



선진미술관서 배운다 유럽 편

2 루브르 박물관

소장품·관람객수 세계 최대 年수입 8천억 절반은 후원금

파리=정상필 특파원

올 초 루브르 박물관이 내놓은 보도자료에 따르면 지난해 관람객 수는 850만명으로 2007년에 비해 20만명 이상 늘었다. 상설전시관 입장객 수만 790만명에 달하며, 이는 지난 2001년 수치보다 67% 상승한 것으로 1793년 개장 이래 가장 많은 관람객 수라고 밝혔다. 이와함께 박물관 측은 세계에서 가장 많은 관람객이 다녀간 박물관이라고 덧붙였다. 연간 관람객 1천만 시대가 멀지 않았다.

또 지난 한 해 동안 950여 소장품이 루브르 박물관 외의 장소 26곳에서 전시됐으며, 이들 작품을 이용해 일본과 미국, 중국 등 세계 여러 나라에서 열린 전시회에 다녀간 관람객 수는 250만명인 것으로 집계됐다. 소장품의 3D 관람이 가능한 루브르 박물관 인터넷 사이트 방문자 수는 960만 명이었다.

◇세계 최대 박물관

교과서나 미술 책에서 봤던 유명 작품 만을 찾아다니며 며칠이 꼬박 걸릴 방대한 소장품 규모는 전 세계 어느 박물관과도 비교가 불가능하다. 30만 점 가량을 소장하고 있으며, 이중 3만~4만 점이 전시되고 있다.

고대 그리스와 로마 시대 조각에서 11~19세기 이태리 및 스페인 조각, 회화를 모아놓은 드농관, 파라도 시대와 이집트 문명의 작품들을 전시한 쉴리관, 5~19세기 프랑스 조각과 15~17세기 네덜란드, 플랑드르, 독일 회화 등이 있는 리슬리관 등으로 나뉜다.

작품들은 고대 오리엔트 미술, 고대 이집트, 고대 그리스·에트루리아·로마, 회화, 조각, 예술품, 이슬람 미술, 그래픽 미술 등 8개 컬렉션으로 분류돼 100여개 전시실에 퍼져 있다. 모나리자 같은 명작 앞에 서서 사진을 찍은 뒤 “루브르에 다녀왔다”고 말한다는 것이 민망하게 느껴질 정도다. 최근 우리나라 기업의 후원으로 한글 안내도(삼성)와 미디어 가이드(대한항공) 서비스가 가능해졌다.

루브르가 지금의 모습을 갖춘 것은 지난 1989년, 미테랑 전 대통령의 ‘대 루브르’ 정책이 완성되면서부터다. 점차 높아가는 관람객을 수용하고, 새 소장품의 전시공간을 확보하기 위한 목적으로 기획된 대공사를 통해 루브르는 전시 면적이 12만8천700㎡에서 23만8천500㎡로 두 배 가량 늘었다. 여러곳에 분산된 출입구를 통일시키기 위해 만들어져 루브르의 상징이 된 유리 피라미드도 이때 완성됐다.



밀로의 '비너스' 상을 사진에 담아가기 위해 많은 관람객들이 작품 앞에 모여 있다.

100여개 전시실서 소장품 10% 전시 DB화·분관·메세나... 끊임없는 변화

◇엄청난 예산 그리고 메세나

지난해 발간된 2007년 연간 보고서에 따르면 루브르 박물관의 2007년 예산 중 수입규모는 4억1500만 유로(약 8천억원)다. 순수 수입이 1억2천288만 유로, 정부 지원금이 1억2천234만 유로였으며, 아부다비 분관 계약에 따른 라이선스 비용 1억5천만 유로가 이해에 처음으로 루브르 수입에 잡혔다. 인건비 등 유지 비용에 1억7천334만 유로가, 작품 구입 및 보수 등에 1천 684만 유로가 각각 사용됐다.

순수 수입 예산을 분석해보면, 입장권 수익이 4천174만 유로로 전체의 34%를 차지했으며, 각종 로열티(568만 유로·5%), 문화 및 교육 활동(242만 유로·2%) 등이 포함됐다. 그런데 한가지 눈여겨 볼 것은 전체 수입의 절반에 가까운 47%(5천776만 유로)는 후원자들의 호주머니에서 나왔다는 사실이다.

2007년 아랍에미리트 연합이 특별 후원금으로 2천500만 유로를 내놓은 것이 전체 액수를 부풀렸지만, 이것을 빼더라도 전년 대비 후원금 액수는 1천316만 유로에서 3천276만 유로로 배 이상 늘었다.

현재 장관인 앙리 루아레트가 취임한 2001년 이후 메세나 정책은 더욱 강화됐다. 매년 회비를 내는 후원자

클럽 ‘루브르의 친구들’을 세계화했고, 미국 경제지 ‘포브스’의 부회장 크리스토퍼 포브스를 설득해 ‘루브르의 미국 친구들’도 발족했다. 2007년에는 기업체의 적극적 후원으로 외국에 팔려나갈 뻔한 프랑스 작가 니콜라 푸생(1594~1665)의 국보급 명작 ‘이스트로의 피난’을 사들이기도 했다.

◇멈추지 않는 변화

엄청난 양의 소장품과 예산이 루브르의 전부였다면 세계 최대는 될 수 있어도 최고는 될 수 없었을 것이다. 시대의 요구에 맞춰 끊임없이 변화한 것이 최고의 자존심을 지키는 원동력이었다. 이미 1990년대 중반부터 디지털화 사업을 시작해 소장품을 CD롬에 담았으며, 매년 10~20개의 특별전을 카탈로그 제작하듯 CD롬에 담아 판매하는 것도 수익원이 되고 있다. 인터넷 사이트를 통해 상세한 작품 및 작가 설명과 함께 루브르의 소장품을 관람할 수 있도록 했다.

몇 년 내에 루브르라는 브랜드를 파리 외의 지역에서 볼 수 있게 된 것도 큰 변화다. 아랍에미리트연합의 수도 아부다비에 2012년 개관하게 될 루브르 아부다비 분관과 2011년께 프랑스 북부 도시 랑스에 개관하게 될 ‘루브르 II’가 대표적이다.

루브르 아부다비는 프랑스 문화계

2007년 루브르 관람객 국가별 현황

프랑스	251만3천명
미국	87만4천명
이탈리아	40만1천명
스페인	34만8천명
영국	34만3천명
독일	32만3천명
중국	20만3천명
일본	19만3천명
러시아 연방	18만9천명
캐나다	17만2천명
호주	17만1천명
나머지 국가	175만3천명

(자료: 2007년 루브르 연례 보고서)

의 큰 반발을 불러일으켰지만 루브르의 가장 큰 수입원이 되고 있다는 점은 부인할 수 없다. 박물관 측은 ‘루브르 아부다비’에 30년간 루브르의 이름과 작품 등을 빌려주는 대가로 9억 4천500만 유로를 받기로 했다. 랑스에 개관 예정인 ‘루브르 II’ 루브르 박물관 전시공간 부족 해소와 함께 프랑스 정부의 주요 시설 지방 이전을 목적으로 하고 있다는 점에서 광주가 눈여겨 볼만 하다. 단광이 있던 자리에 2만8천㎡ 규모로 지어지는 ‘루브르 II’는 1억2천700만 유로의 비용이 들어간다. 광역 지자체가 60%를, 이하 자치단체와 유럽 연합이 각각 20%를 부담한다. 루브르 소장품들이 순회 전시될 예정이다.

/camus@kwangju.co.kr

루브르 유리 피라미드 탄생 20돌

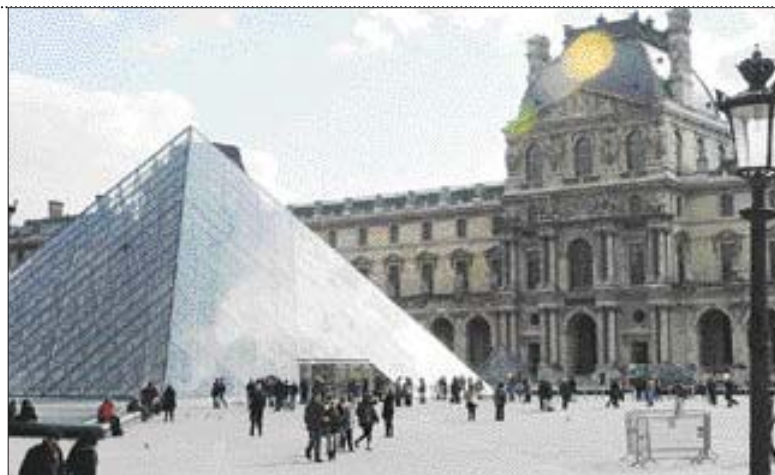
내달 한달간 퍼포먼스 등 다양한 기념행사

이 달 30일로 루브르 박물관 피라미드가 20번째 생일을 맞는다. 1981년부터 프랑수아 미테랑 전 대통령에 의해 추진된 ‘대 루브르’ 정책의 일환으로 중국계 미국인 이오 밍 페이가 설계, 1989년 완공됐다.

고도(古都) 파리의 도심 한 복판에 세워진 고철 탑이 도시 미관을 해친다며 건축 당시 거센 비판에 시달렸던 예켈탑과 마찬가지로, 루브르의 유리 피라미드는 수많은 이들의 반대에 직면했다. 파리지역의 눈에 피라미드는 수백 년 된 고궁(古宮)과 어울리지 않는 초현대식 장식물에 불과했던 것이다.

그러나 역시 예켈탑이 파리의 상징물이 된 것처럼, 유리 피라미드도 루브르 박물관을 얘기할 때 빼놓을 수 없는 명물이 됐다. 역사를 간직한 과거(루브르)로 통하는 현재의 문으로써 루브르를 대표하는 상징적 역할을 수행하고 있다.

675개의 마름모형 유리와 118개의 삼각형 유리가 들어간 피라미드는 건축 예산만도 1천450만 유로(약 300억원)에 달하는 대규모 공사였다. 그러나 본전은 뽑고도 남은 듯하다. 건축 당시 300만명이던 연간 관람객 수는 20년이 지난



루브르 피라미드

지금 두 배를 훨씬 넘어섰다.

루브르 박물관 측은 피라미드 건축 20주년을 기념하기 위해 4월 한 달 동안 다양한 행사를 마련했다. 건물 벽 등에 조명을 쏘아 메시지를 전달하는 미국 작가 제니 홀처의 프로젝트 ‘파리를 위한 제논’을 비롯한, 이오 밍 페이에 헌사하는 토론회 ‘대 루브르 이후 20년 : 박물관의 역사와 현대 건축’, 각종 영화 상영, 기념 출판 행사 등이 이어질 예정이다.