

# 대중영상매체 속에 나타난 공간연출 특성에 관한 연구

A study on the space production special quality that in mass reflex media

지홍근\* / Ji, Hong-Kun

김봉재\*\* / Kim, Bong-Jae

신흥경\*\*\* / Shin, Hong-Kyung

## Abstract

Mass culture is product of media technology. We are absorbing and surround in optical image which reflex medium emits by night and day continually specially and live culture and information produced infinitely through mass media. People discharging in main living room now to remote control a television manufacture because carrying out move freely and is preoccupied with object of interest that have been spread in a television, and assimilate all image like sponge. Reflex medium contacted habitually every day whether do not want even if want can do that populace cultural personality is much stronger as subject that make actuality of processing.

키워드 : 대중문화, 영상매체, 시간적, 이미지적, 상징적, 공간연출

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경 및 목적

현대의 대중문화는 미디어 테크놀로지의 산물이다. 우리는 대중 매체를 통해 무한히 생산되는 문화와 정보를 흡수하고 있으며 특히 영상매체가 방출하는 시각적 이미지에 둘러싸여 살아가고 있다. 사람들은 이제 안방에서 리모컨으로 텔레비전을 조작하여 시공간을 자유자재로 옮겨가며 텔레비전속에 널려져 있는 구경거리에 몰두하고, 모든 이미지를 마치 스폰지처럼 흡수한다. 원하던 원하지 않든 간에 습관적으로 매일 매일 접하게 되는 영상매체는 가공의 현실을 만들어 내는 주체로서의 대중 문화적 성격이 훨씬 강하다고 할 수 있다. 영상매체는 이미지를 생산하는 소수의 사람들과 소비하는 다수의 사람들을 분리시켜서 사람들을 단순하고 수동적인 문화의 소비자가 되게 하는 부정적인 기능과 문화를 민주화시키는 긍정적인 기능의 양 측면을 가지고 있다.

20세기의 포스트모던적인 경향이 대중문화를 포함한 문화 예술 작품에 행사하는 중요한 영향력은 이제까지 메시지 중심의

구조물이었던 텍스트의 성격을 이미지 중심의 전시물 쪽으로 바꾸어 간다는 것이다.<sup>1)</sup>

이에 본 연구는 대중영상매체의 기능과 영향력에 주목하면서 그 속에 나타나는 다양한 공간연출특성에 대해 고찰하여 실내디자인 분야에서 그러한 공간연출특성들이 어떻게 표현되고 있는지에 관한 것이다.

영상매체 속에서 보여지는 공간은 세트라고 하는 가공의 무대공간에서부터 로케이션 촬영을 위해 보여지는 현실의 실제공간까지 다양하며 프로그램의 구성형식에 따라 실제 현실공간을 재현하여 리얼리티를 추구하는 세트와 추상적 이미지로 독창적인 공간 구성을 하는 세트로 크게 구분할 수 있다.

### 1.2. 연구의 범위 및 방법

대중영상매체 속에서 보여지는 공간은 세트라고 하는 가공의 무대공간에서부터 로케이션 촬영을 위해 보여지는 현실의 실제공간까지 다양하며, 프로그램의 구성형식에 따라 실제 현실공간을 재현하여 리얼리티를 추구하는 세트와 추상적 이미지로 독창적인 공간 구성을 하는 세트로 크게 구분할 수 있다.

본 연구는 연극무대 세트와 영상매체 속에 나타나는 다양한 공간연출특성들을 시간적, 이미지적, 상징적인 요소로 구분하여 살펴본다.

\* 정회원, 경원대학교 일반대학원 실내건축학과 석사과정

\*\* 정회원, 경원대학교 실내건축학과 박사과정

\*\*\* 이사, 경원대학교 실내건축학과 교수

1) 박남훈, 광고와 매스미디어, 세종출판사 p.89.

## 2. 대중영상매체의 개념 및 특성

### 2.1. 대중영상매체의 개념과 역할

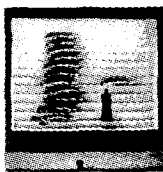
우리는 오늘날, 말 외에 또 하나 「영상」이라는 다른 전달 사고 매체를 갖고 있다. 우리들은 영상매체에 의하여 18세기나 19세기 사람들보다 동시대를 훨씬 정확하게 지금 진행되는 형태에서 바라보고 서로 이야기하며 생각할 수 있는 것이다. 스크린에 비춰진 움직이는 영상은 약 70년 동안에 70년의 여러 가지 의미를 우리에게 가르쳐 주고, 영상에 의해 역사를 소유할 수 있게 해주었다. 예를 들면, 카이젤, 레닌, 트로키의 모습, 서부 전선에서 싸우는 무명의 병사, 「피의 일요일」에 모인 노동자, 혹은 금주법 시대의 미국 풍속, 히틀러, 뭇솔리니, 스페인 전쟁 등 20세기 전반의 역사를 결정짓는 여러 가지 사건은 금세기 초엽의 제국주의 전쟁으로 시작되어, 제1차 대전 러시아 혁명, 경제 공황, 파시즘, 제2차 대전, 원자 폭탄, 인간의 달 착륙과 그 모든 것을 영상매체에 의해 동시대인의 앞에 제공하였다.<sup>2)</sup>

또 이러한 역사에 의한 작가=민중의 사고 방식이나 느낌도 영상에 의해 과거형이 아닌 현재진행형으로 분명해졌다. 우리들이 살아가는 시대의 특질에 대하여 분명한 동시대적 사고를 갖는 것은 어렵지만, 적어도 19세기와 20세기를 구분 짓는 커다란 특질은 금세기가 언어에 대하여 영상매체라는 새로운 인식, 전달, 사고의 수단을 갖는 것이고, 이 영상에 의해 현재 살고 있는 우리들도 현대라는 동시대의 역사적 모습을 이해할 수 있게 되었다. 우리는 「영상의 시대」에 살고, 영상매체는 「현대」의 역사적 특질을 지배하고 있다.

### 2.2. 대중영상매체의 공간연출 특성

금세기 들어 새로운 미디어는 우리의 생활 양식을 엄청나게 바꾸어 놓고 있다. 언제라도 집에 앉아서 리모트 콘트롤과 마우스를 누르면 곁보기에 온전한 세상에서도 피할 여지, 아름답고 풍요롭지만 한편으로는 파괴적이고 정육적인 충동본능의 세계로 안내된다. 마치 저 너머 세계에 대한 필터역할을 하여서 인간과 그 환경을 밀치고 인간의 지각을 자리잡는다. 그리고 점차 인간의 본질적인 자리를 위협한다.

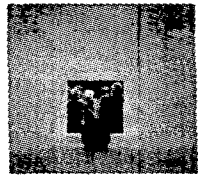
이러한 상황은 대중에게 새로운 시각을 열 개 해주며 새로운 무게를 갖게된다. 곧 이러한 매체는 파괴적인 잠재성뿐만 아니라 색다른 영역을 열어 주었다. 가령 백남준을 비롯한 몇몇 행위 예술가들은 텔레비전과 비디오 매체를 보편적으로 사용하여 기술과의 창조적인 관계를 맺고 있다. 그것은 대중에게



<그림 1>  
「오르페오」 마야레  
이브, 코펜하겐,  
1993년

새로운 흥미를 일깨우며, 마치 그러한 수단을 통하여야만 예술이 이해되는 듯한 환상을 몰아넣고 있다.

예술과 관찰자, 대상과 주체, 외부 세계와 내부세계가 서로 흘러들고 확실성을 잃어버린다. 매체로부터 끊임없이 쏟아져 나오는 말의 홍수는 잡음에 지나지 않는 소리처럼 들리고, 자기표현과 커뮤니케이션의 수단으로서 말은 강한 한계와 회의를 갖게된다. 이른바 이 사회에서 말하는 기술과 예술, 시간과 공간, 송신과 수신 등 구별의 모호성과 커뮤니케이션의 개인적 맥락과 공공의 맥락이 융합된 것처럼 말이다. 이러한 현상은 무대 예술에 있어 이내 말이 없는 차원인 육체 언어와 그림 언어가 점점 더 강한 주목을 받게되고, 무엇보다도 시각 효과는 앞서게 된다. 영상매체에서도 무대장치의 기능과 의미는 근본적으로 변화되



<그림 2> 안티고네  
에릭본더



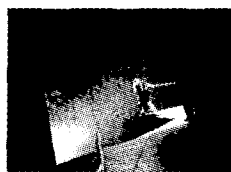
<그림 3> 백남준의  
비디오 설치 작업



<그림 4> PQ95 출품된  
리투아니아 관 1995년.



<그림 5> PQ 91에 출품된  
불가리아 관 1995.



<그림 6> PQ에 출품된  
입센의 「바다의부인」 하르트  
무트 메이어, 1994년.

었다. 이제무대장치는 더 이상 '장식'과 '장치'로 평가되지 않는다. 우선 무대미술가들도 많아졌고 그에 따라 다양한 작업을 보여 주고 있다. 그리고 그들의 작업은 새로운 재료와 소재, 새로운 가공기술을 통해 확대된 공간 언어를 낳고 있고, 전체 작품의 중요한 구성요소가 되어 간다. 게다가 많은 무대 장치들이 세기말에 이르러 그랬던 것처럼 '현실의 모방'으로부터 '해방'되어 심리적인 정황의 관찰자로 불안·감정·흥분 등을 표현하고 상황을 꾸미는 '주체자(situation designer)'로 분화 되어간다.

이상에서 살펴본 내용을 토대로 도출해낸 무대장치의 기능으로서 영상매체의 공간연출의 특성을 실내디자이너의 또 다른 공간연출에 도입할 수 있는 키워드는 크게 3가지로 분류할 수 있다. 대중영상매체의 공간연출 방법으로 사용한 키워드를 살펴보면 첫째, 시대적 배경을 표현하고 리얼리티를 필요로 하는 시간적 공간 연출, 둘째, 추상적 이미지를 독창적인 공간 구성으로 표현하는 이미지적 공간 연출, 셋째, 상황전체를 하나로 압축해서 표현하는 상징적 공간연출이 있다.

2)이일범, 영상예술의 이해, 신아사 p.57.

<표 1> 대중영상매체의 공간연출방법


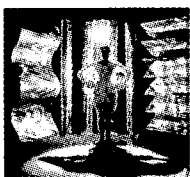

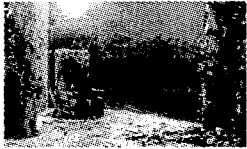


대중영상매체의 공간연출 방법		
시간적 공간연출	이미지적 공간연출	상징적(=기호) 공간연출

### 3. 대중영상매체의 공간연출 표현에 특성 의한 실내공간연출 사례분석

#### 3.1. 시간적 공간연출

시간과 공간에 대한 관념, 장소에 대한 인식, 그리고 생활을 조직하는데 필요한 시간 개념들에 대한 혼란이 증대된다. 매스 미디어의 지배력은 전 지구의 공간과 시간을 밀착시키는데, 이는 지금까지 유지되어온 공간과 시간에 대한 통합적이고 일괄성 있는 생각들을 손상시키고 왜곡시킨다. 신속한 자본, 정보 문화의 국제적 흐름은 시간의 선형적 통합성과 종래의 지리적 거리감을 혼란시킨다. 영상매체 속도가 그 영역이 확장되고 사람들과 정보가 더욱 빠르고 쉽게 이동하게 되면서 시간과 공간에 대한 개념은 더욱 혼란스럽게 된다. 이러한 영역의 확장과 빠른 정보는 무대공간 연출에 있어서 시간과 공간을 넘나드는 공간연출이 표현되어진다.

<표 2> 시간적 공간연출 사례

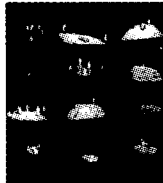

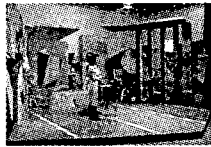



무대	 <p>&lt;그림 7&gt; 니벨룽의 반지 중 '발퀴레' 파트리스 체리우, 1988.</p>	 <p>&lt;그림 8&gt; 3조 발레 중 '금속 무용' 오스카 슐레머, 1929.</p>
영상 매체	 <p>&lt;그림 9&gt; 영화 Xman 세트</p>	 <p>&lt;그림 10&gt; 뮤직비디오 세트, 박상인.</p>
실내 디자인	 <p>&lt;그림 11&gt; Alfredo Arribas, Pueblo Espanol. Barcelona. 1990</p>	 <p>&lt;그림 12&gt; Hans Dieter Schaal, On the cultural history of communication</p>

#### 3.2. 이미지적 공간연출

「영상」이라는 말은 사진, 영화, 텔레비전 등에 사용되는 전달 매체, 예를 들면, 인화지, 스크린, 브라운관 상에 나타난 자연의 형태로, 너무 대중 써 왔다. 그러나 앞으로 여러 가지 영상에 대하여 생각할 경우, 우리의 시각 기능을 지배하는 문제로서, 더 세심하게 이 말을 규정해둘 필요가 있다. 왜냐하면 이 영상이라는 말속에는 여러 가지 개념이 들어있어서 미리 어떤 의미로 쓰는지, 약속해두어야 한다고 생각한다.

「영상」이란 「image」의 번역어로서, 「image」에는 원래 모습, 그림자, 상, 인상... 등의 의미가 포함되어있다. 이미지에 대한 광의의 영상은 형(形)이 있는 것, 상(像)의 총칭이고, 그것은 이미 사용한 사진, 영화, 텔레비전 등의 영상보다 더 넓은 의미를 가지고 있다.

<표 3> 이미지적 공간연출 사례

무대	 <p>&lt;그림 13&gt; 게오르크 뷔히너의 보이첵</p>	 <p>&lt;그림 14&gt; 「니벨룽의」 반지 1970.</p>
영상 매체	 <p>&lt;그림 16&gt; MBC 내천구들의 세상, 무대세트</p>	 <p>&lt;그림 17&gt; 광고 TTL, 촬영 세트.</p>
실내 디자인	 <p>&lt;그림 18&gt; Alfredo Arribas, Pueblo Espanol. Barcelona. 1990</p>	 <p>&lt;그림 19&gt; Hans Dieter Schaal, Sport movement and Physical liberation exhibition areas.</p>

영상매체의 무대공간연출의 방법은 시각적으로 접촉하는 것부터 시작되고, 그 접촉의 형태의 변화와 함께 여러 가지 의식을 만들어 내어 인간과 사물을 연결짓는 현실적인 시간·공간의 틀을 깨서 완전한 상상력의 공간연출이 표현되어진다.




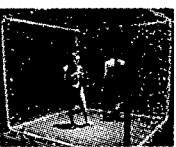
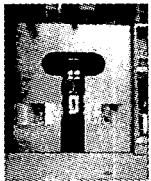
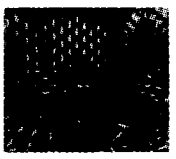
#### 3.3. 상징(=기호)적 공간연출

상징은 우리의 철학체계, 사회에 의해서 학습된 반사작용에

간밀히 연결되어 있는 어휘를 통해서 설명될 수 없다. 상징은 이모든 것들의 바깥에 있음으로써 오히려 우리의 시적(時的)인 가능성과 자유로운 표현의 도움을 청한다. 시를 통해서, 우리는 주입된 상업적인 눈요기 감의 창의성이 아니라, 우리로 하여금 끊임없이 하나 하나의 사고와 행동을 통해서 우리 스스로를 남게 하는 나날의 창의성을 발견해내야 한다.

상징을 기호라 말할 수 있다. 기호는 인위적 기호와 자연적 기호에서는 의미의 형태, 의미 작용의 구조가 다르고, 그림, 사진과 같은 구상적 기호로서 같은 의미라도 미묘한 차이가 생긴다. 그리고 이러한 변화가 소위 커뮤니케이션 활동의 차이가 되며, 인간관계의 다른 결함을 만들어 내는 것이다.

<표 4> 상징(=기호)적 공간연출 사례

무대	 <p>&lt;그림 19&gt; 알렉산더 폰 수보호 - 코빌린의 희극 '타렐킨의 죽음' 1922</p>	 <p>&lt;그림 20&gt; 하이너 뮐러의 4중주 로버트뮐슨, 1988.</p>
영상매체	 <p>&lt;그림 21&gt; 광고 Powerade, 촬영세트</p>	 <p>&lt;그림 22&gt; 뮤직비디오 세트, 조PD</p>
실내디자인	 <p>&lt;그림 23&gt; Hollein, Hans, retti</p>	 <p>&lt;그림 24&gt; Renzo Piano, IRCAM, Soundboard</p>

사물과 인간의 관계, 사물을 중심으로 한 인간과 인간관계를 커뮤니케이션 매체의 의미로부터 파악하려고 하는 것이 의미론(semantics)이다.(스잔느 K 랑가의 『심볼의 철학』 오그덴 리처드의 『의미의 의미』 로벨 기도의 의미론). 그것에 의하면 자연적 기호는 「사인」이라 하고, 인위적 기호는 「심볼」이라 부른다. 또 심볼은 문자, 숫자 등의 추상 기호와 조형 예술 등 구상기호로 나뉘고, 구상 기호를 따로 「아이컨」이라 한다. 영상에 의한 새로운 인식(=표현 방법), 새로운 인간과 인간의 커뮤니케이션 관계에서 생긴 인간이다.

영상매체의 무대연출공간은 그 자체가 현실이 아닌 점에서 확실히 상징(=기호)로서 표현되고있다.

## 4. 결론

이상의 연구를 통해서 대중영상매체 속에 보여지는 공간은 세트라고 하는 가공의 무대공간이라 말할 수 있다. 이러한 공간에서 나타나는 연출 특성을 다음과 같은 방법으로 제시한다.

첫째, 영상매체의 영역이 확장되고 시간과 공간에 대한 인식, 그리고 영상매체의 빠른 정보는 공간연출에 있어서 시간과 공간을 넘다드는 공간연출이 표현되어지고 있는 시간적 공간연출, 둘째, 시각적인 접근으로부터 시작되고 여러 가지 형태의 변화를 만들어 내고 시간과 공간의 틀을 깨고 완전한 상상력의 공간연출이 표현되어지고 있는 이미지적 공간연출, 셋째, 문자나 숫자, 조형예술의 설치 및 하나의 매개체로 전체적인 의미 전달을 표현하고있는 상징(=기호)적 공간연출로 정의할 수 있다.

## 참고문헌

1. 박성봉, 대중예술의 이론들, 동연
2. 조르주 나타프, 상징·기호·표지, 열화당
3. 이일범, 영상예술의 이해, 신아사
4. 박남훈, 광고와 매스미디어, 세종출판사
5. 최상철, 무대 미술 감상법, 대원사
6. 박성봉, 대중예술의 미학, 동연
7. Dorothea, Hans Dieter Schaal, Bild und Text GmbH Baun, Fellbach
8. Carl G.jung, Man and Symbols, ARKANA
9. Axel Menges, Alfredo Arribas Arquitectos A내참엔 Architecture and design. Arquitectura y diseño 1986-1992
10. www.i-am200.com