creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

인류학석사 학위논문

화랑의 미술품 거래 관행과 권력 관계

2016년 2월

서울대학교 대학원

인류학과 인류학 전공

김 용 욱

화랑의 미술품 거래 관행과 권력 관계

지도교수 오 명 석

이 논문을 인류학석사 학위논문으로 제출함
2015년 12월

서울대학교 대학원
인류학과 인류학 전공
김 용 욱

김용욱의 석사 학위논문을 인준함
2016년 1월

위 원 장 황 익 주 (인)

부위원장 류 정 아 (인)

위 원 오 명 석 (인)

초 록

본 논문은 한국 화랑에서 발견되는 미술품 거래 관행에 대한 민족지적 조사에 기초하여 그들이 실천하고 있는 문화적 규칙을 정리하고 그것의 의미를 해석한 것이다.

한국의 화랑가에서는 작가의 기준 가격과 미술품의 크기만을 고려하는 호당가격제에 따라 작품의 가격을 정하고 관람객의 눈을 피해 전시장 뒤에 마련된 '뒷방' 안에서 흥정과 거래를 하는 것을 불문율로 여긴다. 이러한 화랑의 거래 관행은 돈세탁이나 비자금 조성의 수단을 제공한다는 비판을 받고 있지만, 그러한 비판에도 불구하고 화랑가의 사람들은 관행을 고수하고 있다. 본 논문은 화랑의 미술품 거래가 경제적 동기만으로는 설명할 수 없는 사회적, 정치적 의도를 내포하고 있는 활동이며, 그에 수반되는 일련의 관행들은 경제적 목적과 비경제적 목적을 동시에 달성하기 위한 화랑가의 선택이라는 점을 보여줌으로써 화랑의 미술품 거래 관행이 지속되는 이유를 밝혀내고자 하였다.

화랑 관장들은 미술품의 가치는 주관적으로 평가되는 것인데 그것을 자의적으로 화폐가치로 환산하는 것은 작가에 대한 예의가 아니라는 이유에서 작품에 가격을 매기는 것을 부담스럽게 여긴다. 이때 호당가격제에 따라 산정된 미술품의 가격은 작품의 미적 가치에 대응하는 화폐가치가 아닌 작가의 노동에 대한 보상으로 풀이됨으로써 거북한 가격 계산을 점잖게 해결할 수 있는 논리를 제공해준다. 한걸음 더 나아가면 이러한 해석은 컬렉터가 작품 구입을 통해 작가를 '후원'한다는 논리로 이어진다. 다시 말해, 컬렉터는 단순히 작품을 구입하기 위해 대금을 치르는 것이 아니라 훌륭한 작품을 만들어준 것에 대한 감사가 담긴 후원금을 작가에게 전달하는 것이라는 언

설이 통용되고 있는 것이다. 이러한 후원의 논리는 작가-관장-컬렉터의 거래 관계에 기초한 공동체적 유대를 확장하고자 하는 노력의 일부이자 훌륭한 근거로서 기능한다.

눈에 띄지 않는 곳에서 조용히 이루어지는 거래는 후원의 논리와 유대의 정서를 더욱 강화시켜준다. 작품을 사고자 하는 이는 화랑 관장과 작가에게 초대되어 작은 '뒷방' 안에서 긴 시간 동안 친밀한 담화를 나누는 가운데 컬렉터의 지위와 그에 상응하는 대우를 받게 되는데, 이러한 과정 속에서 미술품의 거래는 애호가의 교제 행위로 받아들여지게 되는 것이다. 거래가 반복됨에 따라 두 행위 사이의 인식적 경계는 점점 더 희미해지기 마련이며, 그에 비례하여 참여자들이 공유하는 폐쇄적 동질감과 유대감의 강도는 점점 더 높아지게 된다.

화랑의 미술품 거래 관행과 그것이 만들어내는 내부적 논리와 정서는 화랑이 중심이 된 미술품 유통 체계의 권력 구조 형성에 결정적인 기여를 하고 있는 것으로 보인다. 화랑의 미술품 거래 관행은 직접적으로는 작가와 컬렉터 양자에게 제한된 정보와 결정권을 제공하고 그들을 비경쟁적인 관계로 맺어지게 함으로써 작품의 가치와 유통에 대해 화랑 관장이 영향력을 행사할 수 있게 해주며, 더 근본적으로는 미술품의 예술적 가치를 보호하여 화랑 체계가 존속할 수 있는 기반을 제공해준다. 즉, 거래 관행은 거래를 전시 과정의 일부로 통합시켜 미술품의 거래에서 상업적이고 세속적인 흔적을 지워버림으로써 미술품의 가치와 그 가치에 대한 공유된 믿음 위에서 유지되는 사회적 관계로서의 화랑 체계를 지켜내고 거래 참여자들이 추구하는 권력과 위세, 그리고 명예의 유지와 보호에 기여하고 있는 것이다.

일면 이러한 화랑의 미술품 거래 관행과 그것이 만들어내는 시장 구조는 비합리적이고 많은 비용을 수반하는 것으로 보일 수 있다. 그러나 그럼에도 불구하고 화랑가에서 관행이 계속해서 이어지고 있는 것은 관행의 준수가 불안을 감쇄시켜주기 때문이다. 화랑가에서 공유되고 있는 관행적 규칙들은

모호한 사회적 환경에 대처하는 구체적인 방법을 제공해준다는 점에서, 그리고 나아가 거래 상황에서 발생할지 모르는 불안의 요소들을 통제하고 있다는 자기 확신을 가능케 해준다는 점에서 마치 교리와 같이 받아들여지고 있다. 즉, 화랑은 불안을 떨쳐내기 위해 새로운 대응책을 모색하려 하기 보다는 전통적인 관행의 울타리 안에 들어감으로써 모두는 경쟁이 만들어내는 불편한 관계와 낙오의 불안에서 벗어나 현재의 지위와 예측할 수 있는 미래를 보장받고자 하는 것이다.

주요어: 화랑, 미술품, 거래 관행, 호당가격제, 뒷방 거래, 후원, 권력 관계
학 번: 2006-22822

차 례

1. 서론 ····· 1

1.1. 화랑의 미술품 거래는 무엇을 바라는가 ····· 1

1.2. 이론적 관점 ····· 3

1.3. 한국 화랑에 관한 선행연구 검토 ····· 9

1.4. 연구의 대상 및 방법 ····· 11

1.4.1. 연구대상 ····· 11

1.4.2. 연구방법 및 과정 ····· 14

2. 화랑의 거래 관행과 그것의 지배적 지위에 관한 검토 ····· 19

2.1. 화랑의 미술 작품 거래 ····· 19

2.1.1. 접근 제한된 화랑의 거래 ····· 19

2.1.2. 호당가격제: 작품의 가격은 어떻게 매겨지는가 ····· 21

2.1.3. 뒷방 거래: 작품은 어떤 과정을 통해 거래되는가 ····· 25

2.2. 거래 관행 확립의 배경과 과정 ····· 28

2.2.1. 관행 수용과 정착의 역사적 과정 ····· 28

2.2.2. 거래 관행의 특수성과 그것을 길러낸 풍토 ····· 30

2.3. 화랑에 대한 비판과 그것의 의미 ····· 34

2.3.1. 비판자들의 시각과 논지 ····· 34

2.3.2. 거세진 비판에 내포된 시장경제의 전제 ····· 35

3. 화랑의 거래 관행에 만들어내는 공동체 가치와 권력 ····· 38

3.1. 화랑의 거래와 후원의 공동체 ····· 38

3.1.1. 호당가격제에 작용하는 후원의 논리 ····· 38

3.1.2. 뒷방에서 이루어지는 애호가의 교류 ····· 44

3.2. 화랑의 체계를 위협하는 거래, 위협을 무마하는 관행 ····· 48
3.2.1. 거래 관행의 정치 ····· 48
3.2.2. 전시-거래의 관계와 화랑의 체계 ····· 53
3.2.3. 체계에서 비롯되는 화랑의 권력 ····· 60
3.2.4. 체계의 관점에서 재해석한 화랑의 거래 관행 ····· 67
3.3. 거래 관행의 허구성과 진정성 ····· 70
3.3.1. 후원과 공동체의 담론에 대한 의심과 비판 ····· 70
3.3.2. 실재하는 후원과 실재하지 않는 후원 ····· 72

4. 거래 관행을 요구하는 화랑의 에토스 ····· 77
4.1. 불안한 현실과 확신에 대한 갈망 ····· 77
4.1.1. 통제 불가능한 가격과 불확실한 지위 ····· 77
4.1.2. 사회적 경로로서의 거래 관행 ····· 83
4.2. 변화를 거부하는 화랑가 ····· 88
4.2.1. 그대로 있어도 괜찮은 이유 ····· 88
4.2.2. 환경의 변화에 대한 화랑의 한계적 대응 ····· 92

5. 결론 ····· 98

참고문헌 ····· 102
Abstract ····· 109

1. 서 론

1.1. 화랑의 미술품 거래는 무엇을 바라는가

일련의 대기업 불법 비자금 사건에 화랑이 깊이 관여했다는 사실이 드러나면서 언론은 연달아 그에 대한 비판과 분석을 내놓았다.[1] 언론은 해당 화랑의 비도덕성을 질타하는 데에서 나아가 화랑가의 미술품 거래 관행 자체를 문제의 근본적 원인으로 지목하였다. 미술품 거래가 왜 문제인가 하면, 화랑가에서는 호당가격제라는 이름으로 작가의 경력과 작품의 크기만으로 작품의 가격을 책정하고 뒷방에서의 개별적인 흥정을 통해 가격을 할인해주는 방식으로 미술품을 거래하는 것을 관행으로 삼고 있는데, 그것이 일반적인 상거래 방식과 달리 불투명하고 불합리한 성질을 가지고 있어서 불법과 편법을 부추긴다는 것이다.

화랑의 거래에 대한 언론의 날선 비판은 상당히 오랫동안 이어졌다. 문제가 된 비자금 실태는 하나가 대중의 관심에서 잊혀져갈 때 즈음 또 다른 하나가 밝혀지는 식으로 해를 넘겨가며 꼬리를 물고 폭로되었기 때문이다. 하지만 화랑가는 그와 같은 비판에 대해 어떠한 눈에 보이는 대응도 내놓지 않았다. 변명이나 반박도 없었고, 비판을 수용하고 변화를 시도하는 모습도 볼 수 없었다. 그리고 결국 시간이 지남에 따라 비자금 사건은 서서히 시사

1) 그 시발점이 된 것은 2007년 삼성그룹의 비자금 실태가 발각된 사건이다. 당시 전 삼성그룹 법무팀장이었던 김용철은 삼성그룹이 수백억 원의 비자금을 조성하여 관리해왔고 그 비자금 중 일부가 고가의 미술품 구입에 사용되었다고 폭로를 하였으며, 특별검사의 수사 결과 이는 일부 사실로 드러났다. 그 여파로 화랑의 미술품 거래에 대한 부정적인 시선이 확산되었고 미술시장은 불황에 접어들게 되었다.

성을 잃어갔고 화랑에 대한 비판도 그와 함께 사그라졌다.

겉으로 드러나지 않았을 뿐 화랑가가 그 문제에 대해 완전히 초연했던 것은 아니다. 실상은 오히려 그 반대였다. 화랑가의 '뒷방'에서는 문제의 화랑에 대해, 화랑에 대한 대중의 싸늘한 시선에 대해, 그리고 그로 인한 매출 축소에 대해 수많은 이야기들이 끝없이 오고 갔고, 한결 조심스럽기는 했지만 화랑의 거래에 대한 다양한 생각들을 나누고 있었다. 어떤 이는 문제를 애써 모른 척 했고, 다른 어떤 이는 전혀 문제될 것이 없다고 확신을 했고, 또 다른 어떤 이는 무엇이 왜 문제가 되어야 하는 것인지에 대해 의문을 품을 생각조차 하지 않았다. 그러나 그 목소리들이 밖으로 나오는 일은 없었다. 겉으로 봤을 때 화랑들은 그저 언제나처럼 오랜 관행에 따라 묵묵히 그림과 조각을 거래할 뿐이었다.

화랑가의 터줏대감 격인 화랑 관장들은 이런 일이 처음이 아니라고 했다. 몇 년마다 한 번 씩 있었던 일이고 그럴 때마다 시끄러웠지만 시간이 지나면 조용해졌다는 것이다. 그러니 분명 이번에도 결국에는 별 일 없이 유야무야 넘어가게 될 것이라며 전혀 걱정할 필요가 없다고 했다. 그러나 그런 '이 또한 지나가리라' 식의 설명은 화랑의 거래 관행이 가진 강력한 제도적 지배력에 관한 의문을 풀어주는 것이 아니라 도리어 더 확장시킬 뿐이다.

화랑가의 사람들은 높은 수준의 교양을 갖추고 있고 사회 문제에 대해서도 많은 관심을 가지고 있다. 비록 화랑협회라는 조직이 있기는 하지만 화랑들은 어디까지나 자율적으로 운영되며 화랑 관장들은 대부분 자기주장이 강한 사람들이기 때문에 그들의 의견을 하나로 모으는 것은 쉬운 일이 아니다. 그리고 실제로 화랑의 거래에 대해 화랑 관장들은 하나로 통일할 수 없는 다양한 의견을 가지고 있었다. 하지만 그럼에도 불구하고 화랑들은 하나같이 호당가격제를 지키고 뒷방에서 사사로운 방식으로 거래를 한다. 관행이라는 이름 하에서 유지되는 이러한 자발적인 제도적 통일성은 어떤 과정을 거쳐 성립된 것일까? 그리고 그것을 지속하게 만드는 동기와 유인은 무

엇일까? 화랑가에서 그러한 관행이 사라지거나 변하는 일은 앞으로도 벌어지지 않을까?

본 논문은 화랑가에서 실천되는 미술품 거래 관행을 길잡이로 삼아 화랑의 '뒷방'과 그 안에서 만들어지는 후원의 논리와 공동체적 유대의 정서, 그리고 위세와 명예를 추구하는 참여자들의 정치를 들여다보고자 한다. 이를 통해 화랑의 미술품 거래가 경제적 동기만으로는 설명할 수 없는 사회적, 정치적 의도를 내포하고 있는 활동이며, 그에 수반되는 일련의 관행들은 경제적 목적과 비경제적 목적을 동시에 달성하기 위한 그들의 역사적, 문화적 선택이라는 점을 보여주고자 한다. 이론적 측면에서, 이는 사물의 교환에 기초한 공동체적 가치의 재생산에 관한 기존의 인류학적 논의를 현대 시장경제 사회의 맥락에 맞추어 발전적으로 해석하고자하는 시도로 볼 수 있을 것이다.

1.2. 이론적 관점

특별한 가치를 지닌 사물의 호혜적 교환 행위는 인류학의 가장 오래된 연구 주제 가운데 하나이다. 20세기 전반, 트로브리안드 군도의 독특한 교환 관습인 쿨라를 학계에 소개한 말리노프스키(Malinowski)와 고대의 총체적 증여 체계에 대한 민족지적 분석을 시도한 모스(Mauss) 등이 연구의 초석을 닦은 선구자로 꼽히며, 특히 모스가 그의 저서 『증여론』(2002[1925])에서 제시한 '전체적인 급부체계'의 핵심적인 개념들은 재화의 교환에 관한 후대의 연구 방향에 큰 영향을 끼친 것으로 평가된다. 모스는 선물의 증여는 수증자와 수여자에게 호혜성에 기초하여 '주고, 받고, 되갚아야 하는' 연속된 도덕적 의무를 부과하며, 그 의무의 준수를 강제하는 것은

선물이 되는 특별한 사물이 가지고 있는 힘 - 모스는 이를 마우리족의 언어를 빌려 '하우(hau)'라고 칭하였다 - 에서 비롯되는 것이라 주장하였다.

이후, 말리노프스키와 모스의 뒤를 이어 많은 후대의 인류학자들이 연구 성과를 축적함에 따라 사회적 관계와 가치를 통제하는 제도로서의 선물 교환은 비서구 사회의 경제 체계에 관한 인류학의 대표적인 이론적 시각으로 자리매김하였다. 가치재의 선물 교환에 관한 인류학 연구의 주요 성과는 크게 두 가지 흐름으로 나누어 볼 수 있다. 하나는 모스의 유산에 대한 이론적 검토이며, 다른 하나는 트로브리안드 군도의 교환 체계에 대한 더욱 정치한 민족지적 분석이다(Sahlins 1972, Weiner 1985; Leach & Leach 1983, Munn 1992[1986]). 두 연구의 흐름은 상호 교차하면서 선물 경제와 그것이 만들어내는 사회적 가치를 분석하는 다양하고도 창의적인 개념 및 이론의 창출에 기여하였다.

그러나 재화의 교환에 관한 인류학의 연구는 명확한 한계도 노정하였는데, 비서구 전통 사회의 선물 교환에 지나치게 천착한 나머지 상대적으로 현대 사회의 상품 경제에 관한 논의는 인류학의 관심에서 소외된 것이다. 이는 다분히 의도된 것으로, 인류학자들은 전자본주의 사회에서 나타나는 도덕적인 선물 교환 행위에 초점을 맞춤으로써 비인격적 상품을 생산하고 소비하는 자본주의 체제를 비판하고자 하였던 것이다(Wilk 2010[1996]: 269). 이와 같은 편향된 기조 속에서 비서구 사회에서 나타나는 '선물'과 서구의 경제체제 속에서 나타나는 '상품'은 거울의 상처럼 명확히 구분된다는 그레고리(Gregory)의 주장은 '비서구 전통 사회-가치재-선물 경제'와 '서구 사회-상품-시장 경제'의 이분법적 사고가 확산되는 데에 상당한 영향을 끼쳤다(Gregory 1982: 24).

사물의 교환에 관한 인류학의 편향된 관심과 그에서 비롯된 선물-상품 이분법은 다양한 측면에서 한계가 지적되었다.[2] 사물이 지니는 다양한 사회

2) 예를 들어, 토마스(Thomas)는 멜라네시아의 전통적 경제는 선물교환적 성격 못

적 가치와 그것의 능동성에 주목한 아파두라이(Appadurai)의 연구(1986)는 그와 같은 한계를 극복하기 위한 시도의 대표적 사례로 꼽힌다. 아파두라이는 인류학 글쓰기가 선물과 상품의 대조를 지나치게 과장해왔으며, 그 결과 상품이 사회와 결부되어 만들어내는 다양성이 단순화되었다고 지적하였다. 그는 상품이나 선물은 사물이 사회적 삶의 일정 단계에서 처하게 되는 특수한 상황일 뿐, 사물이 속하는 본질적이고 영구적인 범주인 것은 아니라고 주장하였다(Appadurai 1986: 11-13). 이와 같은 인식 위에서 아파두라이는 선물의 혼이나, 쿨라의 경로와 같은 선물 교환에 관한 인류학 연구에서 쓰이는 개념들을 상품 교환에 적용함으로써 '특수한 역사 속에서 형성된 문화적 체계'로서의 상품 경제에 관한 논의를 구축하고자 시도하였다(ibid.: 48-49).

화랑의 미술품 거래에 관한 본 연구의 성격을 이상과 같은 재화의 교환에 관한 인류학의 연구 성과에 비추어본다면, 시장경제 하에서 이루어지는 가치재의 상품 교환으로 범주화할 수 있을 것이다. 화랑에서 미술품은 특별한 사회적 가치를 지니고 있는 사물이면서 동시에 상품인 것으로 간주된다. 화랑가의 사람들은 미술품을 하나의 상품으로 사고팔면서도 그것이 지닌 가치재적인 속성을 유지시키기 위해 다양한 노력을 기울인다. 화랑의 미술품 거래는 일반적인 시장의 규칙을 따르지 않으며, 사람들은 거래를 통해 경제적 이득을 얻는 데에 그치는 것이 아니라 사회적 가치와 의미를 전유하는 데에 더 골몰한다.

지않게 상품교환적 성격도 띠고 있으며 양자는 사실상 구분되지 않았다는 점을 들어 이분법을 비판하였다(Thomas 1991). 또한 더글라스(Douglas)와 이셔우드(Isherwood)는 상품 역시 가시적인 문화의 일부를 구성한다는 인식을 제시하였으며, 밀러(Miller)는 그러한 인식 위해서 상품 경제 하에서 사람들은 상품의 소비를 통해 객체화된 사회의 가치와 의미를 자신의 것으로 전유하게 되는 것이라 주장하였다(Douglas & Isherwood 1996[1979], Miller 1985).

이러한 특징들을 고려했을 때, 화랑의 미술품 거래를 통해 살펴보고자 하는 '가치재의 상품 교환' 현상은 이론적 측면에서 다음과 같은 두 가지 명제로 분리해낼 수 있을 것이다. 첫째, 이는 시장경제 체제라는 제도적 제한 속에서 나타나는 호혜적 교환의 특수한 형태로 볼 수 있다. 이러한 해석을 받아들인다면 화랑에서 이루어지는 미술품 거래 행위에 내포된 사회문화적 가치는 가치재의 선물 교환에 관한 인류학적 성과를 적용함으로써 실험적으로 파악될 수 있을 것이다. 둘째, 사물 중심적인 관점에서 본다면 이는 문화적으로 상품이 되기 어려운 사물을 상품화시키는 시도라고 해석될 수 있다. 사물의 개별화 및 상품화 과정과 그에 수반되는 가치의 경합에 관한 아파두라이의 논의는 이와 같은 해석의 의미를 구체화하는 데에 기여할 수 있을 것이다.

화랑의 미술품 거래를 시장경제 제도에 의해 제약된 특수한 호혜적 교환으로 이해하는 관점에서 현상을 분석하기 위한 이론적 틀로서, 본 연구는 트로브리안드 군도의 쿨라 교환 체계에 관한 문(Munn)의 연구(1983, 1992[1086])에 주목하고자 한다. 문은 쿨라를 실천하는 주체들의 행위를 상호주관적인 관점에서 바라봄으로써 쿨라에 의해 상징적인 가치가 만들어지고 통제되는 과정의 동학을 이해하고자 하였다. 문의 분석에 따르면, 쿨라는 가치가 이미 정해져 있는 장신구를 맞교환하는 행위가 아니라 장신구의 가치를 만들어내는 행위로 이해되어야 한다. 즉, 두 개의 장신구는 서로 교환됨으로써 동등한 가치를 지니는 쿨라의 대상으로 인식된다는 것이다(Munn 1983: 208). 이와 같은 문의 해석은 쿨라의 체계에 대한 두 가지 측면에서의 인식론적 확장을 유도한다.

첫 번째는 시공간적 확장이다. 장신구의 가치가 교환의 과정 속에서 결정된다는 것은 장신구를 교환하는 행위가 곧 상대를 설득하는 행위이며, 나아가 상대를 자신의 사회적 연망 안으로 끌어들이는 행위라는 것을 의미한다. 따라서 넓고 튼튼한 사회적 연망은 성공적인 쿨라의 결과인 동시에 미래에

벌어질 쿨라에서의 성공을 위한 필수적인 자원이 되기에, 쿨라의 참여자들은 장신구가 오가지 않는 상황에서도 환대를 지속하려고 한다. 문은 이와 같은 관점에서 볼 때 쿨라는 장신구를 교환하는 행위뿐만 아니라 사회적 연망의 관리를 위한 환대까지도 포함하는 체계로 이해되어야 하며, 그렇기 때문에 쿨라에서의 성공은 연속적으로 펼쳐지는 쿨라의 시공간적인 흐름을 얼마나 잘 통제하는가에 따라 결정되는 것으로 보아야 한다고 주장하였다(ibid.: 291-293). 즉, 문은 쿨라를 시공간적 흐름의 범주를 구축하는 행위 체계로 해석하고 있는 것이다.[3)]

두 번째 확장은 사물의 능동성에 대한 발견에서 비롯된다. 문은 장신구를 교환하고 그것에 가치를 부여하는 것은 사람이기 때문에 사람만이 쿨라의 능동적인 행위자인 것처럼 이해하기 쉽지만, 장신구가 없다면 쿨라의 참여자들은 자신의 가치를 증명해낼 수 없게 된다는 점에서 장신구 역시 쿨라의 행위자로 파악할 필요가 있다고 보았다(ibid.: 283). 이와 같은 관점에서 본다면, 쿨라의 행위 체계 속에서 사람은 장신구에 자신의 이름을 붙여주고, 장신구는 교환의 여정을 통해 그의 이름을 실어 나름으로써 명성을 드높여주는 방식으로 서로의 가치 획득에 기여하는 것으로 이해될 수 있다(Munn 1992[1086]: 105-108).

---

3) 한편, 문과 같은 시기에 쿨라를 - 그리고 그에 부속된 더 작은 규모의 교환 체계도 함께 - 연구한 와이너(Weiner)는 사물의 교환을 미시적인 호혜성의 원칙에 따라 구분하고 규정하는 시각에서 벗어나 교환 체계와 사회의 관계를 파악하고자 하였다. 와이너는 교환 행위에 수반되는 의례적 규칙은 자연스럽게 교환이 이루어지게 하기 위해서가 아니라 교환에 요구되는 관심과 노력을 이끌어내기 위해서 존재하는 것이며, 그러한 교환의 노력은 개인의 독립된 행동으로 규정될 수 없고 오직 사회적 맥락과 시공간적인 제약 속에서만 이해될 수 있다고 보았다. 그리고 이와 같은 해석 위에서 그녀는 교환 체계가 '구조화하는 구조(modus operandi)'로서 사회관계의 재생산에 기여하고 있다는 관점을 제안하였다(Weiner 1983: 72-73). 와이너의 이와 같은 해석은 쿨라의 시공간적 확장에 관한 문의 해석을 보다 더 거시사회적인 관점 하에서 명료하게 정리해준다.

다른 한편, 화랑에서 이루어지는 미술품의 거래를 특별한 사회적 가치를 지닌 사물을 상품화, 혹은 탈상품화시키려는 전략적인 시도로 해석하는 작업은 아파두라이의 '상품 상황(commodity situation)'에 관한 논의를 적용하는 데에서 시작할 수 있을 것이다. 아파두라이는 상품 경제의 복잡한 문화적 측면을 이해하기 위해서는 상품의 동일성에 대한 가정을 버리고 사물이 처한 상품 상황의 역동성에 주목할 필요가 있다고 주장하였다. 그에 따르면 상품 상황이란 사물의 거래가능성이 그것의 두드러지는 특징으로 인식되는 상황으로, 사물이 실제 상품으로서 존재하는 '상품 국면(commodity phase)'과 상품으로 인지될 수 있는 가능성만을 내포하는 '상품 후보(commodity candidacy)', 그리고 가능태로서의 상품 후보와 현실태로서의 상품 국면을 매개하는 사회적 경합의 장으로서의 '상품 맥락(commodity context)'으로 구분되어 이해될 수 있다(Appadurai 1986: 13-15).

상품 상황에 관한 아파두라이의 정교한 개념화는 하나의 사물은 상품이거나 상품이 아닌 상태로만 존재하는 것이 아니라 끊임없는 상품화와 특이화의 과정에 의해 가치와 의미가 결정된다는 것을 지적해준다. 이와 같은 인식 위에서, 코피토프(Kopytoff)는 사물의 상품화와 특이화 과정에서 발견되는 모호함과 복잡함을 구체적으로 설명하고 있다. 그에 따르면, 사물의 상품화와 특이화는 순차적으로 이루어질 수도 있지만 동시에 벌어지기도 하며 한쪽이 다른 한쪽을 반드시 배척하는 관계인 것도 아니다. 예를 들어, 상품으로 존재하는 사물은 상품 영역에서 벗어남으로써 특이성을 가지게 되지만, 반대로 특이화 과정을 통해 더 높은 교환 가치를 지닌 상품이 되기도 한다. 또한 어떤 상품은 공식적인 탈상품화가 이루어지지 않는 한 계속해서 잠재적인 상품으로 남게 되지만, 어떤 상품은 오직 교환의 순간에만 상품으로 인지되기도 한다(Kopytoff 1986: 77-81).

아파두라이는 사물의 사회적 삶 속에서 교환과 가치는 정치적으로 결정된다고 주장하였다. 물론 일상 속에서 사물을 둘러싼 정치적 긴장을 찾아보기

는 어렵지만, 특수한 상황에서는 사물을 규정하는 기존의 구조적 틀과 이 틀에 위배되는 사물의 성향 사이에 긴장이 발생하게 되고, 사물은 정치적인 계산에 의해 새로운 사회적 삶의 경로를 부여받게 된다는 것이다 (Appadurai 1986: 13-15).

자본주의 시장경제 사회의 문제와 한계에 예민한 이에게 미술품이 거래되는 현상은 그 자체가 폴라니(Polayni)가 개탄한 '허구상품'으로 해석될 수 있다는 점에서 비극으로 비춰질지 모르지만, 이 역시 하나의 문화적 현상으로 수용하게 되면 그 안에 사회의 가치와 권력의 체계, 그리고 사물을 통해 발현되는 에토스가 녹아있음을 발견할 수 있다(Polanyi 2009[1944]: 243-244). 또한 기존의 이론적 성과를 미술품 거래라는 비전형적이고 경계적인 사회 현상에 적용시킴으로써 기존 이론의 해석 가능성을 더욱 풍부하게 만드는 새로운 주석을 작성할 수 있을 것이라 기대한다.

1.3. 한국 화랑에 관한 선행연구 검토

한국의 화랑은 제법 독특하고 복잡한 역사적, 사회적 맥락 위에 위치해 있으며, 미술품 유통의 핵심적인 역할을 담당하고 있는 제도이자 사회적 집단임에도 그에 관한 연구는 그리 많지 않다. 화랑에 대한 학술적인 연구는 2000년대 초 경매시장의 등장으로 인해 미술품의 거래 시장이 사회적 관심을 끌기 시작하면서 서서히 촉발된 것으로 보인다. 화랑에 관한 연구는 경영적 측면에서 개선 사항을 제시하고 있는 것이 대부분이며, 경매회사와 함께 다루어지는 경우가 많아서 화랑에 대한 독자적인 연구는 찾아보기 쉽지 않다.

화랑을 포함한 미술시장의 경영에 관한 연구들 가운데에서는 최병식의 연

구(1995, 2001, 2005, 2008a, 2008b)가 양적으로 가장 돋보인다. 최병식은 한국 미술시장 연구의 선구자적인 인물로 미술시장의 발달해 있는 서구권 국가의 사례를 소개하고 경영 활동에 접목시킬 수 있는 방안을 제시하는 연구를 주로 수행하고 있다. 그 외의 연구 가운데에서는 이동일의 연구(2005)와 이문희의 연구(2008)가 화랑의 경영 전략을 가장 폭넓게 다루고 있다. 특히 이동일의 연구는 화랑의 운영 실태를 확인하기 위해 초보적인 수준이기는 하지만 직접 현장 조사를 수행하였다는 점이 특기할만하다. 화랑의 경영적 측면에 관한 연구는 수요 및 매출의 확대와 경제적 정의의 실현에 주안점을 두고 있는 관계로 한국의 화랑이 처한 고유한 사회적 맥락에 대한 고려가 미흡한 것으로 보인다. 단적으로 대부분의 연구들이 화랑이 쓰고 있는 미술품 가격 결정 정책의 비합리성을 지적하고 있는데 왜 화랑이 그러한 가격 결정 정책을 사용하고 있는지에 관한 역사적, 사회적 고려는 발견할 수 없다.

화랑에 관한 연구 중 경영적 측면에 관한 것을 제외하고 가장 눈에 띄는 것은 역사에 관한 연구이다. 손영옥의 연구(2015)는 일제강점기에 화랑을 위시한 근대적 미술시장이 어떤 과정을 통해 성립되었는가를 집중적으로 밝히고 있으며, 심현정의 연구(1997)는 일제강점기부터 본격적으로 화랑가가 조성되기 시작한 1970년대까지의 한국 화랑의 역사를 전반적으로 조망하고 있다. 또한 전문적인 연구는 아니지만 이명옥은 화랑 관장으로서의 경험담을 에세이 형식으로 풀어낸 단행본(2000)을 출판하였는데, 상당히 상세하게 화랑의 활동과 사회적 관계망을 다루고 있다는 점에서 화랑에 관한 민족지적 자료로서의 가치를 갖추고 있는 것으로 평가된다.

이와 같이 화랑에 관한 연구가 편향되어 있는 상황에서, 화랑의 미술품 유통에 관한 류정아의 연구(2012[1997])는 유일하게 화랑 활동의 사회문화적 배경과 내부 체계를 다루고 있다는 점에서 큰 가치를 지닌다. 류정아는 화랑에서의 미술품 거래 방식과 화랑의 역사적 발달 과정 등에 관한 분석을

통해 화랑의 미술품 거래에서는 경제적 동기와 예술적, 사회적 동기가 상당히 명확하게 분리된다는 점, 미술품 거래의 참여자들은 장기적이고 전인격적인 관계를 유지한다는 점 등과 같은 고유한 문화적 특징을 발굴해내고 있다. 다만, 류정아의 연구는 짧은 글 안에서 화랑 활동의 전반을 개괄하려고 하다 보니 세밀한 분석으로 들어가지 못하고 있으며, 작성된 시기가 아직 경매시장이 성립되기 이전이라 그 이후에 나타난 환경의 변화를 반영하지 못하고 있다는 데에서 한계를 보인다.

1.4. 연구의 대상 및 방법

1.4.1. 연구대상

2015년 현재, 전국의 화랑수는 400여개에 이르는 것으로 추정된다. 화랑의 수는 장기적인 관점에서 보면 서서히 증가해왔으나 단기적으로는 개인이 운영하는 소규모 화랑의 비율이 높은 까닭에 경기에 따라 변화가 심한 편으로 2001년에는 100여개였던 것이 호황 직후인 2008년에는 500여개까지 증가하였다가 최근에는 불황의 여파를 받아 다시 줄어드는 추세이다. 화랑 중 대다수는 특정 지역 내에 밀집된 형태로 분포하고 있는데, 이는 한 지역 안에 여러 화랑이 모여 있는 편이 더 많은 사람들이 전시를 관람하도록 하는 데에 유리하기 때문이다. 화랑가는 주로 도시 내의 번화가를 따라 형성되어 있으며, 이는 번화가를 찾은 사람들을 화랑의 전시로 끌어들임으로써 화랑의 밀집효과를 더욱 강화시키는 데 기여한다.

한국의 대표적인 화랑가로는 흔히 ‘인사동’으로 통칭되는 서울 종로구 일대(인사동, 사간동, 평창동 등)와 서울 강남구 일대(청담동, 신사동 등)가 꼽

힌다. 그리고 그밖에 홍대, 광화문, 서초동, 파주 헤이리, 부산 해운대, 대구 봉산동 등지에도 밀집된 화랑가가 형성되어 있다.

[표 1] 화랑의 권역별 분포 현황(2013년 기준)

지 역	서 울 (243개, 56.3%)			지 방 (189개, 43.7%)			전체
	종로구	강남 일대	기타	부산	대구	기타	
화랑수	127	90	26	48	41	100	432
비율(%)	29.4	20.8	6.0	11.1	9.5	23.1	100

출처: 예술경영지원센터(2014: 25)

[표 2] 작품 판매 규모에 따른 화랑의 분류(2013년 기준)

판매액	1억 원 미만	1-5억 원 미만	5원 원 이상	전 체
화랑수	357	56	19	432
비율(%)	82.6	13	4.4	100

출처: 예술경영지원센터(2014: 25)

[표 3] 작품의 장르별 판매 비율(2013년 기준)

장르별	서양화	한국화	조각·설치	판화	사진	현대공예	기타
비율(%)	58.6	14.3	8.8	6.2	5.2	2.8	2.0

출처: 예술경영지원센터(2014: 46)

화랑에서 열리는 전시는 기획하고 운영하는 방식에 따라 크게 기획전시, 대관전시, 상설전시로 나눌 수 있다. 기획전시는 화랑이 자체적인 판단에 따라 작가를 초청하여 전시를 여는 것으로 전시 운영과 거래에 대한 책임은 화랑에게 있으며 전시에서 작품이 거래될 경우 작가와 화랑이 이윤을 나누

어 갖는다.[4] 대관전시는 작가가 화랑의 전시공간을 빌려 자기 전시를 여는 것으로 화랑은 대여료를 받고 공간만 제공해줄 뿐 기획이나 운영에는 일절 관여하지 않는다. 따라서 대관전시에서 일어나는 모든 거래는 작가와 컬렉터의 직거래가 되며 그로부터 발생한 소득은 모두 작가에게 귀속된다. 상설전시는 다른 전시가 없을 때 화랑이 보유하고 있는 작품들을 전시하는 것으로 작가와 상관없이 이루어지며 작품이 거래될 경우 화랑이 모든 수익을 가진다.[5]

상설전시는 화랑이 아무것도 하지 않는 빈 기간을 채워주는 전시이기 때문에 기획전에 비해 전시로서의 완성도가 낮다. 화랑 창고에 보관된 작품들 가운데 일부를 꺼내 전시장에 설치하는 것으로 모든 전시 준비는 끝난다. 전시 작품에 일관성도 부족하고, 도록도 제작하지 않으며, 홍보도 하지 않는다. 그런 까닭에 상설전시는 관람객이 많지 않고 작품의 판매율도 높지 않다.[6] 그러나 화랑의 입장에서 상설전시는 비용이 최소화된 전시이며 작품이 거래되면 수입을 화랑이 전부 갖기 때문에 경제적인 수익성만을 고려했을 때에는 유리한 면이 있다. 실제 심각한 불황기에는 화랑가에서 기획전시

---

4) 흔히 기획전은 전시 기획의 주도권이 화랑에게 있는지, 아니면 초청된 작가에게 있는지에 따라 다시 종류가 구분되는데, 관례적으로는 전자를 기획전이라고 부르며 후자의 경우는 따로 초대전, 혹은 초청전이라는 명칭을 쓴다. 겉으로 보이는 양자의 가장 두드러진 차이는 초대전에는 한두 명의 작가가 참여하는 데 반해 (좁은 의미의) 기획전에는 많은 수의 작가가 참여한다는 것이다.

5) 전시 기획을 화랑이 한다는 점에서 상설전을 기획전의 테두리에 넣기도 한다. 하지만 전시 기획의 주체가 화랑일 뿐이지 적극적인 기획을 하는 것은 아니며 무엇보다 거래 방식에서 기본적인 차이가 있기 때문에 여기에서는 별개의 유형으로 삼기로 한다.

6) 투자 목적으로 미술품을 구매하려는 경우, 상설전은 좋은 기회가 될 수 있다. 전시로서의 완성도가 떨어진다는 것이 작품의 수준이 낮다는 것을 의미하는 것은 아니기 때문이다. 화랑이 보유하고 있는 미술품은 화랑 측의 전문적인 판단에 의해 선택된 것이므로 평균적인 작품보다 좋은 작품일 가능성이 높다. 거래적 측면에서 보아도 상설전에 전시된 작품은 화랑의 소유이기 때문에 가격 협상의 여지가 더 많기 때문에 유리하다.

의 비율이 낮아지고 상설전시가 선호되는 경향이 나타난다. 그럼에도 불구하고 화랑은 불가피한 상황이 아닌 다음에는 상설전시를 바람직하지 않은 것으로 여겨 기피한다. 상설전시는 미술계에 기여하는 바가 극미하고 컬렉터 풀의 유지와 확장을 제한한다는 점에서 화랑의 장기적인 성공에 부정적인 영향을 끼치기 때문이다.

현지조사가 모두를 포괄하지 못하는 한계를 고려하고 논지를 분명하게 전달하기 위해 본 논문에서는 화랑의 거래 관행이라는 주제를 살펴봄에 있어 연구의 대상이 되는 화랑의 범주를 기획전시를 주로 하는 중소 화랑을 연구 대상으로 한정하고자 한다. 바꾸어 말해, 대관 화랑이나 상설전시를 주로 하는 화랑은 제외하고, 작품의 연간 판매액이 수억 원을 넘는 대형 화랑도 제외할 것이며, 주로 강남권에 위치해 있는 해외 미술품을 대리 구매하여 유통하는 화랑도 제외할 것이다. 화랑의 거래 관행에는 다양한 변이가 있고, 특히 최근 경매의 등장으로 인해 많은 변화의 움직임이 나타나고 있기 때문이다. 중소 화랑은 화랑 관장 혼자 운영하는 경우가 대부분이다. 직원을 두더라도 두 명을 넘어가는 경우는 극히 드물다.[7)]

1.4.2. 연구방법 및 과정

2010년 봄 친구가 잠시 화랑에서 파트타임 아르바이트를 하게 된 적이 있었다. 한번 놀러오라는 친구의 초대에 화랑의 전시를 보러 갔는데, 그때

---

7) 통계청의 자료에 따르면 2009년을 기준으로 '예술품 및 골동품 소매업'에 종사하는 사업체의 약 97%가 1-4명의 종사자로 구성되어 있다고 한다. 업종이 예술품 및 골동품 소매업으로 분류되는 사업체에는 화랑 외에도 골동품상 등이 포함되기 때문에 이 수치가 화랑계의 현황을 정확하게 알려준다고 볼 수는 없지만 이를 통해 대략적인 수준을 파악하는 것은 가능하다. 또한 화랑의 현황에 관한 이동일의 연구 역시 대부분의 화랑이 1~2인에 의해 운영된다고 밝히고 있다(이동일, 2005: 55).

처음으로 화랑 관장에게 전시된 그림에 대한 설명을 들었고, 이어서 작품의 전시와 거래에 대한 이야기도 들을 수 있었다. 작품의 라벨에 붙어있는 빨간 스티커가 '이 작품은 판매가 완료된 것임'이라는 의미를 가진다는 것도 알게 되었고, (당시 전시되어 있던 작품 중에는 빨간 스티커가 붙은 것이 상당히 많았는데 나름 해당 분야에서는 인기 작가였기 때문이라고 한다.) 화랑의 뒷방도 처음으로 구경할 수 있었다. 뒷방에서 차를 마시며 화랑 관장과 작가는 미술품의 전시가 어떻게 만들어지는지, 그리고 작품의 거래는 어떻게 이루어지는지에 대한 이야기를 들려주었다. 경제인류학을 공부하는 학생으로서 연구자에게 이는 굉장히 흥미로운 경험이었다.

그 후 얼마 지나지 않아 오리온 그룹의 미술품 비자금 사건이 불거졌고, 그에 한 화랑이 적극적으로 개입한 흔적이 있다는 뉴스를 보게 되었다. 보도에 따르면 그 화랑은 2006년에 있었던 삼성 그룹의 비자금 사건에도 연루된 전력이 있다고 하였다. 언론은 사건에 대한 보도와 함께 미술품의 거래 관행에 관한 비판도 쏟아 냈는데, 그러한 비판을 접하며 조금 이해하기 어렵다는 느낌을 받게 되었다. 전에 만난 화랑 관장이 말해준 것과는 논지나 뉘앙스가 너무나 달랐기 때문이다.

본격적인 현지조사는 2011년 3월부터 2012년 2월까지 진행되었다. 코스워크를 마치고 논문 주제를 탐색하던 중, 2011년 3월 우연히 평소 인류학에 많은 관심을 보이던 지인으로부터 미술품감정협회에서 화랑 관계자들이 모여서 미술품 가격지수를 만드는 세미나를 시작하게 되었는데 경제인류학을 공부하고 있으니 옵저버로 참여해보는 것이 어떻겠느냐는 제안을 받게 되었다. 좋은 기회라는 생각에 세미나에 참여를 하게 되었고, 이를 단초로 삼아 인포먼트를 만들며 현지조사를 시작하게 되었다. 세미나는 느슨하게 진행되어서 한 달에 1~2번꼴로 열렸으며, 약 6개월가량 이어졌다.

이 세미나를 통해 인사동 지역의 화랑 관장들을 여럿 알게 되었는데, 그 중에서 연구에 대해 많은 관심을 보이며 화랑을 경영한 기간이 어느 정도

되는 한 화랑을 선택하여 연구에 협력을 부탁하였다. 실제 화랑의 전시와 행사에 참여하면서 관장과의 인터뷰를 진행하였다. 그리고 어느 정도 화랑의 생태에 대해 감을 잡게 된 뒤에 다른 화랑과의 비교를 위해 개인적인 인맥을 통해 다른 화랑과의 접촉을 시도해서 추가적인 현지조사를 수행하고 인터뷰를 실시하였다. 화랑에 대한 현지 조사가 어느 정도 마무리된 뒤에는 작가를 찾아가 인터뷰를 함으로써 화랑에서 얻은 자료들을 교차검증하고 화랑 관장의 입장과 작가의 입장이 어떻게 연결되고 상충되는지를 확인하고자 하였다.

현지조사와 인터뷰를 진행한 화랑 및 화랑 관장에 관한 소개는 다음과 같다.

A화랑: 삼청동 한복판에 위치해 있는 화랑으로 규모는 꽤 큰 편이고 2003년에 개관하였다. 참여관찰을 한 화랑 중에는 가장 전형적인 구조를 지닌 화랑이라고 할 수 있다. 관장이 뉴미디어 아트에 많은 관심이 있어서 종종 굉장히 실험적인 작품을 하는 작가를 초대해서 전시를 열고는 한다.

화랑 관장은 중년의 여성으로 세미나에서 알게 되어 라포를 쌓을 수 있었고, 궁금한 것을 가르쳐주기 보다는 화랑 생활을 그냥 보여주는 식으로 조사를 도와주었다. 참여관찰은 주로 뒷방에 자리를 잡고는 화랑 관장이나 관장을 찾아온 손님과 같이 대화에 참여하기도 하였고, 나와서 화랑 안을 구경하는 방식으로 이루어졌다. 그리고 오프닝이 있을 때에는 오프닝 자리에 초대해 주기도 하였다. 참여관찰을 한 기간은 4개월가량이다.

B화랑: 역시 삼청동에 위치해 있는 화랑으로 ㄱ화랑에서 걸어서 5분 거리에 위치해 있다. 문을 연 것은 2006년이고 규모는 아주 작은 편이라 뒷방이 없다. 사람들이 그다지 많이 찾아오는 편이 아니라 전시실 안쪽에 탁자를 놓고 그곳을 안내데스크 겸 사무실 겸 접대실로 사용하고 있다. 유화

작품을 주로 전시하는 편인데, 초대 작가 중에는 신진작가의 비중이 굉장히 높은 것이 특징이다. 관장의 말에 따르면 자신은 숨어있는 좋은 작가를 발굴하는 데에 재능이 있기 때문이라고 한다.

화랑 관장은 중년의 여성으로 지인의 소개로 알게 되었는데 사회과학에 많은 관심을 가지고 있어서 연구에 직접적인 조언을 많이 해주었다. 화랑을 경영한지는 오래 되지 않았지만 다른 화랑에서 일한 경력이 꽤 길기 때문에 화랑의 관행과 규범, 용어, 분위기 등에 대해 자세한 설명을 많이 해주었다. 참여관찰은 화랑에 자리를 잡고 하루 종일 있는 식으로 진행하였다. 참여관찰을 한 기간은 3개월가량이다.

C화랑: 사간동에 위치한 화랑으로 화랑 운영은은 2009년부터 시작했다고 한다. 규모는 작은 편이 아니지만 골목길 안쪽 깊숙한 곳에 있어서 많은 사람이 찾지는 않는다. 전시가 불규칙한 편이고 주로 단골들만 알고 찾는 화랑이라고 한다.

화랑 관장은 중년의 여성으로 작가의 소개로 알게 되었으며, 소개해준 작가의 전시가 열리는 동안 몇 차례 찾아가서 조사를 할 수 있었다. 처음에는 컬렉터로 시작했다가 자녀들을 모두 독립시키고 화랑을 경영해보면 잘 할 수 있을 것 같다는 생각이 들어서 시작했다고 한다. 화랑가가 지나치게 경직되어 있으며 권력 집단화 되었다는 비판적 의견을 주로 들려주었다. 참여관찰을 한 기간은 1개월가량이다.

D화랑: 우리나라의 가장 유서 깊은 화랑 중 하나로 인사동에 위치해 있다. 관장은 중년의 남성으로 2대째이며, 화랑가의 영향력 있는 인물 중 한 사람으로 꼽힌다. 화랑의 거래 관행과 역사에 대해 의견을 묻는 인터뷰를 진행하였다.

E화랑: 문을 연지 1년이 채 안된 화랑이다. 관장은 중년의 여성으로 초보 관장이다. 자녀들을 모두 독립시키고 화랑 경영을 시작했다고 한다. 초보 관장으로서 화랑가에 익숙해지는 과정과 화랑가의 관행에 대한 의견을 듣고자 인터뷰를 진행하였다.

2. 화랑의 거래 관행과 그것의 지배적 지위에 관한 검토

2.1. 화랑의 미술 작품 거래

2.1.1. 접근 제한된 화랑의 거래

전시 중인 화랑에 들어가면 작은 미술관 같다는 인상을 받을 수 있을 뿐, 미술 작품의 판매가 이루어지고 있다는 단서는 찾기 어렵다. 작품들은 장식적 요소가 완전히 제거된 새하얀 벽 위에 반듯하게 걸려서 은은한 스포트라이트를 받고 있고 사람들은 여유로운 태도로 조용히 작품을 감상할 따름이다.[8] 화랑 안에서는 누구도 큰소리를 내지 않고, 바쁘게 돌아다니는 이도 없으며, 사람들 간의 상호작용은 극도로 억제된다. 미술관이나 박물관을 관람할 때 요구되는 예절이 똑같이 지켜지고 있는 것이다.

또한, 화랑에서 나누어주는 안내 팸플릿에는 대개 작품의 사진과 전시와 작품에 관한 평론가의 형이상학적인 해설, 그리고 작가의 이력 정도만이 적혀 있으며 작품 근처에서 찾을 수 있는 라벨 역시 제목과 제작년도, 기법, 크기와 같은 미술품으로서의 기본적인 명세만을 제공해줄 뿐이다. 안내데스크를 지키고 있는 화랑의 관계자 역시 사고가 발생하거나 누군가가 부르지 않는 한 사람들의 관람에 관여하지 않기 때문에 화랑의 미술품 거래에 대해

8) 이와 같은 화랑 전시장의 공간 구성은 화이트큐브(White Cube) 이론에 입각한 것이다. 화이트큐브 이론은 전시장의 장식미를 완전히 배제시키고 외부 세계와 단절시킴으로써 관람객들을 작품에만 집중하게끔 만들고 나아가 그들에게 초월적이고 종교적인 경험을 제공할 수 있다는 미술관 건축 이론이다(민현준 2013: 63-65). 화이트큐브 이론에 관한 더 자세한 이해는 오도허티(O'Doherty)의 글(2006[1976])을 참고하기 바란다.

사전 정보를 가지고 있는 이가 아니라면 전시되어 있는 작품이 매매되는 상품이라는 사실을 짐작조차 못할 가능성이 크다. 전시 공간은 미술 작품 그 자체에만 집중하게끔 하는 환경으로서 기능하는 것을 목적으로 삼고 있으며, 이를 위해 화랑의 상업적 활동은 의도적으로 감추어지고 있는 것이다(Velthuis 2005: 31, Troy 1996: 113).

화랑은 미술 작품의 거래에 관한 정보를 노출시키지 않기 위해 다양한 사회적, 물리적 장치를 마련해놓고 있다. 이러한 장치들 때문에 대중은 적극적인 관심을 보이지 않는 한 화랑에서 미술품 거래가 일어나고 있다는 사실을 인지하기가 쉽지 않다. 화랑은 전시된 작품이 평범한 상품으로 보이지 않게 하기 위해 많은 노력을 기울인다. 작품의 가격이 얼마이고 어떻게 하면 작품을 구입할 수 있는지에 대해 어떠한 적극적인 안내도 제공하지 않으며, 그 이전에 엄숙하고 경건한 분위기를 연출함으로써 그러한 호기심의 발로를 근본적으로 차단시킨다. 화랑의 미술품 거래는 흔히 '뒷방'[9]이라고 부르는 전시장 뒤쪽의 작은 방 안에서 조용히 비공개적으로 이루어지기 때문에 다른 관람객이 거래 상황을 목격하는 것은 거의 불가능하다.

이처럼 장막 뒤에 감춰진 화랑의 거래는 내부적으로 통용되는 일련의 관행적 장치들에 의해 조직되고 통제된다. 화랑가의 사람들은 화랑의 거래 관

9) 화랑의 전시가 이루어지는 공간에 대해서는 전시실, 혹은 전시장이라는 용어가 확실하게 자리를 잡았지만, 화랑 구석에 마련된 이 작은 사적 공간을 지칭하는 명확한 용어는 발달되어 있지 않은 듯하다. 특별한 수식 없이 '방(관장의 경우에는 '제 방', 손님의 경우에는 '관장님 방')'이라고 부르는 경우가 가장 흔히 관찰되었으며, 혹시 해당 공간을 부르는 명칭이 없느냐고 질문을 했을 때에 비로소 나온 답 중 가장 많이 나온 것이 '뒷방'이었다. 참고로 영미권에서 이와 같은 공간을 'Back Room'이라고 부른다고 한다(Velthuis 2005: 33). 본 논문에서는 이 공간을 가리키는 용어로 '뒷방'을 사용할 것이며, '뒷방'에서 이루어지는 거래의 상황은 '뒷방 거래'로 표현할 것이다. '뒷방'이라는 표현이 객관화된 분석적 용어인 것은 아니지만, '전시장 뒤에 마련된 조용한 사적 공간'이라는 의미를 담아내기에는 가장 적합한 선택이라고 판단하였기 때문이다. 따라서 이후로는 특별히 강조를 하는 경우를 제외하고는 뒷방을 일반 명사처럼 사용할 것이다.

행이 특별한 비밀도 아니고 복잡해서 이해하기 어려운 것도 아니라고 말하며 미술 작품을 살 수 있는 권한과 기회는 누구에게나 열려 있다고 주장한다. 안내데스크로 와서 작품을 사고 싶다는 말을 하는 것만으로 충분하다는 것이다. 그러나 화랑과 미술이 생소하고 접근하기 어려운 많은 사람들에게 화랑의 거래 관행은 보이지 않는 진입 장벽으로 작용하고 있는 것이 사실이다. 거래를 드러내지 않고 정보를 알려주지 않음으로써 화랑은 작품의 거래에 대한 대중의 접근 가능성을 효과적으로 제한하고 있다.

화랑가의 미술품 거래 관행은 현장에 널리 퍼져 있고 자연스럽게 실천되고 있지만 세부적인 규칙이나 용어가 엄밀하게 정의되어 있지는 않다. 그러나 그러한 인식과 표현의 모호성에도 불구하고 관행이 적용되는 상황적 맥락은 명확하게 규정할 수 있는데, 하나는 미술 작품의 가격을 산정할 때이고 다른 하나는 미술품 거래 계약을 체결하기 위한 사회적 절차를 이행할 때이다.

2.1.2. 호당가격제: 작품의 가격은 어떻게 매겨지는가

화랑가에서는 흔히 회화 작품의 가격을 매길 때 '호당가격제'라고 부르는 관행적 규칙을 따른다. 화랑에서 전시되는 대부분의 회화 작품은 캔버스 위에 그려진 유화이며, 시중에서 구할 수 있는 캔버스는 그 크기가 '호(號)'라는 단위로 규격화되어 있다.[10] 호당가격제란 관행적 기준에 의해 결정된 작가의 고유한 호당가격(x)과 작품의 캔버스 호수(y)를 변수로 가지는 비례식을 이용하여 작품의 가격(p)을 산출해내는 방법($p = x \times ay$, 이때 a는 조정값)으로, 화랑가의 사람들이 문외한에게 이를 처음 소개할 때에는 흔히 '작가의 호당가격에 작품의 캔버스 호수를 곱해서 작품 가격을 구하는 것'이라

10) 한국과 일본에서는 같은 규격이 사용되고, 서양에서는 다른 규격이 사용된다.

고 설명한다.[11] 즉, 전시 중인 작가의 호당가격이 10만원이라면 10호 캔버스에 그려진 작품의 가격은 호당가격의 10배인 100만원이 된다는 것이다.

[표 4] 캔버스의 호수별 크기(인물화용 캔버스 기준)

호수	1호	5호	10호	20호	30호	50호	100호	200호
크기(cm)	22.7×15.8	34.8×27.3	53.0×45.0	72.7×60.6	90.9×72.7	116.8×91.0	162.2×130.3	259.1×193.9
배율 (1호대비)	1	2.65	6.65	12.29	18.43	29.63	58.93	140.08

호당가격제가 모든 경우에 다 적용되는 것은 아니다. 이름이 널리 알려진 특급 작가의 작품 가격은 전형적인 호당가격제를 따르지 않을 때가 많다. 무엇보다 작가의 호당가격을 관행적 기준에 맞춰 정하기가 쉽지 않은 데다 경매 낙찰가 등과 같은 경험적인 자료를 토대로 작품의 가격을 추산해내는 것이 가능할 때에는 그에 기초하여 가격을 산정하는 편이 더 편리하기 때문이다.[12] 그러나 그런 취급이 필요한 특급 작가들의 작품은 극소수의 대형 화랑에서만 독점적으로 전시, 거래되는 실정이기에 중소 화랑에서는 호당가격제의 예외를 찾아보기가 힘들다. 바꾸어 말하자면, 충분한 명성을 얻지 못한 신진, 중견 작가들의 작품 전시와 거래가 이루어지는 중소 화랑에서는 호당가격제가 작품 가격 책정의 지배적 관행으로서 고수되고 있는 것이다.

호당가격제 하에서 작가의 호당가격은 그의 직업적 경력에 따라서 결정된다. 구체적으로는 작가의 전시 이력, 현재 직업, 학력과 출신 학교, 이전 전

11) 엄밀히 따지자면 호당가격제는 캔버스 호수에 따라 가격이 정비례하여 증가하는 것을 의미한다고 볼 수 있지만, 화랑가에서는 관용적으로 기준이 되는 작가의 호당가격을 특정 원칙에 따라 산정하는 것도 호당가격제에 포함시킨다.

12) 그럼에도 거래 결과를 두고 역산을 해보면 특급 작가들의 작품 가격 역시 크기에 비례하는 강한 경향을 가지고 있다는 점에서는 호당가격제의 영향을 일부 받고 있다고 볼 수 있다(남준우 2008 참조).

시의 흥행도 등이 작가의 호당가격을 결정하는 데 영향을 끼치는 주요 요소들이며, 그 가운데 가장 우선시되는 것은 전시 이력이라고 이야기된다. 즉, 전시 이력에 따라 작가의 등급과 그에 상응하는 호당가격의 대략적인 범위가 설정되고 그 뒤에 나머지 평가 요소들에 대한 고려를 통해 세부적인 조정이 이루어진다는 것이다. 작가의 등급은 통상적으로 새로 등단하는 작가와 신진 작가, 그리고 중견 작가로 나누어지며, 작가의 호당가격은 새로 등단하는 작가는 5만원에서 10만원, 신진 작가는 10만원에서 20만원, 중견 작가는 20만원에서 40만원 사이에서 책정되는 것이 관례이다.

[표 5] 작가의 호당가격에 영향을 미치는 요인들

작가의 호당가격에 영향을 미치는 요인들		높은 평가로 이어지는 자격
전시 이력	이전까지 전시를 몇 번 했는가	전시를 정기적으로 많이 한 경우
	개인전의 비율은 얼마나 되는가	개인전의 비율이 높은 경우
	어디에서 전시를 했는가	전통 있는 유명 화랑이나 대규모 미술제에서 전시한 경험이 있는 경우
	미술관에 영구 소장된 작품이 있는가	유명 미술관에 작품이 영구 소장되어 있는 경우
현재 직업	작가 외의 다른 일을 하고 있는가	미술과 관련된 직업(특히 미대 교수)을 가지고 있는 경우
학력과 출신 학교	어느 대학을 졸업했는가	명문 미대(특히 서울대와 홍익대)를 졸업했거나 서구 선진국 미대에서 유학을 한 경우
	최종 학력이 어떻게 되는가	석사나 박사 학위를 가지고 있는 경우
이전 전시의 흥행도	전시에 대한 평가가 어떠했는가	전체적인 작품 수준에 대한 평가가 좋고 무엇보다 작품이 많이 팔린 경우

실제 현장에서 작가의 호당가격이 책정되는 과정을 보면 두 가지 흥미로운 특징을 발견할 수 있다. 하나는 거의 대부분의 경우에 작가의 호당가격

은 꼼꼼한 평가나 전략적인 협의가 아닌 경험적 직관과 감에 의해 결정된다는 것이고, 다른 하나는 작가의 호당가격은 꾸준히 올라가기만 할 뿐 낮아지는 일은 결코 없다는 것이다. 이는 작가에 대한 기본적인 예의의 하나라고 이야기된다. 작가에게 있어 자신의 호당가격은 일종의 체면과 같은 것으로 간주되기 때문에 화랑 관장과 작가는 서로 얼굴을 붉히게 되는 상황을 막기 위해 그에 대한 적극적인 조정을 최대한 삼간다는 것이다.

이와 같은 호당가격제 하에서 책정된 미술 작품의 가격은 아이러니하게도 작품 그 자체의 미적 가치와는 거의 연관성을 가지지 않는다. 즉, 호당가격제의 원리를 아는 사람이라면 직접 전시된 작품을 볼 필요 없이 전시를 하는 작가의 경력과 해당 작품의 캔버스 호수를 아는 것만으로 대략적인 작품의 가격을 간단히 추리해낼 수 있는 것이다.

부언하자면, 사실 현장에서 사용되는 호당가격제는 이와 같은 규범으로서의 호당가격제보다 조금 더 복잡하고 탄력적이다. 화랑 관장은 작가의 호당가격에 작품의 캔버스 호수를 단순히 곱하는 것만으로 가격 계산을 끝내지는 않는다. 만약 작품의 크기가 상당히 크다면 호당가격제에 의해 계산된 값에서 일정액을 덜어내는데, 통상 50호 크기의 작품은 10퍼센트 정도를 깎고 100호 크기의 작품은 30퍼센트 정도를 깎는다. 또한 전시를 대표하는 작품 – 보통 안내 팸플릿의 표지에 사진이 실려 있고 전시장의 가장 좋은 자리에 걸려 있다 – 에는 계산된 가격에 50만 원에서 100만 원 정도를 더 얹기도 한다.

그렇지만 이와 같은 추가적인 조정을 고려한다고 해도 호당가격제가 작품 자체의 내적 가치를 외면하고 있다는 사실에는 변함이 없다. 화랑의 호당가격제가 언론으로부터 비판을 받는 가장 큰 이유가 바로 이것이다. ‘냉정히 말해서 한 화가가 100점의 그림을 그린다고 해서 이 100점 모두가 균일하게 수작(秀作)이라고 볼 수 없는데 이 작가의 작품 모두가 호당가격제에 묶여 동일 가격으로 평가된다면 안목도 평론도 필요 없는’ 상황이라는 말밖에

안 된다는 것이다(매일경제 2012-09-17). 이러한 관점에서 비판자들은 호당가격제를 화랑의 기만적인 직무 유기라고 말한다.

그러나 그러한 비판에도 불구하고 호당가격제는 화랑가의 절대적인 관행으로 군림하고 있다. 호당가격제는 기본적으로 서양화 작품을 대상으로 하는 것이지만 동양화 작품의 가격 책정에도 사용되고, 심지어는 조각 작품의 가격을 구할 때에도 호당가격제를 응용한 방식이 사용된다. 동양화 작품의 경우 족자의 크기를 규격화하고 호수를 부여함으로써 호당가격제를 적용하고 있으며, 조각 작품의 경우에는 작품의 크기가 아닌 무게에 비례해서 가격을 산정하는 '근(斤)당가격제'를 쓰고 있다.

2.1.3. 뒷방 거래: 작품은 어떤 과정을 통해 거래되는가

어느 한 화랑에 전시를 보러 갔다가 구입하고 싶은 작품을 발견했다면 안내데스크에 있는 화랑 관계자에게 간단하게 의사 표시를 하는 것으로 작품의 거래를 시작할 수 있다.[13] 화랑 관장은 우선 이 잠재적인 컬렉터를 위해 해당 작품에 관한 설명을 해줄 것이다. 그리고 길지 않은 설명이 끝나고 나면 차를 마시면서 이야기를 더 나누어보자고 하며 그를 화랑의 뒷방으로 안내할 것이다. 관람객의 주의를 끌지 않도록 적절하게 마감된 구석의 출입문으로 들어가면 넓고 깨끗한 전시장과는 달리 작고 아늑하고 약간은 어수선한 분위기의 뒷방이 나타난다. 보통 뒷방에는 포장된 미술 작품들과 간단한 사무용품, 그리고 푹신한 소파와 테이블이 놓여 있는데 이는 공간이 넉넉하지 않은 중소화랑의 경우 뒷방이 접대실, 사무실, 창고의 기능을 동시에 담당하고 있기 때문이다.

---

13) 이때 관심을 가진 작품의 라벨에 빨간색 스티커가 붙어 있는지를 확인해보는 것은 작품의 구입 가능 여부를 파악하는 데 도움이 될 수 있다. 만약 빨간색 스티커가 붙어 있다면 그것은 해당 작품이 이미 판매되었다는 것을 뜻한다.

컬렉터에게 특별히 바쁜 일이 있지 않는 한 뒷방에서의 접대는 1시간 이상 이어지는 경우가 흔하다. 화랑 관장은 차와 다과를 대접하면서 친밀한 분위기를 만들고 컬렉터와의 대화를 이끌어 나간다. 이때 가능하면 작가도 자리에 동석하게 된다. 통상적으로 전시가 진행되는 동안 작가는 화랑 안이나 화랑의 근처에 머무르기 때문에 거래를 위한 접대에 작가가 동석하는 일은 자연스러운 것으로 여겨진다.

뒷방에서 나누는 대화의 주제는 해당 작품이나 전시, 혹은 미술에 국한되지 않는다. 다른 예술 분야는 물론이고 사회 문제나 취미 활동, 그리고 일상적인 삶까지 전부 다 좋은 대화의 주제가 되며, 시간이 흐를수록 대화는 점점 더 잡담에 가까워져간다. 특히 평일에 중년의 여성들이 모이게 되면 화랑 뒷방은 그야말로 수다 삼매경에 빠져들게 된다. 거래가 아주 만족스럽게 성사되거나 쉽게 끊기 힘들 정도로 분위기가 좋을 경우에는 모임이 술자리나 식사자리로까지 이어지기도 한다.

길게 이어지는 접대와 대화에 비해 통상적으로 작품의 거래 자체는 매우 간단하게 성사된다. 어느 정도 시간이 흘러 어색함이 사라지고 화기애애한 분위기가 무르익으면 관장은 슬그머니 할인된 작품 가격을 제시하고 구입 의사를 물어본다. 이때 관장은 호당가격제에 따라 책정된 원래 가격에서 10퍼센트에서 30퍼센트 가량을 할인한 가격을 제시하는 것이 일반적이며, 할인의 정도는 단골이거나 인맥으로 이어진 컬렉터인지 아닌지, 해당 전시의 판매 실적이 좋은지 나쁜지, 전시가 며칠이나 남았는지 등의 요인에 따라 달라진다. 판매 성적이 시원치 않은 전시의 마지막 날에 작품을 구매하게 되면 최대 폭의 할인을 기대할 수 있다.

화랑가에는 작품을 살 때에는 가격을 깎으려 들지 않는 것이 화랑 관장과 작가에 대한 예의라는 정서가 퍼져있기 때문에 경험이 전혀 없는 초보 컬렉터가 아닌 이상 거의 대부분은 흔쾌히 관장이 제시한 가격 조건을 받아들인다. 그 뒤에는 간단하게 대금의 지불 방법에 대한 협의를 하고 컬렉터

가 작품을 배송 받을 주소를 관장에게 알려주는 것으로 모든 매매계약은 끝나게 된다.

[사례 1] 거래 계약의 상황

(한참 동안 사교적인 대화를 나눈 뒤)

관장: 그럼... 어떻게, 그림 하나 하시죠? 아까 보신 게 도록 맨 앞에 실려 있는 거라 좋습니다.

컬렉터: 네, 뭐...

관장: 작가님이랑 잘 아시는 사이라고 하시니까, (명목 가격은 300만 원인 그림인데) 그냥 200만 원만 주세요.

컬렉터: 그럼, 그러지요. 그런데 제가 집에 가서 집사람하고 이야기를 좀 하고 사야지 될 것 같은데...

관장: 네, 그러세요. 당연히 말씀 드려야죠. 다음에 꼭 같이 오세요. 오셔서 데스크에서 저 찾아주시면 됩니다. (계좌번호와 금액이 적힌 종이를 건네주며) 대금은 여기 계좌로 넣어주세요. 사모님께 말씀 드린 다음에요.

컬렉터: 알겠습니다.

관장: 입금하시면 전화 한 통만 주시구요, 그림은 나중에 제가 직접 가져다 드리도록 하겠습니다. 주소는 어디로 배달해드리면 될까요?

컬렉터: 저희 집이 서울시 ○○구 △△동 ×××-××번지 입니다.

관장: 네, 액자에 넣고 잘 포장해서 이쪽으로 가져다드릴게요. 자, 그럼 나가셔서 그림 앞에서 작가님이랑 사진 한 장 찍으시죠.

미술품의 계약을 맺는 과정에서 발견되는 한 가지 짚고 넘어갈 필요가 있는 특징은 상당한 고액이 오고가는 거래임에도 절차나 방식이 무척 허술하다는 것이다.[14] 관장은 작품의 가격과 계약 내용에 대해 별다른 설명을 하지 않으며 컬렉터 역시 설명을 요구하지 않는다. 계약서 없이 구두로만

14) 화랑에 전시된 미술품의 가격은 낮게는 수십만 원에서 높게는 천만 원 이상에 이르며, 보통 200만~500만 원 가격대의 미술품이 가장 많이 거래된다고 한다.

매매계약을 체결하는 경우도 적지 않으며, 영수증은 특별한 일이 없는 한 발행하지 않는 것이 일반적이다. 이와 같은 특징은 전형적인 시장 거래의 행태에서는 다소 벗어난 것이며, 바로 이점에서 화랑의 거래 관행을 비판하는 이들에게 가장 심각한 문제로 지적되고 있다. 화랑이 미술품의 거래를 불투명하게 하는 까닭에 비리에 이용될 가능성이 생긴다는 것이다(KBS 2011-08-23 참조).

매매 계약이 성공적으로 이루어지면 보통 관장은 컬렉터가 자리를 뜰 때즈음 작품이 인쇄된 엽서나 화집, 안내 팸플릿 같은 전시 관련 자료들을 챙겨주거나 혹은 컬렉터에게 구매를 한 작품 앞에서 사진을 찍을 것을 권유한다. 이는 작품 구입을 기념하기 위한 것인 동시에 나중에 재판매를 하게 될 때를 대비해 해당 작품이 화랑에서 정식으로 구입한 진품이라는 증거 자료를 남기기 위한 것이기도 하다.

미술 작품은 다른 보통의 시장 상품들과 달리 매매계약이 이루어진 뒤에도 전시 기간 동안에는 제 자리에 걸려 있으며, 단지 빨간 딱지와 같은 잘 눈에 띄지 않는 작은 표식이 붙는 것이 전부이다. 작품은 전시가 끝나고 난 뒤에 비로소 포장되어 컬렉터가 일러준 주소로 배달되는데, 이때 배송지가 너무 멀지 않을 경우에는 화랑 주인이 직접 작품을 가져다주는 경우도 있다. 그리고 이렇게 배송이 되는 것으로 작품 거래의 모든 과정은 완료된다.

2.2. 거래 관행 확립의 배경과 과정

2.2.1. 관행 수용과 정착의 역사적 과정

우리나라의 근대적 화랑은 일제강점기에 처음 생겨나고 자리를 잡기 시작했다.[15] 시대적 분위기 탓에 초창기 화랑에서 전시되고 거래된 작품은 거의

대부분 서예와 동양화 작품이었지만, 일본에서 서양화 교육을 받은 작가들이 하나둘씩 귀국하면서 서양화 작품을 취급하는 일도 조금씩 늘어났다. 그와 함께 젊은 서양화가 중에서 자신의 작품을 사람들에게 적극적으로 판매하고자 하는 이들이 나타났고, 판매 촉진을 위한 시도의 하나로서 유화의 크기에 비례해 작품 가격을 매기는 호당가격제의 도입이 이루어졌다(손영옥 2015: 132).[16]

현재 호당가격제가 언론으로부터 반시장적인 구시대 관행이라는 비판을 받고 있는 것을 생각해보면 아이러니하게도, 당시 호당가격제는 상업주의적인 성격을 지니는 새로운 시도로 받아들여졌다. 그 이전까지는 미술 작품에 정액의 가격을 매기고 매매 시 화폐로 값을 지불한다는 인식이 퍼져있지 않았기 때문이다. 근대적 화상이 자리를 잡기 전 미술 작품에 대한 대가는 쌀이나 장작과 같은 현물로 지급하는 것이 일반적인 관행이었다(이성혜 2009: 150-151, 손영옥 2015: 131). 그러한 시대적 상황 속에서 호당가격제의 도입을 통해 미술 작품의 거래에 시장 논리가 적용되면서 전업 작가로 활동하는 이들이 점차 증가하기 시작하였다.

일제강점기 하에서 화랑의 영업은 제한적일 수밖에 없었으며, 해방 후에도 한동안은 어려운 경제 사정으로 인해 극소수의 상류층과 지식인이 미술 작품의 수요를 전유하는 상태가 이어졌다. 화랑가의 원로들은 미술 작품을

---

15) 본 논문에서는 화랑의 역사를 거래 관행의 도입과 정착의 측면에서만 간략하게 짚고 넘어갈 것이다. 이와 관련하여 일제강점기의 근대 화랑 형성사를 더욱 자세히 검토하고자 한다면 손영욱의 박사학위 논문(2015)과 심현정의 석사학위 논문(1997)을, 그리고 미술품 경매 제도를 포함한 한국 미술시장의 전반적인 발달사를 살펴보고자 한다면 최병식의 저서(2001, 2008a)를 참고하기 바란다.

16) 시대적 배경으로 미루어보아 호당가격제는 일본으로부터 전파되어 온 것이 확실한 것으로 추정된다. 전파의 과정을 보여주는 상세한 자료는 남아있지 않지만, 일본에서 교육받은 서양화가 중심으로 호당가격제의 도입이 이루어졌다는 점, 그리고 호당가격제는 당시 일본에서 흔히 발견되는 지배적 관행이었다는 점이 그와 같은 추측을 뒷받침해준다.

매매할 때 접대를 제공하는 것이 당연시되고 거래의 과정과 결과를 비공개하는 관행이 정착된 것은 그와 같은 제한된 거래 환경의 영향 때문이었을 것이라고 말한다. 더불어, 경제 제도가 제대로 정비되지 않은 시대적 상황 속에서 화랑에서 이루어지는 미술품 거래는 특수하고 예외적인 시장 활동이라는 인식이 방조된 채 형성되었다는 것 역시 화랑의 거래 관행의 정착에 영향을 끼친 배경적 요인으로 지적될 수 있을 것이다.

1970년대 들어 전후 복구가 마무리되고 경제 상황이 나아지면서 미술품에 대한 관심과 수요가 큰 폭으로 증가하게 되었고, 그로 인해 화랑의 수 또한 크게 늘어나면서 서울 인사동을 거점으로 하는 본격적인 화랑가가 형성되었다(최병식 2001: 33). 집단을 이룬 화랑들은 고유한 관행의 공유와 실천을 통해 자생적인 체계를 만들어냈으며, 그러한 과정에서 호당가격제와 뒷방 거래의 관행은 화랑가의 지배적인 규범으로 굳어졌다. 다만 당시의 호당가격제는 현재의 방식과는 약간 차이가 있었는데, 과거에는 흔히 '국전'이라고 부르는 대한민국미술전람회의 수상 실적이 작가의 호당가격 결정에 지대한 영향을 끼쳤기 때문이다. 그러나 1981년을 마지막으로 국전이 폐지되면서 현재와 같이 작가의 경력에 기초하여 호당가격을 책정하는 한층 보수적인 방식이 자리를 잡게 되었다.[17]

2.2.2. 거래 관행의 특수성과 그것을 길러낸 풍토

한국 화랑가의 미술품 거래 관행은 일반적인 시장의 상품 거래 방식과 상당한 차이를 보이는데, 그 이유를 미술품이라는 거래 대상의 특수성에서 찾는 것은 편리한 명분이 될 수는 있어도 충분한 설명이 되지는 않는다. 미

17) 대한민국미술전람회가 폐지된 이후에는 미술협회가 주관하는 대한민국미술대전이 국전의 명칭을 물려받았으며, 그 외에도 다양한 미술전이 열리고 있지만 원조 국전만큼의 권위를 가진 대회는 더 이상 찾아볼 수 없다.

술품 경매가 하나의 반례가 될 수 있으며, 또한 유럽 국가들과 미국, 그리고 일본 등과 같은 미술시장이 발달된 다른 선진국에서 찾아볼 수 있는 화랑의 거래 규범과 비교해 보면, 유독 한국 화랑가의 거래 관행만이 시장경제의 원칙을 적극적으로 거부하고 있다는 것을 알 수 있다.

다른 나라의 화랑들은 다양한 기준에서 작가와 작품의 가치를 평가하여 가격을 책정하는 방식을 택하고 있으며, 작가의 경력과 작품의 크기는 수많은 평가의 기준 중 하나로서 고려될 뿐이다.[18] 심지어는 우리나라에 호당가격제를 전파한 것으로 알려져 있는 일본에서도 이제는 더 이상 호당가격제를 사용하지 않는다. 또 다른 거래 관행인 뒷방 거래의 경우, 미술 작품을 거래할 때 컬렉터를 접대하는 것은 다른 나라에서도 어렵지 않게 찾아볼 수 있는 보편적인 관행이지만 그 과정에서 할인된 작품 가격을 제시하고 거래의 과정과 결과에 관한 일체의 정보를 철저하게 숨기는 것을 당연한 것으로 여기는 행태는 미술시장이 발달한 국가 중 우리나라의 화랑가에서만 발견된다는 점에서 특이성을 가진다.

미국 뉴욕의 미술시장에서 활동한 경험이 있는 한 큐레이터는 미국과 한국은 미술품을 대하는 시각이 근본적으로 다르다고 단호하게 말했다. 뉴욕의 화랑에서는 사람들이 미술 작품의 가격에 관해 거리낌 없이 이야기를 나누며, 가격을 한국처럼 기계적으로 책정하는 일도 없고, 미술품을 거래할 때는 판매하는 화랑과 구매하는 컬렉터 모두 깔끔한 '비즈니스 마인드'로 접근한다는 것이다. 이와 같은 감상은 이 큐레이터가 뉴욕 미술시장을 경험했다는 것에 매우 강한 자부심을 가지고 있다는 점을 고려해서 이해할 필요가 있지만, 그럼에도 미국 뉴욕 화랑의 미술품 거래와 한국 인사동 화랑의

18) 미술품의 가격 결정에 영향을 주는 요인으로 흔히 언급되는 자료 중 하나는 그로이스버그 등이 제시한 목록이다. 그로이스버그 등은 아티스트, 작품의 주제, 매체, 크기, 질, 파급력, 희소성, 보존상태, 소장이력, 관련 문헌, 전시경력, 홍보, 거래장소, 외부환경, 패션/트렌드, 신선미를 주된 요인으로 꼽고 있다(Groysberg et al. 2004).

미술품 거래 사이에는 확연히 다르다고 말할 수 있는 정서적 차이가 존재하고 있는 것만은 분명한 것으로 보인다.

한국의 화랑가에 호당가격제가 표준적인 가격 책정 방식으로 받아들여지게 된 환경적 원인으로는 우선 미술 작품에 대한 편향된 선호를 들 수 있다. 우리나라에서 거래되는 미술품의 유형을 살펴보면, '서양화'가 압도적이고 그 중에서도 특히 캔버스에 그린 '유화'가 절대 다수를 차지하고 있는 것으로 나타난다.[19] 이러한 현실적 조건으로 인해 캔버스 크기를 가격 결정의 주요 기준으로 삼는 호당가격제가 별 무리 없이 화랑가의 표준적인 관행으로 받아들여졌으며, 동양화 작품이나 조각 작품 등과 같이 규격과 형태가 유화 작품과는 다른 미술품의 경우는 호당가격제를 적당히 변형시켜 적용하는 방식으로 가격을 책정하는 관행이 자리를 잡게 된 것으로 보인다.

호당가격제라는 일원적인 가격 산정법이 널리 정착된 또 다른 환경적 이유는 미술품의 가치 평가를 담당할 전문가의 부족에서 찾을 수 있다. 즉, 미술품에 대한 해박한 지식과 전문적 감식안을 지닌 인력이 충분히 확보되지 않은 상태에서 화랑가가 형성되고 규모가 팽창하면서 누구나 간단하게 이해하고 간편하게 사용할 수 있는 호당가격제가 선택을 받게 된 것이다. 이는 비단 과거의 일이라고만 할 수 없는데, 지금도 새로 화랑을 차리는 이들 가운데 상당히 많은 수가 전문적인 훈련을 받은 적 없는 애호가들이기 때문이다. 개업한지 얼마 되지 않은 화랑의 관장들이 호당가격제의 유용성

19) 이와 같은 편향성은 미술 작품을 구입하는 가장 주요한 이유가 집안을 장식하는 것이라는 데에서 기인한 것으로 여겨진다. 아파트와 같은 서구식 주택 양식의 비중이 절대적으로 높은 현실적 여건 상 서예나 동양화 작품은 실내 분위기에 어울리지 않는 이유로, 그리고 조각이나 공예 작품은 전시가 어렵고 공간을 많이 차지한다는 이유로 우선순위에서 배제되고, 서양화가 압도적인 선호를 받게 된 것이다. 그리고 그중에서도 유화 작품은 가장 무난하면서도 장식적 가치가 뛰어난 것으로 알려져 있어서 독보적으로 선호된다(최병식 2008a: 101-107, 141-142).

을 더 적극적으로 주장하는 태도는 이와 같은 현상을 보여주는 단편적인 사례라고 할 수 있다.

한편, 뒷방 거래의 관행이 자리를 잡는 데에는 앞에서 간단히 언급한 바와 같이 화랑에서 미술품을 구매해주는 것은 오직 소수의 상류층과 지식인들뿐이며, 대중은 극히 낮은 수준의 관심만을 보이고 있다는 현실적 제약이 영향을 끼쳤다고 할 수 있다. 화랑의 미술품 거래가 불투명해서 문제라는 언론의 비판에 대해 어떻게 생각하느냐고 질문을 했을 때 화랑 관장들이 가장 많이 돌려준 대답은, 하지만 그렇게 하지 않으면 작품을 판매하는 것이 정말로 어려워져서 어쩔 수 없다는 것이었다. 그들에게 단골 컬렉터의 명단과, 그들과의 사적인 친분, 그리고 자신만이 꿰고 있는 거래 정보는 장사의 가장 중요한 밑천으로 간주된다. 미술품 가격지수를 개발하는 세미나에서 외부전문가로 초대된 한 경영컨설턴트가 협회에 가입된 화랑들의 거래 정보를 수집해서 자료로 사용하는 것이 어떻겠느냐는 제안을 하자 좌장을 맡은 화랑 관장은 '죽으면 죽었지 장부를 내놓는 화랑은 없을 것'이라며 손사래를 쳤다.

환경에 대한 적응이라는 관점에서 본다면, 유독 한국의 화랑가에서 호당 가격제와 뒷방 거래로 대표되는 독특한 거래 관행이 유지되고 있는 현상은 이와 같은 불리한 환경 속에서 나름의 유리함을 추구한 결과로 해석될 수 있을 것이다. 양적으로나 질적으로나, 미술품 거래를 위한 저변이 충분히 발달되지 않은 환경 속에서 '예외적일 수밖에 없는' 거래의 방식이 규범으로 정착하게 되었고, 화랑가의 사람들은 그렇기 때문에 화랑의 미술품 거래는 '마땅히 예외적이어야 하는' 것이라고 말한다. 즉, 그들에게 화랑의 거래 관행은 불가피한 선택인 동시에 오직 자신들에게만 허락된 특권인 것이다.

2.3. 화랑에 대한 비판과 그것의 의미

2.3.1. 비판자들의 시각과 논지

화랑의 거래 관행은 초기에는 그들만의 특이한 거래 규칙 정도로 여겨졌지만,[20] 시장경제의 원칙이 사회에 뿌리를 내리고, 화랑에서의 미술품 거래 규모가 어느 정도 성장하면서 그것이 지닌 비시장적인 성질에 대한 비판이 언론을 통해 제기되기 시작하였다. 화랑가의 관행에 대한 비판은 1970년대 말에 있었던 호황을 계기로 본격화되었다. 호황으로 인해 미술품의 거래 규모가 눈에 띠게 증가하면서 화랑가도 시장의 논리를 따라야 한다는 주장이 나타나게 된 것으로 보인다.

호당가격제에 대한 비판의 요지는 그것이 비합리적이라는 데에 있다. 화랑 관행에 대한 비판자들은 작품의 가격이 시장에서 객관적으로 평가 받게 되면, 작가들은 더 높은 가격을 받을 수 있는 작품을 그리기 위해 노력을 하게 될 텐데, 호당가격제 하에서는 특별히 뛰어난 작품을 내놓아도 그 가치를 쉽게 인정받지 못하기 때문에 작가들이 자발적인 경쟁을 해서 더 나은 작품을 만들려는 유인을 제거한다고 주장한다. 또한 호당가격제로 인해 같은 전시에 출품된 작품들의 가격은 크기에 의해서 조정되기 때문에 가격 차이를 통해 무엇이 더 나은 그림인지에 대한 정보가 제대로 제공되지 않는다는 점도 문제라고 말한다.

---

20) 1970년 경향신문에 게재된 '틀잡혀가는 화상'이라는 기사는 화랑의 미술품 거래에 대해 다음과 같이 소개하고 있다. 그림의 가격은 … 서양화일 경우 최하 1호당 2천원에서 대가의 경우 1만2천원까지 호가한다. 그러나 대개의 경우 1호당 5~7천원이 보통, 크기는 10~20호 짜리가 인기있다. … 화랑에서 받는 커미션은 30%이지만 값을 깎을 경우 커미션에서 감해주므로 20%까지 내려갈 때도 있다. 화랑의 입장에서 거래를 성립시키기 위해선 흥정으로 좌우된다(경향신문 1970-08-28).

다른 한편, 뒷방 거래의 관행에 대한 비판은 그것의 불투명성과 비공개성을 문제 삼는다. 즉 뒷방 거래의 관행으로 인해 미술품의 거래가 은폐되고 있다는 것이다. 구체적으로, 거래 과정을 숨기며 거래에 대한 정보를 제공하지 않기 때문에 미술품 거래의 활성화를 방해한다. 그리고 무엇보다 가격과 장부를 투명하게 공개하지 않기 때문에 시장을 신뢰하기가 어렵다. 거래가 시장경제의 원리가 아니라 인맥에 의존하게 된다. 비판자들은 이와 같은 이유들 때문에 미술품 거래가 돈세탁과 비자금 조성의 통로로 악용될 여지가 생기게 된다고 주장한다.

화랑의 미술품 거래에 대한 비판의 요지는 그것이 시장경제의 규범과 원칙에서 벗어나 있기 때문에 비합리적인 선택과 왜곡된 거래 결과를 조장한다는 데에 있다. 화랑의 거래에 대한 비판의 목소리는 초기에는 그 부작용을 우려하는 정도에 지나지 않았지만 시간이 지남에 따라 점차 공격적으로 변모하여 2000년대 중반 이후로는 비난에 가까운 모양새를 취하고 있다. 이러한 기조 속에서 최근의 비판 담론은 화랑의 거래가 비시장적인 것을 넘어서 반시장적인 성격을 지닌다고 간주하고 있는 것으로 보인다.

2.3.2. 거세진 비판에 내포된 시장경제의 전제

2000년대 중반 이후 화랑의 거래에 대한 비판이 한층 공격적인 어조를 띠게 된 것은 경매의 등장과 미술품 거래를 이용한 비자금 사건 때문이라고 할 수 있다. 이 두 가지 사회 현상이 화랑에서 이루어지는 미술품 거래의 비시장적, 혹은 반시장적 성격을 더욱 두드러지게 보이게 만든 것이다.

1990년대 말 거대 경매 회사가 등장하게 되었고, IMF 사태를 극복하고 경제 사정이 나아지면서 점차 경매를 중심으로 미술품 거래 규모가 커지게 되었다. 이와 같은 과정에서 경매를 통한 미술 작품의 거래가 대중과 언론의 관심을 받게 되는 가운데, 수요공급의 법칙에 의해 작동되는 – 혹자에

의하면 작동되는 것처럼 보이는 – 경매와 달리 자의적인 규범을 고수하는 화랑가의 거래 관행에 대한 비판이 거세진 것이다. 구체적으로 경매의 등장으로 인해 작품의 쉬운 재판매가 가능해짐으로써 작품의 시장 가치를 공개적으로 평가받을 수 있는 기회가 생겨났고, 경쟁을 통해 그림 값이 정해지고 거래가 이루어지는 방식이 주목을 받으면서 전근대성과 폐쇄성에 대한 근본적인 문제 제기가 이루어지게 된 것이라 할 수 있다.

경매의 등장이 거래의 '합리성'과 '효율성'에 대한 비판으로 이어졌다면, 화랑의 미술품 거래를 이용한 각종 비리 사건은 화랑 거래의 '도덕성'과 '경제윤리'의 문제에 대한 비난의 목소리를 불러 일으켰다. 특히나 2006년 삼성그룹 미술품 비자금 사건 이후 10년 사이에 큼지막한 기업의 비자금 사건에 화랑이 연루된 사실이 연달아 밝혀지면서 화랑의 미술품 거래 방식에 대한 비난은 점점 더 수위가 높아져 갔다.[21] 화랑협히 회장은 한 오찬 자리에서 최근 어디 가서 화랑 경영한다고 하면 나쁜 일을 하는 것으로 오해하는 사람들이 종종 있어서 굉장히 답답하고 창피하다는 말로 인사를 시작하기도 했다.

화랑의 거래 방식에 대한 비판은 상당히 분명하고, 짧게 잡아도 10년 이상 꾸준히 제기되어 왔음에도 화랑가의 변화를 이끌어내지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 비판의 한계는 경제 논리에만 파묻혀 화랑의 관행이 가지고 있는 사회적인 효과를 무시하고 있다는 데에서 기인한다. 화랑의 거래 관행에 대한 언론의 비판은 '어떻게 작품을 거래하고 있는가'의 문제에만 초점을 맞추고 있는데, 그 이전에 '왜 그들이 작품을 거래하는가'의 문제

21) 굵직한 사건만 추려내도, 삼성그룹 비자금 사건(2006년), 오리온그룹 비자금 사건, 부산저축은행 비자금 사건(이상 2011년), CJ그룹 비자금 사건, 미래저축은행 비자금 사건(이상 2013년) 등 5건에 이른다. 다만 단순히 사건의 규모만을 보고 전체 화랑을 비난하는 것은 다소 무리가 있는데, 부산저축은행 사건을 제외한 나머지 사건들은 전부 서미갤러리가 돈세탁을 담당했고, 부산저축은행 사건의 경우는 은행장의 아들이 운영하는 화랑이 비자금 조성을 도왔기 때문이다.

에 대해서 먼저 생각해볼 필요가 있다.

시장주의자들이 비판을 통해 시장이 ‘신뢰’와 ‘합리성’을 제고해야 한다고 주장할 때, 암묵적으로 그 신뢰는 투명성으로, 합리성은 경쟁의 원리로 번역하고 있다면, 화랑가의 사람들은 이미 관행의 실천과 그에 대한 의미 부여를 통해 나름의 신뢰 관계와 거래의 합리성을 구축해놓고 있었다. 본 논문의 목적은 이처럼 시장이 보지 못하는 거래의 이면, 즉 거래가 만드는 사회적 가치를 밝히는 데에 있다.

3. 화랑의 거래 관행이 만들어내는 공동체 가치와 권력

3.1. 화랑의 거래와 후원의 공동체

3.1.1. 호당가격제에 작용하는 후원의 논리

미술 작품의 가격은 화랑 관장들이 그다지 달가워하지 않는 대화 주제이다. 관장들은 작품을 그린 작가가 어떤 사람인지, 어떤 계기로 이번 전시를 기획하게 되었는지, 미술계의 최신 유행에 비춰보았을 때 이번 전시 작품들은 어떻게 해석될 수 있는지와 같은 주제에 대해서는 끝도 없이 이야기를 풀어내지만 작품의 가격에 대해서는 '이렇게 결정되었다'라는 단정적인 언급만을 내놓을 뿐이다. 심지어는 거래의 국면에서조차 가격의 문제는 그다지 비중 있게 다루어지지 않는다. 화랑가에서 작품의 가격에 대한 언급은 분명 금기까지는 아니더라도 꽤나 회피되는 주제임이 분명하다.

[사례 2] 미술품 가격에 관한 B화랑 관장과의 인터뷰

그림 가격이 안 써놔서 그렇지, 우리도 막 붙이고 그러는 건 아니에요. (전시 선반 아래에서 작품 가격이 적혀 있는 종이를 꺼내며) 이렇게 다 전시 시작하기 전에 작가님이랑 이야기를 해서 결정을 하는 거니까, 내가 혼자서 마음대로 기분 내키는 대로 부르고 그러는 건 안 되죠. 그리고 이거 없어도 자주 오는 사람은 대충 다 알아요, 가격이 얼만지. 그리고 사실 작품을 사는 건데, 돈이 뭐 그렇게 대순가요. 물론 중요하기는 하지만 그거 십만 원, 이십만 원 때문에 사고 싶은 그림 안사는 사람은 없어요. 다 그림이 마음에 들어서 사는 거죠. 그림 값이야 다 비슷비슷하니까 내 마음에 드는 그림을 사는 게 중요하죠.

호당가격제의 관행은 화랑가의 사람들이 작품 가격에 대한 언급을 회피하는 – 혹은 회피해도 되도록 해주는 – 일차적인 이유이다. 모든 화랑의 전시 작품은 호당가격제에 따라 가격이 매겨지며, 이는 화랑가의 공공연한 관행이기 때문에 작품의 가격에 대해서는 특별히 이야기할 필요가 없다는 것이다. 미술 작품을 구매하려는 컬렉터들은 가격보다는 작가나 미술 작품 그 자체에 더 많은 관심을 가지고 있기 때문에 가격은 작품을 평가하거나 구매할 때 그다지 중요한 요인이 되지 않는다고 말하는 화랑 관장들도 있었다. 이는 호당가격제가 미술 작품의 가격을 고유한 내적 가치와 분리시키는 기능을 하고 있으며 그것이 의도적인 결과라는 것을 화랑가의 사람들이 분명하게 인지하고 있다는 것을 알려준다.

이러한 점에서 미술 작품의 가격에 대한 언급을 회피하는 화랑가의 태도가 호당가격제라는 관행 때문에 생겨난 것이라는 주장은 일종의 순환논리가 된다. 호당가격제는 작품 가격에 대해 말하고 싶어 하지 않는 화랑가의 분위기를 만드는 원인이라기 보다는 그런 분위기를 정당화하기 위해 사용되는 장치로 이해되어야 한다. 화랑 관장들이 작품의 가격에 적극적으로 개입하기를 꺼리는 근본적인 이유, 그래서 호당가격제라는 관행을 전면적으로 수용하는 이유는 작품의 가격이라는 것이 별로 중요하지 않다는 언설과 달리 사실은 매우 예민한 문제이기 때문이다.

바꾸어 말하면 작품에 가격을 매기는 일에는 부담이 따르며, 화랑 관장들은 이를 최소화하기 위한 방법으로서 호당가격제를 활용하고 있는 것이다. 화랑이 호당가격제에 의지하는 가장 큰 이유 중 하나는 작가와의 관계 때문인 것으로 보인다. 한 화랑 관장은 화랑이 호당가격제를 주도하는 것처럼 보이지만 정작 호당가격제를 반기는 것은 화랑이 아니라 작가라는 이야기를 해주었다. 작가들은 자존심으로 똘똘 뭉친 사람들이라 자기 작품에 다른 사람이 가격을 매기는 것을 가만히 두고 볼 리가 없다는 것이다. 게다가 많은 작가들이 자기 작품이 팔리든 말든 가격을 높게 매기는 것에만 관심을 가지

기 때문에 호당가격제라는 '신사협정'이 없다면 작품 가격의 인플레이션이 도를 넘어서게 될 것이라는 말도 덧붙여주었다.

[사례 3] 작가와의 가격 협상에 관한 E화랑 관장과의 인터뷰

작가들은 요즘 불황인데도 자꾸 가격을 더 높이자고만 해요. 지금 전시를 하는 작가님도 10호를 200만 원에 하자고 하더라구요. 4년 만에 하는 전시인데, 이제 나이가 마흔이 넘었다고 가격을 올려달라는 거예요. 그런데 그동안 작품 활동이 없었으니까, 요즘 유행하는 스타일도 좀 아니고, 그래서 가격을 조금 낮추자고 했더니 막무가내여서 결국에는 그렇게 해줬어요. 동기들은 다 그렇게 받는다고 하대요? 팔리는 건 생각도 안하고 다들 불황인데 가격을 올리자고 해서 요즘은 전시하려면 겁부터 나요.

화랑 관장들과 마찬가지로 작가들 역시 작품의 가격에 대해서는 적극적인 언급을 하는 것은 삼가는 편이다. 거의 모든 작가들은 호당가격제를 당연한 관행으로 받아들이고 있으며, 호당가격제에 따라 작품에 가격을 매기는 일은 화랑이 알아서 하는 것이라고 말한다. 그러나 작가들은 결코 가격의 문제에 무심하지 않다. 특히 자신의 호당가격에 대해서는 겉으로는 티를 내지 않으려고 하지만 실제로는 굉장히 신경을 쓴다는 것이 화랑 관장들의 진술이다. 작가들이 호당가격에 신경을 쓰고 있다는 것은 간간히 튀어나오는 불만을 통해 확인할 수 있다.

[사례 4] 호당가격에 대한 A작가의 주장

제가 옛날부터 호당가격이 잘못됐다고 하는 게, 그게 어느 대학을 나왔는지, 서울대학인지 홍대인지에 따라 가격이 달라지거든요? 그런데 어차피 작가는 작품으로 이야기를 하는 거고, 전시를 해서 평가가 좋으면 학교를 어디를 나왔든지 상관이 없어야 하는데 아직도 그런 걸 따지고 있다는 게 솔직히 이해가 가지 않습니다.

이와 같이 작가들은 처음에는 다들 별말이 없다가도 대화가 깊어지면, 혹은 술이 들어가면 자신의 호당가격에 자신의 경력이 제대로 반영되지 않았다는 불만을 쏟아내곤 했다.

호당가격제의 효용에 대한 화랑과 작가의 동의와 그들 나름의 의견은 호당가격제가 작품의 가격뿐만 아니라 화랑가의 사회적 관계에도 질서를 부여하고 있다는 사실을 확인시켜준다. 호당가격제는 화랑과 작가의 관계가 가격 결정권을 둘러싼 경쟁 관계가 되는 것을 막아주고, 작가의 자존심을 보호하는 명분이 되어주며, 나아가 작가 집단의 서열 문제에 대해 완벽하지는 않지만 아쉬운 대로 용인되는 기준을 제공해주고 있는 것이다. 이러한 점에서 호당가격제는 작가와 작가 집단에 대한 존중과 존경을 내포하는 예의의 표현으로 이해될 수 있다.

호당가격제의 가장 특징적인 속성, 즉 미술 작품의 가격을 그것의 크기에 비례하여 산정하는 것이 작가의 노동에 대한 보상의 방식으로 해석되는 것은 작가에 대한 예의의 의미를 구체화시키는 데에 핵심적인 기여를 한다. 화랑의 관장들은 캔버스 크기가 커질수록 캔버스 자체의 가격도 올라가고[22] 물감도 더 많이 사용되기 때문에 재료값이 더 많이 들고, 또한 구상을 하고 작업을 하는 데에도 훨씬 더 많은 시간이 걸린다는 것을 고려한다면 작품의 크기가 클수록 더 높은 가격을 부여하는 호당가격제의 관행이 충분한 이유를 가진다고 볼 수 있다고 말한다.[23] 이를 정리해보면, 화랑가의 사람들은 미술 작품의 가격은 그것의 사용가치나 교환가치가 아니라 투입된

22) 시중에서 판매되는 1호 캔버스의 가격은 몇 천 원 수준이지만, 50호 캔버스는 오만 원이 넘어가며, 100호 캔버스는 십만 원가량 한다. 수십만 원에서 비싸게는 천만 원 이상 가는 작품 가격을 생각해보면 큰 비중을 차지한다고 말할 수는 없지만 그래도 크기가 커짐에 따라 캔버스 구입비도 확연하게 증가하는 것은 사실이다.

23) 이러한 논리는 회화 작품뿐만 아니라 호당가격제를 차용하여 가격을 산정하고 있는 한국화 작품이나 조각 작품의 경우에도 그대로 적용된다.

재료비와 노동의 가치에 기초하여 산정하는 것이 타당하다는 논리를 펴고 있는 것이다.

작품의 크기가 커진다고 해서 더 많은 재료와 노동이 투입되었다고 볼 수 있는가의 문제는 다소 의문점을 남긴다. 그도 그럴 것이 미술 작품이라는 사물에 대해서는 표준적인 형상이나 기법, 혹은 제작 과정을 논하는 것이 어렵기 때문이다. 극단적으로 보면 물감을 이중 삼중으로 꼼꼼하게 덧칠해서 그린 그림이 있는가 하면, 커다란 캔버스에 점 하나만 찍어 놓은 그림도 있는데, 이처럼 서로 다른 형태의 작품에 들어간 재료와 노동의 양을 캔버스의 크기라는 요인으로 환원시키는 것은 지나치게 거친 계산법으로 보일 개연성을 가지고 있다. 화랑 관장들은 이러한 의문에 대해 통상 작가는 작품의 기법을 잘 바꾸지 않으며, 특히 한 전시에 유형과 기법이 완전히 다른 작품들을 내는 일은 없다고 봐도 무방하기 때문에 문제될 것이 없다고 설명한다. 작가의 작품 활동은 일종의 창의적 노동이라 어떤 세밀한 측량 방법을 동원한다 해도 겉으로 드러나는 노동 뒤에 숨겨져 있는 고뇌의 깊이를 계량해낸다는 것은 불가능하며, 그렇기에 거칠게 작품의 크기로 그 노동의 양을 가늠하는 것이 오히려 모두에게 공평한 것으로 받아들여진다는 설명을 하는 관장도 있었다.

기능적인 측면에서 본다면, 호당가격제에 의해 책정된 작품의 가격이 작가의 노동과 예술적 창의성에 대한 보상으로 해석되는 것은 관행의 실천과 그 결과에 정당성을 부여하고 이를 통해 집단 내의 사회적 관계를 우호적이고 협력적인 방향으로 이끄는 데에 기여를 하고 있다고 할 수 있다. 화랑가의 사람들이 의도적으로 그러한 목적을 달성하기 위해서 호당가격제의 관행을 수용하고 있는 것은 아니지만, 호당가격제에 부여하는 의미와 그것이 의사결정의 과정에 끼치는 힘은 분명 작품의 가격이라는 가치에 내포된 첨예한 긴장의 가능성을 누그러뜨리고 있다.

나아가 거래의 국면에서 가격에 대한 이러한 해석은 미술 작품을 구매하

는 컬렉터의 행위에 ‘후원’이라는 의미를 부여한다. 다시 말해, 컬렉터는 단순히 사물로서의 작품을 구매하는 것에 대한 대가로서 돈을 지불하는 것이 아니라 작가의 예술 활동에 대한 경제적 후원을 하는 것이라는 언설이 화랑가에서 통용되고 있는 것이다. 거래 관계에 후원의 의미를 심으려는 노력은 거래에 동반되는 접대 자리에서 화랑 관장이 컬렉터에게 건네는 감사의 말들에서도 찾아볼 수 있지만, 무엇보다도 그러한 노력을 가장 명확하게 보여주는 것은 ‘컬렉터’라는 지칭어라고 할 수 있다. 화랑가에서 작품의 구매자를 컬렉터라고 부르는 것은 작품의 구매자를 향한 예우와 감사의 의미를 표현하기 위한 나름의 고상한 표현 방법이라고 이야기된다. 그렇기에 작품의 구매자를 향한 컬렉터라는 지칭어는 단순한 미술품 수집가라는 의미보다는 미술 애호가, 후원자, 교양인과 같은 의미로 받아들여진다.

[사례 5] 후원과 컬렉터에 관한 C관장과의 인터뷰

여기 화랑에서는 그림을 사는 사람들은 다 컬렉터라고 불러요. 처음이라서 어색하게 들릴 수도 있는데, 그렇게 부르는 게 작품을 사는 건 어디 가서 가방을 사거나 옷을 사는 거하고는 다르잖아요. 미국에서도 그렇고 일본에서도 그렇고 미술품을 사는 사람들은 다 컬렉터라고 해요. (중략) 컬렉터가 그림을 사주는 건 큰 고마움이죠. 사실 그분들이 있으니까 한국 미술계가 돌아가는 거예요. 그분들이 자비로 작가들이랑 화랑들을 다 먹여 살리는 거니까요. 우리 컬렉터분들 중에는 꼭 주기적으로 와서 그림을 사주시는 분들도 있어요. 도와주시는 거니까, 진짜 고맙죠.

호당가격제의 관행을 실천하고 그것에 사회적 의미를 부여하는 것은 화랑의 작품 거래를 시장경제의 상품 교환 관계로부터 분리시키려는 시도이자 그 결과라고 볼 수 있다. 호당가격제에서 비롯된 후원의 논리는 작품의 가격이 시장의 원리에 따라 결정되면 안 되는 나름의 이유를 제공해준다. 화랑가의 사람들에게 작품의 거래는 단순한 상품 거래가 아니며, 그들은 그래

야 마땅하다고 믿고 있다. 따라서 화랑가의 사람들이 미술 작품 거래의 예외성을 내세우는 한 호당가격제가 합리적이지 않다는 세간의 비판은 그들에게는 현장을 모르고 하는 잘못된 주장에 지나지 않게 된다. 호당가격제에 의해 매겨진 작품 가격에 대한 해석, 즉 작품의 가격은 작가의 노동에 대한 보상이라는 해석이 반자본주의적이고 마르크스주의적인 성향을 지니는 것은[24] 탈상품시장을 추구하는 화랑가의 경향성이 반영된 결과라고 볼 수 있을 것이다.

호당가격제에서 비롯된 후원의 논리는 작가와 화랑, 그리고 컬렉터 간의 거래 관계를 장기적인 사회적 관계로 대치시키고 화랑가에 공동체의 가치를 부여하는 집합적 기제의 일부이며, 동시에 그러한 기제에 타당성과 정당성을 부여하는 핵심적인 근거이기도 하다. 호당가격제가 상징과 언어 사용의 차원에서 미술 작품의 거래가 어떻게 공동체적인 가치를 배양하는 행위가 될 수 있는지를 제시해준다면, 뒷방에서 이루어지는 실제 거래의 국면은 공동체적인 가치와 정서를 직접 경험할 수 있도록 해준다.

3.1.2. 뒷방에서 이루어지는 애호가의 교류

화랑의 관장과 그의 지인들에게 화랑의 뒷방은 편안한 사랑방 정도로 여겨진다. 뒷방을 처음 본 사람은 전시장 뒤의 어수선한 작은 골방이 뭐가 그리 편할까 싶은 생각을 할지도 모르겠지만, 화랑의 뒷방에는 꾸준히 손님들이 찾아오며 그 안에서 즐겁게 차를 마시고 담소를 나눈다. 한 시간 이상 머무는 경우는 흔하고 엉덩이가 무거운 이들은 서너 시간을 앉아 있다가 가

24) 맥락에 대한 고려를 전혀 하지 않는다면, 작품의 가격은 그것을 제작한 작가의 노동량에 대한 보상이어야 한다고 주장하는 화랑가의 호당가격제 옹호론은 마르크스의 노동가치설을 그대로 따르는 것이라는 점에서 흥미를 자아낸다. 마르크스는 자본론에서 상품의 가치는 그것을 생산하는 데에 투하된 노동의 양에 의해 결정되는 것이라고 주장한바 있다(Marx 2008[1867]: 91-94).

기도 한다. 뒷방의 한가하고 나른하고 수더분한 분위기는 차분하고 조용한 전시장의 분위기와 크게 대비된다. 전시장이 미술 작품을 위해 존재하는 경건한 공간이라면 뒷방은 그 이면에 존재하는 사회적 관계가 표출되는 사교적 공간이라고 할 수 있다.

좁은 자리는 그다지 편하다고 말하기 어렵고 함께하는 구성원은 매번 달라지는데도 사람들이 화랑의 뒷방에 머무르는 것을 편안하고 즐거운 경험으로 받아들이는 것은 그곳에서 공유되는 폐쇄적 동질감에 대한 이해 없이는 설명하기가 어려운 현상이다. 화랑의 뒷방에 모인 사람들은 그 모임을 통해 서로가 화랑의 관장과 인맥으로 연결되어 있고 미술 애호가로서 비슷한 수준의 취향과 교양을 가지고 있다는 것을 확인하고 그로부터 정서적 만족감을 얻는 것으로 보인다. 화랑 관장은 다양한 사교적 노력을 통해 그들 사이에 공유되는 동질적 정서를 더욱 증폭시키고 그들과의 사회적 관계를 한층 굳건하게 만들고자 한다.

화랑의 뒷방에서 이루어지는 작품 거래와 그에 동반되는 접대 모임은 이러한 애호가의 교류가 시작되고 강화되는 핵심적인 국면 가운데 하나이다. 이는 거래에 관계된 이들에게 사교적 교류의 계기를 제공함으로써 작품의 구매를 작가에 대한 후원 행위로 해석하는 관점을 강화시켜주고, 거래에 참여하는 이들로 하여금 화랑가가 추구하는 공동체적 가치와 정서를 경험할 수 있도록 해준다. 작품을 구매하고자 하는 이는 그 관심을 입장료 삼아 뒷방으로 초대를 받게 되며, 뒷방에서 이루어지는 접대 과정에서 컬렉터의 지위와 그에 상응하는 대우를 받게 된다. 화랑의 관장은 컬렉터에게 미술 작품의 구입이 가지는 공동체적 의미에 대해 알려주고 작품 구입을 통해 작가와 미술계를 후원해줄 것을 부탁한다.

‘미술 작품을 사는 데에 드는 돈이 큰 액수이기는 하지만 생계에 위협이 될 정도로 부담되는 수준인 것은 아닌데 명품 가방이나 시계는 잘 사면서 미술 작품을 사는 사람은 거의 없다.’ ‘작품을 구입해주는 것은 작가에게 큰

선물이 된다.' '작가가 작품 활동을 계속 이어가기 위해서는 이렇게 도와주는 사람들이 꼭 필요하다.' '우리나라는 정부가 순수 예술에 지원을 너무 안 해줘서 이렇게 우리끼리 해나가지 않으면 안 된다.' 이와 같은 언표들은 뒷방에서 컬렉터의 접대가 이루어질 때 어렵지 않게 접할 수 있는 것들이다. 화랑 관장은 다양한 표현을 통해 미술 작품의 거래가 다른 상품의 거래와는 본질적으로 다른 것이며, 작품을 구입하는 것은 곧 작가를 후원하는 행위라는 것을 강조한다.

뒷방에 머물다보면 자연스럽게 만나게 되는 미술계 인물들은 컬렉터에게 정서적 고양감을 제공해주는 또 다른 중요한 계기이다. 거래를 위한 뒷방의 모임에 작품을 만든 작가가 동석하는 일은 흔하며, 담소를 이어나가다 보면 어렵지 않게 뒷방을 찾아온 화랑 관장의 지인들인 다른 작가나 평론가, 미대 교수들을 소개 받는 기회를 가지게 된다. 이들은 컬렉터에게 덕담을 건네고 전시와 작품에 관심을 가져주는 것에 대해 감사를 표함으로써 뒷방의 내밀하고 화기애애한 분위기를 한층 더 돋궈준다.

이러한 분위기 속에서 미술품의 거래는 애호가의 교제라는 성격을 띠게 되고 두 행위 사이의 인식적 경계는 허물어지게 되며, 그 결과 독립적인 행위로서의 미술품 거래는 존재하지 않게 된다. 이와 같은 맥락에서 미술 작품의 거래는 화랑 뒷방에서 열리는 사교적 교류의 일부이자, 애호가의 자발적인 의무인 것으로 간주된다. 작품의 거래가 뒷방 안에서 비공개적으로 이루어지는 것, 가격에 대한 설명과 흥정이 회피되는 것, 큰돈이 오고가는데도 불구하고 매매계약이 허술하고 간단하게 다루어지고 마는 것, 계약이 체결된 후에 미술 작품이 곧바로 컬렉터의 손에 건네지지 않고 전시 기간이 끝날 때까지 화랑에 계속 전시되는 것과 같은 관행들은 그러한 분위기 속에서 자연스럽고 합당한 것으로 받아들여진다.

거래의 성립은 특히 작가와 화랑 관장 사이에 유대를 더욱 굳건하게 만들어주는 계기로서 작용한다. 작가 집단 내에서는 작품이 판매되었을 때 작

가의 작품 활동이 비로소 정식으로 인정을 받게 되는 것이라는 관념이 퍼져 있다고 한다.[25] 그렇기에 작가는 성공적인 작품의 판매가 이루어지면 한껏 고무되기 마련이며, 이러한 성취의 경험은 화랑 관장과의 배타적인 협력관계를 더욱 돈독하게 만들어준다. 통상적으로 작가는 자신의 전시와 그에 따르는 작품의 거래를 잘 알고 믿을 수 있는 화랑 관장에게 계속해서 맡기려고 하며, 화랑 관장과의 협력관계가 깊어질수록 위임의 수준은 점점 더 높아진다. 즉, 처음에는 전시와 거래에 관계된 대부분의 것들을 작가와 화랑 관장이 협의를 통해 결정한다면 신뢰가 충분히 쌓인 뒤에는 화랑 관장이 대부분의 제반 문제들을 스스로 알아서 처리하게 되는 것이다.[26]

또한 화랑 관장은 한 번 맺은 컬렉터와의 관계를 계속해서 유지시키고 그 관계에 사회적 유대감과 친밀감을 부여하기 위해 많은 노력을 기울인다. 화랑 관장은 뒷방을 떠나는 컬렉터에게 또다시 화랑에 찾아와 줄 것을 청하고, 새로운 전시가 열리면 전시와 그에 따르는 오프닝 파티나 작가와의 대화 시간과 같은 여러 부대행사에 컬렉터들을 초대함으로써 그들과의 사회적 교류를 더욱 강화시키고자 한다. 장기적인 교제 관계 속에서 간간히 이루어지는 작품의 거래는 서로의 유대를 강화시켜주는 계기가 되며, 동시에 그러한 교제가 만들어내는 자연스러운 결과의 하나로서 받아들여진다.

이러한 과정을 통해 화랑 관장과 친분을 맺게 된 이들에게 화랑의 뒷방

---

25) 미대에 들어가면 가장 먼저 듣게 되는 조언 중 하나가 절대 자신이 만든 작품을 공짜로 사람들에게 나누어 주지 말라는 것이라고 한다. 그런 식으로 작품을 쉽게 나누어주게 되면 사람들은 자신의 작품을 귀하게 여기려 하지 않기 때문에 작품이 가치를 잃게 된다는 것이다. 작품은 반드시 정당한 대가를 받고 팔아야 하며, 누군가가 작품을 사주었을 때 작품의 가치가 인정받는 것이라는 작가들의 관념은 이러한 맥락에서 형성된 것이라 볼 수 있다.

26) 또는 드물게 일시적이지만 그 반대의 상황이 벌어지기도 한다. 화랑 관장이 작가에게 모든 권한을 일임하고 자신은 조력자로서 곁을 지키기만 하는 것이다. 작가가 의욕이 아주 크거나, 거래의 상황에서 컬렉터가 작가의 지인인 경우에 이와 같이 역할의 역전이 벌어진다.

은 근대 유럽의 살롱과 같은 공간으로 기능하게 된다. 즉, 화랑의 뒷방에서 사람들은 고급 예술의 분위기와 그에 어울리는 내밀한 만남과 담화를 즐기며, 이를 통해 뒷방의 교류는 그에 참여하는 사람들에게 정서적 만족감과 사회적 유대감을 제공해주게 되는 것이다. 화랑의 뒷방이 실체를 가진 조직으로서 존재하는 것도 아니고 뒷방에 모여드는 사람들은 거의 대부분 화랑 관장과의 일대일 관계만을 가지고 있을 뿐인데도 이와 같은 공동체적 정서가 형성될 수 있는 것은 거의 전적으로 화랑 관장의 노력이 만들어낸 성과라고 할 수 있다. 화랑 관장들은 그러한 노력을 기울이는 이유를 미술에 관심을 가진 사람들을 만나 인맥을 쌓고 그들과의 교류를 즐기는 것이 화랑을 경영하면서 누릴 수 있는 큰 즐거움이자 보람 중 하나이기 때문이라고 설명한다.[27] 그렇다고 해서 화랑 관장들이 사교의 즐거움을 위해 자선사업 하듯이 화랑을 경영하는 것은 아니다. 화랑 관장의 노력에 의해 만들어진 공동체적 정서는 다른 종류의 현실적인 보상이 실현되는 데에 기여한다.

3.2. 화랑의 체계를 위협하는 거래, 위협을 무마하는 관행

3.2.1. 거래 관행의 정치

화랑가의 관행이 작품의 거래를 비경쟁적인 협력관계로 대치시킨다고 해서 거래에 참여하는 이들이 행사하는 영향력이 적절한 균형을 이루고 있는

27) 인맥을 넓히고 관리하는 것은 화랑의 안정적이고 지속적인 운영을 위해 꼭 필요한 활동이며, 즐거움을 느끼지 못하면서도 운영을 위해 억지로 사교적 노력을 쏟아 붓기에는 화랑의 경영으로 얻을 수 있는 다른 보상이 그다지 크지 못한 것이 현실이라는 점에서 이를 표면적인 언설일 뿐이라고 치부할 수만은 없다.

것은 아니며, 모두가 거래의 주도권에 무심한 것도 아니다. 다만 관행의 통제 하에서 직접적이지 않은 방식으로 거래의 주도권을 쥐기 위한 경합을 하고 있을 따름이다.

화랑의 거래 관행이 실천되는 과정에서 가장 적극적인 역할을 맡고 있는 것은 화랑 관장이다. 화랑 관장은 모든 거래의 과정에 개입하며, 작가와 컬렉터의 의사 결정에 큰 영향력을 행사한다. 작가와 컬렉터는 흔히 이를 '호의'로 받아들이는데, 이처럼 사람들로 하여금 화랑의 영향력을 당연한 것으로 받아들이게 하고 그 위에서 협력관계를 맺게 만드는 것이 관행의 힘이라고 할 수 있다. 즉, 공유된 관행의 인정과 실천이 화랑이 거래를 주도하는 상황을 당연한 것으로 받아들이게 하는 사회적 환경으로서 기능하고 있는 것이다. 이와 같은 관점에서 화랑의 미술품 거래 관행은 참여자들의 서로에 대한 영향력 경쟁을 통제하고 조절하는 일종의 간접적인 정치 행위로 이해될 수 있다.

작품의 거래에 있어 최종적인 결정, 즉 작품을 살 것인지 말 것인지에 대한 결정은 컬렉터가 하는 것이지만 화랑 관장이 거래 과정 전반에 걸쳐 컬렉터에게 큰 영향력을 행사한다는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 우선 화랑 관장은 작품의 가격 결정을 하는 데에 있어 결정적인 역할을 한다. 작가와 협의를 통해 호당가격제를 실천하여 작품에 가격을 매기는 것도 화랑 관장이고, 거래의 최종 국면에서 주어진 조건을 고려하여 할인된 가격을 제안하는 것 역시 화랑 관장이다. 물론 컬렉터가 추가적인 흥정을 요구할 수도 있기는 하지만, 예의와 존중의 태도가 강조되는 분위기 속에서 적극적으로 가격을 흥정하기란 쉽지 않은 것이 현실이다. 단편적으로, '작품의 가격을 지나치게 깎으려고 하는 것은 올바른 컬렉터의 자세가 아니다'라는 화랑가의 암묵적인 규범에서 이러한 비대칭적 관계를 읽어낼 수 있다.

나아가 화랑 관장은 컬렉터의 작품 선별에 관여하기도 한다. 작품의 가격은 호당가격제에 따라 정해지고, 개별 작품에 대한 전문가의 평가나 평론은

거의 제공되지 않기 때문에 컬렉터는 안목만으로 작품을 골라야 하는 상황에 처하게 된다.[28] 그런데 보통 전시된 작품들은 비슷한 형태를 가지기 때문에 그중 하나를 고르는 것은 상당한 고민이 되기 마련이다. 그렇기에 컬렉터가 화랑 관장에게 작품 선택에 대한 조언을 부탁하는 일은 드물지 않게 발생하며, 이때 화랑 관장은 지나치게 직접적이지 않은 방식으로 컬렉터에게 작품을 추천해준다.

화랑 관장은 컬렉터에게 작품을 골라줄 때, 흔히 작은 부분에 대한 전문가의 구체적인 지식과 평가를 제공해주는 방식을 취한다. 작품 형태의 세부적인 측면이 지닌 특별한 미적 가치를 꼬집어 언급하는 것은 화랑 관장이 가장 즐겨 사용하는 설득의 방법 중 하나이다. 예를 들자면, 작품에 쓰인 붉은색이 아주 매력적인데 이런 색감은 의도한다고 해서 나오는 것이 아니기 때문에 더욱 특별하다고 말해주거나, 다른 작품들에 비해 이 작품의 덧칠된 형태가 유독 독특하다고 말해주는 식이다. 또한, 작가와 작품에 얽힌 뒷이야기를 알려주는 것도 즐겨 사용하는 방법이다. 즉, 특정 작품이 작가의 내밀한 사정이나 경험을 표현한 것이라든가, 매너리즘을 극복하기 위한 작가의 새로운 시도라든가, 혹은 반대로 작가가 가장 자신 있어 하는 소재라든가 하는 이야기를 컬렉터에게 들려주는 것이다. 이와 같은 설득의 화술을 통해 작품의 진정성을 강조함으로써 관장은 작품이 지니는 특별함과 권위를 확인시켜준다. 나아가 이와 같이 특별한 작품을 골라주는 것, 더 정확하게는 컬렉터로 하여금 특별한 작품을 추천 받았다는 느낌을 가지게 하는

28) 대형 화랑에서 열리는 특급 작가의 전시회는 이와 상황이 조금 다르다. 개별 작품에 대해 더 자세하고 구체적인 정보가 주어지며, 작품을 구매하려는 이가 상당히 전문적인 안목을 가지고 있는 경우가 흔하기 때문에 작품의 선별을 화랑 관장이나 큐레이터에게 의지하는 경우는 많지 않다. 그러나 중소 화랑에 작품을 구매하러 오는 사람들은 미술 작품을 보는 전문적인 안목을 가지고 있는 경우가 많지 않기 때문에 자신 있게 작품을 고르지 못하고 화랑 관장의 조언에 의지하게 되는 것이다.

것은 거래 과정에서 화랑 관장이 권위를 가지게 하는 데에 기여하는 것으로 보인다. 가격이 아닌 작품의 가치를 협상함으로써 거래의 주도권을 획득하게 되는 것이다(Spooner 1986: 220-222).

한편, 전시 시작 전 작품의 가격이 결정되는 국면에서 관행의 실천의 이면에서 이루어지는 권한과 영향력의 경합은 특히 두드러지게 발견된다. 신진 작가는 미술품의 생산자이자 엄연한 전시의 주인공임에도 불구하고 자신의 작품이 거래되는 데에 있어서 영향력을 거의 행사하지 못한다. 작품의 가격은 호당가격제라는 관행의 틀 안에서 작가와 화랑 관장이 협의하여 정하는 것이라고 하지만 실제로는 화랑 관장이 지배적인 결정권을 행사하며 작가는 그에 동의하는 경우가 흔하다. 화랑 관장들은 이를 두고 아무 것도 모르는 초보 작가를 가르쳐주는 것이라고 표현한다. 가격을 협상하려고 하는 신진 작가는 맹랑한 것으로 여겨진다. 반면, 작가 경력이 어지간히 쌓인 중견 작가가 되면 관행의 테두리 내에서 협상의 여지가 생겨난다. 작가는 화랑 관장에게 관행에 따라 어느 정도의 호당가격을 보장해줄 것을 요청하며, 이때 관장은 그런 요구를 수용하거나 혹은 관행을 근거로 재논의를 제안한다. 작가와 관장의 관계에서 거래 관행에 대한 이해의 수준은 곧 영향력의 척도가 되며, 협력 과정에서 발생하게 되는 긴장과 갈등의 불편함은 관행의 이름으로 덮어진다.

일단 작품의 가격이 결정되고 나면, 이후의 작품 거래에 작가는 관여하지 않는 것이 관례이다. 즉, 컬렉터가 작품을 구입하고 싶다는 의사를 표해오면 화랑 관장이 작가의 대리인으로서 모든 거래의 과정과 상황을 주도하며, 작가는 직접 나서는 일 없이 조용히 참관하고 주어진 결과를 수용하기만 하는 것이다. 작품이 영 팔리지 않거나 작품을 판매하는 관장의 방식이 마음에 들지 않는다 해도 관장이 먼저 허락하지 않는 한 작가가 거래에 참견하는 것은 암묵적인 상호 존중의 관행을 깨는 굉장히 예의 없는 행위로 여겨진다.

단 하나의 작품도 팔리지 않은 어떤 전시의 마지막 날에 만난 화랑 관장은 전시장을 서성거리고 있는 불안한 표정의 작가에게 잠시 바람이나 쐬고 오라며 내보내고는 작가가 너무 귀찮게 해서 다시는 같이 일하고 싶지 않다며 불편함을 토로했다. 관장이 꺼내놓은 작가에 대한 불만은 그것이 신통치 않은 판매 실적에 대한 변명일지언정 그 변명의 방식은 암묵적 규범을 어긴 것에 대한 질책에 가까웠다.

[사례 6] 작가와의 갈등에 관한 E관장의 토로

자기가 해달라는 대로 가격을 맞춰줬으면 나머지는 믿고 양보를 해야 되는데, 그러고 나서도 저를 믿어주지 않으니까 열심히 팔아주고 싶은 마음이 안 생겨요. 작품이 안 팔려서 자기도 불안한지 하루 종일 저런 표정으로 화랑에 죽치고 있다니까요? 사람들이 그림 사러 오는 게 아니라 일단 왔다가 그림도 사고 그러는 건데, 작가라는 사람이 축 쳐져서 저러고 있으니까 사람들이 왔다가도 금방 가버려요. 지금까지 그림이 딱 1개 팔렸는데, 그거 제가 사준 거예요. 작가가 저러고 있으면 그림이 좋아도 안 팔리죠. 작가면 좀 잘난 맛도 있고 그래야하는데, 저 작가는 잘못 고른 거 같아요.

화랑 관장은 이와 같은 거래에서의 주도적인 역할 수행을 작가가 '원하는 도움을 주는 것'이라고 표현한다. 화랑 관장들의 말에 따르면 작가들은 대부분 스스로가 거래에서 손을 떼고 싶어 하며 그들에게 알아서 해줄 것을 먼저 요청해 온다는 것이다. 작품을 판매하는 행위가 작가에게는 위신과 체면이 서지 않는 일이기 때문이다. 또한 작가는 예술을 하는 사람이라서 세상 물정을 모른다는 점에서도 도움을 줄 수밖에 없다고 화랑 관장들은 이야기한다. 작가들은 자존심이 강하고 자기 작품에 대한 사랑이 지나치게 크기 때문에 어느 정도의 가격에 내놔야 컬렉터들이 작품을 사줄지를 계산하려 하는 것이 아니라 단지 자신의 작품에 더 높은 가격이 매겨지는 것에만 관심을 가진다는 것이다.

그러나 이와 같은 언설들이 사실이라고 하더라도, 작품의 가격 결정과 거래에 화랑 관장이 강한 영향력을 행사하는 상황이 작가와 컬렉터의 완전히 자발적인 부탁과 요청에서 나왔다고 보기는 어렵다. 지배적인 거래 관행과 정서적 분위기가 화랑 관장이 작품의 거래 상황을 주도하면서 작가와 컬렉터에게 도움을 주는 것을 자연스럽고 당연한 것으로 받아들이고 나아가 요구하도록 유도하는 기능을 수행하고 있다는 것을 간과해서는 안 된다. 즉, 화랑 관장이 작품의 가격 결정과 거래의 상황에서 작가와 컬렉터에게 제공해주는 도움은 그들이 '원하는 도움'이라기보다는 '필요할 수밖에 없는 도움'인 것이다. 정치적 관점에서, 호당가격제와 뒷방 거래의 관행은 단지 중개자에 불과한 화랑 관장이 작가와 컬렉터에게 더 많은 영향력을 행사하고 거래 전반의 지휘자로서 활약할 수 있도록 만드는 데에 결정적인 기여를 하고 있는 것으로 보인다.

3.2.2. 전시-거래의 관계와 화랑의 체계

3.2.2.1. 화랑에서 이루어지는 전시 활동과 거래 활동 간의 관계

화랑 관장의 영향력은 거래 국면에서만 행사되고 확인되는 것이 아니다. 화랑 관장의 정치력은 거래를 넘어서는 더 포괄적인 수준의 화랑 활동을 통해 형성되고 확인된다. 즉, 화랑 안에서 만들어지는 정교한 협동의 체계를 계획하고 주도함으로써 화랑 관장은 사회적, 정치적 위세와 권위를 지니게 되는 것이다. 작품의 거래는 전체 체계의 한 부분일 뿐이며, 영향력을 획득하는 과정이라기보다 소모하는 과정에 더 가깝다고 할 수 있다.

화랑의 활동은 크게 보아 전시와 거래로 나누어 볼 수 있다. 의미론적인 측면에서 둘은 대립적인 관계로 인식되며, 화랑가의 사람들은 두 활동을 솜씨 좋게 분리해낸다. 전시는 작가가 긴 시간에 걸쳐 공 들여 제작한 미술품을 대중에게 발표하는 귀한 자리로, 화랑의 첫 번째 의무이자 본분이라고

이야기된다. 그에 비해 거래는 분명 중요한 활동임에도 오직 관계된 사람들만이 참여할 뿐, 공개된 자리에서는 언급되지 않는다. 즉, 대중을 상대로는 오직 전시만이 그 자체로서 완결성을 지닌 화랑의 유일한 활동으로 표상되고 있는 것이다.[29]

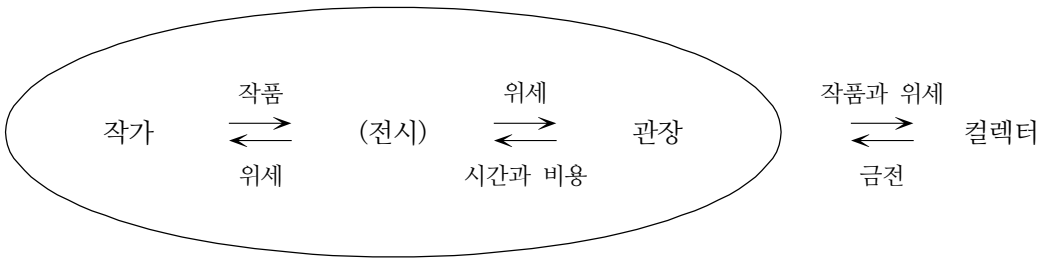
그러나 실제 화랑의 운영에서 전시와 거래는 동전의 양면과 같은 관계로 얽혀 있다. 전시를 통해 작품은 사회적으로 공인을 받게 되고, 이는 작품의 상품성을 획득하는 데에 큰 기여를 한다. 화랑의 전시에 출품된 작품이라는 사실은 그 자체만으로 일정 수준의 예술적 가치와 진품성을 보장해주기 때문이다. 따라서 전시에 대한 좋은 평가는 높은 거래 성과로 이어지기 마련이다. 화랑가 사람들의 말마따나, 그림이 팔리는 것은 그것이 예술작품이기 때문이지 상품이어서가 아니다. 다른 한편, 거래는 전시의 물적 토대를 제공해주는 기능을 한다. 일반적으로 화랑의 전시는 무료로 개방되는 것이 관례이기 때문에 전시 활동만 가지고는 그에 들어가는 비용을 충당할 길이 없다. '작품의 거래는 다음번 전시를 준비하기 위한 것'이라는 표현은 화랑 관장들이 사회에 대한 자신들의 공헌을 강조하고자 할 때 주로 쓰는 표현 중 하나이다.

가치의 교환이라는 측면에서 살펴보게 되면, 화랑의 전시와 거래는 사회적 위세와 재화의 연속적인 교환으로 이해될 수 있다. 전시를 통해 작품은 예술적 가치를 획득하고, 그에 기여한 사람들은 미술인으로서의 명예를 얻게 된다. 뒤이은 거래에서는 작품의 예술적 가치가 금전과 교환됨으로써 작

29) 기업공시 자료를 찾아보면 화랑은 '예술품 소매업'으로 등록된 사업체로 구분되어 있다. 즉, 법적으로 화랑의 본업은 작품의 거래이며, 전시는 어디까지나 거래를 위해 존재하는 부대활동일 뿐인 것이다. 법적 본업과 희망하는 본업의 역전 현상은 관료적 분류법이 낳은 단순한 아이러니라고 볼 수도 있지만, 이와 같은 관점의 충돌은 다른 국면, 다른 관계에서도 거듭 발생하고 있으며, 이는 화랑의 불안을 조장하는 주요한 이유가 된다. 이에 관한 자세한 분석은 4장에서 다루기로 한다.

가와 화랑은 경제적 보상을 제공 받고, 컬렉터는 작품과 함께 애호가의 명예를 획득하게 된다. 그리고 거래를 통해 축적한 금전을 가지고 화랑과 작가는 다시금 전시를 열게 되는 것이다.

[그림 1] 전시와 거래에서의 가치 교환



화랑에서 이루어지는 전시-거래의 순환 과정은 여러 사람들의 단발적이면서도[30] 체계적인 협력에 기초하여 수행되는 것이기 때문에 매끄럽게 단계가 진행되어 나가기 위해서는 전체 과정을 적절하게 조정해주는 것이 필요하다. 이때 조정자의 역할을 담당하는 것이 화랑 관장이며, 전체 활동 과정의 각 부분에 관한 관행은 일종의 매뉴얼로 기능하게 된다. 즉, 화랑 관장은 상호 공유된 전시와 거래의 관행들이 제대로 지켜지도록 감독하고 통제하는 역할을 맡게 되는 것이다. 한 화랑 관장의 다소 거친 표현을 빌리자면, 이는 지치고 속 터지고 열불 나는 일이다. 정해진 일정은 어긋나기 일쑤고, 작가나 컬렉터와 협상과 논의를 하다보면 감정 상하는 일이 빈번하게 벌어지기 때문이다.

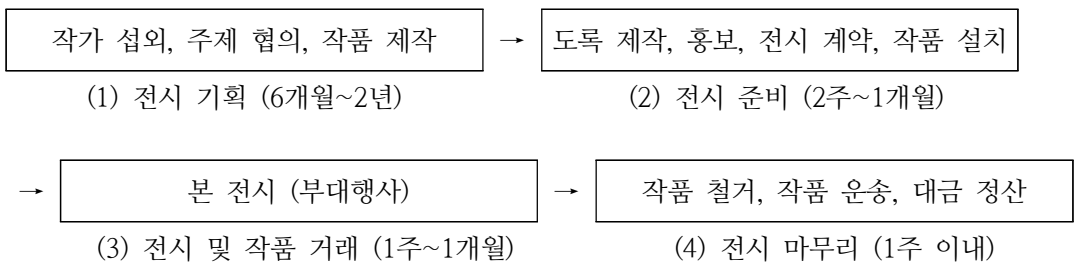
30) 화랑의 전시와 거래에서 이루어지는 협력이 단발적일 수밖에 없는 이유는 매번 참여하는 사람들이 바뀌기 때문이다. 화랑에서는 하나의 전시가 끝나면 다른 작가의 전시가 시작되며, 그에 따라 화랑에 모이는 사람과 작품을 구매하는 컬렉터 그룹 역시 달라진다.

3.2.2.2. 전시 활동에 의해 조직되는 화랑의 체계

화랑의 전체 활동 가운데 중심이 되는 것은, 앞에서 언급하였듯이, 작품의 전시이다. 화랑 관장은 거래에 쓰이는 것과는 비교할 수 없을 정도로 많은 시간과 비용을 전시 활동에 쏟으며, 이를 통해 위세와 영향력을 획득하게 된다.

전시를 준비하고 운영하는 과정은 두 가지 독립적인 관계의 흐름으로 이루어진다. 화랑 관장은 한편에서는 작가와 협력하여 전시를 '생산'하며, 다른 한편에서는 컬렉터의 관심을 확보함으로써 전시의 '소비'를 준비한다. 두 관계의 흐름은 본 전시 기간 중에 작품을 매개로 하여 서로 얽히게 된다. 전시의 일차적인 의도가 미술품의 거래라고 보는 것은 단견이지만 모든 전시의 준비와 운영과정에 거래의 의도가 스며있는 것은 사실이다. 즉, 전시가 준비되는 과정에서 거래 역시 준비되는 것이다.

[그림 2] 화랑에서 이루어지는 전시와 거래의 진행 흐름



하나의 전시를 여는 데에는 준비 기간으로 짧게는 6개월에서 길게는 2년의 정도의 시간이 소요된다.[31] 화랑 관장이 대략적인 전시의 방향을 정하고

31) 전시의 과정과 그에 따르는 관행적 규칙들은 거래의 경우와 달리 잘 알려져 있는 편이다. 화랑의 전시 활동의 업무적 측면에 관한 자세한 소개는 박파랑의 글(2012)을, 그리고 화랑의 전시 관행에 관한 민족지적 기록은 이명옥의 글(2000)을 참고하기 바란다. 특히 이명옥의 글은 화랑 관장으로서의 개인적인 경험이 오롯이 담겨 있다는 점에서 현장의 느낌을 이해하는 데에 도움이 될 수 있

그에 어울리는 작품을 만들어줄 작가를 섭외하는 것이 전체 과정의 시작이다. 작가가 전시에 참여하기로 결정하면 화랑 관장과 작가는 함께 의논하여 구체적인 전시 주제를 기획하고 작가는 그에 어울리는 작품을 제작하기 시작한다.[32] 작품이 제작되는 동안 관장은 작가와 연락을 유지하며 전시의 주제를 조정하고 작품의 진행 상태를 확인한다.

작품이 완성되면 화랑 관장은 작가와 함께 구체적인 전시 준비에 착수한다. 전시 일정을 정하고 도록을 만들고 전시를 홍보하는 것은 주로 화랑 측이 담당하게 된다. 도록은 전시에 관한 공식적인 기록이기 때문에 특별히 제작에 공을 들인다. 일반적으로 도록은 전시 평론과 작품 사진, 작가 소개로 구성되는데, 교과서적인 입장에 따르면 평론은 전시 수준을 가늠하는 중요한 잣대가 되기 때문에 가능한 유명한 평론가의 글을 받아야 하지만 실제로는 누구에게 평론을 받는가의 문제에 크게 구애되지 않는 분위기이다. 왜냐하면 전시 평론이라는 것이 화랑 측에서 돈을 받고 써주는 글이다 보니 지나친 칭찬 일색인 경우가 대부분이기 때문이다. 하지만 그럼에도 전시 평론은 관람객들에게 전시와 작품을 바라보는 가이드라인을 제시해주기 때문에 신경 써서 준비된다. 그렇게 만들어진 도록은 단골 컬렉터와 미술계의 관계자에게 배송되고 남는 것은 전시 기간 중 관람객에게 판매된다.

작가의 호당가격을 정하고 비용의 분담비율과 이윤의 배분비율을 결정하는 것도 전시 준비단계에서 이루어진다. 이윤의 배분에 있어서는 통상 화랑이 작품 값의 30~50퍼센트 정도를 중개 수수료로 가져가는 선에서 합의가 이루어지는데, 이윤의 배분 비율 역시 호당가격제와 마찬가지로 작가의 경

을 것이다.

32) 전시 준비 기간의 거의 대부분은 작가의 작품 제작에 할애된다. 작가는 전시당 5점에서 20점의 작품을 만들게 되며, 만약 기존에 만들어놓은 작품이 있다면 이 기간은 크게 단축될 수 있다. 그러나 한 작가의 증언에 따르면, 대부분의 작가들은 전시에 관한 논의가 오간 뒤에 작품의 제작을 시작하고 전시일 코앞이 되어서야 아슬아슬하게 작품을 완성한다고 한다.

력에 따라 결정된다. 작가가 유명할수록 작가의 몫은 커지고 화랑의 몫은 작아진다.

전시 시작일이 목전으로 다가오면 전시 작품의 설치가 시작된다. 전시 설치에는 하루에서 이틀 정도가 걸린다. 화랑에 따라 전시 설치를 마치고 본 전시를 시작하기 전에 프리뷰가 열리는 경우도 있다. 프리뷰는 화랑이 전시에 관심을 가지고 있는 단골 컬렉터들에게 전시 작품을 미리 보여주고 거래하는 자리로, 초대받은 컬렉터들은 이를 통해 좋은 작품을 선점할 수 있는 기회를 얻게 된다.

마침내 예고된 날짜가 찾아오면 전시가 시작된다. 전시는 보통 일주일 동안 열리지만 특별한 사정이 있는 전시는 더 오래, 길게는 한 달 정도 열리기도 한다. 일주일 동안 열리는 일반적인 전시일 경우, 인사동 인근의 화랑들은 거의 대부분 관행에 따라 수요일에 전시를 시작하고 그 다음 주 월요일에 전시를 마친다. 전시는 보통 무료로 대중에게 개방되며, 전시가 이루어지는 동안 뒷방에서는 전시된 작품의 거래가 이루어진다.

전시 개시일 저녁에는 전시를 축하하는 오프닝 파티가 열린다. 오프닝 파티는 전시 기간 중 화랑이 유일하게 시끌벅적해지는 자리이다. 오프닝 파티가 시작되면 화랑 관장에게 초대를 받은 사람들이 화랑을 가득 메우고, 그 안에서는 다양한 사교적 상호작용이 일어난다. 화랑은 오프닝에 참석한 사람들을 위해 간이 바를 만들어 주류를 포함한 – 주로 와인이 선호된다 – 음료수와 다과를 제공한다. 오프닝 파티에 온 사람들은 관장과 작가에게 전시 개최를 축하하는 말을 전하고, 군데군데 무리지어 간식을 먹으며 담소를 나눈다. 오프닝 파티는 두세 시간 정도 이어지다가 준비한 간식이 떨어지고 사람들이 하나 둘씩 빠져나가면서 자연스럽게 종료된다.

오프닝과 별개로 전시 기간 중에 전시에 관심을 가진 사람들이 작가와 전시에 관한 진지한 대화를 나누는 자리가 마련되기도 한다. 흔히 ‘작가와의 대화’라는 명칭이 붙는 이 행사는 학술적인 분위기를 띤다. 작가와의 대

화는 화랑이 전시기간 중 실시하는 행사들 가운데 미술품 거래의 의도가 가장 희박한 행사이다. 사교적인 상호작용이 제한되어 있을 뿐만 아니라 경제력을 가진 중장년층은 거의 참석하지 않고 미술을 공부하는 청년들이 주로 참석하기 때문이다.

화랑 관장은 보통 하나의 전시를 진행하는 동안 적게는 2~3개, 많게는 5~6개의 후속 전시를 준비하게 되며, 이는 관장이 전시에 관여하는 사람들과 연락을 주고받으며 일정을 관리하는 일에서 지대한 스트레스를 받을 수 밖에 없는 이유가 된다. 전시가 열리는 동안 관장은 언제 올지 모르는 손님, 특히 작품을 구입하려는 컬렉터를 맞이하기 위해 화랑을 비울 수 없기 때문에 후속 전시들의 준비 작업은 보통 전시를 내리고 다음 전시를 준비하는 짧은 기간 동안 몰아서 처리하기 마련이다.

이렇게 조직된 전시를 통해 작품은 비로소 사회의 공인을 받게 된다. 사회적, 물리적으로 자유롭게 유통될 수 있는 자격을 갖추게 된 것이다. 한 화랑 관장은 도록에 실린 사진을 보여주며, 이것이 바로 작품의 출생 증명 사진과 같은 것이라고 말해주었다. 또한 전시의 국면은 작품에 사회적, 미학적 해석을 부여하고, 성스러운 분위기를 덧씌움으로써 보통의 세속적 사물과 다른 특별한 예술적 가치를 지닌 사물로서의 예술품을 만들어내는 데에 기여한다. 특히, 화랑이라는 공간이 가지는 분위기의 힘은 가장 실질적이면서 즉각적인 영향을 끼치는 것으로 보인다. 단적인 예로, 한번은 전시 첫날 미처 제대로 정리가 끝나지 않아서 빈 캔버스 하나가 구석에 놓여 있었는데, 전시를 보러온 관람객들 중 몇몇이 그 빈 캔버스를 진지한 표정으로 바라보는 것을 목격한 적이 있다. 우연히 화랑 안에 놓여 있다는 사실만으로 그 빈 캔버스는 예술품일지도 모른다는 착각을 불러일으킨 것이다. 꼭 이와 같은 해프닝이 아니더라도, 화랑이라는 공간이 그 안에 놓인 미술품을 더 고급스럽고 권위적이고 가치 있는 사물로 보이게 만드는 효과를 가지고 있다는 것은 어렵지 않게 확인할 수 있다. 장식적 요소가 완전히 배제

된 하얀 상자 같은 미술 전시장만큼 사회적, 경제적, 지적 우월감을 효과적으로 담아내는 공간은 찾기 힘들다(O'Doherty 2006[1076]: 91).[33]

화랑의 성공적인 전시는 출품된 작품뿐만 아니라 전시에 관여한 사람들에게도 위세와 명예를 가져다준다. 그중에서도 특히 작가와 화랑 관장은 각자 그러한 미술품을 제작한 이로서, 그리고 전시의 주관자로서 전시와 함께 이름을 남기게 된다. 미술계의 사람들에게 화랑 관장은 흔히 '어떤 (부류의) 작가와 함께 전시를 한 사람'으로 일컬어지며, 전시의 유형이 어떤 특색과 경향성을 지니는지, 그리고 얼마나 꾸준히 전시를 열어 왔는지 등과 같은 요소들이 화랑 관장의 평판을 결정하는 주요 근거들로 언급되는 것이다. 예를 들어, 1970년대에 설립되어 꾸준히 동양화 위주의 작품 전시를 해오고 있는 인사동의 한 화랑은 그 사실만으로 미술계에 큰 공헌을 한 것으로 평가되며, 화랑의 관장은 화랑가의 명사로서 존경을 받고 있다.

3.2.3. 체계에서 비롯되는 화랑의 권력

3.2.3.1. 화랑 권력의 기반

화랑 관장은 미술품의 전시를 위한 화랑의 체계적 활동을 주도하는 과정에서 전시의 주관자로서의 영향력을 획득하게 된다. 즉, 전시에 참여하는 이들에게 방향을 제시하고 필요한 요구를 하며 사회적, 경제적 보상을 약속함으로써 권위와 정치력을 인정받게 되고, 이를 통해 자신이 추구하는 전시

33) 화랑에 전시됨으로 인해 작품에 주어지는 사회적 인정과 위세는 작가에게는 포기할 수 없는 유인이 되며, 이는 작가가 작품을 직접 판매하거나 혹은 인터넷 사이트를 사용해서 전시와 작품의 판매를 하는 방식보다 화랑을 거치는 방식을 선호하는 주요한 이유가 된다. 물론 이러한 이유 하나만으로 화랑이 지배적인 유통 방식의 지위를 점하게 된 것은 아니다. 화랑의 지배적인 지위에 대해 이해하기 위해서는 작가와 화랑의 권력 관계를 우선적으로 살펴볼 필요가 있다. 이에 관해서는 다음 항에서 구체적으로 논하기로 한다.

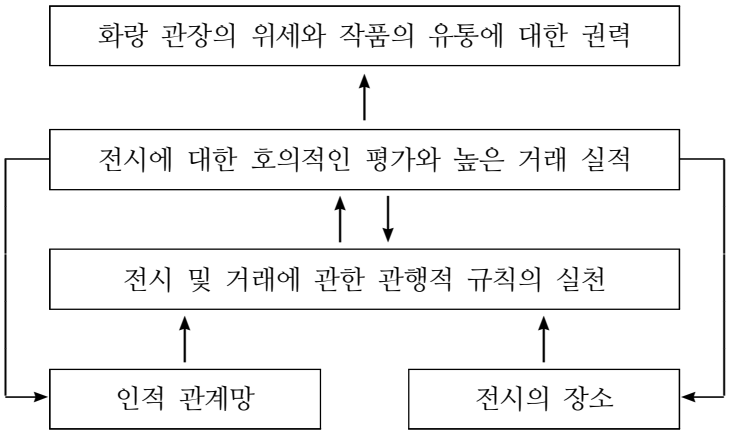
의 상을 현실화시키게 되는 것이다. 그리고 전시의 과정에서 획득한 권위는 앞에서 살펴보았듯이 거래의 과정에도 영향을 끼친다. 전시에서 거래에 이르는 일련의 과정에 영향력을 행사한다는 것은 사람들과의 관계뿐만 아니라 작품의 처우에도 관여한다는 것을 의미하며, 이는 단순한 미술품 중개 행위를 넘어서는 권한이라는 점에서 화랑 관장의 영향력은 권력으로 해석될 수 있다.

전시와 거래 관행의 실천은 화랑 관장이라는 지위가 권력을 점할 수 있도록 해주는 직접적인 기제가 된다. 즉, 화랑가에서 현재의 관행이 계속해서 유지되는 한 화랑 관장은 관행의 실천을 주도하게 되고, 관행의 결과로서 전시와 거래에 대하여 통제력과 지배적 영향력을 행사할 수 있게 되는 것이다. 화랑 관장들은 화랑의 권력이 그것을 적극적으로 추구하는 행위에 의해서 획득되는 것이 아니라 관행의 타성적이고 습관적인 반복에 의해 획득되는 것이라는 점을 들어 그것은 단지 도움을 주는 행위일 뿐이라고 말한다. 관장이라고 불리니까 겉에서 봤을 때 권위를 가진 것처럼 보일 뿐이지 실제로는 작가와 컬렉터를 위해 귀찮은 일은 다 도맡아서 하는 미술계의 머슴 같은 존재일 뿐이라는 것이다. 그러나 그들의 표현을 수용한다고 해도, 화랑 관장들이 그와 같은 도움을 주는 행위를 통해 미술품의 유통에 지배적인 영향력을 행사하고 있는 것은 사실이며, 그러한 점에서 분명 화랑 관장은 미술품과 그것을 매개로 한 작가와 컬렉터의 의사결정에 대해 권력을 행사하고 있다.

전시와 거래 관행의 실천이 화랑이 권력을 행사하는 수단이라면, 관행이 계속해서 유지될 수 있도록 해주는 것은 화랑의 인맥과 화랑이라는 장소의 힘이다. 전시 관행과 거래 관행 모두 그 핵심은 미술품을 위해 마련된 적절한 장소(즉, 화랑)를 거점으로 삼아 필요하거나 도움을 될 수 있는 사람들(즉, 좁게는 작가와 컬렉터에서 넓게는 전시에 관심을 가진 미술계 인사들과 관람객까지) 간의 상호작용을 일정한 규범적 방식에 맞춰 중재해내는 데

에 있기 때문이다. 그렇기에 화랑이라는 장소와 동원 가능한 인맥은 화랑 경영의 충분조건이 된다.

[그림 3] 화랑의 권력 기반



화랑 관장은 작가와 평론가, 기자, 그리고 무엇보다 컬렉터를 포괄하는 인적 관계망을 가지고 있으며, 이러한 인맥은 화랑이 전시와 거래를 주도할 수밖에 없는 상황을 만들어낸다. 뛰어난 작가와 구매력 있는 컬렉터는 전시와 거래의 성공을 보장해주고, 성공적인 전시와 거래의 반복은 인맥의 확장과 강화로 이어지게 된다. 물론 처음 화랑을 시작하는 이는 동원할 수 있는 인맥이 한정되어 있기 마련인지라, 이는 화랑 운영의 큰 걸림돌로 작용한다. 우선 작가를 섭외하려고 해도 쉽지가 않고, 전시를 열어도 지나가다 들르는 관람객 외에는 따로 시간을 내서 찾아와주는 이도 많지 않으며, 그러다보니 작품의 판매도 신통치 않을 수밖에 없는 것이다.[34] 인맥의 부족은

34) 화랑 관장들 중에는 인맥을 확장하려 하기 보다는 관심을 공유하고 마음이 통하는 소수의 지인들과의 관계를 유지하는 것에 만족하는 이도 있다. 그러나 이런 방식으로 화랑의 운영을 유지하려면 권위나 위세에는 큰 욕심이 없어야 하는 것은 물론, 비용이 상당히 많이 들어간다는 것이 가장 큰 문제이다. 이와 같은 부류에 해당하는 한 화랑 관장은 돈은 외국 경매를 이용해서 차익을 남기는 식으로 벌고 화랑은 그저 자기만족을 위해 경영한다고 이야기했다.

지속적인 경제적인 손해로 이어지기 때문에 인맥을 쌓고 유지하는 것이 버거운 화랑 관장들은 결국 경영을 포기하거나 작가를 초대하여 전시를 여는 것을 그만두고 대관을 시작하게 된다.

화랑이라는 건축물은 인맥만큼이나 굉장히 가치 있는 자원이다. 작품의 유통을 위해서는 전시가 필수적이고, 전시를 열기 위해서는 적절하게 지어진 장소가 필요한데, 그 장소의 제공을 거의 독점하고 있는 것이 화랑이기 때문이다. 화랑 외에 전시의 장소를 제공해주는 곳으로 공공 미술관과 일부 대형건물의 로비나 홀 등이 있기는 하지만, 그 수가 제한되어 있고 공공 미술관은 신진 작가나 중견 작가에게는 기회를 거의 주지 않으며 대형건물의 로비나 홀은 대부분 격이 떨어지는 것으로 여겨진다는 점에서 화랑의 대안으로 삼기에는 어려운 것이 현실이다. 또한, 화랑이라는 장소가 가지는 힘은 단순히 그 내부 공간의 특성에서만 나오는 것이 아니다. 서울 인사동 인근이라는 지리적 위치는 화랑에게는 그 자체로서 권위가 되어준다. 상징적인 측면에서도 그러하고, 현실적인 측면에서도 화랑 밀집 지역에 위치하는 편이 사람들을 불러들이는 데에 더 유리하기 때문이다. 그렇기에 인사동 주변의 화랑가에 위치한 화랑의 관장은 그 화랑을 소유하고 있다는 것만으로 상당한 유인과 협상력을 가지게 되는 것이다.

전시 첫날 저녁에 열리는 오프닝 파티는 화랑의 권력이 어떻게 형성되고 유지되는지를 보여주는 단편적인 사례이다. 화랑 관장은 전시에 참여한 작가와 단골 컬렉터 외에도 전시에 관심을 가지고 있는 지인들을 다수 오프닝 파티에 초청하고, 초청받은 사람들은 흔히 가족이나 친구를 동행하고 오프닝에 나타난다. 오프닝 파티가 이루어지는 동안 화랑이라는 공간은 그들에게 전유된다. 그들은 함께 전시를 관람하고 작가와 화랑 관장에게 축하 인사를 전하고 간단히 준비된 다과를 함께하며 사교 활동을 하게 되는데, 이때 그 중심에 서는 이가 바로 화랑 관장이다. 화랑 관장은 오프닝 파티에 초대 받은 사람들 사이를 바쁘게 돌아다니며 인사를 주고받으며 사람들을

서로 소개시켜준다. 반면 전시의 또 다른 주인공이라고 할 수 있는 작가는 화랑 관장만큼 바쁘게 돌아다니지 않는다. 작가는 화랑 관장이 번갈아가며 소개시켜주는 사람들과 인사를 나누고 가볍게 전시에 대한 의견을 교환하는 것이 일반적이다. 화랑의 주인이자 인맥의 중심으로서 관행의 실천을 주도한다는 점에서 화랑 관장은 그 자리에서 가장 큰 영향력을 발휘하는 사람이 되는 것이다.

3.2.3.2. 화랑 관장, 작가, 컬렉터가 벌이는 권력의 줄다리기

화랑 관장이 인맥과 장소에서 비롯한 권력을 기반으로 전시와 거래의 과정에서 상당한 영향력을 행사하는 것은 맞지만, 그의 영향력이 절대적인 것은 결코 아니다. 화랑 관장이 미술품 유통에 대한 권력을 가지고 있는 것처럼 작가와 컬렉터 역시 나름의 권력을 가지고 있으며, 이들 역시 자신이 가진 권력의 형태에 어울리는 방식으로 전시와 거래에 영향력을 행사하려고 한다. 그중 특히 경합적인 관계를 보이는 것은 화랑 관장과 작가로, 둘은 전시를 자신에게 유리한 방향으로 끌고 가기 위해 끊임없이 상대방을 설득하려고 노력한다.

화랑 관장에게 컬렉터의 인맥과 화랑이라는 장소가 있다면, 작가에게는 명성과 작품이 있다. 작가는 전시를 구성하는 가장 중요한 요소인 작품의 제작자라는 점에서 근본적인 권력을 가지며, 그와 같은 작가의 권력은 경력과 명성이 쌓일수록 더욱 강대해진다. 작가는 간섭 받는 일 없이 오로지 자신의 표현 욕구에 따라 작품을 제작하고 전시하기를 바라고, 자신의 판단에 따라 호당가격과 작품 가격이 책정되기를 원한다. 작가들은 호당가격을 정할 때 최대한 높은 가격을 원하는 경향을 보이는데, 이는 흔히 명예욕과 자존심 때문인 것으로 이야기되며, 더 거칠게는 현실 감각이 부족한 탓으로 치부되기도 한다.[35] 화랑 관장들의 표현에 따르면, 호당가격을 협상할 때

35) 물론 작품의 판매를 통한 경제적 소득에 관심이 있는 작가들도 많이 있다. 실

작가들은 아주 단순하게 주변의 아는 작가는 얼마를 받으니 자기도 그만큼, 혹은 그보다 약간 더 많이 받아야겠다는 논리를 내세운다고 한다.

반면 화랑 관장은 작가가 원하는 전시를 열어주는 것보다는 전시를 성공적으로 치러내는 데에 더 큰 관심을 가진다. 성공적인 전시라는 목표의 구체적인 의미는 개인의 관점에 따라 상당히 다양한 방식으로 해석될 수 있지만, 자기만족적인 부분보다는 타인의 평가에 방점이 찍힌다는 점에서 작가가 추구하는 바와는 차이를 보인다고 할 수 있다. 화랑 관장들이 이야기하는 성공적인 전시의 요소에는 많은 관람객, 미술계 인사들의 긍정적인 평가, 빈번한 거래 문의, 그리고 무엇보다도 높은 거래 실적 등이 포함된다.

작가와 화랑 관장의 의견이 상충하는 상황에서, 관행적 규칙은 상대를 설득하기 위한 근거이자 의견 차이로 인한 대립을 완화시켜주는 기제로서 기능한다. 즉, 관행을 내세워 자신의 의견을 관철시키고자 하고, 관행의 테두리 안에서 타협을 이루어내는 것이다. 이때, 관행이라는 논리로 상대를 설득하는 과정은 이성적이고 합리적인 논의가 아닌 위세와 권력의 대결과 같은 양상을 띤다.

작가와 화랑 관장 간의 의견 충돌이 가장 두드러지게 나타나는 지점인 작품 가격의 결정 과정은 양자가 어떤 식으로 의견을 다투고 설득하고 타협하는지를 보여주는 단편적으로 보여준다. 일반적으로 화랑 관장은 관행적

제로 전업 작가들 중에는 전시에서 충분한 소득을 올리지 못하면 한동안 궁핍한 생활을 해야 하는 이들이 제법 있기 때문에 작가가 '가격'이 아닌 '소득'에 신경을 쓰는 일은 전혀 이상한 것이 아니다. 그럼에도 작가들이 현실적인 소득보다 더 높은 가격에만 신경을 쓰는 경향을 보이는 것은 작가로서의 자존심을 내세우는 편이 장기적으로 더 득이 된다는 판단 때문인 것으로 보인다. 화랑 관장들은 작가들이 자존심 때문에 현실은 고려하지 않고 더 높은 가격만을 요구한다고 투덜거리면서도, 경제적 보상에 직접적인 관심을 보이는 작가에 대해서는 작가로서의 자세가 안 되어 있다며 더 심하게 비난하는 태도를 취하는 것이 그러한 상황을 대변해준다고 할 수 있겠다. 즉, 명예와 지위를 위해 작가를 향한 고정관념에 자신을 맞추고 있는 것이다.

기준에 따라 작가가 속한 그룹의 평균적인 호당가격을 제안하고, 작가는 관장의 제안을 수용하거나 혹은 가격을 조금 더 높여줄 것을 요구한다. 예를 들어, 전시를 다른 보통의 작가들보다 꾸준히 열어왔다거나, 혹은 최근 대회에서 입상을 했다는 것과 같은 가산점이 되는 경력 사항을 내세워 협상을 시도하는 것이다. 여기에서 만약 작가가 경력과 명성에 비춰 무리한 요구를 하는 것이라 판단이 된다면, 화랑 관장은 요구를 거절하거나 혹은 요구를 받아들이는 조건으로 역제안을 할 수 있다. 이때 새롭게 협상의 대상이 되는 것은 주로 판매 이윤의 배분 비율과 전시 비용의 분담 여부이다. 작가가 그에 동의하면 작가는 판매 이윤을 조금 포기하거나 전시 비용의 일부 – 주로 도록의 제작비가 된다 – 를 부담하는 조건으로 자신이 원하는 호당가격을 얻게 된다.

권력과 위세 경쟁의 측면에서 이 과정을 정리해보면, 작가가 신진 작가이거나 경력에 비해 명성이 떨어지는 경우에는 화랑 관장이 정해주는 호당가격을 따르게 되며,[36] 반대로 작가의 경력과 명성이 충분하다고 인정되는 경우에는 자연스럽게 작가의 요구에 따라 호당가격이 책정된다. 그러나 만약 의견의 충돌이 발생하게 될 때에는 둘 중 하나의 주장이 일방적으로 받아들여지는 것이 아니라 이차적인 협상을 통해 서로가 적당히 양보하는 방식으로 타협이 이루어지게 되는 것이다.[37] 이와 같은 과정은 모두 상대에 대한 예의와 존중의 관행적 틀 안에서 이루어진다.

화랑 관장과 작가가 전시를 준비하고 제공하는 입장인데 반해, 컬렉터는

---

36) 작가의 경력과 위세가 거의 없다시피 한 등단 작가는 화랑 관장이 제시하는 호당가격을 수용해야할 뿐만 아니라 전시 비용의 일부도 부담을 하는 것이 관례이다. 이는 첫 전시를 열어준 화랑에 대한 고마움의 표시로 해석된다.

37) 작품값의 결정 주체에 관한 최병식의 조사 결과는 이상과 같은 논의를 뒷받침해준다. 그가 조사한 바에 따르면, 작가가 가격을 결정하는 비율이 원로 작가의 경우 75%이고, 중견 작가의 경우에는 56%이며, 청년 작가의 경우는 44%라고 한다(최병식 2001: 89).

전시와 작품을 평가하고 선택하는 입장에 서 있다는 점에서 사실상 미술품의 유통에 관한 가장 큰 권력을 가지고 있다고 볼 수 있다. 그러나 '유행'이라고 개념화할 수 있는 집단으로서의 컬렉터가 아닌 개인으로서의 컬렉터는 실질적 영향력을 행사한다고 보기 어려운데, 전문적 지식과 충분한 자본을 가지고 작품을 체계적으로 수집하는 이가 드물기 때문이다.[38] 컬렉터 중에서 매년 수 점 이상씩 작품을 꾸준히 구매하는 이들은 보통 화랑 관장의 인맥 안에 포함되기 마련이며, 이들은 전시 프리뷰나 오프닝 파티에 초대되고 작품을 구매할 때 더 많은 할인을 받는 방식으로 위세를 인정받는다.

3.2.4. 체계의 관점에서 재해석한 화랑의 거래 관행

화랑의 미술품 거래는 전체 체계의 견지에서 보았을 때 양가적인 의미를 지닌다. 거래는 전시가 만들어내는 화랑의 권력과 권위, 그리고 미술품의 예술적 가치를 오염시킬 수 있는 위협이며, 동시에 화랑의 사회적, 물적 존속을 위한 현실적인 필요조건이기도 하다. 이와 같은 거래의 양가적인 성격은 거래를 공동체적인 후원의 행위로 간주하는 관행적 시각을 통해 해소된다고 볼 수 있다. 즉, 관행을 통해 거래에 대한 필요를 만족시키면서 동시에 위협의 가능성을 희석시키고 있는 것이다.

기본적으로, 미술 작품의 거래는 전시에 쏟아 부은 노력과 비용을 확인하고 평가받고 그 대가를 회수하는 과정이다. 아무리 화랑 관장과 작가가 전시를 열심히 준비했다고 해도, 미술 작품이 사회적 산물인 이상 그 가치는

38) 그 수가 얼마 되지 않기는 하지만, 거대 자본과 전문적 지식을 바탕으로 미술품을 대량 수집하는 이들은 미술계 내에서 상당한 권력을 행사한다. 대표적인 인물이 리움 미술관의 홍라희 관장으로, 매년 미술계의 영향력 있는 인사 순위가 발표될 때면 최상위를 놓치지 않는다. 그러나 그와 같은 전문 컬렉터는 특급 작가들의 작품에만 관심을 가지기 마련이기 때문에 중소 화랑에서는 영향력 있는 컬렉터를 찾아보기 어렵다.

타인으로부터 확인받아야만 한다. 미술의 소비가 일부 한정된 계층의 수요에만 의존하고 있는 현실에서 그와 같은 평가는 거래의 결과에 거의 전적으로 의존할 수밖에 없다. 거래는 화랑 관장의 수완뿐만 아니라, 그가 가진 인맥의 넓이와 깊이에 대한 평가이기도 하다. 그리고 무엇보다 작품의 거래는 작가와 화랑의 계속된 활동을 위한 물적 토대를 마련할 수 있는 유일한 수단이라는 점에서 현실적인 중요성을 지닌다. 즉, 작품의 판매 성과를 통해 화랑 관장과 작가는 이번 전시가 얼마나 성공적이었는지를 확인하고 판매 대금을 경제적 보상으로서 얻어가게 되는 것이다. 따라서 화랑 관장의 권력 형성과 유지의 측면에서 보았을 때, 전시의 관행이 물적 토대와 인맥과 그에 바탕을 둔 화랑의 역량을 미술품의 가치 증대를 위해 투입하여 화랑 관장의 영향력을 과시하는 일종의 위세 행위라면, 거래는 전시를 통해 만들어진 미술품의 가치를 보상으로 삼아 인맥과 물적 토대를 재차 강화하는 축적 행위로 볼 수 있을 것이다.

그러나 동시에 작가와 화랑 관장에게 미술품의 거래는 위세와 명예에 대한 위협이 될 수 있으며, 그렇기에 가능한 한 겉으로 드러나지 않게 하려고 노력한다. 미술품의 거래가 위협으로 해석되는 것은 화랑 관장의 지배적 지위 획득에 결정적인 기여를 하고 화랑의 영향력이 두드러지게 나타나는 것은 전시의 상황인데 화랑의 상업적인 거래 활동이 강조되면 그 반작용으로 미술 작품의 가치가 손상될 수 있으며 화랑의 권위 역시 하락할 수밖에 없기 때문이다. 이러한 측면에서 거래는 전시를 통해 어렵게 쌓은 화랑의 영향력과 권위를 오염시킬지 모르는 위험요소가 되는 것이다. 실제로 작품의 판매를 공개적으로 하는 화랑들은 관광객을 상대로 하는 기념품점 비슷한 곳이거나 아주 영세한 곳 정도에 국한되며, 관행 논리에 부합하는 전시를 하는 화랑들은 하나 같이 전시장에서 거래에 관한 정보를 지우려고 한다.

화랑가의 사람들이 체제의 유지를 위해 거래를 필요로 하면서도 그것을 꺼리는 이유는 미술품, 더 정확하게는 화랑이 의미를 덧입힌 미술품은 상품

이면서 상품이 아니어야만 하는 모순을 가지고 있기 때문이다. 전시장에서 작품은 특별한 미적, 사회적 가치를 지닌 예술적인 사물로 간주되지만, 거래의 순간 그것은 일정한 화폐 가치로 환산되는 '상품 상황'에 놓이게 될 수밖에 없는 것이다(Appadurai 1986: 13). 거래의 국면에서 상품으로 취급되는 미술품은 양도가능한 것이 되며, 이는 흔히 '아우라'로 불리는 미술품이 지닌 양도불가능한 가치는 훼손의 위험에 처하게 된다.[39]

이런 상황에서 화랑 관장은 작품의 거래를 후원의 논리에 기초한 비경쟁적 협력관계로 대치시킴으로써 거래에서 상업적이고 세속적인 흔적을 지워버리고자 하며, 화랑이 주도하는 관행에 의해 예술적 가치와 공동체적 가치가 재차 강조된 작품의 거래는 경제적 보상을 제공함과 동시에 화랑의 권위를 재확인시켜줌으로써 화랑 체계의 손상 없는 존속에 기여한다. 즉, 실질적인 상품 교환을 사회적 장치를 통해 호혜적인 선물 교환으로 치환함으로써 미술품의 가치와 그 가치에 대한 공유된 믿음 위에서 유지되는 사회적 관계를 지켜내고 있는 것이다.

이러한 관점에서 화랑의 거래 관행은 위세와 명예의 추구에 의해 유지되는 체계를 보호하는 장치로 이해될 수 있다. 그렇기에 관행적 논리에 의해 미술품의 거래가 후원으로 해석되고 사교적 활동의 일부인 것처럼 여겨지는 것을 시장 거래에 대한 몰이해나 단순한 취향 탓으로 돌리는 것은 부당하다. 의도와 결과를 일치된 것으로 보는 관점은 위험하지만, 관행이 만들어내는 효과가 거래 참여자들이 추구하는 위세와 명예의 유지와 보호에 기여하고 있는 것은 분명하다. 따라서 화랑의 거래 관행은 작품의 거래를 위해

39) 그와 같은 아우라 훼손의 위험은 중소 화랑의 미술품 거래에서 더욱 두드러지게 나타난다. 중소 화랑에서 거래되는 작품들은 아직 그 예술적 가치를 사회로부터 확고하게 인정받지 못한 것이 대부분이며, 많은 컬렉터들은 그저 집안을 장식하기 위한 용도로 작품을 구매하려고 하기 때문이다. 이러한 상황에서 미술작품을 보통의 상품과 같이 취급하는 것은 그 지위를 수집물이 아닌 단순한 장식물로 격하시키는 난감한 결과로 이어질 가능성이 있다.

서 존재한다기보다는 거래를 전체 체계에 통합시키기 위해서 존재한다고 보는 편이 합당하다. 그러한 의미에서 화랑의 거래 관행은 전시와 사회적 관계를 위한 화랑 관행의 일부로 이해될 수 있다.

3.3. 거래 관행의 허구성과 진정성

3.3.1. 후원과 공동체의 담론에 대한 의심과 비판

화랑의 거래 관행과 그것에 의해 만들어지는 사회적인 효과는 오직 화랑가에서만 발견되며, 논리적, 정서적으로 순환적인 흐름을 가진다는 점에서 부르디외가 제시한 오인(misrecognition)과 공모(collusion)의 개념으로 설명될 수 있다.[40] 즉, 화랑의 관행은 화랑가에서 사람들이 미술품을 거래하고 작가와 관장, 컬렉터라는 지위를 획득하고 이를 통해 서로가 사회적 관계를 맺기 위해 벌이는 게임의 신성한 규칙으로서 존재하는 것으로 볼 수 있는 것이다. 이와 같은 화랑가의 오인된 규칙들은 때로는 허구적인 상황을 은폐

40) 부르디외는 하나의 독립된 장(field)이 사회 속에서 성립하기 위해서는 장 내 행위자들이 일정한 지식과 믿음을 공유하고 그를 당연시해야 한다고 주장하였다. 즉, 모두가 게임의 규칙을 수용할 때 비로소 게임이 가능해진다는 것이다. 이때 그러한 게임의 규칙에 대한 신뢰는 지배적인 권력에 대한 '오인'으로 이해할 수 있으며, 그로 인한 게임의 실천은 행위자들의 '공모'의 결과로 볼 수 있을 것이다. 이에 대한 부르디외의 직접적인 해설은 다음과 같다. "투쟁에 참여하는 사람들은 장에 따라 다소간 완전하게 내기물들의 가치에 대한 믿음을 생산하는 데 공헌함으로써 유희(play)의 재생산에 공헌한다. 새로운 신참자들은 유희 가치의 인정, 그리고 유희 기능 원칙의 (실천적) 앎이라고 하는 장에의 입장권을 지불해야만 한다. 즉 그들이 유희를 얼마나 신봉하고 있는가, 유희에 대해 얼마나 투자하고 있는가에 따라 장에의 입장이 허용되는 것이다(Bourdieu 2004:128)."

하거나 사소한 효과를 과장함으로써 사람들의 동의와 믿음을 이끌어내고자 한다.

이와 같은 관점에서 화랑가의 사람들이 당연하다고 생각하고 있는 애호가 공동체의 사회적, 정서적 실재성은 비판적 검토의 대상이 된다. 애호가의 존재와 화랑을 중심으로 이루어지는 그들의 공동체는 화랑의 거래 관행의 '경제적 비합리성'을 정당화하는 가장 핵심적인 근거임에도 그 실체에 대한 명확한 증거를 찾기 어렵기 때문이다. 즉, 화랑가의 사람들은 미술품의 거래가 작가와 미술계를 위한 애호가들의 후원 행위이며, 이는 미술에 관심이 없는 외부 사람들은 알지 못하는 '우리들' 사이의 정서로만 이해될 수 있다고 표현하지만 사실상 그 모든 해석은 담론의 차원에서만 확인할 수 있기 때문이다.

무엇보다 컬렉터라는 존재와 그들과 화랑 관장의 관계는 가장 많은 의문을 남기는 부분이다. 화랑 관장들은 컬렉터라는 지칭을 매우 많은 사람들에게 별다른 고민 없이 쉽게 붙여주고 있는데, 그중 충분한 식견을 가지고 진정한 애호 활동으로서 미술 작품을 구매하는 이는 실상 얼마 되지 않는 것으로 보인다. 컬렉터라 불리는 이들 중 많은 수는 예전부터 화랑 관장이나 작가와 잘 알고 지낸 지인들로, 이들은 미술 작품에 끌려서가 아니라 기존의 친분을 유지하기 위해서 미술 작품을 구매하고, 화랑 뒷방에 모여 그다지 특별할 것 없는 일상적인 담소만을 나눌 뿐이다. 이런 현실을 볼 때, 화랑가에서 들을 수 있는 '애호가' 집단의 담론은 일종의 희망과 믿음이 투영된 상상의 산물이라고 할 수 있을 것이다.

또한 실제로 화랑에서 관찰되는 관계의 대부분은 관장과 작가, 관장과 컬렉터, 작가와 컬렉터의 일대일 관계이며, 설령 서로 소개를 받고 함께 차를 마시며 대화를 나눈다고 해도 그 사이에서 공동체적 유대감이라고 부를 만한 것이 싹트는 것처럼 보이지는 않는다. 설령 그런 분위기가 만들어졌다고 해도 그것은 화랑 관장의 노력과 장소의 특별함이 만들어내는 일시적인 효

과일 뿐이지 장기적이고 실질적인 사회적 관계의 형성으로 이어지는 일은 거의 없는 것으로 보인다. 언제나 오프닝 파티에 모이는 이들은 대부분 처음 만나는 사이이며, 뒷방에 모이는 이들은 작가와 화랑 관장이 잠시만 자리를 비워도 금세 어색한 표정을 짓기 일쑤이다. 이와 같은 관점에서 보았을 때, 화랑 관장이 이야기하는 '우리들'이란 단지 자신과 인맥으로 연결되어 있는 이들을 통칭하는 것일 뿐, 그들 간의 활발한 상호작용에 의해 성립되는 다면적인 사회관계는 실재하지 않는다고 할 수 있다. 즉, 한정된 인맥과 개인적인 유대의 차원을 넘어서는 실제의 공동체는 존재하지 않으며 단지 실체 없는 '공동체적인 정서'만이 공유되고 있는 것이다.

애호가의 존재와 작가, 화랑 관장, 컬렉터가 공유하는 유대의 정서가 단지 듣기 좋은 말에 지나지 않는 것이라면, 미술품의 거래는 예외적이어야 한다는 화랑가의 주장은 근거를 잃게 된다. 화랑가에서 발견할 수 있는 믿음과 현실의 격차는 화랑 체제에 대한 비판과 낙담으로 이어지곤 한다. 일부 작가들은 화랑 중심의 권력 구조와 화랑가에 널리 퍼진 말들이 변화를 불가능하게 한다고 말한다. 근본적으로 이런 상황에서는 제대로 된 경쟁이라든가 평가라든가, 열심히 해보려는 노력 같은 것이 나타나기 어렵다는 것이다. 강요되는 공동체적 분위기와 관행이 정당한 평가와 경쟁을 무력화시키고 있기 때문이다.

3.3.2. 실재하는 후원과 실재하지 않는 후원

애호가도 없고 공동체도 없지만 컬렉터들과 작가들은 화랑가의 거래 관행을 당연한 것으로 받아들이며, 그 효용성에 신뢰를 보낸다. 이는 화랑 체계를 따르는 데에서 보상을 얻을 수 있기 때문이라고도 볼 수 있지만, 다른 한편으로는 거래 관행에 의해 만들어지는 의미가 부분적인 진실을 담고 있기 때문이기도 하다. 즉, 화랑의 거래 관행이 만들어내는 의미와 맥락은 완

전한 허구적 믿음에 기반을 둔 현실의 조작이라고 볼 수만은 없으며, 그것은 어떤 측면에서는 실제 현실을 교묘한 방식으로 비틀어 아주 적절하게 가공해낸 해석이자 작용이기도 한 것이다.

단적으로 거래 관행에 작용하는 후원의 논리라는 것을 화랑가의 사람들이 지어낸 변명거리라고 볼 수만은 없는 것이, 실제 화랑에서 작품을 구매하는 사람들의 상당수가 해당 작품을 그린 작가의 지인들이기 때문이다. 그들은 말뜻 그대로 '작가를 후원하기 위해서' 그의 작품을 사주는 것이고, 그와 같은 거래는 상품의 시장 교환 관계라기보다 사회적 관계의 연장으로 이해하는 것이 더 타당하다. 즉, 많은 컬렉터들이 미술 작품 자체에 반해서 사는 것이 아니라 미술품을 구매함으로써 기존의 사회적 관계를 더욱 돈독하게 다지기 위해서 미술품을 사고 있는 것이다. 비록 작품을 보고 하는 후원은 아니지만, 이 역시 엄연히 작가에 대한 후원이라고 할 수 있다.

이와 같은 후원 차원에서의 구매가 전체 작품 거래에서 차지하는 비중이 적지 않다보니 작품의 수준과 상관없이 후원을 해줄 사람이 많은 전시가 높은 판매 실적을 올리는 경우도 심심치 않게 나타나곤 한다. 가장 대표적인 것이 등단 작가의 전시이다. 작가의 명성으로 보나 예술적 원숙도로 보나, 등단 작가의 전시에 출품된 작품들은 그다지 높은 가치를 지닌다고 보기 어려운 것이 사실이다. 그러나 작가의 첫 번째 전시라는 이유만으로 작가의 지인들이 찾아와 기꺼이 작품을 구매해주는 일이 흔히 벌어지기 때문에 등단 작가의 전시는 오히려 완판이 되는 경우가 제법 있다고 한다. 전업 작가보다는 다른 직업을 가지고 있으면서 작품 활동을 하는 작가가 전시를 할 때 더 작품이 잘 팔리는 경향도 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 자조적으로 전업 작가가 전시를 하면 작품을 사주는 것은 친구 전업 작가밖에 없다는 이야기도 한다.

화랑의 거래 관행은 그러한 '사회적 친분'을 '미술에 대한 애정'의 충분조건이자 산물인 것으로 오인하게 만드는 기제라고 볼 수 있다. 즉, 거래 관

행과 그에 따르는 후원의 논리에 의해 작품에 대해 전혀 알지 못하고 관심도 없으면서 단지 작가와의 사회적 친분을 유지하기 위해 작품을 구매하는 것이 아니라 작가의 작품 세계에 매료되어서 작품을 구입하고 그를 통해 작가에게 후원을 하는 것이라는 거래 목적과 의미의 전치가 이루어지게 되는 것이다. 화랑 관장도, 작가도, 그리고 작품을 구입하는 이도 모두 그처럼 조정된 해석을 더 편하게 받아들이기 때문에 관행에 의해 주장되는 후원의 논리는 지배적이고 당연한 언설로서 자리를 잡게 된다. 이러한 관점에서 본다면, 거래가 접대를 수반하는 것이 아니라, 접대가 거래를 수반하는 것이고, 거래 자체가 사교적 활동의 수단이라는 화랑가의 주장은 명백한 참이라고 볼 수 있다.

[사례 7] 컬렉터의 후원의 의미에 관한 B관장과의 인터뷰

사실 컬렉팅하시는 분들 중에서도 처음에는 아는 사람 그림 사주러 왔다가 여기에 발들이시는 분이 많아요. 친구 와이프라서, 아니면 상사 자녀분이라서 전시회에 갔다가 작품 하나 사주는 걸로 시작하는 건데, 처음에야 그냥 인사드리려고 사는 거지만 사놓고 보면 마음에 들거든요. 그러면 그 다음에는 시간 내서 화랑 전시 구경하고, 마음에 드는 거 있으면 하나씩 사기도 하고, 그러는 거죠. 그런 분들은 그렇게 해서 미술에 대한 몰랐던 흥미를 발견하게 되는 거죠. 저는 그렇게 생각해요. 다들 주저해서 그렇지 그림을 하나 사보면 또 사고 싶어진다니까요.

[사례 8] 접대와 미술품 구매에 관한 C관장과의 인터뷰

우리 화랑에서 작품을 구입해주시는 분들 중에는 그림 하나 구입하고 얘기 나누다가 친구가 된 분이 많아요. 제가 원래 그런 걸 좋아하고, 저는 이거 팔아서 돈 남기는 거 보다 그냥 마음 맞는 사람들끼리 편하게 즐기려고 이 일 시작한 거거든요. 그렇게 친구가 된 컬렉터 분들은 그냥 막 저희 화랑에 놀러 와요. 와인 가지고 오면 딸내미한테 화랑 보라고 하고 저는 사람들 불러서 여기

(뒷방)에서 파티를 하는 거죠. 근데 또 그러다가 마음에 들면 그 자리에서 그림 하나 사주시고, 그래요. 이게 그림을 판다는 게 막 물건 팔듯이 한다고 되는 건 또 아니거든요. 제가 보기에 좋은 그림을 가져다 놓으면 사람들이 오고, 사람이 오고 가다보면 그림도 팔리고 그러는 거죠.

이는 화랑의 거래 관행이, 비판자들이 주장하는 것과 달리, 사실은 상품 거래인 것을 마치 거래가 아닌 것처럼 보이게 만드는 작용을 하는 것이 아니라 애초에 상품 거래가 아닌 것을 특별한 의미를 지니고 있는 거래인 것처럼 보이게 만드는 작용을 하고 있다는 해석을 가능케 한다. 즉, 미술품의 거래는 현실적으로 어쩔 수 없이 상품 거래여야 하기 때문에 도리어 화랑 체계와 그것에서 비롯되는 위세와 명예를 지키는 선에서 단순한 후원을 상품 거래처럼 보이게 만들기 위해 관행이 사용되고 있다는 것이다. 작가를 후원하고 그와의 사회적 관계를 더욱 돈독하게 만들기 위해 작품의 구매를 수단으로 활용하는 상황보다는 마음에 드는 작품의 구매를 통해 작가를 후원하는 상황이 거래의 일반적 의미에 더 가까운 것은 분명하다. 이와 같은 관점에서 화랑의 거래 관행이 만들어내는 후원의 논리는 상품 거래와 선물 교환의 교차점에 위치한다고 볼 수 있다.

애호가나 공동체적 정서에 관한 담론은 실재하는 후원의 의미를 위와 같은 방식으로 전치시키고 확장시키는 과정에서 발생한 부산물이라고 이해될 수 있을 것이다. 상당히 많은 미술품의 거래가 사회적 관계를 배태하고 있다는 점에서 이는 완전한 허구라고 볼 수 없으며, 또한 화랑 관장의 기만이라고 보기도 어렵다. 거래 관행이라고 하는 것은 화랑이 자신의 영향력 유지를 위한 것이 아니라 작가와 컬렉터의 편의를 위한 것이기도 하다. 그들은 화랑 체제에 대하여 마지못해 동조를 하거나, 아니면 뒤에 숨어 있는 이득을 위해서 의도와 동기를 숨기고 연기를 하는 것이 아니다. 이를 알기에 작가들과 컬렉터들은 화랑의 주도를 '선의'로 받아들인다. 그렇게 믿고 동의

하는 것이 생각하기에 더 좋을 뿐만 아니라 서로의 유대 관계를 유지하고 강화시켜 나가는 데에 더 유리하기 때문이다.

4. 거래 관행을 요구하는 화랑의 에토스

4.1. 불안한 현실과 확신에 대한 갈망

4.1.1. 통제 불가능한 가격과 불확실한 지위

화랑에서 현지조사를 하며 피부로 느낀 것은, 화랑가의 사람들이 미술 작품을 고르는 안목에 대해서는 굉장한 자신감을 내보이는데 그것을 판매하는 문제로 들어가면 급격히 방어적이 되고 말수가 줄어든다는 것이었다. 무언가 비밀이 있어서 숨기려고 한다거나, 계속되는 불황 탓에 판매 실적이 좋지 않아서 대답을 회피하는 것과는 다른 태도였다. 그들은 판매의 문제에 대해 뚜렷한 확신을 가지지 못하고 있었고, 나아가 작품의 거래라는 상업적인 활동에 대해 적극적 관심을 보이고 많은 이야기를 하는 것 자체를 불편하게 생각하고 있었다.

한번은 한 화랑 관장으로부터 밤늦게 전화가 걸려온 적이 있었다. 낮에 인터뷰를 했던 사람이었는데 술을 좀 마신 것 같은 혀 꼬인 목소리로 화랑을 경영하는 게 사실은 너무나 힘들다고 넋두리를 늘어놓았다. 관장의 넋두리에서는 무엇도 쉽게 예측되는 것이 없고 경제적인 손해는 막심한데 그럼에도 겉으로는 아무렇지 않은 척 해야 하는 데서 오는 스트레스의 무게가 느껴졌다.

[사례 9] E화랑 관장의 넋두리

제가, 사실 말을 안 한 게 있는데, 여기 화랑 문 열고 일 년 동안 6000만 원을 잃었어요. 집에서 가져온 돈인데, 그 생각만 하면 신랑한테는 미안해 죽겠

어요. 처음에야 돈을 좀 쓸 각오를 했지만, 이건 전시를 하면 할수록 계속 적자예요. 친구들은 화랑 한다고 부럽다고 하는데, 속은 진짜 썩어 들어가요. 그런데 그렇다고 화랑을 놀릴 수도 없고, 작품을 내 마음대로 떨이로 막 팔수도 없고, 또 전시를 하면 작가한테 작품을 하나씩 사줘야 하는데 그것만 지금 계속 늘어나고 있어요. 그래도 일단 시작을 했으니까 잘 해보고 싶은데, 불황은 계속되고 진짜 힘들어 미치겠어요.

미술 작품에 가격을 매겨서 거래하는 것은 분명 쉬운 일이 아니다. 미술 작품이란 아우라를 가지고 있다고 여겨지는 가치 있는 사물인데, 이를 일개 상품으로 취급하는 것은 작품의 아우라를 훼손할 위험을 내포하기 때문이다. 이러한 문제는 현지조사를 수행한 중소 화랑에서 특히 강하게 나타난다. 만약 작품이 일반인은 도저히 넘볼 수 없을 정도로 비싸다면 그 비싼 가격이 위세로서 작용하겠지만, 중소 화랑에서 판매하는 작품들의 가격은 그 수준에 미치지 못하기 때문이다. 그것들은 가치가 확실한 미술품도 아니고 완전한 상품이라고도 할 수 없는 경계선에 있는 사물이었다.

그런 이유에서 화랑 관장들은 항상 아슬아슬한 줄타기를 하고 있는 것으로 보인다. 작품에 적당한 가격을 붙여서 판매를 하되 미술품으로서의 예술적 가치가 훼손되지 않아야 하는 미묘한 균형이 무너지게 되면, 큰 경제적 손해를 보게 되거나 아니면 화랑 관장으로서의 명예와 자존심에 상처를 입게 될 터이기 때문이다. 더욱이 작품을 거래할 때에는 작가의 위신과 자존심도 신경써줘야 하는 것도 큰 스트레스일 것이다.

관장이 화랑을 경영하면서 흔히 마주하게 되는 불안은 크게 두 가지인 것으로 보인다. 하나는 판매하는 작품의 가격에 대한 불안이고, 다른 하나는 관장이라는 지위에 대한 불안이다.

작품의 가격에 대한 불안은 작품이 잘 팔리지 않을 때 두드러지게 발견된다. 관장들은 겉으로는 이 정도면 합리적인 가격인 것이라고 말을 하면서

도 막상 전시가 다 끝나 가는데 작품의 판매 실적이 시원치 않으면 가격을 더 낮게 책정하지 않은 것을 은연중에 후회하곤 한다. 작가가 부르는 대로 호당가격을 맞춰줬던 것이 실수였다는 한탄은 흔한 자조의 방식 중 하나이다. 작품이 팔리지 않으면 작가와 상의하여 슬그머니 작품의 가격을 내리는 화랑 관장도 있지만, 자존심과 체면 때문에 명목상의 가격은 그대로 두고 대신 작품의 구매에 관심을 보이는 컬렉터에게 이전보다 더 큰 폭의 할인을 제시하는 이가 대부분이다.

작품의 현재 가격뿐만 아니라 미래 가격도 화랑 관장을 불안하게 하는 원인이다. 작품의 가격이 앞으로 어떻게 변하게 될지는 거의 전적으로 작가에게 달려있는데, 작가는 화랑 관장이 통제할 수 있는 대상이 아니기에 강한 불안감을 느끼게 되는 것이다. 통상적인 경우 화랑에서 거래되는 작품의 가격은 명목상으로는 떨어지지 않는다. 호당가격제라는 관행이 있는 까닭에 작가가 특별한 문제없이 계속해서 작품 활동을 하며 경력을 쌓아가기만 하면 자연스럽게 호당가격은 높아지기 때문이다. 즉, 작가가 명성을 많이 쌓지 못한다고 해도 다만 작품의 환금 가능성이 낮아질 뿐, 명목상의 가격이 떨어지는 일은 웬만해서는 벌어지지 않는 것이다.

그러나 모종의 이유로 작가가 작품의 희소성을 지키는 것을 포기하고 작품을 직접 떨이로 판매하게 되면 그의 작품의 화폐 가치는 폭락하게 될 수밖에 없다. 따라서 만약 그와 같은 일이 벌어지게 된다면, 작품을 판매한 화랑의 관장은 신뢰와 위신에 큰 상처를 입게 되는 것이다. 물론 돈을 몇푼 벌기 위해 자신의 작품을 싼 값에 마구 판매하는 것은 작가로서의 지위를 버리는 것과 다름없기 때문에 그런 일이 흔히 벌어지는 것은 아니지만 그래도 아주 드물게 그런 사고가 발생한다고 한다. 실제 사건이 얼마나 자주 일어나는가의 문제와는 별개로 화랑가의 사람들은 미술 작품이 반드시 화랑을 통해 거래가 되어야하는 이유를 이야기할 때 꼭 그런 사고 사례를 들곤 하는 것으로 보아 일종의 경고성 괴담으로 받아들여지고 있는 것으로

보인다. 한 화랑 관장은, 확실한 것은 작가가 작품을 헐값에 내놓는 경우가 그 반대, 즉 작가의 명성이 치솟아 작품 가격도 천정부지로 오르는 경우보다는 훨씬 더 자주 발생한다고 말했다.

꼭 이와 같은 최악의 사태까지 가지 않더라도 작가의 태업은 화랑 관장에게 상당한 부담이 되는 문제이다. 작가가 계속해서 자신의 한계를 뛰어넘어 새로운 화풍을 개척하려는 노력을 했을 때 과거의 작품들도 가치가 덩달아 상승하게 되는데, 그런 노력을 기울이지 않게 되면 결국 자기 복제된 작품들만 범람하게 되면서 작품의 명목상 가격은 유지되거나 올라간다고 해도 실질적인 가치는 떨어지게 되기 때문이다. 성장이 멈춘 작가들에 대한 이야기는 화랑가에서 어렵지 않게 들을 수 있는데, 그에 대한 화랑 관장들의 반응은 대체로 안타까움보다는 불안에 더 가깝다고 할 수 있다.[41]

다른 한편, 화랑 관장에게 있어서 지위와 정체성의 불확실성은 또 다른 불안의 요소가 된다. 화랑 관장들 사이에서 발견되는 지위에 대한 불안이란 간단히 말하자면 실수하면 장사꾼으로 취급당할지도 모른다는 걱정이라고 할 수 있다. 화랑 관장들은 흔히 마음에 들지 않는 다른 화랑의 관장을 비하할 때 '장사꾼'이라는 표현을 사용한다. 기획 전시를 여는 것을 그만두고 대관 화랑으로 전환한 이도, 쉽게 돈을 벌 수 있는 동호회 전시를 주로 유치하는 이도, 인터넷에 작품 사진과 가격을 올려놓고 판매를 하는 이도, 모두 화랑을 한다고 말하기 부끄러운 장사꾼으로 비하되는 것이다.[42] 어떤 행

41) 한 큐레이터는 사석에서 작가는 어느 정도 성공을 해서 큰돈을 벌게 되면 나태해지고 예술적 감각이 둔해져서 자기 복제만을 하기 마련이라 화랑 관장과 컬렉터들은 뛰어난 작품 세계를 일군 뒤 작가가 요절하는 것을 최상으로 본다는 이야기를 전해주었다. 모든 화랑 관장이 정말 그런 생각을 가지고 있다고 일반화시키는 것은 위험하겠지만, 통제 불가능한 작가라는 변수를 화랑 관장이 불안하게 생각하고 있다는 것은 확실해 보인다.

42) 각 사례가 비난을 받는 이유는 다음과 같다. 첫 번째 사례의 경우는 대관 화랑은 아무 일도 하지 않으면서 단지 장소를 빌려주는 것만으로 안정적인 수입을 챙기기 때문이다. 두 번째 사례의 경우는 동호회 전시에 출품된 작품은 아마추

동을 하면 장사꾼이 되는지에 대한 명확한 기준이 있는 것은 아니었지만, 화랑 관장들은 황금을 탐하는 것처럼 해석될 수 있는 행동을 한 누군가를 장사꾼으로 비하함으로써 자신들은 그렇지 않다는 위안을 얻고자 하는 것으로 보인다. 현지조사를 하는 동안 장사꾼으로 가장 많이 매도된 화랑 관장은 역시나 대기업 비자금 사건으로 유명해진 서미갤러리 관장이었다.

격에 미치지 못한다고 여겨지는 화랑 관장을 장사꾼으로 비하하는 방식의 이분법적 차별이 통용되고 있는 것은 화랑의 체계가 상반되는 활동이 교착하는 회색 지대에 위치에 있기 때문인 것으로 이해될 수 있다. 화랑은 미술품의 전시와 거래를 동시에 담당하고 있으며, 그렇기에 한편으로는 미술관이면서 다른 한편으로는 중개상인 이중적인 모습을 띠게 된다. 화랑의 전시장에 걸려 있는 미술품은 예술적인 가치를 지닌 성스러운 사물이지만, 동시에 누구나 구매할 수 있는 상품이기도 하다. 이와 같은 경계적 상황에서 화랑의 활동은 관점에 따라 전혀 다른 방식으로 해석될 가능성을 지니게 된다. 즉, 어느 쪽에 방점에 찍히느냐에 따라 전시를 위한 거래가 될 수도 있고 거래를 위한 전시가 될 수도 있는 것이다.

품위와 명예, 그리고 예술적 소양이 경제적 성공보다 훨씬 더 높은 가치로 받아들여지는 미술계의 분위기 속에서 화랑가의 관장들은 화랑의 활동이 부족한 전시 인프라를 채워주기 위한 자발적인 헌신으로 받아들여지기를 바라고, 그렇게 보이기 위해 노력한다. ‘만약 인사동 화랑이 아니었다면 우리나라 미술계는 이만큼 성장하지 못했을 것’이라는 자부심 섞인 투덜거림은 화랑 관장들의 모임에서 흔히 들을 수 있는 언설이다. 그들은 미술계에 대한 정부와 대중의 무관심을 한탄하며 자신들이 얼마나 희생적인 자세로 미

어의 작품임에도 지인들이 구매해주는 일이 많아서 판매 실적이 상당히 좋게 나오기 때문이다. 예를 들어, 모 기업의 서양화 동아리에서 전시를 열게 되면 작가의 선임이나 후임, 혹은 그와 비즈니스 관계에 있는 다른 이가 작품을 사주는 것을 흔히 볼 수 있다. 마지막 사례의 경우는 전시를 위한 투자 없이 작품의 쉬운 판매만을 노리는 것으로 여겨지기 때문이다.

술계를 지키기 위한 외로운 싸움을 하고 있는지를 곧잘 이야기하며 자기 확신을 가지려고 한다.

[사례 10] 화랑의 공헌에 관한 관장들의 대화

(화랑협회 소속 화랑 관장들의 식사 시간)

관장 1: 요즘 하도 화랑이다 미술품이다 말이 많은데, 저는 진짜 창피하다가도 심한 거 아닌가 싶어요. 사실 문제가 있는 건 (비자금 사건에 연루된) 그 사람들이고 나머지 화랑들은 진짜 무슨 죈가 몰라요.

관장 2: 언론이 이렇게 나오면 안 되는데 너무 하지요. 이번에 방송에 나온 것도 보면 다 우리가 잘못했다고 하는데, 한국에서 화랑 없었으면 미술관이 있기를 하나 우리가 다 키운 거잖아요. 우리는 한번 도와달라고 한 적도 없고 다 혼자 힘으로 한 건데, 이렇게 들쑤시면 어떻게 하자는 건지...

관장 3: 솔직히 돈 벌려고 하면 좋은 미술품 사다가 파는 게 돈이 많이 남아요. 전시는 하면 힘이 얼마나 든다고, 그래도 다 좋아서 해온 일인데 사기꾼 취급 받으니까 기분이 좀 그렇네요.

지위와 정체성에 대한 불안은 중소 화랑에서 특히 두드러지게 나타나는 것으로 보인다. 중소 화랑의 관장들은 권력과 자본을 충분히 가지고 있지 못하기 때문에 자신에 대한 평판에 많은 신경을 쓰고, 거래 관행의 적극적인 실천을 통해 전시에서 거래의 흔적을 없애는 데에 많은 공을 들인다. 중소 화랑의 관장들은 거래 관행의 실천에 대해 화랑에서는 당연히 그렇게 해야 하는 것이라고 말하지만, 실제 한국 화랑가를 대표한다고 여겨지는 대형 화랑들은 오히려 거래 활동에 굉장히 적극적이다. 대형 화랑들은 거래 상담을 위한 공개적인 장소를 따로 마련해놓고 있으며, 거래의 과정도 한결 체계적으로 관리한다. 무엇보다 경매 회사를 설립하여 2차 시장을 활성화시키는 데 앞장선 것이 대형 화랑이라는 사실은 미술품의 거래에 대한 그들의 적극성을 보여주는 단적인 근거라고 할 수 있다.

4.1.2. 사회적 경로로서의 거래 관행

화랑이 겪는 불안은 그들이 처해 있는 통제 불가능하고 불확실한 사회적 환경을 반영하고 있는 것이라는 점에서 단순한 심리적, 정서적 문제로 간주할 수 없다. 시장의 분위기를 제대로 읽지 못해 작품의 가격을 잘못 설정하거나, 예상치 않게 협력 관계에 있는 작가가 사고를 쳐서 명성을 깎아먹거나, 혹은 경제적 이득을 밝히는 것으로 치부되어 장사꾼이라는 험담을 듣게 되었을 때 겪게 되는 명예와 위세의 하락은 사회적으로 기대되는 '바람직한 경로'를 이탈하게 된 것에 대한 처벌이라고 해석할 수 있다. 특히 약자의 입장에 있을수록 경로의 준수 의무는 커지고, 처벌의 가능성은 높아지게 된다. 앞에서 언급한 초보 관장의 취중 한탄이 바로 그러한 압박의 상황을 정확히 짚어주는 사례라고 할 수 있을 것이다.

문제는 화랑 관장에게 요구되는 사회적 경로는 명확하지만 개인의 판단과 능력만으로 그와 같은 경로에서 벗어나지 않도록 환경을 통제하는 것은 쉽지 않은 일이라는 데에서 비롯된다. 화랑의 활동은 근본적으로 사회적인 모호성을 지니고 있으며, 대부분의 화랑 관장들은 그와 같은 모호성의 위협을 무시하거나 극복하기에 충분한 힘을 가지고 있지 못하다.[43] 그들 중 화랑의

43) 반면, 다시금 대형 화랑들의 행태는 전문적인 지식이나 권력, 자본이 충분히 갖추어져 있으면 경로를 준수하는 것이 대수롭지 않은 일이라는 사실을 보여준다. 그들은 경매의 결과를 바탕으로 작품의 가격을 산정하기 때문에 굉장히 비싸게 책정되는 데도 불구하고 가격이 문제가 되는 일은 거의 발생하지 않으며, 협력 관계에 있는 주요 작가들은 전속 작가 제도를 통해 관리함으로써 작가로 인한 문제 발생의 소지를 줄이고 있다. 또한 그들은 이미 충분한 명예와 위세를 가지고 있기 때문에 설령 경제적 이득을 밝히는 행동을 한다고 하더라도 큰 문제가 되지 않는다. 단적으로, 한국 화랑가를 대표하는 화랑 가운데 하나인 국제갤러리의 경우, 삼성그룹의 비자금 사건에 연루된 흔적이 발견되었지만 그로 인해 심한 모욕을 받는 서미갤러리와 대조적으로 화랑가의 사람들은 누구도 국제갤러리를 대놓고 비난하지 않았다.

경영과 관련된 전문적인 교육을 받은 이는 거의 없으며, 그들이 가진 전문적인 지식은 미술사와 실기에 치우쳐져 있는 경우가 태반이다. 또한 대부분의 화랑이 관장 한 사람에 의해 운영되고 있고, 화랑이 동원할 수 있는 인맥과 권력, 그리고 자본은 매우 한정되어 있는 것이 현실이다.

이러한 상황에서 화랑가의 관행, 특히 거래의 관행은 화랑 관장에게 바람직한 사회적 경로의 구체적인 상을 제시해준다. 즉, 관행의 실천을 통해 작가와 호당가격과 작품의 가격은 어떻게 책정해야 하는지, 작가와의 사업적 관계는 어떻게 맺으면 되는지, 그리고 컬렉터는 어떻게 대하고 작품의 판매는 어떤 식으로 해야 하는지에 대한 승인된 답을 얻게 되는 것이다. 화랑가의 관행은 모두에게 당연한 것으로 받아들여지고 있고, 모두는 그에 맞춰서 행동하고 결과를 기대하기 때문에 관행을 준수하는 것은 그 자체로서 사회적 안전장치가 되어준다. 물론 관행을 실천한다고 해서 모든 위험이 사라지는 것은 아니다. 관행대로 처신했음에도 작품의 가격이나 지위를 통제하지 못하는 일이 벌어지기도 하며, 관행에 맹목적으로 매달리는 것은 작품의 판매에 지나치게 소극적인 태도로 이어져 경제적 손실을 발생시키기도 한다.

그러나 관행의 준수는 모호한 사회적 환경에 대처하는 구체적인 방법을 제공해준다는 점에서, 나아가 불안의 요소들을 통제하고 있다는 자기 확신을 가능케 해준다는 점에서 화랑 관장들에게는 교리와 같이 받아들여지고 있다. 즉, 관장들은 불안을 떨쳐내기 위해 기기묘묘한 대응책을 모색하려 하기 보다는 전통적인 관행을 따름으로써 낙오와 실패의 불안에서 벗어나 현재의 지위와 예측 가능한 미래를 보장받고자 하는 것이다.

우선 호당가격제는 작품의 가격을 확신하지 못하는 불안에 대한 해결책이 될 수 있다. 호당가격제를 따르는 한 작품 가격을 터무니없게 책정하는 사고는 벌어지지 않으며, 나아가 작품 가격의 결정을 둘러싸고 작가와 대립할 이유도 사라지게 된다. 한 화랑 관장은 이에 대해, 그 한계를 익히 알고 있음에도 화랑가에서 호당가격제가 계속 사용되는 이유는 그것이 사람들의 스

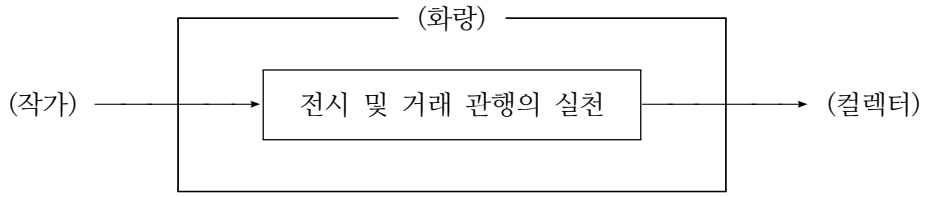
트레스를 크게 덜어주기 때문일 것이라는 직설적인 고백을 하기도 했다. 또한 뒷방 거래의 관행은 미술 작품이 지니는 상품으로서의 속성이 지나치게 강조되는 것을 막아준다. 뒷방에서 이루어지는 거래는 다른 이들의 눈에 보이지 않게 거래 현장을 물리적으로 감춰줄 뿐만 아니라, 화기애애한 접대를 동반함으로써 작품을 구매하는 컬렉터에게도 일반적인 상품을 구매하는 것이 아니라는 인식을 심어주게 된다. 나아가 화랑가의 관행이 지닌 권위와 강제력은 작가가 사고를 치지 않게 하는 데에도 효력을 발휘한다. 즉, 작품의 거래는 화랑을 통해서 해야 하는 것이라는 규범의 준수를 요구함으로써 작가가 자기 멋대로 작품을 판매하는 일을 방지해주고 있는 것이다.

더 근본적으로, 관행을 준수하는 것은 화랑 관장에게 그 자체로서 화랑 집단 내에 속해 있다는 안정감의 원천이 된다. 특히나 이제 막 화랑 경영을 시작한 초보 관장에게 다른 화랑을 흉내 내는 것은 빠르게 화랑가에 안착하는 방법이 된다는 점에서 전략적인 의미를 지닌다. 현지조사를 하는 동안 방문한 인사동 일대의 중소 화랑 중에 화랑가의 일반적인 관행을 따르지 않는 곳은 거의 보지 못했는데, 이와 같은 관행의 높은 수용률은 화랑 관장들이 이야기하는 소위 '관장 노릇'을 하는 데에 있어 관행의 실천이 중요한 요소로 여겨지고 있기 때문인 것으로 보인다.

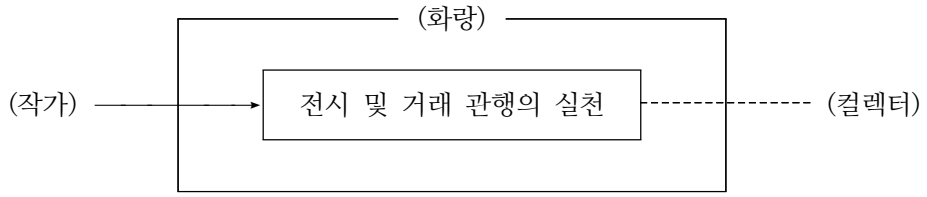
다른 한편, 미술품의 관점에서 화랑 관장에게 요구되는 사회적 처신으로서의 경로는 사회적 유통의 경로로 재해석될 수 있다. 작가의 손에서 탄생한 미술품은 화랑의 전시를 통해 발표되어 가치를 인정받은 뒤 관장의 중개에 따라 적절한 가격에 컬렉터에게 판매되었을 때 성공적으로 유통된 것이라 여겨지며, 성공적으로 유통된 작품이 축적되고 그 빈도가 증가할수록 작가와 화랑의 명성은 높아지게 된다. 그러나 전체 유통 과정의 어느 한 부분이 누락되거나 규범에 맞지 않게 이행되었을 경우 해당 미술품의 가치는 하락하게 되며 상품화 정도가 심해지면 단순한 장식품으로 격하될 수도 있다. 그리고 그러한 결과는 작가와 화랑의 위신의 실추로 이어지기 마련이다.

[그림 4] 미술품의 바람직한 유통 경로와 이탈의 사례

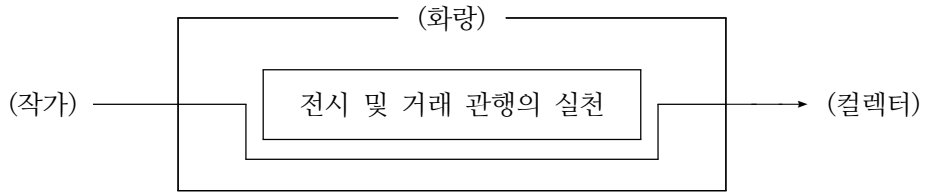
바람직한 유통 경로



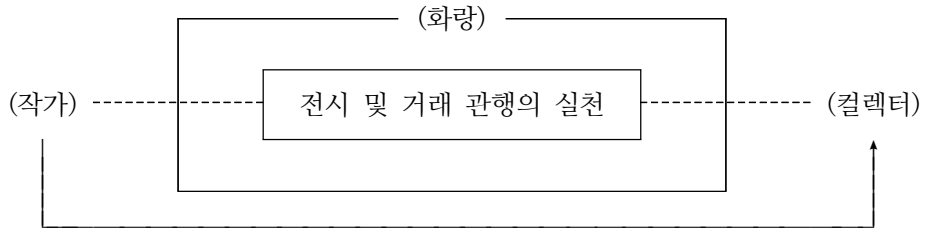
경로의 이탈 사례 1: 판매의 실패



경로의 이탈 사례 2: 관행 실천의 실패



경로의 이탈 사례 3: 작가와 컬렉터의 직거래



이와 같은 관점에서, 화랑가의 관행은 화랑 관장의 명예와 위신을 위한 것임과 동시에 전시되고 거래되는 작품의 가치 보호를 위한 것이라고 볼 수 있다. 화랑의 관행은 미술 작품, 특히 아직 충분한 예술적 가치를 인정받지 못한 작가의 작품이 예술적 가치를 지닌 미술품으로 인정받고 유통될 수 있도록 해주는 기제이고, 이와 같은 미술품에 대한 가치의 보증을 담보로 삼아 작가와 컬렉터는 화랑의 관행에 적극적으로 동의하고 실천할 사회적 유인을 가지게 된다.

이는 화랑가의 거래 관행의 가장 근본적인 조건, 즉 왜 미술 작품은 반드시 화랑의 중개를 통해서, 그리고 화랑의 관행적 절차와 방식에 따라 거래되어야 하는가의 물음에 대한 실질적인 이유가 된다. 작가와 컬렉터 간의 직거래가 경제적인 측면에서 다소의 추가적인 이득을 가져다 줄 수 있다는 점은 명확하다. 컬렉터는 더 저렴한 가격에 자신이 원하는 작품을 구매할 수 있으며, 작가는 꼭 전시를 할 때까지 기다릴 필요 없이 언제든 작품을 판매할 수 있고 또한 화랑 관장과 나누는 몫이 사라지니 조금 낮은 가격에 판매한다 하더라도 결과적으로는 더 많은 경제적 이득을 얻을 수 있기 때문이다.[44]

그러나 화랑이 주도하는 일련의 전시-거래 활동을 통해 미술품의 가치와 지위가 보장된다는 사실은 그와 같은 경제적 이득의 가능성에도 불구하고 작가와 컬렉터가 직거래를 가능한 사양하려고 하는 충분한 이유가 된다. 화랑 관장과 같이 위신에 직접적인 영향을 받지는 않지만, 우회적인 경로로 유통되는 미술품은 작가와 컬렉터에게도 불안의 요소가 되기 때문이다.

---

44) 작가와 컬렉터 간의 직거래가 성립되었다는 가정 하에서는 그것이 서로에게 경제적 이득을 가져다주지만, 화랑의 전시와 관장의 인맥을 통한 수요의 확대는 보다 장기적이고 거시적인 관점에서의 경제적 이득을 가져다준다는 점을 간과해서는 안 된다.

4.2. 변화를 거부하는 화랑가

4.2.1. 그대로 있어도 괜찮은 이유

불안의 정서와는 대조적으로, 혹은 그 연장선에서, 화랑가의 사람들은 현재의 상황에 안존하고자 하는 성향을 가지고 있다. 변화로 인한 불안보다 익숙해진 현재의 불안이 더 낫다고 믿고 있는 것이다. 화랑 관장들은 관행에 의해 만들어지는 현재의 상태를 자연스러운 화랑의 모습으로 여긴다. 그들은 관행을 반복해서 실천하는 것을 화랑 관장이라면 당연히 해야 하는 일로 받아들이며, 관행이 지니는 한계라든가 관행에 대한 외부의 비판에 대해서는 무관심으로 일관하는 태도를 보인다.

화랑 관장들이 자신들의 거래 관행에 대한 언론의 비판에 대해 알지 못하는 것은 아니다. 그들은 비판의 내용을 익히 들어 잘 알고 있지만 비판에 공감하지 않으며, 비판이 현실에 대한 제대로 된 이해에 바탕을 두고 있는 것이 아니기 때문에 진지하게 논의할 가치도 없다고 생각한다. 화랑에서 이루어지는 미술품의 거래가 비밀스럽고 불투명하기 때문에 돈세탁이라든가 정치 로비, 비자금 조성과 같은 불법적인 일에 악용된다는 비판이 대표적이다. 화랑 관장들은 중소 화랑에서 거래되는 미술품은 그런 불법적인 거래에 사용될 정도로 대단한 환금 가치를 지니고 있지 않다는 점에서 이는 현실에 전혀 맞지 않는 비판일 뿐이라고 말한다. 고가 미술품의 거래가 불법적인 자금의 조달 수단으로 쓰이는 것이 문제이고 그것을 막고 싶다면 정부가 나서서 그런 미술품을 거래하는 화랑들을 더 철저하게 관리해야 할 일이지 애꿎은 평범한 화랑까지 잠재적 위험요소로 간주하고 화랑가의 거래 관행을 싸잡아 비판하는 것은 부당하고 부조리하다는 것이다.

또한 일부 비판에 맞는 부분이 있다고 하더라도, 그러한 비판이 직접적인

위협이 되는 것은 아니고 비판을 수용한다고 해서 실제로 크게 개선되는 것은 없다고 생각한다. 특히 호당가격제에 대한 비판이 그러한데, 화랑 관장들 중 호당가격제가 개별 작품의 내적 가치 차이를 반영하지 못하는 한계를 가진 가격 책정 방식이라는 데에 동의를 하는 이들조차도 모두가 따르고 있고 특별한 문제없이 잘 쓰이고 있는 화랑가의 공유된 상식인 호당가격제의 관행을 포기하는 것은 거래의 혼란만을 가중시킬 뿐이기에 현실적으로 있을 수 없는 일이라고 이야기한다.

화랑가의 사람들이 이처럼 계속된 비판에도 불구하고 느긋하게 관행을 옹호하는 태도를 취할 수 있는 것은 무엇보다 그래도 괜찮다는 것을 역사적인 경험이 입증해주고 있기 때문이다. 화랑의 거래 관행에 대한 비판은 1970년대에 현재와 같은 형태의 화랑가가 형성된 이후 지속적으로 제기되어 왔지만, 그 가운데에서도 관행의 실천은 계속해서 이어졌으며 화랑가는 부침 속에서도 꿋꿋하게 자리를 지키며 성장해왔다. 순수 미술의 저변이 넓은 것도 아니고 정부가 적극적으로 나서서 도움을 준적도 없는데 자신들이 앞장서서 노력하여 이만큼의 성과를 일구어냈다는 것은 화랑가의 사람들이 가지고 있는 큰 자부심이다. 그런 자부심이 화랑가의 사람들로 하여금 지금까지 해왔던 대로 하는 것 이상 가는 방법은 없다는 인식을 심어주고 있는 것이다.

나아가 화랑가의 사람들은 만약 화랑이 위축되어 제 역할을 못하게 되면 우리나라 미술계는 매우 곤란해질 것이므로 비판을 넘어선 실질적인 변화의 압력이 화랑가에 가해지지는 않을 것이라 보고 있다. 우리나라는 화랑이 사실상 공공 미술관을 대신해서 수많은 작가들의 전시를 전적으로 책임지고 있는 실정인데, 화랑가는 규모가 굉장히 작고 경제적 토대가 불안정하기 때문에 함부로 건드렸다가는 미술계 전체가 치명적인 타격을 입을 수 있다는 것이다. 화랑의 관장 중 일부는 지금까지 꾸준한 비판에도 불구하고 화랑가의 관행에 대해 정부가 직접적인 제재를 가한 적이 없다는 것이 그런 화랑가의 특수성에 대한 암묵적인 인정을 의미하는 것이라 해석하기도 하였다.

이와 같은 과거의 성공에서 비롯된 화랑가의 자신감, 혹은 오만의 태도와 더불어, 최근 들어 가속화되고 있는 중소 화랑의 소외와 고립으로 인한 방어적 태도는 그들이 변화를 거부하는 또 다른 이유가 되고 있다. 2000년대 들어 미술품 경매시장이 급성장한 데에 당시 설립된 주요 경매회사의 대주주가 대형 화랑이라는 사회경제적 배경이 크게 영향을 끼쳤다는 사실은 미술계의 공공연한 비밀이다.[45] 대형 화랑과 경매회사 간의 결탁은 자본과 권력의 가파른 쏠림 현상을 만들어냈으며, 그러한 과정에서 대형 화랑과 중소 화랑 사이에는 넘을 수 없는 간극이 생겨났다(김봉수 2013: 37).[46] 즉, 두 집단이 취급하는 미술품의 부류가 명확하게 구분되기 시작한 것이다.

대형 화랑과 경매회사의 배타적인 협력은 기본적으로 경매회사가 대주주인 화랑과 전속계약을 맺고 있는 작가들의 작품을 적극적으로 경매에 소개함으로써 해당 작가의 인지도와 명성을 끌어올리고 그의 작품에 대한 수요를 확충하는 식으로 이루어진다고 이야기된다. 다시 말해, 경매에서의 높은 낙찰가와 낙찰률은 화랑이 전속작가의 새 작품을 더 높은 가격에 판매할 수 있도록 해주고, 작가의 높아진 인기는 다시 경매에서의 더 높은 낙찰가로 이어지는 폐쇄적인 순환의 고리가 형성되어 있다는 것이다. 화랑가의 사람들은 경매회사들은 자신의 대주주인 화랑의 전속작가 뿐만 아니라 다른 대

45) 현재 국내 미술품 경매시장을 주도하고 있는 회사는 서울옥션과 K옥션으로, 이중 서울옥션은 가나아트갤러리에 의해 설립되었으며, K옥션은 갤러리현대와 하나은행에 의해 설립되었다. 가나아트갤러리와 갤러리현대는 각각 2014년 기준으로 화랑 매출 순위 2위와 3위를 차지한 국내에서 가장 규모가 큰 화랑 중 하나이다.

46) 예술경영지원센터의 조사에 따르면, 2013년 기준으로 화랑의 미술품 거래 시장에서는 상위 화랑 16곳이 전체 매출액의 88.5%를 차지하고 있고, 미술품 경매 시장에서는 상위 경매회사 2곳이 전체 매출액의 74.5%를 차지하고 있는 것으로 집계되었다(예술경영지원센터 2014: 75, 102). 화랑의 경우, 대형 화랑의 집중도를 더 분명하게 확인하기 위해 예술경영지원센터가 조사한 전체 매출액에 공시된 국내 3대 화랑(국제갤러리, 가나아트갤러리, 갤러리현대)의 매출액 합을 대입해보면, 세 화랑이 전체 화랑 매출액의 53%를 차지하는 것으로 나온다.

형 화랑의 전속작가들에 대해서도 '신경'을 써줌으로써 그들만의 독점적인 지위를 공고히 하고 있다고 주장한다.[47]

중소 화랑의 관장들은 이러한 과정을 통해 미술품 거래 영역의 이원화가 심화되었다고 주장한다. 대형 화랑과 경매회사에 의해 거래되는 특급 작가들의 작품에 대한 관심과 수요가 갈수록 증가하는 것과 반대로, 중소 화랑에서의 전시와 거래는 대중의 관심에서 소외되고 있다는 것이다(김인원 2007: 105). 이는 거시사회적인 측면에서는 중소 화랑이 일정 수준 이상의 사회적, 경제적인 성공을 거두는 것을 근본적으로 제약하는 조건으로 해석될 수 있지만, 중소 화랑을 운영하는 관장의 현실적인 관점에서는 그보다는 경매를 통한 시세 차익의 실현이라는 매력을 갖추지 못한 미술 작품의 수요를 어떻게 하면 확보할 수 있는가의 문제로 해석되는 경향이 짙다. 대다수의 화랑 관장들에게 대형 화랑과 경매회사의 결탁은 불합리하고 치사한 행태이기는 하지만 개인의 힘으로는 어찌할 수 없는 '주어진 환경'으로 받아들여지고 있기 때문이다.

이와 같은 관점은 역사적 경험에서 비롯된 자신감과 연결되어 거래 관행을 고수하는 화랑가의 보수적인 에토스를 강화시키고 있는 것으로 보인다. 즉, 중소 화랑의 관장들은 경매에서 배제된 미술품에 대한 수요를 인맥에

47) 일부 화랑 관장들은 경매회사와 대형 화랑의 유착이 훨씬 더 직접적이고 편법적인 양상을 띠고 있다고 주장했다. 경매에 대형 화랑 전속작가의 작품이 출품되면 거짓 전화 응찰을 통해 낙찰가 경쟁을 유도하기 일쑤고, 심지어는 유찰이 될 것 같으면 자신이 직접 구매하거나 혹은 해당 작가와 전속계약을 맺고 있는 화랑이 구매하는 것을 방관하는 일도 비일비재하게 일어난다는 것이다. 이런 이야기를 전해준 화랑 관장들은 이는 미술계의 웬만한 사람들은 다 알고 있는 경매 관행이지만 겉으로 드러나서 누구에게도 좋을 것이 없기 때문에 다들 쉬쉬하고 있을 뿐이라고 했다. 정말로 경매 과정에서 그러한 조작이 이루어지고 있는지는 연구 과정에서 확인할 수 없었지만, 복수의 정보제공자로부터 똑같은 이야기를 들었다는 점, 그리고 정보를 제공해준 이들이 제법 경력이 되는 화랑 관장들이라는 점을 고려한다면 그들의 주장을 단순한 망상이나 어림짐작으로 치부할 수는 없다고 판단된다.

의지하여 확보할 수 있게 해주는 현실적인 처세 방법이 될 수 있다는 데서 거래 관행의 고수를 정당화하는 또 다른 이유를 찾아내고 있는 것이다.

화랑으로서의 역사와 자존심을 지키기 위한 방어 기제로서도, 현실에 대한 적응과 대처를 위한 생존 기제로서도, 거래 관행의 고수는 가장 효과적인 대안이라고 보기 어려운 것이 사실이다. 미술품의 거래를 관행에 의지하는 태도는 근본적인 한계와 갈등의 문제를 전혀 해결하지 못하고 있기 때문이다. 화랑가의 거래 관행에 대한 비판은 결코 수그러들지 않을 것이며, 경매시장의 영향력은 언젠가는 중소 화랑의 미술품 거래에도 미치게 될 것이라는 명백한 현실 앞에서 거래 관행의 고수는 단지 일시적인 미봉책에 지나지 않을 뿐이다. 그러나 그럼에도 불구하고 화랑가의 사람들이 관행을 옹호하는 이유는 거래 관행의 실천 그 자체가 화랑다움의 신호로서 기능하고 있다는 데에서 찾을 수 있다. 화랑 관장이 작가 및 컬렉터와 관계를 맺을 때 거래 관행이 경로 이탈의 불안을 해소시켜주는 기제가 되어준 것과 마찬가지로, 화랑가의 사람들은 외부의 힘에 의한 변화의 불안으로부터 안정감을 얻고 화랑다움을 지켜내기 위한 기제로서 관행에 의지하고 있다는 것이다.

4.2.2. 환경의 변화에 대한 화랑의 한계적 대응

화랑가의 사람들이 변화를 꺼린다고 해서 화랑의 관행에 대한 비판이나 변화의 필요에 대한 지적을 묵살하고 있는 것은 아니다. 화랑가의 내부적인 특수성을 이해하려 하지 않으려 하는 태도와 화랑의 거래 행위가 근간부터 변화되어야 한다는 지적을 못마땅하게 생각하기는 하지만, 그들도 화랑가의 관행이 한계를 가지고 있다는 데에는 기본적으로 동의를 하고 있으며, 시장경제원리의 수용이 시대적인 요구라는 것 역시 인정하고 있다. 그러나 그 이상의 적극적인 탈관행과 변화의 노력을 하려는 시도는 하지 않는 것은 지금까지 살펴본 바와 같이 화랑가의 사람들, 특히 화랑 관장에게 관행에 기

초한 화랑의 활동은 단순한 상업적 행위가 아닌 사회적, 정치적, 상징적 의미를 지닌 의례적 행위이기 때문이다.

그러나 화랑가에서 시류에 대응하려는 시도가 전혀 이루어지지 않고 있는 것은 아니다. 화랑가의 가시적인 변화를 주도하고 있는 것은 화랑협회로, 협회는 화랑가의 문제와 한계를 메워주는 '친시장경제적'인 부가 활동을 추진하는 방식으로 변화를 모색하고 있다.[48] 화랑협회에 의해 시도되고 있는 가장 대표적인 변화의 움직임으로는 아트페어 개최와 미술품 가격지수 개발을 꼽을 수 있다. 아트페어는 미술품을 더 간편하고 자유롭게 구매할 수 있는 기회를 제공해주고, 미술품 가격지수는 미술품의 가격 변동에 대한 구체적 정보가 되어준다는 점에서 두 사업은 비판자들이 요구하는 합리적이고 투명한 미술품 거래를 위한 노력의 일환이라고 볼 수 있을 것이다.

아트페어는 시장친화적인 미술품 거래의 요구에 대한 화랑가의 가장 적극적인 대처 방식으로 꼽힌다. 아트페어는 화랑들이 미술 작품의 판매에 집중하기 위해 단기적으로 조직하는 행사로, 일반적으로 적게는 수십 개에서 많게는 수백 개에 달하는 화랑들이 매년 한 차례씩 모여 5일 가량 전람회장과 같은 커다란 홀에 각자 부스를 꾸리고 찾아온 손님들에게 작품을 판매하는 식으로 운영된다. 화랑에서 미술품이 거래되는 방식과 달리 아트페어에서는 미술품의 거래 과정을 감추거나 조정하려고 하지 않으며, 거래 행위에 특별한 사회적 의미를 부여하려고 하지도 않는다. 아트페어에서 판매되는 모든 작품에는 가격표가 붙어있으며 가격 흥정도 자연스럽게 이루어진다. 또한 작품을 사면 그 자리에서 넘겨받을 수 있고, 계약서에 서명할 때 차를 한 잔 건네줄지는 몰라도 화랑의 뒷방 접대 같은 본격적인 환대는 없다. 간

48) 정식 명칭은 '한국화랑협회'로, 1976년에 설립되었고 협회에는 현재 146개의 화랑이 소속되어 있다. 화랑협회는 아트페어 개최, 미술품 감정, 국제미술전 참가 지원 등의 사업을 담당한다. 참고로, 국내 3대 화랑으로 꼽히는 국제갤러리, 가나아트갤러리, 갤러리현대는 협회에 적을 두고 있지 않다.

단히 말해, 보통 시장에서 상품을 사듯이 미술품을 구매할 수 있는 환경이 조성되어 있는 것이다.

우리나라에서 아트페어가 주요 미술계 행사의 하나로 자리를 잡은 것은 2000년대 초반의 일로, 경매시장의 영향으로 미술품 거래에 대한 수요가 크게 증가한 시대적 상황에 화랑가가 적절하게 편승한 결과라고 할 수 있다. 그 기반을 놓은 것은 화랑협회가 주관하는 '서울국제아트페어(KIAF; Korea International Art Fair)'와 '화랑미술제'이며, '마니프(MANIF) 서울국제아트페어' 역시 아트페어의 성장에 상당한 기여를 한 것으로 평가된다.[49] 아트페어의 인기가 높아지면서 조직되는 수도 늘어나 2013년에는 총 35개의 아트페어가 개최되었다(예술경영지원센터 2014: 120).[50] 아트페어에서 거래되는 미술품의 규모는 해가 갈수록 점점 더 커져가고 있으며, 이는 화랑가의 계속된 불황과 대비되면서 각별한 성과로 해석되는 경우가 많다.

[표 6] 아트페어와 화랑 및 경매회사 간의 거래 규모 비교(2013년 기준)

거래 주체	판매 금액(백만원)	비율	판매 작품 수	비율
아트페어	66,113	20.7%	15,373	43.7%
화 랑	194,504	60.8%	9,922	28.2%
경매회사	59,216	18.5%	9,869	28.1%
전 체	319,833	100%	35,164	100%

49) 2002년에 처음으로 조직된 서울국제아트페어는 국내에서 가장 규모가 큰 아트페어이며, 1979년에 출범한 화랑미술제는 국내에서 가장 역사가 오래된 아트페어이다. 한편 1995년부터 열리기 시작한 마니프 서울국제아트페어는 자체적인 조직위원회에 의해 운영되며, 작가가 직접 부스를 차려서 작품을 판매하는 아트페어라는 점에서 차별적인 특징을 지닌다(최병식 2008b: 196-205).

50) 앞에서 언급한 서울국제아트페어, 화랑미술제, 마니프 서울국제아트페어 외에 서울국제판화사진아트페어, 광주국제아트페어, 부산국제아트페어, 서울오픈아트페어, 대구아트페어, 인천아트페어, 대전아트페어, 어포더블아트페어, 스푼아트페어, 신세계아트페어 등이 대표적인 아트페어로 꼽힌다.

화랑협회가 주도한 미술품 가격지수의 개발은 시장의 요구에 대한 또 다른 대응책이다.[51] 미술품 가격지수는 투자의 수단으로서 미술품을 구입하고자 하는 이들을 위해 제공되는 시황 판단의 지표로, 간단히 말해 주식시장의 코스피 지수나 코스닥 지수와 같은 역할을 담당한다고 할 수 있다. 경매가 활성화된 서양에서는 오래전부터 다양한 미술품 가격지수가 만들어져 쓰이고 있지만,[52] 우리나라에서는 2000년대 이후에 비로소 그와 같은 시도가 나타나기 시작했다. 미술품 가격지수를 화랑협회가 처음으로 개발한 것은 아니지만, 이전의 미술품 가격지수들은 갱신이 비정기적으로 이루어지거나, 개발의 주체가 개인 연구자라는 한계를 가지고 있었기 때문에 화랑협회의 미술품 가격지수는 현재 가장 공신력 있는 미술품 가격지수로서 자리매김하고 있다고 볼 수 있다.

화랑협회의 미술품 가격지수는 'KAMP(Korea Art Market Price) 지수'라는 명칭으로 불리며, 작품 가격이 높고 재판매가 활발하게 이루어지는 작가 50명(KAMP 50 지수), 혹은 100명(KAMP 100 지수)을 선정하여 적절하게 조정된 평균 작품 가격을 계산하는 방식으로 산출된다.

한 가지 아이러니한 점은 화랑협회가 주도하여 개발하였음에도 KAMP 지수는 오직 경매의 낙찰가만을 자료로 사용하며 화랑에서 거래되는 작품 가격은 가격지수를 계산할 때 다루어지지 않고 있다는 것이다. 공개적인 이유는 투자재가 될 수 있는 그림은 재판매가 용이한 그림이어야 하고 그 가

51) 정확히는 한국미술품감정협회가 개발하였고 한국미술품감정평가원이 운영하고 있다. 이중 개발을 담당한 한국미술품감정협회는 한국화랑협회가 감정 업무를 위탁하는 기관으로, 예산의 많은 부분을 지원받기도 하고 무엇보다 인적 구성이 상당히 많이 겹친다는 점에서 실질적으로는 화랑협회의 산하 조직이라고 볼 수 있으며, 운영을 담당하고 있는 한국미술품감정평가원은 한국미술품감정협회와 한국화랑협회가 공동으로 설립한 기관이다.

52) 가장 대표적인 서양의 미술품 가격지수로는 아트프라이스 지수(Art Price Index)와 메이-모제스 미술 지수(Mei-Moses Art Index)를 꼽을 수 있다. 이에 관한 더 자세한 소개는 김보름의 글(2010)을 참고하기 바란다.

치가 어느 정도는 공인된 것이어야 하기 때문에 경매에 자주 나오는 것만을 대상으로 삼았다는 것이지만, 실제 이유는 화랑으로부터 정확한 작품의 판매액 자료를 얻어내는 것이 어렵기 때문이라는 데에 있다.

[표 7] KAMP 50 지수 및 주요 작가지수

연 도	2008년	2009년	2010년	2011년
KAMP 50	53,725,277	48,842,967	40,275,967	51,214,079
김환기	450,000,000	430,333,333	350,004,000	535,250,000
이대원	101,577,778	77,627,307	70,905,000	105,128,571
이우환	190,000,000	193,500,000	142,575,000	212,666,667

화랑들은 이와 같은 조직적 차원의 대응을 호의적으로 받아들이는 분위기이다. 아트페어의 경우는 화랑 이름을 알리고 미술품 판매 실적을 올리는 데에 꽤나 큰 도움이 되고 있기 때문에 굉장히 호응이 좋은 편으로, 대부분의 화랑이 일 년에 한 번 이상 아트페어에 참여한다고 한다. 가격지수에 대해서도 특별히 거부반응을 보이는 화랑은 없는 것으로 보였다. 아트페어처럼 직접적인 영향관계에 있지는 않기 때문에 자세한 것을 알지 못하는 화랑이 대부분이었지만 일단 알고 나면 대체적으로 긍정적인 시도라는 평가를 내리는 것으로 보였다. 그도 그럴 것이 화랑협회의 대응을 동의한다고 해서 특별히 손해 볼 것이 없기 때문이다.

화랑의 이와 같은 대응은 의미가 없는 것은 아니나 화랑가의 거래라는 핵심적인 과제는 그대로 묵혀 둔 채 지엽적인 부분에서만 변화를 모색하고 있다는 점에서 한계를 지닌다고 할 수 있다. 화랑 관장들은 이러한 방식의 대응이면 충분하다고 생각하는 것 같았다. 아직도 많은 사람들이 화랑의 방식을 선호하고 있기 때문에 화랑이 거래 방식을 바꿀 필요는 없고, 작품을

쇼핑하고 싶은 사람에게는 아트페어가 있으니 그것으로 충분하지 않느냐는 것이다. 화랑가에 가득한 안존의 분위기로 미루어 보았을 때 화랑가는 과거의 유산을 앞으로도 오래도록 포기하지 않을 것으로 보인다.

5. 결 론

본 논문에서는 화랑에서 실천되고 있는 미술품 거래 관행에 대한 민족지적 검토를 통해 미술품 거래의 참여자들이 어떤 문화적 규칙들을 실천하고 있고, 그 규칙들에 담긴 의미는 무엇이며, 그것은 어떤 사회적 맥락 속에서 이해될 수 있는지를 살펴보았다. 화랑의 미술품 거래는 합리적인 경제 논리로는 설명하기 어려운 관행적 규칙에 따라 조직되고 있는데 이는 거래의 성공이 사회적 관계와 위세의 추구와 긴밀하게 얽혀있는 시장의 구조에서 비롯된 것이라 할 수 있다. 즉, 화랑의 거래에 참여하는 이들이 탐을 내는 것은 미술품에 담겨 있는 세속을 초월한 예술적 가치이고, 또한 그것이 가져다주는 위세와 명예이기 때문에 그들은 미술품을 더 매력적인 거래의 대상으로 만들기 위해 관행의 실천을 통해 미술품의 상품성을 적극적으로 부인하고 미술품의 거래에서 계산적이고 경쟁적인 성격을 지워내려는 노력을 하고 있는 것이다.

구체적으로, 본 논문에서는 화랑의 미술품 거래 관행이 두 가지 상호보완적인 방법을 통해 미술품의 거래를 탈시장화시키는 데에 기여하고 있는 것으로 분석하였다. 첫 번째 방법은 호당가격제를 사용하여 작품의 예술적 가치와 작품의 가격을 분리시키고 작품의 가격에 공동체적 의미를 부여하는 것이며, 두 번째 방법은 소위 '뒷방'으로 불리는 사람들의 눈에 잘 띄지 않는 사적인 장소에서 접대를 제공하는 방식으로 거래 환경을 조성함으로써 인식적 측면에서 미술품의 거래를 사교적 행위로 받아들이게 만드는 것이다.

우선 호당가격제는 작가의 경력에 근거해 기준가를 책정함으로써 작가와 작가 집단에 대해 존경심을 표할 수 있게 해주고 크기에 비례해 값을 올려

받음으로써 작품의 가격이 작품에 담긴 미적 가치에 대응하는 화폐가치가 아니라 작가의 노동에 대한 보상으로 풀이되게끔 해준다. 한걸음 더 나아가면 이러한 해석은 컬렉터가 미술품을 구매함으로써 작가를 '후원'한다는 논리로 이어진다. 즉, 컬렉터는 단순히 작품을 소유하기 위하여 대금을 치르는 것이 아니라 뛰어난 미적 가치를 가진 작품을 만들어준 것에 대한 고마움과 존경이 담긴 후원금을 작가에게 전달하는 것이고 작가는 – 혹은 작가를 대리해서 화랑 관장은 – 그 후원에 대한 답례로서 작품을 컬렉터에게 증여하는 것이라는 근사한 호혜적 교환 관계가 만들어지게 되는 것이다.

사적인 접대를 수반하는 뒷방에서의 거래는 이와 같은 후원의 논리를 참여자들이 정서적으로 느끼고 받아들일 수 있도록 만들어준다. 긴 시간에 걸친 환대는 미술품의 거래를 작가와 관장, 컬렉터의 사교적 교류로 대치시키며, 나아가 그러한 상황의 반복은 그들을 취향을 공유하는 예술적 동지의 정서로 이어줌으로써 사회적 유대 관계의 형성에 기여한다.

거시적인 관점에서 보았을 때, 화랑의 미술품 거래 관행과 그것이 만들어내는 후원의 논리와 유대의 정서는 미술품의 거래가 지니는 상업성과 독립성을 축소시켜 거래 과정이 전시 과정의 일부로 통합되게끔 하는 작용을 한다고 볼 수 있다. 이와 같은 토대 위에서 조직된 화랑의 미술품 전시-거래 체계는 미술품이 사회적, 예술적 가치를 온전히 보존한 채로 유통될 수 있도록 해주며, 화랑 관장과 작가, 그리고 컬렉터는 체계의 반복적인 작동에 대한 기여의 대가로 사회적 위세를 제공받게 된다. 즉, 작가와 화랑 관장의 협업에 의해 전시가 조직되어 미술품의 사회적, 예술적 가치가 공인되고, 전시된 미술품의 거래를 통해 컬렉터가 작가의 작품 활동과 화랑의 전시 활동에 대한 후원을 제공하는 일련의 과정을 거치는 가운데 화랑 관장은 전시의 기획자로서, 작가는 작품의 제작자로서, 그리고 컬렉터는 후원자로서 각자 자신의 지위와 그에 따르는 위세를 확인 받게 되는 것이다.

이러한 보상에 대한 기대와 더불어 미술품의 거래에 내재한 위험에서 비

롯되는 불안은 화랑가의 사람들로 하여금 현재의 관행을 고수하게 만드는 또 다른 강력한 동기가 된다. 미술품을 거래하는 상황은 작품의 예술적 가치를 훼손시킬 위험의 가능성을 상시 내포하고 있으며, 자칫 그러한 위험을 통제하지 못하면 관계된 이들의 위신과 명예에 큰 상처가 가는 일이 생길 수 있다. 이와 같은 상황에서 현재 실천되고 있는 관행은 모호한 거래 환경에 대처하는 구체적이고 검증된 방법을 제공해준다는 점에서, 그리고 불안의 요소를 통제하고 있다는 자기 확신을 가능하게 해준다는 점에서 거부할 수 없는 선택항이 되는 것이다.

그러나 화랑을 둘러싼 사회 환경이 변화해감에 따라 관행의 존속에 대해 고민해야 하는 시점이 점점 가까워져 오고 있는 것으로 보인다. 경매회사의 급성장이 환경의 변화를 촉발시켰고, 시장윤리에 대한 요구가 점점 더 커진 끝에 드디어 2013년부터는 부분적이기는 하지만 미술품의 거래에도 양도세가 부과되기 시작했다.[53] 그리고 점점 더 활발해지고 있는 해외 미술시장과의 교류는 변화를 요구하는 새로운 자극이 되고 있다. 강남 일대를 중심으로 외국 작가의 미술 작품을 수입해서 파는 화랑이 조금씩 늘어나고 있고, 아트페어에 해외 화랑들이 참여하는 것은 더 이상 특별한 사건이 아니게 되었다. 또한 반대로 국내 작가가 해외로 나가서 활동하기는 일도 흔히 일어나고 있다.

화랑가는 지금까지는 다행히 풍랑에 휩쓸리는 일 없이 본 모습을 지켜왔지만, 앞으로 환경은 더 크게, 더 근본적인 데에서부터 변화하기 시작할 것이고 화랑들도 어느 순간 변화에 응해야만 할 것이다.

---

53) 미술품의 거래액이 6000만 원 이상이 될 경우 거래액의 20%를 양도세로 징수하는 것이 원칙이되 생존 작가의 작품은 예외로 둠으로써 다행히 화랑의 미술품 거래는 양도세의 칼날을 피할 수 있게 되었다. 즉, 현재 미술품의 양도세는 현실적으로 경매 거래에만 적용되고 있다.

연구를 진행함에 있어 가장 아쉬웠던 점은 현지조사를 하는 과정에서 중요한 의문점에 대한 답을 충분히 구하지 못했다는 것이다. 화랑가에는 외부인에게 공개되지 않는 정보가 너무나 많았다. 화랑가라는 곳이 기본적으로 폐쇄적인 성향을 지닌 사회인데다, 미술품의 거래에 관한 정보는 가장 중요한 영업기밀로 취급되고 있었기 때문이다. 예를 들면, 작품의 판매장부나 가격과 수익에 관한 작가와의 내부 협의 과정 등에 관한 자료는 제법 라포를 쌓은 뒤에도 거의 확보하지 못했고, 화랑의 주요 컬렉터에 관한 자료나 그들과 이야기해보는 기회 역시 얻어내지 못했다. 그러한 까닭에 본 연구는 화랑 관장의 입장에 초점을 맞추어 진행할 수밖에 없었으며, 개별적인 미술품 거래 사례에 대한 섬세하고 깊이 있는 분석은 이루어지지 못하였다.

본 연구의 후속 연구로서는 다음과 같은 주제들이 다루어질 수 있을 것이다. 첫째, 훗날 화랑의 거래 관행이 변화하거나 사라지게 된다면, 그 변화의 양상과 이유, 그리고 변화를 추동한 사회구조적 힘 등을 추적해보는 연구가 수행될 수 있을 것이다. 둘째, 미술품의 진품성과 감정에 관한 연구도 흥미로운 탐구의 대상이 될 수 있을 것이다. 일반인의 눈으로 보아서는 알 수 없는 진품과 위작의 차이를 찾아내기 위한 전문가들의 노력은 기술적 차원을 넘어선 정치적, 사회적 문제이기 때문이다. 셋째, 미술품 경매시장의 경우도 인류학적 시각에서 연구해 볼 가치가 있다. 경매시장은 전적으로 시장경제원리에 기초해 운영되고 있다고 생각하기 쉽지만 실제는 결코 그렇지 않다. 경매에서 나타나는 문화적 관행들, 그리고 참여자들의 경쟁에 의해 만들어지는 예술적 가치의 경합 같은 것은 인류학자의 흥미로운 연구 거리가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 논문 및 단행본

김보름

2010 『뉴욕 미술시장: 예술과 경제가 만나는 곳』, 서울: 미술문화

김봉수

2013 「국내 미술시장 현황 연구: 미술시장 실태조사를 중심으로」, 『경영관리연구』 6권 1호, pp. 27-49

김인원

2007 「서구 미술 경매제도를 통해 본 한국 미술시장에서 경매 제도의 정착 방안」, 서울대학교 서양화과 석사학위논문

남준우

2008 「미술품(그림) 가격의 결정 요인 분석: 호당가격제가 성립하는가」, 『경제학연구』 56집 2호, pp. 139-161

류정아

2012[1997] 「미술문화 소비현상과 화랑의 역할」, 『한국인의 소비와 여가생활』, 성남: 한국학중앙연구원출판부, pp. 337-383

민현준

2013 「현대미술관 전시장의 군도형 배열에 관한 연구」, 서울대학교 건축학과 박사학위논문

박파랑
2012 『큐레이터와 딜러를 위한 멘토링』, 파주: 아트북스

손영옥
2015 「한국 근대 미술시장 형성사 연구」, 서울대학교 미술경영 협동과정 박사학위논문

심현정
1997 「한국 화랑의 역사에 관한 연구: 1910년-1970년대를 중심으로」, 경희대학교 교육학과 석사학위논문

예술경영지원센터
2014 『2014년도 미술시장 실태조사: 2013년 기준』, 문화체육관광부

유세희
2012 「미술시장 가격 결정 요인에 관한 연구」, 상명대학교 미술학과 석사학위논문

이동일
2005 「미술시장 현황분석을 통한 국내갤러리 운영 활성화에 관한 연구」, 추계예술대학교 예술경영대학원 석사학위논문

이명옥
2000 『갤러리이야기: 전문 화랑경영인이 털어 놓는 갤러리의 모든 것』, 서울: 명진출판

이문희

2008 「복합문화공간의 서비스마케팅 연구: 국내 상업 갤러리를 중심으로」, 홍익대학교 미술대학원 석사학위논문

이성혜

2009 「서화가 김규진의 작품 활동과 수입」, 『동방한문학』 41집, pp. 203-232

최병식

1995 「미술시장과 대중」, 『조형교육』 11호, pp. 201-207

2001 『미술 시장과 경영: 한국 미술품 유통 구조의 현황과 개선 방향』, 서울: 동문선

2005 「Art Market의 열쇠, 미술품 가격의 구조와 한국의 현실」, 『현대미술연구소 논문집』 8권, pp. 64-88

2008a 『미술시장 트렌드와 투자』, 서울: 동문선

2008b 『미술시장과 아트딜러』, 서울: 동문선

Appadurai, Arjun

1986 "Introduction: Commodities and the Politics of Value" in Arjun Appadurai(ed.), *The Social Life of Things*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3-63

Bourdieu, Pierre

1995[1979] 『구별짓기: 문화와 취향의 사회학』(*La Distinction: Critique Sociale du Jugement*), 최종철 옮김, 서울: 새물결

2004[1984] 『사회학의 문제들』(*Questions de Sociologie*), 신미경 옮김, 서울: 동문선

Douglas, Mary & Baron Isherwood
1996[1979] *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, London: Routledge

Godelier, Maurice
2011[1996] 『증여의 수수께끼』(*L'énigme du Don*), 오창현 옮김, 파주: 문학동네

Gregory, C. A.
1982 *Gift and Commodities*, London: Academic Press

Groysberg, Boris, Joel Podolny & Timothy Kelly
2004 *Fernwood Art Investments: Leading in an Imperfect Marketplace*, Cambridge, MA: Harvard Business School

Kopytoff, Igor
1986 "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process" in Arjun Appadurai(ed.), *The Social Life of Things*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 64-91

Malinowski, Bronislaw
2008[1922] *Argonauts of the Western Pacific: An Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Malenesian New Guinea*, LaVergne, TN: Malinowski Press

Marx, Karl
2008[1867] 『자본 1-1』(*Das Kapital*), 강신준 옮김, 서울: 도서출판 길

Mauss, Marcel
2002[1925] 『증여론』(*Essai sur le don*), 이상률 옮김, 서울: 한길사

Miller, Daniel
1995 "Consumption and Commodities", *Annual Review of Anthropology* 24, pp. 141-161

Munn, Nancy D.
1983 "Gawan Kula: Spatiotemporal Control and the Symbolism of Influence" in J. Leach & E. Leach(eds.), *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 277-308
1992[1986] *The Fame of Gawa: A Symbolic Study of Value Transformation in a Massim (Papua New Guinea) Society*, Durham: Duke University Press

O'Doherty, Brian
2006[1976] 『하얀 입방체 안에서: 갤러리 공간의 이데올로기』(*Inside the White Cube : The Ideology of the Gallery Space*), 김형숙 옮김, 서울: 시공사

Polanyi, Karl
2009[1944] 『거대한 전환』(*The Great ssai sur le don*), 이상률 옮김, 서울: 한길사

Sahlins, Marshall
1972 *Stone Age Economics*, New York: Aldine de Gruyter

Spooner, Brian
1986 "Weavers and Dealers: The Authenticity of an Oriental Carpet" in Arjun Appadurai(ed.), *The Social Life of Things*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 195-235

Thomas, Nicholas
1991 *Entangled Objects: Exchange, Material Culture and Colonialism in the Pacific*, Cambridge, MA: Harvard University Press

Troy, Nancy J.
1996 "Domesticity, Decoration and Consumer Culture" in Christopher Reed(ed.), *Not at Home: The Suppression of Domesticity in Modern Art and Architecture*, New York: Thames and Hudson, pp. 113-129

Velthuis, Olav
2005 *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton, NJ: Princeton University Press

Wilk, Richard R. & Lisa C. Cliggett
2010[2007] 『경제 인류학을 생각한다』(*Economies and Cultures: Foundations of Economic Anthropology*), 홍성흡 외 옮김, 서울: 일조각

Weiner, Annette
1983 "'A World of Made is not a World of Born': Doing Kula on Kiriwina" in J. Leach & E. Leach(eds.), *The Kula: New*

Perspectives on Massim Exchange, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 147-170

1985 "Inalienable Wealth", *American Ethonologist* 12, pp. 210-227

2. 기사 및 영상자료

〈틀잡혀가는 華商〉, 경향신문, 1970-08-09

〈한국 미술 발전 가로막는 호당가격제〉, 매일경제, 2012-09-17

〈시사기획: 검은 돈, 미술을 사다〉, KBS, 2011-08-23

Abstract

The Customary Practice of Trading Artwork in Galleries and Power Relationships

Kim, YongWook
Department of Anthropology
The Graduate School
Seoul National University

This thesis organized cultural regulations that Korean art galleries fulfil and interpreted its meaning based on an ethnographical investment about customary practice of trading artwork that can be observed.

Art galleries in Korea decide the price of artwork with size-based pricing that only considers standard price on career of artist and the size of artwork, and conduct trading at the 'back room' by escaping from irrelevant people. This trading practice of art galleries has been criticized as providing methods of money laundry and creating secret fund, but people from galleries still retain the customary practice. This thesis is going to claim that it is not possible to describe artwork trade in galleries with only economical motivation, because it is an activity that includes social and political intention. From this perspective, this thesis will show that all related

practices followed by the artwork trade are made from decision to achieve both economical and non-economical purposes.

Gallerists treat converting value of artwork to money value as burden since they believe the value of artwork only can be evaluated subjectively. At this moment, size-based pricing provides with a logic that can solve this burdening price calculation by interpreting the price of artwork as compensation on labour of artist rather than money value which corresponds to aesthetic value of artwork itself. Furthermore, this interpretation develops a logic that collectors 'sponsor' artists through purchasing artwork. In other words, it is a donation towards the artist to appreciate creation of excellent artwork. The logic of sponsorship has function of excellent foundation and part of effort to expending communal bonds based on trade relation among artists, gallerists and collectors.

The trading situation in a private place reinforce the logic of sponsorship and the emotion of bond. A person who want to buy artwork will be invited into the back room by gallerist. During long hospitality in the back room, the person is treated and respected as the position of genuine art collector. From that, trading artwork is accepted as the socializing activity. With repetition of this kind of trading situation, the cognitive border between two activities fades out gradually and the strength of bonds that shared by participators increases more.

The customary practice of artwork trade as well as internal logic and emotion from the practice seem to critically contribute on forming the structure of artwork distribution system of galleries and power relationships among its participants. Firstly, the galleries' trading practice makes gallerist exercise leverage on valuation and distribution of artwork by providing

limited information and discretion to both artists and collectors as well as linking them non-competitive relation. Secondly, it provides the foundation of gallery system by protecting aesthetic value of artwork by eliminating commercial and secular vestige from trading situation of artwork and integrating trade as part of exhibition. So it makes gallery system work properly, and contributes on retaining social power, prestige and honor which all participators on gallery system pursuit.

Another reason why the trading practice of galleries keeps continuing is that it reduces worries from uncertainty. Conventional regulations that shared by galleries accepted as a creed, because it provides participants of artwork trade with not only concrete countermeasures that corresponds to indefinite social environment but also self-conviction on uncertain trading situation. So people who are engaged gallery system tend to go deep into the traditional practice rather than finding alternatives, and want to guarantee predicted future and their current position.

Keywords: Gallery, Artwork, Customary practice of trading, Size-based pricing, Back room Trade, Sponsorship, Power Relationship

Student Number: 2006-22822