

메세나의 윤리학: 군수·석유 기업의 영국 국공립 미술관 스폰서십의 예를 중심으로

박재연 (서울대학교)

- I. 들어가며
 - II. 메세나의 역사적 변천 양상
 - III. 미술관 스폰서십의 윤리학
 - IV. 나가며
-

I. 들어가며

본 발표에서는 BP(British Petrol)과 같은 글로벌 군수·석유 기업의 영국 국공립 미술관¹⁾ 스폰서십의 예를 중심으로, 기업의 협찬을 받는 박물관을 비롯하여 이와 관련된 직·간접적 행위자인 아티스트와 관람객의 윤리 인식에 대해 다각적으로 살펴보고자 한다. 지난 7월, 런던 디자인 박물관에서는 특별 기획전 ‘Hope to Nope: Graphics and Politics, 2008–2018’에 참여하고 있던 작가들이 작품 철수를 요구하며 전시 불참의 뜻을 밝히는 소동이 일어났다. 이러한 작가들의 이례적인 단체 보이콧 행동의 이유는 7월 17일 런던 디자인 박물관에서 이탈리아 항공 기업 레오나르도 사社²⁾가 주최하는 리셉션 이벤트가 열렸기 때문이다. 시리아 독재 정권을 지지하는 레오나르도사가 판버러 에어쇼에 참가한다는 사실이 알려지자, 반전 운동 단체인 Campaign Against Arms Trade는 ‘에어쇼가 아닌 무기 잔치’라는 성명을 내고 디자인 박물관 측에 전시 중인 자신들의 작품들을 철수해줄 것을 요구하는 아티스트들의 편지를 공개했다.

오바마 대통령의 대선 홍보 포스터부터 홍콩 우산 혁명의 구호를 담은 포스터를 거쳐 2017년 여성 대행진에 사용된 포스터까지, 최근 10년간의 정치적 포스터 디자인의 변천사를 보여주는 이번 전시는 런던 디자인 박물관이 얼마나 진보적이며 동시대 이슈에 민감한지를 보여주기 위해 기획되었다. 정치 활동에 대한 소셜 미디어의 역할과 그래픽 디자인의 진화를 다룬 ‘정치적 항의에 관한 이야기’를 보여주겠다는 박물관 측의 의도와는 상관없이, 이번 사건을 통해 자금 조달을 위해 ‘비윤리적인 스폰서십을 받은’ 박물관이 반反부패 메시지를 담은 작업을 해온 예술가들과 활동가들의 작품을 전시한다는 것은 지극히 위선적이라는 비판이 이어졌다. 결국 박물관 측은 작품 철수에 대한 아티스트들의 뜻을 존중하며, 남은 전시 기간 동안 무료 관람을 제공하는 동시에 박물관 스폰서십과 관련된 ‘윤리 강령’을 철저히 재검토하겠다고 밝혔다³⁾.

정치와 자본의 간섭으로부터 가장 자유롭고 동시대적이어야 하는 현대 예술의 상당 부분은 엄청난 정치적, 경제적 권력의 투입을 요구하는 의존성을 지니고 있다. 하나의 국공립 미술관이 운영되려면 다양한 정치적, 경제적 투자와 소요 비용이 요구되는데, 자본의 개입이 있지 않고서는

-
- 1) 미술관의 공공성은 국공립 미술관만이 아니라 모든 미술관에 요구되는 문제이나, 본 발표에서는 보다 명확한 논의 전개를 위해 좁은 의미의 공공미술관인 국공립미술관의 사례를 다룬다.
 - 2) 레오나르도 사는 상업용, 군수용 비행기와 위성, 미사일, 해양 무기 등을 생산하는 세계 9위의 군수 기업이다.
 - 3) 2012년 내셔널 갤러리 역시, 대중들의 항의를 받고 이탈리아 무기회사 Finmeccanica 사와의 스폰서십 계약을 중도 해지한 바 있다.

공공 미술관이 자체적인 운영 역량만으로 예술인구의 저변을 확대시킨다거나 예술작품의 가치를 상승시킨다는 것은 불가능에 가깝다.

II. 메세나의 역사적 변천 양상

물론 문화의 자금조달에서 메세나의 중요성은 최근의 것이 아니다. 예술 후원을 의미하는 프랑스어 ‘메세나(Mécénat)⁴⁾는 고대 로마제국 아우구스투스 황제의 대신이자 정치가·외교관·시인이었던 가이우스 마에키나스(Gaius Maecenas)의 이름에서 유래했다. 그가 이렇게 예술가들을 후원한 것은 예술을 사랑했기 때문이기도 하지만 아우구스투스를 둘러싼 정치적 관계에서 자신의 영향력을 증대하려는 목적도 있었다. 순수한 호의를 내세우는 것처럼 여겨지는 메세나 활동은 사실 정치 사회적 입지를 유리하게 만들려는 현실적 이해타산의 기저에 놓여 있었던 셈이다.

19세기까지의 미술후원은 기부주의(euergesism) 전통에 근간을 둔 예술 후원으로, 페트로나지(Patronage), 혹은 필란트로피(Philanthropy)에 가까운 개념이었다. 20세기 전반의 기업가들도 기업의 홍보를 위해서 또는 미술애호 차원에서 미술가를 후원하거나 미술작품을 수집하였으나, 20세기 후반에 들어서는 예술을 지원하는 것이 기업의 이미지를 좋게 할뿐만 아니라 기업에 경제적으로도 도움이 된다는 사실을 인식하게 되었다. 시장자유주의 하에서 기업들은 경제적, 상징적 이윤을 극대화하기 위해 미술 스폰서십을 적극적으로 활용하게 되었고, 컬렉션, 전시후원, 미술상 수여, 미술관과의 협업, 미술행사지원 등 스폰서십 방식도 다양화되었다. 최근에는 직접적으로 기업을 홍보하거나 마케팅을 벌이지 않고 문화예술지원을 하는 기업과 미술관의 파트너십 사례가 늘고 있다. 구체적으로 보면 문화예술단체에 대한 단기적이고 일시적인 스폰서십에서 특정 문화예술단체와의 장기적이고 지속적인 관계를 맺는 투자 개념의 파트너십으로 이동하고 있는 추세⁵⁾이다. 이는 기업들이 파트너인 문화예술단체와의 상호 유기적인 연계를 토대로 한 문화마케팅을 보다 전략적인 방안으로 인식하고 있다는 것을 의미한다.

영국은 기업의 협력을 예술 활동의 주요 동력으로 삼아 많은 기업들이 예술단체와 협력하여 공동 문화사업을 펼치고 있는 대표적인 국가이다. 현대차와의 파트너십을 통해 우리에게도 익숙해진 테이트 모던의 터빈 홀 전시⁶⁾가 가장 가까운 예가 될 수 있을 것이다. 적극적이고 다각적인 방법으로 이루어지고 있는 영국 기업의 예술 후원은 대처 정부의 정치적 기조와 깊은 관련이 있다. 1979년에 들어선 대처 정부는 경제 상황이 악화되자 국영이나 공공의 미술 기관이 미술작품을 구매할 자금이나 공적 지원 자금을 정부예산에서 대폭 삭감했다. 대신 부족한 자금을 충당하기 위한 자구책으로 예술 후원제도를 적극 추진, 세제 혜택 등을 통해 사적 개인 자본을 공공 미술기관의 예술작품 구매와 운영 지원이라는 공적 경제구조에 끌어들이게 되었다⁷⁾.

이러한 스폰서 십의 대표적인 사례가 테이트 갤러리의 ‘터너 상’으로, 1982년 200여명의 회원을 두고 있는 PNA(Patrons of New Art)에 의해 제정되었다. 국영 미술관의 운영난을 해결하고 동시대 예술에 대한 비판적 관심을 환기하기 위해 마련된 이 독창적인 예술 스폰서십은 많은 개인과 기업의 사적 자본이 투입되어 곧 안정된 하나의 시스템으로 자리 잡게 되고, 2000년대 초반까지 예술 기관과 자본, 예술가, 대중 모두가 각자의 이익을 달성한 성공 사례로 꼽히게 된다. 이렇듯

4) 현대적인 의미에서 메세나라는 용어는 1967년 미국에서 기업예술위원회가 발족하면서 처음 사용된 이후, 기업들의 각종 지원 및 후원 활동을 통틀어 일컫는 말로 쓰이게 되었다.

5) 안성남, 안종숙, 「기업의 문화예술후원 활동이 수요자의 구매의도에 미치는 영향」, 『한국산업정보학회 논문지』, 22:5 (2017), 103.

6) 테이트 모던과 현대차의 파트너십은 터빈 홀에서의 <현대 커미션> 전시 후원과 백남준 작품 소장 지원 등 크게 두 가지로 이루어진다. 테이트 모던은 현대차 이전에 영국 에너지 기업 브리티시 페트롤리엄(25년 계약), 다국적 기업 유니레버(13년 계약)와 파트너십을 맺은 바 있다.

7) 이정숙, 「영국의 ‘터너 상’ Turner Prize와 후원자들」, 『현대미술학 논문집』, 13 (2009), 130.

기업의 예술 스폰서십은 주로 문화‘마케팅’ 관점에서 그 효용의 측면에 포커스가 맞추어 진행, 평가되어 왔다. 예술 스폰서십이라는 간접 광고를 통해 기업은 기업이미지를 상승시키는 데 긍정적 효과를 얻게 되었고, 미술관은 전통적인 미술관의 한계를 극복하고, 재원을 조달하여 이용객을 증가시키게 되었다는 것이다.

III. 미술관 스폰서십의 윤리학

최근에는 이러한 상업적이고 경제적인 차원 중심의 기존 분석을 넘어, 확장된 윤리 가치가 예술 스폰서십의 주요 쟁점으로 떠오르고 있다. 지난 이십년 동안의 기업의 미술 스폰서십에서 발견되는 특징 중 하나는 군수 사업체나 과거 나치협력업체, 담배회사, 석유회사 등 사회 윤리적으로 떼어놓기 못한 부분이 있는 기업일수록 스폰서십에 더욱 적극적이었다는 것이다⁸⁾. 이러한 기업들은 박물관 후원 활동을 통해 기업에 대한 인식을 개선하고자한다. 기업의 경제적 실천이 이면에는 부정한 정치권과의 결탁, 탈세, 환경오염, 노동력 착취 등 다양한 형태의 문제점들이 제기되는데, 미술 스폰서십은 기업에 대한 비판적인 시선들을 마비시키는 역할을 하기 때문이다.

오늘날 기업의 미술관 후원과 관련된 윤리의 문제는 보편성과 특수성, 전문성과 대중성 사이에서 반복적으로 제기된다. 하나의 당위가 되어버린 거대한 물적 자본재로서의 미술관이 어떻게 공공성을 유지할 수 있는가? 미술관은 왜 공공성을 유지해야 하는가? 어떤 미술관이 공공적인가 하는 것은 그리 간단한 문제가 아니다. 전통적인 의미에서 미술관의 공공성이 정치적 민주주의, 문화유산의 보존, 계몽주의에 입각한 시민 교육⁹⁾이라는 키워드로 요약될 수 있다면, 오늘날 미술관에서의 공공성은 2000년대 들어 심화된 미술관의 기업화, 상업화에 대비되는 개념이라고 할 수 있다. 물론 이와 같이 변화된 미술관 공공성 담론에는 전문성과 대중성의 개념 역시 혼재되어 있어 명쾌한 결론을 내리는 것은 결코 쉽지 않다. 미술관의 대중성에 대한 요구는 신자유주의 경제정책에 따른 국가보조의 감소라는 경제적 차원과도 관련이 있지만 부르디외를 필두로 한 예술사회학자들의 이데올로기 비판에 자극받은 측면도 있기 때문이다.

실제로 ‘Hope to nope’전을 둘러싼 논쟁에 대해 런던 디자인 박물관 측은 공식 성명서를 통해 ‘전문 큐레이터에 독립적으로 기획된 전시가 일부 직업적인 활동가들의 시위에 의해 검열당한 것에 유감을 표하며, 30,000명이 넘는 관람객 수가 반증하듯 성공리에 진행되고 있던 전시가 논쟁의 표적이 된 것은 궁극적으로 박물관이 더 많은 대중에게 다가갈 수 있는 여지를 줄인 것’이라고 말했다. 이들은 자신들의 전시가 ‘특정 정당이나 세계관을 지지하는 것이 아니며, 정치적 스펙트럼을 넘어 다양한 견해를 제시하기 위한 균형 잡히고 중립적인 방식’으로 이루어 졌음을 강조하는 동시에 공간 대여는 지극히 ‘사적인 행사’였고, 자신들은 ‘공공 기금에서 전체 운영비의 2%만을 지원받기 때문에 보다 훌륭한 전시와 학습 프로그램을 위해’ 수입을 올려야 한다고 항변한다. 이에 대해 보이콧에 참가했던 드레드 스콧은 ‘만약 영국방어동맹 (English Defence League)¹⁰⁾이나 쿠 클럭스 클랜(KKK)이 대관을 신청했으면 받아들여지지 않았을 것’이라고 반박했다. 박물관 측이 ‘이들 조직을 합법화하고 활동을 지원하는’ 암묵적 승인으로 여겨질 것이기 때문이다. 하지만 스콧은 군수 기업 역시 이들과 크게 다르지 않다고 주장한다.

전쟁과 착취, 담배와 환경 파괴 등 보다 확대된 윤리적 쟁점을 제기하며 기업의 예술 스폰서십에 의문을 제기하는 목소리들이 높아지고 있다. 이러한 활동가 단체 중 대표적인 곳이 ‘Bp or not Bp’로, 단체 이름에서 알 수 있듯이 영국의 에너지 기업 British Petroleum (이하 BP)를 주 타겟

8) 김지윤, 「기업의 미술스폰서십에 대한 비판적 고찰-도이체뱅크(Deutsche Bank)의 예를 중심으로-」, 석사학위 논문, 서울대학교, 2015, 23.

9) 조선령, 「변화하는 문화환경과 미술관의 공공성 문제」, 『현대미술사연구』, 22 (2007), 202.

10) 반이슬람 강경주의를 표방하는 영국 극우단체

으로 살아 부정한 자본이 현대 예술계를 잠식하고 있는 현상을 비판하며 시위와 퍼포먼스, 영상 촬영 등 다양한 활동을 벌인다. BP는 영국에서 가장 큰 규모의 예술 후원을 하는 에너지 기업으로, 20 여년째 파트너십을 유지하고 있는 영국박물관을 비롯, 국립 초상화 갤러리, 로얄 세익스피어 컴퍼니 극장, 로얄 오페라 하우스, 국립 자연사 박물관과 공고한 파트너십을 맺고 있다¹¹⁾. BP와 같은 비윤리적 기업의 예술 후원에 반발하는 활동가들과 예술가들은 환경을 파괴하고 빈곤 지역의 노동력을 착취하며 세계 경제, 외교 질서를 교란시키는 기업의 후원이 미술관에 진정으로 필요한가에 대해 의문을 제기한다. 실제로, 2016년 BP가 2018년부터의 문화예술 후원 플랜을 발표하며 밝힌 총 후원 액수는 750만 파운드로, 위에 열거한 문화예술 기관들의 지난 5년간의 수익의 0.4퍼센트에 불과하다.

IV. 나가며

민간 자본이 확충되고 그에 대한 의존성이 증가하는 동시에 정부의 감독이나 통제 기능이 합법적으로 축소되고 있는 오늘날의 공공 미술관에서, 윤리적인 예술 소비에 대한 이야기를 하는 것은 허황된 것처럼 여겨질 수 있다. 그러나 미술 담론과 함께 호흡하는 미술관 담론에는 당대 예술의 흐름과 사회적, 문화적 각성의 추이도 반영¹²⁾된다. 단순한 상업주의에 대한 반발을 넘어 환경과 인권 같은 윤리적 가치를 소비하고자 하는 변화의 움직임은 이미 사회 전반에서 뚜렷하게 나타나고 있다. 예술과 문화의 흐름에 따라 미술관 담론 역시 유기적으로 반응하고 변화해야 한다. 이익을 추구하는 기업에 지나치게 의존하지 않는 윤리적 기금 모금 정책, 자유롭고 창조적인 예술에 대한 보다 민주적이고 신뢰할 수 있는 자금 조달 모델, 후원 계약에 관한 투명하고 책임감 있는 절차에 대한 다양한 담론을 통해, 파트너 기업의 가치가 미술관의 가치와 일치하는 지 판단할 수 있는 기반이 마련되어야 할 것이다. 오늘날의 미술관은 관계와 연대, 소통의 가치를 통해 방문객들의 인식과 상상력의 폭을 넓히고, 이를 통해 더 나은 세계에 대한 감성을 풍부하게 해야 한다. 바야흐로 예술 소비에 대한 우리 모두의 윤리적 기준을 업데이트해야하는 시점이다.

참고문헌

- 김지윤. 「기업의 미술스폰서십에 대한 비판적 고찰-도이체뱅크(Deutsche Bank)의 예를 중심으로-」. 석사학위 논문, 서울대학교, 2015.
- 김진아. 「20세기 후반 미국 미술의 후원과 대기업들」. 『미국사연구』. 24 (2006), 55-80.
- 심상용. 「국립현대미술관 특수법인화를 정당화하는 담론들 다시읽기」. 『현대 미술학 논문집』. 16 (1012), 121-69.
- 안성남, 안종숙. 「기업의 문화예술후원 활동이 수요자의 구매의도에 미치는 영향」. 『한국산업정보학회논문지』. 22:5 (2017), 101-11.
- 이정숙. 「영국의 ‘터너 상Turner Prize’와 후원자들」. 『현대미술학 논문집』. 13 (2009), 127-62.
- 조선령. 「변화하는 문화환경과 미술관의 공공성 문제」. 『현대미술사연구』. 22 (2007), 199-232.

11) BP는 2018년부터 영국박물관에서는 특별 기획전, 국립 초상화 갤러리에서는 ‘BP Portrait Award’, 로얄 오페라 극장에서는 ‘BP Big Screen’, 로얄 세익스피어 컴퍼니 극장에서는 ‘16-25세 관객 대상 5파운드 입장료 정책’을 후원한다고 밝혔다.

12) 심상용, 「국립현대미술관 특수법인화를 정당화하는 담론들 다시읽기」, 『현대 미술학 논문집』, 16 (1012), 8.

「메세나의 윤리학: 군수·석유 기업의 영국 국공립 미술관 스폰서십의 예를 중심으로」에 대한 질의문

최 병 진 (한국외국어대학교)

발표문을 통해서 가장 흥미로운 점 중 하나는 박물관 제도를 통해서 이해 관계자의 윤리적 관점들이 박물관의 운영에 반영되는 경계를 검토하는 부분인 것 같습니다. 박물관의 내부 이해관계자와 스폰서, 그리고 외부 이해관계자로서 관람객이나 이 같은 의미에 동의하는 예술가들의 항의는 전시가 만들어내는 메시지뿐만 아니라 그 과정도 논의가 필요하다는 점을 런던 디자인 박물관의 사례를 통해서 잘 보여주셨습니다.

이런 점은 박물관의 개념이 역사에 대한 내러티브를 넘어서 사회적 담론 공간이나 참여적 박물관으로 인식되는 과정을 동반하는 것 같습니다. 특히 비영리 기관이 스폰서를 받았을 때 지불해야 하는 대가와 이에 대한 이슈를 동반할 수 있다는 가능성을 볼 때, 이는 박물관의 답변처럼 윤리 강령뿐만 아니라 비영리 기관의 경영이라는 측면에서도 제도적 논의를 요청한다고 생각합니다. 따라서 이 같은 쟁점들을 해결하기 위해서 윤리 강령이나 경영 과정에 대해서 어떤 대안들이 있을 수 있는지 의견을 부탁드립니다.

그리고 영국 박물관 사례들은 박물관의 경영에서 다른 지역에 비해 스폰서와 연관된 사회적 스캔들을 일으키는 경우가 많은 것 같습니다. 이런 점은 미국과 달리 유럽의 공공성을 지닌 미술관에서 사회적 담론공간으로 전환되는 과정에서 대처의 정책적 변화에서 기인하는 것이 아닐까 생각해보았습니다. 가능하시다면 이 같은 사회적 맥락에 대해서 부연설명이나 의견을 요청 드리고 싶습니다.