

## The Advertisement (2004)

한국의 인구 과밀 지역, 특히 상업적 이해 관계들이 얽혀 있는 곳에서 건물을 덮고 있는 수많은 간판들의 콜라주는 도시의 전형적 풍경을 이룬다. 전혀 관련이 없어 보이는 광고 간판들이 건물의 외관을 가득 메운다. 여기에는 합의된 규칙이 존재한다기 보다 오히려 산발적-그러나 현실적 이해관계를 기본 바탕으로 한-기준들이 더 큰 우위를 차지한 듯 보인다. 따라서 여백 없이 뻘뻘하게 밀집된 광고 간판들의 조합이 갖는 정돈되지 않음, 미적 의식의 결여와 같은 부정적 이미지 사이로 현실의 내밀한 모습, 욕구와 같은 것들이 엿보이기도 한다.

박준범은 이와 같은 광고 간판들의 밀집이 만들어낸 풍경을 자신의 작업을 통해 재현한다. 작가는 간판으로 뒤덮인 건물과 깨끗한 신축 건물이 공존하는 특정 공간을 담은 사진을 배경으로 실제 촬영한 간판들을 오려내어 만든 작은 사진 조각들을 붙이는 퍼포먼스를 비디오로 촬영한다. 마치 어린 아이가 공작놀이를 하듯 광고 간판을 붙여나가는 거대한 손은 어떻게 하면 개개의 광고 간판들의 조합이 가장 희귀하고 기묘한 풍경을 만들어낼까 고민하는 작가의 모습을 연상시킨다. 이 때 작가는 현실에 실제로 존재하는 간판의 콜라주를 계속 의식하고 동시에 변형시키는 것처럼 보인다. 따라서 광고 간판이 건물을 채워나갈수록 현실의 모습에 가까워지고, 현실을 구성하는 규칙을 드러내지만 동시에 변형된 리얼리티가 창출된다. 퍼포먼스를 기술적 편집 과정을 거쳐 빠르게 변형시켜 속도를 왜곡하고 이러한 왜곡을 현실로부터 담아온 움직임이 배제된 실제 사물들과 충돌시키면서 변형된 리얼리티는 불균형의 느낌을 강하게 드러낸다. 광고 간판으로 가득 찬 건물이 위치하는 실제 공간의 현실성을 부여해주는 자동차의 소리 역시 공작을 닮은 손의 움직임과 충돌하면서 작가의 행위는 현실과 비현실 사이에서 벌어지는 게임이 된다.

임은경(두아트갤러리)