

[Autumn Preview] 대한민국 미술축제

대한민국미술축제 김현진

쉽고 재밌는 '미술-여행-교류'

2024 / 09 / 20

이현

대한민국 미술축제 9. 1~11 미술여행주간 & 9. 2~8
서울아트위크 외
한국문화예술위원회는 한국 미술 활성화를 위해 2015년
'미술주간'을 추진했다. 2018년부터 예술경영지원센터가
미술주간을 주관하고, 작가 중심의 행사를 전 국민 축제로 크게
확장했다. 올가을 미술주간은 '대한민국 미술축제'로 개칭하고 또
한 번의 혁신을 시도한다.



2024년 대한민국 미술축제 키비주얼.

— 2015년 제1회 미술주간은 서울을 중심으로 꾸러졌다면,
2회부터는 대상 지역을 전국으로 크게 넓혔다. 미술주간의
정체성과 비전은?

Kim 먼저 올해 미술주간 행사가 '대한민국 미술축제'로
변경되었다. 이름이 바뀌면서 축제 기간이 기존 9월 1일부터
11일에서 9월을 중심으로 한 하반기로 늘어났고, 서울아트위크,

키아프 & 프리즈 서울, 광주비엔날레, 부산비엔날레 등 메가 이벤트 간 협력을 강화하는 방향으로 잡았다. 하반기에 열리는 주요 전시와 행사를 통합해서 홍보하고, 관람료 할인, 전시 해설, 체험, 창작 워크숍 등 부대 프로그램을 확대 운영한다. 대한민국 미술축제는 전 국민을 대상으로 '미술은 쉽고 재밌으니, 전시를 관람하고, 미술을 소비하세요'라는 메시지를 전달하는 캠페인이다. 2021년 1인당 국민 총소득이 3만 5천 달러를 돌파하고, 이견희컬렉션을 기점으로 미술에 대한 대중의 관심이 폭발적으로 커지면서 미술관을 찾는 사람의 숫자도 눈에 띄게 증가했다. 앞으로 미술관을 방문하는 일이 영화관에 가는 것처럼 일상적인 풍경이 되리라 기대한다.

— 예경이 미술주관을 주관하면서 '미술주간 통합 이용권'이 처음 출시됐다. 여기에 철도권 패스 제작, 연예인 홍보대사 초청, 온라인 플랫폼 활용, 수어 해설 도입 등 꾸준히 변화를 모색하고 있다.

Kim 예술위는 예술창작을 지원하는 기관인 만큼 아르코미술관에서 작가를 조명하는 전시 프로젝트로 시작해, 이듬해부터 전국 전시 기관과 연계하여 관람료 할인을 제공하고 야간 운영 확대, 체험 및 창작 워크숍 강화, 미술여행순으로 프로그램을 점차 확대했다. 예경으로 사업이 이관된 초기에는 적은 예산이지만 자체 기획 프로그램 운영에 집중했다. (2024년 대한민국 미술축제 예산은 6억에 불과하다. 올해뿐 아니라 매년 6~8억 예산으로 사무국을 운영하고, 프로그램을 기획하고, 광고를 집행한다.) 2023년부터 예산 부족의 한계를 극복하고자 미술축제 참여 기관의 행사를 주제별로 묶어 큐레이션 홍보 강화에 주력했다. 작가 미술장터 지원 사업 공모에는 9월 미술축제 중 개최 시 우대 조건을 걸었고, 차세대 작가 프로모션 전시 지원 사업을 신설하는 등 미술축제 기간에 다양한 행사가 개최되도록 유도했다.



2023년 미술주간 행사 전경. 김포국제공항에 신이철과 장승효의 <로보트테크브이>가 설치되었다.

— 미술주간은 2023년부터 본격적으로 '프리즈 워크'를 겨냥했다. 기존의 국문 가이드북을 영문으로 번역해 전국 전시장에 비치하고, 차세대 작가 프로모션 전시를 기획했다. 지난해 성과는 어땠는가?

Kim 키아프 & 프리즈로 해외 미술 관계자 1만 명이 방한한 가운데, 한국 차세대 작가를 소개하는 전시를 미술관, 공방, 도서관, 공원, 고택까지 확대해 한국 미술의 다양성을 널리 알리려 했다. 2023년 미술주간 동안 300여 곳에서 71만 명이 전시를 관람했다. 차별 없는 예술향유 확대를 위해 전시 관람이 어려운 외국인, 장애인, 한 부모 가정 어린이를 특별 초청한 전시 해설 프로그램과 초등학교 교실로 찾아가는 예술+기술 창작 워크숍 프로그램도 힘주어 운영했다. 사실 아무리 잘해도 메가 이벤트를 이길 수 없으니, 조금 이르게 7월 5주부터 홍보를 시작해 매주 하나씩 이슈를 던지며 미술축제에 대한 기대감을 고조하는 전략을 썼다. 8월 3주 차에 유튜브 채널 스프스 뉴스와 협력해 만든 미술주간 홍보 영상은 공개 2주 만에 50만 명이 시청했다. 타이밍이 좋았던 덕분에 현장에서 '홍보 잘한다'는 칭찬도 좀 들었다.

— 지금 한국에서 프리즈 서울은 막강한 힘을 가졌다. 그동안 9월은 비엔날레의 달이었다면, 이제는 전국의 미술기관이 연중 최대 하이라이트 전시를 준비한다. 프리즈 서울의 영향력을 어떻게 체감하는가?

Kim 세계적인 공연 축제로는 영국 에든버러와 프랑스 아비뇽페스티벌이 있다. 공연을 전공하지 않아도, 공연계에서 활동하지 않아도, 에든버러는 1999년 <난타>의 해외 진출의 교두보가 되면서 누구나 한 번쯤 들어본 이름으로 기억된다. 프리즈 서울도 마찬가지다. 한 번도 아트페어를 경험해 보지 않은 사람들에게도 프리즈 서울은 기대와 동경, 부러움이 뒤섞여 한국 미술시장에 대한 대중의 관심을 일시에 증폭시키는 계기가 되었다. 프리즈의 서울 상륙이 한국 미술시장의 성장에 중요한 분기점이 되리라 생각한다.



2024년 예술경영지원센터의 '작가미술장터' 사업으로 속초아트페어가 열렸다.

— 올해 대한민국 미술축제의 목표는?

Kim 키아프 & 프리즈 서울과 같은 시기에 광주와 부산에서도 비엔날레가 열리므로 한국 미술의 다양성을 보여주고, 미술을 테마로 한 도시 관광을 제안하기에 더없이 좋은 기회이다. 이를 위해 지자체와 주요 전시 기관 300여 곳, 한국관광공사, 한국철도공사, 인천·한국공항공사, 재외문화원 등과 협력하고 있다. 특히 인천국제공항공사, 한국공항공사와 대한민국의 관문인 인천, 김포, 김해공항에 한국 작가의 미디어아트와 대형 설치작품을 전시하고 있다. 한국철도공사와는 KTX 승차권과 광주·부산비엔날레 입장권을 묶은 철도관광상품을 판매 중이다. 키아프 & 프리즈 서울을 계기로 한국을 찾은 해외 미술계 인사가 광주, 부산까지 들러 한국 미술계와 네트워크를 확대하고, 다양한 한국 작가와 작품을 만나기를 바란다.

— 올해의 주요 프로그램도 소개해 달라. 작년과 다르게 새롭게 기획된 내용이 있다면?

Kim 미술을 테마로 한 도시 관광 활성화를 위해 국영문 혼용 미술축제 가이드북에 권역별 주요 미술 기관의 위치를 기록한 지도를 담았다. 또 올해는 강남구청과 협력해 강남역과 삼성역 일대 대형 미디어 전광판 1,800여 곳에 미술축제 포스터를 송출하고, '청담나이트' 셔틀버스를 운행한다. 셔틀버스는 9월 5~6일 코엑스와 압구정, 청담동 일대 미술관과 화랑 10여 곳을 순환한다.

— 한국 미술의 건강한 생태를 위한 공공 기관의 역할이 무엇이라고 보는지?

Kim 공공은 민간이 스스로 해결하기 어려운 문제를 풀어내는 역할을 해야 한다. 가령 미술을 테마로 한 도시 관광 활성화라는

측면에서 민간의 수요와 정책적 목표가 분명함에도, 외국인을 위한 미술테마 관광 상품 만들기가 어려웠다. 외국인 대상 글로벌 예매 웹 사이트에는 모바일 티켓 1장당 2회 검표 기능이 개발되지 않아 광주·부산비엔날레 통합권을 판매할 수 없었고, KTX 연계 비엔날레 입장료를 할인하는 철도관광상품도 다국어 번역을 제공하지 않아 한국어를 모르면 구매하기 어려운 구조이다. 미술테마 관광을 활성화하려면 상품을 개발, 판매하는 여행사와 플랫폼이 늘어야 한다. 여기에 필요한 자원과 기관 간 협력을 만들어내는 것이 공공의 역할이라고 생각한다.

— 한국 미술 활성화를 위한 노력에 감사드린다. 덕분에 전 국민이 올가을 아트워크를 더욱 풍성하게 즐기리라 기대한다.



김현진 / 예술경영지원센터 시각유통팀장. 공연정보팀장 및 교육컨설팅 담당, 한국문화예술위원회 아르코예술극장 홍보 역임.