

미국, 고등학교 뮤지컬 제작 대형화**The New York Times, May 8, 2005**

인디애나주의 도시 뉴 알바니는 자동차 숲과 패스트푸드 가게가 밀집되어 있는 부유하지도, 예술지향적이지도 않은 인구 4만의 가난한 도시이다. 이런 도시에서 뉴 알바니 고등학교의 초대형 학교 연극이 미국 전역에서 하나의 트렌드가 되고 있다. 이 고등학교는 지금까지 <애니>와 같은 뮤지컬을 계속 무대에 올려 왔으며, 지난 가을 뮤지컬 <미녀와 야수> 제작에 16만 5천 달러를 썼다. 이제는 거의 프로에 가까운 수준으로 세련된 제작을 하고 있다.

폐쇄화로 TV와 30개의 레일이 달린 무대변환장치, 대규모 무대 장치 제작소를 구비하고 있는 이 학교의 뮤지컬 제작 규모는 배우와 스태프가 이 학생들로 이루어져 있고 성인 자원봉사자와 교직원들의 봉사도 이루어져 이 모든 비용이 무료이기 때문에 규모면에서는 웬만한 오프 브로드웨이와 맞먹으며 질적으로도 손색이 없는 뮤지컬을 제작하고 있다. 2003년도 제작인 <Crazy for You>는 뉴 알바니에서 시작하여 루이스빌의 전문적인 여름 원형극장에서 일주일간 공연되었고, 네브라스카주의 테스피안 페스티벌에 최우수 학생 제작 뮤지컬로 초대되어 쇼케이스를 열었다. 물론 재능 있는 학생들은 각 대학의 스퀘어트 대상이 되기도 하였다.

성공적인 댄스 마케팅의 조건**The New York Times, May 15, 2005**

지난달 1,132석의 케네디 센터 아이젠하워 극장에서 공연된 <흑인 안무가의 명작들> 축제 개막 공연은 전 좌석 매진과 함께 나머지 4회 공연에 단 1석만 팔리지 않고 모두 매진되어 관계자들을 놀라게 했다. 이러한 성공은 평생 동안 무용계에 활기를 불어넣은 기획으로 'Dance Space Project'가 수여하는 공로상을 받게 되는 케네디 센터 대표 마이클 카이저의 공이 크다. 그는 9.11 사태 이후 슬럼프에서 벗어나지 못하는 무용계에 7가지 핵심적인 무용 마케팅 방법을 제안했다. '관객들을 계몽시키고 신나게 할 수 있는 주제가 분명한 기획 단체의 강력하고도 긍정적인 정체성 공연에 흥미를 가질 만한 관객에게 정기적으로 공연 관련 정보를 제공, 관객의 흥미를 끌 수 있는 초청 아티스트와 유관 단체와의 협력관계 돈독, 가용 자원을 최대한 활용, 많은 이야기가 담긴 이미지 활용, 관객층 확대' 이렇게 7가지의 케네디 센터 스타일로 성공을 거두었다.

미술시장에 나온 칠판지 그림**The Guardian, May 12, 2005**

원숭이 세계의 세잔으로 불리는 칠판지 광고. 이제 사상 처음으로 광고의 작품 3점이 런던의 본햄 미술 경매 시장에 르누아르, 앤디 워홀 등의

작품과 함께 등장한다. 이 작품들은 종이에 템페라 기법으로 그린 것으로 광고가 가장 왕성하게 작품 활동을 했던 1950년대 후기 작품들이다. 이 작품들의 평가액은 600파운드에서 800파운드 사이이나 작품에 대한 관심이 뜨거워 이 가격보다 훨씬 웃도는 액수에 팔릴 것으로 전망하고 있다. 50년대 당시 팬지들의 예술적 감성에 대해 실험하던 데스몬드 모리스 박사에 의하면 광고의 초반 붓질은 다른 칠판지들과 마찬가지로 단순한 붓질이었으나 50년대 후반 2년간 붓놀림이 급격하게 변하였으며 보다 집중하여 작품 활동을 하였다고 한다.

피카소는 광고의 작품 1점을 자랑스럽게 소장했고, 미로는 그의 스케치 작품 2점과 광고가 그린 작품 1점과 바꾸기도 했다.

영국의 새로운 예술가 연금제도**The Scotsman, April 19, 2005**

수입이 매우 불안정한 전문직 예술가들의 안정된 노후를 위해 새로운 연금 신탁제도가 런던에서 설립됐다. 이 신탁제도는 사전에 전문가들에 의해 조사된 250명의 현존하는 작가들을 대상으로 하고 있다. 이미 20여 명의 작가가 이 연금에 가입했다. 작가들은 처음 5년간 매해 2점씩, 이후 5년간 매년 1점씩, 그리고 나머지 10년간 3년에 1점씩 작품을 기증하게 된다. 작품이 팔리면 판매가의 20%는 신탁 운영에 쓰이고 나머지 중 절반은 작가에게, 나머지 절반은 나머지 작가들에게 나누어 지급된다. 작품의 판매는 이들이 가장 높은 가격으로 형성된 시점에서 이루어지게 되며, 작가가 사망한 경우에는 그들의 가족이나 작가가 지명한 상속자에게 인계된다.

이와 비슷한 연금제가 미국에서 처음 시행됐으며, 이번 영국에 이어 독일 베를린에서도 시행될 예정이다.

테이트 모던 5년, 국제 현대미술의 파워 포인트**The Guardian, May 2, 2005**

런던의 낡은 발전소를 리모델링하여 세운 테이트 모던이 개관 5주년을, 2천 2백만 명째 관람객을 맞이할 준비를 하고 있다.

테이트 모던은 세세이션을 불러일으키는 기획으로 라이벌인 파리의蓬피두 센터, 뉴욕의 현대미술관 모아의 관람객 수를 훨씬 능가하며, 프랭크 게리의 빌바오 구겐하임미술관의 4배에 달하는 관객을 동원하는 기록적인 관람객 수 자체만으로도 미술관의 성공을 확인할 수 있다. 또한 미술관 밖에서는 어린 청소년들이 스케이트 보드를 즐기며, 세계에서 가장 큰 미술 서점을 운영하고, 런던에서 가장 전망 좋은 레스토랑을 가지고 있는 것도 사람들이 쉽게 접근할 수 있는 미술관이 되어 성공하게 된 또 다른 요인이자 할 수 있겠다.

물론 좋은 점과 찬사만 있는 것은 아니다. 거물급 기부자들은 관장의 매너에 대해 불만을 털어 놓고 있으며, 전시공간 바닥과 일부 전시실의 조명 등의 문제점도 드러났다. 그러나 가장 큰 도전은 전시공간을 채울 신규 작품 구입비가 턱없이 부족하다는 점이다.

미술품 대여로 수입 올린 보스턴 미술관**The Boston Globe, April 28, 2005**

보스턴 미술관은 라스베이가스 카지노에 있는 벨라지오 갤러리에 모네 작품 12점을 대여하는 도박을 감행하였다. 벨라지오 갤러리는 5월 30일 끝날 예정인 모네전에서 일인당 15달러의 입장료로 45만 명의 관객을 동원하여 총 6백만 달러의 수입을 올렸으며, 미술관 측은 대여료로 빼간 달러를 챙겼다.

그러나 이에 미술평론가들과 큐레이터들, 하버드대학 박물관 큐레이터이자 오랫동안 로저스 보스턴 미술관 관장을 비판해 온 이반 가스켈은 비영리기관인 보스턴 미술관이 영리를 목적으로 작품을 대여한다는 것이 문제라고 주장한다. 뉴스위크지도 작품 대여 거래에 대한 윤리적 측면의 문제점을 제기한 바 있다. 이에 대해 로저스 관장은 "우리 미술관의 창고 속에 보관되어 있던 작품들이 세상 밖으로 나와 라스베이가스 시민들과 세계 각지에서 온 국제적인 관객들에게 보여지게 되는 의미가 있으며 아울러 미술관의 재정에도 도움이 되고 있다"고 응수했다.

토탈 아트 추구하는 파리오페라단의**<트리스탄과 이졸데>****The New York Times, April 14, 2005**

바그너의 오페라 <트리스탄과 이졸데>는 방대한 스케일과 심오한 스토리, 감당하기 어려운 연기로 무대에 올리기 어려운 것으로 정평이 나 있다. 작곡가 자신도 1860년대 초 비엔나에서의 초연을 77회 이상의 리허설을 하고도 포기했을 정도이다. 파리오페라단은 이 작품을 무대에 올리기 위해 미국 출신 비디오 작가 빌 비올라의 작품을 활용할 야심 찬 시도를 했다. 고대 신화 중에서 가장 유명하고도 비극적인 러브 스토리를 다룬 이 작품의 문학적, 수사적, 정신적 표현의 극대화를 위해 비올라의 비디오 작품들이 대형 스크린을 통해 무대 상부와 벽면에 비추어지며 장장 3시간 40분에 걸쳐 독자적으로 상영된다.

당초 연주회용으로 제작된 이 작품은 피터 셀라스의 연출로 에사-페카 살로넨이 지휘한 파리오페라 교향악단의 협연으로 지난 12월 로스앤젤레스의 디즈니 홀에서 초연되었다. 바스티유 오페라극장에서 개막된 이번 공연은 5월 4일까지 7회 공연되었으며, 11월에 다시 7회 공연이 계획될 예정이다.

서정애 | 본원 국제교류팀 차장