

제14강 이미지의 문제- 상품미와 영화

(1교시)

■ 대중문화의 미적 특성과 상품미

※ 학습목표

대중문화의 미적인 특성과 상품미에 대한 다양한 논점을 살펴본다.

▲ 포스트모던과 미디어의 우위

- ① 미디어의 우위는 포스트모던의 중요한 특징이다.
- ② 전통적 입장
 - 미디어는 독립적으로 존재하는 객관적 현실을 비추는 거울로 인식했다.
 - 고전적인 철학은 실체의 우위이다. 매체는 실체의 성격에 따라 바뀔 수밖에 없다.
- ③ 자유주의
 - 미디어는 사회적 리얼리티를 반영하는 도구라고 보았다.
 - 반대편에서는 사회적 리얼리티를 왜곡해서 표현하는 것이라고 비판한다.
- ④ 포스트모던
 - 리얼리티는 미디어라는 거울에 비친 세계로 인식한다.
 - 미디어 자체가 리얼리티에 대한 우리의 지각 방식을 규정하고 그 지각 내용이 현실 세계의 일부를 이룬다고 보았다.

▲ 이미지의 우위에 대해서

- ① 기호와 외양이 실체보다 우위에 있으며 기호적 가치가 사용 가치보다 우위에 선다.
- ② 시뮬레이션이 실체를 대체하고 실체는 하나로 통일, 기호와 외양은 다양화된다.
- ③ 다양한 취향의 문화가 등장하게 된다.

▲ 대중문화의 미적 특성에 대한 비판 배경

- ① 매체의 발전: 문화 영역의 기술에 대한 의존도 심화
- ② 문화 현상의 이미지화, 기호화 강화
- ③ 정밀한 기술을 동원하는 자본의 힘 강화
- ④ 미학적 기준에 대한 자본의 지배력 강화

▲ 삶의 심미화에 대해서

- ① 귀족문화가 대중문화 속에서 상품화 과정을 겪게 된다.
- ② 상품이 예술적 외피를 차용하여 예술의 과잉상태가 발생한다.
- ③ 소비는 심미적 삶을 추구하는 미덕, 절제는 고리타분한 삶의 방식으로 인식된다.
- ④ 소외된 노동에서 공허하게 흘러가는 자신의 삶을 의미 있게 메우고자 하는 욕구가 발생

하며 심미적 삶을 추구하는 토양이 형성된다.

⑤ 창조 활동이 아닌 수동적인 상품 소비를 통해 심미적 삶을 추구하는 한계에 머무른다는 점이 있다.

▲ 상품미의 지배에 대해서

① 이미지 광고에서 실현되는 아름다움이 상품미이다.

② 소비문화에 의해 감성이 왜곡되는 부분이 있으며 현대 도시는 상품미가 대중의 취미, 감성, 일상 문화를 형성하는 형태로 나타난다.

③ 상품미는 상품이 가지는 미적, 예술적 형식으로 기능한다.

④ 상품미는 예술미를 복제, 재조합한 성격을 가지고 있다.

⑤ 상품미와 예술미의 차이

-예술미: 정서를 표현하고 감성을 순화시켜 욕망으로부터의 해방을 지향한다.

-상품미: 선망과 질투를 통해 욕망의 즉각적 실현을 추동한다.

⑥ 반론과 재반론

-반론: 상품미가 대량 생산 예술로 기능하는 것이 예술의 대중화에 기여하고 대중의 삶을 풍요롭게 하는 것이 아닌가?

-재반론: 심오한 미적 체험을 목표로 하지 않고 단지 판매를 위한 유혹적 상품 생산일 뿐이다.

제14강 이미지의 문제- 상품미와 영화

(2교시)

■ 이미지에 대한 시대적 태도 변화

※ 학습목표

시대마다 이미지에 대한 태도가 어떻게 변화하고 논의되었는지 알아본다.

▲ 이미지에 대한 전통 철학의 태도

① 영화에 대한 고전적 입장

- 움직이는 이미지로서의 현실감에 경탄하였고 그 현실감은 가짜라는 것에 경멸하는 태도를 취하였다.

- 철학에서는 시각적 이미지에 대한 반감이 지배적이었다.

- 영화에 대한 철학적 평가가 반전되면서 시각적 이미지의 평가 또한 변화하게 된다.

② 고대 전통에서의 이미지

- 문자텍스트가 시각적 이미지보다 우위에 있었다.

- 문자텍스트는 지적인 통찰을 주지만 시각적 이미지는 지적 통찰을 줄 수 없다고 보았다.

③ 플라톤의 동굴의 비유

- 시각적 이미지를 낮게 보는 초기 토대를 보여준다.

- 3단계 구조: 동굴 벽에 비친 사물의 모형들이 만들어 낸 그림자 -> 사물의 모형 -> 동굴 밖의 태양 그 자체와 원래의 사물들 자체

- 가상에서 진리로 가는 진행방향을 말하며 어둠 -> 밝음, 모사물 -> 원본, 이미지 -> 실체의 과정에서 영화이미지는 가짜라는 사유 토대를 가지고 있었다.

- 가독성이 가시성보다 우위에 선다.

▲ 중세와 르네상스 시대의 이미지에 대한 태도

① 중세

- 가시성과 이미지는 지적 인식의 보조수단으로 생각하였다.

- 스테인드글라스: 신의 질서를 감각적으로 예시하는 사례로만 인정하였다.

- 문자 해독이 불가능한 대중에게 신의 섭리와 질서를 감지하도록 하기 위한 수단으로써 기능하였을 뿐 가시성 자체보다는 신학적 내러티브에 종속된 가독성의 대상으로만 존재했다.

② 르네상스

- 시각 예술의 부흥이 이루어진다.

- 시각 이미지의 독립성이 강화되나 개념에 의한 지배에서 벗어나지는 못한다.

▲ 19세기의 사진 기술

- ① 사진이 등장하면서 이미지에 대한 개념의 지배에 한계가 드러난다.
 - 사진은 주체의 의도와 사고를 넘어서는 측면이 항상 존재한다.
 - 일상적으로 감지되지 않던 미세한 측면, 낮은 시점, 눈으로 볼 수 없는 이미지 등
- ② 합리성의 결여나 부족을 사진의 본질로 보았으며 부정적 접근이 팽배했다.

▲ 현대의 이미지와 영화를 주목하게 하는 논점들

- ① 현대에 이르러 이미지가 철학의 진지한 주제로 나타난다.
- ② 영화의 특징은 시점의 해방이다.
 - 영화를 구성하는 쇼트에서 카메라의 각도, 거리 방향은 항상 변한다.
 - 시점의 변화는 주체의 변화이며 고정된 시점의 변화는 사유의 변화를 추동할 수 있다고 보았다. (본질주의 파괴)
- ③ 쇼트들은 일정한 방향으로 의미 작용하도록 구축되어 있음.
 - 영화는 어느 한 시점만의 대상을 보여주는 것이 아니라는 것을 보여줌으로써 개념적이고 체계적인 이야기를 구축한다.
 - 실제로 우리가 본 것은 무수히 많이 변화하는 이미지인데 말할 수 있는 것은 줄거리나 주제이다.
- ④ 영화는 보는 것(가시성) / 영화를 읽는다. (가독성)
 - 가시성이 은폐되고 왜곡되는 것이 문제가 된다.
- ⑤ 이미지의 힘이 극대화된 영화를 통해서 개념적 사유의 틀 밖에 팽개쳐진 대상에 대한 접근의 통로를 확보하고자 시각적 이미지의 새로운 시도가 이어진다.