



세상에서 가장 작은 카페, 카누

2021 SUMMER VOL. 114

mécénat

mécénat

기업과 예술의 만남, 메세나 | 2021 SUMMER VOL. 114



한국메세나협회

SPECIAL ISSUE
K-헤리티지



contents

2021 SUMMER VOL. 114

SPECIAL ISSUE

- 08 테마 이슈**
국악의 부활과
'뉴트로' 현상을 바라보는 하나의 관점
*고승연(LG경제연구원 연구위원, <Z세대는 그런 게 아니고> 저자)
- 10 테마 칼럼**
전통, 진짜 잔치는
지금부터
*조인선(전통예술 디렉터)
- 14 테마 현장**
테크노 악가무(樂歌舞) :
전통예술 공연과 디지털 기술의 만남
*이동연(한국예술종합학교 교수)
- 16 테마 인터뷰**
세상을 유랑하는
국악 집시
*글. 편집부

메세나 통권 114호

발행일 2021년 6월 15일

발행인 김희근

발행처 한국메세나협회

서울시 영등포구 은행로 37(여의도동 13-31)

기계산업진흥회 본관 6층

Tel. 02-761-3101~2

기획 한국메세나협회 경영기획팀

제작 디자인소호

가격 5,000원

홈페이지

www.mecenat.or.kr

페이스북

www.facebook.com/mecenat.korea

인스타그램

www.instagram.com/koreamecenat

메세나 포커스

- | | | |
|---|--|--|
| 20 모두의 메세나
문화재의 보고
세기의 기증
이건희 컬렉션이 남긴 숙제들 | 32 메세나 거리 즐하기
내 지갑 안에
예술 있다
MZ세대의 아트테크 | 40 해외 메세나
널리 예술을
이롭게 하다
터키 보루산 홀딩스의 문화예술 지원 사례 |
| 24 공감 인터뷰
신한카드의 생각은
다릅니다
신한카드 문동권 부사장 | 34 21C 예술 코드
실물과 소유에 대한
예술 뒤집기
NFT와 디지털 아트 | 42 메세나가끼이 보기 |
| 28 예술은 지금
게임 속으로 들어간
클래식
예술과 게임, 크로스오버로 시장 개척 | 36 메세나 갤러리
찬란히 빛나는
희망의 전언(傳言)
<빛, 빛의 반영> 展 | 44 스페셜 이슈 |
| | | 48 기업·예술 파트너십 |
| | | 50 회원사 뉴스 |
| | | 52 예술 NOW |
| | | 55 회원사 소개 |



작품 <Space series work 12-13> Acrylic on Canvas, 46 x 38cm, 2012

윤경희 작가의 작업에서는 조형 요소들의 독특한 배치를 엿볼 수 있다. 견고하고 묵직한 직사각형들과 가볍고 날카로운 면들은 때로는 함께, 때로는 단독적으로 사용된다. 이러한 기하학적 공간 구성은 에서와 데 키리코의 초현실주의 회화의 분위기를 차용한 것이다. 에서와 데 키리코의 초현실적 공간이 묘사 대상의 구체성을 확보하면서 만들어지는 반면, 작가는 회화의 기본적인 조형요소들의 조작과 배치에 집중한다. 작품의 제목이 암시하듯, 작가는 조형요소들을 이곳저곳으로 배치하는 유희를 통해 현실의 제약을 받지 않는 공간을 표현하고 이 공간으로의 여행을 시도한다.

작가 윤경희

홍익대학교 회화 석사과정을 마친 뒤 활발한 작품 및 전시활동을 펼치고 있다. 2020년 <표출 TODAY>, 2019년 <혜화고방 HAS>, 2018년 <서울 서부 지방 법원 서부 공간 특별기획 전>, <표출 PRESENT 전 & TODAY> 등 다수의 단체전과 개인전을 통해 작품을 선보이고 있다.

계간 <메세나>는 신진 예술가를 널리 알리고 현대미술에 대한 독자의 이해를 돋우고

미술 작가의 작품을 표지에 지속적으로 소개합니다.

가장 Hip한 예술,



전통은 과거 어느 시대에는 새로움이었며, 때론 혁신을 반영한 산물이었다.

전통 안에 스며든 우리 고유의 멋과 기품, 정서가 지금 이 시대 젊은 감성을 만나

역동적으로 부활한다. 전통이란 이름의 '힙'한 문화 속에서 K-예술의 가능성은 가늠해본다.

이슈

국악의 부활과
'뉴트로' 현상을 바라보는 하나의 관점
고승연(LG경제연구원 연구위원, <Z세대는 그런 게 아니고> 저자)

칼럼

전통, 진짜 잔치는
지금부터
조인선(전통예술 디렉터)

현장

테크노 악가무(樂歌舞) :
전통예술 공연과 디지털 기술의 만남
이동연(한국예술종합학교 교수)
편집부

인터뷰

세상을 유랑하는
국악 집시
편집부

SPECIAL ISSUE

테마 이슈

글. 고승연(LG경제연구원 연구위원, <Z세대는 그런 게 아니고> 저자)

국악의 부활과 '뉴트로' 현상을 바라보는 하나의 관점

우리 안의 또 다른 한류?

엇모리장단을 현대적인 비트로 바꿔 신나게 춤을 추게 만든 이날치의 '범 내려온다(판소리 수궁가 중 한 대목)' 영상이 지난해 여름 대한민국을 강타했다. 한국관광공사의 광고물 중 하나로 시작한 이 영상은 단순한 광고가 아닌 이 시대의 문화현상이 됐다. 올해 5월 기준, 조회 수는 173만 6,000회를 훌쩍 넘겼다.

고품격 음악프로그램을 지향하는 한 방송사의 크로스오버 노래 경연 프로그램은 지난 세 시즌 동안 1~3위를 차지한 팀들만 모아 올스타전을 진행했다. 특히 소리꾼과 성악가 그리고 뮤지컬 배우로 구성된 라비던스 팀은 시즌3의 인기에 이어 올스타전 무대에서도 도전적인 공연을 선보였다. 그들이 편곡한 몽금포 타령은 세대를 넘어 신선한 감동을 선사했다. 이들의 무대는 방송사 공식 영상 클립의 조회 수만 약 50만 회에 이른다. 한국 영화가 오스카 작품상을 받고 BTS가 빌보드차트 1위를 하며 한국의 어여

우가 오스카 조연상을 받는 글로벌 한류의 시대에 한국 내에서는 또 다른 한류가 흐르기 시작한 셈이다.

국악이라는 장르, '전통 중의 전통'이라 불리던 이 영역은 '가장 한국적'이라는 수식어에도 불구하고 근대 이후 언제나 비주류, 즉 마이너였다. 흥겨운 우리 가락과 한의 정서는 전통가요(혹은 트로트)라는 이름의 장르가 점유했고, 1970년대 이후 서구의 음악이 변형 수입, 혹은 수입 변형돼 젊은이들을 사로잡았다. 1990년대에 들어서서 K-POP이라는 서구의 유행을 따라가되 이를 재창조한 한국적 대중음악이 나타나기 시작했고 이때쯤 되면 '국악'이라는 장르 자체는 주말 오후 시청률 낮은 시간대의 국악 프로그램 정도에서나 접할 수 있을 정도로 위축됐다.

누군가 아무리 "우리 것이 좋은 것이여!"라고 외쳐봤자 그 울림은 커지기 어려웠다. 우리 일상의 배경음악조차 되지 못했던 그 장르, 가장 친숙한 가락을 품고 있음에도 가장 낯선 장르가 되고 말았던 국악이 2021년 현재와 같은 방식으로 부활해 우리 삶에 스며들었다.

2020년 여름, 젊은이들은 엇모리장단의 흥겨운 판소리 가락에 몸을 들썩였고, 2021년 새해 벽두부터 많은 이들이 몽금포 타령에 감정을 이입해 눈물을 흘렸다. 1820년도, 1921년도 아닌 '대메타버스의 시대' 2020년과 2021년의 일이다.



국악, 성악, 뮤지컬 크로스오버 밴드 라비던스 ©크레디아

마이너한 취향, 더 이상 마이너일 수 없는 시대

사실 K-POP 한류, 한국 영화와 배우의 국제 영화제 수상, 글로벌 BTS 열풍 그리고 지금의 '한국 내 국악 부활'은 모두 하나의 맥락 속에 존재한다. 마이너한 취향이 더 이상 마이너하지 않은 시대, 분리돼 있던 문화 영역과 장르가 서로에게 끊임없이 영향을 주며 예술가들에 의해서가 아니라 문화 소비자들에 의해서 조합되고 융합되는 흐름과 관련이 깊다. 다시 말해, 이 모든 현상은 모바일 혁명 이후 사람들이 '항상적 연결 상태'에 놓이고 시공간 제약 없이 다양한 문화콘텐츠를 즐기고 소통할 수 있게 된 것에서 시작됐다는 말이다.

이날치의 '범 내려온다'는 '조선 힙'이라는 말에서 느껴지듯 조합 가능한 이질성으로 구성된 콘텐츠다. 가볍지만 세련됐고, B급 감성 같지만 사실은 고급지다. 앞서 언급된 라비던스 팀의 음악은 '귀호강'이라는 말에서 감이 오듯 고품격 그 자체다. 이 두 문화 콘텐츠의 소비층은 다른 사람들일까? 전혀 그렇지 않다.

예전에는 고급예술, 대중문화, 하위문화를 즐기는 소비층의 시간과 공간은 분리돼 있었고, 그 문화를 즐기기 위해 치러야 하는 비용에도 차이가 존재했다. 그러나 유튜브를 통해, 소셜미디어를 통해 지역, 국가, 시간, 계층을 초월해 콘텐츠가 공유되기 시작하면서 시공간 제약과 지불비용에 따른 구분은 흐려졌다. 가장 마이너했던 취향과 콘텐츠도 특정한 계기나 사건을 통해 많은 이들에게 노출되고 열광적 반응을 이끌어내기도 하고, '정통'과 '고급'이라는 단어 뒤에 숨어있던 콘텐츠가 대중으로 침투하고 가끔은 그 허상이 드러나기도 한다. 내가 오늘 지금 당장 즐기고 감동할 거리가 필요한 사람들에게 기존의 문화예술계가 구분지어 놓은 경계가 무슨 의미가 있겠는가? '전통'이라서가 아니라 '고오급'이라서가 아니라, 오늘 당장 나에게 즐거움을 주고 기꺼이 공유하게 하는 콘텐츠여서(이날치) 좋은 것이고, 어제부터 웬지 우울했던 내 감정선을 건드려 기어이 눈물을 흘리게 만들어 준 음악이기에(라비던스) 빠져들었던 것이다. 그리고 이 모든 것의 중심에 '연결된 세상의 플랫폼, 소셜미디어와 유튜브 등'이 자리 잡고 있다. 이런 상황에서는 마이너와 메이저, 주류와 비주류, 고급과 대중의 구분이 흐려질 수밖에 없다.

미국의 주류 음악계가 자신들의 세계에 갇혀 있는 동안 소셜미디어를 타고 퍼져나간 BTS는 한때 마이너한 취향이었던 K-POP이 더 이상 마이너하지 않음을 증명했다. 아무리 마이너하더라도 롱테일 법칙처럼 곳곳에 숨어있던 열광적인 팬들이 온오프라인에서 만나 연결되는 순간 폭발력을 얻는다. 폭발의 파편들은 또 다른 '매시업(Mashup) 콘텐츠'를 만들어내며 또 다른 창작으로 이어진다. 그렇게 되면 그냥 그게 주류이고 메이저다. 글로벌 BTS 열풍은 그렇게 시작됐다.

고 또 전개됐다.

이러한 전 지구적 연결성과 동시성, 시공간적 제약의 해체를 이해해야 지금 한국의 국악 부활 현상도 이해할 수 있다. 지금 시대에 정말 올드한 것은 새로운 세대에게 가장 '뉴'하고 '힙'한 것일 수 있으며, 가장 로컬적인 것은 가장 글로벌한 것이 될 수 있다.

역주행? 레트로 열풍의 끝판왕?

뉴트로라는 새로운 길!

혹자는 '역주행'이라 말한다. 또 다른 이는 '레트로 열풍의 끝판왕'이라 말한다. 둘 다 아니다. 새로운 길로의 진입이고 주행이며, '뉴'트로다. 이걸 전통으로의 회귀라는 관점으로 보면 아무것도 이해할 수 없다. 이 날치의 '범 내려온다' 히트 이후 해당 판소리 대목을 설명하는 젊은 소리꾼들의 영상과 오리지널 버전이 공유되고, 몽금포 타령 가사에 담긴 뜻을 해설하는 영상도 엄청난 조회 수를 얻는다. 그러다보면 때론 원본 영상보다 더 조회 수가 높은 영상과 콘텐츠

가 등장하기도 한다. 그게 무슨 문제인가. 서로가 서로에게 스며들며 만들어지는 이 문화현상을 예전의 문화예술 장르구분법과 대조로 해석하려 들면 전통문화 우월론, 한국인 유전자론 같은 무의미한 담론으로만 이어지고, 여전히 엄근진(엄격하고 근엄하면 진지)한 평론의 세계에 갇혀있는 지식인들의 말의 잔치로 끝날 것이다. 전통은 원형을 고수하는 소수의 인간문화재급 예술가들로 인해 지켜지는 것이 사실이나, 계승 발전을 통해 가야하는 길은 여려 갈래다. 그 하나의 길이 '뉴트로'다.

예전에는 '문화는 높은 곳에서 낮은 곳으로 흐른다'고 했다. 모두가 수평적으로 연결돼 교류하는 플랫폼 기반 메타버스의 시대에 문화는 취향과 취향의 사이를 굽이치며 흐른다. 전통문화라는 취향의 샘, 국악이라는 취향의 샘에서 스며들어온 물이 다른 물과 섞여 새로운 길을 만든다. 그저 지켜보자. 즐기자. 분석과 비평은 잠시 미뤄도 충분하다. 지금의 문화는 비평이 무색할 만큼 변화무쌍하며 매우 역동적이다. ■■■

한국관광공사 홍보 영상 '범 내려온다' 시리즈 ©한국관광공사



SPECIAL ISSUE

테마 칼럼

정리. 조인선(전통예술 디렉터)

한국 전통예술 콘텐츠가 랜선을 타고 해외에까지 인기를 누리며 역대급 전성기를 맞이한 가운데 전통 예술 콘텐츠에 대한 기업들의 관심도 대폭 커진 상황이다. 시각예술과 공연예술을 중심으로 기업과 전통예술이 짊고 새로운 방식의 크로스오버를 통해 전통예술의 활동 분야를 넓혀가는 다양한 시도를 살펴보면서 한국의 전통예술이 기업과 브랜드의 뮤즈로 발탁되어 대중들의 큰 사랑을 받으며 전통예술의 새로운 가능성과 비전을 제시한 성공 사례들을 다뤄본다.

전통, 진짜 잔치는

지금부터

글로벌 패션기업의 뮤즈가 된 전통공예

보자기를 두른 에르메스(Hermes)

1837년 티에리 에르메스(Thierry Hermes)가 설립 한 프랑스 럭셔리 브랜드 ‘에르메스’는 베킨백 하나를 사려고 해도 1년 이상을 기다려야 하고 고객을 골라서 받기도 하는 콧대 높은 명품 브랜드로 국내에서도 잘 알려져 있다. 에르메스는 마케팅 대신 그들의 장인 정신을 브랜드 전면에 내세우고 고유의 가치를 보존하고 계승하는 것을 최우선의 가치로 두고 있다. 에르메스의 브랜드 활동 역시 장인들의 공방을 중심으로 운영되고 있으며, 에르메스는 예술에 대한 애정을 보여주는 다양한 프로그램과 전시를 주기적으로 기획하고 있다.

수제, 핸드메이드의 원조격이라고 보아도 무방한 에르메스에서 2019년 한국의 전통 조각보의 문양을 실크에 프린팅하여 ‘보자기의 예술(L'art du Bojagi)’이라는 이름으로 한정판 스카프를 출시했다. 매 시즌 독특한 패턴과 색감으로 한정판 상품을 선보이

는데, 한국 전통 소품인 조각보에서 영감을 얻은 것이다. 갖가지 조각 천을 삼각, 사각, 원형, 바람개비 형 그리고 꽃과 풀잎 모양 등으로 이어붙여 기하학 적으로 배열한 조각 보자기는 작은 천 조각도 함부로 버리지 않고 모아 만든 우리 고유의 예술품이다. 물건이 상하지 않도록 감싸 보관하기도 하고, 밥상을 덮는 상보로 그리고 귀한 선물을 싸는 포장재 등으로 썼다. 소박한 밥상 위에 덮인 상보는 훌륭한 실내 장식품이 되기도 했다.



색동을 덮은 구찌(Gucci)

최근에는 이탈리아 명품 브랜드 구찌가 서울 이태원에 플래그십 스토어를 오픈해 화제가 되고 있다. 명칭은 ‘구찌 가옥(GUCCI GAOOK)’이다. 올해로 100주년을 맞은 패션 브랜드 구찌는 한국 문화의 다양성을 상징적으로 보여주는 한국의 주거 문화와 자유

2019년 당시 에르메스의 총괄 아트 디렉터인 피에르 알렉시 뒤마(Pierre Alexis Dumas)는 이러한 한국 전통 보자기의 매력을 눈여겨 봤고 스카프 제작을 제안했다. 실제 보자기 사이즈처럼 넉넉한 가로·세로 140cm의 대형 솔 형태로, 보자기의 특징과 무늬 등을 고스란히 살렸다. 조각 보자기의 매듭 모양 까지도 그대로 담아냈다. 파리 본사 디자인팀과 제작팀은 한국 자수 박물관을 직접 방문해 소장품에서 영감을 받은 디자인을 제품에 반영하기도 했다. 116만 원이라는 비싼 가격에도 불구하고 출시 일주일 만에 완판이 되었고 판매 수익금의 일부를 한국 문화유산 보존 작업에 기부했다.



로운 구찌의 문화가 유사한 점에 착안해 매장 이름에 ‘가옥(家屋)’을 붙여서 구찌 가옥으로 정했다.

티저 영상도 화제가 되었다. 구찌의 시그니처 문양에 한국을 대표하는 오방색의 전통

컬러와 디자인을 이미지화한 영상에는 ‘범내려온다’의 ‘앰비규어스댄스컴퍼니’와 자칭 얼터너티브(Alternative) 팝 밴드 ‘이날치’가 등장해 구찌 가옥에 대한 궁금증을 불러 일으키고 있다. 티저 영상에는 이날치가 올해 발매한 음원 수궁과의 ‘여보나리’를 ‘웰컴 가옥’으로 개사한 곡이 흐르며, 구찌 제품을 착용한 멤버들이 돼지머리 고사장 앞에서 흥겨운 춤사위를 펼쳐낸다. 이탈리아 본사 크리에이티브 팀이 한국의 전통문화를 최대한 담아내기 위해 고사 문화에 관해 오랜 기간 공부했다는 후문 역시 흥미롭다.

아이돌의 뮤즈가 된 한복

한복이 곧 무대의상, K-POP

과거 명절 특집 방송에서 염색한 머리에 어색하게 빌려 입은 듯한 아이돌의 한복이 근래에 들어 훌륭한 무대 의상으로 거듭났다. 2021 빌보드 4관왕의 신화를 쓴 방탄소년단(BTS)도 2018년 ‘아이돌(IDOL)’ 뮤직비디오에서 전통 기와 무늬를 새겨 넣은 의상을 선보였다. 멤버 슈가는 지난해 5월 솔로곡 ‘대취타’ 뮤직비디오에서 흑룡포를 입었고,

찬한 바 있다.

여기에는 것을 꾸준히 지켜오며 우리 고유의 문화 소재로 널리 알려온 수많은 이의 노력이 깃들여 있다. 지난해에는 50년 넘게

갓을 만들며 전통을 이어온 정춘모 갓일장(국가무형문화재 제4호)이 디자인 스튜디오 ‘워드’와 협업해 현대적인 갓 조명을 선보인 바 있다. 전통 갓의 기능과 조형성에 현대적인 쓰임과 미감을 접목해 이색적인 아름다움을 전하는 작품을 탄생시켰다.

굿즈로 재탄생한 전통 공예품

전통 문양의 변신

한국 전통 문양과 관련 공예품도 인기다. 옛 선조들은 문양에 건강과 장수의 염원, 길상의 의미를 부여했다. 전통 의복과 장신구, 가구 등의 소재로 활용되어온 전통 문양이 최근 다양한 변신을 통해 현대화 소통하고 있다.

인테리어 분야에서는 전통 문양을 모티브로 한 소품들이 꾸준한 인기를 끌고 있다. 특유의 절제미와 단아한 아름다움을 지닌 전통 문양은 탁자, 벽시계, 조명갓 등을 통해 모던하고 세련된 멋으로 재해석되고 있



① 전통 조각보 무늬의 스카프를 선보인 에르메스 ©필자 제공

② 플래그십 스토어 ‘구찌 가옥(GUCCI GAOOK)’ 티저 영상을 통해 선보인 우리나라 고사 문화 ©필자 제공

③ 지역 도자 예술 부흥을 위해 협업한 SK하이닉스의 ‘이천시 도자 예술 전시’ 굿즈 모음 ©이천시청



한글과 오방색을 모티브로 시대와 공간의 흐름을 미디어 아트로
표현한 인천국제공항 무빙 워크©인천국제공항공사

다. 최근에는 전통 문양이 베이커리 쿠키 틀, 타투에 이르기까지 폭넓은 분야에 활용되고 있다. 절편에서나 봄직한 문양들이 흔한 아몬드 쿠키에 고급스럽게 새겨져 미식가들의 눈을 사로잡는다거나, 단청 문양을 활용해 타투 디자인을 선보이는 등 젊은 세대의 취향에 맞춘 사례들이 시선을 끈다. 국립박물관문화재단이 판매한 ‘고려청자 굿즈’ 시리즈가 대표적이다. 국보 제68호 <청자삼강운학문매병> 패턴을 입힌 무선 이어폰 케이스와 스마트폰 케이스의 인기가 입소문을 타고 전해지면서 급기야 국립박물관문화재단 홈페이지 접속 폭주로 일시 정지되는 상황까지 벌어졌다. 이 시리즈는 고려청자 특유의 은은한 ‘비색’과 군청색을 포인트로 삼고 장수의 상징인 ‘학’과 상

서롭고 길한 정조를 의미하는 ‘구름’ 문양으로 디자인되어 있다. 크라우드 펀딩을 통해 제품을 처음 선보인 ‘미미달’의 고려청자 시리즈는 국립중앙박물관의 문화상품 입점 공고에 당선돼 명실상부 박물관 인기 굿즈로 떠올랐다. 고루한 박물관 기념품으로 인식되던 상품이 젊은 소비자들의 지갑을 열게 하는 트렌디한 굿즈로 재탄생한 것이다.

첨단 기술 날개 단 전통 콘텐츠

기업과 관공서의 스마트한 협업

기업과 관공서를 중심으로 한 전통 콘텐츠 프로젝트도 날개를 달았다. 해외 입국자가 처음 만나는 대한민국의 얼굴, 인천국제공항은 IT 강국으로서 국가브랜드 홍보를 위

해 전통 콘텐츠를 선택했다. 올해 초, 해외 입국자가 처음 만나는 입국장에 미디어월을 설치해 우리의 문화재와 IT 기술력을 접목한 다양한 예술작품을 담아냈다. LED 미디어월 주제는 조선왕실 보자기, 나전칠기, 전통춤, 한글, AI(인공지능) 관광지도 등으로 한국에 대한 아름답고 긍정적인 이미지를 전하는 콘텐츠들이다. 작품 대부분이 국립고궁박물관 소장품과 국가무형문화재의 작품을 기반으로 했으며, 전통춤은 승무, 태평무, 강강술래 등 역동적인 춤사위로 구성되었다. 움직임이 있는 조형물인 키네틱 아트(Kinetic Art)도 인상적이다. 가야금 선율, 전통 조각보, 한옥문살 등을 세련되고 품격 있게 연출로 표현해내 눈길을 끌었다. 그에 앞서, 올해 3월까지 인천국제공항과

아모레퍼시픽의 협업으로 한국 전통문화를 현대적으로 재해석한 미디어 아트가 설치되었다. ‘창, 전통과 현대의 중첩’이라는 주제 아래, 도심 속의 창인 미디어 월을 매개로 전통과 현대를 이어 교감하고 소통할 수 있는 장을 마련했다. 대형 미디어 월에는 <당산나무>와 <정중동(靜中動), 동중동(動中動)> 두 작품이 순차적으로 전시되었다. 특히 증강현실(AR) 기술을 사용해 미디어 월에서 끊임없이 유영하는 이미지들을 표현함으로써 관객과 콘텐츠가 하나 되는 체험을 제공했다.

한편, SK하이닉스는 이천도자기 명경전·굿즈전을 개최하며 지역기반 전통 공예콘텐츠 활성화에 적극 나섰다. 도자도시 이천시와 반도체 기업 SK하이닉스가 체결한

‘도자·공예문화산업 발전을 위한 업무협약(MOU)’의 일환으로 SK하이닉스 이천 본사 R&D센터 행복미술관에서 4월 12일부터 5월 14일까지 5주간 행사를 진행했다. 이번 행사는 전통도자기의 우수성을 대표하는 이천 도자기 명장들의 작품 전시와 현대적 감각의 도자, 공예 제품 기획 판매전을 동시에 개최했다. 도자기 명장 23명의 대표 작품을 선보이는 <이천 도자기 명장전>은 사라져 가는 전통 도자기의 아름다움과 그 가치를 다시 한번 되새기는 자리가 되었다. 한편, 전통 기술에 현대적 감각을 더하여 실용성과 디자인을 두루 갖춘 특별 도자 굿즈 67종을 전시, 판매하여 전통을 기반으로 한 지역 공예산업 활성화의 가능성을 재발견할 수 있었다.

앞서 사례들과 같은 협업을 통해 다양한 장르의 전통예술가와 작품들이 적극적으로 대중예술과 미디어에 진출하게 되었으며, 온라인의 확장성으로 전례 없는 많은 관심과 사랑을 받게 되었다. 특히 기업을 중심으로 전통예술이 짧고 새로운 방식의 크로스오버를 통해 활동 분야를 넓혀가는 것은 매우 고무적인 일이다. ‘가장 한국적인 것이 가장 한류적인 것’으로 각광을 받는 이 시대, 전통예술과 예술인들이 다양한 기업과 브랜드들의 협업을 통해 이뤄낸 시너지는 예로부터 손님을 즐겨 맞이하며 타인에 대한 벽을 허물고 공동체 사회를 만들어 갔던 우리 고유의 잔치문화를 연상케 한다. 전통예술의 진짜 잔치는 지금부터 시작이다. ■

SPECIAL ISSUE

테마 현장

글. 이동연(한국예술종합학교 교수)

테크놀로지의 어원인 그리스어 '테크네(techne)'는 예술이라는 뜻도 동시에 가지고 있다. 반대로 예술이라는 영어 표현인 아트(art) 역시 기술이라는 의미를 동시에 내포하고 있다. 본래 예술과 기술은 하나였다. 전통예술과 문화유산이 테크놀로지와 무관한 것처럼 보이지만, 사실 그것은 편견에 불과하다. 궁중음악에 쓰이는 '편경', '편종'과 같은 악기들이나 목조 및 석조 문화유산들은 매우 과학적이고 공학적인 원리를 통해서 만들어진 것들이다. 기술은 시대와 맥을 같이해온 또 하나의 전통이다.

테크노 악가무(樂歌舞) : 전통예술 공연과 디지털 기술의 만남

조용하지만 역동적으로 자리 잡은 전통공연 속 테크놀로지

2000년대 이후 전통공연 예술에 사용되는 다양한 테크놀로지 실험들은 어떻게 보면 자연스러운 흐름이다. 전통예술 공연 양식에서 미디어아트와 첨단 기술과 연계된 작품들이 본격화되기 시작한 것은 2000년대 중반부터다. 2007년 연세대학교 김형수 교수가 국립국악원 예악당에서 올린 <거문고 명인 故 한갑득 20주기 추모공연 - 감고소리 하날게 바치율제>는 거문고 산조 합주와 김효진의 춤이 센서를 통해 영상으로 자동 생성되는 상호작용 퍼포먼스다. 2009년 12월 광화문 광장에서 서울의 빛 축제의 프로그램 중 하나였던 <태평무-미디어아트 퍼포먼스>등도 한국무용과 미디어아트가 융합한 대표적인 사례다. 2009년 한국예술종합학교 U-AT '악가무 랩'에서 스텐포드 대학 랩탑 오케스트라와 협연한 실시간 네트워크 퍼포먼스 공연인 <천지인(天地人)>은 관객들로부터 큰 호평을 받았다.

또한 2010년 김덕수 사물놀이 공연과 3차원 홀로그램 기술 장치가 결합된 <디자로그 사물놀이-죽은 나무 꽃피우기> 공연도 대표적인 예술-기술 융합 공연 사례다.

포용과 융합으로 진화하는 전통예술

전통예술과 첨단 테크놀로지의 만남과 진화는 지금까지 계속되고 있다. 특히 4차 산업혁명 시대가 도래 하고, 5G 초고속 정보망, VR, AR, AI를 이용한 실감형 콘텐츠 개발이 확산되면서 최근에 첨단기술을 전통예술에 접목하려는 창의적인 시도들도 함께 증가했다. 문화재청은 2021년 사업 목표로 '문화유산 미래역량 강화', '포용하고 함께하는 문화유산 향유', '굳건한 문화재 보존·전승', '세계 속에 당당한 우리 문화유산' 등으로 삼았다. 특히 문화유산의 미래전략으로 VR, AR 기술을 이용한 궁궐 관람서비스 제공, 인공지능 로봇 해설사 도입 등 실감형 기술을 활용한 문화유산 콘텐츠

제작·보급을 중요한 사업으로 발표했다. SK텔레콤은 대표적인 궁중무용인 국가무형문화재 92호 태평무를 360도 입체 촬영하는 기술을 제공했다. 경기아트센터는 지난 4월 8일, 국악과 일렉트로닉을 접목한 '시나위 일렉트로니카' 공연을 선보였는데, 특히 일렉트로니카 사운드와 비주얼아트의 융합을 역동적으로 표현한 무토의 '궁중 음악:수연장지곡' 무대는 기품과 파격이 가미된 수작이었다.

오스트리아 무대에 오른 한국형 융·복합 퍼포먼스

지난해 전통예술과 테크놀로지가 융합하는 많은 공연예술 사례들 중에서 <비손(Two Hands)>은 단연 돋보인 작품이다. <비손(Two Hands)>은 한국예술종합학교 전통예술원 유경화 교수와 영상원 조풍연 교수가 중심이 되어 만들었다. 무속 퍼포먼스와 첨단 영상을 융합한 <비손(Two Hands)>은 세계 최대의 미디어아트 퍼포먼스인 '아



①

전통적인 굵 공간을 표현하는 성황당 나무를 무대 장치로 만든 것은 그 나름의 맥락이 있다. 그것은 죽은 자의 넋을 기리고, 산자의 안위를 기원하는 삶과 죽음이 만나는 플랫폼으로 영적으로 성스러운 성황당 나무를 디자인한 것이다. 삶과 죽음의 경계이자 마음과 영혼의 경계의 플랫폼인 거대한 성황당 나무는 또한 센서 기반의 영상 프로젝션의 스크린으로 사용되어, 공연 내내 신비롭고 환상적인 무대를 연출했다. <비손(Two Hands)>은 작품성과 기술성, 극적 표현과 메시지가 잘 융합하는 공연으로서 전통과 현대, 예술과 기술, 음악과 영상이 결합하는 한국형 융·복합 퍼포먼스의 전형을 보여주었다.

테크놀로지와 영성주의의 만남

초기 미디어아트의 이론적 기틀을 만들었던 로이 애스콧(Roy Ascott)은 텔레마틱 이론(Telematic Theory)을 통해서 1980년대부터 인간이 서로 멀리 떨어져 있어도 감각이 서로 교감할 수 있는 다양한 기술적인 실험을 했다. 아마도 지금 우리가 자연스럽게 사용하는 가상현실 공간이나 네트워크 퍼포먼스가 그에 해당된다고 볼 수 있다. 로이 애스콧은 첨단 기술의 혁신을 통해서 사람들의 마음이 공간적 시간적 제약을 받지 않고, 서로 통하는 원리를 찾다가 결국 한국의 무당들의 접신굿을 보고 기술진보의 한계를 절감했다.



②



③

전통예술, 특히 무속 예술은 인간의 영성을 다루는 예술이다. 마음과 정신을 다스리는 영적인 예식을 통해서 인간의 몸이 하늘과 통하고, 의식이 무아지경의 세계에 빠지는 일종의 '트랜스(Trans)' 현상을 경험하게 된다. 인공지능과 가상현실은 첨단 테크놀로지를 통해 인간 감각의 한계를 넘어서고, 의식과 영혼의 경계를 허무는 실험들을 해왔다. 그런 점에서 전통예술과 테크놀로지의 만남이야 말로 테크놀로지와 영성주의가 결국 하나임을 가장 극적으로 보여준다고 볼 수 있다. 전통예술은 테크놀로지와 낯설지 않다. 전통예술은 오히려 서양 클래식 보다 테크놀로지를 적극적으로 수용하여 동시대 문화의 이슈들을 드러내는 융합적인 실천들을 많이 하고 있다. 그러한 융합적인 표현들은 기술의 진보를 확인하는 테스트버전으로 기능하지 않고, 우리 시대의 문제적 화두를 함께 던지고자 한다. 전통예술이 테크놀로지와 만나는 목적은 단지 기술적인 신기함을 구현하는 것이 아니라 기술적 표현을 통해 우리의 감각을 새롭게 해서 우리 사회의 수많은 문제들과 대화하게 만드는 데 있다. ■

SPECIAL ISSUE

테마 인터뷰

글. 편집부 자료·사진 상자루

전통예술의 새로운 길을 찾아 나가는 창작그룹 '상자루'의 인기가 심상치 않다. 온·오프라인을 오가며 마니아층을 형성하는 국악계의 인디그룹이지만 주류 못지않은 단단한 팬층을 이루며 색깔이 있는 음악세계를 선보이고 있다. '상자 안의 자루 음악'을 의미하는 밴드명처럼 세상을 유랑하며 젊은 국악으로 세상을 잇는 상자루의 도전이 단절과 고립의 언택트 시대를 살아가는 이 시대에 참으로 반갑다.

세상을 유랑하는 국악 집시

국악밴드 상자루



코로나19로 예술문화계가 위축된 가운데서도 다양한 무대를 통해 대중과 만나고 있습니다. 근황을 전한다면.

조성운(이하 조) 국내외 음악 페스티벌이나 공연이 연이어 취소되고, 일부는 비대면 공연으로 대체되면서 관객들과 함께 뛰며 호흡하는 기회가 상당히 줄었습니다. 현장 공연에는 어려움이 지속되고 있지만 최근 음악 감독으로 참여한 음악극 <정조와 햄릿>을 비롯해 밴드 상자루의 역할이 필요한 곳

들이 있어 묵묵히 해나가며 활동을 이어가고 있습니다.

남성훈(이하 남) 한편으로 저희를 응원하고 지지해주는 팬들을 위해 정기적으로 라이브 방송도 진행하고 있습니다. 모두가 어려운 상황이지만 위기 가운데 기회를 찾아내는 과정들이 밴드 성장에 자양분이 될 것이라는 긍정적인 생각으로 매순간 최선을 다하고 있습니다.

코로나19로 촉발된 문화예술계의 급변화가 밴드 상자루에 미치는 영향은 무엇일까요.

권효장(이하 권) 앞서 언급한 것처럼 '위기이자 기회'입니다. 어떻게 보면 '상자루의 음악은 에너지가 넘친다'는 표현이 진가를 발

휘하기에 최적의 시기라고 생각합니다. 다만 무대에서 펼쳐내던 역동적인 에너지가 영상 공연으로 대체되면서 손실되지 않도록 더욱 뜨겁게 뛰고 혼신을 다해 연주합니다. 지금의 모든 영상 자료들이 상자루를 기억하는 관객들에게 변함없는 열정, 성숙해 가는 음악 세계를 보여드릴 수 있는 유용한 아카이빙이 되어 줄 것이라고 생각합니다.

처음 팀 결성 계기가 궁금합니다.

조 상자루는 국악인을 꿈꾸는 평범한 청년들의 엉뚱한 상상과 야심찬 포부로 만들어진 밴드입니다. 한국예술종합학교에서 4년 간 같이 공부하며 성장을 도모해나간 막연한 사이인 만큼, 평소 서로의 특기와 꿈을 누구보다 이해하고 공감할 수 있었던 것이 원동력이 된 듯합니다. 쉼 없이 함께 달려 오는 가운데서도, 서로의 각기 다른 경험들을 존중하며 시너지를 발휘한 덕분에 현재의 상자루가 존재하게 된 것이 아닌가 생각합니다.

연주자로서, 구성원으로서 각 멤버의 역할은 무엇일까요.

조 저는 작곡 전공을 살려 음악을 분석하고 구성합니다. 팀 음악 작업 시 대체적으로

큰 틀을 잡는 역할을 하고 있죠. 기타나 거문고 등 다양한 악기를 다룰 수 있어 곡 전반에 걸쳐 상자루의 분위기와 콘셉트가 잘 이어지도록 요소를 만들어내고 있습니다. 연희, 타악을 전공한 권효장은 농악이나 탈춤 등의 한국 전통 예술 중 오락적인 요소, 문화적인 요소를 무대에 반영해내고 있습니다. 동시에 한국 장단을 탄탄하게, 때로는 자신만의 색채를 덧대어 리듬을 구성하고 있습니다.

남성훈은 아쟁을 전공하여 한국 고유의 정서를 선율로 뿜어냅니다. 유일하게 관객에 직접 이야기를 전달할 수 있는 연주자로서 전통적인 색채를 넘어 상자루의 가치를 잘 전달해주고 있습니다.

밴드 상자루의 활동 중 멤버 각자마다의 애정이 깃든 무대가 있으신가요.

권 코로나19로 공연이 중단되던 중 거의 1년 만에 '모므로 살롱'이라는 작은 카페에서 팬들과 대면 공연을 진행한 적이 있습니다. 그때 무대에서의 전율과 감동이 가장 기억에 남습니다. 한 곡 한 곡이 그리고 관객의 박수와 환호가 세심 애틋하고 소중했습니다.

남 모든 공연이 상자루에는 의미 있는 무대였지만 그 중에서 산티아고 순례길 프로

젝트와 현지 버스킹이 기억에 남습니다. 순례길 트래킹을 마치고 포르투갈 포르투에서 30일가량 버스킹을 진행했는데 새로운 도전이자 배움의 시간이기도 했습니다.

조 저는 앞으로 이뤄질 무대라고 말하고 싶습니다. 매 순간, 모든 공연마다 상자루의 성장을 그리고 감사함을 느꼈기에 앞으로 펼쳐질, 상자루가 경험할 새로운 무대를 애정합니다.

대표곡을 추천한다면. 아울러 상자루가 추구하는 국악 세계가 궁금합니다.

남 우선 '경북 스윙'과 '상자루 타령'을 추천합니다. 산티아고 순례길을 걸으며 길 위에서 변화하는 생각들과 영감을 즉흥적으로 표현해낸 곡들이죠. 곡을 전개하는 방식이나 분위기, 악기를 융합해낸 방식이 전혀 다르지만 상자루의 음악적 가치와 예술적 태도를 잘 담아낸 곡이라고 생각합니다. 전통이라는 틀 안에서 자유롭고 새로운 창작 활동을 펼치며 국악을 재발견했다는 평가를 받은 곡들이에요.

저희 상자루는 전통음악에 대한 진지한 자세와 미래 지향적인 음악 세계를 악기와 영상, 빛, 내레이션 등 여러 요소를 활용해 표현하고자 합니다. 익숙한 듯 이질적이면서 세련된 창작 국악으로도 대중과 소통할 수 있다는 것을 보여드리고자 합니다.

국내 메세나 활성화와 관련해 아티스트로서 의견을 전한다면.

조 새싹은 우리가 보지 못하는 시간 동안 깊은 뿌리를 내립니다. 그리고 땅 위로 솟아 사람들 눈앞에 나타나 보이는 것이죠. 저희 상자루 역시 눈여겨보거나 인정해주는 이들이 많지 않았지만 지속적인 도전과 열정이 깊게 뿌리를 내려 이제 땅 위로 피어오르고 있습니다.

기업과 예술 소비자들이 새로 돌아나는 아티스트들의 가능성을 기대하는 마음으로 양분을 주며 성장을 응원해주면 좋겠습니다. 정성으로 키우는 화분처럼 예술의 꽃을 함께 피워낸다는 관심이 예술 단체에 필요합니다.

해외 공연 기회가 열린다면 방문하고 싶은 나라가 있으신가요?

상자루가 나타내보이고 싶은 첫인상은 무엇인지 궁금합니다.

권 저희 각자 생각하는 나라는 다르지만, 그곳에서 원하는 모습은 모두 같습니다. 우리의 음악이 이벤트가 아닌 일상으로 스며드는 것이죠. 국적을 떠나 서로에게 영감을 주고받는 마력의 삼총사로 각인되었음 합니다.

<mecenat> 여름호 특집 주제가 'K-헤리티지의 저력'입니다.

이른 바 '역주행의 끝판왕'이라고도 할 수 있는 전통 예술 콘텐츠의 최근

활약에 대한 밴드 상자루의 생각과 고민들이 궁금합니다.

조 마치 지나가는 파도와 같다고 생각합니다. 아이돌을 중심으로 한 음악 시장에서 옛것이 오히려 신선하게 느껴질 수 있다고 봅니다. 다만, 지금의 파도가 다시 잔잔해진다 하더라도 체념하거나 방관하는 것이 아닌 적극적으로 몸부림치며 물결을 일으켜야 한다고 생각합니다. 전통이란, 옛것을 잠시만이라도 현대에 살게 하려는 노력들이 이어져야 그 맥을 유지할 수 있으니까요.

함께 작업하고 싶은 아티스트 또는 장르가 있으신지요.

조 아티스트는 아니지만 기업의 마케터들과 작업을 해보고 싶습니다. 아티스트의 각에서 벗어나 대중을 사로잡는 다양한 기

술들을 배우고 싶어요. 그 또한 예술의 영역으로 볼 수 있지 않을까 생각합니다.

남 영화 음악을 작업하고 싶어요. 물론 최근 들어 무용, 음악극, 애니메이션 등 작품의 분위기와 흐름을 만들어나가는 음악 감독으로서 상자루가 새로운 면모를 보였지만, 다양한 예술 장르를 아우르는 영화를 통해 상자루의 가능성을 나타내고 싶습니다.

추천하고픈 국악밴드가 있나요?

권 '잠비나이'라는 밴드를 좋아합니다. 그들의 강렬함이 우리를 꿈꾸게 하고 도전하게 합니다. 그 외 김일구 선생님의 '허튼가락'이라는 음악도 추천합니다. 옛스럽지만 세련된, 언제 들어도 새로운 영감을 줄 수 있는 곡입니다.

상자루와 어울리는 해시태그를 꼽는다면?

#한국적현대음악 #빈티지맛집 #코리안집시

향후 활동계획과 장기적인 비전을 전한다면.

조 EP 발매, 공연 제작, 페스티벌 등이 예정되어 있지만, 최종의 목표는 '소통과 유지'입니다. 첫 마음가짐과 열정을 유지하면서 팬들과 그리고 세상과 소통하는 밴드가 되는 것이 상자루의 비전입니다. 화요일마다 진행하는 유튜브 라이브 방송은 그 비전을 향한 작은 도전인 셈입니다. ■■

- ①② 밴드 상자루의 독특한 색채를 메이킹하는 멤버 조성운의 무대
- ③ 농악이나 탈춤 등의 한국 전통 예술에 자신만의 색채를 덧대어 리듬을 성하는 밴드 상자루의 멤버 권효창 연주 모습

“

적극적으로 몸부림치며 물결을 일으켜야 한다고 생각합니다. 전통이란, 옛것을 잠시만이라도 현대에 살게 하려는 노력들이 이어져야 그 맥을 유지할 수 있으니까요

”



모바일 기기로 QR코드를 찍으면
상자루 유튜브 채널을 통해
다양한 공연 영상을 감상할 수 있습니다.



분청사기 음각수조문 편병(보물 제1069호)
©국립중앙박물관



메세나 포커스
• 모두의 메세나
글. 이한빛(헤럴드경제 기자)

문화재의 보고 세기의 기증

이건희 컬렉션이 남긴 숙제들

리컬렉션의 탄생

이건희 컬렉션에 대한 감정평가액은 정확히 알려진 바 없다. 미술계에서는 2조 5천억 ~3조 원 사이로 보고 있다. 이번에 국립중앙박물관과 국립현대미술관 등 국가기관에 기증한 미술품의 규모는 정확히 추정할 수 없지만 기증 규모나 기증작의 내용면을 따져보면, 가히 '세기의 기증'임엔 틀림없다. 이건희 회장이 생전 "비록 문화유산을 모으고 보존하는 일에 막대한 비용과 시간이 들어갈지라도 이는 인류 문화의 미래를 위한 것으로서 우리 모두의 시대적 의무(리움 개관식 발언)"라는 뜻을 여러 번 밝혔다고 할지라도, 이정도 규모의 기증은 유족의 '결단'이라고 밖에 할 수 없다. 취임 이후 삼성을 700배 가까이 키워 기업인으로서 최고 '성공신화'를 이룬 이건희 회장은 사후에도 사회적 의무와 책임을 다 했다.

이건희 컬렉션은 사실 이병철 선대 회장부터 시작됐다고 보는 것이 맞다. 이종선 전 호암미술관 부관장이 지난 2016년 출간한 '리컬렉션'을 보면 두 부자가 어떤 철학으로 컬렉션을 빚어 왔는지 짐작할 수 있다. 책에 따르면 이병철 선대회장은 특정 분야

를 고집하거나 집중하지 않았다. "본인이 판단해서 '값이 싸면서 좋다'고 생각하는 작품들을 거두어들이는 경향이 강했다"고 한다. 반면 이건희 회장은 좋다는 전문가의 확인만 있으면 값을 따지지 않고 별로 묻지도 않고 사들였다. 이 회장은 "명품 한 점이 다른 많은 수집품의 가치를 올려주고 체면을 세워준다"고 강조했다. '국보 100점 수집 프로젝트'는 이 같은 바탕에서 출발했다. 그렇게 손에 들어온 작품이 바로 국보 제216호 <정선 필 인왕제색도>다. 우리 산하를 직접 담은 진경산수이자 조선시대 최고의 회화로 꼽힌다. 해당 작품 감정에 참여했던 A씨는 "대한민국의 자존심과도 같은 작품이라 숫자로 값어치를 표현하는 것이 너무 어려웠다. 귀가해서도 너무 낮게 가격을 적어냈다는 생각에 다시 높여 불렀다"고 말했을 정도다.

그림에는 정선과 사천 이병연(1671~1751)의 우정이 담겨있다. 미술학자였던 오주석(1956~2005)에 따르면, 정선은 1751년 윤오 월 25일, 긴 장마가 끝나고 날씨가 활짝 갠 날 <인왕제색도>를 그렸다. 평상시 보이지 않던 세 줄기 폭포가 생겨난 이유도 바로 장마 탓이다. 그림 속 기와집은 절친인 이병

연의 집으로 보이는데, 당시 많이 아팠던 친구가 장마가 개듯 폐차하길 바라는 마음이 읽힌다. 그러나 이병연은 꼭 4일 뒤인 29일 세상을 떠나고 만다. 이 그림은 이병철 회장 1971년 구입했다. 슈퍼 컬렉터였던 소전 선재형 선생이 한때 소장했던 작품이기도 하다. 삼성가 고미술 컬렉션의 정수인 <인왕제색도>는 이번 기증을 통해 국립중앙박물관으로 이전한다.

국민 품에 안긴 거장의 작품들

삼성가는 지난 4월 28일 소장하고 있던 국보급 문화재와 미술품을 대규모로 국가기관에 기증한다고 발표했다. 기증처별로 살펴보면, 국립중앙박물관에는 국보 제216호 <정선 필 인왕제색도>를 비롯 보물 제2015호 <고려천수관음보살도> 등 국가지정문화재 60건(국보 14건, 보물 46건)을 포함해 총 9,797건(2만1,600여 점)을 보냈다. 국립현대미술관에는 김환기, 나혜석, 박수근 등 한국 대표 근대미술품 460여 점과 모네, 고갱, 르누아르, 피사로, 샤갈, 달리 등 세계적 거장의 대표작 등 약 1,226건(1,400여 점)을 기증했다.

지역 미술관도 작품을 기증받았다. 대구미술관은 이인성, 유영국 등 21점을, 광주시립미술관은 김환기, 오지호, 이응노, 이중섭, 임직순 등 30여 점을, 전남도립미술관은 허백련, 오지호, 김환기, 천경자 등 9명 작가의 작품 21점이 기증됐다. 강원도 박수근미술관에는 박수근의 유화 4점과 드로잉 14점, 제주도 이중섭미술관에는 이중섭의 작품 12점이 안착했다. 기증작과 기증받은 기관의 관계를 살펴보면 삼성가가 지역작가나 작가와 지역의 인연 등을 고려하는 등 상당히 고심해서 작품을 선별했음을 알 수 있다. 이인성은 대구의 대표화가이고 유영국은 경북 울진 태생이다. 허백련은 진도 출신으로 남종화의 대가이자 전통회화 최후의 거장으로 꼽힌다. 이응노는 광주민주화 항쟁 직후 시위 군중을 표현한 군상(群像) 시리즈로 유명하다. 작가의 이름을 딴 미술관에는 해당 작가의 작품을 안배했다. 이중섭미술관의 경우, 이중섭이 6.25 한국전쟁을 피해 제주도에 머물던 당시 제작한 그림이 상당수 보내졌다.

국립현대미술관에 기증된 작품은 미술관 컬렉션 수준을 단번에 높여줬다. 미술관 1년 작품수집비용은 약 45억 원 수준이다. 김환기 <전면점화>, 이중섭의 <황소> 등 근대 주요 작가의 수작은 수년치 예산을 끌어다 써도 구매가 난망하다. 희귀작도 대거 기증됐



다. 김환기의 <여인들과 항아리>는 중앙일보사 로비에 걸렸던 작품으로 작가 작품 중에서도 가장 큰 축에 속한다. 가로 6미터에 달하는 화면엔 평소 작가가 즐겨 사용하던 여인, 항아리, 집, 노루, 달 등 다양한 도상이 조화롭게 연계되어 있다. 윤범모 국립현대미술관장은 사견임을 전제로 “경매에 나온다면 시작가만 300억 원 이상일 것”이라고 평가했다. 이외에도 한국 1세대 여성 서양화가인 나혜석의 진작으로 꼽히는 <화녕전작약(華寧殿芍藥)>, 이중섭의 스승인 백남준의 1930년대 유일작인 <낙원>, 29세에 요절한 김종태의 1929년작 <사내아이> 등 연구자들 사이에선 유명하지만 실물을 찾을 길이 없었던 중요 작품들이 즐비하다.

이건희미술관과 물납제, 문화계에 남긴 숙제

그렇다면 이른바 ‘이건희 컬렉션’이 남긴 과제는 무엇일까. 가장 먼저는 기증받은 작품에 대한 관리다. 문재인 대통령이 “고 이건희 삼성그룹 회장이 미술품을 기증한 정신을 잘 살려서 국민이 좋은 작품들을 감상할 수 있도록 별도 전시실을 마련하거나 특별관을 설치하는 방안을 검토하라”고 지시했을 정도로 정부는 이번 기증에 각별한 신경을 쓰고 있다. 수장고와 별도 기념관 등 설립에 대해 적극 검토에 들어간 상태다. 여기에 더해 ‘이건희 미술관’과 이건희 컬렉션을 바탕으로 한 ‘국립근대미술관 건립’

에 대한 목소리도 크다. 심지어 각 지자체에서 ‘이건희 미술관’ 유치 경쟁까지 벌어졌다. ‘이건희 미술관’은 기증이 결정되기 전, 기증품이 흩어지지 않도록 한곳에서 관리하자며 미술계와 재계에서 제기된 바 있다. 그러나 현재는 난망한 상황이다. 삼성가는 각 기관의 필요에 맞춰 세심하게 기증했다. 기증의 반대급부로 도록 출판이라거나 특별전, 특별관 등 그 어떤 조건도 내세우지 않았다. 그러나 이것이 숙고해 나눈 기증품을 ‘해쳐 모여’해도 좋다는 뜻은 아닐 것이다. 남은 것은 기증받은 기관에서 해당 작품을 잘 살펴 쓰는 것이다. 미술사 연구 등 국내 문화자산 보호는 물론 국민들의 문화향유권을 증진시키는 것이 기관들의 숙제다.

또 다른 이슈는 ‘물납제’다. 삼성가가 ‘상속보다 기부’를 택하면서 하나의 선례가 생겼다. 기부문화가 잘 자리 잡지 못했던 그간의 풍토에 변화가 생길 것이라는 기대도 크다. 동시에 이를 일반화 해 기부를 강요해선 안 된다는 반대의견도 상당하다. 기부 시 세금 감면과 물납제 도입 등 반대급부에 대한 제도적 장치가 필요한 것이 사실이다. 상속세를 현금 대신 미술품으로 납부하는 물납제는 미술계의 오랜 염원이다. 그러나 번번이 신뢰할만한 ‘가치평가 부재’로 좌절됐다. 물납제를 위해선 공신력 있는 미술품 가치평가기관이 필수적이다. 그마저도 어렵다면 평가인력 양성에라도 나서야 한다. 세기의 기증은 세기의 숙제를 남겼다. 남은 자들의 짐이 더욱 무거운 이유다. ■



- ① 김환기 <여인들과 항아리>©Shutterstock
- ② <김홍도 필 추성부도>©국립중앙박물관
- ③ <정선 필 인왕제색도>©국립중앙박물관
- ④ 살바도르 달리 <캔티우로스 가족>©Shutterstock



과거 기업의 예술 콘텐츠가 사업과 관련한 마케팅의 일종이었다면 지금의 활동은 그 성격이 사뭇 다르다. 상품 속의 예술이 아닌, 예술을 위한 예술 상품으로 기업이 추구하는 가치를 멋스럽게 표현해낸다. 시대를 관통하는 날카로운 시선을 지닌 금융 기업과 예술의 만남은 그래서 더욱 감각적이고 세련됐다. 신한카드의 행보는 그중에서도 단연 눈에 띈다. 기업의 고객과 문화예술업계의 가교 역할을 충실히 이행함으로써 문화예술시장에 체계적이고 지속적으로 새로운 활력을 불어넣고 있는 기업의 메세나 원동력을 신한카드 문동권 부사장에게 묻는다.

신한카드의 생각은 다릅니다

신한카드 문동권 부사장



Q. 2020 메세나대상 문화공헌상 수상 뒤, 예술 후원 활동에 있어 새롭게 구축한 목표 또는 방향이 있으신가요.

A. 먼저, 신한카드에 2020 메세나대상 문화공헌상 수상의 영광을 주신 데 대해 다시 한번 감사의 말씀을 전합니다. 수상 이후 새롭게 구축한 목표가 있다기보다는 어려운 시기에 보다 진정성을 갖고 메세나 활동에 임해야겠다는 생각과 추진해오던 사업들을 차질 없이 쟁겨야겠다는 다짐을 되새겼습니다.

그 연장선상에서 오랜 기간 준비해왔던 ‘블루스퀘어’ 스폰서십을 올해 1월 전격 공표했습니다. 코로나19로 모든 공연이 멈춘 상황에서 우려 어린 시각도 많았지만 신한금융그룹이 지향하는 따뜻한 금융을 실천하는 회사라면 비 올 때 우산을 받쳐줄 수 있어야 한다고 판단했습니다. 여기에는 마스터카드와 같은 파트너사의 적극적인 공감과 협조도 큰 힘이 되었습니다. 다행히도 스폰서십을 시작한 이후 블루스퀘어는 철저한 방역 수칙 준수 하에 단 한 명의 관람객 전염 사례도 없이 연일 만석 행진을 이어가고 있습니다.

앞으로는 ESG 관점에서 메세나 활동을 보다 확장해서 해석하고 추진하고자 합니다. ESG를 통해 기업이 지속 가능한 성장을 구현할 수 있는 것처럼, 메세나 활동의 지속성을 확보하기 위해 사회 구성원 다수에게 혜택이 제공되는 방향으로 메세나 활동을 추진하고자 합니다.

Q. 타 기업과 견주어 활동이 왕성한 신한카드 예술 후원 사업의 추진 원동력과 차별화된 강점을 꼽는다면.

A. 신한카드의 예술 후원 사업 추진의 원동력은 ‘고객에 대한 관심과 깊은 이해’입니다. 소득 수준이 향상되고 소비가 고도화 될수록 문화예술에 대한 저변 확대뿐만 아니라 고객의 니즈도 다양해집니다. 빅데이터 분석 역량을 보유한 카드사로서 수준 높은 문화예술 향유 기회를 개개인의 특성과 취향을 고려해 최적의 콘텐츠와 최적의 채널로 연결(Connect)하고, 이를 통해 최고의 고객 경험을 창출(Create)하는 것을 우리의 차별화된 메세나 활동의 근간으로 삼고 주력하고 있습니다. 이는 신한카드의 비전인 ‘Connect more, Create the most(연결을 통해 최고의 가치를 만드는 기업)’와도 일맥상통합니다.

한편, 신한카드는 블루스퀘어, LG아트센터, FAN스퀘어, 소향씨어터 등 명성 높은 공연장들을 후원함으로써 공연문화 활성화에 적극적으로 임하고 있습니다. 여기에 지난 3월, 영상 콘텐츠 제



영상 콘텐츠 자체 제작을 위해 설립한 ‘확신 제작소’ 스튜디오

작을 위한 자체 스튜디오인 ‘확신 제작소’를 업계 최초로 설립했습니다. 이러한 인프라를 통해 오프라인 공연의 콘텐츠화를 통한 on-off 통합이 가능해졌을 뿐만 아니라, 문화예술 단체에 공연장 대관에서 제작 대행까지 원스톱으로 제공할 수 있게 되었습니다. 이는 기부 등을 통한 간접적 후원이 아닌 직접적 문화예술 후원이라는 점에서 다른 기업들과 차별화되는 신한카드만의 메세나 활동이라 하겠습니다.

Q. 문화예술 분야 관련하여 주목하는 ‘핫 키워드’가 있으신가요.

A. 코로나 19 이후 문화예술과 관련하여 ‘Digital’과 ‘Convergence’가 가장 큰 화두가 아닐까 생각합니다. 언택트(Un-tact) 환경이 온택트(On-tact) 커뮤니케이션을 가속화했고 이는 오프라인 중심이었던 문화예술의 온라인화, 즉 디지털 콘텐츠화를 가속화시켰습니다. 일례로 베를린필, MET 등이 온라인으로 공연 영상을 송출했고, 유명 뮤지컬 작곡가 앤드류 로이드 웨버는 <오페라의 유령> 25주년 영상을 유튜브에 공개해 1천만이 넘는 조회 수를 기록했습니다.

문화예술이 디지털을 만나 시공의 제한을 벗어나면서 다양한 컨버전스가 일어나는 것도 주목해야 할 변화입니다. 대표적으로 ZOOM과 같은 첨단 화상회의 기술로 관객과 아티스트가 실시간으로 소통하게 되었고, 비대면 공연의 필수 요소가 되었습니다. 미술 시장도 마찬가지입니다. 사치라고 여겼던 작품 콜렉팅도 렌탈, 카드 결제 등으로 금융과 연계되며 시장을 확대하고 있습니다. 이러한 디지털과 컨버전스는 코로나19 극복 이후에도 문화예술 분야의 핵심 아젠다가 될 것으로 예상합니다.

**Q. 신한카드가 선보인 다양한 예술 후원활동 중
특별히 애착이 가는 프로젝트는 무엇인가요.**

A. 지난해 4월부터 5개월 동안 진행한 비대면 공연 <신한카드 디지털 스테이지>가 가장 기억에 남습니다. 디지털 스테이지는 신한카드의 공연장 인프라와 유튜브 채널을 활용해 코로나19로 무대를 잊은 아티스트들과 팬들을 디지털로 이어주는 새로운 시도였습니다. 가수 소란, 김태우, 신호범, 알리 등 뮤지션들의 출연이 줄을 이으며 호평을 얻었습니다. 이후 다른 기업들의 연이은 벤치마킹 사례를 이끌어 내며 지금과 같은 비대면 공연의 대중화 시대를 선도했습니다.

또한 발달장애 청소년들로 구성된 하트하트오케스트라 공연도 인상 깊은 무대였습니다. 공연 내내 웃는 얼굴로 마림바를 치던 어린 연주자의 모습이 아직도 눈에 선합니다.

**Q. 최근 업계 최초로 카드와 예술을 접목한 신한카드의
'아트 사내벤처'가 화제에 떠오르고 있습니다.
어떠한 사업인가요.**

A. 코로나19 영향으로 홈 인테리어에 대한 관심이 커지면서 미술품 역시 관람에 그치지 않고 소유나 렌탈에 대한 니즈가 증가하고 있습니다. '아트 사내벤처'는 카드와 아트라는 두 영역을 연결하는 신사업이라 할 수 있습니다.

아트 사내벤처의 첫 프로젝트로 아트페어 'The preview, 한남 with 신한카드'를 한남동 블루스퀘어 NEMO에서 6월에 개최할 예정입니다. 신진 작가나 갤러리의 발굴 및 육성을 지원하고 판매자와 구매자를 직접 연결하여 합리적 아트 소비를 지원하는 행사는입니다. 기존에 현금 결제 관행, 가격 부담 등으로 아트 소비를 엄두 내지 못했던 고객들에게 카드 결제 및 다양한 금융 서비스를 지원하여 아트 소비 시장 확대에 기여하고자 합니다.



아트 사내벤처의 첫 프로젝트로 진행되는 아트페어 'The preview, 한남 with 신한카드' 포스터

**Q. 한국에서 선진 수준의 메세나가 인식되고 활성화되기까지
해결해야 할 난제들은 무엇인지, 해결방안은 무엇이라
생각하시는지 궁금합니다.**

A. 국내 기업들의 메세나 활동이 활발해지고 있지만, 우리나라 경제 수준의 향상과 해외에서의 문화예술계 활약에 비하면 국내 메세나 활성화 수준은 다소 아쉬운 상황입니다. 이와 관련해 후원 분야의 다양성 제고와 지역적 편중 해소가 시급해 보입니다. 우리나라는 공연, 특히 클래식 분야 중심으로 메세나 활동이 집중되고 있습니다. 메세나 활동의 다양성뿐만 아니라 미래 세대에 대한 투자 관점에서 MZ세대들이 선호하는 인디 문화, 디지털 아트 등에 대한 관심이 필요하다고 생각합니다.

메세나 활동의 지역적 편중 해소에도 기업이 앞장서야 합니다. 수도권에 각종 문화 인프라가 집중된 현실적 한계가 있지만 지방 거주자들도 수준 높은 문화를 향유할 수 있어야 문화예술의 지속적 성장이 가능합니다. 이는 신한카드가 부산의 공연장을 후원하는 이유이기도 합니다. 지자체와 연계해 지역 고유의 문화 콘텐츠를 발굴하고 이를 후원하는 것도 고려해볼 만합니다. 메세나 기업들과의 협업도 매우 중요합니다. 메세나 활동의 성과를 배가시키기 위해서는 다자간 협업이 필수적입니다. 이를 위해 한국메세나협회의 중추적 역할을 기대합니다. 신한카드도 공연장, 확신 제작소 등 인프라뿐만 아니라 2,500만 회원 기반과 빅데이터 역량을 활용해 적극 지원하겠습니다.

**Q. 메세나 활동에 대한 앞으로의 포부와 비전이 있다면
말씀 부탁드립니다.**

A. 앞서 말씀드린 바와 같이 메세나 활동에서 가장 중요한 것은 '진정성'과 '지속성'입니다. 진정성은 예술과 고객, 관련 이해관계자들에 대한 깊은 이해에서 시작합니다. 지속성 또한 중요합니다. 후원 규모나 방식과 무관하게 꾸준히 메세나 활동을 전개해야 합니다. 문화예술 융성은 단기적 관심과 지원으로는 결코 꽂피워낼 수 없습니다. 절대적 축적의 시간이 필요합니다. 국내 1등 카드사로서 보유한 고객 기반과 빅데이터 분석 역량을 활용해 차별화된 메세나 활동을 만들어 가겠습니다. 또한 공연장을 장기간 후원하며 다양한 문화 체험을 대중들이 지속적으로 향유할 수 있도록 하는 데 최선을 다하고자 합니다. 이를 바탕으로 우리나라 문화예술의 부흥을 이끄는 금융회사로 자리매김하고 싶습니다. ■



게임 속으로 들어간 클래식

예술과 게임, 크로스오버로 시장 개척

하나의 장르로 인정받는 게임 음악

지난 1월 출시되자마자 애플 앱스토어 매출 1위를 기록한 엔피셀의 MMORPG(다중 접속 역할 수행 게임) '그랑사가'의 OST는 64 인조 체코 필하모닉이 연주한 교향곡풍이다. 일본의 국민게임 '파이널판타지 15' 음악을 작곡한 세계적인 거장 시모무라 요코를 비롯해 세계 유명 앤지니어와 300여 명의 사운드 스태프가 녹음에 참여했다. 가수 태연이 불러 유튜브 뮤직비디오 조회 수 136만 뷰를 기록한 공식 타이틀곡 '운명보

다 한결음 빠르게' 등 63곡의 다양한 고음 질 음악들이 게임의 장대한 세계관을 극대화시켰다는 평을 듣고 있다. 게임 개발은 이제 프로그래머만의 영역이 아니다. 순수예술가와 팝아티스트까지 협업하는 총체적 문화 콘텐츠이자 장르 경계를 허무는 플랫폼이 됐다. 엔피셀 방종호 사운드팀장은 "작곡가와 1년 6개월에 걸쳐 협업했고, 가수 태연 또한 전자음 없는 클래식 반주를 소화할 수 있는 점을 고려해 섭외했다"면서 "게임에서 음악은 유저들과 소통을 위한 중요한 차별화 포인트로 자리

매김하고 있기에 사운드 자체를 예술의 영역으로 접근했다. 내부 스태프들 역시 국악, 대중음악 등 여러 장르에서 경험을 쌓은 전문가들로 구성되어 있다"고 밝혔다. 공연예술계에선 게임 OST를 오케스트라 라이브 연주로 들려주는 게임음악 콘서트가 새로운 장르로 떠올랐다. 2017년부터 코리안심포니오케스트라가 매년 '리니지', '메이플스토리', '마비노기' 등 게임 속의 오케스트라 공연을 열어 왔고, 2019년엔 게임음악 플랫폼 플래적이 해외 유명 게임회사 블리자드와 계약을 맺고 월드 오브 워크래프

①



②



①·② 2019년 코리안심포니오케스트라가 개최한 넥슨의 <마비노기> 콘서트 ©코리안심포니오케스트라

게임이 예술의 영역을 파고들고 있다. 게임 제작사들은 한스 짐머 같은 세계적인 작곡가에게 OST 작곡을 맡기고 런던필, 체코필 같은 유럽 유명 오케스트라에게 녹음을 맡긴 지 오래다. 예술의전당, 세종문화회관 같은 정통 클래식 공연장도 게임음악 콘서트에 문호를 개방했다. 지난해 문화체육관광부가 '게임산업 진흥 종합계획'을 발표하고 "게임을 종합예술의 지류로 인정하겠다"고 선언하면서 이런 추세는 더 뚜렷해지고 있다.

트, 스타크래프트 라이브 콘서트를 열었다. 지난해 12월에는 공연계가 셧다운된 와중에도 롯데콘서트홀에서 한국게임산업협회의 <아이머게이머> 공연이 온라인 생중계로 열릴 만큼 인기다.

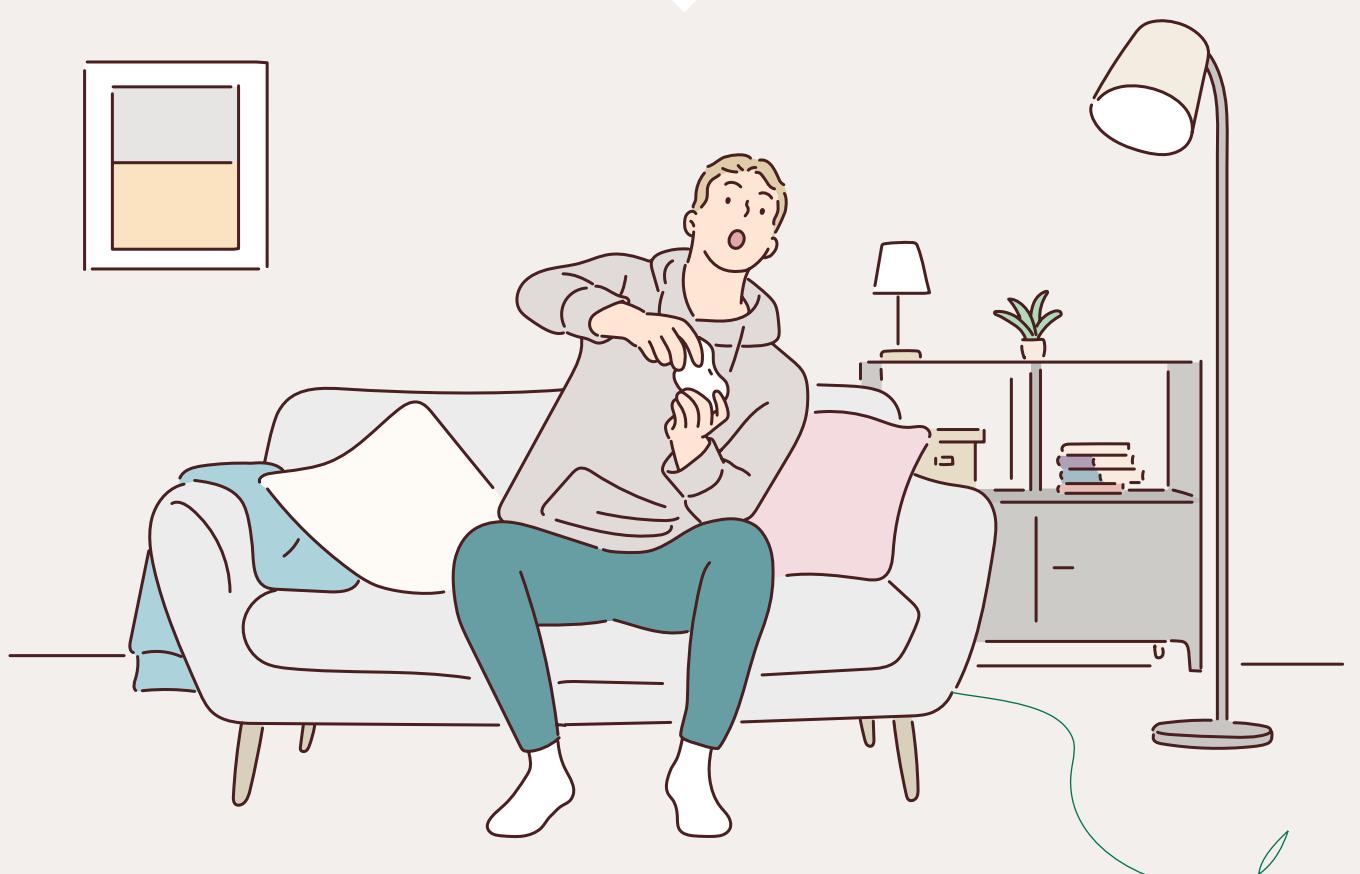
올해 4월 세종문화회관에서 열린 <리그 오브 레전드(LOL): 디오케스트라 콘서트(롤 콘서트)>도 일찌감치 전석 매진되며 화제가 됐다. MZ세대가 열광하는 롤(LOL) 게임의 콘서트가 국내 최초로 열린데다, 공공문화예술기관인 세종문화회관이 최초로 게임음악 콘서트를 기획한 것이라 더욱 눈길을 끌었다.

이 콘서트를 기획한 진솔 플래시 대표가 게임음악 콘서트를 차린 것도 비슷한 이유다. 한국예술종합학교와 만하임국립음대를 나와 대구MBC교향악단과 한국예술영재교육원 오케스트라, 서울학생필하모닉오케스트라 등에서 활동하는 정통 클래식 지휘자가 2017년 게임음악 전문 플랫폼 플래시를 세우고 월드 오브 워크래프트, 스타크래프

트, 해 지휘자의 움직임을 모션캡처로 스크린에 구현하고, 관객 2천명이 동시에 휴대폰 터치로 미디어아트를 완성하는 몰입형 공연이었다. 세종문화회관 관계자는 "공연예술시장의 확장성을 도모하는 기획"이라면 서 "방대한 게임시장 소비자들을 공연예술 관객으로 흡수해 보고자 기획했다. 버라이어티한 인터랙션 콘텐트도 공연장을 찾지 않던 게임 유저들이 일단 와서 즐길 수 있도록 마련한 것"이라고 밝혔다.

이 콘서트를 기획한 진솔 플래시 대표가 게임음악 플랫폼을 차린 것도 비슷한 이유다. 한국예술종합학교와 만하임국립음대를 나와 대구MBC교향악단과 한국예술영재교육원 오케스트라, 서울학생필하모닉오케스트라 등에서 활동하는 정통 클래식 지휘자가 2017년 게임음악 전문 플랫폼 플래시를 세우고 월드 오브 워크래프트, 스타크래프

트 라이브 콘서트를 기획하며 국내 게임음악 콘서트 트렌드를 이끌고 나선 이유는 명백하다. "비좁은 클래식 시장을 게임산업과 연결을 통해 확장하고 싶다"는 것이다. 진솔 대표는 "전공자로서 클래식계에 연주자, 작곡자들의 수요공급이 맞지 않는 게 안타까웠다"면서 "게임업계가 OST를 해외에 나가서 녹음하는 게 관행인데, 과거에 국내 오케스트라가 다 거절을 해서 시스템이 잘 갖춰진 해외로 나가게 된 거다. 클래식계의 인식도 변하고 있으니, 그런 수요를 국내로 돌려 음악가들이 협업할 수 있는 장을 만들고 싶다. 게임이든 뮤지컬이든 국악이든 무용이든 다양한 시장들이 결합되는 시기인데, 자기 것만 고집하기보다 서로 모여서 고민하면 더 좋은 결과물이 나올 것"이라는 바람을 전했다.



게임음악과 클래식 콜라보 시동

해외에서는 이미 2000년대 초부터 클래식계가 게임음악을 적극 수용하는 트렌드가 시작됐다. 클래식의 본고장 독일 라이프치히에서는 2003년부터 매년 클래식홀에서 명문 오케스트라가 연주하는 <심포닉 게임음악 콘서트>가 열린다. 2006년 뉴욕필도 게임음악 콘서트를 열었고, 2008년 런던심포니는 엔씨소프트의 ‘아이온’ OST를 녹음했다. 2011년 런던필은 ‘파이널판타지’, ‘워크래프트’ 등 인기 게임음악을 모은 음반을 내기도 했다.

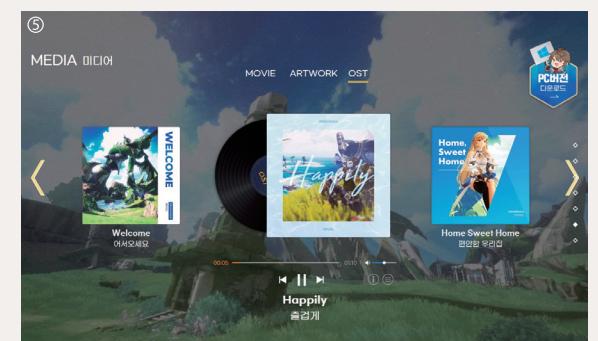
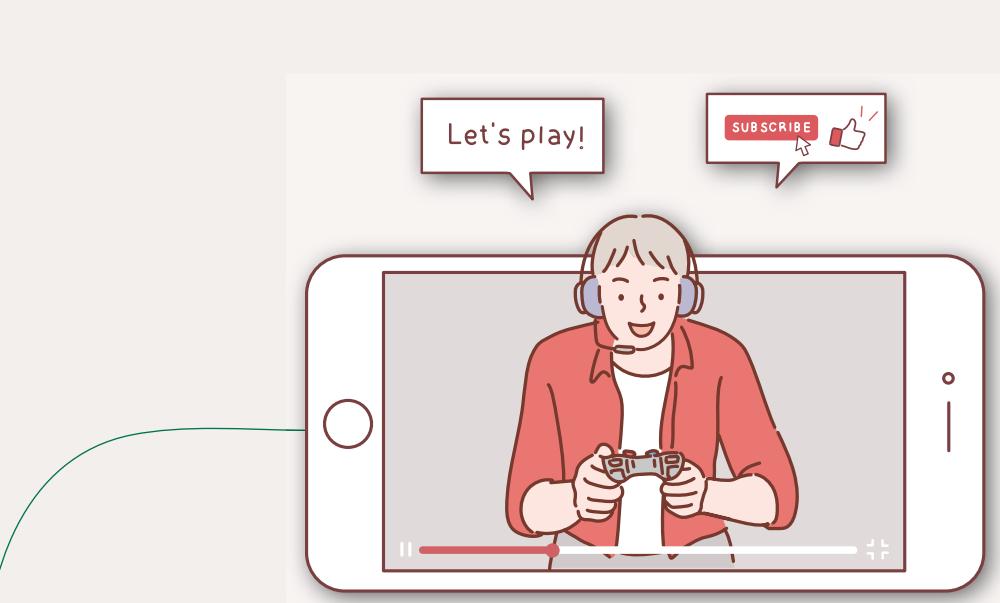
클래식과 게임음악의 콜라보는 일본이 원조다. 게임음악이라는 장르 자체가 일본에서 태동했다. 1970년대만 해도 게임에는 단순한 기계음이 사용됐지만 80년대 컴퓨터 사운드칩의 성능이 대폭 향상되며 실제 악기에 가까운 음색을 내게 되면서 게임음악이 시작된 것이다. 세계적인 음악가 류이치 사카모토가 활동했던 그룹 YMO의 호소노 하루오미가 1984년 프로듀스한 세계 최초의

게임음악 앨범 ‘비디오 게임 뮤직’은 발매 첫 주에 약 5,700매 판매를 기록하고 오리콘차트에 등장하자마자 19위에 올랐다. 85년에는 게임음악전문 레이블 G.M.O.레코드가 설립되며 게임음악 시장이 탄생했다. 때마침 출시된 RPG게임 ‘드래곤퀘스트’와 ‘파이널판타지’에 문학성을 가진 오리지널 시나리오가 탑재되면서 작곡가들은 게임음악에도 영화 같은 스케일 감을 불어넣어 새로운 차원을 열었다. 게임의 세계관을 표현하는 예술성을 띄게 된 두 게임의 OST가 웬만한 애니메이션 OST 매출을 넘어설 만큼 인기를 끌자, 공연예술계에서도 게임을 주목하기 시작했다.

최초의 게임음악 콘서트는 1987년 NHK교향악단의 <드래곤퀘스트> 콘서트였다. 이후 주요 오케스트라들이 게임음악을 녹음하게 되면서 인기 게임음악을 아예 자체 연주 레퍼토리에 포함시켰고, 이제는 게임음악 콘서트를 열었던 코리아심포니오케스트라 김지혜 공연기획팀장은 “게임 유저와 클래식 관객의 접점이 없다는 점에 착안했다. 오케스트라 입장에서는 벽을 허물어 관객

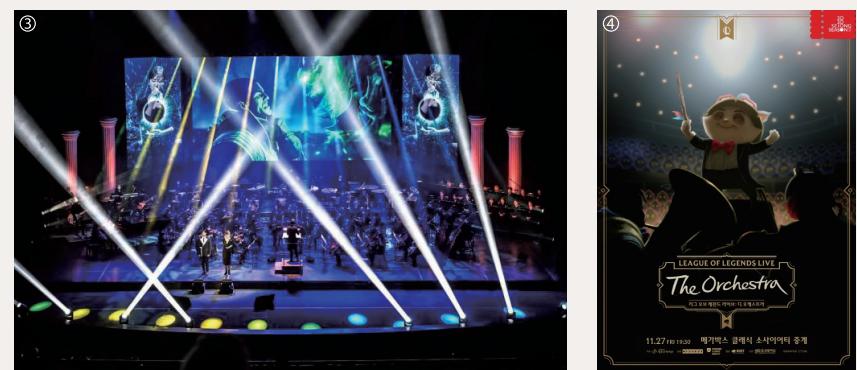
를 돌 정도로 세계적인 인기로, 지난 2월 개최된 도쿄 콘서트는 무관중 온라인 생중계에 관람료 4,500엔을 받기도 했다. 게임 콘텐트는 공연계 입장에서도 확실한 티켓파워와 관객 저변확대까지 꾀할 수 있는 중요한 통로가 된다. 기존 클래식 관객이 아닌 게임 유저가 몰리기 때문이다. 세종문화회관 일반 공연을 찾는 관객이 80% 이상 2030 여성임에 비해 <리그 오브 레전드> 콘서트 관객의 80% 이상이 2030 남성인 것만 봐도 알 수 있다. 공연 당일 세종문화회관 로비에 마련된 팝업 스토어에서 굿즈를 사려는 남학생들의 긴 행렬은 지금껏 클래식 공연장에서 보지 못한 광경이었다.

음악만 들어도 게임대기화면에 들어와 있는 느낌을 받는 유저들이 관객인 만큼, 게임 라이브는 그 어떤 공연보다 자기 체험과 밀접해 성장 가능성이 크다. 3년 연속 게임 콘서트를 열었던 코리아심포니오케스트라 김지혜 공연기획팀장은 “게임 유저와 클래식 관객의 접점이 없다는 점에 착안했다. 오케스트라 입장에서는 벽을 허물어 관객



굿즈를 사려는 남학생들의 긴 행렬은 지금껏 클래식 공연장에서 보지 못한 광경이었다

③④ <리그 오브 레전드 라이브 디 오케스트라>
콘서트 현장(좌)과 공연 포스터(우) ©라이엇 게임즈
⑤ ‘그랑사가’ OST 앨범들 ©엔픽셀 홈페이지



총을 넓힐 수 있고, 게임제작사도 마케팅과 팬서비스 차원에서 니즈가 맞아떨어졌다. 10년 이상 된 게임들이라 게임에 대한 추억을 가진 40대 남성들도 많았다”고 전했다. 진솔 대표도 “콘서트는 유저들에게 특별한 이벤트다. 아마 옆자리 앉은 사람이 무슨 생각하는지 서로 다 알거다. 그 순간을 함께 즐기고 싶고, 잠깐 다녀왔다는 것만으로도 성덕된 느낌일 것이다. 그만큼 관객의 기대감이 크기에 일반적인 공연보다 더 심혈을 기울여야 한다”고 말했다.

게임회사가 문화예술 지원 나서

지난해 문화체육관광부가 ‘게임산업 진흥 종합계획’을 발표하고 “게임을 종합예술의 지류로 인정하겠다”고 선언하면서 게임과 예술은 부쩍 가까워지는 추세다. 문체부는 게임에 대한 긍정적 가치 확산을 종합계획의 역점 추진과제로 삼았는데, 문화예술진흥법 상 문화예술의 정의(범위) 규정에 ‘게임’을 포함시켜 올바른 게임 문화 확산을 위한 법적, 제도적 기반을 마련하겠다는 구

체적인 계획을 내놓고 있다. 국회에서도 현재 조승래 의원을 비롯한 더불어민주당 11명의 의원들이 문화예술진흥법 일부개정법률안을 발의해 놓은 상태다. 해외에서는 이미 게임을 ‘예술’로 인정하고 있다. 미국은 2011년 연방대법원 판례에서 게임을 예술로 인정했고, 국립예술기금이 2012년도 예술프로젝트 보조금 분야에 게임을 포함시켰다. 이는 게임을 영화같은 장르와 예술성을 동등하게 인정하는 의미로, 이 결정으로 게임 제작자들이나 제작사들은 다른 예술가들과 마찬가지로 프로젝트 지원금을 신청해 승인 시 20만 달러까지 보조금 지원을 받을 수 있게 됐다. 프랑스에서도 2006년 문화부가 게임을 문화적 생산물이자 예술적인 표현의 양식으로 공식화하고, 게임산업에 세금지원을 승인하고 게임 디자이너에게 문화예술 공로훈장을 추서하기도 했다. 일본도 ‘문화예술기본법’에 컴퓨터, 기타 전자기기 등을 이용한 예술(미디어 예술)을 포함시키고 있다. 게임 업계도 순수예술에 러브콜을 보내고 있다. 단순 마케팅을 넘어 게임의 가치 확

산을 위한 장기적인 투자도 눈에 띈다. 지난 연말 무용가 김설진과 국악인 원일, 연극 연출가 민준호가 협업해 게임 세상을 표현한 뮤직비디오를 내놨는데, 넥슨재단이 예술가를 지원하는 ‘보더리스 프로젝트’의 시작이었다. 2012년 ‘보더리스’라는 이름으로 자사의 ‘마비노기’를 모티브 삼은 게임 아티스트들의 페인팅, 조각, 피셀 아트 등을 전시하며 게임과 예술 사이 벽을 허무는 첫 시도를 했던 넥슨이 예술가들에게 러브콜을 보낸 것이다. 올해부터 본격적인 창작 지원에 나서는데, 1회 공모전의 중점 지원 분야로 판소리, 연희 등 전통공연예술에 주목했다.

게임을 다양한 분야의 예술가들과 공유해 크로스오버 창작 실험을 독려하려는 시도들이 이어지면서 이질적인 분야의 만남은 더 이상 의외의 조합으로 여겨지지 않는다. 오히려 과거와 현재, 아날로그와 디지털이라는 상반된 두 세계가 만나 경계를 허무는 실험을 통해 만들어진 콘텐트가 문화예술 생태계에 새로운 활력을 불어넣을 것으로 기대를 모은다. ■

미술은 대중적이지만 작품은 대중적일 수 없는 양면을 지닌다. 하지만 최근 미술품 온라인 경매 시장이 크게 성장하고, 소액투자자를 모아 미술품을 사고팔아 이익을 남기는 미술품 공동구매 플랫폼이 생겨나면서 예술이 돈이 되는 투자 대상으로 급부상하고 있다. 예술의 이해를 요구하면서 활동해 온 갤러리스트나 화상, 아트딜러 영역의 고유성도 희미해져간다. 그 중심에는 디지털과 재테크, 아트의 각 분야를 자유자재로 넘나드는 MZ세대가 있다.



내 지갑 안에 예술 있다

미술시장의 신호 투자자, MZ세대

코로나19로 인해 전 세계 미술관, 갤러리, 경매장이 유례없는 침체기를 맞았다. 하지만 위기는 곧 기회의 동력으로 작용했다. 미술의 장이 오프라인에서 온라인으로 확장되면서 오늘날 미술 산업은 새로운 전환점을 맞이하게 됐다. 신진작가들의 중저가 작품들을 타깃으로 하는 플랫폼도 다수 생겨났으며 잡지를 정기 구독하듯 월정액으로 작품을 제공받는 미술 구독 서비스도 등장했다. 이는 MZ세대(2030 세대)의 미술 시장 진입장벽을 낮추는 데 한 몫을 했다.

세계 최대 아트페어 주관사인 아트바젤(Art Basel)과 글로벌 금융기업 UBS가 발간하는 <아트 마켓 보고서 2021(The Art Market 2021)>에 따르면, 미국과 영국, 중국, 멕시코 등 10개국 고액자산가 그룹의 MZ세대가 지난해 예술작품 구입에 평균 22만8,000달러(약 2억5,900만 원)를 소비하며 전체 세대 중 최대 액수를 쓴 것으로 나타났다. 이는 부모세대인 베이비부머 세대의 평균 구매 액을 2배 이상 넘어선 수치다. 우리나라에서도 분위기가 심상치 않다. 2021년 3월

화랑미술제를 필두로 미술시장의 과열현상이 고개를 내밀었다. 식탁 옆에 걸어둘 적당한 그림을 사는 것이 아닌 투자 가치가 있거나 호응도 높은 그림들의 매입이 이어졌다. 이러한 변화의 중심에는 MZ세대가 자리했다. 3월의 화랑미술제와 4월의 부산화랑아트페어에서도 이들의 활약을 확인할 수 있었다. 현장에서 매입하는 그림뿐만이 아니다. 미술품 공동구매와 클라우드 펀딩 등에도 젊은 소비층의 지갑이 열리고 있다. 일각에서는 우리나라 인구의 약 34%를 차지하는 MZ세대(2019년 기준 통계청 조사)가 주축이 되는 문화의 흐름상, 젊은 세대가 미술 산업에 미칠 영향은 결코 적지 않을 것으로 내다본다.

수십 년 후를 바라보는 장기 레이스

MZ세대는 투자에 매우 익숙하다. 일확천금이나 로또를 기대하는 것이 아닌, 형편과 상황에 맞게 소신껏 재테크를 하는 명민한 투자성향을 보인다. 과거 빈곤의 시기와 군사정권 시대를 겪은 베이비붐세대가 추구하는 방향과 다를 수밖에 없다. 워라밸을 즐기는 현재의 삶과 노년을 준비하는 미래지향적 사고방식을 지닌 만큼 자신만의 독특한 개성과 차별성을 선호한다.

미술을 대하는 태도 역시 마찬가지다. MZ세대는 베이비붐세대와는 다른 방식으로

온라인 미술 구독서비스 앱 'BGA' ©백그라운드아트웍스



미술시장을 바라본다. 특징 중의 하나가 유명세와 무명세에 공동으로 관심을 둔다는 점이다. 아주 유명한 고가의 작품을 공동구매함과 동시에 그 비용에 준하는 젊은 무명 예술가의 작품을 동시에 매매한다. 무명의 작품을 선택하는 방식도 과거와 다르다. 장식적인 역할로 작품을 선택하는 것이 아닌 예술가 자체에 주목한다. 낯설고 어색한 것을 즐기는 세대답게 이질적이며 불편한 요소를 충분히 수용할 줄 알며 작가의 새로운 시도를 높이 산다.

그러나 미술에 대한 투자는 주식과 같이 손쉽게 사고팔며 이윤을 남길 수 있는 분야가 아니다. 감상가치와 소장가치, 사회적 유산 가치가 공존하는 분야이므로 장기적 시각에서 접근하는 것이 중요하다. 재테크나 투자의 대상으로서 미술품을 생각한다면 사회적 가치로서의 미술품을 생각해낼 수 있는 미술가를 선택할 수 있는 안목을 갖춰야 한다. 눈에 맞는 미술품에 관심을 두는 것이 아닌, 예술가 자체에 대한 활동성과 가치 등에 주목해야 한다.

특히 친구 따라 강남 가는 우는 범하지 말아야 한다. 앱이나 공동구매 사이트에서 10억 원 작품의 한 조각 정도에 100만 원을 투자 했다고 가정하면 1년 후 100만 원이 얼마나 될지, 10억 원 작품이 15억 원에 낙찰되기까지 얼마나 걸릴지, 여기에다 가격이 하락하거나 유찰될 경우까지 꼼꼼히 따져봐야 한다. 1960년대 이중섭, 박수근의 소품 작품이 2천 원이었다가 지금은 십 수억을 넘어가는 가능성을 기대해서는 곤란하다. 당시의 공무원 월급이 1만 원이었으니 지금으로 따지면 1백만 원을 오가는 금액정도 될 것 같다. 지금 투자하면 젊은 시간 내 단돈 몇 만원이라도 오를 것이라는 기대는 애초에 버리는 게 좋다. 아트테크는 장기 레이스다.

국내 최초로 온라인 공동구매를 통해 판매된 김환기 <산월>, 종이에 과슈, 27.3x19.6cm, 1963
©열매컴퍼니



대체자산으로서 미술작품을 보는 안목

아트테크에 입문한 MZ세대를 위해 몇 가지 조언을 하자면 첫째, 현재의 가격과 과거의 가격을 비교해보도록 한다. 이전 가격이 나타나지 않거나 급격한 상승은 의도된 작전일 경우가 많다. 가격을 확인하기 어렵다면 작업노트를 유심히 읽어보면 좋다. 사회가 자신을 바라보는 입장이나 자신의 입장에서 사회를 바라보는 태도를 통해 작가가 추구하는 가치와 성장 가능성을 가늠해본다. 두 번째, 50년이 조금 넘는 우리나라 미술시장에서는 지금부터 시작이라는 것을 명심하자. 정치·경제적 관점에서 소외되었던 1970년대 작품들이 대거 등장하는 시기 이기도 하다. 기본적인 미술사에 대한 정보를 익히며 전문가의 조언을 찾아 듣기를 권한다.

기회는 위기에서 온다. 자본의 힘이 강화되는 21세기에 들어서 예술품이 투기 혹은 투자의 대상이 되면서 돈을 대신할 수 있는 요건이 만들어지고 있음은 분명한 사실이다. 미술품이 경제적으로 투자 가치가 있다는 것은 예술품 자체로 환금성을 지니며 보석이나 부동산과 더불어 대체자산으로서 기능을 하고 있다는 것을 의미한다. 불편하고 불안해도 가야할 길이다. ■

디지털화폐가 전 세계적으로 화제인 가운데 미술시장에 불고 있는 'NFT(Non Fungible Token) 아트' 바람이 심상치 않다. 다른 무엇과도 교환할 수 없는 유일무이한 데이터인 '대체 불가능한 토큰'이 예술계에 미친 영향은 파격적이다. 최근 NFT 아트가 경매시장에서 전통 미술 작품 못지않은 높은 가격에 거래되면서 새로운 개념의 디지털 아트 시대가 도래했음을 실감케 했다. 유행처럼 지나갈 거품일지, 새로운 예술 장르로 자리 잡을지 여전히 논란은 뜨겁다.

실물과 소유에 대한 예술 뒤집기

NFT와 디지털 아트

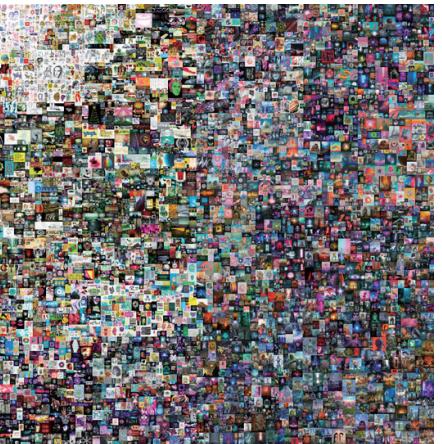


미술계 부의 이동, 디지털 아트

올해 3월, 글로벌 미술품 경매사인 크리스티가 진행한 NFT 경매에서 비플(Beeple)이란 예명으로 활동하는 디지털 아티스트 마이크 워크만의 콜라주 작품 <Everydays: The First 5000 Days>가 6,934만 달러(약 785억 원)에 낙찰됐다. 미술시장은 발칵 뒤집어졌다. 경매 전에는 무명작가에 불과한 마이크 워크만이 이번 경매를 통해 제프 쿤스와 데이비드 호크니에 이어 세계에서 세 번째로 비싼 작가에 랭크된 것이다. 테슬라 최고경영자인 일론 머스크의 최근은 디지털 그림을 경매로 진행해 65억 원을 벌어들이기도 했다. 국내에서는 분산형 NFT 플랫폼인 디파인아트 사이트에서 진행한 경매를 통해 팝아트 작가인 마리킴의 작품 <Missing and Found>이 최초 5,000만 원에서 시작해 6억 원에 낙찰됐다. 경매 운영사로 참가한 피카프로젝트는 마리킴 작품으로 탄력을 받아 최근 국내 최초의 미술품 전용 NFT 마켓 플레이스인 피카아고라를 개설해 눈길을 끌고 있다.

제2의 비트코인, NFT

NFT는 블록체인 기반의 암호화 기술로 작품의 진위, 소유권 등을 입증할 수 있는 기술이다. 한 마디로 교환 가능한 암호화폐가 아니다. 같은 값끼리 대체할 수 있는 비트코인과 달리 NFT는 서로 각자의 가치를 지녀 다른 NFT로 대체가 불가능하다. 개인마다 갖고 있는 고유의 '서명'과도 같은 개념이다. 디지털 파일은 본래 원본과 복사본의 차이가 없다. 온라인상에서 무한 복제가 가능하게 되면 원본을 파악하기 어렵다. NFT는 이러한 성격의 디지털 창작물에 '원본'을 증명하는 역할을 한다. NFT를 적용한 디지털 파일은



마이크 워크만의 JPG 파일인 '매일 첫 5000일(Everdays: The First 5000 Days)'. 실물이 아닌 디지털 파일인 이 작품의 낙찰가는 무려 6934만 달러(약 785억 원)였다. ©Opensea

방귀 소리도 팔리는 NFT?

NFT 시장에서도 활발한 거래가 이뤄지고 있는 분야는 단연 미술이지만 공연 및 설치 예술 분야에서도 NFT를 적용하는 경우가 늘고 있다. 그림에 비해 수명이 짧은 설치 미술 장르에서는 새로운 돌파구로 NFT를 주목한다. 무형의 공연도 마찬가지다. 설치 미술가인 알렉사 메이드는 NFT 경매 플랫폼인 '파운데이션'에 비디오 아트를 판매함으로써 설치물 해체 후에도 자신의 작품을 디지털 기록으로 소유할 수 있게 했다. 역으로, 블록체인 기업 인제티브 프로토콜은 그래피티 아티스트 뱅크시의 작품을 9만 5,000달러(약 1억 원)에 구매한 뒤, 스크린 인쇄물 형태의 원작을 불태우는 과정을 담은 영상을 NFT 파일로 만드는 과격 행보를 선보였다.

그밖에도 NFT 거래 품목은 다양하다. 뉴욕타임스 캐빈 루스의 칼럼 '블록체인으로 이 칼럼을 구매하세요'는 56만 달러(약 6억 3,000만 원), 캐나다 작가 크리스티 킴의 디지털 집 '마스 하우스'는 50만 달러(약 5 억 6,200만 원)에 팔렸다. 이 가운데 NFT의 허상을 비판하기 위해 내놓은 렉스 라미레즈 말리스 영화감독의 방귀 소리 오디오 클립은 실제로 85달러(약 10만 원)에 거래되어 버렸다.

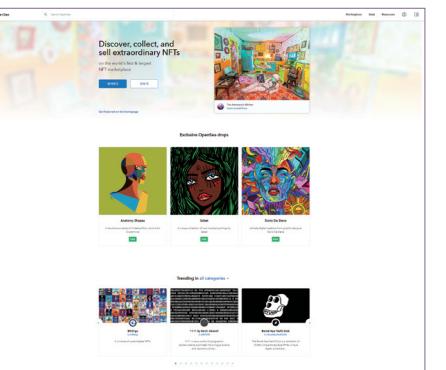
이처럼 값을 매길 수 없는 것마저 거래되는 보이지 않는 시장이 바로 NFT다. 암호화폐의 거품과 불안요소에 대한 우려가 있는 만큼, 고가로 치솟는 NFT에 대해서 경고하는 목소리가 적지 않다. 특히 안전 자산을 담보하는 블록체인이지만 저작권 침해와 소유권에 대한 맹점은 해결돼야 할 난제다. 우리 저작권법은 저작물의 내용, 형식 등의 '동일성을 유지할 권리'를 저작자에게 보장하고 있는데, 저작물에 본질적인 변경을 가하는 것은 원칙적으로 소유권자가 아닌 저작자

만이 할 수 있다. NFT는 실물 작품을 디지털 이미지로 복제, 전송, 전시할 수 있지만 저작권자의 동의가 없다면 저작권 침해가 될 수 있다. 실제로 최근 김환기 화백의 전면점화 <무제>를 포함해 한국 근현대미술 거장들의 작품이 NFT로 제작되어 한국과 미국, 영국 등 22개국에서 온라인 경매로 판매될 계획이었지만 무산됐다. 실물 원본 저작권자의 동의를 얻지 못했기 때문이다.

작품의 구입자에게 큰 목소리를 내기 어려운 신진작가일수록 무단 도용에 의한 NFT 저작권 분쟁에 적극적으로 대응하기가 어려운 게 현실이다. 기술적 맹점도 그렇지만 NFT 거래 관련 제도가 아직 마련되지 않은 것도 이유다.

이미 NFT 아트는 시장 깊숙이 자리 잡았으며 유행처럼 번지고 사라질 유형은 아닌 듯 보인다. 소더비가 NFT 작가 경매 일정을 발표한 것과 국내 최대 경매사인 서울옥션의 자회사인 서울옥션 블루를 통해 NFT 시장에 진출한다는 기사만 봐도 NFT가 언제 꺼질지 모를 위태로운 불씨가 아님을 알 수 있다. NFT가 미래 미술 산업에서 기술 이상의 가치를 지속적으로 창출하기 위해서는 법적 안전장치는 물론, 소비자의 현명한 판단과 꼼꼼한 정보 분석이 반드시 동반되어야 한다. ■

세계 최대 NFT 거래소인 오픈씨(Opensea) 홈페이지 ©Opensea





수천 개의 도자기 속에 빛을 넣은 오브제가 전시장을 가득 채운다. 도자기를 통해 새어나오는 빛이 하나하나 쌓여서 만들어낸 군집적 빛의 형상이 공간을 가득 채우고 그 앞에 선 사람들에게 감동을 선사한다. 장상철 작가의 개인전 <빛, 빛의 반영>이 펼쳐내는 풍경이 이채롭다.

찬란히 빛나는 희망의 전언(傳言)

필록스 조명박물관 <빛, 빛의 반영> 展

위로와 희망, 다채로운 빛의 향연

2021년 필록스 조명박물관의 첫 전시인 장상철 작가의 <빛, 빛의 반영>이 팬데믹으로 지친 이 시대에 빛을 통한 회복과 희망의 메시지를 전했다.

'제10회 필록스 라이트아트 공모전'을 통해 선정된 장상철 작가는 흙이라는 물성과 빛의 어울림으로 장식된 작품들로 공간을 채웠다. 보는 이의 기분과 감정에 따라 다양한 메시지로 전해졌다.

석되는 은유적인 아름다움이 관람객들에게 신선한 감동을 선사했다.

작품은 받아들이는 이에 따라 누군가에게는 희망이 되거나 위로가 되었다. 또는 찬란한 빛과 같은 열정을 깨닫게 했다. 빛을 은은히 품어내는 흙은 든든한 안식처이자 인간이 살아가는 굳건한 토대로 다가오기도 한다. 이처럼 수천 개의 불빛이 만들어내는 상(像)은 보는 이의 기분과 감정에 따라 다양한 메시지로 전해졌다.

**“빛을 은은히 품어내는 흙은
든든한 안식처이자 인간이
살아가는 굳건한 토대로
다가오기도 한다.”**

“흙이라는 물성과 빛이라는 상황의
어울림이 만든 환경의 공간으로 만들고 싶다”

내면의 시선이 비추는 저마다의 빛

필룩스 조명박물관은 십 수 년 전, 우리나라에 빛공해의 의미를 처음으로 알렸다. 빛공해를 주제로 한 다양한 공모전과 특별전을 개최해오며 빛공해로 오히려 빛을 잃어가는 생태환경의 모습을 역설적으로 보여줬다. 장상철 작가의 <빛, 빛의 반영>은 ‘건강한 빛을 추구하고 건강한 지구환경을 가꿔나간다’는 필룩스 조명박물관의 모토와도 맥이 닿아 있다. 6월 13일까지 필룩스 조명박물관에서 진행된 이번 전시는 미래에 인류가 진정으로 필요로 하는 빛에 대한 갈급함과 물음의 해답을 찾아보는 계기가 되었다. ■

지역과 연대하는 예술적 영감의 산실

필룩스 조명박물관

조명박물관은 2004년 설립 이후 빛과 조명을 주제로 하는 전시, 체험, 교육, 축제 등의 다양한 박물관 프로그램을 운영하고 있다. 역사 속 조명문화를 복원·재생시키며 인류의 조명문화를 재발견하는 기획 전시들을 통해 미래지향적인 조명문화를 창조해나간다.

전통 조명, 인더스트리얼 조명, 바우하우스 조명, 근현대 조명, 엔티 조명, 라이트아트 등의 조명 유물과 작품을 대거 소장하고 있으며 빛, 색, 조명과 관련된 교육, 체험, 공연, 축제를 개최하며 관람객과 소통하고 있다. 대표적인 경기 전시로는 라이트아트 공모전, 빛공해 사진·UCC 공모전, 크리스마스 특별전이 있으며 ‘5.5 빛 나는 어린이축제’는 그중에서도 우리나라 대표 어린이 축제로 자리매김했다. 그 외 인더스트리얼 조명 전시, 바우하우스 100주년 기념 전시 등의 조명박물관만의 고유한 기획전을 시즌마다 진행하며 건강한 빛의 문화를 정립하기 위한 행보를 이어가고 있다.



필룩스 조명박물관

주소 : 경기도 양주시 광적면 광적로 235-48
운영 : 평일 주말 및 공휴일 오전 10시~오후 5시
(오후 4시 입장 마감)
문의 : 070 - 7780 - 8911



① Reflection of Light18052, 285x215x70mm, 세라믹, LED모듈, 복합마체, 2018~2021
② Reflection of Light19045 연작, 145x125x110mm, 세라믹, LED모듈, 복합마체, 2019~2021



6세기 동안이나 동양과 서양의 교차점으로 화려한 문화의 꽃을 피웠던 오스만 제국의 정신을 이어받아 동서양의 문화가 골고루 섞인 터키는 유럽의 대중문화에 많은 영향을 끼쳤다. 이번 사례에서는 새로운 문화 강국으로 자리매김하고 있는 터키의 주요 기업 중의 하나인 보루산 홀딩스(Borusan Holdings)의 사례를 살펴본다.

널리 예술을 이롭게 하다

터키 보루산 홀딩스의 문화 예술 지원 사례

터키 문화예술의 미래 보루산의 지속가능한 행보

보루산 홀딩스(이하 보루산)는 터키 이스탄불에 본사를 두고 철강 제조, 자동차 유통, 에너지 발전, 물류 등의 다양한 산업체를 가지고 있는 터키 최대의 기업이다. 보루산의 주요 목표는 터키 경제의 부가가치를 지속적으로 창출하는 동시에 글로벌 시장에 집중해 혁신적인 제품과 서비스를 창출하는 데 있다. 이러한 보루산의 성공 이면에는 강력한 기업 문화가 자리 잡고 있다. 1992년 교육재단 설립과 1997년 문화예술 후원 재단인 보루산 사나트(Sanat) 조직에 이어, 유엔 여성 권한 부여 원칙 UNWEP(United Nations Women's Empowerment Principles)의 첫 번째 서명 기업으로 나서는 등 교육 지원과 문화예술, 성 평등 캠페인에 적극 앞장서고 있다. 특히 문화예술 지원으로 사회 전반을 긍정적으로 변화시키겠다는 보루산의 신념은 각 사업과 활동을 통해 실현되고 있다.

위기 극복의 동력 예술을 향한 확신

보루산은 지역사회와 상생하는 공헌활동을 기업의 사회적 책임으로 생각하며 양성평등, 교육, 문화예술 사업 등 크게 세 가지 줄기를 나눠 지원하고 있다. 첫째, 평등 보루산 플랫폼(Equal Borusan Platform)을 통해 기업 안에서 남녀에게 동등한 기회를 주는 것이며 둘째, 보루산 코카브예크 재단(Borusan Kocabiyik Foundation)을 통해 재능 있는 젊은이들에게

무상 교육 및 장학금을 지원하는 것이다. 마지막으로 셋째, 보루산 문화예술 후원 재단인 보루산 사나트(Borusan Sanat)를 통해 이스탄불 필하모닉 오케스트라, 보루산 실내악단, 보루산 뮤직 하우스를 후원하는 활동이다. 그밖에도 보루산 컨템퍼러리(Borusan Contemporary Art Collection)를 통해 새로운 예술 작품과 출판물 제작을 지원하고 있다.

그중 클래식 음악지원 재단인 보루산 사나트와 미술전문 후원기관 보루산 컨템퍼러리는 보루산 문화예술 후원의 양대 축이다. 보루산 사나트는 1997년에 설립, 이스탄불 필하모닉 오케스트라와 보루산 사중주단의 정기 연주회를 지원하며 이들의 재정은 전부 보루산 사나트를 통해 충당된다. 보루산 컨템퍼러리에서는 전시 이벤트, 교육 프로그램을 지원하고 미술품 및 출판물의 제작 홍보를 담당한다. 2011년부터는 사진, 비디오, 음향, 빛, 소프트웨어, 데이터, 뉴미디어 등 확장된 형태의 현대미술 작업을 하는 국제 아티스트들까지 지원하고 있다. 보루산의 창시자인 아셈 코카브예크(Asim Kocabiyik)는 여러 사회 공헌활동을 지속적으로 펼치는 것에 대해 “나라에 진 빚을 갚고자 한다”고 말한 바 있다. 즉, 어려움에 처한 젊은이들을 지원하여 다음 세대를 훈련하는 것이 나라에 빚을 갚는 방법이라는 의미다. 예술을 교육과 함께 사회 발전을 가능케 하는 가장 중요한 요소로 여겨온 보루산의 기업 신념은 팬데믹에도 불구하고 온라인 전시회와 공연을 펼치며 한 동력으로 작용했다. 특히 코로나19로 인해 재정적 타격이 큰 석 달여 동안 이스탄불 필하모닉 오케스트라에 리허설 비용을 지원했다. 또한 2020-2021년 공연 시즌 동안 보루산 클래식 라디오에서 라이브 콘서트를 계속하여 부족한 재정을 충당하도록 도왔다. 더불어 보루산 사나트에서 후원하는 오케스트라와 실내악단, 객원 아티스트들

“

인생은 평등하며,
예술은 그러한 인생을
더욱 가치 있게 변화시킨다.

”

01 '오피스 뮤지엄' 콘셉트의 보루산 컨템퍼러리 공간
02 보루산 예술의 중심지로 역할하는 보루산 뮤직하우스



보루산의 주요 후원 단체들

보루산 이스탄불 필하모닉(Borusan Istanbul Philharmonic)

보루산 홀딩스의 재정 지원으로 운영되는 터키 최고의 오케스트라다. 사회적 책임 프로젝트인 기부 형식의 ‘스페셜 콘서트’를 열어 젊은 인재들이 명문 학교에서 수학할 수 있는 장학금을 조성한다.

보루산 사중주(Borusan Quartet)

마에스트로 구레르 아이칼(Gürer Aykal)의 지도 아래 2005년 창단되었다. 2010년 뉴욕 카네기홀에서 열린 2010 ICMEC 국제 첼비 뮤직 콩쿠르에서 금메달을 수상한 이력이 있다. 정기 공연 및 국내외 투어 공연을 지속적으로 진행하고 있다.

보루산 뮤직 하우스(Borusan Music House)

보루산 산하 문화예술 후원 재단인 보루산 사나트의 활동을 보다 폭넓게 확장하기 위해 건립된 보루산 예술의 중심지다. 음악과 공연 행사 외에도 다양한 전시회를 개최해 시각 예술을 지원하고 있다.

보루산 클래식(Borusan Klasik)

터키 최초의 유일한 클래식 음악 라디오 채널로 2013년 시작되었다. 불과 석 달 만에 6만 명 이상 청취 기록을 세웠다.

보루산 어린이 합창단(Borusan Children's Choir)

합창단의 거장 굴센 야부즈칼(Gülsen Yavuzkal)의 지휘로 2002년 창단되었다. 9세에서 14세의 어린이들로 구성되어 국경일과 어린이 축제 등 특별한 행사에서 합창을 한다. 다른 문화권의 언어로도 폭넓은 공연을 선보인다.

보루산 컨템퍼러리(Borusan Contemporary)

터키 현대 미술에 대한 관심을 강화하기 위한 목표로 설립된 ‘오피스 뮤지엄’ 콘셉트의 공간이다. 독특한 콘셉트와 예술 감성으로 미디어 아트 분야의 선구자로 자리매김하고 있다.

에페소스 재단(Ephesus Foundation)

10,000년의 역사를 가진 고대 도시 에페소스의 보존을 위한 기금을 모금하고 고대 도시의 홍보를 위해 설립된 재단이다.

함께하는 메세나 - 메세나 가까이 보기 -

동심이 춤추는 희망의 하모니

지난 5월의 첫 주말, 세종문화회관 S씨어터는 아이들의 웃음소리와 콧노래로 가득 찼다. 종근당홀딩스는 어린이날과 가정의 달을 맞아 온 가족이 함께 즐길 수 있는 공연 '종근당 KIDS HOPERA'를 선물했다. '종근당 KIDS HOPERA'는 종근당홀딩스의 문화공헌 사업인 '종근당 오페라 희망이야기'의 10번째 이야기를 기념하며 새롭게 선보이는 종근당만의 어린이 오페라 브랜드다. 희망을 의미하는 HOPE와 OPERA를 결합해 어린이들에게 희망을 전달한다는 의미를 담았다.

'종근당 오페라 희망이야기'는 2011년부터 전국 병원을 찾아 투병생활에 지친 환자 및 가족, 의료진들에게 오페라 공연을 선물하고, 음악을 통한 치유와 희망의 메시지를 전했다. 그 중 어린이들을 위한 오페라 공연인 '키즈오페라'를 통해 어린이 환자들에게 다채로운 볼거리와 음악 공연을 선물하였고 이를 위해 미리 오페라단과 함께 우수한 어린이 맞춤형 오페라 공연 창작에도 힘을 쏟고 있다. 이번 공연은 어린이날을 맞아 지난 10년간 전국 병원에서 만났던 키즈오페라 3편 <안녕? 딸꾹>, <수리수리 도레미>, <칙칙폭폭 씽씽>을 모두 선보였다. ■■■

<안녕? 딸꾹>은 노래만 하면 딸꾹질이 나오는 딸꾹이가 콤플렉스를 넘어 희망을 노래하게 되는 이야기며, <수리수리 도레미>는 실수 투성이 마법사 도레미의 모험과 희망의 여정을 담고 있다. <칙칙폭폭 씽씽>은 꼬마 역장 씽씽이가 'ㅎㅁ'음을 지키며 만나는 친구들과 희망을 노래하는 오페라다.

방방곡곡 HOPERA를 꿈꾸며

공연 후에는 코로나19로 인해 낯설고 답답한 일상을 보내고 있는 어린이들에게 공연이 주었던 즐거운 추억과 설렘이 오랫동안 곁에 머물도록 동화책, DIY 키트, 생활용품 굿즈 등이 담긴 '종근당 KIDS HOPERA BOX'를 선물하였다. 키트 박스 선물은 하반기에 KIDS HOPERA 공연 영상과 함께 전국 병원에 배포될 예정이다. 이로써 전국의 어린이 환우들에게 계속해서 희망을 전하고자 한다. 종근당홀딩스 관계자는 "코로나19로 힘든 시기를 보내고 있는 어린이들에게 작은 선물을 줄 수 있어 뜻 깊게 생각한다"며 "하루빨리 코로나19가 종식돼 전국 곳곳에서 종근당 KIDS HOPERA 공연을 선보이고 싶다"고 전했다. 마지막으로 아이들의 흥겨운 노랫소리가 울려 퍼지길 기대해 본다. ■■■

희망 전하는 오페라 HOPERA를 소개합니다

종근당 오페라 희망이야기

01 10년째 사랑받는 종근당 키즈 오페라 공연 <안녕? 딸꾹> 공연 현장

02 'ㅎㅁ'의 꼬마역장 씽씽이와 친구들의 이야기를 그린 <칙칙폭폭 씽씽> 공연 장면

03 '종근당 오페라 희망이야기' 10년의 스토리를 담은 포토월



글. 박선현(문화사업팀 매니저)

함께하는 메세나 - 메세나 가까이 보기 -

동심이 춤추는 희망의 하모니

지난 5월의 첫 주말, 세종문화회관 S씨어터는 아이들의 웃음소리와 콧노래로 가득 찼다. 종근당홀딩스는 어린이날과 가정의 달을 맞아 온 가족이 함께 즐길 수 있는 공연 '종근당 KIDS HOPERA'를 선물했다. '종근당 KIDS HOPERA'는 종근당홀딩스의 문화공헌 사업인 '종근당 오페라 희망이야기'의 10번째 이야기를 기념하며 새롭게 선보이는 종근당만의 어린이 오페라 브랜드다. 희망을 의미하는 HOPE와 OPERA를 결합해 어린이들에게 희망을 전달한다는 의미를 담았다.

<안녕? 딸꾹>은 노래만 하면 딸꾹질이 나오는 딸꾹이가 콤플렉스를 넘어 희망을 노래하게 되는 이야기이며, <수리수리 도레미>는 실수 투성이 마법사 도레미의 모험과 희망의 여정을 담고 있다. <칙칙폭폭 씽씽>은 꼬마 역장 씽씽이가 'ㅎㅁ'음을 지키며 만나는 친구들과 희망을 노래하는 오페라다.

방방곡곡 HOPERA를 꿈꾸며

공연 후에는 코로나19로 인해 낯설고 답답한 일상을 보내고 있는 어린이들에게 공연이 주었던 즐거운 추억과 설렘이 오랫동안 곁에 머물도록 동화책, DIY 키트, 생활용품 굿즈 등이 담긴 '종근당 KIDS HOPERA BOX'를 선물하였다. 키트 박스 선물은 하반기에 KIDS HOPERA 공연 영상과 함께 전국 병원에 배포될 예정이다. 이로써 전국의 어린이 환우들에게 계속해서 희망을 전하고자 한다. 종근당홀딩스 관계자는 "코로나19로 힘든 시기를 보내고 있는 어린이들에게 작은 선물을 줄 수 있어 뜻 깊게 생각한다"며 "하루빨리 코로나19가 종식돼 전국 곳곳에서 종근당 KIDS HOPERA 공연을 선보이고 싶다"고 전했다. 마지막으로 아이들의 흥겨운 노랫소리가 울려 퍼지길 기대해 본다. ■■■

영디자이너 인큐베이팅

Who 드림그림 참여 멘토

What 사회적 가치를 담은 제품 제작 및 고유의 브랜드 론칭 위한 창업과정과 인큐베이팅 지원



장학생을 돋는 멘토에서, 도움을 받는 신진디자이너로!

한성자동차 드림그림 '영디자이너 인큐베이팅' 프로그램

디자인과 제품에 사회적 가치 더해

한성자동차는 2021년 드림그림 발대식에서 사회공헌 활동이 사회적 가치와 함께 유의미한 수익을 창출하고, 그 수익을 다시 사회에 환원하는 선순환적 구조를 향해 도약할 것을 선언한 바 있다. 올해 시작하는 '영디자이너 인큐베이팅' 프로그램은 이러한 비전이 담긴 사업이다.

드림그림 멘토들을 대상으로 하는 '영디자이너 인큐베이팅' 프로그램은 지난 2월 모집 공고를 거쳐 개인과 단체 각각 1팀을 선발했으며, 이들이 사회적 가치를 담은 제품을 제작하여 고유의 브랜드를 론칭하는 창업과정 및 인큐베이팅을 지원하고 있다. 한성자동차는 드림그림의 멘토들이 신진 디자이너로서 입문할 수 있도록 각 분야 전문가들과 함께 제품 생산부터 마케팅 및 홍보, 그리고 제품 론칭까지 체계적인 멘토링을 제공하고, 이들이 제작한 제품은 추후 드림그림 온라인 스토어를 통해 공개될 예정이다.

이번 개인 부문에 선발된 크레용스튜디오는 그림 그릴 때 주로 사용하는 크레용과 이를 제작하는 작업실을 뜻하는 스튜디오의 의미를 담아 만든 브랜드이다. 크레용스튜디오만의 독특한 패턴 디자인을 입힌 업사이클링 제품을 탄생시킬 예정이다. 단체 부문에 선정된 VANO는 20대의 중간 25세를 일컫는 말, '반오십'의 줄임말로서, 청년 세대에게 작은 휴식을 제공할 수 있는 화분을

제작하고, 소상공인 꽃집과의 상생을 위한 협업제품을 기획하고 있다.

드림그림 멘토에서 신진 디자이너로!

영디자이너 인큐베이팅 프로그램의 첫 시작으로 4월 12일 하이서울유스호스텔에서 오리엔테이션 및 멘토링이 진행되었다. 문화예술 분야 사회적 기업가, 한성대학교 창업R&D센터의 홍성재 교수가 브랜드와 제품에 사회적인 가치와 관련한 강연을 진행했다. '소셜 벤처', '소셜 미션', '비즈니스 모델' 등 사회적 비즈니스 관련 용어를 명확하게 정의하여 영디자이너들이 그들의 브랜드를 명료히 할 수 있는 계기가 되었다. 이어 DPSW 장우진 마케팅 디렉터의 강연을 통해 사회적 가치를 담은 브랜드 스토리를 시각적인 요소로 표현하는 방법에 대해 멘토링을 진행됐다. 소비자 타깃에 맞는 슬로건, 그래픽, 사진, 제품의 재구매를 위해 다양한 활용도가 담긴 이미지에 대한 필요성 등 단계별 마케팅 계획 수립에 필요한 요소에 대한 실질적인 정보들이 제공됐다. 영디자이너에서 선발된 VANO팀 김민경 멘토는 "드림그림 멘토로서 사회적 가치가 담긴 제품을 생산할 수 있는 과정에 참여하게 되어 기쁘다"며 소감을 남겼다. 이번 '영디자이너 인큐베이팅' 프로그램을 통해 드림그림이 추구하는 선순환의 가치가 더 많은 사람들에게 전달 될 수 있을 것으로 기대된다. ■■■

글. 김보현(문화사업팀 매니저)



예술로 치유하는 건강한 사회

한미약품의 메세나 신념

ESG 차세대 주자, 한미약품 사진예술의 정수를 완성하다

전 세계적으로 경영 화두는 단연 ESG (Environmental, Social and Governance)다. 한미약품은 ‘고귀한 생명을 위해 더 좋은 약을 만든다’는 소명의식에 기초해 2017년 제약·바이오업계 최초 CSR위원회를 신설하고, 매년 CSR보고서를 발간하고 있다. 지난해에는 ESG 경영 노력을 인정받아 한국표준협회가 발표한 ‘2020 대한민국 지속가능성 지수’에서 제약기업 부문 1위를 차지했다. 이러한 한미약품의 가치를 올곧게 실현시키는 곳이 바로 한국 사진문화예술의 이정

사진과 음악이라는 확고한 정체성을 바탕으로 지역과 상생하는 예술 후원을 이어가는 한미약품의 행보가 화제다. 한국 사진문화예술의 요람인 한미사진미술관과 한미사진아카데미, 다문화가정 아동·청소년을 위한 음악교육 사업, 장애아동 예술교육을 지원하는 ‘빛의소리희망기금’ 운영 등 예술가와 지역, 소외이웃과 상생하는 한미약품의 노력들이 값지게 다가오는 때다.

표로 역할을 하는 한미사진미술관이다. 한미약품이 설립한 공익문화예술재단인 가현문화재단을 통해 운영되는 국내 최초 사진전문미술관이다. 한미사진미술관은 사진전시를 포함한 작가지원, 학술활동, 국제교류 등 다양한 활동을 펼치며 국내 사진문화예술계에 생기를 불어넣고 있다. 힘겨운 사진예술의 길을 걷고 있는 작가들을 위해 후원 활동을 지속하며 국내 근·현대 사진을 소장·연구하는 한국 사진문화예술의 요람의 기틀을 닦고 있다.

한편, 한미사진미술관은 사진예술 대중화와 사진애호가들의 작가입문을 위해 교육프로그램 ‘한미사진아카데미’를 2012년 개

설하여 운영 중이다. 효율적인 예술사진교육을 위해 여러 작가와 협력하며 체계적인 교육 프로그램을 확립했다. 한미사진아카데미는 완성도 높은 포트폴리오 제작과 전시를 목표로 상향식 단계별 커리큘럼(3년 과정)을 가진다. 사진작가에 대한 평가는 작품집과 개인전으로 이뤄지는 만큼 완성도에 집중한다. 아카데미는 정원 15명 내외로 운영되며 운영기간은 1학기(3월~6월), 2학기(9월~12월)로 나뉘어 진행된다.

한미사진아카데미는 한미사진미술관과 연계해 기성작가와 교육생들의 활발한 교류도 추진한다. 지난 2월에는 러시아 상트페테르부르크 ROSPHOTO에서 진행한 한미



사진미술관 기획 <The Centennial of Korean Art Photography 1920s-2020s> 전시연계 프로그램의 일환으로 온라인 아티스트 토크를 개최했다. 이 자리에서 1980년대 후반, 작가와 기획자로서 활동하며 사진과 현대미술의 조우를 실현시킨 구본창과 현재 영국에서 활동하며 자화상을 비롯한 사진의 새로운 지평 확장을 위해 지속적으로 실험하고 있는 배찬효 작가는 양 기관의 큐레이터들과 함께 전시작과 작업 세계 전반에 대해 이야기를 나누었다.

음악으로 실현하는 한미약품의 사회적 통합과 나눔 가치

기업시민으로서 이웃사회와 상생하는 한미약품의 활동은 음악 분야에서도 활발하다. 대표적으로 국내 다문화가정 청소년들을 지원하는 사단법인 세계시민포럼을 통해 다문화가정 아동·청소년 대상 음악교육 프로그램을 진행하고 있다. 플루트, 피아노, 바이올린 등 음악교육을 통해 기본적인 음악 이론과 연주법을 교육해 아이들의 음악적 재능을 함양한다. 이를 통해 아이들은 자신의 음악적 재능을 확인하고 꿈을 키우는 등 다양한 경험을 체험하고 있다. 올해는 장기화되는 코로나19 방역지침에 맞춰 소수정예로 다양한 영역의 대면·비대면(온라인) 교육을 병행하고 있다. 또한 직업 양성 프로그램을 통한 취업 연계 시스템도 구축할 계획이다.

통해 처음 악기를 시작한 단원들이 최근 음악대학에 합격하거나 직업연주자가 되는 등 고무적인 성과가 나왔다. 현재는 정부 지침에 따른 방역 수칙을 지키며 음악활동을 위한 다양한 방법으로 안전하게 프로그램을 운영하고 있다. 한미약품은 이렇듯 다문화가정을 비롯한 소외 아동·청소년, 장애를 가진 시민이 정서적 안정감을 갖춘 건강한 사회구성원으로 자리 잡을 수 있도록 사회적 책임을 다할 계획이다. ■



01-02 한국 사진예술의 산실, 한미사진미술관 실내외 전경

03 국내 사진예술 발전의 지속 가능성을 실현하는 한미사진아카데미 교육 프로그램

04 장애아동들의 문화예술활동을 지원하는 ‘빛의소리희망기금’ 매칭펀드

05 한미약품 직원들과 의사들로 구성된 메디칼필하모닉오케스트라 공연 무대



현대미술 이끌어갈 작가 양성의 산실 종근당 예술지상 '2021 올해의 작가' 선정

종근당홀딩스는 4월 23일 서울 충정로 종근당 본사에서 '종근당 예술지상 2021 종서 수여식'을 갖고 이재훈, 이해민선, 정직성 등 미술작가 3명을 올해의 작가로 선정했다. 올해 선발된 작가들은 다양한 기법과 소재로 독창적인 작품세계를 구축하고 국내 현대미술의 발전에 기여한 점을 높이 평가 받아 최종 작가로 선발됐다.

성장 가능성을 지닌 신진작가들이 자신의 역량을 마음껏 펼칠 수 있도록 창작활동과 전시 기회를 지원하자는 입장한 회장의 제안에 따라 마련된 종근당 예술지상은 올해로 지원 10년째를 맞아 그 의미가 남다르다. 종근당홀딩스는 한국메세나협회와 대안공간 '아트스페이스 휴' 두 단체와 함께 '기업과 예술의 만남(Art&Business)' 결연을 맺고 '종근당 예술지상' 프로젝트를 후원하고 있다.

종근당 예술지상은 매년 미술계 전문가로 구성된 심사위원들의 두 차례의 비공개 심사를 통해 만 45세 이하의 회화 작가 중 3명의 작가를 선정하고 있으며, 2012년부터 현재까지 총 30명의 작가를 지원해왔다. 선정된 작가들에게는 1인당 연간 1천만 원의 창작금을 3년간 지원하게 되며, 지원 마지막 해에는 기획전 개최 기회를 제공한다.

종근당 예술지상이 사회적인 이슈나 트렌드에 맞춰 운영되는 단발성 프로젝트가 아닌 장기적인 관점에서 젊은 화가를 지원하는 메세나 사례인 만큼, 한국 미술계의 대표적인 작가 지원 프로그램이라고 해도 과언이 아니다.

종근당 예술지상에 선정된 작가들이 유익한 상호 교류를 통해 우리 미술계를 이끌어나갈 중추적인 역할을 해나가길 기대한다. ■



01·02
철저한 방역수칙을 준수한 가운데 치러진
'종근당 예술지상 2021 종서 수여식' 현장



01·02
대원문화재단이 15년째 후원을 이어가고 있는
<서울스프링실내악축제> 포스터(좌)와 올해
진행된 공연 무대(우)

15년 명성 있는 도심 속 클래식 향연 대원문화재단 & 서울스프링실내악축제

대원문화재단이 <2021년 제16회 서울스프링실내악축제>를 후원했다. 대원홀딩스를 모기업으로 하는 대원문화재단은 클래식음악을 집중적으로 지원하고자 2004년에 설립된 이후 <대원음악상> 시상과 <대원신년음악회> 개최, 그리고 <평창대관령음악제>, <서울스프링실내악축제>와 같은 우수한 클래식음악축제를 매년 지속적으로 후원하고 있다.

2021년은 대원문화재단이 서울스프링실내악축제(이하 SSF)와 15년째 동행하는 해다. 대원문화재단은 바이올리니스트 강동석이 음악감독을 맡고 있는 SSF를 축제의 설립 이듬해인 2007년부터 지원하고 있다. SSF는 유럽 등 클래식 본고장에서 활동하는 국내외 정상의 음악인들을 초청하고, 한국의 젊은 음악인들을 등용시키는 균형 위에서 성장했다. 특히, 서양음악과 인문학을 관통하는 프로그램 기획, 밀도 높은 연주력, 클래식음악홀-고택-박물관-미술관-거리 등 다양한 장소에서의 공연, 그리고 서울문화재단과 메세나 기업들의 후원 등 예술성과 공공성이 조화를 이룬 음악제로 평가받는다.

올해 16회째를 맞는 <서울스프링실내악축제>는 작년에 코로나 여파로 가을로 옮겨서 약식 진행되었으나, 2021년에는 다시 봄에 개최되면서 한 해 늦게 베토벤 탄생 250주년을 기념했다. 서울의 예술적 숨결과 문화적 이미지를 알리고자 설립된 서울스프링실내악축제가 표준으로 삼아 온 '질츠부르크 페스티벌'과 '에딘버러 페스티벌'도 공공재원의 지원과 함께 퀴네재단, 지멘스, 버진 머니, 롤렉스, 조니워커 등 여러 분야의 기업 후원이 보태져 오래도록 예술성을 유지하면서도 다양한 관객들을 불러들이며 도시의 활력에 기여하고 있다. ■

젊은 문학인 위한 생애 첫 책 출간 지원
메트라이프생명 사회공헌재단-(주)은행나무출판사
'2021 신진작가 첫 책 지원' 공모



메트라이프생명 사회공헌재단과 (주)은행나무출판사, 한국메세나협회가 함께 한국문학의 미래를 이끌어갈 젊은 작가 발굴을 위한 '2021 신진작가 첫 책 지원' 사업을 공모한다. 공모기간은 2021년 5월 3일부터 8월 31일까지로 등단 5년 이내 작가 중 단행본 출간 경험이 없는 작가를 대상으로 한다. 장편소설, 중단편소설, 청소년 장편소설 중 1편으로 지원하면 된다. 신진작가의 경제적 자립과 성장의 기회를 제공하기 위해 선정 작가에게는 창작지원금 1천만 원을 지원하고, 선정작은 (주)은행나무출판사에서 단행본으로 출간되어 출판된 책에 대한 별도의 인세를 지급한다. 문의: 02) 6487-3055

도시의 내밀한 이야기
태광그룹 세화미술관, <솔리드 시티 Solid City> 展 개최



태광그룹 세화예술문화재단이 운영하는 세화미술관이 4월 21일부터 '도시'를 주제로 한 세 번째 기획 전시 <솔리드 시티 Solid City> 展을 진행 중이다. 이번 전시에서는 미술가, 건축사, 영화감독, 안무가 등 총 9팀의 다양한 분야의 창작자들이 전시에 참여해 미디어, 조각, 사운드, 사진, 설치 등 다채로운 매체를 활용한 총 43점 작품들을 선보인다. 특히 전시장 내 별도의 상영관을 마련해 도시 면면을 담은 영화, 미디어 아트 작품을 상영한다. 세화미술관 홈페이지(www.sehwamuseum.org)를 통해 가상현실(VR) 전시를 무료로 관람할 수 있다.

동심 싣고 날아오르는 자동차
토요타 '2021 드림카 아트 콘테스트' 한국 예선
온라인 시상식 개최

토요타는 지난 4월 2일 '2021 드림카 아트 콘테스트(Dream Car Art Contest)' 입상자들과 온라인으로 한국예선 시상식을 가졌다. 본 대회는 매년 전 세계 어린이들을 대상으로 진행되고 있는 글로벌 프로젝트

로 어린이들이 생각하는 꿈의 자동차를 자유롭게 표현하는 미술대회다. 국내에서 진행된 예선 대회에서는 연령대별로 부문을 나눠 총 9명이 선정됐으며, 수상자들에게는 상금과 함께 각 소속 학교(기관)에 50만 원 상당의 미술 관련 도서를 기증할 수 있는 혜택과 글로벌 본선 진출 자격이 주어진다. 선정 작품들은 토요타 홈페이지(www.toyota.co.kr)의 VR 갤러리를 통해 감상할 수 있다.



지역과 함께하는 예술 아지트
GS칼텍스 예울마루 창작 스튜디오 2기 입주작가 선정



GS칼텍스 예울마루가 예술의 섬 장도에 위치한 예울마루 창작 스튜디오 2기 입주작가를 선정하고 4월 29일과 30일 이틀간 오리엔테이션 시간을 가졌다. 미술계 전문 심사위원들의 심사를 거쳐 최종 선정된 5명의 작가들은 5월 입주를 시작으로 창작공간과 창작금 지원을 받으며 평론가 매칭과 창작 결과물을 발표할 기회를 얻는다. 8월에는 시민들이 직접 참여할 수 있는 지역 연계 프로그램이 진행되고, 10월 중에는 지역 및 예술관계자들이 입주작가의 작업과정을 살펴 볼 수 있는 오픈 스튜디오와 작가들의 프리뷰 전시가 개최된다. 한편 예울마루는 수강생이 예술가와 직접 대면하며 작업현장을 체험하는 <예술가의 작업실에 가다>를 6월 26일까지 진행한다.

낡은 오브제의 신선한 자극

TONG's VINTAGE
:기묘한 통의 만물상

세월의 흔적이 느껴지는 가구나 생활 소품들이 아티스트의 신비한 연금술로 새로운 생명을 얻고, 전시장은 기묘한 사물들이 모여 있는 만물상으로 변모해 사람들의 호기심을 자극한다. 대림 미술관의 특별 기획 전시 <TONG's VINTAGE: 기묘한 통의 만물상>은 환경이란 주제를 무겁게 다루기보다 감각적이고 창의적인 방식으로 일상 속 낡은 물건의 변화를 보여준다. 총 3개 층과 7개의 섹션으로 이뤄진 전시장은 자연분해 속도가 느린 순으로 유리-플라스틱-철-천-나무-종이-친환경 소재로 분류되며, 최근 국내외에서 주목받는 국내 영 아티스트 23팀 특유의 창의적인 손길을 거쳐 새로운 형태의 작품으로 소개된다.



'Gorgeous Glass' & 'Playful Plastic' & 'Irony Iron' 섹션

거울과 유리를 배경으로 자연과 인간의 관계를 차분한 모노톤으로 보여주는 무나씨와 헨 킴의 일러스트, 작가들의 협업으로 완성한 재탄생한 폐플라스틱, 분리된 철제나 금속 재료를 활용한 작품 등이 이어진다.



'Fabulous Fabric' & 'Wonderful Wood' & 'Painted Paper' 섹션

패션 소품에 있는 무늬에서 착안한 안민주의 애니메이션을 시작으로 폐페브릭을 활용해 재활용과 새활용을 알리는 저스트 프로젝트, 오픈플랜, 피스모아의 작업들 그리고 연진영의 패딩 재고를 활용한 의자와 조규형의 형겼으로 된 그림 서체가 전시된다. 아울러 종이 박스를 활용한 가구들도 이색적이다.



'Magical Material' 섹션

땅속에서 자연 분해가 쉬운 재료들로 만들어진 구오듀오의 마스크, 류종대의 옥수수 전분으로 제작된 가구, 바이오 플라스틱을 원료로 하는 위켄드랩의 생활 소품을 배경으로 김현수의 감성적인 네온사인 글귀들과 노즈 스튜디오의 미디어 아트가 펼쳐진다.



TONG's VINTAGE :기묘한 통의 만물상

기간 : 2021.5.20.(목) ~ 7.25(일) *매주 월요일 휴관(단, 전시 마지막 주 7.15(목) ~ 7.25(일) 휴관 없이 연장 개관)

장소 : 대림미술관(서울시 종로구 자하문로4길 21)

관람 : 일상 속 환경실천 사진을 #CHANGEWEMAKE #대림미술관 해시태그와 함께

본인의 SNS에 게재하고, 네이버 예약 사이트를 통해 사전 예약을 한 뒤 미술관

방문 시에 SNS 인증사진과 네이버 예약 페이지를 보여주면 입장 가능

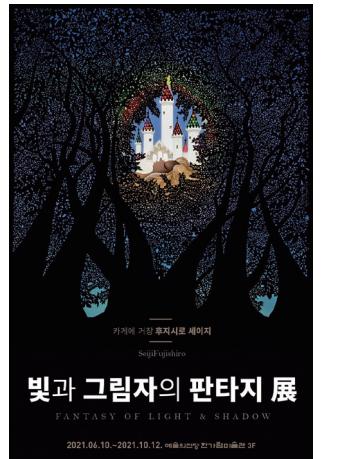
함께하는 메세나
- 예술 NOW -

June
6월

연극 <살아있는 자를 수선하기>
2021.6.1.~6.27. / 국립정동극장(서울)



'카게에' 거창 후지시로 세이지
<빛과 그림자의 판타지> 展
2021.6.10.~10.12. / 한가람미술관



종이를 자르고 셀로판을 조합해 색채를 표현하는 카게에 거창 후지시로 세이지의 대규모 전시가 펼쳐진다. 일본의 디자니라는 친사를 듣는 후지시로 세이지는 동화적 요소뿐 아니라 서사적인 모습으로 영역을 넓혀가고 있다. 11년간 매달린 <천지창조> 시리즈, 7일간 스케치를 해 틀을 잡은 히로시마 원폭동 위로 종이학이 날고 있는 작품 <슬퍼도 아름다운 평화로의 유산> 등이 대표작이다. 초기작인 서유기, 미야자와 겐지의 <은하철도의 밤>을 소재로 한 작품을 비롯해 평화와 사랑 그리고 공생이라는 궁극적인 테마로 150점 이상의 작품이 전시될 예정이다.

노부스 콰르텟 소스타코비치 전곡 연주
2021.6.16. ~ 6.19. / 예술의전당 IBK챔버홀



2021 서울시향 달리아 스타세브스카의
라흐마니노프 ①, ②^③
2021.6.17.~18. / 롯데콘서트홀



달리아 스타세브스카의 지휘로 브리튼의 '진혼 교향곡'과 라흐마니노프의 '교향적 무곡'을 연주하고, 바이올리ニ스트 김다미가 프로코피예프 바이올린 협주곡 제1번을 협연한다. BBC 심포니 소석객원지휘자이자 올레 가을부터 라티 심포니 오케스트라 상임 지휘자로 활동을 시작하는 달리아 스타세브스카는 여성 지휘자로서는 두 번째로 지난 2018년 노벨상 수상 기념 음악회를 이끌며 세계의 시선을 사로잡았다. 서울시향과 함께하는 첫 한국 무대에서 그녀는 1941년 뉴욕에서 초연된 두 편의 교향악적 작품인 브리튼의 '진혼 교향곡'과 라흐마니노프의 '교향적 무곡'을 프로그램 서두와 말미에 소개한다.

연극 <클래스>
2021.6.17.~6.19. / Space111



연극 <우리가 사랑했던 정원에서>
2021.6.22.~7.4. / 세종문화회관 S씨어터



이 작품은 세종문화회관 S씨어터가 실험적 작품을 위해 선보이는 기획 시리즈 '컨템퍼러리S' 프로그램 작품으로, 프랑스 소설가 피스칼 키너르의 동명 소설을 원작으로 한 국내 초연작이다. 시미언 피스 체니와 그의 딸 로즈먼드 그리고 내레이터가 등장하는 3 인극으로, 죽은 아내에 대한 시미언의 사랑과 그리움을 음악과 시적으로 직조된 언어, 아름다운 무대로 구현한다. 오경택 연출과 이진우 작곡가, 황정은 작가가 참여했으며, 극중 시미언 역은 배우 정동환이 연기한다. 내레이터는 김소진, 딸 로즈먼드는 이경미가 각각 맡았다. 이경미는 시미언의 죽은 아내인 에바 역까지 1인 2역을 소화할 예정이다.

함께하는 메세나
- 예술 NOW -

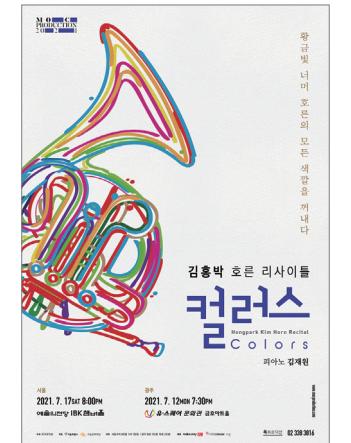
July
7월

김홍박 호른 리사이틀 <컬러스>
2021.7.17. 서울 예술의전당 IBK챔버홀
2021.7.12. 광주 유·스퀘어문화관
금호아트홀



연극 <코리올라누스>
2021.7.3.~7.15. / LG아트센터

2018 평창동계올림픽 개막식 총 연출가로 세계인에게 깊은 인상을 남겼던 연출가 양정웅이 오랜만에 연극 무대로 돌아온다. 그가 5년 만에 복귀작으로 선택한 세익스피어의 <코리올라누스>는 로마를 구하고 침정관에 선출되었던 용맹한 장군 코리올라누스가 민중의 지지를 받지 못해 추방되는 과정과 그 이후에 벌어지는 배신과 복수를 그린 작품이다. 작품의 주인공 코리올라누스 역에는 <페리클레스>에서 강한 존재감을 자랑했던 배우 남윤호가 출연할 예정이다.

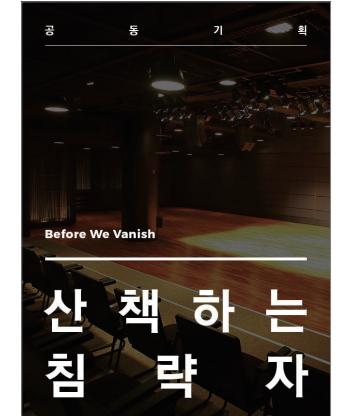


연극 <산책하는 침략자>
2021.7.31.~8.15. / Space111



금호아티스트 Kumho Artists
2021.7.22. 홍민수 Piano
7.29. 신창용 Piano /
금호아트홀 연세

금호아트홀에서 데뷔한 이래, 세계로 그 무대를 넓혀 활동하고 있는 저랑스러운 한국의 젊은 음악가 피아니스트 홍민수와 신창용의 음악 세계를 각각 소개한다. 7월 22일 피아니스트 홍민수가 슈만과 브람스의 작품으로 단단하고 정교한 음악 세계를 펼치며, 7월 29일에는 피아니스트 신창용이 라흐마니노프, 쇼팽, 프로코피예프의 작품으로 화려하고 에너지 넘치는 무대를 이어간다.



전시 <김정기, 디아더사이드>
~2021.7.11. / 롯데뮤지엄



국립오페라단 <서부의 아가씨>
2021.7.1.~7.4. / 예술의전당 오페라극장

국립오페라단이 푸치니의 오페라 <서부의 아가씨>를 국내 초연한다. 1907년 뉴욕을 방문했던 작곡가는 미국 작가 데이비드 벨라스코의 신작 연극 <황금시대 서부의 아가씨>를 보고 영감을 받아 작곡한 작품이다. 어느 날 마을에 숨어든 무법자의 사랑을 아름답게 그려낸 로맨틱 오페라로서 미국 골드 러쉬 시대의 캘리포니아 탄광촌을 배경으로 19세기 미국으로 간 유럽 이민자들의 삶과 애환을 담고 있다. 푸치니 특유의 감미롭고 아름다운 선율이 특징이며 당차고 주도적인 여주인공의 활약이 돋보인다. 이 작품은 2013년 국립오페라단 <돈 카를로>로 호평받았던 마에스트로 피에트로 리초가 지휘한다.



August

8월

김유빈 플루트 리사이틀 <블루밍 바로크>

2021.8.2 / 롯데콘서트홀

2016년 열아홉 살의 나이로 유럽 명문악단 베를린 콘체르트하우스 오케스트라 역사상 최연소 수석으로 임명되며 유럽 본토에서 한국 플루티스트로서 가장 이례적인 행보로 맹활약하고 있는 플루티스트 김유빈의 독주무대다. '블루밍 바로크(Blooming Baroque)'란 주제 아래 바로크 음악이 지닌 활기와 재치, 유머를 전달하며 생명력으로 가득 찬 바로크 음악의 묘미를 전달할 예정이다.



인터내셔널 마스터즈
International Masters

2021.8.12. 스베틀린 루세브 Violin /
금호아트홀 연세

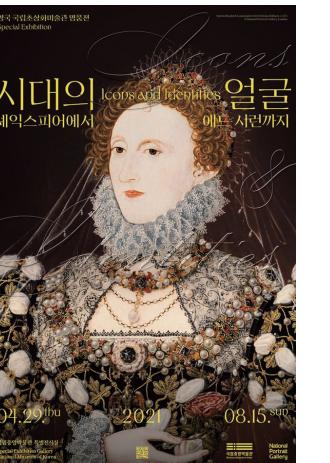
세계적인 거장들의 놀랄 수 없는 내한공연이 펼쳐진다. <인터내셔널 마스터즈> 시리즈가 오는 8월, 세계적 거장의 바이올린 선율로 무대를 채운다. 무결점의 연주로 청중을 사로잡는 바이올리니스트 스베틀린 루세브(Svetlin Roussov)가 바흐, 이자이, 파가니니 등의 독주곡으로 압도적인 카리스마의 연주를 선보인다.



전시 <시대의 얼굴, 세익스피어에서 에드 시련까지>

~2021.8.15. / 국립중앙박물관 특별전시실

국립중앙박물관이 올해 첫 번째로 선보이는 대규모 해외 문화재 특별 전시로 영국 국립 초상화미술관(National Portrait Gallery)이 간직해온 명작 78점을 국내에 처음으로 소개한다. 영국 국립초상화미술관은 1856년에 설립된 세계에서 가장 오래된 초상화 전문 미술관으로 여러 분야에서 저명한 인물들의 방대한 컬렉션을 수집해 왔다. 이번 전시는 500여 년의 시간을 넘나들며 세계 역사와 문화를 빛낸 인물들의 초상화를 한 자리에서 볼 수 있는 국내 최초의 전시다. 전시에 선보이는 초상화는 16세기에 나무판에 그린 것부터 21세기의 휴대폰에 이르기까지 다양한 시대와 형식을 아우른다.



피아니스트의 노트
A Note of Pianist

2021.8.26. 김태형 Piano /
금호아트홀 연세

피아니스트 김태형은 2004년 포르투 국제 피아노 콩쿠르 한국인 최초 1위를 시작으로 다수의 국제 피아노 콩쿠르에서 인정받으며 일찍이 한국을 대표하는 차세대 피아노 주자로 주목받았다. 음악 전체를 아우르는 탁월한 감각으로 다양한 협연 무대에서 독보적인 피아니스트로 자리매김하고 있다. <피아니스트의 노트> 시리즈를 통해 기품 있는 선율을 만들어낸 그의 음악 노트를 면밀히 들여다본다.



2021 서울시향 오스모 벤스케와 윤이상

2021.8.27. / 롯데콘서트홀

유망한 한국 신인 연주자와 한국 현대음악 작품을 적극적으로 소개하겠다는 음악감독 오스모 벤스케의 공약이 가장 이상적으로 반영된 음악회가 한여름에 펼쳐진다. 협연을 하는 바이올리니스트 박수에는 지난 2016년 16세의 나이로 최연소 파가니니 카프리스 전곡 녹음(BIS)을 기록하며 화제를 모은 바 있다. 그녀가 서울시향과의 첫 협연 무대에서 연주할 곡은 윤이상의 바이올린 협주곡 3번이다. 작곡가가 말년인 1992년에 남긴 작품으로 국내에서는 1997년 강동석에 의해 초연된 바 있다. 바이올린 협주곡에 앞서, 정적이고 동양적인 정서를 자아내는 윤이상의 '관현악을 위한 전설: 신라'가 연주된다.



연극 <렁스>

2021.6.26~9.5. / 대학로 아트원씨어터 2관

우리 사회의 문제점은 다소 낯설지만 불편하지 않은 방법으로 꾸준하게 소개하고 있는 영국 작가 던肯 맥밀란(Duncan Macmillan)의 대표작이다. <렁스>는 매사에 진지하고 시리 깊이 고민하고 적어도 좋은 의도를 가지고 행동해야 한다는 신념을 가지고 있는 커플이 평생에 걸쳐 각자의 감정에 대해, 아이를 갖는 것에 대해, 우리를 둘러싼 환경과 세계, 나아가 우리가 사는 지구에 대해, 아니면 적어도 좋은 의도를 갖는 것에 대해 끊임없이 대화를 이어가는 2인극이다. 작품은 개인의 선택이 지구에 미치는 영향에 대해 그리고 그 어떤 상황에도 결국은 사랑이라는 메시지를 전한다.



회장사

벽산엔지니어링

뉴스킨 코리아
뉴욕제과
다진
대성산업가스
대신증권
대우건설
대창스틸
삼성미술관(삼성문화재단)
삼양홀딩스
설원량문화재단
세아제강
유니드
종근당
코오롱그룹
크라운-해태제과
파라다이스문화재단
풍산그룹
한미약품
효성

신성씨에스
신한금융투자
신한은행
신한카드
아시아나HD
아시아나에어포트
아시아나항공
아이피케이
에네스지
에스원
영앤리치 주식회사
오리콤
오비맥주 주식회사
오성정보통신
올림푸스한국
우진
우진건설
원마운트
월드리조트개발주식회사
원포시스
유안타증권
유종아트센터
이건산업
이수화학
인산죽염 주식회사
인터파크 큐브릿지
인하대학교 문화예술교육원
일신방직
일진문화재단
재단법인 송강재단
제우안베스트먼트
제일기획
조선호텔
종이문화재단
주식회사 더성도
지알이파트너스자산운용주식회사
지앤하이어링코리아
청림출판
컨슈미타임스
케이옥션
코리아 투모로우
코스모스악기
코카콜라음료
크레디아프로젝트
클라우드나인마켓
태영건설
템퍼코리아 유한회사
퍼시스
페르페티 반 멜 아시아퍼시픽
필룩스
한국EPSB
한국공항공사
한국광고주협회
한국남동발전
한국무역협회
한국서부발전
한국수력원자력
한국암웨이
한국전력공사

부회장사

교보생명보험
노루홀딩스
동성케미컬
삼성미술관(삼성문화재단)
삼양홀딩스
설원량문화재단
세아제강
유니드
종근당
코오롱그룹
크라운-해태제과
파라다이스문화재단
풍산그룹
한미약품
효성

뉴스킨 코리아
뉴욕제과
다진
대성산업가스
대신증권
대우건설
대창스틸
삼성미술관(삼성문화재단)
삼양홀딩스
설원량문화재단
세아제강
유니드
종근당
코오롱그룹
크라운-해태제과
파라다이스문화재단
풍산그룹
한미약품
효성

신성씨에스
신한금융투자
신한은행
신한카드
아시아나HD
아시아나에어포트
아시아나항공
아이피케이
에네스지
에스원
영앤리치 주식회사
오리콤
오비맥주 주식회사
오성정보통신
올림푸스한국
우진
우진건설
원마운트
월드리조트개발주식회사
원포시스
유안타증권
유종아트센터
이건산업
이수화학
인산죽염 주식회사
인터파크 큐브릿지
인하대학교 문화예술교육원
일신방직
일진문화재단
재단법인 송강재단
제우안베스트먼트
제일기획
조선호텔
종이문화재단
주식회사 더성도
지알이파트너스자산운용주식회사
지앤하이어링코리아
청림출판
컨슈미타임스
케이옥션
코리아 투모로우
코스모스악기
코카콜라음료
크레디아프로젝트
클라우드나인마켓
태영건설
템퍼코리아 유한회사
퍼시스
페르페티 반 멜 아시아퍼시픽
필룩스
한국EPSB
한국공항공사
한국광고주협회
한국남동발전
한국무역협회
한국서부발전
한국수력원자력
한국암웨이
한국전력공사

이사사

고려당
금호문화재단
(주)두산
사라
(주)신세계
이건홀딩스
전국경제인연합회
한국문화예술위원회
한국예술문화단체총연합회
한국자동차
LG연암문화재단
SK SUPEX추구협의회 Social Value위원회

마케팅큐레이터 그룹
메리츠화재해상보험
면사랑
모나미
문화유산국민신탁
미디어윌
베이글카페
보령제약
분아이에프
빌모트 건축사무소 한국지사
삼성SDI
삼성SDS
삼성물산
삼성생명
삼성서울병원
삼성엔지니어링
삼성전자
삼성중공업
삼성증권
삼성카드
삼성화재해상보험
삼양인터내셔널
금호폴리켐
금호피앤비화학
기아자동차주식회사
나라삼양감속기
나라통상
나우피플
남이섬교육문화그룹
네이버문화재단
네이처스웨일리코리아
노루비케미칼
노루오토코팅
노루페인트
뉴서울 컨트리클럽

BMW코리아
BNK경남은행
BNK부산은행
CJ문화재단
D1동일
DL이앤씨
GA KOREA smart city & resort
GS칼텍스
GS칼텍스 예울마루
HK
HSD엔진
IBK기업은행
KBS교향악단
KB국민은행
KEB하나은행
KT
KT&G
LG생활건강
LG전자
LG화학
LH
OCI
POSCO
SK건설
SK네트웍스
SK증권
SK텔레콤
SK해운
SM삼환기업
TCC스틸

회원사

가나아트갤러리

강원랜드
경남스틸
공간그룹
금융투자협회
금호건설
금호고속
금호고속 유스퀘어
금호미쓰이화학
금호석유화학
금호타이어
금호폴리켐
금호피앤비화학
기아자동차주식회사
나라삼양감속기
나라통상
나우피플
남이섬교육문화그룹
네이버문화재단
네이처스웨일리코리아
노루비케미칼
노루오토코팅
노루페인트
뉴서울 컨트리클럽



감사드립니다
(2021.3.17~5.18)

금호문화재단

CJ 문화재단

DL E&C

DOOSAN

GRE
Partners
GS칼텍스
예우마루

LG생활건강

OCI

POSCO

KYOBIN
교보생명

NAVER 문화재단
노루오토코팅

NOROO

DOOSAN 두산연강재단

DOOSAN 두산인프라코어

MEDIAWILL

벽산엔지니어링
삼성SDI SAMSUNG

SAMSUNG 삼성SDS

SAMSUNG 삼성문화재단

SAMSUNG 삼성증권

삼성화재 SAMSUNG

(주)삼양인터내셔널
Samyang

남의문화재단

Seoul Philharmonic Orchestra

SeAH 세아제강

WONIL 세원특수금속

SHINSEGAE 신한은행

신한카드

OSIC

월드리츠개발 주식회사

EAGON

종근당 K Auction

코스모스약기

Coca-Cola 코카콜라음료 주식회사

PARADISE CULTURAL FOUNDATION

POONGSAN

KOEN 한국남동발전
한국문화예술위원회 Arts Council Korea

KEPCO

한성자동차 HAN Sung MOTOR CO.

Hanwha

한화생명

한화손해보험 HYUNDAI DEPARTMENT STORE

HYUNDAI 현대예술관 HYUNDAI ARTS CENTER

THE SUNGDO

면사랑

sunnyung 선명회계법인

UNID (주)유니드

NU SKIN DISCOVER THE BEST YOU.

한화솔루션

BNK 부산은행

다진

DIDONGIL 동성케미컬

GS 칼텍스

CG 글로벌 에너지 서비스
에너스지

New Members(신규 입회)

선명회계법인

선명회계법인은 1995년 선명회계사무소로 출발해 경영컨설팅업무를 수행하는 중소기업 전문회계법인으로 성장을 이어오고 있다. 부동산 분야의 독보적인 전문성과 주식분야의 풍부한 지식과 경험을 보유하고 있는 전문가 집단으로서, 부동산, 세무, M&A 등 자산관리 분야를 총망라하는 '토탈 자산관리 솔루션'을 제공하고 있다.

에네스지

에네스지는 2002년 원자력, 화력, 복합화력 발전설비 엔지니어링 전문회사를 목표로 태동했다. '사람에 대한 신뢰', '기술에 대한 신뢰'라는 두 가지의 경영이념을 가지고 운영되고 있으며, 기업의 사회적 책임과 문화예술에 대한 지원에도 많은 노력을 기울이고 있다. 국내뿐만 아니라 세계 전력시장에서도 독보적인 기술력으로 경쟁하는 글로벌 기업으로 도약할 것이다.



이 제품은 의약외품입니다. GSL-21E067 | 제품명: 가그린 어린이용 플루오르화나트륨 (사과, 딸기, 풍선껌)



- 0% 샐소&알코올 무첨가**
- 불소코팅 충치예방**
- 친환경 분리리밸 적용**

#save2save

어린이 가그린은 친환경 분리리밸과 멀증위기동물을 위한
기부 활동으로 자구의 미래까지 함께 지키고 있습니다.