네이버문화재단, 헬로!아티스트 개최

EXHIBITION

2015 / 11 / 04

채연

젊은 작가를 지원하는 포털의 '큰 손'
네이버문화재단,
헬로!아티스트(http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=220&contents_id=99416&leafId=220)
개최



헬로아티스트×온스테이지 콜라보레이션 공연 실황 2014

한국 포털의 최강자 네이버가 온-오프라인을 오가며 벌이는 '헬로!아티스트' 프로젝트는 신진 미술가를 발굴하여 작가의 작품세계를 쉽게 이해할 수 있도록 돕는 네이버문화재단의 창작자 지원 사회공헌활동이다. 온라인상의 작가 소개와 오프라인 전시라는 2개의 채널을 통해 소개하는데, 올해로 3년차에 불과하지만 그 파급력이 상당하다. 특히 이번에 두 번째로 개최한 오프라인 전시 <헬로!아티스트: 창조하는 자, 그리고 공감하는 자>는 이례적으로 비슷한 시기에 각각 서울과 제주에서 개최한 두 개의 전시를 '오버랩'시켜 더욱 화제가 되고 있다. 제주도 전시장에서는 온라인에서 '네이버캐스트'로 소개된 바 있는 장종완 김상진 강서경 백현주가 오프라인에서 실제 작품을

통해 관객에게 다가간다. 서울 전시장에서는 작가와 관객이 실제로 만나서 교감할 수 있는 다양한 연계 프로그램을 마련했다. Art는 네이버문화재단의 김지아 문화사업부장을 만나 전시의 면면을 살피고 '헬로!아티스트'의 운영 방향도 들어본다.



김상진 〈Air Purifier〉 생화, 유리, 공기청정기, 물 160×100×80cm 2011

Art 이번 전시는 서울과 제주라는 서로 먼 두 지역에서 비슷한 시기에 '오버랩'된다. 이러한 전략의 목표는?

KIM 작가들이 작품 활동의 영역을 넓힐 수 있는 전시공간을 최우선으로 생각했다. 그 결과 제주 아라리오뮤지엄 탑동 바이크샵에서 메인 전시를 선보이게 됐다. 서울에서 제주 전시를 엿볼 수 있는 전시도 병행하여 준비했다. 서울 전시는 작가들의 작업에 대한 생각을 엿볼 수 있는 영상, 작품 제작 과정에서 진행한 리서치 등을 전시한다. 또한 현대미술 강연, 작가와의 대화를 진행하는 등 다양한 전시 연계 프로그램으로 제주 전시와 작품을 간접 체험할 수 있도록 했다. 이는 창작자 지원의 과정과 결과가 이용자에게도 새로운 문화 경험이 되도록 하는 네이버문화재단의 사업 방향과 궤를 같이한다.

Art 역대 '헬로!아티스트' 선정 작가들은 대부분 젊은 신진 작가다. 젊은 작가에 주목하는 이유가 있는가?

KIM 유명한 작가들의 정보 아카이빙은 이미 잘 되어 있다. 이들을 다시 홍보하기보다 일반 대중이 아직 잘 알지 못하지만 역량 있는 작가들, 궁금하지만 자료가 없어 알 수 없는 작가들에 대한

정보를 서비스하는 것이 우리의 몫이라고 생각했다. 그 작가들이 이 시대의 젊은 작가들이 아닐까. '헬로!아티스트'에 소개된 작가들 중에 연령대가 상대적으로 높은 작가들도 일부 있는데 작업 경력은 그리 길지 않다.



강서경 〈Mora 55×40(BOLD)〉 캔버스에 장지, 과슈 55×40×8-cm 2015

Art 회화 조각 영상 설치 등 서로 다른 장르에서 작업하는 4명의 작가를 선보인다. 그런데 네 작가들 간의 연결고리가 무엇인지 다소 모호하다.

KIM '창조하는 자, 그리고 공감하는 자'라는 주제로 진행된 기획전이지만, 그 안에서 작가 4명이 자신의 역량을 한껏 끌어올려 개인전에서 보여 줄 만한 전시를 만들어 냈다. '헬로!아티스트'는 다양한 장르의 작가들을 소개하는 서비스이므로 장르 배분은 매우 중요하다. 4인 작가들 간의 연결고리는 다소 약하게 느껴질 수 있으나, 관객들이 회화 퍼포먼스 설치 영상 등 동시대 미술의 다양한 장르를 경험할 수 있도록 전시를 기획했다.

Art '창조하는 자'(작가)와 '공감하는 자'(관객)가 만나는 지점을 '관객 참여형 시각예술 작품'으로 풀어내겠다는 포부를 밝힌 바 있다. 전시에서 이런 의도가 잘 반영된 작품을 꼽자면?
KIM 백현주 작가의 설치미술 작품인 <세포자살>이 대표적인 사례다. 작가가 완벽한 모습으로 만든 작품을 관객이 개입하여 해체하기도 하고 재구성하기도 한다. 관객의 참여에 따라 작품은 매일 변화하므로, 같은 사람이 재방문했다 하더라도 다른 작품을

보게 된다. 이 작품 안에서는 관객도 '창조하는 자', 작가도 '공감하는 자'가 될 수 있다.

Art 이번 전시를 위해 작가와 협업해 아트상품을 개발하기도 했다.

KIM 작가가 직접 선정한 작품을 바탕으로 파우치(강서경), 노트(김상진), 에코백(장종완) 등을 개발했다. 전시장 뿐 아니라 네이버 본사 그린팩토리 내 브랜드스토어에서도 판매한다. 판매 수익은 전액 작가에게 지급한다. 상품 판매로 인한 경제적 수익은 적을 수 있지만, 작가가 자신의 작품을 새롭게 변형해 관객에게 더 가까이 다가가는 수단으로 사용함과 동시에, 구매자들이 작가의 감각을 생활 속에서 누릴 수 있다는 점에서 의미가 있다.

Art 2014년 전시 때 작가 7팀(안준 안경진 하이브 배윤환 최대진 류권 유목연), 2015년 전시에 작가 4명 등 총 11팀이 참여했다. '헬로!아티스트'에 노출된 53명의 작가 중 약 1/5이 전시에 참여한 셈이다. 작가 선정 기준은?

KIM 작가들에게 전시 응모를 받는데 그동안의 작품 활동, 실행 가능성, 발전 가능성, 작품성 등을 기준으로 선정 작가를 가린다. 네이버문화재단 문화사업팀과 미술계 전문가로 구성된 작가선정위원회가 2~3번의 회의를 통해 최종적으로 결정한다. '헬로!아티스트'에 소개된 작가들이 지속적인 작업 활동을 해나갈 수 있도록 오프라인 전시를 함께 기획하므로 좋은 전시를 만들고자 하는 작가들의 적극성과 참여 의지도 중요하게 본다.

Art 작가 선정 이후 실제 전시 기획과 실행 과정에서 외부 선정위원들의 역할은?

KIM 작가선정위원회에서는 작가들을 추천하고 응모 작가 심사를 맡는다. 전시 기획에 참여해 협업하기도 하고 자문 역할을 수행한다. 작가선정위원회는 주기적으로 변경되는데 현재는 이슬비(월간미술 기자) 김인선(스페이스윌링앤딜링 대표) 임산(동덕여대 큐레이터학과 교수) 황정인(프로젝트스페이스사루비아다방 큐레이터) 등 4명으로 구성돼 있다.



백현주 〈Everything is borrowed〉 네온, 알루미늄, 간판, 타이어 외 혼합재료 가변크기 2013

Art ‘헬로!아티스트’ 네이버캐스트는 젊은 작가의 작품 비평문을 바로 찾아볼 수 있다는 점이 큰 매력이다. 온라인이다 보니 이용자들의 반응도 피부로 와 닿을 것 같다.

KIM 이번 전시의 경우가 특히 그렇다. 전시 내용을 담은 게시물 포스팅을 통해 ‘창조하는 자와 공감하는 자’라는 기획에 대해 일반 대중의 공감을 확인했다. 무엇보다 작가의 언어로 쉽게 전시와 작가의 작품 세계에 대해 알 수 있다는 점에서 많은 호응을 얻었다. 또한 소개된 작가를 통해서 잊고 있던 동창생, 군대 선임 등 오래된 인연들을 다시 만났다는 사연도 종종 듣는다. 이용자들의 반응을 댓글로 바로 볼 수 있는 것이 운영하는 입장에서도 재미있는 부분이다.

Art 한편, 음악과 문학 분야의 온-오프라인 콘텐츠 사업도 함께 진행한다. 각각의 사업에 대해 간단히 소개해 달라.

KIM ‘헬로!아티스트’ 외에 인디 뮤지션에게 라이브 공연과 양질의 영상 제작을 지원하는 ‘온스테이지’, 고전을 통해 오늘의 삶을 조명해 보는 인문과학 강연 프로젝트인 ‘열린연단: 문화의 안과 밖’, 청소년 문화예술 교육사업인 ‘Read ME’ 등의 재단 사업을 진행하고 있다. 온라인 플랫폼을 기반으로 하여 다양한 문화예술 창작자들을 소개하고 그들의 꿈을 펼칠 수 있도록 지원하는 것이 최우선의 목적이다.

Art 전시 이후 '헬로!아티스트'의 후속 사업은 무엇인가? 한국어 외에 다른 언어로 서비스할 계획도 있는가?

KIM 온라인상의 작가 소개 및 오프라인 전시는 계속된다. 나아가 레지던시나 출판 지원 등 다양한 지원 방법을 고민하고 있다. 현재 소개되는 작가별 영상은 영문 자막 서비스도 하고 있다. 작가들이 해외 활동 시 포트폴리오로 사용하는 사례가 늘어나면서 작가에게 더욱 실질적으로 도움이 되는 방안을 모색 중이다.



김지아 / 네이버문화재단 문화사업부장. NHN(현 네이버) 마케팅 및 인사이트팀(2007~2012)에서 다수의 리서치와 문화행사를 기획, 진행했다. 하쿠호도제일 광고기획팀(2002~2007)에서 대우건설, 제일모직, 렉서스 등의 광고를 만들었다. 한국외국어대학교 일본어과 졸업.