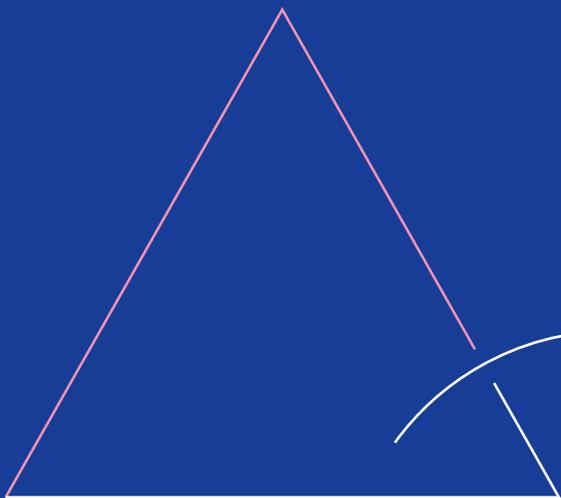


제7회 서울은 미술관

# 공공미술 컨퍼런스

THE 7TH SEOUL IS MUSEUM  
PUBLIC ART CONFERENCE



접속하는 미술,  
공공의 미디어

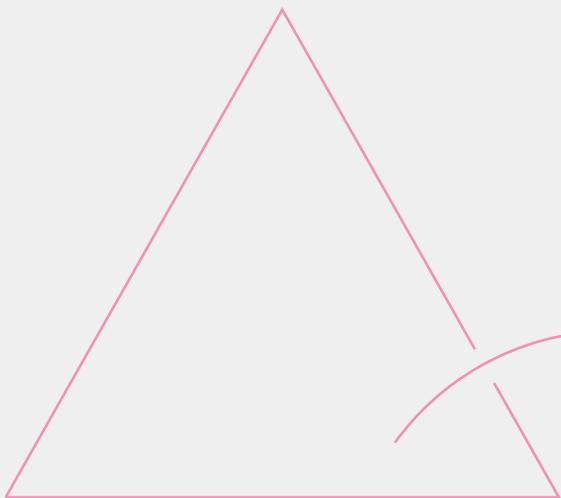




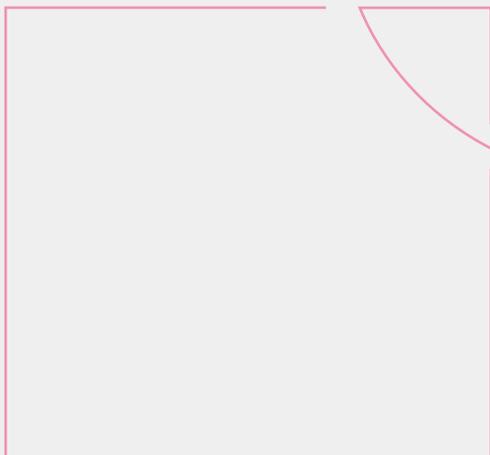
제7회 서울은 미술관

# 공공미술 컨퍼런스

THE 7TH SEOUL IS MUSEUM  
PUBLIC ART CONFERENCE



접속하는 미술,  
공공의 미디어



# 목차

---

개회사	06
컨퍼런스 의의 : '접속하는 미술, 공공의 미디어'로 나아가기 위한 공공미술의 과제	10
컨퍼런스 소개 : 공공미술, 접속의 장소이자 매개자	14
연사소개	20

## 기조연설

---

안규철   「서울은 미술관」 프로젝트의 과제	30
--------------------------	----

## 1부

---

### 비대면/초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들

김성은   낮과 밤의 공공미술: 도시와 미디어아트 하기	40
신보슬   메타버스에서 공공미술은 가능한가?	56
1부 질의응답	72

## 2부

---

### 시민과 공공미술의 지속 가능한 동행을 위한 조건들

유현재   공공미술은 수용자 중심의 미디어가 될 수 있을까? : 가능성과 한계점, 극복과제에 대한 솔직제언	80
김준수   인류세의 새로운 자연 개념과 도시 공공미술의 재정의	86
2부 질의응답	96

---

종합토론	102
------	-----

# CONTENTS

---

Opening Remarks	06
Conference Significance : Steps of Art Towards “Media for a Public”	10
Conference Introduction : Public Art - Place of Connection and Mediator	14
Speakers	20

## Keynote

---

Ahn KyuChul   Achievement and Limits of <i>Seoul is Museum</i>	30
--	----

## Session 1

---

### How Public Art Connects With Citizens in the Non-Face-to-Face/ Hyperconnected Era

Kim SeongEun   Linked or Embedded: Media Art into the City	40
Shin Nathalie Boseul   Is it possible to make public art in metaverse?	56
Session 1 Q&A	72

## Session 2

---

### Conditions for the Sustainable Coexistence of Citizens and Public Art

Yu HyunJae   Can public art become audience-centered media? : Outspoken proposal relating to possibilities, limitations, and challenges	80
Kim JunSoo   The New Nature of the Anthropocene and the Redefinition of Public Art	86
Session 2 Q&A	96

---

Panel Discussion	102
------------------	-----

# 서울은 미술관 선언

Seoul is Museum

「서울은 미술관」 공공미술 프로젝트는 서울시민의 보다 나은 삶이라는 공공적 가치를 추구하는 공공미술 본연의 역할을 회복하고자 합니다. 도시공간에 신선한 예술적 상상력과 인간적 정취를 담고, 사라져가는 장소의 역사와 기억을 보존함으로써, 시민이 주인으로서 안정감과 친밀감을 느끼는 서울을 만들고자 합니다. 이에 「서울은 미술관」은 다음과 같이 공공미술 프로젝트를 약속합니다.

**공공미술의 주인은 시민이다.**

(서울은 미술관은) 지금 이곳에 살고 있는 서울시민을 가장 먼저 배려한다.

**공공미술은 시민의 삶을 위한 것이다.**

(서울은 미술관은) 예술의 이름으로 시민의 일상과 생업을 방해하지 않는다.

**공공미술은 공간과 자원을 소중히 여긴다.**

(서울은 미술관은) 신중하고 절제된 방식으로, 꼭 필요한 곳에 꼭 필요한 만큼 개입한다.

**공공미술은 도시의 결점을 가리고 표면을 치장하는 것이 아니다.**

(서울은 미술관은) 도시의 문제를 찾아내고 개선한다.

**공공미술은 영원히 존재하는 것이 아니라 도시와 함께 변화한다.**

(서울은 미술관은) 가변적이고 일시적일지라도 지금 이 시대의 의미와 가치를 담는다.



Seoul Urban Art Project *Seoul is Museum* intends that the whole city becomes a museum, one that is without boundaries.

It intends to turn Seoul into a place where the public can feel comfort and familiarity as owners of the city by restoring the original role of public art of pursuing public value, which is a better life for the citizens of Seoul, and preserving the history and memories of the places that are disappearing and fresh artistic imaginations in the city spaces.

*Seoul is Museum* aimed at creating a city where art becomes life, a city that is lively. Making Seoul into a museum does not only mean installing artwork all around the city, but creating public art through communicating with the citizen, and citizen participation.

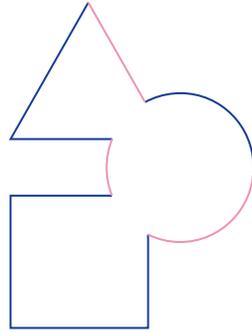
# 개회사

Opening Remarks

**최인규 Choi InKyu**

서울시 디자인정책관

Director-General of Design Policy Bureau  
at Seoul Metropolitan Government.



안녕하세요, 서울시 디자인정책관 최인규입니다.

시민 중심의 공공미술 철학과 비전을 제시하는 제7회 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스에 참석해주신 연사님들과 시민 여러분께 감사 드립니다. 또한 온라인으로 함께하고 계신 분들께도 깊은 감사와 환영의 말씀을 전합니다.

서울시는 2007년, 국내 공공미술의 선구적 사례로 평가받는 ‘도시갤러리’ 사업을 시작으로 2016년에는 ‘도시 전체가 지붕 없는 미술관이 된다’는 취지 아래 공공미술 프로젝트 「서울은 미술관」을 추진해왔습니다.

「서울은 미술관」은 공공미술을 통해 시민에게는 도심 곳곳에서 예술적 경험의 계기를 제공하고, 도시 공간이 지닌 역사와 기억을 보존하고자 노력해 왔습니다.

「서울은 미술관」과 함께 시작된 공공미술 컨퍼런스는 매년 시의성 있는 주제를 선정하여 서울시 공공미술의 현재와 미래에 대한 담론을 전문가 및 시민들과 공유하는 행사로 자리매김했습니다.

올해로 7회를 맞이하는 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스의 주제는 ‘접속하는 미술, 공공의 미디어’입니다. 감염병 대유행 이후 가속화된 온라인·비대면 중심 사회체제 재편은 예술제작 및 향유방식에도 큰 영향을 주었습니다. 그동안 열린 공간에서 시민들과 만나왔던 공공미술 또한 이러한 변화의 흐름에서 새로운 방향을 탐색하게 되었습니다.

이번 컨퍼런스에서는 공공미술이 물리적 장소를 넘어 가상공간에서의 시민 접근성과 소통 가능성을 어떻게 확장할 수 있을지, 시민을 위한 유·무형의 미디어로서 서울시 공공미술의 지속가능성을 각 분야의 전문가들과 논의하고자 합니다.

오늘 이 자리가 시민과 함께 공공미술의 현주소를 짚어보고, 서울시 공공미술이 시민 중심의 문화예술 콘텐츠로 거듭날 수 있는 다양한 논의가 이루어지는 기회가 되길 기대합니다.

컨퍼런스의 기초연설을 맡아주신 안규철 교수님을 비롯하여 귀한 시간 내 주신 연사분들과 시민 여러분께 다시 한번 감사드립니다. 앞으로도 서울시 공공미술에 지속적인 관심과 지원을 부탁드립니다.

감사합니다.

Hello, everyone. I am Choi InKyu, Director-General of Design Policy Bureau at Seoul Metropolitan Government.

I would like to thank the speakers and citizens for attending “the 7th *Seoul is Museum* Public Art Conference.” Also, welcome and thank those who are joining us by online, Seoul city Youtube Channel.

In 2007, Seoul Metropolitan Government launched “Seoul City Gallery Project” which is regarded as a pioneering example for public art in city. From 2016, the government has strived to carry out Seoul Urban Art Project: *Seoul is Museum* aimed at creating a city where art becomes life, a city that is lively. Making Seoul into a museum does not only mean installing artwork all around the city, but creating public art through communicating with the citizen, and citizen participation.

The public art conference, which started with *Seoul is Museum* in 2016, has held a important and timely theme every year and had discourses about public art scene. This year, the theme of the 7th Public Art Conference is “Accessed by Art, Media for a Public”.

The reorganization to the online and contactless social system, accelerated after the pandemic, has also had a great impact on the way of art is created and enjoyed. Public art, which has been met with citizens in public places, has also enquired a new way in the tide of change.

The one of main theme for this year's conference is 'access'. We need a expand thinking of places where publicity occurs on/offline by discussing how audience-centered public art is possible, and how public art can become a mediator of beings in the city, including humans. We will discuss the sustainability of public art which is not only a physical medium but also an unphysical medium for citizens with artist, curator, cultural anthropologist, researcher, etc.

I hope this conference can be a stage for review the latest public art scene, meaningful discussions with citizens, and find a way forward for public art in Seoul city.

Once again, I would like to extend my deepest gratitude to Professor Ahn KyuChul for the keynote speech, speakers, moderators, and all of our participants.

I hope you will continue to support us in *Seoul is Museum*.

Thank you very much.



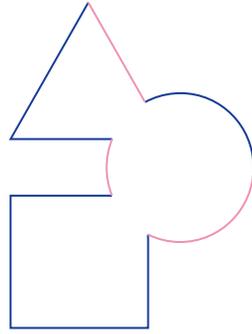
최인규 디자인정책관을 대신해 김규리 디자인정책담당관이 개회사 진행

## 컨퍼런스 의의

Conference Significance

권대훈 Kwon DaeHun

서울시 공공미술위원회 위원장  
Chairman of Public Art Committee,  
Seoul Metropolitan Government



### ‘접속하는 미술, 공공의 미디어’로 나아가기 위한 공공미술의 과제

국내에서 공공미술이라고 일컬어지는 작품의 상당수는 건축물 미술작품 제도를 통해 공공장소에 설치된 미술품을 지칭하는 것이었습니다. 특히 조각품이 많이 설치되었고 이 제도는 현재도 시행되고 있습니다. 다른 한편으로 공공미술은 장소성을 강조하고 시민의 참여를 유도하는 등 지역과 소통하는 문화 공간으로서 가능성을 보여주었습니다. 또한 공동체의 공용 공간에 작가와 미술품을 소개하는 것 이상으로, 여성문제, 환경문제 등 공동체 안의 여러 사회적 이슈를 다루기도 하였습니다.

2007년 도시갤러리로 시작된 서울시의 공공미술 프로젝트는 2016년 「서울은 미술관」으로 이어져 공공미술위원회를 중심으로 사업의 정책, 제도 등에 관한 사항을 자문 또는 심의하며 도시 속 일상과 예술이 공존하는 미래도시 서울을 향해 앞장서고 있습니다. 그중 매년 개최된 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스는 공공미술의 발전방향을 모색하는 매우 중요한 역할을 해 왔습니다. 그동안의 컨퍼런스에서는 공공미술의 가치, 의미, 역할 등을 짚어보았고 그

것의 제도 및 실천방향, 대중문화와의 관계 및 예술성, 장소성 등에 관하여 국내외 여러 사례를 소개하며 담론을 생성하고 논의를 전개해 왔습니다.

올해 7회를 맞은 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스는 ‘접속하는 미술, 공공의 미디어’를 주제로 개최되었습니다. 공공미술은 꼭 공공적이어야 하며 절대 다수를 이해 시켜야 하는가에 대한 질문을 하게 하였으며, 공공미술이 장소적 측면에서도 온·오프라인을 넘나들며 실현 가능하다는 점을 다시 한번 확인하는 자리였습니다. 또한 시민이 참여하는 미술을 넘어 시민 중심의 미술의 가능성을, 또 비인간을 위한 미술의 가능성도 제시되었습니다.

「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스를 통해 우리는 많은 질문과 화두를 제시하고 그 가능성을 타진해 왔습니다. 그럼 향후 우리는 무엇을 논해야 할까요? 미국의 예술가 수잔 레이시(Suzanne Lacy)는 30년 전 ‘참여’에 기초한 기존과 전혀 다른 ‘새로운 장르 공공미술(New Genre Public Art)’을 주창하였습니다. 그렇기에 공공의 목소리에 귀 기울이기도 하고 공공을 위한 미술 교육도 공공미술의 범주에서 시행되어야 할 것입니다. 또한 수잔 레이시가 그랬듯이 현재 미술계의 움직임을 공공의 필드영역에 적극 수용해야 할 방법을 찾는 것도 매우 중차대한 과제라 여겨집니다. 미술이 공공의 매체로서 논의될 때 공공미술의 의미도 확장될 수 있으며 도시의 풍경 또한 다채로워질 것입니다.

시민의 삶에 접속하는 다양한 공공미술을 통해 더욱 풍성해진 공공의 미디어와 공존하는 도시 서울이 되길 기대해 봅니다.

## Steps of Art Towards “Media for a Public”

Majority of arts called public art in Korea refer to art works installed in public places under The Percent for Art. Especially, various sculptures have been installed and the system is still being implemented. On the other hand, public art has made available a cultural space which can communicate with the community by emphasizing the placeness and encouraging participation of citizens. Not only introducing artists and art works to the public place of community, public art has also dealt with certain social issues in community such as gender issues and environmental issues.

The public art project of Seoul Metropolitan Government, which started from “Seoul City Gallery Project” in 2007, has been transferred to *Seoul is Museum* in 2016. The project has been leading the way towards a future city Seoul where daily life and art coexist, by consulting or deliberating on policies and systems of this project, centered on the Public Art Committee. Among them, *Seoul is Museum* Public Art Conference, held every year, has played a very important role in sharing and discussing the development direction of public art and new discourses. In previous conferences, we have covered the value, meaning and role of public art and took issues and discussed about the relationship with pop culture, artistry and placeness, introducing various cases in Korea and other countries.

The 7th *Seoul is Museum* public art conference was held this year under the theme “Accessed by Art, Media for a Public”. There was a question whether public art should be public and make absolute majority understand, and it was confirmed that public art is available both online and offline in the aspect of space. Also, we could see the possibility of citizen-centered art beyond the art involving citizens and of art for non-humans.

In *Seoul is Museum* public art conference, we have been posed various questions and issues and sounded out the possibility. Then what will be our next question? 30 years ago, Suzanne Lacy advocated the “New Genre Public Art”, which was entirely different from existing concept, based on “participation”. Nowadays, we call all the art works installed in public places and art works based on citizen’s participation public art. Sometimes, there are concerns about public art such as public safety, social conventions and political engagement. Public art should have open mind to voice of the people, and art education

for public should be provided in the category of public art. In addition, as Suzanne Lacy insisted, it is a critical challenge to find the way to accept the current movement of art world to the public field. When art is conceived as public media, the meaning of public art can be extended and the city scenery can be colorful.

We hope that Seoul becomes a city coexisting with public media enriched with various public art connecting to the citizen's life.

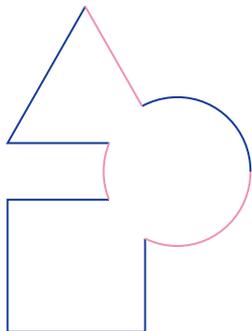
## 컨퍼런스 소개

Conference Introduction

박수지 Park Suzy

협력 큐레이터

Cooperative curator



### 공공미술, 접속의 장소이자 매개자

서울시의 도심 속 공공미술은 그 자체가 도시의 일원으로서 시민과 삶의 장소를 공유하고 있습니다. 공공미술이 어떻게 시민과 어울릴 것이며, 어떻게 서로의 존재를 존중하는 조화로운 더부살이를 일궈낼 것인지에 관한 고민은 계속되고 있습니다. 이에 전문성과 대중성을 함께 고민하는 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스를 통해 2016년부터 매년 시민과의 공공적 소통 창구를 마련해왔습니다. 앞서 다뤘은 주제는 ‘공공미술에 관한 역할과 조명 개괄’(2016)부터, ‘공공미술이 상상하는 도시’(2017), ‘기념조형물과 동시대 공공미술’(2018), ‘건축물 미술작품과 공공성’(2019), ‘변화된 문화지형도와 공공성’(2020), ‘확장하는 공공’(2021)에 이르기까지 다채롭고도 조망이 필요한 의제들이었습니다.

제7회를 맞는 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스는 ‘접속하는 미술, 공공의 미디어’를 슬로건으로 하여, ‘접속’을 주요 주제어로 준비했습니다. 이는 기술 그 자체에 관한 용어이자 기술의 속성을 의미하기도 하는 ‘미디어’를 기반

으로 논의를 출발시켜 도출한 의제입니다. 지금의 도시가 당면한 시민과 공공미술의 만남을 공공미술의 미디어가 어떻게 연결하고 접속하게 하는지 주목하고자 했습니다. 본격적인 논의를 시작하기에 앞서 2016년부터 2020년까지 4년여 동안 서울시 공공미술위원회 위원장으로 계셨던 안규철 작가가 포문을 엽니다. 그간의 「서울은 미술관」사업의 배경과 목표를 차분히 돌아보고, 그 성과와 한계를 세세히 점검해보는 기초연설을 준비해주셨습니다.

이어지는 컨퍼런스 1부 <비대면/초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들>에서는 온라인/오프라인의 제한을 두지 않고 공공성이 발생하는 장소를 탐구하는 사례 연구 중심의 발표가 펼쳐집니다. 백남준아트센터 김성은 관장은 예술작품이 공개적인 장소에 있는 것만으로 공공성을 확보할 수 있는 것일지 질문을 던집니다. 나아가 도시 현장과 미술관의 전시실이 연결된 시·공간이 어떻게 개인들의 일상적인 개입을 받는지 사례를 통해 살펴봅니다. 미술관과 스크린의 안과 밖을 넘나드는 경로에서 생겨나는 공공성에 관한 시사점을 던집니다. 이후 토탈미술관 신보슬 책임큐레이터는 포스트 팬데믹 시대의 공공미술에 관해 메타버스를 중심으로 논의를 풀어갑니다. 태생부터 공공 공간의 성질을 가질 수밖에 없는 메타버스의 동시성, 현존성, 상호운용성이 주는 연장과 연결의 기능에 주목해, 공공미술의 가능성을 열어 보이는 사례 연구입니다.

컨퍼런스 2부 <시민과 공공미술의 지속 가능한 동행을 위한 조건들>에서는 서울시 공공미술의 향후 정책 방향을 설정하는 데에 있어 근간이 될 가치들을 논의합니다. 서강대 미디어커뮤니케이션대학원 유현재 교수는 시민을 공공미술의 소극적 향유자로 두기보다 적극적 수용자이자 소비자로서 접근하는 방법을 제안합니다. 더불어 공공미술이 수용자 중심의 미디어가 될 수 있게 하기 위해서는 어떠한 적극성이 필요할지, 공공미술 작품의 퀄리티는 수용자와 어떻게 호응할 수 있을지 살펴보는 시간을 갖습니다. 카이스트 인류세

연구센터 김준수 연구원은 사회 자연, 도시자연, 기계자연이 결합된 동시대의 도시 개념을 바탕으로 기존의 인간중심적 공공미술 논의에서 한발 더 나아갑니다. 인류세 시대의 공공성 개념은 인간만을 대상으로 해서는 성립되기 어렵다는 점을 주지시키며, 공공미술이 도시-사람-비인간 행위자를 매개하는 주체가 된다는 것은 무엇일지 질문합니다.

이처럼 2022년 제7회 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스 ‘접속하는 미술, 공공의 미디어’는 최근 시도해온 공공성 개념의 확장 사례를 살펴보고, 이후의 공공미술의 향방에 관한 고민의 단초를 제안하기 위한 의도로 기획되었습니다. 공공미술은 어떻게 시민을 연결시키는 접속의 물리적 장소이자 사회적 매개자가 될 수 있을까요? 시민 모두에게 이번 컨퍼런스가 흥미로운 질문거리를 제공하는 기회가 되기를 바랍니다.

## Public Art - Place of Connection and Mediator

Public art in the center of Seoul is a member of the city itself, sharing a place of life with citizens. We are still grappling with how public art will mix with citizens and how to create a harmonious life that respects each other continues. Therefore, we have been providing a public communication channel with citizens every year since 2016 through the *Seoul is Museum* public art conference that considers both professionalism and popularity. Previous topics were various and demanding agendas -“Overview of roles and spotlight of public art” (2016), “City Imagined by Public Art” (2017), “Monuments and Public Art Now” (2018), “Arts of Building and Publicness” (2019), “Public Art and Popular Culture” (2020), and “Expanding Public-Digital Age” (2021).

The 7th *Seoul is Museum* public art conference set “access” as its main theme with the slogan “Accessed by Art, Media for a Public”. This is an agenda derived by starting a discussion based on “media”, which is a term for technology itself and also means the properties of technology. We wanted to pay attention to how the media of public art links and connects citizens and public art in the city today. Before the discussion begins in earnest, artist Ahn KyuChul, who served as the chairman of the Public Art Committee, of Seoul Metropolitan Government for about four years from 2016 to 2020, opens the door. He prepared a keynote speech to carefully review the background and goals of the *Seoul is Museum* and to examine its achievements and limitations in detail.

In the first part of the conference, <How Public Art Connects with Citizens in the Non-Face-to-Face/Hyperconnected Era>, case study-oriented presentations exploring places where publicness occurs online and offline will be presented. Kim SeongEun, the Director of Nam June Paik Art Center asks the question whether art work can secure publicity just by being in a public place. Furthermore, she looks at examples to figure out how the time and space where the city site is connected with the exhibition room of the art museum welcome the daily intervention of individuals. It offers implications for the publicness that arises from the path that crosses the inside and outside of the museum and the screen. Shin Nathalie Boseul, the Chief Curator of Total Museum of Contemporary Art discusses public art in the post-pandemic

era, focusing on the metaverse. This is a case study that opens up the possibility of public art, paying attention to the functions of extension and connection given by the simultaneity, presence, and interoperability of the metaverse, which was born to have the properties of a public space.

In the second part of the conference, <Conditions for the Sustainable Coexistence of Citizens and Public Art>, we discuss values that will be the basis for setting the future policy direction for public art in Seoul. Yoo HyunJae, the Professor of Graduate school of Media & Communication at Sogang University proposes a way to approach citizens as active audience and consumers rather than as passive enjoyers of public art. In addition, we have time to examine what kind of aggressiveness is needed to make public art a media centered on audiences and how the quality of public art works can respond to audiences. Kim JunSoo, Researcher, Center for Anthropocene Studies at KAIST, goes one step further from the existing discussion of human-centered public art based on the contemporary concept of a city that combines social nature, urban nature, and machine nature. He points out that the concept of publicness in the Anthropocene epoch is difficult to be established when only humans are concerned, and asks what it means that public art to become a mediator of city-people-non-human actors.

In this way, the 7th *Seoul is Museum* public art conference “Accessed by Art, Media for a public” in 2022 was planned with the intention of examining the recently attempted expansion of the concept of publicity and proposing a starting point for concerns about the future direction of public art. How can public art become a physical place and social mediator of connection with citizens? I hope that this conference will be an opportunity to provide interesting questions to all citizens living together with public art in Seoul.



## 연사소개

### 기조연사 KEYNOTE SPEAKER



안규철

Ahn KyuChul

작가, 전 한국예술종합학교 교수

Artist

Former) Professor at Korea National University of Arts

- 국내·외 미술관 과 갤러리에서 오브제와 설치, 드로잉과 영상을 포함하는 다양한 매체의 미술작업 발표
- 전 한국예술종합학교 미술원 교수
- 전 서울시 공공미술위원회 위원장 (2016-2020)

## 주제발표 SPEAKER

### SESSION 1.

#### 비대면/초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들

How Public Art Connects With Citizens in the Non-Face-to-Face/Hyperconnected Era



김성은

Kim SeongEun

백남준아트센터 관장

Director of the Nam June Paik Art Center

- 미술관과 동시대 미술을 연구하는 문화 인류학자이자 기획자
- 미디어아트와 신체적·감각적 경험의 관계, 큐레토리얼과 공동·공유 개념의 결합에 관심을 둠
- 전) 백남준아트센터 선임큐레이터
- 전) 삼성미술관리움 책임연구원

## 주제발표 SPEAKER

### SESSION 1.

#### 비대면/초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들

How Public Art Connects With Citizens in the Non-Face-to-Face/Hyperconnected Era



#### 신보슬

Shin Nathalie Boseul

토탈미술관 책임큐레이터

Chief Curator of the Total Museum of Contemporary Art

- '생각할 거리를 던져주는' 미디어아트 전문 큐레이터
- 제3회 서울국제미디어아트비엔날레  
(미디어시티서울) 전시팀장
- 전) 아트센터 나비 큐레이터
- 전) 대안공간 루프 책임큐레이터

## 주제발표 SPEAKER

### SESSION 2.

#### 시민과 공공미술의 지속 가능한 동행을 위한 조건

Conditions for the Sustainable Coexistence of Citizens and Public Art



유현재

Yoo HyunJae

서강대학교 미디어커뮤니케이션대학원 교수

Professor of Graduate School of Media &  
Communication at Sogang University

- 매스커뮤니케이션학 박사
- (전) 제일기획 카피라이터 (미디어 광고 기획 및 제작)
- 런던국제광고제, 한국공익광고제 등 국내외 광고제 수상

## 주제발표 SPEAKER

### SESSION 2.

#### 시민과 공공미술의 지속 가능한 동행을 위한 조건

Conditions for the Sustainable Coexistence of Citizens and Public Art



김준수

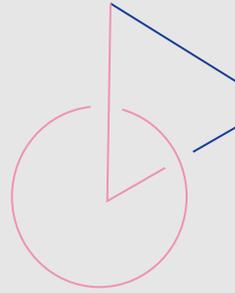
Kim JunSoo

카이스트 인류세 연구센터 연구원

Researcher, Center for Anthropocene Studies at KAIST

- 한국공간환경학회 교육위원장
- 전) 서울대학교 아시아도시사회센터 연구원
- 국립현대미술관의 <모두를 위한 미술관, 개를 위한 미술관>의 “인간 너머의 세계” 집필
- 경기문화재단 백남준아트센터의 <NJP 리더>의 “전회, 교란, 번역 그리고 백남준의 정치생태학” 집필

## 좌장 MODERATOR



### 권대훈

Kwon DaeHun

서울시 공공미술위원회 위원장,  
서울대학교 조소과 교수

Chairman of the Public Art Committee, Seoul  
Metropolitan Government  
Professor of art at Seoul National University

- 전) 서울시 미술작품 심의위원회 위원장
- 2020 개인전 <Still in the forest>, 아뜰리에아키
- 2018 개인전 <Objemage>, 금산갤러리
- 2012 <Flying Fish>, 브레인 팩토리
- 2012 <Chalna(찰나)>, 라흐마니노프 갤러리, 영국
- 2011 <잭 골드힐 조각상>(영국왕립미술원 주최) 수상

## 협력 큐레이터 COOPERATIVE CURATOR

---



박수지

Park Suzy

독립 큐레이터

Independent curator

---

- 큐레토리얼 에이전시 뤼뤼(AGENCY RARY) 운영
- 기획자 플랫폼 웨스(WESS) 공동 운영
- 전) 통의동보안여관 큐레이터
- 전) 제주비엔날레2017 큐레토리얼팀 코디네이터
- 전) 미술문화비평지 <비아트> 편집팀장

THE 7TH SEOUL IS MUSEUM  
PUBLIC ART CONFERENCE

제7회 서울은 미술관  
**공공미술 컨퍼런스**

집속하는 미술,  
공공의 미디어

한계 99



SEOUL URBAN ART PROJECT  
서울은 미술관

서울특별시

서울문화재단

기조연설

# Keynote

---

안규철

「서울은 미술관」의 과제

## 「서울은 미술관」의 과제

Achievement and Limits of Seoul is Museum

오늘 컨퍼런스의 첫 발제자로서 나는 내가 관여했던 「서울은 미술관」 사업의 배경과 목표를 돌아보고, 그 성과와 한계를 점검해보고자 한다. 새로 시작되는 2기 「서울은 미술관」에 대한 논의가 이로부터 시작될 수 있으리 기대한다.

서울시가 처음으로 공공미술을 시정의 주요 의제로 삼은 것은, 2006년부터 2010년 사이에 진행되었던 [도시갤러리] 프로젝트이었다. 미술보다 디자인에 중점을 두기는 했으나, 외부 전문가에게 부시장급의 역할을 부여하며 추진되어 공공디자인과 공공미술 사업의 첫 사례로서 큰 의미를 갖는다. 이 사업은 주목할만한 공공미술/디자인 작품사례들을 만들어냈고 그 성과의 일부는 지금도 남아있다. 무엇보다 중요한 것은 [도시갤러리]가 지향했던 공공미술의 기본방향이 2016년에 다시 시작된 「서울은 미술관」 사업에서도 상당 부분 이어졌다는 점이다.

고 박원순 전 시장 취임과 함께 한동안 중단되었던 공공미술 사업은, 2016년에 「서울은 미술관」이라는 새로운 이름으로 다시 시작되었다. 당시 서울시는 2015년 말부터 각 사업본부 단위로 각각 공공미술 사업을 기획하여 실행하는 방식으로 공공미술 사업을 재개하던 중 2016년 2월경에, 해당 사업들에 대해



## 안규철 Ahn KyuChul

작가, 전 한국예술종합학교 교수

Artist and Former professor at Korea National University of Arts

외부전문가들의 자문을 구하는 회의가 열렸다. 그때는 이미 각 사업본부 단위의 사업들이 실행단계였지만, 회의에서 참석자들은 사업에 일관된 철학과 방향성이 결여되어 있는 점을 문제로 삼았다. 그 결과, 그해 6월 이를 보완하는 차원에서 외부 전문가들로 구성된 서울시 공공미술사업 컨트롤타워, 공공미술위원회가 만들어지기에 이르렀다. 위원회는 「서울은 미술관」이라는 이름 아래 서울시 공공미술의 철학과 원칙을 새롭게 제시하고, 이를 구현하는 시범사업의 틀을 만들었다.

돌이켜보면 2016년 당시 위원회는 각 사업본부들이 제각각 진행하면서 벌어진 혼란을 수습하고, 돌출적으로 여기저기서 출현하는 무리한 사업안들을 저지하는 데 많은 에너지를 쏟았다. 명목상 공공미술위원회가 서울시 공공미술의 ‘컨트롤타워’ 역할을 맡기로 되었으나, 실제로 서울시에서 공공미술과 관련된 모든 사업이 이 위원회의 심의를 거치게 되기까지는 상당한 시간이 소요되었고, 그로 인한 혼선이 종종 빚어지곤 했다. 2017년 언론의 신랄한 비판을 받았던 서울역의 [슈즈트리]는 그 대표적 사례라 할 수 있다. 해당 사업본부는 이 작품을 공공미술이 아닌 일시적인 설치물로 인식하여 위원회와의 협의 없이 진

행하였다. 이런 사례는 그 이후에도 산발적으로 이어졌고 그때마다 위원회가 개입해서 수습해야 하는 상황이 벌어지곤 했다. 그중에는 한강사업본부가 무려 90여억 원의 예산을 투입하여 진행한 [한강예술공원] 프로젝트처럼 뒤늦게 위원회가 개입해 제동을 걸고 뒷수습을 해야 했던 경우도 있었다. 아마 이 위원회가 없었다면 위원회 출범 전에 설치되어 시민들로부터 혹평을 들었던 한강공원의 [괴물]이나, [슈즈트리] 같은 사례들이 더 많이 양산되었을 것이다.

「서울은 미술관」 사업의 전반적인 틀은 이재준 건축가가 작성한 마스터플랜이었다. 이를 토대로 위원회는 앞으로 실행할 시범사업의 윤곽을 잡았고, 서울시 공공미술의 기본원칙을 정하게 되었다. 2016년 12월에는 이렇게 마련된 서울시 공공미술의 원칙을 박원순 시장이 선언적으로 공표하였다. 공공미술의 목적은 시민의 삶을 위한 것이고, 그 주인은 시민이라는 것을 명시하고, 신중하고 절제된 방식으로 도시환경에 개입함으로써 도시의 문제를 개선하고, 변화하는 도시와 함께 시대의 가치를 구현한다는 내용이었다. 이 내용은 그 후 4년여 동안의 공공미술 사업의 근본 원칙으로 유지되었다.

「서울은 미술관」 사업은 대체로 2개의 축을 중심으로 구성되었다. 첫째로는 공공미술에 대한 사회적 인식을 개선하고 시민참여를 확대하고 전문적인 논의를 심화하는 것이었다. 도시환경 속에서 공공미술의 의미와 역할에 대한 일반 시민들의 인식이 극히 미미하고, 미술 전문가들조차 이 분야를 무관심 속에 방치하고 있는 현 상황이 개선되지 않고서는 바람직한 공공미술의 출현을 기대할 수 없다는 것이 이러한 방향설정의 배경이었다. 이와 관련된 사업으로 [공공미술 시민발굴단] 사업, [대학협력 공공미술 프로젝트], 그리고 [국제컨퍼런스]를 들 수 있다. 공공미술에 대한 시민 대중의 인식을 제고하고, 미술대학 교육에 전무하다시피 하던 공공미술을 워크숍 형식으로 접목하여 미래의 공공미술가를 육성하고, 국내·외 전문가들의 컨퍼런스를 통해 공공미술에 대한 동시대적 논의를 활성화하려 한 이들 사업은 당장의 가시적 성과보다는 장

기적인 여건 조성에 초점을 두고 기획되었다.

둘째는 시범적인 공공미술 프로젝트를 기획하고 기획자나 작가를 선정하여 실행하는 시범사업이었다. 전자가 저변확대와 인식의 변화라는 중장기적인 목표를 추구했다면, 시범사업은 서울의 도시환경 속에서 가시적이고 실질적인 공공미술의 성과를 구현함으로써 '건축물 미술작품제도'를 비롯한 민간의 공공미술 관행에 대해 근본적인 변화를 선도하는 것을 목표로 하였다. 한정된 예산과 사업 추진 장소의 제한적 조건 속에서도 2017년 만리동 광장에 설치된 <윤슬>(2017)을 시작으로 하여, <녹사평역 지하예술정원>(2018), <타원본부>(2017), <홍제유연>(2019) 등 매년 실행된 「서울은 미술관」 시범사업 프로젝트들은 방치된 도시의 공간들에 새로운 활력을 불어넣으며 시민대중과 전문가들의 호응을 이끌었고, 뛰어난 공공미술 기획자들을 새롭게 발굴하였다. 이 프로젝트들은 「서울은 미술관」이 추구한 공공미술의 방향을 가시적으로 보여준 성공 사례로 남아있다.

한편, 「서울은 미술관」의 여러 사업들 중에는 아예 사업 자체가 무산되었거나 기대에 못 미치는 결과를 낳은 경우도 있었다. 대표적인 예로, 서울을 상징하는 대형 상징물을 공모했던 [서울의 문] 프로젝트가 있다. 이는 일반공모와 지명공모 형식으로 두 차례에 걸쳐 진행되었지만, 결과적으로 실행되지 못하였다. [서울식물원] 프로젝트의 경우도 여러 차례의 재공모에도 불구하고 기대에 부응하는 작품이 나오지 않아 사업 자체가 무산되었고, 위원회 출범 첫 해에 주요미술가, 건축가들을 대상으로 공공미술 아이디어를 공모한 [단 한 곳, 단 한 점] 프로젝트도, 큰 기대를 모았던 것과 달리 결국 큰 성과 없이 끝나고 말았다. 서울광장에 한시적으로 공공미술품을 설치하는 [오늘] 프로젝트 역시 의욕적인 출발 이후 두 차례 실행된 뒤 급속히 동력을 잃고 폐지되었다. 이들 모두 공공미술에 대한 일반적인 기대와 참여미술가들의 상상력 사이에 상당한 거리가 있음을 실감해야 했던 사례다.

시행착오와 실망스런 경험을 되풀이하면서, 미술관에서 성공적인 미술가들이 공공미술에서도 반드시 성공적인 것은 아니라는 것, 기획자의 좋은 의도만으로 좋은 공공미술이 나오는 것은 아니라는 것을 알 수 있었다. 기획자에게나 미술가에게나 기획과 구상과 설계에서 공공미술은 철저한 사전 조사와 정교한 접근방식을 필요로 한다. 그것은 또한 ‘미술관 미술’만큼이나, 또는 그보다 더 뛰어난 예술적 상상력을 요구한다. 평범하고 안이한 발상으로는 결코 시민 대중을 사로잡고 설득할 수 없다는 것을 공공미술에 참여하는 기획자들과 예술가들은 끊임없이 되새겨야만 한다.

서울과 같은 거대도시에서 특정 장소에 한두 점의 공공미술 작품을 세우는 것이 서울의 도시경관에 가져올 변화에는 분명히 한계가 있다. 예산과 공간, 인력이 항상 부족한 현실에서 1년에 한두 점 이상을 추진하기 어렵다. 그렇다고 더 많은 예산을 확보해서 대규모 공공미술 작품을 더 많이 세우는 식으로 접근하면 오히려 역효과를 낼 수 있다. 우리나라 현대미술은 이제 국제적인 무대에서 인정받는 수준에 올라가 있지만, 그에 비하면 공공미술은 여전히 제자리걸음을 하고 있다는 것을 부인하기 어렵다. 독창적 상상력과 풍부한 경험을 갖춘 공공미술가가 현저히 부족하고, 대부분의 ‘진지한’ 미술가들은 공공미술 분야의 부조리한 관행에 환멸을 느끼며 공공미술 자체를 외면하고 있다. 이런 현실에서 ‘눈에 확 띄는’ 공공미술 작품에 대한 성급한 기대는 실패의 지름길이 될 것이다. 서두르지 않고 작은 성공 사례들을 축적해가는 것 역시 중요하다고 생각한다. 「서울은 미술관」 2기 사업의 방향을 모색하면서 고민해야 할 가장 중요한 문제는 어떻게 좋은 미술가들을 공공미술로 끌어들이 것인가. 젊고 유능한 새로운 세대의 미술가들이 공공미술에서 자신들의 역량을 펼칠 수 있는 기회를 어떻게 늘릴 것인가에 대한 질문 아닐까 싶다.

## Abstract

As the chairman of Public Art Committee of Seoul Metropolitan Government, for 4 years from 2016 to 2020, I supervised the overall management of *Seoul is Museum* from planning to review of art. This speech will critic the background, goals, achievements and limits of the major projects in *Seoul is Museum*, and find a way forward for next step of public art in Seoul city.

The public art project of Seoul was suspended for a while after “Seoul City Gallery Project”, which took place between 2006 and 2010, and started again in 2016. When seeking expert advice on various projects planned and implemented by each divisions, the lack of consistent direction and principles of public art projects was pointed out as a problem. To solve this problem, Public Art Committee composed of external experts was created. Immediately after its inauguration, the committee focused on establishing a new framework for public art of Seoul by setting the philosophy and principles of public art of Seoul city and planning a pilot project to implement it under the name of “*Seoul is Museum* [서울은 미술관].” The principles of public art of Seoul city, declared by the late former Mayor Park Won-soon in December 2016, make it clear that the owner of public art is citizen, and public art is for the lives of citizens. It was promised that public art of Seoul city will improve the problems of the city and present the meaning and value of the times together with the changing city in a careful and restrained manner.

*Seoul is Museum* was mainly divided into two parts. The first was a university cooperative public art project, non-governmental excavator project and international conference, that focused on improving social awareness of public art and deepening civic participation and professional discussion. The second was a public art pilot project that planned a public art project on a trial basis, selected planners and artists and implemented the project. While the former focused on mid- to long-term base expansion and change of perception rather than tangible achievements, the pilot project presented tangible and practical results in the urban environment of Seoul, aiming to fundamentally change the practice of privately-led public art including the Percent for art. In spite of the limited budget and the limited condition of the place where the project will be carried out, starting with *Yoonseul: Manridong reflects*

*Seoul* (2017) in Malli-dong Plaza, projects such as *Noksapyeong Underground Art Garden* (2017) in Noksapyeong Station, *Oval Camp* (2019) in Yongma Waterfall Park, and *Hongje Yuyeon* (2019) in Yujin Sangga (shopping complex) received a great response from experts and citizens and produced successful results, showing a new direction for public art in the city.

On the other hand, among the projects in *Seoul is Museum*, there were many projects that failed or produced less than expected results. “Gate of Seoul” project opened contests for a large-scale symbol of Seoul twice in the form of a public competition and an invited competition, but it could not be implemented as a result. “One and Only Artwork for The One Place” project, in which public art ideas of major artists were contested, ended up with no visible results. In both cases, we realized that there is a huge realistic distance between the general expectations for public art and the imagination of participating artists, understanding the need for enough preliminary research and a sophisticated approach in the planning and competition design stages of the project.

The most fundamental issue is about the effectiveness of these pilot projects. In a metropolis called Seoul, the change of the urban landscape of Seoul city by installing one or two public art works in a specific place is limited. Moreover showing large-scale works could be counter-productive. If the city look for a “spectacular” scenery with public art, it would be lead to failure rather than success. This is the most important issue to consider when seeking the direction of the next step of *Seoul is Museum*.

THE 7TH SEOUL IS MUSEUM  
PUBLIC ART CONFERENCE

제7회 서울은 미술관  
**공공미술 컨퍼런스**

집속하는 미술,  
공공의 미디어



1부

# Session 1

비대면/초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들

---

김성은

낮과 밤의 공공미술: 도시와 미디어아트 하기

신보슬

메타버스에서 공공미술은 가능한가?

## 낮과 밤의 공공미술: 도시와 미디어아트 하기

Linked or Embedded:  
Media Art into the City



김성은 Kim SeongEun

백남준 아트센터 관장

Director of the Nam June Paik Art Center



▲ 국립현대미술관 미술은행 프로젝트 공공

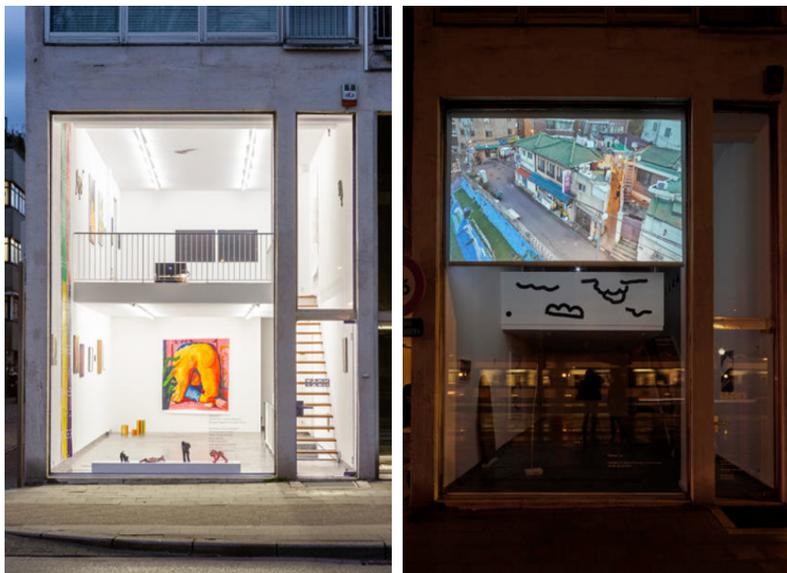
2022 강남대로 G-LIGHT (출처 : 국립현대미술관 유튜브 채널 <https://www.youtube.com/c/mmcakorea>)

도시의 공공미술, 그 중에서도 미디어아트 성격의 공공미술이라 하면 흔히 들 건물의 외벽 전광판에 상영되는 대형 영상을 가장 먼저 떠올린다. 도심의 야경을 스펙터클로 만들어주는 미디어파사드 형태의 작품들은 언제나 시민들의 눈길을 강렬하게 사로잡는다. 코엑스 케이팝 스퀘어나 강남역의 미디어폴

에서 상영되는 작품들은, 현란한 자극이 수없이 넘쳐나는 거리에서도 시민들에게 압도적인 시각적 쾌감을 선사하곤 한다. 누구나 쉽게 감상할 수 있도록 누구에게나 열려 있다는 점에서 이러한 작업을 공공미술이라고 부른다. 그런데 과연 열려 있다는 사실만으로 그 예술은 공공적일까? 같은 작품이 미술관에서 전시될 때보다 훨씬 큰 공공성을 보장한다고 할 수 있을까? 완전히 열려 있기 때문에 오히려 스쳐 지나가는 감상만 있을 뿐 그 안은 텅 빈 상태로 머물고 마는 것은 아닐까? 시민들의 감각적이고 성찰적인 활동을 촉진하기 위해서는 어떤 방법론을 도모해 볼 수 있을까? 어쩌면, 눈의 즐거움이야말로 공공미술의 가장 중요한 역할이라고 주장할 수 있는 것은 아닐까? 이러한 질문을 갖고, 물리적인 장소와 온라인 미디어장에서 고안할 수 있는 미디어아트 공공미술 형식의 두 가지 사례를 소개하고자 한다.



▲ Nam June Paik: Selected Works, exhibition poster, 2021 Tick Tack, Antwerpen (출처: <https://www.ticktack.be/>)



▲ Gallery Tick Tack, Cinema Tick Tack (출처: <https://www.ticktack.be/>)

2021년 2월 백남준아트센터는 벨기에 안트베르펜시의 예술공간 틱택(Tick Tack)과 공동 기획으로 백남준의 싱글채널 비디오를 상영한 바 있다. 틱택은 낮에는 전시 갤러리로, 해가 지고 나서는 시네마 틱택이라는 이름 아래 야외 윈도 프로젝션을 상영하는 곳이다. 감염병이 한창이어서 유럽의 미술관들이 문을 닫은 시기에 틱택에서는 시의적 상황과 주제를 반영하여 시네마 프로그램을 운영하였고 팬데믹이라는 환경에서 부각된 예술과 기술의 관계를 재조명할 수 있는 상영작을 연속 기획하였다. 그 일환으로 2021년 2월부터 7월까지 시네마 틱택은 세 챕터로 미술사에 한 획을 그었다 평가 받는 미디어 아티스트 백남준, 스타이나/우디 바술카, 그리고 지브라스트라트/리츠-미젠재단의 뉴테크놀로지 아트어워드 수상자들의 영상 작품을 상영하는 협력 전시를 개최하였다.



▲ 《백남준 싱글채널 비디오 특선전》상영 모습, 2021 Tick Tack, Antwerpen  
 (출처: Source : <https://www.ticktack.be/>)

역사적인 비디오아트와 동시대 비디오아트를 함께 선보이는 전시를 통해 예술에서 기술이 지닌 역할의 현재와 과거를 생각해 보게 하는 시도였다.

백남준의 비디오는 <글로벌 그루브>(1973)와 <모음곡 212>(1974)이 상영되었다. 백남준이 전 세계의 음악자원을 한자리에 모아 보여준다는 의미에서 “음악적 생태”라고 표현한 <글로벌 그루브>는 아방가르드와 대중예술에 있어 비언어적 소통 수단인 음악을 통해 서로 다른 문화를 이해하고 소통할 수 있다는 비전을 제시하는 작품이다. 1974년 뉴욕의 WNET-Channel 13에서 방송되기도 하였다. <모음곡 212>는 뉴욕의 다채로운 도시 모습을 보여주는 비디오 연작이다. 짧은 곡들을 모아 연주하는 음악 형식인 ‘모음곡’과 뉴욕 맨해튼의 지역번호 ‘212’를 제목으로 사용하면서 뉴욕의 역사, 인물, 풍경, 명소 등을 백남준 특유의 전자 콜라주 방식으로 스케치한 작품이다. 5분 내외의 비디오 30여 편이 1975년 4월 한

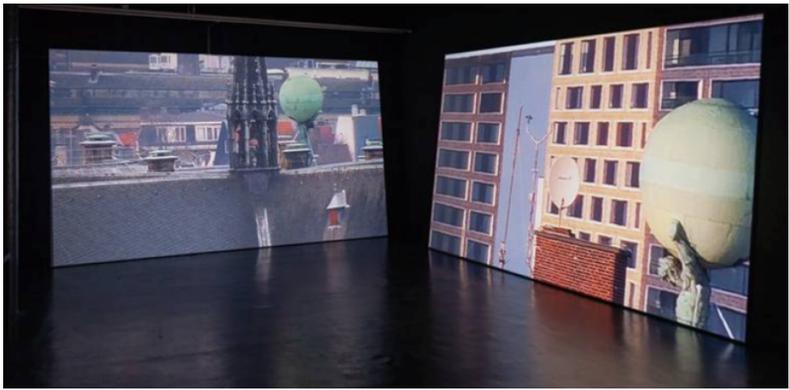


▲ 《미디어스케이프》 전시 연계 <모음곡 212> 상영  
2011 서울스퀘어 미디어캔버스 (사진: 강제욱)

달 동안 역시 WNET에서 매일 밤 한 편씩 방송되었다. 백남준은 <모음곡 212>를 통해 1970년대 뉴욕이라는 도시를 새롭게 바라볼 수 있도록 하였을 뿐만 아니라 공공의 예술적 장으로서 미디어아트를 방송한다는 아이디어를 구현하였다.

<모음곡 212>은 2019년 서울로미디어캔버스에서도 《백남준의 도시: 뉴욕에서 서울까지》라는 전시로 상영한 바 있다. 서울역 주변의 복잡한 거리에서 바라보는 거대한 미디어캔버스에서 백남준 특유의 전자적 합성으로 표출되는 40여 년 전 뉴욕의 이미지는 도시를 홍보하는 깔끔한 영상물들과는 다른 감흥을 불러일으킨다. 서울로에서의 상영은 사회적 문화적 이동과 교류를 동력으로 삼는 두 대도시의 시공간을 연결하고 중첩시켰다. 같은 작품이 벨기에의 항구도시 안트베르펜의 변화가에서 상영된 2021년은 팬데믹으로 인류의 이동과 교류가 전혀 없이 중단된 시기였다. 틱택 공간은 브루탈리즘 건축가 레온 스티년의 역사적 건물에 자리잡고 있다. 트램역과 공원을 마주한 위치에 자리

한 건물의 6미터 높이 창문을 통해 상영된 백남준의 비디오는 물류와 노동의 흐름으로 정의되는 항구도시에서 이질적이면서도 조화로운 경관을 이루었다. 또한 많은 문화예술공간이 문을 닫은 감염병 시국에 도시의 표면에서 부유하는 예술의 형태가 급증하던 가운데, 이미 윈도 갤러리 형식으로 상영을 지속해 온 틱택이 국제교류의 활로를 찾기 위해 이 전시 플랫폼을 활용했다는 점도 의미가 있다.



▲ 캠프, <카메라의 안에서>, 2019 암스테르담 드아펠  
(출처: Source : <https://studio.camp/>)

두 번째 사례는 2021년 11월부터 22년 2월까지 백남준아트센터에서 열렸던 《캠프, 미디어의 약속 이후》 전시의 프로젝트 중 하나인 “카메라의 라이브 안무”이다. 인도의 스튜디오인 캠프(CAMP)는 백남준아트센터 국제예술상 수상자로서, 여러 미디어를 역사적, 정치적 접근으로 다루는 작가들이며 특히 폐쇄회로 텔레비전 카메라를 매체로 자주 사용한다. 도시 속에 편재하여 전지적 관찰자이자 감시자의 역할을 하는 CCTV 카메라를 예술적, 사회적으로 개방하려는 프로젝트를 세계 여러 도시에서 수행해 왔다. 서울에서 제작한 신작에서 캠프는 을지로의 대림상가 옥상에 PTZ CCTV 카메라를 세웠다. PTZ는



▲ 《캠프, 미디어의 약속 이후》 중 "카메라의 라이브 안무" 전시실,  
2021 백남준아트센터 블랙박스 (사진 : 노경)

카메라가 좌우로 움직이는 패닝, 상하로 움직이는 틸트, 근경과 원경을 오가는 줌 동작을 뜻한다. 프로그래밍을 통해 카메라가 포착할 좌표, 정지 시간, 지점간 이동 속도 등을 숫자 값으로 지정하여 카메라를 움직이게 한다. 마치 카메라의 춤을 안무하는 것처럼 도시의 상징적인 건물들의 옥상에 카메라를 설치하고 주변 풍경을 자동 촬영하여 영화화하는 캠프의 이 같은 CCTV 방법론은, 앞서 2019년 암스테르담 드 아펠 미술관에서 제작했던 <카메라의 안에서>에서도 사용되었다. 네덜란드의 역사에서 중요한 장소 세 곳에 카메라가 설치되었는데, 로열 더치 쉘 그룹 본사가 있던 아담 타워, 네덜란드 무역협회 건물이었던 시립 아카이브, 현재 예술가들의 아틀리에로 쓰이고 있는 테터로테 인 쇄공장이다. 이 작품의 제목이 "카메라의 안에서"인 것은 우리의 삶을 바깥에서 촬영하는 카메라가 아니라 우리가 아예 카메라의 안에서 살아가고 있음을 의미한다고 할 수 있다. 같은 방식으로 서울에서 카메라를 설치한 대림상가는 세운상가, 청계상가와 이어지는 건물로서, 주변 일대는 기계, 공구, 전기,

전자, 인쇄 등의 제조업이 오랫동안 번성하였고, 도시 개발의 여파로 많은 곳이 사라졌으나 숙련된 장인들이 여전히 산업 생태계의 사슬을 형성하고 있다. 미디어아트 작가들이 이곳에서 재료를 구하고 기술적 도움을 구하는 일도 잦다. 한편에서는 옛 건물을 허물고 새로운 고층 건물을 속속 올리고 있으며, 다른 한편에서는 창작자들의 작업실과 매장이 제도적으로 혹은 자발적으로 이곳에 들어서고 있다. 최근에는 노포 식당이나 카페를 중심으로 레트로 문화를 즐기는 젊은 층들이 많이 찾는 동네이기도 하다. 도시 한복판이라는 지리적 특성은 보존과 개발과 재생이라는 정책의 부침 속에서 첨예한 문제들을 낳고 있으며, 세운협업지원센터부터 청계천을지로보존연대까지 다양한 단체들이 지역사회와 함께하고 있다.

캠프는 자신들이 피상적으로밖에 접근할 수 없는 을지로의 맥락을 다루기 위해 한국의 미디어 아티스트 최태윤, 서울익스프레스의 전유진, 홍민기 작가와 협업하였다. 이들의 협업은 서울의 도시 개발과 재생에 관련된 정치적, 사회적 쟁점에 관해 토론하고, 카메라의 기술적 설치와 실질적 운용까지 포괄하는 것이다. 특히 세운메이커스큐브에 입주해 있는 서울익스프레스는 자신들이 이미 지역사회와 맺고 있는 관계를 바탕으로 조사연구를 진행하였고 이를 바탕으로 캠프와 함께 카메라의 동작을 설계하였다. 여기에는 서울익스프레스가 제공한 ‘동네 정보’에 기반하여 건물의 기능이나 상황, 거주자나 입주민에 관한 스토리텔링이 반영되기도 하고, 외관의 색상, 구도, 물질 같은 추상적이고 미학적인 기준이 적용되기도 하였다. 카메라의 움직임은 사전에 설정해 두지만 실시간으로도 제어할 수 있다.

유사하게 제작되었던 암스테르담과는 다르게 을지로에서는 촬영되는 영상이 전시 기간 내내 전시실로 생중계되었다. 정해진 분초에 카메라가 다가가는 지점은 동일하지만 시간대와 날씨, 지나가는 사람들에 따라 화면은 조금씩 바뀐다. 풍경 안에서 다양한 거리와 속도로 움직이는 카메라는 울동감을 갖게 되면서 무

인으로 작동하지만 흡사 살아있는 물체처럼 스스로 영화적 내러티브를 만들어 나간다. 카메라의 동작을 라이브로 제어할 수 있을 뿐만 아니라, 카메라가 현장을 라이브로 안무하는 듯한 화면이 실시간으로 전송된 캠프의 이 작업을 “카메라의 라이브 안무”라고 부른 까닭이다. 영상의 제작과 방송, 송신과 수신 이 사차 없이 동시에 일어나는 즉각성은 전시실과 을지로를 한 공간으로 연결하였다. 라이브 이미지와 매개된 이미지의 경계를 허물어 버림으로써 카메라의 안과 밖, 스크린의 안과 밖은 하나로 관통된다. 이에 더해, 라이브 스트리밍을 매개한 것은 웹 환경의 방송 앱이므로 전시장이 문을 열지 않는 시간대에도 온라인에서 관람이 가능하였다. 비록 전시장에서의 경험과는 다르지만 전시장에 오지 못하는 해외 관객들도 스트리밍 영상을 감상할 수 있었다.

N서울타워, 세운메이커스큐브에 있는 서울익스프레스의 작업실이자 ‘여성을 위한 열린 기술랩’ 앞 공중 보행로, 종묘 출입구 광장에 세워진 이상재 동상, 전 중앙선거관리위원회 선거연수원, 을지트윈타워 입구와 을지로4가 지하철역, 화공약품 골목, 재봉틀 부자재 골목, 두타몰과 두산아트센터 전광판, 한국주택공사가 신축 중인 아파트형 공장, 아세아전자상가, 철거예정 현수막이 걸린 건물, 종로특수조명, 을지예술센터, 반석교회 침탑. 을지로 카메라의 동선은 이러한 지점들을 순서대로 비추며 한 시간 단위로 순환했는데 그 카메라워크는 일대의 대표적인 장소들을 저마다 다른 속도와 각도로 보여준다. 감시 도구로서 사적인 영역에 침투하는 카메라가 아니라 마치 춤을 추듯 움직이는 카메라의 동작을 통해 익숙한 도시를 낯설게 관찰할 수 있다. 또한 캠프는 카메라의 시간별 경로를 온라인에 공개하고 시민들이 해당 시간에 카메라를 향해 무엇이든 하도록 개방하였다. 말하자면 일종의 방송 시간표를 정해 놓고 카메라를 ‘받는’ 개인들이 그 방송 시간을 자유롭게 쓸 수 있는 권한을 부여한 것이다. 도시의 현장과 미술관의 전시실이 연결된 시공간은 개인들의 일상적인 혹은 예술적인 개입을 반겼다.



▲ 《도시, 을지로+2C: 가운데의 시간》 야외 전시 모습, 2021 을지아트센터  
(사진 : 을지아트센터)

카메라의 동선 중 한 곳인 을지예술센터는 철공소 골목의 오래된 건물을 개조한 예술 공간이다. 《캠프, 미디어의 약속 이후》 전시 기간이었던 2021년 12월부터 1월까지 을지예술센터는 《도시, 을지로+2C: 가운데의 시간》이라는 야외 전시를 열었다. 주변 을지로 4가 산림동 일대 세월의 흔적이 묻어 있는 건물 외벽과 창문, 슬레이트 지붕에 청년 예술가들의 회화, 일러스트, 타투 등의 작업을 현수막으로 확대하여 내걸었다. 이들 이미지에는 을지로의 냄새와 소리, 하늘을 가리는 전선, 기울어진 전봇대, 밤 골목을 지배하는 고양이 등 도시의 모습이 담겼다. 대림상가의 한 카페 앞에 뷰포인트를 세워 이 현수막들을 조망할 수 있도록 하였고, 늦은 밤까지 조명을 밝혀 밤에도 볼 수 있도록 하였다. 을지로의 오래된 건물들을 수놓은 그림들을 멀리서 바라보도록 함으로써 도시의 주변부에 있던 이들을 '가운데'의 이야기로 만나도록 한 기획이다. 캠프의 카메라가 포착하는 지점들 중에는 을지예술센터뿐만 아니라 이 현수막들이 걸린 몇몇 장소들이 포함되어 있었고, 백남준아트센터의 블랙박스 전시

실 속 스크린에 담긴 《도시, 을지로+2℃: 가운데의 시간》은 또 다른 예술 현장의 한가운데로 들어와 관객을 만났다.

캠프의 “카메라의 라이브 안무”와 연계하여 협업 작가 서울익스프레스의 퍼포먼스 <찬 바람이 불면>도 열렸다. 을지로와 용인 백남준아트센터에서 동시에 벌어지는 이원 라이브 공연으로 배우, 가수, 안무가 등이 함께하였다. 서울에서는 독일 극작가 게오르크 뷔히너의 희곡 <보이체크>(Woyzeck, 1837) 중 일부를 을지로 캠프의 카메라 시퀀스에 잡히는 몇몇 장소에 준비한 무대에서 퍼포머들이 공연한다. 이 모습은 그대로 백남준아트센터 전시실의 스크린으로 생방송되고, 전시실에서는 녹음된 사운드와 현장에서 만드는 사운드가 뒤섞인 퍼포먼스가 벌어진다. 스크린에 상영되는 을지로 연극 위로 전시실의 작가들은 대사들을 중첩시키고 사운드를 연주하며, 가수는 극을 낭독하고 노래를 부른다. 민중가요 <야벡 비시니예프스키가 쓰러졌다>, 미국 록밴드 스타십(Starship)의 <우리가 도시를 세웠죠>(We Built This City, 1985)등이 공연되었다. 두 장소를 기술적으로 연결하는 손쉬운 방식 대신, 캠프가 프로그래



▲ 서울익스프레스, <찬 바람이 불면>  
2021 백남준아트센터 블랙박스 퍼포먼스 모습 (사진 : 현준영)



▲ 서울익스프레스, <찬 바람이 불면>  
2021 백남준아트센터 블랙박스 퍼포먼스 모습 (사진 : 현준영)

밍한 시간, 속도, 위치의 설계대로 작동하고 있는 CCTV 카메라 속의 장소에 퍼포머들이 개입하고, 그 스크린에 원격으로 텍스트와 사운드를 더하는 수공적인 방식을 통해 을지로와 전시실은 독특한 시청각적 경험 안에서 하나의 시공간이 된다. 저녁에 진행한 공연에서는 전시에서는 볼 수 없었던 캠프의 카메라 속 을지로의 밤 풍경을 감상할 수 있었다.

“우리가 이 도시를 세웠죠.” “수많은 이들이 밤을 삼키며 달아났죠.” 스타십의 노래가사처럼 캠프의 카메라가 비춰준 을지로의 석 달은 같은 듯 보이는 매일매일 끊임없이 변화하였다. 을지로의 현장과 백남준아트센터의 전시실이 연결된 시공간에서는 도시를 다시 쌓아 올리는 힘의 위용과 주변의 뒷골목들을 쓸쓸히 휘감는 호흡을 같이 느낄 수 있었다. 캠프의 을지로 프로젝트는 무빙 이미지가 보여주는 도시와 실제 공간에서 경험할 수 있는 도시 단상의 간극, 그리고 이것이 방송이나 온라인 플랫폼에서 감상될 때의 또 다른 차이에 대한

감각을 생성하며 이를 공간적으로 체험할 수 있는 시간을 제공하였다. 이는 도시에서, 도시로써, 혹은 도시와 함께 미디어아트를 하는 일에 관해 질문하게 한다. 누구나 접근할 수 있다고 해서 모두가 관심을 기울이지는 않는다. 누구나 즐기라 권하지만 모두에게 반드시 즐거운 것만은 아닐 것이다. 미술관을 벗어나야만 더 공공적이라기에는 거리의 공공미술에도 스쳐 지나가버리는 감상이 적지 않다. 공공미술의 주된 역할은 아마도 일상의 걸음과 생각을 얼마나 멈추게 하는가에 달려 있을 것이다. 그래서 우리의 질문은 이렇게 바뀌어야 할지 모른다. 미술관의 안과 밖, 스크린의 안과 밖을 넘나들 수 있는 길을 만들어 나가는 경로에서 생겨나는 공공성이란 무엇일까?

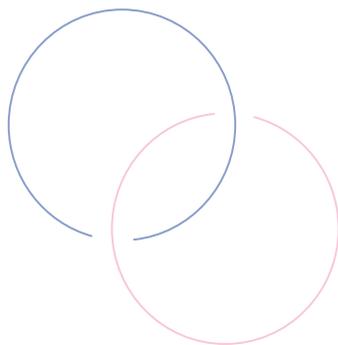
## Abstract

When it comes to urban public art, especially public art of a media art character, the first thing that comes to mind is a large-scale image run on a billboard on the exterior wall of a building. Media facade-type works that make the night view of the city a spectacle always catch the eyes of citizens intensely. These works are called public art in that they are open to anyone so that anyone can easily appreciate them. But is the art public just because it is open? Isn't it that there are only passing impressions, and the inside remains empty since it is completely open? What methodologies can be developed to promote sensuous and reflective activities of citizens? With these questions in mind, I would like to introduce two examples of media art in the form of public art that can be devised in physical places and online media venues.

In February 2021, Nam June Paik Art Center screened Nam June Paik's single-channel video as a joint project with Tick Tack, an art space in Antwerpen, Belgium. Tick Tack runs an exhibition gallery during the day, and screens an outdoor window projection under the name of Cinema Tick Tack after the sun goes down. At a time when European art galleries were closed due to the pandemic, Nam June Paik's video was shown on Cinema Tick Tack. Among the screenings, *Suite 212* (1974) is a video series showing the colorful cityscape of New York. The work was titled by combining "Suite", which is a musical form of collecting and playing short songs, and the area code "212" of Manhattan, New York. It is a work in which Nam June Paik's unique electronic collage is applied to sketch New York's history, people, landscapes, and sights. About 30 videos of about 5 minutes were aired every night on New York's WNET station for a month in April 1975. Nam June Paik not only allowed a new perspective on the city of New York in the 1970s through *Suite 212*, but also attempted the idea of broadcasting media art as a form of public art. This work was also screened as an exhibition titled *Nam June Paik's City: From New York to Seoul* on Seoulo Media Canvas in 2019.

The second case is "A Live Choreographed Camera" during the exhibition *CAMP After Media Promises* held at Nam June Paik Art Center from November 2021 to February 2022. In a new project produced in Seoul, CAMP, Indian artist studio, set up a PTZ CCTV camera on the rooftop of Daelim Plaza in Euljiro, automatically

recorded the surrounding area, and streamed live video to the exhibition room. Since the mediation was enabled by a web-based broadcasting app, it was possible to watch the video online even when the exhibition hall was not open. CAMP collaborated with Korean media artists for this Seoul project, and programmed the camera's motion to move as if it is dancing to allow unfamiliar observation of a familiar city, using the camera not as a surveillance tool that penetrates into the private area. CAMP gave the information of the camera's hourly route online and allowed citizens to do anything for the camera at that time. In other words, a kind of broadcast timetable was set and the individuals who "receive" the camera shooting were given the right to freely use the broadcast time. The time and space where the city site and the art museum's exhibition are linked welcomed the daily or artistic intervention of individuals.



THE 7TH SEOUL IS MUSEUM  
PUBLIC ART CONFERENCE

제7회 서울은 미술관  
**공공미술 컨퍼런스**

집속하는 미술,  
공공의 미디어

## 메타버스에서도 공공미술이 가능할까?

Is it possible to make public art in metaverse?



**신보슬** Shin Nathalie Boseul

토탈미술관 책임큐레이터

Chief Curator of the Total Museum of Contemporary Art

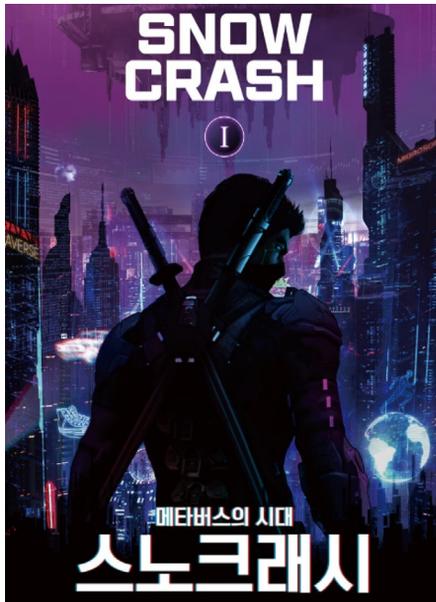
### 메타버스에서 공공미술은 가능한가?

팬데믹 시기를 거치면서 가장 눈에 띄는 변화는 테크놀로지를 매개로 하여 일상이 변화되었다는 점이다. 사람들 사이의 만남이 대면과 비대면, 하이브리드 범주로 나누어지고, 그 안에서 업무, 교육, 사회적 활동 등이 자연스럽게 이루어지고 있다. 온라인으로 강의가 진행되니 등록금 일부를 반환하라던 목소리는 포스트팬데믹 이후에도 비대면 수업을 진행하면 안되냐는 아이러니한 요구로 돌아오기도 했다. 이러한 변화의 한 가운데 메타버스가 있다. 처음에는 그저 게임이나 홈페이지 정도로만 생각했던 메타버스는 어느덧 새로운 사회 생활과 경제시스템을 주도하는 기술이라 불리기도 한다. 그렇다면, 그런 메타버스 안에서 공공미술은 가능한가?

### 메타버스의 등장

인공지능, 블록체인, 가상현실, 로봇, IoT, 클라우드 컴퓨팅, 그리고 메타버스 위에서 언급한 용어들은 코로나19로 인한 팬데믹 기간 동안 우리에게 성큼 다

가온 기술용어들이다. 물론, 이러한 기술들이 예전에 없던 새로운 것은 아니다. HMD를 쓰고 가상현실(VR)의 세계를 다니거나, 로봇과 함께 살아가는 삶에 대한 이야기는 아주 오래전부터 SF 소설이나 영화에서 지겹도록 보아왔다. 다만 달라진 것은 이러한 내용들이 이제 더 이상 ‘공상과학’이 아니고, 우리의 일상 속에 들어와 있다는 점이다. 알파고와 이세돌이 바둑대결을 하고, 소피아라는 AI 휴머노이드 로봇이 UN 경제사회이사회(ECOSOC) 정기회의에서 발언하고, 사우디아라비아에서 로봇이 시민권을 발급받은 것도 벌써 수년이 흘렀다. 2022년 현재, 로봇이 식당에서 음식을 나르거나, 공공장소에서 로봇의 안내를 받는 것도 이제 놀라운 일이 아니다. 얼마전 한 유명 연예인은 일본에서 구입한 로봇 애완견 두 마리와 산책하는 장면을 SNS에 올리기도 했다. 코로나19로 인하여 우리의 대면활동이 전면 중지되었던 순간부터 가속화된



▲ 메타버스가 처음 등장한 『스노크래시』(국내 1996년 출간 이후, 2021년 재출간)

테크놀로지의 발전은 우리의 삶을 총체적으로 바꿔가고 있다.

메타버스는 앞으로 우리에게 다가올 새로운 일상, 새로운 기술환경, 우리가 살아가는 또다른 공간이자 플랫폼으로 중요한 의미와 역할을 가진다. 일반적으로 ‘확장가상세계’라 불리는 메타버스는 초월을 의미하는 메타(meta)와 우주를 의미하는 ‘유니버스(universe)의 합성한 신조어로서 1992년 출간된 닐 스티븐슨의 SF소설 『스노크래시』에서 처음으로 등장했다. 소설에 등장하는 메타버스는 가상현실이나 증강현실보다 상위기반으로 현실에서의 생활을 가상세계로 확장하여 가상 공간에서도 모든 활동이 가능한 세상을 만들어주는 시스템정도로 등장한다.

“양쪽 눈에 서로 조금씩 다른 이미지를 보여줌으로써, 3차원적 영상이 만들어졌다. 그리고 그 영상을 일초에 일흔 두 번 바뀌게 함으로써 그것을 동화상으로 나타낼 수 있었다. 이 삼차원적 동화상을 한 면당 이 킬로픽셀의 해상도로 나타내게 하면, 시각의 한계 내에서는 가장 선명한 그림이 되었다. 게다가 그 작은 이어폰을 통해 디지털 스테레오 음향을 집어넣게 되면, 이 움직이는 삼차원 동화상은 완벽하게 현실적인 사운드 트랙까지 갖추게 되는 셈이었다.

그렇게 되면 히로는 이 자리에 있는 것이 아니었다. 그는 컴퓨터가 만들어내서 그의 고글과 이어폰을 통해 가상의 세계에 들어가게 되는 것이었다. 컴퓨터 용어로는 《메타버스》라는 이름으로 불리는 세상이었다.”<sup>1)</sup>

“그들은 빌딩들을 짓고, 공원을 만들고, 광고판들을 세웠다. 그뿐 아니라 현실 속에서는 불가능한 것들도 만들어냈다. 가령 공중에 여기저기 흩어져 떠다니는 조명쇼, 삼차원 시공간 법칙들이 무시되는 특수 지역, 서로를 수색해서 쏘아 죽이는 자유 전투 지구 등. 단 한 가지 다른 점이 있다면, 이것들은 물리적으로 지어진 것들이 아니라는 점이였다. 더 스트리트 자체가 실제하

1) 닐 스티븐슨, 김장환 역, 『스노우 크래쉬』, 새와 물고기, 1996, pp. 48-49

는 것이 아니기 때문에, 더 스트리트는 다만 종이에 적힌 컴퓨터 그래픽 규약일 뿐이었다. 아니, 그것들은 광섬유 네트워크를 통해 전세계에 공개된 소프트웨어 조각들일 뿐이었다.”<sup>2)</sup>

## 메타버스의 유형과 특징

아직까지 메타버스에 대한 명확한 정의나 규정이 이루어지지 않는 점을 감안할 때, 30년 전에 쓰여진 『스노크래시』는 꽤나 구체적으로 메타버스를 설명한다. 뿐만 아니라, 메타버스에 들어가기 위한 장비/입력장치나 그 안에서 벌어지는 행위들, 그리고 규약, 지불절차에 대한 이야기 등은 오늘날 메타버스의 모습과 비교해도 크게 다르지 않다. 아직 초기 단계라 할 수 있는 메타버스는 몇 가지 유형으로 구분하여 생각해 볼 수 있다. 비영리 기술연구단체인 ASF(Acceleration Studies Foundation)에서는 메타버스를 ‘증강과 시뮬레이션’, ‘내적인 것과 외적인 것’이라는 두 축을 중심으로 증강현실(Augmented Reality), 일상기록(Lifelogging), 거울세계(Mirror Worlds), 가상세계(Virtual Worlds)의 네 가지 유형으로 구분하여 설명한다.

2D나 3D로 제작된 이미지와 현실의 물체를 통해서 연동되는 환경을 의미하는 증강현실 유형은 단말기의 카메라를 통해 비추어 보면 흔적만 남은 과거 유적지를 되살리는 모습이 드러나게 하는 등의 기술을 사용하는데, 부동산, 건축, 예술을 비롯한 다양한 산업분야에서 널리 활용되고 있다. 일상기록 유형은 사물과 사람에 대한 일상적인 경험과 정보를 캡처하고 저장하여 활용하거나 다른 사용자들과 공유하는 활동을 의미한다. 예를 들어, 센서가 부착된 스포츠웨어나 스마트워치 등을 통해서 운동기록, 소비 칼로리 등을 공유하는 등의 활동이 여기에 속한다고 할 수 있다. 거울세계 유형은 구글어

2) 닐 스티븐슨, 동월 도서, p.504

스처럼 실제세계를 가장 사실적으로 반영하는 가상세계를 말한다. 많은 전문가들은 기술이 발전할수록 현실세계와 근접한 가상세계를 구축하는 것이 가능해지고, 가상세계가 현실세계에 대한 인텍스처럼 작용할 것이라고 이야기한다. 끝으로 가상세계 유형은 현실과 유사하거나 혹은 현실과는 다른 대안적 세계를 디지털로 구축하는 것을 의미한다. 메타버스라는 용어를 사용할 때, 일반적으로 생각하는 세계는 가상세계의 유형에 가장 근접하다고 할 수 있다. 가상세계의 특징은 현실세계에서의 경제적이거나 사회적인 활동과 유사한 활동이 이루어지는 경우를 주로 말하는데, 세컨드 라이프나 리니지 게임 같은 것들이 이에 해당된다고 할 수 있다.<sup>3)</sup>

이러한 다양한 유형의 메타버스는 종종 기존 플랫폼이나 인터넷 사이트, 어플리케이션과 혼용되는 경우도 있지만, 일반적으로 메타버스는 특정 세계관을 가지고 있고, 창작자(Creator)가 있으며, 디지털 통화(Currency)를 사용할 수 있고, 일상의 연장(Continuity)이고, 연결(Connectivity)되어 있다는 점에서 기존의 플랫폼이나 어플리케이션과는 차별화된다고 할 수 있다. 이 중에서 무엇보다 중요한 것은 연결의 지점인데, 기존 웹사이트와는 달리 가상 세계안에 혼자 있는 것이 아니라 함께 연결되어 있다는 느낌, 즉 현존성(Presence)을 갖는다는 것은 메타버스의 잠재적 가능성을 고려할 때 무엇보다 중요한 지점이다. 이 외에도 하나의 가상차원에서 다양한 가상세계를 여행할 수 있다는 측면인 상호운용성(Interoperability) 역시 현재의 메타버스가 가지는 특징 중 하나라고 할 수 있다.<sup>4)</sup>

3) 위키피디아, 메타버스 발해

4) <https://theconversation.com/what-is-the-metaverse-2-media-and-information-experts-explain-165731>

## 메타버스 세계로의 초대

2020년 코로나19가 확산되던 시기 UC버클리는 대면방식의 졸업식이 불가능한 관계로 마인크래프트 상에서 졸업식을 진행한다고 발표하고, 실제 학위 수여식과 졸업식을 진행했다. UC버클리의 마인크래프트 졸업식은 현실세계와 닮은 캠퍼스 공간을 온라인 상에 구현한 것이라면, 같은 해 4월, 미국 힙합 가수 트레이비스 스콧(Travis Scott)이 게임 플랫폼인 포트나이트(Fortnite)에서 진행한 가상 콘서트 <에스트로노미컬(Astronomical)>은 현실과 다른, 현실에서는 불가능한 상황을 구현하여 성공한 사례라고 할 수 있다. 3D 렌더링으로 만들어진 거대한 모습을 한 스콧의 아바타가 하늘에서 등장하면서 시작한 공연은 현실에서는 불가능한 연출을 통해서 큰 호응을 얻었다. 45분 정도 이루어진 스콧의 공연을 2,770만명의 플레이어가 관람했고, 동시접속 최대 1,230만명, 다시 보기 유튜브는 4,580만뷰 등의 기록을 세웠다. 무엇보다 대부분의 공연이 취소 연기되던 상황에서 스콧은 메타버스 공연을 통해 무려 2,000만 달러의 수익을 내면서 공연계의 관심을 사로잡았다. 이외에도 메타버스는 다양한 방면에서 활용되고 있다. 패션 브랜드인 구찌(Gucci)는 적극적으로 메타버스 플랫폼을 공략하고 나섰다. 구찌는 제패토에서 60여점의 패션아이템을 공개하여 ‘구찌 빌라’를 만들고, 아바타가 상품을 착용할 수 있게 했을 뿐 아니라, 로블록스에서는 가상전시인 ‘구찌 가든’을 개최하여 구찌의 역사와 광고, 캠페인을 근간으로 하는 테마방을 볼 수 있게 했다. 정치분야의 사례를 본다면, 조 바이든 미국대통령은 ‘동물의 숲’에서 선거캠프를 운영했고, 문재인 전 대통령 내외도 마인크래프트에서 ‘어린이날 청와대 랜선 초청 특별관람’을 진행했다.

예술 분야 역시 메타버스에 주목하고 다양한 실험적 활동을 해오고 있다. 미국의 팝 아티스트 카우스(Kaws)는 서펜타인 소스 갤러리와 포트나이트에서 대규모 개인전을 동시에 열었는가 하면, 서울 DDP에서 열렸던 <구찌

가든 아키타이프:절대적 전형> 전시는 제패토에서 가상전시로 구현되었다. 2021년 11월 공개된 라디오 헤드의 <Kid A>와 <Amnesiac>음반으로 구축된 'KID A MNESIA' 게임전시는 게임이자, 음악체험이고, 전시체험이면서 세계관의 체험이었다고 한다. 네덜란드 에인트호번 STRP 페스티벌에서 한국 현대미술작가 김아영은 <수리술 수중연구소 가이드 투어> 프로그램을 통해 소셜 VR 플랫폼인 VRCHAT에 구축된 작가의 작품 속 세상에 관객을 초대하여 작품세계를 탐험할 수 있도록 했다고 한다.<sup>5)</sup>

앞서 언급한 사례에서도 잘 드러나듯이 메타버스는 플랫폼의 유형에 따라서 제공되는 서비스나 특징이 상이하고, 사용자 유형도 확연하게 구분되기 때문에, 이에 대한 명확한 이해가 필요할 것으로 보인다. 예를 들어, 포트나이트, 마인크래프트, 로블록스 등은 게임을 기반으로 하는 플랫폼으로 게임의 특성이 잘 반영되어 연결, 연대, 상호작용적인 요소들이 잘 드러난다. 반면, 제패토(zepeto)의 경우, 자체 가입자와 사용자는 많지만 대부분 아시아권에 집중되어 있고, 연령층이 낮으며, 상대적으로 여성유저가 많은 편이고 외부 확장성이 부족하지만 브랜드와의 협업을 중심으로 상업적인 부분에서 확장가능성을 보여주고 있다. 한편 스페이셜(spatial.io)은 플랫폼 자체가 개방적이고, 템플릿 기능을 통해 직접 스페이셜 공간을 만들 수 있어서 교육, 회의, 모임활동을 중심으로 확산되었으나, 최근 전시기능을 강화함으로써 확장가능성을 잘 보여준다. 특히 스페이셜의 경우에는 PC, VR, 모바일 모두에서 작동하는 강점을 가진다.

1) 이해영, “메타버스 플랫폼에서 예술은 어떻게 구현되고 있나? - 해외 메타버스아트를 중심으로”, 예술경영480호, 2022.4.28 ([https://www.gokams.or.kr/webzine/wNew/column/column\\_view.asp?idx=2544&page=1&c\\_idx=85&searchString=](https://www.gokams.or.kr/webzine/wNew/column/column_view.asp?idx=2544&page=1&c_idx=85&searchString=))

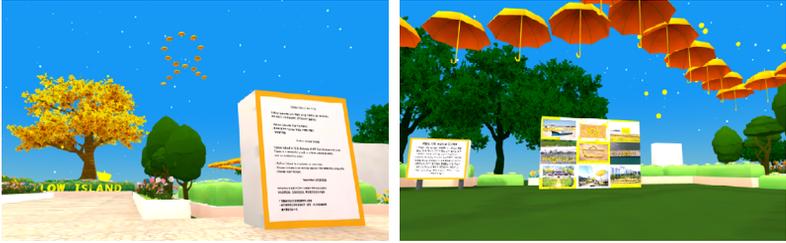
## 공공 공간(public space)으로서의 메타버스

서두에 언급했던 7가지 주요 기술들 가운데 메타버스에 주목하는 이유는 무엇일까? 물론 초기단계 메타버스에 대한 관심은 NFT의 등장과 연계, 암호화폐, 상업화 가능성에서 비롯되었다는 것을 부인할 수는 없다. 하지만, 그것만이 메타버스가 가지고 있는 잠재력과 가능성은 아니다. 오히려 지금껏 간과된 부분 즉 다양한 기술들을 수렴할 수 있는 플랫폼 공간으로서 기능하기 때문이다. 코로나19 상황에서 잘 드러났던 것처럼, 대면 만남이 어려워졌을 때 사람들은 비대면의 공간으로 들어갔다. 대면 만남을 대체할 수는 없겠지만, 보완재의 역할을 성공적으로 수행했다. 학교가, 전시장이, 카페가, 공연장이 만들어졌다. 다시 말해 메타버스는 태생부터 공공 공간이었다. 그 안에서 아바타로 재현되는 사람들이 ‘만났고’, ‘연결되었고’, ‘상호작용’하였다. 사람들은 ‘그곳’에서 생활하기 시작했다.

이처럼 메타버스를 공간으로 이해하면 메타버스의 기능을 단순히 상업적인 용도나 게임, 여가활동에 한정 짓지 않게 된다. 물리적인 공간에서 진행했던 많은 활동들이 메타버스 안에서 가능하기 때문이다. 초대된 사람들은 물론 불특정 다수에게도 열려 있는 이 공간은 스쳐가는 공간일 수도 있고, 모임의 공간일 수도 있으며, 커뮤니티의 공간이 되기도 한다. 메타버스 공간은 사적 공간이기보다는 공공 공간에 더 가깝다. 메타버스 공간을 공공 공간으로 간주하게 되면, 이에 대한 세심한 논의들이 필요하다. 현재는 메타버스가 열어주는 새로운 가능성에 집중되어 장미빛 미래를 그리지만, 메타버스 안에서도 물리적 공공 공간에서 벌어지는 많은 부정적인 문제들이 빈번하게 발생한다. 그리고 메타버스에서 발생하는 반달리즘, (언어적/비언어적) 폭력, 추행과 같은 문제들은 단순히 메타버스에 한정되지 않고, 이것이 실제 현실로까지 연결될 수 있는 가능성이 있다는 점에서 진지하게 논의되어야 한다. 메타버스에 대한 논의들이 새로운 경제활동의 측면에서만 관심을 가질 것이 아니라 공공 공간으

로서 메타버스에 대한 다양한 실험활동이 필요한 시점이다.

### 메타버스 안에서의 공공미술 사례 #1 : 옐로우 아일랜드<sup>6)</sup>



▲ 출처: TICK TACK

2021년 7월, 세월호 참사를 추모하는 공간으로 자리매김했던 ‘세월호 기억 공간’이 광화문광장 재구조화 공사로 인해 해체되었다. 유족들은 2014년 7월 세월호 진상규명을 요구하는 단식농성장 천막이 처진 지 7년만에 광화문 광장을 떠나게 되었다. 철거가 아닌 해체라는 것은 언젠가 다시 만들어질 수 있다는 실낱 같은 희망을 남기는 처사이긴 했지만, 공사가 끝난 후 기억공간이 어떻게 될지는 아무도 장담할 수 없었다. 물리적 공간에서의 추모의 공간은 늘 이런 한계가 있다. 공공 공간에 만들어진 추모공간은 언젠가는 해체/철거될 수 있으며, 팽팽한 입장대립으로 인한 갈등을 빚기도 한다. 광화문에 자리한 ‘세월호 기억공간’의 해체를 바라보며, 추모공원을 메타버스 공간에 만들어보자는 의견이 나왔다. 메타버스 공간이라면 해체의 위기를 맞을 일도 없을 것이고, 언젠가 찾아볼 수 있을 것이었다. 물리적 공간의 한계를 벗어난 연대와 연계가 가능하다는 장점도 있었다. 유료 서비스를 이용하거나 전문 디자이너에게 맡길 수도 있었지만, 프로젝트의 성격상 직접 만드

6) 옐로우 아일랜드 <Yellow Islan>총괄기획: 신보습, 큐레이터: 김해나, 부재현, 김은주, 리춘란, 참여작가: 노순택, 서영석, 전시기간: 2021년 7월8일-현재, 제페토 코드: 2A4NC2

는 것이 더 맞다는 판단이 들었다. 팀원들이 직접 풀과 나무를 심으면서 제페토 안에 <옐로우 아일랜드>라는 공원의 모습을 한 월드를 만들었다. 세월호를 상징하는 노란 배도 공원 안에 크게 설치하였다. 세월호와 관련되어 지속적으로 다큐멘터리 사진작업을 진행한 <누구나 그런 배에 탈 수 있었습니다>라는 노순택 작가의 사진 전시와 서영석 작가의 <노란우산 프로젝트> 전시를 진행했다. 팀원들은 노란색 스커트, 티셔츠, 머리끈 등의 아이템도 직접 제작했다. 아이템 판매 수익은 세월호 유가족협회로 보내질 수 있게 세팅하였다. 2021년 제작하여 일년이 지난 2022년 4월16일 <옐로우 아일랜드>를 방문하여 인증샷을 찍어 프로필에 올렸다. 많은 인원은 아니었지만, 간간히 <옐로우 아일랜드>를 방문하는 방문객들도 있다.

<옐로우 아일랜드>를 진행하기에 앞서 유가족과의 만남은 중요했다. 아무리 좋은 의도라고 하더라도 유가족의 동의없이 임의로 진행할 수는 없는 프로젝트였다. 제페토 공간 안에 만든 월드는 누구나 방문할 수 있는 공간이었다. 추모의 공간을 만드는 프로젝트로서 메타버스라는 공간이 가지고 있는 장점도 있지만, 단점도 있었기 때문이다. 물리적인 공간만큼은 아니지만, 메타버스 공간 안에서도 반달리즘은 발생하고, 추모의 공간에 걸맞지 않은 행위가 일어날 수도 있다. 실제로 <옐로우 아일랜드> 공간에 들어와 춤추고 시끄럽게 떠드는 아바타들을 보기도 했었다. 이러한 모든 가능성을 유족들에게 설명하고 <옐로우 아일랜드>에 대한 허락을 구했다. 다행히 유족들은 흔쾌하게 승락해 주었다. 언젠가 4월 16일에 <옐로우 아일랜드>에서 함께 만나자는 이야기도 나누었다. 메타버스 공간에서 이루어진 <옐로우 아일랜드>라는 작은 프로젝트는 동시대 추모의 방식에 대해서 다시 생각하는 계기가 되었고, 기억을 나누는 ‘장소’가 되었다.

## 메타버스 안에서의 공공미술 사례 #2 : Between Particles and Waves

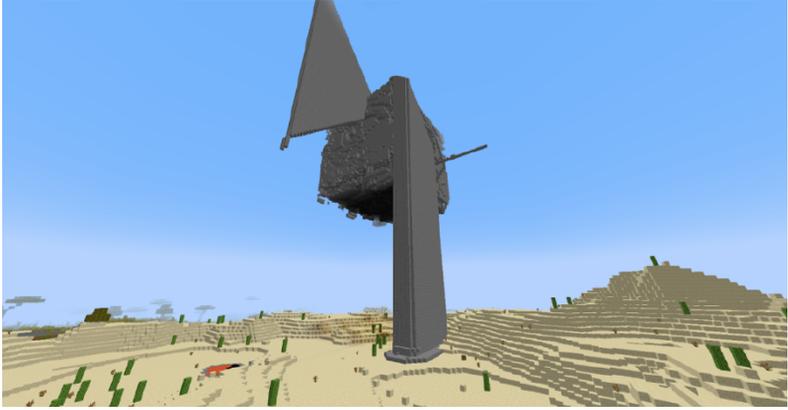


▲ 이미지: Between Particles and Waves 전시전경

<Between Particles and Wave>(이하 BPAW)은 공공 공간에서 예술활동을 해오고 있는 작가들의 작품을 메타버스에서 새롭게 구현한 프로젝트이다. 프로젝트의 기획자인 브래드 다우니(Brad Downey)와 얀 보만(Jan Vormann)은 마인크래프트 안에서 28,000,000x280,000,000x256 블록 규모의 가상공간을 만들었고, 양자주(한국) 작가를 비롯하여 총 9명의 작가들이 참여했다. 전시에 초청된 작가들은 물리적인 공간에서 공공미술을 제작한 경력이 있는 작가들이었다. 이들이 메타버스 공간에 모인 이유는 공공미술의 유지에 대한 한계를 직면했기 때문이라고 할 수 있다. 대다수의 공공미술 프로젝트들은 한시적이다. 외부공간에 노출된 작품은 시간이 지나면 노후하기 마련이다. 노후하지 않는다 하더라도 많은 공공미술 작품들은 특정기간이 지나면 폐기되는 상황에 처할 수밖에 없다. 때로는 이념과 생각의 차이로 인해 누군가에 의해 파괴되거나 하는 경우도 있다.

브래드 다우니의 멜라니아 동상작품은 물리적 공간의 작품이 훼손되는 것에 대한 하나의 사례이다. 2018년 브래드가 슬로베니아를 방문했을 때 슬로

7) 알렉산드르 파르트(Alexandre Farto a.k.a. Vhils, 포르투갈), 에스터 스토크(Esther Stocker, 오스트리아), 옥타비 세라(Octavi Serra, 스페인), 미셸 요한슨(Michael Johansson, 스웨덴), 디오고 마차도(Diogo Machado k.a. Add Fuel, 포르투갈), 존 페크너(John Fekner, 미국), 양자주, 브래드 다우니(Brad Downey), 얀 보만(Jan Vormann)



▲ 포스트-아나키 (현재)

베니아가 멜라니아 트럼프의 고향이라는 것을 알게 되었고, 남편인 도널드 트럼프 전 미국대통령의 공격적인 반이민 정책에 빗대어 모순된 거짓 현실을 기념하는 풍자적인 기념비를 만들려는 의도로 멜라니아 트럼프 조각상을 포플러 나무로 제작하여 2019년 공개했다. 공개된 지 1년 후인 2020년 누군가 기념비를 불태웠다. 브래드는 조각상의 잔해를 정리하고 지역사회에 함께 새롭게 동상을 만들 계획을 세웠다. 프로젝트 기획자이기도 한 브래드는 현실 공간에서는 사라진 멜라니아 동상을 마인크래프트 안에 다시 만들었다. 프로젝트에 참여한 다른 작가들의 작업도 이런저런 이유로 물리적 공간에서는 지속될 수 없는 상황인 경우가 많았다. 이렇게 잠시 있다가 사라져간 작품들이 마인크래프트 상에 다시 모이게 되었다. 현실 공간에서는 전혀 다른 공간에 있던 작품들이 마치 공공미술 아카이브처럼 마인크래프트 공간 안에 모였다. 이 프로젝트는 작품의 원래 맥락이 빠진 상황에서 작품들이 하나의 공간에 모인다는 것은 무엇을 의미하는 것인지, 어떤 새로운 의미가 생겨나는지 등 공공미술에 대한 많은 질문을 던졌다.

BPAW는 메타버스에서 처음으로 이루어진 공공미술 관련 프로젝트라는

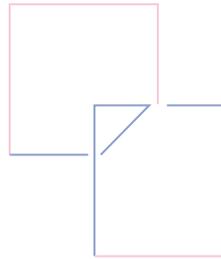
점에서 의미 있기도 하지만, 메타버스라는 공간의 특징을 활용한 프로젝트 운영방식에 있어서도 시사하는 바가 크다. 우선 BPAW는 전세계의 미술관 및 큐레이터를 협력 파트너로 초청하였다. 메타버스 공간이라고 하면 전세계에 열려 있기 때문에 누구나 함께 관람이 가능할 수 있다고 생각하지만, 그 안에는 여전히 언어적인 장벽이 존재한다. BPAW는 다양한 국가의 미술기관, 큐레이터를 초대하여 그들이 직접 자신들의 언어로 가이드 투어를 진행할 수 있게 했다. 이 같은 운영방식은 시간대가 다른 지역에 살고 있는 관객을 모으는데 효과적으로 작용했다. 뿐만 아니라, 유명한 마인크래프트 전문 유튜버인 수리(Surry)와 함께 월드를 건설하여, 제작과정을 자신의 유튜브에 소개하기도 함으로써 주목받기도 하였다.

메타버스 프로젝트는 공간을 만드는 것이라는 점을 간과해서는 안 된다. 공간을 만든다는 것은 공간에 사람들이 모여야 하고, 무엇인가 활동이 이루어져야 하는 것을 의미한다. 이 지점이 메타버스 프로젝트와 웹사이트 프로젝트와의 가장 큰 차이점이라고 할 수 있다. BPAW는 메타버스 공간 안에 작품을 전시했을 뿐 아니라, 다양한 계층의 사람들과 협업라인을 구축하여 네트워크를 확장하려 했다는 점에서 메타버스 공간의 특징을 제대로 파악한 프로젝트라고 할 수 있다. BPAW는 전시가 끝난 후 작품을 쪼개서 NFT로 판매하는 국면으로 전환했다. 흥미로운 점은 전시종료 후 보호장치를 해제했더니, 메타버스 공간에서도 현실 공간과 마찬가지로 작품을 훼손하는 일들이 벌어졌다.

2022년 11월 BPAW는 파괴된 2021년 BPAW의 공간에 이어 새로운 공간을 만들면서 BPAW2를 오픈할 예정이다. 기존의 형식은 유지한 채, 새로운 협력 큐레이터와 기관을 초대하고, 작가를 추가하여 좀 더 확장된 공간에서 공공미술 전시를 진행할 예정이다.

## 그래서, 메타버스안에서 공공미술은 가능한가?

지금까지 ‘메타버스에서 공공미술은 가능한가?’라는 질문에 대한 답을 찾기 위해 메타버스의 다양한 양상들을 살펴보았다. 굳이 답을 하자면, 이제 막 시작한 메타버스라는 공간은 공공 공간의 성격을 가지고 있기에 그 안에서 공공미술은 가능할 것으로 보인다. 하지만, 메타버스 공간이 가지는 특징이 있기에 공공미술의 성향이나 특징은 아마 기존의 공공미술과는 다른 새로운 모습도 기대해 볼 수 있을 것 같다.



## Abstract

Artificial intelligence, blockchain, virtual reality, robots, IoT, cloud computing, and metaverse. Those mentioned are technical terms that have come close to us during the COVID-19 pandemic. The most notable change during the pandemic is the change in our daily life mediated by technology. Meetings between people are divided into face-to-face, non-face-to-face, and hybrid, and work, education, and social activities naturally occurs therein. The voices demanding refund of some of the tuition due to lectures being held online have become the ironic request for non-face-to-face classes even after the post-pandemic. At the center of these changes is the metaverse. At first, metaverse, which was thought of as just a game or a website, is now called a technology that leads a new social life and economic system. If so, is public art available in the metaverse?

Metaverse is often mixed with existing platforms, internet sites, and applications, but in general, metaverse is differentiated from existing platforms and applications in that it has a specific worldview, has a creator, can use digital currency, extends daily life (continuity) and has connectivity. Among these, the most important is the point of connection. Considering the potential of the metaverse, presence, which is a feeling of being connected together unlike existing websites, not alone in the virtual world, is more important than anything. In addition to this, interoperability, allowing travels to various virtual worlds in one virtual dimension, is also one of the characteristics of the current metaverse.

What is the reason for paying attention to the metaverse among the seven major technologies mentioned at the very beginning? Of course, it cannot be denied that interest in the early stage metaverse stemmed from the emergence of NFTs and connection thereto, cryptocurrency, and the possibility of commercialization. However, that is not the only potential and possibility that the metaverse has. Rather, it is because the metaverse functions as a platform space, where various technologies can converge, and this function has been overlooked. As was well evident in the COVID-19 pandemic, when face-to-face meetings became difficult, people entered the non-face-to-face space. Although it cannot replace face-to-face meeting, it has successfully served as a complement. A school, an exhibition hall, a cafe, and a stage were built.

In other words, the metaverse has been a public space since its birth. Therein, people represented as avatars have “met”, “connected”, and “interacted”. People began to live in “there”.

By understanding the metaverse as a space in this way, the functions of the metaverse are not limited to merely commercial uses, games, and leisure activities. This is because many activities that were carried out in the physical space can be carried out in the metaverse. This space, which is open not only to invited people but also to unspecified individuals, can be a space where people pass by, a meeting space, or a community space. The metaverse space is more like a public space than a private space. If the metaverse space is regarded as a public space, careful discussions thereof are necessary. Currently, people are focusing on the new possibilities that the metaverse opens and planning a rosy future, but even in the metaverse, there are many negative problems which occur frequently in the physical public space. And issues such as vandalism, (verbal/non-verbal) violence, and sexual harassment occurring in the metaverse should be seriously discussed in that those problems are not limited to the metaverse and have the potential to be connected to reality. It is a time when discussions about the metaverse should not only concerning the aspect of new economic activities, but also various experimental activities on the metaverse as a public space.

## 1부 질의응답

### Session 1 Q&A

**박수지** 반갑습니다. 제7회 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스 협력 큐레이터 박수지입니다. 이번 컨퍼런스의 큰 슬로건이 ‘접속하는 미술, 공공의 미디어’입니다. 무려 4개의 아주 큰 단어가 들어있어요. 접속, 미술, 공공, 미디어. 이 네 가지 모두 각각을 정의하자면 책 한 권도 쉽게 나올 수 있는 아주 거대한 단어들이네요. 여기에서 저희가 한 가지 접점을 가져가는 부분이 있다면 그것은 바로 시민입니다. 안규철 선생님 기조연설에서도 이제 ‘시민이 주인이고 시민이 목적이 되는 공공미술’을 말씀 하셨습니다. 공공미술이 어떻게 절제되고 신중한 방식으로 도시에 개입할 수 있는지 컨퍼런스를 통해 탐구해 나갔으면 좋겠다고 말씀하신 것처럼 저희도 그런 기조를 잘 다뤄보고자 이번 컨퍼런스를 연 것이기도 합니다.

1부에서는 <비대면 초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들>이라는 주제로 두 분께서 발표를 해주셨고 각각의 발표와 관련한 질문을 좀 나눠 볼 텐데요. 안타깝게도 저희가 질의응답 시간이 10분밖에 없습니다. 그래서 빠르게 질문으로 넘어가겠습니다. 먼저 김성은 관장님께 여쭙보는 질문인데요. “보여주신 사례에서 서울로미디어캔버스의 미디어아트의 미술관적 전시와 서울스퀘어의 표면 커버형 전시 비교를 통해 전달 태도에 대한 많은 생각을 했습니다. 최근에 광화문 광장에 거대한 미디어 스크린이 집중되는 상황에 대



▲ (왼쪽부터) 박수지 큐레이터, 김성은 관장, 신보슬 큐레이터

해 어떤 견해가 있으신지요? 그리고 도시의 미디어아트는 어떻게 개입되어야 할까요?”라는 질문을 주셨습니다.

**김성은** 미디어아트 미술관에서 일하고 있는 사람으로서 저도 가장 고민하고 있는 지점인 것 같아요. 제가 지금 미디어아트 미술관에서 일한다고 말씀을 드릴 때 제가 생각하는 미디어아트와 지금 여기 앉아 계신 분들, 또 아까 인터뷰 영상에 나왔던 시민 분들 중에 한 분께 여쭙보면 생각하신 ‘미디어아트’가 굉장히 다를 수 있을 것 같아요. 특히 코로나 시국을 거쳐 오면서 많은 예술이 ‘미디어아트화’가 된 것처럼 느껴집니다. 예를 들자면 영화들을 미디어 프로젝션으로 몰입해서 경험할 수 있는 전시 공간들도 많이 늘어나고 있고요. 그래서 ‘백남준아트센터로서 생각하는 미디어아트와 대중의 ‘미디어아트’가 이렇게 다를 수 있는가?’ 하는 지점이 저희의 가장 큰 고민이자 화두입니다.

저는 우리가 미디어아트를 전통적인 미술사나 미술의 형태에서 바라볼 것이

아니라, 매체라든지 재료 중의 하나로서 볼 것이 아니라, 매개하는 행위 그 자체로서, 즉 매개하는 어떤 것 혹은 매개하는 모든 것이 미디어아트에서 말하는 미디어일 수 있지 않을까 생각합니다. 질문자께서 광화문 사례를 말씀하셨는데요. 강남역이나 광화문에서 작품 상영이 이루어지는 것은 어떻게 보면 그곳에서야말로 정말 많은 시민들이 예술을 접할 수 있는 기회이기도 할 것입니다. 용인시 기흥구 어딘가에 있는 백남준아트센터로 발걸음을 하지 않고서도 접할 수 있는 영상, 그런 관람 기회가 늘어날 수 있다는 것은 감상의 형식이라던가 경험의 형식이 저마다 다르다는 뜻일 것입니다. 누군가는 그것을 비판적으로 볼 것이고 또 누군가는 저와 같은 접근을 비판적으로 볼 수도 있는 것이고요. 말하자면 생각의 전환이랄까요. 대화의 촉발이라고 할까요. 이런 일들을 일어나게 하는 이런 매개 행위를 일어나게 하는 그런 공공미술이야말로 우리가 미디어아트로 하는 공공미술이라고 말해볼 수 있지 않을까 생각합니다.

**박수지** 말씀해 주신 내용을 토대로 이야기를 더 이어나가 보겠습니다. 아무래도 아까 두 분께서 발표에 들어주신 사례들의 공통점이라고도 볼 수 있겠는데요. 어떻게 공공성이 생겨나는가? 공공성이 발생하는 것 자체로부터 우리가 공공미술을 어떻게 발견할 수 있을 것인가? 이 부분에 좀 초점을 맞출 수 있을 것 같아요. 그래서 어떤 특정한 장소만의 문제가 그치는 것이 아니게 되는 것이죠. 공공미술이 사람을 집결시키는 플랫폼이 되거나, 사람들이 공공미술이라고 불리는 어떤 무형의 혹은 물질적인 무언가와 어떤 식으로든 교감 하고 자기만의 정서를 획득해 가는 과정에서 공공성이 생겨나는 것 같은데요. 이와 비슷한 질문을 주신 분이 있습니다. 이 부분은 신보슬 선생님께서 말씀을 해주실 수 있을 것 같은데요. 청중 한 분이 질문하셨는데요, “메타버스에서 공공의 대상을 어떻게 보시나요? 공공을 설정할 때 조금 더 질문이 있습니다. 공공을 설정할 때 메타버스의 유저의 특성을 얼마나 어떻게 반영해야 할까요? 혹은

비사용자를 함께 끌어들이 수 있는 방향을 고민해야 할까요? 진행하셨던 프로젝트들에서 어떤 부분을 더 고려하셨는지요?”라고 질문 주셨습니다.

**신보슬** 제가 사실 이런 질문을 받을 것 같아서 컨퍼런스 발표가 망설여지는 마음도 조금 있었습니다. 지금 메타버스에서의 상황은 무엇이라 정리하기는 어려운 것 같아요. 그야말로 다양한 것들을 시도하고 있는 중인데요. 예를 들어 제페토 쪽에서 저희가 타겟팅했던 유저는 정말 젊은 층이었습니다. 어떻게 보면 플랫폼을 따라 가는 것 같아요. 플랫폼 유저 분석을 한 다음에 프로젝트를 어느 플랫폼에다 앉힐 것인가를 고민하는 것이죠. 반면 마인크래프트 예시 같은 경우는 해외 작가들이 주축이 되어 시작이 됐던 프로젝트이기도 하고, 한국은 정말 특이하게도 초등학교생들이 제일 많이 사용하는데 해외 유저들 중에는 성인의 비율이 높아요. 그래서 마인크래프트 자체의 미학을 실험하시는 분들도 많아 오히려 훨씬 더 인터내셔널하게 프로젝트를 보게 된 부분들이 있고요. 저는 이런 플랫폼에서의 프로젝트들을 공공의 장소라고까지는 인정을 했지만 ‘여기에서의 공공성이라는 것들을 우리가 어떻게 봐야 되느냐’하는 지점은 계속 고민해 가야 되는 부분들인 것 같습니다. 그래서 다양한 프로젝트들이 지금 시도가 돼야 된다고 생각이 되거든요.

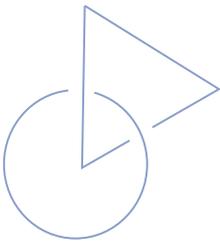
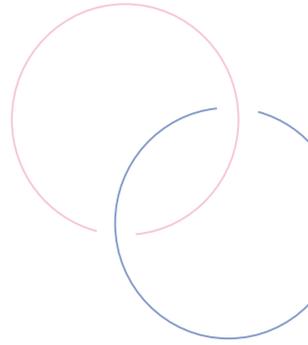
그러니까 예를 들어 이틀 전에 새롭게 스페이셜(Spatial)이라는 플랫폼에서 전시 공간 하나를 만들었습니다. 신안 앞바다에서 침몰한 보물선인 신안선에 대한 전시였는데 그 전시를 오프라인에서 미디어아트로도 전시를 했어요. 현실에 있는 전시를 트윈으로 다시 메타버스에서 만드는 건 별로 의미가 없다고 생각을 했어요. 그 공간이 엄청나게 근사한 전시 공간도 아니고, 메타버스 안에서 인터랙티브를 구현하는 퀄리티가 부족하니까요. ‘그러면 우리는 이때 메타버스를 어떻게 볼 것인가’ 고민하면서 남도에 있는 어떤 자료들 중 문화적 가치 있는 것들을 새롭게 만든 가상의 섬 안에다 이제 ‘임베디드(embedded)’

시키는 작업을 했죠. 그때는 공공성이라는 게 오히려 유저들한테 나왔던 것 같아요. 처음에는 오프라인 전시의 보완처럼 메타버스가 들어갔지만 그 안에서 어떤 문화적 유산 가치에 대한 것들을 새롭게 생산하고 고민하는 부분들이 나왔죠. 아마도 공공장소로서의 메타버스에 대해서는 크게 이견은 없겠지만, 거기에서 벌어지는 공공성이라는 부분들은 굉장히 차별화되어 있고 나뉘어져 있는 것 같습니다. 우리가 그냥 공원에 가서 만나는 조각하고 굉장히 다르다는 거죠. 로블록스에 들어갔던 사람이 스페이셜에 들어가지 않을 수도 있는 부분이고요. 각각의 플랫폼에 있는 프로젝트 때문에 해당 플랫폼 유저가 되기는 사실 쉽지 않은 것 같아요.

제가 생각할 때는 초기 단계이기 때문에 이렇다고 보고요. 여기에 있는 어떤 표준화라든지, 연동이라든지, 이런 과정이 더 많이 이루어지게 될 거라고 생각합니다. 생각보다 벌써 굉장히 많은 분들이 익숙해져 있어요. 기술 접근성 차이와 같은 상태는 사실 기술적인 문제이기 때문에 이 부분이 산업과 연결되어 '이 문제를 우리가 어떻게 풀겠다'라는 의지가 필요한 부분이죠. 그래서 그 안에서 벌어지는 프로젝트들이 다양해지고 실험이 많이 가능해지면, 다시 공공성에 대한 얘기를 그 시점에서 해볼 수 있지 않을까 싶습니다. 사실 지금은 프로젝트들을 시도하는 단계지 여기 안에서 어떤 공공성의 가치를 낸다고 확정하기 어려워요. 그럼에도 불구하고 공공미술이라는 카테고리 안에서 얘기를 하자면, 그 안에 모여서 서로 연결되고 액티비티가 벌어지고 있다는 부분인 것 같습니다.

**박수지** 메타버스가 가지는 그 특유의 상호 운용성 또 동시성이 있기 때문에 가능한 일인 것 같습니다. 아까 백남준아트센터와 캠프와의 협업도 이런 특성들을 갖고 있었죠. 도시 현장을 시차 없이 전시장으로 가져올 수 있는 방식의 동시성 실험이 공공성을 확보하는 데 있어 굉장히 큰 요소들이 되는 것 같기

도 합니다. 흥미로운 질문이 아직 많이 있는데 이 질문들은 이따가 종합 토론 때 조금 더 소화를 해보는 방향으로 하도록 하겠습니다.





2부

# Session 2

시민과 공공미술의 지속 가능한 동행을 위한 조건

---

유현재

공공미술은 수용자 중심의 미디어가 될 수 있을까?  
: 가능성과 한계점, 극복과제에 대한 솔직제언

김준수

인류세의 새로운 자연 개념과 도시 공공미술의 재정의

## 공공미술은 수용자 중심의 미디어가 될 수 있을까? : 가능성과 한계점, 극복과제에 대한 솔직제언

Can public art become audience-centered media?

: Outspoken proposal relating to possibilities, limitations, and challenges



유현재 Yoo HyunJae

서강대학교 미디어커뮤니케이션 대학원 교수

Professor of Graduate School of Media & Communication at Sogang University

저는 과거 광고 마케팅 관련 협업에서 담당자로 일하며 일선 소비자(Consumer)들을 대상으로 특정한 제품이나 서비스 등의 판매를 위해 소통을 했습니다. 일련의 경험을 바탕으로 본 컨퍼런스의 주제인 ‘공공미술의 미래와 가능성’등에 대해 잠시 말씀드려 보고자 합니다.

문제의식 하나,

“소비자가 아니라 향유자라구요? 진짜 그런 단어가 있어요?”

사실 이번 컨퍼런스 주최측으로부터 발표 요청을 받고서, 다양한 예술 분야에 전혀 문외한인 저로서는 감히 제가 뭔가를 여러분 앞에서 말해야 한다는 사실 자체가 죄스럽고 부담스러웠습니다. 잘 모르는 분야이기 때문에 그러했습니다. 고민을 반복하다가 이번 발표에 그다지 적당하지 않은 사람이라고 말

씀드리려던 찰나, 본 행사를 주관하는 큐레이터님과 비대면으로 인사 및 회의를 하는 일정이 덜컥 생기고 말았습니다.

유선상 거절보다는, 일단 저도 모르는 분야에 대한 궁금증이 상당히 많은 1인으로서 ‘공공미술의 지속가능성’이라는 매력적인 주제에 대해 논의를 좀 하자고 하셔서 기대를 가지고 참여해 보게 되었습니다. 큐레이터님을 통해 공공미술이란 무엇인가에 대한 기본적인 이야기는 물론, 현재 실태와 향후 무궁무진한 가능성 등에 대해 참으로 재밌게 들을 수가 있었습니다. 더불어, 선생님이 반복해서 사용하시는 하나의 낯선 단어를 접하면서, 저는 감히 제가 그동안 일하고 연구했던 분야와 본 컨퍼런스를 접목시켜 한번 말씀을 드리고 싶다는 생각으로 바뀌게 되었습니다.

바로 ‘향유자(A Person Who Enjoys)’라는 용어였습니다. 지난 약 30년간 마케팅, 홍보, 커뮤니케이션 분야에서 나름 실무와 학술적 연구를 수행했던 저로서도, 정말 처음으로 접한 신기한 용어였습니다. 마케팅, 광고, 홍보 등 커뮤니케이션 분야에서 매우 일반적으로 사용하는 용어이며, 유사한 의미로 쓰인다고 판단되는 단어인 ‘소비자’ 혹은 ‘수용자’를 언급드렸더니, 공공미술을 포함한 예술 분야에서는 소비자나 수용자라는 용어 대신 ‘향유자’라는 용어를 사용한다고 짚어 주셨습니다.

매우 작은 차이지만, 너무나 중요한 갭(Gap)을 비롯하게 만드는 용어라는 생각이 들었고, 공공미술의 지속성을 논하는 자리에서 이 같은 이야기를 외부인(?)인 제가 용기내어 들려드려야겠다고 마음 먹었습니다.

수용자, 특히 소비자는 ‘향유자’에서 추상적으로 느껴지는 그런 고상함이란 전혀 존재하지 않는 용어이지 않을까 싶습니다. ‘향유자’가 그러한 것처럼, 해당 미술품을 좋아하려고 준비하는 그런 예의 바름도 소비자들에게 기대하기 어렵습니다. 소비자(Consumer)는 아주 철저하게, 자신이 보유한 소중한 욕구를 특정한 제품이나 서비스가 마음에 들지 않을 경우 바로 냉정하게 돌아설

수 있습니다. 왜일까요? 나의 돈과 에너지를 투입했는데 나에게 만족을 주지 못했으니 당연한 결과라고 믿기 때문입니다. 물론 대체제(Replacement)들도 너무나 많고 말입니다. 그래서 소비자들의 가장 강력한 권리를 ‘외면할 권리’라고도 부르는 겁니다.

그렇다면, ‘그런 세계에서’ 제품이나 서비스를 공급하는 주체의 역할이자 임무는 무엇일까요? 어떻게든 수용자들, 소비자들을 독특한 방법으로 만족시켜 향후 계속해서 우리를 찾는 고객(Customers)으로 만들어야 하는 책임입니다. 그냥 ‘향유’ 하는 존재로 놔두어서는 안되고 말입니다. 언젠가 찾을 수도 있고, 대부분 찾지 않는 그런 소극적인 존재가 아니고 말입니다. 지속성이란, 처절한 노력으로만 가능한 ‘효과’를 의미합니다.

문제의식 둘,

모나리자 앞 사람들 오늘도 내일도 복적복적



▲ 출처: Matt Biddulph

오해는 말아주시기 바랍니다. 물론 그 앞에 사람이 너무 많아서 특별히 볼 만이 있는 것도 아닙니다. 일부는 모나리자가 없어야만 루브르가 미술관이자 박물관으로서의 기능히 비로소 가능해진다는 이야기도 하지만 말입니다. 저 또한 루브르에서 모나리자의 아우라를 접하기 위해 정말 먼 발치서 필사적으로 핸드폰을 눌렀던 기억이 있습니다.

전반적으로 즐거웠던 기억이지만, 루브르를 빠져나오면서 일행에게 그리고 제게 진지하게 질문했던 사항은 있었습니다. “모나리자가 왜 그렇게 좋을까? 설명할 수 있을까?” “아니 모든 사람들이 그렇게 걸작이라고 하는데, 구체적으로 뭐가 그렇게 최고라는 것일까?” “다른 사람들은 왜 모나리자에 대하여 애정을 넘어 추앙하는 거지?” 아쉽지만 어느 질문 하나에도, 저는 명쾌하게 설명하기가 참으로 어려웠습니다. 솔직히 말하면, 저처럼 미술품에 관여도도, 지식도 일천한, 하지만 미술 작품에 있어서 예나 지금이나 어느 정도의 소비자로서 남아있는 소비자의 눈에는 모나리자나 서울 도심 어디선가 우연히 맞닥뜨린 미술품이나, 혹은 광화문 주변의 한 빌딩 앞에서 마주한 미술품이나 어쩌면 크게 다르지 않은 객체일 수도 있지 않을까 싶기도 합니다.

퀄리티(Quality), 즉 미술 작품의 완성도와 의미 등 어느 정도의 지식이 있어야만 일목요연하게 판별하고 정리할 수 있는 그런 항목들에 대해 제가 감히 말할 수 있는 역량은 없습니다. 하지만, 일반적인 소비자로서, 소통과 커뮤니케이션을 담당하고 연구하던 입장에서 말씀드릴 수 있는 모나리자와 서울 광화문 어딘가 서있는 공공미술과의 차이는 너무나도 명확하고, 듣기에 따라서는 잔인한 차이가 있다고 말씀드릴 수 있을 것 같습니다.

모나리자가 주는 것? 우리에게 제공하는 편익(Benefit)? 그건 바로 가슴이 울렁대기까지 하는, 웬만해서는 일반 시민들이 느끼기 어려운 심리적 만족감이라는 겁니다. 다빈치가 당시 사용한 재료의 유니크함이나, 해부학까지 연구해서 마침내 벗어냈다는 그 놀라운 입꼬리와 눈매, 파노라마처럼 좌우 대칭에도 신경

쓴 모나리자의 뒷배경 등을 알아채지는 못하더라도, “아! 나는 프랑스까지 여행을 와서 세계 모든 사람들이 그렇게 일생 한번이라도 눈에 넣고 싶어한다는 모나리자를 마침내 봤다. (그러니까, 돌아가서 자랑할 수 있겠다!) 물론 스마트폰에 담기도 했고 말이다!”라며 지그시 웃게 만드는 그런 심리적 편익말입니다.

우리의 공공미술에도 참으로 필요한 가치라는 생각입니다. 특히 지속적으로 시민과 대중이 사랑할 수 있는 공공미술은, 향유자는 물론 소비자로서의 대중도 연구해서 독특한 스토리를 만들고, 유·무형의 가치를 끊임없이 제시해야만 한다고 믿습니다. 그래야만 미래가 있지 않을까 감히 가정해 봅니다.

위에 말씀드린 것처럼, 저는 이번 발표를 통하여 그동안 공공미술과 예술 영역에서 조금 떨어져 소비자를 상대하고 연구하던 사람으로서 향후 공공미술의 지속적 발전을 위해 과연 어떠한 준비와 개선이 필요할 것인지에 대해 잠시 이야기 나누고자 했습니다. 더불어 ‘미디어로서의 공공미술’ 실현을 위해 어떠한 실질적 제안이 가능할지에 대해서도 논의가 필요한 시점으로 보입니다.

## **Abstract**

The definition of “Media” is expanding. In this trend, we could say that all the various forms of public art coexisting with members of society in various places in our daily life is “media”. It seems obvious. In particular, when applying the concept of ambient media or ambient communication, a paradigm that is in line with the proposition “anything that exists in the world is media and can act as media!”, public art should function as very important media and content that can give certain inspiration, emotion, and, by extension, bliss to those who enjoy it. However, what about the current state and status of public art coexisting with us? It really raises questions about how much exclusive value public art is giving to the unspecified individuals, who can be called audience, recipients, and consumers, and whether public art is making its own efforts to ensure a continuous symbiosis.

In this speech, as a media researcher, I will state my views about how much public art satisfies the public who are art consumers, additional efforts public art should make as powerful media enjoyed by public, and strategies needed for the continuous development of public art, etc. I plan to reveal my views as a media researcher. We will seriously consider the most frightening right of audiences and consumers, that is, the right to ignore, and will discuss very frankly about the effort public art need to make desperately so as to be loved by “consumers” continuously and stably in the future.

## 인류세의 새로운 자연 개념과 도시 공공미술의 재정의

The New Nature of the Anthropocene  
and the Redefinition of Public Art



김준수 Kim JunSoo

카이스트 인류세 연구센터 연구원  
Researcher, Center for  
Anthropocene Studies at KAIST

### 1. 인류세의 도래와 존재론적 전환

인류세(Anthropocene)라는 용어가 이제는 대중적으로도 흔히 알려지기 시작했다. 지질학적 용어로 인간 종의 행성적 영향력을 표명하기 위해 고안된 이 개념이 대중적으로 인식되기 시작했다는 점은 무엇을 의미할까? 또 인류세 논의가 불러온 우리 사회의 모습은 어떤 방식으로 변화하고 있을까? 이 발표에서는 기존의 인간중심적 사고와 사회적 논의들의 재전환 과정의 방식과 그 필요성에 대한 논의를 풀어보고자 한다. 인류세 담론은 인간 종의 지질학적 흔적의 가능성과 행성적 차원에서 일어나는 영향력의 행사에 대한 논의는 인간중심주의와 그 한계가 모두 포함된 아이러니한 개념이다. 끊임없이 일어나는 다양한 환경위기와 재난의 형태로 일어나는 도시의 문제들은 우리들의 삶의 방식에 대한 성찰과 존재자 인간 종에 대한 새로운 인식론을 필요로 한다. 이와 같은 새로운 인식론에 대한 논의는 서구 사회과학계를 중심으로 대략 20년 전부터 시작됐다. 인류학자와 지리학, 사회학을 비롯한 사회과학계에서 진행된 논의들이 대부분 인간중심적인 담론 분석에 치중하고 있음에 대한

비판이 시작된 것이다. ‘인간 너머의 접근(more-than-human approach)’으로 불리는 이와 같은 기초들은 보다 새로운 이론적, 방법론적, 실천적 접근을 요구하고 있다. 이와 같은 새로운 접근의 호명들은 비슷한 시기 진행된 몇 가지 인식론적 전환들과 그 맥을 같이하고 있다.

지리학자들을 중심으로 진행된 ‘관계론적 전환(relational turn)’은 기존의 공간 개념 속에 전제되어 있는 ‘고정성’에 대한 비판으로 시작됐다. 공간이란 쉽게 움직이지 않는 것처럼 인식되던 것에서 벗어나 언제나 변화가능하고, 공간을 구성하는 다양한 요인, 가령 행위자, 사회동학 등에 따라 언제나 가변한 것임을 인식하고, 기존의 고정성에 대한 가정들을 벗어나고자 하는 시도로, 공간이나 사회를 구성하는 다양한 행위자들의 관계성에 따라 그 형태나 작동이 변화할 수 있음을 상정하는 시도이다(Warf, B & Arias, S., 2008). 이와 같은 관계론적 전환은 오늘날에 크게 “새로운 접근”으로 인식되지 않을지도 모른다. 그러나 도시의 건조환경이나 건물, 도로, 인프라 등과 같은 물리적 환경들 역시 그것을 둘러싼 다양한 행위자들에 의해 언제나 재조정 가능한 것이라는 점을 상정해본다면, 우리가 가지고 있는 다양한 고정성들에 대한 환기가 가능할 것이다.

두 번째로, 인류학자들을 중심으로 진행된 ‘존재론적 전환(ontological turn)’은 기존의 사회과학에서 진행된 ‘실재론(realism)’과 ‘구성론(constructionism)’의 구분을 넘어서고자 한다. 사회적 사실 혹은 객관적 사실이라는 것이 존재하는가? 혹은 존재할 수 있는 것인가? 사회는 실재하는가? 개별 행위자들의 합은 그 합과 동질한 것인가? 그 합 이상의 것인가? 과학적 지식들은 실재하며, 그 근원들로 환원될 수 있는가? 이와 같은 질문들은 사회과학자들의 인식론 속에서 오랜 시간 논쟁의 대상이 되어왔다. 동시에 근대적 존재론에서는 자연과 사회, 기술에 대한 철저한 분리의 작업들이 진행되어 왔다. ‘인간’으로 구성된 사회와 ‘인간 아닌 것’으로 구성된 자연, 그리고 자연

을 언제나 조정하고, 동원할 수 있는 기술이라는 세계관이 근대적 세계관으로 자리잡아온 것이다. 존재론적 전환이란, 결국 이와 같은 이분법적 접근들에 균열을 가하고, 동시에 그 균열들 사이의 관계성에 천착해 그 균열을 다시 봉합하고자 하는 시도이다. ‘자연-사회’, ‘물질-담론’, ‘도시-농촌’ 등과 같은 이분법적 구분을 철회하고, 이들 사이의 상호작용(intra-action)에 주목한다(White, D. F., & Wilbert, C., 2010). 이때 각각의 개념들 사이의 ‘하이픈은 각 개념들이 완성된 총체로서 존재하는 것이 아니라 두 개념들 사이의 상호작용이 서로를 만들어가는 과정을 강조하기 위해 사용되는 것이다.

## 2. 정치적인 것(the political)의 재정의와 공공성의 문제

이와 같은 ‘전환’들에 대한 호명이 등장한 이후 사회과학의 연구 분야는 기존의 이분법적 구분체계의 해체와 이를 통한 재결합의 과정이 진행되고 있다. 이를 통해 보다 새로운 영역의 연구 주제들이 등장했고, 동·식물을 포함한 기술, 자연, 도시, 무기물 등의 비인간 행위성에 관심을 가지게 되었다. 그뿐만 아니라 비인간들의 행위성을 통해 인간들의 “사회”, “국가” 체계의 작동 방식에 근본적인 질문들을 제기하기 시작했고, 사회과학의 다양한 개념 속에 자리한 인간중심주의를 해체하고, 개념 속에 인간 너머의 접근을 통한 개념적 재정의의 요구하고 있다.

새로운 전환의 시대에 사회과학은 기존의 인간중심적인 담론분석과 이분법적 접근들에 대한 해체 작업들을 진행하고 있다. 이와 같은 과정들은 기존의 이론과 개념 속에 새로운 가치가 대두될 필요성을 역설한다. 즉, 기존의 개념 틀로는 더 이상 설명할 수 없는 과정들이 더욱 빈번히 대두되기 때문이다. 특히 우리가 ‘자연’이라고 하나로 묶어서 불러온 이 개념에 대해 보다 다층적인 접근이 필요하다. 일각에서는 ‘사회자연(socionature)’, ‘도시자연(urbannature)’, ‘기계자연(technonature)’ 등과 같은 용어들이 빈번히 사용

되고 있는데, 이는 기존의 두 개념들 사이의 더 이상 구분하기 어려운 현상들을 설명하기 위한 것이다. 그렇다면, 더 이상 ‘자연’이 아닌 것과 ‘사회’가 아닌 것이 존재할까? 물질들은 서로 정동을 주고받으며, 서로의 행위에 영향을 받으며 존재한다. 그리고 그 영향관계가 변화하면, 각 주체들은 또 다시 그 형태와 행위에 새로운 영향을 끼치게 된다. 인간은 단지 그 모든 과정을 알 수 없을 뿐이고, 지금까지는 별로 알려고 하지도 않았던 것 같다.

이미 인간의 무수한 행위들을 통해 다양한 비인간 행위자들이 인간이 만들어낸 다양한 경계들을 뛰어넘어 자유롭게 이동해왔고, 지금 이 순간에도 끊임 없이 이동하고 있다. 우리는 단지 우리가 가진 “근대적 과학지식”을 통해 당장 우리에게 ‘해’가 될 것들에 대한 단편적인 지식을 통해 ‘적’과 ‘아군’을 구분하며, 적을 제거하기 위한 제도적, 물리적 수단을 갖추고자 할 뿐이다. 대표적으로 ‘외래종 지정’과 관련된 논의는 무엇을 지킬 가치가 있는 것이고, 무엇을 제거되어야 할 것인지에 대한 분명한 선을 긋는다(김준수, 2021; Pearce, 2016). 그러나 비인간 행위자들의 작동은 결코 단순한 형태로 이뤄지지 않는다. 항상 물질과 물질 사이 새로운 관계들을 형성해내고 끊임없이 이동하며, 새로운 형태와 작동 방식들을 만들어낸다.

그렇다면, 문제가 되는 것은 무엇인가? 바로 인간들의 정치가 문제가 된다. 여기서 인간들의 정치란 단순히 권력 게임의 작동을 의미하는 것은 아니다. 물론 정치의 기술을 뜻하는 정치(politics)도 전략적으로 상당히 중요하지만, 보다 근본적으로는 ‘정치적인 것(the political)’에 대한 문제가 핵심이 된다. 무엇이 정치적인 것이 될 수 있는가? 무엇이 ‘작은 문제’로 취급되어 정치의 문제가 될 수 없는가? 하는 가치의 문제가 핵심이 되는 것이다. 인간 종 사이에서 인간들 간의 “종”에 대한 구분은 더 이상 ‘정치적인 것’의 가치문제에서 논의될 필요도 없겠지만, 실제 일상생활세계에서는 여전히 전략적 정치(politics)의 문제가 발생하곤 한다. 그러나 비인간 행위자들에 대해서는 어떤가? 여전히 정

치적 논쟁의 대상이 될 수 없는 무수히 많은 인간 외 존재들이 있다. 그렇다면, 이들의 존재 문제와 인간들과 맺고 있는 관계의 성격에 따라 무엇이 ‘정치적인 것’이 될 수 있을지 경중을 따져볼 수 있는 것일까?

근본적으로 우리는 ‘정치적인 것’의 개념에 대해 그 범위를 확장할 수 있어야 할 것이다. 그뿐만 아니라 우리가 ‘사회적인 것(the social)’이라고 명명하는 것에서 사회적 존재를 단순히 인간 종으로만 한정하는 문제도 제기될 필요가 있을 것이다. 더욱이는 “인간 중에서도 특정 계급, 인종, 성별 등”만을 상징하게끔 만드는 ‘공공성(the public)’의 개념 속에는 보다 적극적인 접근이 요구될 것이다. 인류세에 직면하는 인간 종에 대해서는 항상 생태적 종말과 파멸에 대한 논의가 지배적이다. 그러나 인류세 논의가 불러오는 사회적 자성의 목소리는 단순히 생태적 지평의 확산과 다양한 비인간 행위자들의 개입에 대한 논의뿐만 아니라 궁극적으로 인간 존재와 인간들이 만들어 놓은 다양한 제도와 개념들의 변화를 촉발할 수 있는 기회를 불러온다. 이 기회를 통해 우리는 인간과 비인간이 함께 살 수 있는 토대를 구축하기 위한 새로운 이론적, 실천적 접근이 필요하다.

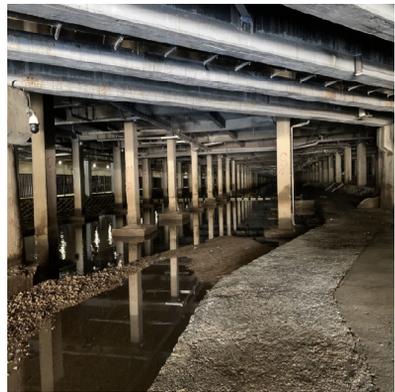
### 3. 인간 너머의 도시에서 공공미술 개념의 확장

무엇이 인류세 시대에 공공성의 문제로 자리잡을 수 있을까? 공공(公共)이란 개념에서 공(公)-공(共)의 관계성을 살펴보자. 공(公), 공평할 공과 공(共), 함께 공(한가지 공)은 “한 개인이나 단체가 아닌 일반 사회 구성원 전체에 두루 관련되는 성질”과 관련된 개념이다. 여기에는 한쪽으로 치우치지 않는 공평의 개념과 이를 함께 추동하는 개념이 포함된 개념이다. 즉 한 가지 세력, 혹은 한 가지 집단만이 이뤄낼 수 없는 개념을 뜻한다. 만약 한 가지 개념, 이념, 사상이 공공성을 이룰 수 있다면, 이는 공산(共産)에 내포된 한가지 공과 낱을 산을 포함한 개념이 될 것이다. 그러나 우리가 추구하고 있는 공공성의 개념은

공산 공의 개념과는 거리가 있다. 즉, 인류세 시대의 공공성 개념을 살펴본다면, 한 가지 집단, 인간 종만을 다루는 한 종만으로 정치와 문화로는 이뤄낼 수 없는 공공성의 개념이 펼쳐진다. 인간 종 외 비인간 행위자들과 인간의 상호작용 속에서 확장 가능한 새로운 공공성의 개념은 공공미술을 바라보는 새로운 시각을 제공할 것이다.

### 1) 마주침의 정치와 도시의 공공미술

도시자연(urbannature)의 개념 속에는 인간과 자연 그리고 인프라와 기술의 복잡한 관계성을 통해 도시화의 진행 모습을 그려낸다. 우리의 시선에 비가시화된 다양한 사회자연물들은 우리의 일상생활세계를 지탱하고 유지할 수 있도록 하는 필수적인 인프라들이다. 이 인프라들은 도시의 은닉 기술과 함께 우리 시선에 비가시화되도록 배치되어왔다. 도시의 상하수도과 인프라, 그리고 각종 시설물들은 우리의 도시 생활을 지탱하도록 하는 필수적인 역할을 수행한다. 하지만 이와 같은 은닉된 도시의 인프라들과 우리가 맺고 있는 관계성을 어떤 방식으로 드러낼 수 있을까?



▲ (좌)<홍제유연>입구, (우)<홍제유연> 내부(낮의 모습)

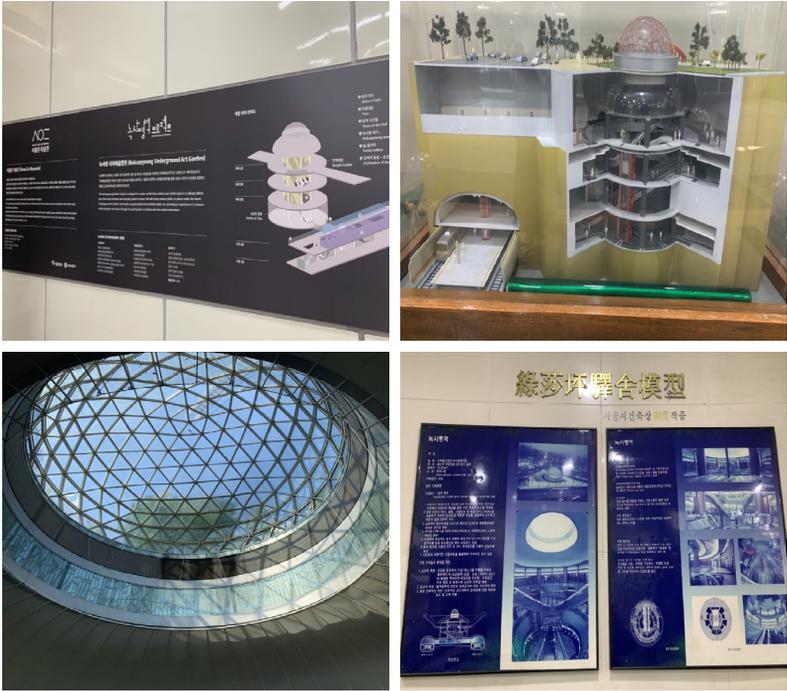
도시의 공공미술은 도시의 은닉된 관계성을 드러낼 수 있는 하나의 방법이다. 은유나 비유 그리고 상징성을 넘어서 도시 개발 담론과 인간-자연의 물질적 관계성 직접적으로 드러낼 수 있는 도시의 공공미술은 서울의 발전 담론과 그 속에 은닉되어 있던 인프라, 그리고 인간-자연관계성을 드러낸다.

서울시 공공미술 프로젝트 <홍제유연>(2019)의 경우 한국의 발전주의 도시화와 그 과정에서 형성된 건조환경의 역사성을 보여준다. 특히 한강까지 이어지는 도시의 인프라는 서울의 발전주의 도시화 과정의 도로 개발, 그리고 복개로 이어지는 도시 형태 변화를 담지하고 있다. 이 공간에 대한 공공미술 작업은 궁극적으로 시민들이 이 공간으로 접근할 수 있도록 하는 매개로 작동하였고 서울 시민의 일상생활세계를 지탱하고 있는 인프라 존재들과 공공미술의 형태로 마주칠 수 있는 계기를 제공했다. 이 공간을 통해 비인간 행위자의 범주가 단순히 생물 종과 유기물에 국한된 것이 아니라 인간이 만들고 조형해낸 인공물이 가진 행위성을 드러낸다. 한강 수계로 이어지는 도심의 생태계와 이 공간을 조망할 수 있게 하는 공공미술이 가진 연결성을 통해 우리는 도시 공간에 자연물이 드러내는 혼종성을 개념을 이해할 수 있게 된다. 이는 공공미술이 가지고 있는 인프라적 기능과 더불어 인간-자연의 관계성을 역사적으로 바라볼 수 있도록 하는 행위성을 찾을 수 있다. 즉 공공미술 역시 하나의 행위자로서 도시와 사람, 그리고 비인간 행위자들을 매개하는 또 하나의 행위 주체로 바라볼 수 있다.

## 2) 인공-자연의 이분법 해체의 공공미술

<녹사평역 지하예술정원>(2018)은 지하공간까지 빛이 닿을 수 있도록 설계된 공간 속에 지하정원을 조성하여 자연공간을 조성했다. 건축적인 요소와 공간에 대한 활용 방식에 있어서 도시와 자연을 지하 공간 속에 재현한 것이다. 인류세의 존재론적 전환들이 던지고 있는 질문들 속에는 인공물과 자연물의

▼<녹사평역 지하예술정원>을 설명하는 자료들 (좌측상단부터 시계방향으로)



▲ (좌측 아래)역사 천장은 유리로 되어있어 햇빛이 들어온다

하이브리드적 구성과 그 경계 구분의 모호함을 설명하고 있다. 지하예술정원은 자연물과 인공물의 공간적, 물질적 구분 경계를 교란시킴으로써 도시와 자연, 인공과 자연의 분리불가능한 관계성을 보여준다. 또한 자연 순환계의 생애주기와 예술작품의 생애주기 과정의 교차성을 보여주는 지하예술정원은 인간의 건축물과 자연의 생활사가 교차하는 지점을 단적으로 드러내는 공간으로 나타난다. 인간과 자연의 교차성, 혼종성, 그리고 분리 불가능성을 공공미술의 형태로 드러나게 됨으로써 공공미술이 촉발시키는 인간-비인간의 복잡한 얽힘 관계를 보여준다.

이처럼 서울시의 다양한 도시 공공미술은 단순히 하나의 미학적, 심미적 작동 방식을 넘어서 도시 공간의 인프라이자 인류세 도시 담론의 중요한 행위자로 작동하고 있다. 인류세의 공공미술은 기존의 국가와 사회의 관계성 속에서 논의되어온 인간중심의 공공성 개념을 넘어 인간과 비인간, 특히 생물 종과 인프라 등을 포괄할 수 있는 새로운 관계성의 지평을 확장할 수 있도록 해준다. 인간과 자연, 도시와 자연, 기술과 자연의 복잡한 관계성을 공공미술을 통해 그 관계성을 드러낼 수 있도록 하는 인간 너머의 공공미술로 그 개념적, 실천적 확장의 방법을 모색할 수 있는 새로운 대안적 접근과 정책적, 제도적 지원 방법에 대한 논의가 필요한 시기이다.

## Abstract

The concept of Anthropocene views humans as a species and reveals that humans are leaving geologically significant traces. Anthropocene has brought opportunities for social, political, economic, and cultural reconceptualization. Although there are various debates on the specific starting point of the Anthropocene and attempts to scientifically define it, the impact of the discourse on Anthropocene on our daily life cannot be overlooked. Therefore, in the perspective of discourse on Anthropocene and political ecology, it goes beyond the existing dichotomous view of nature and society, and introduces new methodologies and epistemologies such as socio-nature, urban-nature, and techno-nature. The interest in and awareness of beings beyond humans evokes our interest in how non-human actors are intervening in the existing public and social categories and how they shape our world of life. Paradoxically, this can radically expand the civic and public area by re-criticizing the view of recognizing human beings as a single species. This approach awakens our sense of beings that were not easily captured by our senses. Therefore, in this speech, I will discuss the various moments of encounter we did not intend through interest in the various non-human beings who have relationships with humans in the urban space of Seoul, and discuss the history of the relationship to figure out how Seoul's public art and non-human actors live together beyond the anthropocentric concept of urban settlement space. Through this, I will seek for the conceptual and epistemological expansion of *Seoul is Museum*, and policy and practical alternatives are by re-defining the relationship between humans and non-humans.

## 2부 질의응답

### Session 2 Q&A

**박수지** 두 번째 질의응답을 시작 해보도록 할 텐데요. 2부는 ‘서울시 공공미술의 향후 정책 방향’을 위한 세션으로 준비되었습니다. 유현재 교수님과 김준수 연구원님 두 분 모시고 공공미술이 어떻게 상상의 나라를 펼칠 수 있는지 그 방향성을 점검해보자는 차원에서 잡은 꼭지이고요. 꽤나 논쟁적인 주제라고 생각하는데 유현재 교수님께서 ‘향유자가 아닌 소비자의 관점으로 공공미술을 우리가 바라볼 수 있다면 그 지점에서 어떤 사고를 할 수 있을까? 공공미술을 어떤 방향으로 가져갈 수 있을까?’를 고민해보게 하는 발표였습니다. 도시 안에 인간만 있는 것이 아니죠. 김준수 연구원님 같은 경우에는 우리가 인간 외에 도시를 구성하는 사회 구조물, 기계, 건축물들이 거의 도시의 자연이 되어서 분포되어 있기도 하다라는 점을 짚어주셨습니다. 아까 은닉 기술이라고 말씀해 주신 것처럼 도시를 구성하는 여러 가지 배관 시스템, 우리 눈에는 그닥 눈에 띄지 않는 도시의 사물까지도 우리 인간과 함께 도시를 구성하고 있습니다. 그런 점에서 공공미술은 과연 그들 모두를 어떻게 매개하는 연결자가 될 수 있을까를 고민하는 차원에서 이렇게 두 분 모셔봤습니다.

아까 안규철 선생님께서 기초 연설에서 아무리 좋은 기획자가 있어도 아무리 좋은 작가가 있어도 그들이 좋다는 이유만으로 좋은 공공미술이 나오는 것은 아니더라는 취지의 말씀을 해주셨습니다. 그 부분은 아마도 기획 단계에서



▲ (왼쪽부터) 박수지 큐레이터, 유현재 교수, 김준수 연구원

의 철저한 조사, 공공미술을 설치할 장소의 맥락에 관한 심도 있는 파악이 공공미술 제작에 우선되어야 한다는 뜻이었을 텐데요. 그 부분 관련해서 유현재 교수님의 발표가 많이 생각이 났었습니다. 청중 한 분의 질문 먼저 한번 살펴보겠습니다. “모든 말씀에 공감하며 고개를 끄덕이며 들었습니다. 그에 앞서서 예술이라는 것이 과연 소비될 수 있는 것일까요? 사람들이 예술에 갖고 있는 선입견은 말씀하신 것처럼 어떤 향유를 해야 할 것 같다는 생각이 강한 것 같습니다. 어떻게 소비할 것인가? 이전에 예술 특히 미술이 대중적인 공감 소비를 이끌어낼 수 있는 것이 맞을지요? 예술은 원래 대중적이지 않은 것이 아닐지요? 아니면 결국에는 어떤 예술의 대중적인 공감을 얻기에는 어떤 문턱이 있는 것이 아닐지요?” 이런 고민을 나누어 주셨습니다.

이 부분 관련해서 함께 이야기 나눠보면 어떨까요.

**유현재** 모든 내용에 공감하셨다는 것 보니까 우리 어머니인가 싶기도 한데요. (좌중 웃음) 답이 될지는 모르겠습니다만 어쨌든 저는 그렇게 생각합니다. 질문자님께서 말씀해 주셨던 것처럼 예술의 기본적인 태도라는 게 있잖아요. 저도 비슷한 갈등을 합니다. 예컨대 학교가 변하고 있어요. 서강대학교도 예전에는 이런저런 신부님도 교내를 자유롭게 다니시고, 소위 말하는 문학/역사/철학의 가치가 굉장히 추구되는 대학이었어요. 지금 그렇지 않습니다. 저희 학과를 보시면 아시겠습니까만 이름도 미디어커뮤니케이션대학원이라고도 바뀌었고요. 신문방송학과라는 이름도 없어졌고 지식융합미디어, 아트 앤 테크놀로지 이런 식의 학과명으로 바뀝니다. 저에게는 불편한 일이기도 합니다. 메타버스 같은 영역에만 자본과 인력이 투자되는 시대에 저처럼 신문방송학을 전공한 사람은 갑자기 고루한 영역을 고집하는 사람들이 되어버리니까요.

그리고 아주 현실적으로 말씀드리면 저에게는 학생들 한 명 한 명이 굉장히 소중합니다. 그런 상황이라서 아마 비슷한 느낌 아닐까 싶어요. 시대의 흐름을 맞추기 위해 제가 공학을 할 수는 없지 않습니까. 그런데 그런 생각은 들었어요. 다만 내가 하고 싶은 것만 하는 게 아니라 학생과 학교가 원하는 방향을 고려해야 한다는 거예요. 저는 잘 모릅니다만, 제가 만약에 예술을 향유한다고 한다면 제가 예술을 향유하는 목적 그리고 저한테 오는 베네핏은 약간의 성찰이라던가 안식감 같은 종류의 편익이라고 볼 수 있겠죠. 최근에 소위 말해서 MZ라는 세대의 사람들에게는 예술을 규정하는 경계가 없어졌는데 그 경계가 있다고 고집하면 안 되겠다는 생각이 들었던 거예요. 예를 들어서 최근에 제가 경험하는 많은 부류의 사람들은 쇼핑을 하면서 예술이 주는 베네핏과 흡사한 감정을 느껴요. 그러니까 쉽게 말하면 예술에 대한 대체제가 너무 많은 겁니다. 스마트폰을 소개하는 쇼룸에 가서 오히려 욕구를 배설할 수 있어요. 대체제가 많다는 얘기는 매력적이지 않으면 가지 않는다는 얘기죠. 요약하자면 새로운 유형의 사람들에게 공공미술이 적응하지 못하고 있다는 생

각이 들어 안타까운 부분이 있어요. 물론 완전한 순수 영역을 없애야 한다는 생각은 아닙니다. 제가 공공미술 컨퍼런스에 발제를 할 것이라고 하고 저희 학생들한테 물어봤어요. “서울에는 모든 건물 앞에 뭔가 예술품이 하나씩 놓여져 있다는 거 너네 아니?” 아무도 모르는 거예요. 분명히 뭔가 문제가 아닐까 하는 생각이 들어 아쉽습니다.

**박수지** 오늘 굉장히 필요했던 고언이었던 것 같습니다. 공공미술을 접하는 시민이 원하는 혹은 기대하는 상태의 미디어 공공미술이 어떤 모양을 가질 수 있을지를 우리가 상상해볼 때 필요했던 말씀이었던 것 같습니다. 그런 점에서 김준수 연구원님께서는 공공미술을 접하는 그 주체를 인간만 두고 보시진 않잖아요. 제가 경험했던 예로 봤을 때 <홍제유연>을 들 수 있겠는데요. <홍제유연>에 이따금 가면 인간만큼이나 새가 아주 많습니다. 도시의 은닉 기술로 가려져 있던 어떤 공간이 공공미술로 다시 개방되었을 때 그곳을 새와 인간이 함께 누리고 있다는 생각이 들었습니다. 도시의 공공미술을 접하는 그 수많은 대상들, 그 존재들을 가늠할 때 인간 중심적이지 않은 방향으로 가느냐 한다는 것은 어떤 일이 될 수 있을지 여쭙습니다.

**김준수** 유현재 교수님 말씀에 정말 공감을 많이 하는 부분 중 하나가 경계가 무너지고 있다는 현실이거든요. 전통적인 사회과학 분야도 그렇지만, 제가 사실 카이스트로 가기 전에는 기존에 연구해오던 사회학과 인간의 담론 분석, 미디어 분석 등 담론에 굉장히 집중된 연구들을 해왔는데요. 이것만으로는 갈증이 해소 안 되는 분야가 있어 자연과학적인 방법론들을 제 연구에 사용하기 시작했습니다. 이게 최근에 ‘융합 연구’라는 이름으로 꽤 많이 이루어지고 있는데요. 아까 유현재 교수님도 소비자에 대한 얘기를 많이 해주셨지만 비인간 연구에서 가장 중요한 것 중에 하나가 ‘리스펀스 어빌리티(response

ability)’입니다. 가능할 수 있는 능력이 중요한 거죠. 미국의 학자 도나 해러웨이(Donna Haraway)의 용어인데요. 어떤 것에 대해서 감응할 수 있는 능력을 갖고 있다는 것, 그 문해력을 갖고 있다는 것이 핵심이 됩니다.

저에게는 생태학적인 문해력에 대한 관심을 갖고, 어떤 생태적인 맥락을 읽어낼 수 있고 어떤 관계성을 해석할 수 있는지의 문제인 것입니다. 마찬가지로 공공미술의 영역이 ‘리스펀스 어빌리티’가 없으면 그저 굳어있는 상태 그대로인 것일 겁니다. 어떤 식으로 우리가 감응할 수 있고 여기에 대응할 수 있는가를 고민해야 하죠. 저희는 연구하면서 주체라는 용어도 잘 쓰지 말자고 그래요. 왜냐하면 주체는 이미 만들어진 무엇 같거든요. 끊임없이 관계성 속에서 변화하고 있기 때문에 도시가 아니라 도시화로 용어를 사용하는 것도 같은 맥락입니다. 도시가 아니라 도시화의 과정 속에 있다. 또 주체도 주체가 만들어진 무엇이 아니라 계속 끊임없는 주체화의 관계 속에 있다. 이런 측면에서 뭔가 변화할 수 있고 대응할 수 있는 그런 개념들이 공공미술에 필요한 게 아닐까라는 생각을 좀 했습니다.

**박수지** 감응력이라는 부분을 좀 새겨들게 되는데요. 유현재 교수님의 강연 자료에도 비슷한 단어가 있었던 것으로 기억합니다. 오늘 나왔던 이야기들을 앞으로 서울시 공공미술이 어떤 방향으로 소화해서 가져갈 수 있을지 저도 궁금하고 기대가 되는 바입니다. 말씀해주신 감응력에 관한 부분이 시민분의 질문 중 “대중의 눈높이를 맞추기 위해, 소비자의 눈높이를 맞추기 위해 서울시가 가장 먼저 해야 할 일 무엇이라고 보시는지요?”라는 물음에 관한 답변이 될 수도 있을 것 같습니다. 감응력을 높이는 것, 이 부분을 과제로 삼고 2부 질의응답은 여기까지 일단락하고 바로 이어지는 종합토론이 있으니 그곳에서 다시 논의를 이어가도록 하겠습니다. 감사합니다.

THE 7TH SEOUL IS MUSEUM  
PUBLIC ART CONFERENCE

제7회 서울은 미술관  
**공공미술 컨퍼런스**

집속하는 미술,  
공공의 미디어

## 종합토론

### Panel Discussion

**권대훈 | 좌장** 안녕하십니까? 제7회 「서울은 미술관」 공공미술 컨퍼런스에 좌장을 맡은 권대훈입니다.

오늘 이 시간에는 발표를 해주신 연사분들께 다양한 질문을 던지고 미처 이야기하지 못한 것들을 조금 더 자세히 알아보는 시간을 가지도록 하겠습니다.

먼저 오늘 종합토론에 참여해주신 패널 분들 소개해 드리도록 하겠습니다. 김성은 관장님, 신보슬 큐레이터님, 유현재 교수님, 김준수 연구원님 자리해주셨습니다.

먼저 김성은 관장님께, 발제하신 내용에 대한 추가적인 질문을 드리겠습니다. 관장님의 발제 초반부 “열려있다는 사실만으로 ‘그 미술이 공공적일까?’”라는 질문과 후반부의 “공공미술의 주된 역할은 일상의 걸음과 생각을 얼마나 멈추게 하는가?”에 달려있다는 말씀에서, 공공미술에 있어서 가장 중요한 부분은 그 관람자의 관심 범주 안에 포함될 수 있도록 일상 안에 예술을 위치시키는 일이라고 생각하면서 크게 공감했습니다. 언급하신 여러 가지 사례 안에서 틱택 전시 플랫폼이나 백남준아트센터가 있었습니다. 그 두 장소는 사실 관심의 대상이 될 만한 아주 일반적인 공공장소입니다. 그렇다면 “익숙하지 않은 그런 불특정 장소에서의 공공미술은 어떤 방법으로 사람들의 관심을 가지게 할 것인가?”에 대한 질문을 드려보고 싶습니다.



▲ (왼쪽부터) 신보슬 큐레이터, 김성은 관장, 권대훈 위원장, 유현재 교수, 김준수 연구원



▲ (왼쪽부터) 신보슬 큐레이터, 김성은 관장, 권대훈 위원장

**김성은** 네, 말씀하신 것처럼 미술관이란 예술을 감상하는 곳으로 일종의 사회적인 약속이 되어있는 장소인데 사실은 미술관에 오시는 관객들조차도 미술에 대한 기대나 이해가 굉장히 다릅니다. 우리가 보통 미술관 관객하면 대중(general public)이라고 생각합니다. 그런데 어떤 큐레이터님이 미술관의 관객은 general public 일 수가 없다. 언제나 special public이어야 한다라고 말씀하셨습니다. 그것이 전시가 되었든 교육 프로그램이 되었든 구체적인 어떤 관객을 생각해야 한다는 것입니다. 이 말이 늘 제 머릿속에 남아 기획을 하고 미술관 운영을 할 때 유념하고 있는 부분입니다. 미술이라는 것이 오늘 굉장히 많은 얘기가 나왔고, 100년 넘게 지속되고 있는 ‘미술이란 무엇인가?’라는 미술의 가치에 대한 얘기로 돌아갈 수 없다면 구체적이고 특정한 대상 혹은 관객을 생각해야 되지 않을까라는 생각을 합니다. 유현재 교수님이 말씀하신 타겟팅과 비슷한 말일수도 있지만 ‘우리의 미술이 혹은 공공미술이 누구에게 말을 걸고자 하는가?’가 보편적인 가치와 함께 항상 수반되어야 하는 문제인 거 같습니다. 그렇기 때문에 앞서 안규철 선생님과 박수지 큐레이터님께서도 얘기하신 것처럼 <홍제유연>이라든가 <녹사평역 지하예술정원> 이런 공공미술 프로젝트가 그래도 성공적인 것이었다고 평가받을 수 있는 이유가 바로 공공미술이 누구에게 말을 걸고자 하는가가 명료했기 때문이라는 생각이 듭니다. 그래서 공공미술은 특정해질 필요가 있습니다. 말로 하기는 쉽지만 굉장히 어려운 문제이기도 합니다. 어떤 미술 관련 행사가 평가라는 것을 받게 된다면 관객 수 혹은 참여자 수로 평가하는 제도적인 구조가 존재하기 때문입니다. 그렇지만 그런 부분들을 해결하기 위해 조금 전에 김준수 선생님께서도 말씀하신 것처럼 공공이라는 글자의 뜻을 가끔씩은 좀 되새겨 볼 필요가 있겠다는 말씀을 드리고 싶습니다.

**권대훈 | 좌장** 네, 말씀 감사합니다. “공공미술도 특정될 필요가 있다. 어떤 타  
것으로 향해 특정되어야 한다.” 라는 말씀이었던 것 같습니다. 이어서, 신보슬  
큐레이터님께 질문을 드리려고 합니다. 메타버스에서도 공공미술이 가능할 수  
있다는 점에 저는 굉장히 크게 동의하고 있습니다. 그리고 최근 많은 사례를 들  
어주셨듯이 많은 미술 작품이 그 공간에서 공유되고 향유되고 있습니다. 다만  
전시되고 있는 플랫폼에 상당히 익숙한 유저들 위주로 관람을 하게 된다는 문  
제점이 있습니다. 이것에 대한 어떤 해결 방법이 있다면 그것은 무엇이고 완전  
히 정반대로 공공미술이 꼭 모두를 대상으로 만들어져야 하는가? 이렇게 질문  
을 드리겠습니다. 후자에 더 중점을 두고 답변을 주시면 좋을 것 같습니다.

**신보슬** 이제 막 걸음마도 시작하지 않은 애를 두고 지금 예술성도 이야기해  
야 되고 공공성도 얘기해야 되고 쉽지 않은 자리인 것 같습니다. 일단 인터페  
이스에 관한 부분은 아까 잠시 말씀드렸던 것처럼 아마 시간이 지나면 어떤  
SF 영화에서 나오는 그 웨어러블의 무게를 벗어던지고 좀 더 가볍게 모두가  
편하게 들어갈 수 있는 날이 언젠가는 오지 않을까라는 생각이 듭니다. 근데  
아직 현단계에서는 개별 인터페이스 작동이 어려운 거 같습니다. 저도 어제 오  
쿨러스 끼고 한 1시간 있었는데 벗고 나니 너무 어지러웠습니다. 기술적으로 2  
시간 이상 그 안에서 여행할 수 있지만 대부분 10분도 못 견디고 벗게 됩니다.  
그 부분은 아직 기술적인 한계라고 생각합니다. 그리고 '모두'에 관한 얘기는  
방금 김정은 관장님이 말씀하신 내용에 동의합니다. 저는 토탈미술관에서 근  
무를 하는데, 저희 미술관은 대부분 미술 전공자가 찾아옵니다. 저희 쪽에서  
는 소위 말하자면 타깃 그룹입니다. 관객들하고 작품에 대해 얘기하다보면 일  
반 관객분들도 다 잘 알아듣습니다. 근데 작품을 설명하는 안내자료가 없  
다는 의견이 미술관에 종종 들어옵니다. 이거를 빗대어서 생각해 보면 공공미술  
도 그런 부분이 많다고 생각이 됩니다. 건축물미술작품제도처럼 건물마다 예

술작품이 설치되어 있지만 그 예술작품을 누구도 적극적으로 설명해 주지 않습니다. 저희가 예전에 한번 청주의 지웰시티라는 아파트 단지에 공공미술 작품을 설치한 적이 있습니다. 그때 입주자분들한테 소책자를 다 나눠드리고 입주하셨을 때 가든 투어를 같이 하면서 작품에 대해 설명해드렸습니다. 제가 놀란 건 한 세 달쯤 후에 가보니 놀이터에서 꼬마들이 그 설명을 하고 있었던 것입니다. 지금까지는 제작과 설치에 집중을 했다면 이제는 그것을 전달하는 기재에 대한 고민을 해야 할 때인 거 같습니다. 광화문 주변 건물들에는 백남준 선생님의 작품들이 많이 있습니다. 아트센터 나비, 세종문화회관 등 많은 곳에 작품들이 있지만 사람들은 잘 모릅니다. 작품지도가 구비돼 있거나 작품들을 설명해주는 장치가 마련되느냐에 따라 그것이 모두를 위한 것이 될 수도 있고 아무도 관심을 갖지 않는 것이 될 수도 있습니다. 공공공간에서의 작품 제작에 대한 얘기를 많이 했는데 이제 그것들이 어떤 식으로 소통되었느냐에 대한 부분도 이제 같이 고민해야 되지 않을까 싶습니다. 그리고 이것은 메타버스에서도 마찬가지입니다. 특히 마인크래프트에서 저희 공간에 오시는 상당수 분들이 오셨다가, 게임이 아니라 그냥 월드 빌딩을 제작해 놓은 공간이어서, 재미가 없어 그냥 가십니다. 그런데 그곳에 큐레이터가 있고 작가가 있어, 오는 사람에게 말을 걸고 데려가서 보여주고 하면 관객들은 흥미를 느끼고 구경을 하다 갑니다. 이게 예술이나 아니냐는 사실 현 단계에서 그렇게 중요한 거 같지는 않습니다. 거기에서 우리가 작가와 얘기를 하고 어떤 의미를 같이 공유할 수 있다면 그것만으로도 우리가 지금 할 수 있는 단계의 공공미술 활동이지 않을까 생각합니다.

**권대훈 | 좌장** 네, 말씀 감사합니다. 다음으로는 유현재 교수님께 질문을 좀 드리고 싶습니다. 미술이나 예술 분야와는 조금 거리 있는 입장을 취하고 계시다 이렇게 말씀을 하셨습니다. 오늘 굉장히 큰 화두를 던지신 것 같습니다. 향

유라는 거에 굉장히 익숙하지 않다는 말씀을 하셨는데 솔직히 저를 포함해서 미술 쪽에 계신 분들은 소비자라는 단어가 오히려 굉장히 익숙하지 않은 것 같습니다. 그러면서도 공공미술에서 향유자라는 표현이 어찌면 시민들을 수동적이고 소극적인 향유의 대상으로만 바라보지 않았나라는 그런 성찰을 하게 되는 부분도 있었습니다. 흔히 소비자는 개별의 취향과 관련하여 취사선택하고 호불호에 관해 적극적으로 의사 표현을 하는 그런 주체라는 생각이 듭니다. 이것을 공공미술의 소비자로 적용해 봤을 때, 공공미술이 절대다수의 어떤 취향을 고려해야 된다고 생각이 됩니다. 어떻게 절대다수의 취향을 수합하고 반영하고 견인하고 반응할 수 있을까라는 질문을 드리겠습니다. 이전의 김성은 관장님과 신보슬 큐레이터님이 말씀하신 “모두를 위할 수 없다”라는 것과 반하는 입장을 가지고 계신 것 같아서 한번 들어보고 싶습니다.

**유현재** 저는 이 자리가 심리적으로 불편한 자리기도 합니다. 안 거르고 말씀드리면 나 같은 사람이 만약에 미술을 했다면 약간 현실적인 어떤 그런 것들을 해결할 수도 있을 텐데라는 그런 느낌이 들었습니다. 어찌 보면 진심은 저와 김성은 관장님이나 그 중간쯤에 있을 거라고 생각이 듭니다. 아까 미술 관객은 일반 공공(general public)이 아니라고 하신 김성은 선생님의 말씀이 제게 크게 와닿았습니다. 예를 들면, 공무원들은 홍보나 PR이나 소통 등을 위해 노력을 합니다. 그 노력의 목적에 전국민 인식개선이라고 쓰여있습니다. 근데 저는 전국민 인식 개선이란 없다고 생각합니다. 제가 정확히는 모르겠습니다. 다만 저희 영역에서는 그렇습니다. 예를 들면 작가가 그렇게 표현하지 않았지만 향유자라는 사람이 저 작품이 나를 위해서 만들었나보다 라는 생각이 들면 대박이라고 합니다. 위의 예시로 들었던 <홍제유연>을 예를 들어 말씀드리겠습니다. 사람들이 홍제천을 공공미술과 관련해서 좋아하는 이유는 물론 박수지 선생님이 말씀하신 것도 있지만 그곳이 상대적으로 낙후된 곳이기도 하

기 때문입니다. 홍제천의 공공미술 프로젝트로 상자줍는 할머니와 할아버지들은 유진상가 밑에서 햇빛을 피하면서 예술작품을 감상할 수도 있게 되었습니다. 그러니깐 거기가 퍼펙트한 곳이라는 겁니다. 그러니깐 어떤 굉장하고 상상하고 대단한 미대를 나와야지만 베네핏을 즐기는 것이 아니라 사람들의 처절한 삶에서 예술이 힘을 준 것입니다. 그러니깐 그게 사람들이 보기에 좋아 보인 거 같습니다. 예술이 모든 사회문제를 해결할 수는 없지만 아까 제가 “ESG 공공미술이 됐으면 좋겠다”라고 말씀드렸습니다. 사회에서 모든 사람들이 잘 살 수는 없습니다. 코로나도 똑같이 오지 않았고, 모든 인생이 개그콘서트가 될 수는 없습니다. 사회의 아픈 구석을 미술하는 사람들이 조금 도와줬다는 느낌이 들기 시작할 때 예술은 사랑받을 수 있습니다. 건방진 이야기지만 주위를 둘러보면 제 눈에는 많이 보입니다. 제 눈에는 많이 보여서 아 저런 것들을 저분들이 저렇게 했으면 어땠을까? 그런 생각이 듭니다. 무책임이라는 단어로 표현해도 될지 잘 모르겠습니다만 제가 이번 컨퍼런스를 준비하면서 건물 앞 미술작품들을 유심히 보러 다녔습니다. 예를 들면 이런 것입니다. 작품 이름이 투영이라고 쓰여 있습니다. 근데 제가 한 10분을 봤습니다. 이게 어디가 투영일까? 저는 잘 모르겠습니다. 제가 중간쯤 뭐라고 한 것은 제가 트레이닝 받고 제가 살았던 광고 바닥에서는 작품에 대해 설명을 한다는 것은 상상도 못합니다. 예를 들어서 어떤 크리에이티브 한 것을 우리가 펼친다고 했을 때, 아이디어를 냈을 때 팀원들에게서 3초 안에 반응이 안 오면 너희 집에 갖다가 걸어놓으라고 합니다. 미술작품도 잘만 하면 도슨트가 필요 없지 않을까라는 생각이 듭니다. 그런 곳에서 조금 더 미술 작품이 사람들에게 쉽게 접근 가능하게 하지 않을까라는 좀 건방진 말씀을 드립니다.

**권대훈 | 좌장** 혹시 유현재 교수님이 말씀하시는 소비자라는 개념 안에서 소비자를 불편해하거나 익숙하지 않게 한다면 그건 성공한 겁니까? 성공하지 않은 겁니까?

**유현재** 제가 그 말씀을 드리려고 했습니다. 아까 제가 베네핏이라고 말씀드렸지 않습니까? 아까 김성은 관장님이 말씀하셨던 거 같은데 예를 들어 소비자들이 예술품에 쉽게 도달하면 베네핏이 아니라는 겁니다. 일부러 구매 과정을 복잡하게 해버립니다. 그때 소비자들은 거기서 희열을 느끼게 됩니다. 우리는 백종원씨가 한마디 하면 거기를 찾아갑니다. 초역세권이 아니라 지하철 내려서 마을버스 타고 옆으로 가면 할아버지가 하나 서 있는데 그쪽으로 가면은 뭐가 있는데 과정을 일부러 어렵게 하는 겁니다. 그것이 베네핏이기 때문에 그렇습니다. 미술작품에도 베네핏을 활용하면 어떠실까라는 생각이 듭니다.

**권대훈 | 좌장** 제가 덧붙여서 질문을 했던 게 하나 있었습니다. 보통 예술에 있어서는 다소 익숙하지 않는 그런 결과물을 보여주는 경우도 있습니다. 소위 말하는 아방가르드한 작품들입니다. 어떨 때에는 그 생경함에 굉장히 불편하고 경악할 만한 그런 일도 벌어집니다. 소비자들은 친근하거나 시각적으로 익숙하지 않는 것에 거부감을 느낄 수 있지만 예술에 있어서 그것은 굉장히 중요한 가치 중 하나입니다. 이런 문제에서 소비자와 공급자 즉 창작자 간의 어떤 균형이 상당히 깨지지 않을까 생각이 듭니다. 이 질문은 신보슬 큐레이터님과 김성은 관장님께도 한번 짚막한 답변을 들어보고 싶습니다.

**유현재** 이 표현이 맞을지 모르겠지만 메뉴판을 다양하게 해주시면 어떨까 싶습니다. 쉽게 표현 한다면 저희 집도 교수님 집도 그렇고 이사를 하면 한 사람 방에서 보통 7천 가지에서 만 가지의 물건이 나온다고 합니다. 근데 대체적

으로 자기가 샀음에도 불구하고 7천 가지를 다 기억하지는 못합니다. 명확한 건 뭐냐면 그 당시에는 감흥이 있어 7천 가지를 소비자로서 다 소비를 해버린 겁니다. 저는 예술도 마찬가지로 생각합니다. 아방가르에는 놀람도 있고 애정도 있고 온갖 감정들이 다 들어 있습니다. 그거에 대해서 메뉴판을 좀 다양하게 펼쳐 주셨으면 좋겠습니다.

**권대훈 | 좌장** 혹시 생경함에 대한 가치와 관련해서 두 분 중 한 분이 말씀하실 수 있습니까?

이것이 소비자로서 불편한 경우일 수도 있습니다. 그러나 미술에 있어서는 또 반드시 필요한 게 아닌가 싶어 답변을 좀 들어보고 싶습니다.

**김성은** 네 그 위원장님 말씀하신 부분에 저도 굉장히 크게 동의하는 바입니다. 미술이라는 글자 두 개지만 그 안에는 100년 넘는 논쟁이라고 아까 말씀을 드렸는데 지금 동시대 미술에 국한해서 말씀드리겠습니다. 위원장님이 말씀하신 것처럼 삶에서 익숙해져 있는 부분들을 건드려주는 것이 미술이라고 생각합니다. 그것이 불편할 수도 있습니다. 예를 들자면 발제문에서 말한 것처럼 온라인상에서 불특정한 다수를 쉽게 만나고 접촉하는 일들이 너무 익숙해져서 의식하지 못하는 단계에 왔습니다. 그러나 예술가의 작업을 통해 문득 나의 삶 혹은 내가 살고 있는 시대를 사회를 좀 들여다보고 싶어지는 각성의 자극제가 될 수 있다고 생각합니다.

그러나 이런 동시대 미술의 감각을 공공미술의 맥락에서 얘기하자면 굉장히 복잡해집니다. 아까 컨퍼런스 시작 전이나 쉬는 시간에 틀어주신 영상 속에 참여자들은 정말 한없이 즐겁고 만족스럽고 그런 모습들이 즐거운 노래와 함께 나옵니다. 아마도 많은 분들이 생각하는 공공미술이 해야 하는 일은 이와 같이 만족감을 주는데 있다고 여기실 겁니다. 이 때문에 말씀하신 아방가

르드적인 동시대 미술의 역할이 공공미술에서까지 반드시 고려되어야 할 필요는 없다고 생각합니다. 그럼에도 불구하고 지금 이 시대의 미술이 무엇을 해야 되는가는 미술을 하는 사람들이 기획자, 예술가들이 항상 생각해 볼 필요는 있습니다.

**권대훈 | 좌장** 네 답변 감사드립니다.

**신보슬** 짧게 좀 더 덧붙이자면 관장님 말씀에 매우 공감하면서 메뉴판에 다양화가 너무 필요하다고 생각합니다. 공공미술이라고 하면 추상적인 조각들이 건물에 부착되어 있다고 생각하시는데, 공공미술은 보이지 않거나 만져지지 않는 것에서도 충분히 가능합니다. 그 생경함은 물성에서 오는 것일 수도 있고 컨셉에서 올 수도 있습니다. 저희가 너무 공공미술은 어떤 것이다라는 카테고리에 잡혀 있는 건 아닌가 싶습니다. 그래서 공공미술을 할 때 커뮤니티나 설치 뿐만 아니라 새로운 장르와 새로운 매체들을 가지고 할 수 있는 다양한 실험들이 좀 필요하지 않을까 하는 생각이 듭니다.

**권대훈 | 좌장** 네 답변 감사합니다. 공공미술도 특정되어야 한다는 말씀 그리고 향유자가 아닌 소비자라는 측면에서 접근해 보자는 말씀 굉장히 흥미로웠습니다. 김준수 연구원님께 질문을 드리려고 합니다. 공공미술도 인간들끼리 독점할 수는 없다고 얘기하셨는데 인류세의 관점에서 공공미술은 어떤 방향으로 나갈 수 있을지에 대해 질문을 하고 싶습니다.

**김준수** 주로 비인간 연구를 한다 하면 많은 분들이 오해를 많이 하는 것이 동물권이나 환경 보존에 대한 이야기하는 것으로 인식하고 계십니다. 근데 이 건 권리 담론과는 거리가 있습니다. 물질적인 관계성·상징성의 어떤 교차성을

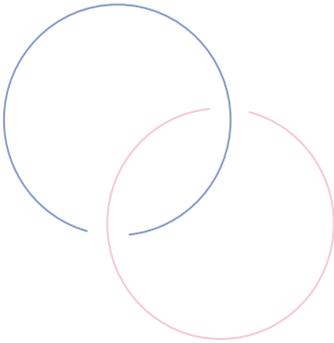
보여주는 게 인류세의 중요한 키워드 중에 하나입니다. 저희는 드러나는 관계성을 통해서 기존의 어떤 역사나 아니면 의미를 생산해왔는지를 재해석합니다. 새로운 형태의 분과라기보다는 기존의 학문들을 재전환하는 그런 과정이라고 보시면 좋을 것 같습니다. 그렇기 때문에 공공성에 대해서도 비인간과의 공생관계에 대한 이야기보다도 공공미술이 하나의 매개체로서 기존의 물질적인 얽힘을 풀어낼 수 있는 하나의 틀로써 공공미술을 봅니다. 제가 제일 좋아하는 영어 단어 중에 하나가 Varigation(얼룩덜룩함)입니다. 덕지덕지 얼룩덜룩함인데 우리는 얼룩덜룩함의 관계에 관심이 없거나 모릅니다. 공공미술이 제일 잘 보여주는 것 중 하나는 우리가 어떤 존재들과의 접촉 지대를 만들어 왔는가입니다. 그런 의미에서의 공공미술이라는 게 하나의 건축물일 수도 있고 어떤 물상일 수도 있고 오늘의 메타버스일 수도 있고 여러가지 형태일 수도 있습니다. 공공미술의 주된 역할은 내 현존재라는게 어떻게 위치되어왔는지 무엇을 매개로 해서 무엇과의 관계성 속에서 그걸 드러낼 수 있게 했는가를 보여주는 것이 아닐까 생각합니다.

**권대훈 | 좌장** 네 답변 감사합니다.

벌써 시간이 다 됐습니다. 이만 질문과 답변을 줄이도록 하겠습니다. 다양성이 요구되는 현 인류세에 있어서 공공미술은 어떤 역할을 할지 누구를 또는 무엇을 향하고 있는지 그것은 정말 공공적이어야 되는가 등을 생각해 보는 그런 중요한 계기가 되는 날이었습시다. 다양한 공공의 미디어 또 다양한 접속 가능한 미술이 더욱더 많이 탄생하고 풍성해지길 바라면서 네 분의 연사님들께 감사의 말씀을 드립니다. 오늘의 종합토론을 이렇게 마치도록 하겠습니다. 감사합니다.



▲ (왼쪽부터)신지혜 아나운서, 신보슬 큐레이터, 김성은 관장, 박수지 협력큐레이터, 권대훈 위원장, 김준수 연구원



# CONFERENCE TIMETABLE 2022. 10. 20. THU

시간	구분	내용
14:00 - 14:05 (5')		개회식 및 축사
14:05 - 14:20 (15')	기조연설	「서울은 미술관, 프로젝트, 성과와 한계」 안규철 작가, 전 한국예술종합학교 교수
<b>Session 1</b>	<b>비대면/초연결 시대 공공미술이 시민과 접속하는 방법들</b>	
14:20 - 14:45 (25')	발표 1	낮과 밤의 공공미술: 도시와 미디어아트 하기 김성은 백남준아트센터 관장
14:45 - 15:10 (25')	발표 2	메타버스에서도 공공미술이 가능할까? 신보슬 토탈미술관책임큐레이터
15:10 - 15:20 (10')	시민 참여 질의응답	[진행] 박수지 제7회 공공미술 컨퍼런스 협력 큐레이터 [패널] 김성은 백남준 아트센터 관장 신보슬 토탈미술관책임큐레이터
15:20 - 15:30 (10')	휴식시간	
<b>Session 2</b>	<b>시민과 공공미술의 지속 가능한 동행을 위한 조건들</b>	
15:30 - 15:55 (25')	발표 3	공공미술은 수용자 중심의 미디어가 될 수 있을까?: 가능성과 한계점, 극복과제에 대한 솔직 제언 유현재 서강대학교 미디어커뮤니케이션 대학원 교수
15:55 - 16:20 (25')	발표 4	인류세의 새로운 자연 개념과 도시 공공미술의 재정의 김준수 카이스트 인류세 연구센터 연구원
16:20 - 16:30 (10')	시민 참여 질의응답	[진행] 박수지 제7회 공공미술 컨퍼런스 협력 큐레이터 [패널] 유현재 서강대학교 미디어커뮤니케이션 대학원 교수 김준수 카이스트 인류세 연구센터 연구원
16:30 - 16:35 (5')	휴식시간	
16:35 - 17:15 (40')	종합토론	[진행] 권대훈 공공미술위원회 위원장
17:15 - 17:20 (5')		폐회 선언 및 종료



# 제7회 서울은 미술관 공공미술 컨퍼런스

---

2022. 10. 20.(목) 서울시청 서소문청사1동 대회의실  
서울시 유튜브 동시 생중계([youtube.com/c/seoulive](https://youtube.com/c/seoulive))

발행일	2022. 12.
발행인	서울특별시
주최/주관	서울특별시 최인규 디자인정책관 김규리 디자인정책담당관 서해경 공공미술사업팀장 박유리 학예연구사
운영	(주)브로스그룹
협력기획	박수지 큐레이터

「서울은 미술관」 누리집 [seoulismuseum.kr](http://seoulismuseum.kr)  
공공미술 컨퍼런스 아카이브 [seoulurbanart.com](http://seoulurbanart.com)



**THE 7TH *SEOUL IS MUSEUM*  
PUBLIC ART CONFERENCE**

ACCESSED BY ART,  
MEDIA FOR A PUBLIC