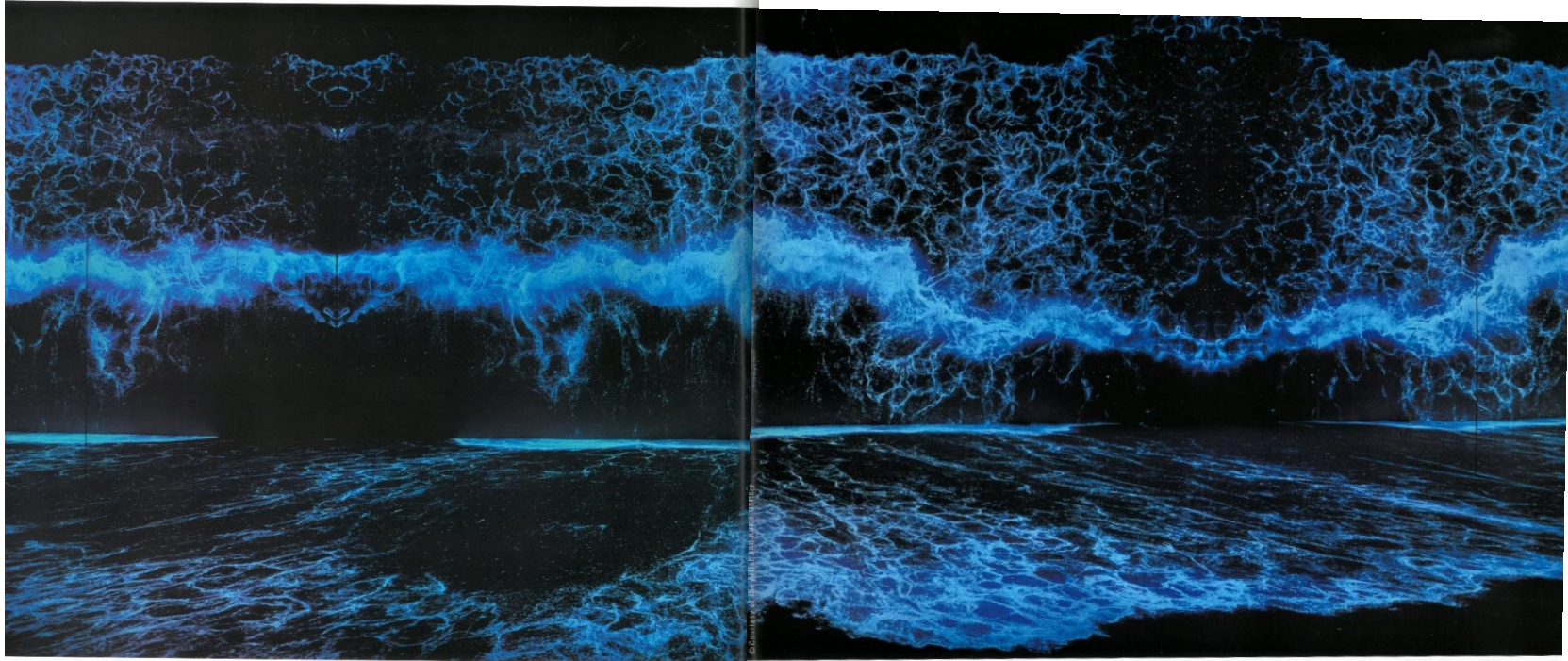


물결 너머의 질문들

October, 2020 | 한지희 에디터

art



ASTRICT (Starry Beach) 2020.

물결 너머의 질문들

에이스트리트는 현재 아트 신의 화제다. 이력과 실제 작품 모두, 신진 미디어 아티스트 유닛의 모체인 디스트릭트의 이성호 대표와 이상진 부사장을 만났다.

EDITOR HAN JI HEE

어플이 드리워진 국제갤러리 K3 전시장은 푸른 파도 불결로 차 있다. 에이스트리트의 작품 '스타리 비치(Starry Beach)'다. 6m 높이의 벽을 타고 불꽃처럼 퍼지는 파도의 움직임, 이와 반대로 벽과 바닥이 맞닿은 면에서 시작해 관람자의 발밑을 파고드는 움직임이 아우러진 모습은 가히 초현실적이다. 귀가 막혀질 정도로 새한 파도 소리는 가까워질수록 밀어지기를 반복하며 관객을 낚고 새로운 공간감으로 이끈다. 파도와 반대쪽 벽면에 세워진 거울은 이러한 감각을 더욱 확장한다. '스타리 비치'는 회화에서 말하는 극사실주의적인 표현처럼 파도의 특징을 극명하게 부각하고 확대

해 재구성한다. 이 작품은 3D MAX라는 소프트웨어로 제작되었다. 간단히 '컴퓨터로 파도를 만들었다'고 할 수 있지만 창작 과정은 그리 단순하지 않다. 이번 프로젝트를 총괄한 디스트릭트의 이상진 부사장이 그 과정을 설명했다. "이곳을 '심해'라고 가정하고 파도가 치는 가상의 환경을 조성했어요. 100m 길이의 해안선 저 멀리 50m 지점에서 파도가 밀려오는데, 해안의 지형, 바람의 세기, 물의 양 등을 가상 공간에 세팅하죠. 그곳으로 물을 흘러보내는 거예요. 그럼 파도가 치잖아요. 그 모습을 보면서 파도의 양을 늘리거나 줄이고, 지형의 높낮이 등을 결정해요. 그러고 나

서 인자가 다른 거품을 넣어볼까, 도래를 좀 더 넣을까 하며 에이스트리트가 원하는 파도를 가장으로 만들어요. 이러한 과정을 '환경을 시뮬레이션한다'고 해요. 시뮬레이션을 통해 도출된 파도는 파도라는 물성 자체만 따조. 여기에 물결의 색을 입히고 빛을 쬐서 반사 값을 높이는 등 후처리 작업을 거쳐 원하는 그래픽을 만든 거예요." 에이스트리트의 존재를 설명하기 위해서는 디스트릭트에 대한 이해가 필요하다. 에이스트리트는 디스트릭트 내 오픈 유닛이기 때문이다. 이성호 대표와 이상진 부사장을 필두로 한 디스트릭트는 70여 명의 구성원으로 조직된 아트테크 렉트리로

ART PHOTOGRAPHY: JUNGMIN KIM, JUNGMIN KIM



디스트리뷰트 이스트로(김도연)와 이성민(이상민)의 모습

“ 디스트리뷰트는 늘 기존에는 없는 새로운 것을 찾아서 사람들에게 영감을 주고 싶다는 생각을 갖고 있으며, 미디어 파사드를 처음 진행하면 그것이 시작이 되는 것처럼요. ”

배이 있어요. 그게 브랜드의 차이를 만들고 회사 의 문화와 철학으로 자리 잡는다고 생각해요.” 에이스트리뷰트의 탄생에 결정적 역할을 한 인물은 이철호 대표다. 본래 회계사였던 그는 군복무근 계기로 2007년 디스트리뷰트에 합류했고, 이후에 또 그곳에 남아 2016년 대표직을 맡는다. 그 해 은석 대표가 세상을 떠난 후 재정적인 어려움으로 고군분투하던 시절을 모두 겪었다. 돈이 되는 것이 무엇인지 알지만, 그것만 하면 크리에이티브를 지킬 수 없다는 것 또 알고 있는 인물이다. “저는 크리에이티브가 아니에요. 하지만 누구보다 창작자의 감수성을 잘 이해하는 사람이라고 자부 해요. 회사 내 크리에이티브들 사이의 요구나 갈등을 조율하고, 비즈니스 관련 문제를 해결할 때는 저자인 배가 다른 사람의 역할이 필요할 것 같아요.” 한국과 중국에 시차를 둔 디스트리뷰트는 기업이 의외라는 광고 미디어 제작물을 진행하면서 그들의 뜻과 다른 방향으로 결과물이 도출하는 것을 지속적으로 경험해왔다. “고객자가 원하는 것 또 예산에 맞춰 진행할 결과물이 마음에 안 들 때 가 있어요. 고객사의 의뢰를 존중하는 것이 당연 하지요. 우리 회사에는 카피를 제작할 전행하게 하는 것이 아까운 정도고 신박이 좋은 이득이 있 어요. 당연히 창작에 대한 갈등도 있죠. 그렇게 웨이브(WAVE)가 탄생한 거예요.” 지난 4월 잠 성동 코엑스에 등장한 1620㎡ 초대형 벽도 작품 인 ‘웨이브’는 그들의 키워드로 진행한 공공 미디어 아트다. 도심 한복판에 바다를 끌어들이는 순수 한 창작 의뢰는 동화다. 사람들은 와서 현상을 이 용해 일깨워 갔던 구원전 에노비로 인공경이 만든 초현실적인 세계에 섰었다. 국제갤러리 또한 이 작품들 통해 예술의 가능성을 엿보았다. 새로운 시 대에 반응하고 변화하는 시대를 반영하는 미디어 스킨을 창조 하던 웨이브가 유구 47월 첫 그들을 만나 이번 에이스트리뷰트의 전시를 추진했다.

다양한 디지털 미디어 기술을 활용해 감각적인 유희를 콘텐츠로 기획해왔다. 심로 국내 디지털 미디어 시상에서 디스트리뷰트의 콘텐츠는 독보적이다. 장갑사 그 최은석 대표는 국내 최초 1세대로 눈에 띄는 행보를 이어오다가 이철호 이사와 함께 2004 년 디스트리뷰트 휴먼스쿨 공동 설립하고 뉴 미디어 디스트리뷰트, 인터페이스의 디지털 콘텐츠를 정복해 새로운 디지털 경향을 이끌었다. 주연부 인 생로 콘텐츠와 2010년 김덕수 사물놀이 페스티벌 함께 국내 최초 4D 부대 예술을 선보인 디지털 사물놀이 ‘죽은 나무 꽃 피우기’를 공개했고, 2011년에는 디스트리뷰트의 모든 영역과 자본을 투입해 도심형 하이드로 테라파크 ‘4D 리프와 크로’도 오픈했다. 정화적인 비전과 선구적인 행보,

특히 생전에 그가 끊임없이 강조한 ‘수준 높은 결과물에 대한 엄격한 기준’ 등은 현재까지도 디스트리뷰트의 정신이 되고 있다. “디스트리뷰트의 비슷한 일을 하는 회사들이 존재해요. 그들과 가장 차 별자는 부분은 사내 문화 또는 결과이라고 생각 해요. 디스트리뷰트의 이름이 대표한 의미처럼 엄격 한 디자인, 즉 우리가 제작하는 결과물의 수준은 확실히 높아내는 것이 그 의미방이에요. 이는 최 대표님이 생전에 늘 강조했던 부분이에요. 이러한 레거시가 구성원에게 DNA처럼 존재해요. ‘자녀들이 어릴 때부터 접하는 것은 모든 예산만큼 세제하고 고객사가 만족하면 끝나는 것’으로 하시면 우리는 마음에서 그때까지 작업을 진행해요. 스스로 무 끄러져 많은 작업과 그걸 위한 심혈한 미디어가



1 광화문로(LED 파사드)  
2 서울 테크노파크(현대 미술관) THE NEIGHBOR WALL DISPLAY  
3 마포에 디지털 아트벽  
신안간 벽(WAVE),  
4 자니의(수출 기계 부품) 통해 도시의 현대적 분위기를 연출하는 LED 파사드

에이스트리뷰트는 저품에 따라 투입되는 인원이 달라지는 오픈 방식으로 운영된다. 웨이브의 경우 모션 디자인 전문가를 주축으로 작업했고 이번 국제갤러리의 작품은 인스투레이션 아트와 인터랙티브 작업을 하는 멤버들로 구성해 진행했다. 디스트리뷰트 코가에 합류해 역사를 함께해온 이상민 부사장은 이번 전시 작업에서 크리에이티브 리더로 활약했다. “디스트리뷰트는 기존에 없는 새로운 것을 찾아서 사람들에게 영감을 주는 인물이 아트 플랫폼이에요. 미디어 파사드를 처음 진행 하면 그것이 시초가 되는 것 같아요. 아이폰과 같은 새 디바이스 프로젝트를 진행할 때도 있어요. 피스널 디바이스가 나올 거라고 예상했는데, 갑자기 아이폰드가 등장하더라고요. 사람들에게 새로운 경험을 전해주고 싶은 열정을 창조해 갔고 싶어요. 그것이 바로 안인사 생각해요.” 고정된 실체는 없지만 에이스트리뷰트의 모던한 디스트리뷰트가 콘텐츠를 제작하는 긴장감이 시장 경에 관해서는 의심을 필요 없이 보인다. 문제는 한국의 대표라는 갤러리의 문턱을 넘은 에이스트리뷰트의 앞으로 행보였다. 이철호 대표가 말한다. “제삼을 이루는 모든 부분이 조금씩 변화하고 있다고 생각해요. 예술을 수용하는 제3의 정신도 있다고 생각합니다. 전통적인 아트 신에서 바깥을 때는 지지가 심보인 작품이 굉장히 경박하고 싸구려 같다고 생각할 수 있죠. 후대적으로 작품

을 활용하지 못하던 시절도 이제는 가깝나 듯 보 이고요. 대중이 갤러리에서 감상한 것을 소셜 미디어에 업로드해 소통하려고 하죠. 갤러리본원의 역할이 미디어에 의해 더 폭발적으로 확장되는 것이 아닌가 싶어요. 코노나19로 미디어 아트의 역할은 더 커질 거예요. 타인과 공유하고 싶은 만큼 큰 감동을 얻었다면 적극적으로 사람들이 이를 담고 느끼고 비유에 의한 반응은 작품을 선호 하지 않을까 생각해요. 저희끼리 예술의 정의를 두고 여전히 토론을 계속 하고 있습니다.” 에이스트리뷰트와 국제갤러리에서 ‘스태리 비치’를 공개하고 난 후 역사나 아트 씬으로부터 우연히 목소리가 나왔다. 순수한 의도에서 출발한 결과물이 공공장소에 설치되었을 때와 갤러리에 전시 되었을 때는 큰 차이를 보았다. 단순히 이런 반응이 뒤따른 시기므로 보지 않는. 속기나 미술 관계자들이 성공하는 것은 오히려 당연하고 건강 하다는 용기나. 지금 막 출발한 신진 아티스트 유닛 인 에이스트리뷰트는 예술이 무엇인지 완벽히 정의 를 내리지 못한다. 평생 작업을 하며 예술의 본질 에 이르러는 많은 작가가 존재하지 않거나 첫 개인전에서 이불 언급하는 건 여백만 못하게 아무 원할 일인 것이다. 예술의 본질이 무엇인지에 대한 근본적인 질문과 함께 앞으로 만들어가야 할 예술적인 맥락 또한 에이스트리뷰트의 몫이다. ‘웨이브’와 ‘스태리 비치’는 작업에 사용된 기본 틀

은 다르지만, 피도라는 유동적인 물성을 기반으로 한 작품이다. 국내 최고 실력자들의 작업이 미디어에 디자인되어 이러한 현상이 체인 난고도 높은 것이 아닌가 유추할 수 있다. 실제로 다 다음 생활한 유희적에 따르는 세련된 표현은 실제로 누가 얼마나 어떻게 공평이 작업하느냐에 따라 결과물이 천차만별이다. 이상민 부사장은 “초대 작업의 양과 소요 시간을 들었다. 3초 영상 1초를 만들기 위해 30장의 이미지를 합치는 컴퓨터 과정을 개인이 PC로 진행하면 1장당 24시간이 걸린다. 1초에 한 프레임은 시간이 필요하다. 시간과 비용 모두를 고려할 때 개인이 진행하기엔 분명 무리가 있어 보인다. 미디어 작업 특성상 수준 높은 기술력과 자본력이 총동원되어야 비로소 원하는 작업을 완성할 수 있다는 사실, 미디어 아트의 현실이다. 이철호 대표는 ‘영원한 자연(Eternal Nature)’을 주제로 1500평 규모의 아르데코 뮤지엄을 9월 말 개장을 개관한다는 소식을 들려준다. “이티비 라는 단어는 디지털이라는 뜻이고 생각해요. 과거에 완전히 사라진 시간에 따라 빛이 바래지 만, 디지털 기술로 만들어낸 결과물은 세월 도구 만 있다면 언제든 영속할 수 있거든요. 사람들이 좋아하는 자연을 디지털 시대로 재현해 표현해 줄 수 있는 거예요. 아, 이철호 부사장은 에이스트리뷰트 이거나 디스트리뷰트의 친구들이에요.”