

PUBLIC ART

THE MONTHLY PUBLIC ART MAGAZINE
WWW.ARTINPOSITION.CO.UK MAY 2019



ISSN 2044-2010
044
201005

044
201005

LITERATURE & ART

위기 이후의 예술? 문화발전을 위한 컬렉터의 사회적 가치

● 프레 일겐(Fré Ilgen) 작가 · 독립큐레이터

과거 수십 년 동안 대부분의 미술품컬렉터들은 주로 금전적인 이득을 얻기 위해 미술작품에 투자해왔으며, 작품을 구입하는 자신들의 행위가 예술가들을 지원하는 것이라는 사실을 거의 인식하지 못했다. 이들이 가진 중요한 사회적 역할은 상표의 가치나 가장 많은 이득을 안겨준 거래(best deal)만을 강조할 경우 퇴색되고 만다. 귀족계급, 종교단체, 그리고 부유층에 의한 예술작품의 구매나 제작의되는 예술 자체만큼 오랜 역사를 지니고 있는데, 우리가 소위 서구의 미술시장이라 부르는 형태는 1950년대 말 뉴욕에서 출현해 1960년대 비약적으로 성장했다. 이후 미술시장은 당연히 존재해야 할 하나의 현상이 되었고 보다 전문적인 시장으로 바뀌며 많은 사람들이 성공의 기회를 잡기도 했다.

예술가들은 록스타처럼 추앙받는 존재가 되기도 하며 이들의 작품은 경매에서 최고가를 경신하며 대중들에게 회자되기도 한다. 그러나 극소수의 예술가들만이 이러한 유명세나 대중성에 도달할 수 있음에도 불구하고 일반적인 인상으로 굳어지며 혼란한 상황을 연출한다. 컬렉터들은 모든 유형의 예술가들이 고수익을 기대할 수 있는 혜성과 같은 존재가 될 것이라는 말을 자주 듣는다. 돈이 넘쳐흐르는(financially booming) 미술시장의 일부로 편입되고자 하는 욕망이나 이익을 안겨다 줄 것처럼 보이

는 것들에 대한 흥분은 분명 이전의 인류역사에서는 상상조차 할 수 없었던 작품의 과도한 생산이나 전시, 화랑, 미술제의 양산을 초래했다. 이는 결국 미술에 대한 경험의 팽창이나 미술을 향한 욕망의 위험한 질주를 낳았다.

문화는 여러 이해관계의 융합과 합의를 이끌어내는 과정이며 예술작품은 실질적으로 이를 위해 기여하고 있다. 이해관계는 시장주도자에 의한 하향식(top-down) 결정으로는 합의에 도달할 수 없으나 주변에 많은 미술작품들을 소장함으로써 자연스럽게 달성될 수 있다. 오늘날 대다수의 예술가들은 상호 연관된 듯 보이는 두 가지 원인과 보다 어려운 싸움을 치러야 한다. 이는 금전적 가치만을 위한 작품의 홍보나 평균적인 관람객들이 작품에 대한 흥미를 잃어버리는 것과 관련이 있다. 이는 분명 화랑, 미술제, 미술관, 미술잡지 등에 영향을 미친다.

서구미술계나 서구의 모델을 맹목적으로 추종했던 사람들만이 자신들을 비난할 수 있는데, 이는 지나치게 자주 개최되는 전시, 미술제, 비엔날레가 작가들에게 도움을 주기보다는 해를 끼쳤기 때문이다. 지구촌 곳곳에 오늘날처럼 미술품이 넘치는 시기가 없었음에도 작가들이 이처럼 기본적인 수입조차 얻기 어려웠던 적은 없었다. 개인적인 경험이나 문화적 표현과 같이 예술과 무관한 동기로 인해 과도한 전시가 열리고 있다. 시장에 넘

글쓴이 프레 일겐(Fré Ilgen)은 네덜란드와 독일을 중심으로 유럽, 미국, 중동, 오스트레일리아, 아시아에서 활동하는 작가이자 이론가, 독립큐레이터이다. 그의 대형 조각 (Your Long Journey)는 홍익생명 빌딩 사옥에 설치되어 있으며, 그는 최근 학교재 갤러리에서 개인전을 개최한 바 있다. 그는 현재 올 가을에 열리는 태광산업의 국제전을 기획하고 있으며, 자신의 새로운 저서를 집필 중이다.

쳐나는 작품으로 인해 일시적으로 판매가 늘어날 수 있지만 이는 결국 관람객들이 작품에 흥미를 잃어버리거나 수동적으로 반응하도록 만든다.

이는 변화하는 환경에 감성을 적응시키며 생존을 유지하는 인간의 자연적인 적응능력에 의해 설명된다. 소음이 심한 공간에 들어가면 우리의 귀는 재빠르게 그 소음에 적응하도록 반응한다. 밝은 방에 들어가는 경우도 동일한 현상이 발생한다. 너무 시끄럽거나 지나치게 밝은 공간을 벗어나 정상적인 조건으로 돌아갈 때조차도 우리의 감각은 재차 적응하는 시간을 필요로 한다. 이는 그토록 많은 사람들이 실제 작품을 감상하지 않으면서도 미술 전시회를 배회하는지, 그 이유를 설명해준다. 그렇다고 해서 단순히 대중의 무지함을 비난할 수 없는데 이는 작금의 현실을 초래한 원인이 순전히 획일적이며 과도한 전시에 있기 때문이다.

주최자는 미술전시, 아트페스티벌 혹은 비엔날레의 이벤트적 성격을 강화해 보다 많은 관람객들을 끌어들이는 것을 강조하는 경향이 있다. 이는 관람자들에게 행사 자체만을 인식시키며 단지 전시회에서 배회하기만 하는 관람객인 소위 '이벤트성 관람객(event-audience)'을 양산한다. 이들은 단지 친구나 유력인사를 만나기 위해 미술행사에 오며 이러한 행사를 관람하는데 자부심을 느낀다. '이벤트성 관람객'들은 예술작품을 감상하기 위해 행사에 오지 않는데, 이는 지나치게 많은 미술행사가 초래한 자연스런 결과일 것이다.

화상들은 아트 페어에서의 매출감소가 단순히 금융위기 때문만이 아님을 인식해야 한다. 이들은 대신 자신들이 출품하는 작품을 통해 수집가나 미술애호가 사이의 진실하며 인간적인 대화에 관심을 가져야 한다. 미술계에 간주어진 또 다른 문제는 미술 행사(미술제나 비엔날레 등)에 출품된 작품들이 관람객의 범주를 지나치게 협소하게 설정하는데 종종 근거한다. 수집가들이나 혹은 일반 관람객들에게 견해를 표명해 줄 것을 요구하는 화상이나 큐레이터는 그다지 많지 않다. 다행스럽게도 필자가 알고 있는 상당수의 수집가들은 많은 식견을 가지고 있으나, 불행히도 여러 화상들(intermediaries)이 보이는 태도는 수집가들과 대화는 하

되 의견은 공유하지 못하며 단지 이들을 귀찮게 하거나 작품을 구매하고자 하는 의욕을 꺾을 뿐이다. 예술을 교육, 홍보, 판매하고자 하는 욕구는 이상하게도 다음과 같은 결과를 초래하였다. 즉, 예술은 경험에 관한 것이며, 그 경험은 단지 몇 마디 말로는 전달될 수 없고, 예술은 실제로 그것을 감상하는 사람에 의해 경험될 수 있어야만 한다는 사실을 잊은 것이다. 작품은 종종 전달하는 사회정치적 의미나 메시지에 의해 평가되나 아무도 이것들의 본질적인 의미에 관심을 보이지 않는 듯하다. 작품이 사람들에게 제공하는 경험이란 무엇인가?

수집가들은 미술에 대한 자신들의 관심을 인식해야 하며 자신들이 왜 미술작품을 수집하고 제작을 의뢰하는지 동기를 살펴야 한다. 예술작품을 구매하는 것을 단순한 투자행위로 생각해서는 안 되며 문화에 직접적인 영향을 미치는 행위로 간주해야 한다. 이 제는 미술작품을 수집하는 행위가 갖는 본래의 사회적 중요성에 보다 많은 관심을 기울여야 할 때이다. 이러한 행위를 통해 수집가들은 자신들의 개인적 지위와는 직접적인 연관이 없으나, 예술이나 예술가들의 발전을 지원하고 현대세계에서 실질적인 문화의 발전에 기여한다. 수집가들이 작품이나 작가에 대해 홍보하는 이유는 금전적 이득을 얻기 위함이므로 이들이 예술가들의 투쟁에 무지하다고 비난할 수 없다. 더군다나 이들은 작품구입을 통해 보다 직접적이며 사회적인 맥락에서 문화발전에 기여하고 있다.

앞서 기술한 것처럼 은폐된 문제, 즉 작품구매가 예술이나 문화의 창조나 발전에 직접적으로 기여하지만 예술이 활력을 잃게 만든다는 인식은 유럽이나 미국의 경우처럼 과거 50여 년 동안 미술시장이 지나치게 전문화되어 온 결과이다. 한국과 같은 나라의 미술시장은 훨씬 젊지만 세계화는 많은 문제를 초래한다. 한국에서 미술에 대한 공적, 사적 관심이 매우 급속히 커지고 있다. 필자는 이 글을 통해 서구미술시장이 경험했던 동일한 실수를 한국미술시장이 반복하지 않기 위해 무엇을 해야 하는지에 관한 토론이 촉발되길 바란다. 이는 특히 한국이 동아시아 미술계에서 주역이 될 수 있는 역사적 기회를 갖고 있기 때문이다. ■