아트마켓이 뜬다

❶ 왜 아트마켓인가

새로운 세기로의 전환을 알렸던 21세기가 시작된 이후, 거대 자본주의와 하이테크롤로지의 발전은 일반인의 삶의 방식과 가치관에도 변화를 가져왔다. 많은 정보는 데이터로 수치화 되고 시장논리는 무엇보다 중요한 가치로 판단의 기준이 되어가고 있다.

이러한 변화의 물결은 미술계에도 기존의 원칙이나 가치가 아닌 새로운 질서들을 만들어 가고 있다.

지역예술, 세계와 소통하는 플랫폼

현수정 뉴욕 통신원

전시·경매 따로 옛말…미술계도 정보화시대

광주작가 이이남 스타작가 부상 생생한 사례

오랫동안 인간의 순수한 감성과 정신의 소산인 미술품 감상은 고상한 취미로 여겨졌다. 또한 작품 소장은 작가의 정신적 세계를 공유하는 것으로 의미화 되었다.

그러나 세계적인 아트 페어나 옥션이 미술계에서 차지하는 영향력이 커가면서 미술품은 하나의 환금성이 보장된 상품으로 거래되어지고 있다. 2010년을 맞이하면서 빠르게 진화하는 세계화, 자본화, 그리고 정보화가 미술계의 지형에 변화를 가져오고 있는 것이다. 대표적인 흐름이 아트마켓의 등장이다.

아트마켓이란 말 그대로 미술을 사고파는 시장이다. 옥션, 아트 페어, 화랑예술제, 갤러리의 전시회 등을 통해 매매 행위가 이루어지는 구체적인 공간이다. 또한 이것은 사고파는 모든 체계의 구조, 미술품의 거래 행위를 포괄하는 개념이다. 아트마켓에는 '아트'와 '마켓' 두 단어가 결합되어 있듯 두 가지 면에서 이해될 수 있다. 갤러리, 경매회사, 아트딜러만이 아니라 미술관, 비평가들도 관계 되어 있다. 이들은 현대 미술세계에 있어 돈과 명성을 조절하면서 미술의 흐름을 주도하고 있다. 미술관의 시대에서 비엔날레의 시대로, 이제 아트페어, 아트 옥션의 시대로 전환되고 있는 상황에서 아트마켓은 바로 이들 사이의 상호 복합적 유대관계를 만들어내는 실질적인 에너지가 되고 있다.

최근 국제무대에서 두각을 나타내고 있는 광주작가 이이남은 아트마켓의 중요성을 보여주는 생생한 사례다. 지역작가에서 세계적인 작가로 성장하는 과정을 보면 더욱 그렇다. 그는 서울의 화랑과 연계를 맺으며 국제 아트페어에 참여했고 외국 중요 전시를 통해 작품성을 인정받아갔다. 2007년 독인 칼스루헤의 미디어 센터 ZKM에서 열린 전시 '아시아의 새로운 물결'을 시작으로 2008년 뉴욕의 '아시아 컨템포러리 아트페어, 워싱턴의 '스미소니언 한국 미술관 개관전', 스페인 세비야의 '피스드림 페스티발', 그리고 2009년 미국 예일대에서 열린 '차문화 초대전' 등 왕성한 활동을 펼쳤다. 이 과정에서 이이남의 작품 가격은 뉴욕과 홍콩 크리스트 경매, 소더비 경매를 통해 정착됐다. 55인치 모나리자가 4500만원에 낙찰되었고 8폭 병풍은 1억 2천에 거래됐다. 이씨의 사례에서 보듯 아트페어, 화랑, 비엔날레, 미술관, 옥션이 작가를 발굴하고 아트마켓에서 작가에 대한 실질 평가를 만들어내고 있는 것이다.

뉴욕은 종전 세계미술의 중심에서 이제 '글로벌 미술 시장의 중심'으로 이름이 바꾸어져 가고 있다. 세계 양대 경매회사인 크리스트와 소더비가 뉴욕에 들어서 있고 매년 봄이면 아모리, 스코프등 아트페어를 비롯하여 미술시장이 형성되어 있다. 또 맨하탄에는 지역별로 갤러리들이 다양한 층을 형성하고 있다. 맨하탄 서쪽 첼시 지역19번가에서부터 27번가까지에 이르는 갤러리들은 한창 주가가 오르고 있거나 새로운 흐름을 주도하는 예술가들의 작품을 선보인다. 미드타운 57번가와 5번애브뉴에 위치한 고급 갤러리들은 확고한 기반을 다진 작가들의 전시가 이루어지고 이다. 이외에 이스트사이드와 브루클린 덤보와 윌리엄스버그 지역 등은 젊은 작가들의 실험적인 작품들을 주로 다룬다. 뉴욕이 세계미술 시장의 중심지로서 명성은 바로 이러한 거대 미술관부터 소규모의 화랑까지 다층적인 구조와 다양한 작가군을 수용하는 지형에서 비롯된다. 그리고 이곳을 향해 전 세계에서 몰려드는 화랑과 작가들, 그리고 구매자들에 의해서 스타작가들이 만들어진다.

오늘날 다변화된 국제미술계에서 미술관 전시와 경매는 더 이상 분리돼 있지 않다. 지난해 가을 뉴욕 메트로 폴리탄 뮤지엄에서 영국의 프란시스베이컨의 대규모 회고전이 열렸고 뉴욕 크리스트에서는 프란시스베이컨의 작품이 경매에서 판매되었다. 또한 한국 작가 오치균 역시 지난 4월 첼시아트 뮤지엄 전시와 더불어 국내 옥션에서 상승된 가격을 만들어냈다. 미술관, 아트딜러, 옥션은 서로 연계를 이루고 작가와 작품의 명성을 만들어내고 있는 것이다. 따라서 세계 미술 시장에 대한 정보와 변화에 대처해나가는 글로벌 마인드가 필요한 시점이다. 이러한 변화의 흐름에 광주라고 예외가 될 수 없다. 특히 7차례의 비엔날레 개최를 통해 어느 도시들 보다 다양한 국제미술계의 트렌드를 경험하고 있다. 자유로운 사고와 표현의 차별화, 다양한 국적 배경을 가진 작가들이 광주로 오듯 광주작가들도 외부(국제무대)로 나갈 수 있는 가능성과 자신감을 확인하고 있다. 아트마켓은 이러한 광주작가들의 에너지에 탄력을 줄 수 있다는 점에서 관심이 요구된다.

광주 작가들도 주변인이나 화랑에게 의존하던 시대에서 탈피 뉴욕, 홍콩, 바젤, 두바이 등 세계 어디든 자신의 작품 판매망을 만들 수 있기 때문이다. 마치 우리의 상품을 들고 세계 시장과 거래하듯이 광주의 미술품으로 세계와 거래할 수 있는 것이다. 반면 지역의 소장자들에게도 그만큼 구매의 문이 외부로 열려있음을 의미한 것이기도 하다.

그런 의미에서 아트마켓은 지역작가들을 세계로 진출시키는 창구이자 국제미술계와 소통할 수 있는 플랫폼이라는 점에서 지역사회가 함께 관심을 가져야 할 '꿈의 무대'로 떠오르고 있다.

현수정 통신원은

▲전남대 대학원 미술학과 졸업.
▲3차례의 개인전, '삶과 꿈의 조각보 잇기전' 'IMF와 현대미술전', 5회 비엔날레 '한국특급' 등 참여.
▲現 조선대 대학원(미학미술사학과) 박사과정 재학.