



사진작가  
귄터 크링스의 작품  
'샤토 마고 1990'

**와인 아트?** 국내에서는 비교적 생소한 개념일 것이다. 어떤 이는 이를 훌륭한 와인을 생산하는 기술이라는 의미로 사용하고 어떤 이는 와인과의 연관성이 있는 예술을 뜻하기도 한다. 후자의 의미에서 미국의 여류 화가 크리스티나 로카시오는 레드 와인을 사용해 그린 자신의 그림들을 와인 아트라고 표현했고 독일의 미디어 아티스트 팀 히프만도 와인의 병마개로 사용된 증구의 코르크를 이용해 만든 자신의 작품들을 와인 아트라고 불렀다. 우리나라에는 2010년 5월 서울에서 열린 'Wine Art in Germany and Korea' 라는 전시회를 계기로 처음 와인 아트라는 개념이 도입됐다.

와인과 예술의 접목은 오랜 역사를 가지고 있는데 가장 고전적인 형태는 와인 레이블에 아티스트들의 작품을 사용하는 것이라고 볼 수 있다. 대표적인 예가 프랑스 보르도에 있는 샤토 무통 로트칠드의 와인 레이블. 1945년 빈티지를 시작으로 샤토 무통 로트칠드는 장 콕토(1947년), 헨리 무어(1964년), 호앙 미로(1969년), 마르크 샤갈(1970년), 파블로 피카소(1973년), 앤디 워홀(1975년), 키스 해링(1988

## 와인마케팅의 틈새 - 와인 아트 눈으로 '맛보는' 와인 매력에 취해볼까



귄터 크링스의 작품  
'샤토 라투르 1990'

년) 등 매년 세계적으로 유명한 아티스트들의 작품을 레이블에 담고 있는데 이러한 와인과 예술의 접목은 성공적인 와인 마케팅 수단으로 평가받고 있다.

### 레이블 하나에도 예술의 혼이 가득

새로운 빈티지에는 누구의 작품이 레이블에 사용될까에 대해 세계의 많은 와인 애호가들은 궁금해한다. 레이블 수집가들은 샤토 무통 로트칠드의 와인 레이블을 가장 선호한다. 이러한 배경하에 미국 캘리포니아에 있는 와인러

**박찬준** 와인칼럼니스트 gehardt50@paran.com

연세대(법학)와 동 대학원을 졸업한 뒤 독일 쾰른대에서 박사과정을 수료했다. 독일 쾰른대 부설 범죄학연구소 연구원으로 근무하던 중 우연한 기회에 와인의 매력에 빠져면서 지금은 와인 용품을 제작, 해외로 수출하는 디렉스인터내셔널 대표를 맡고 있다. 독일와인협회 공인 와인 저널리스트로 다양한 매체에 와인관련 글을 기고하고 있다.



와인으로 그림을 그리는 작가 베르트 호락(왼쪽)과 그의 대표작 '비노렐'



켄우드는 1975년부터, 독일 라인가우에 있는 게오르그 브로이어는 1980년부터, 이탈리아의 토스카나에 있는 파토리아 니타르디는 1981년부터 샤토 무통 로트칠드를 벤치마킹했다.

와인 레이블이 '예술작품의 새로운 캔버스'로 활용돼 가는 동안 와인을 주제로 한 예술 작품들이 등장하게 됐으며 와인, 특히 레드 와인을 물감 대용으로 사용하는 경우도 생겨났다. 미국의 여류 화가 크리스티나 로카시오, 오스트리아의 화가 베르트 호락, 독일의 화가 라이너 헤스와 여류 화가 헬라 놀 등은 레드 와인으로 그림을 그린다.

와인이 오크통이나 병에서만 아니라 '캔버스나 종이에서도 숙성' 되는 모습을 보여주는 재미있는 예술 아이디어라고 말할 수 있다. 심지어는 와인의 저장과 숙성에 사용된 오크통의 조각 위에 와인과 관련된 다양한 그림을 그리고 '나는 오크통이었습시다(Ich war ein Fass)' 라는 공통된 제목을 붙이는 아티스트도 있다.

반면 와인을 주제로 작품활동을 하는 대표적인 아티스트는 미국의 화가 웨인 인스렛, 프랑스의 여류 화가 멜라니 뤼소, 영국의 화가 랠프 스테드먼, 독일의 화가 미하엘 아피츠, 독일의 사진작가 귄터 크링스를 들 수 있다. 17세기의 네덜란드 화가 얀 베르메르의 작품 '신사와 포도주를 마시는 여인'에서와 같이 와인이 명화에 표현되는 경우는 종종 있었지만 이들과 달리 와인을 주제로 여러 예술작품을 만드는 것은 비교적 새로운 시도다.

예술성의 문제를 떠나 와인 애호가들이 가장 관심을 가질 만한 와인 아트 작품은 아마도 귄터 크링스의 '와인초상화'라는 사진들일 것 같다. 프랑스의 로마네-콩티, 샤토 페트뤼스, 샤토 라투르, 샤토 오-브리옹, 샤토 무통 로트칠드, 샤토 마고, 샤토 라피트-로트칠드, 샤토 디캠, 샤토 슈발 블랑, 이탈리아의 사시카리아, 스페인의 베가 시실리아 우니코, 핑구스, 미국의

오퍼스 윈, 할란, 호주의 쉘폴즈 그랜지, 쓰리 리버스 등 와인 애호가들이면 누구나 마셔보고 싶은 세계적으로 유명한 고급 와인이 작품의 소재이기 때문이다.

특히 프랑스 와인의 경우에는 전설적인 빈티지, 예를 들어 샤토 마고 1900년, 샤토 무통 로트칠드 1945년이 작품화됐다. 사회 문제를 비유적으로 표현한 자신의 사진들로 엠네스티 인터내셔널의 1991년 달력이 만들어지기도 했던 크링스가 와인을 주제로 한 사진작품을 처음 만든 것은 약 10년 전의 일이다. 당시 자신의 전시회에 샤토 무통 로트칠드 1973년 빈티지 작품을 다른 주제의 작품들과 공동으로 전시하였는데 이 작품을 구입하고 싶은 복수의 와인 애호가들 사이에 경쟁이 생길 만큼 반응이 좋았다고 한다. 이것이 계기가 되어 지금까지 약 100여 점의 작품을 만들었다.

### 소장가치 높은 와인을 사진으로 예술화

결국 크링스의 사진 예술에서의 '방향 전환'은 비즈니스적인 성격을 띠고 있었다. 와인 아트를 가장 철저히하게 비즈니스 마인드로 접근하는 아티스트는 오스트리아인 베르트 호락이다. 그는 레드 와인으로 그림을 그리는데 이러한 예술을 '비노렐(Vinorell)'이라고 부르고 상표등록까지 했다. 자신의 작품뿐만 아니라 자신의 작품과 연관성이 있는 문화 행사나 와인 시음회, 기타 와인 용품에도 법적인 보호장치를 해 두었다.

와인은 술이 아닌 문화라는 인식이 퍼지며 와인과 예술의 접목, 즉 와인 아트에 대한 관심이 높아지고 있다. 와인 아트는 마케팅 수단, 예술 그 자체 그리고 비즈니스 아이템 등으로 다양하게 전개되고 있다. 아직 우리나라에 비교적 생소한 이 분야가 얼마나 더 발전될 수 있을지는 미지수다. 결국 와인의 질과 작품의 예술성이 키워드가 될 것이다. [2]