



‘콘텐츠 크리에이터’

역할로

‘따뜻한 디지털 시대’

증명하겠다

디지털은 테크놀로지의 산물이라고 평가되고 간주된다. 하지만 ‘디지털은 감성’이라고 외치는 사람이 있다. TV와 라디오 시사프로그램의 진행자로 알려진 정진홍 박사(40). 그는 다양한 이력의 소유자이다. 청와대 대통령 비서실장 보좌관을 거쳤는가 하면 커뮤니케이션을 전공한 학자이자 한국예술종합학교의 교수로 일하기도 했다. 세 권의 저작을 가지고 있다.

그는 지금까지 ‘디지털’과 ‘감성’이라는 두 가지 키워드를 가지고 동서양을 넘나들면서 문화적인 근거들을 제시하는 작업을 해왔다. <커뮤니케이션 중심의 제시대> <아톰@비트>에 이어 <감성의 바이러스를 퍼뜨려라>에 이르기까지 저자는 아날로그가 주류를 이루던 시대에서 급격히 디지털 시대로 쏠린 삶을 살고 있는 우리들에게 새로운 패러다임을 제시하고 있다.

“디지털이 단지 테크놀로지와 연관된 것이라고만 여기는데 테크놀로지 수준에 그치는 디지털은 아주 초보적

인 인식입니다. 디지털의 본질을 잘 들여다보면 0과 1의 조합이라는 정의는 표면적인 공식일 뿐이라는 것을 알게 됩니다.”

아날로그는 소리만 전달해 주는 방식이다. 때문에 아날로그는 인간이 가진 하나의 감각에만 의지하는 모노미디어라는 것이 그의 설명이다. “아날로그는 과거이고 디지털은 미래라는 이분법적 사고에서 벗어나야 합니다. 감성하면 왠지 아날로그적이라고 생각하지만 오해에 불과하죠. 그것은 과거에 대한 향수에 가깝습니다. 디지털 시대는 멀티미디어의 시대라고 하듯이 느낌, 감각, 감성 등 오감을 모두 섞어내고 있어요. 디지털은 한마디로 감성 융합의 산물입니다. 다양한 감각을 표현하는 데 있어 인간 원형에 더 가깝습니다.” 나아가 디지털 시대에는 오감을 완전히 복원해 내는 사람이 주도하게 된다는 가설까지 가능케 한다. 그는 디지털이 테크놀로지라는 통념을 깨기 위해 ‘디지털은 진화한다’는 명제를 제시하고 있다. 이른바

sensology(감성의 로직)가 될 것이라고 말한다.

이런 인식과 문제의식을 가지고 현재 그가 집필하고 있는 것이《정진홍의 디지털과 문화》와《정진홍의 감성 리더십》이다. 앞의 책은 방송특강을, 뒤의 책은 인터넷 사이트에서의 특강을 축으로 구성할 예정이다.

먼저《정진홍의 디지털과 문화》는 디지털 문화의 특징을 파악하고 디지털화된 생활 속에서 인간이 어떻게 잘 살 수 있는가를 담게 된다. ‘디지털 시대의 7가지 항해법’, ‘변화의 중심에 디지털이 있다’, ‘디지털 시대의 마음산업’, ‘디지털은 콘텐츠다’, ‘따뜻한 디지털’, ‘감성지능을 높여라’ 등의 소주제를 통해 디지털 문화의 현재와 미래를 그릴 생각이다.

“이제 디지털이 만들어낸 감성의 시장이 열리고 있어요. 감성의 시장에서는 이른바 콘텐츠가 힘을 가집니다. 마치 마셜 맥루한이 ‘미디어는 메시지다’라는 명제를 남긴 것처럼 ‘디지털은 콘텐츠다’라는 말을 할 수도 있죠. 콘텐츠는 바로 이야기가 있는 상품입니다.”

사람들은 필요의 논리를 제쳐두고 욕망의 논리를 바탕으로, 이야기가 있는 상품에 기꺼이 돈을 지불하고 있다. 인간의 감성에 호소한 상품들이 날개 돋친 듯 팔리고 있는 것이다. 감성의 감염을 더욱 가속화시키는 것은 인터넷이라는 사이버 공간이다.

“초고속 인터넷망은 새로운 제5산업이라 할 수 있는 마음의 산업을 생성하고 있어요. 따라서 디지털은 점점 sharology(나눔의 로직)가 될 것입니다. 특히 우리 초고속 인터넷 가입자만 천만 명이 넘는 나라입니다. 그 인터넷망으로 눈깜짝할 사이에 엄청난 액수의 돈이 왔다갔다 합니다. 문제는 돈만 오고가는 것이 아니라 마음도 오고간다는 것이죠. 지난 대선 때나 월드컵 때 증명되지 않았습니까. 인터넷만큼 마음이 빨리 전달되는 것이 없어요. 거대한 마음의 생태계라고 할 수 있죠. 환경을 오염시킬 수 있듯이 마음의 세계도 마찬가지로. 인터넷 환경이 오염되면 나와 나의 가족에게 그대로 영향이 미칩니다. 디지털 문제를 테크놀로지의 문제가 아니라 감성과 연관지어서 생각할 수밖에 없는 이유가 거기에 있어요. 그래서 긍정적인 의미로서 나눔의 로직이 중요하다고 생각합니다.”

마음이 시장을 지배한다는 가설은 이미 애덤 스미스가 1759년의《도덕감정론》이라는 책에서 제시했다고 그는 본다. “이 책의 요지는 한 마디로 공감이라고 얘기할 수 있어요. 애덤 스미스는 사람들이 같은 마음을 가지고 형성한

가격이 시장가격이라고 생각한 거죠. 보이지 않는 손이라는 것은 신의 손이 아니라 사람들의 마음이 모여져서 형성된 가격이라는 겁니다.”

이러한 이론에 바탕한 행동론과 관련된 것들이《정진홍의 감성 리더십》이다. “공감을 감염시키자는 거죠. 스토리라는 것은 감성을 담은 이야기입니다. ‘리더는 스토리텔러다’라는 얘기가 있듯이 리더는 감성을 담은 이야기를 만들어낼 수 있어야 합니다.” 정 박사가 펴낼 책의 내용은 강연의 형식처럼 잘 알려진 인물을 재해석하는 에세이 형식으로 전개될 예정이다. 줄리아니 뉴욕시장에게 영향을 줬던 권투선수 출신 아버지의 가르침, 새클턴의 위기탈출 10계명, 히딩크의 그라운드외 감성리더 등 감성적이어서 성공했던 리더들의 이야기들이 담긴다.

“변화된 디지털 환경에서 CEO들에게 이제는 리더십도 종래와는 다르다는 것을 말하는 겁니다. 리더십은 설득의 문제라고 생각하기 쉽지만 어쩔 수 없는 상하관계이기 때문에 설득당하는 척하는 것이지 진심으로 설득당하긴 어렵죠. 진정한 힘은 공감에서 나옵니다. 종래의 시대와는 달리 이제는 집단의 시대가 아니거든요. 자기중심적인 사람들이 산재해 있는 시대입니다.”

하지만 같은 목표를 향해 함께 가야 한다는 공감의 마당이 펼쳐지면 상상할 수 없는 일이 일어난다는 것이다. 때문에 리더십의 핵심은 공감을 자아내는 것이다. “카오스이론에 기초해 있는 나비효과가 인터넷 시대, 디지털 시대엔 가능합니다. 여중생 추모 촛불시위만 해도 누가 시켜서 한 것이 아니지 않습니까. 공감의 띠가 형성되었던 거죠. 그 흐름을 제대로 보지 못하면 리더십도 형성되지 않습니다. 같이 느끼려면 감성의 감염이 필요합니다.”

이를 가능하게 만드는 콘텐츠의 기반은 모두 책에서 나온다. 책을 든 손이 결국 이길 것이라는 신념은 그에게 큰 의미를 갖는다. “역설적으로 들리겠지만 디지털 시대를 성공적으로 살기 위해선 책을 읽어야 해요. 책만큼 인문학적 진리를 담고 있는 견고한 콘텐츠가 없어요. 모든 콘텐츠의 보고라고 할 수 있죠.”

자신을 둘러싼 외피가 무엇이든 간에 시대를 이끌어 갈 수 있는 리더, 즉 ‘콘텐츠 크리에이터’로 불리길 바란다는 정진홍 박사. 그가 두 저작을 통해 풀어낼 감성적 디지털 시대의 따뜻한 이야기가 궁금해진다. **이은**

취재 강경희 기자 | 사진 박신우 기자