



보도 자료

빅토리아 앤 앨버트 박물관 (V&A), '한류! 코리안 웨이브' 전시로 한국 대중문화 첫 조망

'한류! 코리안 웨이브' (영어 원제: *Hallyu! The Korean Wave*)

2022. 09. 24 – 2023. 06. 25

제 39 전시실, 노스 코트 (Room 39, North Court)

지원: 대한민국 문화체육관광부, 제네시스

vam.ac.uk/kwave | [#KWaveLondon](https://twitter.com/KWaveLondon)

2022년 9월 V&A 박물관에서 '한류! 코리안 웨이브 (이하 한류!)' 전시가 개최된다. 이는 전 세계 무대에서 펼쳐지는 한류를 통해 다채롭고 역동적인 한국 대중문화를 조망하는 첫 전시이다.

'한류!' 전시에서는 케이팝 의상부터 한국 드라마 소품 및 포스터, 사진, 조각, 패션, 영상 등을 통해 관객들을 '한류'의 매력으로 초대한다. 한류는 1990년대 부터 시작되어 아시아를 중심으로 확산되다 오늘날 글로벌 대중문화에서 큰 주목을 받고 있다.

'한류!' 전시는 한류의 배경이 되는 한국의 역사적 맥락을 소개하고, 영화 및 드라마, 음악과 팬덤을 통해 한류의 형성 과정을 살펴본 뒤, 뷰티 및 패션 산업에 한류가 미친 문화적 영향을 짚어본다. 네 가지 주제에 따라 한국 대중문화 현상을 반영한 약 200여점의 사물과 전시품을 선보일 예정이며, 이 중 일부는 영국에 처음으로 소개된다. 주요 전시품으로는 **기생충**의 반지하 화장실 세트 재현, 넷플릭스 히트작 **'오징어 게임'** 속 등장인물의 의상과 **싸이**, **에스파**, **에이티즈** 등 다양한 세대의 케이팝 스타들이 착용했던 의상과 소품 등을 꼽을 수 있다.. 또한 **백남준**, **함경아**, **권오상**을 비롯한 현대 미술 작가들의 기념비적 작품과 **차이킴**, **미스 소희**, **민주킴** 등 한국 디자이너들의 하이 패션 의상도 약 20여 점 전시된다. 이 외에도 1988년 **서울 올림픽**의 원본 포스터와

1910년대 한국의 첫 화장품 브랜드 제품 등을 통해 한국 광고와 브랜딩의 초기 사례를 살펴본다. 이와 같이 '한류!' 전시는 역사적인 사물을 한국의 대중문화 및 사회 현상과 연결지어 한국의 전통문화와 현대문화를 함께 탐색하는 발판을 제공할 것으로 기대된다.

'한류! 코리안 웨이브'의 큐레이터 로잘리 김 (Rosalie Kim)은 '한국은 다채롭고 역동적인 대중문화와 한류라는 현상을 통해 한국전쟁의 상흔을 안고 있는 나라에서 소셜 미디어와 디지털 문화를 선도하는 문화 강국으로 이미지를 변화시켰다.'고 전하며, '이러한 현상은 디지털 문화에 능하며 사회 의식을 갖추고 있는 글로벌 팬들에 의해 증폭되었고, 이는 한류가 전 세계로 확산되는데 큰 역할을 했다. 올 가을 V&A 박물관에서 한국 대중문화에 관한 첫 전시를 개최하며 한류의 에너지와 역동성을 소개할 수 있게 되어 기쁘다.'고 소감을 밝혔다.

전시 내용

전시의 도입부에는 2012년 전 세계 한류 열풍을 촉발시켰던 **싸이**가 '강남 스타일'에서 입고 나와 화제가 된 핑크 자켓이 관객을 맞이한다. 한류가 세계인의 이목을 사로잡는 국제적인 현상이 될 것을 예견한 것 처럼, '강남 스타일'의 뮤직비디오는 유튜브에서 최초로 10억 조회수를 기록했으며, 그 노래와 독특한 안무는 단기간에 폭발적인 인기를 누렸다. 전 세계에서 '강남스타일' 뮤직비디오의 수많은 패러디와 커버 버전이 제작되었는데, 그 중 일부를 '한류!' 전시에서 관람할 수 있다.

첫번째 섹션 **'기술 강국이 되기까지 (From Rubble to Smartphones)'**에서는 1950년대 한국 전쟁 후 황폐화되었던 나라가 2000년대에 들어 문화 강국으로 탈바꿈할 수 있었던 배경을 제시하며 한류가 급부상하게 된 역사적 맥락을 살펴본다. 한국의 20세기 역사는 일제강점기, 한국 전쟁과 국토 분단, 27년 간의 군사 정권 시기로 이어진다. 1960년대와 1970년대에 급격한 산업화와 경제 성장을 경험한 한국은 1988년 서울 올림픽을 성공적으로 개최하면서 국가의 발전상을 전 세계에 보여주었다. 1997년 불어닥친 외환 위기에도 불구하고 1990년대 후반 과감한 IT 혁신 전략을 통해 한국은 세계에서 가장 디지털 기술이 발달한 나라 중 하나가 되었다. 이 섹션에서는 각종 사진, 포스터, 아카이브 자료를 비롯하여, 세계 최초의 상업용 MP3 플레이어 등 초기 전자 기기, **백남준** 작가가 1968년에 텔레비전 서른 세 개로 만든 기념비적인 비디오 아트 설치 작품 등을 선보이며 한국의 현대사를 탐색한다.

두번째 섹션 '**장면 연출 (Setting the Scene)**'에서는 1990년대 후반부터 오늘날까지 성장세를 이어가고 있는 한국 드라마와 영화를 살펴본다. 이 섹션의 하이라이트로는 오스카 수상작에 빛나는 봉준호 감독의 영화 '기생충'에 등장한 반지하 화장실 세트가 재현된다. 세트 재현 설치에는 '기생충'의 이하준 미술감독이 참여했다. 또한 넷플릭스의 히트작 '**오징어 게임**'에 등장한 핑크색 진행 요원 의상과 게임 참가자들의 녹색 운동복도 전시에 포함된다. 조선시대를 배경으로 하는 좀비 드라마 '**킹덤**'에 등장한 갓 등의 한국 전통 의상과 더불어 영화 '**아가씨**' 속 골무 세트 등 영화에 등장한 소품들이 다채롭게 펼쳐진다. 이 외에도 스마트폰에서 가독성이 용이한 방식으로 한국에서 발명된 웹툰을 소개하면서, 한국적 소재와 다양한 장르를 혼합하는 창의적 서사로 주목받는 웹툰 원작 드라마를 살펴본다.

세번째 섹션인 '**글로벌 그루브 (Global Groove)**'에서는 세계적으로 폭발적인 반응을 이끌고 있는 케이팝 음악을 비롯하여, 케이팝 확산에 큰 영향을 미친 소셜 미디어와 팬덤의 역할을 살펴본다. 아이돌 야광봉으로 둘러싸인 복도를 통과해 전시실에 입장하면 케이팝에서 '아이돌'이라는 개념을 불러온 **서태지와 아이들**, **보아**와 같은 초기 케이팝 아티스트들의 포스터, 굿즈, 앨범 커버들이 관람객을 맞이한다. 전시의 하이라이트로는 **권오상** 작가의 3m 크기의 거대한 **지드래곤** 조각을 비롯하여 **에스파**의 'Next Level' 뮤직비디오에서 영롱하게 반짝이는 오리지널 의상, **에이티즈**가 '불놀이야' 뮤직 비디오에 입고 등장한 영국 핑크 패션풍의 의상을 꼽을 수 있다. '한류!' 전시를 위해 V&A 박물관은 **블랙핑크**와 **빅뱅** 등 아이돌 가수 스타일링을 전담한 유명 비주얼 디렉터 **지은**과 **방탄소년단**, **엔시티** 등과 작업한 스타일 디렉터 **발코**와 협업하여 새로운 '아이돌' 스타일을 제안한다. 더불어 본 섹션에서는 케이팝을 세계적으로 대중화하고 확산시키는 데 큰 역할을 한 케이팝 팬덤에 관해 논의한다. 전시실 천장에는 V&A 박물관이 일반 관객 공모를 통해 선별하여 소장하게 된 케이팝 현수막이 걸릴 예정이다.

'한류!' 전시의 마지막 섹션은 '**인사이드 아웃 (Inside Out)**'으로, 한국의 뷰티와 패션에 관해 다룬다. 우선, 국내외에서 새로운 미적 기준을 이끌고 있는 혁신적이고 실험적인 한국의 뷰티 제품 사례를 K-뷰티의 기원과 함께 선보이고, 한국 드라마 속 PPL 제품과 아이돌 광고/협찬을 통해 한국의 뷰티 및 패션의 세계적 인지도 상승 현상을 살펴본다. 여기서는 13세기의 정교한 화장품 도자기부터 아이돌을 슈퍼히어로로 묘사하는 오늘날의 화장품 패키지까지 다양한 예시를 통해 한국 화장품 패키징 디자인의 변화를

짚어본다. '한류!' 전시는 오늘날 한복 디자이너들의 현대 한복, 한국 패션 디자이너들의 하이 패션 의상 및 재외 한인 동포 디자이너의 디아스포라 패션 의상 20 여 점으로 마무리된다. 한국의 패션은 **카이 (계한희)**, **디엔티도트**, **블라인드니스**와 같이 유행에 민감한 스트리트 패션 혹은 젠더리스한 스타일로 주로 알려져 있지만, 한국 전통 의상인 한복의 실루엣을 재창조해내는 디자이너들도 있다. 유명 스타일리스트 **서영희**가 V&A 박물관을 위해 새롭게 선보이는 서양 속옷과 한복 속옷 스타일링 작업을 비롯하여, 전통한복을 현대적으로 해석한 **차이킴**의 철릭 원피스, **시지엔 이**가 제작한 케이팝 한복, 궁중 보자기에서 영감을 얻은 **단하**의 핑크색 저고리, **최지원**, **다시곰** 등 젊은 세대의 디자이너들이 현대화한 한복풍의 일상복도 살펴볼 수 있다. 전시의 마지막 부분에서는 풍부한 색채와 디자인으로 이목을 집중시키는 한국 패션 디자이너 **김서룡**, **민주킴**, **원(한현민)**, **미스 소희** 등의 의상이 전시의 대미를 장식하게 된다.

- 끝 -

'한류! 코리안 웨이브'에 대한 언론 홍보 정보가 필요한 경우, **Sophie Steel** 에게 s.steel@vam.ac.uk / +44 20 7942 2279 연락 바랍니다 (출간 목적 제외). pressimages.vam.ac.uk 에서 보도용 사진 중 일부를 무료로 다운로드 받을 수 있습니다.

편집장을 위한 주요 사항

- '한류! 코리안 웨이브'는 2022 년 9 월 24 일부터 2023 년 6 월 25 일까지 전시될 예정입니다.
- 성인 티켓은 £20, 학생 및 만 25 세 이하 티켓은 £13 입니다. 티켓은 vam.ac.uk/kwave 에서 현재 예매 가능합니다.
- 본 전시는 리드 큐레이터 로잘리 킴 (Rosalie Kim/김현경)과 프로젝트 큐레이터 최유진 (Yoojin Choi)이 총괄했습니다.
- 로잘리 킴이 편집한 V&A 전시 도록이 판매될 예정입니다. (소비자가 £30)
- 전시 디자인팀은 크리에이티브 리드 김영나 (Na Kim)가 이끌었으며, 스튜디오 무트 (Studio Mutt)가 3D 디자이너로 참여하였습니다.
- V&A 박물관은 1888 년부터 한국의 미술과 디자인 작품을 수집해왔으며, 그래픽 디자인, 패션, 디지털 아트 등 국외 최대 규모의 한국 공예와 디자인 컬렉션을 소장하고 있습니다. V&A 는 1961 년, 한국에서 최초로 기획한 해외 순회 전시인 'National Art Treasures of Korea'를 유럽에서 처음으로 선보이는 전시 기관이었으며, 1992 년에는 런던에서 최초로 한국 소장품을 선보이는 상설 전시실을 개관하였습니다.

SNS

트위터: @V_and_A

인스타그램: @vamuseum

페이스북: @VictoriaandalbertMuseum

틱톡: @vamuseum

본 전시는 대한민국 문화체육관광부, 제네시스의 지원과 바그리 재단, 넷마블힐러비의 추가적 지원을 받아 기획되었습니다. V&A 를 위한 지원이 그 어느 때보다 소중한 시점입니다. 해당 내용을 알려 V&A 박물관에 지지를 보내주시길 바랍니다.

대한민국 문화체육관광부

문화체육관광부는 문화, 체육, 관광, 종교 등을 증진하는 다양한 정책을 실행하여 한국과 세계에 문화적 기회를 제공합니다.

문화체육관광부 산하의 해외문화홍보원은 한국의 아름다운 문화를 세계에 알리고, 국가 간 문화교류를 확대하기 위해 세워졌습니다. 해외문화홍보원은 28 개국에 33 개의 문화원을 운영하고 있으며, 영국에는 2008 년 1 월 주영한국문화원이 설립되었습니다. 트라팔가 광장 가까이에 위치한 주영한국문화원은 다양한 문화행사와 교육 프로그램, 현지 기관과의 긴밀한 협력을 통해 영국 관객들에게 한국문화를 알리고 있습니다.

문화체육관광부: www.mcst.go.kr/

해외문화홍보원: www.kocis.go.kr/

주영한국문화원: www.kccuk.org.uk/ko

제네시스

제네시스는 우수한 성능과 디자인, 그리고 안전성과 혁신적인 제품 및 서비스를 제공하는 한국 최초의 럭셔리 자동차 브랜드이다. 2015 년 브랜드 출범 이후, 대담하고 진보적이며 동시에 한국적인 감성을 바탕으로 상품을 넘어 고객의 경험을 디자인해온 제네시스는 앞으로 지속가능성을 고려하는 럭셔리 자동차 브랜드로의 성장을 목표로 하고 있다. 제네시스는 이미 '역동적인 우아함'이라는 고유의 디자인 아이덴티티와 기술력을 바탕으로 G70, G80, GV60, GV70, GV80 등의 라인업을 구축했다. 나아가 G80 전동화 모델과 전용 전기차 GV60 를 시작으로 2030 년까지 연료전지 EV 와 배터리 EV 를 중심으로 한 100% 전동화 라인업 구축 그리고 2035 년까지 전 밸류체인 탄소 중립 등의 목표를 선언하며 지속가능성을 고려한 럭셔리 브랜드로 위상을 강화해 나가고 있다. 현재 제네시스는 한국을 시작으로 해외 주요 국가에 진출해 전 세계 고객과 교감하며, 그 영향력을 확대해 나가고 있다. 제네시스에 대한 보다 자세한 내용은 공식 사이트 <https://www.genesis.com> 에서 확인할 수 있다

바그리 재단

바그리 재단은 전통 문화와 현대적 사고를 엮어 아시아에서 온 그리고 아시아에 대한 독창적이고 예상치 못한 아이디어를 구현하겠다는 미션을 지닌 영국의 자선 단체입니다. 바그리 재단은 예술, 교육 프로젝트를 지원하며, 비슷한 가치관과 미션을 지닌 작은 문화 기관부터 대영 박물관, 런던의 헤이워드 갤러리, 카디프의 아르테스 문디 상 (Artes Mundi Prize), 뉴욕의 메트로폴리탄 뮤지엄, 베니스 비엔날레 등 국가급 기관에 이르기까지 다양한 기관과 협력적인 파트너십을 맺고 있습니다. 바그리 재단은 영화, 시각 미술, 음악, 문학, 강의 및 강연 등의 프로젝트들을 지원하며, 아시아 출신이거나 아시아 디아스포라 혹은 아시아로부터 영감을 받은 예술가와 전문가들이 세계 무대에서 더욱 주목받을 수 있도록 돕고 있습니다. www.bagrifoundation.org

넷마블힐러비

넷마블힐러비는 글로벌 IT & 게임 기업 넷마블의 자회사로, 세계인들의 삶에 아름다움을 불어넣기 위한 미션 하에 출범하여 영국 V&A 뮤지엄과 글로벌 브랜드 라이선스 계약 체결을 통해 컨템포러리 아트 & 뷰티 브랜드 'V&A 뷰티'를 출시했다. 'V&A 뷰티'의 스킨케어와 아티스틱 컬렉션 등 모든 제품은 V&A의 장식 예술 컬렉션에서 영감을 받아 공동 개발 중이다.

지원:

대한민국 문화체육관광부
제네시스



추가 지원:

바그리 재단 (Bagri Foundation)
넷마블힐러비

