

로제 카이와의 놀이 이론으로 본 미술관 소장품 챌린지

A Study on Museum Challenge Based on Caillois' Play Theory

이윤진¹, 구자준^{2*}

Yunjin Lee¹, Jajoon Koo^{2*}

요약

COVID-19로 인한 팬데믹 상황은 예술작품을 향유하는 문화소비의 양상을 변화시켰다. 미술관의 경우 정부의 방역 지침에 따라 전시장을 휴관하는 대신 온라인을 통해 대중들이 문화를 향유할 수 있는 참여 프로그램을 운영하는데 대표적인 것이 미술관 소장품 챌린지이다. 미술관 소장품 챌린지는 미술관의 소장품 중 한 가지를 택하여 참여자가 해당 작품을 독창적으로 재해석한 사진을 해시태그와 함께 본인의 SNS 계정에 올리고 공유하는 프로그램이다. 본 연구는 미술관 참여 프로그램이 대중의 소통과 참여를 성공적으로 이끌어내기 위해서는 프로그램이 '놀이'로 받아들여져야 한다는 견지에서, 미술관 소장품 챌린지의 국내외 사례인 '미술과 격리 사이', 국립현대미술관의 '소장품 집콕놀이', 예술경영지원센터 미술주간의 '창의로운 미술생활'을 로제 카이와의 놀이 이론으로 살펴보고 각각의 사례에서 나타나는 운영상의 차이가 놀이 요소의 정도에 영향을 미치는 것을 확인하였다. 본 연구는 놀이 자체로서의 미술관 참여 프로그램을 연구했다는 의의가 있다.

핵심어 : 미술관 소장품 챌린지, 미술관 프로그램, 놀이, 로제 카이와

Abstract

The pandemic situation caused by COVID-19 in 2020 has changed the way of cultural consumption to enjoy artworks. While art museums closed under the government's quarantine guidelines, they planned online public programs such as Museum challenge. Museum Challenge is a program in which participants choose their favorite artworks from the museum collection, recreate the artwork, and upload it with hash-tags on their personal SNS accounts. In order to successfully operate museum participation programs, programs should be considered as 'play'. Three challenge programs -Between Art and Quarantine, MMCA Challenge by National Museum of Modern & Contemporary Art in Korea, and 2020 Korea Art Week Challenge- has been analyzed using the perspective of Play theory by Roger Caillois especially focusing on elements of play in each cases. The result concerned that the operational differences in each case affect the degree of play. This study is significant in the sense that it studied museum participation program as play itself.

Keywords : Museum Challenge, Museum Program, Play Theory, Roger Caillois

1 Department of Studies of Arts, Sungkyunkwan University, Seoul, Korea [Graduate Student]

e-mail: yunjin.j.lee@gmail.com

2 Department of Design, Sungkyunkwan University, Seoul, Korea [Professor]

e-mail: designer@skku.edu (Corresponding author)

Received(May 15, 2021), Review Result(1st: May 28, 2021), Accepted(June 11, 2021), Published(June 30, 2021)



© 2021 The Authors. Published by NCSS.

This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

1. 서론

COVID-19로 인한 팬데믹 상황은 사회 전반에 ‘언택트’ 문화를 확산시켰다. 언택트란 부정 접두사(un-)와 접촉(contact)의 합성어로 비대면 방식을 뜻하는 신조어이다. 타인과의 접촉을 최소화하고자 업무와 교육을 비롯한 일상생활의 많은 부분이 온라인으로 대체되었다. 문화예술계 역시 많은 변화가 있었다. 2021년 4월 유네스코의 조사 결과에 따르면, 2020년에 미술관 및 박물관은 평균 150일 이상 문을 닫았고, 관람객이 약 70% 감소한 것과 더불어 전년도 대비 수익 역시 40~60% 가량 감소했다 [1]. 미술관과 박물관은 팬데믹 상황에서도 대중들의 문화향유 및 교육이라는 본연의 목적에 충실하고자 여러 시도를 해왔다. 2015년의 유네스코 권고에 기반한 디지털화, 가상 전시 투어, 소셜 네트워크 활용을 바탕으로, 집에서 이용 가능한 키트를 개발하거나 디지털 미디어를 이용하여 집에서도 즐길 수 있는 문화콘텐츠를 고안하고 배포하였는데 [1] 대표적인 것이 미술관 소장품 챌린지이다. 미술관 소장품 챌린지는 미술관의 소장품 중 한 가지를 택하여 참여자가 해당 작품을 독창적으로 재해석한 사진을 해쉬태그와 함께 본인의 인스타그램 계정에 올리고 공유하는 프로그램이다. 국내에서는 국립현대미술관 ‘소장품 집콕놀이’와, 문화체육관광부가 주최하고 예술경영지원센터가 주관한 ‘2020 미술주간 챌린지: 창의로운 미술생활’이 각각 2020년 8월부터 9월 사이에 한 달간 진행되었다. 해외에서는 ‘미술과 격리 사이’ 챌린지가 게티뮤지엄 챌린지 등으로 파생되어 많은 참여를 이끌어냈으며 현재까지도 관련 게시물이 올라오고 있다.

니나 사이먼은 대중을 수동적 관람자가 아니라 문화적 참여자로 활발하게 관여하기 위해 미술관과의 소통과 공유를 강조한다 [2]. 특히 디지털 시대에서는 미술관 작품에 대한 이해와 감상보다 참여와 동적인 경험이 중요하며 [3] 대중은 단순히 구경꾼에 그치는 것이 아니라 미술관의 문화경험을 적극적으로 소비하고 생산해내는 ‘프로슈머’, ‘매개자’, ‘마케터’로 위치한다 [4]. 결국 미술관이 가장 고민해야 할 문제는 대중의 소통과 참여를 어떻게 이끌어낼 것인가로 귀결된다. 특히 언택트 문화 확산으로 미술관의 프로그램이 온라인 상으로 진행되는 현 상황에서는 프로그램 참여에 있어서 개별적, 자발적 성향이 더욱 두드러진다. 본 연구는 미술관 참여 프로그램이 대중의 소통과 참여를 성공적으로 이끌어내기 위해서는 결국 프로그램이 ‘놀이’로 받아들여져야 한다고 보고, 온라인 참여 프로그램 중 하나인 미술관 소장품 챌린지 사례를 로제 카이와의 놀이 이론을 중심으로 살펴보고자 한다.

미술관 프로그램을 유희적, 놀이적 가치에서 바라본 기존의 연구들은 미술관 참여 프로그램 콘텐츠의 개발에 있어 놀이적 요소를 적용하는 것에 주목했다 [5][6]. 반면 본 연구는 미술관 참여 프로그램을 놀이 그 자체로 보고 놀이 이론으로 프로그램을 분석하는데에 의의가 있다. 앞서 언급한 미술관 소장품 챌린지 사례에서 카이와 이론의 놀이 요소가 어떻게 반영되고 있는지 살펴보고, 미

술관 온라인 참여 프로그램의 놀이로서의 가치를 확인하고자 한다. 이를 통해 언택트 문화 확산으로 문화향유와 소비의 양상이 달라진 오늘날 미술관 참여 프로그램의 방향성에 대한 시사점을 제공하기를 기대한다.

2. 이론적 배경

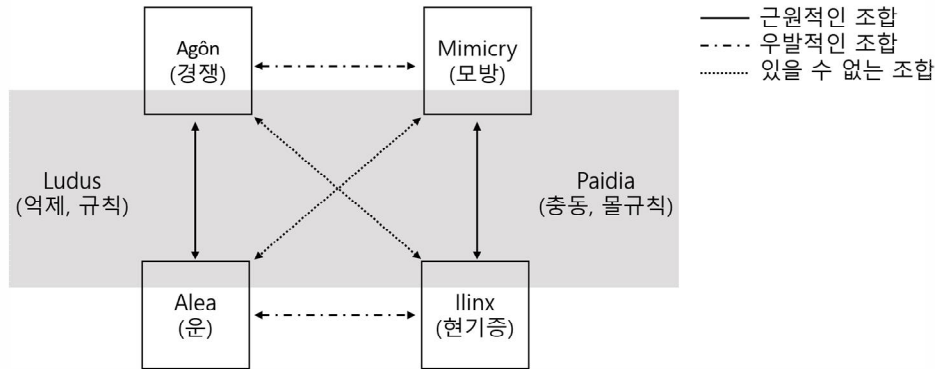
2.1 놀이이론

학문적 탐구의 대상으로서 ‘놀이’에 대한 본격적인 논의는 요한 하위징아에서 출발한다. 하위징아는 놀이를 “특정 시간과 공간 내에서 벌어지는 자발적 행동 혹은 몰입 행위로서, 자유롭게 받아들여진 규칙을 따르되 그 규칙의 적용은 아주 엄격하며, 놀이 그 자체에 목적이 있고 ‘일상생활’과는 다른 긴장, 즐거움, 의식을 수반”하는 것으로 정의한다 [7]. 이를 더욱 발전시켜서 로제 카이와는 다음의 특징으로 놀이를 정의하고 있다 [8]. 첫째, 놀이는 자유로운 활동으로, 놀이 참여자는 어떠한 강요로부터도 벗어나 유쾌한 심적 즐거움을 얻는다. 둘째, 놀이는 명확하게 주어진 공간과 시간의 범위에 한정된 분리된 활동이다. 셋째, 놀이는 비확정적인 활동이다. 전개나 결과가 결정되어 있지 않기 때문에 참여자의 자유로운 의사가 반영될 여지가 있어야 한다. 넷째, 놀이는 비생산적인 활동이다. 소유권의 이동은 있지만 어떠한 부나 재화를 추가적으로 만들어내지 않는다. 다섯째, 놀이는 규칙이 있는 활동이다. 놀이가 진행되는 시공간 범위 내에서 정해진 약속을 따른다. 여섯째, 놀이는 허구적인 활동이다. 이때 카이와는 마지막 두 가지 특징은 상호배타적임을 언급했다. 예를 들어, 놀이는 스포츠 경기처럼 엄격하게 적용받는 규칙이 존재하는 활동이거나, 또는 소꿉놀이나 가면놀이처럼 정해진 규칙은 없으나 허구의 활동일 수 있다.

하위징아가 놀이의 요소로 경쟁과 모의를 제시했다면, 카이와는 여기에 운과 현기증의 요소를 추가하여 놀이를 네 가지 유형으로 분류하고 있다. 아곤(Agôn)은 경쟁, 즉, 놀이가 자신의 우월함을 드러내기 위한 것이라는 인식에서 출발하며, 이러한 성향은 스포츠에서 대표적으로 드러난다. 알레아(Alēa)은 우연과 조합의 놀이로 근면, 인내, 능력 등 놀이 참여자의 속성과는 전혀 무관하게 운에 좌우되는 놀이를 말한다. 미미크리(Mimicry)는 모방 또는 흉내를 통해 일시적으로 다른 인격을 가장하는 것으로, 놀이 참여자는 자기 스스로 “가공의 인물이 되어 그것에 어울리게 행동”한다 [2]. 일링크스(Ilinx)는 현기증, 즉 육체와 정신의 혼란에서 비롯된 일시적인 무아지경의 상태로 놀이기구를 탈 때처럼 기분 좋은 흥분상태를 동반한다.

이 네 가지 놀이 유형은 개별적으로 나타나기도 하고 서로 결합하여 작용하기도 한다. 카이와는 놀이 유형을 두 가지씩 6개의 쌍으로 묶어서 결합 가능성에 따라 근원적인 조합, 우발적인 조합, 있을 수 없는 조합으로 지칭했다. [그림 1]에서 보듯이, 근원적인 조합에는 아곤-알레아, 미미크리-일링크스의 두 개 쌍이 있으며, 특히 일링크스-미미크리의 근원적인 조합에 따라 놀이 참여자는 모

방 행위에서 본래의 인격과 모방 중인 인격의 이중화를 겪게 되며, 솟구치는 영감과 흥분에 몸을 맡기며 즉흥적으로 꾸며대는 행위가 나타난다.



[그림 1] 카이와의 놀이 유형

[Fig. 1] Classification of Play in Roger Caillois's Theory

한편 위의 네가지 유형과 더불어 놀이에 대한 의식 및 태도는 파이드리아(Padia)와 루두스(Ludus)라는 두 개의 축으로 나누어볼 수 있다. 파이드리아는 자유로움, 즉흥, 충동적인 활기, 통제되지 않은 즐거움 등을 포함한다면, 루두스는 규칙과 조절, 자유를 구속하고 억제하려는 특징이 지배적이다.

2.2 챌린지 프로그램

챌린지는 2014년 미국 ALS협회가 루게릭 환자들을 위해 진행한 모금운동 캠페인인 아이스버킷 챌린지를 시작으로 널리 사용된 용어이다 [9]. 아이스버킷챌린지는 참가자가 24시간 이내에 얼음물을 뒤집어 쓴 후 3명의 동참자를 지목하거나, 미국 루게릭협회에 100달러를 기부하는 것 중 하나를 선택하는 공익적 참여 프로그램으로, 소셜 미디어와 인플루언서가 결합하여 사회적인 반향을 이끌어냈다. 이처럼 챌린지 프로그램의 시작은 공익적 캠페인의 성격을 띠고 있었으며, 최근 코로나 의료진들을 응원하고 감사한 마음을 표현하는 ‘덕분에 챌린지’ 역시 공익성에 기반한다 [10].

초반에 캠페인 성격이 강했던 챌린지는 2020년에 들어서 젊은 세대를 주축으로 일종의 놀이문화로 자리잡기 시작했다 [11]. 국내에서는 지코가 다른 연예인들과 함께 본인의 노래인 ‘아무노래’ 멜로디에 따라하기 쉬운 안무를 곁들인 15초 이내의 짧은 영상을 숏폼(Short-form) 플랫폼인 틱톡(TikTok)에 게재하며 화제를 모았으며 대중들도 SNS를 통해 ‘아무노래 챌린지’에 참여하며 챌린지를 하나의 놀이로 받아들이게 되었다. 이후 ‘깡 챌린지’, ‘눈누난나 챌린지’ 등 중독성 강한 노래에 맞추어 기존 안무를 따라하거나 재해석한 짧은 영상을 업로드하는 챌린지가 계속되었다 [11]. 현재

는 정부와 기업에서도 대중의 참여를 독려하는 이벤트에 챌린지라는 단어를 붙여 마케팅의 수단으로 활용하고 있다 [10].

3. 미술관 소장품 챌린지

3.1 미술관 소장품 챌린지 사례

3.1.1 미술과 격리 사이

‘미술과 격리 사이 (Between Art and Quarantine)’ 챌린지는 팬데믹 상황으로 미술관과 갤러리들이 문을 닫은 상황에서 예술을 향유하기 위해 일상의 물건으로 명작을 모방하여 새롭게 재현하는 이벤트이다.

최초 시작은 네덜란드에 거주하는 30대 미술 애호가 Anneloes Officier가 2020년 3월에 만든 인스타그램 계정(@tussenkunstenquarantaine)이었다. 인스타그램 계정의 뜻이기도 한 ‘미술과 격리 사이’라는 챌린지 명은 네덜란드 TV 프로그램인 ‘예술과 키치 사이(Tussen Kunst en Kitsch)’에서 비롯되었다 [12]. 미술과 격리 사이 챌린지의 참여는 3단계로 진행된다. 먼저, 좋아하는 미술 작품을 고르고, 둘째, 집에 있는 물건 3가지를 활용하여, 셋째, 작품을 재현한다. 이렇게 창의적으로 패러디한 작품은 해쉬태그와 함께 본인의 SNS 계정에 올린다. 직관적이고 간단한 방식의 참여는 전세계 수많은 사람들의 호응을 이끌어내어 4개월만인 2020년 7월말 기준 팔로워가 28만 명에 달하였다 [13].

‘미술과 격리 사이’ 챌린지는 암스테르담 국립미술관, 게티뮤지엄, 메트로폴리탄 미술관, 에르미타주 미술관 등 해외 유수의 미술관이 동참하며 참여 규모가 커졌다. 각 기관마다 별도의 해쉬태그를 사용하거나 참여방법의 규칙을 수정하는 경우도 있으나 기본적으로는 비슷한 방식으로 차용하여 진행하였으며, 그 중 가장 활발하게 참여가 이루어진 게티뮤지엄의 경우 2020년 3월 26일에 트위터와 인스타그램에 첫 게티뮤지엄 챌린지 게시글을 올린 후 그 해 5월까지 10만 건 이상의 참여가 있었고, 7월에는 246건의 작품을 선택하여 책으로 출간하고 수익금을 기부하기도 하였다 [14]. 미국이 백신 접종을 시작하고 미술관 운영이 정상화되어가면서 게티뮤지엄의 공식 SNS 계정에서 게티뮤지엄 챌린지에 대한 언급이 급격히 줄었으나 여전히 많은 사람들이 게티뮤지엄 챌린지 또는 ‘미술과 격리 사이’ 관련 해쉬태그(#gettymuseumchallenge, #betweenartandquarantine, #tussenkunstenquarantaine)로 챌린지에 참여하고 있다.

3.1.2 소장품 집콕놀이

국립현대미술관은 2020년 8월 3일부터 9월 6일까지 일상 속 재료로 미술관 소장품을 재현하는

‘소장품 집콕놀이’를 운영했다 [15]. ‘소장품 집콕놀이’에 참여하는 방법은 크게 ‘소장품 재현하기’와 ‘응원 댓글 남기기’로 나뉜다. ‘소장품 재현하기’는 국립현대미술관에서 추려낸 9점의 소장품 중 가장 마음에 드는 1점을 선택한 후, 가족, 친구, 애완동물과 함께 일상의 물건을 활용하여 사진, 드로잉, 영상 등 다양한 방법으로 소장품을 재현하고, 이를 인스타그램이나 트위터 계정에 해시태그(#국현대미술관 #MMCAchallenge)와 함께 업로드하여 참여할 수 있다. ‘응원 댓글 남기기’는 국립현대미술관 SNS 계정의 ‘소장품 집콕놀이’ 게시물 댓글창에 “코로나19 극복 미술로 응원합니다”라는 응원댓글을 남겨 참여할 수 있다. 두 프로그램에 참여하는 것만으로 참여한 횟수에 따라 미술관 측에서 월드비전과 연계하여 만18세 이하 결식아동·청소년에게 ‘사랑의 도시락’을 기부하는 공익 캠페인의 성격을 띠고 있으며, ‘소장품 재현하기’ 우수 참여자 111명에게는 소장품과 관련된 아트상품을 경품으로 지급하였다. 국립현대미술관은 기관의 공식 인스타그램, 트위터 계정에 ‘소장품 집콕놀이’와 관련된 게시물을 5주간 계정별로 8회씩 업로드하였으며 주로 인스타그램을 통해 참여가 이루어졌다. 국립현대미술관에 따르면 해당 행사에 24,000명이 게시글에 ‘좋아요’를 눌렀으며, 664명이 ‘소장품 재현하기’에 참여하였고, 약 1,000여개의 도시락이 기부되었다 [16].

3.1.3 창의로운 미술생활

문화체육관광부가 주최하고 예술경영지원센터가 주관한 ‘창의로운 미술생활’(@koreaartweek_challenge)은 ‘2020 미술주간 챌린지’의 일환으로 2020년 8월 27일부터 9월 27일까지 진행되었으며 전국 국립미술관 6곳의 대표 소장품 각 3점씩 총 18점에 대하여 마음에 드는 소장품을 택해 이를 자신만의 스타일로 연출하여 재현한 후, 결과물을 인스타그램에 해시태그(#미술주간 #미술주간챌린지 #창의로운미술생활 #소장품명 #해당미술관)와 함께 업로드하여 참여한다. 참여작에 대해서는 각 미술관별로 7명, 미술주간 사무국에서 8명, 총 50명을 선정하여 문화상품권을 제공하였다 [17].

3.2 놀이문화로서의 미술관 소장품 챌린지

미술관 소장품 챌린지는 자유로운 활동이다. 누구나 참여할 수 있으며 심지어 참여한 후에도 본인이 올린 게시글을 지움으로써 참여를 철회할 수 있다. 미술관 소장품 챌린지는 분리된 활동이기도 하다. 공간적으로는 SNS에 제한되어 있다. 여러 SNS 플랫폼 중에서도 특히 인스타그램은 사진을 손쉽게 업로드하고 공유할 수 있어서 미술관 소장품 챌린지 참여에 많이 이용되었으며, 소장품을 재현하고 이를 촬영하여 올리는 직접 참여 뿐 아니라 해쉬태그를 검색하여 다른 사람들이 올린 결과물을 구경하는 일종의 관객으로 참여하여 ‘좋아요’나 댓글로 의견을 표현할 수 있다. 시간적으로 ‘소장품 집콕놀이’와 ‘창의로운 미술생활’은 한 달이라는 기간으로 놀이의 시작과 끝이 명확하

게 정해져 있으며, ‘미술과 격리 사이’의 경우 COVID-19로 인한 거리두기 현상이 유지될 때까지로 유추할 수 있다. 실제로도 ‘미술과 격리 사이’의 일환으로 시작한 ‘게티뮤지엄 챌린지’는 미국 내 백신 접종이 시작된 올해 초부터 공식 계정에서 관련 게시글이 거의 올라오지 않고 있다. 팬데믹 현상이 완화에 따라 관련 챌린지도 서서히 종료될 것으로 예상할 수 있다.

미술관 소장품 챌린지는 놀이 참여자가 자유롭게 기획하고 연출 가능한 비확정적 활동이다. 주어진 범위 내에서 자신이 원하는 작품을 선택할 수 있고, 재현 역시 자유로운 표현이 보장된다. ‘미술과 격리 사이’는 소장품의 선택 및 표현방법에 있어서 가장 비확정적으로 놀이 참여자에게 결정의 자유를 최대화하며, ‘소장품 집콕놀이’와 ‘창의로운 미술생활’은 참여 가능한 작품의 선택지를 각각 9개와 18개로 축소하되 놀이 참여자가 자유롭게 결정하고 표현할 수 있는 여지를 남겨두었다.

놀이는 비생산적인 활동이라는 특성에 대해서는 프로그램에 따라 충족 여부가 다르다. ‘미술과 격리 사이’는 참여하는 재미 외에 어떠한 보상도 제공하지 않는 반면, 국내의 두 챌린지 프로그램은 우수 참여작에 대해 아트상품 또는 문화상품권이라는 경제적 보상이 제공된다. 이는 미술관 소장품 챌린지에의 참여를 독려하기 위해 소정의 상품을 내건 것으로 상품이 놀이 참여자 중 소수에 게만 제공되며, 상품 자체의 경제적 가치가 놀이 참여 여부를 결정 지을만큼 높지는 않기 때문에 미술관 소장품 챌린지의 놀이로서의 정체성에 미치는 영향은 미미할 수 있다. 그러나 누군가는 상품을 얻기 위해 놀이 보다는 노동으로 해당 챌린지에 참여했을 가능성도 있다.

카이와는 놀이의 규칙성과 놀이의 허구성이라는 특징이 상호배타적이라고 보았으나, 미술관 소장품 챌린지는 두 가지 특성을 모두 충족하고 있다. 다만 최소한의 규칙이 적용되기 때문에 놀이가 갖는 허구성에 큰 제한을 미치지 않는 것으로 보인다. ‘미술과 격리 사이’ 챌린지는 집에 있는 물건 3가지를 사용하는 규칙이 있으나, 입고 있는 옷이나 집에 함께 사는 사람 또는 동물까지도 폭넓게 포함될 여지가 있어 규칙이 놀이 참여에 큰 제약이 되지 않는다. ‘창의로운 미술생활’과 ‘소장품 집콕놀이’는 주최측이 추린 작품 목록 중에서 참여할 작품을 선택하는 것이 규칙이다. 이는 놀이 참여자로 하여금 미술관 홈페이지에 접속하여 미술관이 소장하고 있는 수백점의 작품 중 검색을 통해 재현하고 싶은 작품을 골라내는 과정을 생략하도록 한다. 고민의 단계를 줄여줌으로써 재현에 더욱 집중하는 효과를 기대할 수 있으나, 작품을 고르는 것조차 문화예술의 향유이자 재미의 요소임을 감안하면 오히려 놀이의 여섯가지 특성 중 자유로운 활동, 확정되어 있지 않은 활동이라는 특성을 반감시키는 효과도 있다. 세 사례를 놀이의 특성에 따라 정리한 결과는 [표 1]과 같다.

[표 1] 놀이의 6가지 특성에 따른 사례 분석 결과

[Table 1] Case Analysis on 6 Characteristics to Define Play

놀이의 특성	미술과 격리사이	소장품 집콕놀이	창의로운 미술생활
1. 자유로운 활동	○	○	○
2. 분리된 활동	○	○	○
3. 확정되어 있지 않은 활동	○	○	○
4. 비생산적인 활동	○		
5. 규칙이 있는 활동	○	○	○
6. 허구적인 활동	○	○	○

3.3 놀이 유형으로 본 미술관 소장품 챌린지

카이와 이론의 아곤적 요소는 챌린지 프로그램을 운영하는 매체의 특성에 기반한다. 소장품을 재현한 사진을 인스타그램에 올리는 순간 결과물은 다른 사람들에게 공개되고 보여진다. 인스타그램 사용자는 타인의 결과물을 관람하는 관객의 역할로서 ‘좋아요’ 버튼을 누를 수 있는데, 이를 통해 어떤 놀이 결과물이 가장 많은 반응을 이끌어내는지가 숫자로 드러난다. 따라서 놀이 참여자들은 최상의 결과물을 만들어내기 위해 노력하고, 재현에 효과적이며 더 적합한 미술관 소장품을 선택하기 위해 고민하고 경쟁한다. 챌린지에 참여한다는 사실 자체가 미술관에서 주최하는 행사 및 미술에 대한 관심과 지적 수준이 있음을 드러낼 수 있는 것 역시 아곤적 요소이다.

미술관 소장품 챌린지는 재현을 사진으로 촬영한 결과물을 업로드하는 것인데, 사진이 갖는 ‘지금, 여기’의 시간성과 우연의 조합은 알레아 요소로 볼 수 있다. 디지털 시대에 사진은 편집과 조작이 가능하지만 오히려 실재의 이미지에 촬영하는 사람의 의사를 적극적으로 반영하게 되므로 현실할 수 없는 것을 현시하는 숭고 [18]를 담는다. 엘자 고다르는 미술관에 마련된 포토존이 관람객의 존재와 사진이라는 매체를 통해 비로소 채워지며 완성되는데, 이는 “지극히 오락적인 방법으로 스스로 작품에 동참하는” 방식인 동시에, “‘예술작품’인 우리의 ‘자아’에 대해 말하는” 방식 [19]이라고 하였다. 이는 미술관 소장품 챌린지에서도 마찬가지로, 놀이 참여자는 소장품의 이미지를 차용하되 그 안에 코로나 상황에서 집 안에서 제한적인 생활을 하는 자신의 자아에 대해 말하고 있으며 이를 촬영한 사진은 자아상, 촬영자의 의도, 소장품 선정의 기호, 촬영 순간의 외적요소들이 복합적이고 우연한 조합으로 얹혀 단 한 장의 사진으로 제시된다.

미미크리 요소는 미술관 소장품 챌린지에서 가장 직접적으로 두드러진다. 미미크리는 연극적인 요소를 통해 일시적으로 내가 아닌 가상의 인물이 되는 것이다. 따라서 미미크리가 놀이로 성립하려면 현실의 세계와 분리된 가상의 세계를 가정해야 한다 [20]. 미술관 소장품 챌린지에서 가상의 세계는 명화 속 세계일 것이다. 놀이 참여자는 명화 속 세계에서 실존하는 존재가 되어 그에 걸맞

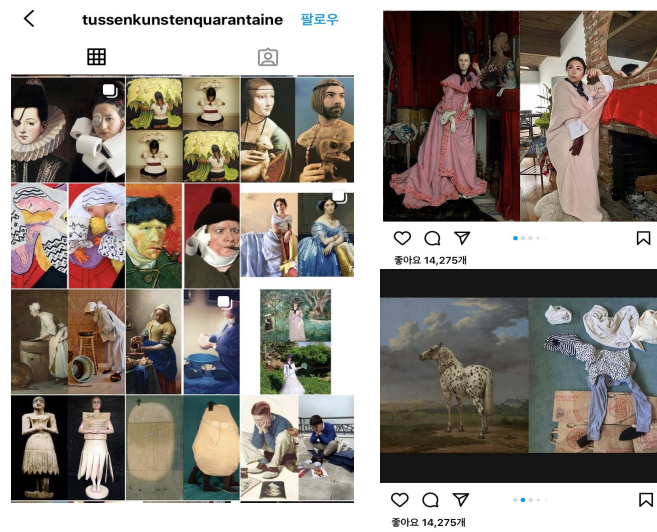
는 역할을 수행한다. 자기 스스로 다른 존재가 된 것으로 믿을 뿐 아니라 주위 사람들에게도 이 믿음에 동참시키며, 이러한 가상 세계로의 몰입 과정에서 육체 및 정신의 혼란에서 비롯된 흥분상태, 즉 일링크스 요소가 나타나게 된다. 놀이로서의 미술관 소장품 챌린지는 미미크리와 일링크스가 결합된 근원적 조합의 특성을 충실하게 반영한다.

놀이 참여자가 가상의 세계에서 부여된 역할에 더욱 몰입할수록 미미크리와 일링크스의 정도가 심화되며 놀이 참여자와 관객이 느끼는 재미도 커진다. 따라서 놀이를 기획한 주최자는 놀이가 타락하지 않고 놀이 참여자가 가상의 세계 속에서 자신의 역할에 몰입할 수 있도록 이끌어주어야 한다. 세 사례에서 미술관 소장품 챌린지는 소장품을 선택하고 모방하여 재창조한다는 기본적인 틀은 동일하다. 그러나 놀이를 운영하는 방식에서 비롯된 몇가지 차이는 참여자들이 경험하는 미미크리와 일링크스의 정도에 영향을 미치고 최종적으로는 업로드하는 결과물에도 반영된다.

첫째로, 각 사례에서 참여방법을 어떻게 묘사하고 있는지가 미미크리와 일링크스에 영향을 미친다. ‘미술과 격리 사이’의 경우, 물건 3가지를 사용하여 재현하라고 언급할 뿐, 구체적인 방법을 제시하지 않는다. 놀이 참여자에게 재현 방식에 대한 자유를 최대한 부여하고 있다. ‘소장품 집콕놀이’는 가족, 친구, 애완동물과 함께 일상의 물건으로 사진, 드로잉, 영상 등 방법으로 소장품을 재현하라고 제시한다. 함께하는 대상 및 재현 매체를 언급하여 놀이 참여자가 상상하는 재현의 범위에 조건을 부여한다. ‘창의로운 미술생활’은 마음에 드는 소장품을 자신만의 스타일로 연출하여 사진 및 영상을 제작하거나 그릴 것을 제안한다. “제작하다”, “그리다”라는 구체적인 동사를 내세워 마치 놀이 참여자가 그림 속 주인공이 되어 연기를 하기보다는 그림 밖에서 작품을 재창조하는 전지적 작가의 입장이 더욱 적합하게 느껴진다.

둘째, 주최자가 참여를 독려하기 위해 제시하는 예시 작품에서도 차이가 발견된다. ‘미술과 격리 사이’는 사물 또는 인물을 배치하고 포토샵 없이 촬영한 작품을 예시 작품으로 제시한다 [그림 2]. 그 결과 ‘미술과 격리 사이’에 참여하는 놀이 참여자들 역시 자신의 얼굴과 몸짓, 소품을 사용하여 작품처럼 연기를 해낸다. 두루마리 휴지 등 작품과 형태적인 유사성은 있어도 그 쓰임이 전혀 다른 일상의 소품을 우스꽝스럽게 사용하지만 정작 얼굴은 진지하게 영화의 인물을 연기 해내는 패러디의 과정에서 마치 내가 작품 속 인물이 된 듯한 흥분과 현기증 역시 느낄 수 있다. ‘소장품 집콕놀이’는 예시로 이중섭의 <세사람>과 <부부>를 사물로 재현한 사진을 보여주면서 사용한 재료와 표현기법까지 [그림 3]과 같이 설명한다. 인물이 직접 등장하기보다는 소품이 두드러지는 예시를 사용하게 되면 놀이 참여자로 하여금 자신이 직접 등장하여 연기하지 않아도 된다는 메시지를 준다. 놀이꾼의 익명성은 강조되지만 패러디로서의 효과는 떨어진다. ‘창의로운 미술생활’에서는 더 나아가 [그림 4]처럼 포토샵을 허용하거나 종이 위에 손으로 그린 작품을 예시로 제시한다. 포토샵을 통한 사진의 변형 및 조작, 채색도구를 사용한 그리기를 허용하면서 상상의 세계에서 허구적 존재가 ‘되어보는’ 미미크리와 일링크스의 요소는 사라지고, 누가 더 기술적으로 정교하게 잘

그러내는지 경쟁하는 아곤적 요소가 강화된다.



[그림 2] ‘미술과 격리 사이’ 챌린지 참여작 및 예시작
[Fig. 2] Outcomes and Examples of Between Art and Quarantine

재현 예시작

이중섭 <세 사람> 재현 예시작

특징: 작품 속 세 사람의 다양한 포즈를 벽돌로 형상화하여 표현
재료: 벽돌, 유화



이중섭 <부부> 재현 예시작

특징: 작품의 선적 요소를 실을 이용하여 표현
재료: 실, 물로방쉬트, 비즈, 접시



[그림 3] ‘소장품 집콕놀이’ 챌린지 예시작

[Fig. 3] Examples of MMCA Challenge



[그림 4] ‘창의로운 미술생활’ 챌린지 예시작

[Fig. 4] Examples of Korea Art Week Challenge

결과적으로 미미크리와 일링크스의 감소는 놀이로서의 재미를 반감시킨다. 이는 참가자 수나 해당 계정 팔로워, 좋아요 클릭수 뿐만 아니라, 참가자의 인구학적 특성에서도 나타난다. ‘미술과 격리 사이’는 참가자 또는 사진에 등장하는 인물의 연령이나 성별의 특징이 크게 두드러지지 않고 다양하게 참여하였다. 반면에 ‘창의로운 미술생활’은 부모가 자녀와 함께 참여하는 비율이 높았다. 놀이가 재미 외에도 교육이자 체험이라는 부수적인 목적을 달성하기 위한 것으로 변질될 가능성이 발견된다.

4. 결론 및 제언

미술관은 사회적 거리두기 가운데 일상을 예술로 채우기 위한 다양한 프로그램을 기획하고 있으며, 미술관 소장품 챌린지 역시 그 일환이다. 미술관 소장품 챌린지는 사람들이 해당 미술관의 소장품에 관심을 갖고, 미술관이 고해상도 이미지로 구축해놓은 디지털 인프라를 사용해 볼 수 있는 계기가 되며, 팬데믹이라는 제한된 상황 속에서 문화를 향유할 수 있는 기회가 된다. 팬데믹 상황이 종료된 후 자신이 관심있게 본 작품을 직접 방문하여 관람하고자 하는 욕구가 증가하여 미술관과 관람객의 관계 형성에도 도움이 된다.

미술관 소장품 챌린지는 카이와의 놀이이론에서 제시하는 아곤, 알레아, 미미크리, 일링크스의 놀이 요소를 담고 있다. 그러나 보상의 유무, 참여방법에서 놀이 참여자에게 주어지는 자유의 정도, 참여방법과 예시작품을 제시하는 방법은 놀이 요소를 강화시키거나 약화시킨다. ‘미술과 격리 사이’는 최소한의 가이드라인으로 놀이 참여자가 수많은 소장품 중 자신이 가장 잘 재현할 수 있는 소장품을 고르고 직접 명화 속 등장인물이 되어 연기를 함으로써 놀이 참여자 자신이 곧 명화

가 되고 영화 속 세계에 몰입할 수 있는 미미크리와 일링크스의 경험을 제공한다. 반면 ‘창의로운 미술생활’과 ‘소장품 집콕놀이’는 직접 영화 자체가 되어보기보다는 현실 세계에 위치한 참여자가 영화 밖에 존재하는 채로 영화 속 세계를 구현해내는 것에 가까웠으며, 따라서 미미크리와 일링크스의 요소를 약화시킨다.

놀이 요소의 정도 차이는 결국 놀이로서의 몰입도와 재미의 차이를 가지고 온다. 미술 애호가 개인이 시작한 ‘미술과 격리 사이’가 전 세계적인 인기를 끌고, 해외 유수의 미술관의 참여를 이끌어낸 것은 해당 챌린지가 그만큼 재미있는 놀이로서 기능했기 때문이다. 이는 미술관이 관객 참여 프로그램을 기획하는 데에 있어서 시사점을 제공해준다. 아무런 보상이 없어도 참여자가 재미있어서 자발적으로 참여할 수 있는 프로그램이 많아질 때 미술관이 기대하는 문화향유의 효과도 더욱 클 것이다.

References

- [1] UNESCO, “UNESCO report: museums around the world in the face of COVID-19”, UNESCO, Paris, France, Catalog Num. 0000376729, April 2021, [Online]. Available: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376729_eng
- [2] N. Simon, *The Participatory Museum*, Museum 2.0, 2010.
- [3] B. K. Koo, “A study on the role of art museums and experience of museum visitors based on social platform and IT technology”, *The Korean Journal of Arts Education*, vol. 16, no. 4, December 2018, pp. 139-154.
- [4] J. S. Lee, W. S. Yeo, “Public relations strategy of university museum for communication with visitors in the digital age: a case study of the Ewha Womans University Museum”, *Korean Antiquity*, vol. 89, June 2017, pp. 7-31.
- [5] J. Y. Yoon, H. K. Koh, “A Study on the Development of a Digital Art Museum Education Program through the Use of Gamification”, *Art Education Review*, no. 74, May 2020, pp. 229-249. doi: 10.25297/AER.2020.74.229.
- [6] H. Y. Jung, “The educational roles of interactive spaces for children in contemporary art museums”, *Journal of Research in Art Education*, vol. 14 no. 3, October 2013, pp. 59-79.
- [7] J. Huizinga, *Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture*, Goyang: Yeonamsuhga, 2010.
- [8] R. Caillois, *Les Jeux et les Hommes: Le Masque et le Vertige*, Seoul: Moonye, 1994.
- [9] D. J. Park, “Ice bucket challenge”, gnnews.co.kr, www.gnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=337232, (accessed May 15, 2021).
- [10] Y. B. Kim, “‘○○ Challenge’...Their own challenges, 'deterioration of purpose'”, news1.kr, www.news1.kr/articles/?4236869, (accessed May 15, 2021).
- [11] Y. J. Sim, “Looking at the sky once a day challenge?: Dailyization of the challenge”, news.naver.com,

- <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=018&aid=0004877398>, (accessed May 10, 2021).
- [12] K. Kelleher, “Art recreation is the only good Instagram challenge”, *nytimes.com*, www.nytimes.com/2020/04/16/style/art-recreation-challenge-coronavirus.html?smid=url-share, (accessed May 10, 2021).
- [13] G. Harris, “New Getty publication brings together life-affirming DIY masterpieces made during lockdown”, *theartnewspaper.com*, www.theartnewspaper.com/preview/new-getty-publication-brings-together-life-affirming-diy-masterpieces-made-during-lockdown, (accessed May 10, 2021).
- [14] Getty blog, <http://blogs.getty.edu/iris/the-getty-museum-challenge-is-now-a-book>, (accessed May 10, 2021).
- [15] National Museum of Modern and Contemporary Art, <http://www.mmca.go.kr>, (accessed May 10, 2021).
- [16] MMCA Newsletter, “Enjoy Art Life in Covid-19 <MMCA Challenge (Collection Jib-Cock Nori)>”, *mmca.go.kr*, www.mmca.go.kr/pr/blogDetail.do?bId=202009140000484&bCd=03&cdId=1360&bGb=02, (accessed May 10, 2021).
- [17] Korea Art Week, “Korea Arts Management Service”, *artweek.kr*, <http://artweek.kr/2021/program/challenge.php>, (accessed May 10, 2021).
- [18] J. H. Park, “A Study on the Post Photography and Digital Sublime”, *Journal of Basic Design & Art*, vol. 11, no. 3, June 2010, pp. 147-156.
- [19] E. Godart, *Je Selfie Donc Je Suis*, Press KNOU, 2018.
- [20] R. Caillois, *Les Jeux et les Hommes: Le Masque et le Vertige*, Seoul: Moonye, 1994.