

UVA University of Visual Arts

도시 미디어 공간의 미디어 파사드 제작 연구 Media Facade Research in Urban Media Space

홍길동, Gildong Hong, University of Visual Arts, email1@domain.ac.kr

성춘향, ChunHyang Sung, University of KOSMA, email2@domain.ac.kr

서론 Introduction

1.1 연구의 배경과 목표

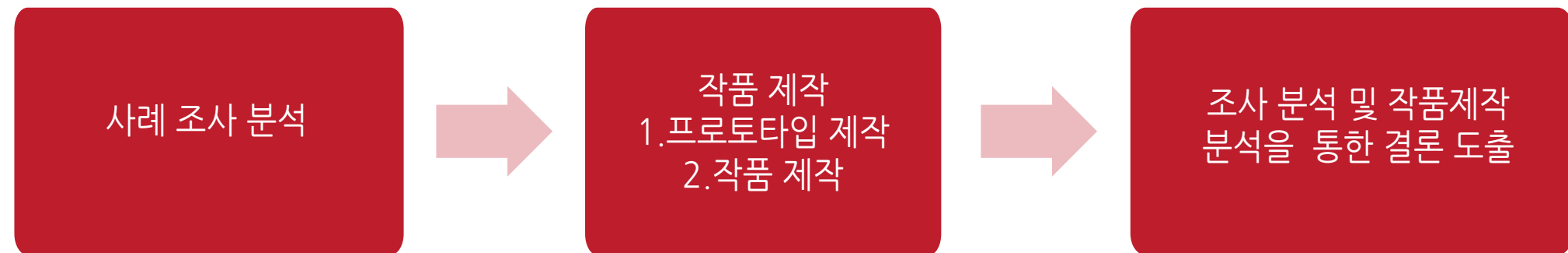
서울의 도시 공간은 각종 경관 조명들과 전광판, LED 사인들로 넘쳐난다. 각종의 미디어 디스플레이들이 도시의 거리와 지하철역, 건물의 입면, 버스정류장, 광장과 같은 장소에 우후죽순 들어서며 지나가는 행인과 이벤트에 모인 관객의 시선을 끌고자 한다. 디지털 사이니지(Digital Signage), 미디어 파사드(Media façade), 프로젝션 맵핑(Projection Mapping)등 신조어들이 탄생되었고, 디지털 기술과 미디어 하드웨어 기술이 접목되어 빠르게 뉴미디어 콘텐츠 산업으로 편입되고 있다.

미디어 파사드는 오늘날의 동시대적 전자 디지털 매체를 의미하는 미디어(media)와 얼굴(face)과 겉모양(appearance)이란 의미를 지니고 있는 건물의 면 중 현관 측 경면이나 거리에 면하고 있는 면을 의미하는 "파사드(façade)"의 합성어이다(Chung, 2011; Park, Kim & Kim, 2010). 대형 프로젝터나 LED등의 전자 조명을 활용하여 동영상 또는 디지털이미지를 보여 줄 수 있도록 건물의 외벽을 대형 스크린화하여 도시의 대형 건물들을 시각적 정보를 전달하는 매체물로 활용하는 것을 말한다.

상암동의 디지털미디어시티, 송도 국제도시 등 정부 또는 시 주도의 특구사업에서 새로이 지어지는 많은 건물들에 미디어 파사드가 도입되고 있다. 또한 종로나 강남에 건물이 있는 기업들은 기존에 존재하던 건물의 외장을 다시 미디어스킨으로 입히기도 하면서 그들의 기업 브랜드 이미지를 강조하기도 한다. 도시 공간에서 공공미디어는 기업의

1.2 연구 문제 및 방법

본 연구는 미디어 파사드를 중심으로 한 오늘날의 도시 미디어 공간에 대한 문화적 맥락을 기존 문헌의 분석을 통해 읽어 내고, 그 미학적 함의를 도출하고자 한다. 또한 도시 미디어 공간에서 사회 참여적이고 개입적인 예술로서 미디어 아트와 가능성과 그 조건들을 찾아보고자 한다. 이에 따라 제기 되는 특징적 이슈를 해외와 한국의 미디어 아트 사례에서 발견하고 도시 미디어 공간의 사회참여적인 예술로서 미디어 아트의 현장을 살펴보고자 한다.



본론 Research Process

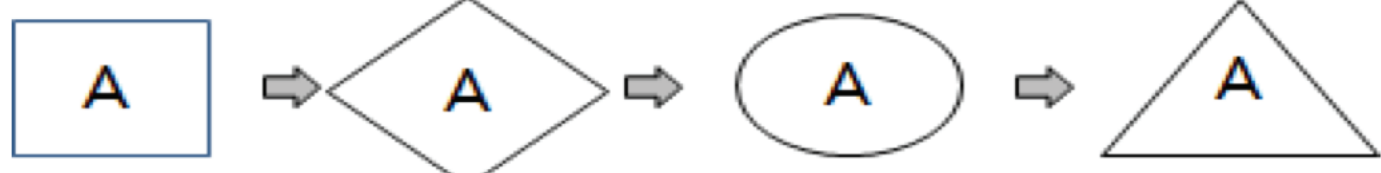
2. 이론적 배경 및 선행 작품 분석

2.1 이론적 배경

1998년 동경의 QFRONT 빌딩이나, 1999년 미국 뉴욕 타임 스�어의 NASDAQ빌딩을 거쳐서, 일반적으로 본격적인 미디어 파사드의 사례로 가장 먼저 들 수 있는 건축물은 도쿄 긴자에 위치한 샤넬 타워로 흔히 언급된다(Park et al, 2010). 그러나 연구자들은 오늘날의 미디어 파사드가 통합적인 도시 건축물과 미디어스킨의 결합으로 나타난 샤넬의 사례 이전부터 발전적으로 유사한 시도들이 있어왔다고 지적한다. 거슬러 올라가 1902년 뉴욕타임즈는 맨하탄의 브로드웨이를 극장사인과 빌보드 광고의 수많은 ...

2.2 관련 작품 분석

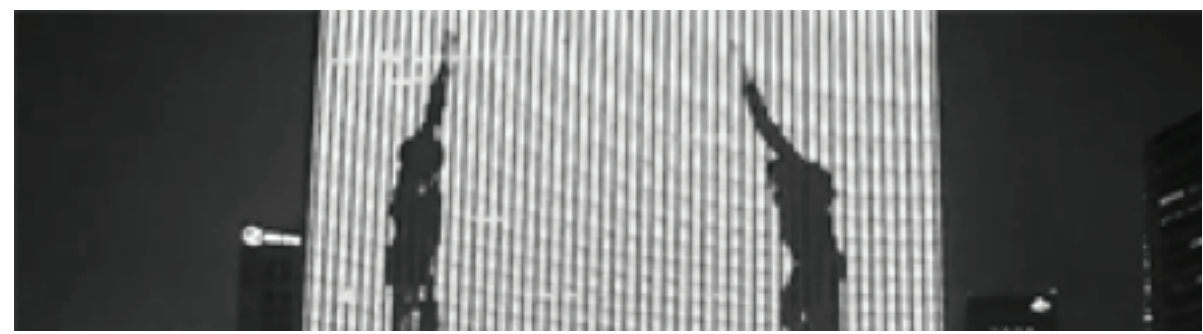
우선 해외 사례에서는 미디어파사드의 고전적 사례로 언급되고 있는 카오스 컴퓨터 클럽(Caos Computer Club, 이하 CCC)의 “블링켄라이트” 프로젝트와 그래피티 리서치 랩(Graffiti Research Lab, 이하 GRL)의 “레이저태그” 프로젝트를 중심으로 보고자 한다. 블링켄라이트 프로젝트는 23주 5일 동안 베를린 소재의 오래된 건물인 교원아파트에서 있었던 공공 미디어 설치 프로젝트이다. 건물은 1964 년경 완공된 것으로서 독일의 현대사를 지켜본 상징적인 고층 건물이었다. 1990년대 들어오면서 건물이 낙후되고, 사용이 줄어들면서 베를린 시는 스튜디오 용도로 공간을



<figure 2> Process Diagram

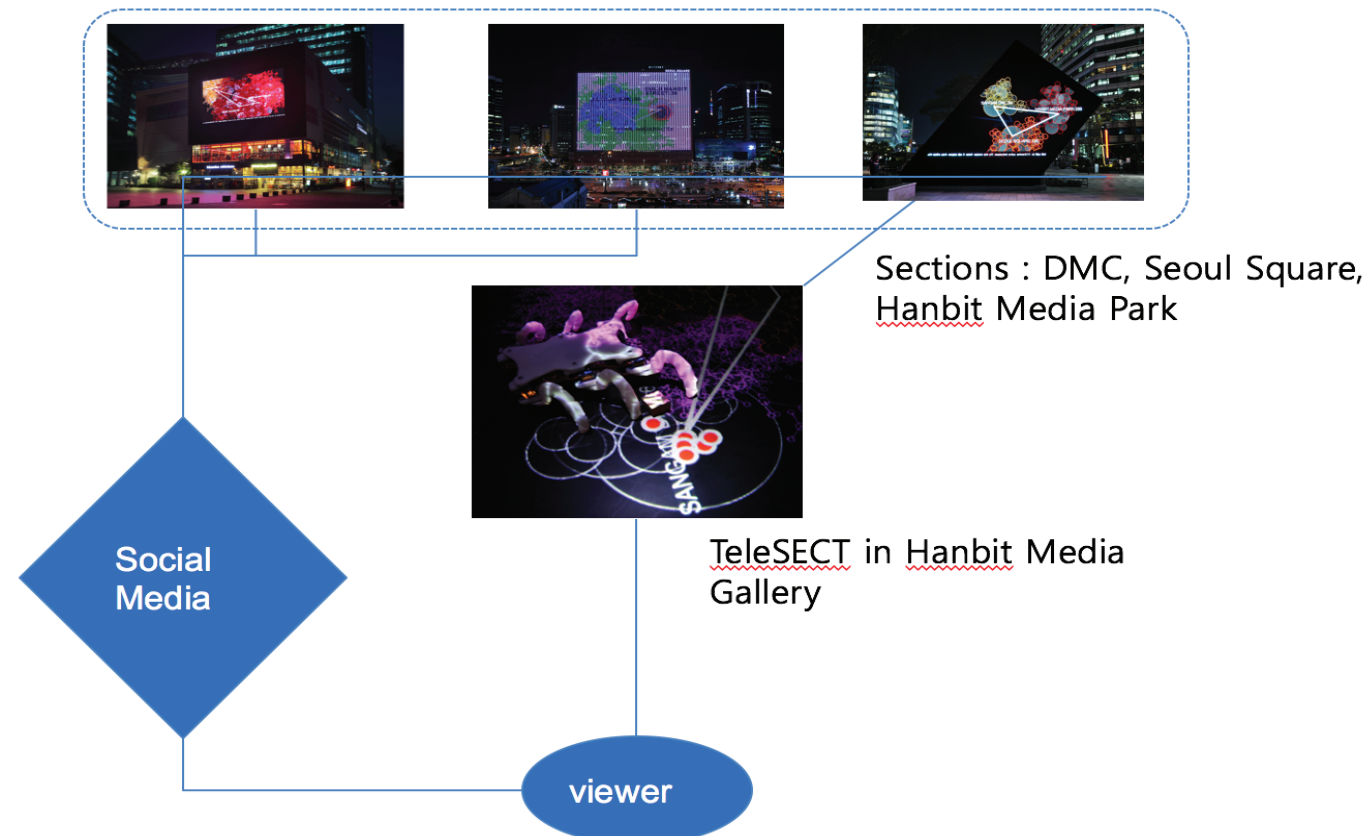
3. 작품 <@@@>를 중심으로한 작품 제작 연구

가나아트 엠프레닛(M.Planet) 프로젝트는 대표적인 서울시의 미디어 파사드인 대우빌딩의 서울스퀘어에 대한 미디어 파사드 전시 프로젝트이다. 서울스퀘어는 서울역 앞 광장을 마주보고 있으면서 서울역을 오가는 수많은 유동인구에게 도시미디어 환경을 만들어 준다. 서울 스퀘어는 가나 아트에서 위탁운영을 하는 방식으로 미디어 파사드에 배급될 작품의 수급과 운영 진행하고 있다. 2009년 오프닝에 맞추어 갤러리에서 구입한 줄리안 오피의 작품을 비롯, 양민하, 원, 문경원 등 한국과 세계의 기성 작가들의 미디어 아트 작품과 간헐적인 기획전을 사이사이로 배치하여 프로그램이 기획되고 있다.



<figure 1> Seoul square media canvas performance

국내의 경우는 아직까지 기록된 사례들이 많지 않은 한계도 있겠지만, 기존에 존재하는 미디어 파사드를 제도적인 테두리 안에서 활용하고자 하는 작가들과 대항사의 노력이 돋보인다. 그러나 누구의 작품이 선택되고 보여 질 수 있는가와 같은 문제는 미디어 파사드를 주위로 견고하게 쌓아올린 권력구조가 새롭게 등장하고 있음을 가나아트의 엠프레닛 기획을 통해 엿볼 수 있다. 작가들의 작업이 한번 대항사와 평가위원회에 의해서 걸러지기 때문에, 상대적으로 미디어 파사드에 선보이는 작업들에서 저항성이나 개입의 의도는 CCC나 GRL의 사례처럼 명백히 드러나지 않을 수 있다.



<figure 3> System Layout for @@@

4. 분석

이상에서 실천과 관계의 도시 미디어 공간을 위해 미디어 아트의 예술적 사회 참여와 개입의 조건을 해외사례와 국내의 미디어 아트 현장에서 살펴보았다. 예술가의 사회 참여적이고 개입적인 의도, 인프라에의 접근성 및 콘텐츠의 관객 참여성 세 가지로 도시 미디어의 저항성과 개입이 가능한 조건을

노력으로 인프라에 접근하고 있음을 발견할 수 있다. 이들 사례는 작가가 자발적으로 그리고 적극적으로 제도권화 되어가는 미디어 파사드 운영체제에 접근하고, 비록 제도권의 범위 내에서만이지만 도시 미디어 환경을 중심으로 새로운 실험을 전개할 주목할 만한 예로 볼 수 있다. 다만 이들이 CCC만큼 오랜 기간을 점유하여, 장소와 그 장소의 커뮤니티간의 지속적인 관계를 보여주거나, GRL처럼 유연한 미디어 플랫폼의 활용을 적극적으로 수용하지는 않아 보인다. 그러나 이들 국내외 사례는 정도의 차이가 있지만, 이들이 조성한 미디어 콘텐츠의 상황을 통해 소비문화적 스펙타클의 상징이자 소멸적 혼성공간으로서의 도시 미디어 공간에 관객을 적극적으로 끌어들이고, 실천과 관계의 공간으로 변모시킨다. 오재우가 미디어 파사드로 집단이 공유하는 몸의 기억을 통해 관객을 동원하고 참여시킨다면, 그 외의 사례는 미디어 아트에서 가능한 참여적 기술 인터페이스를 적극적으로 활용하여 관객의 참여를 도모하고, 미디어의 개입을 시도하고 있다. 이것은 미디어 아트가 알고리즘과 데이터, 기술적 인터페이스가 작품 제작에서 중요한 부분을 차지하는 미디어 아트의 속성을 반영하는 것이라 할 수 있다. 또한 도시 미디어 공간을..

<table 1> Extended structure of OSMU

LTE	
타겟	10-20세의 영타겟 (Y)
목표	인식변화
	서비스 고착화
전략	보상
	사회적 가치
방법	Application
게임	직접 전송
	점수
	점수 전환

결론 Results and Conclusion

현대사회의 특징으로서 나타나는 소비주의와 그 현상으로서의 도시 미디어 공간은 결코 무시할 수 없는 사회문화적 함의를 담고 있다. 날로 유비쿼터스화되는 이러한 도시 공간에서 우리는 새로운 도시커뮤니케이션의 담론이 형성 될 것을 기대해 본다.

도시 미디어 공간은 이미 19세기 파리에서 부터 모더니티 이미지의 형성에 기여를 했고, 비장소성, 증강공간, 공적 영역과 사적 영역의 탈경계 공간의 문화적 맥락을 가진 소멸적 혼성 공간으로 고찰되었다. 또한 이로써 관계적 공간, 실천된 공간의 의미 부여가 도시 미디어 공간과 관련해 미디어 아트의 가능성과 새로운 미학적 함의를 제시해 줄 수 있을 것으로 보았다. 일찍이 소비주의가 강악한 도시의 미디어 공간은 드보르의 지적과 같이 시각적으로 스펙타클 하지만, 드 세르토의 공간적 실천에 의한 아방가르드적 저항과 개입이 오늘날의 여러 미디어 기술로 인해 가능한 관계적 공간으로 기대된다. 또한 미디어 아트는 이러한 가능성을 열어두기에 적합한 속성들을 지니고 있다.

필자는 이러한 도시 미디어 공간에서 대안적 개입과 저항의 실천을 위한 조건으로 작가의 개입 의도성, 미디어 인프라 접근성, 관객의 참여성이라는 세 가지의 조건을 추론하고, 이를 미디어 파사드에 구현된 미디어 아트의 해외와 한국의 사례에서 살펴보았다. 결과적으로 CCC와 GRL등과 같은 해외 미디어 파사드 프로젝트는 비교적 유연하게 미디어인프라에 대한 접근을 우회하거나 이들의 기술적 플랫폼으로 통제할 수 있었던 반면, 국내의 경우는 제도권 내에서 합법적인 절차에 의한 접근을 시도하고 있음을 알 수 있었다. 또한 국내 사례에서와 같이 미디어 인프라에의 접근성 확보의 과정에서 선택과 검열 또는 통제가 발생할 수 있는 우려가 있다. 이는 제도권 안에서 안전한 콘텐츠, 또는 국가나 자본의 구미에 맞춘 콘텐츠의 생산과 배포가 가능하다는 것을 보여주는 일면이다. 따라서 미디어 파사드에 대한 작가의 접근성이 용이 하게 되는 것은 좀 더 다양하고, 사회참여적인 작품의 수급과 결과적으로 의미 있는 ...