



해외 미술시장 개척 및 진출 활성화 방안 연구

제 출 문

본 보고서를 ‘해외 미술시장 개척 및 진출 활성화 방안 연구’의
최종보고서로 제출합니다.

2012년 1월

(재)예술경영지원센터

대 표 박용재

연구진

책임연구원

박신의 경희대학교 경영대학원 문화예술경영학과 교수

연구원

김인선 월링앤딜링 아트컨설팅 대표

이슬기 전 선화예술문화재단 큐레이터

연구보조원

심은선 경희대학교 경영대학원 박물관미술관경영전공 재학

주관

(재)예술경영지원센터 조사컨설팅파트

목 차

I. 연구개요

1. 연구의 배경 및 목적	15
2. 연구의 범위 및 방법	15
1) 연구수행범위	
2) 연구방법	
3. 연구 추진 일정	16

II. 국내 현대미술의 해외진출 사업 현황 분석

1. 해외 진출 방식의 유형	19
1) 국제교류 사업에 따른 간접적 시장 진출	
2) 해외 경매사 및 아트페어 등의 직접적 시장 진출	
2. 국제교류 사업에 따른 간접적 시장 진출 현황 및 효과 분석	21
1) 전시 지원 사업 현황 분석(2009-2010)	
2) 해외 레지던스 지원 사업 현황 분석(2009-2010)	
3) 샘플링에 따른 심층 면접조사 및 효과분석	
3. 해외 경매사 및 아트페어 등의 직접적 시장진출 현황 및 효과 분석	42
1) 해외 주요 경매사의 한국 현대미술 작품 낙찰 현황 분석(2008-2010)	
2) 국내 화랑의 해외 아트페어 참가 및 판매실적 현황 분석(2009-2010)	

3) 샘플링에 따른 심층 면접조사 및 효과분석	
4. 수요 추정 및 시사점	70
1) 수요 추정	
2) 시사점 및 제안점	

III. 해외사례 및 현황 분석

1. 미술 분야 해외 진출 지원 기관 및 정책	77
1) 유럽/호주	
2) 북미	
3) 아시아 및 중동	
4) 쟁점 및 시사점	
2. 주요 국가의 해외 미술시장 진출 현황	101
1) 경매회사: 소더비, 크리스티의 추급권 적용 현황	
2) 아트페어 주빈국제도 및 큐레이터, 평론가 대상 학술 프로그램 사례	
3) 쟁점 및 시사점	
3. 주요 국가의 작가 및 큐레이터 온라인 홍보 지원 현황	114
1) 공공 및 사립기관의 홍보 웹사이트 현황	
2) 쟁점 및 시사점	

IV. 한국 현대미술 해외시장 진출 활성화 방안

1. 해외 미술시장 관련 국제교류 업무 개선	133
1) 시각예술 국제교류 지원 사업 대상 DB 작업	
2) 국제교류 업무의 전문화에 따른 지속적 채널 확보	
2. 국제교류 컨설팅 기능 체제 구성	135
1) 작가 대상 활동 매뉴얼 및 PR 교육	
2) 다양한 네트워크 활용 체계 구축	

3. 국제 교류 전문인력 지원 체계 마련	137
1) 전시기획자 대상 국제적 역량 배양	
2) 해외 전시 기획 및 비평 활동 지원 강화	
4. 홍보 체계 구성	138
1) 온·오프라인 홍보 체계 구축	
2) 현장성 강화를 위한 장치 마련	
[부록] FGI 질문지	140

표 목 차

<표 1> 시각예술 국제교류 사업 지원 현황	21
<표 2> 지역 및 국가별 국제교류 시각전시 지원 현황	22
<표 3> 사업 유형별 국제교류 시각전시 지원 건수	26
<표 4> 국제교류 시각전시 비엔날레 지원내역	28
<표 5> 해외 레지던시 참여 유형	31
<표 6> 시각예술 해외 레지던시의 지역별·국가별 지원 건수	32
<표 7> 전시 및 레지던시 수혜자 FGI 명단	35
<표 8> 2008~2010년 한국 현대미술 반기별 최고가 낙찰 작가	43
<표 9> 크리스티 전체 낙찰 작품 중 한국 현대미술작품 낙찰 비중 세부	44
<표 10> 반기별, 크리스티, 소더비의 한국 현대미술 낙찰 작품 분석	47
<표 11> 한국 현대미술 추정가 및 낙찰가 분석	50
<표 12> 한국 현대미술 개최 시즌 및 지역 건수	51
<표 13> 한국 현대미술품 낙찰 경매 현황	53
<표 14> 미술시장 관련 FGI 명단	60
<표 15> 주요 국가별 추급권 적용	102
<표 16> 낙찰가별 추급권 로열티 계산의 예	104
<표 17> 국가별 양도소득세 분류 및 세율	105

— 그 래 프 목 차 —

〈그래프 1〉 지역별 국제교류 시각전시 지원 건수 및 규모	23
〈그래프 2〉 사업 유형별 국제교류 시각전시 지원 건수	29
〈그래프 3〉 시각예술 해외 레지던시의 지역별 지원 건수 및 규모	33
〈그래프 4〉 한국 현대미술 낙찰 작가 추이	42
〈그래프 5〉 한국 현대미술 작가 연속 낙찰 비율	43
〈그래프 6〉 크리스티 전체 낙찰 작품 중 한국 현대미술작품 낙찰 비중 추이	44
〈그래프 7〉 연도별 크리스티, 소더비의 한국 현대미술품 낙찰액	45
〈그래프 8〉 반기별 크리스티, 소더비의 한국 현대미술품 낙찰액 추이	45
〈그래프 9〉 한국 현대미술 낙찰 작가수 비중 추이	46
〈그래프 10〉 한국 현대미술작품 최저,최고 추정가 대비 평균낙찰가 · 48	
〈그래프 11〉 한국 현대미술 낙찰가(평균)와 추정가(평균)오차 추이 ...	49
〈그래프 12〉 크리스티와 소더비의 경매 건수	51
〈그래프 13〉 국내화랑의 해외 아트페어 참가 개수 및 비율	55
〈그래프 14〉 국내화랑의 해외 아트페어를 통한 작품판매금액 및 비율	56

I

연구개요

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 범위 및 방법
3. 연구 추진 일정

I. 연구개요

1. 연구의 배경 및 목적

- 한국 현대미술의 해외 미술시장 개척 및 진출을 위한 중장기 공공 지원 정책 수립에 필요한 현장 수요 파악.
- 기존 한국 현대미술의 해외진출 사례 및 해외기관에서의 유사 사례 분석을 통해 국내 미술계에 가장 적합하고 효과적인 정책적 지원 방안 도출.
- 연구 결과는 ‘한국 미술 글로벌 플랫폼 구축사업’ 단계별 추진방향에 반영.

2. 연구의 범위 및 방법

1) 연구수행범위

- 한국 현대미술 해외진출 사업 현황 분석.
- 미술 분야 해외진출 및 국제교류 활성화 지원정책 및 기구 해외 사례 조사.
- 한국 현대미술의 해외시장 진출 활성화 정책 방안 도출.

2) 연구방법

- 외부전문가로 구성된 연구진 구성.
- 연구진을 중심으로 연구회의 진행 및 관련전문가 자문회의 개최.
- 국내외 문헌 및 자료조사.

3. 연구 추진 일정

단계	세부내용
연구기획 (2011.10월)	• 연구계획 수립, 연구진 구성
	• 자문(연구)회의 : 세부 연구범위 및 방법론 확정
연구실행 (2011.11~12월 말)	• 한국 현대미술 해외진출사업 현황 자료 수집 및 분석
	• 국외 주요국가의 미술 분야 해외진출 및 국제교류 관련 현황 조사 및 분석
	• 연구회의 및 전문가 FGI 추진 - 현황 조사 분석 검토 및 정책방안 도출
	• 최종 검토 및 보고서 작성
연구결과 (2012. 1월 초)	• 연구과제 보고서 작성 • 최종보고서 발간

II

국내 현대미술의 해외진출 사업 현황 분석

1. 해외진출 방식의 유형

- 1) 국제교류 사업에 따른 간접적 시장 진출
- 2) 해외 경매사 및 아트페어 등의 직접적 시장 진출

2. 국제교류 사업에 따른 간접적 시장 진출 현황 및 효과 분석

- 1) 전시 지원 사업 현황 분석 (2009-2010)
- 2) 해외 레지던스 지원 사업 현황 분석 (2009-2010)
- 3) 샘플링에 따른 심층 면접조사 및 효과 분석

3. 해외 경매사 및 아트페어 등의 직접적 시장진출 현황 및 효과분석

- 1) 해외 주요 경매회사의 현대미술 작품 낙찰 현황 분석 (2008-2010)
- 2) 국내 화랑의 해외 아트페어 참가 및 판매 실적 현황 분석 (2009-2010)
- 3) 샘플링에 따른 심층 면접조사 및 효과 분석

4. 수요추정 및 시사점

- 1) 수요 추정
- 2) 시사점 및 제언점

II. 국내 현대미술의 해외진출 사업 현황 분석

1. 해외 진출 방식의 유형

- 국내 현대미술의 해외진출 방식의 유형은 크게 두 가지로 볼 수 있음.
- 즉 비영리적 목적과 직접적인 영리 추구의 목적을 기준으로 활동하는 모든 양상을 포괄하는 것을 의미함.
- 이에 따라 본 연구에서 규정하는 ‘시장’은 시장성을 보유하게 되는 직간접적 경로와 효과를 전제하는 것으로서, 작품 활동을 통하여 창출 되는 생산 및 소비에 대한 모든 효과를 포함하며 아래와 같이 구분함.

1) 국제교류 사업에 따른 간접적 시장 진출

- 간접적 시장 진출의 의미
 - 간접적 시장진출은 직접적인 미술시장 거래를 통한 효과가 아닌 국제 미술교류의 맥락에서 가져올 수 있는 다양한 간접적 효과를 의미함.
 - 즉 국내 작가의 현대미술 활동을 해외에 진출하게 되는 모든 경우로서, 각종 형태의 전시회(개인전 및 단체전, 국제 비엔날레 참여와 해외 아트페어에서의 화랑을 통한 참여 및 특별전 초대, 엑스포 내 현대미술 부대행사 참여를 통한 전시회 등), 해외 레지던시 참여라는 형태로 작가가 해외로 진출하게 되는 계기와 이에 따른 간접적 시장 진출 효과를 갖는 것을 의미함.
- 간접적 시장 진출의 효과 분석
 - 생산된 작품을 소비하는 과정에서 비롯하는 해외 우수 미술시장 관계자와의 접촉(미술관 디렉터, 큐레이터, 갤러리스트, 평론가,

컬렉터, 언론 관련인, 전시산업 관련인 등)과 이에 따른 새로운 전시회의 제안 및 시장성 판매망 확보의 효과 발생, 홍보 효과에 따른 언론 및 평단의 주목 여부, 여타 해외 레지던시 참여 기회를 비롯한 해외 문화예술 후원 기관 및 제도적 지원의 기회 발생, 작가의 개별적 네트워크 형성 등으로 볼 수 있음.

- 이를 연구하기 위하여 작가 및 전시 기획자가 국가기관으로부터 지원받은 현황에 대한 자료 조사와 FGI(Focus Group Interview) 및 설문 조사를 통하여 그 진출 효과를 연구하였음.

2) 해외 경매사 및 아트페어 등의 직접적 시장 진출

- 직접적 시장 진출의 의미
 - 직접적 시장 진출은 국내 작가가 해외 경매, 기획전시, 화랑의 아트페어 참가를 통해 실질적으로 시장에 미술품을 유통함으로써 소비를 창출하는 형태를 의미함.
- 직접적 시장 진출의 효과 분석
 - 국내 현대미술작가의 세계 주요 경매사 낙찰현황, 해외 기획전시, 국내 화랑의 해외 아트페어 진출 및 판매 현황을 자료를 근거로 분석함.
 - 동시에 해외 진출경험이 있는 경매사, 전시기획자, 해외 아트페어 참가화랑 실무자들의 직접 인터뷰를 통하여 그 진출 효과 및 문제점, 개선점을 연구하였음.

2. 국제교류 사업에 따른 간접적 시장 진출 현황 및 효과 분석 (2009~2010)

- 본 연구의 통계분석을 위하여 사용한 자료는 한국문화예술위원회 및 지역 문화재단 등에서 매년 집행되는 작가 및 기획자 대상의 국제교류부문 지원현황을 바탕으로 하였음.
- 자료 제공 기관은 한국문화예술위원회, 서울문화재단, 경기문화재단, 아트오마이 등이며, 2009년과 2010년 국제 지원 사업 항목에 대한 지원현황 자료를 근거로 그 가운데 해외 전시 지원 사업과 해외 레지던시 참여사업으로 압축함.
- 수령한 자료는 지원 현황에 관한 것으로서, 파악 가능한 항목은 사업명과 신청자, 사업장소, 지원액 등에 한하며, 2009년과 2010년간의 추이 변화를 측정하되 국가별 분포와 사업 유형별 분포로 나누어 분석하였음.
- 수집된 자료에서 사업 명으로 분류하여 조사한 개요는 <표 1>의 항목과 같음.

<표 1> 시각예술 국제교류 사업 지원 현황

기관명	지원항목	지원 건수 및 지원금 규모
한국문화예술위원회	국제교류전시	2009년 총 50건 / 760,600,000원
		2010년 총 36건 / 646,900,000원
	해외 레지던시	2009년 총 33건 / 286,078,540원
		2010년 총 22건 / 209,870,614원
서울문화재단	국제교류전시 (레지던시자료 없음)	2009년 총 5건 / 31,000,000원
		2010년 총 8건 / 60,000,000원
경기문화재단	국제교류전시	2009년 총 4건 / 40,000,000원
		2010년 총 6건 / 40,000,000원
	해외 레지던시	2009년 총 2건 / 약 30,000,000원
		2010년 총 3건 / 약 45,000,000원
ArtOmi & UAC	해외 레지던시 (해외전시자료 없음)	2009년 총 2건 / 17,419,400원
		2010년 총 2건 / 17,538,835원

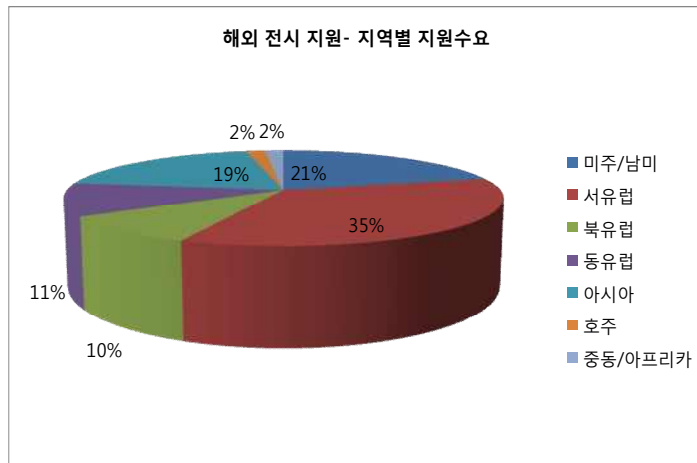
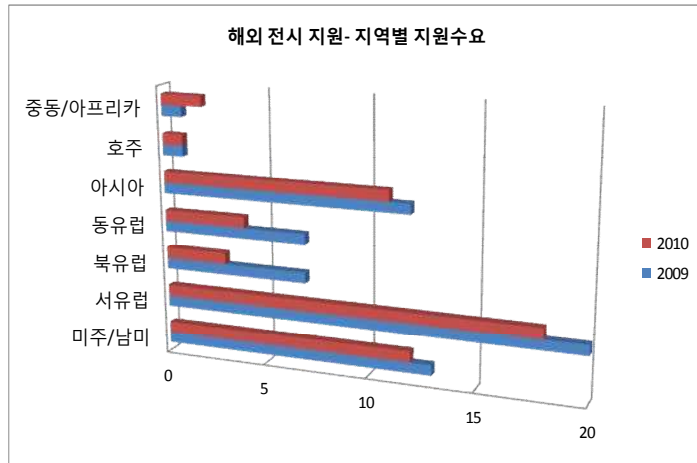
1) 전시 지원 사업 현황 분석

(1) 국가별 수요 현황 및 분석

○ 현황

<표 2> 지역 및 국가별 국제교류 시각전시 지원 현황

2009년 (전체 61건)						
미주 /남미(13)	서유럽(20)	북유럽(7)	동유럽(7)	아시아(12)	호주 (1)	중동/ 아프리카(1)
미국 7건 캐나다 5건 아르헨티나 1건	독일 5건 영국 7건 이태리 3건 프랑스 3건 오스트리아1건 스페인1건	스위스2건 네덜란드2건 덴마크1건 뉴질랜드1건 아일랜드1건	러시아 3건 슬로베니아 2건 루마니아 1건 헝가리 1건	중국 4건 일본 4건 말레이시아 1건 인도 1건 네팔 1건 몽골 1건	호주1건	이스라엘1건
2010년 (전체 51건)						
미주 /남미(12)	서유럽(18)	북유럽(3)	동유럽(4)	아시아(11)	호주 (1)	중동/ 아프리카(2)
미국 12건	독일 6건 영국 5건 이태리 2건 프랑스 4건 유럽순회 1건	노르웨이2건 아이슬란드 1건	러시아 1건 그루지아 1건 폴란드 1건 유고 1건	중국 3건 일본 3건 말레이시아 1건 인도 2건 베트남 1건 싱가포르1건	호주1건	모로코 1건 이집트 1건



〈그래프 1〉 지역별 국제교류 시각전시 지원 건수 및 규모

○ 분석

- 2009년 대비 2010년도 전체 해외교류 전시에 대한 지원 규모는 약 15% 정도 감소함.
- 한 전시를 다수 국가에서 순회한 경우도 반영되어 있어, <표 1>의 전시 수요에 비해 <표 2>의 국가 수요가 더 많은 것으로 나타날 수 있음.
- 교류가 가장 빈번한 국가는 미주 및 서유럽 지역에 집중되어 있어, 여전히 제 1세계 중심의 교류가 진행되고 있음.
- 그럼에도 조금씩 다양한 국가에 대한 교류가 보이고 있으며, 동구권과 아프리카, 중동, 동남아시아 지역을 대상으로 새로운 교류 양상이 나타나고 있는데 이는 점차로 제1세계 중심적 시각에서 확장하고 있음을 보여줌.
- 미주 지역은 대부분 미국에 몰려있으며 남미지역 국가에서는 교류가 거의 없음.
- 몽골, 네팔 지역과의 교류가 새롭게 생기고 있으며, 특히 몽골은 교류가 활발한 편이어서 새롭게 교류가 생긴 국가 가운데 편중이 심한 경우로 드러남.
- 아시아 지역에서의 전시는 여전히 일본과 중국 중심에 머무르며, 그나마 동남아시아에 대한 교류가 조금씩 생기고 있음.
- 주어진 자료에 의해 교류 대상 국가별 분포도만을 조사하였지만, 추후 국가별로 지원 사업의 세부 내역을 조사함으로써 국가별 교류 기관의 내용을 조사·분류할 수 있다고 보며, 이는 국제 교류 DB 작업으로 활용할 수 있음.

(2) 전시 사업 유형별 수요 현황 및 분석

○ 현황

- <표 3>은 2009년과 2010년 동안의 해외교류와 관련한 행사를 성격에 따라 개인전, 단체전, 비엔날레, 그리고 아트페어 및 다양한 형태의 교류활동을 기타 항목으로 구성하여 사업유형별 지원 수요 현황을 조사한 것임.

유형별 분류	특징
개인전	• 작가의 1인 전시로서 기획 및 초대 중심.
단체전	• 특정 기관의 전시 제작 기관 및 기획자의 기획전시를 대상으로 한 지원과 단체전 참여를 위한 작가의 개인적인 신청에 대한 지원을 포함.
비엔날레	• 세계 각국의 비엔날레, 트리엔날레 등 대형 국제전에 작가가 초대됨에 따라 개별적으로 신청, 지원
기타	• 아트페어나 세미나 등 특수한 성격의 국제 행사 참여

- 특히 국제 행사 가운데 비교적 교류 효과 및 시장 진출 효과가 크다고 판단되는 ‘비엔날레’ 항목은 지원 대상에 대한 세부사항을 별도로 <표 4>에 표기하였으며, 비엔날레의 중요도를 추정할 수 있게 하였음. 이에 따라 국제적으로 주요 비엔날레에 대한 참여도 측정과 함께 새롭게 부각되거나 지역별로 새로운 부분에 대한 주목이 요구됨.
- 한 전시를 다수 국가에서 순회한 경우도 반영하였으므로 <표 1>의 전시수요보다 <표 3>의 수요합계가 더 많음.
- 특이사항 : 아트페어 항목의 독일 부분은 올덴부르크 세라믹 아트페어에 참여한 세라믹 작가를 지원하였으며, 독일에서 개최되는 이 행사는 매년 세계적인 도자기 작가들의 작품을 위한 마켓, 전시, 쇼케이스, 어워드 등의 프로그램을 통하여 세라믹 아트를 알리는 데 기여하고 있음.

〈표 3〉 사업 유형별 국제교류 시각전시 지원 건수

2009 사업 유형별 수요의 분포 (전체 61건)				
구분	개인전	단체전	비엔날레	기타
미주/남미	미국 3건 캐나다 2건	미국 3건 캐나다 1건	미국 1건 캐나다 2건 아르헨티나 1건	-
서유럽	독일 3건 영국 3건 이태리 1건 프랑스 2건	독일 1건, 영국 4건 프랑스 1건 스페인 1건 오스트리아 1건	이태리 2건	독일 1건 (올덴부르크 세라믹 아트페어)
북유럽	스위스 1건 덴마크 1건 뉴질랜드 1건	네덜란드 2건 아일랜드 1건	-	스위스 1건 (엑스포 성격 전시 참여)
동유럽	슬로베니아 1건	러시아 1건 루마니아 1건	러시아 2건 헝가리 1건 슬로베니아 1건	-
아시아	중국 1건 일본 2건	말레이시아 1건 인도 1건 중국 3건, 일본 2건 몽골 1건, 네팔 1건	-	-
호주	-	-	호주 1건	-
중동/아프리카	이스라엘 1건	-	-	-
계	22건	26건	11건	2건

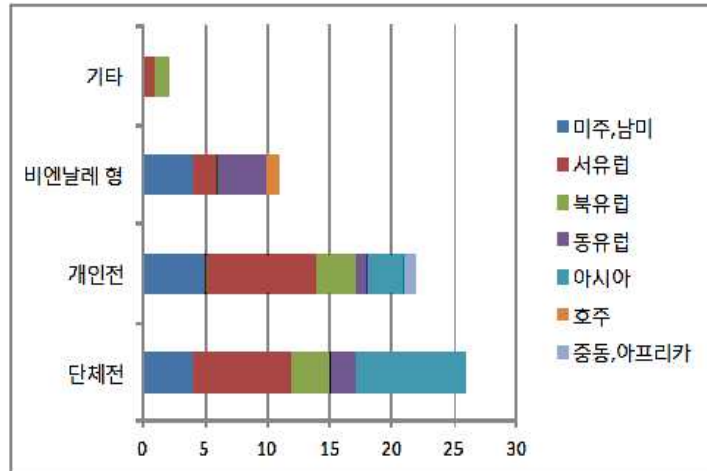
2010 사업 유형별 수요의 분포 (전체 51건)				
구분	개인전	단체전	비엔날레	기타
미주/ 남미	미국 3건	미국 8건	미국 1건	-
서유럽	독일1건 영국2건	독일 3건 프랑스 2건 유럽순회 1건	독일 1건 영국 2건 이태리 2건 프랑스 1건	독일 1건 (아트페어) 프랑스1건 (비평가총회) 영국 1건 (큐레이터프로 그램)
북유럽	노르웨이 2건 아일랜드 1건	-	-	-
동유럽	-	러시아 1건 유고 1건	폴란드 1건 그루지아 1건	-
아시아	중국 2건 일본 2건	인도 2건, 중국 1건 일본 1건 베트남 1건 싱가포르 1건 말레이시아 1건	-	-
호주	호주 1건	-	-	-
중동/ 아프리카	-	모로코 1건	이집트 1건	-
계	14건	25건	10건	2건

〈표 4〉 국제교류 시각전시 비엔날레 지원내역

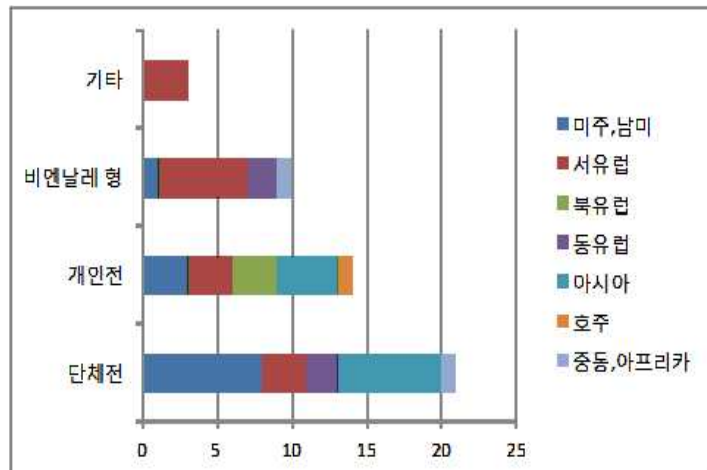
행사명	개최국가	특이사항
베니스비엔날레 및 건축 비엔날레	이태리	<ul style="list-style-type: none"> 한국관을 대상으로 한국문화예술위원회의 정책화된 정기 지원 작가 개인 신청 가능
리버풀 비엔날레	영국	<ul style="list-style-type: none"> 1998년 시작된 행사 국제적으로 전시 활동하는 한국 작가를 매 년 발탁하여 참가
포커즈 로즈 비엔날레	폴란드	<ul style="list-style-type: none"> 2006년에 처음 시작한 신생 비엔날레 2010년 본 전시에 한국 작가 3인 참여
아츠 르 아브르 비엔날레	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 르아브르 지역에서 열리는 현대미술 비엔날레
그루지아 국제현대미술전	그루지아	<ul style="list-style-type: none"> 2008년부터 시작되어 매년 국제 전시 개최
카이로 비엔날레	카이로	<ul style="list-style-type: none"> 1984년 시작되어 중동지역의 가장 중요한 국제행사로 자리 잡음
벤쿠버 비엔날레	캐나다	<ul style="list-style-type: none"> 야외 공공예술을 중심으로 한 국제행사
노보시비르스크 국제판화 비엔날레	러시아	<ul style="list-style-type: none"> 러시아미술가연합에서 주최
모스크바 비엔날레	러시아	<ul style="list-style-type: none"> 2009년 한국현대미술전시 특별전을 진행하였 고 한국 미디어 아트가 소개됨

- <표 3>의 수요조사를 바탕으로 연도별·대륙별 지원 사업유형 현황을 <그래프 2>에서 확인 할 수 있음

2009년



2010년



<그래프 2> 사업 유형별 국제교류 시각전시 지원 건수

○ 분석

- 2009년 대비 2010년의 지원이 전체적으로 감소하였는데, 이는 시각예술 분야 지원 규모의 감소와 일치하는 것임.
- 개인전 지원에 대한 비율이 줄어든 반면, 단체전이나 비엔날레 행사에 대한 지원은 전체 지원 수 대비 증가세를 보임. 이러한 현상은 그만큼 한국 현대미술을 다양한 비엔날레에 소개하고 기획을 유도하는 등의 매개 역할이 필요하다는 요구를 반영함.
- 베니스 비엔날레를 제외한 여타 비엔날레에 작가가 참여하게 된 경우 개인적으로 보조금 지원 신청을 하고 있는데, 비엔날레 성격의 국제전에 참여하는 것은 작가의 해외 미술시장 진출에 비교적 직접적인 효과를 동반한다는 점을 감안하여 이를 효율적으로 지원할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있음.
- 기타 항목에서 전시 이외의 비평가 및 큐레이터를 위한 프로그램에 대한 지원이 증가하고 있으며, 이러한 현상에 주목하여 추후 매개자의 역할이 갖는 중요도를 고려하여 지원 체계를 개선할 필요가 있음.

2) 해외 레지던스 지원 사업 현황 분석

(1) 해외 레지던시 참여 유형

- 해외 레지던시는 작가들 및 큐레이터들에게는 가장 자연스럽게 효과적으로 현지의 전문 예술인들과의 네트워크가 이루어질 수 있는 시스템이라 할 수 있음.
- 전 세계적으로 레지던시 프로그램은 국가에서 적극적으로 수용하여 교류 활동을 증진하고 있으며, 특히 여타의 해외 레지던시와의 연계지원을 늘려가고 있는 추세이며 중요성도 커지고 있음.
- 레지던시 프로그램에 참여하는 여러 가지 경로 중 대표적인 유형을 아래와 같이 살펴볼 수 있음.

〈표 5〉 해외 레지던시 참여 유형

유형별 분류	사례 및 특징
한국 갤러리에서의 교환 프로그램의 일환	<ul style="list-style-type: none"> 두산 갤러리 : 한 해에 세 명의 작가를 선정하여 상금과 6개월의 레지던시 및 개인전 프로그램 제공
공공기관이 운영하는 레지던시 프로그램의 일환으로 해당기관 참여자에게 지원 기회 부여	<ul style="list-style-type: none"> 창동 창작 스튜디오, 고양 창작 스튜디오의 '국제 교환 입주 프로그램' 레지던시 지역의 제한은 없음 : 프랑스, 독일, 호주, 뉴질랜드, 브라질, 핀란드, 네덜란드, 중국 등 금천예술공장의 해외 예술가 교환 레지던시 기관으로 매 해 1~3개월간 지원 작가 선정 : 스페인, 일본, 미국, 호주 등의 협업 기관
온라인 등의 자료 리서치 및 개인적인 네트워크를 통해 작가가 직접 레지던시 프로그램 신청	<ul style="list-style-type: none"> 작가 인터뷰 및 인터넷 리서치 활용 예시: 아이슬란드 The Association of Icelandic Visual Artists, 프랑스 La maison des auteurs, 중국 베이징 Kuartcenter, 중국 베이징 Project space, 미국 Vermont 레지던시.
국가기관의 조건부 지원: 작가가 편드를 직접 신청하여 지원받는 경우 지원 자격 부여	<ul style="list-style-type: none"> 라익스 아카데미 레지던시 (네덜란드), Tokyo Wonder Site(도쿄), 베타니엔 (독일) ISPC(미국), 아트 오마이(미국) 등

(2) 해외 레지던시 지역별 지원 분포

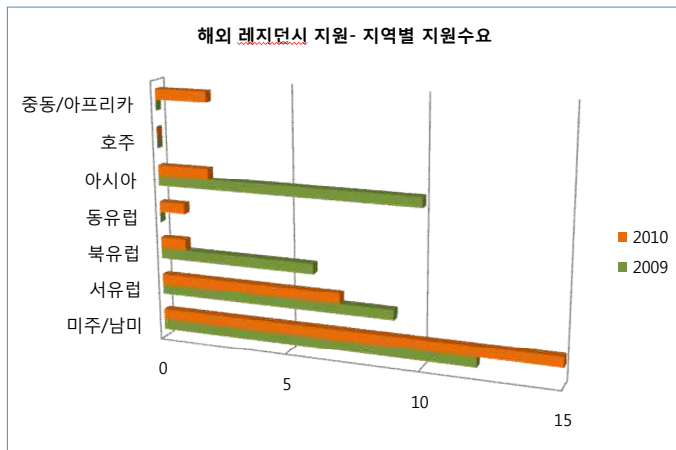
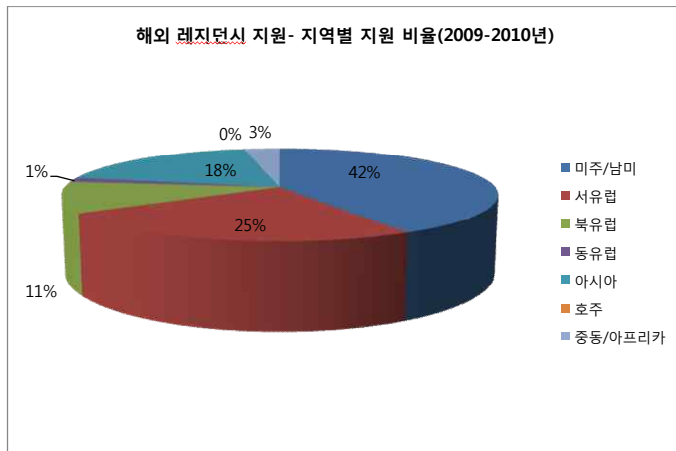
○ 현황

- 한국문화예술위원회, 경기문화재단, 아트오마이의 2009년과 2010년 사이에 진행된 해외 레지던시 프로그램 지원 사업에 대한 현황 자료를 근거로 신청자, 프로그램기관명, 기간, 금액 등의 항목을 중심으로 정리함.
- 참여 작가의 레지던시 프로그램의 국가별 분포는 아래의 〈표 6〉과 같으며 이를 〈그래프 3〉에서 연도 별로 비교 할 수 있음. 또

한 〈그래프 4〉는 2009년과 2010년의 지역별 지원현황 자료로서 작가들의 특정 권역별 관심 지역을 알 수 있음.

〈표 6〉 시각예술 해외 레지던시의 지역별·국가별 지원 건수

2009년도		
구분	내용	건수
미주/남미	미국 12건	12
서유럽	독일 5건, 프랑스 3건, 영국 1건	9
북유럽	아이슬란드 2건, 네덜란드 2건, 핀란드 1건, 덴마크 1건	6
아시아	중국 7건, 일본 1건, 인도 1건, 마카오 1건	10
소계		37
2010년도		
구분	내용	건수
미주/남미	미국 15건	15
서유럽	독일 5건, 프랑스 1건, 이태리 1건	7
북유럽	핀란드 1건	1
동유럽	폴란드 1건	1
아시아	몽골 1건, 마카오 1건	2
중동/아프리카	이집트 1건, 요하네스버그 1건	2
소계		28



〈그래프 3〉 시각예술 해외 레지던시의 지역별 지원 건수 및 규모

○ 분석

- 전체적으로 미국 지역의 레지던시에 집중하고 있으며, 남미 지역은 레지던시 활동에 대한 사례가 전무함.

- 2009년 대비 2010년은 중국 지역으로의 레지던시 참여가 급격히 줄어들고 몽골, 마카오, 그리고 중동 및 아프리카 지역 등 미개척 국가로의 참여가 두드러짐.
- 한국 작가들의 관심과 한국 작가에 대한 해외에서의 관심이 보다 다양한 양상을 띠고 있다는 것을 알 수 있음.
- 추후 보다 세부적인 조사를 통해 레지던시 주관 기관의 횟수 등의 빈번도를 측정하여 지속적인 교류 방안을 지원하거나, 미개척 분야에 대한 연구를 통해 지역 확대를 위한 지원방안을 강구할 필요가 있음.

3) 샘플링에 따른 심층 면접조사 및 효과분석

(1) 개요

○ 연구의 방식

- 본 연구를 위해 국내의 현대미술 작가, 기획자 등을 대상으로 동일한 조사 문항으로 구성된 질문지를 통해 집중면담(FOCUS GROUP INTERVIEW, 이하 FGI)을 실시하였음.
- 직접 해외로 진출하는 계기와 과정을 겪어 온 작가들과, 이들과 함께 작업을 하거나 전시 기획을 통해 해외 홍보 활동을 해 온 기획자들의 실무 경험을 토대로, 쟁점을 도출하고 문제를 개선하는 방향으로 지원 방안을 모색하기 위한 목표로 진행됨.

○ 조사 대상

- 본 연구의 대상은 현대미술 작가 중 해외 개인전 지원금 혜택을 받은 경험이 있는 작가들, 해외 레지던시 참여를 위해 기금혜택을 받았던 작가들과 국가기금으로 해외 전시를 한 경험이 있는 기획자들로 구성되었음.
- 이들은 대체적으로 30대~40대 후반의 연령층으로 기존의 한국문화예술위원회를 비롯한 서울문화재단, 경기문화재단, 한국국제

교류재단의 국제교류사업의 수혜자이거나 해외에서 개별적으로 활동해 온 작가 등으로 구성하였음.

- 조사 일정의 제한이 있어 일부 작가 및 기획자는 이메일을 통한 서면 인터뷰를 진행하였으며, 상업 화랑의 작가 해외 홍보 활동에 대한 조사는 연구원의 직접 방문과 서면 인터뷰로 진행하였음.

〈표 7〉 전시 및 레지던시 수혜자 FGI 명단

작가	박미나	직접 인터뷰
	이수경	
	이형구	서면 답변
	최수정	
	이윤준	직접 인터뷰 / 서면 답변
추가 인터뷰 작가	김기라	유선상으로 이루어졌으며 필요정보 문답식으로 진행
	김시연	
	김수영	
기획자	서진석(대안공간 루프 대표)	직접 인터뷰
	신보슬(토탈미술관 학예실장)	
	홍보라 (갤러리 팩토리 대표)	
	김종호(두산 갤러리 뉴욕 디렉터)	서면 답변

○ 조사 문항

- 작가와 기획자에게 해외 전시 및 레지던시 참여의 계기(직접적 계기, 간접적 계기 등), 해외 전시 이후의 연계활동 및 효과(전시 회에 대한 홍보 및 효과 여부 등), 레지던시 활동을 위한 제도적 문제점과 개선 방안, 레지던시 활동의 효과(네트워크 확보의 여부, 미술시장 진출의 효과 여부 등), 국제교류 활동에 대한 추가 지원 내용 및 지원 방안에 대한 제안 등을 묻는 내용으로 구성함.

○ 조사 방법

- 조사기간 : 2011년 11월 17일 ~ 11월 30일
- 조사형식 : FGI
- 조사도구 : 설문지, 녹음, 녹취록
- 진행 : 박신의 책임 연구원(경희대학교 교수)
- 보조 진행자 : 김인선 연구원, 심은선 보조 연구원,
예술경영지원센터 곽혜영, 조영아
- 조사장소 : 예술경영지원센터

(2) 전시 부문 심층면접조사에 따른 쟁점

가. 해외 전시 기회 제공의 계기

○ 직접적 계기

국제 행사 주최 시 해외 인사에 의한 초대	<ul style="list-style-type: none"> 부산비엔날레, 광주 비엔날레 등 특정 국제행사를 방문한 해외 기획자가 작품을 보고 작가에게 직접 연락
스튜디오 운영기관에서의 해외인사 초청	<ul style="list-style-type: none"> 국내의 작가 스튜디오를 방문한 해외 기획자와의 만남을 통한 접촉
도록에 따른 접촉 기회 발생	<ul style="list-style-type: none"> 작가의 도록이 영문으로 작성되거나 소개가 될 경우, 작가에게 관심을 표현한 갤러리나 해외 기획자로부터 직접 연락이 오면서 기회 발생
국외 유학 등으로 해외 거주기간 동안의 활동에 따른 계기	<ul style="list-style-type: none"> 국외 유학에 따라 해외에서 작품 활동을 하게 되면서 직접적인 접촉의 기회가 마련

○ 잠재적 요인에 의한 계기

다양한 투어프로그램 시 기회 발생	<ul style="list-style-type: none"> • ICOM 등의 행사에 방문한 미술관, 박물관 관장을 대상으로 국내 기관 방문 투어프로그램이 있으며, 이를 계기로 현대 미술을 소개할 기회가 간접적으로 발생할 수 있음
온라인 리서치를 통한 작가 접촉 발생	<ul style="list-style-type: none"> • 특별한 전시회 등의 활동을 계기로 하지 않고 단순한 온라인 리서치로는 기회가 희박하다고 볼 수 있으나, 전시 활동과 더불어 주어지는 경우 그 확률이 높아질 수 있음 • 다른 한편 온라인 리서치를 통해 예외적으로 작가에게 연락이 오는 경우가 있으나 해외 단체나 주제에 대한 정확한 정보가 없거나 진정성에 대한 판단이 힘든 상태라 할 수 있음
현지 거주 활동에 따른 홍보효과	<ul style="list-style-type: none"> • 오랜 시기 현지 거주함에 따른 활동으로 인해 영향력 있는 기관의 관심이 주어질 경우 협업으로 이어질 수 있음
인적 네트워크 형성을 통한 기회 발생	<ul style="list-style-type: none"> • 평소에 다양한 형태의 미술 관련 해외 인사와의 교류가 축적됨에 따라 기회 발생

나. 해외 전시 이후 연계 활동 및 효과

○ 전시 이후 연계 활동

- 해외에서의 초기 전시는 작가의 인지도를 쌓는 작업으로서 홍보를 목적으로 한 전시가 대부분이나, 전시가 호응을 받을 경우 시장 개입의 가능성을 염두엔 둔 전시로 연결되는 경우가 발생함.
- 전시 연계의 경우는 전시장을 방문한 타 기관 기획자에 의한 제안이거나, 평소 인맥관계에 의해 타 전시로 연결되는 경우, 작품 성격과 관련하여 기업이 연결되면서 작품 제작의 의뢰가 주어지는 경우 등으로 이루어짐.
- 드물게 전시회 이후 프로젝트 기획의 기회가 주어지면서 레지던시 프로그램에 참여하게 되는 경우도 발생함.

○ 해외 전시의 효과

- 전시를 하게 된 해외 갤러리의 대외 교섭역량에 따라 유명 비엔날레 등의 국제전 참가의 기회가 주어짐.
- 갤러리 및 개인 딜러를 통한 영리추구 목적의 전시 및 거래가 이루어짐.
- 국제 교류활동이 미국이나 유럽의 제1세계 중심으로 되는 가운데, 비교적 교류활동이 희박했던 특정 지역(이스라엘, 남미 등)의 경우 지속적으로 전시 기획에 참여를 하게 되거나 작품 판매가 이루어져 이와 관련한 비교류 지역의 개발이 주요 쟁점이 될 수 있음.
- 전시회(미디어 아트 관련)를 통해 특정 기업과 지속적으로 프로젝트를 할 수 있게 되면서 네트워크의 영역이 확장됨.

(3) 해외 레지던시 부문 심층면접조사에 따른 쟁점

가. 해외 레지던시 참여의 계기

○ 한국문화예술위원회 협약에 따른 해외 레지던시 참여

- 베타니안 등 위원회가 협정을 맺은 레지던시 지원.

○ 기존 창작공간 활동을 통한 해외 레지던시 참여

- 국립현대미술관 및 서울문화재단 소속 창작공간을 통한 레지던시 기회 제공.

○ 다양한 정보 리서치를 통한 해외 레지던시 참여

- 작가가 개별적으로 다양한 정보를 조사하여 해외 레지던시 프로그램에 공모하여 선정됨에 따른 기회 확보.

○ 네트워크에 의한 해외 레지던시 참여의 연계

- 해외 레지던시 참여 시 해당 기관의 2차 지원에 따라 다른 나라의 레지던시에 참여하게 되는 경우.

나. 해외 레지던시 참여 이후 연계 활동 및 효과

○ 연계 활동

- 레지던시 참여 작가 및 현지 전문가들과의 네트워크 형성과 이에 따른 전시회 참여 기회 및 여타 레지던시 연계 기회 확보.
- 프로젝트 참여 레지던시의 경우 프로젝트와 연계한 여타의 전시 및 사업의 연계 가능성.

○ 참여 효과

- 레지던시 기관이 기획하는 다양한 활동, 즉 오픈 스튜디오, 거주 작가 개인전 및 단체전, 평론가 및 큐레이터와의 만남 등으로 홍보 효과 획득과 작가 인지도 상승, 교류에 따른 인적 자원 확보, 상업화량의 관심을 유도함에 따른 직접적인 미술시장에의 소개 및 진입.
- 레지던시 주관 기관의 2차 지원의 형태로 다양한 전시 및 프로젝트 참여 기회의 가능성.
- 현지에서 주어지는 다양한 문화 체험과 전시회 관람, 세미나와 강연 등의 참여로 작품 창작에 대한 도움을 받게 됨.
- 보다 정확한 현지 정보를 획득함에 따른 작가의 전문성 축적.

(4) 미술시장 진출의 문제점 및 개선방향

○ 수요와 공급의 불균형

- 기본적으로 미술시장에서 작품의 생산에 비해 시장 수요의 부족이 가장 큰 원인이며, 그런 점에서 해외 미술시장 진출을 통한 시장 개척과 확보를 위한 해외 시장 조사와 연구, 지원 방안이 모색될 필요가 있음.

○ 해외 인사 초청 프로그램의 효율성 부족

- 해외 미술시장 진출에 매우 중요한 역할을 하는 해외 인사 초청

은 초청에 따른 비용 부담에 비해 효율적으로 운영되지 못하는 경우가 허다함.

- 일테면 초청 기관의 프로그램에만 집중됨으로써 이를 기회로 확장하지 못하거나, 개별적으로 방문한 인사에 대한 정보가 공유되지 않아 전문 기획자를 만나지 못하면서 초청 인사조차도 충분한 작가를 접하지 못하게 되는 경우가 있으며, 또 초청 인사 자체의 풀(pool)이 제한적이어서 특정 기획자가 반복적으로 초청되는 경우가 있음.
- 이에 따라 해외 유력 인사의 인력풀 구성과 초청 인사를 위한 작가 방문 및 창작공간 방문 등 프로그램 개발이 필요함.

○ 행정지원 시스템의 불합리성

- 한국 현대미술의 해외 미술시장 진출을 목표로 한 다양한 활동을 위해서는 전시 기획자의 역할이 매우 중요하나, 현재 국제교류전을 지원받기 위한 예산 항목에 전시 기획비의 항목 책정이 없는 상태로서, 실질적인 전시 기획의 공식적 인정이나 인건비로서의 인식이 부재함.
- 또한 전체 사업에 대한 부분지원이 원칙이며, 본인 부담금액의 10% 증빙자료 제출로 인해 개인의 비용 부담이 크며, 온전한 사업 계획을 수립하기가 어려움.
- 지원 금액의 한계로 인해 운송비 절약을 위해 전시 작품의 크기를 변경하는 경우도 발생함.
- 지원행정처리에서 요구되는 정산증빙서류가 많고, 시스템이 복잡하며, 국제교류 사업의 특성을 고려하여 정산을 간소화하고 지원 사업 신청 기간을 유연하게 할 필요가 있음.

○ 국내 국제교류 업무 시스템의 개선

- 문화체육관광부를 비롯하여 한국문화예술위원회 내 국제교류 담당이 순환보직으로 인해 자주 교체됨에 따라 국제교류 사업에 대

한 노하우를 축적할 수 없으며, 해외 우수 기관과의 지속적인 커뮤니케이션 창구가 부재하여 협업 요청에 대한 대응력이 떨어짐.

- 전문적인 국제교류 담당자를 육성함으로써 해외 미술시장에 대한 기획과 연구, 실행을 기민하게 주도할 수 있는 여건 마련이 시급함.

○ 작가 홍보 체계 마련의 필요성

- 해외 전시 활동에서 홍보 효과에 의해 시장 진입의 가능성을 기대한다는 점에서 작가 홍보에 대한 지원이 필요함.
- 작가가 개별적으로 홍보 활동을 하기에 힘든 상황임을 감안하여 기획자에 의한 전문 홍보 활동을 지원하는 방안이 필요하며, 실제로 작가의 해외 전시 진출을 효율적으로 운영하기 위해서라도 큐레이터나 기획자와 같은 매개자에 대한 지원이 요구됨.
- 해외 전시 활동의 경우 해당 국가의 한국문화원 혹은 대사관 등의 적극적인 관심과 도움이 필요하나, 대체로 음악이나 공연에 편중된 예술기호로 인해 시각예술 작가들에 대한 이해도가 낮은 편임.

○ 작가의 해외 활동을 위한 지원체계 구축

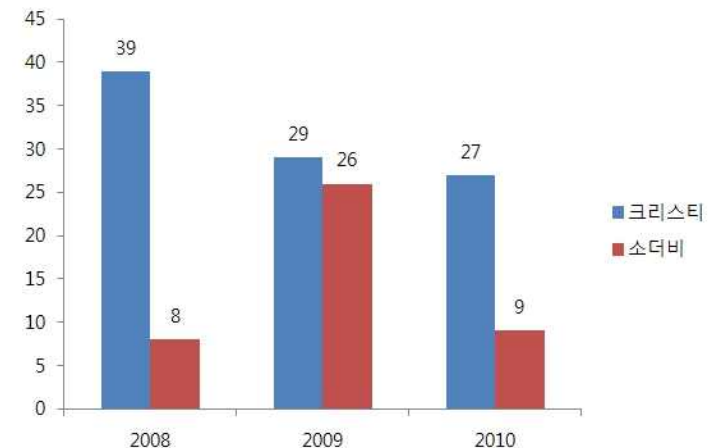
- 해외에서 작가의 포트폴리오를 요청하는 곳이 늘어남에 따라 작가들이 해외 기관에 적절히 대응하기 위해 정보를 양적, 질적으로 점검할 수 있는 정보 필터링 시스템이 필요함.
- 작가들의 포트폴리오나 프레젠테이션의 모니터링을 통하여 해외 큐레이터에게 어필할 수 있도록 작가 PR 교육을 통해 활동의 효율성을 높일 수 있음.
- 작가가 해외에서 주목받을 수 있는 조건은 작품만으로는 어려우며, 해외 미술계의 특성상 작가의 작품세계를 담론화 할 수 있는 비평적 접근이 주어져야 하며, 이에 따라 작가에 대한 비평과 담론 형성을 위한 지원체계가 절실함.
- 해외 활동을 위한 비자 및 작업실 확보에 대한 어려움이 있을 경우 도움을 줄 수 있는 체계가 필요함.

3. 해외 경매사 및 아트페어 등의 직접적 시장진출 현황 및 효과 분석

1) 해외 주요 경매사의 한국 현대미술 작품 낙찰 현황 (2008 ~ 2010)

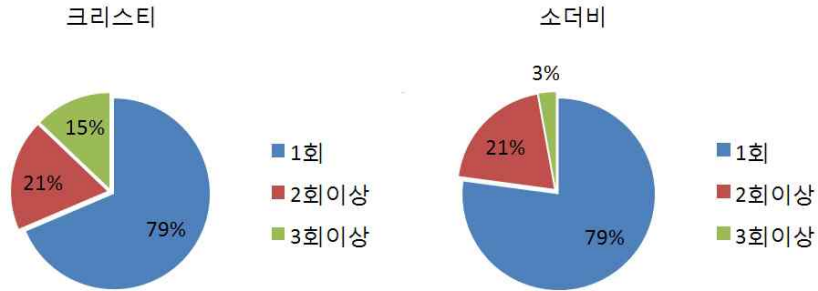
- 2008 ~ 2010년 사이에 낙찰 기록이 있는 한국 현대미술을 작가, 작품, 개최지역 및 시점으로 크게 분류하여 소더비, 크리스티 사이트에서 제공하는 데이터를 분석하는 정량조사와 해외 시장진출 이후 문제점 및 개선점을 실무자 인터뷰 등의 정성조사를 실시하였음.
- 데이터 분석은 2010년 순수미술(Fine Art)기준 경매매출에서 52%의 시장점유율을 기록한 세계경매시장의 복점기업(duopoly)인 소더비, 크리스티의 ‘2008 ~ 2010년의 아시아 현대미술’ 경매기록 가운데 한국 현대작가 참여현황과 낙찰결과 사례를 기반으로 한국 현대미술의 해외시장 진출현황을 파악하고, 경매 개최지역 및 시즌을 조사함으로써 세계 경매시장의 트렌드를 살펴보고자 함.

(1) 작가: 2008~2010년 소더비, 크리스티의 한국 현대미술 작가 낙찰 비율



〈그래프 4〉 한국 현대미술 낙찰 작가 추이(단위:명)

- 연 평균 46명의 한국 현대미술 작가가 크리스티, 소더비 경매를 통해 낙찰되고 있고, 2008년 이후 연평균 12%씩 감소 추세에 있음.



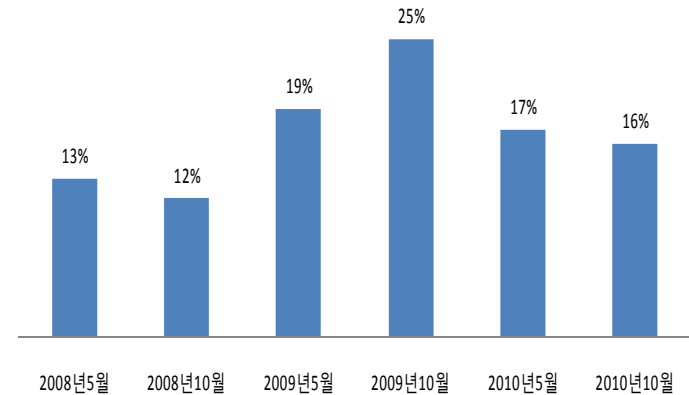
〈그래프 5〉 한국 현대미술 작가 연속 낙찰 비율(%)

- 두 경매사 모두 3년간 낙찰이 1회만 된 작가 수는 전체의 79%로 가장 높고, 2회는 21%에 해당함. 3년 연속 낙찰된 작가는 소더비 3%로 1명이고, 크리스티는 15%로 9명으로 나타남.

〈표 8〉 2008~2010년 한국 현대미술 반기별 최고가 낙찰 작가

최고 낙찰 작가	2008 상반기	2008 하반기	2009 상반기	2009 하반기	2010 상반기	2010 하반기
크리스티	홍경택	김동유	최소영	백남준	백남준	최소영
소더비	민정연	김환기	백남준	박선기	이불	강형구

- 반기별 최고가 낙찰 작가는 크리스티는 홍경택, 김동유, 최소영 등의 젊은 작가 층인 반면 소더비는 김환기, 백남준 등 국내외 인지도 및 구매 안정도가 높은 작가들임을 알 수 있음.
- 소더비 대비 크리스티는 젊은 작가가 경매에 출품, 낙찰되었고, 두 경매사간의 최고 낙찰 작가는 비교적 중복되지 않음을 알 수 있음.



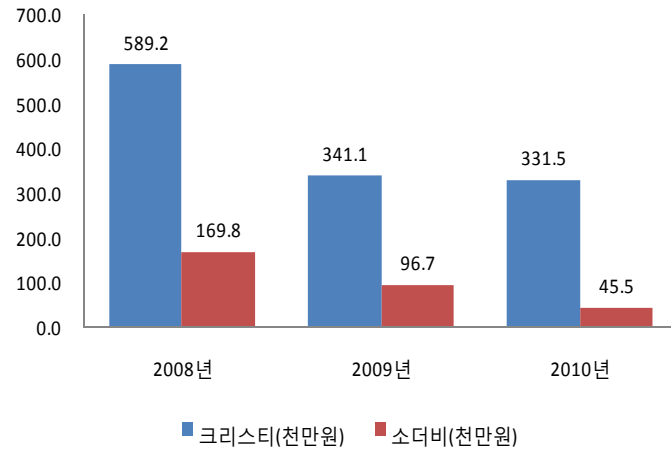
〈그래프 6〉 크리스티 전체 낙찰 작품 중 한국 현대미술작품 낙찰 비중 추이

〈표 9〉 크리스티 전체 낙찰 작품 중 한국 현대미술작품 낙찰 비중 세부

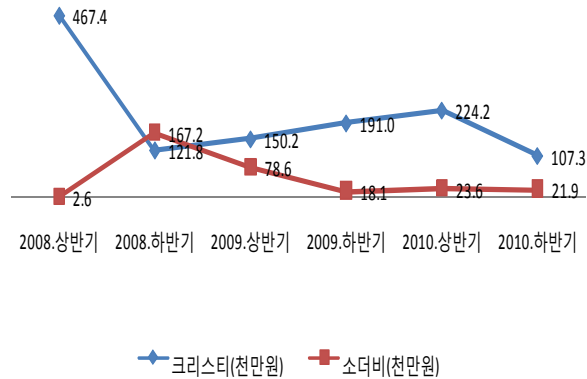
	2008년 5월	2008년 10월	2009년 5월	2009년 10월	2010년 5월	2010년 10월
전체	330	206	120	124	241	166
한국	44	24	23	31	42	27
비중(%)	13%	12%	19%	25%	17%	16%

- 크리스티 ‘아시아 현대미술’ 경매를 기준으로 낙찰 작품 국가별 분포도 추이를 보면, 경매 개최 시 평균 약 198점 중 한국 현대작품은 32점이 출품, 낙찰되고 있으며, 그 비중은 12% ~ 25% 정도임.
- 2008년부터 상승하다가 2009년 10월, 가장 많은 작품이 출품, 낙찰 되는 성과를 이루었음. 하지만 2010년 이후 전체 중 한국작품의 출품, 낙찰 비율이 낮아지고 있는 추세임.

(2) 작품: 2008~2010년 크리스티, 소더비의 한국 현대미술 작품 낙찰액

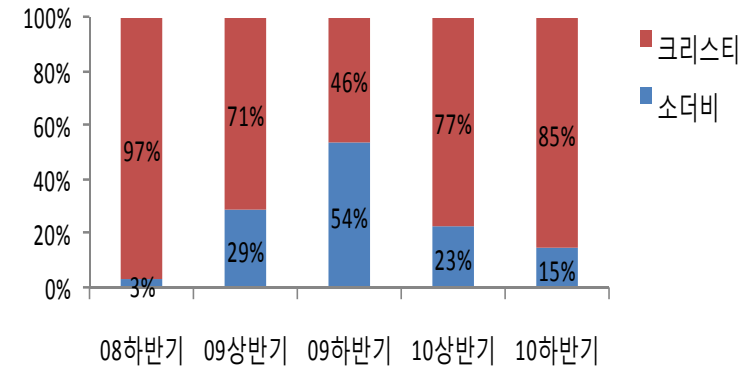


〈그래프 7〉 연도별 크리스티, 소더비의 한국 현대미술품 낙찰액(단위:천만원)



〈그래프 8〉 반기별 크리스티, 소더비의 한국 현대미술품 낙찰액 추이(단위:천만원)

- 2008 ~ 2010년, 크리스티는 연평균은 42억, 소더비는 연평균 10억의 한국 현대미술품 작품을 판매하였음.
- 크리스티는 3년간 연평균 72% 낙찰액 감소를, 소더비는 87% 감소를 나타내고 있음.
- 소더비 대비 크리스티의 한국 현대미술작품 낙찰액 합계는 높게 나타나고 있으며, 이는 아래 그림과 같이 2009년 하반기를 제외하고 소더비 대비 2배 이상의 한국 현대미술작품이 크리스티 경매에서 다루어졌기 때문이라 할 수 있음.



〈그래프 9〉 한국 현대미술 낙찰 작가수 비중 추이

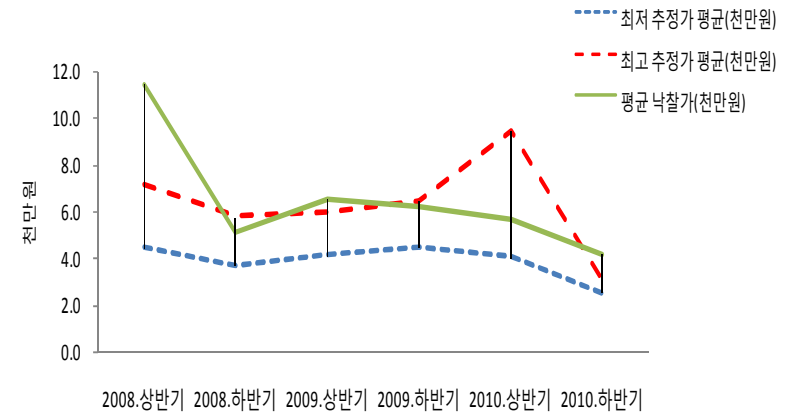
〈표 10〉반기별, 크리스티, 소더비의 한국 현대미술 낙찰 작품 분석

크리스티	2008		2009		2010	
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
최고낙찰가(천만원)	67.3	16.2	30.4	39.2	42.7	18.0
최고 낙찰 작가	홍경택	김동유 홍경택	최소영	백남준	백남준	최소영
최저낙찰가(천만원)	1.3	0.6	0.6	0.6	0.6	0.4
낙찰 작품수(건)	41	24	23	31	40	27
개최 횟수(건)	2	2	2	2	2	2
경매 월	5월 홍콩	11,12월 홍콩	5월 홍콩	11월 홍콩	5월 홍콩	11월 홍콩
소더비	2008		2009		2010	
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
최고낙찰가(천만원)	2.6	49.8	26.8	5.7	11.8	13.6
최고 낙찰 작가	김정연	김환기	백남준	박선기	이불	강형구
최저낙찰가(천만원)	2.6	2.5	0.6	0.6	0.8	1.8
낙찰 작품수(건)	1	10	19	7	4	2
개최 횟수(건)	1	2	1	1	1	1
경매 월	3월 뉴욕	9월 뉴욕 10월 홍콩	4월 홍콩	10월 홍콩	4월 홍콩	10월 홍콩

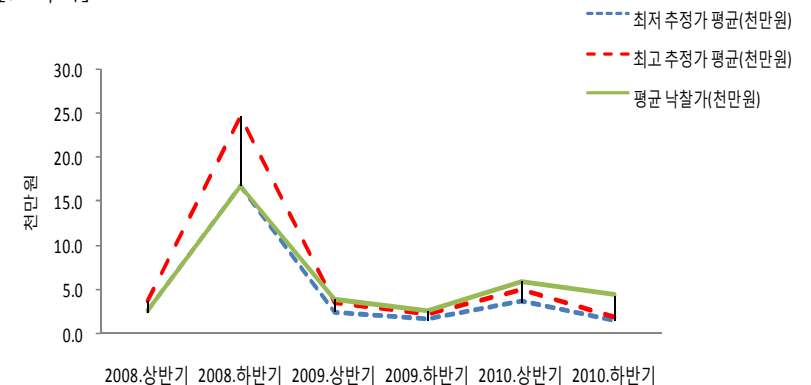
- 크리스티는 연 2회~4회 상·하반기로 나누어 한국 현대미술을 다루는 아시아 현대미술 경매(낮·저녁 세일)를 실시하였고 한국 현대미술작품이 평균 31점 낙찰된 것으로 나타남.
- 2008년 5월 홍콩에서 홍경택 작가의 작품이 6.7억 원으로 2008~2010년 사이 최고가로 낙찰되었음.
- 소더비의 경우 2008년 상반기에는 홍콩경매가 없었으며, 뉴욕에

서 아시아 현대미술 경매를 개최 하여 1명의 한국작가 작품이 낙찰되었음. 그러나 2008년 하반기(10월)부터 홍콩에 아시아 현대미술 경매를 개최하며 연 1~2회의 한국 현대미술을 홍콩지점에서 다루고 있음.

[크리스티]

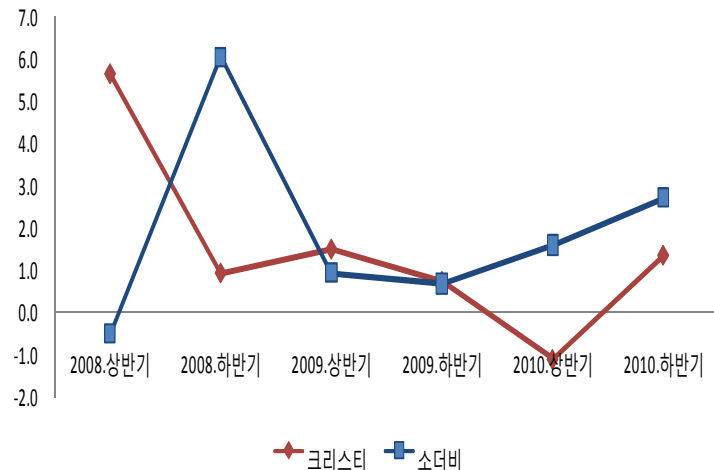


[소더비]



〈그래프 10〉 한국 현대미술작품 최저,최고 추정가 대비 평균낙찰가

- 경매는 각 분야의 전문가 그룹(specialist)이 작품 거래 기록 및 현재 인기도, 미술시장 트렌드 등을 반영하여 경매 전에 최저 및 최대 추정가를 설정하고 있음.
- 경매 개최 시기별 추정가와 낙찰결과를 비교 한 결과 한국 현대 미술의 낙찰경쟁은 높지 않은 것으로 판단됨. 소더비와 크리스티의 아시아경매진출 시기(소더비의 본격적인 ‘아시아 현대미술 경매’를 위한 홍콩 진출은 2008년 하반기 부터임)와 다루는 경매 작가 군이 상이함으로 두 경매사의 반기별 트렌드는 유사하지 않으나 공통적으로 추정가 대비 낙찰가 폭이 크지 않다는 것을 알 수 있음.
- 예를 들어, 크리스티의 한국미술경매에서는 2008년 상반기에 최고 추정가 대비 높은 금액에 낙찰 되었으나 2008년 하반기 부터는 대부분 추정가 범위 내에서만 낙찰되었음.
- 소더비는 2008년 까지는 최저 추정가 수준으로 낙찰되다가 2009년부터는 최고 추정가 수준으로 낙찰되고 있으나 그 폭이 크지 않음.



〈그래프 11〉 한국 현대미술 낙찰가(평균)와 추정가(평균)오차 추이

- 낙찰가와 추정가 간의 오차의 양 값은(+) 추정가 대비 높은 가격에 낙찰되었음을 나타내고 음 값(-)은 추정가 대비 낮은 가격에 낙찰되었음을 의미함. 즉 오차의 양 값은 경매에서 작품의 인기도가 높음을, 음 값은 작품의 인기도가 높지 않았음을 의미함.
- 크리스티의 경우 2008년 상반기에 한국 현대미술품의 낙찰 선호도가 높았고, 2010년 상반기에 가장 낮았음을 알 수 있음.
- 소더비의 경우 2008년 하반기(홍콩경매 개최 시작시기)에 높은 선호도를 나타냈으나 2009년 선호 감소 후 점차 회복 추세에 있음.

〈표 11〉 한국 현대미술 추정가 및 낙찰가 분석

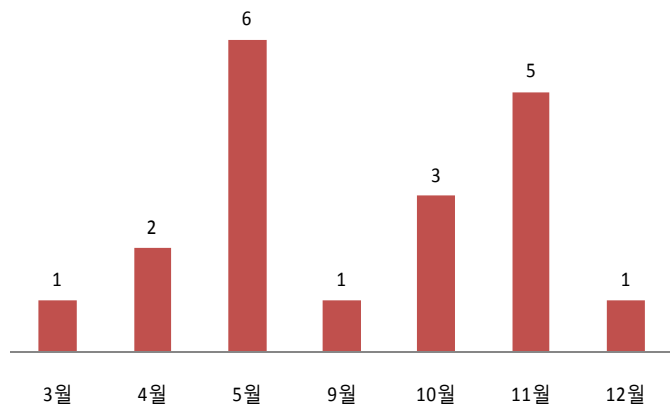
		2008		2009		2010	
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
크리스티	최저 추정가 평균(천만원)	4.4	3.7	4.1	4.4	4.0	2.5
	최고 추정가 평균(천만원)	7.1	5.8	6.0	6.4	9.4	3.0
	평균 낙찰가(천만원)	11.4	5.1	6.5	6.2	5.6	4.1
	낙찰가vs평균 추정가 오차 평균(천만원)	5.6	0.9	1.5	0.7	-1.1	1.3
		2008		2009		2010	
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
소더비	최저 추정가 평균(천만원)	2.5	16.8	2.4	1.6	3.6	1.4
	최고 추정가 평균(천만원)	3.7	24.6	3.6	2.2	5.0	1.9
	평균 낙찰가(천만원)	2.6	16.7	3.9	2.6	5.9	4.4
	낙찰가vs평균 추정가 오차 평균(천만원)	-0.5	6.0	0.9	0.7	1.6	2.7

(3) 개최 시즌과 지역: 크리스티, 소더비의 아시아 현대미술 경매

〈표 12〉 한국 현대미술 개최 시즌 및 지역 건수

(뉴욕)표기 외 지역은 홍콩임

경매사	연도별	3월	4월	5월	9월	10월	11월	12월
크리스티 (홍콩)	2008년			2			1	1
	2009년			2			2	
	2010년			2			2	
소더비 (뉴욕/홍콩)	2008년	1(뉴욕)			1(뉴욕)	1		
	2009년		1			1		
	2010년		1			1		
계		1	2	6	1	3	5	1



〈그래프 12〉 크리스티와 소더비의 경매 건수

- 한국 현대미술은 크리스티, 소더비의 ‘아시아 현대미술’ 경매에서 주로 출품, 낙찰 되고 있음.
- 2008 ~ 2010년 동안 5월에 가장 많이 개최되었으며, 다음으로 11월, 10월 순으로 나타났음.
- 크리스티는 주로 홍콩지점에서 한국 현대미술을 다루었고, 소더비는 2008년 상반기와 하반기에 1회씩 뉴욕경매에서 한국 현대미술작품을 경매에 출품하였음. 2008년 하반기 이후 두 경매사 모두 홍콩 지점의 ‘아시아 현대미술’ 경매에서 한국 현대미술을 다루고 있음.

(4) 2008~2010년 한국 현대미술품 낙찰 경매사, 지역, 시기, 경매명

〈표 13〉 한국 현대미술품 낙찰 경매 현황

경매회사명(본점)	개최국/도시	개최시기	경매명
소더비 Sotheby's (본점 영국, 상장 미국)	중국/홍콩	4월, 10월	Contemporary Asian Art
	미국/뉴욕	3월, 9월	Contemporary Art Asia
크리스티 Christie's (영국)	중국/홍콩	5월, 11월, 12월	Asian Contemporary Art
	미국/뉴욕	9월 중순	Contemporary Art Asia
폴리옥션 Poly International Auction Co. Ltd (중국)	중국/베이징	12월	Modern & Contemporary Chinese Art Day Sale
라베넬 Ravenel(대만)	중국/홍콩	6월, 11월	Modern & Contemporary Art
에스트웨스트옥션Est-Ouest Auctions Co.,Ltd (일본)	중국/홍콩	7월, 11월	Contemporary: From Post-War to Cutting Edge Auction, Asian Post-War & Contemporary Art
호산옥션 Hosane Auction Co. Ltd (중국)	중국/상하이	6월	Oil painting & Sculpture
신와아트옥션 Shinwa Art Auction (일본)	일본/도쿄	7월	Contemporary Art Auction & Design
필립스 드 퓨리 앤 컴퍼니 Phillips de Pury & Company (미국)	영국/런던	6월	Contemporary Art Day Sale
33옥션 33 Auction (싱가폴)	싱가폴/싱가폴	5월	Modern and Contemporary Asian Art

- 한국 현대미술작가의 경매출품 및 낙찰은 뉴욕 및 홍콩, 일본, 싱가포르 등 주로 아시아 지역에서 발생하였음을 알 수 있음.

○ 위의 2차 조사를 토대로 다음과 같은 시사점이 도출됨

- 연도별 낙찰이 반복된 작가 수(경매사별로 차이가 있으나 3회 연속 낙찰된 작가 비중은 크리스티 15%, 소더비 3%)는 높지 않으며 다음해에 연속 출품하지 못한 낙찰 작가가 80% 수준으로 지속적으로 경매에 낙찰되는 비중이 높지 못함.
- 시즌별로는 상반기 4,5월에 중에 1회, 하반기 9,10,11월 중에 1회가 개최되며 주로 홍콩지역에서 개최되는 ‘아시아 현대미술경매’에서 한국 현대미술이 낙찰되고 있음.
- 소더비 대비 크리스티에서 아시아 현대미술 경매가 활발히 이루어지고 있음. 이는 크리스티가 홍콩 시장에 먼저 진출하여 홍콩 아트페어와 동일 기간에 같은 장소에서 경매를 개최하며, 다양한 가격군의 아시아 현대미술작품을 경매에 출품하기 때문으로 판단됨.
- 크리스티 기준 ‘아시아 현대미술 경매’ 전체 낙찰 작품수 대비 한국 작품은 2008~2010년 연평균 17%이며, 꾸준히 증가추세에 있음.
- 크리스티, 소더비 이외의 기타 아시아 해외 경매회사들도 동일한 시즌에 맞추어 홍콩에서 경매를 개최하고 있음. 홍콩 외 싱가포르, 일본, 중국(베이징)에서 열린 경매에서도 한국 현대미술작품이 낙찰되었음.

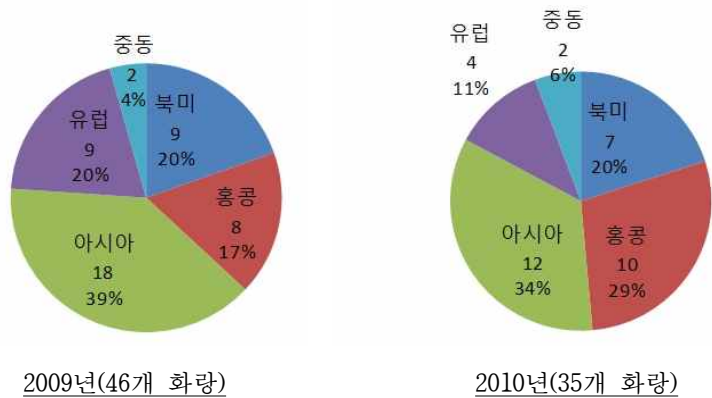
2) 국내 화랑의 해외 아트페어 참가 및 판매실적 분석(2009~2010)

- 미술시장에서 아트페어의 기능이 점차 중요해지는 이유는 세계 시장에 자국의 미술을 소개하는 기능뿐만 아니라 화랑의 브랜드 인지도 향상, 작가 홍보를 통한 매출 증대, 해외 네트워크 형성을 통한 사업연계가 직접적으로 이루어지고, 화랑, 작가, 컬렉터, 딜러 등 모든 미술 애호가들이 단기간에 한 곳에 모이는 이벤트로 세계시장에 효과적으로 노출 될 수 있기 때문임. 또한 아트페어를 중심으로 연계 전시 및 미술 행사가 발생함에 따라 미술시

장 전체에 활기를 불어 넣어 주는 역할을 함.

- 국내 화랑은 1980년 초반부터 세계 유명 아트페어에 참가하기 시작했으며, 특히 2009년, 2010년, 국내 화랑의 대륙별 아트페어 참가현황 및 작품판매액을 살펴봄으로써 해외 진출현황, 판매실적, 진출지역 변화 등을 파악하였음. 또한 해외 아트페어 참가 이후 파급효과 및 개선점은 실무자 직접 인터뷰 등을 통해 보완하였음.

(1) 국내화랑 해외 아트페어 참가현황(2009~2010년)



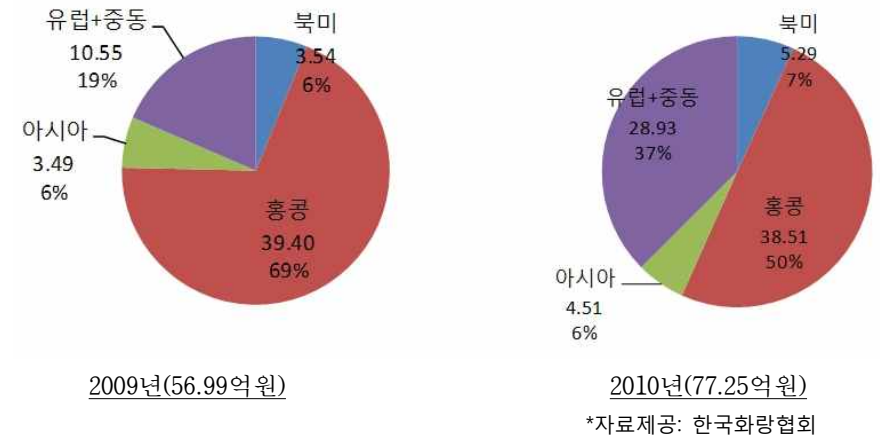
* 홍콩은 아시아와 별도 분리하여 나타냄
* 자료제공: 한국화랑협회

〈그래프 13〉 국내화랑의 해외 아트페어 참가 개수 및 비율

- 국내화랑의 해외 아트페어 참가는 2009년 대비 2010년에 24%(11개) 감소하였음.
- 2009년은 아시아, 유럽, 북미, 홍콩 순으로 국내화랑은 해외 아트페어에 참가하였으나, 2010년은 유럽과 북미보다 홍콩진출이 증가하였음.

- 즉, 2010년에 홍콩지역 진출이 전체에 29%으로 작년 대비 12% 참가 비중이 증가하였으며, 유럽지역으로의 해외 아트페어 진출은 9% 감소하였음.
- 이를 통해 국내화랑의 해외진출이 과거 유럽지역에서 홍콩을 포함한 아시아 지역으로 이동했다고 할 수 있음.

(2) 국내화랑의 해외 아트페어 작품판매 현황(2009 ~ 2010년)



*자료제공: 한국화랑협회

〈그래프 14〉 국내화랑의 해외 아트페어를 통한 작품판매금액 및 비율

- 국내화랑의 해외 아트페어 작품판매액은 2009년 약 57억, 2010년은 약 77억으로 작년 대비 36% 증가하였음.
- 홍콩은 2009년에 이어 2010년에도 아트페어에서 약 40억 수준의 판매를 기록하며 국내화랑이 가장 활발히 작품 판매를 한 지역이라 할 수 있음.

(3) 쟁점 및 시사점

- 해외경매에서의 한국 현대미술 낙찰 작가와 작품 및 해외 아트페어 참여와 작품 판매액을 분석함으로써 해외 미술시장 진출 활성화를 위해 필요한 부분을 다음과 같이 도출하였음.

○ 해외 시장 겨냥 작가 양성 기반의 구축

- 무엇보다도 아시아를 넘어 글로벌한 작가를 발굴, 양성하는 일이 제도적 차원에서 선행되어야 하며, 이를 위해 국내 미술시장의 규모를 키워 세계미술시장에서 한국미술에 대한 인지도를 향상하는 일이 함께 이루어져야 함.
- 낙찰가와 추정가 비교 분석을 통해 한국 현대미술은 아직 활발한 경합을 통해 경매가 이루어지는 수준은 아니라고 볼 수 있음. 따라서 작가의 브랜드 가치를 높이기 위한 비엔날레 참가와 해외전시 활성화, 해외 주요 아트페어 참가 등 1차 시장에서의 인지도 강화 노력이 필요함.

○ 시장 선호도 파악 및 대응

- 크리스티와 소더비의 한국 현대미술 경매낙찰 결과를 살펴보면, 기존에 한국에서 인기 있었던 중견작가 이상의 대작 보다는 특 특 튀는 아이디어와 새로운 소재와 재료를 시도한 젊은 작가의 작품선호가 증가하고 있음.
- 이는 곧 한국 현대미술을 구매하는 국내·외 컬렉터 층이 점차 젊고 다양해지고 있고, 유명작품 중심의 구매 보다는 젊은 작가에 대한 가능성과 자신의 성향에 맞는 젊은 작가의 작품을 소신 있게 구매하는 소위 컬렉터 세대교체가 이루어지고 있기 때문으로 판단됨.
- 일례로 홍콩에서의 아시아 현대미술품 판매가 본격화 된 2009년 이후 크리스티와 소더비는 높은 가격대의 대가의 작품보다는 비교적 낮은 가격의 독특한 젊은 작가 작품을 경매에 출품시키고 있음.

○ 홍콩 시장에 대한 대응 및 진출

- 해외 사업자를 위한 법적, 시스템적 진입 용이성과 타 지역 대비 미술품 구매 시 세금 부담이 적기 때문에 경매사, 갤러리, 딜러 등을 포함한 미술시장 관계자가 홍콩에 모이고 있음.
- 소더비도 크리스티에 이어 아시아 미술시장의 컬렉터와 아시아 미술품 중심의 경매를 위해 2008년 하반기부터 홍콩으로 거점을 옮겼음
- 국내 경매사의 홍콩 진출뿐만 아니라 국내 화랑의 해외 아트페어 참가 역시 전년 대비 2010년, 홍콩 참가가 증가했고, 판매 성과 측면에서도 큰 폭으로 성장하였음.
- 경매 및 아트페어의 개최지역, 개최시즌, 매출성과를 통해 세계 미술시장 중심이 유럽 및 북미에서 점차 아시아(홍콩)로 변화하고 있으며 국내 미술시장도 홍콩을 중심으로 해외 미술시장 진출 방향을 바꾸었음을 알 수 있음.
- 이와 같은 홍콩의 성공 사례를 통해 해외 미술 산업이 국내에 자리 잡을 수 있도록 미술사업 진입의 제도적, 시스템적 진입 장벽을 정부 차원에서 낮추고, 국제적 미술행사를 동시 다발적으로 개최하여 시너지 효과를 낼 수 있는 노력이 필요함.

○ 해외 미술시장 개척 및 진출을 위한 지원

- 해외 미술시장 개척 및 진출은 국내 미술시장 발전에 큰 성장 동력을 제공할 수 있기 때문에 그 중요성이 더 강조됨.
- 미술시장 관계자(갤러리, 경매사, 전시기획자 등) 측면에서는 미술시장의 매출 증대로 사업 확장 및 성장을 통해 브랜드 강화를 할 수 있으며, 그 수혜로 작가는 양질의 전시를 할 수 있게 됨.
- 작가 측면에서 해외 판매는 자신감을 부여하고 후배 작가들에게 동기부여가 되어 작업 수준이 높아질 수 있음.
- 이러한 선 순환적 구조는 시장의 규모를 키우고, 다양한 컬렉터 층을 양성함으로써 전체적으로 안정된 미술시장을 구축할 수 있음.

3) 샘플링에 따른 심층 면접조사 및 효과 분석

(1) 개요

○ 연구의 방식

- 본 연구는 해외진출 경험이 있는 국내의 경매사, 영리목적을 포함한 해외전시 기획자와 해외 아트페어 참가 경험이 있는 갤러리를 대상으로 동일한 조사문항으로 구성된 설문지를 통해 직접 인터뷰를 실시하였음.
- 이는 직접 해외진출 경험이 있는 경매사, 전시 기획자, 갤러리스트의 실질적이고 현실적인 대답을 통하여 해외진출을 통한 미술시장 확대효과 측정, 문제점 도출, 효과적인 방향으로 문제 해결을 할 수 있는 지원방식을 연구하기 위한 조사활동이라 할 수 있음.

○ 조사대상

- 본 연구의 대상은 현대미술품으로 해외진출 경험이 있는 경매사, 전시 기획자, 해외 아트페어를 꾸준히 참가하고 있는 갤러리 등 국외 활동을 통해 미술시장 확장 및 국내작가 홍보를 현장에서 가장 활발히 진행하고 있는 6인의 실무진으로 구성되었음.
- 이들은 대체적으로 30~50대 초반의 연령층으로 해외 미술시장을 직접 경험하고 있고 미술시장에 대한 이해도가 높은 구성원들이라 할 수 있음.
- 거주 지역 및 조사 일정의 제한으로 일부 대상자는 이메일을 통한 서면 인터뷰를 진행하였으며 그 외 대상자는 직접방문을 통한 인터뷰 형식으로 진행하였음.
- 참여한 경매사 실무진, 전시 기획자, 갤러리스트에 해당하는 인터뷰자는 다음과 같음.

〈표 14〉 미술시장 관련 FGI 명단

경매사	이상규(케이옥션 전무)	직접 인터뷰
	이소영(서울옥션 홍콩 법인장)	서면 인터뷰
기획자	이대형(에이치존 대표)	직접 인터뷰
갤러리	진현미, 루첸 Lu Chen (아트미아 베이징 대표 및 직원)	서면 인터뷰
	이정용(가나아트 디렉터)외 1인 (무기명, 갤러리 총괄 팀장)	서면 인터뷰 직접 인터뷰

○ 조사 문항

- 경매사, 전시기획자, 갤러리에게 공통으로 묻는 내용으로 경매, 전시, 아트페어를 통한 해외진출에 관한 내용으로 구성 즉 경매나 전시, 작품판매가 이루어지게 된 계기, 과정, 성과 및 개선점에 대한 각자의 경험을 통하여 공통된 점을 도출할 수 있었음.
- 특히 해외활동 시 국가의 지원 형태와 방식, 그에 대한 한계점과 문제점을 집중 인터뷰함으로써 개선점을 제안하기 위한 방식으로 진행하였음.

○ 조사 방법

- 조사기간 : 2011년 11월 17일 ~ 12월 5일
- 조사형식 : 설문지를 통한 직접, 서면 인터뷰
- 소요시간 : 약 1 ~ 2 시간 동안 진행
- 조사도구 : 설문지
- 진행 : 이슬기 연구원
- 보조 진행자 : 예술경영지원센터 곽혜영
- 조사장소 : 해당 경매사, 전시관, 갤러리 등

(2) 심층면접조사 결과의 쟁점

가. 해외 진출에 대한 계기 및 목적, 향후 계획 관련

○ 진출 지역 현황

사업 형태	진출 지역 (프리뷰 지역 포함)	진출 년도	향후 선호 진출 지역	연간 진출 횟수
경매사	홍콩, 일본, 마카오 대만, 중국(베이징)	2008년	중국, 동남아시아 지역	2회 (5월, 10월, 11월 등 봄, 가을 시즌)
기획자	영국(런던), 싱가포르, 중국(베이징)	2009년	홍콩, 미국(뉴욕), 싱가포르	일정하지 않음
갤러리	프랑스, 네덜란드, 스위스, 영국, 중국 (베이징, 상하이) 홍콩, 미국(뉴욕), 대만, 일본 등	1980년대 중반~	유럽(스위스 바젤 아트 페어, 런던 프리즈 아트 페어, 프랑스 피악), 미국 (마이애미 아트페어), 홍콩(홍콩아트페어)	2회 일정하지 않음

- 인터뷰 대상을 기준으로 갤러리는 타 사업대비 1980년대 중반부터 해외 아트페어에 참가하며 비교적 빠른 해외진출을 하였으며 현재는 유럽, 미국, 아시아 등 세계 주요 아트페어에 참가하여 국내외 소속작가들을 홍보하고 작품을 판매하고 있음.
- 경매사는 국내 미술시장의 호황기라 할 수 있는 2008년도에 단독으로 혹은 해외경매사간의 연합으로 홍콩, 마카오를 시작으로 해외시장에 진출하여 현재까지 연 2회에 걸쳐 홍콩을 중심으로 경매를 개최하고 있음.
- 시즌별로는 크리스티 홍콩의 경매기간과 유사한 시기에 개최함으로써 고객이 용이하게 경매프리뷰 및 경매에 참여할 수 있도록 하고 있음.
- 해외전시는 2009년 런던에서 이루어 졌으며, 성공적인 개최 및 영향력 있는 컬렉터(찰스 사치)가 선택한 현대미술로 한국미술

이 홍보되면서 전시 이후 중국(베이징), 싱가포르에 해외전시를 개최하였음.

- 현재까지 경매사, 전시기획자, 갤러리가 공통적으로 진출한 해외지역은 홍콩이며, 향후 사업을 지속적으로 진행하고 싶은 지역도 홍콩으로 나타나고 있음.

○ 홍콩의 장점

- 문화의 다양성과 새로움을 인정하고 받아들이는데 거부감이 덜함.
- 중국의 경제적 성장과 함께 아시아현대미술에 대한 소비가 활발하게 이루어지는 지역으로 인식됨.
- 중국시장 및 범 아시아지역으로 진출하기 위한 다리 역할.
- 홍콩이란 국제적 위치 및 도시 이미지를 통해 유럽, 미주의 관심을 받는 효과가 큼.
- 미술품 거래 환경이 용이함(비과세지역).
- ‘홍콩 아트페어’의 성장과 함께 크고 작은 갤러리 및 미술관련 사업체가 진출하며 새로운 네트워크가 형성되는 지역임.
- 세계미술시장으로 확장 시 실험의 장 Test Market 역할을 함.

○ 진출 목적 및 형태 등

목적	<ul style="list-style-type: none"> • 시장조사(고객의 취향변화, 고객층 변화 파악) • 한국 현대작가 홍보 • 갤러리, 경매사의 브랜드가치 강화(해외 인지도 형성) • 매출향상(고객확장 및 다양화, 다양한 작품 소화 지역 발굴-한국 외 일본, 동남아시아, 중국, 서양의 작품까지 판매가능, 국내작가들의 돌파구 역할) • 국내에 다양한 해외작품 소개 • 해외 컬렉터와의 접점 향상 • 유명 작가에게 홍보됨으로써 우수한 작가 유치용이 • 짧은 기간 내에 많은 사람에게 효율적으로 노출 됨 • 세계 주요 인사들의 전시 방문 기회 확대
진출계기	<ul style="list-style-type: none"> • 협력사간 제휴 • 국내 시장의 한계를 느끼고 자체적으로 해외 시장 진출 • 해외 협동 전시 제안
사업형태	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인경매, 단독해외경매, 연합해외경매, 아트페어참가, 해외기획전시, 해외협력전시
지속적인 해외사업 진출 이유	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 현대미술을 세계시장에 홍보 • 고객 및 시장 확대를 통한 매출향상 • 세계미술시장 진출을 위한 리서치 • 해외네트워크 형성을 통한 사업기회 모색

- 세계미술시장의 성장과 함께 국내 미술시장에서의 작품 판매, 작품소싱, 컬렉터 발굴 등의 한계 때문에 해외 미술시장 진출이 이루어졌음.
- 특히 세계미술시장의 흐름을 파악하기 위해 주로 홍콩에 진출하여 시장조사, 해외 홍보, 고객 발굴, 국내 작가를 세계시장에 알리고 있음.
- 회사 간 혹은 개인 간의 협의, 자체투자를 통한 해외진출, 협동 전시 제안이 진출 계기가 되었으며 사업형태는 온-오프라인 경매, 연합경매, 아트페어, 기획전시 등으로 나타남.
- 이를 통해 해외 네트워크 형성 및 발전, 고객확대, 효과적인 해

외시장 노출 등의 성과를 얻었음. 또한, 해외 미술시장 진출을 통해 차후 사업기회를 창출하고, 브랜드 가치상승으로 해외의 유명한 아트페어에 참가하거나 해외 고객 유치 시 용이한 장점이 있는 것으로 나타났음.

- 따라서 실질적으로 많은 이윤이 발생하지 않지만 투자개념으로의 해외진출을 지속 발전시킬 계획이란 것이 공통된 의견으로 정리됨 .

나. 홍보, 운송, 인력, 작품소싱, 출판기준 진행 관련

○ 진행 방법의 노하우

홍보	• 현지 홍보대행사 계약, 신문, 미술잡지 광고, 온라인 광고, 프리뷰개최, 파티 개최, 기자간담회 개최, 기존 고객 대상 이메일 발송 및 초대장 송부
운송	• 공공기관 지원 없이 자체 회사비용으로 진행
인력	• 회사 직원 및 현지지역 인턴 채용
소싱	• 국,내외 의뢰인, 작가, 기존 보유 작품 등
출판	• 전시 브로셔, 경매도록

○ 진행 과정 상 어려운 점

홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 고객 내 홍보, 온라인, 프리뷰, 파티, 간담회 등 단발적인 홍보 방법의 한계 • 낮은 브랜드 인지도로 주요인사 및 영향력 있는 컬렉터 유치의 한계 (다수의 관람객 보다 영향력 있는 한 사람의 평가가 영향력이 큰 경우가 많음) • 지속적인(최소 5-6년) 해외 아트페어 참가를 통한 신뢰 구축 필요
운송	• 프리뷰 장소가 2곳 이상이기 때문에 작품 운송비 및 보험비 부담이 큼
인력	• 미술분야는 전시 준비, 운반, 홍보 등 많은 인력이 필요함
소싱	<ul style="list-style-type: none"> • 경매할 수 있는 분야의 작품소싱의 한계 (보석, 엔틱, 도자기, 와인 등 다양한 장르의 경매작 소싱의 한계) • 작품 의뢰인의 한계
출판	<ul style="list-style-type: none"> • 작품 소개 책자(경매도록 등)를 만드는 높은 비용 • 영어, 중국어, 일본어 등 번역, 감수비용 발생
기타	• 참가 부스비, 해외 출장비, 작가 초청비, 설치비 등

다. 작품 선호도 차이에 대한 인식과 대응

○ 경매사의 선호도

- 확연한 선호도 차이 있음.
- 국내에서는 소위 대가의 작품(김환기, 이중섭, 박수근, 이우환 등)의 작품과 중견작가의 작품이 인기가 있는 반면, 홍콩에서는 외국작가 혹은 젊은 한국 현대미술작가의 작품이 인기임.
- 색감, 소재 면에서 차이의 경우, 김동유의 작품이라도 중국, 홍콩지역에서는 붉은 계열의 작품이 높은 가격에 낙찰되고 검은 계열의 작품은 낮은 가격에 낙찰되는 경우가 있음.

○ 기획전시의 선호도

- 선호도를 무시하는 것이 원칙임.
- 신선한, 독특한 이전에 사람들이 보지 못한 한국 현대미술을 해외에 소개하는 것이 1차 목적이기 때문에 특정 취향이나 선호도에 의존하지 않음.

○ 아트페어의 선호도

- 확실한 선호도 차이 존재함.
- 아시아 지역에서 개최되는 아트페어에서는 아시아 미술이 인기 있음.
- 참가하는 아트페어의 성격에 따라 작품을 출품하는데, 일테면 런던 프리즈는 실험적인 작품이 선호됨.
- 지역에 따라 색감, 소재 선호가 존재하는데, 중국, 홍콩지역 아트페어에는 붉은색의 작품을 주로 선보임.

라. 해외진출 효과 및 만족도

○ 직접적(단기) 효과

- 다양한 고객과의 접점 확대
- 해외 언론에 노출
- 다양한 작품 판매 가능
- 매출 향상

○ 간접적(장기) 효과

- 해외 네트워크를 통한 다음 전시 연계가능
- 시장조사를 통한 다음 사업방향 결정
- 인지도 형성을 통한 해외전시, 경매, 해외 주요 아트페어 참가 용이
- 브랜드 인지도 향상

○ 해외진출 만족도

해외 미술시장 조사	<ul style="list-style-type: none"> 고객군, 고객취향 등 변화하는 해외미술시장을 경험함으로써 다음 사업방향을 결정 할 수 있음
네트워크 형성 및 지속	<ul style="list-style-type: none"> 작가, 손님, 관계자간의 관계가 제일 중요하다고 생각하기 때문에 해외 아트페어에 참가 시 매번 목표치는 달성 함
연계 사업 진행	<ul style="list-style-type: none"> 행사 시 방문하는 갤러리스트, 주요인사, 컬렉터 등이 협력 전시, 해외 전시기회를 제안함으로써 이후 연계 사업으로 진행됨
소속 작가 홍보	<ul style="list-style-type: none"> 참여 작가들의 지속적 홍보가 중요
매출 증대	<ul style="list-style-type: none"> 아트페어의 경우 경기에 따라 변동이 커서 손해를 보는 경우도 있으나 손익분기점 이상이거나 이익이 발생하는 등의 수준으로 부정적이지 않음 특히 해외경매는 경매수수료가 높고, 고객이 운송비를 지불함으로써 매출에 도움이 됨

- 매출 성과보다 해외 미술시장 조사를 통한 사업 방향 결정과 사업연계 및 세계진출 과정으로서 의의가 있다는 의견을 보임.

마. 공공차원에서의 공공기관의 지원 개선방향

○ 사업형태 별 공공기관의 지원현황

경매사	기획 전시	아트페어
없음	일부 (10% 정도)	없음

○ 직접적(단기적) 지원 개선방향

홍보	<ul style="list-style-type: none"> 미술계 내외의 영향력 있는 주요인사, 학자, 평론가, 언론인들의 한국미술에 대한 언급과 소개가 필요. 이는 전시, 작품소개 등의 홍보 브로셔, 책자보다 몇 배의 효과가 있음 해외 유명인사(큐레이터, 컬렉터, 교수, 인문 · 철학자, 과학자 등)의 한국 현대미술투어 프로그램 지원 필요
운송	<ul style="list-style-type: none"> 높은 운송비 문제로 해외에 소개하고 싶은 작품이 아닌 다른 작품으로 대체되는 경우가 발생하는 일을 방지하기 위하여 직접적인 도움이 어려울 경우, 해당 운송회사에 세제 혜택의 기회 제공
인력	<ul style="list-style-type: none"> 전문 인력 양성 필요, 전문가가 전문가를 뽑는 구조
출판	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 미술 전문가, 인문, 과학, 미술 분야의 영향력 있는 주요인사의 평론이 수록된 영문 등의 번역 책자 필요

○ 간접적(장기적) 지원 개선방향

- 내수기반이 확고하면 해외 진출도 용이하게 됨에 따라 내수 기반을 확고히 하기 위해 가장 필요한 것은 작가 지원이라 할 수 있음.
- 국내 미술관을 비롯한 비영리기관의 가시적(전시, 시설) 비가시적(인력) 수준 향상을 위한 지원이 필요함.
- 미술관급의 우수한 작품의 유통이 발생하면 자연스럽게 상업미술시장 활성화가 가능해 질 수 있음.
- 국내 미술관, 비영리기관의 우수 해외 전시 유치 및 상호교류에 대한 지원을 통해 국내 미술관의 해외 인지도 향상에 기여하며,

이로써 국내 작가들의 자신감 회복과 해외 고객에게 한국미술에 대한 신뢰도 향상을 유도함.

- 민간협력 외 정부 차원의 국제기구와 함께 해외전시를 기획 및 지원 하는 것이 필요함. 일례로 뉴욕 구겐하임미술관 이우환 전시 시 삼성 및 Korean Foundation이 함께 지원한 경우가 있음.
- 공공기관의 직접개입보다는 미술관, 스폰서, 관객이 만날 수 있는 접점을 만드는 공간 제공, 이벤트를 발생시켜주는 역할을 수행해주었으면 함.
- 다양한 분야의 미술 교육을 통해 작가가 되기 위한 미술교육만이 아닌 감상할 수 있는 지식 및 안목을 높일 수 있는 감상교육이 필요함.
- 시장을 지원 하는 것이 아닌 작가 지원의 형식이어야 하며, 해외 유수의 미술관이나 비엔날레에서의 전시 추진과 작품 제작비 지원을 통해 세계적 작가로 양성함.
- 능력 있고 세계적으로 명성이 있는 큐레이터가 선별한 작가 및 기획자 필요하며, 이를 위해 공신력 있는 기관 혹은 인물이 지정한 국내의 현대미술작가의 전시를 한국아트페어(KIAF) 등에 노출하는 등의 작가 전시 후원으로 일차적으로 작가 지원을 통한 시장 활성화가 필요함.
- 미술 및 컬렉터에 대한 사회적 인식 변화를 위한 지원.
: 미술이 부정적으로 이용되는 사례만을 보도하는 것이 아니라, 미술은 쉽고 편안하게 즐길 수 있도록 언론매체를 통한 이해도 향상, 미술교육 등이 활성화되어서 사회 전반적으로 미술과 미술을 즐기는 컬렉터에 대한 인식 변화가 필요함.

4. 수요 추정 및 시사점

- 한국 현대미술의 해외 진출에 대한 현황 분석 및 심층면접을 통해 해외 미술시장 진출을 수월하게 하기 위한 수요에 대한 추정이 가능하다고 봄.
- 수요 추정은 전체적인 중요도에 따라 우선순위별로 배치하였으나, 중요도에 대한 절대적 기준을 아님을 전제로 함.

1) 수요 추정

(1) 해외 미술시장 진출의 계기 및 기회 제공의 확대

- 작가들이나 전시 기획자의 경우, 해외에서 전시회를 하게 되거나 해외 레지던시 참여의 기회를 얻기 위한 계기가 다양한 형태로 주어지는 것을 원하고 있음.
- 해외 전시 초대에 대한 가능한 계기는 인사와의 접촉 / 홍보를 통한 접촉 등으로 구성되며, 특별히 작가들은 해외 인사와의 직접적인 접촉 기회가 많을수록 해외 진출의 확률이 높게 주어지는 것으로 보고 있음.

○ 해외 전시초대 계기의 범위

접촉의 계기	기회 연결의 가능성
해외 인사와의 접촉	<ul style="list-style-type: none"> • 국내에서 개최되는 국제전(비엔날레, 기획전, 아트페어 등)을 계기로 초청 해외 인사와의 접촉 • 해외 전시기획자 방문 시 작업실 방문의 계기로 접촉 • 해외 문화 행사 개최 시 한국 현대미술 프로그램 소개를 매개로 접촉 • 국제 활동이 활발한 국내 큐레이터에 의한 간접적 소개에 따른 접촉
홍보를 통한 접촉	<ul style="list-style-type: none"> • 도록 등의 홍보 자료에 의한 전시 섭외 • 온라인 리서치에 의한 전시 섭외

(2) 국내 전문 전시기획자의 역할에 대한 기대치

- 해외 미술시장 진출의 계기를 얻어내는 것과 실제로 해외 전시회에 참여하면서 국제교류 활동을 진행하게 되는 과정에서 작가들이 혼자의 힘으로 해결하기 힘든 부분이 있어, 국제적 경험과 교류 능력이 뛰어난 국내 전시 기획자의 도움을 절실히 원하고 있음.
- 이러한 요구는 상업화랑의 해외 미술시장 진출을 원활하게 하기 위해서도 필요한 부분임. 즉 국제적으로 활동이 활발한 국내 큐레이터가 한국 현대미술을 국제적으로 잘 알려놓고 비평적 담론을 통한 예술성을 인식시키게 됨에 따라 화랑의 작품 판매도 힘을 받게 되기 때문임.
- 또한 궁극적으로 한국 현대미술이 해외 미술시장에 진출하게 되는 것도 국제 미술계에서 비평적 담론이 형성되는 등의 활동이 뒷받침되어야 한다는 점을 감안하면, 전시기획을 위한 큐레이터와 평론가 등의 역량이 국제적 수준을 확보하도록 하는 것이 필요조건이라 할 수 있음.

○ 국내 전문 전시기획자의 역할에 대한 기대치

구분	전시기획자에 대한 기대치
작가	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 인사와의 접촉 활성화 • 해외 전시 개최시 국제 네트워크 활용한 홍보 활동 지원 • 작가의 작품세계에 대한 비평적 담론 제공과 이를 통한 홍보 • 해외 미술시장에 대한 직접적 소개
상업화랑	<ul style="list-style-type: none"> • 국제 역량 갖춘 전시기획자를 통한 한국 현대미술의 국제적 인지도 제고 • 국제 트렌드에 걸맞는 작가 확보를 위한 비평적 기준 제공

(3) 홍보 체계에 대한 수요

- 작가들은 해외 미술계와의 접촉 빈도를 높이는 것을 원하되, 실제로 해외 주요 인사나 국내 전시기획자와 같은 인물을 통한 직접적 접촉에 큰 비중을 두고 있음.
- 그러나 여전히 해외 미술인사에 대한 한국 작가 소개가 폐쇄적으로 이루어지는 면이 없지 않으며, 이들을 대상으로 한 적극적 소개 방식에서 한계를 보이고 있다고 판단함.
- 이에 따라 인사와의 접촉면을 다각화하고 빈도수를 높이는 방안과 병행하여 작가들이 해외 미술시장과 접촉할 수 있는 홍보 방식의 필요성을 절감하고 있음.
- 그러나 홍보 효과를 효율적으로 높이기 위해서는 단순한 정보 제공의 차원이 아니라 전시회 개최 등의 현장성 및 진행형에 적합한 정보를 업데이트 할 수 있으며, 동시에 국제 미술계에 걸맞는 비평적 해석이 주어지는 것을 원하고 있음.

○ 홍보 체계에 대한 수요

구분	홍보체계의 수요
온라인	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 전시 개최 시 영문화된 자료의 온라인 제공 • 해외 전시 개최 시 현지 언론 및 기관 대상 온라인 홍보 • 작가의 단순 정보가 아닌 비평문을 동반한 질적 내용의 홍보
오프라인	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 인사에 의한 현지 홍보 활동 • 작가 개인의 인적 네트워크에 따른 홍보 활동 • 국내 전시기획자의 비평 활동에 따른 홍보 • 도록 제작을 통한 홍보 활동

(4) 미술시장 진출에 따른 기대효과에 대한 수요

- 작가들은 해외 전시회 개최나 레지던시 참여를 통해 기대하는 효과가 다양하게 드러났으며, 크게 보아 직접적 효과와 간접적 효과로 구분할 수 있음.

- 직접적 효과로는 여타의 기획전시 초대로 연결되거나, 실제 작품 판매로 이어지는 경우, 레지던시 기관의 2차 지원의 형태로 프로젝트 기회를 얻거나 다른 레지던시 프로그램에 참여하게 되는 경우들을 들 수 있음
- 간접적 효과로는 해외 전시 개최 시 현지 언론에서 기사화됨에 따라 해외 인지도를 높이거나, 현지 비평가의 비평을 통한 작품에 대한 호의적 평가를 받게 되는 경우, 현지 주요 미술관계자와 인적 네트워크를 축적하게 된 경우, 현지의 다양한 정보 습득에 따라 전문성을 높이게 된 경우, 현지 작가들과의 폭넓은 교류와 문화 체험 등이 포함됨.
- 작가들은 해외 미술시장 진출에 대해 처음부터 직접적 효과에 집중하기 보다는 간접적 효과를 중시하고 있으며, 궁극에는 작가의 작품 제작에 풍부한 영향과 자극을 원하고 동시에 국제적 차원에서 자신의 작품에 대한 비평적 평가를 중요하게 여기는 것을 알 수 있음.

○ 미술시장 진출에 따른 기대효과에 대한 수요

구분	미술시장 진출에 따른 기대효과에 대한 수요
직접적 효과	<ul style="list-style-type: none"> • 여타의 기획전시 초대로 연결 • 실제 작품 판매로 이어질 경우 • 레지던시 기관의 2차 지원으로 프로젝트 참여 기회 확보, 다른 레지던시 프로그램에 참여하게 되는 경우
간접적 효과	<ul style="list-style-type: none"> • 해외전시 개최 시 현지 언론에서 기사화됨에 따라 해외 인지도 제고 • 현지 비평가의 비평을 통한 작품에 대한 호의적 평가를 받게 되는 경우 • 현지 주요 미술관계자와 인적 네트워크를 축적하게 된 경우 • 현지의 다양한 정보 습득에 따라 전문성을 높이게 된 경우 • 현지 작가들과의 폭넓은 교류와 문화체험

2) 시사점 및 제언점

- 이상과 같은 수요 측정을 토대로 궁극적으로 중요한 것은 작가들이 작품을 통해 국제적 역량을 갖추는 것이라 할 수 있음.
- 한국 현대미술의 국제적 인식과 인지도 확보 역시 작품 자체의 설득력에 준하는 것으로서, 해외 인사와의 접촉과 홍보 체계 구축 등의 방안은 도구적 개념으로 적용됨을 전제로 할 필요가 있음.
- 이에 따라 한국 현대미술의 해외 미술시장 진출을 위한 기반 마련을 위한 수요를 다음과 같이 제안할 수 있음.

○ 국제교류 현황 및 추이 파악을 위한 DB 작업의 수요

- 국제교류 지원 사업의 매해 현황과 변화 추이를 살펴볼 수 있는 최소한의 통계자료 구성이 필요함.
- 최근 제1세계 중심에서 동구권 국가와 중동, 남미, 아시아, 아프리카 등으로의 확산이 시작되고 있는 시점에서 이에 대한 교류 현황 파악이 요구됨.

○ 국제교류 업무의 전문화와 지속적 네트워크 구축에 대한 수요

- 한국 현대미술을 널리 알리기 위해 비교적 교류가 적은 지역 및 국가에 대한 접근과 이를 통한 전략 개발이 필요함.
- 국제교류 담당 인력의 전문화를 통한 해외 유수기관과의 협력 체계 구축이 필요함.

○ 공공기관에 의한 국제교류 컨설팅 기능의 수요

- 작가들의 해외 미술시장 진출을 위한 활동 매뉴얼 및 PR방안에 대한 교육 프로그램이 필요함.
- 홍보 기능의 지원에 대한 요구가 있되, 단순 정보 제공이 아니라 전시회 개최와 같은 현장성을 중시하는 내용으로 구성하는것이 필요함.
- 국제 현대미술계의 담론의 흐름과 비평적 스펙트럼을 조망하는 가운데 국내 작가들에 대한 비평 담론을 구성할 수 있도록 매개자(큐레이터, 평론가 등)에 대한 지원 강화가 요구됨.

III

해외사례 및 현황분석

1. 미술 분야 해외진출 지원 기관 및 정책

- 1) 유럽/호주
- 2) 북미
- 3) 아시아 및 중동
- 4) 쟁점 및 시사점

2. 주요 국가의 해외 미술시장 진출 현황

- 1) 경매회사: 소더비, 크리스티의 취급권 적용 현황
- 2) 아트페어 주빈국제도 및 큐레이터, 평론가 대상 학술 프로그램 사례
- 3) 쟁점 및 시사점

3. 주요 국가의 작가 및 큐레이터 온라인 홍보 지원 현황

- 1) 공공 및 사립기관의 홍보 웹사이트 현황
- 2) 쟁점 및 시사점

III. 해외 사례 및 현황분석

1. 미술 분야 해외진출 지원 기관 및 정책

○ 조사목적

- 한국 미술의 해외교류 활성화와 글로벌 플랫폼 구축을 위하여 해외 기관의 지원 사례를 조사하였음.
- 본 조사는 각 개별 기관의 유용한 특징을 살펴보고 이를 국내 미술계에 적용할 수 있는 근거를 마련하고자 하는 것이 목적이며, 따라서 수치로 단순히 가늠하는 통계적인 방식보다는 각 기관의 개별 특징을 추출하는 방식으로 리서치를 진행하였음.

○ 조사매체

- 본 조사는 각 지역별로 유럽 및 호주, 북미, 아시아 및 중동으로 크게 나누어 해외 예술지원 분야와 관련한 기관들을 추출하여 각 기관별 특징과 지원 방법을 조사하였음.
- 작가 및 전문 큐레이터들의 추천과 자체 리서치를 통해 해당기관의 홈페이지에서 얻은 정보를 정리하는 방식으로 진행되었으며, 각 기관별로 웹사이트 및 지원 사항에 대한 개요를 조사하여 시각예술분야에 대한 지원 자격, 지원 분야, 지원 방법 및 혜택을 중점적으로 리서치하였음.

○ 중점 항목 내용

- 특징 : 해당기관의 차별화된 부분에 대한 조사
- 지원 자격 : 지원 가능한 자격에 대한 조사
- 지원 분야 : 각 기관에서 지원하는 예술 장르 및 주요 프로그램에 대한 조사
- 지원 방법 : 지원 deadline, 지원시기, 지원모집횟수 등의 특징에 대한 조사
- 혜택 : 프로그램별 지원내용에 대한 조사

1) 유럽 / 호주

○ 네덜란드

- European Cultural Foundation, 1954년 설립
- 홈페이지: <http://www.eurocult.org>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 지역의 문화(유럽, 발칸, 중동)에 국한된 프로그램 지원 • 유럽, 발칸, 중동 등의 협업 작업에만 지원 자격 부여 • 파트너 기관 베이스의 새로운 프로젝트여야 함
설립년도	<ul style="list-style-type: none"> • 1954년
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • Albania, Andorra, Armenia, Austria, Azerbaijan, Belgium, Bosnia and Herzegovina, Belarus, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Georgia, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Italy, Kosovo, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Macedonia, Malta, Moldova, Monaco, Montenegro, The Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, Russian Federation, San Marino, Serbia, Slovak Republic, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, Ukraine, the United Kingdom 의 예술 기관, 프로젝트 타 지역 여행 개인 작가 및 기획자
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 예술의 모든 분야(음악, 미술, 연극, 무용, 필름, 도큐멘터리, 멀티 미디어, 사진, 디자인, 패션 등) • collaboration Grant : 유럽(코스보 포함)과 중동지역 국가의 협업 프로젝트 • Balkan Incentive Fund for Culture : 특정 지정 지역국이 Lead applicant여야 함 • STEP Beyond Travel Grants : 특정 지정 지역 여행
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 2월 ~ 5월 사이에 지원 가능하거나 상시 지원 가능 • 온라인 지원
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • travel 프로그램은 250~750 유로 현금지급 • collaboration 프로그램은 15,000~30,000유로 현금 지급 • 발칸지역국 프로그램 : 15,000~30,000유로 현금 지급
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Tel.: +31 (0)20 573 38 68 Fax: +31 (0)20 675 22 31 • JanvanGoyenkade5,1075HNAmsterdam,TheNetherlands

○ 네덜란드

- The Netherlands Foundation for Visual Arts, Design and Architecture (the Netherlands as Fonds BKVB), 1994년 설립
- 홈페이지 <http://www.fondsbkvb.nl>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 국가기관으로서 개인 예술인의 활동 지원 기관 • 몬드리안 파운데이션과 시각예술 분야를 2012년 1월부터 함께 진행 • 크리티시즘에 대한 어워드 제도로 비평가 지원 • 19군데의 세계 레지던시와 제휴 프로그램 • 대학 졸업 4년 후 지원 시작 가능 • 미디어 작가의 게임 개발 및 비디오 작가의 뮤직 비디오 제작 지원 정보 제공 • 년 단위의 장기 프로그램이 많은 편임
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 미술작가, 디자이너, 건축가, 큐레이터(cultural mediators) 등 개인 지원이 원칙 • 프로젝트 팀 단위도 가능 • 네덜란드인 혹은 거주자 증명이 있어야 지원가능
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • visual artists, designers, architects, cultural mediators projects, research, new work, travel, publications • 레지던시 : New York, Berlin, Paris, Canada, Rome, Stockholm, Istanbul, Cairo, China, Japan, Brazil, Curaçao, Belgium , the Netherlands에 위치한 스튜디오와 레지던시
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 네덜란드 언어로만 지원 가능
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램별 현금 제공
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • PO box 773 1000 AT Amsterdam + 31 20 5231523 • post@fondsbkvb.nl

○ 네덜란드

- Mondrian Foundation
- 홈페이지 <http://www.mondriaanfoundation.nl>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 기관 베이스의 지원이 원칙이며 개인이 지원할 경우 참여 프로젝트 기관과의 협업 형태로 지원가능 • 네트워크 프로젝트의 경우 Nordic 또는 Baltic지역의 3개 국가 이상 참여해야 함
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • Dutch Caribbean의 프로젝트 • Africa, Asia 또는 Latin America에서의 프로젝트 작품 전시 • 네덜란드 예술의 해외 전시 참여 • 해외 아트페어 • 문화유산 및 민속문화 연구 자원봉사단
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • Visitor Programme - 해외 예술가 및 전문가 초청 • Orientation trip - 국내 큐레이터 및 저널리스트의 해외 아트필드 여행 지원 • Venice Biennale - 베니스 비엔날레 참여 준비 지원 • Lecture & debates • Artist-in-residency • Art Presentation
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 각 지원 프로그램별 지원자 조건이 다르므로 프로그램별 조건 확인 후 지원
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 각 프로그램별 현금 및 경비
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Brouwersgracht 276, 1013 HG Amsterdam • t+31(0)205231523/info@mondriaanfoundation.nl

○ 독일

- Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM), 1980년 설립
- 홈페이지 <http://on1.zkm.de/zkm>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 간학문적(interdisciplinary) 리서치 및 예술작업 생산, 특히 뉴미디어에 중점 • 지역 사회와 기업 간의 협업 뿐 만 아니라 국제적인 공동협업(collaboration)을 통해 새로운 프로젝트와 이슈를 생산하고 이에 부응하는 연구, 강연회, 컨퍼런스, 전시의 결과물들이 지속적으로 생산하는 문화예술 기관 • 리서치, 예술과 미디어 테크놀로지를 위한 프로젝션을 결합 • 지역 정치인, 학자, 연구기관의 대표 등으로 구성된 조직위원회에서 예술과 새로운 미디어를 위한 이론과 실습이 체계적으로 이루어져야 한다는 전망을 제시 • 미술관(museums), 인스티튜트/연구소(institutes), 각 행정부서로 나뉘어 운영, 미디어 미술관 및 미디어 도서관 운영
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 인접 유럽연합에 속한 국가와의 전시 및 작가 • 대부분 2, 3년 계획이 미리 준비된 전시와 공연의 제안서를 채택하며 5년 이상의 장기간 프로젝트를 지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Lorenzstr. 19, D - 76135 Karlsruhe, Germany

○ 독일

- Künstlerhaus Bethanien, 1974년 설립
- 홈페이지 <http://www.bethanien.de>

구분	내용
국가 / 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 주관처 및 각국 정부나 관련 분야 재단의 후원으로 운영됨 (국가가 정해져 있음) • 한국 아르코 및 세계 각국의 국가기관과 협력 지원 교류
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 작가 : Australia, Canada, Korea, New Zealand, the Netherlands, Norway, Portugal, Sweden, Singapore의 작가로서 지역 기관과의 협업 프로그램으로서 지원 가능
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 레지던시 프로그램
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 1회 9월 모집 (1년간 참여)
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Brouwersgracht 276, 1013 HG Amsterdam • Phone +31 (0)20 523 15 23 / Fax +31 (0)20 523 15 41

○ 덴마크

- The Danish Arts Agency
- 홈페이지 <http://www.kunst.dk>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • Danish Art Council과 Danish Art Foundation 등의 정부 기관의 자금 지원으로 구성된 fund • 전문 위원회와 행정 위원회 두 파트에 의해 운영 • 덴마크 아트와 해외 아트의 collaboration 지원이 목적 • 덴마크 아트의 홍보를 위해 본국 작가가 포함된 타 국가에서도 지원 가능
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 전시 참여 덴마크 작가, 기관, 큐레이터 • 덴마크 기관에서 기획된 프로그램을 통해 초청된 해외 그룹 • 본 기관 초청 아트 전문가 • 네트워크 구축을 위해 덴마크 레지던시로 초청된 작가 • 덴마크 아트에 관한 리서치를 온 해외 전문가
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 문학, 퍼포먼스, 시각예술, 음악, 공예&디자인, 건축, 영화 • 해외 교류 프로젝트 • 크리티시즘
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 대부분의 프로그램은 상시 모집 또는 일 년에 4번 이상의 모집기간이 정해짐
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • H.C. Andersens Boulevard 2 DK-1553 Copenhagen V • Tel: +45 3374 4500 / Fax: +45 3374 4545 • ks@kunst.dk

○ 핀란드

- Finnish Fund for Art Exchange (FRAME), 1992년 설립
- <http://www.frame-fund.fi>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 시각 예술 관련 국제 교류 지원프로그램 제공 • 핀란드 미술 아카데미 재단 산하기관, 주로 교육 문화 핀란드 교육부의 후원 • 비엔날레 류의 대규모 국제행사 참여 작가 • 자체적으로 국제 활동을 하고 있는 작가의 포트폴리오 정보 제공
설립년도	<ul style="list-style-type: none"> • 1992년
지원자격	<ul style="list-style-type: none"> • Grant - 핀란드인 작가, 해외 기획자나 단체그룹인 경우, 별도 그룹 대리인 작성 서류 필요, 핀란드 또는 해외의 갤러리, 미술관, 핀란드 문화 기관 • 레지던시 - 작가 : 핀란드인, 큐레이터 : 외국인 • Visitor program - 해외 큐레이터 및 비평가, 핀란드인 큐레이터, 연구자 등
지원분야	<ul style="list-style-type: none"> • Grant - 비엔날레, 아트페어 등 국제 대규모 행사 참여 작가의 작품 제작 도록 등 홍보를 위한 인쇄물 제작, 예외적 상황을 제외하고 전시의 부분 지원을 원칙으로 함 • 작가 레지던시 - Rijksakademie in Amsterdam; Location One in New York; Capacete Entretenimentos in Rio de Janeiro; AIT in Japan; Platform Garanti Contemporary Art Center in Istanbul, FACT in Liverpool; Camden Arts Centre in London 그리고 the SPACE in Exeter 등의 연계 레지던시 • 큐레이터 레지던시 - 핀란드 헬싱키 지역 레지던시 • Visitor program - 해외 기획자, 비평가의 핀란드 예술분야 연구 및 리서치, 전시참여 등 핀란드 예술인의 리서치, 기획을 위한 여행
지원방법	<ul style="list-style-type: none"> • 오프닝 이전에 지원서 수시 제출
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • Grant - 전시 비용 현금지원 • 레지던시 - 생활비, 여행항공비, 숙박비 등 • Visitor program - 항공비, 숙박비
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Tallberginkatu 1 C 96, Visiting address 1 C 4thfloor, FI-00180 Helsinki • 전화 +358-(0)40 507 0809, 이메일 office@frame-fund.fi

○ 스웨덴

- The Swedish Arts Grants Committee's International Programme for Visual Artists (iaspis) 1996년 설립
- 홈페이지 <http://www.konstnarsnamnden.se/iaspis>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 스웨덴 작가의 국제 교류활동을 지원하기 위한 목적의 기관 • Swedish Arts Grants Committee의 한 부서 • 스웨덴 내에 12개의 스튜디오 운영 / 해외 7군데 레지던시 운영 • 5개 해외 지역 스튜디오 운영 • 잘 알려지지 않은 young artists를 중점 지원
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 스웨덴에 거주 혹은 국적의 스웨덴 작가들 • 스웨덴 작가 초청으로 방문하는 심포지움, 세미나, 워크샵, 작업 프로젝트 참여, 해외 작가 및 큐레이터 지원가능 • 레지던시 참여 스웨덴 작가
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 시각미술, 디자인, 공예, 건축 분야의 International exchange 프로그램 • 해외에서 공부 혹은 작업 하는 개인 작가 • 외국 개최 전시 작가 • 스웨덴 내에서의 국제 전시 • 국내 및 해외 스튜디오 프로그램
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 전시 혹은 학업에 현지 작가로부터 초대 되었을 때 지원가능 • 작가 전시 지원에서 큐레이터 fee 책정 가능 • 1년에 4번 지원 가능 • 거절된 제안서를 한번 더 행사 기간 중 제출 가능
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • Berlin, Kairo, London, New York, Rio de Janeiro, São Paulo, Tokyo 지역 레지던시 • 프로그램에 따라 현금 지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Konstnärnsnämnden Maria skolgata 83, 2nd floor • Telephone: +46 (0)8 506 550 77 info@iaspis.com

○ 노르웨이

- Nordic Culture Point 2007년 설립
- 홈페이지 <http://www.kulturkontaktnord.org>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 지원 가능한 레지던시의 각 기관 홈페이지를 링크하여 정보 제공 • the Nordic Council of Ministers의 문화 프로그램의 일부: the Culture and Arts Programme 과 the Mobility & Residency Programme으로 나뉨
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 큐레이터, 아티스트 • 예술문화 관련 기관 • 전시 행사 기관 및 단체
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 종류의 예술 분야에 지원 가능 • 프로그램의 세부 단위마다 다른 형식, 금액으로 지원 • 작품 제작부터 작품 제작을 위한 여행까지 넓은 범위 지원 가능 • 레지던시 : 레지던시 기관 지원, 개인 지원 불가
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 각 지원 프로그램 별 지원자 조건이 다르므로 프로그램 별 조건 확인 후 지원
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 각 프로그램별 현금 지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Jonas Lång, director : Email jl@kknord.org / Tel +358 (0)9 686 43 101 • Annu Kevarinmäki, Culture and Art Programme • E-mail ak@kknord.org /Tel +358 (0)9 686 43 102

○ 노르웨이

- Office for Contemporary Art Norway (OCA), 2001년 설립
- 홈페이지 <http://www.oca.no>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • Norwegian Ministry of Culture 와 the Norwegian Ministry of Foreign Affairs에 의해 설립 • 직접 전시 기획, 운영 • Oslo에 레지던시 운영으로 작가 및 큐레이터 2주~6개월 초청 • 세계 각 지역 레지던시 연계 지원: • Capacete, Rio de Janeiro and São Paulo, Brazil; International Artist in Residency Programme at WIELS Contemporary Art Centre, Brussels, Belgium; International Artist and Curatorial Studio Programmes (ISCP) New York, NY, USA; International Studio Program Künstlerhaus Bethanien, Berlin, Germany; Platform China, Beijing, China; Residency Berlin Mitte, Berlin, Germany and 18 Street Art Center, Los Angeles, USA
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 노르웨이 거주 본국 작가 • 해외 작가
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 노르웨이 작가, 큐레이터, 크리틱 등을 전시 등의 예술 콘텐츠에서 교류할 수 있는 비영리 해외 기관 및 해외 큐레이터를 대상으로 전시 및 레지던시 지원 • 레지던시 (ISP)- 해외 작가 및 큐레이터 • 비지팅 프로그램(IVP) - 노르웨이 현지 작가 및 공간 리서치를 위해 방문하는 해외 큐레이터, 기관, 크리틱 등
지원	<ul style="list-style-type: none"> • 2월 / 5월 / 9월/ 11월, 4회 지원 가능 • Norwegian Ministry of Foreign Affairs를 통해 international funding 신청 가능
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • International Grant: 항공료, 보험, 여행경비, 출판 • Residency : 각 연계 레지던시의 여행비, 체제비
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 372 Elizabeth Street, Surry Hills, Sydney NSW 2010 tel.(02) 9215 9000 • Email mail@australiacouncil.gov.au

○ 호주

- Australia Council for arts, 1995년 설립
- 홈페이지 : <http://www.australiacouncil.gov.au>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 국가가 지원하는 전반적인 작가 지원금 시스템 운영 • 예술의 다양한 분야(무용, 문학, 미술, 예술시장, 기관 등)를 다양한 프로그램으로 세분화된 지원방식을 통하여 지원금의 종류를 책정함 (New work, Fellowships, Presentation & Promotion, Skills development, Creative development, Residencies, Awards, International touring, Infrastructure Program) • 홈페이지에 성격에 맞는 검색 기능으로 지원신청의 효율성을 높이고 있음(아트 형식, 상금 유형, 지원자 유형별로 분류 검색 가능) • 각종 지원 프로그램의 연계와 함께 구성되는 프로그램도 있음 (ex. ANAT와 함께 작가 작품 제작 지원) • Art for Digital Era지원으로 특수 장르 지원프로그램 존재
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 호주 작가 및 기관
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 신진작가, 퍼포먼스, 기획회사, 소단위 기획, 관객개발 등을 위한 50개 프로그램
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 1년 단위로 모집하며 온라인으로 마감 6주 전까지 지원 가능, 원본도 따로 제출해야 함 • 소수의 특정 그랜트 지원은 paper work로만 접수
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 각 프로그램별 현금지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 372 Elizabeth Street, Surry Hills, Sydney NSW 2010 tel.(02) 9215 9000 • Email : mail@australiacouncil.gov.au

2) 북미

○ 미국

- Asian Cultural Council, 1980년 설립
- 홈페이지 <http://www.asianculturalcouncil.org>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 미국의 뉴욕을 본사로 홍콩, 도쿄, 대만에 지사 • 미국과 아시아 국가들 사이의 교류를 위한 기관 • 미국과 아시아의 기업, 재단, 개인 후원 등으로 운영 • Alliance of Artists Communities'를 통한 희망 레지던시 검색 기능 (http://www.artistcommunities.org/about-residencies/directory/search) • John D. Rockefeller 설립
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 미국인 및 홈페이지 표기된 아시아 국가의 예술가 및 전문가 개인, 프로젝트 및 기관
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 전통 예술 및 현대예술 (고고학, 건축, 미술사, 예술행정 예술비평, 보존, 공예, 무용, 디자인, 영화, 설치, 문학, 미술관학, 음악, 뉴미디어, 회화, 사진, 판화, 조각, 연극, 영상)
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 9월~10월 접수 • 아시아의 작가 및 기관은 일본, 대만, 홍콩 지사를 통해 직접 신청
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램별 현금지원 • 매년 Awards 를 통해 시상자 상금 수여 • 대학원생의 연구 차원의 여행비 지원 가능
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 6 West 48th Street, 12th Floor, New York, New York, 10036

○ 미국

- The Fund for Art and Dialogue (Artadia), 1997년 설립
- 웹사이트 : <http://www.artadia.org>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 투자 은행 및 개인에 의해 설립된 민간기관 • 국내외 작가 및 큐레이터의 심사 제도 • 레지던시 프로그램 ISCP와 파트너 • 지역간 커뮤니티 베이스로 지원 및 프로젝트 활동
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • Artadia의 프로그램 참여 도시의 거주 작가 (San Francisco, New York, Chicago, Houston, Boston, Atlanta)
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 전시 및 작품 보조 • 레지던시 (Artadia의 프로그램 참여 도시의 레지던시)
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 6월~9월 모집 / 매월 7월 말 레지던시 지원 • 온라인 접수
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 15,000\$ ~ 3,000\$ 현금 지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 210 11th Avenue, Suite 503, New York, NY 10001, [t] 212-727-2233, info [at] artadia [dot] org

○ 미국

- Vermont Studio Center, 1984년 설립
- 홈페이지 <http://www.vermontstudiocenter.org>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 2~12주 프로그램 • 사용료가 있으나(2,050\$~3,950\$) fellowship and grant/aid 신청 가능 • 매월 모집 (Full Fellowship은 2월, 6월 10월 모집) • 해외 작가들은 전체 프로그램 참가자의 20% 비율 • application fee: 25\$
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 artists: 페인팅, 조각, 뉴 미디어, 드로잉, 판화, 사진 등 전반 적 시각 예술 분야의 작가 • writers: 시, 소설, 논픽션 분야의 저널리즘, 희곡, 어린이 문학, 번역 작업 등
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 레지던시 프로그램
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 1회 (2월 1일 마감) 모집, 5월 중순 발표, 9월 1일 시작
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 여행경비, 작품제작, 체제비 등 모두 지원 받을 수 있는 Fellowship
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 80 Pearl Street, Johnson, Vermont 05656 • Phone: 802-635-2727 / Fax: 802-635-2730 • General Inquiries: info@vermontstudiocenter.org

○ 캐나다

- Conseil des arts et des lettres Quebec 1992년 설립
- 홈페이지 http://www.calq.gouv.qc.ca/index_en.htm

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 국가기관 • 전 세계 15개국에 직접 운영하는 아파트형 스튜디오의 레지던시를 마련하여 작가에게 지원 • 세계 유명 레지던시와 exchange 프로그램 진행 • 지원 작가는 2년 이상 경력을 갖추어야 함
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 전시에 참여하는 퀘벡지역 작가 • 해외 레지던시에 참여하는 퀘벡지역 작가
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 건축, 시각예술, 서커스 아트, 무용, 문학, 미디어아트, 연극 등 작품 제작 • 해외 레지던시 • 리서치 & 창작 지원 • 특정 프로젝트를 위한 작품 제작 • 작가 홍보를 위한 프로젝트(포트폴리오, 네트워크 등) • 작품과 관련한 해외여행
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 1회 ~ 2회 모집 (각 프로그램당 다름)
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램당 현금지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 79, boul. René-Lévesque Est, 3e étage, Québec (Québec), G1R 5N5 • Telephone: 418 643-1707 / Fax: 418 643-4558 • info@calq.gouv.qc.ca

○ 캐나다

- Canada Council for the Arts, 1975년 설립
- 홈페이지 <http://www.canadacouncil.ca>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 국가기관 • 기부자 이름의 상금을 매년 작가 및 학자에게 지급 • 레지던시의 경우 프랑스의 La Cite, 뉴욕의 International Studio & Curatorial Program, 독일의 Kunsterhaus Bethatnien, 런던의 Space, 호주의 Artspace, 호주의 Parramatta Artists studio와 협력 업체로서 지원 • 큐레이터 및 평론가를 위한 레지던시 및 프로젝트 지원 프로그램 • 특히 캐나다인이 아닌 거주자(Aboriginal)로서 아프리카, 아시아, 라틴아메리카, 중동지역 출신의 캐나다 시민만 지원 가능한 프로그램 별도 존재
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 캐나다인 또는 거주 작가 및 큐레이터, 학자, 비영리 예술 기관
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • Grant Program : 댄스, inter-arts, media-arts, 연극, 미술, 음악, 출판 등 • Endowment and Prize : 댄스, inter-arts, media-arts, 연극, 미술, 음악, 출판 등
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 1회 ~ 2회 모집 (각 프로그램당 다름)
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 현금지원 (평균 15,000\$ ~35,000\$)
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Pao Quang Yeh, Program Officer • 1-800-263-5588or613-566-4414,ext.5094

3) 아시아 및 중동

○ 싱가포르

- National Arts Council Singapore 1991년 설립
- 홈페이지 : <http://www.nac.gov.sg>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 정부기관 • 기관에 1년 혹은 2년 단위의 운영 지원 • 국내외 학생 장학금 제도 운영 • 매년 작가, Patron, 교육 프로그램에 award 선정 • Art Professional Development의 프로그램을 통하여 전문 시스템 인력 지원 • Partnership Funding for Art Business를 통하여 예술산업 육성
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르 국적 예술가 • 예술 기관 • 싱가포르 아트 리서치 해외 작가 및 기관, 그룹 • 베타니안 레지던시 참여 작가 (미술) 및 타 장르의 해외 연계 레지던시 참여 작가
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 무용, 문학, 음악, 연극, 시각예술 • 기관 예술 프로그램 • 아트 교육 프로그램 • 전통예술 • 레지던시 • 해외 방문(전시 성과 혹은 잠재적 성과를 기대할 수 있는 행사 주요인사 방문)
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 1년에 2번~6번 까지 지원 신청
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 여러 종류의 GRANT 지원을 통하여 현금 지원
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Konstnärskämnden Maria skolgata 83, 2nd floor Telephone: +46 (0)8 506 550 77 info@iaspis.com

○ 일본

- Japan Foundation
- 홈페이지: <http://www.jpff.go.jp>
- 일본국제교류기금 서울문화센터 홈페이지 <http://www.jpff.or.kr>

구분	내용
국가 / 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽, 일본, 아시아 /오세아니아, 미국 등 21개 국가의 23개 도시에 본부를 두고 현지에서 열리는 일본 예술 행사 지원 • 베니스 비엔날레 일본 파빌리온 조직 • 일본에서만 지원 가능하거나 양국 모두 지원 가능한 프로그램으로 구분 • 한국에서는 기관만 지원가능 • 1972년 일본 외무성소관 전시 기관 설립 이후 2003년 독립행정법인으로 설립
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인 예술인 개인 및 단체 • 국외에서 일본예술 관련 행사를 기획한 국외 기관
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술교류 • 해외의 일본어 교육 • 일본연구/지적교류 • 기타(후원면, 특정 기부금 제도 등)
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 1년에 1~2회 모집, 지원
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 작가 대상 프로그램의 경우 작품 지원비 현금 지원 • 국제 교류 프로그램의 경우 행사지역으로의 여행 비용(비행기 티켓 등)
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 한국: 서울시 서대문구 연세로8-1 버티고타워 2&3층 (tel. 397-2860) • 일본 : 4-4-1 Yostuya, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0004, Japan

○ 알바니아

- Tirania Institute of Contemporary Art(TICA), 2009년 설립
- 홈페이지 : <http://tica-albania.org>

구분	내용
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 이슬람 지역의 현대미술 프로그램 운영 기관으로서 Long-term 프로젝트 및 아카이브 등 운영 • 2개월 단위, 1년에 3회 프로그램 • 국내 및 해외 전시 프로그램 실행 • 티라나 비엔날레 주최
지원 자격	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 작가
지원 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 레지던시
지원 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 상시 지원받으며, 2개월에 한 번씩 모집 • 온라인 및 우편 접수
혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 2개월 동안의 매달 체류비, 왕복 항공료
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 레지던시 : tica@gmail.com • c/o Delta Publicity, QNK, Blvd. Deshmoret e Kombit (hyrja nga mbrapa), Tirana, Albania

4) 쟁점 및 시사점

○ 해외 전시 기획에 대한 국가 기관의 공적 지원

- 작가의 위상과 작품의 가치를 향상시키는 효과를 주고 있는데, 이는 작가의 직접 시장 진출에도 직접적인 영향을 미치게 됨.
- 자국 전시를 효과적으로 홍보하며 그 파급력을 높일 수 있는 장치로 작용함.
- 큐레이터 등의 전시 진행자의 역할에 중요성을 부여해 주는 효과를 제공하고 있음.
- 예시: Japan Foundation 등 대부분의 지원기구 프로그램에 포함되어 있음.

○ 특정 문화권의 프로젝트 및 작가 지원

- 커뮤니티 중심의 미술활동의 활성화를 유도하여 일반적인 미학적 가치 판단을 보다 다양한 형태로 소화할 수 있음.
- 현대미술 경향의 다양성을 인정하는 장치가 되며, 이는 해당 문화의 주체적인 미술 영역 수립의 기반이 됨.
- 로컬 단위의 커뮤니티를 기반으로 한 활동 분야의 활성화를 꾀함.
- Aboriginal 작가들을 지원함으로써 특정 문화권 내에서의 다문화권을 인정, 연계해 나갈 수 있음.
- 예시: European Cultural Foundation, Asian Cultural Council, The Fund for Arts and Dialogue, Canada Council for Arts 등

○ 레지던시의 다국적 운영

- 자국 작가들의 해외 무대 진출에 보다 적극적이고 효율적으로 협조할 수 있는 장치로 작용함.
- 예시: Finnish Fund for Art Exchange, The Swedish Arts Grant Committee's International Program, The Netherlands Foundation for Visual Arts, Design and Architecture, Conseil des arts et des lettres Quebec, Tirania Institute of Contemporary Art 등

○ 해외의 기획자 초청 및 리서치 프로그램 운영

- 수준 높은 작가 군을 소개하고 국제 교류의 네트워크를 마련하기 위한 매개자 역할의 중요성을 반영하고 있음.
- 리서치를 위한 여행 프로그램으로 해외 큐레이터를 초청함으로써 자국 작가의 작품을 노출시킬 수 있는 효과적이고 경제적인 제도임.
- 이미 유명 큐레이터들의 전시에 참여하는 작가의 작품이 미술시장에서의 가치 형성에 크게 기여하고 있음은 여러 거물 기획자들을 통하여 입증되었는데, 예를 들어 헤럴드 지만(Herald Szeeman), 니콜라스 부리오(Nicolas Bourriaud), 프란시스코 보나미(Francesco Bonami), 에릭 트롱시(Eric Troncy), 한스-올리히

오브리스트(Hans Ulrich Obrist), 후 한루(Hou Hanru), 후미오 난조(Fumio Nanjo), 로자 마르티네즈(Roza Martinez), 김선정등 많은 국제적인 기획자들은 갤러리와 컬렉터 사이에서 가장 그 권위를 인정받고 있음.

- 예시: Finnish Fund for Art Exchange, The Danish Arts Agency, The Swedish Arts Grants Committee's International Programme for Visual Artists, Mondrian Foundation, Office for Contemporary Art Norway, National Arts Council Singapore 등

헤럴드 지만(Herald Szeeman)

“...큐레이터는 작가들과의 전시가 단지 단순한 그룹 전에 그치는 것이 아니라 일시적이거나 하나의 세계를 담아내는 전시가 되기를 원한다. 이것이 어쩌면 내가 기획한 전시들이 점점 더 거대해지는 이유인지도 모르겠다. 점점 더 큰 전시를 만드는 이유, 그것은 바로 나의 내면의 세계가 그만큼 커지기 때문이다.”

“...큐레이터인 나는, 잠시 존재하다가 사라지는 것일지라도 마치 성을 짓는 것처럼 전시를 꾸려나가고 있다. 우리는 알팍한 정치인, 기부자, 후원자들과 대면해서 그들과 담판을 지어야 하는 외로운 사람들이다. 작가들 또한 외로움 속에서 자기 세계를 일궈가는 방법을 찾고, 자신들의 집념과 더불어 살아가는 사람들이다. 나의 진짜 사회는 바로 이러한 것들 속에 존재한다.”

한스-울리히 오브리스트(Hans Ulrich Obrist)

“... 나는 큐레이터의 전통적인 역할을 ‘하지 않는 자’가 되기보다는 큐레이팅의 새로운 형식을 ‘함의 하는 자’가 되고자 한다. 예술 안에서 많은 관객들 사이에 다리를 놓는 촉매자로서 말이다. 미술관과 미술관 밖의 공간 사이에 이제 진동, 즉 전시에 관한 새로운 입장을 교섭하고 밀고 당김이 존재한다...”

“... 나는 10대 때부터, 일반적인 방식으로 실현할 수 없었던 프로젝트를 실현하고자 작가들과 대화해왔고, 어떤 필연성과 욕구를 가지고 늘 그러한 작가들과 일 할 수 있는 방법을 찾으려 했다. 이러한 대화들은 나에게 대학 밖에서 이루어진 중요한 공부였다. 이 상황에서 보에티는 나의 스승 중 하나였으며, 무엇이건 진부한 것들을 피해야 한다고 나를 북돋았던 작가였다...”

에릭 트롱시(Eric Troncy)

“나는 언제나 내가 관심 있게 지켜보는 작가들이 어떻게 작업을 전개시키는지 관찰하며 전시를 기획한다. 내가 혼자서 독창적으로 개발한 방법은 없다. 작가들이 새로운 아이디어를 전개시켜야지 거기서 새로운 전시 방법을 찾을 수 있는 것이다.”

○ **크리틱 부문 지원 및 어워드 프로그램**

- 크리티시즘의 활성화는 담론의 중심을 만들어 내게 되며, 이는 현대미술의 역량 확보와 경쟁력을 담보하는 장치라 할 수 있음.

- 이 역시 매개자로서의 큐레이터와 비평가의 역할에 대한 중요성을 반영하는 프로그램임.
- 예시: The Netherlands Foundation for Visual Arts, Design and Architecture Canada Council for arts 등

○ **미디어 분야의 지원 확대 및 미술로서의 용어 연구의 필요성**

- 미술에 대한 개념을 전통 영역으로부터 확대하여 새롭게 정의하고 있는 현상을 반영함.
- 시각 예술에 포함되고 있는 미디어 영역의 다양한 세분화, 전문 분야에 대한 연구를 반영함.
- 미술 영역의 기능적 요소를 활용하여 실용적 분야의 산업화에 기여할 수 있는 역할을 넓혀나가고 있음.
- 미디어 아트, 미디어 테크놀로지, 영상, 뉴 미디어 등 다양한 용어로 새로운 아트 분야를 정의하고 있는 추세이며, 이에 대한 논의가 활발해지면서 미술 영역의 정의와 그 용어에 대한 본격적인 연구를 끌어내고 있음.
- 예시: The Netherlands Foundation for Visual Arts, Design and Architecture Australia Council for art, Zentrum fur Kunst und Medientechnologie Karlsruhe 등

○ **레지던시 협력교류 지원**

- 해외 국가 기관의 지원으로 작가를 선정하는 방식의 레지던시는, 세계적으로 그 권위를 인정받아 참여 작가들의 위상을 높이고, 그 활동 무대의 국제적 네트워크를 만들어 주는 데 기여함.
- 해당 레지던시는 가장 확실한 플랫폼 역할을 하는 기관으로 기능하게 됨.
- 레지던시 참여 시 해당 국가의 전문 예술 인사 및 작가들과의 교류를 통하여 국제시장 진출의 직접적인 효과를 거둘 수 있음.
- 예시: Finnish Fund for Art Exchange, Kunstlerhaus Bethanien, Office for Contemporary Art Norway 등

- 직접 지원신청이 가능한 기관 및 레지던시 프로그램 링크
 - 작가들이 더욱 적극적이고 자발적으로 해외 진출의 기회를 찾을 수 있는 간접지원의 효과가 있음.
 - 국제 활동에 가장 중요한 최신 정보를 얻을 수 있는 정보력은 작가 활동 영역을 넓혀 나가는 가장 중요한 능력이라 할 수 있음.
 - 예시: Finnish Fund for Art Exchange, Nordic Culture Point, Swedish Arts Grant Committee' s International Program. Japan Foundation, Asian cultural Council 등

2. 주요 국가의 해외 미술시장 진출 현황

- 주요 국가의 경매회사 및 세계적인 아트페어가 미술시장에서 경쟁력을 쌓기 위해 실시하고 있는 제도와 시스템을 조사함으로써 국내 미술시장 적용 가능한 부분을 살펴보는 것이 목적임.
- 특히 경매분야에서 국내에는 도입되지 않은 작가 지원정책의 일환인 추급권제도와 미술품 거래시 발생하는 세금에 대해서 살펴 보도록 함.
- 아트페어에서는 스페인의 아르코, 스위스의 바젤, 프랑스의 피악 아트페어의 주빈국 제도와 큐레이터나 평론가 등을 위한 학술 프로그램 여부를 조사함으로써 국내의 아트페어가 세계 경쟁력을 키우기 위한 보완점을 사례를 통해 알아보도록 함.

1) 경매회사: 소더비, 크리스티의 추급권 적용 현황

(1) 추급권 Artist' s Resale Right(Droit de Suite)의 의미

- “추급권”이란 미술 작품에 대해 예술가들에게 인정되는 권리로 해당 작품이 경매나 갤러리를 통해 상업적으로 재판매 될 때마다 저작권자인 예술가 본인이나 그의 상속인들이 판매 가격의 일정 비율을 로열티로 받을 수 있게 하는 제도.
- 상호 호혜적 협약(reciprocal agreement)로서 서로 다른 국가에

서도 인정 가능. 예를 들어 우리나라에서 상대국 예술가의 작품의 재판매에 대한 추급권을 인정하면 상대국에서도 우리나라 예술가의 작품이 재판매될 경우 추급권을 인정해 우리나라 작가가 로열티를 받을 수 있음.

- 추급권이 인정되면 화랑, 경매회사 등을 통해 미술작품을 사는 사람은 추급권 명목으로 별도의 수수료를 추가 부담.
- 미술작품에 추급권이 도입된 것은 작품 판매액에 따라 지속적으로 수입을 올릴 수 있는 소설가나 작곡가 등 다른 예술분야와 달리 한번 작품을 팔면 추가 수입이 없는 미술작가의 특수성 때문.
- 추급권이 인정되면 생존 작가의 경우 작가 본인에게, 작가 사후에는 사후 70년까지 작가의 상속권자에게 추급권에 따른 이익이 지급.
- 현재 대부분의 EU 국가 및 호주 등을 포함해 전 세계 60여 개 국가에서 인정되고 있으나 찬반 논란은 아직까지 팽팽함.

〈표 15〉 주요 국가별 추급권 적용

국가	적용년도	비고
프랑스	1920년~	최초 도입 국가 '밀레의 만종' 작품의 추급권을 유족에게 지급하라는 것에서 시작함
이탈리아	1945년~	
독일	1965년~	
영국	2006년~	생존 작가에게만 지급 2012년부터는 사후 70년 이후까지로 적용 범위 확대
미국	1978년~	캘리포니아주만 인정 California Resale Royalty Act
EU 외 기타 도입국	브라질, 칠레, 필리핀, 인도	
EU내 비 도입국	아일랜드, 오스트리아, 네덜란드	

출처: www.artquest.org.uk

(2) 경매사의 기본 추급권 적용 기준

○ 개요

- 추급권은 작가가 요구하거나 바로 지급 되는 것이 아니며 컬렉팅 소사이어티(Collecting Societies)에 의해 관리됨.
- 따라서 컬렉팅 소사이어티는 경매사의 추급권 적용 액수 및 여부 등을 관리하고, 모아진 금액은 작가에게 배분해 줌.
- 가변 비율제를 적용하고 있는 크리스티와 소더비 두 경매사의 추급권 제도는 동일하며, 아래와 같은 사항을 통해 경매회사에 서의 추급권 범위와 지급 세부 내용을 살펴보도록 함.

○ 크리스티와 소더비의 기본 추급권 적용 기준

- 세금 이전 작품가에 적용: 구매자 프리미엄을 제외한 낙찰가에 적용됨.
- 추급권 지불액은 12,500 유로를 초과 할 수 없음(2,000,000유로 에 이상의 작품에는 모두 12,500를 지불).
- 추급권은 VAT 에 적용되지 않음.
- 낙찰가가 1,000 유로일 경우에는 적용하지 않음.
- 작품 낙찰 시마다 적용됨.

〈표 16〉 낙찰가별 추급권 로열티 계산의 예

적용 %	낙찰가 범위 (유로)	예시 1		예시2	
		낙찰가 1 80,000	계산	낙찰가 1 2,500,000	계산
4%	50,000 까지	1 2,000	50,000*4%	1 2,000	50,000*4%
3%	50,001-200,000	1 900	(80,000-50,000)*3%	1 4,500	150,000*3%
1%	200,001-350,000	N/A	N/A	1 1,500	150,000*1%
0.5%	350,001-500,000	N/A	N/A	1 750	150,000*0.5%
0.25%	500,000 초과	N/A	N/A	1 5,000	2,000,000*0.25%
추급권으로 지급할 로열티 합계		1 2,900		1 13,750*	

* 지급할 금액은 €13,750이 아닌 최대 추급권 적용 지불 금액인 €12,500임
출처: www.christies.com, www.sothebys.com

(3) 세금(Tax) 관련 사항

- 경매를 통한 작품 구매 시 발생하는 추가비용은 작품의 낙찰가 에 따라 매겨지는 구매자 프리미엄, 추급권이 적용된 구매자 로열티, 판매자의 커미션과 거래 차익에 대한 양도 소득세가 국가 별로 차별 적용됨.
- 미술품에 적용되는 양도소득세는 미술품을 취득하여 양도함에 따라 발생하는 소득인 자산이득을 과세대상으로 하는 소득세를 말함.
- 한국은 2013년부터 작고한 작가의 6,000만 원 이상 미술품 거래 에 대해 매매차익의 20%을 과세 예정임.
- 현재까지는 미술품은 국내에서는 비과세 상품으로 전체 작품 금액에 대해 비과세 혜택이 적용됨 .
- 아래 표와 같이 미술품 양도세를 적용하는 국가는 미국 10-35%,

영국18%, 프랑스 16-18%, 독일 20-25% 등이며 영국, 프랑스는 감상목적으로 장기 보유시에는 소장자의 세금 부담을 완화시켜 주는 장치를 마련하였음.

- 영국: 3년 이하 40% 적용, 10년 이상 보유 시 24%
- 프랑스: 매년 5%씩 공제, 20년 보유 시 비과세
- 현재 우리나라를 포함한 스위스, 홍콩, 뉴질랜드 등은 미술품에 대한 양도세가 없음.

〈표 17〉 국가별 양도소득세 분류 및 세율(%)

국가	과세 여부	세율	비고
미국	종합소득	10-35%	
일본	종합소득	10-37%	30만엔 이상
독일	기타소득	17-47%	6개월 내 양도시
프랑스	특별세	6%	양도가액 기준
영국	자본이득세	24%-40%	3000 파운드 이상

참고: 미술품 양도소득세 부과에 대비한 정책방안 연구(2011), 양건열

- 미술품 관세는 국가별로 상이, 중국은 34%의 관세를 적용하지만 중국 내 홍콩은 무관세 지역으로 홍콩과 한국이 유일하게 무관세임.
- 단, 사진작품은 프린트 작품으로 간주하여 국내 반입 시 10%의 통관세가 부과됨.

2) 아트페어 주빈국제도 및 큐레이터, 평론가 대상 학술 프로그램 사례

(1) 주빈국 제도 사례 : 아르코ARCO, 피악FIAC, 키아프KIAF

- 스페인 아르코 ARCO(Feria Internacional de Arte Contemporaneo)
 - 1982년 설립되어 기존 스페인의 미술 명성 대비 약세인 현대미술 발전과 스페인 미술을 전 세계에 알리기 위해 정부의 적극적 지원으로 설립됨.
 - 스페인 국왕 부부 Juan Carlos 와 Sofia 가 공식적인 후원자이며 레이나소피아, 아르코재단, MUSAC 등 스페인 각 지방단체에서 아트페어 작품을 구매하는 등 정부단체의 실질적 지원으로 세계 아트페어로 성장 할 수 있도록 해 주었으며, 이처럼 국가차원의 지원을 받는 아시아의 아트페어로는 중국의 상하이 아트페어가 있음(상하이 시정부 Shanghai Art Fair Culture Art Development Co.,Ltd의 지원).
- 주빈국 제도: 매년 특정 국가를 정하여 그 국가의 미술에 관련된 전시 기획 및 이벤트를 마련, 단순히 아트페어에 참여하는 국가를 넘어 자국의 문화를 아트페어가 개최되는 기간을 중심으로 세계에 알릴 수 있는 기회를 마련함.
- 주빈국 제도에 따른 혜택은 특별 부스를 마련하며 부스비(면적에 따라 2천 ~ 5천만 원) 무료 제공, 초청국가의 화랑 초청, 마드리드 시에 위치한 각종 문화기관에 전시공간을 무료 제공함(2007년, 한국이 주빈국으로 참가했을 당시 레이나 소피아 미술관에서는 박기원의 기획전과 ‘비디오아트 1세대 전 1963-1986’에서 백남준의 작품 전시).
- 2007년 한국은 특별히 7개의 전시, 공연, 영화제 등으로 나누어 문화 행사를 실시하였으며 시각 미술 분야 프로그램의 주제는 아래와 같음.
 - 뿌리를 찾아서: 한국이야기 펼쳐다 (2006 년 광주비엔날레 첫장 전시 한국작가전으로 아시아 현대미술의 정체성을 보여줌.)

- 도시성을 둘러싼 문제들 : 대안공간 젊은 작가들의 시선 (새로운 세대 작가들의 독창적인 관점과 잠재력을 살펴봄.)
- 인터메디아에, 민박 Intermediae, Minbak (미디어 아트를 이용한 인터페이스 프로세스를 보여줌.)
- ‘환상적이고 하이퍼리얼한’ 백남준의 한국비전
- 백남준 심포지엄
- 2007년 당시 아르코에서 국내 14개 화랑, 38명의 작가가 참가하여 380여점의 작품을 판매함.
- 아트페어에 소개된 개별 작가들도 유럽시장에 소개됨으로써 전시제안을 받아 활발한 개인전을 개최하고 높은 판매성적을 올림.
- 안성하 작가: 마드리드의 ‘마이네임즈 로리타 아트My name’s Lolita Art’
- 권기수 작가: 런던과 뉴욕에 위치한 ‘플라워즈 갤러리 flowers gallery’
- 배준성 작가: 바르셀로나의 ‘게스파 gaspar 갤러리’
- 권오상, 천성명, 테비한, 권기수 등의 한국 현대미술 작가들의 작품이 모두 솔드아웃(sold out) 됨.

○ 프랑스 피악 FIAC

- 1974년 프랑스 파리에 설립된 국제 아트페어임.
- 1996년 FIAC 조직위원회가 ‘한국의 해’ 로 정하면서 가나아트, 갤러리현대, 국제갤러리 등 15개의 한국갤러리가 초청되어 진출이 시작되었음.
- 프랑스 르몽드를 비롯한 일간지에 소개 되면서 프랑스에 한국 현대미술을 알리는 계기를 마련함.
- 2010년은 러시아의 해로 15명의 러시아 현대미술가의 다양한 장르를 소개함.

○ 한국 한국국제아트페어 KIAF

- 2002년 첫 회부터 주빈국 제도를 실시.
- 아트페어를 통해 한국과 주빈국을 매개로 잇는 양국의 우호적인 관계를 유지하는 데 기여함.
- 일본, 프랑스, 독일, 스페인, 스위스, 인도 등 현대미술의 중심 국가를 주빈국으로 선정하여 해당국의 갤러리를 초대함.
- 2010년도 주빈국은 영국으로 yBa 그룹을 탄생시킨 현대미술의 중심 국가의 14개 갤러리를 초대함으로써 미술시장에 활기를 불어넣어 주고 세계 현대미술 트렌드를 국내에서 볼 수 있는 자리를 마련함.

(2) 큐레이터, 평론가를 위한 학술 프로그램

- 아트페어는 시장 기능을 갖지만, 외부적으로 상업적 이미지를 최소화 시키고 미술행사로서 고급화를 위해 큐레이터, 독립기획자, 비평가, 작가들을 초대하여 기획전시, 작가와의 대화, 강연회, 초대형 미술프로젝트 등을 실시하고 있음.
- 이는 미술시장이 상업적으로 형성, 발전될수록 작가의 성찰과 이를 관람객과 미술관계자에게 던지는 과정이 중요해지게 되며, 이에 대한 과정을 수행하는 큐레이터와 평론가의 역할이 필요하기 때문이라 할 수 있음.
- 이러한 프로그램이 아트페어와 함께 개최되면서 미술견본시장으로서 단순히 상업적 기능을 넘어 문화콘텐츠를 생산해내는 미술시장의 순 기능을 담당하게 됨.

○ 스페인의 아르코 ARCO : International Exports Forum

- 2002년부터 시작된 아르코 아트페어의 ‘전문가 포럼’은 국제적 아트 커뮤니티의 만남의 장소.
- 전문가 사이에 생각을 공유하고 갤러리간 상호 교류를 통해 미

술계 네트워크를 확장하는 매개체 역할.

- 2007년 한국이 주빈국으로 초청된 해에는 ‘Video and Film: New Channels of Distribution’ 을 주제로 비디오와 영화라는 두 미디어가 미술 영역으로서 더욱 자리매김 하기 위한 마케팅 트렌드를 살펴보는 포럼이 열림.
- 2012년에 열릴 포럼은 ‘포럼 온 컬렉팅(forum on collecting)’ 과 ‘오픈 포럼 (open forum)’ 이며 ‘유럽에서의 기업 컬렉팅 (corporate collecting in Europe)’ 이 주제인 전문가 그룹 포럼.
- ‘프로페셔널 미팅(professional meetings)’ 은 미술계 전문가들이 모여 생각을 공유하고 논의할 수 있는 자리로 미술계 전문가로 참가가 제한. 참여자로는 ‘파리 도쿄’ 의 디렉터 Marc-Oliver Wahler, 설펜타인 갤러리(런던)의 국제 프로젝트 전시, 프로그램 코디네이터이자 세계적인 미술 평론가로 알려진 Hans Ulrich Obrist 등이 있음.

○ 스위스의 바젤 아트페어 ART BASEL : Art Conversation

- ‘아트 컨버세이션(Art Conversation)’ 과 ‘살롱(Salon)’ 을 주관하여 전 세계 미술계의 주요 컬렉터, 미술관 관장, 큐레이터, 작가들이 자신들이 기획하고 있는 프로젝트나 컬렉션 현황, 미술계 내부 주제들을 자유롭게 대중과 토론 할 수 있는 기회를 제공하는 프로그램 으로 패널 디스커션(panel discussion)및 작가와의 대화 형태로 페어 기간 동안 매일 이루어지며 2011년 주제는 ‘어떻게 미술관은 컬렉션을 할 수 있을 것인가?’, ‘후원과 정책’, ‘예술적 실천의 미래’ 등이 있었으며 ‘무엇이 대안인가? 무엇을 위한 대안인가?’ 등 전문적이고 미술이 당면한 시대적 이슈를 다룸.
- ‘아트살롱 Art Salon’ 은 현대미술에 초점을 맞추어 논의하는 것으로 오픈되어 있고, 친밀한 공간에서 인터뷰, 짧은 프리젠테이션, 퍼포먼스 식으로 진행됨. 작가, 갤러리스트, 큐레이터, 미

술법 전문가, 소설가, 저널리스트, 건축가 등 다양한 분야의 사람들이 인터뷰 대상자가 될 수 있으며 살롱 역시 아트페어 기간 내 매일 열림.

- 2006년부터 실시한 ‘미술 전문가 포럼(Art Experts Forum)’ 은 미술시장을 둘러싼 이슈를 진지하게 논의함으로써 아트페어의 중심축이자 미술관계자, 컬렉터, 일반 관객을 한데 묶는 역할을 함.
- ‘미술 전문가 포럼(Art Experts Forum)’ 2011년의 주제
 - 브라질 미술은 결국 무엇인가?
 - 미디어 아트 전략과 경향들
 - 비엔날레에서 아트페어까지- 큐레이터들과 아트마켓
 - 카피라이트와 시각예술
 - 후원과 동시대미술

○ 프랑스의 피악 FIAC: Young Curators Invitational

- 2006년부터 ‘젊은 큐레이터 초대(Young Curators Invitational)’ 프로그램으로 젊은 큐레이터들의 경험을 공유하고 파리의 다양한 전시장소를 함께 방문할 수 있도록 함.
- 참가하는 큐레이터들은 전 세계의 10개 내외 팀으로 추천에 의해 선정
- 2011년에 아시아에서는 일본과 홍콩이 참여했으며, 홍콩의 경우 ‘아시아 아트 아카이브(Asia Art Archive)’ 디렉터에 의해 추천된 젊은 큐레이터들이 참여.

○ 한국의 한국국제아트페어 KIAF

- 매년 주빈국과 관련된 주제 혹은 동시대 현대미술의 당면한 과제를 학술적으로 다루고 있음.
- 2008년 주빈국: 스위스
 - 한국미술평론가협회가 기획
 - ‘한국 현대미술의 국제적 브랜드화에 대한 방안과 전략(윤

진섭)', '복제시대의 판화미학(김영호)', '건국60년의 한국 현대미술(서성록)', '컴퓨터그래픽과 변형 왜곡의 미(신향섭)' 4회에 걸쳐 진행.

- 스위스의 문화예술전문가 4인을 초청 '스위스 공공 및 민간 기구의 국내외 미술지원 방식'을 살펴봄.
- 큐레이터 토크로는 기획전을 준비한 큐레이터들의 특별전 토크, 부산비엔날레 김원방 감독의 토크를 진행.
- 2010년 주빈국: 영국
 - 변화하는 패러다임 속 영국 현대미술'을 학술 프로그램을 통해 영국 미술의 현대와 향후 발전 방향을 모색.
 - 서펜타인 갤러리의 공동 디렉터이자 국제 미술 프로그램 디렉터인 한스 올리히 오브리스트(Hans Ulrich Obrist), 테이트 모던 학예실장인 프란시스 모리스(Frances Morris), 2009년 베니스 비엔날레 총 감독이자 스톡홀름 현대미술관장인 다니엘 비언바움(Daniel Birnbaum) 등의 세계적 미술 전문가가 프로그램을 진행.
- 2011년 '아트:광주'의 교육프로그램인 ICF(International Curators Forum) 강연 및 워크숍을 실시하여 현대 미술 큐레이터와 컬렉터, 작가, 관객들에게 현 시점에서 국제적 큐레이터의 역할과 현대 미술이 나아가는 방향에 대해 토론하는 프로그램을 아래의 주제로 개최.
 - 퍼포먼스 및 미디어아트 장르의 전시 기획과 컬렉트, 비평.
 - 제작자 및 스페셜리스트로서의 큐레이터의 역할.
 - 현대 미술계에서의 퍼포먼스와 미디어아트의 정체성.
 - 미술 시장에서의 퍼포먼스 장르의 영향.

3) 쟁점 및 시사점

- 미술품 거래 글로벌 스탠더드 제정의 필요성과 시행 시기
 - 추급권 제도 및 세금도입 관련 제도는 국내 미술시장의 찬반논쟁이 팽팽하게 벌어지는 논제 가운데 하나임.
 - 이 제도는 장단점이 있으나, 세계적인 추세라는 점에서 우리 미술시장이 글로벌 스탠더드를 갖추지 않으면 해외 우수 미술시장 및 컬렉터의 접근이 쉽지 않게 됨.
 - 그렇다고 해서 현 단계에서 이 제도를 적용하기에는 그나마 유지되고 있는 국내 미술시장을 더욱 침체되게 만들 수 있어 여전히 논란거리가 되고 있음.
 - 장기적으로는 세계적 추세를 받아들이는 노력이 필요하지만 한국 미술시장만이 갖는 강력한 장점(비과세, 강력한 국가브랜드 이미지, 우수한 아시아 현대미술작가 등)과 여력을 키우는 것이 선행되어야 할 것임.
- 세계적인 아트페어 속에서 경쟁력 키우기
 - 증가하는 아트페어 시장 속에서 성공하는 아트페어가 되기 위해서는 장점을 부각시키고 끊임없이 세계와 소통하는 노력 필요.
 - 주빈국 제도는 아트페어의 참가를 넘어 해당국과의 관계를 넓히고 네트워크를 구축할 수 있는 문화 교류까지 이바지 하고 있으며 스페인의 ARCO 아트페어가 정부차원의 지원을 받으며 가장 활발히 진행.
 - 바젤은 해외 유명 큐레이터, 평론가 그룹을 초대하여 심도 있는 학술 프로그램을 아트페어 기간 내내 실시함으로써 세계 아트페어의 질적 수준 향상에 선두 역할을 하고 있음. 이런 학술 프로그램은 아트페어의 고급화를 돕고 미술시장에서의 순 기능을 아트페어가 담당하게 해 주며 질적 수준을 향상시킴.
 - 프랑스 피악은 주빈국 제도나 학술 프로그램 면에서 다른 아트

페어보다는 활발하지 않지만 ‘파리’라는 장소적 혜택과 더불어 주변 이벤트로 시너지 효과를 창출할 뿐만 아니라 현대미술 활성화를 위한 젊은 큐레이터 양성 프로그램을 실시.

- 국내 아트페어인 KIAF도 아트페어 초기부터 주빈국 제도를 채택하고 있고, 학술 프로그램을 아트페어 기간 내 마련.
- 주빈국 참여 갤러리들의 수준을 높이고 해외 유수의 큐레이터, 평론가 그룹이 학술 프로그램을 진행하는 등 보다 국제적인 노력 필요.

3. 주요 국가의 작가 및 큐레이터 온라인 홍보 지원 현황

1) 공공 및 사립기관의 홍보 웹사이트 현황

○ 조사목적

- 본 조사는 한국 미술계 활동의 국제적 홍보 및 현대미술의 담론을 생산해 낼 수 있는 활동을 지속할 수 있는 기반 구축의 기초작업을 목적으로 함.
- 한국미술의 위상을 만들어 나가고 해외 미술계와의 지속적이고 발 빠른 교류 활동을 위한 효과적인 매체는 온라인을 통한 글로벌 플랫폼의 구축이라 할 수 있을 것임.
- 이를 위하여 해외의 사례를 리서치 하였으며, 그 구성 및 운영 방식을 살펴봄으로써 효과적 플랫폼의 운영을 구상할 수 있는 기반을 다질 수 있도록 함.

○ 조사매체

- 본 조사에 활용된 매체는 각 기관의 홈페이지로서 자체 조사로 진행하였으며, 작가 / 큐레이터 / 전시행사 / 현대미술 최신 이슈 등 다양한 정보를 정기적으로 제공하고 있는 사이트들을 조사하였음.
- 각 기관의 홈페이지 표기 언어, 중점 정보 분야, 운영사항, 구성 형식, 장점 등을 정리하여 각 기관별 특징을 조사하였음.

○ 중점 항목 내용

- 정보 분야 : 해당기관의 중점 활동분야에 대한 조사
- 운영사항 : 홈페이지의 설립, 운영, 유지 현황에 대한 조사
- 구성 : 해당 기관에서 다루는 콘텐츠 항목에 대한 조사
- 장점 : 인터넷 유저, 작가 등의 사용상 편의성을 통해 드러나는 장점에 대한 조사

1) 유럽

○ 독일

- Artnews, 2001년 설립
- 홈페이지 <http://artnews.org>

구분	내용
언어	• 영어, 독어
정보 분야	• 유럽 및 미주 지역을 중심으로 전 세계의 컨템포러리 아트 전시, 작가, 행사 등
운영 사항	• 예술 전문인과 학생들에게 현대미술에 대한 정보공유
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 작가: 포트폴리오 제작 및 검색 (무료 등재로 누구나 자료 업로드가 가능했던 것이 2010년부터 선별 작가만 가능) • 전시장소: 알파벳순으로 분류, 검색 • 전시행사: 인스티튜션, 갤러리, 기타 공간 등 구분 검색기능 / 날짜, 전시장소, 도시별 정렬 • 텍스트: 리뷰, 인터뷰, 에세이, 프로젝트, 이론, 소셜, 서적, 강연 등 분류 • 서적: 미술서적 및 기타 서적 키워드 검색 • 에디션: 에디션 형식의 작품 판매 • 지도: 유럽전도에 전시 공간 표기 • 서비스: 회원이 직접 공간정보 및 작가 등 인포메이션 제공 가능
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 도시에서 전시 공간의 상세한 위치를 검색하는데 도움 (구글맵 제공) • 작가 포트폴리오 검색에 유용
연락처	• info@artnews.org

○ 독일

- Goethe Institute, 1951년 설립
- 홈페이지 <http://www.goethe.de>

구분	내용
언어	• 영어, 독어
정보분야	• 예술, 사회, 지식, 언어교육, 교육자 서비스, 네트워크 등 독일 문화 관련 전반적인 정보 및 소식 제공
운영 사항	• 국가기관
구성	<ul style="list-style-type: none"> - 건축, 무용, 디자인/패션, 영화, 문학, 연극, 시각예술 분야마다 정보 제공 - 특히 시각예술 분야의 정보는 다음 카테고리 분류 • Exhibiton and Artist Portraits : 전시와 함께 심층적인 작가 소개를 동시에 함 • Museum Collection, Institution : 기관 소개 및 관련 인사 소개 • Art Wolrd : 독일 시각예술과 관련된 행사 및 역사에 대한 글 • Art Genre : 각 장르별 이슈, 논점에 대한 글 • Curators: 독일에서 활동하는 큐레이터 검색 (이름 알파벳 또는 활동영역 별 검색 가능) • Artists' House : 독일 지역에 있는 국내외 작가 참여가능 레지던시 소개 • Art Calendar : 기간별 독일 내 전시행사 소개 • News : 독일내의 미술계 소식 (매주 업데이트) • Link : 미술관 등 기관 홈페이지, 사진 영역 관련기관 또는 행사, 미디어 아트 관련 기관 또는 행사 홈페이지 연결
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 독일의 예술에 대한 지식, 정보, 논의 등을 접할 수 있음 • 각 글마다 관련 사이트 링크하여 특정 주제에 대한 리서치 가능

○ 영국

- Artrabbit, 2006년 설립
- 홈페이지 <http://www.artrabbit.com>

구분	내용
언어	• 영어
정보분야	• 영국 현대미술
운영 사항	• 현대미술에 대한 의견, 토론, 커뮤니티 활동
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 이벤트: 이벤트가 며칠 남았는지 표기 되어 있음 • 장르, 행사성격, 시기 등으로 상세 검색 기능 있음 • 상세 구글 맵 제공, 관람 후기 기록 기능 • 전시장소: 영국 및 독일 전시장소 알파벳 분류 및 검색기능 • 특집기사: 월별 기사 분류 검색 • 링크: 아트래빗과 관련한 작가, 파트너, 블로그 운영자들, 회원 운영 사이트 등 연계
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 커뮤니티와 회원의 자발적인 운영으로 정보 공유 • 인터랙티브한 정보 및 의견 공유 • 특집 기사를 정기적으로 업데이트하면서 미술 정보를 꾸준히 새롭게 볼 수 있는 장치가 기본적으로 마련됨으로써 참여도 및 독자층 유지
연락처	• http://www.artrabbit.com/artrabbit/suggest_an_improvement (feedback form을 통해 문의 가능)

○ 영국

- ARC, 2006년 설립
- 홈페이지 : <http://www.artcardiff.com>

구분	내용
언어	• 영어
정보분야	• 웨일즈의 카디프 지역 미술 관련 정보
운영 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 웨일즈 예술위원회 후원 • 지역 예술을 세계적으로 알리기 위한 활동
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 뉴스 : 최근 지역예술계 동향 및 전시 리뷰 등 • 행사 : 전시 정보제공, 일자에 따른 정보 검색 가능 • venue : 전시장소에 대한 일반적 소개 • 작가 : 알파벳순 분류, 이름검색, 간단한 소개 및 작품 이미지, 연락처 제공 • 포럼 : 미술 에세이 및 평론 등에 대해 함께 토론 가능(회원일 경우)
장점	• 캘린더 기능이 있어 행사 기간 등 스케줄 확인이 빠름
연락처	• librarian@artcardiff.com

○ 영국

- Axis, 1991년 설립
- 홈페이지: <http://axisweb.org>

구분	내용
언어	• 영어
정보분야	• 영국의 현대미술
운영 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 국공립기관들의 후원 및 기부금으로 운영 • 예술 전문인과 학생들에게 현대미술에 대한 정보공유
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 작가&큐레이터 : 이름으로 인물 검색, 포트폴리오 형태로 소개 • 행사 : 기획된 전시 및 작가 성격에 따라 카테고리가 분류되어 있음. 맵 제공, 곧 있을 전시 50개씩 소개 • 전시행사 : 인스티튜션, 갤러리, 기타 공간 등 구분 검색기능 / 날짜, 전시장소, 도시별 정렬 • art talk 웹진 : 일반 구독자 무료, 작가 및 큐레이터에게 홍보제공 가능한 사이트와 네트워크 활동 가능한 도구를 유료로 제공 • 회원에게 업데이트 소식을 메일로 제공 • 서적 : 미술서적 및 기타 서적 키워드 검색 • resource : 작가의 커미션 작업 연결, 유용한 사이트 링크 제공
장점	• 인물 검색이 포트폴리오와 함께 제공되므로 상세한 정보를 얻을 수 있음
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • info@axisweb.org • Lucy Bannister, Dialogue Editor, lucy@axisweb.org

○ 영국

- Saatchi Online Magazine
- 홈페이지: <http://www.magazine.saatchionline.com>

구분	내용
언어	• 영어
정보분야	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 투표로 선정된 작품 및 전시 • 전시 및 작가 인터뷰로 미술계 동향 정보 제공
운영 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 싸치 갤러리에서 제작. 갤러리 와 샵이 연동되어 작품 구입 정보와 의 연계 유도 • 작가가 직접 자신의 작품을 판매할 수 있는 시스템 (70%의 이익금 지급)
구성	<ul style="list-style-type: none"> • Art News : 전시 또는 세일즈 이슈, 인터뷰 등 • Spotlight : Art New중 선별 게재 • Online Top 10: 매주 유명 예술인사가 뽑은 온라인상 Top10 작품 게재 • Top 10 Show : 세계의 전시 중 가장 주목할 만한 전시 10개씩 선정 소개 • Culture : 세계의 전시, 행사 리뷰 • Contributors : 글쓴이들 소개, 최신 글과 링크 • Archive : 최신기사 30건 및 월별 이슈 모음
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 매거진의 사이트가 작품 투표 기능으로 바로 연결됨 으로서 독자가 직접 작품에 대한 선호도를 드러낼 수 있음, 신진 작가 발굴 • 필자들의 짙막한 개인 의견 위주의 글, 전시 및 작품 선정 제도로 크리틱 활성화를 보여줌

○ 벨기에

- BAM
- 홈페이지 : <http://www.bamart.be>

구분	내용
언어	<ul style="list-style-type: none"> • 현지어 / 영어 (영어는 일부 콘텐츠 내용 운영 안됨)
정보 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 벨기에의 예술 활동 뉴스 / 레지던시 및 작가 지원사항 정보 제공 • 인물, 기관, 작품의 데이터베이스 • 시청각 및 미디어아트 특화
운영 사항	<ul style="list-style-type: none"> • Flemish Community (with the support of The Flemish Authorities의 후원으로 운영)
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 뉴스 • 어젠더 • 프로젝트 • 토크 • International : Visitors Programme, Research Programme, Orientation trips, Residencies, Visual Arts Platform (VAP), International Networking, International Newsletter & Links 등 운영 프로그램에 대한 정보 및 지원 사이트 정보 제공 • 데이터베이스 : 인물, 기관, 작품 정보 검색 기능
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 International 프로그램의 참여 자격에 작가로 한정되지 않은 큐레이터, 저널리스트 등의 참여 가능
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • Bijlokekaai 7d, 9000 Ghent, Belgium • Tel:+32(0)92679040,Fax:+32(0)92330709 • E-mail: info@bamart.be

2) 북미

○ 미국

- Art Slant, 2007년 설립
- 홈페이지 : www.Artslant.com

구분	상세
언어	<ul style="list-style-type: none"> • 영어
정보 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 미국, 유럽, 인도, 중국의 현대미술 작가, 일정, 전시, 글 등 소개 • 그 외 전 세계지역 정보도 수록되어 있으나 이는 주력 지역에 비해 그 양이 적은 편
운영 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 작품 판매활동 수익
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹진: 각 지역별로 일주일 단위로 기사 및 리뷰 등이 업데이트 • 타 전시관 및 작가 등의 회원 소식을 별도로 받을 수 있음 • 행사 소식 : 전시 기간이 끝나가는 행사를 따로 분류한 카테고리 포함 간단한 행사 정보 • 장소 소개: 갤러리, 미술관, 대안공간, 학교 등 시스템별 분류 • 작품: establish, emerging, 특정 행사 수상자 등 작가의 활동 및 연륜 별 분류 • 세일즈: 작품을 구매하거나 자신의 작품 판매를 위해 올릴 수 있음 • 인물검색: 작가 및 큐레이터 검색기능. • ADD: 회원이 직접 자신의 신상 및 구인란 등을 작성
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 작가 및 큐레이터와 전시 외에 전시 및 작품 제작에 실제 필요한 재료나 보험, 운송 등 실무 진행에 필요한 사이트들도 소개되어 단순 정보 사이트로는 많은 종류의 정보를 가지고 있음 • 직접 정보를 업데이트 할 수 있어서 스스로의 정보를 각자가 관리할 수 있음 • 커뮤니티 활동을 기반으로 한 사이트로서 누구나 본 사이트를 활용하며 교류할 수 있음
연락처	<ul style="list-style-type: none"> • artslant_info@artslant.com • For information on Advertising: sunny@artslant.com

3) 아시아

○ 홍콩

- Asia Art Archive, 2000년 설립
- 홈페이지: www.aaa.org.hk

구분	내용
언어	• 한국어 중국어, 일본어, 영어, 아랍어
정보분야	• 아시아 현대 미술에 대한 1차 및 2차 자료, 아카이브에 집중
운영사항	<ul style="list-style-type: none"> • 자문위원회 및 디렉터 위원회 구성 (중국, 홍콩, 인도, 일본, 한국, 파키스탄, 필리핀 등의 저명 예술전문인) • 정부, 기업, 개인으로부터 기금 및 기부
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 현장 리서치 : 중요 행사에 직접 참여, 현장 기록 • 영문 뉴스레터 발행 : 1달 주기 • 사진 : 연구원들이 여행기와 함께 직접 찍은 사진 수록 • 인터뷰 : 뉴스레터 에디터가 작가, 평론가, 큐레이터들을 만나 인터뷰한 내용 • 정기 프로젝트 및 공공 프로그램 진행 • 레지던스 - 아카이브 자료 연구 기회 제공 및 새로운 아이디어와 프로젝트 지원 • 교육 - 정기적으로 대학 및 고등학교를 방문하여 본 기관과 활동에 대하여 소개 • 연구 гран트 지급 - 2년 단위로 특정 주제의 연구에 관하여 지원 및 연구성과 컬렉션 • 시각예술에 대한 행사 및 아카이브형 자료 및 프로젝트 수행 • 컬렉션 - 기관 및 개인 아카이브와 작품 기부로 이루어짐(오프라인 보관)
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 작가 및 전시 등이 실린 매체 검색에 유용 • 아시아 지역 행사를 소개
연락처	• info@aaa.org.hk

○ 홍콩

- Art Radar, 2008년 설립
- 홈페이지: <http://artradarjournal.com>

구분	내용
언어	• 영어
정보분야	• 아시아 현대미술에 대한 저널리즘 성격의 정보 공유
운영 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 편집위원 및 게스트 라이터, 기고자 등의 글로 구성 • 자체적으로 기획, 운영되며 어떠한 광고 등도 받지 않음 (객관성, 독립성유지) • 매주 웹진 형식의 이메일 발송 • 한 달에 40,000건의 검색조회 통계 기록과 수준 높은 컬렉터, 주요 화랑, 경매회사, 주요 아카이브 및 학교 등을 대상으로 콘텐츠를 제공
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 현장 리서치 및 작가와 큐레이터, 갤러리스트, 예술인사 등과의 인터뷰 • 리스트: 포스트 된 기사들 중 가장 도움이 되는 기사를 주제별로 묶어서 추천 • 행사소식: 아트페어, 비엔날레, 옥션, 오픈 스튜디오, 공모 및 시상 행사, 컨퍼런스, 기타 등의 카테고리 별로 안내 (홈페이지 직접 연결) • 토픽 : 주제별 기사 검색 가능하도록 분류 • 아카이브 : 시기별 기사 분류 • 학습 : 온라인 상으로 글쓰기 수업 코스를 제공 (유료)
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 기사 및 아트 에세이 작성 교육 프로그램 구성 • 다양한 방법으로 검색할 수 있도록 정리되어 있음 • 정보에 대한 심도 있는 의견, 에세이 등 전문 의견을 기반으로 한 아시아 현대미술의 흐름을 파악할 수 있음 • 학교, 미술관 등 기관들과의 연계가 원활
연락처	• tel: +852 6103 0470

○ 중국

- 99예술, 2003년 설립
- 홈페이지 <http://www.99ys.com>

구분	내용
언어	• 영어, 중국어
정보분야	• 중국 미술전시 홍보 및 세계 미술시장 정보 포털 사이트 • 전문 온라인 미디어 플랫폼으로서의 역할 지향
운영 사항	• 정보없음
구성	• 뉴스 : 국내외 미술동향 저널리즘 기능 • 전시회 : 장소, 추천 전시 등 소식지 역할 • 작가 : 아카이브 역할 (작가 이미지 및 이력서 기재) • 아트페어 : 세계의 아트페어 및 비엔날레 행사관련 소식 • 옥션 : 정보 없음 • 배너 : 직접 사이트로 이동 가능한 배너 게재 • 그 외 중국어 사이트에서는 지역 작가들의 조각, 회화, 서예 등 작품 • 정보제공
장점	• 세계 미술 동향 중 유명 미술관 및 작가 전시 소식에 치중 • 행사 소개의 일반적인 정보와 세계 미술계 정보를 통해 미술에 관심있는 일반인들에게 유용
연락처	• xinwen@99ys.com

○ 일본

- Tokyo Art Beat, 2004년 설립
- 홈페이지 www.Tokyoartbeat.com

구분	내용
언어	• 영어, 일본어
정보분야	• 도쿄 지역 예술 행사
운영 사항	• GADAGO NPO
구성	• 전시정보(Event): 기본 정보 및 상세 구글 맵 제공 • 장소안내: 지역, 장르, 및 특정분류(막 개업한 곳, 곧 닫을 곳, 아이들을 위한 곳, 가장 인기 있는 곳, 건물이 아름다운 곳, 장애인에게 특히 편리한 곳, 늦은 시간까지 오픈 된 곳 등의 특이한 카테고리) • 웹진: "TABlog "정기 간행 배포, 리뷰, 인터뷰 등 • 숍: 작품 이미지를 이용한 상품 판매 • 개인 정보 정리: 정보 스크랩 및 각 기사 내용별 코멘트 가능
장점	• 쉽게 접근, 풍부한 정보, 특정 작가 및 전시에 관한 단순정보와 이에 대한 흥미로운 카테고리, 의견 등이 상호 작용 - 일반인에게 유용, 반면 전문성은 떨어짐 • 특별히 회원가입이나 정기 구독 필요 없이 누구나 방문하여 정보를 공유
연락처	• contact@tokyoartbeat.com

○ 일본

- AIR_J, 2010년 설립
- 홈페이지 <http://en.air-j.info>

구분	상세
언어	• 영어, 일본어
정보분야	• 일본의 레지던시 프로그램 소개, 검색
운영 사항	• Japan Foundation 산하기관
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 검색: 레지던시 모집의 여러 조건별로 가능여부를 선택 검색할 수 있음 • 작가: 레지던시 참여 작가의 이름을 통하여 해당 프로그램 검색 • FAQ: 기본 사항 안내 • 리소스: 관련 에세이 및 정보 수록 • 링크: 자료 수집에 도움이 될만한 기관 및 사이트 링크 가능
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 작가의 활동사항에 대한 유용한 정보 • 작가가 활용하기에 편리함 • 특정 분야(레지던시 프로그램)의 정보가 집중된 사이트로 전문성이 높음.
연락처	• air-j@jpf.go.jp

○ 일본

- Tokyo Art Navigation
- 홈페이지 : <http://tokyoartnavi.jp>

구분	상세
언어	• 일어, 한국어, 중국어
정보 분야	• 도쿄 현대미술
운영 사항	• 도쿄도 지원, 도쿄도 역사문화재단 운영
구성	<ul style="list-style-type: none"> • 컬럼: 작가인터뷰, 스텝업 (작가가 되기 위해 필요한 기초지식 제공) • 창작활동 지원 • 전시, 이벤트 정보 • 작가 소개 : 포트폴리오 형식 제공 • 작품 랭킹 : 기준이 무엇인지 불분명함
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 행사 정보, 공간 및 기금, 공모 안내, 유명 미술관의 디지털 뮤지엄 운영 등 다양한 정보를 보유 • 작가에게 활용도 있는 지식을 전달 • 카테고리 분류가 명확하지 않아 불편 • 주 화면 외에는 일본어로만 구성되어 자국 예술인들에게만 유용해 보임
연락처	• 정보없음

2) 쟁점 및 시사점

- 전문성 강조
 - 저널리즘이 강조된 현대미술의 쟁점과 이슈를 드러내어 크리티시즘을 강화.
 - 대중성이 떨어지고 전문가들의 논의의 장으로 활용: Art Radar 등.
- 특정 지역을 중심으로 지리학적 전문성 강화
 - 해당 국가 및 지역의 자세하고 상세한 정보를 충실하게 제공.
 - 지역 특수성에 집중되었을 때 타 지역 인사들에게 더 유용한 정보로 작용 가능: Asia Art Archive, Art Ragar, Tokyo Art Navigation, Tokyo Art Beat 등.
- 검색 기능 강화
 - 주요 기관 검색 기능에 맵 기능이 있을 경우 해외로부터 전문가들의 리서치에 유용한 자료가 될 수 있음: Art Radar, Tokyo Art Navigation, Artnews.org, Art Slant 등.
 - 작가 포트폴리오, 큐레이터 등의 전문 인력 검색 가능할 경우 홍보 효과와 네트워크 형성 효과가 큼: AIR_J, Tokyo Art Navigator, Axis, ARC, BAM 등.
 - 레지던시 및 지원기관 프로그램 서치 기능이 강화될 경우 작가의 활동 범위가 넓어짐: Art Radar, AIR_J, BAM 등.
- 수익 구조 형성
 - 특수 정보를 위한 유료회원, 글쓰기 강좌 등 온라인 프로그램을 통하여 수익 구조 및 크리티크 활성화 동시 모색: Art Radar, Axis 등.
 - 작가가 직접 자신의 작품을 온라인 판매할 수 있게 커미션 작업 연결, 그리고 작품을 활용한 상품 제작 판매를 통해 수익구조를 제공: axis, Art Slant.

○ 실효성을 강조하는 장치 마련

- 작가 및 큐레이터의 실제 전시 제작활동에 유용한 정보(운송, 보험, 재료 사이트 등) 제공.
- 회원으로서 스스로 업데이트 하여 자체 홍보 활용.
- 해당 콘텐츠에 코멘트 등의 기능으로 상호적인 활동 유도
- 전시 마감 전 남은 날짜 표기로 전시기간 환기의 장치: Artnews, Tokyo Art Beat, Art Radar, ArtRabbit, ARC.

IV

한국 현대미술 해외시장 진출 활성화 방안

1. 해외 미술시장 관련 국제교류 업무 개선

- 1) 시각예술 국제교류 지원 사업 대상 DB 작업
- 2) 국제교류 업무의 전문화에 따른 지속적 채널 확보

2. 국제교류 컨설팅 기능 체제 구성

- 1) 작가 대상 활동 매뉴얼 및 PR 교육
- 2) 다양한 네트워크 활용 체계 구축

3. 국제교류 전문인력 지원 체계 마련

- 1) 전시기획자 대상 국제적 역량 배양
- 2) 해외 전시 기획 및 비평 활동 지원 강화

4. 홍보 체계 구성

- 1) 온·오프라인 홍보 체계 구축
- 2) 현장성 강화를 위한 장치 마련

IV. 한국 현대미술 해외시장 진출 활성화 방안

1. 해외 미술시장 관련 국제교류 업무 개선

1) 시각예술 국제교류 지원 사업 대상 DB 작업

○ 현황 및 필요성

- 한국 현대미술의 국제교류에 대한 국가별 현황을 분석해 본 결과 여전히 제 1세계 중심에 한정되어 있으며, 그나마 조금씩 권역별 확장이 이루어지기는 하지만 여전히 미흡한 상황임.
- 그러나 이스라엘이나 브라질과 같은 비교류 지역과 네트워크를 맺게 된 작가들의 경우 집중된 전시 초대와 작품 판매 및 시장성 확보의 기회가 주어진 경우가 있어 교류 대상국의 확대가 절실함.
- 특별히 2007년 스페인 마드리드에서 열린 ARCO 아트페어에서 한국이 주빈국으로 초대되면서 큰 호응을 얻은 사례를 비추어볼 때, 스페인어권 국가의 교류가 매우 긍정적인 것으로 받아들여졌으나 실질적인 교류는 거의 이루어지지 못한 점을 되돌아 볼 필요가 있음.
- 또한 국가별 분석만이 아니라 개인전과 단체전, 비엔날레나 아트페어 참여와 같은 전시 유형별 분류에 따른 분석 결과에서도 해외 미술시장 접촉의 빈도나 확률이 높은 유형에 대한 지원 강화도 고려해 볼 필요가 있음.
- 특별히 우수 미술관이나 화랑에 의한 초대, 해외 우수 비엔날레에 초대된 경우 등은 미술시장 진입에 수월함을 고려하여 지원 체계를 달리하는 것도 필요함.
- 다른 한편 작가만이 아니라 큐레이터나 평론가 등 전시기획자들을 대상으로 한 국제교류 프로그램에 대해서도 범위를 넓힌다는 의미에서 적극 고려할 필요가 있음.

○ 개선방안

- 한국문화예술위원회를 비롯한 지역 문화재단에서 수행하는 국제교류 지원 사업에 대한 국가별 분포도나 사업 유형별 분포도와 같은 기초적인 통계 자료 구성을 통해 변화의 추이를 알 수 있음.
- 자료를 통해 비교류 지역이나 국가와의 사업이 발생 시, 이에 대한 면밀한 분석을 통해 새로운 기관과의 협력 체계 구성이나 지속성을 갖는 지원 시스템 강구가 가능할 수 있음.
- 특히 해외 우수 기관의 초대에 따른 전시회나 비엔날레 초대 등의 경우를 파악하여 지속적인 한국 작가의 초대를 위한 기반 마련을 강구할 수 있음.

2) 국제교류 업무의 전문화에 따른 지속적 채널 확보

○ 현황 및 필요성

- 일반적으로 공공 지원기관의 국제교류 담당은 순환 보직에 의해 단기적으로 교체되는 상황에서 국제교류 업무의 노하우를 축적하기 어려운 상황임.
- 이에 따라 해외 우수기관과 지속적인 소통 채널을 확보하는 것이 불가능하고, 또 협력 사업을 장기적으로 수행해 가기도 어려워 궁극적으로 한국 현대미술의 세계화를 이루기에 역부족인 상황이 발생함.
- 또한 국제교류 업무 자체가 고도의 전문성을 요하는 만큼, 순환보직의 형태로는 담당 업무가 질적으로 발전될 수 있는 여지가 희박함.

○ 개선방안

- 공공기관의 국제교류 담당 부서를 단순 지원 사업 영역으로 간주하지 않고, 실질적인 국제교류 활동을 주도할 수 있는 전문분

야로 인식함에 따른 인력 배치의 개선.

- 순환보직 개념보다는 전문직으로서의 성격을 부여함에 따라 인력 수급 방식을 개선.
- 전문성을 갖춘 인력을 통해 지원 사업에서의 통계 자료 작업 수행과 이에 대한 분석으로 다양한 전략 수립을 도모함.

2. 국제교류 컨설팅 기능 체제 구성

1) 작가 대상 활동 매뉴얼 및 PR 교육

○ 현황 및 필요성

- 해외에서 한국 작가의 포트폴리오를 요청하는 곳이 증가함에 따라 작가들이 포트폴리오 제작이나 프레젠테이션 방식에서 일정한 기술이 필요한 상황임.
- 작가들이 해외 활동을 전개할 경우 일상적으로 요구되는 문제들, 일테면 비자 문제나 현지에서 작업실 구하는 일 등에 대한 대처와 대응이 어려운 경우가 발생함.
- 또한 전시회 개최 시 현지 미술계에 대한 전문적인 정보 습득이나 도움을 줄 수 있는 기관에 대한 접촉 요구가 절실한 만큼 실질적인 지원은 미약한 상황임.

○ 개선방안

- 문화예술 관련 공공기관의 국제교류 업무의 일환으로 해외 미술시장 진출 대상 작가에 대한 일정한 컨설팅 프로그램을 운영.
- 작가들의 포트폴리오나 프레젠테이션 작업을 모니터링하고 진전된 PR 방식을 익힐 수 있는 교육 프로그램을 실행.
- 기존 국제교류 업무 가운데 정보 수집 기능 및 배분 활동을 부가함으로써 축적된 정보와 노하우 보유.

2) 다양한 네트워크 활용 체계 구축

○ 현황 및 필요성

- 작가들이 해외 미술시장 진출을 위해 기대하는 해외 인사와의 접촉과 홍보 등의 수요는 큰 반면, 이에 따른 활용이 효율적으로 이루어지지 못함.
- 공공기관 간의 국제교류 협력 체계나 인적 네트워크의 범위가 다양하지 못함에 따라 해외 활동에서의 연속성 유지와 확대가 어려움.
- 국내에서 벌어지는 각종 국제전이나 국제 아트페어를 매개로 해외 유수 기관 및 화랑, 인지도 높은 기획자와의 관계 형성이 지속적이지 못하고 단기성에 그치고 있음.

○ 개선방안

- 문화예술 관련 공공기관 국제교류 업무의 일환으로 다양한 네트워크 활용 체계 구축을 실행.
- 한국문화예술위원회의 레지던시 프로그램 운영과 같은 형식의 해외 유수기관과의 협약에 따른 한국 작가의 지속적 진출을 주도.
- 해외 미술시장 동향 및 변화 추이를 시의 적절하게 파악하고, 이에 대한 대응을 전략적으로 수립하기 위한 다양한 민간단체 및 기관과의 공조 및 협조 체계 구축.
- 해외 유수 기관의 네트워크 방안에 대한 연구를 통한 운영 매뉴얼 작성.

3. 국제 교류 전문인력 지원 체계 마련

1) 전시기획자 대상 국제적 역량 배양

○ 현황 및 필요성

- 우리 작가의 해외 미술시장 진출의 중요한 매개자가 전시기획자임에도 전시기획자에 대한 역할 인식과 중요도에 대한 공감대가 매우 취약함
- 해외의 경우 세계적으로 명성을 갖는 전시기획자 혹은 독립 큐레이터는 그들의 활동만으로도 자국의 작가들이 해외 진출이 매우 용이함에 주목할 필요가 있음.
- 한국의 경우 세 개의 비엔날레가 있음에도 여전히 국제적 역량을 인정받는 전시기획자가 수적으로 취약하여 작가 양성만이 아니라 전시기획자의 국제적 수준 확보가 시급한 현실임.
- 또한 지원 사업에서도 작가를 주 대상으로 인식함으로써 전시기획자의 참여가 미약하지만, 반면 해외 많은 레지던시 프로그램에서는 전시기획자와 평론가 등 이론 분야의 해외 체험이 중요한 비중을 차지하고 있음.

○ 개선방안

- 전시기획자의 국제적 역량 강화에 대한 인식을 확대하고, 이에 따른 다양한 지원 방식을 강구.
- 해외 레지던시 프로그램에서 전시기획자 및 이론 분야 전문가의 연수 활동에 대한 정보 제공과 참여에 대한 지원 강화.

2) 해외 전시 기획 및 비평 활동 지원 강화

○ 현황 및 필요성

- 지원 사업에서 해외 기획전의 경우 기획비라는 항목이 없을 정도로 기획에 대한 개념과 인식이 낮은 수준임.

- 그러나 많은 작가들이나 화랑 관계자들은 궁극적으로 해외 미술시장 진출의 관건은 우리나라 작가의 우수한 작품성에 있다고 보기 때문에 작가들에 대한 비평적 접근과 풍부한 담론 형성의 부분이 보충되어야 하며, 이는 곧 전시기획자의 역할이라 할 수 있음.
- 또한 작가들이 해외미술시장 진출 시 기대하는 간접효과 가운데 가장 큰 비중을 차지하는 부분이 자신의 작품세계에 대한 비평적 평가에 있어, 현지에서의 호의적인 비평적 평가를 위해서도 국내 전시기획자의 활동이 중요한 변수가 됨.

○ 개선방안

- 국내 작가들에 대한 비평 담론을 구성하도록 매개자(큐레이터, 평론가 등) 지원 강화.
- 국내 작가의 해외 미술시장 진출 시 비평적 성과와 미학적 담론을 풍부하게 제공함으로써 홍보 활동에 추가.
- 국내 작가의 작품 비평에 대한 지원 사업 추가와 해외 평론가와 큐레이터에 의한 교차 비평작업의 기회 제공.

4. 홍보 체계 구성

1) 온·오프라인 홍보 체계 구축

○ 현황 및 필요성

- 국내 작가들은 해외 미술시장 진출의 기회 확보로서 해외 인사와의 접촉을 높게 꼽고 있지만, 실제 다양한 채널을 통한 정보 제공과 이에 따른 접촉의 기회 확보가 더욱 효율적이라 생각하고 있음.
- 특별히 온라인상에서의 실시간 정보 업데이트 등의 활용은 매우 절박하여 이에 대한 능동적인 정책이 필요한 상황임.
- 또한 오프라인에서의 홍보 활동 역시도 인적 네트워크와 더불어

도록 제작을 통하거나 전시기획자의 비평 활동 등이 중요한 도구가 될 수 있다고 봄.

○ 개선방안

- 온라인 홍보 체계를 수립하여 사안별 홍보 방안을 강구.
- 국내 전시 개최 시 영문화된 자료의 온라인 제공과 해외 전시 개최시 현지 언론 및 기관 대상 온라인 홍보 방안 실행.
- 오프라인 홍보 방안을 강구하여 효율적인 운영을 실행.
- 도록 제작 지원과 배급 방식의 효율적 운영을 통한 홍보 강화.

2) 현장성 강화를 위한 장치 마련

○ 현황 및 필요성

- 온라인 홍보 방식에서 단순한 정보 수준에서 콘텐츠가 주어짐에 따라 이용률이 현저히 저하되는 상황이 발생함.
- 작가들은 단순 자료실 개념의 온라인 홍보 구축이 아니라 자신들의 활동을 실시간으로 전달해주는 기동성과 현장성이 전제되기를 원함.
- 또한 정보 이용 회수가 많아질 수 있도록 홍보에서의 콘텐츠 강화에 대한 고민이 충분치 않아 해외 온라인 홍보체계에 비해 설득력이 떨어짐.

○ 개선방안

- 홍보 지원은 단순 정보 제공이 아닌 전시회 개최 등의 현장성을 중심으로 구성.
- 실효성을 강조하기 위해 회원 자신이 스스로 업데이트하거나, 해당 콘텐츠에 대한 코멘트 기능을 수반하는 상호작용성(interactivity)을 고려하여 활동을 유도.

[부록] FGI 질문지

1. 전시 사업 효과 분석

1) 대상자 (10명)

- 성명 / 성별 / 나이 / 직업 (작가/ 기획자 / 평론가)

2) 질문안

- 어떤 계기로 전시회를 하게 되었습니까?
- 전시 개최국, 전시 장소, 일시 등을 알려주십시오.
- 전시의 목적은 무엇입니까? 영리적 목적이 포함되어 있었다면 그 효과가 어느 정도 달성되었습니까?
- 전시회 홍보는 어떻게 하셨습니까?
- 전시를 위한 비용 부담 사항을 알려주십시오.
- 전시회 기간 동안 해당국 및 국제적 차원의 주요 미술계 인사의 방문은 있었습니까?
- 전시회를 통해 해당국 및 국제적 차원의 화랑 및 큐레이터 등의 사업 제안이 있었습니까?
- 해당국에서의 비평적 관심은 어느 정도였습니까?
- 본인의 전시 이후 계획은 어떠했고, 그러한 계획이 실현되었다고 생각하십니까? 그렇다면 노하우를 설명해 주시고 그렇지 못하다면 문제요인을 설명해 주시면 고맙겠습니다.
- 전시를 통해 해외 미술계(미술시장 포함)로의 진출을 어느 정도 달성하였다고 생각하십니까? 그렇다면 노하우를 설명해 주시고 그렇지 못하다면 문제요인 및 보완점을 설명해 주시면 고맙겠습니다.
- 국제전시를 할 경우 미술시장 진출을 위한 공공기관의 지원이 필요하다고 생각하십니까? 필요하다면 어떤 부분이라고 생각하

십니까?

- 해외 공공/ 민간 기관 중 자국의 현대미술을 해외에 알리는데 효율적인 지원 및 프로그램을 가지고 활동하고 있는 곳을 알고 있다면 기관명과 활동을 설명해 주십시오.

2. 레지던시 참여 효과 분석

1) 예상 대상 (2명)

- 베타니안 참여 작가(1명), 이윤준 작가

2) 질문안

- 어떤 계기로 레지던시 프로그램에 참여하게 되었습니까?
- 참여국, 프로그램 명, 체류 기간 등을 알려주십시오.
- 참여한 레지던스 공간에서 작가들을 위해 진행한 프로그램이 있다면 그것에 대한 설명 및 효과를 말씀해 주십시오.
- 체류 기간 동안 해당국 및 국제적 차원의 주요 미술계 인사와의 접촉이 있었습니까?
- 체류 기간 동안 해당국 및 국제적 차원의 화랑 및 큐레이터 등의 사업 제안이 있었습니까?
- 본인의 레지던시 참여 이후 해외 미술계(미술시장 포함)로의 진출 계획 및 가능성을 갖게 되었습니까? 그렇다면 그 노하우를 설명해 주시면 고맙겠습니다.
- 레지던시를 통해 해외 미술계(미술시장 포함)로의 진출이 힘들었다면 어떤 부분에서 어려움이 있었다고 생각하십니까? 기존의 지원방식 이외에 실제 레지던시 참여시 더욱 효과적인 지원 방법이 있다고 생각하는 부분이 있다면 설명해 주십시오.
- 해외 공공/ 민간 기관 중 자국의 현대미술을 해외에 알리는데 효율적인 지원 및 프로그램을 가지고 활동하고 있는 곳을 알고 있다면 기관명과 활동을 설명해 주십시오.

3) 미술시장 관계자 효과분석

1) 대상자 (6명)

- 성명 / 성별 / 나이 / 직업/ 주요 사업국가,도시명

2) 질문안

- 해외전시/아트페어/경매개최를 참가를 시작한 년도, 횟수 등을 알려주십시오.
- 해외전시/아트페어/경매 개최국, 전시 장소, 일시 등을 알려주십시오.
- 당시 참가했던 해외전시/아트페어/경매의 일반적인 참가기준을 알려주시고, 가장 심사가 엄격하게 검토된 자격기준 항목이 있었다면 무엇입니까?
- 아트페어 중 가장 엄격하게 참가 심사를 하는 페어를 아시면 알려주십시오. 엄격하다고 생각되는 이유는 무엇입니까?
- 어떤 계기로 해외전시/아트페어/경매참여를 하게 되었습니까?
- 해외전시/아트페어/경매의 목적은 무엇입니까? 영리적 목적이 포함되어 있었다면 그 효과가 어느정도 달성되었습니까?
- 매출액 기준 가장 성공적인 해외전시/아트페어/경매의 이름, 개최국, 년도 등을 알려 주십시오.
- 해외전시회/아트페어/경매 참가 후 실질적 영향력을 느꼈던 일이 있다면 무엇이었으며, 그 영향력의 정도는 해외미술시장 개척에 어느 정도 도움이 되고 있다고 생각하십니까?
- 향후 해외전시/아트페어/경매를 개최하고 싶은 국가나 도시가 있습니까? 있다면 어느 곳이고 그 이유는 무엇입니까?
- 해외전시/아트페어/경매를 꾸준히 개최할 생각이 있으십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?
- 해외전시회/아트페어/경매 홍보는 어떻게 하셨습니까?
- 전시회/경매를 개최하면서 가장 어려움을 겪었던 부분/진입장벽

은 무엇이었습니까?

- 해외전시회/아트페어/경매를 위한 비용 부담 사항을 알려주십시오.
- 해외전시회/아트페어/경매 기간 동안 해당국 및 국제적 차원의 주요 미술계 인사의 방문은 있었습니까?
- 해외전시회/아트페어/경매를 통해 해당국 및 국제적 차원의 화랑/큐레이터/아트페어/경매사로 부터 사업 제안이 있었습니까?
- 해당국에서의 관심은 어느 정도였습니까?
- 해외시장에서 전시/아트페어/경매를 통한 매출액은 어느 정도였습니까?
- [경매회사]같은 작품일 경우 국내에서의 경매낙찰액/경합/구매작품 선호도 등에 차이가 있습니까?
- [아트페어/해외전시]개최국가의 지리적 조건에 따라 국내와 대비되는 작품 구매 선호도가 있습니까?
- 본인의 해외전시회/아트페어/경매 이후 계획은 어떠했고, 그러한 계획이 실현되었다고 생각하십니까? 그렇다면 노하우를 설명해 주시고 그렇지 못하다면 문제요인을 설명해 주시면 고맙겠습니다.
- 해외전시회/아트페어/경매를 통해 해외미술시장진출을 어느 정도 달성하였다고 생각하십니까? 그렇다면 노하우를 설명해 주시고 그렇지 못하다면 문제요인 및 보완점을 설명해 주시면 고맙겠습니다.
- 해외전시회/아트페어/경매를 할 경우 미술시장 진출을 위한 공공기관의 지원(인적/물적인프라 모두 포함하여)이 필요하다고 생각하십니까? 필요하다면어떤 부분이라고 생각하십니까?
- 국제적전시/아트페어/경매를 개최 할 경우 공공기관의 지원을 성공적으로 받고 있는 해외사례가 있습니까? 있으시다면 어떤 점이 성공적지원이라고 생각하십니까?
- 해외 공공/ 민간 기관 중 자국의 현대미술을 해외에 알리는데 효율적인 지원 및 프로그램을 가지고 활동하고 있는 곳을 알고 있다면 기관명과 활동을 설명해 주십시오.

해외 미술시장 개척 및 진출 활성화 방안 연구

- 발 행 일 2012년 1월 11일
- 발 행 문화체육관광부 · (재) 예술경영지원센터
- 주 소 서울특별시 종로구 동숭동 1-67 지하 2층
- 전 화 02-708-2221
- 팩 스 02-708-2242
- 홈페이지 www.gokams.or.kr
- 디자인/인쇄 메인기획

※ 책자의 판매, 전재, 복사를 금합니다.