

## 온라인게임에서 팀플레이가 미치는 영향

### 협동, 협업의 문화 맥락으로 본 특성 비교

A study on the Impact of Online Team Gaming on Teen Collaborative Behavior Focused on Over watch Game Team Play

---

저자 (Authors)	고경곤 Kyung Kon-Ko
출처 (Source)	<a href="#">한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집</a> , 2016.11, 63-75(13 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">한국엔터테인먼트산업학회</a> The Korean Entertainment Industry Association
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07047703">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07047703</a>
APA Style	고경곤 (2016). 온라인게임에서 팀플레이가 미치는 영향. 한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집, 63-75
이용정보 (Accessed)	한국산업기술대학교 218.101.229.*** 2020/01/02 01:19 (KST)

---

#### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

#### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

# 온라인게임에서 팀플레이가 미치는 영향 : 협동, 협업의 문화 맥락으로 본 특성 비교

## A study on the Impact of Online Team Gaming on Teen Collaborative Behavior - Focused on Over watch Game Team Play

고경곤

Kyung Kon-Ko

중앙대학교 신문방송대학원

### 요 약

한국에 오버워치(Overwatch)라는 온라인게임이 2016년 5월 24일 공식 런칭이 되고 나서 오버워치는 한국 내에서 가장 유행하는 게임의 위치를 유지하고 있다. 오버워치의 열풍은 전 세계적인 것이나 특히 한국에서 오버워치는 10대, 20대를 망라하여 가장 자주 즐기는 게임의 위치를 공고히 하고 있다. 이에 연구자는 오버워치를 즐기는 십대들이 게임 내에서의 협동 플레이 방식의 영향에 의해 타인과 대화하고, 조정하고, 협상하는 현상에 대하여 분석했다. 먼저 한국 내에서 1998년부터 시작된 온라인 게임의 발전과 쇠퇴 그리고 최근의 부흥을 시기적으로 미디어의 발전에 비추어 살펴보았다. 그 다음은 오버워치에서 실제 발생한 다양한 반응과 함께 오버워치 게임의 협업 구조가 게임 내에서 어떻게 작동하며, 게임을 즐기는 십대들이 어떤 방식으로 대화, 조정, 협상 라는 과정을 거쳐 공존의 가치를 깨닫게 되는 지에 대해 알아보았다.

### Abstract

Overwatch, an online game, has been the most popular game in South Korea since it officially launched on May 24th, 2016. Overwatch fever is a global phenomenon, however, especially in South Korea it is the game that teens and twenties play the most. For these reasons, researcher analyze how cooperative playing style of Overwatch have influence on the way that teenagers communicate, mediate and negotiate with others. Above of all, we review the time that online games flourished, decayed, and prosper again based on the media development since 1998. And then, we examine how the cooperative playing style of Overwatch works in reality, and how teenagers playing games realize a value of coexistence through conversation, mediation, and negotiation with lots of actual responses from gamers.

**Key Words** : Korean game, Game culture, Game & Media

### 1. 서론

문화는 미디어의 발전과 더불어 새로운 변화를 맞이한다. 인쇄 시대의 시작은 지식의 대중화를 가져 오고, 라디오, TV시대와 함께 발전한 대중문화를 감안하면 디지털미디어의 시대에 게임은 미디어의 발전이 가져온 문화 현상으로

고찰해 볼 여지가 있다.

특히 한국에서의 인터넷과 디지털 미디어의 발전은 게임 산업에 엄청난 영향을 미쳤다. 1997년 스타크래프트로 본격적으로 전개된 한국에서의 온라인게임은 ADSL 인터넷의 보급과 더불어 시작된 인터넷미디어의 발전이 그 기반이 되었으며, 게임 방송의 출현으로 이어진 스타크래프트 리그의 발전, 리니지와

World of Warcraft 등의 MMORPG로 이리진 새로운 게임의 유행, 그리고 게임에 대한 반사회적인 관점에서 도입된 2011년 섯다운제 도입, 또다시 새로운 게임인 리그오브레전드 열풍과 e-스포츠의 부흥 등의 몇몇 사건들과 그로인한 변화들의 주요한 시점에는 항상 새로운 미디어의 출현과 변화가 있었으며, 변화된 미디어 환경은 게이머로 하여금 게임의 이용과 사용패턴, 소비의 방법 등의 다양한 변화를 촉발하는 요인이 되었다.

게임은 여러 측면에서 계속적으로 발전하고 있으나, 대부분의 게임에 관련한 연구는 유희와 심리, 인간관계 등의 부분에 대부분 국한되고 있으며, 문화적인 현상으로서의 게임에 대한 고찰에 대한 연구들도 두뇌발달<sup>1)</sup>과 같은 기능적인 연구나 선정성, 중독성 등의 파급효과적인 측면을 대체적으로 다루지고 있다. 또한 여러 많은 긍정적인 연구결과에도 불구하고 게임은 여전히 하위문화로 분류하는 사회적인 현상 또한 엄연한 사실이다.

일반적인 하위문화가 대중적인 주류문화로서의 수용되기 위해서는 한 사회에 들어온 외래문화나 개혁가에 의해 창조된 문화가 그 사회에 수용되기 시작되나, 게임의 경우 개혁가에 의해 창조된 창작물이 아닌 게임회사라는 기업에서 상업적인 목적으로 창조된 창작물이기 때문에 사회에 긍정적으로 영향을 미칠 수 있는 가능성으로써 마이클포터 교수의 Creating Shared Value의 관점으로써 사회의 긍정적으로 영향을 미칠 수 있는 요소를 기준으로 '게임을 플레이 한다.' 라는 것이 한 사회에 공통된 문제를 해결하는 과정에 있어 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 것을 입증하기 위해 협동과 협업의 문화로서의 맥락이 작용될 수 있는 가능성을 본 연구를 통해 밝혀보고자 한다.

## 2. 이론적 배경

본 연구는 디지털 게임 연구의 지배적인 두 패러다임은 내러톨로지(Storytelling)와 루돌로지(Rule-based)를 중심으로 논의가 되고 있으며, '내러티브'와 '놀이'<sup>2)</sup> 양식으로서 고찰해나가는 과정이라 할 수 있다.

두 논의는 1900년대 말부터 비롯되어 2000년대에 와 본격화되기 시작했다. 두 연구 경향은 기존 디지털 게임에 대한 연구들이 게임의 경

제적, 기술적 측면에 집중하던 연구에서 쉼표를 찍고, 게임이 가진 다양한 스펙트럼에 대해 고찰할 수 있게 하는 단초를 제공하였다. 문화텍스트로서 이해되고 분석되었던 것<sup>3)</sup>이고 네러톨로지스트들이 텍스트로서의 디지털 게임 자체가 갖는 내재적인 특성에 주목하고 인간의 개성과 느낌을 전달할 수 있다는 점에서 기존과 다른 예술 형태로 인식<sup>4)</sup>하고 네러티브의 생성과 해석, 구조에 관심을 가진 것에는 그 맥을 같이하지만 네러톨로지스트들의 논의되던 의미에서 확장하여 사유로서의 서사의 역할이 '놀이'이론의 하위징아<sup>5)</sup>의 '호모 루덴스(Homo Ludens)'의 개념을 활용한 루돌로지 연구의 개념을 적용하여 사회적인 파급력과 게임의 사회적 기능과 의미를 고찰해보고자 한다. 따라서 게임 리터러시<sup>6)</sup>의 관점도 일부 투영할 수 있으나 게임을 문화적으로 이해하고, 게임이 일상생활에서 어떤 의미를 갖는지 성찰하며, 게임을 통해 세계와 인간을 이해하는 능력이라는 견해는 같으나, 능력을 교육하는 작업 역시 도구적이라는 해석과는 다른 견해를 가지며, 사회적 기능으로서의 역할이라는 관점하에 마이클포터 교수의 '공유가치 창출 (Creating Shared Value)'<sup>7)</sup>의 기준으로 게임과 게임회사의 사회적 역할과 그 의미를 분석하고자 한다, 그것이 미치는 영향에 대해서, 마이클 포터 교수의 CSV를 기준으로 사회적 요구와 그 혜택을 탐구하고 게임이 상품과 시장에서의 어떤 재인식을 가질 수 있는지에 대한 가치사슬을 재정의해보고자 한다.

### 2.1 게임의 현황

현재 게이머는 모바일, PC, 콘솔 등을 모두 합쳐 2,100만명으로 추정되며, 기존 PC방을 중심으로 PC 게이머와 모바일을 통해 즐기는 게이머는 SNS의 발전과 더불어 뉴미디어 시대를 맞이하고 있다.

이들은 e-스포츠, 유튜브, 아프리카TV와 같은 보는 게임으로 게임플레이에서 게임을 콘텐츠로 즐기는 시대로 점차 다양한 영역에서 다양한 주제로 즐기고 있으며, 2015년 게임백서 기준으로 국내 게임사의 매출액은 9조9,706억 원에 육박하고 있고 세계시장에서 6.7%를 차지할 정도로 활발하게 게임을 즐기고 있다.

PC방은 13,146개에 이를 정도로 여전히 성업

중이며<sup>8)</sup>, 이와 맞물려 1인 게임방송 시장도 점차 커지고 있고, 개인방송 시장만 2,000억~3,000억 시장에 이를 것으로 추정되고 있고, 이중 게임 방송이 차지하는 비중이 상당히 높은 상황이다. 광고수입으로만 년 1억 이상 수입이 있는 상위 1% 게임방송을 하는 스트리머 중의 대도서관, 양평, 도티 등은 게임콘텐츠를 주로 방송하고 있으며, 이들의 콘텐츠는 유튜브 기준 백만 조회 수를 넘는 콘텐츠를 쉽게 찾아볼 수 있고, 도티는 '초통령'이라고 불리울 정도로 영향력 또한 대단한 상황이다. 이러한 외향적인 상황에도 불구하고 게임은 여전히 하위문화로 분류되고 있으며, 2011년에 도입된 섯다운제나 게임중독, 일부 게임방송 스트리머의 논란이 되는 방송으로 인해 여전히 하위문화로 구분되고 있는 것, 또한 현실이다.

## 2.2 문제의 심각성

2014년 헌법재판소의 게임 섯다운제의 합헌 결정을 요약하자면 '인터넷게임은 유해한 것이 아니나 청소년의 높은 이용률 및 중독성을 고려할 때 건강과 인터넷 중독을 예방하기 위해 과도한 규제라고 보기 어렵다.'고 판결을 내렸다. 즉, 게임의 문화적인 역기능의 심각성을 판단의 근거로 내렸다고 할 수 있다. 많은 언론에서 많이 다뤄진 있는 내용도 게임중독을 포함하여 선정성, 불법 소프트웨어, 현금거래 등의 역기능에 대한 심각성을 많이 다루고 있고 게임을 사회악으로 규정짓고 있다고 보아도 무방할 내용들로 규제와 제재가 필요한 전형적인 하위문화로 분류하고 있다. 물론 어떤 문화이든 문화의 순기능과 역기능이 존재하며, 게임 역시 문화의 범주에서 헌법재판소의 판결이나 언론에서 다루어진 현금거래에 대한 역기능을 동의되는 부분도 많으나 이미 대중문화로 성장하고 있는 게임의 문화적 순기능에 대한 충분한 논의도 뒤따라야 한다고 판단되는 바그에 따른 순기능에 대해서 충분한 논의가 진행되어야 한다고 생각한다.

따라서 문화로서의 사회적인 가치를 언급하기에 앞서 1997년 스타크래프트로 시작된 온라인게임의 대동부터 지금까지의 미디어의 발전과 지금까지의 흐름을 되짚어 보고 협동, 협력의 의미로 게임의 사회적 가치의 실현성에 대해 논해보고자 한다.

## 2.3 문제의 본질성 고찰

온라인게임시장의 성장과 현재까지의 상황을 되짚어 봄으로써, 미디어의 발전과 게임 문화의 변화에 어떠한 상관관계가 있었는지에 고찰해보고, 앞으로 예측되는 게임 문화의 변화에 대해 논해보고자 한다.

### (1) 제1기 온라인게임의 도입과 성장 (1999~2005년)

정부의 파격적인 지원과 TV미디어와 결합 1998년도 스타크래프트가 국내에 서비스를 이제 갓 시작하던 시점에 국내 첫 프로그래머 1호인 신주영이 프로를 선언하였으나, 이때까지만 하더라도 온라인게임은 태동기로 구분될 수 있다.

같은 해에 출범한 김대중 정부의 출범과 더불어 정보통신은 국가의 핵심 육성산업으로 구분되었고, 이듬해 1999년에 드디어 ADSL 기반의 초고속 인터넷서비스의 시작과 더불어 같은 해 9월 KT(당시 코넷)의 초고속인터넷의 TV광고인 '쌈장'이گی석이 광고에 출연하면서 대중의 폭발적인 관심을 끌게 되었다. 같은 해 케이블티비인 투니버스에서 스타크래프트 대전을 심야에 편성해 방송하였는데 방송에 대한 인기가 높아 게임TV, MBC게임을 설립되기에 이르렀다. 그 즈음 시기에 e-스포츠<sup>9)</sup>라는 단어가 쓰이기 시작했고, 2000년 게임리그가 정식으로 시작되면서 본격화되기 시작했다. 한마디로 '스타크래프트'의 폭발적인 인기와 '프로게이머' 관심 기제는 TV미디어와 함께 결합되어 전국적으로 PC방이 성업하게 되는 촉매제 역할을 하였고, 각종 온라인 커뮤니티, 오픈라인 소규모대회 등이 활발하게 열리기 시작하면서, 임요환, 홍진호, 박정석, 이윤열 등의 스타가 생겨나고, 2001년 WCG를 주최하는 것을 계기로 프로그래머는 새로운 직업으로 각광받기 시작했다.

2004년 부산 광안리에서 열린 스카이 프로리그 2004' 1라운드 결승전에 10만명(주최측 추산)의 관객이 관람함으로써 절정<sup>10)</sup>을 맞게 된다. 스타크래프트가 이 시기에 각광을 받을 수 있었던 것은 한 경기에 20~30분 정도 시간에 프로 게이머들의 일반인들이 따라 하기 어려운 컨트롤과 기발한 전략으로 상대방의 진영을 무력화시키는 모습을 보는 관전의 즐거움

이 존재했고, 이러한 요소들은 기존 스포츠 중계를 보는 재미와 또 다른 즐거움을 선사하는데 충분했고, TV미디어의 지원과 PC방의 확산이라는 기재와 맞물려 폭발적으로 성장하는 견인차 역할을 하였다.

2002년에 출시된 워크래프트3나, 2005년에 출시된 월드오브워크래프트, 그리고 같은 해 출시된 서든어택, 2006년 서비스를 시작한 피파온라인2를 비롯한 다양한 시도는 있었지만 스타크래프트를 시청하는 재미와 비교되거나, 게임을 플레이하는 저변, 그리고 프로팀 등 여러 측면에서 비교될 수 없을 정도로 성장한 이후였기 때문에, 잠깐의 가능성을 보여주는 정도에서 그칠 수 밖에 없었다.

워크래프트3 정도가 가장 큰 가능성을 보여줬으나, 장재호와 같은 스타플레이어의 출현, 스타크래프트와 같은 짧은 경기시간이나 실시간 전략 시뮬레이션의 장르의 유사성, 그리고 전작 시리즈의 인기와 신작에 대한 기대와 서비스 초기 관심도를 고려했을 때 가장 큰 관심을 받았지만, 프로게임팀과 아마추어 게이머들 간의 실력격차가 워낙 컸고, 아마추어 게이머가 프로게이머가 되기 위한 저변이 취약하다는 발목이 잡혔고, 비슷한 시기에 중국프로리그가 시작되자, 그나마 남아있던 프로게이머들도 중국리그로 이탈이 시작됨으로써 그나마 남은 가망성까지 없어지게 되었다. 다양한 종목이 출현하여 e-스포츠라는 하나의 종목이 되길 원하던 당시의 기대와는 다르게 불안감을 가지게 하였다.

## (2) 제 2기 온라인게임 시장의 경쟁과 게임 커뮤니티의 성장 (2007~2011)

2006년까지 이스포츠를 중심으로 스타크래프트의 인기도 어느새 위기가 찾아오게 된다. 2007년 임요환의 군입대와 스타크래프트 리그가 처음으로 축소되었기 때문이다. 인기가 완전히 없어진 것은 아니었지만, 스타크래프트를 제외한 마땅한 대안이 없었던 e-스포츠 리그는 점차 위기의식을 가지게 시작한다. 그렇지만 전체 게임사의 매출이 1조(게임백서 기준)를 돌파할 정도로 게임의 인기는 오히려 점차 과열되는 양상을 보이기 시작한다.

리니지, 워크래프트를 중심으로 한 RPG게임과 서든어택을 중심으로 FPS시장, 피파온라인2를 중심으로 스포츠게임시장을 중심으로 전국에 2만개가

넘는 PC방이 성행하게 되는데 특히나 이 시기에 가장 인기가 있는 게임인 MMORPG는 2003년 출시된 리니지2, 2005년에 출시된 월드 오브 워크래프트, 2008년 아이온 출시와 함께 절정을 이루게 된다. 당시에 주요한 커뮤니티<sup>11)</sup>가 협업(collaboration) 기반 소셜 미디어였고, 그 이름에서도 알 수 있듯이 이용자 간의 협동을 기반으로 한다.

보통의 소셜 미디어들이 한 사람 또는 소수의 이용자들에 의해 이미 구축된 콘텐츠를 기반으로 네트워킹 서비스를 제공하는 반면, 협업 기반 소셜 미디어는 서비스 되는 콘텐츠 자체를 해당 사이트를 이용하는 모든 이용자들의 '협동'에 의해 생산한다.

따라서 협업 기반 소셜 미디어의 콘텐츠 자체는 상당한 유동성을 지니고 있다. 보통의 소셜 미디어들이 이미 만들어진 내용을 가지고 오거나 다른 곳으로 전송하는 데 그치고 있다면 협업 기반 소셜 미디어의 콘텐츠는 이용자의 의지, 판단에 따라 그 내용, 형태, 순서 등 많은 부분이 변경될 수 있다. 이는 소위 '집단지성'에 대한 신뢰를 기반으로 하고 있으며, 이용자들의 콘텐츠 이용에 있어서도 단순한 검색이 아닌 이용자들의 선택에 따라 이용자들의 선호도가 높은 콘텐츠를 우선으로 열람할 수 있는 형태로 정보의 공유와 '검색'의 연결의 기능이 핵심이었고, PC미디어를 기반으로 상호작용이 가능한 미디어의 새로운 도래였던 것이다.

이 시기의 미디어의 특징은 PC미디어의 성장으로 TV미디어에만 의존하던 기존과는 다르게 새로운 미디어의 사용이 활발하는 시기라 할 수 있다.

<표 1>

협업모델	서비스 유형	해외 사이트	국내 사이트
	Wikis	Wikipedia, PBwiki, wetpaint	
	Socialbookmarking (ortagging)	Delicious, StumbleUpon, GoogleReader, CiteULike	마가린, 네이버북마크
	Social news	Digg, Mixx, Reddit	다음 뷰
	Rewiew & Opinion sites	epinions, Yelp, City-data.com, epinions.com,	디시인사이드, 아고라
	Community Q&A	Yahoo! Answers, WikiAnswers, Askville, Google Answers	네이버 지식iN, 네이버 Q & A
	Game Community	Redic	플레이포럼, 게임인벤

PC미디어의 성장과 함께 게임웹진이 점차 영향력을 가지게 된다. 게임 웹진은 이스포츠의 태동과 함께 우수축순처럼 생겨나던 게임커뮤니티가 점차 확대되기 시작한다.

2006년 아프리카TV가 개국하고, 플레이포럼과 같은 게임 커뮤니티들이 등장하게 되는데 게임 커뮤니티의 순기능은 당시 대세를 이루던 MMORPG게임의 던전, 퀘스트, 보스몬스터의 공략법과 같은 정보, 서버 내 고레벨 플레이어, 길드(혈맹)에 대한 소식, 장비 리뷰, 육성 및 조합과 관련된 성장에 대한 정보공유가 주류를 이룬다.

이러한 현상은 게임에만 국한되는 것이 아닌 대체적인 PC미디어의 이용 트렌드와 비교했을 때 크게 상이하지 않은 현상 이었다. 게임플레이 측면으로 보자면대부분의 인기 있는 MMORPG가 플레이어의 아바타를 성장을 바탕으로 일대일(PV) 또는 다대다(길드, 혈맹)의 플레이어간의 경쟁(공성, 던전독점)을 모티브로 하였다.

때문에 시기에 등장한 게임중독<sup>12)</sup>과 현금거래<sup>13)</sup>라는 역기능이 대두되었는데 게임중독의 경우 대인 모방 폭력성, 대물 모방 폭력성, 자해 모방 폭력성과 같은 게임의 몰입을 인해 사회성에 영향을 미칠 수 있으며, 현금거래의 경우 게임의 공간에서 발생하는 현상으로, 어느 학설의 주장이 타당 하다고 판단할 수 없으나, 게임사의 묵인 하에 이루어지고 있고, 현금거래와 관련되어 여러 부작용이 발생하고 있는데 게이머들이 게임 행위의 일환으로 게임 아이템의 현금거래를 당연시 여기고, 소비자연대에서 게임 매커니즘상 필연적으로 발생할 수 밖에 없으며, 97%의 이용자들이 이를 인정하면서 제도적인 보완을 요구한다는 한다는 점을 지적하였다.

게임시장의 급작스러운 성장에 일부 돈벌이를 위한 게임들이 출시되면서 생기는 자연스러운 현상 이었다. 2005년에 출시된 월드 오브 워크래프트는 여러 가지 파격적인 매커니즘을 선보인다.

아이템을 플레이어에게 귀속시킴으로써 거래가 이뤄지지 않도록 하고, 피로도 시스템을 적용하여 특정시간 이상 플레이를 할 경우 경험치의 증가가 떨어지도록 하는 것은 물론 플레이어간의 대결을 통해 아이템을 획득할 수 없

게 함으로써 그리고 인스턴트 던전 시스템으로 아이템의 독식도 당시의 게이머에게 큰 반향을 일으키게 되었으며, 당시의 여러 연구에서 게임이 서사적인 기능을 제공한다는 것에는 대체적으로 인정하였으나, 그것의 순기능에 대해서는 부정적인 시각도 상당했다는 것을 볼 수 있다. 결국 2011년 정부의 섯다운제 도입으로 그 절정을 맞이하게 된다. RPG게임의 기본적인 특성은 성장을 위한 모험<sup>14)</sup>으로 구분할 수 있는데, 성장을 위해 기본적으로 많은 시간이 소요되며, 모험의 요소는 크게 아이템의 획득, 던전의 난이도, 플레이어간의 전투와 같은 크게 3가지로 요소로 구분이 된다.

대부분의 연구에서 게임의 대표적인 역기능으로 언급되고 있는 부분이 과도한 몰입에서 오는 사회성의 결핍과 그것을 게임 및 플레이어간의 상호작용에서 필연적으로 요구되는 시간의 경험을 조절하는 자기 조절성을 약화시키는 역할을 한다는 점이었고, 리니지나 대부분의 RPG게임은 이러한 논리를 근거로 사회적인 제재를 검토해야한다는 여론이 점차 커지게 되었다. 이러한 부분을 많이 보완해서 출시된 월드 오브 워크래프트 역시 이러한 비난여론에서 자유로울 수는 없었다.

2009년부터 리터러시나 2010년 시리우스 게임의 연구도 논의되기 시작하였으나 2011년 섯다운제 도입과 함께, 게임을 사회악으로 보는 게임포비아와 그에 반대하는 여론은 인터넷 커뮤니티를 통해서 더욱 확산되기 시작되었다.

### (3) 제 3기 모바일시대의 시작과 보는 게임의 도약 (2012~현재)

2009년 출시된 리그오브레전드는 출시되었을 때 부터 게이머들 사이에 큰 반향을 일으킨 게임이었으나, 2010년부터 소규모 게임대회를 시작으로 점차적으로 성장하다 2012년에 온게임넷을 통해 정식리그가 출범함으로써PC방 점유율 40%를 넘기는 엄청난 반향을 일으키며 이스포츠의 재도약과 MMORPG를 중심으로 한 게임시장에 큰 변화를 가지고 오기 시작했다. 2014년 롤챔스 결승 케이블TV 시청률 1.23%, 온라인시청 60만이라는 점인데, 과거 이스포츠가TV미디어를 중심으로 확산되었던데 반해, 현재의 이스포츠는 인터넷을 통한 실시간중계도 큰 역할을 하고 있다는 것이다.

시장기준으로 살펴보자면 스웨덴 출신 BJ '퓨디파이(본명 펠릭스아르비드올푸셀버그)'는 유튜브를 통해 한 해 1,200만 달러(140억 원)를 벌어들여 세계를 놀라게 했다. 국내에서도 수많은 1인 미디어가 생겨나면서 콘텐츠의 제작지원, 저작권 등 법률자문, 유통 및 수익배분까지 BJ들을 관리 지원하는 기획사 MCN(Multi Channel Network)들이 설립되어 MCN산업이 형성되고 있다. CJ E&M, 아프리카TV, 트레저헌터 등이 대표적인 MCN기업이며 포털, 지상파 방송사도 속속 1인 방송 플랫폼을 내놓고 있다.

국내 MCN산업은 아직 태동기로 전체 시장규모를 집계하기 어렵다. 다만, MCN 수익모델이 동영상광고에 기반하고 있기 때문에 간접 추산은 가능하다.

한국온라인광고협회에 따르면 국내 동영상광고 집행액은 2014년 910억 원에서 2015년 1183억 원으로 30% 급성장했다. 신원수 한국온라인광고협회 상무는 동영상광고 시장이 향후 몇 년간 더욱 가파른 상승세를 보일 것으로 전망했다.

글로벌 성장세는 더욱 거세다. 미국 시장조사업체 이마케터는 세계 동영상광고 시장규모가 2015년 78억 달러에서 2018년 128억 달러까지 치솟을 것으로 예상했다.

YouTube에서 가장 인기있는 개인창작자인 PewDiePie의 구독자수는 4,250만 명, 조회수는 113억 회에 이른다. 국내에서 초등학교 사이에서 게임 해설방송으로 유명해 '초통령'으로 불리우는 '양평'의 경우에 구독자 62만 명, 조회수 9억 회에 이르며, 게임 분야 개인 창작자인 '대도서관'은 구독자 119만 명, 조회수 5억 회에 이르고 있다. 이러한 인기를 바탕으로 유명 개인 창작자의 수익도 증가하고 있다.

미국 경제지인 Forbes에 의하면 YouTube 개인창작자 중 수입 1위인 PewDiePie는 연 1,200만 달러를 벌었으며 상위 10위 안의 창작자들도 수백만 달러의 수입을 얻은 것으로 나타났다. 국내도 최상위권 인기 개인 창작자인 양평, 대도서관, 도터 등도 월 수천만 원 대의 수입을 거두는 것으로 알려져 있다.

현재 MCN을 활용한 마케팅이 다변화되고 있는 반면 아프리카TV를 중심으로하는 방송 콘텐츠는 게임, 엔터테인먼트(음악, 보이는 라디오), 스포츠, 먹방이 주류를 이루는 방송이며, 유튜브를 중심으로 유통되는 콘텐츠와는 다른 양상을

보이고 있다는 점이다.

이러한 현상으로 인해 다이어티비와 같은 콘텐츠 공급자들은 채널다변화 전략을 세우고 있다는 점이고, 채널다변화는 트레저헌터는 자체 브랜드를 활용하는 온라인 쇼핑몰인 '크리마켓'을 개설하여 양평, 악어, 김이브, 최고기 등 소속 창작자의 개성이 담긴 상품을 판매를 한다던가, 아마존의 게임엔진인 '럼버야드(Laumberryard)'의 경우 게임엔진에부터 트위치방송중계를 고려하여 게임 방송화면에서 유저를 바로 초대하고, 같이 채팅하며 방송 중인 게임에 참여도 가능한 상호작용으로 점차 진화하고 있다는 점이다.

최근 Netflix, BuzzFeed와 같이 콘텐츠 제작과 유통에 이용자 데이터를 분석해 활용하고, 이용자는 자신의 데이터를 사업자에 제공하는 것으로 콘텐츠 비용을 간접적으로 지불하게 되는 형태의 새로운 비즈니스 모델을 선보이기도 하였으며, 유튜브는 socialblade.com과 같은 MCN활동을 위한 플랫폼 지원이라는 형태로 점차 데이터를 기반으로 선호 콘텐츠 생산을 활성화 하는데 초점을 맞추고 있다.

이는 이용자가 수동적 콘텐츠 선택 아닌 선호를 분석한 맞춤형 콘텐츠 소비를 유도한다는 뜻이고, 지금까지의 아프리카 티비<sup>15)</sup>와 관련된 연구논문에서 콘텐츠에 대해서 게임방송이 게임공략이나 게임플레이에 도움이 되는 내용을 기반으로 방송하는 것이 주류를 이루는데 반해, 엔터테인먼트(음악, 보이는 라디오 등)은 소재의 제한적인 요소로 자극적이고 선정적인 내용으로 별풍선을 받기 위한 방송내용으로 사회적인 물의가 될 수 있는 경우라고 볼 수 있다.

대표적인 케이스가 BJ의 철구의 '양기모띠'라는 신조어인데, 방송 중에 별풍선을 받으면 해당 BJ가 '양기모띠'라는 멘트와 함께 가학적인 행동을 하는 것이 유저들 사이에서 하나의 신조어로 자리잡은 경우이다. 이러한 현상은 10, 20대를 중심으로 새로운 현상이 일어나고 있으며, 이는 연령별로 비교하였을 때, 기본적으로 새로운 미디어에 대한 수용도가 높은 젊은 세대이기 때문에 그렇다는 보다는 미디어 수용도에 있다. 다른 양상을 보인다는 점이고, 미디어 수용도라는 관점이라기보다 미디어수용의 다변성이라는 트렌드로 해석할 수 있고 게임을 소비하는 트렌드 역시 미디어의 다변성이라는 흐름에 맞춰 발전하고 있다는 점이다.

무엇보다 다양한 스마트 단말과 미디어의 등장은 기존 콘텐츠 생태계의 전 영역에 걸쳐 새로운 변화를 요구하고 있다. 2012년에 카카오톡을 기반으로 한 애니팡이 출시되었고, 서비스 74일 만에 2,000만 다운로드 돌파하는 새로운 현상을 일으키게 되었다.

애니팡을 기점으로 다양한 모바일게임들이 출시하게 되는데 2012년을 시작으로 2014년까지 1000만 다운로드를 넘는 모바일게임이 많이 출시되었다는 점이다. 1000만 다운로드 이상을 기록한 게임들이 퍼즐, 슈팅게임, 보드게임, 전략시뮬레이션, RPG 등 다양한 장르가 인기를 끌게 되었는데, PC게임과 비교했을 때 출퇴근, 약속시간을 기다리는 시간 등 시간 때우기 용도로 많이 이용되었다는 점이다. PC게임과 명확하게 구분되는 이용행태를 보이기 시작한다. PC게임은 점차 재미를 추구를 하는 게임을 선호하는데 반해, 모바일게임은 점차 이동중에 잠깐의 시간에 게임을 이용하는 추세로 저변확대가 되었다는 점이다.

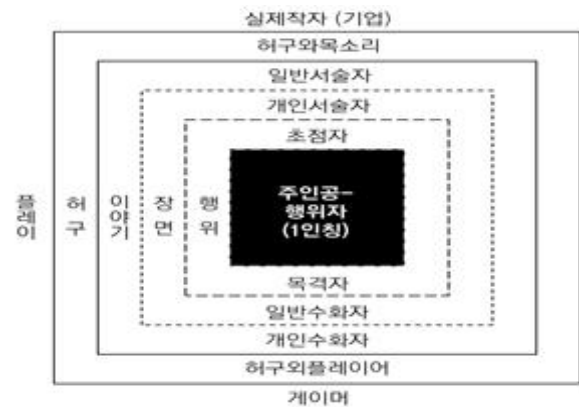
무엇보다 스마트미디어 환경에서 미디어는 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크의 통일성을 상실하고 플랫폼은 네트워크 기반에서 콘텐츠를 전송하는 다양한 물리적 수단으로 분리되어 가고 있다. 이처럼 분리된 플랫폼들은 콘텐츠와 이용자 간의 접점을 놓고 경쟁하게 됨으로써 기존 콘텐츠의 생산, 유통, 소비 방식에서 새로운 혁신을 가져올 것으로 기대됨에 따라 게임을 플레이하고 공유하는 과정 역시 새로운 혁신이라는 흐름에 맞춰 점차 변화하고 있다.

### 3. 본론

#### 3.1 게임의 텍스트로서의 문화적 가치에 대한 고찰

앞서 우리는 1997년부터 시작된 온라인게임의 태동과 더불어 미디어의 발전과 그에 따른 시기적으로 구분하여 살펴보았다. 거의 모든 시기에서 공통점은 순기능이든 역기능이든 공통적인 부분은 게임의 텍스트로서 서사적 기능, 상호작용의 역할이 사회적 기능을 제공하고 그것이 미디어의 발전에 따라 생산, 유통, 소비의 방식에서 점차 새로운 방식으로 진화하고 있다는 사실을 발견할 수 있었다. 그렇다면 게임의 문화적 가치는 무엇이고, 그것을 통한 가치 사슬을 발견할 수 있다면 게임이 문화로

서의 순기능을 가진 매체로의 역할을 해낼 수 있다는 결론에 도달할 수 있다. 미학에서의 텍스트<sup>16)</sup>의 순기능을 기준으로 텍스트로서의 사유개념으로 게임을 아래 <그림1>과 같이 정리해보았다.



<그림1>

텍스트로서의 문학은 행위자가 1인칭 또는 3인칭으로 구분되는데 반해, 게임은 1인칭이라는 점과 최종 행위가 플레이, 게이머, 기업이라는 3각 관계로 도출된다는 점이다.

행위, 장면, 이야기, 허구로 이어지는 연관관계 속에서 서술자가 이야기하는 것을 상호작용적으로 수용함으로써 플레이어는 유희, 노동, 생산, 실천의 대상으로 언어의 파괴와 이데올로기의 파괴적인 모습을 보여주는 언어를 벗어난 장소를 진정한 '문학'이라고 언급한 것처럼, 텍스트로서의 게임의 진정한 모습은 이러한 의미를 문화적인 공통가치가 되었을 때 진정한 가치사슬을 만들어 낼 수 있을 것이다.

이러한 기준에서 서술자가 개인이 아닌 기업의 형태를 가진 게임의 경우 기업의 사회적 역할을 기준으로 내세운 마이클포터의 CSV(Creating Shared Value)의 역할이 중요하다고 할 수 있다. 또한 게이머 역시 앞서 언급한 제 2기의에서의 커뮤니티에서는 PC미디어에 국한된 정보공유와 연결이라는 상호작용의 시대였다면 모바일 미디어의 환경에서 기존 콘텐츠를 새로운 전송과 유통 방식 또는 새로운 소비 행태에 적합한 형태로 바꾸거나 또는 이에 부합하는 새로운 콘텐츠를 창출해야 하는 시점에 와 있다.

따라서 스마트 환경하의 미래 콘텐츠, 즉 스마트 콘텐츠는 ① 기존 콘텐츠를 혁신 기술과 방



식을 이용하여 새로운 형식과 내용으로 변화시키고, ② 새로운 전송 및 유통 방식의 변화를 통해, ③ 이용자가 콘텐츠에 접근하는 방식, 즉 새로운 소비 행태를 변화시키는 방향으로 진화한 콘텐츠를 말한다. 이러한 스마트 콘텐츠는 기본적인 가치 사슬 구조인 제작, 유통, 소비의 혁신을 통해 이루어질 것이다.

제작(Creation) 측면에서 주목할 점은 첨단 정보통신기술의 발달과 함께 이를 활용한 리치 콘텐츠(rich content)에 대한 수요가 증가하고 있다는 것이다. 또한 사용자들이 직접 제작하고 생산한 이용자제작콘텐츠(user generate contents)가 콘텐츠 제작과 유통 패러다임에 커다란 영향을 준 것처럼 미래의 콘텐츠 시장에서는 이용자편집콘텐츠(user editing contents)도 주목 받을 것으로 보인다.

왜냐하면 콘텐츠의 증가로 인한 선택의 문제, 이용자가 직접 콘텐츠의 배치를 구성해서 편집하는 니즈의 증가 등으로 인해 편집의 중요성이 늘어날 것이기 때문이다. 이에 따라 향후 콘텐츠는 사용자경험(user experience)이 최적화되고 이용자의 물리적 상태 외에도 다양한 상황 요소를 통합한 플랫폼적 특성을 내재할 것으로 예상된다. 이것이 가능하기 위해서 콘텐츠는 상호작용이 가능하고(interactive), 지역적이며(localized), 명확한 대상을 가진(targetable) 형태로 바뀌어 가고 있다는 점이다.

이용자들의 능동적인 참여, 시공간 제한 없는 콘텐츠 이용, 그리고 다양한 애플리케이션의 사용 때문에 좀 더 풍부하고 다양한 콘텐츠가 주목받고 있다. 리치 콘텐츠란 “다양한 미래 미디어 기술을 이용해 역동적인 시각 효과와 쌍방향 소통이 가능한 혁신적인 콘텐츠”를 말한다. 대표적인 리치 콘텐츠 형태로는 디스플레이 증강현실(display AR)이나 가상현실(VR) 등을 들 수 있다. 2016년에 출시된 '포켓몬 고'의 열풍 또한 이러한 트렌드를 잘 반영한 결과물이라고 할 수 있다.

한편 이용자들은 과거 어느 때보다 폭발적으로 늘어났 수 많은 콘텐츠로 인해 콘텐츠 과잉의 시대에 살고 있다. 따라서 미래 이용자들에게는 재미있고, 간단하며, 일관성 있고, 쉽게 응용 가능하고 유용한 콘텐츠를 제공해야 한다. 이에 따라 이러한 사용자 경험과 상황 인지 시대에 대응하기 위해 사용자 경험 정보를 통합한 사용자 경험 플랫폼(user experience platform)의 중요성도 부상할 것으로

예상된다.

또한 개방형 플랫폼의 확산으로 과거 폐쇄적인 서비스 제공 방식에서는 참여할 수 없었던 다양한 외부 개발자들이 자유롭게 콘텐츠를 생산하고 있다. 이러한 개방성은 개발자뿐 아니라 콘텐츠를 소비하는 이용자들마저 콘텐츠 생산에 참여하는 환경을 만들어 주고 있다.

즉 이용자가 과거처럼 수동적으로 콘텐츠를 소비하는 데 그치는 것이 아니라 소비 행위 자체가 콘텐츠의 생산으로 연결되는 선순환적인 생태계가 만들어지고 있는 것이다. 향후 콘텐츠 유통(distribution) 환경은 이용자들의 이용 행태와 상황에 맞고 기기별 특성에 맞는 콘텐츠 제공이 중요해질 전망이다. 그 이유는 다양한 단말에 따라 미디어 콘텐츠를 소비하는 시간대와 선호도가 다르기 때문에 기기별 콘텐츠도 그에 따른 차별화 전략이 필요하기 때문이다.

이런 맥락에서 ASMD(adaptive source multi device, 기기별 특성에 맞게 콘텐츠를 제공하는 것 또는 단말)를 통한 크로스미디어 스토리텔링 전략이 필요하다. 즉 특정한 주제와 관련된 다양한 콘텐츠를 소비자가 다양한 기기에서 선택 이용할 수 있어야 한다는 것이다. 이러한 클라우드 환경이 조성되면, 이용자들은 개별 콘텐츠에 대한 소비가 아닌 접근성(access)에 돈을 지불하는 패러다임으로의 변화가 예상된다. 네트워크로 연결된 분산자본주의 시대의 패러다임이 '소유'에서 '접속'으로 바뀌고 있기 때문이다.

### 3.2 게임의 문화적가치에 대한 무용론과 역기능에 대한 고찰

게임에 대한 부정적인 담론들이 유포되면서 게임포비아는 어느 순간 국가에 의해 관리되는 대상이 된다. 여성가족부, 보건복지부 등 국가기관은 청소년 보호를 앞세워 게임포비아<sup>17)</sup>를 확대 재생산하는 장치로 기능한다. 이들의 공통된 시각은 산업성의 인정과 교육론적인 무용론의 이분법적인 사고와 정부유관 기관, 종교단체, 시민사회를 통해서 게임포비아가 정당한 사회적 가치라는 것으로 이야기되고 있다는 것이다.

교육론적인 무용론에 대해서 일부 게임에 앞서 이야기한 부분에 유희로서의 문화적인 가치가 존재하기 때문이고, 유희로서의 문화적인 가치가 시간의 소비라는 것과 맞물려 보수적인교육론적인 의미로

게임의 문화적인 가치를 평가한다는 것이다. 따라서 게임에 대한 문화적 가치에 대해서 플레이어, 서술자가 사회적인 가치를 찾아나가며 해결해 나가야 할 필요가 있다.

### 3.3 새로운 게임의 문화적 가치와 사회적 가치사슬에 대한 고찰

앞서 언급한대로 점차 미디어의 발전과 더불어 협력과 공존을 위한 결합<sup>18)</sup>이 가장 중요한 문화적, 사회적 가치로서 대두되었고, 문화적 사회적인 가치는 공유경제 또는 사회공유라는 새로운 이데올로기가 해법이 될 수 있다는 점이다.

즉 게임의 유희, 노동, 생산, 실천의 대상으로의 가치에 대한 언급이다. 닌텐도 DS의 말랑말랑 두뇌교실처럼 사람들에게 지적유희를 즐길 수 있도록 했던 창의적인 게임으로 사람들은 평가하는데 이는 유희와 생산이라는 연결고리로 해석할 수 있으며, 최근 게이미피케이션<sup>19)</sup>이 새로운 마케팅의 화두로 떠오른 것과 같이 유저의 경험이 아닌 플레이어의 경험이라는 사유로서의 기능으로 유희, 노동, 생산, 실천과 맞물려 해석한 결과물이라고 할 수 있다. 하지만 근본적으로는 게임자체가 지닌 플레이어의 경험도 중요하다고 할 수 있다.

2016년 블리자드에서 출시한 오버워치가 협동의 메시지로 게이머에게 새로운 변화를 공감하도록 하기도 하며, 아마존의 게임엔진인 렘바야드 처럼 SNS와의 융합을 시도하는 형태도 등장하고 있다. 도입과 성장의 시기에 사유로서의 서사로 게임은 스토리, 모험의 체험이고 플레이어의 입장에서 행동은 그것을 원할 하게 하기 위한 수집(채집), 컨트롤 이었다는 점이고 그것을 문화적인 형태로 정보를 공유하는 것에 대중문화로서 유희의 가치를 지녔다는 점이고, 게임시장의 경쟁과열 시점에 오면서 그것의 독점욕이라는 기제를 자극시키는 일부 서술자의 관점으로 플레이를 유도함으로서 사회적 부작용을 야기했다는 점은 부정할 수 없는 사실이다.

모바일이 본격적으로 사용되기 시작한 보는 게임의 시대에서 이전 스타크래프트가 사랑받았던 요소인 경쟁, 컨트롤이라는 흥행코드로 독점욕을 자극시키는 서술자의 관점은 줄어들었지만 루트공략, 킬데쓰를 기준으로 플레이어의 행동을 평가하고, 그것을 잘 할 수 있는 요인인상성, 컨트롤이 잘 안되는 플레이어에게 소

위 패드립과 (같은편 또는 상대편 플레이어에게 부모에 대한 욕설과 비방을 하는 속어) 같은 부정적인 영향도 이어지는 경쟁적인 팀플레이가 여전히 단점으로 지적받는 요소이다.

이제 갓 주목받기 시작한 1인 방송의 경우 욕설, 선정성, 자극적인 방송의 소재로 인해 부정적인 시각 또한 적지 않은 것도 사실이다. 앞서 언급한 게임들이 연결이라는 상호작용을 초점을 두었기 때문이라면 2016년에 출시한 오버워치는 협동이라는 상호작용에 초점을 두고 있다는 것을 눈여겨 볼 필요가 있다.

게임의 팀플레이는 기본적으로 자율적인 판단과 각자의 의사결정이 발현되는 것이 게임에서의 협동 플레이인데, 3인 이상이 모인 플레이어 모두가 이것을 이해하고, 일사분란하게 움직인다는 것은 소수의 프로그래머 처럼 많은 시간동안 함께 모여 연습하지 않는 쉽지 않은 문제이다.

그렇기 때문에 MMORPG에서도 팀플레이가 존재하였으나, 일부 고레벨의 플레이어들의 전유물이 되기 쉽상 이었다. 이러한 기준에서 오버워치는 극한의 조작을 잘하는 유저도 지원의 역할로 살아만 있어도 도움이 되는 각자의 조합을 맞춰 임무를 수행하는 목적으로 팀플레이를 구현하였다. 이는 블리자드의 게임철학 중에 하나인 Every voice MATTERS를 반영한 것으로 모든 목소리는 중요하다. 고객들의 목소리에 귀 기울이고, 임직원들은 의견을 나누며 협력한다.

모든 게이머가 엄청난 조작능력 빠르게 움직이면서 조준을 잘하고, 엄청난 공간능력으로 이리저리 재빠르게 움직이며 상대편을 물리칠 수 없기 때문에 손은 느리지만 넓은 시야로 아군을 도와줄 수 있거나, 또 누군가는 도움을 주는 것만 잘해도 되도록 협동과 협력할 수 있도록 게임플레이를 디자인하고, 승리의 조건이 적의 처치가 아닌 협동에 집중될 수 있도록 거점을 점령한다던가, 화물을 운송하는 식으로 조건도 바꾸었다. 그리고 경기가 종료되고 난 뒤에 그 팀의 승리에 기여도가 높은 사람들을 보여주고 그것을 칭찬할 수 있도록 해주고, 결정적인 기여를 한 플레이를 보여주고 협력을 위한 팀플레이를 더욱 독려한다.

또 팀플레이가 잘 안되는 경우 상대편 또는 같

은 편을 비방하기가 쉬워지는데, 채팅을 욕설을 하면 반대로 말이 나오도록 바뀌어 나오도록 채팅 시스템적인 부분까지의 고려하여 개발을 하였다. 게임에서 협동을 위해 서로에게 권유하고 응원하거나 좋은 플레이를 위해 합의하는 과정들도 자주 등장하고 있다. 협동을 하여야 더 좋은 플레이가 나오고 있다는 것을 이해하고 협력의 시대에서의 공존의 가치관을 제공하는 것을 표방하고 있다는 것이다. 이러한 요소는 MCN의 개인방송에도 영향을 주고 있다. 다른 방식으로 더 즐기기 위해 창의적으로 노는 모습들을 자주 목격할 수 있는데, 도움을 주는 힐러캐릭터를 이용해 줄넘기를 하거나 게임의 구석구석을 탐험하는 콘텐츠들도 자주 볼 수 있다는 점이다. 그리고 중요한 것은 이러한 새로운 놀이도 혼자서 즐기는 것보다 여럿이 협력해서 즐기는 모습이라는 점이다.

최근 한 고등학교 학생이 어려운 동양철학을 오버워치의 게임화면을 이용해서 친구들에게 쉽게 이해할 수 있도록 해주거나 어떤 대학생은 오버워치의 지형을 활용해서 도시설계에 대한 과제를 제출한 게이머도 있는데, 자신이 좋아하는 게임을 연구하여, 자신의 학업이나 전공분야에 활용하는 사례들은 종종 있었지만, 게임에 대한 2차 생산 콘텐츠를 뉴미디어와 결합하여 보다 더 창의적이고 확산을 가지는 훌륭한 콘텐츠로 점차 진화할 것이라고 생각된다.

#### 4. 결론

게임에 있어서 가장 중요한 것은 텍스트를 몰입하게 해주고, 그것을 매개체로 다양한 상호작용이 가능하다는 서사적인 의미이나, 상호작용 역시 기존의 개념에서 점차 확대되어 게임과 플레이어간의 고립된 존재가 아닌 게임과 플레이어, 플레이어와 플레이어간의 복합적인 상호작용으로 점차 진화하고 있다.

그 속에서 사람들은 UGC와 같은 2차 생산물을 만들어내는 것을 넘어 2차 생산물을 유통하는 하나의 플랫폼으로서의 개념으로 확장되어 나가고 있는 것을 볼 수 있었다. 결론적으로 게임의 발전은 사람들에게 상상력을 자극하고 그 자극된 상상력<sup>20)</sup>은 새로운 가능성을 지닌 존재로 발전을 거듭하였다.

여기서의 상상력은 두개의 익숙한 공간을 낯선

방식으로 연결하는 사이 공간이 바로 상상력이다. 상상력을 통해 기존의 구조를 깨고 공간을 중첩시키는 일로, 기존의 경계를 가로질러 대화를 나누려 하는 우리 역시 경계 안에서 움직인다. 경계를 나누는 장애물이자 동시에 가교 역할을 하는 문의 이중성을 생각하면 경계 안으로 들어오도록 하려는 유도역할을 하고, 혹은 막아서는 역할을 하기도 한다. 중요한 것은 이러한 활동들이 모여 새로운 가능성을 지닌 존재로 거듭난다는 것이라는 변증법적인 시각에서 게임과 미디어, 게이머를 바라보고 그 발전 가능성을 언급해보고자 하였다.

#### 참 고 문 헌

- [1] (1)Bavelier, D. & Green, C.S. (2016) - The Brain Boosting Power of Video Games. Scientific American, 315(1), 156-176. PDF(이 논문의 Scientific American의 요약 부분)  
Bavelier, D. MIT Ph.D 인지 및 뇌과학  
Fast-paced shooter games did not always grace lists of brain-enhancing activities. For the past 15 years, however, a number of studies have found that playing them frequently changes various aspects of cognition for the better.  
빠른 속도의 슈팅 게임은 뇌를 발달시키는 활동 목록에 들어가지 못했습니다. 하지만 지난 15년간의 몇몇 연구 결과는 슈팅 게임을 자주 플레이하면 다양한 인지기능의 향상을 가져왔습니다.  
A range of mental skills appears to benefit from game play, including attention, faster processing of information, flexibility of switching from one task to another and visualizing the rotation of an object. Rigorous testing has provided evidence for these gains.  
집중력, 빠른 정보 처리, 다른 업무로의 전환 능력, 도형을 회전시키는 것을 상상하는 능력 등 많은 정신 능력이 게임을 통해서 향상 되었습니다. 이런 정신 능력 향상은 엄격한 실험을 통해 만들어진 증거입니다.  
(2)강원석, BerdakhAbibullaev, 이승현, 안진웅(2009) - 컴퓨터 게임 중 fNIRS 기반 뇌 활성화 연구  
피시험자가 컴퓨터 게임에 주의 및 집중 중에는 평균적으로 그림 7의 (a)와 같이 freecell의 규칙을 종합하여 한꺼번에 처리하는 기능을 담당하는 우측 전두엽[3]에서 뇌활성화가 이루어 졌다. 특히 우측전두엽 영역의 채널 10과 중앙 부분의 채널 16에서 많은 뇌활성화 변화를 보였다.  
(3)오세정(2014) 뇌-컴퓨터 인터페이스를 이용한 게임이 치매환자 인지기능에 미치는 효과  
K-DRS(한국판 치매 검사)의 경우, 집단 내 비교 결과 실험군에서 주의(attention),

관리기능(initiation and perseveration), 구성(construction), 개념화(conceptualization), 기억(memory) 모두 통계학적으로 유의하게 증가하였다.

(4)송학명(2006) - 컴퓨터게임이 유아 뇌 발달에 미치는 영향

컴퓨터게임은 유아의 지각 속도력에 영향을 미쳤다. 이는 컴퓨터게임이 유아의 지각, 운동 능력 등을 발달시킨다는 Yuji(1996)의 연구와 부합하며 컴퓨터게임 경험은 유아의 시지각 능력을 향상시킨다(임송미, 2000; 이은주, 2003)는 결과에 의해서도 지지된다.

(5)김성연(2012) - 아동기의 신체활동 및 두뇌개발 게임이뇌건강 요인에 미치는 영향

신체활동과 두뇌훈련을 적절히 수행한다면, 뇌건강 개선에 시너지 효과를 가져올 수 있는 것이라 생각된다.

(여기서 두뇌훈련으로 사용된 게임은 닌텐도 DS “매일매일 DS 두뇌트레이닝”)

[2] (1)유석호, 이완복 여가 문화 활동으로서 게임의 사회적 기능

게임이란 가상 세계 속에 현실적 자아를 대신하는 캐릭터를 설정해 놓고 이를 통해 이미 구성되어진 게임의 법칙을 따라 주어진 목표를 완성해 나가는 놀이이다. 따라서 그것이 온라인 게임이든 아니든 현실세계에서와는 구별되는 또 다른 역할과 정체성을 경험하게 된다. 특히 게임이 온라인상에서 집단적으로 이루어지는 전략 시뮬레이션인 경우, 새로운 사람들과 현실적으로 맺기 어려운 새로운 연대성 또는 공동체성을 경험하게 되기 때문에 이를 통해 긍정적인 사회화가 경험되기도 한다.

[3] 디지털 게임과 게임 문화에 관한 연구 : 디지털 게임이 생산해내는 경험과 의미를 중심으로, 강신우 2007. 요약 재구성

[4] (1)최혜실(2002) - 게임의 서사구조

게임은 순수공간으로서의 미학을 지닌다. 놀이는 밀폐된 공간 안에서 이루어진다. 게임의 공간은 역사적 사실이 주는 인과 관계가 없기 때문에 이성적/논리적 세계와 분리된 공간이라 할 수 있으며 그곳에서 일어나는 일들의 비현실성은 이런 특성 때문에 의심받지 않는다.

게임이 순수예술의 '각성'의 미학과 다른, 재미의 미학을 지니고 있음을 밝혔고 아울러 환상적 요소도 두루 살펴보았다.

(2)송현주, 이대웅(2007) 게임 제작과정을 고려한 게임서사의 특징 연구

4페이지 2.게임의 서사 특징  
하지만 게임 서사는 선형적이지 않다. 사용자는 사건에 개입하며 해당 사건을 진행한다. 게임 서사를 도식화한 [그림2]를 보면 사용자의 대리자인 아바타를 통해 게임에서 선택을 하기 때문에 게임 내부에서 여러가지 이야기가 가능해진다.

개발자->게임(서술자)<->아바타->사용자

게임내부  
[그림2] 게임서사의 형태 사용자의 선택

[5] Huizinga, J.(1994.). Homo Ludens. Reinbek: Rowohlt. 하위징아에게 놀이는 그 재미를 통해 사람들을 열광하게 하거나 몰

두하게 만드는 하나의 '총체성'으로서, '어떠한 이미지 조작, 즉 현실을 이미지로 전환시키는 형상화 작용에 근거하는 것'이며, '자발적 행위'라는 특징은 놀이가 강제에 의해서가 아닌, 자유라는 본질에 의해서만 자연의 필연적 진행 과정과 구분되는 '문화'가 된다는 것을 말한다. 다음으로 놀이가 '비일상적'이라는 말은, 놀이가 일상적 삶을 벗어나 매우 자유롭고 일시적인 활동 영역으로 들어가는 것이라는 점을 전제한 것이다. 여가로서의 놀이는 우리 삶의 반려자이자보완자가 되어 사실상 삶 전체의 불가결한 요소가 된다. 따라서 놀이는 삶을 가꾸어 주고 확대시킨다. 마지막으로 놀이가 가지는 '장소의 격리성과 시간의 한계성'은 놀이가 제한된 시간과 장소에서만 할 수 있는 것이라는 점을 시사한다. 시간과 공간의 한계에서 놀이는 스스로 질서를 창조하며, 그렇게 창조한 질서 그 자체가 된다.

[6] 게임 리터러시 (디지털 게임문화연구, 2015. 5. 20., 커뮤니케이션북스)

[7] Michael E. Porter, Mark R. Kramer 2011, Creating Shared Value

[8] 2015 게임백서 요약 인용

[9] (1)최현정(2004) - 국내 e-스포츠의 생성과 발전에 대한 연구

국내에서는 1999년 말과 2000년 초부터 e-Sports란 단어가 쓰이기 시작했는데, 널리 쓰이기 시작한 건, 2000년 2월 (사)21세기프로게임협회(현 한국e-스포츠협회) 창립 행사 때 문화관광부 박지원 장관의 축사에 언급되어진 후부터 많은 이들의 입에서 오르내리게 되었다고 할 수 있다.(36페이지)

또, e-스포츠란 디지털시대의 스포츠라고도 불리는데, 1998년 스타크래프트라는 전략게임의 인기와 맞물려 태동했고 2000년 프로게임리그가 도입되면서 본격화 된 것이 e-스포츠이기 때문이다.(37페이지)

(2)NY Times(PAUL MOZUR 2014 10 20) - For South Korea, E-Sports Is National Pastime

IMF이후 정부의 과감한 통신망 투자와 PC방의 탄생 KeSPA와 게임 방송국의 탄생 등이 어우러져 이스포츠 탄생.

Though gamers and industry insiders have different theories about how e-sports became so popular in South Korea, nearly all versions start in the late 1990s.

At the time, in response to the Asian financial crisis, the South Korean government focused on telecommunications and Internet infrastructure. By 2000, a vibrant community of gamers emerged, largely thanks to PC bangs that used the new connections. The clubs acted as a sort of neighborhood basketball court where gamers could test their skills.

The government also became involved, creating the Korean E-Sports Association to manage e-sports. Cheap television

stations took off as well, a result of the new infrastructure, and it was only natural that one, then more, would focus on e-sports.

"Fourteen years ago, you had a government that gave a thumbs-up to e-sports it was professionally organized, and it was on television, so it became a mainstream thing," said Jonathan Beales, an e-sports commentator. "The way soccer is around the world." StarCraft, a game released by Blizzard Entertainment in 1998, quickly became a mainstay of South Korea's professional gaming leagues. With investment and organizational help from Blizzard itself, professional tournaments quickly outgrew the cramped PC bangs, first moving to hotel ballrooms and eventually stadiums. In 2004, the final of the StarCraft pro league attracted 100,000 fans to Gwangalli Beach in the southern beach city of Busan.

- [10] 경향신문 - 스타리그 10만관중 "신화는 계속됩니다" 2004. 7. 24 인용
- [11] 최민재, 양승찬(2009) - 인터넷 소셜 미디어와 저널리즘을 인용하여 부분수정
- [12] (1)현은정, 김계현(2015) - 청소년의 인터넷 게임 중독과 관여 수준에 따라 나타나는 사회화지지, 자기불일치, 자기도피의 차이  
게임은 모험, 오락, 긴장완화와 휴식을 제공하는 긍정적인 면을 가지고 있으나, 인터넷 게임 중독이라는 역기능적인 현상을 가져왔다
- (2)이태우(2010) - 청소년 인터넷 게임 중독이 모방폭력에 미치는 영향  
인터넷 게임은 모방 폭력성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.  
인터넷게임 사용자의 인터넷 게임 중독 정도와 대인 모방 폭력성 관한 내용이다.인터넷 게임 중독 고위험군의 평균이 6.92(표준 편차 2.85)로 대인 모방 폭력성이 가장 큰 것으로 나타났고,인터넷 게임 비중독군의 평균이 4.81(표준 편차 1.96)로 나타났다.이것은 통계적으로 유의미( $p<0.01$ )한 것으로 인터넷 게임 중독 정도가 심할수록 대인 모방 폭력성이 증가 하며,인터넷 게임은 대인 모방 폭력성에 영향을 미친다고 판단된다.  
인터넷게임 사용자의 인터넷 게임 중독 정도와 대물 모방 폭력성 관한 내용이다.인터넷 게임 중독 고위험군의 평균이 7.11(표준 편차 2.85)로 대물 모방 폭력성이 가장 큰 것으로 나타났고,평균적 인터넷 게임 사용자 집단의 평균이 13.51(표준 편차 3.49)로 나타났다.이것은 통계적으로 유의미( $p<0.01$ )한 것으로 인터넷 게임중독 정도가 심할수록 대물 모방 폭력성이 증가 하며,인터넷 게임은 대물 모방 폭력성에 영향을 미친다고 판단된다.  
게임 사용자의 인터넷 게임 중독 정도와 자해 모방폭력성 관한 내용이다.인터넷 게임 중독 고위험군의 평균이 4.70(표준편차 1.58)로 자해 모방 폭력성이 가장 큰 것으로

로 나타났고,인터넷 게임 비중독군의 평균이 3.38(표준 편차 1.00)로 나타났다.이것은 통계적으로 유의미( $p<0.01$ )한 것으로 인터넷 게임 중독 정도가 심할수록 자해 모방 폭력성이 증가 하며,인터넷 게임은 자해 모방 폭력성에 영향을 미친다고 판단된다.

- [13] 최병록 - 온라인게임 아이템의 현금거래에 관한 법률문제
- [14] 채새미 - 게임 텍스트의 서사성 연구-RPG 파이널 환타지VIII 중심으로  
게임서사는 문학의 효용가치 뿐만 아니라 휴머니즘적 세계관을 표현할 수 있으며 이상(理想)을 가상의 공간에서 대리만족을 통해 실현할 수 있는가능성을 견지하고 있다는 점에서 문학의 영역과, 공통성을 갖는다. 반면 RPG의 경우 컴퓨터 게임은 스토리성(서사) 측면에서 비교적 탄탄한 서사구조를 기반으로 구성되며 데이터베이스의 자료들(캐릭터와 아이템)의 계열화된 목록들이 여러 항목(사건)을 인과 관계로 엮어낸다는 점에서 이야기와 유사성을 갖는다. 컴퓨터 게임의 스토리텔링은 전통적인 문학 텍스트와는 달리 게임자의 프로그램 실행이 절대적으로 선행되어야만 하기 때문에 게임자는 게임 텍스트를 전개시키는 사건을 주도하면서 동시에 주인공이 되어 체험하는 창조자와 수용자의 역할을 동시에 체험한다. RPG의 경우 게임성과 스토리성이 모두 존재한다. RPG에서 앞 단계의 과정은 다음 단계를 넘어가기 위한 전제조건이 되면서 주인공은 여러 선택의 과정을 거쳐 단 하나의 목표를 위해 행동한다. 설정된 세계 속에서 무수한 정보와 아이템 가운데 게임자 스스로 구성을 선택하고 캐릭터의 행동과 이야기가 전개된다. 게임 텍스트는 상호작용성(Interactive)에 의해 선택과 노력에 따라 다양 한 결과가 도출된다. 즉 하나의 목표를 위해 여러 개의 과정을 선택할 수 있는 기회를 부여받는다. 따라서 선택과 노력에 따라 상이한 결과를 얻어갈 수 있는 것이다.
- [15] 인터넷 개인방송의 성공요인 분석\_아프리카 TV의 사례를 중심으로
- [16] 텍스트의 즐거움,1970년 롤랑바르트'저자의 죽음'과 '독자의 탄생'을 선언했다. 바르트는 문학작품이란 완벽하게 닫힌 창조물이 아니라 그 이전의 문화가 남겨놓은 것을 새로 구성한 것에 불과하다는 관점에서 저자가 아닌 '필사자(scripteur)'라는 용어를 썼다. 바르트에 따르면 저자와 독자는 일방적인 생산자와 소비자가 아니라 텍스트 속에서 서로 만나 즐기는 관계라는 것이다. 롤랑바르트는 '작품'이라는 말보다 '텍스트'라는 말을 선호한다. '작품'이 단일하고 안정된 의미를 드러내는 기호라면, 이런 고정된 의미로 환원될 수 없는 무한한 시니피앙트의 짜임이 곧 '텍스트(역자의 서문)'이다. 그래서 롤랑바르트가 말하는 '텍스트'는 즐거움이다. 기표들이 유희하는 공간. 텍스트는 기의(의미)의 무한한 후퇴를 실천한다. 의미는 고정된 게 아니라 읽힐 때마다 새롭게 생성하는 것이다. '작품'이 한번 읽히고 버려질 소비의 대상이라면 '텍스트'는 소비의 대상이라기보다 유희, 노동, 생산, 실천의 대상이다. 독자

는 수동적으로 '작품'을 읽는 게 아니라 '텍스트' 안으로 들어가 그 안에서 '연주'한다.

- [17] 게임이펙트, 이동연 2014, 게임은 기본적으로 시간을 소비하는 놀이이다. 말하자면 일정한 시간의 소비가 보장될 때, 게임의 놀이가 성립될 수 있다. 그래서 부모와 자녀 사이의 게임을 둘러싼 갈등은 사실 게임 콘텐츠 자체보다는 게임을 즐기는 시간에서 비롯된다. 아이들은 게임을 즐길 수 있는 어느 정도의 시간이 필요하고, 부모는 공부에 지장을 줄 정도로 게임에 시간을 소비하는 것을 용인하지 않는다. (P24)
- 게임에 대한 부정적인 담론들이 유포되면서 게임포비아는 어느 순간 국가에 의해 관리되는 대상이 된다. 여성가족부, 보건복지부 등 국가 기관은 청소년 보호를 앞세워 게임포비아를 확대 재생산하는 장치로 기능한다. 특히 게임이 연루된 반사회적 사건들이 미디어를 통해 과장되게 보도되고, 유사 사건의 재발 방지책을 강구해야 하는 국가는 게임의 강력한 규제를 요구하는 보수적인 시민사회단체들의 요구를 무시할 수 없다. .... 한국 사회에서 게임포비아의 유포, 확산에는 대체로 국가의 통치주의, 시민사회의 보수주의, 기독교의 본질주의가 개입한다. 그리고 이 세 가지 이념의 삼각 동맹이 법과 제도를 통해 게임포비아를 정당한 사회적 가치로 둔갑시켜버린다. (P27)
- [18] 손상영공유경제의 이론과 실제 그리고 정책적 대응. Rifkin(2014)은 공유경제는 보이지 않는 시장의 힘보다 사회적 신뢰와 같은 사회적 자본에 더 많이 의존하면서 시장보다는 networked commons의 형태를 띤다고 주장. Benkler(2004) 전통적 커뮤니티와는 달리 분산되고 느슨한 사회관계에 기초한 사회공유라는 새로운 생산양식의 가치는 자율성(autonomy)와 효율성(efficiency)에 있음
- [19] 김정태 - 마케팅의 새로운 화두, 게이미피케이션(제일기획) 일반적으로 알려진 게이미피케이션의 정의를 좀 더 확장해 게이미피케이션은 플레이어가 더 재미있게 몰입할 수 있는 활동을 위해 비게임적인 맥락에 게임 기획 요소들을 사용하는 것'으로 제안한 바 있다. 2010년 초반부터 나이키, 스타벅스, 아마존, 이베이, 코카콜라 등을 위시한 글로벌 기업들이 너나 없이 게이미피케이션을 경영에 활용해 오고 있으며, 플레이어는 그간의 수동적인 소비자로서의 '사용자(user)'가 아니라 게이미피케이션 플랫폼과 인터랙션하는 능동적 행위의 주체이다. 따라서 이러한 '플레이어'에 걸맞은 '플레이어 경험(Player Experience)'을 새롭게 정립할 필요가 있다. 성공적인게이미피케이션을 위해서는 기존의 UX(User Experience)를 뛰어넘는PX(Player Experience)에 대한 고민을 비롯해 사물인터넷, O2O, 웨어러블, 빅데이터 등 ICT 신기술과의 창조적 융합이 절실하다.
- [20] 언플래트닝 생각의 형태 닉 수재니스2016