



PRESS RELEASE

배포일자: 2026년 7월 16일(목)

관련자료: 사진자료

제네시스 『마릴린 먼로 특별전』 전시 연장 전시 넘어 문화 플랫폼으로, 흥행과 호평 이어져 시대의 아이콘 마릴린 먼로의 삶, 혁신가적 면모로 재해석

- 지난 6 월 1 일 개막 ‘매니페스팅 마릴린’, 현지 관람객 호평에 힘입어 9 월까지 전시 연장
- 관람객, 현지 전문매체, SNS 호평 이어져...스토리텔링과 체험형 콘텐츠로 높은 공감
- 마릴린 먼로 재해석 통해 제네시스 도전·혁신 브랜드 철학 자연스럽게 경험하도록 기획
- 문화예술 콘텐츠 기반 제네시스 하우스, 뉴욕을 대표하는 복합문화공간으로 자리매김

“우리 모두는 별이며, 누구나 빛날 자격이 있다(We are all of us stars, and we deserve to twinkle)”

미국 대중문화의 상징 마릴린 먼로가 남긴 명언으로 널리 알려진 말이다. 사람의 가능성을 누구보다 믿고, 자신만의 방식으로 삶을 개척한 마릴린 먼로는 대중문화사에서 ‘별(스타)들은 많지만, 마릴린 먼로는 단 한 명뿐’이라고 회자될 정도로 독보적인 존재감을 지닌 시대의 아이콘이다.

마릴린 먼로 탄생 100 주년을 맞아 미국 문화계 전반에서 다양한 기념 전시와 문화 행사가 이어지는 가운데, ‘매니페스팅 마릴린(Manifesting Marilyn)’ 특별전은 마릴린 먼로를 자신의 정체성을 스스로 만들어간 혁신가로 재해석하며 글로벌 문화예술의 중심지 뉴욕에서 뜨겁게 주목받고 있다.



PRESS RELEASE

이번 전시에는 할리우드 배우이자 패션 아이콘 클로에 세비니(Chloë Sevigny), 모델 겸 배우 카밀 코스텍(Camille Kostek) 등 뉴욕 문화예술·패션계 인사들의 발길도 이어지며 현지에서 높은 관심과 화제성을 이어가고 있다.

호응에 힘입어 제네시스는 지난 6월 1일부터 당초 2개월간 예정이던 전시를 오는 9월까지 연장 운영하기로 했다.

■ 전시·공간·서비스까지 높은 만족...뉴욕 사로잡은 ‘매니페스팅 마릴린’

“이번 전시는 마릴린은 자신이 무엇을 하고 있는지 정확하게 알고 있었다는 점을 설득력 있게 보여주며 대부분의 회고전이 그동안 하지 못했던 일을 해내었다”

– 미국 브랜드·마케팅 전문 매체 디자인러시(DesignRush)

“기존에 알고 있던 마릴린 면모와는 전혀 다른 모습”, “뉴욕에서 본 전시 가운데 가장 세심하게 기획된 전시”

– ‘매니페스팅 마릴린’ 현지 관람객

현지 문화, 마케팅 전문 매체들은 제네시스가 이번 전시를 통해 마릴린 면모의 삶을 도전과 혁신, 자기 실현의 서사로 재해석하고 이를 브랜드 가치와 자연스럽게 연결해 차별화된 브랜드 경험을 구현했다는 점에 주목했다.

미국 마케팅·광고 전문 매체 미디어포스트(MediaPost)는 “자동차 브랜드가 유명 배우를 주제로 한 전시를 개최하는 것이 이례적으로 보일 수 있으나, 제네시스가 스타일에 중점을 둔 브랜드라는 점에서 의미 있는 행보”라고



PRESS RELEASE

언급했다.

디자인러시(DesignRush)는 “마릴린이 자신의 이미지를 스스로 설계한 인물임을 보여주는 6 개의 공간 구성을 통해 관람객들이 정교하게 설계된 논리를 따라가듯 공간을 경험하도록 이끌었다”고 분석했다.

이어 “지금 가장 스마트한 럭셔리 브랜딩은 제품 자체를 전면에 내세우지 않는다. 제네시스도 이번 전시를 통해 이를 성공적으로 구현했으며, 로고를 드러내지 않음으로써 이러한 전략이 효과를 낼 수 있도록 했다”고 평가했다.

현장에서는 마릴린 먼로를 새롭게 바라보게 됐다는 관람객들의 반응이 이어졌다.

제네시스 하우스 뉴욕이 수집한 관람객 후기에 따르면, 관람객들은 특히 마릴린 먼로의 개인 서재와 독서 습관을 소개한 공간, 제작사를 직접 설립하는 과정 등을 다룬 콘텐츠에 높은 관심을 보였다.

“마릴린 먼로라는 상징적인 인물을 더욱 깊이 이해하게 해준 뜻깊은 경험이었다”, “제네시스 하우스 뉴욕은 세련되고 트렌디한 공간”, “품격 있고 세심한 응대를 받아 인상적이었다”, “큐레이터들의 전문적이고 친절한 설명이 전시에 대한 몰입도를 높였다” 등의 소감을 남기며 전시의 스토리텔링과 큐레이션에 높은 만족감을 나타냈다.

제네시스 하우스 뉴욕 관계자는 “관람객들은 마릴린 먼로와 관련한 상징적인 신문기사 및 이미지를 재해석한 ‘더 헤드라인 룸(The Headline Room)’과 지적인 혁신가로서의 면모를 다룬 ‘마릴린의 사무실(Marilyn’s Office)’에 가장 큰 관심을



PRESS RELEASE

보였다”며 “특히 관람객이 자신의 다음 행보에 대해 스스로 생각해보는 ‘뉴 비기닝즈 홀(The New Beginnings Hall)’에서는 1 만여명 이상의 방문객이 이 공간의 인터랙티브 스크린에 직접 다양한 메시지를 남기며 적극적으로 참여했다”고 소개했다.

전시는 현지 관람객뿐 아니라 SNS 콘텐츠 댓글, 온라인 커뮤니티 등에서도 높은 관심을 모았다. 제네시스 하우스 뉴욕에 따르면 전시 관련 콘텐츠는 개막 첫 달인 지난 6 월 동안 SNS 콘텐츠 기준 1,500 만회 이상의 노출을 기록하며 온라인에서도 높은 관심을 입증했다.

“제네시스 하우스 뉴욕에서 진행된 전시중 가장 마음에 들었다. 많은 이들이 꼭 경험해봤으면 하는 전시였다”, “제네시스 하우스의 세심한 응대 덕분에 더욱 좋은 관람을 할 수 있었다”, “충분히 방문할 만한 가치가 있는 전시이다. 마릴린의 방대한 도서 컬렉션을 보는 것이 놀라웠다” 등 긍정적인 반응이 이어지고 있다.

이번 특별전은 트렌디한 문화적 경험을 통해 제네시스가 도전과 혁신의 브랜드 전략을 자연스럽게 전달한 성공적인 프로젝트로 평가받고 있다.

전시는 마릴린 먼로 재단을 소유한 어센틱 브랜드 그룹(Authentic Brands Group)과 협력해 기획됐다.

어센틱 브랜드 그룹의 데이나 카펜터(Dana Carpenter) 부사장은 “마릴린 먼로가 삶에서 보여준 가치와 맞닿아 있는, 진정성이 있는 브랜드와 파트너십을 진행하고자 했다”며 제네시스 브랜드와 이번 전시를 기획하게 된 계기를 전했다.



PRESS RELEASE

이어 “매니페스팅 마릴린은 마릴린 먼로의 창의성, 예술성, 스토리텔링과 지성을 새롭고 창의적인 방식으로 구현해낸 의미 있는 협업이었다”고 소감을 밝혔다.

이러한 협업은 도전과 혁신, 새로운 가능성을 추구하는 제네시스 하우스의 문화적 방향성과도 맞닿아 있다.

전시는 마릴린 먼로와 제네시스 브랜드를 나란히 비교하지 않는다. 몰입도 높은 체험형 콘텐츠를 선보이며 자신의 삶을 스스로 만들어간 마릴린 먼로의 여정에서 새로운 시각과 영감을 제공한다. 이를 통해 제네시스가 추구하는 도전과 혁신의 가치에 자연스럽게 교감할 수 있게 했다.

이번 전시는 제네시스 하우스 뉴욕이 추구해온 문화 플랫폼 전략의 연장선상에 있다는 점에서도 의미가 있다.

■ 차량 전시 넘어 문화 플랫폼으로…뉴욕 대표 문화공간으로 자리매김

제네시스 하우스 뉴욕은 뉴욕 맨해튼의 문화예술 중심지 '미트패킹 디스트릭트 (Meatpacking District)'에 위치한 제네시스 브랜드 최초의 복합 문화 공간이다.

차량 전시와 더불어 전시와 공연, 미식 등 다양한 문화 콘텐츠를 선보이며 대담하고 혁신적인 제네시스의 브랜드 정신을 새로운 방식으로 전달하고 있다.

특히 개관 이후 이번 마릴린 먼로 특별전 외에도 미디어아트, 설치미술 등 다양한 장르의 문화 콘텐츠를 선보이며 익숙한 대상을 제네시스만의 시각으로



PRESS RELEASE

새롭게 재해석해 조명하는 기획을 지속적으로 이어왔다.

대표적인 사례는 ▲할리우드 유명 배우 기네스 펠트로(Gwyneth Paltrow)와 협업해 소백산과 한국적 풍경을 현대적으로 재해석한 체험형 전시 ‘더 포레스트 위딘(The Forest Within)’ (2025) ▲배우 애슐리 박과 함께 한국의 전래동화를 오방색을 활용한 빛과 사운드로 풀어낸 체험형 전시 ‘크로마(CHROMA:Tales Between Hues)’ (2025) ▲한국의 동지 문화를 빛과 설치예술로 구현한 라이트 설치 전시 ‘스타스케이프(STARSCAPE)’ (2024) ▲한국의 정원과 자연에서 영감을 얻어 꽃과 디지털 기술을 결합해 선보인 ‘블룸타니카(Bloomtanica)’ (2024) 전시 등이 있다.

차별화된 기획력에 힘입어 제네시스 하우스 뉴욕은 2021 년 개관 이후 뉴욕 시민과 글로벌 관광객이 일상적으로 찾는 대표적인 복합문화공간으로 입지를 넓혀가고 있다.

제네시스 하우스 뉴욕이 문화 플랫폼으로 자리잡을 수 있었던 이유에 대해 조 맥휴(Joe McHugh) 제네시스 하우스 뉴욕 총괄 책임자는 “제네시스 하우스는 브랜드에 앞서 문화 자체를 중심에 두는 접근을 이어오며 신뢰를 쌓아왔다”며 “일관성 있는 문화 경험을 제공하며 단순히 방문하는 공간을 넘어, 문화 커뮤니티가 적극적으로 참여하고 교류하고 싶어하는 공간으로 발전해왔다”고 말했다.

이어 “브랜드는 경험의 중심이 아니라 자연스럽게 경험의 일부가 되는 것이 제네시스 하우스가 추구하는 방향”이라고 덧붙였다.

■ 현지 호응에 힘입어 9월까지 전시 연장… 브랜드 경험 확산 이어간다



PRESS RELEASE

현지의 높은 관심에 힘입어 제네시스는 이번 전시의 운영 기간을 당초 계획보다 연장해 오는 9 월까지 선보인다는 계획이다.

이번 연장 운영은 세계적인 문화 아이콘을 새로운 시각으로 재해석한 콘텐츠와 제네시스 하우스 뉴욕이 제공하는 차별화된 브랜드 경험이 현지 관람객들의 공감을 얻은 결과로 평가된다.

한편, 제네시스는 시대를 초월한 주체적인 여성으로서의 진면목이 전 세계 관객들에게 온전히 전달될 수 있도록 스토리텔링 및 체험형으로 전시 공간을 구성했다.

‘더 헤드라인 룸(The Headline Room)’에서는 마릴린 먼로와 관련한 상징적인 신문기사 및 이미지를 전시하며 세상의 전통적인 시선과 인식 너머 자신만의 서사를 만들어낸 그녀의 숨겨진 모습을 보여준다.

이어, ‘마릴린의 사무실(Marilyn’s Office)’에서는 거대 할리우드 스튜디오의 시스템에 맞서 직접 제작사를 설립한 스토리 등을 바탕으로 대중들의 인식 이면에 있는 지적인 혁신가로서의 면모를 다룬다.

또, ‘더 배니티(The Vanity)’에서는 마릴린 먼로가 대중들에게 화려한 이미지를 구축하기 위해 의도적으로 사용한 소장품 및 의상을 만나볼 수 있다.

‘더 스크린 익스피리언스(The Screen Experience)’는 본명 ‘노마 진(Norma Jeane)’의 평범한 여성이 시대의 아이콘 ‘마릴린 먼로’로 탈바꿈하는 과정을 영화적 효과를 더해 직접 눈으로 보는 공간으로 꾸며졌다.



PRESS RELEASE

전시의 마지막 공간인 ‘뉴 비기닝즈 홀(New Beginnings Hall)’은 관객들이 스스로 미래를 그려보고 성장의 동기를 부여하는 피날레 공간의 의미를 담고 있다.

특별전 기간 제네시스 하우스 뉴욕 내 라이브러리에서는 독서 애호가로 알려진 마릴린 먼로의 개인 소장 도서 등으로 구성된 큐레이션 전시도 진행된다.

제네시스 관계자는 “제네시스 하우스는 앞으로도 다양한 분야의 문화 예술 콘텐츠를 기반으로 글로벌 고객들에게 영감과 새로운 시각을 선보이는 브랜드 경험을 지속적으로 확대해 나갈 것”이라고 전했다. [끝]

(사진설명) 제네시스 『마릴린 먼로 특별전』 전시 연장

(사진 1) ‘매니페스팅 마릴린(Manifesting Marilyn)’ 특별전이 열리고 있는 ‘제네시스 하우스 뉴욕’ 현장 모습

(사진 2,3) ‘더 스크린 익스피리언스(The Screen Experience)’전시 공간에서 관람객들이 전시를 관람하고 있는 모습

(사진 4) ‘더 스크린 익스피리언스(The Screen Experience)’ 전경

(사진 5) ‘뉴 비기닝즈 홀(New Beginnings Hall)’ 전경