 미술 전람회를 그들의 도시에서 열기로 한 것이었다. 물론 일은 그리



2017년 아르스 일렉트로니카 페스티벌의 주요 장면을 예술감독 거프리트 스토크(Gerfried Stocker)와 지휘자 마르크스 포쉬너(Markus Poschner)가 설명하고 있다.

순조롭게 진행되지 않아서 이듬해인 1895년에야 '베니스시 국제 미술전시회'라는 명칭으로 제1회 베니스 비엔날레가 열릴 수 있었다.

세계를 우리 내부에 가두는 국제미술전시들

오늘날 프랑스 피악(FIAC), 독일의 카셀 도큐멘타(Kassel Documenta)와 그리스에서의 미술행사, 뮌스터 프로젝트 (Skulptur Projekte Münster), 스위스의 바젤 아트페어(Art

Basel) 그리고 베니스 비엔날레(Venice Biennale) 등을 함께 둘러보는 여행을 공공연히 '그랜드 투어'라 하는 것이 그리 이상한 일은 아니다. 역사와 문화를 체험하는 새로운 지식의 여행이 근대의 '그랜드 투어'와 닮았기 때문이다. 근대기 문화유적과 예술적 장소에 대한 여행이 문화와 미술의 양식을 공유함으로써 하나된 유럽을 만드는 데 일조하였던 것처럼, 현대의 글로벌리즘은 세계를 우리 내부에 가둔다. 카셀 도큐멘타는 1955년에 시작했다. 어떤 행사가 시작하는 해



2017년 아트바젤 전시장 입구모습.

는 그 행사의 필연성을 보여 준다. 그렇다, 1955년은 바로 2차 세계대전이 끝난 지 10년이 되는 해였다. 2차세계대전 때엔 역사에 남았던 악명 높은 전시가 있었다. 바로 나치가 1937년에 기획한 '퇴폐미술전'이었다. 피카소, 칸딘스키, 몽크, 샤갈, 오토 딕스, 막스 베크만 등 서양미술사에 획을 그은 위대한 아방가르드 미술가들을 '규범을 깬 퇴폐 예술가'로 낙인 찍는 전대미문의 전시였다. 2차세계대전이 끝난 지 10년이 되자 유럽은 전쟁 당시 퇴폐미술전을 통해 모더니즘을 비웃었던 나치를 의식하여, 이제는 모더니

즘을 기리고 기록하는 행사로서 '카셀 도큐멘타'를 시작했다. 한편 1974년 독일의 조용한 도시 뮌스터에서는 시가 미국의 아방가르드 조각가인 조지 리키(George Rickey)의 작품을 구입하려고 하자 시민들이 공공장소에 난해한 작품을 고가에 구입하여 설치하는 것을 거부하는 사건이 발생하였다. 그로부터 3년 뒤 공공미술과 현대미술에 대한 이해 증진을 위해 프로젝트가 시작되었다. 바로 '뮌스터 프로젝트(Skulptur Projekte Münster)'다. 현대에 보기도 교육의 목적에서 시작된 행사이기 때문인지, 뮌

근대기 문화유적과 예술적 장소에 대한 여행이 문화와 미술의 양식을 공유함으로써 하나된 유럽을 만들었던 것처럼, 현대의 글로벌리즘은 세계를 우리 내부에 가둔다. 국제 미술제가 열리는 장소들은 지역적으로는 변두리지만, 글로벌한 현대미술을 담음으로써 고향과 타향의 속성을 공유한 특정한 장소가 된다.

스터 프로젝트는 가장 선구적인 공공미술들이 선보이는 장소가 되었다.

베니스 비엔날레, 카셀 도큐멘타, 뮌스터 프로젝트 같은 국제미술제가 상업성을 떠나 실험적이고 혁신적인 현대미술을 보여주고 키워주는 전시라면, 한편에서는 미술시장의 생생한 현장이 되는 국제 전시들이 있다. 아트바젤, 피악, 프리즈 등 세계적인 아트페어들이다.

1970년 시작한 아트바젤(Art Basel)은 독일, 프랑스, 스위스가 만나는 지점인 바젤에서 6월 둘째주 수요일에 시작하여 일요일에 장을 접는 5일장의 모습이다. 바젤은 화개장터처럼 유럽 주요 국가들의 꼭지점에 들 수 있는 곳이다. 이런 장소성이 바로 이 아트페어의 경쟁력이었다.

피악(FIAC)은 국제현대미술전시회(Foire Internationale d'Art Contemporain)라는 명칭으로 해마다 10월에 파리에서 열리는 아트페어다. 피악이 시작한 1974년은 국가주도의 경제정책을 수행하던 드골주의자인蓬피두 대통령이 사망하고 중도 우파인 지스카르 데스탱이 대통령에 당선된 해였으며, 68혁명 세대가 사회에서 기반을 잡아가던 시기였다. 미술시장이면서 전시회라는 이름을 가진 것처럼 프랑스의 정치적인 변화에서 온 'FIAC'은 극단의 자본주의인 미술시장과 공공적인 행사의 성격이 결합되어 있다. 영국의 프리즈 아트페어(Frieze Art Fair)도 공공성과 새로움의 승리를 보여준다. 2000년대 영국의 창조적인 문화산업의 결과를 반영하여 가장 현대적이며 젊은 작가들의 작품들을 공인하고 있기 때문이다.

비엔날레 통해 미술의 '사회 통합' 기능 부각

'미술의 장소'인 이런 국제 미술제에서는 배낭을 맨 여행자들일 지라도 엄청난 부를 소유한 컬렉터들과 함께 전시장을 누빌 수 있다. 숨겨진 '소유'는 드러난 '시장적 환희'에 의해 소멸된다. 그 민주적인 경험은 여행이라는 자유를 통해 완성된다. 그런데 여행은 떠남으로 인해 돌아올 곳을 명확히 한다. 이를테면 고향이나 조국이라는 장소에는 술배이지나 에반젤린처럼 영원히 변치 않는 사랑으로 기다리는 이들이 있다. 20세기 후반의 근대 산업 생산시스템이 붕괴되는 지점에서 도시를 살리는 대안으로 떠오른 것은 '미술의 장소'를 만드는 것이었다. 스페인의 빌바오 구겐하임 미술관, 나오시마섬의 지추미술관(地中美術館)과 같은 장소들은 세계 어느 미술관에서나 볼 수 있는 미술 작품을 구비한 곳이지만, 세계의 다른 지역으로 존재한다. 그것이 바로 현대미술의 글로벌리즘의 단면이다. 미술의 장소들은 지역적으로는 변두리이지만, 글로벌한 현대미술을 담음으로써 고향과 타향의 속성을 공유한 특정한 장소가 된다.

소련이 붕괴하고 베를린 장벽이 무너지고 유럽통합이 이루어지는 과정에서 시급한 것은 사회 통합이었다. 그 통합의 과정에서 EU는 도시의 미술관 설립을 재정적으로 후원하였다. 사회통합에 대한 미술의 역할에 주목한 때문이다. 이 미술의 장소들이 지역경제를 재생시키는 문화 산업으로서 주목받는 것도, 경험재의 명진함 때문이다. 현대의 미술 장소들은 '지구촌'이라는 단위의 사회 통합을 넘어서 마을 생존을 위한 간절함의 표상이 되어가고 있다.

비엔날레의 글로벌리즘, 로컬리즘, 글로컬리즘

호경윤
미술평론가

최근 미술의 국제화에 있어서 가장 대표적 제도는 비엔날레를 꼽을 수밖에 없다. 비엔날레는 개최국만이 아니라 참여하는 모든 국가에게 여러 측면의 이익을 가져다준다. 이러한 이익은 서로 분리된 것이 아니다. 미술작품과 국가관은 국가의 위신과 문화적 패권도 좌우한다. 비엔날레는 참가국이 미술작품으로 정치적, 경제적, 문화적 힘겨루기를 실현하는 무대이다. 비엔날레는 더는 자본, 시장과 분리할 수 없다. 하지만 분리할 수 없다면, 현대미술이 생산할 수 있는 언어를 통해 사회에 적극적으로 개입하고 그

틈으로 일종의 사건을 만들 수 있을 것이다.

이처럼 수많은 모순과 한계, 그것에 대한 대안과 실천을 동시에 안고 가는 것이 오늘날 비엔날레의 현실이다. 또한 큐레이터들이 아무리 완벽하고 획기적인 전시 주제와 방법론을 개발한다 하더라도, 관객들은 큰 차이를 느끼지 못한다. 관객들은 비엔날레의 상투성을 운운하면서도 결국은 비엔날레의 큐레이터 리스트나 참여작가 리스트부터 확인하고 전시를 평가하려 든다. 더욱이 비엔날레는 이제 '축제'가 되었기 때문에, 축제라는 형식이 태생적



베니스 비엔날레 전경



Lee Wan, <Mr. K and the Collection of Korean History>, 2010-2017.
Photographs and assorted archive objects. Dimensions variable. Installation view at the Korean Pavilion,
57th International Art Exhibition, La Biennale di Venezia

으로 안고 있는 ‘대중성’이라는 과제가 있다. 이때문에 비엔날레의 성패는 예술성보다는 관객수와 지역 경제에 미치는 파급효과로 환원되곤 한다.

국제 미술계 진입의 기폭제된 베니스 비엔날레

베니스 비엔날레는 전 세계 비엔날레 중 유일하게 국가관을 운영한다. 이 점이 바로 베니스 비엔날레가 여전히 세계 최고의 비엔날레로 군림하는 원동력이자 다른 비엔날레와 비교하여 가장 차

별되는 특징이다. 1951년 베니스 비엔날레를 모델로 출범한 상파울루 비엔날레 역시 국가관을 운영했지만, 2004년부터 참여국이 현저히 감소하여 2010년에 이르러서는 국가관 제도를 폐지하게 됐다. 국제화 시대 이후에도 베니스 비엔날레가 여전히 국가관 제도를 유지하는 것은 일견 시대착오적으로 보일 수도 있지만, 운영적 효율성의 측면에서 보면 각 국가에서 끌어오는 예산과 타지에서 온 관람객으로부터 얻는 관광 수입으로 베니스 비엔날레는 지금의 규모를 구현할 수 있는 것이다.

특히 국가관이라는 형태로 운영됨에 따라 각 국가의 큐레이터와 작가에게 있어 국제 미술계로 진입하는 데 큰 기폭제가 되었으며, 전 세계 가장 많은 수의 관람객을 유치하는 전시로서 베니스는 가장 효과적인 장소가 되었다. 제1회 베니스 비엔날레에는 이탈리아 작가가 129명, 해외 작가가 156명 참여했으며 22만4327명에 달하는 관람객이 다녀갔다. 역대 가장 많은 관람객이 다녀간 비엔날레는 1976년 37회의 69만2000명이었으며, 가장 적게 다녀간 해는 양차 세계대전 중의 1942년 23회 7만6676명이

었다. 이러한 양적인 수치보다 더욱 중요한 것은 미술 현장의 주요 전문가들이 베니스에 온다는 사실이다. 이들은 비엔날레 공식 개막일 3일 전인 프리 오프닝 기간 동안 집중적으로 베니스에 방문하는데, 2013년 프리 오프닝 기간 당시 본전시, 국가관 전시, 병행 전시, 기타 전시 등으로 베니스에 다녀간 중국 출신의 ‘참여 작가’가 1천여 명에 달했다고 하니 그 규모를 어림짐작해 볼 수 있다. 베니스 비엔날레는 국가관을 통해 그 규모를 더욱 확장시키며 참



Cody Choi, <Venetian Rhapsody-The Power of Bluff>, 2016-2017.
Neon, LED, Steel, Canvas, PVC. 1243x1033x111cm. Day installation view at the Korean Pavilion,
57th International Art Exhibition, La Biennale di Venezia

여국의 기획자와 작가를 통해 세계 미술계에 큰 영향력을 미치고 있다. 포스트모더니즘의 맥락인 문화정체성(cultural identity), 타자(the other), 탈중심과 복합문화주의(multi-culturalism), 글로벌리즘과 로컬리즘, 그리고 유목주의(nomadism) 등의 새로운 이념을 전시개념에 반영했다. 또한 관객을 주체화하고 능동적인 위치로 전환하는 '관객과 예술의 새로운 관계성'의 전시를 보여줌으로써 비엔날레의 한계점을 극복하고자 노력했다. 최근의 본전시 기획과 함께 베니스 비엔날레의 총감독은 국가관

제도에 대해 일종의 명분을 제공하고자 하는 언급을 한다. 2011년의 총감독을 맡았던 비체 쿠리거는 당시 비엔날레 전체의 주제로 빛을 뜻하는 일루미네이션에서 'nation'을 이탤릭체로 표기하면서 예술계를 하나의 공동체로서 '국가'라고 규정한 바 있다. 2015년 총감독을 맡았던 오쿠이 엔위저는 '세계의 미래를 위한 모든 것'이라는 주제를 내세우며, 서론에서 국가관이 모여 있는 자르디니에 대해 다음과 같이 말한다.
“원래 정원(Giardini)의 개념은 고대 페르시아에서 파생되었다.



Lee Wan, <Proper Time: Though the Dreams Revolve with the Moon>, 2017.
668 clocks, Dimensions variable. Installation view with For a Better Tomorrow at the Korean Pavilion,
57th International Art Exhibition, La Biennale di Venezia.

그들은 정원을 평온과 즐거움이 함께 봉인된 천국의 차원으로 생각했고, 그 이후 정원은 수천 년에 걸쳐 질서와 순결을 찾는 하나의 은유적 의미로 간주되었다. 제56회 비엔날레 전시는 고대 이상향으로서의 정원으로 돌아가고자 한다. 정원을 지구의 환경 변화, 무질서한 세계, 국가 간의 갈등, 지리정치학적 해체 등의 궁극적인 장소로 읽어 내기 위해서다.”
베니스시 전역에 산포되어 있는 국가관 중에서 카스텔로 자르디니에 모여 있는 국가관은 26개다. 제1회에는 현재의 중앙관에서

14개국의 작가가 참여한 국제전 형식으로 개최됐고, 1907년 벨기에가 첫 국가관을 건립했다. 1930년에 미국관이 건립되고, 세계대전 직후인 1950년대 현재 자르디니에 있는 대부분의 국가관이 건립되었으며, 일본도 1956년 아시아 중 처음으로 국가관을 건립했다. 1988년에 호주를 마지막으로 자르디니 내에 국가관 건립이 한동안 중단되었는데, 1995년 한국이 마지막으로 국가관을 자르디니 내에 건립했다.
사실 이전부터 자르디니에 국가관 건립을 신청했으나 실패를 받



베니스 비엔날레 전경

복했던 많은 국가들이 자르디니 외부에 다른 건물을 임대하여 국가관 전시를 열었다. 자르디니 내에 한국관이 건립된 1995년에는 이미 전체 참가국 수가 50개를 넘었다. 그 이후 1997년 58개국, 1999년 59개국, 2001년 65개국, 2003년 64개국, 2005년 70개국, 2007년 76개국, 2009년 77개국, 2011년 83개국, 2013년 88개국, 2015년 89개국, 2017년 85개국으로 지속적으로 증가하는 추세다.

비엔날레에서 아시아, 아랍, 아프리카 성장 가시화

자르디니의 국가관이 한국과 일본을 제외하면 20세기의 역사를 이끌었던 서구 열강 중심으로 편재되어 있는 것에 반해 최근 베니스 비엔날레의 참여국에서는 아시아와 아랍, 아프리카의 경제적 발전과 정치적 영향력이 극명하게 드러나는 것을 발견할 수 있다. 국제주의(globalism)와 지역주의(localism)가 충돌하면서 ‘글로컬(glocal)’이라는 새로운 담론이 미술 작품, 나아가 미술사에도 직간접적인 영향을 끼치고 있기도 하다. 시대에 따라 국가관 부문 황금사자상(Leone d'Oro per la migliore Partecipazione Nazionale)의 수상작가 및 국가관 건물을 사용하는 국가가 바뀌는 경우를 보면, 베니스 비엔날레가 단순히 미술 전시가 아니라 정치외교와 세계사의 압축판이라는 점을 알 수 있다. 대표적인 예로 1964년 베니스 비엔날레에서 미국의 팝아트 작가인 로버트 라우센버그가 대상을 차지한 것을 들 수 있다. 이 때를 계기로 전세계적으로 미국의 현대미술이 부상하게 되었는데, 여기에는 미국 정부 차원의 적극적인 프로모션이 뒤따랐던 것은 널리 알려진 사실이다.

1986년 개편된 시상제도가 실시 된 이후에 2회 이상 황금사자상을 수상한 국가관을 보면 이탈리아 2회, 프랑스 3회, 독일 3회, 미국 2회였다. 한 가지 특이할 만한 사례로, 2003년 전시에서 국가관이 아예 없었던 룩셈부르크가 황금사자상을 수상함으로써 예술가를 국제적인 문화 유망자로서 바라보는 유목주의 태도를 적극 보여주었다.

대부분의 국가관은 황금사자상을 목표 삼아 각국 정부의 지원을 받는다. 따라서 국가관 전시들은 각 국가의 미술을 대표하는 국

위선양의 제스처를 피할 수 없게 된다. 또한 전시의 주체라고 할 수 있는 기획자와 작가도 이러한 프레임에서 자유로울 수 없다. 이러한 고민은 특히 근대성의 모더니티의 바깥에 존재하는 아시아 국가의 경우 더욱 극대화해 나타난다. 미술사가 제니퍼 와이젠펠트는 국제화 현상이 부각된 미술계에서, 특히 아시아의 경우 전통의 수사학적 전개는 문화적 차이를 상품화하는 것으로부터 역설적인 포스트모던적 비판 형식으로 사용하는 것까지 포함된다고 지적한 바 있다.*

지역 경제전략의 방편이자 도시 마케팅

특히 2000년대에 들어 아시아 지역 내에 비엔날레가 우후죽순 생겨나면서 비엔날레를 중심으로 세계의 미술 판도가 바뀌는 현상이 일어나게 됐다. 전 세계적으로 비엔날레는 해당 국가의 수도보다는 제2의 도시에서 열리는 경우가 다반사다. 지방자치체 이후 각 도시별 지역 문화 마케팅의 한 방편으로 설립되었기 때문이다. 이것을 도시가 아닌 국가 단위로 확대시켜 살펴보면, 비슷한 이유로 최근 20년간 설립된 비엔날레의 대다수는 아시아 등 개발도상국이 차지한다. 100년이 넘는 긴 역사와 인지도로 강한 영향력을 발휘하는 베니스 비엔날레와 달리, 최근 30년간 새롭게 출범한 후발주자들은 미술 자체보다는 외부의 지정학적 맥락 속에서 합당한 정체성과 존재 이유를 만들어 내기 위해 부단히 노력하고 있다. 이 중 대다수를 차지하는 아시아의 비엔날레는 제3세계가 가진 한계성을 예술적 화두로 내세운다. 결과적으로 베니스 비엔날레 한국관은 한국은 물론, 아시아 등 비엔날레를 중심으로 돌아가는 글로벌리즘의 ‘파워 게임’의 첫 신호탄이 된 셈이다. 그 사이 비엔날레는 일종의 ‘업계’로 구조화하였고, 미술계의 성수기를 결정짓는 새로운 제도로 특화하였다. 이렇게 비엔날레는 패권주의와 결합하여 예술을 자본주의 각축장으로 끌어들이고 자국의 이익과 글로벌리즘의 문화정치적 도구로서 경제전략의 한 방편이 되고 있다.

* Genifer Weisenfield, *Reinscribing Traditional Art World, Asian Art History in the Twenty-First Century*, Williamstown, MA, Clark Art Institute, 2007, pp181~198)



Cody Choi, <The Thinker>, 1995-96.
Toilet paper, Pepto-Bismol, Wood Installation view at the Korean Pavilion,
57th International Art Exhibition, La Biennale di Venezia.

베니스 비엔날레는 만국박람회를 전범 삼아 경제 전략의 방편으로 출발했다는 태생적 한계를 가지고 있을 뿐만 아니라, 자본주의와 결속하여 예술의 영웅주의와 상업주의를 가속화함으로써 문화정치의 도구로 전략한다는 지적을 받아왔다. 내셔널리즘은 비단 만국박람회나 올림픽게임의 배경이 됐던 19세기 근대사회에서만 존재하는 것이 아니라, 오늘날에도 글로벌리즘과 여전히 양립하며 심지어 묘한 공존의 시너지를 이루기도 한다.

전세계의 비엔날레는 이렇듯 엘리트주의와 대중주의, 예술성과 상업성 등이 교차하는 곳에서 아슬아슬한 줄타기를 벌이고 있다. 돈 미첼은 글로벌리즘 이후 비엔날레와 같은 대규모 문화적 이벤트에서 드러나는 문화정치의 현장에서 새로운 시민성의 출현을 암시한다. “문화적 전투들이 특정한 장소에 국한되지 않고 다양한 장소에서 다양한 방식으로 전개된다는 것이다. 이러한 전투들은 흔히 문화라고 불리는 매개물을 통하여 문화전쟁을 수행하지만, 때로는 현대 세계의 시민성이라는 의미를 중심으로 전선을 형성한다.”*

베니스 비엔날레는 국제미술전으로서 현대미술의 정체성에 매우 큰 영향력을 미쳐 왔고 당분간 그 권위는 공고하게 유지될 것

이다. 통상 베니스 비엔날레는 현대미술에 관한 실험의 장으로 일컬어진다. 비엔날레 본연의 역할은 참신한 주제와 다양한 현대미술이 각축을 벌이면서 각 시대마다의 논쟁적인 담론을 이끌어내는 것이다. 한편으로 경제적, 정치적 이해 관계와 무관하지 않은 문화적 헤게모니의 장이다.

본전시와 국가관이라는 베니스 비엔날레 특유의 구조는 글로벌리즘과 민족주의, 유목주의, 후기식민주의 등 최근 문화지형도에 나타나고 있는 갈등과 대안을 대변한다. 2017년 베니스 비엔날레 한국관 전시 <카운터밸런스(Counterbalance)> 역시 동시대 문화지형도에 있어서 균형성을 강조했다. 작가 이완은 오늘날의 비엔날레를 비롯한 글로벌과 로컬 사이에 놓여 있는 우리의 삶을 문화, 정치, 경제에 걸쳐 더욱 섬세하게 살펴보고자 했던 것으로 읽힌다. 작가 코디 최가 자르디니에 위치한 한국관 앞에 베니스 비엔날레를 둘러싼 모순적 헤게모니를 직설적으로 논평하는 작품 <베네치아 랩소디>를 설치했던 것은 더욱 의미심장하게 다가온다.

* (돈 미첼 《문화정치 문화전쟁: 비판적 문화지리학》, 살림, p47)

1986년 이후 황금사자상 수상 국가 현황

연도	수상국	연도	수상국
1986	프랑스	2003	룩셈부르크
1988	이탈리아	2005	프랑스
1990	미국	2007	헝가리
1993	독일	2009	미국
1995	이집트	2011	독일
1997	프랑스	2013	앙골라
1999	이탈리아	2015	아르메니아
2001	독일	2017	독일

후발 국가들의 비엔날레

21세기의 국제미술전시는 단순히 미술작품을 보여주는 곳이 아니라, 각 국가의 정치, 사회, 경제 상황을 보여주는 장이 되어가고 있다. 또 주최하는 지역의 주요한 관광산업이면서 그 지역이 처한 현안을 논하는 토론의 장이기도 하다. 이렇게 비엔날레의 가치가 높아지자 2000년대 이후 비엔날레는 세계 곳곳에서 급증하고 있다. 우리나라에서도 광주, 부산, 서울, 제주 등 주요 지역은 물론이고 중소도시에서도 크고 작은 비엔날레를 끊임없이 만들어내고 있다.

기존의 미술 중심지가 아니었던 지역에서 생긴 비엔날레 중에도 세계의 주목을 받는 비엔날레들이 많다. 지구의 다양한 곳에서 일어나는 현상을 그 지역의 시각예술로 직접 보여주기 때문이다. 비엔날레를 통해 세계 정치, 경제, 문화의 헤게모니를 엿볼 수 있고, 이제는 베니스비엔날레 같은 서구 열강의 대표적 비엔날레에서도 아시아, 아랍, 아프리카 등 신흥국가들의 파워를 볼 수 있다. 사실 현대미술이 시각예술뿐 아니라 여러 장르의 예술을 아우르

는 복합예술이기 때문에 비엔날레는 현재 전세계의 종합적인 상황을 보여주기에 적당하다. 이 가운데 비엔날레 후발국가들은 기존 비엔날레에 대한 대안을 지향하며 생겨나고 있다. 신생 비엔날레들은 정체성과 존재 이유를 만들기 위해 차별화에 노력하는 한편, 지역성을 기반으로 한 자국의 현대미술을 전세계인들이 와서 보게끔 한다는 점에서 지역 미술 세계화에도 기여하고 있다.

이런 후발 국가들의 비엔날레들 중 아랍에미리트연방의 샤르자 비엔날레, 인도네시아 족자 비엔날레, 호주 시드니 비엔날레에 대해 현장을 직접 경험한 미술 전문가들이 소개한다.

이 중 시드니 비엔날레는 현대자동차가 후원을 하고 있는 비엔날레다. 주요 비엔날레들이 지구의 북반구에 치우쳐 있는 점을 인식하고, 남반구의 비엔날레 중 지역의 로컬 아트를 존중하면서도 글로벌 화두를 던지는 모범적 비엔날레로 평가를 받는 시드니 비엔날레를 후원하여 전세계 예술의 글로벌리즘에 기여하기 위해서다.



제 20회 시드니 비엔날레에서 전시되었던
Daniel Boyd, <What Remains>, 2016.
Mirrored disk, synthetic polymer paint Dimensions variable

샤르자 비엔날레 Sharjah Biennial

김태진

아띠옴포 대표, 아트어드바이저

2010년 후반 들어 중동은 미술계 소식에 있어서 뉴욕만큼이나 많이 등장한다. 2017년 11월에 개관한 루브르 아부다비 미술관 (Louvre Abu Dhabi)에 이어서 사우디 왕세자가 5000억원을 주고 구매해 세계 미술경매 사상 최고가 기록을 세운 레오나르도 다빈치의 작품 <살바토르 문디(Salvator Mundi)>까지 굵직한 이슈들을 쏟아 냈다. 또한, 과거 몇 년간 세계에서 가장 영향력 있는 미술계 인사로 오르내렸던 카타르 알 마야사 알 싸니 공주의 통 큰 구매력도 빠질 수 없다. 매년 3월과 11월에 열리는 두바이 아트페어와 아부다비 아트페어는 구매 기대 심리에 부응하

는 판매고를 올리며 해가 다르게 성장하고 있다. 하지만 이렇게 미술시장 관련 뉴스에만 자주 등장하는 것을 보면 알 수 있듯, 중동의 많은 나라가 다소 자극적이고 예술의 상업적인 모습으로 부각되는 면도 있다. 이에 비해 아랍에미리트연방의 샤르자는 문화 요충지이자 중동 지역의 이슈를 담아내는 비엔날레를 하는 곳으로 유명한 곳이다.

샤르자가 중동 문화예술의 중심지로 자리를 잡은 것은 단기간에 이루어진게 아니다. 오랜 기간 노력하고 다른 지역과 차별화하려는 새로운 시도를 거듭했기에 중동 문화 교류의 거점으로 자

리잡을 수 있었다.

도시국가로 출발해 문화예술 중심지로

샤르자는 7개의 토후국들이 연합해 구성된 아랍에미리트 연방 (United Arab Emirates) 중 하나이다. 우리에게 익숙한 두바이와 아부다비도 아랍에미리트 연방이다. 지금은 두바이와 아부다비가 더 유명해졌지만 사실 샤르자는 이 일대에서 가장 부유하고 발달한 국가였다. 이미 1930년대부터 인도와 유럽의 중간 교역로이자 진주를 생산하고 거래하는 항구였다.

60년대 중동 지역에서 오일이 유추되기 전까지 두바이와 아부다비는 인구가 고작 1만명 남짓하고 가난과 모래 뿐인 나라였다. 따라서 경제발전이 최고의 목표였다. 1990년대 초반까지 두바이와 아부다비를 포함한 샤르자 주변국들의 최대 관심사는 도시 인프라 및 산업기반 시설의 증강이었다. 철거가 진행 중이던 두바이의 알 파히디 역사 유적지(Al Fahidi Historical Neighbourhood)가 당시 방문한 영국 찰스 왕자의 간곡한 설득으로 역사에서 사라질 뻔한 사례를 모면한 일화는 그 때 상황을 잘 설명해준다.



샤르자는 1998년에 유네스코로부터 '아랍의 문화중심지'로 선정될만큼 문화의 중심지다. 사진은 샤르자에서 가장 유명하고 아름다운 이슬람 사원인 알 누르(Al Noor) 모스크.



샤르자의 문화, 관광, 비즈니스의 중심지인 알 카스바(Al Qasba).

그에 비해, 일찌감치 도시 국가로 자리잡은 샤르자는 일찍부터 문화예술에 신경을 쓸 수 있었다. 1950년대부터 알 카시미(Al Qasimi) 왕권 아래 전통 문화와 건축물 보호를 위한 도시 개발 제한 정책을 시작했고, 비엔날레와 같은 국제 문화 교류 행사도 추진했다. 그 결과 1998년에는 유네스코가 샤르자를 아랍의 문화 중심지(Cultural Capital of Arab World)로 선정했다.

이런 배경에서 자연스럽게 샤르자 비엔날레(Sharjah Biennial)도 탄생하고 발전했다. 처음엔 전통과 지역 예술을 보여주는 소규모 전시였지만 오늘날 명실상부 권위있는 국제행사로 성장했다. 1993년부터 샤르자 문화부(Sharjah Department of Culture and Information)에서 주최하던 비엔날레는 2003년 샤르자 문화재단(Sharjah Art Foundation)의 창단과 함께 새로운 전환기를 맞이했다. 처음에 샤르자 비엔날레는 전통적인 방

식의 다른 비엔날레들과 크게 다르지 않았다. 각 참여국들을 대표하는 예술가들을 초대하고 그들의 작품을 선보였다. 이러던 비엔날레가 지역 특수성을 중시한 기획력 있는 비엔날레로 탈바꿈한 것은 2003년부터 이 비엔날레의 아티스틱 디렉터를 맡은 샤르자의 후르 알 카시미(Sheikha Hoor Al Qasimi) 공주 영향이 크다. 후르 알 카시미 공주는 현대미술잡지인 아트리뷰(Art Review)가 선정한 '예술계에서 가장 영향력 있는 100인'에 선정된 인물로, 샤르자 문화재단장이자 큐레이터이다.

비엔날레에 있어서 장소의 선택은 매우 중요하다. 우리에게 잘 알려진 베니스 비엔날레, 휘트니 비엔날레 그리고 광주비엔날레처럼 그 지역 혹은 전시 공간이 가지는 역사적인 의미와 문화적 특수성이 비엔날레의 정체성 형성에 큰 영향을 미친다. 샤르자는 처음에는 샤르자 엑스포 센터에서 비엔날레를 진행하다가

UAE 샤르자 비엔날레는 주변국을 포함해 5개 도시에 나누어 전시하고 1년동안 교육 프로그램을 진행한다. 그 결과 보수적, 정치적이라는 한계에도 불과하고 중동 지역 담론을 담아내는 중요한 비엔날레로 자리매김했다.

이후 샤르자 미술관(Sharjah Art Museum)과 샤르자 헤리티지 보존지구(Sharjah Heritage Area)로 장소를 옮겼다. 걸프만 해안가에 위치한 이 지역은 샤르자 건국의 상징적인 지역일 뿐만 아니라 교역 도시로서 걸프만 중동 문화권만의 독특함을 체험할 수 있는 곳이기 때문이다. 1804년 건축된 알 카시미 왕가의 샤르자 요새를 중심으로 점토와 흙으로 만들어진 집들과 바르질(Barjeel, 통풍 타워)은 큐레이터들과 작가들로 하여금 익숙치 않은 공간에서 도전적이고 창의적인 기획을 요구하게 했다. 시각적으로도 전시 공간에 어울리게 해야했고, 비엔날레의 주제 자체도 샤르자의 독특한 이슬람 지역성 안에서 녹여내야했다.

샤르자는 아랍에미레이트 연방 안에서도 가장 보수적인 곳이다. 샤르자에서 며칠만 지내도 이 곳이 얼마나 보수적인 곳인지 알 수 있다. 엄격한 이슬람 율법 아래 음주는 물론 율법에 어긋나는 어떠한 행위도 용납되지 않는다. 비엔날레 역시 이 범주를 벗어날 수 없다. 2011년에는 공동 기획자 중 한명이 전시에 허락되지 않는 작품 설치를 용인한 대가로 자리에서 물러나기도 했다. 그러니 세계의 다른 문화권과 비교해 샤르자의 보수적인 문화가 자칫 예술 표현의 자유를 제한한다는 편견이 있을 수 밖에 없다. 샤르자 비엔날레는 이를 극복하기 위해 그들만의 새로운 방향을 제시하고 있다. 후르 알 카시미는 전시의 공동 기획자로서 해외 큐레이터들과 협업하여, 샤르자의 특수적인 문화를 거스르지 않고 샤르자에 맞는 새로운 언어로 표현해내기 위하여 힘쓰고 있다. 전시되는 작품을 보면, 중동지역에 대한 세계인들의 궁금증

에 대답하는 작품들이 눈에 띈다. 예를 들어 힌드 메자이나(Hind Mezaina) 작가의 <두바이 가든(Dubai Gardens)> 시리즈는 두바이 곳곳에서 주위모은 나뭇잎 등 식물을 청사진으로 만든 것이다. 사막인 두바이와 어울리지 않을법한 '식물'을 소재로 하고 작업 시간이 오래 걸리는 청사진 기법을 사용해서, UAE가 과연 세계 다른 나라에서 보는 것처럼, 삭막하게 빠른 성장만을 목표로 하는, 가진 것은 석유밖에 없는 지역인가라는 질문을 던진다. 또 샤르자 비엔날레는 보여주는 1회성 전시로 끝나지 않기 위해 비엔날레 전년도부터 교육 프로그램을 시작 한다. 2017년 샤르자 비엔날레는 3~6월에 열렸는데, 이미 2016년 10월부터 '샤르자 비엔날레 스쿨'이라고 하는 교육 프로그램을 시작해 1년동안 진행했다. 전시장을 샤르자에서 확대해, 베이루트(레바논), 다카르(세네갈), 이스탄불(터키), 라말라(팔레스타인 자치정부)와도 협업해 리서치를 같이 하고 이 도시들에도 작품을 일부 전시했다. 이런 프로그램 덕분에 2017년의 샤르자 비엔날레는 역대 가장 긴 기간동안 진행되었다.

이런 노력의 결과, 샤르자 비엔날레는 비록 정치적인 특징이 있지만 21세기 세계가 이목을 집중하는 중동 지역의 담론을 잔잔하게 담아내는 비엔날레로서 자리잡을 수 있었다. 그리고 그 덕에 샤르자는 문화 여행지로서 더욱 관심을 받고 있다.

족자 비엔날레 Jogja biennale

김태진

아띠옴포 대표, 아트어드바이저



1990년대 후반부터 전세계적으로 비엔날레의 숫자가 크게 늘어난 데에는 아시아 국가들이 기여한 바가 크다. 아무래도 경제적이나 정치적 변화가 큰 곳이다보니 하고 싶은 말과 보여주고 싶은 것이 많고, 신흥 도시가 많다보니 도시의 브랜딩을 위해서도 비엔날레가 중요한 역할을 하는 것이다. 그래서 특히 아시아 지역에서 비엔날레가 급증했다.

인도네시아에서는 자카르타 비엔날레 (Jakarta Biennale), 마카사르 비엔날레 (Makassar Biennale), 족자 비엔날레 (Biennale Jogja)가 거의 같은 시기에 열린다. 한 국가에서 비엔

날레 세 개가 동시다발적으로 열리는 것은 이례적인 일이다. 우리나라를 비롯해 다른 나라에도 비엔날레가 여럿 있는 경우는 많지만, 이처럼 한꺼번에 같이 열리는 경우는 별로 찾아보기 어렵다. 사실 인도네시아의 지리와 인구상황을 보면 이해가 된다. 인도네시아는 크고 작은 1만 5000여 개의 섬들로 이루어진 나라이고 인구는 2억 6000만 명이 넘는다. 전체 인구대비 예술가의 숫자도 많다. 섬과 섬 사이를 여행하기 쉽지 않고 보여줄 것은 많은 나라이다보니, 이 나라에서 비엔날레 세 개가 한번에 열리는 것은 자국과 해외미술 애호가들의 편의를 위한 배려로도 느껴진다.

예술가가 많은 인도네시아, 비엔날레 세 개 동시개최

한 나라의 여러 도시에서 비엔날레를 개최할 때에는 그 비엔날레들끼리 경쟁을 하게 마련이다. 족자 비엔날레도 자카르타 비엔날레를 경쟁으로 삼아 차별화하는 전략을 쓴다. 자카르타 비엔날레는 인도네시아에서 역사가 가장 오래된 비엔날레로서 인도네시아를 포함한 세계 각국의 최신 미술경향을 소개한다. 이에 비해 족자비엔날레는 보다 지역중심적이고 일인칭적인 관점에서 자국 현대미술을 고찰하고 축하한다. 주된 전시장은 족자 국립미술관이지만, 이 기간 동안엔 족자카르타에 있는 수백 개의 갤러리,

카페, 대안공간들이 일제히 참여한다.

족자 비엔날레가 열리는 족자카르타는 인도네시아가 430년 식민통치를 받았던 네덜란드에 맞서 1945~1949년 독립 투쟁을 하던 민족혁명 시기에 임시수도였던 곳이다. 그만큼 오랜 역사와 자부심을 가진 지역이다. 또 인스티튜트오브족자카르타(ISI Yogyakarta)는 인도네시아 최고의 명문예술대학으로 예술가들을 연간 1000명 이상 배출하고, 족자카르타는 도시인구의 반이 예술관련 직업을 가졌다고 자랑할 정도로 그 열정과 자부심이 대단하다. 지금은 전통 문화와 현대 문화가 공존하는 인도네시아



2017년 족자 비엔날레 전시장 모습.

족자카르타라는 지역적 한계를 극복하기 위해
족자비엔날레는 ‘적도’에 위치한 다른 나라들을 하나씩 초대해 협업을 한다.
지역성을 강조하면서 세계화의 흐름을 타는
‘글로벌리즘’을 지향하는 것이다.

최대의 문화생산도시로, 족자 비엔날레는 현대미술경향을 한눈에 볼 수 있도록 기획된다.

그런데 인도네시아는 자국내에서 미술시장이 성장할 만한 원동력을 두루 갖춘 조건임에도 불구하고 외부 세계에는 알려진 바가 적다. 특히 족자카르타의 경우 국제항로 수가 제한적이고 주소체계 및 교통도 불편하기 때문에 현지인들조차도 접근에 어려움을 겪는다. 이렇게 알려지지 않은 작은 도시에서 하는데도 불구하고 족자 비엔날레는 짧은 시간 내에 세계적으로 주목 받는 비엔날레의 대열에 들어섰다. 비결이 무엇일까? 2011년부터 ‘적도’를 주제로 해서 적도(위도 23.27, 경도 23.27)라는 같은 지리적 위치에 있는 다른 나라들을 함께 참여하게 한 것이 성공 이유 중 하나이다. 2011년 인도를 시작으로 2013년 중동, 2015년 나이지리아에 이어 2017년에는 브라질이 족자 비엔날레에 참여했다. 적도에 위치했다는 공통분모를 가진 나라의 작가와 기획자들을 초청해 인도네시아 작가, 기획자들과 작품 제작 협업도 하고 문화행사 프로그램도 같이 하면서 함께 이야기를 만들어 나갔다. 공통점을 가진 두 나라에서 같이 만들어 내는 이야기이기 때문에 세계인들에게 더 많은 관심을 받고, 더 깊은 영감을 주는 것이다. 족자 비엔날레는 2022년까지 10년동안 꾸준히 이런 ‘적도’ 나라들과 협업을 할 예정이다. 작은 도시라는 한계를 깨고 오히려 더 큰

지역을 아우르는 비엔날레로 차별성을 만든 것이다.

인도네시아인들에게는 자국 예술과 전통공예품에 대한 애정과 관심이 몸에 문화로 배어있다. 족자비엔날레는 이런 문화적 배경에서 자생적으로 발생한 전시다. 광주비엔날레보다도 7년 앞선 1988년에 원래 지역 예술가들이 자국 컬렉터들에게 자신들을 소개하고 선보일 수 있는 계기를 마련하기 위해 시작했다. 그런데 현재는 인도네시아를 넘어 세계미술애호가들에게 인도네시아의 현대미술을 소개하는 중요한 연결고리 역할을 하고 있다. 인도네시아만의 특징적인 동시대미술을 소개하면서 해외와 소통하려는 노력이 돋보인다.

자카르타 비엔날레가 세계와 하나가 되려는 글로벌리즘을 지향한다면, 족자 비엔날레는 지역성에 강점을 두면서 세계화의 흐름을 타는 ‘글로벌리즘(glocalism)’을 지향한다고 할 수 있다. 서구 중심의 현대미술 흐름 속에서 제3세계 미술의 존재와 그 지역이 가진 정치적, 사회적 중요성을 확인해주는 점에서 광주비엔날레와도 비슷한 성격으로 볼 수 있다. 이처럼 아시아 국가들에서 상대적으로 작은 지역에서 발생한 비엔날레들은 그 지역만이 지닌 역사성과 문화적 독특함을 쥐고서 차별점을 찾아서 세계 미술계의 주목을 받고, 이를 통해 세계의 예술과 그 지역 예술이 영감을 주고 받도록 하는 역할을 한다.

시드니 비엔날레 Biennale of Sydney

장정인
현대자동차 아트랩



이불 <Willing To Be Vulnerable>, 2015-2016. Heavy-duty fabric, metalised film, transparent film, polyurethane ink, fog machine, LED lighting, electronic wiring Dimensions variable.

2016년에 개최된 제20회 시드니 비엔날레 개막식 때에 ‘웰컴 투 컨트리(Welcome to Country)’ 세리머니가 열렸다. 이 세리머니에서는 인상 깊은 장면이 연출되었다. 원주민 부족장이 전통 의상을 걸치고 나뭇가지와 잎을 태워 연기를 내며 본 행사의 성공을 기리는 의식을 치렀다. 개막 행사에 참여한 모든 사람들은 악귀를 물리치고 행운을 불러온다고 믿는 연기를 관통하며 전시장에 입장했다. 그 어떠한 유명 감독 혹은 작가의 환영사보다 인상 깊고 진정성 있는 ‘환영’이었다. 시드니 비엔날레가 ‘마이너’ 영역에서도 견고히 입지를 다지며 세계적인 예술 축제로서 오랜

역사를 이어왔음과 동시에 지역 행사로서 존중 받을 수 있었던 요인을 다시 한번 증명해준 장면이었다.

시드니 비엔날레는 전통적으로 호주 전통 예술과 원주민들의 전통 문화가 행사와 전시의 매우 중요한 축을 이룬다. 1973년 트랜스필드(Transfield Holdings)의 후원을 기반으로 이 회사의 창업자인 프랑코 벨지오르노 네티스(Franco Belgiorino Nettis)가 도모한 시드니 비엔날레는 최초에는 단독 행사가 아닌 시드니 오페라 하우스의 개막 행사 중 일부였다. 70~80년대에는 쟁쟁한 작가와 평론가, 미술가 그리고 자본을 앞세워 미국과 유럽의

미술계가 점점 사회의 주요한 담론을 이끌어가고, 이것이 세계 각지의 사람들을 연결시켜주는 중요한 사회적 요소로 부각되었다. 호주 역시 자국 미술을 부상시키고 동시에 주요 미술시장으로 성장하기 위해 국가와 주요 미술 재단을 중심으로 비엔날레를 본격적인 미술 행사로 발전시켜가게 되었다.

아시아-태평양 지역 최초의 비엔날레로 지금까지 총 20회의 전시를 치렀은 시드니 비엔날레는 베니스 및 상파울루 비엔날레, 카셀 도큐멘타 다음으로 가장 오랜 역사를 자랑하는 글로벌 예술 행사이다. 그럼에도 불구하고 소위 말하는 미술계 ‘주요 국가’로

자리 매김 해온 영국, 미국, 독일 등에서 80~90년대를 중심으로 자라난 각종 아트 페어와 크고 작은 비엔날레들에 비해 큰 주목을 받거나 소위 ‘주류’로 구분되진 못하고 있다.

전통 사상 앞세우고 자국 작가 비중 높인 비엔날레

비엔날레는 그것이 개최되는 지역을 세계에 알리고 그 나라의 현대미술이 주류에 흡수될 수 있도록 하는 데 있어서 독보적 역할을 해왔다. 비단 세계적 작가들을 모아놓고 하나의 목소리를 내는 대형 예술 행사를 치르는 개념을 넘어, 개최 도시의 인지도와



제20회 시드니 비엔날레 개막식 세리머니인 '웰컴 투 컨트리' 행사 모습.

지역 커뮤니티의 발전에도 큰 획을 긋는 중요한 사회적, 경제적 역할을 안게 되었다. 개최측에서는 이러한 부분을 오늘날 비엔날레의 성패를 가르는 하나의 척도로 삼기도 한다. 시드니 비엔날레를 이와 같은 척도로 바라본다면, 절반은 성공, 절반은 여전히 부진한 부분이 있다고 본다. 역사가 상당히 오래 되었음에도 불구하고 후발주자들 대비 국제 미술계에서는 큰 주목을 받지 못하고 마무리 되고 있는 부분은 분명 개선의 여지가 있을 것이다. 특히나 오늘날 세계를 흔들고 있는 불안한 정세, 경제 상황으로부터 상대적으로 자유로운 호주에서 개최된다는 점으로 미루어 보았을때 조금 더 적극적으로 다양한 화두를 던지고 세계를 주목시킬 수 있는 가능성과 여유가 충분히 있음에도 불구하고 그렇지 못하다는 부분이 안타깝다.

하지만 시드니 비엔날레만의 강점, 혹은 차별점이라고 보여지는 부분이 있다. 우선, 일반적으로 지역 축제를 세계 축제로 확장시

키고자 하는 여타 비엔날레들과 달리, 세계적인 비엔날레라는 플랫폼을 활용하여 지역 미술계를 활성화하는데 주력하고 있다는 점이다. 그리고 개막 행사에서 이 나라의 '원조'를 섬기며 오랜 전통과 문화 사상을 앞세우는 점, 상대적으로 타 비엔날레 대비 자국 작가들의 참여 비중이 상당히 높다는 점, 비엔날레 단독 행사로서의 포지셔닝이 아닌 시드니 전역의 문화예술 기관들이 통합적으로 움직이고 중심이 되어 축제를 이끌어 간다는 점 등도 눈여겨볼 만하다. 실제 시드니 비엔날레의 성공을 불러온 핵심 요소로 꼽히는 중 하나는, 그 어느 곳에서도 접하기 어려운 호주 원시 미술 작품들이 언제나 일정 부분 비엔날레에 포함되어 있다는 점이다. 시드니 전역의 미술 기관과 문화예술 전문가들이 작은 위성 전시 혹은 부대 프로그램만 운영하는 것이 아니라, 모두 함께 비엔날레를 공동의 책임하에 이끌어가고 각각의 역할을 부담 받아 시행하는 것도 장점이다.



제20회 시드니 비엔날레에서 전시 장소 중 하나인 코카투 아일랜드까지 현대자동차가 무료로 운영한 페리.

문화예술계 외 현지인들에게도 시드니 비엔날레는 동떨어진 예술인들만의 축제가 아닌, 전 도시가 손쉽게 참여하고 즐길 수 있는 상징적인 지역 행사로 자리매김 했다. 2007년 부산 비엔날레 심포지엄에서 호주 현대 미술관(Museum of Contemporary Art Australia) 관장인 엘리자베스 앤 맥그리거(Elizabeth Ann Macgregor)는 시드니 비엔날레의 성공 요인에 대해 “시드니 비엔날레와 호주 현대 미술관의 협업은 대중에게 현대미술에 대한 접근성과 이해도를 높이는데 크게 기여했다고 본다. 미적이며서 지적인 영역을 편안하고 즐거운 환경 안에서 보여줌으로써 미술을 손쉽게 이해시키고 더 많은 관객을 참여시킬 수 있는데, 바로 그러한 역할을 미술관과 비엔날레가 수행해 주었다”고 말했다.

이는 글로벌 흐름을 로컬로 흡수하고 이를 재해석하며, 로컬의 핵심이 되는 특성들을 조화롭게 선보이고자 하는 시드니 비엔날레의 ‘글로벌라이제이션’ 전략이라고 볼 수 있는데, 최근 부상하

고 있는 여러 후발주자 비엔날레들의 공통된 전략이기도 하다. 전 세계적으로 난무한 비엔날레의 홍수 속에서 살아남기 위해서 전략적인 포지셔닝이 필요한 시드니 비엔날레는 이러한 점에서 지역적 특성을 한껏 발휘한 좋은 예라고 볼 수 있다. 세계의 여러 비엔날레들 사이에서 ‘중심’이 되고자 하는 대신 그 자체만의 중심을 지켜가고 있고, 시간이 갈수록 어떤 흐름에 편승되기 보다는 스스로 성장하는 모습을 보여주고 있다.

수많은 사회적 변화 속에서 우리가 10년전 이해하던 글로벌의 개념이 더 이상 어느 지역이나 공통적으로 반영되고 통용될 수 없는 개념이라는 것을 누구나 공감할 것이다. 이러한 시대 상황에서 국제적 흐름을 지역의 맥락으로 재해석하고, 본인들만이 보여줄 수 있는 전통과 협업의 요소를 지켜내며 적극 내세움으로써 글로벌리즘의 흐름에 합류하는 역발상은 어쩌면 글로벌리즘을 대하는데 있어 앞으로 우리가 취해야 할 자세일지도 모른다.

현대차 아트살롱 : 한국 미술작가의 국제무대 진출

한국 미술작가들이 국제무대에서 보여지고 제 가치를 인정 받기 위해서는 어떤 뒷받침이 필요할까? 제6회 현대차아트살롱에서는 국제무대를 경험한 미술작가들과 기획자들이 모여 이에 대한 토론을 했다. 2016년 9월 8일 현대 모터스튜디오 서울에서 열린 이 모임은 MMCA 현대차 시리즈 작가로 당시 국립현대미술관에서 전시를 하고 있었던 아티스트 김수자의 강의로 시작했다. 이날 현대차아트살롱의 주제는 '한국 미술작가의 국제무대 진출'이었다. 아티스트 김수자는 해외에서 선보였던 주요 작업들에 대해 설명을 했고, 강의에 이어진 토론시간에는 참석한 여러 아티스트와 기획자들이 한국 작가가 국제무대에 진출하는 것에 대한 소중한 경험과 의견을 나누었다. 이날 행사에는 강사인 아티스트 김수자 외에 강수미 미술평론가

(동덕여대 교수), 김성구 샘터사 대표이사, 기혜경 북서울미술관 운영부장, 문소영 코리아중앙데일리 문화부장, 박순영 서울시립미술관 학예연구사, 아티스트 서윤희, 아티스트 신형섭, 아티스트 이배경, 이수균 성곡미술관 학예실장, 아티스트 이원호, 정재호 건축가, 정준모 미술행정가, 아티스트 정현, 최장원 건축가, 황보유미 예술경영지원센터 차장 등이 참석했다. 한국 성곡미술관에서 전시를 하고 있었던 프랑스 아티스트 올랑(Orlan)도 참석해 외국 작가가 본 한국현대미술작가들에 대한 의견을 주었다. 참석자들은 각자 국제무대에서 작업을 하고 전시를 기획하면서 겪은 경험담을 허심탄회하게 나누었다. 기관과 기업이 한국 미술작가들을 후원할 때 올바른 방향을 찾기 위한 실질적인 조언이 오간 자리였다.



'보따리' 모티브로 다양하게 변화한 작품세계

제가 이번에 MMCA 현대차 시리즈에서 보여드리게는 <마음의 기하학> 전시에서 타원형의 테이블은 보자기의 개념이라고 할 수 있겠습니다. 여기에 관객의 참여를 끌어들여, 테이블을 관객 마음의 객체로 만드는 것입니다. 관객들이 찰흙을 굴려 만드는 '구(sphere)'는 찰흙이라는 '물질'이 관객의 마음인 '비물질'로 전환되어 '공(void)'이 되는 것을 보여주는 개념입니다. 제 작업에는 늘 이중성이 이슈로 등장합니다. 이 작업에서도 물질이 곧 비물질이 되는 이중성을 탐구하게 되었습니다.

이 전시에서 보이는 또 다른 작품인 <연역적 오브제>는 인도의 힌두교 전통에 기반합니다. 인도에서는 검은 돌을 거울이 될 때까지 닦고 닦는 전통이 있습니다. 보따리가 가지고 있는 다각적인 의미가 이 전통에 함축될 수 있겠다는 생각에서 이 아이디어를 결합했습니다. 그러므로 <연역적 오브제>도 보따리 작업의 연장선으로서, 보따리를 매우 기하학적으로 다양하게 정의 하는 작업입니다. 2006년 스페인 마드리드의 레이나소피아 궁전에서 했던 작업인 <호흡: 거울여인(To Breathe: A Mirror Woman)>은 보따리를 건축화한 작업입니다. 궁전의 유리벽에 반투명 필름을 설치해서, 외부에서 들어오는 빛이 건물 안에 스펙트럼을 만들도록 했습니다. 건물 안을 빛과 숨소리만으로 채웠습니다. 이 작업은 건축을 보따리로 보고, 하나의 몸으로 보는 것입니다. 그래서 이 작업은 저의 보따리와 바늘, 래핑(wrapping)의 결정적인 결과물이라고 할 수 있습니다. 그리고 거울을 통해서 공간을 하나로 만드는 작업이기도 합니다. 관객이 전시장 안에서 거울을 통해 보는 행위를 통해서 실제(reality)와 가상(virtuality)의 관계도 설정했습니다.

이와 같은 방식을 2013년 베니스 비엔날레 한국관 작가로 초청되었을 때도 적용하였습니다. 이때엔 한국관 전시장 안에 특별히 캔버스 역할을 하는 벽면이 있었기 때문에 벽면에 움직이는 팔레트를 만들었다고 할 수 있습니다. 하지만 여기에서 한가지 첨가



김수자
아티스트

한 부분이 있다면 한국관 안에 소리가 전혀없이 캄캄한 암실을 만들었는데요, 그래서 어둠과 빛의 대비가 이뤄질 수 있었습니다. 그런 대비를 선택한 이유는 제가 몇년 전 뉴욕에 허리케인 샌디가 와서 도시 전체가 정전되었을 때 칠흑같은 어둠을 1주일 이상 경험했기 때문이었습니다. 뉴욕이라는 대도시에서 1주일 이상말이지요. 그 때 '무지'에 대한 질문을 갖게 되었습니다. 어둠 속에서 타인이 나를 향해서 다가올 때 두려움을 느끼면서 이런 두려움이 어디에서 나올까 질문 하다가, 그건 결국 타인에 대한 무지에서 온다는 것을 깨달았습니다. 그래서 '앎과 무지(無知)'를 '빛과 어둠'으로 표현해보았습니다. 역시 한국관 공간 전체를 보따리로서 해석했습니다.

김수자는 국제적으로 가장 잘 알려진 한국현대미술 작가라고 해도 과언이 아니다. 라크마, 구겐하임 빌바오 미술관, 허쉬혼 뮤지엄, PS1MOMA 등 세계 유수 미술관 전시에 참여했고, 40여 개의 비엔날레에 참여했으며, 제55회 베니스비엔날레의 한국관 작가로도 전시했다. 2016년에는 'MMCA 현대차 시리즈' 작가로 선정돼 <마음의 기하학> 전시를 했다.



김수자 <호흡: 보따리(To Breathe: Bottari)>, 2013
제55회 베니스비엔날레 한국관 설치장면 부분

2008년에는 프랑스에서 <보따리 트럭-이민자(Bottari Truck-Migrateurs)>이라는 퍼포먼스 작업을 했습니다. 파리에서 조금 떨어진 MAC/VAL라는, Val de Marne 뮤지엄이 있는 지역에서 한 작업입니다. MAC/VAL은 이민자가 많이 사는 곳입니다. 그곳 북쪽에 생 베르나르 성당이라고 있는데 이민자들이 자신들을 받아들이 않는 사회에 대한 저항으로 1990년대에 그 성당에 가서 시위를 했습니다. 저는 트럭에 보따리를 싣고 그 성당까지 가는 퍼포먼스를 했습니다. 보따리에는 이 작업을 위해 기증 받은 옷과 이불보로 싸고, 보따리를 실은 화물트럭 짐칸에 등을 돌린 제 자신의 몸을 집처럼 맡겼습니다. 그리고 파리 시내의 다양한 인종 커뮤니티와 역사적으로 중요한 지점을 돌았습니다. 중국 타운, 인도 타운, 아프리카 타운, 바스티유 등을 거쳐서 생 베르나르 성당까지 가는 트럭 여행이었습니다. 프랑스 이민자들의 역

사를 훑어가는 퍼포먼스이지만, 사회·정치적인 이슈보다는 이민자들 삶의 애환을 추적하고 싶었습니다. 우리나라의 전라남도 영광의 원자력발전소에서 한 아트프로젝트도 있습니다. 영광 원자력발전소에 있는 길이 1km가 넘는 방류제에 가로 5m짜리 초대형 스크린 6개를 설치한 것입니다. 스크린은 150m 간격을 두고 설치해서 방류제를 천천히 걸으며 영상을 감상할 수 있도록 했습니다. 이 방류제를 중심으로 양옆의 물은 원자력 발전 과정을 거친 물과 거치지 않은 물로 나뉩니다. 이 프로젝트는 제가 꾸준히 관심을 가지고 해온 작업인 ‘지·수·화·풍(Earth, Water, Fire, Air)’ 시리즈의 연속선상에 있습니다. 자연과 인간 기술의 관계를 생각해보고, 자연과 기술이 어우러진 작품을 통해서 원자력이 인간을 위해서 평화적으로 이용되기를 바란다는 메시지를 담은 것입니다.



김수자, <보따리 트럭-이민자(Bottari Truck-Migrateurs)>, 2008
Performed in Paris. Single channel video

이규현 | 사회자, 이앤아트 대표

김수자 선생님의 작품을 보니, 아티스트는 참 여러 나라 곳곳의 다양한 사람들 삶을 알아야겠다는 생각이 듭니다. 세계를 무대로 작업하는 작가는 파리의 이민자들부터 영광 원자력발전소까지 세계의 다양한 이슈와 삶을 이해해야 할 것 같습니다.

미술정책 세을 때 작가에 대한 연구 필요

강수미 | 미술평론가 (동덕여대 교수)

김수자 선생님 말씀을 들으면서 저는 김수자의 ‘보따리’가 가진 의미에 대해 생각해보았습니다. 90년대 말 김수자 작업의 보따리 의미는 지금의 보따리와는 달랐습니다. 90년대 보따리는 ‘유목민’이나 ‘이주, 이민, 마이그레이션’을 보여주는 예술이었고,

그것이 당시 국제미술의 담론에 영향을 주었습니다. 그래서 김수자의 작업이 조명 받을 이유가 충분했습니다.

지금 김수자의 보따리는 건축적인 의미로 변화했습니다. 글로벌 커뮤니티를 감싸는 건축적인 의미입니다. 김수자라는 작가 한명의 작업이 바뀌었다는 얘기가 아니라, 작가가 국제무대에서 예술 활동을 하면서 스스로를 발전시키는 동시에 자신의 작업의 영향력을 키운 것입니다. 작가는 자신의 작업이 그 시대와 지역사회, 공동체 안에서 흡수되는지 고민하는 것이 필요합니다. 그런 점에서 김수자의 작업이 개념의 전이와 함께 지속되는 데 대한 사례 연구가 필요합니다.

이것은 우리 미술의 국제화 전략과 별개의 이야기가 아닙니다. 예술 정책을 세우거나 어떤 프로젝트를 후원할 때에는 그 작가의 작업이 어떻게 그 시대와 장소에 받아들여지는지 연구하고서 해

“영국의 YBA, 중국의 폴리티컬 팝, 일본 현대미술
모두 국가와 기업의 전략적 접근으로 국제화 성공”

“작가의 작업에 대한 연구는
미술비평 차원에서만이 아니라
미술 정책, 기업과 예술의 콜라보레이션
차원에서도 활용되어야 한다”



아합니다. 작가의 작업에 대한 연구가 미술비평의 차원에서만이 아니라 미술 정책, 기업이 어떻게 예술과 콜라보레이션할 것인지 연구하는 차원에서 활용되어야한다는 얘기입니다.

정준모 | 큐레이터

제가 큐레이터를 하면서 외국과 일을 처음 해보기 시작한 것은 80년대말인 것 같습니다. 그때부터 지금까지 대한민국 미술계가 늘 얘기하는 게 '한국미술의 세계화'입니다. 세계화를 위해 돈도 많이 썼는데 잘 안되었습니다. 왜냐면, 그동안은 책상에서 폐이퍼로 얘기하는, 소위 관료 시스템으로 돈을 썼기 때문에 그랬던 것 같습니다. 막연히 국고를 지원하면 잘 되겠거니 했는데, 돈을 쥐도 잘 안된다는 말이죠. 미술 생태계를 모르고 접근하면 안되는데 외국 미술 생태계와 관계없이 우리식으로 하면된다는 식이 아니었나 싶습니다. 그런데 김수자가 지금 이렇게 국제무대 메인 스트림에 들어가게 된 배경을 생각해보면, 현장에 가서 본인이 직접 부딪쳤기 때문인 것 같습니다. 미술작가들 중에 파리, 뉴욕, 런던에 적을 두고 실제로는 한국을 쳐다보고 작업하는 작

가들이 있습니다. 외국에서 큰 전시를 하는데 외신기자를 부르는 게 아니라 한국 기자들을 불러서 한국에 기사 나는 것을 위주로 합니다. 한국 내에 이름을 알리고 나서는 한번씩 한국에 와서 전시해서 한국에서 작품을 판매하지요. 하지만 김수자는 본인이 외국 현장에서 부딪치며 배워 나간다는 의지로 했기 때문에 오늘날 한국의 가장 성공한 작가가 되었다고 생각합니다. 국제적인 작가가 되려면 얼마나 독심있게 버티느냐, 힘들어도 한국을 안쳐다보고 글로벌 작가로 외국에서 자리 잡으려고 하느냐 하는 의지가 중요합니다.

서유희 | 아티스트

저는 2013년 베니스 비엔날레 특별관 기획전시를 다른 외국작가들과 함께 했습니다. 베니스 비엔날레에 참가했다는 것이 선망의 대상이 되기도 하지만 실질적으로는 후원 없이 모든 비용을 자비로 감당해야 하는 것이 태반입니다. 제 경우 여행비와 작품제작비 모두 작가 개인의 사비로 써야했습니다. 하지만 비엔날레에 초청을 받아 기회가 왔으니 잡아야 한다는 생각으로 달려갔습니다. 무사히 비엔날레를 마치고 작가로서 한 단계 올라갔다는 생각은 갖게 되었지만, 후원이 없이 작가 개인의 힘으로는 이런 전시를 두 번은 할 수 없겠다는 생각을 했습니다.

세계의 미술관 후원으로 한국 작가에 기회 제공

정준모 | 큐레이터

서유희 선생님이 경험하신 것처럼, 한국작가들이 국제적으로 성공하는데 작가의 독심 외에 또하나 필요한 것은 후원입니다. 국내에서 메세나 활동이 시작한 것은 20~30년 되었는데 이제야 어느정도 자리를 잡은 것 같습니다. 시간이 걸리는 것이지요. 현대자동차는 다른 메세나 기업들에 비해서는 예술후원을 뒤늦게 시작했지만, 한번에 많이 쏟아 붓고 그만 두지 말고 꾸준히 오래 하면 좋겠습니다. 그리고 현대자동차가 해외 미술관을 후원하고 좋은 관계를 유지

하고 있는데, 이런 활동을 지속적으로 하면 그게 곧 한국작가를 지원하는 것이라 생각합니다. 후원을 받은 미술관에서 우리나라 작가들 전시를 할 수 있기 때문이지요.

해외 미술기관을 후원할 때에도 우리 작가들에게 도움이 되는 기관과 방법을 생각하고 하는 게 중요한 것 같습니다. 흔히 정부에서는 해외 아트페어에서 많이 팔리면 우리 미술이 세계화했다고 박수 치는 경향이 있습니다. 하지만 우리나라 작가들이 국제적으로 인정 받으려면 공공성을 가진 비영리 전시관에서 전시해서 기반이 닦이는 게 더 중요합니다. 이를테면 해외에는 작지만 중요한 미술관들이 있습니다. 유명해진 세계적 작가들의 과거 전시 경력에 꼭 들어가 있는 미술관들이지요. 기관이나 기업에서 전시 후원을 할 때 큰 미술관도 중요하지만 이런 작은 미술관을 후원하고 한국 작가들이 거기에서 전시하게 해준다면, 국제화의 길목에 한국작가들을 세워놓을 수 있지 않을까 합니다. 이런 점에서 볼 때, 현대자동차에서 예술후원 정책을 세울 때 탁상공론으로 세우지 않고, 이렇게 현장의 예술가들을 초청한 자리를 만들어 올바른 방향을 찾고자 하는 것은 매우 고마운 일입니다.

김수자 | 아티스트

저는 98년도 상파울로 비엔날레에 참여하면서 한국을 떠난 것인데, 그 당시엔 국가나 기업의 후원이 너무 없었습니다. 그때 저는 상파울루 비엔날레 국가관 작가로 뽑혔는데도 작품 운송비가 없어서 모두 자비로 부담해야했습니다. 브라질의 한인 자원과 이전에 아르코(ARCO)로부터 받은 특별 지원 외에 한국으로부터 그 어떤 충분한 지원도 받을 수 없었습니다. 결국 이러한 상황을 알고 개인적으로 지원해주겠다는 한국계 브라질 이민자들의 도움까지 받게 되었습니다. 지금 한국의 지원 시스템을 보면 격세지감을 느낍니다. 심지어 한국이 이제는 아티스트들을 많이 후원한다고 알려져서, 국제 전시에서 당연히 주최측이 할 수 있는 것을 한국작가에게는 알아서 후원을 받아오라고 요구하는 경우가 있지 있습니다. 다만 지금은 시스템은 굉장히 좋아졌지만, 후원과 작가를 연결하는 중간에 있는 사람이 그 역할을 제대로 수행하지 못하거나 작가의 의지에 반하는 수행을 한다면 작가에게 오히려

타격이 갈 수 있습니다. 주는 자와 받는 자 사이의 커뮤니케이션이 중요할 것 같습니다.

강수미 | 미술평론가 (동덕여대 교수)

김수자 작가가 가장 활발하게 활동하신 90년대말부터 한국 미술 후원의 역사가 시작되었습니다. 한국미술의 구도나 제도가 그 때 잡히기 시작한 것이고, 그 전에는 예술가 후원이라는 개념이 없었어요. 그런데 김수자 선생님이 비엔날레를 나가며 혼자 개척하고 해결하여야 했던 것들이 지금은 국가와 지방자치단체 등을 통해 해결되고 있습니다. 하지만 저는 효율성을 중요하게 생각합니다. 제도나 펀드는 많은데 어떠한 작가의 무언에 어떻게 후원을 해야 하고 어느 선에서 해야 한다는 원칙과 시스템이 현재도 잘 정립되어 있지 않습니다. 그래서 때로 작가에게 활동의 부담이 되거나 역효과로 돌아오는 경우가 있습니다. 실제로 국제 비엔날레의 주최측이 한국 작가에게 당연히 경제적 부담을 요구하기도 합니다. 너희는 국가가 지원하지 않느냐, 펀드레이징 해와라, 이런 식이지요. 다른 나라 작가들에겐 요구



강수미
미술평론가



이배경
아티스트



올랑
아티스트

하지 않는 것을 한국작가들에게 요구하는 경우도 있습니다. 이것은 다시 말하면, 지금까지 한국 작가를 지원한 방식이 그리 효율적이지 않았다는 것입니다. 그래서 지금부터는 후원을 하되 우리 작가들이 국제 미술계에서 존중 받도록 분위기를 전환 해야 합니다.

올랑(Orlan) | 아티스트

저도 한국의 부산비엔날레와 창원비엔날레 참여했었습니다. 그런데 비엔날레는 시각적으로 눈에 띄는 작품을 보여주는 작가들에게는 좋지만 저처럼 개념이 앞서는 작가들은 잘 맞지 않는 것 같습니다. 특히 저는 제 자신의 몸을 사용하는 작업을 하기 때문에 다른 문화권에 적응하기 쉽지 않은 경우가 많습니다.

이규현 | 사회자, 이앤아트 대표

올랑이 볼 때 한국 미술작가들의 작품은 외국 문화에 적응이 용이한가요?

올랑 | 아티스트

제가 외국작가 입장에서 이야기 한다면, 한국작가들 작품 역시 외국에서 볼 때 이질적인 경우가 많습니다. 하지만 그래서 굉장히 눈에 띄는 경우가 많습니다. 예를 들어 독특한 재료를 쓴다든지, 우리가 모르는 한국의 전통적인 표현을 한다든지 말이지요. 반면 김수자처럼 하이테크놀로지를 쓰는 작업도 있고, 한국현대 미술에는 그런 다양성이 있습니다.

해외 전시 할 때 현지 한국작가는 소외

이배경 | 아티스트

저는 외국에서 전시나 페스티벌 참여했던 경험을 이야기하고 싶습니다. 저는 독일에서 10년 살았습니다. 원래 한국에서 조소과를 졸업했는데 뉴미디어 아트를 하려고 하니 국내에는 전공이 없어서 선택의 여지 없이 유학을 갔고, 행복하게 작업했습니다. 졸업할 때가 되니 1년 정도 전시 스케줄이 잡혔습니다. 그런데 독일에서는 당시가 11년전 상황이었는에도 '아티스트 피(artist fee)'가 당연히 있었습니다. 작품운송, 교통, 숙박, 식사를 해결해주고 그 외 아티스트 피를 줍니다. 산정 근거는 이 작품을 팔면 얼마를 받을 것이고 대여를 하면 얼마를 받을 것이다에 기준을 둡니다. 예를 들어 한달 동안 전시를 한다면 1년 동안 작품을 소장하는 비용을 12로 나누어서 주어야 하는 것입니다. 작품의 임대료 개념으로 주는 것이지요. 따라서 아티스트 피는 전시기간에 따라 달리 금액이 나오고, 작가가 당연히 받는 것입니다.

하지만 한국에서는 여전히 전시 주최측에서는 아티스트 피를 주지 않고, '전시 해주는 것만도 고맙게 생각해야지' 하는 게 있는 것 같습니다. 다행히 그 작가의 작품이 동시대 사회 분위기와 맞아 상품가치가 있다면 살아 남을 수 있습니다. 하지만 30년 뒤에나 뿔 수 있는 작업을 고집스럽게 지금 한다면 그 작가는 작업을 지속하기가 어렵지요. 상품성 있는 작가는 계속 작업을 할 수 있고, 나중에 남은 예술성 있는 작업을 하면 지속하기 어렵다는 것은 많은 분들이 공감하는 문제입니다.

올랑 | 아티스트

사람들은 왜 예술가에게 무료로 받으려 할까요? 전시를 할 때 아티스트 피는 반드시 지급되어야 합니다.

이배경 | 아티스트

그리고 예술가에 대한 여러 후원 프로그램을 보면, 한번 후원을 받은 작가가 계속해서 다른 기관의 후원도 받는 경우가 많은 것 같습니다. 특정한 작가들을 반복해서 계속 지원하는 방식보다는 조금 더 현실적인 후원을 하는 방식도 고민하면 좋겠습니다.

신형섭 | 아티스트

저는 뉴욕에서 10여년 작업을 하고 전시를 했는데, 뉴욕에서 활동하는 작가들이 모이면 비슷한 고민이 있었습니다. 한국의 기업이나 정부에서 뉴욕 현지에 레지던시를 만들거나 한국현대미술 기획전시를 가지고 와서 하는데, 정작 뉴욕에서 활동하는 현지의 한국작가들에게는 관심이 없는 것 같았습니다. 독일기업에서 후원하는 전시는 독일에서 데리고 온 작가와 뉴욕 현지에 있는 독일 작가를 섞어서 합니다. 우리도 그런 시스템 활용하면 어떨까 합니다. 한국의 정부와 기업 후원이 많아졌지만, 뉴욕 현지의 한국 작가들은 소외되는 것을 느꼈습니다.

김수자 | 아티스트

현지 작가가 후원에서 소외된다는 신형섭 선생님 의견에 전적으로 동의합니다. 한국 정부와 기업이 해외에 와서 전시를 하거나 레지던시를 운영할 때, 정작 그 지역에서 고생하며 열심히 작업하고, 언어나 문화에서 현지 적응력도 높은 현지의 작가들은 후원을 거의 못받습니다.

이배경 | 아티스트

우리나라에서는 후원 효과에 대한 평가를 단기간에 하는 문제에 대해서도 생각해볼 필요가 있는 것 같습니다. 어떤 사회나 문화에 변화가 일어나려면 20~30년 걸린다고 생각합니다. 단체와 기관에서 '이번에 얼마를 썼는데 효과가 어떨까' 평가한다면, 그



신형섭
아티스트

평가를 최소한 20년 후에 해야 정확하다는 것입니다. 당장 관객이 많이 오면 좋은 전시이고 관객이 안오면 나쁜 전시일까요? 그렇지 않습니다. 외국에서는 당장은 무모해보여도 오랜 기간 지속적으로 예술에 투자해 기업 이미지가 도시의 이미지가 상승되는 경우가 많습니다. 오랜 시간 동안 지속적으로 예술 후원을 유지한다면 사회와 문화의 성장이 이루어질 것입니다.

예를 들어 오스트리아 린츠에서 하는 아르스 일렉트로니카 페스티벌(Ars Electronica Festival)은 미디어 아트로 세계에서 가장 큰 페스티벌인데, 아마 우리나라에서 했으면 3년을 못갔을 것입니다. 우리나라에서는 시도를 좋게 시작했는데 2~3년이 못가 없어지는 프로젝트를 많이 보았습니다.

이대형 | 현대자동차 아트디렉터

이배경 선생님이 이야기하신 아르스 일렉트로니카 페스티벌에 가보려니까 반경 40킬로미터 이내에 호텔이 없어서 가기도 힘들더라고요. 어떻게 이 작은 도시에서 도시 인구보다 더 많은 관객이 미술전시에 올 수 있는가를 물었더니, 자기들은 이런 예술



프로젝트의 성공여부를 평가할 때 당장 관객이 얼마 왔느냐 하는 단기적인 결과로 평가하는 게 아니라, 이 프로젝트가 얼마나 혁신적이고 실험정신이 있었는가를 기준으로 평가한다고 합니다. 그래서 아르스 일렉트로니카가 처음엔 너무 실험적이라 대중성이 없어 보였지만, 혁신성을 믿고 이 페스티벌을 오래 끌고 왔기 때문에 성공할 수 있었다고 합니다. 예술 프로젝트를 가지고 1~2년 뒤에 효과를 평가한다면 1~2년 뒤에 검증할 수 있는 알은 수준의 행사 밖에 못한다는 것이지요.

뜨는 작가 뒤에는 국가와 기업의 전략 있어

신형섭 | 아티스트

저는 뉴욕에서 작가 생활을 할 때 영국, 중국, 일본, 독일이 국가 차원에서 대규모 폭격을 하듯 전시하는 것을 보았던 게 매우 인

상적이었습니다.

하나는 영국의 세계적 컬렉터 찰스 사치가 브루클린 미술관에서 한 <센세이션> 전시였습니다. 여기에서 영국의 새로운 작가들인 YBA작가들이 전 세계로 소개되었지요. 또 하나는 모마 PS1 미술관에서 한 중국현대미술전시였습니다. 2000년대 초반 세계를 휩쓴 중국의 이른바 ‘폴리티컬 팝’ 작가들이 여기에서 대거 소개되었습니다. 마지막으로 다시 브루클린 미술관에서 무라카미 다카시를 앞세워 일본 현대미술 작가들을 보여준 <슈퍼플랫>이라는 대규모 전시였습니다. 아시다시피 이 세 나라의 독특한 현대미술은 21세기 초반 세계 미술의 흐름을 이끌었다해도 과언이 아닙니다. 그런데 이런 트렌드를 만든 세계적인 전시들 뒤에는 국가나 기업, 또는 개인 컬렉터의 전략적인 기획이 있었다는 게 흥미롭지요.

그리고 제가 귀국하기 직전인 최근 2~3년동안은 뉴욕에서 미술

관 전시를 보러다니면 유독 독일 작가가 많이 눈에 띄었습니다. 왜 이렇게 독일 작가가 많을까 하고 보면 전시 후원사가 독일 기업이었다고요. 예전엔 그 나라 국가의 깃발을 내놓고 보란듯이 했다면, 이제는 미국 미술관 전시를 후원하면서 은근슬쩍 자국의 작가들을 미국 작가들과 섞어서 보이는 것입니다. 그런 전시를 한번 하고 나면, 뉴욕의 유명 갤러리에서 참여 작가들에게 접촉하기 시작합니다. 그 이후 세계적으로 유명한 작가가 되는 경우가 많지요.

이대형 | 현대자동차 아트디렉터

영국, 일본, 중국의 경우 국가와 기업이 전략적으로 자국 예술을 키워다는 신형섭 선생님의 말씀에 공감합니다. <센세이션> 전시를 통해 영국의 YBA작가가 알려지고, <슈퍼 플랫> 전시를 통해 일본의 포스트 무라카미 다카시 세대가 알려졌습니다. 이 나라들이 자국의 현대미술을 세계미술사에 자리매김 하려한 전략적 접근이 성공을 한 것이지요.

김수자 | 아티스트

작가들이 국제무대로 진출하는 데 있어서 비엔날레가 중요한 역할을 해왔는데, 오늘날 비엔날레의 역할은 어떤지도 생각해볼 문제입니다. 제가 작가로서 가장 영향 받은 것은 비엔날레였습니다. 저는 전세계 40여개의 비엔날레에 참여했습니다. 그러면서 제가 몸소 세계 여러 지역을 여행하며 배울 기회가 되었고, 전시 후원 시스템의 혜택을 받을 수 있었습니다. 만일 후원 시스템이 없었다면 지금의 제가 없지 않았을까 생각합니다.

그런데 비엔날레들의 성격은 20년전과 지금이 다릅니다. 지금은 비엔날레가 현황 이슈들을 다루고 문제를 제기하는 게 아니라, 어떻게 해야 이 도시를 알리고 사람들의 주목을 이끄느냐 하는 관광산업으로서의 역할이 중요해졌습니다.

올랑 | 아티스트

저 역시 비엔날레는 많이 변했다고 생각합니다. 너무 상업화했고, 상업적인 목적에 이용되는 것이 걱정됩니다. 아트페어 역시

아무리 미술 시장의 현상이지만 너무 심하게 팔리는 것 위주로만 가는 경향이 있습니다. 그럼에도 불구하고 비엔날레의 강점이 있습니다. 많은 작가들이 한데 모여서 서로 다른 문화를 보여줄 수 있다는 것입니다. 세계 다른 지역의 다른 예술에 대해 눈을 뜰 수 있고, 세계 여러 작가들을 만나고 새로운 전시를 할 수 있는 기회가 됩니다.

강수미 | 미술평론가(동덕여대 교수)

비엔날레는 현대미술 현장으로서 가치도 있지만 산업화한 면도 물론 있습니다. 모순된 기능을 갖고 있는 게 비엔날레입니다. 비엔날레만이 아니라 글로벌 미술현장이 시장 지향적으로 되어 있는 것이 문제입니다. 이런 때 작가와 기획자들은 비엔날레를 어떻게 효과적으로 활용할 것인가, 어떻게 하면 비엔날레를 통해 커리어와 작품을 발전시킬 것인가를 고민해합니다. 비엔날레의 형식이 가진 효과적이고 생산적인 측면을 활용하는 세밀한 전략을 찾아내야합니다.

이대형 | 현대자동차 아트디렉터

마지막으로, 우리가 우리 작가들을 해외에 알려지게 하려면 영어 매체를 많이 활용할 필요가 있다고 생각합니다. 영국 YBA 작가들에 대한 재미있는 연구결과가 있습니다. YBA 작가들이 세계적으로 성공한 이유는 그 작가들이나 작품의 콘셉트 때문이기도 하지만, 더 큰 이유는 YBA라는 단어를 유통시킨 매체의 수가 엄청나게 많았기 때문이라고 합니다. 영어가 가진 이점이기도 합니다. 외국인들이 ‘아시아 미술’을 검색했을 때 우리나라의 좋은 현대미술 작가들이 노출되게 하는 것이 필요합니다. 우리 미술을 세계화할 수 있는 국가와 기업의 전략적인 후원에 대한 여러분의 소중한 의견 감사합니다.

• ‘현대자 아트살롱’은 현대자동차가 문화예술계 인사들을 초청해 미술계 이슈에 관해 토론의 장을 마련하는 모임입니다.

||

미술작가와 기관

1. 글로벌기업의 미술재단
2. 기획자에 대한 지원
3. 테이트모던 현대 커미션
4. MMCA 현대차 시리즈
5. 블룸버그 브릴리언트 아이디어즈

현대미술 세계에서는 아티스트의 역량 못지 않게 기획자와 기관의 역할이 중요하다. 특히 글로벌 기업들의 성공한 미술재단들은 단순히 작품 제작비와 작가 생활비를 지원하는 수준이 아니라 문화예술계의 리더로서 역할을 하고 있다.

현대자동차는 뛰어난 현대미술작가들의 아이디어 실현을 돕고 한국현대미술의 세계화에 기여하는 차원에서 2013년 국립현대미술관(MMCA)과 10년 후원 파트너십을 맺고 2014년에는 영국 최고의 현대미술관인 테이트모던과 11년 후원 파트너십, 2015년에는 미국 서부 최대 미술관인 LA카운티미술관(LACMA)과 10년 후원 파트너십을 맺었다. 한국-유럽-미국을 잇는 글로벌 파트너십이면서, 미술관들이 장기적인 안목으로 기획을 할 수 있도록 돕는 장기 파트너십이다. 호흠 긴 안목으로 예술 발전과 저변 확대에 기여한다는 평을 받고 있다.

테이트모던은 이 파트너십으로 백남준 작품 아홉 점을 구입했고, 세계적으로 유명한 초대형 전시실인 터바인홀에서 매년 혁신적인 작가 한 명을 뽑아 신작을 선보이는 <현대 커미션>이라는 이름의 전시를 2015년 가을부터 하고 있다. LA카운티 미술관은 현대차와 맺은 파트너십인 <더 현대 프로젝트>를 통해 미술과 과학기술의 융합인 ‘아트+테크놀로지’ 전시와 연구, 한국 근대미술사 전시와 연구 등 두 가지 분야의 프로젝트를 진행하고 있다. 국립현대미술은 매년 한 명의 한국 중진 작가를 선정, 세계적 수준의 전시회인 <MMCA 현대차 시리즈(MMCA Hyundai Motor Series)>를 열고 있다.

현대차는 또 아티스트뿐 아니라 기획자를 키우는 것도 중요하다는 것을 인식해, 중국에서 큐레이터를 지원하는 <현대 블루 프라이즈(Hyundai Blue Prize)>를 2017년부터 시작했다. 매년 주제별로 1명의 중국 큐레이터를 뽑아 베이징798에 개관한 미술 전시공간인 ‘현대 모터스튜디오 베이징’에서 전시를 기획하도록 장소와 전시비용을 지원한다. 이 장에서는 글로벌 기업들의 주요 미술재단들이 현대미술시장에서 기능하는 역할에 대한 전문가의 분석을 소개하고, 현대자동차가 기업으로서 역할을 다하기 위해 실행하는 <테이트모던 현대 커미션>과 <MMCA 현대차 시리즈>, 그리고 블룸버그와 함께 제작하는 영상 <브릴리언트 아이디어즈>에 대해 다룬다.

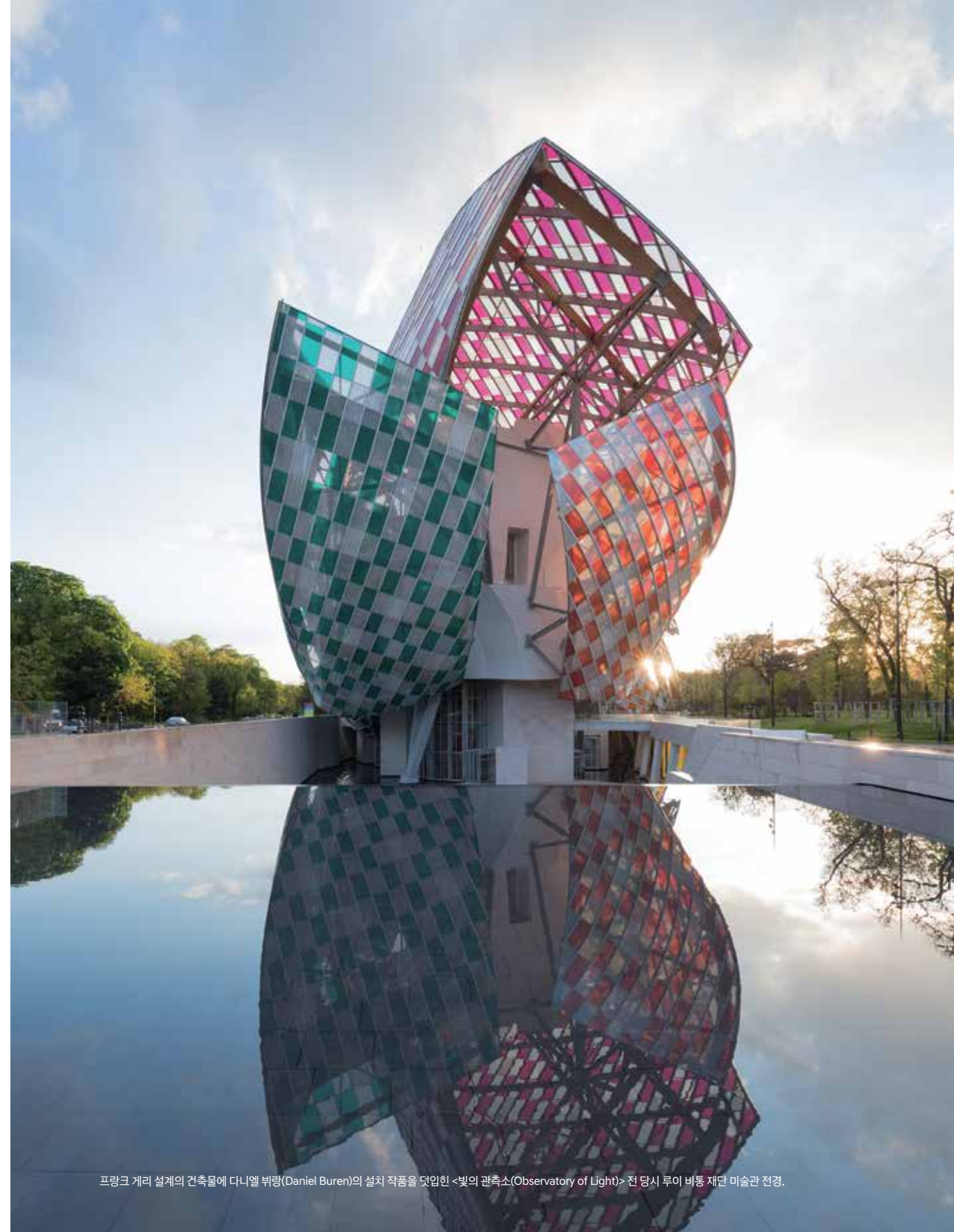
글로벌기업의 미술재단

김만나
헤리티지 뮤인 기자

예술 후원자에서 아트 플랫폼으로 진화

많은 기업들이 예술과 친해지길 원한다. 작가 혹은 디자이너들이 일구어온 예술적 가치를 브랜드와 동일화하기 원하고, 이를 통해 브랜드의 이미지 상승을 꿈꾼다. 소위 ‘아트 마케팅’이 최고의 마케팅 수단으로 시장을 휩쓴 적이 있다. 덕분에 ‘스타’ 작가의 몸값은 더욱 상승했고, 소비자는 스페셜 에디션으로 출시된 TV나 냉장고를 ‘작품’을 컬렉션하듯 비싼 값을 치르고 구입했다. 그것은 브랜드 이미지 상승에 효과가 있을까. 미안한 말이지만, 그럴 리

없다. ‘아트 마케팅’이라는 말은 애초에 맞지 않은 말이다. 수익 창출이 목표인 기업과 ‘새로우나 유용하지 않은’ 예술은 추구하는 방향성부터 다르다. 한 가지 방법은 있다. 이탈리아 메디치 가문이 당대의 예술가들을 먹여 살렸듯 아무런 대가 없이 전폭적으로 지지하거나, 혹은 예술가들이 놀고 어울리는 ‘판’을 정교하게 만드는 일이다. 이 글에서는 이와 같이 창의적인 DNA를 근간으로 하는 예술과 ‘한 몸’이 된 브랜드 사례를 소개한다. 루이 비통, 까르띠에, 프라다, K11이다.





건축가 프랑크 게리(Frank Gehry)가 설계한 루이 비통 재단 미술관, 파리 시민의 안식처로 잘 알려진 불로뉴 숲(Bois de Boulogne) 속을 항해하는 함선의 모습을 띠고 있다.



2017년 여름 서울 동대문디자인플라자(DDP)에서 열린 <비행하라, 항해하라, 여행하라 - 루이 비통(Volez, Vaguez, Voyagez - Louis Vuitton)> 전시 중 '여행의 발명(The Invention of Travel)' 방 전경.

루이 비통의 창의적 DNA '삶의 예술'

브랜드 컨설팅 업체인 인터브랜드가 '2017 베스트 글로벌 브랜드'를 발표했다. 애플과 구글이 5년 연속 1,2위를 차지했고, 8위에 랭크된 페이스북은 가장 높은 브랜드 가치 성장률을 기록했다. IT와 자동차, SPA 브랜드(23위와 24위에 각각 H&M과 ZARA)가 강세를 보이는 가운데, 패션 브랜드로는 루이 비통이 19위로 가장 높은 순위를 차지했다. 뒤를 이어 구찌가 51위다. 루이 비통은 어떻게 최고의 패션 브랜드가 되었나. 글로벌 브랜

드로서 다양한 마케팅 활동을 했지만, 브랜드를 예술의 경지로 승화시키는 데에는 100년이 훌쩍 넘는 시간이 존재한다. 루이 비통과 까르띠에, 프라다가 본격적으로 미술 재단을 운영한 것은 20세기 들어서지만, 그 이전의 시기를 살펴보아야 한다. 아름다운 시절을 뜻하는 벨 에포크(Belle Époque). 19세기 말부터 1차 세계대전이 발발하기 이전, 유럽에서 혁신적인 기술이 등장했던 시기를 말한다. 1889년, 파리에서 열린 만국박람회를 기념해 프랑스의 기술력을 과시하기 위해 에펠탑이 세워졌고, 에펠탑

을 배경으로 우아한 복장을 한 신사숙녀가 파리 거리를 가득 채웠던 시기다. 영화 <미드나잇 인 파리>에서 1920년대 파리로 불시착한 주인공이 헤밍웨이, 피카소, 달리 등 전설적인 예술가들과 보냈던 그 시간이다. 힘차게 공장이 돌며 메르세데스-벤츠, 포드와 같은 회사들은 자동차를 만들기 시작했다. 칼 벤츠의 아내, 베르타 벤츠가 '페이턴트 모터카'(마차 모양의, 그러나 가솔린 엔진을 장착한 차)를 타고 100킬로미터에 이르는 장거리 왕복 여행을 최초로 성공시킨 것도 이 때였다. 풍요와 번영, 여행의 시대

가 도래했다. 1858년, 루이 비통은 물건을 쉽게 적재할 수 있고 무게도 가벼운 사각형 트렁크를 개발했고, 이를 베끼 모조품들과의 차별화를 위해 '모노그램' 패턴을 적용했다. 창립자, 루이 비통과 그의 아들 조르주 비통은 인상파 화가들과 친분을 쌓았고, 저명한 수집가였던 가스통 비통은 장식미술에 깊은 관심을 갖고 1920년대에 이미 매장 디스플레이를 예술가들과 함께 작업했다. '삶의 예술(L' Art de Vivre)'을 근간으로 하는 루이 비통의 역사는 그때부터 시작되고 있었다.



프랑스 파리에 있는 까르띠에 현대미술재단.

2년 전 루이 비통 재단 미술관에 다녀온 적이 있다. 건축 프로젝트에 열마가 들었는지 묻는 질문에 베르나르 아르노 LVMH 그룹 회장이 “꿈의 가격을 매기지 말라”고 응수했다던 곳이다. 그곳에서는 실로 상상 속 건축물을 마주한 기분이었다. 해가 뜨고 지는 5년의 공사 기간을 담담하게 기록한, 그렇기에 더욱 극적으로 보이는 영상이 전시실에서 상영 중이었다. 3584장의 각기 다른 형태와 기울기를 가진 유리판을 퍼즐처럼 끼워 맞춰 빙산(Iceberg)이라 부르는 12개의 거대한 유리 장막을 완성하는 과

정이 그 곳에 있었다. 빌바오 구겐하임 미술관처럼 혁신적인 구조지만, 내부를 들여다보면 미술관이 위치할 역사적 지형적 가치를 헤아리고, 그랑팔레 등 19세기 파리의 유리 건축물에서 영감을 받았음을 알 수 있다. 미술관은 파리 시민의 안식처로 잘 알려진 볼로뉴 숲 내 아클리마티시옹 공원에 자리한다. 19세기 풍의 공원은 장 샤를 알팡과 장 피에르 바릴레 데상이 설계, 지금까지 많은 건축가들에게 영감의 원천이 되고 있는 곳이다. 루이 비통 재단 미술관을 설계한 프랑크 게리는 공원 역사에 대



Bernie Krause & UVA, <The Great Animal Orchestra>, Fondation Cartier pour l'art contemporain, Paris, 2016

한 조사를 시작으로, 미술관의 조경을 아클리마티시옹 공원의 전체적인 풍경에 새로운 색을 입히도록 고안했다. 그의 의대로 관람객은 수백 년을 품은 떡갈나무와 너도밤나무 잎사귀 사이로 웅장하게 솟아오른 미술관의 거대한 돛과 조우하게 된다. 미술관 건립의 목표가 공원과 함께 살아 숨쉬는 건축물을 창조하는 것이었음을 자연스럽게 느끼게 된다. 설계 초기 단계부터 프랑크 게리는 아클리마티시옹 공원을 거닐며 주변 자연, 19세기 말의 나무와 유리, 철강 건축물로 세워진 공원과 자연스럽게

게 조화를 이루는 건물을 만들겠다고 다짐했다고 한다. 루이 비통 재단은 2007년 1월 1일 날짜로 미술관 건립을 위해 1만여 평방미터 부지를 55년간 장기 임대했고, 이후엔 파리에 기증한다. 2006년 설립된 루이 비통 재단은 미술관 건립 이후 그야말로 순풍에 돛을 단 듯 ‘예술’이라는 위대한 여정을 향해 나아가고 있다. 2016년 5월에 선보인 다니엘 뷔랑의 <빛의 관측소(Observatory of Light)> 전시를 두고 베르나르 아르노 회장은 이렇게 말했다. “다니엘 뷔랑은 프랑크 게리와 그가 설계한 건물

글로벌 기업들의 현대미술재단은 현대의 문화 생태계에 필요한 것을 채워주는 문화계 리더로서 역할을 하고 있다. 이를 통해 다양한 작가들의 아이디어 실현을 돕고 현대미술의 세계화에 기여한다.

과의 진정한 대화를 통해 매혹적인 프로젝트를 완성했다. 다니엘 뷔랑의 작품은 이 장대한 건축에 화려하게 응답한다. 1970년대 이래 다니엘 뷔랑이 꾸준히 선보여온 색과 투명함, 빛의 조합을 일구어낸 그만의 특유한 접근법이 담겨 있다.”

2017년, 루이 비통 덕분에 한국도 즐거운 일이 많았다. 2017년 여름, 서울 동대문디자인플라자에서 1854년부터 이어져온 루이 비통 메종의 여정을 돌아보는 전시 <비행하라, 항해하라, 여행하라-루이 비통>이 열렸고 같은 해 10월 27일, 파리 루이 비통 재단 미술관 대강당에서는 ‘뉴 제네레이션’ 피아노 리사이틀 공연의 일환으로 피아니스트 조성진의 공연이 열렸다. 조성진은 프랑스 국립 고등 음악원에서 공부했다.

아방가르드 예술을 이끄는 까르띠에의 독심

토마스 실레서는 《사회를 만들 듯 예술을 만들라》(파리:프랑스 재단/프레스 레알, 2013)에 쓴 글 ‘민주주의의 아방가르드 예술’에서 이렇게 썼다.

“우리가 바라는 것은 풍부한 노하우와 능력을 보유한 미술관들이 그들의 제도적 벽 너머와 관습화된 문화계 바깥에서 활동하겠다는 결심을 지키고 제고하며, 또한 진보의 진정한 주체가 되겠다는 이종의 소명을 추가로 감당하도록 확신할 수 있게 되는 것이다. ... 그러므로 우리는 집단적인 움직임, 다시 말해 의미 있는 정치적, 사회적, 예술적 역할을 하려는 수많은 재단들까지 연달아 이에 가담하기를 바라야 한다. 더 나아가 이렇게 민주적 계약의 중심에 신뢰가 자리하게 하는 활동 방식이 전염되어 자연과학, 경제학, 보건, 교육, 환경 등의 다른 분야에까지 퍼지기를 바

라야 한다. ... 이렇게 될 때, 예술은 비로소 진정한 아방가르드가 될 것이다.”

2017년 서울시립미술관에서 까르띠에 현대미술재단의 소장품 전시 <하이라이트>가 열려 크게 인기를 끌었다. 이 때 멋진 도록도 함께 만들었는데 재단의 컬렉션 디렉터인 그라치아 콰로니는 위와 같은 문장을 인용하며 전시 서문을 썼다. “예술이 진정한 아방가르드가 되기 위해서는 과학과 교육, 환경 등의 다른 분야와 손에 손을 잡고 앞으로 나아가야 한다.”

다소 거창한 명제를 까르띠에 현대미술재단은 독심 있게 실현하고 있다. 까르띠에 현대미술재단이 설립된 것은 1984년 10월 20일이다. 까르띠에 재단은 10년간 베르사유 근처 주이 앙 조자스에 있던 넓은 조각공원에서 레지던시 프로그램을 운영한 후 몽파르나스 구역 라스파일 대로에 건축가 장 누벨이 설계한 투명한 현대식 건물로 자리를 옮긴다. 까르띠에에는 과거의 작품을 사들이거나 인지도가 높은 중견 작가들을 후원하는 방식을 탈피, 작가들이 서로 자유로운 생각을 담아내고 공유할 수 있는 전시를 만들고 예술의 지평을 넓히는 것을 목표로 삼았다. 시각예술가뿐 아니라 사상가와 철학자, 과학자, 인류학자, 사회학자들과의 광범위한 네트워크를 토대로 여러 지성이 만나는 토론의 장을 열고 협업하게 한다. 영화감독 데이비드 린치가 가수 패티 스미스, 러시아 수학자인 미하일 그로모프와 교류하고, 레이몽 드파르동이 철학자 폴 비릴리오와 대화를 나누고, 아티스트 장 미셸 알베를 라와 수학자 세드릭 빌라니가 만나는 등 이전에는 상상할 수 없었던 협업을 완성시킨 것이 대표적인 예다. 까르띠에 재단의 핵심적인 활동 중 하나가 커미션 작업이다. 커미션 작업은 작품 창

작을 후원하는 것을 골자로 한다. 이 작업을 통해 재단은 현재까지 300명 이상의 작가들이 제작한 1500여 점의 작품을 소장하고 있다. 까르띠에 재단이 소장한 컬렉션을 보면, 전시를 위해 원하는 것은 무엇이든 할 수 있다는 ‘무제한의 자유’가 주어졌을 때, 작가들이 어떤 기량을 펼칠 수 있는지 알 수 있다. 2017년 열렸던 서울 전시를 통해서도 한국 작가들은 새로운 작품을 제작했다. 영화감독 박찬욱과 미디어 아티스트 박찬경의 형제 듀오 파킹찬스는 예전의 데이비드 린치와 기타노 타케시의 조합이 그랬던 것처럼, 이번 전시를 위해 신작을 제작했고, 웹툰 작가 선우훈은 전시장 외에도 까르띠에 재단과 서울시립미술관 웹사이트에서 동시에 볼 수 있는 프로젝트를 실현시켰다.

‘창조를 위한 재단’을 지향하는 프라다

렘 쿨하스와 프라다가 경회궁에 설치한 조각을 보았던 이라면 프라다의 파격적인 예술 사랑이 낯설지 않을 것이다. 세계에서 센세이션을 일으킨 미술 프로젝트라면, 뒤에 ‘폰다지오네 프라다(프라다 재단)’가 있을 정도라 해도 과언이 아니다. 프라다 재단은 1993년으로 거슬러 오른다. 미우치아 프라다와 파트리치오 베르텔리는 ‘프라다 밀라노 아르테(Prada Milano Arte)’라는 전시 공간을 열었고, 2년 뒤엔 프라다 재단으로 재정비하고 기존의 전시 공간보다 방대한 ‘기관’으로 존재하겠다는 뜻을 내세웠다. 획기적인 전시기획으로 정평이 나 있던 미술사가이자 큐레이터인 제르마노 첼란트(Germano Celant)를 관장으로 영입하며 본격적으로 활동했다. 자금 문제 때문에 구상만으로 그쳐야 했던 예술가들의 대형 프로젝트들을 적극 후원한 것이 대표적으로 아쉬워 카푸어, 루이즈 부르주아, 로리 앤더슨의 설치 작품을 가늠케 했다. 2000년대에는 회귀 영화 시리즈를 기획하기 시작했고, 출판 활동에도 남다른 노력을 기울였다. 예술가 개인의 작업을 방대한 분량으로, 자세하게 기록하고 과학적으로 분석한 연구 논문을 비롯해 실험적인 토픽을 다룬 이론 정보지를 출간하고 있다. 1960년대 이탈리아에서 시작해 세계 미술계의 조류가 된 ‘아르테 포베라(Arte Povera)’운동을 이끈 제르마노 첼란트는 3년 전 한국을 방문했을 때 프라다 재단의 성공 비결에 대해 “회사의

일과 결합되지 않았다는 것이 비결이다. 20여 년간 활동해온 프라다 재단은 모기업으로부터 아무런 요구를 받지 않고 독립적으로 일한다”라고 말한 바 있다.

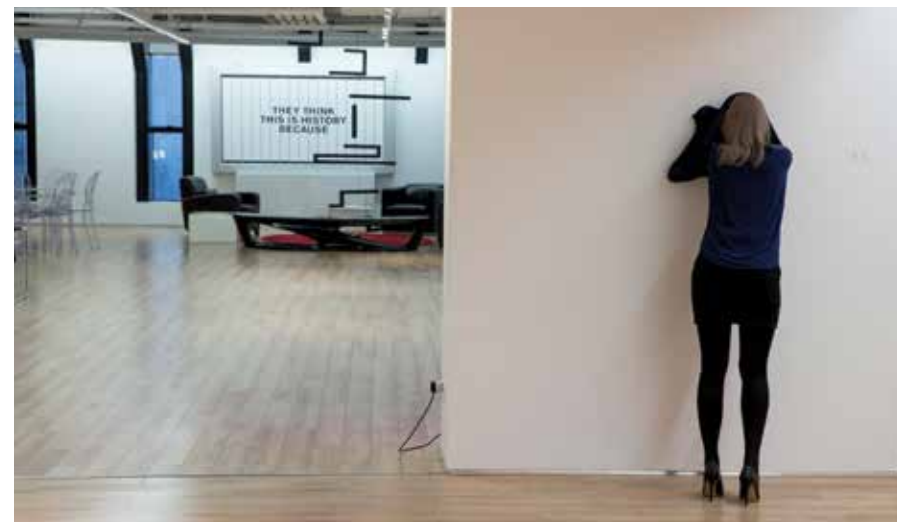
현재 프라다 재단이 운영하는 갤러리는 세 곳이다. 18세기에 지어진 베니스의 저택 ‘카 코너 델라 레지나(Ca’ Corner Della Regina)’는 다목적 갤러리로, 2차 세계대전 때 폭격을 당해 일부를 복원한 밀라노의 ‘오세르바토리오(Osservatorio)’는 사진과 영상을 위한 갤러리로 사용하고 있다. 마지막으로 2015년에 개관한 프라다 재단 미술관은 1910년대에 증류소로 지어진 7개의 건물을 보존한 상태에서 렘 쿨하스가 지은 세 채의 완전히 새로운 건물을 더한 장소로, ‘보다 빠르고, 보다 즉각적이고, 보다 실험적인’ 프라다의 예술 활동이 가능한 곳이다. 프라다 재단 미술관 개관과 더불어 네이던 헬러(Nathan Heller)가 보그에 기고한 인터뷰 기사를 보면, 미우치아 프라다는 말미에 이렇게 말한다. “1920년대나 1960년대가 항상 부러웠어요. 다른 장르의 예술가들이 모여 무언가를 창조하던 시대였죠. 제가 찾고 있는 건 바로 그 느낌이에요.”

‘모두’를 위한 문화적 생태계를 만드는 K11

2017년 현대미술의 풍경에 대해 훗날 누군가 책을 쓴다면, ‘K11’ 또한 비중 있는 한 챕터를 장식할 것이다. 기존에 언급한 전통적인 패션 하우스가 가진 미술 재단에 비해 ‘K11 아트 파운데이션(이하 KAF)’의 존재는 좀 낯설 것이다. KAF의 설립자인 아드리안 쉹(Adrian Cheng)은 중국 뉴월드 그룹과 저우타이푸(Chow Tai Fook) 주얼리 그룹의 부사장(Vice President)쯤 되는데, 한 달 평균 10여 개의 나라를 오가며 벌이는 일들은 정작 현대미술이다. KAF는 중국 정부의 소유가 아닌, 최초의 비영리 조직으로 중국의 젊은 작가와 큐레이터를 대중에게 알리는 인큐베이터 역할을 위해 설립됐다. 필자는 2016년에 상하이를 방문했을 때 K11 빌딩을 방문해 설립 철학과 그간의 전시, 인큐베이팅하고 있는 작가들에 대한 소개 공간을 접할 수 있었다. ‘K11 in China’라는 이름의 방에 들어서니, 중국 각 도시의 이름 뒤로 건축 모형이 섬처럼 존재하고 있었다. 광저우의 오프닝 타임은 2016년, 베이징



중국 상하이에 위치한 K11 빌딩에는 아트몰과 미술관이 있다. 33미터 높이의 인공 폭포와 건물 외벽에 식생 공간을 조성, 도심 속 자연을 경험하게 한다.



K11 빌딩 최상층에 위치한 프라이빗 컬렉션룸.

은 2018년, 텐진은 2019년이다. 2020년까지 아트몰과 사무실, 주거지가 함께 존재하는 K11이 12개 도시에 세워질 참이었다. 베이징에는 쇼핑몰 없이 미술관만 오픈하는 등 도시마다 전략을 달리한다. 3년 전 한국에서의 첫 인터뷰에서 아드리안 첩은 이런 말을 했었다. “쇼핑몰을 함께 넣은 건 그 어느 곳보다 ‘하이 트래픽’ 공간이라서다. 중국에서 현대미술을 즐기는 이들은 많지 않지만 쇼핑은 모두가 좋아한다. 작품이 노출되기 아주 좋은 공간이라는 것이다. 예술은 부유한 이들만을 위한 게 아니라 모두를

위한 것이 되어야 한다.”

2016년에 상하이 K11 미술관에서 진행된 <Media-Dali>전은 패션과 인테리어 디자인, 연극 무대, 제품 디자인까지 살바도르 달리의 영향을 받은 현재의 ‘위대한 유산’을 중국의 현대작가 8인과 함께 꾸며 호평을 받았고 올해는 비비안 웨스트우드의 전시를 진행했다. 팔레 드 도쿄 미술관과 3년간의 계약을 체결해 첫 콜라보레이션 전시에서 중국 작가 청란(Cheng ran)의 전시를 진행했고, 프랑스 작가와 콜라보레이션을 통해 <Joss>라는 필름

을 제작했다. 아드리안 첩은 중국의 작가들을 미술관과 비엔날레 등 국제 무대에 선보이는 동시에 세계의 도시를 거점 삼아 쇼핑몰과 미술관을 만든다. 이를 통해 예술과 자연, 사람이 트라이앵글로 교집합되는 문화적 생태계를 꿈꾼다고 한다. 예술기획자로서도 야심찬 사업가다. 이제 글로벌 기업들의 현대미술재단은 단순히 작품을 구매하고 아티스트의 생계비와 작품 제작비를 후원하는 차원이 아닌, 현대의 문화 생태계에 필요한 것을 채워주는 문화계 리더로서 역할을

하고 있다. 이를 통해 현대미술의 흐름을 이끌기도 한다. 현대미술과 문화 생태계에 대해 연구하고 이해하는 것이 뒷받침되기 때문에 이런 역할도 할 수 있다. 글로벌기업들의 이런 활동으로 인해 세계 곳곳에서는 더욱 다양한 나라의 작가들이 다양한 아이디어를 예술로 만드는 것에 힘을 얻고 있다. 글로벌 기업들이 자연스럽게 현대미술의 세계화에 기여하고 있는 것이다.

기획자에 대한 지원

2010년대 초반까지만 해도 공공기관이나 기업의 미술에 대한 지원은 아티스트에 대한 지원에 국한되어 있었다. 하지만 2010년 후반으로 들어서면서 미술 기획자들의 중요성이 부각되었다. 한 예로, 예술경영지원센터는 2016년부터 ‘시각예술 글로벌 기획인력 양성’이라는 지원 프로그램을 시작해, 미술 기획자들의 리서치 및 펠로우십과 파일럿 프로젝트 실행을 지원한다. 거꾸로 해외 문화기관이 한국현대 미술에 대한 연구를 하기 위해 한국을 방문해 리서치하는 것도 적극 지원한다. 또 국내 미술품 감정인력 양성을 위한 교육과정 및 이들의 해외연수도 지원하고 있다. 큐레이터와 같은 미술 기획자들의 수준이 오르고 이들이 해외 미술계에서 활발한 활동을 하는 것이 결국 우리 현대미술이 국제화하는 길이라는 것을 많은 기관들이 인식하기 시작했기 때문이다.

출판 지원의 중요성도 부각되고 있다. 한국현대미술을 해외에 알리는 방법으로 영문책 출판이 중요하다는 것은 이미 공론이 되었다. 그런데 과거에는 영문책 출판에 대한 지원이 아티스트를 소개하는 책자나 도록 출판에 한정되어 있었다면, 이제는 미술 기획자들을 해외에 소개하는 책자로 범위가 넓어지고 있다. 한국현대미술 전시기획사인 코리아투모로우가 현대자동차의 후원을 받아 2017년부터 《Brilliant Critics》라는 책을 1년에 한 번씩 출간하기 시작한 것은 좋은 예다. 해외로 보급하는 우리나라 현대미술 책은 대부분 작가에 대한 소개에 그쳤지만, 《Brilliant Critics》는 한국을 대표하는 큐레이터 10명을 소개하는 영문책이다. 큐레이터 한 명당 미술작가 한 명을 택해 비평을 쓴 것을 영문으로 번역하고, 그 큐레이터를 인터뷰한 내용도 영문으로 실었다. 우리의 뛰어난 큐레이터들이 해외로 알려지면 해외에서 더 중요한 국제무대의 기획자로 활약하게 되고, 그것이 곧 우리 현대미술의 국제화에 기여한다는 취지에서 만드는 것이다.

현대미술의 각종 수상제도 역시 작가를 시상하는 것에서 확장되어 이제는 기획자에 대한 상도 증가하고 있다. 현대자동차는 중국의 청년 큐레이터를 수상하는 ‘현대 블루 프라이즈(Hyundai Blue Prize)’



제1회 현대 블루 프라이즈 후보자들이 국립현대미술관 방문 프로그램에서 <크지슈토프 보디츠코: 기구, 기념비, 프로젝트> 전시를 감상하고 있는 모습.

라는 프로그램을 2017년에 중국 베이징에서 시작했다. ‘창의성(Creativity)’ 부문과 ‘지속가능성(Sustainability)’ 부문에서 한 명씩 모두 두 명을 선정해, 1인당 6만위안(약 1억원)의 전시기획지원금을 상금으로 지급한다. 전시장소는 2017년 11월 중국 베이징에 문을 연 ‘현대 모터스튜디오 베이징’이다. 또 최종 수상자를 뽑기 전에 후보 큐레이터 5명을 먼저 선정해 이들에게 한국현대미술 현장을 볼 수 있는 투어를 지원했고, 수상자 2명에게는 베니스 비엔날레와 런던 테이트모던 등 유럽 미술현장 투어를 지원했다. 2017년 제1회 현대 블루 프라이즈의 수상자는 ‘창의성’ 부문에서는 리지아(李佳, Li Jia), ‘지속가능성’ 부문에서는 리지에(李杰, Li Jie)였다. 수상자 리지에는 후보 자격으로 한국을 방문해 국립현대미술관을 방문했을 때 한국 미술계 사람들을 만나 “현대 블루 프라이즈는 국제적으로 전시기획자들을 수상한다는 점에서 아주 특이하고 실험적인 프로그램”이라며 반가워했다. 수상자들에게는 수상 이듬해에 한국에 있는 현대미술 레지던시 공간에서 한달간 입주할 수 있는 기회도 제공한다. 중국내 시각 예술 기획자들을 격려하는 차원뿐 아니라 한국과 중국의 현대미술 교류를 꾀하는 프로그램이다. 국내 기획자들뿐만 아니라 해외 기획자들도 후원하고 우리 미술 현장으로 초대해서, 해외의 주요 미술인력이 국내 현대미술에 관심을 가지게 만드는 것이다.

쉬징 徐靜

현대 모터스튜디오 베이징
아트디렉터

인터뷰 및 정리 | 김새슬
독립 미술기획자

2017년 11월 1일 베이징 예술구인 ‘베이징 798’에 ‘현대 모터스튜디오 베이징(Hyundai Motorstudio Beijing)’이 문을 열었다. 들어선 위치를 보면 이 공간이 세워진 취지를 알 수 있다. ‘현대 모터스튜디오 베이징’은 자동차 브랜드 체험공간이지만, 베이징의 상업중심지가 아닌 현대미술 중심지에 들어섰다. ‘베이징 798’은 혁신성, 실험성, 창의성을 지향하는 곳이다.

이 곳에 위치한 것은 이 건물이 단순히 자동차 체험을 제공하고 자동차를 판매하는 공간이 아니라 현대 자동차 그룹의 브랜드와 정체성을 보여주겠다는 뜻이다.

현대 모터스튜디오 베이징은 1749m²(약 529평) 규모의 2층 건물인데, 건물 입구에 들어서면 현대자동차 연료 전지 기술 및 향후 청정에너지에 대한 상상을 구현한 영상이 있어서, 최첨단 과학기술과 현대 미술의 재미를 함께 느낄 수 있다. 또 1층에는 1~2층을 아우르는 공기정화시스템(Air Handling Unit)과 자동차 관련 서적을 볼 수 있는 북 라운지, 커피숍이 있고, 2층에는 미술전시를 할 수 있는 갤러리 공간이 있다. 또 건물 외부 한쪽 벽면에 통유리 공간을 만들

어 그 속에 작은 숲을 그대로 옮겨 놓은 듯 꾸며 놓은 비바리움(Vivarium)을 조성했다. 1, 2층 벽면을 가득 채운 대형 벽화 작품 <798 지도(Map of 798)>은 798 예술구의 생동감 있는 에너지를 형상화한다. 여기에서는 1년에 총 3~4회의 전시가 열리게 된다. ‘현대 블루 프라이즈’ 수상자들이 만드는 전시다. 2017년 제 1회 현대 블루 프라이즈의 수상자로는 리지아(李佳)와 리지에(李杰)가 각각 ‘창의성(Creativity)’ 부문과 ‘지속가능성(Sustainability)’ 부문에서 수상했는데, 이들은 2018년에 각각 3개월씩 자신들이 기획한 전시를 하게 된다.

‘현대 블루 프라이즈’가 만 40세 이하의 청년 큐레이터만 대상으로 하는 것도 흥미롭다. 청년들이 가지고 있는 생명력과 창의성이 현대자동차라는 브랜드가 추구하는 ‘창조적 에너지(Creative Energy)’라는 비전과 어울린다. 눈부신 경제발전을 이룬 중국의 수도 베이징에서 현대자동차가 ‘이동수단’이나 ‘기술’ 같은 개념이 아닌, ‘예술’ ‘휴식’ ‘창의성’ 같은 키워드로 중국인들에게 다가가고 있다는 것을 ‘현대 모터스튜디오 베이징’을 보면 알 수 있다.



현대 모터스튜디오 베이징 쉬징 아트디렉터



현대 모터스튜디오 베이징의 외관

Q 베이징의 대표적 예술구인 798에 현대 모터스튜디오가 들어선 것이 흥미롭다.

A 현대 모터스튜디오 베이징은 브랜드 철학을 이야기하는 공간이다. 이곳 어디에도 전시된 자동차는 없으며 자동차에 대한 소개나 정보 또한 찾아 볼 수 없다. 만일 현대 모터스튜디오 베이징이 자동차 브랜드 홍보를 지향했다면, 베이징에서 애플스토어와 벤츠 전시장 등 글로벌 기업의 브랜드가 즐비한 삼리툰(三里屯)에 오픈했을 것이다. 하지만 그곳이 아니라 예술구인 '베이징 798'에 개관하지 않았다. '베이징 798'은 작가들의 작업실이 모인 곳이었다가 이후 화랑과 미술관촌으로 바뀌었고, 현재는 디자인 회사와 영상제작소들이 들어서고 있다. 포괄적 의미의 문화와 예술을 담아내는 공간으로 바뀌어가는 것이다. 현대자동차 또한 단순히 이동수단으로의 역할에서 좀 더 확장된 가치, 즉 예술을 통하여 사회적 문제를 해결하고자 하는 창의적 에너지와 지속가능성을 구현하고 있다. 이런 기업 이념과 '베이징798'의 정체성이 부합한다. 현대자동차는 청년 큐레이터들의 창의성을 토대로 중국 소비자들에게 더욱 새롭고 즐거운 체험을 주는 것 같다. 또, 베이징 시민들에게 여가를 즐길 수 있는 휴식의 공간을 마련해주고 있다.

Q 한국에서는 작가를 시상하는 상은 많지만 큐레이터를 시상하고 전시지원금을 주는 상은 별로 없다. 중국은 어떤가?

A 한국과 마찬가지로 중국의 큐레이터 또한 전시기획자로서의 역량을 발휘할 만한 기회가 많지 않다. 특히 청년 큐레이터가 전시기획을 할 수 있는 곳은 매

청년 큐레이터에게 상을 주는 현대 블루 프라이즈는 창의적 에너지와 지속가능성을 지향하는 현대차의 가치를 담은 프로젝트이다. 대중은 수많은 기업들의 예술 마케팅에 대해 이제 피로감을 느낀다. 하지만 현대자동차는 예술후원에 대해 이미 수년 전부터 준비와 연구를 해왔기 때문에 중국의 다른 기업들과는 다르다.

우 한정적이다. 청년작가를 후원하고 육성하는 시상식과 프로그램은 많지만, 청년 큐레이터를 시상하는 곳은 현대 블루 프라이즈와 상하이 PSA미술관에서 주최하는 청년큐레이터 대상 이렇게 딱 두 개 밖에 없다. 이 두 상은 성격이 매우 다르다. 상하이 PSA미술관의 청년큐레이터 대상은 전시기획자의 현대 미술에 대한 심층적인 연구와 학술적 의의에 중점을 두고 시상하는 반면, 현대 블루 프라이즈는 창의성과 크로스오버적 사고, 즉 다양한 사회적 관점을

어떻게 예술과 결합시켰는지가 심사의 중요한 부분이다. 이 두 상 외에는 신진 큐레이터를 발굴하고 그들의 전시기획에 대해 토론과 논의의 장 자체가 많지 않은 실정이다. 이런 점에서 현대 블루 프라이즈는 소중한 상이다.

Q 리지아(李佳)와 리지에(李杰)가 제 1회 현대 블루 프라이즈에서 수상을 하게 된 이유가 무엇인가?

A 2017년 '현대 블루 프라이즈'의 주제는 '소셜 모빌리티(Social Mobility)'였는데 두 사람 모두 이 주제를 가장 명확하게 보여주었을 뿐만 아니라 전시기획안에 대한 프리젠테이션을 매우 잘 했다. 많은 전시기획자들이 본인들의 기획안에 대한 설명을 논리적으로 풀어내지 못하는 경우가 많다. 지나치게 학술적이거나 철학적인 주제와 내용으로 듣는 사람들이 이해할 수 없을 만큼 어렵고 추상적으로 설명하기 때문이다. 그에 반해 이 두 수상자의 경우는 기획안을 쉽고 명확하고 구체적으로 설명함으로써, 그들의 이야기가 사람들에게 충분한 공감을 살 수 있었다.

현대 블루 프라이즈 제1회 수상자 리지아(왼쪽)와 리지에(오른쪽)



현대 모터스튜디오 베이징의 내부

리지아는 '창의성(Creativity)' 부문의 수상자다. 베이징대학에서 예술사를 전공했으며 페이스화랑(PACE Gallery)에서 일을 하다가 현재는 타이칸 스페이스에서 큐레이터로 일하고 있다. 그녀가 기획안으로 내놓은 전시는 <청년 작가 육성안>이라는 전시다. 주제가 명확하게 보여지도록 여러 작가와 작품을 하나의 이야기로 엮어내는 역량이 탁월했다. 특히 지역 커뮤니티에 대한 이해를 바탕으로 다양한 아티스트와 협업을 이끌어낸 프로젝트이기 때문에 현대 블루 프라이즈의 취지에도 맞는다. '지속가능성(Sustainability)' 부문의 수상자인 리지에는 사천미술대학에서 순수미술을 전공했는데 원래 아이들을 가르치는 교사를 준비했었기 때문에 미

술관의 공공교육, 특히 어린이를 대상으로 하는 공공교육에 대한 관심이 크다. 또한 작가선정과 전시 공간 활용에 탁월한 역량을 보여 주는 기획자다. 그가 구성한 전시기획안은 현대 모터스튜디오 베이징 공간에 적합하다. 수상자를 선정할 때 일반 관람객들을 대상으로 한 인터넷 투표와 전문가 집단의 블라인드 심사로 나누어 진행됐는데, 두 투표 결과가 동일하게 나왔다. 이 점이 매우 흥미로웠다. 비밀투표 형식을 가졌는데도 말이다. 결국 좋은 전시는 쉽고 명확하게 주제를 전달할 때 전문가 뿐 아니라 관람객의 공감도 얻을 수 있다.

예술은 사람의 마음을 움직일 수 있기 때문에 기업은 예술을 통해 기업의 가치를 보여주려한다.

Q 큐레이터로서 그동안 경험했던 다른 일반 미술관과 비교했을 때, 일반 미술관에서 전시를 기획하는 것과 현대 모터스튜디오 같은 공간을 기획하는 것의 차이는 무엇인가? 이 공간이 가지고 있는 매력은 무엇인가?

A 현대 모터스튜디오 베이징의 정체성을 나타내는 가장 중요하고 핵심적인 가치는 ‘소통’과 ‘교류’다. 크로스오버적 가치관을 통해 미술관보다 더 자유롭고 실험적인 성격의 전시를 할 수 있다는 것이 이 공간의 가장 큰 매력이다. 하지만 미술관의 중요한 역할 중 하나는 공공교육이다. 그래서 5년쯤 후에는 우리 또한 미술관이 담당하는 학술과 연구분야의 시스템을 마련하고 싶다. 그 안에 크로스오버적 사고를 녹여내는 학술적이면서 실험적인 전시를 해보고 싶다.

Q 자동차를 만드는 회사에서 문화예술 공간인 현대 모터스튜디오 베이징을 개관한 것에 대해 어떻게 생각하는가?

A 큐레이터로서 보기에, 많은 기업이 예술에 투자하는 이유는 예술이 사람들의 마음을 움직일 수 있기 때문이라고 생각한다. 특히 현대자동차가 추구하는 모던프리미엄이라는 가치 실현은 예술을 통해 브랜드 가치와 비전을 알릴 수 있는 가장 적합한 방법이라

고 생각한다. 현재 수많은 기업이 예술 마케팅을 하고 있으며, 이에 대한 대중의 피로감은 이미 상당한 수준에 이르렀다. 중국 기업들도 예술이라는 수단을 통해 브랜드 가치를 높이는 연구를 많이 하고 있다. 하지만 다른 중국의 기업과 현대자동차의 가장 큰 차이점은 현대자동차가 이미 수년 전부터 이 일에 대한 준비와 연구를 통해 과감한 투자를 하고 있다는 점이다. 현대자동차의 예술투자에 대한 선구안과 선두주자로서의 용기에 개인적으로 감탄한다. 중국 기업들의 경우엔 이제 막 예술에 대한 투자를 시작하는 단계이기 때문에 향후 5년에서 10년 사이에 그들 또한 기업의 문화예술공간을 만들 수도 있겠지만, 현대자동차의 전문성을 따라잡기는 쉽지 않을 것이라는 생각이 든다.

Q 과학기술의 발달로 인해 미술관 모습과 전시의 형태도 많이 달라지고 있다. 이곳에서 추구하는 미래의 미술전시는 어떠한 모습인가?

A 과학과 예술의 융합은 이미 문화예술계의 주요한 화두로 자리잡았다. 현대 모터스튜디오 베이징 건물의 가장 큰 특징은 환경보호와 첨단과학기술을 전시장 안에 녹여냈다는 점이다. 하드웨어적으로는 전시장 입구에 설치한 대형 공기정화 필터(Air Handling Unit)를 통해 바깥 공기를 정화하여 실내로 공급한

다. 또, 입구 천장에 설치된 LED 스크린을 통하여 베이징의 공기 질 지수와 실내 공기 정화 과정을 눈으로 확인할 수 있게 했다. 이 공간의 공기가 깨끗하고 쾌적하다는 것을 보여주는 것이다. 뿐만 아니라 작품 안에도 다양한 과학기술을 녹여내고 있다. 지구 상에 지난 13년간 있었던 육로, 항로, 해로의 교통선을 통해 지구가 받고 있는 스트레스를 보여주는 작품이나, 유럽 난민의 이동경로를 미디어아트로 풀어낸 작품들이 그런 예다. 환경보호가 작품의 주제로 들어간 것은 미래에 더 나은 사회를 만들겠다는 기업의 실천적 의지와 비전을 보여준다고 할 수 있다.

Q 대중은 영화관과 비교하면 미술관을 자주 찾지 않는데, 이곳은 일반 미술관 보다는 훨씬 재미있는 공간이다. 이곳을 즐기는 방법에 대해 이야기 해달라.

A 미술관에서 공공교육은 매우 중요한 부분이다. 미술관은 관람객을 기다리는 것이 아니라 다양한 교육

프로그램을 개발하고 제공해 관람객이 찾아오도록 노력해야한다. 현대 모터스튜디오 베이징은 중국어, 영어, 한국어로 도슨트 서비스를 제공하고 있다. 일반 미술관과는 성격이 다른 공간이므로, 베이징에서 가장 깨끗한 공기를 마시며 커피를 마시고 책을 보고 전시를 보며 휴식을 취하는 곳으로 생각하고 이곳을 방문해주셨으면 좋겠다. 우리는 앞으로 다양한 주제로 전시를 하면서 고객참여형 프로그램을 운영할 계획이다. 나아가 우리가 전시하는 작품을 통해 사회 문제에 대한 고민을 함께 할 수 있기를 바란다. 예술이 던져주는 문제의식에 대한 해결책을 바로 찾는 것이 아니라, 쉽게 지나쳐버리는 사회문제에 대해 깨닫고, 고민하고, 지속적인 관심을 가질 수 있도록 환기시키는 역할을 바로 현대 모터스튜디오 베이징이 하고자 한다.

현대 블루 프라이즈(Hyundai Blue Prize)

명칭	현대 블루 프라이즈 (Hyundai Blue Prize) (제1회 주제: Social Mobility)
대상 및 시상과정	중국의 만 40세 이하 시각예술 큐레이터를 대상. 심사위원 추천으로 전시기획에 대한 제안 발표 후 심사해 선정. 담론과 스토리를 생산하고 확산하는 전시기획에 대해 수여. 창의성, 주제부합성, 공간 설계 및 설명방식, 기획안의 논리성 및 실현가능성이 심사 기준.
시상 내용	1. 창의성(Creativity) 2. 지속가능성(Sustainability) 두 개 부문에서 각각 시상.
수상자 혜택	후보자 대상 한국 미술계 투어 지원, 수상자 전시기획 지원금 6만 위안(약 1억 원) 지급, 유럽 미술현장 투어 지원, 한국 내 미술 레지던시 공간 1개월 입주 기회 제공

테이트모던 <현대 커미션>

Hyundai Commission

화력발전소를 개조해 2000년 영국 런던에 문을 연 테이트모던(Tate Modern) 미술관은 매년 500만명이 넘는 관람객을 동원하는 세계 최고의 미술관이다. “버려진 공장이 역동적인 문화 공간으로 바뀐 최고의 예”(뉴욕타임즈)로 꼽힌다. 그런데 이곳이 짧은 기간 안에 런던의 랜드마크, 더 나아가 세계 현대미술의 발전소로 변신할 수 있던 까닭은 건물이 가진 독특한 구조적 특성, 역사적 특성 때문만은 아니다. 혁신적인 공간 운용, 기획 전시, 교육 프로그램이 이룬 성과라 볼 수 있다. 미술관 이름에서도 알 수 있듯이 테이트모던은 20세기 이후 미술을 다루며, 전시가 이루어지는 각 갤러리마다 장르가 뚜렷하다. 근대부터 현대까지 명확한 기준으로 제시된 작품들은 그 자체로 근현대미술사의 모든 것을 말해주며 세계 현대미술 발전소 역할을 하고 있다.

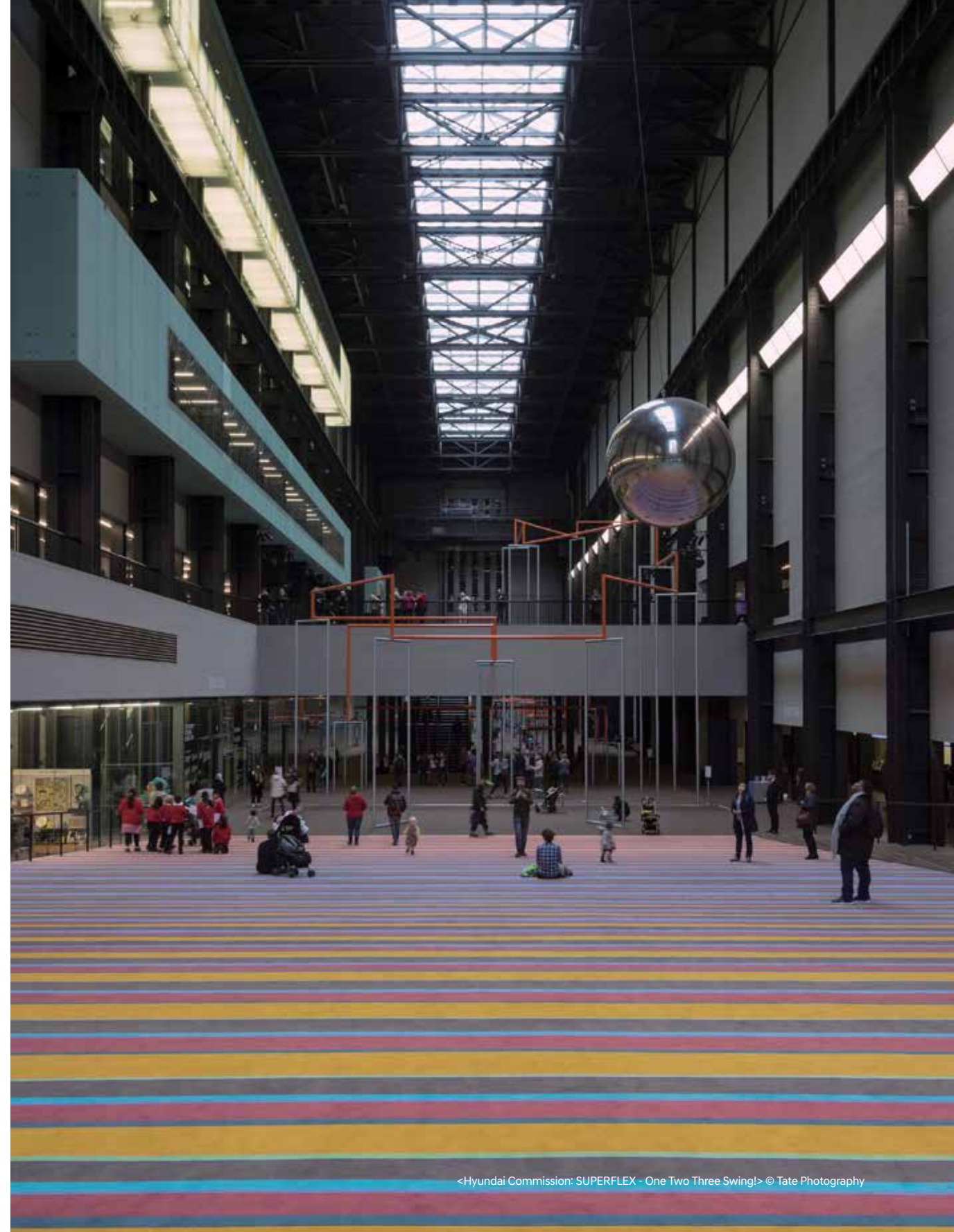
훌륭한 미술관이지만 글로벌 기업들의 후원이 없는 테이트모던 역시 세계적인 전시를 기획하기 힘들다. 테이트모던을 후원하는 대표적인 기업으로는 현대자동차가 있다.

현대자동차는 2014년 1월에 테이트모던과 11년간의 장기 파트너십을 맺었다. 이 파트너십으로 테이트모던은 백남준 작품 아홉 점을 처음으로 소장하게 되었고, 그 해 하반기에 이를 기반으로

<테이트모던 백남준전>을 열었다.

이 파트너십의 핵심은 2015년부터 10년동안 매년 국제적인 작가 한 명씩을 선정해 그들의 혁신적인 신작을 보여주는 전시인 <현대 커미션>이다. 이를 통해 2015년 아브라함 크루즈비예가스, 2016년 필립 파레노, 2017년 슈퍼플렉스가 획기적인 아이디어와 규모로 전시를 열었다. 모두 세계인들을 깜짝 놀라게 한 전시였다. 이 파트너십은 테이트모던이 기업과 맺은 역대 파트너십 중에서 ‘최초 약정 기간(initial commitment)’이 가장 길다. 문화 기관이 장기적인 안목으로 깊이 있고 효율적인 프로젝트를 진행하기 위해서는 이런 장기 파트너십이 중요하다는 점에서 이 파트너십은 세계적으로 높은 평가를 받고 있다.

그간 테이트모던 터바인홀이 루이즈 부르주아, 아니쉬 카푸어 등 국적을 뛰어넘는 현대미술 대가들의 작품이 펼쳐진 자리였음을 감안하면, 이 전시 프로젝트는 현대미술의 나아갈 길을 제시한다고 할 수 있다. 이 파트너십을 통해 현대자동차는 단순한 후원을 넘어 우리 시대가 원하는 가치를 고민할 수 있는 프로젝트를 개발하고, 다양한 방식으로 더 많은 사람과 공유할 수 있도록 한다는 기업의 소명을 실현한다.





<Hyundai Commission: Philippe Parreno - Anywhen> © Tate Photography

현대 커미션 2016 Philippe Parreno <Anywhen>

현대자동차와 테이트모던의 파트너십으로 테이트모던 터바인홀에서 열린 두번째 전시인 <현대 커미션 2016>은 프랑스 출신 작가 필립 파레노(Philippe Parreno)의 <애니웬(Anywhen)>으로, 2016년 10월부터 2017년 4월까지 선보였다.

필립 파레노는 현실과 허구 사이의 경계를 탐구하는 장르 통합적 작품으로 유명하다. 테이트 모던 개관 이래 끊임없이 기념비적 설치 작품을 선보여 온 터바인홀은 필립 파레노의 대작으로 다시 한번 세계의 이목을 집중시켰다.

<현대 커미션>은 동시대 예술가에게 세계적인 현대미술관에서

온전히 새로운 작업을 할 수 있는 기회를 제공하는 파트너십이다. 특히 파레노의 전시는 테이트모던 신관 개관 이후 진행된 첫 <현대 커미션> 전시였다. 관객들은 신관 건축으로 기존의 건물과 신관을 이어주는 4층 다리에서도 작품을 볼 수 있어서 더욱 다양한 시점에서 이 전시 공간을 감상했다. 작가 필립 파레노는 “<현대 커미션>을 통해 나는 시간과 장소를 다루는 작업 중 이전에 한번도 해본 적 없는 대규모로 작업할 수 있었다”고 했다. 필립 파레노는 하나의 공간, 동일하게 주어진 듯한 시간이라도 그 안에서 사람들은 보이지 않는 각자의 시공간을 누비는 체험을



<Hyundai Commission: Philippe Parreno - Anywhen> © Tate Photography

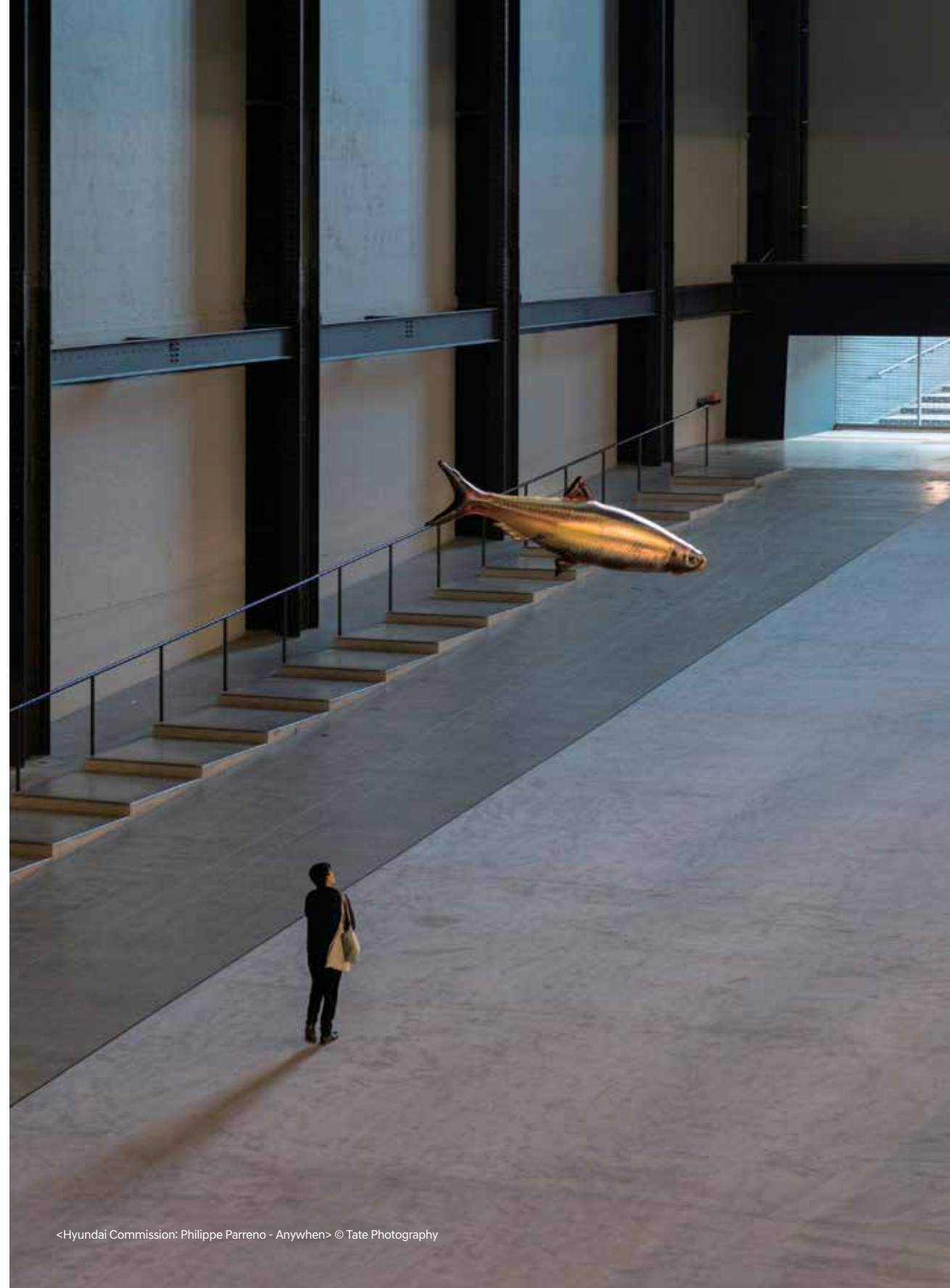
한다고 말한다. <애니웬>은 ‘any possibility’를 뜻하는 ‘any’와 ‘시간’의 개념인 ‘when’을 합성해 작가가 만든 단어다. 작가는 관객들로 하여금 이 전시장에서 시간과 공간의 여행을 하면서 머물도록 유도했다. 이번 전시에서 관람객들이 어떤 것을 경험하고 느끼길 바라는지에 대한 질문에 대해 작가는 “그 누구에게 그 어떤 것도 바라지 않는다. 내가 사람들이 했으면 하고 유일하게 바라는 것은 바로 이 공간에서 시간을 보내는, 단지 그것이다”라고 했다.

그의 바람처럼 관객들은 이 전시장에서 정말 많은 시간을 보냈

다. 관객들은 조명, 음악, 소리, 영상, 움직임으로 짝 차서 끊임없이 변화하는 큰 공간에서, 실제 어떤 일이 일어나고 있는지 이해할 수 없겠지만 무언가 일어나고 있고, 무엇이 일어날지 모른다는 기대를 가지고 머물며, 쉽게 전시장을 떠나지 못했다. 작가로서 필립 파레노의 가장 강력한 면모는 전시 공간을 변화시킨다는 것이다. 어떤 곳에서 전시를 하든, 그는 관람객들을 지속적으로 변화하는 빛과 소리 그리고 움직이는 요소들로 이끈다. 그의 이런 작품 세계는 터바인홀을 만나 극에 달했다. 작가는 전시장에 미술관 바깥의 소리를 가져오기 위해 마이크를 설치했고,



<Hyundai Commission: Philippe Parreno - Anywhen> © Tate Photography



<Hyundai Commission: Philippe Parreno - Anywhen> © Tate Photography



<Hyundai Commission: Philippe Parreno - Anywhen> © Tate Photography

지붕 위에 날씨를 측정하는 시스템을 설치해 바람의 방향과 변화를 체크했다. 습도와 온도의 변화도 감지했는데, 이 같은 정보들은 모두 하나의 시스템과 융합되며 전시를 컨트롤하는 데이터로 사용되었다. 또 미생물 반응장치 안에 실제 미생물도 배치했다. 이런 설치물들의 변화는 예측할 수 없다. 왜냐하면 온도, 바람, 소리 등이 우연에 의해 유발되기 때문이다. 그는 이 전시에서 동시대 최고의 예술가들과의 협업했다. 리암 길릭(Liam Gillick), 티노 세갈(Tino Seghal), 이자벨 루이스(Isabel Lewis) 등 동시대 현대미술 작가는 물론 사운드 디자

이너 니콜라스 베커(Nicolas Becker), 쟁고 하트랩(Djengo Hartlap), 시릴 홀츠(Cyril Holtz) 그리고 과학자까지 섭외했다. 과학자 장 밥티스트 볼(Jean-Baptiste Boul  )과 니콜라스 데스프라(Nicolas Desprat)는 전시의 중요한 요소인 미생물 반응장치 제작에 참여했다. 여기에 배우이자 코미디언인 복화술사 니나 콘티(Nina Conti)까지 합류했다. 전시장의 음향 패널과 스크린, 스피커, 대형 프로젝터는 시간의 변화에 따라 새롭게 조합되었으며 복화술사 니나 콘티의 퍼포먼스와 바닷속 생명체의 모습이 담긴 영상 작품이 펼쳐졌다.

이 전시는 대단한 호평을 받았다. 영국언론 《더 가디언(The Guardian)》은 “<애니웬>은 놀랍고, 마음을 사로잡으며, 웅대하고, 절대 놓쳐서는 안될 전시다. 과장이 아니다. 전시장에서 5~6시간을 보냈는데도 다 보고 듣지 못했다. 터바인홀에서 했던 최고의 전시들 중 하나”라고 평했다. 영국 경제전문 일간지 《파이낸셜 타임즈(Financial Times)》는 “풍선처럼 떠다니는 물고기, 소리로 가득 차 머리 위에 지나다니는 비행기, 미생물 반응장치에 의해 조종되는 빛 프로젝터가 테이트모던을 찾는 관객을 맞이한다. 터바인홀에서 했던 전시 중 가장 몰입되는 작품이다”라고

했다. 기업의 후원을 통해 미술 작품 제작의 현실적인 한계를 풀 어주면 얼마나 멋진 작품이 나올 수 있는지, 그리고 그것을 통해 세상 사람들의 삶에 얼마나 새로운 경험을 줄 수 있는지를 잘 보여준 전시였다.



<Hyundai Commission: SUPERFLEX - One Two Three Swing!> © Tate Photography

현대 커미션 2017 SUPERFLEX <One Two Three Swing!>

현대자동차와 테이트모던의 파트너십으로 테이트모던 터바인홀에서 열린 세 번째 전시인 <현대 커미션 2017>은 덴마크 출신의 작가그룹 '슈퍼플렉스(SUPERFLEX)'의 <원 투 스리 스윙!(One Two Three Swing!)>으로, 2017년 10월부터 2018년 4월까지 선보였다. '슈퍼플렉스'는 1993년에 브외른스테르네 크리스티안센(Bjørnstjerne Christiansen), 야콥 뎡거(Jakob Fenger), 라스무스 닐슨(Rasmus Nielsen)이 구성한 그룹이다. 이후 여러 전시와 비엔날레 참여를 통해 덴마크뿐 아니라 유럽 전역과 미국, 아시아 등 세계무대에서 빠르게 인정받고 있다. 바젤의 쿤

스트할레 바젤, 일본 가나자와의 21세기현대미술관과 도쿄 모리 미술관, 네덜란드 아인트호벤의 반 아베 미술관, 런던 사우스 런던 갤러리 등에서 전시를 했고, 광주비엔날레, 이스탄불 비엔날레, 상파울루 비엔날레, 상하이 비엔날레, 베니스 비엔날레 등에 참여했다.

슈퍼플렉스는 다각적이며 복잡한 활동을 통해 예술의 전통적인 한계들과 예술에 대한 기대, 전시 공간에 도전한다. 이 그룹은 자신들의 전시 프로젝트를 작품이나 작업으로 부르지 않고 '도구(tools)'라고 부른다. 자신들의 미술 프로젝트가 사회와 경제 구

조의 형성, 확산, 지속을 위한 대안적 모델이라는 뜻이다.

그래서 슈퍼플렉스는 오늘날 현대 사회가 직면한 문제들인 이민, 대체 에너지, 글로벌 자본 및 지적 자산의 규제 등에 대해 흥미로운 시각을 제공하고 이를 바탕으로 사람들이 사회 문제에 적극 참여할 수 있도록 독려한다.

이러한 슈퍼플렉스의 노력은 이들이 2014년에 했던 <병원 시설(Hospital Equipment)>이라는 작품에서 잘 드러났다. 전시장 내에 실제 병원 수술대를 설치하고 이를 촬영한 사진을 함께 전시해, 관객들이 전시 공간 안에서 삶과 죽음이 대치되는 상황에

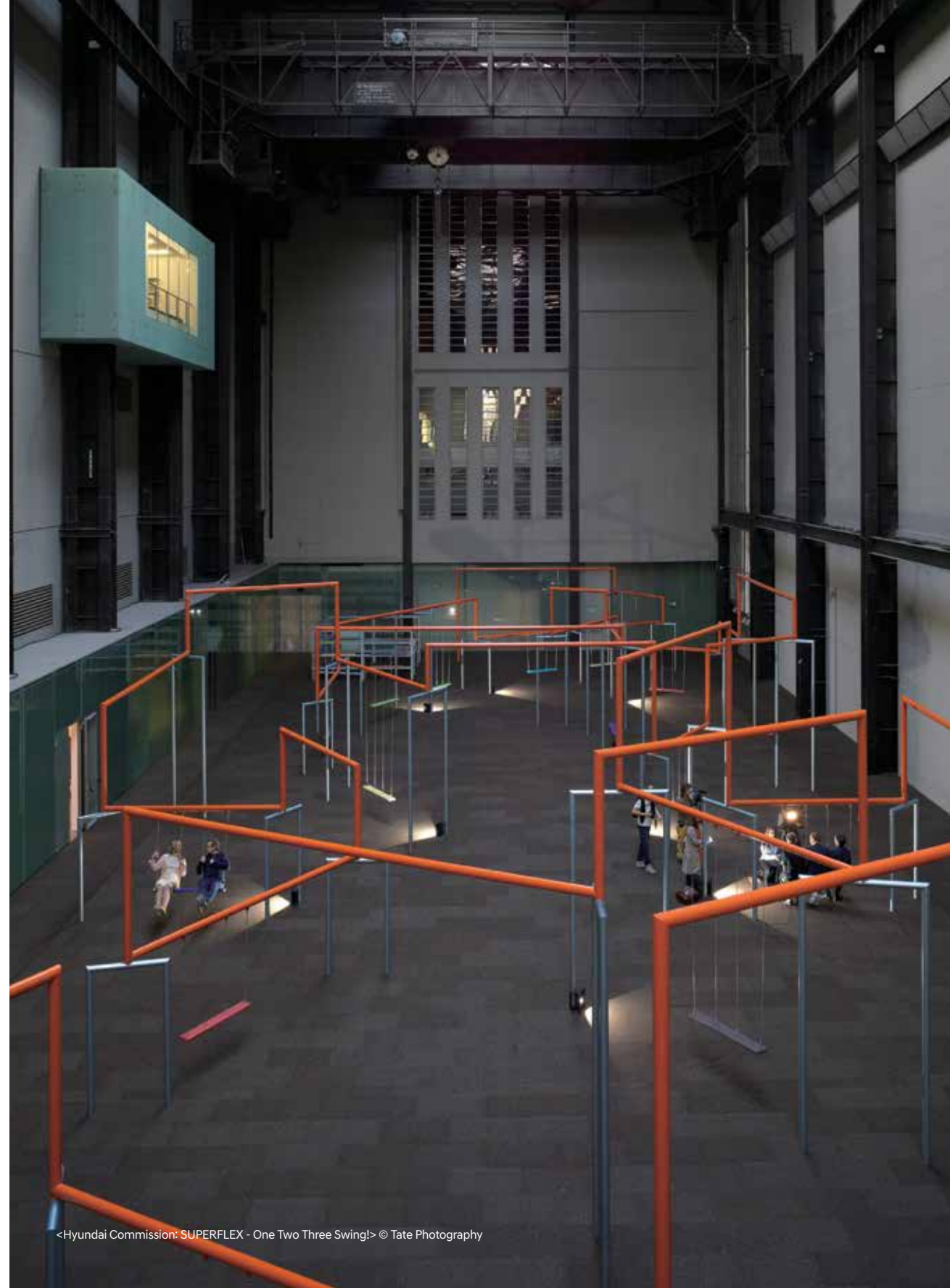
놓이게 만드는 작품이다. 이를 통해 전쟁이라는 갈등 상황에 대한 언론의 과잉 보도와 이를 이용한 각종 모금 캠페인을 대하는 사람들의 반응에 질문을 던졌다.

또한 전시 종료 후 전시되었던 수술대는 분쟁 지역의 한 병원으로 운송되어 실제 수술대의 기능을 수행하게 되고, 작품을 구입한 컬렉터에게는 이와 함께 전시되었던 사진 작품만이 남게 되어 '예술의 소유'라는 개념에도 도전한다.

사회를 향해 시의적절한 질문을 던져온 슈퍼플렉스는 세 번째 <현대 커미션> 작가로 선정되자 또 다른 질문을 제시했다. 터바



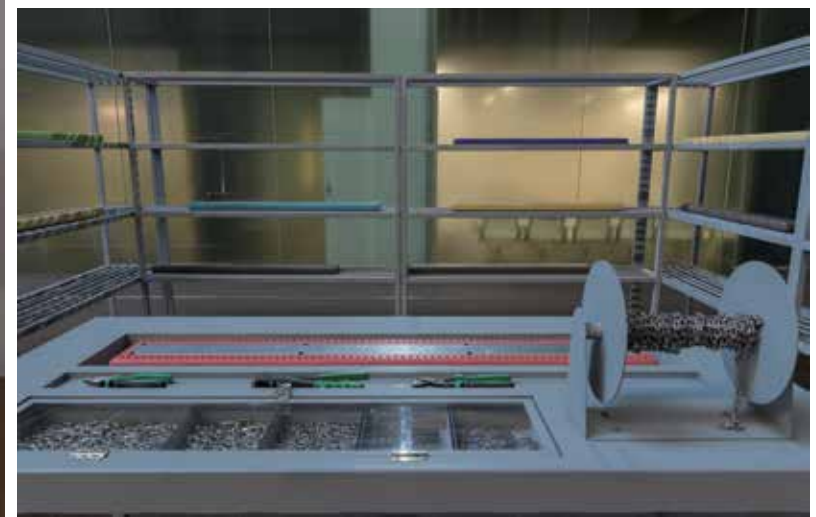
<Hyundai Commission: SUPERFLEX - One Two Three Swing!> © Tate Photography



<Hyundai Commission: SUPERFLEX - One Two Three Swing!> © Tate Photography



<Hyundai Commission: SUPERFLEX - One Two Three Swing!> © Tate Photography



인홀에는 3인용 그네 수십 개가 매달려 있고, 그 그네들을 오렌지색 선이 관통해 연결한다. 이 선은 터바인홀을 가로질러 테이트모던 외부까지 뻗어나간다. 이 작품은 서로 무관심한 관객들이 하나의 선으로 연결된 그네에 앉아 시간을 즐기면서 무언가 ‘공동’으로 하는 경험을 가지도록 유도한다. 작품 제목은 관객이 다 같이 “하나 둘 셋!”하고 그네를 타는 행위를 암시한다. 이 작품은 우리 시대의 정치, 환경, 경제 위기에 대해 사회가 무관심한 것에 대해 도전하는 의미다. 오렌지 선을 미술관 밖으로까지 낸 것은 테이트모던을 주변 다른 건물들과 연결하는 의미도 있다.

관객들은 이 작품을 세 단계로 체험하게 된다. 무관심(apathy), 생산(production), 움직임(movement)이다. 무관심 단계를 상징하는 것은 천장에서 내려오는 20미터 길이의 케이블로 연결된 추(錘)가 넓은 터바인홀 바닥에 깔린 카페트 위를 무심하게 왔다 갔다 하는 것이다. 터바인홀 한쪽 끝에 그네를 조립하는 설치물을 놓는 것은 ‘생산’의 단계다. 그리고 오렌지 선에 의해 연결된 3인용 그네는 관객들을 ‘움직임’의 단계로 이끈다. 그네에 앉아 사색에 잠기면서 머리 위에 왔다 갔다 하는 추를 바라보는 것은 다른 사람들과 함께 그네를 타는 공동체함에 반대되

는 경험으로 설정한 것이다. 전시기간 동안 새로운 그네가 추가되고 오렌지 선이 점점 늘어나면서 전시는 변화했다. 미술관을 벗어나 런던 시내의 도심으로, 세상 속으로 점점 더 들어가는 것이다. 이 작품은 사회적 움직임에 의해 생산되는 에너지의 가능성을 탐구하며, 도시 공공 공간의 새로운 쓰임새를 제안했다. 지금까지 터바인홀의 전시가 대단한 규모와 첨단 기술로 관객을 압도하는 전시였다면, 슈퍼플렉스의 전시는 이 공간을 친근하게 만들어준 색다른 시도였다는 평을 받았다. 영국 경제전문 일간지 《파이낸셜 타임즈》는 “<원 투 스리 스윙!>은 언제나 관객을 압

도했던 터바인홀 공간의 승자(winner)가 되기를 약속한다. 놀이터를 넘어, 우리가 더 행복하고 건강한 세상을 만들기를 원한다면 집단의 노력을 해야한다는 것을 은유적으로 알려주는 작품이다”라고 했다. 《더 가디언》은 이 전시가 터바인홀을 미술관과 그 밖의 세상으로 연결해주는 곳으로 만들었다고 호평했다.

MMCA 현대차 시리즈

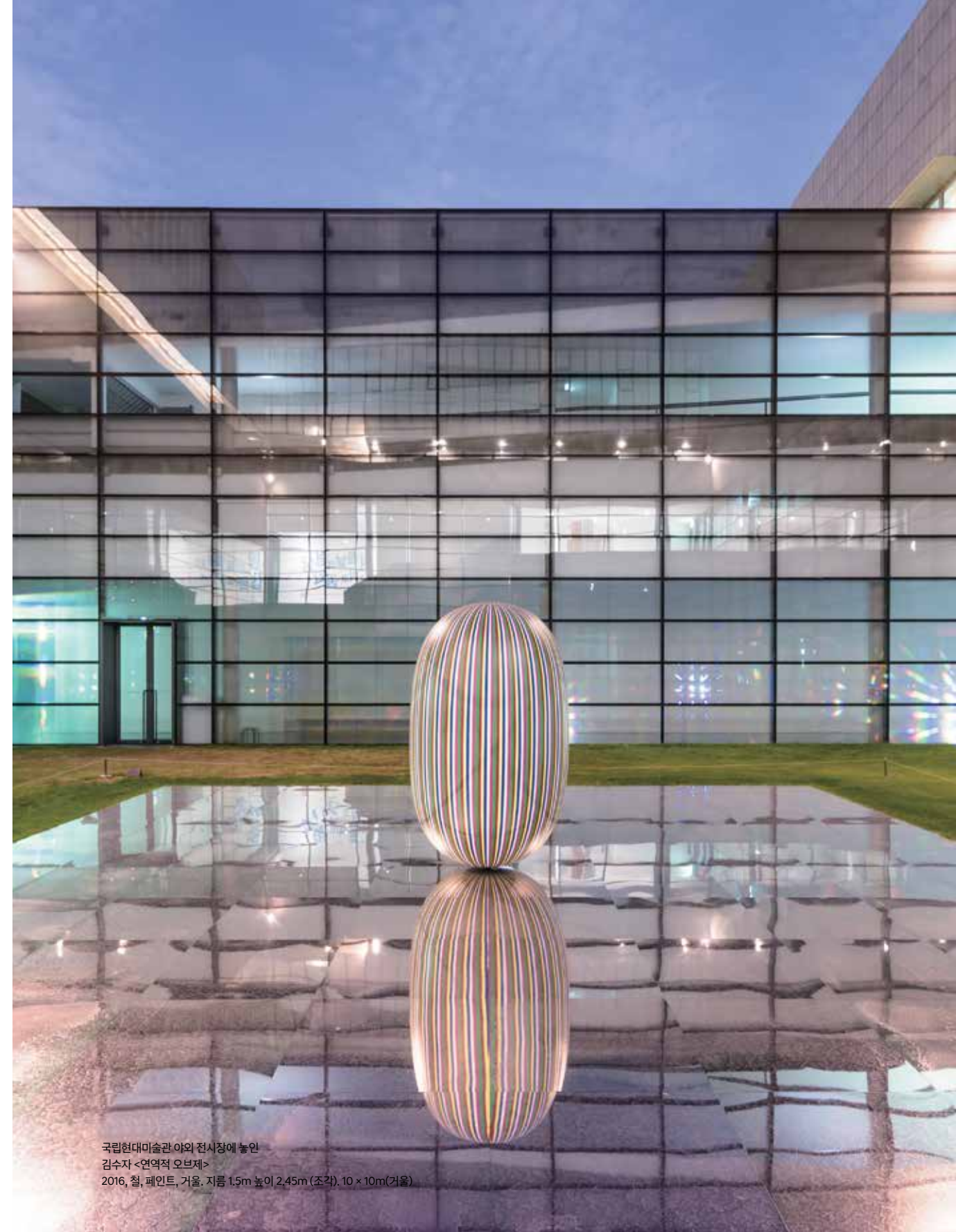
MMCA Hyundai Motor Series

한국의 미술작가들은 뛰어나고 독특한 작품성을 가지고도 국제적으로 유명한 다른 나라의 스타작가들같은 전시 플랫폼을 제공 받는 일이 상대적으로 적다. <MMCA 현대차 시리즈(MMCA Hyundai Motor Series)>는 이런 작가들을 세계 무대에 올리는 데 도움을 주고, 한국현대미술에 활력을 불어넣기 위해 현대자동차와 국립현대미술관(MMCA)이 2013년 11월에 맺은 10년 장기 예술후원 프로젝트다.

이 프로젝트를 통해 국립현대미술관은 1년에 한 명의 중진작가를 선정해 세계적 수준의 개인전을 기획한다. 또, 뽐힌 작가와 관객의 소통을 확대하고 작가를 국제 미술계에 알리기 위해, 워크숍, 영상제작, 학술행사, 도록 발간 등 종합적인 프로그램을 진행한다. 이 전시를 통해 아직 국제무대에 덜 알려진 작가는 세계로 발돋움하는 기회를 가지게 되고, 국제 무대에 이미 이름을 알린 기성 작가들은 커리어에서 다시 한번 전환의 계기를 가지게 된다. 작가 한 명에 대해 적극적인 국내외 프로모션을 하는 것이다. 이 프로젝트로 2014년 이불, 2015년 안규철, 2016년 김수자, 2017년 임흥순 작가가 선정되어 회고전 성격의 대규모 전시를 했다. <MMCA 현대차 시리즈>를 통해 작가는 상업적인 조건을

떠나 마음껏 아이디어를 펼칠 수 있기 때문에 작업 활동에 새로운 전환과 발전의 계기를 마련할 수 있다. 작가 추천과 선정은 국립현대미술관 학예직 전체의 조사 연구 및 추천으로 이뤄지고, 내·외부 전문가로 이뤄진 심사위원들의 심사를 거쳐 최종 작가가 선정된다. 현대자동차는 파트너십 프로젝트를 할 때 전시와 큐레이팅에 대한 독립성과 순수성을 보존해주는 것을 중요하게 여긴다.

현대자동차가 국립현대미술관과 맺은 10년 후원은 국내 최초의 장기 후원이라는 점에서도 좋은 평가를 받고 있다. 국립현대미술관이 안정적인 환경에서 긴 안목으로 전시 기획을 할 수 있기 때문이다. 10년동안 10명의 작가에 대한 세계적 수준의 전시를 기획하게 해주어, 미술계의 성장동력인 큐레이터십을 강화하는 데에도 기여한다는 평을 받고 있다. 현대자동차는 이 후원을 통해 국립현대미술관 내 '갤러리 아트존'에서 분기별 주제에 따라 작품을 전시하는 것도 후원하고 있다. 또 국립현대미술관 서울관의 전시 공간과 내외부 마당에서 건축, 무용, 문학, 패션, 디자인 등 다양한 예술장르가 결합된 관객 참여형 문화예술 축제인 'MMCA 현대차 뮤지엄 페스티벌'을 2017년 가을에 개최했다.



국립현대미술관 야외 전시장에 놓인
김수자 <연역적 오브제>
2016, 철, 페인트, 거울, 지름 1.5m 높이 2.45m (조각), 10 × 10m(거울)



<안 보이는 사랑의 나라(Invisible Land of Love)> 전시장면.

MMCA 현대차 시리즈 2015

안규철 <안 보이는 사랑의 나라(Invisible Land of Love)>

MMCA 현대차 시리즈의 두 번째 작가는 안규철(1955~)로 <안 보이는 사랑의 나라(Invisible Land of Love)>라는 제목으로 2015년 9월부터 2016년 5월까지 전시를 했다. 이 전시는 미술, 문학, 건축, 음악, 영상, 퍼포먼스, 출판물 포괄하는 장르융합적인 전시였다. 관객들은 이 전시에 나왔던 작품 여덟 점을 일방적으로 관람하는 것이 아니라 쌍방향 소통을 통해 작품 제작에 참여하고 작품과 교감하고 다른 관객과도 교감하는 기회를 가질 수 있었다.

안규철은 서울대학교 조소과와 독일 슈투트가르트 국립미술학

교를 졸업하고, 1980년대 중반부터 현대미술이 관객과 쌍방향으로 소통하면서 관객들에게 새로운 지평을 열어줘야한다는 뜻을 가지고 작업을 해왔다. 상업성을 떠나, 현대미술 작가가 현대인들에게 어떤 경험을 주어야하는지를 고민하는 작가다. 하지만 작품성에 비해 국내외 미술관에서 작가의 수준에 맞는 대규모 기획전을 할 기회가 많지 않았는데, 이 전시는 작가가 자신의 생각을 마음껏 펼칠 수 있는 장을 마련해주었다.

<안 보이는 사랑의 나라>는 마종기 시인의 시에서 인용한 제목으로, 전시장에 놓인 오브제들의 이면, 관객이 잊고 있었던 생각

을 들춰내는 전시였다. 금붕어 아홉 마리가 레이스를 하듯 각자의 선로에서 헤엄쳐 다니는 설치작품인 <아홉 마리의 금붕어>, 화분 열 다섯개가 움직이는 조각 ‘모빌’처럼 매달려 있는 <식물의 시간 II>, 피아니스트가 매일 연주하고 조율사가 매일 건반 하나씩을 빼놓는 <피아니스트와 조율사>, 일상의 사물 일곱 개가 공회전을 하거나 파편이 되어 사라지는 영상 <사물의 뒷모습>, 관객이 직접 참여해서 완성한 <64개의 방>, <천명의 책>, <기억의 벽>, 그리고 지름 8미터에 무게 35톤짜리 텅 빈 방을 만든 거대한 구조물 <침묵의 방>은 무언가 비어있는 전시장을 관객들이

와서 채워넣는 느낌이었다.

작가는 “관객에게 평소 경험하지 못했던 것을 해보고 사색할 수 있는 장을 만들고, 관객들의 행위와 상상력으로 작품이 완성되도록 한 전시였다”라고 했다. 전시를 마치고 나서 2년 뒤에 안규철 작가는 ‘MMCA 현대차 시리즈’가 작가의 작업세계에 어떤 의미가 있었는지에 대해 글을 기고했다.

“MMCA 현대차 시리즈 전시를 마치고”

안규철
아티스트

나의 전시경력에서 가장 중요한 2개의 전시를 꼽는다면 나는 망설임없이 2004년 로댕갤러리에서의 <49개의 방>과 2015년 국립현대미술관 서울관에서의 <안 보이는 사랑의 나라>를 꼽을 것이다. 전시 규모와 관객 반응이라는 외적인 측면에서도 그렇지만, 두 전시가 각각 나의 작가적 여정에서 중요한 이정표가 된다는 점에서도 그렇다.

앞의 전시가 일상의 사물을 다루는 개념적 오브제 작업에 머물러있던 내 작업을 건축적 규모의 설치작업으로 확장하는 계기가 되었다면, 서울관 전시는 무엇보다도 나의 오랜 관심사였던 이미지와 텍스트, 또는 미술과 문학의 관계를 재설정하는 계기가 되었다. 다시 말해서 <안 보이는 사랑의 나라>를 통해서 나는 내 작업을 관통하는 근본적인 질문이 무엇이었는지를 확인하고, 동시에 그 질문에 사로잡혀있던 나 자신의 시대적 한계를 인식하게 되었다고 할 수 있다.

나는 70년대 중반에 대학을 다녔다. 서구에서는 모더니즘 미술이 이미 역사적 종착지에 도착했던 그 시절에, 우리는 그런 일이 벌어지고 있는 줄 까맣게 모르는 채로 여전히 이집트 피라미드에서 시작해서 추상표현주의로 끝나는 서양미술사를 배우면서 모더니즘 세례를 받고 있었다. 그렇게 서구 미술사를 부지런히 따라가다 보면 나도 언젠가 그 역사 속에 발을 들여놓을 수 있을 거라는 막연한 기대가 있었다. 결코 실현될 수 없었던 이런 기대 속에서도 나에게서는 마음에 걸리는 문제가 있었다. 현대미술은 세상에서 일어나는 일들에 대한 이야기가 아니라는 것, 미술은 그 자체의 순수한 미적 질서의 세계 속에서 일어나는 고독하고 숭고한 정신의 활동이어야 한다는 식의 주장을 나는 마음으로 받아들이기 어려웠다. 세상은 어지럽고 실망스럽지만 거기서 일어나는 잡다한 일들을 넘어서는 것, 거의 종교적이다시피 한 구원을 찾아나서는 것이 과연 초월인지 도피인지 의심스러웠다. 결국 나는 학교를 마친 뒤에 미술가가 아니라 미술에 대해 글을 쓰는 사람이 되었다.

7년여의 우여곡절 끝에 다시 미술가의 길로 돌아왔을 때 내가 시작한 작업은 언어와 사물을 결합하는 것이었다. 처음에는 그저 흥미롭다는 생각에 시작한 작업이었지만, 시간이 한참 지난 뒤에 그것이 그럴 수밖에 없는 필연적 결과라는 것을 깨닫게 되었다. 미술에서 배제되었던 말과 이야기를 회복하는 것은, 미술을 공부하고 글쓰기를 직업으로 삼았던 나의 미술작업의 출발점이 될 수밖에 없었다. 미술은 내가 그 안에서 살고 있는 세상의 모순과 경이로움, 추악함과 아름다움을 사유하고, 그 생각과 느낌을 다른 사람들과 나누는 수단이 되어야 할 것이다. 그럴 때 비로소 그것은 진정한 자유를 향한 몸짓이 될 것이다.



작품 <기억의 벽> 앞에 선 안규철 작가

87년에 뒤늦은 유학을 떠난 뒤 미술가로 살아온 지난 30년 동안 내 작업의 형식과 매체는 계속 변해왔지만 이런 생각은 줄곧 나를 따라다녔다. 전시가 있을 때마다 나의 작업은 “이 전시로 나는 무엇을 말하려 하는가?”라는 질문으로 시작되었고, “만약 이 전시가 나의 마지막 전시라면, 이것이 최선인가?”라는 질문이 그 뒤를 이었다.

전시공간의 크기, 미술계의 관심과 반응, 예상 관람객수, 그리고 제작비 규모에 있어서 다른 어떤 전시와도 비교할 수 없는 <MMCA 현대차 시리즈> 전시도 나는 같은 질문으로 시작할 수밖에 없었다. 이 전시로 나는 어떤 이야기와 경험을 관객과 나눌 것인가?

2014년 8월말에 국립현대미술관 최은주 당시 학예실장에게서 현대차 시리즈 두 번째 작가로 선정되었다는 소식을 들은 뒤 몇달 동안 붙들고 있던 이 질문에 대한 답은 이듬해 1월에 몇 개의 키워드로 정리되었다. 스펙터클이 아니라 관객 참여. 완성된 결과물로서의 전시가 아니라 변화하는 과정으로서의 전시. 그리고 글이 미술의 부록이 아니라 사족이 아니라 실질적인 매체로 사용되는 전시가 그것이었다.

서울관의 전시 공간들은 그 자체가 암묵적으로 스펙터클로서의 전시를 요구하는 측면이 분명히 있다. 높이 7.5미터에 길이가 30미터가 넘는 5전시실 공간은 분명 전통적인 미술관과 박물관에서와는 다른 스케일의 전시작품을 예상하고 설계된 것이다. 현대차 시리즈의 첫 작가인 이불 씨의 경우 이런 공간적 조건을 적극적으로 활용한 대규모 설치작품을 펼쳐 보였다. 반면에 나는 이 공간을 다른 식으로 사용할 방법을 고민했고, 결국 직사각형으로 긴 전시장을 몇 개의 시퀀스로 분할하여 각 장면들이 모여서 하나의 즐거움을 이루는 방식을 택했다. 전시장으로 들어선 관객은 먼저 아홉 마리 금붕어 연못과 피아노 연주 퍼포먼스로 일종의 정화(淨化)의 공간을 경험한다. 이어서 계단을 올라 저 아래 깊은 골방에 앉아서 책을 필사하는 사람의 뒷모습을 볼 수 있는 <천명의 책>의 건축적 구조물을 거치게 되고, 그 구조물 위에서 전시의 중심 공간이자 다음 시퀀스인 <기억의 벽>과 <64개의 방>을 조망하게 된다. 전시장 한복판에는 공중에 매달린 화분들이 불안정한 균형을 이루고 있는 <식물의 시간>이 있고, 일곱 편의 영상 연작이 상영되는 어두운 구석방을 지나면 마지막으로 직경 8미터의 텅 비어있는 둥근 방이 관객을 기다리고 있다.

이 장면들의 배열에는 몇 가지 중요한 고려가 있었다. 원(금붕어 수조)으로 시작해서 구(침묵의 방)로 끝나는 것, 소리(피아노)에서 시작해서 정적(침묵의 방)으로 끝나는 것, 두 개의 입방체(천명의 책과 64개의 방)가 밝음과 어두움, 폐쇄성과 개방성으로 대비를 이루고, 이 견고한 기하학적 대칭 구조 사이에 유동적이고 비정형적인 모빌 <식물의 시간>을 대비시킴으로써, 전시가 내용적으로나 형식적으로나 완결성 있는 구조를 갖게 만들려 한 것이다.

이 전시에서 관객은 완성된 작품을 구경하는 소극적인 구경꾼이 아니라, 작품의 진행과정에 참가하는 적극적인 참가자가 된다. 1시간 동안 밀폐된 방 안에서 주어진 소설책을 원고지에 필사하는 <천명의 책>과, 관객 각자에게 가장 소중한 것의 이름을 적은 메모지가 모여 거대한 벽화를 이루게 한 <기억의 벽>은 작가와 관객의 생산자/소비자라는 일반적 관계를 뒤집으려는 시도이면서, 흔히 보아온 ‘체험형’ 관객참여 방식의 한계를 넘어서려는 것이었다. 주어진 매뉴얼을 따라하는 형식적인 참여 대신, 자신의 내부로부

나의 경력에서 가장 중요한 2개의 전시는
2004년 로댕갤러리에서의 <49개의 방>과
2015년 국립현대미술관에서의 <안 보이는 사랑의 나라>다.
전시 규모와 관객 반응 측면에서도 그렇지만
작가적 여정에서 이정표가 된다는 점에서도 그렇다.



터 뭔가를 끌어내야만 가능한 참여를 유도하려는 것이었다.

그러나 무엇보다도 이 전시에서 가장 중요한 시도는, 전시를 구성하는 가장 중요한 매체로 글을 사용함으로써 여전히 사람들의 의식을 지배하고 있는 글과 그림, 문학적 서사와 미술의 이분법적 구분을 넘어 서려 한 점일 것이다. 마종기 시인의 시 <안 보이는 사랑의 나라>를 전시제목이자 주제로 삼게 된 것은, 1980년에 쓰인 이 시가 2014년 무렵의 우리 사회가 빠져리게 경험하고 있던 좌절감, 잃어버린 유토피아에 대한 갈망으로도 읽힐 수 있다는 생각 때문이었다. 이민자의 시선에서 간절히 그리워하지만 도달할 수 없었던 ‘사랑의 나라’를 이야기하는 이 아름다운 시는 전시장 입구에 들어선 관객들에게 이 전시에 대한 일종의 안내문으로 작용했다. 그것은 이 전시가 관객에게 자신만의 그리움의 대상을 불러낼 것을, 그것의 이름을 불러 볼 것을 요구하는 전시임을 알려주었다. 그리고 이렇게 소환될 수많은 이름들은 <기억의 벽>에 모여서 지금 이곳에 없는 ‘사랑의 나라’를 부르는 집단적인 목소리가 되었다.

에메랄드 빛 수조에서 각자의 고독을 겪어내는 금붕어들과 소리를 잃어가는 피아노, 바닷속처럼 어둡고 무거운 미로와 저 멀리에서 알 수 없는 책들을 필사하는 사람의 뒷모습, 그리고 한곳에 뿌리내리지 못한 채 공중에서 이리저리 떠도는 식물들로 이루어진, 결코 한번 쏙 둘러보고 지나칠 수 없게 짜여 있는 긴 여정을 거치고 나서 관객은 마지막으로 텅 빈 공간속으로 들어선다. 육중한 철골과 콘크리트로 만들어진 이 구조물 내부에는 그러나 볼 것이 아무것도 없다. 글도 그림도 형상도 없고 균형을 잃지 않기 위해 붙잡을 수 있는 어떤 지지물도 없다. 오직 밝은 빛과 소리만 있을 뿐이다. 그리고 그 소리는 다름 아닌 나 자신으로부터 오는 소리, 금붕어와 마찬가지로 자신만의 고독 속에 던져진 사람의 숨소리와 발자국 소리이다.

이 전시는 과분할 정도의 찬사를 받았지만, 나 역시 한 시대가 만들어낸 존재였음을 확인하는 기회가 되기도 했다. 이제는 미술이 글을 쓰든 말든 아무도 상관하지 않는데, 나는 어째서 과거의 강박관념에 사로잡혀 있었는지 돌이켜본다. 내게 만약 기회가 더 있다면 이제 나는 평생 짊어지고 다녔던 그림과 글의 문제를 넘어서는 새로운 질문을 시작해야 한다.



김수자의 <연역적 오브제>가 설치된 야외 전시장을 국립현대미술관 내부에서 바라본 모습.
2016, 철, 페인트, 거울. 지름 1.5m 높이 2.45m (조각). 10 × 10m(거울)

MMCA 현대차 시리즈 2016 김수자 <마음의 기하학 Archive of Mind>

MMCA 현대차 시리즈의 세 번째 작가는 ‘보따리 작가’로 이미 1990년대부터 세계 무대에서 인정 받은 김수자(1957~)였다. 김수자의 전시 <마음의 기하학(Archive of Mind)>은 2016년 7월부터 2017년 2월까지 열렸다.

김수자는 바늘, 실, 천, 보따리, 꿰매기 등 한국적인 소재이면서 반복적인 행위, 명상적인 관행, 연쇄적인 형태를 상징하는 모티브를 통해 현대인들의 감성을 표현해왔다. 또한 끊임없이 여행하고 이주하는 현대인들의 유목민적인 삶의 관점에서 세상을 바라본 작품들을 가지고 이 시대의 주요 담론을 형성해왔다. 초기에 그가 보

따리를 모티브로 한 작업들은 이런 유목민적 삶을 보여주면서 여성의 관점에서 정체성 문제를 제기하는 것으로 읽히기도 했다.

김수자는 1970년대와 80년대에 홍익대학교와 대학원을 다니며 작업을 했지만, 당시 유행했던 단색화 미술이나 민중미술 어떤 그룹에도 속하지 않고 독자적으로 작업 세계를 추구했다. 추상적, 행위적, 개념적인 순수 미학을 추구하는 작가이기에 어떤 그룹에도 들어갈 수 없었다.

자기성찰적인 미술에 집중하고, 90년대 말부터 한국을 떠나 뉴욕을 기반으로 해외에서 미술작가로 외로운 싸움을 했던 김수자

는 이제 한국의 대표적인 국제적 작가가 되었다. LA의 라크마 미술관, 뉴욕 구겐하임 미술관, PS1MOMA, 워싱턴 D.C.의 허쉬혼 미술관, 스페인 마드리드의 레이나 소피아 국립미술관, 스페인의 구겐하임 빌바오 미술관, 러시아의 페름 현대미술관, 샌프란시스코 아트 인스티튜트, 그리스 아테네 국립현대미술관 등 세계 유명 미술관 전시와 40여개의 비엔날레에 참여했고, 제55회 베니스 비엔날레 한국관 작가로 선보였다.

MMCA 현대차 시리즈 작가로 선정되어 그가 보여준 신작인 <마음의 기하학>은 관객이 지름 19미터의 타원형 테이블에 둘러앉

아 진흙을 빚고 굴리는 퍼포먼스였다. 전시 기간 내내 관객이 와서 진흙을 굴려 전시가 끝날 때쯤 작품이 완성된 것이다. 작가는 자신의 초기 작업에서 ‘보따리’라는 개념을 물질과 비물질을 감싸는 방법론으로 풀이했던 데에서 영감을 얻어 작업을 구상했다. 관객들은 큰 테이블에 둘러앉아 손으로 찰흙을 감싸며 굴리는 행위에 참여한다. 이런 순환적인 행위는 관객의 자신의 마음 상태를 물질로, 다시 물질에서 무(無)로 전환되도록 만든다.

김수자는 “찰흙 공을 만드는 행위가 만드는 사람에게 끼치는 심리적, 명상적 영향에 관심이 있었다”고 설명한다.

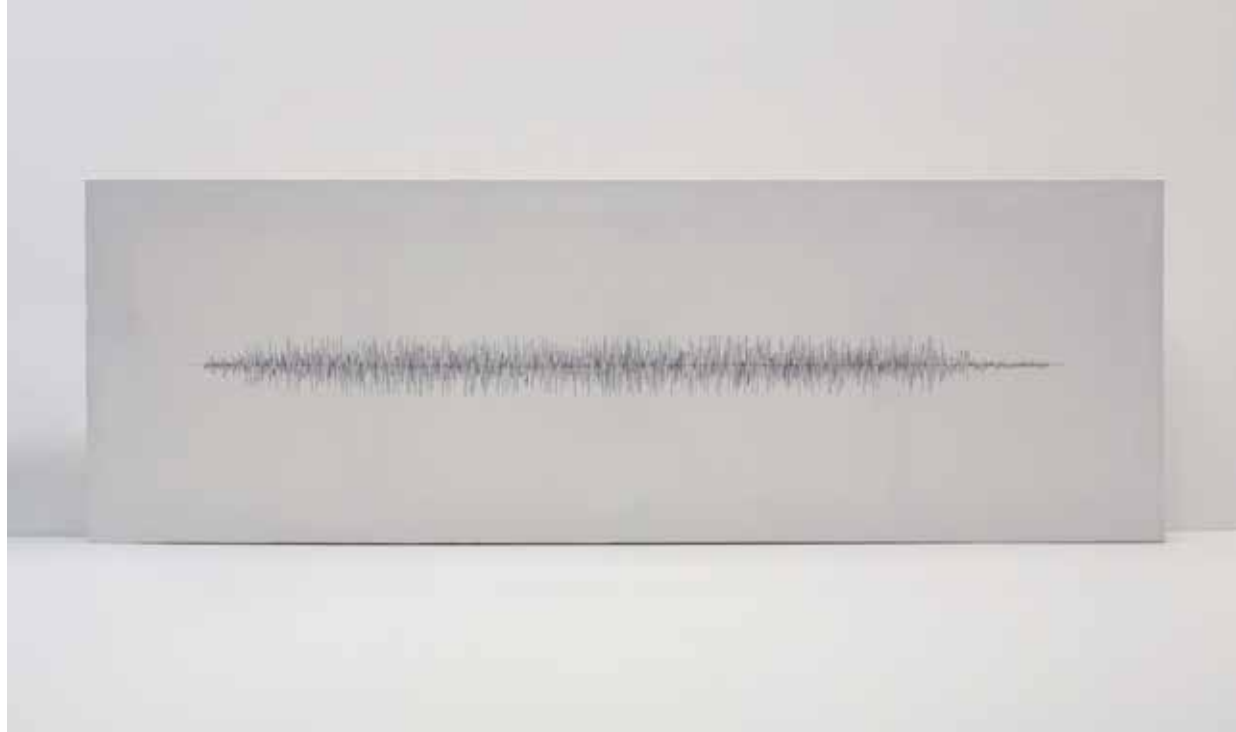
“작고 단단해 보이는 찰흙 구들로 가득 찬 공간과 우주의 소리를 방불케 하는 사운드의
결합은 우리를 문명 이전의 태초의 시공간으로 안내하는 듯하다.”

(김성원 서울과학기술대학교 조형예술학과 교수)



<마음의 기하학>, 2016, 관객 참여 퍼포먼스와 설치, 19m 타원형 테이블.

<구의 궤적>, 2016, 15분 31초. 작가의 클레이볼 굴리는 퍼포먼스와 가글사운드 퍼포먼스로 이루어진 16 채널 사운드.



<숨>, 2006/2016, 새틴 위에 디지털 자수, 작가의 사운드 퍼포먼스 '직조공' 중 한 숨의 시퀀스, 180 × 61 cm

“찰흙 공을 만들려면 손가락과 손바닥 전부 중앙으로 밀며 힘을 가해야 합니다. 또, 그 표면에 있는 모든 모서리 부분을 밀어 넣으며 매만져야 합니다. 각진 부분을 매끄럽게 만들어야 하므로 완벽한 구 형태를 만드는 게 결코 쉬운 일은 아닙니다. 보따리를 만드는 것처럼, 두 손으로 무언가를 감싸는 행위에 가깝다고 할 수 있습니다. 이처럼 구를 만들기 위해 찰흙을 굴리는 행위를 반복하다 보면 마음속에 구 형상을 떠올리게 됩니다.”

탁자에 둘러앉아 찰흙 공을 굴리는 관객들은 이 프로젝트에 참여하면서 각각의 공간과 시간을 누리지만, 이는 동시에 관객들 여럿이 함께 작업하는 공동 프로젝트이기도 했다. 지름 19미터의 타원형 테이블 아래에는 32개의 스피커와 16트랙의 사운드 작품 <구의 궤적(Unfolding Sphere)>이 설치되었다. 완전히 마른 찰흙 공들이 구르고, 부딪혀 굴러가고, 스치는 소리를 담고 있으며, 4~5명이 움직인 찰흙 공들이 각각의 다른 마이크에 녹음되고 편집되었다. 작가는 소리와 기하학을 아우르는 이 작업에 대해 “우주적 풍경, 마음의 우주를 만들어내면서 함께하는 공간, 공

동의 커뮤니티를 창조하는 작업”이라고 했다.

김성원 서울과학기술대학교 조형예술학과 교수는 이 전시의 도록에 쓴 평론 ‘마음의 원형’에서 “작고 단단해 보이는 찰흙 구들로 가득 찬 공간과 우주의 소리를 방불케 하는 사운드 <구의 궤적>의 절묘한 결합은 마치 우리를 문명 이전의 태초의 시공간으로 안내하는 듯하다”고 했다.

이 전시에 선보인 또다른 작품 <연역적 오브제(Deductive Object)>는 미술관 마당에 설치한 타원형 기둥 모양의 조각이었다. 강철을 용접한 달걀 형태의 오브제에 5개의 기본 방향(동, 남, 중앙, 서, 북)과 5가지 원소(목, 화, 토, 금, 수)를 표상하는 한국의 전통 오방색으로 색띠를 그려넣었다. 그리고 이 작품이 설치된 미술관 야외 전시공간과 미술관 내부 사이에 있는 유리창 문에 회절격자(빛의 회절 현상을 이용하여 스펙트럼을 얻는 장치) 필름을 부착해 스펙터클한 환경을 조성하고, 외부의 빛이 굴절되며 스며들어와 무지개 효과를 만들면서 미술관 내부 환경에 변화를 주었다. 이 작업의 제목은 <호흡(To Breathe)>(2016)

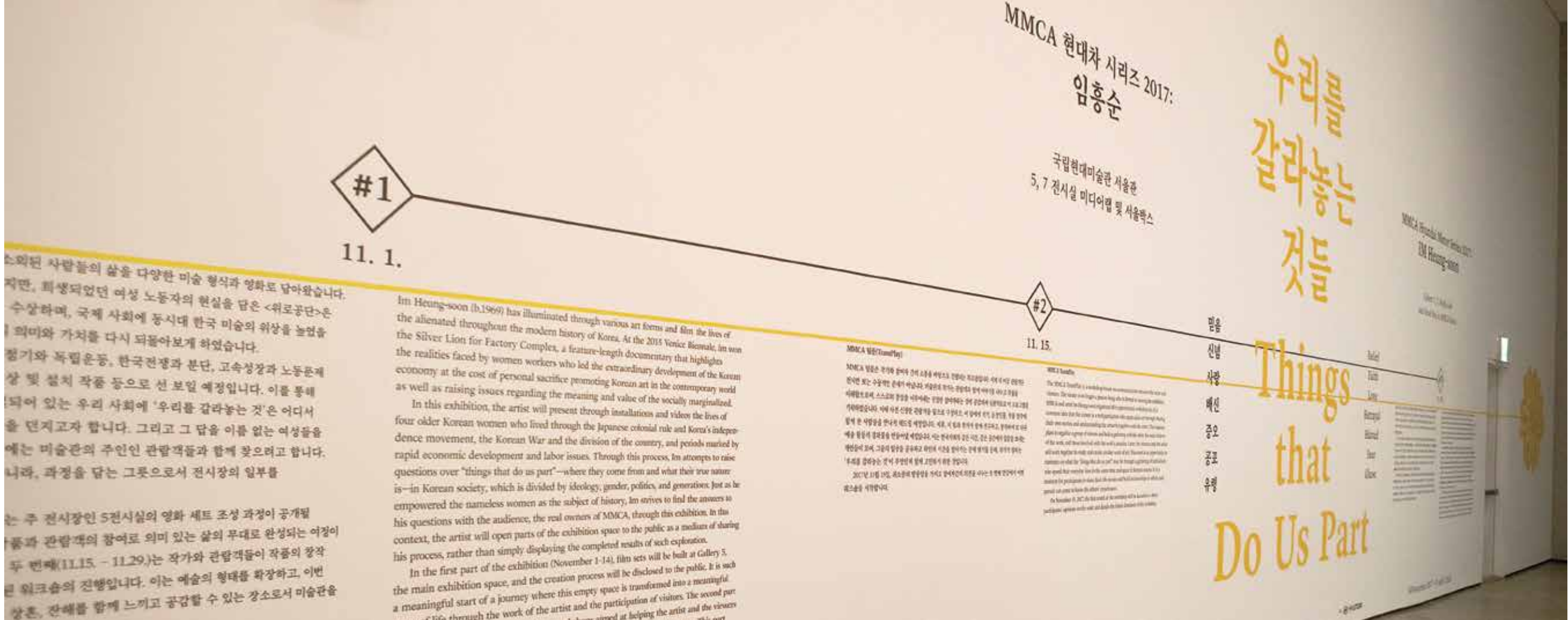


<실의 궤적 V>, 2016, 스틸 이미지, 16mm 필름, 사운드, 21분 48초

으로, 2006년 스페인의 마드리드에 있는 레이나 소피아 국립미술관과 2013년 베니스 비엔날레 한국관에서 보였던 작업과 연장선상에 있는 것이었다. 뉴욕 스쿨 오브 비주얼 아트(School of Visual Arts in New York)의 스티븐 헨리 마도프 교수는 이 전시의 도록에 쓴 평론 ‘함께-있음의 과제(The Task of Being-Together)’에서 “<연역적 오브제>는 삶의 이중적 흐름, 견잡을 수 없으면서도 통제된 에너지들의 흐름들이 서로를 거쳐 지나치며 작품의 코드화한 색채들과 완성된 기하학을 통해 구현되고 있다. 김수자는 이 작품을 사방이 막힌 돌(국립현대미술관 서울관의 야외 전시공간)에 놓인 거울 대좌 위에 위치시키며 이러한 상징주의적 효과를 더욱 강화한다. 조각 작품을 둘러싸고 있는 유리벽(미술관 야외 전시공간과 미술관 내부 사이의 유리 벽)은 하나의 회화적 장치다. 이 추상화의 과정은 끊임없이 변화하는 시각적 비물질화를 유도하고, 통합된 존재라는 주제를 더욱 부각하면서 우리를 물질에서 형이상학적 관계로 되돌려 보낸다”고 평했다. 이 전시에서는 김수자의 작업이 총 9점 선보였다. 김수자 최초

의 라이프 캐스팅(life casting) 작업인 <연역적 오브제>(2016), 2006년부터 작가가 사용했던 요가 매트로 만든 ‘레디유즈드 오브제’인 <몸의 기하학>(2006~2015), 디지털 자수 작품인 <숨>(2006/2016), 작가의 1980년대 초 퍼포먼스를 실크스크린으로 제작한 <몸의 연구>(1981), 작가가 시리즈로 하고 있는 영상작업인 <실의 궤적 V>도 전시되었다. <실의 궤적>은 작가가 2010년부터 전 세계를 다니며 하고 있는 작업으로, 이번 전시에서 보여준 다섯 번째 영상은 북미 지역을 무대로 했다.

김수자는 ‘무위’에 대한 고찰, 일상과 예술의 경계 허물기라는 인간의 작업 세계를 관객 참여 작업으로 확대해서 이 전시에서 보여주었다. 이 전시는 이 작가가 30년 동안 관심을 가졌던 주제인 수직, 수평 구조와 공간의 역동적 관계에 대해 종합적으로 보여준 전시이기도 했다는 평을 받았다. 일반인에게 국제무대에서 성공한 한국의 유명 작가로는 잘 알려져 있었지만 <보따리>와 <바늘 여인>을 넘어서는 이 작가의 근본적인 작업세계를 이해할 수 있게 해준 것이다.



<우리를 갈라놓는 것들_믿음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령> 5전시실 외벽에 있는 <시나리오 그래프>. 할머니들의 개인사와 국내의 역사를 연표로 구성했다.

MMCA 현대차 시리즈 2017 임흥순 <우리를 갈라놓는 것들_믿음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령>

MMCA 현대차 시리즈의 네 번째 작가는 임흥순(1969~)이다. 그는 2017년 11월부터 2018년 4월까지 <우리를 갈라놓는 것들_믿음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령>이라는 제목으로 영상, 퍼포먼스, 설치 등 10여 점의 다양한 작품을 선보이고 워크숍을 진행했다. “늘 대립구도인 우리나라의 문제는 어디에서 비롯되었을까” “도대체 우리를 갈라놓은 것들은 무엇이나”

작가는 우리의 문제의 근원이 ‘분단’이었음을 깨달았다. 임흥순은 그동안 한국현대사 속에서 희생되고 소외된 사람들의 삶을 영화로 담아왔다. 비약적인 경제발전 속에서 희생된 여성 노동자들을 어루만지는 시각으로 표현한 영화 <위로공간>은 2015년 베니스 비엔날레에서 은사자상을 받은 것으로 유명하다. 그의 작품은 런던 테이트 모던, 파리 퐁피두 센터, 뉴욕 현대미술관MoMA PS1에서 상영 및 전시되었고, 퐁피두 센터와 LA카운티 미술관

등도 그의 작품을 소장하고 있다. 작가는 광주비엔날레, 부산비엔날레 등 여러 단체 전시에 참여했다. 임흥순은 <비념> <려행> <한생> 등 우리 현대사를 다룬 장편 다큐멘터리 영화를 만들기도 했다. 경원대학교 회화과와 같은 대학원 회화과를 졸업한 회화 전공자이지만, 영상을 위주로 작업하기 때문에 미술작가로도 불리고 감독이라고도 불린다. “미술이 사회에 도움이 되면 좋겠다”며 사회의식과 역사의식이 강한 작품

을 해왔던 작가는 그동안 추구해왔던 작품세계를 ‘MMCA 현대차 시리즈’를 맞아 마음껏 펼쳤다. <우리를 갈라놓는 것들_믿음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령>은 일제 강점기와 한국전쟁을 거치면서 형성된 분단의 이데올로기가 우리의 무의식 중에 유령처럼 파고들어 평범한 사람들의 일상을 파괴해 간 것을 추적해 보여주는 전시였다. 이 전시에서는 ‘유령’이 키워드였는데, 사건과 상처로 얼룩진 한국 현대사에서

작가는 할머니들의 애장품과 유품이 있는 소품실에서 관객들이 휴식을 취하면서 할머니들의 삶에 대해, 우리의 과거사에 대해 생각할 수 있는 시간을 가지기를 원한다.



각 개인에게는 다양한 슬픔과 아픔이 존재한다, 이런 아픔은 사라지지 않았고 불쑥 유령처럼 나타나서 머물곤 한다는 의미를 담은 것이었다.

이 전시에는 1945년 해방 전후 시대를 살아온 할머니 4명의 스토리가 등장했다. 전시 제목에 들어 있는 ‘믿음, 공포, 신념, 배신, 사랑, 증오, 유령’은 이 네 여인의 삶을 부순 것들을 떠올리는 상징 언어다. 전시는 이 상징적 개념을 서사적 이미지로 복원했다. 정정화(1900~1991) 할머니는 26년동안 중국에서 임시정부 뒷바라지를 하면서 독립운동을 했다. 김동일(1932~2017) 할머니는 제주4·3사건을 겪고 한라산, 목포, 지리산을 거쳐 살다가 마침내 일본으로 이주해 그곳에서 생을 마쳤다. 고계연(1932~2018) 할머니는 삼천포가 고향인데 6.25 전쟁 이후 가족을 따라 지리산에 가 빨치산 활동을 했고 이후 광주에서 살다가 전시 기간 중인 2018년 1월에 돌아가셨다. 이 전시의 중심 전시실인 5전시실은 살아 있는 사람이 죽은 세계로 건너가기 위해 존재하는 경계이자 중간지대로 설정했다. 작가는 “산 자와 죽은 자가 공존하는 이계(異界)”라고 설명했다. “불교에서는 사람이 죽으면 49일간 다음 생을 준비하고 결정하는 시간이 있다. 그래서 전체 영상과 설치물을 관람할 수 있는 시간을 정확히 49분에 맞춰 놓았다”고 덧붙여 설명한다. 우리 현대사에서 수많은 죽음과 희생의 역사를 감내한 평범한 사람들의 영혼을 위로하는 곳이다. 그 전시실 안에서 이 세 할머니의 삶을 다룬 3채널 영상작품 <우리를 갈라놓는 것들>이 상영되었다. 세 명 할머니들의 삶을 다양한 인터뷰와 연기자들의 연기를 통해 재구성한 것이다. 현재의 사람들이 과거를 재구성하며 앞으로의 삶의 방향을 고민하는 의미를 지니기도 한다.

이 전시에 등장한 또 한명의 인물은 이정숙(1944~) 할머니다. 10대 때 6.25전쟁을 겪었고, 20대 때엔 베트남전쟁 위문 공연 단원으로 베트남에 갔었으며, 이후 이란인 남편을 만났는데 이란에서 살면서 이란-이라크 전쟁을 겪었다. 미술관 7전시실에서는 이정숙 할머니에게 영감을 받아 만든 2채널 영상작품 <환생>(2015)이 상영되었다. 한 화면에서는 이란-이라크 전쟁 전사자들의 어머니들과 이를 재연한 젊은 여성들이 나오고, 또 다른 화면에서

는 베트남 전쟁 피해 여성들이 나온다. 작가는 서로 다른 공간에서 일어난 전쟁들이 결국 서구에 맞서 싸우거나 지배 당한 경험을 가진 아시아의 역사를 보여준다는 점에서 서로 맞닿아 있다고 생각했고, 이를 여성의 시각을 통해 바라보는 것을 통해 승자와 패자, 가해자와 피해자로만 구분되는 기존 역사의 관점들을 다른 방향으로 들여보고자 했다.

이 전시에서 인기 있었던 또 다른 전시물은 할머니들이 평생 애장한 소장품과 이미 세상을 떠난 김동일, 정정화, 고계연 할머니의 유품을 늘어놓은 소품실인 <과거라는 시를 써보자>였다. 옷, 신발, 그림, 인형, 장식품, 낚시소품, 책은 물론, 손수 뜨개질하고 수를 놓은 테이블보, 옷가지, 소품들을 보면, ‘이런 소녀 감성을 지닌 여성들이 그렇게 험난 역사를 겪고 그 많은 죽음을 보았다니...’ 하는 가슴아픈 생각이 들게 마련이었다. 할머니들은 낚시, 자수, 독서, 뜨개질 등을 하며 자신들의 상처와 트라우마를 극복하려 노력했다고 한다. 작가는 “이 공간에서 관객들이 휴식을 취하면서 할머니들의 삶에 대해, 우리의 과거사에 대해 생각할 수 있는 시간을 가지기를 원한다”고 했다. 이 전시가 끝난 뒤엔 김동일 할머니의 고향인 제주도에 할머니의 유품 일부를 가져가서 태우면서 할머니의 영혼을 기리는 의식을 하는 것이 전시의 계획이다. 작가는 “한 사람 한 사람 삶을 어루만진다는 생각으로 작업을 했다. 원래 군사시설이었던 서울관의 역사적 맥락을 개인의 상처, 역사의 상실과 상흔을 보듬는 장소로 전환하는 의미도 있다”고 했다.

이 전시는 음악, 퍼포먼스, 영화, 연극이 ‘미술’이라는 장르 안에서 모두 모였다는 점, 현대미술가가 미술 작품을 제작하는 예술가일 뿐 아니라 시나리오 작가, 관람객, 배우의 역할까지 하는 종합예술가라는 것을 보여준 점에서도 의미가 있었다. 전시 끝부분은 임흥순 작가가 영화 제작을 위해 했던 사전 준비과정을 보여주는 자료조사부터 인터뷰 녹취록, 작가노트 등을 보여준 아카이브로 구성했다.

특히 임흥순은 이 전시 시작전부터 시작해 전시 기간 내내 워크숍을 진행했다. 이 전시의 주인공들의 삶을 워크숍 참여자들과 공유하고, 참여자들 서로의 경험을 연결하는 작업이었다.



<과거라는 시를 써보자> 소품실에서 있는 임흥순 작가



<우리를 갈라놓는 것들> 영화스틸, 2017, 스리채널 비디오.

또, 전시 과정을 담은 다큐멘터리 영화를 제작해 전시가 끝날 무렵 영화관에서 상영하는 계획을 미리 세우고, 전시 개막 이후에도 전시의 내용을 끊임없이 바꾸었다. 그래서 관객들은 매번 전시장을 찾을 때마다 살아있는 유기체처럼 변화하는 전시장을 볼 수 있었다. 미술관이 여러 지적 활동과 예술 활동의 콘텐츠를 담아내는 그릇의 역할을 한 것이다. 바르토메우 마리 국립현대미술관장은 이 전시의 시작 전부터 워크숍이 중요한 부분으로 구성되

는 것에 대해, “국립현대미술관이 처음 시도하는 것으로, 관객과 함께 소통하고자 하는 작가의 의도와 미술관이 지향하는 방향이 어우러진 결과다. 촬영장, 공연장, 세트장 등 다양한 형태로 변화하는 전시장에서 예술의 형태와 역할이 확장하는 과정을 지켜볼 수 있을 것이다”고 했다. 워크숍은 원래 임흥순 작업세계의 중요한 부분을 차지한다. 작가는 한국의 다양한 지역에서 레지던시 작가로 입주해 작업하면서

공공미술, 커뮤니티 아트, 시민 프로젝트를 열심히 해왔다. 2010년 금천예술공장에 이어 2015년 창동, 2016년 난지, 2017년에는 제주도에서 레지던시 공간을 받아 작업했다. 금천예술공장에서 그가 지역 주부들과 함께 한 ‘금천미세스’는 유명하다. 4년 동안 주부 그룹과 함께 지역답사, 미술 워크숍, 아트스터디, 영화 워크숍 등을 진행한 프로젝트였다. 이전에도 성남프로젝트, 현저동프로젝트, 믹스라이스, 보통미술잇다 등 미술가 그룹 활동과

공공예술 프로젝트를 통해 여러 분야와 장르를 작업에 끌어들이 주민 스스로 이야기할 수 있는 방법들을 찾아왔다. 궁극적으로 이번 전시를 통해서 임흥순은 그동안 추구해왔던 주제와 방식을 총망라하는 작업 세계를 보여주었다. 그리고 ‘개인들의 다양한 경험과 체험이 모여서 역사가 된다’는 믿음을 바탕으로, 기존의 고착된, 가부장적이고 남성적인 역사쓰기를 벗어난 새로운 역사쓰기, 예술로서의 역사쓰기의 가능성을 제안했다.

임흥순

MMCA 현대차 시리즈 2017
아티스트

Q 미술작업을 하는 이유가 무엇인가?

A 나는 사람들이 자기가 잘 하는 것을 하는 사회가 되면 좋겠다는 생각을 가지고 있다. 나도 내가 잘하는 것을 해서 사회에 도움이 되고 싶은 생각이 있다. 그리고 미술관 안에서 하는 미술도 중요하지만 미술관 밖에서 현실에 도움이 되는 미술을 하고 싶었다. 공공미술이나 커뮤니티 아트를 꾸준히 하는 것은 그런 이유다.

Q MMCA 현대차 시리즈 전시로 <우리를 갈라놓는 것들_믿음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유명>을 한 계기는?

A 이 작품에 등장하는 할머니 4명은 모두 2010년 이후에 만난 사람들이다. 3명은 나를 만나기 전에도 이미 자신들의 인생을 구술한 자서전을 출간한 사람들이다. 그들의 책을 읽었다. 그리고 MMCA 현대차 시리즈 작가로 선정되었을 때 어떤 작업을 할까 고민하다가, 내가 지금까지 작업하면서 느낀 것, 우리 현대사의 근원적인 문제, 바로 '분단'을 생각하게 되

었다. 작가로서 언젠가는 '분단'을 다루어야겠다고 고민했었는데 이번에 기회가 되었다. 이번 전시를 통해 관객이 우리가 어떤 바탕으로 태어났고 어떻게 살아야하는지 알려면 어떤 역사를 가졌는지를 생각하고 그 질문을 마주하는 장을 만들고 싶었다. 사회적, 정치적으로 직접 전달하는 방식 보다는 미술로 전달하는 게 중요했다. 이런 주제를 많은 관객, 특히 젊은 세대와 교감하면 좋겠다는 생각으로 이 작업을 했다.

Q 특히 한국 현대사를 다루는 작품을 많이 하는 이유는 무엇인가?

A 어렸을 때부터 역사와 사회에 관심이 많았다. 그런데 공적인 역사보다는 사적인 역사에 관심이 있는 것 같다. 내 부모님이 두 분 다 노동자였고(아버지는 일용직, 어머니 공장노동자였다), 여동생은 식품 냉동매장과 백화점 의류매장에서 오랫동안 일했다. 때문에 나는 가난한 사람들의 이야기를 자연스럽게 접할 수 있었다. 나는 내가 주제와 소재를 찾아서 작업하는 스타일이 아니다. 사람들 만나서 이야기를 듣





<우리를 갈라놓는 것들_민음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령> 전시기간 중에 일반인들과 워크숍을 하고 있는 임흥순 작가.

고 거기에서 발생하는 우연적인 것을 흥미로워한다. 개인, 특히 잘 알려지지 않은 사람들을 만나서 그들이 얘기하지 못한 사연을 듣는 것이 좋았고, 그러다 보니 개인사를 다루는 작품을 많이 한 것 같다.

Q 예술의 사회적 기능에 관심이 많은 것 같다.

A 20대와 30대에는 예술이 사회를 바꾸는 도구가 된다는 신념으로 했지만, 이제는 그렇게 생각하지는 않는다. 단지 사람들의 삶에 필요한 예술을 하고 싶다. 나는 미술이 현실의 이야기를 하는 것을 중시한다. 베니스비엔날레 총감독이 내 작품 <위로공간>

을 초대했던 이유도 미술이 현실에 개입할 수 있는 여러 방법 중 하나라고 보았기 때문일 것이다.

Q 회화를 전공했는데 영화를 하는 이유는 무엇인가?

A 어느날 우연히 우리 집에서 형네 집까지 부모님이 가시는 과정을 홈비디오 형식으로 찍었는데, 나중에 영상을 보니까 그동안 보지 못했던 풍경, 부모님의 주름살과 숨은 표정이 생생하게 보였다. 예술에는 가상을 꾸며내거나 창작물을 추상적으로 만들어내는 방법이 있는 반면, 현실 그대로를 보여줌으로써 현실이 가진 '상상을 초월하는 매력'을 보여주는 방

우리가 어떤 역사를 가졌는지 그 질문을 마주하는 장을 만들고 싶었다.
직접 전달 보다는 미술로 전달하고, 젊은 세대와 교감하고 싶어 이 작업을 했다.

법이 있다. 나는 내가 만들어낸 가상의 세계 보다는 현실에 살고 있는 사람들의 인터뷰를 토대로 작가가 재해석하는 방식의 예술을 택한다. 그런데 내가 예술을 통해 하고 싶은 이야기를 카메라가 즉각적으로 해준다는 것을 느꼈다. 영상작품은 관객들이 전시를 못보더라도 나중에 TV나 영화를 통해 볼 수 있기 때문에 더 많은 관객들에게 다가갈 수 있다. 그리고 미술은 어렵다는 생각을 갖고 있어서 소수가 수요하지만, 영화로 만들면 더 많은 사람들이 감상하게 되는 이점이 있다.

Q 작가 입장에서 역사를 보는 관점을 어떻게 가지고 있는가?

A 예술이 공적 역사를 다루기도 하지만, 객관적 사실 관계 보다는 개인의 역사를 몸으로 마음으로 느끼는 게 굉장히 중요하다고 생각한다. 그게 바로 예술이 이 사회에서 지식을 풀어내는 역할이라고 생각한다. 나의 작업이 어두운 곳에서 할머니들의 모습을 보고 있는 것은 아픔은 밝은 곳에서는 잘 안 보이고 어두운 곳에서 잘 보이기 때문이다.

Q 여성, 특히 소외된 여성을 작품의 소재로 많이 다룬다. 사회의 피해자로서의 여성을 인터뷰하는 남성감독으로서 한계를 느낀 적은 없나?

A 인터뷰할 때 사람을 어떻게 대하느냐에 따라 관계, 만남, 속성이 달라진다고 생각한다. 거리를 두고 피하고 싶다는 마음을 가지면 진전이 되지 않는다. 인터뷰할 때 인터뷰를 안해도 좋다는 생각으로 마음을 비우고 그분의 이야기를 들으려고 한다. 그분이 가장 편한 환경을 만들어주기 위해 조감독이나 카메라 감독인 여성과 함께 간다든지 자연스러운 환경을 만들고 인터뷰도 그분이 가장 편한 장소에서 한다.

Q 'MMCA 현대차 시리즈' 전시를 한 것이 작가에게는 어떤 의미였는가?

A 이런 작품에 대한 생각은 있었지만, MMCA 현대차 시리즈 작가로 선정되지 않았다면 제작비 때문에 이런 전시를 실현하기는 어려웠을 것이다. 지금까지 내가 진행해왔던 여러 작업 형태와 주제를 실현할 수 있는 장이 되었다. 국립현대미술관이라는 공간에서 많은 시민 대중과 만날 수 있는 것도 작가로서 내게 정말 좋은 기회였다. 이런 지원이 작가들에게 꾸준히 있다면 좋겠다는 생각을 한다. 현대자동차가 지원만 하고 전시 내용에 관여하지 않은 것도 인상적이었다.

블룸버그 브릴리언트 아이디어즈

Bloomberg Brilliant Ideas

‘브릴리언트 아이디어즈(Brilliant Ideas)’는 현대미술 작가와 관객 사이의 소통을 위해 현대자동차가 블룸버그와 파트너십을 맺고 제작하는 영상 프로젝트다. 전 세계의 뛰어난 아티스트들이 작업하는 현장으로 찾아가, 이들의 사고와 작업세계를 TV 프로그램으로 만든다. 생존 작가들에 대한 인터뷰, 이들의 작업 현장 보여주기, 전문가들의 해석 등으로 심층 분석 프로그램을 만들어 블룸버그 TV와 인터넷 등으로 전 세계에 배포하는 것이다. 이 시대 위대한 아티스트들의 뛰어난 생각과 예술에 대한 견해를 일반인들이 이해하고 영감을 얻을 수 있도록 해준다. 한 작가당 30분씩 제작하며, 2015년부터 시작했고 2018년까지 모두 75명의 작가를 소개할 예정이다.

이 방송 프로그램은 작가를 선별할 때 성별, 나라, 문화, 장르를 균형적으로 보여주는 것을 염두에 두기 때문에, 회화, 조각, 사

진, 디지털, 영상, 설치, 퍼포먼스, 개념미술, 대지미술 등 현대미술의 모든 장르를 망라하고, 세계 각 지역에서 촬영한다. 해당 작가가 작업하는 현지에서 직접 촬영하여 작가의 이야기와 작품 제작 배경을 더욱 실감나게 전달할 수 있다. '브릴리언트 아이디어즈' 사이트(www.bloomberg.com/series/brilliant-ideas)에서 모든 영상을 감상할 수 있다.

블룸버그는 국제 경제·경영 뉴스와 정보를 제공하는 국제 미디어 그룹이다. 전 세계에서 31만5000명의 구독자가 블룸버그의 데이터와 뉴스를 받아보며, 뉴스는 TV, 라디오, 휴대전화, 인터넷, 잡지를 통해 제공된다. 블룸버그는 ‘예술을 향한 길은 누구에게나 열려있어야 한다’는 현대자동차의 취지에 동의해 이 프로젝트를 함께 하게 되었다.



<브릴리언트 아이디어즈> 에피소드에서 다룬 작가들

(2015년 5월부터 2018년 1월까지)

#1

그레이슨 페리(Grayson Perry, 영국)

도자기, 주철, 판화, 태피스트리 등 전통적 소재를 사용해 작업하는 영국 작가다. 현대생활의 기록자로서 미와 유머, 그리고 두려움과 분노를 전달하며 관객을 자극하고 향수에 젖게 한다. 한편으로는 계급사회와 정치적 논란, 성, 종교 등의 사회적 주제를 함께 제시한다. 2003년 ‘터너상(Turner Prize)’을 수상했고, 2012 왕실예술원 회원으로 뽑혔다. 2013년 여왕 탄신일 기념으로 대영제국 훈장 수훈자가 되었다.

#2

코넬리아 파커(Cornelia Parker, 영국)

인생의 덧없음을 이야기하는 거대 규모 설치작품으로 이름을 알린 조각가이자 설치미술가이다. 1997년 ‘터너상’ 최종 후보 4인에 이름을 올린 작가이기도 한 파커는 주로 폐기된 오브제와 물질을 변형해 의미를 변화시키는 방법을 사용한다. 시드니 비엔날레, 샤르자 비엔날레, 광주우 트리엔날레 등 다양한 국제 행사에 참여했으며, 1998년 서펜타인 갤러리(Serpentine Gallery) 개인전을 비롯해, ICA 보스턴, 발틱 현대미술센터 등 세계 유수 기관에서 작품을 선보였다.

#3

마이클 주(Michael Joo, 미국)

자연, 인간, 사회, 정체성 등을 다양한 매체로 표현하는 개념미술가이다. 초기부터 나타난 정체성과 뿌리 등 본질적인 것에 대한 끈질긴 탐구는 자연과 문명으로까지 확대되었고, 이후 이질적인 것들을 결합하는 ‘하이브리드’ 개념에 주목한다. 자연과 도시와 같은 상충된 개념을 접합시킨 그의 작품은 관람객에게 과학적이고 철학적인 느낌을 선사한다. 2001년에는 서도호 작가와 함께 베니스 비엔날레 한국관 대표 작가로 선정되었고, 광주비엔날레, 샤르자 비엔날레 등에 참여했다.

#4

잉카 쇼니바레(Yinka Shonibare, 영국)

아프리카의 아름다움을 예술로 승화시키는 나이지리아계 영국 작가다. 조각, 평면, 설치, 영상 작업 등을 이용해 화려하고 다채로운 작품을 선보인다. 그는 서구 제국주의에 따라 자행된 아프리카 식민주의라는 무거운 역사를 담아내면서도 동시에 아름답고 흥미로운 예술의 본성을 잃지 않는다. 2004년 ‘터너 프라이즈’ 최종 후보로 선정되기도 했으며, 2001년과 2007년 베니스 비엔날레 아프리카관의 대표 작가로 선정되었고, 2002년 카셀 도큐멘타에 참여했다.

#5

마리코 모리(Mariko Mori, 일본)

초기에는 일본의 물질세계와 대중문화에 집중하다 점차 동양의 철학과 서양의 문화가 결합한 정신세계를 표현하기 시작했다. 비디오 설치와 사진, 퍼포먼스를 넘나드는 그의 작업은 멀티미디어 기술을 이용해 짜임새 있게 재현된다. 뉴욕과 일본에서 거주하며 활동하는 모리는 1997년 이스탄불 비엔날레를 시작으로 2002년 상파울루 비엔날레, 제47회·제51회 베니스 비엔날레, 2006년 싱가포르 비엔날레 등에 초대되었고, 영국 로열 아카데미(Royal Academy of Arts), 서펜타인 갤러리,龐피두센터(Centre Pompidou) 등에서 작품을 선보였다.

#6

루크 제람(Luke Jerram, 영국)

조각, 설치, 공공미술 프로젝트 영역에서 눈부시게 활약하는 예술가이다. 세계 각지에서 작품을 선보여온 그는 현재까지 마흔여섯 군데가 넘는 도시에서 선보인 길거리 피아노 프로젝트 <Play Me, I'm Yours>로 유명하다. 또한, 과학과 예술 간 융합을 추구해, 바이러스 학자, 유리 제조업자와 협력해 치명적인 바이러스와 박테리아를 소재로 한 아름다운 유리 조각 작품을 만들어 낸다. 2009년에는 그의 조각 작품들이 데미안 허스트(Damien Hirst), 앤디 워홀(Andy Warhol) 그리고 레오나르도 다빈치(Leonardo da Vinci)의 작품과 함께 일본 도쿄 모리미술관(Mori Art Museum)에서 전시되었다.



2017년 아트바젤 홍콩 아라리오갤러리의 부스에 수보드 굽타의 작품이 전시된 모습

#7

대니 레인(Danny Lane, 미국)

빛의 마술사라 불리며 유리를 이용해 다채로운 조형을 만드는 그는 복잡한 도심 한가운데 혹은 평화로운 정원에 아름다운 공공미술을 만든다. 영롱하게 빛나는 그의 작품들은 유리라는 물질 특유의 신비로움과 정교함을 보여준다. 영국 스테인드글라스의 대가 패트릭 라인티엔스(Patrick Reyntiens)의 수제자로 유리 세공 기술을 전수받은 후 체계적인 훈련을 거친 그는 미와 기술을 겸비한 천재적인 예술가로 국제적인 명성을 얻고 있다.

#8

바티 커(Bharti Kher, 인도)

인도 현대미술을 이끄는 인물 중 하나로 국제적인 관심을 끌고 있는 바티 커는 전통과 문화가 깃든 사물들을 새롭게 해석하여 독특한 형태로 재탄생시키는 아티스트다. 1969년 런던에서 태어난 그는 인도 뉴델리에 거주하며 활발한 작품 활동을 펼치고 있다. 인도의 사회적, 예술적 요소가 묻어 있는 그의 작업은 광범위한 주제와 극적인 스토리를 전달하며 관람객의 상상력을 자극

한다. 특히 여성의 정체성을 주제로 한 그의 작품들은 세계적인 주목을 받고 있다.

#9

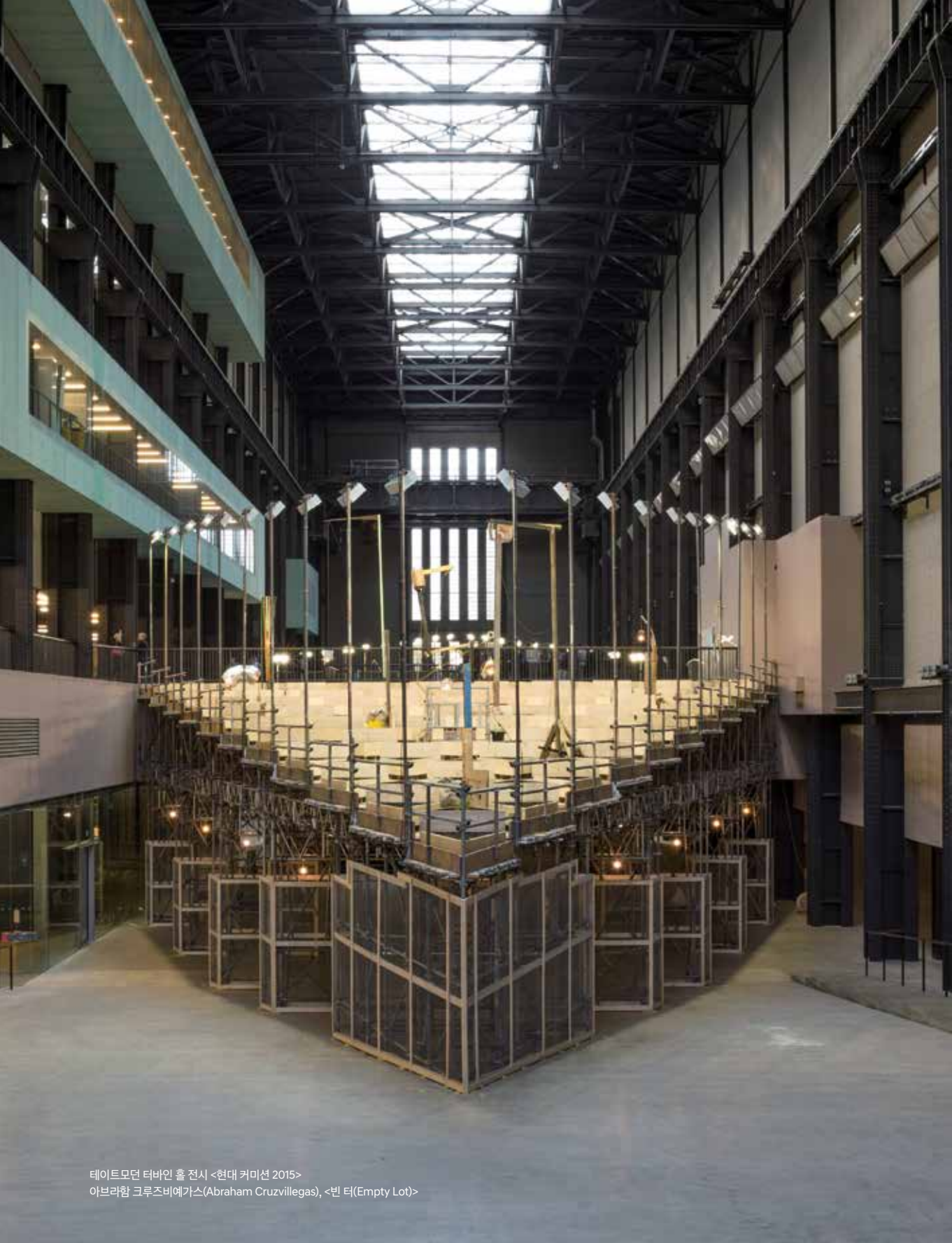
프란체스코 클레멘테(Francesco Clemente, 이탈리아)

1980년대 이탈리아 신표현주의 경향인 트랜스 아방가르드를 대표하는 작가 중 한 사람이다. 유화, 수채화, 파스텔, 판화 같은 다양한 재료를 사용해 인간의 모습, 성, 신화와 정신성, 비서구적 상징 등을 작품 속에 담아내는 그는 특히 인물의 기이하고 괴상한 생김이 돋보이는 그림으로 대중들의 관심과 사랑을 받고 있다. 1990년대 필라델피아미술관, 런던의 영국왕립미술원, 파리의龐피두센터 등 유수 미술관에서 주요 회고전을 했다. 1998년에는 작품이 영화 <위대한 유산>에 등장 해 화제를 모았다.

#10

엘렌 갤러거(Ellen Gallagher, 미국)

예측 불가능한 새로운 이미지를 만들어내는 예술가로, 수수께끼 같은 실험적인 이미지들을 선호한다. 흔히 광고에서 봤을 법한



테이트모던 터바인 홀 전시 <현대 커미션 2015>
아브라함 크루즈비에가스(Abraham Cruzvillegas), <빈 터(Empty Lot)>

익숙한 이미지들을 격자 구조로 배치하는 시리즈를 주로 선보이는 그는 아프리카계 미국인 아버지와 백인 어머니 밑에서 태어난 자신의 배경 때문인지 인종과 민족에 따른 다양한 문화적 요소에 관심이 많다. 어린이 만화에 나오는 통방울 같은 눈과 두툼한 입술을 가진 아프리카계 미국인 이미지 위에 패션 잡지에서 봤을 법한 여성의 특이한 헤어스타일 광고나 가발, 미용 제품 이미지들을 반복해서 얹어내는 것도 그의 특징이다.

#11

하우메 플렌자(Jaume Plensa, 스페인)

시카고, 리버풀, 런던, 두바이, 도쿄, 밴쿠버 등 여러 대도시에서 공공 설치물을 선보이는 예술가이다. 플렌자의 작업은 글자가 새겨진 초상화부터 <Nomade>(2007) 같은 기념비적인 실의 조각이나 <Crown Fountain>(2004) 등 도시 공간 공공 프로젝트까지 다양한 형식을 띤다. 특히 시카고 밀레니엄 파크에 설치한 <Crown Fountain>(2004)은 시민 1000명의 얼굴이 13분마다 교체되는 LED 화면에 분수가 뿜어져 나오는 참여형 작품으로, 플렌자를 세계적 공공미술가 반열에 올린 프로젝트이다.

#12

수보드 굽타(Subodh Gupta, 인도)

인도의 바하르 주 카구알이란 가난한 도시에서 태어나 파트나 미술대학교에서 수학한 후 스물네 살에 뉴델리로 상경해 작품에 정진한 그는 유수 비엔날레를 통해 명성을 얻은 후 세계 각지에서 개인전을 했다. 명실공히 인도 현대미술의 대표 작가이며, 종종 인도의 마르셀 뒤샹, 데미안 허스트로 불리기도 한다. 퍼포먼스, 조각, 설치, 회화 등 한 장르에 국한되지 않고 다양한 매체를 사용하면서 인도의 삶과 문화를 표현하고 있다.

#13

아브라함 크루즈비에가스(Abraham Cruzvillegas, 멕시코)

버려지거나 잊힌 것들을 이용해 설치 조각을 만든다. 버려진 사물들은 그의 작업 과정을 통해 낯선 구조물로 변하고 우리는 이를 통해 당연하게 바라보았던 기존의 인식에서 벗어난다. 멕시코시티에서 태어나 멕시코의 지역적 특수성의 영향을 받은

그는 자발적으로 구축을 실행한 아버지의 모습에서 '자가건축'이라는 자신의 방법론을 정립한다. 현대자동차와 테이트모던의 파트너십인 <현대 커미션>의 첫 작가로 테이트모던 터바인 홀에서 2015~2016년에 전시를 했다.

#14

티에스터 게이츠(Theaster Gates, 미국)

조각과 도시설계를 학습한 게이츠는 도시계획과 예술의 합작을 통해 소외된 이웃들에게 헌신하는 작가이다. 그는 주로 주변에서 찾아볼 수 있는 재료와 역사적인 오브제들로 작품을 제작한다. 소방호스가 산더미처럼 쌓여 있는 작품 <In Event of a Race Riot>(2011~)를 통해 시민권 투쟁을 재고하기도 했다. 그의 가장 야심 찬 부동산 개발 프로젝트는 'The Dorchester Project' (2006~)로 생태 순환적인 예술을 선보이는데 그는 이를 '부동산 아트'라 부른다.

#15

쉬빙(Xu Bing, 중국)

중국을 넘어서 국제적으로 이름을 떨치고 있는 설치미술가이자 서예가이다. 중앙미술학원에서 수학한 그는 이후 중앙미술학원 부원장을 역임하며 많은 예술가를 배출했으며, 1999년 맥아더상, 2003년 후쿠오카 아시아문화대상 예술문화 부문을 수상하며 저력을 입증했다. 천안문 사태 후 1990년 미국으로 망명한 쉬빙은 문자를 소재로 작업하며 언어를 통한 소통에 문제를 제기하기 시작했다. 로마자 알파벳 문자를 한자의 형태로 만든 작품 <New English Calligraphy>, 미국 911테러 현장인 그라운드 제로의 먼지를 수집한 <Where the dust itself collect?>로 큰 반향을 일으켰다.

#16

이불(Lee Bul, 한국)

이불은 세계적인 현대미술가로 자리매김한 한국 작가다. 1997년 뉴욕현대미술관(MoMA) 전시에서 스펅글 등으로 화려하게 장식된 서서히 부패하는 낱생선을 선보인 그녀는 이를 계기로 국제적으로 이름을 알렸다. 1999년 베니스 비엔날레 한국관을 대표

한 이불은 작품 활동 초기부터 퍼포먼스, 설치, 조각 작업 등 행위 예술과 설치 예술을 통해 아름다움, 파괴 등을 주제로 인습을 타파하는 작업을 펼쳤다. <MMCA 현대차 시리즈>의 첫 작가로 선정되어 2014년에 신작 <태양의 도시 II>와 <새벽의 노래 III>를 선보였다.

#17

사이먼 데니(Simon Denny, 뉴질랜드)

광고, 상업 패키지 등에서 받은 영감으로 작품을 완성한다. 뉴미디어 경제의 이상향과 역사적 모더니즘 간 관련성을 강조하기 위해 상업 전시에서 빌린 그래픽 인터페이스를 활용하기도 한다. 독일 베를린에 거주하며 활발한 작품 활동을 펼치고 있다. 2008년 시드니 비엔날레와 2009년 브뤼셀 비엔날레에 초대받았고, 2012년 아트바젤에서 '발로와즈상(Baloise Art Prize)'을 수상했다. 제56회 베니스 비엔날레 뉴질랜드관 대표 작가였다.

#18

장환(Zhang Huan, 중국)

베이징과 뉴욕에 기반을 두고 활동하는 그는 중국에서 퍼포먼스가 허용되지 않던 시절 베이징 공공장소 한복판에서 행위예술을 처음 시도했다. 이후 뜻이 맞는 예술가들과 함께 그룹을 결성, 지속해서 퍼포먼스를 펼쳤다. 1998년 뉴욕으로 거처를 옮긴 후 가난, 개인의 자유, 문화적 차이 등 보다 구체적인 테마를 집중해서 다루었다. 보스턴미술관(Museum of Fine Arts, Boston), 상하이미술관(Shanghai Art Museum), 팔라초 베키오(Palazzo Vecchio), 벨베데레 요새(Forte di Belvedere, Firenze), 런던 페이스 갤러리(Pace Gallery London) 등에서 개인전을 했고, 베니스 비엔날레, 광주비엔날레 등에 참여했다.

#19

다이애나 세이터(Diana Thater, 미국)

문학, 동물의 행동, 수학 이론, 체스, 사회학 등 폭넓은 소재를 통해 인간과 자연의 관계를 탐구하는 세이터에게 작품은 일종의 연구 대상이다. 작품을 만들 때마다 어떻게 설치하고 완성하는지에 대해 한 편의 책을 엮는 그는, 상황과 환경에 따라 바뀌는 테

크놀로지에 관심을 기울인다. 현대자동차와 라크마의 파트너십인 <더 현대 프로젝트>의 일환으로 한 회고전 <공감적 상상력>(2015)을 통해 자신의 모든 영상 기술이 담긴 작품을 총망라해 '기술과 예술의 혁신'을 보여줬다. 구겐하임미술관, 휘트니미술관, 라크마 등 세계 유수 미술관에 작품이 소장되어 있다.

#20

콘래드 쇼크로스(Conrad Shawcross, 영국)

기하학과 철학, 물리학과 형이상학의 경계에 놓인 주제를 조각을 통해 탐구하며, 구조적이고 기계적인 거대 몽타주를 만들기 위해 다양한 재료들과 매체를 사용, 이론과 방법론을 제기한다. 2004년 사치 갤러리에서 2만 미터나 되는 대형 모습을 한 이중 나선 구조 설치 작업인 <The Nervous System>으로 이목을 끌었다. 2009년 아트 브뤼셀의 개인전으로 '일리 프라이즈'를, 2014년에는 로열 아카데미 전시로 '잭 골드힐 어워드'를 받았다.

#21

왕게치 무투(Wangechi Mutu, 케냐)

문화와 식민 역사, 아프리카의 현 정치 상황 등 여러 주제를 폭넓게 다루며, 특히 여성에 집중적인 관심을 표하는 작가이다. 기괴하지만 한편으로 아름다운 그의 작품은 미디어에서 재현되는 흑인 여성 혹은 모든 여성에게 가해지는 크고 작은 폭력을 암시한다. 현재 뉴욕을 중심으로 활동하는 작가는 런던 빅토리아 미로 갤러리(Victoria Miro Gallery), 뉴욕 바바라 글래드스톤 갤러리, 시드니 현대미술관, 뉴욕 브루클린미술관 등에서 개인전을 하며 주목받는 예술가가 되었다.

#22

N.S. 하샤(N.S. Harsha, 인도)

인도 전통 세밀화를 현대적으로 재해석하는 풍부한 색감의 아크릴 회화를 완성한다. 그의 회화가 다양한 인도인의 생활상을 있는 그대로 그려냈다면, 조각 작품은 지역사회를 기반으로 협업으로 만들어지며 정치적 시각을 강하게 담는다. 인도 마이소르(Mysore)에 기반을 두고 활동하는 하샤는 달라스미술관(Dallas Museum of Art), 런던 빅토리아 미로 갤러리를 포함해 여러 곳



다이애나 세이터(Diana Thater), <삶은 시간을 기반으로 하는 매개체(Life Is a Time-Based Medium)>, 2015
Three video projectors, three lenses, player and Watchout systems; dimensions variable
Installation view at Hauser & Wirth, London, 2015

에서 개인전을 가졌으며, ‘아르테스먼디상(Artes Mundi Prize)’을 받았고, 싱가포르 비엔날레를 비롯해 여러 국제 전시에 참여했다.

#23

헤리 도노(Heri Dono, 인도네시아)

도노에게는 전통예술을 창의적으로 재해석하는 뛰어난 작가라는 평이 뒤따르는데, 그의 설치작품이 인도네시아 전통 그림자 연극 놀이인 ‘와양(Wayang)’에 기반을 두고 있기 때문이다. 도노는 작품 속 가득 차 있는 환상적인 캐릭터들이 그려내는 우스꽝스러운 스토리를 통해 인도네시아와 전 세계의 사회·정치적 이슈에 대한 자신의 비평적 발언을 관람객에게 건네는 거리낌 없는 태도를 적극적으로 드러내기도 한다. 그의 과감한 행동은 약 270회에 달하는 전시 참여, 광주비엔날레, 베니스 비엔날레, 시드니 비엔날레를 비롯해 스물일곱 차례의 국제 비엔날레 참가 등으로 결실을 보았다.

#24

알리 바니사드르(Ali Banisadr, 이란)

이란 출신 예술가 알리 바니사드르는 어린 시절 가족과 함께 캘리포니아 이민길에 올랐다. 비록 짧은 기간 동안 이란에서 지냈지만, 그 강렬한 기억은 바니사드르의 예술 활동에 끝없는 아이디어를 제공했고 그로 인해 대부분 작품은 유년 시절에 바탕을 두고 있다. 특히, 이슬람 혁명과 자신을 난민으로 만들었던 잔혹한 이란-이라크 전쟁의 경험에서 많은 영향을 받은 그는, 자신의 기억을 페르시아 신화와 결합해 추상적이면서도 구상적인 이미지로 완성한다. 뉴욕 브루클린에서 거주, 활동하고 있는 그는 미국, 이탈리아, 벨기에, 영국, 프랑스, 두바이에서 열린 기획전에 두루 참여하고 있다.

#25

안규철(Ahn Kyuchul, 한국)

탄탄한 이력과 철저한 자기 철학을 지닌 작가는 감정을 풍요롭게 변모시키며, 다양한 기획전을 통해 일상적 사물과 공간 속에 있는 삶의 이면을 드러내는 작업을 발표해왔다. 관객이 전시에

직접 참여해 전시를 완성하게 하는 작가다. 로댕 갤러리에서 한 <49개의 방>(2004), <MMCA 현대차 시리즈>의 두 번째 작가로 뽑혀서 한 <안 보이는 사랑의 나라>(2015)는 그의 기념비적인 전시들이다. 미술에 대한 글쓰기 활동도 활발해, 서구 현대미술의 체험을 기록한 《그 남자의 가방》, 테이블에 관한 드로잉과 생각을 묶은 《43 tables》, 《아홉 마리 금붕어와 먼 곳의 물》 등 저서가 있다.

#26

마리나 아브라모비치(Marina Abramović, 유고슬라비아)

동시대 가장 큰 영향력을 행사하는 퍼포먼스 아티스트이자 페미니즘 예술가이다. 그는 자신의 몸을 바탕으로 신체와 정신의 한계를 탐구했고 1970년대부터 퍼포먼스 장르를 리드하는 선구자가 되었다. 지난 40년 동안 꾸준히 제한된 몸과 무한한 가능성을 지닌 내면을 표현하는 행위로 관람객과 퍼포머 사이의 관계를 연구한다. 뉴욕현대미술관(MoMA), 퐁피두센터 등 미국과 유럽의 주요 기관에서 개인전을 가졌다. 또한 베니스 비엔날레, 카셀 도큐멘타 등에 참여하며 저력을 펼치고 있다.

#27

최우람(Choe U Ram, 한국)

고고학, 생물학, 로봇 공학 등에서 파생된 가상 이론을 바탕으로, 정교한 기계 생명체들을 작품화하는 독보적 세계를 지녔다. 1998년 서울에서의 개인전을 시작으로 도쿄, 베니스, 뉴욕 등 국내외에서 수차례의 개인전과 그룹전을 열고, 상하이 비엔날레, 영국 맨체스터 아트 갤러리(Manchester Art Gallery, U.K.)에서 열린 아시안 아트 트리엔날레(Asian Art Triennial) 등 해외에서도 왕성한 활동을 하고 있다.

#28

마이클 크레이그-마틴(Michael Craig-Martin, 영국)

다양한 오브제와 물체 그리고 예술과 표현에 관한 본질적 문제를 결합한 드로잉에서부터 시작해, 현재 점점 더 영역을 넓혀 페인팅, 프린트, 설치, 드로잉 등 포괄적 오브제에 대한 묘사를 지속하고 있는 그는 영 브리티시 아티스트(YBA)에 큰 영향을 끼친

인물이다. 화이트채플(Whitechapel Gallery), 뉴욕현대미술관(MoMA) 등 우수 미술관에서 차례로 전시를 가지며 영국을 대표하는 아티스트 반열에 올랐다.

#29

카우스(KAWS, 미국)

대중문화의 유명 캐릭터를 주요 소재로 삼는 작가는 캐릭터에 자신의 트레이드마크인 ‘X’자 눈을 합체해 누가 보아도 카우스의 작품임을 인식하게 한다. 흥미롭고 팝적인 작품 덕분에 그는 순수미술 영역 안에서 자신의 아이덴티티를 작품으로 풀어내는 것은 물론 다양한 기업과의 콜라보레이션도 왕성하게 펼친다. 1990년대에 그래피티로 자신의 정체성을 드러낸 그는 2006년부터 2013년까지 ‘오리지널페이크(Original Fake)’를 운영하면서 자신의 작품을 대중화하는 데 성공했다.

#30

차이 구어-치양(Cai Guo-Qiang, 중국)

마오쩌둥(Mao Zedong)이나 사회주의 이론 등 중국이 지닌 첨예한 문제에 집중한다. 특히 그의 ‘화약 드로잉’은 역사적 지도자 마오쩌둥의 신조인 “파괴하지 않으면, 아무것도 창조할 수 없다”란 주장을 강하게 반영한다. 중국에서 태어나 현재 뉴욕을 기반으로 작업하고 있다. 요코하마 현대미술관(Yokohama Museum of Art in Japan), LA 현대미술관(Museum of Contemporary Art, Los Angeles, MoCA), 구겐하임미술관 등에서 개인전을 가졌고, 1999년 제48회 베니스 비엔날레에서 황금사자상을 받았다.

#31

압둘라예 코나테(Abdoulaye Konaté, 말리)

고국 말리를 둘러싸고 일어나는 것들에 집중한다. 사회정치, 환경 관련 이슈, 권력 싸움, 전쟁, 종교, 세계화, 생태계 변화, 에이즈 전염 등 그곳에서 골칫덩어리로 여겨지는 모든 것들에 작품으로 질문을 던진다. 한편 서아프리카 전통에 기반을 둔 그의 거대 규모 설치작은 극적인 스케일과 아름다움으로 화제를 모으고, 염색된 옷과 직물을 바느질로 엮어 구상과 추상을 구현하는 작품들

은 항상 이슈를 만든다. 태어난 말리에서 살며 작업하고 있다. 카셀 도큐멘타, 퐁피두센터, 모리미술관, 스미소니언 인스티튜트(Smithsonian Institute, Washington, U.S.A.) 등 세계적인 미술관에서 전시했다.

#32

올라퍼 엘리아슨(Olafur Eliasson, 덴마크)

조각, 회화, 사진, 필름, 설치 장르를 망라하는 작업은 그의 의도에 맞춰 미술관, 갤러리뿐 아니라 공공장소, 건축 프로젝트 등 도시에 선보여 사회-예술 간 관계를 형성한다. 덴마크 왕립미술아카데미(Royal Danish Academy of Fine Arts)에서 공부하고 1995년 베를린으로 이주한 뒤, 스튜디오 올라퍼 엘리아슨(Studio Olafur Eliasson)을 설립했는데, 오늘날 이곳은 테크니션, 건축가, 아키비스트, 미술사가 등 수십여 명의 스태프들이 움직이는 대규모 스튜디오로 성장했다. 제50회 베니스 비엔날레, 테이트모던 터바인 홀, 뉴욕현대미술관(MoMA), 루이비통재단(Fondation Louis Vuitton)에서 전시했다.

#33

마크 퀸(Marc Quinn, 영국)

자신의 피를 뽑아 두상을 만든 작품 <셀프(self)>(1991)를 통해 영국 젊은 미술가, 영 브리티시 아티스트(YBA) 스타작가 중 한 명으로 단숨에 부상했다. 이 작품을 통해 인간의 생명과 죽음, 나아가 삶을 이루는 인간의 정신까지 들여다보고자 한 마크 퀸은 현재까지도 생명, 또 물질적이면서 동시에 비물질적인 사물의 양면성에 대해 고민한다. 프라다 재단(Fondazione Prada), 아일랜드 근대미술관(Irish Museum of Modern Art) 등에서 다수의 개인전을 갖고 런던 빅토리아 앤드 앨버트 뮤지엄(Victoria & Albert Museum), 광주비엔날레 등에서 작품을 선보였다.

#34

차오 페이(Cao Fei, 중국)

멀티미디어 아티스트 차오 페이는 세계를 무대로 활동하는 중국 작가로, 비디오, 퍼포먼스, 디지털 미디어 등 다양한 매체를 사용



서도호 <Seoul Home/Seoul Home/Kanazawa Home>, 2012, Silk, metal armature, 1457 x 717 x 391 cm. Installation view at 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa, Japan, 2012년 11월 23일~2013년 3월 17일

한다. 그러나 주제만큼은 중국인의 ‘일상’에 관통하며 특히, 문화 혁명 이후 태어난 젊은 세대들의 잃어버린 꿈, 극복 전략 그리고 현실 도피 등을 탐구한다. 중국 광저우에서 태어나 베이징을 기반으로 활동한다. 베니스 비엔날레, 요코하마 트리엔날레, 시드니 비엔날레 등 다수의 국제 비엔날레에 참여했으며 테이트모던, 뉴욕 구겐하임미술관, 뉴욕현대미술관(MoMA), PS1MOMA 등에서 작품을 전시했다.

#35

엘름그린 & 드라그셋(Elmgreen & Dragset, 북유럽)

1995년 결성된 아티스트 듀오 엘름그린 & 드라그셋은 예술, 건축 그리고 디자인 사이에서 형성된 관계를 탐구한다. 텍사스 한복판에 프라다 매장을 그대로 재현한 설치작 <프라다 마르파(Prada Marfa)>(2005)로 세간의 주목을 받은 이들은, 친숙한 형태를 특징적으로 변형시켜 위트와 유머가 가득한 조각과 설치작품을 만든다. 현재 베를린에 기반을 둔 아티스트 듀오는 올렌스 컨템포러리 아트센터(UCCA, Ullens Center for Contemporary Art, China), 갤러리 페로틴(Galerie Perrotin), 런던 빅토리아 미로 갤러리 등에서 개인전을 열었으며, 베니스 비엔날레, 싱가포르 비엔날레, 광주비엔날레에 참가했다.

#36

마틴 크리드(Martin Creed, 영국)

흔히 경험하는 일상과 주변 사물을 멀티미디어 작업으로 완성하는 작가다. 개념예술가라 불리지만, 스스로는 표현주의 예술가라고 소개한다. 자신의 예술에서 보이는 모든 개념적 근원은 ‘감정’에서 출발하기 때문이다. 런던에 거주하며 작업한다. 모스크바 현대미술관(Moscow Museum of Modern Art), 시카고 현대미술관(Museum of Contemporary Art, Chicago), 테이트 브리튼(Tate Britain, London), 파크 애비뉴 아모리(Park Avenue Armory, New York) 등에서 개인전을 했으며, 2001년 ‘터너 프라이즈’ 수상자다. 뮤지션으로도 활동해 <Thoughts Lined Up>을 포함 총 4장의 앨범을 발매했다.

#37

삼손 영(Samson Young, 홍콩)

삼손 영의 예술세계는 ‘사운드와 시각적 이미지의 조화’로 설명할 수 있다. 퍼포먼스, 라디오 방송, 영상, 설치 그리고 사운드 드로잉 등 매체를 혼합하는 실험으로 창작 영역을 확장한다. 탄탄한 리서치를 바탕으로 완성된 작품들은 갈등과 전쟁, 정치적 이슈를 위트있게 다룬다. 홍콩에서 태어나 시드니대학교(University of Sydney)에서 철학과 젠더스터디를, 프린스턴 대학교(Princeton University)에서 작곡을 공부했다. 뒤셀도르프 미술관(Kunsthalle Dusseldorf), 히로시마 현대미술관(Hiroshima City Museum of Contemporary Art) 등에서 개인전을 했으며, 다름슈타트 음악제(Internationale Ferienkurse für Neue Musik Darmstadt), 홍콩예술제(Hong Kong Arts Festival) 등 음악과 미술의 경계를 오가며 여러 행사에 참여했다. 2017년 베니스 비엔날레 홍콩관 작가였다.

#38

서도호(Doho Suh, 한국)

자신이 태어난 서울을 비롯해 런던, 뉴욕 등 세계 곳곳에 머무르며 자신이 지낸 공간을 작업으로 풀어내는 유목민 같은 작가다. 공간의 물질적인 속성과 그곳에서 은은히 내비치는 유연함을 표현하고자 속이 흰히 비치는 얇은 천으로 집을 짓는다. 이렇게 완공된 서도호의 집 안에는 그가 몸담았던 생활 공간뿐 아니라, 개인, 단체 그리고 익명성 사이에서 벌어지는 관계성에 대한 질문 또한 담겨 있다. 서울대학교에서 동양화를, 로드아일랜드 디자인학교(Rhode Island School of Design)에서 회화를, 예일대학교(Yale University) 미술대학에서 조소를 공부하는 등 다양한 장르를 수확하였다. 국립현대미술관, 리만머핀 갤러리(Lehmann Maupin Gallery), 뉴욕현대미술관(MoMA, Museum of Modern Art, New York), PS1MOMA, 타이베이 시립미술관(Taipei Fine Arts Museum), 휘트니미술관(Whitney Museum of American Art) 등에서 전시를 열었으며 베니스 비엔날레에 참여했고, 에르메스재단 미술상을 받았다.

#39

티파니 정(Tiffany Chung, 베트남)

멀티미디어 아티스트 티파니 정은 베트남 전쟁 후 미국으로 이주한 디아스포라 중 한 명이다. 그의 작품은 충돌, 이주, 도시발전, 역사와 문화적 기억에서 비롯되는 변화와 밀접하게 닿아 있다. 수놓은 캔버스 지도, 지도 드로잉, 비디오, 퍼포먼스, 설치 등 다양한 표현 방식 중에서 특히 지도 드로잉은 크게 주목받고 있다. 여러 층으로 완성된 지도 드로잉은 각 레이어마다 황폐한 지역에 관한 독자적 역사를 담아낸다. 다른 한편으로 완벽하고 정확한 지도 제작이란 불가능하다는 주관을 시사하는 것이기도 하다. 미국 캘리포니아에서 대학을 나왔지만, 고국의 수도 호치민에서 작품 활동을 한다. 히타치 시티 뮤지엄(Hitachi City Museum, Ibaraki), 타일러 롤린스 파인 아트(Tyler Rollins Fine Art, New York), 갤러리 크리스티안 호프(Galerie Christian Hosp, Berlin), mc2 갤러리(mc2 Gallery, Milan) 등에서 개인전을 했다.

#40

안토니 고클리(Antony Gormley, 영국)

인간의 몸과 공간, 세계 사이에서 형성되는 관계를 연구하는 작가로, 조각, 설치, 공공예술을 자유자재로 다룬다. 카셀 도큐멘타와 베니스 비엔날레에 참여했고, 1994년에 ‘터너 프라이즈’를 받았다. 영국을 중심으로 활동하는 작가는 헤이워드 갤러리(Hayward Gallery, London), 말모 쿤스탈(Malmö Konsthall, Sweden), 브레겐츠 쿤스트하우스(Kunsthauus Bregenz, Austria), 브라질문화센터(CCBB, Centro Cultural Banco do Brasil, São Paulo), 벨베데레 요새(Forte di Belvedere, Florence) 등 세계 곳곳에서 전시했다.

#41

윌리엄 켄트리지(William Kentridge, 남아프리카공화국)

‘애니메이션’, ‘연극’, ‘오페라’란 키워드가 단골로 등장할 만큼 연극적인 작품을 한다. 그 중에서도 강한 흑백 대비를 보이는 목탄 드로잉 애니메이션 필름은 켄트리지를 대표한다. 얼핏 유쾌한 인형극 같은 작품에는 인종차별 문제, 그에 대한 투쟁, 작가의 감정 등 심오한 내용이 담겨있다. 남아프리카공화국 요하네스

버그에서 태어나 고국을 중심으로 활동하고 있다. 마리안 굿맨 갤러리(Marian Goodman Gallery, New York), 화이트채플 갤러리(Whitechapel Gallery, London), 윌렌스 센터(Ullens Center, Beijing), 국립현대미술관, 멕시코 국립현대미술관(Museo Universitario de Arte Contemporaneo, Mexico City) 등에서 개인전을 가졌으며, 베니스 비엔날레, 광주비엔날레, 리버풀 비엔날레(Liverpool Biennial)에 참가했다.

#42

솜힉 피치(Sopheap Pich, 캄보디아)

크메르 루즈로 인해 1970년대 캄보디아는 그 어느 때보다 아픈 시간을 보냈다. 수많은 캄보디아인이 희생당한 이 시기에 그는 가족과 함께 미국으로 피난 가 미국에서 미술을 배웠다. 작업에 몰두하면 할수록 캄보디아에서 보낸 유년시절 기억을 떨쳐낼 수 없어 결국 2004년, 캄보디아와의 연결점을 찾고자 고향으로 돌아왔다. 고국에 온 뒤 등나무, 대나무와 같은 캄보디아 고유 생산물을 주재료로 전통 직조 기법으로 작품을 만들기 시작했고, 캄보디아를 대표하는 국제적 역할을 지닌 작가로 성장했다. 현재 프놈펜을 기반으로 활동한다. 헨리 아트 갤러리(Henry Art Gallery, Seattle), 메트로폴리탄 미술관(Metropolitan Museum of Art, New York)에서 개인전을 했고, 아시아 퍼시픽 트리엔날레, 싱가포르 비엔날레, 도큐멘타 13(Documenta 13, 2012), 뉴욕 구겐하임 미술관 등에서 전시했다.

#43

매기 햄블링(Maggi Hambling, 영국)

런던 한복판에 놓인 작품, 극작가 오스카 와일드를 기리기 위해 세워진 <A Conversation with Oscar Wilde>(1998)의 작가다. 공공조각을 비롯해 페인팅, 프린팅, 설치 등 장르를 넘나들면서도 특히 에너지 넘치는 드로잉과 초상화에 집중하는 그의 작품은 영국 국립초상화갤러리(National Portrait Gallery, London)에 소장되어있다. 헤이들리 갤러리(Hadleigh Gallery, Suffolk), 내셔널갤러리(National Gallery, London), 서펜타인 갤러리(Serpentine Gallery, London) 등에서 전시했고, 보이시 트레블 어워드(Boise Travel Award)를 포함해 국제적인 상을 받았다.



랜덤 인터내셔널의 설치작품 <레인룸(Rain Room)>.

#44

랜덤 인터내셔널(Random International, 19명 작가 그룹)

영국과 베를린에 기반을 두고 활동하는 랜덤 인터내셔널은 플로리안 오르트크라스(Florian Ortkrass), 한네스 코흐(Hannes Koch)에 의해 설립된 아티스트 스튜디오다. 현재 엘로이즈 레이놀즈(Héloïse Reynolds), 데브 조쉬(Dev Joshi), 베키 세드윅(Becky Sedwick), 톰 스테이시(Tom Stacey)를 포함 총 19명이 운영하고 있다. 유즈 미술관(Yuz Museum, Shanghai), 뉴욕 현대미술관(MoMA, Museum of Modern Art, New York), 린드 쿤스탈(Lunds konsthall, Sweden)에서 작품을 선보였다. LA 카운티미술관(LACMA, Los Angeles County Museum of Art)과 현대자동차의 파트너십 <더 현대 프로젝트: 아트+테크놀로지(The Hyundai Project: Art + Technology at LACMA)>의 첫 작가로 선정되어 전시를 했다. 이 전시에 선보인 작품 <레인룸(Rain Room)>은 비가 내리는 환경을 연상시키지만, 정작 관람객은 비를 맞을 수 없는 역설적 공간이었다.

#45

김수자(Kimsooja, 한국)

‘소리’, ‘빛’, ‘이불보’ 등의 소재를 이용해 독특한 작품 세계를 만든 그가 일관되게 집중한 것은 바로 ‘사람’이다. 그리고 그들과 만나는 매개체로 작가는 ‘천’을 선택했다. 천과 바늘, 실을 이용한 퀼매기 작업을 통해 작가는 자신을 바라보고 타인에 대한 이슈를 탐구하며 ‘자아에 대한 자각’을 일깨우려 성심을 다한다. 대구에서 태어난 김수자는 현재 뉴욕, 파리, 서울을 오가며 활동하고 있다. 베니스 비엔날레, 휘트니 비엔날레 등 40여 개의 비엔날레에 참여했으며,龐피두센터(Centre Pompidou, France), 마이애미 미술관(Miami Art Museum), PS1MOMA, 밴쿠버 미술관(Vancouver Art Gallery) 등 세계적인 기관에서 전시를 했다. <MMCA 현대차 시리즈> 세 번째 작가로 선정돼 <마음의 기하학>전을 열었다.

#46

쑨원(Sun Xun, 중국)

중국의 떠오르는 작가 쑨원은 중국문화혁명 이후 세대다. 혁명

직후의 시기에 성장한 쑨신은 중국 그리고 세계의 역사, 문화 등에 지속적인 관심을 보여왔으며, 이는 곧 예술적 자양분으로 발전했다. 특히 쑨신이 관심을 두는 것은 하나의 역사적 사건을 기준으로 일반 대중이 기억하는 방식과 언론매체가 발표하는 공식 입장 사이에서 나타나는 간극이다. 작가는 이 차이점을 초현실적 애니메이션으로 탐구해, 관람객이 현실적이면서 동시에 판타지적 체험을 할 수 있는 마법을 부린다. 1980년생 쑨신은 베이징에 기반을 두고 활동한다. 해머 미술관(Hammer Museum, Los Angeles), 헤이워드 갤러리(Hayward Gallery, London), 드로잉 센터(Drawing Center, New York)에서 개인전을 했으며, 메트로폴리탄 미술관(Metropolitan Museum of Art, New York), 상하이 비엔날레 등에 참가했다.

#47

빌헬름 사스날(Wilhelm Sasnal, 폴란드)

일상생활과 대중매체에서 받은 영감을 토대로 작업한다. 나름의 방식으로 현실을 담아내는 이미지들은 표현적이면서도 자유분방한 까닭에 관람객에게 강한 인상을 남긴다. 그러나 사스날의 경계 없는 회화 기법과 다채로운 촬영 방식은 아이러니하게도 유화의 전통방식을 기반으로 한다. 작가는 크라코우 폴리테크닉(Cracow Polytechnic, Poland)에서 건축을, 얀 마테이코 아카데미(Jan Matejko Academy of Fine Arts, Poland)에서 회화를 공부했다. 라드니아 아트 그룹(Ładnie art group)의 공동설립자이자 멤버로 활동하며 학창시절부터 여러 전시를 경험한 그는 하우저 & 워스(Hauser & Wirth, London), 요넨 갤러리(Johnen Galerie, Berlin), 사디 콜(Sadie Coles, London), 차오 스페이스 2555(Qiao Space 2555, Shanghai), 화이트 채플 갤러리(Whitechapel Art Gallery, London), 랫 홀 갤러리(Rat Hole Gallery, Tokyo) 등 세계 곳곳에서 개인전을 했다.

#48

라그나 카르탄손(Ragnar Kjartansson, 아이슬란드)

극작가이자 감독, 연기자인 아버지 덕에 ‘연극’이란 장르 속에서 성장했다. 언어와 사람의 특성 사이의 연결성에 큰 흥미를 느낀 그는 연극에 매료돼 본격적으로 작업에 임하기 시작했고, 세계

적인 퍼포먼스 및 비디오 아티스트로 성장했다. 영국 바비칸센터(Barbican Centre, London), 몬트리올 현대미술관(Musée d’art contemporain de Montréal), 파리 팔레드도쿄(Palais de Tokyo, Paris), 뉴뮤지엄(New museum, New York) 등을 비롯 세계 유수 기관에서 자신의 작품을 선보였다. 베니스 비엔날레, 마니페스타(Manifesta)’에 참여하고, 말콤 맥라렌 어워드(Malcolm McLaren Award)를 수상했다.

#49

찰스 림(Charles Lim, 싱가포르)

사운드, 텍스트, 드로잉, 사진, 설치예술 등 다양한 장르를 넘나드는 찰스 림은 예술가이자 영화감독이다. 2005년부터 ‘SEA STATE’란 프로젝트를 진행중인 그는 세계기상기구(World Meteorological Organization, WMO)의 해양 측정 코드에 영향을 받아 생물물리학적, 정치적, 그리고 심리적인 동남아시아 도시 국가의 운곽선을 탐구한다. 1970년대 대지미술 운동을 상기시키는 그의 작업은 싱가포르 미지의 풍경, 사라지고 있는 섬, 그리고 미래 토지에 대한 가상 경계선을 보여줌으로써 우리 삶을 둘러싼 것들에 대한 새로운 시각을 제시한다. 싱가포르를 중심으로 작품활동을 하며, 마니페스타 7(Manifesta 7), 프랑스 빌뢰르반 현대미술 연구소(Institut d’Art Contemporain Villeurbanne), 싱가포르 미술관(Singapore Art Museum), 싱가포르, 상하이, 오사카 비엔날레에 참여했고, 제56회 베니스 비엔날레 싱가포르관 작가였다.

#50

필립 파레노(Philippe Parreno, 프랑스)

다양한 레퍼런스를 바탕으로 영화, 비디오, 사운드, 조각, 퍼포먼스, 테크놀로지(IT) 등을 넘나들며 현실과 가상을 오가는 다양한 작업을 시도한다. 전시 공간 안에서 일어나는 경험을 재정의하고, 변화무쌍한 환경을 만들어 전시를 하나의 유기적인 대상으로 재현한다. 프랑스 파리에 거주하며 러시아 모스크바, 미국 로스앤젤레스, 필라델피아, 영국 런던 등 세계 각국에서 개인전을 했다. 2013년부터 2014년까지는 파리 팔레드도쿄(Palais de Tokyo)에서 <Anywhen, Anywhere, Out of the World>

전시를 선보였으며 제56회 베니스 비엔날레에 참여했다. 테이트모던 <현대 커미션>의 두 번째 작가로 선정되어 <Hyundai Commission 2016: Philippe Parreno: Anywhen>전을 했다.

#51

토마스 스트루스(Thomas Struth, 독일)

풍성한 색감과 세세한 디테일들을 표현한 대형 사진 작품으로 알려진 토마스 스트루스는 뉴욕, 도쿄, 베를린, 시카고 등 대도시와 사람의 관계를 사진에 담고 있다. 대표작인 ‘뮤지엄 시리즈’는 박물관에 있는 사람들을 담은 작품을 크게 확대해, 마치 사진을 보는 관람객들이 그 장소에서 함께 전시를 보는 것 같은 느낌을 선사한다. 독일 현대사진의 대가 베르 부부(Bernd and Hilla Becher)에게 사진을 배웠다. 1990년 제44회 베니스 비엔날레와 1992년 카셀 도큐멘타 IX, 뉴욕 메트로폴리탄 미술관(Metropolitan Museum of Art), 베를린의 함부르크 반호프 미술관(Hamburger Bahnhof), 마드리드의 프라도 미술관(Museo Nacional del Prado) 등에 참여했고, 2016년 로열 포토그래픽 소사이어티에서 100주년 기념상(the centenary award)을 받으며 명성을 증명했다.

#52

치하루 시오타(Chiharu Shiota, 일본)

섬세하고 시적이면서 동시에 기념물같이 압도적인 작품들을 선보이는 것으로 유명하다. 어린 시절 불에 타버려 더는 소리 나지 않는 피아노를 발견한 후 예술가의 꿈을 키웠다는 그는 설치, 회화, 드로잉, 퍼포먼스 등 다양한 장르를 넘나들며 기억과 망각, 꿈과 잠, 자신의 과거와 어린 시절의 흔적, 그리고 불안한 감정 등을 표현한다. 교토 세이카 대학(Kyoto Seika University)을 거쳐 독일의 베를린 예술대학(Universität der Künste Berlin)을 나와 현재까지도 베를린에서 작품 활동을 한다. 독일 루드비히 포럼(Ludwig Forum für Internationale Kunst), 뉴욕 현대미술관(Museum of Modern Art, MoMA), 오사카국립박물관(National Museum of Osaka) 등에서 그룹전과 개인전을 했으며 2015년 베니스 비엔날레 일본관 작가였고, 2016년 제20회 시드니 비엔날레 등에 참여했다.

#53

쿠사마 야요이(Yayoi Kusama, 일본)

영원을 상징하는 루프와 점(dot)으로 구성된 환영적 작품으로 유명한 야방가르드 작가 쿠사마 야요이는 2차 세계대전 이후 뉴욕 미술계에서 가장 영향력 있는 작가 중 한 명이다. 심리적 요소, 페미니즘, 강박증, 성, 파괴 등의 주제를 끊임없이 반복해온 그는 자신이 어릴 적 겪었던 환각 증상과 강박증을 예술로 연결해 개성 있는 예술세계를 구축했다. 조형과 설치 외에도 퍼포먼스, 문학, 패션, 디자인까지 예술영역을 확장해 세계 곳곳에서 활발한 활동을 이어가고 있다.

1929년 일본 마쓰모토 시에서 태어나 교토시립예술대학에서 조형예술을 공부한 후 1957년 미국으로 이주했다. 1977년까지 뉴욕, 시애틀 등에서 왕성한 활동을 펼친 후 일본으로 돌아와 도쿄에서 활동 중이다. 런던 빅토리아 미로(Victoria Miro), 뉴욕 오페라 갤러리(Opera Gallery), 홍콩 화이트스톤 갤러리(Whitestone Gallery), 도쿄 모리미술관(Mori Art Museum) 등에서 여러 개인전과 단체전을 열었다. 또 1966년 제33회 베니스 비엔날레에 <나르시스 가든(Narcissus Garden)>을 출품하고, 1993년 제45회 베니스 비엔날레 일본관 작가로 참여했다.

#54

아이 웨이웨이(Ai Weiwei, 중국)

오늘날 세계에서 가장 영향력 있고 저명한 개념예술가 중 한 명이다. 다양한 매체를 활용하는 그는 다큐멘터리 영화와 건축으로까지 작업을 확장해나가고 있다. 1957년, 철저한 공산주의 체제 하의 중국에서 태어난 작가는 1981년 뉴욕으로 이주한 후 현대미술 운동을 이끈 마르셀 뒤샹과 앤디 워홀의 계보를 잇겠다고 선언한 바 있다. 작가는 중국인으로서의 정체성을 이어가기 위해 한나라 시대 화병이나 파괴된 사원의 목재 등 역사가 깃든 매체를 가지고 작업하기도 한다. 아이 웨이웨이는 지난 날 중국의 공산주의를 목도한 동시에 현대 시대의 중국과 세계를 살아내고 있는 증인이며 각 시대의 정치적, 이데올로기적 도전을 이야기하는 작가다. 작품 세계에 빠지지 않고 등장하는 또 다른 키워드는 연민과 유머이다. 여느 사회운동가와 마찬가지로 그는 위험을 감수하면서 자신의 작품을 통해 사회적 변화를 이끌기 위한 시도를



Blind Perspective
2014

한다. 더 나은 세상을 만들기 위해 사람들에게 희망을 전하고 용기를 심어 주는 작가이다.

#55

피필로티 리스트(Pipilotti Rist, 스위스)

새로운 방식의 비디오 아트와 멀티미디어 설치 작품의 선구자 피필로티 리스트는 예술적 영감을 전 세계에서 받는다고 한다. 자연 세계와 기술을 조합하여 관객이 마치 만화경 속에 들어간 듯한 착각을 일으키는 작업을 한다. 육체적 세계와 정신적 세계를 오가는 리스트의 작품은 관객으로 하여금 환각에 빠진 듯한 기묘한 체험을 하게 한다. 작가는 감각적이고 관능적인 체함에 대한 밀도 있는 작업을 통해 인간 내면에 숨겨진 욕망을 노출한다. 우리에게 익숙한 감각을 위트 있게 재해석하는 작품은 한편으로 일상에서 평범하게 받아들여지던 것들 이면의 불편함을 드러낸다. 작가는 작품을 통해 공공의 공간과 사적인 공간 사이의 경계를 허물며 환상적이고도 비현실적인 장면을 연출한다. 작가는 예술이 발전에 기여하고 사고를 증진시키며 가능성을 열어주고 틀에 박힌 진부함과 사회의 편견을 깨뜨리는 역할을 해야 한다고 주장한다. “멀티미디어 장르의 선구자이자 리더”라고 불린다.

#56

필리다 발로우(Phyllida Barlow, 영국)

제57회 베니스 비엔날레의 영국관 작가였다. 그의 비엔날레 작품작 <Folly>는 사람들 스스로가 조각 작품을 어떻게 인식하고 받아들이는지 살피게 했다. 건물 전체를 짝 채우다 못해 영국관 밖까지 비집고 나온 이 작품을 관람객은 여러 각도에서 들여다 보는데, 이처럼 발로우가 가장 중요시하는 개념 중 하나는 공간과 작품의 관계이다. 작가는 킹스 크로스역(King's Cross Railroad Station)이나 공공 공원 등 런던 곳곳에 작품을 설치하고 사람들과 환경, 그리고 작품이 상호간에 어떻게 반응하는지 주의 깊게 관찰해왔다. 지난 40여 년간 그는 주로 카드보드지, 각목, 섬유, 석고, 시멘트, 합성수지와 같이 비교적 저렴한 재료를 사용해 거대한 사이즈의 작품들을 만들었다. 과감하고 다채로우며 입체적인 콜라주 형식을 띠고 있는 작품은 언제라도 쓰러질

수 있을 것 같이 불안정해 보여 관람객들의 불안한 심리를 자극한다.

#57

사이코(Suiko, 일본)

시각 디자이너 출신의 그래피티 아티스트로, 히로시마에서 활동하고 있다. 그의 세련된 작업은 문자중심적인 동시에 표현이 생생하다. 풍선처럼 둥근 형태와 역동적인 선, 그리고 강렬한 색상이 특징이다. 사이코는 일본, 유럽, 아시아 국가들을 여행하며 자신과는 다른 예술적 경력, 스타일, 문화적 배경을 가진 작가들을 만나 협업한다. 또, 서예와 일본 고유의 우키요에 목판화 기법을 결합하여 그만의 독특한 그래피티 스타일을 창조했다. 일본에서 가장 뛰어난 그래피티 작가 중 한 명으로 꼽힌다.

#58

니콜라스 로보(Nicholas Hlobo, 남아프리카 공화국)

요하네스버그를 중심으로 활동하며, 페인팅, 조각, 설치, 퍼포먼스 등 다양한 장르를 종횡무진 한다. 리본, 고무, 가죽, 나무 등과 같은 재료를 사용하는데, 이러한 원재료에 상징적 의미와 힘이 있다고 믿는다. 그리고 이런 재료를 바느질로 직조하듯 봉합해 하나의 작품으로 완성한다. 그는 재료 선택부터 테크닉을 통해 작품으로 완성하기까지 모든 선택과 과정에 의미가 있다고 강조한다. 재료는 남성적인 것으로, 작업을 구현하는 테크닉은 여성적인 것으로 의인화해 한 쌍으로 표현하는 것에서 그의 의도가 명확히 드러난다. 제54회 베니스 비엔날레에서 자동차 타이어의 고무와 빨간 리본을 오려 붙여, 날고 있는 용을 형상화한 설치 작품 <All the Lightning Birds Are After Me>으로 주목을 끌었다.

#59

다미안 오르테가(Damián Ortega, 멕시코)

풍자 만화부터 조각, 퍼포먼스 등 다미안 오르테가의 작품 세계는 넓고도 다양하다. 멕시코 출신인 그는 일상의 오브제가 내포하는 정치, 경제, 문화적 의미에 관해 탐구해 작품에 적극적으로 끌어들인다. 곡괭이, 벽돌, 쓰레기통 같은 온갖 사물을 짓궂게 변형시키고, 본래의 기능으로 작동하지 않게 만드는 것은 작가의

주특기다. 대표작 <우주의 사물(Cosmic Thing)>(2002)은 자동차를 분해하고 재조합 해 와이어로 공중에 매달아 놓은 설치작품이다. 자동차가 폭발하는 모습을 그대로 정지시켜놓은 듯 보이는 이 작품은 관람객으로 하여금 차 한 대가 얼마나 많은 부품으로 이뤄진 복잡한 하나의 우주인지를 새삼 일깨운다. 특유의 비판적인 시각으로 세상을 바라보면서도 서정적이고 조화로운 작품을 만들어내는 그는 현재 멕시코 시티와 베를린을 중심으로 활동한다.

#60

소니아 보이스(Sonia Boyce, 영국)

영국 런던에서 거주하며 작업하는 아프리카계 카리브해 출신의 예술가이다. 흑인 여성으로 영국에서 살면서 겪은 일들에 영향을 받아 그간 인종과 성에 관한 문제를 다양한 매체로 다루고, 우리 삶에 끌어들인다. 초기에 그는 자신의 정체성이기도 한 흑인과 여성에 관한 주제를 거대한 파스텔 드로잉과 사진 콜라주로 담아냈지만, 시간이 지나면서 사진, 콜라주, 영상, 프린트, 드로잉, 설치, 음향 등과 같은 서로 다른 장르들을 융합한 작품을 선보였다. 2017년 2월, 영국 버밍엄의 이스트사이드 프로젝트(Eastside Projects)에서 스케이트보드, 우쿨렐레 연주자와 함께 <Wallpaper/ Performance>를 선보였다. 관람객과 스케이트보더들이 자유롭게 어우러져 즉석에서 만들어낸 무브먼트로 하는 이 퍼포먼스의 세트 벽면은 그가 만든 벽지로 꾸며졌다. 또, 모든 과정을 촬영해 이것으로 향후 또다른 벽지, 스케이트 보드와 영상으로 만들어 내는 연계적인 작업이었다.

#61

FX 하르소노(FX Harsono, 인도네시아)

자신의 고국인 인도네시아의 상황을 투영하는 작품을 선보이는 작가다. 학생 시절부터 인도네시아의 정치, 사회, 문화에 대한 비판적 시각을 갖고 활동했고, 그러면서도 회화와 서예 같은 전통적 매체를 비롯해 퍼포먼스와 설치까지 두루 섭렵하며, 자신의 예술언어를 새로운 사회와 문화에 발맞춰 바뀌어갔다. 1970년대 철권 통치가 자행되던 시절, 정부에 반대하는 의견을 내놓는 것이 위험한 시기임에도 그는 자신의 의견을 내보이는데 거리낌이

없었다. 일례로, 하르소노가 주축이 된 ‘뉴아트 무브먼트(New Art Movement)’ 활동을 통해 ‘해방의 예술, 예술의 해방(Fine Art of Emancipation, Emancipation of Fine Art)’을 기치로 인도네시아의 현대미술 변화에 큰 영향을 끼쳤다. 2000년대에 그는 예술가로서의 방향성을 국가, 사회, 정치적인 것에서부터 자기의 본질을 찾는 것으로 바뀌어나가, ‘자아(Self)’에 대한 탐구를 주제로 한다.

#62

리우 웨이(Liu Wei, 중국)

회화, 조각, 설치, 사진 등 여러 장르를 오가며 발전하는 도시 모습과 그로 인해 변화하는 풍경, 21세기 현대사회의 모습 등 사회·정치적인 이야기를 작품에 담는다. 작업에 적용된 기하학적이고 건축적인 양식은 도시 환경에 대한 레퍼런스로 기능한다. <Power>(2011)나 <Merely a Mistake>(2009~2012)에서 볼 수 있듯이 버려진 건축 자재, 판자, 금속 볼트 등의 도시 쓰레기를 그가 기반으로 삼은 도시, 베이징에서 수거해 작품에 활용한 다. 평범하다 못해 중요하지 않다고 여겨지는 ‘레디메이드’의 존재들은 작가에 의해 ‘예술작품’이라는 새로운 의미를 부여받는다. 리우 웨이는 자신을 ‘순수(pure)한 예술가’라 표현한다. 다른 이들이 어떻게 생각하고 받아들이는지에 관계없이 작품 하나하나를 독립적으로 구상하고 거기에 철학적 요소와 자신만의 생각을 반영하기 때문이다. 중국 항저우의 국립예술학교(National Academy of Fine Arts)를 졸업하고 서울, 상하이, 파리, 샌프란시스코, 도하 등에서 개인전과 그룹전에 참여했으며, 샤르자 비엔날레, 부산 비엔날레, 베니스 비엔날레 등에 참여했다.

#63

미켈란젤로 피스톨레토(Michelangelo Pistoletto, 이탈리아)

“하찮은 물건을 가지고 작업하는데 대단한 아이디어를 표현한다.” ‘브릴리언트 아이디어즈’의 미켈란젤로 피스톨레토편 영상에 등장하는 영국언론 《더 텔레그래프(The Telegraph)》의 미술평론가 마크 허드슨은 이 작가에 대해 이렇게 말한다. 피스톨레토는 1960년대와 70년대에 과거 미술의 관습을 뒀던 이탈리아의 아방가르드 미술인 ‘아르테 포베라’를 이끈 대표적 작가다.

인체 크기의 큰 거울에 직접 그림을 그리는 ‘거울 페인팅(mirror painting)’으로 잘 알려져 있다.

#64

정연두(Yeondoo Jung, 한국)

“오직 미술을 위해, 미술계 사람들을 위해서 존재하는 것 같은 현대미술이 있는 반면, 정연두의 작품은 모두에게 열려 있는 현대 미술이다.” 홍콩 MILL6 CHAT 미술관의 미즈키 타카하시 관장은 ‘브릴리언트 아이디어즈’ 정연두편 영상에서 이렇게 말했다. 이 영상은 “평범한 사람들의 꿈, 열정, 희망을 파고드는 그의 작업은 실재(the real)와 이상(the ideal) 사이의 경계를 흐리게 만든다”고 정연두의 작업을 소개한다. 정연두는 사진, 회화, 조각, 영상, 퍼포먼스 등 장르를 가리지 않는 멀티플레이어다. 그가 2007년 국립현대미술관 ‘올해의 작가’에 선정되어 보여줬던 <다큐멘터리 노스텔지어>는 작가가 연출한 가짜 풍경이 왔다갔다 하면서 진짜풍경과 헛갈리게 만드는 퍼포먼스였고 이 퍼포먼스를 영상으로 찍는 것이었다. 2008년에는 문화체육관광부에서 수여하는 ‘올해의 젊은 예술가상’ 미술부문을 수상했다. 베니스 비엔날레, 리버풀 비엔날레, 상하이 비엔날레, 광주비엔날레에 선보였고, 2014년 일본 미토 아트센터의 입주작가로 선보인 전시는 사회와 커뮤니티에 적극 개입한 작업으로 큰 반향을 불러 일으켰다.

#65

슈퍼플렉스(Superflex, 덴마크 작가 그룹)

1993년에 브외른스테르네 크리스티안센(Bjørnstjerne Christiansen), 야콥 핑거(Jakob Fenger), 라스무스 닐슨(Rasmus Nielsen)이 구성한 그룹이다. 이후 유럽 전역과 미국, 아시아 등 세계무대에서 빠르게 인정받고 있다. 관객이 작품에 적극적으로 개입하도록 유도하고, 이를 통해 오늘날 현대 사회가 직면한 문제들에 대해 사람들이 적극 관심을 가지고 참여해야한다고 암시한다. 바젤의 쿤스트할레 바젤, 일본 가나자와의 21세기현대미술관과 도쿄 모리 미술관 등에서 전시를 했고, 광주비엔날레, 상하이 비엔날레, 베니스 비엔날레 등에 참여했다.

#66

안 보(Danh Vo, 베트남)

개인의 경험을 끌어내 20세기 후반 베트남과 관련한 역사적, 사회적, 정치적 주제를 파고든다. 조각, 설치, 퍼포먼스를 넘나드는 그는 기성 오브제(found objects)를 사용하고 자기 자신과 주변 인물을 소재로 활용한다. 2012년에 세계적으로 권위 있는 미술상인 ‘휴고 보스 프라이즈’를 받았다. 베니스 비엔날레, 뉴욕 구겐하임 미술관, 시카고 아트 인스티튜트, 미네애플리스 워커아트센터 등에서 전시했다.

#67

팀랩(teamLab, 일본 작가 그룹)

2001년에 도시유키 이노코에 의해 설립된 디지털 작가 그룹으로, 아티스트, 프로그래머, 기술자, 컴퓨터그래픽 애니메이터, 수학자, 건축가, 디자이너등 400명의 전문가들이 모여 있다. 이들의 공동작업은 미술, 기술, 자연의 경계를 흐리게 만드는 것을 큰 주제로 삼는다. 온라인에서 디지털 전시를 열어 관객이 미술작품을 감상하는 관습을 재규정한다.

#68

다카히로 이와사키(Takahiro Iwasaki, 일본)

칫솔, 책, 깃발, 머리카락, 입던 옷 등 보잘것없는 기성 오브제(found object)를 이용해 세상 풍경을 초미니로 축소한 작품을 만드는 것으로 유명하다. 그래서 “작은 물체를 통해 온 세상을 보는, 강한 일본적 성격을 띤다”는 평을 듣는다. 히로시마에서 성장한 그는 고국인 일본과 작가 자신의 관계를 대변하는 작품, 일본의 과거 트라우마를 반영하는 작품을 많이 한다. 서울시립미술관, 파리 팔레트도쿄, 모스크바 현대미술관 등에서 전시했고, 2017년 베니스 비엔날레 일본관 작가였다.

#69

토니 크래그(Tony Cragg, 영국)

‘브릴리언트 아이디어즈’ 영상에 나온 인터뷰에서 작가 토니 크래그는 “조각은 모든 물질 세상에 대한 연구이고, 그런 물질과 물질의 형태가 우리에게 어떻게 영향을 끼치는지에 대한 연구이



정연두의 영상작품 <다큐멘터리 노스텔지어 (Documentary Nostalgia)>, 2007, 스틸컷.

다”고 ‘조각’을 정의한다. 이 영상에서 헨리 무어 재단의 존 우드 디렉터는 토니 크래그에 대해 “조각의 한계를 깨고 새로운 아이디어를 실현하려는 끊임없는 노력이 보이는 조각가”라고 했다. 토니 크래그는 ‘터너 프라이즈’를 수상했고 1988년 베니스 비엔날레에서 영국관 작가로 전시했으며, 유럽은 물론 전 세계적으로 인정 받는 조각가다. 1970년대엔 기성 오브제를 이용한 조각으로 시작해, 이후 세상의 변화에 따라 작품의 스타일과 재질이 바뀌면서 현대사회의 초상과 같은 조각이라는 평가를 받고 있다.

#70

하룬 미르자(Haroon Mirza, 영국)

음향을 이용한 설치 작품으로 이 분야의 최고로 인정 받는 작가로, 런던에서 활동한다. 배우, 뮤지션 등 다른 예술가들과 협업하면서 과학, 예술, 종교에 대한 심오한 주제를 다뤄 현대사회를 잘 반영한다. 영국과 파키스탄 두 나라에서 생활한 개인의 경험을 다룬 작품으로 유명하다. 베니스 비엔날레, 광주비엔날레, 뉴욕 모마 등에서 전시했고, 노던 아트 프라이즈(Northern Art Prize), 다이와 아트 프라이즈(DAIWA Art Prize), 취리히 아트

프라이즈, 2011년 제54회 베니스 비엔날레 은사자상을 받았다. 예술과 기술의 경계를 자연스럽게 넘나들며 작품의 실험성이 뛰어나 백남준의 예술정신을 보여준다는 평가로 2014년에는 백남준 아트센터 국제예술상을 받았다.

#71

임흥순(Im Heung Soon, 한국)

‘브릴리언트 아이디어즈’ 영상은 임흥순의 작품에 대해 “놀랍고 복잡하지만, 매우 감동적이다. 다큐멘터리 필름과 미술의 경계를 넘나든다”고 표현한다. 이 영상에서는 임흥순의 작품 <우리를 갈라놓는 것들_믿음, 신념, 사랑, 배신, 증오, 공포, 유령>을 제작한 과정을 볼 수 있고, 이 작가에 대한 국내외 미술 전문가들의 평을 들을 수 있다. 한국 및 세계의 근현대사, 전쟁, 가난, 노동문제 등 사회의 이슈를 다루는 그의 작품은 전 세계인들의 공감을 얻고 있다.



한국현대미술의 세계화

- 1. 한국현대미술의 전지구화를 추동한 힘
- 2. 국내 기업의 예술후원
- 3. 현대차 아트살롱 <한국현대미술의 국제홍보>

한국현대미술이 지금처럼 세계 많은 나라에 알려지고 국제적인 담론을 형성하게 된 원동력은 무엇이었으며 언제 부터였을까? 이 장은 한국의 현대·당대미술의 국제화가 언제 시작하여 어떻게 가속력이 붙게 되었으며, 앞으로 어떤 질문과 과제가 남아있는지 생각해보는 전문가의 글로 시작한다.

한국현대미술이 국제적 경쟁력을 가지고 한국의 미술 애호가들이 세계의 뛰어난 작가들을 접하는 기회를 가지기 위해서는, 문화예술계의 경제적인 뒷받침도 필요하다. 따라서 국가와 기업의 예술 후원이 글로벌 시대에 더욱 중요한 역할을 하고 있다. 앞서 나온 해외 글로벌기업들의 문화예술 후원 시스템 소개에 이어, 이 장에서는 국내에서 2010년대 들어 자주 거론되는 예술후원 기업들에 대해 소개 한다. 2013년 이후 현대자동차가 국내외 미술 생태계의 수준을 높이기 위한 예술 후원과 프로젝트를 활발하게 실시하는 것도 한국현대미술을 국제적으로 알리는 데 도움을 주고 있다.

글로벌시대에는 서로 다른 나라들이 예술을 교류하는 데에 다양한 플랫폼이 사용되고 있다. 이 중 현대자동차가 서울대학교와 함께 하고 있는 ‘아트유니온(ART-UNI-ON)’ 프로그램은 국내 젊은 작가들이 미술계와 교류하는 기회를 늘리는 데 도움을 준다.

제7회 현대차 아트살롱에서는 한국현대미술을 해외로 알리는 역할을 하는 기획자들이 모여 현재 우리나라에서 실시되는 국가와 기업의 예술 후원 시스템에 대해 자세히 이야기를 나누었다. 우리 현대미술에서 스토리텔링의 중요성, 문화의 혼성코드를 이해하는 것에 대한 필요성이 논의되었고, 해외에서 그들의 미술을 알리기 위해 최근 많이 사용하는 방법에 대한 정보를 공유하고, 우리는 그런 새로운 플랫폼을 어떻게 잘 활용할 것인지 토론했다.

한국현대미술의 전지구화를 추동한 힘

임근준

미술·디자인 이론 / 역사 연구가



한국현대미술이 당대성을 획득할 무렵인 1986년에 개관한 국립현대미술관 과천관 전경.

한국현대·당대미술의 전지구화를 추동한 힘은 무엇이었나? 한국현대미술이 당대성(contemporaneity)을 획득하기 시작한 기점은 언제 부터일까? 한국 당대미술, 즉 한국의 컨템퍼러리 아트가 구현했던 당대성의 특질은 무엇이었을까? 당대성의 시공은 지금도 유효할까?

1987년 또는 1993년 이후 한국현대미술 ‘정상 작동’

한국현대미술계에 당대성이 배태된 과정은, 다음과 같이 네 가지 기점을 바탕으로 분할·고찰할 수 있다.

첫째, 1987년 6월 민주화 대투쟁 이후의 문화적 상황(민주화의 목표가 부분적으로 성취되며, 문화적 다양성이 대두)이 새로운 시공을 형성했고, 둘째, 1988년 9월 서울 올림픽 대회 이후의 문화적 상황(경제적 풍요를 바탕으로 유사-포스트-모던 예술이 등장하고, 미술계에도 소위 ‘386세대의 앙팡테리블’이 예술계의 전면에 드러남)이 그 시공의 성격을 보다 분명히 했으며, 셋째,

1993년 2월 김영삼 문민정부 출범 이후의 문화적 상황(금융실명제 공약과 실시로 인해 미술시장이 재편되며 대대적 세대교체가 이뤄지고, 전지구화 시대에 부합하는 제도적 기반이 마련됨)이 그 시공에 문화적 분절을 일으켰고, 넷째, 1997년 12월 IMF관리체제 수용으로 대표되는 경제위기 이후의 문화적 상황(해외 유학 자유화 세대의 대거 귀국에 이어, 1999년 대안공간의 새시대가 개막)이 그 분절된 시공을 본격적으로 전지구화했다.

한데, 현대미술은, 금기를 용인하지 않으며, 민주주의를 대전제로 한다. 따라서, 한국사회에서 현대미술의 논리가 정상 작동하기 시작한 시점은, 1987년 6월 이후 혹은 (늦어도, 문민정부가 출범한) 1993년 2월 25일 이후라고 단언할 수 있다.

국제적으로는 1970년대 중후반이 당대미술 서막

구미를 기준으로 보자면, 컨템퍼러리 아트의 새로운 형성과 당대성의 대두는 몇 가지 변화를 전제로 한다. 기본적으로 컨템퍼러

리 아트는, 1968년 이후 본격화한 ‘모더니즘적 세계관에 대한 반발’, 즉 포스트모던한 사고의 확산에 의한 과결이다.

하지만, 포스트모더니즘 담론이 컨템퍼러리 아트를 파생했다고 생각하면 오산이다. 후기 구조주의 철학이나 문화 비평의 담론과 전력이, 컨템퍼러리 아트의 형성과 전개에 심대한 영향을 미친 것은 맞지만, 포스트모던한 사고의 확산이 철학과 문학에서 시작해 여타 분야로 단순 이식된 것은 아니었다.

그렇다면, 컨템퍼러리 아트를 규정한 특질은 무엇이었을까? 첫째는, 전유(appropriation)의 방법을 통해 미술의 장 내부에 실재성(the real)을 귀환시킨 것이고, 둘째는, 미니멀리즘 미술이 구현해냈던 현상학적 장소성에 대한 감각에 의해 추동된, 제도 비평적 혹은 사회 비평적 장소성 탐구 미술이 등장한 것이며, 셋째는, 기술 변동에 부합하는 비미술적 미디어의 혼용을 통해, 포스트-미디어의 상황에 부합하는 새로운 미적 미디어를 창안하는 법을 널리 공유하게 된 것이다.

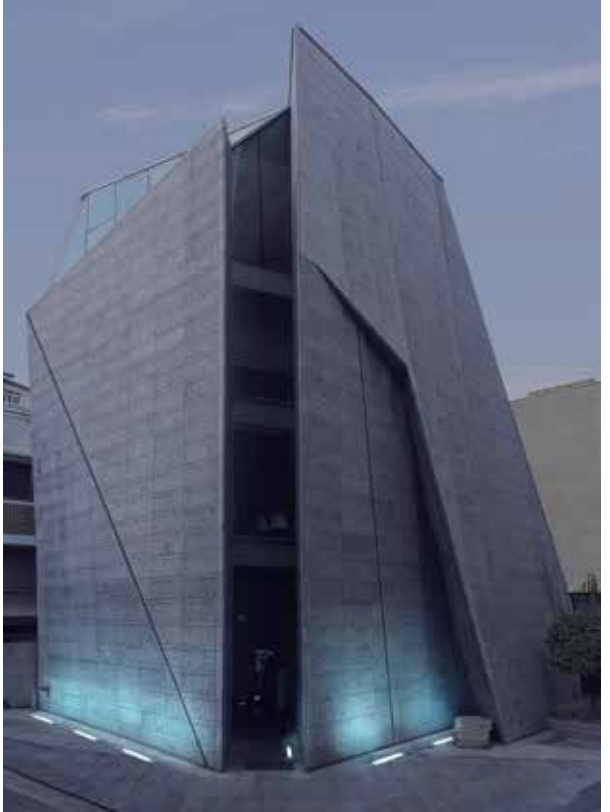
‘전유를 통한 실재성의 귀환’이라는 새로운 역사적 국면은, 북미를 기준으로 볼 때, 대체로 1975년 이후에 형성된 것이므로, 대다수의 미술사 서적들은 컨템퍼러리 아트를 다룰 때, 1975년 이후의 상황을 전제로 하고 있다.

따라서, 중국현대미술사를 작성해온 우흥(Wu Hung, 巫鴻) 같은 주요 논자들은, 중국당대미술의 형성기를 1970년대 후반으로 잡으려 애쓰는 경향을 드러내왔다. 물론 이러한 시도에는 결정적 모순이 있다. 모더니즘을 결여한 상태에서 외부의 자극에 의해 형성된 의태적 포스트모던 아트라는 모순. 민주주의가 부재하는 상태에서 구미의 진보적·정치적 당대미술을 흉내 내는 엉터리 메타-비평 미술을 추구했다는 모순.

일본의 경우에도 1970년대에 보편주의가 막을 내리고 모노하 이후 일본당대미술이 형성되기 시작했다고 해석하는 경향이 강하다. sawaragi 노이(Noi Sawaragi, 榎木野衣)나, 마츠모토 토루(Toru Matsumoto, 松本透) 등 주요 연구자들은, 그러한 변환



서울 서소문에 있는 서울시립미술관 전경. 1988년 설립된 이 미술관을 필두로 지방 국공립미술관 시대가 개막했다.



1999년 등장한 대안공간들 중 대표적인 루프 전경.

가설에 있어서 큰 논점의 차이를 드러내지 않고 있다. 즉, 국제적으로 보면, 1970년대 중후반이 당대미술의 서막, 신자유주의의 제1기였던 1980년대가 당대미술의 제1장이 되는 셈이다. (1989년의 베를린 장벽 붕괴 혹은 1991년의 소비에트 붕괴 이후가 신자유주의의 제2기이자 당대미술의 제2장이자 당대미술의 제3장이다.) ‘전유를 통한 실재성의 귀환’은, 1차적으로 추상미술에 밀려 퇴출됐던 재현적 이미지가 귀환하는 현상쯤으로 이해됐지만, 실은 그보다 심대한 변화였다. 자본주의 사회의 거의 모든 요소나 차원을 전유를 통해 인용하고 그를 재조합해 비평적 상황을 연출할 수 있게 되자, 한때 설치미술의 양태로 자본주의 사회의 스펙터클을 의태하는 종류의 창작이 대유행하기도 했다. 한데, 설치미술의 대유행은, 제도 비평적 혹은 사회 비평적 장소성이라는 연구 주제와 맞물려 있었으므로, 전유라는 방법은 장

소성이라는 주제와 한데 뒤엉켜서 여러 혼선을 빚기도 했다. 여러 혼선 가운데 가장 큰 오류는, 컴퓨팅 환경에 부합하는 뉴미디어아트가 올드미디어아트를 대체하리라는 그릇된 믿음이었다. 1980년대의 비디오아트와 1990년대의 뉴미디어아트는 기대와 달리 올드미디어아트를 대체하지 못한 채 마이너리그로 전락·단명했다. 당대미술을 규정한 것은, 뉴미디어나 뉴미디어아트가 아니라, 새로운 기술 환경에 의해 추동되는 당대적 시각성에 비평적으로 대응하는 미적 미디어를 재창안하는 감각이나 방식이었다. 그리고 일군의 조각가들이 미적 미디어를 재창안하는 감각이나 방식을 소조·조각 창작에 적용하기 시작함에 따라, 설치미술의 유행에 밀려 잠시 잊혔던 조각적 오브제들은, 기적적으로 당대미술의 최전선에 귀환했다; 비기념비성(unmonumentality)이라는 새로운 의제와 함께. 그렇다면, 한국의 현대미술계에서 비평 방법으로서의 전유를 실

천하며 실재성을 미술의 장 내부로 귀환시키고, 동시에 설치미술의 새로운 장을 연 작가는 누구일까? 제도 비평적 혹은 사회 비평적 장소성이라는 연구 주제를 도입한 작가(혹은 큐레이터 혹은 평론가)는 누구인가? 새로운 기술 환경에 의해 추동되는 당대적 시각성에 비평적으로 대응하는 미적 미디어를 재창안하는 감각이나 방식을, 남보다 앞서 선뎠는 누구일까? 비기념비적 조각을 추구하는 새로운 소조·조각 창작을 시도한 이는 누구인가? 2008년의 세계 금융 위기 이후, 당대성의 시공은 붕해했다. 전지구화를 추동해온 팽창 일변도의 신자유주의는 한계에 봉착한 것이 분명했고, 이후 자본주의의 작동 방식은 크게 변화하기 시작했다. 2008년 이후 곳곳에서 포스트모더니즘을 역사로서 (재)고찰하는 전시가 열렸다. 한국에서는 두 번의 전시가 있었다. 하나

는 <X: 1990년대 한국미술>(2016.12.13.-2017.02.19., 서울시립미술관 본관 1층)전이었고, 또 다른 하나는 <포스트모더니얼(Postmodern Real)>(2017.10.11.-11.28., 서울대미술관)전이였다. 하지만, 비평가들은 대체로 1980년대 후반부터 1990년대 초반 사이에 일어났던 포스트모더니즘 논쟁에 초점을 맞췄다. 전유의 방법론, 실재성의 귀환, 제도 비평적 혹은 사회 비평적 장소성, 포스트미디어의 상황에 부합하는 미적 미디어의 재창안, 비기념비적 조각의 형성이라는 세부 잣대에 맞춰, 한국당대미술의 실체를 규명하고자 애쓰는 이는 찾을 수 없었다. **탈냉전 기류 등 국제적 요인이 한국당대미술에 영향** 한국당대미술의 형성과 전지구화에 영향을 미친 외부적·국제적 요인을 보다 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 우선 중요한 것은, 1989년의 베를린 장벽 붕괴 이후 본격화한 탈냉전 기류였다. 1991년의 소비에트 붕괴는 냉전의 종식을 알렸다.

예술후원 기업의 변화는 한국당대미술의 형성과 전지구화에 영향을 끼친 내부적·국제적 요인 중 하나다. 외환위기 이후 국내에서는 삼성과 대우의 예술 후원 경쟁 구도가 붕괴하면서 대안공간, 레지던시 등이 특수한 역할을 했다. 2013년 이후에 현대자동차가 아트 후원 프로젝트를 개시한 것도 한국당대미술의 전지구화에 영향을 주는 요인 중 하나다.

1993년 1월 20일 취임한 미 대통령 빌 클린턴이 추진한 새로운 신자유주의와 그가 통치 이념으로 삼은 다문화주의는, 전지구화의 전개 과정에서 하나의 기준점이 됐다.

신자유주의의 제3기는 의외로 급격히 전개됐다. 1997년 미 연방 준비제도 이사회 의장 앨런 그린스펀이 신경제 드라이브를 본격 화함에 따라, 선진 금융 기법을 활용한 초국적 투자를 통해 생산 성 향상 없이도 자본주의 세계가 공영할 수 있다는 믿음이 확산 하며, 세계의 질서가 요동쳤다.

미국식 통치 프로토콜로서의 다문화주의는, 1997년 5월 2일 취임한 영국 총리 토니 블레어에 의해 영국에 도입됐다. (그 변화를 가장 먼저 캐치한 사람이, 1997년 사사분기에 자신의 YBA 소장 품으로 구성된 <센세이션>전을 열었던 찰스 사치였다. 이후 영국 정부는 ‘국가유산부[Department of National Heritage]’를 ‘문화매체체육부[Department for Culture, Media and Sport]’로 확대·개편하면서, 소위 ‘창조산업’을 인위적으로 육성 하기 시작했다.) 1997년 10월 2일 체결된 유럽 연합(EU)의 암스테르담 조약이 1999년 5월 1일 발효됨에 따라, 미국식 다문화주의를 차용한 포용 정책과 문화 예술 지원 활동은 유럽 곳곳에서 본격화했다. (그러한 새로운 환경에 가장 먼저 적응한 인물 가운데 한 명이, 관계미술을 주창하며 새로운 당대미술기획공간 팔레 드도쿄를 공동 설립했던 큐레이터/평론가 니콜라 부리요였다.)

또 다른 변인은, “잃어버린 10년”으로 불리는 일본의 장기 불황(1991~2000)과 그로 인해 야기된 일본당대미술계 일각의 해외 진출 경향이었다. 그보다 더 큰 변인은, 중국의 개혁개방 조치에

의해 시도된 공산주의 시장경제(1992~)와, 그로 인해 야기된 중국당대미술의 본격화와 유럽의 중국현대미술 수집 붐이었다.

동경예술대학교 미술학부 회화과를 졸업한 나카무라 마사토가 1992년 잠시 홍익대학교 대학원 서양화로 유학을 온 것도, 그리고 최정화의 주도적 기획으로 서울의 다목적클럽공간 오존에서 나카무라 마사토와 무라카미 타마시의 2인전 <나카무라와 무라카미>(1992.7.4.~7.25.)전이 열린 것도, 그 배경엔 1991년 일본의 거품 경제 붕괴가 야기한 새로운 멘털리티가 있었다. 1987년 결성된 뮤지엄 그룹에 참여했던 최정화와 이불 등은, 1990년대에 일본의 현대미술계로부터 수차례 결정적 도움을 받았는데, 이러한 한일간 화학 반응은 21세기에 접어들어 아래세대에서는 재연되지 않았다.

물론, 일본당대미술계의 해외 진출 경향과 중국당대미술의 본격화와 유럽의 중국현대미술 수집 붐은, 더 큰 변화를 야기했다.

전지구화 시대에 부합하는 범아시아적 비전이 가장 먼저 제시된 때는, 1995년의 베니스비엔날레 기간이었다. 1993년 베니스비엔날레를 총감독했던 아킬레 보니토 올리바(Achille Bonito Oliva)는, 1995년의 베니스비엔날레에 맞춰 한·중·일의 세 대별 작가들로 꾸민 <아시아나 - 극동에서 온 컨템퍼러리 아트(Asiana-Contemporary Art from the Far East)>(팔라초 벤드라민 칼레르지[Palazzo Vendramin Calergi])전을 공동 기획했다. 역시 1995년의 베니스비엔날레 기간에, 일본의 큐레이터 후미오 난조는, 무라카미 타카시 등 일본의 현대미술가와 카이구오치양, 쉬린 네샬트 등을 망라해 전지구화 시대의 당대미술

을 진단하는 <트랜스컬처(TransCulture)>(팔라초 지우스티니언 롤린(Palazzo Giustinian Lolin))전을 공동 기획했다. (신설된 한국관의 참여 작가 전수천이 특별상을 수상했던 일은, 이러한 새로운 붐이 있었기에 가능했다.)

범아시아 시대를 예측한 기념비적 전시들 등장

전지구화 시대의 범아시아를 상상하고 그 비전을 전시로 제시하는 일은 이후, 두 기념비적 전시로 이어졌다. 하나는 허우한루(Hou Hanru, 侯瀚如)와 한스-울리히 오브리스트(Hans-Ulrich Obrist)가 공동 기획한 국제 순회전 <움직이는 도시들(Cities on the Move)>(1997-1999, 오스트리아 비엔나분리파관, 프랑스 보르도당대미술관, 미 뉴욕 PS1, 덴마크 루이지애나 현대미술관, 영국 헤이워드갤러리, 핀란드 헬싱키 키아스마 당대 미술관)전이었다. 영국의 헤이워드갤러리와 오스트리아의 비엔나분리파관과 프랑스의 보르도 당대미술관이 공동 주관한 이 전시는, 순회를 진행하는 과정에서 참여 작가와 작업을 갱신했고, 전지구화 시대의 새로운 도시 환경으로 인해 창출되는 여러 이슈에 주목해 다층적 비평 담론을 전개했다.

반 시게루, 카이구오치양, 최정화, 도미니크 곤잘레스-포에스터,

하버드프로젝트(렘 콜하스가 이끈), 헤어초크 & 드 뢰롱, 황용핑, 이소자키 아라타, 이토 토요, 김진애, 김수자, 키타노 타케시, 구정아, 렘 콜하스/OMA, 이불, 그렉 린, 민선주, 모리 마리고, 무라카미 타카시, 렌조 피아노, 나빈 라완차이쿨 & 리르크리트 티라와니트, 리처드 로저스, 세지마 카즈요, 승효상, 왕두, 슈퍼플렉스, 왕가위, 야나기 미와 등이, <움직이는 도시들>전에 참가했다.

건축가와 미술가의 협업으로 전개된 이 화려한 전시의 첫 번째 버전, 즉 오스트리아 비엔나분리파관에서 1997년 12월 26일에 개막한 전시는, 비계로 구획된 공간을 제시해 마치 건설 현장을 방불케 했고, 큰 비평적 호응을 얻었다. (공간 디자인은, 중국계 미국인 건축가 창융호[Yung Ho Chang]의 작품이었는데, 이러한 공간 구획 수법은 이후 여러 아류 전시에서 반복됐다. 대표적인 예가 한국당대미술의 분기점이 된 <’98 도시와 영상-衣食住>전이었다. 이영철이 큐레이팅한 이 전시에서 공간 연출은 건축가 민선주가 맡았다.)

두 기념비적 전시 가운데 또 다른 하나는, 시세이도갤러리가 주최한 1997년의 <아시아산보(亞細亞散步)>전이었다. 1994년 1월에 같은 갤러리에서 열렸던 <아시아산보>전(중국의 평론가 페이다웨이[Fei Dawei, 费大为]가 게스트 큐레이터로서

한국현대미술계의 전지구화를 추동한 주요 기점

연도	시대적 상황과 문화예술계가 받은 영향
1987년 6월	민주화 대투쟁 이후 민주화의 목표가 부분적으로 성취되며 문화적 다양성이 대두
1988년 9월	서울 올림픽 대회 이후 경제적 풍요를 바탕으로 유사 포스트모던 예술이 등장하고, ‘386세대의 양팡테리블’이 예술계의 전면에 대두
1993년 2월	김영삼 문민정부 출범 이후 금융실명제로 인해 미술시장이 재편되며 대대적 세대교체가 이뤄지고, 전지구화 시대에 부합하는 제도적 기반이 마련
1997년 12월	경제위기 이후 해외 유학 자유화 세대의 대거 귀국에 이어, 1999년 대안공간의 새시대가 개막



'현대 모터스튜디오 서울'에서 2017년 열린 한경우의 전시에 나왔던 작품 <Far Too Close>. 2013년 이후 현대자동차는 국내외에서 문화예술을 후원하는 아트 프로젝트를 활발하게 하고 있다.

기획했던)이 그다지 큰 반향을 얻지 못했던 것과 달리, 3년 뒤에 열린 동명의 전시는 새로운 시공을 창출하는 효과를 발휘했다. 1997년의 <아시아산보>전은 삼부로 나뉘어 전개됐는데, 제1부 <심동>(1997.1.1.~2.8.)은 중국의 페이다웨이가, 제2부 <속도>(1997.2.14.~3.8.)는 한국의 김선정이, 제3부 <초일상주의>(1997.3.14.~4.5.)는 일본의 시미즈 토시오(Toshio Shimizu, 清水敏男)가 큐레이팅했다. 페이다웨이는 황용핑, 카이구오치양의 신작으로, 김선정은 김범, 서도호의 신작으로, 시미즈 토시오는 소네 유타카, 저우티하이, 최정화의 신작으로 전시를 꾸몄다. (4년 뒤인 2001년, 시세이도갤러리는, 대만의 큐레이터와 작가들을 추가하는, 더 확장된 형식으로 <아시아산보>전을 주최했지만, 1997년의 전시와 같은 비평적 효과를 얻지는 못했다. 2001년의 마지막 <아시아산보>전은, 주제가 “귀여움과 키치 이후(Cute and After Kitsch)”였다.)

<아시아나 - 극동에서 온 컨템퍼러리 아트>전, <트랜스컬처>전,

<움직이는 도시들>전, <아시아산보>전에 참가한 주요 작가들은, 2008년까지의 시공에서 특별한 지위를 누렸다.

한국당대미술의 형성과 전지구화에 영향을 미친 내부적·국내적 요인은 그간 논의가 많이 된 편이다. 순서대로 거명하자면 다음과 같다.

가. 1987년 민주화 투쟁과 1988년 서울 올림픽 이후 - 1987년 결성된 뮤지엄 그룹(최정화, 이불, 고낙범, 홍성민, 정승, 명혜경, 노경애 등)을 필두로 한 신세대 미술가들이 등장

나. 1987-1993년 시기의 국내 포스트모더니즘 논쟁 - 서성록 홍가이 정영목 등등

다. 1988년 설립된 서울시립미술관을 필두로 지방 국공립미술관 시대가 개막 (이러한 흐름은 이후 김영삼 정권하에서 전개된 지방자치제 실시로 강화되고, 김대중 정권하에선 지방문화재단 설립으로 이어진다)

라. 1992년 연말, 대선주자 김영삼의 금융실명제 공약으로 미술 시장 붐기

마. 김영삼 정권의 세계화 조류에 맞춰 국립현대미술관장 임영박과 백남준 사이의 커넥션이 제도적 기반을 설계하고 구축하기 시작

바. 1992년의 <20-21세기 예술 심포지엄>과 1993년의 <93 휘트니비엔날레 서울>전의 충격

사. 1993년의 <태평양을 건너서>전(퀸즈뮤지엄) - 한국당대미술의 가능성을 제시

아. 1995년 베니스비엔날레 한국관 개관 / 1995년 광주비엔날레 출범

자. <98' 도시와 영상 - 의식주>전 - 1997년의 외환위기 이후의 상황에서 새로운 시대성을 규정

차. 1999년 대안공간 등장 - 루프, 풀, 사루비아

카. 1999년 작가 거주 스튜디오 제도의 등장 - 씬지레지던스프로그램(암사동; 2000년 홍대에서 씬지스페이스/씬지스튜디오로 새출발)

타. 2000년 미디어시티서울 비엔날레 출범 / 2000년 부산비엔날레의 전신인 PICAF(2000부산국제아트페스티벌)의 작지만 유의미한 성공

파. 2003-2008년 노무현 정권기의 미술시장 열풍

하. 2002년 이후 국공립창작스튜디오의 시대가 개막 (약 10년간 열풍이 지속)

가. 1992-1997년 시기의 한국당대미술을 대표하는 최정화와 이불과 그 영향권 VS 1997-2008년 시기의 한국당대미술을 대표하는 박모와 양혜규와 그 영향권

나. 2008년 광주비엔날레 <연례보고>와 2010년 광주비엔날레 <만인보>의 연이은 성공

다. 국내 3대 국제비엔날레의 각기 다른 한계/위기 상황

라-1. 외환위기 이전의 대기업 후원: 삼성, 대우, 동아그룹의 경쟁과 역할 분담 / 외환위기 이후의 대기업 후원: 삼성과 대우의 경쟁 구도 붕괴와 씬지의 특수 역할 + 에르메스코리아의 특수 역할

라-2. 2013년 현대자동차가 문화예술을 후원하는 아트 프로젝트를 개시

마. 2008년의 미술 시장 거품 붕괴 (+ 중국 베이징, 미 뉴욕 등에 진출했던 한국계 갤러리들의 폐점)

2008년의 세계 금융 위기 이후, 당대성의 시공은 봉해졌다. 그렇다면, 2008년 이후의 새로운 현대미술, 즉 포스트-컨템퍼러리 아트의 성격은 어떻게 규정되는가? 후기-당대성의 특질은 무엇일까?

한국 현대·당대미술의 전지구화에 대해 생각 해 볼만한 기타 질문들

- 가. 한국당대미술의 당대성은 어디까지가 진짜였던가?
- 나. 삼성문화재단의 후원이 사라진 한국현대미술계는 어디로 가나?
- 다. 2019년의 국립현대미술관 50주년을 앞두고; 서울관의 문제점은 무엇인가?
- 라. 한국현대미술계에서 큐레이터십의 세대교체는 왜 이뤄지지 않았는가?
- 마. 2020년대의 범아시아현대미술계는 새로운 국제 교류의 네트워크를 형성·유지해낼 수 있을까? 그 과정에서 한국현대미술계는 어떤 역할을 해낼 수 있을까?
- 바. 전지구화의 효과가 크게 퇴색한 현재, 한국의 청년 미술가들은 어떤 가치를 추구하는가? (비고: 1980년대생 한국인 미술가 가운데, ‘서울을 기반으로 국제 미술계에서 활동하고 있다’고 자신을 소개하는 이는 몹시 드물다.)

국내 기업의 예술후원

김윤섭
한국미술경영연구소장, 미술평론가

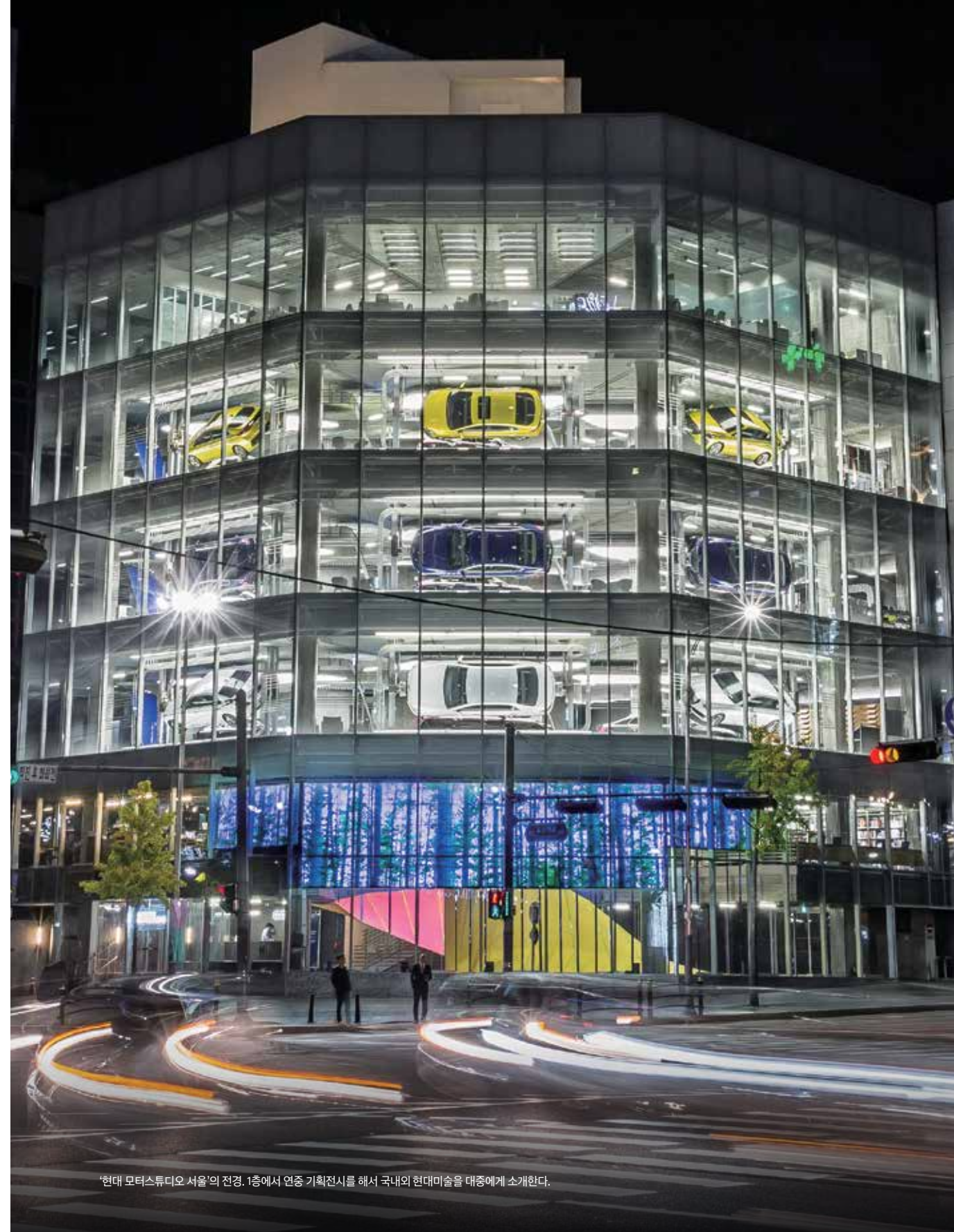
글로벌 시대는 미술 분야도 예외가 아니다. 특히 국가별로 문화 산업을 담보로 한 새로운 성장 동력을 얻기 위해 혈안이 되어 있다. 하지만 문화는 중장기적인 플랜이 뒷받침 되어야 한다. 관건은 자본이다. 때문에 예술가 개인이나 특정 시기의 정부기관이 나서기엔 힘겹다. 그래서 각국 미술의 세계화에 기업의 역할이 중요해졌다. 국제경쟁력을 갖춘 예술가의 역량, 지속 가능한 정부의 정책지원, 미래지향적인 기업의 문화경영 마인드 등의 삼박자가 맞아야 그 나라의 예술이 국제무대에서 사랑 받고 자리 잡는 최상의 효과를 기대할 수 있다.

기업의 예술후원, 상생의 윈윈전략

과연 기업의 예술후원이 어떤 부가가치를 불러일으킬까? 미래학의 대부(代父) 짐 데이토(Jim Dator)는 “정보화 사회 다음엔 ‘드림 소사이어티 (Dream Society 꿈의 사회)’ 시대가 도래한다”고 강조했다. 또한 “미래학은 미래를 예측하는 것이 아니라 창조하는 것이다. 곧 자신에게 맞는 미래를 만들기 위한 것이 미래학이다(Futures study is to create the future, not to forecast

it)”라고도 덧붙였다. 그가 말한 ‘꿈의 사회’를 구성할 핵심 콘텐츠는 ‘문화’이다. 결국 미래를 창조해갈 우리에게 문화는 매우 중요한 매개체이자 필수요건인 셈이다.

급변하는 시대를 맞은 기업의 운명도 마찬가지이다. 21세기 문화 시대의 환경 변화에 능동적으로 대처하기 위해서는 단순히 첨단 기술만 가지고는 역부족이다. 창의력과 상상력이 담보되어야만 높은 부가가치를 창출할 수 있기 때문이다. 문화예술을 바탕으로 한 ‘CT(Cultural Technology) 산업’을 추구하는 기업이 여러모로 괄목할 만한 경쟁력까지 갖추고 있다. 이른바 기업의 경영 환경은 ‘생산주의 경쟁시대’에서 ‘차별화 전략 경쟁시대’로 바뀌었다. 기업 이미지를 새로운 무형의 가치로 발 빠르게 전환해야만 기업의 자산가치도 올라가고, 앞선 감각의 소비자들의 인식과 라이프스타일의 변화에 접목해갈 수 있게 되었다. 즉, 소비자들의 새로운 욕구를 충족시키는 기업 경쟁력과 직결되고, 혁신적인 이미지 브랜딩이 곧 타 기업과의 단순경쟁이 아닌 ‘다름’ 혹은 ‘차이’를 보장해줄 수 있다는 것이다. 앞서 짐 데이토가 강조한 ‘21세기는 문화와 꿈을 생산하는 시대’라는 전망을 굳이 언급하지 않



‘현대 모터스튜디오 서울’의 전경. 1층에서 연중 기획전시회를 해서 국내외 현대미술을 대중에게 소개한다.

더라도, 경제의 주력 엔진이 텍스트 중심의 ‘정보’에서 시각적 비주얼의 ‘이미지’로 넘어섰다는 점은 분명하다. 대부분의 글로벌 경쟁력을 갖춘 리딩 기업들이 차별화 전략으로 ‘예술을 매개로 기업의 마케팅’을 내세우는 점을 선택이 아니라 필수가 되었다.

송은아트재단, 젊은 미술가 발굴 육성의 산실

우리나라의 미술 후원 기업으로는 삼성이 대표적이었다. 그런데 삼성이 해왔던 미술 후원기업으로서의 독보적 역할이 2000년대 후반부터 약해지면서, 대신 여러 기업들의 다양한 후원 모델이 나오고 있다. 바람직한 현상이다.

기업은 문화예술 후원을 할 때에 마구잡이로 하는 것이 아니다. 새롭게 미술 후원자로 떠오르는 기업들은 각자 목표와 주제를 선정해 특징 있는 후원을 하고 있다. 그 중 국내의 젊고 유능한 미술가들을 발굴해 지원하는 대표적인 기업을 꼽으려면 (주)삼탄을 빼 놓을 수 없다. 삼탄의 고(故) 송은(松隱) 유성연 명예 회장의 사재 출연으로 1989년에 설립된 재단법인 송은문화재단이 그 핵심 역할을 하고 있다. 이 재단의 활동을 설립자의 호 ‘송은(松隱)’에 비유한 평가가 흥미롭다. 말 그대로 ‘숨어있는 소나무(松隱)’의 진면모를 찾아 새롭게 빛을 내는 것이 역량있는 미술계 신예들을 발굴하는 과정과 같다는 것이다. 그 대표적인 성과는 2001년 제정된 <송은미술대상> 공모전이다. 이 공모전은 국내 젊은 미술가들이 가장 선호하는 공모전 중 하나이다. 매년 투명한 심사제도와 전시 지원제도로 작가주의를 지향하는 젊은 작가들에게 큰 신뢰감을 쌓아온 덕분이다.

2017년에는 강남 도산대로변에 있는 이 회사 신사옥 부지에 기존 건물을 활용해 ‘송은 수장고’를 개관하여 또 한 번 주목을 받았다. 2018년 상반기까지만 한시적으로 운영되는 공간에서 송은문화재단의 소장품인 젊은 작가들의 미술작품을 선보이고 있다. 기업은 예술품을 수집하는 역할도 중요하지만, 소장품을 어떻게 활용하는가가 사실 더 중요하다. 송은문화재단은 소장한 작품들에 의미를 부여해, 대중들이 자유롭게 와서 무료로 감상할 수 있는 전시공간을 나눈다. 이를 통해 예술을 통한 기업의 사회공헌 역할을 돋보이게 한다.

(주)삼탄은 ‘송은 수장고’로 임시 사용하고 있는 신사옥 부지 건물을 허문 뒤엔 2020년 하반기에 그 자리에 신사옥을 개관할 예정이라고 한다. 그런데 신사옥의 설계를 스위스 바젤 출신의 세계적인 건축가 자크 헤르조그(Jacques Herzog)와 피에르 드뮈롱(Pierre de Meuron)에게 맡긴 것도 주목할만하다. 동갑내기 친구인 둘의 건축작품들은 ‘단순미학 미니멀 건축의 정수’로 정평이 났다. 특히 2008 베이징올림픽 주경기장(중국말로 새둥지라는 ‘냐오차오(鳥巢)’라는 별칭을 가진 경기장)으로 일대 센세이션을 일으킨 바 있다. 그런 의미에서 예술후원으로 잘 알려진 이 회사의 신사옥 건물이 어떻게 예술적 감각을 재해석한 작품으로 탄생할 지도 기대된다.

아모레퍼시픽, 회사 특징 살려 전통의 미(美) 추구

국내 화장품업계 1위 기업인 아모레퍼시픽은 우리나라 전통미술 보존에 힘쓴 기업으로서의 이미지를 가지고 있다. 캐치프레이즈로 내건 ‘A MORE Beautiful World(더 아름다운 세상)’라는 문구엔 ‘여성, 자연생태, 문화’ 등 3대 핵심 활동 영역을 중심으로 ‘전통과 현대를 아우르는 비전’이 담겨 있다.

아모레퍼시픽이 회사의 창업자 고(故) 서성한 회장이 수집한 미술품을 기반으로 만든 아모레퍼시픽 미술관은 아주 독창적인 컬렉션을 자랑한다. 원래 1979년 태평양 박물관으로 시작해 2009년에 아모레퍼시픽 미술관(APMA, amore pacific museum of art)으로 명칭을 바꾼 것이다. 전시만 하는 것이 아니라, 수집한 고미술과 현대미술 작품들을 통해 전시와 연구, 출판활동을 겸하고 있어서 박물관의 역할을 제대로 하고 있다. 또한 우리 고유의 예술미가 국내뿐만 아니라 해외에서 빛을 발할 수 있는 기반 마련에 앞장서고 있다. 가령 대영박물관이 소장한 한국 고미술 회화유물을 제대로 연구하고 보존처리할 수 있도록, 아모레퍼시픽은 대영박물관에 2018년부터 5년간 약 50만 파운드(약 7억원)를 지원하기로 했다. 서울 신용산에 새롭게 건립된 아모레퍼시픽 미술관도 탄생과 동시에 서울의 중요한 랜드마크가 되었다. 아모레퍼시픽 미술관이 소장한 미술품의 면면을 보면 그대로 우리나라의 역사를 보여주는 듯하다. 선사시대부터 삼국시대의



송은문화재단이 신사옥 부지의 기존 건물을 활용해 2018년 상반기까지 임시운영하는 소장품 전시공간인 ‘송은 수장고’ 외관 모습.

다양한 토기를 시작으로 고려시대 다양한 장식과 형태의 청자나 불교미술까지 포괄한다. 특히 한국 불교미술의 정수로 손꼽히는 ‘수월관음도(보물 1426호)’와 ‘감지은니묘법연화경(보물 1559호)’은 하이라이트이다. 조선시대 소장품은 도자기, 금속공예, 목공예, 서화 등 더욱 세분화 된다. 그 중에서 섬세한 문양과 우아한 디자인이 돋보이는 화장용기와 장신구 등의 공예품들은 회사의 정체성까지 잘 반영된 수집 사례이다. 아모레퍼시픽은 근대에서 동시대 감성을 아우르는 현대미술 컬렉션도 한국현대미술사를 그대로 보여주고 있다. 컬렉션 구성을 역사적 유물 수집 단계에서 역량 있고 유망한 현대작가의 발굴과 지원으로 이어지는 행보가 남다르다.

‘소장’을 중시하지 않는 현대차의 예술후원모델

현대자동차도 뒤늦게 예술후원에 뛰어들었지만 가장 적극적으로

로 후원하는 글로벌 기업이다. 현대자동차 예술후원 활동은 국내 미술가들의 국제 경쟁력을 높이는데 초점이 맞춰져 있다. 그런데 위에 예로 든 예술후원기업들이 예술작품을 직접 소장하는 것에서 출발했다면, 현대자동차는 접근 방법이 좀 색다르다. 기업이 예술품을 소장하고 보여주는 것을 목표로 하는 게 아니라, 우리 미술계를 국제적으로 키울 수 있는 환경을 조성하겠다는 플랜을 가지고 접근하되 그 접근 방식이 구체적이다. 예를 들어 국립현대미술관에 2023년까지 10년간 총 120억 원을 후원한다. 매년 중진작가 1명씩 선정해 개인전을 대대적으로 지원하는 내용을 포함한다. 영국 런던 테이트모던 미술관과는 11년간 지원 파트너십을 맺었다. 블룸버그 방송사와 함께 세계적인 미술가를 집중 조명하는 프로그램도 제작한다. 이 모든 행보의 이면에는 당연히 한국 작가의 입지도 함께 부각시킨다는 목표가 담겨 있다. 현대자동차의 경우 영국 테이트모던, 미국 라크마 등 해외 미술



‘현대 모터스튜디오 서울’에서 2017년 열린 배정완의 전시 <거울 속 그는 왼손잡이다>의 전시장면. 현대 모터스튜디오 서울은 국내외 아티스트들의 핫한 작품들을 전시하는 명소가 되었다.

관과 10년 장기 후원 파트너십을 맺은 것으로도 유명한데, 이런 후원 역시 궁극적으로는 세계적인 미술관에 한국 작가들의 입지를 세우겠다는 의지로 볼 수 있다.

현대 모터스튜디오는 글로벌 아티스트 쇼케이스

현대자동차도 보여주는 쇼케이스를 만들긴했다. 국내의 경우 강남 도산대로 사거리에 2014년 설립한 ‘현대 모터스튜디오 서울’을 중심으로 다양한 전시 프로젝트를 진행 중이다. ‘현대 모터스

튜디오 서울’은 단순한 자동차 쇼룸의 공간이 아니다. 예술 콘텐츠를 매개로 한 독창적인 브랜드체험관의 시험무대이다. 이 공간 1층에서는 미술전시가 선보인다. 개관한지 3년만에 ‘현대 모터스튜디오 서울’은 세계적 아티스트들의 가장 핫한 작품들을 만나는 명소로 자리 잡았다.

일부러 찾아온 미술관객은 물론 지나가다 무심히 들르는 국내외 행인들에게 현대미술을 흥미롭게 만나는 기회를 줬다. 2017년 한경우 작가가 전시했던 ‘자동차의 발달로 사라진 물리적인 거리

감과 여전히 유효한 인간관계에서의 심리적 거리감’에 대한 설치 작품은, 신진 국내작가의 작품을 국내외 미술계 인사들과 대중들에게 보여준 좋은 프로젝트였다. 또, 국내작가 배정완의 <거울 속 그는 왼손잡이다>가 전시되어 호평을 받았다. <거울 속 그는 왼손잡이다>는 작가의 꿈을 표현한 시를 바탕으로 구성된 대형 설치작품과 영상작품으로 구성되었다. 200여개에 달하는 색색의 폴(수직구조물)들이 약 4m 길이의 두 나선형 날개를 감싸 안는 구조로 결합된 대형작품이었다. 마치 태풍의 눈 같은 구조가

현대 모터스튜디오 내부 공간 전체를 하나로 관통하는 웅장함을 연출했다.

이외에도 많은 기업과 정부기관들이 적극적으로 미술후원에 나서고 있다. 문화체육관광부와 (재)예술경영지원센터는 시각예술을 대중화하고 해외시장으로 진출하는 것을 돕는 후원 사업을 눈에 띄게 늘려가고 있다. 우선 미술 분야 국내 기획자들의 해외 리서치와 해외 기획자들의 국내 리서치를 지원하고, 시각예술 도록과 자료 번역을 지원한다. 또, 해외 아트페어에 참가하는 화랑이



2017년 한국국제아트페어(키아프) 기간 중 예술경영지원센터의 지원으로 열린 코리아 갤러리 위켄드의 국제 패널 토크인 'K-아트 컨버세이션'에서 미술매체 토크 세션의 패널 리스트들이 '아시아 미술시장의 미래'에 대해 토론 하고 있다.

나 기획자작가들을 선정해 경비를 지원하는가 하면, 한국국제아트페어(KIAF) 기간중에 해외 미술계 인사들을 초청해 <K-Art 컨버세이션>이라는 프로그램을 운영한다. 한국미술에 대한 담론을 국내외 전문가들이 함께 토론하면서 국제적 네트워크를 쌓게 해주려는 프로그램들이다. 2017년 3월 '아트바젤 홍콩' 기간에는 <홍콩 내 한국미술의 밤>을 개최하기도 했다. 세계 미술계 주요인사들이 모이는 홍콩의 세계적 아트페어에서 한국미술과 미술시장을 소개하는 파티를 열어, 직접적으로 우리 미술가들을 국제무대로 밀어주는 것이다.

대한무역투자진흥공사(KOTRA)도 중소기업과 미술가를 잇는 아트콜라보 부서를 직접 운영하고 있다. 또한 두산 연강재단은 지난 2009년부터 뉴욕레지던시를 운영해 우리 작가들이 세계 미술의 중심 뉴욕에서 작업을 하고 작품을 보일 수 있는 기회를 넓히고 있다.

국내 아티스트들의 소통 넓혀주는 AUO 프로젝트

글로벌 시대이니만큼 작가를 해외로 알리는 도구로 인터넷 플랫폼도 효율적으로 쓰이고 있다. 작가가 보여질 수 있는 지역의 한계를 없애고, 영어로 된 매체를 통해 다국적으로 소개 되게 하는 것은 중요하다. 한 예로 한국사립미술관협회는 'KAP(Korean Artists Project)'라는 한국 작가 프로젝트를 운영한다. KAP의 웹사이트(www.koreanartistproject.com)에서 작가들의 작품 이미지, 작가 인터뷰 영상, 가상 전시 등을 보여준다.

현대자동차는 서울대학교와 함께 글로벌 미술대학 네트워크인 '아트유니온(ART-UNI-ON)'을 운영해 우리 미술작가들의 소통 통로를 넓혀주고 있다. 미술을 공부하는 학생이라면 누구나 아트유니온의 사이트(www.art-uni-on.com)에 접속해 자신의 작품을 게재해 서로의 작품을 공유하고 일반 대중과의 의견을 교환할 수 있다. 국내외 유명 작가와 교수, 유명 미술관의 큐레이터 등 국



2017년 9월 16일 서울 강남구 이선자기념관에서 열린 '아트유니온'의 멘토링 행사. 아트유니온은 학생과 멘토들이 만나 학생 작가들의 작품에 대한 의견을 교환하는 행사다.

제적인 전문가들이 이 네트워크에 들어 있는 것이 일반 아트 커뮤니티와 다른 점이다. 많은 학생들이 유명 큐레이터나 평론가들과 소통할 수 있는 기회를 만들어주기 위한 프로젝트다.

아트유니온의 멘토링 프로그램은 3개월 단위로 연중 진행되며, 국내외 미술, 디자인 및 건축대학, 대학원(박사과정 포함) 재학 중인 학생은 이 사이트에 작품을 업로드해 지원할 수 있다. 1년 동안 20명이 멘토링 지원을 받는다. 이 프로그램의 멘토로는 아티스트 공성훈, 이용백, 데이비드 브룩스, 유근택, 천민정(Mina Cheon), 디자이너 배상민, 최성민, 백남준아트센터 서진석 관장, 토탈미술관 신보슬 큐레이터, 중국 중앙미술학원 미술관 왕춘천 학예연구부장, 일본 모리미술관 나츠미 아라키 큐레이터, 중국 판피 예술재단 디렉터 글래디스 정, 미술평론가 정현, 임근준, 《ArtAsiaPacific》의 편집장인 엘레인 W. Ng, 현대자동차 이대형 아트디렉터 등 국내외 미술 전문가들이 참여하고 있다.

AUO 멘토들이 뽑은 학생들은 3개월동안 멘토 3명에게서 작품에 대한 평가를 받는다. 진행 상황과 결과는 온라인 플랫폼에 모두 공개되어 일반인도 공유하고 피드백을 줄 수 있다.

국내 젊은 미술가의 발굴 지원에 동참하는 기업이 점차 늘어나고 있는 것은 반가운 일이다. 예술은 상품이 될 수는 없다. 예술이 생활에 녹아들어 문화가 되어야만, 비로소 예술산업의 부가가치를 기대할 수 있다. 기업의 예술후원은 그 예술산업을 꽃피울 수 있는 자양분이다.

현대차 아트살롱 : 한국현대미술의 국제홍보

제7회 현대차 아트살롱이 '한국현대미술의 국제홍보 정책과 효과'라는 주제로 2017년 10월 13일 현대 모터스튜디오 서울에서 열렸다. 이날은 주제에 맞춰 황보유미 예술경영지원센터 예술산업기반실 차장이 한국시각예술의 해외진출 지원사업에 대한 강의를 했다. 이어진 토론에서 참석자들은 한국현대미술의 뛰어난 콘텐츠를 알리기 위해서는 스토리텔링 즉 마케팅이 중요하다는 이야기를 나누었다. 서양문화를 받아들이는 것에 대한 콤플렉스를 버리고 문화의 혼성코드를 이해해야한다는 데에도 의견을 같이 했다. “우리가 남을 즐길 줄 알아야 남도 우리를 즐길 수 있다”

는 내용도 이야기 되었다. 우리 콘텐츠를 해외에 알리기 위한 디지털 플랫폼의 중요성 및 그 디지털 플랫폼을 어떻게 활성화할 것인지에 대한 논의도 있었다. 이날 행사에는 김금희 코리아투모로우 대표, 김보라 성북구립미술관장, 김운덕 조선일보 문화1부장, 민병직 큐레이터, 신형덕 홍익대 대학원 문화예술경영학과 교수, 이주현 미술평론가, 이흥재 추계예대 문화예술경영대 교수, 편완식 세계일보 미술전문기자, Pete Hong WAP Foundation 이사, 황성걸 홍익대학교 산업디자인학과 부교수가 참석했다.



아티스트와 기획자들 자생력 높이는 지원 중심

한국현대미술 자료 영문본 제작에 초점

예술경영지원센터는 2006년 설립돼 11년째 활동을 하고 있습니다. 기관의 임무는 예술현장에서 아티스트와 기획자들의 자생력을 높여주는 버팀목이 되는 것입니다. 이 중 시각예술지원 사업은 크게 세 개의 카테고리가 있습니다. 첫 번째는 미술시장의 정보제공입니다. 현대는 정보화 사회이지만 한국 미술시장에서는 아직 통합된 정보, 작가들에 대해 명문화한 자료가 부족합니다. 특히 한국현대미술의 국제교류를 위해서는 국문과 영문 양쪽으로 정보를 제공하는 것이 필요한데, 그래서 저희 센터는 영문판에 초점을 두고 작가와 전시의 정보를 제공하고 있습니다. 미술시장의 순환을 위한 감정인력 양성을 위한 교육과정과 감정 기초자료 구축을 위한 연구도 지원하고 있습니다. 또 작고 작가의 전작도록 발간을 지원하고, 원로작가의 디지털 작품집을 만들고 있습니다.

두 번째는 한국 미술의 해외시장 진출 지원입니다. 한국국제아트페어(KIAF) 기간 중에 열리는 '코리아 갤러리 위켄드' 행사가 그 예입니다. '코리아 갤러리 위켄드'에서는 해외의 다양한 시각예술 전문가를 초청해 갤러리 쇼케이스 개최 및 현대미술시장을 주제로 한 'K-아트 컨버세이션'이라고 하는 국제패널토어를 진행하고 있습니다. '코리아 갤러리 위켄드'는 우리 미술의 해외진출을 염두에 뒀을 때 중요한 사업으로 KIAF 기간 중에 해외 미술계의 인사들을 초청하고 있습니다. 한국 미술작품을 알리기 위해 직접 작품을 들고 나가서 보여주는 것보다 해외의 주요 미술계 인사들을 초청해서 KIAF와 함께 한국현대미술을 경험하게 해 주고 한국미술에 대한 담론을 함께 나눠보는 자리를 만들어주는 취지에서 만든 것이지요. 해외의 컬렉터, 미술관 디렉터와 큐레이터, 기획자, 시각미술 분야의 주요한 언론인사들을 초청해서 담론을 펼치는 자리입니다. 그리고 이분들을 모시고 'K-아트 팸 투어'를 합니다. 국내 화랑을 비롯하여 아트페어, 주요 관련 기관



황보유미
예술경영지원센터

등을 직접 방문, 한국현대미술 전시를 소개하는 아트투어 프로그램을 합니다. 행사 기간 동안의 모든 전시 정보를 영문 리플렛으로 만들어 해외 초청인사들과 공유하는 것도 이 사업의 주요 지점 중 하나입니다.

미술시장에서 작품이 만들어져 소비자에게 가는 중간과정의 매개화를 예술경영지원센터가 한다고 볼 수 있습니다. 사실 예술경영지원센터는 해외에서는 영문 축약명인 KAMS로 잘 알려져 있습니다. 10여 년 이상 구축된 국제 네트워크로 공연예술에서는 이미 세계 어디에서나 KAMS 하면 잘 알고 있습니다. 이제 시각예술에서도 한국미술시장과 해외시장과의 중간에서 네트워크를 만들려 하고 있습니다. 그런데 해외 미술계의 주요 인사들을 컨택할 때, 처음 일해보는 기관이 초청했는데도 의외로 흔쾌히 와 주시는 분들이 많습니다. 그만큼 한국 미술에 대해 관심을 가지

황보유미 (재)예술경영지원센터 예술산업기반실 차장은 파리에서 유학 후, 국립발레단 기획홍보팀을 거쳐 예술경영지원센터에서 국제사업부 및 '2015-2016 한-불 상호 교류의 해' 조직위원회 사무국 운영팀장을 역임했다.

고 알고 싶어 하는 사람들도 많은 것입니다.

유럽의 오픈플랫폼인 ‘토크 갤러리즈(Talking Galleries)’ 등 해외의 협력기관과 함께 파트너십을 맺는 것도 한국 미술홍보에 도움이 되고 있습니다. 토크 갤러리즈 홈페이지에 들어가면 메인 화면에 서울에서 있었던 ‘코리아 갤러리 위켄드’에 대해 소개하고 있습니다. 세계 미술계에서 ‘한국 미술계에서는 무슨 일이 일어나고 있지?’ 하고 클릭하는 루트를 만들어주는 것입니다. 그리고 글로벌 미디어 파트너를 해마다 하나씩 선정해서 MOU를 합니다. 2016년에는 홍콩의 아시아아트퍼시픽, 프랑스의 아트프레스와 협력해 한국미술 특집호 출간을 지원했습니다.

예술경영지원센터 시각예술사업의 세 번째 주요사업은 시각예술 글로벌 기획인력 양성 프로젝트입니다. 미술기획자들을 위한 개인리서치, 펠로우십, 그리고 파일럿 프로젝트 실행을 지원합니다. 기획자들이 실제 경험하고 싶었던 해외기관 및 현장 리서치를 지원하는 것이지요.

기획자들은 미술작품을 수요자들에게 전달하는 중요한 매개인력입니다. 이들이 글로벌 현장을 경험하고, 역량을 강화할 수 있도록 지원하는 것입니다.

리서치는 크게 두 가지로 나뉩니다. 본인이 직접 프로젝트를 기

획하는 자유형 리서치와 해마다 특정 주제를 잡아 그 주제와 관련된 해외기관을 방문하는 기획형 리서치입니다. 예를 들어 2016년에는 ‘온라인마케팅과 홍보’가 주제였기 때문에 기획자들이 뉴욕의 휘트니미술관이나 브록클린미술관을 방문해서 그들의 온라인 마케팅 및 홍보 프로그램을 연구했습니다. 이외에도 시각예술 도록 자료를 번역하는 것도 지원합니다. 국제행사에서 정보를 제공 할 수 있게하는 것이지요. 한국미술 번역지원사업의 첫 번째 책이 《단색화》(서진수 외)였습니다. 2016년 봄 홍콩 아트바젤에서 한국의 단색화에 대한 영문본 책을 미술관계자들에게 배포했습니다. 최근 몇 년간 해외 시장에서 한국 단색화에 많은 관심이 집중됐지만 해외 전문가들이 정보를 찾아볼 수 있는 영문자료가 없었기 때문에 진행된 사업이었습니다.

‘상호교류의 해’를 통해 자국예술 알리는 프랑스

저희가 이런시각예술 지원 사업을 할 때는, 물론 사전에 해외의 시장과 해외기관들의 사업을 미리 리서치하고 있습니다. 그들은 어떻게 자국 아티스트를 해외에 알리고 있을까요? 먼저 프랑스에서 프랑스문화원(Institut Français)이 주축이 되어 진행하는 ‘상호교류의 해’ 프로그램입니다. 우리나라와도 수교 130년을 기념해 2015년 프랑스에서 ‘한국의 해’가 있었고, 이후 2016년에는 한국에서 ‘프랑스의 해’를 주제로 많은 문화예술 교류 행사를 진행했었습니다. 예전에 외국과 수교를 기념하는 것은 해외공관에 가서 전통무용과 태권도 공연을 하는 정도였습니다. 동시대 예술이 교류를 하거나 이후 지속적인 네트워크를 형성하지는 않은 것이지요. 그래서 프랑스와 진행했던 ‘상호교류의 해’ 사업의 목적은 일회성 행사로 끝나는 것이 아니라, 앞으로 미래 세대들이 어떻게 지속적인 관계를 가져나가도록 할 것인가에 초점을 맞추기로 양국이 합의를 했습니다. 프랑스는 ‘상호교류의 해’ 사업을 통해 한국뿐만이 아니라 많은 국가들과 교류를 하는데, 이 교류 프로그램을 통해 자국의 문화를 가장 효율적인 방법으로 알려내고 있다는 생각이 들었습니다. 프랑스-이스라엘, 프랑스-콜롬비아 등 국가차원의 교류행사가 정례화되어 있는 것은 물론, 파리-런던, 파리-뉴욕 등 도시끼리 교류 프로그램도 다양하게 만

들어지고 있고, 세계 곳곳에 있는 프랑스문화원이 이 사업을 체계적으로 실행하고 있습니다. 프랑스문화원은 외교부와 문화부의 협력하에 ‘상호교류의 해’ 사업을 통해 자국 문화를 세계 곳곳에 더 활발하고, 체계적으로 알려내는 데 큰 역할을 하고 있습니다. 프랑스는 특히 시각예술 작가들의 출판 지원도 적극적으로 하고 있습니다. 모든 문화는 책으로부터 시작되고 모든 문화는 책으로 기록되어야 한다는 의식을 가진 나라답지요.

미국은 온라인 홍보마케팅을 재미있고 다양하게 활용하고 있어서 눈여겨 볼만합니다. 뉴욕 메트로폴리탄박물관에는 ‘넥스트 제너레이션(Next Generation)’이라는 프로젝트가 있습니다. 아시다시피 메트로폴리탄박물관은 오래된 미술관입니다. 그냥 정체되어 있으면 나이든 세대의 관객들은 알아서 오겠지요. 그런데 어떻게 하면 젊은세대들을 오게할까 고민하다 시작한 게 바로 ‘넥스트 제너레이션’ 프로젝트입니다. 미술관이 관객과 소통하는 방법을 디지털로 전환하자는 것이지요. 2016년 6월 기준으

로 1년 동안 박물관 방문객은 670만 명인데 홈페이지 방문객은 3950만명이었다고 합니다. 그런데 박물관 페이스북 방문객은 몇 명이었는지 아세요? 무려 2억3000만 명이었습니다. 앉아서 관객이 오기를 기다리는 게 아니라 온라인 소통을 통해 관객을 찾아가는 것이지요. 이렇게 온라인으로 먼저 찾은 관객은 나중에 박물관으로 실제 방문하는 것으로 이어지는 경우가 많다고 합니다. 그래서 ‘넥스트 제너레이션’ 프로젝트는 메트로폴리탄박물관 관람객 수 증대에 지대한 영향을 끼쳤습니다. 뉴욕 브록클린 미술관에서는 ‘에스크(ASK)’라는 앱을 만들어 성공했습니다. 미술관내에서만 작동하는 앱인데, 전시를 보다가 질문이 생기면 관객이 문자로 즉시 질문하고 답변을 받는 것입니다. 미술관에 이것을 답하는 전담 직원이 6명 있는데, 관객들의 질문 자체가 미술관의 데이터베이스가 되어서 미술관 관람객의 성격을 분석하고 다음 프로그램을 구성하는데 유용하게 쓰이고 있다고 합니다.

예술경영지원센터의 시각예술 지원 사업

목표	사업명
미술시장 정보제공	미술시장 실태조사, 한국미술 국제교류 플랫폼(더아트로), 미술품 거래정보 온라인 제공시스템 구축
매개인력 육성지원	시각예술 글로벌 기획인력 육성, 미술품 감정 전문인력 육성
한국미술 유통 촉진 지원	작고작가 전작도록 발간 지원, 원로작가 디지털 작품집 제작지원, 시각예술도록/자료 번역 지원, 작가 미술장터 개설지원
미술품 해외시장 개척 지원	해외 아트페어 참가 지원, 국내 아트페어 활성화 지원, 코리아 갤러리 위켄드, 코리안 아트쇼 지원

예술경영지원센터가 지원하는 ‘코리아 갤러리 위켄드’의 국제 패넬토크인 <K-ART Conversation>에서 뉴욕시립대(CUNY) 데이비드 조셀리트 교수가 ‘아시아 추상미술 깊게 읽기’에 대해 강의하고 있다.





“해외 문화를 보면 우리 문화와 경제에 기여
하게 된다. 우리가 남을 즐길 줄 알아야 남도
우리를 즐길 수 있다”

“문화는 유동적인 것, 주고 받는 것. 주고 받는
가운데 소통이 되고 스토리 만들어진다. ‘문
화의 혼성코드’를 받아들이자.”



이주현
미술평론가

한국현대미술에 대한 글로벌 시각의 출판물도 필요

이대형 | 현대자동차 아트디렉터

프랑스에서 세계 10개국의 큐레이터 10명을 뽑는 ‘비주얼 포커스’라는 프로그램을 합니다. 제가 영광스럽게도 거기 뽑혀서 프랑스에 초청이 되어 갔는데, 재미있는 것은 우리를 풍피두센터처럼 이미 유명한 미술관으로 데리고 가지 않는 것입니다. 우리가 모르는 프랑스의 숨은 미술 현장에 데려가서 프랑스의 작가들을 만나게 해주었습니다. 세계의 큐레이터들을 자국 나라 아티스트들과 연결해주는 것이지요. 그런데 파리에 있는 아티스트들이 다 프랑스 출신이 아니잖아요. 그곳에서 활동하고 있는 외국 작가들과도 만나게 해주는 것이지요. 현대에는 도시가 얼마나 글로벌한가에 따라 도시의 가치가 정해지는데, 그런 것을 보여준다는 생각이 들었습니다. 그리고 프랑스가 미술 출판을 중요하게 생각한다는 얘기를 하셨는데, 자국의 미술을 알리는 출판물은 콘텍스트가 아주 중요한 것입니다. 저희 현대자동차가 미국 LA 카운티미술관인 라크마의 전시 및 전시와 관련된 활동을 지원하는데, 여

기엔 물론 출판도 들어갑니다. 그런데 라크마의 경우 출판물의 필자 중 절반 정도는 반드시 글로벌 필자로 합니다. 요즘 우리나라 단색화에 대한 세계적 관심이 높아지므로 단색화와 관련한 출판에도 글로벌 필자들이 참여하게 한다면 좋을 것 같습니다.

이규현 | 이앤아트 대표

황보유미 차장님이나 이대형 디렉터 말씀을 들으니, 역시 프랑스는 예술 마케팅을 정말 잘하는 것 같습니다. 하지만 진짜 마케팅이 필요한 나라는 프랑스처럼 이미 예술 선진국으로 알려진 나라보다는 우리나라처럼 잘 안 알려진 나라일텐데요, 오늘 참석하신 분들 중 현대미술 기획자들이 계신데, 잘 안 알려진 나라의 현대미술을 기획하고 마케팅 할 때 어려운 점은 무엇이 있을까요?

김금희 | 코리아투모로우 대표

최근 한국 작가들이 미국에 가서 그룹전시를 했는데 전시한 미국 갤러리가 파산을 하는 바람에 이후 문제가 되어서 소송까지 갔다고 합니다. 저희도 올해 스위스의 한 갤러리에서 한국 현대작가 그룹전을 해서 한국 작가 9명을 모시고 가 전시와 퍼포먼스를 했는데, 이 때에도 스위스 갤러리의 신뢰도를 체크하는게 살짝 걱정이 되었습니다. 외국 갤러리와 협업을 할 때엔, 그 갤러리가 과연 믿을 수 있는 곳인지 크레딧 체크하는 것이 어렵습니다. 우리 작가들이 피해를 입는 일이 없도록, 예술경영지원센터같은 기관에서 해외 기관의 크레딧 체크 지원도 해주면 좋겠습니다.

황보유미 | 예술경영지원센터 차장

콘텐츠진흥원이 문화예술 국제교류에서는 무역협회 같은 역할을 하기 때문에 해외 문화기관 크레딧 체크도 해줍니다. 그리고 예술경영지원센터도 해외네트워크가 워낙 좋기 때문에 해외 파트너십을 가진 그 나라의 정부기관에 그 나라 특정 기관의 리스크 체크나 크레딧 체크를 해달라고 요청할 수 있습니다. 예술경영지원센터의 이름이 ‘Korea Arts Management Service’로 서비스를 제공하는 기관입니다. 그래서 저는 문화예술인들께 우리 기관의 서비스를 적극 활용해 달라고 합니다.

작가의 ‘스토리텔링’ 매우 중요

황성걸 | 홍익대학교 산업디자인학과 부교수

미국 미술관들의 온라인 마케팅 사례가 흥미롭습니다. 우리나라에서도 온라인 채널을 만드는 것도 중요하지만 콘텐츠가 더 중요할 것입니다. 그런데 우리나라가 아티스트들은 가지고 있는 콘텐츠의 힘에 비해 스토리텔링이 부족하다는 생각이 듭니다. 유럽 사람들은 스토리를 만들어서 공감대를 형성하게 하는 능력이 뛰어나다. 우리나라 사람들도 본디 스토리텔링의 소질은 많은데 아티스트들이 자기 작품과 자기 자신에 대한 스토리텔링을 충분히 하지 못하는 것 같습니다.

이대형 | 현대자동차 디렉터

영국에서 유학하는 한국 작가들을 만나보니까, 한국에서는 그림을 얼마나 많이 그릴 수 있을까를 고민했는데 영국에 와서 보니 작가들이 서로 잡담하는 데 시간을 많이 보낸다고 합니다. 작가들이 서로 만나 이야기하는 동안 각자의 변별력이 만들어지고 자기만의 스토리가 나오고, 스토리가 나오니까 작업을 빨리 많이 해야한다는 조금증이 사라져서 오히려 작업하는데 도움이 된다고 합니다.

‘작품’ 두려움 버리고 문화의 ‘혼성코드’ 이해해야

편완식 | 세계일보 미술전문기자

해외 미술관계자들이 우리 작가들의 작품을 보면 “이 작가의 스토리가 무엇이나?”를 꼭 묻습니다. 미국의 미술관계자들이 한국 현대미술에 대해 얘기할 때 스토리가 없다는 얘기를 종종 합니다. 문화 콘텍스트에 대한 스스로의 이해가 부족하기 때문일 것입니다. 우리가 우리 문화에 대해 일종의 콤플렉스를 가지고 있는 것 같다는 얘기도 많이 합니다. 우리 근대화 시기에 서구문화의 영향을 받을 수밖에 없는 시기가 있었습니다. 그런데 그런 게 문화의 본질입니다. 문화는 유동적인 것, 주고 받는 것입니다. 주고 받는 가운데 소통이 되고 그래야 스토리가 만들어집니다. 우리만 가지고 있는 무엇을 해야한다, 서양에도 있는 것을 하면 짝



김보라
성북구립미술관장

통이 될까봐 두렵다 하는 것은 일종의 콤플렉스입니다. K-Pop도 결국 서구에서 받은 것을 혼성한 것이 아닌가요. 그래서 국제적으로 더 소통이 잘되는 것이지요. 한국만 가지고 있는 문화를 이해하는 것도 중요하지만 ‘문화의 혼성코드’를 이해하는 것도 중요합니다.

이주현 | 미술평론가

요즘 해외여행이 너무 많아졌다고 걱정하는 목소리도 있는데, 사실 해외에 나가서 많이 보면 그만큼 우리 문화와 경제에 기여를 하게 된다고 생각합니다. 저는 그리스의 문화예술도 경주의 문화예술처럼 우리의 문화유산이라고 생각합니다. 한자문화를 쓰는 우리나라에서 중국문화를 남의 문화라고 할 수 있습니까. 대영박물관의 가장 좋은 자리에는 그리스의 파르테논 신전을 전시해 놓았습니다. 영국이 주체성이 없어서가 아니지요. 문화는 피처럼 들고 도는 것이기 때문입니다. 우리가 남을 즐길 줄 알아야 남도 우리를 즐길 줄 알게 됩니다. ‘나’ ‘우리’라는 한계를 벗어



나기 위한 노력이 바로 외국에 ‘나’와 ‘우리’를 알리는 길이라고 생각합니다.

민병직 | 독립큐레이터

디지털 플랫폼 얘기가 나오는데, 어떤 전시를 알릴 때, 특히 우리에게 이런 작가가 있다고 해외에 알릴 때 디지털 플랫폼이 당연히 중요합니다. 하지만 막상 만들어놓은 사이트에 콘텐츠 업데이트나 관리가 잘 안되어서 죽은 정보가 많은 것은 한계입니다. 홍보할 플랫폼과 콘텐츠를 만드는 것만이 아니라 활성화하는 방법이 더 중요합니다.

이대형 | 현대자동차 디렉터

흔히 미술관 가는 문턱이 높다고들 하는데, 실패한 디지털 플랫폼을 보면 디지털 측면에서도 미술관 문턱을 높게 해놓았습니다. 실제 성공한 디지털 플랫폼을 보면 세 가지 특징이 있습니다. Now, 즉 실시간, 커스터마이징, 즉 각 타깃 관객에 따라 다르게 제공 하는 것, 그리고 마지막으로 심플입니다. 실제 사람들의 생각의 동선을 따라서 큐레이팅 하는 디지털 큐레이팅이 필요합니다.

김보라 | 성북구립미술관장

저희 성북구립미술관은 처음에는 외국 작가를 전시를 하다가, 최근 몇년 동안은 한국 작가를 어떻게 한국 작가로 만들어 스토리텔링할 것인지 고민했습니다. 그래서 한국의 근대와 현대를 잇는 지점에 있는 작가들을 중심으로 미술관의 전시 방향을 잡았습니다. 성북동이 외국인들이 많이 오는 지역이다보니 가끔 외국인 관광객이나 미술계 인사들이 우리 미술관을 찾습니다. 그럴 때 외국인들의 반응을 관찰하는데, 외국 미술관계자나 컬렉터들이 관심 보이는 작가는 손재형이나 변관식같은, 우리가 관심을 별로 안가지는 근대 작가들이었습니다. 소전 손재형은 추사의 세한도를 일본에서 가지고 온 주인공이면서 자기 자신이 근대 서예가입니다. 손재형의 서예를 전시 했을 때 외국 미술계 인사들이 너무 좋아하며 ‘왜 이런 전시를 외국에 가지고 나와서 전시를 하지 않

느냐’고 까지 했습니다. 그 도록을 500부 찍었는데, 도록이 판매로 절판된 것은 처음이었습니다. 한국만이 가지고 있는 콘텐츠가 해외에 한국미술을 알릴 때 강점이 있는 것을 깨달았습니다. 현대미술에 대한 지원은 활발한데, 우리가 잘 알지 못하는 근대의 숨은 우리 미술을 해외에 전시하는 지원도 있으면 좋겠습니다.

• ‘현대자 아트살롱’은 현대자동차가 문화예술계 인사들을 초청해 미술계 이슈에 관해 토론의 장을 마련하는 모임입니다.

1. 미술의 글로벌리즘

P13	© Marc Domage, Courtesy of FIAC
P14	Photo by Andrea Avezzi, Courtesy of La Biennale di Venezia
P15(상)	Photo by Andrea Avezzi, Courtesy of La Biennale di Venezia
P15(하)	Photo by Francesco Galli, Courtesy of La Biennale di Venezia
P16	© Martin Hieslmair, Courtesy of Ars Electronica
P17	© Robert Bauernhansl, Courtesy of Ars Electronica
P18	© Art Basel
P21	© La Biennale di Venezia
P22~23	© Lee Wan
P24	© Cody Choi
P25	© Lee Wan
P26	© La Biennale di Venezia
P28	© Cody Choi, Courtesy of Arario Museum
P31	Photo by Ben Symons, Courtesy of Daniel Boyd, Roslyn Oxley9 Gallery Sydney, Station Gallery Melbourne
P32~34	Courtesy of UAE Embassy in Seoul
P36~38	© 김태진
P40~41	Courtesy of Lee Bul, Biennale of Sydney
P44~45	© 채승우
P46~47	Courtesy of Kimsooja
P48~54	© 채승우

2. 미술작가와 기관

P61~62	Photo by Martin Argyroglo, © Fondation Louis Vuitton, Martin Argyroglo, DB-ADAGP, Paris 2016
P63	© Louis Vuitton Malletier SA paris
P64	Photo by Luc Boegly, Courtesy of Cartier Korea
P65	Photo by Luc Boegly, © Bernie Krause & UVA, Courtesy of Cartier Korea
P 68~69	사진: 최민석, © 헤리티지 뮤인
P71	© 채승우
P73~74	© 김새울
P76	© 채승우
P77	© 김새울
P81~93	© Tate Photography
P95	Courtesy of Kimsooja, 국립현대미술관
P96~97	Courtesy of 안규철, 국립현대미술관
P99	© 채승우
P101	© 채승우
P102~107	Courtesy of Kimsooja, 국립현대미술관
P108~111	Courtesy of 임흥순, 국립현대미술관
P113	© 채승우
P114~115	Courtesy of 임흥순, 국립현대미술관
P117~118	© 채승우
P121	© Bloomberg LP MMXVII ('Brilliant Ideas' 영상캡처)
P123	Courtesy of Subodh Gupta and Arario Gallery
P124	© Abraham Cruzvillegas, Photo credit: Andrew Dunkley, © TATE 2015
P127	photo by Alex Delfanne, © Diana Thater, Courtesy of Houser & Wirth
P 130	Photo by Jeon, Taegsu, © Do Ho Suh, Courtesy of the Artist and Lehmann Maupin Gallery, New York/Hong Kong and 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa, Japan
P133	© Random International, Courtesy of Random International, MOMA, New York, NY
P136~137	© Bloomberg LP MMXVII ('Brilliant Ideas' 영상캡처)
P141	© Yeondoo Jung

III 한국현대미술의 세계화

p146~147	© 국립현대미술관
p148	© 서울시립미술관
p149	© 루푸
p152	Courtesy of 현대 모터스튜디오 서울
p155	Courtesy of 현대 모터스튜디오 서울
p157	Courtesy of 송은문화재단
p158~159	© 배정완, Courtesy of 현대 모터스튜디오 서울
p160	© 예술경지원센터
p161	© 구본희
p162~163	© 채승우
p164	© 예술경지원센터
p166~170	© 채승우

《Hyundai Motor Art》에 대해



《Hyundai Motor Art》는 현대미술, 예술후원, 아트 마케팅을 주제로 현대자동차가 발간하는 서적입니다. 매년 한 개의 주제를 정해, 그 주제와 관련된 현대자동차의 문화예술 활동 철학 및 미술 전문가들의 원고를 담고 있습니다. 특히 앞으로 우리 문화예술계를 이끌어갈 인재들에게 도움이 되는 참고서로 활용될 수 있도록 관련 분야 전문가들의 원고, 인터뷰 등을 실고 있습니다. 또, 현대자동차는 문화계 인사들이 모여 미술 문화 발전을 위한 현안을 이야기하는 토론회인 ‘현대차 아트살롱’을 비정기적으로 열고 있는데, 이 토론회에 참석한 강연자의 강의 및 참석자들의 토론 내용도 함께 책에 실고 있습니다.

Vol.1는 《Hyundai Motor Art 2015: 예술과 마케팅》이라는 제목으로 2016년에 발간되었습니다.

기업의 예술 후원, 예술과 마케팅의 상관관계, 아티스트 후원, 예술 후원의 미래 등에 대한 내용을 담았습니다. “예술과 마케팅의 실용적인 만남, 아트 인퓨전”(서울대 김상훈교수), “중국 미술 시장과 아티스트 마케팅”(연세대 곽주영교수), “예술 후원과 예술 마케팅의 바람직한 미래상”(용호성 주영 한국문화원장) 등 전문가들의 심도 있는 글이 실려있습니다.

Vol.2 는 《Hyundai Motor Art 2016: 예술과 커뮤니케이션》이라는 제목으로 2017년에 발간되었습니다.

예술을 대중에게 잘 전달하기 위해 문화 기관들이 어떤 노력을 하는지, 기업은 이러한 소통에 어떤 영향을 끼치는지 등을 다루었습니다. “커뮤니케이션학의 발전과 변화”(이자연 미국 리하이대교수), “시각예술의 감상 과정”(지상현 한성대교수), “소통을 확대하기 위한 문화 기관의 변화”(기혜경 서울시립북서울미술관 운영부장), “예술 후원이 한국 미술 국제화에 미치는 영향”(호경윤 아트저널리스트) 등의 글이 실려있습니다. 커뮤니케이션학의 이론과 비주얼 커뮤니케이션 전문가 인터뷰로 시작해, 예술을 대중에게 전달하는 새로운 방법과 양상에 대해서 폭넓게 다루었습니다.

세 번째부터는 연도대신 번호를 붙여 《Hyundai Motor Art Vol.3: 미술과 글로벌리즘》이라는 제목으로 발간했습니다.

현대차는 국내외 미술관 및 미디어 그룹들과 중장기 파트너십을 통해 다양한 협업을 추진하고 있습니다. 국립현대미술관 <MMCA 현대차 시리즈>, 영국 테이트 모던 <현대 커미션>, 그리고 미국의 LACMA 미술관과 진행하는 <더 현대 프로젝트>가 대표적인 예입니다. 현대차는 보다 많은 사람들이 예술을 경험할 수 있는 환경을 만들고, 예술가, 큐레이터, 평론가들이 함께 참여할 수 있는 예술 생태계를 구축하고자 노력하고 있습니다. 《Hyundai Motor Art》는 이런 노력의 일환으로 발간 되는 책입니다. 이 시리즈물이 한국의 현대미술을 사랑하고 예술 후원과 예술 마케팅에 관심 있는 분들의 연구에 보탬이 되기를 바랍니다. 《Hyundai Motor Art》는 비매품으로 전국의 대학 및 미술기관에 배포되며, 국립중앙도서관, 국회도서관, 현대 모터스튜디오 서울 및 전국 각 대학 도서관에서 열람할 수 있습니다. <http://enart.kr> 자료실 에서도 책 전문을 다운받으실 수 있습니다.

문의 : enart@enart.kr

Hyundai Meets Art.

Introducing art into our lives.



Hyundai Motor Art Vol.3

미술과 글로벌리즘

발행

현대자동차

기획 · 진행 · 편집

이앤아트

디자인 · 제작

DB communication

발행일

2018년 4월

Copyright©2018. Hyundai Motor Company
All Rights Reserved

이 책은 저작권법에 따라 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재와 복제를 금지하며,
이 책의 내용 전부 또는 일부를 이용하려면 반드시 현대자동차의 서면 동의를 받아야 합니다.
No part of this publication may be reproduced or utilized without permission of
Hyundai Motor Company.

