



예측 트렌드 Trend Forecasting

콘텐츠 유형 : 미니 프로젝트

취재 및 사진/글 : 이 순영(트렌드 전문가)

자료제공: Monsieur Qui

© Monsieur Qui/페클레한국공식지사 LISOPHE



<제3의 문화 미니 프로젝트>

-제1편-

Monsieur Qui

(graffiti artist)

프랑스 스트리트 그래피티 아티스트

프랑스 파리는 그래피티 붐이 일고 있다. 그 중에서도 Monsieur qui이라는 익명의 이름으로 알려진 프랑스 그래피티 아티스트를 소개한다. 파리지엔이라면 그의 그래피티를 한번쯤은 보았을 정도로 Monsieur Qui로 알려진 그는 인터뷰 중에도 자신의 본명을 밝히길 원하지 않는다. 그는 제3의 문화라고 불리는 거리에서 대중들에 의해 알려진 아티스트이다. Monsieur Qui에게 직접 듣는 그의 작업세계와 그가 소개하는 몇 가지 작업을 알아본다.

페클레 한국공식지사 LISOPHE ©All Reserved. 2009

5월 초 프랑스 파리에 있는 'Monsieur Qui'로부터 인터뷰에 응하겠다는 연락이 도착했다. 그를 제3의 문화 미니 프로젝트 제1편에 소개하겠다는 기획의도는 사실 내심 야심찬 생각이였다. 그도 그럴 것이, Monsieur Qui는 자신의 이름을 밝히지 않고 활동하는 그래피티 아티스트로 유명했으며 인터뷰에 응하지 않는 사람으로도 익히 잘 알고 있는 바였기 때문이다. 파리지엔이라면 누구든지 알고 있는 익명의 아티스트 Monsieur Qui와 여러 차례 메일링과 전화통화 시도를 통해 드디어 그를 잡았다!

오늘날 거리는 문화를 발생시키고 또한 다양한 믹스앤매치 컬처를 생산하는 창조의 도가니라는 것은 트렌드를 접하는 산업 전반 전문인들이라면, 그리고 디자이너라면 누구든지 알고 있을 것이다. 거리를 신문화(제3의 문화) 발생지라고 주목할 때 그래피티와 거리 축제, 멀티 샵과 피킹 샵(picking shop), 비보이, 코스프레 등은 우리에게 동시대 문화를 리딩하게 해주는 좋은 데이터가 된다. 바로 트렌드에서 자주 등장하는 melting pot 키워드의 소식이 되는 콘텐츠들이다. 최근 크리에이티브 분야에서 활동하는 많은 전문가들은 거리를 주목한다. 심지어 요지 야마모토와 스테판 매카트니, 아르마니, 샤넬, 필립 스트락 등과 같은 세계적인 명성을 얻는 디자이너들도 거리의 움직임을 주목하고 이를 관찰하며 영감을 얻어 다양한 스타일과 디자인, 개념 등을 재정립하고 있다. 과거 아웃도어(outdoor)로 일축되던 외부 환경에 대한 고찰은 이제, 환경과 거리를 동시에 바라보는 복합문화의 중요성을 인식하고 있으며 점점 더 복잡다양해 지고 패러독스 형태를 흘러가는 소비흐름을 간파하기 위한 post-mass market의 특징으로 좌우된다.



자료제공: Wheatpaste in the Corezone shop of Toulouse © Monsieur Qui

제3의 문화 발생지 Street는 이제 신문화 발생지가 되고 있다. 이를 주목하는 것은 이제 디자이너들의 소셜 이슈를 제품기획의 직감력이 될 수 있는 중요한 수단과 방법이 되고 있다. 그 중에서도 본 미니프로젝트의 제1편에서는 그래피티 아티스트를 통해 거리에 대한 그들의 생각과 작업 스케일 및 활동을 알아보려고 한다.

그래피티(graffiti)란, 낙서화를 말한다. 1960년대 말 뉴욕 거리 곳곳에 흑인들이 자발적으로 소수가 모여 벽에 낙서화를 시작한다. 이러한 소수 집단의 움직임이 문화가 되어버린 그래피티를 그래피티 무브먼트(graffiti movement)라 부른다. 그러나 최근 몇해전부터 스와로브스키와 같은 럭셔리 주얼 브랜드들도 거리의 그래피티 아티스트들과 크리스탈을 낙서화로 그려내기 시작한다. 그 뿐만이 아니다. 티셔츠 위에 다양한 복합문화를 어필하는 그래피티 및 그래픽이 제안되고 있으며 소비자들의 anti-age 타켓을 그대로 섭렵한 유일한 아이템이 되고 있다. 또한, 스니커즈와 같은 시티웨어 액세서리에도 다양한 그래픽과 그래피티가 수놓아지고 있다. 이는 단지 한때 유행하고 끝나는 시즌 트렌드로 치유하기에는 예상보다 넓은 확장을 계속적으로 보이고 있다.



자료제공: Wheatpaste in the Corezone shop of Toulouse © Monsieur Qui

오늘날 진정한 롱런(long run) 사이클은 거리에서 보여진다. 너무나 다양하고 복합적이어서 한눈에 간파하기 힘들지만 이들의 원동력을 좀더 가까이에서 살펴 본다면, 각각의 개체가 서로 믹스되고 매치되며 또한 믹스앤패치(mix and patch)되는 개체적인 모습이 드러나기도 한다. 이러한 현상을 하나로 묶어 판단하는 과거방식으로는 더 이상 우리가 원하는 해답을 기다릴 수 없는 것 아닐까...

글로컬(glocal)이라는 의미도 바로 이러한 개체적 문화 콘텐츠가 지역과 국가를 뛰어넘어 불협화음을 창출할때 소비자들은 이들의 소리에 귀를 기울이며, 새로운 그 무엇인가에 매료된다 것. 오늘날 소비자들은 아이러니하며 변통적인 마인드를 소유하고 있기 때문에 계속적인 새로움을 추구하는 특징을 갖는다.

그래피티는 이러한 아이러니하고 변덕스러운 소비자들의 눈을 즐겁게 하고 새로운 심미성에 심취되게 하는 메니아적인 취향과 기호를 자극하게 한다. 이들의 거리 문화 콘텐츠는 티셔츠로, 벽지로, 자동차로, 심지어 작은 시프트 소품으로 입혀지고 치장된다.

과거 2~3년전 가전전자 제품에 무한대로 쏟아져 나오는 패턴을 보았다. 한때 디자이너들은 다시 아르데코 시대로 돌아가는 것이 아니냐는 반응을 보였다.

지금도 가끔 디자이너들은 시즌 트렌드 정보를 접하며 '패턴이 계속 보여질까요?' 라는 약간의 우려 섞인 질문을 던진다.

패턴은 말그대로 장식적 차원이다. 간단히 말하자면, 최소한의 장식을 배제했던 기나긴 미니멀 산업시대를 지난 다음, 무엇인가 그리고 싶고 복잡하지 않지만 옛스러운 심미성을 다시 찾고자 하는 소비시장의 심리가 확대되며 패턴이 각광을 받았다고 할 수 있다. 좀더 구체적으로는 가전전자 제품의 기술력이 계속적으로 보완되고 리빙과 가전전자 제품이 서로 믹스앤매치 되면서 공간에 놓이는 또 하나의 가구와 같은 역할을 가전전자 제품이 수행하게 되면서 새로운 디자인적 요소 즉, 패턴적용이 필요하게 된 것. 그렇다면, 많은 디자이너들의 질문처럼 패턴은 계속 보여질 것인가?

본 프로젝트에서 다루고자 하는 것은 거리에서 발생하는 신문화를 다루고자 한다. 신문화 속 첫 번째 이슈는 바로 그래피티이다. 그래피티는 반복되는 형상을 갖는 패턴은 아니다. 단, 특정 문화를 어필하는 상징적인 메시지가 숨겨져 있는 것이 특징이다. 그렇다면, 현대인의 24시간 활동배경이 되고 있는 곳에서 그들을 매료시키는 그 무엇을 다시 찾을 필요성이 요구된다. 결론적으로, 오늘날 디자인은 그 어떤 콘텐츠라도 특정 문화가 내포되어 있는 아이템이라면 모두 산업 디자인의 인스프레이션이 되는 드림소사이어티 시대에 살고 있다는 것을 잊지 말아야 한다.



All images copyright © 2009 – monsieur Qui, Paris



All images copyright © 2009 – monsieur Qui, Paris



Handmade painting on skateboard with Inthasack



All images copyright © 2009
monsieur Qui, Paris

Handmade painting plates
with porcelain cooked ink





Born to die - 73x100cm canvas with acrylic and silver ink, urban art auction, marseilles 2009



Ink on qee - available on www.amkashop.com
All images copyright © 2009 -
monsieur Qui, Paris

handmade customized sneakers



<Monsieur Qui 인터뷰 내용>

SY: 당신의 그래피티에 내포된 작업관이나 철학이 있다면, 그리고 실제 당신의 전공에 대해 궁금합니다.

Monsieur Qui: 처음엔, 다른 사람들처럼 그냥 그림을 좋아해서 패션 일러스트를 시작하게 되었습니다. 바로 내가 좋아해서 하는 것이 바로 내 작업관이나 철학이 되겠습니다. 그밖에도 뷰티 코스메틱 사진과 타이포그래픽 핸드메이드 등을 전공했습니다. 개인적으로 항상 패션과 스트리트 컬처(street culture)에 대한 관심이 높았으며 내 기억으론 졸업반 시절엔 그래피티 과목은 가장 저조한 점수를 받은 것으로 기억합니다(웃음)

SY: 혹시 당신 작업엔 동일한 특정 동기가 유발됩니까? 그래피티를 하기전 구상단계에서 말입니다.

Monsieur Qui: 물론 입니다! 난 항상 새로운 것을 시도하는 것을 좋아합니다. 마치 공격이라도 하듯이 말입니다. 약간의 스트레스와 열정을 쏟을 만한 스토리만 있다면 그 것이 동기유발이 되겠습니다. 특히, 거리를 통해 영감을 얻은 것들을 통해 미리 예측하는 시각을 갖는것을 즐깁니다. 내주위의 많은 것들을 관찰하며 형태를 만들어 내고, 종이를 꺼내 에스키스를 하곤 합니다.

SY: 사람들이 당신을 ‘Monsieur Qui’라고 부르는데 왜 그런가요?

Monsieur Qui: ... 내 첫번째 스튜디오 이름이 ‘Merci Qui’(Thanks who)였습니다. 그때부터 내고객들이 Monsieur Qui(그게 누구?)라고 부르기 시작하더군요. 그들이 붙여준 이름이죠. 그 후부터 익명으로 불리고 있습니다. 전혀 불편하지 않습니다.

SY: 당신한테 ‘스트리트’(street)란 무엇인가요?

Monsieur Qui: 나에게 스트리트(street)란 바로 스트리트 컬처(street culture)와 동일합니다. 오늘날 스트리트는 마케팅 개념 이상이며 영감(inspiration) 그 이상의 무엇인가가 있는 곳입니다. 마치 과거, 현재, 미래의 모든 소비세대가 함께 공존하는 곳이라고 할 수 있습니다. 그래피티 아티스트로서의 개인적 시각으론, 내 인생의 일부분이죠. 스트리트는 내 캔버스이기도 하고 가장 멋지고 훌륭한 것들이 생성되고 소멸되는 것을 반복하는 끝이 없는 사이클을 보이는 곳입니다. 바로 창조와 창의성이 있는 곳입니다.

SY: 당신의 그래피티를 보면 거리에서 영감을 받는 것이 두드러지는데 맞나요?

Monsieur Qui: 스트리트는 나에게 영감 그 이상의 것입니다. 개인적으로 내 그래피티는 다른 그래피티 보다 좀더 클래식하다고 할까요? 스트리트에서 관찰되는 모든 것들 중 과거의 것, 즉 복고적인 무드에 심취하곤 합니다. 오래된 골동품이라던가, 오래된 건물이라든가...어딘가 엘리강스함을 표출하는 것이 내 그래피티 작업에 있어 완성단계에 제시됩니다.

SY: 그래피티에 있어 칼라가 중요하다고 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는?

Monsieur Qui: 솔직히 말씀드리면, 나의 그래피티에는 칼라사용이 많지 않습니다. 사실, 제게 칼라는 그다지 자신있는 부분이 아닌 듯 합니다. 그 이유는 학생 때도 그랬지만, 칼라사용이 억제된 미니멀한 그래피티에 좀더 매료가 되었다고 할까요? 그러나 칼라사용을 아주 훌륭히 한 그래피티 작업을 저 또한 솔직히 동경합니다. 개인적으로 동경하는 그래피티 작업은 색감을 자유자재로 다루며 매우 가볍고 자연스럽게 매칭하는 Marguerite Sauvage의 작업들입니다.... 결론적으로 그래피티에서 무엇보다 중요한 것은 필치에서 접근하는 스타일링과 표현력을 부각시키는 뎛생력입니다. 최근 그래피티의 동향을 보면, 칼라가 또 다른 요소로 흡수되는 면을 볼 수 있습니다. 좀더 장식적이고 부가적인 감성 부분이라고 할 수 있겠습니다.

Monsieur Qui는 인터뷰 마지막까지 본명을 말하지 않았다. 단 32살 파리지엔이라는 것과 그의 스튜디오 파리에 있으며 언제든지 파리에 오면 스튜디오를 개방하겠다는 호의적인 태도를 보인다. 자신을 스트리트 패션 일러스트레이터로 소개하는 Monsieur Qui는 스트리트는 그에게 마치 종이와 같고, 그 위에 내주위의 모든것을 관찰하고 이를 그린다는 말로 인터뷰를 마쳤다.

그래피티... 마치 비보이들처럼 이들은 그들만의 특정 에스프리를 가지고 있다는 것이 느껴진다. 마치 우리가 트렌드를 리딩하고 이를 해독하며 키워드를 도출해 내는 것 처럼, 이들도 그들만의 스트리트를 묘사하는 특정 에스프리를 통해 필터링하는 방식이 내포되어 있는 듯 하다. 새벽 0시가 되면 어김없이 그래피티를 즐기는 그들은 분명 나이톨로지(Nightology)에서 주목하는 제3의 문화 생성을 위한 모더 역할을 수행하는 미래 종족 트라이벌리즘의 개체들이다.



Personal project



Personal project/ Paris



Personal project

All images copyright © 2009 –
monsieur Qui, Paris



Voix editions project

All images copyright © 2009 –
monsieur Qui, Paris





All images copyright © 2009 - monsieur Qui, Paris



All images copyright © 2009 - monsieur Qui, Paris





All images copyright © 2009 -
monsieur Qui, Paris



All images copyright © 2009 -
monsieur Qui, Paris



All images copyright © 2009 -
monsieur Qui, Paris



All images copyright © 2009 -
monsieur Qui, Paris



All images copyright © 2009 -
monsieur Qui, Paris