

컴퓨터 기반의 레이어(layer)에 대한 매체미학적 분석

Media-Aesthetical approach to the Computer-based Layer

주저자 : 이병주(Lee, Byung-Ju)

한세대학교 디자인학부

이 논문은 한세대학교 2003학년도 학술연구지원에 의하여 연구되었음.

1. 서론

2. 매체미학과 디자인

- 2.1 매체미학의 개념
- 2.2 볼츠 매체미학의 기본 개념

3. layer에 대한 매체미학적 분석

- 3.1 불안한 이미지와 레이어
- 3.2 대상없는 형식 - 가상성
- 3.3 이미지 다루기 - 선택의 문제

4. layer와 창의성의 관계

5. 결론

참고문헌

(要約)

현대미학의 논의는 뉴미디어의 등장으로 인한 예술과의 상호 관계, 즉 매체에 대한 새로운 미학적 해석으로 시작된다. 과거 선형적 사고체계의 문자시대와 비교할 때 매체는 반드시 현존을 증거하는 수단에 불과하였으나 이제 그것은 디지털 미디어 환경에 있어서 그 자체로서 하나의 창조적 행위이며 그 안에 미적 관념 자체를 내포하고 있는 역동체인 것이다.

매체 미학의 대표적인 이론가인 볼츠는 새로운 매체 시대의 예술은 '이미지의 복제'가 아니라 '이미지의 변형'이 주요한 관건이며, 이 예술형식은 대상에 대한 이미지를 전달하는 것이 아닌 그 자체만이 존재하는 대상없는 이미지가 중심을 이루어 지므로 결국 비선형적인 사고체계가 지배하는 기술적 환경에서의 창의성이란 선택적 테크닉의 한 효과라고 주장한다.

본 논문은 컴퓨터 환경의 레이어(layer)가 그러한 이미지 변형의 핵심적인 기술중심의 예라고 상정하고 위에서 언급된 매체 미학적 관점들을 검증하고자 했으며, 나아가 작업자인 디자이너의 창작 과정에 그것이 어떤 직접적인 영향을 미치고 있는가를 밝히고자 시도하였다.

이는 새로운 시대의 미학적 개념은 새로운 미디어가 지배하는 '디자인의 과학'으로 정의되어야 한다고 하는 볼츠의 매체미학과의 조우를 통해서 디자인의 학문으로서의 이론적 토대를 확장시키고자 하는 노력의 일환으로 말할 수 있다.

(Abstract)

The recent aesthetical argument has been focusing on the the interrelation between art and media. Now media is a kind of creative activity and dynamic factor which comprises aesthetic perception in itself compared to that of the past linear thinking era that was just a means of proving presence. Norbert Bolz, a leading media-aesthetician, puts the emphasis on the transformation of image, not the its dupe. He urges that this artistic form does not deliver the image of object, but means the objectless image itself. Therefore creativity is caused by an effect of a optional technic in the stage of technological environment where is under the control of the non-linear thinking system.

In this context, this essay investigates to confirm the above mentioned aesthetical views by analyzing the computer based layer as an detailed example, and to illuminate the designer's creative activity where is deemed to be under its radical influence.

Therefore it can be dedicated to the extension of the theoretical background in design, bridging between two practices according to the Bolz's notion that the new aesthetical concept should be accompanied by "the Design Science", that is centered on the new media.

(Keyword)

Media-Aesthetics, Norbert Bolz, Aura, Layer

1. 서론: 디자인의 문제

현재 비교적 논의가 활발한 학문 중의 하나인 매체미학은 비교적 짧은 역사를 통해서 디자인과 여러 측면으로 관계를 맺고 있다. 기술재생산시대의 발터 벤야민(Walter Benjamin)은 광고를 이야기했고 디지털 미디어의 시대인 현재에 이르러서 노르베르트 볼츠(Norbert Bolz)는 매체미학을 디자인의 과학으로 동일시한다. 이점에서 흥미로운 것은 매체미학이 예술에 대한 사회적 현상관계가 바뀌면 예술 형식도 바뀐다는 벤야민의 대전제에서 일관되게 전통예술과의 거리두기를 시도하는 그 중심에 디자인을 자리 잡고 있다는 것이다.

매체미학은 사진이나 영화와 같이 기술이 가져다준 새로운 영상의 바로보기를 통해서 전통적인 예술 미학과의 현저한 시각 차이를 확인하고, 오늘날 디지털 미디어환경에 있어서 종국에는 예술과의 종말을 고하고 있다. 반면에 디자인의 입장에서 전통예술과의 거리두기는 매체미학의 그것과는 성격이 조금 다른 양상을 보인다.

디자인의 역사는 관점에서 따라서 조금씩 다르나 디자인 비평가 필립 맥스(Phillip. B. Maggs)와 같은 경우 인간이 도구를 다루기 시작한 먼 고대 시대까지 소급해 올라간다. 이는 디자인을 만들고 설계하는 기술과의 관계를 기저로 하는 해석이다. 물론 여기에는 도구와 관련된 그리기의 역사도 포함될 것이다. 그리는 것의 행위가 예술로써, 또한 미의 가치라는 덕목에서 자리매김한 것이 18세기 이래 불과 2세기 동안이라면 디자인의 역사와는 비교도 안 될 정도로 짧은 것이다.

반면에 단순한 역사의 기간이 아니라 이 가치의 부여라는 측면에서 디자인의 역사는 예술과 비교하여 상대적으로 짧다고 할 수 있다. 매체미학이 시각 예술에 주로 편중한다는 점에서 시각 예술의 범주에 국한해서 디자인을, 그러니까 시각 디자인을 중심으로 이야기한다면, 그것에 가치가 부여되기 시작한 최초의 시기는 미래파나 구성주의에서 조형적인 표현을 빌고 바우하우스에서 실용 개념의 틀을 마련한 시기인 불과 20세기 초반의 일인 것이다.

디자인의 주체적인 표현 방식이 부재하고 예술의 실용화라는 당시의 상황을 염두에 둔다면 분명히 초기의 디자인은 예술의 하부구조 역할을 자임했다고 볼 수 있다. 그 이후로 라즐로 모홀리나지(Lazlo Moholy-nagy)의 움직임에 기초한 미디어의 실험이나 조지 케페스(George Kepes)의 시각디자인 이론, 그리고 게슈탈트의 시지각 이론이 등장하면서 디자인 스스로의 가치 부여 과정이 시작되어, 매스 미디어를 강조하던 1970년대에 이르러서는 광고디자인을 중심으로 디자인을 시각정보의 커뮤니케이션이라는 측면에서 해석하려는 이론적 시도들이 잇따랐다. 이러한 과정을 통해서 매체미학이 기술의 문제에서 비롯된 전통예술과 거리두기라면, 디자인은 상당 부분 전통예술과 분리된 하나의 고유한 영역을 마련하기 위한 거리두기였다는 점에서 큰 차이가 있다고 할 수 있다.

또 다른 시각은 현재의 포스트모던 시대를 어떻게 해석하느냐 하는 점이다. 매체미학은 포스트 모던의 개념을 문화적 절충주의, 즉 이질적인 것과의 유희라고 보는 다소 낙관적인 태도를 취한다.¹⁾ 그러나 디자인은 이러한 측면에서 그동안 애써 거

를 두어 왔던 예술과의 뒤섞임, 혹은 층들의 후유증을 겪고 있다. 그것을 유희라고 보고 싶지 않은 디자인 일각의 저항에 부딪치고 있는 것이다. 예술과의 이런 불가분의 관계에서 애보트 밀러(Abott Miller)와 같은 디자인 비평가는 다시 예술과 디자인의 경계가 희석되고 있다고 지적하고 있는 바²⁾ 여기서의 희석이란 단어의 뉘앙스는 요즈음의 학제적 연구에 있어서 경계의 넘나들이라기 보다는 디자인의 온전히 독립적이지 못한 상황에서 나타나는 불가항력적 현상이라고 볼 수 있다. 이것이 디자인의 문제적 상황이다. 예술과 자신 있게 뒤섞일 만큼 공고한 자리를 미처 마련하지 못한 상황에서 절충이나 경계를 넘나들이란 결국 혼돈이나 자진폐기의 다른 표현일 수 있기 때문이다. 이러한 맥락에서 디자인이 제 영역을 공고히 할 수 있는 가능성의 하나가 오늘날 활발히 논의되고 있는 매체미학과의 조우이다. 그 중에서도 매체미학이 디자인 과학으로 인식되어야 함을 강조하고 있는 볼츠의 기술 중심 개념을 통하여 디자인의 매체미학적 측면을 검증해볼 필요가 있다. 디자인은 실용화라는 숙명적인 대명제에 따라서 기술과 분리되어 본 역사가 없다. 기술과 불가분의 관계에서 컴퓨터그래픽의 테크놀로지는 아예 처음부터 디자인을 염두에 두고 만들어 졌다고 해도 과언이 아님에도 불구하고 그 기술을 중요한 태도로 디자인에 대한 해석을 시도한 바가 없기 때문이다.

따라서 이 글에서 필자는 컴퓨터그래픽의 기술을 중심으로 디자인의 입장에서 볼츠의 매체미학을 검증해보고자 한다. 또한 여기서 서로의 상관관계를 분석하는데 있어서 큰 틀로 규정하는 것은 컴퓨터 기반 환경의 레이어(layer)이다.

그 이유는 컴퓨터를 통한 영상의 기술은 이미지의 수정, 혼합, 합성을 중심으로 발달되어 왔고 그것은 레이어 기능의 기술적 발전을 통해서 가능했기 때문이다. 우리는 오늘날 컴퓨터그래픽의 총화라고 일컫는 영화나 그 밖의 디지털 미디어에서 부분적이든 전적으로든 이 이미지의 변형의 기술에 의지하고 있음을 잘 알고 있다. 또한 기술 문화 시대에 등장한 새로운 이미지에 대한 해석이라는 매체미학적 측면에서 컴퓨터그래픽의 핵심인 레이어는 기술과 이미지와의 상호연관성을 규명하는 데 있어서 중요한 부분일 수 있기 때문이다.

나아가 이를 통해서 필자는 디지털 미디어 시대의 컴퓨터 기반의 디자인 작업에 있어서 이미지의 문제와 구체적인 이미지 다루기 방식과 창의성의 발현을 다루고자 한다. 이러한 매체미학적 접근은 앞서 언급한 디자인에 있어서 고유 영역을 확고히 함으로써 예술과의 일정한 거리두기를 위한 노력이라고 할 수 있다. 여기서 이 글 전체에서 디자인이란 용어는 시각디자인 중심으로 사용되고 있음을 전제한다. 디자인의 영역도 예술의 영역만큼이나 광범위하고, 매체미학에서의 예술이라 칭하는 것이 주로 회화나 비디오 아트 등과 같은 시각영상예술을 중심대상으로 하기 때문이다.

2. 매체미학과 디자인

2-1. 매체미학의 개념

시각예술에 있어서 미디어 또는 매체는 그것에 의해 시각화되어 구체화된다는 점에서 물질적 속성을 띄는 재료 자체를 의미할 수도 있고 대중전달의 수단이나 그 도구적인 일반을 지칭하

1) 노르베르트 볼츠, 윤종석 역, 『컨트롤된 카오스』, 문예출판사, 2000, p.358.

2) Abott Miller, Word Art, Eye, no 11, Croydon, p.32.

는 의미의 소통체를 의미하기도 한다. 따라서 매체를 멀티미디어라고 사용할 경우는 재료나 기술적 측면이, 매스미디어라고 하는 경우는 의미전달 측면이 강조된다.

반면에 그 어느 것이거나 공통되는 것은 복잡한 현대기술문명의 큰 특징 중의 하나인 대중매체의 문화적 파급효과를 기초로 하고 있다는 점이다. 대중매체가 이러한 사회적 소통의 역할을 수행할 수 있었던 것은 이미지의 대량 복제 및 유포라는 속성에 따른 결과이며 이에 동반하여 그 특유의 미적 혹은 시각적 측면은 기존 순수미술의 전통적 지위를 대체 혹은 위협하기에 이르렀다. 이는 대중시각매체의 시각이미지의 어법이 점차 세련되어 대중들에게 매력적인 새로운 미적 대상으로 등장했다는 사실 이상으로 대중들의 미적 이상이나 가치관이 대중시각매체로 옮겨가고 있음을 의미한다.

전통적인 미학적 기준에 따르면 예술은 미에 관련된 예술가의 순수한 정신적 현상으로써 보는 이의 정신에 직접 전달되는 것이므로 매체의 문제는 그다지 중요한 것이 아니었다. 따라서 매체를 중심으로 예술을 해석하는 일련의 예술적 문화 현상이 미학의 이론에 있어서 관심의 초점이 된 것은 벤야민이 처음으로 지적했던 복제기술에 의한 예술작품의 재생산이 보편화된 근대 이후의 시점에 이르러서이다. 최소한 19세기까지 예술과 기술의 관계는 단지 기술은 예술의 완성에 있어서 부가적인 보조수단이었을 뿐이다. 그러나 인쇄술과 사진, 영화와 같이 복제 가능한 새로운 매체들이 등장함으로써 전통적인 예술작품의 의미가 파괴되었을 뿐 아니라 중국적으로 예술작품을 규정하던 내재적인 기준인 "아우라(Aura)"가 상실되면서 매체가 기술과 예술을 매개하는 중심적 위치를 차지하게 이른 것이다.³⁾ 나아가 이러한 비물질적이면서 기술 중심의 매체를 특징으로 하는 매체예술, 특히 1980년대 후반 들어 비디오 아트가 등장하게 되면서 이에 대한 체계적인 이론적 접근의 시도로 매체미학이 형성되기 시작한 것이다.

이와 같은 복제기술의 확산에 따라 작품은 기존의 고정적이고 완성적인 형태인 정적인 미적 기준에 따른 예술형식의 결과가 아니라 더 이상 완성된 것이 아닌 역동적인 상호체인 하나의 정보로 취급하게 되었다. 더불어 특히 컴퓨터의 등장으로 인해 이미지의 통제가 가능해지면서 현대의 매체미학은 벤야민 시대의 이미지 복제 개념에서 한걸음 나아가 매체의 기술적 발전에 따른 결과의 하나인 이미지의 변형을 주요 관심사로 다루고 있다. 그럼에도 불구하고 1930년대 벤야민의 미학이 오늘날에 있어서도 높이 평가되는 것은 기술발전에 따른 매체의 질적 변화에도 불구하고 매체가 변하면 사유의 방식이 변함을 간파한 것이고 이러한 예술의 수용과 사유의 방식이 매체미학의 중요한 좌표로서 적극 수용되고 있기 때문이다.

다시 말하자면 시대가 바뀌면 예술의 형식이 바뀌고 그것에 따른 수용방식과 지각의 방식이 바뀐다는 매체미학의 근본 테제에서 보면 각 시대를 대표하고 있는 매체미학의 낙관론자들로서 벤야민이나 맥루한(Marshall McLuhan), 그리고 플루(Vilém Flusser)서와 볼츠는 동일선상에 놓여있다고 할 수 있다. 시기적으로 주목받는 매체를 기준으로 이들을 구분한다면 벤야민은 초창기의 사진과 영화를, 맥루한은 텔레비전, 플루서

는 인터넷, 그리고 볼츠는 디지털 매체와 컴퓨터그래픽을 이야기하고 있다.

2.2. 볼츠의 매체미학의 기본 개념

베를린 자유대학의 철학과 교수를 거쳐 현재 독일 에센대학의 디자인학과 교수로 재직 중인 노르베르트 볼츠(Norbert Botz, 1953~)는 소장 철학자이자 미디어 이론가로서 독일 전통 사상과 현대 미학의 큰 맥락에서 뉴 미디어와 컴퓨터 디지털 매체와 사회 문화적 최신 트렌드를 분석하는데 있어 탁월한 학자로 평가되고 있다.

그는 과거 선형적 사고체계의 문자시대와 대비하여 현대의 디지털 이미지 시대를 이미지 중심적 카오스의 세계라고 규정하고 이성을 대치한 감성의 미학을 주장한다. 매체는 예술에 있어서도 반드시 현존을 증거하기 위한 하나의 수단이었으나 이전의 예술과의 중요한 차이점은 단지 매체가 수단이나 도구로서만이 아니라 매체 그 자체로서 하나의 창조적 행위이며, 그 안에 이미 미적 관념 자체를 이미 내포하고 있으므로 미학은 이에 걸맞는 형식을 갖추어야 하는 것이다.⁴⁾ 여기서 더 나아가 그는 다소 공격적인 태도로 그래픽 디자인과 상품 디자인에게 자리를 내어준 예술, 예술가의 창조성과 천재성은 디자인 환경과 프로그램으로 대체되어야 하고 따라서 중요한 것은 미디어 환경디자인임을 강조하고 있다.⁵⁾

더불어 그는 매체와 형식이 바뀐 상황에서 과거 문자시대의 합리적 커뮤니케이션으로는 해석이 불가능한 디지털 이미지 시대의 이른바 미학적 커뮤니케이션을 제기하는 바, 이는 언어가 해석의 착오의 염려가 있음에도 불구하고 구문론적이어서 구체적인 반면, 텔레비전이나 컴퓨터 그리고 이들의 종합인 멀티미디어에 있어서의 이미지는 특정한 법칙에 구속받지 않기 때문에 해석에 있어서 열려있는, 즉 다의적 해석이 가능함을 전제로 한다.⁶⁾

매체미학의 이러한 기술중심적 발상은 매체의 기술적 가능성이 이미 전통 예술이 갖고 있던 귀족 취향의 권위를 제거하여 이른바 예술의 민주화가 이뤄지고⁷⁾ 예술의 해방적 잠재력이 이미 일상생활 깊숙이 들어와 있는 디지털미디어 시대의 현실을 반영하고 있는 결과이다. 따라서 매체미학의 연구 대상은 비디오 아트나 컴퓨터 영상과 게임그래픽을 망라하여, 나아가 컴퓨터라는 디지털 매체의 영상문법의 지배를 받게 되어버린 전통적인 시각디자인 매체인 광고 및 그래픽 전반으로 범위가 넓혀지고 있다.

이상과 같이 볼츠를 통해서 본 예술과 대중문화, 정보와 의미, 인식과 감각 등 의사소통을 매개로 한 미학적 예술생산에 대한 새로운 인식과 패러다임을 다루고 있는 매체미학은 대중매체라는 공통분모를 통해서 디자인이나 연론학과 같은 인접학문과의 학제간의 연구의 대상이 되고 있다.

4) 심혜련, 「새로운 매체 시대의 예술에 대한 고찰」, 『기호학과 철학 그리고 예술』, 철학아카데미, 소명출판, 2002, p.184.

5) 노르베르트 볼츠, op. cit., p.202.

6) 노르베르트 볼츠, op. cit., p.353.

7) 강태완, op. cit., p.193.

3) 강태완, 「매체시대의 예술에 대한 고찰」, 『매체미학』, 나남출판사, 1998, p.192.

3. layer에 대한 매체미학적 분석

3-1. 불안한 이미지와 layer

산업혁명 이후 사회경제적인 요구에 따른 대량정보 커뮤니케이션의 필요성에 의해 시작된 디자인은 처음부터 원본에 의미를 두지 않았다. 예를 들어 포스터를 만들기 위해서 작업 공정상 원화의 개념은 있었지만 그것을 원본의 개념으로 볼 수 없는 것은 디자인에 있어서 작품은 다량 제작을 목적으로 인쇄공정을 통해서 만들어진 결과물에 의해서만 디자인되어졌다고 말할 수 있었으며 그 가치가 평가되었기 때문이다. 따라서 벤야민이 지적한 전통적 예술 작품의 원본성, 진품성, 일회성이 처음부터 성립할 수 없었으며, 어떤 면에선 디자인은 아우라의 몰락을 부추긴 장본인인 것이다.

디자인에서 아우라와 비슷한 무엇을 찾을 수 있다면 그것은 주목의 효과라고 할 수 있다. 자기 뒤에서 누군가 바라보고 있는 시선을 느낄 때 다시 되돌아 볼 수 있는 아우라적 상황까지는 아니더라도 무심코 지나치다가 자신의 뇌리를 자극하는 이미지가 있다는 생각에 다시 되돌아보게 되는 그 무엇이 분명히 있을 수 있다. 그러나 그것은 고요한 분위기의 성당에서 마리아를 대할 때 느끼는 아우라가 아니라 충분히 사전에 계획된 성공적인 마케팅 전략에 따른 결과일 뿐이다.

엄밀히 말하면 디자인에서 이미지는 주목되기 위해 만들어진 것이다. 지금 주목의 효과가 뛰어나더라도 언젠가는 상업적인 스케줄이나 정해진 순서에 따라 다른 것으로 대체될 운명에 처해진다. 특별한 경우 자료실에 보관되거나 책에 그 도판이 실릴 수는 있겠지만 특별한 경우가 아니라면 그것이 전통예술 작품처럼 영원히 박물관에 보존될 가능성은 거의 없다.

컴퓨터그래픽 용어로써 이미지의 합성 역시 근본적으로 주목의 효과를 염두에 두고 있다. 이미지 합성의 기본 개념이라고 할 수 있는 몽타주, 보다 정확히 포토몽타주는 서로 성격이 다른 이미지들을 한 화면에 대립시켜서 상호 이질적인 상황이 만들어내는 기이한 상상이나 의외의 효과를 노리는 것이다. 오늘날 이미지 합성 작업에 있어서는 반드시 몽타주의 효과를 염두에 두고 작업을 하지는 않게 되었지만 컴퓨터그래픽의 개발 초기에서부터 집중적으로 연구되었던 주요 관심 분야는 이미지 합성이라고 할 수 있으며 레이어(layer)는 그 바탕 위에서 개발되어온 방법적 기술인 것이다. 이 레이어(layer)와 관련된 기술이 프로그래밍이나 소프트웨어의 새로운 버전을 거듭하여 발전되어오면서 디자이너의 일상 디자인 작업에 있어 반드시 익혀 두어야 할 기술양식이자 작업의 형태나 전반적인 흐름에 중요한 영향을 미치고 있음을 부인할 수 없다.

레이어의 발전과정은 1960년대 초반 미국을 중심으로 한 컴퓨터 인터페이스 연구에 의해 발달이 된 것으로 당시의 연구는 크게 상호작용(interaction)과 다양한 감각의 활용(sensory richness)으로 구분할 수 있다. 당시의 기술로는 실시간 상호작용의 문제가 쉽게 해결되지 않자, 10년이 지난 1973년부터는 오프라인으로 사실적인 컴퓨터그래픽 이미지를 합성 과정으로 대변되는 다양한 감각의 활용 부분에 치중하게 되었다. 주요 관심사는 먼저 어떻게 사진처럼 정교한 시각적인 실체를 만드는 것에서부터 출발하였고 당시로서는 선에 의한 연구가 기초가 되었다. 그러던 것이 방향 선회를 하게 된 것은 제록스(Xerox)의 팔로알토 연구소(PAKC)에서 개발된 형태지향적인 연구에 의

해서이며, 이는 선이 아닌 무수한 점의 집합의 형식으로 이미지를 저장해서 형상을 구상화하는 방법이었다. 이 점이 오늘날 컴퓨터그래픽 분야에서 보통명사화 되다시피 쓰이고 있는 픽셀(pixel)⁸⁾이다.

모든 디지털 미디어에서 표현되는 형상은 픽셀로서 표현된다. 여기서 주목할 것은 픽셀이 만들어내는 이미지는 근본적으로 불안하다는 것이다. 픽셀로 만들어내는 형태의 가장자리는 명확한 선으로 구분되지 않기 때문이다. 픽셀은 컴퓨터의 알고리즘으로 계산된 색의 분산으로 이루어진 계조(graduation)에 의한 가상의 수치일 뿐이어서 이미지를 인식한다는 자체가 일종의 착시를 통한 형태 인식인 것이다. 우리는 이것을 종종 모자이크 처리된 텔레비전 화면의 한 부분이 얇게 뜯은 눈으로 보면 그 형상이 어슴푸레하게나마 드러남을 통해서 이미 경험하고 있다.

이미지의 불안은 여기서 멈추지 않는다. 그것은 데이터의 형상을 취하므로 보관상의 문제가 항상 존재하여 이미지를 줄여서 저장해야 할 때나 파일을 변환시킬 때 원 작업상의 이미지가 필연적으로 훼손된다. 여기에 더불어 개인 사용자의 모니터 상태에 따라 이미지는 색이 바뀌어 보일 수도 있고 기본 화면 비례 자체가 틀려짐으로 인한 형태의 비례가 왜곡될 수도 있다. 또한 큰 화면으로 영사될 때 프로젝터의 상태에 따라서 갖가지 변수가 발생한다. 그러나 이 이미지의 가상성을 통한 형상의 인식은 계속 유효할 수 있겠지만, 그러나 완벽하게 신뢰할 수 없으므로 이미지는 언제나 불안한 것이다.

여기에 일명 전자 혹은 디지털 콜라주의 전형적 기술의 형태인 레이어의 개발은 전통적인 사진술에서의 기술적 난제이자 오랜 희망이었던 이미지의 자르기, 붙이기, 마스킹, 에어브러싱, 다중 노출 등을 실현시키기에 이르러 원한다면 진짜 같은 허구 이미지의 재현을 가능하도록 만들었다. 이같은 전문기술이 일반에 이르게 되기 시작한 것은 1970년대를 기점으로 컴퓨터그래픽의 개인화 시대를 연 매킨토시 컴퓨터의 등장과 그에 따른 맥페인트(McPaint), 그 이후의 포토샵(Photoshop)과 같은 개인용 보급형 그래픽 소프트웨어가 속속 개발되면서이다. 이들 프로그램에서 이미지 합성은 낱말의 조각인 이미지들의 인터페이스, 즉 레이어를 이용해서 운용된다. 여기서 자르기와 붙이기를 한 조각의 본래의 픽셀 값이 존재하면 복제 효과가 발생한 것이며 나아가 이 픽셀들이 바탕의 픽셀들과 자연스런 조건으로 오버랩 되면서 합성(콜라주)이 완성되는 것이다. 따라서 전통적인 콜라주 제작처럼 디지털 콜라주 역시 이미 모아놓은 소스 이미지들로 시작할 수 있고 그 중 일부 조각들을 모아서 완전히 새로운 이미지를 만들어낼 수도 있다.

이러한 레이어 기능을 이용한 거듭된 합성은 이제 그래픽 이미지를 이용한 모든 프로그램이나 매체에서 이미 보편화된 문법과도 같다. 여기서 지적되어야 할 것은 이미지는 앞서의 픽셀의 가상성과 더불어 그 불안정성이 증폭되고 있다는 점이다. 대상은 수많은 이미지들로 분해 혹은 중첩되어져서 더 이상 특정한 대상성을 유지할 수 없는 상황으로 나아간다. 여기서 주목할 것은 이와 관련하여 볼츠를 비롯한 많은 매체미학자들은 이미지가 주요한 미적 형식인 경우에는 이미지를 전달하는 것이 아니라, 이미지 그 자체만이 존재하며 이는 대상없는 이미지가

8) picture(그림)과 element(요소)에서 나온 축약어이다.

중심을 이루게 된다는 사실을 일관되게 지적하고 있다는 점이다.⁹⁾

3-2. 대상없는 형식 · 가상성

이미지 합성, 즉 콜라주는 1850년대 사진가들이 합성인화 기술을 이용하여 원시적인 매체의 한계를 극복하고자했던 것에서 시초를 둔다. 이미지의 대상성에 관련하여 모더니스트 비평가들은 정상적인 사진의 엄격성, 곧 아리스토텔레스적인 시간과 공간의 통일성을 깨뜨렸다는 이유로 그것은 사진의 파괴로 간주하였다. 하나의 고정된 시점에서 관찰되는 것을 보여주는 것이 사진이라면 콜라주는 여러 시점이나 확연히 다른 상황의 장면들을 하나의 이미지로 조합한다. 따라서 노출 당시의 정확한 내용을 보여주는 사진과 서로 다른 시간대에 일어난 것들을 조합해서 하나의 구성, 시간을 보여주는 콜라주는 본질적으로 다른 차원을 만들어낸다. 부연하면 콜라주는 물체의 위치와 발생시기에 대한 개념을 무너뜨린다.¹⁰⁾

합성된 정확한 이미지와는 조금 다른 개념의 포토몽타주는 사진과 그래픽 디자인의 결합은 1920년대와 1930년대 유럽의 막스 에른스트(Max Ernst)나 라즐로 모홀리나기 등과 같은 아방가르드 예술가들에 활발하게 시도되었다. 최근에 이르러서는 데이비드 호크니(David Hockney)의 경우 인접한 장면의 부분들을 겹치게 촬영하여 독특한 원근법적 이미지들을 합성한 인상적인 작품을 발표하였고 이 대상에 대한 재해석은 회화뿐 아니라 그래픽 디자인에 새로운 영감과 표현을 제공하고 있다.

어떤 식으로는 이상의 물리적인 콜라주는 합성의 거친 흔적이 남을 수밖에 없었으나 디지털 이미지가 출현하면서 이 상황은 극적으로 변화하게 이르러 원한다면 서로 다른 이미지들을 동일한 시공에서 발생한 것으로 착각하게 만들 수 있을 정도로 완벽한 처리가 가능하게 되었다. 붓질이 회화의 기본이고 노출이 사진의 기본 조작인 것처럼 디지털 이미지의 기본적인 조작은 레이어와 같은 기술을 기반으로 재구성을 하기 위한 합성의 조합인 셈이다.¹¹⁾

디지털 이미지의 이러한 속성은 동시대의 시각문화 뿐 아니라 엄격한 정보성을 중시하는 신문이나 텔레비전의 보도 사진에 있어서도 횡행하고 있을 정도로 일반화되고 있다. 이러한 맥락에서 볼츠는 작금의 디지털 미디어 환경에서 생성된 이미지의 비대상성에 대해서 접근하고 있으며, 대상성에 대한 현재적 상황의 비교 내지는 그 근거를 20세기 초반 러시아 절대주의의 태두인 말레비치의 기하학적 조형을 이용하여 극단순화한 비대상의 예술에서 찾고 있다. 그에 따르면 말레비치의 캔버스는 대상성의 카오스를 배제하는 하나의 순수 구성이고 오늘날의 디지털 이미지는 오히려 카오스적 대상의 무차별적인 뒤영김으로 인해 대상성이 사라지는 “분해대상적 효과”의 결과인 것이다.¹²⁾ 따라서 서로 극단의 방법을 취해서 완벽하게 다른

것으로 보이나 대상성이 사라진다는 측면에서는 같은 결과임을 밝히고 있다.

그는 이러한 분해대상적 상황이 막스 벤제(Max Bense)의 글을 인용하면서 “컴퓨터 기술적인 그래픽 생산 속으로 편입된 기호 평면, 혹은 화면 평면의 주사선 구조”에서 아날로그적 모사 대신에 디지털적 모사와 미메시스(mimesis) 대신에 스캐닝이 대체되는 디지털적 계산된 영상들의 영역에서 일어나고 있음을 밝힌다.¹³⁾ 이러한 상황에서 비대상의 과정을 다음과 같이 말하고 있다.

화면에 도대체 무엇이 나타나는가와는 상관없다 나타나는 것은 숫자로 구성된 화면들이며, 그것들은 그 정의상 단지 가상적 실체들만을 나타낼 수 있다...그래서 합성적, 문자적 화면들의 홍수 한가운데에서 하나의 새로운 형상 없음이 나타난다.¹⁴⁾

따라서 1절에서 언급한 바 있는 픽셀이나 레이어의 불안정성은 볼츠의 표현을 빌자면 카오스적 내지 분해대상적 효과에 의해 대상없는 형식인 가상성으로 가는 최초의 동인이자 기술이 현상을 포함하는 근거가 되는 셈이다.

3-3. 이미지 다루기 · 선택의 문제

과거 90년대만 해도 고용량의 워크스테이션에서나 가능했던 이미지 합성의 기능은 기술의 발달로 인해 개인용 컴퓨터의 소프트웨어만으로도 충분히 가능하기에 이르렀다. 레이어 기능은 포토샵(Photoshop)을 기반으로 이제에는 일러스트레이터(Illustrator)를 비롯해서 다양한 멀티미디어 프로그램에 이르기까지 그 사용범위가 넓혀져서 가장 핵심적인 화상이미지 기술로 자리 잡고 있다.

실제 포토샵의 레이어 기능의 메커니즘은 여러 개의 팔레트에 쉽게 작업할 수 있도록 고안된 비교적 간단한 원리를 갖고 있다. 프로그램이 열리면 곧 오른쪽으로 다양한 보조 메뉴의 창들이 위에서 아래로 정렬한다. 이들은 작업자의 의지를 통해서 이미지를 변형시키도록 명령이 내려지기만을 기다리는 일종의 인터페이스의 기능을 수행한다. 작업 준비가 잘된 경우라면 작업자는 미리 스캐닝(scanning)이나 디지털 카메라를 통해서 확보해둔 무수한 이미지들을 따로 폴더에 보관하고 있다. 작업이 진행되면 기존에 마련한 아이디어 스케치에 따라 필요한 이미지들을 모니터 상에 올리는 과정에서 레이어의 메뉴에 하나둘씩 각각의 이미지를 나타내는 창이 일련번호와 함께 수직으로 늘기 시작한다. 경우에 따라서 작업자는 만약의 사용할 경우를 대비해서 복수의 혹은 여러 개의 이미지를 여분으로 올려놓는다. 따라서 이미 레이어 메뉴에는 창이 열개 이상 수십 개를 넘는 것이 보통이다. 작업과정을 통해서 만들어진 부수적인 이미지까지 포함하면 그 수는 헤아릴 수 없다. 이것은 지극히 일반적인 레이어 작업과정의 예이다.

여기서 잠시 과거 수작업에서 디자인 과정과 비교해볼 필요가 있다. 우선 작업 과정에서의 오차를 줄이기 위해서 되도록 정확한 스케치를 준비한다. 그 이후 과정은 작업이 다시 반복되지 않도록 머리 속의 구상과 얼마나 오차를 줄이는가가 관건이다. 그렇지 않다면 그 작업에 들인 시간이나 공이 수포로 돌아가기 때문이다. 오늘날 레오나르도 다빈치가 남겼던 스케치로만

9) 심혜련, *op. cit.*, p.199.

10) 윌리엄 미첼, 김은조 역, 『디지털 이미지론』, 아이비스출판부, 1997, p.154.

11) 윌리엄 미첼, *ibid.*, p.157.

12) 노르베르트 볼츠, 윤종석 역, 『구텐베르크-은하계의 끝에서』, 문학과 지성사, 2000, p.193.

13) 노르베르트 볼츠, *ibid.*, p.193.

14) 노르베르트 볼츠, *ibid.*, p.196.

전시회가 열리고 있음을 상기해보면 실제 작업은 스케치를 통해서 미리 머리에 구상해 두었던 결과 예상치를 향해서 얼마나 꼼꼼하게 작업이 이루어져야 했는가를 짐작할 수 있다. 레이어가 등장하면서 디자인 작업에서 나타난 큰 변화란 초기의 컴퓨터 시대에 최우선으로 꼽았던 작업의 효율화, 즉 빠른 속도라기보다는 작업자로 하여금 무제한의 변화 가능성이 실현되었다는 점일 것이다. 미리 생각해두었던 아이디어는 레이어의 효과에 따라서 쉽게 변신이 가능하고 따라서 아이디어는 유동적이고 부정형적이 되어 버린다. 상황에 따라서 레이어창을 순서만 바꿈으로써 중요 이미지로 정했던 것은 언제든 보조적인 이미지로 탈바꿈하면서 새로운 이미지를 창출한다. 즉 우선순위가 없다. 또한 레이어의 인터페이스는 모니터의 화면을 요령 있게 배치하기 위해서 상하로 배열되었을 뿐 실제로는 좌우로 넓게 펼쳐진 팔레트와도 마찬가지로 마치 넓게 펼쳐진 뷔페식당에서 입맛에 맞는 음식을 골라야 하는 상황과도 흡사하다.

이렇게 소프트웨어를 만들었던 프로그래머들이 미리 예상하지 못했던 기술의적인 상황은 작업방식의 변화이자 나아가 작업의식의 변화를 일으킨다. 실제로 시각적인 아이디어가 발생하는 과정이란 머리 속에서 끊임없이 떠오르는 이미지의 형식들이 보다 감성적인 직관에 따른 선택의 형상화이다. 앞서 언급한 전통적인 수작업에서는 기술적으로 되돌릴 수 없는 물리적 제한으로 인해 그런 과정이 작업 중에 지속적으로 일어나기란 현실적으로 불가능하다. 그러나 레이어 기능을 통해서 그것은 항상 가능한 일이므로 작업이 끝나는 시점까지 원한다면 언제든지 작업자의 직관에 따라서 자유로운 선택이 가능한 것이다. 이는 빌렘 플루서가 말하는 머리 속에서 맴돌면서 순환하는 사유의 형태¹⁵⁾가 레이어라는 기술적인 형식을 통해서 이미지를 형상화하는 과정이라고 할 수 있다. 이러한 의식의 순환 현상을 통해서 프로그램에서 현실화됨으로써 작업과정의 비선형성(non-linearity)이 획득되는 것이다.¹⁶⁾

오늘날의 디자인 작업에서 보통 이미지 합성이 일반화되고 있다. 광고와 같은 경우 종종 아이디어를 전달하는 정도에 따라 제한적으로 사용되는 경우도 있지만 많은 매체미학자들에게 인용되는 MTV의 그래픽 영상처럼 합성 그 자체인 이미지들을 숨쉴 틈 없이 쏟아내는 경우도 있다. 주목할 것은 이같은 경우 이 영상을 접하는 수용자들은 작업자들이 레이어를 통해서 비선형적인 의식을 수행했던 방식과 유사하게 이미지를 받아들일 개연성이 존재한다. 특정한 플롯에 따르지 않는 이미지들은 보는 이들로 하여금 순서를 매기면서 감상할 이유를 제공하지 않으며, 그들이 느끼는 것은 어떤 스토리가 아니고 자유롭게 맴도는 비선형적인 이미지들이 주는 분위기일 것이다. 플루서는 이에 대해서 “배후에 어떤 것을 의미하는 그 어떤 기호들도 존재하지 않는 모자이크들으로써 완전한 무의미로 투사해야만 되는”¹⁷⁾ 상황이라고 묘사한다. 다시 말해서

15) 빌렘 플루서, 윤종석 역, 『디지털시대의 글쓰기』, 문예출판사, 1998, p.20.

16) 빌렘 플루서, *Ibid.*, p.156.

17) 프랙탈 기하학을 통한 영상은 엄격히 말해서 레이어를 이용했다기보다 프로그래밍의 방법으로 하나도 반복됨이 없고 끊임없이 예측할 수 없는 화면을 만들어내는 자동기술적인 영상이다.

18) 노르베르트 볼츠, 『컨트롤된 카오스』, p.358.

머리에 어떤 이미지 형상이 불쑥 떠오르며 스쳐 지나가듯이 그렇게 똑같은 방식으로 이미지를 수용함으로써 그 의미가 순서를 갖고서 파악될 수 없음을 뜻한다. 더 나아가 이같은 무순위적인 이미지들을 접하는 경우를 볼츠는 프랙탈 영상¹⁸⁾을 예로 들면서 다음과 말한다.

디자인과 생산은 계산기(프로그래밍)에 의해 뒷받침된다. 컴퓨터에 입각한 구상력은 질차적 바리에이션의 테크닉들에 따라 진행된다. 컴퓨터는 하나의 다양한 컴비네이션을 무궁무진하게 확장시킨다. 이때 과학자나 예술가의 ‘주관성’은 선택행위로 축소된다.¹⁹⁾

이런 맥락에서 컴퓨터 기반의 기술인 레이어는 이미 그 선택행위의 최초 단계로서 앞서 말한 디자이너의 새로운 작업양식의 기본을 이루는 감성적 주관, 즉 비선형적 사고체계에 따라 운용되는 셈이다.

4. layer와 창의성의 관계

레이어를 통한 디자인 작업을 통해서 이제 이미지를 다룬다는 것은 앞서 언급한 대로 무제한적인 변화 가능성 앞에 방치됨을 말한다. 물론 디자인의 모든 영역에 있어서 이것이 전적으로 적용되는 것은 아닐 것이다. 특히 광고 디자인에 있어서 이미 창의성의 판단 기준이 되는 아이디어가 수립되면 그것은 개인의 차이를 넘어서 회사의 마케팅 정책과 공장 연결되므로 이미지의 변형에는 제한이 따르게 마련이다. 그러나 이 경우에도 그래픽 작업에 국한해서 본다면 예상된 표현 범위에서 레이어를 통해서 소소하지만 상당히 다양한 변화가 있을 수는 있다. 앞서의 광고 보다는, 문화의 흐름을 반영해야 하는 잡지나 그중에서도 실험적인 잡지에서는 그러한 무제한적 변화 과정을 통한 이미지의 예들을 쉽게 발견할 수 있다. 여기서는 문자를 다루는 타이포그래피도 역시 레이어적인 방법을 통해서 이미지화하여 전체적인 이미지의 변화 가능성을 증폭시킨다. 창의성의 형식을 바꾸는 것은 결국 기술인 셈이다. 여기에 입각한다면 기술의 혁신성을 통해서 이미지의 생성 방식을 변화시키고 결과적으로 창의성의 개념이 바뀌게 되는 것이다. 이 점에서 볼츠는 창의성을 ‘선택 테크닉의 한 이펙트’²⁰⁾라고 규정한다. 따라서 작업자는 변화무쌍한 이미지에서 의식의 직관적인 판단, 즉 주관적으로 가장 최선의 이미지라고 생각한 것을 최종적으로 선택만 하면 되는 것이다.

여기서 또 다른 창의성의 기술 형식인 하이퍼텍스트에 대한 개념 접근에 관련하여 볼츠나 플루서가 이상의 논리의 연장선상에서 이미지를 다루는 것과 유사한 방식으로 전개하고 있음을 주목할 필요가 있다. 먼저 플루서는 컴퓨팅(computation)의 읽기 방식이 ‘읽기가 아닌 ‘추정하기’로 바뀌면서 독자는 읽혀진 것으로부터 더 이상 의미를 뽑아내지 않고 바로 읽혀진 것에 의미를 부여한다고 본다. 그 결과 우연과 원인들이 만들어내는 중첩된 레이어와도 같은 층들의 구조를 통해서 읽는다는 것은 우연의 결과이자 동시에 어떤 특수한 읽기 방식이라고 규정한다.²¹⁾ 이러한 상호소통의 방식에 있어서 볼츠는 채널과

19) 노르베르트 볼츠, *Ibid.*, p.352.

20) 노르베르트 볼츠, *Ibid.*, p.349.

21) 빌렘 플루서, *op cit.*, p.156.

탈코드화를 매개로 한 커뮤니케이션은 발신자로부터 수신자에게로 나아가는 과정에서 상호주관적인 관점에서 이해된다고 지적한다.²²⁾

이상의 하이퍼텍스트에 대한 개념을 집약한다면, 서로 교통하는 다양한 정보의 층과 망을 통해서 커뮤니케이션은 우연적, 임의적으로 발생되어 의미를 생성시키는 바, 여기서 창의성이란 의미의 생성이며 이는 주관적 선택 하에 이뤄지는 카오스적 질서를 따른다고 볼 수 있다. 이러한 창의성이야말로 '창발적'이라고 말할 수 있다. 따라서 디지털 미디어의 시대에 기술을 중심으로 한 이미지와 텍스트에서 공동되게 확인되는 것은 수용자의 주관적인 선택 과정을 거치며 그 결과로서의 의미의 생성이 예측할 수 어렵다는 점에서 창의성의 해석이 새로운 국면을 맞게 되는 것이다.

5. 결 론: 디자인과 매체미학과 의 간격을 좁히며

이상 컴퓨터 그래픽 기반의 레이어를 중심으로 살펴봄으로써 디지털 미디어 시대의 디자인과 매체미학의 관계 정립에 있어 몇 가지 연결고리를 찾을 수 있다. 그 하나는 디자인 작업의 이미지 합성 과정에 있어서 의식의 순환에 따른 직관적 의미의 생성과정을 통해 볼츠가 말한 창작의 과정의 선택적인 테크닉화가 공존하며, 다른 하나는 포스트 모던 시대에 대표적인 이미지의 변형의 방법인 몽타주, 콜라주, 혼성모방은 디자인 작업에 있어서 레이어의 이미지 변형 및 합성과 근본적으로 같다는 점이다. 또한 무엇보다 기술의 혁신성이 이미지 생성이나 창의성의 형식 측면에서 그 두 영역에 공히 개입되고 있음이 확인된다. 기술이라는 측면에서 이 두 영역은 같은 노선을 취한다고 볼 수 있는데, 이는 오늘날의 디자인이 컴퓨터 기반 없이는 아무 것도 할 수 없거니와, 더불어 매체미학의 관심사는 모든 미학적 해석이 기술을 중심으로 이루어지기 때문이다. 반면에 레이어를 통해서 본 현상적인 측면에선 이상의 두 영역 간의 공통점이 발견되지만 좀더 좁혀야 할 간격이 여전히 존재한다. 포스트 모던 시대의 주도과학으로서 미학이 디자인 과학이 되어야 한다는 볼츠의 주장은 디자인의 측면에선 반가운 일이 아닐 수 없다.²³⁾ 그러나 그는 이 시대에 있어서 예술의 종말을 단언하고 있지만 디자인에 대한 전반적 이해는 한정되어 있는 것으로 보인다. 그의 시각은 프랙탈 기하학의 자동기술적인 영상이라든가 영화나 멀티미디어 환경에서의 이미지의 측면에 편중되어 있다. 그가 말하는 디자인의 과학이 창발적 영상 이미지 중심의 미학이라면 하부구조적인 목적이나 가치를 지향하는 여타의 디자인의 영역(광고 및 편집디자인, 기타 홍보성 디자인 분야)의 이미지들은 어떻게 해석되어야 하는가 하는 과제가 남는다. 현 상황에서 그의 어휘를 통해서 이들의 이미지를 설명할 방법은 없다. 그 이미지들은 합성의 형태를 띠고 있어 혹 부분적으로 우연적인 형상을 갖고 있더라도 분명한 의도나 가치를 담고 있는 즉 '컨트롤된 이미지'이다. 따라서 현재 상황에서 그의 개념은 20세기 말에 등장한 프랙탈 기하 영상이나 비디오 아트 같은 신생 영상 예술에만 정확히 들어맞

을 뿐, 일반적인 디자인의 소위 평면 그래픽을 일관되게 설명하기에는 보다 큰 시야에서의 해석이 필요할 것이다.

그럼에도 불구하고 볼츠의 디자인 과학에 우선 기대할 수 있는 것은 이제 막 시작된 학문이라고 하는 점이다. 따라서 디자인의 과학화는 그 가능성의 진행형인 상태에서 디자인의 영역을 공고하게, 혹은 넓혀 나가는데 긍정적 효과를 기대할 수 있을 것이다. 가장 바람직한 것은 매체미학이 디자인을 통해서 그 영역을 넓히고 디자인은 매체미학을 통해서 이론적, 미학적 기반을 확보함과 동시에 시각적, 조형적 원리를 확대시켜나가는 것이다. 결론적으로 본고에서 살펴 본 디자인의 기술적, 컴퓨터 그래픽기반의 레이어를 통한 매체미학적 분석과 같은 다양한 시도들이 언제나 열려 있을 수 있기 때문이다.

참고문헌

- 노르베르트 볼츠, 『구텐베르그-은하계의 끝에서』, 윤종석 역, 문학과 지성사, 2000
- 노르베르트 볼츠, 『컨트롤된 카오스』, 윤종석 역, 문예출판사, 2001
- 니콜라스 네그로폰테, 『디지털이다』, 백옥인 역, 박영출판사, 1995
- 발터 벤야민, 『발터 벤야민의 문예 이론』, 반성완 역, 민음사, 1995
- 빌렘 플루서, 『디지털 시대의 글쓰기』, 윤종석 역, 문예출판사, 1998
- 빌렘 플루서, 『코무니콜로기』, 김성재 역, 커뮤니케이션스북스, 2001
- 심해련, 「새로운 매체 시대의 예술에 대한 고찰」, 『기호학과 철학 그리고 예술』, 소명출판, 2002
- 윌리엄 미첼, 『디지털 이미지론』, 김은조 역, 아이비스, 1997
- 피에르 레비, 『사이버 문화』, 조준형 역, 문예출판사, 2000
김성재 외, 『매체미학』, 문예출판사, 2000
- 김수진, 「대중매체시대의 시각예술 연구」, 홍익대학원 석사학위논문, 2000
- Miller Abbott. J. Word Art, Eye, no 11, Croydon: Eye, 1993

참고 사이트

- <http://www.doorsofperception.com/doors/doors1/transcripts/bolz/bolz2.html>

22) 노르베르트 볼츠, 『구텐베르그-은하계의 끝에서』, 2000, p.60.

23) 노르베르트 볼츠, *Ibid.*, p.211.