

LIGHT + 공공디자인

광주디자인센터 강승이 과장

왜 '광아트산업' 인가?

공공디자인에 새로운 바람이 일고 있다. LED를 이용한 빌딩이 랜드마크화하는가 하면, 공공시설물에도 LED를 활용해 눈길을 끌고 있다. 우리지역 광산업의 새로운 도약과 LED라는 광원을 응용한 신산업 창출과 광산업의 새로운 분야인 '광아트산업'이라는 뉴웨이브를 주도해야 할 시점이다.



필요성과 중요성

왜 '광아트산업'인가? 세계는 지금 저탄소 녹색성장에 주목하고 있다. 저탄소 녹색성장을 주도할 핵심분야로 LED 분야가 각광받고 있으며, 주요 선진국 및 글로벌 기업들은 LED에 눈독을 들이고 있다. 최근 들어 글로벌기업들이 LED사업에 속속 뛰어들고, 공장설립 등에 대한 수도권 규제완화 조치 등의 국내의 환경변화는 지역내 중소 LED기업에 큰 위협이 아닐 수 없다. 삼성전자와 LG전자는 LED 기술을 결합한 TV 출시, 글로벌 시장을 선도하고 있다. 따라서 광주의 관련업계는 '소품종 대량생산' 기반의 사업전략도 중요하지만, 고부가가치·기반의 '다품종 소량생산' 분야로 눈을 돌려 글로벌 틈새시장을 공략하여 시장을 선점할 필요가 있다는 것이다. 따라서 광주는 그동안 지속적인 투자를 통하여 구축된 광산업의 성장기반을 발판 삼아 지역의 성장동력 창출과 지역경제 활성화, 도시 브랜드 정착에 적극 나설 필요가 있다.

광주지역 LED업계의 A대표는 "광주시가 표방하는 'LED도시'를 뛰어넘어 '광아트 도시'로 꾸며야 한다"면서 "광주의 강점 요소인 첨단 기술 기반의 광산업과 문화예술, 디자인을 융합하면 충분히 경쟁력 높은 광아트산업을 창출할 수 있을 것이다"고 말한다.

'예향'이자 문화중심도시, '광산업의 메카' 빛고을 광주, '인본(人本) 디자인도시' 등등 광주에 붙여진 '수식어'를 아우르면서, 확고한 도시 브랜드 구축을 기반으로 글로벌 시장경쟁력을 갖출 수 있는 매력적인 분야임에는 틀림없다.

LED를 응용한 광아트산업의 성공 잠재력과 성장 가능성

'광주에서 쉽게 구할 수 있는 것', '가장 잘 할 수 있는 것', '앞으로 20년, 30년을 먹여 살릴 수 있는' 블루오션 전략.

이른바 'LED+디자인+예술' 융합형 '광아트(Light Art)산업'은 광주의 미래를 밝혀줄 수 있는 '블루오션' 전략과도 맞아 떨어진다. 다소 진부하고 평범한 표현이지만, 세계적인 경영학자 톰 피터스는 그의 저서 'Re-imagine'에서 '미래는 꿈꾸는 자의 것'이라 했다. '미래'와 '꿈'은 새로운 혁신과 도약의 원동력이다.

빛(광원)의 효과를 극적으로 살려 새로운 시각적인 이미지를 창출해 내려는 의도에서 만들어진 '광아트'는 굳이 번역하면 빛의 예술이라고 할 수 있다. 미디어 아트를 넘어 LED 광원을 활용하여 '돈이 되는' 산업화를 도모하자는 것이 (가칭) '광아트산업'이다. 디스플레이는 물론 광원 응용 제품, 생활, 환경에 모두 활용성이 높은 상용화를 추구한다.

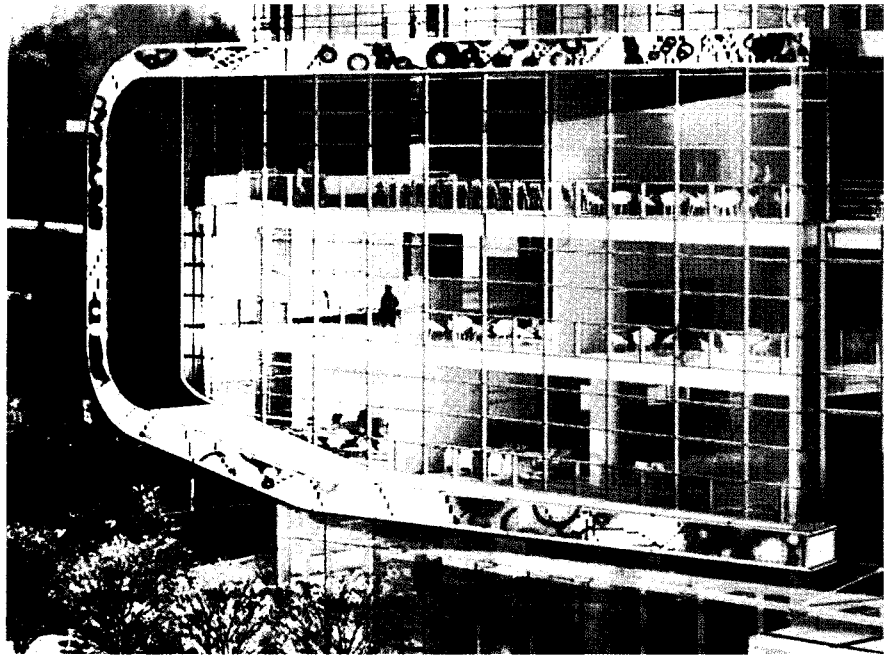
그동안 광주가 심혈을 기울인 광산업은 지자체의 육성 의지와 맞물려 한국광기술원을 중심으로 클러스터를 형성하는 등 탄탄한 산업적 토대를 마련했다. 이제는 수확기에 접어들었다. 광산업계는 고부가가치 프리미엄급 Product를 지향함으로써, 전후방산업 전 분야에 파급효과를 기대할 수 있게 된 것이다.

또한, 예로부터 '예향'으로 일컬어지는 광주는 풍부한 문화예술적 기반과 함께 아시아문화중심도시 조성사업이 한창이다.

특히, 전국 지방 최초로 문을 연 광주디자인센터를 중심으로 다양한 디자인 인프라가 구축되었고, 100여개가 넘는 디자인 전문회사가 활동하고 있다. 광주디자인비엔날레, 광주비엔날레 등 국제적인 행사도 성공적으로 열리고 있다.

'빅뱅'을 예고하듯 거대 시장이 눈앞에 펼쳐지면서 이미 산업계는 활화산처럼 폭발하고 있는 LED를 둘러싼 치열한 시장쟁탈전에 돌입했다. 문화산업의 세계시장 규모도 2005년 약 1조 3,288억 달러, 2006년 약 1조 4,283억 달러에 이른다. 차세대 성장동력산업의 하나인 국내 문화산업만 하더라도 2005년 53조 9,481억원을 기록하면서 10.5%의 높은 성장률을 보이는 것으로 나타났다. 반면 광주는 국내 문화산업의 과도한 수도권 집중현상으로 다른 지방과 마찬가지로 문화콘텐츠사업이 양적으로나 질적으로 열악하다.

다행히 광주시의 경우 문화산업을 육성하기 위해 2006년부터 의욕적으로 추진하고 있는 CGI(컴퓨터형성이미지) 인프라 조성사업, 문화콘텐츠기획창작스튜디오사업 등 여러 진흥사업에 따른 인력양성, 일자리 창출 효과가 조금씩 나타나고 있는 실정이다.



▲ 건물(대우, 대진, 진시영)

미디어아트를 아우르는 새로운 물결

그동안 광아트는 '미디어 아트'라는 장르를 통하여 그 가능성을 엿볼 수 있었다. '매체예술'이라고도 하는 '미디어 아트'는 현대 커뮤니케이션의 주요 수단인 대중매체를 미술에 도입한 것. 대중에 파급효과가 큰 커뮤니케이션 수단으로, 일찍이 1920년대 무렵 나타나기 시작한 미디어 아트는 제1·2차 세계대전을 통한 매스컴의 기술적 발전과 궤를 같이 하면서 지난 70년대 이후 크게 발전했다. 미디어 아트의 선구자격인 백남준에 이어 제니 홀저(Jenny Holzer) 등은 LED를 이용한 광아트산업의 가능성을 보여준다.

1990년 이후 건물의 외곽이나 물과 땅의 표면에 대형 글귀를 비추는 환경미술·미디어 아트분야 미술가 미국의 제니 홀저의 '제논 프로젝션(Xenon Projection)'. 인쇄물이나 옥외 광고판, LED 전광판을 이용하여 호소력 있는 메시지를 일반인에게 전달하는 것으로 유명하다. 컴퓨터로 제어되는 전광판을 이용하여 빠른 속도로 지나가는 메시지와 컬러풀한 강렬한 빛을 통해 공공디자인의 새로운 가능성을 제시하기도 한다. 어둠이 깔린 베니스의 건물 벽면, 센 강과 풍네프, 암스테르담의 아르노 강가 등에도 빛으로 쓴 홀저의 아포리즘(aphorism·의미를 함축한 글귀)이 흐르는 것으로 전해진다. 전 세계인의 관심을 끌기에 충분하다.

조명 및 응용제품 등 산업, 생활, 환경 등 전반에 걸쳐 광아트산업의 전조는 시작되었다.

광아트산업의 새로운 물결

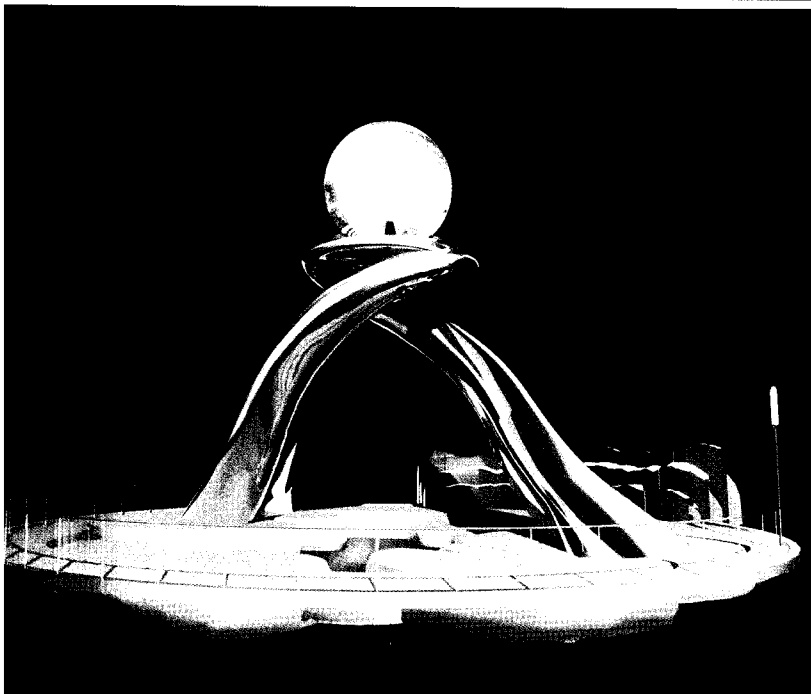
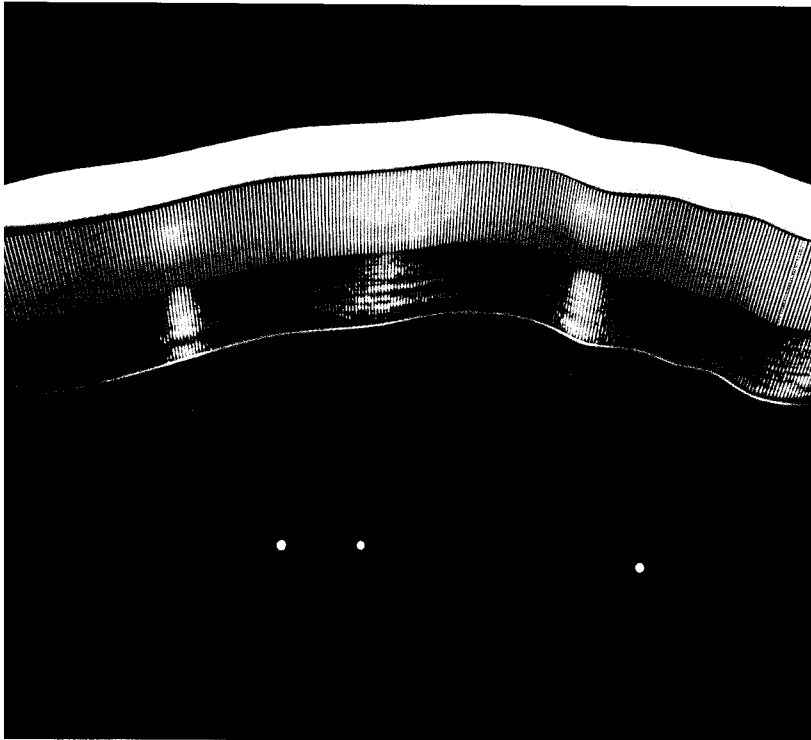
실제 사례를 살펴보자.

최근 광주 신세계백화점 갤러리에서는 이와 관련된 의미있는 전시가 열렸다. 광주 출신의 젊은 작가인 진시영씨는 'WAVE' 라는 주제로 LED Display를 연출했다. 물결처럼 일렁이는 조각적 형태에 LED로 일출과 일몰의 영상을 담아냈다. 기존의 사각 평면을 입체화하는 등 새로운 시도가 돋보인다.

그는 또, 광주 풍암제 인근에 'Harmony(화합)'을 컨셉으로 LED Display를 연출하고 있다. 13m×20m 크기의 대형 조형물 위에 원구형 LED Display를 엮을 계획이다. 진 작가는 "'광'이란 문자에 대한 응용이며, 크로스 되는 손으로 화합하는 모습을 상징한다"면서 "예술적으로 그래픽이 아닌 미디어 아트 영상작품을 구체로 만들어 독창적인 테크놀로지를 이끌어 낼 계획"이라고 말한다.

그는 부드러운 곡선의 스테인레스 스틸 재료와 LED의 발광이 일렁거리는 물 표면에 반사되는 효과가 어우러져 밤 낮없이 아름다운 장관을 연출할 것으로 기대된다.

▼ WAVE(위), Harmony(아래)



건물의 외벽이 거대한 디지털 캔버스가 되어 밤마다 아름다운 영상으로 도심에 수놓는 빌딩도 있다.

서울 종로구 신문로의 금호아시아나 본관(Main Tower)이 바로 그것. 약 2년의 공사 기간을 거쳐 지난해 완공된 금호아시아나 본관은 과감한 디자인이 구현됐다. 연면적 약 6만㎡, 높이 119.5m, 지상 29층, 지하 8층의 규모의 건물 뒷면에는 폭 23m, 높이 91.9m 규모의 LED를 설치하여 야간에 화려한 색상의 다양한 영상들이 건물 외벽에 흐르게 했다.

자세히 들여다보면 건물의 유리 외벽과 내부의 3대의 엘리베이터 뒷 벽면 사이에 막대 형태의 LED 소자 6만 9,000개를 붙여 넣어 한 폭의 거대한 디지털 캔버스를 만든 것이다.

'모카(MoKA · the Museum of KumhoAsiana)'라 이름 붙여진 디지털 캔버스는 LED를 이용한 영상 가운데 세계 최대의 규모라고 한다. 부채 패턴 위에 종이 비행기가 날아다니는 '종이 비행기', '한글 훈민정음' 등 30여개의 다양한 예술적 콘텐츠를 연출한다.

모카의 디자인과 콘텐츠 디자인은 홍익대 디자인학부 이정교 교수의 작품으로, 무한의 디지털 상상공간이자 문화, 창의, 미래를 표현할 수 있는 매개체로서 국민, 그리고 세계와 소통하는 아름다운 문화공간을 추구하고 있다.

LED를 응용한 공공디자인 조형물 설치도 본격화되고 있다. 서울 강남구는 첨단IT기술과 문화가 융합된 이른바 '첨단 디지털 U-Street'를 조성해 관심을 모으고 있다. 강남대로 약 760m 구간에 Light+IT 융합형 '미디어폴' 22개를 세우는 등 첨단 디자인 거리로 조성한 것이다.

'미디어폴'은 디자인과 예술, 첨단기술이 결합된 상호 감응형 가로시설물로 디스플레이기능을 장착, 국내·외

유명 미디어 아트 작가들의 작품을 거리에서 감상할 수 있도록 상영하고 있다. 작품당 5분씩 수목화가 그려지고, 민들레 홀씨가 날리며, 물고기가 노니는 광경 등 첨단 디지털 아트를 선보인다.

철근·철골 구조물에 LED·LCD를 이용해 제작된 미디어 풀은 예술적 기능 뿐만 아니라 주민 편의적 기능도 함께 갖고 있다. △가로등 △보행자 사인 △교통안전표지 △분전함 등 가로시설물의 필수기능을 통합하는 한편 공공 정보나 지역·상가정보, 교통·관광정보, 문화·행사 정보 등 각종 정보검색 서비스도 제공한다. 광아트산업 분야에 대한 시장성은 검증된 셈이다.

지역업계의 노력

이같은 추세에 맞물려 지역 제조기업과 작가들의 움직임도 분주해졌다. 광주지역 일부 광산업체를 중심으로 1사(社)-1작가 파트너십 구축에 나서고 있다.

업계에 따르면 라이텍코리아를 비롯해, 이노셈코리아, 세오전자, 광주인탑스, 이상테크,

케이이오 등 광주의 LED 업체들의 움직임이 활발하다. 윤익, 정선희, 이기성, 진시영, 이이남, 정운학, 김숙빈, 위재환 등 활발한 창작 활동을 벌이고 있는 작가들도 적극 참여하고 있다.

이는 첨단기술인 광산업과 예술간의 창의적 접목을 위한 '광아트'(Light+Art) 산업화 프로젝트를 위한 첫걸음으로, 광주의 핵심 전략산업 분야인 LED와 문화예술의 만남을 통해 고부가가치를 앞세운 경쟁력 있는 글로벌 틈새시장을 선점하자는 취지이다.

LED + 문화예술(CT) + 디자인 + IT + 부품소재산업 + 가전산업 등 다자간 산업융합을 통한 경쟁력 있는 신산업 창출을 본격화하고자 신호탄은 쏘아 올려진 셈이다. 문화예술이 융합한 신개념의 작품을 선보임으로써 차별화된 지역 LED산업의 기술력과 디자인, 문화예술 콘텐츠를 동반 육성하자는 것이다.

다자간 산업 융합형 비즈니스모델을 창출, LED 시장의 틈새를 공략하고 나아가 세계 시장에서의 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 기대한다. 공공디자인은 물론 각종 제품, 생활환경, 도시환경 등에 파급효과가 높다.

특히 광아트가 기대되는 분야는 빛과 디자인·문화, 첨단산업도시로 대표되는 광주의 도시이미지를 한단계 업그레이드 할 수 있는 좋은 계기가 될 수 있다.



▲ 건물(금호아시아나)

사업화 및 지원방안 절실

공공디자인에 대한 관심이 높고, 건축물에 대한 미술장식품 설치 등 공공디자인 관련 시장성도 크다. 우선 연면적 1만㎡ 이상의 건축물을 지을 때 문화예술진흥법 제9조 (건축물에 대한 미술장식)에는 '건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 회화·조각·공예 등 미술장식에 사용하여야 한다'고 규정하고 있다. 지역마다 다소 차이가 있으나 미술장식에 사용하는 금액은 건축비용의 1%이하에서, 회화·조각·공예·사진·서예 등 조형 예술물, 벽화·분수대·상징탑 등 환경 조형물 등을 설치해야 한다. 그렇지만, 조형물의 사후관리 부실, 수준 낮은 작품 설치 등이 문제점으로 지적되어 온 것으로 알려졌다.

사실, 도심 건물의 한 칸에 설치된 작품들은 시민들의 관심을 제대로 끌지 못하고, 그동안 설치된 예술작품의 사례를 보면 조경수에 가려

있거나 방치되다시피 해 제도의 취지가 무색한 실정이다.

사정이 이렇다보니 문화예술도시로서의 이미지 제고나 랜드마크 형성에도 별다른 도움이 되고 있지 못한 느낌이다.

따라서, 건축물 미술장식을 공공디자인 개념으로 확대하

거나, 진전된 개념으로의 변화가 불가피한 현실이다. 도

시문화 환경개선과 디자인진흥을 위한 제도의 취지를 살

릴 수 있도록 지자체 등 공공기관의 광아트를 활용한 조

형물 설치에 적극적인 관심과 참여를 제안한다.

공공디자인, 문화예술에 대한 이해와 동기가 부족한 민간

건축주의 관심도 이끌어 내고, 광아트 산업의 육성, 나아가

지역의 아이덴티티 정립을 위해 적극적인 발전방안을 모색

해야 할 때이다.

그러나 기술개발과 작품제작에 막대한 비용을 필요로

하는 광아트가 제자리를 잡기까지는 여전히 넘어야 할

산이 많다.

광아트산업은 고부가가치를 창출하는 성장동력산업으로,

광주시가 보유하고 있는 유무형의 문화자원과 첨단기술,

우수한 인적자원을 바탕으로 지역 경제의 핵심 원동력이

되도록 첨단기술과 디자인, CT 융합 광아트산업 육성이

시급하다. 그렇지만, 업계의 열악한 현실에 비춰 정부·

지자체 등의 재정적인 지원이 필요한 때이다.

또, 광아트 산업을 육성을 위하여 산·학·연 연계 협력

네트워크를 구축과 잘 구축되어 있는 산업 인프라를 활용

하여 경쟁력 있는 기술 및 제품개발, 기업지원 활동을 강

화하고, 산업계에 필요하고 산업을 이끌 수 있는 전문인력

양성, 국내외 마케팅 지원이 이어져야 한다.

광주의 빛, "미래로, 세계로" 나가기 위한 중요한 기로임

에는 틀림없다. 전문가에 따르면 그동안 LED 광원 최대

수요처는 휴대전화에서 TV 등 디스플레이로 급격하게 이

동하고 있다. 제조업계는 LED 수요를 충족하지 못해 품귀

라고 한다. 광아트산업이 활성화될 경우 기업성장은 물론

지역경제에 획기적인 성장을 불러올 것으로 기대된다.

▼ 미디어폴

