

게임콘텐츠에서 묘사된 한국 캐릭터·스테이지의 문화적 영향

이창섭*, 이현정**, 김향미***

세종대학교 경영학과*, 중앙대학교 융합교양학부**, KT***

crhee2@sejong.ac.kr, bonoanimi@cau.ac.kr, hyangmi.kim@kt.com

The Cultural Effect of Korean Characters and Stages described in Game Contents

Chang Seop Rhee*, Hyunjung Rhee**, Hyangmi Kim***

Sejong University*, Chung-Ang University**, KT**

요 약

게임유저는 게임콘텐츠에서 묘사된 정보를 바탕으로 특정 국가에 대한 문화적 이미지를 형성한다. 대전액션게임은 다양한 게임콘텐츠 장르 중 하나이며, 대개 국가별 게임캐릭터와 게임스테이지를 제공한다. 본 연구에서는 대전액션게임인 킹오브파이터즈(King of Fighters, KOF) 시리즈에서 묘사된 한국인 게임캐릭터와 한국의 게임스테이지를 살펴봄으로써, 게임유저가 형성할 수 있는 한국의 문화적 이미지에 대하여 분석하였다. 초기의 KOF94부터 KOF2003까지 총 10개의 KOF시리즈를 연구한 결과, KOF시리즈 초기작에서는 한국의 문화적 이미지가 매우 부정적으로 묘사되었음이 관찰되었다. 그러나 이러한 한국문화에 대한 부정적인 측면은 새로운 시리즈가 발매될수록 감소되었으며, 특히 국내 기업의 자금을 지원받아 제작된 KOF2001과 KOF2002에서는 한국의 긍정적인 문화적 이미지가 강화되었음을 확인하였다.

ABSTRACT

Game users can create cultural images about foreign countries from game contents what they play. Most fighting action games provide various game characters and game stages where the game characters come from. This study analyzes that Korean game characters and game stages of The King of Fighters (KOF) series, one of popular fighting action games. We find that KOF describes Korea negatively in the beginning KOF series but the negative descriptions of Korea were gradually weakened as newer KOF series were released.

Keywords : 문화(Culture), 게임콘텐츠(Game Contents), 대전액션게임(Fighting Action Game)

Received: April. 24. 2017 Revised: June. 8. 2017
Accepted: June. 23. 2017
Corresponding Author: Hyunjung Rhee(Chung-Ang University)
E-mail: bonoanimi@cau.ac.kr

ISSN: 1598-4540 / eISSN: 2287-8211

© The Korea Game Society. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

www.kci.go.kr

1. 서 론

본 연구는 게임콘텐츠에서 묘사된 한국 게임캐릭터와 게임스테이지를 분석함으로써 게임콘텐츠를 통해 게임유저가 형성할 수 있는 한국의 문화적 이미지를 탐구하였다. 국내 게임시장은 1970년대 중반부터 전자게임을 할 수 있는 오락실이 생겼으며, 1980년대 오락실이 전국적으로 확산되면서 오락실 문화가 발생하였다[1]. 하지만 당시 게임기술력이 높지 않아, 게임유저에게 다양한 콘텐츠를 제공하기 어려웠다.

1987년 일본의 캡콤(Capcom)사는 스트리트파이터(Street Fighter, SF)라는 대전액션게임을 최초로 선보였으며, 1991년 후속작인 스트리트파이터 2(Street Fighter2, SF2)에서는 대전액션게임의 기본 모형을 제시하면서 국내외 선풍적인 인기를 끌었다. SF는 기존의 일반적인 게임에서 두 개의 버튼만으로 게임을 운영했던 것에서 벗어나, 총 6개의 버튼을 이용하여 보다 복잡한 게임시스템을 제공하였다. 이로써, 게임유저에게 보다 많은 전략적 판단과 경쟁심을 요구함으로써 다른 게임콘텐츠와 차별화되었다.

특히, 대전액션게임에서는 단순히 선과 악으로 구분되어있던 기존 게임캐릭터 설정에서 벗어나 국가별로 다양한 캐릭터를 선택할 수 있었고, 각 국가의 특징이 묘사된 게임스테이지가 제공되어 게임유저의 취향을 반영할 수 있었다[2].

Greenfield(1984)의 연구에서는 게임을 문화적 도구라고 표현하였는데, 이는 게임콘텐츠에서 제공하는 정보를 통해 게임유저들이 문화적 이미지를 가질 수 있음을 의미한다[3]. 실제로 SF2에서 묘사된 국가를 통해 다수 게임유저들은 외국국가에 대한 대표적인 문화적 이미지를 형성하는 데 영향을 미쳤다.¹⁾

Provenzo(1991)과 Glenn(1997)의 연구에서는 청소년들은 게임을 통해 독립된 문화를 형성하여 사회화과정을 촉진한다고 보고하였는데, 대전액션게임의 대부분의 게임유저가 성인이 아닌 십대게임

유저이기 때문에 게임콘텐츠에서 묘사된 정보를 통한 문화적 이미지 형성은 보다 강력하게 이뤄질 수 있음을 의미한다[4,5,6]. 실제로 우리나라에 SF2가 소개되었을 때, 이를 뉴스매체에서 청소년관련 사회문제로 다뤘으며 SF2의 게임캐릭터를 바탕으로 다수의 도서 및 영화 콘텐츠가 개발되기도 하였다[7,8]. 이와 같이, 게임콘텐츠를 통해 전달되는 정보는 사회적 또는 문화적으로 게임유저의 가치관 형성에 유의한 영향을 끼칠 수 있을 것이다.

콘텐츠관련 분야는 고부가가치 산업으로서, 한국의 차세대 성장 동력으로 기대되고 있다. 이러한 상황에서, 게임콘텐츠에서 묘사된 한국의 모습으로부터 게임유저가 형성할 한국의 이미지에 대한 연구는 매우 중요하다. 만약 게임콘텐츠에서 묘사된 한국에 대한 이미지가 부정적(공정적)이라면, 한국을 미리 접하지 않은 외국의 게임유저는 게임을 통해 한국에 대한 부정적(공정적) 이미지를 형성할 수 있기 때문이다.

특히, 일본의 한국에 대한 왜곡문제는 정치적으로 뿐만 아니라 문화적으로도 계속적으로 제기되고 있다. 고병희(2006)의 연구에서는 일본의 한국역사 왜곡과 일본 역사의 미화는 게임에서도 나타나며, 이로 인하여 외국 게임유저들의 한국에 대한 문화적 왜곡이 있음을 제시하였다[9].

본 연구에서는 1994년대부터 2003년까지 매년 개발되었던 더킹오브파이터즈(The King of Fighters, KOF) 시리즈에서 묘사된 한국의 게임캐릭터와 게임스테이지를 분석하였으며, KOF게임유저들에게 형성되었을 한국의 이미지는 무엇이며, KOF시리즈에 따라 어떠한 차이점이 있는 지를 조사하였다.

다양한 대전액션게임 중에서 KOF시리즈를 연구

1) SF2에서는 일본 게임캐릭터인 혼다는 스모선수로서 게임스테이지는 일본온천이며, 미국 게임캐릭터인 가일은 미국 군인으로서 게임스테이지에는 미군 비행기가 묘사되어 있다. 또한, 인도 게임캐릭터인 달심은 요가수련가이며, 인도코끼리와 인도의 전통문화가 묘사된 게임스테이지가 제공되었다. 이와 같이, SF2의 게임캐릭터와 게임스테이지는 특정국가의 문화특성을 고려하여 설계되었으며, 이를 통해 게임유저는 특정국가에 대한 문화적 이미지를 형성할 수 있다.

대상으로 선정한 이유는 다음과 같다. 첫째, 일반적인 대전액션게임의 설정은 국가별 대표 게임캐릭터들이 다양한 스테이지에서 격투를 벌인다는 내용이다. 90년대 대전액션게임의 대부분은 일본게임사에서 제작되었으며, 한국 국적을 가진 게임캐릭터는 극히 드물었다. KOF의 초기작에서는 세 명의 한국인 게임캐릭터와 한국배경의 게임스테이지를 제공하였다. 이로써, KOF게임유저에게 한국에 대한 문화적 이미지를 형성할 기회를 제공한다. 둘째, KOF시리즈는 1994년부터 2003년까지 매년 꾸준히 개발되었다. 이에 KOF시리즈 별로 한국 게임캐릭터 및 게임스테이지의 차이점을 살펴볼 수 있다. 셋째, KOF의 개발사인 일본의 SNK는 2001년도산위기 시 국내 게임회사인 이오리스(EOLITH)로부터 자금과 유통을 지원받아 KOF2001과 KOF2002의 제작을 하였다. 이러한 설정으로부터 일본게임제작사의 국내 자금투입 여부가 게임콘텐츠에서 묘사되는 한국에 어떠한 영향을 줄 수 있는 지 관찰할 수 있다.

총 10개의 KOF시리즈를 분석한 결과, 최초의 KOF시리즈인 KOF94에서는 한국에 대한 부정적인 모습이 매우 강하게 나타났다. 상대적으로 KOF시리즈 개발사 SNK의 국가인 일본에서는 한국에 비하여 게임캐릭터 및 게임스테이지가 긍정적으로 묘사되었음이 관찰되었다. 이와 같은 부정적인 한국에 대한 묘사는 새로운 시리즈가 발매됨에 따라 약화되었으며, 국내 게임회사인 이오리스의 지원을 받아 발매된 KOF2001과 KOF2002에서는 한국에 대하여 긍정적으로 묘사되었다.

본 연구에서는 대전액션게임에서 묘사된 한국 게임캐릭터와 게임스테이지를 살펴봄으로써, 게임콘텐츠가 게임유저에게 심어줄 수 있는 문화적 인식은 무엇인지 연구하였다. 아울러, 외국의 게임유저들이 게임콘텐츠로 인하여 부정된 한국의 이미지를 형성하는 것에 대한 통계기관의 필요성과 게임콘텐츠를 통해 긍정적인 한국의 이미지 제공의 중요성을 강조하였다는데 공헌점이 있다.

2. 연구주제의 배경 및 논의

2.1 대전액션게임의 성장배경

대전액션게임은 게임캐릭터간의 일대일 격투를 진행하는 게임콘텐츠 장르이다[10]. 기존의 게임콘텐츠에서는 게임유저들이 함께 동일한 편을 이뤄 게임을 진행하였다면, 대전액션게임에서는 게임유저간의 대결이 가능하다는 것이 다른 게임콘텐츠 장르와 차별되는 점이다.

근대 대전액션게임의 기본설정을 제시한 것은 일본의 캡콤(Capcom)사가 1991년도에 발매한 스트리트파이터2(Street Fighter2, SF2)이다. 이전 작품인 스트리트파이터(SF)에서는 게임캐릭터의 선택에 제한이 있었으며, 게임그래픽 수준이 낮아 크게 성공하지 못하였다.

SF2에서는 국가별 게임캐릭터와 게임스테이지를 제공하였으며, 게임유저는 총 6개의 버튼으로 다양한 기술을 조작할 수 있었다. 단순히 2개의 버튼으로 선이 악을 무찌른다는 단순한 설정에서 벗어나, 게임캐릭터들에게 각자의 스토리라인을 제공함으로써 폭발적인 인기를 누렸다. 그 이후 대전액션게임은 최고의 인기 장르가 되었으며, 전 세계 많은 게임 개발회사들이 대전액션 게임을 개발하는 현상도 발생하였다. 뿐만 아니라, 대전액션게임에서 제공된 게임캐릭터의 스토리라인을 기반으로 영화, 만화, 소설책 등의 다수의 콘텐츠가 제작되었다.

1990년대 수많은 대전액션게임이 발매되었음에도 불구하고 대부분은 SF2의 설정을 조금 바꾼 형태로, 부실한 스토리라인과 불안정한 캐릭터 밸런스로 인하여 성공을 거둔 대전액션게임은 제한적이었다. 특히, 대전액션게임에 있어서 게임캐릭터의 밸런스는 무척 중요한 부분이며, 게임의 성공에 중요한 영향을 미친다[11,12]. 게임캐릭터의 밸런스 부분을 적절하게 설정하였을 뿐만 아니라, 개성있는 게임캐릭터와 게임스테이지를 통해 대전액션게임의 장르에서 크게 성공을 거둔 회사는 SF를 제작한 캡콤사와 후발주자였던 SNK이다.

후발주자였던 SNK는 캡콤의 6개 버튼조작에서 4개 버튼조작으로 버튼수를 줄였으며, 보다 다양한 게임콘텐츠를 통해 캡콤과 차별화를 두었다. 특히, 1994년에는 SNK의 기존 게임캐릭터와 새로운 게임캐릭터를 조합하여, 3:3 대전액션게임을 할 수 있는 킹오브파이터(KOF)시리즈를 발매하였다.

KOF시리즈 이전의 대전액션게임은 게임캐릭터 간의 1:1결투였으나, 처음으로 3:3결투방식으로 게임유저는 총 24명의 게임캐릭터 중 자신이 원하는 국가의 게임캐릭터 3명을 선택할 수 있었다. 당시 이러한 시도는 무척 신선하였으며, SNK가 대전액션게임 산업에서 높은 입지를 다지는 중요한 기점이 되었다.

2.2 킹오브파이터즈 시리즈

킹오브파이터즈시리즈는 일본의 SNK사에서 개발되었다. 과거 SNK에서 선보였던 게임의 기존 게임캐릭터와 KOF시리즈를 위해 새롭게 준비한 게임캐릭터를 모아, 팀을 이뤄 3:3 게임을 진행한다는 방식이 최초 도입되었다.

화가 강해졌다. 이에 따라, KOF시리즈의 수요는 극감하여, SNK는 2001년 경제적 위기를 겪는다. 이때 국내 게임회사인 이오리스(EOLITH)로부터 자금과 유통을 지원받아 KOF2001과 KOF2002를 제작하였다. 2005년에는 중국 게임사인 37GAMES에 인수되어 중국기업의 자회사가 되었다.²⁾ 그럼에도 불구하고, KOF시리즈는 꾸준히 계속 발매되고 있다.

최근에는 게임유저 간에 과거 KOF시리즈를 온라인으로 연결하여 대전 플레이가 가능해짐에 따라, 과거 KOF시리즈를 다시 플레이하는 게임유저가 증가하고 있으며, KOF94, KOF98, KOF2002의 리메이크 작품이 재발매되기도 하였다.³⁾ 또한, KOF98을 바탕으로 개발된 모바일 게임인 “더킹오브파이터즈’98UM온라인”은 2015년부터 국내 서비스가 제공되었다[13]. 이와 같이 과거 KOF시리즈는 현재에도 다양한 채널을 통해 서비스를 제공하고 있으며, 온라인게임 환경을 통해 여전히 KOF시리즈를 플레이하는 게임유저에게 문화적 영향을 미칠 수 있다.

[Table 1] Series of The King of Fighters

Series	Released Year
KOF94	1994
KOF95	1995
KOF96	1996
KOF97	1997
KOF98	1998
KOF99	1999
KOF2000	2000
KOF2001	2001
KOF2002	2002
KOF2003	2003
KOFXI	2005
KOFXII	2009
KOFXIII	2011
KOFXIV	2016

[Table 1]은 KOF시리즈의 순서와 발매시기이다. 2000년대부터는 인터넷의 발달로 오락실 문화가 쇠퇴하고, 온라인 게임을 기반으로한 PC방 문

3. 연구대상의 설정 및 연구방법

3.1 연구대상의 설정

본 연구에서는 한국의 문화적 이미지가 게임콘텐츠를 통해 어떻게 묘사되는 지를 분석하고자 한다. 이에 다양한 게임콘텐츠 장르 중 국가별 게임캐릭터 및 게임스테이지를 묘사하는 대전액션게임을 선택하였다.

90년에는 대전액션게임이 성황을 이뤘으며, 다수

2) KOF시리즈의 개발사인 SNK는 국내기업인 이오리스와 계약 끝난 후 KOF2003을 단독으로 제작하였으나, 2005년 8월부터 중국의 온라인게임기업인 37GAMES에 인수되어, 중국기업의 자회사가 되었다.

3) Youtube에서 KOF시리즈를 검색하면, 온라인 채널을 통해 시청자와 함께 KOF시리즈를 플레이하는 국내외 유명 게임플레이어들을 쉽게 찾을 수 있다. 그들은 온라인상 KOF 게임플레이 방송활동을 통해 수익을 거두고 있다.

의 대전액션게임이 제작 및 발매되었다. 이러한 다수의 대전액션게임 중에서 본 연구에서는 KOF시리즈를 연구대상으로 선정하였으며, 선정이유는 다음과 같다.

1)대전액션게임의 기본 설정은 국가별 대표 게임캐릭터가 다양한 장소에서 격투를 벌인다는 내용이다. 일반적인 대전액션게임에서는 국가별 한 명의 대표 게임캐릭터가 있으며, 다른 국가의 게임캐릭터와 대전한다. KOF시리즈는 이와 차별적으로 국가별 대표를 세 명 이상씩 제공하였다. 이에 KOF시리즈의 초기작에서는 8개국의 각 3명의 게임캐릭터를 제공함으로써, 국가별로 묘사된 이미지를 보다 효과적으로 비교할 수 있다.

2)KOF시리즈는 1994년부터 2003년까지 매년 연속적으로 제작 및 발매되었다. 이에 10년간 게임콘텐츠에서 묘사된 한국인 게임캐릭터 및 게임스테이지의 문화적 이미지의 차이점을 시간변화에 따라 관찰 할 수 있다.

3)KOF시리즈의 제작사인 일본의 SNK는 2001년 도산위기를 겪게 되며, 이때 국내 게임회사인 이오리스(EOLITH)로부터 지원받아 KOF2001과 KOF2002를 제작하였다. 이는 국내 자금의 투입여부가 한국의 묘사에 어떠한 영향을 줄 수 있는 지 검증할 수 있는 환경을 제시하였다.

3.2 연구방법

본 연구에서는 게임콘텐츠에서 반영된 한국의 국가이미지 변화의 분석을 위하여 1994년부터 2003년까지 총 10개의 KOF시리즈를 대상으로 분석하였다. 우선적으로 한국을 대표하는 캐릭터를 살펴봄으로서 게임유저에게 미칠 수 있는 문화적 이미지를 조사하였다. 보다 효과적인 비교를 위하여 일본팀의 게임캐릭터를 함께 비교하였다.

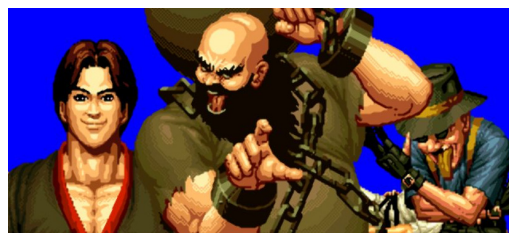
다음으로 캐릭터간의 대전액션이 이뤄지는 한국의 게임스테이지를 살펴보았다. KOF시리즈에서는 각 국가별 게임스테이지를 제공하였고, 게임유저는 이를 통해 외국 국가에 대한 문화적 이미지를 형성하게 된다. 보다 효과적인 비교를 위해 동일한

게임에서 묘사된 한국과 일본의 게임스테이지를 비교함으로써 문화적 이미지의 차이를 분석하였다.

4. 연구결과

4.1 한국인 게임캐릭터의 모습 이미지

최초 KOF시리즈인 KOF94의 한국인 게임캐릭터는 총 3명이며, [Fig. 1]의 모습이다. [Fig. 1]의 왼쪽의 게임캐릭터는 ‘김갑환’이며, 게임스토리상 태권도 사범이며 정의의 사도로 설정되어 있다.[15]. 반면,中间的의 ‘장거한’과 ‘최변개’는 탈옥한 범죄자로 설정되어 있다. 외모적인 측면에서 갑환의 이미지는 정상적이나 장거한과 최변개의 이미지는 “손질되지 않은 수염, 과도하게 나온 배, 민머리, 길게 내민 혀, 긴 손톱, 극단적으로 외소한 몸 등”으로 부정적이다. 특히, 최변개의 이미지는 공포영화인 나이트메어를 떠오르게 하는 등 괴기스럽다. 태권도 사범인 김갑환은 한국의 이미지를 반영하고 있으나, 나머지 게임캐릭터는 한국의 이미지와 관련성을 찾기 힘들다.



[Fig. 1] Korea Team Characters in KOF94

[Fig. 2]는 게임사인 SNK의 국가인 일본팀의 모습이다. 한국인 게임캐릭터의 비교대상으로서 일본팀을 살펴보면, 왼쪽의 패션모델인 ‘베니마루’, 중간의 고등학생인 ‘쿠사나기교’, 오른쪽의 유도선수인 ‘고로’로 구성되어 있다. 일본의 교복과 일장기표기의 띠를 머리에 두른 유도선수라는 게임캐릭터 설정은 일본 문화를 잘 반영한 것으로 보인다. 외모적인 측면에서도 한국인 게임캐릭터와 달리 부정

적인 면을 찾기 힘들다. 이와 같이, KOF94에서 묘사된 한국팀 게임캐릭터는 일본팀에 비하여 게임유저들에게 부정적 인상을 줄 것이라고 판단된다.



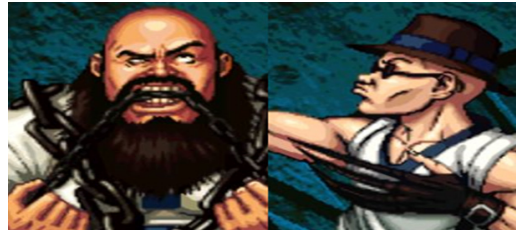
[Fig. 2] Japan Team Characters in KOF94

KOF94의 한국인 게임캐릭터는 다음 시리즈인 KOF95에도 동일하게 적용되었다. KOF96에서는 스토리상 태권도 사범인 김갑환이 장거한과 최번개를 갱생한다는 설정을 도입하여, 이들의 범죄자 의상을 김갑환의 도복으로 교체하였다. [Fig. 3]에서 묘사된, 장거한과 최번개의 의상교체는 KOF96부터 KOF2003까지 적용되었으며, 이를 통해 한국인 게임캐릭터의 부정적인 이미지가 다소 완화되었다.



[Fig. 3] Clothing Changes of Korea Team Characters in KOF96

KOF96부터 장거한과 최번개의 범죄자 의상이 변경됨에 따라 어둡고 음침한 분위기는 줄어들었으나, [Fig. 4]에서와 같이 한국인 게임캐릭터의 과장된 표정과 포즈를 통해 우스꽝스러운 이미지가 강해졌다. 이러한 한국인 게임캐릭터의 우스꽝스러운 모습은 새로운 시리즈에서 보다 더 심하게 연출됨으로서 게임콘텐츠에서 한국인에 대한 잘못된 인상을 게임유저에게 줄 수 있다고 판단된다.



[Fig. 4] Korea Team Characters in KOF98

KOF99이후에는 새로운 한국인 캐릭터인 ‘전훈’이 추가적으로 등장하였다. 전훈은 김갑환과 마찬가지로 태권도 기술을 가진 게임캐릭터로서 한국팀의 부정적인 이미지를 줄여주었다. 또한, 국내기업인 이오리에게 자금과 유통을 지원받아 개발된 KOF2001에서는 ‘이진주’라는 한국여성 게임캐릭터가 등장한다. 태권도 기술을 쓰며, 태극무늬가 나타난 벨트를 착용함으로써 한국문화의 특징이 잘 표현되었다.

종합하면, KOF시리즈 초기의 한국인 게임캐릭터의 부정적인 이미지 묘사가 강하게 나타났다. 이러한 KOF시리즈 초기의 한국인 게임캐릭터의 부정적인 이미지 묘사는 점차 약화되었으며, 국내기업의 자금이 투입되어 제작된 KOF2001에서는 한국문화를 적절하게 반영한 여성 게임캐릭터가 등장함에 따라 한국문화에 대한 긍정적인 이미지 묘사도 나타났음을 알 수 있다.

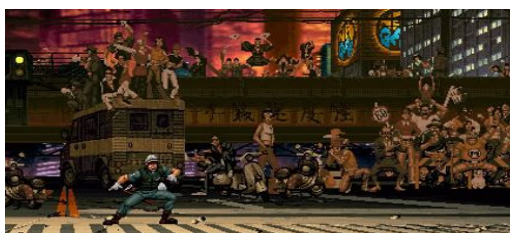
4.2 한국의 게임스테이지의 이미지

최초 KOF시리즈인 KOF94의 한국과 일본의 게임스테이지는 [Fig. 5]와 [Fig. 6]와 같다. 우선 한국의 게임스테이지의 날씨의 비가 내리고 바람이 몹시 불며 어둡고 안개가 끼어있다. 바닥은 깨져있고 물이 흥건히 젖어있으며, 뒤로 보이는 고궁은 마치 폐가처럼 보인다. 나무에는 무당의 물건으로 보이는 수건이 묶여져 있다. 전체적으로 음침하고 어둡고 정적이다.



[Fig. 5] Korea Game Stage in KOF94

일본의 게임스테이지는 분주한 일본의 도시를 나타낸 것으로 보인다. 많은 시민들이 보이며, 이를 통제하는 관리자가 안전모를 착용한 채 앞이나 있다. 뒤의 건물에는 일본게임회사인 네오지오(NEOGEO)의 광고표시도 눈에 띈다.



[Fig. 6] Japan Game Stage in KOF94

위의 두 곳의 게임스테이지를 살펴보면, 한국의 게임스테이지에는 사람의 모습이 보이지 않아 정적이고 원시적이다. 반면에 일본의 게임스테이지는 매우 활동적이고 도시적이다. 이와 같은 차이는 KOF95에서 보다 부각되었다.

[Fig. 7]는 KOF95에서 묘사된 한국의 게임스테이지이다. 산속으로 보이며, KOF94에서와 마찬가지로 비가 내리고 바람이 몹시 부는 좋지 않은 날씨이다. 또한 벼락에 맞은 나무는 불에 타고 있으며, 나무 주위에 원시적인 가재도구들이 놓여있어 문명화가 되지 못한 장소로 보인다.



[Fig. 7] Korea Game Stage in KOF95

[Fig. 8]는 KOF95에서 묘사된 일본의 게임스테이지이다. 화창한 날씨의 배경에는 일본학교의 교복을 입은 학생들과 편한 복장의 시민들을 볼 수 있다. 커다란 전광판, 건물, 도로를 통해 도시임을 알 수 있고, 중앙에는 일본게임제작사인 SNK표시의 건물이 있다.



[Fig. 8] Japan Game Stage in KOF95

KOF95에서의 한국과 일본의 게임스테이지를 비교해보면, 한국의 게임스테이지는 어둡고 원시적인 반면 일본의 게임스테이지는 활동적이며 도시적이다. 이를 통해 외국의 게임유저들은 한국과 일본에 대한 문화적 이미지를 형성할 수 있다. 한국과 일본의 문화에 생소한 외국의 KOF게임유저는 KOF94와 KOF95 게임에서 묘사된 한국과 일본의 게임스테이지 정보를 통해 다음의 [Table 2]과 같은 문화적 이미지를 형성할 수 있다.

[Table 2] Images differences between Korea and Japan from KOF94 and KOF95

Image Description	Korea Stage	Japan Stage
1. Weather	Rainy, Foggy	Sunset, Sunny
2. Civilization Level	Low	High
3. Population Level	Low	High
4. Mood	Gloomy	Dynamic
5. Brightness	Dark	Bright

KOF95이후에 제작되었던 KOF시리즈의 한국의 게임스테이지는 다음의 [Fig. 9,10,11,12,13,14]와 같다.⁴⁾ KOF96부터 한국에 대한 게임스테이지의 분위기는 이전보다 밝아졌으며, 한국의 문화적 특성이 반영되기 시작하였다. KOF96에는 고궁이 묘사되었으며 한국어 문구도 보인다. 그러나 제대로 포장되지 않은 바닥으로 물이 흘러, 부정적인 이미지는 여전히 남아있다.



[Fig. 9] Korea Game Stage in KOF96

KOF97에서도 고궁이 묘사되었으며, KOF96보다 더 긍정적인 이미지가 강화되었다. 전통의상을 입고 악기를 연구하는 사람들과 잘 포장된 바닥이 묘사되었다. 배경의 밝기와 색감도 강화되었음을 관찰할 수 있다.



[Fig. 10] Korea Game Stage in KOF97

KOF98에서는 한국의 해안도시를 묘사한 것으로 보인다. 터미널이라고 쓰인 간판 옆에 어부가 있으며, 나룻배가 묶여있다. 먼 뒤로 고궁의 그림자가 보인다. 그러나 한국을 대표하는 해안도시라고 보기에는 적절치 않다. 우리나라의 대표적인 해안도시인 부산과 비교한다면, KOF98에서의 묘사는 저개발 국가의 모습으로 보인다.



[Fig. 11] Korea Game Stage in KOF98

KOF2000에서는 한국의 시장을 나타낸 것으로 보인다. 각종 한국어 간판이 보이며, 한복과 향아리가 보인다. 하지만 길거리는 물에 젖어 있으며, 실제 한국의 도시라고 보기에는 발전수준이 낮다.



[Fig. 12] Korea Game Stage in KOF2000

4) KOF99와 KOF2003에서는 게임스토리상 한국의 게임스테이지가 제공되지 않았다.

국내기업인 이오리스에게 자금과 유통을 지원받아 개발된 KOF2001과 KOF2002에서는 한국의 문화적 이미지가 긍정적으로 묘사되었다.

KOF2001의 한국 게임스테이지의 모습은 겨울의 고궁이다. 태극기가 보이며, 한복을 입은 배우를 촬영하는 장면으로 보인다. 눈발이 날리는 한국의 모습이며, 아름답게 표현되었다.



[Fig. 13] Korea Game Stage in KOF2001

KOF2002의 한국 게임스테이지는 한강의 모습이다. 한강 뒤로 63빌딩과 높은 건물이 보이며, 맑은 하늘에 잘 정돈된 거리가 적절하게 묘사되었다.



[Fig. 14] Korea Game Stage in KOF2002

위의 KOF94부터 KOF2002에서 묘사된 한국 게임스테이지를 분석하였을 때, 초기의 KOF시리즈에서는 한국의 이미지가 어둡고 부정적이었으나, 이러한 부정적 이미지가 약화되고 있음이 관찰되었다. 특히, KOF2001과 KOF2002에서는 어둡고 부정적인 이미지가 완전히 사라졌으며, 발전된 한국의 모습으로 적절하게 묘사되었다. 이는 한국기업의 KOF2001과 KOF2002의 제작참여가 한국의 긍정적인 이미지 묘사에 중요한 영향을 주었을 것이라고 추정가능하게 해준다.

5. 결 론

본 연구는 게임콘텐츠에서 묘사된 한국과 일본의 게임캐릭터와 게임스테이지를 비교분석하였다. 이를 통하여, 게임콘텐츠를 통해 게임유저가 형성하는 한국의 문화적 이미지가 무엇인지 살펴보았다. 본 연구에서는 한국을 포함한 다양한 국가의 게임캐릭터 및 게임스테이지를 제공하는 대전액션 게임인 KOF시리즈를 연구대상으로 선정하였으며, 1994년부터 2003년까지 10년간 게임콘텐츠에서 나타난 한국의 이미지를 살펴보았다.

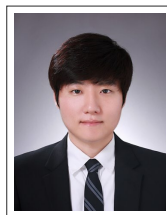
연구결과, 최초의 KOF시리즈인 KOF94에는 한국의 문화적 이미지는 부정적(정적, 원시적)이었다. 반면, KOF시리즈 개발사인 SNK의 국가인 일본의 게임캐릭터 및 게임스테이지는 긍정적(활동적, 도시적)으로 묘사되었다. 이러한 한국의 부정적인 묘사는 새로운 시리즈가 발매됨에 따라 점차 줄어들었으나, 여전히 한국의 문화를 적절하게 반영하지는 못하였다. 흥미롭게도, 국내 게임회사인 이오리스의 자금과 유통을 지원받아 발매된 KOF2001과 KOF2002에서는 한국인 여성캐릭터가 출현하였으며, 한국의 아름답고 발전된 모습이 긍정적으로 게임에 반영되었다.

본 연구에서는 게임콘텐츠를 통해 게임유저가 형성할 수 있는 한국의 문화적 이미지가 무엇인지를 분석함으로써, 고부가가치 차세대 성장 동력으로 떠오르는 게임콘텐츠산업 활성화를 위한 정책적 감독기구와 왜곡된 한국문화에 대한 대응방안의 필요성을 제시하였다는 데 공헌할 것으로 기대한다.

REFERENCES

- [1] Yil-Lae Lee, "Media Environment and Mania of Popular Culture: Focusing on the Gaming Culture in Korea and Japan", Journal of North-east Asian cultures, Vol. 45, pp481-497, 2015.
- [2] Seung-woo Han, Jae-joong Lee, "The Case

- Study on Game Balancing for Player VS Player Fighting Game”, Journal of Korea Game Society, Vol. 8, No. 1, pp15-27, 2008.
- [3] Greenfield, P.M., “Mind and Media: The effects of television, video games, and computers. Cambridge, Ma: Harvard University. 1984.
- [4] Prevenzo, E. F. Jr. “Video Kids : Making sense of Nintendo”. Cambridge: Harvard University Press. 1991.
- [5] Glenn, Chales McVey Jr. “The child’s experience of video play”, Ma: The University of Texas Austin. 1997.
- [6] Seung-ho Ryu, Eui-jun Jeong, “A Study on the Influences of Games in Youth - Focusing on the Heavy Users -”, Studies on Korean Youth, Vol. 12, No. 2, pp35-63, 2001.
- [7] The Hankyoreh news, “Extream Violence Video Game”, 1992.07.26.
- [8] The Yonhapnews, “Seizure from Video Games”, 1993.01.27.
- [9] Byeong-Hee Ko, “The Study of Countermove and Distorted Instances about Korean History in Japanese Game”, Journal of Game & Entertainment, Vol. 2, No. 2, pp1-8, 2006.
- [10] Sukhee Han, “”, Analyzing the Status of Female Characters in Fighting Action Games: Focus on EVO 2016”, Journal of Korea Game Society, Vol. 16, No. 5, pp79-88, 2016.
- [11] Ernest Adams, “Designer’s notebook: A symmetry lesson, Gamasutra, October 16 1998.
- [12] Chan-II Park, Hae-Sool Yang, “Balacne for Fighting System between Characters”, Journal of Korea Game Society, Vol. 7, No. 3, pp1-8. 2007.
- [13] Wonhui Kim, “The KOF98 UM online for KaKao”, Gamedonga news, 2015.11.24., <http://game.donga.com/82590/>
- [14] KOF Web-site, <http://kofaniv.snk-corp.co.jp/>



이 창 섭 (Rhee, Chang Seop)

*주저자(1st Author)

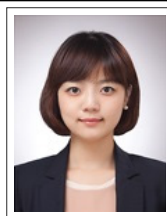
세종대학교 경영대학 경영학과 조교수
관심분야 : 융합경영, 기업/산업 분석, 문화콘텐츠



이 현 정 (Rhee, Hyungiung)

*교신저자(Corresponding Author)

중앙대학교 창의ICT공과대학 융합교양학부 조교수
관심분야 : 뉴미디어, 공유경제, 산업생태계



김 향 미 (Kim, Hyangmi)

*공동저자(Coauthor)

KT 비서실 그룹경영단 과장
관심분야 : 빅데이터, 마케팅