

석사학위논문

지도교수 조 열

인터랙티브 디지털 콘텐츠의
시각 유희적 속성에 관한 연구

A Study on the Visual Fun of Interactive
Digital Contents

- Focused on Digital Media Art and Design -

2006년 12월 일

한성대학교 대학원

미디어디자인학과

시각커뮤니케이션디자인 전공

김 수 립

석사학위논문

지도교수 조 열

인터랙티브 디지털 콘텐츠의
시각 유희적 속성에 관한 연구

A Study on the Visual Fun of Interactive
Digital Contents

- Focused on Digital Media Art and Design -

위 논문을 미술학 석사학위 논문으로 제출함

2006년 12월 일

한성대학교 대학원

미디어디자인학과

시각커뮤니케이션디자인 전공

김 수 림

김수림의 미술학 석사학위 논문으로 인정함

2006년 12월 일

심사위원장 조 태 병 (인)

심사위원 조 열 (인)

심사위원 안 광 준 (인)

목차

국문초록

I. 서론	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	3
3. 연구 내용과 방법	4
II. 인터랙티브 디지털 콘텐츠	5
1. 인터랙션의 개념과 정의	5
2. 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 속성	10
3. 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 분야	16
1) 웹 사이트	16
2) 컴퓨터 게임	22
3) 광고 포스터	25
4) 디지털 영화	28
5) 디지털 방송	31
6) 미디어 아트 & 디자인	33
III. 인터랙티브 아트 & 디자인에서 시각 유희성	35
1. 인터랙티브 아트 & 디자인 특징 및 기능	35
2. 시각 유희의 일반적 속성	37
3. 인터랙티브 콘텐츠의 유희성	40
1) 소통의 유희성	40

2) 통합의 유희성	43
3) 유기체적 유희성	46
4) 동시적 유희성	48
5) 가상 현실적 유희성	50
6) 몰입의 유희성	52
7) 서사적 유희성	55
8) 시각적 유희성	58
IV. 결론	61
참고문헌	64
ABSTRACT	67

그림 목차

그림 1. www.intentionallies.com , 인테리어 회사 사이트	18
그림 2. www.dontclick.it , 인터랙티브 리서치 사이트	19
그림 3. http://midnight.si.edu/ , 스미소니언박물관 사이트	20
그림 4. http://www.haringkids.com/ , 키스하링 웹사이트	21
그림 5. 아타리 의 ‘퐁’ 인터랙티브 컴퓨터 게임	22
그림 6. www.trevorvanmeter.com , 플래시 게임 ‘플라이 가이’	23
그림 7. ‘스트리트 파이터’_ 컴퓨터 게임	24
그림 8. http://www.restlesseye.com/interact/xblocks/index.htm 미디어아트 컴퓨터게임	24
그림 9. 토론토 벽면 광고의 썬시콜라의 광고 뮤직 포스터 ...	26
그림 10. 엔티티 도쿄모의 ‘아이모드’의 인터랙티브한 포스터 .	27
그림 11. 영국 런던의 버스 정류장 영화 ‘나니아 연대기’의 광고 포스터	28
그림 12. 인터랙션 영화의 예	30
그림 13. 디지털케이블을 이용한 TV기반 금융 서비스	32
그림 14. 인터랙티브 아트의 구성요소	36
그림 15. 미겔 슈발리에, ‘디지털 파라다이스’, 2006	41
그림 16. 다니엘 로진, ‘서클 미러’, 2006	42
그림 17. 박지수, ‘돌아다니는 마음-지금 이곳에/언제 어디서나’, 2006	44
그림 18. 악셀 로흐, ‘tometaxy.net’, 2006	45
그림 19. 자카리 리버만, ‘제스처 장치’ 2006	46

그림 20.	변재언, 'Dialog-기원', 2006	47
그림 21.	이한수, '이중몽환', 2006	48
그림 22.	스캇스니브, '힘껏 붙어봐' 2005, 2006	49
그림 23.	나인주, '가상의 가상현실', 2006	51
그림 24.	반 소위와인, 이소벨 놀레스, 리암 페네시 (공동 제작), '기대하기', 2006	52
그림 25.	ICU 디지털미디어랩, '손벽치기', 2006	53
그림 26.	악셀 로흐, '모호한 시그널스케이프', 2005	54
그림 27.	존 제라드, '일 년에 한번 미소 짓는 초상화(메리)', 2006	55
그림 28.	존 제라드, '천년동안의 새벽(마르셀)', 2006	56
그림 29.	에네스(eness), '버추얼_ 디지털 흔들 목마', 2004	57
그림 30.	한나 하슬라티, '두 가지의 공간', 2006	59
그림 31.	정만영, '디지털 만화경', 2005	60

국 문 초 록

디지털 IT기술의 발달로 영상 콘텐츠의 표현 방법에 무한한 발전을 제공하고 또한 제작 환경에 많은 변화를 가져왔다. 인터랙티브 미디어를 이용해 의사소통 하려는 사람들이 인터랙티브 환경을 만드는 새로운 방법을 찾고 있다. 최근 멀티미디어가 대중화 되면서 이와 같은 환경을 하나의 분야로 자리 매김 하기 위한 시도가 많아지고 있다.

본 연구는 이러한 기술의 발달이 가져온 무한한 창조의 가능성을 바탕으로 상호작용적 작품설정이 많은 미디어 아트 & 디자인 작품에 반영이 되면서 소통성, 통합성, 유기체성, 동시성, 가상현실성, 몰입성, 서사성, 유희성 등 여러 가지 속성을 가지게 되는데 특히 이들 속성 중에서도 유희성의 비중이 크다는 전제 아래 최근 작품들의 경향을 살펴보고 작품의 성격에 따라 나타나는 유희적 속성에 대하여 연구함으로써 유희적 속성이 갖는 다양한 의미를 알아보고자 하였다.

그 결과 세 가지 이론을 얻을 수 있었다. 첫째, 관객의 개입과 참여를 유도하는 인터랙티브 콘텐츠의 경우, 모든 속성의 측면에서 유희적 속성을 지니는 것을 알 수 있었다. 둘째, 인간에 대한 따뜻한 배려로서의 시각유희라는 표현 방법은 인터랙션 아트 & 디자인에서 중요한 역할을 담당하고 있었다. 셋째, 미디어 아트 & 디자인에서 나타나는 인터랙션은 감성과 지성의 인터랙티브리티를 함께 아우르는 작용이며, 작가, 관객, 그리고 작품이 총체적인 작용으로 유희성이 작용한다고 말할 수 있을 것이다.

따라서 시각적 유희성은 공격과 방어가 동시에 가능한 심리적 무기로서 가치가 다양화된 인터랙티브 아트 & 디자인에서 작가와 관객 사이의 가교가되어 의식적으로 또는 무의식적으로 감동이나 공감을 얻을 수 있기 때문에 지속적인 연구를 통하여 활용 가능성은 더욱 폭 넓어 질 것이다.

I. 서론

1. 연구 배경

인간은 환경으로부터 정보를 습득하고 이를 기반으로 다양한 형태의 정보를 생산해 타인과 함께 환경을 구축한다. 따라서 현실에서 서로 동등한 권리를 갖고 태어난 인간은 어느 일방이 나머지 한쪽에게 일방적인 침묵을 강요하고 자신이 생산하는 정보만을 일방적으로 전달하려면 이것은 분명 자연스러운 소통 방식이라고 할 수 없다. 다행스럽게 우리는 일상생활 속에서 특별한 경우를 제외하고 서로가 아무런 제약을 받지 않고 정보를 주고받고 있다. 이것은 공기를 호흡하는 것과 같이 너무도 자연스런 일상의 일이어서 쉽게 인식하고 있지 못할 뿐이다. 그러나 이와 같은 현실에서는 자연스러운 양방향 소통방식이 영상 매체에 있어서는 디지털 기술이 본격적으로 등장하기 전까지 실현되지 못했다. 이는 사람들은 단방향 소통에 너무 익숙해져 있기 때문에 그 부자연성에 크게 주목하지 않았던 것이다.¹⁾ 하지만 기술의 발전은 수많은 분야에서 상호 소통을 가능하게 하는 디지털 콘텐츠들을 개발 할 수 있게 하였고 디지털 혁명과 그에 바탕을 둔 정보 테크놀로지와 그 이론들은 새로운 유형의 예술 출현에 직접적인 영향을 주었다.²⁾

그러나 디지털 기술로 생산되는 영상을 매개로 한 소통방식은 기존의 영상소비 방식에 본질적인 변화를 초래하고 있다. 미디어가 인각 감각의 확장을 통해 상호간의 소통을 실현시키는 것이라면 디지털 기술로 가능해진 양방향성이야말로 보다 본질적인 의미에서 존재 이유가 될 수 있다. 인간과 인간의 소통이라는 측면에서 보면 구두 언어를 이용한 대면소통이야말로 커뮤니케이션의 가장 원형적인 형태라고 할 수 있다. 이러한 의미에서 보면 말을 통해 전달된 이야기 역시 가장 오래된 내러티브 형식이라고 할 수 있다. 말을 이용한 이야기 전달 행위에

1) 김의준(1999). 「디지털 영상학 개론」 서울: 집문당, p 185.

2) 여상희(2003). 「디지털 아트의 가상체험을 통한 상호작용」 목원대학원, p 49.

있어서 화자와 청자 간의 상호 관계는 양방향 전달 수용 시스템에서 다른 의미를 갖는다. 일반적으로 화자가 이야기 제시에 능숙할 경우 청자의 반응에 따라 화자는 이야기의 속도, 강약, 부분적인 내용을 조정하면서 이야기 진행을 이끈다. 물론 이 경우에 있어서 화자가 자신의 구술행위를 조절하는 기준은 청자의 반응이며 보다 강력한 반응을 유도하기 위하여 화자는 지속적으로 청자의 반응을 모니터한다. 이와 같은 시스템에서는 청자와 화자는 서로에게 질문을 하고 답을 하면서 이야기 전개에 있어서 서로의 역할을 나누어 수행하게 된다. 이때 청자의 역할과 행동은 이야기에 대한 기대감에 기초를 두고 있으며 화자는 청자의 기대감을 충족시켜 주기 위하여 청자가 보이는 반응에 따라 이야기 전달은 여러 차원에서 조정하게 된다. 이와 같이 양방향 소통을 특징으로 하는 구술 전통은 일반적인 정보전달 패턴과는 사뭇 다른 역동성과 현장성을 포괄하고 있다.

이와 같이 현실에서는 자연스러운 양방향성이 매체에서 실현된 것은 비교적 최근 일이라고 할 수 있다. 디지털 기술의 도입은 표현의 한계를 극복할 수 있는 효과적인 영상 생산을 가능하게 했을 뿐 아니라 영상의 소비에 있어서도 전통적인 방식과는 다른 양방향 소통을 가능하게 만든 것이다. 이와 같이 디지털 기술로 실현된 영상 매체의 양방향성은 관객의 입장에서 본다면 그 동안 일방적으로 전달받던 이야기에 직접적인 영향을 줄 수 있는 것만으로도 새로운 차원의 자유를 얻는 것과 같은 의미를 지니게 된다. 그러나 여기서 우리가 다시 한 번 생각해 봐야 할 것은 전통적인 영상 소비자를 가리키던 관객이란 용어를 디지털 영상의 양방향성 소비 주체에게도 공통적으로 사용할 수 있는가 하는 문제이다. 이것은 관객이란 용어가 함축하고 있는 뜻이 정보를 전달받는 자로서의 소비자를 가리키고 있을 뿐 소비와 동시에 정보를 생산하는 인터랙션의 개념은 포괄하고 있지 않기 때문이다.

이러한 인터랙션의 개념을 가진 디지털 콘텐츠를 체험하는 관객 혹

은 유저의 감성적 측면에서 유희라는 개념은 아주 중요한 속성을 가진다고 할 수 있다. 네덜란드 문화학자인 호이징가는 이성과 사유가 아닌 놀이/유희가 인간의 문화를 형성해 왔으며 놀이/유희로 인해 인간이 오늘에까지 이르게 되었다고 말했다. 이러한 인간을 호모 루덴스, 즉 유희의 인간이라 불렀다. 오늘날의 놀이와 게임은 디지털 문화와 접점을 이루면서 삶을 이루는 하나의 방식이 되었고, 이러한 문화에 몸담은 새로운 인간을 우리는 호이징가의 견해를 따라서 디지털 호모 루덴스라 부를 수 있다.

2. 연구목적

이러한 사회적·문화적 이론을 배경으로 기술의 발달이 가져온 무한한 창조의 가능성으로 인터랙티브 디지털 미디어 아트 & 디자인 작품이 발전해 왔다. 본 연구는 인터랙티브 디지털 미디어 아트 & 디자인 작품의 소통성, 통합성, 유기체성, 동시성, 가상현실성, 몰입성, 서사성, 유희성 등 여러 가지 속성들에 관하여 살펴보고자 한다. 특히 이들 속성 중에서도 인터랙션을 전제로 하는 작품들의 경우 단순히 기계적인 인터랙션이 아니라 인간적, 정서적 특성을 지닌 인터랙션을 뜻한다. 이는 내면에서 미디어 매체를 통해 작가와 인간이 감성적으로 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있는 인터랙티브(interactive)를 의미하는 것이기 때문에 어느 속성보다도 유희성의 비중이 크다는 전제 아래 최근 작품들의 경향을 살펴보고 작품의 성격에 따라 나타나는 유희적 속성에 관하여 연구함으로써 유희적 속성이 갖는 다양한 의미를 알아보고자한다.

3. 연구 내용과 방법

본 연구에서 논의하기 전에 첫 번째로 인터랙션의 개념에 대한 정의를 살펴보도록 하겠다. 이를 통하여 인터랙션 디지털 콘텐츠의 소통방법을 알아보고 어떠한 속성을 가지는지 알아보고자 한다. 그리고 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 다양한 분야별 성격을 조사를 통하여 특성과 앞으로의 가능성을 살펴보도록 하겠다.

두 번째로 앞에서 언급한 인터랙티브 디지털 콘텐츠에 있어서 인터랙션의 속성은 일반적으로 소통성, 통합성, 유기체성, 동시성, 가상현실성, 몰입성, 서사성, 유희성을 띤다는 전제 아래 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 속성을 알아보도록 하겠다. 그리고 이러한 속성을 공통적으로 포함할 수 있는 속성을 파악하도록 하겠다.

세 번째는 인터랙티브 아트 & 디자인의 시각 유희성의 일반적 속성, 특징을 살펴보고 콘텐츠의 예시를 알아보고 앞에서 언급한 8가지 디지털 콘텐츠 속성의 측면에서 유희성을 논하여 보도록 하겠다. 이를 통하여 작가와 관객의 메시지 상호소통에서 유희적 속성이 존재를 하는가에 대한 논제를 미디어 아트 & 디자인 작품의 사례를 통하여 살펴보도록 하겠다.

II. 인터랙티브 디지털 콘텐츠

1. 인터랙션의 개념과 정의

인터랙션은 인간이 주어진 환경에서 사람이나 사물 등과 행하는 모든 행위라 할 수 있으며, 그러한 가능성을 제공하는 매체를 인터랙션적이라고 할 수 있다.³⁾ 따라서 상호작용성은 인간과 기계 즉 TV나 컴퓨터와 같은 미디어와 인터랙션, 그리고 네트워크 개념과 흡사한 미디어와 미디어 간의 인터랙션의 범주를 포함한다. 이는 송신자와 수신자 양자 간의 상호 교류성, 수용자간의 상호 연결성 및 매체 이용에 있어서 선택성, 매체 내용에의 관여 혹은 통제 가능성 등을 포괄하는 폭넓은 의미로 이해 될 수 있다.⁴⁾

인터랙션이란 상호적으로 작용하여 서로 영향으로 미치는 작용을 이야기 한다. 예를 들면 컴퓨터 또는 전자장비에서의 사용자 입력에 응답하면서 정보의 양방향 흐름을 가능하게 하는 것을 말한다. 여기에서 양방향 또는 쌍방향으로 대화 등을 통해 다른 이질적인 것들은 서로 교감하고 영향을 받는 것을 의미한다. 그 동안의 제품들은 사용자에게 일방적인 데이터나 정보를 제공하던 방식인 반면 그것에서 탈피하여 사용자가 직·간접적으로 제어하고 다양한 형태의 정보를 제공받으며 제품과 의사소통을 가능하게 하는 디자인을 말한다.

상호교류의 시대 21세기라는 말은 마치 20세기까지의 관념과 개념의 초월적 전변(轉變)을 알리는 시그널처럼 들리기도 한다. 이제 B.C는 컴퓨터 이전(Before Computer), A.D는 디지털 이후(After Digital)로 명명되는 시대가 왔다는 신호처럼 21세기는 균림하고 있다.

3) Lombard, M. & Snyder-Daunch, J. (2001), 'Interactive Advertising and Presence: A Frameworks', Journal of Interactive Advertising, 1(2).

[On Line] Available URL:<http://www.jiad.org/vol/no2/lombard/index.html>

4) 전경란 (2003), 「디지털 네러티브에 관한 연구: 상호작용성과 서사성의 충돌과 타협」 이화여대 신문방송학과, p 34.

카민(Carmin)이라 밝힌 작가의 말처럼 ‘픽셀, 즉 디지털 화소는 나의 자연스러운 매체이다. 인터넷은 내가 가장 좋아하는 작업장이다’라고 할 만큼 21세기의 작가들은 달라진 작업환경을 실감하고 있다.⁵⁾

이렇게 디지털 화소와 인터넷을 연결시키면 오늘날 매우 보편화된 예술의 한 개념, 즉 인터랙티브 아트(Interactive Art)라는 말이 손쉽게 떠오르게 된다. 인터+액티브(inter+active)에서 인터(inter)라는 말은 ‘서로’, ‘상호간’이라는 뜻이다. 액티브(active)는 물론 ‘활동 중이다’, ‘활발하다’는 말이다. 그러므로 인터랙티브(interactive)라면 ‘서로 영향을 미치다’, ‘상대를 활발하게 움직이도록 하다’ 해설될 수 있을 것이다.

인터랙티브라는 말은 디지털 인터넷의 용어만이 아니고, 예술을 위한 말도 아니다. 이 말의 뜻은 단지 오늘날 비교적 디지털 소통이 원활한 수단의 하나이기 때문이다.

인터랙티브에 대한 국내 인터넷 회사들의 개념 정의는 다음과 같다. 웹 에디터(Web Editor) 회사에서 내건 정의는 인간적인 소통을 내세운다. 즉 인터넷 세상에서 서로 이해하고 의사소통한다. 인터랙티브한 소프트웨어를 매체로 사람과 컴퓨터 사이를 편리하고 가깝게 만든다는 것이다.⁶⁾ 음악에서도 인터랙티브라는 말은 쓰이고 있는데 인터랙티브 뮤직은 음악과 영상간의 인터랙션이 중요시되기도 하는데 여기서는 관객의 반응에 따른 즉흥 연주와 미디(Midi) 보드의 키마다 다른 그래픽 이미지로 구성된다는 점이 강조된다. 엠프쓰리(mp3)회사에서 다양한 경험을 가진 젊은이들이 모여 인터넷 콘텐츠를 통하여 회원들 사이에 자연스러운 커뮤니티를 형성할 때도 인터랙티브라는 말을 쓴다. 이 회사의 인터랙티브 매체는 주로 엠프쓰리라는 이름의 전송이 가능한 음악파일이다.⁷⁾ 전산망 보안 시스템에서는 사용자와 대화방식으로 시스템을 구축할 때도 인터랙티브라는 말을 쓴다.⁸⁾ 또한 컴퓨터 운영체제

5) <http://progress.ukonline.co.uk>

6) <http://progress.ukonline.co.uk>

7) <http://www.mp3wel.com>

에도 인터랙티브 개념이 도입된다. 리눅스라는 운영체제는 근본적으로 상호 교류 적이다. 즉 세계의 모든 리눅스 사용자들이 리눅스 운영체제의 기본 틀 안에서 개발한 후 전자메일을 통해 최초개발자인 리눅스 토발스의 인증을 거쳐 세계로 배포되는 형식이기 때문이다.⁹⁾

인터넷 역시 상호 교류 적이다. 이를테면 웹사이트를 운영한다고 가정해 본다면 웹사이트는 게시판을 통한 교신이나 웹마스터와의 전자우편 교신이 가능하다. 나아가 채팅이나 화상통신은 네티즌간의 상호 대화를 가능하게 해준다. 인터넷이라는 형식에 기본적으로 갖추어진 틀에서 '상호 소통한다'는 개념이 된다.

인터랙션디자인이라는 용어는 미국의 디자인 컨설팅 회사인 아이디오(IDEO)사의 설립자 겸 사장인 빌 모리지(Bill Moggridge)가 처음 언급한 말이다. 인터랙션은 '인간이 도구나 기기사이에서 어떠한 일을 수행하는 것을 목적으로 일어나는 활동으로, 인간에게 직접적이거나 영향을 미치는 도구나 기기를 포함한 주변 환경 전체를 대상으로 하는 시간적 · 공간적인 개념이라고 할 수 있다' 이처럼 사용자와 대상 사이의 관계의 인터랙션은 환경 전체를 대상으로 하는 시간적 · 공간적 대상과 관계는 인터랙션의 효용성과 함께 상호간에 영향을 주는 관계를 형성한다.¹⁰⁾ 미술에서의 상호작용성은 관객이 매개 환경의 형식과 내용에 미치는 과정을 통하여 작품과 교감하는 작용을 이룬다. 관객과 작품간의 상호작용성은 미술에서 오래 전부터 논의되어온 주제이다. 그러나 오늘날 상호작용성의 특징은 관객의 존재를 수동적인 작품 감상자의 차원에 고정시키는 것이 아니라 작품 창조의 과정에 적극 참여 시킨다는 것에 보다 중요한 의미가 있다. 관객을 이전과는 다른 차원의 위치로 설정하는 새로운 가능성을 만들어 내는 노력은 예술과 안전, 곧 관객이 합류하는 새로운 차원의 지점을 형성하게 되고 그 순간 과정의

8) <http://www.multimedia.or.kr>

9) <http://artegate.com> 김영재 미술 평론가 인터랙티브 아트의 시대적 환경

10) <http://artegate.com> 김영재 미술 평론가 인터랙티브 아트의 시대적 환경

상황을 그대로 반영하는 것이 바로 상호작용성이 되는 것이다.¹¹⁾

정보아트의 종합적인 응용으로 정보디자인을 구성 한다는 것처럼 인터랙티브 디자인을 만들어 낸다는 것은 바로 인터랙티브 아트의 종합적인 응용이다. 디지털 영역에서 인터랙티브 아트는 반응을 불러 일으키거나 행동으로 드러나는 과정을 포착하는 의도적인 행위로 나타난다. 인터랙티브 아트의 가장 기본적인 기능은 특정한 행위를 위한 실마리를 제공하는 것이다. 인터랙티브 아트는 벨소리 깜박이는 커서, 화면에서 움직일 때마다 변하는 마우스 포인터와 같은 인터페이스를 통해 나타난다. 이러한 아트가 하나의 행위로 연결되면서 그 결과가 인터랙티브 디자인의 과정이 되는 것이다.¹²⁾

인터랙티브 아트가 활용되는 방식은 그 아트가 적용되는 매체에 따라 달라진다. 텔레비전 시청과 관련된 행동을 상상해 보고 그것을 책을 보는 것과 비교해 본다면 텔레비전을 보는 것은 버튼을 눌러 선형의 연속적인 이미지를 나타나게 하는 것이고, 책을 보는 것은 책을 펼쳐 페이지를 넘기는 물리적인 행동인데 그것은 때때로 글과 그림의 비선형적인 순서로 나타난다. 지금까지 컴퓨터 매체의 초기 단계에서 인간과 기계가 원활하게 의사소통을 할 수 있는 방법을 제공하려는 많은 시도들은 원시적이고 미약하다. 컴퓨터 매체에서 인터랙티브를 성공적으로 디자인하기 위해서는 콘텐츠(content)의 완성도와 기술적인 실현 타당성간에 균형을 맞추어야 한다. 어떤 웹사이트를 사용자가 훑어보고 거래를 하고 게임을 할 수 있도록 디자인하려고 하면, 이러한 각각의 행위들을 조화시키고 하나의 시스템으로 통합해야 한다. 이러한 행위들의 경로가 서로 교차될 때 인터랙티브 디자인이 제 기능을 하기 시작한다. 인터랙티브한 제품의 질은 디자이너가 교차점에서 변화를 얼마나 정교하게 처리해 내는가에 달려있다. 훌륭한 인터랙티브 제품의

11) 김현진 (2005), 「현대미술의 상호작용성 연구: 인터랙티브 아트의 소통방식 분석을 중심으로」 홍익대학교 미술대학원, p 5.

12) 크레멘트 록 지움, 김옥철 역 (1996) 「디지털시대의 정보 디자인」 서울: 안그래픽스, P 128.

에는 눈에 보이지 않는 구조와 효과적인 그래픽 유저 인터페이스이다. 이것은 내용의 전후 관계를 제공하고 보강하면서 인터페이스를 통합적으로 관리한다. 디자이너는 인터랙티브 디자인을 내용의 구조 속에 통합해야 한다. 왜냐하면 내용이 없다면 깜박이는 형태의 행진에 불과하기 때문이다.¹³⁾ 인터랙티브 미디어를 사용해 의사소통을 하려는 사람들이 인터랙티브 환경을 만드는 새로운 방법들을 찾고 있다. 최근 멀티미디어가 대중화 되면서 인터랙티브 환경을 하나의 분야로 자리매김하기 위한 시도가 많아지고 있다. 인터랙티브 환경은 인간공학, 기호학, 인공지능, 인지학, 영화 등 많은 분야에서 쓰이고 있다. 이러한 인터랙티브 미디어는 다양한 분야와 기술적 형태로부터 원리를 빠르게 흡수함으로써 시각적이고 감각적인 경험을 화면상에 구현하는 것을 가능하게 하고 있다. 또한 인터랙티브 기술은 이러한 감각적인 경험들을 의미 있고 인간적인 커뮤니케이션으로 변화시킬 수도 있다.¹⁴⁾

이러한 배경으로 인터랙티브 미디어의 개념을 살펴보면 인터랙티브 미디어는 새로운 디지털 시대의 텍스트 애니메이션, 사운드, 비디오 등 두 세 가지 이상의 정보 형태가 통합된 멀티미디어에 ‘상호작용’ 즉 ‘인터랙션’이 매체들을 통합하는 데에 있는 것이 아니라 새로운 공간을 창조하는 것에 있는데, 이는 인터랙션이라는 새로운 차원이 개입됨으로써 보다 강력하고 새로운 커뮤니케이션 방법을 제안한다. 이것으로 인터랙티브 미디어의 기본적 개념은 디지털 혁명으로 사용자가 보다 감각적인 경험의 정보를 공유 할 수 있다는 것과 새로운 공간 개념에서의 양방향 커뮤니케이션이 가능한 것이라 할 수 있다.

13) 위의 책, p 129.

14) 위의 책, p 128.

2. 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 속성

인류는 이미 초기의 원시적 정보 전달 방식과 소통방식을 시작으로 오랜 역사에 걸친 디지털적인 사고가 생활화 되어왔다. 우리가 쓰고, 읽고, 계산할 수 있는 사고를 지속하는 한 디지털은 우리의 생활 깊숙이 정착된 문화 그 자체라 할 수 있다. 15)

먼저 인터랙티브 콘텐츠의 큰 속성은 양 방향의 소통이라 할 수 있겠다. 소통(communication)이란 상징을 통하여 의미를 전달하는 현상을 의미한다. 즉 정보 전달 현상이라고 정의 할 수 있다. 21세기를 살고 있는 우리들에게 예술이란 우리의 생활, 경험이란 점에서 볼 때 우리는 매일 수많은 예술적 소통 속에서 살아가고 있다고 해도 과언이 아니다. 미술에 있어서 소통은 작가인 송신자가 물질적 요소로 구성된 매체를 통해서 관객인 수신자와 메시지를 교환함으로써 성립된다. 다시 말해, 작가들은 관객과 소통을 전제로 한 그들의 정신이나 이념이 담긴 미술적 개념을 매체를 통해서, 메시지를 전달하게 되는데 여기서 메시지는 매체에 의해 그 특성이 나타난다.16) 인터랙션은 양방향의 소통에 의해 유발된다고 할 수 있다. 모든 시대는 상징적 소통의 형태를 취하는데 이러한 형태는 그 내적 · 외적 · 구조와 의미작용의 수단 및 관계를 내포하는 것이며 이상의 각 단계마다 언어와 사회, 생각과 행동, 자아와 타자 등 관계가 다르게 나타난다.17)

인간은 본성적으로 소통하면서 존재하려고 하며(세계와 친근해지며) 스스로 존재자로서 그리고 존재자를 친근성 안에서 만날 수 있도록 꾀한다. 다시 말해, 인간이 세계 안에서 존재한다는 것은 원칙적으로 사물들과의 소통적 거리를 트면서 존재하는 것을 말하며 이것은 어떤 친밀성의 공간을 열어놓는 것이다. 예술이 소통하기 위한 하나의 커뮤니

15) 김인선(2006), 「Cybernetic Sensibility: 컴퓨터와 아트」 대림미술관 브로슈어, p 4.

16) 서유진(2005), 「백남준의 비디오아트에 대한 연구 - 상호소통을 중심으로」 전북대학교 교육대학원, p 21.

17) 마크 포스터, 김성기 옮김 (1996) 「뉴 미디어의 철학」 서울: 민음사, p 22.

케이션 방식이라 한다면 예술 역시 사물들과의 소통적 거리를 두면서 존재해야만 그 존재 의미를 가질 수 있다.¹⁸⁾

새로운 매체의 등장은 새로운 소통의 가능성을 제시한다. 소통과정에 필연적으로 개입되는 매체는 의미의 전달을 가능하게 해 준다는 기본적인 기능뿐 아니라 소통의 방식과 표현의 형태 그리고 의미전달의 개념까지 규정해 준다.¹⁹⁾ 즉 동일한 전달내용(message), 기호(signs)와 코드(codes)의 구성에서 매체의 물질적 속성과 기술적 특성에 따라 의미화의 구조가 바뀌고 감각적 인지의 표현형태가 규정되면서 그 의미의 시공간적 범위가 결정되는 것이다.²⁰⁾

소통의 기능과 함께 미디어를 통한 ‘인터랙션’은 대상자와 미디어의 통합을 이끌어 내기도 한다. 미디어란, 특정한 방식으로 사람들을 포괄하고 배제하며 통합하고 분리하는 일종의 사회적 환경이다. 또한 미디어는 커뮤니케이션의 체계로서 미지의 수용자 집단 혹은 불특정 다수의 청중을 구조화(構造化)한다. 이 경우 미디어는 정보의 중심지로서 담론(談論)과 이미지를 광범위한 대중에게 배분한다. 매스 미디어가 대중으로 구조화하고 포괄하듯이 미디어 아트에서 일어나는 인터랙션 역시 그러한 의미에서의 통합의 기능을 하고 있다. 이것은 여러 측면에서 확인해 볼 수 있다.²¹⁾

이러한 소통과 통합의 기술은 근본적 방법인 생각하는 방식이나 시스템의 차원의 변화를 가져 왔다고 볼 수 있는데 테크놀로지 자체의 물성을 하나의 아우라²²⁾로 갖는 것이 아니라 이제는 기술과 예술 그리

18) 박영란 (2002), 「미술에 있어서 상호작용성의 기원과 의미」 제13집, 국립현대미술관, p 194.

19) 이정춘 편역 (1988) 『커뮤니케이션 과학』 서울: 나남, p 35.

20) 위의 책, p 35.

21) 조성희(2002), 「현대미술에 나타나는 상호 작용성에 대한 연구」 홍익대학원, p 23.

22) 아우라(Aura)는 독일의 평론가인 발터 벤야민(Walter Benjamin)이 ‘기계복제시대의 예술작품’이라는 논문에서 사용한 용어이다. 어떤 예술작품이나 물건에서 느껴지는 분위기, 혼, 모방할 수 없는 특유의 기운, 창조성이 느껴지는 유일무이성, 즉 다른 것과는 다른 한 예술작품의 고유한 특성 혹은 미적 아름다움을 뜻한다. 아우라는 우리말로 ‘분위기’라고 번역되는데, 한 대상 관찰자에게 숨겨처럼 살며시 다가오는 듯 한 느낌, 감정이입을 뜻한다. 그 대상이 예술작품이 되면 작품과 감상자 사이의 신비한 교감이 둘러싸는 은밀한 신비함을 의미하

고 그것을 받아들이는 인간들 사이의 유기적인 인터랙션을 지향하고 있다는 점이다. 또한 그 기술 자체의 진화는 어느 면에 있어서 유기체적인 속성을 가진다고 본다.²³⁾ 즉 인터랙션이라는 방법을 통해서 서로 다른 요소들이 관계를 맺고 서로 변화하며 그 체계 자신 또한 이전의 것과 다른 모습으로 변화하게 만들어 그 의미와 이미지의 생성과 소멸을 일으킨다는 면에서 볼 때 유기적 속성이 그 과정자체가 하나의 개념을 이루는 상호작용적 예술에서 주요한 모티브로서 작용할 수 있음을 주지해야 한다.

또한 인터랙티브 미디어 아트 & 디자인에서 퍼포먼스나 해프닝, 비디오 아트들에서 20세기 후반의 현대 미술의 성격을 끌어내자면 '동시성'이라는 개념을 들 수 있다. 이는 60년대를 그 기원으로 하는 비디오 아트를 비롯한 설치 작업들 신체 예술, 대지 예술 등에 그 이전의 미학과 다른 차원의 반미학적 개념이 등장하게 된다. 이제 현대 미술에서는 예술 작품이 관객과 하나의 시공간을 공유하게 되면서 바로 동시성을 제시하며 바로 여기-현재의 문제가 대두되고 있다. 특히 현재의 웹아트, 네트워크 아트 등에서 기존의 시간의 흐름에 대한 인지와 비교할 수 없는 동시적 작업의 교류가 활발히 이루어지고 있다.²⁴⁾

웹이 근본적으로 미디어라는 속성을 지니고 있다²⁵⁾고 볼 때, 시대의 변화에 따라 그 안에서 이용되어지고 있는 속성과 양태가 가변적이라는 것은 분명하다. 특히 개인용 컴퓨터라는 도구를 이용하게 되는 미디어로서의 웹은 끊임없는 프로그래밍과 새로운 기능의 컴퓨터로 인해 지속적으로 변화하고 있다. 특히 이러한 웹아트는 포괄적 개방성을 가지면서 누구나 여건이 허락하는 한, 동시다발적 접근과 대화가 가능하

게 된다. 이재원 (2003), 「디지털 미디어 시대의 아우라 경험에 관한 표현 연구」 이화여자대학교 대학원, p 14.

23) 조성희, 앞의 논문, p 27.

24) 유중열 (2000) 「디지털 시대의 아방가르드」 서울: 웹아트, p 47.

25) 위의 책, p 47.

다는 장점을 가진다. 이는 또한 근본적으로 소통을 전제로 하기에 송신자와 수신자와의 상호정보가 즉각적으로 전달되는 것이 가능하다. 이것은 일종의 혁명파도 같은 변화라고 볼 수 있으며 이는 하이퍼텍스트 원리에 가속되어 더욱 강력한 힘을 가지게 되었다. 최근 일련의 대형 현대 미술 전시회에서도 이런 형태의 작품들이 기존의 예술들과 동등한 위치를 가지며 나타나고 있다. 이것은 시간과 공간의 제약을 허물고 관객을 접근 시킬 수 있는 형태로서 더욱 적극적으로 관객에게 다가갈 수 있는 그러한 접근성은 다른 여러 가지 형식의 예술과도 접목하여 다양하게 진화하고 있는 것으로 보여 진다. 물론 기존의 소통에 있어서 제약이었을지도 모를 시간과 공간의 영역을 무한한 것으로 변화 시킨다는 측면에서, 상호 소통적 미술양식에서 가장 특징적으로 나타나는 속성임에 틀림없다.

앞에서 살펴본 다양한 속성들을 표현하는 속성 중 하나를 가상화라고 할 수 있는데, 가상화는 현실에서 가상으로 이해이며 개체의 '힘을 향한 상승'이다. 이는 현실감을 상실하는 것(하나의 현실이 가능성의 집합체로 변모하는 것)이 아니라 정체의 변환이며 대상의 존재론적 중력의 움직임이다. 개체는 주로 현실성(하나의 '해결책')에 의해 정의되는 대신 이제는 문제의 영역 안에서 그 본질적인 안정을 찾을 수 있다. 그 어떤 개체를 가상화 하는 것은 그것이 관련된 일반적인 의문을 발견해 내는 것이고 이러한 물음을 향해서 개체를 전이 되는 일이며 초기의 현실성을 개별적 의문에 대한 대답으로 재정의 하는 것이다.²⁶⁾

디지털 기술로 실현 매체와 소비자 사이의 양방향성은 영상 체험의 새로운 가능성을 열어 놓았는데 이와 같은 변화는 가상세계에서도 현실과 유사한 체험을 가능케 해주는 인터페이스(interface)의 발달로 더욱 확장되고 있다. 유저(user)의 움직임은 인터페이스를 통해 데이터로 변화되어 해석되고 이를 통해 새롭게 구축된 정보가 다시 유저에게

26) 피에르 레비 지음, 전재연 옮김 (2002) 「디지털 시대의 가상현실」 서울: 전재연, p 121.

전해져 이제 유저와 가상세계는 역동적인 관계를 형성할 수 있게 되었다. 전통적인 관객이 가상세계는 환경 속에 직접적인 영향을 주기 시작함으로써 유저로 바뀌게 된 것이다.

인터랙티브 미디어 아트 & 디자인에서 가상현실의 양방향성 커뮤니케이션이 가능하면서도 스토리가 발생할 수 있는 3차원 가상환경(virtual environment)을 만들어야 한다. 이와 같은 3차원 가상현실에는 다양한 객체들이 소프트웨어의 통제에 의해 운영될 수 있으며 복수의 유저들에 의해 운영되는 다수의 아바타가 동시에 존재할 수도 있다.²⁷⁾

로이 에스콧은 우리가 말하는 가상현실은 단순한 기술이 아니라고 말한다. 관찰자가 연구대상의 외부 움직임과 외부 움직임을 동시에 볼 수 있는 증폭된 현실(Augmented Reality)과 달리 전이감(telepresence), 감각의 몰입, 영적인 연결을 내포한다. 처음에는 생소하고 낯설었으나 이제 이러한 사이버 공간은 오늘날 서구사회에서는 흔히 볼 수 있는 문화 양상이 되었으며 전혀 새로운 형태의 유희, 교육, 산업, 단체를 형성하고 나아가 새로운 사회단체나 세계의 부분은 만들어 가고 있다.²⁸⁾ 여기서 감각의 몰입이란 각 감각기관은 다음과 같은 비율로 인간의 주의력을 구성한다. 인간의 뇌는 시각 70%, 청각 20%, 후각 5%, 촉각 4%, 미각 1%에 근사한 비율로 감각에서 감각으로 한 감각 내에서는 요소에서 요소로 빠르게 전이하며 한 번에 하나의 인상을 선택해 나간다. 그리고 이 선택은 개인과 인류의 발전을 추구하려는 욕구에 따른 것이다. 이것들은 우리가 '의식'이라고 부르는 역동적인 감각의 흐름에 합류하게 된다. 모든 유능한 예술가들은 사람들이 어떻게 신경을 집중하느냐에 대한 깊이 있는 연구를(의식적으로든, 무의식적으로든) 해음으로써 사람들에게 새로운 경험의 영역을 제공할 수 있었다. 마치 마술사처럼 예술가는 선, 색채, 동작, 소리를 이용해 인간의 주의를 이끄는

27) 김의준(1999). 「디지털 영상학 개론」 서울: 집문당, p 202.

28) 조성희, 앞의 논문, p 31.

것을 터득했다. 오페라, 발레, 극장에서 관객의 주의를 조절해 주는 장비들은 많다. 그러나 불필요한 것은 제거하지 못하면 강하게 쥐었던 관객의 주의를 느슨하게 하고 결국 이류 예술로 남게 된다.²⁹⁾

이제 여러 분야의 인터랙티브 미디어 아트 & 디자인에 있어서 콘텐츠를 이끌어가는 서사성(내러티브³⁰⁾, narrative)은 시간과 공간에서 발생하는 인과 관계로 엮어진 실제 혹은 허구적인 사건들의 연결을 의미한다. 소설 속에서는 오직 문자 언어로만 이루어지는 이 언술이 영화에서는 이미지, 대사, 문자, 음향 그리고 음악 등으로 이루어져 있다. 즉 영화에서의 내러티브는 이야기를 조직하기 위하여 채택되는 전략, 약호와 관습을 (미장센, 조명등도 포함) 지칭한다. 흔히 스토리텔링(storytelling)과 동일한 개념으로 간주되기도 하지만 실제 이보다 더 큰 범위를 의미하는 것이다.³¹⁾ 카프로³²⁾는 해프닝을 통해 이상화된 창조물이자 성스러운 행위로서의 미술 작품의 권위와 우월함을 거부했다. 그는 오히려 예술을 예기치 않은 도발적인 인터랙션을 이끌어 냄으로써, 삶에 대한 우리의 의식을 확장하는 수단으로 여겼다. 카프로에게 이 예술은 관객의 능동적인 참여를 통해 실현되며 전개되는 내러티브를 지닌 진행형의 작업이다.³³⁾

앞에서와 같이 여러 가지 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 속성에 대해서 살펴보았는데, 본 연구의 논제인 유희성에 대해 알아보도록 하겠다.

29) 랜덜 패커, 켄 조던 위음 아트센터 나비 학예 연구실 옮김 (2004) 『멀티미디어_바그너에서 가상현실까지』 서울: 나비프레스, pp. 391-393.

30) 내러티브(narrative)는 일련의 사건이 가지는 서사성을 말한다. 스토리(story)와는 조금 다른 의미로 쓰이는 내러티브는 언어로 기술이 불가능한 '모든 종류의 서사성 전부를 포함하는 이야기'의 개념으로 이해된다.

공간이 있고 시간이 있고 사건이 있는 일련의 진행상황을 기술한 대표적인 매체로서의 소설에서 우리가 알고 있는 스토리텔링(Storytelling)만으로는 설명이 어려워지게 될 정도로 발전한 각종 매체의 표현 양식에 대한 대응으로서의 용어라 할 수 있다. 종래의 '이야기'는 시와 소설로 대표되는 문자언어로 표현되어 왔지만 현대에 이르러서는 영상, 음악 등 다양한 장르에 걸쳐 전해지고 있다 <http://kin.naver.com/openkr/entry.php?docid=31455>

31) <http://blog.naver.com/mihoharu?Redirect=Log&logNo=120006419249>

32) 알란 카프로(Allan Kaprow) 최초로 해프닝을 주도한 사람으로 이 운동을 1950년대 말 이 용어를 만들어 냈고, 이 운동을 1960년대를 특징짓는 대중 문화와 연결시켰다.

33) 위의 책, p 470.

유희 즉, 즐거움의 시작 혹은 즐거움을 경험하고자 하는 관객의 욕구가 가장 중요시되어 왔는데 일반적으로 사람들은 특별한 판단과정을 거치지 않고 소리가 들려오는 방향으로 고개를 돌리게 되는데 이것은 인간의 인지체계가 주변의 자극에 대해 의식적인 분석과정 이전에 무의식적인 반응을 먼저 보이기 때문에 일어나는 행동이다. 관객의 감각기관에 소구할 수 있는 움직임은 사물, 소리, 색의 향연을 일상생활에서도 얼마든지 찾을 수 있다.

미디어 아트와 양방향성은 관객이 자신의 행동에 즉각적인 반응을 받을 수 있게 하고, 그것으로 인해 관객의 마음 상태가 ‘관조’가 아니라 ‘참여’가 되도록 하게 하는 것이다. 참여를 하는 시각적으로 느끼는 유희성을 느끼며 행위를 하게 된다. 관객은 정보기억 장치의 내용과 감각운동적인 상호 작용을 유지하면서 관객과 작품사이에 적극적이고 긴밀한 상호 소통관계가 형성된다.³⁴⁾

다음 장에서는 앞에서 언급한 속성들을 지닌 인터랙티브 디지털 콘텐츠를 예를 살펴보아 어떠한 콘텐츠의 속성을 지니고 있는지 논의해보도록 하겠다.

3. 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 분야

1) 웹 사이트

멀티미디어 콘텐츠가 다양해지면서 그로 인하여 플래시, DHTML, 자바 스크립트등 동적인 화면을 구현하기 위한 다양한 방법들이 생겨났다. 급격한 IT 기술의 발전으로 인해 좋은 하드웨어의 보급, 다양한 소프트웨어의 등장 인터넷의 활성화 등으로 우리 실생활에 인터넷은 급속히 파고들어 가게 되었다. 이러한 발전으로 인하여 인터넷 방송국이 등장과 네트워크 게임이 활발해지면서 웹사이트는 멀티미디어적인 성격으로 변모하게 되는데 TV도 볼 수 있고 인터랙티브 무비 상영관

34) 여상희(2003) 「디지털 아트의 가상체험을 통한 상호작용」 목원대학교 대학원, p 68.

이 있어 영화도 참여하며 볼 수 있게 되었다. 세계 어디든 시공간을 초월하여 음성은 물론 화상채팅까지 할 수 있게 되었다. 연구 자료, 정보의 공유 및 목적이었던 초기의 인터넷에서 이제는 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 제공하는 모습으로 변화하게 되었다.

이러한 콘텐츠의 양은 무한하게 늘어나고 있는 상태이기 때문에 콘텐츠와 콘텐츠 간의 이동을 용이하게 도와주어야 한다. 다양한 정보들을 좀 더 간결하고 효과적으로 디자인 된 사이트가 필요로 하게 된 것이 바로 이 점 때문인 것이다. 또한 사이트들은 보다 빠른 로딩 속도를 위해 이미지들을 최적함은 물론이고 일관성 있는 내비게이션과 인터페이스로 폭 넓은 정보를 잘 표현 할 수 있어야 한다. 이것은 정보를 제공하는 측과 정보를 제공받는 방문자 측은 서로 상호 대화하기를 원하기 때문이다. 정적인 웹사이트에서 인터랙티브한 동적인 웹사이트로 변모하기 시작하는데 그 예가 전자상거래의 활성화이다. 온라인상에서 카탈로그 형태에 머물렀던 시절에 직접 구매가 이루어지는 형태인 기업→개인으로의 전자 상거래(B2C)에서 기업→기업(B2B), 개인→개인(C2C), 인터넷 마켓(e-Marketplace)등 이제 웹은 이러한 비즈니스가 활발히 이루어지는 공간의 형태로 발전하고 있다. 이로 인해 화려하고 아름다운 디자인에서 상호 대화하기 용이하고 좀 더 편리하고 기능적인 내비게이션과 인터페이스를 중시하는 디자인으로 발전하게 되었다.³⁵⁾

웹에서 일어나는 인터랙션을 이해하기 위해서는 먼저 사이트를 살펴 보아야 할 것이다. 웹에서 유저들은 먼저 웹사이트와 인터랙션을 하지만 사실 그 주위에는 또 다른 인터랙션들이 이루어지고 있는 것이다. 그 웹사이트에서 유저들은 실제로 정보와 상호 작용에서 가장 많은 시간을 보내고 있고 그 정보와 인터랙션 함에 있어서도 인포메이션 디자인에 기반을 둔 색상, 텍스트, 이미지 등 '각각의 요소'들과 상호 작용

35) <http://cafe.naver.com/chobodesign.cafe>

하고 있으며 또한 유저 그룹이나 채팅 룸 등 웹상에서 만나는 ‘사람’들
과도 인터랙션하고 있다.

현재 웹상에서의 인터랙션은 수많은 디자이너들로부터 새롭고 재미
있는 형태로 빠르게 발전하고 있다. 훌륭한 프로그래밍과 함께 제작된
여러 웹사이트들은 유저에게 새로운 인터랙션의 경험을 가져다주며 그
들을 흥분시키고 있고 이와 함께 웹상에서의 인터랙션에 대한 높은 관
심과 다양한 시도가 앞을 다투고 있다.³⁶⁾

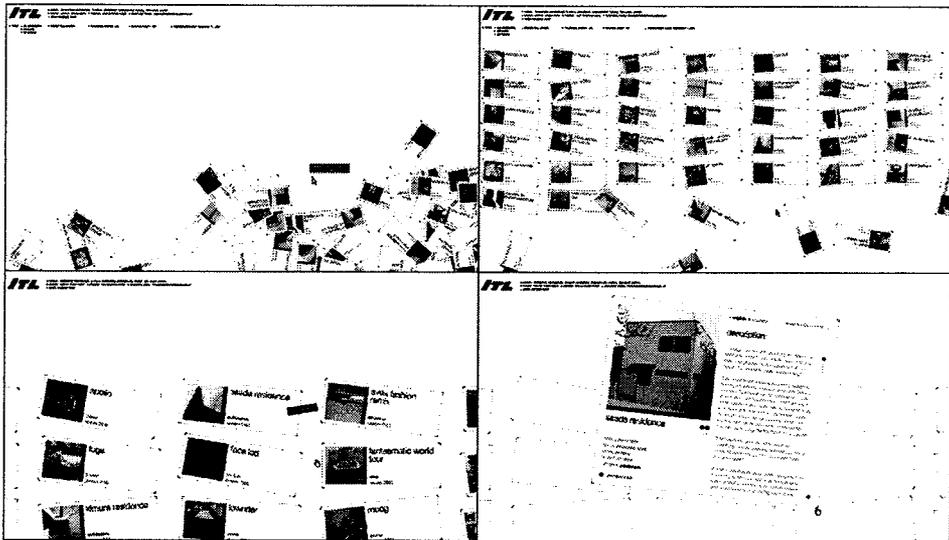


그림 1 www.intentionallies.com 일본 아티스트의 인터랙션이 인상적인 사이트

위의 사이트(그림 1)는 일본의 그래픽 아티스트인 유고 나카무라가
디자인 한 인테리어 회사 사이트 인텐셔널리즈(intentionallies)이다. 플
래시 프로그램을 이용하여 자유롭게 콘텐츠를 이끌어 던져 놓아도 그
자체가 하나의 콘텐츠가 되는 자유로운 표현방식을 구성한다.

수십 장의 정보를 유저가 지정하는 대로 정렬을 하고 선택한 정보를
자유롭게 볼 수 있는 점이 특징적이다.

하지만 이러한 높은 관심은 인터랙션 의미는 조금씩 변질되며 이렇
게 디자인된 사이트들은 디자이너들과 사용자들을 혼동시키고 있다. 신

36) <http://cafe.naver.com/chobodesign.cafe>

문이나 책장을 넘기는 행동과 마우스를 클릭하는 차이 외에는 오프라인에서의 인터랙션과 큰 차이를 느낄 수 없는 정보와의 상호 작용은 하나의 웹사이트(같은 시공간_동시성)에 접속해 있으면서도 서로를 느낄 수 없고, 서로 상호 작용 할 수 없는 점 등 다양한 인터랙션이 웹에서 소개되고 있지만, 인터랙션에 대한 풍부한 이해로 유저들에게 인터랙티브한 경험을 제시할 수 있는 인터랙티브 웹 사이트가 필요하다.³⁷⁾

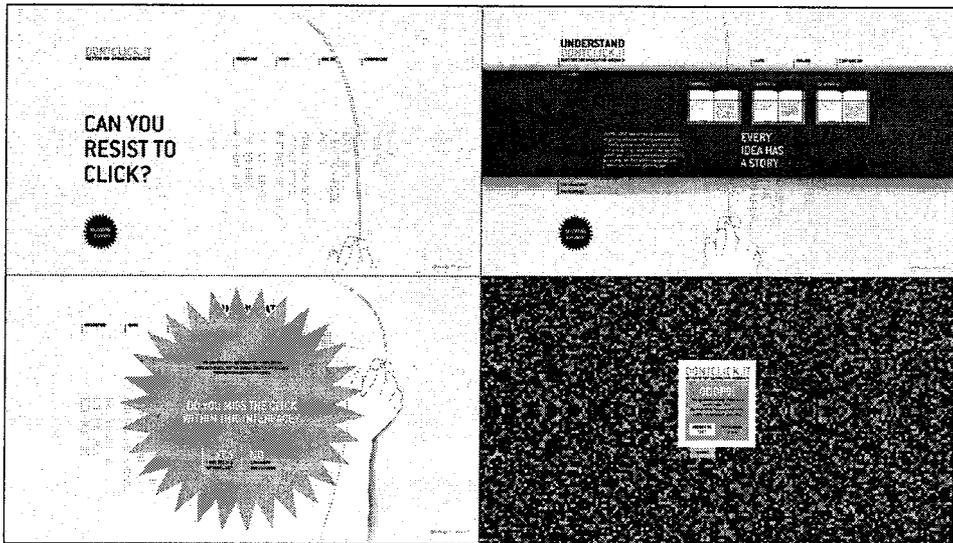


그림 2 www.dontclick.it 왼쪽 위부터 초기 화면, 메뉴를 구성하는 화면, 클릭을 했을 때, 클릭을 하고 사이트를 더 이상 볼 수 없는 구성으로 이루어져 있다.

다음의 사이트(그림 2)와 같이 클릭을 사용하지 않고 웹 서핑 하는 방법을 제시하며 인터랙티브 리서치(research)하는 사이트가 있다. 이는 상호 작용의 장점을 이용한 인터랙션으로 유희성을 주는 감성적인 사이트이다. 인간의 감성을 자극하는 의학적으로 사람이 컴퓨터 앞에서 마우스를 클릭하기 위해 취하는 자세가 많은 신체 구조적인 부작용으로 유도된다! 라는 의미를 지녔다. 사이트 주소는 ‘클릭하지 마세요 (don’t click)’이다. 이 사이트의 인터랙션 방법은 마우스를 클릭하지 않고 모든 인터페이스를 실행할 수 있는데 실수로 클릭하면 검은 화면이

37) <http://www.difdots.com/>

나와서 더 이상 사이트를 볼 수 없는 화면이 된다. 클릭이라는 직접적인 행동에 대한 피드백이 생기는 인터랙션에 사람들의 무의식적이고 수동적인 수용성을 예측하지 못한 결과로 가져오는 요소를 넣어 사용자로 하여금 흥미와 재미를 유발 시킬 수 있다. 물론 클릭을 했을 때 더 이상 사이트를 볼 수 없는 요소로 정보 이용에는 불편함이 있을 수 있다. 하지만 새로운 인터랙션 방법의 제시로 이 사이트를 기억시키고 사용자에게 게임과 같은 스릴감과 즐거움을 줄 수 있다.

다음의 사이트(그림 3)는 스미소니언 박물관(Smithsonian American Art Museum)의 교육 콘텐츠 사이트이다. 박물관의 문턱이 높다는 일반인들의 선입견으로부터 벗어나 누구에게나 친숙하게 다가설 수 있는 곳으로 사이트에서 미리 관람 할 수 있다.

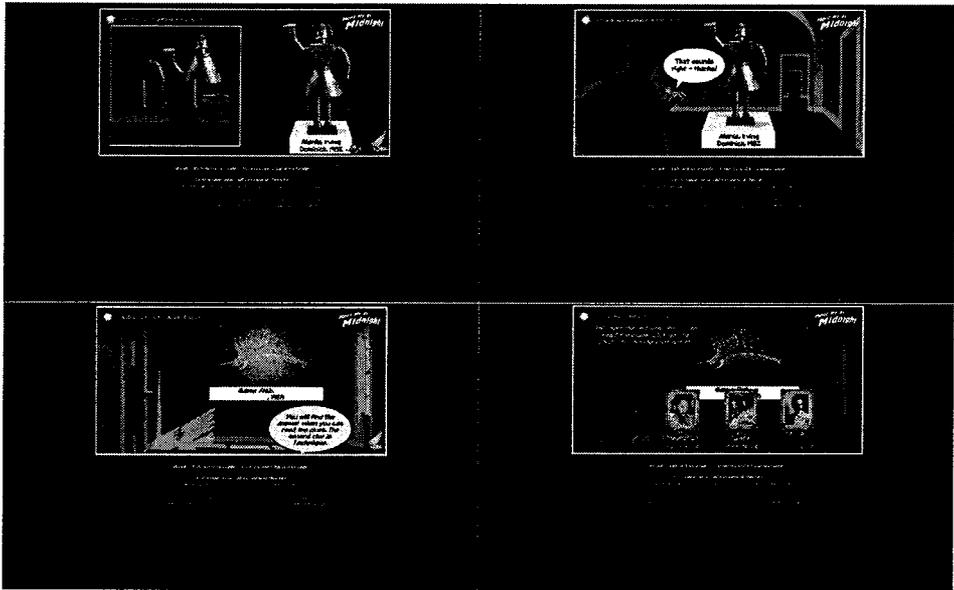


그림 3 <http://midnight.si.edu/> 스미소니언박물관 사이트, 인터랙션 만화형식의 교육 사이트이다.

인터랙션 만화의 구성 형식인 이 사이트는 하나의 유희적인 내러티브로 전개 되는데 견학을 온 학생들(이 사이트를 관람하는 유저 포함)이 박물관이 닫을 시간이 되어 그냥 돌아가게 되지만 도둑이 되어 박물관을 다시 찾게 된다. 아무도 없는 박물관을 견학하는 재미와 도둑이

되었다는 현실에서는 체험하기 힘든 스틸감으로 박물관을 둘러 볼 수 있다. 박물관을 체험하면서 퍼즐과 퀴즈를 즐기며 문화와 예술을 배울 수 있는 인터랙션 만화이다.

다음 웹사이트(그림 4)는 키스 하링(Keith Haring)의 어린이를 위한 인터랙션 웹사이트이다. 키스 하링은 이탈리아 기호학자인 움베르트 에코의 영향을 받아 언어의 해석과 의미 사이의 관계를 작품을 속에 풀어내고자 했으며 이것은 키스 하링만의 구상적인 언어 기호인 하트, 아기, 개 등의 다양한 실루엣의 조합으로 구상화 시켰고 고통과 힘든 상황들을 반어적으로 표현했다. 사이트를 방문하는 사람 누구든지 이러한 언어 기호인 모티브를 조합하여 마음껏 새로운 그림을 창조 할 수 있는 웹 사이트이다. 내가 키스 하링의 그림을 사이트를 활용하여 그릴 수 있다는 즐거움과 그린 그림을 화면 보호기 등으로 저장하여 사용할 수 있다.

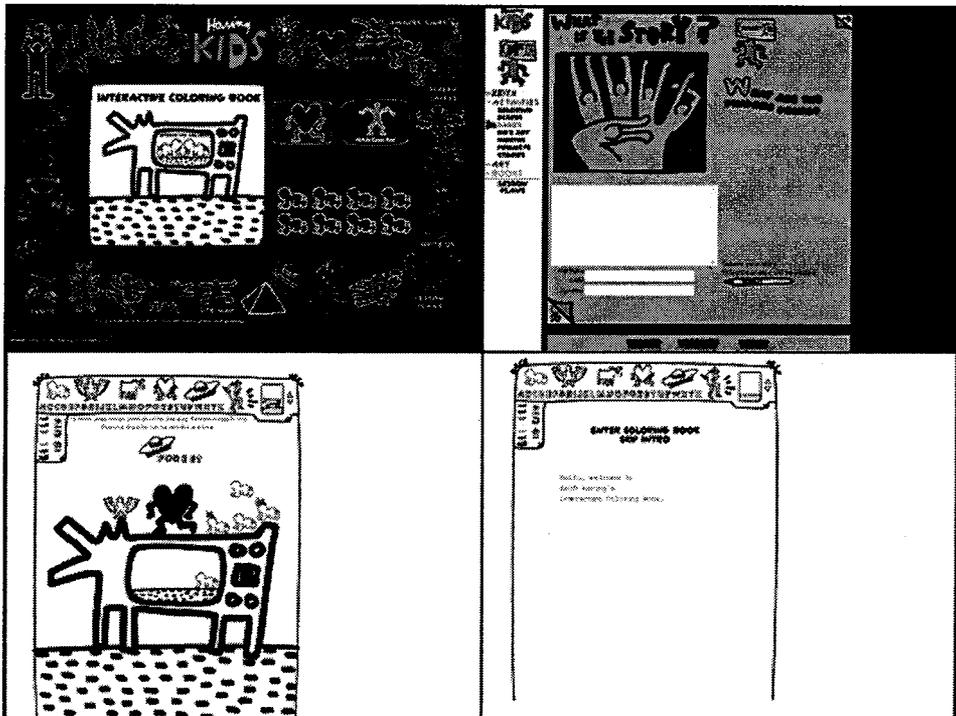


그림 4 <http://www.haringkids.com/> 키스하링의 아이들을 위한 인터랙션 웹사이트

2) 컴퓨터 게임

영화와 같은 일방적인 내러티브 매체와 구분되는 게임의 양방향성의 특징은 다음과 같다. 많은 기획자들은 게임 기획이란 인터랙티비티에 관한 것이라고 말하며 게임 플레이를 이끄는 원동력이며 좋은 게임과 그렇지 않은 게임을 구분해 주는 기준이라고 말한다. 하지만 아직까지 인터랙티비티에 대한 정의와 필요성에 대해선 많은 공감대를 얻고 있지 못한 편이다. 인터랙티비티는 컴퓨터 게임을 다른 소설, 만화, 영화와 같은 매체와 구분 지어 주는 가장 큰 요소이다. 그래서 스토리텔링이나 소설 형태의 이야기를 통해 보이는 감성적인 인터랙티비티는 물론 '포인트 & 클릭'과 같은 간단한 형태의 인터랙티비티 부터 컴퓨터 AI 캐릭터와의 대화까지 다양한 범위에 걸쳐 존재한다.

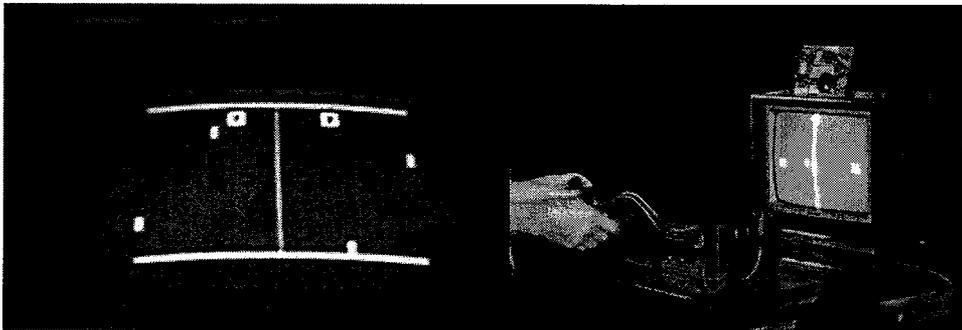


그림 5 아타리 의 '퐁' (1972) 인터랙티브 컴퓨터 게임(interactive computer game) 상하로 움직이는 라켓으로 좌우로 날아다니는 볼을 치는 탁구를 원리로 한 게임

가장 초창기 게임인 아타리(Atari)의 '퐁(Pong)' (그림 5)을 예로 들면 화면에 나타난 점의 이동에 맞춰 조작 입력장치를 움직여 화면에서 바 (Bar)로 공을 튕겨 낸다. 이때 공과 바의 움직임은 화면에 나타나고 플레이어의 조작에 따라 바가 움직이고 이 움직인 바에 의해 공은 그 방향성을 다시 부여 받게 되는 것이다.

이것으로 플레이어의 조작 행동은 게임에 영향을 끼치고 반응적으로 화면에 움직임으로 나타나게 되는 것이다.

웹사이트를 통해 유저들이 소통하는 게임의 형태를 종종 볼 수 있는

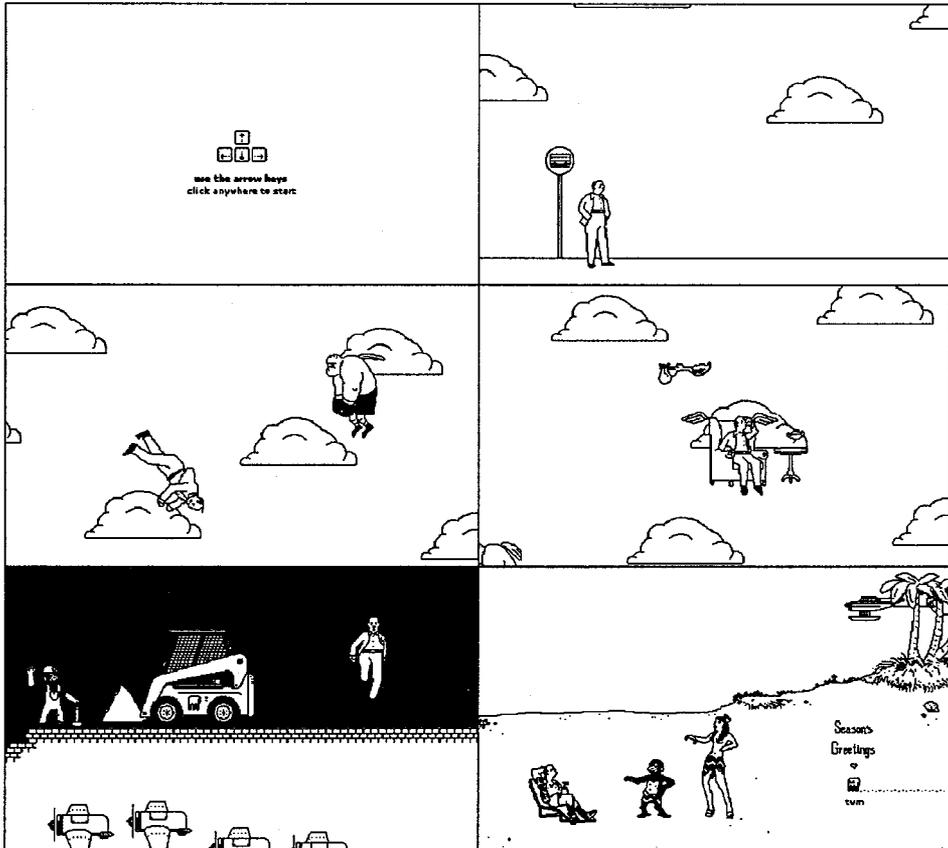


그림 6 www.trevorvanmeter.com/flyguy/flyGuy.swf 플래시 게임 '플라이 가이'

데 다음의 플래시 게임 '플라이 가이(Fly Guy)'(그림 6)는 하늘을 나는 듯한 기분을 느끼면서 키보드로 방향을 자유롭게 바꿀 수 있다. 땅에서 출발하여 하늘 우주, 우주와 연결된 바다를 통해 다시 땅으로 올라 올 수 있다는 서사구조를 통해 게임이 전개된다. 정보를 얻고자 하는 것이 아니라 유희성을 위한 가상현실을 경험하려고 하는 게임인 것이다.

다음 게임(그림 7) '스트리트 파이터'는 컴퓨터나 개별 게임기기로 사용하는 컴퓨터 게임이다. 스트리트 파이터는 대전격투 게임으로 1980대 후반부터 1990년대 초까지 엄청난 인기를 몰았던 게임으로 지금의 대전 격투 게임을 이만큼 성장시킨 일등공신인 게임이라고 할 수 있다. 영화로도 제작된 바 있는 이 게임은 유저와 컴퓨터, 유저와 유저 사이의 인터랙션을 일으키며 대결구조 혹은 상호 협동의 관계로 갈등 구조

를 풀어 나아가며 즐거움과 성취감을 느낄 수 있는 디지털 콘텐츠라 할 수 있다.

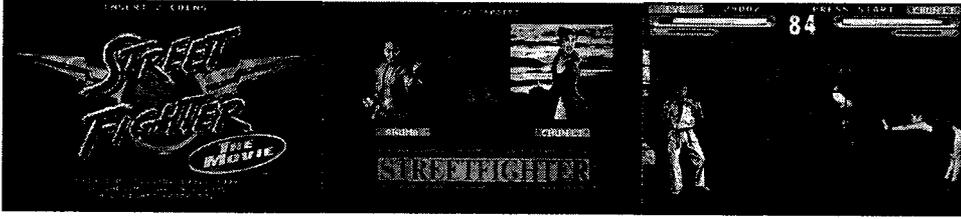


그림 7 '스트리트 파이터'_ 컴퓨터 게임

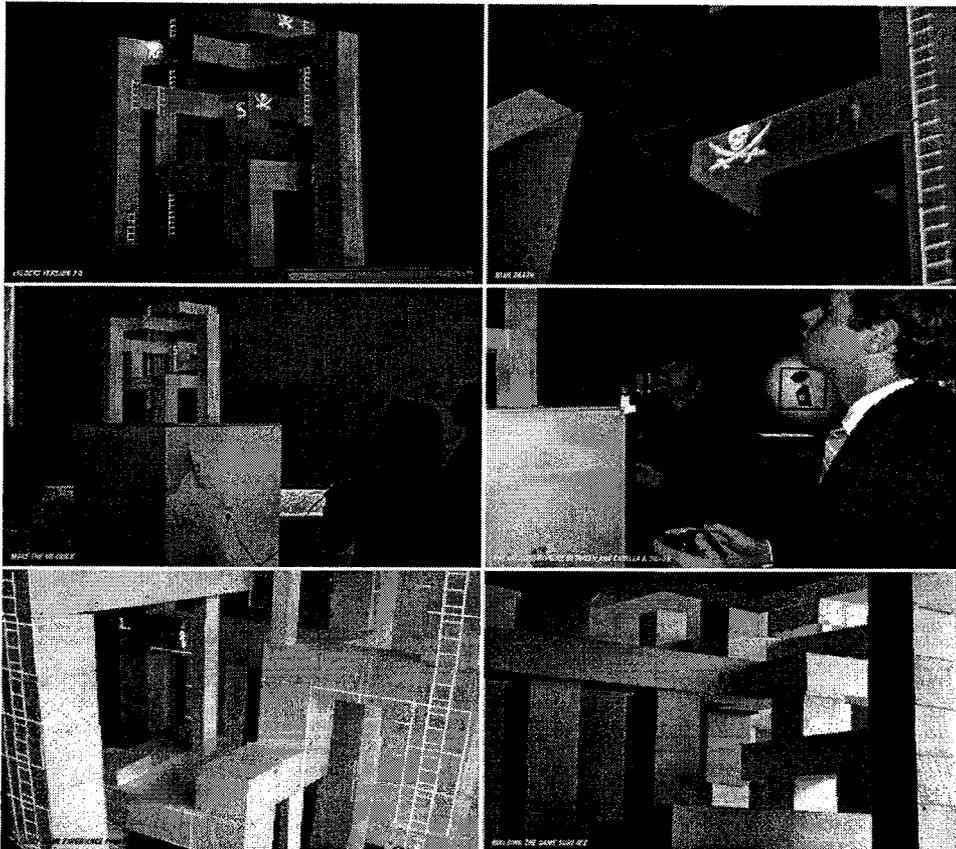


그림 8 <http://www.restlesseye.com/interact/xblocks/index.htm> 미디어아트 컴퓨터게임

다음 게임(그림8)은 '엑스블럭스(xblocks)'라는 기존의 컴퓨터 화면 안의 아케이드 게임이 아닌 입체적인 길을 따라가는 새로운 방식의 게임이다. 미로와 같은 입체의 길을 따라 이동하는 방법이 지각력을 테스트하고 시각적인 즐거움을 준다. 입체 게임이 컴퓨터에서 나와 실제로

보이는 입체의 길로 표현했다는 새로운 아이디어와 게임을 하면서 얻어지는 즐거움이 있다.

3) 광고 포스터

인터랙티브(interactive) 광고의 가장 큰 특징은 생산자와 소비자가 서로 상호 대화 할 수 있다는 점이다. 특히 인터넷 및 멀티미디어 보급에 따라 컴퓨터를 매개로 한 인터넷 광고에 다양하게 이용되고 있다.

지난해 미국 온라인 광고시장이 사상 최대인 125억 달러를 기록할 정도로 인터랙티브 광고가 폭발적인 성장을 계속하는 이유는 온·오프라인의 매출을 올리기 위해서는 인터랙티브 광고가 효과적이라는 것이 증명되고 있기 때문이다. 이렇듯 인터넷 광고는 인터랙티브라는 새로운 화두로 인해 광고시장에서 성장을 거듭하고 있으며 인터넷 광고 사이트는 그 자체가 웹아트와 예술성과 상업성의 경계를 넘나드는 흥미로운 작품이라 할 수 있다.

발신자에 의한 단방향적인 메시지 전달이 아니라 발신자와 수용자가 메시지를 주고받으면서 영향을 받는다는 뜻이다. 광고에서 이런 인터랙티비티는 이미 폭발적인 인터넷 보급과 대용량 정보 실현이 가능한 광범위한 멀티미디어 보급 등에 따라 컴퓨터를 매개로 한 인터넷 광고에 다양하게 이용되고 있다.

최근 들어 리얼타임(Real Time)과 휴대성 개념이 포함된 무선인터넷에서도 인터랙티브 광고가 활성화되고 있는 추세이다. 또한 스카이라이프를 포함한 디지털 TV방송은 기존의 TV특성과 인터넷에서 경험한 인터랙티브를 겸비한 새로운 개념의 인터랙티브 광고를 준비 중이다. 이와 같은 미디어 변화는 기업 마케팅 관점에서 볼 때 지금까지 경험하지 못했던 다채널 뉴미디어 시대의 도래를 의미한다. 따라서 새롭게 등장한 인터랙티브 광고를 기업이 어떻게 이해하고 활용하느냐에 따라 마케팅의 성과가 바뀔 수도 있게 됐다.

즉 성, 직업, 학력, 소득 외에도 가치관과 라이프스타일에 따라 소비자
 자들이 주로 접촉하고 사용하는 매체 종류가 변하고 있고 그에 따라
 전통매체의 활용과 목표고객과 상호 대화 할 수 있는 인터랙티브 광고
 를 어떻게 효과적으로 활용하느냐가 미디어 전략과 전술에서 매우 중
 요해졌다.



그림 9 토론토 벽면 광고의 펩시콜라의 광고 뮤직 포스터

이러한 인터랙션 광고들은 수동적 소비자를 능동적으로 바꿀 수 있는
 데 토론토 벽면 광고의 펩시콜라의 광고를 예들 들어 보면 다음 그림
 과 같다. 캐나다 토론토의 밴쿠버에서 올 여름 지하철 안에 100여개의
 포스터(그림 9)가 설치되는데, 이 포스터 안에는 가운데 이어폰 잭을
 연결해서 음악을 들을 수 있도록 플레이어가 장착되어 있다. 음악은 12
 개의 다른 트랙으로 되어 있고 오직 여기에서만 들을 수 있는 음악으
 로 되어 있다. 이러한 소비자 참여 광고는 자사 제품 광고뿐만 아니라
 음악의 홍보효과까지 노려 볼 수 있다.

최근 미디어의 변화는 기업 마케팅 관점에서 볼 때 지금까지 경험하

지 못했던 다채널 뉴미디어 시대의 도래를 의미한다. 따라서 새롭게 등장한 인터랙티브 광고를 기업이 어떻게 이해하고 활용하느냐에 따라 마케팅의 성과가 바뀔 수도 있게 됐다.



그림 10 NTT 도코모의 i-Mod의 인터랙티브한 포스터

매체를 이용한 포스터 인터랙션 광고의 예는 다음과 같다. 엔티티(NTT) 도코모의 아이모드(i-Mod)(그림 10)가 처음 런칭할 때 지하철 입구에 옥외광고를 전개하면서 단순한 포스터 형태가 아닌 인터랙티브한 포스터를 부착한 사진이다. 포스터에는 i-Mod의 서비스 컨셉을 전달하기 위하여 포스터에 센서를 부착해 사람이 일정한 거리에 다가서면 빛과 i-Mode의 광고음악(CM)이 흘러나오게 하였다. 빛과 광고음악을 통해 i-Mode의 브랜드를 인지할 수 있으며 텔레비전이나 인터넷을 접촉하였을 때 브랜드를 상기하는 효과를 얻었다.³⁸⁾ 이처럼 옥외광고가 단순한 노출형태가 아닌 유비쿼터스 시대에 따라 고객의 욕구(Needs)를 반영할 수 있도록 다양한 인터랙션을 수행하는 역할을 하고 있다.

다음의 광고(그림 11)는 런던의 영화를 위한 버스 정류장부스에 영화광고이다. 이 정류장은 영화의 세계와 맞닿은 새로운 입구인 것이다.

38) http://blog.naver.com/t_o_e?Redirect=Log&logNo=9697651

핸드셋 부스와 같이 인터랙션이 가능한 버튼을 가지고 사람들이 그것을 트레일러로 볼 수 있고, 이야기의 서사구조 같은 한국에서는 한 영화의 공식 웹사이트에서나 확인 할 수 있는 내용들을 길에서 버스를 기다리는 지루한 시간을 즐길 수 있다.



그림 11 영국 런던의 버스 정류장 영화 '나니아 연대기'의 광고 포스터

4) 디지털 영화

디지털 테크놀로지의 발전과 함께 영화는 '매스미디어의 시대'를 지나 '멀티미디어'의 시대로 진입했다. '다중매체'라 번역되는 '멀티미디어'는 말 그대로 소리, 동영상, 문자, 그림, 인터넷, 하이퍼링크, CD, DVD 등 컴퓨터 기반 디지털 매체를 모두 일컫는 말이다. 이제 영화는 이 모든 매체를 자유롭게 넘나들며 창작되고 있다. '매스미디어와 멀티미디어의 가장 큰 차이점은 전산화와 인터랙티브의 첨가 여부'라고 한다.³⁹⁾ 매스미디어는 그 자체로 디지털 정보로 전환 될 수 없으며, 미디어의 사용자와 인터랙티브한 관계를 맺지 않는다. 그러나 멀티미디어는 이와

39) 중앙대학교 김형기교수 인용

는 상반되게 그에 저장된 정보는 이미 아톰이 아니라 비트 상태로 전환된 것들이며 인터페이스 틀을 이용하여 사용자와 광범위하게 소통할 수 있다.

전통적으로 카메라와 필름에 의존하던 영화는 이제 CD-ROM, DVD, 그리고 컴퓨터 게임용 콘솔을 기반으로 창작되기도 한다. 예를 들면 ‘엔터 더 매트릭스’는 게임이기도 하지만 영화 ‘매트릭스’ 시리즈에서는 접할 수 없는 이야기와 플롯을 포함하고 있다는 점에서 영화의 연장이라고 할 수 있다. 그러나 이렇게 컴퓨터 게임과 게임 엔진을 이용한 것 외에도 비디오나 필름으로 촬영한 게임 형태의 인터랙티브 영화도 CD-ROM로 발매되곤 한다. 인터랙티브 영화는 보면서 이것은 기존의 영화와 달리 관객 스스로가 원하는 스토리를 선택하여 볼 수 있다는 것은 장점이자 단점이 될 수 있다. 왜냐하면 처음부터 끝까지 감독의 생각을 일관적으로 담아 낸 영화보다 신비감이 떨어질 수 있기 때문이다. 이러한 점은 영화와 텔레비전 드라마의 가장 큰 차이점인 감독과 관객의 작품을 보는 관점을 크게 흔들어 놓는 것이 아닐 수 없다.

이밖에도 세계 최초의 인터랙티브 영화로 등록 된 ‘영호프의 하루’(그림 12)가 있다. 이 영화의 감독이자 영화 속 주인공의 이름이 조영호, 영문으로는 ‘young-hope’이다. 이 영화는 ‘조영호’의 하루를 그린 작품이다. 이 영화는 기존의 영화를 인터넷에서 보듯 컴퓨터 마우스를

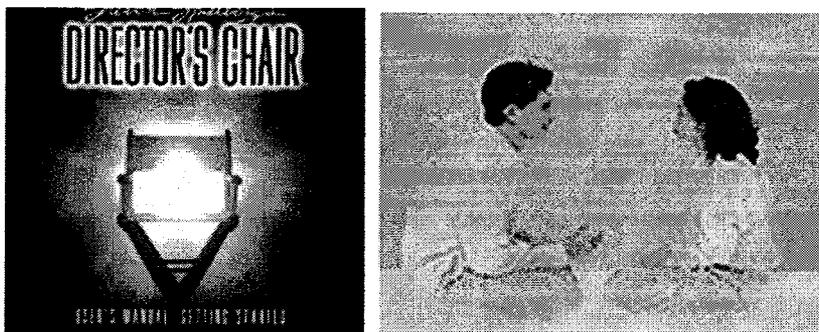


그림 12 인터랙션 영화의 예 왼쪽: 감독의 의자, 오른쪽: 영호프만의 하루

한번 클릭 한다거나 극장에 앉아 영사기가 돌아가며 영화를 상영되는 것처럼 저절로 상영되지 않는다. 화면의 첫 부분에서 각 부분별로 짤막한 소개가 나오면 이것을 보고 자신 스스로 원하는 스토리를 선택하여 볼 수 있게 해 놓았다. 그야말로 ‘young-hope’라는 인물의 여러 가지 운명을 내가 원하는 대로 선택하여 볼 수 있는 것이다. 영화감독을 꿈꾸던 한 젊은이와 그의 첫사랑이자 유학간 승희, 그들의 모습을 통하여 1999년 서울에서 그들만이 가진 꿈과 사랑을 모두 볼 수 있다.⁴⁰⁾

이러한 인터랙티브 영화는 보면서 이것은 기존의 영화와는 달리 관객 스스로가 원하는 스토리를 선택하여 볼 수 있다는 것은 장점이자 단점이 될 수 있다. 왜냐하면 처음부터 끝까지 감독의 생각을 일관적으로 담아 낸 영화보다 신비감이 떨어질 수 있기 때문이다. 기존의 영화에서는 비극적으로 이야기가 끝났다면 인터랙티브 영화에서는 희극과 비극 또는 희비극의 모든 이야기를 볼 수 있다는 것이 감독보다는 관객위주의 영화가 될 수도 있기 때문이다. 이러한 점은 영화와 텔레비전 드라마의 가장 큰 차이점인 감독과 관객의 작품을 보는 관점을 크게 흔들어 놓는 것이 아닐 수 없다.

멀티미디어를 활용한 미래의 영화가 기존의 영화와 다른 점은 이런 제작 도구에만 있는 것이 아니다. 멀티미디어 기반의 영화는 배급되고 상영되는 유통망 자체가 매스미디어인 극장 영화와는 전혀 다르다. 먼저 갤러리에서 상영되는 미디어 아트 작품들은 극장의 제약으로부터 관객을 자유롭게 만든다. 미디어 아트의 상호 작용성은 기본적으로 다수의 대중이 아니라 소수의 관객을 대상으로 설계된 것이다. 그러나 이 경우 작가나 감독은 또 다른 현실의 문제에 부딪치게 되는데 그것은 영화를 인터랙티브하게 만들 때 한명의 관객을 대상으로 할 것 인가 아니면 다수의 관객을 대상으로 할 것인가를 고려해야 하기 때문이다. 갤러리에서는 대개 능동적인 소수의 관객이 작품과 인터랙션을 시도

40) www.neomovie.com

하지만 대부분의 관객들은 그저 단순한 관찰자의 입장으로 한 발짝 떨어져 있기를 선호하는 경향이 있기 때문이다.

하지만 갤러리가 아닌 개인용 컴퓨터를 이용한 상영이라면 멀티미디어 영화들은 더욱 사적이고 내밀한 속성을 갖는다. 극장이라는 공적 공간에서 다수 대중과 함께 영화를 관람하는 집단성이 아니라 일인 단독으로 작품을 접하는 개별성이 강조된다. 그러나 이 개인은 독자적으로 분리된 존재는 아니다. 광범위한 네트워크를 통해 익명의 다른 관객과 경험을 공유 할 수도 있다. 시간과 공간의 차원에서 관람 방식은 상이하지만 그 시공간적 제약을 뛰어 넘는 상황에서는 더 많은 대중이 작품을 접할 수도 있다. 이는 극장에서 익명의 관객들은 영화가 끝난 뒤 흩어지지만 멀티미디어를 이용한 영화들은 제작과 보급의 모든 과정에서 관객의 적극적인 참여와 의사소통을 하게 필요로 하기 때문이다. 이것은 멀티미디어 기반의 웹진이나 블로그가 매스 미디어인 신문이나 잡지와는 전혀 다른 방식으로 유통되는 것과 마찬가지로이다.

무선 인터넷, 통신 그리고 웨어러블 컴퓨터의 등장은 영화가 상영되는 공간에 더욱 큰 변화를 가져올 것이다. 극장은 이제 주머니 속에서 움직이는 공간으로 변화한다. 이미 모바일 기기만을 대상으로 하는 영화들이 별도로 제작되고 있다.⁴¹⁾

5) 디지털 방송

디지털방송을 기존 아날로그방송과 확연하게 구분시켜주는 대표적인 기능이 바로 양방향 서비스다. 기존 방송체제에서 소비자는 일방적으로 방영되는 방송콘텐츠를 받아 들이던가 받아 들이지 않던가 둘 중 하나였다. 하지만 디지털 쌍방향방송은 실시간으로 방송국(또는 광고주)과 시청자(또는 소비자)가 인터랙션을 할 수 있게 해준다는 점에서 가히 혁명적인 변화가 도래하고 있다 하겠다.

41) <http://www.film2.co.kr/>



그림 13 디지털케이블을 이용한 TV기반 금융 서비스 사용 장면

시청자들은 방송국에 리모컨 버튼을 눌러 의사표명을 함으로서 투표 및 여론조사에도 응할 수 있다. 토크쇼나 퀴즈/게임 프로그램 등에 직접 참여하는 방송도 가능하다. 또한 디지털방송으로 하루 종일 시청자들에게 상품의 정보 제공 및 주문을 받는 전자 상거래(T-Commerce) 쇼핑 전용 채널이 가능해진다. 기존의 아날로그 홈쇼핑 채널은 상품마다 방송되는 시간이 정해져 있지만 디지털방송에서는 24시간 사용자가 언제라도 제품을 TV에서 검색하고 주문할 수 있는 장점을 갖는다. 디지털방송에서는 홈뱅킹 역시 가능해진다.(그림 13) 직접 은행에 갈 필요 없이 또한 컴퓨터를 켜 필요도 없이 24시간 은행계좌로 접근이 가능하다. 송금, 잔액조회, 이체 등 모든 은행 업무를 TV를 통하여 실행할 수 있으며 주식정보를 볼 수도 있다. 그리고 방송 프로그램을 보면서 관심 있는 제품에 대한 정보를 요구할 수도 있고 구매할 수도 있게 된다.

이와 같은 인터랙티브 방송의 구현은 방송광고의 형태와 기능에도 영향을 미치게 되고 방송광고의 목적도 고객과의 인터랙션을 통한 고객관계관리 및 제품판매 등 기존의 방송에서 불가능했던 것이 가능케 된다.⁴²⁾

42) 안종배(2005) 「디지털뉴미디어 방송환경에서의 광고효과와 전망에 관한 연구」 호서대학교, p 26.

6) 미디어 아트 & 디자인

미디어 아트와 디자인은 컴퓨터 테크놀로지가 가져다 준 특징들, 예를 들어 시뮬레이션이나 텔레프레즌스(telepresence)⁴³⁾, 상호작용성(interactivity)을 하나로 결합시켜 예술작품에 대한 관객의 수동적인 향유가 아닌 적극적인 참여에 의한 감성과 열린 공간을 구현하는 것이다.

미디어 아트는 관객의 체험과 실험을 중시한다. 관객들은 인터랙티브하게 작품을 감상할 수 있으며 나아가 현실공간의 전시물을 넘어서 가상공간의 작품까지도 감상할 수 있어 공간적인 제약을 극복하고 있다. 미디어 아트의 정의를 내려 보면 사전에서 영화·비디오·컴퓨터 등에 이르는 사용한 예술로서 작품이 관객과의 인터랙션을 통해 수용되며 인터넷과 같이 누구나 접속 가능한 공간에서 향유되는 과정까지를 포함한 예술 장르라고 할 수 있다. 더욱 이렇게 해서 만들어진 예술 창작품은 작가의 손을 떠나는 순간 완결 되는 것이 아니라 독자나 관객들의 인터랙션을 통한 개입으로 끊임없이 반응하면서 성장하고 증식하는 과정으로서의 예술관은 예술 작품의 유통과 소비 구조를 바꾸고 있다.⁴⁴⁾

상호작용 설치(Interactive Installation)의 기원은 비디오 설치(Video Installation)로부터 파생된 개념으로서 비디오에 컴퓨터 정보처리와 같은 첨단 테크놀로지를 결합한 것으로 카메라와 비디오 모니터와 결합 그리고 비디오 테크놀로지를 이용한 퍼포먼스나 커뮤니케이션 작품들을 지칭한다. 이는 1980년대 이후 디지털화 된 비디오가 미디어 아트에 있어서 제작 도구와 소통 매체로 부각됨에 따라 비디오 아트의 영역이 정보화된 멀티미디어 시대에 부합하는 의미로 확장된 것이다. 텔

43) 텔레프레즌스(telepresence)란 공간적으로 떨어져 있는 장소 또는 가상의 장소를 신체적으로 경험하는 것을 의미한다. 컴퓨터와 대용량 통신회선을 이용해 신체적으로 가지 않은 다른 장소를 생생하게 경험한다는 점에서 원격현장감이라는 용어로도 번역된다.

44) 조재원 (2003) 『멀티미디어와 인터랙티브 아트』 서울:KSI 한국학술정보(주), pp. 85-86.

레비전과 같은 대중적인 소통 매체에서 시작된 미디어 아트는 예술과 기술의 결합 뿐 아니라 예술과 삶의 결합을 통해 미디어 아트에 있어서 상호적인 개념의 발판을 이룩하였다.

미디어 아트의 영역에서 인터랙티브 아트란 재현에서 탈피하여 매체를 통하여 관객의 참여를 유도하고 그로 인해 유발된 행위를 통하여 과정과 변화를 담아내는 미술을 말한다. 따라서 기존 미술 작품의 감상이 관객이 작품을 대면하고 이를 수용하였던 것과는 달리 인터랙티브 아트의 경우 관객의 개입은 작품의 형태를 변화시키는 동인(動因)⁴⁵⁾으로 작용하게 되어 보다 적극적이고 능동적인 태도를 취하게 된다. 일방적인 작품의 수용단계에서 벗어나 적극적인 양방향의 소통을 시도하는 미술작품과 작품을 경험하게 되는 관객 그리고 그 사이의 작용, 반작용, 피드백을 통한 순환 혹은 그 제반 작용을 통해 변화되는 작품까지 포함하여 인터랙티브 아트라 일컫게 되는 까닭이다.

과거 예술의 지배적인 속성은 뛰어나고 고도로 개체화된 근원인 작가가 명확하게 규정된 메시지를 수동적인 관객에게 전달하려는 것이었다. 이러한 미학은 사실(fact)이나 시각 예술 분야에 봉인된 사물의 본질(essence) 개념을 만드는 것 다시 말하면 그러한 것의 '구성'에 초점을 두었다. 반대로 현대 예술은 사건(event)을 촉발하는 것과 존재(existence)개념을 형성하는 것에 관심을 둔다. 예술은 사물의 영역에서 행동의 영역으로 그 자리를 옮겨 갔으며 묘사적인 기능은 축소되는 반면, 더욱 목적지향적인 것이 되었다.

45) 동인(動因): 행동을 촉발시키는 내적 원인의 총칭.

III. 인터랙티브 아트 & 디자인에서 시각 유혹성

1. 인터랙티브 아트 & 디자인 특징 및 기능

미디어 아트 & 디자인의 참여적이고 총체적인 형식은 ‘피드백’을 기본 원리로 하며, 바로 이 순환 고리가 작가/ 예술작품/ 관객의 삼각구도를 총체적인 하나로 만든다. 예술은 선별된 엘리트주의의 사적이고 배타적인 영역에서 보편의식의 공공영역으로 옮겨졌으며 작가는 형식적으로 예술에서 요구 되었던 것 이상으로 다양한 해석의 가능성을 제공하는 좀 더 유연한 구조와 이미지를 창조해야만 한다. 예술작품이 궁극적으로 이동해 가는 과정에 있기 때문에 결국 관객으로부터 궁극적인 결말을 이끌어 내야만 하는 상황은 게임의 맥락에서 읽혀질 수 있다.

한 때 예술은 마음의 평정을 창조하고 비교적 수동적인 수용이라는 관점에서 대중적인 조화를 이끌어내는 기능을 하였으나 오늘날 예술은 모든 인간 유기체에 충격을 가하고 변화시키는 좀 더 자극적인 개체(strident agent) 어떤 순수한 감각에서는 예측할 수 없는 행동, 사고, 감정의 패턴을 형성하는 촉매제 기능을 하고 있다.⁴⁶⁾ 예를 들어 우리는 푸생의 그림에서 형식적 구성의 안정성이 만들어 내는 이러한 절대적인 것들을 강화하기 위해 관객의 의식 안에 어떤 관계 항을 고정 시키려고 한다. 그러나 푸생은 양방향 커뮤니케이션을 구축하지는 못했다. 반면 현대작가(모더니스트)들은 대화를 먼저 유발 시키고 감정과 생각들을 동요시켜서 관객의 반응으로부터 피드백 하는 과정을 통해 예술적 경험을 풍요롭게 하고 있다.⁴⁷⁾

이러한 멀티미디어의 특징을 활용한 인터랙티브 아트의 구성요소는 다음의 그림¹⁴⁸⁾과 같다.

46) 랜덜 패커, 켄 조던, 앞의 책, p 192.

47) 위의 책, p 192.

48) ‘ACT’는 행하다 우리는 매일같이 어떠한 일을 하다’라는 뜻이라면, ‘REACT(RE- ACT)’는

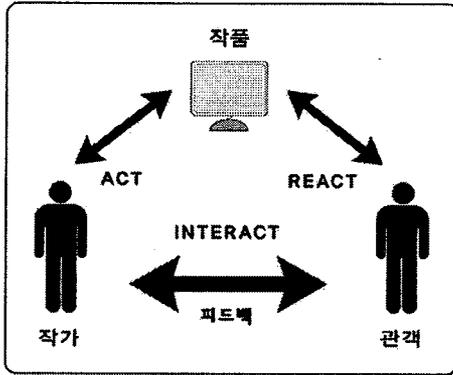


그림 14 생산자 또는 생산과정(작가), 그 예술 창작물의 유통-소통과정과 매개체, 관객

관객의 적극적인 개입은 일련의 가능성에 대한 불확실성을 제거해준다고 볼 수 있다. 적극적인 참여와 인터랙션은 정보를 만들어 내어 서로의 대화를 유도한다. 예술 작품의 '집합(set)'은 관객이 참여하는 경우에 비로소 다양성을 갖는다. 구조의 다양성이 바로 작품과 관련된 불확실성의 척도이다. 따라서 현대 예술의 중요한 특징은 고도의 불확실성을 제공하고 극도의 참여를 허용한다는 점이다.

작가의 역할에 대해서는 개인적 측면과 사회적인 측면이라는 두 개의 층위에서 동시에 가능하다. 개인적인 측면인 경우에는 행위 혹은 작품 제작 과정 안에서 총체적인 행동주의적 개입이 우선되어야 한다. 작가는 미리 결정된 형태의 작업을 해 나아가는 것이 아니라는 점에서 목적 지향적이지 않다. 작품은 본질적으로 작가의 창조적인 행동에서 비롯된 결과이지 원인은 아니다.

이와 같이 새롭고 급진적인 문화의 초기 단계에서 작가가 하는 일은 관객과의 새로운 관계를 이끌어내는데 지나지 않는다. 작가는 자신의 생각을 다루는 새로운 방식과 생각을 담아낼 유연하고 적합한 구조를 모색한다. 다시 말하면, 작가는 동시대의 경험을 조율하기 위한 새로운

반응하다. 그 행위의 행위자에게 반응하다.

'INTERACTION (INTER- ACT); 상호작용하다'이다. 그렇게 행하는 것과 그것에 대한 반응이 끝없이 반복되며 서로에게 영향을 주고받는 것. 즉 INTERACTION이라는 단어의 의미는 '상호간의 행동, 혹은 영향이며 두 개의 부분, 즉 쌍방이 주체를 의미하는 INTER와 행동을 의미하는 ACTION으로 이루어져있다.

흐름을 만들어 내려고 한다. 그리고 자신이 할 수 있는 기술을 증대시키기 위해 기술적 자원(technological resource)을 찾고 있기도 하다.

작가의 관심은 대화가 가능하다는 것을 확인하는 것이다. 이 대화는 오늘날 예술의 내용이자 메세지이다. 그리고 이것은 바로 결정론적 관점에서 보았을 때, 예술의 내용이 없어진 것 같고 작가는 아무런 이야기를 하지 않고 침묵하는 것처럼 보이는 이유이다. 의사소통, 피드백과 실행 가능한 인터랙션의 현대적 방식들이 이제는 인터랙티브 아트の内容이다. 그리고 작가가 전달하는 메세지는 창조적 행위가 일상적 경험으로 확장 될 수 있다는 것이다.⁴⁹⁾

2. 시각 유희의 일반적 속성

사전에서 유희란 특별한 목적 없이도 그것 자체로서 흥미를 느끼게 되는 활동의 총칭이다. 유희는 오락 유희등과 함께 '우습다, 이상하다, 재미있다, 즐겁다, 유쾌하다, 흥미 있다'로 표현되고 있으며 A.호이징가⁵⁰⁾는 '유희의 목적은 행위 그 자체에 이다'라고 하였고, 마카렌코는 '미래의 활동가의 교육은 먼저 놀이 속에서 이뤄진다.'라고 말했다. 이와 같이 유희는 인간 활동에서 커다란 부분을 차지하며 인간의 가장 기본적 · 정신적 요소의 하나이다. '인간은 왜 놀이를 즐기려고 하는가!' 라는 의문에 답하고자 하는 유희 이론은 플라톤 이래 철학 · 미학 · 교육 · 심리 등 여러 방면에서 표명되었으며 연구되어 왔다.⁵¹⁾

현대 정보 산업 사회에서 대중은 광고를 비롯한 시각 커뮤니케이션

49) 위의 책, p 194.

50) A. 호이징가의 놀이에 대한 정의를 형식이라는 각도에서 보면 놀이는 허구적인 것으로서 일상생활 밖에 있음에도 놀이하는 자를 완전히 사로잡을 수 있는 자유로운 행위로 간단히 정의 하였다. 그것은 어떠한 물질적 효용도 없는 행위로서 명확하게 한정된 시간과 공간속에서 행해지며 주어진 규칙에 따라 질서정연하게 진행되는데 기꺼이 자신을 신비로 둘러싸거나 아니면 가장을 통하여 평상시의 세계와는 무관하다는 것을 강조하는 집단 관계를 생활 속에 생기게 된다.

51) 조열, 서운정(2005), 「시각커뮤니케이션디자인에 있어서 시지각적 유희구조」 기초조형학회 연구Vol.5. No.1, p 232.

을 통하여 많은 시각적 이미지를 접하게 된다. 인터랙티브 아트 & 디자인의 경우 미디어를 통하여 정보를 전달 받기도 하지만 미디어 자체 이미지를 문화 양상으로 받아들여 호기심 충족이나 지적 쾌감을 만족시킨다. 또한 미디어의 영상에의 과다 노출로 차별화된 메시지가 필요한데, 시각적 유희는 이러한 상황에 중요한 해결 방법을 제공한다.

베르그송(Henri Bergson)이 말한 희극성 창조가 다른 모든 창조 분야와 관련 된다는 주장과 칸트(Kant)나 셸러(Schiller)가 논한 바처럼 '유희와 예술'사이의 연관성은 시각적 유희의 생산뿐만 아니라 디자인 창조성과 연계하여서도 언급할 필요가 있다. 셸러는 인간을 이성과 감성의 이원적(二元的) 합일체로 보고, 전자를 인격(Person) 또는 자유, 후자를 환경(Zustand) 또는 필연이라고 명명하였다. 이 실재와 실상에 계는 기본적 각각 상응한 충동이 있다고 보며, 이것을 각각 상응한 충동이 있다고 보며 이것을 각각 형식충동과 소재충동이라 하였는데, 형식 충동을 이성. 자유. 도덕과 같은 고귀한 것을 추구하는 이성적 충동이고 소재충동은 감성적 욕망의 충족, 인간의 동물적 위치로의 타락, 도덕성과 이성의 부자유화 내지는 부재화인 것인데 소재충동은 감성적 충동이라고도 명명된다. 전자만으로는 신성으로, 후자만으로는 동물화(化)되어 버린다. 근대인들은 이 이원적 부조화로 고민하고 있는데 이 두 충동의 조정자로서 둘을 조화시켜 인간을 전일(全一)로 인도하는 특수한 충동이 있는데 이것이 바로 유희충동(Spiel-trieb)이다.⁵²⁾ 즉 이 유희적 충동은 이성과 감성을 조화시키며, 각자를 적당히 통일적으로 실현시키는 것인데 인간은 이 유희충동의 지배하에 있을 때 비로소 완전한 인간일 수가 있는 것이다. 이 유희라는 활동은 바로 예술 활동을 일컫는 말이며 예술 활동은 이성이나 감성의 강요를 받지 않은 자유로운 조화의 상태인 것이다.⁵³⁾ 이러한 유희 충동과 예술 활동의 연계성

52) F. Schiller 지음 최익희 옮김 (1997). 「인간의 미적 교육에 관한 서한」 서울: 이진 출판사, pp. 100-101.

53) 고창범(2001). 「셸러의 예술과 사상」 서울: 일신사, pp. 275-276.

은 시각적 유희의 생산과 직접적인 관련이 있지는 않다. 시각적 유희의 생산은 이러한 유희 충동의 발산이 아니고 정확하게 의도한 디자인 행위이다. 그러나 이러한 유희 충동적 에너지가 시각적 유희의 바탕이 되는 것이 사실이다. 먼저 시각적 유희의 생산을 위해 유희 일반에 관한 개념을 기술한다.⁵⁴⁾

유희는 현대인이 궁지에 몰린 생활에서 한숨을 돌릴 수 있도록 해주는 인생에 대해서 넓은 식견을 안겨줌과 동시에 웃음을 통해 그 의미를 인상 지우는 표현 방법이다. 유희의 배후에 있는 진지함은 동정·이해·애수·동경 혹은 고도한 의미로서의 숙고(熟考)로 부터 생겨난다. 플라톤 이후 많은 철학자나 작가, 유머리스트 들에 의해 헤아릴 수 없을 정도의 이론이 제안되어 왔다. 웃음이나 유머의 본질을 직관과 개념과의 불일치 즉 직관과 개념적 합리적 사고와의 어긋남에 두고 있는 쇼펜하우어는 그 불일치가 웃음을 자아내는 이유라고 논하고 있다. 어린이와는 달리 성인은 경험하는 대부분의 일들이 이전에 경험한 것으로 볼 수 있다. 이전의 경험은 그 자체가 어긋남이 아닌 무엇인가의 개념도식에 관계해서 처음으로 불일치함을 알게 된다. 개개인의 무엇을 어긋남이라고 생각하는가는 각자의 경험에 의해 달라진다고 볼 수 있다. 그러므로 동시대를 공유하는 사람들에게 무엇을 유희로 볼 것인가는 개인의 교육적 수준, 사회적 계급 등에 의해서 달라지는 것이다.⁵⁵⁾ 유희는 공격과 방어가 가능한 일종의 심리적인 무기라고 할 수 있다. 인간이 생활하고 커뮤니케이션이 가능한 곳이라면 어디서나 유희는 존재한다. 이러한 유희를 통한표현이 보는 이들을 웃음으로 인도하거나 이를 통해 진의를 전달시키는 것이 유희적 인터랙티브 아트 & 디자인의 의도인 것이다.

54) 박영원(2001), 「시각적 유머의 생산과 의미 작용에 관한 연구」 홍익대학교대학원, pp. 10-12

55) 강명욱, 박경희(1998), 「커뮤니케이션 표현방법으로서의 유머에 관하여」 효성가톨릭대학교, p 8.

3. 인터랙티브 콘텐츠의 유희성

이제 앞에서 살펴 본 바와 같이 인터랙티브 디지털 콘텐츠에서 보여지는 상호 작용의 속성은 본 연구에서는 소통성, 통합성, 유기체성, 동시성, 가상현실성, 몰입성, 서사성, 유희성의 일반적인 8가지 속성에 내재된 유희성을 살펴보도록 하겠다. 이는 양방향으로 대화를 해야만 메시지 전달을 할 수 있는 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 특성상 관객의 개입과 참여를 유도하는 과정과 그리고 메시지를 교류하는 과정에서 유희성이 가미되어야 한다고 생각하기 때문이다.

물론 유희성을 말고도 적극적 방식으로 크게 두드러져 나타나는 다른 속성들이 작품에 내재되어 있겠지만 유희성은 관객 참여를 필요로 하는 작업방식에서 쉽게 찾아 볼 수 있다.

또한 인터랙티브 디지털 콘텐츠는 관객과의 정서적 소통 측면에서도 유희적 측면이 내재되어 있다고 할 수 있다. 자세한 이론은 아래의 적절한 예시를 통해 좀 더 자세하게 알아보도록 하겠다.

1) 소통의 유희성

참여적 소통으로 작가의 의도대로 관객의 참여로 이루어지는 작품이다. 관객의 참여를 이끌어 내고 그것을 바탕으로 소통하는 방식에서 그 밖의 디지털 인터랙티브 콘텐츠에서 보이는 (컴퓨터 작업, 예를 들어 메신저 대화, 이메일 보내기 등) 인터랙션의 방법에는 유희성이 존재하기는 힘들다. 하지만 감성적으로 접근하는 미디어 아트 & 디자인에서는 메시지의 상호 소통의 속성으로 유희성은 반드시 존재한다고 생각한다. 이러한 이론을 전제로 아래의 작품들을 살펴보면서 검증해 보도록 하겠다.

미겔 슈발리에의 작품 '디지털 파라다이스'(그림 15)는 작품은 작가가 컴퓨터로 디자인한 꽃과 나무 이미지가 전시실 벽 3면을 둘러싸고 있다. 높이 3m 길이 36m짜리 대형 화면 앞에 관객이 서서 몸을 한쪽으로

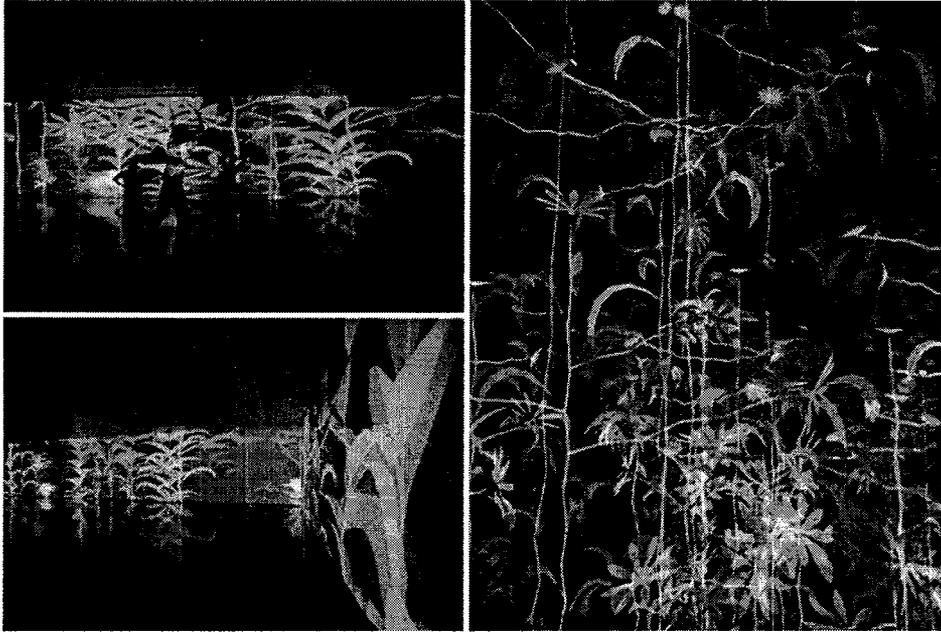


그림 15 미겔 슈발리에(Miguel Chevallier)의 작품 '디지털 파라다이스(Digital Paradise)' _ 예술의 전당 '미술과 놀이-핀스터즈' 2006

로 숙이면 꽃과 나무도 관객을 따라 몸을 숙인다. 마치 바람에 따라 쓰러지고 일어서는 듯 보인다. 관객은 자신의 몸짓을 따라하는 꽃과 나무를 보면서 즐거움의 유희를 느낄 수 있고 작품 속에 참여하는 자신을 즐기면서 시각적 유희로 작품과 소통하면서 계속 참여를 하게 된다. 이때 관객은 춤을 추는 듯한 놀이의 유희를 느끼며 작품과 소통하게 된다. 이렇듯 관객이 직접 작품과 소통하면서 이 작품들은 진정한 작품으로 완성되는 것이다. 관객의 움직임에 파악하여 이미지가 따라 움직이며 관객을 즐겁게 해 준다.⁵⁶⁾ 화려한 색채의 나무와 꽃들의 향연을 온 몸으로 즐겁게 느낄 수 있다.

이렇게 작가가 작품으로 관객과 소통을 통하여 완성되는 이 작품은 시간이 지날 때마다 매번 달라진다. 이렇듯 관객은 매번 새로운 참여로 작품을 만날 수 있다. 현대사회에서는 움직이지 않는 것은 존재하지 않는 것이나 마찬가지다. 현대의 미학은 실시간의 움직임인데 물감과 캔

56) <http://www.chosun.com/culture/news/200607/200607170359.html>

버스로는 인터랙션을 통한 움직임의 보여줄 수 없다. 다음 작품은 인터랙티브 아트는 움직임의 유희와 소통에 대한 것이라 할 수 있다.

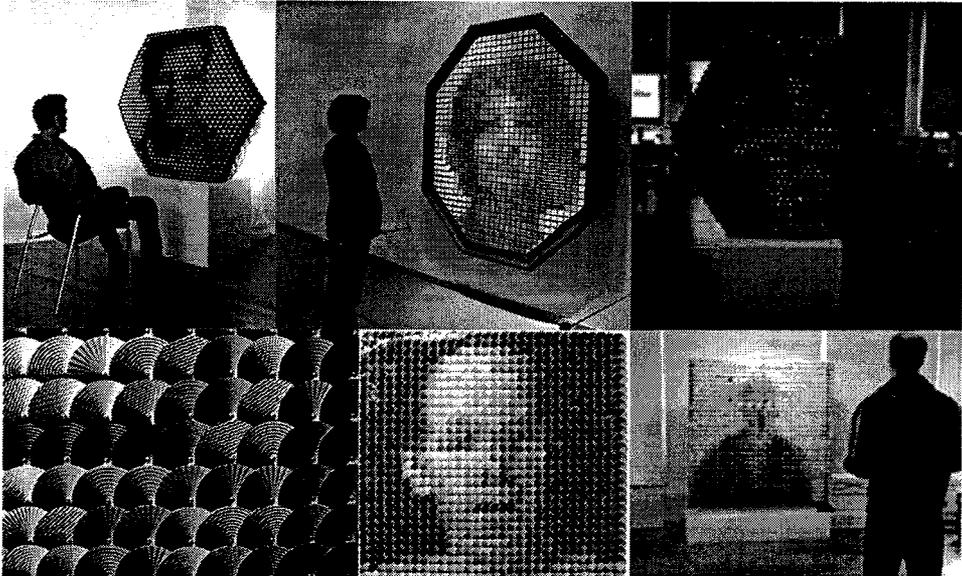


그림 16 다니엘 로진(Daniel Rozin), '서클 미러(Circle Mirror)'_비트폼 갤러리, 2006

다음은 W호텔의 우든 미러로 유명한 다니엘 로진의 '원형 거울'(그림16)이다. 이 작품은 800여개의 얇은 판이 움직여 실시간으로 카메라에 잡힌 관객의 모습을 흑백의 콜라주 형태로 구성한다. 화면에 가까이 있을 때 관객은 옵아트 이미지로 구성된 판만 볼 수 있고 자신의 모습은 볼 수 없다. 특정 거리에서만 이 판들이 기계적으로 움직여 구성하는 하나의 전체 적인 이미지를 볼 수 있게 된다. 다른 관객이 보는 자신의 거울에 비친 모습이 어색하고 우습게 보이겠지만 작품에 관객의 모습이 비쳐야만 작품이 완성되는 상호 소통적 측면의 유희적 속성을 지니고 있다.

2) 통합의 유희성

소통의 기능과 더불어 미디어를 통한 '인터랙션'은 대상자와 미디어의 통합을 이끌어 낸다. 이와 같은 통합으로 작가와 관객과의 통합으로 새로운 메시지를 소통할 때 유희적 요소를 부가함에 따라 좀 더 감성적으로 접근 할 수 있다. 통합의 인터랙션 방법으로는 인터넷과 모바일 미디어가 널리 이용되는데 이를 중심으로 살펴보도록 하겠다. 핸드폰과 같은 모바일 미디어 혹은 통신 수단이 필수품이 되어 버린 지 오래이다. 모바일은 단순한 등산 수단의 의미를 넘어 사용자 개개인의 개성을 담아내기도 하고 사용자 그룹들을 새로운 모바일 문화를 형성하기도 한다. 다음의 그림과 같은 '돌아다니는 마음-지금 이곳에/언제 어디서나'(그림 17)라는 작품이다. 새로운 문화적 현상을 만들어 내고 핸드폰을 통해 단순한 의미론적 커뮤니케이션이 아닌 개인의 감정, 생각, 기억까지도 포함하고 공유와 통합을 할 수 있는 가능성을 찾아내려는 작가의 의도에서 기획된 모바일 아트 프로젝트이다. 작품 속에 나타난 통합의 속성을 살펴보면 작가가 서울 시내에서 몇몇의 장소를 정하고 지정된 장소를 지나던 사람들이 장소와 연관된 생각과 느낌 혹은 자신만의 추억이나 기억 등을 문자 메시지나 이미지 메시지로 전송한다. 전송된 데이터들은 모두 저장 되었다가 전시장에서 관객들이 장소와 시간을 선택함에 따라서 각각의 장소를 지정하면 스크린 상에 부유하듯 떠오르게 된다.⁵⁷⁾ 이렇게 작가, 관객, 제 3의 타인까지도 작품에 통합되어 커다란 하나의 작품을 완성하게 된다. 이러한 구조 속에서 관객들은 자신이 선택한 공간과 그 공간을 지나던 익명의 타인이 보낸 메시지들을 바라보며 유희적 감정의 교류 혹은 단절을 경험 하게 될 수 있다. 이 작품을 경험하게 되는 관객들은 모바일이라는 매체를 통해 참여하는 즐거움을 느끼며 기꺼이 메시지를 보냈을 것이다. 그러한 메시지를 본 다른 관객은 타인의 메시지와 통합이 되면서 다른 의미의 해석을

57) http://mediacityseoul.or.kr/exhi_2_1_16_07.html

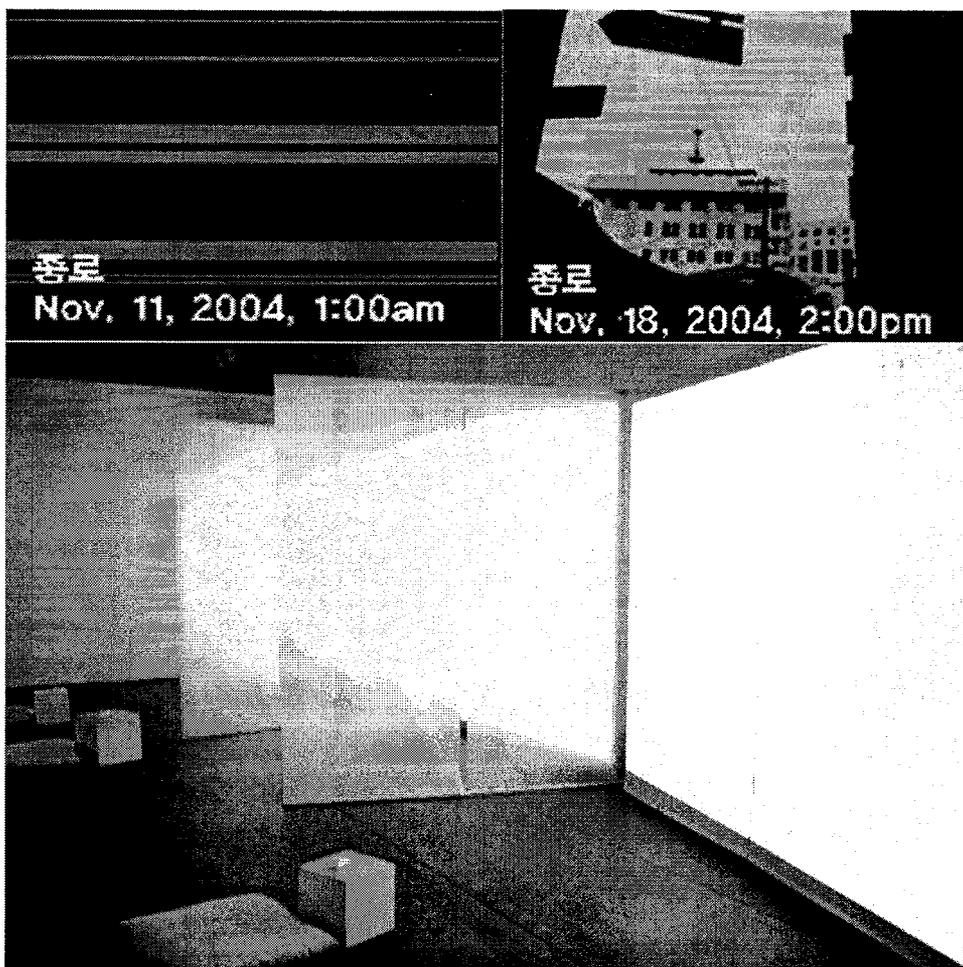


그림 17 박지수, '돌아다니는 마음-지금 이곳에/언제 어디서나', 위: 작품의 화면, 아래: 작품 설치 사진, 모바일 미디어 인터랙티브, 미디어 시티 2006

하며 작품을 완성해 나아가는 것이다. 여러 사람들의 통합은 유희적인 참여로 인터랙션 되어 작품이 발전된다.

이와 비슷한 미디어 통합의 방법으로 악셀 로흐(그림18)의 웹사이트로 메시지 통합을 꾀하는 작품이 있다. <tometary.net>은 새로운 과학 기술을 받아들이면서도 그에 대한 비판적 접근과 다각적인 활용을 모색하기 위해 공공 예술이나 평화 운동과 연계된 미디어 프로젝트들을 진행해 오고 있는 웹사이트로, 악셀 로흐는 이 프로젝트를 주도적으로 이끌고 있는 미디어 프로젝트를 이끌고 있는 미디어 작가이다. 이 프로

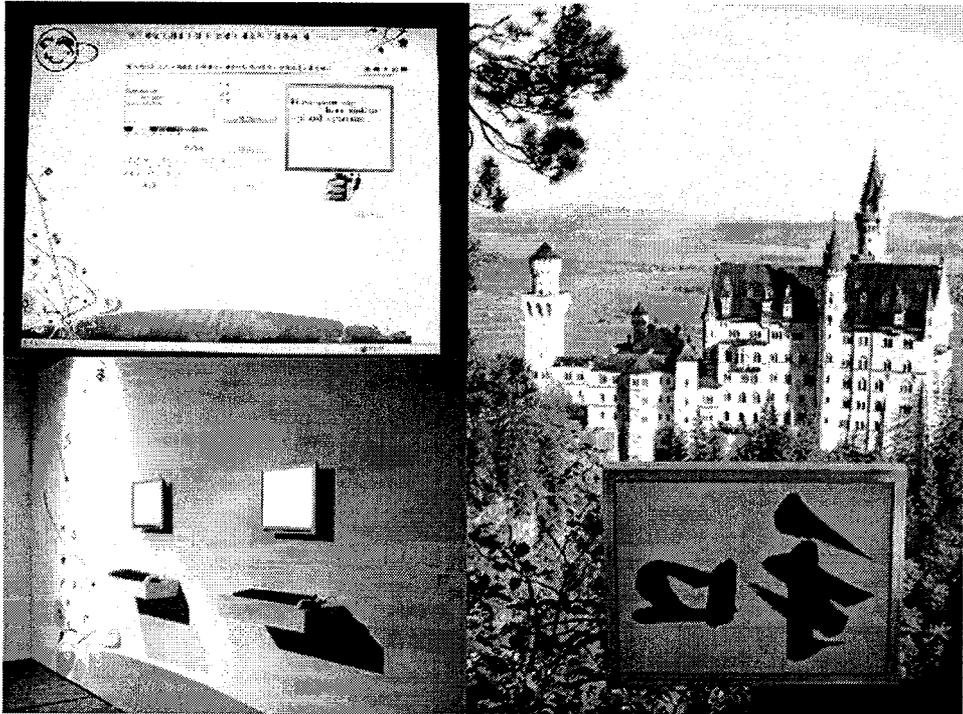


그림 18 악셀 로흐(Axel Roch), 'tometary.net', 2006, 원격 인터넷 프로젝트, 미디어 시티 2006
 왼쪽 위: tometary.net의 화면, 왼쪽 아래: 서울 전시장의 모습, 오른쪽: 베를린 현지의 모습

젝트 사이트가 2006년 비엔날레에서 추진하는 것은 관객들이 개설된 홈페이지에 들어가서 메시지를 입력하면 이것이 전시장 한 면에 위치하고 있는 모니터와 현재 베를린의 특정 장소에 설치되어 있는 모니터로 실시간 전송되는 것으로 미디어를 통해 메시지의 물리적 이동을 시각적으로 확인하게 한다. 베를린의 한 장소에 이미지와 메시지를 함께 띄우는 재미와 메시지가 띄워지는 동안 찍힌 사진이 내 이메일로 전송되어 저장할 수 있어 유희를 더해준다. 태극기 아이콘을 따로 마련해두어 한글로 시작할 수 있어 어려움 없이 프로젝트에 임할 수 있다.

전시장과 메시지를 보여주는 곳 베를린을 인터넷을 통해 시공간을 통합하여 하나로 묶어주는 유희적인 프로젝트이다.

3) 유기체적 유희성

컴퓨터를 예술적으로 이용해서 기술과 인간의 유기체적 속성을 지닌 새로운 상호 소통의 길을 제시한 작품의 예시는 다음과 같다.

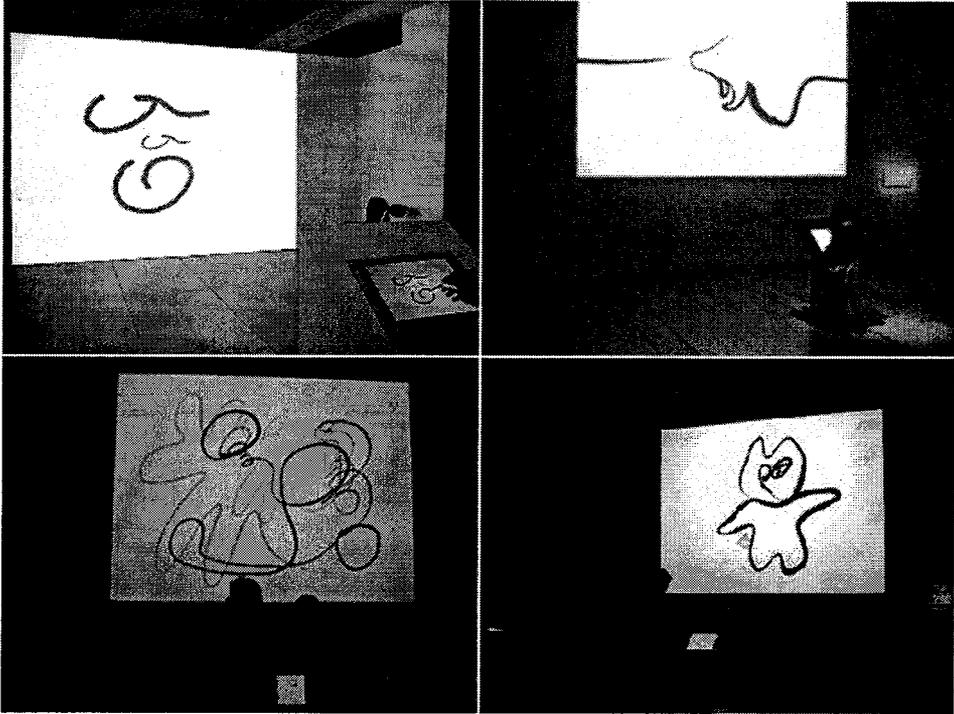


그림 19 자카리 리버만(Zacary Lieberman), '제스처 장치(Gesture Machine)', 2006, 인터랙티브 설치, 미디어 시티 2006

자카리 리버만은 새로운 기술 미디어를 예술 창작에 도입하여 커뮤니케이션 속성 보이는 세계와 보이지 않는 세계 사이의 미세한 경계를 유희적이고 수수께끼 같은 방식으로 탐구해 왔다. 그는 제스처의 입력, 신체의 증강, 운동적인 반응 등을 탐구하는 포퍼먼스, 설치, 온라인 작품들을 만들고 있다. 이러한 유기체적인 특징들이 고스란히 담겨져 있는 이 작품은 단순한 선들이 섬세하고 복잡하고 섬세한 컴퓨터 처리와 만났을 때 일어날 수 있는 행동적 가능성을 탐구하는 드로잉 프로그램들을 모아 만들어낸 작품(그림 19)이다. 일반적으로 컴퓨터에 의한 드로잉 프로그램들은 반전이나 회전과 같은 기본적인 변화나 발전 요소

를 탐구하지만 작가는 이러한 요소를 작품에 접목하여 심오하면서도 유희적으로 펼쳐지는 놀라움을 실시간으로 경험하고 인터랙션적인 문맥을 제공한다.

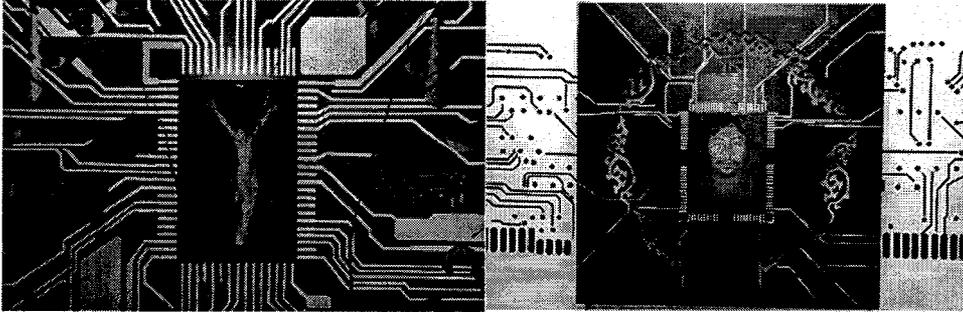


그림 20 변재언, '디지로그(Dialog)-기원'_예술의 전당 '미술과 놀이-펜스터즈' 2006

다음은 변재언의 작품(그림 20)으로 전시공간속에 가상현실인 홀로그램 이미지와 빛으로 형상화 시킨 전통문양과 전자 회로도를 통해서 가상과 현실, 가상의 이미지와 예술이 함께하는 시대를 표현하고자한다. 오늘날 소통하는 언어의 기표와 기의를 하이테크와 디지털 테크놀로지의 원본과 복제인 시뮬라르크58)를 통해 종교와 문화의 이중의 코드를 활용하여 대중적인 유희적 접근과 뉴 미디어의 디지털 복제 안에서 가상과 현실세계를 소통이라는 개념을 이용해서 마치 가상이 현실을 대체해 버리는 이미지과잉의 시대에 충격을 최소화 시키는 텍스트에 대한 그림, 일종의 상징, 홀로그램 형상을 이용해서 표현하고자한다. 이러한 유기적인 인터랙션을 지향함으로써 이질적인 것들에서 오는 유희성을 얻을 수 있다.

58) simulacre, 순간적으로 생성되었다가 사라지는 우주의 모든 사건 또는 자기 동일성이 없는 복제를 가리키는 철학 개념이다.

4) 동시적 유희성

기존의 상호 소통 방식에는 시간적 · 공간적인 제약이 있었다. 하지만 인터랙티브 디지털 환경에서 시간과 공간의 영역을 무한하게 변화시킬 수 있고 이러한 환경을 바탕으로 제작한 작품에서 특징적으로 나타나는 동시성은 표현 방법에서 유희성을 지니게 된다.

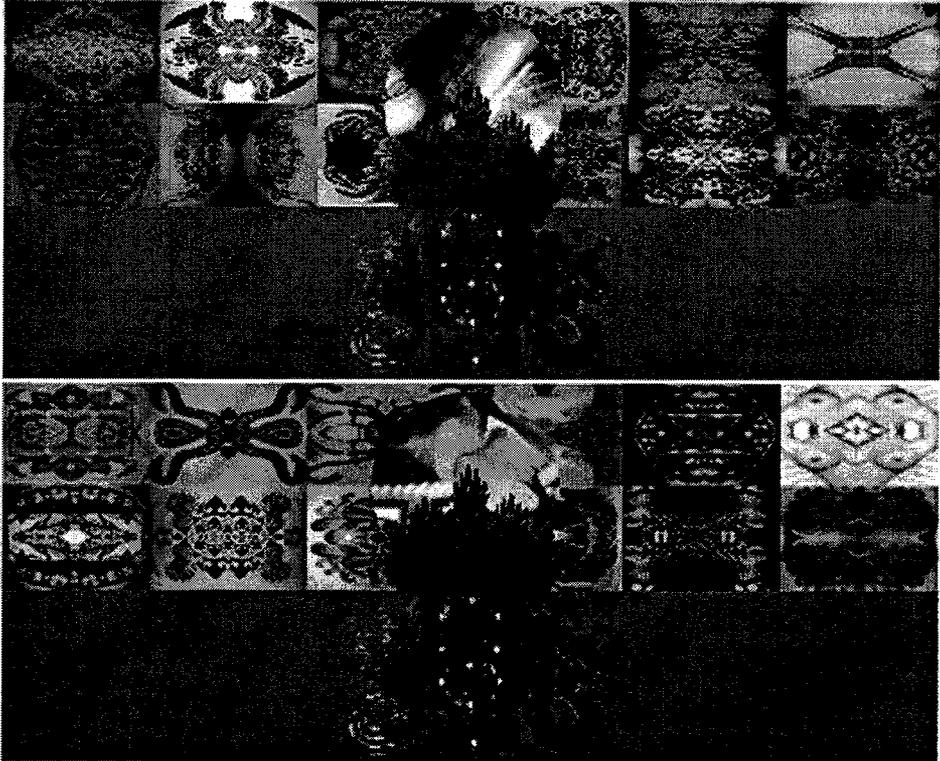


그림 21 이한수, '이중몽환', 인터랙티브 동영상 5분_미디어 시티 2006

'이중몽환'(그림 21)은 동양과 서양, 과거와 미래, 전통과 테크놀로지가 공존하는 우리 시대의 혼성 문화에 대한 지속적인 탐구를 펼치는 작품이다. 작품의 구조를 살펴보면 빠른 속도로 움직이는 패턴화된 문신 이미지가 전체 영상의 배경을 이루고 그 가운데로 전시장 중앙에 놓인 부처의 두상에 설치된 웹캠을 실시간으로 찍힌 관객들의 모습이 배경 이미지들과 중첩되어 몽환적인 영상을 구성해 낸다. 관객들은 자신의 영상을 발견하고 작품 속에 자아를 발견하여 유희를 느끼게 된다.

작가는 이러한 사람들의 모습을 실시간으로 촬영하고 동시에 전송하는 장치를 새로운 미디어의 상징으로 제시하고, 배경의 문신 패턴을 인간의 꿈과 욕망의 상징으로 설정하고 있다. 실제와 상징이 중첩된 미묘한 이미지 속에서 동시에 불현듯 등장하는 자화상을 바라보며, 관객들은 자신의 평범한 얼굴 뒤에 가려진 또 다른 자아를 발견 할 수 있다는 관점에서 유희적 속성을 찾을 수 있다.

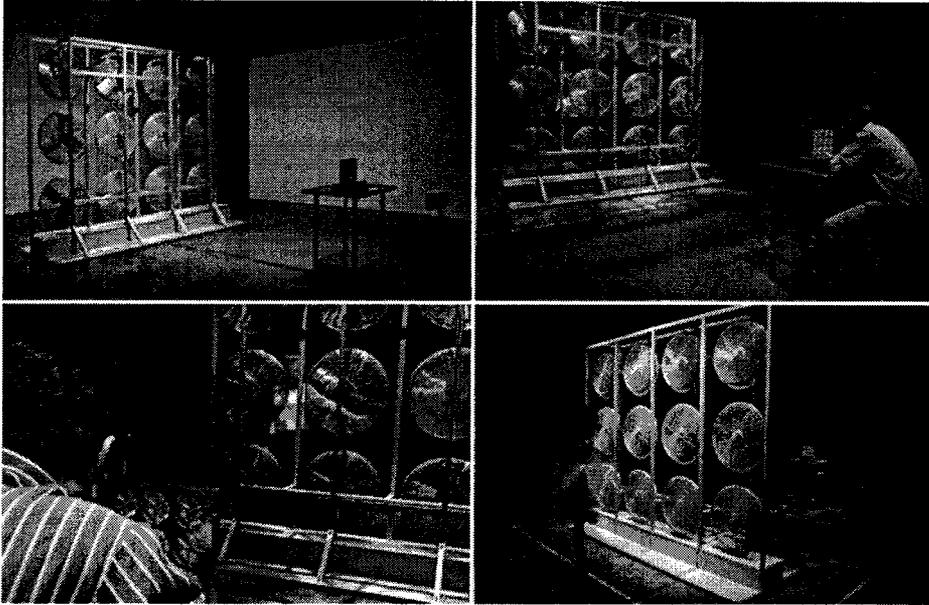


그림 22 스캇 스니브(Scott Snibbe), '힘껏 불어봐(BLOW UP!)' 2005, 알루미늄, 스티르 송풍기부속, 모터, 날개 바퀴. 특수 제작 장치 및 소프트 웨어_미디어 시티 2006

이제 물리적인 힘으로 느끼는 동시적 유희적 속성을 알아보도록 하겠다. 다음의 작품(그림 22)은 나의 숨을 몰아내는 바람으로 동시에 반대편의 사람에게 바람을 전달하는 특수 장치로 구성되어 있다. 작은 12개의 날개가 붙어 있는 작은 입력장치를 통해 전송된 숨은 맞은편 벽을 등지고는 설치된 큰 12개의 송풍기로 전달되고 근처에 있는 또 다른 관객은 이렇게 증폭된 바람을 온몸으로 경험하며 재미를 느끼게 된다. 누군가 입력장치에 바람이 부는 것을 멈추게 되면 맞은 편 송풍기

는 가장 최근에 입력된 패턴에 따라 바람을 일으킨다. 바람을 부는 행위와 불어오는 바람을 통해 친밀한 인터랙션을 경험하고 유희성을 느끼게 된다. 숨을 쉬고 숨을 불어 넣는 사소하지만 인간의 존재와 생명을 유지시키는 핵심적인 활동을 매개로 서로 다른 관객들이 각각 송신자와 수신자 위치에서 친밀한 인터랙션을 경험하고 상호 의존을 인식하게 되는 특별한 사회적 효과를 유희적인 경험으로 유도하고 있다.

5) 가상현실적 유희성

‘가상현실’은 지금 디지털 세대에게 너무나 익숙하게 느끼는 경험이다.⁵⁹⁾ ‘가상공간’이란 개념은 원래 ‘컴퓨터 테크놀로지가 형성하는 공감각적 환영의 세계’ 혹은 ‘소통과 통제의 동시적 과정으로서 매세지의 교환’을 가리키는 개념이었다. 다분히 기술적이고 소설적인 환상에 불과했던 이 개념은 오늘날 매우 중요한 개념으로 받아들여지고 있다. 즉 컴퓨터 테크놀로지를 매개로 사회적인 만남과 상호소통이 이루어지는 공간으로 미디어가 형성하는 새로운 형태의 사회를 가리키는 개념으로 사용되고 있는 것이다.⁶⁰⁾ 이러한 새로운 사회를 경험함에 있어서 관객의 유희성은 호기심과 체험에서 경험하는 놀이에서 생겨날 수 있다.

‘가상의 가상현실’(그림 23)은 블랙 라이트를 통해 화려하게 연출하여 작품 안에 들어간 관객들이 착시를 일으키는 공간을 제시한다. 작가가 제시하는 가상현실은 전문적이고 지극히 기계적인 소재이기 때문에 아직 본격적으로 예술의 소재로 등장하지 않고 있어 더욱 눈에 띄는 작품이다. 작가는 가상현실과 예술을 결합시키기 위하여 시각적으로 유희적인 모티브를 사용하였으며 유희적인 요소는 무겁게 느껴질 수 있는 가상현실과 결합하여 무거운 느낌을 버리고 일반적인 예술작품이 될 수 있게 하였고 기계적인 거리감 또한 유희적으로 풀어내었다.

59) 김연정(2003), 「DIGITAL ART의 상호작용적 속성 본인의 작품분석을 통하여」 단국대학교 디자인대학원, p 23.

60) 라도삼 지음 (1999) 『비트의 문명 네트의 사회』 서울: 커뮤니케이션북스, p 27.

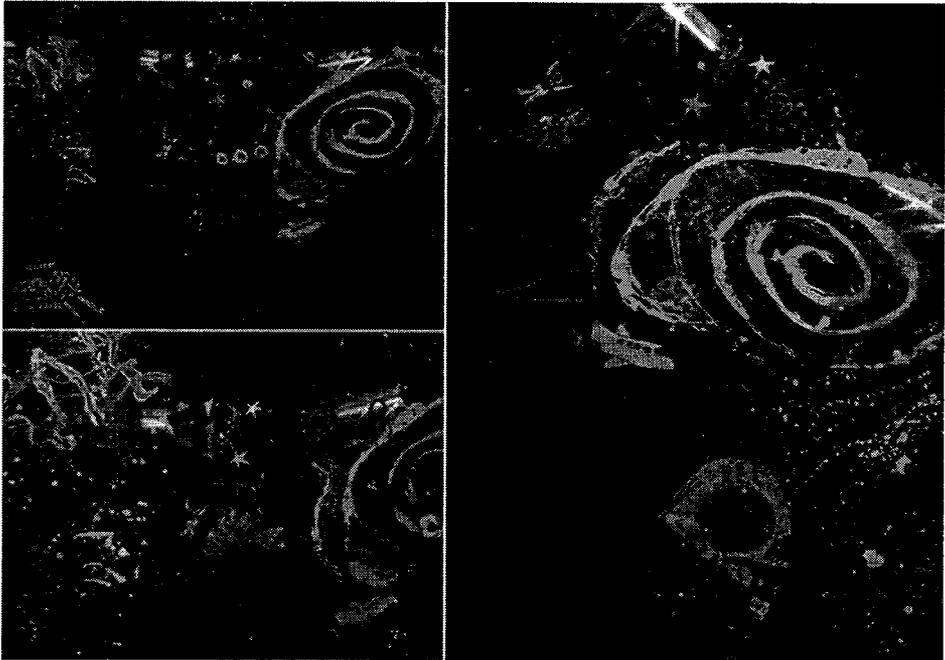


그림 23 나인주, '가상의 가상현실'_예술의 전당 '미술과 놀이-핀스터즈' 2006

가상 현실 게임이 가진 유희적 속성에 주목해본다. 예쁘고 귀여운 이미지로 어린 아이들의 놀이를 연상케 하는 인터랙티브 설치작품들은 새로운 방식의 놀이로서의 예술 작품에 대한 기대를 충족시켜 줄 것이다. 반 소워와인(Van Sowerwine), 이소벨 놀레스(Isobel Knowles), 리암 페네시(Liam Fennessy)가 공동으로 제작한 '기대하기'(그림 24)와 같은 작품이 대표적이라 할 수 있는데 이들 작품은 예쁘고 귀여운 이미지로 즐거움을 선사하고 누구라도 유쾌해 할 만한 인터랙티브를 즐길 수 있게 한다. 이 작품은 8살짜리 어린 소녀, 살롯의 침실을 보여준다. 현대의 외로움을 그대로 보여주는 데 관객은 설치된 장치인 소녀의 꿈 인형을 누름으로써 함께 놀아주면서 소꿉친구가 된다.

하지만 이러한 유희적 놀이와 동시에 소외와 감시, 글로벌리즘의 문제 등과 같은 중요한 주제를 환기함으로써 예술작품으로서의 역할에 충실히 해내고 있다. 어둡고 무거운 주제를 함께 담고 있지만 여느 캐릭터

보다도 예쁜 작품의 이미지와 인터랙션 방식 때문에 관객에게 시각적 유희를 느끼게 할 수 있다.

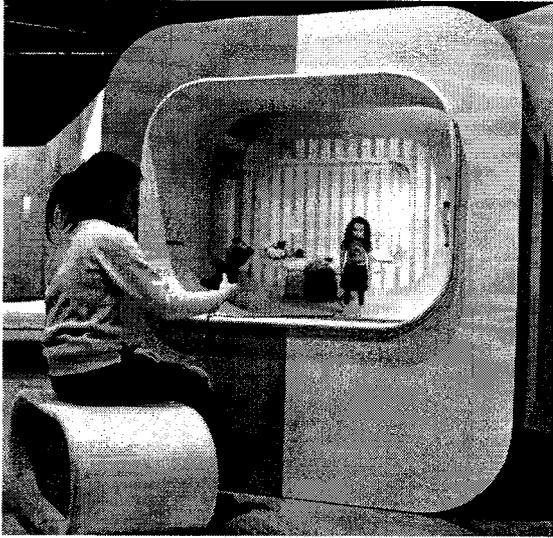


그림 24 반 소위와인, 이소벨 놀레스, 리암 페네시 (공동 제작), '기대하기'_미디어 시티 2006

6) 몰입의 유희성

인터랙티브 아트 & 디자인에서 '몰입'은 관객이 작품에 흡수되어 빠져드는 것을 의미하는데 가상현실의 테마에서 의미 있게 다루어지기도 한다. 그리고 관객의 몰입에 반작용이 있는 것이 바로 '인터랙션'이고 이러한 인터랙션의 예술에서 이미지와 시스템, 구조, 환경이 모두 변하게 되는 과정에서 특히 관객의 의식의 '변형'이 가장 중요하다고 말한다. 또한 '발생'은 관객이 이러한 시스템을 통해 볼 수 있는 시각적 발생물을 의미한다.⁶¹⁾ 이러한 과정을 통하여 관객의 의식 변형으로 유희성의 감성을 느낀다고 할 수 있다. 왜냐하면 관객의 감각을 이용 몰입을 하게 되는 과정에서 유희성은 개인차가 있겠지만 관객이 인터랙션을 할 때 느끼는 감정이 필수적인 것이라고 할 수 있기 때문이다. 이 논의는 아래의 예시 작품을 통하여 좀 더 구체적으로 살펴보도록 하겠다.

61) 로이 애스콧(1999) 「생물학적 지평선을 넘어서 미디어 아트 월간미술」 vol.12, p 73.

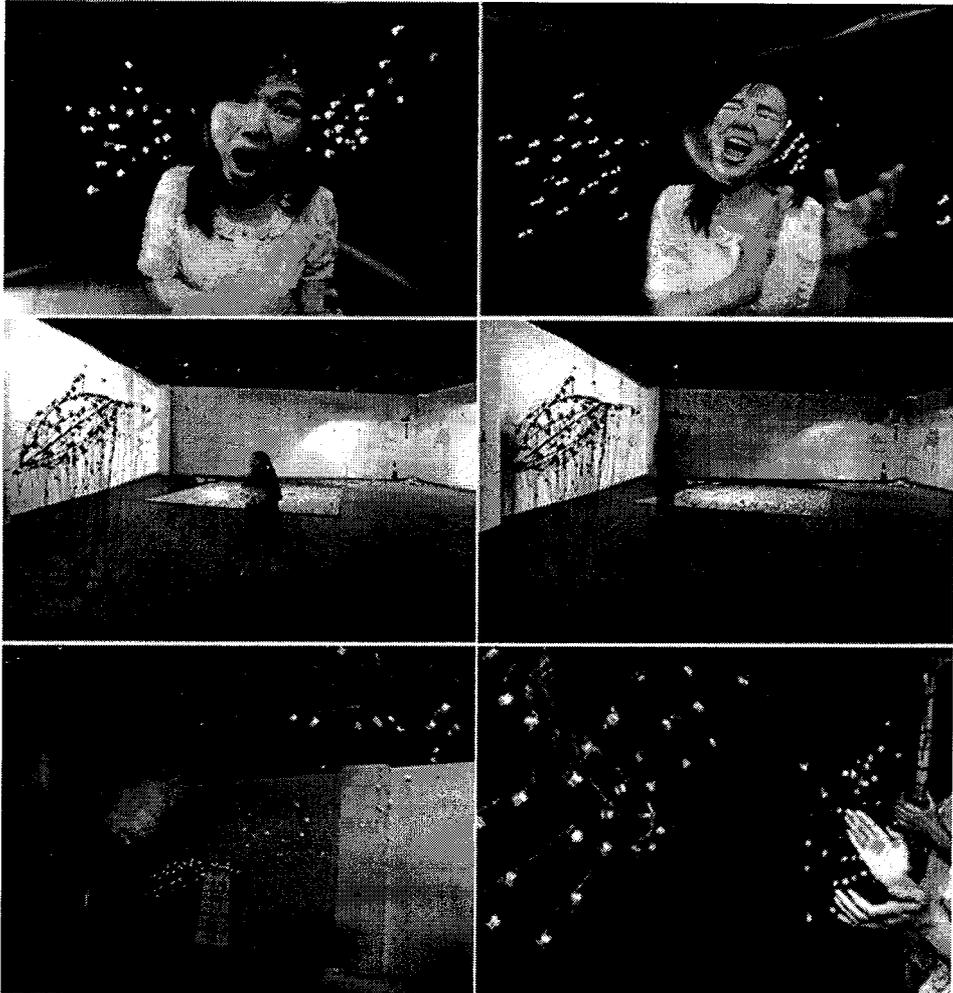


그림 25 ICU 디지털미디어랩 '손뼉치기'_ 예술의 전당 '미술과 놀이-펜스터즈' 2006

'손뼉 치기'(그림 25)의 전시실 한쪽에 컴컴한 텐트 안에는 전구가 전선을 따라 벽면에 붙어 있는 것 말고는 아무것도 없다. 하지만 관객이 그 안에서 힘껏 손뼉을 치자 소리를 감지한 작품의 전구에 불이 깜빡깜빡 들어와 별 모양 잠자리 모양의 작품 이미지가 뚜렷이 나타난다. 촉각을 이용하여 손뼉을 치고 청각을 이용하여 소리를 들어 시각을 통하여 인지하는 몰입의 상태로 빠져드는 관객이 유희를 느끼며 작품에 몰입하게 되는 것이다. 손뼉이라는 원초적이고 개인적인 유희를 통해 관객은 작품 속으로 어느덧 몰입하게 되는 것이다.

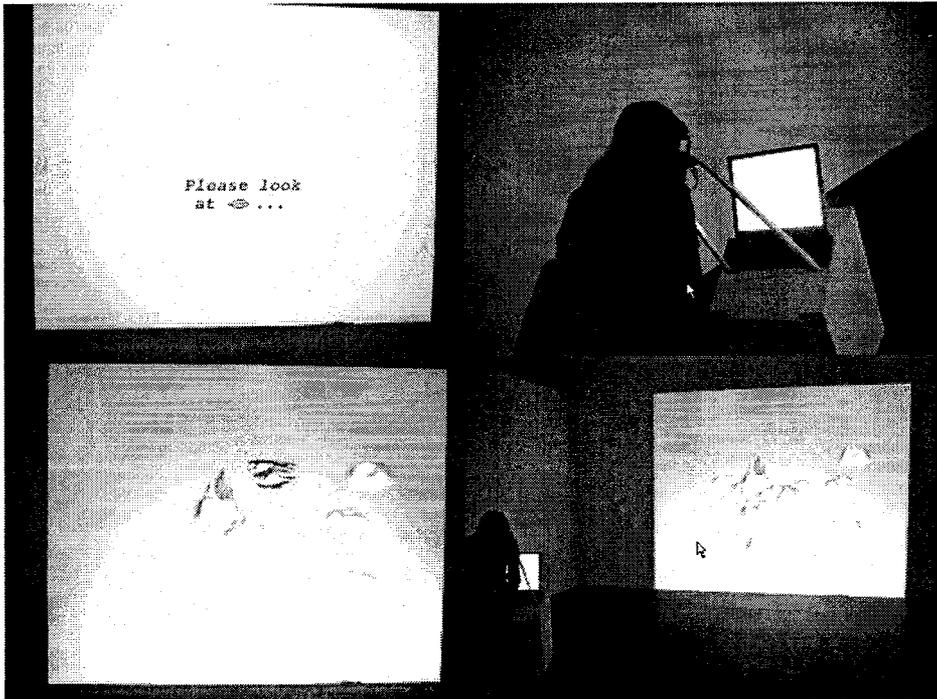


그림 26 악셀 로흐(Axel Roch), '모호한 시그널스케이프'. 2005. 인터랙티브 설치_미디어 시티 2006, 왼쪽 위부터 작품의 첫 화면, 관객과 인터랙션 방법, 관객의 눈으로 그리는 수목 풍경화, 관객이 그리는 모습

눈의 움직임과 시선에 따라 잠재적이고 애매모호한 풍경을 그려내는 장치가 설치되어 있는 이 작품(그림 26)은 단지 눈으로 본다는 행위를 통해 관객들이 작품에 직접 참여할 수 있도록 구성되어 있다. 눈의 움직임에 따라 그려진 그림은 시간이 지날수록 다차원적인 몰입을 하게 되고 이렇게 눈으로 그린 수목 풍경화는 영상장치에 연결되어 다른 관객도 모니터를 통해 감상할 수 있도록 설치된 작품이다. 관객이 그린 풍경화는 다른 감각이 아닌 눈으로만 몰입하여 그렸다는 생소함에 감탄을 하며 유희성을 자아내게 된다. 시각 유희적인 기능성으로서의 가상현실은 눈의 물리적인 움직임으로 조합되고 상상적인 것의 현실화를 통해 관객은 흥미롭고 유희적인 가상현실의 세계의 세계를 색다르게 접하게 된다.

7) 서사적 유희성

과거 아날로그 시대와 다른 새로운 매체가 부상하면서 사람들의 사고방식과 소통양식이 급변하고 있으며 예술 분야도 예외가 아니어서 디지털 기술을 접목한 작품이 적지 않게 등장하고 있다. 특히 디지털 기술과 인터넷의 발전으로 감상자들이 의사를 표현할 수 있는 토대가 마련되고 있다. 작가와 수용자가 양방향 소통하는 색다른 문화가 형성되고 있으며 점차 관객의 역할이 강화되면서 예술작품의 창작과 감상에 있어 새로운 내러티브가 생성되고 있다. 인터랙션을 중심으로 하는 디지털 시대에서 미술작품이 그러한 특성을 활용하는 순간에 유희적으로 작가와 관객 사이에서 내러티브가 발생한다.

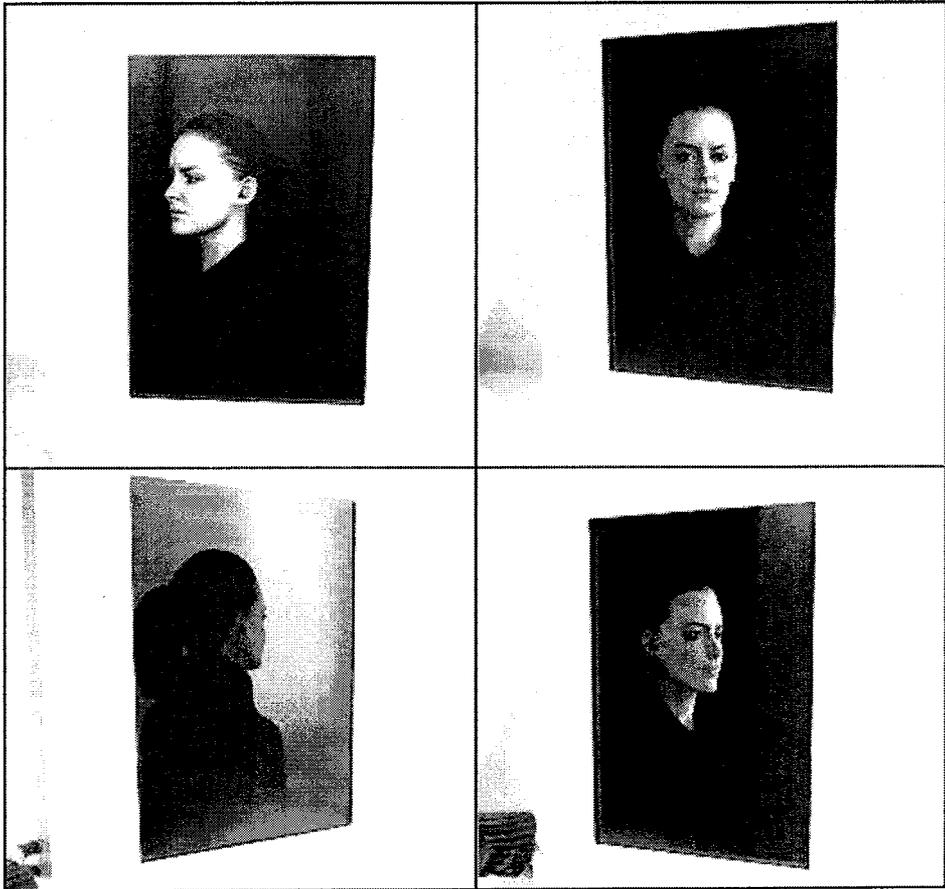


그림 27 존 제라드(John Geard), '일 년에 한번 미소 짓는 초상화(메리)', 실시간 3D_미디어 시티 2006

3D 스캔에서 착안하여 만들어진 이 작품(그림 27)은 회화와 조각의 영역이 중첩된 3D 영상으로 사진 정보들이 합성되는 조각적인 사진이다. 작품의 모델이 되어준 작가의 친구는 별다르게 꾸며진 것 없는 방안에 앉아있고 낮과 밤에 따라 달라지는 빛이 커튼을 통과해 왼쪽으로 가로질러 비춰진다. 코리안 플라스틱(Corian Plastic)으로 만들어진 장치를 통해 조각적인 설치를 이용함으로써 관객들은 살아있는 듯 한 입체적인 초상화가 담긴 스크린을 돌리면서 작품 속 인물의 전면을 감상할 수 있다. 또한 새로운 시간 설정에 기초하여 작품 속 여인인 메리는 일 년에 단 한번 2월 1일에 미소 짓게 되어 있다. 따라서 누군가에 의해 완전히 통제 될 수 없는 주인공 메리는 관객들로 하여금 통제나 우연에 대한 내러티브를 다시 한 번 생각 볼 수 있는 기회를 제공한다.

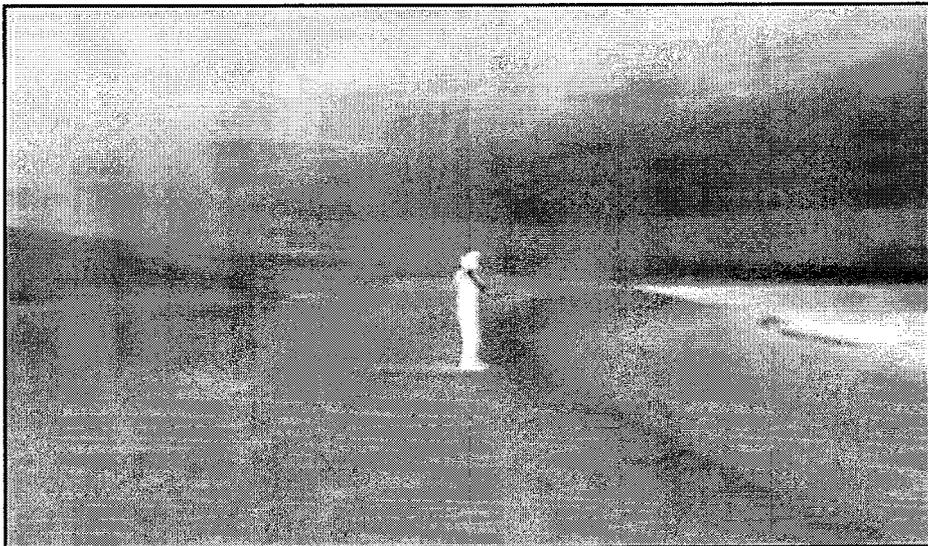


그림 28 존 제라드(John Geard), '천년동안의 새벽(마르셀)' 실시간 3D_ 미디어 시티 2006

이 작가의 또 다른 작품은 '천 년의 새벽(마르셀)'(그림 28)이다. 작은 라이트 박스 크기의 작품 안에서 주인공 마르셀이 아름다운 해변에 서서 바다를 바라보고 있다. 땅과 바다 그리고 하늘과 태양과 같은 근본적인 요소들과 그 안의 한 인물로 구성되어 있다. 2005년 9월 20일에

시작되어 3005년 마지막 날에 마침내 태양이 떠오르도록 설정되어 인간의 수명을 훨씬 뛰어 넘는 시간 동안 지속되게 될 이 작품은 무한한 시간의 흐름 앞에서 인간의 한계에 직면하도록 한다.⁶²⁾ 새로운 밀레니엄을 경험 한 있는 관객들은 마르셀이 지켜보게 될 새로운 천 년에 떠오를 태양을 기약하면서 기쁨 혹은 슬픔의 카타르시스를 경험하게 될 것이다. 이러한 작품의 서사적인 구조를 통하여 내러티브를 상상해 가는 관객들에게 은유적 유희성을 제공 할 수 있을 것이다.

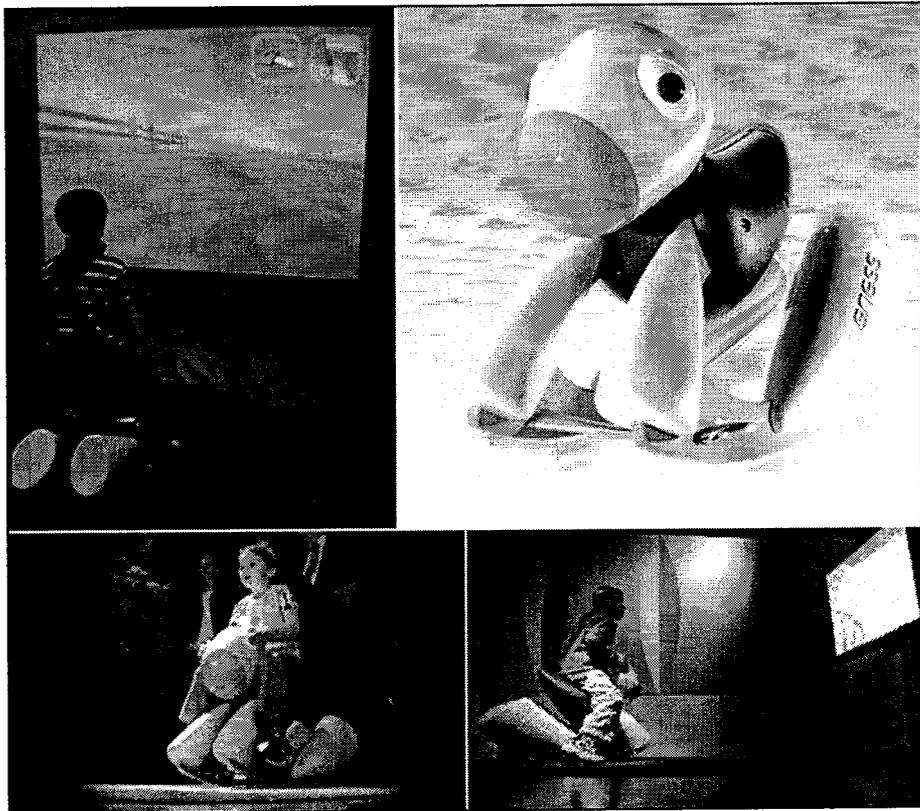


그림 29 에네스(eness), '버추얼_ 디지털 흔들 목마(Virtual - The rocking horse)'
_미디어 시티 비엔날레 2004

다음의 작품(그림 29)인 디지털 흔들 목마는 무선으로 운동센서 장치를 가진 타는 흔들 목마이다. 누구나 한번쯤 어린 시절 유희적인 향수를 지니고 있는 흔들 목마를 타고 3D게임의 스크린을 보면서 즐기

62) http://mediacityseoul.or.kr/exhi_2_1_17_20.html

실 수 있는데, 흔들 목마의 운전은 흔들 목마를 타는 관객의 움직임에 따라 방향이 조정된다. 게임처럼 흔들 목마를 더 빨리 흔들리면 게임에서도 속도가 더 빨리 증가하여 실제처럼 생생하게 느낄 수 있도록 고안되었다. 거대한 3D게임은 흔들 목마를 타고 무지개의 끝에 있는 가상(Virtual)의 섬을 여행하면서 재미있는 체험을 하게 되는데 길을 가면서 사과를 줍기도 하고 중간에 충고를 해주는 닭이나 다정한 물고기, 거대한 뱀 등을 만나기도 한다. 이러한 여행을 하면서 경험하는 유희적인 내러티브를 가지고 있다. 이러한 다채로운 영상의 세계는 자연스럽게 흥미롭게 받아들여지며 게임과 놀이라는 내용으로 쉽고 친숙하게 다가설 수 있다.

인류의 탄생 이후 내러티브는 항상 우리와 함께 하고 있다. 우리가 내러티브를 좋아하는 이유는 그것이 우리의 삶과 유사성이 있기 때문이다. 즉 이야기를 보고 들으며 공감한다. 내가 알고 있는 이야기와 다른 사람의 이야기가 서로 유희적으로 소통된다는 뜻이다. 사실 내러티브의 진정한 의미는 이야기 자체에 있는 것이 아니다. 오히려 우리 인간들이 서로 부딪히며 만들어내는 우리들의 실질적인 활동, 그 자체에 의미가 있는 것이다. 그럴 때 비로소 내러티브는 우리에게 다가와 진정한 의미를 가질 것이다.⁶³⁾

8) 시각적 유희성

작품의 유희적인 인터랙션 뿐 아니라 시각 유희를 주제로 한 한나 하슬라티의 '두 가지의 공간'(그림 30)은 그냥 하얗게 텅 빈 스크린이다. 하지만 관객이 그 앞에 서면 화면에 관객의 그림자가 생기고 원피스 입은 어린 소녀가 갑자기 튀어 나와 그림자 속으로 들어갔다 나왔다 하며 뛰어 논다. 관객이 팔을 위로 올리면 소녀는 위로 달리고 아래로 내리면 아래로 달린다. 관객과 화면 속 소녀가 하는 슬래잡기 놀이

63) http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2007/01/03/2007010301177.html

자체가 바로 작품이다. 관객이 어떻게 움직이느냐에 따라서 작품이 달라지는 것이다. 술래잡기라는 어린 시절 추억을 누구나 한번쯤 가져 본 놀이의 유희를 작품에 고스란히 표현한 이 작품은 유희성을 가지고 유희적인 측면으로 상호 소통을 해결한 작품이라고 할 수 있다.



그림 30 한나 하슬라티(Hanna Haaslahti), '두 가지의 공간 (Space of two categories)'_예술의 전당 '미술과 놀이-핀스터즈' 2006

시각적 유희를 주제로 하는 만화경을 새로운 영상과 끊임없이 변하는 꽃 모양 화면으로 재구성하였다. 화려한 색채에 따라 새롭게 만들어진 만화경을 경험하는 관객은 저절로 아름다움에 취해 유희를 느낄 수 있다. 어두운 전시장 속에서 움직이는 만화경의 화려한 이미지가 끊임

없이 부유하는 아름다운 영상 쇼가 펼쳐진다. 이 작품과 전시장에서 대면하는 순간 먼저 색채의 아름다움과 빛의 움직임, 그리고 그것이 발산하는 시각적 아름다움에 저절로 탄성을 자아나게 된다. 이처럼 시각적인 아름다운 유희만을 가지고 표현해낸 작품은 관객으로 하여금 신비의 세계를 보여주는 것이다.

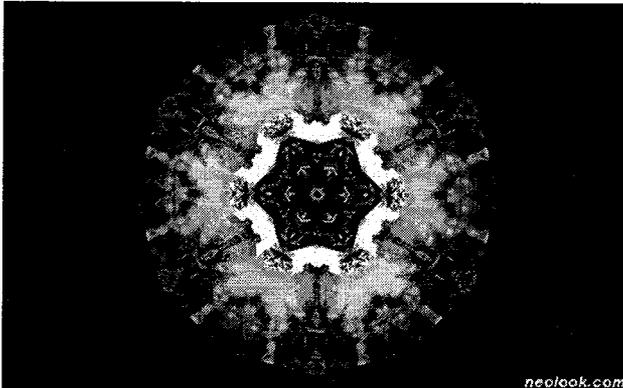


그림 31 정만영 '디지털 만화경'
2005_수원 미술 전시관

이렇게 의도적으로 놀이의 형식이나 놀이의 문화를 끌어오는 형식의 미술이 아닐지라도, 인터랙션이라는 것은 수신자와 송신자의 구별이 모호해지는 기제인 까닭에 관객이 더불어 개입하고자 하기 위한 동기로서 이러한 유희적 속성이 작용하게 되는 경우도 빈번하게 볼 수 있다.⁶⁴⁾

64) 조성희, 앞의 논문, p 30.

인터랙티브 디지털 콘텐츠 시각 유희적 속성의 개념도

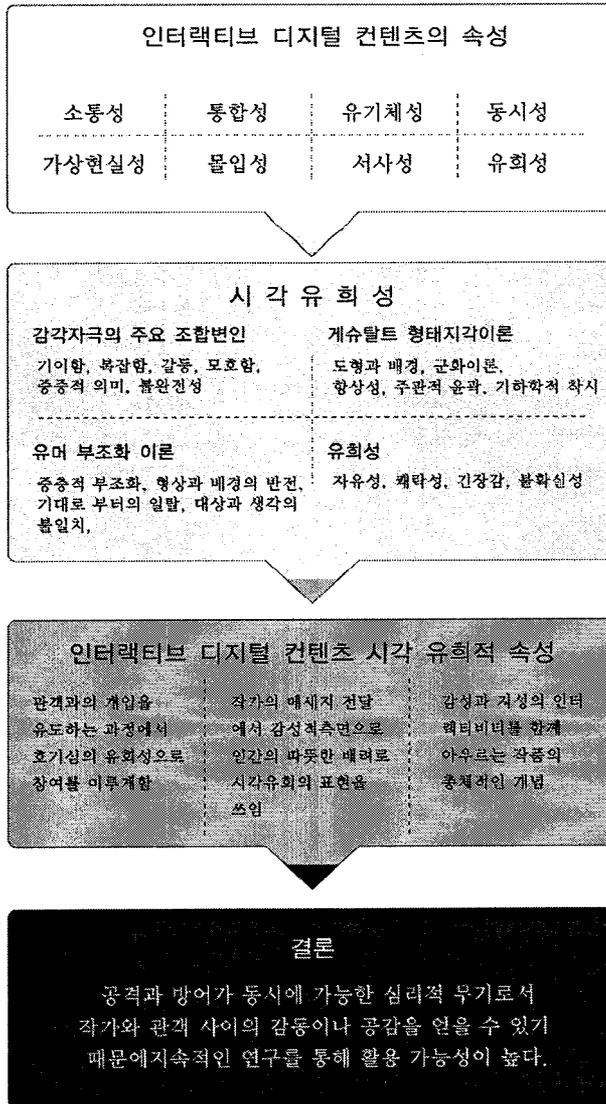


표 1 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 시각 유희적 속성의 개념도

IV. 결론

본론에서 살펴 본 바와 같이 인터랙티브 디지털 콘텐츠에서 보이는 상호 작용의 속성은 여러 가지가 있겠지만 일반적인 8가지 속성의 측면에서 유희적 속성을 살펴보았다. 그 결과로 세 가지 결론을 이끌어 낼 수 있었다.

첫째, 인터랙티브 디지털 콘텐츠에서 유희적인 인터랙션은 관객에게 친숙하게 다가설 수 있는 특징이 있다. 관객의 개입과 참여를 유도하는 인터랙티브 디지털 콘텐츠의 경우 양 방향의 작용을 통해 메시지를 전달한다는 매체의 특성 때문에 모든 속성의 측면에서 유희적 속성⁶⁵⁾을 지니는 것을 알 수 있었다. 소통 이전에 개입을 하려는 시점에서 호기심과 유희성을 불러일으켜야지만 관객의 참여가 이루어지므로 유희적 속성은 어떤 디지털 콘텐츠이던지 인터랙션을 통한 소통방법이라면 항상 지니고 있는 속성이라 하겠다. 왜냐하면 유희적인 인터랙션은 관객에게 친숙하게 다가설 수 있는 방법이기 때문이다.

둘째, 또한 단순히 재미있는 영상작품이 아니더라도 작가의 메시지를 전달하거나 의도를 파악하여 인간에 대한 따뜻한 배려로 시각유희라는 표현방법은 인터랙션 아트 & 디자인에서 중요한 역할을 담당하고 있었다. 자칫 무겁고 어두운 내용으로 느껴지는 작품도 관객과의 상호적인 소통을 통하여 인간적, 정서적인 유희성을 찾을 수 있기 때문이다.

셋째, 미디어 아트 & 디자인에서 나타나는 인터랙션은 대중문화와 고급문화 혹은, 기술과 예술의 인터랙션이며 그로 유발되는 감성과 지성의 인터랙티브리티를 함께 아우르는 작용이며 작가, 관객, 그리고 작품이 총체적인 작용이다. 따라서 시각적 유희성은 공격과 방어가 동시에 가능한 심리적 무기로서 가치가 다양화된 인터랙티브 아트 & 디자인에서 유희성은 작가와 관객 사이의 가교가 되어 의식적으로 또는 무의

65) 여기에서 유희적 속성이라는 논제는 놀이, 장난의 성격을 포함한 블랙 코미디, 풍자, 희롱, 역설, 키치 등의 넓은 의미의 유희적 성격을 포괄한 것이다

식적으로 감동이나 공감을 얻을 수 있기 때문에 지속적인 연구를 통하여 활용 가능성은 더욱 폭 넓어 질 것이다.

끝으로 각 8가지의 항목은 철학적 개념이나 여타 연구 저술들을 참고하여 그 이론적 배경으로 삼았다. 또한 가능한 객관적인 시각에서 각각의 속성에 접근 하고자 하였으나 각 항목의 설명에 적합한 디지털 콘텐츠의 예시와 작가의 작품을 선별하는 과정에서 다소 주관적이었다. 인터랙션이라는 복합적인 개념의 속성상 정량적인 분석을 내리기 어려운 점이 있었음을 아쉽게 생각한다.

참고문헌

단행본

- 김의준 지음 (1999), 『디지털 영상학 개론』 서울: 집문당
- 김인선 지음 (2006), 『Cybernetic Sensibility: 컴퓨터와 아트』 대림미술관 브로슈어
- 라도삼 지음 (1999), 『비트의 문명 네트의 사회』 서울: 커뮤니케이션북
- 로이 애스콧 지음 (1999), 『생물학적 지평선을 넘어서 미디어 아트』 월간미술 no.12
- 랜덜 패커, 켈 조던 엮음 아트센터 나비 학예 연구실 옮김 (2004), 『멀티미디어_바그너에서 가상현실까지』 서울: 나비프레스
- 레이 크리스토프, 에이미 새트런 지음 김난령 옮김 (2004), 『인터랙티브 디자인』 서울:안그라픽스
- 마크 포스터 지음, 김성기 옮김 (1996), 『뉴 미디어의 철학』 서울: 민음
- 유증열 지음 (2000), 『디지털 시대의 아방가르드』 서울: 웹아트
- 크레멘트 목 지음, 김옥철 옮김 (1996), 『디지털시대의 정보 디자인』 서울: 안그라픽스
- 피에르 레비 지음, 전재연 옮김 (2002), 『디지털 시대의 가상현실』 서울: 전재연
- F. Schiller 지음, 최익희 옮김 (1997), 『인간의 미적 교육에 관한 서한』 서울: 이진 출판사

논문

- 강명옥, 박경희 (1998), 「커뮤니케이션 표현방법으로서의 유머에 관하여」 효성가톨릭대학교
- 김연정 (2003), 「DIGITAL ART의 상호작용적 속성 본인의 작품분석을 통하여」 단국대학교 디자인대학원
- 김현진 (2005), 「현대미술의 상호작용성 연구: 인터랙티브 아트의 소통 방식 분석을 중심으로」 홍익대학교 미술대학원
- 박영란 (2002), 「미술에 있어서 상호작용성의 기원과 의미」 제13집, 국립현대미술관
- 박영원 (2001), 「시각적 유머의 생산과 의미 작용에 관한 연구」 홍익대학교대학원
- 서유진 (2005), 「백남준의 비디오아트에 대한 연구 - 상호소통을 중심으로」 전북대학교 교육대학교
- 안종배 (2005), 「디지털뉴미디어 방송환경에서의 광고효과와 전망에 관한 연구」 호서대학교
- 여상희 (2003), 「디지털 아트의 가상체험을 통한 상호작용」 목원대학교 대학원
- 이재원 (2003), 「디지털 미디어 시대의 아우라 경험에 관한 표현 연구」 이화여자대학교 대학원
- 전경란 (2003), 「디지털 네러티브에 관한 연구: 상호작용성과 서사성의 충돌과 타협」 이화여대 대학원 신문방송학과
- 조재원 (2003), 「멀티미디어와 인터랙티브 아트」 서울:KSI 한국학술정보(주)
- 조성희 (2002), 「현대미술에 나타나는 상호 작용성에 대한 연구」 홍익대학원
- 조열, 서윤정 (2005), 「시각커뮤니케이션디자인에 있어서 시지각적 유희구조」 기초조형학회 연구Vol.5. No.1

웹사이트

<http://artegate.com> 김영재 미술 평론가 인터랙티브 아트와 시대의 환경

<http://blog.naver.com/mihoharu?Redirect=Log&logNo=120006419249>

http://blog.naver.com/t_o_e?Redirect=Log&logNo=9697651

<http://cafe.naver.com/chobodesign.cafe>

http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2007/01/03/2007010301177.html

<http://www.chosun.com/culture/news/200607/200607170359.html>

<http://www.difdots.com/>

<http://www.film2.co.kr/>

<http://www.jiad.org/vol/no2/lombard/index.html>

http://mediacityseoul.or.kr/exhi_2_1_16_07.html

http://mediacityseoul.or.kr/exhi_2_1_17_20.html

<http://www.mp3wel.com>

<http://www.multimedia.or.kr>

<http://www.neomovie.com>

<http://kin.naver.com/openkr/entry.php?docid=31455>

<http://progress.ukonline.co.uk>

ABSTRACT

A Study on the Visual Fun of Interactive Digital Contents - Focused on Media art and Design -

Kim, Surim

Major in Visual Communication Design

Dept. of Media Design

The Graduate School of

Hansung University

These day, through the developments of the digital information technology(IT), the expression ways of moving image contents have developed and dramatically changed to the production environment of it. Therefore, some people who want to communicate with the interactive media, find the new ways to make an interactive environment. Recently, some people try to make interactive environment fields, while the multimedia is getting a familiar media for most people.

The contents of Interactive arts & Design are extended for the fun opportunities from creating the works that people can interact consciously or unconsciously in terms of the communication between artists and audiences. The fun is not just a simple regular enjoyment, but gives people an significant means from their heart.

The purpose of my thesis is a study of the experimental works that makes the media and people interact through enjoyable characteristic events. In conclusion, in my thesis I researched the several kinds of interactive media contents and analysed interactive art works.