

놀이환경 변화를 통해 본 디지털문화심리학의 방향 모색

이 장 주[†]

이락디지털문화연구소

급격한 디지털화로 우리 사회의 변화는 적응과 대처라는 새로운 심리학적 과제를 만들어냈다. 이런 변화의 핵심에는 놀이가 자리한다. 놀이는 전통사회와 산업사회를 거치면서 노동의 부수적인 활동이었으나, 생산성과 효율이 극대화된 디지털 사회에서는 경제, 사회, 문화의 전반을 포괄하는 핵심 활동이 되었다. 그러나 놀이에 대한 이론적 접근은 여전히 산업사회 기반의 분석에서 벗어나고 있지 못하였다. 이런 점을 분석하면서 디지털 문화의 핵심적인 특성인 멀티미디어와 소셜 네트워크 및 이들이 결합된 디지털 게임 이용이 이용자에게 미치는 심리학적 영향에 대해 다루었다. 다음으로 기존의 심리학과 디지털 문화 심리학의 차이점을 자아개념, 정보처리방식, 성역할 등을 통해 다루었다. 마지막으로 디지털 문화심리학의 미래 방향, 기존 심리학과와의 차별성과 제한점에 대해 논하였다.

주요어 : 디지털, 놀이, 게임, 디지털문화심리학, 멀티미디어, 소셜네트워크

† 교신저자 : 이장주, 이락디지털문화연구소, 서울시 마포구 서교동 353-1 서교타워 906호
Tel : 02-3144-1717, E-mail : zzazanlee@gmail.com

간절히 바랐던 희망이 이루어졌을 때, 우리는 기쁨이나 행복과는 다소 거리가 있는 실망스러운 경험을 드물지 않게 한다. 안타깝게도 지금 우리를 실망시키는 것들이 그렇다. 대표적으로 의료기술의 혁신과 생활수준의 향상으로 인한 급격한 고령화는 얼마 전까지 ‘무병장수’라며 기대하던 제일 큰 소원이었다. 고통스런 육체노동과 지루한 반복노동을 탈출시킨 노동의 기계화·자동화, 그리고 이어지는 구조조정은 고단한 노동에서 벗어나기를 그리던 ‘노동해방’이라는 이름의 후속편이었고, 먹을 것의 부족을 걱정하지 않는 것을 넘어 영양과잉을 경계해야 하는 현실은 성서 속에나 나왔던 젓과 꿀이 흐르는 ‘약속의 땅’이 아니었던가? 그런데 막상 이런 인류사의 원대한 희망을 이루고 난 뒤 우리는 행복에 겨운 자축을 하기보다는 직면하고 있는 연금고갈과 실업, 비만을 더 걱정 하고 있다.

걱정을 할 때 하더라도 우선은 자축을 하고 나서 하는 것이 순서일 것인데, 그렇게 하지 못하는 것은 자축의 심리적 기반인 놀아본 경험이 없기 때문일 수도 있다(김정운, 2005). 굶을 걱정 없고, 지겨운 일에 얽매이지 않는 삶을 건강하게 장기간 유지 할 수 있다는 것은 남의 눈치 보지 않고 내가 하고 싶은 것을 오래오래 만끽할 수 있는 조건이다. 이것을 다른 말로 표현하자면, 인본주의자들은 인간으로써 고유한 고차원적 욕구가 발현될 수 있는 자아실현의 조건이라 할 것이고, 현실의 언어로 말하자면 ‘놀이’ 좋은 최적의 조건이라고 할만하다.

그래서 그런지 요즘 ‘노는 사람’들이 부쩍 늘었다. 노는 사람들이 늘다보니 이런 사람들을 대상으로 하는 비즈니스도 늘었다. 대략 이들은 두 부류로 나뉘는데, 첫 번째 부류는

노는 사람을 줄이는 실업대책이나 일자리 만듦과 같은 정부정책과 관련된 일을 하는 사람들이다. 그런데 이미 대세는 ‘노동의 종말’이다. 이런 근거와 이유는 이미 15년전 제레미 러프킨(Ryfkin, 1995)의 동명 단행본을 통해서 충분히 설명한 바 있다. 그는 정보화와 자동화로 새로운 일자리가 생기는 하지만 그것으로 인해 없어지는 일자리를 절대로 따라잡을 수 없을 정도로 격차가 벌어진다고 주장하였다. 이런 점에서 이 부류는 정책적으로나 현실적으로 충분히 공감은 되지만 성취되기 어려운 비즈니스이면서 자아실현과는 웬지 거리가 있는 생존 욕구 수준의 퇴행적인 느낌마저 든다.

두 번째 노는 사람들을 대상으로 한 비즈니스는 말 그대로 ‘엔터테인먼트 산업’의 전성시대다. 엔터테인먼트산업을 다른 말로 표현하자면, ‘노는 것이 일’이라고 할 수 있는 전형적인 후기 산업사회의 특징적인 현상이다. 이런 추세에 맞추어 정부도 엔터테인먼트 산업진흥기관을 만들어 차세대 성장동력이라며 밀어주고 있다.

그러나 한국전쟁의 폐허를 극복하기 위해 쉬지 않고, 열심히 일을 했고, 그 덕분에 세계 일류 클럽이라는 OECD에 들어선 관성은 쉽게 벗어나기 어려운 것 같다. 세계적인 계임을 만들어 자수성가 한 사람들은 차세대 IT리더라고 치켜세우면서, 정작 이들의 성공작을 열심히 플레이하는 이용자를 ‘중독’, ‘폐인’, ‘오타쿠’라는 별로 좋지 않은 어감의 용어로 부른다. K-POP이라는 이름으로 전 세계 맹위를 떨치는 ‘소녀시대’는 한국문화의 전도사라고 치켜세우면서도 이들을 모델로 열심히 노래하고 춤추는 청소년들을 바라보는 기성세대의 시선은 곱지 않다. 개미와 베짚이의 우화를

현대판으로 옮기면, 배짱이가 앞으로 유망하다고 머리로 생각하지만 개미는 자기 자식을 선뜻 배짱이처럼 키우기가 겁이 나는 형국이라고나 할 것이다.

우리가 살고 있는 후기산업사회에서 이런 배짱이들을 먹여 살리는 것은 개미가 아니라 다른 배짱이들이라는 점을 인식할 필요가 있다. 그럼 개미들은 무엇을 하나? 기계화 자동화에 밀려 자의반 타의반 배짱이 대열에 합류해야 했다. 이제 노는 것은 가장 유망한 산업이고, 최첨단의 복지이면서 기민(機敏)한 정치이자 정책이 되었다.

열심히 일만하던 개미가 배짱이와 섞여 놀게 된 상황이 당사자 개미로서는 마음 편할 리 없다. 마음 편하게 만들어 주는 것을 하나의 사명으로 삼는 심리학이 지금 해야 할 일은 배짱이를 개미가 이해할 수 있도록 행동을 조절하게 만드는 것이 아니라 개미가 배짱이처럼 자유롭고 즐겁게 노는 것을 가르치는 것이다. 비록 당장의 현실은 그렇지 못하지만 말이다. 그러나 이것이 옳고 그름을 다투기 보다는 이를 둘러싼 현실을 직시해야 한다. 흐르는 시간 속에서 개미는 급속히 감소하고 있으며 배짱이는 급속히 늘어가고 있다. 이제 심리학도 자의반 타의반 이제 개미의 일하는 심리학이 아니라 배짱이의 노는 심리학의 수요를 준비해야 한다.

이 글은 놀이와 관련된 심리학의 접근을 살펴보고, 최근 놀이의 핵심이 되는 디지털 기기와 문화가 어떻게 이들을 가지고 노는 사람들의 마음을 변화시켰는지 살펴볼 예정이다. 그리고 이러한 변화가 과거의 심리학과 어떤 차이가 있는지, 그리고 이것을 아우르는 디지털 문화심리학은 어떠해야 하는지 생각해보고자 한다.

놀이의 확산

300만년전 인간이 등장했을 초기부터 걱정해오던 먹을 것에 대한 인류사적 숙원사업을 최근 백년 동안 빠르게 해결하였다. 이러한 배경을 살펴보면, 농업혁명에 이은 산업혁명이라는 획기적인 노동기술과 도구의 발달은 노동시간을 점차 감소시켰다. 뿐만 아니라 노동을 해야 하는 사람들도 줄었다. 그만큼 놀수 있는 사람들이 늘게 되었다. 공장에서는 끊임없이 물건들이 나오기 시작하였고, 그에 따라 살림살이도 같이 좋아졌다. 점차 생활수준이 높아지면서 일 이외의 영역 즉 놀이와 관련된 여가영역들에 대한 관심이 증대되었고, 자연스럽게 여가영역의 산업화가 빠르게 진행되었다.

이런 여가영역 중 가장 대표적인 사례들은 스포츠와 영화였다. 1860년대 영국의 프리미어 리그의 모태가 되었던 축구리그가 출범하였고, 거의 동시에 바다 건너 미국의 프로야구 리그인 메이저리그가 시작되어 노동자들의 주말여가를 담당하였다(정준영, 2003). 산업혁명의 발상지 영국에서 축구를 비롯한 근대 스포츠가 발생했다는 것은 너무 당연한 일이다. 이런 스포츠가 인기가 있었으니 이런 인기를 등에 업고 선수들 동정과 경기결과를 전하는 스포츠신문의 인기는 상상하기 별로 어렵지 않으며, 광고로 먹고 사는 미디어(media)의 특성상 인기 스포츠와 미디어는 아주 좋은 파트너였다.

1889년 프랑스 뤼미에르 형제가 영사기를 발명하여 대중적인 영화산업의 기틀이 잡혀져 20세기 저렴하게 즐길 수 있는 여가매체로써 영화가 전 세계로 확산되어 시민들의 주요한 여가활동을 이루게 되었다. 그리고 20세기 중반 라디오와 TV라는 당시로써는 뉴미디어가

등장했다. 이들 콘텐츠는 스포츠를 넘어 드라마와 음악까지 다양화되었다. 힘들여 찾아 돌아다니지 않아도 되는 심지어 누워서도 세상 일들을 알려주는 뉴미디어는 정말 세상 좋아졌다는 말이 절로 나오는 경탄스러운 기기였다(Kern, 1983).

기술이 발전하면서 노는 사람들도 따라 늘었다. 이에 노는 사람들을 대상으로 한 사업도 같이 유망해졌다. 그들은 심지어 전쟁기술을 노는 사업에 끌어들여 소위 대박을 터뜨렸는데, 그것은 다름 아닌 인터넷과 디지털 게임이다. 인터넷은 군사적 목적으로 탄생되었다. 대략 스토리¹⁾를 소개하자면, 1957년 소련이 세계 최초 인공위성 발사에 성공하자 미국은 위기감에 빠진다. 만일 소련이 핵공격을 해온다면 미국 통신망은 한순간에 파괴될 수도 있기 때문이다. 그래서 미국방성은 1969년에 ‘알파넷’이라는 계획을 수립한다. 중앙컴퓨터가 파괴될 때를 대비하여 전체 자원을 분산하고자 하는 목적으로 만들어졌다. 처음에는 군사적 목적으로 구축되었지만 프로토콜로 TCP/IP를 채택하면서 일반인을 위한 알파넷과 군용의 ‘밀리넷’으로 분리되어 현재의 인터넷 환경의 기반을 갖추어져 현재에 이르고 있다.

인터넷은 콘텐츠를 실어 나르는 미디어다. 근데 기존 미디어들이 거대 자본과 고도의 기술이 요하는 시스템이 필요했던 반면 인터넷은 이런 중앙집권적인 특성을 조각조각 나누어버렸다. 조금만 관심이 있는 사람이라면 누구나 원하는 것을 구현할 수 있는 수단이 등장한 것이다. 소설가도, 사진가도, 영화감독도, 기자도, 아니면 배우도 가능하다. 이런 재미를 경험한 이들은 이제 가만히 쳐다보기만 했던

TV가 시시해지기 시작했다. 그리고는 인터넷 상에서 나를 표시하는 이미지를 위해 돈을 쓰기 시작한다.

디지털 게임은 현재 인터넷에 유통되고 있는 대표 콘텐츠다. 그런데 그 기원은 인터넷과 비슷하다. 미국의 윌리엄 히긴보섬(Higinbotham) 박사²⁾는 제2차 세계대전 때 로스 알라모스 국립 연구소에서 맨하탄 프로젝트(미국의 원자폭탄 개발 프로젝트)에 참여했다. 전쟁이 끝나자, 죄책감으로 인해서 그는 핵에너지의 평화적 이용을 목적으로 하는 브룩 헤이븐 국립 연구소로 이적했고 1958년 세계 최초의 비디오 게임인 ‘tennis for two’라는 게임을 발명했다.

이런 게임을 만들게 된 계기는 아주 소박했다. 이 연구소는 매년 가을에 지역의 주민들에게 핵 연구의 의의나 안전성을 알리기 위해 공개 견학을 실시했는데, 정적인 사진으로 설명을 했기 때문에 대부분의 주민들은 별 관심 없어 했다. 그래서 방문자들의 흥미를 돋우기 위해 직접 컴퓨터를 조작할 수 있는 게임을 만들게 되었는데 반응은 거의 폭발적이었다. 그리고는 이 프로그램의 진가가 서서히 드러날 무렵 그는 국가가 이 프로그램을 독점하지 못하도록 연구소 규칙을 무시하고 특허를 내지 않았다고 한다. 만일 특허를 냈더라면 게임개발자들은 누구라도 미국 정부에 게임개발 신청하여 허가를 얻거나, 심지어 미국 이외의 국가에서는 게임개발이 원천적으로 차단되었을 수도 있었다. 그는 이런 게임이 무한한 발전성을 가지고 있으면서 미래의 사람들을 즐겁게 할 수 있는 발명품이라는 것을 알아차리고 미래 후손들의 즐거움을 위해 특허신청

1) 네이버 백과사전 요약 발췌(<http://100.naver.com/100.nhn?docid=275530>)

2) “<http://hdgj.kr/entry/비디오-게임의-아버지-윌리엄-히긴보섬>”에서 주로 참고하였다.

을 하지 않았다고 한다. 동화책에서나 나올법한 이야기다.

근데 게임을 만든 기술은 다름 아닌 핵무기를 만들었던 프로그램을 응용했다. 재미와 죽음이 같은 기술에서 나왔다니 아이러니가 아닐 수 없다. 그래서 그런가? 블리자드(Blizzard)라는 게임사가 ‘World of Warcraft(WoW)’라는 게임을 통해 벌어들이는 수익은 전 세계적으로 한 달에 1억 달러라는 거금이다³⁾. 일년이 아니라 한 달에 그것도 현금으로 말이다. 그런데 디지털 기술이 다 그렇겠지만 개발이후에는 들어가는 비용이 거의 없다는 점을 고려할 때 그 수익의 액수는 그저 경이로울 따름이다.

놀이의 이론적 접근

놀이가 일상화 된 현재까지 그늘이 남아있지만, 놀이는 전통적으로 어른보다는 아이들의 몫이었고, 일과 대비되어 사소한 일상으로 치부되어왔다. 실상 놀이에 대한 이러한 인식은 놀이 자체의 성격이라기보다는 놀이를 학문적으로 개념화하는데 결정적인 기준으로 작용한 사회적 문화적 환경을 우선 살펴 볼 필요가 있다.

우선 놀이라는 것이 학문적 담론으로 잉태

3) “‘와우’는 2005년 5월에 서비스를 시작한 후 지난해 말까지 1천1백만 명의 유료 가입자를 확보한 세계 최고의 온라인 게임으로, 블리자드에 따르면 2009년 1분기에만 3억 1천4백만 달러를 벌어들였다. 이는 한 달에 약 1억 달러(약 1천3백억 원)를 번 셈으로, 역대 최고의 영화 흥행 기록이라는 타이타닉(6억 달러)조차 ‘와우’의 6개월 수익 밖에 되지 않는다.” 게임동아 2009. 9. 21일자

되기 시작한 19세기 말부터 20세기 초반은 서구사회에서 ‘벨 에포크(Belle Époque)’ 즉 좋았던 시절이라고 불렸다(Polanyi, 1944). 이 말은 이후 1차 세계대전을 치르면서 돌아보니 이 시기가 사회, 문화, 경제 등 여러 분야에서 화려했었다는 회고적 평가였다. 이러한 시대적 배경은 다양한 문화와 과학기술이 일상에 혁명적인 변화의 기반이 되었고, 이런 변화는 이전의 시기와는 다른 심리적 효과를 가져 오게 된다.

산업사회 노동형태의 근간이 되었던 포드주의에서 보여지 듯, 이전과 다른 풍요를 누리기 위해서는 자기가 원하는 것을 마음대로 하기보다는 외부환경에서 부여된 일을 실수 없이 수행해야 했다. 그리고 이런 활동의 이데올로기적 기반은 우파의 대표 베버(프로테스탄트 근로윤리)나 좌파 대부 마르크스(자본론)까지 학자들이 제공하였다. 이들은 서로 접근 방향이 다르기는 하였지만 인간의 가장 중요한 동기와 활동이 노동(일)이라는 점에서 일치된 주장을 하였다. 좀 더 가까이 심리학에서는 프로이트가 즉각적인 쾌락을 일으키는 행위인 놀이는 유아기(id)적 특성으로 나타나는 것이라고 해석할 만한 충분한 근거를 제공했다. 이러한 사회적 분위기는 개인의 욕구대로 행하는 놀이가 작업장에서 통용되는 것을 적극적으로 차단하는 것을 말할 것도 없고, 콧노래, 휘파람, 미소 등을 불복종과 무질서의 신호로 여겼다.

“동료와 웃다가 조립 라인을 30초 정도 지연시킨 전과가 있던 존 갈로는 미소를 지었다는 이유로 1940년 해고당했다. 이런 엄격한 관리 규칙은 ‘일할 때는 일해야 하고, 놀 때는 놀아야 한다. 이 둘을 서로 섞

으려 해서는 안된다’는 헨리 포드의 경영 철학이 반영된 결과다.”(Pink, 2005 p.198 재인용)

그러나 이후 대공황의 그림자를 벗어나 점차 풍요로워지고, 이에 따른 노동시간의 감소는 일과 놀이의 엄격한 구분을 점차 흐려지게 만들었다. 그와 동시에 놀이의 중요성이 부각되기 시작했다. 가장 대표적인 사례는 Huizinga(1938)로 그는 놀이와 관련된 고전의 이론 틀을 제공했다는 평가를 받고 있다. 그는 저서 ‘호모루덴스’에서 놀이가 문화보다 더 오랜 역사를 가졌으며, 인간의 의미기능의 원천이며, 인간의 본성적 특성이라고 주장하였다. 인간의 본성으로써 놀이의 위상을 설명하면서 그는 생존을 위한 활동이 아니라 삶의 의미를 만드는 활동의 근원이 놀이라고 밝힌다.

“생존을 위한 움직임은 기계적 물리법칙을 따르는 것일 뿐이지만, ‘놀이’를 한다는 것은 물리법칙을 벗어난 그 이상의 활동이기 때문이다. 또한, 삶의 의미는 ‘놀이함’에서 나온다. 생존을 쫓아서 살아간다는 점에 있어서 인간은 여타의 다른 생물들과 다를 바 없다. 생존의 사슬로부터 벗어나 여가를 갖고 놀이할 때, 비로소 인간 삶의 독특한 의미가 생겨난다. 이런 의미에서 인간의 문화는 놀이로부터 나왔으며, 또한 ‘놀아지는’ 것이다”(Huizinga, 1938, p. 35).

그런데 그의 놀이 이론은 이전의 일 중심, 업적 중심에서 벗어난 획기적인 개념적 변화였음에도 불구하고 여전히 그가 머물고 있는

사회적 분위기 즉 산업사회의 대표적인 이데올로기였던 ‘일할 때는 일하고, 놀 때는 논다’는 것에서 벗어나기는 힘들었던 것 같다.

“(전략) ... 놀이는 허구적인 것으로서 일상생활 밖에 있음에도 불구하고 놀이하는 자를 완전히 사로잡을 수 있는 자유로운 행위로 간단히 정의할 수 있다. 그것은 어떠한 물질적 효용도 없는 행위로서 명확하게 한정된 시간과 공간 속에서 행해지며 주어진 규칙에 따라 질서정연하게 진행되는 데 기꺼이 자신을 신비로 둘러싸거나 아니면 가장을 통하여 평상시의 세계와는 무관하다는 것을 강조하는 집단관계 생활 속에서 생기게 한다”(위의 책, pp.21-22)

일 중심의 사회적 분위기에서 새로운 가치의 원천을 놀이에서 찾았다는 점에서 Huizinga는 분명히 혁신적이었다. 하지만 그 역시 놀이의 본성이라는 학문적 접근 역시 여러 가지 사회적 환경의 영향으로부터 자유로울 수 없는 사회적 구성물이라는 점에서 날로 풍요로워지는 사회적 분위기 속에서 놀이를 다 담기에는 한계가 있었다. 하물며 현재와 같이 엔터테인먼트가 주요 산업화된 후기산업사회는 말할 것도 없고 20세기 중반 최고 흥행 산업으로서 영화와 프로스포츠 등 일 이외의 영역이 강화되는 사회적 현상을 Huizinga의 놀이 이론으로 설명하는 것은 너무 순진한 접근일 수밖에 없다.

놀이의 분류의 측면에서 Huizinga의 이론을 비판적으로 계승하였던 로제 카이와(Caillois, 1958)는 우선 Huizinga가 놀이를 너무 신성하게 다루어 실제로 일어나는 일상의 놀이를 빼놓는 우를 범하였다고 비판하였다. 그래서 그

는 Huizinga가 배제한 스포츠와 도박과 같은 것을 놀이에 포함시킴으로써 좀 더 현실적인 놀이관을 제시하였다. 그리고 놀이를 추상적인 분석이 아닌 참여하는 사람들이 놀이에 대한 태도를 기준으로 분석함으로써 놀이를 좀 더 현실적이면서도 독자적인 측면에서 분석을 가능하게 해주었다.

종종 주장되는 바와 반대로, 놀이는 노동의 준비훈련이 아니다. 놀이가 성인의 활동을 미리 한다고 보는 것은 외관상만 그러하다. 말타기 놀이나 기차놀이를 하는 소년은 장래에 기사나 기관사가 될 준비를 하는 것도 아니며, 요리를 만드는 소녀는 앞으로 여자요리사가 될 준비를 하는 것도 아니다. 놀이는 특정직업의 훈련을 하는 것이 아니라, 장애를 극복하거나 어려움에 맞설 수 있는 능력을 증대시킴으로써 인생 전체에의 안내역을 행하는 것이다(Caillois, 1958, p.19).

그러나 Caillois 역시 산업사회를 살고 있었다는 점이 그의 이론⁴⁾에서 보면 극명하다. 이

- 4) 놀이를 본질적으로 다음과 같이 정의할 수 있다:
- 1) 자유로운 활동: 놀이하는 자가 강요당하지 않는다. ...
 - 2) 분리된 활동: 처음부터 정해진 명확한 공간과 시간의 범위 내에 한정되어 있다.
 - 3) 확정되어 있지 않은 활동: 게임의 전개가 결정되어 있지도 않으며, 결과가 미리 주어지지 않지도 않다. ...
 - 4) 비생산적 활동: 재화도 부도 어떠한 새로운 요소도 만들어 내지 않는다. ... 게임시작 때와 똑같은 상태에 이른다.
 - 5) 규칙이 있는 활동: 약속에 따르는 활동이다. 이 약속은 일상의 법규를 정지시키고, 일시적으로 새로운 법을 확립하며, 이 법 만이 통용된다.
 - 6) 허구적인 활동: 현실생활에 비하면, 이차적인 현실 또는 명백히 비현실이라는 특수한 의식을 수반한다. (“놀

린 점에서 그의 이론도 산업사회의 기본 이데올로기였던 ‘일 할 때는 일하고, 놀 때는 놀다’는 명제에서 벗어나기 힘들었던 것 같다. 그 근거는 놀이의 분류체계를 설정하며, 이후 놀이의 타락을 걱정했다는 점에서 찾을 수 있다.

(놀이의 분류는) 규칙이 있는 경쟁 속에서 승리를 얻고자 하는 야심(아곤), 의지를 포기하고 운명의 판결을 불안한 마음으로 기다리는 것(알레아), 다른 사람의 모습을 하는 것을 좋아하는 것(미미크리), 현기증의 추구(일링크스). (중략) 놀이의 세계가 밀폐되지 않는다면, 어떻게 되는가? 현실 세계와 서로 뒤섞여서 놀이의 하나하나의 행동이 현실세계에 파문을 일으키는 경우, 어떻게 되는가? 그때에는 놀이의 기본범주 각각에 특유한 부패가 일어나는데 (중략) 공정한 규칙은 거추장스럽고, 위선적인 약속에 불과한 것으로 보여진다. 비열한 공격도 이기면 정당화된다(위의 책, pp.78-91).

Caillois는 놀이를 분류하면서 서로 중첩될 수 있다는 점을 말하기는 하였지만, 전세계 가입자가 1억명을 넘어선 ‘국내 게임개발사의 ‘카트라이더’게임만 하더라도 경쟁, 운, 모의, 현기 등 4가지 속성이 모두 포함된다. 디지털 환경에서 재미라는 것으로 사람들의 인기를 끌려면 이들 4가지의 속성은 이제 기본이 되었다. 들뢰즈식으로 이름을 붙인다면 재미의 ‘가로지르기’라고 부를 수 있을 것이다(이정우, 2000).

Huizinga와 Caillois의 사례처럼 놀이에 대한 이와 인간(1994) pp.33-34)

본질이 역사학과 사회학적 접근이 산업사회의 정점에서 나름대로 치열함을 견지했던 것과 비교해 심리학에서 놀이는 성장과 적응에 도움이 되는 도구적 측면에서 접근하게 된다. 대표적인 예로는 프로이트와 피아제를 들 수 있다. 우선 프로이트의 놀이이론을 살펴보자. 그는 놀이를 유아가 자신이 겪은 힘든 경험을 놀이를 통해 표현한다고 생각했다.

“(프로이트는) 막 걸음마를 댄 유아(프로이트의 손자)가 마치 ‘실패를 침대 안으로 사라지게 만들려는 듯’ 집어던지는 모습을 보게 되었다. ... ‘사라졌다 다시 나타나기’라는 이 놀이가 바로 어린이가 반복적으로 물체의 재현을 실행함으로써 어머니로부터 분리당한 정신적 충격을 극복하려는 시도라고 해석하였다. 어머니의 관심을 독점하고 싶은 유아의 욕망과는 무관하게 어머니는 다른 사람들을 만나거나 다른 장소로 가기 위해 유아를 버려둔 채 사라지고 이것은 유아에게 간통의 환영에 사로잡히게 만든다. ... 대단히 불쾌하지만 이를 참고 비극적 상황을 놀이처럼 반복함으로써 유아는 그 안에서 자신의 적극적인 역할을 찾아간다. 어머니를 되찾으려고 뺏겼던 유아의 연약한 팔은 이제 상상놀이(play-phantasy)를 통해 실패를 지배하는 강력한 기구로 다시 태어난다”. - 쾌락의 원리를 넘어서(Freud, 1920, pp.5~16; Cohen(최창호 역), 2007, pp.184~186 재인용).

위의 인용을 보면 프로이트는 놀이를 고통스러운 감정을 정화시키는 감정의 정제소 정도로 파악한 듯하다. 프로이트는 왜 노는지에 대해 심리학적으로 수궁이 갈만한 설명을 제

공하였다. 어떤 점에서 고통을 피하기 위해 놀기도 하지만, 놀이는 그 자체로 매력적인 접근 대상 즉 자기목적적(autotelic)인 활동이다 (Brown과 Vaughan, 2009). 이런 점에서 모든 놀이를 프로이트식으로 설명하기란 제한적일 수밖에 없다.

이에 비해 피아제(Piaget, 1962: 강남국, 2002, p.181 재인용)는 놀이를 인지발달을 위한 도구적 측면에 초점을 맞추었다. 그는 그의 저서 “아동기의 놀이, 꿈, 그리고 상상”에서 놀이의 유형을 크게 3가지로 정리한다. 우선 감각운동기 시기 1, 2차 순환반응의 단계에 따라 연습놀이가 나타난다. 이런 놀이는 특별한 기교가 없이 단순히 잡고, 흔들고 던지는 행위를 통해 즐거움을 추구하는 놀이 형태다. 이러한 놀이를 통해 아동은 자신과 환경을 통제할 수 있다는 자신감을 얻고 이에 재미를 느끼게 된다(이선애, 2009). 다음 단계는 전조작기 시기의 상징놀이이다. 가장 대표적인 놀이는 소꿉놀이로써 ‘~을 하는 척’하는 역할놀이의 형태를 지닌다. 특히 전조작기 시기 아동이 언어를 습득하게 됨으로써 자신의 행동 뿐 아니라 주변의 모델을 모방하는 단계로 발전하며 사회와 자신과의 관계를 이해하는데 중요한 역할을 수행한다. 마지막으로 규칙놀이는 전조작기 후기와 구체적 조작기 사이에서 나타난다. 규칙놀이는 사회적 관계에서 규칙을 정하고 이에 따라 수행하는 놀이 즉 게임의 형태로 일생동안 발달하게 된다.

놀이에 대한 심리학적 전통은 현재 놀이치료나 놀이교육으로 이어지고 있다. 치료나 교육이라는 용어에 함축되어 있는 놀이는 결핍이나 미숙을 보완하는 보완적 기능으로써 놀이에 대한 이론을 부분적으로 설명할 수 있을지 몰라도 최근의 일과 놀이가 결합된 사회적

분위기를 설명하는 이론으로는 충분치 못하다.

디지털환경과 놀이

칼 마르크스의 유명한 구절을 인용하자면 ‘생산수단’이 매우 비싸지고 집에 간수하기가 불가능해지자 비로소 거대 조직이 나타났다. 산업화된 경제 구조 속에서 생계유지를 위해 필요한 도구들은 개인이 구입하기에는 너무 비싸지고, 한 사람이 조작하기에는 너무 복잡해지고, 집에 보관하기에는 너무 거추장스러워졌다. ... 일터는 거대한 공구실로 변했다. 자본가는 규정된 시간 동안 공구실 문을 열어놓고, 노동자가 그 도구들을 제대로 사용하는지 확인했다. 그런 다음 문을 닫고 집으로 돌려보냈다. ... 노동자는 공구실에 있는 거대한 기계가 뽑어내는 엄청난 수익에서 작은 한 닢의 은화를 챙겨 돈을 벌었다(Pink, 2001, pp.76~77).

위의 인용은 꼭 아날로그라고 할 것도 없이 최근까지 유지한 산업구조가 어떻게 형성되고 유지되었는지 간명하게 보여준다. 그리고 이런 구조가 왜 바뀌었는지에 대해서도 중요한 통찰을 제공해 준다. 바로 그것은 생산수단이 매우 저렴해졌고, 간편해지고, 단순해졌다는 점이다. 그래서 이제 거대한 조직은 생산력이나 효율과 거리를 두게 된다. 여기에 획기적으로 기여한 혁명적 도구가 바로 디지털이다.

디지털이란 ‘0과 1로 표현하는 방식’을 말

5) ‘목적어’가 없다는 점에 주목할 필요가 있다. 무엇을 위한 ‘목적’을 넘어 그 자체가 목적일 수 있음이 시사된다. 마치 사람처럼 말이다.

한다(Negroponte, 1995). 디지털의 가장 큰 특징은 애매모호한 값을 취하지 않기 때문에 정확하고, 정밀한 처리가 가능하다. 그리고 실물이 아닌 전기적인 데이터이기 때문에 이동과 변형이 용이하다는 것이다. 이와 관련하여 비용과 시간의 제약이 상대적으로 미미하다는 점 역시 중요한 특성이다. 그런데 이런 특성들은 전기가 그런 것처럼 매우 저렴하고 간편해서 누구나 쉽게 이용할 수 있다는 점이다(권상희, 2008).

디지털은 이전과 다른 생활과 사고방식을 만들어 냈다. 이런 효과 중 가장 극적인 것이 놀이다. 놀이와 디지털은 거의 많은 부분에서 공통점이 있다. 우선, 비물질적이라는 점에서 그렇다. 그래서 시간과 공간에 구애받지 않는 자유로움이 있다. 두 번째로 혼자보다는 여럿일 때 효과적이다. 놀이를 할 때 상대가 필요한 것처럼 인터넷과 같은 네트워크 기반의 디지털은 상대의 존재해야 본연의 가치가 드러난다. 세 번째는 평등하다. 놀이를 할 때 참여자들은 평등하다. 마찬가지로 디지털로 참여한 사람들은 평등하다는 가정을 갖는다. 네 번째는 즉각적이다. 행동의 결과 반응이 즉각적으로 나타난다. 그래서 재미가 있다.

이렇듯 놀이와 디지털간의 속성이 유사하기 때문에 디지털 콘텐츠는 과거 놀이 콘텐츠와 대부분 동일하다. 디지털이라는 도구를 통해 좀 더 많이, 오래, 여러 사람과 다양하게 놀 수 있도록 해주는 놀이 도구의 변화는 노는 사람들의 심리를 변화시키는 문화심리학적 효과를 낳았다.

멀티미디어(Multi-Media)

멀티미디어는 음성, 문자, 그림, 동영상 등

이 혼합된 다양한 매체를 의미한다⁶⁾. 그러나 멀티미디어라는 말을 처음 만든 네그로폰테(Negroponce, 1995)의 개념에 의하면, 초기 멀티미디어라는 용어는 ‘스트로보 불빛과 섬광을 내뿜는 전자 나이트클럽 정도로 치부(p.63)’되었다고 한다. 그가 주장하는 멀티미디어의 핵심은 다양한 감각을 동원하는 미디어가 아니라 그 미디어를 사용하는 사람이 중심이 된다는 점이었다. 언제, 어디서든 문자가 필요하면 문자로, 영상이 필요하면 영상으로, 그리고 음성이 필요하면 음성으로 정보를 구하고 보내는 도구가 멀티미디어다. 요즘 통신기기의 대명사가 된 스마트폰이 그가 말하는 멀티미디어의 구현체가 아닐까 생각한다.

디지털 기기는 본질적으로 멀티미디어다. 즉 사용자가 원하는 방식으로 사용될 수 있는 기기는 당연히 그 콘텐츠도 같은 방식으로 제공된다. 내가 하고자 하는 방식대로 하는 것이 놀이의 핵심이라고 할 때 디지털 기기와 멀티미디어는 더 없이 좋은 놀이기구이자 상대가 된다.

이런 개념과 대비된 것이 매스 미디어(mass media)다. 편집자가 원하는 방식으로 대중에게 동일하게 전송하는 매스미디어는 이제 디지털 세대 라이프 스타일과는 맞지 않는 재미없는 미디어, 올드 미디어가 되어버렸다. 그래서 그

런가? 얼마 전부터 주요 신문과 텔레비전에 영화광고가 사라졌다. 대신 인터넷과 무가지에서 이런 광고를 찾아볼 수 있다. 이런 점에서 방송국과 신문사들의 경영이 어렵다는 말이 심심치 않게 들려오는데, 이는 일시적인 경영위기가 아닌 구조적인 문제일 가능성이 높다. 아울러 이들의 사회적 영향력은 경영의 위기보다 더 빠르게 감소하고 있는 것이 현실이다.

멀티미디어 환경은 이것을 사용하는 사람들의 시간과 공간에 대한 의식을 변화시켰다. 우선 시간과 관련해서는 동시성이 강화되었다. 이 말은 전통적인 의미에서 참을성이 없어졌다는 말과 유사하다. 과거 계절과 시간의 변화를 참고 인내해야 했던 라이프스타일과는 다르게 현재 동시적으로 실시간 제공되는 서비스가 기본이 되는 현실에서 인내라는 전통적 미덕을 ‘왜 그래야 하는지’에 대해 반문하도록 만들었다.

이러한 효과는 추상적인 사유방식인 텍스트가 최소화되고 감각적인 사유방식인 그래픽이 극대화되는 방식으로 매체의 변화를 만들었다. 이것은 정보처리 방식의 변화를 의미한다. 일반적으로 텍스트 기반의 정보처리에 익숙한 사람들은 제시된 정보를 왼쪽에서 오른쪽으로 위에서 아래로 탐색해간다. 마치 지금 이 글을 읽는 방식으로 말이다. 그러나 멀티미디어에 능숙한 세대들은 그 방식이 다르게 진행된다. 큰 글씨나 그림을 중심으로 그 주변의 정보를 탐색하는 이른바 하이퍼텍스트 방식의 정보탐색 방식을 사용한다(Tapscott, 2009). 그리고 그 즈음 소위 ‘짤방⁸⁾’이라는 그래픽이나

8) 디시인사이드(<http://www.dcinside.com>)에는 글을 올리는 사람은 그 갤러리의 주제에 관한 사진이나 그림을 1개 이상 첨부해야 관리자가 게시물을

6) 네이버 백과사전의 요약에서 발췌(<http://100.naver.com/100.nhn?docid=273169>)

7) 미디어(media)라는 용어는 정보 혹은 소식을 ‘전달한다’는 일방향적 의미가 강하다. 그런 점에서 양방향적 소통이 특징이 되는 디지털방식의 용어로는 플랫폼(platform)이라는 말이 더 적합하다. 기차역의 플랫폼이 그렇듯 사용자의 개입과 참여가 원천적으로 보장된 기기나 행위다. 하지만 멀티미디어라는 용어가 익숙해졌다는 점에서 여기서 그냥 사용하기로 한다.

영상을 텍스트에 첨부하는 것이 보편적인 습관으로 정착 되었다.

빠른 처리는 다양한 일을 가능하게 해주는 멀티테스킹(multitasking)으로 나타난다(Tapscott, 2009). 최근 디지털기기를 자유롭게 사용하는 소위 말하는 디지털세대는 책을 읽으며, 음악을 듣거나, 숙제를 하면서 친구와 메시지를 사용하는데 별로 어려움을 겪지 않는다. 즉 한 번에 여러 가지 정보를 처리하는데 익숙하다. 2005년 미국에서 8세부터 18세까지 젊은이들 2000명을 대상으로 범국가적으로 실시한 조사⁹⁾ 결과 조사 참여자들은 최소 6시간 반 동안 8시간 반 분량의 미디어를 활용하는 것으로 나타났다. 한 번에 한가지씩이라는 사유는 잔소리로 취급되기도 어려워졌다.

감각적 사고방식은 또 다른 효과를 가져왔다. 그것은 바로 창의성이다. 동일한 감각은 쉽게 익숙해진다는 지각심리학의 감각순응의 원리가 여기에도 적용된다. 감각이 더 이상 반응하지 않는 불응기(refractory period)를 만들지 않기 위해서는 형식적으로 끊임없이 변해야 하며, 내용적으로는 재미있어야 한다. 이것은 디지털 시대에 창의성의 일상화 효과를 가져다주었다. 디지털 세대들은 알아서 누가 시키지 않아도 창의적으로 한다는 것이다. 단 자신의 관심이 있는 영역에 한해서 말이다.

삭제하는 독특한 규칙이 있었다. 삭제 방식을 뜻하는 짤방(‘짤림 방지’의 줄임)이라는 신조어가 이후 생겨났다. 이 짤방은 앞서 서술한 게시물 삭제 방지 역할뿐만 아니라 사람들에게 재미를 선사하거나 자신의 정체성을 나타내는 역할로까지 확대되었다.

9) <http://www.kff.org/entmedia/upload/Executive-Summary-Generation-M-Media-in-the-Lives-of-8-18-Year-olds.pdf>

소셜 네트워크(Social Network)

최근 새로운 디지털 트렌드로 부상하고 있는 트위터(twitter)와 페이스북(facebook)은 대표적인 소셜 네트워크들이다. 네트워크는 인터넷의 기본적인 구조로 새로울 것이 없다. 여기서 소셜 네트워크라는 의미는 단순한 일회적 연결이 아니라 지속적인 관계를 유지 강화한다는 것이며, 아는 사람들만의 관계가 아닌 모르는 사람에게도 문호가 개방되었다는 점에서 특징이 있다. 그런데 실상 소셜 네트워크는 최근의 개념이 아니며 우리에게도 익숙한 개념이다. 트위터는 미니 블로그이고, 페이스북은 세계적인 사이월드라고 생각하면 크게 다르지 않다. 블로그는 상세한 정보의 모음에 이용자가 방문하는 형식이라면 트위터는 그것을 140자 이내로 요약해서 이용자에게 직접 보내주는 형태의 서비스다. 사이월드가 우리나라 기반의 네트워크 서비스였다면, 페이스북은 세계를 대상으로 한 네트워크 서비스라는 점이 다르다. 즉 사용하는 사람들에게 좀 더 친절하게 좀 더 넓게 해주는 서비스들이 최근 인기있는 소셜 서비스들의 특징이라고 할 것이다.

그런데 이런 서비스들이 관심을 갖는 이유는 그 파급속도 때문이다(정상철, 2010). 2010년 세계지식포럼 자료집에 의하면, 청중 5억 명을 확보하는데 라디오는 38년, TV는 13년, 인터넷은 4년이 걸렸다. 이에 반해 소셜 네트워크 서비스의 대표격인 페이스북의 경우는 5억 명의 회원을 모집하는데 단 2년이 소요되었다. 이러한 네트워크 참여와 이용은 단순한 마케팅 표적대상을 넘어서 새로운 심리적 경향성을 만들어 냈다.

대표적인 사례로는 자아(Self)개념의 변화를

들 수 있다. 과거 미국을 위시한 서구 청년들의 자아가 독립적이고, 일관성 있고 통합된 자아를 유지 발전시키는 것을 특징(Markus와 Kitayama, 1991)으로 하였지만, 현재 청년 세대는 다른 사람들과 어떻게 관계를 맺는가가 중요한 자아상이 되고 있다. 가장 대표적인 독립적 자아(independent self) 문화권이라고 알려진 미국의 경우, 이러한 소셜 네트워크의 일상화로 가족 중심의 유대감이 강해지고 있다 (Tapscott, 2009).

1960년대에 10대의 40%는 부모가 없으면 그들이 더 잘 살 거라고 대답했다. ... (2007년도 조사 결과) 18세에서 25세까지 세대의 약 80% 정도는 전날에 부모와 대화를 나눴고, 4명 중 3명은 적어도 일주일에 한 번 이상은 부모를 만난다고 대답했다. 출가해서 살고 있는 대학생들조차 전화나 이메일, 문자 메시지, 그 외에 다른 수단을 통해 하루에 평균 한번 이상 부모와 연락을 취하고 있다. ... 현재 미국에서 최소한 1600만 가족이 18세 이상의 자녀 한명 이상과 같이 살고 있다. 그리고 자녀들은 공짜로 방과 숙식을 지원해 준 부모에게 감사하고 있다(Tapscott, 2009, pp. 426~427).

인류의 보편적인 문화변동이 수직적 집합주의에서 수평적 개인주의로 이동할 것이라고 예측한 트라이앤디스(Triandis, 1995)가 이런 결과를 보았다면 무엇이라고 평가했을지 자못 궁금하다. 결국 문화는 전통에서도 존재하지만, 현재 무엇을 사용하는가도 중요하게 영향을 미치며 최소한 디지털의 경우는 이것이 전통의 영향보다 더 강력함이 시사되는 대목

이다.

자아개념의 변화는 자기제시 방법의 변화로 이어졌다. 디지털 네트워크 상에서 그 영향력의 척도는 조회수와 추천이라는 타인의 관심이 인기의 척도이자 권력이 되고 있다. 그래서 조회수와 추천은 인터넷에서 존재감을 확인하는 기본이 된다. 이런 환경에서 나타난 것이 ‘드러내기’와 ‘뉘시질’이라는 경향으로 나타난다. ‘드러내기’는 말 그대로 나를 드러낸다는 것이다. 과거의 드러내기와 다른 점이 있다. 과거의 드러내기는 내가 잘난 부분을 부각시키는 ‘뽐내기’가 주류였다면 최근 드러내기는 예전 같으면 숨길만한 것들을 들어내는 ‘굴욕’을 마다하지 않게 되었다. 한마디로 존재감 없는 ‘굴욕’보다 더 참을 수 없다는 것이다. 이런 굴욕거리도 없는 사람들이 최후의 수단으로 사용하는 무기는 ‘뉘시질’이다. 말 그대로 제목에 미끼를 달아서 자신의 게시물로 유인하는 방법을 써서라도 존재감을 확인하고 싶어 한다.

자아개념의 변화는 ‘프라이버시’에 대한 태도 변화를 가져왔다. 과거의 자아개념으로는 설명할 수 없는 인터넷상의 노출은 디지털에 익숙하지 않은 세대들에게는 주된 걱정거리이며, 사실 그런 면이 없지 않아 존재한다. 하지만 이것을 알면서도 기꺼이 노출시키는 세대에게는 ‘프라이버시’보다 자기를 드러내고, 남들과 공유하는 것의 효과가 심리적으로 더 크기 때문이다. 이는 디지털을 사용하는 사용자들의 참여, 공유, 개방이라는 웹 2.0의 집단 규범과 맞물리면서 나타난 심리적 반응으로 보인다.

이러한 변화들을 종합해 볼 때, 디지털을 일상적으로 사용하는 사람들은 타인에 대한 신뢰와 같은 긍정적 관점이 우세해졌다. 이는

네트워크 상에서 개방, 공유와 협력이 가능하기 위한 전제 조건 중 하나다. 참여자가 적대적이라면 결코 가능하지 않은 조건이다. 소셜 네트워크의 일상화는 타인에 대한 긍정적 인식과 반응을 높였다. 가장 대표적으로 상품평과 같은 것을 특별한 보상이 없이도 자발적으로 작성하고 이것을 본 사람들은 이 평가를 토대로 물건을 구매한다. 이뿐 아니다 관심 있는 물건을 산 사람이 산 다른 물건들도 알려주는데 이 역시 매우 도움이 된다. 요즘 거의 모든 신문과 포털 뉴스사이트는 물론 커뮤니티사이트들은 댓글시스템을 구축하고 있을 뿐 아니라 이런 댓글의 조회나 인기순으로 정렬하여 또 다른 형태의 미디어 역할을 수행하고 있으며, 심지어 댓글이 없는 초라한 글들을 도와주는 ‘무플방지위원회’도 자생적으로 작동하고 있으며, 내용과는 크게 관련 없는 댓글놀이도 언제부터인가 익숙한 놀이가 되었다. 놀이가 그렇듯 디지털에서 재미와 신뢰는 수레바퀴의 두 축이 된다.

사람은 사람에게 흥미를 느낀다. 그리고 그렇게 흥미를 느끼는 사람들끼리 신뢰로운 관계를 맺어야 한다는 것이 기본적인 관습이다. 이런 관습을 소셜 네트워크가 강화시키고 있다.

멀티미디어와 소셜 네트워크의 결합의 한 예로써 온라인 게임

디지털을 속성 상 놀이와 어울리는 매체다. 이제 기존 놀이는 거의 디지털화가 되었다고 보아도 과언이 아니다. 디지털화를 통해 가장 영향력을 강화한 놀이 중 대표적인 장르는 디지털게임이다. 과거 산업사회 말 대표적인 여가 매체였던 스포츠와 영화와 TV 등 영상매

체의 지위가 디지털게임에 의해 위협당하는 현상이 곳곳에서 감지되고 있다.

디지털 게임이 지난 대표적인 여가매체였던 영화나 TV와 다른 차이점은 상호작용성이다. 영화나 TV 프로그램은 작가와 감독이 만들어 놓은 완성된 작품을 소비자들이 감상하는 일방향적 소비구조였다면, 디지털게임은 게임 소비자가 직접 게임에 개입하여 스토리를 만들어가는 상호작용성이 강하다. 이것은 누가 게임을 하느냐에 따라 이야기가 달라질 수 있다는 점이다.

또한 상호작용이 일어나는 공간은 실물적 공간이 아니라 인터넷 공간에서 일어난다는 점이다. 즉 시간과 공간 및 여러 현실세계에서 작용하는 제한점을 넘어서는 이전과는 완전히 다른 새로운 영역의 놀이 공간이 탄생했다는 의미이다. 이렇게 등장한 새로운 공간은 배타적인 소유가 강조되는 현실세계와 다른 참여, 공유, 개방이라는 새로운 가치들이 핵심으로 작용하는 새로운 생활공간이자 놀이터로써 디지털 공간이 열리게 되었다.

과거 책과 같은 인쇄물 중심의 문자 세대의 뒤를 이은 영상세대의 탄생은 TV 특히 컬러 TV의 확산과 함께 등장했다면, 활동 반경을 실물 공간에서 디지털 공간으로 확장시킨 디지털 세대의 탄생은 인터넷 게임의 확산과 궤를 함께한다. 최근 자료(한국인터넷진흥원, 2009)에 의하면, 10대들의 컴퓨터 및 인터넷 사용율은 100% 수준이며, 3~9세 아이들도 80% 이상 이용하고 있다. 그리고 이들의 사용 목적 중 두드러지는 것은 놀이용으로 인터넷을 사용하고 있다는 것이다. 쉽게 말해 요즘 유치원 아이들 5명 중 4명은 디지털로 놀고 있다. 왜 요즘 청소년들은 놀이터나 운동장에서 놀지 않고, 컴퓨터를 가지고 갑갑한 방안

에서 놀까? 이유는 다양하겠지만 가장 원론적으로는 이렇게 노는 것이 가장 가깝고, 손쉽게 재미있기 때문이다(이장주, 2008). 그럼 그 전 시대의 청소년들은 왜 마당이나 놀이터 혹은 운동장에서 놀았느냐와 관련된 질문의 답도 같다. 이러한 놀이문화의 변화 저변에는 비단 정보화 때문만은 아니다. 우선 출산율의 지속적인 저하와 더불어 형제가 없는 1자녀 가정이 늘었기 때문에 주변에 함께 놀 인물이 줄었다는 점, 설령 함께 놀 형제가 있더라도 방과 후에 이어지 각종 과외, 학원 등의 사교육은 이들이 모여서 놀만한 안정적인 시간을 제공하기 힘들도록 만들었다. 이제 여럿이 일정한 현실 공간에서 모여서 노는 것이 불가능한 시대의 청소년들은 그들이 가장 잘 활용할 수 있는 공간인 디지털 공간을 활용하여 놀기 시작하였다. 그것이 바로 디지털 게임이다.

이제 게임은 과거 여가가 담당하였던 고달픈 노동을 잊거나 달래주는 기능을 통한 노동의 재생산 도구가 아니라 그 자체로써 중요한 산업적 가치를 지니는 독립적인 영역이 되었다. 현재 디지털 게임 산업의 규모는 전세계 반도체 시장 규모를 능가한지 오래되었으며, 같은 여가산업 중 음반과 영화 산업을 3배 이상 능가하는 규모로 성장하였다. 또한 문화적 가치로는 현재 대부분의 청소년들이 주로 즐기는 여가활동이 되면서, 세상을 보는 또 다른 시각을 제공하고 있다. 예를 들면, ‘포기하라’는 의미를 ‘GG쳐라!’라고 한다던지, 무언가 좋은 것을 얻었을 때 ‘득템’했다는 식의 표현을 쓴다. 이렇듯 디지털 게임은 청소년들의 일상문화에 이미 녹아들어있다.

이러한 게임의 일상화는 멀티미디어와 소셜 네트워크가 결합된 새로운 심리적 효과를 산출한다. 가장 대표적인 효과는 바로 불확실성

에 대한 태도의 변화다. 디지털 사회의 변화 속도는 매우 빠르다. 그리고 이에 따라 불확실성도 증가된다. 셀리그만(Seligman, 1975)의 학습된 무력감의 개념을 통해 보면, 이러한 불확실성에 대한 통제감을 느끼지 못할 때 사람들은 불안감을 느끼게 된다. 하지만 현재의 불확실성에 대한 불안감은 상당히 낮은 것으로 보인다. ‘디지털 노마드(유목민)’, ‘디지털 보헤미안’, ‘자유계약(Free Agency) 시대’라는 용어는 바로 이러한 불확실성의 다른 이름들이다(Fricbe와 Bobo, 2006)). 그럼에도 불구하고 현재 디지털 세대는 과거에 비해 더 불안해하는 증거는 아직 보지 못했다. 그 이유를 일상적으로 게임을 즐기는 것에서 찾는 이들이 있다(Beck과 Wade, 2006).

디지털 게임¹⁰⁾은 시행착오를 통해 학습을 하는 중요한 도구다. 시행착오란 실패에 의존한다. 이런 실패가 불안으로 연결되지 않기 위해서는 안전해야 하며, 시행착오를 안전하게 도와주는 환경이 바로 디지털 게임이다. 이러한 경험을 1만 시간 이상 하게 되는 디지털 세대들은 기본적으로 실패를 두려워하지 않으며, 빠르게 문제 해결하는 것이 습관이 되어있다(Beck과 Wade, 2006).

일상적으로 게임을 하는 효과 중 또 다른 하나는 상황에 따른 규칙의 학습과 정해지지 않은 규칙을 사용하는 것에 익숙해진다. 디지털 게임은 상황의 패턴(규칙)을 빠르게 습득하도록 해주며, 반대로 이러한 패턴을 벗어나는 방식(전략)을 찾도록 동기화시킨다. 이러한 행동방식은 규칙의 습득과 탈피라는 상반된 과제를 모순으로 느끼지 않고 자유자재로 수행할 수 있도록 해줌으로써 불안이 아닌 재미라

10) 온라인 게임, 인터넷 게임, 비디오 게임을 통칭해서 여기서 디지털 게임으로 부르기로 한다.

는 개념으로 인식하도록 해준다(Pink, 2006).

이런 효과는 심리적 효과 뿐 아니라 운동수행능력을 통해서도 나타난다. 2007년 미국에서 수행한 연구 결과¹¹⁾를 보면, 디지털 게임을 즐기는 젊은 의사들 중에서 복강경 수술 기술을 훈련받은 사람들이 게임을 해본 적 없는 또래 의사들에 비해 더 빨리 기술을 배웠고, 실수도 더 적게 한 것으로 관찰되었다.

이런 생활환경의 변화는 노동의 개념 변화를 생성시켰다. 과거 노동은 물질적 환경의 자연에 인간의 노력을 가미해 가치를 창출하는 것이었다면, 디지털 환경에서 이러한 인간의 노력을 통해 가치를 창출하는 과정으로 전환되면서 재미 노동(fun labor)라는 개념이 등장했다(류철균과 신세미, 2007). 이(Yee, 2006)에 의하면, 재미 노동이란 ‘놀이와 재미의 동기에서 시작된 가상세계의 체험이 현실 세계의 노동과 똑같은 인내심을 요구하는 진지하고 몰입적인 체험이 되는 현상’으로 정의한다. 대표적인 재미노동 사례는 e스포츠에서 찾아볼 수 있다(이장주, 2008). e스포츠는 게임 대회와 관련된 부대활동을 지칭하는 공식화된 법률¹²⁾용어다. 한국이스포츠협회 스타크래프트 종목 공식 랭킹 1위인 이영호 선수의 경우, 하루 10시간 이상 연습을 하며, 실제로 이렇게 3년 이상의 시간을 보냈다고 한다. 이를 산술적으로 더해보면 1만 시간 이상의 노동력을 게임에 투입했다는 계산이 나온다. 2010년 발표된 OECD 국가 1년 평균 노동시간이 1768

시간이란 점을 고려할 때 현실 노동보다 2배 이상의 노동력이 투입된 것이다.

이러한 결과 게임 상에서 통용되는 아이템의 국내 시장 규모가 2010년 1조 5천억원으로 추산¹³⁾되며, 이는 전체 인터넷 광고 시장과 비슷한 크기다. 미국의 경우 2010년 게임 아이템 시장은 16억 달러, 2011년 21억 달러에 이를 전망이다¹⁴⁾이다. 아직 게임 아이템 시장이 법률적으로 불안한 점을 고려한다면 이것이 활성화 되었을 때 규모는 이를 훨씬 상회할 것으로 현재 재미 노동의 규모를 어렵짐작 할 수 있게 해준다.

재미노동은 게임중독과 구분된다. 게임중독이 게이머로 하여금 현실에 관심을 두지 않고 기술적 자폐 세계에 살면서 현실과 마찰을 일으키는 반면 재미노동은 가상세계에서 형성된 독립적인 사회에서 자신을 성장시키고 공동체 내에서 존경을 받으며 공고한 인간관계와 유대를 추구하기 위해 이루어진다. 이런 점에서 재미노동은 자신이 진정으로 원하는 가상세계의 자아를 실현하기 위해 취향과 적성, 전문 기술을 극한까지 단련하고 연마하는 과정이라고 할 수 있다. 어떤 면에서 현실세계의 성취가 많은 부분 부모와 사회적 조건에 의해 영향을 받아 제한되거나 촉진되는 측면이 있는 반면 재미노동의 경우는 성취의 어느 하나도 자신의 노력이 아닌 것이 없는 완전한 개인의 성취다. 이런 의미에서 재미노동을 통해 달성한 것은 현실보다 더 자기다운 존재라고 할 수 있다(류철균과 신세미, 2007).

11) [http://www.psychology.iastate.edu/FACULTY/dgentile/pdfs/Rosser%20et%20al%20\(2007\).pdf](http://www.psychology.iastate.edu/FACULTY/dgentile/pdfs/Rosser%20et%20al%20(2007).pdf) 참조.

12) 게임산업에관한법률 제 15조 e스포츠(전자스포츠)는 ‘국민의 건전한 게임이용문화조성과 여가활용을 위하여 게임물을 이용하여 하는 경기 및 부대활동’으로 정의되어 있다.

13) ‘1조5000억 게임아이템 거래시장 `숨통`’(한국경제, 2010년 1월 10일자)

14) ‘美 소비는 불황이어도...게임 아이템 등 온라인 가상상품 시장은 호황’(헤럴드경제, 2010년 9월 29일자)

재미노동의 의미는 디지털 사회에 시사하는 바가 크다. 우선 디지털 세계에 대한 정체성 불안이라는 의심을 불식시킨다. 그리고 네트워크화된 컴퓨터 등의 온라인 기술로 인해 2050년 이면 전통적인 산업부분을 관리하고 운영하는 데 전체 성인 인구의 5% 정도 밖에 필요하지 않게 될 것으로 예측된다(Rifkin, 1995). 이러한 재미 노동은 점점 더 위축되어 가는 현실 노동을 대체하여 새롭게 등장하는 인간 노동의 질적 전환으로 이해할 수 있다. 우리가 100년 전 프로스포츠 선수가 어마어마한 몸값을 받으리라 생각하기 어려웠지만, 현재는 자연스러워졌다. 일과 놀이, 직장과 가정에서 디지털이라는 동일한 환경으로 구축·운영된다는 점에서 재미 노동은 100년전 프로스포츠 선수에 비하면 훨씬 유리한 위치에 있다고 생각된다.

놀이, 디지털 그리고 심리학

그럼에도 불구하고, 현재 심리학이 디지털과 놀이에 대한 의미있는 접근이 소수 학자들(예를 들면, 이성식, 전신현, 2007; 황상민, 2004; 황상민, 한규석, 1999)에 의해서 산발적으로 되었지만 최근에는 그마저 찾기 어렵게 되었다. 전반적으로 심리학의 일반 경향은 심리학이 형성·발전되었던 시기인 아날로그와 산업사회적 관점에서 크게 벗어나고 있지 못하다(이장주, 2007). 이러한 상황에서 재미 노동은 별 무리없이 '인터넷 중독'으로 진단될 가능성이 높고, 놀이는 정상적인 기능이 부족한 사람들에게 교육과 치료의 도구 이상을 기대하기 어렵다. 그러면 도대체 현실세계에 일이 구조적으로 없는데 어떻게 일을 하라고 할

것이며, 정상적인 상식을 가지고 교육 받은 사람이 안정적으로 임금을 주는 조직에 취업하기 어려운 현실에서 무엇을 더 채워야 하는지 심리학은 분명한 현실적인 목표를 제시할 수 있어야 하지만 안타깝게도 그렇지 못한 것이 현실¹⁵⁾이다. 이런 현실을 개선하기 위해서는 심리학적 개념구성의 사회문화적 배경을 검토하는 것이 선행되어야 한다. 그 시작은 최근 가장 중요한 문화적, 산업적 이슈가 되고 있는 디지털과 놀이로부터 시작하는 것이 좋을 듯하다.

앞서 살펴보았듯 놀이에 대한 연구는 대부분 산업시대를 배경으로 이루어졌다. 그런 이유로 놀이에 대한 학문적 분석은 현재의 현실과 동떨어진 부분이 존재한다. 우선 놀이는 현실과 분리된 허구라는 점이다. 허구가 무엇이고 현실이 무엇인지는 철학적 접근은 차치하더라도, 내가 관여하건 말건 돌아가는 디지털놀이 비즈니스인 게임은 100년이 넘은 전통의 영화보다 3배 이상의 시장규모를 가지고 있다. 이 말은 이것으로 먹고 사는 사람이 존재한다는 의미다. 이들은 절대로 허구가 아니며, 이들이 하는 일의 효과가 세상에 미치고 있다는 점에서 허구라는 말이 허구인 것이 요즘 현실이다.

인터넷과 게임이라는 놀이 환경은 일상생활 밖이 아니라 안에 존재한다. 지금 문서를 작성하고 있는 PC는 일의 도구일 뿐 아니라 바로 아래 윈도우 톱을 클릭하기만하면 인터넷과 게임에 접속할 수 있는 놀이도구로 즉각 바뀔 수 있다. 그뿐 아니라 요즘 유명한 넌텐

15) 인터넷이나 게임중독과 관련된 예방, 진단, 치료 프로그램이 지속적으로 생산되고 있지만, 이런 중독자들이 줄었다는 소식을 들어본 적이 없다.

도DS, PSP 등 휴대용 게임기들은 자체로 교육용 프로그램을 돌릴 수 있는 복합기능을 가지고 있다.

놀이가 자유로운 행위라는 말도 현실과 거리가 존재한다. 놀이는 자유로운 행위가 아니라, 생존과 관련된 먹고 사는 일 일수 있다. 전 세계 사무실을 평정한 OS 윈도우와 MS-office를 팔아 세계 최고 갑부 빌게이츠가 왜 X-Box라는 게임기를 만들어 팔려고 하는지, 몇 년 더 거슬러 올라가 맥도날드 해피밀 햄버거 세트에 장난감을 왜 끼워팔아야 했는지, 국내의 경우 치토스라는 과자에 넣었던 ‘따조’ 열풍을 고전적인 놀이이론으로 설명하기 불가능에 가깝다. 오죽했으면, ‘재미있다’의 반대말은 ‘재미없다’가 아니라 ‘안 팔린다’라는 극언을 서슴없이 한 마케팅 책이 등장했을까 생각하면 정말 놀이와 재미는 이미 아이들 장난 수준을 너머선 단계에 확실히 들어섰다. 이뿐 아니다. 웰빙과 직결되는 스포츠 웨어 업계의 리더 나이키의 경쟁상대가 ‘닌텐도’라고 솔직히 고백하는 상황을 넘어 아이팟과 나이키를 결합한 ‘나이키 플러스’는 과거 강자였던 스포츠가 새로운 강자인 IT에 의존하는 형국이다.

‘물질적 효용이 없다’는 말 역시 안 맞는다. 애들 놀이로만 치부되던 게임만 잘해도 연봉이 2억원을 훌쩍 넘는 20대들이 나타났으며, 국내 굴지의 기업들이 이런 스무살짜리들을 후원¹⁶⁾하고 있다. 참고로 프로배구 최고 연봉은 2억이 넘지 않는 점을 고려하면 무엇을 위해 힘들이며 살아가야 하는지 헛갈리기에 충분하다. 어디 그뿐인가? 전통적인 미디어 매체 콘텐츠였던 가수들이 노래 연습을 더 하기보

다는 리얼버라이어티쇼¹⁷⁾라고 하는 하룻저녁 노는 프로그램에 더 출연하려고 애를 쓰는 것은 인기를 먹고 사는 그들에게는 더 큰 밥벌이가 되기 때문일 것이다.

이번엔 디지털을 살펴보자. 디지털은 이제 중요한 삶의 도구이자 생산의 도구가 되었다. 거의 모든 업무에 컴퓨터는 안 끼는 곳이 없다. 뿐 아니라 2010년 상반기 기준으로 휴대폰 보급률이 100%가 넘었다. 1인당 1대 이상의 휴대폰을 가지고 있다는 의미다. 늘 가지고 다니는 휴대폰은 카메라와 녹음기 기능을 거의 대부분 가지고 있다. 언제 어디서든 원하는 정보를 만들어 보내고 받을 수 있다. 생활이 디지털화가 되었다는 의미는 일상적으로 멀티미디어와 네트워크의 활용이 가능하다는 의미다. 즉 디지털은 생활의 주류가 되었다. 그럼에도 불구하고 현재 디지털을 다루는 심리학은 사이버심리학 혹은 매체 심리학 정도의 지엽적인 수준에서 접근하고 있다. 제러미 리프킨(Rifkin, 2009)은 그의 저서 ‘공감의 시대’를 통해 시대의 변화가 어떤 사회문화심리적 변화를 일으켰는지 설명하였다. 농업혁명은 가부장제를 만들었다. 그리고 르네상스는 개인을 만들어 냈으며, 산업혁명은 민주주의와 사유재산이라는 개념을 만들어 냈다. 스티븐 커(Kern, 1983)은 그의 저서 ‘시간과 공간의 문화사: 1880~1918’을 통해 과거, 현재, 미래라는 개념이 어떻게 형성되고 바뀌었는지를 사진과 축음기, 영화, 과학과 SF소설을 통해 설

16) 삼성전자, SK 텔레콤, KT, CJ 등이 프로게임단을 운영하고 있다.

17) 공중파의 ‘1박2일’, ‘무한도전’ 등 리얼버라이어티쇼의 인기는 케이블 방송의 재방송으로 이어진다. 심지어 재미있는 프로의 경우 재방, 3방을 넘어 8방까지 방송을 내보냈더니 아무시간대나 케이블채널을 보더라도 이 프로그램들을 피하기 힘들 정도라는 말이 과언은 아닐 듯싶다.

명했다. 그리고 공간은 원래 주어진 조건이 아니라 자전거, 자동차, 비행기와 같은 운송수단의 발달과 개인적 여행의 일상화를 통해 늘어났으며, 전화와 전쟁을 통해 어떻게 변화하였는지를 설명하고 있다. 그런데 디지털은 이런 것들을 합친 것보다 더 큰 사회문화적 효과를 발휘했던 만큼 심리적으로도 더 큰 변화를 일으켰거나 일으킬 것이다.

네트워크가 일상화되면서 자아개념과 작동의 기제가 변화되었다. 자아는 일관되고 통합되어야 한다는 신체중심의 자아개념을 넘어 디지털시대에 이상적인 자아상이 어떤 방식으로 구성되고 운영되는지, 또 그것의 효과와 경험되는 병리는 무엇인지에 대한 검토가 필요할 것이며, 때에 따라서는 육체 중심의 자기(Self)라는 개념을 대체할 수 있는 새로운 개념이 필요할 수 있다.

이미지 중심의 감각적 사유의 발달과 중요성이 텍스트 중심의 추상적 사유와 유사하거나 더 우월한 지위로 상승 될 수 있다. 멀티미디어는 감각을 통한 직접적인 사유를 촉진시킨다. 그리고 이러한 사유의 습관은 실제로 교육의 효과로 검증되기도 하였다. 2008년도 연구(Roos, 2008)에 의하면, 미국 대학생들에게 도서관 이용법 강의를 들은 학생들을 상대로 실시한 조사결과 강의 방법이 글보다 이미지는 더 많이 이용하는 쪽으로 바뀌자 이해도가 향상되었다. 이러한 변화는 학생들의 성적이 11~16% 상승하는 것으로 나타났다. 일상적인 멀티미디어와 디지털 기기의 활용은 사고방식의 변화를 유발한 것이 비교적 분명해 보이며, 이런 경향성은 앞으로 더 강화될 것이다. 이러한 결과를 좀 더 확장해본다면, 피아제의 인지발달에서 최 정점인 형식적¹⁸⁾ 조작기

18) 피아제의 인지발달이론은 고대그리스의 플라톤

(formal operational stage)는 다음 단계를 추가하거나 적어도 보완적인 단계가 요구된다고 할 것이다. 그 내용은 현실적인 이미지가 아니라 상상적인 이미지는 조작하고 다른 사람에게 전달 공유할 수 있는 ‘환타지 조작기(fantasy operational stage)’라는 이름의 추가적인 발달단계가 필요할 것으로 예상된다.

마지막으로 네트워크의 일상적인 접근은 성격적인 측면에서 공감경향성의 중요성이 강조될 것이다. 이러한 성향의 과거 산업사회에서 여성성이라는 성역할의 특성으로 사회의 주류적인 특성인 남성성에 대비되어 보완적인 특성으로 인식되었다. 그러나 디지털 사회에서는 공감을 유발하고, 해주는 일이 중요하다는 점에서 여성성이 사회적으로 두드러지는 성역할이 되거나 적어도 주류 성역할이 될 가능성이 높다는 점에서 성격형성과 발달이라는 과정에서 변화가 예상된다.

결론을 대신해서: 디지털 문화심리학을 위해

디지털은 이미 대세가 되었다. 이런 대세의 변화는 필연적으로 문화심리적 변동을 전통적으로 수반해왔다. 그리고 이것을 연구해야 하는 것은 너무도 당연한 현실이다. 거창하게 문화심리학이라는 용어를 붙이지 않더라도 환경의 변화는 그 속에 살고 있는 사람들의 심

의 ‘형상(form)-질료(matter)’ 패러다임의 심리학적 적용으로 보여진다. 이런 점에서 우리가 개념적으로 이해하기 어려운 ‘형식적’이라는 단어보다 ‘형상적’이라는 용어가 더 원뜻에도 가까울 뿐 아니라 개념적 사고를 더 용이하게 해 줄 수 있을 것이라고 사료된다.

리에 영향을 당연히 미친다. 그럼에도 불구하고 이러한 트렌드를 디지털 문화심리학이라고 이름을 붙인 이유는 디지털이 제공하는 기술적 환경이 아니라 디지털을 사용하는 사람들의 심리적 환경이 더 중요한 요인으로 부각된다고 생각했기 때문이다. 디지털문화의 사용자 중심 패러다임은 단순히 기술차원에서 편리함이 아니라 사용하는 사람의 의도와 가치를 드러내 주는가가 관건이 된다. 이런 점에서 디지털 문화심리학은 디지털 시대의 보편적 지식 생산에 강조점을 두기 보다는 개개인과 상황에 따른 구체적인 실천 지식(practical knowledge)의 형성과 이러한 지식의 유통 변화에 초점을 맞추는 것이 옳을 듯하다.

왜냐하면 보편 지식이라는 선형적(linear) 접근은 아날로그에서 디지털로 전환되는데 설명을 거의 해주고 있지 못하다. 이러한 이유는 디지털이라는 문화 역시 자연적(analog) 현상에서 유래된 개념이 아니라 전적으로 인위적으로 조성된 개념이라는 점에서 그것을 만들고 사용하는 사람들의 의지가 미래를 구성하는 가장 중요한 성분이라는 점에서도 찾을 수 있다. 그리고 실천 지식의 영역이라는 점에서 개인과 사회 모두에게서 중요한 일상의 실천이 되는 놀이가 중심 내용이 된다. 이는 디지털 도구를 활용하여 자발적으로 하는 재미있는 활동의 과정과 결과에 집중해야 한다는 의미이다.

그리고 Vygotsky(1978)의 문화심리학의 방법이 그랬듯이, 사람과 도구의 결합을 하나의 단위로 설정하는 것을 설정할 수 있다. 이러한 접근에 굳이 이름을 붙인다면 디지털 사이보그 심리학(digital cyborg psychology) 정도가 될 수 있겠다. 이러한 접근은 심리라는 현상이 개인의 유기체를 넘어 일상적으로 감각과

운동에 영향을 미치는 디지털 기기와 결합을 통해 어떤 새로운 효과를 발휘하는지가 관건이 되기 때문이다. 이와 유사한 논의가 이정모, 이건효, 이재호(2004)에 의해 진행되었는데, 이들은 ‘인공물과 인지의 공진화(coevolution)’라는 개념을 통해 사이버심리학에서 인지심리학의 방향에 대해 논하였다. 이러한 논의를 참고하여 디지털 사이보그 심리학 연구주제의 예를 들자면, 컴퓨터나 스마트폰을 활용해서 다른 사람과 기기에 저장된 정보를 취사선택하여 적절하게 사용할 수 있는 능력인 ‘분산인지(distributed cognition)’의 개념을 개발이라든지, 여러 사람의 참여로 문제를 해결하는 ‘집단 지성(collective intelligence)’의 정보처리 과정과 같은 내용이 디지털 문화심리학의 연구를 어렵짐작할 수 있게 해주는 내용이라고 생각된다.

태양아래 새로운 것이 없듯, 디지털 문화심리학도 기존 문화심리학의 영향을 지대하게 받을 수밖에 없다. 비교문화심리학과 토착심리학을 아울러 문화심리학(최상진, 2000)은 90년대 후반의 융성과 2000년대 중반 급속한 퇴조경향을 보였다. 주된 이유로는 서구 문화중심의 이론적인 상대로써 오리엔탈리즘(Said, 1978)에 기반했다는 개념적 편파성과 문화권내 보편적 접근을 통해 역동성을 잃어버린 것이 가장 큰 원인으로 생각된다. 이것은 동일하게 디지털 문화심리학에도 이리 위협에 노출되어 있다. 굳이 이름을 붙인다면 아날로그 심리학 중심에서 디지털 심리학을 구성하는 디지털리즘(digitalism)이라고 볼 수 있다. 실제로 이것은 아날로그 심리학 개념이 정상적이라고 암묵적으로 상정하고 이에 대비되는 중독, 치료, 예방이라는 개념의 구성을 디지털 심리학에 맞추어 적용하는 방식으로 나타나는

그림자를 볼 수 있다.

심리학적 유산을 충분히 갖고 있음에도 불구하고, 디지털 문화심리학은 기존 심리학과 분명히 구분되는 전제에서 출발한다. 그 출발점은 기술(혹은 기기)에 대한 관점으로부터 출발한다. 기존 심리학(문화심리학을 포함하여)에서 기술(혹은 기기)은 도구적 관점에서 다루어졌다. 도구주의적 관점을 요약(이체리, 2010 참조)하면, 인간은 기술의 주인이며, 또한 기술은 인간에 의해 잘 통제된다. 그리고 기술은 가치중립적이며, 그 주인인 인간이 좋은 목적에 사용한다는 전제 하에 좋은 미래를 만들 수 있는 낙관적인 것이다. 실상 이것은 기술의 범위를 넘어 과학일반과 계몽주의를 포괄하여 설명할 수 있는 개념이며, 과학적 학문임을 표방해 온 심리학 역시 이러한 도구적 관점으로 지금까지 이해되어오고 있다.

그러나 이러한 도구적 관점도 약점이 있다. 기술이 발달해 갈수록 사람들은 기술에 대해 단편적인 지식밖에 갖지 못하게 된다는 현실이 그것이다. 모두 컴퓨터를 사용하지만 컴퓨터의 원리를 모두 알지 못하는 것과 유사하다. 다시 이것은 인간이 기술을 잘 통제할 수 있다는 믿음에 회의를 불러일으킨다. 자유로운 의사소통과 정보에 대한 접근권 확대는 인간의 의지와는 달리 과도한 개인정보의 노출이나, 지적재산권 침해 등으로 나타난다. 그리고 기술은 중립적이고 이를 사용하는 사람에 의해 그 결과가 나타난다는 관점이 옳다면, 인터넷 중독이나 게임중독이라는 진단과 처방은 잘못된 것이다. 즉 인터넷과 게임에 중독의 책임을 물을 수 없다는 것이다. 그러나 현실은 그렇지 않은 점이 분명히 존재하며, 이런 점으로 인해 디지털 사회의 미래가 마냥 밝다고 볼 수는 없다. 심리학이 탄생될 때의 배경

인 자연과학 기반의 과학기술의 태생적 전제와 다른 디지털 기술과 사회의 관계에 대한 세밀한 전제가 고려가 되어야 할 시점이다.

디지털 기술이 인간의 환경에 미치는 적극적인 영향을 설명하는데 도구주의보다 현실적인 이론은 기술자율론(autonomous technology) 혹은 기술결정론(technological determinism)이다 (Ellul, 1954). 인간의 기술에 대한 이해는 한계가 있다. 즉 너무 복잡할 뿐 아니라 모호하다는 점에서 일반인과 전문가 모두 이해의 한계를 가지고 있으며, 그 결과를 모두 알 수 없다. 노벨의 다이너마이트가 대량살상무기로 사용되고, 원활한 교통을 보장하기 위한 도로의 확장이 더 큰 교통체증을 불러올 것이라는 것을 알지 못했던 것과 유사하다. 이런 점으로 인해 기술은 인간의 통제밖에 있다고 주장하는 것이 기술자율론의 핵심이다. 또 그렇기 때문에 기술은 가치중립적이지도, 낙관적이지도 않다는 것을 기술자율론¹⁹⁾은 주장한다.

그러나 여기에도 한계가 있다. 사람은 단순히 반응하는 존재가 아니며, 이러한 환경에 적극적으로 대응하는 능동적 존재 즉 자율적 존재다. 만일 기술결정론이 옳다면, 동일한 기술이 적용된 지역은 동일한 결과를 가져와야 한다. 그런데 그렇지 않다. 세계적으로 서비스되고 있는 온라인게임에 대한 문제는 거의 비슷하지만, 여기에 대한 정책은 지역과 나라마다 다른 정책을 만든다. 우리의 경우는 미성년자들에게 일정 시간동안 이용할 수 없는 제한제도(일명 '셋 다운 제도')를 시행준비 중이지만, 세계적으로 이런 제도를 시행하는 지역이나 나라는 아직 없다.

19) 기술자율론을 잘 보여주는 사례는 '메트릭스'와 같이 기계가 인간을 지배하는 미래를 그린 종류의 영화나 소설이다.

이런 점을 종합적으로 고려할 때, 디지털 문화는 인간의 자율과 기술적 자율이 맞부딪히는 역동이 존재한다. ‘내가 나의 자율성을 이용해 만든 기술이 자율적으로 기능해 나를 바꾼다’는 아리송한 힘 대결이 연속되는 것이다.

이것은 단순히 이론적인 구성개념이 아니다. 기술로 인해 많은 친구들을 만들고, 언제 어디서나 저렴하고 편리하게 일을 할 수 있는 반면, 휴대폰 없이는 불안해하고, 컴퓨터 없이는 전혀 일을 할 수 없는 갑갑한 우리의 현실이다. 이를 단순히 기기 중독이나 인간의 소외문제로 돌린다면, 해결책은 딱 하나 밖에 없다. 과거, 그것도 아주 먼 과거로 돌아가는 것밖에 없을 것이다. 그러나 이것은 불가능하다. 그리고 그리 바람직해보이지도 않는다. 왜냐하면 지금까지 애써 만든 문화적인 것들이 실패라는 것을 자인하는 꼴밖에 되지 않기 때문이다. 그럼 어떻게 해야 할 것인가?

여기에 대한 하나의 답이 디지털문화심리학이 될 수 있다. 기술의 자율성과 인간의 자율성을 함께 묶어 상위의 개념에서 구성개념²⁰⁾을 만들고 이를 연구하는 것이다. 마치 프로이트의 이드, 에고, 슈퍼에고의 성격역동처럼 기술과 인간의 단위를 하나로 묶어 이들의 역동 양상을 밝혀보자는 것이다. 이렇게 분석을 한다면, 현재처럼 ‘사람이 문제냐 기술이 문제냐’식의 생산성 없는 논쟁(대표적인 예, 게임 중독은 틀림없이 달라질 것이다. 그리고 이러한 일을 하는 심리학자의 사회적 위상은 사소한 문제해결의 도구적 위상을 넘어 사회를 기획하고 문제의 방향을 근원적으로 정립하는

사회공학의 핵심적인 지식생산자로서 위상변동이 가능해질 수 있으리라 생각한다.

디지털 기술을 사용하든, 사용하지 않던지 디지털 기술이 발생시킨 혜택과 문제는 우리의 삶을 지금도 바꾸고 있다. 그리고 여기에 대한 연구는 지극히 미미한 실정이다. 그럼에도 불구하고 이것은 우리에게 희망일 수 있다. 그 이유는 우리 삶의 환경이 디지털 강국이라는 점, 그리고 앞으로 전세계가 우리의 환경과 유사해질 수밖에 없다는 점은 디지털 문화 관련 심리학 연구를 누구보다 잘 수행할 수 있는 조건이라는 점 때문이다. 이런 점에서, 비록 산업사회 심리학 연구는 늦었지만 디지털 사회 심리학은 우리가 세계를 이끌어 나갈 수 있었으면 하는 바람을 가져본다. 마치 20세기 전반부 산업계의 최강자 미국이 심리학을 주도했던 것처럼 말이다.

참고문헌

- 강남국 (2002). 여가사회의 이해. 형설출판사.
 권상희 (2008). 디지털문화론. 성균관대학교 출판부
 김정운 (2005). 노는 만큼 성공한다. 21세기북스.
 류철균과 신세미 (2007). 가상세계의 재미노동과 사용자 정체성. 한국콘텐츠학회논문지, 7(8), pp.182~190.
 정상철 (2010). SNS가 문화콘텐츠 제작 및 마케팅에 미치는 영향 토론편. 소셜네트워크 서비스(SNS) 진화에 따른 문화콘텐츠 산업의 변화와 정책적 시사점 자료집(2010. 11.4)
 정준영 (2003). 열광하는 스포츠 은폐된 이데올로기. 책세상.
 이선애 (2009). 유아와 바깥놀이 이론과 실제. 창

20) ‘사이보그’가 현재로써는 가장 근접한 개념이지만, 기계적인 의미가 강하기 때문에 새로운 ‘이름짓기’가 필요할 듯하다.

- 지사.
- 이성식, 전신현 (2007) 사이버공간의 사회심리학. 집문당.
- 이장주 (2007). 중독담론의 이데올로기- 게임을 중심으로. 제3회 춘천국제여가심포지엄. pp.201~218.
- 이장주 (2008). e스포츠의 여가적 발견. 현대여가 연구의 이슈들(한국여가문화학회 편, pp. 67~92.), 한울출판사.
- 이정모, 이건효, 이재호 (2004). 사이버인지심리학의 개념적 재구성. 한국심리학회지: 실험, 16(4), pp.365~391.
- 이정우 (2000). 가로지르기. 산해.
- 이채리 (2010). 사이버 공간에 대한 기술철학적 연구. 범한철학, 56, pp.257~282.
- 최상진 (2000). 한국인 심리학. 중앙대학교 출판부.
- 한국인터넷진흥원 (2009). 인터넷으로 인한 유·청소년 행동변화관련 실험연구. 한국인터넷진흥원 연구보고서.
- 황상민 (2004). 대한민국사이버신인류: 페인 그들이 세상을 바꾼다. 21세기북스.
- 황상민, 한규석 (1999). 사이버 공간의 심리. 박영사.
- Beck, J. C., & Wade, M. (2006). 게임세대 회사를 점령하다[*The Kids are Alright: How the Gamer Generation is Changing the Workplace*], (이은선 역, 2006). 세종서적.
- Brown, S., & Vaughan, C. (2009). 플레이, 즐거움의 발견[*Play: How IT Shapes the Brain, Opens the Imagination, and Invigorates the Soul*], (윤미나 역, 2010). 흐름출판.
- Caillois, R. (1958). 놀이와 인간[*Les Jeux et les Hommes*], (이상률 역, 1994), 문예출판사.
- Cohen, J. (2005). How to Read 프로이트[*How to Read Freud*], (최창호 역, 2007). 웅진지식하우스.
- Ellul, J. (1954). 기술의 역사[*The Technological Society*, trans. by J. Wilkinson(1964) New York: Vintage], (박광덕 역, 1996), 한울.
- Friebe, H., & Lobo, S. (2006). 디지털 보헤미안 [*Wir Nennen es Arbeit*], (두행숙 역, 2007). 크리에디트.
- Huizinga, J. (1938). 호모루덴스[*Homo Ludens*], (김윤수 역, 1998). 까치
- Kern, S. (1983). 시간과 공간의 문화사: 1880~1918[*The Culture of Time and Space*], (박성관 역, 2004). 휴머니스트.
- Markurs, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the Self: implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, pp.224~253.
- Negroponte, N. (1995). 디지털이다[*Being Digital*], (백옥인 역, 1996), 커뮤니케이션북스.
- Pink, D. H. (2001). 프리에이전트의 시대가 오고 있다.[*Free Agent Nation*],(석기용 역, 2001). 에코리브르.
- Pink, D. H. (2001). 새로운 미래가 온다.[*A Whole New Mind*], (김명철 역, 2006). 한국경제신문.
- Polanyi, K. (1944). 거대한 전환: 우리시대의 정치·경제적 기원.[*The Great Transformation : The Political and Economic Origins of Our Time*], (홍기빈 역, 2009). 도서출판 길.
- Ryffikin, J. (1995). 노동의 종말[*The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era*],(이영호 역, 1996), 민음사.
- Ryffikin, J. (2009). 공감의 시대[*The Empathic Civilization: The Race to Global Consciousness in*

- a World in Crisis*), (이경남 역, 2010), 민음사.
- Roos, D. (2008). How Net Generation Students Learn and Work. *How stuff Works, May 5*. [http:// communication howstuffworks.com](http://communication.howstuffworks.com)에서 2011년 1월 24일 추출.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness: On depression, development, and death*. San Francisco, CA: Freeman.
- Said, E. W. (1978). 오리엔탈리즘[*Orientalism*](박홍규 역, 1991). 교보문고.
- Tapscott, D. (2009). 디지털네이티브[*Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*], (이진원 역, 2009), 비즈니스북스.
- Triandis, H. (1995). *Individualism and Collectivism*. Boulder, Col: Westview Press.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard Univ. Press.
- Yee, N. (2006). The Labor of Fun: How Video Games Blur the Boundaries of Work and Play. *Game and Culture Issue, 1(1)*, pp. 68~71.
- 논문투고일 : 2011. 01. 25.
1차 심사일 : 2011. 01. 25.
게재확정일 : 2011. 02. 17.

Search for the Direction of the Digital Cultural Psychology through Environmental Changes in Plays

Jang Ju Lee

Research Institute for Digital & Happiness

Rapid social changes due to digitization have created new psychological challenges of adapting and coping. Plays are in the center of these changes. Plays used to be collateral activities of labor in the traditional society and industrial society, but they have become key activities embracing economy, society, culture in a digital society that has been maximized productivity and efficiency. Still, the theoretical approach of plays is based on the industrial societies. Analyzing these points, the psychological impacts of players using multimedia, social networking, and digital games utilizing both of them was dealt in this article. I dealt with multimedia, social networking, and digital games as key characteristic of digital culture. The difference between traditional psychology and Digital Cultural Psychology was dealt in the perspective of self-concept, information processing, and sex role. Then the conclusion on the future directions of Digital Cultural Psychology and its limitations will be followed.

Key words : digital, play, digital cultural psychology, multimedia, social networks