

매체미학(Medienästhetik)에 관하여¹⁾

심혜련 (홍익대 예술학과 강사)

I. 머리말

산업 혁명 이후 기술의 발전은 인간의 일상 생활에 큰 변화를 가져왔다. 기술의 발전으로 인한 매체의 발전 또한 일상 생활에서 학문적 영역에 이르기까지 놀라운 영향력을 발휘하고 있다. 특히 고전적 전자 매체의 시대를 지나서 디지털 문화의 세대에 이른 지금, 일상 생활에서부터 각 학문 분야에 이르기까지 매체는 자주 논의되는 주제중의 하나가 되었다. 왜냐하면 현대 사회에서 인간이 매체와의 매개 없이 살아간다는 것은 매우 어려운 일이기 때문이다. 아니 불가능한 일이기 때문이다.

그렇다면 미학 분야에서는 이러한 매체적 상황을 어떻게 수용하고 있는가? 미학에서도 일반적 현상과 마찬가지로 매체의 문제를 다루고 있다. 이것은 하나의 필연적인 현상이다. 우리의 현실의 삶은 다양한 매체들이 생산해내는 많은 정보들과 그림, 이미지 등에 둘러싸여 있다. 뿐만 아니라, 예술 또한 이제 기계적 매체와 아주 밀접한 연관 관계를 맺고 있다. 기술이 예술을 실현하는 하나의 수단으로 머무르지 않고 이제는 하나의 주된 표현의 계기가 되었다. 이러한 현상은 대중 문화의 발달로 더욱 두드러졌다. 대중 문화의 보급으로 인하여 이전의 고급 문화와 하위 문화라는 분류 기준도 많이 애매해졌으며, 더 나아가 이들은 이제 상호 배타적인 관계에 놓여있는 것이 아니라, 상호 보완적 관계를 맺고 있는 것이 현실이다. 이러한 배경아래에서 특히 미학의 영역에서 보면 매체는 매체라는 존재 그 자체와 매체와 예술의 관계, 매체와 매체가 생산하는 대상에 대한 지각 방식 등이 새로운 중요한 주제로 떠올랐다. 이것을 다루는 것이 바로 매체 미학이다.

이 글의 목적은 매체의 역할과 영향력을 미학 분과에서 본격적으로 다루고 있는 매체 미학이란 무엇이며, 이들의 주된 주장은 무엇인가를 살펴보고자 하는 것이다. 사실 매체 미학은 대상에 따라서 세부적으로 영화 미학, 기술 미학, 정보 미학 등으로 나누어진다. 그러나 이 글에서는 각각의 분과적인 매체 미학과 그 대상들을 다루는 것이 아니라, 이들을 다 포함할 수 있는 광의의 의미로서 매체 미학만을 언급하고자 한다.

매체 미학이라는 이름으로 현대 사회에서 발생하는 새로운 예술적 상황, 새로운 형태의 예술, 수용 방식 등을 탐구하려는 이론적 시도는 하나의 새로운 시도이다. 예술이라는 이름으로 기술적 재생산 기술에 매개된 예술 형식을 부정하거나 또는 무비판적으로 매체가 생산해내는 많은 이미지 중심의 그림들을 그대로 수용하는 태도 또한 적합한 태도는 아니다. 매체 미학은 현대의 새로운 예술 형태에 대한 미학의 영역에서의 적극적 개입을 의미한다. 그

1) 이 글은 심혜련, 「대중매체에 관한 발터 벤야민의 미학적 고찰이 지니는 현대적 의의」, 『미학』 제30집, 한국미학회 2001을 전제로 한다.

러브로 과연 매체 미학이란 무엇인가를 살펴보는 작업은 의미가 있을 것이다.

II. 매체 의존적 사회에서 새로운 미학적 시도로서의 매체미학

매체미학이란 현대 사회에서 매체의 중요성을 인식하고 예술과 매체의 관계, 매체에 의해 매개된 예술과 그것을 수용하는 수용자의 지각간의 관계를 미학의 영역에서 탐구하려는 새로운 미학적 시도이다. 매체 미학은 기계적 도구에 의해서 매개된 새로운 예술 대상과 그것을 지각하는 지각 방식을 자신의 대상으로 삼는다. 따라서 매체 미학의 대상은 흔히 고전적 매체로 분류할 수 있는 사진, 영화, 광고 그리고 텔레비전, 비디오, 더 나아가 현대 복합 매체인 컴퓨터에까지 이른다.

매체미학은 이러한 대상들을 다루면서 특히 주목하는 현상은 기계가 매개하는 새로운 예술 대상과 그것의 지각 작용이다. 이제 매체는 전통적인 의미에서 정보와 지식 전달을 위한 하나의 수단으로서 작용하는 것이 아니라, 지각의 구조 변화에 근원적 역할을 수행한다. 매체 미학에서는 특히 예술과 기술의 관계가 강조된다. 기술은 단지 예술의 확장을 위한 하나의 보조적 수단으로만 다루어지는 것이 아니라, 예술 구성의 주된 계기로 작용하고 있다는 사실에 주목한다.

1. 매체 미학의 문화적 출발점: 문자 문화에서 시각 문화로의 패러다임 전환

문자 문화에서 시각 문화로의 전환은 매체 미학의 매우 중요한 전제이다.²⁾ 합리성이 중시되던 서구의 전통에서 보면, 전통적인 매체는 문자 중심의 매체였다. 물론 문자와 더불어 회화도 중요한 매체의 한 부분이었지만, 중심 매체는 문자였다. 주로 문자를 이용해서 지식과 정보 등이 전승되었다. 이러한 문자 문화의 전통은 본격적인 대중 매체의 등장으로 인해서 흔들리게 되었다. 왜냐하면 대중 매체는 문자 문화적 전통에서 벗어나 시각적 성격을 강하게 띠고 있기 때문이다. 현대에는 기술 발전에 의존한 대중 매체의 발달로 인하여 사람들은 책을 통해서 뿐만 아니라, 다른 다양한 시각 매체를 통해서 많은 지식과 정보를 습득하게 되었고, 또 이전과는 다른 체험들이 가능해졌다.

새롭게 등장한 시각 매체의 본질적인 특성은 그것이 대중 매체라는데 있다. 예술의 재생산 기술의 발달로 인하여 예술은 자신만을 위한, 또는 특정 계층을 위한 울타리에서 벗어나 말 그대로 대중들에게 자신으로 향한 문을 열게 되었다. 예술의 영역에서 기술 재생산이 가져온 결정적인 변화는 바로 벤야민의 용어로 이야기하자면 '아우라의 몰락'이다.³⁾ 이제 누구

2) 매체학의 등장과 문학에서 매체 문화로의 패러다임 전환에 관하여 다음을 참고하길 바람: Werner Faulstich, *Medienästhetik und Mediengeschichte. Mit einer Fallstudie zu 'The War of the Worlds' von H. G. Wells*, Heidelberg 1982, 11-14쪽; 고위공, 「문학과 조형예술의 관계에 대한 이론적 고찰」, 『미학 예술학 연구』. 제10집, 1999.

3) Walter Benjamin, 'Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit', in: *Gesammelte Schriften Bd. I. 2*, Unter Mitwirkung von Theodor W. Adorno und Gerschom Scholem herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann

든지 예술에 다가서고자 한다면, 다가설 수 있게 되었다. 언제든지 접근 가능하고, 반복 가능하고, 재생 가능하고, 무조건적으로 복제가 가능한 대중 매체는 긍정적 의미에서 보면, 문화 일반과 예술 그 자체의 몰락이라는 부정적 폄하와는 달리 말 그대로 대중이 접근할 수 있는 대중 문화를 가능하게 하였다. 오늘을 살아하는 현대인에게 무엇을 읽었는가보다는 무엇을 보았는가 주된 일상 대화의 대상으로 등장한지는 이미 오래 전이다. 이러한 일련의 과정 속에서 “문학적이고 알파벳적인 것의 낡은 헤게모니”⁴⁾는 현대의 시각 매체와 복합 매체 문화에 의해서 지위가 흔들린다. 무너진 문자 문화의 헤게모니에서 새로운 시각 문화적 헤게모니가 생성된다.

문자 문화에서 시각 문화로의 패러다임 전환이 예술과 문화의 영역에서 의미하는 바는 간단히 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째로는 특권적 고급 문화의 몰락이다. 문자 매체의 수용자 계층은 분명 특권층이었다. 문자가 전달하는 정보와 지식을 이해하기 위해서는 문자를 알아야만 하는 것이 전제 조건이다. 따라서 문자를 이해할 수 있는 귀족, 수도사 계층이나, 교육을 많이 받은 교양인들이 주된 수용자 층이었다. 이것과는 다르게 시각 대중 매체는 생산 과정에서 소비 과정에 이르기까지 말 그대로 불특정 다수인 ‘대중’이 주된 대상이다. 이 매체는 특권층에게만 열려져 있는 것도 아니고, 이 매체가 전달하는 내용을 특별한 지식을 가지고 있어야만 이해 가능한 것도 아니다. 따라서 문자 문화의 몰락이라고 이야기할 수 있는 대중적 시각 매체의 등장은 문자 문화를 둘러싼 특화된 문화의 몰락이다. 두 번째로는 대중적 시각 매체에서는 문자가 주는 의미보다는 그림이 주는 이미지가 중요시된다. 여기서 문자를 통한 내용의 이해가 주된 해석 방식이 아니다. 대중적 시각 매체는 모든 것을 그림과 이미지로 전달한다. 즉 사물과 사물의 본성보다는 사물과 사물이 전하는 이미지, 즉 가상(Schein)이 시각 대중 매체를 지배한다. 이제 문장의 해석이 문제되는 것이 아니라, 그림을 이미지의 해독이 문제가 되었다.

2. 시각 이론으로서의 미학

현대의 매체는 문자적인 성격보다는 시각적인 성격을 강하게 띠고 있다. 더 나아가서 시각뿐만 아니라, 다른 지각 방식을 포함하는 복합 매체(Multi-Media)적 성격을 띤다. 고전적인 전자 매체가 시각을 중심으로 현실과 대상을 재현하는 매체였다면, 현대의 디지털 매체는 한 매체적인 성격만을 갖기보다는 여러 가지 다양한 매체적 특성을 동시에 가지고 있으며, 이로 인하여 수용자들은 한 매체를 통하여 다양한 지각 체험을 할 수 있다.

이러한 매체 상황 속에서 매체 미학을 주장하는 이론가들은 우선 미학을 ‘지각에 관한 이론’으로 정의한다.⁵⁾ 고대 희랍어 ‘아이스테시스(aisthesis)’에 어원적 기원을 두고 있는 미학이 아이스테시스의 본래적 의미인 지각, 감정, 느낌 등을 다루기보다는 오히려 예술 작품의

Schweppenhäuser, Frankfurt am Main 1972-1989, 477쪽 참고.

4) Norbert Bolz, *Am Ende der Gutenberg-Galaxis. Die neuen Kommunikationsverhältnisse*, München 1995, 183쪽.

5) 지각이론으로서의 미학에 관한 것은 다음을 참고하길 바람: Wolfgang Welsch, ‘Ästhetik und Anästhetik’, in: ders., *Ästhetisches Denken*, Stuttgart 1993, 9-10쪽; Norbert Bolz, *Am Ende der Gutenberg-Galaxis. Die neuen Kommunikationsverhältnisse*, 8쪽; Norbert Bolz, *Theorie der neuen Medien*, München 1990, 7쪽; Norbert Bolz, *Eine kurze Geschichte des Scheins*, München 1991, 7쪽

분석이나, 아름다움이라는 개념 등을 다루는 이론으로 해석되고 있는 점을 매체 미학은 비판한다. 따라서 이들은 아름다운 예술에 관한 이론으로서의 미학이 아니라, 현재의 매체 상황과의 관련 속에서 지각 이론으로서의 미학, 즉 매체 미학을 주장한다.

지각이론으로서의 매체 미학에서 중심 문제로 설정한 것은 예술 작품 그 자체에 대한 분석, 또는 아름다움에 대한 분석이 아니라, 예술 작품과 수용자간의 관계에서 ‘어떻게 수용자들이 매체의 전달 과정에서 예술 작품을 지각하는가?’하는 것이다. 즉 대상을 수용하는 주체의 측면에서 예술 작품에 접근하는 것이다. 따라서 여기서 지각은 하나의 중요한 미적 범주로 등장한다.

그렇다면 왜 매체 미학에서는 기존의 전통적인 다른 미학적 범주보다는 지각을 중시하면서 미학을 하나의 지각 이론으로 규정하는가? 아름다움이나 예술을 판단하는 많은 전통적인 범주들이 있다. 즉 아름다움, 진리, 선, 창조성 등등의 개념들이 있다. 매체 미학을 주장하는 이론가들은 이런 전통적인 미적 범주들이 현대의 매체 예술을 평가하는데 적합한 범주가 아니라고 한다.⁶⁾ 매체 예술뿐만 아니라, 현대 미술에서도 이런 전통적인 범주들로만 예술 작품을 평가하기는 어렵다. 전통적인 아름다움이 지금의 예술 작품에서 재현되는 것도 아니고, 고대의 평가처럼 아름다움이 선함과 연결되는 것도 아니고, 예술이 진리의 담지체로 작용하는 것도 아니다. 뿐만 아니라 현대 사회에서 미적 체험은 반드시 소위 예술 작품을 통해서만 가능한 것이 아니다. 우리는 도처에서 많은 사물들 속에서 미적 체험을 한다.⁷⁾ ‘미적(ästhetisch)’이란 형용사와 이것에 관한 추구는 하나의 유행이 되었기 때문이다. 따라서 매체 미학은 이런 현실적 상황 속에서 과연 예술 작품을 평가할 수 있는 길은 없는가를 묻는다. 이들은 새로운 미학적 탐구의 길을 바로 지각이라는 범주에서 찾는다.

매체 미학에서는 미학에 대한 새로운 정의를 시도한다. 즉 매체 미학을 주장하는 이론가들은 이제 미학은 예술 작품을 분석하는 학문도 아니고, 아름다움이란 무엇인가라는 개념을 연구하는 학문도 아니라고 주장한다. 미학은 이제 수용자가 예술 작품과 매체가 전달하는 많은 상들을 어떻게 수용하고 지각하는가를 문제삼을 수밖에 없다고 한다. 이런 과정 속에서 이들이 새롭게 조망하고 있는 지각 형태는 바로 촉각적 지각이다.

3. 현대 매체의 중요한 지각 형태: 촉각성(Taktilität)

일찍이 발터 벤야민은 시각 대중 매체의 수용 과정에서 주요한 지각의 한 형태로서 촉각적 지각(taktile Wahrnehmung)에 주목하였다.⁸⁾ 촉각성이란 말 그대로 원래 신체적 접촉에

6) Peter Weibel, ‘Transformationen der Techno-Ästhetik’, in: Florian Rötzer (Hrsg.), *Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien*, Frankfurt am Main 1991, 205 쪽 참고.

7) Wolfgang Welsch, *Grenzgänge der Ästhetik*, Stuttgart 1996, 9-21쪽 참고. 여기서 저자는 현대 사회에서 미학의 범이 일고 있다고 지적한다. 따라서 ‘미적’이란 범주는 모든 현상들의 지배적인 범주로 작용하고 있다고 한다. 즉 상품 포장과 대도시의 경관에서부터 상품을 생산하는 경제적인 측면에 이르기까지 그 영향력은 매우 크다고 한다.

8) Walter Benjamin, ‘Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit’, 502-505쪽; Walter Benjamin, *Passagen-Werk*, in: *Gesammelte Schriften Bd. V. 1*, Unter Mitwirkung von Theodor W. Adorno und Gerschom Scholem herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main 1972-1989,

의한 지각을 의미한다. 신체적 접촉에 의해서 생기는 촉각적 지각을 벤야민은 기술 재생산 시대의 대중 매체의 시각적 성격과 연관지어서 파악한다. 즉 벤야민이 말하는 촉각성이란 엄밀히 말해서 시각적 촉각성을 의미한다. 그는 탁월하게도 오래 전에 기술 재생산 시대의 예술 작품과 대도시에서의 미적 체험을 바로 촉각성의 개념으로 설명하였다.⁹⁾ 그는 산업 혁명이 가져온 상품의 대량 생산의 소비를 위한 대도시의 많은 광고물에서 새로운 미적 체험을 경험한다. 길거리에 붙어 있는 많은 포스터들과 광고들은 문자 문화에서 시각 문화로의 패러다임 전환의 과정에서 하나의 과도기였다. 왜냐하면 광고는 사진과 그림만으로 이루어진 것이 아니라, 문자가 함께 존재하는 시각 매체였기 때문이다. 그러나 문자가 함께 존재하는 광고 사진들을 대중은 결코 읽지 않는다. 비록 문자적 형태가 잔존해있기는 하지만 그것은 수용 과정에서 보여진다. 더 나아가 그냥 보여지는 것이 아니라, 마치 촉각적 체험을 하듯이 보여진다. 대중이 기대하지 않았던 장소에서 광고를 마주 대하고 또 각각의 광고 사진들이 아무런 내적 연관이 없이 하나의 파노라마처럼 연달아 대중에게 보여질 때, 그것은 마치 촉각적 체험과 같은 효과를 가져온다. 이것이 바로 벤야민이 말하는 시각적 촉각성이다.

현대의 매체 상황은 벤야민이 살았던 고전적 매체 상황과는 또 다르다. 일차적이고 단순한 매체가 아니라, 여러 가지 매체가 연결된 복합 매체가 우리 시대의 지배적인 매체이다. 복합 매체의 대표적인 것이 바로 컴퓨터이다. 컴퓨터라는 매체를 통하여 우리가 체험하는 지각은 단면적인 지각이 아니다. 한 매체를 통하여 동시에 여러 가지 체험이 가능하다. 즉 듣고 보는 행위뿐만 아니라, 마치 신체적으로 느끼는 듯한 경험을 가능해졌다. 우리는 컴퓨터 예술이나 쉽게는 컴퓨터 오락 또는 시뮬레이션 게임을 체험할 때, 분명 이것이 제공하는 것이 시각적인 것임도 불구하고 움찔 움찔 놀란다. 즉 가상의 공간에서 가상의 신체적 지각, 즉 촉각성을 체험하는 것이다. 컴퓨터뿐만 아니라, 매체를 이용한 많은 예술 형식들에서도 촉각성은 중요한 하나의 체험 형식이 되었다. 비디오 예술이나 쉽게는 뮤직 비디오 등이 메시지를 전달하는 주된 방식 중의 하나가 바로 이러한 촉각성을 강조한다. 촉각성을 이제 매체의 주요한 지각 방식이 되었다.

III. 맺음말

현대의 매체 상황은 고전적 전자 매체라고 할 수 있는 영화, 사진, 텔레비전 등등이 지배적이었던 상황과는 또 다르다. 새로운 시각 매체와 시각 매체를 기반으로 다른 매체들이 결합된 형식의 컴퓨터를 비롯한 복합 매체가 등장했다. 뿐만 아니라 그 영향력도 이전의 고전적 전자 매체와 비교도 할 수 없을 정도로 폭발적이다.

더욱이 복합 매체의 등장은 매체와 수용자간의 관계에도 큰 변화를 가져왔다. 이전의 고전적 전자 매체들이 일방 통행적인 매체였다면, 지금의 매체는 쌍방향적 매체이다. 수용자는 수용자라는 이름으로 이제 수동적인 역할에만 머무르지 않고, 적극적으로 매체가 전달하는 정보들에 참여하거나 또 자신이 매체를 이용하여 단지 수신자에 머무르지 않고 발신자의 역

235쪽 참고바람.

9) 바로 이 점에서 현대 매체 미학자들은 발터 벤야민을 현대 매체 미학의 선구자로서 적극적으로 수용한다. 발터 벤야민의 예술 이론과 매체 미학과의 관계에 대해서는 필자의 다음의 졸고를 참고하길 바람: 심혜련, 「대중 매체에 관한 발터 벤야민의 미학적 고찰이 지니는 현대적 의의」, 『미학』 제30집, 한국미학회, 2000.

할을 하기도 한다. 또 고전적 전자 매체가 현실을 재현이라든가, 현실 대상의 모방이라는 전통적 예술과 유사한 기능을 수행하면서 자기 영역을 확보했다면, 이제 새로운 매체는 현실을 모방하거나 재현만 하지 않는다. 오히려 가상의 공간에서 현실보다 더 현실 같은 현실을 생산하고, 오히려 현실이 가상 공간의 현실과 인물들을 모방하려고까지 한다.

이러한 새로운 매체 상황에서는 시뮬레이션, 비 물질성, 동시성, 일시성, 다양한 시공간의 체험, 또 연대기적이고 논리적인 시공간의 해체 등이 빠른 속도로 진행되고 있다. 이러한 매체가 재현 또는 생산해내는 것들은 대부분 이미지이다. 매체 미학은 미학을 지각이론으로 규정하고 현재의 매체가 생산하는 많은 이미지들과 가상 공간에 대한 고찰과 그것의 지각 방식을 고찰한다. 매체 미학은 철학과 예술이 실제적인 삶과 매우 밀접한 연관이 있기 때문에, 그리고 철학과 예술은 일종의 하나의 사회적 산물이기 때문에 미학의 영역에서 매체를 적극적으로 연구할 것을 주장한다. 이것이 바로 매체 미학의 전제이기도 하다. 그러나 이런 의도에서 출발한 매체 미학에서는 매체의 사회적 영향력을 묻지 않는다. 이것은 일종의 매체 미학이 범하는 하나의 오류이다. 그들이 자신의 이론적 선구자로서 인정한 벤야민 연구에서도 이런 경향이 드러난다. 이들에게 있어서 벤야민은 매체 이론가의 한 사람일 뿐이지, 사회 비판적 입장을 가진 이론가는 아니다. 벤야민 이론의 사회 비판적 측면은 매체 미학자들에게 중요한 측면이 아니다.

매체가 매개된 많은 이미지들의 홍수 속에서 이미지를 지각하는 것, 물론 중요하다. 그러나 이미지 뒤에 숨어 있는 많은 기호와 의미들을 지각한다고만 해서 이것들이 해석될 것인가? 아니면 그 뒤에 숨어 있는 의미들을 반드시 이해할 필요조차 없는가? 매체가 제공하는 이미지라는 표면 뒤에 숨겨져 있는 또는 함축하고 있는 많은 의미들은 지각할 뿐만 아니라, 그 이면을 읽을 수 있어야만 한다. 왜곡된 이미지들 사이에서 올바른 사유가 가능하기 위해서는 대상에 대한 지각만이 전부는 아니기 때문이다.

<참고 문헌>

- 고위공, 「문학과 조형예술의 관계에 대한 이론적 고찰」, 『미학 예술학 연구』. 제10집, 1999.
- 심혜련, 「대중 매체에 관한 발터 벤야민의 미학적 고찰이 지니는 현대적 의의」, 『미학』 제30집, 한국미학회, 2000.
- Norbert Bolz, *Am Ende der Gutenberg-Galaxis. Die neuen Kommunikationsverhältnisse*, München 1995.
- Norbert Bolz, *Theorie der neuen Medien*, München 1990.
- Norbert Bolz, *Eine kurze Geschichte des Scheins*, München 1991.
- Peter Weibel, 'Transformationen der Techno-Ästhetik', in: Florian Rötzer (Hrsg.), *Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien*, Frankfurt am Main 1991.
- Walter Benjamin, 'Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit', in: *Gesammelte Schriften Bd. I. 2*, Unter Mitwirkung von Theodor W. Adorno und Gerschom Scholem herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann

- Schweppenhäuser, Frankfurt am Main 1972-1989.
- Walter Benjamin, *Passagen-Werk*, in: *Gesammelte Schriften Bd. V. 1*, Unter Mitwirkung von Theodor W. Adorno und Gerschom Scholem herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main 1972-1989.
- Werner Faulstich, *Medienästhetik und Mediengeschichte. Mit einer Fallstudie zu 'The War of the Worlds' von H. G. Wells*, Heidelberg 1982.
- Wolfgang Iser, 'Ästhetik und Anästhetik', in: ders., *Ästhetisches Denken*, Stuttgart 1993.
- Wolfgang Iser, *Grenzgänge der Ästhetik*, Stuttgart 1996.

<예술학분야 질의 1>

질의자: 최광진(홍익대 미술학과 박사과정, 예술학)

매체 미학에 관해 언급하신 대로 이제 매체의 문제는 우리의 삶뿐만 아니라 예술, 그리고 미학의 문제에 이르기까지 첨예한 문제로 대두되고 있는 것 같습니다. 발표자께서는 매체 미학의 문화적 출발점으로 문자문화에서 시각문화로의 패러다임의 전환을 전제하면서, 이는 대중 매체의 등장과 예술의 영역에서 기술 재생산으로 말미암아 작품의 아우라가 몰락되고, 이로 인해 특권적 고급문화가 몰락하고 있다고 진단하셨습니다. 즉 문자문화는 고급문화의 유산이며, 새로이 등장한 시각매체는 문자를 배우지 못한 사람도 이미지의 용이한 해독성으로 인해 문자문화를 몰락시키고 대중화를 이룩하였다고 주장하셨습니다.

그러나 미술 자체의 문맥에서 보면 이러한 등식은 성립되기 어려운 점이 있습니다. 왜냐하면 미술은 원래 시각문화로서 서구에서 19세기 중엽까지 주로 재현적인 측면을 주도적 특징으로 이어왔습니다. 그러나 모더니즘 시기에 이르러 오히려 외적 지시기능 사라지고 환원적인 측면이 부각되기 시작했습니다. 이것은 오히려 문자적인 성격이 강화된 것으로 보이며 특수 고급문화를 지향한 결과라고 생각됩니다. 이것은 최근 첨단 매체들을 도입한 작품들에서도 마찬가지로 생각됩니다. 현대예술작품은 발표자의 지적대로 쌍방향적이고 복잡적이며, 오감으로 느낄 수 있는 촉각적인 성질이 부각되고 있습니다. 그러나 그러한 특성들로 인해 수용자인 일반 대중들이 편안하게 소통을 느끼고 있는가 하는 문제는 단언하기 어려울 것 같습니다. 따라서 인터랙티브한 소통을 중시하는 오늘날의 매체 예술이 대중화에 미친 영향은 보다 섬세한 접근이 필요하다고 여겨집니다.

이 점에서 두 가지의 본질적인 질문이 해결되어야 할 것입니다. 하나는 매체 예술이 가야 할 궁극적 목적이 대중과의 소통인가 아니면 자율적인 발전인가 하는 점입니다. 다른 하나는 보다 구체적인 것으로, 첫번째 질문에서 대중과의 소통이 목적이라면 예술언어와 일반언어의 경계, 혹은 예술과 삶의 경계를 어떻게 설정할 것이며, 또한 자율적인 발전이 목적이라면 매체의 인터랙티브한 측면이나 촉각성이 어떤 의미를 갖을 수 있는가 하는 점입니다. 이 점에 관한 발표자의 시각과 입장을 듣고 싶습니다.

또 결론부분에서 오늘날 매체 미학의 한계를 지각이론에만 골몰하고 있음을 지적하고, 매체의 사회적 영향력과 지각 이면에 있는 의미의 해석이 필요하다고 하셨는데, 여기서 지각한다는 말이 함의하는 바를 기존의 매체 미학자들이 단순히 시각적인 측면에서 접근하고 있다고 보고 계신 것 같습니다. 이에 대한 몇몇 사례를 소개해 주시고, 이것과 차별화 되어 어떻게 의미 해석의 문제로 확대될 수 있는지에 대한 발표자의 입장을 보충 설명해 주시면 이해에 도움이 될 것 같습니다.

<예술학분야 질의 2>

질의자: 박남희(홍익대 미술학과 박사과정, 예술학)

새로운 매체에 의해 예술과 수용자는 궁극적으로 소통 관습을 변경시키고 정체성까지도 재규정케 한다¹⁾ 고 한다. 현시대는 매체의 발달과 그것의 의존적 상황에서 매체 미학의 요청은 그 시대적 필연성을 갖는다고 본다. 그러므로 위와 같은 연구는 이 시대의 당면과제로서 그 중요성이 있다고 할 것이다. 이상의 매체 미학에 대한 시대적 요청과 이에 의한 연구 대상과 영역 등의 논의 속에서 다음과 같은 몇 가지 부연 설명이 있었으면 하였다.

첫째, 매체 미학에서의 연구의 시작으로 매체 자체에 대한 논자의 구체적인 개념과 영역에 대한 문제이다. 매체란, 돈 이히데에 따르면, 특정한 방식에 의해 경험적으로 사용되는 '물질적 인공물'이며, 포괄적으로 '표현적 활동'을 전달하는 수단이므로 언어, 이미지, 표상 등을 물질화함으로써 표현활동을 구체화하는 인공물 혹은 그 집합체를 의미한다²⁾ 고 한다. 즉 예술작품과 표현활동이 의미소통의 수단이자 과정이라는 관점에서 매체는 기술적 보조수단과 물질적 표현수단으로서 원시 동굴벽화를 그린 안료에서부터 현재의 디지털 이미지생산에 이르기까지 다양할 것이다. 논자는 '새로운 시대의 새로운 매체로서'를 강조하여 미학 영역에서의 적극적 개입으로서 매체 미학을 논의하였는데, 매체라는 본연의 속성에 입각하여 그 '새로운'의 관점과 기준에 따른 매체의 영역과 이와 더불어 매체의 본질적 성격이 '매개'를 넘어서 예술 자체와 더욱 밀접한 영향관계에 있다는 설명은 마셜 맥루한의 "매체는 메시지"라는 입장과 어떻게 차별화되는지에 대해서 보다 구체적인 설명이 있었으면 한다.

둘째, 시대적 상황이자, 발전적 계기로서, 또한 표출되는 예술형식으로서 제기된 시각매체 이미지는 논자에 의해 대중문화와의 관계 속에서 언급되고 있는데, 그렇다고 한다면 여기서의 대중문화와 대중매체는 어떤 의미로 이해해야 하는지에 대해 벤야민 및 프랑크푸르트학파에 입장과 논자의 관점을 보다 깊이 있게 설명되었으면 한다.

셋째, 새로운 시대의 새로운 시각형식의 예술이 제기되어 지각 작용의 이론으로서 매체 미학이 요구되었다면, 새로운 시대와 새로운 시각형식이란 '구텐베르크의 은하계로부터' 이탈하여 레지스 드브레의 언급처럼 '비디오스페르'의 이미지³⁾를 의미하는 것이겠지만 구체적으로 '뉴 이미지'라 할 수 있는 디지털 이미지나 인터넷이나 가상현실 같은 것은 어떤 지각 작용에 의해 예컨대 논자가 얘기한 '촉각성, 특히 시각적 촉각성'으로 그 체험을 논의할 수 있는가 하는 점이다. 현재 뉴 이미지의 대표적 영역으로서 등장한 넷 아트(Net Art) 혹은 웹 아트(Web Art)라 불리우는 영역에서는 뇌와 감각기관의 기억에 기반한 이미지를 산출하기도 하는데 이는 논자의 매체 미학에서 그 대상으로 수용 가능한지에 대하여, 가능하다면 어떻게 구체화될 것인지에 대한 설명이 있었으면 한다.

1) Mark Poster, *The Second Media Age*, Polity, 1995, 4장 참조.

2) D.Ihide, *Exhential Technics*, State University of New York Press, 1983참조.

3) 레지스 드브레 지음, 정진국 옮김, 『이미지의 삶과 죽음』, 시각과 언어, 1994, 11장 참조.