

‘패션’을 칠한 공간

토비아스 카스파展 2022. 10. 22~12. 18 파운드리서울
Memory of Rib展 2022. 11. 25~12. 24 n/a

조명을 끈 뒤 무대나 스크린을 밝히면, 이른바 ‘제4의 벽’이 가동된다. 극장에 들어서는 순간, 우리는 무대 혹은 화면에서 벌어지는 일이 관객과 분리된 다른 세계에서 일어나는 것이라는 규칙에 암묵적으로 동의한다. 의도적으로 이 규칙을 깨지 않는 이상 제4의 벽이 무너질 일은 없다. 제4의 벽처럼 굳건하지는 않지만, 미술에도 게임의 암묵적인 규칙이 존재하기는 한다. 이른바 ‘화이트 큐브’라는 불안정한 환상으로, 굳이 본 지면에서 이를 자세히 설명할 필요는 없으리라 본다. 모종의 중립성 혹은 탈시간, 탈장소성을 추구하는 것이 화이트 큐브가 가진 여러 성격 가운데 일부라 할 때, 탈시간적이고 탈장소적인 것이라곤 주변 맥락을 무시한 채 눈 깜짝할 사이 뻗어 오른 집단 주거지나 상업용 건물이 대부분인 서울/한국에서 운영되는 거의 대부분의 전시 공간에 있어 중립적 화이트 큐브란 그야말로 백일몽을 넘을 수 없는 운명인지 모른다.

외부를 피할 수 없는 내부

얼핏 물질과 비물질, 디지털과 아날로그 등이 혼잡하게 뒤섞인 것 같지만 어느 때보다 손에 잡히는 물체들에 대한 물신이 짙어진 지금, n/a에서 열린 〈Memory of Rib〉은 신체가 지닌 복수성 혹은 다중성이라는 문제를

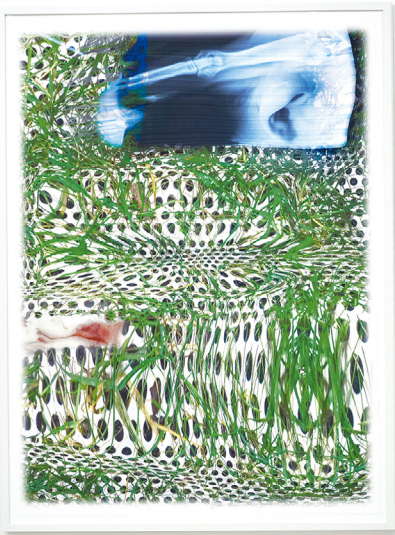
작가들에게 제시하고 그 응답을 모아 만들어졌다. 전시는 참여 작가인 레이나 스키하라가 만든 동명의 작품에서 제목을 차용했는데, 관객은 본격적으로 전시를 보기도 전부터 뒤집힌 신체를 통과하는 듯한 경험을 하게 된다. 먼저, 시 외곽에 있을 법한 공업 시설이 준비한 을지로의 철공소 골목에 들어서기 위해선 재개발로 맥락 없이 불쑥 솟아난 고층 빌딩들을 마주하고 지나야만 한다. 1960년 준공된 조적조(組積造) 건물에 자리한 전시 공간은 1층 철공소 옆으로 난 작은 문을 열고 계단을 올라가서야 비로소 시작되는데, 마치 외피를 한 겹 뜯어내거나 애초에 피부나 표피가 없는 탓에 마땅히 가려져야 할 피하 조직이 뒤집혀 외부가 되어버린 신체 조직이라도 된 양 낯은 건물의 토대를 가감 없이 드러내고 있다.

전시 공간의 뉘앙스를 주고자 덧붙인 하얀 가벽조차 부분적으로만 설치된 이곳은 1층의 철공소 위 두 개 층에 걸쳐있다. 전시를 이루는 열아홉 점의 작업은 대리석을 섞어 연마한 바닥이나 노출된 콘크리트 등으로 미뤄볼 때 오랜 시간 사무소나 창고로 쓰였을 법한 공간 곳곳에 새삼 무심한 듯 배치되었다. 예컨대 전시장 입구라 할 수 있는 좁은 계단 위로 이어진 난간에는 제쓰 베이지의 〈Mutual homes〉 연작 중 한 작업이 아무런 캡션이나 접근 제한 표시 없이 턱 놓였다. 건조 찰흙과 빛, 신문지 뭉치, 유리 덩어리가 합쳐져 주먹 달린 팔뚝처럼 누워 있는 30cm 크기의 이 작업은 조심성 없는 관객이 무심코 건드려 난간 너머 계단으로 떨어져도 이상하지 않을 것만 같다. 2층 전시장에만 네 점이 놓인 〈Mutual homes〉 연작 모두 n/a의 다른 전시에선 아무것도 놓이지 않거나 전시 인쇄물 등이 놓였던 자리에 태연하게 배치되었다. 전시된 작업 가운데 절반 가량은 벽에 걸렸지만, 그 벽 또한 중립적인 양 하얀색 가벽을 덧붙인 것뿐 아니라 겹겹이 쌓인 페인트 층을 그라인더로 열심히 갈아낸 듯 보이는 것이 뒤섞였다.

2021년 6월 개관한 파운드리 서울은 구찌가 이태원에 문을 연 국내 두 번째 플래그십 스토어 건물에 자리한다. 여섯 개 층에 달하는 지상의 대부분은 구찌의 매장, 체험 공간, 레스토랑 등으로 쓰이고, 갤러리는 1층의 일부와 지하 1, 2층 전체를 점유한다. 이태원 대로변에 자리한 전시장의 주변 환경은 분명 n/a처럼 공간에 들어서기 전부터 안과 밖이 뒤집혀 있지는 않다. 대신, 이 갤러리는 내부에 외부를 품은 모양새다. 대체 어떻게 내부가 외부를 품을 수 있을까? 구찌 매장 옆으로 난 출입구를 열고 건물로 들어가면, 엘리베이터를 기다리는 공간을 지나 비로소 갤러리 문을 열고 지하 1층으로 이어지는 계단실에 접어들 수 있다. 깊숙한 지하로 이어지는 계단은 일반적인 건물 두 개 층 높이에 달하는

토비아스 카스파 개인전 〈Personal Shopper〉 전경_ 스위스 기반의 토비아스 카스파(1984년생)는 ‘패션’의 문법을 미술로 끌어온다. 회화, 사진, 영상, 출판, 설치 등 다양한 매체를 활용해 패션이 동시대의 행동 양식에 끼치는 영향을 포착했다. 이번 개인전에는 작품을 커튼 사이에 배치하거나 직물 패턴, 마네킹 등을 적극 활용해 ‘패션 하우스’의 감각을 재현했다.





위 · 티산 수 <grass-screen-skin: zoom> 보관 용지에 잉크젯 124.8×92.1cm 2022(왼쪽), 이유성 <Dandelion Acceleration> 나무, 알루미늄, 천 60×50×102cm 2020 (오른쪽)
아래 · 조던 스트라퍼 <SOS> HD 비디오, 컬러, 사운드 11분 8초 2021(왼쪽), 이유성 <Pierce> 나무, 스테인리스 스틸, 귀걸이 4×90×70cm 2019(오른쪽), <Memory of Rib> 덴마크 출신 큐레이터 예페 우겔비그가 기획한 국제 그룹전이다. 패션 아이템, 디지털 기기, 인공 보철물 등으로 새롭게 경험되는 '몸'에 주목했다.



양면 전광판의 앞뒤를 보며 내려갈 수 밖에 없도록 이뤄져 있고, 광고판으로 쓰이는 구조물이 통합된 전시장 입구는 거대한 알림판 혹은 분위기를 조성하는 장치로 기능한다.

양면 전광판은 토비아스 카스파의 전시 <Personal Shopper>에서도 제 기능을 충실히 수행한다. 마치 럭셔리 브랜드가 로고를 장식으로 활용하듯, 작가의 연작 제목이자 전시 제목인 'Personal Shopper'라는 문구를 반복해 전광판을 가득 메우고 거기에 느린 속도의 움직임을 부여해 관람객이 반드시 이것을 보게 만들었다. 또한 이 공간은 유난히 매끄럽게 만들어졌다. 누군가 갤러리의 존재를 모른 채 투명 유리 난간을 잡고 지하로 내려간다면, 이 공간마저 플래그십 매장의 일부로 착각할 정도다. 개인전을 알리는 그래픽이 퍼스널 쇼핑 행사를 알리는 홍보물이라 생각하더라도 어색하지 않았으리라는 이야기다. 혹은, 전시가 열리고 있다는 사실을 인지하고서도 이것이 '미술로 이뤄진 전시'인지 브랜드의 홍보 일환으로 열리는 '행사로서의 전시'인지 착각했을지 모른다. 그저 미술전시라고 생각하기엔, 전시장에 들어서자마자 일곱 개의 마네킹부터 마주하게 되기 때문이다.

'손쉬운' 컬래버레이션

카펫 세 조각과 스물일곱 벌의 스웨터, 마네킹으로 이뤄진 설치작업인 <Epicenter>는 지하의 갤러리가 아니라 지상에 있는 플래그십 스토어에 놓여있어도 전혀 어색하지 않을 모습이다. 물론, 작가는 브랜드의 이름이 새겨져 있어야 할 라벨에 제 이름을 박아넣음으로써 이것이 실제로 착용하기 위해 만들어진 패션 아이템이 아니라 패션이라는 하나의 소비 양식을 지시하는 예술작품이라는 점을 나름 명확하게 드러낸다. 이 작업은 걸보기와 달리 꽤나 묵시록적이기까지 하다. 스웨터와 카펫에 새겨진 자수는 미 항공 우주국(NASA)이 촬영한 밤의 지구를 원본 삼은 것인데, 등성등성 불을 밝힌 밤의 지구는 실제 인구 분포나 밀도와는 관계없이 인공 시설의 밀집도나 국가별 빈부 격차를 가감 없이 드러내는 잔인한 이미지다. 스스로의 종말을 증거하는 이미지마저 미학적 대상으로 뒤틀어 소비하는 패션에 대한 비판적 태도를 패션 아이템의 형식을 빌려 비판하는 걸까?

온라인 쇼핑물 웹 사이트를 갈무리한 뒤 캔버스에 출력하고 그 위에 '회화적 개입'을 한 <Personal Shopper> 연작을 보면, 작가는 '컬래버레이션'이라는 손쉬운 용어로 모든 것을 포섭하려는 듯한 현재 패션계의 제스처를 재치 있게 맞받아치려는 듯 보인다. 19세기부터 변영한 스위스

동부의 자수 디자인이 1960년대에 이르러 일본으로 건너가 '유토폰' 패션 아이템으로 선풍적인 인기를 끌었던 점을 참조하여 자수로 만든 작은 형상들을 대형 사진으로 확대한 <The Japan Collection> 연작은 비판적 시선이라기보다 지나치게 재치를 부린 듯 보이기도 한다. 하지만 이러한 작업을 글로벌 럭셔리 브랜드의 플래그십 스토어의 발밑에 자리한 갤러리에서 선보인 점이 아쉬움을 상쇄한다. 같은 건물의 지하 1, 2층이 아니라 지상 1, 2층에 놓였다면 손쉽게 상품으로 거래되거나 판매 촉진을 위한 진열물로 착각됐을 형태의 작업이기에 더욱 그러하다.

이제, n/a와 파운드리 서울에서 열린 두 전시가 장소를 바꿔 열었다면 어떤 모습이었을지 상상해 본다. 전시가 이뤄진 공간과 그 외부마저 안과 밖이 뒤집혀 있는 <Memory of Rib>에서 뒤죽박죽 세계가 된 현재의 신체 감각을 지시한 작업이, 균질한 면 조명 아래 수직과 수평을 지키고 있는 파운드리 서울에서 같은 구성이었다면 무엇이 달라졌을까? 머리 위에 럭셔리 브랜드의 플래그십 스토어를 인 파운드리 서울의 입구와 계단실의 전광판, 이후 펼쳐지는 나무 바닥과 하얀 공간을 생각해 보면, n/a 전시에서 일종의 확장된 신체 역할을 맡은 건 단지 개별 작업만이 아니라 전시장 건물 그 자체였고, 전시장을 둘러싼 공간들마저 작업과 한 덩어리가 되어 제 몫을 다했음을 상기할 수 있다. 사방이 하얀 벽으로 둘러싸인 공간에 <Memory of Rib>을 고스란히 옮겨 놓았더라도 굳이 어색하지는 않았겠지만, 무균실의 수술대 위에 신체 조직들을 한 점씩 올려둔 마냥 다른 모습이었을 것이다.

그렇다면 미술을 품은 패션이 아니라 그 반대 방향을 작용해 만든 토비아스 카스파의 세 연작을 n/a에 옮겨다 놓는다면? 을지로4가 철공소 골목의 거친 공간에 카스파의 작업을 옮겨둔다면, 역설적이게도 작가가 던지는 농담이 유효성을 잃을 가능성이 커 보인다. 누군가 주차도 할 수 없는 n/a까지 도보로 방문해 스웨터나 카펫, 회화적 개입을 가미한 웹 사이트 갈무리 형태의 작업을 본다면 그 자체로 고무적인 일이겠지만, 거친 환경에 놓인 카스파의 작업은 브랜딩을 위해 미술을 활용하는 걸 넘어 '진짜 미술'을 하겠다고 나선 브랜드가 지나치게 진지한 마음으로 만든 결과물로 오해받을지 모른다. 도시의 기반 시설이 노출된 구역 한가운데 자리한 n/a에선 파운드리 서울에서처럼 전시 관람을 마친 관람객이 자연스럽게 1층의 플래그십 스토어를 방문해 전시장에서 본 것과 눈앞에 놓인 플래그십 스토어의 디스플레이를 비교할 기회가 없기 때문이다.

/ 박재용

