
뉴미디어를 활용한 전통 문화 원형의 문화콘텐츠화에 관한 연구

문화원형을 소재로 한 미디어아트 작품 사례를 중심으로

Practical Use of New Media in Making Cultural Content of The Cultural Archetype

임경호, Kyungho Lim*, 김민경, Minkyung Kim**, 최문선, Moonsun Choi**,
윤준성, Joonsung Yoon***

요약 ~ 문화원형이라는 용어가 등장한 지 채 10년도 되지 않았다. 정부 주도의 문화콘텐츠 산업 육성 정책에 문화원형이라는 용어가 처음 등장했으며, 특히 2002년 한국문화콘텐츠진흥원(KOCCA)의 '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업'에서 전통문화를 소재로 하여 문화콘텐츠를 기획, 생산, 유통하여 문화가 이 나라의 장래를 이끌어갈 핵심 산업으로 자리매김할 것임을 점치고 있다. 그러나 '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업'을 시작한 지 6년이 지난 지금, 사업성과를 살펴보았을 때 그 평가는 긍정과 부정으로 엇갈리고 있는 실정이다. 이러한 엇갈린 평가와는 별도로 한국문화콘텐츠진흥원의 사업방식이 아니더라도 우리 문화원형이 문화콘텐츠로써 탈바꿈되어 대중들 앞에 자연스럽게 등장시킬 수 있는 방법이 있다. 본 논문에서는 먼저 문화원형과 문화콘텐츠에 대하여 개념적으로 살펴보고, 문화원형이 문화콘텐츠가 될 수 있는 방법에 대하여 논하고자 한다. 문화원형의 문화콘텐츠화 방법론으로써 조선시대의 회화와 전통무용, 개화기 및 근대의 사진, 그리고 민속놀이 등의 문화원형을 소재로 한 미디어아트 작품 사례를 분석하여 뉴미디어를 활용한 전통 문화원형의 문화콘텐츠화에 대한 방법을 제시하고자 한다.

Abstract ~ In this paper, firstly, I take the concept of Korean traditional cultural archetype and cultural content, and discuss about methodology that the cultural archetype can be cultural content. As the methodology of making cultural content of cultural archetype, analyzing media art which used material of the painting and Korea traditional dance in the Chosun Dynasty, the photograph in the era from the end of the Chosun Dynasty to modern age, and a folk play, etc. And then I would like to suggest that the method of making cultural content of the cultural archetype using new media.

핵심어: 문화콘텐츠, 문화원형, 미디어아트, cultural content, cultural archetype, media art



본 논문은 2007년 숭실대학교 학술 연구비 지원에 의하여 연구되었음.

*주저자 : 임경호; 숭실대학교 대학원 미디어학과 박사과정 e-mail: kh7777@maat.kr

**공동저자 : 김민경; 숭실대학교 대학원 미디어학과 박사과정 e-mail: pengcap@maat.kr

**공동저자 : 최문선; 숭실대학교 대학원 미디어학과 박사과정 e-mail: moonsunchoi@maat.kr

***교신저자 : 윤준성; 숭실대학교 대학원 미디어학부 교수 e-mail: jsy@ssu.ac.kr

1. 서론

문화원형이라는 용어가 등장한 지 채 10년도 되지 않았다. 정부 주도의 문화콘텐츠 산업 육성정책 하에 문화원형이라는 용어가 처음 등장했으며, 특히 2002년 한국문화콘텐츠진흥원(KOCCA)의 '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업'에서 전통문화를 소재로 하여 문화콘텐츠를 기획, 생산, 유통하여 문화가 이 나라의 장래를 이끌어갈 핵심 산업으로 자리매김할 것임을 점치고 있다. 그러나 '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업'을 시작한 지 6년이 지난 지금, 사업성과를 살펴보면 그 평가는 긍정과 부정으로 엇갈리고 있는 실정이다. 영화 '왕의 남자'에서 활용되었던 조선시대 건축물의 3D 복원 콘텐츠와 같은 성공적인 사례들과 문화산업 성장률이 전체산업 성장률을 약 1.5배나 앞선 것으로 조사되었다는 기사를 보면, 문화 산업으로써의 성장 가능성에 대해 긍정적인 전망을 바라보게 된다.

엇갈린 평가나 긍정적 전망과는 별도로 그리고 한국문화콘텐츠진흥원의 사업방식이 아니더라도 우리 문화원형이 문화콘텐츠로서 탈바꿈되어 문화의 소비 주체인 대중들 앞에 자연스럽게 등장시킨다는 것은 중요한 일이다. 왜냐하면 문화는 그 원형을 DNA로 하여 지속적으로 반복, 복제, 변이 등을 일으키며 대를 거듭하는 속성을 가지고 있기 때문이다. 그리고 일상 속에서 문화와 예술을 접하게 됨으로써 사람들 사이에서 문화콘텐츠는 알게 모르게 소비되고 유통되기 때문이다. 이러한 문화적 환경이 조성된 가운데 문화콘텐츠로서의 우리 문화 수준의 질적 향상과 우리 문화의 세계화 그리고 이를 통한 경제적 이윤까지도 바라볼 수 있는 것이다.

그러므로 본 논문에서는 문화와 문화산업의 측면에서 뉴미디어를 활용한 전통 문화원형의 문화콘텐츠화의 방법을 전통 문화원형을 소재로 한 미디어아트 작품 사례 분석을 통하여 논하고자 한다.

2. 문화원형, 문화콘텐츠, 문화기술(CT)

보편적으로 그 개념이 정의 되어지는 문화에 대해 그 의미를 되새겨, 문화의 의미를 토대로 문화원형의 개념을 살펴보고, 이 문화원형이 효과적인 문화콘텐츠로 승화될 수 있는 요소를 살펴본다.

2.1 문화원형

문화원형이란 "전통문화 가운데 그 민족 또는 그 지역의 특징을 잘 담고 있어서 다른 지역, 다른 민족과 구별되며 아울러 여러 가지로 갈라진 현재형의 본디 모습에 해당하는 문화"를 말한다[1]. 원형이란 개념 속에 이미 본래의 모습으로부터 끊임없이 다양한 형태로 변화한 다양성을 인정하는 사고가 함축되어 있듯이, 문화원형은 물리적으로 한 가지 속

성으로 되어 있어서 처음부터 변하지 않는 그 원형 자체가 아니라 원래의 모습에서 벗어나 끊임없이 돌연변이를 일으키며 변하는 속성을 지니고 있다. 그래서 물리적으로 존재하는 유형 문화유산을 제외한 훨씬 많은 무형 문화유산들은 매우 다양한 형태로 존재하고 있을 수 있다. 이러한 다양성은 그 정체성을 이야기 하는데 있어서 다소 혼란을 일으킬 수도 있지만, 반대로 그 다양성과 변화와 진화의 속성 때문에 보다 풍부한 문화콘텐츠를 만들 수 있는 원동력이라고 볼 수도 있다.

2.2 문화콘텐츠와 문화기술(CT)

문화원형은 끊임없이 변이, 변화, 발전해 온 특성을 가지고 있을 뿐만 아니라 하나의 이름을 가지고 있더라도 그 형태와 의미가 조금씩은 다른 다채로움을 가지고 있다. 이러한 특성 때문에 문화원형 그 스스로가 매우 다양한 형태로 표현이 가능한 소재로서의 역할을 하고 있다.

이러한 특성을 가지고 있는 문화원형이 문화콘텐츠로 잘 만들어 지기 위해서 문화기술(CT: Culture Technology)이 반드시 필요하다. 문화기술이란 초기에는 "좁은 의미로는 문화산업을 발전시키는데 필요한 기술을 의미하며, 광의적인 개념으로는 이공학적인 기술뿐만 아니라 인문사회학, 디자인, 예술 분야의 지식과 노하우를 포함한 복합적인 기술을 총칭"하는 것이며, "문화예술 및 문화 예술적 속성을 지닌 상품, 나아가 현대 사회의 삶을 진보시키고 변화시키는 기술"이라고도 할 수 있다[2,3]. 이러한 문화기술과 함께 뉴미디어를 활용하여 새롭게 문화콘텐츠로 재현되는 문화원형은 원형 자체의 그 특성과 구현하는 기술적 특성 때문에 매우 다채로운 문화콘텐츠로의 승화가 가능한 것이다.

3. 뉴미디어아트와 문화콘텐츠

3.1 뉴미디어아트

뉴미디어아트는 미디어아트로부터 파생된 용어이다. 미디어아트는 지금도 계속 진화하고 있어서 특정한 정의나 경계를 짓기가 어려운 예술 분야이다. 디지털 시대에 새로운 것은 금방 낡은 것이 되고 말기 때문에 새로운 기술과 새로운 매체를 사용한다는 의미만으로 뉴미디어아트라 말하기에는 다소 애매한 부분이 있다. 지금의 예술 작품들은 디지털 기술을 일부 차용하던 때를 지나 점점 예술이라는 범주의 큰 카테고리 안에 디지털 기술들이 포함되는 형태로 바뀌어 가고 있다. 이러한 현상을 진화(evolution)의 의미로 본다면, 이렇게 진화되어 가고 있는 과정 속에 있는 미디어아트를 뉴미디어아트라 말할 수 있겠다. 뉴미디어아트는 진화하고 발전되어 가는 예술의 형태의 하나로 보는 것이 이해하고 받아들이기에 훨씬 수월할 것이다. 그런 까닭에 뉴미디어아트는 신기술을 활용하여 전에는 없던 전혀 새로운 형태를

떠기도 하고(그림 1), 기존의 형태와는 달라 보이지 않으면서도 그 안을 들여다보면 진화와 발전을 거듭하는 디지털 기술과 미디어적 속성을 가지고 있기도 하다.



그림 1, Daito Manabe & Motoi Ishibashi, 〈RFID Light Sequencer〉, ICC(Japan), 2006. 기존에 없는 형태와 전혀 새로운 형식으로 디자인 된 뉴미디어아트 작품의 예

한편 뉴미디어아트를 콘텐츠의 범주 내에서 이해하자면, 아날로그 방식이던지 디지털 방식 이던지 혹은 아날로그와 디지털을 혼용하는 방식 이던지 간에 작가가 표현하고자 하는 내용을 디지털 기술과 디지털 미디어를 사용하여 그 결과를 구현한 것이라 할 수 있겠다.

3.2 문화콘텐츠

미디어아트는 초기에 '테크놀로지 아트'라고 불리기도 했고, '컴퓨터 아트', '디지털 아트' 등의 용어와 혼용되어 불리기도 했다. '문화콘텐츠'라는 용어 역시 우리나라 인터넷 산업 부흥기에 '콘텐츠'라는 용어가 새롭게 등장한 이래로 경제 발전 모색을 위한 사업화를 전제로 한 '디지털콘텐츠'라는 용어와 같은 맥락으로 기존의 콘텐츠 개념이 내포되어 있다. 콘텐츠(contents)란 "말이나 문장 또는 여러 종류의 예술 작품과 같이 어떤 매체를 통해서 표현되어지는 내용", "문자, 영상, 소리 등의 정보를 제작하고 가공해서 소비자에게 전달하는 정보 상품"을 뜻한다[4]. 단순히 디지털콘텐츠를 디지털 기술에 의해서 구현되고 유통되는 내용물이라고 본다면, 문화콘텐츠는 21세기 문화의 시대에 문화의 중요성과 그 가치의 활용이 중요시되어 전략적으로 만들어진 용어로서, "문화로 대변되는 정신적 가치와 문화적 의미에 미디어 기술이 복합된 형태의 문화상품"이라고 지칭할 수 있다[5,6]. 또한 문화콘텐츠는 디지털 기술에 의하여 디지털적으로 구현되어 인터넷 상에서 유통되고 있는 디지털콘텐츠 뿐만 아니라 미술관, 박물관 등에서 쉽게 접할 수 있는 오프라인 디지털 기술 기반 미디어아트 작품에 이르기까지 소비주체인 대중들이 보고, 듣고, 느낄 수 있는 대상으로서 문화상품 이라고도 말할 수 있다.

3.3 창작과 재현 그리고 보존

디지털은 쉽게 복제하고 널리 배포할 수 있는 속성을 지니고 있다. 현대의 미디어아트 또는 문화콘텐츠는 디지털 기술을 이용하여 전에는 존재하지 않았던 전혀 새로운 형식으로 창작되어 그 형태를 드러내기도 하고, 그 원형이 잘 보존되고 잘 드러나는 상태로 매체와의 결합을 통해 새로운 형식의 틀 안에 새롭게 재현되기도 한다. 창작의 경우는 차치하더라도 재현의 문제에 있어서 문화원형의 디지털적 재현은 대중 또는 관객으로 하여금 보다 쉽게 접근할 수 있고, 향상된 접근성과 이해로 인하여 우리 문화원형이 보다 인상 깊게 자리매김 될 뿐만 아니라 디지털적으로 유지 및 보존되므로 기존의 방식 보다 효과적으로 향유할 수 있다.

4. 작품 사례 분석

다음의 작품들은 문화원형을 활용한 미디어아트 작품이다. 문화기술(CT)을 적극 활용하여 구현된 문화 상품인 동시에 문화콘텐츠라고 볼 수 있다. 여기서는 뉴미디어와 문화기술을 활용하여 전통회화와 민속, 전통무용을 새롭게 재현한 사례를 분석하였다.

4.1 영상 미디어를 활용한 전통 회화의 재현

'시흥환어행렬도(始興環御行列圖)'는 정조대왕의 화성 행차 일곱째 날인 윤2월 15일 화성행궁을 출발한 행렬이 막시흥행궁 앞에 다다른 모습을 그린 그림이다[7]. '신환어행렬(그림 2)'은 '화성원행도병풍(華城遠行圖屏風)'의 시흥환어행렬도를 입체영상으로 재현한 작품으로써 행렬 속에 등장하고 있는 조선시대의 인물들을 보여주다가, 다시 현대인들로 보여주고 도시의 소리들을 들려주는 작품이다. 이 작품은 영상 미디어를 적극 활용함으로써 관객들이 잘 알기 어렵고 따분한 옛 그림을 시선을 위아래로 오르내리며 능동적으로 재미있게 감상할 수 있도록 구성 되었다.



그림 2. 윈(mioon), 〈신환어행렬〉, 국립민속박물관, 2007

단원 김홍도의 '무동도(舞童島)'는 삼현육각의 연주에 맞

취 춤을 추고 있는 아이가 그려져 있는 풍속화이다. 이 그림을 소재로 하여 제작된 무동도(그림 3)는 전시공간의 한 쪽 벽면에는 영상으로 된 풍속화가 들어있는 PDP 액자가 걸려 있고, 그 앞에는 그림 속 각 악기의 연주자의 악기에 대한 설명이 담겨있는 터치스크린이 설치되어 있다. 이 때 터치스크린 속의 연주자를 누르면, 무동도 속에 등장하는 연주자가 실제 악기 소리를 내고, 악기를 연주하는 모습의 애니메이션으로 움직인다. 김홍도의 무동도는 무동(춤추는 아이)의 춤사위와 휘날리는 옷자락에서 우리 음악과 무용의 신명을 느낄 수 있고, 그림 속에 구경꾼이 등장하지 않는다는 것이 특이하다. 컴퓨터 기술을 기반으로 한 영상 미디어 작품 무동도는 정적인 그림을 움직이게 함과 동시에 관객의 터치에 의해 연주 소리를 들을 수 있게 함으로써 관객을 구경꾼으로 참여시켜 보다 더 실감나게 감상할 수 있게 한다.



그림 3. 성정환, <무동도>, 국립민속박물관, 2007

이이남의 최근작 '8폭병풍(그림 4)'은 의제 허백련의 8폭 병풍에 나비와 풀벌레들이 가로질러 날아가게도 하고, 추사 김정희가 그린 묵죽도에 새하얀 눈이 쌓이게 하는 등의 애니메이션으로 움직이게 한 작품이다. 정적인 전통회화를 살아 움직이는 동영상으로 재구성한 작품이다. 본래 병풍은 방방마다 자리 잡고 있었고, 잔치나 제사와 같은 행사가 있을 때 마다 등장하는 우리의 생활 속의 소품이었다. 중국인 무홍은 그의 저서 <그림 속의 그림>에서 그림에 나타난 병풍의 이미지를 "하나의 생활 속 물체(매체)이자 미술(표현) 그 자체"라고 했으며, "공간을 가리고 분할하는 기능을 하기도

하고, 옛보기의 대상이 되기도 하며, 착시효과와 원인이 되기도 한다."고 했다. 지금은 생활 주변에서는 거의 사라져가고 미술품 또는 인테리어 소품으로써만 간간히 남아있었는데, 이렇게 디지털 영상 애니메이션을 통한 미디어아트 작품으로 새롭게 구현됨으로써 새로운 가치를 창출하고 있다.



그림 4. 이이남, <8폭 병풍>, 광주광역시청, 2007

4.2 인터랙션 디자인을 활용한 민속의 재현

소리여행(그림 5)은 구한말 때부터 근대까지의 기록으로 남아있는 사진 24점을 LED 모듈을 활용하여 제작한 발광액자 속에 넣은 설치 작품이다. 이 작품에는 사진 액자에 드림 모듈을 활용한 터치센서가 숨겨져 있고, 이 센서가 컴퓨터와 연동되어 있어 사진을 손으로 건드리면 그 사진과 관련된 민속의 소리가 재생된다. 이 작품은 기존의 회화나 사진 전시에서는 결코 허용되지 않는 사진을 만진다는 행위를 작품 감상의 중요한 요소로 끌어들이므로써 디지털의 속성을 잘 활용하였다. 또한 관객과 상호작용할 수 있는 인터랙션 인터페이스 디자인을 통해 시각과 청각적으로 풍부한 콘텐츠를 감상할 수 있는 공감각적인 작품이다.



그림 5. 임경호, <소리여행>, 국립민속박물관, 2007

땅따먹기는 우리가 어렸을 적에 흙바닥에 크게 네모난 공간을 그어 만들고 그 안에서 조그만 돌이나 유리조각을 가지고 놀았던 전통 민속놀이이다. 디지털 땅따먹기(그림 6)는 비주얼(visual)과 사운드(sound)를 연동하여 관객에게 새로운 놀이의 개념으로 보여주는 작품이다. 모니터와 마우스,

키보드의 틀을 벗어나 망을 튕기며 다른 사람과 게임의 형식으로 놀이 속에 몰입하게 되는 작품이다. 이 작품을 통해 어른들은 어릴 적 추억을 떠올리며 향수에 젖고, 아이들은 거의 잊혀져가는 전통 놀이를 변화된 시대에 새로운 경험으로 체험하며 학습하게 된다.



그림 6. 김영미외, <땅 따먹기>, 가나아트센터, 2004

4.3 3D를 활용한 전통무용의 재현

승무(僧舞)는 흰 고깔을 쓰고, 장삼을 입고 추는 독무(獨舞)인 전통무용이다. 디지털 승무(그림 7)는 명무(名舞) 이때 방이 춘 승무를 3D 입체영상으로 제작하여, 유리로 된 역 피라미드 속의 공간에서 입체적으로 상영하여 사방에서 감상이 가능하도록 한 작품이다.



그림 7. 성정환, <디지털 승무>, 국립민속박물관, 2007

4.4 미디어아트 작품의 문화콘텐츠화

이상의 작품들은 우리 문화원형을 소재로 하여 다양한 매체와 문화기술(CT)을 활용한 작품이다. 이 미디어아트 작품들은 직접적 유통이 일어나지 않는다는 점에서 문화콘텐츠라고 보기 어렵다고 보는 시각도 있을 수 있다. 그렇지만 이미 미술관과 박물관이라는 공개된 장소에서 많은 대중들이 향유하였고, 그 원형을 되새겨 볼 수 있게 하였으므로 넓은 의미에서의 문화콘텐츠라고 볼 수 있다. 위에서 소개된 작품의 소재로 사용된 문화원형 이외에도 수많은 문화원형들이 존재하고 있다. 이렇게 무궁무진한 문화원형들이 미디어아트

작품으로 표현됨으로써 문화콘텐츠가 되는 것이다.

5. 결론

문화원형을 문화콘텐츠화 한다는 것은 고도로 발달되어 있는 지금의 디지털 기술과 디지털 미디어를 활용한다는 점에서 보면 너무나 쉬운 일이라고 생각될 수도 있다. 그러나 단순히 생산의 범주에서 생각이 그칠 수 없다. 이미 콘텐츠화 했다는 것은 그것이 소비되고 유통된다는 것을 의미한다. 그렇다고 해서 그것이 반드시 경제적 이윤을 창출해야만 한다고 못 박는 것은 근시안적인 안목이 아닐 수 없다. 첨단 문화기술을 통해 구현되는 미디어아트 작품이 문화콘텐츠화됨으로써 문화저변에 확대되는 것만으로도 콘텐츠로서의 역할을 하고 있는 것이다.

또한 문화는 그 원형을 DNA로 한다. 그리고 지속적으로 반복, 복제, 변이 등을 일으키며 대를 거듭한다. 단지 작금에 경제적 이윤이 창출되지 않더라도 소비주체인 대중들에게 더 많이 노출되고, 보다 쉽게 누리고 향유할 수 있도록 하여 가야말로 문화가 되어야 한다. 일상 속에서 문화와 예술을 접하게 됨으로써 사람들 사이에서 문화콘텐츠는 알게 모르게 소비되고 유통되는 것이다. 이렇게 문화콘텐츠의 자연스러운 소비와 유통이 저변에 깔려있는 가운데, 문화콘텐츠로서의 우리 문화 수준의 질적 향상, 우리 문화의 세계화 그리고 이를 통한 경제적 이윤까지도 바라볼 수 있는 것이다.

참고문헌

- [1] 김교빈, "문화원형의 개념과 활용", 인문콘텐츠, 제6호, 인문콘텐츠학회, pp.7-22, 2005
- [2] 문화콘텐츠진흥원, CT(Culture Technology) 비전 및 중장기 전략 수립, 문화콘텐츠진흥원, 2005
- [3] 최혜실, Culture Technology의 문화적 의미, Science Times, 2004
- [4] 인문콘텐츠학회, 문화콘텐츠 입문, 북코리아, 2006.
- [5] 김기덕, "콘텐츠의 개념과 인문콘텐츠", 인문콘텐츠, 제1호, 인문콘텐츠학회, pp.5-27, 2003
- [6] 김기덕, 한국 전통문화와 문화콘텐츠, 북코리아, 2007.
- [7] 한영우, 정조의 화성행차 그 8일, 효형출판, 1998