

# 영상콘텐츠의 일상화에 따른 인지방식의 변화

2009. 9

연구기관: 고려대학교  
연구책임자: 김성도(고려대학교 교수)  
참여연구원: 이윤희(고려대학교 강사)

1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 방송발전기금으로 수행한 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(I)』의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(I)』의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

## 제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『영상콘텐츠의 일상화에 따른 인지방식의 변화』의 최종보고서로 제출합니다.

2009. 9. 30

연구기관 : 고려대학교

연구책임자 : 김성도(고려대학교 교수)

참여연구원 : 이윤희(고려대학교 강사)

## 목 차

요약문 .....	5
제 1 장 서론: 연구의 배경과 목적 .....	17
제 2 장 영상 시대의 창발 또는 귀환 .....	19
제 1 절 영상 언어와 문자 언어의 발생과 진화 .....	19
제 2 절 영상적 전회(visual turn)에 대한 인식론적 물음 .....	22
제 3 절 영상 혁명 담론에서 영상 언어의 진화론으로 .....	25
제 3 장 뉴미디어 언어의 주요 특성 .....	28
제 1 절 뉴미디어의 문명사적 함의 .....	28
제 2 절 디지털 컨버전스: 하드웨어, 소프트웨어, 세미오웨어(semioware) .....	30
제 4 장 문자 언어와 영상 언어의 존재론적 차이: 현대 매체사상사 사실 .....	34
제 1 절 구술성과 문자성 .....	34
제 2 절 문자와 영상: 문자와 영상의 기호학적 속성의 차이 .....	45
제 5 장 디지털 이미지의 존재론과 인식론 .....	49
제 1 절 디지털 이미지의 존재론적 변화 .....	49
제 2 절 영상 이미지의 가상성과 시선의 변형 .....	52
제 6 장 모바일 미디어의 영상 이미지 .....	58
제 1 절 모바일 영상혁명의 매체와 문화사적 함의 .....	58
제 2 절 모바일 영상이미지의 구조적 특성과 생산방식, 유형 .....	60
제 7 장 영상 언어의 쾌락성 .....	68

제 1 절	시선과 쾌락 .....	68
제 2 절	영상 텍스트의 두 가지 생산 방식과 쾌락성 .....	75
제 8 장	영상 매체의 현상과 해석: 퍼스 기호학적 접근 .....	79
제 1 절	영상 콘텐츠의 일상화의 의미 .....	79
제 2 절	영상 매체의 현상적 특성 .....	83
제 3 절	영상 매체 현상의 해석과 인지 .....	87
1.	매체의 형식과 인지의 변화 .....	87
2.	영상 언어의 세 층위 .....	96
3.	영상 이미지의 해석 과정 .....	99
제 9 장	영상 매체의 사례 분석 .....	101
제 1 절	분석의 방향 .....	101
1.	분석 대상의 선택 근거 .....	101
2.	분석 배경 .....	102
3.	분석 방법과 내용: 영상 이미지의 도상성과 인지 .....	104
제 2 절	영상 매체의 사례 분석 .....	105
1.	뮤직 비디오: 문자 언어의 이미지화 .....	105
2.	보이는 라디오: 구술 언어의 이미지화 .....	113
3.	블로그: 문자 언어의 이미지화 .....	118
제 10 장	영상 언어의 형식과 수용자의 인지 .....	122
제 1 절	영상 이미지의 유형 .....	122
제 2 절	인지의 세 양식 .....	123
제 11 장	교육적 함의 .....	125
제 1 절	영상 언어 형식의 해석과 의미 .....	125
제 2 절	서사화와 주체의 자율성 .....	127

제 3 절 메타 언어로서의 내러티브: 스토리텔링 .....	128
제 12 장 결 론 .....	132
제 1 절 학술적 함의 .....	132
제 2 절 정책적 함의 .....	134
참고문헌 .....	139

## 표 목 차

〈표 11-1〉 영상 매체의 형식과 인지 양식의 관계 .....	131
-------------------------------------	-----

## 그 림 목 차

[그림 9-1] 조성모 뮤직 비디오 「To Heaven」, 1998 .....	109
[그림 9-2] Kraftwerk 뮤직 비디오 「The Robots」, 1978 .....	110
[그림 9-3] 서태지 뮤직 비디오 「버뮤다 트라이앵글」, 2008 .....	112
[그림 9-4] KBS 보이는 라디오 「책 읽는 사람들」 .....	116
[그림 9-5] MBC 보이는 라디오 「친한 친구」 .....	117
[그림 9-6] 나이키의 불량 제품 고발 블로그 .....	120
[그림 9-7] 창작 블로그 .....	121

## 요 약 문

### □ 연구의 배경과 목적

본 보고서는 디지털 컨버전스 시대에 진입하면서 갈수록 현저해지는 영상컨텐츠의 편재성으로 인해 촉발된 인지 체제의 변화에 대한 인문적 설명을 시도한 연구의 결과물이다. 이 같은 연구 과제 내용을 진술하기에 앞서 강조되어야 할 사항은 영상 인지(visual cognition)는 결코 진공 속에서 발생하지 않으며, 영상 매체 이외의 다른 매체들의 인지 작용과 마찬가지로, 인지 주체의 역사성, 문화성, 신체성에 대한 이해를 필요로 한다는 점이다. 아울러 구술 언어, 문자 언어, 영상 언어 등, 개별 매체의 내재적 형식과 속성에 대한 파악은 필수조건이다.

이 같은 맥락에서 현대 사회에서 과상적으로 생산, 확산, 소비되는 영상물의 획일화, 보편화는 일부 전문가들의 이론적 사변이나 전유물에 머물러서는 안 될 긴급한 인문적 현안이라 할 수 있다. 특히, 영상 이미지가 다른 문자 언어와 더불어 사회에서 사용되는 다양한 방식을 검토해야 할 것이며, 영상 언어의 생산, 저장, 배열, 재생, 배분, 소비 등과 관련된 복잡한 문제들을 다룰 필요가 있다. 하지만, 이에 앞서, 인문적 관점에서 먼저 강조되어야 할 것은, 문자 언어와 영상 언어의 역사적 진화에 대한 장기적 시각에서의 통시적 파악이라 할 수 있다.

### □ 연구 주요 내용

#### ○ 제1장 영상 시대의 창발 또는 귀환

##### － 제1절 영상 언어와 문자 언어의 발생과 진화

현생 인류의 조상을 오스트랄로피테쿠스라고 가정했을 경우, 인간은 최소 3백만

년 이상 오감각(즉 시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)과 더불어 커뮤니케이션을 수행해 왔다고 말할 수 있다. 하지만 인간이 자신의 경험, 생각, 메시지를 가시적으로 기록하기 시작한 것은 대략 5만 년 전 부터이다. 오늘날 거의 모든 대륙에서 발견되는 선사 시대의 이미지는 여전히 미지의 대상이나, 확실한 것은 그것을 제작한 주인공이 상징적 체계를 터득하기 시작한 현 인류의 직계인 호모사피엔스라는 점이다. 따라서 최초의 문자가 발명된 기원전 4천년까지, 인류는 순전히 청각 언어와 영상 이미지의 세계에서 삶을 영위해 왔다고 말할 수 있다.

— 제2 절 영상적 전회(visual turn)의 실체에 대한 인식론적 물음

1990년대에 진입하면서 서구 학계에서는 미술사, 매체이론가, 문화학 전공자들 사이에서 영상 문화(visual culture)와 시각적 전회(pictorial turn)와 관련된 다양한 진단과 논쟁을 생산하였다. 이 논쟁에서 가장 많은 주목을 끈 것은 영상문화 연구를 선도한 미국 시카고 대학의 비교문화학자이자 영상문화학자인 미첼로서 그는 자신의 주저 『그림 이론』에서 시각적 전회라는 표현을 제시한 바 있다.

— 제3 절 영상 혁명 담론에서 영상 언어의 진화론으로:

문자와 영상의 공존의 역사

디지털 매체 또는 전자 매체의 편재화에 대해서는 긍정적으로 보는 낙관론자들과 우려를 넘어서 문명의 퇴락이라는 이유로 맹렬하게 비난하는 비관론자들 사이에 격렬한 논쟁을 촉발시켰다. 그 같은 논쟁에서 누가 옳고 그른가에 대한 판단 여부를 떠나서 디지털 매체는 인문학의 글쓰기를 비롯하여 스칼라십 전체에 지대한 영향을 미치고 있는 것이 사실이다.

## ○ 제2 장 뉴미디어 언어의 주요 특성

— 제1 절 뉴미디어의 문명사적 함의

디지털 컨버전스 시대에서 목격되는 중요한 사실은 갈수록 개별 매체의 경계가 흐릿해지는 초매체성(trans-mediality)의 시대에 우리가 살고 있다는 점이다. 주지하

다시 1980년대부터 사용되기 시작한 뉴미디어라는 표현은 정보 통신 혁명의 기술적, 제도적, 문화적 변화와 발전 양상을 지시하는 핵심어로서 다음 네 가지 차원에서 발생한 문명사적 변동을 함의한다. 첫째, 뉴미디어는 근대성에서 탈근대성으로의 이동에서 나타난 사회, 경제, 문화적 변화에 있어서 핵심적인 역할을 맡았다. 둘째, 뉴미디어는 글로벌리제이션의 가속화를 지칭한다. 셋째, 뉴미디어는 제조업의 산업 시대가 탈산업 시대의 정보화 사회로 대체되는 동력이다. 넷째, 뉴미디어는 기존의 중앙집권적, 지정학적 질서로부터 탈중심화된 체제로의 변화를 함의한다.

— 제2 절 디지털 컨버전스: 하드웨어, 소프트웨어, 세미오웨어(semioware)

디지털 미디어를 논하면서 따라붙는 수식어 가운데 하나는 컨버전스라 할 정도로 핵심어가 되어버렸다. Convergence 창간호(1995)에서 실버스톤(Roger Silverstone)은 컨버전스라는 단어가 너무나 많은 의미들과 사용관례를 포함하고 있다는 점에서 위험한 단어라고 말한 바 있다. 지난 수십 년 동안 컨버전스라는 단어는 디지털 미디어의 발달에 있어서 다양한 양상들을 기술하고 그것을 이해하는 데 있어서 핵심 개념들 가운데 하나로 자리 잡은 것이 사실이다. 하지만 모든 현상에는 양면성이 있듯, 컨버전스는 그 역인 분산(divergence)을 수반하고 있다는 점을 기억할 필요가 있다.

○ 제3 장 문자 언어와 영상 언어의 존재론적 차이: 현대 매체 사상사 서설

— 제1 절 구술성과 문자성

문자 언어와 영상 언어의 존재론적 속성과 인지 체제의 차이점을 매체철학의 시각에서 조명하라는 본 연구과제의 범위는 실로 방대한 영역이라 할 수 있다. 과문한 탓인지는 모르겠으나, 국내는 물론이요 외국에서도 그 같은 매체철학사 또는 매체 사상사를 체계적으로 정리한 전범적 연구물조차 찾아보기 힘든 실정이다. 본 연구과제에서 제시되지 않은 구술성과 식자성(literacy)에 관한 연구는 서구에서 지난 60년대 이후부터 가히 폭발적이라 할 정도로 수많은 연구물이 축적되어 있으며, 이들 분야는 오늘날의 디지털 미디어 수렴에서 현저하게 부각되는 영상성과 밀접한 관련

을 맺고 있다는 점에서 반드시 언급되어야 할 주제이다.

－ 제2절 문자와 영상: 문자와 영상의 기호학적 속성의 차이

사진을 비롯한 영상 이미지는(최소한 디지털 사진 이미지의 허위적 조작을 차치한다면) 진정한 시각적 메시지의 원형으로 간주된다. 그 이유는 간단하다. 사실들과의 대응(correspondence)에서 의미론적 기준을 충족시키기 때문이다. 따라서 예컨대, 주요 상황에서 사진 이미지는 법정에서 증거 자료로 인정되고 있으며, 구술 언어적 증언을 대신할 수도 있다. 법률적 관점에서, 진리 또는 객관적 사실은 기표와 그것의 지시체적 대상체 사이의 대응이라는 의미에서 사진 이미지로부터 도출될 수 있다. 보다 전문적인 술어, 즉 기호학적 용어로 풀이하자면, 사진 이미지의 기표와 그것이 기술하는 대상체와의 대응은 퍼스(Peirce)가 매우 치밀하게 분석한 사진의 지표적 도상적 본질에 토대를 둔다.

○ 제4장 디지털 이미지의 존재론과 인식론

－ 제1절 디지털 이미지의 존재론적 변화

디지털 이미지는 모든 조작에 열려져 있기 때문에, 빈번하게 실재(réel)와 그것의 재현 사이의 관계를 변질시킬 수 있다는 비난을 산다. 지난 수십 년 동안 진행된 디지털 미디어 역사는 이 같은 물음이 기술적 문제뿐만 아니라, 이미지 사용의 맥락에 기인한다는 점을 일러준다.

－ 제2절 영상 이미지의 가상성과 시선의 변형

대략 20여 년 전부터 우리가 목도하고 있는, 새로운 세계 표상 체제로서의 디지털 시스템 확산의 신속성과 파워는 과히 인류 문명사적 변동을 예고한다. 점차적으로 가상 이미지는 기존의 직접적 시선을 대치하는 경향을 보여준다. 우리가 두 발을 딛고 사는 땅의 장소들에 대해서 우리가 육안으로 직접 보던 것들을 이제는 디지털 영상 이미지로 간접적 경험을 하게 된다. 직접적 시선으로부터 이 같은 디지털의 가상적 이미지로의 변화 기제는 물론 시각적 표상의 역사에서 보면 전대미문의 것이

라 할 수는 없다. 영상콘텐츠의 편재화라는 기획 주제 아래서 우리는 두 가지 문제를 제기하고자 한다. 이 같은 가상 이미지들은 과연 어떤 방식으로 우리의 시선을 모델화할 것인가? 특히, 그 같은 가상 이미지들은 특정 장소에서 거주하는 방식을 비롯하여, 지상에서 삶을 영위하는 인간 존재의 의미를 변화시킬 것인가?

### ○ 제5장 모바일 미디어의 영상 이미지

#### － 제1절 모바일 영상혁명의 매체와 문화사적 함의

디지털 컨버전스를 주도하는 모바일 미디어는 영상 콘텐츠의 편재화가 이루어지는 주요 거점이라 할 수 있다는 점에서 세밀한 연구를 필요로 한다. 예컨대 휴대 전화는 모바일 비디오, 영상 통화, 디지털 사진을 포함하는 광범위한 영상 이미지의 생성 기기라 할 수 있다.

휴대 전화의 사용은 세계의 이미지들, 특히 우리가 이동 전화 단말기를 통해서 일상 속에서 지금부터 생산하고, 읽고, 공유할 수 있는 이미지들과 관련하여 또 다른 관계를 도입한다. 모바일 미디어를 통해서 이루어지는 다양한 영상 이미지 생산과 관여된 문화적 실천들의 이 같은 현실은 새로운 장르의 콘텐츠의 창발을 추동하고 있는데, 그 같은 콘텐츠는 모바일 미디어의 특수한 기능성들의 구비로 실현되고 있으며, 모바일 스크린이 구성하는 매체의 조작적 용이함과 신축성에 의해서 더욱더 풍요로워지고 있다. 이 같은 가정의 중요한 몫은 전화를 통한 이미지와 더불어 선정된 이 같은 관계를, 컴퓨터를 통해서 실현된 이미지와의 관계와 구별하는 데 있다.

#### － 제2절 모바일 영상이미지의 구조적 특성과 생산방식, 유형

모바일 이미지에 대해서 우리는 세 가지 특성을 추출하는 것이 가능하다. 또한 사진 행위자들에 의해서 촬영되는 두 가지 유형의 사진 이미지들을 구별할 수 있다. 한편으로는, 일차적인 목적으로 통화 상대방에게 보내거나 전달하기 위해서 제작된 이미지들을 발견할 수 있다. 추억 사진, 특별한 장르의 장면 등이 그것이다. 다른 한편으로는, 하나의 교환에 의해서 동기 부여가 이루어진 클리셰를 추출할 수 있다.

그 같은 교환에서 영상 이미지, 장면 연출, 그리고 자아의 표상은 상호 작용에 있어서 결정적인 자리를 차지한다.

## ○ 제6장 영상언어의 쾌락성

### － 제1절 시선과 쾌락

영상 콘텐츠의 전면적 부상과 편재화 현상은 영상 이미지가 함의하는 쾌락성의 차원에서 살펴볼 필요가 있을 것이다. 이를테면 뉴미디어의 문화라는 맥락에서 쾌락, 시선, 해석 사이에 존재하는 관계를 탐구해야 할 것이다. 과연 우리는 왜 그리고 어떻게 영상 이미지를 보는 것을 추수하며, 쳐다보기를 선택했는가라는 물음을 정신분석학의 시각에서 조명하는 것은 의미가 있을 것이다. 영상 언어의 쾌락성이라는 주제를 탐구하는데 있어서 정신분석학은 시선, 주제, 쾌락 사이의 관계에 대한 분석 방법으로서 매우 유효하다.

### － 제2절 영상 텍스트의 두 가지 생산 방식과 쾌락성

바르트가 텍스트의 즐거움에서 제시한 두 가지 유형의 쾌락을 디지털 영상 이미지의 쾌락에 적용하는 것도 유효하다. 바르트는 모든 텍스트에 내포된 두 가지 쾌락을 읽기 편한 텍스트에서 발생하는 독자적 쾌락과, 독자가 수동적 해석에 머무르지 않고, 텍스트를 자기 식으로 다시 쓰도록 만들어주는 작가적 쾌락을 구별하고 있다.

## ○ 제7장 영상 매체의 현상과 해석－퍼스 기호학적 접근

### － 제1절 영상 콘텐츠의 일상화의 의미

일상화는 고착된 행위와 습관적 사고, 그리고 무의식적 행동의 특성으로 기술된다. 이는 습관과 반복의 과정을 통해 형성되는 사고와 행동의 연관성에 대한 고찰을 가능하게 한다. 일상생활의 연속성, 익숙함, 안정감은 습관화된 사고의 결과로서 대상에 대한 새로운 사고와 이로 인한 삶의 역동성과는 대비적인 상태를 가리킨다. 습관화에 따르는 행동과 의식은 개인의 영역에서 뿐만 아니라 사회적 영역에서도 그

의미를 고찰할 수 있다.

－ 제2 절 영상 매체의 현상적 특성

디지털 영상 매체의 현상적 특성을 세 층위로 구분하여 살펴보는 것은 매체의 형식과 인지 작용과의 연관성에 대한 고찰을 용이하게 한다. 세 층위는 첫째, 다중 감각을 통한 몰입(immersion), 둘째, 매체의 다중 양식을 통해서 의미가 형성되는 상호작용성(interactivity), 셋째, 대화적 상호작용을 통한 각 매체의 재매개(remediation) 과정이다. 이러한 세 층위의 현상에 대한 해석과 설명은 각각 통사적 차원, 의미의 차원, 화용적인 차원과 연계하여 영상 매체의 형식, 콘텐츠, 해석의 문제를 통합적으로 기술할 수 있는 이점을 가지고 있다.

－ 제3 절 영상 매체 현상의 해석과 인지

인지의 특성을 두 가지로 정리하자면, 첫째, 매체의 형식과 인지는 연동관계 속에서 작동하며 사고를 형성한다는 점이다. 언어의 기호적 형식과 인지의 연관성에 관한 기존의 많은 연구가 이를 뒷받침한다. 둘째, 언어를 상징체계의 하위 범주로 이해한다는 점은 언어를 매개로 한 논리적이고 추상적인 인지의 이성적 영역과 비언어체계의 감성적, 개별적 경험 영역을 포함하는 인지적 양식을 취한다는 것이다.

○ 제8 장 영상 매체의 사례 분석

－ 제1 절 분석의 방향

영상 언어는 영상 이미지를 읽어내는 상징적 기호체계이다. 시각화에 따른 이미지의 물질성이 신체 감각의 매체를 사용하여 지각된다는 점에서 영상 이미지의 신체성(embodiment)과 물질성(materiality)은 이미지의 시각화 과정에서 중요한 요소이다. 따라서 매체의 사례분석에서는 각각 음악, 구술 언어, 문자 언어의 시각화의 현상을 살펴본다. 시각화 현상은 영상 언어의 표상적 층위, 구성적 층위, 해석적 층위를 살펴봄으로써 기존 매체가 디지털의 새로운 전달 방식을 통해 재매개화되는 과정을 분석한다.

– 제2절 영상 매체의 사례 분석

1. 뮤직 비디오—음악의 이미지화

뮤직 비디오는 뉴미디어 장르로 대중음악과 동영상의 서사, 또는 이미지를 통해 음악을 시각화한 기호의 도상적 이미지의 형식을 가지고 있다.

2. 보이는 라디오—구술 언어의 이미지화

‘보이는 라디오’라는 뉴미디어 장르가 나타나기 시작한 것이 최근의 일이다. 한국에서는 MBC와 KBS가 2006년에 본격적으로 보이는 라디오 방송을 시작했다. 최근의 연구에서 이재현은 보이는 라디오의 다중 감각성을 부각하면서 향후 연구에 보이는 라디오의 융합적 현상이 기술되어야 할 필요가 있음을 지적한다.

○ 제9장 영상 언어의 형식과 인지

– 제1절 영상 이미지의 유형

뉴미디어의 영상 매체의 장르로서 뮤직 비디오, 보이는 라디오, 블로그의 3 형태를 살펴보았다. 구체적 사례의 분석을 통해 매체의 형식과 콘텐츠, 인지가 상호작용하고 있음을 확인했다. 일반적으로 미디어 연구는 세 영역에서 연구가 이루어진다. 텍스트 분석, 미디어기관 분석, 그리고 수용자 분석이다. 본 연구는 이러한 유형 구분에 의존하지 않고 매체의 형식과 인지의 관계를 기호학적 관점에서 분석하였다. 위의 사례 분석을 바탕으로 영상 언어의 형식인 이미지의 세 유형과 이에 대응하는 수용자의 인지의 세 양식을 각각 기술하고자 한다.

– 제2절 인지의 세 양식

영상 매체의 수용자의 인지는 경험성과 대화적인 상호작용성에 근거한다. 즉 인지는 몰입과 참여의 두 양상으로 나타난다. 몰입적 상황은 이성, 합리, 추론, 판단 등의 인지적 과정보다는 감각, 감정, 느낌, 정서 등의 감정적 차원에서 일어난다. 하지만 인지 체계는 몰입적인 감정의 상태를 혼돈의 무정형으로 여기는 것이 아니라 또 다른 인지 양식으로서, 내용 형식인 기호의 물질적 자질 기호로 간주한다. 인지는 이

성적인 합리적 영역에서만 관찰되는 것이 아니라 감성적 영역과의 연합적 관계를 통해 구성된다. 이는 매체의 다수성과 상응하는 다중적 인지 현상의 특성이라 하겠다.

#### ○ 제10장 교육적 함의

##### － 제1절 영상 언어 형식의 해석과 의미

심리적 차원의 특수한 개인의 상황에서 위에 언급한 3 형태의 인지 양식이 다른 양상으로 개인에게 나타날 수 있다는 점에 주목하고 이러한 개별적 인지 양식이 어떠한 방향으로 나아가야 할지를 교육적인 차원에서 논의한다.

##### － 제2절 서사화와 주체의 자율성

본 보고서를 통해 우리는 디지털 문화의 몰입과 감성 지향적 측면을 긍정적 시각으로 전환시키는 이론에 대한 근거를 설명하고, 이를 교육적 현장에 활용함으로써 교육적 효과를 기대한다. 다른 말로 하면, 디지털 시대의 기술문화로 인한 습관적 사고가 비판정신을 토대로 탈습관화의 과정을 통해 주체의 자율성이 회복된다는 것을 강조한다.

##### － 제3절 메타언어로서의 내러티브－스토리텔링

영상 매체의 몰입적 현상의 감성적 측면과 대화적 상호작용의 자율적 참여가 어떻게 절차적으로 그리고 통합적으로 훈련될 수 있을지의 문제는 교육적 함의의 이론적 부분을 포함하는 실천적 면을 부각시킨다. 이는 메타언어로서 내러티브의 실천적이고 행위적 차원인 스토리텔링을 통해서이다. 스토리텔링은 경험성을 강조하고 대화적 상호작용을 통해 주체의 자율적 통합 능력을 함양한다.

#### ○ 제11장 결론

##### － 제1절 학술적 의의

본 논문은 영상 콘텐츠의 일상화가 뉴미디어 영상 매체 수용자들에게 미치는 영

향을 인지 방식의 변화라는 관점에서 연구한 내용을 담고 있다. 일반적으로 자연과학이나 사회과학은 특수한 개별적 현상에 대한 관찰과 분석을 목적으로 하며 연구를 통해 나온 결과는 그 학문 분야의 발전에 커다란 공헌을 한다. 결과물은 그 자체로 실증적이고 개별적인 관찰을 통해 얻어진 연구 성과로서 가치가 있을 뿐만 아니라 또 다른 현상을 관찰하기 위한 토대로서 새로운 사실을 발견하는 기능을 한다. 이 같은 측면에서 영상 콘텐츠와 인지 방식의 변화라는 연구 주제는 디지털 시대의 컨버전스 현상을 설명하기 위한 사회과학적 접근의 프레임워크를 택하는 것이 바람직해 보인다. 즉, 이는 영상 콘텐츠와 수용자의 인지 방식과의 연관성을 객관적으로 보일 수 있는 장점이 있기 때문이다.

## □ 연구의 정책적 시사점

본 연구는 영상 콘텐츠의 일상화가 갖는 문명사적 의미를 해명함으로써 정책적 차원에서 영상 매체 및 영상 콘텐츠가 함의하는 보다 보편적인 인간학적 토대를 확보할 수 있는 인문적 근거를 마련해주었다는 데서 그 의의를 가질 수 있다. 뿐만 아니라, 디지털 시대 이후 영상물의 편재화로 인해서 발생하는 다양한 역효과를 비롯해서, 특히 청소년들의 이성적 사유 능력을 저하시키고, 말초적이며 단세포적인 감성적 유혹을 자극한다는 영상콘텐츠에 대한 다양한 비판들이 영상 이미지의 발생과 본질에 대한 역사적, 철학적 이해의 빈곤함에 연유한다는 점도 해명하였다. 영상은 결코 디지털 시대에 완전히 새롭게 발생한 것이 아니라, 인류의 태생적 조건이었다는 점을 강조해야 할 것이다. 태초에 영상이 존재했으며, 그 후로 문명의 토대인 문자는 영상이라는 광야에서, 인간이 쌓은 하나의 성곽이라 할 수 있다. 따라서 오늘날 방송 융합을 통해서 보다 가시화되어가고 있는 영상콘텐츠의 폭증과 일상, 영상, 구술, 문자 등과 관련된 매체 문화사를 통괄해 본다면, 너무나 자연스러운 경향이며, 최소한 활자 시대에 억압된 영상에 대한 인류의 본능적 감응과 친화성이 다시 부활되는 현상으로서, 우리는 이것을 일러 영상의 귀환이라 불렀다. 지난 5백 년 동

안의 시기가 활자 언어가 지배한 시간이었다면, 활자의 지배력이 약화 내지는 균형적 자리를 점유하면서 이제 다시 영상의 지배가 도래한 것이라 볼 수 있다. 물론 활자 언어는 죽지 않았으며 영원히 죽지 않을 수도 있으나, 디지털 컨버전스 시대에서 목격되는 분명한 사실은 기존의 언어 지배의 문화에서 영상 문화 또는 도상적 커뮤니케이션의 문명으로 이동하고 있다는 사실이다. 인간의 지식, 학습, 신념, 인지와 욕망 등은 인간의 심층적 정신계를 축조하는 영상에 의해서 결정적인 지배를 받는다.

## 제 1 장 서론: 연구의 배경과 목적

본 보고서는 디지털 컨버전스 시대에 진입하면서 갈수록 현저해지는 영상컨텐츠의 편재성으로 인해 촉발된 인지 체제의 변화에 대한 인문적 설명을 시도한 연구의 결과물이다. 이 같은 연구 과제 내용을 진술하기에 앞서 강조되어야 할 사항은 영상 인지(visual cognition)는 결코 진공 속에서 발생하지 않으며, 영상 매체 이외의 다른 매체들의 인지 작용과 마찬가지로, 인지 주체의 역사성, 문화성, 신체성에 대한 이해를 필요로 한다는 점이다. 아울러 구술 언어, 문자 언어, 영상 언어 등, 개별 매체의 내재적 형식과 속성에 대한 파악은 필수조건이다.

또한 매체의 속성과 관련해서 첨언되어야 할 점은, 지정 과제에서 제시된 문자 언어와 영상 언어의 이분법적 구별이 현재의 미디어 생태계와 시각 예술의 상황에서 볼 때 그 한계가 노정된다는 점이다. 왜냐하면 오늘날의 디지털 미디어는, 이미 여러 전문가들이 지적한 것처럼, 다매체성(multimediality), 초매체성(hymermediacy), 혼성적 매체성(hybridicity)의 성격을 띠면서 모든 매체가 융합되고 있다는 점에서, 상호매체성(intermediality) 패러다임이 보다 유연하고 설명력이 높은 것으로 평가 받고 있기 때문이다.

전문 영역의 테두리를 벗어나 일상생활에서도 각종 정지 이미지와 동영상을 아우르는 영상 이미지의 사용이 갈수록 증가 추세에 있다는 점에서, 영상 언어의 인지 체제에 대한 이해는 관련 학자와 사업 종사자들은 물론 시민과 학생들에게도 필수적이게 되었다. 주지하다시피, 인간 사회는 정보를 전달, 기록, 보존하는 상이한 방식들에 의해서 지대한 영향을 받는다. 맹목적 폭력, 기만, 불행, 갈등 등의 비극적 상황들은 적합하지 못한 정보와 의사소통의 방식 때문에 발생하는 경우가 허다하며, 영상 매체는 특히 그것이 소유하고 있는 가공할만한 설득력과 감성적 충격성으로 인해서 잘못 사용될 경우 사회의 구성원들—특히 청소년들—에 미칠 파장은 심각

한 것이다. 이른바 영상적 임팩트(visual impact)는 인간의 감정을 움직이거나 행동을 유발하는 사건이나 생각의 힘을 말하며, 이때 영상의 충격은 의식적 수준에서 뿐만 아니라, 무의식적 수준에서도 발생한다.<sup>1)</sup> 여기서 단순한 설득이라는 단어 대신 임팩트라는 단어를 사용하는 이유는 영상적 설득은 메시지에 대한 의식(awareness) 또는 영향이 의식적으로 구성 된다는 점에서 명시적인 수사학적 과정의 유형을 통하여 이해될 수 있는 반면, 영상 메시지는 보는 사람들에게 있어서 상이한 수준들에 서 다양한 유형의 정신적 영향력의 진폭을 갖는다는 점이다.

이 같은 맥락에서 현대 사회에서 과상적으로 생산, 확산, 소비되는 영상물의 획일화, 보편화는 일부 전문가들의 이론적 사변이나 전유물에 머물러서는 안 될 긴급한 인문적 현안이라 할 수 있다. 특히, 영상 이미지가 다른 문자 언어와 더불어 사회에서 사용되는 다양한 방식을 검토해야 할 것이며, 영상 언어의 생산, 저장, 배열, 재생, 배분, 소비 등과 관련된 복잡한 문제들을 다룰 필요가 있다. 하지만, 이에 앞서, 인문적 관점에서 먼저 강조되어야 할 것은, 문자 언어와 영상 언어의 역사적 진화에 대한 장기적 시각에서의 통시적 파악이라 할 수 있다.

---

1) Susan B. Barnes(ed.), *Visual Impact: The Power of Visual Persuasion*, New Jersey, Crosskill, Hampton Press, 2007.

## 제2장 영상 시대의 창발 또는 귀환

### 제1절 영상 언어와 문자 언어의 발생과 진화

현생 인류의 조상을 오스트랄로피테쿠스라고 가정했을 경우, 인간은 최소 3백만 년 이상 오감각(즉 시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)과 더불어 커뮤니케이션을 수행해 왔다고 말할 수 있다. 하지만 인간이 자신의 경험, 생각, 메시지를 가시적으로 기록하기 시작한 것은 대략 5만 년 전 부터이다. 오늘날 거의 모든 대륙에서 발견되는 선사 시대의 이미지는 여전히 미지의 대상이나, 확실한 것은 그것을 제작한 주인공이 상징적 체계를 터득하기 시작한 현 인류의 직계인 호모사피엔스라는 점이다. 따라서 최초의 문자가 발명된 기원전 4천 년까지, 인류는 순전히 청각 언어와 영상 이미지의 세계에서 삶을 영위해 왔다고 말할 수 있다. 하지만, 선사 시대의 이미지의 유용성은 그 이미지들이 전달하려 했던 의미의 불확실성과 사회적 규약성의 부재로 인해서 효율적인 커뮤니케이션 수단이라는 측면에서 서서히 한계가 노정되었다. 그러다 신석기 혁명 이후에 인류 문명이 점증적으로 태동하면서 약 기원전 5천 년 전부터 양식화(styled)된 그림에 의미를 할당시키는 창조적 기지를 발휘하면서 이른바 그림 문자(pictogram)를 발명하게 된다. 이 같은 그림 문자에서는 이미지와 그것이 지시하는 대상 사이에 존재하는 관계가 비교적 선명하게 식별될 수 있다는 점에서, 오늘날 공공표지판이나 올림픽 경기를 표현하는데 사용되는 픽토그램을 연상하면 쉽게 이해가 될 수 있을 것이다. 이 그림 문자는 그 후 서서히 다소 추상적인 생각이거나 메시지, 오브제가 간단한 그림들에 의해서 지시되는 표의문자(ideogram)로 진화한 후, 마침내 기원전 2천 년 알파벳 문자, 즉 표음 문자가 발명되는 데 이른다. 이 표음 문자는 더 이상 그림이나 관념을 문자 자체의 형상을 통해서 전달한다는 점에서, 직선적으로 결합된 문자의 개별 철자들에 할당된 음성적 가치를 조합, 개념을

지시하는 추상적 방식이라 할 수 있다.

문자의 발명이 문명을 창조한 결정 원인이었는지, 아니면 도시 문명 생활의 복잡화로 인해서 문자의 발명이 필요했는지에 대한 논의는, 아직도 인류학자들과 문자학 전문가들 사이에서 팽팽히 맞서고 있는 논쟁거리라는 점에서 논외로 한다. 어쨌거나, 한 가지 확실한 사실은 문자의 사용은 하나의 특화된 기술로 인식되었으며, 그것이 발명된 시점부터 15세기에 인쇄술이 발명되기 이전까지 극소수의 종교, 행정, 정치 엘리트에게 국한되면서 일체의 지식을 이들 소수 지배층에게 독점하게 만든 권력의 철용성이었다는 점이다. 따라서 문자가 발명되었으나, 문자의 사용은 소수 엘리트층에서의 의사소통 수단에 머물렀으며, 이를테면 유럽 교회는 사제들 간의 내부 소통과 고위직 사이에서의 내부 소통을 위해서 단어와 숫자를 사용했던 반면, 대부분의 사람들에게는 구술 언어와, 영상 이미지가 주된 커뮤니케이션의 수단이었다.

이를테면 중세의 휘황찬란한 교회 건축물과 스테인드글라스를 비롯하여 중세 천 년 동안 생산된 채색술(illumination)의 그림책들은, 문자를 알지 못했던 피지배층의 커뮤니케이션에 효과적인 수단이었던 것이다. 중세를 마감하고 르네상스의 도래와 더불어 인류 문명사에서 가장 혁명적인 사건으로 이해되는 인쇄술의 발명과 더불어 읽기와 쓰기는 모든 사람들에게 열려졌으며, 이 같은 문자의 민주화와 보편화는 유럽에서 종교 혁명과 근대 과학을 낳는 원동력이었음은 주지의 사실이다. 이 같은 인쇄술의 발명이 당시 사제층에게는 교회의 권력을 위협하는 가공할 잠재력으로 감지되었음은 물론이다. 인쇄술의 발명 시점이 중세 수도원 권력의 쇠락 시점과 일치하는 것은 흥미로운 사실이다. 여기서 우리가 주목할 사실은 문자를 독점한 고대 이집트의 사제에서, 중세 교회에 이르기까지, 문자와 권력 사이에 존재하는 필연적인 연관성이다. 동아시아의 역사로 시야를 넓혀본다면, 동아시아의 의사소통 도구였던 한자는 그것의 표의적 체계로 인해서 발생한 학습의 어려움으로 인해서, 지배 관료층의 권력 유지라는 차원에서 알파벳 문자 보다 더 효과적이었다는 설명을 제시해 볼 수 있을 것이다. 문자와 권력 사이의 관계는 현대 시대에도 지속되는 지배 권력층에서 행하는 검열제도와도 맞물려 있는 문제이다.

다른 한편, 또 한 가지 유념할 사실은, 인쇄술 이전까지 메시지 전달을 위한 주요 수단으로 간주되던 그림, 즉 영상 이미지는 전경에서 배경으로 물러서게 되었다는 점이다. 이 같은 활자 문명은 500년 동안을 지속했으며, 19세기에 발명된 사진술과 영화 그리고 20세기에 발명된 텔레비전과 비디오, 스캐닝, 컴퓨터 등의 출현으로 영상 이미지의 생성은 더 쉽고, 효과적이며 신속하게 이루어지게 되었다. 따라서 이 같은 영상 언어의 폭발은 어떤 면에서 보면 약 500년 동안의 활자 전성시대에 배경으로 사라졌던 영상 커뮤니케이션이 다시 귀환한 것으로 파악될 수 있을 것이다. 이 같은 영상 언어의 귀환이 갖는 인문적, 정치적 함의에 대한 연구는 이제 막 본격적인 탐구의 주제가 되고 있다는 점에서 지적으로 매우 흥미로운 문제라 할 수 있다. 어쨌거나, 약 지난 30년은 인류의 매체사에서 영상 언어가 가히 폭발적이라 할 정도로 최고 절정에 이르렀다는 진단이 가능하다. 어떤 학자는 이렇게 과도하게 사용되는 픽처와 이미지의 편재성에 대해서 이렇게 진술하고 있다. “우리는 소화불량과 풍요의 혼란으로 고통받고 있다. 이제 치료적인 자기 절제와 훈련을 할 때가 되었다.”<sup>2)</sup>

물론 커뮤니케이션의 매체 기술 발전으로 인한 긍정적 차원을 누락시켜서는 안 될 것이다. 저렴하고 강력한 마이크로칩 컴퓨터의 신속한 유포, 대량 생산된 비디오 카메라, 테이프 플레이어와 DVD의 일반화 등, 지난 반 세기 동안 성취된 정보 통신 기술 혁명은 영상 이미지의 대량 생산과 소비를 가능케 함으로써 학교에서의 교육 및 학습 방법의 효율성을 비롯하여 사회 전체에서 지식의 소통과 개발 능력을 현저하게 신장시켰다. 이제 학생들은 문자 언어 대신, 비디오테이프나 유튜브로 자신의 감정과 생각을 표현하고, 그것을 학교의 과제물로서 제출할 수도 있게 되었으며, 이미지의 사용은 일반 발표에서도 필수적인 요소가 되었다. 요컨대, 인간은 자신이 사용하는 매체, 즉, 단어, 종이, 컴퓨터 등의 정보 기록 및 정보 전달의 타성에 길들여지기 마련이다. 따라서 이 같은 영상 매체의 폭발적 사용은 우리의 감수성은 물론

---

2) Duncan Davies, Diana Bathurst and Robin Bathurst, *The Telling Image(The Changing Balance between Pictures and Words in a Technological Age)*, Clarendon, Oxford, 1990, p.2

기본적인 인지 체제를 변화시킬 것이라는 예상을 해볼 수 있다. 특히, 영상 매체의 편재성과 관련하여 우리가 제기할 문제는 쾌락의 문제로서, 이 문제를 정신분석학의 시각에서 조명해볼 것이다.

## 제 2 절 영상적 전회(visual turn)에 대한 인식론적 물음

1990년대 진입하면서 서구 학계에서는 미술사, 매체이론가, 문화학 전공자들 사이에서 영상 문화(visual culture)와 시각적 전회(pictorial turn)와 관련된 다양한 진단과 논쟁을 생산하였다. 이 논쟁에서 가장 많은 주목을 끈 것은 영상문화 연구를 선도한 미국 시카고 대학의 비교문학자이자 영상문화학자인 미첼로서 그는 자신의 주저 『그림 이론』에서 시각적 전회라는 표현을 제시한 바 있다.<sup>3)</sup> 이 밖에도 철학자 펠만은 갈수록 제고되는 영상 이미지들의 역할을 시사하면서 인지과학에서 태동한 이미지적 전회(imagic turn)을 언급하기도 하였다.<sup>4)</sup> 여기서 각종 전회(turn)라는 표현의 인플레이션을 촉발시킨 언어철학자 로티가 사용했던 언어적 전회(linguistic turn)와 비교하는 것은 유의미할 것이다. 로티에 따르면 언어적 전회는 20세기 초반기에 현대 철학에서 발생한 하나의 혁명으로서 그 이후에 전개될 철학적 사유에 지대한 영향을 미쳤다는 것이다. 이 같은 혁명은 새로운 문제나 주제에 의존한 것이 아니라, 그것의 근본적 가치는 기존 철학의 문제들을 비판적으로 검토하기 위한 새로운 방법의 창안에 있었다. 그 같은 새로운 방법은 기존 철학의 오랜 문제들이 정식화되었던 일체의 언어, 판단, 술어들을 분석하는데 있다. 이에 견주어서, 시각적 전회는 새로운 방법에 의해서 특징지워지는 것이 아니라, 새로운 문제들과 주제들에 의해서 성격

3) William James Mitschell, *Picture Theory*, Chicago, London, 1994. pp.11~34.

4) Ferdinand Fellman, "Innere Bilder im Licht des imagic turn", in: SACHS-HOMBACH, K.(ed.), *Bilder im Geiste. Zur kognitiven und erkenntnistheoretischen Function pictorialer Repräsentationen*, 1995, pp.21~38. 다음 책에서 재인용. *Visual Culture Revisited*, Ralf Adelman et alii, Herbert von Halem Verlag, 2007.

지워질 수 있다고 봐야 할 것이다. 실제로, 미첼은 그 같은 새로운 영역을 시각적 표상(visual representation)이라 명명한다. 보다 구체적으로 말해서 그것은 ‘시각성, 기구, 제도들, 담론, 신체, 형상성’ 사이에 존재하는 복잡한 상호 놀이로서 영상 이미지를 탈언어적, 탈기호적으로 재발견한 것을 말한다.<sup>5)</sup>

정보 통신 기술의 발전, 그 가운데서도 디지털 영상의 도래로 인해 촉발된 시각적 전회에 대한 논쟁과 더불어 촉발된 제기된 또 다른 핵심어이자 주제는 영상 문화(visual culture)라는 표현이다. 과연 우리는 영상 문화 시대를 살고 있다고 말할 수 있는가라는 문제가 제기된 것이다. 이에 대해서는 찬반의 견해가 첨예하게 대립되 거니와, 80년대 문화 연구에 이어서 90년대를 거치면서 제도화에 성공한 영상문화학이라는 새로운 학제간 연구에서 쏟아진 엄청난 연구물을 참조해야 한다는 점에서 본 보고서의 범위를 벗어나는 방대한 연구 분야라 할 수 있다. 하지만 영상문화라는 표현 자체는 결코 90년대 처음 등장한 것이 아니며, 이미 1923년 헝가리의 영화 이론가 발라즈(Béla Balázs)가 그의 저서 『가시적 인간』(The Visible Man)에서 문자 언어의 중세 문화가 종언을 고하고, 영상 문화의 영상적 시대가 열렸다는 말을 하면서 최초로 등장한 바 있다. 아울러 영상 문화라는 표현은 특정 대상을 명명할 수도 있으며, 새로운 문화 현상을 아울러 특정 방법론을 지시할 수도 있다. 그런데 우리가 영상문화라는 대상을 다룰 때조차도 그것은 결코 기존의 문자 언어, 구술 언어, 사운드 등의 문화와 분리되어 독립적으로 연구될 수 없다는 점을 환기할 필요가 있다. 이를테면 영화에는 대사와 사운드가 동반되며, 휴대 전화로 음성 통화, 문자 메시지, 화상 통화를 모두 수행하며, 웹 페이지는 아이콘과 더불어 여전히 문자 언어화되고 있다는 점에서 특정 시기의 문화에 대해서 ‘영상적’이라는 라벨을 붙이는 것에 물음을 제기할 수 있는 것이다.<sup>6)</sup> 또한 영상언어가 아무리 다른 언어들을 압도한다 해도, 영상은 청각, 촉각, 후각 등 다른 감각들의 작업에 의해서 늘 전염된다는 사실을 강

5) Mitchell, 앞의 책, p.14.

6) Sturn M, L. L.Cartwright, *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2001, p.344.

조할 필요가 있다.<sup>7)</sup> 방법론의 차원에서도 지난 수년 동안 영상문화학을 강의해 오면서 다양한 영상문화학의 저서들을 열람해 본 소감은, 영상문화학이라는 방법은 지극히 학제적이며, (포스트)구조주의, 정신분석학, 마르크스주의적 등, 비평 담론들과 방법들의 종합선물세트라는 인상이다. 따라서 현재로서 영상문화라는 표현은 동질적인 개념어라기보다는 “기껏해야 이질적이며 혼성적(hybrid)”이라는 진단에 동의할 수 밖에 없다.<sup>8)</sup>

하지만, 이 같은 영상문화의 변별성과 타당성에 대한 논의와 별도로, 영상문화(학)가 가져다 준 의의를 지적하지 않을 수 없다. 무엇보다 영상문화라는 개념은 영상매체의 사회적 사용과 그 의미에 대한 분석적, 비판적 독법의 길을 영상 언어 소비자들에게 제시할 수 있다는 점이다.<sup>9)</sup> 이를테면, 영상문화는 영상적 인공물은 물론 일상생활에서 영상매체를 활용하는 문화적 실천에 대한 것을 아우른다. 따라서 보는 관객(viewer)에 의해서 이해되는 일체의 광학적으로 자극을 야기하는 메시지로 정의되는 기존의 영상 커뮤니케이션을 포함시키는 것은 물론이다. 이때 영상 메시지는 모든 ‘직접적, 매개된 또는 정신적 픽쳐’를 지시한다.<sup>10)</sup> 또한 영상 커뮤니케이션과 영상 메시지의 코드를 해독할 수 있는 능력이라 할 수 있는 영상 리터러시(visual literacy) 역시 영상 문화의 필수적인 요소이다. 특히, 영상문화(학) 패러다임이 유효한 것은 기존의 가치론적 위계질서에 우위 또는 독점적 위치를 점한 미술 이미지의 틀을 벗어나 미술의 범주에 속하지 않는, 그 보다 훨씬 방대한 이미지들의 세계를 의식하게 되었다는 것이다.<sup>11)</sup>

7) Ella Shohat & Robert Stam, “Narrativizing Visual Culture. Towards a Polycentric Aesthetics. In: Mirzoeff N.(ed.): *The Visual Culture Reader*. London, New York, Routledge”, 1998, pp.26 ~ 49.

8) *Visual Culture Revisited*, Ralf Adelman et al, Herbert von Halem Verlag, 2007, p.25.

9) Sturn M, L. L.Cartwright, *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, New York, Oxford University Press, 2001, p.3.

10) P.M.Lester, *Visual communication: Images with messages*, Belmont, CA.: Wadsworth, 2003.

11) 이점에 대해서는 다음 문헌을 참조할 것. James Elkins, *The Domain of Images*.

또한, 이미지 개념에 대한 보다 첨예한 인식을 가능케 했다. 이를테면 앞서 언급한 미첼은 이미지의 다섯 가지 종류(그래픽 이미지, 광학적 이미지, 지각적 이미지, 정신적 이미지, 언어적 이미지) 등을 제시했으며, 역사학자인 마틴 제이는 각막 위에 스스로를 각인시키는 모든 것을 이미지로 정의하는가 하면, 크레리는 영상 문화에는 무색의 비시각적, 담론적, 시스템적 형성체와 그것들의 역사적 변천들이 모두 포함된다고 주장하였다. 여기서 말하는 담론의 형성들은 육안으로 보여질 수 있는 것이 아니라, 우리가 볼 수 있는 것을 결정하는 사회적 역사적 조건들을 말한다. 이외에도 영상의 수사학적 차원을 고려하는 것도 영상문화의 범주에 속하게 되었다. 참고로 영상 수사학은 영상적 오브제를 하나의 커뮤니케이션 인공물로 참조할 뿐만 아니라, 영상물 또는 영상 데이터에 대해서 전문 학자들이 취하는 시각을 참조하기도 한다. 이 같은 의미에서 영상 수사학은 영상적 인공물의 상징적 또는 커뮤니케이션 차원의 여러 양상들에 대한 분석을 포함하는 이론적 시각이라 할 수 있다.<sup>12)</sup>

### 제3절 영상 혁명 담론에서 영상 언어의 진화론으로: 문자와 영상의 공존의 역사

디지털 매체 또는 전자 매체의 편재화에 대해서는 긍정적으로 보는 낙관론자들과 우려를 넘어서 문명의 퇴락이라는 이유로 맹렬하게 비난하는 비관론자들 사이에 격렬한 논쟁을 촉발시켰다. 그 같은 논쟁에서 누가 옳고 그른가에 대한 판단 여부를 떠나서 디지털 매체는 인문학의 글쓰기를 비롯하여 스칼라십에 전체에 지대한 영향을 미치고 있는 것이 사실이다.

---

Ithaca, London, Cornell University Press, 1999; James Elkins, *Visual Studies. A Skeptical Introduction*. New York, London, Routledge, 2003.

- 12) SK. Foss, "Framing the study of visual rhetoric: Towards a transformation of rhetorical theory", In C.A. Hill & M.Helmets, (Eds.), *Defining visual rhetorics*, Mahwah, N.J: Erbaum. 2004, pp.303~313.

이른바 상호작용적 글쓰기의 창발, WWW 웹 도큐먼트를 비롯한 다양한 하이퍼미디어의 등장, DVD 타이틀, 비디오게임, 가상현실에서는 영상물(the visual)이 지배적인 요소로 부상하고 있다. 일부 매체 이론가들은 영상이 이 같은 새로운 매체 환경에서도 여전히 문자와 활자가 점유한 영토와 재래식 논리 속에 빠져 있다는 아쉬움을 토로하지 조차 못한다. 이들은 웹에서 갈수록 높아져가는 이미지 사용의 비율을 바람직한 문명의 방향으로 파악하면서, 사진 이미지, 동영상 이미지, 다양한 시각적 요소들의 사용과 더불어 우리가 다시 영상 언어의 시대(pictorial age)로 돌아가는 것이라는 암시를 하기도 한다. 이들 긍정론자들에 따르면 지식은 반드시 문자 언어 못지않게 영상 언어 또는 이미지를 통하여 소통, 전달될 수 있다는 것이다. 옹(Ong), 볼터(Bolter), 랜햄(Lanham), 마노비치(Manovitch), 레비(Lévi) 등은 대체로 영상 언어의 파상적 도래를 긍정적으로 간주하는 매체 이론가들이라 할 수 있다. 반면, 반대진영의 사람들은 영상의 감각성, 비윤리성, 유혹성으로 인해서, 이성과 사유의 힘을 제고하는 문자 언어와 태생적인 갈등 관계를 노출할 수 밖에 없으며, 이점에서 영상은 관리되거나 제어되어야 할 위험한 존재로 각인된다. 매체생태학자 포스트만과 인문학자 버거츠의 시각이 대표적이다.<sup>13)</sup>

영상 언어에 대한 도덕적, 윤리적 판단은 논외로 하고, 우리가 분명히 강조해야 할 것은 디지털 또는 뉴미디어를 문자 언어와 영상언어의 새로운 갈등과 대립의 마당으로 간주하는 것은, 이 두 개의 매체 사이에 늘 존재해 온 역동적 상호 놀이를 철저히 무시하는 오류에 빠질 소지가 있다는 점이다. 단어와 이미지, 언어 텍스트와 영상 텍스트, 활자 문화와 영상 문화, 그 명칭이 무엇이건, 두 매체 또는 두 문화 사이에 존재하는 상보적이며 대화적인 관계의 본질을 누락시켜서는 안 될 것이다. 기

---

13) Neil Postman, *The Disappearance of Childhood: Redefining the Value of School*, New York: Vintage Books, 1994(1982); *Technopoly: the Surrender of Culture to Technology*, New York: Vintage Books, 1993.  
Sven Birkerts, *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in Electronic Age*, Boston: Faber and Faber, 1994.

실, 이 매체의 상호 관계는 고대 수사학부터 디지털 미디어에 이르며 매체 문화사를 관류하는 방대한 문제가 될 것이다. 또 하나 지적할 사항은, 현재의 매체에서 발견되는 양상은 갈수록 다양한 매체가 혼용되는 하이브리드적 속성이 가시화되고 있다는 점에서, 근대적 사유의 부산물이 이분법적 도식으로 사유하는 것은 근본적인 한계가 노정된다는 점이다. 이를테면 본 과제에서 제시된 문자 언어와 영상 언어의 차이점을 파악하라는 연구 문제는, 뉴미디어를 특징짓기 위해서 제시되는 다양한 이분법들을 재생산할 것을 주문하는 형국인 것이다. 이를테면, 직선적/하이퍼텍스트적, 영상적/텍스트적, 단어/이미지, 이성적/감성적, 구성적/자연적, 순차적/동시적 등 바로 이 같은 이분법 속에서 흔히 주장되는 것은 영상이 과거의 문자 언어가 누렸던 지위를 차지하게 되었다는 다소 진부 양상으로 전개되면서,<sup>14)</sup> 오늘날의 디지털 미디어 수렴을 가로지르는 혼합성(hybridicity)의 현상은 논외로 밀려나고 만다. 따라서 이 같은 양극적 사유 방식을 탈피하고, 구술 언어, 문자 언어, 영상 언어의 지각에서 나타나는 연속성을 강조하고자 한다. 요컨대, 매체의 지각과 해석에 있어서, 신체성(embodiment)의 문제를 고려한다면, 맥루한의 주장에서 강력하게 피력된, 구술 언어, 문자 언어, 영상 언어 사이에 존재하는 인지적 이동(cognitive shift)을 과도하게 주장하는 것은 무리가 따른다.<sup>15)</sup> 이를테면 맥루한은 표음 문자의 발명으로 인해서 사용자는 귀의 청각의 세계에서 눈의 시각적 세계로 옮겨 갔으며, 말이 갖고 있던 마술의 힘과 부족의 망에서 해방되었다는 것이다. 요컨대, 단어의 마술적 세계는 차갑고 획일화된 영상 매체에 희생되었다는 것이다.

14) cf. Mitchel Stephens, *The Rise of the Image, the Fall of the Word*, New York: Oxford University Press, 1998.

15) 이점에 대해서는 다음 논문 참조.

Nancy Barta-Smith and Danette DiMarco, "Same difference: Evolving conclusions about textuality and new media", in: *Eloquent Images, word and image in the Age of New Media*, edited by Mary E.Hocks and Michelle R. Kendrick, The MIT Press, Cambridge University, 2003. pp.159~178.

## 제 3 장 뉴미디어 언어의 주요 특성

### 제 1 절 뉴미디어의 문명사적 함의

앞서 강조했듯이, 디지털 컨버전스 시대에서 목격되는 중요한 사실은 갈수록 개별 매체의 경계가 흐릿해지는 초매체성(trans-mediality)의 시대에 우리가 살고 있다는 점이다. 따라서 영상콘텐츠를 비롯한 모든 콘텐츠는 미디어 형식을 가로지르며 실시간으로 이주한다. 아울러 모든 미디어 생산자들은 다른 생산자들을 의식하고 그들과 공조한다. 텔레비전을 비롯한 영상 미디어는 갈수록 파편화되어 가고 있으며, 영상 매체의 주체는 수동적 감상자나 소비자의 입장에서 사용자 또는 또 다른 생산자로 이동하고 있다. 주지하다시피 1980년대부터 사용되기 시작한 뉴미디어라는 표현은 정보 통신 혁명의 기술적, 제도적, 문화적 변화와 발전 양상을 지시하는 핵심어로서 다음 네 가지 차원에서 발생한 문명사적 변동을 함의한다. 첫째, 뉴미디어는 근대성에서 탈근대성으로의 이동에서 나타난 사회, 경제, 문화적 변화에 있어서 핵심적인 역할을 맡았다. 둘째, 뉴미디어는 글로벌리제이션의 가속화를 지칭한다. 셋째, 뉴미디어는 제조업의 산업 시대가 탈산업 시대의 정보화 사회로 대체되는 동력이다. 넷째, 뉴미디어는 기존의 중앙집권적, 지정학적 질서로부터 탈중심화된 체제로의 변화를 함의한다.

또한 뉴미디어의 접두어인 새로움의 본질과 정도에 대한 역사적, 이데올로기적 차원들을 면밀하게 검토할 필요가 있을 것이다. 이를 통해서 뉴미디어는 단수가 아니라, 다양성과 복수성 속에서 존재한다는 점을 인식해야 할 것이다. 이 분야에서 온축된 연구 성과를 정리하면 새롭다는 것은 크게 다음과 같은 새로움을 말하는 것으로 이해될 수 있다.<sup>16)</sup>

---

16) 다음 문헌 참조. *New Media: a critical introduction*, Martin Lister/Jon Dovey/Seth

첫째, 새로운 텍스트적 경험들로서, 오락, 여과, 미디어 소비 패턴들, 컴퓨터 게임, 시뮬레이션, 특수 효과의 영화 등, 새로운 장르와 텍스트 형식의 종류들을 말한다. 둘째, 몰입적 가상 환경, 스크린 기반의 상호 작용적 멀티미디어 등, 세계에 대한 새로운 재현적 가능성들과 경험의 방식들을 말한다. 셋째, 매체 사용 주체들과 매체 기술 사이에 존재하는 새로운 관계를 지시하는 것으로서, 특히 영상 이미지의 사용과 수용에 있어서의 인지적, 감성적 변화를 비롯하여, 커뮤니케이션 미디어에 부여된 의미의 변화가 포함된다. 넷째, 신체성, 정체성, 공동체 사이에 존재하는 관계의 새로운 변화를 지시한다. 요컨대, 시간, 공간, 장소의 개인적, 사회적 경험에 있어서의 변화, 지역적 차원과 글로벌 차원 모두에서 우리가 자아를 경험하고, 세계 속에서 우리의 자리를 경험하는 새로운 방식들을 말한다. 다섯째, 매체 기술과 생물학적 신체와의 관계에 대한 새로운 개념들을 시사한다. 이를테면 기존의 인간과 인공물 자연과 기술, 현실과 가상 등의 재래적 구별에 대한 도전을 시사한다. 여섯째, 뉴미디어에서 ‘뉴’는 미디어 산업, 경제, 접근, 소유권, 관리 및 조절에 있어서의 광범위한 재정비와 통합을 말한다. 이 같은 뉴미디어의 인지적, 문화적, 사회적, 경제적, 정치적 변화를 숙지한 후에 곧바로 다룰 주제는 뉴미디어의 속성들이 될 것이다. 여기서 우리는 테크놀로지의 속성을 그것의 물리적 특질로 환원시키는 본질주의(essentialism)의 덫에 빠져서는 안 될 것이다.

뉴미디어 또는 디지털 미디어 이론가들의 저서에 나오는 기본적인 특징들을 정리하면 대체로 다음과 같은 여섯 가지로 정리될 수 있다. 디지털, 상호작용성, 하이퍼 텍스트성, 가상성, 네트워킹화, 시뮬레이션 등이 그것이다.<sup>17)</sup>

---

Giddings/Iain Grant/Kieran Kelly, Routledge, 2003.

17) 앞에 책과 다음 문헌 참조.

Lev Manovitch, *The Language of New Media*, Cambridge, The MIT Press, 2001.

## 제 2 절 디지털 컨버전스: 하드웨어, 소프트웨어, 세미오웨어(semioware)

디지털 미디어를 논하면서 따라붙는 수식어 가운데 하나는 컨버전스라 할 정도로 핵심어가 되어버렸다. Convergence 창간호(1995)에서 실버스톤(Roger Silverstone)은 컨버전스라는 단어가 너무나 많은 의미들과 사용관례를 포함하고 있다는 점에서 위험한 단어라고 말한 바 있다. 지난 수십 년 동안 컨버전스라는 단어는 디지털 미디어의 발달에 있어서 다양한 양상들을 기술하고 그것을 이해하는 데 있어서 핵심 개념들 가운데 하나로 자리 잡은 것이 사실이다. 하지만 모든 현상에는 양면성이 있듯, 컨버전스는 그 역인 분산(divergence)을 수반하고 있다는 점을 기억할 필요가 있다.<sup>18)</sup> 「디지털 컨버전스 기반 미래 연구」 기획 총괄 위원회가 제시한 기저 정의는 다음과 같다. 컨버전스라는 용어는 그것의 현대적 형식과 의미에서 18세기에 처음으로 출현했으며, 수학, 기상학, 지리학, 문학 등에서도 사용되었다. 반면 디버전스(divergence)라는 단어는 컨버전스와 대립되는 과정을 지칭한다는 점에서 두 개의 운동은 대칭적 형상으로서 간주될 수 있다. 간단한 그림을 통해서 쉽게 이해할 수 있듯이, 수렴과 분산은 서로 얽혀있는 띠의 모습을 갖고 있다. 예컨대, 디지털 수렴 이전에는 다큐먼트의 창조, 저장, 분배를 위한 다양한 기술들과 도구들을 갖고 있었으며, 전통적 텍스트 유형들, 즉 문자, 이미지, 오디오, 비디오, 숫자/계산 등을 실어나르는 다양한 매체들이 과거에는 개별적으로 존재하고 있었다. 그러다 1990년대 멀티미디어 데스크 탑 컴퓨터의 출현으로, 기존의 개별 매체의 기능을 흡수, 수렴하는 슈퍼 미디어 또는 멀티미디어로서 진화하기에 이른다. 즉 다른 미디어의 모든 특질들과 기능들을 재매체화하고 공유하는 하드웨어의 일부분으로서의 멀티 컴퓨터가 탄생하게 된 것이다.<sup>19)</sup> 하지만 우리가 주목할 사실은 디지털 미디어 시대의 발전

18) cf. H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Culture Collide*, New York and London: New York University Press, 2006.

19) cf. Brand, S. 1987. *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, New York, Viking

에 있어서 컨버전스가 유일한 모습은 아니라는 점이다. 그에 못지않게 다양한 매체들이 또 다시 분열하는 분산의 과정이 작동되고 있는 것이다. 이를테면 지난 10년 동안 포스트디지털 시대에서 진행된 과정을 환기해보면 쉽게 수궁이 갈 것이다. 운반용 이동 멀티 컴퓨터와, 확장된 기능을 갖춘 다양한 컴퓨터 기기들이 쏟아져 나왔으며, 그에 따라 수렴과 분산이 동시에 발생하는 보다 복잡한 매체 생태학을 생산해냈다.<sup>20)</sup> 그렇다면 우리는 여기서 디지털 미디어가 무엇인가라는 원론적 물음을 던져볼 필요가 있다는 판단을 하게 된다. 물론 다양한 정의들이 나와 있으나, 대체로 컴퓨터의 물리적 하부구조를 지시하는 하드웨어, 하드웨어의 작동을 실현하는 일련의 코드화된 명령 시스템이라 할 수 있는 소프트웨어로 대별된다. 여기에 디지털 미디어에서 생산되는 기호, 언어, 상징, 이미지, 동영상, 사운드, 메시지 등, 다양한 텍스트 유형의 복합적인 조합들이 존재한다. 우리는 이것을 디지털 미디어의 의미 세계 또는 기호 세계라는 점을 지시하기 위해서 세미오웨어(semioware)라는 신조어를 제안한다.<sup>21)</sup> 여기서 말하는 세미오웨어는 결코 소프트웨어에 속하는 특정 어플리케이션 차원에 편입될 수 없으며, 기존에 통용되는 콘텐츠라는 말과 혼동되어서도 안 될 것이다. 콘텐츠는 그것의 정확한 개념 규정에서 모호하며, 새롭게 변화하는 디지털 미디어의 표현 형식의 다양성, 장르들의 진화를 담아내는 것은 세미오웨어가 될 것이다. 하드웨어, 소프트웨어, 세미오웨어의 켜들은 종속적 위계 구조를 형성한다.

---

#### Penguin

20) cf. Fagerjord, A. 2003. "Rhetorical Convergence. Studying Web Media", in: Liestol, G. Morrison, A. Rasmussen, T.(eds.). *Digital Media Revisited: Theoretical and Conceptual Innovations in Digital Domains*, Cambridge, MA.: The MIT Press.

21) 다음 논문에서 어떤 전문가는 meaningware 라는 표현을 사용한 바 있는데, 의미라는 추상적인 용어 대신, 다양한 메시지들의 범주를 아우를 수 있다는 점에서 필자는 세미오웨어를 제안하며, 특히 기호학에서 사용되는 semiosphere(기호계)라는 단어가 있다는 점에서 호응적이라 할 수 있다.

Gunnar Liestól, "The Dynamics of Convergence & Divergence in Digital Domains", in: *Ambivalence towards convergence*, edited by Storsul and Dagny Stuedahl, Nordicom, 2007.

즉, 최고의 수준은 하드웨어 시스템으로서 소프트웨어의 환경으로서의 기저 수준에 속한다. 소프트웨어는 이점에서 하드웨어에 종속되고, 그것에 의해서 제약을 받으나, 절대적으로 조건 지워지는 것은 아니다. 동일한 원리에 의해서 세미오웨어 수준은 소프트웨어 수준에 의해서 제약 받는다. 이 세 개의 수준은 하나의 복잡계를 구성하며, 자신의 고유한 맥락을 갖고 있으며, 동시에 서로 밀접하게 연관되어 있다. 사용자/생산자로서 우리들은 세 가지 수준 모두에서 조작하고 개입하며, 세 켜들 사이의 경계는 퍼지 상태이다.

디지털 미디어에 존재하는 이 같은 세 가지 상이한 수준들에 존재하는 복잡한 관계들에 대한 완결된 이해는 하드웨어 수준에서 수렴과 분산이라는 맥락에서, 디지털의 기능성과 텍스트성에 대한 이해를 도와줄 수 있을 것이다. 예컨대 1990년대 초까지만 해도, 휴대 전화, 디지털 카메라, CD 플레이어 등은 모두 분리된 기기들로서 존재했다. 컨버전스의 결과, 새로운 기기들은 다양한 기능들을 융합시키는 방향으로 진화했으며, 하드웨어의 동일한 복합적 실재에서 상이한 종류의 소프트웨어를 구동시킬 수 있게 된 것이다. 바로 이 같은 하드웨어의 수렴은 곧바로 소프트웨어와 세미오웨어의 수렴을 발생하게 된다. 이를테면 iPod는 음악 기기와 다기능 전화로서, 다양한 장르의 다큐먼트와 메시지를 전달할 수 있으며, 음악, 영화, 정지 이미지, 문자 메시지 등, 상이한 종류의 세미오웨어를 융합시키고 있다.

소프트웨어 역시 수렴과 분산의 역동적 통합이 이루어지는 거점이다. 소프트웨어의 어플리케이션의 진화는 하드웨어와 유사한 패턴으로 전개되었음을 알 수 있다. 예컨대, 텍스트 편집기 또는 문서 작성기는 본래 문자 언어라는 언어 텍스트의 생산, 편집, 포매팅을 위한 단순한 프로그램이었다. 그러나 지금은 이미지, 오디오, 비디오를 지원하면서 다중 매체의 편집 도구로 전환되었다. Adobe Photoshop 역시 본래는 스캔된 이미지를 편집하고 다루기 위해서 만들어졌으나, 현재는 텍스트 편집과 드로잉 도구들을 포함하면서 기능을 강화시켰다. 요컨대 소프트웨어 어플리케이션 수준에서도 수렴과 분산의 역동성이 반복되고 있음을 알 수 있다. 그렇다면 세미오웨어 수준에서는 어떠한가? 본 연구 과제가 문자와 영상의 관례라는 점에서 이

문제는 중요하다. 세미오웨어에서 나타나는 수렴과 분산 이원적 전개에서 제시되는 문제는 새로운 장르들의 출현이다. 고전적인 장르의 수렴과 분산의 예는 허구라는 장르를 다루었던 전통적인 활자 매체였다. 책에 기반한 문학에서는 별 다른 소프트웨어 수준이 없이, 책이라는 물질성의 하드웨어(잉크, 활자, 제본 등)와 책의 내용, 즉 텍스트에 해당되는 세미오웨어만이 존재했다. 이를 테면 문자 정보를 디스플레이하기 위해서 필요한 전자 코드 또는 디지털 코드의 실행이 존재하지 않는다. 텍스트의 구조와 의미 생산을 담당하는 세미오웨어는, 하드웨어와 소프트웨어의 질서화되고 논리적인 수준들에 비해서 보다 복잡하고 다양한 소재를 전달할 수 있다. 기호학적 자유가 실천될 수 있는 최적의 장은 하드웨어나 소프트웨어가 아닌 세미오웨어인 것이다. PT(파워 포인트 프리젠테이션), 유튜브, 문자 텍스트 등은 모두 디지털 미디어의 새로운 장르들이라 할 수 있으며, 이 가운데 특히 컴퓨터 게임은 디지털 가능성을 활용하여 새로운 장르를 발굴한 유일무이한 경우로 간주된다. 이를테면 파워포인트나 웹 페이지는 분명 새로운 디지털 미디어의 장르이나, 기존에 존재하는 문자 언어와 영상 언어 장르들의 재매체화(remediation)와 각색 수준에 머무르며 디지털 미디어의 독창적 잠재력을 개발했다고 보기에는 여전히 미흡하다.

## 제 4 장 문자 언어와 영상 언어의 존재론적 차이: 현대 매체 사상사 서설

문자 언어와 영상 언어의 존재론적 속성과 인지 체제의 차이점을 매체철학의 시각에서 조명하라는 본 연구과제의 범위는 실로 방대한 영역이라 할 수 있다. 과묵한 탓인지는 모르겠으나, 국내는 물론이요 외국에서도 그 같은 매체철학사 또는 매체 사상사를 체계적으로 정리한 전범적 연구물조차 찾아보기 힘든 실정이다. 현대 매체 사상사의 지형도에는 서구에서 온축된 매체 이론들을 종합화시켜야 할 터인데, 그 범주에는 최소한 다음과 같은 이론가들이 포함될 것이다. 데리다(Derrida), 구디(Goody), 하벨록(Havelock), 에인슈타인(Einstein), 아른하임(Arnheim), 바르트(Barthes), 벤야민(Benjamin), 보드리야르(Baudrillard), 플루서(Flusser), McLuhan(맥루한), 버거(Berger), 비릴리오(Virilio), 볼터(Bolter), 레비(Levy), 마노비치(Manovich), 미첼(Mitchel), 옹(Ong), 드브레(Debray), 현대 인문학과 매체사상을 집맥시킨 중요한 인물들은 외국에서 어렵잡아 최소 30인의 매체 사상가들과 이론가들이 존재한다. 한편, 본 연구과제에서 제시되지 않은 구술성과 식자성(literacy)에 관한 연구는 서구에서 지난 60년대 이후부터 가히 폭발적이라 할 정도로 수많은 연구물이 축적되어 있으며, 이들 분야는 오늘날의 디지털 미디어 수렴에서 현저하게 부각되는 영상성과 밀접한 관련을 맺고 있다는 점에서 반드시 언급되어야 할 주제이다.

### 제 1 절 구술성과 문자성

문자의 진화 과정에 대한 연구는 1956년 겔브(Gelb)에 의해서 제안된 문자학을 시작으로 수많은 연구를 통하여 체계적으로 이루어져왔으며, 다음과 같이 정리될 수 있다. 먼저, 중국, 이집트, 수메르 등 문명의 발생지에서 최초의 문자는 유사한 맥락

에서 발생, 전개되었다. 문자는 인류가 이른 최초의 도시 문명화 과정에서 창발했으며, 문자가 발생한 지역에서는 중요한 정치적, 행정적 기구들이 자리 잡았다. 문자의 출현은 복잡한 사회들의 조직화, 위대한 제국, 기념비적 건축물, 중앙 집권화된 권력과 동시대이다.

픽토그램에서 음절 문자로, 그리고 알파벳 문자로 이동하는 것이 문자 진화의 고전적 전개 과정이다. 먼저, 하나의 물체를 그리는 그림 문자가 발생하였으며, 이어서 하나의 단어를 표시하는 낱말 문자(logogram)가 생겨났다. 이 같은 문자 전개의 시나리오에서 다양한 변이형이 존재하는 것은 물론이다. 수메르 문명의 세계적 권위자인 보테로(Jean Bottero)는, 픽토그램을 최초의 문자 기호로 간주하고 있는데, 그가 든 대표적인 예는 ‘소’라는 단어의 진화로서, 그것의 문자는 소머리 그림으로 시작하여 점차적으로 추상적인 수메르의 설형 문자로 진화한 것을 해명하였다.

하지만 일군의 문자사가들은 문자의 기원이 회화적이라는 것에 의문을 품기도 한다. 그들에 따르면 지난 80년 동안 인류 최초의 도시 문명 발생지인 우룩(Uruk)에서 발견된 900개의 기호들 가운데, 매우 한정된 수의 문자만이 ‘픽토그램’이었다는 것이다. 이들에 따르면 최초의 기호들은 로고그래픽, 즉 사물 보다는 단어를 표상했다는 것이다.

어쨌든, 문자의 진화와 관련된 연구에서 도달한 대체적인 견해의 일치는, 문자 진화의 최종적 단계인 알파벳 문자, 즉 표음 문자에 이르기 전에 문자의 역사는 오랜 시간을 두고 축적된 일련의 점진적 시도들로 이루어진 것이라는 점이다.<sup>22)</sup>

그런데 이 같은 테제에 반기를 드는 학자들이 있는데, 이들 가운데 한명은 영국 언어학자 해리스(Roy Harris)이다. [문자의 기원]<sup>23)</sup>에서, 그는 앞서 문자 진화의 일반론으로 제시된 내용을 진화론적 환상이라 명명하고, 호된 비판의 날을 세운다. 그

22) 최근에 이루어진 문자 연구의 성과에 대한 종합적 평가에 대해서는 다음 논문 참조. Achille Weinberg, “L’écriture: un tremplin pour la pensée” Sciences humaines n.109, 2000.

23) Roy Harris, *The Origin of Writing*, Oxford, Oxford University Press, 1986.

같은 문자 진화론의 요체는 문자의 역사를 점증적인 발전으로 간주하면서 음성 언어의 재현과 표기를 향한 필연적인 과정으로 보는 데 있다. 해리스는 문자는 음성 언어의 ‘그래픽적’ 반향이 아니라, 자신의 고유한 자율성을 지니는 사고의 표상 체계이다. 설형 문자, 상형문자 등 모두 구술언어와 독립된 기호 체계들을 형성하고 있다는 것으로서, 마치 수학적 상징 부호들이라는 수학 문자가 특정 발음과 독립되는 경우와 매일반이라는 것이다. 요컨대, 그래픽 표기는 음성 언어의 단어 표상과 독립하여 의미를 전달할 수 있다. 이 같은 문자 체계의 확대와 그것의 독립성에 대한 가장 철저하면서도 심오한 사상을 제시한 것은 프랑스의 철학자 데리다라고 할 수 있을 것이다.<sup>24)</sup>

따라서 이 같은 문자의 기호학 또는 그라마톨로지의 사상에서 문자는 음성 언어의 단순한 운반체가 아니라, 주요 문화적 발명이 될 것이다. 이를테면 문자는 지적 테크놀로지가 될 것이며, 인간의 사고 표상 체계이며 동시에 인간의 인지 구조에 지대한 영향을 미칠 수 있는 매체이다.

이 같은 맥락에서 영국인 인류학자 구디는 문자 언어와 음성 언어의 관계를 자신의 고유한 이론을 통하여 천착한 대표적 학자라 할 수 있다.<sup>25)</sup> 그에 따르면 문자 언어를 통한 지식 저장의 가능성은 구술 문화에 견주어서 근본적인 장점이다. 예컨대, 문자 기록을 통한 목록체의 설정은 단지 기억력의 수단에 그치는 것이 아니라, 다양한 형식의 분류 체계를 만들어 내며, 그 결과 이론적 성찰을 하도록 만든다. 더구나, 문자는 여러 분류 방법들에 대한 비교를 통하여 체계적인 지식을 구성하는 것을 가능케 한다. 또한 문자 언어는 시간과 공간의 경계를 넘어서 사고의 내용을 재구성하고, 메시지의 의도를 파악하게 해준다. 또한 스스로 글을 쓰면서 스스로에 대한 성찰을 개진한다는 점에서 문자는 반성적 성격을 갖는다고 할 수 있다. 이를테면 하나의 글을 작성하면서 단어들을 제어하고, 문장을 다시 쓰고, 생각을 다시 표현하고

24) Jacques Derrida, *De la grammatologie*, Paris, Minuit, 1967.

25) Jack Goody, *The Logic of Writing and the Organization of Society*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986.

하는 일련의 반성적 작업들은 순간적으로 발화되는 말에서는 그 정도가 문자에 비해 더 떨어진다. 진화론에 토대를 둔 인지 심리학자 도널드 역시 유사한 논증을 전개한 바 있다. 그의 주저인 ‘문자와 인간 정신’에서 문자가 인간의 진화에서 새로운 단계로 도약한 결정적 사건이라고 진술하고 있다.<sup>26)</sup> 문자는 집단적인 외재적 기억과 동일한 가치를 지니는 것으로서 그것의 저장 능력은 무한하다는 점에서, 문자과정 자체가 관념들의(재)공식화와 연속적인 완벽화를 가능케 한다는 것이다.

요컨대, ‘쓰기’와 ‘읽기’는 논문, 책, 시론 등의 다양한 글쓰기 방식을 만들어내며, 일련의 긴 사고들의 체계를 만들어낸다. 반면, 혼자말로 이루어지는 구술적인 성찰은 한계가 그어져 있다. 옹에 따르면, 문자는 기억화, 추상화, 비판적 대질, 탈문맥화를 선호하면서, 사고를 재구조화 시키는 것을 가능케 한다.<sup>27)</sup> 요컨대, 문자는 인류의 사고의 표상 체계에서 결정적인 진보를 표시하는 성취이다.

문자의 발명으로 인해서 야기된 이 같은 인지적, 문화적 혁명의 정확한 단계들과 양상들을 알 필요가 있다. 그런데 앞서 언급한 구디의 경우, 문자 문화와 구술 문화 사이에서 절대적 경계를 작동시키는 것을 거부한다. 주지하다시피, 인류학과 역사학에서 이루어진 고전적인 재단에 따라서 식자 사회와 구술 사회 사이에서 일종의 문화적 경계의 선이 그어졌다. 이를테면, 한편에서는 이야기, 전설, 신화의 세계가 지배하며, 다른 한편에서는 합리성, 과학, 철학의 세계가 지배한다. 동일한 원리에 따라서 역사가들은 선사 시대와 역사 시대를 갈라놓는 경계를 문자의 발명을 통해서 그어 놓았다.

그런데 맥루한과 옹 등이 주장한 이 같은 이분법적 사유와 달리, 다른 연구자들, 이를테면 스크리브너와 쿨의 공저로 이루어진 『식자 문화의 심리학』에서 구술 문화와 식자 문화 사이의 지나치게 선명한 이분법에 수정을 가할 필요가 있다는 것이

26) Merlin Donald, *Origins of the Modern Mind: Three stages in evolution of culture and cognition*, Cambridge, CA., Harvard University Press, 1991.

27) Walter Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, New York and London, Routledge, 2nd ed., 2002(1982).

다.<sup>28)</sup> 이들 저자들에 따르면 추상화, 체계적 분류, 합리적 사고는 구술 문화에서도 생소하지 않다는 것이다.

뿐만 아니라, 오늘날 적지 않은 학자들에 의해서 수용되고 있는 사실은 과학, 철학, 역사의 출현을 목격한 그리스 문명 기적의 상당 부분은 구술 문화의 틀 속에서 실현되었다는 점이다. 이를테면 문자가 과연 그리스의 과학과 철학의 기원 한 복판에 놓여 있는가라는 고전적 물음이 제기되었다. 이미 오래 전부터, 역사학자들은 그리스에서 기원전 5세기에 생산된 지적 혁명의 원인들에 대해서 문자의 역할과 관련시켜 논의를 했다. 알려진 것처럼, 기원전 5세기는 철학, 비극, 역사학, 과학의 동시 대적 창발을 목격한 인류 문화의 가장 중요한 성취가 이루어진 시기이다. 이 문제를 오래 동안 천착했던 하벨록에 따르면, 문자는 이 같은 정신적 혁명의 결정적 요소였다는 것이다. 알파벳 문자는 페니키아인들로부터 수입되어 기원전 7세기에 최초로 그리스에서 출현하며 바로 그리스 문화의 기적의 시기인 기원전 5세기에 안정적으로 정착된다. 하벨록에 따르면, 그리스 알파벳의 발명은 인류 문화의 역사에서 일대 사건을 표상하는 것으로서, 그리스 문화의 두 기둥이라 할 수 있는 문학과 과학을 낳는 기술이자, 지식 매체이며 문화적 동력이었다는 것이다.<sup>29)</sup> 실제로 알파벳 문자는 당시 고대 그리스에서 통용되던 산문의 채집과 전사를 가능케 했으며 구술성에 따른 제약을 단숨에 극복했다. 요컨대 구술성의 한계는, 기억력의 유한성, 이야기 형식의 한정, 시의 리듬화된 시퀀스 등을 손꼽을 수 있다. 반면, 문자와 더불어 사건들의 이야기에서 추상적 원칙들의 설명으로 진술 방식의 질적인 이동을 겪게 된다. 하지만 이 같은 하벨록의 주장 역시 그와는 다른 설명적 가설을 내놓은 학자들에 의해서 반박을 받았다. 이를테면 해리스(W.V. Harris), 로이드(Geoffrey Lloyd)와 같은 역사학자들은 그리스 사고의 대부분은 구술 언어의 틀 속에서 발전되었다는 것이다.

28) Sylvia Scribner & Michael Cole, *The Psychology of Literacy*, Cambridge, CA. Harvard University Press, 1981.

29) Eric Alfred Havelock, *Preface to Plato*, Cambridge, CA., Harvard University Press, 1963.

예컨대, 구술적 토론(법률, 정치)과 수사학의 비약은 합리적 추론의 비약과 과학적 철학적 증명의 비약에서 역할을 맡았다.<sup>30)</sup> 로이드에 따르면 피타고라스도 소크라테스도 문자라는 매체의 틀 속에서 그들의 사고를 개발하지 않았다. 플라톤 작품의 정수가 비록 문자로 작성되기는 했으나, 대화라는 구술적 틀 속에서 각인되었다는 것이다. 프랑스의 그리스 문학 권위자인 뒤퐁 교수 역시 “고대 문학”이라는 개념이 얼마나 근대적인 개념에 의해서 구성된 창조물인가를 보여준 바 있거니와, 그리스 문학적 생산의 알맹이는 여러 사람들 앞에서 낭송되거나 노래로 불려지기 위한 요량으로 창작된 서정시였다는 것이다.<sup>31)</sup>

위에서 제시된 다양한 견해를 종합할 경우, 다음과 같은 사실로 압축될 수 있을 것이다. 문자는 그리스의 문화적 변천의 중요한 요소 가운데 하나였던 것이었음에 틀림없으나, 그것만으로 그리스 문화를 설명할 수는 없다. 이점에서 하벨록 역시, 문자가 인지적 차원에서 인간의 사고를 혁명화시킨 것은 사실이나, 문자사용의 모든 잠재력을 개발할 수 있기 위해서는 인쇄술의 발명을 기다려야 했다는 점을 인정하고 있다는 점에서, 큰 이견의 일치는 없다고 말할 수 있다.

이 같은 맥락에서 올슨은 문자와 추상적 사고 사이의 기계적 관계를 설정하는 것은 공허하며, 신화의 세계, 선 논리적 사고의 세계 속에 구술 언어를 결부시키는 것도 사태를 그릇되게 설명한다는 주장을 내놓았다. 같은 원리로 과학, 철학, 또는 합리적 사고를 문자의 발명으로부터 파생시키는 것도 온전한 설명이라 할 수 없다. 그에 따르면, 문자는 과학과 이론적 문화의 발달을 위해서 필수적 조건이기는 하지만, 이 같은 조건만으로는 충분하지 않다. 수 십 세기 동안 문자는 정확한 사회적 기능들의 틀 속에 한정되어 왔다. 수메르에서 이집트까지 그리고 동아시아의 한자 문명

30) Geoffrey Lyoyd, *Magie, Raison et Expérience*, Paris, Flammarion, 1990; *The Revolutions of Wisdom: Studies in the claims and practice of Ancient Greek Science*, Berkeley, Berkeley University of California Press, 1995.

31) Florence Dupond, *L'invention de la littérature. De l'ivresse grecque au texte latin*, Paris, La Découverte, 1994.

권에서 문자는 극소수의 필생들과 사대부의 특권이였다. 서구 중세 시대에서도 문자는 사제들의 전유물이었으며, 정치, 종교에 종속되어, 사고의 비판적 도약보다는 사고의 단일주의(monolithism)를 유도할 수 있었다는 것이다.<sup>32)</sup>

문자를 철저히 새로운 지적 도구로 삼기 위해 호출된 이유들(기억의 저장, 작가들 사이의 대화, 형식화의 능력, 반성과 성찰 가능성)은 오랜 역사적 과정의 종말 부분에서야 결합될 수 있었다. 예컨대, 서구의 경우, 16세기에 와서야 인쇄술의 발명으로 인해 가능해진 지식의 대중화와 문자의 민주화와 더불어, 진정한 의미에서 문자 언어의 문명이 도래한 것이다. 이것이 바로 책의 역사에서 한 획을 그은 프랑스의 역사학자 마르탱의 저서 [문자 언어의 역사와 권력]에서<sup>33)</sup> 보여준 바이다.

정리해 보자. 인류의 인지 방식은 복잡한 역사를 갖고 있으며, 문자 언어는 거기서 근본적 역할을 맡았다. 하지만 식자성(literacy)을 연구한 전문가들은 모두 다음과 같은 사실을 수용한다. 이 같은 역사는 결코 직선적이지 않다. 즉, 신화에서 이성으로, 구체적인 것에서 추상적인 것으로, 구술적 이야기에서 문자로 쓰여진 합리적 사고로 직선적으로 이동한 것이 아니며, 인지적 과정들의 이 같은 역사는 보다 미묘하며 복잡한 것으로서, 칼로 두부 자르듯이 미리 설정된 범주들과 간절한 규정 속에 갇혀질 수 없다.

그렇다면, 컴퓨터와 모바일 커뮤니케이션 시대에서 다시 새롭게 부상하는 구술 언어를 어떻게 설명할 것인가. 대부분의 매체 이론가들은 오늘날의 음성 언어는 고유한 자신의 미덕을 갖고 있다는 점을 인정한다.<sup>34)</sup>

현대 사회에서는 문자를 통해서 의미를 고정시키면서 하나의 사건의 중요성을 시각적으로 표상한다. 전형적인 예들로서 계약서, 각종 헌법, 음악 악보와 성서들로서, 문자를 통해서 보존 및 전달된다. 이렇듯 문자 언어는 편재하며 구술 표현에 그늘을

32) David R. Olson, *The World on Paper: The Conceptual and Cognitive Implications of Writing*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994.

33) Henri-Jean Martin, *Histoire et pouvoirs de l'écrit*, Paris, Perrin, 1988.

34) David R. Olson, "L'oralité au pays des livres", in *Sciences humaines* n.159, 2005.

드리우는 것처럼 보인다. 하지만 구술 표현은 여전히 의사소통의 주된 수단을 표상한다. 근대 이후로 대부분의 매체 이론들은 문자로 쓰여진 형식들의 진보와 사회의 진보를 연결시켰다. 대표적인 경우는 루소로서, 그는 사회 형식의 진보와, 그림 문자, 표음 문자, 알파벳 문자 사이의 직접적 관계가 있다는 주장을 전개하였다. 이같은 단선적인 진화론적 개념은 비록 상당부분의 신뢰를 잃기는 했으나, 앞서 검토했듯이, 상당수의 매체 이론가들(Lucien Febvre, Henri-Jean Martin, Jack Goody, Ian Watt, Eric Havelock, Walter Ong, Marshall McLuhan 등)은 각자 나름대로, 구술에서 문자로 이동하면서 발생한 심리적 사회적 변화의 중요성을 강조한 바 있다. 철학자 데리다에 따르면, “표음 문자라는 기정사실은 너무나 육중한 것이어서, 우리의 모든 문화와 과학을 지배하며, 그저 다른 사실들 가운데 존재하는 하나의 사실이 아니다.”<sup>35)</sup>

그렇다면 이 같은 문자 유산에 주어진 중요성에서 예상될 수 있는 것과 달리 문자 언어의 옹호자들이 늘 우위를 점한 것은 아니다. 예컨대, 현대 언어학자들은 소쉬르의 견해를 따라서, 언어를 음성 형식으로 정의했으며, 문자 언어는 음성 언어의 기록 방식에 불과하다고 주장하면서, 음성 언어를 문자 언어보다 우위에 놓았다. 마찬가지로 담화 분석가들은 텍스트라는 개념을 본래의 의미에서 우회시켜서, 구술 담화의 한 파편으로 삼았다. 만약 음성 언어가 한편의 텍스트라면, 문자 언어는 단순한 상기에 불과하다 심리학자들 역시, 문자성의 인지적 장점들을 최소화시켰다.

반대로, 바르트, 데리다, 크리스테바 같은 포스트구조주의자들은 문자의 현존과 영향이 우리의 문화에 도처에 스며들어 있다는 점에서 결정적인 것으로 보았다. 그 결과 그들은 글쓰기(*écriture*)와 같은 새로운 개념을 채택했으며, 식자 문화, 상호 텍스트성 등의 용어를 만들었는데, 그것은 평범한 음성 언어와의 관계에서 독립된 문학 작품의 속성들을 지칭하기 위한 것이었다.

이 같은 논의에도 불구하고, 구술성과 문자 사이의 이론적 대립은 침예성을 상실하지 않았다. 그만큼 ‘쓰기’와 ‘읽기’는 음성 언어로부터 독립된 다양한 존재론적,

---

35) Jacques Derrida, *De la grammatologie*, Paris, Minuit, 1967.

인식론적, 기호학적 위상을 갖고 있기 때문이다. 간단히 말해서, 전문가들의 눈에 자명하게 보인 것은, 구술 언어와 문자 언어는 전통적 문화 속에서 공존하며, 관료 사회에서도 공존하며, 우리의 개인적 심리에서도 공존하며, 계속해서 상이한 역할을 맡았다는 것이다.

그렇다면 몇 가지 근본적 물음을 제기할 수 있을 것이다. 왜 간단한 구술 언어의 사용으로 충분한데, 문자 언어에 의존하는가? 왜 성서는 책의 종교에서 중심적 자리를 차지하는 것인가? 문자의 장점은 이미 알려져 있다. 문자는 시간과 공간 속에서 담화의 보존을 가능케 한다. 이점은 문자의 두 가지 주된 사용 관례를 정당화한다. 역사적 사실들의 기록과 메시지의 발송이 그것이다. 이 같은 의도적 사용 관례는 그렇지만 문자사용의 시작일 뿐이며 다른 의도되지 않은 효과들이 곧 발현된다. 문자를 통한 사료들이 시대를 초월하여 생존하면서 해석의 문제가 결정적이게 된다. 하나의 문자 메시지가 어떻게 자신의 목표물에 도달하고, 이해될 수 있는가? 구술 언어의 경우, 그것이 발송된 메시지들의 적절한 이해를 보장하는 장치들이 가능하다. 이 같은 절차들은 언어의 자원들을 포함하며, 억양 등을 비롯하여 다른 많은 정보 요소들을 담아내고 있다. 대화 상대자들에 의해서 공유된 지식들 속에서 진행되는 사건, 대화 상대자들의 사회적 정체성에 의해서 정보가 제공된다. 반면, 문자 시스템은 구술 언어적 생산의 몇 가지 양상만을 유지할 뿐이다. 음성 언어의 악센트와 억양을 옮길 수 없으며, 머리를 젓거나 눈을 찌푸리는 몸짓들을 옮길 수 없다. 몸짓은 구술 담화에서 정확한 해석에 유용한 표현의 세부 사항이다.

더구나, 하나의 발화체가 문자 언어를 도움으로, 시간이나 공간에서 이동할 때, 그것이 본래 목표로 삼은 것과 다른 상이한 ‘오디언스’에 도달할 수 있다. 뿐만 아니라, 문자 언어는 작가의 통제력과 제어 영역에서 벗어나면서, 문자로 쓰여진 발화체는 복잡한 해석을 요구하는 괄호 속에 놓인다. 왜냐하면 그것의 수용자는 본래의 일차적 수신자가 아니었기 때문이다. 본래 텍스트의 정확한 해석을 복원하는 어려움 또는 불가능성은 문자 언어에 비해서 구술 언어의 우세를 선포하게 만들기도 했다. 프랑스의 역사학자 미슐레(Michelet)는 이렇게 말한 바 있다.

“아무리 완벽한 녹음기라도 대화를 재생할 수 있는가? 아니다! 그것은 내가 말한 것을 재생할 뿐이며, 아니 심지어 내가 말한 것조차 재생할 수 없다. 시선과 몸짓 말이다. 나의 현존과 나의 인물은 나의 강의에서 엄청난 부분이다.”<sup>36)</sup>

이 같은 문자 언어의 단점은 세 가지 중요한 파급 결과를 낳는다.

첫째, 저자는 그가 발송한 발화체의 해석의 제어를 상실한다. 공간적, 시간적 거리와 편찬, 즉 저자의 의도와 발화체에 부여된 의미 사이에서 편차가 발생한다. 문자를 통한 발송, 괄호 넣기처럼, 문장의 의미와 저자의 의도 상의 간극을 열어놓는다. 따라서 저자들은 만약 자신들이 발송한 의미를 보존하고 발송하기를 원한다면 특별한 노력을 해야 한다. 언어학자 해리스(Roy Harris)에 따르면, 문자 발달의 역사는 본질적으로 인간이 구술에서 문자로 이동하면서 상실했던 모든 것을 회복하기 위해서 배치한 노력들의 역사이다. 발화 작용의 맥락, 메시지의 맥락, 몸짓들, 억양들, 그리고 인토네이션 등, 문자로 쓰여진 문장의 맥락에서 문법적 기호들과 세심하게 코드화된 부호들에서 그 같은 노력들이 이루어진다. 문자로 쓰여진 문장을 사유한다는 것은, 곧 그것의 어휘 구조와 통사가 수신자가 의미를 복원할 수 있도록 만들어 주는 최대한의 지표들에 대해서 주의를 기울인다는 것을 말한다.

여기서 주목할 사실은 문자 텍스트의 통합성에 대한 믿음은 근대인들의 정신 속에서 존재하는 특이한 자질이라는 점이다. 근대인들의 노력은 독자가 정확한 의미에 도달하는 것을 확실하게 만들기 위해서 명료하고 투명한 글쓰기를 추구하는 데 있다.

문자 언어의 두 번째 약점은 그것이 모든 구술 담화의 장치를 통해서 지원되어야 한다는 사실에 있다. 최근까지도, 텍스트는 큰 소리로 낭송되기 위해서 쓰여졌다. 하지만 묵독을 위해서 작성되어도 모든 텍스트는 다중적 해석을 산출할 수 밖에 없다. 법원, 상아탑, 교회에서는 이 같은 해석들에 대한 주석을 다는 데 평생을 보내는 사람들이 존재한다. 그리고 권력과 지식의 복잡한 관계 속에서 어떤 해석들을 적법한 것으로, 어떤 것들을 이단으로 규정한다.

36) Michelet, *Cours de Collège de France*, tome 1, Paris, Gallimard, 1995.

이 같은 맥락에서 프랑스의 역사학자 와쿠에는 16세기부터 오늘날까지, 서구 문화는 “유식한 구술성 *oralité savante*”를 구비하고 있었다는 주장을 내놓기도 한다. 그 같은 고급 문화의 구술성에서 음성적 담화는 단지 여백과 비형식성 속에서 작동한 것이 아니라, 문자와 더불어 고급문화에서 유럽의 의회에서, 과학에서, 예술에서, 인문학에서 중심적 자리를 차지하고 있다는 것이다. 서구의 인쇄 문명에서 지식인들은 단지 많이 말을 했을 뿐만 아니라, 그들이 강력한 인지적 가치를 부여했던 구술성에 지속적인 신뢰를 표현하였다는 것이 그 논지의 핵심이다.<sup>37)</sup>

세 번째 과급 결과는 문자 언어의 제어는 쓰는 사람과 읽는 사람 양쪽에서 새로운 능력을 요구한다는 사실이다. 문자 텍스트는 발화체의 언어적 능력만을 유지할 뿐이다. 문자의 역사는 바로 구술 담화가 문자로 이동하면서 감수되는 의미의 상실을 보상하기 위해서 인간들에 의해서 배치되는 노력들의 역사이다. 구술에서 화자는 문자보다 훨씬 더 많은 재원을 갖고 있다. 텍스트는 커뮤니케이션에서 비언어적인 양상들을 복원하기 위해서 어휘적, 문법적 대치물을 발명해야 한다. 심리학자들은 이렇게 말한다. 우리의 문자 어휘는 그 볼륨에서 우리의 구술 어휘를 훨씬 더 초과한다. 왜냐하면 우리는 구술적 표현에서 잃어버린 것을 이해하기 위해서 문자로 쓰여진 더 많은 단어들을 필요로 하기 때문이다. 예컨대, 편집자들은 구두법, 괄호, 어법 등 다양한 그래픽의 장치에 의존한다. 그 같은 그래픽 장치를 통해서 구술 언어에서 암묵적인 것으로 남아 있던 언어적 양상들을 보다 명시적으로 만들고, 반성적으로 만들고, 제어할 수 있다.

하지만, 문자 언어의 명시적 특징을 통해 우리는 계약서, 법률, 과학 논문에서 더 많은 상호 이해에 도달할 수 있다. 인간의 신념과 사고는 고정된 것이 아니라 흐르는 것이며, 서로 연결되어 있다. 음성 언어라는 구술적 매체의 한계는 우리의 사고에 특정인지 구조를 부과시킨다. 마찬가지로, 문자는 우리의 담화에 다른 틀을 부과

---

37) Françoise Waquet, *Parler comme un livre. L'oralité et le savoir(xvi-xxe siècles)*, Albin Michel, 2003.

시키며, 글쓰기는 자신의 사고를 조직화 시키는 것이며, 그것에 보다 엄밀한 구조를 부여하는 것이다.

## 제2 절 문자와 영상: 문자와 영상의 기호학적 속성의 차이

사진을 비롯한 영상 이미지는 (최소한 디지털 사진 이미지의 허위적 조작을 차치한다면) 진정한 시각적 메시지의 원형으로 간주된다. 그 이유는 간단하다. 사실들과의 대응(correspondence)에서 의미론적 기준을 충족시키기 때문이다. 따라서 예컨대, 주요 상황에서 사진 이미지는 법정에서 증거 자료로 인정되고 있으며, 구술 언어적 증언을 대신할 수도 있다. 법률적 관점에서, 진리 또는 객관적 사실은 기표와 그것의 지시체적 대상체 사이의 대응이라는 의미에서 사진 이미지로부터 도출될 수 있다. 보다 전문적인 술어, 즉 기호학적 용어로 풀이하자면, 사진 이미지의 기표와 그것이 기술하는 대상체와의 대응은 퍼스(Peirce)가 매우 치밀하게 분석한 사진의 지표적, 도상적 본질에 토대를 둔다. 이를테면 사진 이미지들은 그것들의 도상적 본질 때문에 기술된(묘사된) 세계에 대응한다.<sup>38)</sup> 유사성에 의한 이 같은 기호와 대상과의 대응에 참가하여, 사진 이미지는 묘사된 대상과의 근접성에 의해서도 대응한다. 즉, 모든 사진 이미지의 생산은 위조가 아닌 이상, 실제 대상이 존재해야 한다. 따라서 기표(기호)와 그것의 지시체적 대상 사이에는 물리적 연계성이 존재한다.<sup>39)</sup> 이 같은 이미지 생산 맥락에서 존재하는 인과율의 관계로 인해서, 사진 이미지는 대표적인 지표 기호로서 정의된다. 바로 이 같은 지표적 본질 때문에 사진 이미지의 기호를 그것이 묘사하는 대상체의 존재를 진술하는 객관적 증거 또는 자료로서 간주할 수

38) Charles Sanders Peirce, *Collected Papers*(=통상 CP로 약함), Cambridge, CA, Harvard University Press, 1931~58, 2.281(vol.2, 단락 281) (we know that they are in certain respects exactly like the objects they represent.

39) *Ibid.*, “photographs have been produced under such circumstances that they were physically forced to correspond point by point to nature.”

있는 것이다. 바로 이 같은 맥락에서 바르트 역시 사진은 ‘지나간 과거 현실의 도래’(emanation of past reality)라고 명명했던 것이다. 즉 사진 이미지의 인지적 핵심은, 바로 그 이미지의 내용이 과거의 한 시점에서 반드시 존재했었다는 메시지이다.<sup>40)</sup>

하지만 앞서 지적된 사진의 현실적 대응성은 얼마든지 조작되거나 변형될 수 있다. 뿐만 아니라, 사진을 비롯한 영상 이미지를 보는 사람은 존재하지 않는 대상의 환영적, 기만적 인상에 사로잡힐 수도 있다. 영상 매체의 기만적 잠재력은 이미 사진의 초기 역사에서 인정된 바이다. 다양한 색채의 필터링과 이중 노출, 몽타주 등을 통해서 현실에서 존재하지 않는 오브제가 이미지의 장면에 출현할 수 있다는 점에서, 영상 매체는 그 자체가 조작, 기만, 위조 등의 늪에 빠질 수 있는 소지가 있다. 특히 컴퓨터 그래픽스에서 이루어진 최근의 기술적 발달은 이미지의 혼합, 왜곡, 시뮬레이션 등으로 영상 매체의 기만적 잠재력을 제고시켰다.

통사적 차원에서 문자 언어와 영상 언어의 근본적 차이는 다음과 같이 설명되었다. 문자 언어에서는 문장들이 참이거나 거짓으로 판별될 수 있는 반면, 단어 자체는 진리도 참도 아니다. 예를 들어서, ‘고양이가 양탄자 위에 있다’라는 문장은 참이거나 거짓이지만, 개별 단어, 고양이와 양탄자 자체는 참도 거짓도 아니다. 진리가(truth value)는 하나의 주어 또는 논항(argument)이 서술어와 통사적 관계에 놓인 문장들이나 명제에서 도출된다. 그렇다면 이미지와 픽처 등, 영상 언어에서 시각적 기호들의 통사적 접속사를 발견하는 것이 가능한가? 미술사학자 고프리치(Gombrich)와 언어철학자 포더(Fodor) 등, 기존의 설명에 따르면, 영상 이미지는 단어들이나 언어적 명제가 존재하지 않는다. 피스의 전문 용어로 말하자면, 영상에는 문자 언어와 달리, 단어 기호(rhema)도 명제 기호(dicent)도 존재하지 않는다. 영상 이미지는 단지 대상들을 재현(표상)하는 것인지, 아니면 대상들에 대한 서술과 더불어 대상을 표상하는 것인지를 물음이 제기된다. 기존의 이론들은 다음 세 가지 이유에서 시각

---

40) Roland Barthes, *Camera Lucida: Reflections on Photography*, New York, Hill and Wang, 1981.

적 표상에 대한 이론을 부정적으로 판단한다. 크게 세 개의 논증은 맥락적 미완결성(contextual incompleteness), 비세분성(non-segmentability), 명제 기호의 모호성(dicentric vagueness)으로 정리된다.

첫째, 맥락적 미완결성의 논증을 최초로 주장한 학자는 미술사학자 고프리치이다.<sup>41)</sup> 그의 견해에 따르면, 픽처(picture) 만으로는 참과 거짓의 진술로서 기능할 수 없으며, 오직 픽처에 캡션이나 라벨이 동반될 때, 그로 인해서 결과되는 텍스트-픽처가 참이거나 거짓인 명제를 수반할 수 있다는 것이다. 논리학자 베넷 역시 픽처들은 그 자체로는 참도 거짓도 아니며, 단지 참이거나 거짓일 수 있는 사물들의 부분들이라는 것이다.<sup>42)</sup>

또한 텍스트-픽처의 구성에서도 이미지는 문자 언어의 명제에서 단어가 맡는 기능과 달리, 서술어로서 기능하지 않으며, 단지 명제의 논항으로서 기능할 수 있다. 픽처가 논항으로 작동하건 서술어로 작동하건, 공통점은 미완결된 기호 메시지로 머무르며, 언어 메시지와 결합하여 나타날 때 비로소 명제 기호의 한 부분으로서 기능한다는 것이다. 하지만 일부 기호학자들은 영상 이미지의 메시지가 오직 그것의 언어적 정박(anchor)에 의해서 완결될 수 있다는 테제는 회화적 표상(pictorial representation)에 대한 현재의 이론에서 발견되는 로고스 중심적 편견의 징표라고 비판하기도 한다. 언어적 정박 없는 픽처들과 이미지들이 얼마든지 가능하다는 것이다.<sup>43)</sup> 영상 언어의 근본적 한계로서 제시된 것은 비세분성 논증으로서, 그림 메시지에서 논항-서술어 구조의 명제 기호의 이원성을 발견할 수 없다는 논지로 정리된다. 미국의 언어철학자 포더는 자연 언어에서 단어들이 맡는 역할을 개별 픽처들이 담당하는 Iconic English를 가정하면서, 그 같은 그림 언어(pictorial language)는 존재할 수 없다는 단언을 내린다. 왜냐하면 논항과 서술어의 선조성을 구비한 명제 구조와 달리, 선조성

41) Ernst Gombrich, *Art and Illusion*, London, Phaidon, 1960, pp.58~59.

42) John Benett, "Depiction and convention", *the Monist* 58, 1974, pp.255~268.

43) 이점에 대해서는 다음 논문 참조. Nöth, "Can pictures lie?" in: *Semiotics of the Media*, Edited by Winfried Nöth, Mouton de Gruyter, Berlin.New York, 1997.

이 부재하는 영상 언어에서 그림 단어(pictorial words)는 하나의 명제적 전체로서 해석될 수 있는 가능성이 없기 때문이다. 그는 한 가지 예로서, 영어로 John을 녹색으로 그린 그림은 결코 John is green 이라는 명제를 의미할 수 없으며, 아무 것도 의미하지 못한다고 단정한다.<sup>44)</sup> 반면, 이 같은 비세분성 주장에 맞서서, 영상 이미지에 대한 지각과 인지 작용 차원에서 시간적 논항들 역시 세분적으로(segmentally) 결정될 수 있다는 주장도 만만치 않다. 이를테면 영상 이미지를 구성하는 낱낱의 형상들은 시각적 게슈탈트(visual gestalten), 즉 인지적 경험의 패턴들로서 지각되는 형상을 갖는다는 점에서 이것들은 자연 언어의 명사로 번역될 수 있다는 것이다. 뿐만 아니라, 시각적 서술어들은 문자의 서술어처럼, 성질, 관계, 행동을 표상할 수 있다는 것이다.

영상 언어의 명제적 구조의 결여를 주장하기 위해서 제시되는 이유는 모호성이다. 즉, 그림 메시지는 너무나 중의적이며, 모호하며(vague), 다의적이라는 것이다. 따라서 영상 이미지는 진리나 허위를 증명하는 데 사용될 수 없다는 것이다. 이미지의 모호성과 관련하여 비트겐슈타인은 흥미로운 예를 제시한 바 있다. 산의 언덕을 올라가는 사람의 그림은, 앞으로 진행하면서 올라가는 사람의 모습에 대한 그림일 수도 있으나, 반대로 계속해서 뒤로 미끄러지는 모습의 그림일 수도 있다.<sup>45)</sup> 콰브리치 역시, 영상 이미지는 문자와 달리 단언적 잠재력을 갖고 있지 못하다는 주장을 전개한 바 있다. 문제는 이 같은 이미지의 다의성이 문자 언어에서도 늘 상존한다는 사실로 인해서, 영상 언어의 고유한 속성으로 보기에 논란의 여지가 적지 않다는 사실이다.

---

44) Jerry A.Fodor, "Imagistic representation", in: Block, Ned(ed). *Imagery*, 63 ~ 86, Cambridge, MA: MIT Press, 1981.

45) Ludwig, Wittgenstein, *Philosophical Investigations*, Oxford, Blackwell, 2001.

## 제 5 장 디지털 이미지의 존재론과 인식론

### 제 1 절 디지털 이미지의 존재론적 변화

디지털 이미지는 모든 조작에 열려져 있기 때문에, 빈번하게 실제(réel)와 그것의 재현 사이의 관계를 변질시킬 수 있다는 비난을 산다. 지난 수십 년 동안 진행된 디지털 미디어 역사는 이 같은 물음이 기술적 문제 뿐만 아니라, 이미지 사용의 맥락에 기인한다는 점을 일러준다.

디지털 이미지의 일반화는 진정한 문화적 혁명을 경험하게 만드는가라는 물음을 제기해 볼 수 있다. 이미지들의 디지털화는 정보 경제를 변형시켰으며, 이미지의 생산 비용을 저렴하게 만들고, 이동가능하게 만들고, 무제한적 재사용을 가능하게 만들었다. 하지만, 특히 디지털 파일은 사진 현상을 대체하였으며, 이미지의 진정성에 대한 의심을 하게 만들었다. 그것은 실재의 복사본이 아니며, 축지 가능하며 믿을 수 있는 흔적이 아니라, 가상 이미지로서, 마음대로 조작될 수 있다. 하지만, 이 같은 투박한 대립은 근본적으로 오류이다. 19세기 초의 사진 이미지는 오늘날의 디지털 이미지 보다 더 참도 더 거짓도 아니었다. 단지 다른 맥락에서 생산된 것이다. 그런데 하나의 이미지의 진리를 믿을 수 있도록 하는 것은 이미지 생산의 기술적 조건들이 아니라, 영상 커뮤니케이션이 등록된 내부에서 작동하는 커뮤니케이션의 규약시스템이다. 디지털 이미지는 먼저, 오늘날 그것을 사용하는 상이한 활동 영역들의 차원에서, 그리고 디지털 이미지가 속하는 커뮤니케이션 기능 차원에서 재검토될 필요가 있다.

디지털 이미지는 영상 매체들의 상이한 수준들에서 도입되었다. 70년대 말부터, 단기적으로 정보의 디지털 처리가 텔레비전 이미지의 운반과 생산에 적용될 것이라는 것을 간파했다. 하지만 영화에서 아무도 대형 스크린 위에서 아날로그 이미지의

품질에 도달하기 위해서 필요한 이미지의 처리 능력이 그렇게 단기간에 이루어질 것이라고는 예상하지 못했다. 인터넷이 디지털 이미지 생산의 강력한 역동성을 창조하면서 1998년, 이미지 운반의 벡터로 자리잡을 것이라는 예측을 내놓은 사람도 없었다.

오늘날, 텔레비전의 세계에서, 기존의 아날로그 시청 행위는 단순히 디지털 환경 속에서 재편된다. 오늘날 텔레비전은 방영된 이미지들을 제어하는 영역이다. 그 생산은 컴퓨터 과학이 제공하는 모든 용이함의 이점을 누린다. 모든 아카이브는 디지털화되었다. 하지만 방송들의 시각적 스타일은 전체적으로 특별하게 디지털 시각의 사용에 의해서 영향을 받지 않았으며, 차라리 변형된 것은 이미지의 일반 경제이다.<sup>46)</sup>

영화 영역에서 역시 비록 헐리우드 영화가 여전히 이미지의 전통적 촬영을 사용하지만, 디지털 이미지 기술은 애니메이션을 위주로 특수효과 등 생산의 모든 영역에서 중요한 위치를 점유한다.

디지털 이미지에 가해지는 비난은 사진 이미지의 신뢰 계약을 파기했다는 것이다. 기존 사진술의 필름에서 빛은 중계 없이, 과거에 존재했던 것의 충실한 흔적을 구비했다. 사진과 영화는 솔직한 시각을 우리에게 제공한다고 믿겨졌다. 현실이 변질되지 않았기 때문이다. 디지털 이미지는 실재와의 이 같은 충실성과 더불어 철저하게 단절한다. 디지털 파일의 형식을 취하며, 현상에 앞서서 마음대로 현실화되고 모든 종류의 변형을 감수할 수 있다. 전적으로 새로운 기술적 가능성들은 이미지의 토대 그 자체에서 작동되는 것을 가능케 한다. 왜냐하면 파일의 조작은, 판독될 수 없기 때문이다. 수많은 위조의 가능성들이 상존한다.

이미지 변형의 의미와 대응은 실제로 커뮤니케이션 체제에 따라서 평가된다. 예컨대, 광고 이미지에 대해서 재작업하는 것은, 텔레비전 시사의 주제, 멀티미디어 작품을 구성하는 이미지들을 조작하는 것과 전혀 동일한 의미를 갖고 있지 않다. 상업

---

46) cf. Catherine Bertho Lavenir, "Les plaisirs perverts de l'image numérique", Sciences humaines, 2004, N.43.

이미지의 조작과 달리 공공방송에서 그것은 심각한 정보 계약의 단절이다. 세 번째 것은 창작 작품을 만드는 것이다. 예를 들어서, 세계적 패션모델의 이미지에서 하반신을 날씬하고 길게 보이는 작업은 거의 사진 작업에서 상식에 속한다.

정보 영역에서 실재와의 충실성 개념은 핵심적이다. 하지만, 아날로그 사진과 영화 역시 실재와의 이상적인 적합성에 부응하지 않는다.

MIT 교수인 윌리엄 미첼(William Mitchell)은 디지털 이미지의 도래에 가장 큰 중요성을 부여한 지식인 가운데 한 명이다. 그에 따르면, 사진은 디지털 기술들의 출현 이전에는 데카르트 전통과 결합되었다. 즉 이성의 사용, 합리적 방법, 연구자의 주체성을 배제할 수 있는 도구들의 사용을 통해서 객관적 지식의 탐구를 촉진시켰다.

모더니티에 해당되는 이 같은 틀 속에서 사진 기구는 관찰하는 것의 흔적들을 정밀하게 고정할 수 있는 것을 가능케 하는 데카르트적 이상형의 도구로서 파악되었다. 인간적 편견과 사건의 부재(왜냐하면 필름에서 빛의 고정 과정은 기계적이기 때문이다)는 과학적 표준 절차들과 접맥된다. 사진 이미지는 그것이 고정시킨 것의 현실 증거의 위상을 획득하였다.

미첼에 따르면 디지털 이미지는 이 같은 믿음을 산산조각냈다. 그것은 과거 회고적으로, 이 같은 믿음이 견고한 것에 기초하지 않는다는 것을 보여준다. 기계적 사진 이미지는 해석에 달려 있다. 그것의 수미일관성, 그것의 개연성, 심지어 그것의 근원은 빈번하게 문제가 될 수 있다. 디지털 이미지의 증식은 처방이 곤란할 정도로 사진의 오랜 정통성의 안정성을 불안정하게 만들며, 그래픽 커뮤니케이션의 기존의 규칙들을 탈색시키며, 이미지 생산과 교환의 문제에 있어서 관례들을 해체한다고 본다. 디지털 이미지는 전혀 다른 규칙에 기초하여 기능 작동하기 때문이다. 마음대로 복제될 수 있는 디지털 이미지는 원본이 없으며, 작가 개념을 엄밀하게 고수하는 것을 어렵게 만든다. 그것은 또한 이미지의 생산자와 소비자 사이의 구별을 흐릿하게 만든다. 왜냐하면 소비자는 자신에게 전달된 이미지들로부터 새로운 이미지를 창조할 수 있기 때문이다. 끝으로, 디지털 이미지는 그것의 소재 문제를 민감하게 만든다. 지구의 여러 장소에서 동일한 것을 다시 찾을 수 있기 때문이다. 새로운 커

뮤니케이션 수준들 덕분에 모든 사람들에게 접근될 수 있기 때문이다.

사진 이미지는 전 세계를 순환하는 초고속 인터넷 속에서 순환하는 정보 파편이 되었으며, 마치 DNA처럼, 수용, 변형, 재조합될 수 있다.

그런데 전형적으로 포스트모던한 이 같은 분석은 웰(Liz Well)<sup>47)</sup>에 의해서 비판받는다. 그녀는 미첼의 기술 결정주의를 비난하면서 기술 자체로부터 그것의 가능한 사용자들을 도출하는 결정주의와 그것이 출현하는 맥락을 망각하는 것을 경계한다. 특히 창조된 상황이 전대미문의 것이라는 생각을 부정한다. 아울러 영상 문화를 합리적 논리의 문제로 환원하는 것도 비판한다. 이미지와, 이미지가 세계와 맺는 방식을 사유할 수 있는 다른 방식들을 무시해서는 안 될 것이다. 이미지의 감동적 전복적 능력, 그것이 제기하는 불편한 문제들, 그것이 상상하도록 만드는 대안적 세계들을 말하고 고려해야 할 것이다.

## 제2 절 영상 이미지의 가상성과 시선의 변형

대략 20여 년 전부터 우리가 목도하고 있는, 새로운 세계 표상 체제로서의 디지털 시스템 확산의 신속성과 파워는 과히 인류 문명사적 변동을 예고한다. 점차적으로 가상 이미지는 기존의 직접적 시선을 대체하는 경향을 보여준다. 우리가 두 발을 딛고 사는 땅의 장소들에 대해서 우리가 육안으로 직접 보던 것들을 이제는 디지털 영상 이미지로 간접적 경험을 하게 된다. 직접적 시선으로부터 이 같은 디지털의 가상적 이미지에로의 변화 기제는 물론 시각적 표상의 역사에서 보면 전대미문의 것이라 할 수는 없다. 이를테면 가상 이미지는 오랜 기간 축적된 과정의 현대적 표현일 뿐이다. 바로 오랜 시간을 통해서 축적된 이 같은 계보를 통해서 가상 이미지는 자신의 힘을 도출하고 있으며, 그것의 참신성을 확보한다. 영상콘텐츠의 편재화라는 기획 주제 아래서 우리는 두 가지 문제를 제기하고자 한다. 이 같은 가상 이미지들

---

47) Liz Wells, *Photography: A critical introduction*, Routledge, 2009

은 과연 어떤 방식으로 우리의 시선을 모델화할 것인가? 특히, 그 같은 가상 이미지들은 특정 장소에서 거주하는 방식을 비롯하여, 지상에서 삶을 영위하는 인간 존재의 의미를 변화시킬 것인가? 강조하거나, 인간의 육체를 사용한 체현된 시선을 인공적 기구로 대체한 계보에는 그리스인들의 피그말리온에서 유대 전통의 골렘을 비롯하여 유구한 전통이 축적되어 있다.

먼저 공간의 가상적 표상 시스템의 전면적 확대에 대해서 주목해 보자. 특정 장소의 이미지를 제작하는 방식은 사람들이 공간을 거주하는 방식을 알려주는 탁월한 지표이다. 이 같은 기본 전제에서 출발하여, 두 가지의 상보적 방법론적 노선을 취할 수 있을 것이다. 첫째는, 이탈리아 회화에서 원근법의 출현을 연구하기 위해서 도상해석학을 창시한 파노프스키가 제시한 방법과 더불어, 표상의 역사에서 이미지들의 진화는 공간에 대한 우리의 개념화의 변형들의 상징적 형식으로 제시된다. 또 다른 하나는 프랑스의 동양 지리학 전공자인 베르크(August Berque)가 제시한 생태학적 지리학으로서, 그와 더불어 하나의 대상과, 그 대상의 표상 사이의 관계는 하나의 기술적, 상징적 체계 속에 각인되며, 그 체계의 전개는 바로 인간의 환경을 구성한다. 장소에 대한 이미지는 따라서 물리적 장소들에 대한 우리의 시선에 대해서 말할 뿐만 아니라, 세계에서의 우리의 현존에 대해서, 그리고 세계를 살아가는 우리의 방식에 대해서 말해 주고 있다.

그렇다면 가상 이미지란 무엇인가? 가상 virtual에 포함된 다양한 의미들 가운데, 영상 이미지의 문제에 한정지어서 논지를 전개할 경우, 먼저 과학적 기원, 그리고 그것의 어휘적 진화와 철학적 개념에 대해서 언급해야 할 것이다. 광학에서 가상 이미지는 간단하게 말하면 우리가 보는 곳에 존재하지 않는 그 무엇인가의 이미지이다. 물리학은 그 용례를 확대시켜 그 존재나 속성들이 가설적인 오브제를 포함한다. 가상이라는 단어의 총칭적 의미와 그 용어의 어원을 연관짓기를 시도한 저자들에 따르면, 실제로 작동하고 있는 것과 대립하여 잠재적인 것은 모두 가상적이다(H.Rheingold, M.Heim, P.Lévy 등). 가상 이미지는 그것의 상징적 대치라는 기능을 넘어서, 표상된 대상처럼 잠재적으로 행동할 수 있는 능력을 갖고 있다.

우리가 유념할 사실은 가상 이미지는 결코 컴퓨터와 더불어 탄생하지 않았다는 점이다. 가상 이미지는 태고적부터 존재해 온 관념의 결과물로서, 오늘날 디지털 기술을 통하여 구체화되었을 뿐이다. 가상 이미지는 도구(눈, 시간 도구, 컴퓨터 등등)와 인간 정신의 노동(상상, 예술적 표현, 지식의 이론적 모델)의 생산물이다.

최근에 가상이라는 용어의 빈번하게 사용됨으로써 마케팅 전문가들과 미디어 종사자들에 의해서 모호한 상태로 그 개념을 확산시켰다. 오해와 무지로 인해서, 가상이라는 단어가 빈번하게 정보 또는 디지털 미디어 개념과 동일시되고 있다. 가상 이미지는 디지털 쉐마의 가시적 부분이며, 이때 그 쉐마는 오직 수학적 모델의 형식 아래서만 존재할 수 있다. 영상 이미지의 역사에서 최초로, 인공 이미지는 하나의 기계와 표상 모델의 연결의 결과로 태어난 것이다. 더 정확히 말하자면, 모델화라는 이름을 취하는 표상의 과정, 그 자체를 자동화시키는 것이 관건이다. 디지털 이미지의 인공적 생명은 끝내는 가상에 대한 철학적 기술적 접근법들 사이의 수렴을 보여준다. 즉, 표상된 오브제처럼 잠재적으로 행동할 수 있는 이미지의 능력을 말한다.

가상 이미지의 본질적 특징을 훌륭하게 요약하고 있는 Google Earth의 예를 통해서 가상 글로브의 개념을 접근해 보자. 주지하다시피, Google Earth는 3D로 만들어진 모델로부터 구성된, 지구의 디지털 표상이다. 그 모델 위에서 위성 이미지, 항공 사진과 지도가 지구 외연의 총체성을 선명한 합성 이미지로 드러낸다. 강력한 계산 능력을 갖춘 정보 처리기가 지구의 모든 임의의 점들로부터 이동하는 것을 가능케 한다. 3D로 모델화된 도시들의 거리 구석구석을 모두 디지털 이미지로 볼 수 있다. 통합 구글 검색 엔진과 더불어, Google Earth의 참신함은 그것의 데이터 구조를 네티즌들에게 개방하여 전 세계 전역에 대한 방대한 데이터를 개방하는 데 있다. 그 정보에는 도시의 모든 건물들을 비롯하여 과거의 건축물까지 재구성할 수 있다.

이 같은 데이터들을 휴대 전화와 결합시키면서, GPS와 다른 디지털 이동 기구들은 공간에 대한 기존의 실천과 공간 지각에 있어서 엄청난 변화를 예고한다. 그 같은 가상 글로브가 확장되면서, 우리의 많은 일상 생활에서 없어서는 안 될 필수품이 될 전망이다. Google Earth의 개발자들이 갖고 있는 기본적 인식은 지리가 인터넷의

기본 구조로서 각인될 것이라는 것이다.

최초로 이미지를 생산할 수 있었던 컴퓨터였던 SAGE(Semi-Automatic Ground Environment)에서 분명 지리적 시선은 존재하나, 쳐다보는 것은 인간의 눈이 아니라, 시각 도구들이다. 따라서 시선은 자동화되며, 그것은 본질적인 사항으로서, 가상 이미지와 더불어 실현될 결정적 소용돌이다. 망원경이나 현미경과 같은 시각의 증폭 기구와 반대로, SAGE는 인간의 시각 기관을 도구로 대치하는 것으로 만족하지 않는다. 최초의 컴퓨터 영상 생성 시스템이었던 SAGE는 인간이 수행하는 해석과 반응을, 그 같은 자동적 작동들을 실행하는 기계에 이전하면서 인간 뇌의 기능을 대치하였다. 자동화된 것은 단지 이미지의 실현이 아니라, 표상의 상징적 과정 전체이다. 세계는 일정한 거리에 놓여 있다. 즉 세계와 우리의 상호 작용은 의미를 만들어내는 기능을 맡은 기계적 매개화에 할당된다.

메를로-퐁티와 아른하임이 탁월하게 보여준 바 있듯이, 시선이 의미의 구성에서 능동적으로 참여하는 것은 진정한 세계의 파악을 위한 조건이다. 왜냐하면 그 같은 파악은, 한편으로는 뇌와 더불어 신체 기관들의 상호작용의 결과이며, 다른 한편으로는 물리적 환경과의 직접적 상호작용의 결과이기 때문이다.

물리적 버팀목(감각적 기관들)과, 시각적 사고와 창조적 지능 사이의 인간학적 관계를 산산조각내면서, 그리고 해석적 기능을 기계에 맡기면서, 디지털 패러다임은 시선을 폐쇄시키고, 보는 행위의 의미를 지연시키고 있는 것이다. 컴퓨터의 역사, 그리고 인공두뇌학 사상에서 나온 다른 과학들의 역사에서는, 사유하고 감각하는 존재로서의 인간을 소멸시키려는 이데올로기적 의지마저 엿보인다.<sup>48)</sup> 거기서, 기계적 시각에 종속된 일체의 시선의 단함을 목격한다. 기계의 이미지 캡처 장치와 모델들의 시각은 각막 이미지에서 이루어지는 시지각의 기관으로서의 눈과, 정신적 이미지의 신체 기관으로서의 두뇌를 철저하게 구별하고 있다.

48) cf. Jean-François Coulais, "Images virtuelles et transformations du regard", in: *L'Habiter dans sa poésie première*, sous la direction de Augustin Berque et ali., Paris, Editions Donner Lieu, 2008, pp.251 ~ 265.

이 같은 단절은 디지털 이미지와, 가상 개념을 중심으로 부유하는 다양한 모순들, 개념적 긴장과 중의성의 기원에 놓여 있다. 컴퓨터의 모델들과 계산 장치는 디지털 이미지가 인간의 감각적 지각 속에 내포된 불완전성과 예측불가능성에서 벗어나면서, 과학적 표상, 즉 세계에 대한 신뢰할 수 있는 표상이라는 인식을 심어주고 있다. 수학자 폰 노이만(Von Neumann)은 아날로그에 대한 디지털의 우월성을 증명하기 위해서 이 같은 논증에 토대를 둔 장본인이다.

영상 이미지의 독법, 해석, 그리고 그 존재론적 위상은 오늘날 인문학에서 심도 있는 논의의 대상이 되고 있다. 영상 이미지는 현실의 거울이라는 점에서 현실의 객관적 흔적, 즉 세계에 대한 우리의 고유한 표상의 거울이 될 수 있다는 논증이 제시되고 있다.<sup>49)</sup>

하지만 서구인들의 시선은 과학 이미지가 갖는 증거로서의 위상을 수용하는데 수 세기의 교육이 필요했다. 예컨대, 현미경의 이미지를 신뢰하는 데는 무려 200년의 시간이 필요했다.<sup>50)</sup> 어쨌거나, 과학적 이미지의 생산 방식에 내포된 불투명성 자체를 은폐하는 위상도 새롭게 인식되어야 할 것이다. 이를테면, 이들 과학의 전문가들에게 이 같은 이미지들의 본질은 수수께끼같은 것이 되고 말았다. 즉, 우리들 대부분의 사람들에게 과학 이미지는 실상 해독될 수 없는 이미지들이다. 우리는 이 같은 과학 이미지에 대해서 우리 자신이 기대하고 있는 것이 무엇인지조차 모른다. 현실 세계에 대한 우리의 표상에 대해서 우리가 기대하고 있는 것에 대해서도 정확한 지식을 갖고 있지 않다. 과학 이미지의 위상에 대한 이 같은 해독 불가능성은 세계와 맺는 우리의 관계 방식에 있어서 방향 상실을 시사하며, 현실에 대한 우리의 개념화 자체 속에서 일정한 기준들의 상실을 계시한다.

영상 이미지의 세계는 그 자체에 고유한 규칙들에 따라서 작동하며, 그 대부분은 인간의 인지에서 벗어나고 있다. 디지털 이미지의 세계는 이 같은 자율성을 강화시

49) Brunot Latour, "Les vues de l'esprit", Culture Technique, juin 1985, pp.4 ~ 30.

50) I. Hacking, Representing and Intervening, Cambridge, CUP, 1987.

M. Sicard, La Fabrique du regard. Paris, Odile Jakob, 1998.

키며, 세계에 대한 우리의 표상에 대해서 스스로의 우세를 확장시키는 경향을 보여 준다. 영상 이미지에 대한 기존의 독법과 해석의 도식들은 더 이상 작동하지 않는다. 디지털 이미지는 닫혀진 회로 속에 갇혀 있는 이미지들이다. 즉, 이미지는 다른 외부의 경험 세계와 단절하여 스스로 자양분을 공급받는다. 요컨대, 디지털 이미지는 인간 시선의 관리에서 벗어나 그 스스로의 영향의 효과 아래서 성장한다. 그 결과, 미술사학자 고프리치가 제안한 ‘이미지의 생태학’이라는 표현이 시사하듯이, 이미지의 세계는 인간 환경들 가운데서 하나의 생태학적 적소로서 작동한다.

디지털 영상 이미지는 신체의 기술적 기능들과 두뇌의 상징적 기능들을 외재화하면서 그들의 고유한 세계를 배치하고 있다. 그 같은 표상 체계는 이제 글로벌한 시점을 제공하면서 우리로 하여금 우리의 환경을 보다 더 잘 인식시켜주며, 보다 효율적으로 행동하게 만들어주며, 세계를 보다 철저하게 변형시키는 것을 가능케 한다. 그 결과, 이미지의 새로운 형식들의 개발은 우리의 몸짓, 우리의 신체, 우리의 시선을 변형시키면서 인간 환경을 변형시킨다.

가상 이미지의 세계는 진정 인공 생명의 신화학파 동일한 본질에 속하는 것인가라는 물음을 제기할 수 있다. 인공 생명 골렘처럼 마침내 자신의 창조자를 해치는 존재가 될 것인가. 가상 글로브의 경우, 아무리 그것이 인공적이라 해도, 하나의 피조물이라 할 수 없다. 아바타와 다른 가상적 존재들과 달리, 그것은 인간 존재도, 자연도, 생명도 대치하지 않는다. 가상 글로브는 지구와 맺는 우리의 관계, 그리고 세계에 대한 우리의 개념 속에서 매개할 뿐이다. 이미지의 세계에서 인간과 가상 세계상의 갈등적 본질은 찾아볼 수 없다. 가상 이미지는 인간의 삶과 땅을 정보 매트릭스로 대치할 뿐이다.

## 제 6 장 모바일 미디어의 영상 이미지

### 제 1 절 모바일 영상혁명의 매체와 문화사적 함의

디지털 컨버전스를 주도하는 모바일 미디어는 영상 콘텐츠의 편재화가 이루어지는 주요 거점이라 할 수 있다는 점에서 세밀한 연구를 필요로 한다. 예컨대 휴대 전화는 모바일 비디오, 영상 통화, 디지털 사진을 포함하는 광범위한 영상 이미지의 생성 기기라 할 수 있다.

휴대 전화의 사용은 세계의 이미지들, 특히 우리가 이동 전화 단말기를 통해서 일상 속에서 지금부터 생산하고, 읽고, 공유할 수 있는 이미지들과 관련하여 또 다른 관계를 도입한다. 모바일 미디어를 통해서 이루어지는 다양한 영상 이미지 생산과 관련된 문화적 실천들의 이 같은 현실은 새로운 장르의 콘텐츠 창발을 추동하고 있는데, 그 같은 콘텐츠는 모바일 미디어의 특수한 기능성들의 구비로 실현되고 있으며, 모바일 스크린이 구성하는 매체의 조작적 용이함과 신축성에 의해서 더욱더 풍요로워지고 있다. 이 같은 가정의 중요한 몫은 전화를 통한 이미지와 더불어 선정된 이 같은 관계를, 컴퓨터를 통해서 실현된 이미지와의 관계와 구별하는 데 있다. 이를테면 정지 사진 촬영과, 전화 오브제의 사용을 연결짓는 모든 것에 대해서 심도 있는 물음을 제기하는 것이다. 활자 문화에서 탄생한 요소들은 이 같은 맥락에서, 지난 600년 동안 발생한 두 개의 혁명을 관련지음으로써, 위에서 기술된 현상들을 해명해 줄 수 있을 것이다. 그 두 개의 혁명은 인쇄술 혁명과 사진술의 혁명으로서 영상 콘텐츠와 영상 이미지의 포맷에 대해서 상호 간에 지대한 영향을 미쳤다.

오늘날, 자신의 주변을 관찰하는 사람이라면 우리 모두가 휴대 전화 사용자들로부터 포위되어 있다는 점을 지각하게 될 것이다. 현대인은 모두 자신의 휴대 전화와 더불어 말을 하고, 세상을 쳐다보거나 심지어 휴대 전화와 더불어 행동한다. 휴대

전화를 통해서 메시지를 전달하거나 정보 교환의 다른 모든 상황들을 전달한다. 만약, 의사소통 활동들의 이 같은 조합술이 더 이상 놀라울 것이 없다 해도, 그 같은 조합술은 여전히 인간의 행동 양식과 자신의 능력의 관리에 있어서 엄청난 변화의 표현임에 틀림없다. 휴대 전화 스크린의 이동적 성질은 개인의 열람은 물론 정보 보존의 도구들을 위해서 사용자의 능력을 쉽게 해준다. 실제로, 사진의 본질이 개별 사용 관례에 따라서 변화한다면, 아울러 저장 조건도 마찬가지이며, 이제 사진 이미지의 영상화는 집단적이기 이전에, 무엇보다 개인적이며 반사적이며, 하나의 외부에 대한 자신의 시선을 사용하는 사용자에게 의해서 유효하게 된다.

이 같은 구도는 15세기의 구텐베르크의 인쇄 혁명과, 17세기의 포켓용 책의 발명과 관련지어서 사유되어야 할 문제이다. 서구에서 진행된 책의 역사를 천착한 역사가들이 활자의 창발 시점에 대해서 지시한 보고는 몇 가지 시사점을 준다. 프랑스의 역사가 앙리 장 마르탱에 따르면, 인쇄술과, 그로 인한 책의 대량 복제에 힘입어 책은 그 당시까지 주로 공공도서관에서 열람하던 귀한 오브제로서의 위상을 상실하였다. 사람들은 점차적으로 자신의 몸에 가지고 다녔으며, 언제 어디서나 열람하기 위해서 쉽게 운반할 수 있었다. 접근 가능성이 높아지면서, 책이 그것의 기원적인 가치를 상실하게 된 것과 마찬가지로, 전화 역시 그것의 최초의 소명을 상실하게 될 것이라는 진단을 해볼 수 있다. 달리 말해서, 주로 음성 통화를 통한 사회적 소통 기능에 주안점을 두었던 휴대 전화 단말기는 갈수록 커져가는 기능과 매력에 의해서 최초의 음성 통화 기능이 약화될 수 있다는 전망을 해볼 수 있다. 이를테면 휴대 전화 단말기의 스크린은 자율적 상호 작용의 공간으로서, 영상 콘텐츠의 저장소로서 탈바꿈할 것이며, 영상콘텐츠 자체는 원격에서 이루어지는 새로운 교환 형식의 역동적 촉발 요인으로 작용할 것이다.

휴대 전화기에 부착된 모바일 스크린의 사용 관례에 대한 접근에 있어서, 우리는 매체 사상이 맥루한이 구술 언어와 인쇄술에 대해서 내놓은 진술 가운데 하나를 적용해 볼 수 있을 것이다. 그에 따르면 인쇄술은 언어의 기능을 변형시키려는 경향을 보여준다. 달리 말해서, 언어를 지각과 탐구의 수단으로 삼는 것이 아니라, 운반하기

쉬운 소비 품목으로 만드는 경향을 보여준다는 것이다. 그렇다면 모바일 스크린이 구술성의 경제와 맺는 관계는 금속 활자의 글자들이 언어의 사용 관례에 대해서 가졌던 관계와 동일한 본질에 속할 것이다. 이점에서 스크린과 영상 이미지를 선명하게 구별하는 것이 관건이다. 이 같은 성찰은 특히 영상 이미지에 관심을 던지고 있다. 이제 영상 이미지가 본래에는 음성적 상호 작용을 선호하는 기술적 오브제의 사용에 있어서 전혀 새로운 방식의 커뮤니케이션 장르를 만들어내고 있다는 점에서 그렇다. SMS를 통한 교환들의 텍스트는 일찌감치 가시화되고, 판독가능하게 되고, 조작적이게 되었다. 그때까지만 해도 스크린은 주로 공리적인 데이터들이 전달되는 플랫폼의 기능으로 축소되었다. 이어서, 이동 중에 있는 개인에 의해서 생산된 모바일 텍스트의 문제를 접근하는 것이 중요하게 되었다. 우리는 첫 번째 단계에서 스크린과 영상 이미지를 구별할 것인데, 이것은, 기술적 장치인 매체와, 그것이 실현하는 콘텐츠를 구별하기 위해서이다. 매체에 대한 이 같은 이중적 관심—즉 생산 도구와 매체로서—은 우리로 하여금 두 번째 단계에서는 휴대 전화 단말기의 사진 기구라는 기능성의 성공을 가져온 사회적, 문화적 실천들을 기술하게 만들어 준다. 영상콘텐츠의 편재화, 특히 지도의 영상화 등에 귀속된 물음들 가운데, 공적 공간의 지각 방식을 새롭게 형성하는 창발적인 관계적 형식과 새로운 코드들에 대한 비판적 분석을 참작해야 할 것이다.

## 제2절 모바일 영상이미지의 구조적 특성과 생산방식, 유형

모바일 이미지에 대해서 우리는 세 가지 특성을 추출하는 것이 가능하다. 또한 사진 행위자들에 의해서 촬영되는 두 가지 유형의 사진 이미지들을 구별할 수 있다. 한편으로는, 일차적인 목적으로 통화 상대방에게 보내거나 전달하기 위해서 제작된 이미지들을 발견할 수 있다. 추억 사진, 특별한 장르의 장면 등이 그것이다. 다른 한편으로는, 하나의 교환에 의해서 동기 부여가 이루어진 클리셰를 추출할 수 있다. 그 같은 교환에서 영상 이미지, 장면 연출, 그리고 자아의 표상은 상호 작용에 있어

서 결정적인 자리를 차지한다. 여기서 기억할 일은, 이미지는 지속의 가치에 맞서 순간의 가치에 대해서 물음을 제기한다는 점에서, 휴대 전화 메시지의 이 같은 잠재적 변신, 즉 가역성(reversibility)(청각적인 것에서 영상적인 것으로 변신)은 기존 전화의 통화의 공식인 장소의 통일성의 해체와, 모바일 매체 기구의 다양한 기능성들의 활성화에 의해서 접근 가능해진 공간 이외의, 다른 모든 공간의 붕괴를 초래할 것이다. 이제 휴대 전화로 이루어지는 우편엽서, 마음의 상태를 일러주는 이미지, 그리고 다양한 정보는 별다른 주석 없이 진행될 수 있으며, 구두 담화를 대치하게 된다. 음성적 접촉의 회피를 위한 기술이건, 실제적 이유이건, 이 같은 모바일 기술은 그 같은 특수성을 통하여 독창적이며 전례가 없는 전혀 새로운 양식의 커뮤니케이션의 다양성을 개발하고 있다. 그 같은 모바일 이미지의 효율성이 순간적이거나 부분적인 것으로 드러날 때, 그 같은 이미지 읽기는 물론 이미지라는 침묵의 시스템과 단절하기 위해서 커뮤니케이션 개인들의 현존화에 대한 귀환을 호소할 것이다.

모바일 이미지의 해독 불가능성으로 인해서 다시 기존의 음성 통화 방식으로 돌아가는 현상은 두 가지 무시할 수 없는 파급 결과를 낳는다. 무엇보다, 음성 통화는 쌍방으로 이루어진 발화의 실천을 선호한다. 그것은 휴대 전화를 통한 영상 이미지의 사용에 맞서서 분명한 연극성의 지표이다. 따라서 우리는 음성 없이 오직 영상 이미지를 통한 커뮤니케이션의 본질에 대해서 보다 심도 있는 성찰을 해야 할 것이다. 사용자들은 점차적으로 음성 통화에서 벗어나, 영상 커뮤니케이션에서 보다 높은 수행성을 견비하고, 보다 발명적인 의사소통 양식을 개발할 것이다. 모바일 영상 이미지는 현재로서는 그 정의상, 열린 도상학의 창발을 의미하며, 보다 즉발적인 맥락에서 이루어질 것이며, 보다 구체적인 콘텐츠를 구비할 것이다. 또한 음성 통화의 일시적이며, 허공 속으로 사라지는 음성 언어의 한계를 벗어나 개인적 정보의 수용 상황 속에서 수신자와 발신자를 연결짓는 보다 기억에 오래 남을 수 있는 콘텐츠가 생성될 것으로 예상된다.

그 결과, 예전에는 고정된 텍스트라 할 수 있는 책처럼, 다양한 사용을 위해서 휴대 전화 상에서 생산되고 보존된 이미지는 기존의 휴대 전화 서비스인 음성 통화와

문자 메시지에 맞서서 보다 광범위한 접근 가능성을 실현할 것이다. 특히 우리가 주목하는 현상은 구술성 도구의 기능성들로부터 영상 콘텐츠의 생산으로 전이되고 있다는 점이다.

이점에서 상당수 지역이 여전히 문맹 상태에 있는 사하라 사막 남부 아프리카 지역에서 조사된 휴대 전화 사용 실태는 시사하는 바가 크다. 구술성이 지배하는 이 지역에서 휴대 전화가 보급되기 시작한 것은 2000년부터인데, 휴대 전화의 보급률은 괄목할만한 성장을 이루었다. 연구 결과에 따르면 이곳 지역들에서 높은 문맹률은 기호들의 기억을 통한 몇 가지 사용법을 만들어 냈으며, 특히 문자 메시지의 다양한 정보들의 시각적 처리를 선호하는 방향으로 진행되었다는 점이다. 이 지역에서는 오랫동안 매스 미디어에 대한 개인들의 접근에 한계가 있던 지역들로서, 영상 이미지와 전화의 조합은 이 같은 난지역에서도 다양한 데이터의 열람과 집적화를 가능케 했던 것이다. 즉, 문맹률로 인해서 음성 통화와 연계된 다양한 기능성들이 필요했고 다양한 영상 이미지 서비스가 큰 인기를 끌었는데, 이 가운데서도 사진기 기능은 가장 중요한 자리를 차지한다. 휴대 전화의 스크린은 평균 사용자에게 있어서 다양한 정보 참조의 스크린이 되는 경향을 보여주고 있다.

휴대 전화를 통해서 제시되는 창발적 실천들은, 시민 또는 아티스트에 의해서 생산되는 다양한 영상 이미지들의 성질과 마찬가지로, 개인적일 뿐만 아니라 창조적인 실천들에 속하는 콘텐츠를 만들어 내고 있다. 그렇다면 사진기에 의해서 촬영되는 비 모바일 이미지와 견주어서 휴대 전화 단말기에 의해서 생산되는 이미지의 특성은 무엇인가라는 물음을 던져볼 수 있다. 무엇보다 주목할 사실은 휴대 전화와 그것에 장착된 사진기를 특수한 개인용 오브제로서 신속하게 전유하고 있는 현상이다. 이제 모바일 기기는 젊은이들에게 더 이상 사치품이 아닌 필수불가결한 사회적 속사가 되었다. 이것은 공동체 가치들에 의해서 표시되는 문화적 맥락에서 사용자들의 개인적 특징을 강화시킨다.<sup>51)</sup>

---

51) Isabelle Garron & Jeanne Mercier, "Retour sur un art photographique du quotidien", in *L'évolution des cultures numériques*, sous la direction de Christian Licoppe, FYP

아울러, 모바일 기기는 사진 실천에서 즉시성과 직접성의 개념을 갖추고 있다. 사진을 즉시 찍을 수 있다는 의미에서 뿐만 아니라, 시선의 즉시성 역시 중요하다. 이 두 개의 행동은 불가분의 관계에 놓여 있다. 이 같은 실천은 두 개의 범주로 분리될 수 있다. 첫 번째 것은 현실 세계를 이미지로 담을 수 있는 행동으로서, 휴대 전화 소유자가 자신의 친구들이나, 다양한 퍼레이드, 또는 길거리를 지나가는 스타를 사진기에 담을 수 있음을 말한다. 이 같은 절차는 고전적인 사진 촬영에 비교될 수 있다. 두 번째 범주는 가상 세계 속에서 이루어지는 촬영에 속한다. 그것은 두 개의 스크린을 통해서 사진을 찍는 것으로 진행된다. 자신의 휴대 전화의 스크린과, 자신의 텔레비전 또는 컴퓨터의 스크린으로 사진을 찍는 것을 말한다. 새로움은 바로 이 같은 허구적 세계를 사진으로 찍고, 자기 것으로 전유할 수 있다는 아이디어이다.

이 같은 휴대 전화 이미지 또는 모바일 이미지라는 개념은 영상 이미지들을 공유하는 다양한 방식들을 함의하며, 혁신적인 실천들을 동반하고 있다. 사회적 무리의 각각의 구성원이 다른 구성원들로 하여금 자신이 구축한 일종의 소형 가상 박물관이라 할 수 있는 이미지들의 컬렉션으로 초대한다. 특히 우리는 모바일 미디어에서 생산되는 비디오 영상 콘텐츠에 대해서 주목하고자 한다. 물론, 정지 이미지 촬영에 비해서 비디오 촬영은 빈도수가 떨어지는 것은 사실이다. 비디오 촬영 지속 시간은 대략 2~3분 정도인데, 이것은 저장 용량의 한계에 기인한다. 그 결과, 생산된 대부분의 비디오는 신속하게 제거되거나 다른 매체, 즉 컴퓨터로 옮겨진다. 모바일 사용자가 찍는 이미지들은 가족들과의 친목적인 행사, 또는 재미있거나 예외적인 상황들을 묘사하는 데 사용된다. 축제, 연주회, 일상의 순간들, 친구 또는 가족들의 초상화 등이다. 아주 드물게 풍경을 찍는 사례도 있다. 주목할 사실은, 모바일로 찍는 비디오의 대부분이 일상과 관련된 것이며, 이 같은 일상성에 대한 확장은 평범한 생활의 시간적 기록을 담은 일련의 시리즈물의 생산으로 반영된다는 점이다. 사진적인 실천의 연속성 속에서 비디오는 더 이상 결혼, 잔치, 생일 축하 등 의례적인 사건

들에 중심을 두지 않고, 일상에서 순간순간의 의미를 포착하는 데 영상 이미지를 활용하고 있다는 점이다. 이점은, 예외적 상황에 대해서 미리 계획을 세우고 찍는 일반 카메라와 달리, 휴대 전화에 대한 항시적 접근은 모든 상황과 국면에서 비디오의 생산을 쉽게 해주며, 그 결과, 순간적으로 그리고 즉흥적으로 특정 상황에 따라서 촬영하는 경우가 늘어나고 있다.

카메라를 장착한 휴대 전화는 비디오 영상 이미지를 창조하게 만들 뿐만 아니라, 그 같은 영상 콘텐츠를 쳐다보는 것을 가능케 한다. 비록 휴대 전화 스크린의 작은 사이즈와, 이미지의 해상도에 한계가 있으나 이제 휴대 전화 상에서 영상 이미지를 담고 또 그것을 보는 것은 일상적인 실천이 되었다. 휴대 전화를 지니고 다니면서, 집 밖에서 틈나는 시간에, 심심하거나, 고독할 때, 재미 삼아 자신이 찍은 비디오의 사건들을 기억하거나, 비디오의 정리 작업을 하기도 한다.

모바일 미디어로 비디오 촬영을 하는 것은 다음과 같은 두 가지의 형식과 집단적 맥락들 속에서 나타난다. 다른 사람에게 무엇인가를 보여주기 위해서 휴대 전화 또는 다른 매체에 영상물을 탑재하는 경우이다. 그리고 다른 하나는 다른 사람과 의견을 조율하면서 비디오를 창작하는 행위로서, 하나의 사건이나 사람의 흔적을 간직하고, 다른 누군가에게 무엇인가를 보여주기 위한 것이며, 또는 어떤 활동에 대해서 반성적 시선을 투시하는 것이다.

이 같은 비디오 촬영 활동들의 주목할 만한 양상들 가운데 하나는 그 같은 활동들이 시간 속에서 접맥된다는 점이다. 즉, 비디오는 빈번하게 다른 제3자와의 상호 작용을 촉발시키기 위해서 비디오 촬영을 한 다음 순간적으로 사용된다는 점이다. 이 같은 상황들 속에서 비디오 촬영은 특정 사건이나 무엇인가에 대해서 주의를 끌기 위한 하나의 커뮤니케이션 행위로서 나타난다. 휴대 전화는 그 결과 이미지들의 사용에 대해서 보다 즉시적인 관계를 설정한다.

모바일 미디어로 찍은 사진 이미지와 비디오에서 중요한 것은 영상 이미지 그 자체라기 보다는 그 같은 영상 이미지가 말하는 것을 허락하는 것, 그 같은 이미지들이 모든 실천적 목적에서 상기시켜 주는 것이라 할 수 있다. 달리 말해서, 중요한 것

은 이 같은 이미지들의 지표적인 기능이라 할 수 있다. 따라서 질이나 수준이 낮은 비디오 영상물을 상대자에게 전송하는 것은 휴대 전화 사용자들에게 문제가 되지 않는다. 물론, 영상 이미지의 미학이 중시되는 예술적 사용의 경우에는 예외이나, 이런 경우는 매우 드문 편이다.<sup>52)</sup>

휴대 전화는 그것을 멀티미디어로 변형시킨 기술적 진화의 대상이라 할 수 있으며, 다양한 영상 이미지를 생산, 영상화, 확산, 수신, 탑재가 가능하게 만들었다. 비디오 기능의 통합은 기존의 카메라 사용에 관련된 특질들을 간직하면서도 비디오 아마추어의 다양한 실천들의 진화를 촉발하였다. 연속성과 진화가 모두 존재한다. 먼저 진화라고 말할 수 있는 이유는, 휴대 전화와 더불어 촬영 가능한 것의 장이 확대되었다는 점이다. 비디오 촬영은 이제 커뮤니케이션 행위로서, 현장에서의 즉시적인 영상 이미지 촬영을 집중화시키고, 모든 상황과 국면에서 비디오 영상 이미지의 공유를 실현시키면서, 새로운 촬영 방식들을 낳고 있다. 하지만 연속성의 측면도 무시할 수 없을 것이다. 왜냐하면 기존의 카메라를 통해서 찍던 고전적인 장면들의 상당수가 휴대 전화에 의해서도 여전히 촬영되기 때문이다. 이것은 디지털 카메라의 확산을 통해서 촉발된 비디오의 아마추어 사용의 민주화와 통속화를 강화시킨다.<sup>53)</sup>

휴대 전화가 상이한 미디어 형식, 채널, 전달 시스템을 통합하는 휘발성이 강한 멀티미디어 기기로 진화하고 있다는 점은 분명하다. 하지만 사용자들이 모바일 커뮤니케이션과의 기능적 융합을 어떻게 지각하고 수용할 것인지는 분명하지 않다. 이 같은 맥락에서 실제 사용자들의 모바일 미디어 사용과 선택, 특히 영상, 문자, 음성 등의 매체에서 어떤 취사선택을 할 것인가에 대한 문제 역시 중요하다. 현재, 미디어 서비스는 문자, 음성, 영상을 조합하고 있으며, 뉴스와 오락 콘텐츠를 모두 포함하고 있다. 기존에 음성과 문자 커뮤니케이션을 위해서 최적화된 기기는 모바일

52) O'Hara K. Slayden Mitchell A, Vorbau A, 2007, "Consuming video on Mobile devices", Proceedings of CHI' 07, San José, USA.

53) Ito, M, Okabe, D & Matsuda, M(eds.), Personal, Portable, Pedestrian. Mobile Phones in Japanese Life, Cambridge, MA.: The MIT Press, 2005.

텔레비전과 같은 흥미로운 영상적인 경험을 제공하고 있다. 아울러 모바일 미디어 콘텐츠가 다양한 상황들과 시간대에 따라서 사용될 수 있다는 것을 주목하는 것 역시 흥미롭다. 모바일 TV는 신체의 모든 기관을 동원하는 매우 적극적인 활동이다. 두 손으로 모바일 기기를 잡고 있어야 하며, 통상적으로 사용자들은 작은 크기의 스크린에 정신을 집중한다. 이런 점에서 음성과 텍스트는 영상에 비해서 보다 쉬운 채널들로 간주된다. 문자와 음성은 눈과 귀 가운데 어느 하나 만을 필요로 한다는 점에서 그렇다.

분명한 것은 휴대 전화는 단순한 커뮤니케이션 도구로부터 다양한 일상의 요구를 충족시키기 위한 유비쿼터스 기기로 탈바꿈하고 있다는 사실이다. 휴대 전화는 다양한 미디어 콘텐츠를 다룰 수 있으며, 휴대 전화는 개인과 공동체 그리고 매스 커뮤니케이션의 다양한 형식들을 위한 미디어로 변신했다는 점이다. 매스커뮤니케이션은 점차적으로 모바일 어플리케이션에서 사용가능하게 되었으며, 이점은 기존의 개인 커뮤니케이션과 매스 커뮤니케이션의 전통적 경계를 흐릿하게 만들었다.<sup>54)</sup> 이 점에서 휴대 전화는 진정한 의미에서 새로운 정보 매체로 생성했으며, 디지털 도메인의 광범위한 플랫폼이라 할 수 있다. 영상 콘텐츠의 편재화라는 차원에서 우리가 앞으로 심도 있는 연구를 해야 할 문제는 문자, 음성, 영상 등의 미디어 유형 가운데 상이한 상황과 맥락에 따라서 사용자들이 취하는 선택 방식이라 할 수 있다. 특히, 주목할 사실은, 휴대 전화는 단지 다른 매체의 전개 방식을 따르지 않았을 뿐만 아니라, 그 자체의 상이하면서도 변화하는 사용에 의해서 창조된 채, 그 자체가 하나의 컨버전스의 매체가 되었다는 점이다. 이 같은 휴대 전화의 강력한 매체화의 절정은 바로 휴대 전화 상에서 시청하는 모바일 텔레비전이라 할 수 있다. 휴대 전화는 문자, 영상 메시지, 화상 전화 등의 서비스를 통하여 새로운 종류의 대인 커뮤니케이션 형식과 문화를 일상 속에서 생성하였다. 최근에 들어와 이 같은 커뮤니케이션

---

54) Virpi Oksman, "Media Contents in Mobiles: Comparing Video, Audio, and Text", in *Mobile Technologies from Telecommunication to Media*, Edited by Gerard Goggin and Larissa Hjorth, New York and London, Routledge, 2009, pp.118 ~ 130.

형식들은 다른 고전적 미디어와 융합되는 경향을 보여준다. 국내외에서 실시된 경험적 사례 연구로부터 목격되는 사실은 음성통화와 문자 커뮤니케이션을 위해서 최적화된 기기가 텔레비전 뉴스와 오락 콘텐츠와 같은 흥미로운 영상적 경험을 제공할 수 있다는 것이다. 문자, 음성, 영상 등 모든 미디어 유형들이 휴대 전화에서는 유용한 것으로 증명되었다. 특히, 모바일 텔레비전에 대한 관심의 확대는 미디어 환경에서 가속화 되어가는 개인화를 향한 보다 광범위한 경향의 부분으로서 간주될 수 있을 것이다. 자신이 보고 싶은 시간에 보고 싶은 콘텐츠만을 골라볼 수 있는 이 같은 맞춤형 개인 미디어로서의 특징과 더불어, 휴대 전화는 다양한 유형의 미디어 콘텐츠를 제공하는 멀티미디어로서 형성되고 있다.

## 제 7 장 영상 언어의 쾌락성

### 제 1 절 시선과 쾌락

영상 콘텐츠의 전면적 부상과 편재화 현상은 영상 이미지가 함의하는 쾌락성의 차원에서 살펴볼 필요가 있을 것이다. 이를테면 뉴미디어의 문화라는 맥락에서 쾌락, 시선, 해석 사이에 존재하는 관계를 탐구해야 할 것이다. 과연 우리는 왜 그리고 어떻게 영상 이미지를 보는 것을 추수하며, 쳐다보기를 선택했는가라는 물음을 정신분석학의 시각에서 조명하는 것은 의미가 있을 것이다. 영상 언어의 쾌락성이라는 주제를 탐구하는데 있어서 정신분석학은 시선, 주제, 쾌락 사이의 관계에 대한 분석 방법으로서 매우 유효하다.

특히 뉴미디어의 영상 이미지는 시선의 재사유로서 간주되는 브라우징 행위와 밀접한 관련성을 맺고 있다. 잘라 말해서, 영상 이미지의 소비 행위에 있어서 쾌락 개념은 시선의 구성과 작동에 핵심적이다. 요컨대 뉴미디어의 텍스트와 이미지를 통하여 디지털 이미지의 새로운 영상적 본질이 재형성화될 때, 쾌락의 문제는 반드시 언급되어야 할 주제이다.

뉴미디어를 중심으로 형성된 현대 영상 문화에서 현대인들은 이미지에 대한 숭고한 매력(sublime attraction)이라고 불려질 수 있는 새로운 현상을 목격하고 있다. 인간은 이미지를 꺼려하거나 정반대로 그것에 압도된다. 이미지는 실상 인간의 정체성의 중요한 부분을 형성한다. 쾌락 개념을 탐사하는 것은 바로 시선 개념을 뉴미디어의 맥락에서 그것의 개념과 기제의 원리를 파악하는 것을 도와줄 수 있을 것이다. 이미지의 쾌락성이라는 문제는 우리로 하여금 이미지의 해석적 소비와 생산에 선행하는 문화적 패턴들(예컨대 독서 행위)이 뉴미디어 텍스트의 맥락 아래서 변화했는가의 여부를 가려줄 수 있을 것이다. 이를테면 영상 이미지가 그 같은 쾌락 모델을

통하여 어떻게 해석될 수 있는가를 탐구해야 할 것이다. 이미지의 쾌락성 자체가 새로운 영상 미디어 문화의 소비와 생산 방식을 어떻게 규정하는가에 대한 단서를 제공해줄 것이다. 쾌락의 메카닉스는 문화적 구성에서 핵심적 역할을 맡으며, 단지 우리가 쾌락적인 사물을 해석하는 방식 차원에서만이 아니라, 우리가 향유를 경험하는 방식, 우리의 주관성이 쾌락의 몇몇 형식의 결과로서 어떻게 변화하는가의 문제도 중요하다.

현대 영상 문화에서 시각적 쾌락의 역할을 탐구하면서, 우리는 단지 쾌락으로서 간주되거나 실천될 수 있는 미학적 범주를 물어보거나, 특정의 쾌락적 오브제가 존재하는가를 알아보는 데 멈추어서는 안 될 것이다. 영상 이미지의 쾌락성의 탐구는, 우리가 어떻게 그 같은 쾌락성을 규정하고, 해석하고, 느끼는가를 결정하는 일로서, 우리가 뉴미디어 주체로서 인식하고 참여하는 방식을 규정한다. 이 문제는 실로 방대한 문제이므로, 여기서는 영상 이미지를 추수하는 절시증(scophophilia)과 웹 페이지를 검색하는 브라우징(browsing) 행위의 관계로 국한시켜서 진술해보자.<sup>55)</sup> 이를 위해서 쾌락의 정신분석학적 해석들을 뉴미디어의 해석학에 적용함으로써 영상 이미지의 쾌락성의 본질을 탐구할 수 있을 것이다. 그렇게 함으로써, 우리는 둘 모두의 양상들을 해명해줄 공통의 인식론적 토대를 마련할 수 있을 것이다. 이것은 개인에게 사적 공간과 공적 공간 사이에 존재하는 뉴미디어와 정신분석학의 양상들을 지시한다. 이 같은 관계를 시각 애호성—영상 이미지를 보는 것을 좋아하는 것—의 예를 통해서 사유할 수 있으며, 그것이 브라우징과 맺는 관계에 대해서 연구할 수 있을 것이다.

보다 더 넓은 개념적 테두리에서, 브라우징 개념은 인간이 사물, 사람, 책, 이미지, 영화, 텔레비전, 미술, 자연을 쳐다보는 방식에 적용될 수 있다. 그리고 보다 넓은 맥락에서, 브라우징 행위는 오락은 물론, 사회적, 경제적, 정치적 분석 등, 매우 광범위

---

55) Kelli Fuery, *New Media: Culture and Image*, London, Palgrave Macmillan, 2009.  
제5장 110~131.

하고 일반적인 의미를 갖는다.

영상 이미지의 쾌락 개념에서 가장 핵심적인 요소는 시선(gaze)이다. 시선은 보는 행위의 쾌락에 내포된 복잡한 본질을 초점화시키는 핵심어이다. 여기서 유념할 것은 바로 시선은 브라우징 행위와 평범한 쳐다보기 행위 모두에서 발현된다는 점이다.

이 두 가지 시각 행위의 분리는 각각의 행위에 암묵적으로 배태된 개별적 관심의 수준을 지시한다. 먼저, 브라우징은 표면적 시선(superficial glance)을 외시하며 1970년대와 1980년대 텔레비전 시청 행위에 대한 논의에서 다루어진 해묵은 주제이기도 하다. 표면적 시선에서 제시하는 테제에 따르면, 텔레비전의 콘텐츠는 일시적이며, 캐주얼한 시선에 의존하는 네러티브를 구성하고 있다는 것이다. 이 같은 표면적 시선은 시선의 역사에서 새로운 쳐다보기 방식의 예로서, 시청자들의 독특한 시각적 실천의 전범이라는 것이다. 이를테면 텔레비전에서 개발된 네러티브는 텍스트 소비의 새로운 기술을 창조하였다는 것이다. 그것은 깊이 있는 시선 보다는 표면적이며 가벼운 시선을 유인하는데 의존하는 텍스트 소비 방식이다.

반면, 관심을 동반한 적극적 쳐다보기(looking)는 보다 다양한 쳐다보기 행위들의 복합체를 시사한다. 이 같은 두 개의 행위로부터 획득된 두 가지 종류의 쾌락의 유형론을 설정하는 것이 가능할 것이다. 시간에 결부된 쾌락과, 공간에 결부된 쾌락이 그것이다.

여기서 쾌락과 시선에 대한 프로이트의 이론을 환기시켜야 할 것이다. 주지하다시피, 쾌락과 시선 사이의 미묘한 관계는 프로이트에 의해서 심도있게 다루어진 바 있다. ‘정신 분석학 입문’<sup>56)</sup>(1915년)에서 프로이트는 주체와 시선이라는 관념 사이에 존재하는 관계를 소묘한 바 있다. 그는 세 개의 핵심 개념을 제시하고 있다. 시각적 충동(scopic drive), 노출증, 시각 애호가 그것이다. 여기서 시각 애호와 노출증의 두 가지 심리적 기구들은 쾌락 개념을 통하여 토론된다. 이 같은 맥락에서 두 개의 변태적 성욕, 가학성(sadism)과 피학대 음란증(masochism)이 논의되고 있다. 중요한 사

---

56) 프로이트, 정신 분석학 입문, 서석연 옮김, 서울, 범우사, 1992

실은 시각적 애호와 노출증의 초기 이분법과, 가학성/피학대 음란증의 대립 모두 능동성/수동성의 이분법 차원에서 해석되었다는 점이다. 이 같은 이분법은 영화 이론에서 프로이트의 시선 개념, 쾌락, 주체성 형성을 사용하는 전형적인 이론적 토대를 제공한 바 있다.

특히, 절시증과 쾌락성의 문제가 영화 이론에서 전면적인 주의를 끈 것은 멀비(Laura Mulvey)의 논문, ‘시각적 쾌락과 네러티브 영화’(Visual Pleasure and Narrative Cinema)이다. 이 논문이 가져온 효과 가운데 하나는 1970년대 중반기부터 영화 연구가 강력한 정신분석학 방법론을 취하게 된 것이다. 프로이트의 절시증 이론은 주체가 어떻게 쳐다보기 행위로부터 쾌락을 획득하는가의 본질적 문제를 천착한 데 있다. 프로이트의 이론에 착근하여, 멀비는 남성의 시선이 여성을 자신들의 쾌락의 대상으로 객체화시킨다는 점을 꿰뚫어 보았다. 그녀는 남성과 부권 중심(phallogentrism)의 문화적 메커니즘이, 남성적 시선을 특권시함으로써 여성들을 수동적 객체들로 만들었다는 주장을 내놓았다. 그녀의 이 같은 통찰이 개진된 이후, 남성성과 여성성 차원에서 시선의 본질에 대한 논의가 이어졌다. 여기서 중요한 것은 쾌락과 시선의 관계에 대한 이론이 다양한 시각 이미지를 다루는 학술 분야에 가져다 준 영향의 진폭이다. 그 같은 문제의식이 가져다 준, 학술적 기여 가운데 하나는 시선과 쾌락의 관계를 주체성의 형성과 그것의 문화적 맥락 속에 각인시켰다는 사실이다. 그렇다면 디지털 컨버전스로 특징지어지는 뉴미디어 소비 주체에서 나타나는 시각 애호의 본질은 무엇이며, 이 같은 시각의 쾌락성에 디지털 뉴미디어가 미치는 영향력은 무엇인가라는 물음을 던져볼 수 있다.

시각 애호라는 개념에 내포된 근본적 관념은, ‘쳐다보기’의 쾌락 이상으로, 주체성의 투자를 포함하는 것으로서, 쳐다보기라는 실제 행위가 갖는 인문적 본질에 대한 재사유를 주문한다. 돌려 말해서, 쾌락은 행위에 동반되는 단순한 부분이 아니라, 보다 중요한 그 무엇으로 간주되어야 한다. 영상 이미지의 쾌락성은 영상 이미지를 보는 행위를 위한 전체 원인 또는 동기로서 간주될 필요가 있다. 인간은 늘 주위의 사물과 이미지를 쳐다보는데, 그 이유는 인간이 보는 행위 자체를 즐기기 때문이다.

따라서 엄밀히 말하면 인간이 보는 내용물은 보는 행위 그 자체에 비해서 이차적이거나 덜 중요한 것이다. 주체가 쳐다보기 행위에 의해서 지배될 때, 그의 주체성은 영상 이미지의 내용 자체 보다는 그 영상물의 내용에 대한 그의 반응과 해석 방식에 따라서 변화한다. 예컨대, 우리가 영화를 볼 때, 영상 이미지 소비 주체의 주체성은 그가 동영상을 소비하는 방식에 대응하여 변질된다.

프로이트는 시각 애호가 그 자신이 시각적 충동(scopic drive)이라고 부른 무의식의 한 부분에 속한다는 가설을 상정하였다. 또 하나 중요한 사실은 프로이트가 쳐다보는 행위와, 주체와 욕망의 관계를 분리시키려 했다는 점이다. 질시증은 우리가 개별적 주체들로서 어떻게 보는가에 대한 문제이며, 동시에 개인들로서 우리가 어떻게 우리의 욕망에 반응하면서 주체가 되는가의 문제이다. 다시 말해서 시각 애호는 우리가 쳐다보는 것, 즉 시각 행위의 대상에 대해 초점을 맞추는 것이 아니라, 시선의 과정들과 관련된다. 시각 애호에서 쾌락은 쳐다보여지는 것의 대상이나 이미지에 의해서 결정되는 것이 아니라, 그것이 주체에게 주는 중요성에 따라서 결정된다. 이 같은 프로이트의 생각을 더욱더 급진적으로 전개하여, 라캉은 더 나아가, 주체에게 쾌락을 설정하는 대상은 없다는 주장을 내놓기도 했다. 쾌락은 오직 스스로의 이미지가 보여지거나 타자의 이미지를 보는 행위 그 자체로부터 획득될 수 있다는 것이다.

질시증은 쾌락과 쳐다보기 행위에 대해서 두 가지 사유 방식을 제공한다. 첫째, 그것은 쳐다보기의 실제 행위로서, 쾌락의 유형을 형성하는 시각 활동의 과정 자체이다. 둘째, 우리가 보는 영상 이미지의 내용이 우리의 쾌락을 규정하는 것이 아니라, 계속 영상 이미지를 보게 만드는 인간의 욕망이 쾌락을 규정한다는 것이다. 이것은 뉴미디어에 있어서 중요한 함의를 갖는다. 왜냐하면, 질시증이라는 개념은 영상 이미지의 소비에 있어서 쾌락의 의미를 중핵으로 삼기 때문이며, 문화적 실천, 타성, 소비의 몇몇 유형의 형성에서 쾌락의 역할을 파악하기 때문이다. 인간이 시각에 대해서 보여주는 애호의 감정은 어떻게 쾌락이 주체의 자아 형성과 관계를 맺는가를 알려준다. 인간이 영상 이미지를 소비하면서 갖는 본능적 쾌락은 이처럼 많은 뉴미디어들의 기술들이 시각적 구성 요소를 필수적으로 포함하고 있는 이유에 대한

근본적인 인간학적 설명이라 할 수 있다. 또한 우리가 쳐다보기로부터 얻는 정신적, 신체적 향유는 이미지와의 상호작용과 결합되며, 시각적 요소들을 통합시키는 기술들의 소비를 통하여 한층 강화된다. 이를테면 iPod는 MP3로부터 비디오 플레이어로 이동했고, 휴대 전화의 인터페이스는 아이콘의 윤곽을 띠고 있고, 비디오폰으로 진화하였으며, 카메라폰의 기능을 수렴하였다. 요컨대 영상 이미지의 생성과 소비를 도의시한 뉴미디어는 상상조차 할 수 없는 것이다.

여기서 우리는 인간이 일련의 시각적 과정들에 각인되었다는 라캉의 생각을 통찰할 필요가 있다. 인간의 사회화된 주체성의 형성에 시각적 과정이 중요한 요소로 관여한다는 생각은 뉴미디어의 영상콘텐츠의 편재화 현상에 있어서 중요한 의미를 갖는다. 돌려 말해서, 디지털 컨버전스 시대의 화두인 뉴미디어의 영상 이미지 편재성이라는 상황에서, 특히 영상 이미지의 쾌락성의 차원에서 미디어 형식들이 주체성의 형성에 미치는 함의를 고려하는 것은 필수적이다. 특히 영상 이미지의 쾌락의 차원에서 말이다. 쾌락은 뉴미디어의 특정 영역, 콘텐츠, 용이성 그 이상의 것으로서 디지털미디어의 소프트웨어 개발의 근본적 속성이다. 미디어의 사용, 해석, 용이성 등은 뉴미디어의 쾌락들이 아니라 뉴미디어로부터 발견되는 쾌락의 해석학적 속성들이다. 이 같은 의미에서, 뉴미디어의 ‘뉴’는 새로운 미디어가 생산하는 쾌락의 새로운 형식을 지시한다는 진술을 할 수 있을 것이다. 물론 옛 매체들에서 사용되던 양식을 모방하는 경우도 다반사이거니와, 모방은 쾌락의 유혹적인 회피 메커니즘이다.

절시증의 이론은 영화와 텔레비전 발달에서 중요한 설명 원리로 작용했으며 새로운 주체성의 형식들을 설명하는데 기여했다. 어쨌거나, ‘쳐다보기’ 행위는 늘 우리가 새로운 미디어 문화 속에 참여하는 방식들의 중심적 요소이다. 모든 영상 매체에서, 절시증은 중요한 역할을 맡고 있으며, 특히 웹페이지의 시각 행위인 브라우징은 그것의 고유한 애매모호성을 지닌다. 일견 보면, 브라우징은 일반적인 시각 행위에 속하는 것으로 보이며, 특별하게 관심을 둔 쳐다보기 행위를 표상하지 않는다.

영상 언어의 두 가지 스타일, 즉 영화/텔레비전과, 뉴미디어의 영상이미지는 시선

의 기계화와 구조를 중심으로 진행된다. 브라우징에 내포된 시선의 함의는 그것들의 고유한 정치적, 공간적 차원을 갖는다는 점을 기억할 필요가 있다. 브라우징의 그 같은 차원들은 영화 또는 텔레비전 시선과는 다른 차원들이다. 물론, 그렇다고 해서 영화에서 정치와, 공간에 대한 관심이 없다는 것은 아니다. 모든 쳐다보기 행위의 출발점에는 그것의 고유한 공간성과 정치성이 내포되어 있다. 우리는 영상 언어의 쾌락성에 대한 논의에서 시선의 중심성을 무시할 수 없으며, 바로 그런 이유에서 디지털 문화를 형성하는 뉴미디어 안에서 주체성의 성립에 있어서 쾌락의 역할을 강조했던 것이다. 시선을 통해서 우리는 새로운 것에 대한 의미를 만들고, 어떻게 새로운 것을 해석하는가에 대해서 의미를 만들어낸다.

뉴미디어는 특히 영상 이미지 문화의 실천들을 지배하는 일련의 해석학적 원칙들을 생산했다고 말할 수 있다. 여기서 유념할 것은, 시선과 쾌락의 관계가 변화한 것이 아니라, 새로운 미디어 텍스트들이 이 같은 텍스트들을 볼 수 있는 새로운 방식들을 위한 잠재력을 제공한 플랫폼을 제공한 것이라는 사실이다.

흔히 뉴미디어는 전문가들이 말하는 ‘시선의 꼬임’(twisting of the gaze)이라는 독특한 시선의 방식을 축조하고 있다. 물론, 영상 이미지의 관객성 차원에서, 기존의 ‘눈-꼬임’(eye-twisting) 시스템은 영화, 텔레비전, 활자 잡지에서도 존재했다. 하지만 디지털 컨버전스로 인해서 시시각각 생성되고 있는 이질적인 영상 이미지의 생성과 시각 언어의 다양한 형식들로 인해서, 현재 사용하고 구별하는 형식들은 뉴미디어 텍스트들의 다양성을 설명하지 못한다. 이를테면, 비디오 아트, 가상 현실, 보이는 라디오, 설치 미술, 인터넷 아트를 비롯한 새로운 영상 이미지의 장르들이 속속 출현하고 있다.

뉴미디어의 재매체화된 텍스트는 관객 주체(spectating subject)에 대해서 상이한 시각 패턴을 주문한다. 비록 기존의 시각 애호라는 정신적 시스템에 근거를 두지만, 그것들은 아울러 새로운 시각 포지션(viewing position)을 축조한다.

뉴미디어의 텍스트들은 너무나 상이하며, 잠재적으로 시선 과정의 급격한 변화를 동반하고 있다. 뉴미디어의 영상텍스트들은 이미 이질적이며 파편화된 영상 ‘에피

스테메'를 만들어내고 있다.

이러하면 디지털 이미지의 구조(digitality)는 강요된 구성에 착근하여 시선이 한 장소에 머무르는 것을 더욱더 어렵게 만든다. 그 주된 이유는 뉴미디어에서 사용되는 사용자 실천들의 다양성 때문이다. 예컨대, 인터넷에서 우리가 어디로 가는 것인지, 순수가 무엇인지, 제어하는 것은 거의 불가능하다. 기존의 영상 매체인 영화와 텔레비전과 달리, 디지털 미디어에서는 이미지의 특정 집합을 볼 수 있도록 해주는 타임프레임이나 시간 명령 지시도 없으며 볼 수 있는 것과 볼 수 없는 것에 대한 규제도 사실상 불가능하다.

## 제 2 절 영상 텍스트의 두 가지 생산 방식과 쾌락성

끝으로 바르트가 텍스트의 즐거움에서 제시한 두 가지 유형의 쾌락을 디지털 영상 이미지의 쾌락에 적용하는 것도 유효하다. 바르트는 모든 텍스트에 내포된 두 가지 쾌락을 읽기 편한 텍스트에서 발생하는 독자적 쾌락과, 독자가 수동적 해석에 머무르지 않고, 텍스트를 자기 식으로 다시 쓰도록 만들어주는 작가적 쾌락을 구별하고 있다.

바르트의 두 개념은 하나의 이미지 안에 참여하는 두 개의 문화적 실천들을 파악하는 것을 설명해 줄 수 있을 것이다. 가상 현실, 디지털 설치, 웹사이트, 이메일 디지털 아카이브 등, 즉 디지털 미디어의 모든 텍스트를 말한다. 독자적 텍스트(readerly)와 작가적 텍스트(writerly) 개념이 뉴미디어 문화 맥락에서 특히 흥미로운 것은, 그것이 텍스트 생산의 상이한 시스템을 파악하기 때문이다. 다양한 디지털 컨버전스에서 새로운 영상 이미지의 생산물과 새로운 호소 방식, 새로운 해석 과정들이 존재한다는 점을 기억할 필요가 있다.

독자 중심의 텍스트는 조직적 텍스트이다. 그것은 동질성을 통하여 독자와 해석의 유도 행위를 제어하는 것을 목표로 삼는다. 독자적 텍스트의 주된 작동은 선조적 네러티브와 코드를 사용하고 순환시키면서 특수한 해석적 입장을 명령 전사하는 데

있다. 독자 중심의 텍스트는 독서에 연루된 관객의 위치를 창조하며 서사의 힘과 쾌락을 중시 여긴다. 그 같은 서사적 힘이란 하나의 종결에 의해서 제공되는 울타리가 창조하는 힘을 말한다. 독자 중심 텍스트의 근본적 요소들 가운데 하나는 그것이 작동하는 환상의 메커니즘이다. 그 같은 환상은 네러티브 울타리의 자의적 본질이다. 우리가 그것의 의도, 텍스트의 의미를 이해하는 데 도달했기 때문에 궁극적으로 텍스트의 쾌락이 창조되었다는 것이다. 독자 중심 텍스트의 쾌락은 바로 하나의 환상이다. 그것은 창조된 쾌락이기 때문이다. 독자적 쾌락은 통일성과 수미일관성을 위해서 시종일관 우리의 욕망을 형성한 것이다.

반면, 작가적 텍스트는 독자 중심 텍스트의 반명제이다. 그것은 네러티브의 힘을 파편화시켜서, 그 결과 독자는 네러티브의 구성과 작동, 그리고 서사의 코드들을 의식하게 된다. 이 때, 우리가 텍스트를 읽어가는 코드, 즉 쾌락은 네러티브 결론들의 향유로부터 결과되지 않는다. 바르트는 그의 주저 (텍스트의 쾌락)<sup>57)</sup>을 쳐다보는 행위와 쾌락이라는 관념을 혼합시키는 문장으로 시작한다. 그것은 쾌락의 개념들 가운데 핵심적 요소로서 독자와 관객, 그리고 텍스트 사이의 계속되는 협상들을 다루고 있다. 이를테면 텍스트의 쾌락은 바로 그것을 쳐다보는 것을 통해서 얻어진다. 텍스트의 이미지의 소비, 단어들의 소비, 네러티브의 소비가 그것이다. 여기서 바르트는 텍스트의 쾌락은 시각적인 쾌락임을 시사한다. 텍스트적 쾌락은 우리가 텍스트와 맺는 관계와 더불어 시작하고 종결된다.

주의와 의식의 반 정도만 참여하는 다양한 형식의 시선, 이를테면 가벼운 시선 (glance), 대략 훑어보기(scan), 브라우징(browse) 등에 대해서도 언급한다. 바르트는 쾌락에 대한 접근 정도를 시각 행위의 속도에서의 차이로 설명한다. 바르트는 이렇게 주장한다. 우리가 만약 신속하게 단어를 읽으면, 또는 단어의 이미지만을 보면, 진정한 시선은 투자되지 않은 것이며, 따라서 텍스트의 쾌락에 도달할 수 없다. 빨리 보는 것은 우리로 하여금 그래픽스를 보고, 외시된 이미지를 보게 해줄 뿐, 텍스

---

57) Roland Barthes, *Le Plaisir Du Texte*, French & European Publications, Incorporated, 1973

트의 다양한 켄들과 이질성을 놓치는 것이다. 디지털 이론가 달리(Andrew Darley)가 제시한 ‘깊이 없음’(depthless)이라는 개념은 컴퓨터 생성 영상물에 해당된다. 그 같은 깊이의 부재는 볼거리, 특수 효과, 디지털 카메라 안에서 생성되는 이미지의 표면에서 작동한다. 디지털 미디어의 스펙터클에는 재현적 복잡성도, 특징도 없다. 달리의 ‘무 깊이성’(depthlessness)이라는 관념과 바르트의 신속한 읽기는 모두 최소화 된 해석을 통해서 쾌락을 얻으려 한다는 공통점을 지닌다.<sup>58)</sup>

양자 모두 기술 결정주의의 한계에 종속된다고 말할 수 있다. 바르트가 다루는 것은 문자 언어의 기술이며, 달리는 디지털 이미지에 초점을 둔다. 양자 모두에서 시간은 핵심 쟁점으로서 ‘무 깊이성’과 빠른 독서는 각각 그것에 종속된다. 디지털 카메라에서 생성되는 ‘무 깊이성’은 특수 효과들이 일시적이라는 것, 오직 잠정적으로 시선을 정지시킬 수 있다는 것이며, 우리가 신속하게 읽을 때, 우리는 단어를 그래픽과 상징 부호로 보는 것이지, 산문의 단락으로 보는 것은 아니라는 사실이다. 뉴미디어, 더 정확히 뉴미디어 이미지들은 시간과 관련된 전통적인 해석 과정들을 변화시켰다. 이전의 매체들은 필름, 비디오, 텔레비전, 잡지, 회화 하나의 이미지에 반응하는, 보는 사람의 교환에 근거하여 대화적 방식으로 작동되었다. 이것은 바로 우리 이미지를 쳐다보는 것의 과정의 부분으로서 상호 작용성을 간주할 수 있는 방식이다. 뉴미디어 기술이 생산 형식에 도입됨으로써 이 같은 해석적 대화주의의 구조가 변질되었다는 비판을 면키 어렵다.

예컨대, 우리가 온라인 디지털 인스톨레이션을 보게 될 때, 더 이상 인스톨레이션과 보는 사람 사이의 만남을 이미지의 의미를 만들기 위한 교환의 최종 지점으로서 간주하지 않는다. 상호 작용성은 여기서 그것의 정신적 형상화를 넘어서, 예술 작품의 형식적 양상들에 공헌하는 모호한 요소를 도입한다. 그것은 곧 바르트가 말한 작가적 텍스트의 요소이다. 디지털 설치미술에서 관객은 이미 예술가가 된다.

---

58) Andrew Darley, *Visual Digital Culture: Surface Play and Spectacle in New Media Genres*, London and New York: Routledge, 2000.

시간을 쳐다보기 행위에 연결시킨 것은 바르트에게 의미가 크다. 그것은 그가 쾌락 개념을 향유 개념과 분리시키는 방식들 가운데 하나이다. 시간은 디지털 전자 맥락에서 우리의 해석학에 영향을 미치는 결정적 요소이다.

웹 사이트를 검색하는 행위, 브라우징(browserly)은 우리가 늘 작가적 텍스트의 과정(writerly process)을 수행한다는 환상을 심어준다. 이것이 환상인 이유는 늘 기술적인 것에서 사회적인 것, 정치적인 것, 경제적인 것, 지리적인 것으로 이동하면서 다양한 제약이 따르기 때문이다. 브라우징 행위는 총체적으로 자의적인 것도 아니며, 바르트가 꿈꾸는 것의 유토피아적 예도 아니다. 브라우저의 기술적 능력은 하나의 매체, 하나의 프레임으로서, 유저로 하여금 작가적 텍스트(writerly text)를 창조하게 만드는 프레임으로 보일 수도 있다. 다양한 디지털 비디오, 가상투어, 유튜브 클립 등의 어플리케이션에서 사용자가 빈번하게 망각하는 것은 바로 이것들이 다운로드 받은 것이며, 브라우저가 업그레이드 되었다는 명백한 사실이다. 독자적 텍스트를 작가적 텍스트로 뉴미디어에서 잘못 착각하는 것은 우리가 원하는 것을 브라우징 행위를 통해서 얻을 수 있다는 생각 때문이다. 이 같은 환영의 좋은 예는 검색 엔진이다.

## 제 8 장 영상 매체의 현상과 해석 - 퍼스 기호학적 접근

### 제 1 절 영상 콘텐츠의 일상화의 의미

일상화는 고착된 행위와 습관적 사고, 그리고 무의식적 행동의 특성으로 기술된다. 이는 습관과 반복의 과정을 통해 형성되는 사고와 행동의 연관성에 대한 고찰을 가능하게 한다. 일상생활의 연속성, 익숙함, 안정감은 습관화된 사고의 결과로서 대상에 대한 새로운 사고와 이로 인한 삶의 역동성과는 대비적인 상태를 가리킨다. 습관화에 따르는 행동과 의식은 개인의 영역에서 뿐만 아니라 사회적 영역에서도 그 의미를 고찰할 수 있다.

독일의 사회학자 하버마스는 일상화의 의미를 공공 영역에서 이루어지는 의사소통으로서 설명하고, 버거와 루크만은 현상학적 접근에서 일상화를 비 성찰적 지식이라는 의미로 간주한다. 이들과 유사하게 슐츠도 일상화의 의미를 상식의 개념을 통해 설명한다.<sup>59)</sup> 요컨대, 일상 세계란 상식적이고 보편적인 상징적 재현이 이루어지는 개인적이고 공적인 공간이라고 할 수 있다.

이러한 현상학적 관점을 확대하여 사회학자 고프만은 수행하는 능력으로 일상화의 경험적 차원을 강조한다. 즉, 일상은 현재성이 두드러지는 무시간적 보편성의 실재인 동시에 행동이 있는 역사적 인간의 변형, 발전의 상호 작용성을 의미하기도 한다.<sup>60)</sup> 이 같은 주체의 경험주의적 행동은 미셸 드 세르토의 일상생활의 실천에서 전술을 구사하는 능동적인 수용자의 역할로 드러난다.<sup>61)</sup> 이러한 일상성의 개념은 앙리

59) 오세인, 『영상 매체란 무엇인가』, 서울, 커뮤니케이션북스, 2004, p.224.

60) 같은 책 p.226.

61) Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, trans. by Steven F. Rendail. Berkeley: University of California Press, 1984.

르페브르의 고찰을 통해 더욱 급진적인 양상을 띤다. 그는 일상성의 의미를 변증법적인 균열을 통해 일상의 안전함에 위협을 주는, 변혁을 시도하는 적극적인 개념으로 설명한다. 즉, 일상성은 안전함과 동시에 변화에 취약함을 가진다는 것이다. 이러한 점은 일상적 현재의 연속성과 불연속성의 변증법적 관계로 사회적으로 표출되며 변혁을 가져온다. 결국 르페브르가 주장하는 일상생활에 대한 비판은 불연속성과 균열에 토대를 두고 있다.<sup>62)</sup>

르페브르의 일상세계에 대한 비판은 퍼스의 비판적 상식론(critical common-sensism)<sup>63)</sup>과 유사하다. 퍼스에 따르면 습관의 형성이란 믿음을 통해 얻어진 결과이며 이는 상식적인 지식을 형성하며 행동으로 이어진다. 따라서 습관은 행동의 변화를 가져오는 계기가 된다. 이때 습관의 형성은 자발적이고 의지적인 행동의 결과로 이해된다. 하지만 르페브르에게서 언급되었듯이, 일상성은 사회의 개인에게 공동체적으로 습관화된 상식을 수용하도록 하는 취약한 점을 가지고 있다. 따라서 탐구적 절차를 통한 비판적 상식론은 현실의 연속성에 균열을 가져오는 비연속성을 강조함으로써 일상화의 습관화된 무의식의 세계에 제동을 거는 역할을 한다. 이러한 견해는 습관으로 얻어지는 상식, 또는 상식이 만들어내는 습관화된 행동의 비자율적 의식에 도전하며, 일상 세계에서 자율적으로 습관을 형성하는 자기 통제적인 주체의 능동적 실천과 활동에 대한 의지적 사고를 촉발한다.

일상화와 습관의 연관성에 비추어 볼 때, 일상성의 개념은 습관화와 탈(脫)습관화의 상반된 두 가지 방향성으로 기술될 수 있다. 습관화란 상상의 세계와 실제 세계 사이의 간극을 만족감이나 안정감의 느낌으로 좁히려는 감정적 기제로 작용한다. 반면 탈습관화란 그러한 안정감에 저항하면서, 경험적이고 실천적인 정신적 기제로 기능한다.

62) Henri Lefebvre, *Critique of Everyday Life*, Volume 3: From Modernity to Modernism, Verso; SpecialEdition, 2008.

63) Charles S. Peirce and Justus Buchler, *The philosophy of Peirce: Selected Writings*. New York, London: Harcourt, K. Paul, Trench, Trubner, 1956, pp.290~3.

일상성이란 개념이 현상적 차원과 실천의 차원으로 구별되듯이 영상 콘텐츠의 일상화란 의미도 두 가지 측면에서 기술될 수 있다. 첫째, 영상 콘텐츠 일상화의 현상적인 측면이다. 기술문화의 일상성에 노출된 매체 이용자들은 기술의 편리함에 수동적으로 반응한다. 다른 표현으로 하자면, 매체 이용자들이 디지털 영상 콘텐츠가 제공하는 일상성의 편리함과 즐거움, 만족감에 몰입한다는 것이다. 디지털 시대의 기술이 보장하는 이러한 만족감과 편안한 느낌은 상상의 세계와 실제 세계의 분열과 간극을 메우는데 매우 강력한 감정적 기제로 작용한다.

디지털 시대의 여러 가지 다양한 매체와 양식을 통해 일상생활에서의 영상 콘텐츠는 미디어 경험을 더욱 풍부하게 한다. 영상 매체가 제공하는 시각적 즐거움과 신체적 쾌락성은 일상의 세계를 상상의 세계로 대치하기에 충분할 정도로 영향력이 크며, 이는 매체 수용자들을 아무런 저항 없이 그 세계 속으로 침잠하게 만든다. 이런 측면에서 디지털 시대의 미디어 사용자들은 마치 실제 세계가 존재하지 않는 것처럼 감각, 느낌, 감정을 중시하며 감성적인 가상공간의 상상적 세계에 몰입한다. 하지만 이러한 상상적 세계가 실제 세계와 만나면서 저항을 받을 때, 상상적 세계의 주체는 낯선 경험을 하게 되는 행동과 반응의 주체로 변화한다.

미디어 수용자들은 상상적 세계에 머물기 위하여 하드웨어와 소프트웨어를 사용할 수 있는 최소한의 기술적 지식을 갖추고 있어야 한다. 디지털 시대는 디지털 하드웨어를 잘 다루는 기술적인 인간을 요구한다. 요컨대, 컴퓨터 기술이 제공하는 일상의 편안하고 감성적 세계에 안주하는 그들은 하드웨어의 기술과 소프트웨어의 내용을 소비하는 21세기 디지털 문화의 소비자들이다.

그렇다면 세미오웨어(semioware) 측면에서 디지털 시대의 인간은 어떤 위상을 차지하고 있는가? 세미오웨어는 하드웨어의 전송 매체를 통해 소프트웨어의 내용을 표현하는 기호적인 형식이라 할 수 있다. 특별히 세미오웨어의 기능에 대한 고찰은 기술적인 층위에서 하드웨어, 소프트웨어, 세미오웨어의 융합적 현상이 갖는 의미가 무엇인지를 해석하고 설명하는 것이며, 이를 본 보고서의 핵심적 내용으로 삼는다. 본 보고서는 상이한 두 매체, 또는 매체와 인간을 중재하는 세미오웨어의 현상

을 기술하고 해석한다. 즉, 우리는 세미오웨어의 기호체계가 미디어 사용자들이 기호 활동(semiotic activity)을 통해 의미생산의 과정을 경험하며 매체와 대인 커뮤니케이션의 적극적인 참여자가 되게 한다는 점에 주목한다. 이런 의미에서 영상 매체 수용자들은 소비자인 동시에 생산자로서의 ‘프로슈머’(prosumer)가 된다.<sup>64)</sup>

세미오웨어의 중재적 기능은 영상 콘텐츠의 일상화에 따른 감정적 몰입과 상호작용이라는 두 상반된 현상을 관찰할 수 있게 한다. 이러한 점 때문에 세미오웨어의 형식을 분석하고 고찰하는 것은 영상 콘텐츠의 일상화라는 의미를 심층적으로 고찰할 수 있는 조건을 마련한다.

둘째, 앞에서 언급하였듯이, 영상 콘텐츠의 일상화에 대한 사용자의 적극적인 실천의 차원을 생각해 볼 수 있다. 이는 영상 콘텐츠의 일상화에 수동적으로 반응하는 디지털 시대의 수용자가 아니라 탈습관화를 통해 새롭게 습관을 형성하는 적극적인 행위자로서의 영상 콘텐츠 수용자의 특성을 의미한다. 즉, 능동적 참여자는 영상 콘텐츠의 일상화라는 현상적 삶에 탈일상화란 관점을 부여하며 기존의 사고를 비판적으로 탐구하며 객관적인 믿음을 통해 능동적으로 습관을 형성하는 자율적인 매체 이용자이다. 이러한 세미오웨어 대행자(agent)들은 세미오웨어의 상징적 기능을 이해하고, 기호적 해석을 통해 자신을 변형시키는 적극적인 일상세계의 실천자이다. 따라서 영상 콘텐츠의 세미오웨어의 형식에서 사용자는 기존 매체의 형식이 재(再)매개되는 과정을 관찰하며 일상화에 탈일상화적 변형을 일으키고, 새로운 습관의 형성을 통해 개인적/사회적 변형을 추구한다. 이러한 측면에서 세미오웨어 대행자들에게 기호형식을 통한 재매개화는 일종의 치료과정, 즉 치료 교육(remediation)<sup>65)</sup>

64) 프로슈머는 생산자(producer)와 소비자(consumer)의 합성어이다.

65) ‘remediation’의 정의는 ‘the act or process of correcting a fault or deficiency’로 치료하다란 의미의 단어(remedy)와 연관되어 있다. 특수교육에서 신체적 장애로 인해 교육을 받을 기회를 잃어버린 학생들에게 다른 신체 감각을 이용한 재매개의 과정을 통해 교육을 받게 되는 치료교육의 개념이다. 즉, 청각 장애자의 경우, 귀를 이용하는 자연언어를 습득할 중재 기관이 없기에, 손을 이용한 수화라는 언어가 자연언어의 기능을 대신하게 되는 재매개화의 경우이다. 기존의 전통적 매체인 귀

으로 이해된다.

재(再)매개화의 관점은 기존의 매체가 새로운 매체를 만나게 되는 경우, 각 매체의 특성은 사라지지 않으면서 대화적인 상호작용을 통해 새로운 의미를 발생한다는 생각에 근거한다. 이 같은 사고는 상상과 실제의 세계가 만날 때, 그 간극은 대화, 즉 능동적 참여를 통해, 제 3의 의미로 연결된다는 것을 포함한다. 여기서 제 3의 의미란 습관의 형성을 통해 얻어지는 사고이다. 결과적으로, 이러한 습관은 행동의 근거가 되며 실천적 행위로 이어진다. 이런 측면에서 재매개화란 개념은 일상화의 무의식적이고 자연적인 몰입성과 적극적인 실천적 상호작용성의 두 상이한 특성과 연관되어 있다. 이는 같은 의미에서 르페브르의 연속성과 비연속성, 퍼스의 비판적 상징론에 근거하고 있다. 따라서 영상 콘텐츠의 일상화는 매체의 재매개화의 과정과 연관하여 수용자의 인지와 사고의 연관성을 고찰할 수 있는 중요한 현상이라는 점에서 유의미하다고 할 수 있다. 그러므로 몰입과 상호작용성을 토대로 구술(口述) 언어와 문자(文字) 언어의 재매개화인 탈(脫)소리화(deacousticalization)와 탈(脫)문자화(deliteralization)가 갖는 현상을 관찰하고 그 의미를 매체 수용자의 사고 체계와 연관하여 고찰하는 것은 의의가 크다고 할 수 있다.

## 제 2 절 영상 매체의 현상적 특성

디지털 영상 매체의 현상적 특성을 세 층위로 구분하여 살펴보는 것은 매체의 형식과 인지 작용과의 연관성에 대한 고찰을 용이하게 한다. 세 층위는 첫째, 다중 감각을 통한 몰입(immersion), 둘째, 매체의 다중 양식을 통해서 의미가 형성되는 상호작용성(interactivity), 셋째, 대화적 상호작용을 통한 각 매체의 재매개(remediation) 과정이다. 이러한 세 층위의 현상에 대한 해석과 설명은 각각, 통사적 차원, 의미의

---

가 아닌 손으로 대치하여 세상과 연결된다는 의미에서 부족한 기능을 채워주는 치료교육적인 측면을 갖는다. 따라서 귀와 손이 하는 일이 의사소통이라는 궁극적 측면에서 동일하지만 귀와 손의 매체는 상이한 모드를 통해 그러한 기능을 구현한다.

차원, 화용적인 차원과 연계하여 영상 매체의 형식, 콘텐츠, 해석의 문제를 통합적으로 기술할 수 있는 이점을 가지고 있다. 이 같은 세 층위의 구별은 볼터와 그라신<sup>66)</sup>의 뉴미디어의 이론인 무매체성(immediacy), 초매체성(hypermediacy), 재매개(remediation)의 개념과 대응한다. 볼터와 그라신은 투명한 무매체성이 다중의 감각을 자극하여 온전히 몰입하게 함으로써 매체와의 거리가 더 이상 느껴지지 않게 되는 상태라고 설명한다. 반대로 초매체성은 매체와의 거리가 존재하며 이는 다매체 양식을 경험하고 인식하는 상태를 가리킨다. 볼터와 그라신은 이러한 상반된 두 논리를 기반으로 하나의 매체가 재매개화 된다고 주장한다.

마찬가지로 디지털 영상 매체의 의미적인 특성은 다중적 감각을 사용하여 쾌락성을 강조하며 영상 이미지에 몰두하게 한다. 이는 퍼스(Peirce) 기호학의 일차성인 느낌과 감정의 세계이자, 이미지 속<sup>67)</sup>으로 들어가는 몰입적 상황을 가리킨다. 이러한 몰입적 현상은 각 매체 양식의 다양성과 이질성을 경험하는 의식으로 발전한다. 따라서 몰입적 현상은 매체와의 밀착에서 거리가 발생하여 각 매체 양식에 대해 구별하는 의식이 생기며 매체대화적인 상호작용이 이루어진다. 결과적으로 수용자에게 미디어를 경험하는 실제 세계의 인식의 전환이 일어난다. 이러한 두 과정을 기반으로 재매개화가 일어난다. 이때, 재매개화는 매체 형식의 재매개뿐만 아니라 세미오웨어의 기호형식을 통해 소통하는 세미오웨어 대행자의 재매개 과정인 치료교육(remediation)도 포함한다.

이러한 영상 매체의 현상적 특성들은 디지털 문화의 키워드인 컨버전스(convergence)라는 개념과 연관되어 있다. 컨버전스란 용어는 아직 합의된 정의가 없는 상태로 융합, 수렴, 혼합 등의 여러 가지 표현으로 기술되고 있다. 위의 매체 사이의 현상을 나타내는 표현들은 현상의 의미를 고찰하며 각 매체의 상호작용성에 대한 해석과

66) Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation*, Cambridge, Mass. The MIT Press, 2000, pp.21 ~ 50.

67) K. Robins, *Into the Image: The Culture and Politics in the Field of Vision*, London and New York: Routledge, 1996.

설명이 없이는 모호한 개념으로 이해되기 쉽다. 따라서 매체의 융합이라는 차원에서 디지털 미디어의 현상은 각 매체의 특성과 그것들의 관계를 상호 규정할 수 있을 때, 컨버전스라는 개념에 대한 이해가 가능해진다. 이런 입장을 기반으로 우리는 영상 이미지의 컨버전스의 개념을 상반된 두 논리인 몰입과 상호작용성을 기반으로 재매개화가 일어나는 과정으로 설명한다.

컨버전스의 유의미성은 위에서 언급한 바와 같이 다층적인 절차적 과정을 통해 기술될 때에 그 의미가 명확하게 드러난다. 볼터가 지적하듯이 컨버전스의 개념은 상호적인 재매개화이며, 따라서 단일한 해결책을 제시하지 않는다.<sup>68)</sup> 컨버전스는 피상성으로 나타나는 매체간의 기술적 융합 현상이다. 하지만 이러한 피상성의 내부에 다양한 매체가 어떻게 상호작용하고 있는지 살피는 것은 각 매체의 특성을 이해하고, 각 매체가 다른 매체를 해석할 수 있는 거리를 통해 참여와 대화가 이루어지는 의미론적 차원에 해당한다. 의미론적 차원의 접근은 이러한 대화적 상호작용을 통해 결국 컨버전스가 지향하는 것은 무엇인가라는 목적론에 이르게 된다. 그렇다면, ‘다양한 매체의 표현 양식은 무엇을 표상하는가’라는 기호 화용론적인 접근의 질문이 가능해진다. 결국 무엇이 수렴된다는 것인가? 이는 볼터가 지적하듯이 또 다른 이름의 재매개화이다.<sup>69)</sup>

영상 매체의 컨버전스 현상은 다층적 차원에서 관찰되며, 이러한 매체 형식의 해석은 퍼스 기호학적 접근에서 볼 때 인지 과정으로 설명된다. 즉, 각 매체의 표현 형식은 우리에게 알려지지 않은 대상을 재현하는 것으로 그러한 기호의 해석은 대화적 상호과정을 통해 의미를 알아가는 과정이며 따라서 인지 발달과 직접적으로 연관되어 있다. 그러므로 컨버전스는 미디어 사용자로 하여금 매체가 다양하게 분산되거나 또는 융합되는 모순적 환경에서 통합적인 사고를 실천하도록 하는 기호학적 기제라고 할 수 있다.

68) Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation*, Cambridge, Mass. The MIT Press, 2000, pp.224~5.

69) 같은 책, p.224.

컨버전스 현상의 해석은 첫째, 통사적 차원에서 각 매체가 기술적으로 융합되어 있는 현상과 이러한 매체적 융합이 수용자에게 다중 감각의 미디어 경험으로 이어진다는 것을 살펴보는 것이다. 둘째, 컨버전스의 의미론적 차원에서 매체의 다중적 양식의 상호작용적인 관계를 통해 컨버전스의 다양성의 의미를 살펴본다. 셋째, 컨버전스의 화용론적 입장에서 각 매체가 어떻게 변형되고 있는지를 고찰하고, 아울러 컨버전스의 재매개화의 과정을 교육적인 측면에서 고찰한다.

위의 세 층위의 컨버전스 개념에서 공통적으로 드러나는 현상은 몰입과 상호작용성<sup>70)</sup>이다. 구체적으로 말하자면, 둘의 절차적 관계성(procedural relation)에 대한 고찰은 재매개의 과정인 컨버전스의 의미를 해석하고 설명할 수 있게 한다. 영상 매체는 단일 매체가 아닌 복수적인 매체로 각 매체가 상이한 양식으로 상호작용하고 있다. 영상 콘텐츠는 이러한 영상 매체의 다매체적인 형식을 통해 영상의 이미지로 컴퓨터의 스크린에서 재현된다. 영상 이미지의 다중 감각으로 인한 신체성과 쾌락성은 사용자로 하여금 이미지 속으로 몰두하게 하며 그 결과로 소극적, 수동적 경험으로 유도한다. 반면 영상 이미지의 몽타주적인 상호작용성은 인지 작용을 촉발하는 기능을 통해 적극적, 자발적인 반응으로 유도한다. 이러한 소극적이며 적극적인 두 상태의 반응적 경험은 미디어 사용자가 매체 또는 인간과 상호작용하는 커뮤니케이션 미디어 경험으로 귀결된다.

현상적으로 보자면, 몰입과 상호작용은 모순된 개념처럼 보인다. 몰두하면서 상호작용하는 관계를 연상하기가 쉽지 않다. 또한 소극적과 적극적인 두 반응도 대비적으로 둘을 연계성 속에서 보기에는 무리가 있어 보인다. 하지만 몰입되는 상황에서 상호작용을 생각하거나 또는 상호작용 속에서 몰입의 경우를 절차적인 과정 속에서

---

70) 몰입과 상호작용성에 관한 이론은 라이언 참조. Marie-Laure Ryan, *Narrative as Virtual Reality*, Baltimore, London, The Johns Hopkins University Press, 2001. 라이언은 몰입을 텍스트 세계에서의 시간, 공간, 감정의 3 가지 형태로 구분하고 한편 상호작용성도 세계와 게임을 텍스트로 인식, 참여적 상호작용성으로 구체화하여 설명한다.

관찰할 수 있다. 이때 전자의 경우, 몰입에서 상호작용성으로 변화하는 절차적 과정에서 몰입의 수동성은 적극성을 띠며 참여적 상호작용성으로 변형된다. 가령, 게임 텍스트의 몰입의 경우, 시공간과 감정의 몰입을 통해 감각적, 감정적인 자극이 주어지면 이러한 감정이 동기가 되어 게임에서 참여적인 상호작용으로 변환될 수 있다. 다시 말하면, 몰입의 과정은 상호작용성을 통해 거리를 만들고 정신을 객관화시킨다는 것을 암시한다. 반면, 후자의 경우, 삶을 하나의 텍스트라는 시공간으로 가정하고, 적극적인 상호작용성에서 몰입을 생각할 때, 경험적인 참여적 활동은 감정적 몰입이 이루어질 수 있는 조건을 마련한다. 예를 들면, 형식이 내용을 구성하는 경우로, 가령, 우는 형식을 경험함으로써 실제로 슬퍼지는 느낌을 갖게 되는 것을 생각해 볼 수 있다. 그러므로 영상 매체의 현상적 특성은 매체의 형식과 그 매체에 반응하는 수용자의 관계를 전제로 통사적, 의미적, 화용적 측면이 절차적 과정 속에서, 각 매체가 환원됨이 없이 대화적으로 상호작용하고 있다는 것이다.

### 제 3 절 영상 매체 현상의 해석과 인지

#### 1. 매체의 형식과 인지의 변화

##### 가. 인지란 무엇인가

아메리칸 헤리티지 칼리지(American Heritage College) 영어 사전에 의하면, 인지(cognition)란 ‘자각, 추론, 지각, 판단을 포함하는 인식의 정신적 과정 또는 기능이다.’<sup>71)</sup>라고 정의되어 있다. ‘우리는 대상을 어떻게 알 수 있는가’라는 질문은 두 종류의 관점으로 설명된다. 관념론자들은 주체가 내성을 통해서 대상을 직접적으로 알 수 있으며, 반면 실재론자들은 중재된 시스템을 통해 간접적으로 대상을 인식한다는 입장을 취한다. 즉, 위에 기술한 정신적 과정인 자각, 추론, 지각, 판단의 정신적

71) The mental process or faculty of knowing including such as awareness, reasoning, perception, and judgement.

기능은 내부로부터 주어지는 것이 아니고 매체, 즉 미디어(medium)을 통해 대상을 인식하게 된다는 매체 이론가들의 입장과 동일한 관점을 취한다. 대표적인 미디어 이론가로는 캐나다 학자인 이니스, 맥루한, 옹이 있다. 경제학자인 이니스는 매체 커뮤니케이션의 관점에서 매체는 단순히 텅 빈 통로나 채널로 기능하는 것이 아니라 매체 자체의 물질성이 중요하다고 강조하며, 이는 문화를 변형시키는 요인이 된다고 주장한다.<sup>72)</sup> 이러한 사고는 자연스럽게 맥루한과 옹에게 중요한 영향을 준다. 맥루한의 ‘미디어가 메시지이다’라는 관점은 미디어 형식의 중요성을 강조하고, 한편 옹의 구술성과 문자성에 대한 이론은 언어와 의식과의 관계를 고찰할 수 있는 중요한 연구이다.

본 보고서에서는 구술 언어, 문자 언어, 영상 언어의 매체사를 고찰함으로써 기본적으로 매체 이론가들이 주장하는 매체의 형식에 관심을 집중한다. 이러한 관점은 매체의 본래적 의미인 중재, 즉 하나가 다른 하나를 연결한다는 의미의 기호적 접근을 토대로 매체의 형식과 매체 수용자 사이의 의식을 살펴본다. 퍼스 기호학적 접근은 현상과 해석의 두 측면을 기호의 체계 속에서 살펴본다는 점에서 매우 유용한 방법론이다. 이러한 측면에서 인지는 추상적이고 철학적인 관념론에 의존하는 것이 아니라 기호의 논리를 바탕으로 현상을 해석하는 과정에 초점을 둔다. 그러므로 인지는 세계를 이해하기 위한 기호적 기제로서 정의된다.<sup>73)</sup> 이러한 이유로 인지의 과정을 기호의 상징 시스템의 해석의 과정으로 이해하는 것은 기호현상의 관찰과 동시에 기호의 해석이 기호체계에서 이루어진다는 것을 아는 것이다.

하버드 대학의 인지 심리학자인 하워드는 인지의 양식을 7가지로 구분한다.<sup>74)</sup> 그

72) Harold Adams Innis, *The bias of communication*, Toronto: Toronto University Press, 1977.

73) The semiotic mechanism for understanding and learning the world.

74) 1983년 초기 이론에서 하워드는 지능을 7가지로 구분했으나 그 후 8번째 지능으로서 환경/자연 지능과 아울러 감정과 실존 지능의 추가를 고려한다. Gardner, Howard, *Intelligence Reframed: Multiple Intelligences for the 21st Century*, New York: Basic Books, 1999, pp.47~66.

리고 다중지능은 실제로 존재하는 것이 아니고 허구적인 것이라 지적한다.<sup>75)</sup> 단지 우리의 삶이 서로 연속적인 관계에 있는 것처럼 다중지능의 과정과 능력이 서로 연관되어 있다는 것을 논의하기 위한 허구적인 것들이라고 설명한다. 따라서 하워드는 이들은 관계 속에서만 존재하기 때문에 실상은 존재하지 않은 것과 같다고 말한다.

본 보고서에서 앞으로 논의하게 될 인지의 3가지 양식도 서로의 관계 속에서 존재하기에, 이와 같은 의미에서 허구적인 것이라 할 수 있다. 하지만 이는 상상의 세계, 또는 실제의 세계와 무관한 허구의 세계에 존재하는 것이 아니라 상상과 실재를 연결하는 ‘상징의 세계’에 속한다. 이러한 이유로 인지의 상이한 양식은 기호의 상징 시스템 속에서 작동된다.

언어는 상징 시스템의 전범이다. 소쉬르에 의하면, 사고란 무정형의 상태로 되어 있고 이는 언어 기호체계를 통해 분절될 수 있기 때문에 논리적이고 객관적인 사고로 발전된다.<sup>76)</sup> 또한 언어와 사고에 관한 비고츠키의 연구<sup>77)</sup>에 의하면, 사고는 언어라는 형식을 만나기 전에 무의식적이고 무정형의 사고로 존재하고, 언어의 상징 형식과 만나면서 과학적이며 객관적인 개념적 사고가 이루어진다.

비고츠키는 구술 언어의 주관적, 구체적, 일상적 개념과 문자 언어의 논리적, 추상적, 객관적인 개념이 상호작용을 통해 상호적으로 발전된다고 역설한다. 옹이 주장하는 바와 같이 비고츠키에 따르면, 음성적 발화(oral speech)는 인지발달에서 즉각

75) Howard Gardner, *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*, Twentieth-anniversary edition, New York: Basic Books, 2004, p.70.

76) 소쉬르는 “언어의 존재 없는 사고는 모호한 탐험되지 않은 성운이다.”라고 표현한다.(p.112); Ferdinand de Saussure, *Course in General Linguistics*, Bally, Albert Sechehaye, Albert Riedlinger(eds.), Wade Baskin(trans.), New York: McGraw-Hill Book Co, 1966, pp.112~113.

77) 비고츠키는 단어의 뜻(Word meaning)은 언어적 사고(verbal thought), 또는 의미심장한 단어의 현상이며, 이는 단어와 사고가 연합된 형태라고 설명한다.(p.244), L.S. Vygotsky, ‘Thinking and speech’ in *The Collected Work of L.S. Vygotsky Vol. 1.: Problem of General Psychology*, R. W. Rieber, and Aaron S. Carton.(eds.), N. Minick(trans.), New York: Plenum Press, 1987, Chapter 7: Thought and word.

적, 상황 맥락적, 무의식의 특성을 가지고 있으며, 반면 문자적 발화(written speech)는 탈맥락적, 과학적, 합리적 사고와 연관되어 있다.<sup>78)</sup>

언어의 일반화와 추상화의 상징적 기능을 논리적이고 객관적인 사고와의 연관성 속에서 고려할 때, 언어 이외의 다른 상징 시스템도 생각해 볼 수 있다. 특히, 상징 이론가인 카시러와 랑거는 상징 형식에 관심을 기울이고 연구했다.<sup>79)</sup> 그들은 음악, 예술, 신화, 문화에 나타나는 상징 형식을 연구함으로써, 상징 형식의 범위를 비(非)언어적 기호 상징 시스템으로 확대하였다. 이는 세계를 이해하는 또 다른 체계의 시스템이며 따라서 상징 형식과 인지의 관계를 고찰할 수 있게 한다. 이러한 점에서, 앞에서 언급한 것처럼, 인지는 상징 시스템으로서 기호의 형식을 통해 재현된 대상을 해석하는 과정으로서 상징 형식 매체와 분리되지 않는다.

비(非)언어적 상징 시스템은 감정의 영역을 포함한다. 감정이나 느낌이 개인적이고 주관적인 영역에 속하는 것이 아니라 랑거나 퍼스의 지적처럼 논리적 사고 틀을 위한 기호 형식을 가진다.<sup>80)</sup> 퍼스는 추론과정에서 감정의 역할은 가설로서 작용하며

78) 같은 책, 7장: 사고와 단어.

79) 랑거의 음악의 상징 형식과 감정의 형식에 관한 연구, 카시러의 문화의 상징 형식에 대한 연구를 참조.

Susanne K. K. Langer, *Philosophy in a New Key: A Study in the Symbolism of Reason, Rite, and Art*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1957; Susanne K. K. Langer, *Feeling and form: A Theory of Art*. New York: Scribner, 1953; Ernst Cassirer, *The Philosophy of Symbolic Forms*. Ralph Manheim(trans.), New Haven: Yale University Press, 1961; 에른스트 카시러 지음, 오항미 옮김, 『인문학의 구조 내에서 상징형식의 개념 외』, 서울: 책세상, 2002.

80) 랑거는, 언어는 감정적인 성격을 표현하기에는 매우 부족한 매체라고 지적한다. 대신 예술의 상징 형식이 사고와 연관된 감정 형식으로서의 내적 경험을 표현할 수 있는 매체임을 주장한다.(pp.100~1), Susanne K. K. Langer, *Philosophy in a New Key*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1957, pp.79~102; 학술지 『사변 철학』에 게재된 Charles S. Peirce의 인지 시리즈 논문인 ‘Some Consequences of Four Incapacities’와 ‘Ground of Validity of the Laws of Logic’ in *EP I*(The Essential Peirce Vol 1.) 참조

이는 느낌을 갖는 성질기호 즉 기호의 미학적인 성격을 가진 물질적 성질기호라고 구분한다.<sup>81)</sup> 이러한 이유로 인지과정에서 감정은 인지와 배타적인 관계가 아니라 사고를 풍부하게 하기 위한 상호 대화적 관계에 놓인다.

지금까지 논의한 인지의 특성을 두 가지로 정리하자면, 첫째, 매체의 형식과 인지는 연동관계 속에서 작동하며 사고를 형성한다는 점이다. 언어의 기호적 형식과 인지의 연관성에 관한 기존의 많은 연구가 이를 뒷받침한다. 둘째, 언어를 상징체계의 하위 범주로 이해한다는 점은 언어를 매개로 한 논리적이고 추상적인 인지의 이성적 영역과 비언어체계의 감성적, 개별적 경험 영역을 포함하는 인지적 양식을 취한다는 것이다. 이는 일반화를 통한 대상의 인식이 이성과 감성의 협력을 통해 이루어진다는 것을 시사한다. 따라서 언어 기호를 매개로 하는 인지의 양식이 감성적 인지를 포함하는 영상 언어의 상징 형식과의 상호작용 속에서 재매개화된다는 것을 의미한다. 다른 측면에서 표현하자면, 영상 언어의 인지는 언어를 포함하는 비언어 상징형식을 매개로 나타나며 그러한 상징 형식을 기반으로 하는 인지는 다중 양식의 인지 형태를 취한다. 즉 영상 이미지의 다감각성을 통한 물질성과 신체성은 영상언어의 특성으로서 다중 인지를 형성하는 조건이 된다. 이런 점에서 영상 언어의 다중 감각성은 문자 언어 기호의 탈맥락적이고 탈물질적인 성격을 맥락적이며 물질성으로 재매개하는 데 주요한 역할을 한다.<sup>82)</sup>

81) Peirce의 논문, 'The Fixation of Belief'(1877) in *EP 1* 참조.

82) 영상 언어의 물질성과 비교하여 언어기호의 정신적 속성은 전통적으로 추상적, 논리적 인지의 방식으로 이해되어 왔다. 하지만 옹을 통해 언어 매체가 물질적 형식으로서 감각기관인 귀와 눈으로 구별되어 연구되면서 언어 매체의 물질적 측면이 부각된다. 이는 구술 언어와 문자 언어의 구분으로 이어진다. 이러한 물질성의 구분에 따라 단일한 인지의 방식이 논의되었다. 즉, 귀를 매개로 한 언어의 형식은 즉각적 반응과 일상적이고 무의식적 개념의 인지형식을 구성하는데 영향을 주었고, 반면 눈을 매개로 하는 언어의 형식은 탈맥락적이고 논리적인 인지의 형식의 구성과 연관된다. 따라서 언어기호의 물질성이란 언어의 추상적 개념을 통한 인지가 아니라 감각 기관의 특성을 기반으로 형성된 구체적 인지의 방식을 가리킨다. 이러한 매체의 물질성에 대한 사고는 다수 감각을 사용하게 되는 영상 언어에 더

나. 기호의 상징 시스템으로서의 매체 형식

간단히 말해, 중재(mediation)는 주체와 객체를 연결하는 기능으로 철학적 사고를 기반으로 하는 상징적이고 추상적인 개념이다. 중재 기능을 구현하는 시스템으로 언어를 생각해 볼 수 있다. 사고는 언어와 또는 그와 유사한 상징적 중재 시스템을 통해 형성되며 또한 그러한 시스템이 사고 과정을 통해 형성되기도 한다. 사고를 위한 기억 장치로서 중재 시스템인 미디어의 형식은 인간의 사고에 영향을 미친다. 따라서 중재 시스템의 다른 양식으로 작동하는 구술 언어를 사용하는 사람과 문자 언어를 사용하는 사람 사이에 인지적 차이를 발견할 수 있다. 소통의 도구로서 구술 언어와 문자 언어는 대화적 상대를 전제로 하며 발화 행위(speech act)를 수행한다. 이때, 대화적 상대와의 물리적 거리가 언어 형식에 영향을 미치고 이러한 언어 형식은 다시 사용자의 인지에 영향을 미친다. 이러한 현상을 비고츠키는 언어의 형식이 내재화되면 내적 발화를 통해 사고가 형성된다고 설명한다.<sup>83)</sup>

비고츠키에 따르면, 면대면(面對面) 커뮤니케이션에서 구술 언어는 사회적 성격을 띠는 발화로서 대화자의 참여를 요구하며 발화 행위를 통해 발화가 내재화(internalization)되는 특성을 가지고 있다고 설명한다. 내재화된 발화는 개인적인 내적 발화(inner speech)의 형태로 사고와 결합하는 언어적 사고(verbal thought)를 형성한다. 이러한 내적 사고는 다시 외재화(externalization)의 의식적인 과정을 거쳐 문자적인 커뮤니케이션에서 발화의 형태(written speech)로 나타난다.

매체가 상징 형식을 띄게 되는 경우, 위에서 표현한 바대로 인지적 기능과 연관되어 있다. 언어를 포함한 음악, 예술, 문학, 신화 등의 상징 형식이 그러한 경우가 되겠다. 하지만 본 보고서에서는 자연 언어의 두 가지 특성인 구술 언어와 문자 언어로 구별하여 생각해 보고, 두 언어의 측면을 포함하는 이미지의 상징 기호 체계인

---

육 중요하게 나타나고 있고, 논리적인 이성과 함께 감성적이고 경험적인 면을 부각하는 인지 양식으로 언어 매체가 재매개화되고 있음을 방증한다.

83) L.S. Vygotsky, Chapter 7: Thought and word in Thinking and Speech in *The Collected Work of L.S. Vygotsky Vol. 1*. 참조

영상 언어와 인지와의 관계를 궁극적으로 살펴본다.

주체는 언어라는 형식을 통해 사고를 형성하고, 대상을 안다는 것은 그것의 개념을 알고 또한 대상의 효과를 알 때 진정한 의미에서 그 대상에 대해 안다고 말할 수 있다. 이러한 사고는 퍼스의 프래그마티즘과 비고츠키의 개념 발달에서 그 논의가 심도있게 다루어진다.<sup>84)</sup> 즉 대상을 객관적으로 아는 능력과 아울러 그 대상의 실제적 효과를 아는 것이 통합된 인지의 과정이다. 그렇다면 하나의 대상에 대한 객관적 지식은 어떻게 얻어지며, 또한 대상에 대한 실제적 효과는 무엇을 의미하는가? 이는 비고츠키의 대상에 대한 개념 발달에서 그 답을 찾을 수 있다. 비고츠키는 언어와 사고의 관계를 연구하면서 분석의 최초의 단위를 문장이 아닌 어휘로 택한다. 그에 게 어휘란 언어의 기호적 형식과 사고의 내용이 혼합(fusion)된 상태를 보여주고 있기 때문이다. 다른 말로 하면, 어휘의 정의를 단어의 센스(sense)와 단어의 의미(meaning)로 구별하는 점은 개인의 주관적인 무정형의 사고로서의 센스가 사회적이고 공공의 영역에서 일반적이고 객관적 소통의 기능으로서의 사전적 의미가 만나는 영역이기 때문이다. 따라서 비고츠키는 실험을 통하여 언어를 통한 대상의 인식은 두 가지 방향에서 이루어진다는 것을 보여준다. 이러한 관점은 구체적인 일상생활의 개념과 학교 학습을 통해 얻는 과학적인 개념, 둘을 통하여 대상을 인식한다는 것이다. 즉, 과학적 개념과 일상의 개념은 서로 상호작용하며 서로를 발전시킨다는 것이다. 대상에 대한 지식은 일상의 개념을 바탕으로 과학적이고 추상적인 개념을 통한 일반화를 통해 인식하게 되며, 대상에 대한 실제적 효과는 과학적 개념을 통해 인식한 대상을 경험화하는 과정이라고 볼 수 있다.

이렇듯 언어가 일상적 개념과 객관적 개념으로 인지적인 작용을 하듯이, 언어 자체에서도 귀를 이용하는 소리로 된 음성적 매체와 눈을 사용하는 문자적 매체의 차

84) C. S. Peirce, *The Essential Peirce* Vol. 1 & 2. Bloomington: Indiana University Press.1992/1998; L. S. Vygotsky, 'Thinking and Speech' in *The Collected Works of L.S. Vygotsky* Vol. 1, New York: Plenum Press, 1987; *Mind in Society*, M. Cole et al(eds.), Cambridge: Harvard University Press, 1978. 참조.

이가 존재한다. 이미 맥루한과 같은 매체학자들이 매체와 신체와의 연관성으로 인지를 설명하고 있다. 맥루한의 제자인 옹의 견해에 따르면, 귀에 의존하는 음성 언어, 즉 구술 언어는 인지의 형식뿐만 아니라 문화양식도 변화시킨다고 설명한다. 즉, 구술문화 전통에서는 음성언어가 가지는 특성으로 현장성, 맥락성, 구체성이 강조되고, 민주적, 정서적이고, 무의식적인 성격을 갖는 공동체 문화를 생각해 볼 수 있다. 반면 문자 문화는 텍스트가 컨텍스트와 분리되어 논리적이고, 의식적이고, 소통적인 개인주의 성향의 문화를 표상한다.<sup>85)</sup> 그러한 문화 상징 시스템 속에서 개인의 인지도 영향을 받을 수밖에 없는 환경에 놓인다. 구술 언어는 센스적 의미를 강조하고, 정서적이며, 몰입적인 특성을 갖는 반면, 문자 언어의 인지 양식은 단어의 사전적 의미를 강조하며 객관성, 논리성, 일반성의 특성을 보여준다. 언어라는 매체의 감각 기관에 따라 분류한 구술 언어와 문자 언어는 물질성에 근거하면서 정신적 문화에까지 영향을 미치는 두 상반된 면을 반영하고 있다. 즉, 매체의 물질성은 매체의 상징적인 추상적 성격과 동일하게 인지에 중요한 영향을 미치고 있음을 시사한다. 물질성과 상징성을 모두 포함하는 점 때문에 언어의 상징 기호가 세계와 주체를 중재하는 기능을 할 수 있는 것이다. 개인과 사회를 연결하고 물질과 정신을 연결하고 특수와 보편을 연결하는 기능을 가리킨다.

이러한 측면에서 구술 언어나 문자 언어가 하나의 감각, 즉 귀나 눈에 의존한 단일한 인지능력을 강조한다면, 영상 언어는 청각, 시각, 촉각의 다매체적 감각을 사용하는 상징적 시스템으로 사용자의 정신을 중재한다. 따라서 시각, 청각, 촉각 등을 포함하는 다중적 인지(multiple cognition)를 발달시킨다. 위에 언급하였듯이, 이러한 논리는 미디어가 인간의 확장이라는 맥루한의 경구가 아니더라도, 기호를 통해 사고하는 기호의 중재 시스템을 역설한 비고츠키나 퍼스의 중재(mediation)의 개념을 통해서 설득력을 얻고 있다. 즉 기호의 중재 과정인 논리적 탐구와 해석을 통해 사

---

85) 구술성과 문자성에 대하여는 Walter Ong, *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London; New York: Routledge, 1982. 참조.

고를 발전시킨다.

‘우리는 어떻게 알 수 있는가’라는 인식론적 질문에 부딪혔을 때, 질문에 대한 문제 해결은 기호의 형식과 내용의 문제에 달려있다. 간단히 말해, 기호 형식은 인지의 양식과 연동 관계에 있다는 것을 함의하고 있다. 퍼스의 지적대로 ‘사고는 기호이다’에서 드러나는 관점은 기호 형식에 대한 중요성이다. 여기서 지적하고 싶은 것은 기호의 형식과 상응하는 인지의 양식이 상징적인 가상성에 의존한다는 것이다. 영상 시대의 매체 수용자들은 이러한 인지적 양식을 통해서 세계를 바라보고 인식한다.

디지털 시대에 단일한 언어적 매체를 통해 사고하는 양식은 매체의 다양성과 혼종성으로 인해 더욱 복잡한 양상을 보이며, 우리는 매체와 상호작용하고 있다. 특히, 영상 문화의 시각적 콘텐츠는 과도하게 집중되는 시각 문화를 통해 기형적인 현상을 보이고 있다. 디지털 영상 시대의 시각성은 문자 언어의 시각성과는 다른 차원에서 물질성을 포함하는 쾌락성과 신체성을 수반한다. 이러한 시각적인 물질성은 몰입과 상호작용성이라는 영상 매체의 현상적 특성과도 연관된다. 시각과 청각의 대화적이고 균형적인 관계가 아니라 시각 위주의 몰입적 현상을 의미한다.

본 보고서에서 주장하는 논지의 초점은 다수적인 인지의 양식이 존재하게 되었다는 것이며, 이들은 분산되어 독립적으로 존재하기도 하지만 강력한 네트워크 문화에서 상호적으로 연관되는 모순적인 상황, 혼종적인 모습, 다양성 등으로 표출되는 인지의 양식을 보이고 있다는 점이다. 이러한 현상은 앞에서 지적한 바대로 매체의 형식과 밀접한 관계를 갖는 인지의 양식의 문제로 귀결된다. 그 이유는 자명하다. 영상 문화의 매체 수용자들은 매체의 상징적 형식을 통해서 사고하는 기호적이며 상징적 인간이기 때문이다. 따라서 영상 언어의 인지양식을 표현하자면, 비선형적/선형적, 구체적/추상적, 물질적/개념적, 다중 인지적, 시각적/청각적, 통합적/분절적의 상이한 짝들로 구성되는 사고의 형태를 띠고 있다고 하겠다.

## 2. 영상 언어의 세 층위

영상 언어는 의미와 관련하여 표상적, 구성적, 해석적 차원의 3층위로 구분된다. 각각은 개별적인 연구 영역이지만 영상 언어의 특성을 고려할 때, 3층위가 연동 관계 속에서 대화적으로 상호작용하고 있음을 보이는 것이 중요하다. 이는 위에서 언급한 매체의 형식과 인지와의 관계에서 감성과 이성의 상호 작용을 영상 이미지의 재현과 해석이라는 기호적 기제를 통해 객관적으로 설명하는 것과 연관되어 있다.

영상 언어의 세 층위의 구축은 피스의 기호 개념과 범주론에 근거하고 있다. 그러므로 영상 매체의 몰입과 상호작용성의 현상의 분석은 세미오웨어(semioware)라는 영상 이미지 기호를 통해 이루어진다. 피스의 기호는 표상체(기호), 대상, 해석체의 3요소로 구성된다. 피스 기호학은 해석 기호학이라고 불릴 만큼 해석체의 개념이 중요하게 부각되는 기호 이론이다. 두 가지 점에서 그렇다. 첫째, 피스의 해석체(interpretant)의 개념은 소쉬르의 기호학의 기의(signifié)와는 다른 개념이다. 피스는 대상을 전제로 해석체의 개념을 정의하고 있으며, 이는 표상체를 해석, 또는 번역한 결과로 여전히 최초의 표상체가 재현하는 대상을 재현하는 삼원 구조를 유지한다. 둘째, 해석체는 심리적 실체인 해석자를 의미하지 않는다는 것이다. 이러한 점은 피스의 기호 이론이 논리적이고 객관적인 틀 속에서 사고가 형성된다는, 즉 사고가 기호라는 인식을 토대로 작동되는 기호 체계라는 점을 함축한다. 아울러 기호가 재현하는 대상은 우리가 직접적으로 알 수 있는 자기 지시적 재현을 목표로 하지 않는다는 점이다. 최초의 대상, 즉, 우리에게 알려지지 않은 대상은 끊임없는 기호 활동을 통해 우리에게 알려져야 하는 미결정적인 실재의 대상이라는 점이다. 따라서 이는 영상매체의 세미오웨어에서 재현되는 대상은 해석의 과정을 거쳐 수용자가 알아가야 하는 인지적 작용을 전제로 하고 있다는 점을 의미한다. 그런 의미에서 영상 매체의 상징 기호체계는 세계와 주체를 중재하는 모델링으로서 기능하고 있다.

기호의 개념과 관련하여, 피스의 범주론은 각 기호의 형태와 상호적 관계를 살펴볼 수 있는 토대를 형성한다. 현상을 3가지의 범주로 나눈 것은 기호의 성격과 연관되어 있다. 즉, 우리에게 나타나는 현상으로서의 기호는 첫째, 느낌과 상상의 세계로

서 실제의 대상과의 유사성을 기반으로 그러한 느낌의 세계가 도상 기호로 재현된다. 시각, 청각, 촉각, 후각, 미각을 통한 물질적 감각기관을 통해 우리에게 지각된다. 둘째, 사실적인 현실의 세계로, 물리적인 반응이 일어나는 세계이다. 가령, 하나의 느낌에 대한 저항감, 자아와 타자 등 작용과 반작용의 관계를 재현하는 것이 지표기호이다. 셋째, 상징의 세계로 상상의 세계와 실제의 세계를 연결, 중재하며 이는 상징기호로 재현된다.

위의 기호 개념과 범주론을 바탕으로 영상 언어의 3가지 층위를 다음과 같이 구분한다. 첫째, 이미지가 자신을 표현하는 표상적 층위, 둘째, 이미지가 재현하는 실제의 대상을 인지하는 구성적 층위, 셋째, 이미지가 재현하는 대상에 대한 실제적 효과를 경험하는 해석적 층위로 구분한다. 인지 작용의 의미 생산 과정과 관련하여, 표상적 층위는 주관적 느낌에서 오는 센스적 의미와 상응하고, 구성적 층위는 지시 대상의 발견을 목표로 하는 이미지의 객관적이고 사회적인 의미와 상응하고, 해석적 층위는 해석자의 컨텍스트에서 대상의 실제적 효과를 가져오는 대상의 유의미성과 상응한다.

각 단계를 구체적으로 설명하자면, 첫째, 표상적 층위에서 나타나는 느낌은 주관적이고, 개별적인 의미로 개인의 상상적 공간에서 발생한다. 이미지는 자기 재현적 표상을 함으로써 재현된 대상이 쉽게 지각된다. 이때, 지각은 이전의 인지에 따라 영향을 받는다. 따라서 도상, 지표, 상징의 이미지는 표상적 층위에서 각각 개인의 주관적 감정과 느낌을 토대로 하는 센스적 의미로, 개별적 경험을 통한 실제적 의미로, 문화적 관습을 통한 습관적 의미로 해석된다. 이러한 의미는 각 기호의 자기 지시적 재현을 통해 이루어진다.

둘째, 영상 이미지의 구성적 층위를 생각해 볼 수 있다. 이 층위는 대상과 이미지의 관계에 초점을 두고 통사적 구조에서 의미를 구성한다. 따라서 도상 이미지가 재현하는 대상을 유사성의 여러 층위에서 고찰하여 각 이미지의 관계를 고찰한다. 즉 시각적인 유사성, 관계적 유추, 은유적인 유사성 등의 관계를 살펴보고 이들의 통사적 구조에서 의미를 구성한다. 다음으로, 지표적 이미지가 재현하는 대상을 인과성

과 인접성을 토대로 의미를 구성한다. 마지막으로, 상징적 이미지가 재현하는 대상을 일반성, 관습, 법을 토대로 의미를 발견한다. 영상 이미지의 이러한 세 가지의 구성적 층위는 각 이미지가 다른 대상을 재현하고 있다는 전제로 그 대상을 알아가는 능동적인 인지를 요구한다.

셋째, 영상 이미지의 해석적 층위를 살펴본다. 이 층위는 기호와 대상, 해석체의 삼원적 관계를 고찰할 수 있는 통합적 성격을 띠고 있다. 이 단계는 위의 두 단계를 거치면서 개인의 상상적 공간에서 만들어진 대상에 대한 느낌, 그리고 실제 세계와의 비교 구조에서 고찰되는 대상의 객관적 의미를 찾는 일을 거쳐, 그러한 의미가 해석자 자신에게 어떤 효과를 발생하느냐에 관해 논의가 이루어진다는 점에서, 실용적인 관점을 가진 층위라 할 수 있겠다. 여기서 해석자는 심리적 실체로서의 유기체적인 개인이 아니라 객관적 정신으로 기호의 자율적인 상징 체계를 해석하는 해석체의 개념을 구현하는 대리자로서 해석체 정신이라고 이해한다. 따라서 영상 이미지의 해석적 층위는 개인적인 특수한 의미가 대상에 적용된 것이 아니라 일반적이고 객관적인 관점이 개인의 구체성 속에서 실현되는 대상의 의미, 즉 효과를 말한다. 이러한 점은 인터넷 문화에서 개인 미디어로서의 블로거가 사적인 개인이면서도 공적인 사회적 인간으로서 해석적 행위에 책임감을 가져야 하는 당위성에 대한 설득력 있는 이론적 근거를 마련한다. 이러한 퍼스 기호학의 독특한 해석체의 개념은 디지털 시대의 문자언어가 구술 언어의 전통인 공동체 문화를 회복하는 근거를 제공한다. 즉, 문자 언어의 개인적인 문화는 디지털 시대에 블로그를 통한 소통에서 공동체 정신이 회복되고 있는 증거를 발견한다. 달리 말해, 블로거는 일방적인 독백 형태의 사고를 재현하는 것이 아니라 청중과의 대화적 관계를 상상하고 이에 응답하는 형태로 자신의 생각을 해석하고 표현한다. 그러므로 구술 언어의 민주적이고 공동체적인 문화가 대화적 상호작용을 토대로 하는 블로그라는 영상 매체 장르를 통해 회복되고 있는 것으로 해석된다.

### 3. 영상 이미지의 해석 과정

영상 언어의 세 층위는 영상 이미지의 세 유형을 토대로 구별이 된다. 즉, 기호 자체의 자기 지시적 재현(표상적 층위), 기호의 타자 재현(구성적 층위), 기호의 해석(해석적 층위)이 그것이다. 따라서 3 유형의 영상 이미지는 대상의 재현에 따라 기호를 분류한 우리에게 잘 알려진 도상, 지표, 상징 기호의 분류에 근거한다. 그러므로 영상 이미지와 해석체의 관계는 도상적 이미지와 감정적 해석체(emotional interpretant), 지표적 이미지와 활력적 해석체(energetic interpretant), 상징적 이미지와 논리적 해석체(logical interpretant)의 대응으로 구성된다.<sup>86)</sup> 이는 기호의 이미지, 대상, 해석체의 삼원적 관계를 구체적으로 살펴보는 기회가 된다. 이러한 기호적 접근으로 영상 매체의 형식과 내용, 해석의 문제를 조명해 본다.

첫째, 영상 매체의 특성과 관련하여 도상 이미지는 공간적, 가상적, 상상적 영역에서 다중 감각을 사용하며 몰입적 환경을 조성한다. 이는 신체성과 쾌락성을 동반하며 감정적인 느낌의 세계에 머물게 한다. 대표적인 매체로서는 컴퓨터 게임, 디지털 영화, 인터넷 TV, 뮤직 비디오, 유튜브 사이트 등을 들 수 있다. 이는 시각(sight) 이미지 중심의 매체로서 다매체적인 기술적 융합을 통해 이루어진다.

둘째, 지표 이미지는 실제와 상상의 세계를 재현하며 실존적인 존재의 인식을 통해 비교 구조를 구성한다. 이러한 측면에서 지표적 이미지는 적극적으로 행동하는 인지를 필요로 한다. 이는 차이와 비교를 통한 인지이며, 작용과 반작용의 메커니즘을 토대로 물리적인 노력이 요구되고, 상반된 사고를 연결할 수 있는 능력을 수반한다. 활력적 해석체는 이러한 통사적 구조에서 의미를 찾는 해석 활동이다. 따라서 객관성, 맥락성, 역사성, 시간성, 개별적 경험이 지표적 이미지에서 중요한 가치가 된다. 지표적 이미지의 해석은 상이한 두 대상의 관계를 창조하는 해석자의 능동적인 참여 과정으로 이해된다. 지표적 이미지를 표상하는 영상 매체의 형식은 소리

86) 피스의 해석체의 개념에 구체적 설명은 리즈카 참조, James Jakob Liszka, *A general introduction to the semiotic of Charles Sanders Peirce*. Bloomington and Indianapolis: Indianapolis University Press, 1996, pp.24~31.

(sound) 이미지인 구술 언어(voice)를 중심으로 하며, 다중 양식적 상호작용의 특성을 가진 보이는 라디오, 화상전화, 모바일 폰, 동영상 뉴스 등이 있다.

상징적 이미지는 해석과 연관되어 있고 탈맥락적인 보편성, 일반화의 인지를 요구한다. 이러한 일반화의 경향은 지식 전달과 소통을 위한 목적에 기인한다. 따라서 상징적 이미지는 개인, 경험의 차원을 넘어, 일반성과 보편성을 지향한다. 이런 측면에서 시공간의 연속성은 상징 이미지를 발전시키는 논리적 해석체와 상응한다. 상징 이미지는 문자 언어 중심으로 이루어지며 재매개화를 통한 변형과 발전을 목적으로 한다. 싸이월드의 미니홈피, 블로그, 세컨드 라이프와 같은 가상 공간이 그러한 역할을 한다.

대상과 해석체와 관련하여 지적하고 싶은 것은 각각의 이미지에 해석체가 대응하는 것처럼 비쳐지지만 이는 단순한 일대일 대응의 구조가 아니라는 점이다. 즉, 대상 이미지가 지표성을 포함하고 반대의 경우도 가능하며, 또한 상징 이미지는 둘 다를 포함하기 때문에 복합적이고 다층적인 관계 속에서 영상 이미지의 해석이 이루어져야 한다.

## 제 9 장 영상 매체의 사례 분석

### 제 1 절 분석의 방향

#### 1. 분석 대상의 선택 준거

영상 언어는 영상 이미지를 읽어내는 상징적 기호체계이다. 시각화에 따른 이미지의 물질성이 신체 감각의 매체를 사용하여 지각된다는 점에서 영상 이미지의 신체성(embodiment)과 물질성(materiality)은 이미지의 시각화 과정에서 중요한 요소이다. 따라서 매체의 사례분석에서는 각각 음악, 구술 언어, 문자 언어의 시각화의 현상을 살펴본다. 시각화 현상은 영상 언어의 표상적 층위, 구성적 층위, 해석적 층위를 살펴봄으로써 기존 매체가 디지털의 새로운 전달 방식을 통해 재매개화되는 과정을 분석한다. 즉, 기존의 미디어 형태인 음악, 구술 언어, 문자 언어가 시각적 요소와 만나면서 재매개되지만 동시에 언어적 사고에 비교하여 열등하게 여겨졌던 시각성도 새롭게 인식되는 시각성의 재매개화도 고찰한다. 그러므로 시각과 언어가 상이한 인지 양식으로 상호 독립적 관계 속에서 작동하고 있으며, 뉴미디어 문화에서 강조되는 시각의 물질성과 신체성이 개념적 이미지와의 대화적 관계를 통해 상호 발전된다는 점을 발견한다. 이는 언어의 물질성, 신체성으로의 재매개화이자 동시에 시각적 이미지의 탈물질성과 탈신체성으로의 재매개화의 과정이 된다. 따라서 시각, 청각, 촉각 등의 감각 체계에서 위계적인 질서는 사라지고, 각 매체가 연합하여 상호적으로 재매개되는 과정은 매체가 혼합되는 탈매체성(transmediality)의 성격을 수반하는 등, 이러한 점이 영상 언어의 특성이라 할 수 있다.

분석할 대상으로 우리는 영상 이미지 기호의 범주를 토대로 한 영상 매체의 3장르를 선택하였다. 이는 첫째, 영상 이미지의 일차성인 상상의 세계에 속하고 몰입적 성향이 강하며 대중음악의 재매개 과정이 드러나는 뮤직 비디오이고, 둘째, 영상 이

미지의 이차성인 상상과 실제의 세계에 속하며 비교를 통한 분리와 구별 의식이 이루어지는, 구술언어의 재매개 과정인 보이는 라디오이며, 셋째, 영상 이미지의 삼차성인 상징의 세계에 속하고 습관과 해석으로 구성되는, 문자 언어의 재매개화가 이루어지는 블로그이다. 각 매체는 영상 이미지의 재현 방식에서 뉴 미디어의 장르로 인식되는 일반적 특성을 보여준다.

## 2. 분석 배경

분석에서는 디지털 문화의 상호작용의 관점에서 본 영상 매체의 형식과 콘텐츠의 관계를 살펴본다. 디지털 영상 이미지는 기술적으로 재현된 다중 감각적, 다중 양식적, 파편적인 몽타주 이미지를 만들어낸다. 이러한 이미지를 미디어 사용자들이 어떻게 수용하는지 밝히는 것은 영상 매체 형식의 상호작용성과 콘텐츠에 좌우된다. 즉, 청각과 시각의 단일 매체를 기반으로 하는 말이나 글의 특성이 영상 시대에 오면서 혼합되는 양상을 보인다. 즉 말과 글이 재매개화되면서 탈소리, 탈문자화 현상을 거쳐 시각화, 물질화되는 경향을 보인다. 따라서 영상 이미지에서 소리와 문자가 대립되지 않으면서 혼용된 상태와, 몰입에서 상호작용성의 관계를 보여주는 재매개화의 과정을 설명해 내는 것이 분석의 초점이라 하겠다. 분석의 결과를 통해 재매개화가 수용자의 인지에 어떠한 영향을 미치는지를 추출하게 된다. 그러므로 수용자의 소극적인 동시에 적극적 인지가 영상 콘텐츠로부터 기인하며 다시 콘텐츠는 기호 형식을 통해 구현된다. 이는 수용자, 매체형식, 영상 콘텐츠 사이의 진정한 상호작용성이라 할 수 있다.

그렇다면 이러한 상호작용성이 이루어지게 되는 조건은 어떤 것이며, 매체의 형식과 내용이 어떻게 연관되어 있는지 아래의 3가지 영상 매체 유형의 분석을 통해 알아본다. 뮤직 비디오와 보이는 라디오는 각각 음악과 구술 언어의 시각화로, 블로그는 문자 언어의 시각화로 컴퓨터라는 매개로 재매개화된 경우이다. 이 때, 기존의 매체로서인 음악, 라디오, 일기라는 매체의 형식과 내용은 상실하지 않은 채 인터넷을 만나 재매개화된 상태를 보여준다. 뮤직 비디오나 보이는 라디오는 아무리 시각

적인 이미지로 장식을 하려해도 시각이 우위를 점하지 않으며, 마찬가지로 블로그의 글쓰기는 아무리 멋진 동영상과 사진을 첨부해도 기존의 매체 형식은 사라지지 않는다. 문제는 매체의 형식과 콘텐츠의 관계이다. 콘텐츠를 통해 형식이 바뀌며, 역으로 매체의 형식 속에서 콘텐츠가 해석된다.

따라서 라디오와 보이는 라디오, TV와 인터넷 TV로 형식이 재매개가 될 경우는 청각과 시각의 대립이 아니라 각각 소리와 문자의 시각화로 인한 현상을 동일하게 설명할 수 있는 조건을 마련한다. 즉, 영상 이미지의 디지털화는 가장 투명하면서도 동시에 가장 추상적으로 재현해 낼 수 있다는 것이다. 그러므로 영상 매체의 ‘보이는 라디오’라는 형식은 다중 감각적인 요소들을 어떻게 상호작용 속에 놓이게 할 것인지의 문제와 연관되어 있다. 마찬가지로 ‘뮤직 비디오’는 맥루한의 개념인 ‘핫미디어’의 성격을 띠며 다중 감각을 이용하여 대상에 몰입하게 한다. 하지만 역으로 다중 감각적 요소들을 서로 상반되거나 대조적인 구조 속에 놓이게 하는 구성적 측면은 몰입적 감각으로부터 자각이 일어나게 한다. 그 결과로 수용자는 텍스트와 컨텍스트와의 비교 구조를 통해 상호작용적 경험을 하게 된다.

위에서 설명한 바와 같이 단일 매체의 비교는 무의미하며 이제는 그러한 매체들 사이의 관계에 관심을 두어야 한다. 따라서 동일하게 눈의 감각을 매개로 하는 영화나 TV의 형식은 정보량의 차이와 수용자의 참여도에 따라 각각 핫미디어와 쿨미디어로 구별된다. 마찬가지로 청각을 매개로 하는 라디오나 전화는 각각 핫미디어와 쿨미디어로 구별된다. 구술 언어보다 문자 언어의 가치를 높게 평가한 기존의 사고는 디지털 시대의 다중 감각 매체 형식에서는 아무 의미가 없다. 단일한 감각 매체는 단일한 인지적 모드를 사용한다는 논리에 의하여 논리적, 과학적, 객관적인 성격에 가치를 두고 그러한 매체의 형식을 최상의 것으로 여겼을 것이다. 즉, 청각은 몰입적, 선형적이고 시각은 분절적, 논리적이라는 매체의 감각 형식에 근거한 이분법적 사고는 더 이상 유의미하지 않다. 오히려 매체 사이의 상호작용을 통하여 콘텐츠의 내용을 부각시키며, 수용자로 하여금 매체의 형식을 경험하며 콘텐츠에 관여하여 상호작용하는 매체의 형식, 콘텐츠, 수용자 간의 상호작용의 관계를 연구해야 한

다. 그런 의미에서 정보를 완전하게 전달하는 라디오는 핫미디어로서의 청각 매체이기도 하지만 동일한 소리 매체인 전화는 상대방의 해석을 요구하는 콜미디어인 것이다.<sup>87)</sup>

### 3. 분석 방법과 내용—영상 이미지의 도상성과 인지

본 분석에서는 도상성에 근거한 영상 이미지의 분석을 통해 각 매체에서 나타나는 이미지가 대상을 어떻게 재현하고 있는지 살펴본다. 도상기호는 유사성에 근거하여 대상을 재현하며 3 종류로 구분한다. 즉, 대상을 사실적으로 재현하는 시각에 근거한 이미지가 있고, 유추를 통한 존재론적 관계에 근거한 이미지가 존재하며, 문화적 관습에 의하여 대상을 재현하는 도상적 이미지가 있다. 따라서 도상기호는 시각적인 이미지뿐만 아니라 존재론적, 관습적 차원을 포함하는 복합적 이미지이다. 이러한 점은 도상기호가 다른 두 기호인 지표와 상징기호와 구별되게 하며 인지작용의 논리적 과정을 드러내는 데 중요한 의미를 지닌다. 조셉 랜스텔은 도상기호의 이러한 특성을 인식론적 기능과 연관하여 연구하였다.

랜스텔은 인지는 인식되는 대상이 항상 도상적 표현을 하고 있다는 점에서 모든 인지는 지각적(perceptual)이라고 여긴다. 도상기호가 대상을 재현할 때, 기호 과정을 통해 대상이 알려지면 자기 재현적(self-representing)이라 부르며, 이는 감각적 지각인 직접적 지각(direct perception)과 연관된다. 반면 기호 과정에서 도상 기호의 대상이 드러나지 않는 경우에, 도상 기호를 타자—재현(other-representing)적이라고 하며 이는 간접적 지각과 연관된다. 예를 들면, 감각적 대상으로 즉시 지각되는 도상 기호인 워싱턴 초상화는 동시에 직접적 지각으로 드러나지 않는 다른 대상을 재현하고 있다. 직접적 지각 형태는 감각에 의존하여 기억 이미지로 대상을 지각하고, 이는 대상의 인지에 대하여 어떻게 오류가 발생하는지 판단하기를 어렵게 만드는 반면, 간접적 지각의 형태는 올바른 대상을 인지하고 있는지를 판단하는데 어려움이

87) Marshall McLuhan, *Understanding Media*, Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1964, p.23.

있다.<sup>88)</sup> 따라서 도상 기호는 자기 자신과 다른 대상을 이중으로 가리키지만 둘은 분리된 현상이 아니고 연속성 속에 위치하며 동일한 대상을 재현하며, 자기 재현과 타자 재현의 방식은 연합하여 도상 기호가 궁극적으로 재현하는 대상<sup>89)</sup>을 인식하게 한다. 디지털 문화와 관련하여 어떠한 형태의 재현이 우세하게 나타나고 있는지라는 문제가 매체의 형식과 내용을 결정한다. 따라서 자기 재현이 우세하게 나타날 경우 영상 이미지는 보이는 구체적 대상에 몰입하는 감각적 지각과 연관되며, 반면 타자 재현이 우세할 경우, 영상 이미지는 보이지 않는 대상에 대한 탐구와 인지 작용이 활발해지는 경험성(experientiality)과 상호 작용성(interactivity)과 연관된다.

## 제2절 영상 매체의 사례 분석

### 1. 뮤직 비디오—음악의 이미지화

뮤직 비디오는 뉴미디어 장르로 대중음악과 동영상의 서사, 또는 이미지를 통해 음악을 시각화한 기호의 도상적 이미지의 형식을 가지고 있다. 본격적으로 뮤직 비디오가 주목받기 시작한 때는 1980년대로 주로 대중 가수들이 자신들의 음악을 홍보하고 판매할 목적으로 제작되었다. 뮤직 비디오 장르는 여러 가지 면에서 혼종성을 드러낸다. 짧은 시간에 광고 목적으로 제작되는 영화적 기법의 상업적 필름의 성

88) 도상기호와 인지와의 연관성에 관한 기호의 자기 재현과 타자 재현에 관한 논의에 대하여는 조셉 란스델(Joseph Ransdell)의 논문 ‘On Peirce’s Conception of the Iconic Sign’(1997)과 ‘The Epistemic Function of Iconicity in Perception’(2005) 참조 <http://www.cspeirce.com/homepage/ransdell.htm>; 도상기호는 단순하게 대상의 외연적 의미를 재현하는 동어 반복적 개념이 아니라 대상의 시각적, 존재론적, 관습적 차원을 모두 포함하는 자질을 재현한다. 이에 대한 논의는 에코의 도상성 개념 참조 Umberto Eco, *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press, 1979, pp.191~217.

89) 타자 재현적인 도상기호가 재현하는 대상은 역동적 대상으로 실제 세계에 속하며 따라서 우리에게 알려지지 않는 대상이다.

격이 있다. 하지만 반면에 영화적 또는 TV의 기법을 통한 다양한 장식적 이미지와 기술적인 합성 이미지를 사용하며 새로운 미학적 가치를 재현할 수 있는 다양성을 내포한 장르이다. 시각 문화에서 뮤직 비디오의 등장은 음악이 가사에 의존하거나 전통적인 고전음악의 추상성에서 물질성을 띠는 이미지를 갖게 된다는 점에서 전형적인 뉴미디어 장르 중의 하나라고 말할 수 있다.

호웰즈는 뮤직 비디오에 대한 형식, 이데올로기, 사회적 맥락, 기호적 분석 등의 다차원적인 면에서 분석을 시도했다.<sup>90)</sup> 그는 인터넷은 뉴미디어 자체의 형식보다는 기존의 미디어를 강화시키는 수문의 역할을 한다고 주장하며, 음악적인 요소와 시각적 요소의 구성을 통해 새롭게 음악을 전달하고 있다는 측면에서 뮤직 비디오는 진정한 뉴미디어의 장르라고 강조한다. 하지만 시각문화에서 인터넷 기술을 통해 다르게 전송되고 전달되기는 하지만 텍스트의 기본 성격은 변하지 않는다는 반론에 대하여도 생각해 볼 여지가 있음을 언급한다.<sup>91)</sup> 하우엘의 관점은 뉴미디어의 장르는 새로운 기술 방식을 가리키는 것이 아니라 그러한 전송 방식을 통해 기존의 미디어 형식이 본래의 특성을 잃지 않으면서 재매개되는 과정을 시사하고 있다.

기호학적 관점에서 뮤직 비디오에는 두 가지 도상적 유형으로 구분된다. 첫째, 뮤직 비디오는 기존 매체의 성격을 그대로 드러내며 홍보를 위한 목적 이외에 다른 효과를 내지 않는 자기 재현적 뮤직 비디오 유형이 있다. 이 경우에는 구드윈<sup>92)</sup>이 지적한 것처럼 시각적 요소는 음악적 요소를 보완하는 기능을 한다. 이 때 뮤직 비디오는 의미가 주어져서, 감정적 몰입효과를 가져온다. 매체의 요소인 시각과 청각은 독백적 상호작용으로 직접적인 대상을 재현한다. 이러한 도상적 재현은 기존 매체의 형식을 유지하려는 속성을 가지고 인터넷의 새로운 전송방식에 의존하면서도 다중 양식, 시각과 청각의 인지 양식이 대화적으로 상호작용을 하지 않고 따라서 재매개

90) Richard Howells, *Visual Culture*, Cambridge, UK: Polity Press, 2003, pp.238~246 참조

91) 같은 책, pp.238~246.

92) Andrew Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

의 과정이 이루어지지 않는 경우라 할 수 있다.

기존 매체의 유지의 경우는 다음의 설문조사에서도 드러난다. 최민성의 뮤직 비디오에 대한 서울의 초등학교 5~6학년 100명 대상 설문조사에 따르면, 뮤직 비디오를 좋아하는 이유가 무엇인가라는 질문에 다수가 노래와 영상이 잘 어울려서라고 답을 했고, 뮤직 비디오가 그냥 가수의 노래를 듣는 것보다 좋은 이유는 무엇인가라는 질문에 응답자의 과반수가 노래의 성격을 잘 이해할 수 있어서란 답이 나왔다.<sup>93)</sup> 수용자인 초등학교 학생들은 시각적인 요소에 접촉되기는 하지만 기본 텍스트인 음악적 요소로부터 독립적인 것이 아닌 음악을 돕기 위한, 즉 음악의 내용을 더 이해하는 수준에서 이해한 것으로 해석된다. 따라서 시각과 청각 매체의 협력은 기존 매체의 콘텐츠를 강화하는 역할을 한다.

또한 우정희의 디스플레이 사이즈에 대한 실험에서 뮤직 비디오의 청각적 커뮤니케이션에 관한 실험 결과는 ‘디스플레이 사이즈가 커질수록 시각보다는 청각적 커뮤니케이션이 높게 나타났다’고 밝히고 있다.<sup>94)</sup> 이러한 실험 결과는 청각과 시각 요소의 비율이 다른 매체에 비해 변하지 않고 오히려 청각적 요소가 수용자의 장르적 인식에 기인한다는 것을 방증하는 자료가 된다. 즉, 청각과 시각의 요소는 형식의 측면보다는 매체의 콘텐츠에 관계된 발생적 장르로서 수용자는 다매체가 혼합될 경우 기본 텍스트의 콘텐츠 장르 선택에 영향을 받는다고 할 수 있다.

위의 모든 자료에서 나타나듯이, 음악이 기존 매체로 작용하는 경우, 다른 매체와의 혼합은 자기 재현을 위한 수렴적인 요소가 된다는 것이다. 이러한 뮤직 비디오의 자기 재현의 도상적 측면은 결국 하나의 의미로 수렴되는 감정적 몰입의 효과를 발생시킨다. 특히 조성모의 비디오의 경우, 가사의 언어적 요소는 노래의 음악적 요소와 더불어 시각적 요소의 도움을 받아 노래의 내용이 강조되는 효과가 있으며 노래

93) 최민성, 『멀티미디어 상상력과 문화 콘텐츠: 미디어 넘나들며 상상하고 창조하기』, 논형, 2006.

94) 우정희, ‘모바일 DMB 콘텐츠와 커뮤니케이션의 상관성’ 『디지털로 소통하기』, 시정곤 편저, 글누림, p.326.

가 전달하려는 의미가 강화된다.

조성모의 뮤직 비디오는 이러한 유형으로 시각적 이미지가 서사적 형태를 띠는 영화적 기법을 사용하고 있다. 5분 내의 짙막한 영상에 스토리의 전개가 음악의 가사 내용과 연합하면서 감정적, 시공간적 몰입의 효과를 가져 온다. 시각과 청각의 요소는 표현적 측면에서 하나의 알려지고 주어진 의미에 수렴하며 연합하는 표층적이며 단일한 이미지이다.

그러나 이러한 자기 재현이 표층적 층위에서 자기 모방의 형식을 취하는 경우를 생각해 볼 수 있다. 즉 이러한 방식은 다매체적인 전달 방식에 의한 감각, 감정적 효과가 있으며 알려진 음악 텍스트의 의미를 더욱 강화한다. 가령, 독일 그룹 Kraftwerk의 뮤직 비디오에서 도상적 이미지는 언어적, 음악적, 시각적, 행위적 요소가 가수들의 퍼포먼스로 수렴되어 시각적 물질성으로 나타난다. 이는 특히 전자음악이라는 음악적 장르와 ‘우리는 로봇’이라는 노래의 제목, 단어의 의미보다는 형식에 초점을 둔 의도적인 언어의 반복적 사용, 로봇을 흉내 내는 독일 그룹의 퍼포먼스의 결합이 ‘우리는 로봇’이라는 명제 문장을 명시적으로 재현하는 모방적인 형식 이미지로 읽힌다.

조성모의 뮤직 비디오에서 가수가 직접 노래하는 장면을 화면에서 제거하고 영화라는 장르의 형식을 빌어 서사의 형태를 통해 노래의 내용을 단일한 이미지로 재현했다면, 독일 그룹의 도상적 이미지는 구체성을 띠며 명시적으로 노래의 이미지를 직접 퍼포먼스하는 영상 이미지를 재현한다. 크래프트베르크 뮤직 비디오는 전자음악으로 반복성, 퍼포먼스, 제스처, 음향, 시각, 음악, 그래픽, 색 등의 복합적인 다수 매체적 이미지로 구성된다. 이러한 음악의 시각화는 노래의 가사 이데올로기를 재현하는 것이 아니다. 노래 가사의 언어적 구성이 이미 분절된 시각적 요소처럼 기능한다. 즉, 노래 가사는 비서사적이고 단지 ‘우리는 로봇이다’라는 명제가 전자음악의 반복적 리듬과 함께, 가수들의 로버트를 모방하는 퍼포먼스로 동어 반복적 효과를 낸다. 따라서 조성모의 뮤직 비디오에서 다매체가 의미적인 수렴으로 자기 재현을 하는 것과 달리, 크래프트베르크의 뮤직 비디오는 각각 상이한 매체표현의 자기

복사적 모방을 재현하고 있다.

이는 표현과 대상의 관계에서 ‘로봇’이라는 표현이 자기 복사적 표현의 ‘로봇’행위로 나타나며, 이는 대상이 아닌 로봇의 형식을 자기 재현한 것이라고 본다. 따라서 조성모와 독일 그룹의 뮤직 비디오의 공통점은 각각 영화 이미지나 퍼포먼스 이미지를 통해 대상을 표현하는 다매체적 요소가 상호 종속적으로 단일한 융합적 이미지를 생산해 낸다는 것이다. 그러나 조성모의 경우, 상이한 매체가 노래의 내용을 대상으로 재현되었다면, 독일 그룹의 경우, 상이한 매체는 동어반복적인 자기 복사적 이미지로 수렴된다.

[그림 9-1] 조성모 뮤직 비디오 「To Heaven」, 1998



〔그림 9-2〕 Kraftwerk 뮤직 비디오 「The Robots」, 1978



인지적인 차원에서 독일 그룹의 자기 복사적 모방은 이미지에 수동적으로 반응하며 시각적으로 몰입하게 하지만 역설적으로 동어 반복적 이미지로 구성된 ‘우리는 로봇이다’라는 단언적인 명제에 응답하며 수용자의 인지를 촉발하기도 한다. 하지만 여전히 언어, 음악, 시각의 각 매체의 양식은 대화적 상호관계가 아니라 서로를 복사하는 몰입적 상황을 유발하는 단일한 이미지이다.

두 번째 유형의 뮤직 비디오는 미학적 가치를 표현하며 이미지의 새로운 시도를 추구한다. 이러한 시각적 요소는 음악적 요소와 상호 독립적 관계에서 시간적인 병치로 구성된다. 이는 두 매체 사이의 대화적 상호작용을 통해 수용자가 의미 생산에 참여하도록 유도한다.

대화적 상호작용은 두 감각적 매체가 갖는 독립적 특성을 유지하고 구성과 배치, 병렬 등의 작업을 통해 두 이미지가 하나의 대상을 표현하도록 돕는다. 하지만 대상은 알려져 있는 것이 아니기에 서로 분절되고 파편적인 이미지로 비취질 수 있다. 그러나 파편적 이미지가 타자 재현을 하는 과정에서 이미 수용자를 이미지 속으로 능동적으로 참여하게 하며 그러한 이미지의 통합 과정은 스토리를 구성하게 만든다. 따라서 스토리 구성은 이미지 속에 주어진 의미를 느끼는 것이 아니라 반대로 이미지가 재현하는 대상의 의미를 발견하게 하는 수용자의 적극적 의미 생산 과정으로 이해된다.<sup>95)</sup>

이러한 의미 생산을 위한 이미지 기법은 러시아 영화감독 아이젠슈타인의 몽타주 이론에서 그 기원을 찾을 수 있다.<sup>96)</sup> A라는 이미지와 B라는 이미지가 연합하여 C라는 이미지를 생산하는 기법으로 수용자를 기호 해석 활동에 참여하게 하는 효과가 있다. 즉, 시각적 이미지가 내러티브를 생성하도록 하는 기제로 비교와 대립의 구성으로 인지적 촉발을 가능하게 하며, 인지의 기본적 서사 능력을 통해 의미를 생성하는 과정이다. 이는 뮤직 비디오의 타자 재현적 이미지로서 상이한 매체의 특성이 대화적 상호작용을 통해 상호 참여적 관계를 이룬다. 이는 뮤직 비디오의 기존 매체가 가지는 음악성을 넘어 시각적 요소가 음악적 요소에 변형을 가져오며 새로운 의미가 생성되도록 하는 도상적 이미지를 형성하는 과정이다. 이는 앞에서 언급했듯이 음악의 재매개화의 과정이라 할 수 있다. 예를 들면 서태지의 뮤직 비디오 ‘버뮤다 트라이앵글’은 조성모의 것과 다른 차원에서 시각적 요소를 이용한다. 서사성은 자기 재현을 위한 도구가 아니라 시각적 내러티브를 통해 구성되어야 하는 것이다.<sup>97)</sup>

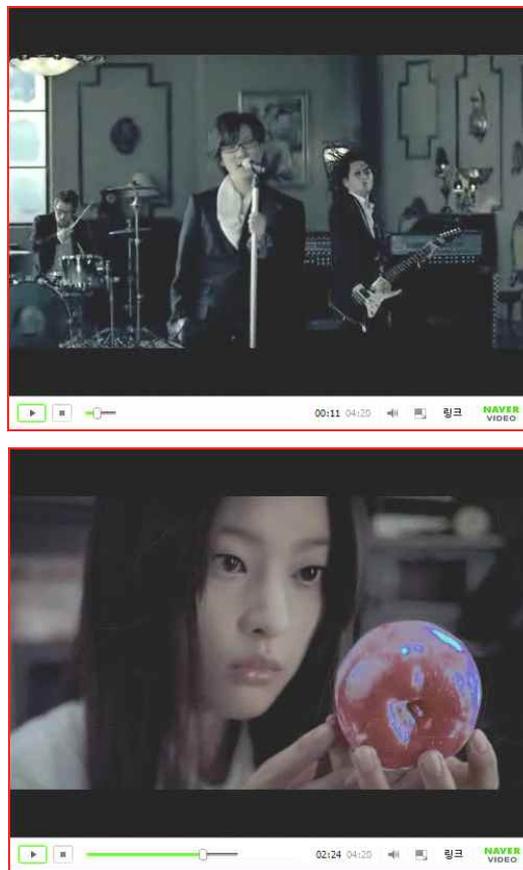
95) 서사와 인지의 상관 관계는 부르너의 사고의 두 양식에 근거한다. 부르너에 의하면 사고의 두 양식이 존재한다. 즉 논리-과학적 또는 계열적 사고가 있으며 개념화와 범주화의 기능을 하는 반면 서사적 양식의 사고가 존재한다. 이는 상상의 영역에 속하고 개인의 경험을 시간과 공간에 위치하게 하며 인간의 의도, 행동, 경험적 차원을 다룬다. 이에 대한 구체적 논의는 Jerome Bruner, *Actual Minds, Possible Worlds*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1986, pp.11~43. 참조.

96) 에이젠슈타인, 홍상우 옮김, 『몽타주』, 경성대학교 출판부, 참조.

97) 시각적 내러티브와 언어적 내러티브의 논의에 대해서는 Marie-Laure Ryan(ed.),

서태지가 표현하려는 대상은 노래의 가사도 아니고 이미지의 단편적 의미도 아니다. 서태지의 뮤직 비디오는 파편적으로 재현되는 이미지 조각들을 오디언스에게 재구성하기를 요구하며 활력적(energetic) 해석체로서 재현된 대상의 의미를 발견해야 하는 몽타주 이미지 유형으로 구성되어 있다.

[그림 9-3] 서태지 뮤직 비디오 「버뮤다 트라이앵글」, 2008




---

*Narrative across Media: The languages of storytelling*, Lincoln: University of Nebraska Press, 2004, pp.1~38, 참조.

뮤직 비디오는 영상 매체 유형에서 일차성의 상상과 느낌의 세계에 속하는 세미 오웨어이다. 따라서 지금까지 논의한 도상적 이미지의 자기 재현과 타자 재현은 각각의 매체들이 표층적 층위에서 독백적, 또는 대화적 상호작용을 하며 영상 이미지 사이의 관계에 집중한다. 영상 이미지의 타자 재현의 경우, 상호작용성이 나타나지만 더 큰 범주인 매체 형식의 차원에서 보면 뮤직 비디오는 몰입성의 특성을 갖는 텍스트로 기술될 수 있다. 동일한 이유로 이차성인 보이는 라디오는 영상 이미지와 대상의 관계에 초점을 두며, 컨텍스트와 텍스트의 대립이 이루어지는 구조에 관심이 집중된다. 삼차성인 블로그에서는 현실과 가상의 연결이라는 기호, 대상, 해석의 관계에 기반한 삼차원적 해석이 초점이 된다. 따라서 텍스트와 컨텍스트를 연결하는 상호텍스트성(intertextuality)의 개념이 중요하게 부각된다.

매체의 장르와 각 매체간의 관계를 고려할 때, 다층적인 관찰이 필요하다. 즉 각 매체의 장르는 매체를 구성하고 있는 다중 양식의 성격에 따라 다른 양상으로 인지에 영향을 미친다는 점을 고찰하는 것이다. 몰입적 성향을 갖는 뮤직 비디오라는 장르는 상이한 매체들이 어떠한 관계로 이미지를 구성하고 있는지에 따라 도상의 몰입적인 상태에서 상호작용의 인지적 촉발을 가능하게도 하고 반대로 상호작용성의 특성으로 나타나는 보이는 라디오의 매체적 장르도 매체의 상호적 관계에 따라 몰입적 상황으로 나타날 수도 있다. 마찬가지로 상징적인 재현의 성향의 블로그라는 장르도 습관적인 해석을 통해 몰입의 상황에 놓일 수가 있게 된다. 이러한 점은 뮤직 비디오 장르에서처럼 동일하게 보이는 라디오와 블로그에서도 확인할 수 있다.

## 2. 보이는 라디오—구술 언어의 이미지화

‘보이는 라디오’라는 뉴미디어 장르가 나타나기 시작한 것이 최근의 일이다. 한국에서는 MBC와 KBS가 2006년에 본격적으로 보이는 라디오 방송을 시작했다. 따라서 뮤직 비디오에 비하면 보이는 라디오에 관한 연구는 많지 않은 편이다. 최근의 연구에서 이재현은 보이는 라디오의 다중 감각성을 부각하면서 향후 연구에 보이는 라디오의 융합적 현상이 기술되어야 할 필요가 있음을 지적한다.<sup>98)</sup>

이 연구에서 이재현은 맥루한의 핫미디어와 쿨미디어를 언급하며 청각은 몰입적이고 시각은 분절적이라는 단순한 비교를 통해 단일 매체의 특성을 설명한다. 그러나 맥루한도 지적하듯이 청각에도 몰입형과 대화형이 존재하고, 마찬가지로 시각에도 몰입형과 대화형이 존재한다.<sup>98)</sup> 맥루한이 주장하는 몰입과 대화는 그의 핫미디어/쿨미디어 개념과 연관되어 있다. 즉 미디어의 메시지가 정보를 많이 사용할수록 참여도가 감소하여 몰입을 하게 되고 반대로 메시지의 정보량이 부족할 경우, 해석을 통하여 그 메시지를 읽어 내야 하기 때문에 참여도가 높아지며 대화를 통해 소통하게 된다고 설명한다. 맥루한은 전자의 성격을 갖는 미디어를 핫미디어로 뒤의 형태를 쿨미디어로 부른다. 따라서 몰입과 대화적 상호작용은 단일 매체의 형식에 기인하는 것이 아니라 매체가 전달하는 메시지의 성격에 있다는 것을 시사한다.

본 보고서에서는 영상 매체의 다중 매체적 성격으로 감각기관을 통한 매체의 특성에 의존하지 않고 그러한 감각의 확장을 가져오는 매체들의 인지 형식으로서의 상호작용과 몰입의 현상에 관심을 갖는다. 뮤직 비디오에서도 살펴보았듯이 몰입과 상호작용은 매체의 장르적 성격에 기인하는 것이 아니라 동일한 장르에서 다수의 매체가 어떠한 관계를 맺고 있는지에 따라 구분된다. 이는 당연히 인지적 작용으로 연결되며 매체의 관계가 일방적이거나 독백적인 자기 재현의 경우와 대화적 상호적인 관계에서 재현을 하는 경우에 따라 각각 수용자의 몰입과 참여의 현상으로 나타난다. 그러므로 보이는 라디오의 청각의 확장인 구술 언어적 특성이 다른 매체의 형식들과의 관계 속에서 어떻게 재현되는지를 살펴본다.

98) 이재현, '멀티미디어로서의 '보이는 라디오': 재매개, 다중감각양식, 그리고 미디어 경합', 『언론과 사회』, 15(3), 2007, pp.71~95.

99) 맥루한은 핫 미디어와 쿨미디어를 비교하며 매체의 몰입성과 대화성의 특성을 근거로 둘을 구별하였다. 즉 청각매체에서 라디오는 몰입적인 반면 전화는 대화적으로, 시각매체에서 영화는 몰입적이며 TV는 대화적으로 구별하였다. 동일한 차원에서 언어 매체의 경우, 강의는 몰입적이고 반면 세미나는 대화적으로 구별하였다. Marshall McLuhan, *Understanding Media*, Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1964, p.23. 참조.

뮤직 비디오의 텍스트가 도상적 이미지에 집중된 단일 이미지였다면, 지표적 이미지는 경험을 중시하는 텍스트와 컨텍스트의 관계를 재현하는 이미지가 된다. 두 관계를 재현하는 방식은 위의 뮤직 비디오의 두 가지 유형처럼 자기 재현적 유형과 타자 재현적 유형으로 지표적 이미지가 나타난다. 지표적 이미지를 살펴보는 것은 텍스트와 컨텍스트의 관계가 융합적 이미지인지 아니면 분리적인 상호 독립적 몽타주 이미지인지를 이해하는 것이다.

첫째 유형으로 자기 재현적 지표 이미지가 있다. 이는 구술 언어의 시각화 과정에서 기존 매체의 형식을 유지하려는 경향을 보인다. 즉 자기 재현의 유형에서 라디오 방송 언어가 전달하는 텍스트는 컨텍스트와 인접하여 구성됨으로써 텍스트가 컨텍스트를 지시하는 관계를 재현한다. 따라서 미디어가 전하는 메시지가 둘의 연합을 통해 강화되는 정보적 몰입의 효과를 가져온다. 이는 보이는 라디오의 몰입의 형태가 뮤직 비디오의 감정과 시공간의 몰입을 포함하는 완전한 이미지 속으로의 몰입의 형태와는 다르다는 의미에서 정보적, 지식적 몰입이다. 다른 말로 하면, 메시지의 충분한 이해를 위한 실제적 차원에서의 메시지 자체의 정보에 대한 정신적 차원의 몰입이다.

KBS의 보이는 라디오인 ‘책 읽는 사람들’의 경우, 문학 텍스트를 방송 언어로 소개하는 과정에서 인접한 컨텍스트적인 상황이 텍스트의 메시지를 강화시키는 효과를 낸다. 장영희 교수의 글을 소개하며, 작가를 소개하고, 직접 인터뷰를 하는 등, 각각은 컨텍스트적인 이미지가 방송 언어인 텍스트, 즉, 구술 언어로 소개하는 문학 텍스트를 지시하며 메시지가 강화되는 컨텍스트와 텍스트의 관계를 나타낸다. ‘보이는 라디오’의 도상성이란 두 관계의 유추적 재현을 가리킨다. 따라서 이러한 자기 재현적인 이미지의 경우, 청각 매체인 라디오의 기존 매체성을 유지하며 상이한 매체 사이의 대화적 상호작용은 일어나지 않는다. 시각적인 요소로 인해 구술 언어의 면대면 커뮤니케이션의 청각적 몰입 효과는 감소하지만, 여전히 구술 언어의 전통인 청중을 대상으로 하는 목소리와 귀에 집중하는 청각적 요소가 강하게 드러난다. 이는 커뮤니케이션의 관점에서 청각이 시각보다 우세하게 나타난다는 것을 시사한

다. 그럼에도 불구하고 뉴미디어의 메시지 전송 방식은 구술 언어의 청각 집중적인 현상을 시각화를 통해 분산시키며 청중을 커뮤니케이션 과정에 참여하게 하는 환경을 만든다.

[그림 9-4] KBS 보이는 라디오 「책 읽는 사람들」<sup>100)</sup>



두 번째 유형은 지표적 관계의 타자 재현적 이미지가 있다. 이 유형은 뮤직 비디오의 하부 범주와 동일하게 구술 언어가 재매개되는 과정을 기호의 상호작용을 통해 보인다. 청각, 음악, 음향적 요소와 시각적 요소가 대화적 상호작용 속에서 프로그램 텍스트와 진행 과정의 스튜디오의 컨텍스트를 시각적 요소로 전달함으로써 청

100) 장영희, 『문학의 숲을 거닐다』, 2009. 5. 27 방송

중이 프로그램에 직접 참여하는 효과를 가져온다. 이는 이차성의 특성인 경험성과, 실제적 세계, 반응, 맥락성의 특성에 근거한 지표적 이미지를 전달하는 것이다. 이러한 점 때문에 타자 재현적 유형은 매체 커뮤니케이션뿐만 아니라 구술 전통의 대인 커뮤니케이션의 효과를 낸다. 그러므로 구술 언어의 방송 텍스트와 현장의 컨텍스트가 대화적인 상호작용을 통해 수용자를 자율적 참여자로 구성하게 한다.

MBC의 보이는 라디오 프로그램인 ‘친한 친구’의 경우, 제작의 의도는 구술 언어의 면대면 커뮤니케이션의 특성을 살리면서 시각적 요소를 통해 또 다른 시각적 요소의 독립적 매체의 메시지를 인식하게 한다. 이는 구술 언어의 재매개 과정으로 기

(그림 9-5) MBC 보이는 라디오 「친한 친구」



존 구술 언어 매체의 청각 몰입적 현상과 컨텍스트를 재현함으로써 청각과 시각, 음악, 음향, 퍼포먼스, 오디언스 등의 다양한 매체를 통해 자연스러움, 일상성, 친밀성, 구체성, 맥락성, 개별성, 경험성을 재현한다.

방송 진행자가 광고 방송이 진행되는 동안 카메라는 포즈를 취하지 않은 자연스러운 장면을 전달하고, 가수들도 무대에서 보이는 퍼포먼스의 행위가 아니라 일상적인 모습으로 개인적인 스튜디오에서 음악을 녹음하는 모습으로 이미지가 나타난다. 라디오 방송 프로그램의 방송 언어 텍스트와 이러한 시각적인 컨텍스트적인 이미지는 매체의 독립적인 특성으로 재현되지만 두 요소는 연합하여 새로운 이미지를 만든다.

### 3. 블로그—문자 언어의 이미지화

블로그(blog)라는 표현은 웹(Web)과 로그(log)의 합성어인 Weblog에서 왔다. 즉, 웹이라는 가상공간에 기록하는 개인의 일지(日誌)라는 개념이다. 어원에서도 알 수 있듯이 사적인 일기의 형태를 가상공간의 커뮤니티 공동체 구성원들과 공유하는 성격을 띠고 있다. 글의 주제와 대상, 목적, 효과를 포함하여 블로그가 표현하는 양식은 개인과 사회, 실제와 가상, 쾌락과 지식 등의 상반된 사고를 연결하는 상징적 매체의 성격을 시사하고 있다.

상징 세계의 범주에 속하는 블로그는 문자 언어가 이미지화된 영상 매체라고 할 수 있다. 이는 웹의 상징적 공간에 일기 형식으로 쓰는 개인적 글쓰기의 행위이자 사회적 영역과 공유하는 소통의 공간이다. 문자 중심의 상징적 이미지는 컨텍스트와 텍스트의 관계를 재현하는 지표적 이미지에서 두 관계를 해석하여 다른 형태로 재현하는 상호텍스트(intertext)로서의 기능을 갖는다. 따라서 지표 이미지는 텍스트와 컨텍스트와의 관계를 지각함으로써 경험적 차원의 인식을 하는 반면, 상징적 이미지인 블로그에서는 두 관계를 상호텍스트 속에서 재현함으로써 상징적 가상공간에서 청중과 소통하는 대인 커뮤니케이션을 중요한 목적으로 하고 있다. 이러한 성격은 문자 언어의 시각화를 통한 커뮤니케이션이 구술 전통에서 청중을 중시하는

대인 커뮤니케이션의 기능을 회복하는 재매개화의 현상으로 드러난다.

위의 두 매체의 형식과 동일하게 몰입과 상호작용성의 특징을 토대로 상징적 이미지는 자기 재현과 타자 재현의 두 양식으로 구별된다. 첫째 유형인 자기 재현은 문화적이고 관습적인 요소가 습관화되어 상이한 두 대상을 연관하며 해석하는 행위가 습관이나 상식에 근거하여 이루어진다. 즉, 해석자는 수동적인 태도로 기존의 지식을 수용하며, 객관적 지식의 전달, 인식, 확인을 함으로써 새로운 발견이 이루어지지 않는다. 이러한 블로그의 해석활동은 언어 중심적인 사고의 재현으로 시각, 행동, 실천적인 언어 외적 요소와 비대칭적 구조를 형성한다. 따라서 이 경우에 블로그의 글쓰기의 재현의 대상은 기존의 문자언어 매체인 개인적인 사적 일기의 형식을 유지한다. 이는 정보와 지식 전달, 취미활동, 동영상 공유 등 개인적 취향의 독백적 상호작용으로 새로운 발견보다 기존의 인지에 의존한 개인적이며 주관적, 감정적 해석의 형태라 하겠다. 그러한 일상의 글쓰기의 인지적 효과는 몰입적이지만 동시에 쓰기의 효과가 청중의 반응을 전제로 한다는 점에서 대인(對人) 커뮤니케이션의 양상을 보인다. 이러한 유형은 일반적인 블로그의 형태를 취한다.

나이키 신발에 관한 블로그는 문자 언어의 시각화를 충분히 활용하고 청중의 반응을 기대하는 구술 전통의 커뮤니케이션의 측면에서 상품 고발을 목적으로 한다. 하지만 자기 재현의 독백적인 측면에서 문자언어의 시각성은 객관적 사실(즉, 나이키의 불량 상품)의 전달에 집중된다. 이러한 해석은 나이키와 불량한 상품 사이의 관계를 문화적인 틀을 근거로 의심 없이 재현한다. 즉, 나이키라는 회사의 상징적 이미지(우수한 운동 제품을 만드는 회사)로 인해 그 회사의 로고가 새겨진 운동화를 보았을 때, 수용자는 아무런 의심 없이 그 운동화는 우수한 제품이라는 상식적인 해석을 하게 된다. 따라서 이 블로그의 메시지는 나이키 신발의 불량성에 관한 많은 양의 정보를 제공하며 사실의 확인을 청중에게 요구하고 있다. 이 같은 해석은 나이키는 좋은 제품이어야 한다는 문화적 환경에서 습득한 습관적인 사고를 반영한다. 그러므로 이러한 해석 과정은 무의식적인 감정적 모드에 의존하는 수동적 인지를 나타낸다.

〔그림 9-6〕 나이키의 불량 제품 고발 블로그



두 번째 유형은 타자 재현적인 영상 이미지로 문화, 상식, 관습, 습관에 대한 비판적 수용이 이루어진다. 이러한 입장은 해석의 결과가 언어적 재현으로 귀결되는 것이 아니라 행동의 재현으로 나타난다. 따라서 타자 재현의 유형에서 해석은 실천적인 행동이 재현의 결과로 귀결된다. 이러한 관점은 새로운 지식을 생산하고 새로운 관점을 제시함으로써 개인과 문화의 변형과 발전을 꾀한다. 이는 재매개화의 다른 이름이라고 할 수 있다.

타자 재현적 유형은 문자 언어적인 요소와 시각적 요소가 상호 독립적으로 존재하며 가상공간과 현실을 중재하는 상징적 기능을 한다. 이때, 주체의 비판적 해석 능력이 요구되는 자율성이 부각되며, 이러한 공간은 개인적 공간이자 동시에 사회적 공간이 상호작용하는 대화적 상호작용성을 특성으로 한다. 따라서 블로그의 글 쓰기 행위는 단순한 지식과 사실의 기록과 전달을 넘어 새로운 관점을 제시하는 비판적 능력이라고 할 수 있다. 예를 들면, 알라딘 서재의 ‘창작 블로그’<sup>101)</sup>의 경우, 글

101) 알라딘 서재의 ‘창작 블로그’는 2009년 7월에 개설되어 문학뿐만 아니라 사회, 시사, 영화, 음악, 인문, 문화, 예술, 일상, 육아, 여행, 사진, 책, 카툰, 만화, IT, 비즈니스 등의 다양한 분야에서 자신의 창작물을 게재하고 이를 공유하는 소통의 공간이다.

쓰기 행위는 텍스트(나이키 회사의 상징적 이미지)와 컨텍스트(불량품이 발견되는 실제의 세계)의 관계가 정보 전달의 자기 재현적인 이미지로 표출되는 것이 아니라 텍스트(지식)와 컨텍스트(텍스트에 대한 반응적 상황)의 관계가 자신의 관점으로 해석한 창작의 형식으로 기존 지식에 대한 새로운 관점을 제시하는 타자 재현의 상징적 이미지로 표출된다.

문자 언어의 시각화는 탈맥락적인 소통에서 맥락적이고 다매체적인 요소를 활용한 물질성으로 전환하고 다시 해석 과정을 통해 탈맥락화와 탈물질성의 고등 정신의 발전을 지향하는 활동을 재현한 상징적 이미지라고 할 수 있다. 창작블로그는 인터넷을 통한 매체 커뮤니케이션이자 글의 대상과 주제에 대한 공유, 그리고 그러한 공동체 구성원들의 유대감과 효과를 고려해 볼 때 대인 커뮤니케이션으로서의 상징적 기능을 하고 있다고 볼 수 있다.

[그림 9-7] 창작 블로그



## 제 10 장 영상 언어의 형식과 수용자의 인지

### 제 1 절 영상 이미지의 유형

뉴미디어의 영상 매체의 장르로서 뮤직 비디오, 보이는 라디오, 블로그의 3형태를 살펴보았다. 구체적 사례의 분석을 통해 매체의 형식과 콘텐츠, 인지가 상호작용하고 있음을 확인했다. 일반적으로 미디어 연구는 세 영역에서 연구가 이루어진다. 텍스트분석, 미디어기관 분석, 그리고 수용자 분석이다.<sup>102)</sup> 본 연구는 이러한 유형 구분에 의존하지 않고 매체의 형식과 인지의 관계를 기호학적 관점에서 분석하였다. 이러한 접근 방법은 텍스트의 형식과 내용의 영역, 미디어 기관의 컨텍스트적 영역, 그리고 수용자 연구의 해석의 영역을 분리하지 않고 미디어적 현상 속에 드러나는 세 요소의 복합적이고 다층적인 관계를 통합적으로 볼 수 있게 한다. 앞에서 논의한 바대로, 인지는 기호적 체계로 구성되는 형식을 가지기 때문에 현상의 기호학적 관찰은 수용자 연구에서 현상을 해석하는 실증적 연구와 유사한 효과를 가진다. 따라서 현상의 기호학적 관찰과 분석을 통해 매체의 형식을 이해하고 그에 따라 변화하는 인지의 양식을 살펴볼 수 있다. 위의 사례 분석을 바탕으로 영상 언어의 형식인 이미지의 세 유형과 이에 대응하는 수용자의 인지의 세 양식을 각각 기술하고자 한다.

영상 언어의 형식인 이미지는 3가지로 구별된다. 첫째, 단일 이미지이다. 이는 다중 감각적 매체의 기술적 융합으로 수렴되는 이미지이다. 언어 기호에서 단어의 개념과 대응하는 이미지라고 할 수 있다. 단일 이미지는 구술 언어의 신체성, 청각의 직접성과 유사한 효과를 내며, 구술 언어 전통적 이미지인 말이라는 텍스트와 그 말이 소통되는 컨텍스트와의 융합이라 하겠다. 이러한 점은 인지적으로 감정적, 시공

102) Ina Bertrand and Peter Hughes, *Media Research Methods*, Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2005 참조.

간적 몰입의 효과가 있다. 그 예로 조성모의 뮤직 비디오인 「To Heaven」, 보이는 라디오인 「책 읽는 사람들」을 살펴보았다.

둘째, 몽타주 이미지이다. 지시, 비교, 대비 관계를 통한 상호 독립적 매체의 사용으로 이미지의 병렬적 구성이 이루어진다. 몽타주 이미지는 상이한 두 대상이나 사물을 관계의 적용가능성을 통해 사실로 재현하려는 명제 구성 능력을 요구한다. 이러한 인지적 노력은 영상 언어에서 명제의 구성을 가능하게 한다. 아울러 이는 문자 언어가 텍스트를 컨텍스트와 분리함으로써 인지적인 촉발을 가능하게 하는 경우와 상응한다. 서태지의 뮤직 비디오 「버뮤다 트라이앵글」과 보이는 라디오 「친한 친구」의 경우가 그 예가 된다. 인지 효과는 대화적 상호작용을 하는 이미지의 관계에 영향을 받는다.

셋째, 상징적 이미지이다. 해석을 통해 재현되는 이미지의 형태로 글이나 행동, 그 외에 다른 매체 형식을 통해 표현된다. 상징적 이미지는 해석을 요구하기에 문화, 관습, 상식, 습관적 요소와 연관되어 있다. 이는 언어 기호에서 주장과 단언의 기능과 상응한다. 영상 언어는 인터넷의 가상공간을 통해 텍스트(습관적 해석이나 지식)와 컨텍스트(습관적 해석에 대한 반응적 상황)를 중재하는 역할을 한다. 그 예로 창작 블로그(텍스트에 대한 적극적 반응)나 나이기 고발 블로그(텍스트에 대한 소극적 반응)를 살펴보았다.

## 제 2 절 인지의 세 양식

영상 매체의 수용자의 인지는 경험성과 대화적인 상호작용성에 근거한다. 즉 인지는 몰입과 참여의 두 양상으로 나타난다. 몰입적 상황은 이성, 합리, 추론, 판단 등의 인지적 과정보다는 감각, 감정, 느낌, 정서 등의 감정적 차원에서 일어난다. 하지만 인지 체계는 몰입적인 감정의 상태를 혼돈의 무정형으로 여기는 것이 아니라 또 다른 인지 양식으로서, 내용 형식인 기호의 물질적 자질 기호로 간주한다. 인지는 이성적인 합리적 영역에서만 관찰되는 것이 아니라 감성적 영역과의 연합적 관계를

통해 구성된다. 이는 매체의 다수성과 상응하는 다중적 인지 현상의 특성이라 하겠다.

인지의 세 양식으로 소극적 인지, 적극적 인지, 절차적 (과정적) 인지가 있다. 이미지와 매체의 성격과 관련하여 구체적으로 설명하자면, 첫째, 소극적 인지는 느낌, 감정을 토대로 하는 감정 모드의 인지(emotional mode of cognition)이며, 이는 단일 이미지를 해석하는 인지이다. 둘째, 적극적인 인지로서 실존적 모드를 통한 인지(existential mode of cognition) 양식이다. 몽타주 이미지를 해석하며 매체의 상호작용성으로 수용자를 참여하게 한다. 즉, 각 양식이 ‘대화적 관계’에 있을 경우 수용자는 인지적 작용에 들어간다. 셋째, 다중적 인지(procedural mode of cognition)로서 상징적 이미지를 해석하는 인지이다. 이는 메타 인지로서, 이미지의 통합적 구성 능력을 위한 시각적 서사성(narrativity)을 요구하며, 해석 과정, 대화적 참여, 미디어 경험을 등을 거치면서 의미의 생산을 가져온다.

## 제 11 장 교육적 함의

### 제 1 절 영상 언어 형식의 해석과 의미

영상 매체 현상의 해석을 통해 영상 이미지의 유형과 인지 유형의 상관 관계를 추출하였다. 기호 형식의 분석을 통한 이러한 추출 과정은 개인적 차이를 고려하지 않은 세미오웨어에서 작동되는 기호의 형식과 인지의 상호연관성에 대한 연구에 중점을 두고 기술하였다. 본 장에서는 심리적 차원의 특수한 개인의 상황에서 위에 언급한 3 형태의 인지 양식이 다른 양상으로 개인에게 나타날 수 있다는 점에 주목하고 이러한 개별적 인지 양식이 어떠한 방향으로 나아가야 할지를 교육적인 차원에서 논의한다.

인지 형식은 가치론적인 판단에 의해 강조되고 또는 약화되어야 할 성질의 것이 아니다. 영상 이미지가 다양한 매체를 통해 수용자에게 지각되듯이 외부의 현상을 지각하고 판단하고, 사고하는 인지의 양식도 외부적인 자극에 관한 반응의 과정이라 볼 수 있다. 따라서 현상이 좋고 나쁨으로 구별될 수 없듯이 그러한 자극에 반응하는 인지의 양식도 마찬가지로 가치론적 입장에서 논의할 문제가 아니다. 그렇다면, 본 보고서의 내용을 통해 어떠한 교육적인 함의를 도출해 낼 수 있는지에 대하여 인지 양식에 관한 가치론적 질문에 대한 답은 궁극적으로 목적론적 입장을 취하는 것으로 응답을 할 수 있다. 즉, 인지의 궁극적인 기능은 앞에서 인지의 정의에서 밝혔듯이 인지적 과정을 통해 세상을 알고 이해하며 의미를 생산하고 결국은 개인과 사회의 변형과 발전에 기여하는 기능을 한다는 것이다. 따라서 이러한 목적에 부합하는 인지의 양식을 고려한다면 교육적인 측면에서 매우 의의가 있는 일이라 하겠다.

디지털 시대의 기술 문화로부터 기인하는 두 가지 부정적 측면으로 비자율성과 감성지향적 사고를 지적할 수 있다. 이미 많은 학자들이 기술 문화의 부정적인 점을

지적인 바 있고, 게임 중독이라는 현상은 그 같은 우려를 현실적으로 나타내고 있다. 이는 몰입의 부정적 측면이며, 개인의 느낌을 중시하며, 자율적이지 못한 사고로 이어진다. 더욱 심각한 점은 사고가 발전하지 못하고 정체된다는 것이다. 분산되고, 분리된 사고로 인해 전체적이고 통합적인 사고로 이어지는 절차가 생략된 것이라고 볼 수 있다. 이러한 이유로 디지털 시대의 몰입은 긍정적 측면보다는 부정적 측면으로 이해되는 경향이 있다. 하지만 본 보고서에서는 몰입적이고 느낌을 중시하는 감성의 측면을 상호작용성이라는 또 다른 이면적 현상과의 연합적인 관계에서 발견한다. 즉, 감성지향성과 몰입성은 매체의 대화적 상호작용의 인지적 기능과 연합하면서 인지 과정의 궁극적인 목표인 발전과 변형으로 나아갈 수 있다. 다른 말로 하면, 이는 절차적이며 통합적인 인지의 양식이다. 따라서 감정도 인지의 한 양식이고, 실존적 상황에 대응하는 실제적인 자극에 대한 반응도 인지의 양식이며, 분절적인 요소를 연합하여 연속체로 이해하는 것도 인지의 양식이다. 그러므로 절차적인 과정을 통해 통합적으로 인식하는 절차적 인지가 교육적 측면에서 지향되어야 할 인지의 양식이다.

이러한 인지 형태의 강조는 교육적 환경에서 영상 매체를 통한 절차적인 방법을 통해 교육되고 훈련될 수 있음은 자명하다. 교육의 궁극적인 목적이 지식을 통한 개인, 사회, 인류의 발전인 것을 고려해 볼 때, 영상 매체의 상징적 이미지와 이와 상응하는 절차적 인지에 대한 강조는 다른 아닌 매체의 재매개화와 인간의 재매개화라는 변화와 역동성의 개념을 수반한다.

인지는 영상 콘텐츠보다 영상 매체의 형식인 상호텍스트성 또는 매체의 상호작용성에 의해 더 많은 영향을 받는다. 즉, 앞에서 살펴보았듯이 매체가 독백적인지 또는 대화적인지에 따라 인지적 작용이 다르게 나타난다. 따라서 매체의 형식이 대화적으로 수용자를 이끄는 영상 콘텐츠에서는 시각적 몰입의 요소와 함께 매체를 통해 상호작용하는 사용자의 자율적으로 인지의 과정이 일어난다. 이때, 자율적 인지가 시사하는 것은 통합능력이며 이는 메타적 인지인 서사적 구성능력이다. 매체의 대화적 상호작용은 수용자로 하여금 자율적으로 매체와의 상호작용을 구성하게 하

며 이는 궁극적으로 인간과의 상호작용으로 이어진다. 이러한 점은 매체의 재현과 해석이 연동관계가 있으며 비대칭적인 대화과정에서 상호적으로 변화하는 관계로 설정된다. 따라서 대화적 상호 작용성에 근거한 영상이미지의 제작은 그것에 응답하는 대화자로서의 수용자의 인지에 영향을 미치며, 역으로 수용자의 해석은 그러한 해석에 응답하는 영상 이미지의 제작에 영향을 미친다.<sup>103)</sup>

## 제 2 절 서사화와 주체의 자율성

본 보고서를 통해 우리는 디지털 문화의 몰입과 감성지향적 측면을 긍정적 시각으로 전환시키는 이론에 대한 근거를 설명하고, 이를 교육적 현장에 활용함으로써 교육적 효과를 기대한다. 다른 말로 하면, 디지털 시대의 기술문화로 인한 습관적 사고가 비판정신을 토대로 탈습관화의 과정을 통해 주체의 자율성이 회복된다는 것을 강조한다. 주체의 자율성(autonomy)이란 영상 매체의 세미오웨어에서 사용자의 역할에 초점이 주어진다. 즉, 사용자는 세미오웨어에서 영상 이미지와 세계를 연결하는 중재자(mediator)이자 상징을 사용하는 비판적 정신을 수행하는 세미오웨어의 대행자(agent)이다. 이러한 자율성은 상이한 대상과 사고를 연결하는 능력을 특징으로 한다. 영상 문화의 분절적인 이미지를 통합할 수 있는, 또한 다중 매체를 판독하고 그 각각의 의미를 연결할 수 있는 능력은 절차적이며 통합적인 인지를 요구한다. 이러한 절차는 매체의 몰입에서 상호작용적 성격으로 그리고 영상 이미지의 자기 재현에서 타자 재현으로 이어지는 절차를 판독하고 이해하는 해석의 과정이다. 이러한 과정은 전적으로 수용자에게 맡겨진다. 이는 의미를 생산하는 것과 동일한 가치를 지니는 인지적 활동이다.

103) 이러한 과정은 바흐친의 대화 이론의 응답성과 로트만의 대화의 메카니즘을 근거로 하고 있다. 게리 솔 모슨, 캐릴 에머슨, 『바흐친의 산문학』, 차승기 오문석, 이진형 옮김, 서울: 책세상, 2006, pp.262~273; J. M. Lotman, *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. London: Tauris. 1990, pp.143~150.

위에 기술한 인지는 메타적인 성격을 갖고, 결국 그러한 이미지를 연결하는 활동에서 이미지가 재현하는 대상을 발견하는 의미 생산의 과정이라는 점을 고려할 때, 서사적 역할의 중요성이 부각된다.<sup>104)</sup> 따라서 분절된 시각적 이미지를 서사로 구성하는 시각적 서사 능력이 디지털 시대의 영상 문화에서 요구된다.

### 제3 절 메타 언어로서의 내러티브 – 스토리텔링

영상 매체의 몰입적 현상의 감성적 측면과 대화적 상호작용의 자율적 참여가 어떻게 절차적으로 그리고 통합적으로 훈련될 수 있을지라는 문제는 교육적 함의의 이론적 부분을 포함하는 실천적 면을 부각시킨다. 이는 메타언어로서 내러티브의 실천적이고 행위적 차원인 스토리텔링을 통해서이다. 스토리텔링은 경험성을 강조하고 대화적 상호작용을 통해 주체의 자율적 통합 능력을 함양한다.

영상 이미지의 형식과의 연관성을 고려할 때, 스토리텔링을 다음의 세 단계로 구별할 수 있다. 첫째, 제1단계의 스토리텔링은 몰입형 매체 성격에 대응하는 서사의 실천적 차원이다. 이는 단순히 본 것을 말하는 단계로 처음에 지각되는 대상에 대한 느낌을 토대로 하는 감성적 인지 양식의 실천적 차원이며 동시에 분절된 시각적 이미지를 다른 언어적, 음악적 요소와의 연합 속에서 통합하는 능력이다. 스토리텔링은 인지 양식과 연관된 의미를 생산하는 작업으로서, 구현의 방법은 언어적 또는 시각적인 두 양식이 가능하다. 즉, 텍스트를 언어적 형태인 구술 언어나 문자 언어로 표현하거나, 또는 시각적인 요소를 포함하는 다매체적인 영상 언어로 표현한다. 따라서 이러한 구현 방법에 대한 강조는 결국 언어로 다시 돌아가는 언어적 환원이 아니라, 여전히 시각적, 언어적인 요소를 포함한 다양한 장르로서 표출될 수 있는 메타 인지로서의 스토리텔링을 시사한다.

104) 서사의 존재 양식과 문화 교육적 기능에 관하여는 Paul Ricoeur, *Time and Narrative*, Chicago: University of Chicago Press, 1985; Jerome Bruner, *The Culture of Education*, Mass.: Harvard University Press, 1996. 참조

몰입형 매체가 재현하는 스토리에 대한 인식은 감성적이거나 신화적인 개인의 느낌에 기초한 원형적 스토리 라인이 우세하게 나타난다. 이미 알려진, 익숙한 스토리 라인은 쉽게 감정적으로 몰입하게 하는 효과가 있다. 예를 들면, 권선징악적인 스토리 라인은 수용자로 하여금 정서적인 안정감을 주고 만족감을 느끼게 하여 대상에 대한 탐구 정신의 결여를 초래한다. 이러한 이유로 흔히 상업적이고 쾌락적인 영화의 스토리 라인은 구성에 있어 단순하고 신화적인 서사 구조를 갖는 것으로 설명된다. 고뇌하는 인간, 또는 보이지 않는 대상에 대한 재현이 아니라 권선징악적 스토리 라인의 주요한 인물인 영웅의 행동을 모방하는 서사적 구조이다. 이러한 서사적 구조는 아바타를 통한 대리 만족적 느낌이나, 또는 게임의 스토리 라인에서 찾아볼 수 있다.<sup>105)</sup> 몰입적인 환경은 수용자에게 익숙한 환경이나 기존의 인지에 의존한다. 따라서 이는 수용자로 하여금 스토리텔링을 통해 감정적 몰입이 더욱 강화되는 효과를 낸다.

두 번째 단계는 인지형 스토리텔링이다. 이는 앞의 몰입형 스토리텔링 과정을 통해 텍스트를 이해하고 텍스트의 요소와 상반된, 또는 분리되는 상황에 놓이면서 인지적인 촉발이 가능해지는 환경이다. 즉, 매체의 비교 구조를 통해 텍스트의 단순한 모방의 차원을 넘어 상이한 요소와의 관계에 대한 사고를 다시 말하기 방식으로 표출하는 것이다. 모방에 근거하지만 사진적인 동일한 대상의 복사적 모방이 아니라 관계를 통해 유추하는 모방이라 할 수 있다. 따라서 위의 텍스트가 인물 위주의 행동 모방인 단일한 대상을 통한 서사를 강조한 것이라면 인지형 스토리텔링은 텍스트의 구성, 즉 각 텍스트적 요소가 어떻게 결합되어 있는지를 살피고 이를 서술하는 방식이다. 이는 상이한 대상의 관계를 재현한 것이며, 이 둘을 연결하려는 능력이 텍스트를 다시 이야기하는 방식으로 표출된다. 상이한 대상은 텍스트 내의 요소 사이의 대립일 수 있고, 이러한 텍스트와 실제 세계와의 대립적 요소가 될 수 있다. 전

105) 스토리 구조와 인물에 대한 연구는 노창현, 이완복, ‘게임스토리에 나타난 영웅의 모험의 12단계 분석’, 『한국콘텐츠학회논문지』, 6(11), 2006, pp.104~109 참조.

자의 경우는 동시적인 상황에서 텍스트의 한 요소가 동일한 텍스트내에서 갖는 관계에 초점을 두며, 후자의 경우 텍스트의 내용과 수용자의 실제 세계인 컨텍스트와의 비교에서 오는 인식에 근거한다. 둘을 연결시키는 의식은 의미를 생산하려는 수용자의 의미를 반영한다. 이러한 점은 텍스트가 전달하는 흥미, 쾌락의 차원을 넘어 텍스트가 전달하려는 주제 의식에 관심을 기울이게 한다. 즉, 인지형 스토리텔링은 텍스트의 표층적 층위에 대한 미학적 즐거움과 비교하여 텍스트가 재현하는 대상이 무엇인지를 알고자 하는 탐구적 정신으로 전환하는 단계로 나아가게 한다. 따라서 수용자들은 텍스트의 몰입적인 환경에서 벗어나 자신의 컨텍스트와의 비교 구조 속에 객관적인 시각을 회복한다.

마지막으로 제3단계는 위의 두 과정을 포함하는 통합적 성격을 띠는 스토리텔링으로서 실제적인 행동의 차원으로 서사의 실천적 차원인 스토리텔링의 진정한 의미가 발현되는 층위이다. 이는 매체의 시각성이 물질성과 연합하여 또 다른 차원의 가상현실의 공간을 창조하듯이 인지 유형도 유사한 방식으로 행동을 통한 인식론적 사고의 효과, 즉 결과를 경험하는 실용주의적 관점에서의 스토리텔링이라 할 수 있다. 몰입과 상호작용성을 토대로 사용자가 실제로 제작 과정에 참여하는 자율적 주체의 실천이라 하겠다.

이러한 과정은 앞에서 설명한 인지의 세 가지 형태 중에서 절차적 인지를 요구한다. 요컨대, 동영상 제작을 하는 경우 기본적 스토리 라인을 구성한다. 인물과 행동 위주로 누구나 쉽게 감정적으로 동화될 수 있는 원형적 서사의 형태를 취하되, 누구나 경험하는 일상의 인물이어서는 안 된다. 그러한 서사는 보여주기엔 실패한다. 일상이면서 일상적이지 않은 이미지의 재현은 인물 위주의 스토리가 아니라 이야기의 구성 방식에 의해 영향을 받는다. 이는 서사의 형식적 측면인 구성이라 할 수 있다. 마치 매체의 형식으로 인지가 영향을 받듯이 서사의 내용적 측면이 아니라 형식적 측면이 인지 과정을 통한 사고 형성에 영향을 미친다. 그러므로 통합형은 위의 두 과정을 포함하는 절차적인 인지 양식을 통해 동영상의 이미지를 제작하는 스토리텔링의 유형이다. 이때, 제작자는 자신의 삶의 스토리를 문자나 그림이 아닌 행동으로

재현하고 있는 것이다.

지금까지 논의한 영상매체의 장르, 수용자 행동양식, 영상 이미지, 인지 형식, 그리고 교육적 효과로서의 스토리텔링을 포함하는 상관관계를 표로 나타내면 다음과 같다.

〈표 11-1〉 영상 매체의 형식과 인지 양식의 관계

구분 범주	영상 매체의 장르	수용자 행동 양식	영상 이미지	인지 양식	서사 형태
일차성	뮤직 비디오	몰입성	단일 이미지	감정적 모드	말하기 (telling)
이차성	보이는 라디오	상호 작용성	몽타주 이미지	실존적 모드	다시 말하기 (re-telling)
삼차성	블로그	해석 활동	상징 이미지	절차적 모드	수행하기 (performing)

영상 매체의 현상과 기호의 형식의 관계를 고찰하고 이를 기반으로 실제적인 매체 분석의 예를 통해서 매체 사이의 상호적 관계를 살펴보았다. 매체 사이의 관계가 관계적 유추를 통해 인지 과정에서 논리적으로 드러난다. 본 보고서에서 우리는 기호의 자율성과 인간 사고의 자율성이 상응하여 상호적으로 발전할 수 있다는 결론을 추출한다.

## 제 12 장 결 론

### 제 1 절 학술적 의의

본 논문은 영상 콘텐츠의 일상화가 뉴미디어 영상 매체 수용자들에게 미치는 영향을 인지 방식의 변화라는 관점에서 연구한 내용을 담고 있다. 일반적으로 자연과학이나 사회과학은 특수한 개별적 현상에 대한 관찰과 분석을 목적으로 하며 연구를 통해 나온 결과는 그 학문 분야의 발전에 커다란 공헌을 한다. 결과물은 그 자체로 실증적이고 개별적인 관찰을 통해 얻어진 연구 성과로서 가치가 있을 뿐만 아니라 또 다른 현상을 관찰하기 위한 토대로서 새로운 사실을 발견하는 기능을 한다. 이 같은 측면에서 영상 콘텐츠와 인지 방식의 변화라는 연구 주제는 디지털 시대의 컨버전스 현상을 설명하기 위한 사회과학적 접근의 프레임워크를 택하는 것이 바람직해 보인다. 즉, 이는 영상 콘텐츠와 수용자의 인지 방식과의 연관성을 객관적으로 보일 수 있는 장점이 있기 때문이다. 하지만 사회과학적 방법론이 개별적 현상과 그것에 반응하는 그룹에 대한 연구로서, 관찰 결과에 대한 자료가 연구자의 해석에 의존하는 경향이 강하다는 점을 고려할 때, 연구의 결과물이 보편성과 일반성보다는 특수하고 개별적인 성격을 띠게 된다는 점을 간과할 수 없다. 이 같은 점은 자연과학의 경우에서도 마찬가지로 드러난다. 다시 말해서 개별적 현상의 관찰과 이를 통한 객관적 자료의 분석이 결국 둘을 연관시키는 연구자의 해석적인 관점에 의존한다는 것이다. 이러한 측면은 연구 활동에서 연구자와 연구의 객관성에 대한 근본적 물음을 제기한다. 그러나 이는 동시에 연구 행위 자체가 연구자 해석의 과정과는 분리될 수 없는 인지적 과정이자 사고 활동이라는 점을 시사하고 있다.

위의 두 관점과 비교하여 철학과 인문학적 관점은 보이는 현상 자체에 대한 해석의 과정을 연구함으로써 특수한 상황보다는 일반적 상황에 보편적으로 적용 가능한

가설을 수립하게 한다. 따라서 인문학적 관점에서 본 현상은 오히려 수용자의 해석 활동 자체를 연구 주제로 삼는다. 그 같은 점은 인지의 방식을 보편적인 관점에서 기술할 수 있는 인문학적 성격에 기인한다. 따라서 본 보고서는 전반부에서는 영상 매체의 문화사적 궤적을 살펴보고 후반부에서는 영상 콘텐츠의 인지 방식의 변화라는 주제를 퍼스 기호학적인 프레임워크를 적용하여 고찰하였다.

본 보고서는 영상 콘텐츠의 일상화의 현상을 기호적인 관찰을 통하여 인지의 양식을 고찰하였다. 미디어 현상에 대해 반응하는 수용자들의 연구에 초점을 둔 것이 아니라, 드러나는 미디어 현상 자체를 분석하고 그것이 어떻게 수용자의 지각과 연관되어 있는지를 분석하였다. 이러한 점은 수용자의 내적 사고를 반영한 현상의 분석이 아니라 현상 자체의 형식에 관한 연구이며 이는 사고가 기호의 형식 속에서만 인식될 수 있다는 퍼스 기호학의 기호적 사유를 수반한다. 즉, 이러한 형식은 기호의 형태이며 기호의 해석 과정은 인지와 연결되어 있다는 전제를 토대로 한다. 현상에 대한 해석은 객관적이고 가치 중립적인 기술에 근거하여 영상 매체를 어떻게 수용하고 해석해야 할지에 관한 교육적인 함의도 포함한다.

영상 매체의 세 장르인 뮤직 비디오, 보이는 라디오, 블로그의 사례 분석의 결과 세 유형의 영상 이미지와 이에 상응하는 세 유형의 인지 양식이 추출되었다. 분석의 방법은 앞에서 언급하였듯이 영상 매체의 형식에 대한 기호적 접근의 관찰과 이러한 기호가 재현하는 대상을 해석하는 과정을 통해 매체 수용자인 해석자의 인지 양식을 고찰하였다.

단일 이미지, 몽타쥬 이미지, 통합적 이미지의 유형으로 구별되는 다매체적 영상 기호체계로서의 영상 언어는 다름 아닌 이러한 이미지를 읽고 해석할 수 있는 인지 양식을 살펴볼 수 있게 한다. 매체와 인지의 상관성과 관련하여, 다음의 3가지 양식의 인지 과정이 드러난다. 첫째, 몰입형 매체에 반응하는 경우에 감정을 모드로 하는 인지가 작동하며, 둘째, 컨텍스트와 텍스트의 상호작용 과정에서 실존적 상황을 모드로 하는 인지가 나타나며, 셋째, 상징형 매체를 해석하는 경우에 절차와 통합을 모드로 하는 다중적 인지가 드러난다. 이러한 분석의 결과는 다매체와 다중 양식이

라는 매체 형식과 인지 형식의 연동 관계(interlocking)를 나타내는 지표로 해석된다.

철학과 인문학적 관점에서 물리적인 기술적 통합의 컨버전스의 개념이 다매체적 혼합과 이에 상응하는 다중적 인지의 양식이 체현되고 있는 것으로 해석된다. 본 보고서에서는 컨버전스의 개념을 모든 것이 하나로 수렴되는 현상이 아니고 오히려 모든 것이 특수하고 개별적인 상황에서 통일성을 파괴하지 않고 상호작용을 통해 공존하는 현상으로 진단한다. 이러한 각 매체 사이의 대화적 상호작용이라는 진단은 교육적인 함의를 토대로 한다.

절차적인 통합형 인지 양식은, 상이한 유형의 인지를 포함하면서도 서로가 변증법적으로 환원됨이 없이 대화적인 상호작용을 통해 통합을 이루려는 사고의 과정이다. 따라서 통합은 과정으로서의 개념이며 완결형이 아니다. 이러한 통합에의 노력은 교육적인 훈련을 통해 이루어질 수 있다. 본 보고서는 통합의 훈련, 즉 대화를 통한 상호작용에서 의미를 생산하는 능력을 서사의 실천적 차원인 스토리텔링에서 발견한다. 이는 메타 인지로서 상이한 요소를 통합하는 인지적 작용이며, 사고의 형식이다. 그리고 서사 형식을 통한 스토리텔링은 상호작용에서 대화의 주체로서 또는 대화의 응답자로서 기능하는 대화적 주체의 자율적 참여를 수반한다. 이러한 대화 과정의 주체적 해석 활동은 상징을 재현하는 능력과 그것을 해석하는 능력을 모두 갖춘 진정한 프로슈머로서의 영상 매체의 수용자이다. 결론적으로 본 보고서에서 우리는 영상 콘텐츠의 일상화와 인지 방식의 변화라는 주제 연구를 통해 디지털 시대의 몰입과 감성 지향이라는 측면이 영상 매체의 기호적 접근의 새로운 시각을 통해 긍정적으로 변형, 발전될 수 있다는 미래적인 제안을 한다.

## 제2절 정책적 함의

본 연구는 영상 콘텐츠의 일상화가 갖는 문명사적 의미를 해명함으로써 정책적 차원에서 영상 매체 및 영상 콘텐츠가 함의하는 보다 보편적인 인간학적 토대를 확보할 수 있는 인문적 근거를 마련해주었다는 데서 그 의의를 가질 수 있다. 뿐만 아

나라, 디지털 시대 이후 영상물의 편재화로 인해서 발생하는 다양한 역효과를 비롯해서, 특히 청소년들의 이성적 사유 능력을 저하시키고, 말초적이며 단세포적인 감성적 유혹을 자극한다는 영상콘텐츠에 대한 다양한 비판들이 영상 이미지의 발생과 본질에 대한 역사적 철학적 이해의 빈곤함에 연유한다는 점도 해명하였다. 영상은 결코 디지털 시대에 완전히 새롭게 발생한 것이 아니라, 인류의 태생적 조건이었다는 점을 강조해야 할 것이다. 태초에 영상이 존재했으며, 그 후로 문명의 토대인 문자는 영상이라는 광야에서, 인간이 쌓은 하나의 성곽이라 할 수 있다. 따라서 오늘날 방송 융합을 통해서 보다 가시화 되어가고 있는 영상콘텐츠의 폭증과 일상, 영상, 구술, 문자 등과 관련된 매체 문화사를 통괄해 본다면, 너무나 자연스러운 경향이며, 최소한 활자 시대에 억압된 영상에 대한 인류의 본능적 감응과 친화성이 다시 부활되는 현상으로서, 우리는 이것을 일러 영상의 귀환이라 불렀다. 지난 5백년 동안의 시기가 활자 언어가 지배한 시간이었다면, 활자의 지배력이 약화 내지는 균형적 자리를 점유하면서 이제 다시 영상의 지배가 도래한 것이라 볼 수 있다. 물론 활자 언어는 죽지 않았으며 영원히 죽지 않을 수도 있으나, 디지털 컨버전스 시대에서 목격되는 분명한 사실은 기존의 언어 지배의 문화에서 영상 문화 또는 도상적 커뮤니케이션의 문명으로 이동하고 있다는 사실이다. 인간의 지식, 학습, 신념, 인지와 욕망 등은 인간의 심층적 정신계를 축조하는 영상에 의해서 결정적인 지배를 받는다.

요컨대 인간의 영상 경험은 세계와 환경을 이해하고 그것에 반응하는 가장 일차적 경험으로서, 영상 정보는 인류사에서 가장 오래된 기록이기도 하다. 따라서 영상 이미지를 생산하고, 감상하면서 무한한 즐거움을 향유한 인류는 곧 ‘호모 이마지쿠스’(Homo imagicus)라고 불려질 수 있으며, 이 같은 인간학적 차원에서, 오늘날 방송 융합 시대와 디지털 컨버전스에서 첨예하게 부각되는 영상콘텐츠의 급부상에 대한 연구에 있어서 왜, 인문적 시점과 철학적 사유가 필요한가에 대한 이론적 토대를 제시함으로써, 향후 정보통신 정책 수립 및 연구에 있어서 기존의 사회과학적 방법과 경험적 사례 연구를 보완할 수 있는 대안적 연구 방법 모델을 제시했다는 데서 정책적 의의를 찾을 수 있을 것이다.

끝으로, 본 연구의 중반부에서 구체적 사례를 제시하며 연구한 다양한 영상콘텐츠물의 유형과 속성에서 드러난 바와 같이, 본 연구는 기존의 활자 중심의 텍스트 읽기 교육이 갖는 한계를 지적하면서, 이른바 멀티미디어 리터러시(multimedia literacy) 교육의 이론적 토대와 방법론을 체계화시켜야 할 필요성을 강조하였다. 영상 콘텐츠를 정확하게 그리고 창조적으로 읽을 수 있는 능력 제고는 바로 커뮤니케이션 능력의 향상을 의미한다는 점에서 디지털 시대의 새로운 리터러시 교육의 중요성을 새삼 강조할 수 있을 것이다. 아울러 시각은 과학사에서 입증되었듯이 창조적 도약과 밀접하게 연관되어 있다. 추상적 개념으로 이루어지는 사유는 추상화와 상징화의 과위가 서서히 발전하면서 영상 이미지를 통한 사유로부터 창발하였다는 점도 유념할 대목이다.

따라서 정책적 시사점으로서 우리는 본 연구의 결과물을 토대로 영상 콘텐츠의 통합 프로그램(An Integrated Literacy and Visual Contents Curriculum)을 제안하고자 한다. 다양한 매체를 통해서 실현된 영상 콘텐츠는 중고등학교는 물론 대학의 교양 과정에서 미디어 교육 또는 언어 교육 교과 과정에 통합될 필요가 있다. 특히, 영상 미디어 뿐만 아니라, 다매체에서 동시에 발생하는 사유의 표현을 경험한다는 점에서 단일 매체 교육은 한계를 지닌다. 매체 철학과 기호학의 관점에서 영상 콘텐츠 교육에 접근하는 노선은 청소년들의 학습과 표현 능력을 극대화 시켜줄 수 있는 다양한 노선들을 생산하는 데 있다. 따라서 통합 영상 콘텐츠 교과 내용에는 언어 텍스트를 포함해서 회화, 사진, 비디오, 디지털 아트, 웹 페이지, 모바일 이미지 등의 영상 텍스트가 포함되어야 한다. 이 같은 다양한 종류의 텍스트들을 통합시키기 위한 프로세스 또는 수단들은 영상 이미지를 읽는 방법, 즉 창조적 독법을 포함하며, 영상 이미지에 대해서 적절하게 반응하는 법을 터득시켜 줄 수 있을 것이다.

영상 콘텐츠 및 시각 예술을 통합하는 기호학 기반의 교과 내용을 제시함으로써 청소년들이 자신의 생각과 학습을 표현할 수 있는 다양한 방식들을 제공할 수 있을 것이다. 영상콘텐츠를 중고등학교 교과 과정에 통합시킴으로써 청소년들과 교사 모두에게 기존의 문자 일변도의 독법에서 벗어나 상이한 기호 시스템을 복합적으로

판독할 수 있는 능력을 배양시킬 것이다. 요컨대 영상 콘텐츠를 기존의 리터러시와 언어 교육의 중심부에 갖다놓음으로써 학습을 문자의 독해와 작문으로 배타적으로 이해해 온 편협성에서 벗어날 수 있을 것이다.

이점에서 우리는 다음과 같은 연구 사항을 향후의 연구 과제로 제시하고자 하거니와, 이를 위해서는 영상콘텐츠의 수용 양상에 대한 참여관찰과 심층인터뷰와 같은 정성적 방법과, 이 같은 결과를 철학적 관점에서 해석할 수 있는 매체 인문학의 공조 체계로 가능하다는 점을 강조하고자 한다.

- 1) 청소년들의 다양한 영상 콘텐츠들에 대한 지각과 해석 방식
- 2) 영상 미디어와 콘텐츠가 청소년들의 정체성에 미치는 영향의 정도와 맥락
- 3) 기존의 활자 언어와 동영상 이미지 미디어 사이의 서사적 관계
- 4) 영상이미지의 제작 및 판독 능력이 스토리텔링의 이해력을 강화시킬 수 있는가의 여부
- 5) 상이한 문화권, 또는 다른 국가에서 제작된 디지털 콘텐츠의 초문화적 상징적 언어의 형식과 내용을 파악할 수 있는 수준과 정도
- 6) 영상 콘텐츠의 해석에 있어서 작동되는 상징적 정보 처리 및 이해의 양식
- 7) 영상콘텐츠의 의미 해석에 있어서, 젠더, 사회적 계층, 문화적 환경과 수준이 미치는 영향 여부와 그 정도
- 8) 학교의 교육 환경과 직업 환경을 벗어나 청소년들과 일반인들이 디지털 영상 기술을 사용하는 이유와 맥락
- 9) 현재 중고등 학교에서 이루어지는 영상 콘텐츠에 대한 교육에 대한 학생들의 반응(특히 다음 사항에 초점을 맞춤). 현재의 영상 콘텐츠 교육과 미디어 리터러시 교육은 학생들의 영상 콘텐츠 판독 능력을 실제로 제고시키는가의 여부, 아울러 학교에서 학습한 영상미디어 리터러시 교육은 학교를 벗어난 환경에서 효과적으로 활용되는가의 여부
- 10) 현재의 국어 교과에서 게임, 비디오, 인터넷 등의 디지털 영상 텍스트를 포함하는 것은 현재의 표준 가이드라인에서 적합한가의 여부

- 11) 컴퓨터 게임과 유튜브 등을 텍스트로 간주할 경우, 리터러시의 개념적 구성 변화
- 12) 영상 콘텐츠를 비롯한 미디어리터러시는 청소년의 정체성 개발과 자아실현의 동기부여에 영향을 미치는가의 여부

## 참 고 문 헌

- 게리 솔 모슨, 케릴 에머슨(2006), 『바흐친의 산문학』, 차승기, 오문석, 이진형 옮김, 서울, 책세상.
- 노창현 · 이완복(2006), 「게임스토리에 나타난 영웅의 모험의 12단계 분석」, 『한국 콘텐츠학회논문지』, 6 (11), 104~109.
- 에른스트 카시러(2002), 『인문학의 구조 내에서 상징형식의 개념 외』, 오향미 옮김, 서울, 책세상.
- 에이젠슈타인(2007), 『몽타주』, 홍상우 옮김, 경성대학교 출판부.
- 오세인(2004), 『영상매체란 무엇인가』, 서울, 커뮤니케이션북스.
- 우정희(2007), 「모바일 DMB 콘텐츠와 커뮤니케이션의 상관성」, 『디지털로 소통하기』, 시정곤 편저, 글누림.
- 이재현(2007), 「멀티미디어로서의 ‘보이는 라디오’: 재미개, 다중감각양식, 그리고 미디어 경험」, 언론과 사회, 15(3), 71~95.
- 최민성(2006), 『멀티미디어 상상력과 문화 콘텐츠: 미디어 넘나들며 상상하고 창조하기』, 논형.
- 프로이트(1992), 『정신 분석학 입문』, 서석연 옮김, 서울, 범우사.
- Adelmann. R(2007), “*Visual Culture Revisited*”, Herbert von Halem Verlag, p.25
- Barnes. S. B(2007), “*Visual Impact: The Power of Visual Persuasion*”, Crosskill, New Jersey, Hampton Press.
- Barthes. R(1981), “*Camera Lucida: Reflections on Photography*”, New York, Hill and Wang.
- Roland Barthes(1973), “*Le Plaisir Du Texte*”, French & European Publications, Incorporated.
- Benett. J(1974), 「*Depiction and convention*」, *the Monist* 58, pp.255~268.
- Bertrand. I, Hughes. P(2005), “*Media Research Methods*, Basingstoke, Hampshire”,

- New York, Palgrave Macmillan.
- Birkerts. S(1994), *“The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in Electronic Age”*, Boston, Faber and Faber.
- Bolter. D and Grusin. R(2000), *“Remediation, Cambridge”*, The MIT Press.
- Bolter, J, 「The Breakout of the Visual」, Writing Space, New Jersey & London, Lawrence Erlbaum Associates, p.47
- Brand. S(1987), *“The Media Lab: Inventing the Future at MIT”*, New York, Viking Penguin.
- Bruner. J(1986), *“Actual Minds, Possible Worlds”*, Cambridge, Harvard University Press.
- \_\_\_\_\_ (1996), *“The Culture of Education”*, Harvard University Press.
- Cassirer. E(1961), *“The Philosophy of Symbolic Forms”*, Ralph Manheim(trans.), New Haven, Yale University Press.
- Certeau. M(1984), *“The Practice of Everyday Life”*, Steven F. Rendail(Trans.), Berkeley, University of California Press.
- Christenbury. L(2009), *“Handbook of Adolescent Literacy Research”*, New York and London, The Guilford Press, p.452
- Coulais. JF(2008), 「Images virtuelles et transformations du regard」, in: *L’Habiter dans sa poétique première*, sous la direction de Augustin Berque et ali., Paris, Editions Donner Lieu, pp.251 ~ 265.
- Darly. A(2000), *“Visual Digital Culture: Surface Play and Spectacle in New Media Genres”*, London and New York: Routledge.
- Davies. D, Bathurst. D and Bathurst. R(1990), *“The Telling Image(The Changing Balance between Pictures and Words in a Technological Age)”*, Oxford, Clarendon, p.2
- Derrida. J(1967), *“De la grammatologie”*, Paris, Minuit.
- Donald. M(1991), *“Origins of the Modern Mind: Three stages in evolution of culture*

- and cognition”, Cambridge, CA, Harvard University Press.
- Dupond. F(1994), “*L’invention de la littérature. De l’ivresse grecque au texte latin*”, Paris, La Découverte.
- Eco. U(1979), “*A Theory of Semiotics*”, Bloomington, Indiana University Press.
- Elkins. J(1999), “*The Domain of Images*”, Ithaca, London, Cornell University Press.
- \_\_\_\_\_ (2003), “*Visual Studies. A Skeptical Introduction*”, New York, London, Routledge.
- Fagerjord. A(2003), 「Rhetorical Convergence. Studying Web Media」, in: Edited by Liestol. G, Morrison. A, Rasmussen. T, *Digital Media Revisited: Theoretical and Conceptual Innovations in Digital Domains*, Cambridge, MA.: The MIT Press).
- Fellman. F(1995), 「Innere Bilder im Licht des imagic turn」, in: Edited by SACHS-HOMBACH. K, *Bilder im Geiste: Zur kognitiven und erkenntnistheoretischen Function pictorialer Repräsentationen*, pp.21 ~38.
- Fodor. J. A(1981), 「Imagistic representation」, in: Edited by Block. N, *Imagery*, Cambridge, MA: MIT Press, pp.63 ~ 86.
- Foss. S. K(2004), 「Framing the study of visual rhetoric: Towards a transformation of rhetorical theory」, in: Edited by Hill. C. A, Helmers. M, *Defining visual rhetorics*, Mahwah, N.J, Erlbaum, pp.303 ~ 313.
- Foucault. M(1995), “*Cours de Collège de France*”, tome 1, Paris, Gallimard.
- Fuery, K(2009), “*New Media: Culture and Image*, London”, Palgrave Macmillan.
- Gardner. H(1999), “*Intelligence Reframed: Multiple Intelligences for the 21st Century*”, New York, Basic Books.
- \_\_\_\_\_ (2004), “*Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*”, Twentieth-anniversary edition, New York, Basic Books.
- Garron. I & Mercier. J(2009), 「Retour sur un art photographique du quotidien」, in *L’évolution des cultures numériques*, sous la direction de Christian Licoppe, FYP Editions, pp.153 ~ 161.

- Gombrich. E(1960), "*Art and Illusion*", London, Phaidon.
- Goodwin. A(1992), "*Dancing in the Distraction Factory*, Minneapolis", University of Minnesota Press.
- Goody. J(1986), "*The Logic of Writing and the Organization of Society*", Cambridge, Cambridge University Press.
- Habelock. E. A(1963), "*Preface to Plato*", Cambridge, CA, Harvard University Press.
- Hacking. I(1987), "*Representing and Intervening*", Cambridge, CUP.
- Harris. R(1986), "*The Origin of Writing*", Oxford, Oxford University Press.
- Heim. M(1999), "*Electric Language: a Philosophical Study of Word Processing*", New Haven, Yale University Press.
- Howells. R(2003), "*Visual Culture*", Cambridge, UK, Polity Press.
- Innis. H. A(1977), "*The Bias of Communication*", Toronto, Toronto University Press.
- Jenkins. H(2006), "*Convergence Culture: Where Old and New Culture Collidere*", Where and London, Where University Press.
- Kress. G(2003), "*Literacy in the new media age*", London, Routledge.
- Langer. S. K. K(1957), "*Philosophy in a New Key: A Study in the Symbolism of Reason, Rite, and Art*", Cambridge, Harvard University Press.
- \_\_\_\_\_ (1953), "*Feeling and form: A Theory of Art*", New York, Scribner.
- Lanham. R(1993), "*The Electronic word*", Chicago & London, University of Chicago Press.
- Latour. B(1985), "Les vues de l'esprit", Culture Technique, juin, pp.4 ~ 30.
- Lavenir. CB(2004), "Les plaisirs perpervs de l'image numérique", Sciences humaines, N.43.
- Lefebvre. H(2008), "*Critique of Everyday Life*, Volume 3: From Modernity to Modernism", Verso, Special Edition.
- Lester. P. M(2003), "*Visual communication: Images with messages*", Belmont, CA, Wadsworth.

- Lister. M, Dovey. J(2003), Giddings. S, Grant. I, Kelly. K, “*New Media: a critical introduction*”, Routledge.
- Liestól. G(2007), 「The Dynamics of Convergence & Divergence in Digital Domains」, in: Edited by Storsul. T, Stuedahl. D, *Ambivalence towards convergence*, Nordicom.
- Liszka. J. J(1996), “*A General Introduction to the Semiotic of Charles Sanders Peirce*”, Bloomington and Indianapolis, Indianapolis University Press.
- Lotman. J. M(1990), “*Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*”. London, Tauris.
- Luke. C, “*Pedagogy, connectivity, multimodality and interdisciplinarity*”. Reading Research Quaterly, 38(10), pp.356~385.
- Lyoyd. G(1990), *Magie, “Raison et Expérience*”, Paris, Flammarion.
- \_\_\_\_\_ (1995), “*The Revolutions of Wisdom: Studies in the claims and practice of Ancient Greek Science*”, Berkeley, Berkeley University of California Press.
- McLuhan. M(1964), “*Understanding Media*”, Cambridge, The MIT Press.
- Manovitch. L(2001), “*The Language of New Media*”, Cambridge, The MIT Press.
- Martin. H. J(1988), “*Histoire et pouvoirs de l’écrit*”, Paris, Perrin.
- Mitschell. W. J(1994), “*Picture Theory*”, Chicago, London.
- New Media Consortium(2005), *A global imperative: The report of the 21 st century literacy summi*. <[http://www.nmc.net/pdf/Global\\_Imperative.pdf](http://www.nmc.net/pdf/Global_Imperative.pdf)>
- Nöth. W(1997), 「Can pictures lie?」 in: Edited by Nöth. W, *Semiotics of the Media*, Mouton de Gruyter, Berlin. New York.
- O’Hara K. Slayden MA(2007), Vorbau A, 「Consuming video on Mobile devices」, Proceedings of CHI’ 07, San José, USA.
- Okabe, IM & Matsuda, M(eds.)(2005), 「Personal, Portable, Pedestrian. Mobile Phones in Japanese Life」, Cambridge, MA.: The MIT Press.
- Olson. D. R(2005), 「L’oralité au pays des livres」, *Sciences humaines* n.159.

- Olson. D. R(1994), "*The World on Paper: The Conceptual and Cognitive Implications of Writing*", Cambridge, Cambridge University Press.
- Ong. W.(2002), "*Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*", New York and London, Routledge, 2nd ed., (1982).
- Peirce. C. S, "*Collected Papers*", Cambridge, CA, Harvard University Press, 1931 ~ 58, vol.2, 281
- \_\_\_\_\_ (1956), "*The philosophy of Peirce: Selected Writings*", Justus Buchler(ed.), New York, London, Harcourt, K. Paul, Trench, Trubner.
- \_\_\_\_\_ (1992), "*The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings*", Vol 1., Nathan Houser and Christian J. W. Kloesel(eds.), Bloomington, Indiana University Press.
- \_\_\_\_\_ (1998), "*The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings*", Vol 2., The Peirce Edition Project(ed.), Bloomington, Indiana University Press.
- Postman. N(1993), "*Technopoly: the Surrender of Culture to Technology*", New York, Vintage Books.
- \_\_\_\_\_ (1994), "*The Disappearance of Childhood: Redefining the Value of School*", New York, Vintage Books, (1982).
- Ransdell. J(1997), 「On Peirce's Conception of the Iconic Sign」.  
 <<http://www.cspeirce.com/homepage/ransdell.htm>>
- \_\_\_\_\_ (2005), 「The Epistemic Function of Iconicity in Perception」.  
 <<http://www.cspeirce.com/homepage/ransdell.htm>>
- Ricoeur. P(1985), "*Time and Narrative*, Chicago", University of Chicago Press.
- Robins. K(1996), "*Into the Image: The Culture and Politics in the Field of Vision*", London and New York, Routledge.
- Russel. T, 「Printed-based and visual discourses in schools: Implications for pedagogy Discourse」, Studies in the Cultural politics of education, 21 (2), pp.205 ~ 17.

- Ryan, M. L(2001), *“Narrative as Virtual Reality”*, Baltimore, London, The Johns Hopkins University Press.
- Ryan, M. L(2004), *“Narrative across Media: The languages of storytelling”*, Lincoln, University of Nebraska Press.
- Ryan M. M(1999), 「Cyberspace, Virtuality and the Text」, *Cyberspace Textuality Computer Technology and Literary Theory*, Indiana University Press.
- Scribner. S, Cole. M(1981), *“The Psychology of Literacy”*, Cambridge, CA, Harvard University Press.
- Saussure. F(1966), *“Course in General Linguistics”*, Bally, Albert Sechehaye, Albert Riedlinger(eds.), Wade Baskin(trans.), New York, McGraw-Hill Book Co.
- Shohat. E, Stam. R(1998), “Narrativizing Visual Culture. Towards a Polycentric Aesthetics”, in: Edited by Mirzoeff. N, *The Visual Culture Reader*, London, New York, Routledge, pp.26~49.
- Sicard, M(1998), “La Fabrique du regard.” Paris, Odile Jakob.
- Smith. N. B, DiMarco. D(2003), 「Same difference: Evolving conclusions about textuality and new media」, in: Edited by Hocks. M. E, Kendrick. M. R, *Eloquent Images, word and image in the Age of New Media*, The MIT Press, Cambridge University, pp.159~178.
- Stephens. M(1998), *“The Rise of the Image, the Fall of the Word”*, New York, Oxford University Press.
- Sturm. M, Cartwright. L(2001), *“Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture”*, Oxford, New York, Oxford University Press.
- Synder. I(2002), *“Silicon Literacies”*, London, Routeldege.
- Turkle. S(1995), *“Life on the Screen: Identity in the age of the internet”*, New York, Simon and Schuster.
- Ulmer. G. R(1985), *“Applied grammatology: Post-Pedagogy from Jacques Derrida to*

*Joseph Beus*”, Baltimore, Johns Hopkins University Press, p.147

Virpi Oksman(2009), 「Media Contents in Mobiles: Comparing Video, Audio, and Text」,  
in *Mobile Technologies from Telecommunication to Media*, Edited by Gerard  
Goggin and Larissa Hjorth, New York and London, Routledge, pp.118~130

Vygotsky, L. S(1978), “*Mind in society: The development of higher psychological  
processes*”, Michael Cole et al.(eds.), Cambridge, Harvard University Press.

\_\_\_\_\_ (1987), 「Thinking and speech」, in: *The Collected Work of L.S. Vygotsky  
Vol. 1.: Problem of General Psychology*, R. W. Rieber, and Aaron S. Carton.(eds.),  
N. Minick(trans.), New York: Plenum Press.

Waquet. F(2003), “*Parler comme un livre. L’oralité et le savoir(xvi-xxe siècles)*”, Albin  
Michel.

Weinberg. A(2000), 「L’écriture: un tremplin pour la pensée」, *Sciences humaines* n.109.

Wittgenstein. L(2001), “*Philosophical Investigations*”, Oxford, Blackwell.

<http://link.allblog.net/19927122/http://blog.naver.com/jpjoy4/80072248620>

<http://video.cyworld.com/205520368>(cyworld 동영상)

<http://video.naver.com/2009030623055157294>

<http://video.naver.com/2009063014383099077>

<http://story.aladdin.co.kr/>

<http://www.dsb.kr/detail.php?number=5074&thread=22r05r03>

<http://www.youtube.com/watch?v=VXa9tXcMhXQ>

## 디지털 컨버전스 기반 미래연구(I) 시리즈 안내

- 09-01 디지털 컨버전스 기반 미래연구(I) 총괄보고서(황주성, KISDI)
- 09-02 디지털 컨버전스 시대의 의식과 행동(이종관, 성균관대)
- 09-03 영상콘텐츠의 일상화에 따른 인지방식의 변화(김성도, 고려대)
- 09-04 욕망과 매체변화의 상관관계와 디지털 컨버전스 시대의 욕망구조(김상호, 대구대)
- 09-05 디지털 콘텐츠 표현양식과 다중정체성의 양상: 사례분석과 미래문화의 전망 (김연순, 성균관대)
- 09-06 디지털 컨버전스와 공간인식의 변화(황주성, KISDI)
- 09-07 디지털 컨버전스 환경에서의 정치제도와 시민사회 변화 연구(류석진, 서강대)
- 09-08 디지털 컨버전스 환경에서의 대의제 변화와 정당의 역할(강원택, 숭실대)
- 09-09 디지털 컨버전스 환경에서 정치 거버넌스의 변화(윤성이, 경희대)
- 09-10 디지털 융합시대 온라인 사회운동 양식의 변화와 의미(장우영, 대구가톨릭대)
- 09-11 디지털 컨버전스 환경에서 글로벌 정치질서의 변화: 네트워크 사회에서의 국내정치와 국제관계(홍원표, 한국외대)
- 09-12 디지털 컨버전스 시대 미디어 플랫폼의 진화와 정치참여 연구(이원태, KISDI)
- 09-13 컨버전스 시대의 경제 패러다임 변화 연구(조남재, 한양대)
- 09-14 미디어 플랫폼의 다양화가 소비자 행동에 미치는 영향(정현수, 건국대)
- 09-15 방송통신 융합환경에서 감성적 공감대 기반의 소비행동에 관한 연구(김연정, 호서대)
- 09-16 녹색성장 전략에서 차세대 통신망의 역할(홍성걸, 국민대)
- 09-17 디지털 융합과 콘텐츠 관련 산업의 공급사슬 변화 연구(한현수, 한양대)
- 09-18 디지털 컨버전스와 주요 멀티미디어 비즈니스 모델의 진화(손상영, KISDI)
- 09-19 융합사회의 소통양식 변화와 사회진화 방향 연구(김문조, 고려대)
- 09-20 미디어 융합의 전개과정과 사회문화적 파장(유승호, 강원대)

- 09-21 미디어 발전과 사회 갈등 구조의 변화(이명진, 고려대)
- 09-22 융합 사회의 인간, 인간관계: 온라인 자아 정체성과 사회화를 중심으로(민경배, 경희사이버대)
- 09-23 융합미디어를 활용한 공공-민간 상호작용 확대방안 연구(정국환, KISDI)
- 09-24 디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화(이호규, 동국대)
- 09-25 가상성과 일상성의 컨버전스에 관한 연구(임종수, 세종대)
- 09-26 미디어 컨버전스와 감각의 확장: 감각확장 미디어의 사용성에 대한 연구(정동훈, 광운대)
- 09-27 컨버전스 시대와 매체로서의 개인(김관규, 동국대)
- 09-28 컨버전스 시대의 트랜스미디어 이용자 연구(이호영, KISDI)
- 09-29 미래예측방법론을 활용한 디지털 컨버전스의 미래 연구(최항섭, 국민대)

디지털 컨버전스 기반 미래연구(I) 시리즈 09-03

영상콘텐츠의 일상화에 따른 인지방식의 변화

---

---

2009년 9월 일 인쇄

2009년 9월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정보통신정책연구원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인쇄인 성문화

ISBN 978-89-8242-628-5 94320

ISBN 978-89-8242-655-1 (세트)

---

---