

---

# 《ZENetic Computer》 작품 분석을 통한 21세기 관람자 역할의 변화

## Change of Roles of Twenty-First Century Spectators in the Analysis of 《ZENetic Computer》

---

김희영

부산대학교 박사후연구원

Hee-Young Kim(moifin@hanmail.net)

---

### 요약

20세기에 접어들면서 예술작품의 발전과 변화는 관람자에게 영향을 미쳤다. 관람자는 회화와 조각과 같은 예술 작품을 감상할 때 흔히 그 주위를 살펴보는 관조적이고 수동적인 관람 자세를 보인다. 20세기 양차대전의 격변기를 거치면서 예술작품의 변화는 관람자의 참여를 요구하였다. 관람자 역할이 능동적으로 변화하고 있는 것은 감상하는 작품의 변화와 연관관계를 가진다. 20세기 중반 매체발달과 컴퓨터의 발명으로 관람자는 적극적인 이용자의 위치에 이르렀다. 또한 현재의 관람자는 이용자에서 제작자로 위치 변화를 시도하고 있다. 본 연구는 나오코 토사의 《ZENetic Computer》 작품을 통해서 제작자의 위치를 넘보는 현대적 관람자의 역할을 고찰함으로써 이러한 흐름을 조명하였다.

■ **중심어** : | 관람자 | 디지털 아트 | 콘텐츠 | 재매개 | 하이퍼 매개 | 비매개 |

### Abstract

Entering the twentieth century, the development and change of artworks have had influence on spectators. When spectators appreciate artworks such as paintings and sculptures, they usually show passive, contemplative attitude towards artworks. Through upheavals like the two World Wars, the change of artworks requires the participation of spectators. Active change of spectators' roles have a lot to do with the changes of artworks that spectators enjoy. With the invention of computer and development of media in the mid-twentieth century, spectators reached the position of active users. Also contemporary spectators attempt to change from users to producers. Contemporary spectators' role as producers can be examined especially in the works of 《ZENetic Computer》 by Naoko Tosa. This research explored the new role of spectators to clarify this trend.

■ **keyword** : | Spectators | Digital Art | Content | Remediation | Hypermediacy | Immediacy |

---

## I. 서론

작가의 창조적 산물인 예술작품은 관람자의 소통과

개입을 통해 작가의 역할을 넘어서고 있고 또 다른 예술의 방향을 예고하고 있다. 20세기 이전의 예술작품은 작가의 손에 의해 완결되고 관람자는 작품을 수동적으

로 감상하는 역할을 해왔다. 그러나 20세기 들어 양차 대전의 상흔은 작가들의 작업에 영향을 미친다. 작가들은 기술매체의 발전과 함께 새로운 작품들을 생산해 낸다. 그리고 관람자에게 참여와 능동성을 요구하는 작품들이 기술문명의 변화와 발전을 계속해오고 있다. 지금까지의 연구는 작가와 작품에 대한 연구들이 주류를 이루었다. 그러나 작가의 작품 변천에 가장 큰 요인 중에 하나는 관람자이다. 현대에 와서 관람자 연구는 작가연구의 실질적인 발전에 밑받침이 될 것이다.

관람자와 관련한 기존의 연구를 살펴보면 김훈, 정성욱과 임채진은 미술관에서 관람자의 시지각과 관련한 연구와 벽면전시의 감상거리를 중심으로 관람자의 행동패턴에 관한 연구를 통해 전시 작품이 장르에 따라 관람패턴의 영향을 주는 점을 발견하였으나 외현적인 요소에 치중된다[1][2]. 그리고 무역박람회, 박물관, 자연과학관과 같은 전시 공간 및 경험과 학습 공간을 통한 연구에서는 관람자의 능동성을 고려한 연구들이 있으나 예술작품을 감상하는 관람자 연구와는 차이가 있다[3-5]. 그러나 예술작가와 관람자 관련 연구는 수잔 레이시 작품에서 참여예술의 특징을 통해 관람자의 참여를 통한 작품과의 상호작용성을 분석한다[6]. 위의 연구들을 살펴볼 때 예술작품 전시 관람에서 관람자의 능동성에 관한 연구는 있으나 새로운 작품 제작에 참여하는 지점에 관련한 연구가 없다. 아직까지는 수동적인 관람에서 벗어난 관람자의 능동적 역할을 언급하고 있으나 적극적인 이용자와 제작자 역할의 관람자를 설명하기에는 역부족이다. 그러나 현대의 예술작품 관람에서 관람자의 역할이 능동적으로 변화하고 있을 뿐만 아니라 참여를 넘어 제작에까지 영향을 미치고 있으나 이런 현상을 설명하고 뒷받침할만한 연구가 필요하다.

연구의 범위는 개념정리와 이론적인 고찰을 통해 20세기 예술에서 관람자 역할의 변화를 살펴보고자 한다.

연구방향은 관람자의 소극적 관람태도에서 적극적인 관람태도의 변화를 추적하고 그 변화의 흐름을 따라 가장 현대적인 관람자의 역할변화인 작품사례를 통해 고찰하고자 한다. 본 연구는 작품 관람에서 관람자 역할의 변화를 통해 새로운 관람자의 방향성을 밝히는데 그 목적이 있다.

이 연구는 하나의 대표 작품 사례로 분석하는 제한점과 일반화시키기에는 한계를 가지나 관람자의 현대적 위치 변화와 작품의 변화를 본 사례로 심층적으로 살펴볼 수 있다.

구체적으로 살펴보면 2장에서는 이번 연구에서 필요한 개념인 디지털 문화콘텐츠아트, 재매개화와 수용자 연구에 관해서 살펴본다. 3장에서는 작가, 작품과 관람자의 변화를 살펴보고 수동적 역할, 능동적 역할, 이용자와 제작자의 위치로 변화하고 있는 현대적 관람자의 변천에 대해 고찰한다. 4장에서는 나오코 토사(Naoko Tosa)의 《ZENetic Computer》 작품을 통해 작가와 동등한 위치를 꾀하는 관람자의 새로운 역할에 대해 분석하고 재매개화된 디지털 문화콘텐츠 아트의 의미도 함께 규명하고자 한다. 5장 결론에서는 디지털문화콘텐츠 아트로서의 가치와 역할에 대해 밝히고 다변화된 관람자의 새로운 역할의 발전적 방향을 모색하고자 한다.

## II. 콘텐츠, 재매개와 수용자론

### 1. 디지털 문화 콘텐츠 아트

20세기 시대적 변화와 혼란은 예술가들에게 작품 재료에 실험과 도전의 기회를 제공했다. “근래의 디지털 아트는 지난 한 세기 간 예술가들이 추구해 왔던 ‘예술 밖의 재료와 기술을 수용하는 과정’의 연장”으로 요약할 수 있겠다. “디지털 아트는 문자 그대로 정의하자면 디지털 기술의 예술이다.” 즉, 디지털 아트는 “예술 밖에서 전개된 디지털 기술을 수용하는 예술”이라고 할 수 있다[15]. 디지털 아트의 형식을 살펴보면 설치, 필름, 비디오, 애니메이션, 인터넷 아트와 소프트 웨어 아트와 가상현실들이 있다[16]. 엄밀히 말하면 이 모든 새로운 아트는 기본적으로 컴퓨터 사용을 전제로 하는 기본으로 본다면 디지털 아트의 변화와 변용으로 볼 수 있다.

멀티미디어 콘텐츠는 문자, 이미지, 소리 애니메이션, 영상 등 다양한 미디어가 결합된 형태이다. 근래에는 디지털 콘텐츠가 멀티미디어 콘텐츠를 포괄하는 더 큰 개념의 용어로 사용된다[7]. 디지털 콘텐츠(Digital

Contents)는 디지털 신호화된 정보 및 지식 그리고 서비스를 정의된다. 즉, 디지털 콘텐츠는 기존의 콘텐츠를 디지털화시키거나 기술의 활용을 통해 창작된 영화, 애니메이션, 게임, 음반 등이 대부분을 차지한다. 그리고 문화콘텐츠는 “무형 유형의 문화, 문학적 정신유산인 작품을 대중매체를 이용해서 상품화, 산업화시켜 대중에게 널리 보급하고, 이 결과 경제적 이익을 수반하게 하는 방식”이다[17]. 디지털문화콘텐츠 아트는 디지털 아트의 성격과 문화 콘텐츠의 특성을 결합시켰다고 정의 할 수 있을 것이다. 즉, 디지털 문화 콘텐츠 아트는 문화유산의 가치를 디지털 기술과 접목시킨 디지털 아트로서 관람자와 상호 소통하는 예술이다.

## 2. 재매개

재매개는 항상 비매개와 하이퍼 매개와 관련하여 현재의 문화와 연관을 가진다. 먼저 비매개, 하이퍼매개를 알고 재매개를 살펴보고자 한다. 비매개(immediacy)는 투시 원근법, 사실주의 사진과 컴퓨터 그래픽과 같이 실체를 그대로 재현하는데 주목하고 미디어 이용자나 관람자에게 실재감을 보여주고자 한다. 하이퍼 매개(hypermediacy)는 콜라주, 합성사진, 윈도우에 펼친 여러 개의 창과 같이 미디어를 통해 다면적인 시각표상을 드러낸다. 비매개와 하이퍼 매개는 재매개의 전략이다.

재매개에 대해 살펴보면 첫째, “재매개는 매개의 매개다.” 재매개는 매개의 매개로 재생산되거나 서로의 역할을 대신하고 미디어의 필요불가결한 기능을 한다. 둘째, “재매개는 매개와 실재의 분리 불가능성이다.” 모든 미디어가 다른 미디어에 의존하거나 대신하더라도 실재적인 것을 재매개 한다. 모든 매개가 실재적이면서 그것의 매개이기에 재매개 또한 실재를 변화시킨다. 셋째, “재매개는 개혁이다.” 모든 매개는 실재적이면서 실재의 매개이기 때문에 재매개는 실재를 새롭게 만들어 나간다[10]. 즉, 재매개는 실재를 새로운 시각으로 재현시키고 그러면서도 실재와 분리되지 않고 매개의 재생산을 한다.

표 1. 재매개의 양상[18]

분류	소스미디어와대상미디어 간 재매개 양상
재목적화	물질적, 경제적 차원에서 대상미디어가 소스 미디어의 내용이나 캐릭터를 빌림
개선	대상미디어를 통해 소스미디어를 개선
개조	소스미디어를 통해 대상미디어를 개조
흡수	대상미디어가 소스미디어를 흡수

류철균은 오늘날 다양한 양상으로 나타나는 디지털 미디어의 재매개의 양상을 [표 1]로 요약한다.

## 3. 수용자론

매스커뮤니케이션 연구에서 수용자에 대한 연구를 살펴보면 1920년대 사회학의 대중사회론과 심리학의 자극반응 모형에서 대중은 대중매체를 일방적으로 받아들이는 수동적 존재로 인식한다. 반면, 1940년 이후 제한효과이론가들이 위의 문제점을 지적하고 대중 매체의 효과가 제한적이고 주변적이라는 주장과 대중들을 능동적인 존재로 보기 시작한다. 1960년대 들어 연구는 수용자의 의견이나 태도, 지식, 행동의 변화에 국한되었던 개념을 탈피하여 효과의 재 개념화를 위한 노력을 한다. 이용과 충족접근 연구에서는 수용자 자신의 욕구를 충족하기 위해 매체를 선택하는 능동적 존재로 인식한다. 유럽에서는 “수용자 중심의 문화연구나 수용자 연구(reception studies)가 부각된다. 문화 연구와 수용자 연구는 텍스트 의미에 대한 수용자의 해독에 주안점을 둔다. 문화연구에서 수용자는 ‘텍스트의 의미를 적극적 생산하는 존재’로 정의한다”[11].

표 2. 수동적 수용자론과 능동적 수용자론 비교[19]

	수동적 수용자론	능동적 수용자론
개념 제시	바우어(R. Bauer)의 '완고한 수용자(obstinate audience)' 개념 기초	
관련 이론	1930-40년대: 강효과 이론 1940-70년: 소효과 이론 1970년: 강효과 이론 재등장	이용과 충족 연구, 신기능주의, 상징적 상호작용이론, 현상학과 사회관계론, 허버마스의 커뮤니케이션의 행위 이론, 인지심리학, 제도적 수용자 연구, 텍스트상의 주제론, 규범론적 접근
송신자	능동적	능동적인 것은 송신자가 아니라 수용자란 전체
수신자	수동적	커뮤니케이션의 주제
문제	극단적인 스트레오 타입	수용자의 능동성에 대한 개념규정이 쉽지 않은 문제

수동적 수용자론과 능동적 수용자론을 [표 2]로 정리 비교한다.

### III. 관람자의 변화, 작가 그리고 작품

#### 1. 관람자의 변화

##### 1.1 수동적 역할

매스 커뮤니케이션 연구에서 수용자 상은 “수동적인 존재”와 “능동적인 존재”로 구분된다. 수동적 존재는 취사선택 없이 순응적으로 받아들이고 능동적 존재는 자신의 경험과 판단에 의해 매체내용을 적극적으로 선택하고 해석하는 존재이다[11]. 예술작품 관람자의 역할 변화를 수용자의 변화에 적용시켜 보면 예술작품 관람자의 역할은 크게 수동적 역할과 능동적 역할로 구분할 수 있다.

전통적으로 관람자의 역할은 수동적이고 소극적이다. 조형예술에서 회화와 조각은 작가의 완결된 작품으로 관람자의 관조적 관람의 대상이 된다. 관람자가 정물화나 풍경화를 감상할 때처럼 벽에 걸린 작품의 전체형태, 색상과 질감을 살펴보는 방식을 취한다. 관람자의 역할은 회화작품을 응시하면서 감상하는 소극적 방식을 취한다. 관람자가 피카소(Pablo Picasso)의 《게르니카》와 같은 그림을 볼 때 그 형태의 구체성이 결여된 점에서 좀더 주관적 고민을 하겠지만 수동적 관람방식은 여전히 존재한다. 헨리 무어(Henry Moore)의 와상들을 감상할 때 관람자가 작품의 주의를 둘러보면서 작품의 형태를 변화하는 공간속에서 감상한다. 관람자는 회화에 비해 조각을 감상할 때 조금 더 적극적인 노력을 한다. 그러나 관람자의 수동적 역할은 행동의 변화를 통한 참여를 하지만 조각과 회화 작품자체에 변화를 미치지 못한다.

##### 1.2 능동적 참여 역할

1990년대 수용자 연구는 다매체, 다채널환경을 맞아 상호작용적이고 비선형적인 커뮤니케이션이 요구된다. 수용자에게 많은 기회가 제공되면서 수용자의 능동성을 필요로 한다[11].

20세기 예술에서 관람자의 능동적 참여 역할의 논거는 마르셀 뒤샹(Marcel Duchamp)의 《회전 유리판 정밀과학》이란 작업에서 “관람자는 예술에서 능동적인 참가자가 된다”고 언급한다[20]. 또한 작가의 지시에 의해 관람자들의 참여가 이루어지는 해프닝(happening)은 그 과정자체가 예술이 된다. 이때부터 관람자의 참여가 본격적으로 등장하기 시작한다. 관람자의 참여는 능동적 관람자의 역할을 촉발시킨다.

기계기술의 발전과 함께 관람자의 능동적 참여 역할은 관람자의 개입으로 영상 이미지자체를 변화시키기도 한다. 백남준의 《자석 TV》는 관람자의 능동적인 참여의 정도에 따라 TV영상 이미지의 변화를 실시간으로 감상할 수 있다. 또한 관람자의 능동적 역할은 관람자의 적극성의 정도에 따라 작품 감상의 폭과 깊이가 달라진다. 20세기 중반 이후 관람자 역할의 변화는 수동적인 관람에서 능동적인 관람으로 변화한다. 작품은 예술가 손에서 완결되지 않고 관람자의 참여와 능동성에 따라 변화하기 시작한다. 즉, 관람자의 능동적 참여 역할은 작품자체의 변화를 준다. 작품자체의 일부가 되거나 작품 자체의 내용을 변화시킨다.

##### 1.3 이용자와 제작자 역할

관람자의 능동적 참여를 본격적으로 이용한 디지털 미디어 아트는 20세기 후반에 들어 중흥을 맞이하는데 관람자의 능동적인 자세에 따라 관람자 참여의 채널을 다양화 시킨다. 이후 작품들은 관람자의 능동성에 따라 작품 감상의 내용과 폭이 개별성을 띠면서 발전한다.

디지털 커뮤니케이션의 양상에 대해 살펴보면 디지털 미디어 커뮤니케이션은 송신자와 수신자의 개념이 없어지고 있다. 이는 예술작품 관람자의 역할에서 감상자와 제작자의 개념이 모호해지고 있는 현실을 반영하고 있다. 관람자가 예술작품을 감상하면서 동시에 새로운 작품을 생산하는 제작자에 해당하는 역할에 대한 논의는 앨빈 토플러(A. Toffler)의 말을 근거로 삼는다. 토플러가 칭하고 있는 “정보 프로슈머(prosumer)”는 정보를 적극적으로 참여하고 미디어의 내용과 형식을 만든다. 정보프로슈머는 관람자의 능동적 제작자의 역할과 닮아있다. “디지털 미디어의 발달과 그에 따른 커

유통의 변화는 수용자를 다양한 콘텐츠를 선택하는 능동적인 개념의 이용자로 이동시켰을 뿐 아니라, 보다 능동적인 개념이 생산 소비자(prosumer)로 변모시켰다[9]. 이는 예술 작품 관람자의 역할을 '능동적 이용자'와 '능동적 제작자'로 볼 수 있는 논거가 된다. 또한 관람자의 새로운 역할변화 지점을 지적할 수 있다.

마이클 러쉬(Michael Rush)는 디지털 아트나 인터랙티브 아트에서 "이 미술의 경우 관람자의 존재가 필수적이며 그들은 능동적인 참가자다. 더 이상 단순한 관람자는 존재하지 않으며 이제 그들은 사용자가 되었다[20]."라고 지적하면서 이용자에 대한 논거를 제공한다. 적극적 이용자의 예를 들면 제프리 쇼(Jeffrey Shaw)의 《읽을 수 있는 도시 *The Legible City*》는 디지털 설치 예술로서 관람자가 자전거를 작동시켜 텍스트 도시를 능동적으로 감상한다. 관람자가 페달을 밟는 정도에 따라 도시 구경의 속도를 달리할 수 있다[16]. 이와 같은 컴퓨터를 통한 디지털 아트와 인터랙티브 아트의 발전으로 미디어 매체를 이용한 작품들이 많이 제작된다. 이는 작품 감상에서 관람자의 능동적 이용에 따라 작품 감상과정과 결과가 달라진다.

"수용자가 제작자가 될 수 있다는 개념은, 문화적 상품인 미디어 메시지를 소비하는 수용자는 동시에 문화의 생산자가 된다는 것을 의미"[21] 한다는 점에서 예술작품은 점차적으로 예술작가들의 손에 의해 완결되는 작품뿐만 아니라 관람자의 적극적인 개입을 통해 작품이 완성되는 작품을 포함한다. 나아가 관람자의 능동적인 제작 참여의 정도에 따라 관람자의 다양한 작품이 창조될 수 있다. 사회 문화적으로 관람자는 단순한 예술 감상에서 작품의 적극적인 이용뿐만 아니라 예술 작품생산에 영향을 미친다.

21세기 이후 관람자 역할의 변화를 가져온 것은 기존의 작가 영역을 관람자가 함께 공유하고자 하는 경향을 들 수 있다. 적극적이고 참여적인 관람자는 예술작품 전시에서 관람을 넘어서 예술 작품의 변화에까지 영향을 끼치고 최종 작품의 생산에까지 기여를 한다. 디지털 미디어작품에서 관람자 역할의 확장은 이용자와 제작자의 역할을 증가시킨다. 즉, 관람자가 작가의 작품

내에서 새로운 작품을 생산하고 작품의 결과를 변형시킨다. 관람자의 이용자와 제작자 역할의 관람 행동변화는 작품의 창조적 과정에 개입하고 새로운 작품제작에 기여한다. 이로서 관람자의 역할은 제작자와 비슷한 위치를 점유한다. 관람자의 제작자 역할은 작품 자체의 변화와 새로운 작품 창조에까지 영향을 미친다.

다음 장에서는 작품사례를 통해 관람자의 제작자 역할에 대해 구체적으로 분석하고자 한다.

## 2. 작가와 작품의 변화

예술가는 독자적인 창조자로서 지위를 누려왔지만 20세기에 와서 창조자의 지위를 이전보다 잃어간다. 20세기 예술사의 변혁을 일으킨 뒤샹의 오브제는 작가의 선택에 의해 예술품의 반열에 오른다. 기존의 예술에서 모방과 재현이외의 작품 가능성은 뒤샹의 《샘 *Fountain*》에서이다. 이는 작가들의 사고와 작품의 변화를 일으키기에 충분했다. 뒤샹의 변기 작품을 보는 관람자뿐만 아니라 다른 작가들에게도 충격을 준다. 작가들의 사고의 자율성은 시대적 변화와 맞물려 새로운 미술흐름을 태동하게 한다. 1960년 전위미술의 큰 획을 그은 플럭서스(Fluxus)그룹의 대표주자 요셉 보이스(Joseph Beuys)의 행위미술은 물질적 작품자체가 제거되는 예술의 대변혁을 맞이한다.

1960년 '복합매체(intermedia)' 예술운동은 관객과 함께하는 예술 퍼포먼스를 통해 관람자의 참여와 미술관의 가치를 전복시킨다. 이런 예술가들의 노력이 새로운 예술을 이끌어 간다. 또한 기계기술 문명의 발달을 통해 작가는 작품을 통해 관람자를 만나고 소통한다.

작가는 관람자와 소통할 수 있는 장을 일상의 공간에서 찾고 좁더 대중과의 소통을 위해 다양한 기술 이용 방식을 통해 변화를 시도해 왔다. 작가가 제작한 디지털 아트 작품을 통해 관람자는 다양한 영상과 사운드 경험을 비롯하여 작품을 적극적으로 이용하기까지 한다. 최근에 작가의 새로운 역할은 관람자들에게 창조자의 경험을 느끼고 공유하게 한다. 이는 20세기 예술작품의 변화로 관람자 역할의 변화로 이어진다. 그렇다고 작가의 역할이 줄어드는 것은 아니다. 작가는 고유의 창조성을 작품을 빌어 관람자와 공유할 수 있는 지점을

마련한다.

디지털 아트 작품 관람자는 작가들에게 이전의 예술 감상보다 빨리 반응을 준다. 그 피드백이 빨라짐에 따라 작가에게 관람자의 역할이 이전보다 부각되고 있는 것이 사실이다.

#### IV. 작품사례 분석

##### 1. 나오꼬 토사의 《ZENetic Computer》 분석

###### 1.1 관람자의 능동적 이용과 제작자 역할

20세기 예술에서 관람자 역할의 변화는 능동적으로 변화해왔고 더 나아가 작품의 이용자와 제작자의 위치까지 변화하고 있다. 《ZENetic Computer》는 이용자와 제작자의 위치 변화를 가장 잘 살펴볼 수 있는 사례이다. 또한 디지털 아트와 문화콘텐츠로서의 가치를 함께 지닌 디지털 문화 콘텐츠 아트로서의 의미도 함께 밝힐 것이다.

나오꼬 토사는 2005년부터 일본 미디어 아티스트이자 교토대학 교수로 재직 중이다. 토사의 미디어 아트는 세계적으로 유명한 뉴욕현대미술관, 메트로폴리탄 미술관, 시그래프, 아르스 일렉트로니카 등에서 전시와 상영되었다. 또한 토사는 2000년 일본문화재청, 2004년 일본의 과학기술기구, 2001-2004년 프랑스 텔레콤, 2003-2004년 taito 게임주식회사와 2005-2008년 일본의 정보커뮤니케이션기술국립연구소(NICT)의 펀드를 받아 연구해 왔다[12]. 토사의 2000년 이전의 작품들은 감성영역의 확장과 비가시적인 영역의 소통을 시도하였으나 능동적인 참여와 이용자의 수준에 머물러 있다 [13]. 그러나 2003년 제작한 《ZENetic Computer》는 관람자를 제작자의 위치변화를 잘 보여주는 작품이다. 21세기 들어 작품관람에서 보이는 현대적 관람자 변화는 능동적 이용과 제작자의 역할이다. 본 논문에서 분석하고 있는 《ZENetic Computer》는 관람자 누구나가 일본 전통적인 산수화를 구성하여 그릴 수 있다.



그림 1. 《ZENetic Computer》에서 관람자의 구동 장면

[그림 1]에서 보는 바와 같이 관람자의 능동적인 참여를 통해 《ZENetic Computer》를 통해 디지털 산수화를 제작하고 있다. 따라서 관람자는 3차원 수목화를 디지털 가상공간속에서 구현할 수 있다. [그림 2]에서 위쪽 줄을 보면 자연풍경에 중요한 12가지 요소(돌, 산, 달, 나그네, 다리, 새, 나무, 집, 꽃, 현인, 구름, 물)의 상형문자 아이콘이 있다. 아이콘이 변화하고 있는 것은 [그림 3]의 위쪽 줄을 보면 확인 될 것이다. 변화하는 아이콘들 중에서 관람자가 마음에 드는 것을 선택하여 화면 어디든지 배치할 수 있다. 또한, 선택한 아이콘의 위치와 크기를 관람자가 자유로이 조절할 수 있다.

《ZENetic Computer》는 관람자에 의해 3차원 컴퓨터 그래픽 속에서 구현된다. 이와 같이 그려진 그림은 관람자에 의해 배치되고 구성된 디지털 3차원 수목산수화이다. 이 작품은 관람자들에게 다양한 선택의 가능성을 주고 그 선택으로 디지털 수목화를 제작할 수 있게 한다. 이는 관람자의 역할을 적극적 이용자의 자세를 넘어 서게 하는 지점이다. 물론 산과 돌의 기본 형태적인 요소에서 작가의 결정에 따르는 제한점이 있다. 그러나 관람자에 의해 그 산과 돌의 크기와 배치를 어떻게 구성할지를 결정할 수 있는 점은 능동적인 제작 관람자의 역할이다.

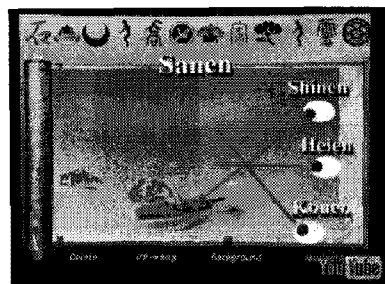


그림 2. 인터페이스

[그림 2]에서 Kouen은 아래에서 위를 보는 관점이고 Heien은 평행과 수평관점이다. Shinen은 위에서 아래를 내려다보는 관점이고 Sanen의 관점은 관람자가 아이콘을 두는 곳에 따라 결정된다[14]. 관람자는 《ZENetic Computer》 작품에서 구현할 수 있는 수목산수화에 공간과 시간의 구성이 가능하다. [그림 3]에서 보듯이 관람자의 선택으로 초승달이 뜬 초저녁 풍경의 표현이 가능하다.

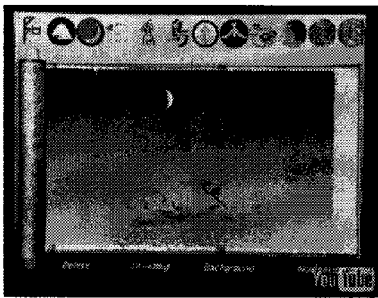


그림 3. 관람자가 그린 그림

그 이외의 관람자의 차이와 다양한 변수 가능성을 살펴 보면 첫째, 관람자 마다 매체에 대한 수용 능력의 차이가 있다. 관람자가 매체에 관해 수용능력이 클수록 능동적 이용 관람자와 능동적 제작 관람자가 될 가능성이 크다. 둘째, 디지털 아트에 대한 관람자의 호감도와 관심의 차이가 있다. 관람자의 호감도와 관심이 높음에 따라 능동적 이용 관람자와 능동적 제작 관람자가 될 가능성이 크다. 셋째, 관람자의 문화적 접근성과 국가 간의 차이가 있다. 예술작품 감상에서 관람자는 개인적인 차이와 문화적 접근성에 따라 변동성이 있다. 또한 서양과 동양의 차이는 국가에 따라 다르고 컴퓨터 보급이나 정보의 접근성에 따라 다르다.

### 1.2 재매개화된 디지털 문화콘텐츠 아트

수목화와 디지털 미디어 아트를 통한 가상현실 공간 속에서 만들어내는 수목화의 차이점은 무엇인가? 전통 수목화는 작가의 손에 의해 제작된다. 기존의 수목화는 재료적인 특수성으로 전문가가 아니면 그리기가 쉽지 않다. 그러나 디지털 미디어 아트를 통한 수목화는 관람자의 손에 의해 만들어진다. 《ZENetic Computer》 작품에서 관람자는 종이위에 실현되었던 수목산수화를

컴퓨터 가상공간 속에 3차원 수목산수를 그릴 수 있다.

볼터와 그루신이 주장하기를 “모든 미디어는 내용과 형식의 차원에서 다른 미디어를 번역, 개조 그리고 수정하고 재매개 기능”을 한다[10]고 했듯이 이 작품은 종이 매체를 디지털화를 통해 다른 미디어로 번역한다.

《ZENetic Computer》를 [표 1]의 재매개 양상에 비추어 보자. 재매개의 분류는 소스미디어를 수목화로 보고 대상미디어를 《ZENetic Computer》로 볼 수 있다. 수목화의 기존 미디어 방식은 디지털 수목화 미디어로 재목적화된다. 관람자가 수목화에 필요한 종지와 먹의 사용법을 알지 못해도 《ZENetic Computer》는 컴퓨터를 사용할 줄 아는 누구나에게 디지털 수목화를 그릴 수 있도록 개선된 것이다. 또한 수목화 사용 방식이 소수예술가에게 한정된 예술표현방식이었으나 이를 디지털 수목화방식으로 미디어를 변화시킴으로써 수목화와 《ZENetic Computer》 모두가 새롭게 개조된다. 그리고 이 작품이 전통수목화의 아날로그 미디어 방식을 디지털 미디어 방식으로 흡수한 것을 보여준다.

나오키 토사의 《ZENetic Computer》는 전통수목화를 디지털 문화예술을 통한 재매개화일 뿐만 아니라 일본 전통의 회화를 전 세계 관람자들에게 직접 만들어 볼 수 있는 기회를 제공한다. 이것은 일본 전통회화를 전세계에 알린 문화콘텐츠로서의 가치를 지닌다.

이 작품은 능동적 제작 관람자의 위치에 근접한 작품이면서 일본 문화콘텐츠로서도 손색이 없다. 또한 일본 전통문화를 재매개화를 통한 기술과 문화의 조화로운 융합을 보인다. 이는 디지털 문화콘텐츠 아트로써 디지털 아트를 알리고 동시에 문화 콘텐츠로서 경쟁력을 지닌 새로운 가능성이다.

### 1.3 작가의 역할

《ZENetic Computer》의 경우 토사의 창의적인 작품제작이 관람자 역할의 변화를 보여주고 있는 좋은 예이다. 관람자들은 작품제작에 참여하여 창조적 경험을 하고 제작자인 작가와 동등한 지위를 누린다. 즉, 작가의 새로운 역할은 토사처럼 관람자들에게 창의적인 작품을 선보이는 것이다.

또한 작가는 관람자와 작품 간의 적극적인 소통구조

를 만들고 관람자에게 다양한 감상을 맛보게 한다. 《ZENetic Computer》는 전통적 문화의 모티브를 현대적 방식으로 구현한 작품으로 관람자와 새로운 소통 구조를 창안하는데 기여한다. 이 작품을 통해 관람자들은 새로운 경험을 하고 창조적 능력을 발휘할 수 있는 장을 만난다. 작가가 제작한 작품을 빌어 비로소 관람자는 창조자의 특권에 도전할 수 있다. 작가는 관람자들의 능동적 참여와 피드백을 통해 새로운 작품제작의 창조력을 발휘한다. 작가는 작품을 통해 관람자에게 즐길 수 있는 관람경험의 장을 제안한다. 토사의 작품의 발전에서 보듯이 작품과 관람자가 상호작용적인 과정을 통해 작가에게 영향을 미친다. 작가의 새로운 작품을 관람하는 관람자의 역할은 변화를 가져온다.

관람자의 역할은 관람자, 작품과 작가의 상호작용의 관계 속에서 새로운 역할을 모색한다. 작가의 변화가 곧 관람자의 역할 변화에 영향을 미친다. 작가, 작품과 관람자는 서로 영향을 주고받는 불가분의 관계이다.

## V. 결론

오늘날의 관람자는 회화와 조각을 감상하는 수동적인 관람을 넘어서고 있다. 20세기 예술에서 관람자의 수동적인 역할은 회화나 조각 작품 자체의 변화에 영향을 미치지 못한다. 이후 해프닝과 같이 작가의 지시에 의해 관람자는 작품의 내용이 된다. 그리고 미디어 매체를 통해 능동적인 참여의 관람자가 작가의 작품 내용을 변화시킨다. 최근에 들어 관람자의 역할은 급격한 변화를 보이고 있다. 디지털 아트에서 관람자의 역할은 작가 고유의 권한이었던 창조성에 대한 도전을 하고 있다.

본 연구는 관람자의 변화를 작품의 변화 흐름을 통해 살펴보고 하나의 사례를 통해 최근의 관람자 경향을 고찰하였다. 대표작품사례는 디지털 문화콘텐츠 아트의 가치를 지니는 토사의 《ZENetic Computer》이다. 이 작품으로 문화콘텐츠의 재매개, 관람자의 제작자 역할을 논증하였다. 그럼에도 불구하고 관람자는 작가의 창조적 작품 내에서 이루어지는 제작자 역할이라는 한계

를 가진다. 그러나 《ZENetic Computer》에서 관람자의 창조적 결과물은 예측불가능하고 개별적 특수성을 가지는 점에서 관람자의 창조적 역할을 인정할 수 있다.

토사의 《ZENetic Computer》는 관람자의 적극적이고 능동적인 역할에 나아가 사용과 제작에 대한 창조적 개입을 허용하고 있다. 그리고 이 작품은 전통과 현대 매체를 절묘하게 융합시킨 문화콘텐츠아트로서 손색이 없는 작품이다. 《ZENetic Computer》는 디지털문화콘텐츠아트로서 기존미디어를 재목적화하고 누구나 제작할 수 있도록 개선시킨다. 따라서 이 작품은 기존 미디어를 새롭게 개조시키고 디지털 방식으로 흡수하는 재매개의 방식을 보여준다. 또한 《ZENetic Computer》작품은 관람자에게 일본 문화유산을 소통하고 경험하게 하며 세계시민들에게 문화를 소개하고 공유하는 능동적이고 적극적인 문화 향유의 역할을 한다.

한편으로 본 연구는 하나의 대표 작품 사례로 분석하는 제한점을 가진다. 그러나 관람자의 현대적 위치 변화와 작품의 변화 관계는 《ZENetic Computer》사례를 통해 작품의 변화와 관람자의 변화를 심층적으로 살펴보고 그 방향성을 짚어내었던 점에 의의가 있다.

앞으로 관람자의 참여와 능동성을 넘어 제작자의 위치와 동등한 자격을 지닌 작업들이 나올 것이다. 아울러 좋은 작가와 좋은 작업들이 존재해야 관람자의 역할과 변화 양상연구에 의미가 있다. 또한 이와 같은 변화 양상을 짚어내고 새로운 변화에 맞는 관람자 역할 모델도 필요하다. 향후 연구는 기존의 예술가에게 위협적인 작품의 창조성에 대한 문제와 디지털 미디어 아트 작가들의 새로운 작품을 통해 관람자 역할의 재규정과 함께 더 많은 논의를 기대한다.

## 참고 문헌

- [1] 김훈, 정성욱, 임채진, “미술관 관람자의 행동패턴에 관한 연구-벽면 전시에 대한 감상거리를 중심으로”, 대한건축학회 학술발표대회 논문집, 제20권, 제2호, pp.115-118, 2000(10).



[2] 임채진, “관람자의 시지각 매커니즘과 전시공간 계획”, 건축, 제45권, 제6호, pp.54-57, 2001(6).

[3] 이우진, 신수길, “박람회 전시공간의 커뮤니케이션 계획에 관한 연구-무역박람회 전시를 중심으로”, 디자인학연구, 제14권, 4호, pp.179-188, 2001(12).

[4] 양지연, “박물관 전시물의 개념 변화와 전시물 기반 학습의 적용”, 한국미술교육학회, 제20권, 2호, pp.285-310, 2006(8).

[5] 오선애, “자연과학관의 개선을 위한 관람자 중심의 전시평가에 관한 기초연구”, 한국디자인학회 가을학술발표대회 논문집, pp.138-139, 2008(10).

[6] 박윤조, “관람자(audience)에 대한 대안적 접근 - 수잔 레이시 작품 속에서”, 미술사학보, 제30호, pp.66-91, 2008(6).

[7] 김정이, 허원희, *디지털 콘텐츠 디자인의 이해*, 살림, 2007.

[8] 이연성, 권영일, 구영덕, *디지털 콘텐츠: 지식 콘텐츠 창출 및 확산 매커니즘*, 한국과학기술정보연구원, pp.1-3, 2004.

[9] 김정수, *디지털 콘텐츠*, 이진 출판사, 2006.

[10] Jay David Bolter and Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, pp.19,55-56, 1999.

[11] 한국방송진흥원, *인터넷 시대 수용자 연구: 수용자의 능동성을 중심으로*, 한국방송진흥원, pp.10-12,14, 2001.

[12] <http://www.tosa.media.kyoto-u.ac.jp>

[13] 김희영, 이왕주, “인공생명예술의 창방적 발전양태-나오프 토사의 작품을 중심으로, 디지털 콘텐츠학회 논문지”, 제9권 제4호, pp.645-652, 2008.

[14] T. Naoko and M. Seigow, “Cultural Computing: ZENetic Computer,” Proceedings of The 14th International Conference on Artificial Reality and Telexistence (ICAT), 2004.

[15] 임창영, 황주선, 손동관, 송준호, *디지털 아트에 대한 현황과 정책과제*, 정보통신연구진흥원, 2007.

[16] P. Christiane, *Digital Art*, Thames & Hudson: London, 2003.

[17] 강명혜, “고전문학의 문화콘텐츠화 양상 및 문화콘텐츠화를 위한 수업 모형”, 우리문학연구, 제21집, 2007(2).

[18] 류철균, 박나영, “컨버전스시대 UCC의 활용”, 한국콘텐츠학회논문지, 제7권 제6호, pp.89-98, 2007.

[19] 이강수, *수용자론*, 한울 아카데미, 2001.

[20] 마이클 러쉬, *뉴미디어 아트*, 시공사, 2003.

[21] 민인철, 이동근, “능동적 수용자론에 대한 소고”, 언론과학연구, 제5권, 3호, pp.155-190, 2005.

#### 저 자 소 개

김 희 영(Hee-Young Kim)

정희원



- 1997년 2월 : 부산대학교 미술학과(미술 학사)
- 2000년 2월 : 부산대학교 대학원 미술학과(미술학 석사)
- 2003년 6월 : 프랑스 Le Fresnoy, Studio National des

Art Contemporains 졸업

- 2008년 2월 : 부산대학교 영상매체전공(예술학 박사)
  - 2009년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 박사후연구원
  - 2004년 9월 ~ 2009년 2월 : 부산대, 동아대, 동의대 강사 역임
  - 2006년 5월 ~ 2009년 2월 : 부산대 여성연구소와 영화 연구소 전임연구원 역임
- <관심분야> : 디지털 아트와 디지털 콘텐츠, 예술교육과 HD영상