

서울미디어시티비엔날레 소식지 2022년 6월호

## 잠깐 머무르는 장소

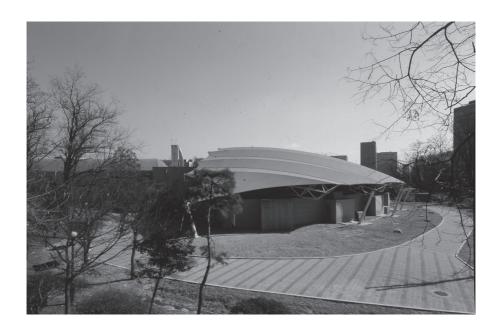
2000년 《미디어 시티 서울》 이라는 이름으로 시작했던 《서울미디어시티비엔날레》는 서울의 여러 장소에서 전시와 프로그램을 소개해 왔다. 국내외 여러 비엔날레가 저마다의 규모, 전통, 권위나 특색으로 한 세기가 넘는 현대미술사 맥락을 형성해 왔다면, 《서울미디어시티비엔날레》는 지난 20여 년간 서울시립미술관의 대표 국제전으로 계속해서 변화하는 미디어와 도시에 공명하며 당대적 실험과 미술 생산의 장을 마련해왔다. 이러한 비엔날레의 정체성을 거슬러 올라가면 1996년부터 1999년까지 세 번 개최되었던 《도시와 영상》이라는 전시와 만나게 된다. 당시는 서울시립미술관이 서울시 산하에서 외부 협회나 단체가 주관하는 전시를 관리하는 문화시설운영사업소로 존재하던 때다. 1994년 서울시는 조선 건국과 함께 서울이 수도가 된 600년 역사를 기념하는 대대적인 행사를 계획하면서 서울600년기념관을 개관했다. 이후 이 공간의 관리 주체가 서울시립미술관으로 이관하고 서울600년기념관에서는 미술관이 주관하는 전시가 정기적으로 열리게 된다. 그런 시절에 제1회 도시와 영상《1988-2002》(1996)는 회화, 서예나 조각으로 상징되는 올드미디어만이 아니라 비디오, 설치, 그래픽, 영화, 애니메이션처럼 뉴미디어로 동시대적 '보기'를 실험하고 질문하는 파격적인 기획 프레임을 제시하며 새로운 시대로 진입하는 포무을 열었다. 이렇게 시작된 '지금의 도시가 속한 시간에 대한 사유와 탐구'는 이후 2년 마다 개최되는 비엔날레라는 형식을 갖추게되었고, 열 한 번의 에디션마다 미학적이고 제도적인 경험을 쌓게 된다.

프리비엔날레는 본비엔날레가 개최되기 전 해에 열리는 사전프로그램을 뜻하는 말로 《서울미디어시티비엔날레》에서는 2009년 6회 에디션을 앞두고 처음 열렸다. 이때부터 2019년 11회 에디션까지 《서울미디어시티비엔날레》는 홀수 해에는 프리비엔날레, 짝수 해에는 본 비엔날레를 개최하면서 다가오는 에디션이 제시하는 주제의 포문을 여는 역할을 해왔다. 그러나 코로나19로 그동안 이어지던 몇 가지 루틴이 사라지면서 11회 에디션은 1년 미뤄졌고, 《서울미디어시티비엔날레》는 그 역할과 위치를 재점검을 하는 기회를 갖게 되었다.

2023년 12회 개최에 앞서 올해는 특정 에디션이 아닌 《서울미디어시티비엔날레》 자체를 들여다보는 프리비엔날레 《정거장》을 개최한다. 본 프로그램은 《서울미디어시티비엔날레》 소장 자원과 함께 한국 미술사에서 있었던 미디어 실천과 실험을 살펴보며 미디어아트에 관한 인식을 경험적 차원에서 살펴보고자 준비되고 있다. 프로그램의 구성은 먼저 시작된 《서울미디어시티비엔날레》데이터 정리와 관련한 연구로부터 출발하였다. 이 연구는 누적된 비엔날레 기록을 중심으로 사업 운영의 진화 과정과 한국의 미술제도 팽창를 연결하여 살펴보는 기회가 되었고, 이렇게 정리한 내용은 『서울미디어시티비엔날레 1996-2022 보고서』로 온라인과 오프라인에서 출간된다. 보고서에 담은 《서울미디어시티비엔날레》 데이터는 서울시립 남서울미술관에서 선별적으로 소개되는 작품이나 자료를 통해 미술사적

상황과 연결선에서 《서울미디어시티비엔날레》 정체성을 검토해 볼 구체적인 단서를 제공한다. 그리고 이와 같은 비엔날레 연구는 자연스럽게 미디어아트 연구로 이어진다. 1996년 제1회 도시와 영상《1988-2002》부터 2002년 미디어 시티 서울 2002《달빛 흐름》까지 한국 미술사의 주요 작품들을 다시 보고 더 알아가는 과정에서 우리는 매체와 무관한 미디어적 특성은 물론 특정 시공간에 귀속되지 않고 계속해서 새롭게 다가오는 작품의 현재성을 발견하게 된다.

《정거장》은 이러한 미디어적 경험을 확장된 형태의 미적 참여와 생산으로 나아가게 하는 또 하나의 미디어로 소개될 것이다.

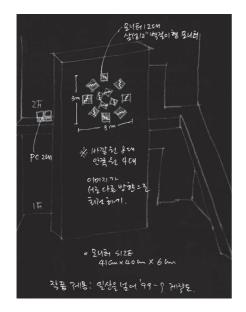


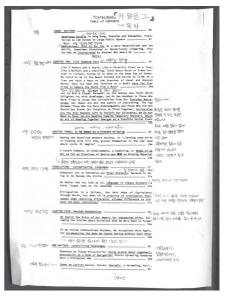
## 데이터 읽는 방법

《서울미디어시티비엔날레》데이터를 살펴 보면 이런 정보가 눈에 띈다. '12인치 벽걸이형 모니터'와 '불확정성'. 전자는 알 것 같지만 후자는 그 표현 만큼이나 불확실한 정보다. 흥미롭게도 두 정보 모두 작품의 재료를 설명하고 있다. 앞의 정보는 제3회 도시와 영상《세기의 빛》(1999) 출품작 재료이며 다른 하나는 제10회 서울미디어시티비엔날레《좋은 삶》(2018) 출품작 재료 정보다. 약 20년의 시간을 사이에 두고 변화한 작품 재료 정보는 그 자체로 미디어에 대한 우리 인식의 변화를 유추하게 한다. 이처럼 미디어아트를 이루는 작품의 재료가 달라지는 동안 《서울미디어시티비엔날레》의 이름도 몇 차례 바뀌었다. 같은 비엔날레를 가리키는 여러 이름들은 약 20년의 시간을 거치며 '미디어가 무엇인지'에서 시작해서 점차 '무엇이 미디어인지'를 묻는 구조로 바뀌었다. 같은 말도 문장의 구조를 바꾸면 부지불식간에 그 온도가 달라진다. '미디어가 무엇인지'라는 질문에서는 이 비엔날레의 손바닥에 올려진 미디어라는 단어를 유심히 바라보게 되지만, '무엇이 미디어인지'라는 질문에서는 두 손 가득 수북하게 쌓인 미디어들을 마주하게 된다. 작품의 재료를 적는 빈 칸 앞에서 우리는 그 작품이 가리키는 미디어가 무엇인지에 대해 생각해볼 수 있다.

조태병 작가의 〈일상을 넘어 '99-9〉의 미디어는 12인치 벽걸이형 모니터 열두 대와 PC 두 대로 구성되어 있다. 이 작품이 소개되었던 1999년은 미디어 장비를 이용한 미술품에 대한 대중적인 인식이 무르익지 않았을 시기다. 기기명은 물론 제품의 사이즈와 제작사명까지 세세하게 밝히는 작품 재료 정보는 당시에는 미디어에 대한 소개가 되었을 것이지만, 오늘날 미디어에 대한 묘사는 '무엇이 미디어아트인지'에 대한 질문으로 바뀌었다. 디스플레이 디스트리뷰트의 〈카탈로그〉(2018)의 미디어는 텍스트, 인쇄물, 선반, 복사기, 마이크, 담화, 비디오 프로젝션, 오디오, 다양한 지역의 균사체와 포자, 활동과 이벤트, 불확정성이다. 이 정보에서 미디어기기에 대한 설명은 간략해지고, 대신 균사체나 포자와 같은 실험실 분위기를 물씬 풍기는 재료명과 담화, 활동, 이벤트, 불확정성 등 인문학 서적에 나올법한 개념적 단어들이 나열된다. 두 작품의 미디어(재료)에 대한 설명은 작품이 누구와 연결되었는지에서 어떤 미디어(매개)적 속성을 가지는 지로 바뀐다. 그리고 이러한 변환은 그 과정 자체로 '미디어'가 무엇이고 '아트'가 무엇인지를 질문한다.

약 25년간 지속적으로 쌓여온 서울미디어시티비엔날레의 데이터에서 어떤 미디어에 대한 정보는 점차 단순해지고 또 다른 미디어에 대한 정보는 여전히 낯설게 다가온다. 시차를 둔 여러 정보를 함께 열어보면 같은 의미의 단어가 다른 온도를 가지며 확장된 의미와 질문으로 나아간다. 처음에는 전기 콘센트가 필요했고, 그 다음에는 와이파이 비밀번호를 물었다가, 점차 참여자 신청 링크를 문의하는 미디어(비엔날레)의 시간은 열두 번째 목적지로 향하는 길에 잠시 머물기 위한 정거장에 도착했다.





- ↑ 조태병, 〈일상을 넘어 '99-9〉 벽걸이형 모니터 12대, PC 2대, 각 40 × 41 × 6 cm(모니터), 300 × 300 cm(설치) 『제3회 도시와 영상 《세기의 빛》』, 서울시립미술관, 1999 발췌
- ↗ 디스플레이 디스트리뷰트(쿤치, 리드인 공동편집), 〈카탈로그〉, 2018 텍스트, 인쇄물, 선반, 복사기, 마이크, 담화, 비디오 프로젝션, 오디오, 다양한 지역의 균사체와 포자, 활동과 이벤트, 불확정성, 가변 크기 『제10회 서울미디어시티비엔날레《좋은 삶》』, 서울시립미술관, 2018 발췌

## 도시 속의 이미지들을 기억하며

강남고 코엑스 근처의 옥외 전광판 케이팝스퀘어미디어는 높이가 20 미터에 폭이 81 미터 크지로 국내에서 가장 큰 광고판이다. 연예기획사 sm타운이 소유하고 있는 이 전광판에는 주로 아이돌 관련 영상이나 가장 최신의 트렌드가 무엇인지에 대한 정보를 담은 광고 이미지가 송출된다. 제11회 서울미디어시티비엔날레는 이 곳에 현대미술 작가유리 패티슨의 〈선\_셋 프로 비전〉(2020-2021)이라는 작품을 송출했다. 작품은 게임엔진 소프트웨어(불칸)로 제작된 시뮬레이션 영상으로 하늘과 바다가 보이는 수평선 너머로 해가뜨고 지는 단순한 세계를 구성한다. 일반적인 광고와 달리 여기에는 기표 외에 숨어있는의미나 지시가 따로 없다. 작품 속의 해와 바다는 우리 머리 위로 천천히 뜨고, 지고, 흘러갈뿐이다. 진짜 바다처럼, 진짜 하늘처럼.

도시 공간 속에서 이미지를 마주하는 경험은 흔하다 못해 넘쳐난다. 도시는 계속해서 확장하고 우리의 이미지 경험 또한 무수한 경로로 끊임없이 팽창하고 있다. 《서울미디어시티비엔날레》의 역사를 되돌아 보면 각자 비슷하면서도 다른 방식으로 계속해서 이미지 유통의 방식을 실험해왔다는 것을 알 수 있을 것이다.

《서울미디어시티비엔날레》의 전신인 제1회 도시와 영상《1988~2002》(1996)은 서울이라는 대도시가 형성하는 문화의 연장에서 맞이하는 영상시대를 새로이 조망하고자는 목적으로 출발했다. 〈아트비전 시티비전〉은 서울의 도심 전광판 광고 영상 사이 예술 작품에서 발췌한 이미지와 영상 클립이 편집된 작품을 송출하는 프로젝트였다. 이 프로젝트는 관객이 미술관을 찾아가서 작품을 관람하는 방식이 아닌, 도시에 침투한 작품 이미지들을 우연히 마주하는 '도시적 경험'에 초점을 두고 있었다. 대도시에서 쏟아져 나오는 무수한 광고 이미지를 교란하며 일방향적 보기의 방식을 뒤집었던 시도는 국내는 물론 해외의 사례를 살펴봐도 많이 앞서 진행된 선구적인 도전이었다.

송미숙 총감독의 지휘하에 개최된 미디어\_시티 서울 2000 《도시: 0과 1 사이》(2000)의 주요한 다섯 프로젝트 중 〈시티 비전/클립 시티〉는 한스 울리히 오브리스트 기획의 도심전광판 프로젝트였다. 이 프로젝트는 서울에 있는 도심전광판의 절반 이상인 42곳에서 20초와 50초 짜리로 짧게 편집된 현대미술 작가들의 비디오 클립을 전시했다. 그의 기획적 시도에서 우리는 대도시에서 범람하는 일상 이미지를 교란하는 것에서 나아가 도시 공간 자체를 하나의 미디어 연결망으로 엮어내고자는 열망을 엿볼 수 있다.

상당수의 도시 속 이미지들은 본디 수명이 짧고 일시적이다. 사람들은 그 의미를 고찰하기보다는 그저 쉽게 스쳐 지나간다. 우리가 그 흔적을 더듬으며 따라갈 수 있는 건 뉴스에서 사용하는 자료 화면, 보도된 기사나 인터뷰, 도록의 글 한 바닥, 그리고 그 때를 기억하는 누군가의 입을 통해서이다. 가변적이고 곧 사라질 것들을 그러모으는 것은 실용적이지 않지만 역사적이다. 계속해서 흐르고 있는《서울미디어시티비엔날레》역사속에서 그리고 현재라는 시간 안에서 얼마나 많은 도시의 이미지들이 기억될 수 있을지에 관해 생각해본다.



↑ 유리 패티슨, 〈선\_셋 프로\_비전〉, 2020-21 게임 엔진 소프트웨어(불칸), 개조한 델 파워엣지 R620s, 지포스 TX 1650 GPU 매트릭스 스크린 발췌 케이팝스퀘어미디어 전시 전경 2021.8.28-11.20 서울미디어시티비엔칼레 SEOUL MEDIAC ITY BIENNALE

**발행처** 서울시립미술관

발행인 백지숙

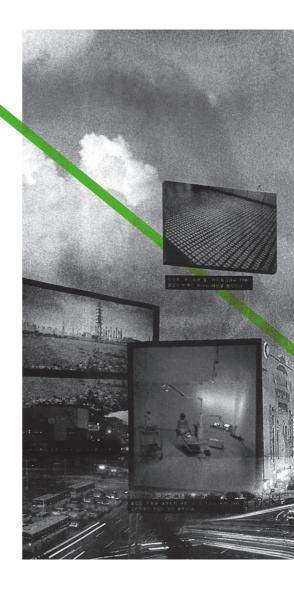
**글, 편집** 서울미디어시티비엔날레 **디자인** 마바사(안마노, 김지섭)

인쇄, 제작 세걸음

서울미디어시티비엔날레 소식지 온라인 구독은 아래 QR코드로 신청해주세요.



서울미디어시티비엔날레 서울시립미술관 서울 중구 덕수궁길 61 contact@mediacityseoul.kr mediacityseoul.kr





↑ 김진하, 이섭, 〈아트비전 시티비전〉, 1996 『제1회 도시와 영상《1988-2002》』, 서울시립미술관, 1996 발췌

1988年2002 一日日日 서울미디어시티비엔날레 소식지 6월호『도착』 서울미디어시티비엔갈레 SEOUL MEDIACITY BIENNALE 잠깐 머무르는 장소 데이터 읽는 방법 도시 속의 이미지들을 기억하며 김진하, 이섭, 〈아트비전 시티비전〉, 1996 『제1회 도시와 영상 《1988-2002》』, 서울시립미술관, 1996 발췌 Road-Speed-Fate , 500 × 250cm, 사진, 1996 권대의 피로와 참 그러나 그 일상 속에서 느끼는 건집을 수 없는 속도.