

게이미피케이션 융합콘텐츠 연구: 〈잼라이브〉에 나타난 게임의 형식적 요소를 중심으로 Gamification Convergence Contents Study: Formal Elements of the Game Implemented in 〈JAM LIVE〉

이연정*, 변혁**

성균관대학교 일반대학원 영상학과*, 성균관대학교 예술대학 영상학과**

Un-Jung Lee(0524uj@skku.edu)*, Daniel H. BYUN(byun@skku.edu)**

요약

최근 들어 방송, 영화, 모바일 등 다양한 매체가 게임 요소와 융합하며 콘텐츠의 확대와 영역 확장을 이루고 있다. 본 연구에서는 게이미피케이션 융합콘텐츠에 주목한다. 그 중에서도, 트레이시 풀러턴이 언급한 8가지 게임의 형식적 요소를 적용하여 모바일 어플리케이션 라이브 퀴즈쇼 〈잼라이브〉 사례를 분석한다. 〈잼라이브〉 속 요소들은 게임의 형식적 요소를 모두 지니고 있어 게임이라는 놀이 특성에 기반하여 수용자를 몰입으로 이끈다는 결론을 도출케 했다. 이는 콘텐츠 속에 침투한 게임의 요소에 주목하고 이를 재해석하여, 새로운 콘텐츠의 방향을 제시할 수 있어 산업적 문화적 학문적으로 의미미하다. 본 연구는 〈잼라이브〉 콘텐츠가 창출하는 산업적 문화적 성과에까지 집중하여, 유희와 유용의 균형을 이룬 새로운 콘텐츠를 기획·전망하고 이를 고찰한다.

■ 중심어 : | 잼라이브 | 놀이 | 게임의형식적요소 | 융합콘텐츠 | 퀴즈쇼 | 모바일앱 | 게이미피케이션 |

Abstract

Recently, various media such as broadcasting, movies, and mobile converge with game elements, expanding the contents and expanding the area. This study focuses on the gamification convergence contents. Among them, we examine the case of mobile application live quiz show 〈JAM LIVE〉 by applying the formal elements of the game mentioned by Tracy Fullerton. The 〈JAM LIVE〉 elements have all the formal elements of the game, which led to the conclusion that they lead the audience to immersion based on the play characteristics of the game. This can be attributed to the elements of the game that have penetrated into the contents, and it can be reinterpreted, and the directions of new contents can be presented, which is industrially, culturally and academically significant. This study focuses on the industrial and cultural achievements created by 〈JAM LIVE〉 contents, and plans and prospects new content that balances play and usefulness.

■ keyword : | Jam Live | Play | Formal Elements of Game | Fusion Content | Quiz Show | Mobile App | Gamification |

1. 서론

소설이 영화, 드라마, 연극, 뮤지컬 등 다양한 매체의

콘텐츠를 양상하는 원천 소스로 활용되는 것은 그 자체의 스토리텔링이 갖는 플롯의 힘과 풍성한 캐릭터에 기인한 것이다. 한편 플랫폼의 다양화와 함께 여러 매체가

접수일자 : 2019년 05월 29일

수정일자 : 2019년 07월 15일

심사완료일 : 2019년 07월 15일

교신저자 : 변혁, e-mail : byun@skku.edu

연계된 새로운 형태의 융합 콘텐츠들을 만들어 내는데 있어 게임적 요소와 직간접의 결합을 시도하고 있는 것 또한 특기할만한 경향이다. 본 연구는 이 같은 융합콘텐츠 게이미피케이션(Gamification)¹⁾의 사례와 방식에 주목하고자 한다.

최근 개봉한 영화 <PMC 더 벵커>는 영화 내내 마치 관객이 직접 슈팅 게임에 참여한 듯한 생동감을 준다. 영화 <악녀> 또한 <PMC 더 벵커>와 마찬가지로 게임에서 차용한 1인칭 시점 샷으로 영화의 몰입도를 높인다. 앞서 언급한 영화들이 주로 촬영 기법에서 게임의 특성을 적용했다면, 그보다 더 이전에 상영된 영화 <조작된 도시>는 영화 내에서 게임 세계를 현실로 끌어들었다. 스토리 라인 전반에 게임과 현실의 경계를 오묘하게 오가는 주인공을 등장시켜 게임과 현실의 차이를 스크린을 통해 드러낸다.

최근 방영된 드라마 <알함브라 궁전의 추억>은 증강현실(AR)게임을 소재로 채택 전면에 내세우며, 게임과 드라마의 융합으로 참신함과 대중성의 기로에서 게임 만이 아와 드라마 시청자의 관심을 모두 받았다. 국내 최초 가상현실 게임 드라마라는 타이틀을 획득하며 게임과 드라마 콘텐츠 융합의 새로운 가능성을 보여준 바 있다. 이처럼 다양한 매체에서, 보다 더 효과적인 각각의 방식으로 게임 요소를 끌어들이며 극적 재미와 몰입을 높이고 있다.

본 연구에서는 게임화에 기반 한 콘텐츠 융합에 주목하여, 모바일 어플리케이션과 게임의 융합을 조명한다. 그 중에서도 모바일 어플리케이션 <잼라이브>가 지닌 게임의 형식적 요소를 고찰한다.

모바일 어플리케이션에 게임의 형식적 요소를 적용하여 수용자로 하여금 <잼라이브> 콘텐츠를 '놀이'로 인식, 흥미를 더하고 경험에 더욱 몰입하게 한 긍정적 요소들을 살펴보고자 한다. 이는 각 매체들의 장점이 콘텐츠 융합을 통해 적절한 균형을 유지했을 때 발휘되는 상업적, 문화적 성과도 파악할 수 있어 학문적으로도 유의미하다.

II. 잼라이브 콘텐츠

국내 최초 라이브 퀴즈쇼 어플리케이션 <잼라이브>는 매일 정해진 시간에 누구든지 접속하여 퀴즈를 풀 수 있는 다양한 연령층의 전 국민을 대상으로 한 콘텐츠이다. 2018년 2월 6일 첫 방송 이후, 평균 동시 접속자 수 10만 명, 최고 동시 접속자 수 21만 명 이상을 기록하였다.²⁾

사회자의 진행에 맞춰 퀴즈에 참여하여 소소한 정보 및 지식과 재미를 공유하고, 출제된 총 10문제의 통과 여부로 수용자의 우승과 탈락이 정해진다. 매일 정해진 상금을 그날의 우승자들이 나눠 획득하는 방식으로 퀴즈쇼는 진행된다. 라이브로 진행되는 매일 고정된 시간에 누구나 무한정 참여가 가능하다.

대기업과의 콜라보레이션 방송으로 수용자에게는 퀴즈를 통한 정보 제공, 오락의 요소와 더불어 거액 상금의 기회를 제공한다. 또 각각의 기업이나 게스트 관련 문제 출제와 방송을 통해 기업과 게스트에게는 홍보 효과를 주고 있다. 이는 기업과 게스트 그리고 수용자 모두를 만족시키고 있는 콘텐츠로 설계되어진 형태이다.

이러한 인기와 효과에 힘입어 2018년 9월 21일 KBS 2TV에 <꿀잼 퀴즈방>으로 편성되어, 매주 금요일 밤 8시 30분 방송되었다. 실시간 참여형 퀴즈쇼인 <꿀잼 퀴즈방>과 <잼라이브>는 공중파와 모바일 어플리케이션 동시 생방송으로 진행되었다.³⁾ 어플리케이션 포맷 그대로 주류 미디어인 공중파로 역편성 된 독특한 사례이며, 이를 통해 플랫폼을 넘나드는 콘텐츠 경쟁력과 파급력을 확인 할 수 있다.

<잼라이브>는 많은 접속자 수와 방송 인지도 및 어플리케이션의 인기로 기업이나 단체는 물론, 많은 유명인이 자사 제품 홍보와 본인 작품 프로그램 앨범 홍보 등의 이유로 국내외를 막론하고 게스트로 등장하여 동반 상승 효과를 누리고 있다. 최근에는 관련 문제 출제자로 국가 관련 해당 부처 담당자도 등장하는 추세이다.

1) 게이미피케이션(Gamification)은 게임 이외의 분야에 게임 요소를 적용·융합하는 '게임화'를 의미한다. 이러한 '게임화'는 수용자의 강한 흥미와 몰입을 이끌어 내 콘텐츠의 유희성과 유용성을 높인다.

2) <http://www.vop.co.kr/A00001372150.html>, 2019.05.27.
https://radio.ytn.co.kr/program/?f=2&id=57184&s_mcd=0214&s_hcd=01, 2019.05.27.
<http://news.mk.co.kr/v2/economy/view.php?year=2018&no=367937>, 2019.05.27.
 3) 방송은 32부작으로, 2019년 5월 10일 종영하였다.

게임피케이션 적용으로 놀이성을 강화한 <잼라이브> 콘텐츠 연구를 통해 현 시대를 관통하는 콘텐츠 개발을 위한 새로운 대안을 제시한다.

III. 잼라이브를 통해 나타난 게임의 형식적 요소

트레이시 풀러턴(Tracy Fullerton)이 언급한 게임의 구조를 이루는 형식적 요소는 총 8가지로 구분 한다. 구분 된 형식적 요소로는 플레이어, 목표, 절차, 규칙, 자원, 충돌, 경계, 결과가 있다.

본 연구에서는 <잼라이브>에 게임의 형식적 요소가 내재되어 있음을 발견, 이를 통한 '게임화'와 '놀이성'에 주목한다. 이에 8가지 게임의 형식적 요소를 적용하여 <잼라이브> 콘텐츠를 집중 분석한다.

1. 플레이어

"플레이어를 위해 디자인 된 경험의 임시적 세계가 게임[1]"이다. 게임의 플레이어에 해당하는 <잼라이브>의 수용자는 곧 퀴즈쇼에 참여한 접속자이다. <잼라이브>라는 해당 콘텐츠⁴⁾ 내에서 이들은 서로를 '잼러'라 칭한다. 이들은 퀴즈쇼에 임할 자세를 갖추어 놀이에 참여한다. 이러한 참여 접속자의 수나 퀴즈를 풀거나 채팅에 참여하는 행위⁵⁾, 이들 간의 상호작용 패턴 등이 플레이어 요소에 해당된다. 플레이어 상호작용 패턴으로 보자면 <잼라이브>는 다중 개인 플레이어 대 게임 패턴⁶⁾을 지니고 있다고 할 수 있다.

2. 목표

"목표는 플레이어가 추구할 대상을 제시하며 게임의 규칙 안에서 달성하기 위해 노력할 대상을 정의한다[3]." 도전을 제공하기도 하며 플레이어를 제어하기도 하는 것을 말한다. 쉽지 않지만 달성 가능한 것은 수용자에게 최

상의 목표이다. 해당 콘텐츠 수용자들이 추구하는 목적이나 목표는 '우승'이고, 우승을 통한 '상금' 획득이다.⁷⁾ 이들은 우승을 통한 상금 획득이라는 목표를 성취하기 위해 10문제의 퀴즈에 도전하게 된다. 목표는 게임의 극적 요소⁸⁾에도 영향을 끼친다. 흥미로운 목표는 몰입과 함께 더욱 재미있는 결과를 도출하게 하며, 목표 완수를 경험한 수용자는 목표에의 더욱 큰 욕구를 느끼며 계속 도전하게 된다. 목표는 게임 분위기 형성의 역할도 한다.

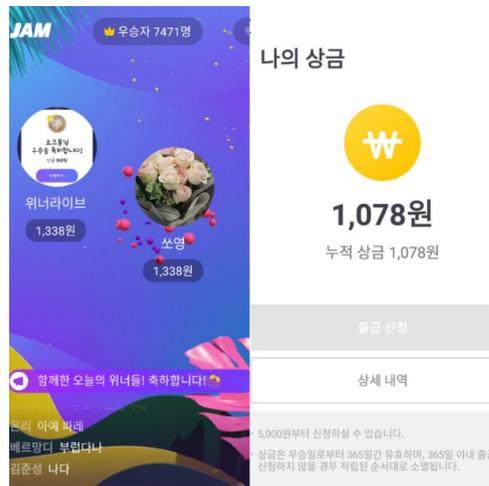


그림 1. <잼라이브> 우승자와 상금

3. 절차

절차는 곧 진행 방법이다. 해당 콘텐츠의 예정된 고정 시간에 다수의 수용자들은 어디서나 가능한 어플리케이션 접속을 통해 라이브 퀴즈쇼에 참여하게 된다. 사회자의 진행에 맞춰 첫 번째 문제부터 마지막 문제까지 다양한 난이도와 출제 유형을 지닌 총 10개의 문제를 풀게 된다. 사이사이 탈락자들이 발생하고 마지막 문제까지 통과한 최종 우승자들이 그날의 우승 상금을 나눠 가지는 방식으로 매일 진행된다. 수용자인 잼러들은 우승이라는 목표에 도달하기 위해 언급된 절차를 거친다. 직관적으로 이용 가능하고 큰 제한 없는 환경은 절차라는 형식적 요소가 잘 쓰여진 좋은 예이다. 퀴즈쇼 참여를 통해

4) 논문에서 다들 <잼라이브>를 해당 콘텐츠라 명시하도록 한다.
 5) "디지털 기반의 양방향 미디어들은 포스팅이나 댓글을 통해 누구에게나 자신의 목소리를 낼 기회를 제공하였다[2]." 해당 콘텐츠 역시 사용자 모두에게 채팅을 통한 자유로운 발언권을 허용한다. 실시간으로 퀴즈를 풀면서 동시에 자신의 목소리를 낼 수 있는 구조는 수용자에게 매력적인 요소로 다가갈 수 있다.
 6) 멀티 플레이어가 서로 체제와 경쟁하는 구조를 의미한다.

7) <잼라이브>는 이른바 어플리케이션을 통해 채테크를 하는 '앱테크'의 기능을 지니고 있어 개발자와 사용자, 콜라보레이션 기업/게스트(광고주) 모두 돈을 버는 구조이다.
 8) 극적 요소는 사용자가 게임 즉, 콘텐츠에 감성적으로 몰입하게 하는 요소이다.

놀이의 즐거움과 궁극적 성취를 이루기 위해 수용자는 자발적으로 절차와를 거치게 되며, 이어 다룰 규칙과 충돌 등을 수용할 태도를 유지하게 된다.

이렇게 콘텐츠 내에서 획득한 상금은 5천원 이상부터 실제 현금으로 출금이 가능하다. 또 퀴즈를 푸는 도중 사회자의 진행으로 발생하는 간단한 놀이나 미션을 수행하면 보너스 하트⁹⁾나 선물 등이 주어진다. 우승 목표를 달성하기 위해 수용자들은 위의 언급된 지시 절차를 따르게 된다.

4. 규칙

일반적으로 규칙은 플레이어 즉, 수용자와의 관계를 고려하여 디자인 되는 요소이다. 공정한 경기를 위해 게임 내에서 배우고 강제되어야 하는 규칙이 존재하듯, 해당 콘텐츠도 공정한 퀴즈쇼를 위해 모두가 이행하고 모두에게 허용되는 규칙이 존재한다.

먼저 부활의 기회를 상징하는 하트 아이템은 매회 퀴즈쇼가 진행되는 동안 한번만 사용 가능한 규칙이다. 또 마지막 퀴즈까지 통과하여 발생한 최종 우승자가 몇 명이 되더라도 선정된 우승자 전원은 매회 정해진 상금을 공평하게 나눠 획득하는 규칙을 따르게 된다. 첫 번째 퀴즈가 시작된 이후 접속하면 문제를 풀어 볼 수는 있어도 이미 탈락이라는 규칙이 존재한다. 그러므로 꼭 정해진 시간에 제대로 접속하여 첫 번째 퀴즈부터 임해야 다른 수용자들과 동등하게 우승 상금을 목표로 퀴즈쇼에 참여할 수 있다.

이처럼 규칙은 수용자 모두가 공정하다 인지할 수 있는 것이어야 효과가 크다. 절차와 규칙은 모두 이를 지키기로 결정한 수용자들의 암묵적 태도와 합의로 자연스럽게 이루어진다. 확실한 구속력을 가지는 것이다. 그러므로 규칙 없는 게임은 제대로 작동할 수 없다.

5. 자원

게임 내에서 자원은 게임 내 통용되는 돈, 아이템, 네트워크, 특수 지형 등 모든 천연·인적·물적 자원을 의미한다. 해당 콘텐츠 내에도 퀴즈쇼 우승과 상금 획득을 위해 주어지는 여러 자원이 존재한다.

9) 하트 아이템에 대해서는 아래 본문에서 더 자세히 다루도록 한다.

먼저, 매회 하나의 힌트가 포털이나 콘텐츠 공식 sns를 통해 퀴즈쇼 시작 전 미리 제시된다. 이 힌트를 검색하고 해당 힌트의 답을 미리 찾아본 수용자들은 그렇지 않은 수용자들에 비해 하나의 문제를 보다 수월하게 풀 수 있는 자원을 획득하는 것이다. 이 자원의 획득을 위해 일정 부분의 시간과 노력이 수반된다.

매주 금요일은 KBS 2TV를 통해 동시 생방송 되는 <꿀잼 퀴즈방>을 통해서만 하나의 힌트가 더 제공된다. 이는 어플리케이션으로만 접속하는 수용자에 비해 TV까지 시청하는 수용자가 하나의 자원을 더 획득하는 셈이다.

힌트와 같이 앞서 언급한 하트도 매우 중요한 자원에 해당한다. 어플리케이션 접속 시, 첫 화면에 뜨는 다양한 이벤트 참여를 통해 수용자는 수시로 콘텐츠 내 경제 수단인 잼을 획득할 수 있고, 이렇게 얻게 된 잼으로 하트를 구입할 수 있다.¹⁰⁾ 획득한 하트를 통해 매회 한번의 부활이 가능하여 우승으로의 도달 가능성이 그만큼 커진다.

더불어 가변적인 우승 상금의 액수도 수용자를 우승 목표로 강력히 이끄는 잠재적인 경제적 자원으로 볼 수 있다. 또 국내외를 막론한 유명 게스트들의 등장도 수용자를 끌어들이는 매력적인 인적 자원으로 존재한다. 각 문제당 3초 라는 시간 제한은 극적 효과와 감정적 측면을 높이는 시간이라는 자원 활용의 긍정적 예이다.

마지막으로 라이브 퀴즈쇼가 진행되는 동안 채팅창을 통해 수용자들은 반복적으로 정답과 오답을 제시하며 상호 작용을 이룬다. 이는 수용자들 각각에게 혼란을 주기도 하고 우승이라는 목표로의 더욱 쉬운 접근을 위한 도움을 제공하기도 하며, 콘텐츠 내 네트워크를 통한 자원으로서의 한 부분을 담당하게 된다.

지나치게 풍부한 자원은 체계 내에서 가치를 잃을 수 있기에 자원은 콘텐츠 내에서 희소성과 유용성을 동시에 지녀야 수용자로 하여금 매력적인 콘텐츠로 자리할 수 있다.

10) 물론 하트는 앞서 먼저 언급한대로, 라이브 퀴즈쇼가 진행되는 동안 사회자의 권한에 의해서도 자유롭게 지급될 수 있고 시스템 오류 발생 때 보상으로 지급되기도 한다. هنا 대체적으로는 다양한 이벤트 참여를 통해 잼이나 하트가 지급되며, 3000잼으로 하트 1개를 구입할 수 있도록 설계되어 있다.

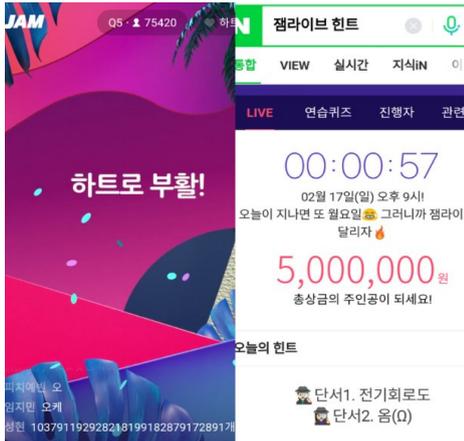


그림 2. <잼라이브> 하트와 힌트

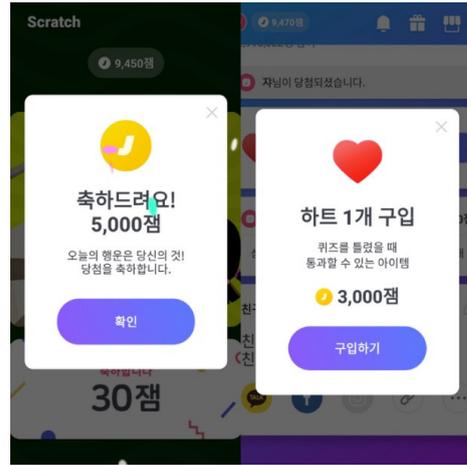


그림 5. <잼라이브> 물적 리소스 잼과 하트



그림 3. <잼라이브> 게스트로 등장한 백스트리트보이즈/머라이어 캐리



그림 4. <잼라이브>와 동시 생방송인 KBS 2TV <콜잼퀴즈밤>

6. 충돌

“플레이어가 게임의 규칙과 경계에서 목표를 달성하려고 노력하는 과정에서 발생[4]하는 것으로, 쉬운 목표 달성을 방해하기 위해 설정된 규칙 및 절차와 상황 등이 이에 속한다. 가령, 장애물-상대방-딜레마로 설정되어 갈등을 불러오고 분쟁을 일으키거나 목표 도달을 차단하는 이러한 요소들이 충돌 원천이다.

<잼라이브> 내, 목표 성취를 어렵게 하는 충돌 요소로는 매회 가능할 수 없는 문제 주제와 난이도, 출제 유형의 다양함도 있다.¹¹⁾

또한 한 문제당 3초라는 제한 시간은 수용자들의 깊은 고민이나 상호간의 상의가 어렵게 하여 행동을 제한하며, 독자적으로 즉각 문제를 풀어야만 하는 심리적 긴장과 압박을 주는 장애물로 수용자의 목표에의 접근을 제한한다. 이는 “동시에 의미 있는 선택을 하도록 유도하기도 한다[5].” 멀티 플레이어, 우승을 위한 수많은 수용자들의 경쟁도 상대 수용자를 장애물로 여기게 하기도 한다. 최종 우승 인원이 적을수록 개인이 많은 상금을 차지할 가능성과 기회가 확대되기 때문이다. 앞서 언급한 심리적-물리적 장애물과 함께 수용자가 딜레마에 빠지는 경우도 발생한다. 결국 각 문제를 해결하는 과정 가운데

11) 예를 들어 주로 주말 시간에 진행되는 ‘잼라이브 잼스무비’로 지칭되는 영화 관련 퀴즈로만 이루어지는 회차에서는 아무래도 평소 영화에 관심이 많거나 영화를 많이 본 수용자가 유리할 수 있다.

답을 모르는 상황을 맞닥뜨렸을 때 수용자는 주어진 예시 중 무엇이든 선택을 해야 하는 기로에 서게 되고 이때 찰나의 딜레마에 빠지는 충동을 경험한다.

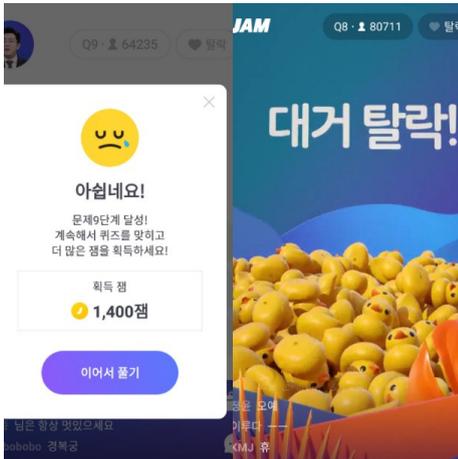


그림 6. <잼라이브> 탈락 화면

7. 경계

현실과 가상의 분리이며, 일반적으로는 물리적 경계와 개념적 경계가 있다. “게임과 게임이 아닌 모든 것의 구분과 분리이다[6].” 경계가 없다면 그것이 무엇이든 아예 다른 것이 될 수 있기에 경계는 고려해야 할 중요 요소이다.

플러틴은 경계를 현실과 다른 일시적 마법의 가상 공간 안에서 경험이 이루어지는 요한 하위징아(Johan Huizinga)의 ‘매직 써클’의 개념으로 설명하였다. <잼라이브> 역시 퀴즈가 진행되는 약 20여분의 시간과 그렇지 않은 시간의 물리적, 개념적 경계로 분리된다. 또한 정해진 시간에 제대로 접속하기 위한 대기 상태나 퀴즈쇼 내내 지속되던 긴장감이 탈락 후 급속히 떨어지는 등의 심리적·정신적 경계도 모두 이에 해당된다. 이처럼 경계에 의해 분리된 일시적 가상 공간에서의 규칙과 작용, 경험 등은 게임 형식의 주요 요소이다.

8. 결과

플러틴의 주장처럼 불확실한 결과여야만 플레이어의 관심을 끌 수 있고, 동시에 강력한 동기도 부여할 수 있다. 측량 가능하지만 동등·동일하지 않은 결과는 효과적

인 게임 디자인의 적합한 형식적 요소로 작동한다.

라이브 퀴즈쇼 <잼라이브>의 결과 역시 어느 정도 측정 가능하지만 동등하지 않고 매회 불확실한 결과가 나타난다. 결과의 불확실성은 수용자를 해당 콘텐츠로 접속하게 하는 핵심 동력이 되며, 동시에 수용자에게 기대를 제공하는 원천이 된다. 가변적인 상금·동시 접속자 수·우승자와 탈락자 등의 요건은 불확실한 결과의 최대 변수이다. 극적 긴장감 고조를 위해 불확실한 결과는 필수이다. 수용자들간의 상호작용 패턴 및 목적 의식과 성격도 게임의 형식적 요소인 해당 콘텐츠의 최종 결과의 구조와 맞닿아 있다.

지금까지 라이브 퀴즈쇼 어플리케이션 <잼라이브> 콘텐츠에서 발견된 게임의 형식적 요소를 살펴보았다. 이를 통해 출시 3개월 만에 동시 접속자 수 11만 명을 기록[7], 출시 4개월 만에 최고 동시 접속자 수 21만 명 이상을 기록[12]하며 빠른 속도의 성장세를 보인 모바일 퀴즈쇼 <잼라이브>가 게임 디자인을 기반으로 한 놀이, 즉 철저히 게임의 형식을 취한다는 사실을 알 수 있었다. 이렇게 게이미피케이션을 통한 융합콘텐츠의 재해석은 일방적 수용을 전제로 공급과 수용이 이루어졌던 기존의 콘텐츠 소비 양상의 패러다임을 바꾸어, 보다 다양한 플랫폼을 통한 공급의 다각화와 수용자의 참여를 기반으로 하는 적극적 소비를 가능케 하는 대안적 융합콘텐츠의 가능성을 확인시켜주었다고 할 수 있겠다.

IV. 결론

모바일 어플리케이션 <잼라이브>에 나타난 게임의 형식적 요소를 중심으로, 게이미피케이션이 적용된 융합콘텐츠를 논의하였다. ‘게임화’를 통해 향상된 ‘놀이성’은 수용자의 흥미와 몰입 견인을 넘어 콘텐츠의 산업적·문화적 성과에까지 유기적 관련이 있음을 파악할 수 있다.

이는 콘텐츠 디자인을 할 때 특히 놀이의 영감을 얻어 놀이의 관점으로 세상을 본다는 플러틴의 주장과 맥락을 같이하며, 주목할 필요가 있다.

독일의 철학자이자 미디어 이론가인 노르베르트 볼츠

12) <http://news.mk.co.kr/v2/economy/view.php?year=2018&no=367937>, 2019.05.27.

(Norbert Bolz)는 현대 매체 미학을 논의하며 ‘놀이’의 측면을 강조한다. 그는 21세기를 ‘놀이하는 사람’의 시대일 것이라 주장하며 현실에 침투하는 놀이의 잠재력에 대해 언급하였다. 본 연구를 통해 살펴본 것처럼 게임이 지닌 여러 요소는 다양한 매체 장르와 융합하여 인간의 일상에 더욱 근접하고 있다.

임마누엘 칸트(Immanuel Kant) 역시 기분의 만족 상태를 촉진하기 때문에 인간에게 놀이는 유용하다고 말한다. “놀이는 실수에 너그러우며 ‘긍정적인’ 스트레스를 만든다[8].” 긍정적인 스트레스라고 표현할 수 있는 것은 놀이가 대부분 자발적 의지에서 출발하기 때문이다. 이것은, 그것이 무엇이든 간에 유독 인간이 놀이를 좋아하고 계속 즐기며 몰입할 수 있는 이유이기도 하겠다.

“놀이는 일상의 한 곳에서 도달할 수 있는 즐거움과 긴장의 황홀감이라는 예외적 상태로 우리를 옮겨 놓는다[9].” 볼츠의 주장처럼 대부분의 놀이가 우연성과 실력에 기반하여 이루어진다는 것을 볼 때, 이를 통해 인간은 놀이라는 과정을 통해 희비가 엇갈리는 위대한 감정의 발현과 변화를 경험하며 각각의 기분의 만족 상태에까지 도달할 수 있다.

본 연구는 유희적인 것과 유용한 것의 경계 즈음에 있는, 혹은 이 요소들을 적절히 접목한 라이브 퀴즈쇼 어플리케이션 <잼라이브> 사례를 통해 해당 콘텐츠를 재해석하여 그 속에 침투한 게임과 놀이의 특성을 발견하고 강조하였다. 여러 학자의 논의처럼 인간의 놀이 욕구는 우리에게 현 시대 콘텐츠를 재해석 해봐야 할 충분한 여지를 남긴다. 또한 이는 앞으로의 효과적 콘텐츠 개발에도 분명 영향을 끼친다.

놀이에 기반하여 게임적 요소와 특성이 침투한 게이미피케이션 융합콘텐츠는 플랫폼의 다양화와 함께 향후 미디어 콘텐츠의 기획·개발에 빼놓을 수 없는 중요한 한 방향으로 자리잡게 될 것으로 전망된다.

참 고 문 헌

[1] 트레이시 풀러턴, *게임 디자인 워크숍(위키북스 게임 개발 시리즈6)*, 위키북스, p.64, 2012.
 [2] 이언정, 이준희, “뉴미디어를 통한 매체권력의 수평화

논의 : <비보티비>의 사례를 중심으로,” 한국영상학회 봄 학술심포지엄, p.24, 2018.
 [3] 트레이시 풀러턴, *게임 디자인 워크숍(위키북스 게임 개발 시리즈6)*, 위키북스, p.75, 2012.
 [4] 트레이시 풀러턴, *게임 디자인 워크숍(위키북스 게임 개발 시리즈6)*, 위키북스, p.95, 2012.
 [5] 이준희, “Discourse on the Emergent Storytelling through Game’s Formal Elements in Film <The Experiment>,” 한국영상학회, Vol.12, Issue.4, pp.23-36, 2014.
 [6] 트레이시 풀러턴, *게임 디자인 워크숍*, 길벗, p.118, 2016.
 [7] 정예은, *인포테인먼트 디자인 요소로 본 라이브 퀴즈 앱 <잼라이브> 연구*, 한양대학교, 석사학위논문, p.33, 2019.
 [8] 노르베르트 볼츠, *놀이하는 인간*, ㈜문예출판사, p.50, 2017.
 [9] 노르베르트 볼츠, *놀이하는 인간*, ㈜문예출판사, p.26, 2017.

저 자 소 개

이 언 정(Un-Jung Lee)

정희원



- 2016년 8월 : 연세대학교 언론홍보대학원 방송영상학(문학석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 성균관대학교 일반대학원 영상학과(박사과정)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 백석대학교 문화예술학부 겸임교수

<관심분야> : 트랜스미디어 콘텐츠, 영상미학, 영화영상

변 혁(Daniel H. BYUN)

정희원



- 2010년 11월 : 프랑스 파리1대학 예술철학(박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 성균관대학교 예술대학 영상학과 교수

<관심분야> : 매체철학, 트랜스미디어론