

미술잡지 저널리즘의 형성과 기능

안 인 기

서울대학교 강사

1. 미술 저널리즘 평가의 난점들
2. 미술 저널리즘의 정착
- 1980년대까지의 잡지 현황
3. 1990년대 이후 양적 팽창과 월간지 시대
4. 해외 미술잡지의 현황 및 비교
5. 잡지 저널리즘의 새로운 자유와 책임

1. 미술 저널리즘 평가의 난점들

한국미술계에서 미술 저널리즘에 대한 연구는 찾아보기 어렵다. 미술 여론 형성에 강력한 영향력을 지닌 저널리즘에 대한 연구 부재는 미술 저널리즘의 기능이 생각보다 적다거나 또 다른 이유가 있을 것이다. 사실 저널리즘은 그것이 미술계에 미치는 막강한 영향력에 비해 자기 자신을 기사화하고 비판하는 데는 소극적이었다. 저널리즘의 주체인 미디어는 여론을 상품화하는 파워집단의 일원으로서 여론 생산 자체의 내막을 분석하는 데 그리 적극적일 수 없는 위치인 것이다. 그래서 매체에 의한 매체 연구는 자기성찰적이라기보다는 자기은폐에 가까운 것이고, 그것도 지극히 드물게 행해지는 실정이다. 예를 들어 미술 저널리즘에 대해 그나마 가장 많은 분석 지면을 제공한 미술잡지들의 분석을 살펴보면, 주로 그 내용이 잡지 자체가 아닌 신문의 미술 기사에 대한 비판으로 집약되었다. 신문 저널리즘의 아마추어리즘과 전문기자 부재, 그에 따른 기사의 전문성 부족을 문제로 지적하면서 거꾸로 잡지 저널리즘은 구제되었다.

그렇지만 잡지 역시 저널리즘의 기능에서 긍정적인 것만은 아닌데, 잡지의 기획력 부재, 비평 기능 위축, 기자의 전문성 부재 등은 신문과 마찬가지로 비판받고 있는 사안이며, 특히 잡지와 신문 모두가 기사 구성에 있

어 특정 화랑, 유명작가 편향성과 상업주의 등으로 부정적인 평가를 받고 있음은 잘 알려진 바다.¹⁾

저널리즘에 대한 비판적 평가에도 불구하고 미디어 자체에 대한 본격적인 분석은 해당 미디어와 별개의 독자적인 제도와 주체를 필요로 한다. 미술계의 영향력에 비해 그 실체가 모호하며, 가장 많은 사람에게 알려진 반면 가장 폐쇄적인 저널리즘은 이제 자기 확인을 위해서라도 좀더 정확한 진단을 필요로 한다.

미술 저널리즘의 영향력을 입증하는 조사가 최근 발표된 적이 있다. '미술인'들 대부분이 미술잡지를 통해 가장 많은 활동의 정보를 얻는다는 것이다.²⁾

2003년도 『문화예술인 실태조사』는 각 예술분야 종사자 200명을 대상으로 "예술 활동과 관련된 정보를 주로 얻는 곳이 어디인지" 설문한 결과를 내놓았다. 미술분야 설문자 중 전문잡지로 응답한 사람이 51.5%로 6개 문항의 수위를 차지했다. 이 수치는 '미술잡지'의 실질적인 영향력을 확인할 수 있는 드문 지표로서, 일반 언론매체의 신뢰도 중 잡지가 0.2%로 최하위권인 현실을 감안하면 더욱 특이한 현상이라 할 것이다.³⁾ 저널리즘의 은폐적 속성에도 불구하고 적어도 잡지 저널리즘은 '미술인'들에게 가장 중요한 정보 제공처로 기능하고 있으며, 저널리즘의 기사 내용은 미술계 현장의 높은 관심 사안임을 입증한 것이다.

그러나 이러한 미술잡지에 대한 평가와 대립되는 평가 역시 미술인들에 의해 제기되었다. 그것은 특정 미술인들이 중심이 되어 특정 잡지에 대한 '구독거부운동'으로까지 비화된 지난 몇 년간의 사건과 그 속에 나타

- 1) 편집부, 「진단. 한국미술 97」, 『가나아트』(1997. 5월), 38쪽 참조. 그 외 미술저널리즘에 대한 글은 「미술잡지, 그 현황과 전망」, 『가나아트』(1996. 7/8월호 특집), 44-65쪽, 원동석, 「비평과 저널리즘의 전개」, 『계간미술』 34호(1985. 여름), 79-86쪽, 「오늘의 한국미술, 무엇이 문제인가 - 6. 저널리즘」, 『월간미술』(1992. 1월), 57쪽, 자사 잡지 리뷰로 특집 「너희가 『미술세계』를 아느냐」, 『미술세계』(2000. 10월) 등이 있다.
- 2) 문화관광부, 한국문화관광정책연구원, 『문화예술인 실태조사』(2003. 12월), 28-29쪽, 문화예술인의 예술 활동 관련 정보 출처

분야	사례수	전문잡지	동요	선후배	인터넷	신문	방송	학교 학회	기타	계
전체	1917	31.0	26.0	19.5	11.5	5.5	5.3	1.3	100.0	
미술	200	51.5	30.0	6.5	1.5	1.5	5.5	0.5	100.0	
사진	200	12.5	12.0	29.5	11.5	0	3.5	1.0	100.0	
건축	200	51.0	7.5	25.0	2.5	2.0	9.0	0	100.0	

- 3) 김승수, 「전환기 신문경영과 신문산업정책의 모색-언론권력에서 신문산업으로」, 『신문과 방송』(2004. 4월), 254쪽, 언론매체의 일반적 신뢰도 조사를 살펴보면 잡지에 대한 일반적 신뢰도는 2002년 0.8%, 2000년 0.1%, 1990년 3.8%로 2002년 기준 신문 19.9%, TV 48.4%, 라디오 4.3%, 인터넷 8.5%로 가장 낮은 신뢰도에 머물러 있다.

나는 미술잡지에 대한 미술인들의 부정적 여론과 평가에 대한 것이다.¹⁾ 잡지의 저널리즘에 의해 촉발되어 미술 저널리즘 자체에 대한 불만 표출로 이어진 이 사건의 무대는 잡지가 아닌 몇몇 미술전문 인터넷 사이트였고, 네티즌들 사이에서 생산되고 확산되었다. 당시 제기된 비판론들은 기성 잡지의 편집권과 화단 학맥 및 인맥과의 결탁, 잡지 저널리즘의 통속성과 기획력 부재, 잡지 경영과 편집권 사이의 갈등에 대한 것 등 광범위하여 잡지 저널리즘의 틀 속에서 진행된 평론가들의 비판보다 더욱 직접적이고 구체적인 부분까지 거론하는 열기를 보였다. 당시의 논란은 여전히 잡지 저널리즘의 영향력을 반증하는 사례이기도 하지만, 비판 여론의 진원지가 작가 중심 네티즌인 점에서 비롯한 특정 집단의 여론 표현이란 성격과 익명화된 '네티즌 여론'의 신뢰성 부족이라는 한계를 동시에 지닌다. 논쟁이 정당한 근거와 사실에 기초할 때 유익한 대안을 제시할 수 있으며, 상대를 인정하고 관용과 배려를 바탕으로 한 비판만이 더욱 성숙한 저널리즘을 양성할 수 있다는 점에 비추어 본다면, 과열 양상을 빚었던 당시의 비판은 악점 또한 분명히 있는 듯하다. 그래서인지 논란의 와중에 조사된 『문화예술인 실태조사』 결과는 앞서 언급했다시피 전문잡지를 정보획득의 가장 유익한 수단으로 꼽고 있었다. 설문조사 대상 집단과 비판적 네티즌 집단 사이의 분포상의 차이를 감안하더라도 저널리즘에 대한 평가는 저널리즘 자체의 양면성처럼 이중적인 결론을 유도할 어려움을 내포하고 있는 것이다.

잡지는 신문의 보도 기능과 서적의 수합, 보존 기능을 동시에 행하는 매체다. 잡지는 신문에 비해 전문화되고 분석적인 정보를 제공하고, 도서에 비해 신속한 정보 전달이 가능하며, 사회 여론 형성 및 문화 정체성을 형성

1) 논란의 직접적인 계기는 신생 잡지 『아트』의 2000년 9월호 "editorial"이 평론가 류병학에 대한 입장을 밝히는 말미에 『월간미술』과 『미술세계』에 대한 공개적 비판을 제기하면서였다. "editorial"에 대한 논란은 『미술세계』 웹사이트의 게시판을 통한 네티즌의 가세로 이어졌고, 10월호 『미술세계』에는 편집장의 공개적 불만이 실리는가 하면, 공방은 점차 3대 미술잡지 전체의 '색깔논쟁'으로 확장되는 양상을 띠었다. 그러던 중 2002년 11월, 『월간미술』 전시리뷰에 자신의 전시가 기사화되지 않은 한 작가의 '배제유감'을 '포럼 A' 게시판에 올림으로써 잡지 저널리즘의 기능과 역할에 대한 불만과 의견들이 다시 불붙기 시작했다. 공방은 『월간미술』 2003년 1월호 발행 이후 더욱 증폭되었는데, 당시 특집으로 기획된 「3545세대 작가로 본 한국 현대미술 지형도」에 유감이 있는 한 작가의 글이 웹사이트 '이미지속닥속닥'의 게시판에 올라온 이후 '포럼 A' 게시판은 연일 네티즌들의 성토장이 되었고, 『월간미술』 구독 거부운동을 제안하는 등의 비판론과 동정론, 양비론 등이 치열하게 전개되었다. 당시의 네티즌 논쟁은 류병학, 정민영 편, 『무대보1-한국미술잡지의 색깔논쟁』, 아침미디어, 2003, 및 www.foruma.co.kr '게시판 논쟁 모음'에 주요 내용이 재수록되어 있다.

2) 잡지의 영어인 magazine이 처음 쓰인 때는 1731년 영국의 Gentleman's Magazine이란 월간지 창간에서부터이며 이후 정간물을 참고나 저장소의 의미를 지닌 '배거진'으로 불렀

한다.⁵⁾ 저널리즘과 출판의 양면적 특징을 함께 지닌 잡지는 그동안 주로 문화적 측면에서 비판되었다. 잡지마다의 특성이 없다거나 전문성 및 비판 기능이 부족하다는 일반적인 평가들은 잡지 저널리즘 자체에 대한 연구를 배제한 의견에 그치는 경우가 대부분이었다. 최근 출판학 분야에서는 잡지를 출판 저널리즘과 출판산업, 잡지산업의 관점에서 분석·연구하려는 움직임이 확산되고 있다.⁶⁾ 그러나 출판 저널리즘으로서 잡지에 대한 연구는 고유한 이론과 방법론, 연구 대상이 미비하여 주로 신문학의 연구 방법과 학문을 차용하는 경우가 많다.

본 연구는 이러한 선행연구의 방법론을 도입하고 있다. 잡지에 대한 접근을 잡지문화적 논의로 한정하는 것은 합리적 접근법이 될 수 없다고 보기 때문이다. “잡지문화 역시 치열한 경쟁 속에서 살아남아야 하는 기업문화의 일부라는 전제에서 보자면 잡지는 산업의 측면에서 오히려 객관적이고 합리적인 접근이 필요하다.”⁷⁾ 그러나 연구 대상으로서 미술잡지는 객관적 지표나 통계, 데이터베이스 자료 등이 전무한 실정이다. 본 연구는 관련 분야의 선행연구 부재로 인해 미술잡지에 관한 객관적 자료를 처음부터 조사해야 하는 한계를 전제로 구성되었다. 연구 대상의 축소도 불가피하여 미술저널리즘의 문제를 신문, 방송 등의 매체가 아닌 잡지라는 한정된 분야로 축소했다. 또한 저널리즘의 주체인 매체, 저널리스트, 여론이라는 3개 영역을 체계적으로 고려하지 못한 채 매체 자체의 분석을 중심으로 다루었다. 연구 방법은 국내외 미술잡지를 대상으로 잡지의 내부적, 미시적, 내용적 평가로부터 외부적, 거시적, 양적 평가를 위주로 하였으며, 그 결과를 바탕으로 미술잡지 저널리즘의 기능과 모델을 추적하고자 했다. 이러한 방법론은 미술잡지 저널리즘의 논의를 체계화하고 합리적인 대안 모색의 토대가 될 객관적 근거와 실증적 자료가 부족한 현실적 여건에서 비롯했다.

다. 동양에서 雜誌란 말은 1867년 일본의 『西洋雜誌』가 발행된 이후 매거진과 같은 개념으로 사용되었다고 한다. 차무용, 『출판잡지론강의 1』, 독자와 함께, 1997, 31쪽 참고.

『정기간행물 등록 등에 관한 법률』 2조 8호에서 ‘잡지’라 함은 정치·경제·사회·문화· 시사·산업·과학·종교·교육·체육 등 전 분야 또는 특정 분야에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 동일한 제호로 월 1회 이하 정기적으로 발행하는 제책된 간행물을 말한다”고 정의하고 있다.

6) 이러한 연구로는 『한국의 월간잡지』, 한국언론연구원, 1993, 『21세기 한국잡지산업의 발전 전략에 대한 연구』, 한국잡지협회, 2000, 『한국잡지 산업의 지표 및 통계자료 조사 연구』, 문화관광부, 2002, 『한국의 잡지광고』, 2002, 박기현, 『한국의 잡지출판』, 들푸른 소나무, 2003 등이 있다.

7) 박기현, 앞의 책, 45쪽.

〈표 1〉 주요 미술잡지 및 신문 등의 발간 현황(2004. 5. 30일 현재)⁸⁾

잡지명	발행처	발행인	창간일	간별	비고
조형예술	조선조형예술동맹		1946.5.20	월간, 폐간	창간호이자 폐간호
신미술	신미술사	이규성	1956.9.1	월간, 폐간	58년까지 통권 10호 부정기 발간, 1962년 7월 복간, 9월호(통권 12)로 폐간, 19×26cm
사진문화	한국사진문화사	조명원	1956.10.15	월간, 폐간	1960.5.15(통권 13호)로 폐간
공예	대한공예문화사	안승희	1958.8.25	월간, 폐간	
미술	문화교육출판사	이규성	1964.5.30	월간, 폐간	1호로 폐간, 15×21cm
캐머리세대	캐머리세대사	김용훈	1964.8.1	월간, 폐간	
아동미술	한국아동미술교육연합회	박휘락	1965.9.1	월간, 폐간	
포토그래피	포토그래피사	황성욱	1966.7.26	월간, 폐간	1971.11.1(통권 51호)로 폐간
사진예술	대한사진문화사	변종관	1966.8.1	월간, 폐간	
공간	공간사	석정선	1966.11.1	월간	발행인 김수근, 장세양으로 변경
화랑	현대화랑	박명자	1973.9.1	계간, 폐간	주간 오희수, 현대미술로 재호 변경, 1992년 폐간, 13×19cm
서예	월간서예사	장주상	1973.9.10	월간	
현대미술	현대미술사	김문호	1974.4.20	계간, 폐간	편집인 유준상, 1호로 폐간, 19×26cm
한국의	한국근대미술연구소	이구열	1975.11.30	부정기	5호(1977.11)로 폐간
근대미술					
한국미술	한국미술사	서세옥	1975.12.15	월간, 폐간	편집인 박재홍 2호(76.7)로 폐간 19×26cm
계간미술	중앙일보	홍진기	1976.11.1	계간, 폐간	1988년 가을호(통권47호)로 폐간, 19×23cm
예술	월간예술사	전태욱	1976.1.5	월간, 폐간	
디자인	디자인하우스	이영혜	1976.10.1	월간	
미술평론	미술평론사	유정태	1977.2.15	월간, 폐간	편집장 신호정, 2호(77.8)로 폐간, 15×21cm
전시계	전시계사	최학천	1977.2.18	월간, 폐간	19×26cm
미술과생활	미술과생활사	이용길	1977.3.30	월간, 폐간	주간 임영방, 편집장 황명걸, 8호 (77.11)까지 발간하다 휴간, 78.4월 복간 후 23호(79.9)로 폐간 15×21cm
선미술	선화랑	김창실	1979.1.1	계간, 폐간	주간으로 유준상, 김인환, 유홍준, 서 성록 등 역임, 1990년 가을호 편명 변경, 1992년 봄호(통권52호)로 폐간
미술춘추	한국화랑협회		1979.4.30	격월, 폐간	『화랑춘추』로 재호 및 계간으로 변경
포럼	홍보문화사	최광직	1980.9.1	월간, 폐간	편집인 이대일, 연 8회 22×30cm
미술세계	(주)미술세계	박홍률	1984.10.1	월간	
부산미술	미협부산지부	김대륜	1985.3	부정기, 폐간	편집인 손병철 3호(86.12)로 폐간

8) (사)한국잡지협회 <http://www.kmpa.or.kr/museum/start.asp>, 김달진, 「미술잡지의 흥수, 실상을 분석한다」, 『바로 보는 한국의 현대미술』, 발언, 1995, 107-124쪽, 「한국 미술잡지의 실상과 새로운 기대」, 『가나아트』(1996, 7·8월), 56-59쪽, 「2002년 한국 미술잡지의 현주소를 알아본다」, 『월간미술』(2002, 2월), 151쪽의 비교 및 개별 잡지추적으로 작성.

잡지명	발행처	발행인	창간일	간별	비고
월간미술	한국미술연감사	이계운	1985.3.1	월간, 폐간	신문판형
미술평단	한국미술평론가협회	오광수	1986. 여름	계간	협회기관지
미술교육	미술교육사	이정룡	1987.3.1	월간, 폐간	
아트포스트	에이피인터내셔널	김중돈	1988.2	월간, 폐간	월간에서 격월간으로 변경, 16호 (1989.7-8월)로 폐간, 타블로이드판
가나아트	(주)가나아트	이호재	1988.5.9	격월간, 폐간	2000년 가을호(통권 70호)로 폐간, 월간, 계간 등으로 변경
미술신문	미술신문사	최광열	1988.7.10	격주간	타블로이드판
월간미술	중앙일보사	이종기	1989.1	월간	(주)월간미술로 발행처 변경
포토291	포토291	이주용	1988.10.1	월간, 폐간	
사진예술	사진예술사	김녕만	1989.5	월간	
미술시대	미술시대사	류석우	1989.11	월간	
한국서예	한국서예협회	김태정	1989.12.29	월간, 폐간	
아프리에	아프리에사	정국명	1990.11.1	월간, 폐간	
미술시평	미술시평사	김홍년	1991.1.5	계간, 폐간	
소년미술		지명수	1991.6.1	월간, 폐간	
아트&크래프트	디자인하우스	이영혜	1992.3.10	월간, 폐간	
미술시장	(주)아트피아	손석복	1992.7.1	월간, 폐간	
갤러리가이드	아티스트	엄종섭	1992.9.1	월간	
아트저널	아트저널	지명수	1993.10.1	월간, 폐간	월간 아티스트로 변경 발행중
미술광장	미술공론사	천정	1994.1.1	월간, 폐간	
미술시장	예술문화사	김갑순	1994.7.1	월간, 폐간	
미술정보	도올아트타운	김홍년	1995.2.11	격주간	타블로이드판
아트앤디자인	아트&디자인	김용식	1995.8.1	월간	임사미술전문지
미술21	(주)서울아트컴	정종현	1995.8.20	월간, 폐간	
월간도예	(주)월간세라믹스	황호윤	1996.1.1	월간	
아트비전			1996.5.1	격주, 폐간	
한국고미술	미술저널	김호년	1996.6.10	격월, 폐간	
아트코리아	아트코리아	김남수	1996.11.30	월간	
아티스트	아트저널	지명수	1997.1.1	월간	
미술과 담론	한국문연	원구식	1997.6.1	계간, 폐간	웹진으로 변경
고미술	(사)한국고미술협회	김종춘	1997.12.1	연간, 폐간	
포럼A		전용석	1998.1.25	부정기	통권 10호 발행 후 웹진으로 변경, 타블로이드판
사진비평	사진비평사	임향자	1998.8.31	계간, 폐간	
art	(주)에이엔에이	이규일	1999.10.1	월간, 폐간	2000.11월호부터 art in culture로 변경
art in culture	(주)미술사랑	이규일	2000.10.18	월간	발행 겸 편집인 김복기
미술문화	예술문화사	김갑순	2000.1.10	월간	
코리아아트	(주)코리아아트	박재훈	2000.9.1	월간	격월간으로 변경, 휴간
고미술저널	미술저널사	김호년	2001.7.1	월간	
erat	월간크라트	김광운	2001.8	월간	공예전문지
서울아트가이드	김달진미술연구소	최명자	2002.1	월간	무가지, 30,000부 배포
아트프라이스	(주)미니프	김영식	2003.9.25	월간	별책 아트프라이스& 리뷰 간행

2. 미술 저널리즘의 정착—1980년대까지의 잡지 현황



1. 해방 이후 60년대 미술잡지의 사례
 위로부터 『조형예술』(1946, 창간호이자
 폐간호), 『신미술』(1956년 9월 창간, 12
 호로 폐간), 『미술』(1964년 6월호, 창간
 호이자 폐간호).

해방 이후 처음 발행된 『조형예술』을 시작으로 현재까지 무려 100여 종이 상의 미술, 사진, 서예, 공예 분야의 잡지가 발간되어왔다. 그 중 미술 관련 주요 잡지 및 신문 등의 발간 현황은 <표 1>의 60여 종을 꼽을 수 있는데, 2004년 5월 현재는 그 중 23종이 계속 발행되고 있다. 미술분야만 보면 1984년 창간한 『미술세계』를 필두로 16종의 잡지, 신문이 현재 발간되고 있다. 간별로는 월간지가 12종, 격주간 2종, 계간 1종, 부정기 1종이며 그 중 1종이 휴간 상태다. 발행인별로는 출판업 10종, 화랑업 3종, 단체 및 협회 2종, 연구소 1종이다. 출판업계의 미술잡지 출판은 규모면에서 이원화된 상황인데, 『월간미술』, 『art in culture』, 『미술세계』 및 『아트프라이스』를 제외한 8종의 매체가 인사동 소재의 소규모 출판사에서 간행되는 소위 '인사동 잡지'에 머물고 있어 양적 규모에 비해 질적 성숙은 여전히 과제로 남는다.

미술잡지계의 부침은 해방 이후 오랫동안 지속된 고질적 현상으로, 잡지의 역사는 미술현장의 난맥상을 드러낼 수 있는 또 하나의 사료가 될 것이다. 해방 이후 최초의 미술잡지인 『조형예술』이 1946년 창간되었으나 '창간이 곧 폐간'이라는 미술잡지 '징크스'의 기원이 되고 말았다. 국내 최초의 본격적인 미술잡지는 아무래도 『신미술』(1956, 9월 창간, 발행인 이규성)을 꼽아야 할 것이다. 1958년까지 10호를 발행하고 중단되었다가 복간되었는데, 연속간행물의 형식과 함께 미술제 이슈, 사건, 인물, 비평 등을 골고루 다루는 정보지의 성격까지 갖추었다. 이후 1960년대까지는 『미술』(이규성), 『사진문화』(조명원), 『공예』(안승희) 등이 창간되었으나 오래 가지 못하고 모두 폐간되었으며, 1966년 11월호로 창간한 『공간』만이 현존하는 최고(最古)의 잡지가 되었다. 『공간』은 모더니즘의 국제주의 건축양식을 지향하던 건축가 김수근의 관심을 따라 특정 건축 관련 정보를 중심으로 한 종합예술지를 표방했다. 미술분야 기사는 당시 '현대미술'로 불리던 앵포르멜, 추상미술 계열의 작가, 전시 정보 등을 지속적으로 수록했는데, 특정 지 지이념을 바탕으로 한 전문 저널리즘의 시대를 개척한 데 의미가 있다 할 것이다.

1970년대 미술잡지는 현대화랑의 『화랑』(박명자)을 시작으로 13개 잡지가 창간·폐간되었다. 발행인을 기준으로 살펴보면 화랑업 4종, 출판업 2종, 작가 1종, 이론가 1종, 언론사 1종 등으로 화랑업의 저널리즘 창간이 두드러짐을 알 수 있다. 화랑업의 저널리즘 창간은 80년대 이후에도 이어져 『미술춘추』를 개편한 『화랑춘추』(한국화랑협회), 『가나아트』(이호재), 『미술정보』(김홍년), 『고미술』(김종춘), 『아트프라이스』(김영석) 등 5종의 잡

지가 간행되었다. 1970년대 미술잡지 창간에 화랑업이 참여한 것은 당시 확산되기 시작한 미술시장과 미술애호가층에 대한 안내서의 역할이 필요했기 때문이다. 당시의 미술잡지들은 대부분 미술교양지를 표방한 계간지였으며, 원색화보를 별지로 처리한 흑백 인쇄의 A5사이즈 포켓 판형으로 휴대성이 높았다. 내용은 미술인들의 수필, 아틀리에 탐방, 작가 소개 등 미술교양과 유명작가 관련 기사가 주를 이루었으며, 기사 또한 보도나 비평보다는 수필과 잡문이 대부분을 차지했다. 1980년대 이후로는 해외미술 소개나 미술계 쟁점 등을 함께 다루므로써 정보의 폭과 수준이 향상되면서 미술애호가 위주의 독자 설정에서 점차 벗어나기 시작한다.

1970년대 많은 화랑들의 잡지 출간 러시로 풍성해진 매체 중 가장 두드러진 성과는 미술 저널리즘의 '모범'으로 간주되는 『계간미술』(1976, 겨울호)과 선명한 기획력이 돋보인 『미술과 생활』(1977년 4월호)의 창간이라 할 것이다. 『계간미술』은 신문사의 든든한 재정을 배경으로 창간되어 폐간의 위험으로부터 상대적으로 자유로웠던 유일한 미술지였다. 신문사 특유의 대중주의와 저널리즘 기법이 결합된 『계간미술』은 국내외 현대미술, 고미술을 함께 다루는 종합미술교양지를 표방했다. 시사성과 사건보도는 취약하지만 계간지의 특성인 심도 있는 기획과 전문성이 그대로 적용된 『계간미술』은 작가 재평가, 국전, 민족기록화, 동상 건립, 공모전 등 미술계 이슈로부터 근대미술 발굴, 서구 미술 소개, 현대미술론 등 학술적 쟁점과 미술관 소개, 전통미술 이해 등 교양정보의 세 가지 축을 중심으로 간행되었다. 특히 해방 이후 미술계 최대 사건의 하나인 '천일잔재 청산'의 논란을 불러일으킨 기획 등은 저널리즘의 역할을 재고하게 만든 중요한 계기였다.⁹⁾ 『계간미술』은 미술계의 양적 확대와 계간지의 월간지 전환 추세에 따라 1988년 가을호(통권47호)로 폐간하고 『월간미술』로 이어지게 되었다.

『계간미술』에 비해 취약한 재정 여건에서 발행된 『미술과 생활』은 1970년대 미술잡지의 일반적 상황을 잘 보여주는 사례다. 『미술과 생활』은 세운출판사를 경영하던 이용길이가 발행했는데, 제호에서처럼 "미술이 주는 인간적 사회적 혜택을 보다 많은 대중과 함께 나누어 가질 수 있는 길을 열어" 보려는 창간 취지를 제시했다. 창간호 편집후기는 '화단과 평단의 교류'이자 '지상(誌上) 아틀리에'로서 잡지의 역할과 방향을 언급하고 있는데, 저널리즘의 비판 기능과 정보전달 기능을 모두 언급하고 있다.¹⁰⁾ 창간호에



2. 1970년대 미술잡지의 사례
 위로부터 『画廊』(계간, 1973~92), 『미술과 생활』(월간, 1977~1979), 『계간미술』(1976~88, 통권47호로 폐간). 매체의 간행 주기가 안정되고 교양인을 위한 저널리즘이 중심을 이루었다.

9) 『계간미술』 52호(1983. 봄)의 특집 「한국미술의 일제 식민잔재를 청산하는 길」이란 특집이 나간 직후 잡지에서 천일 작가로 거명된 43명의 작가와 한국미협 산하 36개 단체의 반박성명서를 제기한 사건으로, 이규일, 「천일 화가 파동의 속 얘기」, 『뒤집어 본 한국미술』, 시공사, 1993, 171-194쪽에 자세히 수록되어 있다.

는 일견 사소하지만 분명하게 드러나는 발행인과 편집인 사이의 분명한 시각 차이가 눈에 띈다. 실제로 전자의 대중주의는 후자의 전문 저널리즘과 공존하기 어려운 방향임이 곧 드러나게 되었다. 『미술과 생활』의 내용 편성은 특집 기획, 작가론, 해외미술, 교육, 학술, 수필, 뉴스 등 다양했는데 그 중 특집물은 매체의 성격을 가늠할 수 있는 자료이다. 특집물들은 미술과 생활의 관계를 미술의 대중화로 본 것이라기보다는 미술의 사회적 역할을 논의하고 비판성과 소통성의 회복에 주목하고 있다.¹¹⁾ 『미술과 생활』은 그해 11월호로 휴간에 들어갔고, 편집진을 교체한 채 이듬해 4월호로 다시 복간하여 1979년 9월 23호로 막을 내렸다. 『미술과 생활』의 중단은 미술 대중화의 철학과 방법론에 있어 경영진과 편집진의 입장 차이에서 비롯한 것으로, 경영진과 편집진의 불화는 지금까지도 반복되는 잡지 저널리즘의 고질적인 문제라 할 것이다.

화랑지, 전문잡지의 등장에 따라 역할 분담이 가능해진 『공간』은 70, 80년대 미술잡지계에서 더욱 선명한 색채로 구성되었다. 초기의 건축 중심 기획에서 미술 기사의 내용과 수준이 높아지면서 서구 현대미술의 동향, 추상미술론 소개, 평론가에 의한 좌담, 대담 및 비평문 게재 등을 통해 전문 비평의 보급과 성장에 크게 기여했다. 정병관에 의한 프랑스 친구상회화의 소개, 송미숙의 「서양미술사 개론」 등 미술사 전공자에 의한 해외미술 소개나 홍가이, 서성록, 장석원, 유재길, 강선학 등에 의한 한국미술비평론의 전개 등은 특히 주목할 부분으로, 저널리즘이 비평을 위한 광장으로 기능한 대표적인 사례라 하겠다. 작가론은 초기와 비슷하게 앵포르멜과 모노크롬 계열 작가들을 주로 다루었다. 특정 미술 경향의 작가의 편향성이 『계간미술』에 비해 높은 편으로 『공간』의 지면은 김환기, 이우환, 김중영, 백남준 등을 자주 소개했다.¹²⁾ 그러나 전반적으로 『계간미술』과 『공간』은 적절한 역할 분할을 통해 당대 화단의 움직임을 반영한 효율적 동반자 관계를 형성했다. 『공간』은 80년대 말에 이르면 미술 관련 기사의 비중이 줄어들어 음악, 연극, 건축, 무용 등의 분야와 함께 다루는 일이 많아지면서 점차 건축전문지의 성격을 강화했다. 이에 따라 특정 이념을 지향하는 전문비평의 장으로서 기능도 위축되었는데, 이는 종합예술지의 한계와도 무관하지 않다. 이제 잡

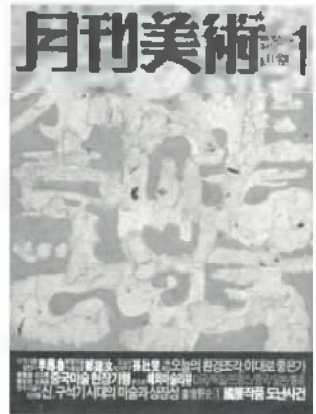
10) 이용길, 「미술과 생활 첫 호를 내면서」, 『미술과 생활』 1호 편집후기, 1977, 29쪽, 200쪽.

11) 『미술과 생활』 초기 특집기사는 1호(1977, 1월) 「미술과 사회」, 2호(5월) 「미술은 사치스러운 것인가」, 3호(6월) 「전쟁과 미술」, 4호(7월) 「타피스트리의 오늘의 좌표」, 5호(8월) 「공공기념조각」, 6호(9월) 「오늘의 그래픽 디자인」, 7호(10월) 「사진, 어디까지 왔나」, 8호(11월) 「선전의 시대와 그 관계」가 있다.

지는 더욱 전문화되고 화보 중심의 시각정보를 바탕으로 한 컬러 월간지의 시대로 옮겨가게 되었다.

3. 1990년대 이후 양적 팽창과 월간지 시대

1980년대 후반에 이르러 두드러진 『공간』의 미술잡지 기능 위축은 『월간미술』 창간 등 다양한 월간 미술전문지의 등장에 따른 당연한 결과라 할 것이다. 1980년대 동안 12종의 미술잡지가 발행되었는데, 그 중 1984년 10월호로 창간호를 낸 『미술세계』를 시작으로 1988년 5·6월호로 창간한 『가나아트』, 1989년 1월호로 창간한 『월간미술』 등은 모두 4×6배판의 대형 판형. 컬러화보가 대부분을 차지하여 1990년대 이후 지면의 양적 팽창을 예고했다. 당시의 양적 팽창은 포켓 크기의 『화랑』 『선미술』 등의 판형 확대로도 이어져 과잉경쟁의 양상마저 띄었다. 1990년대에는 18종이, 2000년 이후 현재까지 6종의 미술잡지가 발행되었는데, 수치상으로는 70, 80년대에 비해 두드러진 것이었다. 그러나 잡지의 내용적 실상은 그리 나아진 것이 아니었다. 여전히 '인사동 잡지'라는 군소 잡지들의 난립으로 협소한 잡지 시장의 운영은 더욱 어려워지고 휴·폐간이 속출하는 등의 문제가 노출되었



트:(1988~2000), 『월간미술』(1989~). 이외에도 많은 월간지들이 창간. 폐간되었 으며 주로 80년대 후반에 편중되었다.

12) 70~80년대 미술지의 주요 작가론 기사 현황/()안은 중복횟수

구분	공간	계간미술	미술과 생활
국내 작가	70년대 김환기(3), 권진규, 한복(2), 장욱진(2), 황염수, 박성환, 이우환(2), 박수근(2), 이봉열, 김창연, 문신, 김석환, 유강열, 이종실, 정규, 최영림, 이만익, 노수현, 박래현, 남관, 김은호, 유영국	이우환, 최종태, 송영방, 윤형근, 정은영, 최만린, 김형근	심형구, 이종섭, 이상범, 백남준
	80년대 김중영(3), 중광, 박항섭, 박현기, 김환기, 유영국, 권인식(2), 백남준(2), 존 배, 이봉열, 박서보, 하인두, 안형남, 하종현, 김차섭, 윤영로, 김진석, 이우환, 박생광, 최육경, 이상욱, 삼문섭, 강은연, 윤형근	이중상, 이영찬, 이만익, 임태정, 장영관, 김구림, 오태학, 김익영, 김한식, 권영우, 송수남, 강경인, 정찬모, 강환섭, 이규선, 신학철, 김중복, 최의순, 임옥상, 최육경, 황용열, 박석원, 오윤, 서재신, 권순철, 송변수, 심정수, 홍석창, 한만영, 황창배, 이승택, 임종자, 이만, 김영위, 김충영	
해외 작가	70년대 모버트 모리스, 켄 더인, 캐스퍼 존스, 모나노테		캐스퍼 존스, 빈터 바저렐리
	80년대 윌렘 드 쿠닝, 루이스 네벨슨, 달리, 리히텐슈타인, 헨리 무어, 크리스토프, 칸딘스키, 마르셀 뒤샹, 만 레이, 프랭크 스타라, 로버트 랭고, 안셀름 키퍼	벤산, 비트기에비츠, 에드워드 호퍼, 조나단 보로프스키, 슈비티스 요셉 보이츠, 林風眠	
중복계재 작가의 횟수	1회: 김환기, 이우환, 김중영/ 3회: 백남준/ 2회: 권인식, 장욱진, 윤형근, 이종섭, 유영국, 최육경		

〈표 2〉 매체별 특집 현황(1990년 1월~1999년 12월)

분야	월간미술(120권)	가나아트(57권)	미술세계(120권)
작가와 작품	42건 / 앙케트, 평론가 추천, 여성작가, 지역작가(2) 장르별(5) 개인(11) 대표작가, World Artist, 30대작가, 차세대미술가, next generation	6건 / 뉴욕미술계, 초현실주의 작가, 30대 작가, 개인(3)	8건 / 지역작가(5), 여성작가, 젊은작가, 해외작가
전시	16건 / 해외작가 국내전, 한국작가 해외전, 비엔날레(9), 미술관(5)	3건 / 미술관문화, 비엔날레(2)	7건 / 비엔날레(4), 혼합매체전, 한국미술 국제전, 1990년대 전시
시장	10건 / 예술성과 가격, 그림값 변화(2), 경매, 컬렉터(2), 기업, 미술품 경제 보존, 시장 개방	3건 / 미술시장, 판화시장, 미술과 경제	6건 / 기업, 경매, 아트페어, 지역미술시장, 딜러, 불황
현안 시론	41건 신년송년기획(13) 이슈(7)-유사성, 친일미술, 민중미술 15년, 인스톨레이션, 회화(한국화)의 위기, 환경미술 미술론(6)-현대미술과 대중문화, 언어, 도시, 역사적 모티프, 패션 창작환경(2) 국제미술동향(3) 장르(5)-판화(2), 사진, 인스톨레이션, 디지털아트, 기타(5)-기록화와 기념물, 지역미술, 정도(600년, 큐레이터(2)	20건 신년송년기획(3) 이슈(6)-아방가르드, 공공미술(2), 미술의 해, 여섯 가지 옴모, 리얼리즘 모더니즘 미술론(2)-미술과 대중매체, 인체 장르(1)-조각 국제미술 동향(2) 기타(6)-지역미술(2), 도시환경, 미술출판, 잡지, DMZ	68건 신년송년기획(9) 이슈(13)-형상성, 환경조형물(3), 공모전, 현대미술관, 미술대전, 민중미술, 미술의 해, 한강미술관, 사진영상의 해, 검열, 외근강 유류천 미술론(25)-자생력(8), 한국성, 후기산업사회, 페미니즘, 다원화, 복합매체, 뉴프리미디비즘(4), 인터넷과 미술, 구상미술, 생태미학, 창작환경(1) 장르(5)-채색화, 조각, 공예, 판화, 풍경화 국제미술 동향(3) 기타(15)-지역미술(13), 큐레이터, 작품명
해외 미술	11건 / 소련, 동독, 유럽, 세계미술 현장, 대표작가100, 미국 포스트모던 대표작가, 베트남 미술, 호주	9건 / 분단 한국과 독일의 미술, 반고흐, 뉴욕 미술계와 한인작가, 제3, 세계 미술, 중동미술, 일본미술, 중국 현대미술, 21세기 작가, 일본 현대미술	3건 / 중국 현대미술(2), 일본미술
근현대 미술사	11건 / 월북화가, 판화 40년, 오늘의 북한미술, 한국의 단색 평면회화, 야나기, 근대유화 베스트10, 문화재 반환	5건 / 여성미술가, 한국미술사 연구, 근대미술, 원로이론가, 20세기 한국 미술사	1건 / 해방 50년
교양	5건 / 누드화, 미술과 문학, 가족의 얼굴, 충격이미지, 꽃그림, art & food	3건 / 미술과 기행, 해방 50년 한국 미술 50년, 실크로드	12건 / 죽음의식,恨(3), 전통예술, 한국미술인류, 장르개념, 조형의식, 무속(2), 풍수, 소그림
교육	1건 / 미술대학 졸업생	2건 / 미술교육접점, 유학	1건 / 5인의 자기성찰
비평	2건 / 비평가&비평, 영상시대 이미지 읽기	1건 / 상품미학	1건 / 현대비평
고미술	3건 / 춘화, 문화유산	1건 / 전통미술	1건 / 문인화
기타	9건 / 대통령과 미술, 스테인드글라스, 지역미술(1) 이미지세이, 디자인스튜디오, 정원, 일러스트레이션, 시예	9건 / 만화문화, 디자인, 무대미술, 미술관 건축, 애니메이션, 문화가이드, 만화, 수위 화성, 인터넷, 이론 명저(2)	5건 / 미술정책, 도시디자인, 무대미술, 미술과 건축, 미술과 영화

다. 특히 미술시장 경기가 정점에 달한 1991~92년을 전후로 군소 잡지의 발간이 집중되고 폐간도 속출했는데, 상대적으로 긴 역사와 함께 판형 확대의 의욕을 보인 『현대미술』(『화랑』에서 제호 변경), 『선미술』은 모두 1992년에 폐간하여 1990년대 미술 저널리즘 역시 몇몇 잡지에 의존하는 양상이 다시 반복되었다.

1990년대 잡지 저널리즘은 간별 형식에서 분명한 차이를 보인다. 1980년대까지의 전문지가 대부분 계간지 중심이었다면 1990년대는 월간지 체제로 대부분 바뀌었으며 그에 따라 판형, 지면 구성에서의 변화 또한 불가피했다. 쏠아진 발간 일정은 잡지의 외형과 내실 모두의 변화를 유도한 것이다. 잡지 운영은 더욱 전문화된 경영 기법을 요구했으며, 광고시장의 개발은 잡지의 존속 여부를 결정짓는 중요한 변수로 등장했다. 컬러 인쇄와 고급용지 사용 등에 따른 제작비 상승은 저널리즘의 필요보다 상업적 이해로 지면이 편성되는 한계를 드러냈으며, 늘어난 지면에 따른 편집인 증원, 화보 편성을 위한 사진기자 운영 등의 저널리스트 확산 또한 병행되었다. 점차 미술잡지는 분야나 독자에 따라 정보와 광고시장을 전문화해가기 시작하여 종합미술잡지, 미술시장지, 고미술지, 전시정보지, 지역미술지, 교육, 공예, 아동미술 전문지 등의 다양한 잡지가 창간되었다.

그 중 1990년대에 지속적으로 발행된 『월간미술』 『가나아트』 『미술세계』의 기획과 편집방향을 통해 당시 잡지의 현황을 검토하고자 한다. <(표 2)> 이 시기 동안 3종의 잡지는 보다 선명한 내용 경쟁 체제를 표방하며 잡지의 성격을 구체화하는 특집물들을 매 호마다 제시했다. 『월간미술』의 경우 1990년대의 주요 기획물로는 『계간미술』에서 시작한 “한국미술사대토론”을 2년간 23회에 걸쳐 연재한 것을 들 수 있는데, 이 연재에서는 구석기 시대부터 근대미술에 이르는 방대한 미술사적 논의와 쟁점을 수록했다. 또한 “해금작가 작품발굴” 기획을 통해 정종여, 이쾌대, 정현웅, 배운성 등 월북 미술가들에 대한 본격적인 조명을 시도하여 근대미술의 사료연구에 많은 도움을 주었다. 월간지로의 전환에 따른 가장 두드러진 변화는 작가 및 전시 소개와 관련된 지면의 증가에서 찾아진다. 계간 간행과 비교하여 3배 내외의 지면을 발행해야 하는 월간지의 분량은 작가 소개와 전시 소개 기사로 해결할 셈이다. 한 호 내에 원로, 중견, 신진 작가를 동시에 소개하기도 했으며, 전시 리뷰를 3단계로 구분하여 많은 지면이 할애되었다. 『월간미술』은 1989년 1월 창간호 이후 1994년까지 발행한 72호 중 124건의 작가론 관련 기사를 게재하여 호당 1.7건 이상의 작가론이 실렸다. 여기에 각종 전시 리뷰, 해외작가 및 해외전시 소개 등을 고려하면 전체 기사의 3/4 가량이 작가와 전시 기사에 할애된 것이다. 이는 시사성과 구체성을 바탕으로

한 기사 편집을 월간지의 특성으로 상정하며 학술, 심층취재, 기획특집의 비중을 높인 계간지로부터의 성격 전환을 진행한 결과라 할 것이다.

특히 작가론은 특집기획물과 함께 잡지의 인상을 좌우하는 가장 중요한 기사로 취급되었는데, 1993년에서 1995년 사이 『월간미술』은 표지에 작가를 직접 등장시키는 기획을 통해 작가의 선택 자체가 저널리즘의 주요 권한이자 미술계의 관심사로 인식되는 저널리즘 '권위'주의가 표면화됨을 알 수 있다.¹³⁾ 전시 기사의 경우 호암갤러리에서의 대규모 전시에 대한 본격적인 소개가 부각된 시기이기도 한데, 《장욱진전》《조지 시걸전》《천경자전》《앤디 워홀전》《유영국전》 등은 전시 초점이나 작가 특집 등을 통해 주요 기사로 다루어짐으로써 소속 계열사의 기관지를 벗어나기 어려운 저널리즘의 현실 또한 명백히 드러낸 시기이기도 했다. 특히 IMF 시기 전후 중앙일보사에서 분사하여 독자 경영의 길을 걸어야 했던 『월간미술』은 소규모 잡지사의 부침을 마찬가지로 겪으며 저널리즘 자체의 성격 역시 변모하기 시작했다. 1998년 9월부터 이듬해 5월까지 9호에 걸친 별책부록 『월간미술 Art Journal』 발행은 '지면판매'의 비난 속에서도 상당기간 지속되었으며, 특집기획에 있어서도 기존의 미술 장르 이외의 흥미거리나 기타 분야를 소재로 편집 방향이 현저하게 옮겨갔다. <표 2>의 '교양과 기타' 항목이 모두 1997~99년 사이의 기획물인데, 이러한 급격한 저널리즘의 변화는 당시의 경영논리와 무관하지 않을 것이다. 경영논리의 반영은 기사의 대중주의로 이어진 셈이며, 이를 통해 독자 및 광고 시장의 확대 가능성을 타진했다는 점을 추측할 수 있다.

화랑 경영인인 이호재가 발행한 『가나아트』는 1987년 창간호부터 시장경제지 지향의 예측을 깨고 민중미술계열 작가에 대한 소개와 미술의 사회적 참여를 논구하는 기획으로 강한 경향성을 드러냈는데, 이러한 성격은 1990년대 중반까지 이어진다. 작가론이나 전시리뷰에 치중한 『월간미술』과 달리 격월간지의 긴 호흡을 바탕으로 한 기획특집이 저널리즘을 리드했으며, 해외미술 소개에서도 서구 주류미술 정보 위주의 『월간미술』에 비해 제3세계, 사회주의권 미술 정보에 많은 비중을 두었다. 1996년 이후에는 잦은 편집진의 교체와 월간, 휴간, 월간, 격월간, 계간 등 간별 변화 등의 혼란에서 드러나듯 잡지 경영의 제반 문제가 집중적으로 발생했으며, 자연스럽게 잡지의 성격도 흐려졌다. 초기의 경향적 저널리즘은 인터넷, 애니메이션, 만화 등 미술 주변 소재를 다루는 '대중적 저널리즘'으로 옮겨지며 『월

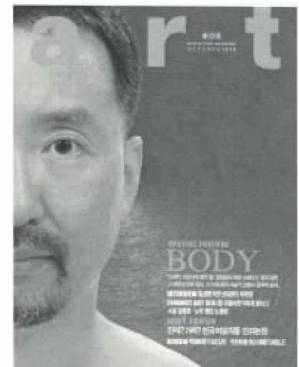
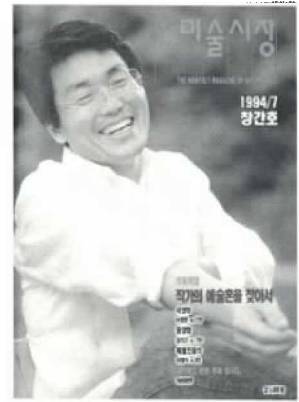
13) 1993~94년은 작가와 스튜디오, 화가와 가족 등의 표지가 게재되었으며, 1995년 기획에는 안성규, 최진욱, 박덕준, 임옥상 등의 작가론을 표지와 함께 20여 쪽 안팎의 분량으로 소개했다.

간미술』과 유사한 흐름을 보이다가 1990년대 말에 이르면 한국미술사, 명저 소개, 이론가 소개 등의 기획물을 내놓음으로써 시사성과 현장성으로부터도 멀어지게 되었다. 이러한 저널리즘 후퇴는 1990년대 말의 계간 발행의 주기 변화에 따른 매체 자체의 한계에도 기인하겠으나, 여론 형성 기능이나 매체 전문성 확보, 신뢰성 있는 매체 유지라는 측면에서도 바람직한 것은 아니었다. 화랑 경영인이 발행한 잡지 중 가장 폭넓은 영향력과 체계적인 저널리즘을 구축한 『가나아트』도 결국 2000년 가을호(통권 70호)를 끝으로 폐간했다.

현존하는 가장 오래된 미술잡지인 『미술세계』는 지역미술, 한국성 모색, 미술 대중화의 세 가지 주요한 흐름에서 기획되어왔다. 그러나 유사한 테마와 제한된 필진에 의한 반복되는 특집기획으로 저널리즘의 전문성과 기획력 부족에 대한 비판으로부터는 자유롭지 못한 한계를 드러냈다.¹⁴⁾ 간간이 포스트모더니즘 관련 논의 등을 소개했으나 지역미술 소개는 매체의 성격을 특징지를 정도로 현저하게 나타나는 반면 해외미술 내지 중앙화단 소식은 『미술세계』의 관심 밖인 것으로 보인다. 특집물의 내용에서도 세계관, 이념, 다원화, 원류, 뉴프리티비즘, 한(恨), 무속 등 모호한 가치의 논구에 할애했는데, 이는 구체성이나 사실에 근거한 저널리즘을 위축시키고 미술을 신비화하는 부정적 효과를 가져올 수 있다. 1990년대 중반에는 특집이 아예 사라지거나 서로 관련 없는 원고들을 특집의 이름으로 엮어 편집의 밀도나 정보 수준의 한계를 드러내기도 했다. 『미술세계』는 지역작가를 독자 기반으로 삼고 있으며, 지역작가들을 소개하고 그들을 지지하는 노력을 통해 당대의 『월간미술』 『가나아트』와 분명한 차별성을 두었다. 그러나 빈약하고 제한된 기획력으로 인해 지역미술은 여전히 쟁점도 현안도 찾기 어려운 답보상태에 머물러 있음을 드러내는 결과를 낳고 있다. 여론 형성이 저널리즘의 효과라면 여론의 성장을 통해 저널리즘 또한 성장해야 한다. 목적의식과 전문성이 부족한 아마추어리즘으로는 사회적 여론 형성은 요원하며 매체의 성장 역시 기대할 수 없다.

1999년 11월호부터 2000년 6월호까지 『미술세계』는 잡지 역사에서 가장 독특하고 파격적인 기획물의 하나를 게재함으로써 B급 저널리즘의 탈출을 모색했다. 비평가 류병학의 ‘한국미술 따라잡기’가 그것으로, 매호 2백매 이상의 원고를 8회에 걸쳐 연재한 이 기획은 우선 그 방대한 원고량이 파격적이었다. 더불어 기사의 내용 자체가 현대미술의 대가들로 불리는 박서

14) 1990년에만 한국미술과 자생력을 테마로 한 연재특집이 8회, 지역미술을 소재로 각 지역작가, 화단, 비평, 공모전 등의 현황 등에 대한 소개가 6회 진행되었다. 전체적으로 반복된 특집기획은 다른 잡지에 비해 가장 두드러진다.



4. 1990년대 이후 미술잡지의 사례. 『미술시장』(1994), 『미술과 담론』(1997), 『아트』(1999~ art in culture로 제호 변경), 90년대 이후부터 미술잡지는 미술종합정보지에서 전서소식지, 작가정보지, 미술경제지, 고미술, 비평지 등으로 세분화되며 월간지가 중심이면서도 주간, 격주간의 산문, 웹진, 무크지 등이 다양하게 발행되었다

보, 이우환, 서세옥 등의 미술사적 역할을 문제 삼고 기존 평가나 업적에 대한 재평가가 이루어져야 한다는 첨예한 비평적 쟁점을 제기했다. 이러한 주장을 서술하는 문체는 '딴지일보' 류의 인터넷 문투의 통속성을 그대로 따랐다. 생존하는 현대미술의 대가들에 대한 재평가의 필요성을 연재 기획한 이면에서 「미술세계」가 기대한 것은 비판의식이 실종된 비평계, 학계의 '킴묵의 카르텔'을 극복하고 정당한 평가와 논쟁, 토론이 활성화되는 비평의 제 몫 찾기였다. 그러나 해당 기사에 대한 네티즌의 많은 관심에 비해 비평계, 학계의 공식적인 반응은 전혀 포착되지 않았다.¹⁵⁾ 비관적 저널리즘은 비평의 정당한 역할을 통해 활성화될 수 있다는 점에서 『미술세계』의 노력은 한 계에도 불구하고 시사점을 남긴다. 더불어 비평의 장으로 기능해야 할 잡지 자체의 신뢰감이 얼마나 중요한 것인지를 다시금 확인시켜 주는 것이기도 했다. 유사한 전례로 1974년 『공간』을 통해 표출된 서세옥과 문명대의 창작과 비평 논쟁이 있다. 서세옥의 화풍을 일본풍의 연장으로 본 비평가의 주장에 대해 서울대를 중심으로 한 작가들의 감정적 대응과 지면을 통한 반론이 이어졌던 당시의 필화 사건은 비평의 기능과 역할에 대한 평단의 커다란 파장을 불러일으켰다. 이러한 반응의 차이는 물론 비평의 역량에 의존하는 바 크지만, 매체의 영향력과 신뢰도에도 기인한다. 더불어 지나친 파격을 앞세우는 기획이 동기의 타당성을 인정하더라도 여론 형성과 공론화에 얼마나 효과적일 수 있는지도 재고할 필요가 있다.

90년대 이후 미술잡지는 양적 팽창에 따른 경쟁 심화가 질적 저하 내지는 대중성 편향으로 이어지는 저널리즘의 이동을 확인시켜 주었다. 이런 과정에서 저널리즘의 위기가 팽배했으며, 앞에서 언급한 대로 신생 잡지와 기존 잡지, 잡지와 독자, 오프라인과 온라인 사이의 논쟁과 논란을 통해 잡지 저널리즘의 역할이 검토되는 과정을 겪었다. 오늘날 미술잡지의 편집, 운영은 전문화와 국제화, 대중화를 바탕으로 전시, 작가, 현장의 정보를 더 빠르고 다양하게 전하고 있다. 매체의 양적 확대가 더 이상 저널리즘의 성장에 도움이 되지 않음을 환기한다면 저널리즘의 산업적 문화적 활성화 모형은 좀더 넓은 시야에서 모색할 필요가 있을 것이다. 이를 위해 국내외 주요 잡지의 현황을 서로 비교함으로써 한국 잡지의 현실을 검토하고자 한다.

15) 『미술세계』의 연재는 단행본으로 출간되었다. 류명학 외, 일그러진 우리들의 영웅1, 아침미디어, 2001. 그러나 여전히 평단의 반응은 무관심에 가깝다.

4. 해외 미술잡지의 현황 및 비교

일본 『BT/美術手帖』의 별책인 『연감2004』에 따르면 일본 미술잡지 및 신문은 현재 64종이 발간되며 그 중 월간지만 23종에 이른다.¹⁶⁾ 물론 16종에 불과한 한국미술 저널리즘의 현실과 비교 자체가 무리지만 오랜 역사를 통해 국제적 명성을 얻은 몇몇 잡지와 국내지의 비교는 우리 잡지의 현실을 확인하고 한계와 개선점을 파악하는 데 유의한 지침을 제시할 수 있을 것이다.

〈표 3〉은 국내의 주요 잡지 편집진 구성 및 발행 현황을 요약한 것이다. 국내 잡지와 해외 잡지는 제작 인원에 현저한 차이를 보이는데, 편집진의 전문화 여부는 특히 주목할 만한 내용이다. 예를 들어 편집자와 취재기자의 구별(『BT/美術手帖』), 사진편집자와 뉴스편집자(Art in America), 국제판 편집인(Artforum), 아트디렉터 운영(Art) 등을 통해 매체별 특성이 인적 구성을 통해 구현되고 있음을 알 수 있다. 객원편집인(contributing editor) 및

〈표 3〉 국내의 주요 잡지 편집진 구성 및 발행 현황

구분	편집부 인원	객원편집인	통신원	발행처	주기/가격(발행지)	판매부수 ¹⁷⁾
월간미술	편집장1, 기자5, 객원1, 교열1(합 8)	0	0	(주)월간미술	연12회 10,000원	
Art in Culture	편집인1, 수석기자1, 기자2, 인턴1(합 5)	객원편집인1 포커스필진9	0	(주)미술사랑	연12회 10,000원	
Art in America	편집인1, 편집장1, 부원5, 뉴스편집2, 사진편집1, 협력1, 리뷰1, 보조1(합 13)	24	미국 16 해외 10	Brant Art Publications 뉴욕	연12회 연간 \$39.95	70,000부
Artforum	편집인1, 주간1, 편집장1, 부원3, 관리1, 협력1, 국제판2, 보조1, 조사1, 지원1, 교열1(합 13)	23	0	Artforum International 뉴욕	연10회 6/7/8월을 Summer Issue로 발행 연간 \$46	19,000부
ARTnews	편집인1, 주간1, 관리1, 편집장1, 부원1, 작가1, 보조1, 지원1, 교열1, 편집출판보조1(합 13)	31	미국 22 해외 27	ARTnews L.L.C. 뉴욕	연11회 7/8월을 Summer Issue로 발행 연간 \$39.95	83,258부
Art	편집장1, 부편집장2, 아트디렉터1, 문안1, 부원7, 교열1, 보조1(합 14)	0	독일 5 해외 7	Grüner+Jahr AG & Co KG Hamburg	연12회 7.80유로	75,000부
BT/美術手帖	편집인1, 주간1, 편집장1, 부원5, 기자3, 보조1(합 12)	0	0	(株)美術出版社, 東京	연12회/A5판 1600엔/1호	70,000부를 정점으로 하향, 현재 30,000부 내외로 추정

〈표 4〉 2004년 3월호의 광고 비율 및 광고주 분포

항목	월간미술	art in culture	ARTnews	art	BT/美術手帖
총페이지(표지 포함)	203	168	156	128	272
광고페이지(%)	45(22%)	46.5(28%)	95(61%)	18.5(14%)	69(25%)
광고주 분포					
미술관, 화랑	20	37.5	67	9	6.5
각종 공모	7	2	2	0	6.5
학교 기관	0	0	0	0	30
재료 서비스	1	1.5	16	0	19
자사광고	6	1.5	0	2	1
미술 외 기업	9	1	0	6.5	0
기타	2	0	9	1	9

통신원 운영은 국내 잡지와 『BT/美術手帖』이 운용을 않거나 소극적인 데 비해 예의 잡지들은 50~70명에 이르는 방대한 필진군을 운용하고 있다. 넓은 인적 네트워크가 뛰어난 저널리즘의 필수 요건은 아니지만 정보의 차별화에는 분명히 기여할 수 있으며, 특히 전문성과 정보력 확보에 기여한다고 볼 수 있다. 인적 네트워크 활용은 *Art in America*의 객원편집인이나 *Artforum*의 경우가 탁월한데, 매 호의 주요 기사는 객원편집인의 원고로 채워짐으로써 전문성을 높이고 매체의 일관성 유지에도 도움을 주고 있다.

미술잡지로는 세계 최대 부수를 자랑하는 *ARTnews*(1902년 창간)는 미술인을 위한 잡지가 아닌 컬렉터와 애호가를 위한 전문지다. 호별로 150쪽 안팎의 유동적인 지면을 제공하며, 7·8월 합본 여름호는 200쪽 안팎을 만든다. *ARTnews*의 광고는 거의가 미술 관련 광고주만을 대상으로 하는데, 사설 상업 갤러리가 대부분을 차지하는 점에서 국내 잡지와 흡사하다. 새로운 국제미술 조류나 신진작가, 미술관 기획전 정보 기사는 *ARTnews*의 지면에서 적은 편인데, 미술애호가와 컬렉터의 필요와 희망을 대변하는 기획의도 때문이다. 2004년 1월호 특집이 '미술과 성'에 대한 것

16) 『BT/美術手帖』이 매년 간행하는 미술연감으로 2004년 1월호 증판본 『연감2004』, pp.315-319 참조.

17) 발행부수와 판매부수를 조사하는 ABC(Audit Bureau of Circulation, 매체당 공사기구)에 가입한 잡지는 *Art in America*가 유일하다. 그러나 실제 판매부수는 밝히지 않고 있다. *ARTnews*는 홈페이지를 통해 발행부수를 밝히고 있다. 그 외 판매부수 자료는 1996년 상반기 자료로서 진계영, 『해외 미술잡지』, 『가나아트』(1996, 7/8월), 64쪽의 표를 참고했다. 이 또한 정확한 것이라고는 볼 수 없으나 국내 잡지와 비교를 위해 제시한다. 잡지 저널리즘의 현황에서 가장 민감한 정보가 매체의 발행부수와 판매부수이다. 이들 정보는 ABC 제도를 통해 공개함으로써 매체의 현황을 객관적으로 파악할 수 있도록 권고하고 있다. ABC 제도는 해당 매체, 광고주, 광고회사 사이의 경영과 광고의 과학화를 위한 필수적인 기본 자료이면서 궁극적으로는 해당 분야의 잡지 발전에도 필요한 제도이다. 그러나 미술잡지의 경우 단 한 중도 가입하지 않아서 정확한 정보를 제시할 수 없다.

으로, 신선함이나 깊이감보다는 흥미와 선정성, 대중적 호기심을 자극하는 데 할애하며 필진도 미술평론가만이 아니라 소설가나 유명인사 등이 자주 등장한다. 그 외 컬렉션 정보와 미술관, 전시장 정보, 미술품 소장 상식, 작가의 생애와 작품 등에 대한 기사가 다수를 이룬다.

미술서비스 분야 광고가 많다는 점도 *ARTnews*의 특징으로, 작품감정, 보험, 옥션 등의 기업광고와 구인, 작품직거래, 대판 안내 등의 '딱지형' 광고까지 등장한다. 또한 작가가 자신의 작품을 직접 홍보하는 '아티스트 디렉토리(artists directory)'란이 있어 한 면에 8-9명 정도의 작가의 작품과 연락처를 수록하고 있다. 미술시장 진입이나 화랑과 관계를 맺지 못한 작가들에게 인기가 많아 2004년 3월호의 경우 54명의 작가 광고가 실리는 등 높은 관심을 보이고 있다. *ARTnews*는 광고 편집인을 따로 두고 운영할 만큼 적극적인 광고 마케팅을 펼쳐 현재는 광고 지면이 본문 지면을 훨씬 넘어선 상태이다. 광고 중심 편집은 *ARTnews*의 가장 분명한 경영전략으로서, 자사 홈페이지를 통해 구독자 분석 정보를 자세하게 제시하며 광고주의 판단을 유도하는 유일한 미술잡지이기도 하다. *ARTnews* 홈페이지에 의하면 *ARTnews*의 독자는 여성 60%, 기혼 59%, 평균연령 48세, 대졸이상 82%, 평균수입 \$202,800, 평균자산 \$1,710,000, 미술품 컬렉터 75%, 평균 컬렉팅 경력 17년, 평균 컬렉션 가치 \$183,000, 평균 *ARTnews* 구독 기간 7.6년, 1부당 독자 2.3명으로 소개한다.¹⁸⁾ 이러한 독자 분석은 편집방향과 저널리즘의 성격에도 그대로 반영되어 미술품 수집과 자산 운용, 전시 및 경매 정보 등의 광고가 잡지 전반부 1/2 이상을 차지하며, 기사는 특집을 제외한 대부분이 2페이지 이내의 가십거리로 제공되었다.¹⁹⁾

18) <http://www.artnews.com/advertise.cfm> 참조. *ARTnews*의 독자 분석은 국내 미술잡지사도 경영정보로 참고해야 할 중요한 내용이다. 이곳에 소개된 또 다른 조사로는 *ARTnews* 독자들이 수록광고를 본 후 80%는 특정한 행동을 취하고 55%는 전시장을 찾았으며 22%는 실제 구매에 이르렀고 49%는 광고 웹사이트를 방문했고 10%는 전화를 했다고 한다. 또한 독자의 83%가 광고를 읽는다고 하며, 그 중 64%가 광고가 중요하다고 답했다고 전한다.

19) MIT의 Daniel S. Diamond가 제시한 광고 메시지 의사결정모형에 따르면 잡지 광고의 주목률과 열독률은 다음과 같다.

- * 광고의 열독률은 양면광고, 1면 광고, 세로 반면광고, 가로 반면광고 순으로 낮아진다.
 - * 위치가 열독률에 주는 영향은 표지 1, 표지 2, 표지 3, 기사부분 최초의 1/4, 다음 1/4, 다음 1/4, 마지막 1/4 차례이다.
 - * 우측 광고가 좌측 광고보다 효율적이다.
 - * 색채의 수가 많을수록 열독률은 상승하나 속독의 경우에는 큰 영향이 없다. 색채광고는 남성보다 여성에게 어필한다.
 - * 블리드(bleed, 여백 없는 전면인쇄-필자 주)가 열독률에 미치는 영향은 적다.
- 리대용, 「잡지 광고의 위치와 게재방식에 문제 있다」, 『저널리즘비평』 9호, 1993, 52쪽.

과도한 광고 지면의 *ARTnews*와 달리 독일에서 발행되는 *Art*(1979년 창간)는 광고 지면을 최소화하고 엄선한 광고만을 싣는 특징적인 잡지이다. *Art*의 전체 지면은 128쪽(표지 포함)로 고정되어 있는데, 그 중 광고면은 20쪽 미만으로 가장 낮은 광고 비율을 보인다. 또한 대부분의 광고를 지면의 3/4 후반에 배치하여 기사의 가독성과 응집성을 높이고 품위 있는 매체 미학을 부각시킨다. 미술 이외 기업 광고는 최고급 승용차, 보석류, 시계, 만년필 등의 사치품이나 고급 잡지 및 서적, 호텔, 은행 등에 한정되고, 지면 배치 또한 주로 표지면을 차지함으로써 부유함과 풍요로움의 이미지를 미술의 고급스러움과 결부시킨다. *Art*는 작가론을 가장 비중 있게 취급하는데, 세련된 작가 연출사진과 도판이 양면 크기의 대형 화보로 구성되는 '이상갤러리' 방식으로 제공하여 잡지 읽기 자체가 미술작품에 대한 간접경험의 효과를 발휘한다. 이러한 편집은 많은 제작비를 부담해야 하는 어려움이 있는데, *Art*의 경우 모기업인 그루너+야르(Gruener+Jahr)사는 함부르크에 기반한 대형 언론기업으로, 잡지만 36종에 일간지 1종을 간행하고 있다. 편집장 악셀 헤이트는 별다른 재정적 어려움 없이 내용적 독립성을 인정받고 있다고 한다.²⁰⁾

*Art*가 언론기업이 발행하는 잡지의 하나라면 일본의 『BT/美術手帖』(1948년 창간)은 미술전문출판사가 발행하는 미술전문지의 하나다.²¹⁾ 현대 미술만을 다룬다는 점에서 *Artforum*(1962년 창간)과 유사한 성격을 유지하고 있는데, 판형은 미술잡지로는 작은 A5 사이즈를 창간 이래로 고집하고 있다. 『BT/美術手帖』의 전체 지면은 280쪽 안팎인데, 호별 분량의 기록이 매우 심하다. 1년에 몇 차례 별호를 제공한다. 광고는 2004년 3월호의 경우처럼 대학 및 사설 연구소, 미술재료 제조업체 광고가 압도적인 비율을 차지한다. 가장 비싼 광고료를 지불하는 뒷표지는 대부분 대학이나 사설 미술연구소 광고가 차지함으로써 매체의 주된 시장과 독자층을 드러낸다. 이러한 광고주 현황은 편집 방향과 잡지 성격이 오랜 시간을 통해 구축한 결과일 터인데, 미술전문인, 학생, 미술지망생, 취미생 중심의 독자층과 그들의 요구는 기사 편성, 광고주 확보와 긴밀한 관계 속에 형성되는 것이다.

『BT/美術手帖』은 철저하게 미술 관계자의 요구에 부응하는 정보를 생산한다. 매호 100쪽 안팎의 장편 특집을 마련하는 점이나 미술관·학교·작가 정보를 광범위하게 다룬 가이드 시리즈나 연감 등의 별책 증판본

20) 진제영, 『해의 미술잡지』, 가나아트, (1996, 7/8월), 65쪽 참고.

21) 『BT/美術手帖』의 모기업인 미술출판사는 1905년 수채화가 오오시타 도지로가 창간한 일본 최초의 미술전문지 *Mizue*(수채화)를 모태로 성장했으며, 현재 『코믹스』 『디자인 현장』, *Web Not*, 『미학』 등 6종의 잡지를 발행하고 있다.

을 매년 2~4권 발행함으로써 정보의 종합과 집중성을 높이는 점은 모두 전문독자층을 겨냥한 기획의 결과이다. 2002년~2003년 사이의 특집물을 분류하면 해외미술 소개 2건, 일본미술 2~3건, 미술교양 2~3건, 사진 1~2건, 미술과 건축 1건, 작가연구 2~3건으로 구별되어 순차적으로 진행되었음을 알 수 있다.²²⁾ 100쪽을 넘어서는 장편 특집은 월간지라기보다는 무크지나 계간지의 성격에 어울리는 것으로 한 달 동안의 기획 및 진행으로는 실패하기 쉽다. 때문에 연간 특집 기획 아이템의 방향을 정한 뒤 몇 개월 분량을 동시에 진행하는 식의 운영이 필요하다. 이는 잡지라기보다는 단행본 출판기획 방식으로서 『BT/美術手帖』은 오래전부터 출판 저널리즘을 잡지에 적용한 매체라 할 것이다. 특집물 이외의 기타 기획기사에서도 6편 내외의 연재기사를 고정 배치함으로써 정보의 심화에 치중하는데, 특집 기획의 일부와 연재기사는 별도의 단행본 출간을 전제로 한 계획된 기획일 경우가 많다. 이는 출판사를 모기업으로 한 잡지의 특성을 경영 및 편집 방향에 반영하여 잡지 저널리즘의 성격을 확보한 예라 하겠다. 이러한 출판 저널리즘의 성공 여부를 가늠하는 요인은 물론 편집인으로서 잡지 저널리스트의 역량과 미술 자료 및 정보의 보유와 운용 가능한 인적 네트워크의 자산 등을 꼽을 수 있을 것이다. 사회 현상을 철저하게 미술 문화적 시각에서 해석하고 집중적인 정보를 동원, 가공하여 미술의 관점에서 파악할 수 있게 하는 것이 『BT/美術手帖』만의 강점이라 할 것이다. 그럼으로써 일본 현대미술의 풍부한 이해를 위한 가장 훌륭한 정보를 제공하는 전문저널리즘의 자리를 확고히 확보할 수 있었을 터이다. 그 외 시사적 성격을 겸하는 리뷰, 프리뷰, 뉴스 등은 책 후반에 배치하고 2도 인쇄로 처리하여 심화정보와는 분명히 구별했다.

『월간미술』과 *art in culture*의 광고 비율은 『BT/美術手帖』과 유사하지만 광고 내용은 *ARTnews*와 흡사하다. 국내 잡지의 자사 광고를 제외

22) 2003년 『BT/美術手帖』의 특집을 살펴보면 1월호 「뉴욕, 뉴아트와 최전선」(현지 가이드, 신예작가 소개), 2월호 「마음의 비밀, 미술의 총동」(일본 아웃사이드 미술 소개), 3월호 「회화, 유희 전생」(현 일본화가 65명 소개), 4월호 「모리야마 대로, 나카히라 타카시마」(일본 사진의 두 거장 소개), 5월호 「침나무의 변모」(구상조각가의 작품 소개), 6월호 「21세기의 전쟁과 미술」(북한미술, 오노 요코, 수잔 손탁), 7월호 「미술자원봉사에서 전문가까지」(미술관련 다양한 직업 소개), 8월호 「아틀리에 건축의 모험」(일본 유명 작업실 건축 현황 소개), 9월호 「베니스 비엔날레」(50회 베니스전 보도), 10월호 「새로운 신체와 조각의 미학」(인형 조각을 통해 본 일본미술), 11월호 「오노 요코」(전시를 계기로 요코의 예술과 삶 소개), 12월호 「현대미술의 교과서」(현대미술 명작 해제). 2002년 특집은 컬렉션 가이드, 일본 신진작가 126명, 비디오아트, 마라코 모리, 사진, 예술서적 가이드, 사운드아트, 미술과 패션, 카센도큐멘타, 매튜 바니, 미술을 위한 건축, 도쿄 미술가이드 맵, 그림책과 미술이다.

한 광고주의 분포를 살펴보면 미술관, 화랑의 전시 광고 의존도가 극히 높은 것으로 나타난다. 미술관, 화랑 광고는 각각 전체 광고주의 51%(『월간미술』)와 91%(*art in culture*)에 이르고 있어 *ARTnews*의 70%의 경우처럼 특정 광고주에 치중한 면을 나타낸다. 특히 *art in culture*는 광고주의 편집권 침해가 우려스러운 정도의 심각한 전시장 편중이 있음을 확인할 수 있다. 조사 대상 국내 잡지 2종의 전시 광고가 다음호에 기사화되는 빈도를 조사한 결과 *art in culture* 전시 광고 37.5면에서 총10건(포커스 4건, 리뷰 5건, 뉴스 1건)의 기사화가 이루어져 지면과 게재 건수의 비율이 27%를 나타냈다. 『월간미술』은 20면의 전시 광고 중 총 5건(작가탐구 1건, 리뷰 2건, sight & issue 2건)의 기사화가 이루어져 25%의 비율로 나타났다. 두 잡지는 전체 비율이 비슷하지만 *art in culture*가 전시리뷰로 처리하는 비율이 다소 높게 나타났다. 광고와 기사의 밀착 여부는 좀더 광범위한 조사를 통해 분명해지겠지만 전시 광고에 대한 의존은 그만큼 편집권의 제한으로 이어질 수 있음을 간접적으로 드러낸 결과라 할 것이다.

5. 잡지 저널리즘의 새로운 자유와 책임

본 연구는 잡지 저널리즘을 신문, 방송 등의 저널리즘과 구분할 필요를 전제로 진행되었다. 그 과정에서 잡지 저널리즘의 전개와 현실적 한계들을 발견할 수 있었으며, 몇 가지 시사점을 확인하게 되었다. 우선 출판 저널리즘으로서 잡지의 현안에 대한 것이다. 잡지는 채본과 채책 과정을 포함하는 책자의 간행이라는 점에서 출판물의 한 범주로 규정할 수 있으며, 문화와 가치의 창조, 전달, 보존이라는 출판 본연의 기능에서 잡지 저널리즘의 특성이 유추될 수 있다. 그러므로 잡지는 신문, TV, 라디오와 달리 더욱 집약적이고 세심한 독서를 요하며 지속적인 영향력을 미치는 속성을 갖게 되었다. 이런 속성으로 인해 잡지는 신념의 생산과 확장에 더 큰 힘을 발휘할 수 있다.²⁵⁾ 미술의 입장에서 보자면 잡지는 미술에 대한 기호와 취미의 차원을 넘어 미술을 통한 보다 높은 가치의 만족을 줄 수 있어야 한다. 이를 위한 잡지 편집인의 역할은 그만큼 중요하다 할 것이다. 잡지 저널리즘 자체가 창의와 선택에 의한 기획, 편집이 중심을 이루는 것으로, 그 일을 수행하는 편집인을 문화적 게이트 키퍼(*gate keeper*)로 부르며 일종의 사명감을 부여

25) 이런 생각은 주로 미국 잡지 연구에 대한 평가에서 기인한 것으로, *The Reader's Digest*는 장간 이래 미국식 중산층의 가치관과 삶의 윤리, 도덕, 충성심 등에 대한 대외 홍보에서 CIA의 역할보다 탁월했다는 평가를 내린다.

하는 것도 이 때문이다.²⁴⁾

저널리즘은 논평, 보도, 정보 등의 기사를 생산하지만, 어느 것도 비판적이지 않은 것이 없다. 비판은 편집인(저널리스트)의 선택을 통해 성립되는 그 순간 이미 작용하는 것이기도 하면서 잡지의 보이지 않는 힘이기도 하다. 잡지는 텔레비전의 오락 기능, 신문의 보도 기능, 출판의 교육 기능에 비해 논평 기능이 탁월한 장점을 지닌 매체다. 이런 면에서 잡지의 비판성이란 곧 잡지의 설득 능력을 편집인의 선택을 통해 신념의 생산과 확장으로 전환시키는 역할을 지칭한다. 즉 잡지의 역할은 책임 있는 편집인을 통해 강화되는 것이다. 현재 미술잡지는 저널리스트로서 잡지 편집인의 역할이 도리어 위축되고 편집인은 단순한 기능인으로 전락하고 있다. 잡지 저널리즘 자체의 입장과 견해, 방향과 의지를 드러내는 최선의 방식은 현재까지는 특집물이었고, 그러한 기획은 외부 의존성이 매우 높았다. 또한 대부분 저널리스트의 글들은 비평문, 리뷰, 작가론에 치우친 채 정작 제공해야 할 기획 취재와 논평 기사, 분석 기사를 배제하고 있다. 저널리즘의 비판 기능은 곧 잡지 편집인의 사명이자 전문지의 고유 영역이다.

오늘날 편집인은 문화적 게이트키퍼로서의 임무와 함께 출판산업의 중심에도 서 있어야 한다. 문화와 산업의 이질적인 가치를 창조적으로 통합하는 편집인의 자질에 따라 잡지 저널리즘은 더욱 성장할 수 있다. 그러나 혼란된 편집인이 성장하기에는 잡지 현실이 너무도 급변했고 불확실했다. 또한 전문 경영인의 부재가 상황을 더욱 악화시켰다. 지난 시기 동안 미술잡지는 전문 경영인 배출에 실패함으로써 잡지의 사업적 가능성이나 경쟁력에 의문을 갖게 했다. 잡지 저널리즘의 경제적 분석에서부터 광고주의 확대, 독자 분석과 접근성 확보, 조직 정비, 투자 유치 및 신규 사업 모색, 인력 및 재정 관리, 유통구조 합리화 등 미술잡지의 경영 혁신을 위한 과제는 산적하다. 잡지 경영인과 편집인의 전문적인 역량이 어느 때보다 필요하며, 그 비전은 출판 산업과의 관련 속에서 찾아질 수 있을 것이다.

저널리즘에 대한 미술잡지 저널리스트들의 일반적인 오해도 지적할 필요가 있다. 미술계 전문독자층이 보여준 대부분의 비판 의견은 잡지의 전문성 부재로 요약된다. 물론 전문성이란 상대적 개념이자 기능적 분류의 차

24) 게이트키퍼 개념은 사회학자 Lewis A. Coser가 처음 출판인에 적용함으로써 하나의 일반적인 문화 현상을 지칭하는 의미로 확장되었다. 언론학자 이강수는 출판인 또는 출판 편집인이 한 사회의 사상, 지식, 문화 양식의 내용을 결정하는 '문화적 게이트키퍼'라고 지적했다. 이강수, 「문화적 게이트키퍼로서의 출판산업과 출판인(출판 편집인)에 대한 고찰」, 『언론학보』 3집, 1982, 123-132쪽. 이상, 조상호, 『한국 언론과 출판 저널리즘』, 나남출판, 1999, 39쪽에서 재인용.

원이기도 하다. 그러나 잡지 저널리즘의 측면에서 보자면 미술잡지는 이미 전문 저널리즘의 토대 위에서 생성된 잡지 발전의 결과다. 비미술인 독자들에게 미술잡지는 여전히 낯설고 어려운 전문 영역이며, 그들은 더 흥미롭고 접하기 쉬운 기사를 많이 주문한다. 저널리즘의 전문성이란 이처럼 독자층에 따라 다양하게 이해될 수 있는 것이다. 보다 본질적인 저널리즘의 전문성의 의미는 독자의 기대(want), 필요(need), 희망(hope)을 충족시키고 정보의 수요와 공급, 호·불호, 좋고 나쁨을 정확히 판단하는 저널리즘의 능력과 관계된 것이다. 그러므로 학술적 기사가 많은가 가십거리가 많은가에 따라 전문성, 대중성을 구분하는 방식은 재고되어야 한다. 최상의 가치를 지닌 유익한 정보가 곧 전문적인 정보라 할 것이다. 이런 관점에 비추어 보면 미술잡지의 전문성 부재를 비판하는 기존 의견의 대부분은 엘리트주의적 동기이거나 대중주의에 대한 반감과 연관된 측면이 강하다.

저널리즘에 대한 비판은 전문성에 대한 지적보다 오히려 잡지 저널리즘의 허위의식과 관련되어야 마땅하다. 전문 저널리즘으로서 미술잡지의 비판 기능은 미술분야의 엘리트주의나 특권의식을 조장하고 강화함으로써 얻어지는 것도 아니며, 대중추수적 계몽의식에서 얻어지는 것도 아닐 것이다. 전문 저널리즘은 미술을 더욱 분화하고 분화를 전문화하는 지속적인 과정에서 찾아질 수 있다. 이로써 미술의 정보와 담론이 확산되며 다양한 층위에서 읽히고 흡수되는 문화가 형성될 수 있을 것이다. 그러나 미술을 유행과 상업주의의 관점에서 대중화하고 흥미와 오락만의 대상으로 변화시킴으로써 미술과 일상을 매개한다면 그것은 미술의 참된 가치를 주변화하는 결과를 초래할 것이다. 진정한 전문성의 토양은 편집자가 독자와 시장, 그리고 미술을 얼마나 정확하게 읽고 있느냐에 달려 있는 것으로, 매체의 생존을 모든 가치의 우선에 둘 수는 없는 것이다.

마지막으로 잡지 저널리즘이 흔히 제외시키는 화상(畵商)에 대한 긍정적인 관심을 환기시키고자 한다. 문화적 공공재를 취급하는 화상은 미술계의 가장 중요한 구성원의 하나다. 또한 저널리즘은 이들의 활동과 상당한 경제적 유착관계를 형성해왔다. 하지만 화상을 미술계의 정당한 구성원으로 취급하는 데는 저널리즘의 태도가 여전히 냉담한 편이다. 최근 몇 년 사이에 있었던 화상들의 대대적인 기부 등에 대해 신문 지면이 더욱 적극적인 소개에 나섰던 사실을 쉽게 환기할 수 있다. 미술 저널리즘의 역할 중 하나가 미술에 대한 우호적인 여론의 생산과 소통이라면, 화상과 미술시장이 미술계에서 차지하는 정당한 지위를 인정하고 존중하는 저널리즘이 요구된다. 화상의 기부는 비록 드물게 일어나는 사건이었지만, 그들을 문화의 사회적 환원에 앞장서는 모습으로 부각시키고 화상의 문화적 지위와 그에 따

른 적절한 책임을 제시할 필요가 있다. 이러한 저널리즘의 공정한 관심은 상업주의로 편향되는 화상의 활동 속성을 경계하는 의무도 실천하는 것이다. 잡지 저널리즘이 전시 및 작가 정보를 갤러리 명칭 위주로 제시하고 있는 점 또한 인식의 전환을 요하는 부분이다. 화상의 활동 지역, 사업 분야, 화상이 지지하고 후원하는 작가 정보를 분명히 제공하는 *Art in America*의 가이드에서처럼 화상의 이름을 앞세우는 '실명제' 정보 생산이 요청된다. 그것은 보이지 않는 미술 시장을 구체화하고 익명화된 구조를 투명화하며 화상 및 미술시장의 적절한 책임도 부여하는 효과가 있기 때문이다.

현재의 저널리즘은 경제적 관점만이 아니라 문화 생산 및 보존의 측면에서도 위기를 맞고 있다. 미술제도를 구성하는 제 부문 중 화랑 및 미술관, 대안공간 등 창작 환경과 전시 공간 위주의 급격한 발전이 이루어진 점과 이들 기관 및 제도에서 생산해내는 담론과 정보량은 잡지 저널리즘의 정보를 위협할 지경에 이르고 있다. 물론 저널리즘은 언론사 및 잡지사만의 전유물이 아니다. 인터넷을 통해 1인 저널리즘이 가능할 뿐만 아니라 최근 들어 미술 여론이 주로 인터넷 사이트를 통해 생성, 보급, 확산되는 양상이 말해주듯 저널리즘 환경 자체는 내적, 외적으로 급변하고 있다. 잡지 저널리즘의 체질 개선은 이러한 시대 흐름을 반영해야 하며, 그것은 더욱 분명한 전문화와 분화의 길을 통해 가능할 것이다.

□ □ 주제어

미술잡지(art magazine), 비판성(criticism), 저널리즘(journalism), 편집인(editor), 게이트 키퍼(gate-keeper), 광고주(advertiser)

참고문헌

미술잡지

『월간미술』 중앙일보사 · (주)월간미술, 『아트』(주)에이앤에이, *art in culture* (주)미술사랑, 『미술세계』 미술세계사, 기타 『공간』, 『미술과 생활』, 『책간미술』, 『화랑』, 『현대미술』, 『선미술』, 『BT/美術手帖』, *Art in America*, *Artforum*, *ARTnews*, *Art*, 기타 국내미술전문지

단행본

박기현, 『한국의 잡지출판』, 들푸른소나무, 2003.
이상, 조상호, 『한국언론과 출판 저널리즘』, 나남출판, 1999.
차부용, 『출판잡지론강의 1』, 독자와 함께, 1997.
차배근, 『커뮤니케이션학개론(하)』, 세영사, 1993.
한국문화관광정책연구원, 『문화산업백서 2003』, 문화관광부, 2004.
한국문화관광정책연구원, 『문화예술인실태조사』, 문화관광부, 2003. 12.
『한국의 월간잡지』, 한국언론연구원, 1993.
『21세기 한국잡지산업의 발전 전략에 대한 연구』, 한국잡지협회, 2000.
『한국잡지 산업의 지표 및 통계자료 조사 연구』, 문화관광부, 2002.
『한국의 잡지광고』, 한국잡지협회, 2002.

논문, 기사

김달진, 『미술잡지의 흥수, 실상을 분석한다』, 『바로 보는 한국의 현대미술』, 발언, 1995.
——, 『한국 미술잡지의 실상과 새로운 기대』, 『가나아트』(1996. 7·8월)(통권50호).
——, 『2002년 한국 미술잡지의 현주소를 알아본다』, 『월간미술』(2002. 2월).
김승수, 『전환기 신문경영과 신문산업정책의 모색—언론권력에서 신문산업으로』, 『신문과 방송』(2004. 4월).
남시욱, 『정간법 개정안의 문제』, 『관훈저널』(2004년, 봄).
리대용, 『잡지광고의 위치와 게재방식에 문제 있다』, 『저널리즘비평』 9호, 1993.
박기순·신태섭, 『잡지기자들의 실태와 의식조사 연구—주간·월간지를 중심으로』, 『출판잡지연구』 3권 1호, 출판문화학회, 1994년.
이강수, 『문화적 게이트 키퍼로서의 출판 산업과 출판인(출판 편집인)에 대한 고찰』, 『언론학보』 3집, 1982.
이규일, 『친일 화가 파동의 속 얘기』, 『뒤집어 본 한국미술』, 시공사, 1993.
진제영, 『해외 미술잡지』, 『가나아트』(1996. 7/8월).
Roland E. Wolsley, 진영균 역, 『잡지의 사회적 책임과 영향』, 『출판잡지연구』 4권 1호, 출판문화학회, 1996.

웹사이트

www.artnewsonline.com
www.kmpa.or.kr
www.foruma.co.kr

A Study on the Formation and Function of Art Magazine Journalism in Korea

In-kee Ahn

Compared to the influences of Korean art journalism, the researches on them are rarely conducted. This study aims to examine the influence of art journalism in art magazines in Korea. Although it is essential to consider media, journalism, public opinion altogether, I focused only on the media due to the absence of previous studies. I have analyzed the current conditions of Korean art journalism, types of feature articles, sponsors, their relations with articles, and the comparison with foreign art journalism in terms of production conditions.

There have been about one hundred art magazines published in previous sixty years and currently there are twenty three. Monthly periodicals are the majority; the publishers are sorted out as publishing houses, galleries, newspaper company in order; specialized art magazines developed from the eighties. Through an examination of feature articles in these art magazines, I found that they repeated similar art issues and covered the same artists, sponsors and articles. Moreover, when the magazines went through the conflicts between managers and editors, the ascendancy of managers obstructed the development of art journalism regarding journal quality.

These days, art journalism have been comparatively regressed compared to other art systems such as art museums, curatorship, international art festivals, distributions and art promotion policies. The main causes for failure were the lack of professional management, the limited effort to diversify sponsors, and the repetition of the same informants and events without making an effort to be specialized. Magazines are published media which contribute to the creation of culture, distribution, and preservation. Therefore art magazines can be said the most influential media in forming art culture and distributing it. It is quite necessary to reform the problems of repeating of information and the lack of speciality in conjunction with the commitment of management and editorialship.