

아트마켓이 뜬다

2 이제는 미술 투자 시대



훌륭한 컬렉터가 되기 위해서는 평소 갤러리를 찾아 미술품에 대한 안목을 키우는 자세가 필요하다. 뉴욕 첼시의 한 갤러리에서 관람객들이 작품을 감상하고 있다 (왼쪽). 수백여 개의 갤러리들이 들어서 있는 뉴욕 첼시의 거리.

작가·미술계 살리는 ‘컬렉터’가 되자



현수정 뉴욕 통신원

진정한 미술 투자는 작품 안목 키우는 것부터

세계시장서 통할 ‘광주 브랜드 작가’ 양성해야

1950년대 말 마르셀 뒤샹은 ‘창조적 행위’라는 주제의 강연에서 예술창작이란 전적으로 작가에 의해서만 이루어지지 않는다고 말했다. 작가의 고유한 산물이지만 진정한 가치는 관객들의 감상, 즉 내적 의미의 해석에 의해 결정된다고 보았다. 이는 미술 작품에 있어서 작가만이 아니라 그것을 감상하는 관객의 적극적인 수용을 강조한 것이다. 뒤샹의 말을 연장하자면 예술의 창조적 행위에는 관객의 구매행위도 내포되어 있다고 해석할 수 있다.

관객이란 일반인일 수도 있고 보다 전문적인 안목을 가진 미술사거나 비평가를 의미하는 것일 수 있다. 최근에는 일반적인 범위에서 작품을 직접적으로 구매하는 수요자(고객)에 대한 위상이 증가되고 있다. 이들 수요자는 미술품을 접근하고 이해하는 방식에 따라 크게 세가지 유형으로 나뉜다. 미술을 좋아하고 지속적인 관심을 갖는 애호가 수준의 마니아(mania), 작품구매를 통해 작가를 후원하는 등 좀더 적극적인 입장을 취하는 패트론(patron·후원자), 보다 전문적으로 작품을 구매하여 소장의 폭을 확대해 가는 컬렉터(collector) 등이다. 이에 따라 최근 미술계에서는 이들 수요자를 끌어들이기 위해 전문적

인 미술정보를 제공하는 잡지 발간이나 인터넷 카페 개설, 사회교육 강좌 등 다양한 마케팅이 등장하고 있다.

좋은 작품을 ‘알아보고’ (작품을) 사는 것은 세상에서 빛을 보지 못하고 잊혀질 수 있는 작품을 되살리는 것이다. 또 작가를 경제적으로 지원함으로써 창작에 대한 열정을 키우는 등 미술계에 활력을 불어넣는다. 이것은 근대 자본주의 성립이후 미술이 종교나 지배계급의 주문 제작을 시작으로 작가의 ‘경제적 자립’이 가능해진 기본 원리와 같다. 그 때와 차이가 있다면 자본주의의 등장으로 미술 시장에 있어서도 개인들의 소비한 거래보다 대형 자본의 ‘투자’ 같은 새로운 패러다임이 작용하고 있다는 점이다.

미술 작품을 구입하는 패턴도 관객들의 유형에 따라 다르다. 특정작가의 작품을 선호해 구매를 시작하는 마니아에게는 소비한 개인적 취향이 주요한 요인으로 작용한다. 반면 패트론의 작품 구매에는 좀더 분명한 목적이 끼여든다. 예를 들면 지난 80년대 민중미술에 대한 ‘반짝 특수’가 바로 그것이다. 당시 시대적인 저항을 예술로 풀어낸 작가들을 ‘지원하려는’ 일종의 스폰서 역할을 한 것이다. 민중미술이 한

창 대세를 이루던 80년대는 88올림픽 이후 한국 경제 성장에 있어서 황금기였다. 그 영향으로 미술 시장에서도 아파트 경기의 불을 따고 화랑들이 성황을 이루던 시기였다. 이런 사회적 분위기를 타고 경제력을 갖춘 패트론들이 민중미술의 든든한 후원자를 자처하고 나섰다. ‘삼품가치’가 낮은 민중미술 작가들을 돕기 위해 이들 작품을 구입한 것이다. 이들의 컬렉션은 ‘어두운 시기’의 작가들에게는 생명수나 같았다.

컬렉터는 마니아와 패트론과는 차별화된 미술 애호가들이다. 훌륭한 컬렉터가 되기 위해서는 보다 전문적인 지식을 갖추어야 하고 미술계와 문화적 흐름에도 밝아야 한다. 뉴욕 구겐하임 미술관과 뉴욕 현대미술관(MoMA)이 설립될 수 있었던 것은 폐기 구겐하임이나 록펠러 부인의 애비 앨드리치 록펠러와 같은 결속한 컬렉터가 있었기 때문이다. 이들은 20세기 초 신흥 대자본가들의 경제력과 뛰어난 안목으로 추상미술, 모더니즘 계열 작품들을 소장함으로써 20세기 미술 발전의 중요한 역할을 수행했다.

미국의 유명 미술관들은 작품을 기증한 컬렉터들의 이름을 따 전시장 입구에 내걸고 있다. 이들 컬렉

터는 소장품과 함께 역사의 기록으로 남게 된다. 광주 시립미술관의 하정웅 컬렉션은 5·18 정신과 자유민주주의 열정을 예술로 승화한 작품들로 구성돼 미술관의 색깔을 분명하게 해주었다.

이러한 미술사적 맥락과 비교해 보면 고전적 의미의 컬렉터는 최근 미술시장에서 통용되는 ‘투자’와는 사뭇 다른 모습이라 할 수 있다. 그렇다면 투자자가 된다는 것은 어떻게 작품을 구매하는 것인가? 마니아, 패트론, 컬렉터도 넓은 의미에서 보면 투자자다. 일단 미술품 투자자가 되었다고 생각하면 마니아의 마음부터 가져야 한다. 투자에 대한 지식이 충분하지 않는 초보시기에는 마니아처럼 좋아하는 작품을 사는 게 옳은 선택이다. 그러다 점차 아트 페어나 갤러리들을 찾아다니면서 조금씩 안목을 넓혀 전문성을 갖추면 된다. 그러나 투자라는 것은 작품을 사서 이익을 남긴다는 경제적 행위인 만큼 적극성이 전제된다. 상당수의 마니아나 패트론의 경우 소장품을 되팔 때 전혀 보상받지 못하고 있는 실정이다. 그냥 좋아해서 소장하고 즐기는 것, 특정 작가를 후원하는 것에 의미를 두고 작품을 구매하였다면 크게 문제가 되지 않을 것이다. 하지만 투자자가 되려고 한다면 적어도 작품을 살때 이런 질문을 해야 한다. “이 작품을 되팔 때, 그 가치는 어느 정도가 될 것인가?”

최근 미술시장 안팎에서는 ‘이제는 미술투자의 시대’라는 장밋빛 구호로 미술 투자를 독려하는 마케팅이 활발하다. 이에 대해 일부에서는 상업주의에 편승하는 트렌드 작가들만 남발시킨다는 부정적인

시각도 많다. 미술 투자의 의미를 상업적인 측면에 제한시키는 것은 편협된 시각이다. 지금은 미술품 투자가 지닌 문화적인 역량과 파급효과를 생각해야 할 시점이다. 지난 2008년 말 세계를 강타한 글로벌 경제위기는 아트마켓의 버블도 함께 사라지게 하는 등 미술계의 반성과 정화를 가져오는 계기가 됐다. 사실 단순한 상업적 이득만으로 아트마켓을 이끌어내는 것에 대한 한계가 있다. 이제 밀레니엄 이후 새로운 심연을 맞이하면서 아트마켓에도 새로운 질서와 기운이 정착되어가야 한다. 진정한 투자는 미술에 대한 안목이 없이 불가능한 것이다. 특히 광주의 경우 문화 인프라 구축에도 불구하고 소프트웨어가 부족하다는 말을 한다. 소프트웨어를 활성화시키는 방법으로 광주라는 도시를 알리는 ‘브랜드 작가’를 양성해 이들의 작품이 세계 시장에서 팔릴 수 있게 해야 한다. 또 지역 갤러리들도 작품의 질을 향상시키고 광주의 특징을 만들어서 경쟁력을 갖추어야 된다. 그런 점에서 미술품에 대한 관심과 투자는 문화수도 광주의 이름을 알리는 첫 걸음이라 할 수 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.

아이엘리시아

돌침대, 파로엣, 세아나 각종 도자기 행사 (300여 번)

소모임(품) : 8만원, 12만원, 14만원, 20만원
대모임(품) : 24만원, 32만원, 100만원

677-1199

UPGRADE

최고의 방법으로

UPGRADE