

스크린서 전시장으로... 2D 실험영화 흐름 '한 눈에'

'ACC 필름앤비디오-아시아의 장치들' 19일 개막 개관 이래 최대 규모 영화전...31명 64개작 선배 한옥희 감독 미공개작·봉준호 대학시절 작품도

스크린 속 이야기로만 여겨진 영화가 전시장 안으로 들어와 또다른 방식으로 관객들과 만난다. 카메라와 영상기, 스크린이라는 물리적 장치가 만들어낸 영화는 전시장 공간으로 들어오는 순간, 또 다른 감각의 예술이 된다.

국립아시아문화전당(ACC, 전당장 김상욱)이 오는 19일부터 9월 27일까지 북관전시2관에서 선보이는 'ACC 필름앤비디오-아시아의 장치들'에서다.

이번 전시는 ACC가 아시아 실험영화와 비디오아트를 통해 영화와 미술이 교차하는 동시대 '무빙 이미지'의 흐름을 조망한다. 지난 2015년 개관 후 꾸준히 수집·연구하고 제작해 온 아시아 실험영화와 비디오아트 작품 및 작가들을 선보이자는 자리다.

전시 제목인 '장치'(Apparatus)는 카메라와 스크린, 영상기 등 영화의 움직임 작동을 가능하게 하는 기계 장치 뿐만 아니라 영화를 보거나 만들 때 현실과 비현실이 교차하는 심리적 과정, 국가나 사회의 제도를 작동시키게끔 하는 요소를 지칭한다. 전시에서는 이처럼 장치가 내포하는 다양한 의미를 통해 기억해야 할 아시아 각 지역의 역사와 사건들을 카메라로 포착하고 작가의 미학적 관점으로 풀어낸 총

64개의 작품이 출품된다. 개관 이래 최대 규모의 영화 전시이기도 하다.

전시장에 들어서면 미디어 게이트가 가장 먼저 관람객을 맞아준다. 여성 실험영화의 선구자인 한옥희 감독의 작품 '무제 77-A'를 기반으로 제작된 흑백의 트레일러 눈길을 사로 잡는다. 좌측에는 일본 비디오아트 선구자 이토 다카시의 'Spacy'가 자리해 실험영화의 특성과 전시 분위기를 작품에 빚어 드러낸다.

전시장에 들어서면 천장이 흰 천으로 둘러싸인 쉼터에 앉아 바닥에 쓰인 연대표로 실험영화의 발전 과정을 접할 수 있다. 이를 통해 감시와 통제의 상징인 팜플렛을 연상케하는 구조 속에서 압축한 시대 걸음을 피해 실험영화사 상영됐던 시절 분위기를 간접적으로 체험할 수 있다.

전시는 전시관에 상시 설치된 3층의 원형 구조물을 '시네마 빌리지'로 조성해 아시아 각 지역의 역사, 사회 속 부조리와 아픔 그리고 제도 바깥의 모습들을 담은 영상으로 채운다.

아시아 여성의 서사로 채운 1층은 역사에서 소외되거나 지워진 여성들의 경험과 기억을 불러내 그들의 목소리와 시선에 초점을 맞췄다.

특히 한국 최초의 여성 실험영화 집단



국립아시아문화전당(ACC)은 19일부터 9월 27일까지 북관전시2관에서 선보이는 'ACC 필름앤비디오-아시아의 장치들'을 선보인다.

'카이두 클럽'을 이끌었던 한옥희 감독의 미공개작을 포함한 총 6편을 감상할 수 있다. 한 감독은 1970년대 보수적 유신체제 속에서 여성 영화인의 창작 영역을 넓히고 시각예술 실험을 주도했다. 이가운데 '세계의 거울'은 ACC가 감독의 자택에서 직접 발굴·복원한 1975년작으로, 전시에서 카이두 클럽의 아카이브와 함께 소개돼 당시의 활동과 맥락을 입체적으로 보여준

다. 관람 접근성을 높이기 위해 한옥희 감독 작품 6편을 음성 화면 해설이 포함된 배리어 프리 버전으로 접할 수 있다.

영화 장치에 관한 전시인 만큼, 광주극장의 상영관을 재현한 장소도 마련됐다. 극장의 실제 객석 의자와 35mm 필름, 영상기, 손간판, 관리대장 등 지역 영화의 상징적 공간을 전시장으로 그대로 옮겨왔다. 봉준호 감독이 대학 시절 제작한 영화 '백

색인' 역시 마주할 수 있다. 봉 감독이 대학 시절 활동했던 영화 동아리 '노란문'에서 영감을 받아 한쪽에 마련된 문을 열면 영화 감상이 가능하다.

한 층 위로 올라가면 아시아에서 일어났던 다양한 사건과 사회의 일면들이 펼쳐진다. 광주독립영화관에서 특별전이 진행 중이던 홍진환 감독의 '멜팅 아이스크림', 카자흐스탄 고려인 3세인 알렉산더 우가이의

'보루', 아다치 마사오와 '풍경론' 아카이브 등이 출품됐다. 일반 상영관에서 보기 힘든 실험영화, VR을 활용한 교도소 독방 체험, 다채널 영상 설치 등으로 개인의 삶과 사회적 현실 속에서 마주하는 다양한 풍경들을 감상할 수 있는 점이 인상적이다. 그래픽 디자이너 19명이 포스터 형식으로 제작한 인쇄물로 거리를 조성해 기존 홍보 수단으로서의 영화 포스터 역할을 넘어 작품의 개념과 미학을 또 하나의 이미지 장치로 확장시킨다.

마지막 3층에 이르면 전당대처럼 전시 전체를 조망할 수 있는 공간이 나온다. 거대한 화이트 스크린에서는 5·18광주민주화운동을 포함한 1980년대 한국 사회 풍경을 담은 장민준·정재일의 '동글고 동글게'가 상영되고, 다른 한 칸에서는 티파니사의 홍콩시위 장면이 담긴 '결코 쉬지 않는/동요'가 흘러나오며 여전히 진행 중인 미완의 역사를 되돌아보게끔 한다.

이외에 점자책과 수화 영상, 안정 담요가 마련돼 관람객이 보다 편안한 환경 속에서 전시를 볼 수 있게 돕는다.

김상욱 전당장은 "실험영화와 예술영화는 삶을 가장 잘 담아내는 매체라 할 수 있다. ACC가 영화를 어떻게 예술로서 바라보는지 알 수 있는 전시"라며 "전시를 통해 ACC가 융복합예술기관으로서 다양한 장르들을 아우르고 확장해 나가는 모습을 볼 수 있을 것"이라고 밝혔다.

한편, 개막일인 19일 오후 3시에는 16mm 필름으로 상영되는 한옥희 감독의 '세계의 거울'을 만날 수 있을 예정이다.

글·사진·정재경 기자 view2018@

장소 중심으로 살펴본 '지역 발전 전략 조망'

이무용 교수 20년만에 마케팅전략서 펴내 장소마케팅·브랜딩 새 전략 패러다임 제시

이무용 교수(전남대 문화전문대학원)가 2006년 '장소마케팅' 책을 발간한 이후 20년만에 마케팅전략서 '플레이스 브래킷팅(Place Bracketing), 장소 가치 실현 전략'(전남대학교출판문화원)을 최근 펴냈다.

이 마케팅전략서는 앞 부분은 질문을 세우는 장이고, 뒷 부분은 그 질문을 현실로 옮기는 장으로 꾸미는 등 크게 두 부분으로 구성돼 있다.

제1부는 플레이스 브래킷팅이라는 질문이 어떻게 만들어졌는지를 따라가는 이론의 여정이다. 1장에서는 왜 지역 발전 전략이 장소 중심으로 이동할 수밖에 없었는지를 짚으며, 장소마케팅과 장소브랜딩이 각각 만들어낸 성과와 동시에 드러난 구조적 한계를 살펴본다. 이를 통해 플레이스 브래킷팅이 새로운 유행어가 아니라, 기존 전략의 축적된 성과를 통합하려는 문제 의식에서 출발했음을 밝힌다. 이어 2장은 이 전략을 읽는 관점을 다룬다. 장소 전략이 중립적이기 어렵다는 전체 아래, 문화와 권력, 의미를 둘러싼 선택과 갈등의 과정을 '공간의 문화정치학'이라는 시선으로 풀어낸다. 이 과정에서 장소의 변화를 실제로 매개하는 주체로서 '네트워크'(Networker)라는 개념을 제시하며, 플레이스 브래킷팅이 누구에 의해, 어떤 방식으로 작동하는 전략인지를 드러낸다.

제3장은 플레이스 브래킷팅 전략 자체를 개념적으로 정식화하는 장이며, 장소와 브래킷팅, 전략이라는 세 단어를 문화적 맥락에서 다시 정의하고, 이 전략이 지니는 특성과 유형을 통해 플레이스 브래킷팅이 무엇인지를 분명히 한다. 제4장은 이 논의를 실제 전략 프레임으로 연결한다. 전략이 '작동한다'는 것이 무엇을 의미하는지에서 출발해, 기존 장소마케팅·브랜딩 실행 프레임은 구조적으로 전환하



는 전략과 요인을 제시하고, 이것이 10대 전략 필러로 어떻게 확장되는지를 보여준다.

이처럼 1부가 문제 제기에서 개념 정립, 작동 원리까지 이어지는 하나의 사고의 흐름으로 구성돼 있다면, 2부는 1부에서 정리된 사고를 실제 장소의 변화로 연결하는 실행의 장이다. 이론이 방향을 제시한다면, 2부는 그 방향이 현장에서 어떻게 선택되고 조정되며 축적되는지를 다룬다. 플레이스 브래킷팅을 하나의 완결된 모델로 제시하기보다, 장소마다 다르게 구성될 수 있는 전략적 경로로 풀어낸다.

2부는 플레이스 브래킷팅을 구성하는 10대 전략 필러를 중심으로 전개된다. 여기서 말하는 '필러'(Pillar)는 단게나 체크리스트가 아니라, 장소 전략을 떠받치는 서로를 연결하는 사고의 기둥에 가깝다. 이 필러들은 선형적 단계가 아니라, 장소의 조건과 맥락에 따라 반복되고 결합되며 작동하는 실행의 논리다. 파트너십으로 출발해 네트워크와 조직을 형성하고, 문화와 예술을 통해 장소를 회복·활성화하며, 권고 모이는 경험을 축적해 가치를 가시화하고 경제화하는 흐름은 장소가 어떻게 '사건'이 아니라 '구조'로 변화

하는지를 보여준다.

2부의 목적은 정답을 제시하는 데 있지 않다. 각 필러는 체크리스트가 아니라 질문이며, 성공 사례를 복제하기 위한 기준이 아니라 자신의 장소를 설계하기 위한 사고의 도구다. 독자는 이 필러들을 통해 자신의 장소가 어디에 서 있는지, 무엇이 작동하고 무엇이 비어 있는지를 점검하게 될 것이다. 플레이스 브래킷팅은 거창한 계획이 아니다. 작동하는 구조를 하나씩 만들어가는 일이다. 이 책이 그 구조를 상상하고 설계하는 데 작은 단서가 되길 희망한다.

이 마케팅전략서는 '플레이스 브래킷팅 전략 이론'을 비롯해 'P-BRACKETING: 장소 가치 실현 10대 전략 필러', '필러 이후, 장소의 구조는 어떻게 남는가?' 등 제3장으로 구성됐다.

저자인 이무용 교수는 서울대에서 거리축제 연구로 석사학위를, 장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구로 박사학위를 받았다. 현재 전남대 문화전문대학원 교수로 재직하면서 도시문화경영, 공간문화와 디자인, 장소마케팅과 도시브랜딩, 장소가치 실현, 창조문화도시, 지역문화정책, 지역축제, 문화치유 등을 주제로 연구·교육하고 있다. 한국문화예술위원회(ARKO) 위원, 대통령직속 지역발전위원회 위원, 대통령소속 아시아문화중심도시추진위원회 위원, 코리아레일길 추진협의회 위원, 문화관광축제 평가위원, 광주비엔날레·제주비엔날레 협력큐레이터, 오월길 조성 총괄디렉터, 광주문화재단 문화예술·미디어아트 자문위원장, 전남대학교 문화전문대학원장 등을 역임했다. 주요 저서로는 '공간의 문화정치학', '지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략', '지역발전 정책론'(공저), '공공브랜드의 전략적 관리'(공저), '오월의 청년, 광주의 미래가 된다'(공저), '공간과 비판사회이론'(공역서), '도시문화와 세계체계'(역서) 등이다.

고선주 기자 rainidea@gwangnam.co.kr

남도국악원 토요일상설공연...국악의 매력에 '풍덩'

'국악의 향연' 21일 오후 3시 국악원 진악당서

국립남도국악원은 오는 21일 오후 3시 국악원 진악당에서 토요일상설공연으로 '국악의 향연'을 선보인다.

이번 공연 국악의 매력을 뽐낼 수 있도록 준비됐다. 조선시대 왕이 행차할 때 연주됐던 '대취타'를 시작으로 성춘향과 이몽룡의 신분을 뛰어넘는 사랑 이야기인 춘향가 중 '사랑가'를 두 사람이 역할을 나눠 부르는 입체적으로 선보인다.

이어 농악의 전통적 구성과 놀이

성을 현대적인 감각으로 무대화시킨 '우도설소고춤', '한갑득류 거문고 산로 국악연주단의 '국악의 향연'을 선보인다.

경기도 무악인 도살풀이장단에 맞춰 긴 수건을 들고 추는 '김숙자류 도살풀이춤', 마지막으로 두 개의 팽과리가 서로 대화하듯 주고 받는 짝쇠가리악이 특징인 사물놀이 '웃다리농악'으로 무대를 꾸

민다.

공연은 무료이며, 공연 전후 지도를 사무소와 국악원, 장등문화센터(고군면 오일시)와 국악원을 오가는 무료 셔틀버스를 운영한다.

또한, 공연장을 찾는 관객들을 위해 11월까지 공연 스탬프 쿠폰 이벤트를 진행해 참여한 관람객들에게 소정의 기념품을 제공한다. 자세한 내용은 국립남도국악원 누리집(https://jindo.gugak.go.kr)에서 확인하면 된다. 문의 061-540-4042.

정재경 기자 view2018@gwangnam.co.kr



광주여성가족재단 '성평등 아이디어 경진대회'

23일부터 접수...8~10개 팀 아이디어 선정 실현 지원

광주여성가족재단(대표이사 오미란·이하 재단)이 오는 23일부터 4월 3일까지 광주 풀뿌리 소모임 활성화 사업으로 '2026 성평등 아이디어 경진대회'를 진행한다.

올해 처음으로 진행되는 이번 경진대회는 광주지역에서 활동 중인(또는 활동을

계획 중인) 5인 이상의 소모임이면 누구나 참여 가능하다. 재단 소모임 등록과 동시 성평등 의제 관련 활동 내용으로 경진대회에 접수하면 된다.

경진대회 접수 영역은 △성평등 문화 조성 및 확산 기여 △일·생활 균형 가치 실현 △지역사회 불평등 문제 해결 노력

△관련 모니터링 및 캠페인 활동, 교육 실시 및 콘텐츠 제작 등이다.

8~10개 소모임이 선정되며, 1차 서면 심사에서 선정된 팀은 각각 75만원에서 100만원의 시상금을 지원받으며 5개월간 아이디어 실현을 위한 소모임 활동을 진행하게 된다.

이후 수행팀은 2차 결과발표회와 현장공개시사를 통해 최고 100만원에서부터 10만원에 이르기까지 시상금을 차등 지급받게 된다.

정재경 기자 view2018@gwangnam.co.kr