

첨단기술과 예술의 만남 (Culture Technology에서 Creative Technology로) - 콘텐츠 사업화 R&D 정책이 필요하다!

김형수/연세대 커뮤니케이션대학원 교수(미디어아트)

1. 들어가는 말

‘빠름 빠름 빠름’. 2012 런던 올림픽 개최 시기 무렵 만들어진 어느 정보통신회사의 광고 카피다. 방송에서 듣게 되는 것보다 이제 11살인 어린 아들의 ‘빠름 빠름 빠름’ 퍼포먼스를 통해 더 익숙해진 광고 카피다. 어린 아이가 즐겁게 노는 콘텐츠가 되었으니 성공한 광고인 것 같다. ‘빠름 빠름 빠름’은 ‘빨리 빨리’라는 재촉과 압박을 연상하게 하는 말과는 다른 느낌이다. 광고에선 70 80 세시봉 시대의 통기타를 연주하는 미국인을 포함한 3명으로 구성된 거리의 악사란 뜻의 버스커(busker)를 두 번 반복하는 ‘버스커 버스커’ 그룹이 아날로그 물질성으로 디지털기술의 속도를 여유롭게 이야기한다. 여러 장소를 옮겨 다니며 노래하고 즐기는 여가문화도 느낄 수 있다. 우리가 어떤 시대를 지나고 있는지 무엇을 더 욕망하고 있는지를 최적화시킨 뛰어난 직관과 세련된 감각을 보여준 광고라고 생각한다. 일상생활에서의 디지털기술의 비약적 발전에 의한 우리의 커뮤니케이션 속도를 문화적으로 접근하고 있기 때문이다. 이제 우리의 일상생활 풍경에서 ‘속도와 문화’에 매개되는 디지털 스토리’는 필수적인 삶의 조건이 되었으며, 그것은 늘 새로운 형식의 ‘빠름’이란 것을 전제로 한다. 빠르다는 것은 필요하고 유익하며 좋은 것이다. IT 강국으로 등극한 오늘의 한국 사회 전반이 ‘빠름’의 미학에 근거하고 있다는 것은 지구상의 다른 나라들에서도 이젠 잘 알고 있는 사실이다. 하지만 급속한 산업화에 이어 IT기반을 구축하기 위해 ‘빨리 빨리’ 달려 온 대한민국은 이제 문화의 향기가 있는 ‘빠름 빠름 빠름’을 절실하게 필요로 한다.

2. 디지털 스토리의 진화

건축과 정보기술을 융합적으로 성찰하는 뛰어난 연구들을 수행한 건축가이며, 학자인 로마대학교(University of Rome)의 안토니노 사지오(Antonino Saggio)교수는 컴퓨터의 진화의 과정에서 혁명적인 전환점을 1) PC의 출현, 2) 시각적 커뮤니케이션

선이 가능하게 된 컴퓨팅 환경의 출현, 3) 인터넷 혁명 세 단계로 나누어 논의할 수 있다고 한다. 사실 이러한 관점은 이제 고전적이라 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 디지털시대에서의 테크놀로지와 예술의 관계를 논의하기 위해선 이러한 고전적인 관점을 다시 검토해 볼 필요가 있다.

초기의 컴퓨터는 일반적으로 개인이 사용할 수 없는 특별한 것이어서 컴퓨터를 이용하여 그림이나 표, 방정식이나 그래프 등을 만들어내는 일 자체가 기적과 같은 것으로 느껴졌다. 컴퓨터의 사용법을 아는 사람들은 ‘컴퓨터를 사용하는 기술’의 신비함에 가려져있었고, 두꺼운 안경을 쓰고 보통의 쉬운 용어들은 거의 쓰지 않았다. 다른 사람들이 할 수 있는 일이라곤 멀찌감치 물러앉아 컴퓨터에 의해 수행된 결과를 기다리는 것뿐이었다. 하지만, 디지털기술이 급속하게 발전하면서 뒤로 물러나 있던 많은 사람들이 컴퓨터 사용자가 되었고, 월드 와이드 웹(www)을 활용하고, 스마트폰을 쉽게 사용하고 있다.

가히 혁명적인 컴퓨터의 진화의 세 단계는 사실상 인간과 컴퓨터의 상호작용(Human Computer Interaction, HCI)의 진화 과정이라 하겠다. 또한 이러한 엄청난 변화는 세 단계에 걸쳐 일어나는 과정 모두 정부나 대기업 등 위에서 시작된 것이 아니라 미래로 향하는 젊은 청년들인 아래에서부터 시작된 것이다. 그 첫 번째인 개인용 PC의 탄생에서 주목할 부분이 있다. 미국에서 1970년대 중반, 기성문화에 도전하는 새로운 문화의 가장 큰 무기는 ‘기술’ 이었고, 그들은 이 무기를 사용해, 컴퓨터가 소수 엘리트 그룹(군대, 금융, 학계 등의 전문가들)에게만 주어진 특권이 아니라 일반 사람들도 널리 사용할 수 있는 것임을 증명해보였다. PC 덕분에 창고와 다락방, 부엌이 갑자기 작업실로 바뀌었고, 점차 엄청난 시장을 차지하게 되었다. 이로 인해, 그 동안 PC를 하찮게 여겼던 대기업들조차 PC생산에 참여할 수밖에 없었다. 한국 또한 크게 다르지 않았다. 초기의 컴퓨터 시대에선 컴퓨터가 있는 곳에서만 ‘일’이 수행되었으나 PC의 시대에선 사람이 있는 곳에서 ‘일’이 수행되기 시작한 것이다.

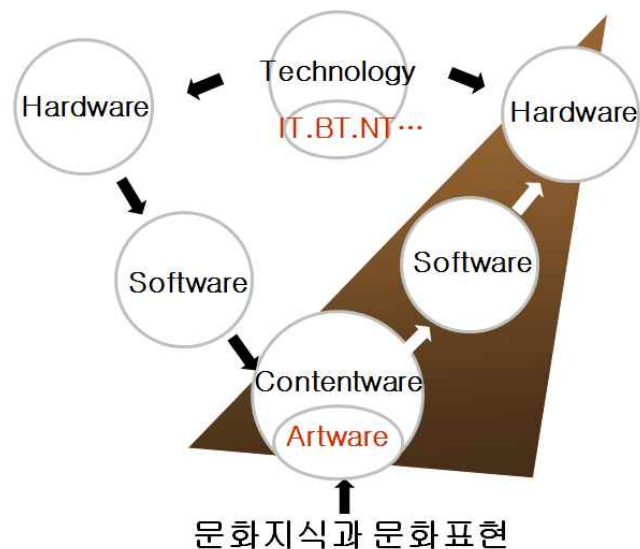
두 번째의 큰 변화는 컴퓨터의 사용법을 더 쉽게 만들고자 하는 끊임없는 노력에서 비롯되었다. 초기의 컴퓨터는 산업적이고, 기계적인 언어에 바탕을 두고 있었다. 한국에서도 70, 80년대 컴퓨터 사용기술 교육이 마련되었으나 상당한 시간과 비용을 투자하고도 컴퓨터를 사용하여 창의적인 일을 수행하기는 어려웠다. 그래서 초기의 사용자들은 명확하고 단정적인 컴퓨터 언어에 맞추어, 원하는 바를 아주 정확

히 써야만 했다. 마침표 대신 쉼표를 쓴다든지 하는 사소한 실수에도 컴퓨터는 제대로 작동하지 않았다. 1984년부터 이러한 까다로운 컴퓨터 언어 대신에 보다 상징적인 언어가 쓰이기 시작했는데, 그것이 바로 ‘이미지’를 사용하여 사람이 컴퓨터와 시각적으로 커뮤니케이션할 수 있는 능력을 갖게 된 것이다. 컴퓨터 사용자들은 ‘이미지’를 사용함으로써, 보다 쉽게 컴퓨터를 사용할 수 있게 된 것이다. 80년대 초반 한국에서 컴퓨터를 사용하다가 80년대에 미국으로 유학하여 애플의 매킨토시 컴퓨터로 그림을 그리고 촬영 노트를 시각적으로 메모하는 능력을 갖게 되었을 때, 그것은 기술적 혁명을 경험하는 순간이었으며 아직도 잊지 못 할 추억으로 남아있다.

그리고 컴퓨터를 통해서 사람이 시각적으로 커뮤니케이션하는 능력이 수월해지면서 엄청난 양의 데이터를 압축할 수 있느냐 하는 것이 자연스레 중요한 문제가 되었다. 또한, 이러한 이미지를 통한 시각적 커뮤니케이션이 컴퓨터와 사용자 사이의 중요한 소통 수단으로 등장한 것은 컴퓨터와 인간 사이의 커뮤니케이션이 기존의 프로그래밍 언어에 의해 연결되어 있었던 것 보다 훨씬 직관적으로 진화해 갈 것임을 보여주었다. 이미지를 활용한 컴퓨터와의 시각적 커뮤니케이션 방식은 직접적이며, 다양한 방식으로 급속히 진행되었기 때문이다. 새로운 기술들 즉, 전체가 아닌 각각의 독립된 부분으로도 기능할 수 있도록 하는 모듈 프로그래밍 언어, 각기 다른 종류의 컴퓨터를 제어할 수 있는 멀티 플랫폼 (*multi-plat-form*), 멀티미디어 (*multimedia* 사운드, 필름, 3D 물체, 텍스트 등 각기 다른 형식으로 출력 가능한 디지털 데이터를 이용하는 것) 등이 개발되면서, 컴퓨터 이용자들은 또 다른 차원의 변화를 체험하게 되었다. 아이디어를 표출하고 관찰한 내용들을 다양한 물질들(사진, 비디오, 음악과 사운드, 인터랙티브 콘텐츠 등)로 운용하는 능력이 보편화되어 왔다. 여전히 기술 분야의 전문가 영역이 있지만 이러한 기술들이 보다 배우기 쉽고, 다루기 쉬워지면서 컴퓨터를 예술창작의 도구로 활용하여 문화를 표현할 줄 아는 전문가들이 등장하기 시작했다. 컴퓨터를 사용한 본격적인 예술분야 교육 프로그램이 대학에서 제공된 시기는 미국의 경우, 80년대이고 한국의 경우는 90년대 중반 이후다.

세 번째로 컴퓨터 언어인 HTML의 폭발적 활용으로 전 지구적인 인터넷 혁명의 기반이 구축되었다. 빌 앳킨슨 (Bill Atkinson)과 하이퍼 카드 그리고 마크 앤드리슨 (Mark Andreessen) 과 넷스케이프는 이같은 엄청난 변화의 선두주자들이었다. 오늘 날의 전 지구적 네트워크의 기반을 마련되었으며, 통신망이 설치된 곳이면 어디서나 ‘이미지’ 즉, 다양한 영상적 물질들인 사진, 비디오 등으로 커뮤니케이션할

수 있게 되었고, 네트워크 기반에서 새로운 창작 프로젝트들도 수행할 수 있게 되었다.



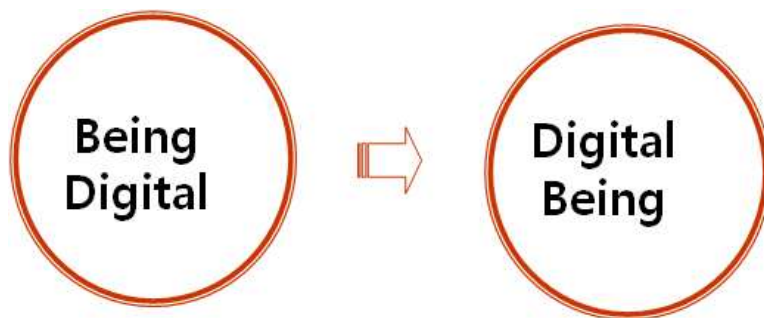
[그림1] 콘텐츠 중심의 기술 개발

3. 온 스크린 스페이스(On Screen Space) 시대의 문화예술-미디어아트 생태계

컴퓨터와 인간 사이의 상호작용이 영상적 커뮤니케이션으로 유연해지고 활발해지는데 중요하게 기여하게 된 것은 디지털기술의 발전에 의한 하드웨어와 소프트웨어 개발에 있다. 디지털 기술의 급속한 발전의 양상은 하드웨어에서 소프트웨어 중심으로 진행되면서 콘텐츠를 수반한 소프트웨어, 특정한 콘텐츠 사업을 목적으로 한 소프트웨어와 하드웨어의 연구와 개발이 주목을 받고 있다. 디지털 기술이 일상 생활 속에서 보편적인 물질이 되면서 다양한 상품과 물건의 필요성이 대두된 것이다. 디지털 기술의 운용의 폭이 넓어지고 새로운 국면에 접어들면서 콘텐츠 구성과 운용의 필요성이 야기되고 관심도 고조되고 있다. 궁극적으로는 기술과 예술의 융합에 대한 성찰이 필요하게 된 것이다. 근래에 주요 방송이나 언론에서도 자주 스페셜 프로그램으로 기술과 예술에 대한 특집을 다루고 있다. 공연, 전시, 이벤트에 예술과 기술의 접목되는 사례들도 흔해지고 있다. 이러한 예술과 기술의 새로운 융합에 관한 관심이 급증하는 이유는 미디어 테크놀로지가 아날로그 기반에서 디지털 중심으로 옮겨 가면서 미디어를 운용하는 일상 생활세계가 우리의 현실을 재구성하고 있기 때문이다.

이러한 재구성 프로젝트들은 바로 새로운 창조의 세계라 할 수 있다. 사진, 영화,

비디오, 오디오, 컴퓨터와 디지털아트, 상호작용을 기반으로 하는 인터랙티브 미디어를 통해 새로운 방식으로 커뮤니케이션하는 분야를 연구하고 문화예술적으로 표현하는 미디어아트는 바로 예술과 기술의 융합에 대한 가장 좋은 사례가 된다. 우리가 실제로 생활하는 물리적 현실세계가 다양한 미디어 디스플레이들과 구체적으로 연결되고 있기 때문이다. ‘구체적으로 연결 된다’는 것은 바로 당신과 내가 영상적으로 말하고 듣는 커뮤니케이션을 하게 되는 것이고, 영상적 커뮤니케이션 형식과 내용이 새로운 문화적 시공간에서 진행하게 되는 것이다.



[그림2] 생활 속의 디지털 기술의 보편화

2009년과 2010년이 교차하는 길목에서 세계적인 주목을 받은 ‘아이폰’과 영화 ‘3D 아바타’에서 사실상 예술과 기술의 과거, 현재, 미래의 모습을 들여다 볼 수 있다. 왜냐하면 예술과 기술의 융합이 아날로그 기반에서 디지털 중심으로 진행하면서 그 자체가 다양한 형식과 내용으로 진화하고 있기 때문이다. 예를 들면, 1960년대~1980년대의 미디어아트에서는 사진과 비디오는 아주 진보적이며 중심적인 미디어로 간주되어 활용되었다. 1990년대~2000년대로 접어들면서 사진과 비디오는 디지털기술에 의해 그 형식과 내용이 변하게 된다. 지금 수준에는 비교가 안 되지만 초기의 디지털기술이 사진과 비디오에 접목되면서 미디어아트는 새로운 전환점을 맞게 된다. 사진이나 비디오를 촬영하고 누군가에게 보여주는 방식 자체가 완전히 새로운 국면을 맞게 된 것이다. 사진과 비디오의 사용 방식과 과정 자체가 구분되지 않고, 하나의 시스템에서 가능하게 된 것이다. 이에 오디오 영역까지 유기적으로 융합되고, 카메라 자체에 측각을 사용할 수 있는 터치(Touch) 버튼까지 적용되면서 미디어아트를 기반으로 한 영상적 솔루션은 진보를 거듭하고 있다. 우리를 둘러싼 사물(things)들을 다양하게 디지털 영상으로 물질화하여 커뮤니케이션하는 시대가 열려 있다.

숨 가쁘게 진화된 스마트 폰으로 당신이 지금 듣는 음악에 대한 정보를 바로 알

수 있고, 당신이 찾고자 하는 커피 집으로 가는 길을 바로 찾을 수 있다. 아직까진 후각적 영역은 활성화되지 못하고 있지만, 말하고, 보고, 듣고, 만지고 하는 기본적인 오감각 영역이 디지털기술에 의한 물질화가 수월한 미디어 인터페이스로 우리의 생활세계 안에서 구축되고 있다. 그리고 영상적으로 말하고 듣는 능력을 중요하게 다루는 미디어 인터페이스, 즉 영상 중심의 미디어 디스플레이 기반의 생태계가 급속하게 팽창하고 있다. 따라서 다양한 미디어 디스플레이기반을 운용하는 미디어아트 분야를 살펴보면 예술과 기술이 창의적으로 융합하는 방안과 전략을 수립하는데 유용하다.

우리는 일반적으로 테크놀로지가 예술을 이끌어가는 것이라는 믿음을 갖고 있다. 특히 급속한 산업화의 성공, 초절정 스피드의 IT 하드웨어 인프라를 구축한 한국사회에선 기술은 예술과 과학보다 늘 우선시된다. 미디어아트나 예술과 기술의 융합에 대한 불편한 오해와 진실도 이러한 한국적 상황에서 자유분방하게 소개되기도 한다. 이것은 방송이나 언론에선 특히 그러하다. 미디어아트는 늘 첨단기술이란 갑옷으로 무장한 병사로 그려진다. 전혀 틀린 말은 아니지만 사실상 미래를 향하는 안목과 문화적 관점이 크게 부족한 해석에서 비롯된 것이라 본다. 미디어아트의 역사는 디지털기술의 시대에만 국한되어 있지 않다. 기본적으로 아날로그와 디지털기술을 관통하며 진행되어 온 만큼 다양한 예술과 과학 분야와 밀접한 연계성을 갖고 있다.

미디어아트는 예술, 과학, 기술의 융합과 통섭을 바탕으로 출발한다. 미디어아트 분야에 대한 총체적인 이해를 하는데 연계된 주요 연구 분야로는 미술사(art history), 인류학(anthropology), 건축(architecture), 컴퓨터 과학(computer science), 문화연구(cultural studies), 큐레이팅(curating), 민족지학(ethnography), 영화연구(film studies), 과학사(history of science), 기술사(history of technology), 상호작용과 인터페이스(interaction & interface), 미디어 고고학(media archaeology), 미디어 연구(media studies), 뮤지엄 전시 연출(museum direction & exhibit creation), 나노아트(nano arts), 공연(performance), 사진(photography), 팝 컬처(pop culture), 심리학(psychology), 로봇 연구(robotics), 시노그래피(scenography), 기호학(semiotics), 사회학(sociology), 사운드 연구(sound studies), 공연장 연구(theatre), 비디오(videography), 영상문화(visual culture) 등을 들 수 있다. 이러한 연구와 실천분야는 수평적 또는 수직적으로 연계된 것이 아니라 일종의 생태계(ecological system)를 이룬다. 미디어아트 프로젝트를 수행할 때 언제 누구를 어떻게 만나느냐에 따라 연구의 결과물은 다를 수 밖에 없다. 예를 들어, 영화전공자와 컴퓨터 과학을 전공

한 연구자들이 만나 함께 연구하다가 목적과 필요에 따라 사운드 연구자를 만날 수도 있고 아니면 건축가를 만날 수도 있다. 이러한 목적과 필요성은 미디어아트 연구와 실천의 생태계에서 당연히 중요한 사안이 된다. 궁극적으로는 예술과 기술의 만남은 아이디어, 예산 그리고 시간을 최적화시킬 수 있는 연구나 수행 능력과 관련이 많다고 볼 수 있다. 이러한 능력을 우선적으로 검토하지 않는 만남에서 의미가 있는 결과물을 얻기를 기대하기란 사실 어렵다.

다양한 분야와의 융합을 근간으로 한 미디어아트 연구와 실천에서 가장 큰 매력은 아무래도 ‘한 생각을 물질화(物質化)’하여 사람들과 커뮤니케이션하는 것이다. 미디어아트 영역에서는 실제적인 기획, 창작, 제작 능력을 발현하는 창조 모듈은 언제나 매력적이며 중요하다. 미디어아트를 문화표현의 도구로 사용하는 능력은 아날로그 기반 미디어부터 인터넷과 아이폰, 3D 영상세계에서도 빛을 발하고 있다. 새로운 미디어의 형식과 내용을 구체적으로 운영하는 능력이 중요해진다. 미디어 테크놀로지의 발전과 함께 인간의 ‘상상하는 힘’은 ‘새로운 문화를 표현하는 힘’으로 드러난다. 그것은 새로운 콘텐츠 상품 창출의 동력이 되기 때문이다. 그러한 과정에서 예술과 기술을 융합하는 능력은 개인, 집단, 국가의 능력으로 더 나아가 인류 보편적 능력으로 발전하게 된다.

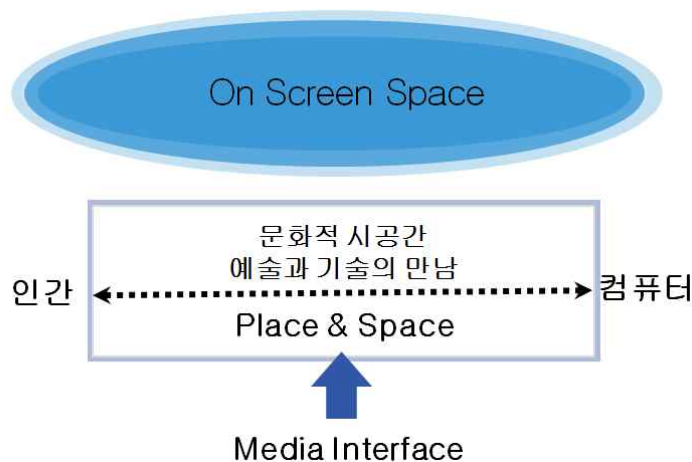
이러한 측면에서 애플의 아이폰과 영화 아바타는 좋은 예라 할 수 있다. 애플의 아이폰과 영화 아바타는 오랫동안 예술과 과학이 꿈 꾸어왔던 다양한 연구와 실천들이 축적되어 새로운 매듭을 엮어낸 것이라 할 수 있다. 수 많은 사람들이 보편적으로 공유할 수 있는 미디어 디스플레이 세계를 만들어 낸 것은 기념비적인 업적이라 할 수 있다. 이것은 스티브 잡스와 제임스 카메론, 그들만의 부와 명예로 귀결되는 것은 아니다. 이미 언급했듯이 보편적 인류의 몫이 된다. 왜냐하면 아이폰과 영화 아바타 모두 과거와 현재, 그리고 미래로 이어지는 생태계를 보여주고 있다.

1980년대부터 애플의 컴퓨터를 사용한 사람들이라면(사실 모든 전문적인 예술가나 디자이너들은 대부분은 애플 컴퓨터를 사용한다) 지금의 아이폰이 결코 낯설지 않다. 말을 하고 글을 쓰고 영상적으로 커뮤니케이션하며 문화적 표현을 하는 다양한 솔루션이 언제나 일관성을 갖고 업그레이드되어 오면서 콘텐츠와 연동된 기술 사업화 관점을 보여준다. 제임스 카메론 역시 디지털테크놀로지를 최적화하여 영화의 형식과 내용의 새로운 차원을 꾸준히 열어왔다. 흥행에는 실패했지만 그가 만든 영화 어비스(ABYSS,1989년)는 컴퓨터그래픽 영상의 세계를 새로운 차원으로 끌어올린 작품으로 아카데미 시각효과상을 수상한다. 어비스에서 창안된 얼굴과 인체 형

상변형의 디지털 영상제작 기술은 나중에 영화 ‘터미네이터2’에서 진가를 발휘하게 되는데, 터미네이터를 본 사람이라면 자유자재로 얼굴과 인체가 변형되는 영화장면을 기억할 것이다. 3D 영화 아바타는 디지털 영상세계의 폭 넓은 생태계에서 창조된 프로젝트라는 것에 새삼 주목할 필요가 있다.

3D 영화 아바타와 아이폰의 광풍이후, 한국사회에선 미래 경쟁력에 대한 논의가 쏟아졌었다. 1993년에 상영된 스티븐 스필버그 감독의 JURASSIC PARK(쥬라기 공원)에 자극을 받아 지금의 한국예술종합학교 영상원의 개원을 서두르고, 디지털 영상과 특수효과의 열풍이 일어나기도 했었다. 마찬가지로 3D 영화 아바타 상영 이후, 3D 영화제작 기술과 인재양성에 대한 정부 및 지자체들의 청사진이 펼쳐지고, 한국의 IT를 대표하는 기업들이 경쟁적으로 3D TV개발을 추진해 왔으며, 국내 아이폰 출시 이후 차세대 스마트 폰 개발에 박차를 가해 오고 있고, 그 동안 쇠국정책으로 편안하게 수익을 창출하던 통신회사들도 새로운 경쟁을 피할 길이 없게 되었던 것이다.

그렇다면 3D 영화 아바타와 아이폰을 통해 우리가 무엇을 학습하고 깨우칠 것인가? 그것은 바로 기술과 예술의 융합적 생태계에 대한 이해다. 한국의 IT산업이 하드웨어 중심이어서 소프트웨어와 콘텐츠(콘텐츠 웨어, 아트웨어 등)와 연계한 미래 경쟁력을 갖춰야한다는 논의들도 나오고 있다. 끝없이 진화하는 온 라인, 오프라인, 유선 및 무선의 미디어 기반의 팽창하는 문화적 시공간에서 국가나 기업뿐만 아니라, 우리 스스로 일상생활을 돌보는 것도 결코 쉬운 일이 아닐 것이다. 트위터, 페이스북 북, 아이폰, 3D 영상 등 계속해서 창출되는 본격적 디지털 시대의 격차(divide)를 우리 스스로 좁혀갈 수 있는 지혜를 구하는 것이 큰 도움이 된다.



[그림 3] 온 스크린 스페이스와 문화적 시공간

4. 미디어 디스플레이의 문화적 시공간 - 미디어 스킨(Media Skin)

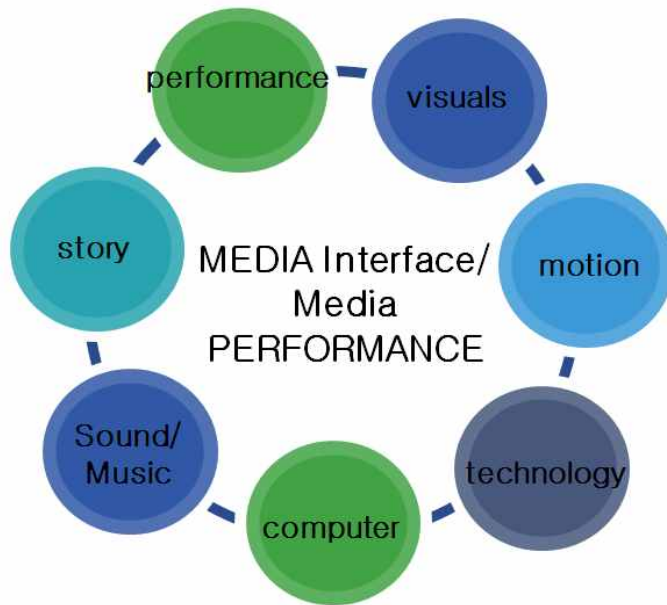
미디어 디스플레이를 기반으로 운영하는 미디어아트 분야에서는 예술, 과학, 테크놀로지의 융합의 새로운 장이 늘 열리고 있다. 미디어아트는 미술관이나 갤러리 안에서 벗어나 우리 일상의 다양한 시공간에서 활용되며 주목받는 문화콘텐츠를 창출한다. 유럽, 미국, 일본뿐만 아니라 최근엔 우리나라에서도 새로운 문화예술 트렌드로 주목받는 미디어 파사드(Media Façade)와 미디어 퍼포먼스(Media Performance)로 인해 미디어아트의 산업화와 대중화가 진행되고 있다. 특히 2012 여수세계엑스포에서 선보인 거의 모든 전시, 공연, 이벤트는 LED, 프로젝션 매핑 등을 위주로 한 미디어 디스플레이 연출의 결과물이다. 미디어아트가 갤러리나 미술관 밖으로 나와 엑스포장에서 새로운 미디어아트 시공간으로 변형되고 확장된 것이라 하겠다. 일반 대중에게 아직 낯설고 생경해서 호기심이 앞서게 되는 미디어 파사드와 미디어 퍼포먼스는 이제 우리 생활 안으로 들어 온 셈이다. 우리의 일상생활의 새로운 풍경이 되고 있는 미디어 파사드와 새로운 공연, 전시, 이벤트의 모듈은 사실 컴퓨터와 디지털 기술의 창의적 운용의 결과다.

예술의 대중화는 새로운 문화콘텐츠 산업의 기반이 된다. 미디어 파사드는 그 자체가 다양한 예술을 대중에게 소개하는 새로운 공연장, 미술관, 박물관, 영화관 등의 기능을 대신할 수 있다. 즉, 미디어 파사드는 문화예술을 소비하는 새로운 장소(Place)와 사용자 환경을 제공한다. 미디어 파사드는 말 그대로는 건물의 정(앞)면

외벽을 영상화하는 공공예술과 커뮤니케이션 영역이다. 최근에는 미디어 테크놀로지의 발전에 힘입어 건물의 정면뿐만 아니라 건물 외벽을 포함한 실내외를 문화예술의 시공간으로 변형시킨 미디어 파사드를 접할 수 있다. 특정한 건물의 외벽을 영상 스크린으로 사용하는 것이면 미디어 파사드라고 간주해도 무방하다. 그 외에 공공건물, 호텔 등 대형 건물의 실내외 미디어 인테리어(Interior)와 미디어 익스테리어(Exterior), 야외 공간의 미디어 조형물 등은 미디어아트를 콘텐츠로 담은 다양한 디지털 캔버스로 꾸며지고 있다. 이러한 미디어 파사드 구축과 아울러 미디어 테크놀로지와 미술, 무용, 음악, 연극 등 다양한 예술콘텐츠를 융합하는 미디어 퍼포먼스(Media Performance), 즉 미디어의 운용으로 미디어아트 대중화가 급진전되고 있다.

서울, 부산 등 도시에 미디어 파사드가 설치되어 대형 디지털 캔버스를 이용해 콘텐츠를 운영하고 있다. 또한 2009년 겨울, 광화문 광장의 빛 축제는 기존의 뻥뻥거리는 조명 하드웨어 중심의 빛 축제에서 문화적으로 업그레이드 된 미디어아트 기반의 새로운 문화예술 축제의 장을 마련하기도 했다. 2009년 서울 빛 축제가 열리는 동안 '고 백남준'의 대표적 미디어아트 작품인 '프랙탈 거북선'은 광화문 이순신 장군 동상 앞에 특별하게 전시되어 시민들의 사랑방 친구가 되어주었으며, 우리나라 문화예술의 상징인 세종문화회관과 정보통신의 상징인 KT건물 외벽을 초대형 스크린으로 사용하는 미디어 파사드를 구축해 시민들이 실시간으로 체험하는 인터랙티브 미디어 퍼포먼스를 선보이며 새로운 미디어아트 문화축제의 가능성을 열어놓았다.

전시, 공연, 이벤트 등이 운용되는 시공간이 미디어 디스플레이 모듈로 구축되면서 미디어 디스플레이로 운영되는 시공간의 콘텐츠 영역이 무한 확장되고 있다. 기존의 전통적인 예술 분야인 무용, 연극, 음악, 미술, 사진, 영화, 비디오아트 등을 활용해 새로운 방식의 전시, 공연, 이벤트를 운용하는 새로운 문화표현의 수월성이 가능해진 것이다. 다양한 예술 콘텐츠는 미디어 테크놀로지를 문화적 도구로 사용하여 영상적 시공간을 만들어 낸다. 우리는 도심 한복판에서, 공원에서, 경기장에서, 체육관에서, 공연장에서, 연주회에서, 축제가 열리는 광장에서 다양한 영상적 시공간, 미디어 디스플레이에 의해 구현된 미디어 스킨(Media Skin)을 입고 문화적 존재감을 느끼게 된다. 미디어의 운용(Media Performance)능력을 바탕으로 영상적 시공간은 문화와 예술을 담은 그릇이 되고 있다.



[그림4] 미디어 인터페이스에서의 미디어 운용의 영역

5. 시뮬레이션 문화 - 온 스크린 스페이스의 변형과 확장

새로운 문화 국가대표가 된 ‘싸이’의 ‘강남 스타일’이 세계적 주목을 받고 있다. 컴퓨터 환경의 혁명적 변화가 선행되지 않았다면 싸이의 강남 스타일은 세계적 주목을 받을 순 없었을 것이다. 싸이의 강남 스타일의 세계적 성공을 가능하게 한 토대는 바로 시각적 커뮤니케이션이 가능하게 된 컴퓨팅 환경과 인터넷 혁명의 기반에서 이루어졌다. 아이디어가 크고 작음에 관계없이 대다수의 인류는 영상적 현실 세계에서 구현된 콘텐츠를 향유한다. 영상적 현실세계란 우리가 보통 말하는 가상 현실, 사이버 공간을 두루 포함한다. 영상적 현실세계는 인터넷에 기반한 월드 와이드 웹(www), 모바일 환경과 다양한 SNS 서비스 뿐만 아니라 미디어 디스플레이로 구축된 오프라인의 물리적 시공간까지 포괄한다. 주목할 점은 그 모든 영상적 현실세계가 구체적으로 연결되어 가고 있다는 것이다. 온, 오프라인의 시공간으로, 온 스크린 스페이스(On Screen Space)로 연결되어 가고 있다. 생활 속의 물리적 시공간과 미디어 디스플레이에 의한 영상적 현실세계는 실제로 우리가 생활하는 물리적 현실세계를 구체적으로 연결하고 있고, ‘구체적으로 연결 된다’는 것은 바로 우리의 생활세계의 많은 부분이 영상적 현실세계에서 이루어진다는 것이다.

물리적인 현실세계에서의 사람이 퍼스트 라이프(first life)라 한다면, 인터넷, 스마트폰과 SNS의 급속한 활성화로 확장된 일상세계인 영상적 현실세계에서의 ‘세컨드 라이프’(second life)가 우리의 삶이 되고 있다. 예를 들어 영상적 현실의 사이버 세계인 세컨드 라이프 속 스웨덴 대사관은 실물 여권이나 비자를 발급하지 않는다. 그 대신 방문자는 아바타(분신)를 통해 통관 절차를 3차원 시뮬레이션으로 체험하고, 인터넷상의 스웨덴 관련 정보를 얻을 수 있다. 사이버 세계를 통해 스웨덴은 자국 홍보를 효과적으로 하게 되는 셈이다. 이것은 시뮬레이션 문화가 구체적으로 우리의 삶을 변화시켜가는 단적인 예라 할 수 있다. 진보하는 영상적 현실세계의 아바타는 ‘나’를 대신해 생활하게 된다. 세컨드 라이프 속 아바타는 아침에 눈을 떠 출근을 해 사무를 보고, 거리를 거닐며 친구를 만난다. 그뿐만 아니라 미술관에 가서 작품을 감상하거나 집을 지을 땅을 구매하기도 하고, 쇼핑을 하면서 먹을거리를 찾아 레스토랑에 가기도 한다. 다만 아직까지는 나의 아바타가 먹는 음식으로 나의 배고픔이 사라질 수는 없다. 먼 미래의 기술로는 가능할지 모르지만.

영상적 현실세계는 시뮬레이션 문화가 중심이 되는 세계다. 사이버 커뮤니케이션 분야의 세계적 권위자인 셰리 터클은 물리적 실재를 가상으로 구성하는 시뮬레이션 문화가 우리의 정신과 몸, 기계에 대한 기존 관념을 어떻게 바꾸는지를 여러 연구를 통해 설명한다. 그는 사이버 세계의 새로운 ‘나’에 대한 성찰을 강조하면서 “실제 세계와 사이버 세계의 경계선에 놓여 있는 자아가 조금씩 사이버 세계로 삶의 중심을 옮겨 가고 있다”고 말한다. ‘사이버공간(cyberspace)의 철학자’로 불리는 마이클 하임은 보이는 것에서 보이지 않는 것으로, 손에 잡히는 것에서 잡히지 않는 것으로, 집단적·일방향적인 것에서 개인적·쌍방향적인 것으로 디지털 문화가 변해가고 있다고 언급하면서 이것은 가상현실세계의 시뮬레이션 문화에 의해 가능해진다는 것을 논의한 바 있다.

시뮬레이션 문화를 이해하고 바라보는 관점을 구축할 때, “지식·신앙·예술·도덕·법률·관습 등 인간이 사회의 구성원으로서 획득한 능력 또는 습관의 총체”라고 언급한 에드워드 타일러의 고전적인 정의는 아직까지도 음미해 볼 만한하다. 영상적 현실세계의 시뮬레이션 문화는 우리가 생활하는 물리적 세계의 구체적인 현실이다. 가상현실, 사이버 공간이라는 용어로 인해 물리적 현실과 일정한 간극이 있는 것 같은 대중적 착각에서 벗어나야 할 필요가 있다. 영상적으로 시뮬레이션된 콘텐츠가 바로 현실이라고 보면 생활세계의 컴퓨터를 매개로 한 ‘온 스크린 스페이스(On Screen Space)’는 스크린의 크고 작음에 관계없이 다 우리의 현실이 된다.

영상적 시뮬레이션의 콘텐츠를 통해 문화적 발현이 일어나고 있다. 영상적 시뮬레이션 콘텐츠는 사진, 비디오, 영화, 오디오, 컴퓨터와 디지털 아트, 인터랙티브미디어 등의 물질들로 나타나며 다양한 예술 장르를 포섭하고 걸러내도 문화적 표현의 장을 만들어 낸다. 이러한 과정에서 새로운 상상(想像)과 물질(物質)의 조율 능력은 예술과 기술의 융합 능력과 직결된다. 물질기반, 테크놀로지 자체로는 도구적 물성만 확인될 뿐 문화적 발현을 기대할 순 없다. 상상이 일어나지 않으면 인간정신의 문화적 발현은 일어나지 않는다. 상상은 예술적 기반이 구축된 문화에서 비롯된다. 문화적 발현이 이루어지면 다시 새로운 테크놀로지에 의한 물질세계를 구축하게 된다. 영상적 시뮬레이션 문화는 기술을 문화적 도구로 활용하는 관점에 의해 창출되는 콘텐츠 사업화라 할 수 있다.

영상적 시뮬레이션 문화는 기존의 영화, 사진, 비디오, 오디오, 컴퓨터와 디지털 미디어와 다양한 인터랙티브 미디어들과 새로운 방식으로 커뮤니케이션하는 과정만이 아니라 영상콘텐츠를 직접적인 결과물로 활용하지 않는 건축, 음악, 전통 예술 분야와 스포츠와 관광콘텐츠 사업화까지 밀접하게 연계되어 운용되고 있다. 이러한 영상적 시뮬레이션을 통한 콘텐츠 사업화 과정에서 기존의 지식, 예술, 기술은 재구성되고 활용된다, 또한, 예술적 활용과 상상력을 지닌 기술의 운용이 전개된다. 영상적 시뮬레이션을 수행하게 하고 예술과 기술을 융합하는 도구적 연구 분야인 미디어아트 ("Media Art is he study & practice of human communication through film, photography, video, audio, computer/digital art, and interactive media.") 또한 예술과 기술의 융합시대의 하나의 전문 교양을 담당하고 있다고 볼 수 있다.

6. 맺는말

세계 최초로 3D 디지털 영화, ‘토이 스토리’를 만들었으며 전 세계의 애니메이션 산업을 선도하는 픽사(Pixar)를 이끌고 있는 존 레스터(John Lasseter)는 그의 3D 디지털 애니메이션 영화 ‘카(Cars)’에서 ‘이 세상에서 가장 무서운 것은 상상하는 것’이라는 메시지를 거듭 전하고 있다. 그는 가족들과 1년 이상의 미국 대륙 횡단을 하며 여행한 경험을 토대로 애니메이션 영화 ‘카’를 만들었다. 그는 칼아츠(CalArts) 재학 시절에 3D 소프트웨어 기술이 개발되지 않은 상황에서 100% 3D 디지털 영화를 만드는 것을 구체적으로 상상하며 수 많은 그림을 2D로 그리곤 했다. 결국 그는 전 세계의 애니메이션 산업을 리드하는 픽사(Pixar)에서 3D 디지털 애니메이션 영

화를 만들어 냈다. 존 레스터는 예술이 기술을 리드하며 새로운 기술개발을 이루어 낼 수 있다는 훌륭한 사례를 보여주고 있다. 이렇게 개발된 기술은 기술에서 기술로 선형적으로 개발된 기술보다 상대적으로 부가가치가 훨씬 높다. 기술은 예술과 만나고, 문화적으로 발현될 때, 더 빛을 발한다. 문화적 사건을 일으키는 힘의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

디지털기술 기반이 구축되면서 기술과 예술을 융합한 새로운 문화산업, 국가의 미래 경쟁력을 좌우할 콘텐츠산업이 새로운 전환점에 놓여있다. ‘기술을 위한 기술’ 연구와 개발 정책 일변도에서 벗어나 ‘콘텐츠를 수반한 기술’ 더 나아가 ‘콘텐츠를 위한 기술’을 주도할 수 있는 창의적 콘텐츠 사업화 연구 개발 기반에 필요한 정책과 제도가 새롭게 마련되어야 할 시점이다.

=====

[참고 문헌]

- 스크린 위의 삶/세리 터클 지음, 최유식 옮김_민음사 2003
- 가상현실의 철학적 의미/ 마이클 하임 지음, 여명숙 옮김_책세상 1997
- Digital Stories: The Poetics of Communication by Maia Engeli and A. Saggio _Birkhäuser Basel 2000
- The Charter of Zurich: Eisenman, De Kerckhove, Saggio (The Information Technology Revolution in Architecture)_Birkhäuser Basel 2002
- 미디어아트와 문화적 시공간/ 김형수, 공존하며 소통한 미디어아트 생태계/ 김형수_ 세종문화 웹진 2010. 05