

## 대토론회 녹취록 1부

---

류재수

안녕하십니까? 한국문화예술위원회의 문학시각예술본부 류재수 본부장입니다. 오늘 날씨가 올 들어 가장 춥다고 하는데도 불구하고 이렇게 많은 분들이 '글로벌 아트마켓 프로젝트, 미술시장 대토론회'에 참석해 주셔서 감사드립니다. 아시다시피 2015년 미술품해외시장개척지원사업이 문예진흥기금사업으로 편성되면서 공모제로 변화되어 운영되었습니다. 분기별로 총 4회에 걸쳐 공모와 심의가 이루어졌고 미술시장의 주체인 갤러리와 관련 협회, 단체들이 다양한 사업을 신청해 주셨습니다. 1년 동안 심의를 맡아주신 심의위원들께서도 충실한 심의가 될 수 있도록 다양한 의견의 공유와 심도 깊은 논의를 해주셨습니다. 4차례에 걸친 심의위원회의 논의 결과 올해 미술시장에서 활동하는 다양한 주체들의 많은 노력과 성취가 있었지만 한편으로 적지 않은 한계점도 있다는데 의견을 함께 하게 되었습니다. 따라서 미술시장에 대하여 관련 전문가와 미술 생태계에서 활동하는 다양한 분들이 한 자리에 모여서 2015년도의 성과도 함께 되돌아보고, 2016년도를 전망하면서 어떤 부분들을 개선해 나가야 할지 함께 이야기를 나눠보는 자리를 마련하는 것이 필요하다고 의견을 모았고 이러한 취지에서 대토론회 사업이 기획되게 되었습니다.

오늘 대토론회에서 논의되는 내용들은 주최측에서 녹취, 정리해서 배포할 예정입니다. 그리고 2016년부터는 미술시장 관련 지원사업이 예술경영지원센터에서 주관하게 됩니다. 이 자리에 담당 직원 분들도 나와 계십니다. 지원사업 주체가 변경되지만 현장의 혼선의 없이 연락처가 될 수 있도록 한국문화예술위원회와 예술경영지원센터가 신경을 쓰도록 하겠습니다.

그리고 2015년 미술품해외시장개척지원사업을 운영하면서 한국화랑협회에서 많은 이해와 협력을 해 주셨습니다. 오늘 발제도 맡아주신 한국화랑협회 박우홍 회장님께 감사의 말씀을 드립니다. 오늘 회의는 1부와 2부로 나뉘지는데요, 1부는 한국문화예술위원회 위원이신 정연심 홍익대학교 교수님께서 진행해 주시고, 2부 종합토론에서는 경희대학교 최병식 교수님께서 진행을 해주시도록 하겠습니다. 그러면 많은 분들의 발표가 준비되어 있기 때문에 시간을 아끼기 위해서 바로 1부 세션으로 들어가도록 하겠습니다. 1부 사회를 맡아주실 정연심 위원님을 소개해 드리겠습니다.

정연심

안녕하세요. 소개받은 정연심입니다. 미술관에 있는 작품과 갤러리에 있는 작품은 서로 연관관계가 굉장히 많은 것 같습니다. 20세기에 들어서는 미술시장이나 갤러리에 작품이 걸리지 않는다면, 미술관에 작품이 소장되기가 상당히 힘든 현실이 되었다고 할 수 있겠습니다. 오늘 우리가 글로벌 아트마켓을 중심으로 대토론회를 하게 됐는데요, 어떻게 보면 미술시장 뿐 아니라 갤러리, 비평가 등이 함께 모여서 이런 글로벌 아트마켓에 대

한 대토론회를 시작하는 것은 아주 드문 경우라 할 수 있습니다. 지난 몇 년 간 단색화를 중심으로 국제 미술시장에서는 단색화 열기가 시작되고 있습니다. 또 한편으로 보자면, 단색화 때문에 다양한 한국 현대미술의 총아들이 소개되지 못하는 그런 일면도 있다고 봅니다. 이런 것들을 우리가 한 번 되새겨 보고 올해와 내년에 글로벌 아트마켓에 대처하는 전략들을 토론해보기 위해서 이자리가 준비되었습니다.

먼저 제 1부를 진행하기에 앞서서 많은 내빈들이 여기 참석하셨는데요, 대구 화랑협회 회장님이신 허두환 회장님을 비롯해서, 윤 갤러리 총괄이사이신 윤용철 이사님, 강경희 피카소 갤러리 대표님, 이승훈 본 화랑 대표이자 한국화랑협회 홍보이사님, 그리고 미술시장에 대해서 많은 글을 쓰시는 서진수 강남대 교수님, 장덕생 화랑협회 사무총장님, 그리고 서울 시립미술관 백기영 전시부장님을 비롯해서 문화관광부에 신은향 과장님과 조현성 사무관님께서 참여하여 주셨습니다. 그래서 저희가 1부가 끝나고 2부 후에는 패널들과의 종합토론 시간이 있기 때문에 여러분들께서 많은 질문들을 함께 토론할 수 있는 뜻 깊은 기회가 되길 바랍니다. 제 1부 첫 발제로는 KIAF에 관해서 발표하실 한국화랑협회 박우홍 회장님께서 발제를 시작하겠습니다. 큰 박수로 맞이하여 주시기 바랍니다.

박우홍

제가 오늘 관람하시는 분들께 주최자를 대신해서 양해를 구하겠습니다. 사실은 오늘 발제자들이 많은 준비를 했는데 발표자가 많기 때문에 시간을 10분으로 한정해서 상당히 아쉬움이 남습니다. 어떻게 보면 수박 겉핥기식의 발표가 되지 않을까 상당히 우려스러운데, 오늘 점심을 같이 나누면서 최선을 다해서 실상과 앞으로의 미래지향적인 쪽으로 대토론회가 마감될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다. 첫 발제자라 걱정도 되고 10분 안에 과연 제가 드리고 싶은 말씀 다할지 모르겠지만 양해를 부탁드립니다 시작하겠습니다. 여기 발제 제목 중에 하나가 KIAF 아트서울의 글로벌 전략과 발전 방향이란 타이틀로 시작하는데요, 여기 참여하신 분들이 직접 갤러리 운영하는 분들부터 미술이론, 미술행정, 또 여러 방면에서의 관심자들까지 계신 것으로 압니다. 이러한 토론회 가운데 가장 많은 인원이 참석했다는 생각이 드는데요, 혹여 화랑협회 입장에서 미진한 부분이 있더라도 양해해주십시오.

2000년도 들어서 글로벌 미술시장이 아트페어로 다시 편제가 되기 시작합니다. 그 이유 중에 하나는 국제화의 심화에 따른 인적, 물적 교류의 활성화와 더불어서 인터넷을 통한 정보의 개방화 때문이라고 할 수 있습니다. 따라서 컬렉터들에게 한국에서 개최되는 국제아트페어가 더 이상 먼 나라의 이야기가 아니라 언제든 방문 가능한 곳이 되었습니다. 해외작가에 대한 정보, 자국의 미술시장에 대한 정보, 또 각국 아트페어의 양적인 팽창을 지켜보면서 이런 경험들이 다수의 사람에게 경험으로 축적이 되고 질적인 상향을 할 수 있었던 여건에 의해서 아트페어가 국제화되고 다양화 되었습니다. 여러 분들이 오늘 받으신 디렉토리 북을 보시면 국제적인 아트페어가 150개를 상회하고, 국내의 아트페어만 보아도 56개가 상존하

고 있습니다. 따라서 아트페어라고 하는 것 자체가 미술시장에 큰 역할을 담당하고 있고, 그로 인해서 글로벌화 할 수 밖에 없는 그런 시점에 있다고 볼 수 있습니다. 한국을 대표하는 아트페어인 KIAF는 코리아 인터내셔널 아트페어의 약자로 이와 더불어 2015년부터는 세계적인 추세가 지역성을 강조하고 있는 만큼 서브타이틀처럼 아트서울을 붙여 운영해나가고 있습니다. KIAF는 올해 들어서 15회를 기록하고 있습니다. 조금 아까 말씀드렸듯이 2000년에 아트페어가 국제화되면서 이러한 추세에 의해서 KIAF가 국내를 대표하는 것이 아닌 아시아의 대표적인 아트페어로 자리잡기 시작했습니다. 아울러서 홍콩의 아트바젤 커뮤니티가 형성이 되고 아트바젤 팀에 의해서 국제화를 더 가속화시키는 결과를 가져오기 시작합니다. 그런데 여기서 폐해라고 할 수 있는 것이 서양의 잣대로 동양의 미술과 동양의 미술세계를 평가하는 모순을 낳게 된 것입니다. 그러면서 아시아 지역에 있는 각국의 미술시장에서는 아연 긴장을 할 수 밖에 없었습니다. 서양의 잣대로 미술시장을 재단하는 것 자체가 과연 얼마나 객관성을 지니고 있느냐하는 의견들이 나오기 시작했습니다. 그래서 2015년인 작년에 'APAGA(Asia Pacific Art Gallery Alliance)'라는 아시아의 8개국의 화랑협회 회장들의 모임이 결성됩니다. 여기서 주창하는 것 중에 하나가 2년 전에 싱가포르에서 시작된 이야기입니다만, 원아시아를 주창하기 시작합니다. 이게 무엇인가 하면은, 아시아가 하나라는 글로벌적인 접근을 아시아부터 통합해서 해보자는 운동이 일어나기 시작합니다. 그래서 APAGA 멤버들이 4회에 걸쳐서 회합을 갖기 시작합니다. 결성은 2015년 2월에 서울에서부터 시작 되서, 5월에 홍콩, 7월에 호주, 10월에 대만, 11월에 북경, 이렇게 1년 동안 아시아미술시장에 독자성을 가지고 시장 간의 시너지 효과를 갖기 위해서 아시아화랑협회 회장모임에서 적극적인 액션을 취하기 시작하기에 이르렀습니다.

그래서 그 결과를 보면. 구체적인 사업으로 꼭짓점에 있는 것은 2020년에 동경올림픽에 맞춰서 아트페어가 하나 결성이 되어 있습니다. 지금 대만 화랑협회장이 APAGA화랑협회장을 맡고 있는데, 아시아화랑협회 주최로 동경에서 열릴 국제아트페어에 각국의 컬렉터 20명, 작가 10명, 갤러리 20곳을 참여시키기로 했습니다. 이렇게 각국의 아트페어의 컬렉터와 화랑과 작가와 관심 있는 애호가들의 시선을 모으고 시너지 효과를 모을 수 있도록 전력투구해서 같이 원아시아를 위해서 도모하기 위해서 약속했습니다. 그리고 또 하나는 작가들과 미술계에 도움이 될 수 있는 레지던시를 서로 교환해서 각국의 젊은 우수한 작가들을 공유할 수 있는 시스템을 구축하기로 약속했습니다. 올해부터 추진을 시작할까 합니다. 여기에 따른 전제는 원아시아라는 타이틀에 접근하고자하는 관계 때문에 그렇습니다. 전반적으로 3-5년 사이에 아시아에 부는 외부적인 바람에 의해서 결성은 됐지만, 아시아를 하나로 묶어서 아시아 미술을 한 단계 더 도약시키고 공유할 수 있는 시스템을 갖자고 하며 결성이 되었습니다.

그럼 KIAF는 앞으로 어떻게 전략적으로 접근해나갈 것이냐 하는 문제가 있습니다. 2015년부터 KIAF가 전환점을 돌았다고 보며 적극적인 변화를

모색했습니다. 첫째는 글로벌화 해야 한다. 저희가 2015년 'KIAF 2015'에서 자그마하지만 변화를 갖기 위해서 시도된 바가 있습니다. 4개국의 컬렉터와 미술계 인사와 화랑에 초청해서 KIAF에 아시아의 중심적인 페어로 발돋움하기 위해서 시도해서 계속 자그마하지만 성과를 거둔바 있습니다. 이게 바로 뭔가 하면, 조금 아까도 말씀드렸듯이, 원아시아를 위해 아시아화랑협회장들이 적극적으로 나서서 행동하기 위한 일련의 작업입니다.

두 번째로는 아트페어를 통해서 전략적으로 전시기획을 추진하고자하는 변화를 시작했습니다. 이는 다양한 국제미술의 흐름에 관계하는 것만이 아니라 이를 토대로 아시아미술이 관심 갖고 있는 영향력 있는 컬렉터의 방문의 장을 만들어 가고 관심을 이끌어내는 직접적인 계기로 KIAF를 활용하기 위한 전초적인 전략입니다. 사실은 미술시장이 아시아시장에서 여러분들이 잘 아시겠지만, 살아있다고 표현하는 활발하다고 표현할 수 있는 장소로는 역시 홍콩일겁니다. 홍콩의 경우가 바젤 오거나이저들이 관여함으로써 아시아 지역에서 가장 우월성을 가지고 있지만, 그에 버금간다고 말할 수 있는 서울 또한 아시아에서는 파급력도 있고 효율성을 가지고 있다고 저희는 자부하고 있습니다. 하지만 그 여파가 아직 크게 작동하지 않기 때문에 저희가 이런 변화의 꼭짓점에서 좀 더 적극적인 행동을 통해서 KIAF를 발전시키고자 합니다. 아까 말씀드렸지만, 대만 아트페어 같은 경우는 25년의 역사를 가지고 있고, KIAF같은 경우는 올해가 15년째입니다. 그런데 저희가 가지고 있는 대표성이라고 하면, 7,8년 전까지만 해도 아시아를 대표하는 아트페어였습니다. 그런데 현실적인 상황에서 보면 홍콩 바젤에 의해서 자칫 잘못하면 2,3위권 밖으로 밀릴 수 있는 처지에 있고, 여러 가지로 세계 시장이 어렵고 힘든 상황에 점점 빠져드는 입장에서 저희는 노력을 배가할 수밖에 없고, 이를 통해서 아시아에서 최고의 아트페어를 지향하기 위해서 여러 가지 노력을 하고 있습니다. 이를 전제로 해서 가장 중요한 것이 글로벌화하지 않고는 아트페어가 성장할 수 없다는 점입니다. 56개의 아트페어가 한국에서 개최되고 있기 때문에 이러한 혼재된 상황에서 KIAF가 대표성만 가지고 갈 게 아니라 글로벌화해서 성장할 수 있도록 최선을 다하고 있다는 말씀을 드리고 싶습니다. 제가 처음에 말씀드렸듯이 시간관계상 글로벌화 하기 위한 지원이라고 얘기할 수 있는 제도를 잠깐 말씀드리고 오늘 발표 끝을 내도록 하겠습니다.

저희가 일련의 계획들을 실현하기 위해서는 두 가지 노력이 필요하다고 생각합니다. 그 첫째는 한국 미술계를 구성하는 각 행위자들의 적극적인 행보가 필요하다는 것입니다. 표면적으로 KIAF를 중심으로 한 계획이 구성되었지만, 궁극적으로는 한국 미술 전체의 발전이 도모되어야만 하는 겁니다. 한국미술계 발전을 위해서는 다양한 노력이 필요하겠지만, 가장 절실하게 필요한 것 중에 하나가 선도적 역할을 하는 집단의 대두입니다. 최근 단색화를 중심으로 한국미술에 대한 높은 관심이 세계적으로 형성되고 있습니다. 그리고 이것이 다양한 작가군과 보다 많은 한국미술계에 대

한 관심으로 파급력이 확장되기 위해서는 선도적인 집단이 필요하다고 생각합니다. 이에 바로 가장 적합한 집단이 1차 시장을 형성하는 유통행위자인 상업 갤러리군 이라고 말씀드릴 수 있습니다. 이는 가장 직접적인 한국미술 홍보가 바로 세계적인 미술관과 컬렉터들의 공간에 한국작가의 작품이 전시되고 소장되는 것이기 때문입니다. 그리고 이는 오로지 상업 갤러리를 통해서만 효율적으로 관리될 수 있다고 생각합니다. 물론 이를 위해서 한국 화랑협회와 KIAF를 위시한 상업갤러리들은 모두가 큰 흐름에 맞춰서 노력해야 될 부분이 많이 존재하고 있습니다. 그리고 상업 갤러리들의 노력은 정부의 후원아래 전략적인 지원이 바탕이 되어야만 한국미술의 발전을 기대할 수 있을 것입니다. 예를 들면, 미술주간행사라는 행사를 통해서 미술관 상업화랑 작가 그리고 다양한 예술행위자들이 KIAF와 연계해서 가능할 수 있는 시너지 효과를 얻을 수 있다고 생각합니다. KIAF를 통해 한국을 방문한 국제적 미술관계자와 미술관을 비롯한 다양한 공간을 방문하고 작가들의 작품세계를 경험하고 궁극적으로 작품을 소장하게 되는 것이 가장 이상적인 형태라고 생각합니다. 이를 위해서 화랑협회는 단계적으로 각 행위자들과의 소통과 연계를 지속적으로 추진할 예정입니다.

두 번째로 이 모든 것이 시너지 효과를 가지려면 정부의 지원에 대한 역할이 중요합니다. 앞서 잠깐 말씀드렸듯이 한국미술은 지금 현재 국제 미술계에서 차지하고 있는 영향력과 입지가 그렇게 크지 않습니다. 미술 분야가 산업으로서 중요함을 여러 차례 강조해도 부족하다고 할 수 있을 것입니다. 따라서 민간의 노력이 이를 뒷받침하고 정부의 정책과 재정적 후원, 현대 미술 구조에서는 이게 절대적이라고 얘기할 수 있을 것입니다. 최근 한국문화 역량의 가능성을 이야기할 때 항상 언급되고 있는 한국영화, 클래식, 케이팝 등은 정부의 후원이 뒷받침되었기 때문에 가능했을 것입니다. 이처럼 정부의 후원과 노력은 민간 산업발전에 큰 힘으로 작용하는 게 현실입니다.

예를 들면, 아트 타이페이 같은 경우는 3백만 불의 아트타이베이 아트페어의 10%를 국가에서 지원하고 또 젊은 작가의 기회를 위한 과감한 투자 역시 정부에서 지원하고 있습니다. 또 대만뿐 아니라 이웃나라 일본도 마찬가지입니다. 5천만 원에 달하는 지원금을 각 화랑에 사용할 수 있는 기금을 마련해서 적극적으로 일본 현대미술을 세계화하는데 일조하는 돈을 지원하고 있습니다. 이와 아울러서 독일 같은 경우도 적극적인 베를린 화랑협회와 해외 아트페어 홍보부스는 물론이고 각국 아트페어에 지원금을 책정해서 지급함으로써 큰 도움을 주고 있습니다. 싱가포르도 마찬가지입니다. 싱가포르 같은 경우는 국가의 지원책도 있지만, 정부 지원에 의해서 해외 화랑의 지점이 여러 개가 그곳에서 활동하고 있습니다. 이는 1년간 무료로 부스비를 안 받고 세제적인 조치도 취해주는 등 이런 다양한 지원책에 의해서 세계뿐 아니라, 아시아 각국이 자국의 현대미술을 과연 어떻게 효율적으로 세계화 하고 글로벌화하고 아시아의 대표시장으로서 대표 작가를 많이 키워나가느냐는 관심이 지대하게 있습니다. 시간이 지나서 잠깐

만 몇 가지 언급하고 제가 발표를 마칠까하겠습니다. 조금아까 말씀 드렸듯이 이런 모든 바탕이 국가의 전략적인 바탕과 지원 없이는 사상누각일 겁니다. 그래서 오늘 문광부의 과장님도 와계시고 또 미술 기획과 이론하시는 분들도 계시지만, 우리 모두가 국가적인 그런 정책에 이반될 수 있도록 많은 관심을 기울여주셨으면 하구요. 하나 마지막으로 드리고 싶은 말은 KIAF 초기에 몇 년간은 정부지원이 있었습니다. 그런데 납득 안 되는 이유로 단절되고 말았습니다. 수 년 간에 걸쳐서 한국화랑협회는 정부 지원이 끊긴 상태에서 KIAF를 대표 아트페어로 키우기 위해서 최선을 다해 달려왔습니다. 그래서 2016년 이후로는 전향적인 지원책이 강구되길 기대하면서 발표를 마치도록 하겠습니다.

정연심                    저희가 제한된 시간 안에서 발표를 하기 때문에 아쉬운 부분이 있으실 텐데요, 이 부분은 나중에 Q&A섹션을 통해서 보충하도록 하겠습니다. 다음 발제는 이화익갤러리의 이화익 대표님께서 해외사례에 대해 발제하시도록 하겠습니다. "아부다비에서 싱가포르까지 해외 아트페어 참가하기"라는 주제 중심으로 발제하시겠습니다. 환영해주십시오.

이화익                    안녕하세요. 반갑습니다. 추운 날씨에도 불구하고 많이 와주셔서 정말 감사합니다. 방금 박우홍 회장님께서 국내 아트페어 상황에 대해서 여러분께 말씀 드렸는데요, 저는 해외의 아트페어를 저희 화랑이 직접 참여해서 경험한 것을 토대로 해서 그 자료를 가지고 여러분께 발표하겠습니다. 우선, 화면을 보시면 저희가 지금 2006년에 싱가포르 아트페어에서 시작해서 최근부터 과거까지 참가했던 아트페어입니다. 최근에는 저희가 아부다비 아트페어를 작년 11월에 마지막으로 참여했는데, 아부다비 아트페어는 뒤에서 다시 설명하겠지만, 국가에서 직접 운영하는 아트페어입니다. 문화부 장관과 아부다비 문화관광청에서 아트페어를 직접 운영하고 있습니다. 사실 중동이라는 곳은 70년대에 석유가 나기 시작해서, 굉장히 부가 급부상한 곳인데 문화적으로는 사실 그렇게 축적된 곳은 아닙니다. 그래서 최근에 아부다비 정부에서는 축적된 부를 바탕으로 해서 문화강국으로 다시 탈바꿈하기 위해서 아주 큰 프로젝트들을 하고 있습니다. 조금 뒤에 다시 설명 드리겠습니다.

2015년에는 저희가 6월의 스코프 바젤을 우리 국가에서 지원해주는 아트페어로 참가 했습니다. 1월에는 아트스테이지 싱가포르를 참가했습니다. 아트스테이지 싱가포르는 작년까지 거의 10년을 나갔는데, 제가 사실 싱가포르를 맨 처음에 나가게 된 계기를 말씀드리자면, 저는 2001년에 화랑을 시작했습니다. 그리고 2005년부터 미술경기가 굉장히 좋아졌어요. 그래서 2006년에 해외로도 진출하기 시작하면서 싱가포르가 아시아의 허브이기도 하고 저의 그때 생각으로는 싱가포르가 스위스 같은, 아시아의 스위스 바젤 같은 곳이 되지 않을까하는 기대감이 있었습니다. 그런데 최근에 홍콩에 밀리고 있어요. 여기에는 아무래도 여러 가지 요인이 있겠지만, 홍콩은 지금 모든 것에 관세가 없습니다. 홍콩 전역이 면세구역이에요. 주

류까지도 면세이기 때문에 미술품 거래 역시 모든 것이 면세입니다. 그래서 아시아에서 홍콩 아트페어가 바젤에서 인수한 것이 제 작년인가, 얼마 되지 않았지만 현재 최고의 아트페어로 성장하고 있습니다. 저희가 작년에는 아부다비, 런던, 또 미국 쪽 아트팜비치, LA아트쇼 등의 미국 쪽 진출을 했었습니다. 그런데 만만치는 않았습니니다. 2013년에는 아부다비 아트페어를 비롯해서 런던, 아트 스테이지 싱가포르, 그리고 2012년에는 아부다비 아트페어, 아트스테이지 싱가포르를 나갔어요. 2012년에는 해외를 두 곳만 나갔는데요. 왜냐하면 2007년 말에 금융위기로 해서 전 세계 미술시장이 많이 얼어 붙어있었고, 저희도 해외로 나가면 정부 지원을 받더라도 저희가 쓰는 비용이 최저 2-3천만 원 에서 많게는 8천만 원에서 1억까지 되기 때문에 사실 어려운 경기 속에서는 1년에 한 두 차례도 저희한테는 굉장히 힘들었던 시기였습니다.

2010년에는 저희가 3군데를 나갔는데, 싱가포르와 두바이를 나갔습니다. 저희가 아부다비를 나가기 전에 이때 두바이를 가봤었어요. 두바이는 아랍에미리트의 두 번째 도시인데, 두바이는 사실 아부다비보다 아트페어를 먼저 시작했어요. 두바이 아트페어는 영국사람들이 와서 모든 컨셉을 조직하면서 운영하고 있었어요. 그리고 아부다비는 프랑스 쪽에서 운영 했고요. 그러니까 중동은 본인 자체의 인력들에서 전문 인력들이 많지 않기 때문에 유럽의 전문 인력을 본인들의 문화예술을 키워나가는 데 굉장히 많이 활용하는 것을 볼 수 있었어요.

그리고 2010년에는 코리아 아트쇼라고 해서 정부에서 지원해서 처음으로 해외아트페어에 한국 현대미술을 소개하자는 취지로 아모리쇼 기간에 참여했던 아트페어였습니다. 그리고 2007년 아트 싱가포르를 나갔을 때는 미술경기가 좋았던 때예요. 그때는 한국의 많은 화랑들이 중국에 지점도 내고 그랬어요. 저는 화랑은 내지 못했지만, CIGE라는 차이나 내셔널 컨벤션센터에서 열리는 아트페어에 나갔었습니다. 2007년만 해도 중국은 제가 보기에 우리나라의 1970년대 수준이라는 생각을 했어요. 그리고 또 중국은 지금도 마찬가지지만 해외 화랑들한테 작품을 판매하면, 판매에 따르는 세금을 33%를 매기고 있기 때문에 인터내셔널 아트페어가 성공할 수가 없어요. 중국 내에서 유일하게 홍콩이 중국 령이지만 세금이 없기 때문에 제일 잘되고 있는 거죠. 저희가 사례들을 통해서 알려드리겠습니다.

아부다비 아트페어는 매년 11월에 열리고 있는데 알 사디얏이라고 해서 사디얏이라는 섬에 문화 중심지를 만들고 있어요. 지금 구겐하임 미술관도 거기에 오픈할 예정이고요, 루브르도 곧 오픈할 예정이고, 그다음에 자국의 거대한 미술관까지 세 개의 큰 프로젝트가 동시에 운영되고 있어요. 저희가 지원을 해서 통과가 된 레터를 받은 것을 참고로 보여드리고요. 올해 저희가 사실 투자를 많이 했어요. 이전까지는 중간사이즈의 부스를 했었는데, 중간사이즈의 부스는 50스퀘어미터로, US달러 2만7천불 정도의 부스비를 내고 참가하는 거구요. 아부다비 아트페어의 특징은 소규모의 화랑을 참여시키면서, 국가에서 운영하고 컬렉션도 국가에서 직접 하기

때문에 사이즈가 큰 작품들을 그래도 많이 구입하는 편이에요. 그래서 저희가 작년은 큰 사이즈 작품을 가져가야되기 때문에 좀 큰 부스인 75스퀘어짜리, US달러 4만 500불, 적지 않은 돈이죠, 4천만 원이 넘는 돈을 부스비로 감당하면서 한국작가 7명 해외작가 1명으로 참가했습니다. 부스도 그들이 다 짜기 때문에 저희가 75스퀘어미터를 신청했지만, 실제로로는 조금 더 넓은 공간을 만들어 놨더라고요. 82스퀘어미터였기에 부스비는 더 내야 되는 상황이었지만, 어쨌든 더 넓은 공간에서 할 수 있었습니다. 부스비 외에도 추가집기류 이런 비용이 한 팔백만원 들었던 거 같아요. 오프닝 장면인데, 제가 많은 해외 아트페어를 다녀봤지만, 여기는 차도르, 히잡을 쓰고 온 분들이 많기 때문에 굉장히 색다른 오프닝 광경입니다. 자국민들에게 미술교육을 많이 시키고 있어서 오프닝에도 많은 사람들이 오는 편이고, 또 NYU뉴욕대학지점이 아부다비에 있어요. NYU의 학생들과 교수들도 많이 방문합니다. 저희 부스 앞에 있는 오른쪽의 흰 그림 보시면, 메카를 이렇게 그린 거예요. 영국화랑의 중동작가의 작품인데요, 유럽 화랑들은 유럽작가들을 데려오는 게 아니고 중동작가들을 발굴해서 이렇게 중동작가들을 자기네 화랑의 부스에서 전시하면서, 이쪽에 많이 판매하고 있어요. 훨씬 관심도가 높죠.

한국 작가만 해도 신상호 선생님이 아트 앤 라이프라는 그곳 일간지에 표지모델처럼 나왔는데요, 이런 거 저희가 광고하려면 몇 천만 원짜리 광고인데, 아주 운 좋게도 광고가 나왔는데 불행히도 작품은 팔리지 않았습니다. 어쨌든 큰 홍보 효과가 있었고요. 왼쪽에 있는 캔버스데일리는 이 페어 기간 동안 발행되는 일간지예요. 남경미라는 우리나라 여성작가인데 그 작가의 작품이 크게 실리고, 영문과 아랍어로 실렸습니다. 그리고 아부다비 아트페어는 그들의 컬렉터들한테 참가하기 전에 정보를 많이 주고요. 미리 구입의사를 밝히고, 실제로 오프닝 날 와서 바로 결정할 수 있도록 합니다. 그래서 저희도 미리 이미지를 많이 제공하고 그쪽에서 온라인, 오프라인으로 홍보를 많이 합니다. 신상호 선생님 홍보도 그렇게 되었던 거구요. 화면에 보시면 캔버스데일리는 오프닝까지 합쳐 5일간 매일매일 무슨 작품이 팔렸는지 신문에 보도가 됩니다. 여기 3번에 이이남선생님의 쇠라의 작품을 변형한 비디오작품이 나오고 있습니다. 그리고 또 2012년에 참가했을 때는 한국의 중동 통신원분이 와서 보고 여기저기에 홍보를 해주셨어요. 그리고 저희가 안두진 작가를 소개했을 때, 2013년이었던가요? 이때 이렇게 어디 잡지에 표지로 나왔는데 저희도 몰랐어요. 관람객들이 와서 이 작품 잡지 표지에서 봤다고 해서 저희가 구한 잡지였는데요. 이렇게 소개가 크게 되고 관심도가 높아서 이작품은 150호였는데 판매가 되었습니다. 현지에 있는 변호사분이 작품을 샀어요. 한 우리나라 돈으로 1천9백만 원 정도였습니다. 젊은 작가의 작품이었기 때문에 그렇게 비싼 작품은 아니었지만 어쨌든 좋은 성과를 얻었습니다.

제가 발표시간이 2분 남았는데요, 지금부터는 빨리빨리 보여드리겠습니다. 아부다비 아트페어의 총 소요액이 9천9백60만원, 거의 1억이 들었는데 정부 지원 금액은 7백만 원이었고, 저희 화랑 자체부담금은 9천2백60만원이

었습니다. 이것을 보시면 정부에서 어떻게 해야 한다는 게 좀 감이 오셨을 거 같아요. 저희도 굉장히 어렵습니다. 저희가 15년, 14년 쪽 한국작가 중심으로 해서 많이 소개가 되고 있고, 계속 참여하다 보니까 어느 작가는 빼야 되는지와 어떠한 새로운 작가를 넣어야겠다는 것이 나와서 그쪽 지역에서 좋은 성과를 얻을 수 있는 작가로 보강해 나가고 있습니다. 그리고 이것은 작년에 아트스테이지 싱가포르 참가했던 건데요, 올해 1월에도 열리고 있기 때문에, 지금도 열리고 있어요. 오늘도 페어가 열리고 있는데 저는 오프닝에 저희 KIAF 홍보 차 팀장하고 과장하고 같이 다녀왔습니다. 작년까지 저희가 아트스테이지는 한번만 빠지고 계속 참여를 했는데 한국작품이 싱가포르에서 판매되기가 참 어려웠어요. 비용을 계산해보니까 소요액 6천41만원인데 정부지원금은 9백만 원을 받아 5천만 원 이상을 자체부담을 했는데, 판매는 젊은 작가의 1천 얼마짜리 작품 한 점밖에 못 팔았어요. 굉장히 저희로서는 어려웠던 페어였습니다. 그래서 다시 점검을 하고 나가지 않으면 안 되는 상황이 되었습니다. 또 기타 유럽권, 미국 권의 페어도 참여를 했는데요, 그래도 정부에서 지원해주는 작년 스코프 바젤 같은 경우는 참가비가 많이 세이브가 됐어요. 저희가 단독으로 나갈 때는 규모를 크게 나가야만 그래도 그쪽에서 뭐가 보이기 때문에 그렇게 했었는데, 스코프 바젤 같은 경우는 한국화랑 열 몇 군데가 함께 나가니까 저희가 작은 부스로 여러 개 나가서 한국작가들을 많이 보여주는 상황이 되어서 저희가 총 2,3천만 원 소요하면서도 전시가 가능했습니다. 네. 그럼 여기까지 발표를 마치고 이후 있을 질문시간에 많은 질문서로 해주셨으면 감사하겠습니다.

정연심

네. 많은 갤러리 관계자들이 오셨는데, 해외 마켓을 개척하시는 데 도움이 될 것 같습니다. 아부다비 마켓의 경우에는 해외 많은 학교들과 미술가들이 대거 입성하고 있기 때문에 내년부터는 확대된 프로젝트들을 아부다비에서 훨씬 더 많이 만나볼 수 있을 것 같습니다. 저희 생각으로는 아부다비 아트페어 같은 경우에는 자국민들을 대신 교육시키기 위한, 현대미술을 소개하기 위한 그런 사례로써 아트페어를 활용하고 있는 게 아닌가 하는 생각이 듭니다. 다음 발제자는 그레이월 대표이신 변홍철 선생님께서 해외교류 사례에 대해 발표하시겠습니다. 박수로 맞아주시시오.

변홍철

안녕하세요. 변홍철입니다. 그레이월은 사실 이름에서 보시다시피 하이브리드 사무실입니다. 저희는 영리와 비영리를 아우르며 기관이나 기업들의 여러 가지 기획프로젝트 위주로 운영하고 있습니다. 먼저 박우홍 회장님이 한국의 아트페어, KIAF에 대한 전반적인 내용과 필요한 부분을, 그리고 이화익 대표님이 화랑이 해외 아트페어에 참가하는 방법이나 예산 같은 것들을 말씀해주셨습니다. 작년에 저는 아르고 지원으로 해외 아트페어에 참여했는데, 저희가 화랑은 아니기 때문에 한국특별전 형식으로 참여했습니다. 오늘은 아트스테이지 싱가포르하고 자카르타에서 열리는 바자 아트페어, 이 두 곳을 참여한 결과보고 내용을 말씀드리려고 합니다. 앞서 두

분이 큰 그림에서 구조적인 부분이나 정책적으로 필요한 부분을 말씀해주셨기 때문에, 저는 해외 시장개척에서 정말 필요한 게 어떤 것일까 제가 개인적으로 느꼈던 부분들과 해외기관들이 자기 시장을 더 확장하기 위해서 사용하는 어떻게 보면 굉장히 미시적인 방법들을 몇 가지 사례를 보여드리겠습니다.

아트스테이지 싱가포르는 초대 국가관 개념이 있었어요. 그래서 아트스테이지 싱가포르 안에 동남아의 몇 개 국가를 초청하는 가운데, 아르코와 아트스테이지 싱가포르를 운영하는 로렌조 루돌프와의 협의를 통해서 한국 특별전 부스를 하나 만들어줬으면 좋겠다는 의견이 있었고요. 그리고 작년 1월에 한국에서 꽤 많은 숫자인 9개 화랑이 참여했습니다. 그렇기 때문에 아트스테이지 싱가포르에서는 특별전 형식의 페어부스가 열리려면 화랑들 통해서 상업적으로 알려지지 않은 작가를 소개해주길 원했고, 화랑과 겹치지 않는 작가들과 한국미술의 새로운 단편을 보여줄 수 있는 작가들을 추천해달라고 해서, 제가 기획을 하고 아르코하고 싱가포르 쪽이랑 협업해서 4명의 작가를 선정하게 되었습니다. 젊은 작가, 참신한 작가, 사회적 이슈를 다루는 작가들, 이렇게 해서 강서경, 김채원, 박진아, 최원준 작가를 특별 부스에 초대했었습니다.

이것은 최원준 작가의 비디오 작업으로 복한 만수대 창작단에 관한 비디오 작업이었고요. 박진아 작가는 페인팅, 김채원 작가는 커피스트로우를 이용한 설치작업을 보여줬습니다. 아트페어에서의 한국 현대미술 작품은 어떻게 보면 팔기 위한 작품이라는 형식 안에 갇힌 작품들이 많은데 저희는 조금은 비영리적인 비엔날레에 가까운 형식을 갖고 있는 작가들을 소개했습니다. 또 하나는 아르코에서 이 행사를 지원하면서 새로운 작가들을 싱가포르에 보여주는 것도 있지만, 또 하나의 미션이 어떻게 하면 페어에 참여한 한국 화랑들과 현지 컬렉터들 사이에서 네트워크에 도움을 줄 수 있을지 방법을 찾아보고자 했습니다. 그래서 제가 했던 방법은 저녁 파티자리를 만들었습니다. "아르코 갈라 디너"라고해서 페어 근처 보타니칼가든으로 가면 거기에 폴렌(POLLEN)이라는 굉장히 좋은 레스토랑이 있습니다. 그 레스토랑을 빌렸고, 한국화랑과 관계자들만 초대해서 저희끼리 밥을 먹으면 의미가 없잖아요. 그렇다고 해외 컬렉터나 기관을 직접 부르는 방법은 많이 힘든데요, 그들의 잔치에 자기들의 행사도 많은데 저희가 그분들을 모시기란 어려운 부분이 있습니다. 그래서 갈라디너를 싱가포르에 있는 굉장히 중요한 기관인 STPI(Singapore Tyler Print Institute)하고 같이 공동개최를 했습니다. STPI는 한국 분이 지금 디렉터로 계세요. 에미유(Emi Eu, 유혜정) 디렉터라고, 제 학교 동문이자 친분이 있는 디렉터로 요청에 흔쾌히 응해 주셨고요. 또한 STPI는 국가기관입니다. 그렇기 때문에 싱가포르 문화원 사람들이 이 디너자리에 함께 오셨고, 페어에 참여했던 이화익 대표님도 오셨고요. 참여한 다른 모든 화랑 관계자들이 같이 만나볼 수 있는 자리를 가졌었습니다. 그래서 현대화랑, 가나아트 등 많은 분들이 현지 문화원 분들과 대사관 분들과 디너에서 많은 네트워킹을 했습니다. 푸르덴셜어워드 전시에 참여한 신미경 선생님도 오셨

었고, 싱가포르 미술관에서 했던 큰 전시에 최우람 선생님도 그때 참여 하시며 오셨고, 그 당시에 싱가포르에 오셨던 많은 한국 갤러리관계자, 기자들, 작가들, 싱가포르의 해외 외신기자들하고 함께 큰 파티를 진행했습니다. 저희가 에미유 디렉터와 파티를 만들었던 이유는 에미유 디렉터가 STPI 디렉터를 맡고 있을 뿐 아니라 굉장히 큰 역할을 하고 있는 분이기 때문입니다. 지금 현재 홍콩, 스위스 그다음에 마이애미를 아우르는 아트 바젤의 조인트 커미티 멤버로 있고, 지금은 원엔제의 패트릭이 들어갔지만, 그 당시 홍콩 아트바젤 셀렉션 보더로도 중요한 역할을 하고 있었습니다. 그래서 또 한 가지 목적은 참여한 많은 한국 화랑들이 홍콩 바젤에 참여하고 싶어 하는 화랑들이 많았기 때문에 이러한 교류의 장을 만들어 보자고 해서 이루어지게 되었습니다. 그리고 잠깐 STPI에 대해서 추가로 소개를 드리면, 뉴욕에 있던 타일러 프린트가 문을 닫으면서 싱가포르가 그 기관 전체를 통째로 인수했습니다. 그래서 엄청나게 큰 판화제작 시스템을 싱가포르로 옮겨서 국가지원 예술 창작 시설을 만든 거죠. 미술관은 아니고요, 판화 공방입니다. 큰 전시장이 같이 있는 판화공방이고요. 레지던시 프로그램을 통해서, 해외 유명 젊은 작가들을 초대해서 판화를 제작하는데 도움을 주고, 판화를 만들고 판매를 직접 합니다. 초기에는 정부가 전액지원을 했는데 현재는 정부지원이 20프로정도이고, 나머지 80프로는 판매를 통해 자체 기금을 충당하고 있는 아주 대표적인 국가기관이지만, 자체 생존이 가능한 기관으로 볼 수 있고요. 에미유 디렉터는 설립 멤버로 이 기관이 싱가포르에 처음에 만들어질 때부터 참여해서 지금은 디렉터 자리에 있고. 한국 작가들로는 서도호, 양혜규, 전광영, 임자혁 작가 등이 레지던시 프로그램에 참여한 적이 있습니다.

그리고 8월에는 자카르타에서 열리는 바자아트페어에 아르코 지원받아서 참여했었습니다. 여기도 마찬가지로 저희는 갤러리가 아니기 때문에 갤러리 부스로 참여한 게 아니라 한국관/한국 플랫폼으로 참여했고요. 이것의 시작은 자카르타에 있는 한국 문화원의 적극적인 추진이 있었는데요. 자카르타가 사실 굉장히 미술시장이 커지고 있습니다. 워낙 부의 편중이 심한 나라다 보니까, 자카르타 컬렉터들의 컬렉션이라는 게 우리나라 컬렉터들과 비교할 수도 없을 만큼 큰 시장을 갖고 있습니다. 이러한 가능성들을 보고 있던 문화원과 대사관에서 싱가포르에서 있었던 저희 프로젝트를 보시고 이러한 행사를 자카르타에서도 꼭 해주었으면 좋겠다고 하셔서 진행하게 되었습니다. 그래서 사실은 문화원장님이 이 행사에 굉장히 적극적으로 발로 뛰어주셨어요. 아르코와 미팅을 갖고 어떻게 하다가 저한테 이 말씀을 해주셔서 제가 진행하게 되었고요. 그런데 아르코 지원이 조금은 늦어지면서 저희가 때를 살짝 놓쳤습니다. 인도네시아가 이슬람교가여서 라마단 기간이 있는데 한 달 동안 아무도 일을 안 하더라고요. 운송을 해야 하는데 이게 좀 연기가 되다 보니까 부스를 놓쳤어요. 내부 부스는 놓쳤고 그럼 어떤 가능성이 있는지를 그쪽이랑 타진을 했는데, 여기서도 마찬가지로 저희 한국 기관이 혼자 부스를 만들고 파티를 하면 저희들만의 잔치밖에 안되거든요. 그러면 현지에서 현지컬렉터, 기관, 기자들

한테 누가 노출할 것인가를 생각하다가 KIAF 커미셔너 활동 시 알게 되고 같이 여러 프로젝트를 진행한 인도네시아 화랑협회회장 에드윈에게 연락을 해서 이런 게 있는 데 같이 한번 만들어 보자는 요청을 드렸고요. 흔쾌히 승낙을 받아서 이 프로젝트를 인도네시아 화랑협회와 공동주관을 하게 됩니다. 현지에서의 홍보를 인도네시아 화랑협회가 어느 정도 지원을 하고, 컬렉터들 초청과 또 여러 가지 현지에서 할 수 있는 부분들을 찾자고 해서 이렇게 됐고요. 이쪽은 건물들이 낙후한 지역이기 때문에, 낙후지역이나 일반 서민들 거주 지역 사이에 큰 몰이 있는 형태로 도시가 구성이 돼있습니다. 그리고 일반적으로 몰 안에 호텔도 있고 컨벤션센터도 있습니다. 몰 4층이 컨벤션센터이고, 다른 공간들이 몰 사이사이에 복도나 로비 같은 공간이 있더라고요. 당시 상황에서 할 수 있는 게 어떻게 있겠나 했더니, 내부 부스는 안 되니 몰을 빌리자는 제안을 인도네시아 측에서 받았습니다. 몰의 로비공간에도 페어기간이기 때문에 작품들이 굉장히 많이 설치되더라고요. 그래서 그중에 4층으로 들어가는, 동선 상으로는 컨벤션 센터로 들어가는 입구의 1층 로비를 저희가 빌렸습니다. 여기가 몰이다 보니까 가벽을 치고 페인팅을 걸려면 너무나 많은 다른 추가 비용이 들겠더라고요. 그래서 프리스탠딩이 가능한 조각으로 했습니다. 그리고 동남아 지역이 기후 상으로도 그렇고, 조각 컬렉션을 굉장히 많이 합니다. 자체적인 나무라든지 재료에 대한 어떤 역사적인 영향도 있고요. 그렇다고 저희가 똑같은 조각을 보여줄 순 없고요. 조각을 현대적으로 재해석한 작가들을 하고자 해서, 굉장히 큰 대형 도자 조각을 하시는 이현정 선생님과 일상 오브제들을 이용해서 키치적이지만 새로운 미감을 만들어내는 최정화 작가, 사진을 이용한 조각을 하는 권오상 작가 이렇게 세 명의 조각가를 선택해서 전시를 만들게 됐습니다. 그리고 이 페어는 하퍼바자라는 패션 잡지사에서 주최하는 자카르타 최대 아트페어고요. 컨벤션센터 페어 전경이고, 저희가 전시한 몰, 컨벤션센터 올라가기 전 1층 몰에 설치한 전경입니다. 인도네시아 화랑협회가 페어에 오셨던 분들을 초대해서 굉장히 큰 오프닝을 하고 방송국에서도 촬영해갔고요. 최정화 작가는 몰의 로비에도 설치하고 페어장 입구에도 빈자리가 있어서 요청해서 설치를 했고요. 이렇게 해서 단지 보여 지는 것만으로 끝나면, 아르코 지원사업으로 한국미술을 해외에 알리는 데 있어 힘이 떨어지기 때문에 먼저는 파티였다면, 이번엔 예산이 부족한 관계로 조찬을 함께 하는 자리를 마련했습니다. 컨벤션센터의 호텔 프라이빗 공간을 빌려서 많은 화랑, 인도네시아 화랑협회 관계자들하고, 그리고 한국에 계신 인도네시아 대사님의 따님인 자스민 프라세티오를 초대했습니다. 주한 인도네시아 대사님은 굉장히 큰 컬렉터시고, 또 따님이 지금 인니 소더비 대표로 있고요. 또 송은아트센터가 인도네시아랑 굉장히 큰 비즈니스 관계가 있는데 그쪽에서 전시하게 되는 다른 작가 분들과 컬렉터들도 초대했습니다. 저희가 세 작가를 초대했잖아요. 권오상 작가는 아라리오 작가고, 최정화 선생님은 박여숙 화랑에서 전속으로 전시를 진행을 또 하고 있습니다. 그래서 두 화랑 관계자들 초대도 해서 한국 미술에 대한 프리젠테이션을 했습니다. 그래

서 저는 그레이월에 대한 간단한 소개와 이번 전시를 소개를 했고, 또 송은 아트센터가 인도네시아랑 하고 있는 프로젝트를 소개했구요. 그다음에 아라리오 화랑은 소속 작가들과 프로그램들을 소개하고, 최정화 선생님과 박여숙 화랑의 작가들을 소개 하면서 단지 컬렉터, 클라이언트에게 소개하는 자리가 아니라 갤러리 비즈니스를 연결할 수 있고, 기관들 컬렉터들을 같이 연결할 수 있는 조찬자리를 마련하고자 했습니다. 그리고 현지에 한국 컬렉션을 굉장히 많이 갖고 있는 인도네시아 컬렉터가 오셔서요. 보시면 빨간 셔츠를 입고 맨 오른 쪽에 있는 두 부부인데 한국 작가 작품을 굉장히 많이 갖고 계세요. 한국 작가 가운데 한 7명 이상의 작품들을 갖고 있는데 굉장히 열정을 갖고 계시더라고요. 그날도 오셔서 굉장히 큰 관심을 보여주셨습니다. 조찬 이후 박여숙화랑의 최수연실장하고 아라리오의 주연화디렉터와 프리젠테이션을 마치고 기념촬영을 한 모습입니다. 그리고 현지에서는 인도네시아 화랑협회가 신경써줘서 현지 예술잡지에도 홍보가 되었습니다.

그리고 일단은 간 작품들이 다시 바로 돌아오는 게 아깝더라고요. 어마어마한 크기와 무게의 조각들이기 때문에 운송비가 엄청나거든요. 그래서 현지 화랑들에 요청을 해서 끝나고 작품들이 바로 돌아오지 않고, 현지에서 한 번 더 전시를 하고 올 수는 없는지 부탁을 했고, 현지 화랑에서 전시를 하고 한국으로 왔던 이러한 사례가 아르코 지원을 받아서 작년에 했던 사업이었습니다.

저는 조금 더 미시적으로 방법론 적인 것에 대해 말씀드리자면, 페어에 참가해서 작품을 보여주고 컬렉터가 지나가다가 맘에 들어서 사는 것도 굉장히 중요합니다. 어떻게 보면 미술시장의 가장 기본적인 거겠죠. 하지만 조금 더 구체적으로 들어간다면, 정말 중요한 건 컬렉터, 그리고 비영리와 영리를 아우르는 큐레이터, 비평가, 이들의 눈에 들고 그걸 통한 홍보가 되어야 되거든요. 광고가 아니고 PR이 되어야합니다. 남의 입을 통해서 가치를 인정받는, 그래서 마케팅이 아니라 브랜딩이 필요한시점이라고 생각합니다. 시간이 다 되서 빨리 넘어가겠습니다. 그런 것을 하려면 어떤 프로그램들이 운영되어야 하느냐는 제가 볼 때는 영리와 비영리의 협업이 필요하다고 생각합니다. 큐레이터들과 비평가들, 갤러리와 조화가 필요한데, 아트바젤 홍콩 같은 경우에는 아시아 아트아카이브와 프로그램을 같이 운용하면서, 실질적으로 홍콩바젤이 시장에서 큰 역할을 차지하지만, 정말 좋은 컬렉터들, 시장을 리드하는 컬렉터들은 아시아 아트아카이브의 보드멤버들이에요. 이분들이 작품을 사면, 나머지 사람들은 따라서 사는 형국이거든요. 국내에서는 삼성의 홍라희 관장님 작품 사시면, 다른 컬렉터들이 따라서 사는 형국이 있었던 것 처럼요. 미술시장에서 중요한 건, 물론 대중의 눈도 중요하지만, 정말 안목 있는 분의 리더십의 눈이 굉장히 중요할 수 있습니다. 이런 부분들을 위한 것이 저는 비영리와 의 협업이라고 생각해서 이런 사례들을 실었고요. 또 한 가지 사례들이 시장을 확장한다는 건 결국 해외시장에 많이 보여준다는 것도 있지만, 어떻게 중요한 컬렉터들을 내가 확보하느냐하는 부분이 굉장히 중요한 거

같아요. 그래서 제가 했던 프로그램 중에서도 각각 현지에서 중요한 역할을 하는 기관과의 협업을 통한 홍보, 파티를 중요시 여겼습니다. 실제로 이건 작년 홍콩에서의 파티데, 각각 다른 지역의 화랑들인 독일의 에스터 쉬퍼(Eshther Schipper)와 노이게림 슈나이더(Neugerriemschneider), 싱가포르의 STPI, 중국의 비타민 크리에이티브 스페이스가 홍콩의 굉장히 좋은 프라이빗 레스토랑을 빌려서 자기들의 컬렉터들, 미술관 관계자, 큐레이터들을 불러서 파티를 열었습니다. 아트바젤 홍콩기간에 파티를 하면서 서로가 컬렉터들을 공유하고, 정보를 공유하고, 서로가 서로의 눈을 믿는 사람들이 연합해서 파티를 하면서, 굉장히 고급정보들을 나누는 시간인데요. 이런 파티들이 매우 중요합니다. 저희도 이러한 부분에 지원이 이루어져야 한다는 생각을 합니다. 그리고 또 하나의 협업사례를 보면 영리와 비영리 그리고 화랑들끼리의 관계도 있겠지만, 지역과의 협업사례를 들 수 있습니다. 그리고 이것도 리만 머핀(LehmannMaupin)의 작년 파티 중에 하난데요, 여기서는 넷아포터(NET-a-Porter)라는 세계적인 인터넷 의류 유통업체가 한 작가를 후원하면서 여기의 관계자들, 이 회사의 투자자와 관계자, 그리고 고객들, 화랑 고객들을 모아 한 자리에서 파티를 하면서 작가를 프로모션하는 그런 자리였습니다.

그리고 비영리기관과의 협업사례는 토탈미술관이 언썬(Unseen)이라는 암스테르담의 사진페어에 참가한 것을 들 수 있습니다. 미술관으로 한국 사진작가들을 많이 모아서 소개하는 자리였는데, 사실 마켓이라 하면 저희가 단순히 화랑으로만 생각할 수 있는 게 아니라, 마켓을 선도하는 건 큐레이터, 미술관 그리고 갤러리의 협업이거든요. 협업으로 만들어지는 것이기 때문에 이런 부분에서 더 지원이 되어야 하지 않을까 생각합니다. 그리고 이거는 지금 이번 주 열리고 있는 아트스테이지 싱가포르인데, STPI가 시장개척활동을 굉장히 활발하게 하고 있는데 맨 왼쪽에 보시면 여기도 VIP 브렉퍼스트로 페어가 시작하기 전에 VIP들을 초대해서 조찬을 하면서, 여기서도 다른 화랑과 에미유디렉터, 팔레 드 도쿄의 큐레이터, 디렉터, 로렌조 루돌프를 같이 불러서 비영리와 영리 그리고 그들의 인사이트를 같이 볼 수 있는 토론회를 하고 자기들의 컬렉터들을 초대해서 아주 특별한 조찬을 하는 거죠. 그러면서 그들의 인사이트를 컬렉터들이 받아들여서 작품을 살 수 있는 도움을 주는 행사고요. 그 다음에 작가와 프로그램을 하고 맨 오른 쪽에 보시면 컬렉터스라운지(Collectors' Lounge)는 알랭 세바(alain servais)라는 세계적인 벨기에 컬렉터를 초대해서, 싱가포르에 있는 젊은 컬렉터들한테 이 컬렉터의 컬렉션 방법이라든지 이 분의 인사이트를 소개하는 자리를 만들어서, 자기네들의 시장을 확대해나가는 역할을 하고 있습니다.

마무리로 저는 아주 작은 테크니컬한 부분을 말씀드리자면, 참여하는 화랑이나 기관에서도 단지 이것들을 양적으로 많이 보여주는 건 어떻게 보면 한계가 왔다고 보여 집니다. 그래서 이제는 양적으로 많이 보여주는 것보다는 어떤 브랜딩을 만들어야 되거든요. 브랜딩은 “나는 이런 걸 만듭니다, 이런 걸 가졌습니다” 가 아니라, 남들이 내 걸 어떻게 생각하지에

대한 것들을 저희가 한번 더 고민하면서 맥락화하고 그런 맥락화와 그룹화와 그것들의 가치를 높이는 작업을 하려면, 이제는 조금 더 전략적인 방법들을 취해야 하지 않을까 생각합니다. 그리고 그것들은 영리와 비영리의 하이브리드 협업을 통해 가능하다는 말씀드리면서 발표를 마치도록 하겠습니다. 감사합니다.

정연심                    자세한 사례를 설명해주셔서 감사합니다. 지금까지 우리가 문화예술위원회에서 본 사업을 진행해왔습니다. 그래서 한국 미술이 세계에 소개될 수 있도록, 물론 받는 입장에서는 지원금의 금액이 많지 않지만, 그래도 저희가 미술가와 그다음에 기획, 비평, 미술시장 많은 분야에 있어서 이런 지원과 정책들을 육성해왔습니다. 올해부터는 예술경영지원센터에서 본 사업을 진행할텐데요. 예술경영지원센터의 이수령선생님께서 이 자리에 오셔서 발제자들께서 말씀하신 것들을 모두 경청하고 있습니다. 그래서 앞으로 더욱 더 본 사업이 원활하게 이행되리라고 생각합니다. 혹시 이수령 선생님 어디계신가요? 뒤에 마이크 부탁드립니다.

이수령                    안녕하세요, 예술경영지원센터에 이수령이라고 합니다. 올해부터 예술경영지원센터에서 지금 지원하신 대토론회 지원사업을 진행할 거 같은데요, 작년에 비해 지원시기가 늦어져서 궁금해 하시는 분들이 많은 걸로 알고 있습니다. 2월 중에 공모접수를 예정하고 있고요. 자세한 내용은 저희 예술경영지원센터 홈페이지를 보주시면 좋을 거 같습니다. 감사합니다.

정연심                    감사합니다. 10분 휴식 가지도록 하겠습니다.

## 2부

---

최병식                    내일은 영하 18도까지 내려간다고 합니다. 아마 미술시장 역시 이렇게 얼어붙어있는 게 아닌가하는 생각도 해보는데요. 그럼에도 불구하고 오늘 토론회의 신청자가 2백 명이 넘었습니다. 오늘 오신 분들이 백 오십여 명 정도 되는데요. 1부 때와 같이 2부 때도 한 분도 가신 분 없이 앉아계셔서 주셔서 정말 감사의 말씀을 드립니다. 세계시장은 사실 작년, 제 작년 굉장히 어려웠습니다. 그럼에도 불구하고 최근 15년 동안 세계시장은 1880%를 상향 조정했습니다. 18배를 올렸단 이야기죠? 아시아 시장이 힘들희에도 불구하고, 작년도 시장규모가 전체적으로 중화권, 한국과 일본을 뺀 중화권에서도 11조를 기록하고 있습니다. 이런 정도가 되면 세계시장은 어느 정도가 되느냐는 건데요, 세계시장은 약 70% 정도로 추산하고 있습니다. 경매시장이 35조 정도 그렇게 보고 있는데요, 그렇다면 우리나라는 어느 정도 위치에 있을까 궁금하실텐데요. 얼마 전에 나왔습니다만,

우리나라는 경매시장이 1천8백억 정도이고, 그 가운데 60%가 홍콩 거래입니다. 그렇기 때문에 정확하게 따지면, 한국의 시장구조는 4천억 정도가 좀 못 미친다고 볼 수 있습니다. 이렇게 본다면, 세계시장 11위정도의 교역국에 속하는데, 적어도 우리가 2조 이상이 되어야지 위상이 서는 겁니다. 아직까지는 갈 길이 멀다, 그렇게 말씀드릴 수 있겠습니다. 오늘 작가 분들, 아트마켓, 비평가 여러분, 학생 여러분 많이 오셨는데요. 이런 자리를 통해서 대토론회로 뭔가 새로운 비전을 제시하고 많은 도움이 됐으면 합니다. 문광부에서 작년에 예산을 쉽지 않은 예산을 배정하시고, 아르코에서 주관하셔서 해외미술시장 개척사업을 진행했습니다. 많은 노력 끝에 7억에서 8억 정도 지원했습니다만, 약간 예산을 남겨서 이 토론회를 주관하게 되었습니다. 오늘 시작으로 3번의 기회가 더 있습니다. 대구, 부산, 전주 세 군데에서 토론회 투어를 갖게 됩니다. 그때도 시간되시면, 참가해주시면 감사하겠다는 말씀을 드립니다. 먼저 오늘 나오신 분들 소개해드리도록 하겠습니다. 맨 왼쪽부터 정종효 경남도립미술관 관제실장이십니다. 정 선생님께서는 마켓도 열심히 다니시고, 또 미술관 쪽 일까지 두 가지를 열심히 하시고 계시는 분이십니다. 그 다음에 배혜경 대표님이십니다. 크리스티 한국사무소의 대표로 계시고요. 이번 심의에서도 아주 열정적으로 국내외 정보를 많이 주셔서 많은 도움이 됐습니다. 그다음에 김윤섭 선생님이십니다. 한국미술경영연구소 소장님이시고, 교육현장에서 아주 바쁘게 움직이는 분이십니다. 심상용 동덕여대 교수님 나오셨습니다. 진행순서는 여기 발표자분들께서 10분씩 발표를 하시고, 이후에는 지정토론이 있겠습니다. 세 분이 지정토론을 하시게 되는데 그 전에 약 4분정도 보충발언을 하게 해드릴 겁니다. 지정토론에서 2-30분 정도 소요될 것 같습니다. 그리고 끝나고 나면 자유토론을 아주 흥미롭게 진행할까 합니다. 그러면 먼저 김윤섭 선생님께서 발표하시겠습니다.

김윤섭

네, 소개받은 김윤섭입니다. 어쩔 수 없이 타이머를 켜했습니다. 원래 좀 여유롭게 말씀드리고 하는 것이 큰 장점인데, 다소 조급하게 말씀드리는 모습을 연출하더라도 이해 부탁드립니다. 워낙 짧은 시간이기 때문에 우선 소결론 삼아 결론부터 말씀드리면, 평소 피부로 와 닿았는지 부지불식간에 모르고 지나갔는지는 모르겠지만, 다른 나라에 비해서 우리나라는 미술시장에 관한 관련 정책과 지원이 굉장히 많다고 생각합니다. 굉장히 다양하고, 세부적인 것까지 아우르고 있다고 생각하는데, 다만 어쩔 수 없는 정권교체라든가 여러 가지 환경 변화에 따라서 선택과 집중의 효율성 면에서 좀 뒤떨어지기 때문에, 우리가 그동안에 주요한 효과를 체감하지 못했다는 생각을 전제로 말씀드리겠습니다. 이미 아시다시피 2014년 2월 13일 대통령의 특별지시사항으로 '미술발전방향 강구에 대한 특별 지시사항'이 있었습니다. 이런 부분에 따라 2014년 들어서 미술시장 전체를 발전시키기 위한 정책과 방안을 강구하게 됩니다. 물론 이전에도 95년도 건축물 미술장식품 의무화라든가, 99년 국립미술관 건립국고지원, 2005년 창작지원 위한 미술은행제도, 2006년 공공미술프로젝트, 2009년 미술시장

실태조사 연구조사보고서 발표 시작, 2012년 정부 통합 정부미술은행 출범, 2013년 국립현대미술관 서울관, 이외에도 굉장한 많은 일들을 해오고 있습니다. 저희가 그런 부분에서도 역시 체감을 못하고 지나간 면이 있습니다. 지금부터는 2014년 이후에 주효하게 진행하고 있는 미술시장 관련 정책을 한번 훑어보도록 하겠습니다. 우선 전체적인 필요성 측면에서 보면, 한 해 평균 약 3천명 이상의 미술작가가 배출되죠. 순수미술시장에 3천명이 배출됩니다. 그리고 공식적으로 작가로서의 창작자만 해도 4만 명 이상으로 추산되고, 전국에 화랑이 4백여 곳이라 친다면, 한 작가 당 1년에 몇 점만 작품을 한다 해도 얼마나 생산되는지 아시겠죠? 그랬을 때 나머지 우리 미술시장 수요를 감당해야하는 여러 가지 환경은 굉장히 열악하다는 부분들은 당연히 체감할 거 같군요. 그리고 유통업 종사자가 90% 이상이 개인사업자라는 점, 또 하나는 일부 편중된 시장이라든가, 매출구조라든가, 일부에 의한 부의 편중, 빈익빈 부익부에 대한 부분이 대단히 심각하다는 점이 현실입니다. 또 가장 중요한 부분은 오늘 주제기도 한 글로벌 미술시장을 개척해줄 화랑이나 작가 층은 매우 빈약하다는 점입니다. 그리고 또 중간의 매개 역할을 해줄 기획자 역시 태부족하다는 전제로 이 정책들이 시행되고 있다는 점입니다.

첫 번째로는 창작여건 활성화 부분에 있어 작가보수제도 측면에서 표준계약서와 관련해 진행하고 있습니다. 주요작가에 대한 카탈로그 레조네, 전작도록 제작도 지원하고 있습니다. 그리고 또 하나는 작가의 경력단계에 따라서 선택과 집중 지원체계를 정립해나가고 있습니다. 신진작가는 창작 스튜디오, 유망작가 같은 경우엔 해외 레지던시, 중견작가는 국제교류전, 원로작가는 전작도록, 이런 식의 선택과 집중에 의해서 진행하고 있습니다. 그리고 매개인력 같은 경우엔 큐레이터 역할을 국제적인 수준으로 양성하기 위한 해외조사연구 활동을 지원하고 있습니다. 다음은 미술시장 육성 부분입니다. 우선 미술발전위원회 예비모임격인 토론회를 몇 차례 가진 적이 있습니다. 이 부분에선 상설기구화 해야 할 필요성이 대두되고 있습니다. 유통체계개선부분에 있어서는 미술품 거래정보를 온라인에 제공하는 사이트를 구축해서 임시시험 가동 중에 있습니다. 며칠 안됐는데요, 접속주소는 "K-artmarket.kr"입니다. 미술품 인식제고 부분에서는 미술주간행사가 전국에서 일어나고 있다는 건 직간접적으로 아실 것이라 믿습니다. 그리고 중저가 미술시장인데요, 가령 문화거리라든가 유희공간, 옥외시설의 활용이었죠. 이 부분에서 좀 우려되는 점은 미술향유계층의 확산 부분에만 너무 치중하다보면, 미술이 가져야하는 본질적인 특성이 자칫 소홀해지지 않을까 하는 염려입니다. 그 부분에서 너무나 지나친 상업화 또는 시장화가 되지 않을까하는 우려가 있을 것입니다. 그럼에도 불구하고 시장 활성화 측면에서는 중저가시장 육성에 나서고 있다는 점은 유념해야 할 것입니다. 감정인원을 양성하는 부분, 아트페어 경쟁력 제고 등의 내용은 앞에 서두의 발표하신 내용으로 대신하겠습니다. 그리고 미술시장의 신뢰기반을 조성하기 위한 작품이력제, 미술시장 가이드e-북 제작 지원, 아트페어 경쟁력 제고 등 이러한 부분들이 대표적인 경쟁력 제고

지원정책사례라 보겠습니다.

수요자확충에 대한 부분 역시, 사립미술관 활성화를 위한 100개소 내의 체험프로그램을 지원하고 있고, 공공미술 활성화 차원의 마을미술프로젝트는 다 아시는 바와 같이, 이 부분과 예술위원회 공공미술 부문을 통합하는 작업에 들어가 있습니다. 또 하나는 미술은행부분입니다. 미술은행이 지금까지는 국립현대미술관에서 운영을 대행하고 있었는데, 차후엔 독립법인화 작업을 추진하고 있습니다. 이 역시도 미술은행 본연의 목적성 유지도 필요하겠지만, 기존 시장질서와의 조화 부분이 과제로 남을 것입니다. 해외시장 개척 같은 경우는 1부에서 다양한 측면으로 접근했듯이 유수의 아트페어 유치와 해외진출을 위한 활성화 지원 부분, 그 공정성과 객관성을 위해서 공모제로 바꿨다는 부분은 아시리라 생각합니다. 중장기 부분의 기반시설 구축 중에서는 지금 2014년부터 시작해서 담보중이긴 한데, 예술특구조성의 남한강예술특구 조성이 있습니다. 여기에는 창작스튜디오 16개, 갤러리 20개, 아트텔 80실, 아트페어 전시관 1개를 조성한다는 목표로 한국방송관광공사 연수원부지에 추진하고 있는데, 현재는 중단 되어있는 상황입니다. 이 부분은 예산과 서로의 이해관계가 얽혀있기 때문입니다. 이와 연관해서 중국 베이징 다산쯔 798과 나오시마 프로젝트를 모델로 삼았다고 알고 있습니다. 그렇지만, 아시다시피 미술이란, 미술 시장 생태계가 어느 하나 기관 시설로 형성될 문제가 아니죠. 환경적으로 뒷받침되어야 하고, 또 하나는 수요자 확산을 위한 제반적인 환경이 뒷받침되어야 한다는 생각에, 남한강의 경우는 좀 동떨어지지 않았나하는 생각이 듭니다. 그런 부분에서 제가 지난해주에 중국 요령성 판진시에 초대를 받아서 다녀왔습니다. 판진시의 작가 예술촌은 시내 한복판에 있는데, 한 3-4만평규모였습니다. 이미 100인의 작가가 입주해있었고, 그 작가에게 지원한 규모는 우리 평수로 따지면 30에서 50평 규모의 작업실을 지원하고, 아파트 숙소까지 지원해줍니다. 역시 무료로 해주는 경우고요. 그런데 이 부분은 시에서 예산을 지원하는 것이 아니라, 어느 한 기업가 회장의 유지였습니다. 그 회장은 '문화가 지닌 창의적인 창의성이 결국은 산업의 근간을 이룰 수 있다'는 믿음으로 본인 개인자산 2천억 원을 투자한 케이스입니다. 그게 1차고요, 그다음 이어 올해 중에는 한국관을 만들 예정으로 진행되고 있는 상황인데, 한국관, 러시아관, 싱가포르관 등등해서 '동북아시아 미술시장허브를 만들겠다'는 포부를 밝히고 있었습니다. 이런 과정에서 그 회장이 가장 역점을 둔 부분은 창작공간만을 마련해주는 게 중요한 게 아니고, 지속적으로 제작되는 창작품이 소비될 수 있는 환경이 중요하다는 것이죠. 그렇기 때문에 소비할 수 있는 수요자를 작가예술촌에 유치하는 방안들까지 강구하고 있었는데, 가령 가깝게는 본인의 친구들과 지인들이 오면 항상 작가촌 투어를 코스화 하더라고요. 그리고 그 자리에서 바로 구매할 수 있도록 유도와 증용하는 등 작가들에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 노력을 연계하는 모습이 무척 인상 깊었습니다. 참고로 다녀온 결과가 기사로도 나와 있습니다. 다음으로 해외미술시장 같은 경우는 미래 발전기지, 내수시장의 안정화 부분 측면에서는 당인리 문

화창작발전소, 미래예술발전기지, 이런 부분들도 굉장히 중요한 요소로 작용할 것 같습니다.

이제 끝부분으로 와서요, 미술품 기부문화 활성화를 보겠습니다. 이 부분이 사실 오늘 가장 동떨어진 주제 같지만, 민감한 부분인 것 같습니다. 앞서 말씀하셨듯이 우리시장이 3천억 말, 4천억 원이 안 되는데요, 2조원이 되어야한다는 말씀이 있으셨는데, 2조원은 욕심인 것 같고 이번 정부에서 목표로 세우고 있는 6천억 원만 되어도 좋을 것 같습니다. 그런데 이 부분을 누가 만드느냐가 관건이죠. 생산을 아무리 많이 하더라도 결국은 이런 부분들이 일반 컬렉터나 수요자들과의 연계가 중요할 것입니다. 그 중에서도 저는 미술관의 역할이 중요하다고 봅니다. 미술관이 활성화되고 양성화 및 육성되려면, 우리나라 현대미술관이 현재 1년 연간예산이 40억 원 정도입니다. 40억이면 김환기 작품 1점도 못 사죠. 그런 부분들 어디 기댈 수가 없습니다. 국가에 기대는 것보다는 개인기부자, 기증자에 대한 제도개선이 확실히 되어줘야 한다는 것이고요. 이에 대해서는 상속세 관련된 부분도 있고 양도세 관련된 부분도 있으니, 이따 보충설명시간 주신다고 하니깐 그때 더 부연설명을 하도록 하겠습니다. 시간이 1분정도 넘었기 때문에 이상으로 발표를 좀 급하게 마치겠습니다.

최병식

보충으로 세제지원현황에 대한 이야기를 시작해주셨고, 지원제도에 대한 실제 사례들을 세세히 기록해주셨습니다. 참고로 말씀드리면, 이 내용은 다 녹음되고 있고, 녹화도 되고 있습니다. 이 내용이 정리되어서 pdf파일로 올라 갈 것이기 때문에 추후에 자세히 살펴보실 수 있습니다. 다음 번 발표자는 심상용 교수님이십니다. “누락된 핵심-장에서 성공하는 작가가 아니라, 시장에 맞서는 작가를 길러야 한다”라는 교수님의 좋은 발표를 듣도록 하겠습니다.

심상용

안녕하세요. 심상용입니다. 시작하겠습니다. 다들 시장에서 어떻게 작가들을 잘 지지하고 지원할 것인가 전략들을 이야기 하는데, “시장에 맞서야 하는 작가를 길러야 한다”는 뜬금없이 들릴 수도 있겠습니다. 제 생각엔 1980년대에서 1990년대로 넘어오는 즈음까지 이 말은 누구에게나 익숙한 용어였습니다. 시간이 지나면서 오늘날, 작가를 길러야 한다는 말은 퇴행적이거나 과거 지향적 혹은 향수어린 억압을 줄 수도 있다고 생각이 듭니다. 그렇지만 이런 느낌은 저의 개인적인 것뿐만이 아니라 전 세계에서 동시에 느끼는 느낌이기도 합니다. 어떤 비평가 표현을 빌리자면, 적어도 현대미술은 1980-1990년대 이후에 더 이상 작가들이 보이지 않는다. 단지 보이는 것은 더 확대된 무대입니다. 그런 얘기인 것이죠. 그런 담론들의 맥락 안에서 제 발제가 공유될 수 있으면 좋겠습니다. 빨리 텍스트를 읽겠습니다. 언젠가 체계바라는 공산주의가 성공하기 위해서는 공산주의형 인간이 필요하다는 말한 적이 있습니다. 공산주의도 이념의 문제가 아니라 인간의 문제며 그것이 실패로 돌아간 이유도 역시 자신의 소유를 타인과 나누는 것이 체화된 인간이 충분히 많지 않았기 때문이었다는 것입

니다. 예술도 작가의 문제로 귀착될 수밖에 없습니다. 이러한 인식이야말로 오늘날 한국미술의 적박함과 가능성을 제고하는 논의에서 진행되어야 합니다. 하지만 어떤 작가며 어떤 부제를 말해야 됩니까? 작금의 시장주의적 관점에서 도래한 논의주의에 의하자면, '작가가 필요하면 필요한 만큼 만들면 그만이다' 라는 접근은 영리적 사고(투자대비 이윤이라는)와 성장 기대치, 또는 효율성을 기반으로 하고 있으며, 예산, 정당성 확보, 미디어 선전 등의 종합적 내용들로 조합되는 마케팅 전략들을 적극적으로 차용합니다. 이것이 이 시대가 그리고 우리가 취해왔으며, 취해야 할 것으로 보이는 작가공급의 공정 맥락입니다. 신자유주의 시장 맥락 안에서라면, 이는 성과에 다가서는 방법론으로써 전혀 문제가 없습니다. 하지만 외부에서 보면, 이것은 그 안에 치명적인 결함을 갖고 있다고 이야기할 수 있습니다. 유인물외에 맥락을 이해하는 데 중요하기 때문에 잠깐만 첨언하고 넘어가도록 하겠습니다. 작가공급 개념을 널리 유포하는데 성공한 시장 결정적 공급에 내재하는 치명적인 결함이란, 어떤 작가이냐에 대한 질문이 시장의 수요 곧 구매자들의 취향에 거의 전적으로 귀속되어 있다는 점입니다.

이렇듯 수요의 부분과 거래량 증가를 위해 공급되는 작가와 근대이후의 작가, 즉 담론 투쟁의 주역으로 나섰던 작가 사이에는 생각보다 훨씬 큰 간극이 존재합니다. 적어도 모서리 진 미술과 그 작가는 담론 투쟁에 의해 반응했습니다. 담론 투쟁이란, 미술이 무엇인가 사유에 입각하는 원리적인 대결을 기반으로 하는 것입니다. 가라타니 고진이라는 일본 학자에 의하면, 일본현대미술은 그것에 결정적으로 기여해왔습니다. 유럽의 '침단'을 끊임없이 지향해 왔지만, 그 안에 '원리적인 대결'에 해당하는 것은 없었으며, 기본적으로 그것은 '한없는 수입의 연속'이었을 뿐이라는 것이었습니다. 이러한 비판이 한국미술에도 조금도 예외일 수 없습니다. 다음으로 어떤 시장인가에 대해 말씀드리겠습니다. "현재의 글로벌 시장은 시장의 건전한 작동을 위한 공공적 규제가 거의 작동하지 않는 시장이며 일반인들의 이해를 반영하는 민주주의적 과정을 통해 만들어진 게 아니다." 노벨상 수상했던 조지프 스티글리츠의 이야기입니다. 민주적으로 만들어지지 않았다는 힘에 의해 통제되고 어렵지 않게 조작이 가능한 조건에 의해 형성되는 시장이라는 의미입니다. 초고가 매매와 그에 상응하는 스타 작가에 전적으로 기대고, 이러한 자본거래는 시장의 급진적인 투기화를 불가피한 조건으로 만들었습니다. 이로부터 작가 공급의 고도로 투기화된 프로모션전략이 탄력을 받습니다. 선별된 1%만을 문제삼는 투기화된 시장은 사유와 담론의 강력한 분쇄기로 작동합니다. 작가지원과 관련된 공공적 프로그램들- 대안공간, 레지던시, 네트워크(연계)활동 등- 조차, 시급한 현실적인 도움을 주기도 하지만, 큰 틀에서 보면 결국 작가를 투기시장에 진입시키는 것과 관련된 시스템의 하위기제로서 자리매김 됩니다. 적지 않은 예술가들이 공공프로젝트의 수행 등을 통해 공공기금의 혜택을 받고 있지만, 이 역시 현재의 투기화된 시장 매커니즘과의 공모적 관계를 안으로 미끄러져 들어갑니다. 더 나아가 더 많은 예술 지원책들이 결과적

으로 소수의 아트스타를 중심으로 작동하는 시장 독과점적 체계를 지원하는 시장주의적 노선으로 노골적으로 돌아서고 있기도 합니다. 대안논의가 대항해야 할 예술구조를 더욱 신화화하는 역설이 도처에서 일어나고 있다고 보여지는 것입니다. 유인물이 요약된 글이라 조금 끊어지는 부분이 있는데요, 나중에 부연하겠습니다. 마지막으로 “시장에서 성공한 작가가 아니라 시장과 맞서는 작가로 길러야 한다”로 넘어가도록 하겠습니다. 어떤 작가를 지지하고 지원해야하냐는 질문에 대한 실마리는 지금 잠깐 살펴본 듯이 지금 이 시장이 어떤 시장인지 살펴보는 것으로부터 시작되어야 합니다. 이 시장은 지나치게 일반화 시켜선 안 되겠지만, 소수의 스타와 제한적인 구매자 층으로 구성되며, 결과적으로 사회적 자산을 그것에 편중시키는 체계로써, 그 내부에서 그것을 넘어서는 가능성의 담론이 생성되기 어렵다는 측면에 있습니다. 아마 이 지점이 새로운 미적 사유, 그것이 무엇인가? 그것이 미술인가? 하는 원리적 대립의 적립이 새롭게 기대되는 이유입니다. 이것은 이제 시작되어야 할 큰 서사가 되어야 될 개연성이 큼니다. 원천 가치는 오로지 심오한 사유와 예술론에 의거해 창작행위에 나서는 작가를 통해서만 생산됩니다. 그러므로 시장에서 성공할 수 있는 작가 이전에 시장과 맞서는 대립을 내재화한 작가를 지원하는 것이 이 큰 틀에 포함되어야 합니다. 자신의 실존적 삶과 가치 체계간의 내적 충돌로부터 도래하는 미술이 무엇인가 하는 사유에 입각한 원리적 대결을 지속시킬 수 있는 유형의 작가를 지원해야한다는 말입니다. 여기까지 줄이도록 하겠습니다.

최병식

세계적으로 보면, 선진국으로 갈수록 뮤지엄프라이스와 마켓프라이스가 거의 동등하게 70%이상을 공유하고 있는 것으로 볼 수 있습니다. 이것은 모두가 그런 것은 아니지만 결국 최고의 위치에 있는 작가들이라면, 마켓에서도 그만큼 좋은 평가를 받고 있다는 것을 말해주는 것 같습니다. 심 교수님께서 말씀해주신 신자유주의, 자본의 범람과 같은 부분에 대한 것은 우리가 한번 깊게 성찰하고 연구하는 계기가 되었으면 하는 바람입니다. 감사합니다. 다음은 세 번째 순서로 가겠습니다. 세계적으로 유명한 경매회사 두 곳인 소더비와 크리스티가 있는데요, 가운데 크리스티는 지속적으로 아시아시장을 개척하고 연구하고 있습니다. 크리스티 한국사무소 책임자로 나와 계시는 배혜경 대표님께서 “국제 미술시장에서의 한국 미술의 위상”에 대해서 발표해주시겠습니다.

배혜경

네 배혜경입니다. 저는 아트페어나 화랑에서의 경매는 공식적으로 공개되지 않기 때문에 국제경매에서 거래 되는 작가들 위주로 말씀드리도록 하겠습니다. 국제 미술시장에서 주목하는 한국 작가들을 보면, 원로작가들이나 대가들 위주로 몇 명이 되지 않습니다. 대표적으로 백남준, 이우환 그리고 몇 년 전부터는 단색화 작가들, 그리고 2년 전부터 김환기 작가에 대해 아시아 시장에서 관심을 가지고 있습니다. 또한 아시아 작가 가운데 김창렬 작가가 거래 되었고, 나머지는 중견, 신진작가들입니다. 저도 이러

한 중견, 신진작가들을 대표해서 소개했었습니다. 지난 11년 간 홍콩 크리스티에서만 150명의 한국 작가들의 800여점의 작품을 출품 했었습니다. 그동안 많은 관심을 받았지만 2008년부터 서브프라임으로 인해 전 세계적으로 동시대 미술시장이 침체되었습니다. 그러면서 지난 7년간 참 어려운 시기를 겪었는데, 지금은 다시 단색화가 돌아오고 있기 때문에 이를 기점으로 해서 동시대 미술에도 좋은 영향이 있지 않을까 하는 기대를 하고 있습니다. 제가 가져온 이미지를 함께 보시겠습니다. 국제 미술시장에서 주목받는 한국미술의 특징과 위상을 보여주는 대표적 이미지를 준비해 보았습니다. 원로작가들 작품들 보면, 대충 어느 작가들인지 아실 거예요. 통합적으로 포착되는 유사한 특징들이 있습니다. 이다음 것도 보여주시겠어요? 지금 앞에 그림과 다음 그림이 국제 미술시장에서 많이 주목하고 있는 한국 작가들인데요, 기본적으로 매우 서정적이고요. 처음 보면 단색적으로 보이지만 자세히 보면, 작은 단위들이 무수히 반복 되서 그려진 특징들이 많습니다. 그래서 하나하나가 작은 단위들이 형체나 색채 또는 물감의 깊이에 의해서도 똑같지가 않고 하나하나 공이 정말 많이 들어가고 각기 다르게 그려져 있어요. 그래서 작가의 손맛이 굉장히 강하게 느껴지고 또 미묘한 울림이 있습니다. 시간과 공이 굉장히 많이 들어간 섬세한 작품들이고 구조적으로 잘 짜여있는 굉장히 구축적인 작품들이에요. 그래서 정말 정신통일해서 수행자적 입장에서 그리지 않고서는 그리기 어려운 작품들이 많습니다. 비슷한 시기의 작가들 가운데 국제시장에서 주목받는 중국작가들하고 일본작가들 작품을 보면 대략 60년대, 70-80년대 작품들인데도 우리 미술하고 확연히 다르다는 것을 느낄 수 있어요. 결국 이러한 다름이 외국컬렉터들과 외국 화랑, 딜러들이 주목하는 우리의 정체성과 브랜드가 아닐까 생각해봅니다. 이런 표현법이나 이미지들은 신진작가와 중견작가들의 작품에서도 찾아볼 수 있습니다. 이 다음 이미지를 보시면요. 주로 홍콩경매나 미국 쪽에서 잘 팔렸던 작가들의 작품인데요. 아주 작은 단위를 반복해서 다이나믹하게 현대적인 이미지로 변주를 통해서 각자의 이야기를 전개하고 있습니다. 또 다음을 보시면요. 전체적으로 단색화나 김환기 작가나 이우환 작가, 김창열 작가들과 이미지 상으로 굉장히 유사한 느낌을 받을 수 있습니다. 한국미술만의 내재된 통합적인 이미지가 있는 것 같습니다. 그래서 외국컬렉터들은 그러한 이미지들을 굉장히 좋아하고, 그것이 한국미술의 모습이라고 생각하는 거 같아요. 물론 다양한 한국미술의 모습이 있죠. 특히 외국컬렉터들은 한국작품들에 대해서 아이디어가 풍부하고 기법이나 매체 같은 것도 굉장히 기발하고, 참신하다고, 그 표현법이 굉장히 세련됐다고 이야기합니다. 그리고 저희가 백남준 DNA가 있어서 그런 건지는 모르겠지만 테크놀로지를 쓰는 것도 굉장히 창의적이라고 이야기합니다. 그런 부분 때문에 처음에는 외국컬렉터들이 한국그림과 조각들을 보면 어떻게 이렇게 잘 만들 수 있고, 잘 그릴 수가 있지? 하고 감탄하고 관심을 갖습니다. 한국작품들은 이러한 시각적인 어필이 강해요 그런데 이에 비해서 가격이 낮기 때문에 컬렉터들이 처음엔 쉽게 삽니다. 문제는 컬렉션을 계속하다보면 컬렉터들도 작가의 컨

셉에 대해서 관심을 갖게 되요. 그런 부분에서 하나같이 이야기하는 것이 한국 현대미술이 무엇인가에 대해 잘 모르겠다. 그리고 컨셉을 잘 모르겠다라는 얘기를 많이 해요. 컨셉에 있어서 외국작가들에 비해 부족하다고 생각하는 것 같습니다. 일단은 한국 현대미술이 무엇인가 하는 질문에 우리가 역사적, 문화적 맥락에서 이해하기 쉽게 풀어갈 수 있는 통합적인 개념을 정리해야 될 거 같아요. 우리가 일제시대와 6.25동란 때문에 한 50년간 역사가 단절됐었기 때문에 그 이전과 이후, 현재와의 연결고리를 잃어버린 거 같아요. 또한 우리가 너무 고속성장 하다보니까 우리만의 정체성에 대해서도 제대로 짚어볼 여유가 없었죠. 그런데 사실은 모든 것이 이야기의 힘이거든요. 스토리텔링이 중요합니다. 중국 같은 경우는 자기들의 사회적인 역사적 상황에서 역사를 풀어내는 기술이 뛰어나고, 물론 중국의 국가파워도 있지만 총체적인 이미지를 잘 만들어 냅니다. 일본도 마찬가지예요. 대중문화의 만화이미진데, 그것을 자기들의 전통적인 평면회화와 과거의 역사적, 신화적인 주제에서 잘 끄집어내서 현대회화와 연결시키고, 고급스럽게 풀어냅니다. 우리는 그런 부분에 있어서 포장기술이 부족한 것 같아요. 아까 심상용 교수님이 말씀하신 것처럼 끊임없이 고뇌해서 그 개념을 찾아내야 될 것 같습니다. 현재 외국 메이저갤러리에 전속되어 있고 글로벌 시장에서 거래되는 한국작가들인 이우환, 서도호, 이불, 최우람, 양혜규 이런 작가들 보면 자신만의 정체성과 브랜딩이 굉장히 분명하죠. 우리가 글로벌 시장에서 인정받는 한국작가 수를 더 늘려가려면 하루 속히 다양한 담론들을 이끌어내서 개념적으로 풍요로운 미술적인 토양을 만들어 가야될 것 같습니다. 이상은 우리가 주목받는 한국작가들 특징에 대해서 이야기 했습니다. 위상에 대해서 말씀드리겠습니다.

저희 작품의 위상을 보면 글로벌 기준에 비해서 정말 역부족입니다. 단색화 가격이 2-3년 사이에 너무나 짧은 기간에 너무도 올랐다고들 말씀하시는데, 지금 단색화 최고가가 13-14억 정도예요. 근데 그 시대 일본 작가의 작업은 최고가가 지금 60억 정도입니다. 그리고 쿠사마 야오이는 거의 80억이고요. 조금 직전에 자오키가 역시 160억입니다. 동시대 작가들도 제프쿤스가 600억, 무라카미는 170억, 쩡판즈는 260억입니다. 비슷한 나이대의 작가인 우리나라의 서도호 작품은 9억입니다. 물론 시장에서의 가격이 작가의 내재적 가치를 논할 수 있는 것은 아니지만 요즘은 미술시장에서 작가의 위상을 결정하고 그 작가가 속한 나라의 국가이미지를 높여주고 다른 작가들 작품의 가격까지도 높여준다는 점에서 이 부분이 굉장히 중요하다고 생각합니다. 저희가 지금 시기가 중요하다고 생각하는 것은 그동안 한국작가들이 이 정도로 서구의 관심을 받아본 적이 없습니다. 그동안은 대체적으로 아시아 내부에서의 관심이었습니니다. 지금처럼 서구에서 관심을 보일 때 우리가 어서, 내년까지라도 해외의 주요 메이저 미술관에서 단색화 전시를 유치해야 된다고 생각합니다. 단색화와 비슷한 시기에 미술시장에 등장해서 작품가격이 많이 올랐던 독일의 제로 그룹이나 일본의 구타이 그룹하고 비교해보면, 제로 그룹이나 구타이 그룹 같은 경우는 지난 몇 년 사이에 테이트나 MoMA, 구겐하임, MOCA 같은

곳에서 전시가 열렸어요. 근데 우리나라는 과천의 국립현대미술관에서만 단색화 관련 전시가 있었고, 아직 외국의 메이저 미술관에서는 아직 전시가 열릴 것이라는 이야기만 나오고 있지 결정된 것은 없는 것 같아요. 그런데 사실은 메이저 미술관에서 전시가 유지가 되어야 미술시장의 흐름과 비평가 학술대회 흐름이 같이 갈 수 있는 거거든요. 지금 현재 단색화가 왜 이렇게 많은 수혜를 받고 있는지에 대해 논란이 많고, 그런데 왜 또 단색화인지 질문 할 수 있겠지만 외국에서 우리에게 관심을 집중하는 지금 시점에 기회를 잘 잡아서 꽃을 피워야 한다고 생각합니다. 이 시기를 잘 잡지 못하면 단색화는 시장에서 버블로 남게 되고 우리는 또 10년이라는 세월을 기다려야할 수도 있어요. 그래서 이 부분이 대단히 중요한 것 같습니다. 그래도 다행인 것은 올해도 국제미술시장에서 단색화는 '핫'하게 부각되는 것 같아요. 뉴욕, 런던, 파리에서 지금 단색화 전시가 계획 되어있고, 또 현재 파리의 페로탱 갤러리에서는 단색화하고 연계해서 최명영, 이승조, 서승원 전시 열리고 있습니다. 그리고 페이스 갤러리 같은 경우도 이제 한국의 단색화 이후의 작가들을 찾고 있어요. 이 부분은 굉장히 희망적이고 고무적인 일이라고 생각을 합니다. 근데 결국에 미술관도 이런 전시를 유치를 하려면 돈이 가장 중요합니다. 사실 여기 KIAF와 많은 화랑들에서도 정부지원이 필요하다고 하지만, 사실 이 부분도 정부와 기업이 지원을 해서 외국 미술관에서 단색화 전시가 이루어지게끔 빨리 총력을 기울이는 것이 다른 작가들의 국제시장진입에도 많은 힘이 되지 않을까 생각합니다.

최병식

네. 아주 길지 않았지만 현장에서 느꼈던 말씀 요약해서 잘 말씀해주셨습니다. 지금 화이트큐브에서 박서보 화백의 전시가 열리고 있죠? 현지에서 반응이 좋다고 합니다. 굉장히 기분 좋은 일입니다. 물론 이러한 점에서 정부지원이 중요하다고 하지만 그것만으로는 한계가 있습니다. 마케팅의 힘으로 풀어나가는 우리들의 능력과 노력이 바탕이 되어야 한다는 생각이 듭니다. 지금까지 너무 앞만 보고 달려온 것이 아닌가하는 생각이 들면서 좌우전후도 봐야겠다는 생각이 듭니다. 감사합니다. 이제 4번째 발표자입니다. 정종호 선생님의 "아트페어의 운영과 전략"입니다.

정종호

반갑습니다. 정종호입니다. 사실 아트마켓에서 쪽 일을 하다가, 미술관에서 일을 하고 있습니다. 왠지 조금 전문직에서 중도하차 내지는 전환했다는 생각도 들고요. 경우에 따라서는 이런 변명도 합니다. 샘 켈러가 아트페어바젤 한창 맡고 있다가, 미술관에 가서 일을 했던 일화가 간혹 핑계 거리가 되기도 합니다. 어쨌든 1959년 영국의 굴벨키언 재단이 런던에 미술 갤러리들이 모여서 아트페어를 시작할 때 구원을 시작했다는 시점에서 과연 60년 정도가 지난 이 시점에서, 지금까지 아트페어가 지금처럼 전 세계시대가 오리라고 예측했을까하는 조금은 재밌는 생각도 해보게 될 만큼, 국내 국외 아트페어가 삭지 않을 만큼 지속적으로 변창해나가고 있다는 게 현실입니다. 그리고 어쨌든 그런 상황에서 갤러리의 활동이 상당부

분 한정된 공간에서 해왔던 전시기획이라든지 그리고 작가와의 네트워크라든지 아니면 여타 기획 섹션들이 점점 아트페어에 많이 의존하고 있다는 것들이 국내 미술시장의 분석이라든지 결과를 도출해볼 때, 상당한 변화로 이어지고 있다는 게 사실입니다. 어쨌든 제가 말씀드릴 부분은 아트페어의 동향이라든지 이런 부분들이 주로 한국의 아트페어를 어떻게 하면 글로벌화할 수 있는 대표주자가 지금 만들어져야하지 않겠느냐. 조금 전에도 세계 미술시장의 규모라든지, 한국미술의 위상이라든지 이런 것들을 말씀드렸지만 어쨌든 아트페어의 비중이 그만큼 많이 차지하고 있는 시점에서 한국의 대표적인 국제 아트페어가 필요하지 않을까. 어떻게 보면, 2007-8년 정도 기점으로 해서 그때가 아트홍콩이 생겼을 때였죠. 그 기점으로 해서 약간 타이밍을 놓친 부분도 있지 않을까 라는 생각도 해보고요. 어쨌든 그 허브라는 역할을 홍콩에 빼앗겼다는 느낌도 들기는 하지만, 어쨌든 아트페어가 상당히 미술전반에 걸쳐서 갤러리라든지 작가라든지 컬렉터에 영향을 주고 있는 만큼 제대로 아트페어가 필요하지 않을까하는 점에서 말씀드리고자 합니다. 그런 차원에서 어떻게 보면 아트페어의 조직에 대한 이야기를 하게 될 것 같습니다.

우리나라 아트페어는 2005년 기준으로 했을 때 한 7개 정도로 시작했습니다. 2015년을 기준으로 했을 때, 예술경영지원센터의 한국 미술시장 실태조사의 그 대상으로 볼 때 아트페어는 거의 36개 정도입니다. 운영이라든지 이런 측면에서 다소 다른 측면도 있겠지만, 기하급수적으로 늘어났다는 부분은 그만큼 아트페어 비중이 크다고 말씀드릴 수 있겠고요. 이런 측면에서 본다면 과연 어떤 방향으로 가닥을 잡아야할지 나름 진단을 해봤습니다. 간단하게 국내 미술시장 중에서도 아트페어의 동향에서 간단하게 말씀드리고 운영전략 쪽으로 포커스를 맞춰서, 좁혀서 말씀을 드려볼까 합니다. 앞서 한국 화랑협회의 박우홍회장님께서 KIAF의 방향에 대해서 말씀하셨습니다. 제일 먼저 크게 본다면, KIAF의 조직개편이 상당히 크게 움직이고 있지 않나 생각이 듭니다. 아시겠지만, KIAF가 14년 정도에 그치면서 어쨌든 한국의 대표적인 주자로 아트페어를 형성하고 있고요. 이런 측면에서 그동안의 미비했던 기업과의 마케팅을 협업하여 추진한다든지, 그리고 홍보마켓을 추진한다든지, 아시아권의 현지인들과 협업해서 공모관계를 유지한다든지, 이런 기존의 조직과는 달리 적극적인 전략으로 재편성되고 있다는 점이 달라진 점이다 볼 수 있겠습니다.

그 다음은 해외 브랜드의 아트페어의 국내 런칭입니다. 어포더블 아트페어죠. 지금 일선 아트페어 중에서는 세계최고의 수로 전 세계에서 13개 정도가 진행되고 있죠. 규모라든지 퀄리티라든지 상당히 많은 횟수로 진행되고 있습니다. 어포더블 아트페어가 한국에서 개최된다는 사실에 대해 상당히 많은 기대들도 했었는데, 조사한 바로는 갤러리의 참가조건이라든지 그다음에 판매에 있어서 그룹판매가 형성되지 못했다는 조금은 해결해야 될 문제들이 있다고 보여 집니다. 어쨌든 해외브랜드가 한국에 런칭됐다는 건 국내 아트페어에 상당한 자극제 역할을 할 수 있지 않을까, 그게 긍정적인 시너지로 작용한다면, 국내 아트페어도 발전할 수 있는 계기

를 마련하지 않을까 생각이 듭니다.

그리고 또 하나는 지역 아트페어의 재편성이라는 겁니다. 순위로 보자면 대표적인 아트페어 몇 개를 뽑아서, 대구 아트페어랑 광주 아트페어, 부산 아트페어 광역권에서 진행되고 있는 아트페어를 순서대로 런칭된 연도를 기준으로 했을 때 나열해볼 수 있겠습니다만, 후발주자인 아트부산이 상당히 분발하여 성장한 것을 알 수 있습니다. 작년에는 201개 갤러리가 참여하고 판매발표는 180억으로 발표를 한 것으로 알고 있습니다. 대구와 광주와 같이 앞선 주자들은 부산지역이 분발하고 있다는 점이 이들에게 커나가는 데 도움을 줄 수 있다고 봅니다. 그리고 또 하나는 각 지역에서 작가 내지는 단체가 운영하는 아트페어입니다. 이게 상당히 적지 않은 숫자이고, 이런 아트페어의 참가하는 작가수도 적지 않습니다. 그렇지만 조금은 조심스런 접근을 해야 할 부분도 있습니다. 이런 것이 직접 작가가 참가하고 운영하는 형태라는 거죠. 그래서 작가들이 참여한다는 형태가 쉽게 지나칠 수도 간과할 수도 있는 부분이라는 거죠. 크게 봤을 때 작가들이 직접 참여해서 작품 판매를 하고, 작품 가격을 맘대로 정한다든지 하는 상황들이 꽤나 많이 발생하고 있다는 점에서 제대로 된 시스템이라든지 제도화가 필요하다는 생각을 합니다. 이런 부분이 아트마켓의 고객 형성차원에서는 틈새시장을 제대로 파고 있다는 측면에서는 긍정적인 평가를 할 만합니다. 그렇지만 제대로 된 아트페어의 형태를 시행해야 될 필요도 있지 않나 라는 생각도 듭니다. 이런 측면에서 보자면 우리나라 아트페어가 필요한 것들은 어떤 것들이 있는지 다섯 가지를 정리해봤습니다. 말씀드린 것처럼 아트페어의 문제점이라든지 해결을 위해서 많은 고민들을 하고 있겠습니다만, 어쨌든 제가 판단했을 때, 국내 아트페어의 가장 큰 문제점, 해결해야 할 점, 시급한 점을 첫 번째로 본다면, 전문조직이라는 생각이 듭니다. 전문조직과 인력 그리고 거기에 따른 방향성, 전문조직의 역량. 불행하게도 우리나라 아트페어의 공통점이 아트디렉터가 없습니다. 페어 디렉터가 없습니다. 그게 단체에서 운영한다든지, 단체의 목적 산업으로 운영한다든지 이런 특수상황 때문에 그럴 수도 있습니다. 그렇지만, 지금 페어디렉터 내지는 아트디렉터가 하고 있는 역할이 전문적이다, 전문적이지 않다는 걸 떠나서 많은 겸업을 하고 있다는 부분입니다. 비즈니스를 하고 있고, 다른 걸 하고 있다는 점에서 시간적인 에너지에서 그만큼 투자를 할 수 없는 환경이라는 뜻입니다. 그리고 거기에 따른 인력들도 마찬가지입니다. 인력들도 보면, 다른 일을 겸업하고 있다든지, 아트페어가 임박했을 때 임시인력으로 충당하는 경우가 많습니다. 아마도 지금 환경에서 아트페어에서 꽤나 많은 경험이나 노하우를 쌓은 사람들이 상당수 될 거라고 생각합니다. 전문시스템 구축해서 일을 추진해나가는 상황이 못 되니 이쪽에서 인력을 낭비하는 상황이 되지 않을까 생각이 들어요. 아트페어는 잘 아시겠지만, 전문성을 요하는 부분들이 많습니다. 비엔날레와 다른 점이 전시기획뿐만 아니고, 갤러리 유치, 프로그램 개발, 행사 진행, VIP응대 등 각각 분야에 상당히 전문성을 요하는 부분들이 많습니다. 이런 부분들을 각각 전문적으로 이끌어 줄 전문가가 위치하고 있

지 않다는 것은 정말 빨리 해결해야 할 문제라고 생각합니다.

그리고 한국의 대표주자로 있는 KIAF의 경우도 그런 생각이 듭니다. 그런 문제에 대해서 당면하고 있는 박회장님 경우도 상당한 고민거리라고 생각이 드는데, 얼마 전에 아트바젤 홍콩의 디렉터였던 매그너스 렌퓨도 한 인터뷰에서 얘기했죠? 한국 KIAF가 성장하기 위해서는 화랑협회 조직에서 빨리 벗어나야 된다고 얘기했습니다. 그만큼 절실하게 필요한 부분이 없을까 생각합니다. 그리고 왜 문제이냐에 대해서는 아마 상당부분 많이 알고 계시는 부분이 많을 것 같고, 그것에 대해서는 나중에 기회가 되면 다시 말씀드리도록 하겠습니다. 그리고 또 하나는 컬렉터의 국내외 데이터베이스가 약하다는 부분이죠. 우리나라 아트페어의 약점 중에 하나기도 합니다. 컬렉터의 데이터베이스. 그게 관련된 기관이라든지, 관련된 프로그램을 형성할 수 있는 단체라든지, 여기에 대한 데이터베이스가 상당히 약하다는 부분이죠. 그러다보니까 어떤 상황이 펼쳐지냐 하면은요. 컬렉터에 대한 데이터베이스를 기존에 참가한 갤러리에 의존하려고 하는 상황이 많이 생깁니다. 그런데 갤러리들은 아트페어에 나가면 좋은 컬렉터를 만나고자 하는 기대를 갖고 있습니다. 이러한 양측의 기대가 엇나가게 되면서 문제가 생기는 것이죠. 그런 부분들을 데이터베이스를 확보함으로써 갤러리들의 기대치를 높이고, 실질적인 판매에 도움이 될 수 있는 전략을 짤 필요가 있다는 생각이 들고요. 그다음에 세 번째는 앞서 변홍철 대표님께서 사례를 보여주셨습니다. 한정적인 네트워크에서 탈피할 필요가 있다는 이야기입니다. 우리나라 아트페어는 상당히 독립적입니다. 다양한 네트워크를 형성할 필요가 있다는 거죠. 앞서서 미술관에 관련된 한국 미술의 위상에 관련된 필요성에 대해서 말씀드렸습시다만, 예를 들어 미술관과 네트워크는 어느 정도 형성이 되어야하고, 미술관과의 프로그램이라든지, 이런 것들은 얼마나 많이 가동되었나 하는 부분을 한번 짚어볼 필요가 있고요. 그다음에 문화재단이라든지 기업이라든지 작가 레지던시, 미술에 대한 인프라를 충분히 활용하고 있는지, 그리고 상호 관계를 유지하고 있고 살리고 있는지에 대한 부분은 아트페어의 성공 여부를 가르는 차원이상이라고 생각합니다. 이런 부분 통해서 한국 작가들이 충분히 성장할 수 있는 기회가 만들어질 것이고 그다음에 갤러리도 마찬가지입니다. 다섯 가지 중에서 갤러리 유입방향이라든지, 마케팅이라든지 이런 부분은 이미 상당부분 고민하고 있을 것으로 보고 시간상 생략하겠습니다. 어쨌든 아트페어에 가서 해외 갤러리, 해외에서 오신 분들하고 이야기해보면 갤러리들이 가지고 있는 문제점 또는 한국 아트페어가 이랬으면 좋겠다는 핵심이 한 가지 나오는 것 같아요. 그게 뭐냐면, 한국 아트페어가 제시해주는 비전이 무엇이나 하는 부분입니다. 아트페어가 제시해주는 비전, 중장기적인 3년 내지 10년 정도에 제시하는 비전은 왜 필요한가. 아트페어가 제시하는 비전은 해외에서 참가하는 갤러리들이 어떤 대상의 작품을 가지고 어떤 대상의 작가를 끌어와서 한국 아트마켓에 도전할 것이냐에 대한, 즉 개네들만의 전략을 짤 수 있단 말이죠. 그렇지만, 한국 아트페어가 제시해줄 수 있는 비전이 상당히 약하다는 여론이 상당히 강한 부분입니다.

올해는 어떤 작가의 작품을 가지고 나왔지만 내년에는 어떤 작품, 그다음에는 어떤 작품을 가지고 나와야될지 모르겠다는 거죠. 앞서서 말씀드린 네트워크라든지, 이런 문제점 해결방안을 모색하고 현실화 시킨다면, 그들이 요구하는 비전제시가 가능할 것이고, 가능하다면 국내에서도 글로벌화된 아트페어로 아트마켓에 상당한 시너지를 줄 수 있지 않을까 생각을 합니다. 감사합니다.

최병식

정종효 선생님, 아트페어가 굉장히 중요하게 급부상했죠. 아트페어의 디렉터가 필요하다는 전문성과 전문 인력에 관련한 이야기, 피부에 와 닿는 아주 좋은 지적이었습니다. 이 부분을 위해서 혹시 앞으로 지원사업이 가능한 부분이 있는지 적극적으로 생각해 봐야겠습니다. 다음 순서는 원래 보충발언을 하려했는데, 지정토론자들의 말씀을 먼저 듣겠습니다. 답변도 하셔야 되기 때문에, 그때 같이 말씀하시면 될 것 같습니다. 오늘 지정토론자 세 분 나오셨는데요. 윤태건 더톤 대표입니다. 현장활동을 활발히 하시고, 연구도 많이 하시고 직접도 계획도 많이 하시고 상당히 활동을 많이 하시는 윤태건 대표님이십니다. 그다음에 강 효주 필립강갤러리 대표 나오셨습니다. 말씀 드리지 않아도 워낙 알려진 갤러리라 활동을 많이 하시고, 현재 화랑협회에서도 임원활동도 하고 계십니다. 그다음 이승민 스페이스비엠 대표, 김동현 이화익갤러리 실장께서 나오셨습니다.

윤태건

지정 질의를 받은 윤태건입니다. 심상용 교수님께 질의 드립니다. 교수님의 핵심을 찌르는 말은 잘 들었고요. 1부와 2부의 대부분 발제 내용들이 시장을 지향하는 입장에서 기술적인 입장의 발제였다면, 교수님 발제는 제목 그대로 누락된 부분을 잘 짚어주셨다는 생각이 듭니다. 한편으로 미술에 대한 비평적 사유와 담론이 이상하게 시장 앞에만 서면 대체로 꼬리를 내리고 있는 현재에서 앞으로 시장에 대한 비평적인 성찰과 논제들이 필요할 것이라고 생각이 듭니다. 그럼에도 불구하고 한 가지 궁금한 것은 지금의 신자유적인 시장시스템이라는 괴물, 지칠 줄 모르는 식욕과 대항 세력까지 흡수해버리는 잡식성. 그 탐욕에 맞서는 작가가 과연 실제적으로 가능할 것인지에 대한 궁금함입니다. 이미 교수님께서 지적하신 것처럼 대안공간이나 레지던시 등 소위 대안적 시스템을 표방했지만 이미 동력을 잃어버리고, 오히려 시스템의 하위기제로 작용하는 모습을 볼 수 있습니다. 입으로는 대안을 말하지만 실제로는 시장을 바라보고 있는 것이 현재 미술계 상황인 것 같습니다. 이런 상황에서 시장에 맞서는 작가가 여전히 교수님께서 말씀하시듯 작가 역시 시장의 하위기제로 작동할 가능성이 큰데, 그렇다면 그럼에도 불구하고 그런 대항적인 작가의 필요성에 대해서 이야기하신 논점이 한국미술이 좀 더 다양한 시스템을 갖기 위해서 필요한 다양성의 한 방향으로서 이야기하신 것인지 아니면 시장의 그런 내파적이고 전복적인 입장에서 필요한 것인지에 대한 부연설명을 해주시면 감사하겠습니다.

심상용

핵심을 잘 짚었다고 표현해주셔서 감사합니다. 핵심을 잘 짚었는지는 모르겠어요. 좋은 질문 너무 감사하고 요약해보면 두 가지 정도 질문이신 거 같아요. 첫 번째는 과연 그런 작가가 가능하겠냐. 이상적이 이야기가 아니겠느냐. 생각해볼 수 있지만 현실에서는 바라기 어려운 그런 측면이 있는 거 아니냐는 생각인데 저는 그렇게 생각하지는 않아요. 약간의 느끼는 지점에 차이가 있다는 생각이 드는데요, 제가 처음에 발제를 하고 인간의 문제다, 결국은 공산주의든 자본주의든 이런 것들이 자꾸 왜곡되고 인간을 왜곡하는 폭력적인 상황으로 이동할 수밖에 없는 결국 인간의 문제라고 했는데, 결국 첫 번째 문제는 그 질문이 아닌가 싶어요. 어떤 부조리하거나 시정이 필요한 상황 속에서 내가 그런 것들 하고 독립적으로 살아갈 수 있느냐 없느냐, 인간이 그럴 수 있느냐 없느냐 이 문제 있죠? 만약에 인간이 그럴 수 있다면, 작가가 왜 그럴 수 없겠습니까. 전 충분히 그럴 수 있다고 생각하고. 시스템의 밑에 들어가 있는 게 아니라, 시스템 안에서 시스템에 맞게 살아가는 거죠. 그런데 바로 그런 시스템 외부의 맥락들을 가지고 있는 사람들 그런 요인들에 의해서 결국은 시스템 자체도 건강해지잖아요. 그런 사람들 역시 시스템 자체가 결국 시간문제지, 작동을 멈춘다는 거죠. 그런 불안하고 역동적인 요인들, 내부적인 요인들 때문에 시스템 자체가, 여기서 이 논의로 돌아오자면, 한국의 예술 자체가 굉장히 역동성을 떨 수 있고, 어떤 생태적 다양성을 떨 수 있는데, 즉 문제의식은 여태까지 우리가 그런 분위기를 제대로 가져왔느냐 하는 것이 문제라는 이야기입니다. 그래서 저는 첫 번째는 그렇게 생각하고 두 번째는 한국 미술시장 다양성이 장려되지 못하는 현실을 비판하는 것이냐, 아니면 시장의 전복적 기제로 작동해야 하는 힘을 의미하는 것이냐 인데요, 저는 이 두 가지는 어쨌든 제가 잘못 이해할 수도 있는데요, 크게 다른 이야기긴 아닌 것 같아요. 왜냐하면, 시장이란 자체는 시장은 가치가 아닌 시스템입니다. 그래서 시스템은 시스템 자체가 가치를 가질 수 없어요. 일단은 한국현대미술시장에 국한된 문제가 아니라, 굉장히 래디컬한 문제인 거예요. 시장 자체가 어떤 가치들을 생산할 수 있는 인프라를 자극하거나 촉진시킬 수 있어요. 그러나 시장은 거래하고 이윤을 남기는 시스템이란 말이죠. 그래서 시장 자체로 가치를 생산할 수 없는데 문제는 너무나 시장 지향적이고 시장 결정적인 쪽으로 가다보면 가치를 만들어내는 다른 플랫폼 자체가 망가질 수 있다는 거예요. 그게 제일 우려가 된다는 것이죠. 그래서 이 많은 학자들이 시장이라는 거 자체가 제국적인 측면을 가지고 있다고, 많은 학자들이 지적하고 있지 않습니까. 그러니까 시장이라는 건 예를 들어 이를테면, 시장도 어떤 유사가치, 가치처럼 보이는 것을 만들어내긴 해요. 아까 배혜경 대표님도 말씀하셨지만, 서브프라임 사태 때문에 갑자기 미술품의 가치가 폭락했잖아요. 그게 시장가치가 폭락한 겁니까? 예술가치가 폭락한 겁니다. 그게 거기서 폭락했다는 게 시장적인 가치가 폭락한 것이지, 그 사람들이 원래 가지고 있는 가치가 폭락했다는 건 아니란 거죠. 시장은 어떤 가치를 어떤 매커니즘 속에서 굉장히 상향시킬 수도 있고 밑으로 내릴 수도 있지만, 그 가치 자체를 만들어낼 수는

없다는 것이에요. 그 안에서, 시장 안에서 문제의식이 계속 긴장감을 유지할 수 있는 것이 중요하다는 것이죠. 그러니까 시장이 있고 시장 반대하는 것이 있는 게 아니라, 시장이라는 건 가치가 아니니까 그 안에서, 그러나 가치를 위협하는 폭력적인 측면이 분명히 있습니다. 그래서 그 안에서 그런 가치들이 공존하고 상생할 수 있도록 하는 그런 견제, 감시, 도덕적인 이념적인 측면들이 있어야 시장이 더 잘 작동될 수 있다는 것이죠. 저는 아까 배 선생님 말씀을 들으면서도 결국은 그 가치, 예술이란 영역은 예술가를 통해서 그런 가치들을 생산할 수 있도록 하는 존재 속에서 작동하는 영역이란 겁니다. 그 영역에 손상을 초래하는 방향으로 설사 시장에 관한 논의일지라도, 그렇게 가는 게 아닌지 하는 것에 대해서 항상 우리가 의구심을 갖고 견제하고 감시해야한다 그렇게 이해하시면 답이 될지 모르겠어요.

최병식

네, 이 정도면 이해가시죠? 아주 명쾌하게 아트마켓에 갖고 있는 여러 가지 문제점, 학자 입장에서 쪽 말씀 해주셨습니다. 질문도 좋았고 답변도 아주 너무나 유쾌했습니다. 큐레이터가 뭐냐, 이런 질문하면 답변도 어렵죠? 제가 그런 얘기를 많이 합니다. 그것은 불가능을 가능하게 만드는 사람이다. 결국은 작가도 그런 겁니다. 불가능한 것 같지만 그것을 현실화할 수 있고, 가시화 할 수 있는 것이 작가가 아닌가 생각이 듭니다. 좋은 말씀이었습니다. 감사합니다.

강효주

네 필립강갤러리와 필립강미술연구소 운영하고 있는 강효주입니다. 배혜경 대표님께 조언을 구하고자 하는 질문인데요, 다른 분들이 대답을 해주셔도 좋을 거 같습니다. 우선 하나는 화랑을 운영하니까 화랑의 외상재고 문제나 국제화문제에 대한 문제와 두 번째로는 포스트 단색화의 대안이랄까, 어떤 식의 방향, 앞으로는 어떻게 전개될 것이냐 고민이 있다면 듣고 싶은데요. 작금의 화랑 주변 여건을 큰 틀로 보게 되면, 경매시장이 상당히 단기간 내에 급격하게 확대되면서 프라이머리 마켓에 있는 화랑들의 위상이 상대적으로 상당히 위축되고 있는 게 현실이고 아트페어 시장 쪽으로 의존하는 게 현실입니다. 이러다 보니까 고유의 기능인 전시기능이 상당히 약화되어서 사무실 갤러리나 오피스텔 갤러리 심지어는 핸드폰 갤러리란 게 나올 정도로 전시장 역할이 상당히 떨어지고 있습니다. 궁극적으로 경매하고 가격경쟁력에서 상당히 불리한 여건에 있기 때문에 그런 현상이 벌어지고 있습니다. 또 시장규모가 워낙 협소해서, 작가 층이 상당히 얇은 상황에서 경쟁해야 되는 입장이기 때문에 굉장히 어렵습니다. 우리나라가 이상하게 시장의 변동 폭이 굉장히 큰 것 같습니다. 유행에도 굉장히 민감한 것 같고. 그래서 어떨 때는 냄비가 바글바글 끓다가도 싸늘하게 식으면 언제 그랬냐하고 미술에 관심을 가진 분들이 일종의 증권시장에서 채권 판매하듯이 하니까 시장이 악화되면서 가격도 큰 폭으로 떨어지는 현상을 자주 보게 되고, 미술품 보유에 대한 사회인식이 굉장히 부정적으로 돼있어요. 외국처럼 미술품을 수집한다든지, 미술관을 건립하는 분들에

대한 존경이 아닌 상당히 부정적인 시각을 가지고 무슨 탈세나 하고 부정 축제나 하는 것처럼 생각하는 인식도 상당히 비즈니스 하는데 어렵게 작용하고 있고. 아까도 나온 김에 세제혜택도 미흡하고 특히 미술품 양도에 대한 세금부과 문제가 사실 시장을 악화하는 큰 발목을 잡고 있는 현실입니다. 그리고 국회적인 정책적 지원도 사실 케이팝이나 영화 게임이라든지, 대중적인 예술 쪽에 비중이 더 가있고 순수예술 쪽이 더 어려운데도, 지원이 미흡하지 않나 생각이 듭니다. 화랑 내부적으로도 지극히 반성하고 좀 발전하고 개선해야 될 문제가 있다고 생각합니다. 화랑 역사가 사실 서구에 비해서 너무 짧아요. 미천합니다. 아직도 걸음마 단계에서 크게 벗어나지 못한 게 현실이고, 화랑의 규모역시 영세하고 자본력도 상당히 부족한 입장이고. 이렇게 경쟁하려다 보니까 글로벌 시장에서 상대적으로 처지는 또 전문성이나 전문인력 부족한 문제, 마케팅 능력역시 상당히 부족합니다. 그리고 비즈니스에 치중하다 보니까, 연구하는 활동 같은 경우를 등한시하는 면도 있고 지식이나 정보에서 취약한 면도 있습니다. 그리고 화랑을 찾는 방문객들이나 고객에 대한 관리 이런 부분도 좀 미흡하고. 작가를 발굴하고 육성하는 데 있어서도 영세성이나 여러 가지 시장 환경 때문에 사실 하지 못하고 있는 것도 현실이고요. 근데 이런 것들이 국제화하는 데 내부적으로 체력이 근본적으로 약하고 경쟁력도 없는데 국제 시장에서 큰 골리앗들과 싸우려니까 상당히 어려운데, 그렇더라도 우리가 글로벌 시장에 진출해야 되고 국제화하는 노력을 게을리 해서는 안 되는 노릇이기 때문에 어떻게 하면 어려운 환경, 여건에서도 외국으로 국제화 진출하는 데, 우리 화랑들이 어떤 노력을 강조해야 된다, 어떤 대책을 좀 가지고 나가야 되겠다는 의견 좀 있으시면 조언해주셨으면 좋겠고. 그 다음에 두 번째 문제에서, 단색화라는 용어가 맞나, 틀리냐 하는 문제에서부터 단색화만이 한국미술을 대표하는 미술이나 하는 문제에 근본적인 문제는 있겠으나, 그러나 그렇더라도 단색화만이라도 인정받는 것은 상당히 긍정적인 거고 그런데, 어쨌든 단색화가 단기간의 버블로 끝날 것이냐 아니면 지속적으로 한국미술을 인정받는 하나의 기폭제가 될 것이냐 하는 건데. 아까 단색화를 미술관하고 연결해서 해야 될 말씀을 주셨는데, 단색화 이후에 단색화가 지나면 또 다시 침체 될 것이라는 문제가 남으니까 단색화 이후의 대책이나 방향설정 또는 어떤 경향의 작품들로 국제시장에서 우리가 승부를 걸어야 바람직할지를 배혜경 소장님이 국제적인 감각이 탁월하시고 또 오랜 경력을 가지시고 경험이 많으시기 때문에 배소장님이 중심으로 답변을 해주시면 고맙겠습니다. 이상입니다.

배혜경

예언가가 아니라서 얼마나 정확하게 말씀드릴 수 있을지 모르겠습니다. 미술시장도 보면 유행이 있어요. 2004년부터 2008-2010년에는 구상이 굉장히 대세였습니다. 아시아 시장에서 보면요. 그런데 그 이후에 들어서면서 요즘은 추상에 대한 관심들이 굉장히 많아요. 저번 크리스티 홍콩경매에서도 추상을 집중적으로 조명했었거든요. 미술시장이라는 것이 큰 흐름이 있는 것이어서 전략적으로 들여다본다면, 아까 말씀드렸다시피 단색화가

국제 미술계의 러브콜을 받고 있는 상황인 만큼, 우리가 그 시대에 활동했던 단색화 주변의 다른 많은 작가들을, 추상작가들이나 또 그 이후에 활동했던 작가들의 명단을 정리하고 서로간의 연관성을 보여주고 담론을 적용해서 학술적인 컨셉을 만들어 해외시장에 보여주면 어떨까 생각을 합니다. 그런데 사실 올해 말씀을 드렸듯이 파리의 페로탱에서 최명영, 이승조, 서승원 이런 전시를 하는 거 보면, 외국 시장에서도 단색화뿐만 아니라, 단색화 이후에도 관심을 가지고 있는 것 같거든요. 그리고 메이저 갤러리가 한국에 사무소를 열지 않아서 아직 그렇기는 하지만 현재 페로탱이 열려고 하고 있고, 페이스도 지금 열려고 하는 걸로 알고 있어요. 페이스 갤러리의 관계자를 만났는데, 단색화 이후의 다른 한국 작가들을 찾고 있다는 말을 했습니다. 이것은 많은 부분 외국에서 우리 미술시장을 들여다보고 있다는 것을 입증하고 있는 것이라 생각합니다. 그래서 아까 말씀드렸던 것처럼 저희가 저희 나름대로 연구를 좀 더 많이 해서 나가야되지 않을까 생각합니다.

최병식 이승민 선생님, 또 말씀해주시죠.

이승민 안녕하세요 이승민입니다. 정종호 선생님께 갤러리스트로서 해외아트페어나 국내아트페어를 참여하면서 느꼈던 문제점이라든지, 나아갈 방향에 대해서 질문 드리고 싶어요. 간단하게 제 소개를 하자면, 저는 용산구 동빙고동에 있는 작은 갤러리 스페이스비엠이라는 갤러리를 운영하고 있는 대표자입니다. 제가 김윤섭 선생님의 발제문을 읽으면서 격하게 공감했던 부분이 상위10%갤러리가 모든 매출의 90%를 창출하고 있다는 말씀을 하셨는데요. 여기에 격하게 공감하는 이유가 스타작가들이 다 큰 갤러리에 속해있다 보니까, 저희 같은 영세한 갤러리들, 90%의 갤러리들이 기존에 전시를 통해서 작가들을 소개하고 새로운 작가들을 만나는 시스템에서 수익을 낸다는 점이 굉장히 어려움에 많이 봉착하게 됩니다. 그래서 다른 수익모델을 찾는 것이 아트페어인데요, 저희 같은 경우에도 2012년에 갤러리를 오픈하고 국내 아트페어와 국외 아트페어를 최소한 두 세 곳은 나가보자는 계획을 세웠습니다. 2013년에 국내 아트페어 두 개를 나갔었고, 해외아트페어 한 곳에 참여했습니다. 근데 국내아트페어에서 실적이 굉장히 안 좋았어요. 그래서 실패요인이 무엇인가 많이 생각했었는데, 선생님께서도 마지막 발표에서 말씀하셨듯이 비전제시 같은 부분을 이야기 해주셨는데요. 제가 갤러리 운영하기 전 대형갤러리에서 프리랜서로 일할 때 해외아트페어를 나갈 때와 국내 아트페어를 준비했을 때 가장 큰 차이점이 해외아트페어를 참여할 때는 참여 전략이란 것이 있었습니다. 예를 들어서, 런던 프리즈 아트페어를 나갈 때 저희가 준비하는 작가리스트 작품리스트가 달랐고 그리고 마스트리히트 아트페어나 바젤을 준비할 때 작품 리스트가 달랐습니다. 그러니까 확실하게 페어자체 하나하나의 페어가 각각의 정체성을 가지고 색깔을 가지고 있다는 점이 가장 큰 특징인데요, 국내 아트페어에 나가면서 저희가 어떤 타겟을 갖고 가야되는지 항상 모

호한 게 있었습니다. 그래서 아트페어에 나가다보면, 어떤 색깔을 가진 작가의 작품을 가지고 나간다고 보다, 어떻게 하면 잘 팔리는 작품을 좀 리스트를 꾸려서 수많은 작품들 중에서 우리 작품이 눈에 띄게 초점을 맞추게 됩니다. 그러다 보니까, 여러분들도 많이 경험하셨을 텐데요, 아트페어 현장 한 바퀴 돌다보면, 30%의 작품이 대부분 겹칩니다. 그해에 잘 팔리는 작품들, 작가들이 갤러리에서 가지고 나온 그런 부분인데요, 그래서 제가 선생님께 여쭙보고 싶은 건 우리나라 국내 페어에서 선생님께서 비전이라고 말씀하셨듯이 어떤 페어 각각의 차별성을 갖고 색깔을 갖는 부분에 대해서 구체적인 대안이 있으신지요? 선생님께서는 아트페어의 중심에 계셨기 때문에 이런 고민을 많이 하셨을 거라고 생각이 드는데요, 이에 대한 답변을 듣고 싶습니다.

정종효

이 답변을 제가 쉽게 드릴 수 없는 부분이지만 나름대로의 의견은 말씀드리겠습니다. 제가 화랑협회에 오랫동안 있어왔고, 과거에 화랑 경영한 경험도 있었기 때문에 쉽게 “이렇게 하십시오. 저렇게 하십시오” 라고 하기보다 “이러면 어떻습니까?” 하는 제안적인 말씀드리되, 그게 쉽게 말씀드리는 게 아니라는 걸 미리 말씀 드립니다. 왜냐면 그만큼 화랑 하시는 분들의 어려운 환경이란 걸 잘 알고 있기 때문에, 요즘의 환경들 속에 많은 고충들이 있다는 걸 잘 알고 있기 때문에 그런 것 같습니다. 한편으로는 이게 어떻게 보면 한국의 아트마켓이 4천억을 벗어나지 못하는 이유 중에 하나이지 않을까하는 생각도 들어요. 아까 6천억이면 좋겠다. 2조가 되어야 한다는 말씀들을 주셨는데, 예를 들면 과거에 이런 일도 있었습니다. 아시아 최대마켓 시장인 홍콩 그리고 상당한 개인컬렉터가 강한 타이페이 같은 경우에 중국의 버블을 예견하고 한국시장에 상당히 관심으로 리서치한 적 있었죠. 그런데 불행하게도 그런 컬렉터가 찾는 한국의 미술은 그들의 기대에 못 미쳤고, 작가 층은 너무 단순했습니다. 이유는 많은 작가들이 2007-2008년쯤의 트렌드 쪽으로 따라갔던 결과라고 봐요. 이에 반해 상대적으로 일본은 어땠느냐 하면, 트렌드를 상당히 무시한 고집스런 작가의 마인드로 지속적으로 작가 개인의 작품관으로 해외의 마켓을 상대로 시도하면서 그들을 길들여 갔기 때문에 작품들이 컬렉터를 욕구를 충족시키면서 불황이었던 일본의 아트마켓이 그 위기에서 상당히 많이 벗어났다고 볼 수 있습니다. 그때당시에 홍콩이라든지 대만이라든지 컬렉터들이 눈을 돌렸던 한국에서 볼 수 없었던 그런 작가들이 일본에서 상당히 다양하게 보였다는 거죠. 그 결과들이 지금 보여 지고 있고, 아직도 일본 내에서는 상당히 어려운 상황을 해외마켓에서 해결하고 있습니다. 이번에 싱가포르에서도 그런 경향이 있었다고 해요. 한국의 갤러리들은 실적이 저조한 반면 일본의 갤러리들은 상당히 판매율이 좋았다고 합니다. 이런 결과는 아트바젤 홍콩도 마찬가지입니다. 어떤 맥락이나 하면, 앞에서 강효주 대표님께서 말씀하신 화랑의 기능, 역할 따라서 위상 제고는 어떤 방법이 필요할까 하는 부분과 일맥상통한다고 보여 집니다. 그런데 갤러리를 하시는 분들, 아까 데이터에서도 말씀드렸지만, 2012년, 2013년, 1년

이 다르게 갤러리들은 아트페어에 의존도가 상당히 많아지고 있습니다. 작가들도 그렇습니다. 아시겠지만 10년 전만해도 작가들의 경력에서 아트페어에서의 전시를 기록하지 못할 상황이었습니다(아트페어 주체는 갤러리이므로). 그런데 지금은 당연히 아트페어에 참가했다는 것을 경력 상 표기하는 것이 일반화 되었습니다. 일반적인 갤러리의 전시에서 아트페어로 마켓이 전환되고 있는 게 기정사실입니다. 그런데 이런 와중에 그 속에 노출되는 작가라든지 작가의 활동영역이 계속 마켓 쪽에 작품만, 즉 상품만 쏟아내고 있는 상황을 낳고 있습니다. 앞서 심상용 교수님께서 말씀하셨던 부분과 부합하는 부분이 있는데, 중장기적으로 전략이 없다는 걸 다시 한 번 말씀드리고 싶습니다. 갤러리가 아트페어에 나가기 위해서, 또 해외마켓을 뚫기 위해서 국내마켓을 뚫기 위해서 성공을 위한 분석 작업이 좀 필요하지 않을까 생각이 들어요. 아트페어에 가서 장사 안 되면 쉽게 작품을 바꾸고, 작가가 잘리는 경우가 허다합니다. 그렇지만 작품을 사는 사람의 입장에서 생각한다면 신중한 전략을 세워야 될 필요가 있지 않나 생각이 들어요. 컬렉터가 과연 한두 번 봐서 살 수 있을까를 생각해 봐야 할 문제죠. 컬렉터가 작품을 선택하기까지는 세 번, 네 번 봐야 그 작가에 대해서 신뢰도 하고 정보도 얻을 수 있다는 거죠. 그러니까 3년 내지 5년 정도의 전략으로 지속적으로 보여줄 필요가 있다는 게 해외아트페어든 국내아트페어든 필요하다는 것입니다. 거기에 하나를 더하자면 우리나라의 갤러리의 작가를 노출시키는 빈도가 상당히 약하단 겁니다. 아트페어만 들고 나가면 된다는 건 아니란 생각이 들어요. 예를 들어 온라인 등 다양한 매체로 노출을 계속 시켜주는 방법이 필요하다는 거죠. 홈페이지 이외에, 모바일도 마찬가지죠. 여론을 들어보면 해외 아트페어에서 작가에 대한 정보를 상당히 갈망합니다. 이 작가가 도대체 어떤 작가고 뭘 하고 뭘 추구하는지, 미술관에서는 어떤 관심을 가지고 있는지에 대한 정보를 한국 미술에 대한 작가의 정보가 약하다고 합니다. 그런 부분을 보완하기 위해 '한국미술정보온라인시스템'이라는 것이 가오픈되서 가동하고 있지만, 또 그런 점을 해결하기 위해서, 작가와 갤러리의 파트너십도 지금 만큼 더 절실히 필요한 때가 없다고 봅니다. 마지막으로 이런 말씀 드릴게요. 해외의 좋은 아트페어, 국내 아트페어에 나가서 좋은 작품을 팔고 좋은 결과를 얻고 싶다고 생각을 하시면서 점점 갤러리에서의 전시는 등한시하는 위험한 경향이 나타나고 있습니다. 좀 전에 강효주 대표님이 말씀하신 오피스텔 갤러리, 모바일 갤러리 이야기가 있지만요. 좋은 아트페어의 디렉터는 갤러리들이 어떤 좋은 전시를 하고 있는지 정보를 파고듭니다. 홍콩 바젤의 디렉터였던 매그너스 렌퓨도 옛날에는 지속적으로 한국에 와서 어떤 갤러리가 어떤 전시를 하고 있는지 일일이 다 파악했습니다. 그런 부분을 갤러리 측에서 잊지 않았으면 좋겠고요. 지금도 갤러리와 작가의 파트너십이 절실히 필요한 부분이 아닐까 생각이 듭니다.

최병식

네. 아주 현실적인 말씀 해주셨습니다. 작년도 통계를 냈는데요, 세계 경매시장의 37%가 미국입니다. 그다음에 두 번째가 어딜 것 같아요? 중국

이죠. 30.9%입니다. 영국이 23.3%입니다. 세 개를 합치면 90%입니다. 아주 간결한 답이 되는 거죠. 프랑스는 뭐냐, 2%입니다. 그러면 프랑스는 뭐먹고 사느냐 이 얘기거든요? 프랑스 시장이 없느냐, 그렇지 않습니다. 프랑스는 중저가 시장이 엄청나게 개발되어 있습니다. 그리고 공예품들이 워낙 많아요. 바로크 로코코 시대 유물들이 많이 남아있어서, 아주 작은 시장도 발달돼있고요. 또한 일본은 구타이 이후에도 일본 사진시장이 굉장히 뜨고 있죠. 우리가 긴장해야하는 부분인 거 같습니다. 다음 김동현 실장님 나오셨는데요.

김동현

안녕하세요, 이화익 갤러리에서 실무를 맡고 있는 김동현입니다. 저는 사실은 김윤섭 선생님의 질의자로 지정을 받았고요. 그래서 질의자로서 좀 더 원활하게 하게 위해 질문 팁을 여쭙보긴 했었어요. 부장님은 자리 자체가 이런 취지가 있으니까 예술경영지원센터에 제가 질문하는 것 같은 생각으로 물어보면 된다고 말씀해주셨습니다. 일단은 여러 가지 얘기들이 많이 나왔고 제가 질문하기 전에 기대했었던 분들이 현실적인 얘기를 많이 해주신 건 있는 거 같아요. 결과적으로 정책적인 얘기도 나왔고, 여러 가지 얘기도 나온 과정에서 듣고 있다 보면, 궁극적으로 이런 문제가 되고 있는 건 사실 돈 문제 인 거 같아요. 돈을 누가 얼마나 많이 쓰고 있고, 돈을 얼마나 더 쓸 수 있어서 더 많은 효과를 내고 더 많은 시장에 기회를 주고 작가들한테도 가능성을 열어주는 문제가 있는 것 같은데, 지금 2조 얘기도 나왔고, 지금은 6천억 이고 정중호 선생님께서 갤러리에서 작가 중심으로 전시를 많이 열어서 그런 가능성을 많이 열어야한다고 하지만, 현실적으로 화랑에서 일을 하다보면, 요즘 갤러리에 찾아와서 작품을 구매하는 손님들은 거의 없습니다. 그리고 왜 아트페어시장이 이렇게 형성될 수밖에 없었는지도 컬렉터들이 한꺼번에 모여 있고, VIP대우도 받는 아트페어시장에 와서 작품을 구매하기 때문에 이 시장이 자연히 움직이고 있는 것 같아요. 그래서 여러 가지 문제점이나 어려움을 해결하고자 우리가 이런 토론회를 하고 있는 상태입니다. 근본적으로는 정부지원금을 어느 정도 받고 그런 걸 늘려서 여러 가지 사업에 투자해서 재생산성할 수 있는 사이클을 만들자는 의도인데요. 제가 궁금한 것은 딱 두 가지 방향성을 정하라고 하면, 저희가 현실적으로 페어 나가고 일 하다보면, 전체적으로 우리나라 마켓을 찾아오는 대중이 문화적으로 인식하고 있는 수준이라고 해야 할까요? 되게 낮은 편이라고 생각해요. 그런 부분은 전체적으로 한국 미술시장을 포함한 문화적인 개념을 전체적으로 고양시킨 다음에 그런 걸 바탕으로 미술시장에서의 성공을 할 수 있어야 되는 건지 아니면 누군가 하나 기준점을 잡아줘서, 문화적으로 미술적으로 이런 정도의 표본을 제시해줌으로 인해서 많은 사람들이 거기를 따라와서 전체적으로 형성해야하는 건지, 누가 선이고 후인지 저는 궁금증은 아직도 갖고 있습니다. 어쨌든 자본적인 측면에서 예술경영지원센터에서 그런 것을 지원하겠다고 하면 대중들의 문화예술에 대한 인식을 고양시키는 쪽으로 발전시켜야하는 것이 우선이라고 생각하시는지, 아니면 어느 한 쪽에 지표

를 갖고 그것을 따라감으로 인해서 전체적으로 발전시키는 방향을 가져야 할지 궁금합니다. 그리고 지원금을 쓰는 방향에 있어서도 갤러리 쪽에서도 더 많은 지원을 해야 하는 게 바람직한지, 지금 우리가 당면한 현실적인 문제를 집중해서 개선해야 하는지 문제가 되고요. 여러 가지 균형을 맞춘 평균적인 배분 논리에 대해서 생각하지 않을 수 없습니다. 왜냐면 자본은 제한되었고 이미 없는 것을 저희가 나누어 써야 하는 상황이기 때문입니다. 이에 대해 어떤 식으로 구조를 짜야 경제적으로도 여러 사람 입장에서고 고르고 공평하게 의견을 수렴할 수 있는지와 또 하나는 그런 식의 논리를 가지고 정책을 판단할 때, 실질적으로 집행부라고 할 수 있는 분들은 정말 현실적으로 필드에서 일하고 있는 사람들이 피부에 와 닿고 있고 필요하다고 하는 걸 못 느끼고 있는 상황이 생길 수 있어요. 그러면 그런 것을 어떤 식으로 조율해서 진짜 의견을 수렴한 상태에서 실질적으로, 효과적으로 쓸 수 있는지요? 방법적인 걸 제시하신다면 어떤 게 효율적이고, 효과적인지를 좀 여쭙겠습니다.

김윤섭

제 입장이 참 애매합니다. 10분 안에 우리 미술시장 정책을 이야기하라고 하고, 문화부 대변을 했다가, 이 사업을 이어받을 대표 입장이 되어버렸네요. 아무튼 시장발전의 균형론에 대한 이야기 같습니다. 압축해서 예를 들어보면, 결국 이런 생각이 드네요. 2003년도에 아트프라이스라는 미술경제월간지 창간에 참여했습니다. 당시엔 시장적 인식이 낮은 편이었는데요, 저 역시 일반 미술지의 편집장을 했었기에 무척 생소했습니다. 2003년도 초반만 해도 작품가격을 명제표에 써놓으면 굉장히 천박하다 소리를 들었을 때잖아요. 그런 상황에서 아트프라이스라는 월간지의 발간은 쉽지 않았습니다. 기자들 역시 현장에선 곤혹스러운 경우를 많이 겪곤 했지요. 여하튼 그렇게 3년 넘게 지내다가 독립하여 2007년도에 지금의 한국미술경영연구소를 열게 되었습니다. 이때에 '미술경영'이라는 용어를 붙이게 된 동기 역시 아트프라이스에서의 경험 때문입니다. 일반 미술지일 때는 못 느꼈는데, 미술경제월간지라고 하니, 다 돈 얘기를 써야 되잖아요. 해외 아트마켓부터, 작품유통 등등. 그런데 하루가 다르게 2005-2006년을 지나면서 많은 변화가 왔습니다. 전화나 문의 내용의 상당 부분이 '작품을 어디로 가서 사야하냐, 내가 박수근을 가지고 있는데 어디에 팔아야 되느냐, 곧 이민 가는데 작품들을 어떻게 처리해야 되느냐 등등의 이런 문의들이 아주 많았었습니다. 그런데 갤러리 관계자들을 만나보면 하나같이 어렵다고 해요. 힘들어 죽겠다고. 제 입장에서는 이 두 경우가 온, 냉탕이나 마찬가지로. 한쪽에선 어디 가서 작품을 사야 되냐고 자꾸 문의하고, 다른 한쪽에선 돈 없어서 죽겠다고 하고요. 그래서 판단한 부분이 갤러리나 미술계 내부 사람들이 그 사람들을 유지하는 것보다, 반대로 미술시장에 관심이 있어 망설이는 사람들에게 '미술시장에서 노는 방법'을 가르쳐주는 게 빠르겠다 싶었어요. 그렇게 '미술애호가 입문'이라는 키워드를 가지고 미술경영아카데미를 운영한 것이 올해로 9년이 되었군요. 그동안에 아카데미를 수료한 분들이 5-6백명이 넘었습니다. 이 아카데미의 핵심은 '미술

작품을 사고파는 법'만을 알려주려 한 것이 아니었죠. 작가를 만나는 법, 갤러리에 가서 미술작품을 감상하고 가족들과 공유하는 요령, 작품을 소장 이후에 리세일하는 과정, 관심 가는 작가나 작품의 선택기준 등 말 그대로 다양한 관점에서 미술을 이해하고 향유할 수 있는 가이드 역할을 지향했습니다. 그 결과 수료생 중엔 훌륭한 컬렉터 이외에도 젊은 작가들을 후원하는 갤러리를 운영한다던가, 적지 않은 분들이 미술계에 공적인 역할을 하는 사례가 늘어나더군요. 이런 노력들이 늘어나는 과정을 보며 굉장히 큰 보람을 느끼게 됩니다. 왜 이런 말씀을 전제로 드리느냐면, 우리가 이런 생각을 해봤으면 좋겠어요. 지금 이 순간에도 우리는 어렵다고 하면서도, 소통하려는 노력보다는 공급자 중심에서만 생각에 머물러 있지 않는가, 라는 점입니다. 내가 뭔가를 줘야 되는데, 또 주고 싶은데, 오면 줄 텐데 등이 아니라, 과연 저 사람들이 진짜 무엇을 원할까라는 부분을 먼저 생각해보자는 것이지요. 상대의 입장의 이해와 존중이 무엇보다 중요하리라 생각합니다. 그런데 관점이나 어법이 달라서 그렇지, 오늘 여러 분께서 발표하신 내용 중에 이미 다 섞여 있었다는 생각이 듭니다.

다음으로 들어오실 때 별도로 나눠드린 유인물을 봐주시겠습니까? 세금 세제지원 부분은 아무래도 너무 복잡할 테니, 오늘 이 자리에서 모두 얘기하기엔 무리일 것 같아 관련 자료를 배포해 드린 것입니다. 뒷면을 보면요, 지도와 그래프가 있죠? 오늘 발표준비를 하는 중인 어제 제보가 온 겁니다. 2016년 1월 이번 달의 자료입니다. 이 보고서의 핵심이자 흥미로운 점은 개인재단을 기반으로 한 현대미술관을 보유한 국가 순위에서 한국이 1위라는 점이죠. 그러한 개인 중심의 개인 현대미술관이 45개라고 합니다. 참고로 Top 5는 한국 1위, 2위 미국, 3위 독일, 4위 중국, 5위 이탈리아 순이었습니다. 그중에 또 1위 도시는 13개를 가진 서울이었고요. 베를린과 베이징이 각 9개로 2위였습니다. 또 하나는 70% 이상이 2000년도 이후에 세워졌다고 합니다. 그리고 설립자의 81%가 남자라는 통계도 있고요. 이 통계가 다 맞지 않을 수도 있습니다. 다만 우리나라가 1위라는 이야기가 중요한 게 아니고, 해외에서는 우리나라에 대해 문화적 기반 면에서 잠재적 발전가치를 가진 국가 혹은 그런 환경으로 보는 인식이 있다는 점입니다. 그런데 궁극적으로 우리는 돈을 얼마나 지원해주는가 등등 논의의 핵심을 돈에만 국한해 얘기하잖아요. 가령 국립현대미술관만 봐도 40-50억원을 가지고 1년 작품수집 예산을 운영합니다. 이 돈으로 원로작가, 서울작가, 지역작가, 젊은 작가, 한국화나 서양화 등을 모두 해결해야 하는 것이 현실이죠. 이 모든 것을 충족시키기 위해선 아마도 100억, 200억으로 늘린다 해도 충분치는 않을 겁니다. 물론 그렇게 되면 결국은 내가 그만큼의 세금을 더 내겠다고 걱정해야만 가능한 얘기이죠. 근데 세금 내라하면 또 안 내잖아요. 이건 현실적으로 불가능합니다. 이런 모든 부분을 정부에만 의존할 수는 없는 문제입니다. 사실 따지고 보면 우리나라의 경우 정책적인 면에서 보면, 정부 주관으로 아주 많은 일들을 충분히 하고 있다고 봅니다. 다만, 얼마나 '선택과 집중'의 효율적인 측면에서 성공적인가 라는 면은 더 살펴야겠습니다만. 그런 측면에서 보면 위에 예시로

든 '현재 우리나라가 개인재단 중심의 현대미술관이 45개로 세계 1위라는 해외의 통계'에 답이 있다는 생각이 듭니다. 미국의 경우만 들어도 우리와는 전혀 달리 이런 개인들을 잘 활용하고 있습니다. 한 예로 뉴욕 MoMA의 경우 예산적인 측면에서 정부에 대한 의존도는 아주 극히 일부분이에요. 두 자리 수 미만입니다. 그 나머지는 개인 자산가나 기업가들의 기부 혹은 후원에 의해 성공적이고 자율적인 운영사례를 보여줍니다. 그 뒤엔 그만큼 후원자에 대한 실질적인 지원책이나 혜택이 뒤따른 결과이죠. 우리나라의 경우엔 이러한 기반 구성에 앞서 너무 동시다발적인 실적내기에만 혈안이 되어 있다는 생각이 듭니다. 종합적인 관점에서 볼 때, 미국의 선례처럼 미술품 기증 혹은 개인의 자산 기부가 극대화될 수 있는 방안을 찾게 된다면, 우리의 당면한 과제들도 상당부분 해결점을 찾게 되리란 생각입니다. 이 과정에서 세제혜택은 너무나 기본적인 부분이겠죠. 미국의 경우는 기부와 기증에 대해 거의 100% 세제혜택을 주는 예도 있잖아요. 이런 현실적이고 구체적인 부분들이 우리나라는 아직도 미흡한 실정입니다. 예를 들어 지금처럼 작품을 기증하더라도 작품의 시가가 아니라 구입가를 기준으로 세제혜택을 준다면 전혀 현실성이 없겠죠. 누가 1천만 원 주고 산 작품이 기증할 당시 1억 원인데, 구입가 1천만 원에 대해서만 세제혜택을 주겠다고 하면, 과연 누가 기부나 기증을 하겠느냐는 것이지요. 이러한 현실적인 문제들은 다시 한 번 검토해봐야 된다는 생각이 듭니다. 그리고 또 하나는 현실의 문제로, 기업들의 미술품 구입에 따른 손금산입 한도를 3백만 원에서 정말 선심 쓰듯 5백만 원으로 올렸습니다. 물론 문체부는 이걸 1천만 원으로 추진했지만, 관련 부서와 협의과정에서 5백만 원으로 절충한 거였죠. 그런데 여기 작가 분들도 계시지만, 5백만 원 가지고 몇 호짜리나 살 수 있을까요? 대학생 작품 정도가 100호 정도를 잘해야 5백만 원에 살 수 있을 겁니다. 하지만 기업들도 아직 검증되지 않은 작품을 사려 않겠죠. 기업들 기호에 맞게 사고 싶은 컬렉션이 따로 있겠죠. 그런 경우 5백만 원이란 한도는 기업의 기대치를 충족시켜주기엔 태부족일 겁니다. 이것은 앞뒤가 맞지 않는 경우입니다. 지금 정부는 구슬을 꿰려고 많이 준비는 해놨음에도, 서로의 연결고리가 하나도 맞지 않는 경우예요. 정책들이 없는 것이 아닙니다. 지금의 정책들에 현실적 대안들을 추가해 나가야 합니다. 마지막으로 하나만 더 이야기 해드리면요. 몇 년 전에 이름대면 알만한 원로 작가님이 돌아가셨을 때 그 아드님이 상담을 왔더군요. 남겨 놓은 작품들에 대해 세금이 나왔는데, 어떻게 해야 하는가 말이죠. 본인의 죄는 대기업 다닌 아버지가 아니라, 화가 아버지를 둔 죄밖에 없잖아요. 그런데 생전에 몇 점 판매한 기록을 근거로 남은 작품들에 대한 세금을 청구하니, 당연히 그 가격에 남은 작품 수를 곱해서 몇 십억 몇 백억 원도 될 수 있겠죠. 이에 대한 상속 세금을 내야 한다는 겁니다. 결국 아들은 원치 않은 작품 유산 때문에 상속세를 내기 위해 대출을 받아야 되는 상황이 된 거죠. 그렇다고 세금을 잠시 유예 받기 위해 미술관이라도 차리게 되면 그 운영 유지비는 또 어떻겠습니까. 이게 무슨 웃기는 상황의 이야기냐는 거죠. 이렇듯 현실성을 고려해 개선되어야 할

정책들은 아직도 과제로 산적해 있습니다. 보다 유기적인 사안들을 현실적으로 고려해봐야겠습니다.

최병식

네. 답변을 아주 열정적으로 하셔서 추위가 가시는 것 같습니다. 이렇게 지정토론 시간이 끝났습니다. 이제 자유토론을 갖겠습니다. 자유토론 들어가기 전에 두 가지만 잠깐 말씀드리면, 서두에도 말씀드렸습니다마는 해외시장 개척지원 사업의 심의를 통해서 이와 같은 대토론회가 필요하다는 것에 많은 공감대를 형성하게 되었고, 기획을 하게 된 것입니다. 1년 동안 심의하면서 느꼈던 심의위원 분들의 의견을 간단하게 세 가지로 정리해드리자면, 저희는 굉장히 좋은 아이디어와 세계 시장에 나아가서 소위 블루오션을 개척할 수 있는 내지는 어떤 이머징마켓을 개척할 수 있는 것을 조금 많이 요구했었는데요. 실제로는 해외부스 지원 같은 형식이 80%를 차지했다는 점은 굉장히 큰 아쉬움으로 남습니다. 심지어는 중복지원을 많이 하셔서요. 본인이름으로도 하시고 사모님 이름으로도 하시고 제3의 회사이름으로도 하시고 세 번을 지원하시는 것을 제가 발견했습니다. 모를 것 같지만 다 알고 있습니다. 앞으로는 좋은 의도로 정말 어렵게 단군 이래 최초의 이런 지원이 나온 것이니 잘 운영되길 협조해주시면 감사하겠습니다. 지금 2015년에 100억 가까이 마켓 내지는 미술관 쪽, 미술 분야에 집중 지원이 되었습니다. 과거에는 없었던 거예요. 이러한 지원이 잘 흘러가고 파이를 키워나가려면 지원의 역량도 강화되어야 한다는 것을 말씀드립니다. 기획력이 상당히 부족했고요. 또 하나는 아까 말씀드렸습니다마는 개척적인 지원프로그램들이 줄었다는 생각을 했습니다. 전 중동 같은 경우는 굉장히 재밌었는데요. 너무 적었습니다. 보통 쉬운 곳만 많이 가시거든요. 아트스테이지, 홍콩 이런 쪽으로만 많이 보시는데 그곳들은 워낙에 저희가 많이 나가보았던 시장이니까 기왕이면은 관심 갖지 않은 그런 시장들을 좀 많이 나가셨으면 하는 아쉬움이 듭니다. 그리고 지원액수가 많지는 않죠. 그러니까 뭐 9천만 원 중에서 한 2백만 원이 큰 의미는 없다고 생각할지 모르지만 사실 여기 앉아있는 분들은 또 모르겠습니다마는 미술비평가들 지금 1백만원 밖에 주고받은 것이 없습니다. 그리고 작가 분들에 대한 지원은 실제로 1%도 안 됩니다. 이러한 상황에서 지금 마켓을 지원하는 것은 굉장히 실험적이고 위험한 것입니다. 그리고 파이가르기 원칙에서 과연 이게 맞는 거냐는 문제에 대해서는 아무리 뭐라고 말씀하셔도 아까 회장님 말씀하셨지만 조심스럽게 해나가면 됩니다. 어쨌든 10억 정도를 이렇게 시장에 지원했다는 것은 굉장히 의미가 있는 겁니다. 아무튼 자유토론 때 이러한 곳에 직접 참여하신 갤러리들이 많이 나오시거든요. 그러니까 혹시 이야기를 통해 내년도 방향도 알 수 있을 것 같습니다. 이런 자리 아니면 말씀이 또 어려우니까요. 다 말씀해주시면 좋겠습니다. 또 오늘 예정됐던 작가분이 토론자로 못 나오시는 바람에 혹시 이 자리에 작가 분이 계시면 우선 발언권을 드리겠습니다. 작가의 입장에서 한 말씀해주시면 감사하겠습니다. 이제 한 30분정도 진행하는 것으로 마무리할까 합니다. 특히 이 자리에는 문광부에 시각디자인과 신은

향과장님 나와 계시구요, 조현선사무원, 그리고 부산과 대구화랑협회 회장님 두 분 다 나와 계십니다. 그렇기 때문에 많은 좋은 말씀 부탁드립니다, 마지막에 신은향 과장님께서 간단하게 한 말씀 해주시면 감사하겠습니다.

질문자1

저는 저 무명작가이고요. 배혜경 선생님에게 질문 드리고 싶은 게 있는데, 단색화가 요즘 부상하는 이유가 뭘까 궁금해서 그러거든요. 선생님께서 말씀하신 첫 번째 얘기하신 것 중에 한국작가들 약점이 바로 컨셉, 지속 가능한 컨셉의 부족을 얘기하셨는데 그렇다면 이 단색화는 역으로 얘기하면 단색화 작가들이 얘기하는 무위 혹은 수행의 그런 논리 그쪽 그들에 의해서 충분히 그것이 이해되어지고 설득력이 있는 것인지 궁금합니다. 두 번째로 아까 얘기하신 것 중에 하나는 최근의 트렌드와 맞아서 그런 것인지 그거하고 특히 컨셉 측면에서 그들이 얘기하는 것이 제대로 이해되어져서 그런 것인지 저는 선생님께서 오늘 발제하신 것의 맥락에서는 그 두 가지가 제 질문과 연관된 거라고 생각하거든요. 그거 이외에 다른 것도 선생님이 보시는 관점에서 특히 시장의 관점에서 말씀해주시면 감사하겠습니다.

배혜경

제 생각에는 2008년 이후에 서브프라임이 일어나면서 동시대 미술시장이 완전히 폭락을 했었거든요. 그러면서 전 세계 미술시장에서 과연 그 다음은 어떤 작가들을 찾을 것인가, 어떤 작가들이 미술시장을 살려낼 것인가에 대해 이제 미술관계자들이나 시장관계자들이 조사를 했던 것 같아요. 그러다가 그 레이더에 구타이나 제로, 단색화 같이 그 나라의 미술사에서는 중요한 위치를 차지하고 있지만, 미술시장에서는 제대로 평가를 받지 못했던 그런 사조들에 주목을 하게 된 것 같습니다. 사실은 단색화보다 먼저 제로 그룹하고 구타이 그룹이 미술시장에서 주목을 받았어요. 사실 기본적으로는 일단 학계나 비평계나 미술관에서 전시가 이렇게 먼저 이루어지고, 그 다음 미술시장에서 다루는 것이 기본적인 수순이었다면, 요즘 작금의 미술시장은 미술시장에서 먼저 관심을 받아서 미술시장에서 뜨고, 그 다음 이제 미술관 전시라든지 이러한 비평적, 학술적 이론들이 병행되어가는 경우도 많은 것 같아요. 그런 부분에서 외국 컬렉터들이나 외국 미술관 관계자들이 한국 단색화에 대해서 정확히 이해를 했을까하는 부분은 아직까지는 시기상조인 것 같습니다. 그래서 그 부분은 우리가 만들어야 되는 부분인 것 같아요. 아직 해외시장에서 단색화가 뜬 것이 2년도 채 안된 상황이거든요. 그래서 제가 아까 말씀드린 것처럼 추후 우리가 만들어 나가야할 학술적, 비평적 연구가 같이 병행되지 않으면 단색화가 정말 버블이 될 수도 있는 거죠. 일단 외국에서 먼저 관심을 가졌지만 그것을 성공적으로 안착시키는 것은 우리의 역할인 것 같습니다. 대답이 되었을까요?

질문자1

그러니까 지금 저도 작품을 하고 미술사를 공부하고 있기 때문에 그 작품 내적인 논리를 얘기하자면 선생님께서 이야기했던 패턴의 반복이라든지

수행적인 것들에 대해. 그리고 접근방식도 서양 작가들과는 굉장히 다르잖아요? 그들 입장에서 봤을 땐 뭔가 다르기 때문에 이국적인 취향에서 오는 무언가 인지, 아니면 제가 아까 말씀드렸던 것처럼 우리 측의 노장 사상 관련해서 동양사상에 대한 어느 정도 이해를 갖고 있고 그에 대한 인식의 공유라든지 혹은 취향 그런 것들에 의해서인지 궁금할 따름입니다. 만약 이와 관련해서 비평적인 말씀에서 심상용 선생님께서도 혹시 말씀해주실 수 있으면 좋겠습니다.

배혜경 사실은 우리가 봐도 단색화라는 것이 사실 서구의 문법과 굉장히 다르잖아요? 모노크롬을 단색화라고 번역을 해서 이게 단색화냐 아니냐 하는 용어에 대해서도 이야기들이 많은데요. 외국 사람들이 볼 때는 단색화에서 자기들과 다른 어떤 그 동양적인 미감이라든가 그런 것을 발견을 하고 그것이 시각적으로 어필을 한 것 같아요. 그런 부분이 그들에게 단색화에 대해서 자꾸 더 많이 관심을 가지게 되고 주목을 하는 이유가 아닐까 생각을 합니다.

질문자1 그러면 혹시 한국의 단색화하고 일본의 구타이라든지, 똑같은 질문 같은데 일본에 대한 이야기도 듣고 싶어요. 일본의 미술 흐름에 대해서 그들이 정확하게 이야기를 하고 그런 것들이 이루어졌는지요. 그리고 그들은 일본과 한국과의 차이를 인지하는지, 혹은 일본이 뒀으니깐 또 다른 새로운 것을 찾다가 한국의 단색화를 발굴한 것인지요.

배혜경 제가 답변을 드리면요. 지금 미술시장이 어떻게 움직이고 있는지를 말씀드려야 될 것 같아요. 지금 미술시장에서는 구타이 미술 작가들이 뜬 계기도 사실은 2010년인가 그 정도에 메이저 뮤지엄에 치프 큐레이터하고, 또 유명한 컬렉터하고 또 메이저 화랑관계자들이 같이 일본 구타이 그룹의 시라가 가즈오 쪽을 방문하게 된 거예요. 거의 한 5년 전에 그곳에서 보고는 유명 컬렉터들이 시라가의 작품을 사게 되고 그러면서 또 미술관 전시가 쉼여지고 또 메이저 갤러리에서 작품을 띄우게 되고 그러면서 구타이 시장이 만들어 졌어요. 그러니까 지금 미술시장의 중심부에서는 컬렉터하고 미술관 큐레이터하고 딜러하고의 어떤 네트워크라고 할까요. 그런 연결로 돌아간다고 볼 수 있어요. 사실 구타이 작가뿐만 아니라 젊은 작가도 사실은 제3세계, 우리나라도 사실 문화적인 면에서는 제3세계라고 할 수 있는데요. 루마니아나 아니면 콜롬비아 작가 뭐 이런 제3세계 젊은 작가들도 그냥 아트페어에 나갔다가 거기서 유명한 메이저 큐레이터한테 발탁이 되어서 전시가 쉼여지고 그러면서 그 큐레이터가 갖고 있는 네트워크에 의해서 유명 컬렉터하고도 연계가 되고 그 컬렉터의 레지던스에서 작품을 하게 되고, 그러면서 그 지역 미술관하고도 연계가 됐어요. 지금의 미술시장의 중심에서는 이러한 네트워크에 의해서 움직이는 것이 지금의 시장입니다.

최병식 고맙습니다. 작가분이 많이 안 나오셔서 시간을 좀 많이 드렸습니다. 다음 질문자 손들어 주시죠.

질문자2 안녕하세요. 저는 베를린에서 갤러리를 운영하고 있고요. 제가 우연히 페이스북에서 토론회 공고를 보고 이 자리에 참여했는데요. 여러 패널 분들께서 너무 좋은 얘기들을 해주셔가지고 제가 갤러리를 운영하는데 많은 팁이 되었습니다. 한국 미술시장 진단에 대해서 확실히 배웠고, 그다음 글로벌 마켓 전략에 대해서 애매모호한 점이 많이 있었고, 의문점이 낫는데.. 제가 질문사항이 너무 많은데요. 저도 작년에 KIAF에 참석했었습니다. 저 같은 경우 작가생활을 15년 하다가 일본에서도 한 10년 있었고, 결국은 유럽시장이 좋다는 걸 알아서 작품 활동 하다가 갤러리를 6년째 운영하고 있는데, 제가 부산 아트페어를 두 번 나갔고, 스코프바젤 제가 베를린 미술협회랑 같이 일하고 있기 때문에, 5년째 되서 정식멤버가 됐습니다. 아트페어, 아까 스페이스비엠 갤러리 대표님도 말씀하셨지만, 우리나라가 인터내셔널을 표방하면서 외국 갤러리 좋은 갤러리를 유치한 적 있었나, 홍콩 아트바젤에 참가했던 갤러리들이 과연 우리 쪽으로 넘어올 수 있나. 저는 다른 것보다 우리가 세계 육상대회를 할 때, 좋은 대표를 선진국에 주면서 끌고 오면서도 그 대표가 육상대회에서 신기록을 세우듯이, 우리도 제가 제안하고 싶은 건 좋은 갤러리를 딱 예산보다는 그거보다는 조금 더 투자를 해주셔가지고, 그 갤러리를 참가해서만이 많은 작품을 팔게 되면 당연히 자기네 나라에 가서 한국아트페어가 KIAF가 얼마나 좋은지 결국 아트페어는 판매위주로 판매실적에 의해서 그 아트페어의 위상이 올라가는 것으로 제가 보고 있습니다. 거기에 대해서 해외 유명한 갤러리를 어떻게 유치할 전략이 있는지?

최병식 그에 대해서는 KIAF를 직접 운영하고 계시고, 화랑협회 재무를 맡고 계신 박우홍 대표님과 정희철 팀장님께서도 한 말씀 부탁드립니다.

박우홍 오늘 발표시간이 짧아서 말씀하신 내용에 대해 사실 제가 준비는 했는데, 발표가 안 되서 그런 것 같습니다. 우선 처음에도 말씀드렸듯이 현실적으로 한국 미술시장에서는 세계적인 갤러리가 들어올 수가 없습니다. 왜냐하면 작년에 KIAF 매출이 180억입니다. 180억이면 세계적인 작가 한 두 점 가격밖에 안되거든요. 그렇다고 했을 때, 국내 미술시장자체를 비하하는 게 아니고 다른 방법을 찾아야 되겠다고 생각하게 된 것입니다. 이것은 저희뿐 아니라, 대만, 홍콩, 싱가포르 전부 마찬가지입니다. 그래서 APAGA라는 단체, 아시아태평양 화랑협회 회장모임이 결성된 것입니다. 아까 잠깐 말씀 드렸는데, 여기서 나오는 이야기가 아시아 지역에서라도 1급의 갤러리들은 서로 교체 출전시키자 하는 게 저희 1차 목표입니다. 올해부터 조금씩 시행하려 하는 게 원아시아를 표방하면서 아시아 지역에서라도 좋은 갤러리들이 서로 교차출전해서 분위기 자체를 바꿔가고 아시아 작가 자체를 소개하고 판매하고 하는 기회를 갖자는 게 1차 목표 정

도라고 말씀드리고 싶습니다.

정희철

KIAF 실무를 담당하고 있는 팀장 정희철이라고 합니다. 부연해서 설명드리면, 사실 저희가 아시안 마켓을 지향해보겠다고 하는 건 저희가 구체적으로 아시안 작가들만 해야 된다는 뉘앙스가 아니라, 이를 적극적으로 시도하는 것 자체가 아시아미술 자체에 관심 가지고 있는 사람들을 붙게 만드는 것 입니다. 가장 중요한 건 네트워킹을 어떻게 해나가느냐의 문제입니다. 사실 저는 오늘 아침에 아트스테이지에서 출장을 마치고 돌아왔는데, 출장 간 이유는 KIAF 홍보도 있지만 홍콩 바젤 기간 동안에 아시아미술에 관심 있는 사람들과 과연 어떻게 네트워킹을 할 것이냐, 그런 구체적인 프로그램들을 협의하기 위해서였습니다. 회장님이 말씀하신 것처럼 우리가 구분해야 될 것 중에 하나는 미술시장 활성화함에 있어서 한국 분들이 컬렉터로서 작품을 좀 더 많이 사고, 컬렉터 자체가 확대되는 것도 중요하지만, 마켓플레이스로 나가기 위한 전략을 구체적으로 짜는 것이 중요합니다. 예를 들어 홍콩은 자체 내수적 시장에 의존하여 운영되는 곳이 아니라 엄밀히 말하면 플레이스입니다. 한국 경제가 경기수준이 어느 정도로 높아질지 모르고 인구규모도 그렇게 많지 않은 곳에서 자체 내수시장이라고 말할 수 있는 한국의 컬렉터들에만 의존해서는 절대로 가능성이 없다는 것입니다. 이러한 일환으로 APAGA가 활용이 되고 있는 것이고, 컬렉터들 직접 초대하는 프로그램과 같이 적극적으로 네트워킹을 하기 위한 노력들을 하고 있다는 부분을 말씀 드리고 싶고요. 그런 의미에서 두 번째로는 화랑협회를 통한 페어 조직화의 한계점들이 몇 가지 얘기가 나온 거 같은데, 저도 팀장으로 근무하기 전에 걱정을 여러 가지로 했어요. 물론 한계점들이 부각되고 있고, 저는 17분의 시어머니를, 그러니깐 이사님들을 모시고 살고 있죠. 그런데 역으로 얘기하면 협회라는 공간에서 운영되고 있는 페어이기 때문에 가지고 있는 장점을 최근에 느끼게 되었는데요. 만약에 개인이 운영하고 있는 아트페어라고 얘기하면, 속된 말로 한국 같이 미술시장 경기가 어려운 곳에서 부스장사 잘하면 그만이라고 칠 수 있어요. 그런데 협회에서 운영하고 있기 때문에 최대한의 공정성, 여기서 말하는 공정성이란 것은 단순히 한국 갤러리만 잘되어야 된다는 것이 아니라 되도록이면 한국에 건전한 시장이 만들어질 수 있고, 그것을 통해서 건전한 컬렉터들이 형성될 수 있게 노력해야겠다는 도덕적 공정성을 펼 수 있다는 장점을 가지고 있다고 생각하고 있습니다. 물론 출품받기 위해서는 굉장히 힘든 과정을 거쳐야 하죠. 그런 장점들을 잘 개발한다면, 앞으로 KIAF가 말씀하신 중장기적 전략들을 가진 페어가 될 수 있지 않을까 조심스럽게 생각하고 있습니다.

최병식

네 감사합니다. 아주 정확한 대답은 아니지만, 그래도 KIAF에서 상당히 근접한 대답을 하셨다고 생각합니다.

질문자3

안녕하세요. 조금 전에 김윤섭 소장님께서 언급한 내용인데요. 그것을 저

는 좀 건방지지만, 경제는 흐름이라고 본다면 세계시장으로 나가기 전에 내수가 뒷받침되어야 된다고 봅니다. 그 중에서 수요창조를 해야 되는데, 우리가 종이에 있는 고객관리만 해서는 안 되니까, 아까 말씀한 대로 우리가 2003년도에 미술품을 구입했을 때 세금처리를 3백만 원을 했어요. 근데 지금 와서 2013년도에 이게 5백만 원으로 올라갔죠. 그렇다면, 이걸 제가 봤을 때 세제과장님 오시면 계산하시겠지만, 우리가 370조 예산을 세우는 중에 세금을 받아들였을 때, 과연 우리가 작품을 구입하게 되면, 작가가 3%의 원천세를 내잖아요. 근데 정치권에 있는 사람들은 돈 있는 사람들이 주고 파는데 왜 세금을 감면해줘야 하나는 논리로 나가니까, 미술시장이 지금 상당히 어렵다고 저는 보거든요. 그것이 왜 그러냐 하면 순환이 되는 건데, 결국은 3%내죠, 화랑에서는 소득세 내죠. 이렇게 되면 일정 혹은 면세해준 금액에 대해서 환급이 된다고 그러는 거거든요. 그럼 순환이 되는 건데, 이런 걸 생각하지 않고 이걸 누가 혜택을 보느냐하면, 화랑에서 보는 게 아니죠. 여기 창작하는 작가들이 혜택을 보는 거 아닙니까? 수요창조가 늘어납니다. 그럼 여기에 저는 항상 표현을 99%의 작가들이 어려운데, 그 작가들을 누가 돌봐줘야 됩니까? 정치권에서 하나만 알고 둘은 몰라요. 그런 점에서 이 반대하는 사람한테 좀 더 정책을 입안하고 정책을 토론하시는 분들은 그런 점을 해주셨으면 좋겠고요. 두 번째는 제가 미술은행제도를 2005년도에 관여를 했었기 때문에 목적을 잘 압니다. 미술시장 활성화인데, 작년도 2015년도에 저희 화랑에 와서 작품 하나를 구입하겠다고 했다가, 이것에 대답을 하지 않으시고 며칠이 지나서 30% 할인을 해주면 사겠다고 이야기를 했어요. 그림을 사는 목적이 빵과 고기를 싸게 사는 것과는 차원이 다르잖아요. 왜 작품을 구입하는 겁니까? 구입해서 여러 사람들에게 문화 혜택을 주기위해서 하는 것인데 이것을 30% 할인해서 산다는 것은 제가 봤을 때 미술시장 활성화가 아니죠. 화랑이나 이런 사람들에게 너무 거품이 끼었다고 하는 것에 대한 불신만 남는 것 같습니다. 그것을 앞으로의 미술은행제도와 함께 이야기 부탁드립니다. 또한 앞으로 가격 다운을 요청한다는 것은 원래의 목적에 위배된다는 이러한 점 두 가지를 참고로 말씀해주시면 감사하겠습니다.

최병식 네 김 선생님, 세제문제만 말씀해주시죠.

김윤섭 앞으로 이런 대답을 충분히 잘 할 수 있도록 열심히 공부해야겠습니다. 이 부분은 참고로 드린 세제관련 유인물을 살펴해보시면 될 것 같습니다. 세제문제 같은 경우는 지금 기본적으로 개인사업자 30%, 법인 50% 범위 내에서 세제혜택을 주고 있습니다. 다른 나라에 비해서 우리나라 같은 경우가 저는 굉장히 나은 상황이라고 생각합니다. 그런데 말씀하셨던 부분처럼 여러 상황이 굉장히 복합적으로 얽혀 있는 상황이죠. 우리나라 같은 경우에 미술시장이 3천 억대에서 5-6천억 원을 목표로 가고 있는 과도기에 있습니다. 이러한 과도기 속에서 어쩔 수 없이 겪을 수밖에 없는 현상들 같습니다. 시장형성이란 측면에서도 작품의 가격형성 문제와 직결되어

있습니다. 예를 들어 지금 우리 미술시장은 경매가 중심이 되어 가격이 형성되는 분위기입니다. 그런데 과연 경매시장으로 형성된 가격을 우리가 어느 정도까지 기준으로 삼아야 할 것인가 하는 부분은 시장적인 측면에서 굉장히 중요한 문제라는 생각이 들어요. 결론부터 얘기하면 경매가격은 맹신할 부분은 절대 아니거든요. 경매가격은 트렌드가 반영될 수밖에 없죠. 공개된 장소지만 특정한 시기에 한정된 인원의 개인기호에 의한 가격이 형성된 결과이기 때문입니다. 물론 해외의 몇 백 년 된 경매사 같은 경우에는 그건 좀 논외겠죠. 이 경우는 긴 세월동안 수많은 리세일 데이터가 축적되어 어느 정도 객관성이 담보될 수 있죠. 하지만 우리나라는 이제 경매문화가 일반화되는 시작단계라는 점에서 경매가격을 시장가의 기준으로 적용한다는 건 굉장한 모순을 낳을 수 있다고 봅니다. 경매시장의 활성화 부분도 당연히 장려되고 고려되어야 할 문제지만요. 무엇보다 중요한 건 보편적으로 상호 납득할 수 있는 시장가격의 형성입니다. 그런 면에서 적정한 갤러리 전시가의 기준이 마련되어야 할 것입니다. 이런 부분들이 방금 질문하신 가격문제와 무관한 것 같아도 모두 유기적으로 연결되어 있다는 겁니다. 저는 우리가 '단추를 잘 꿰 수 있을 준비'는 되어 있다고 생각합니다. 우리가 그것을 어떻게 꿰기 시작하느냐가 문제겠지요. 세금 관련해선 앞에서 말한 부분으로 대신하겠습니다. 또 하나는 미술은행 말씀하셨는데, 저도 미술은행 관련해 직간접적으로 활동했던 경험으로 말씀드리면, 미술은행은 관점의 차이인 것 같습니다. 어차피 국립현대미술관에서 관리대행을 하고 있기 때문에 준미술관의 성향이 있다고 봅니다. 근데 미술은행도 리세일은 안하지만, 유료 혹은 무료 대여를 하고 있죠. 리세일은 당연히 수익창출이 목표여야하기 때문에 그 경우 할인에 대해 우선 고려될 수는 없겠지요. 하지만 미술관과 미술은행을 같은 선상에서 비교하는 것은 무리가 있을 것입니다. 미술관은 리세일이 아니라 지속적으로 작가에 대한 리마인드 과정을 통해 사후관리를 해준다는 측면에선 구입가격에 있어 어느 정도 '뮤지엄 프라이스'를 적용해야겠죠. 상대적으로 미술은행은 운영목적이 미술관과는 애초부터 차이가 있기 때문에 서로의 구분은 필요하리라 봅니다. 그래서 미술은행의 법인화가 거론된다고 생각합니다. 지금은 작품을 판매하는 입장의 일부에선 자꾸 혼선된다는 얘기도 있죠. 과연 소장처가 미술은행인지, 국립현대미술관인지, 파는 곳이 미술관인지 정부인지 조차도 헷갈려 하는 경도 있다는 것이지요. 가장 단순한 문제부터 명료하게 정리하는 것이 곧 시장에 대한 신뢰성 회복이 시작된다고 봅니다. 그래서 계속 논의되어온 세금문제들까지도 결국 부분적인 파편이 아니라, 현재 과도기를 겪고 있는 우리나라 현실 속에서 절묘하게 유기적으로 얽혀 있는 상황으로 이해하는 것이 맞다 여겨집니다. 그래서 어쩌면 한 매듭만 잘 풀어나가기 시작해도, 전반적인 과제들까지 잘 풀어나가는 계기가 될 것이라 긍정적으로 생각합니다.

최병식

미술은행은 제도 지원을 많이 했습니다. 그래서 최저가, 최고가 기준을 뒀고요. 그다음에 그게 적합하지 않으면 아예 구입하지 않는 걸로 되어있는

데요. 뮤지엄프라이스를 한 10%정도는 적용하는 게 맞지만, 30%는 너무 과하죠. 잘못된 겁니다.

질문자3            아까 미술은행 말씀하셨을 때, 국립현대미술관 거기는 수장고 때문에 현대미술관이 관련된 것이지 않나요?

최병식            그건 아니고요. 세제 세미나와 관련해서는 이야기가 많이 나왔기 때문에 이만 다른 분의 질문으로 넘어가도록 하겠습니다.

질문자4            오늘 패널 분들 좋은 말씀 들으면서, 많이 배울 수 있었습니다. 그 중에서 제일 놀라운 것이 순수회화미술 창작가 4만 명 중에 80%가량이 월 평균 100만 원 이하의 수입을 올리고 있다는 자료였습니다. 제 일가친척 중에 미술하고 싶다는 사람 없어서 정말 다행이라고 생각하거든요. 이런 현상은 연극계와 비슷합니다. 경제현상은 잘 아시다시피 수요와 공급의 법칙이 작용합니다. 80%이상이 월 100만 원 이하의 수입을 올린단 얘기는 작품을 팔 데가 없다는 얘기고 작품을 사는 사람이 없다는 얘기입니다. 오늘 여러 발제자 분들의 발표 중에서 아까 배혜경 선생님께서 우리나라 단색화 위주 작품들이 47억, 25억, 7억. 물론 비싼 가격이지만, 세계적인 수준에 비하면 많이 미흡하다 이런 자료발표를 하셨는데요. 저는 그렇게 생각합니다. 체육에도 엘리트 체육이냐, 사회체육이냐 가 항상 문제가 됩니다. 우리나라가 올림픽에서 7위를 한 게 일반 대중들의 삶하고 무슨 관계가 있는지를 생각한다면, 물론 의미는 없습니다. 미술도 마찬가지입니다. 우리나라 시장이 4천억에서 6천억이 되느냐 마느냐? 그게 일반대중하고 무슨 관계가 있겠습니까. 물론 순수창작자들의 삶과 무슨 관계가 있겠습니까. 아까 소수의 스타와 제한된 구매자라는 것, 가장 결정적인 문제라고 봅니다. 물론 제한된 구매자와 제한된 향유자는 또 다른 얘기겠죠. 따라서 의미가 있는 통계라면, 우리나라 국민들의 표본을 뽑아서 지난 1년 동안 지난 1년 동안 미술관이나 갤러리에 1번이라도 가본 적이 있는 사람의 비율, 그림을 한번이라도 사본 사람의 비율 이런 걸 알아보시고, 그게 너무도 상식적으로 낮다면, 그러면 제도적으로 이것 어떻게 보완할 것이냐 이런 논의가 많이 되어야한다고 봅니다. 저도 그림을 두어 번 사본 적 있는데요, 아까 어떤 분이 5백만 원으로 뭘 살 수 있습니까? 잘해야 대학생? 저의 경우에도 그 비슷한 액수로 사보고 그보다 좀 더 많은 액수의 그림을 투자의 목적으로 샀고... 했는데. 일반 월급쟁이 입장에서 그돈 들여 그림 사는 게 그게 쉬운 일이 아닙니다. 그래서 마침 아까 문화체육관광부 공무원 분께서 계시다고해서 마이크를 들었는데요, 우리나라 교회가 많고 종교인이 많은 이유는 목사님들이 월급을 받고 또 불로소득세를 안 내고 또 연말정산 때 혜택이 있기 때문이 큼니다. 그렇다면 제가 잘 몰라서 그러는데, 그림 작품을 구입했을 경우에 세제혜택을 주는 방법은 없는 건지 그런 거에 대해서 알고 싶고 대책이 있는지 알고 싶습니다.

최병식 네, 그 부분에 대해서 아까 도표를 만들었는데 그게 배포가 안 되었나요? 김 선생님이 나눠주신 세제도표, 배포 좀 부탁드립니다. 거기에 어느 정도 포함이 돼있는데요. 혹시 거기에서 언급 더 하실 말씀이 있으신가요?

김윤섭 그럼 간단하게 미국의 사례로 말씀드리겠습니다. 지정 기부처의 예이죠. 미국 같은 경우에는 지정 기부처를 결정하는 c501(3)이란 법이 있어요. 어떤 자격을 갖추어야 지정기부를 받는 단체로 선정되는가가 핵심이거든요. 거기에 미술관도 들어있어요. 그 중에서도 가장 상위단계에 미술관이 들어있습니다. 그 대신에 그러한 자격요건을 갖추고 유지하려면 매우 까다로운 조건을 충족해야 합니다. 어느 분이 말씀하셨듯이 미술향유를 위한 시민대상 관련 프로그램, 지속적인 성장을 위한 계획, 수집품 관리에 대한 문제 등에 대한 심의를 계속 받게 됩니다. 우리나라 역시 소위 미술관에 대한 등급별 심의를 강화하자는 제안이 꾸준히 제기되고 있긴 합니다. 하지만 저는 한 단계 더 나아가서 지정 기부처로서 예술단체를 좀 더 적극적으로 늘리는 방안들을 동시에 고려해야 한다는 생각입니다. 그랬을 때는 단순히 작품을 기증하고 기부하는 문제에 논의를 넘어, 그 해당 작가를 육성하고 발굴·유지시켜주는 소위 기획자나 매개자들의 활동 기관 및 단체들도 지정기부처의 범주에 포함되어야 할 것입니다. 그렇게 된다면 질문자께서 말씀하신 부분까지도 어느 정도 상쇄가 되고, 미술시장의 활성화에도 도움이 되지 않을까라는 기대입니다. 시간관계상 간단히 답변하겠습니다.

최병식 시간이 한정되어 있기 때문에 여러 분의 질문을 듣기 위해서 넘어가도록 하겠습니다.

질문자5 네 저는 예술경영 공부하고 있는데 직업이 회계사라서요. 회계 얘기가 많이 나왔고 많은 얘기는 하시는데, 제가 생각하기에는 우리나라 세제상에도태되는 법인세는 굉장히 여지가 많다고 생각하거든요. 아까 주신 자료도 개인 미술관이 많은 것은 사실 기업컬렉터가 컬렉션이 거의 불가능한 세제가 있기 때문에 그렇다고 봅니다. 한국 시장도 6천억이 됐든 1조원이 됐든 2조가 될 수 있는 시장을 바라볼 수 있다 생각하거든요. 물론 생각하시기에, 기업이 컬렉션을 한다는 건 말이 안 되지만, 사실 기업에서 벽 칠하는데 1천만 원, 2천만 원 드는 일 많으실 거예요. 이거 다 비용 처리 되거든요. 그런데 미술품은 단 5백만 원이라고요. 그러니까 기업에서는 미술품을 사는 것이 결국 굉장히 패널티를 많이 받는 일이기 때문에 그들 입장에서는 장식용으로 살 수가 없어요. 아까 5백만 원 이야기하셨는데, 그 5백만 원이 사무실에 거는 게 아니라 모든 사람이 볼 수 있는 곳에 걸어야 5백만 원 처리 받는 거예요. 만약에 사장님 사무실에 거시면 안 되는 거고요. 그러니까 기업이 컬렉션을 불가능하게 하는 세제가 있기 때문에 미술시장에서 기업이 구매고객으로 못 들어오는 것이라고 생각하거든요. 그런데 요새 우리나라에 세법에 대해 미술계에서 하시는 걸 보면,

개인 소득세에 대해서 굉장히 집중하시고 상속세에 집중하시거든요. 물론 컬렉터가 그쪽에 많기 때문에 그쪽에 관심이 많으신 건 알겠지만, 사실은 오히려 세법 체계에서는 법인세에 대한 접근이 굉장히 더 중요하고, 구매층을 늘리는데 더 중요하다고 생각하는데 그런 것에 대해 진행 방향이나 현재 얼마나 진행 되었냐 이런 걸 알고 싶습니다.

최병식 네, 답변을 본인이 다 말씀을 하신 것 같아요. 소개를 다시 천천히 해주시면 좋겠습니다.

질문자5 네, 저는 한예종에서 미술경영으로 석사를 받았고요. 그리고 지금 올해부터 중앙대 문화예술경영 공부하고 있고요, 회계사로 15년 간 일하고 있습니다. 제가 여쭙고 싶은 것은 국회에서나 이런 법안이 현재 어떻게 진행되고 있는지 상황을 들으려고요.

최병식 화이트 헤드가 최고의 질문이 최고의 답변이다 이런 말을 한 것처럼 질문과 답변을 동시에 해주신 것 같습니다. 그 질문에 회계사 이상의 답변을 할 수 있는 사람이 얼마나 있겠어요. 아주 정확한 지적을 하셨고 답변을 하셨습니다.

질문자6 네, 안녕하세요. 저는 지금 국립현대미술관 서울관 안에서 진흥재단 소속으로 아트디렉팅을 하고 있습니다. 잘 아직은 알려진 공간은 아닌데 갤러리 아트존이라고, 뮤지엄 스페이 굉장히 큰 갤러리형태로 약 500평가량의 기무사 건물에서 뮤지엄 스페이 5개를 제가 지금 아트디렉팅을 하고 있습니다. 저도 지금 예술경영을 박사과정으로 공부하고 있는 입장에서 실무를 하고 있는데, 한국의 미술시장과 상품시장에서의 접점을 공부하면서 미술시장이 어떻게 가야 작가 분들이 발전할 수 있는 것에 기여할 수 있는지 고민을 합니다. 또 오늘의 이 행사의 취지도 해외시장을 어떻게 개척해나가는 전략을 한국 사람들이 한국 작가와 한국미술계 발전을 하기 위해서 하는 것에서 너무 많은 배움을 느꼈습니다. 제가 신진작가를 발굴하는 역할로 현대자동차 후원금 운영까지 하고 있거든요. 그래서 심상용 선생님께서 시장에 맞서는 작가까지 말씀해주셔서 좋았고, 저는 세 가지 방법으로 전략이 있을 수 있다고 생각이 드는데요, 그중에서 가장 추천할 수 있는 방법이 무엇일지 전문가 분들의 의견 듣고 싶어서 마이크 들게 되었습니다. 일단 첫 번째로는 저도 서울관 개관 때 아트존이 오픈했고 저도 그걸 위해서 75분의 작가분 전시를 했었거든요. 오픈 기념 전시로. 현재는 350명 넘는 분들이랑 계약을 하고 있고, 3500 좀 넘게 판매하고 있는데, 판매 가격이 일반 갤러리에서 1천만에 팔리던 걸 제가 작가님이랑 얘기를 잘 협의를 해서 5백만 원에 가져온 작품이 있었습니다. 그거는 정말 전시가 된 순간 판매가 될 정도로 그걸 구매하시는 분들이 한국에 계시긴 하다는 걸 좀 느끼게 됐는데, 가격을 내리는 게 한 가지 전략일 수 있다고도 느껴졌습니다.

두 번째 질문은 예술가들이 직접 어떤 개척정신을 가지고, 경영가적인 개척정신을 가진 분이 시장에서 뛰어 들어야 되는 부분이 있을 것이고요. 마지막 전략이 한국인이 해외에서 공부하고 살러 감으로써 해외에 있는 네트워크를 만들 수 있는 그런 세 가지 중요한 전략이 있을 수 있다고 전 느껴졌거든요. 그중에서 시장과 맞선다는 건 어떻게 보시는지?

심상용

답변자로서 전 부적절한 사람인 것 같지만요. 기본적으로 다 동의하실 거라고 생각하는데, 예술은 예술품이 만들어지면 예술시장이 형성되잖아요. 예술 시장도 결국 가치의 시장입니다. 그러니까 가치를 사고파는 시장, 굉장히 독특한 시장인 거죠. 이게 상품을 사고판다는 것하고 혼돈이 되는데요, 마이클 샌델이 쓴 정의란 무엇인가 이후에 한국에서 번역된 스테디셀러가 된 책 중에 돈으로 살 수 없는 것들이 있지 않습니까. 거기 제일 먼저 나오는 게 예술이에요. 그러니까 예술은 기본적으로 돈으로 살 수 없는 겁니다. 그것이 가치이기 때문에. 그러니까 예술품이 상품으로 거래될 때 그 안에 굉장한 긴장감이 있을 수밖에 없는 거예요. 그것을 상품으로 보려고 하는 시각과 그것을 가치로 보는 시각 사이에 굉장히 생산적이고 역동적인 긴장감이 있어야 되는 거예요. 문제는 이것이 어느 한 쪽으로 완전히 기울어져서 나머지 축이 작동하지 않는 거죠. 그게 제일 우려가 되는 거라고 생각하고 있습니다. 그리고 기본적으로 예술은 공공재입니다. 그것이 가치이기 때문에 그것이 만들어지면, 그것은 국민 전체가 공유해야 되는 거예요. 일반적으로. 그래서 상품은 돈 주고 사더라도, 개인컬렉터가 돈 주고 사더라도, 그 가치는 모두가 공유하는 것이에요. 그래서 상품을 사고팔면서 개인이 이윤창출을 한다하더라도 국가는 국민의 세금을 떼어서 가치를 창출하는 예술을 보호하는 것이죠. 이것이 이 두 가지 축이 굉장히 상호 보존적이고 균형 있게 잘 맞춰가야 되는데 오늘날 많은 예술이론가들이나 철학자들이 지적하고 있는 것은 지나치게 미술품 시장 쪽, 미술시장 자체가 미술품 시장적으로만 작동한다는 거예요. 그런 식으로 가면 어떻게 되겠습니까. 같이 생산된 축이 위축되거나 잠재적인 위험에 처할 수밖에 없거든요. 그렇게 되면 결국은 미술품시장 자체도 위축될 수밖에 없는 것이다. 그래서 이게 시장이나 반시장이나 하는 그런 단순하고 바보 같은 이념적인 논쟁이 아니고, 어떻게 해야 시장이란 것이 가치를 푸는 하나의 시스템으로써 장기적으로 갈 수 있느냐는 문제라고 생각하는 것이죠. 그런 점에서 제가 생각할 때 전략적으로 우리가 적용할 부분도 있어요. 특히, 1980년,90년 이후에 급물살을 탄 것이, 이제 미술시장이 직접. 옛날에는 아카데미한 그라운드나 비평이나 이런 매커니즘을 통해서 별도의 독자적인 매커니즘을 통해서 어떤 가치가 만들어지면, 그 가치를 시장에서 거래했다는 거예요. 근데 요즘에는 시장이 직접 가치를 만들고 투입이 되는 거죠. 어떤 작품이 시장적인 가치가 형성됐는데, 그 작품이 정말 아카데미한 미적 가치가 있는 건지 안 되는 건지는 검증이 채될 겨를도 없이 바로 시장에서 엄청난 시장가치가 만들어지고 이런 것이거든요. 그래서 제가 볼 때는 크게 보면 가치, 90년대 이후에 시장의 순

환인 것 같아요. 시장을 열심히 공부하시는 분들은 대략적으로 순환이 있습니다. 제가 볼 때는 10년, 15년 단위로 어떤 것들은 굉장히 시장적으로 평가됐다가, 평가에 대한 의구심이 발전하는 주기가 있거든요. 근데 가치의 순환도 있다고 생각을 합니다. 그게 훨씬 장기적이고 길어요. 그래서 가치적이지 않고 오히려 잘 인식하지 못하는데, 결국은 시장에서 만들어 놓은 가치하고 미적가치가 일치하는 것이 가장 좋은 형태고 결국 역사는 조금 더 긴 맥락에서 보면, 그 두 가지를 같이 추구하고 있다는 것이죠. 그래서 우리가 너무 시장적인 순환, 막 유입하고 트렌드를 쫓아가서 굉장히 고가에 형성됐다가, 경제 불황과 더불어서 거품이 꺼지곤 하는 그런 시장적인 순환뿐만이 아니라, 더군다나 미술관이라면, 가치가 순환하는 긴 호흡으로 순환하는 서클도 같이 인식하고 그것을 짚어내려는 노력들이 반드시 필요하다고 생각이 듭니다.

최병식 네. 감사합니다. 질의와 답변이 다소 다른 방향에서 이루어졌지만 같은 맥락이라고 봅니다. 한 분만 더 받고 자유토론은 종료하고 마무리 단계로 돌아가겠습니다.

질문자7 저는 작가인데요, 그림을 제가 모르는 사람에게 딱 한 점 팔아본 작가입니다. 전 오늘 종합토론을 들으면서 제가 참 슬펐습니다. 왜냐하면, 지금 여기서 말했던 마켓은 아트페어를 가장 큰 중심축으로 생각하는 것 같아 제 입장에서는 매우 슬펐습니다. 왜냐하면 제가 영국 프리즈 아트페어를 본 적이 있는데, 거기서 저는 "아 이걸 그냥 시장이다" 라는 생각밖에 안 들었거든요. 작가입장에서는요. 작가의 작품들이 보이는 게 아니라, 시장의 상품들밖에 안 보인다는 생각이 강하게 들어서요. 저는 나중에 갤러리에서 전시를 하고 싶다는 생각을 더욱 강하게 하게 되었습니다. 그래서 저는 아트페어에 참가하고 싶다는 생각보다는 갤러리에서 전시를 해서 그들한테 인식 되고 싶다는 생각을 했는데, 왜 마켓이야기에서 아트페어만 부각이 되는지 질문하고 싶습니다. 프리즈를 보고 한국의 아트페어를 보게 되었는데, 솔직한 저의 생각은 아트페어가 정점을 찍고 꺾이는 것 같은 느낌을 받았거든요. 그래서 아트페어 이후의 마켓을 왜 생각을 안 하는지에 대한 논의가 있으면 좋겠습니다.

최병식 네 알겠습니다. 정중호 선생님 페어 말씀하셨으니까 책임지시고 답변해주시죠.

정중호 요약해서 답변 드리겠습니다. 아트페어를 흔히 이렇게도 표현하죠. 최고의 품격을 최악의 환경에서 보는 게 아트페어다라고요. 그런데 아트페어현상은 세계적인 트렌드 같습니다. 의례 형식적인 답변 같지만요. 그런데 아트페어의 몇몇 장점 중에 가장 큰 장점 하나가 뭐냐면 고객(컬렉터)과의 상호선택 범위에 있다고 봅니다. 갤러리에 한정적인 공간에 비해 작가와 작품들이 대거 밀집되어서 상당한 작품수와 더불어 다양한 정보를 얻을 수



분과도 또 비슷한 점이 있다는 생각을 했습니다. 이러한 측면에서 이러한 저의 경험들을 바탕으로 좀 더 많이 노력해서 새로운 정책들을 만들 수 있도록 하겠습니다. 오늘 좋은 말씀들을 많이 기록했는데요, 자료집과 함께 이들을 정책에 잘 반영할 수 있도록 노력하겠습니다. 후반부에서 이야기 되었던 세제부분과 관련해서요, 매년 세제와 관련해서 정부 부처 간에 협의들이 있습니다. 저희 역시 매년 여기서 나온 이야기들을 주장합니다. 2009-10년도에 제가 공연과장을 했을 때도 공연예술과 기부문제에 대해서 메세나와 기부를 같이 하면서 각종 예술분야에서 세제혜택들을 주기 위한 많은 주장을 했지만, 세제와 같은 부분에서는 잘 수용되어지지 않았 습니다. 항상 주장이 있어왔지만 수용이 안 되는 이유는요. 첫 번째로는 요구하는 것이 해외에 이러한 사례가 있냐는 것이고, 두 번째는 저희는 있다고 주장을 하지만, 해외를 가서 실상을 들여다보면, 사실이 아닌 경우가 있기도 하고요. 또 지금 많은 부분 세제부문에서는 우리나라에서 예술 쪽에 주는 세제혜택들이 외국에 비해서 적지 않다고 생각하고 있는 인식이 있습니다. 또한 저희가 잊지 말아야 될 부분 중에 하나가 세제혜택이라고 해서 공짜가 아니라는 부분이죠. 결국은 우리가 국가지원금이 내가 내는 세금이고, 세제혜택도 마이너스 세금이거든요. 정부에서는 세제혜택을 10만원 받았다는 건 정부로부터 10만원의 지원금을 받았다는 것과 똑 같이 보기 때문에 이런 차원에서 형평성의 문제들이 계속 제기되어지면서 잘 수용이 안 되고 있습니다. 그렇지만 다시 이걸 뒤집어 놓고 보면 이 속에 우리가 찾을 수 있는 전략이 있는 것 같습니다. 세제혜택을 더 많이 받기 위해서 해외사례에 관해서 열심히 잘 찾는 부분이 있고, 이런 세제혜택이 국가 전체에 긍정적인 효과가 있는지 이유들을 찾아내면, 충분히 협상을 할 수 있을 것이라 생각합니다. 또 매년 협상이 이뤄지고 있기 때문에, 올해 반영이 안 되면 내년에 저희가 더 열심히 해서 반영되어질 수 있는 가능성이 있으니까요. 저희가 더 노력하도록 하겠습니다. 저희 문화부가 사실은 정부지원금이 줄고 있는 상황에서 전반적인 문화예술이나 문화 산업 쪽의 혜택들을 세제를 통한 혜택으로 많이 전환을 시키려고 전반적으로 노력을 하고 있기 때문에 앞으로 그런 차원으로 많이 진행될 수 있도록 노력하겠습니다. 그리고 정부 미술은행 관련 얘기들을 하셨는데요, 안 그래도 미술은행의 전반적인 개편들에 대해 저희가 고민하고 있는데, 개편상황들이 가닥이 잡히면 다시 여러분들 모시고 같이 의견도 듣고 같이 논의할 수 있는 자리를 마련하겠습니다. 이상 감사합니다.

최병식

오늘 작가 분들께서 좀 더 격렬하게 말씀하실 걸로 기대했는데, 사실은 작가 분들 답답하실 거예요. 갤러리오너 되시는 분들도 경주에서도 오시고 대구에서도 오셨는데요, 굉장히 힘드실 겁니다. 제가 아트바젤을 갔을 때도 보면, 점심을 못 먹고 라면으로 점심 때우는 경우가 대부분이었습니다. 유명한 갤러리들도 그렇게 힘들게 일하면서 올 때는 몸살이 걸려가지고 오시는 경우도 많이 봤습니다. 정말 감사하다고 말씀드리고요. 사실은 그 뒤에는 보이지 않는 분들의 많은 노력들이 있습니다. 문화체육관광부

도 그렇습니다만, 문예위 담당자 분들 역시 나주와 서울을 오가고 계십니다. 예술경영지원센터 역시 최근에 일을 많이 맡아서 굉장히 고생을 하고 있는데요. 작년에 제가 카운트를 하다보니까 65회 정도 회의를 하더라고요. 굉장히 바쁘신데 그런 것들을 하셔도 결국엔 성과가 나타나는 데는 시간이 걸립니다. 작년에 처음 투자가 된 예산들이 많거든요. 그러니까 조금 기대해보시고. 올해 최근에 데이터베이스 DB화 구축사업이 완료 되어서 지금 사이트에 올라가 있을 것이니 검색 다들 한번 해보시길 바랍니다. 제가 자료를 하나 찾아왔는데요, 아까 단색화이야기가 많이 나왔는데요. 2015년 12월 17일 미국의 종합주간지에 실린 자료를 우리 석사과정 학생들이 찾았습니다. 그 내용이 어떻게 써있냐면, 평론가인 배리 슈왓스키란 사람이 말한 건데, 단색화는 충분히 주목받을 만한 가치가 있는 경향도 있다. 한국의 페인팅 교육은 크게 동양의 먹과 서구의 오일 두 가지 방식을 나뉜다. 단색화가 갑자기 뜨거워진 이유를 묻는 대신에, 왜 서구권미술에 소개되기까지 이렇게 오래 걸렸는가를 묻는 것이 맞을 것이다. 이렇게 반문했습니다. 그들 스스로가 반문하고 있기 때문에 제가 할 말은 없습니다. 그리고 진즉에 조명 했어야 되는 건데. 그런데 여기에는 우리의 책임도 크죠. 이 시간을 단축시키자는 것이 지금 바로 이 글로벌 아트마켓 프로젝트 대토론회의 목적입니다. 사실 오늘 20-30명 정도가 모여 격렬한 토론이 열렸어야 했습니다. 앞으로 이러한 토론회가 계속 열려야 합니다. 특히 작가 분들이 많이 오셔서 말씀도 하시고 소통하는 자리가 되었으면 합니다. 오늘 원래 시간이 3시간 예정이었는데, 그보다 2시간 반을 넘어서고 있습니다. 4시간 5시간을 가도 끝나지 않을 것 같아서 오늘 이정도 선에서 마무리해야 될 것 같습니다. 그래야 또 다음이 기대되는 것 아니겠습니까? 앞으로 대구, 부산, 전주에서 토론을 계속할 겁니다. 많은 참여와 관심 부탁드립니다. 감사합니다.