

디지털 콘텐츠의 행위성과 네트워크의 의미에 관한 연구*

: <게티뮤지엄챌린지>를 중심으로

김보름**

국문초록

본 연구는 게티뮤지엄챌린지에 주목하여 라투르의 행위자 네트워크 이론을 통해 디지털 플랫폼의 기능과 역할 확장, 디지털 콘텐츠의 창작 주체와 의미, 유통과 향유 방식을 분석하는 것을 목적으로 한다. 라투르의 행위자 네트워크 이론은, 인간은 주체이고 기술과 물질은 객체라는 이분법적인 사고에서 벗어나 인간 행위자와 비인간 행위자의 상호 협력적 관계를 재인식하고 연결망의 생성과 변화를 강조한다. 게티뮤지엄챌린지는 ‘문제제기-관심유발-등록하기-동원하기’라는 번역의 과정을 통해 챌린지 참여자, 디지털 미술작품 콘텐츠, 작품의 일부분이 된 사물들, 재창작된 작품 콘텐츠, 이들을 연결해 주는 디지털 플랫폼, 감상자 등 인간 행위자와 비인간 행위자가 상호작용을 하고 이를 통해 네트워크를 형성함으로써 뮤지엄과 관람객이 만나는 방식과 내용을 근본적으로 변화시킨다. 이러한 변화는 디지털 플랫폼에서의 뮤지엄 콘텐츠의 창작과 전시, 감상과 체험, 공유에 대하여 새롭게 해석할 수 있는 시각을 제공해주고 있다.

주제어: 디지털 플랫폼, 뮤지엄 콘텐츠, 행위자 네트워크 이론, 게티뮤지엄챌린지

* 본 연구는 한성대학교 학술연구비 지원과제임.

** 한성대학교 문학문화콘텐츠학과 조교수. brkim@hansung.kr

제출일(2023년 5월 10일), 수정일(2023년 6월 13일), 게재확정일(2023년 6월 27일)

I. 서론

코로나 19로 인한 전 세계적인 팬데믹 상황은 디지털 플랫폼의 새로운 가치를 인식할 수 있게 해주었다. 물리적 이동이나 접근이 자유롭지 못하던 팬데믹 시기에 디지털 플랫폼은 사람과 사람을 이어줄 뿐만 아니라 접근이 불가능했거나 관심의 대상이 아니었던 디지털 콘텐츠를 보다 쉽게 접하고 적극적으로 활용할 수 있게 함으로써 그 의미와 가치를 새롭게 발견하게 되었다.¹⁾

대표적인 예로 소셜미디어를 통해 진행되었던 다양한 챌린지 이벤트들이 있다. 틱톡에서 선풍적인 인기를 끌었던 뮤지션 지코의 아무노래 챌린지(#아무노래챌린지)나 꿈빛 파티시엘 챌린지(#꿈빛파티시엘챌린지)는 디지털 플랫폼에서 콘텐츠를 제작하고 공유하는 새로운 트렌드를 형성하였고 이후에 이어진 수많은 챌린지 이벤트들도 대중적 인기를 끌면서 챌린지 피로감이라는 단어가 생겨나기도 했다. 일상에서의 디지털 플랫폼의 기능과 역할 확장은 콘텐츠 창작 주체의 대상과 역할, 유통과 향유 방식 등 콘텐츠 생태계 전반에 대한 인식과 관습을 바꾸어 놓았으며, 나아가 기술적 수단에 대한 새로운 시각을 요구하고 있다. 이러한 접근은 인간이 만든 디지털 기술이 인간에 의해 일방적으로 사용되는 위치에 머무는 것이 아니라 디지털 기술이 인간과 대등한 관계의 행위자로서 인간의 행위에 영향을 주고 인간과 함께 생태계를 만들어가는 가능성을 제시해준다.

과학인문학의 창시자로 불리는 라투르²⁾의 행위자 네트워크 이론(ANT: Actor-Network Theory)은 디지털 플랫폼에서의 다양한 상호작용과 연결된 관계들을 이해하고 해석하는데 유용하다. 물리적 공간에서의 전시와 관람 활동을 주로 해왔던 뮤지엄들이 소셜 미

1) 세계보건기구(WHO)는 2023년 5월 4일 COVID-19 바이러스 변이의 심각성이 낮고, 확진자의 발생 추이가 감소하고 있는 점, 코로나19의 유행이 예상하지 못하는 위험을 초래하지 않다는 점, 나아가 의료 대응이 가능하다는 점을 제시하며 국제적 공중보건 비상사태(PHEIC)를 해제하였다. 이는 비상위원회가 1차 성명서를 발표한 2020년 1월 23일 이후 약 3년 4개월 만의 일이다.([Statement on the fifteenth meeting of the IHR (2005) Emergency Committee on the COVID-19 pandemic]

[https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-\(covid-19\)-pandemic](https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-(covid-19)-pandemic). 검색일자: 2023년 05월 07일)

2) 브뤼노 라투르(B. Latour, 1947~2022)는 철학자이자 사회학자이며 인류학자이다. 철학자로서의 자신의 정체성을 강조한 라투르는 부르그뉴(Bourgogne)대학에서 신학과 철학을 공부하고, 투르(Tours)대학에서 철학으로 박사학위를 받았다. 1970년대 서아프리카 코트디부아르(Cote d'Ivoire)의 프랑스로 과학연구소에서 군복무를 하는 동안 과학과 기술에 대한 인류학적 연구에 관심을 두게 되었는데, 이후 미국 캘리포니아 소크 연구소(Salk Institute)에서 영국의 과학사회학자인 스티브 울거(Steve Woolgar)와 함께 그의 대표작인 '실험실 생활'(1979)을 출간한다. 프랑스로 돌아온 라투르는 파리 국립광업대학의 혁신사회학센터(CSI)에서 교수로 근무하면서 과학사회학자인 미셸 칼롱(Michel Callon), 존 로(John Law)와 '행위자 네트워크 이론(Actor-Network Theory) 이론을 정립하였다.(김홍중, 「21세기 사회이론의 필수통과지점: 브뤼노 라투르의 행위 이론」, 『사회이론』 제43권, 한국이론사회학회, 2022, 12-13쪽.)

디어 등의 디지털 플랫폼을 통해 관람객과 만나는 현상은 인간 행위자와 기술과 같은 비인간 행위자가 서로 영향을 주며 연결되어 있다는 라투르의 이론으로 해석해볼 수 있다. 게이미피케이션의 게이미피케이션챌린지는 단순히 팬데믹 시대의 불가피한 조건 속에서 이루어진 일회성 이벤트가 아니라 이제까지의 뮤지엄과 관람객이 만나는 방식과 내용을 근본적으로 바꾸어 놓았다. 뮤지엄에서 전시되는 작품을 창작할 수 있는 주체는 누구이며, 뮤지엄에서의 감상과 체험이란 무엇인지, 나아가 체험적 관점에서 어떻게 관람객의 경험과 학습을 극대화시킬 수 있을 것인가에 대해 ANT는 디지털 플랫폼에서의 콘텐츠 창작과 전시, 공유와 감상 행위를 새롭게 해석할 수 있는 시각을 제공해준다. 일반적으로 뮤지엄에서의 관람은 예술가가 창작한 작품이 전시되어 있는 전시공간에 방문한 관람객이 작품을 직접 보고 감상함으로써 지식과 경험을 얻게 되며 이를 통해 이해의 폭을 넓혀나가는 활동이었다. 뮤지엄의 디지털 기술 수용과 소셜미디어를 활용한 커뮤니케이션 활동은 콘텐츠 창작과 감상에 대한 새로운 경험을 가져왔을 뿐만 아니라 물리적인 뮤지엄 공간에서의 체험활동에 대한 보조적 역할에서 나아가 시공간을 초월한 차원에서의 경험을 가능하게 만들어 주었다는 점에 의미가 있다. 이처럼 새롭게 등장한 뮤지엄에서의 경험에 대해 라투르의 행위자 네트워크 이론은 인간과 기술이라는 전혀 이질적인 두 행위자 간의 하이브리드 활동이라는 측면에 주목한다.

행위자 네트워크 이론을 접목하여 디지털 콘텐츠를 분석한 대표적인 연구로는 인스타그램 포스팅을 분석하여 도시공간을 향유하는 궤적을 추적한 연구, 샌드박스게임과 소셜미디어를 대상으로 뮤지엄과 관람객의 네트워크를 분석한 연구, 구글의 아트앤컬처를 뉴 뮤지엄으로 정의하고 인간과 비인간 행위자들의 상호소통을 통한 뉴 뮤지엄의 개념 변화를 분석한 연구, 뮤지엄 관계망의 유동성에 초점을 맞춰 뮤지엄 관람객의 행위성과 디지털 기술 간의 관계를 살펴본 연구가 있다.³⁾

그 동안 디지털 콘텐츠에 대한 개념과 범주에 대해서는 다양한 논의가 전개되어 왔다. ‘디지털콘텐츠’의 의미 형성과정을 살펴보고 개념과 범주를 논의한 연구에서는 ‘디지털콘텐츠’의 의미를 기술적이고 산업적 측면에서 디지털에 귀속된 내용물로 보는 이해, 국가 주도의 산업육성 정책을 위한 경제중심의 정의, 인문학의 확장된 의미모로서의 대안적 개념으로 설명하였다. 하지만 ‘디지털콘텐츠’라는 의미가 현상적 측면에만 기대어 기술적이고 산업적인 측면으로만 접근하고 있음을 문제로 제시하면서 디지털에 기인한 생성 여부, 제작 과정에서의 디지털 개입 여부, 사회문화적 맥락으로의 접근, 상호작

3) 이수안, 「도시공간 향유의 인스타그램 분석과정에 대한 행위자네트워크 이론적 해석」, 『사회사상과 문화』 제20권 1호, 동양사상학회, 2017. 김솔이·김영호, 「디지털 매체를 활용한 뮤지엄 네트워크 사례-‘틱톡’과 ‘샌드박스게임’의 활용을 중심으로」, 『박물관학보』 제42권, 한국박물관학회, 2022. 김수진, 「행위자-네트워크 이론으로 살펴보는 박물관: 뮤지엄을 둘러싼 인간/비인간 행위자의 끊임없는 ‘번역」, 『박물관학보』 제39권, 한국박물관학회, 2020. 최경희, 「행위자-네트워크 이론(ANT)을 통한 뉴 뮤지엄의 변화 연구 - ‘번역’ 과정을 적용한 ‘아트앤컬처’ 사례 분석」, 『한국과학예술융합학회』 제39권 5호, 한국전시산업융합연구원, 2021.

용적 디지털의 속성 등 다층적 접근의 필요성을 제안하였다.⁴⁾ 본 연구에서는 이러한 디지털 콘텐츠의 개념과 범주에 대한 다층적 접근 가능성을 전제로 하여, 디지털 콘텐츠 범주 가운데 뮤지엄 챌린지 콘텐츠로 제한하여 분석하였다. 이에 인간이 비인간 사물에 게 영향을 주는 것처럼 비인간도 인간에게 영향을 주고, 이로써 동맹의 네트워크 관계가 형성된다는 프랑스 철학자 라투르의 이론을 바탕으로 뮤지엄 챌린지 콘텐츠의 네트워크 형성 과정과 네트워크에 연결된 각 행위자들의 역할이 의미하는 바가 무엇인지 살펴봄으로써 뮤지엄 경험에 대한 확장된 시각을 제시하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 뮤지엄의 변화와 디지털 플랫폼에서의 참여의 의미

국제박물관협회(ICOM: International Council of Museums)는 코로나 팬데믹 때문에 3년 간 중단되었던 총회를 2022년 9월 25일 체코 프라하에서 다시 개최하면서, 다양성과 지속가능성을 강조한 새로운 뮤지엄 정의를 다음과 같이 정리하여 발표하였다.⁵⁾

“뮤지엄은 유무형 유산을 연구, 수집, 보존, 해석, 전시하는 비영리 상설 사회서비스 기관이다. 대중에게 개방되며 접근성과 포용성을 갖춘 뮤지엄은 다양성과 지속 가능성을 증진한다. 뮤지엄은 지역사회의 참여와 더불어 윤리적이고 전문적으로 운영하고 소통하면서 교육과 즐거움과 성찰과 지식 공유를 위한 다양한 경험을 제공한다.”

이는 15년 만에 수정된 정의다. 앞서 2019년 교토 총회에서 새로운 정의가 제안되었으나 급진적이고 정치적이라는 이유로 부결된 바 있다. ICOM의 뮤지엄 정의는 그동안 뮤지엄을 둘러싼 여러 가지 환경 변화에 대응하여 꾸준히 변해왔다. 특히 2004년 서울에서 개최된 ICOM 총회에서는 뮤지엄에서 수집, 보존, 연구, 소통, 전시의 대상으로 다루는 인류 유산의 개념을 유형(tangible) 유산에서 무형(intangible) 유산으로까지 확장하기 위한 논의가 이루어졌다. 그 결과 2007년 빈에서 개최된 ICOM 총회에서는 뮤지엄이 다루는 유산의 범위를 유형 유산과 더불어 무형 유산까지 포함함으로써 그 범위를 크게 확장하였다. 이에 따라 뮤지엄에서 다루는 인류 유산에는 음악, 공연, 요리법 등 유형 유산으로 남기기 힘든 다양한 형태의 무형 유산이나 오브제를 비롯하여 디지털 콘텐

4) 이종훈·변성광, 「디지털콘텐츠’의 의미 형성과정과 실제적 이해」, 『인문콘텐츠』 제13권, 인문콘텐츠학회, 2008.

5) [Museum Definition], <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>, (검색일: 2023년 05월 07일)

츠까지도 포함될 수 있는 근거가 마련되었다.⁶⁾ 이제는 뮤지엄이 디지털 콘텐츠를 수집하여 물리적 공간에서 전시하는 것뿐만 아니라 디지털 플랫폼을 통해 디지털 콘텐츠를 수집하고 보존하고 연구하고 소통하고 전시하는 것까지 그 역할을 적극적으로 확대하고 있다. 아울러 뮤지엄과 관람객은 디지털 플랫폼을 통해 상호 연결됨으로써 다양성과 자율성을 바탕으로 하는 관람객의 전시 참여 기회가 확대되었다.⁷⁾

뮤지엄 개념 확장과 정의에 대한 변화는 ICOM과 같은 현장뿐만 아니라 학술적인 측면에서도 꾸준히 논의가 이루어져왔다. 이에 대해서는 학자마다 다양한 논점을 제기하고 있지만 공통적인 특징을 살펴보면 뮤지엄 1.0세대는 소장품 수집과 전시 중심의 전통적 기능에 집중하는 양상을 나타낸다. 뮤지엄 2.0세대는 뮤지엄의 다층적인 정체성과 참여자의 주체성을 강조하면서 참여, 소통, 공유에 의한 상호작용에 주목한다. 뮤지엄 3.0세대는 2.0세대의 특징인 소통을 보다 강조하고 발전시켜 참여자 중심의 뮤지엄, 경험 중심의 뮤지엄의 모습을 나타낸다. 마지막으로 뮤지엄 4.0세대에는 디지털 기술의 고도화에 따른 개인별 맞춤형 경험을 중요시하면서 뮤지엄 오픈소스를 활용하여 참여자가 창작자로서의 역할로 확장해가는 현상에 주목하는 특성을 나타낸다.⁸⁾ 특히 최근의 IT 기술 발전과 소셜미디어 활용 확대와 더불어 뮤지엄은 작품에서 관람객으로, 일방적인 정보 전달에서 참여와 체험으로 주된 역할 범위를 변화시켜 나가면서, 동시에 교육과 서비스 기능을 확장하고 참여자들의 능동적 참여와 체험을 중요시함으로써 뮤지엄에 대한 사람들의 사회적 인식도 달라지고 있는 것을 알 수 있다.⁹⁾ 뮤지엄의 개념과 관련한 또 다른 시각으로는 인터넷 등장 등 기술 변화에 따른 이른바 가상 뮤지엄(virtual museums)의 변화 과정에 주목하는 주장도 있다. 1세대는 뮤지엄 안내, 전시 소개, 소장품의 디지털화 등의 아카이브와 정보전달이 주된 역할이었다면, 2세대에서는 가상 수단을 활용한 상호작용이 가능해지면서 관람객의 참여 및 소통이 용이해지고 온라인 콘텐츠를 활용한 다양한 교육 활동이 가능해졌다. 3세대에서는 참여자의 작품 수집, 기획, 제작 등 자율적이고 주체적인 활동이 가능해졌는데 이로써 뮤지엄과 참여자가 협력관계로 진화하게 되었다.¹⁰⁾

6) [224 YEARS OF DEFINING THE MUSEUM],

https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/12/2020_ICOM-Czech-Republic_224-years-of-defining-the-museum.pdf,

(검색일자: 2023년 05월 07일)

7) 김보름·용호성, 「포스트 코로나 시대 뮤지엄 온라인 전시 유형에 관한 연구」, 『문화산업연구』 제20권 3호, 한국문화산업학회, 2020, 102쪽.

8) M. Walhimer, "Museum 4.0 as the future of STEAM in museums", *The STEAM Journal*, Vol. 2, No. 2, 2016, pp.1-11.

9) E. Hooper-Greenhill, "Changing values in the art museum: Rethinking communication and learning", *International Journal of Heritage Studies*, 2000. Vol. 6, No. 1, pp.9-28.

10) B. Ainsworth, et al., "The Monash Museum of Computing History." *ACM SIGCSE Bulletin*, Vol. 40, No. 2, 2008, pp.31-34.

[표 1] 뮤지엄의 변화 과정과 특성¹¹⁾

구분	특성	시기 구분 및 대표 사례	주요 내용
뮤지엄 1.0	호기심의 캐비닛	- 기원전 530년~1899년 전시 및 연구를 목적으로 소장품 수집 1660년 공공적 성격을 지닌 첫 뮤지엄 등장	- 수집가 취향 기반 - 소장품 중심의 정적인 전시 디스플레이
뮤지엄 2.0	상호작용 뮤지엄	1899년 교육적 역할을 하는 브록클린 어린이 뮤지엄 개관 - 상호작용 기능 강조	손으로 만질 수 있고 조작가 능한 핸드온(Hands-On) 전시
뮤지엄 3.0	개방적이고 구성주의에 기반을 둔 뮤지엄	1969년 샌프란시스코 과학관 개관 - 구성주의에 기초한 전시로 다층적이고 탐구적인 학습 수행	- 개방형의 다층적 접근 - 방문자 중심 - 비형식적 교육과 소통 장려
뮤지엄 4.0	물리적 공간과 디지털 플랫폼의 뮤지엄	1987년¹²⁾부터 현재까지 - 시애틀 퍼시픽 사이언스 센터가 의미론적 뮤지엄(Semantic Museum)으로서 방문객 맞춤형 전시 개최	- 데이터 기반 관람객 맞춤형 경험 제공 - 온오프라인의 융합적 경험

뮤지엄 2.0 이래로 방문자의 참여와 경험이 중요하게 부각되는 가운데 니나 사이먼은(Nina Simon)은 뮤지엄의 참여적 경험을 콘텐츠가 중심이 되어 콘텐츠와 방문자, 방문자들간의 상호교류를 통한 네트워크로 이루어지는 것으로 설명한다. 참여적 경험은 “나로부터 우리로(me-to-we)” 향하는 것이며 “나로 시작된 개인적 경험에서 우리의 집합적 참여”로 확대되는 것으로 정의한다. 이러한 참여적 경험에 대해서는 방문자가 콘텐츠에 접근하는 1단계, 방문자 개인이 행동이나 질문을 통해 콘텐츠와 상호작용하는 2단계, 방문자 개인과 콘텐츠와의 상호작용이 그룹 속에서 확인되는 3단계, 방문자가 다른 방문자나 뮤지엄 운영자와의 교류를 통해 콘텐츠와 관련된 내용을 공유하는 4단계, 뮤지엄이 사회적 장소로 인식되면서 다른 사람들과의 교류로 의미와 가치를 확인하는 5단계로 구분할 수 있다.¹³⁾ 뮤지엄에서의 참여적 경험은 물리적인 공간으로 한정하지 않고

11) 본 연구에서 제시한 뮤지엄의 변화 과정과 특성은 Walhimer이 제시한 뮤지엄의 진화 단계를 참고하여 재구성하였다. Walhimer는 뮤지엄을 4세대로 구분하고, 뮤지엄 4.0에 대해 사용자(관람객 혹은 방문자를 의미하는 ‘visitor’가 아닌 디지털 플랫폼에서 주로 제시되는 사용자 혹은 이용자를 뜻하는 ‘user’라는 단어를 사용함으로써 뮤지엄을 물리적인 공간에서 디지털 공간으로 확장하고 있음을 알 수 있다.)의 관심사, 지식 및 기술에 맞게 맞춤형 개방형 커뮤니티 기반의 체험이 이루어지는 곳으로 정의하였다. 뮤지엄이 4.0 모델로 진화함에 따라 오늘날의 뮤지엄은 획일적인 위치에서 유연하고 민첩한 커뮤니티 중심으로 변화하였으며, 고정된 결과물이나 단일 장소의 물리적 제약이 없어졌다고 주장하였다.(M.Walhimer, op. cit., p.1-3.)

12) Walhimer는 시애틀의 과학박물관인 Pacific Science Center에서 방문객이 자신의 정보를 입력하면 맞춤형 전시가 제공되었던 1987년을 뮤지엄 4.0의 시작으로 제시하였다.

13) 니나 사이먼은 각 단계의 참여적 경험이 반드시 순차적으로 이루어지는 것은 아니며 여러 단계를 동시에 경험할 수도 있다고 설명하고 있다.(니나 사이먼, 이흥관·안대웅 옮김, 『참여적 박물관』, 연암서가, 2015, 62쪽.)

공간의 개념을 확장하여 디지털 플랫폼까지 적용할 수 있으며 뮤지엄의 디지털 콘텐츠가 중심이 되어 콘텐츠와 참여자, 참여자와 다른 참여자, 나아가 참여자와 뮤지엄 간의 네트워크를 형성할 수 있다. 나로부터 시작된 개인적 경험을 뮤지엄 홈페이지나 소셜미디어 같은 디지털 플랫폼에 업로드하고 공유하는 행위 혹은 해시태그를 달거나 리트윗하는 행위를 통해 ‘나’가 아닌 ‘우리’의 집합적 참여가 가능해진다.

2019년 시작된 코로나19라는 전례 없는 팬데믹 상황에서 전 세계 뮤지엄들은 기약 없는 휴관을 결정할 수밖에 없었고, 이는 가상 뮤지엄과 같은 뮤지엄의 디지털 플랫폼 및 콘텐츠 활용을 가속화했다. 대표적으로는 뮤지엄 소장품을 디지털화하여 홈페이지에서 감상할 수 있도록 하거나, 큐레이터의 전시설명 영상을 유튜브에서 시청할 수 있도록 하고, 소장품 관련 자료와 뮤지엄 정보를 인스타그램, 페이스북 등 소셜미디어에서 공유한 사례들이 있다. 이외에도 전시를 가상공간에서 구현하여 미술작품을 스페이셜과 같은 메타버스 플랫폼에서 감상할 수 있도록 하기도 했다.¹⁴⁾ 이러한 디지털 플랫폼에서의 전시 콘텐츠 활용은 팬데믹으로 인한 뮤지엄의 일시적 휴관 이전에도 뮤지엄 온오프라인 공간에서 다양하게 이루어져왔지만, 팬데믹 상황에 따른 대안 없는 선택의 상황을 계기로 뮤지엄들의 다양한 시도가 이루어졌으며 뮤지엄의 재개관 이후에도 지속적으로 확장되었다. 뮤지엄의 디지털 플랫폼 활용은 소장품에 대한 접근성과 전시 해석의 자율성을 향상시키고 참여자들에게 시공간적 경험의 확장을 가져다주었다.¹⁵⁾

2. 행위자 네트워크 이론

브뤼노 라투르(Bruno Latour)가 미셸 칼롱(Michel Callon), 존 로(John Law)와 함께 연구하고 제시한 행위자 네트워크 이론(ANT: Actor–Network Theory)은 인간 행위자와 더불어 비인간 행위자에 주목한다. ANT에서 행위자(actor)는 “어떤 행위를 하는 실체들(entities that do things)”로 정의하는데(홍성욱 2018;127), 인간과 비인간을 구분하지 않고 인간과 비인간을 “대칭성(symmetry)”을 갖는 동등한 주체적 행위자로 간주한다. ANT에서는 행위자 대상 그 자체보다도 행위자들 간의 네트워크에 의미를 두고 서로 다른 행위자들이 어떻게 연결되어 있고 상호관계를 어떻게 형성해 나가는지에 대해 관심을 갖는다.¹⁶⁾ 따라서 ANT의 핵심은 인간뿐만 아니라 기술이나 물질과 같은 비인간도 행위자가 될 수 있다는 점이며 비인간 행위자를 인간 행위자와 동등한 행위성

14) 구체적인 내용은 가상 전시공간을 가상성과 상호작용성을 기준으로 9개의 유형으로 구분하고 각각의 특성을 살펴 본 논문을 참고할 수 있다.(김보름·용호성, 「가상 전시공간의 유형별 특성과 함의」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제22권 8호, 한국디지털콘텐츠학회, 2021, 1306쪽.)

15) 김보름·용호성, 「뮤지엄에서의 NFT 활용 현황과 전망」, 『박물관학보』 제42권, 한국박물관학회, 2022, 34쪽.

16) B. Latour, 「To modernize or to ecologize? That's the question」, N. Castree·B. Willems-Braun, *Remaking Reality: Nature at the Millenium*. London & New York: Routledge, 1998, pp.221-242.

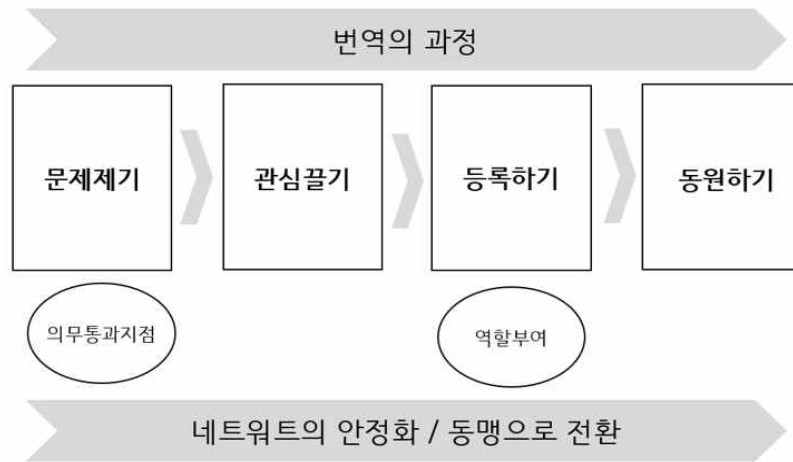
(agency)을 가진 행위자로 보는 것으로 이해할 수 있다. 흥미로운 점은 ANT 이론에 따르면 인간이 수행하는 것으로 알았던 어떠한 사실이 실제로는 기술과 같은 비인간 행위자가 그 역할을 수행하는 것이다. 이러한 행위들을 통해 네트워크가 형성되고 인간 행위자와 비인간 행위자가 서로 영향을 주고받으며 공진화(co-evolution)가 일어나게 된다. 인간 행위자와 비인간 행위자가 함께 구축한 네트워크는 일시적인 집합체(collective)로서 생성, 유지, 안정, 소멸 등의 다양한 변화를 거치게 된다. 따라서 고정된 네트워크는 있을 수 없으며, 행위자들의 협력과 힘겨루기(trials of strength), 모방과 간섭 같은 상호작용으로 인하여 네트워크의 강도가 높아지기도 하고 낮아지기도 하면서 네트워크가 끊임없이 변화하고 계속 진행된다.¹⁷⁾

ANT에서 번역(translation)은 행위자들이 네트워크를 구축하는 과정을 의미하는 것으로, 이 과정에서 행위자들은 각자 모순된 이해관계를 수정하고 공동으로 목표하는 이익과 의도에 부합하도록 상호 치환(displacement)하는 행위가 일어나는데, 행위자들은 다양한 상호작용 과정을 통해 서로 영향을 주고받으며 새로운 의미와 가치를 생성해나간다. ANT에서의 번역 과정은 1) 문제제기(problematization), 2) 관심끌기(interessment), 3) 등록하기(enrollment), 4) 동원하기(mobilization)의 4단계로 이루어진다. 첫째, 문제제기는 어떤 행위자가 직면한 문제를 진단하고 다른 행위자에게 문제 해결을 제안하는 단계이다. 이때 행위자는 수사적 방법을 활용하여 다른 행위자가 자신이 속한 네트워크에 편입될 수 있도록 새로운 화두를 던진다. 문제제기 단계에서는 모든 행위자의 동의를 바탕으로 공동의 목표를 정의하는, 이른바 의무통과점(obligatory passage point)을 설정하게 된다.¹⁸⁾ 둘째, 관심끌기는 다른 행위자가 또 다른 네트워크나 동맹에 의해 방해받지 않도록 하기 위해, 그들이 얻을 수 이익을 제시하고 이해관계를 부여함으로써 그 관계를 보다 확고하게 만들어 나가는 단계이다. 셋째, 등록하기는 행위자들에게 역할을 부여함으로써 네트워크가 보다 실제적인 동맹으로 형성되는 단계이며 넷째, 동원하기는 동맹을 대표하는 대변인이 등장함으로써 더 많은 행위자들이 참여할 수 있도록 독려하고 적극적인 활동이 펼쳐지는 단계이다.¹⁹⁾

17) 박성우·신동희, 「ANT(행위자-네트워크이론)를 통한 사회문화 현상에 대한 새로운 담론분석」, 『문화예술교육연구』 제10권 2호, 한국문화교육학회, 2015, 7쪽.

18) 의무통과점은 문제제기 단계에서 한 행위자가 네트워크에 다른 행위자를 끌어들이는 것이 성공하면서 이후 네트워크에 연결된 행위자들의 행위의 기준과 방향 제시되는데 이를 의무통과점이라고 한다. 행위자가 의무통과점을 거치면 네트워크에 역할을 등록하고 동원되는 다음 단계 번역의 과정으로 연결된다. 기존의 네트워크가 교란되고 새로운 네트워크로의 포섭을 위해서는 의무통과점을 선점함으로써 새로운 네트워크에 의존하도록 하도록 하고 더 많은 행위자들이 연결될 수 있도록 치환하는 것이 필요하다. 따라서 이러한 의무통과점에서는 목표를 성취하기 위한 자원 확보 및 통제를 위한 전략이 필요하다. (김진택, 「행위자 네트워크 이론(ANT)을 통한 문화콘텐츠의 이해와 적용-공간의 복원과 재생에 대한 ANT의 해석-」, 『인문콘텐츠』 제24권, 인문콘텐츠학회, 2012, 12쪽.)

19) Callong, M., "Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St. Brieuc Bay" *The Sociological Review*, Vol. 32, No. 1, 1984, pp.196-233.



[그림 1] ANT에서 번역의 과정²⁰⁾

번역의 과정에 있어서는 이름 없는 ‘행위소(actant)’가 다양한 시험을 통해 하나의 ‘행위자’로 출현하는 과정을 주목해서 살펴볼 필요가 있다. 라투르는 자신의 저서 『판도라의 희망』에서 젖산 발효의 예를 들며 행위소가 행위자로 출현하는 과정을 설명한다.²¹⁾ 오늘날 유제품 등 다양한 발효를 위해 사용되고 있는 젖산 발효 효모는 파스퇴르의 발견 이전에는 단순히 이름 없는 행위소인 ‘어떤 물질’에 불과했다. 하지만 파스퇴르 실험실에서의 이 ‘어떤 물질’은 연속적 시험 과정에서 용액을 탁하게 하거나 침전물을 만들고 점성을 갖게 하는 등 발효를 촉진하는 다양한 수행(performance)을 하며 자신의 존재를 드러낸다. 실험실의 인간 행위자인 파스퇴르는 이 ‘어떤 물질’로부터 이러한 능력(competence)을 추출하고 ‘젖산 발효 효모’라는 이름을 명명함으로써 젖산 발효 효모의 다양한 발효 행위들을 정의해 나간다. 이로써 이름 없는 행위소였던 ‘어떤 물질’은 하나의 독립적인 행위자인 ‘젖산 발효 효모’로 출현하게 되는데, 이는 인간과 비인간 간 상호교환의 협력적 네트워크에 의해 이뤄진 것으로 볼 수 있다. 그러나 파스퇴르의 시험 설계가 아무리 완벽하게 이루어졌다 하더라도 비행위자 발효 효모가 존재를 드러내지 않으면 실험실의 시험은 실패로 돌아가기 때문에 파스퇴르의 명성은 물론이고 젖산 발효

20) 번역의 과정에서 새로운 행위자가 네트워크에 유입되기도 하고 기존 행위자가 네트워크를 끊고 이탈하기도 한다. 그뿐만 아니라 한 행위자는 동시에 여러 네트워크에 연결되기도 한다. 번역의 과정에서 네트워크는 점차 강력해져서 일시적으로 안정화되는 상태가 되기도 하는데 행위자들이 힘으로 서로를 견제하여 구조적인 권력화가 일어남으로써 네트워크가 공고해지는 “블랙박스” 상태가 되기도 한다. 그러나 행위자들이 점진적으로 역할 수행을 하지 않음에 따라 네트워크는 점차 약해져 가며, 더 이상 네트워크에 새로운 행위자도 유입되지 않고 행위자들이 아무 역할도 수행하지 않는다면 마침내 네트워크는 소멸된다. 이러한 번역의 과정은 들뢰즈의 아상블라주(assemblage) 이론의 해체와 조립, 결합이라는 개념과도 맞닿아 있는 것을 알 수 있다.(박성우·신동희, 앞의 글. 112쪽)

21) 브뤼노 라투르, 홍성욱 옮김, 『판도라의 희망』, 휴머니스트, 2018. pp.187-200.

효모의 존재도 세상에 알려지지 않게 된다. 이는 다시 말해 파스퇴르라는 인간 행위자도 실험에서 중요하지만 젖산 발효 효모라는 비인간 행위자도 중요하다는 것을 의미한다.²²⁾

행위자들이 각자의 역할을 성공적으로 수행하고 네트워크가 안정화되면 블랙박스(Black box) 상태에 이르게 된다. 원래 항공기의 운항 상태나 교신 내용 등을 기록하는 장치인 블랙박스는 항공기가 일상적이고 안정적인 상태에서는 그 존재를 인식하지 못하지만 항공기 사고가 발생하면 비로소 그것을 열어서 사고에 대한 중요한 단서를 제공하는 역할을 한다. 이처럼 ANT에서의 블랙박스도 네트워크가 안정화되어 그 과정에 참여하는 행위자들이 행위자와 네트워크의 존재 가치와 역할 의미를 인식하지 못하는 상태이며, 블랙박스를 열어보는 역번역의 과정을 통해 행위자들의 존재 가치와 역할의 의미를 상기시킬 수 있다.²³⁾ 이러한 번역 과정에서는 행위자들 간의 강한 연결을 통해 동맹(alliance)이 나타난다. 라투르는 자신과 같은 학자도 학계, 출판계, 대학(제도), 학생과 추종자, 기관 등 다양한 행위자들과 동맹을 맺게 되는데, 동맹에서 특정 행위자가 네트워크에 절대적 권력을 행사할 수 없으며, 동맹에 있는 어떠한 한 행위자가 동맹에 있는 모든 행위자를 정확하게 파악하는 것도 불가능하다고 주장한다. 또한 동맹은 해체될 수도 있고 다른 행위자들과의 관계맺음을 통해 또 다른 동맹으로 바뀔 수 있다고 설명한다.²⁴⁾ 이러한 과정에서 만들어진 질서와 기준은 권력으로 작용하며 다른 행위자와 네트워크에 대한 통제와 지배의 힘으로 발휘될 수 있다. 그러나 네트워크에 보다 많은 행위자들이 결합하게 되면 네트워크가 정교해지고 발전하기보다는 오히려 단순해지고 세밀함이 떨어질 수 있는데, 이는 서로 다른 이종적 성격의 행위자들이 네트워크에 연결됨에 따라 네트워크에 대한 진입장벽을 낮춰줌으로써 오히려 네트워크의 강도는 증가될 수 있도록 만들어준다.²⁵⁾

III. 행위자 네트워크 이론과 뮤지엄 콘텐츠의 번역 과정

유엔교육과학문화기구(UNESCO)와 ICOM의 코로나바이러스가 박물관에 미치는 영향에 관한 공동조사에 따르면 전 세계적으로 코로나 팬데믹 기간 동안 85,000개 이상의 기관이 문을 닫은 것으로 확인되었다²⁶⁾. 미국 로스앤젤레스의 J. 폴 게티 뮤지엄(J.

22) 박은주, 「기계도 행위할 수 있는가?: 브루노 라투르의 행위자네트워크 이론(actor-network theory)을 중심으로」, 『교육철학연구』 제42권 4호, 한국교육철학학회, 2020, 12쪽.

23) 임상훈 외, 「행위자네트워크이론에 기반한 지식생태학의 개념적 확장」, 『교육정보미디어연구』 제28권 2호, 한국교육정보미디어학회 2022, 257쪽.

24) 하먼, 김효진 옮김, 『네트워크의 군주』, 갈무리, 2019, 177쪽.

25) 박성우·신동희, 앞의 글, 116쪽.

26) Covid-19 crisis closes 90 percent of museums globally, UNESCO plans for reopenings.

Paul Getty Museum, 이하 게티 뮤지엄)은 코로나 팬데믹에 따른 역사적으로 유례없는 뮤지엄 휴관 상황에서 뮤지엄이 무엇을 할 수 있는가에 대해 고민하며 #GettyMuseum Challenge(이하 게티뮤지엄챌린지) 프로젝트를 기획하였다. 일상의 소품을 활용하여 미술작품을 재창작하여 SNS에서 공유하는 게티뮤지엄챌린지는 챌린지 참여자, 미술작품, 일상소품, 소셜미디어 플랫폼, 다른 챌린지 참여자, 뮤지엄 관계자 등 다양한 행위자가 연결되어 있으며, 참여자는 뮤지엄의 디지털 콘텐츠를 창작하는 경험과 더불어 미적 체험의 가치와 의미를 고양시킬 수 있는 기회를 갖게 되었다. 뮤지엄 행위자는 시간과 공간의 제약에서 벗어나 전 세계 사람들과 네트워크를 형성하며 독보적인 뮤지엄의 위상을 확보하게 되었다.

따라서 이 장에서는 게티뮤지엄챌린지라는 프로젝트가 ANT를 바탕으로 인간과 사물, 인간과 기술, 기술과 사물, 인간과 인간 등 각각의 행위자 간의 네트워크 형성 과정, 즉 이들 간에 어떻게 관계가 맺어지고 어떻게 상호작용이 이루어지는가에 대해 과정을 살펴보고, 이렇게 형성된 네트워크가 번역 과정을 통해 행위자 개인만이 아니라 네트워크를 넘어서 사회에 어떠한 영향을 미치며, 그 의미가 무엇인지 살펴보고자 한다.

1. 문제제기

2020년 발생한 코로나19에 따른 팬데믹은 사회적 거리두기, 봉쇄, 격리 등 강제적 성격의 방역지침으로 인하여 전 세계적으로 사회경제 전반에 큰 영향을 미쳤다. 뮤지엄도 언제 끝날지 모르는 기약 없는 휴관을 해야 하는 상황에 처하였으며 기존에 운영하고 있거나 계획하고 있는 전시 프로그램들은 무기한 연기되거나 취소할 수 밖에 없었다. 이러한 상황에서 뮤지엄은 재정적인 면에서도 상당한 타격을 입었을 뿐만 아니라 뮤지엄 종사자를 비롯하여 관련 분야 예술가들 역시 소득감소와 고용 불안정으로 생계에 큰 어려움을 겪을 수 밖에 없었다²⁷⁾. 2020년 4월 1일 ICOM과 OECD는 'ICOM-OECD 코로나 19와 뮤지엄: 영향과 혁신, 그리고 위기 이후의 계획' 온라인 세미나를 개최하였다. 국제기구 대표 및 뮤지엄 관련 전문가들은 세미나에 참여하여 코로나 팬데믹 상황에서 뮤지엄이 처한 상황을 공유하고 이에 대한 대처 및 중장기적 극복 방안에 대해 논의하였다. 가장 큰 쟁점은 뮤지엄 종사자의 고용 불안정과 임금 지급의 어려움 등 뮤지엄 지속성에 대한 문제를 비롯한 뮤지엄 휴관에 따른 근본적인 생태계 붕괴에 대한 우려였다.

<https://news.un.org/en/story/2020/05/1064362>, (검색일자: 2023년 05월 07일)

27) 양혜원 외, 『코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구』, 한국문화관광연구원, 2020년, xvi쪽. 한국문화관광연구원에서 예술인 1,200명을 대상으로 2020년 1~8월까지 코로나19로 인한 국내 문화예술 피해 규모를 조사한 『코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구』 결과에 따르면 전체 피해 규모는 1조 5,717억 원으로 확인되었고, 이 중 미술, 사진, 공예, 디자인, 디지털미디어아트 등 시각예술 분야의 피해는 약 3,347억 원으로 조사되었다.

세미나에서 발표된 유럽 뮤지엄네트워크(Network of European Museum Organizations: NEMO)의 조사결과에 따르면 코로나 19의 대유행과 사회적 봉쇄에 따라 뮤지엄은 기존 수입 대비 75~80%의 손실을 본 것으로 나타났다. 세미나 이후 ICOM과 UNESCO는

2020년 4월 7일부터 5월 7일까지 전 세계 107개국 뮤지엄 종사자 및 전문가 1,600여명을 대상으로 뮤지엄 운영 실태에 대한 설문조사를 실시하였는데, 그 결과 응답자의 94.7%가 2020년 4월 기준, 현재 휴관 중이라고 답을 하였다. 이러한 상황은 국내 뮤지엄도 마찬가지였다. 국공사립 뮤지엄들은 국가 방역 정책에 따라 휴관과 재개관을 반복하는 과정에서 계획 중이던 전시를 연기하거나 취소할 수밖에 없었다. 이후 확진자 수가 감소함에 따라 방역정책이 완화되고 뮤지엄의 재개관이 허용되었지만 온라인 사전 예약제를 통한 제한된 관람인원만 수용하는 등 코로나 발생 이전 상황으로 회복되는 데는 오랜 시간이 필요했다.²⁸⁾

이러한 상황에서 게티뮤지엄은 과연 뮤지엄이 무엇을 해야 하고, 무엇을 할 수 있으며, 뮤지엄에 대해 사람들은 어떤 것을 원하는지에 대해 고민하였다. 사회적 거리두기와 의무 격리, 건강 악화로 인하여 대부분의 시간을 집에서 보내야 하는 사람들에게 뮤지엄의 디지털 소장품이 어떠한 도움이 될 수 있는지, 뮤지엄 디지털 자원을 활용하여 소통과 연결의 기회를 제공할 수 있는 방법은 없는지 찾아보았고 그 결과로 게티뮤지엄챌린지를 시작하였다. 게티뮤지엄챌린지는 디지털 콘텐츠로 제공되는 뮤지엄 소장품을 일상 소품으로 재현하는 프로젝트이다. 소장품 따라하기 프로젝트는 네덜란드 암스테르담 국립미술관인 레익스뮤제움(Rijksmuseum)에서 앞서 진행한 바 있다. 레익스뮤제움은 네덜란드 TV 프로그램 ‘예술과 키치 사이(Tussen Kunst en Kitsch)’에서 착안, ‘예술과 격리 사이(Tussen Kunst & Quarantine)’라는 이름의 해시태그 챌린지 #betweenartandquarantine (이하 #예술과격리사이챌린지)를 뮤지엄 계정 인스타그램에서 시작하였다.²⁹⁾ 게티 뮤지엄은 레익스뮤제움의 사례를 참고하여 예술을 통한 공동체 회복이라는 목표를 세우고 게티뮤지엄챌린지를 기획하였다. 크게 3단계로 진행되는 챌린지는 첫째, 좋아하는 미술 작품을 고르고, 둘째, 일상 소품 3가지를 활용하여 작품을 재현한 뒤, 셋째, 자신의 SNS 계정에 게티뮤지엄챌린지라는 해시태그와 함께 공유하는 방식이다. 게티뮤지엄챌린지는 인간 행위자인 참여자에게 팬데믹 상황에서의 예술 작품 감상과 예술적 창작 활동 참여를 통한 연결과 유대에 대한 지침과 방향을 제시함으로써 사회적 거리두기로 인한 답답함과 외로움을 극복할 수 있는 창의적인 출구의 역할을 담당하였다.

28) 이수영, 「비대면 상황에서 미술관의 공공성에 대한 논의」, 『예술경영연구』 제56권, 한국예술경영학회, 2020, 333쪽.

29) K. Kelleher, 「Art recreation is the only good Instagram challenge」, 『nytimes』
<https://www.nytimes.com/2020/04/16/style/art-recreation-challenge-coronavirus.html>. (검색일자: 2023년 05월 07일)

2. 관심유발

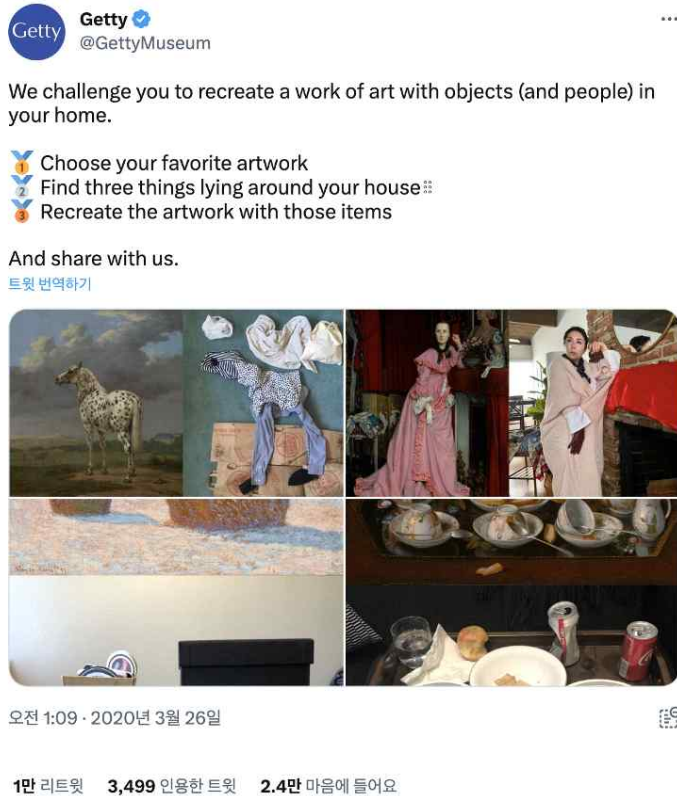
게티 뮤지엄은 챌린지³⁰⁾라는 도전과제를 통해 잠재적 행위자의 관심을 유발하고 디지털 플랫폼에서 미술 작품을 창작하고 전시하며 감상하고 즐길 수 있는 방법을 제시하였다. 이는 물리적 뮤지엄 공간을 직접 방문하여 작품을 감상하는 형태인 기존의 네트워크와는 전혀 다른 방식의 상호관계 형성으로 볼 수 있다.

게티뮤지엄은 챌린지 참여의 3단계 과정을 제안하였다³¹⁾. 첫 번째는 게티 뮤지엄의 온라인 컬렉션에서 관심 있는 작품을 고르는 것이다. 두 번째는 일상에서 사용하는 3가지 물건을 고르고 이를 활용하여 참여자가 선택한 미술 작품을 표현하는 것이다. 세 번째는 재창작한 작품의 사진을 찍은 후 이를 SNS 채널에 게티뮤지엄챌린지 해시태그(#GETTYMUSEUMCHALLENGE)를 포함시켜 공유하는 것이다. 미술 작품 선정은 게티 뮤지엄 온라인 컬렉션 외에 LA카운티 뮤지엄, 메트로폴리탄 뮤지엄, 내셔널 갤러리, 시카고 아트 인스티튜트, 클리블랜드 뮤지엄, 인디애나폴리스 뮤지엄, 월터스 뮤지엄 같은 다른 뮤지엄의 온라인 컬렉션이나 그밖에 전 세계 미술작품을 모아놓은 구글 아트 프로젝트에서도 활용이 가능하도록 하였다. 참여자는 작품을 재창작하는데 있어서 집안에 있는 사용하고 있는 일상의 물건 3가지를 선택할 수 있다. 어떠한 전문 미술 재료나 도구가 필요 없으며, 작품을 해석하고 표현하는데 있어 3가지 이상의 물건이 필요하다고 판단되면 그 이상 사용할 수 있으며, 반려견이나 반려묘, 가족이나 친구, 동료 등의 참여도 가능하도록 열어두었다.

30) 제시된 미션을 수행하고 이를 사진으로 찍거나 숏폼 형태의 짧은 영상으로 제작하여 SNS에서 공유하는 챌린지 열풍은 2020년 ‘아이스버킷 챌린지’를 계기로 크게 확산되었다. 2014년 미국 루게릭협회에서 기획한 아이스버킷 챌린지는 루게릭 환자들을 위한 모금 캠페인으로서 다른 사람으로부터 지목받은 참가자가 24시간 이내에 얼음이 든 물을 뒤집어 쓴 뒤에 다른 3명의 참가자를 지목하거나, 협회에 100달러를 기부하는 것 중에 하나를 선택할 수 있도록 하는 공익성 참여 프로젝트였다. 이 프로젝트는 마이크로소프트의 빌 게이츠나 메타의 마크 저커버그와 같은 기업가는 물론 SNS 채널에서 활발하게 활동하는 인플루언서의 참여를 통해 사회적 반향을 일으켰다(오수연, 『챌린지 마케팅 열풍』, 『마케팅』 제55권 5호, 한국마케팅연구원, 2021, 52쪽). 국내에서는 코로나 상황에서 고군분투하는 의료진들을 응원하고 감사의 마음을 표현하는 ‘덕분에 챌린지’ 등이 진행되었다. 이러한 챌린지 프로젝트는 락앤락의 ‘굿바이 일회용 컵 챌린지’나 이마트의 ‘비대면 걷기 챌린지’와 같이 공공성을 접목한 기업의 마케팅 수단으로 활용되었으며, 지코가 자신의 ‘아무노래’에 쉬운 안무를 더해 15초 내외 숏폼(Short-form) 영상을 틱톡(TikTok)에 공유하도록 했던 ‘아무노래 챌린지’처럼 공익적 성격을 벗고 일종의 놀이 문화로 자리 잡기도 하였다(전영진·김종무, 『SNS 공공 캠페인 홍보대사 유형이 수용자 태도에 미치는 영향-덕분에 챌린지를 중심으로』, 『커뮤니케이션 디자인학연구』 제78권, 한국커뮤니케이션디자인협회 커뮤니케이션디자인학회, 2022, 188쪽).

31) [게티뮤지엄 홈페이지],

<https://www.getty.edu/news/getty-artworks-recreated-with-household-items-by-creative-genius-es-the-world-over/>, (검색일자: 2023년 05월 07일)



[그림 2] 게티뮤지엄챌린지에 대한 게티 뮤지엄의 안내 트윗³²⁾

사회적 거리두기로 인한 외로움과 함께 언제 끝날지 모르는 팬데믹 공포의 상황에서 예술작품을 직접 선택하고 일상의 소품을 활용해 작품을 재창작할 수 있는 챌린지는 참여자에게 호기심을 자극시키고 예술적 성취를 경험하게 하며 사회적 연결성을 부여한다. 참여자에 의해 재현된 예술작품 콘텐츠는 SNS 채널이라는 온라인 공간을 통해 전시되어 다른 사람들과 공유할 수 있었는데, 이를 통해 참여자들은 실제의 뮤지엄 공간에서는 경험하기 어려운 전시 기획의 혜택을 경험할 수 있었다. 실제의 뮤지엄에 조성된 물리적 공간에 작품을 전시하기 위해서는 시간과 비용 등 직접적인 비용 외에도 작가로서의 명성과 역량과 더불어 큐레이터에 의한 연구와 선택 등 다양한 제약이 따르게 된다. 그러나 게티뮤지엄챌린지는 참여에 대해 어떠한 규제나 제약이 없다. 챌린지는 작품의

32) [게티뮤지엄 트위터 계정], <https://twitter.com/GettyMuseum/status/1242845952974544896>, (검색일자: 2023년 05월 07일)

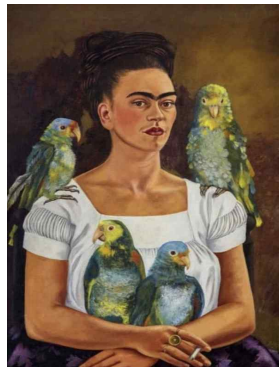
예술적인 기량이나 완성도 보다는 참여자의 자발적이고 자율적인 과제 수행 과정에 중점을 두었다. 만약 서로 다른 참여자가 동일한 작품을 선택했다 하더라도 다른 참여자와는 다른 나만의 창의적 예술작품 콘텐츠를 만들고 그 결과물을 각자 공유할 수 있는데 이 과정에서 나와 다른 사람이 같은 작품을 어떻게 다르게 해석하고 표현하였는지에 대한 차이를 발견함으로써 작품에 대한 이해가 더 깊어질 수 있는 경험을 할 수 있게 해준다. 또한 내가 창작한 콘텐츠에 대한 ‘좋아요’나 ‘공유’와 같은 다른 행위자들의 관심과 지지를 통해 챌린지 성취에 대한 즐거움³³⁾도 경험할 수 있다.

3. 등록하기

게티뮤지엄챌린지 참여를 통해 동맹 관계를 맺은 행위자들은 기존의 물리적인 뮤지엄 공간에서 작품을 감상하던 수동적인 관람객과는 달리 창작자이자 기획자로서의 적극적이고 새로운 역할을 네트워크에 등록하게 된다. 코로나 팬데믹의 상황에서 휴관 중인 뮤지엄에 대한 문제제기에 동참하며 네트워크 행위에 동참한 챌린지 참여자는 자신이 선호하는 작품을 선택하고 작품을 해석하며 일상의 소품으로 작품을 재창작하는 창작자로서의 적극적인 역할을 부여 받는다. 챌린지를 통해 뮤지엄의 실제적인 물리적 공간에서만 미술 작품을 감상할 수 있는 것이 아니라 디지털 플랫폼에서도 깊이 있는 감상과 폭넓은 경험이 가능하다는 합리적인 근거와 사회적인 명분이 설정됨으로써 행위자는 자신에게 주어진 역할을 성실히 실천하고 수행한다. 나아가 행위자는 세상에 하나 뿐인 나만의 작품을 창작하는 것뿐만 아니라 큐레이터로서의 기획자의 역할도 담당하게 된다. 다른 행위자가 SNS에 공유한 작품 중 공감이 가는 작품을 선택하여 ‘좋아요’, ‘댓글’, ‘저장하기’ 등 콘텐츠를 분류하고 배포하는 행위를 실천하는 방식으로 큐레이터로서의 역할을 조정하고 등록한다.

디지털 플랫폼을 통해 새롭게 형성된 네트워크에서는 뮤지엄 관계자나 챌린지 참여자와 같은 인간 행위자와 더불어 원본 디지털 미술 작품은 물론 창작된 콘텐츠에 등장하는 소품들도 또 다른 행위자로서 연결되어 있다. 예를 들어 재창작된 작품 콘텐츠에 등장하는 살균세정제는 앵무새로, 테니스공은 진주 귀걸이로, 화장실 휴지는 16세기 복식의 특징인 러프칼라의 역할을 담당하고 있다.

33) 홈트 챌린지 참여자를 대상으로 사회적 지지가 성취목표 성향과 운동지속 의도에 미치는 영향에 대한 연구에서 가족이나 친구, 주위의 사람들의 여러 긍정적 지지로 설명되는 사회적 지지의 정도가 높을수록 과제에 대한 성취 수준과 지속성이 높아지는 것을 알 수 있다(김유식 외, 「홈트 챌린지 참여자의 사회적지지가 성취목표성향 및 운동지속의도에 미치는 영향」, 『한국체육학회지』 제60권(제5호), 한국체육학회, 2021, 396-397쪽.)



[그림 3] 좌)프리다칼로의 나와 나의 앵무새(1941)와 우)이를 재현한 Alana Archer의 작품³⁴⁾



[그림 4] 베르메르의 진주 귀걸이 소녀(1665-1666)와 이를 재현한 작품 Honey the Iggy³⁵⁾



[그림 5] 알론소 산체스 코엘료의 에볼리 공주 안나 드 멘도사(16세기)와 이를 재현한 Laura Belconde의 작품³⁶⁾

34) [Indepst], <https://indepest.com/2020/04/08/getty-museum-challenge/>, (검색일자: 2023년 05월 07일)

35) [Indepst], <https://indepest.com/2020/04/08/getty-museum-challenge/>, (검색일자: 2023년 05월 07일)

이는 이름 없는 ‘어떤 물질’에 불과했던 젓산 발효 효모가 파스퇴르의 실험에서 다양한 수행을 담당하며 ‘젓산 발효 효모’라는 이름으로 발효 행위를 정의해 나갔던 것처럼 하나의 행위소에 불과했던 일상의 소품들은 예술작품 재현과 재창작이라는 수행을 통해 챌린지 네트워크에서 독립된 행위자로서의 역할을 조정하고 등록하고 있는 것으로 이해할 수 있다. 이 같은 과정을 통해 전통적인 예술작품이 작가라고 하는 하나의 주체에 의해 일방적으로 만들어지는 속성을 가진 것과 대비하여 다양한 주체들이 제 각각의 특성에 따라 역할을 하도록 함으로써 좀 더 민주주의적 속성을 드러내게 된다. 나아가 행위자 네트워크의 구조에서는 비단 인간만이 아니라 비인간도 행위자로 중요한 역할을 담당하고 있는데, 인간-비인간 사이에 형성된 네트워크가 끊임없이 변하고 재구성됨으로써 기존의 지배적인 네트워크에 대항하여 챌린지라는 실천적이고 대안적 네트워크를 형성함으로써 뮤지엄의 기약 없는 휴관이라는 문제를 해결할 수 있는 실마리를 제시해준다.

4. 동원하기

게티뮤지엄챌린지의 문제제기는 실재하는 뮤지엄의 물리적 공간에 방문하여 작품을 감상하는 것만이 유일한 뮤지엄 전시 향유의 모델로 치환되고 블랙박스화 되는 것을 환기시키며 챌린지라는 실천적 행위를 통해 기존 네트워크를 교란시킨다. 물리적 공간으로서 존재하는 기존의 뮤지엄은 전시 공간에 직접 방문하는 방문객을 중심으로 존재해 왔으나, 게티뮤지엄챌린지에서의 뮤지엄은 온라인 홈페이지와 다양한 포털 사이트, SNS 채널 등 디지털 플랫폼과의 동맹을 통해 온오프라인 공간의 경계를 무너뜨리고 네트워크를 확장시켜 나간다. 또한 디지털 플랫폼은 해시태그를 통해 전 세계 챌린지 참여자들을 연결해줌으로써 이들이 뮤지엄 네트워크 안에서의 중요한 행위자로서 역할을 등록하고 다양한 행위자들을 네트워크에 동원하는 계기를 마련해준다. 이러한 과정에서 원본 작품이나 일상 소품, 소셜 미디어와 같은 비인간 행위자들도 인간 행위자들과 함께 역동적인 상호작용을 해나간다.

네트워크는 트위터, 페이스북, 인스타그램, 레딧, 블로그, 뉴스 미디어 및 기타 수많은 디지털 플랫폼에서 다양한 행위자를 연쇄적으로 동원하며 행위자들 간에 동맹이 맺어진다. 챌린지 기간 동안 사람들은 여러 해시태그를 사용하기도 하고 다른 플랫폼에 교차 게시도 하기 때문에 참여자 수를 정확하게 추적하기는 어렵지만, 해시태그와 다이렉트 메시지를 합산한 결과 10만 명이 넘는 사람들이 게티뮤지엄챌린지에 참여한 것으로 파악되었다. 챌린지 시작 후 첫 두 달 동안 뮤지엄 SNS 채널의 팔로워 수가 207% 증가하는 등 12만 명 이상의 인스타그램 팔로워와 1만 8천 명 이상의 페이스북 팔로워가 새

36) S. Waldorf, A. Stephan, 「The world's most famous works – created with everyday household items」, 『CNN』, 2020.12.18. (검색일자: 2023년 05월 07일)

로 유입되었다. 또한 북미, 유럽, 아시아, 중동, 중미, 남미, 남아시아, 호주, 뉴질랜드 등 전 세계를 망라하여 인쇄, 방송 및 온라인 매체를 통해 300건이 넘는 관련 기사가 보도되는 등 다양한 행위자들이 네트워크에 동원되었다.³⁷⁾

IV. 뮤지엄 콘텐츠의 행위성과 의미의 확장

게티뮤지엄챌린지에서 참여자들은 다른 행위자들과의 관계를 맺고 의미를 부여하거나 공유하는 활동을 통해 뮤지엄 콘텐츠를 새롭게 만들어내며, 뮤지엄 콘텐츠는 다양한 층위에서 그 의미를 확장하게 된다. 디지털 플랫폼에 만들어진 새로운 뮤지엄 콘텐츠가 갖는 의미는 다음과 같이 살펴볼 수 있다.

첫째, 게티뮤지엄챌린지는 행위자의 능동적 참여를 전제로 이루어진다는 점이다. 챌린지의 참여자는 뮤지엄의 물리적 전시공간을 방문한 관람객이 큐레이터에 의해 조성된 전시공간을 수동적으로 돌아보는 것이 아니라 자신의 취향과 선호에 따라 작품을 선별하고, 창의적으로 새롭게 표현하며, 디지털 플랫폼을 통해 타인과 공유하는 행위를 하게 된다. 이러한 능동적 특성은 물리적 전시공간에서의 수동적 관람행위와 비교할 때 참여자의 적극적 판단과 다양한 활동을 요구하며, 디지털 플랫폼에서 뮤지엄 콘텐츠를 새롭게 만들기 위한 도전과제는 자발적인 의도에 따른 선택과 표현 활동을 통해 이루어진다.

둘째, 게티뮤지엄챌린지는 예술가와 예술작품의 개념 확대를 기반으로 전개된다. 챌린지 참여를 통해 나이, 국적, 예술적 역량이나 안목과 상관없이 누구나 예술가가 될 수 있다. 챌린지 참여 의사만 있으면 스스로 예술가가 될 수 있고 작품의 창작에 필요한 소품도 직접 선택할 수 있기 때문에 기존의 작품을 다시 재현하는 프로젝트라 하더라도 최종적으로 만들어진 콘텐츠는 참여자의 예술적 창의성을 통해 창작된 콘텐츠이다. 챌린지 참여자들은 의류에서 시작하여 청소기, 파스타, 수건, 동전 등 다양한 일상 소품을 활용하여 작품을 새롭게 재현했고 이를 인스타그램과 트위터 등을 통해 공유함으로써 소셜미디어에 방문한 수많은 사람들로부터 공감을 얻어냈다. 이는 디지털 공간에서 이루어진 것이지만 예술가 처음 만들었던 작품이 물리적 공간에서 관람객으로부터 감상의 대상이 된 것과는 다른 차원에서 또 다른 예술 작품의 창작과 감상이 이루어진 것으로 이해할 수 있다.

셋째, 챌린지의 속성상 참여자의 역량과 챌린지 행위에 근거한 경험 구성이 주요한 창작요소로 작용한다는 점이다. 이는 전통적인 미술작품 감상이 작가의 의도나 작품의 형식과 내용을 존중해온 것과는 차별적인 지점이라 할 수 있다. 또한 챌린지 참여자는

37) [The Shorty Awards], <https://shortyawards.com/13th/gettymuseumchallenge>, (검색일자: 2023년 05월 07일)

완성된 콘텐츠를 수동적으로 받아들이는 감상적 참여부터 작가가 창작한 작품의 개념을 새롭게 해석하고 형식과 내용을 변화시키는 재생산적 참여까지 다양한 경험을 하게 되는데, 챌린지 참여자는 미술작품을 통한 재해석의 스토리텔링을 전개하고 콘텐츠 재창작을 통해 다양한 대중과 소통한다. 무엇보다 챌린지 참여자가 자신의 심미적 수준과 취향에 맞는 작품을 선택하고 나만의 표현방식으로 재현하는 과정이 중요하다. 이때 작품에 대한 이해와 표현이 너무 쉬운 작품은 다른 행위자들의 관심과 지지를 얻기 어려우며, 반대로 너무 어려운 작품은 디지털 콘텐츠 생성의 과정에서 몰입과 즐거움, 성취감을 경험하는 것이 힘들기 때문이다. 또한 작품을 선택한 이후에는 나만의 방식으로 표현할 것인가에 대한 고민이 이루어지는데, 이 과정에서 챌린지 참여자의 창의성과 개성이 드러난다.

넷째, 챌린지에서는 대중과의 2차 소통과 네트워크 확장이 부가적으로 성취된다. 챌린지 참여자는 디지털 플랫폼에 공유한 자신의 콘텐츠가 대중으로부터의 관심과 지지를 얻기를 희망한다. 관심과 지지는 좋아요나 댓글 또는 공유를 통해 표현되는데, 다른 콘텐츠들과 비교하면서 자신의 콘텐츠에 대해 자부심이나 우월감을 느끼게 될 수도 있다. 또한 대중으로부터 많은 관심과 지지를 받는 콘텐츠는 또 다른 참여자들의 호기심과 욕구를 자극함으로써 이들을 챌린지에 추가로 동원하여 네트워크를 확장시켜가는 역할을 담당할 수 있다. 여기서 주목해야 할 또 다른 주요한 측면은 비인간 행위자의 역할이다. 게이미피케이션챌린지는 참여자가 인간 행위자로서 창작과정을 이끌어가는 프로젝트이지만 동시에 다양한 일상소품들이 비인간 행위자로서 창작과정에 개입하게 된다. 비인간 행위자인 일상소품들은 물리적 공간에서 예술작품을 표현하기 위해 단순한 도구로 활용된 물감이나 재료들과는 달리, 작품의 일부라는 자체적인 속성을 지니고 있으며, 창작과정에서 인간 행위자의 경험과 연계된 커뮤니케이션을 통해 새로운 의미성을 부여받음으로써 비인간 행위자로서의 역할을 담당한다.

마지막으로 디지털 플랫폼의 개방성과 확장성이 게이미피케이션챌린지 프로젝트의 두드러진 특성으로 부각된다. 디지털 플랫폼은 완성된 상태가 아닌 과정이자 경로적 속성을 갖고 있기 때문에 언제든 변화가 가능하며 디지털 콘텐츠 고유의 개방적 특성에 근거하여 누구나 접근할 수 있도록 보급되고 확산되는 특성을 나타낸다. 많은 대중들로부터 호응을 얻은 참여자는 챌린지에 대한 새로운 기준과 질서를 만들어냄으로써 네트워크 내에서의 통제와 지배의 힘을 발휘할 수 있다. 반면 챌린지에 참여하여 행위자의 지위를 획득한 사람이라 할지라도 자신의 의사에 따라 언제든지 그 참여를 철회하여 자신이 관계를 유지해오던 네트워크를 끊어버리거나 반대로 새로운 네트워크에 편입될 수 있다.³⁸⁾ 게이미피케이션챌린지는 참신하게 기획되어 많은 호응을 얻은 프로젝트지만 무한히 지속되

38) 번역의 마지막 단계인 동원하기가 더 이상 진행되지 않을 때 ‘배반’에 의한 네트워크의 변화가 언제든지 나타날 수 있다. (최경희, 앞의 글, 452쪽.)

기는 어렵다. 챌린지 참여자들은 언제나 기존의 네트워크에서 벗어나 새로운 네트워크를 탐색할 수 있다. 챌린지에 참여한 행위자들이 강력하게 연결되었을 때 네트워크를 통한 권력 행사가 가능할 수 있지만 새로운 권력 관계가 형성되거나 유사한 챌린지의 또 다른 네트워크가 나타난다면 아무리 강력하게 연결되어 있던 네트워크라 하더라도 언제든지 변화하고 마침내는 소멸될 수 있는 것이다.

V. 결론

게티뮤지엄챌린지는 코로나 19 팬데믹을 계기로 시작되었다. 코로나 19는 세계적으로 정치, 경제, 사회, 문화를 망라하여 모든 인류 활동에 영향을 미쳤으며, 물리적 공간에서의 작품 전시를 중심으로 하는 뮤지엄도 예외는 아니어서 기관 존속 여부를 결정해야 하는 상황에 이르기도 했다. 하지만 이러한 위기는 또 다른 기회가 되어 뮤지엄들이 디지털 플랫폼을 활용하여 기존의 전시 방식을 전혀 다른 방향으로 탈바꿈할 수 있는 계기가 되었다. 뮤지엄 방문객들은 디지털 플랫폼에서 능동적인 참여자로 발전하면서 기존의 예술가 혹은 전시 기획자의 역할을 하게 되었다. 게티뮤지엄챌린지는 물리적 공간을 폐쇄한 상황에서 사람들이 자신이 선호하는 미술작품을 디지털로 변환된 작품 콘텐츠로 감상하고 선택하여 연구하고, 자신만의 콘텐츠로 재창작하여 공유할 수 있도록 함으로써 디지털 플랫폼에서의 새로운 방식의 소통을 가능케 했으며 대중적으로도 큰 호응을 얻었다.

게티뮤지엄챌린지는 개별 프로젝트로서의 성공했을 뿐만 아니라 나아가 디지털 플랫폼을 기반으로 하여 뮤지엄의 또 다른 전시방식을 제시하였으며 작품 감상의 새로운 전기를 마련해주었다. 이러한 시도는 이전의 전통적인 뮤지엄 콜렉션, 연구, 전시, 감상, 교육 등의 범주로 포괄하기 어려울 수도 있지만 본 연구에서는 라투르의 행위자 네트워크 이론을 통해 사람과 디지털 기술, 콘텐츠가 서로 연결되어 있고 상호작용을 통해 네트워크를 형성되고 있음을 제시하고자 했다.

라투르 행위자 네트워크 이론에 따르면 디지털 플랫폼은 인간에 의해 만들어진 수동적인 도구의 위치에 머무는 것이 아니라 인간의 행위를 바꾸거나 나아가 인간과 함께 새로운 행위를 만들어 나가는 역할까지 담당한다. 라투르는 기술을 단순히 도구로만 바라보는 근대적 기술관에서 벗어나 인간이 비인간적 기술이나 물질과 맺는 새로운 관계 맺음에 주목하였는데 이러한 시각은 팬데믹의 상황에서 새롭게 부각된 디지털 플랫폼 기반의 뮤지엄 프로젝트를 이해하고 해석하는데 주요한 통찰을 가능하게 한다. 특히 라투르가 ANT의 핵심 개념으로 다룬 번역 과정은 게티뮤지엄챌린지에서 일상적 사물이

미술작품의 일부가 되고 새로운 디지털 콘텐츠로 전환되는 과정에서 나타나는 인간 행위자와 비인간 행위자, 주체와 객체의 하이브리드 현상을 설명하기에 적절하다. 게티뮤지엄챌린지에서는 인간 행위자가 주체로, 비인간 행위자가 이에 종속하는 객체로서의 이중 구조로 존재하는 것이 아니라, 상호 협력자로서 새로운 연결망을 구성하는 것을 알 수 있다. 이러한 ANT를 기반으로 해석할 경우 뮤지엄의 미술작품 전시와 감상 등 창작과 소비 경험에 대한 영역을 새로운 영역으로 확장시킬 수 있다. 아울러 디지털 플랫폼을 기반으로 뮤지엄과 연계된 관람객의 경험과 학습을 어떻게 하면 극대화시킬 수 있는가에 주목함으로써 게티뮤지엄챌린지와 같은 다양한 사례들을 계속 확대해갈 수 있다.

이처럼 라투르의 행위자 네트워크를 통한 분석과 이해는 향후 뮤지엄의 역할이 어떻게 변해가야 하는가에 대해 주요한 시사점을 제공한다. 특히 디지털 플랫폼이나 이를 통해 구현되는 다양한 디지털 콘텐츠가 보조적이거나 수동적 역할에서 벗어나 주요한 행위자로서 뮤지엄의 방문객들과 더불어 새로운 행위 주체를 형성하는 현상은 뮤지엄의 확장 가능성 측면에서 앞으로도 좀 더 주목할 필요가 있다. 나아가 이러한 현상이 비단 뮤지엄과 방문객 간의 관계만이 아니라 방문객 상호간의 관계 형성까지 가능케 함으로써 뮤지엄이 소장품과 방문객 간의 관계를 넘어 방문객의 경험을 상호 공유하고 교류하는, 글자 그대로 플랫폼 역할을 해낼 수 있다는 점은 뮤지엄의 발전 방향에 있어서 중요한 의미를 갖는 것으로 볼 수 있다.

참고문헌

• 단행본

- 니나 사이먼, 이홍관·안대웅 옮김, 『참여적 박물관』, 연암서가, 2015.
- 브루노 라투르, 홍성욱 옮김, 『판도라의 희망』, 휴머니스트, 2018.
- 양혜원 외, 『코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안 연구』, 한국문화관광연구원, 2020.
- 오수연, 「챗린지 마케팅 열풍」, 『마케팅』, 제55권 5호, 한국마케팅연구원, 2021.
- 하먼, 김효진 옮김, 『네트워크의 군주』, 갈무리, 2019.

• 참고논문

- 김보름·용호성, 「포스트 코로나 시대 뮤지엄 온라인 전시 유형에 관한 연구」, 『문화산업연구』 제20권 3호, 문화산업학회, 2020.
- _____, 「가상 전시공간의 유형별 특성과 함의」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 제22권 8호, 한국디지털콘텐츠학회, 2021.
- _____, 「뮤지엄에서의 NFT 활용 현황과 전망」, 『박물관학보』 제42권, 한국박물관학회, 2022.
- 김술이·김영호, 「디지털 매체를 활용한 뮤지엄 네트워크 사례 -‘틱톡’과 ‘샌드박스게임’의 활용을 중심으로」, 『박물관학보』 제42권, 한국박물관학회, 2022.
- 김수진, 「행위자-네트워크 이론으로 살펴보는 박물관학: 뮤지엄을 둘러싼 인간/비인간 행위자의 끊임없는 ‘번역」, 『박물관학보』 제39권, 한국박물관학회, 2020.
- 김유식 외, 「홈트 챗린지 참여자의 사회적지지가 성취목표성향 및 운동지속의도에 미치는 영향」, 『한국체육학회지』 제60권 5호, 한국체육학회, 2021.
- 김진택, 「행위자 네트워크 이론(ANT)을 통한 문화콘텐츠의 이해와 적용-공간의 복원과 재생에 대한 ANT의 해석-」, 『인문콘텐츠』 제24권, 인문콘텐츠학회, 2012.
- 김홍중, 「21세기 사회이론의 필수통과지점: 부뤼노 라투르의 행위 이론」, 『사회이론』 제43권, 한국이론사회학회, 2022.
- 박성우·신동희, 「ANT(행위자-네트워크이론)를 통한 사회문화 현상에 대한 새로운 담론분석」, 『문화예술교육연구』 제10권 2호, 한국문화교육학회, 2015.
- 박은주, 「기제도 행위할 수 있는가?: 브루노 라투르의 행위자네트워크 이론(actor-network theory)을 중심으로」, 『교육철학연구』 제42권 4호, 한국교육철학학회, 2020.
- 이수안, 「도시공간 향유의 인스타그램 분석과정에 대한 행위자네트워크 이론적 해석」, 『사회사상과 문화』 제20권 1호, 동양사상사회학회, 2017.
- 이수영, 「비대면 상황에서 미술관의 공공성에 대한 논의」, 『예술경영연구』 제56권, 한국예술경영학회, 2020.

- 이종훈·변성광, 「『디지털콘텐츠』 의미 형성과정과 실제적 이해」, 『인문콘텐츠』 제13권, 인문콘텐츠학회, 2008.
- 임상훈 외, 「행위자네트워크이론에 기반한 지식생태학의 개념적 확장」, 『교육정보미디어연구』 제28권 2호, 한국교육정보미디어학회, 2022.
- 전영진·김종무, 「SNS 공공 캠페인 홍보대사 유형이 수용자 태도에 미치는 영향-덕분에 챌린지를 중심으로」, 『커뮤니케이션 디자인학연구』 제78권, 한국커뮤니케이션 디자인협회 커뮤니케이션디자인학회, 2022.
- 최경희, 「행위자-네트워크 이론(ANT)을 통한 뉴 뮤지엄의 변화 연구 - ‘번역’ 과정을 적용한 ‘아트엔컬처’ 사례 분석」, 『한국과학예술융합학회』 제39권 5호, 한국전 시산업융합연구원, 2021.
- B. Ainsworth, et al., "The Monash Museum of Computing History." *ACM SIGCSE Bulletin*, Vol. 40, No. 2, 2008.
- E. Hooper-Greenhill, "Changing values in the art museum: Rethinking communication and learning", *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 6, No. 1, 2000.
- M. Callong, "Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St. Brieuc Bay" *The Sociological Review*, Vol. 32, No. 1, 1984.
- M. Walhimer, "Museum 4.0 as the future of STEAM in museums", *The STEAM Journal*, Vol. 2, No. 2, 2016.

• 기타자료

- <https://edition.cnn.com/style/article/getty-museum-challenge-art/index.html>.
- <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>.
- https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/12/2020_ICOM-Czech-Republic_224-years-of-defining-the-museum.pdf.
- <https://indepest.com/2020/04/08/getty-museum-challenge/>.
- <https://indepest.com/2020/04/08/getty-museum-challenge/>.
- <https://news.artnet.com/art-world/getty-challenge-part-2-1843800>.
- <https://news.un.org/en/story/2020/05/1064362>.
- <https://shortyawards.com/13th/gettymuseumchallenge>.
- <https://twitter.com/GettyMuseum/status/1242845952974544896>.
- <https://www.nytimes.com/2020/04/16/style/art-recreation-challenge-coronavirus.html>.
- <https://www.getty.edu/news/getty-artworks-recreated-with-household-items-by-creative-geniuses-the-world-over/>.

[https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-\(covid-19\)-pandemic](https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-(covid-19)-pandemic).

<ABSTRACT>

A Study on the Agency of Digital Content and the Meaning of
Networks: Focused on the Getty Museum Challenge¹⁾

Kim Bo-ruem²⁾

Focusing on the Getty Museum's Challenge Project, this paper examines the expanding functions and roles of digital platforms, who creates digital content and its meaning, and how it is distributed and enjoyed, based on Latour's actor network theory. Latour's actor network theory moves away from the dichotomy of human beings as subjects and technology and materials as objects to rethink the interactive and collaborative relationship between human and non-human actors, emphasizing the creation and transformation of networks of connections. According to Latour's theory, the Getty Museum Challenge can be seen as an example of how the museum has fundamentally changed the way and content of museum-goer encounters through interactions with various non-human actors and participants, including digital artwork content, objects that become part of the artwork, re-created content, and digital platforms, as opposed to traditional museum exhibitions in physical spaces. These examples offer new perspectives on the creation, display, viewing, experiencing, and sharing of museum content through digital platforms.

Key Words : digital platforms, museum content, Actor-Network Theory, Getty Museum Challenge

1) This research was financially supported by Hansung University.

2) Hansung University, College of Creative and Convergence, Literature & Cultural Contents, Assistant Professor.