

논문접수일 : 2014.09.20

심사일 : 2014.10.05

게재확정일 : 2014.10.28

현대사회의 디자인과 커뮤니케이션 매체와의 상호작용

- 빌렘 플루서의 이론을 중심으로 -

The Interaction between Design and Communication Media in Modern Society

- Focused on the theory of Vilém Flusser -

고 선 정

대진대학교 예술대학 시각정보디자인전공 강사

Ko sun-jung

Daejin University, Visual Communication Design

1. 서론

- 1.1. 연구배경 및 목적
- 1.2. 연구방법 및 범위

2. 현대성과 디자인에 대한 일반적 고찰

- 2.1. 현대성의 개념
- 2.2. 현대사회의 디자인
- 2.3. 모더니즘 디자인의 특성

3. 빌렘 플루서의 이론과 매체미학

- 3.1. 커뮤니콜로지
- 3.2. 코드화된 세계
- 3.3. 인간 커뮤니케이션 매체 미학

4. 플루서 이론을 적용한 디자인과 커뮤니케이션

- 4.1. 이미지와 기술적 형상
- 4.2. 기술적 형상과 테크노 코드

5. 결론

참고문헌

논문요약

16세기 이후 현대사회의 등장과 더불어 19세기 산업혁명 이후 순수 미술과 응용 미술의 경계가 무너지기 시작하였다. 이는 러시아 아방가르드와 바우하우스, 독일공작연맹 등의 모던운동을 하는 예술가들에 의해 예술이 일상생활 속으로 깊숙이 침투해 들어왔기 때문이다. 이러한 방식들은 21세기 매체의 발달과 더불어 장식을 배제한 기하학적인 형태의 모던디자인이 테크놀로지와 결합함으로써 인간의 지각을 확장시켰다. 따라서 본 연구는 이러한 현상을 디자인의 미론적 측면에서 접근하고자 한다. 예술과 기술의 결합은 종합예술뿐만 아니라 디지털상의 가상공간 속에서 빌렘 플루서(Vilém Flusser)가 말하는 '기술적 형상'과 '테크노코드'의 매체이론을 바탕으로 새로운 커뮤니케이션의 혁명을 불러 일으켰다. 현대사회의 다양한 매체를 통해 예술 문화가 새롭게 형성되었고, 인간 커뮤니케이션 영역 또한 활발해진 것이다. 이와 같이 디자인은 삶 속에서 하나의 코드로 자리 잡고 미적체험과 정보전달·제공·저장·분배 등을 하면서 새로운 매체인 인터넷 속에서도 현실의 존재 양태를 변화시킨다.

본 연구는 플루서가 그의 역사적 관점에 따라 분류한 코드(code) 가운데 하나인 '기술적 형상'을 통해 디자인을 새로운 관점에서 미학적으로 정당화시키고

자 한다. 또한 기하학적인 형태의 디자인된 요소들이 매체를 통해 대화적·담론적인 인간 커뮤니케이션을 어떻게 끌어내고, 정보를 전달하며 저장, 분배 등을 할 수 있는지 살펴볼 것이다. 이는 인간관계 형성에 무한한 가능성을 보여줄 것이며, 따라서 디자인이 인간 커뮤니케이션의 발전을 위한 예술로서 가치가 입증될 것이다.

주제어

현대성, 디자인, 커뮤니케이션 매체, 빌렘 플루서

Abstract

Since the 16th century, the emergence of the modern society and the boundary between fine art and applied art started to collapse due to the Industrial Revolution after the 19th century. Through the Avant-garde Movement and Bauhaus, Deutscher Werkbund, art has penetrated deeply into every day life. Moreover, modernism design of geometrical shapes expanded human perception with the combination of technology. The revolution of new communication took place with combination of art and technology in cyberspace due to 'Technobilder (technical images)' and 'Technocodes'. After then, through modern society's design and communication media, art culture has evolved and the way humans communicate has become vigorous and active.

Currently, with design has presented aesthetic experience and information delivery / offering / storage / distribution while communicating this as a code of life's certain process. Design within the new medium of the internet has changed the aspects of realities existence.

This study can be creditive to Vilém Flusser's media theory, where research of design and digital media's reciprocated advancements are evident. Through Flusser's historical viewpoint and coding of technical images (Technobilder), a new viewpoint through design has been aesthetically legitimized. Therefore, the design through media can give birth to a creative and the infinite possibilities of art. It should prove valuable as an art medium for the development of human communication.

Keyword

Modernity, Design, Communication media, Vilém Flusser

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

현대사회의 기술과 문명이 발달함에 따라 디자인과 커뮤니케이션의 개념은 획기적으로 매체의 변화에 따라 확장되고 있다. 기술매체의 도입으로 정보를 수집하고 저장하며 그것들을 다루는 방법과 그 종류들이 매우 다양해졌으며, 전달 능력 또한 빠르고 광범위해졌다. 또한 모더니티 시기의 예술과 기술의 결합은 오늘날의 디지털화된 디자인 정보사회로 커뮤니케이션의 혁명을 일으켰다. 컴퓨터 인터넷의 가상공간 속에서 시·공간의 제약 없이 전 세계가 하나의 네트워크로 연결되었고, 초기 모더니즘 디자인의 장식을 배제한 기하학적인 형태들이 테크놀로지와 결합함으로써 규격화되고 대량생산과 대량소비에 의해 적극적인 실험예술인 디자인으로 재창조되었다. 더불어 예술과 삶이 소통하기 시작하면서 아방가르드 예술가들의 시각예술은 다각도로 실험되었고, 결국 현대의 디지털미디어의 발명이라는 귀착점에까지 도달할 수 있었던 것이다.

현대사회의 디자인은 단지 정보를 전달하는 매체가 아니라 디지털 혁명으로 정보가 내포된 비(非)사물로 추상화된다. 따라서 디자인은 정보의 가치나 효율성, 기능성 등을 프로그램화한 코드로서 집중되었다. 인간이 사용하는 정보의 운반체인 코드(code)를 커뮤니케이션 이론자이자 매체 철학자인 빌렘 플루서(Vilém Flusser)가 선사시대의 그림, 문자시대의 텍스트, 탈역사시대의 기술적 형상으로 분리한다. 특히 오늘날 디지털 매체와의 결합으로 무수히 많은 정보 등은 기술적 형상으로 함축되어진 디지털화된 코드로써 인간 커뮤니케이션과 생활환경, 사회구조 등에 영향을 미친다. 이러한 변화들에 대해 플루서는 디자인과 매체미학에 주목한다. 더욱이 인간이 정보를 획득하고 저장하는 특수한 방법을 '커뮤니케이션'이라고 지칭한다면, 빌렘 플루서(Vilém Flusser, 2001)는 이것을 창조된 정보를 저장하고 유포하는 '담론'과 새로운 정보의 창조된 '대화'로 구분한다. 이는 새로운 코드인 기술적 형상을 이용한 대화적 커뮤니케이션 망을 구축할 것을 제안한다. 결과적으로 효과적인 정보전달은 시각적으로 커뮤니케이션의 효과를 높여주는 것이다.

본 연구는 시대적인 변화 속에서 디자인의 개념을 가장 중요한 문제로 바라보고 있다. 기하학적인 형태의 현대디자인이 예술과 삶을 연결시키는 매개체 즉 새로운 코드이고, 더불어 기술매체와 결합함으로써 인간의 커뮤니케이션 방식과 지각방식에 다양한 변화

를 가져왔음을 주목하고자 한다. 따라서 현대 사회의 디자인적 가치가 어떠한 형태로 새롭게 인식되어질 수 있는지에 대해 살펴보는 계기가 될 것이다.

1.2. 연구방법 및 범위

본 연구는 플루서의 이론을 토대로 디자인의 본질적 가치가 기술매체를 통해 커뮤니케이션 영역에 어떠한 방식으로 수용될 수 있는지에 대해 살펴보고자 한다. 디자인이 매체와 결합하면서 새로운 코드의 등장으로 커뮤니케이션의 영역을 확장시키고, 보다 풍부하고 다양한 정보를 저장·생산·분배가 가능해졌다고 판단되었기 때문이다. 이와 관련된 플루서의 매체이론을 중심으로 한 그의 논문과 저서, 선행되어온 소수의 논문들로 범위를 좁혀보았다. 대부분의 연구들은 주제 범위가 현상학적인 범주에 머물러 있거나, 디지털매체의 영역에서 기술적 형상을 파악하는데 초점을 두고 있다. 그 외에 많은 선행된 연구 자료들을 통해 텍스트 이전의 시각예술은 기술과 결합함으로써 인간이 이상을 사물에 표현하는 것을 가능하였다는 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 사물 혹은 매체를 통해 커뮤니케이션이 시도된 시작점을 '디자인'으로 규정하였다. 커뮤니케이션과 매체 영역 안에서 디자인이라는 개념이 차지하는 중요한 역할에 중심을 두고 접근한 것이다.

디자인이 단지 기능적이고 형태론적인 미를 지향하는 대상이 아닌 정보를 포함한 커뮤니케이션의 한 매체로써 현대사회와 어떠한 연관성을 가지고 어떻게 의미작용을 하는지 그 특징과 흐름을 2장에서 살펴보았다. 3장에서는 플루서의 이론을 바탕으로 코드의 시대적 구분을 통해 커뮤니콜로지(Kommunikologie)의 개념을 살펴보았다. 또한 4장에서는 2장과 3장에서 다룬 특성들을 세분화하여 현대사회의 광고디자인 속에서의 이미지가 기술적 매체와의 관계 속에서 어떠한 현상을 이루는지 실제사례에 적용하여 분석하였다. 따라서 플루서의 매체미학에 디자인과 커뮤니케이션의 관계를 접목시켜 본 연구의 범위를 설정하였다.

2. 현대성과 디자인에 대한 일반적 고찰

2.1. 현대성modernité의 개념

'현대성'이란 용어는 명확하게 정의 내리기는 쉽지 않지만 역사적인 맥락에서 다양한 해석이 가능하다. 먼저, 르네상스는 학문과 예술의 재생·부활로 새로운 문화를 창출하였고, 급진적인 진보운동으로 역

사상 새로운 시대의 문이 열렸다. 다시 말해, 과거와의 단절로 '새로움'이란 개념이 탄생된 것이다. 또한 17세기말 신구논쟁은 고대인의 우월성을 반박하며 근대인들의 "과학에서의 진보개념을 문학과 예술에 적용시키는 것이 적합"(M. 칼리네스쿠, 1998, p.37)하다는 생각에서 시작되었다. 이는 새로운 예술을 받아들이고 새로운 역사 인식을 가져오는데 결정적인 역할을 했다고 볼 수 있다.

위르겐 하버마스(1992)는 모더니티 의식이 초기 낭만주의에서 시작되었다고 본다. 현대성이라고 번역되는 모더니티는 역사적·철학적인 개념으로 낭만주의와 상당한 부분이 일치한다. 동시대의 삶 속에서 현존하는 내가 과거의 내가 되는 것처럼 시간이 지나면 옛것이 되기 마련이다. 보들레르는 모더니티를 다음과 같이 정의한다.

"모더니티는 일시적인 것이며 덧없는 것, 우연한 것으로서 예술의 절반이다. 예술의 나머지 절반은 영원함과 불변함이다."(Charles Baudelaire, 1975, p.695)

즉 모더니티는 일시적이거나 우연적인 반면 영원함과는 대립적이다. 과거와의 단절 속에서 새로운 것을 추구하고, 덧없이 사라지는 일시적인 것에서 영원한 것을 추구하려는 태도인 것이다. 따라서 예술가는 과거와의 연속선상에서 현재에 충실하고 창조적인 새로운 예술론을 제시해야 한다. 더불어 과학 기술의 발전과 산업혁명 등은 자본주의 사회경제의 큰 변화를 가져왔고, 결과적으로 시민계급의 탄생을 일으켰다. 이는 미적 모더니티에 직접적인 연관성을 갖는다.

모더니티는 새로운 시대의 전통적인 예술을 부정하고 예술가를 통해 영원성을 보존하며 예술가의 창조적인 상상력으로 새로움을 창출함을 알 수 있었다. 이러한 모더니티의 특징들은 현대사회의 디자인의 근원이 될 수 있다고 보고 자본주의 사회에서 '새로움'을 탄생시킨 디자인이 기계화와 표준화, 산업화 등의 새로운 세계를 거치면서 어떻게 발전되어 왔는지 앞으로 살펴볼 것이다.

2.2. 현대사회의 디자인

예술은 라틴어 아르스(ars)에서 유래하였으며, 아르스는 그리스어인 테크네(techné)를 직역한 것이다. 디자인은 라틴어 디세뇨(disegno)인 계획·설계라는 명사와 데지그나레(designare) 즉, 분리하다(de)와 마크·기호·심벌(signare)의 합성어에서 유래된 말이다. 이는 도안·설계·교란하다 등의 뜻을 갖는다. 같은 맥락에서 그리스어인 테크네(techné)는 기술 또는 예술을 뜻하

며, 속임수를 목적으로 하는 장치라는 의미가 내포되어 있다. 다시 말해 예술과 디자인, 기술 등의 단어는 테크네가 가진 어원의 연속선상에서 서로 긴밀하게 연결되어 있음을 알 수 있다.

"디자인, 기계, 기술, 아르스, 예술 등의 단어는 서로 긴밀히 연결되어 있어 하나의 개념으로 볼 때 다른 것 없이는 생각할 수 없다. 그리고 이 모두는 동일한 실존적 세계관에서 기인한다고 볼 수 있다."(Vilém Flusser, 1993(b), p16)

디지털 매체 철학자인 빌렘 플루서는 디자인을 기술과 예술의 어원에서 실마리를 찾으려 했으며, 현대사회의 디자인을 '새로운 문화의 길을 열기 위해' 예술과 기술의 조화로 실체화되는 것이라고 말했다. 이 과정에 설계된 것은 아름답게 보여야 하며, 그 아름다움이란 것은 그것을 사용하는 사람에게 경험될 수 있다는 것을 의미한다. 그리고 디자인을 설계하는 사람의 이상은 실용적인 것, 즉 기능적인 것이다.(Vilém Flusser, 1993(b), p.44) 다시 말해, 현대사회의 디자인은 관념적인 것이 아닌 실용적인 조형적 요소로 구체화시키거나 시각화하여 편리성을 강조하고 경제적 가치 생성과 인간 커뮤니케이션의 매개체로 사용되어진다. 빌렘 플루서는 디자인을 인간이 세계를 변형시켜 만든 '만들어진 것(Faktum: the made)'이라고 정의 내린다. 르네상스 이전에 인간이 마주한 세계는 '주어진 것(Datum: the given)'으로 성직자들만이 관조할 수 있다고 믿어 그들의 요구에 따라 만들어졌다. 하지만 르네상스 이후 인본주의의 부활은 스스로의 수요와 공급이 가능한 자유시장의 문을 열었다. 그 결과 소비자들의 요구에 따라 재화가 만들어지고 가격은 수요와 공급의 원리에 따라 시장에서 결정되었다. 따라서 인간이 만든 물건은 주어진 것이 아닌 존재하지 않은 새로운 것을 만들어진 것이다. 이러한 논리에 의해 디자인은 누군가의 요구에 의해 만들어지며 인간을 연결해 주는 매개물로 볼 수 있다. 즉 디자인은 '객관적이지만 않고 상호주관적이며, 문제를 제기만 하는 것이 아니라 대화적이다.'(Vilém Flusser, 1993(b), p.63) 따라서 플루서는 의사소통이 가능하고 상호주관적인 것을 강조하는 디자인이 인간의 미래의 학문과 예술, 정치, 경제 등의 중심지에 자리 잡고 있다고 본다.

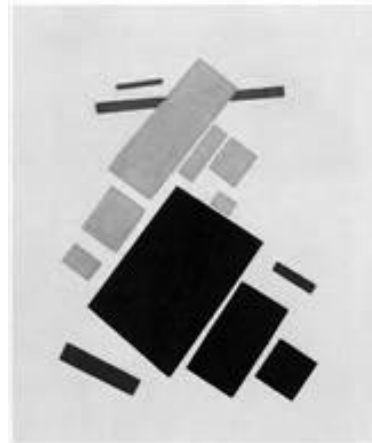
2.3. 모더니즘 디자인의 특성

모더니즘은 심미적 모더니티(aesthetic modernity)에 뿌리를 두고 전위적이고 실험적인 예술 운동을 가

리킨다. 모더니티는 현대성 속에서 현재하는 근대적인 미의 경험을 통해 '디자인'이라는 새로운 미학을 탄생시킨다. '새로움'이라는 인식은 모더니티와 더불어 순수 예술과 기술, 디자인 등의 모든 분야의 경계를 해체시키면서 오늘날의 디자인이 자리 잡게 되는 것이다.

초기 모더니즘 디자인은 장식을 배제하고 기하학적인 형태를 취함으로써 테크놀로지와의 결합이 적합하였고, 그 결과 규격화(표준화)와 공업화가 가능하였다. 이에 따라 기능주의와 합리주의가 결합하여 적극적인 실험예술인 '디자인'이 창조되었다. 다시 말해 디자인은 실용적이고 산업적이며 일상생활의 미적 가치를 다양하게 응용함으로써 예술적 가치를 지향하였던 것이다. 네덜란드의 데 스틸(De Stijl)이나 러시아 아방가르드, 독일공작연맹, 바우하우스 등의 영향을 받은 예술가들은 "기하학적 형태의 건축물과 디자인된 생활용품을 통하여 그들의 이상을 실제 환경 속에 실천"(김승환, 2007, p.10)하게 되었다. 이러한 과정을 거쳐 예술과 삶은 소통하기 시작하였다. 디자인과 예술의 경계가 무너지면서 진보적이고 실험적인 이념을 가진 아방가르드 예술가들은 새로운 조형언어, 재료, 기법, 매체와 기하학적 형태를 지닌 디자인을 창출해 낸 것이다. 이로써 다각적인 소통방식이 가능해졌으며 러시아 구축주의, 바우하우스 등의 아방가르드 운동을 통해 실용적이고 기능적인 모더니즘 디자인을 널리 전개시킬 수 있는 계기가 되었다. 그러므로 아방가르드 운동은 디자인과 매체, 커뮤니케이션의 상관관계를 입증하는 역사적 사건들이었다고 볼 수 있다. 사회적인 영향으로 러시아 아방가르드 예술가들은 식량과 연료의 부족으로 궁핍한 삶 속에서도 예술을 분리가 아닌 삶에 녹아들 새로운 종합예술로 재창조한다. 귀족과 부르주아를 위한 예술이 아닌 민중의 예술로 대중화를 일으킨 것이다.

말레비치(Malevich)[그림 1]는 순수한 조형요소의 조합으로 그들만의 정신세계를 표현하며 현실의 혼란과 불안감을 벗어버리고 자율성을 형성하는 새로운 조형세계 즉 '새로운 시대'를 등장시킨다. 이는 아방가르드의 핵심 역할이며, 기하학적 형태, 원색, 리듬감 등의 실험적인 구성방식이 현대의 디자인 모든 분야의 중요한 기본요소가 되었다. 그 후 예술과 기술의 통합으로 종합예술을 실천하고자한 바우하우스는 수공예 생산방식에서 기계 생산방식으로 전환한다. 이는 독일의 모더니즘 운동에 지배적인 영향력을 행사하였다.



[그림 1] 말레비치의 '날으는 비행기', 1915

르 코르뷔지에(Le Corbusier)는 "기계화가 기하학에 기초를 두고 있다."(Peter Brger, 1986, p.41)고 한 것처럼 기하학적 형태가 기계의 이념에서 철학적으로 발전할 수 있었던 것은 모던운동의 선구자들 덕분이라 할 수 있다. 이것을 기반으로 디자인은 대량생산과 대량소비 시장에 침투하는데 성공한다. 또한 인쇄 기술의 발달과 대량 복제가 가능하면서 특정한 장소가 아닌 어디에서든 접할 수 있는 예술이 미디어에까지 영향을 미치게 되었다. 대중의 심리적 요구를 충족시키고 그림과 문자로 구성된 시각적 요소들이 매스미디어(인쇄, 라디오, TV)를 통해 사회적 소통에 있어 일대 혁신을 일으켰다. 다시 말해, 기하학적 요소들이 정보를 저장하고 분배하며 다양한 방법으로 매체 속에서 대중예술의 개념을 변화시켰다는 것이다. 이로써 현대사회는 다시 변하고, 이러한 현상들은 현대 사회에서 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다.

3. 빌렘 플루서의 이론과 매체미학

3.1. 코뮤니콜로지

플루서는 인간이 어떻게 정보를 생산하고 보존하는지에 대한 질문에 정보의 생산과 분배의 측면에서 답을 제시한다. 즉 코뮤니콜로지라는 독특한 학문적 개념으로 정리할 수 있다. 산업혁명이 기계로 인해 인간의 노동을 변화시켰다면, 코뮤니콜로지는 커뮤니케이션으로 인간의 관계 형성에 변화를 가져왔다고 한다. '코드화된 세계'의 변화에 따라 인간 커뮤니케이션의 방식에 어떻게 변화되는 지를 대화적 커뮤니케이션 형식과 담론적 커뮤니케이션 형식으로 나눠 설명한다. 대화적 커뮤니케이션은 정보를 교환하면서 새로운 정보를 합성할 것이라는 기대를 갖고 다양한 정보를 주고받는다. 반면 담론적 커뮤니케이션은 정

보를 보존하기 위해 분배된 정보가 자연의 엔트로피적 작용에 더 잘 저항할 수 있도록 존재하는 정보를 분배하는 것을 말한다. 따라서 인간은 대화와 담론을 통해 정보를 기억에 저장시키고 그 정보는 소멸되지 않고 더 증가한다.

플루서는 인류가 사용해오던 정보의 운반체인 '코드(code)'를 시대별로 나눠 자연으로부터 계속 멀어지는 인간 커뮤니케이션 역사를 고찰한다. 이를 전역사(그림), 역사(텍스트), 탈역사(기술적 형상:사진 이후 기구를 이용한 그림)로 나눌 수 있는데, 20세기 이후 기술적 형상이 지배적인 코드로 등장하면서 자연스럽게 역사시대의 텍스트가 위기에 직면하였음을 알 수 있다. 새로운 코드인 기술적 형상이 문화의 역사에 따라 인간 커뮤니케이션을 어떻게 변화시키고 정보의 운반체인 코드로써 어떤 역할을 하고 있는지 알아야 할 것이다.

3.2. 코드화된 세계

플루서는 노동의 변화를 가져온 1차 산업혁명과 커뮤니케이션으로 인간관계의 변화를 가져온 2차 산업혁명을 기점으로 인간이 의사소통을 하는 데 사용되는 코드가 변화했다고 보고 있다. 그는 "1차 산업혁명은 근육(팔, 다리, 흉부 등의 근육)의 기술적인 모조(Simulation)에, 2차 산업혁명은 신경(눈, 귀, 뇌 등)의 기술적인 모조에 그 본질이 있다"(Vilém Flusser, 1998, p.253)고 믿었기 때문이다. 즉, 아방가르드 운동뿐만 아니라, 산업혁명도 역시 노동부문에 서 인간들 사이의 관계를 변화시킨 커뮤니케이션으로 인해 현대사회에 많은 변화를 가져왔다는 것이다.

코드는 "상징들로 이루어진 하나의 체계"(Vilém Flusser, 1995, p.28)를 의미하며, "상징은 어떤 합의에 따라 다른 현상을 의미하는 모든 현상"(Vilém Flusser, 1998, p.82)을 말한다. 즉 다양한 상징들을 코드로 정돈하여 코드를 통해 인간이 커뮤니케이션을 체계화할 수 있도록 도와준다. 따라서 코드화된 세계를 역사적이고 시대별로 그들만의 특수성에 따라 코드의 변화를 분석할 수 있다. 따라서 플루서는 인간이 사용하는 정보의 운반체인 코드를 역사적 관점에 따라 세 가지로 분리한다. 세계와 인간 사이를 연결해주는 매개물인 선사시대의 그림과 문자시대의 텍스트, 탈역사시대의 기술적 형상이 그것이다. 그는 문자의 발명이 가져온 "기술적 이미지의 발명"(Vilém Flusser, 1997, p.9)을 인류문화의 중요한 두 전환점으로 보고 있다. 탈역사시대의 기술적 형상, 즉 이미지는 기계에 의해 매개된 이미지들이 지배적인 커뮤니케이션 수단으로 등장한 시대이다. 또한 기술적 형상

들은 "선형 텍스트의 상징들을 의미하는 상징들로 덮인 평면들"(Vilém Flusser, 1998, p.139)이다. 이 이미지는 개념들을 상상할 수 있게 만들고 개념들을 의미하는 그림을 창조하게 한다는 것이다. 이러한 구분은 역사, 시대별로 그 특수성에 따라 인위적 합의로 상징들이 체계화될 수 있다. 이것을 플루서는 '코드화된 세계'라고 지칭한다.

3.3. 커뮤니케이션 매체 미학

15세기 구텐베르크의 활자발명으로부터 텍스트는 그림과 합쳐지면서 현대의 일러스트레이션(illustration)으로 언론·광고·출판·통신·패션 등의 커뮤니케이션 채널을 통해 주고 받는 예술로 존재해왔다. 이미지와 문자가 동반되면서 폭 넓은 예술로 자리 잡은 것이다. 광고디자인 또한 예술의 문맥과 소통하고 있다는 것은 그 안에 언어와 이미지가 동시에 포함되어 있다는 것을 의미한다. 즉, 디자인적 요소로서 기술적 형상이 자리 잡은 것이다. 글자 자체의 의미뿐만이 아니라 문자가 가지는 시각적인 효과를 메시지로 전달하는 하나의 수단으로 문자를 디자인함으로써 인간 커뮤니케이션이 확장된 것이라고 할 수 있다. 이것이 플루서가 개념화한 '코뮤니콜로지'인 것이다. 그는 커뮤니케이션 형식을 담론적(Diskursive) 매체와 대화적(Dialogische) 매체로 구분한다. 담론적 매체는 지속적으로 정보를 분배하는 포스터나 텔레비전과 같은 매체로 대중사회를 낳는다. 반면, 대화적 매체는 자유롭게 정보를 교환하고, 생산하는 전화, 인터넷 등의 매체를 말한다. 이 두 가지 매체를 통해 텔레마틱 사회가 탄생하게 된다. 이때 인간은 외부 세계를 지각하고 경험할 수 있는 지각방식을 통해 지각된 내용이 확장되었고, 또 저장을 위한 다양한 장치들이 발명되었다.

컴퓨터의 발명으로 등장한 디지털 코드는 역사시대와는 다른 새로운 환경과 코드에 맞게 변화되었다. 이 새로운 코드는 "방정식(과정들)을 계산할 뿐만 아니라, 계산된 것을 선, 평면, 입체 그리고 움직이는 입체로 컴퓨터화 시키는 것을 허용한다.(Vilém Flusser, 1995, p.118)" 이 코드 덕분에 매체가 이미지에 개입함으로써 커뮤니케이션의 확장이 가능해진 것이다.

4. 플루서 이론을 적용한 디자인과 커뮤니케이션

디자인은 역사적 흐름 속에서 예술과 기술, 사회, 문화, 정치, 경제 등을 연결하는 코드로써 인간 커뮤니케이션 발달에 다양한 변화를 가져왔다. 단순히 기

능적이며 도구적이었던 디자인은 현대사회의 기술과 매체의 결합으로 새로운 코드인 기술적 형상으로써 디자인의 개념을 전환시켰다. 기존의 이미지는 기술적 도구를 통해 다양한 효과를 창출한다. 예를 들어 그림을 시각 기구를 통해 움직이고 소리가 나는 새로운 그림을 탄생시킨다. 이것은 현대 사회의 테크놀로지가 등장하면서 인간의 오감을 통해 지각된 내용을 확장하고 저장, 보존하면서 인간 커뮤니케이션의 확장이 가능해진 것이다.

4.1. 이미지와 기술적 형상

단순한 조형요소나 이미지가 디지털 테크놀로지와 결합하여 기술적 형상이 탄생한다. 이는 숫자와 흩어진 점들의 조합을 통해 컴퓨터 화면이나 텔레비전 등에서 보게 되는 수많은 영상인 새로운 그림의 생성을 의미한다. 러시아 구축주의와 바우하우스 등에서 영향을 받은 기하학적인 요소들에 색과 사운드, 리듬감 등의 디지털 매체를 결합하면 기술적 형상들이 쏟아져 나오게 된다. 예를 들어 Bob Dyland의 음악에 맞춰 Garamond활자는 리듬과 사운드의 강약에 따라 타이포의 크기 변화로 기술적 형상이 완성된다.[그림 2]



[그림 2] Typo Graphic Illustration1)



[그림 3] The Hush Sound - Lions Roar2)

1) 출처 : http://www.ni9e.com/typo/typo_dylan.html

이는 “숫자로 된 알고리즘에서 디지털로 코드 변화시켜 이것을 컴퓨터 속으로 입력”(김성재, 2005, p.77)한 것이다. 코드는 모니터 상에서 기술적 형상으로 표현되어 다양한 뉴미디어[그림 3]가 탄생하게 된다. 프로그래밍 방식으로 만들어지는 디지털 텍스트와 기술적 형상은 무작위로 분포된 점들이 철저히 계산되어 프로그램 사이에서 “명확하고 명료한 개념요소들의 집합”(Vilém Flusser, 1995, p.277)체로 형성한다.

기계에 입력한 명령어에 따라 텍스트가 평면 모니터 상에서 명멸하는 ‘그림의 피상성’으로 나타나는 것은 점들의 조합이 이루어낸 무한한 가능성을 보여준다. 플루서는 “디지털 코드화된 프로그램들은 지금까지 텍스트에 의해서 전달된 모든 메시지들, 모든 태도·인식 그리고 체험모델들은 새로운 정보적 미디어들에 의해 훨씬 효과적·창조적으로 전달할 것이다.(Vilém Flusser, 1998, p.116)”라고 전망하고 있다. 다시 말해 최근에 탄생한 디지털 가상에 디지털 코드로 기계에 입력된 명령어로 텍스트가 새로운 기술적 형상을 그려냄은 플루서가 제시하는 ‘디지털 시대의 글쓰기’라고 할 수 있다. 이 자체가 새로움의 의미를 부여한 중요한 요소라고 할 수 있다.

4.2. 기술적 형상과 테크노코드

과학과 기술의 발전으로 그림을 개념으로 풀어 놓은 글자에서, 개념에 의해 그림이 만들어지는 ‘테크노코드(Technocodes)’가 등장하게 된다. 예컨대 사진은 전통적인 그림처럼 한 대상에 대한 그림이 아니다. 이는 사진사의 개념들이 내포된 그림인 것이다. 이것은 카메라가 텍스트(화학공식)없이 존재할 수 없듯이, 사진사 또한 상상력 없이 존재할 수 없음과 유사하다. 다시 말해, 먼저 상상하고 파악한 후 ‘테크노적으로 상상할’ 수 있어야 한다는 것이다.(Vilém Flusser, 1993)

플루서가 말하는 “장면이 아닌 개념을 의미(Vilém Flusser, 1998, p.150)”하는 기술적 형상들을 다양한 매체를 통해 일상생활에서 쉽게 찾아 볼 수 있다. 커뮤니케이션상의 심볼마크나 사인물, 포스터, 픽토그램, C.I.(Corporate Identity) 등은 이 요소들이 단순한 지각형태인 테크노코드로서 수용자에게 정보를 제공한다. 이것은 수용자가 텍스트를 소유하지 않고도 테크노코드를 통해 인지할 수 있음을 의미하는 것이다. 모던디자인의 특징인 기하학적인 형태에 인터넷의 복합적 의미가 담긴 아이콘[그림 4]은 빠른 시간 내에

2) 출처 : <http://www.youtube.com/watch?v=WXXouXt5dz4>

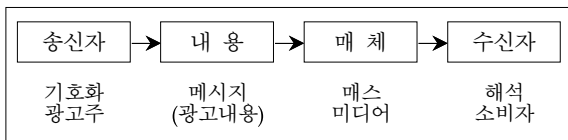
효과적인 정보선택을 가능하게 하는 상호작용(Interaction)의 개념과 함께 구현된 멀티미디어이다. (현동희·임승욱, 2000, p.174) 다시 말해, 이것은 디자인된 시각적 이미지만으로 누구에게나 쉽게 인식되어지는 도구로써 커뮤니케이션의 효과를 높여 준다. 어떠한 공간에서도 다양하고 많은 정보를 얻을 수 있고 분배하는 대화적인 것이다.



[그림 4] Example launcher icons for Android 2.0³⁾

따라서 언어적 아이콘을 클릭하는 순간 컴퓨터 프로그램 속에서 산정된 기술적 형상인 상상된 개념들과 인간은 대화를 하게 된다. 즉 영(zero)차원적 추상성은 상상의 이차원성으로 구체화된다.

다양한 분야에 걸친 광고는 대중에게 대상을 알리고 정보를 전달하는 커뮤니케이션 한 형태이다. 특히 광고는 그 속에 담긴 단면적인 이미지나 텍스트 혹은 영상과 같은 여러 요소들의 조합으로 메시지를 함축한다. 또한 광고는 소비자의 소비 욕구를 자극하여 상품을 판매하는 데 목표를 가진다. 광고 커뮤니케이션[표 1]은 메시지를 주는 송신자가 구매결정을 하는 소비자 즉 수신자의 태도를 변화시키는 과정을 의미한다. 이 흐름은 대중전달의 일방적인 흐름 방식을 취한다.



[표 1] 광고 커뮤니케이션의 기본 과정

광고에 들어가는 이미지나 타이포그래피, 소리에 사용되는 여러 요소들에 내포된 기술적 형상은 매체를 통해 수신자에게 전달되고, 이를 수신자는 해석하

3) 출처 : http://apiminer.org/doc/guide/practices/ui_guide_lines/icondesign_launcher_archive.html.

고 결과적으로 구매 행동에 영향을 미치는 것이다. 따라서 플루서가 제시한 “코드화된 상징들은 명령법을 가지고 있다.”(Vilém Flusser, 1998, p.332)라는 명제가 증명된다. 예를 들어 교통신호 또한 피상적 형태일지라도 그 코드에는 색깔에서 유래하고 배타적으로 ‘정지!’ 유형의 명령법을 담고 있다.(Vilém Flusser, 1998, p.332)

광고 매체는 메시지를 상징적인 논리의 코드로 함축시킨다. 기술적 형상이 ‘개념’을 표현할지라도 기술적 형상은 먼지제거 롤러 광고 속의 강아지[그림 5]라든가 환경보호 광고 속의 남아메리카 대륙모양[그림 6]처럼 완전히 다른 종류의 상징을 보여준다. [그림 5]의 형상들은 3M의 먼지제거 롤러가 옷가지에 붙은 먼지뿐만 아니라 동물의 털까지 말끔하게 청소가능하다는 메시지를 담고 있다. 강아지 한 마리 분량의 털을 제거할 정도인 3M 롤러의 강력한 집착력을 믿고 “3M Lint Roller를 사시오”라는 명령어가 내포되어 있음을 알 수 있다. 또한 [그림 6]와 같이 공중화장실에 설치된 평범한 핸드타월 케이스에 남아메리카 대륙의 모양과 녹색 타월을 뽑아 쓸 때마다 대륙의 색깔이 점점 검은 색으로 변하면서 “지구가 죽어갑니다. 휴지를 아껴 씹시다!”라는 명령어를 담고 있음을 알 수 있다. 즉 강아지와 남아메리카 대륙은 자체가 가진 본질적인 의미를 상실한 것이다.



[그림 5] 3M Lint Roller



[그림 6] 공중화장실에 설치된 핸드타월 케이스

따라서 소비자가 광고를 본 후 3M 롤러를 구매했

거나 핸드타일의 사용량이 줄었다면, 이는 그림 속에 쓰인 텍스트들을 감지한 것이라고 볼 수 있다. 상징 속에 내포된 명령을 해독하고 이미지들은 테크노코드로서의 역할을 제대로 수행한 것이다.

앞에서 살펴본 바와 같이 테크놀로지의 발달은 현대사회의 시장경제체계를 급진적으로 변화시켰다. 특히 자본주의 사회의 대량생산과 대량소비로 인해 소비자는 시장에서 주도권을 갖게 되었다. 또한 라디오, 텔레비전, 인터넷(쇼핑몰, 영화홍보, 배너광고 등) 등의 발달로 전 세계의 여러 민족들이 동시에 만날 수 있고, 상품의 구매가 가능해졌다. 컴퓨터의 아이콘을 클릭하는 순간, 다양한 정보를 찾을 수 있고, 정보를 저장하고 분배하며 물리적인 거리와 대상에 상관없이 대화할 수 있는 커뮤니케이션이 활발해진 것이다. 따라서 플루서는 정보사회의 디자인을 단지 산업적이고 미적인 측면으로만 관찰하지 않는다. 오히려 그의 이론은 빠르게 변화하는 디지털 시대에 무수한 정보들이 디지털화된 코드, 즉 기술적 형상을 통해 활발해진 인간 커뮤니케이션, 매체를 통해 비(非)물질적 차원의 정보가 인간의 생활환경과 사회구조에 끼친 변화와 영향을 분석한다. 다시 말해, 플루서는 디지털 매체와 결합된 인간의 지각방식, 역사적 관점, 의사소통 등의 변화에 주목한 것이다. 그에 따라 필자는 정보가 현대사회에서 어떻게 생산되고 저장되며 그리고 분배되는지에 대해 살펴보았다.

정보는 사물(Dinge)에서 기계에 의해 프로그램화된다. 그로 인해 창조된 기술적 형상인 새로운 코드는 플루서가 말한 대화적 커뮤니케이션 망을 구축하는 데 활용된다. 따라서 다감각적이고 비선형적인 새로운 그림인 기술적 형상(영상)은 디지털코드의 형태로 변형되어 인간 커뮤니케이션의 중요한 역할을 하게 되는 것이다. 디자인의 시각적 구성요소들로 프로그램화된 기술적 형상은 인터넷 등과 같은 쌍방향 대화매체를 통하여 빠르고 효과적인 정보의 전달로 시각적으로 커뮤니케이션의 효과를 높여주는 것이다. 이러한 기대효과는 플루서가 새로운 매체들에 의한 네트워크 사회를 긍정적으로 바라보았던 관점으로부터 파생될 수 있다.

5. 결 론

플루서는 구텐베르크의 활자발명 이후 문자코드가 디지털코드로 전환됨에 따라 정보의 형태와 특성에 변화가 나타나고 그에 따라 의식변화가 일어난다고 지적하였다. 이는 컴퓨터 모니터 상에 떠오르는 피상적인 그림인 기술적 형상을 읽어내고 해독하려면 인

간은 새로운 의식을 가져야 가능하다는 주장이다. 다시 말해, 기존의 전통적인 그림이나 선형적 문자를 해석할 때와 같은 역사적식에서 탈피해야 한다는 것이다. 또한 인간 커뮤니케이션은 가상공간의 가상현실 세계에서 기술적 형상을 통해 활발하게 이루어진다는 의미이다. 더불어 가상공간에서 디자인의 형태가 프로그램화되어 개념이 확장되고 인식의 코드로써 수많은 정보를 교환할 수 있는 매개물이 된다는 것이다. 그러나 기술적 형상이 새롭게 변화하고 있는 디자인시대에 대한 문제점에 대한 인식 또한 절대적으로 필요하다. 이는 인간의 기억과 경험이 위축될 수 있으며, 기억력의 감퇴가 문제시 될 수 있기 때문이다.

필자는 이 연구에서 디지털시대의 디자인과 커뮤니케이션 매체와의 관계가 한 시대를 바꾸는데 커다란 역할을 하고 있다고 보았다. 따라서 그를 통해 전통을 거부하고 새로움을 추구하는 모더니티 미학을 전개한 모든 사회의 환경 변화에 커뮤니케이션과의 연관성을 밝히고자 하였다. 또한 디자인과 커뮤니케이션 매체의 연관성을 추적하는 방법으로써 플루서의 이론을 토대로 매체기술이 커뮤니케이션으로 접근하는 과정과 현장을 살펴보았다.

최종적으로 오늘날 디자인이 “사물에서 벗어난 정보”(Vilém Flusser, 1993(a), p.165)로 가는 과정을 커뮤니케이션과 밀접한 관계로 본다. 이러한 구성은 플루서의 매체이론이 미학적으로 뒷받침되어 그의 커뮤니케이션 매체 이론을 집중적으로 연구하려는 것에 궁극적인 목표를 두었다. 오늘날 현대사회에 디자인은 확장된 개념으로 디지털 시대와 커뮤니케이션의 발전 그리고 산업의 발전에 중요한 역할을 하게 될 것이라고 전망된다. 그러나 매체기술이 커뮤니케이션으로 접근하는 과정에서 이데올로기적인 문화비판과 현상학적인 경험을 미학적으로 좀 더 구체적으로 논의하고 연구해야할 필요성이 있다고 사료된다. 왜냐하면 디자인 시대에 정보를 소유한 디자인이 주목을 끌고 있으며, 이에 따르는 디자인의 미학적 접근이 절대적으로 필요하며 중요한 과제로 떠오르고 있기 때문이다.

참고문헌

- 게오르그 짐멜 (2005). 『짐멜의 모더니티 읽기』. 김덕영, 윤미애 옮김, 새물결.
- 김성민 (2005). 『매체철학의 이해: 매체철학이란 무엇인가?』. 인간사랑.
- 김성재 (2002). 텔레마틱 시대의 커뮤니케이션 철학 『한국방송학보』. 16(4), 74-112.
- 김성재 (2005). 탈문자 시대의 매체현상학: 기술적 형상의 탄생에 대하여. 『한국방송학보』, 19(1), 76-108.
- 김승환 (2007). 「현대 미술의 전개-20세기 전반부의 경향」. 『현대의 예술과 미학』. 미학대계간행회 서울대학교출판부.
- 니컬러스 페브즈너 (1992). 『근대디자인 선구자들』. 정구영외 역. 기문당.
- 루돌프 아른하임 (2004). 『시각적 사고 Visual thinking』. 김정오 역. 이화여자대학교출판부.
- 마셜 맥루한 (2006). 『미디어의 이해』. 김성기·이한우 옮김. 민음사.
- 양효실 (1996). 모더니티와 모더니즘 회화. 『예술연구』, 75-89.
- 양효실 (2006). 「보들레르의 모더니티 개념에 대한 연구」, 서울대학교박사학위논문.
- 위르겐 하버마스 (1992). 모더니티: 미완성의 프로젝트, 『현대미술비평30선』. 중앙일보.
- 위르겐 하버마스 (2002). 『현대성의 철학적 담론』. 이진우 옮김. 문예출판사.
- 윤태일 (2004). 『매스커뮤니케이션의 이해』. 커뮤니케이션북스.
- 이진경 (2007). 『모더니티의 지층들』. 그린비.
- 이윤희 (2006). 디지털 시대의 문자의 특성에 관한 고찰. 『기초조형학연구』, 7(2), 257-265.
- 최혜실 (2003). 『디지털 시대의 영상문화』. 소명출판.
- 카시와기 히로시 (2006). 『20세기의 디자인』. 강현주·최선녀 지음. 조형교육.
- 최문규 (1993). 『역사철학적 현대성과 그 이념적 맥락』. 『세계의 문학』. 민음사.
- 함윤섭 (2001). 디지털 시대의 본다는 것의 의미 『디자인학연구집』, 7(2), 113-124.
- 현동희, 임승욱 (2000). 편집디자인에 있어서의 '기호'에 관한 연구. 『기초조형학연구』, 1(1), 169-178.
- Charles, B. (1975). Oeuvres Complètes I, II, ed. Claude Pichois(Pléiade), Gallimard, Paris.
- M. 칼리네스쿠 (1998). 『모더니티의 다섯 얼굴』. 이영욱 외 옮김. 시각과 언어.
- Pete Brger (1986). 『전위예술의 새로운 이해』. 최성만 역. 심설당.
- Wingler, H. M., & Bauhaus-Weimar, D. B. (1969). Chicago, Cambridge, Mass: MIT Press.
- Read, H. (1971). The philosophy of Modern Art, Books for Libraries Press, N.Y.
- Vilém, F. (1993a). Lob der Oberfächlichkeit : Für eine Phänomenologie der Medien. 김성재 옮김 (2004). 『괴상성 예찬』. 커뮤니케이션북스.
- Vilém, F. (1993b). Vom Stand der Dinge: Eine Kleine Philosophie des Design, Göttingen: Steidl Verlag. 서동근 옮김 (2003). 『디자인의 작은 철학』. 선학사.
- Vilém, F. (1995). Die Revolution der Bilder, Bollmann Vlg., Köln. 김현진 옮김 (2004). 『그림의 혁명』. 커뮤니케이션북스.
- Vilém, F. (1997). Für eine Philosophie der Fotografie, Göttingen: European Photography. 윤종석 옮김 (2003). 『사진의 철학을 위하여』. 커뮤니케이션북스.
- Vilém, F. (1998). Die Schrift: Hat Schreiben Zukunft?, Vice Versa; Auflage. 윤종석 옮김 (2002). 『디지털시대의 글쓰기: 글쓰기에 미래는 있는가』. 문예출판사.
- Vilém, F. (2001). Kommunikologie, Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1998. 김성재 옮김 (2001). 『코뮤니콜로지』. 커뮤니케이션북스.

인터넷 자료

- http://www.ni9e.com/typo/typo_dylan.html
- http://apiminer.org/doc/guide/practices/ui_guide_lines/icondesign_launcher_archive.html
- <http://www.youtube.com/watch?v=WXxouXt5dz4>