

Style

조선일보

JANUARY 2019
vol.183



Cartier

PANTHÈRE DE CARTIER COLLECTION

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906



Zip Antique Ludo necklace
transformable into a bracelet,
rubies and diamonds.





23.75 캐럿 골드

손수 도금한 한정판을 다이슨 공식 온라인 스토어에서 만나보세요



손수 도금한 다이슨 슈퍼소닉™
헤어 드라이어 23.75 캐럿 골드는
정교한 엔지니어링과 장인정신의
완벽한 조화로 태어났습니다.

kr.dyson.com 에서만 단독으로
만나보실 수 있습니다.

dyson supersonic

강력한 디지털 모터.
빠른 건조를 위한 설계.

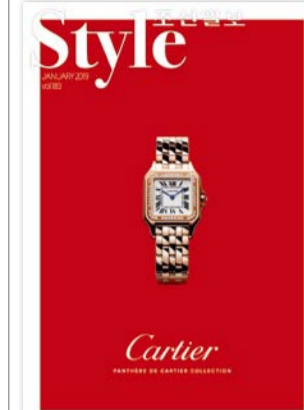




34



36



표지의 팬더 드 까르띠에 주얼리 워치는 세련된 품격, 자신만의 확고한 스타일을 추구하는 현대 여성의 이지미 그 자체를 담고 있다. 표지 속 저울은 팬더 드 까르띠에 주얼리 워치의 미디엄 모델로, 퀴츠 무브먼트를 장착하고 브릴리언트 컷 다이아몬드를 세팅한 18K 핑크 골드 케이스, 다이아몬드를 세팅한 크라운, 실버 마감 다이얼, 검 모양의 블루 스틸 핸즈, 18K 핑크 골드 브레이슬릿으로 완성했다. 문의 1577-7277

WHITE CUBE

Creative Network

ART + CULTURE

간헐적 전시를 제공하는 온라인 플랫폼인 화이트 큐브가 있다. 그 전시장을 통해 전시를 관람하는 것은 본래의 전시보다 빠르고, 어떤 전시를 보든, 전시가 언제든 어디서든 가능하다. 또한 전시를 관람하는 것은 전시를 관람하는 것보다 빠르고, 어떤 전시를 보든, 전시가 언제든 어디서든 가능하다. 또한 전시를 관람하는 것은 전시를 관람하는 것보다 빠르고, 어떤 전시를 보든, 전시가 언제든 어디서든 가능하다.

34 ARTIST PRESENT

32

30



10

- 12 **ART IS IN OUR DNA** 우리는 예술성이 중요한 덕목으로 꼽히는 소비시장의 일원이다. 산업의 예술화 경향은 20세기 초반부터 일찌감치 지적되어왔지만, 요즘은 기업 같은 조직이나 개인이나 예술적 요소를 배제한 채 존재하기 힘든 것 같다. 똑똑한 브랜드는 자마다 어떤 문화 예술적 행보를 펼치고 있을까?
- 14 **COLOR OF MINE** 당신의 손목을 물들일 매력적인 컬러 다이얼 워치의 향연.
- 15 **MAD BUT SWISS** 스위스 메이드 시계의 기술력과 워치 혁신가로서의 뜨거운 열정이 결합된 로저드브뤼의 신제품 워치를 만나는 특별한 시간.
- 16 **CREATE YOUR OWN STORY** 스위스 브랜드 미도(MIDO)의 현재를 반영하는 비론첼리 레이디 데이 앤 나잇과 가까운 미래가 될 레인 플라워 건축을 담은 시계 미학의 면모를 살펴본다.
- 18 **COVER GIRL** 눈부신 겨울을 위한 핫 코트 패레이드.
- 26 **HAUTE REJUVENATION** 스위스 럭셔리 스킨케어 브랜드 라프레리가 최첨단 과학기술을 집약한 원료와 결합해 '플라타늄 라이 벨루라' 라이프 로션을 선보였다.
- 27 **WINTER SOLE MATE** 스칸디나비아 스타일의 덴마크 슈즈 브랜드 에코(ECCO)가 울거울을 따뜻하게 보내도록 도와줄 아주 특별한 부츠를 출시했다.

SPECIAL ART + CULTURE

- 30 **'묘법의 영도(霧度)'를 향한 여정** 울릉 국립현대미술관에서 첫 대규모 개인전을 개최할 예정인 박서보의 기나긴 창조적 여정, 그 뿌리를 들여다본다.
- 32 **비움과 채움, 차유와 미학** 비움과 채움이 교차하는 박서보의 전시 현장에 가본다.
- 33 **ON THE MOVE** 25년여 전 작은 프로젝트 공간처럼 차린 화이트 큐브(White Cube) 갤러리는 정쟁한 스타 작가들과 함께하며 큰 굴곡 없이 성공 가도를 달려왔다. 비유권권 작가들에게도 관심의 촉수를 조용하게, 하지만 전략적으로 뻗치고 있는 화이트 큐브의 행보.
- 34 **픽통의 도시에서 오리지널의 도시로, 상하이 블루스** 근래 상하이 홍콩에 비해서도 손색없는 아트 도시로 급성장했음을 여실히 증명했다. 홍콩의 대항마이자 아시아의 베니스이며, 뉴욕이고, 파리가기도 한 상하이. 대체 그 정체가 뭐일까?
- 35 **'문화 예술 허브'를 둘러싼 아시아 도시들의 행보** 상하이, 베이징, 타이베이 등 크리에이티브 허브를 둘러싼 아시아 도시들의 흥미로운 행보를 살펴본다.
- 36 **IT'S HIP!, IT'S COOL!** 고고하게 느껴지던 '컬렉터의 문턱'이 낮아졌고, 미술을 향유하는 계층과 방식도 갈수록 다양해져는 양상이다. 요즘 국내 미술관과 갤러리에서 열리는 전시의 상황을 살펴봐도 이러한 현상이 두드러진다.
- 38 **EVA ARMISÉN** 현재 예술의전당에서 열리고 있는 '집(home)'을 주제로 한 대규모 전시의 주인공인 스페인 작가 에바 아르미손(Eva Armisén). '행복을 그리는 작가'라는 수식어에 걸맞게 그의 그림에는 긍정 에너지가 가득하다.

©TIFFANY & CO. SWISS WATCHES SAGL 2019.



Style 조선일보

Issue.183 January 2019

대표 | 방정오 cbang@chosun.com
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com
 피처 디렉터 | 고성현 amazingk@chosun.com 에디터 | 이혜미 hmlee0909@chosun.com
 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com 교열 | 이경현
 광고 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com
 이경희 ih5567@chosun.com 분해·재판 | 새빛 그래픽스 인쇄 | 타라티피에스
 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 서빙고로 413 현대 하이패리는 비즈나스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5339



stylechosun.com

매월 첫째 주 수요일에 발행하며 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동, 동부이촌동, 평창동, 성북동, 경기도 성남 분당구, 부산 해운대구, 수원구, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.
 ※ 3·4·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일에 각주로 두 번 발행합니다.
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다. ※ 스페셜 에디션은 일로 발행됩니다.

〈스타일 조선일보〉 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트를, 실질적인 정보의 리서치 브랜드 갤러리, 품격 있는 라이프스타일을 제안하고 지원하는 다양한 콘텐츠를 준비하고 여러분을 기다리고 있습니다. 또 과학화를 언제 어디서나 온라인으로 구독할 수 있는 'E-magazine'이 여러분과 〈스타일 조선일보〉를 더욱 가깝게 만들어드립니다. 리서치 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 〈스타일 조선일보〉 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

TIFFANY & CO

ATLAS® WATCHES
Tiffany.rk

PLATINUM RARE
CELLULAR LIFE-LOTION

WHERE HAUTE-REJUVENATION BEGINS



LA PRAIRIE CREATES HAUTE-REJUVENATION, A FUSION OF HERITAGE ROOTED IN SWISS CELLULAR SCIENCE, METICULOUS SAVOIR-FAIRE AND THE BOLD USE OF RARE PLATINUM - REJUVENATION ELEVATED TO ITS PINNACLE. IT BEGINS WITH THIS ESSENCE-IN-LOTION THAT RENEWS, RESETS. FOR SKIN THAT IS FULL OF LIFE.

Book
〈예술의 모든 순간에 존재하는 갤러리스트〉

우리 중 대부분은 갤러리스트라는 존재를 알고 있다. 하지만 갤러리스트의 실체를 명확히 설명하기는 어려울 것이다. 작가를 선별하고 후원하며, 작품 가격을 결정하고 판매해 작가와 이익을 공유하는 이들. 따라서 위대한 예술가와 중요한 미술의 흐름이 탄생하는 데 결정적인 역할을 하는 이들이 바로 갤러리스트다. 그럼에도 갤러리스트는 영리를 취한다는 이유로, 또는 상대적으로 규모가 크지 않은 예술 산업에서 활동한다는 이유로 전문 경역자로서 크게 인정받지 못한 게 사실이다. 이를 안타깝게 생각한 저자 김영애는 프랑스에서 오랜 시간 미술사를 공부한 경력과 지난 10여 년 동안 미술 시장 현장에서 쌓은 폭넓은 경험을 토대로 갤러리와 갤러리스트의 역할에 대해 자세히 소개하고자 책을 써 내려갔다. 〈예술의 모든 순간에 존재하는 갤러리스트〉는 카스텔리 갤러리의 레오 카스텔리, 가고시안 갤러리의 래리 가고시안, 화이트 큐브의 제이 조플링 등 유럽과 미국에서 현대미술 시장의 성공을 주도한 업계 최고의 갤러리스트를 비롯해 존슨 창과 로렌트 헬블링, 호세 쿠리와 모니카 만수 등 아시아와 남아 지역을 중심으로 새로운 길을 개척하고 있는 갤러리스트까지 다양하게 소개한다. 생생한 녹취록과 인터뷰를 통해 유명 전시와 컬렉션이 성사된 과정, 흥미로운 현장 이야기를 접할 수 있다. 더불어 세계 미술 시장의 전반적인 동향까지 실릴 수 있는 책인 만큼 예술가, 컬렉터, 예술 애호가, 예술 경영 전공생뿐 아니라 경영학, 심리학 전공생 모두에게 권장된다. 가격 1만8천원(마로니에북스), 에디터 **이혜미**



Jewel
WISH YOU LUCK

한 해의 시작점에 행운과 긍정의 기운을 가득 불어넣어줄 의미 있는 주얼리 컬렉션.

(우유티 시계 방향으로) 네이클러를 표현한 매지 알렌브라 네크리스 6백70만원대 **반클리프 아펠**, 행운의 부작을 의미하는 아틀레드 드 카르레에 네크리스 가격 미정 **카르레에**, 양쪽 끝의 링을 타석에 궁장의 예지를 얻는 포제션 오픈 벵글 1천5백만원대 **아미제**, 변형을 상징하는 공작의 부조를 형상화한 비미라브 브라이슬라가 격 미정 **소메**, 성공을 상징하는 석세스 벵글 1천5백만원대 **프레이드**, 매지 알렌브라 비트윈 더 플라기 8백30만원대 **반클리프 아펠**, 미래로 향하는 열성을 뜻하는 타파니 키 컬렉션 네크리스 가격 미정 **타파니**, 행운의 별 모티브를 응용한 로즈드랑 브레이슬릿 가격 미정 **다울 피닌 주얼리**, 행복을 의미하는 세인 클라버를 형상화한 타파니 페타르 플라워 디아몬드 오픈 링 8백만원대 **타파니**, 핑크·화이트골드 석세스 링 8백30만원대 **프레이드**, 에디터 **이혜미**

INSIGHT

편집부가 엄선한, 국내 및 해외에서 각광받는 이들의 최신 트렌드 & 주목할 만한 소스들.

Fashion
EVERYTHING OLD IS NEW AGAIN

트렌드의 화실이 1980년대를 겨냥한 2018년 F/W 시즌, 런웨이는 어느 때보다 강렬한 레트로 무드로 가득했다. 이질하게 짙은 핑크와 동상한 어깨, 화려한 플로럴 프린트가 어우러진 생 로랑의 파티 드레스를 필두로 빈센트는 애니멀 패턴의 향연이 이어진 톱 포드, 과장된 실루엣과 내온 컬러가 한눈에 봐도 과거의 그것을 꼭 빼닮은 마크 제이콥스의 수트까지, 그 밖에도 발렌시아가, 자황시, 구찌, 베르사체 등 일일이 나열할 수 없을 만큼 많은 브랜드가 정확히 30년 전으로 회귀한 듯한 룩을 선보였다. 그리고 이어진 2019년 크루즈 컬렉션에서도 패션 월드의 시선은 여전히 과거로 향한 모습이다. '어글리 시크'로 대변되는 1990년대 무드를 완벽하게 재현해 상하의 모두 청형색의 프린트로 물들인 프라다, 샤넬, 에일리오 푸치, 베르사체, MSGM 등이 대표적인 예. 그뿐 아니라 루이 비통은 1960년대 모드 룩을 연상시키는 각종 스트라이프, 도트 등 기하학 패턴과 진전한 플리워 프린트를 세련된 방식으로 해석하며 찬사를 얻었고, 에트로는 크루즈 컬렉션 키 아이템으로 1970년대에 유행한 바이아스 컷의 미디 드레스를 여러 벌 선보이며 이목을 끌었다. 에디터 **이혜미**



Beauty
ULTIMATE CARE

극도로 건조하고 차가운 바람에 유해 물질을 포함한 극심한 미세먼지까지, 아무도 모를 밤의 겨울철 두피는 털모에 노출되기 쉽다. 이럴 때일수록 노폐물 제거, 활력순환 개선, 영양 공급, 보습 등 다방면의 두피 케어가 필요하다. 샴푸, 세럼, 에센스, 오일 등 다재로운 스킨케어의 두피 케어 제품을 엄선해 소개한다.

(왼쪽부터) **산티아리아 노발라 샴푸 인티포르포라**는 각질, 피지, 모발 건강 등 종합적인 두피 관리를 가능케 하는 제품으로, 균의 침투를 예방하고 탈모를 방지하는 피록톤 올라민(Proctone Olamine) 성분을 담았다. 저당분을 넣어 물과 함께 거품을 낸 뒤 부드럽게 마사지를 사용할 것. 바로 행글 47보 다 및 분간 방치해두었다가 미온수로 씻어내면 더욱 효과적이다(100ml 4만2천원대). **헤어 리후일 바 이 시슬리 리바이탈라이징 포터링 세럼**은 애벌셀 오일, 마더밀, 바타민, 식물성 추출물 및 단백질과 고농축해 모근에 에너지를 주고 모발 재생을 돕는 제품. 내장된 스팀이스트를 사용해 세럼 세 방울 정도를 두피에 뿌린 뒤 손가락을 사용해 발모가 진행되고 있는 부분을 집중적으로 마사지한다. 젖거나 미끈 모발에 모두 사용 가능하여 첫 한 달 동안은 이틀에 한 번, 이후 두 달 동안은 일주일에 두 번씩 사용해 효과를 유지시킬 것(60ml 21만원대). 샴푸 전 단계에 사용하는 **이슬 세이지 인 시드 스킨프 트리트먼트**는 로즈페리 리프, 시더우드 에센스, 세이지 리프, 스위트 아몬드 등 다채로운 보헤미안 추출물과 비타민 E 성분을 결합한 오일 형태의 스캐일링 트리트먼트다. 두피 진화와 진정, 수분 공급에 효과적이다(25ml 4만5천원대). **볼스탑 이모아 스트렙스 스킨프 에센스**는 로즈페리, 사프르스, 알랑올, 주니 퍼카트, 시더까지, 총 다섯 가지 에센셜 오일을 함유한 두피 진화 에센스다. 모근에 충분한 영양을 공급해 건조하고 탄력 넘치는 모발을 만들어준다. 하루 1~2회, 미끈 모발에 도포한 뒤 빗질로 두피에 가벼운 자극을 주어 마사지할 것. 별도로 행구거나 닦아낼 필요 없어 편리하다(125ml 3만9천원대). 두피 케어의 가장 기초 단계인 스캐일링을 핵심질 **보내비티로 클림엑스 5**는 오렌지과 라벤더 오일을 53%나 함유해 두피를 자극하고 활력순환을 촉진하는 동시에 딥 클렌징 효과까지 있었다. 따라서 샴푸만으로 해결할 수 없는 모근 속 각질, 노폐물, 독소 배출을 돕고 영양 또는 수분 공급 제품의 효과를 최대화하도록 두피를 준비시키는 역할을 한다. 샴푸 전 미끈 두피에 도포한 뒤 손가락으로 부드럽게 마사지하고 10~15분간 그대로 두었다가 씻어낸다(50ml 5만4천원대). 에디터 **이혜미**



Exhibition
베니스로 향하는 윤형근

전시 개막 4개월 만에 10만 명 이상의 관람객이 방문했고, 당초 계획보다 전시 기간을 2개월 연장할 만큼 뜨거운 반응을 얻고 있는 윤형근 작가(1928~2007) 회고전(윤형근, 한국 단색화를 대표하는 인물로 일제강점기, 한국전쟁, 유신시대 등 격동의 역사 속에서 작가로서의 양상을 지니며 시대의 아픔을 담담히 담아낸 그의 슬프고도 아름다운 작품들을 다가가 베니스 비엔날레에서도 만나볼 수 있게 됐다)는 낭보가 전해졌다. 더불어 국립현대미술관 서울관에서도 당초 2018년 12월 중순에 막을 내리기로 했던 〈윤형근〉 전시를 오는 2019년 2월 6일, 설 연휴까지 연장 개최한다. 국립현대미술관에 따르면 높은 명성을 자랑하는 베니스 포르투니 미술관(Fortuny Museum)의 다니엘라 페레티(Daniela Ferretti) 관장이 지난해 8월 〈윤형근〉전 개막식에 참석해 전시를 관람한 뒤 바르토크마리 리버스(전) 국립현대미술관장과 협의해 이번 순회 전시를 결정하게 되었다고, 포르투니 미술관은 저명한 디자이너 마리아노 포르투니(Mariano Fortuny, 1871~1949)의 스튜디오가 그의 시후 베니스시에 기증한 미술관으로, 1975년 개관했다. 베니스 비엔날레와 함께 꼭 방문해야 할 곳으로 꼽히는 유럽 미술관에서 2019년 비엔날레 기간에 〈윤형근〉전을 개최한다는 사실은 뜻깊게 다가온다. 국립현대미술관 서울관의 전시 내용과 작품을 기반으로 하되 유럽 전역에 소장 중인 윤형근의 작품 일부를 추가할 예정이다. 이번 순회 전시가 작가 윤형근, 그리고 한국 현대미술의 깊이 있는 이음대움을 널리 알리는 특별한 기회가 되길 기대한다. 에디터 **이혜미**



Selection

설원으로 떠나는 낭만적인 윈터 비캅스를 위해 준비한, 보온성과 멋을 모두 갖춘 아이템. *photographed by yum jung hoon*

터틀넥 뒷면에 지퍼를 다한 캐시미어 스웨터 1백80만원대, 플립 포켓으로 귀여운 무드를 강조한 사이클 재킷 8백만원대 모두 보테가 베네타.

스타드 장식의 부드러운 양가죽 글러브 가격 미정 에르메스.

고급의 질감을 재치 사투라칼라에 보타에 다이아몬드를 매개체로한 에르메스 스타 광가죽 미장 태사키.

시야를 넓혀 보온성을 높인 스페이드 고미노 슈즈 79만원대 토즈.

그로그렘 리본 대패같이 시원스로운 토키털 넥 칼라 장식 가격 미정 몽클레르.

스타일리스트 윤창정 아사스트트 이세영 에디터 아예미

자연 소재가 세이 지만 보온성을 내면 무한 스타일링 가능. 가격 미정 몽클레르 토즈.

하우스를 상징하는 인터로킹 G 디테일로 버클을 장식한 라바셔를 벨트 802만원대 구찌.

텍스처가 상반된 두 가지 가죽의 조화가 멋스러운 토트백. 40 X 42cm 가격 미정 프라다.

그레이 톤의 모노그램 타타늄 캔버스 소재가 강직한 알타를 울릿 72만원대 루이 비통.

이전보다 더 심한 상용한 바깥이 특강인 카프 레드 벨트 69만원대 보리오니.

탈착 가능한 피와 후드로 실용성을 높인 구스다운 패딩 2백40만원대 에르노.

가하림적인 패턴이 멋스러운 캐시미어와 울 혼방 머플러 가격 미정 에르메스.

구찌 1577-1921 다음 멘 02-513-0300 루이 비통 02-3432-1854 소비코AV 02-525-0704 몽클레르 02-514-0900 보테가 베네타 02-3438-7882 부세론 02-6905-3322 브리오니 02-516-9686 에르노 02-541-7235 에르메스 02-546-3643 지제냐 02-518-0285 타사키 02-3461-5558 토즈 02-3448-8233 프라다 02-3442-1830 알렉산더 맥퀸 02-3433-6501



FaceTite2.0



Brands & Artketing series_1
페르노리카(Pernod Ricard)



Art is in our DNA

우리는 예술성이 중요한 덕목으로 꼽히는 소비사회의 일원이다. 산업의 예술화 경향은 20세기 초반부터 일찌감치 지적되어왔지만, 요즘은 기업 같은 조직이나 개인이나 예술적 요소를 배제한 채 존재하기 힘든 것 같다. 향유자로서든 소비자로서든 말이다. 이것이 트렌드에 가장 민감한 럭셔리 브랜드가 문화 예술과 친할 수밖에 없는 이유이기도 할 것이다. 똑똑한 브랜드는 저마다 어떤 문화 예술적 행보를 펼치고 있을까?

오늘날 우리가 열광하거나 예의주시하는 브랜드들, 특히 '럭셔리' 브랜드들은 아마도 '문화 예술'이라는 단어와 가장 가깝게 지내지 않을까 싶다. 이 둘의 밀접한 관계는 기업 활동의 한 축으로 전해져 내려온 메세나(mecenat)에 가까울까, 아니면 브랜드 가치를 유지하고 높이는 차원에서 시대의 흐름, 대중의 기호를 아주 영민하게 읽어내는 전략적 마케팅에 가까울까? 전자라면 '절친', 후자라면 '공생'이라는 표현이 더 잘 어울릴 테지만, 어쨌거나 함께 걸어가야 파르티이기는 하다. 게다가 삶에서 관계란 하나의 결로 단정 짓기에는 훨씬 더 복잡하다. 사실 전통 있는 럭셔리 브랜드들은 소수이기는 해도 여러모로 예술성을 추구해왔고, 창업자 가문에서 순수하게 문화 예술을 후원해왔다. 게다가 DNA 자체에 예술이 흐르기도 한다. 1세기도 더 전에 당시의 '아트'라고 여겨질 수 있는, 장인 정신이 깃든 공예 예술에 뿌리를 둔 브랜드도 있으니 말이다. 어쨌거나 자본의 힘으로 돌아가는 이 시대에 럭셔리 브랜드들은 마케팅(marketing)이라는 합성어가 잘 어울릴 만큼 미술, 디자인, 건축 등 문화 예술의 속성을 담은 활동을 수없이 쏟아내고 있다. 굵직굵직한 문화 예술 행사에 스폰서로 참여하는 일은 흔하고, 이에 자사 브랜드를 영감으로 삼거나 전혀 다른 주제의 전시 콘텐츠를 내놓거나 예술 분야의 상을 제정해 아티스트를 지원하기도 한다. 통 크게는 아예 재단을 설립해 웬만한 국립미술관에 뒤지지 않는 공간을 꾸리기도 한다. '돈은 사회의 언어이고, 럭셔리는 그 문법'이라는 표현에 '럭서리의 문법은 예술'이라는 말을 덧붙여도 어색하지 않겠다는 생각을 한 적이 있는데, 그 강도와 스펙트럼은 점점 더 세지고 있다.

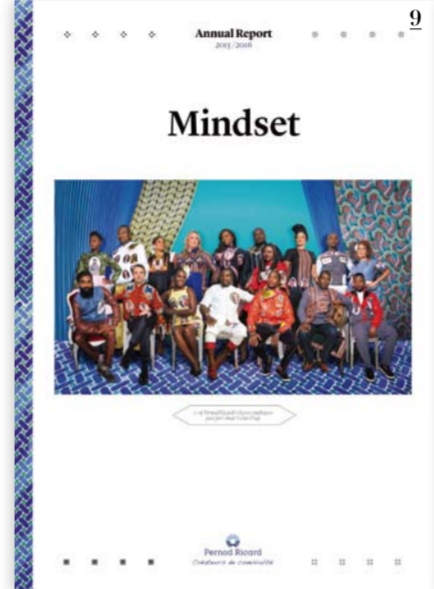
그런데 기업도 유기체적인 성격을 띠다 보니, 문화 예술을 둘러싼 행보를 펼치는 데 있어 저마다 색깔과 방식이 다르다. '아트'가 대체라고 하니가 그저 남들을 따라 하는 데만 급급해 눈살이 찌푸러지는 경우도 있지만 기업 철학과 역사, 그리고 조직의 전략과 문화에 따라 자연스럽게 브랜드만의 고유한 개성을 펼쳐내는 사례도 있다. 이 같은 맥락에서 2019년 <스타일 조선일보>에서는 문화 예술을 유달리 사랑하고, 그 본질을 제대로 활용할 줄 아는 브랜드의 아트 경영 시리즈를 전개한다. 첫 주자는 타 브랜드에 비해 문화 예술 활동이 덜 알려진 편인 프랑스 주류 기업 페르노리카(Pernod Ricard)다.

앤디 워홀이 다가오냐, 예술적 감각이 배어 있는 조직

"1985년 스웨덴 브랜드를 소개하는 자리에 팝아트의 황제 앤디 워홀이 없었다면 앰슬루트 보드카는 어떻게 됐을까?" 럭셔리 경영 분야의 구루 장노엘 카페레(Jean Noël Kapferer)와 뱅상 바스티엔(Vincent Bastien)의 공저 <럭셔리 비즈니스 전략>에는 이런 대목이 나온다. 앤디 워홀의 얼굴이나 디자인이 담긴 보드카 병으로 '아트 컬래버레이션'의 대표 사례로 자주 소환되는 앰슬루트는 페르노리카가 보유한 브랜드 중 하나다(2008년 인수했다). 앤디 워홀 효과는 엄청난 존재감을 발휘하지만, 마케팅의 호뭇한 성공 사례일 뿐이다. 알고 보



1, 2 파리 예술가들의 무대였던 소중한 문화유산 빌라 바실레프(Villa Vassiliev)가 2015년 젊은 작가들의 작업과 연구를 지원하는 레지던시 프로그램인 페르노리카 펠로십 공간으로 거듭났다. 파리 15구 몽파르나스에 자리한다. 1번 사진 © Villa Vassiliev - Pernod Ricard Fellowship & Mathilde Assier 3 지난해 열린 리카 재단상 창립 20주년 기념 전시 모습. photo Aurélien Mole / Fondation d'entreprise Ricard 4 2017년 파리 리카 재단에서 열린 전시 <Les Bons Sentiments>. 5 지난해 리카 재단상 창립 20주년 당시 열린 발췌(Bal Jaune) 시상식. 6 페르노리카 코리아가 후원한 리카 재단상 수상 작가전 <Me & You in a Living Room> 포스터. 7 페르노리카 펠로십의 아티스트 레지던시 프로그램에 참여한 한국 미디어 아티스트 진소정 작가의 작품 <영두 개의 발>(2014). 인크젯 프린트, 50x29cm. 8 페르노리카 브랜드 중에서는 앤디 워홀 컬래버레이션으로 유명한 보드카 브랜드 앰슬루트가 있지만, 프리미엄 위스키 브랜드의 로열샴루트도 문화 예술에서 영감을 받은 행사를 자주 펼친다. 사진은 인도 조드푸르에서 열린 행사 모습. 9-11 페르노리카의 연례 보고서 디자인. 예술이 들어 있고 있고 말한 창업자의 뜻을 따라 40년 넘게 기업의 연례 보고서를 예술적인 영감으로 수놓아 왔다. 이미지 제공 페르노리카



면 페르노리카는 문화 예술과 훨씬 더 친밀한 동행을 하고 있는 기업이다. 페르노리카의 창업자로 지금은 고인이 된 폴 리카(Paul Louis Marius Ricard)가 "예술은 우리 DNA 안에 흐르고 있다(Art in our DNA)"라고 한 말을 되새기듯 꾸준한 아트 경영을 하고 있다. 1975년 동종 업계 경쟁자인 페르노(Pernod)와 합병해 페르노리카라는 기업을 탄생시켜 로 알샴루트, 발렌타인, 시바스 리갈 등 술 애호가라면 익숙한 브랜드를 다수 거느린 굴지의 주류 기업으로 키워낸 폴 리카. 프랑스 남부 마르세유에서 공부한 그는 화가에 뜻을 둘 정도로 예술에 관심이 컸지만, 기업인 와인 사업을 뿌리칠 수 없었다고 한다. 폴 리카는 큰 조직을 운영하면서도 자신의 예술 DNA를 심어놓았다. 친구, 가족, 직원 초상화를 3천 점 넘게 그리 만큼 스스로 예술혼을 발휘했을까더니 딱딱한 형식이 일반적인 연례 보고서(annual report) 디자인을 유명 아티스트에게 맡겨 일러스트를 담아냈다. 1975년 시작된 '아티스틱 캠페인(Artistic Campaign)'이다. 페르노리카는 선대 회장의 예술 사랑과 뜻을 계승하고 발전시키는 의미로 이 캠페인을 40년 넘도록 이어오고 있다. 2010년부터는 아티스트가 직접 촬영한 전 세계 페르노리카 직원들의 모습을 연례 보고서에 수록하고 있다. 대개는 골치 아픈 숫자와 기록으로 점철된 터라 투자자들 빼고는 별로 환영받지 못하는 게 연례 보고서의 숙명이지만, 페르노리카의 경우는 다르다. 커버 페이지만 봐도 '힐한 라이프스타일 잡지를 보듯 세련된 감성이 넘친다. 2015년 캠페인의 아티스트로 선정된 중국의 사진작가 리웨이(Li Wei)가 'vision'이라는 주제로 담아낸 페르노리카 임직원 40명의 사진은 파리 본사와 각지의 양조장 건물 위로 사람들이 등등 떠 날아다니는 모습이 절로 미소를 머금게 한다. 이 사진 작품들은 세계적인 사진 전시회인 <파리 포토>(Paris Photo)에 출품됐고, 이를 계기로 페르노리카 캠페인은 매년 <파리 포토>에 참가하고 있다.

신진 예술가, 큐레이터, 집필기를 아우르는 '토대'를 생각하는 예술 재단

현대미술을 후원하는 재단 활동은 이제 20년이 됐다. 1989년 페르노리카 그룹의 후원으로 필리프 사비넬(Philippe Savinel)이 설립한 예술 재단인 리카 재단(Fondation d'entreprise Ricard)은 주로 프랑스의 신진 작가와 큐레이터를 지원하는 활동에 초점을 맞추고 있다. 해마다 신진 큐레이터를 초청해 5~6차례의 기획전을 개최한다. 커뮤니케이션 부서에서 근무하다가 1989년 리카 재단 설립과 함께 디렉터로 합류한 콜레트 바비에(Colette Barbier)는 "우리는 프랑스의 아트 신에서 풍부하고 역량 있는 작가들이 세계로 진출하는 걸 돕는 데 의의를 둔다"라고 강조하면서 풍파 등 다른 기관과도 협업을 벌이고 있다"며 젊은 아티스트들뿐만 아니라 이론과 담론을 뒷받침하고 주도하는 작가(writer)도 중요하기에 다행분과 공동 작업을 출판에도 자금을 지원한다고 설명했다. 또 타국의 예술 비평가와 큐레이터를 초대해 그들이 프랑스 내 현대미술 관련 종사자들과 국제적으로 교류할

수 있는 'Curators Invitational(CI)' 프로그램도 운영 중이다. 리카 재단 활동의 꽃은 아무래도 '미술상'이다. 1999년 제정된 리카 재단상(Fondation d'entreprise Ricard Prize)은 프랑스 예술계의 신진 예술가에게 헌정하는 최초의 상. 예술 평론가와 수집가 등으로 구성된 심사위원이 해마다 동세대를 가장 잘 대표하는 예술가 1명을 선정해 리카 재단상을 수여하고, 재단은 수상자의 작품 중 한 점을 구입해 파리 풍파두 센터(Centre Pompidou)에 영구 소장품으로 기증한다. 이렇게 기증된 작품은 풍파두 센터 내 국립현대미술관(Musée National d'Art Moderne)에 전시되는 기회도 얻는다. 수상자는 매년 파리의 주요 아트 페어인 FIAC(국제현대미술박람회)과 함께 진행되는 발췌(Bal Jaune) 시상식에서 소개되는 영광도 누린다. 리카 재단은 젊은 재능을 양성하는 데 디딤돌 역할을 해온 공로를 인정받아 2009년 프랑스 정부에서 문화계 후원자에게 수여하는 '그랑 메세나 훈장'을 받기도 했다.

소란스럽지 않게 파리의 유산을 지키는 행보, 빌라 바실레프(Villa Vassiliev)

조직을 내세우기보다는 '사람'에 더 초점을 맞추는 연례 보고서나 리카 재단의 예에서 봤듯이 페르노리카가 예술을 대하고 소통하는 방식은 그다지 거창하거나 요란하지 않다. 예술가를 후원하는 방식 중 하나인 레지던시 프로그램도 그렇다. 페르노리카는 2015년 다국적 예술가, 큐레이터, 연구원을 선정해 이들이 3개월가량 파리에 머물면서 자유롭게 각자의 작업이나 프로젝트를 진행할 수 있는 '페르노리카 펠로십(Pernod Ricard Fellowship)' 프로그램을 발족했는데, 그 장소가 흥미롭다. 2013년까지 유서 깊은 파리 15구 몽파르나스 뮤지엄으로 운영되다가 베통살롱(Bétongsalon) 예술연구센터의 주도 아래 아티스트와 연구가가 거주하며 작업하는 공간으로 거듭난, 파리의 '숨겨진 명소' 빌라 바실레프(Villa Vassiliev)다. 러시아 출신의 큐비즘 화가로 20대 초반에 파리로 이주해 몽파르나스의 일원으로 살아간 마리 바실레프의 자취가 묻어 있는 곳이다. 마리 바실레프는 예술적 기운이 넘쳐 흐르는 몽파르나스에 어울리기를 꾸려 동료 아티스트들과 활발한 활동을 펼쳤을 뿐만 아니라, 가난한 이웃과 예술가에게 수프를 제공하는 작은 칸틴도 운영했다. 이처럼 예술혼과 동지애가 묻어 있는 빌라 바실레프가 현대의 젊은 작가들을 위한 공간으로 다시 태어난 것이다. 페르노리카 펠로십 프로그램을 운영한 첫해에는 촉망받는 한국의 미디어 아티스트 진소정이 선정돼 빌라 바실레프에서 머물며 작업을 했다. 또 다른 한국 작가와의 인연으로는 강서경 작가가 빌라 바실레프 개관전인 <Groupe Mobile>에 초청된 사례가 있다. 2016년 가을에는 송은 아트스페이스에서 전시중, 강서경 2인전이 페르노리카 코리아(PRK)의 후원으로 열리기도 했다. "지금 지원은 공공 영역으로 여겨졌지만, 지난 10여 년에 걸쳐 프라이빗 섹터의 미술 후원이 눈에 띄게 많아졌다"라고 한, 빌라 바실레프에서 만난 프로그램 디렉터의 말을 들으면 이 같은 행보를 단순히 '이케팅'이라고만 할 수는 없을 듯하다. **글 고영현**

Color of mine

당신의 손목을 물들일 매력적인 컬러 다이얼 위치의 향연.
photographed by park ji hong

(왼쪽 위부터) 불가리 새르렌디 트와스티 유이 타임 행에서 영감을 얻은 아이코닉한 디자인으로 사랑받는 시계. 손목에 여러 번 감아 연출하는 트와스티 스트랩을 매치해 한층 세련다. 다양한 컬러와 소재의 스트랩, 케이스, 다이얼 모두 취향에 따라 선택할 수 있고, 찰스톤을 추가하거나 백케이스에 인그레이빙을 더하는 것 또한 가능하다. 사진 속 모델은 골드 케이스, 그린 다이얼, 그린 컬러의 카본 가죽 브레이슬릿을 매치한 것으로, 크라운에는 루비다이얼을 사용했다. 9백만원대, 문의 02-2056-0172

다음 라 디오 다음 아름다운 줄무늬가 돋보이는 알파카이트 소재의 그린 다이얼과 다이아몬드 장식 옐로 골드 케이스가 어우러져 감각적이다. 정교한 세공을 가진 알파카이트 메시 브레이슬릿을 장착해 독특한 질감, 은은한 광택, 부드러운 착용감을 두루 갖는다. 가격 미정, 문의 02-513-0300

피아제 리앙라이트 칼라 우아함의 정수를 느낄 수 있는 여성 시계. 1973년 탄생한 오리자블 모델은 보다 아름답게 재해석했다. 화이트 골드 케이스를 감도는 유려한 곡선 형태의 비데릴 띠, 청량한 블루 컬러의 타미아즈 다이얼, 고급스러운 알파카이트 스트랩이 조화를 이루어, 케이스와 베젤에는 총 1,757개의 다이아몬드를 63개의 브릴리언트 컷 다이아몬드를 세팅해 광채를 발한다. 케이스 직경은 32mm이며 피아제 690P 쿼츠 무브먼트로 구동한다. 5백만원대, 문의 02-540-2297

타미나 메트로 2핸즈 워치 다이아몬드에서 출발한 브랜드의 정체성을 반영한 시계로, 물결에 마당 차려낸 블루 라커 다이얼에 라운드, 바게트 컷 다이아몬드 인덱스를 더했다. 또 크라운에는 시어업 남버를 기원한 라운드 브릴리언트 컷 다이아몬드를 세팅해 시계 고유의 의미를 강조했다. 가격 미정, 문의 02-547-9488

에르메스 아스 카지크 아트 디렉터 앙리 도르니(Henri d'Origny)가 1978년 디자인한 아스(Arceau) 워치의 미학적 코드를 계승하는 모델로, 말올릴 때 발음 디는 기구인 등지에서 영감을 얻은 비대칭 리프가 눈에 띈다. 로동 도금한 다이얼 베이스에 스텔레 및 라커가 범으로 선명한 컬러를 입힌 뒤 알을 정성화한 카발(Cavale) 모티브를 새겨 넣어 맞췄다. 가격 미정, 문의 02-546-3643

까르띠에 발롱 볼루 드 까르띠에 공작형 등근 크라운을 품은 케이스가 깎이고 있는 디자인이 특징이다. 김 모양 블루 스틸 핸즈, 카탄 라운드 지인덱스, 카보숯 컷 사파이어로 장식한 크라운 등 브랜드의 상징적 요소를 곳곳에 녹여냈다. 오토매틱 와인딩 메카니컬 무브먼트로 구동하며 케이스 직경은 33mm다. 9백60만원대, 문의 1588-2277

피아제 알티볼라는 생동감 넘치는 레드 컬러의 루비 쿼츠 다이얼이 돋보이는 울트라 슬림워치. 두께가 2.1mm에 불과한 인워우 스텔레 430P를 탑재했고, 43시간의 파워 리저브 및 30m 방수 기능을 제공한다. 72개의 브릴리언트 컷 다이아몬드를 장식한 직경 34mm의 화이트 골드 케이스와 다크 핑크 컬러 알파카이트 스트랩의 조화가 매혹적이다. 4백만원대, 문의 02-540-2297

에거 르몽트르 링데부 샴페인스타업 기계를 매끄럽고 미학적 가치를 동시에 누릴 수 있는 시계. 북반부의 별자리와 황도 12궁을 새겨 넣은 0.6mm 두께의 시계는 하루에 걸쳐 천천히 회전해 시계로운 밤하늘의 모습을 구현한다. 특히 2개의 크라운 중 하나를 이용해 다이얼 위치를 워치만 지은 유성의 위치를 조정, 중요한 약속 시간을 표할 수 있는 특별한 기능까지 갖추었다. 6천7백만원대, 문의 02-6306-3938 에디터 이혜미

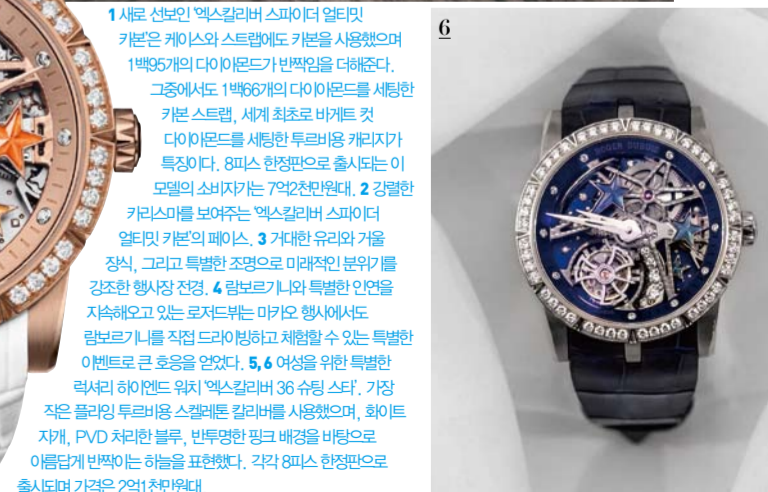
Mad but Swiss

파격과 열정. 지난 10월 마카오에서 열린 로저드뷔의 이벤트는 놀라움과 새로움의 연속이었다. 스위스 매이드 시계의 기술력과 워치 혁신가로서의 뜨거운 열정이 결합된 로저드뷔의 신제품 위치를 만나는 특별한 시간.



대담함과 완벽함의 카리스마, 로저드뷔 워치
시계가 지닌 의미와 가치는 무엇일까. 정확성과 그를 실현하기 위한 기술력은 메이드 인 스위스'라는 한마디로 설명된다 해도 과언이 아니다. 그 이상을 넘어선 강렬한 끌림을 시계에서 원할 때 생각나는 브랜드가 바로 로저드뷔다. 파워풀하고 대담한 디자인과 혁신적인 기술력으로 현대 고급 시계 제조 분야의 선두로 자리매김하고 있는 스위스 시계 브랜드 '로저드뷔(www.rogerdubuis.com/ko)'. 로저드뷔가 새로운 제품을 공개하는 자리는 역시 남달랐다. 지난 10월 24일(마카오 현지 시각) 마카오에서 진행된 'Mad but Swiss' 이벤트는 '상식을 뒤엎는 스위스'라는 테마에 잘 어울리는 행사로 감탄을 불러일으켰다. 거대한 거울로 가득한 행사장에는 날렵하고 강렬한 슈퍼카 람보르기니가 함께해 고객들로 하여금 3D 피렐리 트랙에서 경주하는 듯한 느낌을 만끽하도록 했고, 5m 높이로 불꽃 솟아오른, 탄소를 상징하는 장식은 의외의 존재감으로 카리스마를 발산했다.

이날 행사장에서 최초로 공개한 신제품 2종 역시 기대를 저버리지 않는 혁신적인 워치였다. 하이퍼 워치 '엑스칼리버 스파이더 얼티미트 카본'은 극도로 정밀한 기술이 넣은 가벼움이 컴플리케이션이라는 무게와 만나 역설적인 놀라움을 선사했으며, 여러 소재를 흥미롭게 배치해 경이로운 기술력에 감동하게 만들었다. 다층 카본을 주로 사용하고, 케이스와 스트랩에도 카본을 적용한 이 제품은 1백95개의 다이아몬드가 반짝임을 더해준다. 그중에서도 1백66개의 다이아몬드를 세팅한 카본 스트랩과 세계 최초로 바게트 컷 다이아몬드를 세팅한 투르비용 캐리지가 눈에 띈다. 또 하나의 신제품은 여성을 위한 특별한 럭셔리 하이엔드 워치 '엑스칼리버 36 슈팅 스타'. 기존 로저드뷔 남성 워치에서 볼 수 있었던 42mm 엑스칼리버 싱글 투르비용을 축소해 36mm 케이스에 담아낸 이 제품은 파격을 우아함으로 승화시켰다는 평을 들었다. 로저드뷔 제네바 공방에서 2년간의 연구 및 개발 끝에 탄생했는데, 플라이 투르비용 스텔레톤 칼리버를 사용했으며, 화이트 자계, PVD 처리한 블루, 반투명한 핑크 배경을 바탕으로 아름답게 반짝이는 하늘을 표현한 다이얼에는 에나멜 소재의 별 장식이 길게 꼬리를 드리운 모습으로 장식되어 있어 마치 동화와 같은 판시한 느낌마저 자아낸다. 로저드뷔 인터내셔널 마케팅 디렉터 도로서 헨리오는 "엑스칼리버 스파이더 얼티미트 카본 시계는 시계 제조의 관례를 깨는 동시에 세대를 이어 내려온 로저드뷔의 혁신적인 DNA를 보여주는 제품으로, 스트랩까지 카본으로 만든 최초의 시계라는 점에서 특별함을 더한다"라며 "이와 함께 새롭게 선보이는 엑스칼리버 36 슈팅 스타는 여성도 남성만큼이나 대담하고 기술적인 칼리버를 착용하고 싶어 한다는 확신 아래 완성한 제품으로, 기술력과 아름다움을 모두 갖춰 여성들에게 큰 사랑을 받을 것으로 기대한다"라고 전했다. 1995년 이래로 현대 고급 시계 제조(haute horlogerie) 분야의 선두를 지켜온 만큼, 하이엔드 시계의 고정관념을 넘어선 파격적이고 아름다운 디자인과 모험적이고 창조적인 기술력이 결합된 로저드뷔의 위치는 저마다 특별한 감성과 스토리를 담고 있다. 시간, 그 이상의 가치를 추구하는 로저드뷔는 앞으로도 특별한 완벽함을 바탕으로 더욱 진화해나갈 것이 분명하다.



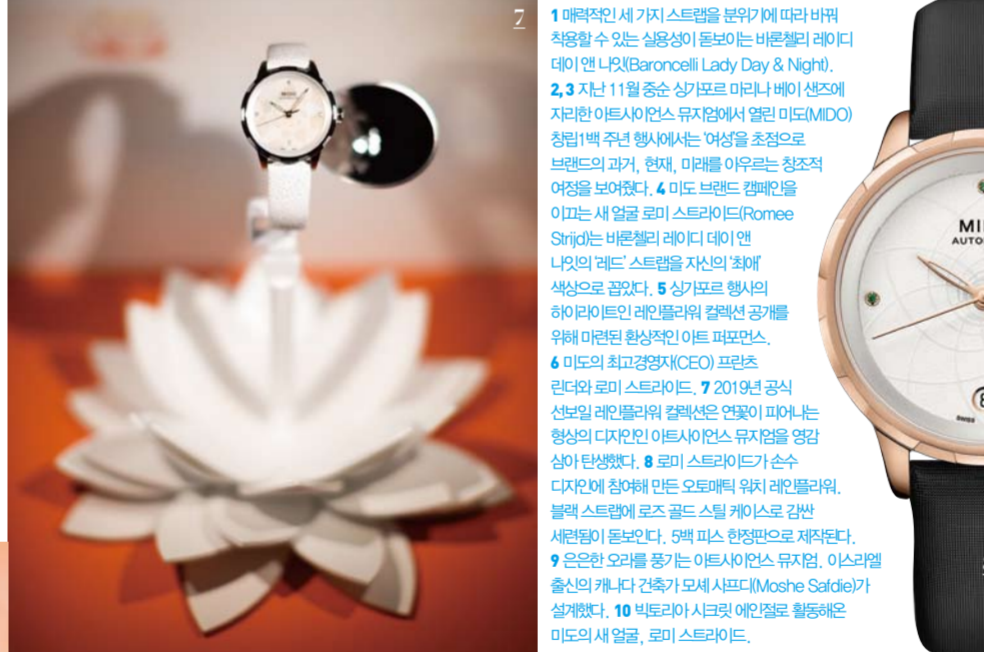
1 새로 선보인 '엑스칼리버 스파이더 얼티미트' 카본 케이스와 스트랩에도 카본을 사용했으며 1백95개의 다이아몬드가 반짝임을 더해준다. 그중에서도 1백66개의 다이아몬드를 세팅한 카본 스트랩, 세계 최초로 바게트 컷 다이아몬드를 세팅한 투르비용 캐리지가 특징이다. 8피스 한정판으로 출시되는 이 모델의 쇼비저는 7억2천만원대. 2 강렬한 카리스마를 보여주는 '엑스칼리버 스파이더 얼티미트 카본의 페이스. 3 거대한 유리파 거울 장식, 그리고 특별한 조명으로 미래적인 분위기를 강조한 행사장 전경. 4 람보르기니와 특별한 인연을 지속해오고 있는 로저드뷔는 마요 행사에서도 람보르기니를 직접 드라이브하고 체험할 수 있는 특별한 이벤트를 큰 호응을 얻었다. 5, 6 여성을 위한 특별한 럭셔리 하이엔드 워치 '엑스칼리버 36 슈팅 스타'. 가장 작은 플라이 투르비용 스텔레톤 칼리버를 사용했으며, 화이트 자계, PVD 처리한 블루, 반투명한 핑크 배경을 바탕으로 아름답게 반짝이는 하늘을 표현했다. 각각 8피스 한정판으로 출시되며 가격은 2억1천만원대.



Create your own story

각국 도시의 기념비적인 건축물에서 창조적 영감을 받는 시계 브랜드가 있다. 스페인어로 '나는 측정한다(Yo Mido)'라는 어구에서 비롯된 브랜드명을 지닌 스위스 브랜드 미도(MIDO). 1918년 11월에 태어나 얼마 전 싱가포르의 랜드마크인 마리나 베이 샌즈에서 창립 1백주년 행사로 정점을 찍은 미도는 여성만을 위한 '타임리스' 디자인과 가격대가 합리적인 오토매틱 워치 컬렉션을 선보였다. 브랜드의 '현재'를 반영한다는 '바론첼리 레이디 데이 앤 나잇'과 가까운 미래가 될 '레인플라워! 건축을 담은 시계 미학의 면모를 살펴본다.

시간은 '발명'이 아니라 '발견'한다는 표현이 더 잘 어울린다. 인간은 시간을 분명히 설명하지는 못해도 빛과 어둠의 주기에 본능적으로 리듬을 맞출 줄 아는 존재가 아닌가. 다시 말해 시간 측정은 인간의 본성이다. 한 술 더 떠, 나는 측정한다, 고로 존재한다라는 명제를 뒷받침이라도 하려는 듯 굳이 시간을 나누고 묶는 '규칙'을 정하고, 일상을 지배하는 시계라는 발명품까지 만들어 스스로를 시간의 굴레에 밀어 넣었다. 시간을 관리하기도 하지만, 그것에 구속받기도 하는 아이러니에 자발적으로 빠져버린 것. 그뿐인가. 인간은 첨단 디지털 시대에 열광하면서도 기계식(오토매틱) 시계와 여전히 사랑에 빠져 있는 존재이기도 하다. 손목 안쪽에 진정한 미의 정수가 숨어 있다는 오토매틱의 매력은 영리한 시계 브랜드들의 진화와 더불어 일취월장하는 것 같다. 그런데 오토매틱 예찬론자들이 쓰는 강도 높은 애정의 바탕에는 또 다른 동인이 버티고 있으니, 바로 '스토리'다. 한 저술가의 말처럼, 우리는 시계의 시대를 사는 덕분에 삶에 대해 저마다의 이미지와 느낌을 품을 수 있고, 더 나아가서는 이야기의 형태로 느낄 수 있는 것일지도 모른다. 시계 덕분에 시간의 궤적을 따라가고 상상하기 쉬워졌고, 그 과정에서 감정의 파고를 만나들게도 되지 않는가. 최근 탄생 1백 돌을 기념한 미도(MIDO)는 스토리의 미학을 잘 이해하고, 소통할 줄 아는 브랜드다. 전통 있는 스위스 브랜드답게 기능성이나 심미성 같은 가치를 갖추었지만, 자신만의 영감이 깃든 스토리를 엮어 흥미롭게 들려줄 줄도 안다. 그 내공이 꽤나 알차게 드러난, 지난 11월 말 싱가포르 마리나 베이 샌즈에서 열린 미도의 브랜드 창립 1백주년 행사 현장을 소개한다.



1 매력적인 세 가지 스트랩을 분위기에 따라 바꿔 착용할 수 있는 실용성이 돋보이는 바론첼리 레이디 데이 앤 나잇(Baroncelli Lady Day & Night). 2, 3 지난 11월 중순 싱가포르 마리나 베이 샌즈에 자리한 아트사이언스 뮤지엄에서 열린 미도(MIDO) 창립 1백주년 행사에서는 여성을 초점으로 브랜드의 과거, 현재, 미래를 아우르는 창조적 여정을 보여줬다. 4 미도 브랜드 캠페인을 이끄는 새 얼굴 로미 스트라이드(Romee Strijd)는 바론첼리 레이디 데이 앤 나잇의 레드 스트랩을 자신의 취미 색상으로 골랐다. 5 싱가포르 행사의 하이라이트인 레인플라워 컬렉션을 영감을 위해 마련된 환상적인 아트 퍼포먼스. 6 미도의 최고경영자(CEO) 프란츠 린드와 로미 스트라이드. 7 2019년 공식 선보일 레인플라워 컬렉션은 연꽃이 피어나는 향상의 디자인인 아트사이언스 뮤지엄을 영감 삼아 탄생했다. 8 로미 스트라이드가 손수 디자인해 참여해 만든 오토매틱 워치 레인플라워. 블랙 스트랩에 로즈 골드 스틸 케이스로 감싼 세련됨이 돋보인다. 9 백 피스 한정판으로 제작된다. 10 연꽃의 오라를 풍기는 아트사이언스 뮤지엄. 이오렐 출신의 개-다 건축가 모세 사브디(Mosse Sadei)가 설계했다. 11 빅토리아 시크릿 에이전트로 활동 중인 미도의 새 얼굴, 로미 스트라이드.

브랜드의 1세기를 아우르는 창조적 여정, 과거를 거닐어 현재에 다다르다
미려한 도심 해안가에 자리한 3개의 고층 건물을 위에 배 모양의 '스카이 파크'가 마치 하늘에 닿았을 듯 놓인 건축 디자인이 인상적인 마리나 베이 샌즈. 압도적인 존재감을 자랑하는 이 복합 리조트에는 또 다른 랜드마크가 자리한다. 바로 창조하게 피어나는 연꽃을 연상시키는 아트사이언스 뮤지엄(ArtScience Museum)! 야경 속에서 우아함이 더욱 돋보이는 이곳은 브랜드 탄생 1백 주년을 기념해 상하이, 타이베이, 멕시코시티 등을 거쳐온 미도의 퍼레이드에 방점을 찍기에 적절한 공간이 아닐 수 없다. 싱가포르에서 진행된 탄생 1백주년 행사는 과거, 현재, 미래를 주제로 아래 오로지 '여성'을 위한 컬렉션과 캠페인에 초점을 맞췄기 때문이다. 브랜드를 상징하는 화사한 오렌지 색조로 꾸민 행사장에 들어서면 먼저 미도의 찬란한 역사를 접하게 된다. 1920년대로 거슬러 올라가 양중맞은 빈티지 주얼리 시계를 비롯해 한층 미니멀해진 디자인까지, 1세기에 걸친 산책을 유유히 즐기다 보면 '현재'를 향하는 반짝이는 터널이 펼쳐진다. 오묘하고 환상적인 빛의 스펙트럼이 시선을 잡아끄는 터널을 통과하자 드디어 바론첼리 레이디 데이 앤 나잇(Baroncelli Lady Day & Night) 컬렉션이 등장한다. 글로시 레드 가죽, 회색 새틴 패브릭, 세미메트 블랙 가죽 등 서로 다른 느낌의 세 가지 스트랩을 함께 제공해 분위기나 용도에 맞게 쉽게 바꿔 착용할 수 있는 최신 인기 컬렉션으로, 파리 렌 오페라 하우스의 조화롭고 미묘한 곡선에서 영감을 받았다고, 이날 행사장에서는 마치 삼색 스트랩처럼 저마다 다른 매력을 지닌 3명의 바론첼리 모델이 '일식삼조' 시계 컬렉션의 다채로운 면면을 한껏 펼쳐 보였다. 매혹적인 모델의 움직임과 손목에 시선이 절로 향했다. 그렇지만 이게 끝일 리 없다. 미도가 어쩌면 가장 공을 들였을 브랜드의 미래를 위한 새로운 여성 컬렉션을 공개하는 이날의 하이라이트가 남았으니 말이다.

연꽃을 담은 아트사이언스 뮤지엄에서 영감을 받은 '레인플라워' 컬렉션
뜻내 궁금중을 차숫게 한 2019년 새 여성 컬렉션의 베일을 벗긴 인물은 빅토리아 시크릿의 에이전트로 활동 중인 모델이자 브랜드의 새 얼굴로 선정된 로미 스트라이드(Romee Strijd)다. 빛물을 모으는 구조로 설계된 뮤지엄의 특징을 활용해 댄서들이 신비로운 아트 퍼포먼스를 펼친 다음, 그녀가 화사한 미소를 머금은 채 나타났다. 왼쪽 손목 위에는 블랙 스트랩에 로즈 골드 스틸 케이스로 감싼 세련된 여성용 오토매틱 시계가 은은한 오라를 발산하고 있었다. 3·9·12시 방향에 3개의 그린 차보라이트를 세팅했다는 점도 눈길을 끌었다. 이는 미도가 2019년 야심 차게 선보일 레인플라워(Rainflower) 컬렉션으로, "가장 중요하게 고려했던 부분은 '타임리스'한 면모였다"라고 밝힌 그녀가 손수 디자인한 모델이다(5백 피스 한정판 제작). "저희는 여성성을 반영한 건축물을 찾고 있었는데, 바로 아트사이언스 뮤지엄이 여성성을 상징하는 연꽃 모양을 띠고 있었지요. 게다가 건축물이 둥근 창을 통해 빛물을 모으도록 설계되어 지속 가능성을 나타낸다는 점이 마음에 들었습니다." 미도의 최고경영자(CEO) 프란츠 린드의 설명이다. 레인플라워 컬렉션을 아트사이언스 뮤지엄에서 발표할 때는 그럴 만한 이유가 있었던 것이다. 로미 스트라이드 역시 "베터리로 작동하는 게 아니기 때문에 아트사이언스 뮤지엄처럼 지속 가능성이 높고 환경적인 면에서도 가치가 있기에 오토매틱 워치를 좋아합니다"라고 강조했다. 현재 미도는 레인플라워 출시를 앞두고 로미 스트라이드처럼 다양한 케이스 처리, 스트랩, 다이얼과 색상을 골라 나만의 워치를 디자인할 수 있는 #CreateYourMido 캠페인을 벌이고 있다. 참가자들이 사이트에서 자신이 꿈꾸던 워치를 만들고 소셜미디어에 공유하면 싱가포르 2인 여행관이나 레인플라워 워치 10개 모델 중 1개를 증정하는 이벤트 당첨 기회를 얻을 수 있는 이벤트도 진행 중이다. 최종 선정된 네 가지 모델은 오는 3월 21일에 공개하며, 이 새로운 컬렉션의 정식 출시는 5월로 예정돼 있다. '나만의 시계와 스토리를 만들어보고 싶다면 도전해봅시다. 캠페인 사이트를 참조하면 '나만의 워치' 디자인 방식을 보고 참여할 수 있다(www.rainflower.midowatches.com). 에디터 고정연(싱가포르 현지 취재)

퍼트리밍 재킷, 니트
드레스, 골드 이어링
모두 가격 미정 사셈.

Cover Girl

눈부신 겨울을 위한 핫 코트 퍼레이드. *photographed by kim yeong jun*



블루 퍼 코트 6백15만원
보리가 베네타, 베이지 셔츠
5백35만원, 베이지 스카트 6백75만원
모두 **살바토레 페라기오**, 블루 팬츠
2백10만원 **빌렌타노**, 깃 워크 부츠
1백55만원 **렌디**, 주얼 장식 이어링
37만8천원 **파버라쉬**.

핑크색 퍼 트라임 코트 6백39만원,
스카트 1백82만원 모두 **블루마린**.
멀티컬러 퍼 아플러 가격 미정 **드리스 반**
노튼, 플라워 프린트 롱부츠 가격 미정
발렌티노 가리바니, 주얼 장식 이어링
63만원 **아틀리에 스위로브스키**.



네이비 컬러 코트 가격 미정,
체크 스카트 2백35만원
모두 **구찌**, 바건디 롱부츠
1백50만원 **보타가 베네타**,
주얼 드롭 이어링 가격 미정 **주미림**.



체크 코트 가격 미정 **마우미유**,
네이비 색인 소재 코트
3백19만원, 팬츠 83만원, 비이지
셔츠 79만원 모두 **슬리브트리**
페라카모, 파이론 앵클 힐
가격 미정 **스튜디오 와이즈먼**,
주얼 드림 이어링
가격 미정 **주미림**.



블루 퍼 코트 1백24만원
엠에스자킴 by 한스타일,
브라운 퍼 코트, 화이트 톱,
스카트 모두 가격 미정 **루이 비통**,
베이지 팬츠 가격 미정 **자황시**,
블랙 롱부츠 96만8천원
토리버치, 블랙 이어링
8만5천원 **제이이엔엘**.





멀티컬러 스웨이드 카디건
 가격 미정 브루넬로 쿠치넬리,
 네이비 레더 드레스 가격 미정
 에르메스, 바건디 스틸레토 힐
 1백7만원 발렌티노 가문바니,
 주얼 장식 아이링 가격 미정 주미림.

그린 후드 코트 7백73만원,
 아너로 입은 드레스 7백82만원,
 그린 팬츠 1백33만원 모두 발렌티노,
 화이트 앵글 힐 가격 미정 발렌티노
 가문바니, 심지어 모티브 아이링
 27만원 스와로브스키.

모델 배윤정
 헤어 이일중
 메이크업 홍한정
 어시스턴트 김원민
 스타일리스트 채한석



구찌 1577-1921
 드리스 반 노트 02-3479-1796
 루이 비통 02-3444-1727
 마우미우 02-541-7443
 발렌티노 · 발렌티노 가문바니 02-6905-3610
 보테가 베네타 02-3438-7683
 브루넬로 쿠치넬리 02-3448-2931
 볼루미닌 02-6905-3447
 실버도제 페라기모 02-2140-9664
 샤넬 080-200-2700
 스와로브스키 · 아델라에 스와로브스키 1522-9065
 스투아트 와이츠먼 02-3479-1528
 에르메스 02-546-3643
 제이미앤셀 070-8247-7834
 주미림 joonlim.com
 지형시 02-6370-4099
 토라버치 02-515-4080
 쥘리 02-514-0652
 피파리쉬 02-532-3041
 한스타일 02-517-4789

la prairie Rejuvenation

아름다움을 유지하기 위한 노력이 단지 젊음을 연장하는 것이 아니라, 시간에 생기와 에너지를 불어넣는 것이라는 생각을 해봤는지. 스위스 럭셔리 스킨케어 브랜드 라프레리는 이러한 생각에서 비롯된 최첨단 과학기술을 진귀한 원료와 결합해 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션을 선보였다.

최고급 성분과 혁신적 기술의 만남

우리 중 대부분은 피부과 의사와 아니고 스킨케어 전문가도, 화장품 개발자도 아니다. 그래서 화장품을 고를 때는 믿을 수 있는 브랜드 제품인지, 화장품에 함유된 성분은 무엇인지 잘 살펴봐야 한다. 엄격한 원료 선별과 독자적 성분 조합 기술, 뛰어난 보습 디자인으로 유명한 스위스 럭셔리 스킨케어 브랜드 라프레리의 플래티늄 레이 컬렉션은 흉내 낼 수 없는 장인 기술과 탁월한 스킨케어 효과로 오랜 시간 사랑받아왔다. 피부 장벽을 강화해 매끄러운 광채 피부로 가꿔주는 플래티늄 레이 컬렉션의 최신 라인업, '플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션'은 활기 넘치는 피부를 꿈꾸는 이들을 스킨케어의 새로운 세계로 안내한다. 오랜 연구 끝에 탄생한 플래티늄 레이 컬렉션의 다른 제품과 마찬가지로 변치 않는 플래티늄의 가치를 담은 이 로션은 피부 개선에 탁월한 효과를 발휘해 생기 있는 피부로 가꿔주고, 다음에 이어지는 스킨케어 루틴의 효과를 높이는 것이 특징이다.

예술적 경지에 오른 프리미엄 스킨케어

프랑스의 루이 16세는 베르사유의 테이블과 화장대를 장식할 수 있는 유일한 금속으로 플래티늄을 선택했다. 그 후 플래티늄은 왕의 선택을 받은 탁월한 안목의 상징으로 대중이 사랑하는 우아한 품격의 대명사가 되었다. 플래티늄의 매력에 주목한 것은 루이 16세만이 아니었다. 라프레리의 과학자들은 역시 플래티늄을 연구했고, 매혹적인 외관 이면에 숨은 아름다움을 발견했다. 라프레리 플래티늄 레이 컬렉션의 주요 성분인 플래티늄과 펩타이드는 피부결을 매끄럽게 가꿔주는 한편, 피부 본연의 힘을 강화하는데, 이 두 가지 성분을 풍부하게 함유한 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션은 실크처럼 부드럽게 스며들어 유·수분 밸런스를 유지해주고, 피부의 영양 흡수 능력을 향상시켜 스킨케어 첫 단계를 효과적으로 완성한다. 피부는 시간이 갈수록 쉽게 손상되고 회복 기능은 점차 저하되는데, 이에 대항하는 힘을 키워주는 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션은 탁월한 세 가지 효능으로 피부 개선을 돕는다. 첫째, 유·수분 밸런스를 맞춰 피부 컨디션을 끌어올려준다. 둘째, 피부 깊숙이 영양분을 공급해 재생을 돕는다. 셋째, 피부 내부와 외부의 스트레스 요인에 맞서 피부에 미치는 부정적 영향을 차단해준다. 이처럼 뛰어난 창조성, 최고급 성분, 혁신적 기술이 만나 탄생한 라프레리 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션으로 새해를 생기 있게 시작해보자. 객원 에디터 **박경실**



1 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션. 2 (왼쪽부터) 플래티늄 레이 켈루라 크림, 플래티늄 레이 켈루라 나이트 앰플리셔, 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션. 3 피부 깊숙이 침투되는 플래티늄과 펩타이드 성분이 피부 본연의 생기와 활력을 되찾아준다.

건축가 마리오 보타 X 라프레리

서울의 삼성미술관 리움, 바젤의 장 텡겔리 미술관, 샌프란시스코의 현대미술관, 도쿄의 와타리 미술관 등 정교한 디테일과 격식을 갖춘 수공예 기법을 적용한 건축으로 세계적 명성을 쌓은 건축가 마리오 보타와 라프레리의 협업 작품이 지난 12월 6일 마이애미 해변에서 공개됐다. 라프레리의 모든 컬렉션에서 발견할 수 있는 조화로운 아름다움을 마리오 보타의 작품을 통해 엿볼 수 있었던 이번 전시는 플래티늄 레이 켈루라 라이프 로션을 개발하는 과정에서 영감을 받았다. 이상주의와 모더니즘, 주변 풍경에 대한 오미주의 건축에 내재된 사회적 특성을 담은 마리오 보타의 건축 미학을 직접 경험하는 기회였으며, 관객이 참여자가 되어 작품의 핵심 요소를 체험할 수 있다는 점이 돋보였다. 균형을 이루는 수직 목재 판과 우아한 곡선의 조화를 보여주는 작품 외부, 바깥세상과 단절된 채 시간이 멈춘 듯한 분위기가 느껴지는 작품 내부, 예술 작품의 일부가 되는 특별한 경험을 할 수 있는 작품 구조는 많은 사람의 호응과 참여를 이끌어냈다. 건축가 마리오 보타는 "관객에게 마치 자정에 들어온 듯한 느낌을 주고 싶었어요. 이를 통해 다시 한번 삶이 시작되는 순간을 경험할 기회를 선사하고자 했습니다"라고 작품에 대해 설명했다. 건축가 마리오 보타와의 마이애미 아트 바젤 작업을 통해 예술 세계와 관련한 인연을 이어가는 브랜드의 아이덴티티를 보여준 라프레리는 앞으로도 지속적으로 현대미술계와 문화 재단을 후원할 예정이다.



sponsored by la prairie

Winter sole mate

기능성과 심미성을 두루 갖춘 것을 '좋은 물건'이라 칭한다. 그런 의미에서 늘 좋은 신발을 선보이는 스칸디나비아 스타일의 덴마크 슈즈 브랜드 에코(ECCO)가 울겨울을 따뜻하게 보내도록 도와줄 아주 특별한 부츠를 출시했다. *photographed by park ji hong*

'Follow the Foot'. 슈즈는 발에 맞춰 만들어야 한다는 경영 철학을 바탕으로 1963년 덴마크에서 문을 연 글로벌 슈즈 브랜드 에코. 창립 당시부터 현재까지 가족 경영의 전통을 이어가며 전 세계에서 유일하게 가족 공정, 디자인, 개발 및 생산에 이르는 슈즈 제작의 모든 과정을 직접 담당하고 있다. 공정마다 섬세하고 집요하게 관리하는 만큼 제품의 품질이 뛰어난 것은 당연한 일. 그 때문에 에코의 슈즈를 한 번이라도 경험해보면 이들은 놀라운 만큼 편안한 착용감을 가장 큰 장점으로 꼽는다. 하지만 이들이 사랑받는 데는 실용적인 동시에 고급스러운 스칸디나비아 스타일의 디자인 역시 한몫을 한다. 군더더기 없이 간결하지만 자세히 들여다보면 갖춰야 할 요소를 정교하게 구현했다는 것을 알 수 있다. 이처럼 품질과 디자인, 두 가지 요소를 모두 만족시키는 에코에서 울겨울을 위해 아심 차게 선보인 슈즈가 있다. 바로 프리미엄 소재와 하이테크 기술을 결합해 탄생한 아웃도어 패딩 부츠 '엑소스트라이크(Exostrike)'. 엑소스트라이크를 구성하는 다채로운 소재 중 가장 돋보이는 것은 신발 밑창인 솔(sole)에 적용한 신개념 소재 '포렌(Phorene)'이다. 이는 기존의 폴리우레탄(PU) 소재 솔보다 33% 가벼운 반면 충격 흡수력은 2배 뛰어나고, 영하 40°C의 극심한 추위에서도 유연한 성질을 유지해 하루 종일 신고 활동해도 편안하고 가볍다. 부츠의 아담 부분은 부드럽고 내구성 좋은 아크가죽에 방수성, 투습성이 뛰어난 고어텍스(Gore-tex®) 멤브레인을 덧댄 눈과 비가 잦은 겨울에도 항상 발을 따뜻하고 쾌적한 상태로 유지해준다. 그 밖에도 발뒤꿈치 부위를 편안하게 감싸는 힐 컵(heel cup)과 다리에 맞게 사이즈를 조절할 수 있는 스트링 장치, 겨울철 눈길 또는 빙판 위에서 미끄러지는 것을 방지해줄 러버 아웃솔 등 사소한 디테일에서도 착용자의 편의를 고려한 섬세한 터치를 느낄 수 있다. 화이트와 블랙, 두 가지 컬러로 출시하는 엑소스트라이크는 지나치게 캐주얼하지 않은 고급스러운 디자인 덕분에 어떤 의상에 매치해도 멋스럽게 어우러진다. 현재 전국 에코 매장과 온라인 스토어에서 판매 중이며, 시즌 오프 행사를 통해 20% 할인된 특별한 가격에 만날 수 있다. 에디터 **이예미**



sponsored by ECCO
프리미엄 소재와 하이테크 기술을 결합해 탄생한 아웃도어 패딩 부츠

화이트와 블랙 컬러
엑소스트라이크 부츠
30만원대 모두 ECCO.

SHOWROOM

LIFESTYLE



시몬스 (Retro Station) 전시 개최 브랜드의 철학과 취향을 담은 소셜 스페이스, 시몬스 테라스에서 특별한 전시회를 연다. 1980~2000년 대 초반 유행한 아날로그 비디오 게임, 레트로 게임을 재현한 공간에서 송호준 작가의 설치 작품과 DGURU(from IDIOTAPE)의 시몬스 아트를 만날 수 있다. 아날로그 감성과 현대미술이 교차하는 이 특별한 전시는 3월 3일까지 무료로 개최된다. 문의 031-631-4071

까르띠에 현대미술재단 <남반구의 기하학, 멕시코에서 파타고니아까지> 전시 개최 라틴아메리카의 기하학적 예술 스타일과 생동감 넘치는 색채의 미학을 만나볼 수 있는 전시를 파리 퐁다시옹 까르띠에에서 진행 중이다. 콜럼버스 이전 시대와 추상미술의 영향을 받은 호아킨 토레스 가르시아(Joaquín Torres García)의 작품 '마데라 플라스 데 콜로르(Madera Planos de Color)', 브라질 북동부의 컬러풀한 주택 외관을 촬영한 안나 마리아(Anna Marian)의 사진 등 다양한 회화, 사진, 조각, 건축 작품을 한자리에 선보인다. 이번 전시는 2월 24일까지 계속된다. 문의 1566-7277



FASHION

바세론 콘스탄틴 패트리니 셀프와인딩 바세론 콘스탄틴의 초박형 시계를 대표하는 모델로, 케이스 두께가 8.5mm에 불과하다. 오토매틱 와인딩 무브먼트인 칼리버 2450 Q6를 장착해 시간당 2만8천회 회전하며 약 40시간의 파워 리저브 기능을 제공한다. 바 인덱스, 시·분·초침으로 간결하게 구성된 유백색 다이얼의 6시 방향에는 날짜창을 더했으며, 핑크 골드 케이스의 지름은 40mm다. 문의 02-2118-6116

미도 바론첼리 레이디 데이 앤 나잇 TPO에 따른 다채로운 연출이 가능한 여성 시계로 매트한 블랙 레더 스트랩, 광택이 도는 레드 레더 스트랩, 그레이 컬러의 사틴 패브릭 스트랩을 스페셜 박스에 담아 제공한다. 미도의 오토매틱 칼리버 80으로 구동하며 투명한 케이스백을 통해 무브먼트의 움직임을 확인할 수 있다. 80시간의 파워 리저브 기능을 갖추었으며 더더 오브덜 다이얼의 6시 방향에 위치한 창을 통해 날짜를 읽을 수 있다. 문의 02-3149-9599



하트만 트루드 벨링 컬렉션 1백40여 년에 이르는 브랜드 고유의 정체성과 역사를 가장 잘 보여주는 컬렉션으로, 클래식한 디자인과 실용성이 돋보인다. 방수 처리한 아메리칸 트루드 패브릭을 바탕으로 핸들, 라이닝, 지퍼 부분에 텍스처가 자연스러운 베자티를 태닝 가죽을 더해 한층 멋스럽다. 가장 내부와 외부에 여행용 파우치, 소지품 고정 스트랩, 멀티 지퍼 포켓 등을 더해 수납 또한 편리하다. 문의 02-3448-5914

보테가 베네타 피그 찜과 피아짜 백 2019년 황금 돼지해를 기념하며 행운, 재물을 상징하는 돼지 모티프의 피그 찜과 바카라 로즈 컬러의 피아짜 백을 출시한다. 익살스러운 디자인이 돋보이는 피그 찜은 부드러운 나뭇 레더 조각을 결합한 것으로, 가방에 걸어 연출하거나 키링으로 활용할 수 있다. 하우스의 아이코닉한 인트레치아토 기법으로 가방 옆면과 솔더 스트랩을 장식한 피아짜 백은 우아한 컬러, 정교한 디테일이 돋보이는 모델. 솔더백, 크로스 보디 백, 토트백으로 다채롭게 연출 가능하다. 문의 02-3438-7682



티파니 티파니 T 투 더블 체인 브레이슬릿 에너지 넘치는 뉴욕의 건축물에서 영감을 얻어 수직적이고 간결한 디자인을 강조한 티파니 T 컬렉션에 신제품을 추가했다. 섬세하고 얇은 두 줄의 체인으로 구성된 브레이슬릿이 특징으로 옐로 골드, 로즈 골드, 메탈 등 다채로운 소재로 선보이며, 중앙에 위치한 2개의 T 모티프에는 다이아몬드를 세팅해 우아한 광채를 발한다. 모던한 디자인으로 남자가 함께 즐길 수 있으며, 여러 개를 레이어링하면 한층 멋스럽다. 문의 02-547-9488

반클리프 아펠 알함브라 컬렉션 알함브라 모티브 탄생 50주년을 기념해 더욱 특별하게 재해석한 주얼리를 다수 선보인다. 1989년 컬렉션에 처음 등장한 블루 아게이트 소재를 사용한 빈티지 알함브라 네크리스와 브레이슬릿, 시계 공예에서 주로 사용하는 기요세 기법을 적용해 더욱 눈부신 글드넷을 구현한 빈티지 알함브라 네크리스, 브레이슬릿, 이어링, 오묘한 컬러의 골드 머더오브펠을 세팅한 리미티드 에디션 펜던트까지 모두 만나볼 수 있다. 문의 00798-852-16123

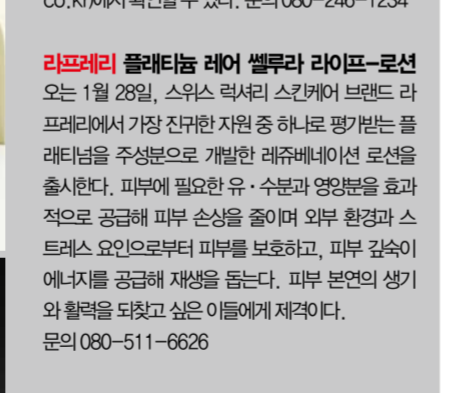
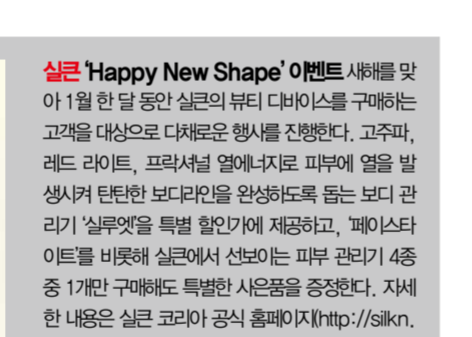
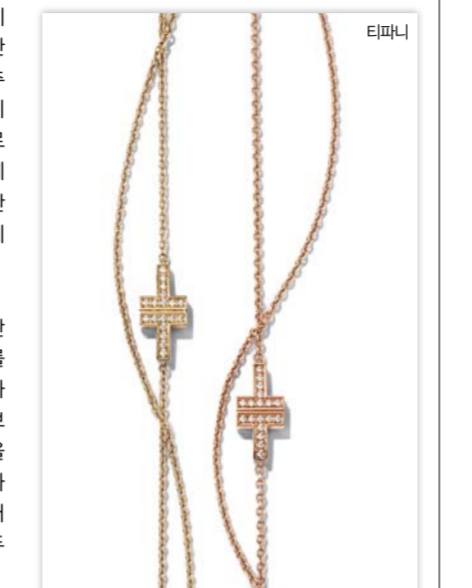
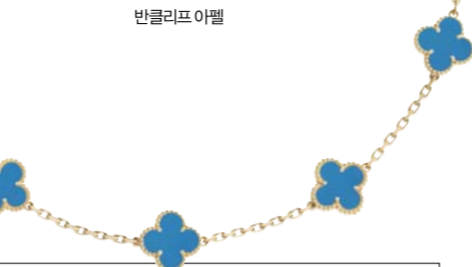


실론 'Happy New Shape' 이벤트 새해를 맞아 1월 한 달 동안 실론의 뷰티 다마시온을 구매하는 고객을 대상으로 다채로운 행사를 진행한다. 고주파, 레드 라이트, 프락서셀 열에너지로 피부에 열을 발생시켜 탄탄한 보타리온을 완성하도록 돕는 보디 관리기 '실루엣'을 특별 할인가에 제공하고, '페이스타이트'를 비롯해 실론에서 선보이는 피부 관리기 4종 중 1개만 구매해도 특별한 시몬스를 증정한다. 자세한 내용은 실론 코리아 공식 홈페이지(http://silkn.co.kr)에서 확인할 수 있다. 문의 080-246-1234

라프레리 플레타닐 레이 셸루라 리프-로선 오는 1월 28일, 스위스 럭셔리 스킨케어 브랜드 라프레리에서 가장 진귀한 자연 중 하나로 꼽히는 플레타닐을 주성분으로 개발한 레주베네이션 로션을 출시한다. 피부에 필요한 유·수분과 영양분을 효과적으로 공급해 피부 손상을 줄이며 외부 환경과 스트레스 요인으로부터 피부를 보호하고, 피부 깊숙이 에너지를 공급해 재생을 돕는다. 피부 본연의 생기와 활력을 되찾고 싶은 이들에게 제격이다. 문의 080-511-6626

프라다 벨벳 에디션 F/W 시즌 런웨이에서 선보인 벨벳 소재를 적용한 감각적인 보틀이 눈에 띄는 리미티드 에디션 향수 '프라다 벨벳 에디션'을 소개한다. 여성용 '라팜 프라다'는 스파이시한 일랑영랑과 바닐라, 강렬한 베티베르가 조화를 이루는 우아한 플로럴 향이다. 남성용 '르 옴 프라다'는 프라다의 시그니처 원료인 아리리스와 앰바에 네롤리, 제라늄을 더해 관능적이고 시련한 향취가 매력적이다. 문의 080-363-5454

BEAUTY



JEWEL&WATCH

WHITE CUBE

Creative Network

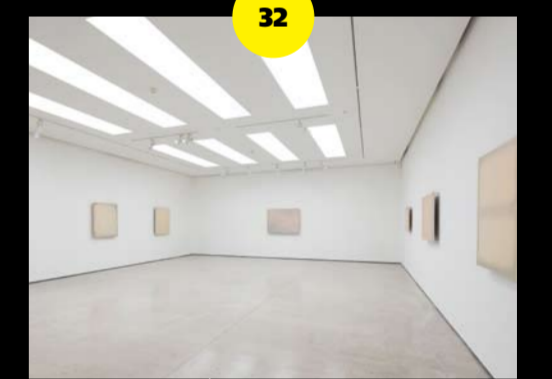
21세기를 주도한다고 여겨지는 '소프트 파워'의 핵심 축으로 문화가 꼽힌다. 그 경제적 효과를 굳이 상거하지 않더라도 인구는 문화적 풍부함과 우수성, 우월한 상대적 지위를 영연한다. 국가나 도시 브랜드 차원에서는 더욱 그렇다. 우리에게만 대중문화의 '한류 열풍'이 여전히 건재한 편이고, 예술 한류도 나름 자부할 만한 수준으로 성장하고 있다. 그런데 다수가 탐내는 문화 콘텐츠 산업을 둘러싼 역학 구도에 '차이나 파워'가 어느새 더 강하게 시야에 들어오고 있다. 홍콩, 베이징, 상하이, 타이베이 등이 저마다 강력한 하드웨어에 더해 다채로운 콘텐츠까지 쏟아내면서 변화무쌍한 도시로 성장하고 있다. 이들 사이에서는 아시아의 '크리에이티브 허브(creative hub)'라는 타이틀을 향한 경쟁의 강경의식도 느껴지지만, 압축적인 창조적 연대도 느껴진다. 네트워크의 시대에 창조적 네트워크는 더욱 큰 힘을 발휘할 수밖에 없다. 얼마 전 홍콩에서 만난 예술계 인사는 '정자는 사자가 깨어나기까지는 단절이 있었기에 시간이 오래 걸렸지만, 그리고 더 걸릴 수도 있지만 이제는 진정한 중국을 볼 수 있다고 말했다. 굳이 문화적 해게모를 향한 경쟁 구도로 바라볼 필요는 없을 것이다. 사람이 그렇듯 도시도, 국가도 저마다의 개성과 매력에 있는 법이고, 국적이나 인종, 사회 계급의 경계가 흐려진 디지털 세상이 아닌가. 그래서 지구촌 차원에서도 환영받는 코즈모폴리탄 인자가 넘쳐나는 것일 테고 말이다. 하지만 우리 결에서는 모래알처럼 흩어지는 사례도 크고 작게 눈에 띄는 것도 사실이다. 멀리 보면, 가까이 있는 창조적 연대란 무궁무진한 힘을 발휘할 수 있음을 기억해야 할 것 같다. 글 **고성연**



34



36



32



38



30



박서보에게서 롤랑 바르트를 읽다

‘묘법의 영도(零度)’를 향한 여정

요즘 들어 ‘동에 번쩍, 서에 번쩍’ 지구촌을 수놓는 글로벌 행보를 보이고 있는 박서보. 단색화에 대한 관심이 꺾이지 않았느냐는 일각의 목소리가 무색할 정도로 그를 향한 러브콜은 여전하다. 현 시장가가 반드시 작품의 가치를 규정한다고 볼 수는 없지만, 경매가 기록도 지속적으로 경신 중이다. 지난해 말 뉴욕에서는 근작 위주로, 홍콩에서는 초기작으로 구성된 개인전을 가진 뒤 올봄 국립현대미술관에서 첫 대규모 개인전을 개최할 예정인 박서보의 가나긴 창조적 여정, 그 뿌리를 들여다본다.

19세기 말부터 서구에서는 소리가 있는 ‘말과 손으로 써야 하는 글’의 싸움이 시작됐다. 동양에서는 ‘침묵이 금’이라면, 서구에서는 확실히 ‘용변이 금’이다. 그래서 서구의 언어는 논리적, 산문적이려면, 동양의 언어는 은유적, 시적이다. 서구 역사에서 소크라테스, 데모스테네스, 키케로 등 말을 잘한 웅변가(철학자)의 이름은 무수히 떠오르지만, 글씨를 잘 쓴 사람의 이름은 쉽게 떠오르지 않는다. 그런데 동양사를 보노라면 왕희지, 구양순, 안진경, 가깝게는 추사, 여초, 소현 등의 사상은 잘 기억나지 않는 반면 글씨체는 익숙한 편이다.

서구 사상가들은 플라톤 이래 ‘음성(로고스, 이성)’이 세계를 지배하는 바람에 1, 2차 세계대전 같은 인류 최악의 비극을 초래했다고 여겼다. 이에 대한 통렬한 반성과 함께, ‘말’에 대한 중요성이 프랑스 사상가를 중심으로 제기되었는데, 그 가운데 20세기 프랑스가 낳은 지성이자 기호학의 대가로 통하는 롤랑 바르트(Roland Barthes)가 있었다. 한국 현대미술계를 이끄는 작가 중 하나인 박서보는 바르트의 저서 <글쓰기(프랑스어 écriture, 에크리튀르)의 영도>(1953)에서 자신의 작품명인 ‘묘법(描法 에크리튀르)’을 차용해 1967년부터 현재까지 작업하고 있다. 각지에서 산발적으로 실행한 ‘쓰기’에 대한 다양한 실험에 세계적인 미술가들이 참여했고, 그 흐름에 박서보도 합류한 셈이다.

글쓰기와 요리 삼각형

제목 ‘묘법’은 롤랑 바르트에게서 차용했지만, 실제 그림 자체의 영감은 박서보의 아들에게서 비롯되었다. 그는 1967년 아들이 한글 쓰기 연습을 하다가 잘 안 되니까 연필로 여러 번 긁는 것을 보고 착안했다. 어쩌면 그는 아들의 모습에서 자신이 서예나 한국화를 시작했을 때를 떠올렸을 수도 있



1, 2, 3 화이트 큐브에서 열린 박서보 개인전. ZIGZAG: Ecriture 1983-1992, White Cube Mason's Yard, London, 20 January - 11 March 2017 © the artist, photo © White Cube(George Darrell) 4 1931년생인 박서보는 여전히 활발하게 창작 활동을 펼치고 있다. 2018 © the artist 이미지 제공: 화이트 큐브 5 2018년 겨울 뉴욕에서 열린 갤러리 페로틴(Galerie Perrotin)의 박서보 전시(Ecriture installation view, Perrotin New York) photo by Dario Lasagni, courtesy the artist and Perrotin 6 중국 상하이 파워롱 미술관(Powerlong Museum)에서 진행 중인 <한국의 추상미술: 김환기와 단색화>전에서 선보인 박서보의 작품 Ecriture No. 18-81(1981), pencil and oil on canvas, 182x227cm, courtesy the artist and Kukje Gallery. 전시는 3월 29일까지 열린다. 이미지 제공: 국제갤러리 7 지난해 11월 서울옥션 홍콩 경매에서 거래된 묘법 연작 Ecriture No. 8810121(1988), mixed media with Korean paper, 130x162cm. 이미지 제공: 서울옥션 8 지난해 3월 소더비 홍콩 경매에서 작가의 경매 최고가 기록을 경신한 연필 묘법 작품 Ecriture No. 37-75-76(1975~76). 낙찰가 1천8백32만 홍콩달러. 이미지 제공: 소더비(Sotheby's) 9 Ecriture No. 080418(2008) ©White Cube ©Kilmin Lee

다. 여러 번 반복하며 글자의 내용보다는 형태에 가깝게 그리려고 자세를 바로잡는 ‘몸의 언어’를 쓰는 모습 말이다. 서구 사상가들은 언어를 ‘음성언어와 문자언어’로만 분류해 논쟁했다면, 마티에르(물질, 재료)를 늘 사용해야 하는 미술가들은 의미보다 신체와의 직접적 관련성이 더 중요한 ‘몸의 언어’를 발견하고 발전시켰다.

예를 들어 ‘청색 노크롬’ 화가로 통하는 이브 클랭(Yves Klein)은 여성의 나신을 붓처럼 사용하거나 인체 탁본을 했다(‘인체 측정(Anthropométries)’, etc., 1958~60). 백남준은 자신의 머리카락에 먹물을 묻혀 화선지 위에 굵고 긴 선을 그렸다(‘머리를 위한 선(線)’, 1962). 이를 러시아 출신의 언어학자 로만 야콥슨(Roman Jakobson)의 ‘음운 삼각형’에서 착안한 클로드 레비 슈트라우스(Claude Lévi-Strauss, 구조주의 인류학의 창시자)의 ‘요리 삼각형’과 비교해볼 수 있겠다. 간단히 말하자면, 레비 슈트라우스는 음식을 날것과 요리된(익힌) 것, 썩힌(발효된) 것으로 구분했다. 백남준이나 이브 클랭의 글쓰기는 자연, 즉 몸을 그대로 도구 없이 사용하는 ‘날것(cru)’의 강함과 에너지의 분출을 보여준다. 반면 사이 톱블리, 안토니 타피에스 같은 작가들의 그림은 아주 고급진 용기가 필요한 ‘익힌 것(cuit)’의 고상함과 온유를 보여준다. 오래된 담벼락의 금이나 깊은 산속의 끊어질 듯 이어지는 오솔길처럼 그렇게 쓰기의 자취를 남긴다. 신체성의 증첩을 보여주는 아우환의 쓰기는 확실히 ‘발효된(fermenté ou Pourri)’ 맛이다.

박서보의 경우는 어떻게? 유희물감을 캔버스에 칠한 뒤 물감이 마르기 전에 연필이나 철필로 선을 그리는 1970년대 ‘초기 묘법’ 작품에서는 ‘익힌 맛’이 난다. 반면, 1982년 한지를 사용한 ‘중기 묘법’부터는 한지의 물질성과 동양화의 묘법 정신이 증첩되며, 조금도 느끼하지 않은 담백한 발효

된 맛, 즉 자연의 개입으로 오랫동안 숙성된 맛이 난다. 그는 한지를 오랜 시간 물에 불려 캔버스에 붙이고, 밀고, 긁는 행위를 수없이 반복한다. 한지를 캔버스 위에 여러 겹 붙인 후, 굵은 연필이나 뾰족한 도구로 되풀이해서 선을 긁는다. 묘법 작업 과정을 보면, 쓰면서 지우고, 쌓으면서 긁어낸다. 쓰기만, 혹은 쌓기만 고집하는 것이 아니다. 그의 ‘쓰기’에는 이미 ‘지우기’가 포함되고, 긁어내기 위해 쌓는다.

2000년부터 박서보의 무채 묘법은 유채 묘법으로 바뀌는데, 그 배경에는 현대미술계 인사들 사이에서는 꽤 잘 알려진 일화가 있다. 그가 전시차 일본 도쿄에 있는 화랑을 방문했을 때 현지 관평을 즐길 기회가 있었다. 그때 박서보는 단풍으로 물든 자연의 아름다움에 흡선 젖어들었다. 산이 온통 붉게 물들었는데, 그 붉은색은 단순한 붉은색이 아니었다. 바람이나 햇빛의 강약에 시시각각 섬세하게 변화하는 색깔을 새삼 포착한 것이다. 2014년 11월 파리 페로탱 갤러리에서 열린 개인전에서 필자는 그의 붉은 톤 그림을 가리키며 단풍이 그런 붉은색이었던지 물었다. 그러자 그는 ‘불그스름한 색’이라고 수정해줬다. 하나로 규정할 수 없는 색이기에 불그스름한 색이라고 표현한 것이다. 이것도 저것도 아닌 뭔가 어정쩡한 느낌, 그러나 동시에 이것이기도 저것이기도 한 포용적인 표현이다.

영도와 비움

박서보가 바르트의 에크리튀르를 일반적인 번역인 ‘글쓰기’가 아니라, ‘묘법’이라고 표현한 데는 깊은 의미가 있다. 그의 그림은 ‘선’으로 이루어진 선묘법을 사용한 작품인데, 이는 서예나 동양화에 관심이 없다면 낯선 용어일 수 있다. 이미 오래전부터 형식화된 선묘법은 일반적으로 18개로 분류된다. 예를 들어 ‘구름묘법(雲霧描法)’은 ‘형을 윤곽선만으로 그려서 표현하고 선의 아름다움이 존중되는 방법’이다. 그 외에도 ‘물결묘법(波濤描法)’, ‘백묘법(白描法)’ 등이 있다. 이처럼 하나의 선을 긋는 데도 때로는 아름다움이 더 존중되고, 때로는 ‘대교약술(大巧若拙)’과 같이 일부러 이를 감추거나 서투르게 하며, 충분히 발효될 때까지 오랜 시간 수련을 거친다. 박서보도 “선비들이 시서화를 하는데, 대가가 되겠다는 목적보다 수신 과정으로 삼듯, 내 작업도 마찬가지로 늘 강조한다.

바르트의 ‘영도’는 박서보에게서는 ‘승려의 수행과 같이 수 없이 반복되는 행위를 통한 ‘비움’으로 재해석된다. 바르트에게 글쓰기란 ‘글쓰기를 하지 않는 글쓰기(écriture sans écriture)’다. 박서보는 그림을 그리면서 지우고, 채우면서 비워내 ‘순수한 비움 그 자체’에 이르러자 한다. 바르트가 ‘저자의 죽음’을 실행하듯, 박서보도 ‘묘법의 0도’를 실행한다. 그래서 바르트의 책을 두고 독자들이 폭넓은 해석을 하듯이, 박서보의 작품 앞에서 관람객은 30도의 뜨거운 감도에 흡선 젖을 수도, 영하 10도의 추상 같은 비판성에 몸을 떨 수도 있다. 글 심은목(파리 PAF 미술 축제 감독) edited by 고성연



비움과 채움, 치유의 미학

아들의 체념 어린 연필질에서 발견한 비움의 미학을 자신만의 예술혼이 담긴 묘법(描法, ecriture) 시리즈로 구현해낸 박서보. 단색화의 선구자 대열에 어김없이 꼽히는 그는 올해 만 여든여덟. 이제 아흔을 눈앞에 둔 노장은 예술 한류에도 동참하고 있다. 세계적인 갤러리 화이트 큐브(White Cube)와 런던에서 이미 한 차례 전시를 가진 적이 있는 그는 갤러리의 소속 작가 명단에 이름을 올렸다. 화이트 큐브 작가로서는 첫 개인전이 최근 홍콩에서 열렸는데, 작가의 출발점부터 깊이 탐색하며 인연의 서막을 기념하듯이 그의 초기작인 '연필 묘법' 작품들을 선보였다. 비움과 채움이 교차하는 그 현장에 가봤다.

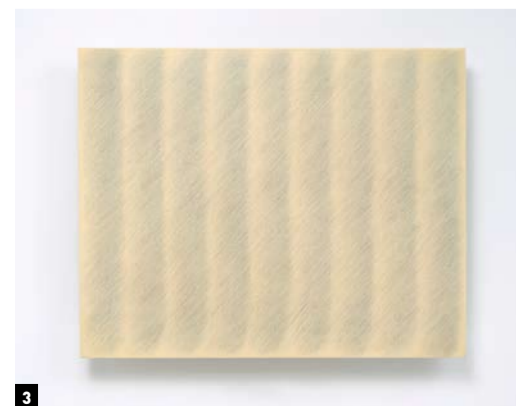
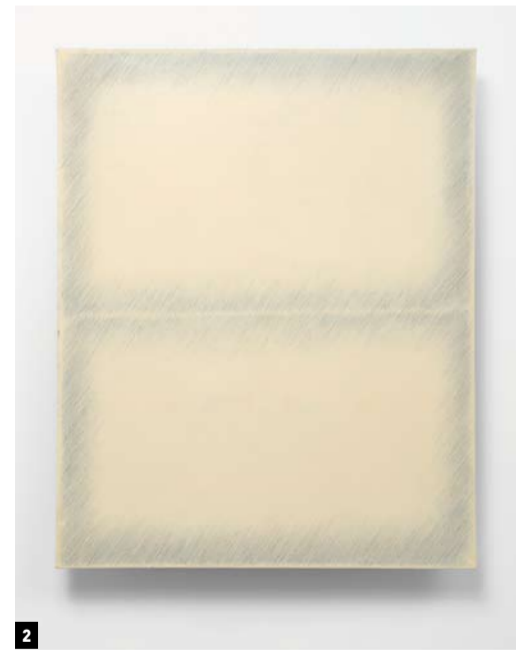


1 영국 현대미술을 대표하는 갤러리 화이트 큐브(White Cube)의 소속 작가로서 여는 박서보의 첫 개인전 (Park Seo-Bo Ecriture(描法) 1967-1976)이 홍콩 지역에서 열리고 있다(2018년 11월 23일~2019년 1월 5일). 작가의 초기 연필 묘법 작품을 모았다. White Cube Hong Kong ©The artist, photo ©White Cube(Kim Lee) 2 Ecriture 15-70(1970), pencil and oil on canvas, 100X80cm. ©The artist, photo ©White Cube(Prudence Cuming Associates Ltd) courtesy White Cube 3 Ecriture No. 51-71(1971), pencil and oil on canvas, 80X100cm. ©The artist, photo ©White Cube (Prudence Cuming Associates Ltd) courtesy White Cube 4 홍콩 전통 탕 자구의 중국농업은행 건물 1층에 자리한 화이트 큐브 홍콩. ©White Cube ©Kim Lee

해 전 런던에서 개인전을 연 적은 있지만, 화이트 큐브 소속 으로서는 첫 전시이기에 작가의 시작점부터 조명하고 싶었다고 한다. “희소성 있는 초기작을 모아 전시하는 일은 상당히 힘이 드는 작업이었어요. 하지만 작가를 소개할 때 깊이 에 중점을 두는 게 저희 일인 만큼, 박서보라는 작가가 아티스트로서 어떻게 작업을 시작했는지, 그리고 어떻게 나아갔는지 보여주는 게 중요하다고 판단했습니다. 그래서 사람들이 박서보를 보다 잘 이해할 수 있으니까요.”

사실 지난 수년 동안 세계 미술 시장에서 놀라울 정도로 큰 주목을 받고 시장 가치가 솟아오른 단색화에 대해서는 ‘거품론’, ‘이론적 토대의 부재’ 같은 비판의 목소리도 나온다. 한국 작가로는 처음으로 화이트 큐브 소속이 된 단색화의 대표 주자 박서보에 대해 그들은 어떻게 생각하고 있을까? 로라 저우 디렉터는 단색화를 논하는 건 이제 시작 단계일 뿐이라고 강조하면서, 그러나 예술사 차원에서 볼 때 분명히 가치가 있는 시대의 새로운 움직임이라고 평가했다. 그는 “단색화는 제2차 세계대전 이후 경계를 재검하려는 전반적인 흐름 속에서 사구의 미니멀리즘에 영향을 받고 명상 등 동양 철학에 뿌리를 둔 아시아 작가들이 문화적 재건에 대해 생각하고, ‘문화적 독립’을 위해 자신들만의 새로운 것을 창조하려 한 노력의 산물이라는 데 의의가 있다”며 자신이 미술 사학자나 이론가는 아니지만 “이 같은 움직임은 당시 일본과 대만에서도 볼 수 있기 때문에 아시아적인 맥락에서 해석할 필요가 있다”라고 말했다. 그리고 훗날 ‘단색화’라는 이름 자체를 어떻게 다룰지 모르겠지만, 그 정체성은 ‘모노크롬(monochrome)’이라는 색채나 단색조 스타일에 있는 게 아니라 정신에서 비롯한다는 것을 염두에 두고 박서보를 비롯한 이 대열의 작가들을 이해해야 한다고 당부하는 것도 잊지 않았다.

어쩌면 정신적 공감은 굳이 강조하지 않아도 알아서 찾아오는 것일지도 모르겠다. 사조니, 스타일리니 하는 것보다 그저 그곳이 작품을 마주하고 에너지는 느끼고, 그 과정에서 작은 인식과 깨달음을 얻기도 하는 것. 아마도 이런 깊이 예술 감상의 본질이 아닐까. 실제로 박서보의 홍콩 전시를 찾은 한 관람객이 작품 하나하나를 깊이 응시하면서 2시간가량 머물다 떠난 경우도 있었다는 얘기를 전해 들었다. 비우려 하다가 채우고, 채우려 하다 비우는 것. 작품을 만드는 이에게든, 감상하는 이에게든 ‘모미’는 바로 여기에 있지 않을까, 하는 생각이 든다. 글 **고성연**



대다수가 총총걸음으로 바삐 돌아다니는 사람들의 물결을 지켜보노라면 서울보다도, 도쿄보다도 번잡하다는 생각이 드는 홍콩의 센트럴 지구. 땅값이 워낙 비싼 탓에 내로라하는 글로벌 갤러리들도 단독 건물이 아니라 고층 빌딩에 터를 잡고 있다. 그중 영국을 대표하는 화이트 큐브(White Cube) 갤러리는 크림색 외벽에 높다란 천장이 우아함을 뽐아내는 중국농업은행 건물 1층에 자리하는데, 갈색 틀의 유리 문 안에 발을 들여놓으면 전혀 다른 세상이 펼쳐진다. 특히 2018년 연말, 화이트 큐브를 수놓은 박서보 전시는 그런 느낌을 더욱 북돋는다. 새하얀 벽에 띄엄띄엄 여유 있게 걸려 있는 그의 작품들 사이를 거닐다 보면 마치 완전히 다른 공간에 와 있는 듯, 은근한 평온함이 살면서 몸을 감싼다. 이 공간에서는 일부러 애쓰지 않아도 자연스럽게 집중하게 된다. 단색화 특유의 질감이, 잔잔한 리듬감이 느껴지는 제스처가 절로 주의를 사로잡기 때문이다. “박서보 작품은 정말로 직접 와서 봐야 합니다. 이곳 미술계 종사자들도 박서보 작품을 경매에 출품된 한두 점만 본 게 다인 경우가 많아요. 요즘 사람들은 심지어 휴대폰으로 그림을 보고 말잖아요. 하지만 실제로 전시장에 와보면 커다란 차이가 있죠.” 화이트 큐브 홍콩을 이끄는 아시아 총괄 디렉터인 로라 저우(Laura Zhou) 역시 전시가 선사하는 ‘효과’를 잘 알고 있었다. 그는 “사실 밖에 나가보면 홍콩인의 삶은 매우 바쁘게 돌아갑니다. 하지만 이 전시장에 일단 들어오면 금세 속도를 늦추게 되지요. 그리고 에너지가 코어(core)로 집중될까, 그런 느낌이 있어요. 그래서 바쁜 현대인에게 꼭 와서 감상하라고 제안하고 싶습니다.” 박서보의 이번 개인전은 그의 묘법(描法, ecriture) 시리즈의 초기작(1967~76년 작품)을 모아놓은 전시다. 이미 두



On the Move

‘영국과 ‘현대미술’이라는 키워드를 조합하면 많은 이들은 슈퍼스타 데이미언 허스트, 거물 컬렉터 찰스 사치를 가장 먼저 떠올릴 것이다. 그리고 이 생태계를 좀 더 잘 안다면 세계 미술계에 지대한 영향을 끼쳐온 갤러리스트 제이 조플링을 언급하지도 모르겠다. 그가 25년여 전 작은 프로젝트 공간처럼 차린 화이트 큐브(White Cube) 갤러리는 쟁쟁한 스타 작가들과 함께하며 큰 굴곡 없이 성공 가도를 달려왔다. 아시아를 비롯한 비유럽권 작가들에게도 관심의 초수를 조용하게, 하지만 전략적으로 뻗고 있는 화이트 큐브의 행보가 주목된다.

영국 현대미술을 대표하고 세계적인 영향력을 행사하는 갤러리, 화이트 큐브(White Cube). 현대미술에 관심이 있다면 꽤 존재감 있게 느껴질 이 갤러리의 이름은 고유명사이기도 앞서 1970년대 중반 무렵 미술계에 널리 퍼져 있던 유행어였다. 일반명사로 보면 ‘하얀 입방체’를 뜻하는 이 단어는 당시 미술 평론가 브라이언 오도허티(Brian O'Doherty)가 《Inside the White Cube》라는 책을 출간하면서 화제가 됐는데, 흰 벽으로 이뤄진, 마치 중세의 성전처럼 순수성을 품은 전시 공간에서 예술적 이데올로기가 생성된다는 논리를 담고 있다. 모더니즘의 산물로 여겨지는 ‘화이트 큐브’ 전시 방식은 예술 작품을 전시하는 갤러리 공간의 문법처럼 자리 잡았다. 우아한 카리야스를 지닌 이 단어를 영리하게 차용해 고유명사 반열에 올려놓은 인물은 1990년대 초반에 등장했다. 영국 명문 사립의 상징인 이튼 칼리지 출신이며 젊은 기획자이자 아트 딜러로 일하던 제이 조플링(Jay Jopling). 그는 만 30세의 나이에 런던의 전통적인 미술품 거래 시장으로 유명한 세인트 제임스의 듀크 스트리트(Duke Street)에 작은 단칸방 수준의 갤러리를 열고 ‘화이트 큐브’라는 이름을 붙였다. 그로부터 불과 몇 년도 지나지 않아 이 새내기 갤러리는 업계의 신성으로 떠올랐다. 그 배경에는 영국 현대미술의 세대교체를 주도하며 세계 미술 판도에도 큰 영향을 미친 이른바 ‘yBa(Young British Artists)’가 있었다. 트레이시 에민(Tracey Emin), 데이미언 허스트(Damien Hirst) 등, 논란도 많지만 인기도 많은 작가들과 함께 화이트 큐브는 무섭게 성장해나갔다. 작가를 잘 꿰뚫어보고 유대를 맺을 줄 아는 데다 이슈 메이킹에 능하고 미디어를 영민하게 활용할 줄 아는 전략가의 자질이 출중했던 제이 조플링은 런던 화이트 큐브 메이슨 아트(2006년)를 마련한 데 이어 2011년 화이트 큐브 버몬지(Bermondsey)를 아심 차게 오픈하면서 큰 도약을 일궈낸다. 원래 창고로 쓰이던 건물을 고쳐 만든 이 갤러리는 당시 유럽 상업 화랑 최대 규모였던 5,000㎡가 훌쩍 넘는, 사방으로 쪽쪽 뿜는 널찍한 공간을 품고 있다. 안셀름 키퍼(Anselm Kiefer) 같은 거장의 대규모 개인전이나 대형 그룹전을 소화할 수 있는, 웅만한 미술관 못지않은 거대한 몸체를 지닌 갤러리면서도 공간의 느낌이 우아하지 않고, 인근에 카페, 레스토랑, 팝이 아지각하게 들리던 동네 분위기도 좋다.

이후 화이트 큐브는 해외 무대로 나아가는 데도 적극적인 행보를 펼쳐기 시작했다. 2012년 5월 화이트 큐브 홍콩을 열면서 아시아 시장에 첫발을 내디딘 데 이어, 같은 해 말 싱가포르에도 공간을 꾸리면서 남미 시장의 문을 두드렸다. 현재는 런던 메이슨 아트, 버몬지, 홍콩, 세 곳에 전시 공간을 꾸리고 있다. 지난해 탄생 25주년을 맞이한 화이트 큐브는 런던과 홍콩에서 지난 사반세기의 여정을 돌아보고 의미를 새겨보는 대형 전시를 개최했다. 런던의 메이슨 아트와 버몬지에서 모나 하툼(Mona Hatoum), 게오르크 바젤리츠(Georg Baselitz) 등 작가 40여 명의 신작을 다수 선보인 《Memory Palace》라는 그룹전이, 화이트 큐브 홍콩에서는 영국이 자랑하는 세계적인 조각가 앤서니 골리의 숙연한 작품을 위시해 다채로운 예술 세계를 전하고 갤러리가 시도해온 그간의 창조적 실험을 살펴볼 수 있는 《Remembering Tomorrow: Artworks and Archives》라는 그룹전이 각각 여름을 장식했다.

지난 25년의 파격적이고 때때로 주춤한 화이트 큐브는 브랜드 인지도를 높이는 데 확연히 성공했다. 하지만 데이미언 허스트와 손잡고 1천1백 캐럿이나 되는 다이아몬드를 해골에 박은 작품 ‘신의 사랑을 위하여’를 제작한 프로젝트 같은 메가톤급 파격은 이제 별로 찾아볼 수 없다. 그보다는 이 시대를 이끌어가는 수준 높은 아티스트들과의 다채로운 협업에 더 집중하는 듯하다. 상상성을 지닌 화이트 큐브는 브랜드, 스타 작가들과의 친분이나 영국 보수당 정치인 아버지를 둔 화려한 배경 덕분에 늘 미디어의 주목을 받아왔지만, 좀처럼 언론과 공식 인터뷰를 하지 않는 제이 조플링은 7년 전 버몬지에서 가진 파인애플 타임즈 기자회견의 만남에서 다음과 같이 말했다. “제 갤러리는 전부 큰 유리 문이 달려 있어요. 이 건물은 심플하고 민주적이지요. 화이트 큐브가 가운데 들어서 있는, 전연 개방형 공간” 그의 말처럼 파격적이면서도 어딘가 모르게 다소 보수적인 이미지였던 화이트 큐브는 아시아를 비롯해 지역별 작가 스펙트럼을 확대하는 등 이제 ‘다양성’이라는 차원에서는 보다 열린 행보를 자랑하는 것 같다. 그것이 글로벌 트렌드를 잘 읽어내는 경영자의 예리한 비즈니스 감각의 반영이라 할지라도 궁정적인 측면이 많은 듯 보인다. 일찍이 앤디 워홀도 비즈니스야말로 최상의 예술이라고 하지 않았는가. 그 대상이 좋은 아티스트라면 더 빠른 예술인 테고 말이다. 글 **고성연**



1 1993년 처음 갤러리 사업의 포문을 열었던 화이트 큐브 듀크 스트리트(White Cube Duke Street)의 사인보드. 2 화이트 큐브 창립자인 제이 조플링(Jay Jopling, 왼쪽)과 갤러리의 대표 작가인 세계적인 조각가 앤서니 골리(Antony Gormley and Jay Jopling at 'Lost Subject' at White Cube Street in 1994. Courtesy of White Cube 3 2012년부터 운영 중인 화이트 큐브 홍콩의 전시 공간. 이미지 제공: 화이트 큐브 4 날뻗고 사원한 구조가 돋보이는 런던의 화이트 큐브 버몬지(Bermondsey). 2011년 세워질 당시 유럽 최대의 상업 화랑 공간이었다. photo by Ben Westoby 5 지난해 탄생 25주년을 기념해 화이트 큐브 홍콩에서는 《Remembering Tomorrow: Artworks and Archives》라는 그룹전이 열렸다. photo by Kimin Lee 6 캐나다 몬트리올 출신의 화이트 큐브 소속 작가 데이비드 알트메드(David Altmejd). 이미지 제공: 화이트 큐브 7 중국의 차세대 대표 작가로 꼽히는 리웨이웨이(Liu Wei), photo by Tang Xuan. 이미지 제공: 화이트 큐브



작품의 도시에서 오리지널의 도시로, 상하이 블루스

몇 해 전부터 (스타일 조선일보) 지면을 통해 상하이의 새로운 미술관과 아트 페어를 소개해왔지만, 여전히 대중의 선호는 아트 바젤 '홍콩'으로 기울어져 있었다. 그러나 올해 상하이는 홍콩에 비해서도 손색없는 아트 도시로 급성장했음을 여실히 증명했다. 국제갤러리는 2015년 베니스 비엔날레 특별전시관에서 거둔 홍보 효과를 아시아에서 다시 한번 거두려는 듯 상하이 파워룸 미술관에서 대규모 단색화 전시회를 열고 있다. 이렇게 보면 이제 상하이는 베니스에 비견될 만하다. 부동산에 눈이 밝은 혹자는 상하이가 곧 '뉴욕'처럼 성장할 것이라고도 말한다. 홈쇼핑 채널에서는 상하이를 '동양의 파리'라는 관광 상품으로 홍보한다. 홍콩의 대항마이자 아시아의 베니스이며, 뉴욕이고, 파리가기도 한 상하이. 대체 그 정체가 뭘까?



모방의 도시라는 주홍 글씨?

타자와의 비교와 비유를 통해서만 비로소 자신의 특성을 소개할 수 있는 도시, 상하이. 상하이 아트 신이 폭발했던 건 바로 이런 특성을 애써 숨기거나 반대로 이를 극복하려 애쓰지 않고, 그것이 바로 상하이의 본래적 특성을 인정할 모습이 엿보였기 때문이다. 유즈 미술관에서 열린 (The Artist is Present)는 스스로를 조롱하고, 그럼으로써 면죄부를 획득한 가장 친화적인 전시회로, 최대의 재주꾼 마우리치오 카텔란(Maurizio Cattelan)의 아이디어이다. 그 자신이 작가이기도 한 카텔란은 뉴욕 현대미술관(MoMA)에서 열린 마리나 아브라모비치(Marina Abramovic)의 유명 퍼포먼스 제목을 전시명으로 그대로 따왔고, 중년 여성이 빨간 옷에 머리를 한쪽으로 땀아 낚고 고 정면을 응시하는 사진을 포스터로 사용했다. 언뜻 보면 마치 이 전시회에 마리나 아브라모비치의 작품이 출품됐거나, 2010년 뉴욕 현대미술관에서 열린 그 유명한 퍼포먼스가 재연된다고 착각할 법하다.

그러나 전시장 어디에서도 이 작품은 찾을 수 없다. 심지어 포스터를 자세히 보면 그녀는 마리나 아브라모비치가 아니다. 나는 복제한다. 고로 존재한다는 명제가 관객을 맞이하듯, 전시장 내부는 짝퉁 천국이다. 제임스 터렐과 댄 플러빈을 결합한 것 같은, 어디선가 많이 본 듯한 작품은 카파니키 왕가(Kapwani Kiwanga)라는 캐나다 작가의 작품이고, 앤디 워홀의 '실버 클라우드'를 따라 한쪽은 영감을 받은 작품은 잘 알려진 필리프 파레노(Philippe Parreno)의 '골드 스피치 버블'이라 반박이다. 바티칸 대성당을 축소시킨 카텔란의 2018년 신작, 빔 델보예(Wim Delvoye)가 인간의 배설기관을 복제해서 만든 동 누는 기계 등 '복제'와 '모방'이 얼마나 중요한 예술적 동인지도 증명하는 작품으로 가득하다.

전시는 구짜와의 협업으로 이뤄졌는데, 구짜의 크리에이티브 디렉터 알레산드로 미켈레가 카텔란에게 제시한 키워드는 단 둘, 바로 '상하이'와 '복제(copies)'였다. 짝퉁 소량의 매카가 되어 오리자날의 복제품이 난무하는 도시 상하이에 대한 패선업체의 고민을 담은 자적인 화두를 던진 셈이다. 카텔란은 그것이 바로 상하이의 오리진이라는 답을 건넸고 있다. 19세기 중엽 중국에서 가장 먼저 개방하며 조계지라 불리는 각종 짝퉁 도시가 생겨난 곳이니 말이다. 촌철살인의 유머가 돋보이는 이 전시에 대해 인터뷰에서 좀 더 자세히 해보면 서구의 어느 도시 벽에 어떤 전사의 포스터가 크게 그려진 이미지를 쉽게 찾을 수 있다. 먼저 유럽에서 열린 전사를 상하이에서 연 거꾸로 상하이는 미술관드헤어에 많지만 아직 전시 기획력(소프트웨어)은 부족하니 전사를 수입했겠다'라 지적할 법하다. 그러나 아무리 찾아봐도 먼저 열렸을 전사에만 정보를 찾을 수 없다. 이 전사는 사실 열리지 않았고, 상하이 유즈 미술관 전사가 첫 전사다. 다만 그 포스터는 이 같은 점을 하도록 주최 측이 던졌을 미가다. 예술계에서 상하이를 바라보는 시선도 패선계의 시선과 별안 다르지 않은 것이다.

1 상하이 유즈 미술관에서 최근 열린 최후의 전사 (The Artist is Present) 풍경. 유명 아티스트이기도 한 마우리치오 카텔란(Maurizio Cattelan)이 큐레이터를 맡았는데, 짝퉁 소핑 도시로 유명한 상하이의 모조와 복제 행위를 키워드로 삼았다. 상하이 전시명도 2010년 뉴욕 현대미술관에서 열린 마리나 아브라모비치(Marina Abramovic)의 퍼포먼스 제목을 가져온 것. 왼쪽은 이번 전시 제목(레고로 만든 구짜 백, ©Andy Huang Chi-Kin/LEGO Certified Professional) Gucci SyWie bag made with LEGO bricks Courtesy of Gucci)이고, 오른쪽은 구짜의 실제 상품인 '상하이 백'이다. 2 (The Artist is Present) 전시 포스터. 마리나 아브라모비치를 닮은 여인이 등장했다. Courtesy of Gucci. ©The Artist is Present, Shanghai 2018 3 상하이 포선 파운데이션(Fosun Foundation)에서 열리고 있는 신디 셔먼 전시(2019년 1월 13일까지). 4 상하이 차오 스페이스(QIAO SPACE)에서 진행 중인 매슈 데이비스 전시(2019년 1월 21일까지). 3, 4 사진 제공: 아트인아트코리아

복제의 끝에서 만나게 되는 상하이의 고유성

롱 미술관, 유즈 미술관, 차오 스페이스, 탱크 등 상하이에 속속 들어서고 있는 뮤지엄은 대부분 개인 컬렉터가 운영하는 사립 미술관이다. 이들은 작가를 발굴하거나 전사를 기획하는 것보다는 크고 멋진 미술관을 압도적인 건축물로 고사하거나, 이미 해외에서 성공한 유명 전시회를 유치해왔다. 심지어 적극적으로 갤러리와 전시 협업을 진행하기도 하는데, 2017년 롱 미술관에서 열린 앤서니 골리 전시는 화이트 큐브 갤러리가, 올헤이 루이스 부루자 전시는 하우저 & 위스 갤러리가 같이 관여했다. 포선 파운데이션(Fosun Foundation)에서 전시 중인 신디 셔먼 전시는 화이트 큐브와 픽처스 갤러리가 기획했다. 곧 옹파두 센터가 들어설 예정이라고 하니, 상하이를 두고 '동양의 파리'라고 한 표현은 점차 현실이 되어가는 듯하다.

외관을 복제하고, 콘텐츠를 복제하며 점차 글로벌 예술 도시의 면모를 갖추어나가는 이곳에 아트 페어가 빠질 수 없다. 아트 바젤 홍콩의 성공을 눈여겨본 중국인들이 본토에 아트 페어를 유치하기 위해 정부의 적극적인 지원에 만든 것이 바로 웨스트번드 아트 페어이며, 중국 컬렉터들이 자국의 아트 페어를 카우치어 만든 것이 바로 아트021 페어다. (The Artist is Present) 전시장에 걸려 있던 '당신이 사랑하는 것을 복제하고 복제하고 또 복제하라. 복제의 끝에서 당신 자신을 만나게 될 것이다'라는 선언문처럼 각종 미술 기관이 생겨난 지 5년 정도 지난 지금, 각각의 열매가 무르익어가는 모습이 눈에 띈다. 이제 상하이는 더 이상 당신이 일던 상하이 아니다. 상하이를 방문한 외국인들이, 특히 단색화 전시회를 위해 상하이를 방문한 다수의 한국 미술 관계자와 컬렉터가 외치는 "여기 정말 외국(?) 같다"라는 탄성이 그 증거다. 글 김영애(아트인아트코리아 대표) edited by 고성연



'문화 예술 허브'를 둘러싼 아시아 도시들의 행보

중강경찰서, 빅토리아감옥 등 옛 정부 건물들과 헤어초크 엔드 드 피론이 설계한 현대미술 공간 JC 컨템퍼러리 등이 모여 있는 홍콩 센트럴 지구의 복합 단지 타이퀸 센터 포 헤리티지 앤드 아트(Tai Kwon Center for Heritage & Art). 갤러리 3층의 '감옥' 콘셉트 공간에 마련된 철제 침대에 누워서 영상 작품을 감상하는 관람객들을 보면 '이래서 홍콩은 지지 않는구나' 싶다. 홍콩뿐이라. 상하이, 베이징, 타이베이 등 차이나 네트워크의 문화 예술 시너지는 엄청나다. 제약이 있다 해도 '예술의 이름으로 허용되는 자유는 확실히 다른 것일까. '크리에이티브 허브'를 둘러싼 아시아 도시들의 행보가 흥미롭다.

지난해 가을, 국내에서는 개봉한 지 얼마 지나지 않아 막을 내렸지만, 할리우드에서는 전미 박스오피스 정상을 찍을 만큼 썩 썩 팬층을 성적을 거둔 영화 (크레이지 리치 아시안). 할리우드 메이저 스튜디오 워너 브러더스가 출연진을 100% 아시아인 캐스팅으로 제작한 영화라 화제가 되기도 했는데, 내용을 보면 현대적으로 변형한 신데렐라 스토리와 가족을 잃은 백만 드라마다. 하지만 이런 전형성에도 아시아 슈퍼 리치의 화려한 위용을 보여준다는 점에서 신선한 면모가 있다. 영화 첫 장면에는 2백여 년 전 중국의 잠재력을 얘기할 때면 곧잘 인용되는 문구가 나온다. "잠자는 사자 중국을 깨우지 마라. 만약 그 사자가 잠에서 깨어나는 날에는 전 세계를 뒤흔들 것이다." 당시 프랑스 황제였던 나폴레옹 보나파르트가 한 이 말은 요즘 들어 더욱 설득력을 지니는 듯하다. 2014년 프랑스를 국빈 방문했을 때 시진핑(習近平) 중국 국가주석은 "중국이라는 사자는 이미 깨어났다. 이 사자는 평화적이고 온화한 문명의 사자"라고 자신감 넘치는 발언을 한 적이 있지만, 그래도 '문화 선진국'으로의 도약은 멀었다는 시각이 지배적이었던 게 사실이다. 그런데 이런 시선을 이렇듯 하지 않고 눈부시게 변모된 모습을 보이고 있다.

잠에서 깨어난 사자, 포효할 일만 남았을까

사실 중국은 이미 시장 규모로는 엄청난 '문화 대국'이다. 특히 대중문화 콘텐츠 시장의 성장세는 무서울 정도로 속도가 빠르다. 예를 들어 영화 시장을 보면 이미 수년 전 미국에 이어 세계 2위 자리를 꿰찼다. 럭셔리 끝판왕이라는 미술 시장에서도 '차이나 머니'의 힘은 대단하다. 오죽하면 2015년 세계 미술 시장이 다소 위축됐을 때, 그 결정적인 원인이 반부패 정책과 경기 둔화로 이중 타격을 입은 '중국'이었을까. 물론 문화 산업은 탄탄한 하드웨어와 소프트 파워가 균형 있게 어우러진 '스마트 파워'라는 만민찮은 내공이 필요한, 그저 자본을 퍼붓는 것만으로는 쉽게 발전할 수 없는 영

역이다. 문화 대국이 곧 문화 강국은 아니란 얘기다. 하지만 중국은 세계 최대의 문화 산업 기지가 되었다는 야심 찬 계획 아래 하드웨어뿐 아니라 콘텐츠 역량에서도 경이로운 수준의 잠재력을 내보이고 있다. 화교권을 중심으로 한 막강한 네트워크 파워로 아시아 전역에서 영화 같은 미디어 산업만이 아니라 아트, 디자인, 건축 등 다양한 영역에서 주목할 만한 콘텐츠 파워를 과시하고 있는 것. 특히 '도시의 세기'라 일컬어지는 21세기에 문화 예술을 앞세운 크리에이티브 허브를 둘러싼 아시아 주요 도시들이 보여주는 행보는 매우 역동적이다. 문화적 헤게모니를 향한 이 같은 치열한 움직임의 중심에는 아트, 디자인 페어, 도시 브랜드뿐 아니라 국가 경쟁력을 좌우하는 미술관 같은 전시 공간이 자리한다. '탈 아시아로 일찌감치 분류된 일본 말고도 상하이, 홍콩, 베이징, 싱가포르, 서울 같은 도시들은 하루가 다르게 새로운 문화 공간과 각종 문화 예술 콘텐츠가 생겨나기에 "내가 여기를 알아~"라는 말이 통용되지 않는다.

하루가 다르게 늘어나는 하드웨어와 콘텐츠 천국

이렇다 보니 글로벌 문화 생태계의 키워드 중 하나는 단연 아시아다. 아트 페어만 해도 싱가포르의 현대미술 장터 아트 스테이지(Art Stage), 2016년 첫 행사를 개최한 인도네시아 아트 스테이지 자카르타(Art Stage Jakarta), 상하이에서 열리는 웨스트번드 아트 & 디자인 페어(WestBund Art & Design Fair) 등 각종 아트 페어가 범람하고 있다. 그중 대표 주자는 아트 바젤 홍콩. 세계 최대 아트 페어인 스위스의 아트 바젤을 주관하는 MCH 그룹이 지역 페어인 홍콩 아트 페어(Art Hong Kong)를 인수해 아트 바젤 홍콩으로 재탄생시킨 2013년부터 파죽지세로 최고의 위상을 거머쥐었다. 베이징은 언제나 수도답게 대륙의 속살을 느낄 수 있는 문화 예술 중심지라는 수식을 누려왔지만, 베이징 올림픽과 함께 보다 세련되고 글로벌한 면모를 덧붙인 도

시로 거듭나고 있다. 그런데 최근 판도를 보면 상하이를 무시할 수 없게 됐다. 상하이 비엔날레, 밀라노 국제가구박람회 '살로네의 상하이 에디션, 각종 아트 페어가 더 이상 상하이를 걸치려 기댄다. 메트로폴리스로 여길 수 없게 만들었다. 여기에는 내로라하는 사립 미술관을 꾸리면서 압도적인 전시를 선보이는 '큰손' 컬렉터들의 힘, 정부의 든든한 뒷받침이 있었다. 대만의 자존심 타이베이도 힘을 내는 모양새다. 올 초부터 새로운 아트 페어인 타이베이 당다이(Taipei Dangdai)를 개최한다는 소식을 전해왔다.

이에 질세라 홍콩은 콘텐츠 강화에 고삐를 죄고 있다. 지난해 예술 특화 빌딩인 H 퀸스(H Queen's)가 들어서 현대미술 애호가들의 시선을 사로잡은 데 이어, 현재 최고의 '핫 플레이스'로 부상한 타이퀸 센터 포 헤리티지 앤드 아트(Tai Kwon Center for Heritage & Art)가 문을 열었다. 영국 식민지시대의 역사적인 정부 건물들을 단장해 완성한 이곳은 '빅 스테이션(big station)'이라는 뜻을 지닌 다목적 문화 공간답게 현대미술 갤러리, 카페, 레스토랑 등 다채로운 콘텐츠를 품고 있다. 홍콩 행정부 차원에서 야심 차게 추진하고 있는 시주룽 문화 지구(西九文化區·WKCD)도 빼놓을 수 없다. 구룡반도 침사추이에서 가까운 이곳에는 미술관, 콘서트홀, 대극장, 공원 등 다양한 시설이 들어서는데, 이중 '국보급'이라고 홍보하는 컬렉션을 보유하고 있는 현대미술관 M+가 올해 드디어 모습을 드러낼 예정이다. 최근 홍콩에서 만난 한 문화 예술계 인사는 작금의 풍경이 단시일 내에 이뤄진 것 절대로 아니라고 강조하면서 이렇게 말했다. "이제야 진짜 차이나가 (문화적으로도) 어떤지 슬슬 모습을 보여주는 것"이라고, 그야말로 잠자는 사자가 막 깨어났다는 얘기다. 물론 문화 예술이란 도시·국가 간 경쟁으로만 바라볼 게 아니고, 도시마다 다른 개성을 지닌 모습이 조화를 이룰 때 아시아가 더 빛날 테지만, 중국의 기지가 가남다르게 느껴지는 건 어쩔 수 없는 듯하다. 글 고성연



자유롭게나 발칙한 팝 감성, 대중에 통하다

It's Hip! It's Cool!

예술이 특정 계층을 위한 전유물이란 인식도 이제는 많이 달라졌다. 젊고 트렌디한 감각을 갖춘 기획자들은 보다 많은 관람객을 끌어모으기 위해 과감하게 대중적 코드를 활용하는데, 여기에는 무엇보다 콘텐츠를 퍼 나르는 소셜네트워크가 가장 큰 역할을 한다. 이제는 유니온아트페어나 틈새 아트 마켓 같은 새로운 예술 시장이 등장하면서 고고하게 느껴지던 '컬렉터'의 문턱이 낮아졌고, 미술을 향유하는 계층과 방식도 갈수록 다양해지는 양상이다. 요즘 국내 미술관과 갤러리에서 열리는 전시의 성향을 살펴봐도 이러한 현상이 두드러진다.

예술은 여러 해석과 다양한 접근이 가능한 분야이긴 하지만, 그렇다고 정답 없는 어려운 논술 문제로 느껴진다면 그 간극은 도무지 좁힐 수 없을 것이다. 이는 현대미술의 딜레마 중 하나이기도 하다. '그들만의 리그'가 되지 않기 위해서는 평균소득 기준에서 일반적인 대중이 접근 가능한 가격은 물론이거나와 관람객을 배려한 친절함과 주제의 명확성이 어느 정도 수반되어야 한다. 사실 1960년대 미국의 심장 뉴욕을 중심으로 팝아트의 물결이 일렁일 때 이미 선구적인 작가들은 대중에 초점을 맞춘, 그렇지만 날카롭고 유머러스한 메시지를 담은 예술을 영리하게 시도한 바 있다. 당시 엘리트주의를 공격하면서 대중이 편하게 받아들일 수 있고, 접근성도 뛰어난 예술 세계를 만들어나가고자 했던 행보가 팝아트의 주요한 공헌이었고, 많은 이들이 이에 열광했다. 물론 팝아트는 현대미술의 한 경향일 뿐이고, 이 생태계를 둘러싼 전반적인 난해함은 이후로도 더 심해졌다고 할 수 있지만 말이다. 하지만 21세기는 확실히 대중 친화적인 예술이 보다 효과적으로 소통되고 환영받을 만한 환경을 갖춘 시대다. 소셜네트워크가 발달하고 문화를 공유하고 소비하는 의식이 당연한 듯 확대되자 최근 몇 년 사이 현대미술은 어렵다는 인식이 예전에 비해서는 많이 깨지고 있는 듯하다. 예를 들어 인스타그램에 유명 작가의 포토제닉한 작품과 전시장 벽면에 붙은 멋진 문구가 인증 사진으로 올라오고, 너도나도 그 전시를 봤다는 댓글을 달며 '좋아요'를 누른다. 사람들은 자신도 깨닫지 못하는 사이에 예술을 공유하며 즐기고 있으며, 이에 전시 기획자들도 좀 더 대중 친화적인 아이템을 찾아 나서게 된다(하지만 이는 예술에 담긴 메시지나 철학이 대중적이라는 뜻은 아니다). 또 '보통' 사람들이 접근 가능한 합리적 가격의 작품을 보여주는 데 집중하는 갤러리도 많아졌다. 대중이 예술을 보다 가깝게 느끼도록 유도하는 또 하나의 방법은 일상의 평범한 요소를 전시에 세련되게 접목하는 것이다. 요즘 서울의 아트 신을 보면 이처럼 대중 친화적인 콘텐츠가 유독 눈에 띈다. 대표적으로는 아트 토이나 패션을 들 수 있으며, 상업적인 재생산 가능성이 무궁무진한 팝아트도 인기를 누리고 있다.

예술의 한 장르가 된 패션

대립미술관은 비교적 친근한 주제로 전시를 기획하며 미술관이 누구에게나 열려 있다는 인식을 퍼뜨리는 데 기여한 대표적인 미술관이다. 국내 최초 사진 전문 미술관으로 시작해 현대미술부터 디자인 전시까지 감각적이고 세련된 기획과 이벤트로 20대 관람객이 특히 많이 찾는 미술관으로 자리매김했다. 샤넬의 수석 디자이너 칼 라거펠트

(Karl Lagerfeld) 사진전 〈워크 인 프로그레스(Work in Progress)〉, 패션 디자이너이자 아티스트 헨릭 뵘스코프(Henrik Vibskov)의 〈패션과 예술, 경계를 허무는 아티스트〉 등 패션이라는 대중적 코드를 예술에 접목하는 방식도 자주 활용됐다. 현재 대립미술관에서는 〈그그〉, 〈데이즈드〉 등 디수 패션 매거진과 작업한 포토그래퍼 코코 카피탄(Coco Capitán)의 아시아 최초 전시 〈나는 코코 카피탄, 오늘을 살아가는 너에게(Coco Capitán: Is It Tomorrow Yet?)〉를 개최하고 있다(1월 27일까지). 명품 브랜드 구찌와의 협업으로 명성을 얻은 그의 이번 전시에서는 예술과 상업의 경계에서 정체성을 찾고자 하는 작가의 고민을 담은 다양한 작품을 선보인다.

KT & G 상상마당 홍대 갤러리에서 또 다른 패션 사진전이 진행 중이다. 영국의 패션 포토그래퍼 노먼 파킨슨(Norman Parkinson)의 회고전 〈스타일은 영원하다〉가 그것. 2014년에 열린 로베르 두아노(Robert Doisneau) 사진전을 시작으로 프랑스 그래픽 디자이너 레몽 사비냐크(Raymond Savignac), 장자크 상페(Jean-Jacques Sempé), 〈찰리와 초콜릿 공장〉의 원화 작가 퀴틴 블레이크(Quentin Blake) 등에 이은 20세기 가장 시리즈의 여섯 번째 기획전이다. 서울숲 갤러리아포레에 위치한 더서울라이터움에서는 미국 드라마 〈섹스 앤 더 시티〉의 원작 책 표지를 그리면서 패션계에서 단박에 명성을 얻은 메간 헤스(Megan Hess)의 패션 일러스트 전시 〈메간 헤스 아이 코낙〉이 오는 3월까지 열린다. 스트리트 팝 아티스트 미스터 브레인워시(Mr. Brainwash), 피겨 아티스트 마이클 라우(Michael Lau), 포토그래퍼 데이비드 라샤펠(David LaChapelle) 등 대형 전시를 열어나 최요한 예술감독이 기획한 전시로, 한국을 시작으로 일본, 중국에서도 개최될 예정이다.

지금 우리 시대의 팝아트

요즘 국내 전시업체에서 가장 인기 있는 미술 장르를 들라면 팝아트를 꼽지 않을 수 없다. 팝아트는 다른 미술 작품에 비해 2차 상품으로 재가공할 수 있고, 비교적 쉽게 소유할 수 있다는 점에서 기획자와 관람객 모두에게 매력적인 장르다. 되돌아보면 2014년 시작된 석춘호수의 공공 미술 프로젝트가 큰 전환점이 됐다고 할 수 있는데, 송파구청과 롯데월드몰이 공동 주최한 이 프로젝트는 네덜란드 설치미술 작가 플로렌테인 호프만(Florentijn Hofman)의 러버덕을 시작으로 소셜네트워크상에서 상당히 큰 인기를 끌었다. 사람들은 석춘호수에 떠 있는 거대한 노란색 러버덕을 찍어 올리



면서 자신도 모르는 사이 예술을 향유했다. 이후 미국 출신 공공 미술 작가 그룹 '프렌즈 위드 유(Friends with You)'의 슈퍼만, 2017년에는 플로렌테인 호프만의 또 다른 작품 '스위트 스왈'을 설치했으며 지난여름에는 미국의 인기 팝 아티스트 카우스(KAWS)의 신작 카우스: 홀리데이가 한 달 가량 석춘호수에 떠 있었다. 카우스를 대표하는 '컴패니언(Companion)'이란 피겨는 폼데가르송, 나이키, 반스 등 브랜드를 통해 친숙해진 캐릭터다. 이렇게 한 달 동안 계속된 공공 미술 프로젝트는 송파구와 석춘호수 일대에 5백만 명 이상의 방문객을 불러 모아 실질적으로 지역 상권 활성화에 기여하는 결과를 낳았다. 앤디 워홀 이후 미국의 팝아트를 대표하는 케니 샤프(Kenny Scharf)와 키스 해링(Keith Haring) 전시가 각각 서울에서 열리고 있다. 케니 샤프와 키스 해링은 장미셸 바스키아(Jean-Michel Basquiat)와 함께 미국의 팝아트를 이끌어온 라이벌이자 절친한 동료였다. 키스 해링이 간결한 선과 강렬한 원색을 사용한 유머러스한 그림으로 대중적인 인기를 얻었다면, 케니 샤프는 친숙한 캐릭터에 다소 과격적인 화풍을 더해 독특한 작품 세계를 보여준다. 둘은 동시대를 살며 비슷한 생각을 공유했지만, 완전히 다른 스타일의 작품 세계를 보여주기 위해 더욱 흥미롭다. 〈키스 해링: 모두를 위한 예술을 꿈꾸다〉는 DDP에서 3월 17일까지, 〈케니 샤프, 슈퍼 팝 유니버스는 3월 3일까지〉는 잠실에 위치한 롯데뮤지엄에서 개최된다. 케니 샤프와 키스 해링에 이어 '네오 팝 아티스트'로 불리는 로메로 브리토(Romero Brito)의 〈컬러 오브 원더랜드(Color of Wonderland)〉가 창원 3·15아트센터에서 3월 10일까지 계속된다. 흑시 올겨울 파리를 방문할 계획이 있다면 루이 비통 재단 미술관에서 키스 해링과 케니 샤프의 동시대 아티스트이자 친구였던 장미셸 바스키아의 전시가 열리고 있다는 점을 기억해둘 만하다(1월 중순까지).



일러스트와 회화의 접점, 새로운 시장의 등장
작가가 대중과 거리를 좁힐 수 있는 기회는 기업과의 협업 프로젝트를 통해 빈번히 이뤄진다. 몇 달 전 DDP에서 열린 미술 장터 2018 아트마인딩-서울에서 벽에 거는 작품마다 즉시 판매될 정도로 인기를 끈 우국원 작가는 코오롱, 제일모직 등 기업과의 작업을 통해 대중에게 접근했다. 지난해 3월에 열린 도쿄 아트 페어 2018에서 우국원 작가의 그림을 구입한 컬처 컨비니언스 클럽(CCC)의 마사다 무네아키(Muneaki Masuda) 회장은 모 매체와 나는 인터뷰에서 그가 "장미셸 바스키아 못지않게 인정받을 것"이라며 호평하기도 했다. 핵오벤드의 앨범 재킷 그림으로 이름을 알린 노상호 작가는 일러스트레이터 '네모난오'로 활동했으며 현재 인스타그램에서 2,7만 명의 팔로어를 거느린 스타 작가다. 현재 아라리오뮤지엄에서 열리는 전시에서는 그가 매일 인스타그램, 페이스북 등 인터넷에 떠도는 이미지를 수집해 그린 작품들을 소개한다. 소셜네트워크에서 본 적 있을 것 같은 친숙한 이미지들이 마치 편집숍처럼 옷걸이에 걸려 진열돼 있다. 전시장을 찾으면 경직되는 사람들의 모습이 재미있었다는 작가는 이러한 전시 방식을 통해 옷 가게에서 옷을 보듯 편하게 그림을 보고 감상하길 바라는 마음을 전했다. 우국원 작가나 노상호 작가의 작품은 대중이 쉽게 지갑을 열 수 있는 가격대는 아니지만, 순수 회화에서 벗어나 관람객이 친근하게 다가갈 수 있는 화풍과 이야기를 전달한다는 점에서 눈에 띈다. 작년 한남동에 문을 연 알부스갤러리처럼 일러스트레이션 전문 갤러리로 하나둘 생겨나고 있다. 고 장진호 진로그룹 회장의 조카 장진이 대표가 운영하는 알부스갤러리는 요자프 빌콘(Jozaf Wilkon), 브루노 무나리(Bruno Munari) 등 세계적인 작가들의 작품을 전시했고, 현재는 세밀한 묘사력이 돋보이는 프랑스 출신 작가 티보 에렘(Thibaud Hérem)의 전시가 진행 중이다. 이렇듯 미술 시장이 세분화되자 다양한 예술 장르를 발굴하고 소개



하려는 갤러리가 점차 더 늘어나고, 보다 다양한 작가들이 대중에게 노출될 기회가 많아지고 있다. 지난 11월 신사동 이길이구갤러리에서 열린 일본 작가 다카하시 모구(Mogu Takahashi)의 전시 〈Piece of Joy〉는 평일에도 관람객이 끊이지 않았던 성공적인 예다. 다카하시 모구는 스웨덴 브랜드 '리틀 레드 스투가(Little Red Stuga)'를 비롯해 전 세계 브랜드와 콜라보레이션을 진행해온 작가다. 이길이구갤러리의 백운아 대표는 다카하시 모구와 같은 순수미술과 일러스트 사이에 놓인 작가들은 "기존의 순수 미술과 완전히 다른 시장에 존재한다"며 "5~7년 사이 미술을 투자 가치가 아니라 취향으로 여기는 젊은 사람들이 많아졌고, 이들은 좀 더 현명하게 미술을 소비하는 새로운 컬렉터층"이라 말한다. 그도 그럴 것이 다카하시 모구 전시를 찾은 관람객들을 보면 20대 대학생이 가장 많았는데, 이들이 10만~20만원 대 원화를 구입하기를 주저하지 않아 전시작의 85%가 판매되는 성적을 기록했다. 이처럼 고무적인 결과에 힘입어 이길이구갤러리는 2월 21일까지 아트마켓, 사강, 김환기 등 거장들의 에디션 판화를 전시하는 〈프린트 마스터피스(Print Master-pieces)〉를 연다. 작금의 대중 친화적인 풍토는 미술을 단지 투자 대상으로 여기기보다는 '내 방 안에 걸고 싶은 그림처럼 좀 더 부담 없이 접근하는 이들이 많아졌음을 증명한다. 이 같은 풍경은 남들에게 보여주기, 타인과 소통하기 쉬운 디지털 시대의 사회·문화적 인프라의 발달, 그리고 중저가 미술 장터 유니온아트페어나 갤러리 아트 쇼프 프린트베이커리 등 예술을 보다 쉽게 접하고 구입할 수 있는 판교가 늘어난 전반적인 생태계의 변화와 함께 조성된 것일 테고 말이다. 다양한 현대미술의 면면에 대한 진지하고 깊은 관심과 성찰도 필요하겠지만, 일단은 인간의 영혼을 고양시키는 예술 자체를 친근하게 느끼고 다가갈 수 있는 계기가 선결 과제라는 점에서 반가운 현상이다. 글 김민서 edited by 고성연



1 키스 해링, **빨강과 파랑의 아이77**(1989), 종이에 색면 인쇄, 56×42cm, ©Keith Haring Foundation 2 롯데뮤지엄에서 열리고 있는 케니 샤프 전시. 사진 제공: Lotte Museum 3 지난해 여름, 잠실 석춘호수에 설치된 카우스의 신작 카우스: 홀리데이. photo by SY KO 4 장미셸 바스키아, **무제**(1981), acrylic and oilstick on canvas, 205.7×175.9cm, The Eli and Edythe L. Broad Collection © Estate of Jean-Michel Basquiat, Licensed by Artstar, New York. Picture: Courtesy of Douglas M. Parker Studio, Los Angeles 제공: 루이 비통 재단 미술관 Fondation Louis Vuitton 5 신사동 이길이구갤러리에서 열린 다카하시 모구 전시장. 사진 제공: 2GIL29 Gallery 6 서울옥션에서 론칭한 미술 대중화 브랜드 프린트베이커리는 일상 속에서 부담 없이 즐기는 'art in daily life'를 추구한다. 사진 제공: 프린트베이커리 7 코코 카피탄, **Swimmer at the Edge of the Pool**, from The Series: Ten Hours a Day, Six Days a Week: The Spanish Olympic Synchronized Swimming Team, Barcelona, Spain(2018), c-type print © Coco Capitán 8 노상호 작가 개인전이 열리는 아라리오뮤지엄 인스페이스 전시장. 사진 제공: Arario Museum 9 한남동에 문을 연 일러스트레이션 전문 알부스갤러리. 사진 제공: Albus Gallery



그림으로 행복을 전파하다

Eva Armisen

현재 예술의전당에서 열리고 있는 '집(home)'을 주제로 한 대규모 전사의 주인공인 스페인 작가 에바 알머슨(Eva Armisen). '행복을 그리는 작가'라는 수식어에 걸맞게 그의 그림에는 긍정 에너지가 가득하다. 사랑스럽고 유쾌한 그의 화풍은 자국인 스페인 다음으로 한국에서 유달리 많은 사랑을 받고 있다. 2년 전에는 제주 해녀를 다룬 동화책의 삽화를 맡기도 한 그는 자연과 환경문제에도 꾸준히 관심을 쏟는 작가다.

평가 좋은 상상을 하고 있는 듯 입꼬리가 올라간 인물들이 앞을 응시하고 있다. 눈을 마주치면 자연스레 입가에 미소를 머금게 된다. 스페인 작가 에바 알머슨(Eva Armisen)의 그림은 소소한 일상 속 인물의 표정과 색감이 전하는 행복감이 전염이라도 된 듯 덩달아 기분이 좋아지게 만든다. '행복을 그리는 작가'로 불리는 에바 알머슨의 작품이 처음 한국에 소개된 건 10년 전쯤 일이다. 그가 소속되어 있는 로스앤젤레스의 씨메이(Cmay) 갤러리 한국인 대표가 한국 사람들에게 작품을 보여주고 반응을 살펴보고자 제안하면서 아트 페어에 처음 참여했다. 2007년 코엑스에서 열린 서울국제 만화애니메이션페스티벌(SICAF)에서 한국의 대중을 만난 그의 작품은 꽤 긍정적인 인상을 남겼고, 2009년에는 한국 국제아트페어(KIAF)에 참여해 예상보다 많은 인기를 얻었다. 이후 한국에서 매년 프로젝트 서너 개를 진행하며 스킨푸드, 엔제리너스, 오즈세컨 등 크고 작은 기업들과 협업을 펼친 그는 한국인들이 유독 사랑하는 작가로 자리 잡았다. 에바 알머슨은 당시에 회상하며 "처음부터 한국인들이 내 작품에 깊이 연결되어 있다는 느낌을 받았다"라고 말한다.

한국과의 이러한 인연은 2017년 <엄마는 해녀입니다>라는 동화책 출간으로 이어진다. 이 책은 우연한 계기에서 비롯됐다. 몇 년 전 작업 때문에 중국 상하이에서 머물던 당시 우연히 호텔에서 비치되어 있던 여행 잡지에서 제주 해녀 사진을 보고 깊은 인상을 받은 그는, 다음에 한국을 찾을 때 제주를 꼭 방문하겠다고 결심한다. 그리고 실제로 제주에 와서 직접 해녀를 보고 스케치와 드로잉을 했는데, 이 작품들이 인터뷰와 함께 지역 신문에 실렸다. 다큐멘터리 영화 <물숨>의 고희영 감독이 이 기사를 접하고는 바르셀로나에 있는 에바

알머슨 스튜디오로 메일을 보냈다. 그로부터 몇 달 뒤 에바 알머슨은 고희영 감독의 초청으로 제주 우도에서 함께 시간을 보냈고, 고희영 감독이 글을 쓰고 에바 알머슨이 그림을 그린 <엄마는 해녀입니다>가 세상에 나오게 됐다. 에바 알머슨은 우도에서 보낸 시간을 "지금까지 겪어본 것 중 가장 감동적인 경험이었다"라고 말할 정도로 소중히 여긴다. 강인하고 독립적이면서도 공동체 의식이 강한 제주 해녀를 통해 인간의 가장 고귀한 가치를 발견했으며, 그들과 자연의 특별한 관계성에서도 큰 감명을 받았다고.

그는 최근 환경에도 깊은 관심을 가지고 활동하고 있다. 교육 중심의 환경 단체 에코맘코리아의 홍보대사로 위촉된 그는 최근 퍼스널 라이프스타일 브랜드인 데이오감(www.day5gam.com)과 함께 '지구 사랑을 테마로 한 친환경 라이트 백(Light Bag)' 프로젝트를 진행했다. 에바 알머슨의 작품 'Luz' 속 캐릭터를 패턴에 담은 이 귀엽고도 실용적인 가방(스페인어로 '빛(light)'이라는 뜻이다)의 판매 수익금 일부는 환경 단체에 기부할 예정이다. 그는 또 전과류 전문 회사인 오프리프드벨리지와 협업해 에코맘코리아가 제공한 생활 속 환경문제 정보를 담은 달력을 제작했다. 다방면에서 열정적인 창작욕을 발휘하는 에바 알머슨은 2017년 롯데월드타워 아트홀에서 열린 <에바 알머슨 비기닝스> 이후 1년 만에 다시 한국에서 전시를 열고 있다. 지난 12월 7일 시작해 오는 3월 31일까지 예술의전당 한기람미술관에서 열리는 <행복을 그리는 작가 에바 알머슨>이다. '집'을 주제로 8개 방으로 구성된 이 전시에서는 유희, 판화, 드로잉, 오브제 등 초기 작품부터 서울의 일상을 포착한 작품까지 1백50여 점을 소개하고 있다. 글 김민서 edited by 고성연



1 자신의 전시를 앞두고 지난 12월 초 한국을 찾아 에바 알머슨(Eva Armisen). 사진 제공: 케이리프 2 <행복을 그리는 작가 에바 알머슨> 전시는 예술의전당 한기람미술관에서 오는 3월 말까지 계속된다. 사진 제공: 디큐유케이 3 라이프스타일 브랜드 데이오감의 아트 캠페인 프로젝트로 탄생한, 작게 집을 수 있는 친환경 라이프백 라이트 백(Light Bag). 웹사이트(day5gam.com)와 한기람미술관 전시관 내 토트에서 1월 중 판매를 시작했다. 4 Haenyu(2017). 5 친환경 라이프백의 문양으로 활용된 작품, 'Luz'. 6 Full of Flowers(2018), oil on canvas, 130x195cm. 작품 사진 제공: 디큐유케이



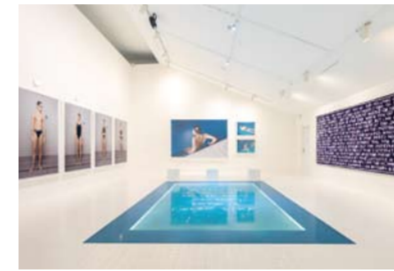
4 Haenyu(2017). 5 친환경 라이프백의 문양으로 활용된 작품, 'Luz'. 6 Full of Flowers(2018), oil on canvas, 130x195cm. 작품 사진 제공: 디큐유케이

Remember the EXHIBITION

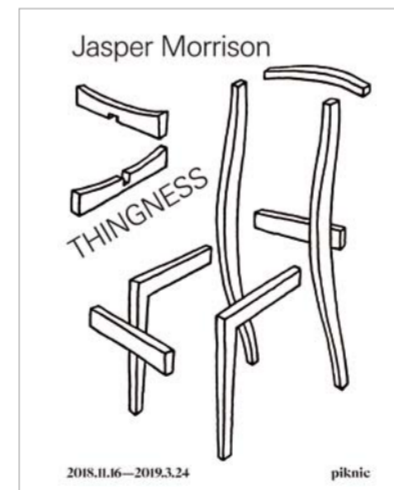
새로운 해의 시작과 함께 기대되는 것 중 하나는 1년을 풍성하게 채워줄 크고 작은 전시회 소식 아닐까? 기해년(己亥年) 초에 만날 수 있는 양질의 전시를 모아 소개한다. 다채로운 예술 작품과 함께 근사한 사재의 포문을 열어보시길.



DDP <키스 해밍, 모두를 위한 예술을 꿈꾸다>
설령 이름을 몰라도 작품을 보면 고개를 끄덕일 수밖에 없을 정도로 대중적인 팝 아티스트 키스 해밍의 탄생 60 주년을 기념하는 전시. 작가의 작업 초기부터 타계할 때까지의 제작을 크게 8개 섹션으로 나눠 소개한다. 키스 해밍 미술관 소장품 중 주요 작품 1백75점을 선별했다. 대표작 '아이콘'을 비롯해 국내에 최초 공개하는 초대형 작품 '피플과 피라미드', 작가 사망 1개월 전 발표된 실 크스크린의 포드폴리오 '최종판인 '블루프린팅' 등 볼거리가 풍성하다.
전시 기간 3월 17일까지 문의 www.ddp.or.kr



대림미술관 <나는 코코 카피탄, 오늘을 살아가는 너에게>
명품 브랜드 구찌와 협업해 선보인 레디투웨어와 액세서리 컬렉션, 그리고 아트월 프로젝트를 통해 각종 온·오프라인 매체와 대중의 뜨거운 관심을 받은 젊은 아티스트 코코 카피탄의 아시아 최초 전시. 성장 과정에서 누구나 한 번쯤 겪었을 법한 여러 감정을 솔직하게 담은 페인팅과 핸드드레이팅 작품, 정형화되지 않은 솔직한 대담한 표현이 돋보이는 사진과 설치 작품 등 다양한 장르를 아우르는 예술 세계를 조명한다. 아티스트이자 개인으로서 정체성을 찾기 위해 쓴 노력과 고민의 흔적을 한층 더 치밀하게 살아가는 모두에게 응원 메시지로 와 닿는다.
전시 기간 1월 27일까지 문의 www.daelimuseum.org



피크닉 <재스퍼 모리슨: THINGNESS>
젊고 유능한 미술 작가를 발굴하고 지원하는 송은미비트라, 무인양목, 상상전차, 알레시, 카멜리아 등 세계 우수 기업과 함께하며 세계주인 신인 디자이너로서 위치를 공고히 한 재스퍼 모리슨의 국내 첫 회고전. 슈파노움을 철학으로 철저히 실용적이고 간결한 제품을 만들어온 그의 대표작 사진, 영상, 짧은 에세이 등 다채로운 방식으로 만나볼 수 있다. 한 장의 이미지나 한 줄의 텍스트 같은 사소한 모티브에서 시작된 아이디어가 일련의 과정을 거쳐 좋은 물건(thing)으로 탄생한 다양한 사례를 지켜보며 좋은 디자이너란 무엇인가라는 질문을 던져볼 수 있는 기회가 될 것이다.
전시 기간 3월 24일까지 문의 www.piknic.kr



공근갤러리 <Mes Routes 나의 길>
자연 그대로의 풍경을 카메라에 담은 스트레이트 포토만이 존재하던 1970년대에 연출된 장면을 찍는 미장센(mise en scène)의 개념을 사진사에 도입하며 현대미술로서 사진의 위상을 높인 작가 베르나르 포콩의 개인전. 이번 전시에서는 70세를 앞둔 작가의 회고적 자서전인 <나의 길>의 한국어판 출간과 함께 3편의 단편영화로 구성된 영상 작품, 그리고 영화 속 배경이 된 세계 각국의 아름다운 길을 담은 30여 점의 사진 작품 등을 소개한다.
전시 기간 2월 24일까지 문의 www.gallerykong.com



국재갤러리 부산 구분창 개인전 <Koo Bohngchang>
국내에서 사진이 현대미술의 주요 장르로 자리매김할 수 있도록 사진 매체의 가능성을 끊임없이 모색해 온 구분창 작가의 개인전이 7년 만에 열린다. 작가의 작업 세계를 확장하는 데 결정적인 역할을 한 대표작으로 조선 백자라는 사물에 상상이 개입할 여지를 제공, 이미지와 실체의 경계를 없앤 작품 백자 연작 11점을 비롯해 정화백자 연작 11점, 제기, 연적, 청화병풍 등 총 30여 점의 작품을 만날 수 있다.
전시 기간 2월 17일까지 문의 www.kukjaegallery.com



송은아트스페이스 <제18회 송은미술대상전>
젊고 유능한 미술 작가를 발굴하고 지원하는 송은미비트라의 올해 수상 후보를 소개한다. 특정 장소에서 나타나는 현상에 대한 조사를 기반으로 한 시운드 아카이브 설치 작업을 하는 작가 김준, 다양한 이미징 기호를 한 화면에 구성해 온바스키 나리베를 선보이는 작가 박경률, 개인과 사회구조에 대한 관심을 바탕으로 예술 영역에 노동 행위를 접목하는 작업을 펼치는 작가 이의성, 정자된 순간을 기록하는 사진에서 시간의 흐름이나 표면적으로 드러나지 않는 이면의 의미를 탐구하며 '본다'는 행위의 본질을 묻는 작가 전경은이 출품했다.
전시 기간 2월 9일까지 문의 www.songeunartspace.org



롯데뮤지엄 <케니 사브, 슈퍼 팝 유니버스>
'예술에 규칙은 없다. 만약 있다면 그것을 깨면 된다. 규칙을 깨는 것은 언제나 흥미롭다. 난 언제나 그렇게 한다.' 1970년대부터 급속도로 성장한 뉴욕 대중문화를 기반으로 공상과학 만화의 캐릭터와 사회적 메시지를 결합시킨 독특한 예술 작품을 선보여온 팝 아티스트 케니 사브의 개인전이 펼쳐지고 있다. 회화, 커스텀 조각, 설치미술 등 1백여 점에 이르는 작품을 통해 시각 문화를 재조명하는 한편, 키스 해밍, 장 미셸 바스키아 등과 팝아트의 전성기를 구가했고, 여전히 활약 중인 작가의 독창적인 예술 세계를 경험할 수 있다.
전시 기간 3월 3일까지 문의 www.lottemuseum.com



국립현대미술관 서울관 <미르셀 뒤샹>
20세기 개념미술의 선구자 미르셀 뒤샹의 삶과 작품 세계를 소개하는 대형 전시. 작가 사후 50주년을 맞아 아시아태평양 지역 역대 최대 규모로 기획된 이번 전시는 팔라텔리아 미술관 소장품을 중심으로 뒤샹의 주요 작품과 아카이브는 물론, 안 레이와 프레더릭 킬러 등 당대 작가들의 관련 작품, 뒤샹을 소재로 한 사진과 드로잉 약 1백10점으로 구성된다. 작가의 대표작 '샘물', 레디메이드를 선보이며, 최후의 작품으로 알려진 '애랑 도네' 역시 VR로 재현할 예정. 참고로 서울관의 회화 전시였던 <윤형근전>이 베니스 포르투니 미술관과 협약을 체결해 비엔날레 기간에 순회전으로 선보인다는 낭보에 힘입어 2월 6일까지 전시 기간을 연장한다.
전시 기간 4월 7일까지 문의 www.mmca.go.kr



플랫폼1 <기벨 미르텐스: 스틸 무빙>
반세기 넘도록 그래픽 디자이너로 활동했으며 북부 독일 아카이브로 자리매김한 네덜란드 가장 기벨 마르텐스의 개인전. 정지 사진을 뜻하는 '스틸(still)'과 움직이는 사진, 즉 영상을 뜻하는 '무빙(moving)', 대항도는 2개의 단어를 조합한 전시 제목에서 유추할 수 있듯, 그의 작업 세계는 장르와 매체, 이성과 감성의 영역을 아우른다. 전통적 인쇄 매체를 기반으로 한 디자인 작업부터 인터랙티브 미디어를 기믹한 설치 작품까지, 이날로그와 디지털, 이미지와 텍스트, 수학적 사고와 감성, 응용미술과 순수미술의 경계를 넘나드는 다채로운 작품을 감상할 수 있다.
전시 기간 1월 20일까지 문의 www.platform-1.org



현대카드 스토리지 <기파도 프로젝트>
제주도 서귀포시 모슬포 남쪽 바다에 위치한 작고 나지막한 섬, 기파도. 현대카드는 2012년부터 제주특별자치도청과 함께 이 섬의 자연환경과 문화를 보존하면서, 섬이라는 특수한 장소를 새롭게 탈바꿈시키는 프로젝트를 진행해왔다. '생태계의 회복과 유지', '지역과 문화의 공존' 같은 목표를 두고 세부 활동을 펼치는 과정에서 발생한 다양한 아이디어와 조사 과정을 담은 영상, 이미지, 건축을 모형, 기파도를 배경으로 한 예술 작품 등 다채로운 콘텐츠를 전시 형식으로 담았다.
전시 기간 2월 28일까지 문의 storage.hyundaicard.com

VOLVO
S90



가장 스웨디시한 럭셔리

간결한 디자인으로 당신의 첫인상을 남다르게
인텔리세이프 시스템이 당신의 주행을 안전하게
파일럿 어시스트 기술이 당신의 시간을 여유롭게
프리미엄 사운드가 당신의 감성까지 자유롭게

모든 면에서 당신을 향한 럭셔리 세단

VOLVO S90
MADE BY SWEDEN



5년/10만km 보증기간 연장
소모성 부품 무상 서비스 제공

(자세한 내용은 공식 전시장으로 문의)

서울 대치 02 569 6080 서초 02 3486 2900 신사 02 515 9090 송파 02 413 0900 용산 02 794 1800 목동 02 2061 6789 동대문 02 2212 8855
인천 032 858 0777 경기 일산 031 906 6789 분당 031 707 2266 수원 031 216 6777 안양 031 385 6789 강원 원주 033 735 2900 대전 042 628 2200
충청 천안 041 569 2900 광주 062 372 3600 전라 전주 063 275 3600 대구 053 768 5588 울산 052 268 0900 경상 NEW 포항 054 278 7900
창원 055 714 8020 부산 해운대 051 714 7400 광안 051 759 1600 ·고객센터 1588 1777

볼보자동차 홈페이지 www.volvocars.co.kr 페이스북 facebook.com/volvocarkorea 인스타그램 instagram.com/volvocarkorea

정부공인 표준연비 및 등급 ·S90 T5(배기량 1,969cc, 공차중량 1,756kg, 자동 8단) 복합연비: 11.1km/ℓ(도심연비 9.7km/ℓ, 고속도로연비 13.4km/ℓ) CO₂배출량: 155g/km, 등급: 4등급 ·S90 D5(배기량 1,969cc, 공차중량 미정, 자동 8단) 복합연비 미정(도심연비 미정, 고속도로연비 미정) CO₂배출량: 미정, 등급: 미정 *위 연비는 표준모드에 의한 연비로서 도로상태, 운전방법, 차량적재, 정비상태 및 외기온도에 따라 실주행 연비와 차이가 있을 수 있습니다. *IntelliSafe(City Safety, Pedestrian Detection & Collision Warning with Full Auto Brake 등 지능형 안전 시스템)는 운전자의 조작을 보조하기 위한 기술로서, 환경 및 조건에 따라서 작동이 제한적일 수 있으므로 차량의 주행 중에는 항상 운전자 본인의 주의가 필요합니다. *반자율 주행(Pilot Assist)은 운전자의 설정에 따른 차량의 주행 및 조향을 보조하기 위한 기술로서 자율주행(Autonomous Driving)을 의미하지 않으며, 환경 및 조건에 따라서 작동이 제한적일 수 있으므로 차량의 주행 중에는 항상 운전자 본인의 주의가 필요합니다. *본 광고 이미지는 실제와 차이가 있을 수 있으며, 제원 및 사양은 예고 없이 변경될 수 있습니다.