

‘문화콘텐츠’의 개념 정립을 위한 시론

- 아리스토텔레스의 제작학적 관점에서

송한샘*

<차례>

1. 서론
2. 문화콘텐츠의 여섯 가지 형성소
3. 문화콘텐츠의 형상과 미디어
4. 문화콘텐츠의 본질적 기능
5. 결론

<국문초록>

이 글의 목적은 ‘문화콘텐츠’라는 용어의 개념에 대한 보편적이며 통시적인 정의를 내리는 것이다. 최근 담론에서 문화콘텐츠는 ‘4차 산업혁명’에 그 자리를 내어준 듯하다. 문화콘텐츠라는 용어가 온전한 개념적 정립 없이 4차 산업혁명의 새로운 패러다임으로 편입되고 있는 것이다. 이대로라면 문화콘텐츠라는 용어는 대기 중에 녹아 사라질지 모른다. 문화콘텐츠의 보편적 통시적 개념 정립이 반드시 필요하다는 얘기이다.

문화콘텐츠의 기원에 대한 단초는 고대 그리스의 디오니소스 축제에서 찾아진다. 이 축제에서는 신화를 개작한 이야기를 즐겼으며, 디오니소스에게 ‘디티람브’라는 합창곡을 바쳤다. 이는 그리스 고전시대의 비극으로 진화하였다. 용은 조상들이 수만 년 동안 살아오면서 반복하여 겪은 원천적인 경험들이 인간 정신의 구조적 요소로 고착되어 집단 무의식을 통해 유전된다고 하고, 그것이 신화, 종교, 꿈, 환상 또는 문학에 상징적인 형태로 나타났다고 하였다. 보편적인 인물상, 전형적인 행동 방식, 보편적 이미지 등은 단지 문학의 전통적 수법이나 도구일 뿐 아니라 인류의 깊은 심리 속에 뿌리 박고 있는 것이기 때문에 논리를 초월하여 독자에게 강한 정서적 반응을 일으킬 수 있다는 것이다. 그렇다면 현대 문화콘텐츠에도 이 같은 원형이 내재하며, 그것으로부터 많은 개체들이 만들어졌을 가능성이 있다. 아울러 고대 희랍 비극의 특질은 현대 문화콘텐츠에도 그대로 전승되어 오고 있을

* 국제예술대학교 공연기획과 교수.

것이다.

아리스토텔레스 제작학의 대표작인 『시학』은 주로 비극을 다룬다. 희랍 비극의 황금시대로부터 2500년이 지난 지금도 희랍 비극과 동일한 구조의 작품이 발견되고, 그것이 수신자들의 내면에 동질의 정서적 울림을 불러일으키는 것은 현대 매체의 비극, 나아가 문화콘텐츠의 창작에도 『시학』의 덕목을 반영할 가치가 충분하다는 것을 의미한다. 인간이 제작하는 사물에는 ‘질료인’, ‘형상인’, ‘목적인’, ‘운동인’이라는 ‘네 가지 원인’이 반드시 존재하며, 이들은 상호 관계 속에서 하나로 합쳐져 작동한다. 이 글에서는 문화콘텐츠의 본질을 아리스토텔레스 제작학 이론 중 ‘네 가지 원인’과 『시학』의 비극 이론의 관점에서 포착할 수 있다고 보고 문화콘텐츠의 대표적 양태를 ‘여섯 가지 형성소(질료인), ‘형상과 미디어(형상인), ‘본질적 기능(목적인), ‘제작자(운동인)으로 나누어 고찰해 보았다.

비극의 여섯 가지 형성소-플롯·성격·사고력·언어·표현·노래·시각적 장치-는 오늘날의 문화콘텐츠에도 질료로 내재한다. 또한 문화콘텐츠는 인간의 기본적인 다섯 가지 감각의 대상이며, 미디어에 따라 ‘가능태로서 내적 구조화된 질료’ 즉 ‘2차적 질료’로서 다시 시각·청각·시청각·통각각적 텍스트의 네 가지 양태를 띠게 된다. 문화콘텐츠의 본질적 기능은 ‘대중의 내면에 감정을 생성하는 것’, ‘대중의 정신 체계에 기억 장치가 되는 것’, ‘대중의 내면에 인간성을 환기하는 것’의 세 가지이며 이들은 아리스토텔레스의 『시학』과 『수사학』에서 강조되는 파토스, 로고스, 에토스의 세 측면에 각각 상응한다. 한편, 문화콘텐츠의 ‘운동인’으로서, ‘제작자’는 기획·제작·창작자는 물론 그 외연을 확장하여 이용자까지 포함한다. ‘제작자’는 인문학적 사고력을 원천으로 문화기술을 도입·적용·개발하도록 하며 융섭의 자세로서 문화콘텐츠를 만들어 가야 한다. 이 같은 논의 과정을 통해, 이 시론은 다음과 같은 결론에 도달한다. “문화콘텐츠란, 사람의 행동의 재현이며 인간정신으로만 파악될 수 있는 물건으로서, 인문학적·문화기술적·융섭지향적 소양을 지닌 제작자들에 의해 만들어져 대중의 내면에 감정을 생성하고, 정신 체계에 기억장치가 되며, 인간성을 환기하는 것이다.”

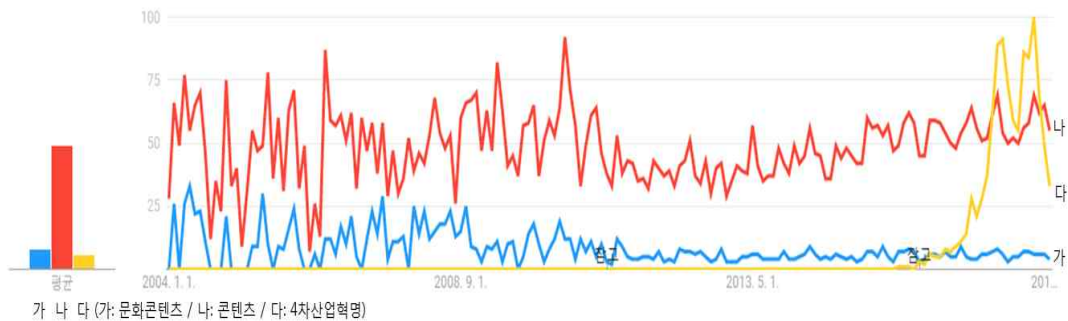
주제어 : 4차 산업혁명, 매클루언, 문화콘텐츠, 시학, 아리스토텔레스의 네 가지 원인, 제작학, 질료, 형상

1. 서론

이 글의 목적은 모든 사물은 질료와 형상으로 이루어진다는 아리스토텔레스의 관점에서 ‘문화콘텐츠’라는 용어의 개념에 대한 보편적 통시적 정의를 내리는 것이다. 최근 4차 산업혁명이 화두다. 한국콘텐츠진흥원에 서도 4차 산업혁명의 도래와 이에 따른 문화콘텐츠의 방향에 관한 보고서를 발간하고 있다.¹⁾ 문화콘텐츠진흥원이 설립된 2001년부터 2010년대

1) 세계경제포럼 회장 클라우스 슈밥에 의하면 4차 산업혁명이란 3차 산업혁명에 기반을 둔 디지털과 바이오산업, 물리학 등의 경계를 융합하는 기술혁명이 초래한 사회 변화를 일컫는다. 디지털 세계, 생물학적 영역, 물리적 영역 간 경계가 허물어지는

초중반까지 문화콘텐츠 산업은 21세기의 핵심 산업으로 선포되었고 정부와 산업계는 물론 학계까지 이를 통한 국가경쟁력 제고를 외쳤다. 이에 발맞추어 촉발된 한류 드라마와 영화, 게임과 케이팝 등의 세계적 약진이 문화콘텐츠의 과급력을 입증하였다. 그러나 최근 담론의 흐름을 보면 문화콘텐츠는 4차 산업혁명에 그 자리를 내어준 듯하다. 다음은 2004년 3월부터 2018년 2월까지 ‘문화콘텐츠’와 ‘콘텐츠’, 그리고 ‘4차 산업혁명’의 국내 검색 빈도를 구글트렌드에서 살펴본 결과이다.



<그림 1> ‘문화콘텐츠’ · ‘콘텐츠’ · ‘4차 산업혁명’ 검색 빈도
(2004.3~2018.2 / 출처: 구글트렌드)

위 그래프는 각각의 검색 빈도를 상대적 수준으로 나타낸 것이다. ‘4차 산업혁명’은 2016년을 기점으로 검색되기 시작하며, 2017년 빈도가 급증하였다. 반면 2000년대에 높았던 ‘문화콘텐츠’와 ‘콘텐츠’의 검색 빈도는 2010년대에 들어 감소하고 있다. 문화콘텐츠진흥원이 한국콘텐츠진흥원으로

현상이 대두하며, 사물인터넷·인공지능·빅데이터·초연결·가상물리체계 등 주요 기술이 사회구조를 자동화하여 ‘사람-사람, 사람-사물, 사물-사물’을 서로 연결한다. 이 초연결성으로 비롯된 막대한 데이터의 분석을 통해 일정한 패턴을 파악할 수 있는 초지능성이 구축된다. 사물인터넷이 오프라인 세상의 정보를 온라인 클라우드로 끌어올려 빅데이터를 만들고, 인공지능이 빅데이터를 처리해 예측과 맞춤으로 다시 오프라인 세상을 최적화하는 온라인과 오프라인의 순환 고리(O2O, online to offline)가 이루어진다. 강익희 외, 「인간, 콘텐츠, 그리고 4차 산업혁명」, 『코카포커스』 통권112호, 한국콘텐츠진흥원, 2017; 장민자·최혁규, 「콘텐츠 극화시대, 문화콘텐츠 창작과 향유」, 『코카포커스』 통권114호, 한국콘텐츠진흥원, 2017.

2009년 개명한 것, ‘문화콘텐츠’라는 용어와 함께 디지털·게임·음악 등 문화콘텐츠 하위 범주의 명칭이 ‘콘텐츠’와 결합하여 쓰여 온 것을 감안하면 문화콘텐츠 자체에 대한 관심 하락은 아닐 수 있다. 하지만 담론 대상으로서의 문화콘텐츠의 가치와 필요성에 대한 인식은 분명 하락했다. 이러한 추세라면 문화콘텐츠라는 용어는 이제 별다른 고찰 없이 사용될 가능성이 큰데, 여기서 문제가 발생한다. 이 용어의 종주국인 우리조차 아직 그 보편적 통시적 정의를 내리지 못했기 때문이다. 2003년 문화콘텐츠진흥원은 문화콘텐츠를 문화, 예술, 학술적 내용의 창작 또는 제작물뿐만 아니라, 창작물을 이용하여 재생산된 모든 가공물 그리고 창작물의 수집, 가공을 통해서 상품화된 결과물을 모두 포괄하는 개념으로 정의했다. 그러나 이는 너무 추상적 포괄적이어서 문화콘텐츠의 실체를 명확하게 포착하지 못하고 있다. 문화콘텐츠 자체의 특질에서 출발하지 않고 문화콘텐츠 상품, 산업 혹은 기술, 정책 측면에서 접근한 나머지 본질에서 비껴가거나, 문화콘텐츠의 하위 범주에 속하는 특수자의 예를 나열함으로써 문화콘텐츠를 정의하고 있는 경우도 많다. 하지만 아리스토텔레스의 『형이상학』 7권의 ‘정의될 수 있는 것은 보편자뿐’이라는 관점에서 이 같은 정의는 불완전한 설명이라 할 수 있다. 제대로 된, 즉 완전히 분석된 정의는 더 정의할 수 없는 단순한 말로 이루어지기 때문이다.²⁾

상술했듯 한국콘텐츠진흥원은 이미 4차 산업혁명 시대의 문화콘텐츠에 관한 정책적 제언을 시작했다. 문화콘텐츠라는 용어가 온전한 개념적 정립 없이 주무부처에 의해 4차 산업혁명의 새로운 패러다임으로 편입되

2) 예를 들어 “피정의항으로 사람과 같은 보편자를, 정의항으로 이성적인 동물을 생각해보자. 이 정의항의 부분은 보편자인 이성적임과 동물이다. 이와 같은 부분들을 재차 정의할 수 있다면, 사람에 대한 정의에서 그 부분들은 재차 정의된 ‘또 다른’ 부분으로 대체될 것이고, ‘부분이 또 다른 부분으로, 또 다른 부분이 다시 한 번 또 다른 부분으로 대체되는’ 이런 일은 계속될 수 있다. 이렇게 사람 같은 보편자의 완전할뿐더러 적합한 정의는 추가로 정의하는 일이 불가능한 부분만을 포함할 것이다.” S. 마크 코헨, 김혜연 외 역, 『아리스토텔레스의 형이상학』, 전기가오리, 2017, 21면.

고 있는 것이다. 이는 2000년대 초반 학문적 기반 없이 정책적 산업적 주문으로 ‘문화콘텐츠’가 사용되기 시작한 것과 매우 흡사하다. 문제는 4차 산업혁명이라는 용어에도 논란의 여지가 있다는 것이다. 일각에서는 이것이 실체 없는 기표나 정치적 프로파간다에 불과하다고 비판한다. 다수의 과학기술자들은 주로 정보통신기술(ICT) 분야의 기술혁신의 압축된 성과가 마치 우리 사회 전체의 새 패러다임으로 논의되는 것은 과장된 담론이라고 말한다. 게다가 현재 4차 산업혁명에 관한 담론은 주로 기술혁신과 경제성장에 치우쳐있고 정작 인간의 삶이 얼마나 바뀌고 행복해지는지에 대한 언급은 매우 빈약하다.³⁾ 그럼에도 불구하고 이미 담론 가치가 하락한 문화콘텐츠는 빅데이터·인공지능·사물인터넷·클라우드 등 4차 산업의 소위 핵심 기술이 요구하는 변화의 당위성으로 인해, 자칫 그 정체성의 근본 즉 인간에 의한, 인간을 위한 산물이어야 한다는 것부터 흔들릴 수 있다. 이대로라면 4차 산업혁명이 끝나기도 전에 문화콘텐츠라는 용어는 대기 중에 녹아 사라질지 모른다. 문화콘텐츠의 보편적·통시적 개념 정립이 반드시 필요하다는 얘기이다. 과거·현재·미래라는 시간, 그리고 국가 간은 물론 가상세계와 현실세계의 경계마저 불분명해지는 공간의 압력에도 불구하고 굳건하게 그 가치를 인정받는 문화콘텐츠의 정의를 내릴 수 있다면, 이는 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 문화콘텐츠학의 토대를 재정비하고 새로운 패러다임의 문화콘텐츠 산업에 밑바탕을 마련하는 계기가 될 것이다.

대다수 학자들은 문화콘텐츠라는 기표⁴⁾의 출현 시기를 1990년대에서

3) 이동연, 「서드라이프, 테크놀로지, 예술의 미래」, 『문화과학』 제92집, 문화과학사, 2017, 148-151면 참조.

4) 우리는 문화콘텐츠의 주관 산업을 문화콘텐츠산업이라 일컫지만 미국은 엔터테인먼트산업(Entertainment Industry), 일본은 엔터테인먼트 비즈니스(Entertainment Business), 캐나다는 예술산업(Art Industry), 영국은 창조산업(Creative Industry)으로 명명한다. 각기 다른 의미의 이름을 붙이는 것은 각국의 이해와 전략에 차이가 있기 때문이다. 박범준, 「문화콘텐츠의 출현과 구조, 그리고 구현」, 『글로벌문화콘텐츠』 제3집, 글로벌문화콘텐츠학회, 2009, 276면 참조.

2000년대 사이로 본다.⁵⁾ 문화콘텐츠의 기의에 관한 연구는 크게 다섯 가지 관점을 지닌다.⁶⁾ 첫째, 문화콘텐츠를 상품으로 보는 산업적 접근이다.⁷⁾ 이 관점은 문화콘텐츠의 정의를 그 자체의 본질적 특성에서 추출하기보다는 이미 수용된 대표적 문화상품의 공통 특질에서 귀납적으로 유추하곤 한다. 이 경우 기술 발달과 매체 진화에 따라 문화콘텐츠의 정의도 변화할 수밖에 없다는 한계가 있다. 또한 마케팅, 소비자심리학, 경제학 측면에서의 접근이 많아 주로 타상품, 인접상품과의 비교를 통해 문화콘텐츠를 재단하는 단점이 있다. 둘째, 디지털 기술을 문화콘텐츠의 필수 요소로 보는 디지털 기술 중심적 접근이다.⁸⁾ 이 관점은 디지털 기술이 핵심이라고 보기 어려운 공연, 만화나 디지털 기술 본격 적용 이전의 영화, 방송 등을 문화콘텐츠 범주에서 배제시킬 수밖에 없어 논란의 여지가 있다. 셋째, 문화콘텐츠를 문화에 미디어 기술이 복합된 형태의 문화상품이라고 보는 산업·디지털 종합적 접근이다.⁹⁾ 넷째, 창의성, 소통, 상

5) 주요 연구는 다음을 참조. 김평수, 『문화산업의 기초이론』, 커뮤니케이션북스, 2014, 60면; 김기현, 「문화산업 정책의 변동에 관한 소고」, 『문화콘텐츠연구』 제2호, 건국대학교 글로벌문화전략연구소, 2012, 47면; 박태상, 『문화콘텐츠와 이야기담론』, 한국문화사, 2012, 6면.

6) 이종훈이 분류한 네 가지 관점에 '내용과 형식, 콘텐츠와 미디어'의 관점을 추가하였음. 이종훈, 「창의적 융섭으로서의 문화콘텐츠」, 동국대학교 영상대학원 박사학위논문, 2015, 31면 참조.

7) 문화산업진흥기본법(1999)에서는 문화콘텐츠를 “인간의 감성, 창의력, 상상력을 원천으로 하여 문화적 요소가 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품, 즉 영화, 게임, 애니메이션, 비디오, 방송, 음반, 캐릭터, 만화, 공연”이라고 정의한 바 있다. 주요 연구는 다음을 참조. 윤찬중, 「한국 문화원형 3D애니메이션 콘텐츠 개발 육성 방안에 대한 연구: KOCCA의 ‘우리문화원형 디지털 콘텐츠화 사업’ 분석을 중심으로」, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2007, 24-25면; 김평수 외, 『문화콘텐츠산업론』, 커뮤니케이션북스, 2016, 5면.

8) 주요 연구는 다음을 참조. 김기덕, 「콘텐츠의 개념과 인문콘텐츠」, 『인문콘텐츠』 제1호, 인문콘텐츠학회, 2003, 8면; 태지호, 「문화콘텐츠학의 체계정립을 위한 기반 구축에 대한 연구」, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2005, 15면; 이종훈 변성광, 「‘디지털콘텐츠’ 의미 형성과정과 실제적 이해」, 『인문콘텐츠』 제13호, 인문콘텐츠학회, 2008, 167면.

9) 송성욱, 「문화콘텐츠 창작소재와 문화원형」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회,

징 등 전통적으로 문화에 주로 속한다고 여겨온 속성에 중점을 둔 접근이다.¹⁰⁾ 이 관점은 문화콘텐츠를 보다 근원적으로 바라보고 산업적, 기술적 측면에만 천착하지 않는다는 장점이 있다. 반면 다소 인문학적 가치에 치우쳐 있거나 그 정의가 추상적이고 지나치게 광범위한 측면도 있다. 마지막으로 문화콘텐츠를 ‘내용과 형식’, 나아가 ‘콘텐츠와 미디어’의 측면에서 바라보는 관점이다.¹¹⁾ 이 연구들은 콘텐츠를 디지털, 멀티미디어 콘텐츠에만 한정함으로써 통상 문화콘텐츠의 하위 범주에 속하는 공연, 만화 등 비디지털 산물을 배제하기도 한다. 그럼에도 불구하고 외부적 요소를 배제하고 콘텐츠와 미디어라는 문화콘텐츠 자체의 구성 요소에 집중하여 보다 본질적이고 실체적으로 문화콘텐츠를 규정한다. 이 글 역시 문화콘텐츠를 내용과 형식으로 분석하는 관점에서 출발한다. 아리스토텔레스의 제작학에 기대어 문화콘텐츠란 질료형상 복합체라고, 즉 사람들이 지적 정서적으로 향유하는 문화적 콘텐츠(질료)가 미디어(형상)와 결합된 것이라고 보는 것이다.

본 연구는 문화콘텐츠가 디지털, 비디지털 산물 모두를 아우른다고 보기에, 오늘날의 문화콘텐츠에 해당하는 것들이 과거에도 존재했다고 가정한다. 만약 그 원형의 속성이 현대 문화콘텐츠에도 동일하게 내재한다는 것을 입증한다면, 문화콘텐츠의 개념 정의에 있어서 굳건한 통시적 근거가 될 것이다. 문화콘텐츠의 기원에 대한 단초는 고대 그리스의 디

2005, 77면.

- 10) 주요 연구는 다음을 참조. 이기상, 「문화콘텐츠학의 이념과 방향」, 『인문콘텐츠』 제1호, 인문콘텐츠학회, 2003, 28면; 이종훈, 「문화콘텐츠 기획의 개념과 함의」, 동국대학교 영상대학원 석사학위논문, 2009, 105면; 박범준, 「소통으로서의 문화콘텐츠학 담론 모색과 ‘배치’를 통한 콘텐츠 기획 연구」, 『글로벌문화콘텐츠』 제8호, 글로벌문화콘텐츠학회, 2012, 117면.
- 11) 주요 연구는 다음을 참조. 김상욱, 『4차산업시대의 문화콘텐츠산업』, 크린비디자인, 2017, 34-35면; 박치완, 『키워드 100으로 읽는 문화콘텐츠 입문사전』, 꿈꿀권리, 2013, 15면; 최연구, 『문화콘텐츠란 무엇인가』, 살림, 2006, 41면; 김영순 외, 『인문학과 문화콘텐츠』, 다할미디어, 2006, 132면.

오니소스 축제에서 찾아진다. 캠벨(J. Campbell)에 따르면, 스토리의 초기 형태는 신화이다. 신화적인 스토리는 심오한 심리적 토대를 포함하고 있고, 축제의 종교의식은 참가자들이 카타르시스를 느낄 정도로 그 경험이 강렬했다. 사람들은 악기 연주와 춤, 노래를 즐기고, 디오니소스에게 ‘디티람브(dithyrambs)’라는 합창곡을 바쳤다. 이 합창곡은 그리스 고전시대의 비극, 희극으로 진화하였다.¹²⁾ 프레이저(J.G. Frazer)는 세계 각 민족의 신화와 종교 의식의 근본적인 양식이 서로 같다는 것을 발견하였다. 융(C.G. Jung)은 조상들이 수만 년 동안 살아오며 반복하여 겪은 원천적인 경험들이 인간 정신의 구조적 요소로 고착되어 집단적 무의식을 통하여 유전된다고 보고, 그것이 신화, 종교, 꿈, 환상 또는 문학에 상징적인 형태로 나타난다고 하였다. 문학에 있어서의 보편적인 인물상, 전형적인 행동 방식, 보편적 이미지 등은 단지 문학의 전통적 수법이나 도구일 뿐 아니라 인류의 깊은 심리 속에 뿌리박고 있는 것이기 때문에 논리를 초월하여 독자에게 강한 정서적 반응을 일으킬 수 있다는 것이다.¹³⁾ 그렇다면 현대 문화콘텐츠에도 집단적 무의식을 통해 유전된 문화 원형이 내재하며, 4차 산업혁명만은 물론 그 후의 문화콘텐츠에도 그 원형으로부터 많은 개체들이 만들어질 가능성이 있다. 같은 맥락에서 당대 최고의 인기를 누렸던 고대 희랍 비극의 특질은 현대, 미래의 문화콘텐츠에도 그대로 전승될 수 있을 것이다.

『시학』은 주로 비극을 다룬다. 아리스토텔레스의 통찰은 비극을 넘어 음악, 회화 등 다른 장르에까지 확장될뿐만 아니라 소설, 영화 등 오늘날의 새로운 장르에도 적용될 수 있을 만큼 보편적이다. 그는 인간 본성을 다룬 당대 작가의 다양한 문학 작품으로부터 보편적인 요소를 뽑아내어 이를 예술의 원리로서 우리에게 제시해 준다.¹⁴⁾ 희랍 비극의 황금시대로

12) 캐롤린 핸들러 밀러, 변민주 외 역, 『디지털미디어 스토리텔링』, 커뮤니케이션북스, 2006, 4-8면.

13) 이상섭, 『문학비평용어사전』, 민음사, 2013, 254-255면.

부터 2,500년이 지난 오늘날에도 희랍 비극과 동일한 구조의 작품이 발견되고, 그것이 수신자들의 내면에 동질의 정서적 울림을 불러일으키는 것은 현대 매체의 비극, 나아가서 문화콘텐츠의 창작에 있어서도 『시학』의 덕목을 참작하고 반영할 가치가 충분히 있다는 것을 의미한다.¹⁵⁾ 『시학』은 아리스토텔레스 제작학의 대표작으로 현재까지도 매우 강력한 영향력을 발휘하고 있는 저서이다. 아리스토텔레스는 자연적으로 생긴 것이 아닌, 즉 인간이 만들어낸 것은 모두 예술작품이라는 관점에서 제작학을 정립하였다. 그에 따르면 인간에 의해 만들어지는 변화, 특히 인간이 제작하는 사물에는 ‘네 가지 원인(aitia)’이 반드시 존재하며 이들은 따로따로가 아니라 하나로 합쳐져 특정한 방법으로 상호 관계 속에서 작동한다. 첫째, “그것은 무엇으로 이루어져 있는가?” 제작의 재료적 원인(material cause, 질료인)이다. 둘째, “누가 그것을 만들었는가?” 운동적 원인(efficient cause, 운동인)이다. 신발의 제화공, 반지의 보석 세공인 등 경우마다 언급되는 제작자를 말한다. 셋째, “무엇이 그것을 그렇게 만들었는가?” 형상적 원인(formal cause, 형상인)이다. 신발은 제화공에 의해 단순한 가죽조각에서 가죽으로 된 신발로 변형된 것이다. 즉 가죽은 전에는 신발의 형상을 가지고 있지 않다가 이제 신발이라는 형상 속으로 들어간 것이다. 바로 이 “신발임”이 아니었다면 제화공이 있다 하더라도 가죽은 신발이 될 수 없고 다른 어떤 것이 되었을 것이다. 넷째, “그것은 무엇을 위해 만들어졌는가?” 목적적 원인(final cause, 목적인)이다. 제작자는 마음속에 어떤 목적이나 쓸모를 염두에 두고 그것을 만들었는가 이 질문에 대한 답이다.¹⁶⁾

여기에서는 문화콘텐츠를 구성하는 내용과 미디어가 질료와 형상에

14) 사무엘 헨리 부처, 김진성 역, 「역자 서문」, 『아리스토텔레스의 창작예술론』, 세창출판사, 2014, 7면.

15) 송한샘, 「영화 올드보이와 소포클레스 오이디푸스 왕의 상동성 연구」, 『미디어와 공연예술연구』 제11권 3호, 청운대학교 방송예술연구소, 2016, 84면.

16) 모티머 J. 에들러, 김인수 역, 『모두를 위한 아리스토텔레스』, 마인드큐브, 2016, 50면; 같은 책 73-78면 참조.

해당한다고 보고, 아리스토텔레스 제작학의 ‘네 가지 원인’을 주요 연구 방법으로 삼고자 한다. “문화콘텐츠의 여섯 가지 형성소”에서는 『시학』의 ‘여섯 가지 형성소가 현대 문화콘텐츠에도 ‘1차적 질료’로 내재하고 있음’을 고찰할 것이다. “문화콘텐츠의 형상과 미디어”에서는 아리스토텔레스와 매클루언(M. McLuhan)의 논의를 바탕으로, 제작의 형상적 원인, 즉 미디어에 따라 ‘1차적 질료’는 ‘내적 구조화된 질료’, 즉 ‘2차적 질료’가 되며, 이에 따라 대중의 향유 방식이 다르게 나타나고 있음을 포착할 것이다. “문화콘텐츠의 본질적 기능”에서는 비극과 문화콘텐츠를 비교하여, 그 본질적 기능을 포착하고 소구대상으로서의 대중을 환기한다. 결론에서는 4차 산업혁명을 맞이하여 문화콘텐츠의 운동인으로서 제작자의 외연을 확장하고, 갖추어야 할 소양에 대한 제언을 할 것이다. 마지막으로 이러한 논의를 바탕으로 문화콘텐츠의 보편적이며 통시적인 정의를 내리고자 한다. 이 같은 작업은 4차 산업혁명의 도래에 즈음하여 담론 가치의 하락과 정체성의 위기를 맞이한 문화콘텐츠의 학문적·학제적 측면은 물론 산업적·정책적 측면에서도 중요한 의의를 지닐 수 있을 것이다.

2. 문화콘텐츠의 여섯 가지 형성소

『시학』은 시 창작 기술, 즉 ‘테크네(techne)’에 관한 저술이다. 테크네란 자연을 모방하는 것인데, 그것이 모델로 삼는 것은 질료 속에서 형상의 실현을 지향하는 자연이다. ‘네 가지 원인’을 『시학』에 대입한다면, 모든 질료는(질료인) 각각 독특한 형상에 의해(형상인) 목적을 성취하도록(목적인) 되어 있는 것이 보편적 법칙, 곧 자연의 법칙이다. 다른 모든 기술자들처럼 시인은(운동인) 자기에게 주어진 질료의 목적을 알아보고 적절한 형상을 통하여 그것을 실현하는 일을 한다. 즉 그는 자연을 모방한다. 중

요한 것은 모방기술자인 시인이 만드는 것은 구체적인 사물이 아니라 ‘사람의 행동의 재현이라는 것이다. 그래서 이 생산품은 ‘정신’으로만 파악될 수 있는 ‘물건’이다. 즉 사람의 정신이 알아보고 정신의 어떤 필요에 쓸 물건인 만큼 사람의 보편적 인지 내지 지식과 관계가 있게 만든 것이다.¹⁷⁾¹⁸⁾ 그렇다면 문화콘텐츠 역시 자연의 법칙을 모방하는 것이므로, 기술자 즉 기획·제작·창작자가 주어진 질료를 적절한 형상을 통해 구현하는 것일 터이다. 그런데 문화콘텐츠도 ‘비극처럼 인간 행동의 재현이며, 따라서 ‘정신’으로만 파악될 수 있는 ‘물건’인가? 이를 입증하기 위해서는 문화콘텐츠와 비극의 질적 유사성·상동성을 파악해야 하며, 비극과 문화콘텐츠의 본질적 기능, 즉 목적인에 주목해야 한다. 문화콘텐츠의 효용가치와 작용 방식을 포착하면 그것과 사람의 보편적 인지, 지식과의 관계 여부를 파악할 수 있기 때문이다.

본장에서는 ‘질료인’을 고찰하기 위해 문화콘텐츠에 내재한 미적 장치로 『시학』의 핵심 개념인 비극의 여섯 가지 형성소를 대입하고자 한다. 비극의 형성소를 통해 문화콘텐츠를 분석하면 그 질료의 가능태가 보다 명확하게 드러날 것이다. 비극이 성립되려면 전체적으로 ‘플롯·성격·사교력·언어 표현·노래·시각적 장치 등 여섯 가지의 구성 요소가 필요하며, 여기서 가장 중요한 것—지배소(dominant)—는 사건들의 조직 즉 ‘플롯’이다. 비극은 있는 그대로의 사람의 재현이 아니라 행동과 삶의 모방이기 때문이다.¹⁹⁾ 이 형성소들은 비극의 성질(qualities)을 결정하는 것이며,²⁰⁾ 따라서

17) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 172-173면.

18) 자연적인 생성은 자연(물)으로부터 그 생성이 비롯하는 것들이 갖는 생성이다. ‘어떤 것이’ 생겨나오는 것을 ‘질료(밑감)’라 부른다. 그런데 생겨나는 것들은, 자연에 의해서 생겨나든 기술에 의해 생겨나든, 모두 질료를 갖는다. 왜냐하면 이런 잠재성(가능성)은 각 사물 안에 든 질료이기 때문이다. 그리고 ‘어떤 것을’ 생겨나게 하는 것은 ‘형상(꼴)’의 뜻으로 말해진 자연(물)이다. ‘자연에 의해 생겨나는 것과 다른 종류의 생성은 (인위적인) 만듦(제작 또는 산출)이라 불린다. 이런 만듦은 모두 기술, 능력 또는 사유(의 능력)에서 비롯한다. 그 형상에 대한 앎이 (기술자의) 혼 안에 (들어) 있는 것(인공물)들은 기술로부터 생겨난다. 아리스토텔레스, 김진성 역, 『형이상학』, 이제이북스, 2010, 306-307면.

본질적으로 변하지 않는 것 즉 질료에 직접적으로 관여한다. 그런데 이 형성소들은 비극에만 들어 있는 것이 아니다. 비극이 아닌 다른 장르에서는 플롯이 아닌 다른 형성소가 더 중요해지기도 한다. 여섯 가지 형성소의 비중이나 중요도는 시공간에 따라, 어떤 형상으로 재현되느냐에 따라 달라질 수 있다.

한국콘텐츠진흥원은 『2016 콘텐츠산업백서』에서 콘텐츠산업으로 방송, 게임, 영화, 만화, 애니메이션, 캐릭터, 음악, 패션, 출판, 정기간행물(신문 인터넷잡지), 광고 등 열한 개 부문을 분류하고 있다. 그렇다면 아리스토텔레스가 비극의 형성소로 규정했던 여섯 가지 미적 장치는 오늘날의 문화콘텐츠에도 내재할 것인가? 다음 표를 살펴보자.

구분	TV 드라마	게임	영화	만화	애니 메이션	캐릭터	음악	패션	출판	정기 간행물	광고
플롯	○	○	○	○	○	○	○	△	하위 범주 에 따라 형 성소의 포 함 여부가 달라짐. (논의에서 제외)	○	
성격	○	○	○	○	○	○	○	○		○	
사고력	○	○	○	○	○	○	○	○		○	
언어 표현	○	○	○	○	○	△	○	△		○	
노래 (멜로디)	○	○	○	○	○	△	○	X		○	
시각적 장치	○	○	○	○	○	○	○	○		○	

(△은 상대적으로 낮은 빈도)

<표 1> 문화콘텐츠에 내재한 아리스토텔레스의 '비극의 여섯 가지 형성소'

『시학』에서 '비극은 오늘날의 '드라마' 즉 극 장르로 이해된다. 그 하위

19) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 41면.

20) Stephen Halliwell, *The Poetics of Aristotle*, North Carolina: The University of North Carolina Press, 1987, p. 74.

범주에는 연극, 뮤지컬 등 극예술은 물론 TV 드라마, 영화, 애니메이션 등이 포함된다. 아직도 많은 할리우드 제작자들은 『시학』을 시나리오를 쓰기 위한 바이블로 여긴다. 할리우드에서 일반적으로 스토리 애널리스트들이 쓰는 작품 분석 양식에는 플롯, 스토리, 캐릭터(성격), 대사(언어 표현) 등의 항목이 중요하게 적시되어 있다.²¹⁾ 따라서 <표 1>의 문화콘텐츠 중 TV 드라마, 영화, 애니메이션에는 비극의 여섯 가지 형성소가 모두 내재하며, 『시학』의 일반론에 따라 플롯, 혹은 근대 이후 제기된 성격의 중요성에 따라 성격이 지배소가 될 가능성이 높다. 물론 영화, 특히 SF, 3D 애니메이션의 경우 시각적 장치가 지배소가 될 수 있다. 종이 만화는 상연의 현재성이 없다는 점에서 드라마와 다르나, 대사가 극적 재현 방식을 전제로 쓰인다는 점에서 같다. 한편, 웹툰에서는 대사가 성우의 목소리로 녹음되어 들릴 뿐 아니라 BGM이 삽입되고, OST가 출시되고 있다. 만화책의 경우도 OST가 별도 출시되는 추세에 있어 이제 만화에도 노래가 형성소로 기능하고 있다.

플레이어가 내러티브가 존재하는 게임 매체 속의 주인공을 실시간으로 조종하거나, 스스로 주인공이 된다는 점에서 게임 역시 현장성과 현재성을 지닌 극 장르와 마찬가지로 여섯 가지 형성소를 모두 지닌다고 할 수 있다. 게임의 스토리텔러는 캐릭터에 대해 나이, 성별은 물론 대표적 성격, 호불호, 버릇, 취미 등 성격의 하위 범주로 분류될 수 있는 것들과 키, 머리색, 눈동자 색 등 시각·형상적인 요소를 자세히 작성한다. 캐릭터의 가치관 역시 빼놓지 않는다.²²⁾ 『시학』에서 성격(ethos)은 등장인물의 자기 입

21) 마이클 티어노, 김윤철 역, 『스토리텔링의 비밀: 아리스토텔레스와 영화』, 아우라, 2002, 15-17면.

22) 한편, 서사성의 고저에 따라 게임의 플롯은 다르게 나타난다. 서사성이 낮은 보드, 슈팅, 액션 게임 등은 대개 <기-승-전-결>의 4단계 서술구조를 갖는다. <기>는 게임을 준비하는 오프닝, <승>과 <전>에서 플레이어의 의지가 극대화, <결>은 결과에 따른 엔딩으로 나타난다. 스토리의 개입이 강한 경우 프라이탁(G. Freytag)의 <발단-전개-위기-절정-결말>과 같은 5단계 서술구조를 갖는다. 갈등구조가 자주 반복되어 시퀀스가 늘어날 경우 <발단-전개(n)-위기-절정-결말>식으로 변형되기도 한다. 이

장에 대한 반응의 특질을, 사고력(dianoia)은 자기 입장을 드러내는 능력을 나타낸다고 보았다. 비극에서는 등장인물의 행동이나 말에서 그의 윤리적 성격, 즉 인격이 드러나며 그가 어떤 문제를 분석하고 증명하든가 어떤 주장을 펴는 대목에서 그의 사고력의 질과 능력이 나타난다.²³⁾ 게임 캐릭터의 가치관은 사고력에 해당하는 질료로 볼 수 있다. 캐릭터와 플레이어의 일체감이 높은 <서든어택> 같은 1인칭 시점 게임이나 <리그 오브 레전드> 등의 MMORPG, 플레이어가 가상현실로 들어가는 VR게임에서는 플레이어의 성격이나 사고력이 캐릭터에 그대로 투영되기도 한다.

음악 문화콘텐츠에서 가장 영향력이 큰 것은 대중가요이다. 1981년 미국 MTV 개국 이래 뮤직비디오는 음악 대중화의 가장 중요한 매개체 중 하나가 되었다. 2016년 사이의 <강남스타일> 유튜브 조회 25억 뷰 돌파, 2017년 방탄소년단의 빌보드 뮤직 어워드 톱소셜 아티스트상 수상 등 케이팝의 세계적 인기는 노래와 언어 표현이 지배소였던 음악이 시각적 장치에 좌우되기 시작했음을 의미한다. 특히 케이팝 아티스트들은 뮤직비디오에 수억 원의 제작비를 투입, 아티스트의 성격과 앨범의 콘셉트를 명확하게 제시하고 플롯에 있어서도 단편 영화를 방불케 하는 완성도를 선보이고 있다. 미국의 CNBC는 방탄소년단의 성공 비결로 ‘진정성’을 꼽은 바 있다.²⁴⁾ 방탄소년단이 아이돌임에도 불구하고 데뷔 초부터 세상을 대하는 자신들의 철학과 감성을 진정성 있는 가사로 표현한 것은 업계에 널리 알려진 사실이다. 대중가요는 시와 마찬가지로 언어적 관점에서 진술의 주체로서 서정적 자아의 일정한 목소리와 그에 동반되는 대상을 바라보는 태도의 측면에서 의미가 결정된다. 이는 대중음악의 성공 비결에

재홍, 「게임 스토리텔링 리스트에 관한 연구: 게임의 4요소를 중심으로」, 『한국게임학회 논문지』 제9권 5호, 한국게임학회, 2009, 14-15면 참조.

23) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 45면.

24) 최주용, 「美CNBC 방탄소년단 성공 비결은 진정성, 소셜미디어, 글로벌」, 『조선일보』, 2017.12.31. (http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2017/12/31/2017123100429.html, 2018.1.31. 검색)

아티스트의 사고력 역시 매우 중요하다는 것을 방증한다.²⁵⁾

광고는 언어 텍스트와 시각 이미지를 함께 배치함으로써 전달효율을 확대한다. 인쇄매체는 한 번만 보아도 바로 이해되고 소구 되어야 하는 까닭에 강한 시각적 인상이 요구된다.²⁶⁾ 광고카피는 수용자의 브랜드 인지, 태도 변화, 구매 행동을 촉발하는 핵심적 설득 메시지이다.²⁷⁾ 시각적 장치와 언어 표현이 인쇄매체광고의 지배소인 셈이다. 전파광고는 음성 언어, 효과음, 음악 등 청각적 요소를 포함한다. 이들은 부가적 의미를 창조하거나 감각적 정서적 자극을 유발하여 시각적 표현을 통해 얻을 수 있는 체험의 영역과 깊이, 강도 등을 증폭시켜준다.²⁸⁾ 음성언어는 언어 표현, 효과음과 음악은 노래(멜로디)에 해당된다. 극 형식을 사용한 광고는 플롯, 인물(성격), 시간적 구성을 지닌다. 인과적 플롯에서 제품의 특성이 인물의 갈등과 논리적으로 관련되거나, 연상적으로 연결되는 것이다.²⁹⁾ 특히 인물의 갈등 해결 행위, 즉 제품에 대한 행동과 말을 통해 사고력이 드러나는데, 이에 공감한 시청자가 구매욕을 느끼게 되는 것이다.

마지막으로 캐릭터와 패션이다. 『시학』 6장에서는 드라마의 플롯과 성격을 그림의 밑그림과 색채에 비교한다. 아무리 아름다운 색채를 사용했다 해도 밑그림이 잘못되면 훌륭한 그림이 될 수 없듯이, 성격 묘사와 언

25) 특히 대중가요는 모든 언어에서 보다 직접적으로 진술 주체가 곧 담론의 목소리의 주인공이 된다는 점에서 오히려 시의 본질적 화자와 닮아 있다. 카이저(W. Kaiser)는 이를 정조화된 내면성 혹은 내면화된 정조성의 순수한 자기표현으로서 ‘가요적 표현’이라 규정하였다. 대중가요는 담론 진술구조, 장르 구조에 있어서 순수 서정시의 양식과 다를 바 없다는 것이다. 박운우, 「대중가요의 활용을 통한 시의 화자 이해」, 『국어교육』 제122집, 한국어교육학회, 2007, 623면.

26) 장재욱, 「광고에서 시각이미지 적용의 이론적 연구」, 『일러스트레이션 포럼』 제34집, 한국일러스트레이션학회, 2013, 47면.

27) 김동규, 「광고카피의 산출 과정에 관한 근거이론 연구」, 『한국광고홍보학보』 제8권 2호, 한국광고홍보학회, 2006, 107면.

28) 정승혜, 「광고 사운드의 이론적 고찰과 문화적 함의」, 『한국광고홍보학보』 제13권 2호, 한국광고홍보학회, 2011, 421-422면 참조.

29) 안의진·이희옥, 「TV광고드라마 플롯유형 분석」, 『마케팅논집』 제34집, 한국전략마케팅학회, 2007, 6-7면.

어 표현이 아무리 잘 되었다고 하더라도 플롯이 잘못 구성되면 훌륭한 드라마가 될 수 없다는 뜻이다.³⁰⁾ ‘뿔 달린 암사슴’ 그림이 훌륭한 그림이 될 수 있는 것처럼, 캐릭터가 ‘캐릭터암’이, 패션이 ‘패션암’이 성립하게 하는 내적 구조는 결국 캐릭터와 패션의 형상을 전제로 질료의 가능태를 구현하는 것이므로 그 역시 플롯을 지닌다고 볼 수 있다.³¹⁾ 스토리텔링이 접목된 캐릭터의 경우 『시학』 18장의 ‘업힘’과 ‘폴람’ 개념으로 플롯을 포착할 수 있다. ‘업힘’은 극의 밖에서 일어난 일 즉 극의 전사이며 ‘폴람’은 나머지 전부이다.³²⁾ 캐릭터 스토리텔링은 캐릭터가 도출된 전사를 다룬다는 측면에서 ‘업힘’에 해당하며, 캐릭터는 전사에 따른 결과이므로 ‘폴람’에 가깝다. 수신자는 전사를 알고 있을 때 보다 즐겁게 그 캐릭터를 향유할 수 있다. 이는 패션에도 동일하게 적용된다. 캐릭터와 패션에서 시각적 장치와 성격은 모두 지배소에 가깝다. 캐릭터의 경우 성격이 표현되지 않으면 변별력이 사라진다. 패션이란 자연인으로서의 나를 감추고, 드러내고 싶은 나를 전경화하는 탈(Mask)의 외연이 확장된 것이다. 그렇다면 사고력은 어떨까? 채팅 이모티콘을 통해 자기 입장을 소극적·내성적·자폐적으로 드러내며 정작 자신은 그 뒤에 숨어버리는 사람들이 많아지는 최근의 세대는 캐릭터의 질료에 사고력이 포함되어 있음을 입증한다.³³⁾ 히피나 힙합을 떠올린다면 패션도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

30) 아리스토텔레스, 천병희 역, 『아리스토텔레스 시학』, 문예출판사, 2002, 53면.

31) 아리스토텔레스는 어떤 힘에 의한 질서 있는 과정을 통해 하나의 완전한 전체에 도달하는 자연의 숨씨와, 사건들을 플롯으로 변모시켜 하나의 완전한 형태에 도달시키는 시인의 재간이 서로 비슷하다고 보았다. 즉 복잡다단한 인간 생활의 여러 국면인 질료도 시인의 취급에 의하여 질서와 조화를 구현하는 것이며, 그 취급 방법이 개연성을 바탕으로 한 플롯화였던 것이다. 이때 개연성은 작품과 외부세계와의 관계 즉 ‘닿음’이라는 의미의 모방단계를 독특하게 규정하는 개념이 되는 동시에 작품 자체의 내적 조직, 구조의 통일이 성립될 수 있게 하는 기본 요소가 된다. 이상섭, 『문학이론의 역사적 전개』, 연세대학교출판부, 2002, 22-26면.

32) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 97-99면.

33) 장인수의 논의는 이모티콘으로 소통하는 현대인을 이해하는 단초가 된다. 그는 2010년대의 문화콘텐츠가 1990년대 사회적 격변에 의해 어느 정도 방향이 정해졌다고 보았다. 동구권 몰락 이후 사회 통합·유지의 공통전제로서의 거대서사는 기능을 상실

언어 표현과 노래의 경우 카카오미니, 네이버 프렌즈 인공지능 스피커에서 보듯 캐릭터 분야에서도 이미 그 중요도가 급등하고 있다. 사용자와 대화를 나누고 음악을 틀어주며 지식을 전달하는 인공지능 스피커는 그 형상에 결합된 캐릭터의 ‘성격’이 있기에 더욱 친근하게 다가온다. 한편, 패션의 언어 표현은 외면에 문자 그대로 언어가 표시되어 있는 경우이며, 노래의 경우 그 용례가 드물다.

이상으로 오늘날의 대표적인 문화콘텐츠를 『시학』의 여섯 가지 형성소의 관점에서 분석해 보았다. 이를 통해 문화콘텐츠 대부분이 희랍 비극과 마찬가지로 여섯 가지의 밑감 즉 질료(이를 ‘질료/1차적 질료’로 명명하고자 한다.)를 지니고 있으며, 문화콘텐츠마다 지배소는 다르게 나타나는 양상을 보이고 있음을 알 수 있었다.

3. 문화콘텐츠의 형상과 미디어

아리스토텔레스의 형상인에 해당하는 질문은 “무엇이 그것을 그렇게 만들었는가?”이다. 이것은 다시 “그것 속으로 무엇인가가 만들어진다.”라고 풀이되며, 여기서 ‘그것 속으로’란 형상에 해당한다.³⁴⁾ 즉 의자의 질료인 나무는, 일반적으로 다리가 네 개 달린 판 위에 기둥 두 개가 달린 등받침이 붙은 모양으로 만들어져야 비로소 ‘의자’임, 즉 의자의 형상이 되는 것이다. 아리스토텔레스는 ‘가능태/질료’보다 ‘현실태/형상’을 우위에

하고 IMF 체제는 개인의 생애 어떠한 의미도 목적도 제시해주지 않았다. 세기말 개인들은 사이버 공간으로 퇴피하여 ‘나는 ~한 사람이다/~한 사람이 아니다’라는 자기상(自己像=캐릭터)을 동료들에게 승인받음으로써 공허감을 메우고자 했다. 이 흐름이 2000년대로 이어져 주체적 사건 해결 서사보다 캐릭터 조형에 치우친 ‘캐릭터 서사가 약진하기 시작했다’는 것이다. 장인수, 「캐릭터 서사의 논리와 캐릭터적인 실존」, 『영주어문』 제32집, 영주어문학회, 2016, 126-128면 참조.

34) 모티머J. 애들러, 김인수 역, 『모두를 위한 아리스토텔레스』, 마인드큐브, 2014. 77면.

두었다.³⁵⁾³⁶⁾ 『시학』17장과 24장에서도 아리스토텔레스가 형상에 대해 중요시했던 것을 분명히 알 수 있다.³⁷⁾ 17장에서는 비극이 무대에서 상연되는 것, 즉 배우와 무대라는 미디어를 전제로 쓰여야만 모순점을 놓치지 않을 것이라고 강조한다. 즉 2차원 텍스트인 희곡을 쓸 때 극작가는 3차원 텍스트인 공연을 전제로, “마치 자기가 사건이 발생하는 곳에 직접 가 있는 듯이 플롯을 최대한으로 생생하게 그려보면서” “인물의 몸짓까지 포함하여 자세히 그려보아야” 더욱 극적 완성도를 높일 수 있다는 것이다. 24장에서는 비극과 서사시의 비교를 통해 ‘놀라운 사건(the marvelous)’의 효과를 서술하면서도 서사시는 수신자가 행위자들을 직접 보지 않고 자신의 상상력으로 받아들이기 때문에 비합리적이거나 어색한 장면도 삽입이 가능하지만 실제 관객이 관람하는 무대에서 그러한 시도는 관객의

35) 그는 이것을 정의와 인식, 시간, 실체라는 세 측면에서 논증한다. 첫째, 현실태에 대한 정의와 인식이 가능태에 대한 정의와 인식에 앞선다. 즉 가능태를 설명하기 위해서는 현실태가 있어야만 한다. ‘집을 지을 수 있는’을 설명하려면 ‘집을 지음이 먼저 인식되어야 하기 때문이다. 둘째, 시간적 측면에서 볼 때 가능태가 현실태보다 앞서는 것처럼 보이지만, 종(種)적으로 같은 현실태는 가능태에 앞선다. 현실태는 항상 가능태로부터 ‘현실태의 작용’에 의해 생겨나기 때문이다. 예를 들어 사람은 항상 사람의 작용에 의해 만들어진 정자로부터 생겨난다. 셋째, 현실태는 실체성으로 볼 때 가능태보다 앞선다. 생겨나는 것은 모두 어떤 원리, 즉 제 목적을 향해 가고, 현실태는 목적이며, 이것 때문에 가능태가 얻어지기 때문이다. 질료가 가능태로 있는 것은 그것이 형상에 도달할 수 있기 때문이며, 질료가 현실태로 있다면 그때 그것은 형상 안에 있는 것이다. 의자란, 목수가 의자를 만들기 위해(현실태/목적) 베어진 나무를 가공하는 것으로부터(질료), 사람이 앉을 수 있는 의자가 되도록(가능태) ‘의자임’의 형태로(형상) 만들어 낸 것(현실태)이다. 아리스토텔레스, 김진성 역, 『형이상학』, 이제이북스, 2010, 393-398면 참조.

36) 아리스토텔레스는 실체의 측면에서 현실태가 가능태에 앞선다는 더욱 엄밀한 논변을 제시한다. ‘존재할 수 있는 무언가’ 즉 가능태는 다시 말해 존재할 수 ‘없는’ 것이기도 하다. 존재할 수 없는 것은 소멸할 수 있으며, 따라서 가능태는 소멸 가능하다. 반면 영원한 것은 소멸 가능하지 않고, 영원한 것은 전적으로 현실태이어야 한다. 실체의 측면에서 볼 때 영원한 것은 소멸 가능한 것에 앞선다. 영원한 것은 소멸 가능한 것 없이 존재할 수 있으나 그 반대는 그렇지 않기 때문이다. S. 마크 코헨, 김혜연 외 역, 『아리스토텔레스의 형이상학』, 전기가오리, 2017, 34면.

37) 물론 『시학』 전반에서 가장 강조된 것은 플롯의 중요성이며, 이것은 앞서 살펴보았던 질료에 속한다. 하지만 그것은 『시학』이 극작의 ‘기술’에 관해 서술하고 있기 때문이다.

웃음거리가 될 것이라고 경고한다.³⁸⁾ 즉 비극은 무대라는 미디어로 인해 텍스트 자체가 서사시와 달라져야 한다는 것이다.

한편, 현실태란 “어떤 사물이 (앞에) 주어져 있음을 뜻한다.”³⁹⁾ 다시 말해 형상이란 관념적인 것이 아닌 실재하는 것, 실체로서 존재하는 것이다. 앞서 2장에서 시인 즉 모방기술자가 테크네를 이용하여 만드는 것은 사람 행동의 재현이며 이 생산품은 사람의 보편적 인지, 지식과 관계가 있게 만든 ‘물건’임을 확인한 바 있다. 즉 시인이 만드는 것은 사람의 정신으로만 파악될 수 있는 것이지만, 그것은 형상을 통해서만 구현되어야 하는 것이다. 이를 적용하면 문화콘텐츠란 실체로서 존재하는 사물이며 사상, 이데올로기 같은 관념적인 것이 아니다. 문화콘텐츠를 ‘문화콘텐츠’임이 되게 만드는 것은 형상이다. 또한 이 형상은 바로 테크네에 의해 만들어지는 매체 즉 미디어라는 사실에 주목해야 한다. 그렇다면 문화콘텐츠에서도 형상이 질료에 대해 앞서는가? TV 드라마, 영화, 모바일 같은 미디어/형상에 따라 그 내용인 질료가 변화하는가? 아리스토텔레스에 따르면 그렇다.

한 사물이 존재하기 위해 그 질료는 사물이 되어감의 전체 과정 중에 변형을 겪는다. 예컨대 목재는, 의자의 최종 완성 순간까지는 단지 잠재적으로만 의자였다. 변형이 완료되었을 때 비로소 그것은 현실적으로 의자의 형상을 갖는 것이다.⁴⁰⁾ 따라서 문화콘텐츠의 제작자도 경우에 따라 질료를 선택, 결합하여 제작의 목적에 부합하는 ‘가능태로서 내적 구조화된 질료’(이를 ‘2차적 질료’로 명명하고자 한다.)로 재구해야 한다.⁴¹⁾ 질료

38) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 92, 120-121면 참조

39) 아리스토텔레스, 김진성 역, 『형이상학』, 이제이북스, 2010, 387면.

40) 모티머 J. 애들러, 김인수 역, 『모두를 위한 아리스토텔레스』, 마인드큐브, 2016, 50면; 같은 책, 87-88면 참조

41) “뜯어 양털이나 나무로 이뤄질 수 없는 것처럼 특정 종류의 질료로 이루어지는 게 어떤 실체에 본질적이라면, 그때 질료는 어떤 의미에서 형식적 조건 내지 구조적 조건이라는 말일 터이다. 질료는 그 자체가 질료형상적으로 분석될 수 있다.” 예를 들어 비극의 형성소에서 언어 표현은 비극의 질료이지만 그 자체로 문자라는 형상과

의 종류가 다르면, 거기에서 나오는 ‘현실태도 다르다.’⁴²⁾ 이는 바로 질료가 ‘문화콘텐츠’임을 달성하기 위한 형상화 이전에 마지막으로 도달해야 할 단계이기 때문이다. 그렇다면 ‘2차적 질료’는 어떠한 상태로 존재할 것인가. 본 연구에서는 ‘2차적 질료’를 시각, 청각, 시청각, 통감각의 네 가지로 텍스트로 크게 분류하고자 한다. 여기서 통감각 텍스트란 시각·청각과 더불어 후각·미각·촉각 중 하나 이상을 포함한 텍스트를 말한다. 촉각에는 발터 벤야민의 ‘시촉각이 포함된 것으로 보았다.’⁴³⁾ 아리스토텔레스는 시각·청각·후각·미각·촉각 등 인간의 기본적인 오감 외에 그 감각들이 서로 교차되는 지점에 ‘공통감각’을 가지고 있으며, 이것이 각 기본감각을 통해 수용된 정보들을 비교·종합한다고 보았다. 우리가 ‘상식(common sense)’이라 부르는 말도 본래 아리스토텔레스가 말한 ‘공통감각’에서 유래한다. 상식은 일상적인 공통경험, 즉 우리가 의식적인 노력 없이 자연스럽게 하게 되는, 단순히 깨어만 있으면 하게 되는 그런 경험의 결과로 만들어지는 개념들인 것이다.⁴⁴⁾ 토마스 아퀴나스 역시 많은 감각작용들로부터 통일된 하나의 지각을 끌어내는 기관을 ‘통감각(common sense, sensus communis)’이라 불렀다.⁴⁵⁾

의미라는 질료의 복합체이기도 하다. S. 마크 코헨, 김혜연 외 역, 『아리스토텔레스의 형이상학』, 전기가오리, 2017, 23면 참조.

42) 아리스토텔레스, 김진성 역, 『형이상학』, 이제이북스, 2010, 358면.

43) 벤야민은 기술 재생산 시대에 이르러 인간의 지각 구조는 단순히 시각을 통해 문제를 해결할 수 없게 되었다고 보았다. 새로운 지각 방식으로 그가 주목한 것은 ‘시각적 촉각성’ 즉, 신체적 접촉에 의한 것이 아닌 습관적 행위나 충격을 유발하는 근접 촬영 기술 등에 의해 제공되는 이미지들 속에서 시각이 체험하는 촉각성이었다. 이에 따르면 영상과 시각적 이미지를 이용하는 문화콘텐츠는 대부분 촉각의 감각 대상이 된다. 김종무, 「공감각적 현상을 통해 촉각적 감각 자극으로 전환되는 TV 광고 영상 분석」, 『디자인지식저널』 제6집, 한국디자인지식학회, 2008, 43면 참조.

44) 모티머 J. 애들러, 김인수 역, 『모두를 위한 아리스토텔레스』, 마인드큐브, 2016, 18면; 같은 책, 28면 참조.

45) 임상원·이운진, 「마셜 맥루한의 미디어론」, 『한국언론학보』 제46권 4호, 2002, 287-290면 참조.

텍스트	TV 드라마	게임	영화	만화	애니 메이션	캐릭터	음악	패션	광고
시각	-	-	-	○	-	○	-	○	○
청각	-	-	-	-	-	-	○	-	○
시청각	○	△	○	△	○	△	○	△	○
통감각	△	○	○	○	○	○	○	○	○

<표 2> 문화콘텐츠의 2차적 질료

언어·기호에 대해 시각 텍스트는 시각적 지각을 전제로 내적 구조화된 질료이다. 청각 텍스트는 청각적, 시청각 텍스트는 시청각적, 통감각 텍스트는 공감각적 지각을 전제로 내적 구조화된 질료이다. ‘형상화 이전의 2차적 질료’는 단일하고 완전한 전체로서 존재하지 못한다. TV 드라마나 영화는 수상기나 스크린으로 송출, 투사될 때 비로소 그 형상을 갖는다. 분절된 한 프레임·쇼트·신·시퀀스는 TV 드라마나 영화가 아니다. 같은 영상도 TV, 영화, 아이맥스, 스크린 X, 모바일, 태블릿, PC 등에 따라 화면 비율은 물론 전송·편집 등 제반 방식이 달라진다. 영화관에 들어서면 순간 영화 관람은 통감각 텍스트로 변모하며, 4D나 VR 등의 기기는 텍스트의 통감각성을 극대화한다.

게임 역시 아케이드 콘솔, 모바일 폰, PC, VR 등의 매체를 통해서만 그 형상을 갖는다. TV나 웹의 게임 방송, 오프라인 게임 대회 관람을 통해 ‘보는(to see)’ 즉 시청각 텍스트가 되기도 하지만, 게임은 본질적으로 수용자 스스로 ‘하는(to do)’⁴⁶⁾ 즉 통감각 텍스트이다. <포켓몬고>는 한 걸음

46) 영화, 음악, 애니메이션과 같은 문화콘텐츠와 게임의 차이는 크게 ‘보기’(to see)와 ‘하기’(to do)라 볼 수 있다. ‘보기’의 콘텐츠는 완성품의 소비에 의해 가치가 실현되고, 소비 방식에서는 수용성을 강조한다. 수용과정에서 소비자들은 해석의 문제와 결합하고, 지식을 획득하게 되는 이러한 특성들을 가진 콘텐츠를 수용콘텐츠로 정의할 수 있다. 반면에 ‘하기’의 콘텐츠는 완성품의 소비와 생산의 동시적 과정에 의해서 가치가 실현되고, 소비방식에서는 상호작용성을 강조한다. 이는 어떻게 반응할 것인가

더 나아가 인공지능 시대의 새로운 라이프스타일을 예고한다. 증강현실 (AR) 기술과 구글 맵 위치추적 장치를 이용해, 인기 애니메이션 <포켓몬스터>의 캐릭터들을 포획하는 게임인 <포켓몬 고>는 컴퓨터와 미디어 안에 갇힌 기존 게임 포맷의 상식을 뛰어넘는 발상의 전환을 이루어냈다. 기존 게임들은 매체의 스크린이라는 가상공간 안에서 플레이를 제공하는 문화산물이지만, <포켓몬 고>는 인공지능과 유비쿼터스 기술이 발전하며 가상공간이 실제 현실 안으로 들어와 개인의 오감을 활성화하고 놀이 체험을 극대화했기 때문이다.⁴⁷⁾

음악의 '2차적 질료'는 저장 매체에 따라 아날로그와 디지털 방식으로 구조화된다. 특히 음악은 멜론, 유튜브 등과 같은 온라인·모바일 플랫폼이나 카세트, LP, CD, MD, MP3, 아이팟, 인공지능 스피커 등 재생 매체(미디어)가 없을 시 어떠한 형상도 지니지 못하며, 따라서 문화콘텐츠가 될 수 없다. 실체 없는 청각만으로는 물건·사물을 이룰 수 없기 때문이다. 한편 이용자들이 음악 문화콘텐츠를 음원 저장 장치를 구입하거나 미디어로 음원을 재생하는 방식만으로 향유하는 것은 아니다. 최근 국내에서는 음반은 팔리지 않아도 공연은 순식간에 매진되는 기현상이 속출하고 있다. 관객 다수가 소유보다 경험을 중시하기 때문이며, 이들에게 음악은 듣는 것이라기보다 눈으로 보고 현장을 공유하는 경험이기 때문이다.⁴⁸⁾ 이처럼

가, 선택하게 되고 이러한 과정, 즉 문제해결 과정을 통해 지혜를 체득하게 되는 데 이러한 특성의 콘텐츠를 체험콘텐츠로 분류할 수 있다. 김반수·정원준, 「MMORPG 캐릭터의 그로테스크 미학적 특성에 관한 연구」, 『조형미디어학』 제15권 2호, 한국일러스트학회, 2012, 37면.

47) <포켓몬 고>는 미래사회에 도래할 '서드 라이프' 문화현상 중에서 매우 단순하고 초보적인 사례라 할 수 있다. 현실공간에서 물리적 삶이 '퍼스트 라이프'라고 한다면, 가상공간에서 허구적 삶은 '세컨드 라이프'이며, 가상공간이 제공하는 허구적 대리만족을 현실공간에서 체험하게 함으로써, 가상현실이 곧 실제 현실이 되게 하는 삶을 '서드 라이프'라 할 수 있다. 이동연, 「서드라이프, 테크놀로지, 예술의 미래」, 『문화과학』 제92집, 문화과학사, 2017, 152-153면 참조.

48) 그래미상 10개 수상의 세계적 톱스타 존 레전드의 앨범 중 국내에서 가장 많이 팔린 2집 <원스 어게인>의 판매량은 고작 1만 장 안팎이며, 전 세계 앨범 판매량이 1억 장을 넘는 케이티 페리도 국내 판매량은 5천 장 미만이다. 하지만 존 레전드의 공연

본래 청각 텍스트인 음악은 뮤직비디오, TV 방송 매체를 통해 시청각 텍스트로 변화하며, 공연장이라는 미디어를 통해 통감각 텍스트가 된다.

캐릭터와 패션은 시각 텍스트이며, 사용·착용을 목적으로 제작되었기에 통감각 텍스트이다. 모바일 이모티콘 등 디지털 콘텐츠나 패션쇼, 코스튬 플레이 등과 결합될 경우 시청각 텍스트가 되기도 한다. 광고는 인쇄매체, 라디오, TV, 인터넷, 모바일 등 매체에 따라 시각, 청각, 시청각 텍스트로 변화한다. 구매시점광고에서는 통감각 텍스트로 변화하곤 한다.

이처럼 내적 구조화 이전의 ‘1차적 질료’는 한 가지 가능태로만 존재하지 않는다. 문화콘텐츠의 창작·기획·제작자는 이용자에게 도달시키고자 하는 현실태 즉 미디어에 따라 질료를 적절히 선택하고 결합하여 내적 구조화해야 한다. 이를 통해 비로소 최적화된 ‘2차적 질료’가 형상(미디어/매체) 안으로 들어가 문화콘텐츠로 만들어질 수 있기 때문이다. 『시학』에서 비극이란 무질서한 자연이라는 질료를 플롯을 통해 질서 있게 재현하고(2차적 질료로 내적 구조화하고), 그 결과 자연·현실과 1:1 관계에 놓이지 않은, 실재보다 더욱 실재 같은 자연·현실 즉 형상(상연되는 비극)으로 만들어낸 결과이다. 문화콘텐츠가 ‘문화콘텐츠암’이 되기 위한 ‘2차적 질료’로의 내적 구조화는 결국 문화콘텐츠의 형상에 의해 결정되는 것이다.

형상을 질료의 위에 두었던 아리스토텔레스의 생각은 20세기의 미디어 이론가 매클루언에게도 그대로 계승되었다. 매클루언은 『미디어의 이해』에서 ‘미디어는 메시지이다.’라고 말함으로써 미디어가 인간사에 도입하는 모든 변화와 변형의 일차적이자 궁극적인 원인은 기술이나 매체에 있다고 주장하였다. 그는 “모든 매체는 인위적 지각과 자의적 가치를 부여한다.”라고 주장한다. 정보의 담지자가 콘텐츠이고, 미디어는 콘텐츠의

(2018. 3. 15. 서울 올림픽홀)은 예매 첫날 3분 만에 4천 장 전석이 매진되었으며, 케이티 페리 내한공연(2018. 4. 6 고척스카이돔)은 10분 만에 1만 장 전석 매진을 기록했다. 윤수정, 「음반은 안 팔리는데... 내한공연 매진 ‘기현상’」, 『조선일보』, 2018.3.5. (http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2018/03/04/2018030401914.html, 2018.3.7. 검색.)

자격을 규정하는 조건이다. 다시 말해 미디어는 미디어의 속성을 규정하는 물리적인 것에 초점을 맞춘 것이고, 그것 자체의 의미 혹은 그것으로부터 파생되는 의미는 바로 그러한 매체의 물리적 속성에 의해서 결정된다는 것이다. 즉 매클루언은 미디어에 따라 콘텐츠의 의미가 변한다고 말한다. 표현의 양식이나 효과가 달라지는 것이 아니라, 의미 그 자체가 변한다는 것이다. 이미 다른 물리적 특성을 지닌 미디어를 통해 전달된 콘텐츠는 다른 의미를 지닐 수밖에 없기 때문이다. 따라서 미디어에 따라 원본 콘텐츠가 변하는 것이 아니라 다른 매체를 통해서 전달된 콘텐츠는 원래 다른 감각 비율과 효과를 지닌 다른 콘텐츠라고 할 수 있다.⁴⁹⁾

2017년 칸 국제영화제에서 넷플릭스를 통해 개봉한 봉준호 감독의 <옥자>가 경쟁부문 후보로 오른 것을 두고 그 자격 여부에 논란이 일었던 것은 매클루언의 논지에 힘을 신는다. 심사위원장 알모도바르는 스트리밍서비스로만 관객을 만나는 영화에 황금종려상을 줄 수 없다고 발언했다. “영화는 영화관에서 큰 스크린으로 보아야 하고, 그랬을 때 진정 그 영화의 미학을 느낄 수 있다.”라는 것이었다. 한편 배우 윌 스미스는 “넷플릭스가 우리 아이들의 영화에 대한 이해의 폭을 넓혀줬다... 넷플릭스가 없었다면 보지 못했을 수많은 영화를 감상할 수 있었다.”라며 <옥자>를 지지했다.⁵⁰⁾ 칸은 결국 2017년에는 <옥자>를 경쟁부문에 올리되, 2018년부터는 영화관 개봉작에 한해 후보작을 선정하는 것으로 결론지었다. 논쟁의 이면에는 뉴미디어와 영화관 산업계의 이해득실에 관한 계산이 있었겠지만, 결국 영화는 영화관이라는 미디어에서 비로소 그 가치가 보존된다는 주장이 받아들여진 것이다.

칸의 결정이나 매클루언의 이론은 지각학(감각학)의 관점에서 보면 한

49) 김상호, 「맥루한 매체이론에서 인간의 위치」, 『언론과학연구』 제8권 2호, 한국지역언론학회, 2008, 85-88면.

50) 「봉준호 '옥자' 칸영화제 수상 적신타...심사위원장 발언 논란」, 『연합뉴스』, 2017.5.18. (<http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3482513>, 2017.6.7. 검색)

층 더 명확하게 이해된다. ‘내가 세계의 자극을 지각하고 그 인상을 표현할 때 그 표현의 목적은 제삼자로 하여금 내가 세계를 보고 느낀 점을 똑같이 느끼게 하려는 것이다. 그런데 만일 내가 받았던 자극 그대로를 표현하면 제삼자는 나와 같은 감정을 느낄 수 없다. 나의 감각을 바탕으로 한 기억은, 언어로 번역되는 순간 희석되거나 퇴색하고, 제삼자에게 수용되어 그의 감각으로 번역됨과 동시에 다시 변형되기 때문이다. 따라서 나는 본래의 인상을 더 강조하고 과장해야 한다. “영화는 영화관에서 큰 스크린으로 보아야 한다.”라는 것은 결국 영화의 생산 주체가 수신자의 내면에 불러일으키고자 하는 감각의 크기를 전달하기 위해서 영화관이라는 미디어를 필요로 한다는 것이며 그것이 영화 감상의 필수 조건이어야 한다는 것이다. 매클루언에 의하면 모든 미디어는 인간이 지닌 재능의 심리적 또는 물리적 확장이다. 바퀴는 발의, 책은 눈의, 옷은 피부의, 전화회로는 중추신경계의 확장이다. 미디어는 환경을 변화시킴으로써 우리 내부에 있는 특정 부위를 자극하여 지각하게 한다. 그야말로 감각의 확장은 우리의 사고와 행동 유형 즉 우리가 세계를 인식하는 방법을 변화시킨다. 이런 부분이 변화함에 따라 인간도 변화하는 것이다.⁵¹⁾ 이처럼 매클루언에게 인간 변화의 제1원인은 바로 미디어이다. 결국 미디어는 그 안에 담긴 질료의 의미를 인식하거나 경험하는 조건 자체를 규정한다. 또한 우리는 매개체로 작용하는 것 즉 미디어 없이는 어떠한 내용도 경험할 수 없다.

본장에서는 아리스토텔레스의 형상과 질료, 현실태와 가능태의 개념에서부터 매클루언의 미디어론에 이르기까지, 사물의 실체는 형상/현실태/미디어이며 그것이 질료/가능태/콘텐츠에 우선한다는 것을 확인하였다. 또한 문화콘텐츠는 인간의 다섯 가지 감각 작용의 대상이 되며, 대부분의 문화콘텐츠에서 내적 구조화된 ‘2차 텍스트’는 ‘통감각 텍스트’이다. 매클루언은 구텐베르크의 인쇄술 혁명으로 인해 중세에서 근대로 변화하

51) 마셜 매클루언, 쾨턴 피오리, 김진홍 역, 『미디어는 마사지다』, 커뮤니케이션북스, 2012, 26-41면.

면서 구술문화가 문자문화로 이행되었다고 보았다. 또한 이로 인해 본래 시각뿐 아니라 청각을 포함하여 다섯 가지 감각을 동시에 고루 사용하던 인간이 문자 즉 시각적 형상의 체계 안에 나머지 감각을 가뒀버렸다고 했다. 역사적 문화적으로 특정한 사회의 지배적인 미디어는 인간의 감각 균형에 영향을 주는 조건이 된다. 중요한 점은 매클루언이 미디어를 설명하는 기준이란 가장 원초적인 인간의 감각경험 상태, 즉 다섯 개의 감각이 아무런 방해 없이 상호작용하는 상태라는 것이다.⁵²⁾ 그 생각의 타당성은 4차 산업혁명으로 가속화될 문화기술의 발달과 변화하고 있는 문화콘텐츠의 재현 양상에서도 입증될 것이다. 클라우스 슈밥(K. Schwab)에 의하면, 2025년까지 상업화된 인체 삽입형 스마트폰이 등장할 전망이다. 체내에 삽입된 기기를 통해 인간은 그간 말로 표현했던 내용을 생각으로 전달할 수 있게 되고, 생각 혹은 감정이 뇌파와 시그널을 통해 전달될 가능성도 있다. 스마트 글라스를 착용하면 인간의 시각이 인터넷 애플리케이션과 데이터에 바로 접근할 수 있고, 모든 종이에 사진과 비디오를 띄울 수 있다. 웨어러블 인터넷의 상용화에 따라 인터넷이 연결된 의류를 입고, 실시간으로 건강 관련 정보가 스마트폰으로 전송된다.⁵³⁾ 자율주행 자동차의 공간은 토털 엔터테인먼트 플랫폼이 될 것이다. 더 나아가 문화콘텐츠가 통감각적 지각대상이라는 이 글이나 “모든 미디어는 인간이 지닌 재능의 심리적 또는 물리적 확장”이라는 매클루언의 말도 무색해질지 모른다. 새로운 신경기술 매체의 출현에 따라 인간의 감각 활용이 극대화되고 인간의 실제적 육체와 존재가 필요하지 않은 탈신체화 기술이 적용된 문화콘텐츠도 등장할 수 있기 때문이다.

52) 임상원·이운진, 「마살 맥루한의 미디어론」, 『한국언론학보』 제46권 4호, 2002, 291면 참조.

53) 클라우스 슈밥, 송경진 역, 『클라우스 슈밥의 4차 산업혁명』, 새로운현재, 2016, 172-251면 참조.

4. 문화콘텐츠의 본질적 기능

앞서 문화콘텐츠 역시 시인이 만드는 비극처럼 ‘사람의 행동의 재현이며, 따라서 정신으로만 파악될 수 있는 물건인가에 관해 질문을 던진 바 있다. <표 1>에서 볼 수 있듯, 문화콘텐츠는 모두 플롯·성격·사고력·언어·표현·시각적 장치의 형성소를 지니고 있으며 패션을 제외하고는 노래(멜로디)의 형성소 역시 지니고 있다. 아리스토텔레스에 따르면 플롯·성격·사고력은 모방의 대상이며 이것은 모두 사람의 행동과 직접적으로 관련되어 있다.⁵⁴⁾ 따라서 문화콘텐츠는 비극처럼 ‘사람의 행동의 재현이며, 인간 정신으로만 파악될 수 있는 물건’이라 할 수 있다. 같은 맥락에서, 상고기 희랍 최고의 엔터테인먼트였던 디오니소스 축제와 그리스 고전기를 이끌었던 비극의 본질적 기능은 현대 문화콘텐츠에도 전승되어 오고 있을 것이다. 그렇다면 문화콘텐츠의 본질적 기능은 사람의 정신에 작용하는 것이며, 이것은 바로 문화콘텐츠가 수신자의 내면에 어떠한 것을 불러일으키느냐에 있을 것이다. 따라서 여기에서는 『시학』에 언급된 희랍 비극의 본질적 기능을 고찰하고, 그 외연을 확장하여 지금의 문화콘텐츠에 적용, 목적인으로서의 가능성을 포착하고자 한다. 『시학』은 아래와 같이 비극의 본질적 기능과 이상적 구조에 관하여 논의한다.

비극에서 얻을 즐거움은 비극에 합당한 즐거움이며, 그것은 모방에 의해 연민과 두려움으로부터 오는 즐거움을 플롯의 사건들 속에서 구현함으로써 창출된다.(14장) 사건들은 그 사실들이 기대를 벗어나면서도 서로 필연적으로 연관성을 가지고 일어날 때 가장 효과가 크다.(9장) 비극의 가장 강력한 정서적 호소력의 수단인 뒤바뀔과 깨달음은 플롯 구성의 두 요소이고, 나머지 하나는 고통이다. 비극은 큰 고통을 당하거나 무서운(고통스럽게 하는) 짓을 저지른 사람들을 다루는 것이다.(6장, 13장) 비극은 연

54) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 41면.

민과 두려움을 일으켜서 그런 감정들의 카타르시스를 행하는 것이다.(6장) 비극이 아닌 희극은 비극과 반대되는 (행복한 결말이 주는) 즐거움을 준다.(12장) 아름다움이란 크기와 질서에 기초하며 그것이 한꺼번에 지각될 수 있는 정도의 크기여야 하는 것처럼, 플롯도 기억 속에 쉽게 담을 수 있는 길이여야 한다(아름답다).(7장)⁵⁵⁾

위에서 보듯, 비극 관람의 목적은 무엇보다 그것을 통해 즐거움을 얻는 것이다. 그런데 그 즐거움은 연민과 두려움의 감정에서 오며, 기대를 벗어나는, 즉 놀라운 감정이 뒷받침될 때 보다 효과적이다. 또한 아리스토텔레스는 놀라움을 촉발하는 ‘뒤바뀐’, 인간의 지적 욕구를 충족시키는 ‘깨달음’, 그리고 ‘고통’을 플롯의 구성 요소로 보고 있다. 여기서 고통은 바로 파토스를 말하며 그것은 다시 연민과 두려움을 통해 생성된 감정들을 일컫는다. 삶에서 기쁨, 슬픔, 고통, 분노와 같은 다양한 경험을 할 때 파토스는 형성된다. 또한 파토스가 생성되어 사람의 영혼을 특정 감정의 상태로 이끌기도 한다.⁵⁶⁾ 즐거움, 연민, 두려움, 놀라움, 고통스러움, 감동스러움, 불쾌함 등과 격정적인 감정의 총체로서의 파토스는 『시학』에서 자주 언급된다. 카타르시스는 수신자의 내면에 누적되었던 격정적인 감정들을 비극 관람으로 일시에 해소·해방하거나 정화하는 것이다. 아리스토텔레스는 그런 감정이 무엇보다도 사람에게 자연스러운 것이고 잘 조절하기만 하면 사람에게 특수한 즐거움을, 따라서 유익한 정서적 경험을 준다고 믿었다.⁵⁷⁾ 즉 비극의 본질적인 기능은 수신자의 내면에 이 같은 감정들을 생성하는 것이며, 그 총화는 궁극적으로 수신자의 내면에 즐거움을 생성하는 것이다.

같은 맥락에서 이 글은 문화콘텐츠의 첫 번째 본질적 기능을 “수신자

55) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002.

56) 박삼열, 「파토스가 글쓰기와 말하기에 미치는 영향」, 『철학탐구』 제41집, 중앙대학교 중앙철학연구소, 2016, 128-129면.

57) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 161면.

의 내면에 감정을 생성하는 것”으로 제시하고자 한다. 이것은 『시학』의 파토스적 측면이다. 영화나 소설 같은 스토리 중심 미디어의 수신자는 스토리에서 강한 감정을 경험하게 된다. 감정은 작품에 인간성과 현실감을 주며, 이야기에 풍부함과 입체성을 더한다. 감정은 무엇보다 수신자와 내용 사이의 관계를 더욱 강화시켜 수신자로 하여금 보다 몰입하고 호소력을 느끼게 한다. 또한 작품은 감정적으로 강하게 표현될 때 더욱 기억할 만한 것이 된다. 실례로 감정적으로 강력한 시뮬레이션을 만들기 위해 실시한 한 연구⁵⁸⁾에서는 장면들에 대한 사람들의 반응을 통해 사람들이 특징 없는 사건보다 감정적으로 격앙된 것을 더 기억한다는 사실을 발견했다. 심지어 <테트리스> 같은 추상적인 게임도 감정을 자극한다. 사람들은 새로운 블록을 하강시킬 때 긴장하며, 블록들의 줄이 교묘하게 메워지고 마술처럼 없어질 때, 의기양양한 감정을 경험하게 된다. <테트리스>가 등장인물이나 이야기 구조 없이 이런 효과를 생성한다면 스토리 중심의 문화콘텐츠가 수신자의 내면에 감정을 생성할 수 있으며, 문화콘텐츠에 내적 구조화되어 재현되는 감정의 크기 변화에 따라 수신자 역시 그대로 반응할 수 있는 가능성은 매우 크다.

앞의 인용문 마지막에서는 아름다움의 기초인 크기와 질서에 대해 논하며, 비극의 플롯도 아름답기 위해서는 기억 속에 쉽게 담을 수 있는 크기(길이) 여야 한다고 강조한다. 즉 수신자가 비극을 관람하면서 얻게 되는 모든 감정들이 궁극적으로 즐거움이 되기 위해서는 반드시 비극이 수신자의 정신 작용에 의해 기억되어야 한다는 것을 강조한 것이다. 이는 『시학』의 로고스적 측면이다. 아리스토텔레스는 『형이상학』 A권 1장에서 인간은 본래 앎을 욕구하고, 그 욕구는 ‘감각-기억-추론-경험-학문-기술’의 단계를 거쳐 충족된다고 하였다.⁵⁹⁾ 기억은 어떠한 사실을 발견하는 과정

58) 캐롤린 핸들러 밀러, 변민주 외 역, 『디지털미디어 스토리텔링』, 커뮤니케이션북스, 2006, 152-156면 참조.

59) 아리스토텔레스, 김진성 역, 『형이상학』, 이제이북스, 2010, 29-31면 참조.

에서 단순한 감정에 비해 진전된 단계를 보여주기에, 기억에 의한 발견은 더 좋은 것이 되기 때문이다. 기억은 보다 지적인 영역에 속하며, 개연적이고 또 종종 필연적인 연상의 산물이다. 이 경우 발견의 정서적 힘이 보다 강렬할 것이다.⁶⁰⁾ 그렇다면 앞서 언급했던 문화콘텐츠의 첫 번째 본질적 기능이 ‘감정의 생성’이었던 것을 감안할 때, 문화콘텐츠의 두 번째 본질적 기능은 바로 “수신자의 정신 체계에 기억 장치가 되는 것”이 될 것이다. 이 기억 장치는 감정뿐 아니라 인간의 지적 욕구를 충족하기 위해 지식과 정보의 습득에도 기여하게 된다. 기억 없는 문화란 존재할 수 없다. 문화는 ‘기록된 기억’으로 전송된다. 문화는 기억을 중심으로 이루어지며, 개인의 기억을 넘어 집단의 기억, 사회의 기억으로 작용한다. 이러한 기억은 개인의 심리적 현상을 넘어 ‘집단의 문화’를 가능하게 하는 필수적 인지능력으로서의 기억이다. 문학텍스트, 혹은 영상텍스트에서의 개인적 체험이 개인적 체험을 넘어 보편성을 획득하는 것은 바로 이러한 기억의 특성 때문이다.⁶¹⁾ 이는 기억 장치의 작용으로 인해 ‘대중의 보편적 향유 대상이 만들어진다는 것을 의미하며, 나아가 문화콘텐츠의 중요한 속성이 바로 대중성이라는 것을 의미한다.

본 연구에서 제시하는 문화콘텐츠의 마지막 본질적 기능은 바로 “수신자의 내면에 인간성(humanity)을 환기하는 것”이다. 이는 『시학』의 에토스적 측면이다. 15장에서 인물의 성격 구현에 대해 등장인물이 도덕적으로 선량해야 함이 가장 중요하다고 하였다. 말이나 행동이 윤리적 선택의 모습을 보여줄 때 그 인물의 성격이 드러나는데, 그 선택이 옳으면 성격도 좋다는 것이다. 13장에서는 플롯을 구성할 때 피해야 할 내용을 제시하며 “악한 사람이 불행에서 행복으로 옮겨가는 모양은 비극과 가장 거

60) 아리스토텔레스, 로즐린 뒤풍록장 랄로 주해, 김한식 역, 『아리스토텔레스 시학』, 펄 권클래식코리아, 2015, 310-311면 참조.

61) 김계환, 「기억으로서의 영상매체와 기억산업의 문화콘텐츠」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제9권 2호, 한국콘텐츠학회, 2009, 164면.

리가 멀며 완전히 잘못된 것”이라고 보았다.⁶²⁾ 이러한 내용에는 어떠한 연민과 두려움도 느낄 수 없으며 불쾌감만 느끼게 되기 때문이다. 물론 아리스토텔레스는 대체로 희랍의 전통 예술에 대한 교훈적 경향을 거부한다. 그는 최초로 미학 이론을 도덕 이론으로부터 분리시키고자 시도했으며, 창작의 목적은 정제된 즐거움이라고 일관되게 주장했다. 그러나 위에서 언급한 것처럼 그는 그 목적에 이르는 수단들을 기술하면서 이전의 영향을 완전히 버리지 못한다. 성격에 대한 미적 재현을 도덕적 견지에서 살펴보고, 다양한 유형의 성격들을 도덕적인 범주들로 환원시켰던 것이다.⁶³⁾ 그것은 당시 희랍 비극이 사회적으로 폭넓게 수용된 가장 대중적인 문화콘텐츠였으며, 사회통합과 체제 유지라는 사회사적 기능 역시 지니고 있었음을 아리스토텔레스가 인식하고 있었기 때문이다. 탁월하고 훌륭한 문화콘텐츠란 수신자의 내면에 감정을 불러일으키고, 나아가 수신자의 행동을 촉발하는, 즉 수신자를 감동시키는 것을 일컫는 표현일 것이다. 아무리 재미있거나 논리적인 이야기를 들어도 주제가 인간성에 반할 경우 선뜻 그 내용에 동화되거나 감정이입하기 어려운 경우가 많다. 그 이야기를 타인에게 전하는 것은 더더욱 꺼려진다. 이때 우리 마음속에 작용하는 것이 바로 에토스이다. 문화콘텐츠가 오늘날 대중문화를 대표하는 기호라는 점에서 그 본질적 기능에 ‘인간성의 환가를 포함시키느냐의 여부는 논란의 여지가 있다. 하지만 상업 일변도로 흐르고 있는 문화콘텐츠에 대한 자성의 목소리는 진작부터 높은 상황이다. 게다가 국내에서 4차 산업혁명의 주류 담론은 대체로 기술결정론과 경제결정론에 경도되어 있어, 인간의 가치보다는 기술, 시장의 가치를 더 중시할 위험성을 안고 있다.⁶⁴⁾ 4차 산업혁명은 우리의 행동양식뿐 아니라 정체성도 변

62) 이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002, 70, 83면.

63) 사무엘 헨리 부처, 김진성 역, 『아리스토텔레스의 창작예술론』, 세창출판사, 2014, 152-153면.

64) 이동연, 「서드라이프, 테크놀로지, 예술의 미래」, 『문화과학』 제92집, 문화과학사, 2017, 149-151면 참조

화시킨다. 끊임없는 적응을 요구하는 본질적 체제 변화의 문턱에서 변화-예를 들어 유전공학, 생명공학에서 인공지능 등의 발전으로 가능해진 인간의 근본적 개선을 받아들이는 사람과 저항하는 사람 사이에 양극화와 사회적 불평등이 점차 심화될 수도 있다. 거침없이 진행되는 기술의 결합이 자기반성과 공감, 연민이라는 인간의 본질적 능력을 줄어든게 할 것인지도 주목해야 할 문제이다.⁶⁵⁾ 그런 의미에서 인간성의 계몽이나 교육이 아닌 ‘환기’라는 본질적 기능은 문화콘텐츠 제작의 ‘목적안’이 되기에 충분하며, 그 당위성은 전에 없이 커지고 있다.

아리스토텔레스 제작학의 전범인 『시학』에서 논하는 세 측면-파토스, 로고스, 에토스-는 웅변과 설득의 기술을 위한 저서이자 제작학의 또 다른 대표작 『수사학』 2권 1장에서도 중요한 세 가지 요소로 다루어진다. ‘어떻게 청자의 정신에 영향을 줄 것인가의 문제를 논하며 청중이나 상대방에게 나의 주장을 효과적으로 전달하고 그들을 감동시켜서 나의 뜻대로 움직이기 위해서는 반드시 파토스, 로고스, 에토스 모두를 적절하게 융합해서 사용해야 한다는 것이다. 특히 감정들에 관한 이론을 제공하는 제2권은 메시지의 수신자인 ‘대중과 관련시켜 파토스를 고려하는 논증의 사고 과정을 다룬다.’⁶⁶⁾ 한편, 인구의 80%가 디지털 정체성을 지니게 되는 4차 산업혁명 사회에서 디지털 삶은 실제 삶과 깊이 연계되어 있어, 개인-그룹 간의 신속한 상호연결성이 늘어나고 정보의 보급과 교환이 더욱 빨라진다.⁶⁷⁾ 문화콘텐츠란 수신자에게 소구함 없이 가치를 지니기 힘들다. 아무리 소소하고 일상적인 정보도 순식간에 공유되는 초연결성의 사회에서, 문화콘텐츠는 수신자와의 상호연결성을 전제로 하며, 수신자는

65) 클라우스 슈밥, 송경진 역, 『클라우스 슈밥의 4차 산업혁명』, 새로운현재, 2016, 156-161면 참조

66) 아리스토텔레스, 이종오 역, 『수사학』, 한국외국어대학교출판부, 2015, 4면; 같은 책, 125-128면 참조

67) 클라우스 슈밥, 송경진 역, 『클라우스 슈밥의 4차 산업혁명』, 새로운현재, 2016, 176-179면 참조

또 다른 수신자와의 상호연결성을 전제로 한다. 수신자는 개인이나 한정된 소수가 아닌 ‘무한히 연결된 대중’인 것이다. 따라서 수신자는 곧 ‘대중’을 말하며, 앞서 제시하였던 문화콘텐츠의 세 가지 본질적 기능은 결국 ‘대중의 내면에 감정을 생성하는 것’, ‘대중의 정신 체계에 기억 장치가 되는 것’, ‘대중의 내면에 인간성을 환기하는 것’이 된다. 이것이 바로 문화콘텐츠의 보편적 통시적인 ‘목적’인 것이다.

5. 결론

지금까지 아리스토텔레스의 제작학 이론을 중심으로 문화콘텐츠란 무엇인가에 관해 논의하였다. 비극의 여섯 가지 형성소—플롯·성격·사고력·언어·표현·노래·시각적 장치—는 오늘날에도 문화콘텐츠의 질료이자 형성소로 존재한다. 또한 문화콘텐츠는 인간의 기본적인 다섯 가지 감각의 대상이며, 이를 바탕으로 ‘내적 구조화된 질료’ 즉 ‘2차적 질료’로서 시각·청각·시청각·통감각적 텍스트의 네 가지 양태가 된다. 문화콘텐츠의 본질적 기능은 ‘대중의 내면에 감정을 생성하는 것’, ‘대중의 정신 체계에 기억 장치가 되는 것’, ‘대중의 내면에 인간성을 환기하는 것’이다.

이제 문화콘텐츠의 ‘운동인’에 대한 논의가 남아 있다. 문화콘텐츠의 운동인은 바로 문화콘텐츠의 제작자이며, 여기에는 기획·제작·창작자 모두가 포함된다. 한편, 인공지능과 빅데이터 기술을 위시한 4차 산업혁명의 도래는 제작자, 즉 기획·제작·창작자를 인간에 국한시킬 수 있는가의 문제를 제기한다. 20세기폭스사의 영화 <모건>(Morgan)의 트레일러는 IBM의 인공지능 슈퍼컴퓨터 왓슨(Watson)이 만들었다. 영국의 주크덱(Jukedek)은 인공지능으로 50만 곡의 음악을 창작했다. 인공지능 벤자민(Benjamin)은 단편영화 <태양샘>(Sunspring)의 시나리오를 썼다. 하지만 위 사례들은 기

계의 연산능력을 바탕으로 인간의 창의성을 확대하는 새로운 미디어 형식인 ‘휴머리즘(human+algorithm) 콘텐츠’라고 할 수 있다. 인공지능이 소설·시나리오·영화 예고편·그림·뉴스 등을 자동 제작하지만 이것은 해당 콘텐츠의 맥락을 이해해서 만들었다기보다 데이터화된 기존 콘텐츠의 패턴을 분석하여 도출한 결과이며, 따라서 콘텐츠 창작에서 인공지능은 인간을 대체하는 것이 아니라 인간의 창의성을 확대하기 위한 보조도구라는 것이다.⁶⁸⁾ 그러나 슈밥은 4차 산업혁명의 세 가지 주도적 기술혁신 트렌드인 ‘물리학 기술’·‘디지털 기술’·‘생물학 기술’의 공통 특징이 인간의 배제라고 말한다.⁶⁹⁾ 벌써부터 산업 현장에서는 자동화, 인공지능화가 초래할 고용 하락에 대한 우려의 목소리가 높다. 하지만 역사적으로 신기술은 기존의 주류를 파괴한다기보다 오히려 흡수하여 더 나은 방향으로 진화해 왔다. 새로운 기술은 기존 산업을 재편하여 일시적 고용 감소를 초래할지라도 결국 새로운 라이프스타일을 위한 신산업에서 고용을 창출할 것이다. 뉴미디어의 출현과 플랫폼의 혁신적인 발달로 세계가 변화할지라도 인간의 실체와 인간성의 본질은 변화하지 않아야 한다. 4차 산업혁명은 물론, 그 이상의 어떤 것도 인본주의 없이는 인류의 위협이 될 수 있다. 형상이 질료에 우선하는 것, 그러한 형상을 만들어내는 직접적인 작용은 과학기술·문화기술에서 비롯하는 것이 사실이지만 그 원천은 결국 인간의 사고와 상상력에서 출발하는 것이며, 또 그래야만 한다. 인문학적 사고를 지닌 제작자(기획·제작·창작자)만이 문화콘텐츠 창출의 기본 원천이며 운동인이라는 것이다.

주목해야 할 것은 오히려 제작자의 범주이다. 더 이상 ‘제작자’는 전통적인 생산자나 공급자를 일컫는 말이 아니다. ‘프로슈머’ 즉 ‘생산자적 소

68) 강익희 외, 「인간, 콘텐츠, 그리고 4차 산업혁명」, 『코카포커스』 제112호, 한국콘텐츠진흥원, 2017, 12-17면 참조.

69) 클라우스 슈밥, 송경진 역, 『클라우스 슈밥의 제4차 산업혁명』, 새로운현재, 2016, 36-50면 참조.

비자의 출현 이후 양자 간의 경계는 허물어졌다. 플랫폼 비즈니스의 급부상으로 이미 이용자는 자신의 취향에 맞게 카테고리를 구성하고 콘텐츠를 ‘커스터마이징’하여 향유한다. 아마추어와 프로의 경계가 허물어진 유튜브 개인방송의 약진과 인터넷 스타 기획사인 ‘다중 채널 네트워크’(MCN)에서 볼 수 있듯, 4차 산업혁명을 향해가는 오늘의 문화콘텐츠는 기획·제작·창작자뿐만 아니라 이용자가 직접 제작하기도 한다. 제작·유통·재구성·소비·평가·공유는 이제 거의 동시에 이루어지며 대다수의 문화콘텐츠들이 ‘융섭’(reconciliation)과 ‘컬래버레이션’(collaboration)을 통해 제작되고 있다. ‘융섭’이란 서로 다른 이념이나 관점을 배척하지 않고 받아들여 녹여내고 화합하는 것을 의미하며,⁷⁰⁾ ‘컬래버레이션’이란 복수의 기획·제작·창작자가 동일한 작품·제품을 만들어내는 것을 말한다. ‘컬래버레이션’이 행위를 가리킨다면 ‘융섭’은 거기 내재한 정신과 철학까지도 아우른다. 단일한 제작자나 폐쇄적인 단체가 오롯이 문화콘텐츠를 제작하던 시대는 지나가고 있다. 이미 문화콘텐츠의 형상과 질료는 각 분야 최고의 기획·제작·창작자들은 물론 이용자들까지, 조화롭고 경계 없는 협업에 의해 만들어지고 있다. 이는 문화콘텐츠가 인문학으로만 귀결되거나 인문학에서만 비롯되어서는 안 되며 문화기술, 과학기술은 물론 민주주의와 집단지성 등 다양한 분야의 유산을 바탕으로 제작되어야 함을 의미한다.

비로소 종착점이다. 이 시론에서는 이제까지의 논의를 바탕으로 문화콘텐츠라는 용어의 개념을 다음과 같이 정의하고자 한다. “문화콘텐츠란, 사람의 행동의 재현이며 인간정신으로만 파악될 수 있는 물건으로서, 인문학적·문화기술적·융섭지향적 소양을 지닌 제작자들에 의해 만들어져 대중의 내면에 감정을 생성하고, 정신 체계에 기억장치가 되며, 인간성을

70) ‘융섭(融攝)’이란 용어는, 불교에서 선교양종이 반목과 상쟁하는 오류를 지적하면서, ‘선’은 부처의 마음이고 ‘교’는 부처의 가르침이기에 분리될 수 없으며 서로 받아들여 화합을 이뤄야 한다는 ‘선교융섭’에서 비롯되었다. 윤용택, 「석주명의 학문이념에 관한 연구」, 『철학·사상·문화』 제25집, 동국대학교 동서사상연구소, 2017, 123면.

환기하는 것이다.” 이렇게 즐고는 아리스토텔레스의 제작학적 관점에서 문화콘텐츠의 통시적이며 보편적인 정의를 도출하고자 하였다. 이 시도가 그간의 선행연구에서 노정한 아쉬움을 보완할 수 있기 바란다. 아울러 4차 산업혁명의 도래를 맞이하여 그 담론적 가치와 정체성 상실의 위기에 놓인 문화콘텐츠의 중요성에 대해 다시금 환기하고, 문화콘텐츠학과 문화콘텐츠 산업의 지속적인 발전에 기여할 수 있기를 희망한다. 여기에서 못다 이룬 부분이나 부족한 점들에 대해서는 연구자 제위의 따끔한 질책과 후속 연구를 바라 마지않는다.

참고문헌

1. 기본자료

- 아리스토텔레스, 천병희 역, 『아리스토텔레스 시학』, 문예출판사, 2002.
_____, 김진성 역, 『형이상학』, 이제이북스, 2010.
_____, 이종오 역, 『수사학』, 한국외국어대학교출판부, 2015.
_____, 로즐린 뒤퐁록장 랄로 주해, 김한식 역, 『아리스토텔레스 시학』, 펍클래식코리아, 2015.
이상섭, 『아리스토텔레스의 시학 연구』, 문학과지성사, 2002.
Halliwell, S., *The Poetics of Aristotle*, North Carolina: The University of North Carolina Press, 1987.
『연합뉴스』, 『조선일보』.

2. 단행본

- 김상욱, 『4차산업시대의 문화콘텐츠산업』, 크린미디어, 2017.
김영순 외, 『인문학과 문화콘텐츠』, 다할미디어, 2006.
김평수, 『문화산업의 기초이론』, 커뮤니케이션북스, 2014.
_____ 외, 『문화콘텐츠산업론』, 커뮤니케이션북스, 2016.

- 마셜 매클루언·퀸틴 피오리, 김진홍 역, 『미디어는 마사지다』, 커뮤니케이션북스, 2012.
- 마이클 티어노, 김윤철 역, 『스토리텔링의 비밀: 아리스토텔레스와 영화』, 아우라, 2002.
- 모티머 J. 애들러, 김인수 역, 『모두를 위한 아리스토텔레스』, 마인드큐브, 2016.
- 박치완, 『키워드 100으로 읽는 문화콘텐츠 입문사전』, 꿈꿀권리, 2013.
- 박태상, 『문화콘텐츠와 이야기담론』, 한국문화사, 2012.
- 사무엘 헨리 부처, 김진성 역, 『아리스토텔레스의 창작예술론』, 세창출판사, 2014.
- 이상섭, 『문학이론의 역사적 전개』, 연세대학교출판부, 2002.
- _____, 『문학비평용어사전』, 민음사, 2013.
- 최연구, 『문화콘텐츠란 무엇인가』, 살림, 2006, 41면.
- 캐롤린 핸들러 밀러, 변민주 외 역, 『디지털미디어 스토리텔링』, 커뮤니케이션북스, 2006.
- 클라우스 슈밥, 송경진 역, 『클라우스 슈밥의 4차 산업혁명』, 새로운현재, 2016.
- S. 마크 코헨, 김혜연 외 역, 『아리스토텔레스의 형이상학』, 전기가오리, 2017.

3. 논문 및 기타

- 강익희 외, 「인간, 콘텐츠, 그리고 4차 산업혁명」, 『코카포커스』 통권112호, 한국콘텐츠진흥원, 2017.
- 김계환, 「기억으로서의 영상매체와 기억산업의 문화콘텐츠」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제9권 2호, 한국콘텐츠학회, 2009.
- 김기덕, 「콘텐츠의 개념과 인문콘텐츠」, 『인문콘텐츠』 제1호, 인문콘텐츠학회, 2003.
- 김기현, 「문화산업 정책의 변동에 관한 소고」, 『문화콘텐츠연구』 제2호, 건국대학교 글로벌문화전략연구소, 2012.
- 김동규, 「광고카피의 산출 과정에 관한 근거이론 연구」, 『한국광고홍보학보』 제8권 2호, 한국광고홍보학회, 2006.
- 김반수정월준, 「MMORPG 캐릭터의 그로테스크 미학적 특성에 관한 연구」, 『조형미디어학』 제15권 2호, 한국일러스트학회, 2012.
- 김상호, 「맥루한 매체이론에서 인간의 위치」, 『언론과학연구』 제8권 2호, 한국지

- 역언론학회, 2008.
- 김종무, 「공감각적 현상을 통해 촉각적 감각 자극으로 전환되는 TV 광고 영상 분석」, 『디자인지식저널』 제6집, 한국디자인지식학회, 2008.
- 박범준, 「문화콘텐츠의 출현과 구조, 그리고 구현」, 『글로벌문화콘텐츠』 제3집, 글로벌문화콘텐츠학회, 2009.
- _____, 「소통으로서의 문화콘텐츠학 담론 모색과 ‘배치’를 통한 콘텐츠 기획 연구」, 『글로벌문화콘텐츠』 제8호, 글로벌문화콘텐츠학회, 2012.
- 박삼열, 「파토스가 글쓰기와 말하기에 미치는 영향」, 『철학탐구』 제41집, 중앙대학교 중앙철학연구소, 2016.
- 박윤우, 「대중가요의 활용을 통한 시의 화자 이해」, 『국어교육』 제122집, 한국어교육학회, 2007.
- 송성욱, 「문화콘텐츠 창작소재와 문화원형」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005.
- 송한샘, 「영화 올드보이와 소포클레스 오이디푸스 왕의 상동성 연구」, 『미디어와 공연예술연구』 제11권 3호, 청운대학교 방송예술연구소, 2016.
- 심승구, 「한국 예술문화의 원형과 콘텐츠화」, 『인문콘텐츠학회 학술 심포지엄 발표자료집』, 인문콘텐츠학회, 2005.
- 안의진·이희옥, 「TV광고드라마 플롯유형 분석」, 『마케팅논집』 제34집, 한국전략마케팅학회, 2007.
- 윤용택, 「석주명의 학문이념에 관한 연구」, 『철학사상·문화』 제25집, 동국대학교 동서사상연구소, 2017.
- 윤찬중, 「한국 문화원형 3D애니메이션 콘텐츠 개발 육성 방안에 대한 연구: KOCCA의 ‘우리문화원형 디지털 콘텐츠화 사업’ 분석을 중심으로」, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2007.
- 이기상, 「문화콘텐츠학의 이념과 방향」, 『인문콘텐츠』 제1호, 인문콘텐츠학회, 2003.
- 이동연, 「서드라이프, 테크놀로지, 예술의 미래」, 『문화과학』 제92집, 문화과학사, 2017.
- 이재홍, 「게임 스토리텔링 리스트에 관한 연구: 게임의 4요소를 중심으로」, 『한국게임학회 논문지』 제9권 5호, 한국게임학회, 2009.
- 이중훈, 「문화콘텐츠 기획의 개념과 함의」, 동국대학교 영상대학원 석사학위논문, 2009.

- _____, 「창의적 융섭으로서의 문화콘텐츠」, 동국대학교 영상대학원 박사학위논문, 2015.
- 이종훈·변성광, 「디지털콘텐츠 의미 형성과정과 실체적 이해」, 『인문콘텐츠』 제13호, 인문콘텐츠학회, 2008.
- 임상원·이윤진, 「마살 맥루한의 미디어론」, 『한국언론학보』 제46권 4호, 2002.
- 장민지·최혁규, 「콘텐츠 극화시대, 문화콘텐츠 창작과 향유」, 『코카포커스』 통권 114호, 한국콘텐츠진흥원, 2017.
- 장인수, 「캐릭터 서사의 논리와 캐릭터적인 실존」, 『영주어문』 제32집, 영주어문학회, 2016.
- 장재욱, 「광고에서 시각이미지 적용의 이론적 연구」, 『일러스트레이션 포럼』 제34집, 한국일러스트레이션학회, 2013.
- 정승혜, 「광고 사운드의 이론적 고찰과 문화적 함의」, 『한국광고홍보학보』 제13권 2호, 한국광고홍보학회, 2011.
- 태지호, 「문화콘텐츠학의 체계정립을 위한 기반 구축에 대한 연구」, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2005.
- 한동승, 「문화기술과 인문학」, 『인문콘텐츠』 제27호, 인문콘텐츠학회, 2012.

Abstract

An Essay on the Definition of ‘Cultural Contents’
– From Aristotle’s Point of View of Poietike Theory

Song Hansaem

The purpose of this paper is to define the term ‘cultural contents’ universally and diachronically. In the latest discourse, cultural content appears to have given way to ‘the fourth industrial revolution.’ The term ‘cultural contents’ is being incorporated into the new paradigm of the fourth industrial revolution without proper conceptual establishment. At this rate, the term cultural contents may melt into the air. In other words, it is imperative to establish a universal, diachronic concept of cultural contents. The inception of the term derives from Dionysia, the festival in ancient Greece to honor the god Dionysus. During the festival, people enjoyed stories on the adaptations of the myth of Dionysus, the god of wine and fertility, and offered the god the chorus, ‘dithyramb,’ which developed into Greek tragedy. As C. G Jung asserted, the repetition of experience over generations ultimately formed the human mind and became hereditary through a collective unconsciousness that was projected symbolically in myths, religion, dream, fantasy and literature. Building on Jung, the universal character, traditional action, and the universal image in narrative literature are not merely literature’s traditional function, but they are also deeply embedded in the psychology of humanities. It transcends in a way that instigates a strong emotional reaction of the receiver. Likewise, the same can be applied to modern cultural contents. In this context, I argue that Greek tragedies’ elements are prominent in modern cultural contents.

In *Poetics*, Aristotle explores Greek tragedy, and even after 2,500 years since its golden

age, modern works resemble the traditional framework that arouses a collective emotion. Therefore, when creating cultural contents, the tragedy of modern communication comes into play and the elements of *Poetics* can be applied to modern audiences. According to Aristotle, there are four causes of being: material cause, formal cause, final cause, and efficient cause. These elements interact with each other and simultaneously conflate in consilience. The essence of cultural contents is deciphered through Aristotle's Poietike theory, four causes of being, and consequently divided into "six formative elements," "form and media," "essential function," and "a producer."

The six formative elements of Tragedy, plot, character, thought, diction, melody and spectacle, exist in cultural contents of today. Moreover, cultural contents reflect the five senses, and on top of that, as secondary matter, it is subdivided into visual, auditory, audiovisual, and 'sensus communis' text. The essential function of cultural contents is to "instigate emotion among the public," "provide collective memory," and "arouse humanity." The elements parallel pathos, logos and ethos, which Aristotle emphasizes in both *Poetics* and *Rhetoric*. Meanwhile, as 'efficient cause' for cultural contents, 'producer' contained users by expanding its extension as well as planner, producer, and creator. The 'producer' shall develop cultural contents by introducing, applying, and developing cultural technologies based on humanistic thought abilities and by collaborating with each other.

I assert that cultural contents are representations of human actions that can be deciphered through the human mind only, created with knowledge in humanities and cultural technology and through reconciliation to generate emotion, provide collective memory, and arouse humanity among the public.

Key Words : Aristotle's aitia, Cultural contents, Form, Fourth industrial revolution, Matter, McLuhan, *Poetics*, Poietike

접수일: 2018년 1월 29일

심사기간: 2018년 2월 10일 - 2월 23일

게재결정: 2018년 3월 12일