

논문접수일 : 2013.09.23

심사일 : 2013.10.06

게재확정일 : 2013.10.25

체험형 디지털 제품디자인의 놀이적 특성 고찰

- 호모 루덴스를 중심으로 -

Playing Characteristics of Experiential Digital Products

- Focused on Homo Ludens -

조 성 배

청주대학교 예술대학 산업디자인학과 교수

Jo sung-bae

Cheongju university

* 이 논문은 2013학년도에 청주대학교 학술연구소가 지원한 학술연구조성비(특별연구과제)에 의해 연구되었음

1. 서론

- 1.1. 연구배경
- 1.2. 연구목적
- 1.3. 연구방법

2. 호모 루덴스

- 2.1. 호모 루덴스
- 2.2. 요한 하위징아의 놀이론
- 2.3. 로제 카이와의 놀이론

3. 체험형 디지털 제품의 놀이적 특성

- 3.1. 변환성 (아곤;경쟁)
- 3.2. 유연성 (알레아;운)
- 3.3. 은유성 (미미크리;모의)
- 3.4. 몰입성 (일링크스;현기증)

4. 결론

참고문헌

논문요약

놀이는 최근 디지털 미디어 제품을 중심으로 활발하게 적용되면서 인간 활동의 중요한 영역으로 탐구되고 있다. 특히 다양한 형태의 체험형 디지털 제품 디자인에 놀이의 형태가 적극 도입되고 있다. 하지만 놀이의 개념은 정의하기가 어렵고 그 가치를 정량적으로 측정하기 모호하다는 특징 때문에 요한 하위징아와 로제 카이와의 이론적 기반을 체험형 디지털 제품 디자인에 담겨있는 놀이적 속성과 결부시켜 그 특성을 파악할 수 있을 것으로 가정하였다.

본 연구에서는 인간 활동의 중요한 영역으로 탐구되고 있는 놀이를 요한 하위징아의 놀이하는 인간인 호모 루덴스에 대한 내용을 바탕으로 놀이적 속성이 체험형 디지털 제품 디자인에 어떤 형식으로 접목되었고 어떤 특징들이 나타나는지 분류하고 고찰하는 것을 목표로 삼았다.

연구 방법으로 인간을 놀이하는 인간이라 정의한 요한 하위징아의 호모 루덴스와 이를 계승 발전시킨 로제 카이와의 놀이 이론을 바탕으로 연구된 여러 문헌을 참고하여 기본적인 놀이의 속성을 분류하고 이를 통한 체험형 디지털 제품 디자인의 고찰로 진행하였다.

호모 루덴스에서 제기하는 놀이하는 인간을 로제 카이와가 분류한 아곤(경쟁), 알레아(우연), 미미크리(모방), 일링크스(현기증) 4가지로 분류하고 각각의 특질을 고찰한 후 체험형 디지털 제품에 나타나는

놀이적 속성을 변환성, 유연성, 은유성, 몰입성 등의 4가지로 치환되어 나타남을 고찰하였다.

호모 루덴스에서 이야기하는 놀이의 환경은 유저의 자발적 참여와 가상에의 몰입, 시간과 공간의 한계성을 통해 놀이가 이루어진다. 이런 환경은 체험형 디지털 제품들에도 그대로 녹아들어가 나타나게 된다. 체험형 디지털 제품디자인은 적극적으로 놀이와 접목되고 있는데 디지털 미디어 제품이 만들어내는 놀이는 신체를 사용하는 물리적 디자인을 넘어서 가상공간으로까지 인간의 활동 영역을 확장하고 의식을 넓히는데 지대한 영향을 끼치고 있으며 디지털 환경을 살아가는 인간을 이해하는데 도움이 될 것으로 기대된다.

주제어

체험형 제품 디자인, 호모 루덴스, 놀이

Abstract

Recently playing is actively widely applied to digital media products. However, the concept of playing is hard to define, and the value characteristically is ambiguous to measure quantitatively. In this study, it was assumed that the playing characteristics of experience-based digital product design can be identified in combination with the theories of Johan Huizinga and Roger Caillois.

This study has the purpose to classify and examine the forms and characteristics of playing attributes that are integrated in experience-based digital product design based on the nature of homo ludens human that performs Johan Huizinga game to discuss playing an important domain of human activities.

Specifically, the basic attributes of playing were classified based on homo ludens of Johan Huizinga who defined human as playing human and the playing theories of Roger Caillois who succeeded and further developed it, and the experience-based digital product design was examined on this basis.

Playing humans depicted in homo ludens were classified into 4 groups Argon(competition), Alea(coincidence), Mimicri(imitation) and Ilinx(dizziness) as was done by Roger Caillois, and after each characteristic was examined, it was shown that the playing attributes of experience-based digital products are substituted to 4 groups conversion, coincidence, metaphor and immersion

etc.

In the playing environment discussed in homo ludens, playing is performed through user's voluntary participation, immersion into virtual reality and limitation of time and space. Such environment is reflected also in experience-based digital products as well.

Experience-based digital product design is grafted with playing vividly. Playing created by digital media product affects human broadly in extending activities up to virtual space beyond physical design that uses body and widening consciousness, and thus is anticipated to help human understand the digital environment significantly.

Keyword

Experiential Product Design, Homo Ludens, Play

1. 서론

1.1. 연구배경

디지털 기술의 발달로 촉발된 정보혁명은 새로운 매체들을 탄생 시키며 현대인의 삶에 지대한 영향을 미치고 있다. 현대인의 삶속에 나타나는 디지털 미디어 제품들은 사람들에게 새로운 형태의 삶의 양상을 만들 뿐만 아니라 새로운 삶의 방식들을 제안하고 있다.

신성환(2009)은 디지털 미디어 기기로 창조된 현대인의 환경 속에서 가장 두드러지는 특징을 ‘기계에 대한 인간 자의식의 변화’ 라고 하였는데, 산업화 시기까지 기계가 부족한 인간의 신체적 능력을 확장하여 생산성을 극대화하기 위하여 존재하는 것에 반하여 디지털 환경에서는 기계가 오히려 인간 쪽에서 스스로 체화시키는 친화력이 강한 매체로 존재한다는 것이다.

현재 우리가 일상생활에서 사용하는 디지털 기기들인 스마트폰, 디지털카메라, 태블릿 PC 등을 우리는 끊임없이 활용하며 손에서 놓지 못하고 있다. 식당에서 음식을 주문하고 기다리는 동안 또는 지하철을 기다리는 동안, 버스 안에서 이동하는 동안 우리는 심심하기만 하면 디지털 미디어 기기들을 가지고 ‘놀이’ 를 하고 있다. 디지털 미디어 기기들은 산업시대의 기계들처럼 특정 업무만을 효과적으로 수행하기 위해 사용하는 것이 아니라 인간을 사이버세상으로 초대하고 이곳에서 잘 놀 수 있는 환경을 만들어 준다고 할 수 있다.

디지털 미디어 기기에 대한 인간의 의존도가 점점 커지면서 인간과 디지털 미디어 기기가 분리된 삶에 사람들이 불안감을 느끼게 되었다. 따라서 주체인 나와 사물인 대상과의 관계에 대한 고찰이 더욱 필요하게 되었는데 디지털 미디어 기기들은 사람들과 스스로 관계하면서 그 고유의 존재 의의를 설명하고 있는 셈이다. 즉 디지털 미디어 기기는 사람들에게 쓰임으로 고유의 가치를 확보한다. 이 쓰임의 가치 중 최근에 주목받고 있는 것은 바로 ‘놀이’ 이다.

인간과 디지털 미디어 기기가 만나서 생성하는 놀이들이 지금처럼 다양한 가치와 가능성을 지녔던 순간은 없었다. 심지어 놀이의 대척점에 있다고 하는 작업 공간도 놀이공간으로 변모시켜 업무 효율을 극대화 하고 있다.

최근 디지털 미디어의 발달로 나타나는 다양한 형태의 체험형 디지털 제품 디자인에 있어서도 놀이의 형태가 적극 도입되고 있다. 하지만 놀이의 개념이 정의하기 어렵고 그 가치를 정량적으로 측정하기 모

호하여 최근 대두되고 있는 중요성에 비하여 체험형 디지털 제품디자인에 어떤 놀이적 특성이 담겨 있는지에 대한 정리는 부족한 실정이다. 사람들이 왜 놀이를 디지털 미디어 기기에 접목시키고자 하였는지 그 놀이에는 어떤 속성이 존재하는지에 대한 의문을 갖게 된다.

1.2. 연구목적

디지털 미디어 기기들은 인간 신체의 확장을 넘어 의식의 확장까지도 만들어 낼 수 있다(M. McLuhan, 1964/1997)는 맥루한의 논리에 따라 디지털 미디어 기기를 이해하는 것이 바로 디지털 환경을 살아가는 인간을 이해하는 방편중 하나가 될 것이다. 본 연구에서는 체험형 디지털 제품에서 보여지는 놀이적 속성을 통해 디지털 환경 속에서 존재하는 인간을 이해하기 위한 것으로 놀이에 대한 연구는 요한 하위징아와 로제 카이와를 기점으로 연구되어 왔으며 그 특성들이 규명되어 왔다. 요한 하위징아와 로제 카이와의 이론적 기반을 체험형 디지털 디자인에 담겨있는 놀이적 속성과 결부시켜 그 특성을 파악할 수 있을 것으로 가정하였다. 따라서 본 연구에서는 놀이하는 인간, 호모 루덴스를 바탕으로 체험형 디지털 제품 디자인에 나타나는 놀이의 특성을 분류하고 고찰하는 것을 목표로 삼았다.

1.3. 연구방법

연구 방법으로 인간을 놀이하는 인간인 호모 루덴스(Homo Ludens)라고 정의한 요한 하위징아(Johan Huizinga)와 이를 계승 발전시킨 로제 카이와(Roger Caillois)의 놀이 이론을 바탕으로 연구된 여러 문헌을 참고하여 기본적인 놀이의 속성을 분류하였다.

요한 하위징아는 놀이를 문화 현상으로 인식하며 모든 문화의 형태 속에 놀이 요소가 발견되며 인간의 생활 자체가 놀이 형식이라고 놀이 이론을 전개하고 있으며, 로제 카이와는 요한 하위징아의 놀이 이론을 ‘놀이와 인간(Man Play and Games)’ (1964/1994)에서 4가지 유형으로 분류하여 보다 구체적으로 설명하고자 하였다.

본 연구에서는 호모 루덴스에서 제기하는 놀이하는 인간을 로제 카이와가 분류한 아곤(경쟁), 알레아(우연), 미미크리(모방), 일링크스(현기증) 4가지 분류를 통해 체험형 디지털 제품의 속성을 분류하고 이를 통해 본 연구에서 제시하고자 하는 체험형 디지털 제품의 놀이적 속성을 제시하고자 한다.

2. 호모 루덴스

2.1. 놀이하는 인간

과거 산업화시대에 생산적인 것을 미덕으로 생각하고 놀이는 소비적이고 비난받을 일로 보는 견해가 대부분이었다. 이런 부정적인 견해는 어릴 때부터 읽었던 동화나 우화에서도 잘 나타나는데 ‘개미와 베짚이’, ‘토끼와 거북이’ 등의 동화에서 열심히 일하는 ‘개미’와 ‘거북이’는 좋은 것으로 설정하고 ‘베짚이’와 ‘토끼’는 나쁜 것으로 설정하면서 은연중에 놀이를 부정적인 시각으로 보는 견해가 많았다. 하지만 최근 엔터테인먼트 산업이 발달하면서 ‘개미’와 ‘거북이’는 시키는 일만 하는 수동적이며 재미없는 인간상을 대표하게 되었고 반면에 ‘베짚이’와 ‘토끼’는 스스로 좋아하는 것을 찾아서 하는 능동적이며 창의적인 인간으로 인식의 변화가 이루어졌다.

이런 변화는 비단 엔터테인먼트 산업에서만 아니라 구글로 대표되는 IT 산업이나 폭스바겐 같은 전통적인 자동차 산업에서도 놀이의 중요성을 인식하고 일과 놀이를 중첩시켜서 효율을 극대화 시키고 있다. 특히 구글은 사옥의 이름을 [그림 1]처럼 ‘구글 캠퍼스’라고 명명하고 전통적인 공장이나 회사의 개념을 넘어서 대학교처럼 자유분방한 사고가 넘치는 곳을 구현하고자 하였으며 이를 위해 전 세계의 모든 구글 사무실을 테마파크를 콘셉트로 만든 사례는 유명하다. 업무 효율성은 오랜 시간 근무에 매달려서 향상되는 것이 아니라 얼마나 능동적이고 창의적인 일을 하느냐에 달렸다는 생각에서 시작된 것으로 OECD 가입국 평균 근로시간보다 무려 500시간을 더 일하면서도 업무 생산성은 가장 떨어진다고 알려진 우리나라의 사회 분위기와 상반되는 것이다. 즉 놀이를 비생산적이고 소모적인 시간낭비라는 생각보다는 새로운 미래 패러다임을 창조하기 위한 프로세스로 끌어들이는 것이 필요하다. 이를 위해서 다양한 놀이적 속성을 이해하고 이를 디자인에 적용하고 이해하는 노력이 필요하다.



[그림 1] 테마파크처럼 꾸며진 구글 캠퍼스

요한 하위징아 이전의 놀이이론이 어떻게 흘러왔는지 그 흐름만 간추리자면 최고원(2011)의 정리를 기반으로 [표 1]과 같이 설명할 수 있다.

고전적 이론 (Classical Theory)	시대적 구분	19세기 말 ~ 20세기 초
	학자들	F. Schiller K. Groos S. Hall
	내용	잉여 에너지의 소모 소모된 에너지의 재생 진화과정의 재연과 반복 성장을 위한 연습
현대적 이론 (Contemporary Theory)	시대적 구분	20세기 초
	학자들	J. Piaget L. Vygotsky J. Bruner
	내용	심리적·정서적 경험 지적 성장이나 환경 적응 각성 조절 이론 상위 의사소통 관계 이론

[표 1] 요한 하위징아 이전의 놀이이론

놀이하는 인간 호모 루덴스는 요한 하위징아(1938/2010)가 놀이를 아이들의 행위로 인식하던 관행을 벗어나 인간의 표현행위로 그 의미를 확장한다. 그는 놀이를 인간 삶 전체와 연결된 것으로 모든 문화가 놀이로부터 기원했다고 하면서 문화는 놀이의 결정체라고 정의하였다. 놀이의 시작은 생로병사와 관련된 통과의례였던 고대인들의 제의를 꼽을 수 있는데, 이런 제의는 음악과 그림과 춤으로 이루어져 놀이의 특성을 모두 가지고 있다. 음악을 만들고 연주하고 부르면서 음악을 느끼게 되고 그림을 그림으로써 신성한 이미지를 재현하며 춤으로서 표현하는 특수한 형식을 갖춘 놀이로 존재한다. 이런 의식을 통해 아름다움과 성스러움을 발견하며 감각을 익히게 된다. 이를 통해 문화는 놀이에서 기원한 것임을 입증한다. 즉 문화는 놀이의 결정체로서 인간은 생각하는 인간인 ‘호모 사피엔스(Homo Sapiens)’나 도구의 인간인 ‘호모 파베르(Homo Faber)’이기 이전에 놀이하는 인간 ‘호모 루덴스(Homo Ludens)’라고 주장한다.

그러나 생산적인 것만을 우선시 하는 현대의 산업사회에서 자연스럽게 일과 놀이가 분리되었고 놀이는 비생산적이며 부정적인 것으로 쇠약시 되었으며, 그나마 남아 있던 놀이들도 인간의 삶과는 분리되어 상업성의 도구로 변질되고 본래의 건강성을 상실하게 되었다. 하지만 포스트 산업사회인 디지털 미디어 시대에 놀이는 더 이상 부정적인 존재가 아니라 놀이를 통해 인간 본래의 문화를 발전시키며 창의성을 극대

화 시키는 촉매제의 역할을 할 것이다.

2.2. 요한 하위징아의 놀이론

광범위한 문화현상을 포함하는 개념이기 때문에 놀이에 대한 정확한 정의를 내리기는 힘들다. 하위징아 역시 놀이는 삶의 기능이지만 논리학적으로도, 생리학적으로도, 또 미학적으로도 정의를 내릴 수 없다고 하였다. 하지만 그는 호모 루덴스를 통해 우회적인 시도를 통해 놀이는 고정된 시간과 공간의 경계 내에서 실행되고 있으며, 그 내에서 자유롭게 받아들여지지만 절대적인 구속력을 지닌 규칙에 따라 수행된다고 정의 하였으며 이는 스스로의 자발적인 행위 또는 일로 존재하며, 놀이 그 자체에 목적이 있으며, 특정 긴장감과 즐거움이 제공되며 우리의 ‘일상생활’과는 ‘다른’ 것이라는 결론을 도출한다.

이는 여러 가지의 놀이들을 포함시키는 정의방식으로 힘과 기술의 놀이, 만들기 놀이, 알아맞히기 놀이, 운수에 맡긴 놀이, 다양한 종류의 전시와 공연들을 놀이에 포함시킬 수 있게 된다. 이를 힘과 기술의 겨루기(Agon;아곤)이나 표현만을 놀이의 분석대상으로 삼은 것이라 할 수 있다. (김경섭, 2008)

하위징아의 이론에서 놀이의 특징을 파악하면,

첫째, 모든 놀이의 자발적 행위이며 명령에 의한 놀이는 놀이가 아닌 것이 된다. 즉, 자유라는 본질에 의해서만이 놀이는 자연의 진행과정과 구분된다. 따라서 놀이는 언제나 중단되거나 연기될 수 있다. 놀이가 자유인 것은 여유가 있을 때 자유 시간에 행해지기 때문이다. 놀이는 어떠한 물질적인 이해관계가 성립하지 않으며, 어떠한 이익을 얻을 수도 없다. 또한 이를 통해 어떠한 도덕적 의무도 부과되지 않는다. 놀이 그 자체로 비물질적이며 비이성적이라는 것이다. 놀이에 대한 욕구는 놀이로 인한 즐거움이 수반될 때 놀이를 절실히 원하게 된다. 디지털 미디어가 가지는 유저의 자발적 참여 행위가 놀이라는 속성을 띄고 있기 때문에 디지털 미디어 속에서 사람들이 스스로 자유 의지를 만끽할 수 있다. 또한 디지털은 비트가 만들어내는 비물질적인 요소와 비선형이 만들어내는 비이성적인 요소를 지니고 있는데 이 역시 놀이와 디지털 미디어가 서로 유사성을 띄는 부분이다.

둘째, 놀이는 ‘재미’ 라는 요소를 통해 인간을 놀이에 열광하고 놀이에 몰두하게 유도하는 성질이 있다. 일상적이거나 실제적인 활동을 벗어나 자유로운 활동의 영역으로 일시적으로 들어가게 된다. 즉 사람들은 놀이하는 행위에 몰입하면서 ‘가상’으로 들어서는 것이다. 놀이라는 목적을 위해 ‘하는 척’

하는 것이다. 이것을 위해 수반되는 것은 바로 놀이에 몰입하여 헌신하고 진지하게 놀면서 황홀경으로 변하는 것을 체험하면서 스스로 가상임을 인지하기 보다는 그 순간을 실제화 시키는 것이다. 이것은 유저가 인간이 만들어낸 디지털 가상 공간인 사이버 스페이스로 놀이를 위해 일시적으로 이동하는 것과 같은 속성을 지니는 것으로 인간이 디지털 미디어가 만들어내는 가상공간에 몰입하게 되고 그 안에서 황홀경을 맞보는 것과 같다고 할 수 있다.

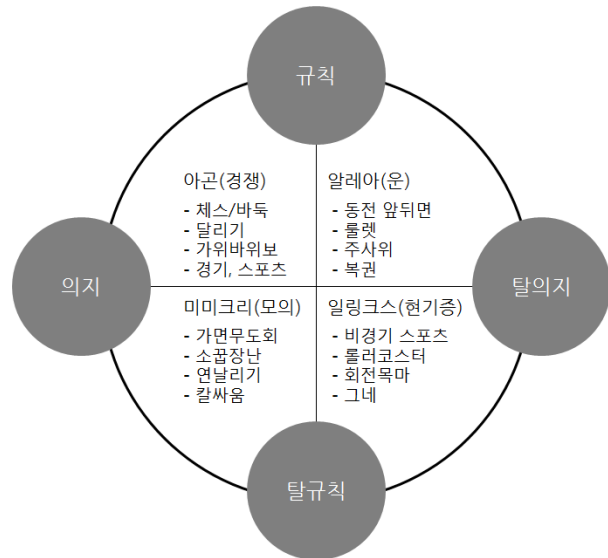
셋째, 놀이는 시작과 끝이 존재하는 ‘시간의 한계성’을 내포하고 있다. 또한 놀이가 이루어지는 ‘공간적 격리성’이 존재한다. 놀이는 시작되면 어느 순간 끝나게 된다. 이 놀이는 절대적이고 고유한 규칙이 존재하는데 이 규칙이 위반되면 놀이의 세계는 붕괴된다. 이런 질서정연한 고유의 규칙은 놀이를 삶을 확대시키는 역할을 하는 도구로 작용한다. 놀이는 개인 이벤트일 뿐만 아니라 놀이가 내포하는 의미와 정신적 사회적 결합인 문화적 기능의 이유 때문에 사회에서도 필요 불가결한 요소로 작용한다. 놀이의 목적은 개인적인 충족이나 물질적 이해관계를 벗어나 있기 때문에 탈 일상적인 요소를 지니게 된다.(백수희, 김규정, 2009)

놀이는 놀이 스스로를 ‘비밀’로 감싸는데 이 과정에서 탈일상성과 가상성이 강화된다는 것이다. 놀이 안에서 사람들은 ‘다른’ 사람이 되고 ‘달리’ 행동한다. 놀이를 통해 장군이 되기도 하고 영웅이 되기도 한다. 언제든지 스스로 변신하는 것을 경험할 수 있게 된다. 이 부분이 놀이가 가지는 특이성으로 ‘가장’ 한다는 점이다. 유저는 이 놀이를 통해서 변장하게 되고 가면을 쓰게 되며 다른 몸짓들을 통해 새로운 아이덴티티를 획득하게 된다. 디지털 미디어 제품에서 보이는 사용자를 다른 아이덴티티를 가진 캐릭터로 바꾸는 가장 강력한 기능이 바로 디지털 미디어 제품이 내포하고 있는 놀이를 통한 탈일상성과 가상성이라고 할 수 있다.

2.3. 로제 카이와의 놀이론

하위징아의 놀이이론이 이후 그의 제자인 로제 카이와는 ‘놀이와 인간’이라는 저서를 통해 사회 전반의 현상을 놀이로 해석하여 이론적 체계를 구축하였다. 하위징아는 놀이의 기본적인 성격들을 분석하고 놀이가 문화 발전에 중요한 역할을 했음을 입증했으나 카이와는 이에 더해 놀이의 체계적 분류를 위한 단초를 제공했다. 놀이가 가지는 기본적인 요소인 경쟁, 우연, 모방, 현기증을 우위에 따라 아곤(Agon, 경

거나 경쟁을 뜻하는 그리스어), 알레아(Alea, 요행이나 우연적 요소), 미미크리(Mimicry, 모방과 흉내를 표현), 일링크스(Mlinox, 그리스어 소용돌이)로 구분한다. 상대가 존재하고 서로가 이기기 위해서 경쟁하는 축구나 레이싱 등이 아곤에 해당하며, 롤렛이나 제비뽑기처럼 우연적 요소가 포함된 것이 알레아, 가장행렬이나 소꿉놀이, 코스프레 등 다른 캐릭터를 모방하는 것이 미미크리이며, 롤러코스터나 회전목마 등 극도의 현기증을 일으키는 것이 일링크스이다. 이런 특징들은 서로 복합적으로 섞이면서 놀이의 형태로 나타나게 된다.



[표 2] 놀이의 4가지 분류

카이와의 4가지 분류를 규칙성과 사람의 의지를 포함시켜 [표 2]와 같은 분류표를 작성할 수 있다(최유찬, 2000)

카이와는 놀이의 잠재된 의식으로 파이디아(Paidia)와 루두스(Ludus)를 말한다. 파이디아(Paidia)는 놀이 본능의 자발적 속성으로 흥분하고, 소란을 피우고 싶은 인간의 기본적 욕구와 본능이라 할 수 있으며 이를 즉흥의 희열이라고 할 수 있다. 놀이 규칙 하에서 승자와 패자를 가려내는 것이 아니라 놀이 자체의 ‘희열’을 이야기 한다. 바로 이 파이디아에 약속(규칙)이나 기술, 도구가 등장하면서 최초의 놀이들이 탄생하게 된다.

그에 비해 루두스(Ludus)는 이런 원초적인 욕망에 새로운 임의의 장애물을 제공하는 것을 의미한다. 자의적으로 설정된 장애를 극복하고, 해결하면서 맛보는 즐거움으로 파이디아를 길들이고, 더욱 풍부하게 만드는 원천이다. 루두스는 경쟁자와 싸우는 것이 아니라 장애들과 싸우는 것을 의미한다. 물질적 보상 없이 어려움을 해결하는 자기만족을 위해 행하는 놀

이라고 할 수 있다.

아곤, 알레아, 미미크리는 루두스와 결합할 수 있는 속성을 지니며, 알레아는 파이디아와 그리고 미미크리는 루두스와 결합할 수 없다고 말한다. 이는 [표 3]과 같이 정리할 수 있다.

파이디아는 흥분하고, 소란을 피우고 싶은 인간의 기본적인 욕망을 나타내는 속성 이므로 수동적인 우연이나 요행을 바라는 알레아(운)와는 결합이 될 수 없고, 문제를 해결하며 자기만족을 느끼는 루두스는 즉흥적인 흥분의 결정체인 일링크스(현기증)와 결합할 수 없다.

	아곤	알레아	미미크리	일링크스
파이디아	-	x	-	-
루두스	o	o	x	-

[표 3] 놀이의 4가지 분류

또한 카이와가 놀이를 통해 주목하는 것은 놀이의 본래 목적을 훼손하는 놀이의 타락이다. 정당한 놀이 규칙에서 벗어나 성공이나 승리만을 극단적으로 노리는 행위이다. 놀이가 진행되면서 경쟁·집착·소유욕을 강화하는데 아곤(경쟁)은 놀이의 한 요소이지만 규칙과 심판의 판정을 무시하게 될 때 현실에서는 그것을 전부로 생각하고 경쟁에 내재된 난폭성이 드러난다. 알레아의 타락은 운에 따른 판정을 따를 의사가 없거나 우연의 힘을 믿지 않고 다른 기계를 끌어들이면서 미리 판결을 알고자 하거나 은혜를 받고 싶은 유혹에 따를 때 생겨난다. 미미크리(모의)의 타락은 너무 놀이에 몰입한 나머지 모의된 역할을 현재의 자신과 구분하지 못해 생겨나는 광기로, 현실 세계와 꿈의 세계를 구별하지 못하여 현실도피의 수단으로 여기는 것이다.

놀이의 타락은 디지털 미디어에서 나타나는 부정적인 면과도 정확히 일치한다. 온라인 게임을 하면서 현실에서 폭력사태가 발생하거나 각종 사회적 문제를 일으키는 온라인 도박, 또는 컴퓨터 게임에 몰입하여 가상과 현실을 구분하지 못하는 것들 모두 놀이의 타락에서 나타난 결과들이다. 하위장아와 카이와의 놀이 이론은 현대의 디지털 미디어 환경에서 제공하는 놀이 속성과 오랜 시간적 간극을 두고서도 맞아 떨어지는 부분이 있다. 따라서 놀이하는 인간 호모 루덴스에서 이야기하는 놀이적 속성에 따라 체험형 디지털 제품의 분류가 가능할 것이며 이를 통해 체험형 디지털 제품의 한 특징을 이해하는데 도움이 될 것이다.

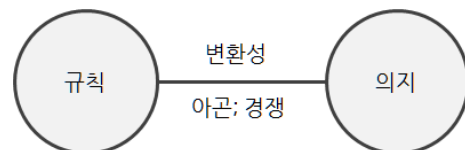
3. 체험형 디지털 제품의 놀이적 속성

3.1. 변환성

신체는 미디어의 특징을 가지면서 재매개를 하기도 하고 재매개의 대상이 되기도 한다. 기술적으로 새로이 구성된 신체는 미디어로서의 신체에 대한 과거의 문화적 제품들을 다시 불러오기도 하고 그것들과 경쟁한다(Jay David Bolter, Richard Grusin, 2008) 기술적 진보에 의해 변형되고 왜곡된 미디어 제품들은 과거의 덜 매개된 육체를 재매개 한다. 디지털 미디어 환경에서 신체와 제품들이 서로 재매개 하는 것으로 확대할 수 있으며 과거의 선형적이고 인과적인 사고 속에서 존재하던 기존 제품들의 목적과 기능이 재매개를 통해서 다른 목적과 기능으로 바뀔 수 있다. 따라서 물리적 환경과 디지털 미디어의 만남을 통해 본래의 목적과 기능이 새로운 목적과 기능으로 재매개하는 변환성(Conversion)의 속성을 지니게 된다.

놀이는 기본적으로 경쟁이라는 형태를 취하고 있다. 경쟁이란 이긴 자의 승리에 명확하고 이론의 여지가 없는 가치를 줄 수 있는 이상적인 조건에서 서로 싸우도록 기회의 평등이 인위적으로 설정된 투쟁이다(Caillois, 1961/1994)

아곤은 유저의 의지가 규칙에 입각한 경쟁을 나타내며 체스, 바둑, 가위바위보, 스포츠 등을 그 예로 들 수 있다. 체험형 디지털 제품의 놀이는 이와 같은 아곤의 경쟁적 특징을 호모 루덴스에서는 [표 3]과 같이 일정한 규칙과 의지를 반영하게 되며 기존의 선형적, 아날로그적 속성을 체험형 디지털 제품의 환경으로 재매개하는 변환성을 보임으로써 물리적 공간과 환경에서 존재하는 제품의 의미와 기능을 디지털 환경에서 확장하고 발전시킨다.



[표 4] 변환성의 놀이적 속성

Bottle Bank Arcade [그림 2]는 빈병의 재활용 수거율을 높이기 위하여 기존의 재활용 빈병 수거함을 놀이형태로 변환 시킨 것으로 빈병을 수거하는 투입구에 조명을 설치하여 조명이 켜지는 투입구에 빈병을 집어넣으면 점수가 올라가는 구조로서 보다 높은 점수를 획득하기 위해서는 정확히 투입하는 것도 중요하지만 보다 많은 빈병을 확보하는 것이 중요하다. 사람들의 경쟁심과 승부욕을 자극하여 더욱 빈병 모

우기에 자발적으로 참여할 수 있도록 한 디자인으로 이 빈병 수거함은 평소보다 2배 정도 증가한 빈병 수거의 결과를 만들어 냈다. 놀이 요소를 적용하여 자발적인 참여를 유도하고 이를 디자인의 목적에 맞는 기능을 효과적으로 수행할 수 있도록 하였다.



[그림 2] Bottle Bank Arcade [그림 3] City Invader

City Invader[그림 3]는 야간에 불 꺼진 빌딩의 표면에 인베이터 게임을 투영하고 레이저 포인터가 장착된 총을 이용해 외계인을 물리치는 형식의 게임을 진행하는 공공 디자인 프로젝트의 일종이다.

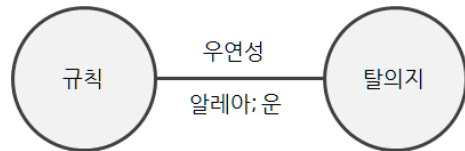
기존 건물로써의 존재가 시티 인베이터라고 하는 디지털 미디어 환경을 만나면서 재매개 과정을 거치는 것으로 건물이라는 존재가 디지털 게임의 배경이 되는 존재로 바뀌는 것이다. 이런 재매개화를 통해 이 건물은 현실에 존재하는 본래의 기능을 하는 건물인지 아니면 디지털 가상세계에 존재하는 게임의 기능을 하는 건물인지 구분하기가 힘들어진다. 디지털 미디어 환경 속에서 현실과 가상이 서로 변화 하면서 섞인다는 변환성의 특질을 잘 보여준다.

3.2. 우연성

아곤은 놀이를 하는 주체의 결정과 선택에 경쟁의 조건이 만족하는데 반하여 알레아는 놀이의 주체가 놀이에 어떠한 영향력도 행사할 수 없는 모든 놀이들을 지칭한다.

알레아와 아곤을 비교하면 아곤이 어느정도 예측 가능한 필연성을 내포하고 있다면 알레아는 예측하기 어려운 우연성을 내포하기 때문에 승리하였을 때 더 큰 긴장을 창출한다. 기대심리에 따른 ‘운’을 기대하면서도 놀이에 끊임없이 몰입하도록 하는 막연한 쾌감을 느끼게 한다. 우연놀이는 요행을 바라는 기대심리로 이어질 때 가장 강한 중독성까지도 갖는다(안상혁, 2004)

호모 루덴스에서는 [표 5]와 같이 알레아가 규칙과 탈의지가 반영된 우연히 발생하는 이벤트에 의해 운에 자신을 맡기는 놀이 즉 우연 놀이 들이 해당한다. 동전 던지기, 룰렛, 주사위, 복권 등이 대표적인 알레아적 요소를 지닌 놀이라 할 수 있다.



[표 5] 우연성의 놀이적 속성

체험형 디지털 제품에서도 우연성과 예측할 수 없는 설정 등을 통해 흥미를 유발시킨다. 알레아적 우연성을 높여 디자인 요소로서 활용한다.



[그림 4] The Speed Camera Lottery [그림 5] The World's Deepest Bin

스피드 카메라 복권[그림 4]은 교통속도의 제한이 필요한 곳에 설치된 센서로 측정하는 디지털 속도계 디자인으로 제한 속도 이하로 준법 운전을 할 경우 복권에 당첨되어 금전적 보상도 받을 수 있도록 한 디자인이다. 설치되기 전 평균 속도는 32km/h였으나 설치 이후 25km/h로 22% 정도의 속도가 실제로 감소하였다.

스피드 카메라 복권은 알레아가 놀이에 나타나는 우연성과 기대심리를 잘 적용시킨 디자인으로 놀이가 실제로 사람들의 삶에 영향을 미치고 이를 변화시키는 단초를 제공한 디자인이다.

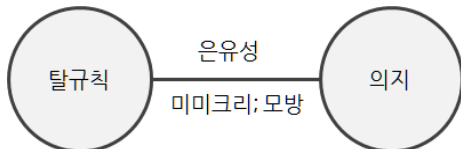
세계에서 가장 깊은 쓰레기통은 쓰레기를 휴지통에 버리도록 유도하는 디자인으로 놀이 요소를 포함시켰다. 휴지통에 센서와 스피커를 설치하여 쓰레기를 버리게 되면 깊은 계곡에 떨어지는 소리가 한참동안 들리고 바닥에 떨어지는 효과음이 난다. 이 쓰레기통은 하루동안 72kg의 쓰레기를 수거하였다. 이는 다른 쓰레기통 보다 41kg 더 많은 쓰레기를 수거한 결과이다. 평소 그냥 지나치던 쓰레기통이지만 디지털 미디어가 포함되면서 새로운 우연성과 기존과는 다른 형태의 기대효과를 얻을 수 있는 놀이제품으로 변모하였다.

3.3. 은유성

미미크리는 특정 대상을 흉내내거나 가장하여 어떤 것을 따라하고 싶은 의지가 반영된 역할 놀이 개념이다. 가면무도회, 소꿉장난, 연극, 칼싸움 등이 여기에 해당한다. 놀이의 주체가 특정 캐릭터로 변하여

상대방을 매료하는 것이다. 실재를 복제하여 원본의 기능과 의미를 복제품에도 그대로 복원하고자 하는 의지가 담겨있는 놀이이다.

디지털 미디어는 인터페이스를 통해 현실의 행위와 내용을 그대로 가상으로 복제한다. 하지만 비물질 디지털 공간의 특성상 형태와 내용은 가상에 맞게 은유하며 나타나는데 이를 호모 루덴스에서는 [표 6]와 같이 탈규칙적이며 의지를 반영한 미미크리라고 설명하여 체험형 디지털 제품의 은유성과 대칭시킬 수 있다.



[표 6] 은유성의 놀이적 속성

예를 들어 기타는 [그림 6]과 같이 다양한 형태와 기능으로 진화한다. 현의 떨림과 울림통을 이용한 클래식 기타, 피크로 현의 떨림을 입력하고 앰프로 출력하며 변조하는 전기기타. 기타연주 행위를 이용한 음악연주 게임기 등이다. 각각의 기타는 일관되게 기타연주라고 하는 경험을 제공하기 위하여 특정한 형태를 제공하고 음악 소리를 만들어 낸다. 하지만 소리를 생성해 내는 방법에서 큰 차이를 보이는데 디지털 미디어 기기인 게임기의 경우 악기처럼 기존의 현을 튕기는 것이 아니라 몇 개의 단순한 디지털 버튼으로 이루어져 있으며, 실제 음악을 연주하는 것이 아니라 음악에 맞춰 리듬을 맞추는 게임을 진행한다. 이는 기존의 아날로그 악기를 은유하면서 디지털 놀이가 원본 악기를 복제하고 있다는 것이다.



[그림 6] 좌:클래식 기타, 중:전기 기타, 우:기타하이브리드

디지털 환경에서 음악을 연주하기 위해서는 여러 가지 형태가 가능하지만 기타 연주라고 하는 놀이를 유저에게 제공하기 위해 기타의 형태를 은유한다. 따라서 유저는 실제 기타를 연주하지 못하더라도 기타 형태의 악기를 통해 음악을 생성할 수 있도록 하여 음악을 연주하는 놀이를 제공 한다.



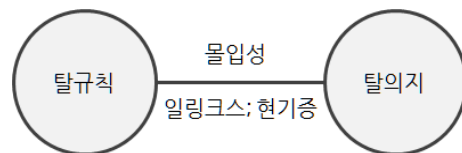
[그림 7] Piano Stairs

사람들이 지하철역의 에스컬레이터만을 사용하자 사람들에게 계단 사용을 권유하는 피아노 계단[그림 7]은 계단을 사용 하자는 언어적 권유 보다 실제 피아노를 은유한 놀이 계단을 만들어 사람들에게 직접 음악을 연주하는 놀이를 제공한다. 이 프로젝트의 결과 계단을 이용한 사람이 66% 증가하여 시민들 스스로 참여하도록 유도하였는데 본질적으로 같은 계단이지만 피아노 건반을 은유함으로써 계단이 사람들에게 놀이로 작용할 수 있도록 하였다.

3.4. 몰입성

일링크스는 규칙도 없고 의지도 반영되지 않은 것으로 일시적으로 지각의 안정을 파괴하고 맑은 의식에 일종의 기분 좋은 패닉 상태를 일으키려는 시도로 이루어지며 가슴졸임, 흥분, 얼떨떨하도록 하는 상태로 들어가는 것을 말한다. 이는 지각의 혼란을 야기하는 즐거움이라고 할 수 있는데 일링크스의 종류로는 회전목마, 그네타기, 롤러코스터, 번지점프 등이 있다.

디지털 미디어를 통해 사람들이 가상세계에 접속하게 되면서 사람들은 그 세계에 몰입하게 되는데 놀이의 일링크스적인 속성이 잘 드러난다. 호모 루덴스에서는 [표 7]과 같이 일링크스를 탈규칙, 탈의지의 영역이라고 설명하며 체험형 제품디자인의 몰입성과 같은 특징을 보인다.



[표 7] 몰입성의 놀이적 속성

즉 사람들은 가상세계에 있는 현실의 복제를 통한 현전감이 물리적 세계와 마찬가지로 자연스럽게 서로 상호작용하게 된다. 이런 상호작용은 사람들이 극히 일상적인 현실의 활동을 통하여 디지털이라는 존재를 망각하고 자연스럽게 가상세계에 몰입(Immersion)한다는 것이다.



[그림 8] Second Life

[그림 9] Kinect

최근 해외에서 인기를 끄는 온라인 게임인 세컨드 라이프[그림 8]의 경우를 보면 현실을 그대로 복제한 온라인 환경을 유저들에게 제공하여 사람들이 또 다른 인생을 살도록 하는 몰입성을 제공한다. 남성이 여성의 삶을 살기도 하고 신체가 불편한 사람은 건강 한 사람으로 다시 태어나 자신의 이상을 마음껏 펼치 기도 한다. 사람들은 디지털 환경에 재현된 가상현실 속에 몰입하여 현실 생활과는 다른 이상적인 삶을 영 위하는 놀이에 몰입하여 현실과 가상의 삶이 경계가 불분명해 지는 놀이를 하게 된다.

디지털 미디어가 만들어내는 가상현실 속에 사요 자가 몰입하는 것은 사용자가 자신이 디지털 미디어 기기를 사용한다는 것을 잊게 하고 자신의 지각 세계 에 가상현실을 현실로 받아들이는 것이다. 키넥트[그 림 9]의 경우처럼 특별한 물리적 장치 없이도 유저가 물리적 현실공간에서 하는 자연스러운 동작으로 가상 현실 속에서 놀이가 이루어진다. 디지털 미디어가 만 들어내는 놀이는 현실 속의 나를 복제하기도 하지만 전혀 다른 아이덴티티의 나(아바타)를 만들어 낸다. 이런 사용자의 자연스러운 행동을 통해 놀이에 몰입 감을 느낄 수 있도록 하고 실제 생활을 가상에 그대 로 적용하도록 한다.

4. 결론 및 제언

놀이 이론은 놀이와 문화와의 상관관계 속에서 인 간을 놀이로 이끌어 내는 놀이의 분류를 4가지 범주 로 분류하였다는데 가장 큰 의의가 있다. 로제 카이 와가 분류한 4가지 놀이의 범주는 아곤(경쟁), 알레아 (운), 미미크리(모의), 일링크스(현기증)가 있음을 제시 하였다. 호모 루덴스에서 이야기하는 놀이의 환경은 유저의 자발적 참여와 가상에의 몰입, 시간과 공간의 한계성을 통해 놀이가 이루어진다. 이런 환경은 체험 형 디지털 제품들에도 그대로 녹아들어가 나타나게 되는데, 이는 변환성, 유연성, 은유성, 몰입성의 형태 로 드러난다.

체험형 디지털 제품디자인은 적극적으로 놀이와 접목되고 있는데 이전 세대와는 전혀 다른 놀이관과 놀이문화를 만들어 낸다. 디지털 미디어 제품이 만들

어내는 놀이는 신체를 사용하는 물리적 디자인을 넘 어서 가상공간으로까지 인간의 활동 영역을 확장하고 의식을 넓히는데 지대한 영향을 미치고 있다.

미래의 디자인은 공학과 경영, 인문학이 융합된 상상력이 중요해지는 시대가 될 것으로 예견되므로 인간의 문화를 이루는 놀이의 속성을 체험형 디지털 제품과 결합시켜 고찰한 내용은 디지털 환경을 살아 가는 인간을 이해하는데 도움이 될 것으로 기대된다.

참고문헌

- 김점섭 (2008). '놀이학'의 선구자, 호이징하와 까이 와의 놀이담론 연구. 『인문연구』, 54
- 백수희, 김규정 (2009). 놀이적 맥락에서 본 인터랙 티브 설치 예술의 특성. 『디지털디자인학연구』, 9(1)
- 신성환 (2009). 디지털 호모 루덴스, 놀이하는 삶과 문화적 혁신. 『한국언어문화』, 38
- 안상혁 (2003). 로제 카이와의 놀이론을 통한 온라 인 게임 고찰. 『디자인학연구』, 55
- 최고원 (2011). 놀이이론과 문화분석. 『존재론 연 구』, 25
- 최유찬 (2000). 『컴퓨터게임의 이해』. 서울 : 문화 과학사.
- M. McLuhan. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. 박정규 역 (1999). 『미디어의 이해: 인간의 확장』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- J. D. Bolter, R. Grusin. (1999). Remediation: Understanding New Media. 이재현 역 (2006). 『재매개: 뉴미디어의 계보학』. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- Johan Huizinga. (1938). Homo Ludens. 이종인 역 (2010). 『호모 루덴스』. 서울: 연암서가.
- Roger Caillois. (1961). Man Play and Games. 이상 를 역 (1994). 『놀이와 인간』. 서울: 문예출판사.
- City Invader. (2008), <https://www.youtube.com/watch?v=4R6j5mulGJI>
- Second Life. (2011), <https://www.youtube.com/watch?v=GgNcTxgCMLQ>
- The Fun Theory. (2009), <http://www.thefuntheory.com>
- X Box 360 Kinect. (2009), <https://www.youtube.com/watch?v=p2qlHoxPioM>