

문화콘텐츠 플랫폼으로서의 미디어파사드

김형수

〈연세대학교커뮤니케이션선대학원 원장〉



디지털 기술의 비약적인 발전으로 우리 생활 환경에는 큰 변화의 물결이 흐르고 있다. 사람의 오감각과 직접 연계되어 구현되는 다양한 미디어 인터페이스를 운영하는 도구들이 생활화되면서 우리의 커뮤니케이션의 형식과 내용 역시 다양해지고 있는 것이다. 아날로그 기반의 물리적인 현실에서 이루어졌던 상호 커뮤니케이션 형식들은 미디어기술을 운용하는 시간과 공간속에서 새로운 형식으로 변화되고 있다. 이러한 새로운 커뮤니케이션 형식의 많은 부분이 인터넷과 모바일 환경에서 이루어지고 있지만, 그와 동시에 일상 생활 속에서 새로운 미디어 디스플레이 기술에 의해 창출되는 풍경들에 주목할 필요도 있다. 첨단 디지털 영상 디스플레이기술을 운용하는 다양한 전시, 공연, 이벤트들이 우리 생활 속으로 자리매김하고 있는 것이다. 특히 수 많은 대중들이 공공장소나 거리에서 관람할 수 있는 '미디어파사드'는 새로운 미디어아트, 문화콘텐츠, 문화예술 관광사업으로 각광받고 있다. 이것은 새로운 현상은 아니다. 이미 유럽, 미국, 호주 등에서는 미디어파사드를 창의적으로 운용한 성공사례들을 쉽게 찾아 볼 수 있다. 하지만 한국에서는 성공사례를 찾기가 어렵고, 몇 가지 성공사례가 있긴 하지만 한시적인 이벤트로 진행된 것들 뿐이다. 글로벌 경쟁력을 갖춘 미디어파사드 콘텐츠가 구현되기 위해선 미디어파사드 사업에 대한 새로운 접근과 이해가 필요하다. 이 글에서는 2000년도부터 필자가 예술감독으로, 와이

맵(Your Media Arts Project)의 김효진대표¹⁾가 연출가로 참여한 주요 미디어파사드 프로젝트 사례들을 살펴보면서 한국의 미디어파사드의 현황과 전망을 논의해본다.

미디어파사드(Media Façade)는 미디어(Media)와 건물의 외벽을 뜻하는 파사드(Façade)가 결합된 용어이다. 아날로그 기반의 건축물에서의 파사드는 거리 또는 트인 공간 쪽을 향해 있는 건물의 주된 정문으로 주 현관을 포함하고 있는데 17세기 프랑스와 북부 이탈리아에서 유래되었다. 흔히 조각으로 장식되는 건물의 익랑 끝과 서쪽 끝의 외부면을 가리킨다. 건물의 정면, 건축 요소들과 벽면 위의 그 조직을 기술하는 데 사용되는 용어이다.²⁾ 지금의 미디어파사드는 건축물 외벽에 영상 미디어 디스플레이를 운용하는 영상콘텐츠 구현 형식을 말하고 있다. 이러한 미디어파사드를 크게 두 가지 유형으로 구분한다. 하나는 건물의 내·외부 벽면에 LED 설치를 하여 스크린을 운영하는 것이고, 다른 하나는 프로젝터를 사용해 건물 벽면을 스크린 삼아 투사하는 방식이다. LED 설치에 의해 건물의 벽면을 미디어파사드로 운용하는 방식은 고정식으로 건물 외벽의 특성에 어울리게 설치를 한다. 도시의 건물을 시각적 아름다움뿐 아니라 정보를 전달하는 매개물로 사용하기 때문에 디지털 사인지(Digital Signage)의 한 형태이며, 조명·영상·정보기술(IT)을 결합한 21세기 건축의 새 트렌드로서, 한국에서는 2004년 압구정동 갤러리아 백

1) 김효진은 미디어파사드, 미디어 퍼포먼스 연출가로 2015년 광복 70주년 미디어파사드 '석조전, 빛의 옷을 입다', 2016년 경복궁 미디어파사드 '흥례문, 빛을 발하다', 덕수궁 석조전 미디어파사드 '낭만을 상상하다' 연출가. 2013년 에든버러 인터내셔널 페스티벌 초청 연출가, 미국 월드디즈 콘서트 홀 레드캣 초청 예술가
 2) 세계미술용어사전

화점 명품관에 도입되면서³⁾ LED 설치에 의한 미디어파사드가 운영되어 오고 있다. 건축물 벽면에 LED를 부착하여 고정된 스크린을 운영하는 고정식 LED 미디어파사드로는 서울 스퀘어 미디어파사드를 대표적인 사례로 볼 수 있다. 서울 스퀘어 미디어파사드는 스크린 사이즈가 가로 100m, 세로 80m이고, 약 4만 2천개의 LED가 건물 외벽에 타일 LED 모듈로 매몰형식으로 설치되어 있다. 스크린 사이즈에 비해 실제 영상 픽셀 사이즈(332 X 264)는 아주 작다. 반면에 프로젝터를 사용해 건물 외벽을 스크린 삼아 투사하는 방식은 건물로부터 일정 거리를 두고 빛을 투사하게 된다. 이러한 프로젝션 기술을 사용하는 미디어파사드는 LED설치에 의한 미디어파사드와는 달리 건물에 그 어떤 전구 또는 하드웨어 설치를 필요로 하지 않는다. 프로젝터로부터 건물 외벽에 투사되는 빛은 태양의 광원에 비교하면 비교 자체가 될 수 없는 미미한 광량과 인공 빛의 특성으로 인해 건물에 영향을 끼칠 수 있는 열이나 빛에 의한 훼손 사례가 아직까지는 전무하여 유럽, 일본 등에서 수백년 이상의 역사를 지닌 문화재(석조 및 목조 건축물)의 미디어파사드에 적용되지 오래다. 한국의 문화재청에서도 문화재 관련 조령과는 달리 프로젝션 빛에 대한 가이드 라인을 두고 있지 않다. 프로젝터의 성능에 따라 최고 수준의 고해상도의 영상콘텐츠까지도 구현할 수 있으며 건물의 외벽이 입체적일수록 건물 특성을 반영한 실감영상을 표현할 수 있다. 한국의 대표적 사례로 덕수궁 석조전에서 구현된 미디어파사드 ‘낭만을 상상하다’를⁴⁾ 예로 살펴보면 건물 외벽 사이즈는 가로 약 53m, 세로 약

12. 5m이고, 고화질 영상 픽셀 사이즈(4320 X 1200)를 고려하여 6대의 2,6000Ansi(Barco) 프로젝터와 16개 채널의 음향시스템(15KW)이 구현되었다. 경복궁 흥례문 미디어파사드 ‘흥례문 빛을 발하다’의 경우에는⁵⁾ 흥례문 가로 벽이 약 134m이고 고화질 스크린 픽셀 사이즈(5840 X 980)가 가능하도록 6대의 2,6000Ansi(Barco)프로젝터와 8개 채널의 음향시스템(15KW)이 구현되었다. LED 설치에 의한 미디어파사드와 프로젝션 투사에 의한 미디어파사드는 프로젝트 목적과 의도에 따라 완전히 다른 방식의 미디어파사드 제작기술을 적용한다.

하지만 LED 설치에 의한 고정식 미디어파사드와 프로젝터에 의해 건물 외벽을 투사하여 스크린으로 운영하는 미디어파사드는 상대적 비교 우위를 논할 수 없다고 보겠다. 미디어파사드를 운영하는 프로젝트를 수행할 때 가장 중요한 것은 건물의 특성, 즉 건물의 장소성과 건물의 정체성, 역사, 외벽의 디자인과 재질 등 여러 특성을 포함한 주변 환경을 고려하여 아이디어, 시간, 예산을 조율해야 하는 것이다. 아이디어, 시간, 예산을 조율하는 과정은 궁극적으로 미디어파사드 하드웨어 설계, 소프트웨어 솔루션, 콘텐츠에 해당하는 영상, 음향, 미디어 퍼포먼스 요소들을 융합하여 연출하는 관점과 능력으로 귀결된다. 즉 기획, 감독, 연출의 중요성이 미디어파사드 프로젝트의 성공과 실패를 결정하는데 직접적인 영향을 준다고 하겠다. 아이디어, 시간, 예산간의 조율은 바로 미디어파사드의 표현 형식과 내용간 조율에 관한 것이다. 실행하기가 어려운 아이디어를 최소화하고, 반드시 구현해야 하는 아이디어

3) 매일경제용어사전

4) 2016년 5월부터 10월까지 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일) 전후로 3일 동안 덕수궁에서 진행되는 미디어파사드‘낭만을 상상하다’는 국내 최초의 미디어파사드와 미디어 퍼포먼스를 융합한 공연이다. 댄스 스포츠, 현대무용, 국악, 사운드 디자인 등 융합예술상품으로서의 미디어파사드 작품(예술감독_김형수/ 연출_김효진/문화재청 주최, 한국문화재단 주관).

5) 2016년 4월 궁중문화축전, 광복절 연휴, 개천절 연휴 동안 진행된 미디어파사드. (예술감독_김형수/ 연출_김효진/문화재청 주최, 한국문화재단 주관)

실행을 위한 시간을 최대한 확보하면서 예산을 운용하는 능력은 감독과 연출자가 갖춰야 하는 능력 가운데 가장 중요한 부분이다. 미디어파사드의 콘텐츠는 미디어 디스플레이 기술이 발전함에 따라 다양한 융합적 콘텐츠를 운영할 수 있도록 발전하고 있다. 예술과 기술의 융합을 기반으로 하는 미디어아트는 미디어파사드 콘텐츠 연출의 기본이 되고있는데, 한국의 경우에는 이러한 전문 배경이 간과되고 있는 경우가 대부분이다. 미디어파사드를 총괄적으로 접근하는 미디어아트와 미디어 퍼포먼스 교육 프로그램이 거의 부재하고, 영세한 중소기업업인 영상 프로덕션 업체와 장비대여 업체들이 일반 용역 중심으로 미디어파사드 사업을 수행적으로 진행하고 있기 때문에 글로벌 경쟁력을 갖춘 예술상품, 문화예술 플랫폼으로서의 미디어파사드를 접근하기는 어려운 상황이다. 전문적으로 연출이나 제작을 연구한 석박사급 인재를 찾아보기는 거의 어려운 실정이다.

미디어파사드의 세계적인 추세는 하나의 건물 외벽을 장식하는 차원에서 벗어나 도시나 지역의 장소적 특성을 살린 문화예술 시공간 플랫폼을 구축한다. 새로운 관광 문화콘텐츠사업으로 발전하고 있다. 대표적인 성공사례로 호주 시드니의 미디어파사드 페스티벌인 비비드 시드니(Vivid Sydney)를 사례로 들 수 있다. 시드니 관광의 비수기인 5~6월 경에 3주 동안 시드니 도시 전역에서 8년째 열리고 있는 비비드 시드니는 미디어아트를 미디어파사드 콘텐츠로 연출하여 세계적 성공사례로 승화시킨 미디어파사드 페스티벌이다. 미디어파사드를 통해 문화예술 콘텐츠 플랫폼을 구성하여 시드니 관광수익창출에 큰 기여를 하고 있다. 비비드

시드니 사례 뿐만 아니라 21세기들어 본격적 디지털시대에 접어들면서 미디어아트를 콘텐츠로 활용한 랜드마크적인 미디어파사드 프로젝트들이 예술과 테크놀로지간 융합의 새로운 장에서 창출되어 왔고, 미디어아트는 미디어파사드 형식으로 우리 일상의 다양한 시공간에서 활용되며 주목받는 문화콘텐츠가 되고 있다. 새로운 문화예술 트렌드로 주목받는 미디어파사드(Media Façade)에 대한 접근과 이해가 달라져야 할 시점에 놓여있다.

국내에서 진행된 문화예술기반 주요 미디어파사드의 흐름을 간략하게 살펴보면 미디어파사드의 발전 방향을 모색하고자 한다. 최근 새로운 문화콘텐츠로 주목받고 있는 공평이나 문화재 미디어파사드의 국내 최초 사례는 국립현대미술관 덕수궁 분관이 주최로 열렸던 2000년 5월 축제 초청 작품 가운데 하나인 '회전하는 원을 그리다(안무 및 춤_김효진/영상_김형수)' 공연작품이다. 프로젝터(Barco 10,000Ansi)⁶⁾ 1대를 사용하여 덕수궁 중화전 전면을 스크린으로 1시간 동안 공연된 이 작품에서는 무용과 싱글 채널 영상을 융합한 작품으로 연출되었다. 2005년을 전후로 하여 서울시 하이페스티벌에서 PIGI⁷⁾ 프로젝션 시스템을 사용한 구 시청 건물 매핑작업도 폭 넓은 의미에선 미디어파사드에 해당한다고 볼 수 있다. 하지만 PGI 프로젝션 시스템은 디지털 동영상으로 운영되는 디지털 프로젝터 시스템에 비해 영상콘텐츠 운영이 제한적이었다. 역동성있는 본격적 동영상 미디어파사드 구현 사례로는 2007년 10월 광화문에 위치한 KT빌딩을 스크린으로 운영한 '광화문 아트쇼'⁸⁾ 실시간 인터랙션 미디어파사드(Barco 20,000Ansi 2대)를 들 수 있다. 길거리에서 공연하는 마술

6) Barco 사는 세계 최초로 비디오 프로젝터를 상용화한 고급형 영상기기 전문기업. 1933년 11월 4일 루시엔 드 푸이트(Lucien De Puydt)가 설립했다.

7) 건물 외벽에 투사가 가능한 대형 슬라이드 프로젝터

8) 2007년 10월, KT에서 기획한 미디어파사드 프로젝트(예술감독_김형수)

- ▶ I. 문화콘텐츠 플랫폼으로서의 미디어파사드
- II. 경관조명으로서의 미디어파사드 '스테이트 타워 남산 (2011)'
- III. 미디어파사드의 기술사례



그림 1 2016년 경복궁 미디어파사드 '홍례문, 빛을 발하다'



그림 2 2016년 덕수궁 미디어파사드 '낭만들 상상하다'

사와 참여하는 관람객의 모습을 실시간으로 건물 외벽에 투사한 국내 최초의 인터랙션 기법 적용의 미디어파사드이다. 그리고, 2008년 7월, 실시간 인터랙션 기법을 적용과 아울러 멀티채널 운용까지 통합적으로 운용하는 혁신적인 미디어파사드 공연이 과천 국립현대미술관에서 연출되었다. 건물 외벽이 아닌 산을 영상 스크린으로 연출되었는데, 청계산 자락(가로 약 200m)을 스크린으로 운영한 '산에서 꿈을 꾸다'(20분)⁹⁾ 작품은 프로젝터 6대(Barco 20,000Ansi), 실시간 인터랙티브 영상과 음향까지 구현하며 2회 진행되었다. 2009년 서울 빛축제에서는¹⁰⁾ 멀티채널 기반의 역동적인 미디어파사드가 하나의 건물 미디어파사드가 아니라 도시 공간 일대를 미디어아트 시공간으로 연출하는 풍경을 창출한다. 국내 최초로 광화문 광장에서 다양한 멀티채널 디스플레이기반 문화예술 시

공간이 등장한다. KT빌딩 전면을 8대의 프로젝터(Barco 20,000Ansi)와 음향을 통합해 운영하여 스크린으로 구현하고, 광화문 해치 광장 벽면에 55인치 20대의 LED 모니터들을 연결하여 새로운 영상 디스플레이 연출을 선보인다. 2010년 10월, 과천 국립과학관에서 진행된 SF영화 페스티벌 미디어파사드는¹¹⁾ 3D 프로젝션 매핑으로 연출되고, 이후 2012년 여수세계엑스포를¹²⁾ 기점으로 LED, 프로젝션 매핑에 의한 미디어파사드 제작기술이 보편화되어 현재까지 이르고 있다.

미디어 디스플레이 기술을 창의적으로 응용하여 새로운 예술상품이나 문화예술 플랫폼 기획하고 운영하는 것에 대한 목적과 필요는 이제 분명해지고 있다. 특정 지역의 장소성을 홍보하고 마케팅하는 문화콘텐츠 사업으로 지역 경제 활성화에 큰 기여를 할 수 있다는데 정부, 지자체, 기업들은 관심을 갖

9) 국립현대미술관 주최(예술감독_김형수)

10) 2009년 12월 20일~2010년 1월 24일까지 서울 광화문 광장에서 열린 미디어아트 기반 빛축제(총감독_김형수)

11) 2010년 10월, 과천 국립과학관 주최 미디어파사드(예술감독_김형수/ 연출_김효진)

12) 김형수는 2012년 여수세계엑스포 조직위 미디어디자인 감독

고 있다. 물리적 장소성을 기반으로 하는 미디어파사드 문화 콘텐츠 사업들을 다각화하는 정책과 전략이 절실한 상황이다. 글로벌 경쟁력을 갖추는 미디어파사드 문화콘텐츠 플랫폼 구축을 위해서는 첫째, 장소성과 예술성을 특화한 예술상품으로서의 미디어파사드 문화콘텐츠가 상설화 되어야 한다. 세계적인 예술상품으로 만들어지기 위해선 지속적이고 장기적으로 진행을 해야 가능하다. 둘째, 일회적 이벤트 사업이 아닌 스토리텔링 기반 문화예술로 승화되고 축적되는 미디어파사드 프로젝트들을 기획하고 운영하는 것이 필요하다. 미디어파사드는 공공장소에서 누구나 관람이 가능한 만큼 콘텐츠의 주제와 범위 설정에 많은 제약이 수반된다. 하지만 그러한 제약으로 인해 예술적 완성도보다는 대중에게 쉽게 접근하는 단순 체험 이벤트로 진행된다면 문화예술적으로 축적이 되지 않는다. 비주얼 스토리텔링과 미디어 내러티브 연출이 뒷받침된 미디어파사드 구현이 필요하다. 셋째, 콘텐츠 중심의 문화예술 브랜딩 전략이 우선되어야 한다. 용역이나 하청사업에 의한 수행적인 미디어파사드 사업들은 사실상 다 실패하고 결국 예산의 낭비만 초래했다. 기술 운용이 보편화되면서 미디어파사드의 성공과 실패는 기획과 전략의 구체성에 따른 예술감독과 연출자의 몫이 되고 있다. 콘텐츠 중심에서 아이디어, 시간, 예산을 조율하는 최선의 방안을 모색할 때 성공사례 도출이 가능해질 것이다. 미디어파사드는 예술이 문화로, 문화가 콘텐츠 산업으로 변형되고 확장되는 과정에 다양한 방식으로 활용되고 있다.

저 · 자 · 소 · 개

김형수

- 1991년 California Institute of The Arts(B.F.A.)
- 1993년 California Institute of The Arts(M.F.A.)
Photography
- 1995년~2000년 한국예술종합학교 영상원 영상디자인과 교수
- 2009년~2010년 한국영화진흥위원회 위원
- 2009년 한국콘텐츠진흥원 정책자문위원
- 2009년 서울빛축제 총감독
- 2011년~2012년 여수세계엑스포 주최국 미디어디자인 감독
- 2013년 에딘버러 인터내셔널 페스티벌(EIF) 초청 작가
- 2015년 광복 70주년 기념 미디어파사드 '석조전, 빛의 옷을 입다' 예술감독
- 2016년 궁중문화축전 오프닝 미디어파사드 예술감독
- 2013년~ 현재 연세대 미래융합연구원 미디어아트&디자인센터 센터장
- 2014년~ 현재 연세대 커뮤니케이션대학원 원장

Tel. (02) 2123-3441, 3444

Fax. (02) 534-7024

e-mail: artware@yonsei.ac.kr