

트랜스미디어 담론에 대한 집단지성론적 고찰

- I. 서론
 - II. 미디어 컨버전스와 트랜스미디어 담론의 배경
 - III. 트랜스미디어론과 집단지성 개념에 의한 수용자 위치의 재규정
 - IV. 문화연구의 비판이론적 프레임에 대한 재해석
 - V. 결론
- 참고문헌
ABSTRACT

김기홍

초 록

젠킨스(Henry Jenkins)에 의해 재구성되어 유포된 트랜스미디어(Transmedia) 담론은 하나의 이야기 세계가 다양한 미디어를 넘나들며 확장되는 것을 의미하며, OSM나 미디어믹스 등과의 유사성에 의하여 산업론적 관점에서 다루어진 경우가 많았다. 본 논문은 이 연구담론의 초기 기획의도를 중심으로 버밍엄에서 비롯된 서구 문화연구의 전통에서 이 담론을 고찰하고 의미 있는 시사점을 추출하고자 했다.

트랜스미디어 담론은 기존 문화연구의 능동적 수용자(active audience) 연구의 전통에서 출발하고 있으나, 비판이론적 연구 전통의 고전적 프레임인 미디어에 의한 권력 은폐문제와 수용자의 능동성 문제, 지배/피지배, 순응/저항 등의 이분법적 패러다임과는 다른 접근을 시도하고 있다. 특히 레비(Pierre Levy)의 집단지성 개념에 크게 영향을 받아 수용자의 '능동성'에 대한 새로운 해석 가능성을 열고자 한 것이다. 문화의 상품성에 대한 인정이나 고전적 문화연구의 주요 관심사였던 수용자의 '고유의 정치적 활동' 가능성 등에 대한 논제들의 해명에서 레비의 영향이 도드라진다. 그러나 무엇보다 담론의 철학적 기저에 있어서 집단지성론은 특유의 유토피아적 접근을 통해 사이버스페이스에서의 집단 참여를 새롭게 해석했다는 점에서 트랜스미디어 담론에 크게 기여하였다.

본 연구는 먼저 미디어컨버전스와 트랜스미디어 담론의 배경에 대해 고찰하며, 디지털시대 미디어의 변화양상과 수용자에 대한 기본적 가정들을 살펴보았다. 이는 트랜스미디어론과 집단지성 개념에 의한 수용자 위치의 재규정으로 연계되어, 기존 문화연구의 맥락에서 행해졌던 연구의 전제와 시각을 기존으로 트랜스미디어 담론에서 제시하는 변화된 양상을 자세히 고찰하였다. 마지막으로 문화연구의 비판이론적 프레임에 대한 재해석을 통해 이러한 시각적 변화의 요구 내지는 실천에 대해 그 양상과 의미를 고찰하였다. 특히 집단지성론이라는 철학적 기저에 대한 고찰을 통해 디지털미디어의 시대 수용자를 보는 새로운 연구 관점과 패러다임 변화에 대해 논의하며, 문화연구적 가치를 밝힘으로써, 관련 연구를 다양화하고 새로운 시각을 제시하고자 하였다.

주제어 : 컨버전스 컬처, 트랜스미디어, 집단지성, 능동적 수용자, 문화연구

I. 서론

본 연구는 트랜스미디어 현상과 담론에 대한 문화연구적 고찰로서, 특히 버밍엄 문화연구 그룹의 능동적 수용자연구로부터 시작된 관련 연구가 레비(Pierre Lévi)의 ‘집단지성’에 대한 이해를 바탕으로 확장해 간 논의의 궤적을 추적하고 그 함의를 짚고자 한다. 그 동안 트랜스미디어는 국내에서 OSMU, 미디어 믹스, 프랜차이즈 마케팅 등 다양한 주제어들과 비교되며 관심을 끌어왔으나,¹⁾ 네트워크의 참여문화와 관련지어 수행된 연구는 드물다. 그러나 트랜스미디어론은 본연적으로 디지털미디어와 수용자의 상호작용에 기초한 다양한 관계와 가치의 파생에 대한 탐구였다는 점에서 이에 대한 연구 필요성이 제기된다.

트랜스미디어 스토리텔링은, 젠킨스(Henry Jenkins)가 쉽게 정리하듯, “하나의 스토리가 영화로 소개되고, 텔레비전, 소설, 만화로 확장” 될 수 있는 것을 의미한다. 가장 큰 특징은 다양한 미디어, 예컨대 “게임 플레이를 통해 탐험되기도 하고, 놀이공원의 명물로서 경험” 될 수 있도록 하나의 거대한 이야기 세계를 갖는 것이다.²⁾ 이런 정의에 부합하는 콘텐츠는 너무나 많으며, 뉴스를 통해 자주 사례를 접할 수 있다. 가령, 2015년 개봉 영화 <매드 맥스 : 분노의 도로>에 등장한 외팔이 여전사 퓨리오사 캐릭터에 대한 프리퀄(prequel), 즉 그가 팔을 잃고 전사가 된 과정 이야기가 만화로 제작되었다던가,³⁾ 1977년 첫 개봉 이래 30년 넘는 기간 동안 여섯 편을 크게 흥행시킨 영화 <스타워즈>의 일곱 번째 에피소드 개봉이 예고된 상태에서, 첫 번째 <스타워즈>

1) 김희경, 「컨버전스와 트랜스미디어 프랜차이즈의 세계」, 『철학과 문화』 제 26집, 2013 ; 허진, 「트랜스미디어 환경에서의 감성마케팅을 위한 사용자 경험디자인에 대한 고찰」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제12집 제9호 2012 참조.

2) Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2006, p.96.

3) Brian Truitt, “Miller expands ‘Mad Max’ mythos in comics”, USA Today, 2015. 3. 18. 미국 일간지 USA Today 인터넷판. <http://www.usatoday.com/story/life/movies/2015/05/18/george-miller-mad-max-fury-road-comics-exclusive-preview/27518457/>. 접속일. 2015년 7월 16일.

와 두 번째 영화 <스타워즈2 : 제국의 역습> 사이에 주인공 스카이워크에게 일어난 일을 다룬 만화책이 발간되어 기록적인 선판매고를 올렸다는 등⁴⁾이 사례가 될 것이다.

많은 사례에도 불구하고 정작 무엇을 연구대상으로 삼아야 의미 있는 논의를 전개할 수 있을 것인지 판단하는 것은 쉽지 않다. “영화는 쉽게 이해될 수 있기 때문에 설명이 아주 어렵다.”는 메츠(Christian Metz)의 말처럼⁵⁾, 트랜스미디어 현상 또한 너무나 익숙한 이야기상품이자 대중문화로서 도처에 넘쳐나기 때문에 오히려 연구의 대상이나 방향성 획정이 용이하지 않은 것이다. 연구담론 형성의 주체가 복미를 기반으로 한 서구에 편향되어 있다는 점도 높은 언어장벽과 함께 연구에 어려움을 더한다. 트랜스미디어 담론은 전통적인 학술지를 통해서도 형성되지만, 인터넷을 통한 대중 담론화가 양적, 질적으로 더 큰 의미를 생산하는 것으로 여겨진다. 사이버스페이스 상의 적극적인 참여가 이 현상의 존재론적 기반이며, 학자들도 블로그 활동을 통해 다른 학자나 팬들과 교류하며 참여하고 있다. 이들의 참여 자체가 트랜스미디어 스토리텔링이라는 현상을 만드는 중요한 요소이다. 그런데 이들이 매일 생산해내는 방대한 양의 텍스트는 거의 영어로 작성되어있다. 한국에서 큰 관심을 불러일으킬 수 없고, 실제 미국과 한국의 관련 문화는 매우 다르다. 그렇다고 한국의 콘텐츠 생산-소비 문화가 트랜스미디어적 현상에서 유리되어 있는 것은 아니다. 콘텐츠가 “다양한 분야나 장르로 활용되며 부가가치를 창출” 한다는 의미에서 OSMU로 이해되건⁶⁾ 미디어믹스라 부르건, 많은 현상들 중 트랜스미디어 스토리텔링의 프레임으로 포획할 수 있는 콘텐츠들은 꾸준히 제시되고 있는 것이다.

4) Alison Flood, “Star Wars makes million-selling return to Marvel comics” , 영국 일간지 The Guardian 인터넷판, <http://www.theguardian.com/books/2015/jan/09/star-wars-million-selling-marvel-comics>. 접속일 2015년 3월 21일.

5) Christian Metz, *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, Oxford University Press, 1974.

6) 김영재, 「브랜드 아이덴티티 기반 문화콘텐츠 OSMU 전략 연구」, 『만화애니메이션연구』 통권28호, 2012, p.157.

기본으로 돌아가, 트랜스미디어 담론의 학술적 기획의도와 방향성, 역사적 맥락과 같은 것을 고찰해 볼 필요가 있다. 그것은 최초에 서사학적 연구의 주제로 제시된 것인가? 산업론인가? 첨단 미디어 기술을 이용한 신개념 마케팅론인가? 어떻게 보면 이들 모두에 해당되는 듯 보이기도 한다. 본 연구는 트랜스미디어 논의가 의미 있게 회자되는 영역은 문화연구 분야이며, 그 배경에는 네트워크 참여문화에 대한 철학적 성찰과 논쟁의 역동적인 변화 양상이 있음을 주장하고자 한다.

II. 미디어 컨버전스와 트랜스미디어 담론의 배경

먼저 ‘미디어 컨버전스(media convergence)’ 개념으로부터 논의를 시작해 볼 수 있다. 볼터(Jay David Bolter)와 그루신(Richard Grusin)은 재매개 이론을 통해, 다양한 미디어들이 뒤엉키며 공존하는 오늘날의 문화에서 미디어들은 서로 다른 미디어에 반응하고 다른 미디어들을 재배치하고 다른 미디어들과 경쟁하고 다른 미디어들을 개혁한다고 주장한 바 있다.⁷⁾ 다른 관점에서, 상호미디어적 콘텐츠들이 교류하는 현상이 미디어들이 서로 대등한 입장에서 상호 영향을 주고받는다든 의미에서 동등성을 반영하는 것이 아니라 경쟁의 역동성을 심화시키는 신호라는 견해도 있다.⁸⁾

개혁이 되었건 경쟁이 되었건, 오늘날의 미디어들은 과거와 비교할 수 없을 만큼 서로 뒤엉켜 있다. 혼잡한 양상의 가운데 상호작용적이고 네트워크 형성적인 운동성이 선명하게 포착되는데, 서로 다른 성격과 역사, 기술 기반을 가진 다종 다기한 미디어들이 변증법적 역동성 속에서 대량의 콘텐츠들을 쏟아내고 있는 것

7) Jay David Bolter, Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, 1999, p.55.

8) Uta Degner, Nobert Christian Wolf, “Intermedialität und Mediale Dominanz: Einleitung”, Uta Degner, Nobert Christian Wolf (Eds.) *Der neue Wettstreit der Künste: Legitimation und Dominanz im Zeichen der Intermedialität*, Bielefeld, 2010. pp.7-17.

이다. 트랜스미디어라는 개념은 이 지점에서 중요한 문화적 연구의 대상으로 떠오르게 된다. 콘텐츠의 출처가 과거와 같이 ‘창작자’나 ‘프로듀서’가 아니라 전 방위적인 참여행위자로 전환되었기 때문이다.

이런 맥락은 그리 길지 않은 역사를 짚어봄으로써 더욱 선명해진다. 트랜스미디어의 등장은 미디어의 기술·문화적 발전 경로가 네트워크 기술·문화적 발전 경로와 조우하며 발생한 현상이다. 양자의 결합은 과거, 주로 생산자에서 소비자에게 전달되는 유통경로를 통해 이루어졌다. 특히 서적이나 LP 디스크와 같이 물리적 보급이 필요한 미디어들은 교통과 통신, 소매와 도매를 비롯한 다양한 유통 인프라를 요구하는데, 이들이 네트워크의 형태를 띠게 된다는 점에서 이는 자연스러운 현상이었다. 이 과정에서 수용자들의 역할과 태도는 대체로 수동적이었고, 팬진(fanzine) 류의 적극적인 수용자 창작 문화도 형성되었으나, 가치에 대한 평가를 떠나 오늘날의 관점에서 파급력과 영향력만을 보자면, 소수 열성팬들에 의한 피드백이나 미디어 네트워크의 부산물 정도로 평가하는 것이 옳을 것이다.

트랜스미디어의 핵심은 미디어와 네트워크의 관계맺음이 디지털 기술발전의 궤적에 거의 전적으로 의존하게 됨에 따라 형성된 ‘참여문화’이다. 이 ‘참여’가 콘텐츠의 생성소멸과정에서 가지는 의미나 중요성 또한 과거와 같은 ‘팬픽 제작에의 적극적 참여’와 같은 심급으로 평가할 수 없다. 즉 일 방향 상호 진행의 합인 [(생산자 → 소비자) + (생산자 ← 소비자)] 로서의 ‘생산자 ↔ 소비자’ 쌍방향 관계가 아니라, 생산과 소비의 경계가 네트워크 속에서 흐려진 현상 속에서 발견되는 문화이기 때문이다.

과거에도 존재했었던 네트워크의 성격이 이처럼 역동적으로 변한 것은 디지털 기술 발전에 기인한 것이다. 이를 설명하는 핵심 키워드는 속도, 비물질성, 상호작용성 등이다. 비디오테이프와 같은 물질들의 이동은 소멸되고 데이터 형태의 콘텐츠가 네트워크를 통해 떠돌아다닌다. 물질 뿐만 아니라 이동에 소요되는 시

간과 그에 따라 형성되었던 우리의 인지도 소멸과 재생성을 거듭하고 있다. 비릴리오(Paul Virilio)가 경고했듯 이러한 관념은 우리가 그동안 의존해 왔던 공감각적인 혹은 지리적 위치 인지나 타자와의 심리적 거리와 같은 것을 소멸상태로 이끌게 된다.⁹⁾ 따라서 새로운 세계관을 형성하게 되며, 문화 변동이나 문화콘텐츠 생성소멸 패러다임의 변화를 이끌고 있다.

이에, 트랜스미디어는 특정한 콘텐츠를 카테고리 화하여 규정하는 장르와 같은 개념어가 아니라 ‘문화’로 보았을 때 가장 잘 파악된다고 볼 수 있다. 이때의 ‘문화’ 역시 프로페셔널의 천재성이나 기획에 의존하는 문화산업 맥락의 창작문화라기 보다는 윌리엄즈(Raymond Williams) 식의 보편적(ordinary)이고 일상적 삶(everyday life)과 연계하여 설명될 필요가 있다. 문화는 관찰·측정 가능한 객체적 사물이 아니라 네트워크 생활을 포함한 개별 주체들의 개인적 삶의 총체다. 이런 느슨한 정의와 쏟아지듯 생산되는 구체적 콘텐츠들의 관계가 트랜스미디어의 문화적 탐구의 핵심인 것이다. 다시 말하자면 트랜스미디어는 미디어와 네트워크의 결합이 ‘우리’를 어떻게 바꾸어놓았나를 연구할 수 있는 바로가기 아이콘의 성격이 있기에 고찰해 볼 가치가 있는 것이다.

이러한 맥락에서 트랜스미디어론을 고찰하기 위해 먼저, 이 담론이 영국 문화연구의 능동적 수용자 연구 담론과의 연관 관계가 해명될 필요가 있다. 다음 장에서 이에 대한 이론 전개의 궤적을 추적하면서 트랜스미디어 담론이 디지털 시대 문화 수용자의 위치를 재규정하고자 하는 의도와 함의가 있음을 집단지성론과 연계하여 짚어보도록 하겠다.

9) 신성환, 「폴 비릴리오의 전쟁론과 시각 테크놀로지의 상관성」 『人文研究』 제66집, 2012 참조.

Ⅲ. 트랜스미디어론과 집단지성 개념에 의한 수용자 위치의 재규정

트랜스미디어는 비교적 오래된 용어이지만,¹⁰⁾ 오늘날 학계에서 회자되는 개념은 젠킨스에 의해 주도적으로 재구성되어 유포된 것이다. 트랜스미디어론은 그의 미디어 컨버전스 연구의 일환으로 제안된 것인데, 그는 이 연구의 출발점을 버밍엄 문화연구 계열의 수용자연구 전통에서 찾고 있다. 즉, 1990년대 이전 열성적인 대중문화 팬들에 대한 사회적 위상 조사 결과, “주체성 없는 멍청한 인간” 취급을 받거나 지하조직으로 전락하는 등 공공연한 멸시의 대상이 되고 있음을 발견하게 되어 복권의 필요성을 느꼈으며, 버밍엄대학의 문화연구를 접하며 얻은 새로운 영감과 시각을 바탕으로 “팬 문화의 대안적인 표상”에 관한 연구를 하게 된 것이 트랜스미디어 연구의 계기라는 것이다.¹¹⁾

트랜스미디어 스토리텔링론의 출발점이 대중문화의 팬덤(fandom) 연구였다는 점은 의미심장하다. 팬덤에 대한 연구는 연구주체 즉 학자의 성향과 시각에 따라 큰 영향을 받게 마련이다. 연구담론이라는 것은 결국 그 연구를 수행하는 학자들의 집단적 시각이다. 젠킨스는 이 집단적 시각이 세 차례의 세대교체를 거쳤다고 주장하면서, 자신을 두 번째와 세 번째 세대에 걸쳐 위치시킨다. 이 세대 구분은 주류 문화연구에서 온전히 받아들여지는 것은 아닌 것으로 보인다. 젠킨스의 주장인데, 이 구분을 통해 그가 주장하는 바는 기존의 문화연구적 시각으로는 디지털미디어의 시대에 부합하는 팬덤에 대한 올바른 이해를 도모하기 힘들다는 것이며, 그 대안이 트랜스미디어 담론이라는 것이다. 하나씩 살펴보면 그의 주장이 합당한지 알아보겠다.

10) Marsha Kinder, *Playing With Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, The University of California Press, 1991 참조.

11) Henry Jenkins, *Fans, Bloggers, and Gamers*, New York University Press, 2006, 『팬, 블로거, 게이머: 참여문화에 대한 탐색』, 정현진 옮김, 비즈앤비즈, 2008, p.7.

젠킨스에 의하면, 첫 번째 세대는 ‘능동적 수용자’ 개념의 창안과 이에 대한 문화기술지적(ethnographic) 접근을 수행한 툴록(John Tulloch), 피스크(John Fiske), 래드웨이(Janice Radway) 등이고, 두 번째는 자신과 스미스(Camille Bacon-Smith) 등이 수행한 연구다. 이 둘의 차이는 첫 세대가 연구대상인 팬들의 ‘밖에서’ 애정 없이 대상을 객관적으로 관찰하고 기술하는 자세를 견지한 반면, 자신을 포함한 두 번째 세대는 ‘내부’ 적 입장에서 “실제 팬으로서 경험한 것과 살아있는 지식을 바탕”으로 연구를 수행한 것이다. 둘의 입장은 상이한데, 첫 세대가 팬들의 능동성을 “고유의 정치적 활동”이 가능할 만큼의 수준이 되지 않는 것으로 판단한 반면, 두 번째 세대, 특히 자신은 이를 왜곡된 시선으로 규정하고 팬덤 문화의 능동성을 옹호하는 관점을 취했다는 점이다.¹²⁾

현재가 세 번째 연구 세대로서, 자신을 포함한 ‘아카-팬(aca-fan)’으로 명명된다. ‘아카데미’와 ‘팬’의 합성어이며 학자의 정체성을 의도적으로 팬의 입장과 혼동하는 것으로서, 출처가 불명확한 상태에서 90년대에 회자되다가 힐즈(Matt Hills)의 저서에 의해 유명해진 조어다. 힐즈는 디지털화된 오늘날 팬덤 연구의 주체는 기성학자들뿐만 아니라 방대한 양의 레퍼런스로 ‘아카데미한’ 활동을 할 수 있는 팬들이 추가되어야 한다고 주장한 바 있다. 주체는 두 가지로 나뉘볼 수 있는데, 연구자가 자신의 정체성을 팬으로서의 성격에 가깝게 규정하면 ‘팬 학자(fan scholar)’이고, 학자로 규정하면 아카-팬으로 분류된다는 것이다.¹³⁾ 즉, ‘팬 학자’는 기본적으로 팬인데 학자들만큼 해박한 논리를 전개하는 대중문화 연구자이고, 아카-팬은 팬의 입장이 되어 문화를 연구하는 학자를 일컫는 것이다.¹⁴⁾

젠킨스식 세대 구분은 문화연구의 태도 변화를 촉구하는 그의

12) *Ibid.*

13) Matt Hills, *Fan Cultures*, Routledge, 2002.

14) 젠킨스는 왕성한 블로그 활동으로 매우 유명한데, 그의 블로그 명칭이 ‘어느 아카-팬의 고백(Confessions of an Aca-Fan)’으로, 이로 인해 ‘아카-팬’ 용어는 더욱 유명해 졌다. <http://henryjenkins.org/> 참조.

입장을 선명히 보여준다. 수용자 연구에서 연구자의 시각과 입장은 ‘외부에서의 관찰’로부터 ‘내부에서의 경험’으로, ‘타자’에서 ‘그들 중 하나’로 확연히 변했다. 인류학으로 말하자면, 원주민과 함께 일정 기간 동거하는 객관적 관찰자로서의 연구자와, 원주민 중 하나가 되어 자기 집단을 연구하는 학자의 차이로 할 수 있다. 그에게 중요한 것은 한마디로 ‘애정을 가지고 내부에서 그들과 함께 토론하며 연구해 가는’ 작업을 통해 ‘수용자의 위치를 고양된 상태로 재정의’ 하는 것으로 정리할 수 있을 것이다. 이런 변화가 디지털시대 수용자 연구에 요구되는 가치라는 주장으로 해석할 수 있겠다.

수용자의 위치에 대한 논의를 점검하기 위해 앞서 제시된 세대별 학자들의 관점과 연구의 전제 등을 좀 더 유심히 관찰할 필요가 있다. 첫 세대로 거론된 이들은 모두 문화연구 교재에서 빠지지 않고 거론되는 이름 있는 학자들이다. 특히 피스크는 ‘능동적 수용자(active audience)’론으로 큰 영향력을 가진 학자다.¹⁵⁾ 수동적으로만 치부했었던 TV 시청자들을 능동적 해석자로 격상시켜 대단히 유명해진 능동적 수용자론은 기호학을 바탕으로 마르크스주의 문화관을 건설적으로 비판하는 과정에서 얻어진 개념이다. 문화는 상부구조에 속하는 것으로, 물질 토대를 의미하는 하부구조에 수동적으로 귀속된 것으로 여겨졌다. 물질 토대의 조건에 의해 유물론적으로 결정지어지는 종속물인 것이다. 이렇게 조건화된 문화에 자율성을 부여하는 것이 문화연구의 주요 과제였고, 피스크의 연구 또한 같은 맥락이었다. 즉, 미디어를 통해 텍스트를 전송받는, 혹은 전송 ‘당하는’ 수용자들은 문화의 생산수단을 가지지 못하는 수동적 입장으로 간주되지만, 그 텍스트에서 다양하게 읽힐 수 있는 가능성(polysemy)을 발견하고 능동적인 독해를 통해 의미 생산자에 준하는 문화적 기능을 수행한다는 것이 피스크가 주장하는 핵심이다.

그의 논의는 홀(Stuart Hall)을 비롯한 문화연구 전 세대의 접

15) John Fiske, “Active Audience” in *Television Culture*, Routledge, 1987, pp.49-66.

근태도를 계승한 것으로, 고급문화와 저급문화의 이분법을 해체해 나가는 거시적 프로젝트의 일환이었다. 의미작용의 기본 원리를 송신자로부터 수신자로 텍스트가 일방적으로 전달된다고 가정하는 커뮤니케이션 연구의 프레임을 코딩과 디코딩(coding & decoding) 모델로 변형해, 저항적 독해를 포함한 적극적 의미생산 가능성을 열어둔 것이다.¹⁶⁾ 이를 통해 수용자의 독해는 지배권력의 담론을 수동적으로 받아들이는 것이 아니라 비판적 해석을 통한 하나의 민주주의 형성적이고 해방적인 행위로 간주될 수 있다는 것이다.

위에서 언급했듯 이들 첫 세대 학자들은 팬들의 노정된 한계를 언급하거나 전제하고 있다. 이는 피스크의 능동적 수용자론에 대해 가해진 이후의 비판 맥락을 통해 드러난다. 수용자의 능동성을 강조할 목적으로 시도된 피스크의 연구는 한 마디로 의미를 생산적으로 구성하는 수용자의 역할을 낭만적, 감상적으로 보는 경향이 있다는 것이다.¹⁷⁾ 즉, 사회구조의 가장 중요한 부분으로서 의미의 문제를 논하면서, 일상의 삶과 함께 정치적 차원의 의미가 덧붙여진다는 점과, 의미가 투쟁의 영역으로 소환되어 사회구조 변혁을 추동하는 주요한 원천으로 작용함을 말하지만, 정작 문화와 정치의 실제적 변혁에 필요한 동원 가능한 수용자(mobilized audience)에 대한 언급은 없다는 것이다.¹⁸⁾

바꿔 말하면, 수용자가 실제적인 문화변동을 실현할 ‘능동적’ 방안을 제시하지 않은 것은 수용자가 결국 자율적인 정치적 행위를 통해 사회, 문화, 정치를 바꿀 정도의 수준으로 보지 않았기 때문이라고 풀이되는 것이다. 거칠게 정리하자면, 수용자는 결국 자기 집 거실에서 텔레비전의 뉴스나 드라마에 대한 ‘능동적’ 독해만 하고 앉아있는 존재일 뿐인데, 저항과 해방을 통한 변혁을 논하는 것은 공염불이라는 의미다.

16) Stuart Hall, “Encoding/Decoding” in Stuart Hall, et. al.(Eds.), *Culture, Media, Language*. Hutchinson, 1980.

17) Nick Stevenson, *Understanding Media Culture*, Sage, 2002, pp.92-93.

18) Chris Atton, *Alternative Media*, Sage, 2002, pp.24-25.

그의 논의에 쏟아진 방대한 비판과 그것을 동력으로 삼은 미디어연구의 발전 덕분에 피스크와 능동적 수용자 논의는 중요한 테마가 되었다. 그러나 이처럼 1980년대와 1990년대를 풍미했던 수용자 혹은 팬덤 연구는 해당 연구자들의 의도와 상관없이 권위적인 패러다임이 되어 틀에 갇히게 되었고, 자신의 주요 관심사인 대중문화에 대한 팬덤의 역할과 수용자의 위치 연구는 이러한 “과거의 편협한 관점을 답습” 하는 것으로 가능하지 않다는 것이 젠킨스의 진단이었다.¹⁹⁾ 그가 생각하기에 디지털 미디어 기술과 특히 상호작용적 네트워크가 대중화된 이래, 이미 팬덤은 생산과 소비를 분할했던 경계의 많은 구속들로부터 자연스럽게 벗어났다. 대중문화에 있어서도 생산이 소비고 소비하는 행위가 곧 생산이 되는 일이 네트워크 안에서 흔하게 일어났다. 그러나 담론은 여전히 유저들의 능동성/수동성 여부나 혁명에 갈음하는 변혁의 추동력, 정치적 실천과 문화의 자율성이 가지는 역할과 같은 논의에 갇혀 있어 전진하지 못하는 모양새로 보였다.

젠킨스는 레비의 집단지성 논의를 통해 이론적 돌파구를 모색하는데, 이 개념이 트랜스미디어 스토리텔링의 핵심적인 기저철학이 된다. 레비의 논의는 네트워크의 영향력에 점점 잠식당하는 현실 세계의 구성원과 사이버스페이스 내부 행위자를 망라하는 주체들의 참여를 지식 생성 메커니즘 변화로 해석한 철학적 연구다. 여기서 말하는 ‘지식’의 범주에는 당연하게도 디지털 방식으로 제작되고 소비되는 대중예술형식들을 포함시킬 수 있다.

집단지성 논의는 방대한 규모로 행해지는 웹 커뮤니티의 정보행위과정 일체를 공유의 목적으로 개인의 전문성이 발현되는 현상으로 이해하고 있다. “모든 것을 아는 사람은 없으나, 모든 사람은 그 무엇인가를 알고 있다. 모든 지식은 인류 내에 존재하는 것이다.” 라던가, “어디에나 분포하며, 지속적으로 가치 부여되고, 실시간으로 조정되며, 역량의 실제적 동원에 이르는 지성”²⁰⁾ 등 자주 인용되는 문구가 잘 말해준다. 이는 수용자의 정

19) Henry Jenkins, 2008, *op. cit.*, p.203.

20) 피에르 레비, 『집단지성』, 문학과 지성사, 2002, p.38.

체성 및 위상과 같은 문화연구의 기존 관심사에 대한 해답을 담고 있으며, 팬덤 연구와 연계되는 지점이기도 하다. 유럽의회 보고서인 『사이버 문화: 뉴 테크놀로지와 문화협력 그리고 커뮤니케이션』에서 레비는 다음과 같이 기존의 저자 개념을 집단 창작 개념으로 흔들어 놓는다.

저자 없는 위대한 작품들이나 위대한 문화적 창작물들이 있는가? 물론 존재한다. 예를 들어, 그리스 신화는 인류 문화유산의 보물 가운데 하나이다. 그런데 그것은 이론의 여지없이 저자가 없고, 태곳적 기저로부터 온 것이며 여러 세대를 거치며 창의적인 전승자들에게 의해 다듬어지고 풍요로워진 집단적 창작이다.²¹⁾

그리고 사이버 세계의 참여대중에게 그 지위를 노골적으로 부여함으로써 집단창작의 위상에 권위와 역사성을 부여한다. 트랜스미디어 스토리텔링이 프로와 아마추어를 망라한, 혹은 사업적 기획과 애정에 의한 참여가 뒤섞여 하나의 이야기 세계 혹은 우주를 구성해 가는 창작이라는 점에서, 이 논의를 통해 권위를 부여받게 된다.

사이버 문화 예술은 일방적인 스펙터클보다는 오히려 (쌍방향적인) 이벤트를 진작시킴으로써, 과거의 놀이와 제식의 위대한 전통을 되찾는 셈이다. 이처럼 가장 동시대적인 것이 가장 오래된 것과 결합하며, 인류학적 바탕을 지닌 예술의 기원 그 자체와 연결 고리를 맺게 된다.²²⁾

수용자에게 ‘예술가’의 지위를 부여하느냐 마느냐, 그것을 인정하느냐 마느냐는 논쟁의 여지가 있다. 그러나 확실한 것은 이제 연구 프레임이 40여 년 전과 같은 ‘능동성/수동성’ 프레임에서 벗어나게 되었다는 것이다. 이런 의미에서 젠킨스는 집단

21) 피에르 레비, 『사이버 문화: 뉴 테크놀로지와 문화협력 그리고 커뮤니케이션』, 김동윤·조중형 옮김, 문예출판사, 2000, p.213.

22) *Ibid.*, p.217.

지성 개념이 팬덤을 단순히 “저항의 관점이 아니라 미래 문화의 원형이나 리허설의 관점에서 생각할 수 있게 해 주었다” 고 술회한 바 있다.²³⁾ 수용자 개념을 과거처럼 ‘개인적 시청자들의 합’ 과 같은 것이 아니라 사이버 세계를 구성하는 본질적인 힘인 참여문화와 결부해 ‘집단’ 에서 벗어나기 힘들도록 바꿔놓았다는 의미다. 이런 점에서 트랜스미디어론이 문화연구에서 갖는 의미는 수용자에 대해 과거와는 확연히 다른 정의와 접근을 제시하고 공식화 한 점이라 평가할 수 있겠다. 이에 대해 다음 장에서 자세히 고찰하도록 하겠다.

IV. 문화연구의 비판이론적 프레임에 대한 재해석

앞선 논의를 통해, 트랜스미디어 담론이 집단지성 프레임으로 수용자의 정체성과 위치, 위상을 변화시키고자 하는 기획임을 이해하게 되었다. 이는 미디어연구를 대하는 문화연구의 전반적인 태도변화를 요구하는 움직임으로 해석할 필요가 있다. 변화를 요구받는 대상은 문화연구 중에서도 미디어연구를 틀 지어온 전통적인 유토피아/디스토피아 논의와 ‘Critique’ 으로 표현되는 비판이론, 즉 고전적인 ‘해방 담론’ 혹은 ‘저항 담론’ 이다. 태생부터 마르크스주의와 깊은 관련이 있는 문화연구는 자본주의에 의한 참여문화의 침식과 좌절에 대한 저항을 기본 모토로 내세운다. 이런 전통이 현재 시점인 디지털적 전환 시기를 맞아 연구 내에서 과거와 같은 의미를 생산하고 있는지가 주요한 물음이며, ‘그렇지 않다’ 라고 말하며 대안으로 제시된 것이 트랜스미디어 담론이라는 것이 이 논의의 골자다.

주지하다시피, 인터넷의 융성기와 성숙기인 1980년대부터 2000년대 초반까지, 디지털에 의한 문화 패러다임 변화에 대한 유토피아적 기대가 만연했었다. 통신과 시청각 미디어 기술을 결합시킨 인터넷의 기능적 우수성과 접근성, 과급력 등이 워낙 강

23) *Ibid.*

렐했기에 장밋빛 전망이 줄을 이었다. 대체적인 내용은 개인이 각각의 전문성을 인터넷에 결집시켜 공유하는 방대하고 저렴한 정보의 망 행위(networking)를 통해 “우리 모두가 작가이며 출판자이자 제작자”가 될 수 있으며, “표현의 자유는 충분하고, 우리의 잠재 독자의 수는 한계가 없다”라는 식이었다.²⁴⁾

이런 가운데 ‘집단지성’ 개념 또한 자주 언급되었다. 인터넷 마케팅 이론으로 한 때 유명세를 탔던 ‘롱 테일 이론(Long Tail)’의 저자 앤더슨(Chris Anderson)이 좋은 사례가 될 듯하다. 그는 특히 음반 산업을 예로 들며, 희소성에 기대어 일부 제작자와 가수가 거의 전부를 가져가는 기존의 아날로그 시장 메커니즘을 대체해, 인터넷을 통한 상품의 메타데이터 집적과 활발한 정보공유를 통해 다수의 아티스트와 다양한 장르의 음악이 골고루 공존하는 사실상의 무한시장을 만들 수 있다고 주장한다. 이 과정에서 집단지성 개념이 소개되는데, 이는 각 음악 장르를 잘 아는 유저들이 집단으로 참여해 전문가 수준의 질적 정보를 제공함으로써 “취향결정자(taste-maker)”의 역할과 기능을 할 수 있음을 의미한다. 대형 레코드회사나 대형 기획사의 농간에 의해 좋은 음악들이 소개조차 되지 못하고 사라지는 천민자본주의적 문화산업 현실을 사이버스페이스에서의 집단지성 활동을 통해 풍요로운 문화 공간 형성으로 변혁시킬 수 있다는 얘기다. 그 주체가 “바로 우리”라고 강조하며 앤더슨은 참여를 독려한다.²⁵⁾ 일견, 레비나 젠킨스가 추구하는 이상과 궤를 같이 하는 것으로 보인다.

이들이 꿈꾸는 것은 시장의 지배구조를 다수에 의한 참여적 점유와 운영으로 바꾸는 것이다. 그 ‘다수’는 집단지성이며, 곧 생산자이자 소비자다. 이들은 조화롭고 정의로운 문화적 풍요시장의 가능성을 믿고 지향한다. 이러한 논의에는 반드시 ‘절대악’이 등장하게 되는데, 자본주의와 자본가, 지배구조와 같은

24) Alexander Bard, Jan Söderqvist, *Netocracy: the new power elite and life after capitalism*, Pearson Education Ltd, 2002, p.11.

25) Chris Anderson, *Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*, Random House Business Books, 2006, pp.106-8.

것 들이다. 그 영향력과 시장을 지배하고자 하는 욕망이 너무 크고 교묘한데다 기득권이 공고하기 때문에, 참여적 집단지성에 의한 기술의 올바른 사용은 자본에 의한 생산수단의 강점에 의해 좌절될 것이라는 두려움이 늘 존재하게 된다. 실제, 인터넷을 활용해 가장 크게 성공한 아마존, 유튜브와 같은 회사들은 주된 비판의 대상이었다. 자신들은 콘텐츠를 만들지 않으면서, 남의 콘텐츠를 무료로 거간해 거액을 착복하고, 남이 써 놓은 글이나 상호 정보교류 콘텐츠로 접속을 늘리는 한편 이윤을 극대화하고, 나아가 그 모든 콘텐츠들에 대한 사실상의 소유자로 행세하는, ‘자본권력에 의한 강도행각’ 이라는 것이 대체적인 비판의 골자다.²⁶⁾

이는 “[문화정보] 자원의 초거대집적(super-aggregations)”을 “엄청난 이윤, 기업 미디어와 정보행위의 끊임없는 합병으로부터 초래된 내적 성장의 결과물”²⁷⁾로 보는 실러(Herbert Schiller)의 논의로 잘 요약된다. 정보 불평등과 그에 기인하는 고도 미디어 사회의 불평등 심화현상 연구에 관심이 있는 그는, 이러한 현상을 자본주의의 고유한 성질로 규정한다. 그에 의하면 공동체의 경제적 삶이라는 것은 그 상징적 내용, 즉 공동체의 문화와 분리시킬 수 있는 것이 아니다. 양자가 함께 “문화의 총체성을 재현” 하는 것이 공동체 속에서 노동을 통해 문화를 일구어 온 인간의 본래적 상태다. 그런데 특히 미디어를 관찰해 보면, “자본주의의 심화과정에서 특정한 카테고리의 상징 재화와 서비스를 공동체와 개인의 실존으로부터 분리시켜온 그 봉건적 기원이 관찰” 된다. 마르크스적 의미의 ‘소외(Entfremdung)’가 옛날이야기가 아니라 인터넷 세상에서도 버젓이 일어나고 있다는 것이다.

이러한 비판이론적 시각은 부르디외(Pierre Bourdieu)의 계급,

26) Andrew Keen, *The cult of the amateur: How today's Internet is killing our culture and assaulting our economy*, Nicholas Brealey Publishing, 2007 참조.

27) Herbert Schiller, *Culture Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, Oxford University Press, 1989, pp.31-35.

취향과 같은 키워드들과 결부되며 문화연구의 전통적 중심 테마로 자리해 왔다. 예를 들어 문화연구 입문서로 유명한 스토리(John Storey)는 저서의 앞부분에서 학생(독자)들이 염두에 둘 만한 중요한 몇 가지 개념을 설명하면서, 이데올로기를 매우 중요한 개념으로 소개한다. 즉, 대중문화를 연구함에 있어 “지배층은 자신들을 착취자나 억압자로 생각하지 않는다(...) 아마 이데올로기가 피지배 계층의 현실을 은폐하는 한, 그들은 자신을 억압당하거나 착취당한다고 생각하지 않을 것”²⁸⁾이라는 점을 잘 파악해야 한다는 것이다. 미디어는 이들에게 대표적인 이데올로기 기제로서 지속적 관찰 대상이었다.

디지털시대의 도래와 함께, 문화연구에 있어서 인터넷 수용자론은 위와 같은 고전적이고 비판이론적인 의문들의 저수지가 된다. 본 연구의 관심에 따라 이를 간략하게 정리하자면, 과연 인터넷은 집단지성 실현의 장인가, 아니면 자본주의에 의한 지식, 정보의 독점적 사유화 내지는 지배 이데올로기 확산의 장인가. 너, 나 할 것 없이 접속이 가능하다고, 인터넷이 과연 민주주의를 실제로 견인하는가, 혹은 기술과 자본이 인터넷을 이용해 자신들의 권력을 강화하고 유저들을 이용함으로써 반민주적 상황이 가속되는가와 같은 것이 될 것이다. 유저는 능동적인가 수동적인가. 그들은 ‘고유의 정치적 활동’이 가능한 존재들인가. 기존의 관점에서 인터넷 수용자 주제에 던져지는 중요한 물음들이다.

앞선 장에서 살펴본 바와 같이, 트랜스미디어 스토리텔링론은 문화연구의 능동적 수용자 연구 전통에서 있음에 틀림없다. 그렇다면 이에 대한 해답을 담고 있어야 할 것이다. 켄킨스가 오늘의 문화연구에 던지는 하나의 시사점은, 위의 물음에 대한 답으로 패러다임 전환을 시도한 점이다. 저항적 연구전통, 혹은 연구전통의 저항적 성격에 대해 저항을 시도한 것이다. 그의 문제의식은 논의의 방향이 비판이론적 저항담론으로 패러다임화 되어 근시안이 되다 보니, 디지털미디어에서 진정으로 보아야 할 것을

28) John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*, Harvest Wheatsheaf, 1993, p.3.

못 본다는 점이다. 가령 영화 <매트릭스>를 둘러싼 트랜스미디어 스토리텔링 현상, 즉 영화 뿐 아니라 만화와 애니메이션, 게임 등을 통해 확장적으로 전개되어 가는 <매트릭스> ‘세계’를 논의하는 과정에서 그는 기존의 영화 평론가들이 비평에만 익숙할 뿐 주변의 트랜스미디어적 현상을 보지는 못했다고 비판한다.

“게임을 해보거나, 만화나 애니메이션을 본 평론가는 거의 없었고, 그 결과 [전체 이야기 세계 이해에 필요한] 핵심 정보를 꿰는 이들도 거의 없었다.”는 것이다. 그저 경제적인 동기와 결부시킨 고답적인 비판이 있었을 뿐인데, 어떤 이는 매트릭스 제작사인 거대 영화사 워너 브라더즈가 이윤을 극대화하기 위해 컬트적 추종자들을 이용해 먹고 있다고 비평하기도 하고, 어떤 이는 <매트릭스> 시리즈를 “스마트한 스토리텔링”이 아니라 “스마트한 마케팅일 뿐”이라고 냉소했다는 것이다.²⁹⁾

비판이론의 전통에 바탕을 둔 기존의 능동적 수용자론의 시각으로 트랜스미디어 담론을 보자면 상당한 거리감이 느껴지는 것이 사실로서, 문화연구 내에서 비난을 받기 쉬운 요소들을 골고루 갖추고 있다. ‘참여문화’와 같은 고전적인 좌파적 비판담론에 속해 있는 개념들을 원용하면서, 그 분석대상 콘텐츠나 행위는 영화, 만화, 애니메이션, 게임, 테마파크 등 모두 대중문화상품이나 ‘과생 상품’ 정도로 보인다. 저항적 독해는커녕, <매트릭스> 사례에서 보듯, 대기업에서 제작한 특정 콘텐츠를 찬양하고, 관련 콘텐츠를 만들어 유포함으로써 자발적이고 집단참여적인 광고마케팅 무료대행의 느낌마저 풍긴다. 이런 미심쩍은 재료들을 배경으로 깔아놓고서 콘텐츠 생산, 유통, 소비 행위에 ‘참여문화’, ‘집단지성’과 같은 개념을 끼어 맞추는 것은, 자칫 잘못하면 허위의식에 기초한 이데올로기, 즉 자본주의적 은폐의 정당화 행위로도 비칠 수 있는 것이다.

젠킨스의 패러다임적 반항은 문화의 상품적 속성을 부정하거나 비판적으로 접근하지 않는다는 점에서 의미가 있다. “트랜스미

29) Henry Jenkins, *op cit.* p.149.

디어 스토리텔링 이면에는 강력한 경제적 동기가 있다. (...) 강한 정서적 애착을 만들어 이를 추가 매출에 이용하고자 하는, 엔터테인먼트와 마케팅 통합에 대한 강한 관심이 있다.” 고 인정한 것이다.³⁰⁾ 더 나아가, 트랜스미디어 스토리텔링이 굳어지기 없이 기획, 진행되어야 하는 이유를 논하며 “미디어를 넘나드는 [트랜스미디어적] 감상이 경험의 깊이를 유지해 더 많은 소비를 촉진” 시키는 한편 “프랜차이즈를 새롭게하여(refresh) 소비자들의 충성을 유지” 시킬 수 있기에 중요하다고 강조한다.³¹⁾

확연하게도 그는 상업과 비상업, 지배와 피지배, 순응과 저항의 이항대립 패러다임에서 벗어나고자 한다. 대립 자체가 사라진 것은 아니다. 기업과 수용자, 기존의 방송과 풀뿌리 미디어(Grassroot media) 등 이항대립은 지금도 성립되고 있다. 젠킨스가 관찰한 디지털미디어 시대의 대립 양상은 과거와 다르게, 상호 구속적이면서 상호 자율적인, 그런 가운데 서로가 영향을 미쳐 변화를 유도할 수 있는 유연한 관계라는 점이다. 디지털이 일구어 놓은 레비적 의미의 집단지성이 이를 변증법적 관계로 이끈다는 의미다.

이는 젠킨스가 문화연구 관련 저명학술지를 통해 “궁극적으로, 우리의 미디어의 미래는 상업 미디어와 집단 지성의 가운데 형성된 불편한 휴전 비슷한 상황에 기대고 있다.”³²⁾며 기성 문화연구가 몇 가지 핵심적 가정(assumption)에 대해 재고하지 않으면 이러한 미래 변화에 대해 이해할 수 없을 것이라 경고한 데서 잘 나타난다.

변화가 생산과 소비의 상호교차의 지점에서 일어나기 때문에, (아마 가장 강력한 미디어 생산 이론을 가졌을) 정치경제 [연구 진영] 과 (미디어 소비에 가장 완고한 입장(compelling account)을 가진) 수용자 연구 사이의 긴장완화(detente)가 요구될 것이다. 이 과정

30) *Ibid.*

31) *Ibid.* p.96.

32) Henry Jenkins, “The Cultural Logic of Media Convergence”, *International Journal of Cultural Studies* 7:33, 2004, p.43.

에서 정치경제 진영은 소비자 경제의 모든 참여가 [권력에 의한] 포섭을 구성하게 된다는 기존의 가정을 버리고, 대신 소비자가 미디어 콘텐츠의 생산과 유통에 영향을 미치는 방식에 관심을 기울이도록 요구받을 것이다. 동시에 수용자 연구 진영은 소비자가 미디어 제작자들과의 새로운 협업을 통해 증대되는 그들의 권력을 어떻게 행사할 수 있는지 이해하기 위해서, 예의 수용자 저항[가정]과의 로맨스를 버리도록 요구받을 것이다.³³⁾

수용자에 대한 시각 변화 요구는, 집단지성을 구성원들의 전문성을 자발적이면서 사이버스페이스 나름의 논리에 맞춰 잘 조직화된 하나의 ‘힘’으로 보는 레비의 시각에 기초한 것으로 해석할 수 있다. 이제껏 개인이 할 수 ‘없었던’ 일들을 공동의 힘으로 하게 ‘된다’는 뜻이며, 개인적 ‘무능’은 집단지성에 의해 ‘유능’으로 바뀌게 된다. 이는 역량, 즉 권력의 증가를 의미하며, 따라서 수용자와 미디어 제작자들과의 관계에 있어서도 더 거대한 ‘집단권력’ 발현이 가능하다. 상품 물질주의나 자본주의적 이데올로기와 같은 기존 문화연구 프레임 역시, 통신과 미디어, 대중문화 콘텐츠가 뒤범벅이 된 사이버스페이스가 기본적으로 상품과 불과분의 관계일 수밖에 없다는 전제하에, 집단지성이 이런 상품문화의 작동방식 자체를 점진적으로 변화시켜 나갈 것으로 낙관하는 레비의 시각을 통해 변증법적 변화를 예측해볼 수 있다.

그러나 좀 더 근원적으로, 트랜스미디어담론에 집단지성론이 미친 철학적 영향은 참여문화를 통한 유토피아적 시각을 제공해주었다는 점이다. 레비가 지향하는 바는 지식 프로젝트의 추구를 통해 유토피아적 세계에 도달하는 것이었다. 유토피아적 해석은 좋고 디스토피아 접근은 나쁘다는 식의 단순 이분법이 아니다. 모어(Thomas More)적 의미의 유토피아는 어차피 이 세상에 없다는 의미이므로, 그것은 추구 목표로서의 이상이 된다는 점이 의미가 있다는 것이다. 레비의 유토피아론이 황당무계한 퀘변으로

33) *Ibid.*, p.36.

치부되지 않고 진지하게 고찰되는 이유이기도 하다.

레비의 유토피아는 사이버스페이스를 이용해 탈바꿈된 완전히 다른 세상이다. 가장 중요하게는 인터넷을 통해 “실시간 직접 민주주의의 완전한 구현”이 실현되는 장이다. 민주주의의 이상이 “대표자 선출에 있지 않고 국민들의 국가생활에 대한 최대한의 참여”에 있으나, 이는 기술적 한계로 이루어지지 못하고 있었다. 그러나 미디어의 발전과 함께 “즉흥 다성 합창 음악”과 같이, 혹은 “집단적 발화 체제” 형성과 유사한 방식으로 이런 민주주의가 이루어질 수 있다는 것이다.³⁴⁾ 사이버스페이스의 참여문화를 통해 그 간 불가능했던 유토피아적 세계에 대한 꿈꾸기가 가능해 졌다는 것이다. 트랜스미디어 담론은 이런 꿈꾸기의 일환일 수 있다.

이런 ‘인문학적 꿈꾸기’는 문화연구 안에서 새로운 프레임 제시로 의미를 생산하고 있다. 무엇보다 팬 혹은 수용자를 어떻게 정의할 것인가의 문제에 있어 스템트 홀 이래 전제로 주어져 있던 송신자/수신자의 메시지 전송 모델을 벗어났다는 의미가 있다. 메시지를 누군가 송신하고 다른 누군가가 수신하는 모델이 연구방법의 전제가 되면, 그 틀 안에 갇히기 쉽다. 송수신 커뮤니케이션 모델과 홀 식의 일부 변형으로는 컨버전스 컬처나 트랜스미디어 스토리텔링과 같은 현상을 설명할 수 없는 것이다. 하르트만(Frank Hartmann)이 “지난 수십 년 동안의 커뮤니케이션 학의 거시모델(예컨대 텍스트를 수용하는 자아나 전달자의 메시지를 수동적으로 받아들이는 수용자로서의 주체)은 미디어의 새로운 발전에 의해 상대화될 뿐만 아니라 (아직 명확하게 세분화되지 않았지만) 집단적으로 구조화된 기술적 상상의 모델에 의해 거부될 것”이라는 진단³⁵⁾이 현실이 된 것이다. 이 ‘집단적으로 구조화된 기술적 상상의 모델’의 가장 적합한 사례가 바로 사이버스페이스의 집단지성인 것이다.

34) 피에르 레비, 2002, pp.86-91.

35) 프랑크 하르트만, 『미디어 철학』, 이상엽·강웅경 옮김, 북코리아, 2008, p.36.

V. 결론

이상의 논의를 통해 일견 ‘OSMU 전략을 통한 수입 극대화’ 류의 콘텐츠 마케팅론으로 보일 수도 있는 트랜스미디어 스토리텔링론이, 기실 문화연구 내의 연구 패러다임을 디지털 시대에 맞게 변형시키고자 하는 나름의 ‘혁신 운동’으로 해석할 수 있음을 알아보았다. 이런 맥락에서, 트랜스미디어 콘텐츠에 대한 팬들의 기여와 적극적인 콘텐츠 제작과 유포, 콘텐츠 홍보로 환원될 수도 있는 자발적 충성과 같은 행위들이 상업적이면서 ‘남이 하니 나도 하는’ 식의 수동적이고 분별없는 행위로 오해받을 수 있으나, 집단지성과 결합한 트랜스미디어 담론을 통해 기존 문화연구 프레임에서 말하는 ‘능동성’을 능가하는 집단지성 현상이나 인터넷을 문화생산 수단으로 전용하는 현명함, 궁극적으로 ‘고유의 정치적 활동’이 가능한 힘을 가져다주는 것으로 해석할 여지가 충분히 있음을 알게 되었다.

트랜스미디어 담론은 이처럼 집단지성의 유토피아적 이상을 문화콘텐츠에서 실현시키기 위한 분투의 장으로 해석할 수 있겠다. 특히 문화 ‘상품’이나 문화 ‘산업’의 존재를 도외시 하지 않고 오히려 강조하면서도 디지털미디어 현상을 비판적 문화연구의 맥락 안에서 기존 패러다임에 저항하고 변증법적 대안을 제시하는 방식으로 접근했다는 점에서, 하나의 이론으로서도 문화콘텐츠 관련 연구에 시사하는 바가 작지 않다고 볼 수 있다.

그렇기 때문에 더욱 레비가 주장한 “나는 생각한다(cogito)에서 우리는 생각한다(cogitamus)로 넘어감”의 실천이 강조될 필요가 있다. 집단지성이 트랜스미디어 스토리텔링의 진정한 기저 철학이라면, 우리 주변에 만연한 이 문화콘텐츠 현상을 통해, “우리는 함께 집단 지성을 이룬다, 고로 우리는 뛰어난 공동체로서 존재한다”에 이르게 하는 “새로운 휴머니즘”을 논한 레비의 이상이³⁶⁾ 경제적 성취에 선행하는 목표가 되어 마땅할 것이

36) *Ibid*, p.43.

기 때문이다.

참고문헌

- 김영재, 「브랜드 아이덴티티 기반 문화콘텐츠 OSMU 전략 연구」, 『만화 애니메이션연구』 통권28호, 2012, pp.155-180.
- 김희경, 「컨버전스와 트랜스미디어 프랜차이즈의 세계」, 『철학과 문화』 제26집, 2013. pp.97-114.
- 신성환, 「폴 비릴리오의 전쟁론과 시각 테크놀로지의 상관성」 『人文研究』 제66집, 2012. pp.245-280.
- 프랑크 하르트만, 『미디어 철학』, 이상엽·강웅경 옮김, 북코리아, 2008.
- 피에르 레비, 『사이버 문화: 뉴 테크놀로지와 문화협력 그리고 커뮤니티 케이션』, 김동윤·조중형 옮김, 문예출판사, 2000.
- 피에르 레비, 『집단지성』, 문학과 지성사, 2002.
- 허진, 「트랜스미디어 환경에서의 감성마케팅을 위한 사용자 경험디자인에 대한 고찰」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제12집 제9호 2012. pp.194-201.
- Alexander Bard, Jan Söderqvist, *Netocracy: the new power elite and life after capitalism*, Pearson Education Ltd, 2002.
- Alison Flood, “Star Wars makes million-selling return to Marvel comics”, 영국 일간지 The Guardian 인터넷판, <http://www.theguardian.com/books/2015/jan/09/star-wars-million-selling-marvel-comics>.
- Brian Truitt, “Miller expands ‘Mad Max’ mythos in comics”, USA Today, 2015. 3. 18. 미국 일간지 USA Today 인터넷판. <http://www.usatoday.com/story/life/movies/2015/05/18/george-miller-mad-max-fury-road-comics-exclusive-preview/27518457>
- Chris Anderson, *Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*, Random House Business Books, 2006.
- Chris Atton, *Alternative Media*, Sage, 2002.
- Christian Metz, *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, Oxford University Press, 1974.

- Henry Jenkins, “The Cultural Logic of Media Convergence” ,
International Journal of Cultural Studies 7:33, 2004,
pp.33-43.
- Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2006.
- Henry Jenkins, *Fans, Bloggers, and Gamers*, New York University Press, 2006, 『팬, 블로거, 게이머: 참여문화에 대한 탐색』, 정현진 옮김, 비즈앤비즈, 2008.
- Herbert Shiller, *Culture Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, Oxford University Press, 1989.
- Jay David Bolter, Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, 1999.
- John Fiske, “Active Audience” in *Television Culture*, Routledge, 1987. pp.49-66.
- John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*, Harvest Wheatsheaf, 1993.
- Andrew Keen, *The cult of the amateur: How today's Internet is killing our culture and assaulting our economy*, Nicholas Brealey Publishing, 2007.
- Marsha Kinder, *Playing With Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, The University of California Press, 1991.
- Matt Hills, *Fan Cultures*, Routledge, 2002.
- Nick Stevenson, *Understanding Media Culture*, Sage, 2002.
- Stuart Hall, “Encoding/Decoding” in Stuart Hall, *et. al.*(Eds.), *Culture, Media, Language*, Hutchinson, 1980, pp.128-139.
- Uta Degner, Nobert Christan Wolf, “Intermedialität und Mediale Dominanz: Einleitung”, Uta Degner, Nobert Christan Wolf (Eds.) *Der neue Wettstreit der Künste: Legitimation und Dominanz im Zeichen der Intermedialität*, Bielefeld, 2010, pp.7-17.

ABSTRACT

The Meaning of the 'Collective Intelligence' in the Transmedia Discourse

Kim, Ki-Hong

Transmedia has become a significant theme in the media studies sector and an academic discourse itself since its wide diffusion through Henry Jenkins' seminar book *Convergence Culture*. The aim of this essay is to examine the authentic intention of the proposer to understand its profound meaning and value in the research discourse.

Firstly, Transmedia has originated as a part of the convergence culture research context, which is an identical approach in the 'active audience' research tradition. Thus, a history of the research in terms of Birmingham Cultural Studies tradition and its implication is scrutinized. Secondly, in respect of Pierre Levy's 'collective intelligence' which made significant influence on the making of the *Convergence Culture* and *Transmedia Storytelling*, the meaning of the transmedia discourse is studied.

Thirdly and finally, the implication of this concept as a critical theory or Critique in the Cultural Studies tradition, which has highlighted the importance of the revelation of the binary oppositions and structures of dominance/resistance, with the interpretation of the role of the collective intelligence idea in the transmedia discourse, is studied.

Key Word : Convergence Culture, Transmedia, Collective Intelligence, Active Audience, Cultural Studies

김기홍

한국외국어대학교 글로벌문화콘텐츠학과 외래교수
(136-753) 서울특별시 성북구 돈암2동 한진아파트 204동 2003호

Tel : 02-924-9997

gardeninthesky@hanmail.net

논문투고일 : 2015.08.01.

심사종료일 : 2015.08.20.

게재확정일 : 2015.08.28.