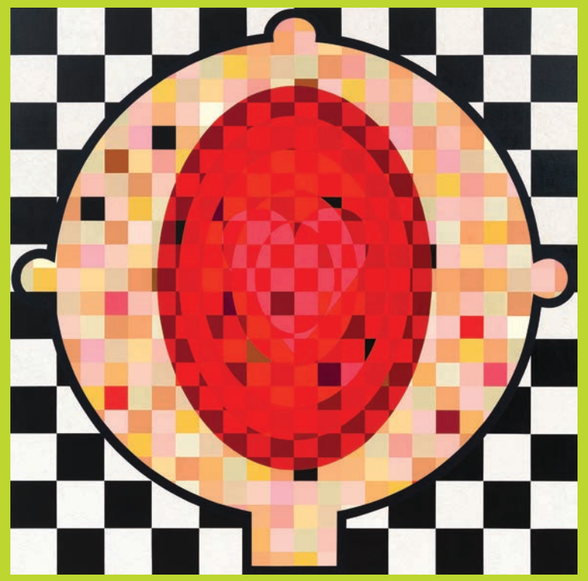
PUBLISHING OF ART BOOK
₩ 80,000 | 280×270mm | 310pages
aMart Unit no. 213, The 6th Shopping Arcade, Namsantown, 32, Dasan-ro, Jung-gu, Seoul, 04595, Rep. of Korea
T. 82-2-797-2117 F. 82-2-797-2140

❶ Art SG
❷ Art Basel Hong Kong
❸ Art Fair Tokyo
❹ Taipei Dangdai
❺ Art Busan



2023 아시아 아트페어 리포트

엔데믹을 맞아, 글로벌 미술장터가 속속 리뉴얼을 진행했다. Art는 올해 상반기 진행된 아시아 아트페어의 동향을 점검한다. 이번 리포트는 아트바젤 홍콩, 아트SG, 아트페어도쿄, 타이베이당다이, 아트부산의 현장을 생생하게 조명한다. 코로나19는 종식됐지만, 인플레이션과 금리 인상으로 미술시장도 함께 조정기에 들어갔다. 아트바젤 홍콩을 제외한 4개의 아트페어에서 확인한 공통의 현안과 전략은 '아트페어의 대중 축제화'다. 불황을 극복하기 위해선 신규 컬렉터의 유입은 물론, 방문객 유치가 절실하다. 각 아트페어는 위기에 맞서는 전략으로 다양성을 전면에 내세웠다. 젊은 갤러리와 신진 작가 참여를 늘려 영 컬렉터의 취향을 만족시키고, 부가 행사였던 특별전을 중심으로 가져와 뮤지엄급 전시를 펼쳤다. 또 미술담론을 활성화하는 프로그램을 꾸리는 등 공적 기능을 강화했다. 아트페어는 과연 기회와 위기의 상황을 어떻게 헤쳐나갈 것인가.

Art|Basel
Hong Kong

❶ 3. 23~25 ❷ 홍콩컨벤션센터
❸ 32개국 갤러리 177곳 ❹ artbasel.com/hong-kong

잃어버린 4년, 변함 없는 클래스

/ 박 혜 경

지난 3월 21일, 4년 만에 VIP 개막을 시작으로 5일간 개최된 아트바젤 홍콩에 다녀왔다. 2013년부터 아시아 미술시장의 허브 역할을 해온 아트바젤 홍콩은 매년 8만 명 이상의 관람객이 방문하고 1조 원 단위의 매출을 올릴 정도로 전 세계 미술시장의 관심을 한몸에 받아왔다. 그러나 최근 몇 년간 침체를 겪은 것도 사실. 이번 아트바젤 홍콩은 우려를 떨쳐내고 32개국 갤러리 177곳이 참가하는 메가 아트페어로 화려하게 부활했다. 한국 갤러리도 역대 최대 규모로 19곳이 출전하는 등 예전의 위상을 다시 확인하는 모습을 보여주었다.

경매 시장의 흐름에서 보면 홍콩은 이미 40~50년 전부터 서구 메이저 경매 회사가 진출한 전통 강자다. 중국 본토는 물론, 동아시아 전역에서 찾아온 수집가들의 컬렉션 역사가 홍콩에서 뿌리 깊게 이어져 왔다. 이러한 배경에서 아트바젤은 홍콩을 아트페어 개최지로 선택했고, 아시아 시장의 거점으로 집중 공략했다. 그 결과 아트바젤 홍콩은 글로벌 아트마켓에서 아시아 미술의 영향력을 키워내는 동시에, 동양권 작가를 국제 무대에 적극 소개해 서구 중심의 아트씬에서 다양성을 이끌어 냈다.

전통 강자의 부활

특히 아트바젤 홍콩은 아시아 갤러리의 참여를 3분의 2 이상 배분한다. 이는 아시아의 정체성을 강조하는 기조의 반영으로, 서구 아트페어에서는 볼 수 없는 아트바젤 홍콩만의 고유성이다. 4년 만에 열린 이번 아트페어 역시 그러한 배분이 돋보였다. 자칭 타칭 '아시아의 테이트모던' M+뮤지엄에서 열린 '뮤지엄 나이트' 파티는, 시작부터 3천 명이 넘는 사람들이 참석해 아시아의 문화 수도 홍콩의 예술인프라가 다시 활짝 열렸음을 보여주었다. 이에 홍콩 유력 일간지 『사우스차이나모닝포스트』는 코로나19 팬데믹을 비롯한 최근의 역경에도 불구하고, 이번 아트페어를 통해 홍콩의 문화 지형이 지닌 놀라운 회복력을 입증했다고 분석했다. 신문의 말처럼 아트바젤 홍콩이 아시아 최초의 미술허브이자 글로벌 미술씬과 연결되는 유일한 전초기지임을 보여주는 자리였다.

아트바젤 홍콩을 홍콩이 수십 년간 쌓아온 예술인프라의 관점에서 살펴보자. 아트바젤 홍콩은 팬데믹 기간에도 디지털 아트페어로 온라인 뷰잉 룸을 운영하고, 온오프라인을 함께 운용하는 하이브리드 대응을 적극 추진했다. 여기에 아름다운 홍콩항 야경을 배경으로 M+뮤지엄 파사드에 자리 잡은 피필로티 리스트(Pipilotti Rist)의 대형 미디어작품 〈Hand your Trust〉도 압권이다. 멋진 도시 환경의 미래를 역동적인 클러스터로 보여줘, 아트페어를 관람하고 나온 사람들이 현장을 떠나지 못하도록 붙잡는 치밀함도 보여주었다.

글로벌 미술시장의 관점에서 보면, 아트바젤 홍콩에는 유럽에서 열리는 메이저 아트페어에서 볼 수 있는 블록버스터급 대작들이 출품되지 않았다. 그러나 그 자리를 최근 시장에서 주목받는 작가의 마스터피스급 신작들이 대신했다. 출전 갤러리들은 3일에 걸쳐 개최된 VIP 파티에 열광하며 반가운 재회의 시간을 한껏 즐기는 모습이었다. 무엇보다 전시의 퀄리티나 비즈니스가 아니라, 홍콩의 문이 굳게 닫힌 기간 동안 나누지 못한 안부와 근황을 파악하는 데 더 집중하는 분위기였다. 이는 내게 오랜 시간을 함께해 온 홍콩의 역사성과 미술인의 연대 의식을 확인하는 시간으로 다가왔다. 지난해 처음 열렸던 프리즈 서울에서는 미처 보지 못한 장면들로, 향후 국내 아트페어가 만들어가야 할 모습이라는 생각도 들었다.

〈Encouters〉전 전경_ 홍콩 출신의 설치예술가 자파 램의 〈Trolley Party〉. 악셀베르부르트갤러리가 출품했다.

왼쪽 페이지
서승원 〈Imultaneity 22-725〉 캔버스에 아크릴릭 72.2×60.6cm 2022 PKM갤러리 출품작_작가는 실재와 관념이 공존하는 '동시성'을 주제 삼아 추상화를 그린다.

이전 페이지
박미나 〈Check Scream〉 리넨에 아크릴릭 120×120cm 2022 아트SG 원앤제이갤러리 출품작

판매 성과 면에서는 전시장에 압도적인 눈 호강을 보여준 쿠사마 야요이(Yayoi Kusama)의 대표작 호박 조각과 페인팅이 판매로 이어졌다. 홍콩의 비전이자 가장 중요한 아트씬으로 평가되는 M+뮤지엄이 선보인 쿠사마 야요이 회고전의 후광에 힘입은 결과였다. 작년 말부터 이어진 불황 기조에도 불구하고 오프닝 첫날 선방을 시작으로 조지 콘도(George Condo), 엘리자베스 페이튼(Elizabeth Peyton), 알렉스 카츠(Alex Katz), 아담 펜들턴(Adam Pendleton) 등 블루칩 아티스트의 수준 높은 작품이 세일 레코드를 순식간에 기록했다.

세일 레코드에서 가장 먼저 눈에 띄는 점은 바로 비플(Beeple)의 키네틱 미디어조각 〈S.2122〉(2023)이다. 지구 온난화가 만든 이상 기후를 모티프로 재난에 굴복하지 않는 인류의 희망을 담았다. 이 작품의 판매가는 무려 119억 원. 메타버스를 비롯해 온라인 매체가 부상했던 팬데믹 시기와 달리, 최근 일상이 정상화되면서 NFT아트의 인기가 떨어질 것이라는 전망이 이어진다. 그러나 비플의 작품은 홍콩 현지에 폭발적인 호응을 얻었다. 결국 〈S.2122〉는 난징 데지미술관의 새로운 컬렉션으로 들어갔다.

이번 아트페어의 밀리언 달러 클럽, 즉 13억 원이 넘는 액수로 거래된 작품을 살펴보자. 먼저 하우저앤워스는 개막 첫날 마크 브래드포드(Mark Bradford)의 〈A Straight Line〉(2023)을 아시아 컬렉터에게 46억 원에 판매했다. 다음날엔 조지 콘도의 〈Purple Compression〉(2011)가 로스앤젤레스 기반의 컬렉터에게 63억 원에 팔렸다. 더불어 로니 혼(Roni Horn)의 유리 조각작품이 판매가 23억 원으로 아시아 소재의 미술관의 소장품이 됐다. 한편 타데우스로팍에선 게오르그 바젤리츠(Georg Baselitz)의 〈Für links, Richtung Westen〉(2021)가 20억 원에, 카디갤러리에선 조르조 데 키리코(Giorgio de Chirico)의 유화 〈Il Dialogo Misterioso (Archeologi)〉(1970)가 19억 원에 새 소장처를 찾아갔다.

데이비드즈워너는 엘리자베스 페이튼의

〈Truffaut〉(2005)를 29억 원에 판매했다고 공개했다. 아시아에 위치한 미술관이 그 주인공이라고. 파리에 위치한 카멜메누어가 출품한 이우환의 〈Dialogue〉(2014)는 14억 원에 새 주인을 찾았다. 이 밖에도 글래드스톤갤러리에선 알렉스 카츠의 회화 2점이 각각 16억 원과 17억 원, 오타파인아트에서는 쿠사마 야요이의 조각 〈Pumpkin〉(2022)이 46억 원에 판매된 것으로 공개됐다.

아시아 시장의 관점에서 들여다보면 코로나19 팬데믹 기간에 중국의 미술시장이 기록한 성장 규모는 20%다. 중국은 여전히 세계 2위의 아트마켓 강자의 위치를 공고히 지키고 있다. 전 세계 유수의 미술기관을 초대해 홍콩의 건재를 강조한 아트바젤 홍콩의 올해 보도자료에서 이번 귀환이 홍콩에 어떤 의미인지 느낄 수 있었다.

아트페어 뉴 트렌드, 아시아 아방가르드

한편 중국의 근대미술이나 현대미술 작가보다 카이카이키키를 필두로 한 구타이 일본 현대미술의 성장과 위상이 두각을 나타내기도 했다. 1960년대 일본 아방가르드 그룹의 태두인 시라가 카즈오(Kazuo Shiraga)가 대표적이다. 그의 대표작 두 점은 66억 원이 넘는 금액에 판매됐다. 같은 시기 한국 단색화 작가의 예상 가격을 세 배나 뛰어넘는 결과에 다들 내심 경악할 수밖에 없었다. 그뿐만 아니라 무라카미 다카시(Takashi Murakami)와 미스터(Mr.)로 이어지는 일본 부스의 완판 행진에 부러움까지 더해졌다.

특히 VIP 오프닝에 초대된 고객 중에서 상대적으로 수가 적었던 서유럽, 영미권 컬렉터의 경우, 역대급으로 규모를 키운 한국 갤러리의 아방가르드아티스트와 새롭게 부상하는 젊은 현대미술 작가의 약진에 놀라는 분위기였다. 이러한 다양성은 지난 1월 아트SG의 출품작과 확실히 대별되면서 예상 밖의 판매 성과로 이어졌다.

한국 갤러리 중에서 가장 두드러진 곳은 단연 국제갤러리였다. 양혜규의 설치작품과 하종현의 대작으로 미감을 발휘한 부스는 어디서나 눈에 띄었다. 또 지난 10년간 중국 진출의 선두 주자였던 아라리오갤러리는 재불 화가이자 한국 실험미술 1세대 작가인 김순기를 선보였다. 유머러스하지만 깊이 있고 단단한 김순기의 조형은 관람객의 큰 호응을 받았다.

국립현대미술관은 오는 9월부터 뉴욕 솔로몬R.구겐하임미술관과 필라델피아현대미술관에서 한국 근현대미술 100년의 여정을 보여주는 대규모 전시 릴레이를 펼칠 예정이다. 그보다 앞서 국내 아방가르드작가의 주요 작품을 홍콩에서 관람할 수 있다는 것은 컬렉터에게든 미술애호가에게든 반갑고 기쁜 기회였다. 특히 '디스커버리' 섹션에선 전현선의 동양적 추상 풍경 시리즈가 크게 주목을 받는 등 한국 작가의 작품이 큰 비중으로 다뤄졌다.

다시 종합해 보자. 아트바젤은 바젤 바이엘러파운데이션(Beyeler Foundation)의 전시 콘텐츠와 긴밀한 시너지를 내며 발전해 왔다. 이는 아트바젤 홍콩도 다르지 않을 것이다. 아트바젤 홍콩 역시 M+뮤지엄의 행보와 절대적인 상관관계를 맺으며 약진해 나갈 것으로 보인다. 특히 한국인으로서 M+뮤지엄의 수장을 지내며, 지난 2011년부터 개관까지 과정을 주도해 온 정도련 수석큐레이터의 출사표가 더 기대를 갖게 한다.

정도련은 M+뮤지엄을 홍콩과 대륙의 연결을 넘어 전 세계로 통하는 아시아 미술의 관문으로 만들겠다는 거시적 포부를 밝혀왔다. 초대형 규모의 뮤지엄 공간을 가득 채워갈 콘텐츠의 다양성에 대한 자신감, 짜임새 있게 구성한 뮤지엄 아트숍까지

김홍석 〈Solitude of Silences〉 레진, 천, 옷 외 혼합재료 가변크기 2017–19 〈Encouters〉전 전경_자본주의 사회에서 소외된 존재를 전시장으로 초대했다. 국제갤러리 출품작.

오른쪽 페이지
팡 위안 〈Raining Flowers〉 캔버스에 아크릴릭 210×170cm 2022 베이징 하이브센터포컨템퍼러리아트 출품작_작가는 사회 갈등을 추상화해 그림을 그린다. 부딪치고 휘감기는 물결로 사안에 대한 다양한 입장을 은유했다.

세심하게 챙기는 모습이 나를 비롯한 미술인들에게 더 큰 기대를 갖게 한다.

'Go to Asia'의 흐름

또한 아트페어의 주요 관전 포인트인 콘텐츠 측면에서 보면, 아트바젤 홍콩의 대표 섹션이자 블루칩으로의 예고편에서 확인할 수 있는 〈인카운터스(Encounters)〉전을 빼놓을 수 없다. 이번 특별전에는 알렉시 글래스-칸터(Alexie Glass-Kantor)가 '현재, 순간'이라는 주제로 큐레이션한 13개의 대형 설치가 페어장을 장식했다. 미래의 불확실성에 깃든 가능성과 통찰력을 시각화하는 뮤지엄급 전시였다. 그중 갤러리스트 마시모 드 카를로(Massimo De Carlo)가 발굴한 동시대미술씬의 재간둥이 얀 보(Danh Vo)의 설치작에는 사람들이 발길을 멈추어 인산인해를 이뤘다. 동물 가면을 쓴 군상으로 부조리한 인간 노동의 모순을 보여준 김홍석의 대규모 조각도 수많은 방문객의 참여와 '인증 샷'으로 발 디딜 틈이 없었다. 한편 〈캐비닛(Kabinett)〉전은 미술사에서 족적을 남긴 작가를 재조명하는 프레젠테이션이다. 원격과 온라인을 통하지 않고 물성이 살아있는 큐레이션으로 오프라인 예술의 저력을 다시금 보여준 전시로 높이 평가되었다.

10년 넘게 아트인스티튜트를 운영해 온 나의 시각에서는 이번 아트바젤 홍콩이 마련한 15개 주제의 '컨버세이션' 프로그램도 매우 의미가 있었다. 그 주제는 다음과 같이 열거할 수 있다. 'NFT아트의 붐 이후 메타 마켓과 아시아 아트마켓 진단'부터 '예술과 도시의 상호작용', '사기관과 공기관 사이의 예술 후원 협업', '중국의 퓨처리즘', '예술비평의 포인트', '홍콩의 관점으로 본 아프리칸 예술', '예술과 정신 건강의 관계와 힐링', '비엔날레의 미래' 등에 이르기까지. 일련의 논쟁적 주제는 아트바젤 홍콩이 시장적 기능은 물론 폭넓은 공공의 관점에서 사명감을 가지고 아트저널의 기능까지 수행하고 있음을 보여주는 예시다. 그뿐만 아니라 아트바젤 홍콩은 기후나 환경 등의 이슈는 물론 다양성과 융합을 강조하며 우리의 미래를 어떻게 만들어가야 할 것인지 끊임없이 새로운 방향을 제시하고 있다. 그 기획과 추진력에 큰 의미를 부여하고 싶다.

아직 미술시장의 활황을 낙관적으로 이야기할 수 없다. 그러나 팬데믹으로 아트페어와 비엔날레, 수많은 기관의 문이 닫힌 기간 동안 아트바젤 홍콩은 치밀한 준비를 물밑에서 진행했고, 그 결과 새로운 모습을 보여주었다. 이런 아트바젤 홍콩을 보면서 우리가 무엇을 준비하고 시도할 것인지를 다시 돌이켜보았다.

그 가운데서 작년 프리즈 서울이 그 전초를 보여주었다. 이번 아트바젤 홍콩을 기점으로 하여 아트SG와 도쿄겐다이 등에 이르기까지 그야말로 'Go to Asia'의 흐름은 계속 진화해 나가고 있다. 앞으로 21세기 컨템퍼러리 미술시장의 중심은 단연코 아시아일 것이다. 다시 한번 아시아 미술시장의 중심인 아트바젤 홍콩의 귀환을 환영한다.

❶ 1. 12~15 ❷ 마리나베이샌즈
❸ 35개국 갤러리 164곳 ❹ artsg.com

아시아 금융 허브, 글로벌 자본 집결지

/ 변 지 애

쿠도 마키코 〈Plum Trees and Black Swans〉 캔버스에 유채 227.3×181.8cm 2021 도쿄 토미오코야마갤러리 출품작_작가는 상상과 기억을 혼합해 따뜻한 봄 풍경을 펼친다.

지난 1월 개최되어 총 43,000명의 방문객을 맞이한 아트SG는, 엔데믹으로 여행 규제 완화가 시작된 이후 오프라인에서 개최된 첫 번째 아트페어였다. 아트SG와 아트바젤 홍콩의 창립자인 매그너스 렌프루(Magnus Renfrew)는 UBS와 손잡고 타이베이당다이를 비롯한 여러 아시아 지역 아트페어를 성공적으로 선보여 왔다. 렌프루는 이러한 경험을 바탕으로 아트SG에 총 35개 국가 164곳 갤러리를 초대해 동남아시아 최대 규모 아트페어로 출범시켰다.

2019년 아트스테이지싱가포르가 개최 직전 취소돼 싱가포르 아트씬에 대한 신뢰나 퀄리티 우려가 있었지만, 아트SG는 이를 단번에 종식했다. 오히려 아트SG를 프리즈 서울, 아트바젤 홍콩과 같은 초대형 아트페어와 비교해 보고 싶은 기대가 더욱 커졌다. 싱가포르는 현재 가능성에 머무는 국가다. 그러나 향후 동아시아의 거점으로서 갖는 중요성은 결코 무시하지 못할 것이다. 이번 아트페어에서 그 강한 저력을 느낄 수 있었다.

홍콩은 코로나19 팬데믹 이전까지 아시아 미술시장의 허브였다. 그러나 최근 중국 당국의 규제 강화로 외국인 컬렉터, 해외 갤러리가 대거 이탈했다. 이에 홍콩의 자리를 차지하고자 작년 프리즈를 성공적으로 치른 서울에 이어 싱가포르, 도쿄 등이 앞다투어 국제 아트페어를 개최하고 있다. 업계인으로서 각 도시 문화예술의 정수를 체험할 수 있는 아트페어의 개최는 언제나 반가운 소식이다. 그러나 아트페어가 성공하기 위해서는 행사 외에도 도시의 문화 수준을 보여주는 뮤지엄, 갤러리, 비엔날레 등 다양한 즐길 거리가 있어야 한다. 나아가 미술관과 재단, 컬렉터층이 아트페어에 출품된 주요 작품을 구매할 수 있는 구매력, 즉 유효 수요가 뒷받침되어야 한다.

최근 정부 규제로 인해 중국의 고액 자산가들이 파이낸셜플래너, 패밀리 오피스 비즈니스가 집중된 싱가포르로 이동하고 있다. 장기적으로는 중국의 미술계 큰손 역시 싱가포르에 집결할 것이란 전망이 나온다. 그러나 싱가포르는 미술산업에 대한 정부 지원은 크지만, 홍콩이 미술품을 무관세로 취급하는 것과는 다르게 8%의 세금을 부과한다. 이는 싱가포르 미술시장에 해외 자본이 유입하는 데 큰 걸림돌로 작용하고 있다. 좀 더 적극적으로 시장을 활성화하기 위해선 세제 개편이 불가피하다. 또한 인터내셔널 갤러리의 아시아 브랜치가 적은 것도 싱가포르가 풀어야 할 과제다.

향후 동남아시아의 거점

아트SG는 기대 이상의 만족감을 주는 아트페어다. 이번에도 참여 갤러리의 수준과 출품작 구성이 최상이었다. 싱가포르 마리나베이샌즈 전시홀 한 층엔 데이비드즈워너, 스카스테트, 페이스갤러리, 화이트큐브, 빅토리아미로 등 글로벌 메가 갤러리를, 다른 층에는 젊은 갤러리를 배치해 다양한 수준의 컬렉터가 싱가포르 아트씬의 트렌드를 흡수하도록 했다. 첫날부터 대거 등장한 아시아 유명 컬렉터들의 모습을 보고, 그들이 이 오프라인 아트페어를 진심으로 즐기고자 모였음을 직감했다. 국내 컬렉터 역시 다수 방문해, 가는 곳마다 한국인이 몇 명이나 싱가포르를 찾았는지 질문을 받을 정도였다.

각 갤러리는 아시아의 선호를 반영해 출품작 라인업을 구성했다. 데이비드즈워너는 캐서린 번하드(Katherine Bernhardt)를 메인으로 내세웠고, 스카스테트는 마르틴 키펜베르거(Martin Kippenberger)와 같은 대가부터 젊은 컬렉터의 인기를 한 몸에 받고 있는 크리스티나 반반(Cristina BanBan), 수 윌리엄스(Sue Williams)를 함께 소개해 눈길을 끌었다. 페이스갤러리는 제임스 터렐(James Turrell), 화이트큐브는 안젤름 키퍼(Anselm Kiefer)를 첫날 인도네시아 컬렉터에게 판매하여 화제가 되었고, 빅토리아미로는 헤르난 바스(Hernan Bas)나 이드리스 칸(Idris Khan), 세쿤디노 헤르난데스(Secundino Hernandez) 등 MZ 컬렉터의 취향에 맞는 아티스트로 관심을 모았다.

독특한 개성을 가지고 있는 홍콩 펄램갤러리는 가고시안 홍콩과 더불어 팬데믹 동안 센트럴의 높은 임대료를 견디며 페더빌딩에 남아있는 유일한 화랑으로 유명하다. 이들은 미스터 두들(Mr. Doodle)과 필립 콜버트(Philip Colbert)의 벽화, 조각이 가득한 2개 부스를 준비해 인스타그램으로 대변되는 젊은 세대 사이에서 화제를 모았다. 두 작가가 싱가포르 클럽의 애프터 파티에서 컬렉터와 적극적으로 네트워킹한 점도 화제가 됐다. 한편 탕컨템포러리아트는 아시아에 관심이 높아진 분위기에서 급격하게 성장해 인지도를 높인 갤러리다. 1997년 방콕을 시작으로, 베이징과 홍콩에 이어 작년 서울에도 새 둥지를 텄다. 세계적인 작가 아이 웨이웨이(Ai Weiwei) 등 중국 블루칩 아티스트는 물론 우국원, 에가미 에츠(Egami Etsu) 등 인기 작가를 공격적으로 소개하며 빠른 확장세를 보이는 중이다. 아트페어 기간 내내 문전성시를 이루며 매일 판매된 작품을 부스에서 내리고 새로운 작품을 설치하는 모습을 보여줬다.

알렉스 카츠(Alex Katz)와 하우메 플렌자(Jaume Plensa) 같은 거장들의 전속 갤러리로 유명한 그레이는 데이비드 호크니(David Hockney)의 5m 신작을 중앙에 걸어 눈길을 끌었고, 알민레쉬는 김민정의 작품을 중심으로 신진 작가의 작품을 다수 소개했다. 에스더쉬퍼는 패러디와 오마주로 가득한 일본계 영국 미술가 사이먼 후지와라(Simon Fujiwara)는 물론 앤 베로니카 얀센스(Ann Veronica Janssens), 파격적인 화법을 추구하는 영국 출신의 젊은 작가 안젤라 블록(Angela Bulloch) 등 다양한 실험적 작품이 가득한 뮤지엄 수준의 부스를 선보여 찬사를 받았다.

위 · 라오 푸 〈Night Boating〉 캔버스에 유채 130×185cm 2021 파리 바지우 출품작_중국 전통 산수화와 독일 표현주의, 낭만주의를 결합한 화법으로 내면 풍경을 시각화했다.
아래 · 권경환 〈Occidental Explosion(Yellow)〉 캔버스에 아크릴릭 162.2×112.1cm 2014 원앤제이갤러리 출품작_폭발이 일으키는 구름을 애니메이션 기법으로 표현했다.

한편 아트SG가 외부 기관과 함께 마련한 위성 행사도 주목할 만하다. 먼저 싱가포르미술관에서 열린 싱가포르비엔날레에선 양혜규의 사운드조각 〈The Intermediates〉(2015~) 시리즈가 공개됐다. 손잡이가 달려 있어 간단한 움직임이 가능한 캐스터에 조각을 장착한 것으로, 움직이는 동안 조각품에 부착된 종이가 미묘하게 덜거덕거리며 제의에서 사용되는 종을 연상시키는 금속성 소리를 내는 것이 특징이다.

열대 자연과 예술의 랑데부

한편 함께 열린 에가미 에츠 개인전은 대형 회화를 중심으로 전시를 펼쳤다. 젊은 나이임에도 세계적인 작가로 거론되며, 활발하게 작품 활동을 펼치고 있는 그의 위상을 확인할 수 있었다. 마지막으로 탄종파가르물류단지에서 열린 위성 아트페어인 S.E.A.포커스(S.E.A. Focus)에선 갤러리 25곳이 신진 작가 중심으로 장터를 선보였다. 싱가포르를 대표하는 화랑인

왼쪽 · 도나 후앙카 〈Green Cotyledon〉 캔버스에 디지털 프린트, 모래, 유채 150×113cm 2022 페레스프로젝트 출품작_ 작가는 탄생과 소멸, 순환을 예술로 표현한다.
오른쪽 · 아트SG 전경_올해 출범한 아트SG는 설립자 매그너스 렌프루와 페어디렉터 슈인 양(Shuyin Yang)이 공동 기획했다.

STPI갤러리가 아트바젤과 협력해 동남아시아 갤러리를 한데 선보였다.

마지막으로 찾은 곳은 길만버락 지구다. 식민지 시기 영국군 주둔지를 현대미술 명소로 바꾼 곳으로 영국의 건축 양식과 고요한 싱가포르의 열대 환경이 어우러진 옛 거리는 최근 아시아의 새로운 아트스트리트로 재탄생했다. 도심의 분주함에서 벗어나 아이 웨이웨이, 쿠사마 야요이(Kusama Yayoi), 이우환 등 세계 전역에서 온 대표 동시대미술로 그 매력을 뽐냈다. 뉴욕 순다람타고르갤러리, 도쿄 미즈마갤러리 등 해외 갤러리가 싱가포르 갤러리와 나란히 자리하고 있으며, 한국의 더컬럼스갤러리 역시 지점을 내고 인도네시아 작가를 소개하고 있었다. 한편 프랑스의 저명한 컬렉터 피에르 로리네(Pierre Lorinet)의 소장품전도 화제가 됐다. 컬렉터의 취향을 보여주는 미니멀리즘 작품은 물론 이우환, 백남준 등 한국 작가의 작품이 공개돼 열대 자연과 아름답게 조화된 모습으로 방문객을 사로잡았다.

아트SG는 동남아시아와 싱가포르로 이주할 중국 컬렉터를 타깃으로 싱가포르에서 처음 열린 인터내셔널 아트페어다. 싱가포르의 아트씬은 홍콩이나 서울에 비해 동남아시아나 자국 작가 컬렉션에 치중해 왔다. 주요 소비층이 몇 개 국가에 한정되어 있다는 측면에서, 적어도 아트SG를 이전까지는 인터내셔널 레벨의 아트페어라고 보기에는 어려웠다. 그러나 이번 아트SG는 그런 편견을 깨트렸다. 특히 홍콩, 상하이, 도쿄, 서울, 인도네시아 등지에서 모인 수준 높은 기관과 컬렉터는 싱가포르 미술시장의 인기와 가능성을 입증하는 바로미터였다. 중국 정부의 규제로 싱가포르로 이주 중인 자산가들의 흐름은 앞으로 아트마켓에 지대한 영향을 미칠 것이다. 이 점을 고려했을 때, 싱가포르가 향후 아시아 아트마켓의 허브로 성장하는 것은 시간문제라고 본다.

최근 서울이 아시아 미술시장의 거점이 된 것은 세계 전역으로 뻗어나간 케이 팝과 드라마 등 한류의 영향을 무시할 수 없다. 리움미술관, 아모레퍼시픽미술관 등 대기업이 운영하는 뮤지엄이 인터내셔널 컬렉터의 레벨을 향해 가고 있으며 싱가포르 역시 머지않아 이를 따라잡을 것이다. 상하이 역시 팬데믹 직전까지 막강한 자본력을 바탕으로 상반기 홍콩 아트바젤을 무서운 속도로 추격했고, 2025년 서울에 들어설 예정일 퐁피두센터를 먼저 론칭했던 바가 있다. 싱가포르의 때는 반드시 오게 될 것이다. 그리고 이는 중국 정부 규제의 강도에 따른 속도의 문제라는 생각이다.

ART FAIR TOKYO

❶ 3. 10~12 ❷ 도쿄국제포럼
❸ 7개국 갤러리 143곳 ❹ artfairtokyo.com

토탈 미술장터, 예와 동시대의 공존

/ 김 예 은

아트페어도쿄 전경_1992년의 일본국제아트페어를 전신으로 삼은 아트페어도쿄는 아시아 미술장터 중에서 가장 오랜 역사를 자랑한다.

필자는 아트페어도쿄의 공식 위성 페어로 올해 처음으로 출범한 도쿄타워아트페어에 참여했다. 아트페어도쿄와 도쿄타워아트페어는 운영사의 연혁이나 국적, 비전 등이 다르기 때문에 참여 작가 및 갤러리, 작품의 성향과 현장 분위기에 있어서도 극단적일 만큼 큰 차이를 보여줬다. 필자는 직접 경험한 두 아트페어를 비교하며, 각자 지닌 공통점과 차이점을 통해 기존 아트페어와는 다른 일본 아트페어의 방향성을 탐구해 보고자 한다.

아트페어도쿄는 일본 최대의 미술장터이자, 아시아 최고(最古) 아트페어다. 1992년 출범한 일본국제아트페어(NICAF)가 전신이다. 요코하마국제평화회의장을 무대로 아시아권을 대표하는 아트페어로 자리 잡았지만, 1990년대 일본의 경기 불황과 아시아 시장의 불투명성을 극복하지 못하고 결국 2003년 중단됐다. 이후 2005년 아트페어도쿄라는 명칭으로 재론칭하며 현대미술뿐 아니라 고미술품을 포괄하는 토탈 미술장터로 확장했다.

올해 아트페어도쿄에는 팬데믹으로 인한 입국 규제가 완화되면서 그동안 참가하지 못했던 해외 갤러리가 대거 출전, 7개국 갤러리 143곳이 참여했다. 방문객도 예년보다 크게 늘어 56,000명을 기록했다. 특히 2020년에 코로나19로 행사가 취소되고, 재작년 다시 진행되기 시작한 이래 꾸준한 성장세가 눈에 띈다. 매출액을 따져보면 2021년 300억 원, 2022년 330억 원으로 최고 판매액을 연이어 경신하며 고공 행진했다. 여기엔 글로벌 미술시장의 호조도 작용했지만, 2022년 아트위크도쿄와 아트컬래버레이션교토(ACK) 등이 컬렉터의 호응을 얻으며 일본 미술시장이 내수와 외수 양쪽에서 신뢰를 회복한 영향이 컸다.

내셔널에서 글로벌로 도약

부스전에선 아트페어도쿄를 떠났던 주요 갤러리의 귀환 역시 눈에 띄었다. 니시무라갤러리가 9년 만에, 갤러리이치반보시가 12년 만에, 카이카이키키가 15년 만에 출전을 알렸다. 세 갤러리가 일본에서 영향력 있는 화랑임을 고려했을 때, 이러한 복귀는 아트페어도쿄의 시장 가능성이 커졌음을 증명한다. 또 많은 수는 아니지만 해외 갤러리 역시 작년보다 소폭 늘었다. 상하이와 홍콩에 기반을 둔 펄램갤러리, 파리와 뉴욕, 서울 등에 둥지를 튼 페로탕, 타이베이 이리아트 등이 그 주인공이다. 이 외에도 갤러리코구레와 마호쿠보타갤러리, 미즈마아트갤러리 등 도쿄의 유수 갤러리가 부스를 채웠으며, 마티스와 피카소의 작품부터 국내에서도 인기가 높은 카우스(Kaws)와 줄리안 오피(Julian Opie), 쿠사마 야요이(Kusama Yayoi)는 물론 이우환, 이배, 이동기 등의 한국 작가의 작품도 함께 관람할 수 있었다.

아트페어도쿄의 가장 큰 특징은 동시대미술 중심으로 장터가 펼쳐지는 기존 아트페어와 달리, 현대미술은 물론 고미술과 근대미술을 비중 있게 다룬다는 점이다. 현대미술 걸작에서부터 고대 일본 토기와 에도시대 목판에 이르기까지, 컬렉터와 관람객은 전통에서 근현대미술로 끊임없이 흐르는 일본의 미술사를 한곳에서 볼 수 있다. 한편 이는 동시대미술보다 고미술품 거래가 활발한 일본 미술시장 분위기의 반영이기도 하다. 일본에서 현대미술은 재테크 수단이라기보다는 재벌이나 세습 정치인 등 특정 계층의 전유물로 인식돼 왔다.

반면 앤티크의 경우 시세 하락이 없는 확실한 투자 대상이라는 인식이 부유층에서 확산했고, 일본인이 소장한 중국 골동품에 중국 투자자들이 가세하면서 시장 규모가 빠르게 확대됐다. 올해 역시 선사시대의 것으로 추정되는

중국 토기가 도쿄 우라가미소큐도에서 2점 출품돼 화제를 모았다.

특히 〈크로싱(Crossing)〉은 아트페어도쿄의 이러한 장르적 범용성을 강조한 섹션이었다. 기관과 대안 공간 등 비영리 공간 주도로 동시대미술과 고미술을 함께 펼쳐 장구한 예술적 대화를 시도했다. 전통을 렌즈 삼아 현재를 들여다보고, 오늘의 시선으로 과거를 바라보는 성찰을 통해 일본 문화사를 폭넓게 선보였다.

'닛폰 팝', 미술이 된 망가

여타 아트페어가 진행되는 전시장에 비해 아트페어도쿄가 진행되는 전시홀 규모는 꽤 작은 편이다. 이곳에 매회 150곳 내외의 갤러리들이 참여하다 보니 관람 환경이 쾌적한 편은 아니다. 그런데도 아트페어도쿄는 동시대의 가장 이슈가 되는 전 세계 작품을 한곳에서 볼 수 있을 뿐만 아니라, 상술한 것처럼 시대를 넘나드는 다양한 미술품을 관람할 수 있기에 만족도가 매우 클 수밖에 없다.

아트페어도쿄에서 확인할 수 있는 일본 아트씬의 트렌드는 만화와 애니메이션의 나라답게 일러스트레이션풍 작품이 압도적으로 많다는 점이었다. 한국에서도 비슷한 경향이 흐르고 있지만 확실히 일본에서 더욱 수요가 높게 나타났다. 일본의 서브 컬처가 전 세계로 퍼져나가며 데포르메를 강조한 회화는 일본을 대표하는 화풍으로 자리매김했다. 신체 일부를 극대화한 고전적 만화 기법에서 시작해, 근육과 명암을 강조한 극화체, 사실적 묘사와 과장을 뒤섞은 하이브리드까지, 단순하게만 보이는 일러스트레이션 회화의 복잡하고 깊은 변화 양상을 확인할 수 있었다. 해외 갤러리보다는 일본 갤러리 중심으로 부스가 구성되는 아트페어도쿄의 특성상 일본 시장의 특성과 수요를 맞추기 위한 노력이

메이 모리 〈The Symbol of Dawn〉 종이에 천연 염색 27.3×22cm 2023 갤러리바이켄교토 출품작_메이 모리는 전통 일본화를 동시대미술의 관점으로 재해석해 초상화를 그린다.

왼쪽 페이지
위 · 키우라 나츠코 〈Park〉 캔버스에 유채 116.7×116.7cm 2021 도쿄 다카시소메미야갤러리 출품작_작가는 유년의 추억과 여행을 모티프로 노스탤지어 풍경에 접근한다.
아래 · 아트페어도쿄 전경_카이카이키키갤러리 부스에 관람객이 모여있다. 카이카이갤러리는 미스터의 회화와 설치작업을 출품했다.

그대로 반영된 것으로 생각한다.

다음으로 올해 처음 개최된 도쿄타워아트페어(3. 10~12 도쿄타워)는 글로벌 미술기업 인터내셔널컬처럴매니지먼트(International Cultural Management)가 아시아 권역에서 최초로 주최·주관하는 아트페어이다. 이번 행사엔 30개국 갤러리 84곳이 참여했다. 아트페어도쿄가 고미술에서 현대미술에 이르는 통시적 다양성을 가졌다면, 도쿄타워아트페어가 지닌 다양성은 국제적 공시성에 있다. 아트페어도쿄에서 일본 아트씬의 트렌드가 보인다면, 반대로 도쿄타워아트페어에서는 글로벌 아트씬의 트렌드를 읽을 수 있다. 현지 시장 수요를 의식한 일러스트레이션풍이 눈에 띄기는 했으나, 유럽권 갤러리 중심으로 진행되는 만큼 출품작 대부분이 기존 일본 아트페어와는 다른 양상을 띠었다.

갤러리로 본 페어에 참여하게 된 필자는 기안84와 김규종 등 일본 현지 내 두꺼운 팬층을 가진 아트테이너를 포함해 신진 작가 5명의 작품 22점을 선보였다. 작은 작품에 대한 선호도가 높은 일본인 컬렉터를 염두에 놓고 10호 내외의 작품을 선보이면서도, 일본 미술시장의 첫 진출이라는 점에서 소속 작가의 역량을 보여주기 위해 대형 작업도 함께 공개했다. 본 페어에서 출품한 작품 다수를 판매했는데, 여기엔 수많은 네트워킹을 일으키기 위한 위원회 측의 공격적인 기획력과 마케팅이 작용했다.

도쿄타워아트페어의 중요한 포인트 중 하나는 이처럼 일방향적인 '판매-구입' 구조를 넘어 갤러리, 아티스트와 컬렉터 사이에 이뤄지는 활발한 커뮤니케이션이었다. 특히 대부분의 아트페어가 작가만 참여하는 특별전과 갤러리만 참여하는 부스전으로 구분되는 것에 반해, 도쿄타워아트페어는 갤러리와 작가가 함께 참여하고 상주했다. 운영 시간은 일자마다 상이했지만 전체 운영 시간을 19시간 정도로 단축해 참가자와 관람객 모두를 집중시켰다.

또 VIP 행사와 시상식 등 부대 프로그램을 함께 운영한 점도 인상 깊었다. 이는 갤러리 관계자와 아티스트가 매일 페어장에 나올 수밖에 없게끔 유도하는 아트페어의 운영 전략이었다. 실제로 현장에는 참여 작가와 갤러리 관계자가 종일 각자의 부스를 지키며 관람객을 직접 맞이하거나 서로의 부스를 방문해 작품을 소개하고 교류하는 모습을 흔하게 볼 수 있었다.

아티스트와 갤러리가 동반 참여한다는 것, 그리고 부스 참가자와 미술전문가, 컬렉터가 함께하는 프로그램을 운영한다는 것. 이 두 가지 측면은 도쿄타워아트페어가 단순히 작가를 소개하고 작품을 판매하는 것에 그치지 않고, 미술장터를 아트씬 내 다차원적인 교류가 이루어질 수 있는 네트워킹의 장으로 설정했다는 것을 보여준다. 1년마다 돌아오는 단발성 행사가 아닌, 보다 미술계 전반의 발전을 도모하는 중장기적 관점에서 본 페어를 기획했음을 느낄 수 있었다.

아트바젤이 도쿄시와 함께 2021년 론칭한 아트위크도쿄, 같은 해 해외 갤러리와 협업을 목표로 개막한 아트컬래버레이션교토, 고공행진을 이어가는 중인 이번 아트페어 도쿄, 그리고 7월 예정된 글로벌 아트페어 도쿄겐다이까지. 각자 다른 주최의 행사이지만, 유기적으로 긍정적인 영향을 주고받는 일련의 아트페어들은 모두 일본 내 미술시장의 지각 변동을 예보하는 움직임이라 볼 수 있다.

서울의 키아프, 프리즈 공동 주최에 대한 국내외적 관심과 호응에 비하면 일본 내 관심과 인지도는 매우 낮다. 그러나 미술시장 활성화를 위한 정부의 다각적인 노력과 정책 변화, 미술씬이 지닌 단단한 인프라와 정보력은 결코 한국이나 홍콩에 뒤쳐지지 않는다. 이러한 배경은 앞으로 일본 내 컨템포러리 미술시장의 활성화와 규모를 성장시키는 요인으로 작용할 것이다.

台北 TAIPEI DANGDAI 當代 Art & Ideas

❶ 5. 12~14 ❷ 타이베이난강전람관
❸ 13개국 갤러리 90곳 ❹ taipeidangdai.com

미술시장의 모색, 국제 공론의 장

/ 문 선 아

2023년 5월 12일부터 14일, 타이베이난강전람관에서는 제4회 타이베이당다이가 성대히 열렸다. 특히 코로나19 팬데믹 기간 문을 꼭꼭 닫았던 대만이 봉쇄 해제 이후 거의 처음 문을 열어젖힌 국제 예술행사였던 터라 국내외로 많은 이목을 끌었고, 올해에는 90곳의 글로벌 갤러리가 참여해 그 위용과 활기를 되찾았다. 행사 기간 내내 각 갤러리 부스에는 관람객과 컬렉터의 발걸음이 끊이질 않았다.

타이베이당다이는 2019년 공식 출범했다. 북경어로 당다이는 '현재 순간'을 의미한다. 따라서 타이베이당다이는 대만을 기반으로 현대 아시아 아트씬에서 일어나는 일에 대한 정확하고 즉각적인 현황을 반영하면서, 아시아 전역에서 증가하고 있는 작가와 갤러리를 국제적으로 소개하는 세계적 예술행사가 되겠다는 포부를 이름에 담고 있다. 명실공히 아시아의 아트허브였던 홍콩의 정치, 경제, 문화 상황이 급변하고 있는 상황에서 아트홍콩(2007~12)과 아트바젤 홍콩(2012~14)을 성공적으로 이끈 매그너스 렌프루(Magnus Renfrew)가 총괄하고, 첫해부터 스위스 글로벌 금융기업이자 아트바젤의 공식 파트너 UBS가 후원사로 나서면서, 전 세계 정상급 갤러리들이 앞다투어 참여했다. 동아시아 권역에서 홍콩의 대안으로 타이베이가 새롭게 자리매김할 수 있을지 큰 기대를 모았다.

그러나 여느 아트페어와 미술행사가 그러했듯, 타이베이당다이 역시 팬데믹으로 2년간 문을 닫았다. 그리고 서울의 봉쇄령이 먼저 풀려 2022년 프리즈 서울이 론칭하면서 사실상 타이베이당다이는 주춤세를 보였다. 이를 예견이라도 한듯, 코로나19가 확산할 즈음이던 2020년 타이베이당다이는 홍콩 삼령갤러리 설립자이자 베이징 롱마치스페이스 디렉터, 중국 국제 예술잡지 『LEAP』 편집장, 15년 동안 중화권에서 큐레이터, 저술가, 편집자 및 기관 리더로서 활동한 로빈 페캄(Robin Peckham)을 공동 디렉터로 선임했다. 혁신적이고 전략적인 페어로 발돋움하겠다는 의지의 표명이었다.

NFT아트, 여전히 미술시장의 뜨거운 감자

최근 타이베이당다이의 흐름을 파악하기 위해 간략히 설명하자면, 두 디렉터가 이끄는 2022년 페어는 대만의 코로나 확진자가 연일 최고치를 기록하는 가운데 치러졌다. 7일간 의무 격리를 해야 하는 상황에서, 갤러리 99곳이 참여했던 2020년과 비교해 37%가 감소한 62개의 갤러리만이 참여했다. 데이비드즈워너, 에스더쉬퍼 등이 여전히 건재했지만, 중국 정부가 본토 갤러리에 엄격한 규제를 가하면서 상하이와 베이징 갤러리의 참여가 확연히 줄었다. 이에 대응하여 타이베이당다이는 대만 갤러리의 참여 비율을 높이고 '론치 스테이지'를 마련, 페럴파일, 아트블록스, SOYL, 아웃랜드, 총 4개의 NFT 플랫폼과 제휴했다.

'아이디어스 포럼'에는 작가 애슐리 비커톤(Ashley Bickerton), 티무르 시-퀸(Timur Si-Qin), 소설가 치 타-웨이(Chi Ta-Wei) 등이 참여했다. 여기서 진행된 '웹 3.0 암호 화폐 월렛 워크숍(Web3.0 Crypto Wallet Workshop)' 등에선 NFT 및 디지털예술과 기술 변화에 대한 상반된 논의가 교차하면서 상업예술씬, 순수예술씬을 가로지르는 담론 확장이 실시간으로 이루어졌다.

그리고 올해 타이베이당다이는 지난해에 비해 그 규모와 명성을 회복한 모습이다. 아트페어는 〈갤러리〉, 〈인게이지〉, 〈엣지〉, 〈노드〉 총 네 개의 섹터로 구성됐다. 〈갤러리〉 섹터에는 가고시안, 데이비드즈워너, 리만머핀, 오타파인아트, 갤러리컨티뉴아 등과 같은 유명세를 떨치는 갤러리들이 다시 참가했고,

타이베이당다이 전경_올해 타이베이당다이는 메인 부스전과 미술사적 작가를 재조명하는 〈Engage〉전, 신진 예술가를 지원하는 〈Edge〉전, 공공예술을 선보이는 〈Node〉전으로 구성됐다.

왼쪽 페이지
아코스 에제르 〈Fruit〉 캔버스에 유채 145×135cm 2023 뒤셀도르프 갤러리드로스테 출품작_작가는 신체를 직육면체 건물에 대입한다. 과장된 제스처와 표정으로 일상의 유머를 포착했다.

니노미어갤러리, 샹아트, 벤브라운파인아트 등 30여 개의 갤러리가 처음으로 참여했다. 한국에서도 가나아트, 조현화랑, 갤러리바톤, P21이 참가했으며, 이 중 P21은 처음으로 타이베이당다이에 참가해 이목을 모았다.

'아이디어스 포럼', 대만 미술의 담론화

올해 새롭게 마련된 〈인게이지〉 섹터에는 타이베이 현대미술의 장르에 구분 없는 수집 경향을 기반으로 역사적으로 중요한 작가 1~2인의 프리젠테이션에 집중하는 갤러리들을 선보였다. 베이징 에이치디엠갤러리, 홍콩 루시창파인아트, 타이베이 누누파인아트, 다카사키 린아트어소시에이션, 마지막으로 런던과 홍콩에 기반을 둔 로시&로시 등 7개의 갤러리가 참여했다.

〈엣지〉는 신진 작가의 독창적이고 새로운 작품을 선보이는 섹터다. 홍콩 블라인드스팟갤러리의 젊은 화가 운 청(Un Cheng), 캡슐상하이의 이탈리아 작가 알레산드로 테올디(Alessandro Teoldi), 교토 이무라아트갤러리의 일본 조각가 타카시 히노다(Takashi Hinoda) 등 20명이 참여했다. 이들은 디지털과 회화적 표현 사이의 경계를 모호하게 하거나 몰입형 환경을 제공하는 등 다채로운 작품을 선보였다. 한편 기존의 페어 부스 규모를 뛰어넘는 대규모 몰입형 설치작품들을 선보이는 공공예술 랜드마크 시리즈 〈노드〉 섹터에서는, 올해 펜코 카탈리시스 챔버(Fenko Catalysis Chamber)의 〈Flawness〉(2023)가 이목을 끌었다.

타이베이당다이는 페어의 역할을 단순히 작품을 사고파는 장으로 한정하지 않고 새로운 담론을 교류하는 장으로 확장했다. 타이베이당다이는 상업예술씬과

순수예술씬 사이의 교차점을 만들고자 노력해 왔다. 특히 '아이디어스 포럼' 기획에서 이를 확인할 수 있었다. 올해는 지역, 장소 및 문화적 소속에 대해 논의하기 위해 '권력 외부(The Extraterritorial)'를 주제로 다양한 맥락에서 활동하고 있는 기획자와 연구자를 한데 모았다. 올해의 '아이디어스 포럼'은 동아시아 역사의 교차점에서 대만의 독특한 문화적 맥락을 끌어내고 이를 바탕으로 전 세계적 네트워크를 확장하기 위해 큐레토리얼 서밋 형식으로 구성됐다. 초대된 기획자와 연구자는 포럼에서 연사로 참여해 대만의 현지에서 활동하는 예술인과 작업 방향을 공유함으로써 새로운 네트워크를 구성했다. 이뿐만 아니라 타이베이당다이에서 구성한 스케줄에 따라 대만 전역의 예술가 스튜디오와 기관을 방문하여 대만 및 동아시아에 대한 연구를 확장할 수 있었다.

포럼에는 본인을 포함, 아시아와 유럽, 미국 등지를 오가며 활발히 활동하고 있는 헤라 챈, 마틴 저먼, 토모야 이와타, 즈웨 탄, 빌리 탕, 조이 탕, 웡 빙하오, 데이비드 테 등이 참여했다. 그룹마다 지안 첸, 셰 펑-롱 등 대만 출신의 기획자, 연구자가 포함되어 국제적인 예술씬과 '대만-중국-홍콩' 예술씬의 연결을 도모하며 대만 예술씬에 대한 이해도를 높일 수 있었다. 대부분 기자나 작가와의 대화 위주로 구성되는 기존 아트페어 토크와는 완전히 다른 노선을 택해 포럼을 구성했다는 점에서 타이베이당다이가 얼마나 장기적인 시야를 갖고 혁신적인 노선을 택하고 있는지, 그 포부를 엿볼 수 있었다.

이번 페어에서 특기할 점은 지정학적 특성으로 타이베이가 중국과 홍콩 갤러리를 대거 초대했다는 점이다. 공동 디렉터인 페캄은 이번 아트페어를 준비하며 "아시아 갤러리의 할당량은 약 70%로, 아시아 태평양 지역에 공간이 있어야 한다. 대만 전 지역에서 페어에 참석하는 사람이 80% 이상일 것이고, 나머지 20%는 일본, 한국, 동남아시아 및 홍콩이 혼합되어 있을 것이다."라고 밝혔다. 여기서 타이베이당다이의 방향성을 다시 한번 확인할 수 있다. 물론 전 세계적인 갤러리의 참가를 독려하지만, 대만과 동아시아의 연결에 더욱 집중하고 있다. 특히, 중국과 대만(그리고 앞으로는 홍콩까지 포함) 사이에는 지정학적, 언어적 경계가 모호하고, 현재의 상황으로는 중국 정부가 대만 정부의 자치권을 어느 정도 인정하고 있기 때문에 비교적 상황이 자유로운 대만이 중국, 홍콩 지역까지를 아우르는 예술의 집성지로 새롭게 도약할 가능성이 크다. 이 지점이 타이베이당다이의 설립 근거 중 하나가 되었을 것이고, 이번 페어에서 역시 그러한 방향성을 여실히 보여주고 있다.

브릿지, 공공-미술관-레지던시

페어에서 살펴보아야 할 또 다른 지점은 2022년의 상황과는 다르게 NFT 관련 작품 프리젠테이션이 현저히 줄었다는 점이다. 2022년 타이베이당다이에서 살펴볼 수 있었듯, 전 세계적인 흐름에서 코로나19 팬데믹 기간에 예상치를 초과하며 치솟았던 NFT작품에 대한 관심은 점차 잦아드는 추세다. 이를 반영이라도 하듯, 봉쇄령이 해제되어 물리적 프리젠테이션이 가능해지자 타이베이당다이에서는 많은 갤러리가 회화와 조각 혹은 몰입형 설치 등 실제 경험이 중요한 작품들을 앞다퉈 선보였다. 하지만 최근

무 판 〈Milk 0103〉 나무 패널에 아크릴릭 61×91.4cm 2022 하시모토컨템퍼러리 출품작_ 무 판은 일본과 중국 신화에 등장하는 요괴를 모티프로 현대 사회의 갈등을 묘사한다.

오른쪽 페이지
위 · 천 원지 〈Ice Float〉 알루미늄 패널에 유채 140×140cm 2019 타이베이 에스리트갤러리 출품작_존재와 부재를 주제 삼아 미니멀리즘 부조를 제작했다.
아래 · 에두아르도 사라비아 〈Algodón de Comondú〉 도자 항아리, 나무 상자에 핸드 페인팅 42.5×74.5×112.5cm 2022 마드리드 베타비페르프란세스 출품작_작가는 미국과 멕시코의 국경에서 발생하는 사건을 주제로 설치작업을 만든다.

소더비는 첫 NFT작품 판매로 파산한 암호화 헤지 펀드 쓰리애로우캐피탈(Three Arrows Capital)이 수집한 수백 개의 NFT아트를 경매에 올려, 그중 7개의 NFT아트를 240만 달러에 팔았다. 이 점을 상기해 본다면 이미 형성된 NFT 시장이 기존의 현대 미술시장과 어떻게 호응하며 생존해 갈지 그 귀추가 주목된다.

11일 진행된 VIP 오픈은 다양한 사람들로 매우 붐볐지만, 그중에서도 특히 젊은이들의 발걸음이 많아 눈길을 끌었다. 갤러리 부스마다 20~40대 관람객이 넘쳐흘렀다. 판매를 지향하는 페어나 갤러리의 입장에서 볼 때 이 중 얼마나 많은 사람이 실수요자일지가 물론 중요할 것이다. 올해의 행사에 비추어 볼 때, 타이베이당다이의 이전 행사에 참여했던 다수의 유명 갤러리가 타이베이당다이보다 2022년 새롭게 문을 연 동아시아 아트페어인 프리즈 서울을 선택했던 사실을 상기해 보면 대만의 컬렉터층은 현재로서는 매우 두텁다고 볼 수는 없다. 그러나 여전히 이들은 '잠재적' 수요자다. 익명을 요구한 한 갤러리스트는 "타이베이당다이가 현재로서는 판매가 아주 성공적이지는 않다. 그러나 부의 편중으로 볼 때 한국의 잠재적 컬렉터층은 소수일 수밖에 없지만, 대만은 부유한 사람들이 더 많기 때문에 그 잠재적 컬렉터층도 더 두터울 수밖에 없다. 그리고 대만 부유층의 2세대는 기성세대보다 예술과 문화에 더 열려있다."라고 밝혔다.

실제로, 컬렉터와 기업의 후원이 많지 않아 정부가 공공 예산으로 현대미술의 흐름을 주도하고 있는 점에서 대만 예술계는 한국과 무척 닮아있다. 타이베이시립미술관, 타이베이현대미술관, 관두미술관 등 타이베이 수도 내에 이미 많은 관 주도의 공공 미술관, 박물관이 존재한다는 사실이 이를 방증한다. 또 지난해에는 정부가 많은 예산을 투자하여 10년 만에 타이베이퍼포밍아트센터를 열기도 했으며, 한국의 경기도와 유사한 타이베이 인근의 신베이시에는 올해 말부터 내년 초를 목표로 뉴타이베이시티뮤지엄 건설이 한창이었다. 특히 뉴타이베이시티뮤지엄의 경우 관 주도 계획하에 '미술관-레지던시-공공예술'을 연계해 시민을 적극 유입하는 구조를 지향하고 있으며, 이미 완공된 부분을 다양한 프로그램을 통해 시민에게 공개하고 있어 대만 정부의 문화, 예술 확산 의지를 엿볼 수 있었다.

페캄 역시 "최근 몇 년간 수집가 중심의 생태계가 대만 시장의 발전을 주도하면서 대만 예술계의 회복력을 목격한 것은 인상적이었다. 타이베이의 문화 현장은 새로운 박물관과 갤러리의 개관으로 계속해서 번창하고 있다."라고 밝혔다. 타이베이당다이 역시 젊은 컬렉터를 양성하기 위해 새로운 세대의 후원자와 수집가를 연결하는 국제 플랫폼인 '영 패트론 어셈블리'를 처음으로 개최하여 비슷한 생각을 가진 젊은 컬렉터 간의 참여 및 교류의 기회를 마련했다.

약설하자면 타이베이 아트씬과 타이베이당다이는 많은 잠재력을 가지고 있다. 기성세대는 예술에 대한 관심이 많지는 않지만, 젊은층의 경우 관 주도의 예술지원, 타이베이당다이와 같은 예술행사, 대안 공간 등을 통해 끊임없이 예술에 대한 관심과 눈을 키우고 있다. 또 중국, 홍콩 아트씬과의 비교적 손쉬운 소통 및 교류 가능성(실제로 많은 대만 예술인이 해외에서 유학하고 인건비가 높은 베이징, 상하이, 홍콩 등지에서 일을 하고 있다)은 타이베이가 언제 동아시아 아트씬의 중심에 서도 이상하지 않은 상황을 만들고 있다. 거기에 전 세계 어느 페어에서도 찾아보기 쉽지 않은 장기적인 혁신을 시도하는 타이베이당다이의 힘이 꾸준히 더해진다면, 머지않아 그곳엔 전 세계 상업예술씬과 순수예술씬이 끊임없이 교차하고 순환하는 긍정적인 예술의 장이 마련될 것이다.

ART BUSAN

❶ 5. 4~7 ❷ 벡스코
❸ 22개국 갤러리 145곳 ❹ artbusan.com

위기는 기회, 저변 확대가 관건

/ 조재연 기자

아트부산은 상반기 국내 최대 규모의 아트페어로서, 한 해 미술시장을 견인하는 선봉장 역할을 해왔다. 다시 말해서 아트부산은 올해 마켓의 분위기를 예고하는 바로미터다. 판매액과 결부된 경제 지표부터 출품작으로 확인하는 아트씬의 트렌드까지, '아트부산을 보면 1년이 보인다'는 말은 과장이 아니다. 이번 아트부산은 벡스코 제1전시장 전관을 사용해 역대 최대 규모로 행사를 준비했지만, 작년과 같은 구매 열기는 느껴지지 않았다. 폐막 뒤 총매출액 추산치와 입장객 수 발표가 없었던 것도 이와 무관하지 않다. 3월 부산국제화랑아트페어, 4월 화랑미술제에서 보인 관망세는 계속 이어졌다.

미술시장은 작년부터 조정기에 접어들었다. 아트바젤과 UBS가 올해 내놓은 2022년 보고서에 따르면, 2021년의 글로벌 아트마켓 판매 성장률은 23%지만, 작년엔 단 3%에 그쳤다. 국내 역시 처음으로 미술시장 규모가 1조 원을 돌파했지만, 속사정은 다르다. 2022년 하반기부터 내림세를 겪은 메이저 경매는 올해 1분기 낙찰 총액이 253억 원으로 작년 대비 58% 감소했다. 그나마 '프리즈 효과'가 남아있던 아트페어는 작년까지 선방한 모양새지만, 올해 성적은 낮게 집계되거나, 감소할 것으로 예상된다.

특히 국제 지표에서 가장 큰 낙폭으로 확인되는 것은 40세 이하 아티스트, 이른바 '초현대미술(Ultra-Contemporary Art)' 부문이다. 인플레이션과 고금리 상황에서 초현대미술 시장에 투입됐던 자금이 회수되지 못한 것이 작품 가격과 거래량 급락의 원인이 됐다. 특히 소더비의 초현대미술품 경매 '아트나우(Art Now)'의 낙찰자 중 50%가 아시아 컬렉터였다. 이러한 유효 수요는 아시아에 메가 갤러리 브랜치가 들어서고, 글로벌 아트페어가 유치되는 등의 긍정적인 영향을 낳았다. 그러나 반대로 불황이 예견되는 상황에서 급락은 고스란히 아시아 아트마켓의 충격으로 다가올 수 있다.

역대 최대 규모의 행사

이러한 상황에서 아트부산이 선택한 전략은 아트페어를 미술시장과 연결된 장터에서 대중도 함께 즐기는 미술씬 전체의 축제로 만드는 것이었다. 한국 미술시장의 가장 큰 취약점은 얇은 컬렉터층이다. 그리고 그중 대부분은 재테크를 위한 컬렉팅에 속한다. 투자 목적의 미술품 구매는 미술씬 자체의 흐름보다 경기의 영향에 예민하다. 담론이나 작품성이 아닌 금리와 세제가 작품가를 결정하게 된다. 따라서 독립적이면서도 지속 가능한 생태계를 만들기 위해서는 컬렉팅 문화가 확산되어야 하고, 신규 컬렉터가 시장에 유입되어야 한다. 소수의 자산가가 소수의 고가 작품을 사는 것보다, 다수의 직장인 컬렉터가 다수의 저가 작품을 구입하는 게 미술시장 전반에 더욱더 긍정적인 영향을 미친다.

신규 컬렉터 유입이 아트페어의 제1 목표라면, 그 타깃은 컬렉팅 문화에 익숙하지 않은 대중이다. 당장 구매력을 갖고 있지 않더라도, 미술시장에 가까워지는 과정을 통해서 일반 관람자가 잠재 고객으로 또 나중에는 컬렉터로 이어질 수 있다. 그러기 위해서 필요한 것은 풍성한 볼거리다. 다시 말해서, 매력적인 구매처 이전에 매력적인 전시장이 되어야 한다. 이에 아트부산이 가장 차별점을 둔 점은 부스 배치였다. 그동안 기존 아트페어의 부스전은 스타급 작가의 작품을 출품하는 일류 갤러리를 중심에 놓고, 신진 작가나 저가 작품을 선보이는 중소 화랑을 외곽에 할당하는 것이 일반적이었다. 그러나 올해 아트부산에서는 이런 모습이 사라지고 비엔날레를 방불케 하는 풍경이 펼쳐졌다.

313아트프로젝트 부스 전경_313아트프로젝트는 제여란, 지지수, 프리드리히 쿠나스, 다니엘 뷔렌 등의 작품을 출품했다.

왼쪽 페이지
아트부산 전경_이번 아트부산은 메인 부스전과 함께 〈커넥트〉 특별전, 최신 아트 트렌드를 안내하는 '컨버세이션스', 젊은 작가를 발굴하는 〈퓨처〉 등 총 4개 섹터로 진행됐다.

정석호 아트부산 이사는 이러한 취지를 "올해에는 경기 침체에 따른 우려가 컸다. 그래서 해외 주요 갤러리 대신 신선하고 재미있는 갤러리를 많이 유치하자는 전략이었다."라고 밝혔다. 그 결과 올해 참여한 34개 해외 갤러리 중 19개가 아트부산에 처음 참가하는 갤러리다. 파리 바지우, 마드리드 라카우사, 암스테르담 바르트와 같은 해외 소장 갤러리는 물론, 갤러리스탠과 갤러리기체, 갤러리ERD 등 국내 젊은 화랑이 전시홀 중앙에서 영 아티스트의 실험적인 작품을 내놓았고, 이와 메이저 화랑의 블루칩 작품이 어우러져 비엔날레급 전시를 만들었다. 특히 장파와 현남, 감민경 등 미술시장에선 낯설지만 개성이 뚜렷한 작품이 공간을 채우면서 관객의 눈을 즐겁게 했다. 그 결과 전체 판매 규모는 하락세가 점쳐지지만, 방문객 측면에서는 얼리버드 입장권이 지난해 3배 넘게 팔리는 등 증가했다는 관측이 나왔다.

나아가 완판 소식은 고가의 대작이 아닌 작품에서 들려왔다. 초이앤초이갤러리는 영국의 젊은 화가 매튜 스톤(Matthew Stone)의 작품 8점을 태국의 한 컬렉터에게 전부 판매했고, 디스위켄드룸의 1994년생 작가 루카스 카이저(Lucas Kaiser)도 전량 새 소장처를 찾았다. 또 313아트프로젝트에선 우국원의 〈Let Them Eat Cake〉 시리즈가 솔드 아웃됐고, 아뜰리에아키는 콰야와 정성준 등의 신작을 모두 컬렉터의 품으로 넘겼다. 갤러리스탠에서 이소연, 백향목 작품을 죄다 판 것도 화제가 됐다.

상술했듯 블루칩 작품은 호황에도 불황에도 팔린다. 이건용과 하종현, 김택상, 알렉산더 칼더, 줄리안 오피 등의 작품은 첫날부터 판매 리스트에 올라갔다. 이들의 꾸준한 판매세는 공급량이 많고 적음에 따라 움직일 뿐, 경기에 직접적인 영향을 받지 않는다. 오히려 미술시장을 판단할 때 중요한 지표는 신진 작가의 판매다. 작가와 시장의 미래에 대한 기대 심리가 작용하기 때문이다. 신진 작가의 작품을 구매할 때 고려하는 부분은 아티스트의 미래 가치지 현재가 아니다. 작품의 가치가 지금보다 더 상승하고, 그 작품이 유통될 시장 전망이 있어야만 신진 작가는 시장에 나온다. 따라서 신진 작가의

위 · 이슬로 〈Instant(Apple)〉
캔버스에 아크릴릭
162.2×130.3cm 2022
CDA갤러리 출품작_이슬로는 복슬복슬한 털과 주근깨를 지닌 귀여운 캐릭터로 행복 가득한 그림을 그린다.
아래 · 다니엘 리히터
〈Mausefalle des Gewissens〉
230×170cm 2023
타데우스로팍 출품작_작가는 추상과 구상을 오가며 신체를 다양하게 변주한다.

판매 증진은 현재의 조정기를 돌파할 가능성을 반증하는 움직임으로 읽을 수 있다. 장기적인 관점에서 젊은 컬렉터를 유입하려는 아트부산의 전략과 맞닿아 있다. '오픈 런'이 사라진 것도 흥행 실패로 섣불리 진단해서는 안 된다. 오픈 런이란 한 작가, 한 작품에 다수가 주목할 때 벌어지는 현상이다. 반대로 오픈 런이 없다면 젊은 컬렉터의 취향이 다채로워진 영향이라 분석할 수도 있다.

인프라 생산, 아트페어 성패의 관건

한편 이제까지 부가 행사로 취급되던 특별전 〈Connect〉가 아트페어의 핵심으로 들어온 점도 빼놓을 수 없다. 이번 특별전은 로버트 테리엔(Robert Therrien), 다니엘 뷔렌(Daniel Buren)과 같은 대가에서부터 나난, 장세희와 같은 영 아티스트까지 총 12인(팀)의 작품을 공개했다. 부스전을 중소, 메이저 구분 없이 배치한 것처럼, 특별전 역시 외곽이 아닌 중앙 복도 양옆의 특설 공간에 차린 점도 눈에 들어왔다. 판매하지 않는 작품이 페어 공간 중심에 자리한다는 것만으로도 아트부산이 기획과 볼거리에 집중하고 있음을 보여줬다. 한편 각 갤러리의 대표 작가 1인을 조망한다는 점에서 아트바젤 바젤의 특별전 〈Unlimited〉를 연상하는 관람객도 많았다. 거장과 신진의 작업을 한데 펼쳐 동시대미술의 흐름을 조망했다는 점도 호평을 모았다.

볼거리 중심의 전략은 이번에 확장 론칭한 '부산 아트위크'에도 이어졌다. 부산 아트위크란 부산의 휴양지적 특성을 살려 위성 전시는 물론 관광지와 아트페어를 연결하는 프로그램. 아트버스의 노선을 따라 지역의 주요 장소를 순회하도록 기획했다. 아트페어가 단순히 로컬 공간을 대여하는 것을 넘어 지역 경제 성장에 기여하고, 지역민이 함께하는 축제 거듭나도록 만들겠다는 취지다. 컬렉터 양수환은 "부스 사이사이 관람객을 위한 '힙'한 휴식 공간이나 쉽고 재밌는 도슨트 프로그램이 눈에 띄었다. 특히 아트버스 투어를 통해 부산의 미술관, 갤러리에 방문할 기회가 제공된다는 점에서 아트부산이 지역 문화 사업에 관심을 두고 함께한다는 느낌을 받았다."라고 소감을 전했다.

조정기에 들어선 미술시장이 더욱더 위협적으로 느껴지는 이유는, 2007년과 2015년 과열 후 급랭과 침체를 겪었던 일이 반복되지 않을까 하는 우려에서다. 다행히 그때와는 다른 양상이라는 게 전문가의 견해다. 정준모 한국미술감정연구센터 대표는 지금의 상황을 한국 미술시장이 겪는 성장통으로 평가했다. "이른바 취사선택(取捨選擇)이 일어나는 중이다. 지난해에는 분위기에 휩쓸려 작품을 구매했다면, 올해는 심사숙고해서 결정한다. 그러다 보니 안목도 높아지고 그에 따라 성장이 주춤한 것처럼 보이기도 하다."

2007년의 호황은 글로벌 아트마켓의 불장 릴레이가 미친 여파였고, 2015년의 경우 단색화라는 일부 장르에 국한된 유행이 배경으로 작용했다. 전자는 서브프라임모기지사태로 무너졌고, 후자는 단색화 거품이 꺼지자 끝났다. 하지만 이번 호황은 일부 국제 경기가 영향을 미치긴 했지만, 한국 미술의 성장이 주요 요인이었다. 다시 위기를 맞은 지금, 미술시장은 결국 시간이 걸리더라도 인프라를 구축해야 한다는 원론으로 돌아가야 한다. 불황기는 다음 호황을 극대화할 수 있는 준비기다. 당장 수익이 크지 않더라도 다가올 호황기를 지속시킬 단단한 인프라를 만들어야 한다는 것이다. 아트페어의 대중 축제화와 신규 컬렉터의 유입, 신진 작가의 발굴 및 지원. 아트부산이 다시 가도를 달릴 수 있을지는 이런 전략이 얼마나 일관되게 관철되면서 판매 측면의 성과로 나타날지에 달려있다.

Let's meet on the New Website!
www.artinculture.kr