

미디어와 공간 디자인의 발전에 관한 연구

김진형*

*청운대학교 공간디자인학과

e-mail:jinkim@chungwoon.ac.kr

A Study on Media and Development of Space Design

JIn-Hyung Kim*

*Dept of Space Design, Chungwoon University

요 약

건축공간의 발전에 있어서 새로운 미디어의 출현과 그에 따른 영향이라는 관점에서 디자인의 역사를 고찰하였다. 토마스 쿤은 그의 저서 과학혁명의 구조에서 밝힌 바와 같이 과학의 역사는 단순한 형적인 발전의 역사가 아닌 그의 신조어인 패러다임에 의한 새로운 혁명적 역사의 발전이라는 논의를 피력하였다. 디자인의 역사는 기본적으로 그 본질에 따른 아름다움과 기술의 결합체의 시간적 기록으로 볼 수 있을 것이다. 또한 공간 디자인은 문화를 담고 있는 그릇의 성격도 띄고 있으므로 상당히 복잡한 성격을 갖고 있다. 본 연구에서는 디자인의 역사에서 당시의 새로운 매체의 생성 및 수용이 디자인의 발전에 과학의 혁명과 유사하게 혁명적 영향을 끼쳤음을 발견하고 그 영향과 작용에 대해 연구 하였다.

1. 서론

19세기 중반에 이르기까지 유럽의 주요 시각예술은 건축, 회화, 조각이었다. 그것은 당시 유럽 사회의 가장 부강했던 군주, 귀족, 교회, 상인 등과 같은 개인 및 집단, 제도 등의 실질적 후원으로 융성했다. 그때와는 달리 오늘날 문화를 지배하고 있는 것은 순수예술이 아니라 대중매체이다.

미디어의 역사는 그것과 관계되는 예술의 역사를 분석하는 하나의 기준이 될 수 있을 것이다. 본 연구는 이러한 추론에 근거하여 건축의 발전을 미디어의 발전의 관점에서 고찰하여 보고자 한다. 새로운 미디어의 등장과 융성이 불러온 예술의 발전과 변화를 통해 건축 양식의 변화를 고찰해 보고자 한다.

2. 미디어와 건축의 역사

2.1. 인쇄술

피렌체의 저명한 인문학자이자 라틴어 학자인 포조 브라촐리니(Poggio Bracciolini)는 라틴어 고문서를 찾아 유럽의 중요 문서보관시설들을 뒤지고 다니던 중, 스위스의 성 골렌 수도원 도서관에서 비트루비우스(Vitruvius)의 ‘건축에 관하여(De architectura)’라는 책의 복사본을 발견하였다. 이 복사본은 그때

까지 알려져 있던 동종의 복사본들 가운데 상태가 가장 양호한 것이었다. 이 복사본이 발견됨으로써 15세기 초 피렌체에서 일기 시작하던 고전 예술 및 건축에 관한 관심은 중요한 전기를 맞이하게 된다. 비트루비우스의 이 책은 주장하는 내용이 명확하지 못하고 도판도 수록되지 않았기 때문에 일부 학자들은 부정적 평가를 내리기도 하였다. 그러나 이 책에 남겨진 건축 설명은 로마 고전 유적을 이해하는 데 있어서 유일한 동시대의 기록이었다. 이 당시 까지만 하여도 로마 고전 유적은 이탈리아 전역에 걸쳐 막연한 경이의 대상이었다. 이런 상황에서 로마 시대에 저술된 비트루비우스의 이 책은 로마고전을 이해하는 데 유일한 단서였던 것이다.

이탈리아 르네상스 예술 및 건축은 이처럼 비트루비우스의 책에 대한 학문적 해석과 고전 유적의 발굴 조사에서 시작되었다. 이러한 내용들은 몇몇 학자나 예술가들의 노력과 능력에 힘입어 ‘고전 부활 운동(all’ antica style)’이라는 하나의 독립된 분야로 발전해 갔다. 서양 건축의 역사 중에서 고대 로마의 건축에서 르네상스의 건축 사이에는 대략 1000년 이상의 긴 세월이 놓여 있지만, 비트루비우스의 저서에 의한 영향의 사례를 볼 때 건축의 역사가 단순한

기술 발전의 역사가 아닌 전승과 단절을 반복한 문화와 지역 역사의 혼합적 성격을 갖고 있음을 상기시킨다.

비트루비우스의 법칙에 맞추어 건물을 설계하여 지으려는 시도가 르네상스 초기에 성공을 거두자 뒤이어 건축 이론서가 쓰여졌다. 르네상스 시대의 첫 번째 건축 이론서는 알베르티가 쓴 ‘건축술에 관하여(De re aedificatoria)’이다. 이 책은 로마 시대 이후에 저술된 최초의 건축 이론서이기도 했다. 이 책은 처음에는 비트루비우스에 관한 주석으로 시작되었다. 그러나 작업이 진행되면서 알베르티만의 독창적인 이론서로 발전해 갔다. 전체적인 기조는 비트루비우스가 제시한 고전 건축의 기준을 따르는 가운데 부분적으로 비트루비우스의 모호한 문구를 명확하게 정의하는 수정 작업이 더해졌다. 알베르티의 이 책은 모두 10편으로 구성되어 있는데 각 편은 각각 다른 주제를 왜, 그리고 어떻게 건축이 형성 되는가라는 질문과 관련지어 다루고 있다. 이 책이 나오으로써 르네상스는 피렌체라는 한정된 지역을 뛰어넘어 이탈리아의 다른 문화 중심지로 확산되어 갔다.[1]

14세기 후반 르네상스 직전의 유럽에서는 학문연구가 활발해져서 책의 요구가 많아졌을 무렵, 1445년에 독일의 J.구텐베르크가 활자의 모형(母型:matrix)과 주형(鑄型:mould)을 발명하고 납과 주석의 합금을 써서 쉽게 활자를 만드는 데 성공하여, 독일의 마인츠에서 포도를 짜는 목제 압착기를 개조해서 만든 인쇄기를 써서 성서 등 많은 인쇄물을 인쇄하였다. 그뒤 유럽 각지에 활판인쇄가 번져 학문·지식을 널리 퍼는 데 큰 구실을 하였는데, 이것을 르네상스의 3대 발명 중의 하나라고 부른다.[2]

2.2. 사진

1839년 이후로 사진은 줄곧 소통과 표현의 수단이였다. 과학이며 동시에 예술이기도 한 사진술은, 수공적 기술을 대체하면서 독자적 예술 형식으로 눈부시게 부상하였다.

후기 르네상스 이후로 카메라 원리를 이용한 그림들이 꾸준히 제작되었다. 카메라 원리는 꽤 오래 전부터 알려져 왔다. 문자 그대로 ‘어두운 방’ 즉 ‘암실’을 뜻하는 카메라 옵스쿠라(Camera Obscura)가 실제로 사용되기 시작한 때는, 레온 바티스타 알베르티(Leon Batista Alberti)가 그의 피렌체 동료들인 필

리포 브루넬레스키(Filippo Brunelleschi)와 도나토 브라만테(Donato Bramante)와 함께 기하학적 선원근법을 개념으로 정립시킨 때에서부터 거의 한 세기쯤이 지나서 부터였다.

알베르티는 그의 ‘회화론(On Painting)’에서 원근법의 개념을 하나의 창에 비유해서 다음과 같이 말했다. “그림을 그릴 때 어떻게 하는가 하면, 우선 그림기에 앞서서 화면 위에 원하는 크기에 따라 정확한 각도의 사각형을 그려 놓고, 그리고 나서 그려야 할 대상을 향해 열려진 창처럼 그 사각형을 바라봅니다.” 알베르티의 이론상의 창은 이내 실제화 되었다.[3]

르네상스 시대의 건축가들은 건축가로서의 임무를 위해 회화적 기술의 숙지는 필수적이었고 보다 정확한 묘사를 위한 수단으로서 원근법의 이용은 그들에게 최선의 선택일 수밖에 없었다. 건축을 위한 가장 효과적이고 빠른 창작 수단임과 동시에 표현 수단으로서 원근법은 이용되기 시작했다.

“사진은 하나의 사회, 즉 기술문명에 바탕을 두고 자신에 스스로 부과된 목적을 의식하고 있는 사회가 가진 전형적인 표현의 수단이다.……외부의 리얼리티를 정확하게 재현하는 사진의 능력(사진술 자체에 내재한)은 사진에게 기록수단으로서의 성격을 부여했으며, 그것이 사회생활의 가장 충실하고 가장 공정한 재현수단으로 등장하도록 만들었다.” 또한 그녀는 다음과 같은 말도 했다. 사진이 비록 실제 세계에 엄격히 관련되어 있다 할지라도 그 객관성이란 인위적인 것이기 때문이다. 렌즈는 공평한 눈이라고 하지만 실제의 대상을 얼마든지 왜곡하는 것이 가능하다.…… 그래서 사진의 중요성은 단지 그것이 하나의 창조라는 사실에만 있는 것이 아니라 그것이 우리들의 사고를 형성하고 또 행동에 영향을 주는데 가장 효과적인 수단이라는 점에 있다.[4]

2.3. 대중매체

대중매체를 이야기 하지 않고 현대 사회를 논하기는 어려운 것이다. 현대사회는 곧 대중사회이다. 대중사회의 문화를 형성하고 이끌어가는 견인차가 대중매체이다. 그러므로 소비사회를 이해하는 핵심어는 바로 대중매체이다. 매체는 단순히 정보만을 전달하는 수단이 아니다. “미디어는 메시지다(Medium is Message)”라는 지적처럼 어떤 매체가 이용되느냐에 따라 정보의 의미는 달라지고, 사회적 파급효과

는 매우 강력해진다.[5]

대중매체는 사치스런 소비문화의 형성에 여러 가지 경로로 큰 영향을 주고 있다. 첫째, 대중매체는 소비를 촉진하는 데 커다란 영향력을 가지고 있는 광고를 전달하는 수단이다. 대중매체의 운영주체도 하나의 기업이므로 이윤을 창출해야 하는데, 그 이윤창출의 가장 중요한 수익은 바로 광고의 판매이다. 따라서 대중매체가 더욱 많은 광고를 유치하려다 보면 매체의 성격 자체가 광고를 위해 최적화하게 된다. 둘째, 소비자들은 대중매체를 크게 신뢰하기 때문에 매체의 소비생활에 대한 영향력이 지대하다는 점이다. 현대의 소비생활은 대중매체가 전달하는 내용에 크게 의존한다. 이러한 소비를 ‘대중매체에 의존하는 소비(mass-mediated consumption)’라고 부른다. 특히 대중스타에 대한 의존성이 강한 청소년을 비롯한 소비자에 대한 대중매체의 영향력은 거의 절대적이라고 할 수 있다.

대중 매체는 새로운 감각을 만들어 냈을 뿐만 아니라 건축 담론에서도 이미지의 힘을 한층 강화했다. 아무리 아이디어가 특이해도, 아무리 짓기 쉬운 디자인이라 해도, 아무리 가치 있는 의도라 하더라도, 아무리 비전이 포괄적이고 웹사이트가 화려해도, 사진이 멋지지 않으면 그 프로젝트가 매체에 실릴 가능성은 낮아진다. 많은 건축 잡지들은 잘 알려진 미학적 측면을 강조한 작품들을 전형적인 건축 사진술에 의한 방식으로 싣고 자신들의 의지를 표현한다. 또한 출판물들은 더욱 교묘하게 건축가와 클라이언트를 편안하고 친근한 관계로 묘사하며 건축의 “인간적 측면”을 보여주려고 애쓰고 있다. 그러나 이러한 모습은 ‘전통적인’ 건축사진의 추상적인 근엄함과 거리가 먼 것이 사실이다.

2.3.1. TV

다른 사람의 소비행위를 ‘보는’ 행위는 소비욕망의 출발점에 서 있다. 따라서 ‘보는’ 매체인 TV나 영화는 듣거나 읽는 매체인 라디오나 책보다 훨씬 강력한 소비욕망을 불러일으킨다. 신문이나 잡지에도 그림이 있어서 볼 수 있지만 소리와 움직임까지 더한 TV와 영화에 비교할 수는 없다. TV(Tele-Vision)는 말 그대로 멀리 잇는 사물을 보여주는 매체이다. 흑백에서 컬러로, 다시 고화질 대용량으로 발전해온 기술의 도움으로 TV는 다른 매체보다도 매우 사실적으로 정보를 전달한다. 영화는 화면의 크기가 커서 멀리 찍어서(long shot) 전체적인 윤곽을 보여주

고, 이어 가까이 찍기(close up)로 세부를 설명한다. 그러나 작은 화면을 가진 TV는 멀리 찍기가 어렵기 때문에 영화와는 달리 클로즈업에서 클로즈업으로 장면을 보여줌으로써 수용자가 내용을 귀납하게 만든다. TV는 이러한 귀납적 화면구성 때문에 필연적으로 ‘스타’에 대한 의존도가 높다.[6]

이러한 TV의 매체적 특성이 아파트 광고에 스타 연예인을 기용하는 것이 왜 빈번한가에 대한 설명이 될 수 있다.

3. 공간디자인과 매체의 영향

21세기 건축을 논하는데 있어서 건축에 대한 논쟁을 만들고 그 방향을 제시하는 미디어의 역할을 언급하지 않고서는 안될 것이다. 모던 건축은 보편적이면서 사회적 응집력을 가진 최대 다수의 행복과는 거리가 멀었다. 그리고 모던 건축은 엘리트 예술, 기회보다는 특권을 상징하는 스타일로 20세기를 마감했다. 어떻게 이런 결과가 나타났을까? 1934년에서 1956년 까지 “현대주택(The Modern House)”를 8쇄까지 출판했던 작가이자 건축가 F.R.S. 요크(Yorke)는 제 1,2차 세계대전 기간 중 모던건축 운동의 기원과 열망을 포착하기 위한 책을 쓰기 시작했다. 그러나 “모던 하우스” 시리즈도 시간이 지남에 따라 시각적 요소는 더욱 필수 사항이 된 반면, 조립 공법(prefabrication)과 같은 혁신적 건조 방식의 기술적인 디테일들은 약화되었다. 오늘날과 같이 인쇄매체와 인터넷의 전 세계적 보급망이 체계화되지 않았던 때에 서적은 그 무엇보다도 중요했다. “모던하우스”에서 르 코르뷔제(Le Corbusier)의 건축논쟁, 그리고 렘 콜하스(Rem Coolhaas)의 책 “S,M,L,XL”까지, 우리는 이러한 건축 서적의 영향을 받아 건축가의 의도대로 건물을 생각하게 되었다. (결정적으로) 콜하스의 2005년 저서 “컨텐츠(Content)”는 서적 출판의 기존 전통을 깨고 저렴한 잡지 형식으로 출간되었다.[7]

이미지는 신화를 만드는 필수 요소이다. 출판사들은 건축가가 아닌 일반인들이 건축 관련 서적을 사게 하기 위해서는 건물들을 눈에 확 띄이는 인상적인 이미지들로 만들고, 더욱 근사한 그림 같은 광경으로 표현해야 한다는 사실을 알았다. 건축물을 나타내는 끊임없이 발전한 사진술의 역할을 우리는 무시할 수 없다. 건축 운동에 대한 미학적 방향은 사진이 처음 발명되던 시절 흑백 사진 속에서 제시되

있듯이 현대 주거 스타일은 건축 사진과, 사진의 스타일, 그리고 촬영방식에 따라 정의됐다.

더욱이 모던 건축 서적들은 혁신을 단순한 미학의 관점에 포함시키고, 기술적 측면과 새로운 건물의 사회 문화적 배경에 대해서는 간단히 언급하고 만다. 이러한 경향은 어느 정도까지는 사진들로만 가득하던 전형적인 초창기 건축 '사진책'들에서 흔히 볼 수 있는 모습이었다. 잘 알려진 르 코르뷔제의 건축, 형태, 그리고 기계시대(machine age)에 대한 이론서에서도 기술적 세부 사항은 보기 힘들었다. 그 대신 새로운 기계 시대 모던 디자인의 우월성을 보여주기 위해 화질 좋은 사진들과 간단한 스케치들을 사용했다.

주거 디자인의 우수성은 지난 십여 년 간 점차 체계화 되면서 이를 외부에 표현하는 방식은 급격하게 발전했다. 건축 디자인 출판 산업은 화려한 사진으로 가득한 책, 사진집, 전기 간행물, 텔레비전 프로그램, 그리고 무엇보다도 중요한 건축잡지들을 대량으로 공급했다. 건축잡지는 현대 건축 표현 체계를 완벽하게 갖고 닳아 형태를 갖추게 했다. 1927년 허버트 크로닌 헤이스팅스(Hubert de Cronin Hastings)가 편집장이 되어 발행한 아키텍처럴 리뷰(Architectural Review)와 1920년에서 1926년까지 발간된 르 코르뷔제와 아메디 오장팡(Amedie Ozenfant)의 "레스프리 누보(L' Esprit Nouveau)"저널, 존 인텐자(John Entenza)의 "Case Study House Program", "Art and Architecture"와 조셉 홀츠먼(Joseph Holtzman)의 여러 다양한 분야를 포괄하는 폭넓은 개인주의적인 인테리어 디자인 간행물 "네스트(Nest)" 등 이들 출판물들은 아이디어에 근거하고 아이디어를 전파하는 주요 수단이었던 건축가 작품집의 자리를 빼앗았으며 새로운 건축적 사고와 디자인을 제시하였다.

현재 건축 토론의 장은 서적에서 잡지로 이동되었다. 이론의 여지는 있지만 건축 서적은 얇게 포장된 단행본이나 제한된 독자층을 위한 학술 서적에 머무르며 부차적인 지위로 격하되었다. 건축잡지는 실제로 사람들이 모던 주택들을 생각하는 방식에 큰 영향을 미쳐왔다. 지난 십년동안 출판 업계는 소비자들에게 주택, 라이프 스타일, 어머니마한 양의 제품들, 대지 그리고 최신 주거 디자인에 앞장선다는 사람들에게 대한 서적을 쏟아 내었다.

4. 결론

건축 디자인의 역사는 주로 기술의 발전과 아름다움에 대한 추구 두 축을 바탕으로 이루어져왔다. 기술의 발달은 과거 불가능했던 초고층 건축물과 같은 인류에게 전에 없던 공간의 창조를 가능하게 하는 기반이었으며 문명의 발달과 함께 그 역사를 같이하였다. 그러나 아름다움에 대한 추구에서 비롯된 양식 즉 스타일의 역사는 단순한 발전의 양상이 아닌 흥망과 성쇠 그리고 부활의 역사를 갖고 있다. 이러한 양식사의 한 축으로서 매체의 역할은 매우 중요한 자리를 차지하고 있음에도 이러한 매체의 발달과 건축 디자인의 관계를 관심 있게 보지 않았다.

본 연구는 건축 역사의 과정 중 새로운 매체의 발명이 가져온 영향이라는 관점에서 공간 디자인의 역사를 고찰하였다. 최초의 건축 기록 매체인 비트루비우스의 저서로부터 최근의 대중매체까지 고찰한 바 매체의 수용은 건축 발전에 있어서 선형적 발전이 아닌 혁명적인 효과를 가져왔음을 알 수 있었다.

고대 그리스와 로마의 문명에서 중세의 암흑기를 거쳐 르네상스 시대는 활자의 발명에 힘입어 건축 서적의 출판이라는 혁명적 변화를 맞이하며 혁신적이며 대중적인 건축으로 발전하는 토대를 마련하였음을 알 수 있었다. 그리고 현대의 사진술의 발달로 비롯된 대중 매체의 발달은 공간디자인을 대중문화의 영역으로 편입시켰음을 알 수 있다.

현대적인 시각 위주의 대중 매체의 유행은 건축문화에 큰 변화를 초래하였으며, 이론적이며 학구적인 서적위주에서 대중적이고 시각에 호소하는 대중 출판물로의 건축 출판의 변화는 지금과는 다른 건축의 태동을 암시하는 변화라고 본다.

참고문헌

- [1] 로버트 테버너, "팔라디오와 팔라디아니즘", 시공사, pp. 11-12, 1999.
- [2] 활자 [活字, printing type], 네이버 백과사전
- [3] 뷰먼트 뉴홀, "사진의 역사", 열화당, pp.9-10, 1990
- [4] 지젤 프로인트, "사진과 사회", 흥성사 1974
- [5] 맥루한, 미디어는 메시지다, 열화당, 1988
- [6] 강준만, 대중문화의 결과 속, 인물과 사상사, 2003,
- [7] Jonathan Bell, 21세기 new 주택, 도서출판 국제, 2006