
문화 콘텐츠의 몰입에 공간이 미치는 영향 :

노래방의 사례를 중심으로

A study on the space which affects
flow in culture content :
Case of Noraebang in S.Korea

이상원 Lee, Sangwon, 배순용 Bae, Soonyong, 이성업 Lee, Sungeob
한국과학기술원 문화기술대학원

문화 콘텐츠의 수용 및 체험 방식에는 민족적, 문화적 차이가 존재한다. 일본에서 본격적으로 시작된 가라오케는 한국으로 진출하면서 노래방이라는 밀폐된 공간을 중시하는 형태로, 미국과 유럽에서는 무대라는 열린 공간을 중시하는 형태로 변형되었다. 같은 문화 콘텐츠를 수용하는데도 문화와 민족에 따른 공간적 차이가 관찰된다. 여기서 문화 콘텐츠를 수용하고 그 것을 통해 즐거움을 얻는 과정을 몰입이라고 본다면, 공간과 문화 콘텐츠 사이에는 특별한 관계가 존재한다고 할 수 있다. 본 연구는 이와 같이 공간 사용과 몰입의 상관관계를 실험을 통하여 고찰하고 추후 노래방의 경쟁력 강화 및 세계화를 위한 효과적인 몰입 요소 도입 및 운용에 적용할 수 있는 연구결과를 제안한다.

1. 서론

모든 민족들은 그 나름의 문화를 가지고 있으며, 이러한 문화는 다른 민족들과 구별되는 독특한 정체성의 확립에 상호영향을 주고받고 있다. 특히, 사람들이 살아가는데 기본적으로 필요한 의식주의 측면에서만 살펴보아도 많은 차이점이 존재한다는 것을 알 수 있다. 또한 이것은 똑같은 사람, 사물 또는 공간 등 동일한 대상에 대한 인식 방식도 다를 수밖에 없음을 의미한다. 예를 들어, 유럽에서는 축구가 대중적으로 인기 있는 스포츠이지만, 미국에서는 미식축구나 야구가 더 사랑받고 있다는 것은 이에 대한 사례 중의 하나라고 할 수 있다. 즉, 같은 콘텐츠라고 하더라도 그것을 즐기는 방식에는 민족 간에 다소간의 차이가 존재한다고 생각할 수 있을 것이다.

이러한 문화요소 중 노래는 전 인류를 통해서, 오랜 시간 동안 유전되어 온 대표적인 문화 콘텐츠이다. 특히, 노래는 민족의 정체성을 나타내는 특성을 담고 있으며, 노래의 수용 및 향유 방법 또한 민족 마다 각기 다른 특성을 보이고 있다. 예를 들어, 노래를 부른다는 것은 혼자서 흥얼흥얼할 수도 있고, 합창이라는 형식화된 틀 안에서 이루어질 수도 있다. 본 논문에서는 다종의 문화콘텐츠 중 노래와 공간의 특성에 집중한다.

그런데 노래를 즐기는 방식에 대해서 자세히 논의하기 위해서는 무언가 고정된 변수가 필요하다. 친구들과 격의 없이

노래를 부르며 놀고 싶은 사람들이 있다고 가정해보자. 이들은 노래를 부르며 즐겁게 놀 수 있는 공간이 필요하다. 이들이 어떤 공간에서 어떻게 놀지는 문화적 배경에 기인한다는 것이 짐작되는가? 이 사람들이 서양 사람들이라면 가라오케에 갔을 것이고, 우리나라 사람이라면 노래방에 갔을 것이다.

본 연구는 공간적 특성이 문화 콘텐츠의 수용과 어떠한 관련이 있는지를 살펴보고자 하는데서 시작한다. 즉, 서양 사람들은 왜 가라오케에 가야 노래를 부르는 것이 즐겁고 우리나라 사람들은 노래방이라는 밀폐된 공간에 가야 되는지 그 이유를 학문적으로 검토해보고자 하는 것이다.

이를 위해서 본 연구는 특히 노래라는 문화 콘텐츠를 대상으로, 크게 몰입과 공간이라는 두 가지 키워드를 중심으로 논의하고자 한다. 즉, 노래를 통해 즐거움을 얻는(몰입)데 있어 공간적 특성이 어떠한 영향을 미치는가를 분석하는 것이다. 본 연구에서는 노래방이라는 한국적 공간을 대상으로 이루어 질 것이며, 이는 문화 콘텐츠 수용과 문화적 특성 사이의 관계에 대한 한 가지 사례가 될 수 있을 것이다.

따라서 본 연구를 통하여, 추후 한국적인 문화 산업 콘텐츠의 경쟁력 강화 및 세계화를 위한 효과적인 몰입 요소 도입 및 운용에 적용할 수 있는 연구 결과를 제안할 수 있으리라 기대한다.

2. 이론적 배경

2.1. 몰입

미하이 칙센트미하이 (Mihaly Csikszentmihalyi)의 몰입(The Flow)에 의하면 몰입은 사람들이 다른 어떤 일에도 관심이 없을 정도로 지금 하고 있는 일에 푹 빠져 있는 상태를 말한다. 이때의 경험 자체가 매우 즐겁기 때문에 이를 위해서는 어지간한 고생도 감내하면서 그 행위를 하게 되는 상태이다. 미하이는 몰입을 불러일으키는 최적 경험을 다음과 같이 정의하고 있다.

"최적 경험이란, 주어진 도전을 잘 해결할 수 있는 능력이 있고, 목표가 명확하고, 분명한 규칙과 즉각적인 피드백이 있는 상태를 말한다. 흔히 우리는 플로우를 경험할 때 집중의 정도가 매우 높아서 다른 것을 생각할 여지도 없고 걱정도 사라진다. 또한 그 순간에는 자의식이 사라지고 시간이 흘러가는지도 인식하지 못한다. 플로우를 유발하는 활동은 너무나 만족스럽기 때문에, 스스로 그 활동을 계속하게 되는 것이다. 심지어 그 활동이 어렵거나 위험한 경우에도 그로 인해 초래될 결과에 대해 고민하지 않는다."

몰입은 우리 주변에서 흔히 접할 수 있는 문화 콘텐츠인 독서, 게임, 영화, TV 등을 통해서도 몰입을 경험할 수 있다. 친구들과 화투나 포커 게임을 하다가 문득 정신을 차려보니 많은 시간이 흘렀던 경험은 누구나 한번쯤 있을 법한 일이다. 미하이는 로제 카이와(Roger Caillois)가 정의한 네가지의 놀이의 분류(아곤, 일레아, 일링크스, 미미크리)에 상관없이 모든 놀이행위는 몰입을 유발한다고 한다. 이러한 놀이의 행위는 자아를 좀 더 복합적으로 변형하여 플로우 활동의 핵심인 '자아의 성장'을 도모하는 기능을 한다고 한다.

미하이는 몰입의 주된 원인을 사람의 내적 심리의 일관성에 두고 있다. 이는 인간의 내적 변화에 초점을 맞추고 있다. 기술적인 능력을 바탕으로 목표를 수행해나가면서 그에 따른 피드백을 받는 것은 개인의 내부에서 이루어지는 기제이다. 독서는 순전히 개인과 책의 내용 사이에 이루어지는 교호 작용이다. 그것은 개인의 내부에서만 이루어진다. 우리는 이를 내적 몰입이라고 정의한다. 그런데 많은 사람들이 동시에 같은 경험을 통해서 몰입하는 경우, 보다 더 강력한 몰입 경험이 형성될 수도 있다. 미하이는 테니스의 사례를 들어 내적 몰입을 설명했다. 내가 상대방보다 테니스를 못 치면 못 치는 대로, 잘 치면 잘 치는 대로 재미가 없다. 그러나 비슷한 실력의 상대와 만나면 몰입하기 쉽다. 이것은 앞서 언급한 몰입의 조건이 충족되었기 때문이기도 하지만, 동시에 상대도 몰입하기 때문에 두 명의 몰입 경험이 더욱 강력한 몰입을 유발하는 시너지 효과를 불러일으키기 때문이다. 컴퓨터와 게임을 할 때보다 사람(비록 온라인에서 일지라도)과 게임을 하는 것이 더욱 재미있는 것은 같은 이유에

서이다.

즉, 공통된 내적 몰입을 경험하는 사람들의 무리는 같은 경험을 혼자 할 때보다 더 강력한 몰입 효과를 얻을 수 있다는 것이다. 예를 들어, 지난 2002년의 월드컵을 생각해보도록 하자. 경기장에서 응원을 하던, 길거리에서 응원을 하던, 방에서 tv를 보며 응원을 하던 한 가지는 분명하였을 것이다. 그것은 혼자일 때보다는 여럿이서 응원하는 것이 훨씬 신났다는 것이다. 축구 경기는 분명 몰입을 불러일으키며, 월드컵과 같은 큰 경기라면 더할 나위없을 것이다. 축구 경기를 관람하는 개개인의 내적 몰입 경험이 한데 모여서 모두를 더 강력한 몰입 경험으로 이끌어준 것이라고 생각할 수 있다. 우리는 이것을 외적 몰입이라고 부르기로 한다.

미하이는 외적 몰입의 존재에 대해 다음과 같이 설명한다. 로마사회는 강인함(virtus)이라는 공통의 가치관을 통해, 인도의 브라만은 집단적인 춤을 공유함으로 사회의 영적질서를 도모하고 구성원 개개인의 내적 몰입을 증대하였다. 이와 같이 사회적, 문화적 외부적요인은 사회 구성원 개개인의 내적몰입을 강화시키는 역할을 수행한다. 또한 몰입을 방해하는 요소를 사회적요인(사회적 무질서와 소외)과 개인적 병리(주의력 결핍과 자기 중심성)로 분류하면서 몰입의 근원이 반드시 내재적인 것이 아니라는 점과 사회와 문화와의 소통을 통한 외적 몰입이 결국 내적몰입을 증대한다는 사실을 피력한다.

그런데 이러한 외적 몰입이 언제나 일어나는 것은 아니다. 여럿이서 축구 경기를 본다 해도 별 감흥이 없을 수도 있다. 본 연구는 미하이가 정립한 내적 몰입의 유발을 위한 조건들처럼, 외적 몰입을 유발하기 위한 조건들도 있을 것이라는데 착안점을 두었다. 내적 몰입을 유발하는 행위의 종류가 다양한 만큼 많은 경로를 통한 외적 몰입 경험이 가능할 것이라는 게 우리의 생각이다.

2.2. 프락시믹스 (Proxemics)

프락시믹스는 사회를 구성하는 인간과 인간의 거리를 뜻한다. 이와 같은 개체간의 거리는 동물에게도 존재하는데 헤디거에 의하면 도피거리, 임계거리, 개체거리 그리고 사회거리로 분류하였다. 먹이사슬 최상위에 위치하는 인간은 오랜 사회생활을 통해 도피거리와 임계거리에 더 이상 반응하지 않는다. 하지만 티홀(티홀)은 개체거리와 사회거리는 분명 존재한다고 말한다.

프락시믹스는 밀접거리, 개체거리, 사회거리 그리고 공공거리로 분류된다. 밀접거리는 다시 가까운 밀접거리(밀착)와 먼 밀접거리(15~45cm)로 구분된다. 밀접거리는 한 개체가 다른 개체를 인지하는데 시각, 청각, 후각 그리고 촉각을 사용하여 높은 감각 에너지를 받아들일게 된다. 사회적으로 밀접한 동화를 도모하는 개체들은 이러한 밀접거리를 유지하

게 된다. 특히 먼 밀접거리는 문화적 차이가 가장 뚜렷하게 나타나는데 미국인은 공공장소에서 몸이 닿는 것을 싫어하는 반면 중동사람은 아무렇지 않게 생각하는 것과 같은 차이가 존재한다.

개체거리 또한 가까운 개체거리(45~70cm)와 먼 개체거리(70~120cm)로 구분되며 비접촉성 구성원이 일반적으로 유지하는 거리로써 팔을 뻗는 행위와 같은 신체적 연장을 통해 언제든지 접촉을 유지할 수 있는 거리이다.

사회거리는 가까운 사회거리(1.2~2.1m)와 먼 사회거리(2.1~3.6m)로 분류되며 감각적 에너지가 약화되면서 일반적인 공격적인 업무가 이루어지는 경우이다. 특히 먼 사회거리의 경우 서로 다른 계급에 속하는 사람들이 일반적으로 유지하는 거리로써 '지배의 한계점'이라고 칭하기도 한다.

공공거리는 일반적으로 감각의 간섭밖에 존재하는 거리이다. 가까운 공공거리(3.6~7.5m)의 경우 다른 개체의 위협으로부터 도망가거나 방어할 수 있는 거리이며 개체간의 최소한의 Interaction이 가능한 거리이다. 먼 공공거리(7.5m 이상)의 경우 육성과 시각을 통한 개체간의 Interaction이 발생하기 어렵다. 공격적으로 인지도가 높은 사람들을 대중과 격리하기 위해 먼 공공거리를 유지하며 이러한 거리에서 신체의 연장(마이크, 화면)을 통해 대중과 Interaction을 시도할 때 과장되고 증폭되는 경향이 있다. 이러한 현상은 연극 또는 정치연설에서 자주 접할 수 있는 현상이다.

앞서 말한 2002년 월드컵응원의 예와 같이, 비록 친분이 없더라도 일정 공간에서 가까운 프락시믹스를 유지하면 개체 개개인인 상호 친밀도를 가지며 높은 몰입을 경험하는 것을 알 수 있다. 이러한 현상은 프락시믹스와 몰입은 유의미한 상관관계가 존재한다는 것을 증명한다.

2.3. 공간과 몰입

내적 몰입을 유발하는 요인은 다양하다. 그러나 내적 몰입에서 더 나아가 다수의 사람들의 공통적인 몰입 경험(외적 몰입)을 유도하여 내적인 몰입을 더욱 강화시키는 몰입의 강화 구조를 형성할 수 있는 요인은 선뜻 꼽기 어렵다. 우리는 먼저 공간이라는 요인에 착안점을 두었다. 공간 자체가 몰입의 대상이 될 수는 없지만, 특정 공간에서는 더욱 몰입할 수 있다. 독서실에서 공부를 하는 이유는 독서실이라는 공간이 공부에 더 잘되게 하기 때문이다. 즉, 공간은 몰입을 강화시켜준다는 것이다. 이러한 몰입은 외적 몰입이다.

그렇다면 외적 몰입의 경우는 어떨까? 이 경우도 마찬가지이다. 공간은 외적 몰입도 강화시켜줄 수 있다. 간단한 사례를 생각해보자. 두 사람이 대화를 나눌 때, 이들이 어떤 거리를 유지하느냐가 대화의 몰입에 영향을 미친다고 생각할 수 있다. 너무 가까우면 부담스럽고 너무 멀면 대화의 진행이 어렵다. 즉, 두 사람이 공유하는 공간의 크기가 대화를

통한 몰입 경험을 유발하는데 영향을 미친다고 생각할 수 있다.

본 연구에서 중점을 두고 있는 것은 공간의 크기이다. 문화 콘텐츠의 수용행위 특성에 따라서 적합한 공간의 크기가 다르다는 것이다. 일을 하기 위한 공간과 사랑을 나누기 위한 공간의 크기가 다르다. 그런데 콘텐츠와 공간의 크기가 동일하다고 해서 같은 몰입 효과를 얻을 수 있는 것은 아니다. 콘텐츠를 향유하는 사람의 특성이 중요한 변수로 작용할 수 있다. 하지만, 콘텐츠에 대한 개인적 취향 차이는 어느 국가나 민족마다 비슷하게 분포하기 때문에 큰 의미를 지니지는 않는다고 보았다. 핵심은 공간에 대한 사고방식의 차이이다. 같은 대화라도 어느 나라 사람들은 좀 더 가까워서 나누고, 또 어느 나라 사람들은 좀 더 멀리서 나누는 것을 보면, 문화에 따른 공간에 대한 인식 차이 확인할 수가 있다.

이러한 외적몰입을 일으키는 공간에 대하여 이론적 근거로서 장 피아제(Jean Piaget)의 연구 결과를 중점적으로 검토하였다. 피아제에 의하면, 인간의 인지 발달은 자연적인 성숙과 환경의 상호작용에 의해서 발달한다. 그 과정은 질적으로 다른 4단계를 순서적으로 거친다고 하였고 그 속도는 아동들마다 약간의 차이가 있으나 거의 문화적 보편성을 나타낸다고 하였다.

그가 주장하는 4단계는 도식, 동화, 조절, 평형이다. 첫째, 도식(scheme)은 유기체가 가지고 있는 이해의 틀을 말하며, 이 도식은 유기체가 생래적으로 가지고 태어난 것이 아니라 유기체가 환경과 접촉에서 반복되는 행동과 경험에서 형성되는 것이다. 둘째, 동화(assimilation)는 이미 갖고 있는 도식 또는 체계에 의해 새로운 대상이나 사건을 해석하고 이해하는 인지과정이다. 셋째, 조절(assommodation)은 기존의 인지구조로 새로운 대상을 받아들일 수 없는 경우에 기존의 구조를 변경시키는 과정을 말한다. 넷째, 평형(equalibrium)은 새로운 상황에서 일관성과 안전성을 이루려는 시도를 말한다. 이러한 평형은 지속적인 동화와 조절의 과정을 통해 이루어진다.

본 논고에서는 이러한 피아제의 주장을 외적 몰입의 과정으로 이해한다. 즉, 노래는 문화콘텐츠로서 이해의 틀을 형성하고, 노래방의 경험을 통해서 동화, 조절, 평형의 과정을 거치면서 외적몰입을 경험하는 것이다. 특히, 노래방에서의 외적몰입은 완전한 평형상태를 이룬 4번째 단계에 다다름을 의미한다. 이러한 과정은 에드워드 티홀(Edward T. Hall)이 주장하는 프락시믹스와 깊은 관련을 가진다.

2.4. 문화와 프락시믹스

Edward T. Hall의 프락시믹스 이론에 따르면 몰입을 위한 공간의 역할 역시 문화적 배경에 따른 차이가 존재한다고 할 수 있다. 이는 개인의 존재 가치에 초점을 둔 존재론

적 사고관이 반영된 서양인의 공간 수렴 방식은 혼자서 경험하는 내적 몰입을 강화하는 방법을 띠고 있다. 타인과의 관계를 형성하기 보다는 개인적인 활동을 비교적 강조하는 것이 서양 문화의 특징이다. 따라서 서양인들은 몰입을 위해서는 프락시믹스가 큰 편이 좋다고 할 수 있다.

한편, 이에 반해서, 관계론적 사고관에 기반을 두고 있는 동양 문화의 경우는 내적인 몰입 요소보다는 외적인 몰입 요소를 중시하는 특징을 가지고 있다. 혼자보다는 타인과의 관계를 통한 몰입을 추구하는 경향이 강하다고 할 수 있다. 즉, 몰입을 위한 프락시믹스가 비교적 작다고 할 수 있다.

공간은 내적 몰입뿐만 아니라 외적 몰입을 위해서도 중요한 요인이다. 공간을 몰입 요인으로 활용하고 인식하는 방법은 문화적인 차이가 존재하기 때문에, 모든 동서양을 아우르는 몰입 공간의 설계는 까다로운 작업이 아닐 수 없다. 그러나 근본적으로 공간은 몰입을 강화시킬 수 있는 요인이라는 것은 부정할 수 없는 사실이다.

한국인들에게 몰입은 반드시 내적 동기만으로 형성되는 것이 아니다. 물론 이것을 한국적인 특성이라고 정의할 수는 없지만 상대적으로 그러한 경향이 강하다는 것이다. 이러한 관점에서 내적인 몰입 요소보다는 외적인 몰입 요소가 더욱 중요할 수도 있다. 본 연구는 동양적인, 특히 한국적인 몰입의 특징을 가시화할 수 있는 공간의 하나로서 노래방을 실험 분석 대상으로 선정하였다.

우리나라에서는 예로부터 음악은 탈춤공연 이라던가 혹은 판소리공연과 같이 관객과 공연자가 일체가 되는 근접 관람 및 상호 참여가 극대화된 '방'이라는 형식으로 수용되고 있었다. 이러한 독특한 문화 콘텐츠 수용 방식의 차이는 환경과 조우하여 살아가는 대한민국의 전통적인 사고관이 밀접하게 반영되어있기 때문으로 보인다.

'방'은 동양의 관계론적 세계관을 한국적으로 반영한 외적 몰입 요소라고 할 수 있다. 역사적으로도 '방'이라는 공간은 내적 몰입을 외적 몰입으로 승화시키는 촉매제로써의 역할을 수행해왔다. 이러한 독특한 공간 수용 기제가 발달한 이유는 집단 제의적 무의식을 공동 체험을 통해 강화하려는 공동체적 사회적 욕구가 반영된 것으로 보인다.

'방'의 밀폐성은 환경적 몰입 기제이다. 특히 노래방의 공간적 특성은 밀폐성, 체험성, 동시성, 놀이성, 상호 소통성, 집단성 등을 들 수 있다. 개개인이 체험한 내적 몰입은 노래방이라는 외적 몰입 기제를 통해 공동체화되는 성격을 가진다. 공동체적 몰입 체험은 참여자간의 일체감을 형성하고, 몰입 정도를 강화한다. 이렇게 노래방의 몰입은 노래라는 문화 콘텐츠 사용에 기반 한 내적 몰입 요소와 공간적 특성에 의한 외적 몰입 요소가 동시에 작용한다.

본 연구는 노래방이라는 특수한 공간이 몰입에 어떠한 영

향을 미치는지를 관찰함으로써 몰입과 공간의 상호 관계를 규명하고자 한다. 특히 공간의 인식 방식에 문화적 차이가 있다는 것은, 몰입에 미치는 공간적 특징이 각 문화마다 차이가 난다는 것을 의미한다. 본 연구는 이러한 관계에 있어서의 한국적인 특징을 고찰하면서 더 나아가서 세계화의 가능성을 탐지하는데 초점을 맞추고 있다.

3. 프락시믹스 평형

3.1. 프락시믹스 평형

피아제가 논증한 환경적응의 4단계는 인간이 환경에서 안위를 확보하기 위한 생물적 노력과 감정적 노력이 결부되어 있다. 이러한 경향은 E.T. Hall의 프록시믹스라는 개념을 통해서 문화적 정체성으로 나타나고 있다.

노래라는 문화 콘텐츠를 통해서 얻을 수 있는 몰입은 내적 몰입이다. 본 연구에서는 노래방이라는 공간(협소, 밀폐)의 특성을 바탕으로 한 프락시믹스의 감소를 통한 동질화를 이루는 단계를 통해서 내적 몰입이 외적 몰입으로 강화된다는 것을 제시하고 검증하고자 한다. 우리는 이러한 과정을 프락시믹스 평행이라고 명명하기로 한다.

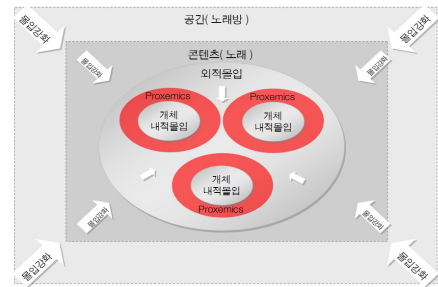


fig1.너무 넓은 공간에서 프락시믹스 평행이 발생하지 않는 경우

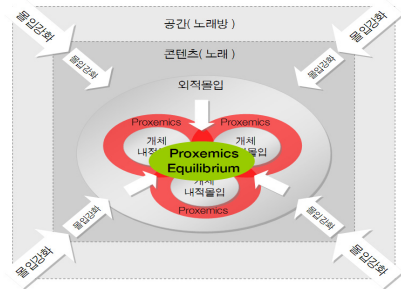


fig2.적절한 공간에서의 프락시믹스 평행이 발생하는 경우

3.2. 노래방에서의 프락시믹스 평형

노래방이라는 공간의 특수성, 특히 밀폐성은 프락시믹스를 감소시켜 동질감을 형성할 수 있는 사회적 거리를 유지하게 한다. 이는 한국인들에게 있어 내적 몰입의 강화 즉, 외적 몰입을 형성하게 하는 기제로 작용하게 된다. 프락시믹

스는 친밀감에 대한 공간적 해석이고, 노래방의 경우 뚜렷한 특수성을 내포하고 있다. 한국에서 노래방에 가는 목적은 노래를 커뮤니케이션 도구로 이용하고 있기 때문으로 추측되고, 친밀한 공간적 거리를 이용해서 외적몰입을 강화시켜 동질화 하고자하는 욕구가 투영되어 있다.

한국인들은 동양의 관계론적 사고에 익숙하기 때문에 프락시믹스의 감소는 몰입을 경험할 수 조건이 된다. 노래는 내적 몰입을 경험할 수 있도록 하는 문화 콘텐츠이다. 이는 문화적 차이를 벗어나 세계 공통적으로 적용된다고 할 수 있다. 그런데 특히 한국인들은 노래방이라는 공간에서 노래를 부르으로써 내적 몰입을 벗어나 더욱 강력한 외적 몰입을 경험하게 된다. 노래방의 공간적 특성, 즉, 밀폐성, 협소성, 연속성, 공간 변환의 용이성 등은 사용자들의 프락시믹스를 감소시켜 적절한 사회적 거리를 유지함으로써 동질성을 강화 한다. 이러한 특성들은 한국인의 특징과 결합하여 내적 몰입을 외적 몰입으로 강화시켜 주는 것이다.

이러한 프락시믹스에 따른 몰입의 특징을 노래방에서 발견되었다. 한국인이 노래방을 선호하는 특정한 행위를 피아제와 E.T. Hall의 연구결과를 바탕으로 노래방에서 프락시믹스 평행이 이루어지는 과정으로 파악하고 이를 프락시믹스 평행이라 정의하였다. 이를 증명하기 위하여 공간 방정식이라고 명명한 실험 과정을 설계하였다.

4. 공간 방정식

공간 방정식은 본 논문의 실험 목적에 부합하는 실험 가설들을 설정하고, 그에 관련된 사회적인 특히 한국적인 규칙들이 전제된 후에 수립된다. 사회적(한국적) 규칙은 우리가 일반적으로 받아들이고 있는 상식들 중에서 실험 가설에 부합하는 것들이다. 이러한 사회적 규칙들을 노래방이라는 공간으로 옮김으로써 공간 방정식 규칙들을 설정한다.

4.1. 공간 방정식 수립

노래방의 밀폐성은 시간을 잊게 하고, 협소성은 사회적 거리를 좁힌다. 의자의 연속성은 교류를 증대 할 것이며, 공간 변환의 용이성은 노래방자체를 무대화한다. 이러한 공간 요소와 외적 몰입 사이의 상관성을 논증하기 위해 공간방정식을 수립한다. 즉, 한국인들은 노래방에서 노래를 부르는 과정에서 내적 몰입이 이루어지고, 더 나아가서 공간적 특성이 제공하는 프락시믹스의 감소로 인해 외적 몰입을 경험한다는 가설을 증명하려는 것이다.

공간 방정식은 바이런 리브스(Byron Reeves)의 <미디어 방정식>의 논증 과정에서 모티브를 가지고 왔다. <미디어 방정식>은 사회학적인 관점에서 기본적으로(무의식적으로) 자연스럽게 인정되고 있는 상식과 규칙들을 컴퓨터를 대상으

로 실험한다. 즉, 사람과 사람 사이에 성립되던 사회적 규칙들이 사람과 컴퓨터 사이에도 적용되는지를 살펴보는 것이다. 예를 들어, 사람은 자신에게 친절한 사람에게 호감을 느낀다. 사람과 컴퓨터 사이에도 이것이 성립할까? 사람에게 친절한 어조를 사용하도록 프로그래밍 된 컴퓨터를 사용해 실험을 한 결과, 사람과 사람 사이의 규칙은 사람과 컴퓨터 사이에도 적용됨이 증명되었다.

본 연구의 공간 방정식은 <미디어 방정식>과 동일하지는 않지만, 비슷한 과정을 거쳐 수립된다. 실험 가설에 적합한 사회적 규칙들을 선정한다. 이것은 일반적으로 통용되는 것이어야 한다. 그리고 이 사회적 규칙들을 노래방이라는 공간에 적합한 것으로 가공하여 실험적으로 증명할 수 있는 공간 방정식을 도출해낸다.

공간 방정식은 논증을 위해 제시한 가설을 크게 세 가지 부분으로 나누어 수립하였다. 첫 번째 부분은 문화적 배경에 따른 공간의 선호 방식을 증명한다. 두 번째는 밀폐 공간에 프락시믹스를 감소시키는 요소가 존재한다는 것을 증명한다. 마지막으로 프락시믹스의 감소는 내적 몰입을 강화하여 외적 몰입으로 이끈다는 것을 증명할 것이다. 이들 소(小) 가설들은 한국적 특징을 전제로 이루어지며, 이들의 증명은 본 연구의 대(大) 가설의 증명으로 이어진다. 다음은 실험 가설들과 이로부터 공간 방정식을 이끌어가는 과정이다.

실험 가설	한국적 규칙	공간 방정식 규칙
공간의 선호 방식은 문화적 배경의 차이에 기인한다.	좁고 밀폐된 방은 한국의 문화적 특색을 반영한다.	한국인은 가라오케보다 노래방을 좋아한다.
밀폐 공간은 프락시믹스를 감소시킨다.	한국인은 더 친해지기 위해 밀폐된 공간을 찾는 특성이 있다.	얼싸 안거나 어깨동무를 하며 평소에 하지 않던 오버 액션을 하게 된다.
프락시믹스가 감소하면 몰입이 강화된다.	한국인들은 마음이 맞고 친한 사람들과 함께 할 때 더욱 흥이 난다.	집중한 나머지 다른 일들을 잊기도 한다. 노래 자체보다는 분위기에 의해 더욱 신명난다.

table1.공간 방정식

4.2. 설문

공간 방정식의 실험적 증명을 위한 방법으로 설문 조사를 시행한다. 세 가지 공간 방정식의 성립 여부를 확인하기 위하여, 설문 내용을 조작적으로 구성할 필요가 있었다. 총 100명의 한국인들에게 노래방 이용 행태를 설문을 통해 알아보았다.

1. 남성인가요, 여성인가요?				
1) 남성		2) 여성		
2. 동성과 이성 중 주로 누구와 노래방에 가나요?				
1) 동성		2) 이성		
3. 한 달에 몇 번 정도 노래방을 방문하시나요?				
1) 1회 이하	2) 2-4 회	3) 5-7 회	4) 8-10 회	5) 11회 이상
4. 가격을 고려치 않을 때, 노래방과 가라오케 중 선호하는 곳은?				

1) 노래방		2) 가라오케		
5. 노래방에서 함께 놀면서 혹은 놀고 난 후에 더 친밀해진 것 같은 느낌이 드나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
6. 잘 모르는 사람과 노래방에서 놀면서 더 친해진 것 같은 느낌이 든 적이 있나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
7. 노래방에서 놀면서 사람들에게 더 가까운 물리적 거리를 허용할 수 있다고 생각하시나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
7-1. 노래방에서 옆 사람들과 유지하는 구체적인 거리는 어떻게 되나요?				
1) 15cm 이하	2) 15~45cm	3) 45~70cm	4) 70~120cm	5) 120~210cm
8. 흥이 나서 괴성을 지르고 헤드뱅잉을 하거나 춤을 추고 싶은 충동을 느끼나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
9. 노래방에서 놀다가 시간 가는 줄 몰랐거나 혹은 다른 약속을 잊어버리기도 하나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
10. 노래방에서 놀면서 추가 시간을 요구하시나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
11. 체력적으로 힘이 들거나 목이 쉬어도 개의치 않으시나요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다
12. 흥이 난 다른 사람들의 모습을 보면 역시 흥이 나는가요?				
1) 매우 아니다	2) 아니다	3) 보통이다	4) 그렇다	5) 매우 그렇다

table2.공간 방정식 설문

5. 공간방정식 설문 결과 분석

5.1. 문화적 배경에 기인한 공간 선택

가라오케라는 부르주아적 성향의 공간과 노래방이라는 대중적인 공간을 비교하기 위해 가격과 품질을 고려하지 않는 경우 선호하는 공간을 물어봤을 때, 노래방에 대한 선호도(97%)가 압도적으로 높았다.



fig3.한국인이 선호하는 공간

5.2. 밀폐, 협소한 공간에서의 프락시믹스감소

한국인들은 밀폐, 협소한 노래방에서 평소보다 더욱 가까운 프락시믹스를 유지한다.

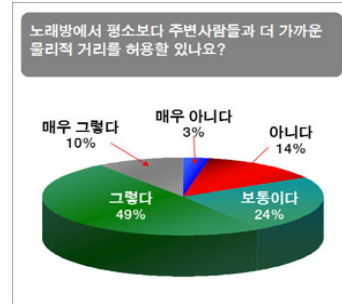


fig4.평소보다 가까운 물리적 거리의 허용 여부

이러한 원인은 내적, 외적 몰입의 분류와 마찬가지로 내적, 외적 요인으로 분류 가능한데, 내적인 요인은 노래라는 콘텐츠를 즐기는 것에서, 외적인 요인은 공간 자체의 축소에 의해서 나타나는 결과이다. 아무리 노래라는 콘텐츠를 즐기더라도 공간 자체의 협소성이 결여된다면 개체간의 물리적 거리가 좁혀지기 힘들다.

노래방에서 한국인은 개체 간에 더욱 가까운 거리를 허용한다는 사실을 알 수 있었으며, 구체적인 개체 거리를 알아보기 위해 추가적인 설문을 실시하였다.

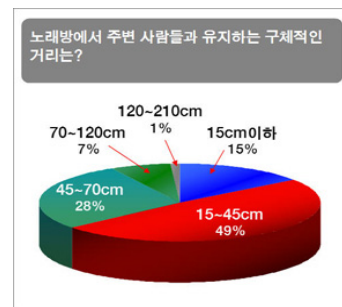


fig5.노래방에서 사람들과 유지하는 프락시믹스

피설문자들의 64%는 노래방에서 주변 사람들과 45cm(면 밀접거리)이하를 유지한다. E.T. Hall은 면 밀접거리의 특징을 친분이 있는 사람들에게 허용 가능한 거리라고 정의하였다. 친분이 적은 사람과 노래방 공간을 함께 사용하는 경우 더욱 깊은 친분을 쌓을 수 있다는 점을 피력한다.

노래방이라는 공간 자체가 협소하기 때문에 개체간의 거리가 줄어드는 것은 당연한 결과라고 생각될 수도 있다. 하지만 해당 설문의 의의는 노래방에서는 사람들이 타인과의 물리적 거리를 좁힐 의사가 있다는 것을 밝혀내는데 있다. 즉, 노래방이라는 밀폐된 공간의 특성이 프락시믹스의 감소에 기여한다는 것을 증명할 수 있다는 것이다.

5.3. 프락시믹스의 감소와 몰입의 강화

앞서 한국인이 선호하는 공간형태와 그로인한 프락시믹스의 변화를 알아보았다. 우리의 가설은 프락시믹스의 감소는 프락시믹스 평행을 유도하며 외적, 내적 Flow가 증가한다는 것을 조사한다. 아래 설문들은 미하이가 정의한 몰입 상태를 근거로 하여 작성하였다.

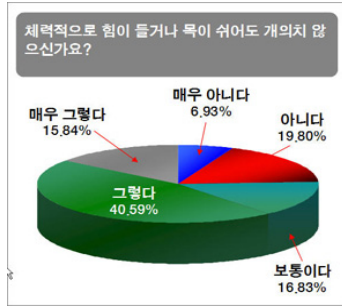


fig6.노래방에서의 내적 몰입 1

노래방에서의 경험 자체는 구성원 개개인의 내적 몰입을 유도한다. 과반수 이상의 피설문자는 노래방에서의 경험이 육체적 피로를 개의치 않을 정도로 높은 몰입을 경험하는 것으로 나타났다.

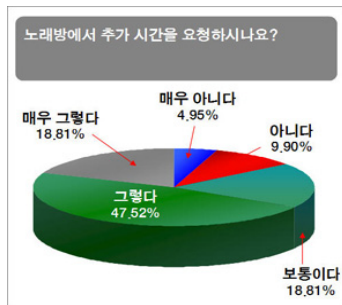


fig7.노래방에서의 내적 몰입 2

또한 노래방에서의 경험을 지속하기위해 추가시간을 늘리는 것으로 나타났다. 이러한 설문 결과는 한국인이 노래방에서 평소보다 높은 몰입을 보이는 것으로 유추가능하다.

우리의 공간방정식 가설에 따르면 프락시믹스 평행이 외적 몰입을 강화 시킨다. 다음과 같은 설문을 바탕으로 놀이방에서의 외적 몰입발생을 알아보았다.

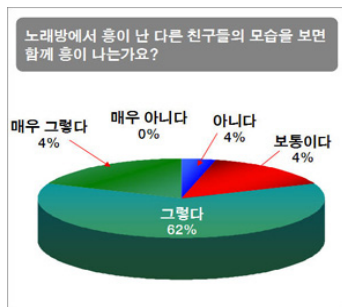


fig8.노래방에서의 외적 몰입

과반수의 응답자는 노래방에서 주변 사람들의 모습을 보면 자신 또한 함께 흥이 난다고 대답하였다. 현재로써는 측정할 수는 없지만, 노래방에서 내적, 외적 몰입이 함께 발생한다는 것을 알 수 있으며, 프락시믹스 평행발생이 유추가능하다. 우리의 가설은 이러한 경험의 동시다발성은 결국 구성원 개개인이 서로의 친분이 강화된다고 유추 가능하다. 다음과 같은 설문을 통해 구성원들의 친밀도를 알아 보았다.

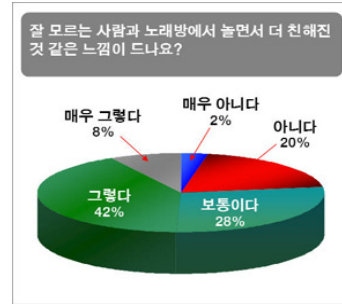


fig9.노래방경험에 따른 친밀도 변화

과반수의 응답자들은 노래방경험이 구성원의 친목을 도모한다고 말한다. 공간에 따른 프락시믹스의 감소 프락시믹스 평행에 따른 내적, 외적 몰입의 강화는 결국 구성원의 친밀도를 상승하며 지속적인 방문을 유도하고 콘텐츠 별 공간 구성의 중요성을 강조한다.

6. 결론

본 문헌은 노래방이라는 공간에서 노래라는 문화 콘텐츠를 소비하는 과정에서 내적 몰입은 물론 외적 몰입이라는 더욱 강력한 몰입을 경험한다는 가설을 제시하였다. 노래방이라는 밀폐된 공간과 한국인의 문화적 특성은 구성원들 사이의 프락시믹스를 감소시켰으며, 이러한 과정에서 노래에 의한 내적 몰입이 외적 몰입으로 강화되는 과정을 규명하고, 이를 프락시믹스 평행이라고 정의하였다. 본 문헌은 실험 가설을 논증하기 위하여 이를 3가지 작은 가설들로 나누고, 공간 방정식이라는 실험 방법을 통하여 제시된 가설이 옳음을 확인하였다. 공간 방정식의 수립을 통한 가설의 증명 과정에서 우리가 얻은 결론은 다음과 같다.

6.1. 콘텐츠 소비 기제로서의 공간

본 문헌에서는 노래방이라는 사례를 통하여 문화 콘텐츠가 소비되는 과정을 살펴보았다. 노래를 비롯한 대개의 문화 콘텐츠는 몰입을 유발함으로써 재미와 즐거움을 제공해준다. 하지만 문화 콘텐츠가 제공해주는 몰입은 대부분 콘텐츠의 직접 사용자에게 국한된 내적 몰입으로, 이러한 몰입을 확장시킬 수 있는 방안에 대한 연구는 문화 콘텐츠의 소비를 활성화시킬 수 있다는 측면에서 필수적이다. 본 문헌에서는

공간을 문화 콘텐츠의 내적 몰입을 확장하여 보다 많은 사람들이 공유할 수 있도록 해주는 몰입 기제의 역할을 수행하고 있음을 확인하였다. 즉, 노래를 다른 곳이 아닌 노래방이라는 공간에서 부름으로써, 구성원들 또한 노래를 부르는 이와 같은 즐거움을 공유할 수 있음을 확인한 것은 문화 콘텐츠의 소비에 있어서 공간적 요소의 고려가 필수적임을 상기시켜주고 있다. 노래방뿐만 아니라 PC방, DVD방, 플레이스테이션 방 등 문화 콘텐츠를 소비할 수 있는 다양한 공간의 등장은 문화 콘텐츠와 공간의 상관성을 입증해주고 있다.

6.2. 커뮤니케이션 기제로서의 공간

프락시믹스 평행에 의한 외적 몰입의 경험을 통해 공간이 커뮤니케이션 매체로 작동하고 있음이 증명되었는데, 이는 직접적으로 몰입의 강화를 통한 동질감 형성에서 그 원인을 찾을 수 있다. 동질감의 형성은 공간 방정식의 증명 과정에서 확인되었으며, 노래방의 공간적 특성에 의한 프락시믹스의 감소가 직접적으로 관계되어있다고 정의할 수 있다. 노래방에서 노래를 부르는 구성원들은 평소보다 친밀감을 느끼게 되며, 이것은 비단 노래방에서 뿐만 아니라 다른 분야에서도 나타날 수 있는 현상이라고 유추해볼 수 있다. 즉, 공간은 구성원들 사이의 프락시믹스를 감소시키는데 기여를 하며, 결국 활발한 커뮤니케이션을 자연스럽게 유도하는 역할을 수행할 수 있다고 생각된다. 구성원들 간의 자발적인 커뮤니케이션을 활성화시키는 공간의 특성은 이미 활발히 연구되고 있으며, 활용 가치가 매우 높다고 할 수 있다.

6.3. 문화적 경계선으로서의 공간

본 문헌에서 수립한 가설과 공간 방정식의 증명은 한국인을 대상으로 그 적용 범위를 좁히고 있다. 이미 언급한 바와 같이 공간을 인식하는 데는 문화적 배경에 기인한 차이가 나타나며, 공간에 대한 인식이 매우 중요하다는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 본 문헌은 한국인의 공간 인식에 대한 특이성에 집중하였으며, '노래방'의 공간적 특성에 대한 인식은 문화적 특성에 기인하고 있다는 것을 전제로 하고 있다. 이러한 공간과 문화 콘텐츠의 독특한 결합 방식에 대한 연구는 향후 콘텐츠 소비 패러다임에 공간적 요소를 추가하여, 개인과 집단의 몰입의 강도를 높일 수 있는 유효한 방법에 대한 연구로 확장될 수 있을 것이다. 궁극적으로는 본 연구는 몰입에 대한 한국적인 특징을 세계화시킬 수 있는 방안을 연구함에 있어, 기초적인 자료를 제시할 수 있는 사례가 될 수 있을 것이라 기대한다.

6.4. 공간적 특수성이 제공하는 현존감(Presence)

공간의 축소를 통한 프락시믹스 평행을 통한 몰입의 강화는 비록 가상성이 포함되지 않는 현실적 경험이지만, 일상 생활에서는 접하기 어려운 비현실적 경험을 추구한다는 측

면에서 현존감과 결부시킬 수 있다고 생각된다. 이러한 관점에서 현존감 이론에서 말하는 가상 경험의 세 가지 영역과 유사한 경험을 내적 몰입이 외적 몰입으로 강화되는 과정에서 발견할 수 있다. 가상 경험의 영역은 물리적 현존감(Physical Presence), 사회적 현존감(Social Presence) 그리고 자아 현존감(Self Presence)로 구성된다. 노래라는 문화 콘텐츠에 대한 내적 몰입은 자아 현존감과 일맥상통한다. 비현실적/비일상적인 공간 크기는 프락시믹스 평행을 통한 물리적 현존감을 제공하며, 이로 인한 외적 몰입 발생 과정은 사회적 현존감과 관련지을 수 있다.

현존감 효과는 여러 가지가 있으나, 그 중 본 문헌에서 논증하고 있는 노래방의 몰입 과정과는 다음과 같은 것들을 결부시킬 수 있을 것이다.

- 각성(Arosal): 매체를 사용하는 동안 현존감을 더 많이 느낄수록 각성 수준이 높아진다.
- 분위기(Mood): 매체를 사용한 현존감은 즐거움과 기쁨을 수반한다.
- 설득력(Persuasion): 현존감은 매체의 설득력을 강화시킨다.

노래방 공간이 제공하는 경험(프락시믹스 평행)은 이와 비슷한 효과를 수반한다고 할 수 있다. 내적 몰입을 통한 각성과 외적 몰입을 통한 분위기는 공간을 공유하는 개체의 친밀도를 상승시키는 작용을 한다. 또한 한국의 이러한 밀폐, 협소한 공간 공유를 통한 '방' 문화는 설득력이 필요한 비즈니스 공간으로 활용되기도 한다. 즉, 노래방이라는 특수한 공간에서의 경험은 현존감과 유사한 효과를 가지고 있다는 것을 알 수 있다. 물론 노래방에서의 비현실/비일상적인 경험을 추구는 가상성의 인지 정도라는 측면에서는 현존감과 관련지어 설명할 수는 없다. 하지만 공간의 특수성이 현존감을 유발하는 매개로 작용할 수 있다는 가능성에 대하여 연구해볼 수 있는 여지를 남길 수는 있다고 본다.

참고문헌

- [1] Flow, Mihaly Csikszentmihalyi, 2004
- [2] 강의, 신영복, 2004
- [3] Hidden Dimension, Edward T.Hall, 1999
- [4] Karaoke and Social Class in Asia and the US, Rob Drew, 2002
- [5] 제3의 공간, 크리스티안 미쿤다, 2005
- [6] 놀이와 인간, 로제 카이와, 1966
- [7] 피아제의 발생학적 인식론과 구조론, 장 피아제, 1992
- [8] IT의 사회문화적 영향에 대한 미국의 연구동향, 이관민, 2004