



우수콘텐츠잡지
2021

ကမ္ဘာ့အဆင့်မြင့်ဆုံးကဏ္ဍ
အကယ်၍

အကယ်၍ မိနစ်

437



6
13,000원

ကမ္ဘာ့အဆင့်မြင့်ဆုံးကဏ္ဍ
အကယ်၍

June 2021
since 1976



노상호 개인전 <THE GREAT CHAPBOOK1>(2016, SeMA창고) 설치 광경. 사진제공: 노상호

좋은 작업은 '호환'이 잘 된다

연예인 작품의 아트페어 완판으로 미술계가 한창 떠들썩했다. 극소수만이 예술을 향유할 수 있던 시대가 지나가고 누구나 원하면 미술품의 소비자가 될 수 있는 만큼 미술 소비 스펙트럼은 넓어졌다. 그러니 연예인 작품이 잘 팔리는 것에 대해서 굳이 언급할 필요가 있나 싶다. 미술에서는 가벼워 보이는 소비를 왜 금기시하는가. 단적으로 말해서 데뷔 26년차 정재형이 아이유보다 많이 소비될 일이 없는 거나 마찬가지다. 여차피 전시장 속 대다수 미술작품은 상품 가치로, 미적 가치로, 심지어 철학적 가치로도 세븐체어나 루이스폴센과 대결할 수 없다.

어떤 작가들이 공공의 수혜에만 기대는 사이, 어떤 작가들은 미술관과 갤러리 바깥에서 사람들과 소통하고 있다. 굿즈로, 음악 앨범으로, 책 표지로 말이다. 적성을 살린 바람직한 투잡이면서 느슨한 전업작가 활동이라고 볼 수 있겠다. 이들은 본의 아니게 사람들의 마음을 동하게 해 '먹고사는 구조'를 만들어냈다. 미술 관계자가 아닌 사람들의 일상에 미술을 끌어들이게 하고, 미술품 수집 입문자로 만들어주기도 했다. 작품을 소비로 이끈 몇몇 작가를 보면서 든 생각이 있다. '작품이 좋으면 굿즈도 좋다.' '굿즈가 좋으면 전시도 좋다.' 당연한 말씀이다.

노상호

@nemonannet

1986년생으로 자기가 먹고사는 구조를 구축한 작가. 핵오밴드 앨범과 굿즈 디자인으로 일찌감치 대중음악계에서 이미지 파급력을 경험했다. 2015년 세종문화회관에서 열린 <굿즈 2015> 기획단으로 참여했으며 그 전시에서 판매왕 1위를 기록했지만 '굿즈' 자체를 대안으로 보지 않는다. 에잇세컨즈, 휘슬러, 참이슬, 뉴발란스 등의 브랜드와 협업하고 잡지, 영화 등의 포스터를 디자인했다. <2014년 젊은모색>, 2015 난지미술창작스튜디오 레지던시, 아라리오뮤지엄 인 스페이스 개인전(2018) 등의 이력이 있다.

성실한 소비 성실한 창작

작가, 아트디렉터, 스튜디오 실장님, 혹은 일러스트레이터 등등등. 노상호는 다양한 분야에서 다양한 이름으로 불린다. 직종 직함이 여러 가지라는 건 그만큼 다양한 일을 한다는 방증이다. 그런데 노상호 작가는 애초에 끊임없이 소비하고 증발하는 것들을 자신을 먹지 삼아 투과해 보여주기로 했으므로, 무엇으로 불리건 개의치 않는다. 어차피 다 자기 작업이다. 외부 요구가 어느 정도 차지하는지가 다를 뿐이다. 물론 "상업신(scene)과 미술신을 여유롭게 드나드는 것처럼 보인다"는 기자의 말에 그것도 경계를 구분하는 것 아니냐고 일침을 놓는 명민함을 잊지 않지만, 수채화물감을 놓고 아크릴물감을 쓸 때도, 대학원을 갈 때도, 상업적인 협업을 할 때도 그의 일관된 태도는 이거다. "딱히 안 할 이유가 있나?"

일찍이 <젊은 모색 2014>에서 두각을 보인 그는 방대한 양의 드로잉 작업과 서사를 기반으로 <Daily fiction>, <The Great Chapbook> 시리즈와 <Magic Wand> 시리즈 등을 선보여왔다. 그는 매일 인터넷에서 찾은 이미지를 출력해 먹지에 대고 밀그림을 그린 다음 수채화물감으로 채색했다. 그렇게 그린 이미지는 본래 이미지와

이야기로부터 자리를 옮겨 번지고 증식한다. 그러는 사이, 원래는 이야기와 짝을 이루던 이미지는 스스로 존재하게 되었다. 전시에서 그의 작품들은 편집숍의 물건처럼 진열된다. 물론 거대한 그림이 걸리기도 하지만 매일 그린 작은 그림들은 옷걸이에 걸려있어 '찰찰' 넘기면서 보게 돼있다. 우리가 매장에서 옷을, 혹은 SNS를 후루룩 넘기다가 마음에 드는 것이 있으면 멈추고 자세히 들여다보듯, 그의 작품들도 그렇게 넘기다가 슬쩍 들어서 보면 된다. 노 작가에게 전시는 '팝업스토어'인 셈. 그는 온라인 속 정방형 액자가 진열된 전시장에 매일 들르는 사람들이 팝업 쇼룸을 방문하듯이 전시장에 온다고 생각한다. 전시는, 작가에게 주어진 미션을 수행하듯 시리즈를 바꾸는 방식이 아니라 매장의 콘셉트를 바꾸는 방식으로, 게임 버전이 업그레이드되듯, 진화하고 있다.

최근에는 2년간의 준비를 마치고 3D작업을 본격적으로 시작했다. 디지털세계 반, 현실세계 반에 살고 있음을 은유적으로 보여줄 수 있는 게 '디지털'이니까. 일주일일에 두세 번 정도 3~5초 길이 3D 영상을 업로드하고 있다. 3D 작업도

인터넷에 돌아다니는 건본을 주워온 것을 기초로 한다. 일찍이 작품 JPG 파일을 USB에 넣어 판매하던 작가는 NFT시장에 담글 발도 하나 더 준비했다. 요즘엔 아크릴 '회화' 작업도 한창이다. 밀침을 하고 전체 화면을 조망해 가면서 그리는 고전적인 방식의 회화는 아니다. 그날그날 A4용지에 드로잉을 했듯, 그날그날 정해진 화면만을 칠한다. 3D 모델링이 부분부분 나눠 제작해 그걸 접합하는 것처럼. 조각들의 모음은 그가 세계를 인식하는 방식과도 닮았다. 그는 뉴스피드와 신문물에 몸이 활짝 열린 이미지 소비자면서 이미지 생산자로, 계속해서 삶으로서의 소비를 몸소 보여줄 예정이다.

매일매일의 수행에 방점을 두던 작가는 이제 '잘 그린 그림'이란 개념도 더는 거부하지 않을 거라고 한다. 데일리 픽션 3년 차에 실력이 뛰어버린 것을 별일 아니라고 애써 치부했지만, '잘' 그리는 것도 "딱히 안 할 이유 없다." 미술 말고도 재밌는 것이 많지만 또 미술만큼 재밌는 것도 없다는 걸 다시 인정하기로 했다. 외글와글한 드로잉의 세계와는 또 다른 무시무시한 조형의 세계가 그를, 아니 우리를 기다리고 있다. ●

왼쪽, 가운데 노상호 작가가 작업한 핵오 앨범 커버 <24>와 첫 앨범 <20>

오른쪽 <굿즈 2015> 설치 광경. 노상호는 자신의 대형그림에서 관람객이 원하는 장면을 원하는 크기로 잘라주고 그것을 판매했다. 1㎡에 500원





위 <THE GREAT CHAPBOOK2>(2018,
 아라리오뮤지엄 인 스페이스) 개인전 광경
 아래 왼쪽 3D 작업물 (heart_composite) 2021
 오른쪽 <THE GREAT CHAPBOOK3-Elsewhere>
 회화, 혼합재료 80×188×165cm 2020.
 <다른 곳>(2020, 아틀리에 에르메스) 전시에
 작업대를 그대로 가져왔다. 사진제공: 노상호