# 디지털 시대의 매개, 조작, 소통, 그리고 컨텐츠에 대하여

(주)에프오알씨앤씨 대표이사, 이진혁_

**차 례**

1. 서론
2. 디지털 미디어와 매개성
3. 조작, 소통의 매개성과 사용자
4. 결론

## 1. 서론

### 1.1 들어가는 글

디지털 기술의 도움으로부터 편리함을 제공받고 있는 현재로서는 밀레니엄 시대의 서막을 장식했던 '밀레니엄 버그(bug)'는 잊혀져 가고 있다. 우리가 맞이한 디지털 시대의 첫 서막은 어쩌면 밀레니엄 버그로부터 시작된 것인지도 모른다. 그럼에도 불구하고 지금은 모든 기기(device)와 디지털 기술, 그리고 디지털 환경으로부터 인간 생활의 모든 편리함이 생긴 것에, 지난 사건은 한 시대의 패러다임(paradigm)이 변화하면서 겪어야만 하는 해프닝 같은 일이었다고 생각하는지도 모른다. 그렇다면 지금은 완전한 디지털 시대를 살고 있는 것인가? 이제 우리는 디지털의 패러다임 속에서 살고 있다고 이야기 할 수 있는 것인가?

레프 마노비치(Lev Manovich)는 미디어의 새로운 변환을 뉴미디어라고 정의한 바 있다. 그는 뉴미디어를 『뉴미디어의 언어』에서 "배포와 전시를 위해 컴퓨터를 사용하는 것의 정의를 넘어 수적 재현, 모듈성, 자동화, 가변성, 부호변환의 다섯 가지로 뉴미디어의 원리를 정의하고 있다. 또한 이 원리는 서로 충족성이 있어야 하며, 부분적인 요인이 뉴미디어로 합당해 보일지라도, 다른 원리와 맞지 않으면, 뉴미디어가 아닐 수 있다고 역설하고 있다."[1] 그의 정의를 살펴보면, 미디어 자체의 본질적 개념에 미디어의 속성을 규정하고 있다. 다시 말해서 미디어의 쓰임은 일단 미디어의 속성으로부터 비롯한 개념정립 이후의 문제일 수 있는 것이다. 미디어의 본질적 속성이 자기정체성(self identification)을 확립하지 않고서는 그 쓰임과 활용의 구조만 가지고는 정의를 단정하기는 어렵다는 것이다. 그러나 여기에도 문제는 있다. 미디어의 자기정체성은 완성되는 것이 아니라, 완성되어가거나 변화해가는 그 자체에 있기 때문이다. 디지털 시대를 하나의 패러다임(paradigm), 하나의 담론(discourse) 구조로 이야기하기 위해서는 이러한 문제가 고찰되어야 함에도 불구하고, 그간의 논의는 디지털 기술의 신봉에만 주력한 것은 아닌가 한다. 디지털 시대를 규정하는 요소들은 많다. 기술적 변화, 산업의 구조, 생활환경의 구조, 생산의 변화와 수용, 그리고 활용의 요소들까지, 그리고 가장 중요한 디지털 기술의 규정은 0과 1이라는 본질적 제한을 필요로 한다. 그러나 아날로그에서 디지털의 기술적 변화를 올드미디어에서 뉴미디어의 전환으로 이야기하기에는 많은 어려움이 있다. 왜냐하면 뉴미디어에서 소비하고 있는 메시지의 정의가 남아 있기 때문이다. 예를 들어 아날로그 사진을 디지털로 전환한 것은 디지털 콘텐츠인가? 과거의 영화를 디지털 영상으로 변환하면 그것은 디지털 영상이 되는 것인가? 기술적 변화가 내용의 변화까지 정의하지는 않는다. 그렇다면 문제는 다시 형식과 내용의 문제로 되돌아가는 것인가?

디지털 시대를 규정하는 것은 과정 속의 변화를 포함해야 한다. 그렇다면 이제 '디지털 시대'가 중요한 것이라기보다는 '어떤 디지털 시대'인가가 중요할 것이다. 여기서는 이 문제를 고찰하고자 한다. 디지털 시대의 본질적 속성을 논하기 보다는 디지털 환경의 변화에 따라 형식의 변화가 만들어진 지점을 확대하여 변화의 가능성을 이야기하고자 한다. 이것은 콘텐츠의 문제를 고찰하는 하나의 방법이기도 하다. 왜냐하면, 매개하는 형식이 매개물의 내용을 결정한다는 맥루한(Herbert Marshall Mcluhan)의 논의는 여전히 유효한 부분이 있기 때문일 것이다. 그러나 과연 그 논의가 어떻게 합당해지는지는 변화의 상세한 흐름과 미학

적 논점을 필요로 한다. 따라서 이 연구가 지향하는 디지털미디어의 매개, 조작, 소통의 관점으로 살펴보고, 그 속에서 유통되는 콘텐츠의 문제를 우회적으로나마 접근할 수 있도록 고찰하고자 한다.

### 1.2 연구의 접근방법

매개(mediacy), 조작(manipulation), 소통(communication)의 문제는 다양한 관점적 담론을 요구한다. 그러나 여기서는 기술적 변화의 영향을 수용하되, 미학적 방향으로 수용하고자 한다. 특히 매개와 조작, 그리고 소통의 패러다임은 형식의 측면을 중점적으로 논의할 것이다. 왜냐하면 디지털을 통한 변화가 가장 많은 영향을 준 것은 바로 매개성, 조작성, 그리고 소통의 형식이라고 여겨지기 때문이다. 이 논의를 통해 콘텐츠의 본질을 이야기하기에는 어려움이 있다. 그러나 위 형식의 변화로부터 콘텐츠의 형식과 내용에도 많은 영향이 관계되는 바, 관계성의 변화 속에서 콘텐츠의 문제를 되짚어 볼 수는 있을 것이다.

먼저 매체론의 측면에서 변화의 요인들을 살펴볼 것이다. 매체의 변화는 우리에게 소통과 조작의 가능성을 제공한다. 그러므로 가장 먼저 매체의 미학적 담론을 고찰하여, 매체로부터 비롯하는 여러 가지 논점들을 추출하고자 한다.

둘째, 매개(mediacy)의 문제를 고찰하고자 한다. 매개의 문제는 이제 매체의 문제를 넘어서는 듯 보인다. 왜냐하면 매개의 크로스오버현상이 매체의 변화 속도보다 빠르게 진행되는 지점이 나타나고 있기 때문인데, 현재 이 변화의 가장 큰 지점은 바로 인터넷의 매개방식과 IPTV의 매개방식의 등장일 것이다. 따라서 매개의 방식을 매체의 변화 이후에 살펴보는 것은 매개의 변화를 읽기 위한 순서일 수도 있다.

셋째, 소통의 문제는 단방향성과 양방향성의 지향적 문제로 접근하기보다는 수용자의 소통의 측면을 중점에 두고자 한다. 매체 또는 매개하는 방식은 순간적으로는 일방향성을 가지고 있다. 결과적으로 양방향성을 지닌 것이 최근의 미디어 속성이라는 논의에는 지나친 단순논리가 포함되어 있다. 왜냐하면 과거의 편지를 주고받던 시대에도 이미 양방향성이 전제된 것이었고, 전화가 그러했으며, 영화를 보고 사이트 없이도 주변사람들과의 양방향적인 대화를 통해 영화의 감상평을 소통하였기 때문이다. 이는 어쩌면 속도의 문제일 수도 있다. 즉각적인 소통의 문제와 링크, 그리고 하이퍼링크(hyperlink)라는 연계시스템을 제공하느냐 아니냐의 문제라는 것이다. 그러나 이 기능성이 과거의 소통을 지금의 양방향성과 단절하려는 것은 아마도 매개하는 형식의 차이와 즉각적인 참여, 소통, 그리고 이를 통해 유기적으로 연결을 가능하게 하는 조작의 기능이 전제된 것이기 때문일 것이다. 이 논점에 대해서는 본문에서 더 논의하기로 한다.

영상의 시대로 불리는 최근의 함의에는 매개의 시대, 조작의 시대, 그리고 소통의 시대가 내재(內在)한다. 또한 거기에는 그 속에서 소통하려고 끊임없이 생산되는 콘텐츠와 또 다른 형식이 끊임없이 나타나고 있다. 다만, 그 변화가 어떻게 담론을 만들어 내는지는 변화의 과정에서 나타나는 현상을 기술(記述)함으로써 가능할 것이다.

## 2. 디지털 미디어와 매개성

### 2.1 구술과 문자의 매개성

언어와 문자는 인간만이 가지고 있는 커뮤니케이션 수단이다. 그러나 구술언어가 문자언어와 같지는 않다. 구술언어는 입과 귀를 통해 커뮤니케이션하며, 문자와는 다른 형태의 인간 소유의 커뮤니케이션 도구이다. 그러나 일반적인 언어라고 지칭할 때, 그 언어가 표현하는 문자를 포함하며 한국어, 영어라고 할 때 구술적인 언어만을 지칭하지 않고 문자를 포함하는 구술언어와 문자를 포함한다.

구술언어는 문자언어보다 그 역사가 깊다. 과거 우리의 경우도 언어는 있었지만 우리글이 사용된 것은 우리만의 한글(문자)창제 이후였다. 이 한글의 창제는 세계사적으로도 유래를 찾아볼 수 없는 획기적인 국가 프로젝트였고, 국가 주도로 국민을 위해 과학적이고 합리적인 방법으로 문자를 개발한 사례 역시 찾아보기 어렵다. 그러나 한자문화권 내에 있었던 당시의 유교적 귀족주의의 상황에서는 한글이 저속한 상태로 사용되었고, 지금의 문자언어로 자리 잡기까지는 시간적, 사회적으로 많은 어려움을 겪어야 했다. 월터 J, 옹(Walter J. Ong, 이하 옹)은 자신의 저작에서 한글창제에 대한 놀라움을 금치 못하면서 당시 한글 창제와 사회적 환경의 문제를 이렇게 평가하고 있다.

*"알파벳 역사에서 아마 가장 주목해야 할 유래 없는 성과는, 한국에서 1443년 조선의 왕 세종이 국민을 위해 알파벳을 고안하라는 칙령을 내렸을 때 이룩되었다. 그때까*

*지 한국어는 한자만으로 씌어졌다. 한국어는 중국어와는 전혀 유사관계가 없음에도 불구하고 한국어의 어휘로 한자를 애써 적용(그리고 상호조합)시켰던 것이다.( 한국어에는 중국어로부터의 많은 차용이 있으나 상당히 한국화 되었기 때문에 그 대부분의 내용은 어느 중국인도 이해할 수 없다). (…중략) 세종이 모아들인 학자들은 앞서 준비기간을 거치기는 했지만 한국식 알파벳을 3년 만에 완성했다. 그 성과는 매우 훌륭한 것이어서 조선어의 음운체계에 거의 완전하게 적합하였고, 한자로 씌어진 텍스트의 외양과 유사하게 알파벳의 스크립트를 쓸 수 있도록 아름답게 도안 되었다. 그러나 이 주목할 만한 성과도 수용의 측면에서는 예상대로였다. 그 알파벳은 실용적으로는 학문 이외의 비속한 목적에만 사용되었고, 진지한(serious) 작가들은 고통스런 훈련 끝에 터득한 한자의 쓰기 체계를 계속 사용하였고 진지한 문학은 엘리트주의적이었으며 엘리트적으로 보여 지기를 원했다. 20세기가 되어서야 한국이 한층 민주화됨에 따라 비로소 한글은 현재의 우위를 획득했던 것이다.*"[2]

옹이 지적했던 문자에 대한 귀족주의적이고 엘리트적인 사용은 비단 우리만의 특수한 상황은 아니었다. 맥루한은 『미디어의 이해』에서 구텐베르크 인쇄술 이전의 문자를 엘리트 코드로 보았고, 그 문자는 정치적인 동질화를 가져오기 위한 일종의 권력적인 형태였다고 설명한다.[3] 빌렘 플루서(Vilem Flusser)도 최초의 알파벳은 상업을 위한 코드로 탄생하였고, 그 코드는 당시 상업의 기득권 세력이 사용하는 상업코드로써 엘리트 코드였다고 지적 하였다.[4] 우리의 경우에는 한자에서 한글로의 이행과정이 문제였지만, 서구의 문화에서는 문자 자체, 즉 알파벳 코드가 이미 귀족적인 형태로 발전했고, 그것이 서민의 품으로 돌아간 것은 구텐베르크의 인쇄술로부터 비롯되었다.

맥루한은 "시각 기능을 강화하고 확장하는 표음 알파벳은 문자문화 내에서 청각이나 촉각, 미각 같은 다른 감각들의 역할을 빼앗는다."[5]고 하며, 과거 구술문화로부터 문자문화로의 이행은 인간의 시각 감각만을 발전시켰고 이로 인하여 인간의 청각과 촉각적 감각이 둔화되었다고 지적한다. 그러나 옹은 "오늘날 세계에 남아 있는 구술성의 문화, 혹은 구술성이 지배적인 그런 문화들 가운데, 구술성이 지닌 그 거대하고 복합적이면서 영원히 접근하기 어려운 힘을 문자성(literacy)의 도움 없이 알아차릴 수 있는 문화는 거의 없다"[6]고 하면서 그러한 이행과정이 역사적이며 일방적인 구술문화의 우월적인 입장을 고수하기보다는 역사성 속에서 그리고 문자 문화의 무한한 적용 가능성 등을 긍정적으로 접근하면서 구술과 문자문화의 올바른 이해를 당부한다.

미디어가 전달한 메시지는 이미 매개된 것이다. 이전의 논의로부터 생각해 볼 수 있는 것은 매개의 형식에 따른 정보 소비의 문제다. 중요한 것은, 이러한 논점 속에는 변화에 대한 구조의 이해를 요구한다. 과거의 구술에서 문자로의 이행에 따른 사회적 관계와 문화적 소비, 그리고 지금의 디지털 영상에 이르기까지 그 변화의 중심에는 언제나 매개 형식과 매개의 형식적 변화를 제공하는 미디어의 변화가 있었다.

디지털 영상이 보편화된 지금의 시점에서는 시각이 감각의 주요한 부분으로 등장한 것처럼 보인다. 특히 사실성(reality)의 문제가 새로운 해석을 요구하고 있다. 매개된 것의 정보가 사실인가 아닌가는 과거 매개의 형식에서도 그 유례를 찾을 수 있다. 회화가 상상력을 통해 예술의 반열에 오른 상태에서 사진기술의 출현은 매개형식에서 새로운 전환이었다. 그러나 사진 역시도 지금의 새로운 미디어로 자리 잡기까지는 오랜 동안 변화의 진통을 겪어야만 했다. 예술과의 경쟁에서 상대적인 평가를 받아야 했던 사진은 급기야 초상화를 중심으로 확장을 넓혔고, 지금의 독자적인 영역이 되기까지는 끊임없는 매개의 변화를 감수했다. 영화 또한 지금의 대중문화가 되기까지는 수많은 변화와 매개의 변천을 요구했다. TV역시 초기의 매개형식에 많은 변화가 생겼는데, 현장성을 중심으로 하던 뉴스가 중심에 있었다면, 지금은 오락 문화와 드라마, 심지어 영화의 영역까지 넘보면서 TV가 사라질 것이라는 논의를 뒤로 하게 만들었다. TV는 맥루한의 대표적인 차가운 미디어(cool media)로서 그 역량을 표출하듯이, 사용자의 참여와 인터넷 문화 등이 결합된 형태로 재매개(re-mediation)되는 양상까지 보이고 있다. 이러한 매개 형식의 변화에 따라 미디어는 나름의 지위를 가지게 되었다.

과거의 구술문화가 가진 특성은 '현장성'에 있었다. 구술문화가 가진 일회적이고, 감성적인 소통의 매개형식은 문자문화가 등장하면서 다시 한 번 변화를 요구한다. 문자는 과거의 엘리트적 코드, 상업의 수단으로부터 출발하여 구텐베르크의 대중지향적인 시스템이 보급되면서 개인의 정보소비가 이루어지는 역사적 전환을 제공하게 된다. 말로 듣던 현장성은 눈으로 읽고 혼자 정보를 소비하는 형태로 '개인화'를 가져왔고, 이 변화는 정보의 본질적인 속성으로

부터 시작한 정보 소비의 문제가 개인의 소비 형식을 어떻게 변화하게 만드는지를 보여주는 일일 것이다. 문자의 보급은 계급의 평준화를 만들어 내기도 하였다. 과거 특정계급만이 소유했던 문자의 소비는 대중 지향의 매개형식으로부터 문화적이고 사회적인 변화를 가져온 사건이 아닐 수 없다. 한글의 창제 역시 미디어를 통해 대중의 문화적 욕구를 수용하는 일이었지만, 그 보급의 문제는 매개형식만의 변화만으로 이루어지지는 못했다. 매개형식을 통해 담길 내용의 정보가 필요했던 것이다. 매개형식에 맞게 매개할 내용이 탄생할 수 있는 것은 바로 이렇게 형식과 내용의 결합이 이루어짐으로써 가능한 것이다. 이제 매개형식은 구술과 문자 영상으로 구분되어지기 보다는 복합적인 매개형식과 매개내용이 제공되고 있다. 따라서 과거의 구술에서부터 시작한 매개형식의 문제가 문자로의 이행과정을 거치면서 생기는 콘텐츠의 변화와 문자가 영상으로 제공되는 변화를 가능하게 하는 내용의 측면은 모두 매개의 변화와 이 변화를 통해 정보를 소비하는 사회, 그리고 그 속에서 미디어가 탄생하는 것의 전반적인 이해를 요구하게 된다.

## 2.2 디지털 미디어의 매개성

편지를 주고받던 시대를 떠올려 보면, 지금보다는 훨씬 더 감성적인 정보의 소비가 이루어진 듯하다. 그러나 이점도 과거의 경험을 통해 비교되는 점일 수 있다. 왜냐하면 편지라는 매개형식을 사용하지 않았던 사용자라면, 지금의 e-mail을 가지고도 얼마든지 감성적인 소비를 만들어 낼 수 있기 때문이다. 그렇다면 이제 문제는 과거의 미디어와 현재의 미디어가 가진 특성보다는 지금의 미디어가 어떻게 정보를 소비하고 유통하는지를 살펴봄으로써 과거의 소비 형태와의 차이점과 유사점을 발견할 수 있을 것이다. 디지털 미디어의 매개적 성격에 대해서는 거시적인 담론과 미시적인 담론이 논의될 수 있다. 하나의 미디어 내에서도 미시적인 변화들이 끊임없이 이루어지고 있기 때문이다. 여기서는 이러한 미시적인 논점보다는 보다 포괄적 담론을 이야기 하고자 한다.

### ⑴ 디지털 미디어는 투명하지 않은 매개형식을 가진다.

디지털 미디어가 투명하지 않은 매개형식을 가진다는 것은 투명한 매개형식만을 추구하지 않는다는 것이다. 웹이 등장한 이래 지금까지 디자이너에게 요구되는 것 중의 하나는 바로 사용의 편의성(Usability)이었다. 사용자가 불필요한 행위를 하지 않도록 직관적인(intuitive) UI를 제시해야 한다거나, 불편함을 느끼지 않고 원하는 정보를 빠르고 정확하게 인지시키는 일이 주요한 임무로 주어졌었다. 그러나 최근의 디지털 미디어가 제공하는 영상을 보면, 직관적인 사용성 뿐만 아니라, 유희적인 것과 매개형식 자체의 불투명성이 두드러진다. 특히 하나의 콘텐츠를 유도하기 위해 제시하는 인터페이스는 투명하거나 몰입의 보조적 수단이라기보다는 하나의 콘텐츠 자체가 되어 가고 있다. 이는 콘텐츠의 정보 제공에 있어서 매개의 형식이 중요해진다고 할 수 있는데, “미디어가 메시지다.” 라는 주장은 여기서도 반영된다고 하겠다. 왜냐하면 매개방식 자체가 하나의 메시지가 되어가고 있고 그렇게 소비되고 있기 때문이다. 하나의 메시지가 어떠한 매개형식을 통해 전달되느냐의 문제는 지금의 영상시대에 중요한 시사점을 남긴다. 예를 들어 인터넷을 사용하는 사용자는 각 제공업체가 제시하는 별도의 브라우저를 통해 웹에 접속하고, 브라우저가 제시하는 UI의 환경에 따라 사용하게 된다. 과거 TV에서 전원을 켜고, 채널 버튼을 선택하기만 했던 매개형식은 어떤 UI를 만나느냐에 따라 다른 사용성을 보이게 된 것이다. 특히 디지털미디어의 매개성은 멀티미디어적인 성향을 가진다. 시각, 음향, 텍스트가 복합적인 형태로 제시되고 소비된다. 따라서 과거의 구술 중심적이거나, 문자 중심적인 단편적인 매개형식만을 보이고 있지 않고 있기 때문에 매개형식 자체는 이미 매개형식간의 간섭현상을 전제해야 한다. 특히 웹이 제공하는 매개형식은 사용자의 조작성이 절대적으로 요구된다. 원하는 정보를 얻으려면 사용자의 적극적인 조작이 없이는 정보를 취할 수 없다. 과거 영화나, TV를 ‘시청하던 방식’은 이제 조작하고 적극적으로 수용해야 하는 ‘조작하는 수용방식’[7]으로 변화한 것이다.

### ⑵ 디지털미디어는 정보의 소비 형태를 끊임없이 재매개한다.

디지털 미디어는 정보의 소비가 단편적인 방향으로 전달되고 소비되면 모든 임무가 끝나는 것은 아니다. 특히 단편적인 소비형태의 소비지향적인 단방향성을 벗어나도록 요구하는데, 그 현상은 다양하게 나타난다. 특히 개인 소유의 개인 미디어 기기는 이러한 현상이 두드러진다. 전화기라는 이름이 여전히 유효하게 사용되지만, 지금의 전화기는 더 이상 전화기만의 기능을 담고 있지 않다. 사진

기, 전자 다이어리, 시계, 메신저, 인터넷 브라우저 등의 복합적인 매개적 기능들이 제공되어 정보를 파편적으로 소비할 수 있다. 또한 이런 기능을 포괄적으로 제시하는 운영체계(OA)가 별도로 제공되며, 한글을 입력하는 방식은 기기마다, 서비스를 제공하는 업체마다 차이를 보인다. 이제 하드웨어적인 공유와 소프트웨어적인 공유가 상호간의 교차적인 매개를 보인다. 하나의 콘텐츠는 이제 고유한 미디어만의 전유물이 아니라, 각 미디어마다 서로 다르게 매개되는 메시지이다. 하나의 미디어 내에서도 재매개되는 현상은 나타난다. 영상 속의 또 다른 영상은 기존의 영화, TV의 콘텐츠 방식을 매개하고, 다양한 매개방식 자체가 새롭게 매개된다.

J.D 볼터와 리처드 그루신은 "비매개는 하이퍼매개에 의존한다고 한다. 또한 뮤직비디오 감독은 미디어를 다중적으로 이용하고 이를 정교하게 편집함으로써 비매개적(immediate)인, 그리고 자연 그대로인 것처럼 보이는 양식을 만들어 낸다. 즉 록 음악의 특징이라 할 수 있는 "현장성(liveness)"을 느끼도록 한다. 비매개에 대한 욕망 때문에 디지털 미디어는 영화, 텔레비젼, 사진과 같은 기존의 아날로그 미디어뿐만 아니라 다른 디지털 미디어에서도 많은 것을 빌려 온다. 동시에 텔레비전 뉴스방송은 하이퍼매개라는 점에서 웹사이트와 닮아가고 있다."[8]라고 하고 있다. 그들은 이러한 현상을 재매개라고 이야기하는데, 비매개와 하이퍼 매개의 중첩과 결합이 재매개를 만들어낸다. 그러나 여전히 비매개에 대한 기존 미디어의 흡수와 유사성이 전제되고, 하이퍼미디어 자체도 기존의 미디어 방식과 매개방식의 차용과 유사성을 보인다.

⑶ 디지털 미디어는 개인의 정보소유를 가능하게 하지만, 정보의 공유로부터 환원되는 정보매개의 방식을 가진다.

과거에는 음악을 들으려면, 별도의 음원저장장치를 필요로 했다. 지금의 mp3 형식은 이러한 저장장치를 필요로 한다기보다는 공유적인 장치를 요구한다. 이 공유성은 두 가지 측면에서 이야기 할 수 있다. 그것은 사용자간의 공유와 기기간의 공유이다.

첫째, 사용자간의 공유는 나의 정보를 동일한 형태로 타인과 공유하여 정보를 동시에 소유하고 동시에 소비할 수 있다. 이는 정보의 매개형식에는 이미 마노비치가 전제한 뉴미디어의 다섯 가지 전제 중에서 '부호변환'과 '수적재현', '모듈성' 등의 특징을 가지고 있어야 가능하다. 나의 정보는 이제 가상의 공간을 통하거나 이마져도 인식되지 않는 일련의 조작에 의해 타인과 공유되고 타인과 동시에 정보를 소비하는 공유적인 환경이 가능해졌다.

둘째, 기기간의 공유성이다. mp3 음원은 이제 그 기기만의 음원이 아니다. 기기간의 공유는 HCI(Human Computer Interaction, 또는 Human Computer Interface) 개념의 변화를 요구하기도 하는데, 기존의 HCI가 기기와 인간의 관계를 부각하였다면, 이제는 기기간의 인터랙션과 자동화, 그리고 호환성을 전제로 하는 기기간의 공유 시스템이 중요한 개념으로 부각되고 있다. 집에서 읽던 메일을 사무실에서 다시 읽고, 호환성의 범위 내에서 기기간의 교환이 가능하면 언제든지 다른 기기를 통해 동일한 정보를 소비할 수 있는 것이다. 이것은 개인의 정보공유가 개인의 '사적소유'에서 '공적소유'로 변화하는 매개형식의 변화를 전제한다. 이제 개인의 사적정보는 개인의 소유범위 내에서도 기기간의 공유로부터 호환되는 공유의 범위를 가지게 되는 것이다. '공적'이라는 개념은 타자와의 공유이기도 하지만 개인의 범주 내에서도 매개형식이 공유되는 것을 말한다. 즉, 공적인 것은 이제 '사적인 범주내의 공적(호환)인 것'을 포함하여 말할 수 있다.

⑷ 디지털 미디어는 수용성과 수용환경을 변화시킨다.

과거의 TV는 거실이라는 공간을 통해 가족이 집단적으로 소비하는 형태였다. 그러나 지금은 작은 휴대전화 LCD를 통해서 지하철이나, 자동차 등에서 개별적인 시청이 가능하다. 특히 DMB방송을 통해서 지상파 콘텐츠를 이용하는 사용자에게는 TV의 정보를 소비하는 장소적 개념의 제약으로부터 많은 자율성을 얻게 되었다. 라디오 방송을 라디오 기기를 통해서 듣기보다는 컴퓨터가 제공하는 별도의 장치로부터 들을 수 있고, 드라마나 TV의 방송물은 언제든 인터넷이나 IPTV를 통해 다시 볼 수 있다. 과거의 시간과 장소로부터 제약받던 사용자는 언제든 정보에 접속해서 원하는 방송과 정보를 소비할 수 있다. 이렇게 디지털 미디어가 제공하는 정보는 수용자의 수용방식과 수용환경을 변화시키고 있다. 더 이상 정보 소비의 영향은 미디어로만 규정되기 보다는 다양한 환경의 제약으로부터도 자유로워진다고 이야기 할 수 있는 것이다. 이는 시간과 공간의 수용환경을 변화시킨다. 특정 장소, 특정 시간이라는 제약과 미디어의 특성은 디지털 미디어의 시간과 공간에 대한 접근성으로부터 새로운 변화를 요구한다. 이제

TV는 거실에서 가족들과 함께 보는 미디어만은 아니다. HDTV가 보다 넓고 선명한 화질을 지향하는 가운데서도 한편에서는 작아지는 TV의 매개방식과 미디어가 나타나고 소비되고 있다.

이런 현상은 공간과 시간의 이동이라기보다는 탈 공간적인 현상을 보이는 미디어의 소비로부터 가능한 일일 것이다. 그러나 이 변화는 본질적인 수용환경의 변화라기보다는 수용환경의 확장이라는 측면에서 이야기 할 수 있을 것이다. 접근방식의 확장은 접근방식의 본질적 변화만을 이야기 하지는 않는다. 따라서 공간성에 대한 담론이 탈공간화 되었다고 하더라도 그 전이에 대해서 단정적으로 이야기 할 수만은 없을 것이다.

## 3. 조작, 소통의 매개성과 사용자

### 3.1 미디털 미디어의 조작적 매개성

"선형적인 영상을 바라보는 '나(我)'로서의 '수용자'는 상호관계성에 있어서 적극적일 수 없다. 즉 '나(我)'의 의도가 영상의 서사적 구조에 반영될 수 없다. 예를 들면 영화를 볼 때, 영화적 이야기가 전달하는 플롯 구조로부터 개입이 불가능하다. 그것이 꼭 아리스토텔레스(Aristoteles)가 전제했던 카타르시스(정화, 淨化, katharsis)를 목적으로 하지 않더라도 영화를 감상하는 영화로부터 객체적 위치에 있는 주체는 수용자로 머물러 있다. 왜냐하면 영화적 서사가 수용자로부터 어떠한 이야기적 변화를 반영하지는 않기 때문이다."[9]

영화의 영상을 소비하는 방식에는 여전히 변화가 없다. 영화관에서 영화가 전달하는 서사적 내러티브를 그대로 소비하고 있다. 하지만 영화의 소비만을 놓고 이야기하기보다는 보다 다양한인 영상의 소비를 살펴보자. 우리가 사용하고 있는 컴퓨터 화면은 이미 하나의 영상이다. 영상이 영상 속에서 다른 영상을 매개하고, 그 영상을 다시 조절하고 조작한다. 공항에서, 전시장에서 제공하는 안내시스템은 이미 영상을 매개로 하는 조작하는 영상장치이다. ATM 기기를 통해 현금을 인출하기 위해서는 영상이 제공하는 UI를 통해 가능하다. 이제 영상은 단순히 정보를 제공하는 방식을 넘어서 직접 조작해야하는'사용자의 조작을 요구하는 장치'가 되고 있다. 사용자가 기기의 조작을 위해서는 영상이 제공하는 인터페이스를 만나게 되고, 버튼과 조작 장치는 영상의 인터페이스로 변화하고 있다. 이제 영화만의 영상이 아니라, 생활 속에서 쉽게 접하는 모든 장치에는 영상장치가 제공된다. 영상은 인간과 만나는 가장 필수적인 인터페이스 장치가 된 것이다. 여전히 버튼과 조절창치는 존재하지만, 영상 인터페이스는 보다 확대될 것으로 보인다. 이 변화는 '누름(push)'의 조작성이 '접촉(touch)'으로 변화한 것을 시사한다. 이제 사용자는 누르고, 돌리고, 당기는 인터페이스로부터 가볍게 터치하고 밀고, 드래그(drag)하는 조작의 매개성을 통해 기기를 조절하고 사용한다.

이진혁(2007)은 이러한 사용자의 변화를 네 개의 범주로 설명하였다. 관객적 수용자, 대화적 수용자, 적극적 수용자, 그리고 조작적 사용자다. 그는 그 연구에서 이러한 사용자의 범주가 선형적으로 제시되지는 않는다고 하면서 이렇게 말하고 있다.

"인간은 이미 수용자이기도 하면서 사용자이기도 하기 때문이다. 특히 뉴미디어라는 존재론적 조작의 전제로부터 사용자의 범위를 넓게 사용할 수 있었다. 뉴미디어가 제공한 기호를 기표적 층위와 기의적 층위로 전제함으로써 뉴미디어가 제공하는 기능적 특성을 강조하기도 하였다. 이러한 해석 방법은 '관찰자적 수용자'를 '적극적 사용자'로 전제하는 것으로부터 가능했다. 또한 소쉬르가 제안한 기표와 기의로부터 그것을 확대적 개념인 기호의 자명한 요소로 사용하는 것으로부터 가능하였다. 신화나 광고의 도상적 이미지를 분석하고 해석하는 것도 기호학의 문제로부터 규정할 수 있고, 분석과 정의가 가능해 진다. 그러나 뉴미디어는 그러한 해석적 방법보다는 조작자의 참여로부터 발생하게 되는 문제를 수반해야 하기 때문에 의미를 생성하거나 의미를 소통하는 기존 학문의 이분법을 아우르는 문제가 발생된다. 기존의 기호학에서 전제하는 변증법적 기호의 가능성 즉, 기표와 기의의 합일적 개념은 뉴미디어로부터는 탈변증법적 개념으로부터 접근해야 할 필요가 있다."[10]

이 논점에는 미디어 기기를 수용하는 수용자의 문제뿐만 아니라, 미디어 기기가 제공하는 인터페이스에 대한 기호적 수용성의 문제까지 이야기 하고 있다. 다시 말해서 미디어 기기가 제공하는 도상, 텍스트 등의 기호적 개념은 더 이상 고전적인 기호학의 범주만으로 설명하기에는 매개방식의 변화와 수용방식의 변화가 부족하다는 것이다. 이 연구 초기에 구술과 문자를 거론한 것도 바로 이 문제를 현재의 문제로 재 고찰해야할 필요성 때문이었다. 이제 더 이상 구술과 문자의 이분법적 구분은 사용자의 조작성

으로부터 비롯한 디지털 미디어의 매개방식을 효과적으로 설명하기 어렵다.

### 3.2 미디털 미디어를 통한 소통방식의 매개성

폴 비릴리오(Paul Virilio)는 “미국과 유럽 사이에 최초의 텔레비전 생방송을 가능하게 한, AT&T사의 텔스타(Telstar) 위성의 발사가 성공을 거둔 것은 1962년 7월 이후부터, 오늘날 우리가 목격하는 멀티미디어간의 일반화된 교환에 이르기까지 세계는 “지금 그것을 듣는 것”에서 “지금 그것을 보는 것”으로 거침없이 옮겨갔다. 이제 사람들이 원하든 원하지 아니하든 간에, 개인 상호간의 관계, 의사소통의 개시, 인식 방식 등은 무의식적으로 우리를 일반화된 시각적 충격이 가하는 폭력 속으로 끌어들인다. (중략) 기술의 가속화는 맨 먼저 글을 말로 - 편지와 책을 전화와 라디오로 - 이동시켰다. 오늘날 실시간으로 보여지는 순간적인 영상 앞에서 말(언어)은 쇠퇴할 수밖에 없다. 침묵하는 마이크와 벙어리 전화시대와 함께 문맹이 확산될 것이다. 그러나 이것은 기술 부족이 아니라, 사회성 결여에 그 원인이 있다. (중략) 부족과 가문의 많은 방언들이 감자기 사라지고, 힘 있는 민족들의 언어가 지배한 이후에는 전자우편에서 쓰이는 세계어가 그 자리를 대신했다. 알고 있던 말들을 잊어버린 채 이제 사람들은 점차 말없는 이야기, 무성영화, 저자 없는 소설, 말풍선 없는 만화로 이루어진 생활을 상상해야 할지도 모른다.”[11]고 하고 있다.

폴 비릴리오의 충고는 극단적으로 보이기도 하지만, 정보과학의 부정적인 면을 통해 현대 미디어의 소통과 기술적 병폐에 대한 시사점을 남긴다. 청각에서 시각지배의 변화를 폭력으로 말하는 대목이나, 정보소비에서 사회성의 결여로부터 비롯할 수 있는 말(언어)의 쇠퇴와 문맹의 문제 등에 대한 영상중심의 자본주의 비판 등 공용 시스템이 가져오는 지역성과 지역문화의 획일성을 문제시 하고 있다. 영상언어가 확산되면서 언어생활에 변화가 생기는 것은 부인할 수 없는 현실이다. 또한 글을 이미지가 대신하면서 발생하는 이미지중심의 문화에 대한 우려도 발생하고 있다. 그러나 이러한 비판의 이면에는 부정적인 부분만 자리 잡고 있지는 않다. 물론 비릴리오의 시사점이 현대문화의 소외를 극복하고 보다 비판적인 수용의 교훈을 주기는 하지만, 사용자의 소통에서의 매개방식에 대한 변화를 부정적으로만 바라보기에는 그 층위가 넓다.

벤야민(Walter Benjamin)이 사진과 영화의 보급으로 예술적 아우라의 쇠퇴를 가져올 것이라는 논점[12]은 얼핏 보면, 부정적인 의미를 담고 있는 듯 보인다. 그러나 대중예술의 탄생과 문화생활의 대중적 보급은 한편에서는 문화의 수평적 확산과 보급이라는 긍정적인 의미도 가지고 있다. 이제 누구나가 예술을 감상하고 이야기 할 수 있으며, 누구나가 쉽게 예술을 접할 수 있다. 또한 기술적 변화에 따른 매개의 형식은 또 다른 소통의 지점을 만들기도 한다. 연락하기 힘들었던 친구에게 부담스러운 전화보다는 간편하지만 문자메시지를 주거나, 메신저를 통해 언제라도 간편하게 지인들의 안무를 묻거나 정보를 교환할 수 있다. 그럼에도 비릴리오의 교훈은 유효하다. 정보의 지나친 확산과 소통의 문제점으로부터 개인의 사생활 침해가 이루어지거나 사회적인 문제가 되는 것 등은 여전히 시사점을 남긴다고 볼 수 있다. 또한 문자의 쇠퇴가 문맹률을 높일 것이라는 충고는 여전히 유효하지만, 이것을 긍정적인 소통의 확장으로 사용하기 위해 노력하는 사회적이고 윤리적인 뒷받침도 요구된다. 그러나 이 연구가 이러한 교훈을 이야기하거나 장, 단점의 문제를 이야기하기에 앞서 아직 소통의 매개형식에 대한 우려에서부터 벗어날 필요가 있다.

과거의 소통방식과 정보교환의 방식이 지금의 방식보다 우월하거나 쇠퇴했다고 단정하기는 어렵다. 다만 매개형식의 변화로부터 발생하는 차이와 변화의 과정, 그리고 결과들이 사회적으로 어떻게 소비되고 유통되는지를 통해 현실적인 문제가 되기도 하고, 실질적인 도움을 받기도 한다. 디지털 미디어의 보급은 정보의 많은 제한을 해방시켜주었다. 그러면서 “정보의 지나친 과잉이 집중의 빈곤을 낳는다.”는 허버트 사이먼(Herbert Alexander Simon)의 비판도 고려해봐야 한다. 아직은 정보의 소통과 소비가 단정적으로 이루어지기는 어려운 과정 속에 있지 않은가? 이러한 윤리적인 문제를 논의하기 이전에 디지털 미디어가 제공하는 소통방식의 매개성에 대한 논의를 살펴보자.

#### (1) 미디털 미디어는 소통방식을 파편화 할 수 있다.

개인의 존재여부는 연결의 일회성으로부터 한정되었었다. 전화를 해서 그 자리에 존재하는가 아니면 다른 공간에 존재하는지는 수신자와 송신자의 관계를 일회적인 것으로 만들기에 충분하다. 그러나 이제는 언제나 연락이 가능하고, 온라인상의 존재여부가 타자의 존재유무를 규정

하기도 한다. 나의 존재여부는 미디어가 제공하는 연결망 속의 존재유무로부터 자유롭지 못하다. 타자가 인식하는 나의 존재성은 나의 실존적 존재유무와는 무관하게 네트워크가 제공하는 존재의 정보로부터 타자와 소통의 가능성을 결정한다. 이는 기존의 일회적인 것을 파편화 한 것이라고 볼 수 있다. 일회적인 연결은 일회성 내에서 존재와 부재의 정보로 결정되었다. 그러나 디지털 미디어의 소통방식은 이를 보다 파편화한다. 온라인으로부터 존재하는 존재의 유무는 존재의 개념마저도 파편화한다. 타자의 존재는 미디어가 제공하는 정보속의 제한된 존재성으로부터 파편화될 수 있는 것이다. 이것은 온라인이라는 디지털 미디어가 소외를 만들어내는 지점이기도 하다. 타자의 부재가 나의 존재를 소외시키기도 하기 때문이다. 온라인을 통한 대화와 소통의 방식은 인간의 소외를 더욱 파편화한 것이라고도 볼 수 있다. 그러나 이것이 부정적인 소외만을 의미하지는 않는다. 언제 어디서나 타자와의 소통이 가능한 것은 파편화된 미디어의 기능으로부터 가능하기 때문이다.

파편화는 시간과 공간이라는 범주로부터 이해할 수 있다. 공간적 파편화는 타자의 존재가 온라인의 다양한 미디어라는 가상성속의 공간으로 파편화 된 것이다. 존재의 규정은 개별적인 네트워크의 공간 속으로 파편화 되었다. 시간적 파편화는 대화의 연속적인 성격을 파편화한다. 이제 만나서 헤어짐이라는 선형적인 소통의 방식은 단절적이면서 연계성을 기반으로 하는 온라인 대화와 소통방식으로부터 파편화 된다. 금방이라도 다시 만나고, 다시 끊어질 수 있는 온라인 네트워크는 선형적인 소통방식을 보다 넓은 층위로 파편화한다. 이 파편화는 시간적으로도 이루어지지만, 특정 매개방식의 공간성으로부터도 파편화된다.

⑵ 디지털 미디어 매개방식의 변화를 통해 소통방식의 변화가 생기는데, 시간적으로는 즉각성이 문제되고, 공간적으로는 부재함의 존재성이 대두된다.

즉각성은 현재, 지금의 의미를 담고 있다. 즉각적으로 소통이 되지 않거나 대화가 단절되면, 소통의 가능성은 어려워진다. 그러나 소통의 즉각성은 시간적 유예를 주기도 한다. 누군가의 존재여부는 즉각적인 소통방식만을 통해 나타나지는 않는다. 온라인 네트워크에서의 존재는 지금 현재만의 일회적인 현존의 문제만은 아니다. 어제의 흔적은 지금의 존재로 인식될 수 있기 때문이다. 어제 존재함의 흔적이 지금의 존재를 알려주는 기능을 하는 것이다. 이는 즉각성이라는 담론의 이해를 포괄적으로 요구한다. 송신자의 존재흔적은 수신자의 즉각적인 확인을 통해 존재함으로 소통될 수 있기 때문이다. 이제 존재의 유, 무는 지금의 상태만이 아니라, 부재하지만 존재하는 '부재함의 존재성'이 소통될 수 있는 것이다. 이는 존재의 흔적으로부터 가능하다. 디지털 미디어의 소통에는 존재의 존재여부를 파편화된 형태로도 인식할 수 있지만 부재하지만 존재하는 상태로 인식할 수도 있는 것이다. 온라인상의 부재는 존재를 잠재하고 부재의 사실 자체를 알려줌으로써 존재를 암시한다. 즉, 부재의 표시는 존재의 잠재이고, 이것은 존재의 의미를 부재와 존재의 포괄적 존재로 이해하게 한다. 온라인상의 부재는 부재자체로 받아들여지기 보다는 존재의 대기상태, 즉 잠재적인 상태로 소통을 기다린다.

⑶ 일회적인 소통의 증가가 담론적인 소통의 질적 저하만을 가져오지는 않는다.

인터넷 문화가 단편적이고 깊이 없는 소통의 문제점만을 드러내지는 않는다. 예술에 대해 특권적인 계급만이 소통의 특권을 누렸다면, 이제는 누구나가 의견을 내고 얼마든지 깊이 있는 논의를 만들어 낼 수 있다. 그러나 악성 댓글이라든가 작성자의 깊이 없음이 우려되는 이유는 무엇인가? 이것은 기존의 대화와 소통의 방식을 가진 권력이 하나의 담론권력을 가진 것이기 때문이다. 온라인의 대화와 소통이 언제나 진지함을 전제로 만들어질 필요는 없음에도 불구하고 기존의 권력 시스템이 지금의 단편적이고 파편화된 개인의 대화를 가벼운 대화로 치부하는 권력의 담론이 여전히 작동하고 있기 때문이다. 푸코는 이러한 문제의 실마리를 제공한다. 기존의 에피스테메(épistémè)를 구축했던 권력은 변화된 소통의 매개방식을 아직 하나의 권력체계로 인식하지 않는데서 오는 문제인 것이다.[13] 소통의 매개방식이 단편적이고 일회적인 작성자의 글을 양산하더라도 이것을 소통의 질적 저하라고 이야기하기에는 대화와 소통의 매개방식에 대한 변화가 우선적으로 이해되어야 한다. 과거의 TV시청이 바보를 만든다는 논의가 지금에서도 유효한지는 의문을 가질만하다. TV는 이제 단편적인 우스개 정보를 제공하는 미디어가 아니기 때문이다. 매개방식의 변화는 대화와 소통의 방식마저도 변화시킨다. 이 변화의 구조 속에는 이미 하나의 패러다임이 차지한 권력시스템이 존재하지만, 이것은 언제나 끊임없이 변화하는 과정일 뿐이다.

### 3.3 미디어는 메시지인가?

매개방식에 대한 변화와 새로운 담론적 요구는 아직도 과정 중에 있다. 그러나 매개방식에 따른 정보소비와 소통방식의 변화는 새로운 패러다임을 만들어내는 원동력일 것이다. 그렇다면 미디어 자체, 매개방식 자체가 하나의 미디어인가라는 문제를 생각해봐야 할 것이다. 왜냐하면, 매개방식의 형식적 문제가 과연 행위를 규정지을 만큼 작동하는지를 통해 미디어와 메시지의 성격을 파악할 수 있기 때문이다.

하나의 콘텐츠가 있다고 하자. 동일한 메시지를 담고 있는 콘텐츠는 TV, 인터넷, PMP를 통해 다양하게 소비할 수 있다. 그렇다면 이 콘텐츠는 동일한 메시지를 지닌 것이라고 볼 수 있는가? 두 개의 문제를 생각해 볼 수 있다. 하나는 '미디어가 메시지다.'라는 논의와 '메시지가 미디어'라는 논의일 것이다. mp3의 음악은 별도의 플레이어를 필요로 한다. 과거의 아날로그적 저장장치로는 이 음원을 재생할 수 없다. 따라서 이 음원은 이제 mp3 플레이어만의 전유물인 것이다. 그러나 디지털 미디어는 같은 음원을 각기 다른 기기에서도 재생할 수 있다. 문제는 여기에 있다. 음원이 먼저냐 기기가 먼저냐의 전제성의 문제를 보이기 때문이다. 만약 같은 음악을 아날로그적으로 듣는 것과 디지털적인 음원으로 듣는 것은 차이가 난다. 같은 메시지를 담고 있다고 같은 음원의 성격을 가졌다고 이야기하는 것은 여기서 문제가 된다. 왜냐하면 그 메시지의 성격에 따라 수용자의 경험이 다르게 수용되기 때문이다. 그렇다면 같은 방식의 디지털 기기가 전달하는 메시지는 같은 속성이라고 할 수 있는가? 그렇지 않다. 같은 음원이라도 재생하는 소프트웨어와 하드웨어적인 장치의 차이는 여전히 존재한다. 또한 같은 영상이라도 HDTV로 보는 것과 휴대전화의 LCD로 보는 것은 분명 시각적 인식의 차이를 가져올 수 있기 때문이다. 따라서 미디어가 메시지인지, 메시지가 미디어인지는 디지털 미디어가 규정할 수는 없다. 즉 인간의 경험만이 이것을 규정하고 소비할 뿐이다. 언제나 객관은 주관적 해석을 내포한다. 미디어가 메시지성을 가지고 있을 수도 있지만, 메시지 자체가 미디어성을 규정하기도 한다. 같은 기호로 작성된 글이 책으로 만들어져 읽히거나 E-Book으로 읽힐 때의 수용자 경험은 다르게 나타난다. 이것이 아날로그냐 디지털 재현이냐의 문제를 규정할 수도 있지만, 경험의 측면에서 논의한다면, 보다 포괄적인 담론을 요구한다. 왜냐하면 동일한 기호가 소비될 때, 기표가 가진 기의의 의미가 기호가 전달하는 정보에만 있지 않기 때문이다. 중요한 것은 이 미디어를 소비하는 수용자의 수용방식과 경험의 문제가 있다는 것이다.

따라서 미디어는 메시지이기도 하고 메시지가 미디어의 속성을 포함하기도 한다. 그러나 여기에서 가장 중요한 것은 미디어든 메시지든 소비하는 수용자의 소비방식의 경험에 의해 다르게 규정될 수 있다는 해석을 필요로 한다는 것이다. 이것은 물론 매개형식에 따른 경험의 측면이라고 할 수도 있다. 따라서 메시지가 매개형식에 우선하느냐 아니면, 매개형식이 우선할 수 있느냐의 논의는 매개방식과 미디어, 그리고 소비하는 수용자의 환경에 따라 다르게 나타날 수도 있다. 그럼에도 불구하고 여전히 매개방식의 차이가 수용의 차이를 만들어내는 것은 당연하다. 왜냐하면, 같은 메시지를 어떻게 매개하느냐의 문제는 메시지의 정보적 소비를 규정할 수도 있기 때문이다.

### 3.4 콘텐츠는 메시지인가 미디어인가

이제 하나의 콘텐츠를 이야기 해보자 하나의 콘텐츠는 이미 하나의 미디어이다. 구술과 문자가 이미 하나의 콘텐츠를 매개하는 방식이라면 콘텐츠는 이미 그 매개방식이 포함된 미디어인 것이다. 콘텐츠는 미디어다. 왜냐하면 정보가 담긴 내용의 측면에는 이미 정보의 매개방식을 내포하고 있기 때문이다. 디지털 미디어를 통해 소비할 수 있는 콘텐츠는 다양한 인프라 속에서 개별적으로 소비할 수 있다. 전시장의 정보가 온라인으로 제공된다면, 몸이 불편한 사람들도 손쉽게 전시를 관람할 수 있다. 이것은 콘텐츠가 정보소비의 계급적 한계를 포괄적으로 흡수할 수 있는 가능성이다.

또한 콘텐츠는 메시지다. 콘텐츠가 제공되는 것은 이미 매개적 성격을 가진 것이기도 하지만, 매개적 형식뿐만 아니라, 전달하려는 본질적 메시지를 담고 있다. 따라서 콘텐츠는 이미 메시지이다.

디지털 미디어가 제시하는 담론은 미디어가 하나의 정보적 성격을 강하게 지시하는지, 메시지 자체가 성격을 강하게 제시하는지를 보다 복잡하게 만든다. 특히 콘텐츠라는 포괄적인 내용이 둘 사이에 개입하게 되면, 더욱 그렇다. 그러나 미디어가 메시지이면서 메시지가 미디어라는 양립적 가능성은 어쩌면 디지털 미디어가 우리에게 미디어의 본질적 개념을 다시 한 번 생각하게 만드는 대목이일 수 있다. 왜냐하면 디지털 미디어의 매개방식, 조작방

식, 소통방식은 미디어만의 특성만으로도 메시지의 속성만으로도 정의하기 어려운 복합성을 새롭게 제공하고 있기 때문이다. 더욱이 수용자의 경험은 이것을 새롭게 해석하도록 요구한다. 투명성과 불투명성, 유희성과 직관성, 매개성과 메시지성의 모든 방식들이 수용자의 수용의지에 따라 다양한 양상을 보일 수 있기 때문이다.

콘텐츠는 미디어이면서 메시지이다. 디지털 미디어는 미디어를 미디어만의 본질과 성격으로 구분하지 않고, 끊임없는 재매개의 연속적인 과정 속에 있다. 과거의 미디어에 비해서 이 논점은 거시적인 담론속의 미시적인 상세담론을 요구할 수 있다.

## 5. 결론

디지털 미디어 시대의 매개, 조작, 소통의 문제들을 살펴봄으로써 콘텐츠가 차지하는 자리에 대해 새로운 담론의 요구를 알 수 있었다. 디지털 미디어가 무조건적인 양방향성을 지향한다든가, 수용자의 절대적 참여를 요구한다든가 하는 논의는, 이제 어떤 양방향성인가? 어떤 참여인가의 문제로 접근해야 할 것이다. 이 논의의 초기에 '디지털 시대'에서 '어떤 디지털 시대인가'가 중요하다고 화두를 던진 것은 바로 이러한 과정속의 끊임없는 변화와 미시적인 담론을 요구하기 때문이다. 수용자의 소통방식도 마찬가지다 사용자의 소비 형태는 맥락적 관계에 따라, 그리고 환경에 따라 미디어의 소비와 메시지의 소비가 결정될 수 있다. 따라서 미디어가 매개하는 방식의 계보학적 차이가 시사하는 바를 통해 지금의 문제를 보다 거시적이고도 사용자의 세세한 사용에서 알 수 있는 미시적인 논점까지 하나의 범주로 묶기에는 많은 어려움이 있다. 지금의 디지털 미디어를 메시지라고 이야기하기 전에 그 미디어가 매개한 방식의 차이와 그 속에서 소비되는 콘텐츠의 정보적 성격과 정보를 소비하는 수용자의 존재론적 문제들은 많은 시사점을 제공한다고 하겠다. 포괄적인 개념의 수용자를 참여자로, 여러 가지의 방향성이 혼재하고 있는 소통의 방식을 양방향성만이라고 규정하기에는 너무나도 많은 다양한 양상의 차이들이 존재한다. 따라서 이 논의가 이러한 문제들을 거시적인 관점으로부터 시작하여 보다 미시적인 관점으로 나아가는 데 있어 하나의 반성적 기회를 제공했기를 바란다.

디지털 시대의 매개, 조작, 소통의 문제는 콘텐츠에 따라 결정 될 수도 있다. 그러나 그 콘텐츠 속에도 이미 매개, 조작, 소통의 형식들이 내재하고 있으며, 끊임없이 상호간의 재매개 현상을 겪고 있다. 이것은 마치 밀레니엄 버그를 잊고 디지털의 무한한 긍정을 통하여 윤리적인 문제들이 가벼이 다루어질 수 있는 것을 생각하게 하거나, 디지털의 비인간적인 사용 사례를 통해 인간의 소외와 문제점들만을 극대화하려는 논의로 연결하기보다는 관객에서 사용자로, 투명에서 불투명으로, 내용에서 매개로 전이되는 시점과 과정을 돌아봐야 할 것이다. 특히 이러한 미디어를 소비하고 사용하고 조작하는 주체에 대한 문제들도 포괄적으로 접근해야 할 것이다. 하나의 담론이 결정되기까지는 수많은 담론들이 권력의 다툼을 벌이게 되고, 그 담론이 하나의 개념을 정립하기까지는 보다 많은 변화의 논점을 필요로 한다. 또한 그러한 권력관계의 이해를 통해 그 과정 속에 내재한 본질적 문제점을 파악해야 한다는 푸코의 충고는 지금의 디지털 시대에도 여전히 유효한 관점을 제공한다.

지금은 아직도 변화의 과정 속에 있으면서 그 변화의 양상을 하나의 담론으로 규정지을 만큼 초기 디지털 시대의 담론도 부족한 실정이다. 따라서 이 논의가 디지털 미디어를 접근하는 방법론으로서의 매개와 조작, 그리고 소통의 문제들을 제공했기를 바란다. 그 속에서 소비되는 다양한 콘텐츠의 문제도 이제는 하나의 메시지성을 넘어서 미디어성을 이야기 할 수도 있고, 더 나아가 콘텐츠의 매개성과 조작성, 그리고 소통의 가능성을 중심에 놓고 이야기할 수 있을 것이다. 이 글이 콘텐츠의 보다 거시적인 연구를 개념화하고, 미시적인 연구 논점을 찾는 하나의 단초를 제공하였기를 바란다. 왜냐하면 우리는 정보의 홍수 속에서 살고 있다고 하면서도 그 정보가 어떠한 정보였는지는 말하기 어려운 상태에서 너무 많은 논의를 하지 않았는가 하는 반성적 계기를 만들기 때문이다. 형식이 내용을 만들기도 하지만, 내용이 형식을 규정하기도 한다. 또한 그 형식과 내용을 소비하는 것은 결국 인간이고, 그 인간은 언제나 존재론적인 위치를 이미 차지하고 있다.

### 참고문헌

[1] 이진혁, 뉴미디어 영상시대의 조작적 사용자의 존재론적 접근, 한국 기초 조형 학회. '기초 조형학 연구' VOL.8. NO.2. 2007년. 재인용, 레프 마노비치, 서정신 옮김, 뉴미디어의 언어, 생각의 나무, 2007년, pp.70~94.

[2] J.옹, 이기우, 임명진 옮김, 구술문화와 문자문화, 문예출판사, 1995년, pp.143~144.
[3] 마셜 맥루한, 김성기, 이한우 옮김, 미디어의 이해, 민음사, 2002년, pp.245-255.
[4] 빌렘 플루서, 김성재, 코무니콜로기, 커뮤니케이션북스, 2001년, pp86-113
[5] 마셜 맥루한, 위의 책, p.137
[6] J.옹, 위의 책, p.28
[7] 이 논점에 대해서는, 이진혁(2007)을 참고.
[8] 제이데이비드 볼터, 리처드 그루신, 이재현 옮김, 재매개, 커뮤니케이션북스. 2006년. p.8
[9] 이진혁, 위의 글. 2007년
[10] 이진혁, 위의 책. 2007년
[11] 폴 비릴리오, 배영달 옮김, 정보과학의 폭탄, 울력, 2002년. pp.75~76.
[12] 발터 벤야민, 반성완 역, 발터벤야민의 문예이론, 민음사, 1983년, p.206.
[13] Michel Foucault, 오생근 옮김, 감시와 처벌-감옥의 역사, 나남, 2008년

## 저 자 소 개

● 이 진 혁(Jin-Hyuk Lee) 정회원

- 1999년 2월 : 홍익대학교 산업디자인과 (미술학사)
- 2007년 8월 : 홍익대학교 영상대학원 인터랙션 디자인 전공 (미술학 석사)
- 2009년 현재 : 홍익대학교 일반대학원 영상학 박사과정
- 2005년 3월 ~ 현재 : (주)에프오알씨앤씨 대표이사
- 2007년 3월 ~ 12월 : 건국대학교 광고영상학과 강사.
- 2008년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 대학원 강사.

<관심분야> : 매개성, 조작성, 사용자의 존재론적 탐구