"빛은 새로운 물감… 없던 색깔 만들어 내지요"

한국계 캐나다 작가 크리스타 김 佛 랑방 패션쇼와 협업해 극찬

외신 "21세기의 마크 로스코" 디지털 기술로 동양의 명상 표현

미켈 크래머

최근 프랑스 브랜드 랑방과 협업한 한국계 캐나다 작가 크리스타 김. LED 조명과 디지털 색상을 특수 스크린에 옮긴 작품으로 주목을 받았다.

미켈 크래머·랑방

디지털 기술로 화폭을 채운 크리스타 김의 작품(왼쪽)과 그에게서 영감을 받은 랑방의 2018 가을·겨울 패션쇼 의상.

"크리스타 김은 디지털 시대의 마크 로스코."(미국 포브스지) "예술가의 드레스 코드로 승화된 현대판 모스 부호."(미국 패션지 WWD)

지난달 말 열린 프랑스 파리 패션위크에서 한국계 캐나다인 크리스타 김에게 쏟아진 찬사다. 디지털 아티스트인 크리스타가 패션쇼에서 주목받은 것은 프랑스 패션 브랜드 랑방의 패션쇼가 크리스타의 작품에서 영감을 받았기 때문이다. 크리스타는 LED 스크린에 마치 물감을 명도와 채도가 점점 짙어지게 칠한 것 같은 추상 작품을 내놓은 작가다.

이 패션쇼에서 랑방은 실크와 가죽, PVC 소재 위에 마치 물감이 자연스레 번진 듯한 디자인으로 관객 시선을 사로잡았다. 랑방 디자이너 올리비에 라피두스는 "디지털 예술계의 혁신을 일으키는 크리스타 김의 작품에서 영감을 받았다"며 "선구적 아티스트와 협업하길 좋아했던 디자이너 잔 랑방이 살아있었다 해도 아마 크리스타를 주저 없이 선택했을 것"이라고 말했다.

패션 브랜드가 미술 아티스트와 협업하는 건 자주 벌어지는 일이다. 그러나 주류 예술계에서 아직 낯선 크리스타 김의 등장은 해외 매체의 관심을 끌었다. 미국 포브스지는 2회에 걸쳐 크리스타를 소개했고, 영국 일간 가디언과 프랑스 르피가로도 그녀 작품 세계를 조명했다. 외신들은 특히 현대미술의 색면 추상을 대표하는 마크 로스코(1903~1970)와 크리스타를 비교하며 '디지털계의 마크 로스코'라는 수식을 빼놓지 않았다.

순수미술을 공부하다가 디지털 아티스트가 된 크리스타는 최근 이메일 인터뷰에서 "지난해 뉴욕과 파리에서 열린 내 전시회를 랑방 디자이너 라피두스가 보고 연락해와 함께 일하게 됐다"고 말했다. 그는 "모바일과 AI로 모든 것이 구현되는 시대에 디지털 도구로 인간적 느낌이 나는 작품을 만들고 싶었다"며 "예술가와 기술자, 디자이너가 자유롭게 협업하며 '디지털 파괴에 의한 혁신(digital disruption)'을 추구하는 것이 요즘 시대가 요구하는 예술"이라고 말했다. 그녀는 또 "컴퓨터의 미학적 신세계를 연구하는 스티브 잡스나 디지털과 인지과학을 접목시키는 일론 머스크야말로 '현대의 다빈치'"라며 "디지털 시대를 채워넣을 소프트웨어를 선보이는 것이 예술가의 책무"라고 말했다. 로스코는 물론, 미국 설치미술가 제임스 터렐, 로버트 어윈 등의 영향을 받았다는 그는 '빛은 새로운 물감(Light is the new ink)'을 내세우며 LED 스크린 작업에 뛰어들었다. 플렉시글라스(투명 합성수지)에 원하는 밝기와 색채를 만드는 데 6개월에서 1년 가까이 걸렸다. 기존에 없던 색상을 만들기 위해 6명의 엔지니어가 함께 작업했다. 그녀의 작품은 최고 1억1400만원(8만5000유로)가량에 팔렸다.

그는 자신의 작품에 가장 많은 영향을 미친 사람으로 아버지를 꼽았다. "오랫동안 캐나다에서 태권도를 가르치신 아버지에게서 집중력과 인내심, 평정심 등을 배우며 자신감을 얻었습니다. 동양적인 명상이 강조하는 인간성 회복이 디지털 시대를 새롭게 이끌어갈 도구라고 생각합니다."

최보윤 기자

'자로 잰 듯' 살지 않아도 괜찮아

변희원 기자의 **한 點**

'온 더 라인'

자(ruler)를 쓰기 시작하는 나이가 됐다면, 그건 제도권에 들어갔단 얘기다. 삐뚤빼뚤 마구 선을 그려대던 아이도 초등학교에 들어가는 순간, '자를 대고' 반듯한 선을 그어야 한다. 회사 일도, 공장에서 만들어낸 물건도 모두 '자로 잰 듯', 규격에 맞아야 한다. 고급 식당인 파인다이닝에 가도 식기 간격이 모두 같다. 자의 역할이 긋고, 재는 것에만 있을까. 자로 손바닥이나 손등을 때리는 교사들에게 자는 '사랑의 매'다. 자는 규범, 획일, 규율의 도구다.

리안갤러리 서울에서 열리는 김승주의 '온 더 라인'에 나온 작품은 철과 알루미늄으로 만들었다. 자의 높이가 사람 키보다도 훨씬 커서 거인이나 쓸 법하게 생겼다. 직선이 아니라 뒤틀린 곡선의 모양이다. 리듬체조 선수가 리본을 휘두르듯, 큰 붓을 허공에 대고 휙휙 그은 듯 생동감 넘친다. 자 주제에 숫자도 없고 눈금만 있다. 눈금은 장식이다. 이 자를 대고 선을 긋거나 길이를 잴 수 없고, 매로는 더더욱 쓰지 못한다. 자의 기능을 몽땅 상실해 우리를 재단하거나 규율할 수 없다. 금속의 차가움, 크기에서 오는 두려움보다는 통쾌함이 먼저 느껴지는 이유다.

자에 대한 반발심으로 이 작품을 시작한 건 아니다. 작가는 20여년 전 잠이 오지 않아 숫자를 세다가 자라는 물건을 떠올렸다. 그때부터 자를 소재로 삼아 작업했다. "자는 규칙과 정확성과 획일성을 갖고 있는데 그것을 왜곡하고 싶었다"고 했다. "사람들은 모두 자신만의 잣대를 갖고 있다는 것을 보여주는 작품이기도 하지요." 4월 28일까지, (02)730-2243

리안갤러리

김승주의 '온 더 라인'(201×114×215㎝). 구불구불한 철제 자로, 자의 본래 기능을 상실했다.

〈CD 플레이어〉

골동품 CDP·카세트테이프 2030이 찾아 나서는 까닭은

서울레코드페어

매년 독립 음반점이 모여 음반 판매와 전시, 공연을 여는 박람회 '서울레코드페어'에서 LP를 고르는 사람들. 20~30대가 가장 많으며 추억 속 LP를 찾으러 온 중장년층도 최근 늘고 있다.

골목 안 독립음반점들 〈하〉

장롱 속 오디오 줄줄이 수리점行 英·日 등 독립음반점 찾아가기도

음반점의 부활은 아날로그 음악이 되살아나고 있음을 뜻한다. 음반점 주 고객인 20~30대는 편리한 디지털 스트리밍 음원을 마다하고 LP와 카세트테이프를 찾아 전국을 찾아다닌다. 덩달아 '원조 아날로그 세대'인 50대 이상 장년층도 장롱 속 LP와 카세트테이프를 꺼내 먼지를 털어내고 있다. 디지털 음악은 소비재이지만, 아날로그 음악은 '경험재'가 되고 있다.

대전에서 직장에 다니는 이종수(27)씨는 서울 홍대 인근 독립 음반점 할인 행사 날짜를 적어뒀다가 한 달 2~3번 꼭 서울에 올라와 들른다. "스트리밍은 편하지만 내 것이란 생각이 안 든다. 반면 음반은 사러 가는 길부터, 고르고 사서 들고 오는 과정까지 경험이자 추억"이라고 말했다.

비행기 타고 음반 구하러 가는 이도 조금씩 늘고 있다. 전 세계 LP 시장의 확대와 함께 해외 유명 독립 음반점을 찾아 떠나는 것이다. 영국 런던 옥스퍼드 거리의 '히스 마스터스 보이스', 쇼디치 거리의 '러프 트레이드', '세계 최대 독립 음반점'이라는 미국 LA의 '아메바 뮤직' 등이 대표적이다. 일본 최대 중고 음반점인 '디스크 유니언' 역시 여행객들이 자주 찾는 장소다. 2년 전부터 LP를 사 모은 직장인 박정란(27)씨는 "신보를 LP로 먼저 발매하는 외국 아티스트도 많아 해외여행 갈 때 레코드숍을 가장 먼저 들른다"고 말했다.

CD 플레이어도 멸종되다시피 한 시대에, 턴테이블과 카세트 플레이어를 찾는 발길도 늘었다. 카세트테이프를 전문으로 파는 서울 도화동 음반점 '도프레코드'는 오픈 직후 카세트테이프 재생 기기를 찾는 사람이 쏟아져 플레이어도 함께 팔고 있다. 서울 동묘역 인근에 있는 반석전자 조모(61) 사장은 "카세트 플레이어는 대개 절판돼 과거보다 2배에 팔리는데도 젊은 손님이 많이 찾는다"고 했다. 10~20대가 몰리는 온라인 쇼핑 사이트 '에누리닷컴'에 따르면 올해 1월 턴테이블 매출이 작년 같은 기간보다 21% 늘었다.

오래되고 고장 난 턴테이블과 카세트 플레이어, CD 플레이어가 수리점에 몰리기도 한다. 서울 세운상가 영진전자 안성철(61) 사장은 "오래된 기기는 많게는 10만원까지 수리비가 든다"며 "20대 손님들은 '얼마가 들어도 좋으니 꼭 고쳐달라'고 말한다"고 했다. 아날로그 재생 기기를 구하지 못한 이들은 소장품을 들고 LP바나 음악감상실을 찾아다닌다. 서울 연남동 음악바 '데어데어' 사장 권범준(40)씨는 "최근 LP를 가져와 틀어달라는 젊은 손님이 늘었다"고 말했다. 김민정 숙명여대 소비자경제학과 교수는 "다소 귀찮더라도 나만의 경험을 원하는 젊은 세대와 아날로그 음반이라는 라이프 스타일이 맞아떨어진 것"이라며 "이제 음반은 단순 소비재가 아니라 개인 취향에 맞춰 특별한 경험을 선사하는 '경험재'가 됐다"고 말했다.

윤수정 기자