

<프리스트>를 통해 본 3D 영화의 재매개 Remediation of 3D Movie on <Priest>

정일형

경성대학교 신문방송학과

Il-Hyoung Chung(youreyes@ks.ac.kr)

요약

본 연구는 <프리스트>라는 OSMU 텍스트의 내용분석을 통하여 재매개 논리와 특성 등을 살펴보고 문화 인터페이스 개념을 통해 다양한 미디어 콘텐츠의 관계를 밝혀보았다. 분석 결과 재매개의 이중 논리인 비매개와 하이퍼매개가 서로 공존하며 경쟁하였고, 재매개의 특징인 차용, 공격, 흡수 등의 다양한 특징들도 서로 교차되며 나타났다. 그동안의 뉴미디어 관련 연구는 각 분야 연구의 연장선상에서 새로운 미디어 콘텐츠에 적용한 이론의 재검증이나 새로운 정책 중심 연구가 주를 이루어져 왔다. 그러나 새로운 뉴미디어들은 3D를 비롯한 테크놀로지 중심의 시각화를 강조할 뿐만 아니라, 다양한 매체로의 콘텐츠 변환을 시도하고 있다. 이러한 환경변화 속에서 본 연구와 같은 재매개와 문화 인터페이스 개념을 토대로 향후 새로운 미디어 환경 변화에 적극 대응할 수 있는 미디어 콘텐츠의 다양한 대안을 모색해 볼 수 있기를 기대해 본다.

■ 중심어 : | 재매개 | 비매개 | 하이퍼매개 | 문화 인터페이스 |

Abstract

This study is focused on the relationship of old and new media with the concept of cultural interface. This study try to find out their similarities and differences of media contents and interface through contents analysis of <Priest> text. As a results, there are competible coexistence of transparent immediacy and hypermediacy as a double logic of remediation. And the features of remediation that borrowing, aggressive, and absorb are showed cross each other. A related studies are focused on the narrative structure of story and on analysis of character, events, and background. And the other studies are focused on the policy of new media distribution. But, recent new media emphasizes the visualization of 3D technology and that strategy. Also they tries to convert a various media contents. Therefore, it is important to check and prepare those environmental changes of media. Then, more researches will be applied to remediation and cultural interface of this study. And I hope that they will be find an alternative strategy of contents and interface on media.

■ keyword : | Remediation | Transparent Immediacy | Hypermediacy | Cultural Interface |

I. 서론

미디어 테크놀로지의 급속한 발달은 올드 미디어와

뉴미디어의 구분조차 모호하게 하는 특징을 보인다. 여러 분야에서 급속도로 발전한 미디어 테크놀로지는 올드 미디어의 콘텐츠가 뉴미디어에 적용되기도 하고, 또

* 본 연구는 2011학년도 경성대학교 학술연구비지원에 의해 연구되었습니다.

접수번호 : #111108-007

접수일자 : 2011년 11월 08일

심사완료일 : 2011년 12월 22일

교신저자 : 정일형, e-mail : youreyes@ks.ac.kr

한 뉴미디어의 신기술이 올드 미디어의 콘텐츠에 적용되기도 하는 혼용의 특성을 보인다. 특히 다양한 분야에서 3D 테크놀로지가 적용되면서 이미 시각적 자극과 그 표현 전략이 미디어 테크놀로지의 중요한 화두로 자리 잡았다. 이러한 양상은 그 어떤 분야보다도 시각적 표현이 중요한 영화를 중심으로 잘 나타나고 있다. '아바타'로 시작된 영화의 3D 열풍은 다양한 영화 장르에 적용되면서 수많은 3D 영화들을 쏟아내고 있다.

따라서 영화 제작자들은 좀 더 시각적인 전략을 다각화 할 수 있는 여러 소재들을 찾게 마련이고, 그 결과는 좀 더 자극적인 3D 영상물이 되어 사용자들에게 돌아오게 된다. 이러한 가운데 우리나라의 그래픽 노블 한편이 수많은 흥행영화를 제작한 헐리웃 제작사에 팔리면서 3D 영화로 제작 되었다. 본 연구에서 분석의 대상으로 삼은 <프리스트>는 형민우의 그래픽 노블로 국내에서만 50만부, 아시아를 비롯한 미국, 남미, 유럽 등 전세계 33개국에서 100만 부 이상의 판매고를 올린 실적을 가지고 있다.

그래픽 노블은 그림 소설이란 뜻으로 시각적으로 뛰어난 걸작 만화, 또는 작가정신으로 무장한 미국 만화 사조를 뜻하기도 한다. <프리스트>는 미국의 유명 그래픽 노블 출판사인 '도쿄팝'에서 출판되어 미국 현지 비평가들로부터 극찬을 받았다. 이후 스투어트 레비가 영화화를 결심하고 각본가 코리 굿맨을 통해 원작에 기초한 각색 작업을 시작하여 소니 픽처스 산하의 제작사 Screen Gems와 계약하게 되고 '스파이더 맨'의 감독 샘 레이미가 제작에 참여하게 되었다. 이렇게 <프리스트>가 '수퍼맨', '배트맨', '스파이더맨', '아이언맨', '트랜스포머' 등에 이르는 헐리웃 블록버스터이자 세계적으로 친문학적인 흥행을 거둔 그래픽 노블을 원작으로 한 영화의 반열에 한 작품으로 들어갔다는 사실은 많은 주목을 이끌기에 충분했다(인터넷 네이버 영화정보 <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/basic.nhn?code=66506>).

이렇게 원작인 그래픽 노블로부터 영화와 웹툰 및 DVD나 블루레이 등 다양한 미디어 콘텐츠로 변화하고, 또 그것을 광고하는 콘텐츠로 재생산되는 과정을 거쳤다. 대부분의 유명 미디어 콘텐츠가 이러한 과정을 밟으며 매개의 매개를 되풀이하지만, 정작 이런 현상을

직시하는 연구는 찾아보기 힘들다. 각각의 해당 분야에서의 연구들은 풍성한 반면, 종합적으로 해당 미디어와 콘텐츠들을 살펴볼 수 있는 기회는 없었다. 지금까지의 연구 전통에 의하면 <프리스트> 또한 원작 그래픽 노블이 영화라는 미디어로 전환되면서 어떤 변화가 있었는지 분석하거나, 원작과 신작의 내러티브를 중심으로 한 비교 분석이라는 한 가지 틀에서의 연구가 선행되어야 마땅하다.

그러나 본 연구에서는 그러한 기존의 틀을 탈피하여 '재매개'라는 새로운 관점과 '문화 인터페이스'라는 새로운 개념을 접목시켜보고자 한다. 이를 통해 서로 혼합되어 혼재된 특성을 보이는 뉴미디어 환경에서 그래픽 노블과 영화라는 대표적인 미디어를 중심으로 문화 인터페이스와 재매개가 만들어내는 다양한 현상들에 주목하고 실제 분석을 시도하여 각기 다른 미디어들 간의 관계를 규명해 보고자 한다. 그리하여 지금까지의 여러 미디어들에 나타난 공통적인 특성과 차이점 등을 규명해 보고, 더 새롭게 등장할 여러 미디어 환경에 적극적으로 대처하는 방안을 모색해 보고자 한다.

II. 이론적 논의

1. 재매개 관련 연구

볼터와 그루신(1999)은 서양의 시각문화의 전통을 계보학적으로 연구하면서 재매개(remediation)라는 뉴미디어의 독특한 개념을 주장했다. 그들은 하나의 미디어가 내용과 형식 차원에서 다른 미디어의 테크놀로지, 표현양식, 사회적 관습 등을 답습하거나 개선(improve), 개조(remedy)하여 자신의 것으로 만든다고 보았다(김미라, 2008). 이 과정에서 재매개의 두 가지 논리인 비매개와 하이퍼매개가 나타나며 뉴미디어와 올드미디어 사이의 지각된 경합(perceived competition)이나 경쟁 정도에 따라 달라진다고 보았다. 뉴미디어나 올드미디어는 모두 자신이나 서로의 모습을 다시 만들어내기 위해 이 두 논리에 호소하고 있으며, 때로는 서로 충돌하기도 하고 또 때로는 서로 의존하기도 하면서 다양한 형태로 나타난다는 것이다.

비매개(transparent immediacy)는 매우 투명한 큰 창을 통해 창 너머의 풍경을 보는 것처럼 보는 이가 풍경(콘텐츠)에 빠져 있기 때문에 그것을 볼 수 있는 창(미디어)이 있다는 것을 느끼지 못하도록 만드는 미디어의 표현양식이다. 특히, 올드미디어가 뉴미디어 안에서 콘텐츠로 보여질 때 뉴미디어의 새로운 인터페이스를 지우고 자연스럽게 콘텐츠에 몰입할 수 있도록 끊임없이 자기 정체성을 확립하는 과정을 말한다. 하이퍼매개(hypermediacy)는 매개하고 있는 미디어 그 자체를 드러내거나 다수의 이질적인 화면 또는 공간을 만들어 보는 이가 미디어 자체에 주목하게 만들고 미디어를 환기시키는 표현양식이다. 즉, 올드미디어 콘텐츠가 뉴미디어에서 보여질 때 끊임없이 뉴미디어 인터페이스라는 것을 환기시키는 과정을 말한다.

이 과정에서 재매개는 비매개와 하이퍼매개의 두 논리에 기반하여 차용, 공격, 흡수 등의 세 가지 특징으로 나타나게 된다. 먼저, 차용(borrowing)은 하나의 미디어가 갖고 있는 한 속성을 다른 미디어에서 재사용(reuse)하는 것으로 재정의(redefinition)가 필연적으로 따르는 재목적화(repurposing)의 과정을 말한다. 이러한 특징은 주로 오래된 미디어의 대명사인 책과 같은 인쇄물이나 인쇄물의 형식을 많이 닮았다고 언급되는 웹에서 대표적으로 나타난다.

공격(aggressive)은 주로 디지털 미디어에서 나타나는 특징으로 기존의 미디어와의 차이를 강조하며 그래픽 유저 인터페이스(GUI) 등을 통해 기존의 미디어를 감추거나 지우고 새로운 경험을 강조하는 환경을 제공하는 것을 말한다. 이 특성이 가장 두드러지게 나타나는 미디어 환경은 개인용 컴퓨터 윈도우 인터페이스의 멀티태스킹(multi tasking) 환경이다.

마지막으로, 흡수(absorb) 역시 뉴미디어에서 두드러지게 나타나는 특성으로 뉴미디어가 공격의 특성에 의해 기존의 올드미디어를 인정하던 그렇지 않던 결국 올드미디어에 의존하게 되는데, 이 과정에서 기존의 미디어 형식을 차용하여 동일하게 나타나는 것을 말한다. 이러한 특성은 주로 동일한 콘텐츠가 서로 다른 미디어의 특성에 따라 각각 달리 나타나는 경우에 주로 발생한다.

이러한 재매개와 관련된 연구들은 최근의 뉴미디어들을 중심으로 활발하게 이루어져 왔다. 트위터와 미투데이[10], 컴퓨터 아트[5][15], 게임[6][14], 디지털 사진[12][16], UCC[3][13], MP3 플레이어[7], 인터넷 라디오[8] 등 다양한 미디어 장르에서 각각의 재매개 특성들을 잘 밝혀내고 있다. 그러나 이러한 연구들은 각 미디어의 커뮤니케이션적 특성에만 초점 맞춘 나머지 재매개의 이론적 토대와 연결하기 힘든 부분이 있다. 또한 단일 미디어 내에서 재매개의 두 가지 논리인 비매개와 하이퍼매개의 특성들만 나열하고 있으며 여러 미디어에 걸쳐 종합적인 분석을 시도하지 못한다는 단점도 있다. 물론 뉴미디어의 원형이 된 올드미디어와의 관계를 언급하고는 있지만, 복잡하게 경쟁하는 다양한 미디어 상황을 설명하기에는 여전히 부족한 듯하다.

또한 본 연구에서 주목하고 있는 그래픽 노블과 같은 연장선상에 있는 만화를 중심으로 한 재매개 연구들[4][9]과 영화 중심의 재매개 연구들도 있다. 그러나 이들 연구 또한 하나의 미디어 장르에서 다른 미디어 장르로 매체 전환되는 특성에서의 재매개 현상에만 초점 맞추고 있는 듯하다. 다만, 장지혜(2011)의 연구에서 웹툰 <이끼>라는 뉴미디어로부터 단행본 만화와 영화로 재매개되는 독특한 현상에 주목하고 이를 재매개를 통해 바라보고 있지만 여전히 재매개의 기본 특성과 다양한 미디어들 간의 관계를 충실히 밝혀내지 못하는 아쉬움이 있다.

따라서 본 연구에서는 그래픽 노블이라는 올드미디어에서 출발하여 뉴미디어인 웹툰과 올드미디어인 영화로, 다시 DVD나 블루레이와 홈페이지 등으로 변화하는 미디어의 다양하고 복잡한 관계를 재매개를 통해 밝혀보고자 한다. 지금까지의 연구들이 단일 미디어 내에서의 연구이자 올드미디어에서 뉴미디어로 탄생하는 과정에서의 연구였다면, 본 연구는 다양한 미디어들 사이의 복잡한 관계를 규명하고 뉴미디어에서 올드미디어로 재탄생하는 과정에 대한 재매개 개념의 확장이라는 의미도 갖게 될 것이다.

2. 문화 인터페이스 관련 연구

마노비치(2001)의 문화 인터페이스 개념은 그동안의

뉴미디어 관련 연구에서 종종 다루어지긴 했지만, 이론적 배경으로 조금씩 언급된 정도에 지나지 않는다. 특히 뉴미디어가 어떻게 뉴미디어로써 자리잡게 되었는지 계보학적으로 설명하는 가운데, 통신기술과 미디어 기술의 서로 다른 축이 1936년 앨런 튜링의 이론적 토대와 콘라드 추제의 실제 컴퓨터로 우연히 가시화되면서 컴퓨터가 중심이 된 이른바, 문화 인터페이스 개념을 설명하고 있다. 그는 1990년대 이후 컴퓨터의 정체성 변화에 주목하고, 이후 인터넷 사용이 일반화됨으로써 컴퓨터는 더 이상 도구인 것만이 아니라 보편적인 미디어 기체가 되었다고 보았다.

즉, 문화의 모든 형식들을 전파하는 데 컴퓨터가 기반이 됨으로써 우리는 점차 텍스트, 사진, 영화, 음악, 가상환경 등과 같은 문화 데이터에 접하게 된다는 것이다. 이제 우리는 더 이상 컴퓨터를 마주하는 것이 아니라 디지털 형식으로 기호화된 문화와 마주하면서 ‘문화 인터페이스(cultural interface)’라는 용어는 컴퓨터가 우리와 문화 데이터가 상호작용하도록 연결하는 방식을 설명하기 위한 것이라고 주장한다. 문화 인터페이스는 웹 사이트, CD-Rom, DVD, 멀티미디어 백과사전, 온라인 미술관과 잡지, 컴퓨터 게임, 그리고 그 외의 뉴미디어 문화 객체들의 디자이너들에 의해 사용된 지금까지의 모든 인터페이스를 포함한다.

이들 중 특히, 영화, 인쇄물, HCI는 각각의 고유한 방식을 발전시켜왔다. 정보를 조직하고, 사용자에게 그것을 보여주고, 시간과 공간을 연관시키고, 정보에 접속하는 과정에서 우리의 경험을 재구성한다. 즉, 영화, 인쇄물, HCI는 문화 인터페이스를 존재하게 하는 정보를 조직하는 은유와 전략의 세 가지 주요 원천이 된다고 보았다[17].

이러한 문화 인터페이스와 관련된 연구는 거의 미비한 실정이다. 다만 앞서 언급했듯 몇몇 뉴미디어 관련 논문[1][2]의 이론적 배경으로 등장하고, 특히 뉴미디어 아트[5][11]의 이론적 배경으로 종종 언급된다. 이러한 현상은 문화 인터페이스 개념이 우리 문화 전반에 일상적으로 들어와 있는 개념임에도 불구하고, 수량화하기 어렵고 인쇄물, 영화, HCI 등 다양한 분야의 논의를 필요로 하기 때문인 것으로 보인다. 그럼에도 이 개념은

미디어 콘텐츠의 시각화 과정에서 재매개와 더불어 유용하게 사용될 수 있으며, 따라서 본 연구에서 여러 가지 다양한 미디어로 그 개념의 확장을 시도해 볼 것이다.

III. 연구문제

<프리스트>는 원작 단행본 그래픽 노블에서 웹툰과 3D 영화 및 블루레이 등의 다양한 미디어로 변환된 콘텐츠라는 특성을 가지고 있다. 그동안의 연구들은 만화는 만화 영역에서, 영화는 영화 영역에서, 그리고 웹툰은 웹툰의 영역에서 해당 분야의 특성들을 반영하며 수행되어 왔다. 특히, 분석 텍스트의 내러티브나 캐릭터 등의 특성을 분석하는 연구들도 나름대로 큰 의미를 가지고 있다고 판단된다. 그러나 다양한 미디어들 사이에서 공통된 콘텐츠가 해당 미디어의 특징에 따라 독특한 특성을 강조하는 최근의 복잡 다양한 미디어들의 경쟁 상황에서는 각 미디어들의 관계를 파악하고 공통적으로 측정할 수 있는 기준 같은 것을 적용할 필요가 있다고 판단된다. 따라서 본 연구에서는 여러 가지 미디어들의 <프리스트> 텍스트를 재매개와 문화 인터페이스 개념을 통해 분석해보고, 각 미디어들 간의 특성을 파악해보고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

<연구문제 1> <프리스트>의 재매개의 특징과 차이점은 무엇인가?

연구문제 1에서는 재매개와 문화 인터페이스 요소들을 중심으로 각 미디어별 <프리스트>의 특징과 차이점을 분석해 보았다. 이를 통해 재매개와 문화 인터페이스 개념을 모든 영상물의 분석에 공통적으로 적용할 수 있는지의 여부를 분석을 통해 증명해 보고, 다른 새로운 미디어에 적용할 수 있는지의 가능성을 타진해 보았다.

<연구문제 2> <프리스트>의 미디어들 간의 관계와 특성은 어떠한가?

연구문제 2에서는 연구문제 1에서 분석한 내용을 토

대로 각 미디어들 간의 관계와 특성을 분석해 보았다. 이를 통해 재매개와 문화 인터페이스 개념을 확장하여 적용하고 새로운 미디어 환경에서 다른 여러 미디어들에 적용할 수 있는 가능성을 확인해 보았다.

IV. 연구방법

1. 분석대상

본 연구에서 분석에 사용할 텍스트는 <프리스트>라는 타이틀의 최초의 미디어인 그래픽 노블과 이를 인터넷에 적용시켜 변형한 웹툰, 각색 시나리오에 의한 영화, 영화의 홍보를 위한 포스터와 홈페이지, 그리고 영화를 바탕으로 한 DVD와 블루레이 등이다. 이들은 웹툰-그래픽 노블, 홈페이지-포스터, DVD/블루레이-영화 등으로 각각 뉴미디어-올드미디어의 형태로 묶을 수 있으며, 연구문제를 통해 각각의 관계와 특성에 대해 자세히 분석해 보았다.

이 과정에서 최초의 그래픽 노블은 1권부터 16권까지 구버전을 바탕으로 현재 1권에서 8권까지만 새로운 단행본으로 출간되어 있고, 웹툰은 16권 전체가 디지털 파일로 변형되어 인터넷에 업로드 되어 있는 상태다. 또한 영화는 원작 그래픽 노블의 1권에 해당하는 스토리를 재구성하여 3D 기술을 통해 제작되었고, 마지막 장면에서 시리즈가 연속으로 제작될 것을 암시하며 끝났다. 아울러 DVD는 영화의 콘텐츠에 부가적인 콘텐츠를 더해 출시되었고, 블루레이는 3D로도 출시되었다. 따라서 본 연구에서는 영화에 맞추어 그래픽 노블과 웹툰 또한 1권에 해당하는 내용만을 분석대상으로 하였다.

2. 분석방법

본 연구는 <프리스트>의 다양한 콘텐츠들을 재매개와 문화 인터페이스 요소에 따라 그 특징과 차이를 분석하고자 하였다. 재매개는 그것을 구성하는 두 가지 논리인 비매개와 하이퍼매개, 그리고 그들의 관계에 의해 만들어지는 차용, 공격, 흡수 등의 세 가지 전략에 의해 완성된다. 본 연구는 분석 대상의 텍스트들을 중심으로 비매개와 하이퍼매개의 요소들을 분석해 보고, 그

것이 세 전략 중 어느 것에 해당하는지를 알아보기 위해 [표 1]과 같은 분석 항목을 만들었다. 또한 비매개와 하이퍼매개를 실현하는 과정에서 주로 사용된 문화 인터페이스 요소를 인쇄물, 영화, HCI 양식 등에 따라 구분한 뒤 어떤 특징을 보이는지도 분석해 보았다.

표 1. 재매개 분석항목

측정항목		사이트 분석 대상 요소
재매개	비매개	- 이미지에 원근법이나 이를 구현하는 카메라 워딩 등의 요소들 - 말풍선 등 원작 그래픽 노블이 가진 만화적 요소들
	하이퍼매개	- 차레, 목차, 페이지 등의 메뉴 구성 요소들 - 다음 컷으로 안내하는 내비게이션 요소들
재매개	차용	각기 다른 미디어 콘텐츠의 내용을 알고 비교할 수 있는지를 나타내는 콘텐츠의 요소들
	공격	새로운 미디어 사용 경험을 강조하는 메뉴 구성 요소들
특성	흡수	동일한 콘텐츠가 미디어 특성에 따라 버전을 달리 하며 보여지고 있음을 나타내는 요소들

V. 연구결과

1. 재매개 분석 결과

먼저 원본이라 할 수 있는 그래픽 노블에서는 전형적인 만화의 형식을 그대로 따르고 있었다. 만화의 시선 흐름을 그대로 드러내며 h형 흐름이나 I, Z, N자형 흐름 등이 다양하게 섞여 있다. 형식에서 두드러지는 점은 말풍선이 원형이나 사각형 형태가 아니라 육각형 또는 육각형의 변형된 형태라는 점이다. 또한 전통적인 책의 인터페이스를 따라 제목과 페이지 형식을 그대로 차용했으며, 페이지 번호가 생략되었다는 독특한 특징을 보이고 있다. 그러나 전체적으로 형민우의 그래픽 노블이 가진 독특한 그림체 때문에 비매개를 방해하는 요소로 작용한다거나 하는 등의 특징으로 발전되지 못한 것 같다. 따라서 그래픽 노블에서 나타나는 재매개 특징으로는 비교적 기존의 만화 형식에 충실한 차용의 성격이 강하게 나타난다고 볼 수 있다.

다음으로 웹툰에서는 그래픽 노블을 그대로 스캔하여 만든 형식으로 단행본 그래픽 노블과 별다른 차이는 없었다. 다만, 첫 시작에서 단행본은 앞 뒤 표지가 한

페이지이고 그 다음 책장을 넘기면서 양쪽으로 펼쳐지는 형식을 가지고 있으나, 웹툰에서는 표지와 다음 페이지가 바로 붙어 양면을 구성하고 있다는 것만 다르다. 그러나 첫 페이지와 마지막 페이지를 빼면 나머지는 원작의 형식을 충실히 그대로 따르고 있다. 이는 웹툰이 기존 그래픽 노블의 스캔 파일을 바탕으로 아무런 변화 없이 만들어진 때문인 것으로 나타났다. 웹툰에서 두드러지는 것은 웹이라는 미디어의 용도에 맞도록 구성된 다양한 메뉴와 내비게이션 인터페이스로 웹이 재매개의 하이퍼매개 특성을 반영하는 전형적인 미디어라는 것을 유감없이 드러낸다. 해당 시리즈의 권 이동과 각각의 페이지 이동 버튼이 있고, 다음 장으로 넘어가기 위해 키보드의 방향키를 조작하거나, 모니터의 전체화면으로 전환할 수 있는 버튼, 그리고 책갈피를 표시하는 버튼 등이 눈에 잘 띄도록 배치되어 있다. 웹툰은 이렇게 첫 페이지와 마지막 페이지를 제외하면 원작 그래픽 노블을 완벽하게 차용한 듯 보이지만, 웹의 형식에 맞게 잘 편집된 다양한 메뉴로 공격의 재매개 특징을 보인다.

영화는 대개 시나리오 각색의 과정에서 재매개의 논리가 정해지는데 원작에 충실할수록 비매개의 논리를 따르고, 원작과 거리를 둘수록 하이퍼매개의 논리를 따른다고 생각된다. 원작과 가까울수록 비교를 통하여 그 내용에 몰입할 수 있는 조건이 갖추어지고, 거리를 둘수록 다른 점들을 찾아내는 속성 때문이다. 이렇게 볼 때 <프리스트>는 후자에 속하는 대표적인 영화이며, 더욱이 기존의 영화와 다른 3D 테크놀로지를 기반으로 하기 때문에 단연코 하이퍼매개의 논리가 지배적이다. 일반적인 영화는 어둠 속에서 벽면 가득한 스크린을 통해 비매개의 논리를 실현할 수 있는 공간적 특징을 가지고 있지만, 3D 영화는 안경을 쓰고 본다는 독특한 인터페이스가 안경을 벗을 때까지 하이퍼매개를 유지하게 만든다. 또한 영화 초반부에 등장하는 형민우 작가에 대한 오마주로써의 애니메이션 오프닝 시퀀스는 3D 영화에 애니메이션을 입혔다는 차원에서 하이퍼매개를 더욱 깊게하는 역할을 수행한다. 이러한 차원에서 <프리스트>는 공격의 특징을 넘어 흡수의 특징을 강하게 나타내고 있는 것으로 분석되었다.



그림 1. <프리스트>의 2D(좌)와 3D(우) 이미지 비교

이러한 영화의 특징은 DVD나 블루레이를 통해 보이는 영상물에도 그대로 적용되어 나타난다. DVD는 3D 콘텐츠를 담을 수 없는 용량 때문에 일반적인 영화의 성격을 그대로 가지고 있지만, 블루레이의 콘텐츠를 3D TV에서 상영되면 3D 영화의 특징을 그대로 나타낸다. 특히 [그림 1]에서와 같이 블루레이의 경우 영화와 똑같은 3D 인터페이스를 구현한다는 특징을 가지고 있다. 3D화면과 더불어 관객이 안경을 쓰고 화면을 봐야한다는 상황이 일치한다. 다만, DVD나 블루레이 디스크 안에 포함되어 있는 부록 영상물들은 영화와 전혀 다른 새로운 콘텐츠로 재생되는 특징을 가지고 있다. 또한 DVD나 블루레이를 구성하는 메뉴 선택화면은 웹에서 볼 수 있었던 재매개 특징을 그대로 보여주고 있다. 따라서 DVD와 블루레이 영상물에서는 하이퍼매개의 논리를 따르면서 공격의 재매개 특징을 뚜렷하게 드러낸다고 볼 수 있다.

영화 포스터는 대개 영화와 연관성이 있는 이미지들을 중심으로 영화의 분위기를 대표적으로 나타내는 헤드라인 등의 텍스트와 감독과 배우들을 소개하는 텍스트 등으로 구성된다. 이는 포스터가 한 두 장의 이미지를 통해 전체적인 영화의 느낌을 광고하는 형식이라는 특성에 기인한 것이다. 따라서 포스터는 하이퍼매개의 논리에 따를 수밖에 없고, 대개 공격의 재매개 특징을 기반으로 한다고 볼 수 있다. 다만, <프리스트>의 포스터에서 아쉬운 점은 3D 영화의 포스터임에도 3D 느낌을 살려 좀 더 공격적이지 못했다는 점을 들 수 있다.

마지막으로 포스터의 인터넷 확장판으로 볼 수 있는 홈페이지에서는 여전히 웹이라는 특수성을 최대한 반영해 하이퍼매개의 논리를 충실히 따르고 있는 것으로 나타났다. 특히, 공식 사이트(priest-movie.net)에서는 영화에 기반한 온라인 게임을 비롯해 페이스북 페이지로 링크하거나 블로그를 따로 개설하는 등 다양한 콘텐

츠들을 포함하고 있다. 이는 재매개의 흡수의 특성을 잘 반영하고 있는 것으로 분석되었다.



그림 2. <프리스트>의 게임 화면

또한 전혀 새로운 장르로써 [그림 2]와 같이 <프리스트>의 홈페이지에 링크되어 있는 게임(priest moviegame.net)을 통해 하이퍼매개를 바탕으로 한 공격의 특징을 볼 수 있었다. 게임 화면은 3D와 2D 화면을 선택할 수 있을 뿐만 아니라 남녀 캐릭터를 선택하여 단계별로 뱀파이어들과 대전을 벌일 수 있다. 이 과정에서 영화와 흡사한 캐릭터가 등장하고 동일한 배경음악을 사용하면서 비매개 전략을 펼치는 것 같지만, 영화와는 전혀 다른 경험을 이용자에게 제공함으로써 궁극적인 하이퍼매개와 공격의 특징을 나타낸다고 볼 수 있다.



그림 3. <프리스트>의 다양한 버전들 이미지

이상에서 살펴 본 바와 같이 <프리스트>의 다양한 미디어 콘텐츠들은 [그림 3]과 같이 각각의 미디어별 재매개의 특징을 드러내며 자리 잡고 있음을 알 수 있었다. 이처럼 다양한 미디어로의 변환 과정에서 재매개의 여러 가지 특징들이 두드러지게 나타났으며, 각각의 미디어 목적에 맞는 재사용, 혼합 등의 재매개 특성들을 그대로 반영하며 모든 매개는 재매개가 될 수 있다는 논리를 충분히 확장하며 보여준 것으로 분석되었다.

2. 미디어별 관계와 특성

<프리스트>의 여러 미디어들의 재매개 논리와 특성을 살펴본 결과를 토대로 [그림 4]와 같은 관계도를 그려볼 수 있다. 결국, <프리스트>의 원본인 그래픽 노블을 중심으로 웹툰은 인쇄물과 HCI 양식을 빌려 하이퍼매개를 적극적으로 반영하는 공격의 특성을 반영하였고, 영화는 영화의 양식을 적극 반영하며 차용의 특성을 나타냈다. 이렇게 만들어진 영화는 다시 HCI 양식을 적극 차용하여 DVD와 블루레이의 콘텐츠로 다양한 메뉴들과 함께 공격의 특성을 적극적으로 드러냈다. 또한 영화는 인쇄물 양식을 빌려 포스터로 탄생되는 과정에서 공격의 특성을, 다시 포스터는 HCI 양식을 차용하여 홈페이지로 변환하는 과정에서 흡수의 특성을 명확하게 드러내는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 재매개가 볼터와 그루신(1999)이 비매개와 하이퍼매개를 왔다 갔다 하는(oscillation) 개념이라고 설명한 것을 입증한 결과이며, 이 과정에서 반드시 하나의 문화 인터페이스를 통해 전달되는 것이 아니라 여러 가지가 동시에 섞여 재매개가 나타나는 것을 볼 수 있었다.

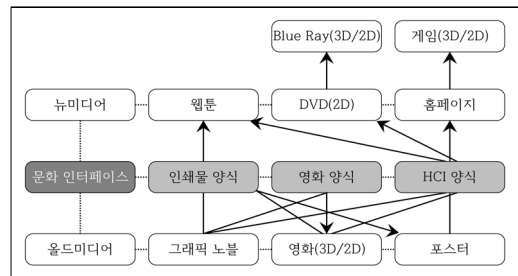


그림 4. <프리스트>의 재매개 관계도

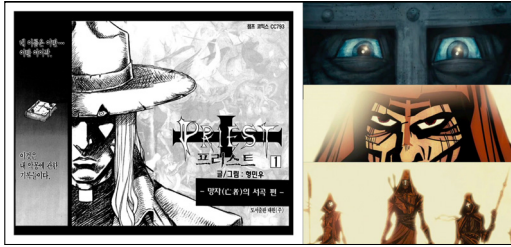


그림 5. <프리스트> 그래픽 노블과 영화 이미지

또한 분석의 과정에서 서로 다른 미디어의 특성들을 차용하고 확장하는 다양한 재매개 사례들을 볼 수 있었다. 대표적으로 영화는 오프닝 시퀀스에 원작자에 대한 오마주로써 [그림 5]와 같은 애니메이션을 삽입하고 있는데 형민우 작가의 스타일을 그대로 반영하며 강한 인상을 주고 있다. 이 과정에서 영화는 주로 재매개의 논리 중 비매개에 충실하도록 극장이라는 공간에서 보여 지는데, 이 애니메이션 부분은 3D 영화 안에서 애니메이션이라는 하이퍼매개의 강한 특성을 드러내는 특징을 보였다.

VI. 결론 및 제언

본 연구는 올드미디어인 만화 영역에서 그래픽 노블이라는 콘텐츠가 3D라는 전혀 새로운 테크놀로지로 무장했지만 여전히 올드미디어인 영화 콘텐츠로 재사용되는 최근의 현상에 주목하고 <프리스트>라는 대표적인 사례를 선정하였다. 그래픽 노블에서 영화로, 다시 웹툰과 DVD와 블루레이로, 그리고 영화 포스터와 홈페이지 등으로 다양하게 콘텐츠가 재생산되는 과정에서 문화 인터페이스에 따르는 재매개의 다양한 논리와 특성들을 파악하였다. 또한 일반적인 뉴미디어 장르에서 올드미디어 콘텐츠를 바탕으로 뉴미디어의 새로운 인터페이스가 적용되는 현상을 중심으로 여전히 재매개 이론이 그러한 현상을 바라보는 유용한 틀이 될 수 있는지도 검증하였다.

분석 결과 앞서 제시한 [그림 3]과 같은 다양한 재매개 현상들을 파악할 수 있었다. 연구에서 주목했던 대로 올드미디어인 그래픽 노블은 뉴미디어인 웹툰과 비

록 올드미디어지만 새로운 테크놀로지로 무장한 영화로, 또 영화는 HCI를 통해 더 새로운 DVD나 블루레이와 같은 뉴미디어로 확장되었으며, 영화를 바탕으로 올드미디어인 포스터와 뉴미디어인 인터넷 홈페이지의 콘텐츠로도 재생산되었다. 이 과정에서 재매개의 이중 논리인 비매개와 하이퍼매개가 서로 공존하며 경쟁하였고, 재매개의 특징인 차용, 공격, 흡수 등의 다양한 특징들도 서로 교차되며 나타났다. 따라서 재매개는 OSMU 현상들을 바라보는 유용한 분석틀로써 여전히 가치가 있으며, 특히 문화 인터페이스의 요소가 가미된 재매개는 더욱 유용한 틀이 될 수 있었음을 재차 확인할 수 있는 기회였다. 향후 새로운 미디어 테크놀로지와 인터페이스는 우리에게 전혀 새로운 경험을 가져다 줄 수 많은 올드미디어 콘텐츠들의 경쟁의 장이 될 것이다. 따라서 본 연구에서 주목하고 있는 문화 인터페이스와 재매개 요소들이 더욱 빛을 발하는 유용한 도구로 작용할 것이라 기대된다.

다만 분석과정에서 문화 인터페이스의 요소와 재매개의 추상적인 개념들을 정확하게 적용할 수 없었던 점은 연구의 가장 큰 한계점이었다고 생각한다. 그럼에도 이와 같은 연구들이 계속 반복하여 수행되면 나름대로의 전통으로 새로운 미디어를 바라보는 또 하나의 분석틀로 자리매김 할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 기존의 만화나 영화 등의 독립적인 미디어 분야에서의 연구들을 포괄적으로 다룰 수 없었던 한계점도 분명 가지고 있다. 비록 기호학이나 수사학, 또는 내러티브나 스토리 중심의 이론들을 다 아우를 수는 없었지만, 문화 인터페이스나 재매개의 개념들이 단지 시각적으로 드러나는 표현 양식들에만 집중했기 때문에 모든 개념을 포괄할 수는 없었다. 새로운 테크놀로지의 발전과 더불어 새로운 분야로 연구들이 계속 확대되고 그 안에서 본 연구가 가진 문제와 한계점들을 극복하고 발전할 수 있는 많은 연구들이 지속되길 기대해본다.

참고 문헌

- [1] 김미라, "DMB 전용 콘텐츠의 특성과 적합한 장

르 및 표현양식에 관한 연구”, 한국언론학보, 제52권, 제4호, pp.401-426, 2008.

[2] 김앵아, 강현주, “E-book의 활용에 따른 독서문화 변화의 특성 연구”, 한국출판학연구, 제37권, 제1호, 통권 제60호, pp.33-52, 2011.

[3] 류철균, 박나영, “컨버전스시대 UCC의 활용”, 한국콘텐츠학회논문지 '07, Vol.7, No.6, pp.89-98, 2007.

[4] 방지은, “인쇄만화와 드라마의 매체 특성 비교 연구”, 고려대학교 대학원 영상문화학 협동과정 석사학위 논문, 2007.

[5] 양승수, 이원섭, “뉴미디어 아트의 속성과 재매개 이론의 효용성에 대한 연구”, 한국디자인포럼, Vol.20, pp.77-92, 2008.

[6] 이승재, “온라인 게임에서 재매개되는 만화적 표현 연구: 국내 MMORPG를 중심으로”, 홍익대학교 영상대학원 석사학위 논문, 2009.

[7] 이재현, “MP3플레이어의 인터페이스와 시공간성”, 언론정보연구, Vol.44, No.1, pp.109-136, 2009.

[8] 이재현b, “멀티미디어로서의 ‘보이는 라디오’”, 언론과사회, 가을 제15권, 제3호, pp.71-96, 2009.

[9] 장지혜, “<이끼>를 통한 비주얼 구성 요소와 재매개 연구”, 경성대학교 대학원 언론홍보학과 석사학위 논문, 2011.

[10] 전희성, 최민수, “마이크로 블로그 커뮤니케이션의 특성에 대한 연구: ‘트위터’와 ‘미투데이’를 중심으로”, 한국디자인포럼, Vol.25, pp.165-174, 2009.

[11] 정용환, “현대예술 및 문화: 새로운 매체와 예술의 변화 - 발터 벤야민과 레프 마노비치의 매체미학”, 브레히트와 현대연극, Vol.22, pp.331-366, 2010.

[12] 정일형, “디지털 사진의 재매개화 연구: 디지털 사진관련 사이트를 중심으로”, AURA, Vol.19, pp.117-127, 2008.

[13] 조현주, “재매개 현상으로 본 동영상 UCC의 창의성에 관한 연구”, 한국디자인포럼, Vol.18, pp.161-174, 2008.

[14] 한혜원, 안보라, “디지털 게임에 나타난 자아와 세계의 상호작용 연구”, 어문학, Vol.104, pp.291-319, 2009.

[15] 홍재희, “컴퓨터 아트의 재매개에 관한 연구”, 원광대학교 대학원 조형미술학과 박사학위 논문, 2010.

[16] 황성진, “디지털 포토그래픽의 재매개적 특성 연구”, 동서대학교 디자인 & IT 전문대학원 석사학위 논문, 2009.

[17] L. Manovici, *The Language of New Media*, 서경신 옮김, 뉴미디어의 언어, (주)생각의 나무, 2004

[18] J. D. Bolter and R. Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, 이재현 옮김, 재매개: 뉴미디어의 재보학, 커뮤니케이션북스, 2003.

[19] 인터넷 네이버 영화 정보 - <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/basic.nhn?code=66506>

저 자 소개

정 일 형(II-Hyoung Chung)

정희원



- 1992년 2월 : 경희대학교 신문방송학과(정치학사)
- 1996년 8월 : 경희대학교 신문방송학과(광고석사)
- 2005년 8월 : 경희대학교 신문방송학과(언론학박사)

• 2006년 3월 ~ 현재 : 경성대학교 신문방송학과 교수
 <관심분야> : 멀티미디어 제작, 뉴미디어 테크놀로지