

연구논문

비디오게임과 문화연구

박근서 / 대구카톨릭대학교 언론광고학부 교수

디지털시대의 영상과 문화에 대한 성찰적 연구

유승호 / 강원대학교 영상문화학과 교수

게임콘텐츠 창작 소개 기획 체계와 문화원형콘텐츠의 상호성에 관한 연구

임학순 / 가톨릭대학교 디지털문화학부 전임강사

김민규 / 한국게임산업개발원 산업정책팀장

이상민 / 가톨릭대학교 디지털&문화콘텐츠연구소(CCRC) 실장

문화와 경제의 불협화음: 문화산업에 대한 재해석

노명우 / 아주대학교 사회학과 교수, 미디어문화 연구소장



문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 활성화를 위한 정책 모델 연구

임 학 순 / 가톨릭대학교 디지털문화학부 전임강사

김 민 규 / 한국게임산업개발원 산업정책팀장

이 상 민 / 가톨릭대학교 디지털&문화콘텐츠연구소(CCRC) 실장

핵심 되는 말 :

게임콘텐츠, 게임산업정책, 문화원형, 콘텐츠소재

Key Words :

Game Content, Game Industry Policy, Cultural Archytype,
Content Resources

임학순(Yim, Hak soon)

임학순은 현재 가톨릭대학교 디지털문화학부의 전임강사로 재직 중이며, 문화관광부의 한국문화관광정책연구원(1994-2000)과 한국문화콘텐츠진흥원(2002-2005)에서 근무한 바 있다. hsyim@catholic.ac.kr

김민규(Kim, Min kyu)

김민규는 고려대학교 사회학과에서 문화사회학으로 박사학위를 받고, 현재 한국게임산업개발원 산업정책팀장을 맡고 있다. min2kimp@kgdi.or.kr

이상민(Lee, Sang Min)

이상민은 2003년 가톨릭대학교 국어국문학과에서 문학박사학위를 받고, 가톨릭대학교 디지털&문화콘텐츠연구소(CCRC)에 실장으로 있다. lsm75@hanmail.net

목 차

I. 서론

II. 게임 창작소재의 이론적 배경

1. 게임 창작소재의 개념과 유형
2. 게임 창작소재의 특성
3. 게임콘텐츠의 기획 체계

III. 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 가치 평가

1. 문화원형콘텐츠의 개념과 특성
2. 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 활용
3. 게임 창작소재로서 문화원형콘텐츠의 가치

IV. 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 활용도를 위한 정책 모델 개발

1. 개발된 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 분석
2. 문화원형의 게임콘텐츠 활성화 정책사업 개발

V. 결론

국문 요약

이 연구는 게임콘텐츠의 기획 체계와 문화원형콘텐츠의 개념과 특성을 살펴보고, 이들의 상호성에 관한 분석을 고찰하고자 한 것이다. 이를 위해 문화원형콘텐츠가 게임콘텐츠의 창작소재로서 지니는 의미와 가치에 대해 서술하였다. 문화원형콘텐츠는 게임 제작에 개발된 콘텐츠가 직접적으로 사용되거나 혹은 시나리오나 캐릭터 개발 구상에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 또한 문화원형콘텐츠가 활용된 게임 분석과 산업계 수요조사를 통해 문화원형 창작소재가 게임의 소재로서 충분한 의미가 있음을 확인하였다. 보편적이고 세계적이며 독창적이고 민족적인 속성을 지닌 문화원형콘텐츠가 게임콘텐츠에 풍부한 자원을 제공해 주는 것을 입증하였다.

이러한 문화원형콘텐츠가 게임콘텐츠에 적극적으로 활용될 수 있는 방안으로 홍보 마케팅 강화 및 혁신 네트워크 환경 조성, 창작소재의 통합체계 구축, 문화원형콘텐츠의 게임콘텐츠화 시범사업 추진, 문화원형 소재 기반 게임콘텐츠 개발 지식 정보 네트워크 구축, 창작연계형 문화원형콘텐츠 개발 모델 적용을 마련하였다.

I. 서론

게임은 오늘날 디지털시대의 문화를 이끌어가는 선두 주자로 자리매김하고 있다. 중화권에 편중되어 있던 게임 산업의 해외 진출은 점차 다변화되어 그 저변을 확대시키고 있으며, MMORPG가 주류였던 온라인게임의 판도가 캐주얼게임 등 다양한 장르의 게임의 출현으로 재편되고 있다. 세계 시장 점유율 1위를 기록하고 있는 온라인게임은 국내에서도 급성장한 게임 포털의 확산으로 게임 이용자층을 더욱 증가시켰다. 이제 게임은 단순한 오락물을 넘어서서 한국의 문화 산업을 이끌어가는 핵심 콘텐츠로서 중대한 역할을 맡고 있다.

게임 산업은 시장 규모가 확대되면서 최첨단 과학 기술이 신속하게 적용되는 콘텐츠가 되었다. 또한 더 좋은 품질의 게임, 더 새로운 소재의 게임을 개발하여 게임의 생명력과 경쟁력을 높이려는 업체 간의 경쟁은 게임 산업을 활성화시키고 있다. 다시 말해 게임은 과학뿐만 아니라 인문, 사회, 예술 등의 지식이 유기적으로 연관되는 복합 문화 상품으로 거듭나고 있는 것이다.

이러한 게임 산업이 앞으로도 지속적으로 경쟁력을 갖추고 발전해 나가기 위해서는 다양한 게임 창작소재를 체계적이고 효율적으로 발굴하여 기반을 다질 필요가 있다. 그러나 산업 현장에서 게임 개발에 필요한 모든 창작소재를 구비하기에는 경제적으로, 시간적으로 어려움이 따른다. 게임 개발 아이디어를 구상했을 때, 이에 대한 자료를 수집하고 고증하여 게임 창작소재로 사용하기까지의 전생산(preproduction) 과정을 업체에서 담당하기에는 한계가 있다. 때문에 게임 개발을 다양화하고 활성화하기 위해서 게임 창작소재 발굴에 대한 정책적인 사업이 진행되어 왔다. 2002년부터 문화관광부와 한국문화콘텐츠진흥원이 추진하고 있는 '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화' 사업¹⁾은 문화콘텐츠 산업의 창작 기반을 조성하는 중·장기 사업이다. 이 사업은 문화원형 디지털콘텐츠가 산업적·사회적 효용성을 갖고 있으며(김기덕, 2005), 우리나라의 문화유산과 전통문화를 디지털시대의 문화콘텐츠산업 관점에서 새롭게 바라볼 수 있는 가능성과 방법을 제공하고 있다(최혜실, 2003)는 점에서 의미를 가진다. 그리고 문화콘텐츠산업에 있어서 창작소재 및 문화원형의 중요성에 대한 인식을 확산시키는 데 중요한 계기를 제공하는 역할을 했다(한국문화콘텐츠진흥원, 2005, pp.122~124).

지금까지 '우리 문화원형 디지털콘텐츠화' 사업은 문화원형 소재에 대한 인식을 불러일으키고 지원체계를 정립하여 산출물을 내는 데 초점을 두었다. 앞으로는 이 사업에서 개발된 결과물을 문화콘텐츠 창작소재로 활용할 수 있는 방안이 마련되어야 한다. 게임, 영화, 애니메이션, 에듀테인먼트 등의 문화콘텐츠는 각기 다른 장르적 특성을 갖고 있다. 문화콘텐츠가 요구하는 창작소재는 장르적 특성에 의해 그 형태가 달라진다. 따라서 '우리 문화원형 디지털콘텐츠화' 사업은 문화콘텐츠의 특성에 맞춰 개발되어야 창작소

1) 한국문화콘텐츠진흥원은 우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업의 종합계획을 2003년부터 2007년까지 수립하고 실행해 나가고 있다.

재료의 활용도가 증진될 것이다. 이 사업은 문화콘텐츠의 특성에 따라 창작소재를 제공할 수 있는 차별적 맞춤형 사업으로 나아갈 필요가 있는 것이다.

이러한 맥락에서 본 연구에서는 ‘우리 문화원형 디지털콘텐츠화’ 사업의 성과물을 게임콘텐츠 관점에서 분석하고, 게임 창작소재로의 활용도를 증진하기 위한 정책모델을 개발하는데 초점을 두었다. 게임 창작소재는 타 문화콘텐츠와 뚜렷한 변별점을 지니고 있어 문화원형콘텐츠가 차별적으로 적용되어야 하는 영역이다.

이를 위해 본 연구에서는 FGI(Focus Group Interview)의 방법을 통해 문화원형콘텐츠와 게임 창작소재의 특성을 파악하고자 한다. 핵심 인력을 대상으로 FGI²⁾를 실시한 후, 이와 관련한 수요조사³⁾를 재구성하여 산업 현장의 수요를 파악하는 기본 방법론으로 사용하고자 한다. 이를 통해 문화원형콘텐츠와 게임 창작소재의 특성을 파악할 수 있을 것이고, 이는 문화원형콘텐츠가 게임 창작소재로 활용될 수 있는 정책 모델 개발의 기반이 될 것이다.

II. 게임 창작소재의 이론적 배경

1. 게임 창작소재의 개념과 유형

창작소재는 개발자가 콘텐츠를 제작할 때 사용되는 일체의 재료를 의미하며, 이것은 재가공되지 않은 자연적인 상태 그대로의 재료를 의미한다. 게임 창작소재의 기본 요소로는 캐릭터, 배경, 게임 요소를 들 수 있다(앤드류 롤링스, 어니스트 아담스, 2004) 그런데 캐릭터, 배경, 게임 요소를 통합하여 하나의 게임으로 만들어 주는 것은 바로 스토리이다. 스토리는 캐릭터를 만들고 게임 요소-아이템, 이벤트, 사운드 등-를 개발하는 데 초석을 마련한다. 특히 현실감 있고 구체적인 캐릭터를 만들기 위해서는 캐릭터의 외형을 만들기 전에 캐릭터의 배경 이야기와 성격 및 특색을 규정해야 한다. 어떤 스토리로 진행시킬 것인지에 따라 캐릭터, 배경, 아이템 등의 중요 사항이 결정되기 때문이다. 게임에서는 전통적인 스토리와는 다른 배경이야기, 공간, 아이템 등의 스토리 요소가 큰 비중을 차지한다. 일례로 칼이나 마법의 약과 같은 아

2) FGI는 게임 CEO 2명, 게임 디자이너 2명, 프로그래머 2명, 정책담당자 2명, 문화콘텐츠 산업 전문가 2명, 문화원형 관련 인문학자 3명, 총 13명을 대상으로 실시했다. 주된 인터뷰 내용은 게임 소재의 특성이 무엇인가, 게임 소재 기획 시 고려 요인이 무엇인가, 문화콘텐츠의 특성은 무엇인가, 문화콘텐츠가 게임 창작소재로 활용될 수 있는 가능성은 무엇이며 그의 한계는 무엇인가에 대한 것이었다. 이에 대한 의견에는 대상자들 간의 큰 이견이 없었다.

3) 수요조사는 2005년에 본 연구진이 참여한 가운데 한국문화콘텐츠진흥원에서 주관한 ‘문화원형 창작소재 개발 중·장기 로드맵 수립’ 사업에서 실시한 산업체 수요조사의 데이터 중 게임콘텐츠 분야를 새롭게 구성하여 분석하였다. 수요조사에 참여한 게임 산업체의 응답자는 총 31명이다. 주된 수요조사 내용은 창작소재를 결정하는 요인이 무엇인가, 문화원형에 대한 수요도가 어느 정도인가, 문화원형에서 게임 창작소재를 선택할 때 어려운 점은 무엇인가 등에 대한 것이었다.

이템은 특정한 이야기를 함축하고 있다. 이것은 사용자의 선택에 의해 조합되어 서사적인 의미를 갖게 되는 스토리의 특징을 보인다.(전경란, 2004, p.10)

이러한 측면에서 배경은 게임의 세계관이라고 할 수 있다. 배경은 시간적 배경, 공간적 배경으로 구분이 되는데, 게임에서 공간적 배경은 맵 또는 스테이지라고 불리는 게임플레이 공간이다. 한 공간 안에서 게이머는 캐릭터를 통해 한 가지의 미션을 수행하게 되고, 그 미션이 완수되면 다른 공간으로 이동하게 되면서 나름의 서사축을 구축한다. 공간적 배경이 다양해지면 미션 수행도 많아지고 시각적인 효과도 누리게 되어 게임의 재미와 흥미를 더할 수 있다.

캐릭터는 게이머들의 분신이다. 캐릭터는 성격, 성장 과정, 외형, 캐릭터들 간의 관계 등의 통합적인 구상 속에서 창작된다. 캐릭터의 성격은 게임 공간에서 게임을 이끌어가는 중요한 요소로 작용한다. 그러나 성격은 눈에 보이는 것이 아니기 때문에 캐릭터의 외형적 모습이나 직업을 통해 캐릭터의 성격을 시각화한다. 때문에 캐릭터의 외형은 그의 성격을 드러내고 게이머들의 호응을 얻어야 하는 것이기에 게임에서는 중요한 창작 소재로 자리잡고 있다. 특히 캐릭터의 의상과 장신구 하나하나에 그의 성격을 부여할 수 있기 때문에 이에 대한 세심한 배려가 요구된다. 현실감 있고 구체적인 캐릭터를 만들기 위한 가장 좋은 방법은 캐릭터의 외형을 생각하기 전에 먼저 캐릭터의 배경 이야기를 만들고 특징과 성격을 부여하는 스토리 지향 캐릭터를 디자인 하는 것이다.(앤드류 롤링스, 어니스트 아담스, 2004, p.152)

여기에 게임 요소 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 아이템이다. 아이템은 주로 의식주에 관련되어 캐릭터를 성장시키기 위한 역할을 하기도 하고, 다음 단계로 나아가기 위해 미션을 수행하는데 도움을 주는 역할을 하기도 한다. 아이템은 시대적, 공간적 배경과 최대한 일치하도록 구성되어야 전체적인 통일성과 완성도를 높일 수 있다.

캐릭터, 배경, 아이템으로 대표되는 게임 창작소재를 추상화하면 크게 이야기 소재, 디자인 소재, 정보자료 소재로 나눌 수 있다. 추상화 작업이 필요한 이유는 캐릭터나 배경, 아이템 등이 각각 이야기와 디자인, 정보자료를 그 속성으로 갖고 있기 때문에 체계적인 소재 개발을 위한 기준이 되기 어렵기 때문이다. 따라서 이야기, 디자인, 정보자료의 상위 개념으로 유형화하여 게임의 창작소재 개발이 이루어져야 한다.

이야기 소재는 게임에 적합한 영웅, 조연자, 수호자, 속임수꾼, 어둠의 세력 등과 같은 적합한 유형별 기준과 틀을 만들어 이에 적합한 소재를 선정하고 발굴하여 단계적이고 체계적인 라이브러리를 구축할 수 있도록 해야 한다. 게임은 다른 콘텐츠와는 달리 전형적인 서사의 플롯을 따르지 않는다. 캐릭터의 경우, 게임에서는 캐릭터의 성장 과정이 서사의 플롯만큼이나 중요한 비중을 차지하는 것을 알 수 있다.

디자인 소재에는 게임의 창작소재에서 적합한 무기체계, 캐릭터 외형 체계, 아이템 체계, 배경 세트 등의 소재가 속한다. 게임 창작소재의 디자인 소재를 개발할 때는 발굴하고자 하는 소재의 원천 자료 형태에 따라 개발 방법이 변화되어야 한다. 게임의 창작소재는 완성된 형태로 산업체에 제공되는 것이 아니라 가장 사용하기 편리한 형태로 제공되어야 한다. 예를 들어 이미지가 있는 것은 그것을 디지털 기술로 복원하

는 편이 좋지만, 이미지가 없는 경우 그 문헌 자료와 같은 정보 수준을 제공함으로써 창작자에 의해 이미지가 재창조될 수 있도록 배려해야 한다.

정보자료 소재는 이야기와 디자인 소재 자료 이외의 모든 정보 자료를 지칭하는 것으로 그 범위는 매우 광범위하다. 이에는 게임의 배경에 대한 지리학적 정보, 사회문화적 정보, 환경 정보, 과학기술정보 등등이 포함된다. 정보자료는 국가의 역사 기록에서 평범한 집안이나 개인적 차원의 자료들까지 점진적으로 디지털화해 나가는 방안이 마련되고 있다(장노현, 2005, p.166).

이렇게 살펴본 게임 창작소재의 유형별 개발은 여러 공공기관과 학계에서 개발된 자료를 수집하여 체계적으로 분류하고 자료에 대해 서로 공유할 수 있는 네트워크가 형성되어야 더욱 효과적으로 사용될 수 있을 것이다.

이러한 유형화 작업은 게임 창작소재의 효율적인 발굴로 이어질 것이다. 그런데 보다 효율적인 게임의 창작을 도모하기 위해서는 일정한 기준과 틀을 가지고 게임의 창작소재를 개발해 내려는 움직임이 필요하다. 따라서 게임 창작소재의 이야기, 디자인, 정보자료의 세 축을 통해 각기 체계적인 계통도를 구축하고 이들을 다시 유기적으로 결합하여 통합체계도를 구축하여야, 이것이 게임콘텐츠 창작소재의 정보 라이브러리를 구축할 수 있는 전단계로서의 역할을 해낼 것이다.

2. 게임 창작소재의 특성

게임 창작소재는 상호작용성, 환상성, 기발성, 모험성, 전투형, 호기심 유발, 에피소드 형식의 시나리오의 특성을 지닌다. 상호작용성은 게임이란 콘텐츠의 특성을 드러내는 가장 큰 요인이다. 애니메이션이나 영화의 타 문화콘텐츠가 수용자의 소극적인 행위만을 요구하는 반면, 게임은 게이머의 적극적인 행위에 의해 이야기가 진행되어 간다. 전통 장르인 소설은 서사(narrative)만을 고려하고, 만화는 시나리오와 이미지를 동시에 고려해야 되며, 애니메이션이나 영화는 시나리오와 이미지, 그리고 동작을 함께 고려해야 한다. 그런데 게임에서는 시나리오와 이미지, 동작에 상호작용성(interactive)을 동시에 고려해야 한다(이인화, 2003). 제작을 할 때 게이머가 게임을 하면서 소재를 어떻게 사용할 것인가에 대한 인식이 게임의 상호작용성을 드러내는 출발점이라 할 것이다.

게임 창작소재는 환상성, 모험성, 전투형, 호기심 유발, 기발성 등의 특성을 지닌다. 환상성의 소재적 성격은 애니메이션에서도 나타나는 것인데, 애니메이션 창작소재의 환상성이 원형적이고 보편적이면서 환상적인 성격을 갖는다면, 게임 창작소재의 환상성은 모험적이고 신화적이면서 호기심을 유발하는 돋보이는 차이점이 있다고 볼 수 있다. 기발성은 게임이 게이머들의 끊임없는 모험과 호기심을 자극하여야 하는 콘텐츠의 특성에 기인한다고 보인다. 애니메이션이나 드라마, 영화의 창작소재가 보편적이며 계승적인 성격의 인지도가 있는 소재를 선호하는 반면, 게임은 이미 알려진 소재보다 참신하고 새로우며 기발한 소재

를 선호한다. 가령 게임의 창작소재로써 인지도가 있는 소재를 채택하더라도 각종 퀘스트와 이벤트를 통해 기발한 요소나 미션을 삽입함으로써, 새로운 이미지를 구축해 높은 인지도로 인한 익숙함을 배제하려고 한다. 즉 게임은 게이머의 조작(의도)에 따라 동일한 캐릭터라고 하더라도 다양한 플레이와 다양한 성격을 가질 수 있는데, 사회적으로 인지도가 너무 높은 인물이나 사건을 소재로 그대로 재현할 경우 기존의 인지도에 의해 형성되어 있는 캐릭터의 성격과 게이머가 창조하고자 하는 캐릭터의 성격 간의 인지적 충돌이 발생할 수 있다. 이는 게임 플레이의 재미를 반감하게 하는 작용을 하기 때문이다.

게임 창작소재가 지니는 서사성은 전통적인 서사의 완결성을 지니는 시나리오와는 차이가 있다. 애니메이션, 영화, 만화, 드라마 등의 콘텐츠가 완성된 시나리오의 비중이 절대 우위를 점하는데 반해 게임의 시나리오는 완결성이 아닌 에피소드 형식의 시나리오를 선호한다. 게임에서 모든 스토리는 하나의 단위로 이야기되는 것이 아니라 에피소드 형식으로 이야기를 늘어놓는 방식으로 진행된다.⁴⁾ 게임에서의 서사는 게이머의 선택과 조합을 기다리며 나열되어 명시적으로 존재한다(Manovich, 2002). 기승전결의 플롯 구조로 한 편의 시나리오 소재가 아닌 에피소드 형식의 시나리오 소재는 게임 창작소재로써 중요한 특성을 보이고 있다.

3. 게임콘텐츠의 기획 체계

게임은 기획, 개발, 시장 판매의 체계 속에서 제작된다. 기획의 단계에서는 게임의 기본 아이디어 구상에서부터 총망라한 창작소재가 결정되고, 이를 바탕으로 게임 개발이 본격적으로 이루어진다.

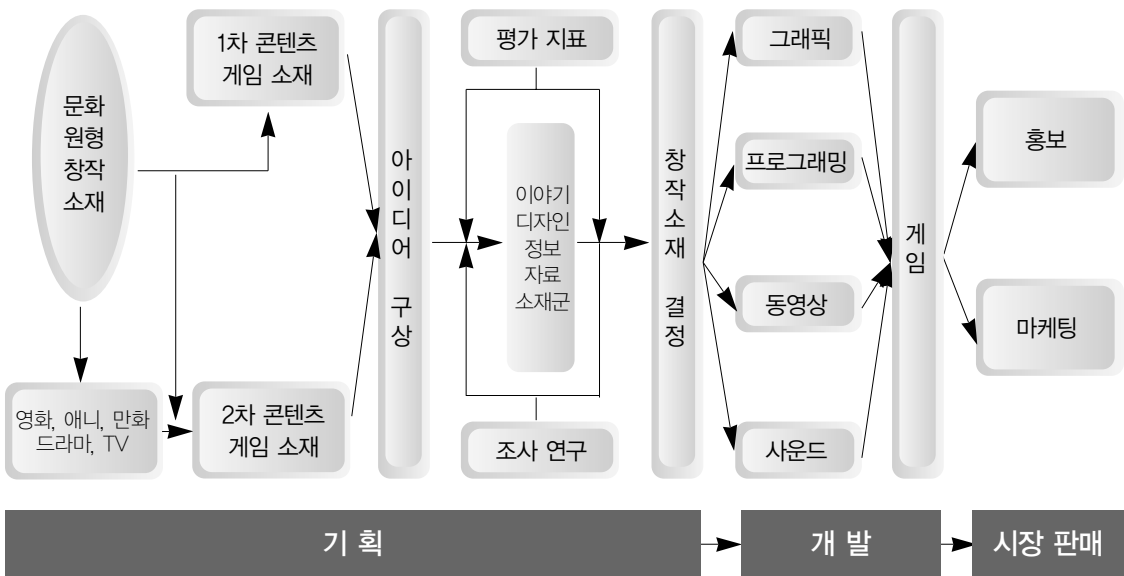
2005년 게임백서에 따르면 게임 개발 시 가장 중요시 하는 항목으로 기획이 30%, 그래픽이 14%, 연출력이 13%, 홍보 및 마케팅이 11%로 나타난다(한국게임개발원, 2005, 상권, p.151). 게임은 아이디어 구상에서부터 시작된다. 아이디어는 책, 영화, TV와 같은 여러 콘텐츠 미디어에서 영감을 얻기도 하고 다른 게임에서부터 나오기도 한다. 다시 말해 게임의 발굴 방향은 크게 두 가지로 나뉘볼 수 있다. 하나는 1차 콘텐츠로써 게임을 제작하는 경우와 다른 하나는 다른 문화산업이 시장에서 성공한 1차 콘텐츠를 소재로 2차 콘텐츠인 게임을 개발하는 경우이다. 전자의 경우 새로운 소재를 가지고 소비자의 호감을 불러일으킬 수 있다는 장점이 있고, 후자의 경우 소비자의 사전인지를 활용하여 시장 진출이 용이하다는 점이 있다. 게임을 1차 콘텐츠로 개발하는 경우 그 창작소재는 신화, 전설, 민담, 역사적 사건이나 인물과 같은 시나리오 등에서 찾을 수 있다. 게임이 2차 콘텐츠로 개발되는 경우에는 <하얀 마음 백구>, <마시마로>와 같은

4) Glassner가 게임과 스토리텔링의 구조를 비교한 내용은 게임의 에피소드식 시나리오를 이해하는 데에 참고가 된다. 유닛(units)의 경우 게임은 한 판(turn)에 의해, 스토리텔링은 플롯(plot point)에 의해 구성된다. 게임의 경우 시간이나 점수에 의해 범위(bounds)가 한정지어지는 데 반해 스토리텔링은 범위가 존재하지 않는다. 게임의 목적(purpose)은 기술을 연마하고 개발하는 것인데 반해 스토리텔링은 세상에 대해 알아가는 것이다(Glassner, 2003, p. 215).

애니메이션을 원작으로 하는 경우, <바람의 나라>, <라그나로크>와 같은 만화를 원작으로 하는 경우, <퇴마록>과 같은 소설을 원작으로 하는 경우, <태조왕건>, <대장금>, <불멸의 이순신>과 같은 드라마를 원작으로 하는 경우, <개그콘서트>, <천생연분>과 같은 TV 방송프로그램을 원작으로 하는 경우, <반지의 제왕>, <터미네이터>와 같은 영화를 원작으로 하는 경우(한국게임산업개발원, 2005, 상권, pp. 526~538) 등이 있다.

이렇게 얻은 다양한 아이디어는 평가하여 최종 창작소재로 결정하는 단계를 거치게 되는데, 이를 위해서는 평가지표와 관련 지식이 축적되어 있어야 한다. 게임의 창작소재로서 적절한 역할을 할 수 있는지, 현재의 트렌드에 부합하는지, 어떤 플랫폼을 위한 것인지, 대상층에게 호감을 줄 수 있는 소재인지 평가하여 최종 창작소재로 남게 된다. 게임 기획은 디렉터, 프로그래머, 디자이너가 함께 움직이면서 스토리의 컨셉을 정하게 된다.

게임은 미션과 그것을 수행하기 위한 행동들이 합쳐지면서 하나의 세계가 형성되게 된다. 게이머가 게임의 세계에서 선택하는 캐릭터의 성격과 역할이 결정되고, 어떤 퀘스트를 수행하게 될지 정의되는 것이 기획의 단계에서 이루어진다. 또한 그 게임의 세계 안에서 게이머의 행동에 따라 제각각 다른 이야기가 펼쳐질 수 있도록 구상하는 작업도 이루어진다. 기획의 단계는 게임의 성공 여부를 가늠하는 중요한 단계로 치밀하고 체계적으로 이루어져야 한다.

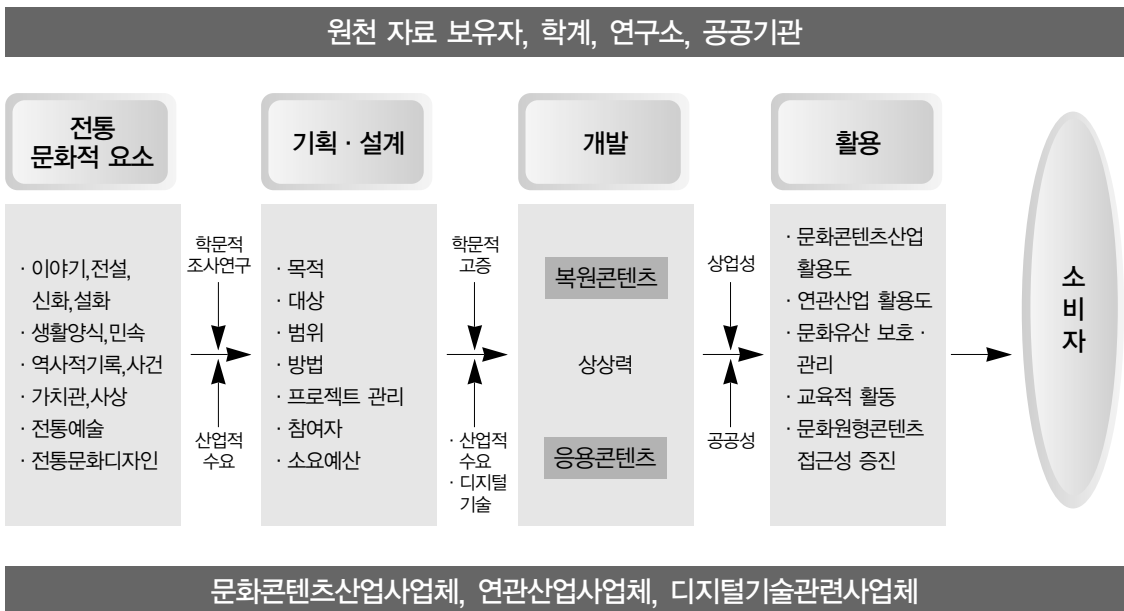


<그림 1> 게임콘텐츠 기획 체계

Ⅲ. 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 가치 평가

1. 문화원형콘텐츠의 개념과 특성

21세기에 문화콘텐츠는 바이오산업, IT 산업과 함께 핵심 주력 산업으로 각광을 받고 있다. 세계적 경쟁력을 가질 수 있는 우리 문화원형을 발굴하여 이를 문화콘텐츠로 개발하는 일이 필요한 시기가 된 것이다. 문화원형콘텐츠가 문화콘텐츠의 경쟁력을 배가시키는 역할을 할 수 있는 이유는 무엇인가. 용은 원형(原型, archetype)을 집단적 무의식을 구성하고 있는 내용물이라고 말한다(용, 2001). 그의 이론에 의하면 집단적 원형을 경험했을 때, 신비감, 공포감, 환상을 동시에 느낄 수 있다고 한다. 신비감과 공포감이라는 상반된 감정의 교차는 감동을 증폭시키는 구실을 한다. 이러한 요소가 문화콘텐츠 창작소재의 기반이 되었을 때 성공 가능성은 높아지는 것이다. 문화원형콘텐츠가 문화콘텐츠의 창작소재로써 강점을 갖는 이유도 여기에 있다. 문화원형에는 다양하게 변화하고 있는 문화의 본 모습, 바로 원형을 찾을 수 있다는 의미가 들어있다. 따라서 문화원형콘텐츠는 관련 문화콘텐츠 산업분야의 부가가치 창출을 위한 소재로 작용할 수 있다. 문화원형콘텐츠는 창작소재에서 문화콘텐츠로 넘어가는 중간 소재로써의 역할이 강하며, 이미지, 시나리오, 동영상 등 다양한 유형의 콘텐츠로 구성될 수 있는 것이다.



〈그림 2〉 문화원형의 디지털콘텐츠 개발⁶⁾

문화원형콘텐츠는 문화콘텐츠가 시장에서 성공할 수 있는 속성을 두루 갖추고 있다. 애니메이션, 영화, 드라마, 게임 등의 문화콘텐츠는 대중을 대상으로 하는 대중문화적 속성을 지니고 있다. 이는 문화콘텐츠가 누구에게나 적용될 수 있는 보편성이 필수적이란 의미를 갖고 있다. 그런데 보편성을 지닌 창작소재는 대가가 문화적 원형성을 지니고 있다. 즉, 문화원형콘텐츠에는 보편적 문화를 지향하는 세계적 보편성을 근본에 깔고 있는 것이다.

또한, 문화콘텐츠는 친숙한 소재이면서 이것을 새롭게 참신하게 제작하여 독창성을 드러내어야 성공할 수 있다. 문화원형콘텐츠는 세계적 보편성을 지니고 있으면서 자국의 개별성을 가지고 있어 다른 문명권에서 느낄 수 있는 신비감, 호기심과 같은 낯선 요소를 지니고 있다. 다른 나라 국민들에게 타 국가의 문화는 이질감을 불러일으켜 일차적인 호기심을 발동시키지만, 자칫하면 해당 문명권의 특수성만 강조하게 되어 오히려 배타심이라는 부작용을 낳을 수도 있다. 그런데 문화원형콘텐츠에는 세계적 보편성과 자국의 특수성을 동시에 담을 수 있는 성격을 지니고 있기 때문에 문화콘텐츠 창작소재로써 충분한 가치가 있는 것이다.

2. 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 활용

게임콘텐츠에서 문화원형 창작소재가 활용된 사례는 적지 않게 나타나고 있다. 활용된 사례를 이미지, 시나리오, 정보자료의 유형으로 구분해 살펴보면 다음과 같다.

게임콘텐츠에서 손쉽게 활용될 수 있는 문화원형 창작소재는 이미지 소재이다. 그간 여러 공공기관과 학술단체에서 시행된 게임 창작소재 개발 사업이나 문화원형 복원 사업을 통해 구축된 이미지의 자료가 상당 부분 축적되어 있기 때문이다. 경제 톨플레이 게임인 <거상(巨商)>은 1590년대 동북아시아의 조선, 일본, 대만, 중국의 상인들이 자국의 이익과 개인의 영달을 위해 적국의 도시를 누비는 모험을 담고 있다.

5) 세계 문화원형 디지털콘텐츠 개발은 전통 문화적 요소 중에서 디지털콘텐츠로 개발하기 위한 소재를 선정하면서부터 시작된다. 문화원형 소재는 이야기, 전설, 신화, 설화, 생활양식, 민속, 역사적 기록과 사진, 가치관과 사상, 전통예술, 전통문화디자인, 역사적 인물, 벽화, 복식, 의례, 고문서, 건축, 전쟁무기 등 다양하다. 개발하고자 하는 문화원형 소재에 대한 학문적 연구 수준과 원천자료의 확보가능성, 그리고 개발기간과 사업예산 등을 종합적으로 검토하여 개발할 문화원형 소재를 선정한다. 기획 및 설계단계에서는 개발목적, 대상, 범위, 방법, 프로젝트 진행관리, 참여자, 소요예산 등 문화원형 디지털콘텐츠 개발을 위한 세부 사업계획을 수립할 필요가 있다. 문화원형 디지털콘텐츠는 이러한 사업계획에 따라 학문적 고증 연구와 산업적 수요를 바탕으로 개발된다. 또한 전통 문화적 요소를 디지털콘텐츠로 복원, 개발하기 위해서는 디지털기술이 필요하다. 이러한 과정을 통해 개발된 문화원형 디지털콘텐츠는 상업성과 공공성을 고려하여 문화콘텐츠산업의 창작소재, 연관 산업의 창작소재, 문화유산의 보호 및 관리, 교육자료, 문화원형 콘텐츠 접근성 등 다양한 차원에서 활용될 수 있다. 개발된 문화원형 디지털콘텐츠가 산업적으로 활용되기 위해서는 문화콘텐츠산업계의 창작소재 기획 및 비즈니스 체계에 적합하게 재구성되어야 한다. 그러나 문화콘텐츠의 창작소재의 특성과 비즈니스 모델이 문화콘텐츠 장르에 따라 매우 다양하기 때문에, 개발된 문화원형 디지털콘텐츠의 특성과 개발할 문화콘텐츠의 특성이 상호 연계될 수 있는 점을 찾아야 한다. 또한 문화콘텐츠 창작소재로 활용되는 문화원형 디지털콘텐츠의 형식은 창작소재의 특성에 따라 원천자료 형태, 디지털 복원 콘텐츠, 응용 디지털콘텐츠 등 다양하게 나타날 수 있다. 그리고 문화원형 디지털콘텐츠의 문화콘텐츠산업 활용도는 그 시대의 감성과 소비자들의 선호에 크게 영향을 받는다(임학순, 2005, pp.176~177).

이 게임의 캐릭터로 조선인 조철희, 이명화, 일본인 시마다 료, 겐로 하나히네, 대만인 왕소룡, 왕미령, 중국인 당호엽, 노수연이 등장한다. 네 개의 종족 중 하나의 캐릭터를 선택하고 그에 따른 용병이나 아이템을 선택할 수 있다. <거상>은 경제 롤플레이 게임인 만큼 천여 가지의 다양한 교역 아이템이 제공되고 있어, 각 지방의 특산품 등의 문화원형을 활용하고 있다. 의복과 장신구도 문화원형콘텐츠 이미지의 소재로 많이 나타나는데, <천년의 신화>와 <바람의 나라>에서 캐릭터의 삼국시대 복장을 활용한 것이 그러한 예이다. 시판을 앞두고 있는 액션모험 롤플레이 게임인 <청인>의 소재도 동양의 민담과 설화에 등장하는 도깨비의 이미지를 활용하고 있다. 온라인 캐주얼 게임으로 OSMU로 제작된 <불멸의 이순신>도 주된 캐릭터인 거북선의 이미지를 제작하는 데 있어 문화원형콘텐츠를 기반한 것이라 볼 수 있다.

시나리오 소재로 문화원형콘텐츠가 활용되는 경우는 고증된 역사적 사실을 바탕으로 가상현실이 펼쳐지기 때문에 사실성을 높일 수 있다. 전략 시뮬레이션 게임인 <천년의 신화>는 고구려, 백제, 신라 삼국의 전성기를 배경으로 제작되었다. 이 게임은 각 나라마다 특수한 능력을 지닌 5~6명의 영웅을 캐릭터로 삼고 있으며, 이들이 등용되는 건물을 설정하여 신화의 이미지를 부각시키고 있다. 이 게임은 세 나라에 각각 특징을 부여하고 있는데, 고구려의 경우 만주벌판을 누비던 기상을 반영하여 기동력이 가장 뛰어나다는 점이, 백제의 경우에는 무기가 가장 우수하다는 점이 부각된다. 또한, 신라의 경우는 화랑도와 불교 등이 융성했던 것을 반영하여 마법이 가장 화려하다는 특징을 주었다. 삼국 시대의 문화원형콘텐츠를 활용한 또 다른 게임인 <바람의 나라>는 삼국 시대 초기를 배경으로 유리왕과 호동왕자를 캐릭터로 설정하고 있다. <바람의 나라>나 <천년의 신화>와 같은 게임의 시나리오는 실전을 토대로 하여 짜여졌기 때문에 가상현실의 재현성을 높일 수 있다. 캐릭터에서 문화원형콘텐츠를 활용한 <충무공전>은 임진왜란을 배경으로 이순신을 캐릭터로 살려 한때 인기를 모았었고, 이의 연장선상에서 임진왜란 전투를 실제 현충사를 배경으로 사실적으로 구현한 <충무공전 2>가 개발되었다. 그리고 통일신라 흥덕왕 6년을 배경으로 신라, 당, 일본의 격전을 그려낸 <장보고전>도 이에 속한다고 볼 수 있다. 현재 클로즈베타 테스트가 진행 중인 <타임엔테일즈>는 세계를 정복하기 위해 '시간의 서'를 훔친 악당 닥터곤을 쫓아 시간 여행을 떠나는 주인공들의 이야기를 옴니버스식으로 다룬 실시간 전략 롤플레이 게임이다. 이 게임은 게임 플레이 곳곳에 광개토태왕이나 이순신 장군 등 역사 속 인물을 활용하고 있다.

문화원형콘텐츠의 정보자료 소재는 게임을 형성하는 부가적인 요소로 곳곳에서 활용되고 있다. <거상>은 일반 필드에서 잡을 수 없는 강한 몬스터를 잡기 위해 들어가야 하는 특수 지형을 설정해 놓았는데, 한국의 거제 해저동굴, 고수동굴, 대관령, 무령왕릉, 일본의 대설산 얼음계곡, 하치만타이 온천, 중국의 진시황릉, 밀립지역, 대만의 해적동굴 등과 같은 구체적인 지형을 이용하여 특수지형으로 설계한 것이 이러한 예이다.

문화원형콘텐츠가 게임 창작소재로 적용된 사례는 이외에도 많다. 게임은 시각적으로 구현되기 때문에 문화원형콘텐츠 이미지를 소재로 활용하는 데에 적극적이다. 또한 수많은 아이템을 구비해야 하고, 전투

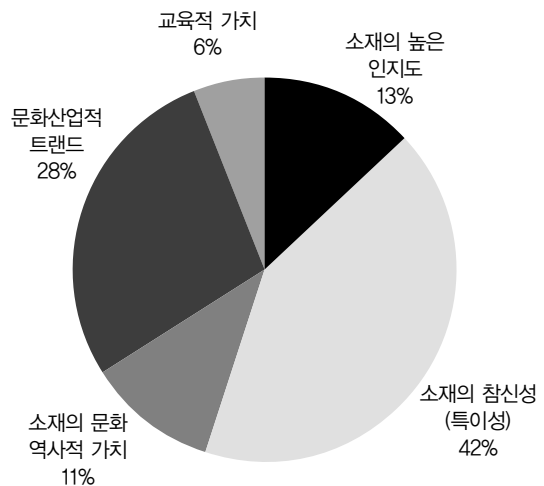
체계나 무기 체계, 지형 체계 등을 갖추기 위해서 그 소재를 문화원형콘텐츠에서 찾는 경우가 많다. 게임의 소재가 기발하고 환상적이면서도 현실에 기반한 가상 세계를 그려내야 하기 때문에 캐릭터나 시나리오 소재를 문화원형콘텐츠에서 차용하는 경우가 많은 것이다.

3. 게임 창작소재로서 문화원형콘텐츠의 가치

중세풍의 판타지나 신화를 바탕으로 한 게임이 인기를 끌면서 국내 온라인게임의 상당 부분도 북유럽 신화를 모태로 한 판타지 설정을 중심으로 시나리오가 구성되고 있다. 이러한 이유는 북유럽 신화의 판타지에서 세계관을 가지고 온 미국, 영국, 일본 게임의 영향을 직접적으로 받았기 때문이다. 현재 롤플레이팅 게임에서 사용하고 있는 소재 중, 북유럽 신화에 기반한 서양 판타지 세계관, 중국의 무협지에 기반한 무협 액션 세계관 등은 게임 창작소재로 가장 활용도가 높은 문화원형 창작소재이다.

문화원형콘텐츠가 게임의 창작소재로서 활용도가 높을 수 있는 이유는 우선 창작소재는 지속적인 흡인력을 지녀야 하는 것이 중요한데, 이를 위해서는 새로우면서도 낯설지 않은 소재와 확장 가능성이 높은 소재를 발굴할 필요가 있다는 점에 있다. 새로우면서도 낯설지 않은 소재에 가장 적합한 것이 바로 문화원형 콘텐츠라고 할 수 있다.

게임업체에 대한 산업체 수요조사⁶⁾에서도 창작소재를 결정하는 요인으로 소재의 참신성 및 특이성에 대한 고려가 42%로 나타났다. <그림 3>을 보면 게이머들의 모험과 호기심을 끊임없이 자극하기 위해 이미 널리 알려진 소재보다는 참신한 소재를 우선적으로 채택하고 있다는 사실을 알 수 있다. 게임 창작소재의 선호도에 대한 조사에서는 최근의 트렌드에 부합하는 소재에 대한 선호가 32%로 나타났으며, 문화원형콘텐츠 소재에 대한 고려도 55%로 나타났다. 일례로 현재 게임 소재의 가장 큰 주류 중의 하나는 중세풍의 판타지 성격을 지닌 것이다. 이는 중세라는 문화원형에서 오는 익숙함과 판타지적 요소에서 오는 새로운 측면이

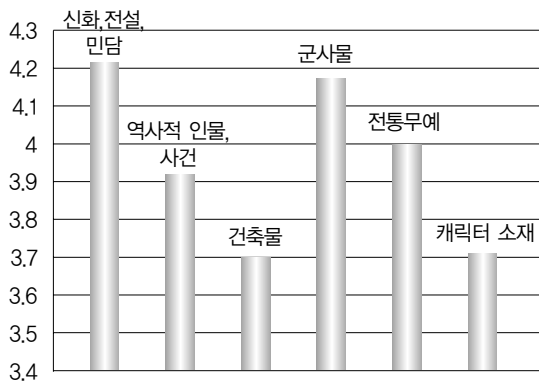


〈그림 3〉 창작소재 결정 요인

6) 이 조사는 2005년에 본 연구진이 참여한 가운데 한국문화콘텐츠진흥원에서 주관한 <문화원형 창작소재 개발 중·장기 로드맵 수립> 사업에서 실시한 산업체 수요조사의 원천자료를 재구성한 것이다.

결합되어 게이머들의 지속적인 흡인력을 창출할 수 있기 때문이다. 중세라는 문화원형콘텐츠는 현재적 공간과는 다르기 때문에 그 자체로 판타지적 성격을 지니는 시·공간적 역할을 충분히 해낼 수 있다. 이의 연장선상에서 본다면 동양적인 신화나 역사, 한국의 신화를 창작소재로 한 게임도 그 성공 가능성이 예상되는 것이다.

문화원형콘텐츠는 보편성과 독창성을 지니면서 세계적 경쟁력을 가질 수 있는 창작소재이기 때문에 게임의 개발 방향을 다각화시키는데 일조를 할 것으로 보인다. 이러한 측면에서 게임 산업계에서는 요구하는 문화원형콘텐츠의 창작소재 유형별 수요조사 결과도 흥미롭다.



(그림 4) 문화원형 소재 유형별 선호도

게임 산업계에서는 문화원형콘텐츠가 이야기 소재와 디자인 소재를 얻기에 유용하다고 보고 있다. 5점 만점에 4.23점으로 가장 높은 선호도를 보인 신화, 전설, 민담 등의 시나리오 소재와 3.98점인 역사적 인물, 사건 등의 시나리오 소재는 모두 이야기 소재에 속한다. 신화, 전설, 민담과 같은 시나리오 소재는 게임의 특성인 판타지를 잘 구현할 수 있으며 고대의 시·공간은 전투, 모험 등의 특징을 잘 구현할 수 있는 가상현실로써의 역할을 톡톡히 해낼 수 있다. 또한 문화원형콘텐츠는 아이템 구성과 공간적 배경, 캐릭터의 외향 묘사 등의 디자

인 소재를 추출해 내기에 유용한 것으로 나타났다. 특히 전쟁과 전투를 주된 테마로 가지고 있는 게임의 경우 전통무기, 군대, 전투유형 등의 군사물 소재에 대한 선호도가 4.17점, 전통무예에 대한 선호도가 4점으로 높게 나타났다. 또한 공간적 배경 설정에 도움을 줄 수 있는 전통가옥, 궁궐, 성곽 등의 건축물 소재와 도깨비, 귀신 등의 캐릭터 소재에 대한 선호도도 높았다. 이러한 아이템이나 디자인 소재를 문화원형콘텐츠에서 반영하는 경우 그 빈도는 꽤 높은 편이지만, 대개 단조로운 경향을 갖고 있는 문제점이 있다. 즉 무기도감이나 도깨비도감과 같이 통시적으로 체계화된 데이터 베이스가 구축되어 있지 않아 개발된 몇몇의 아이템에 의존하여 쓰다 보니 단편적인 사용이 반복되고 있는 것이다.

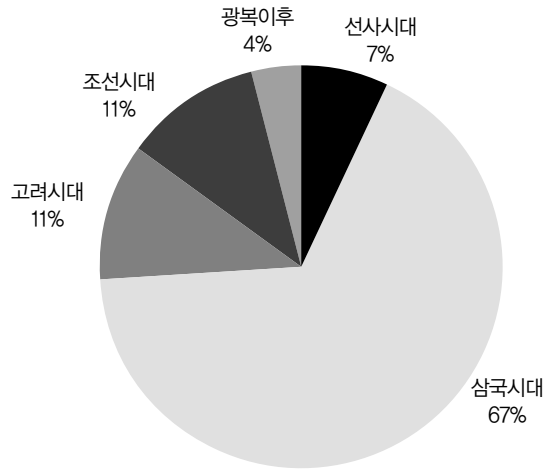
게임 산업계에서 문화원형콘텐츠의 활용도가 높은 시·공간적 배경은 삼국시대(64.8%)로 나타났다. 이것은 대부분의 게임이 종족을 만들고 종족 간의 관계를 설정하여 우호적이거나 적대적인 관계를 맺어야 하기 때문에 고구려, 백제, 신라의 세 국가로 형성된 삼국시대는 변별적 종족 구성이 가능하기 때문에 선호도가 높은 것으로 분석된다.

게임은 세계관을 구성하고 이를 바탕으로 제작이 이루어지기 때문에 특성 시대의 모든 문화원형콘텐츠

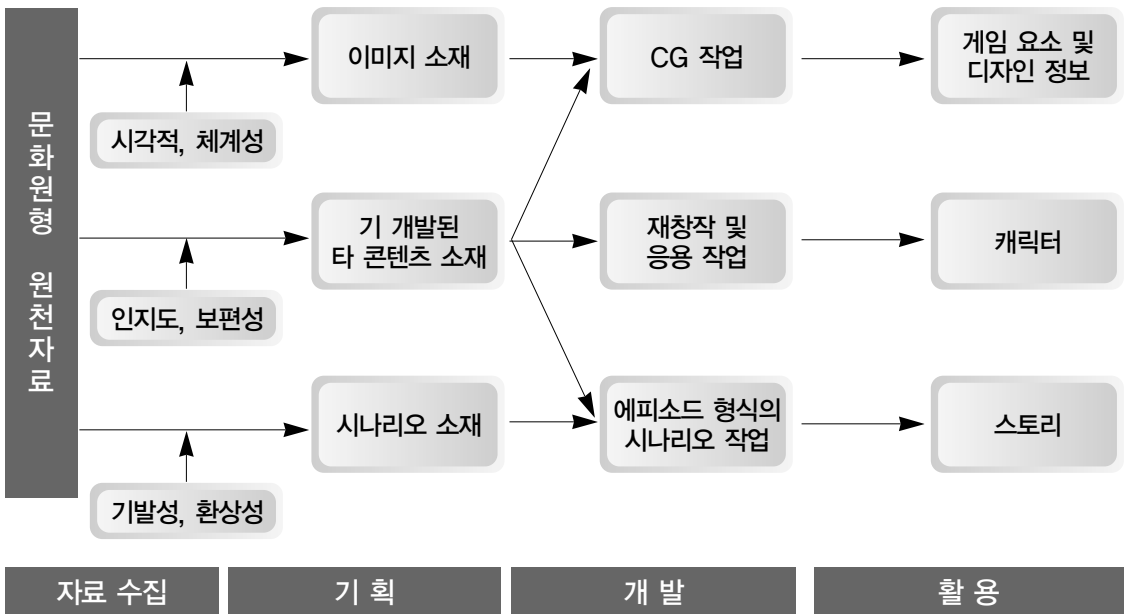
소재가 한꺼번에 이용되기 마련이다. 시·공간적 배경이나 종족 구성, 아이템과 같은 게임의 창작소재는 특정한 소재만을 선별적으로 이용하지 않기 때문에 통시적·공시적인 속성을 고려한 소재들이 세트별로 만들어져야 그 활용도가 증진될 것이다.

이처럼 문화원형콘텐츠는 게임의 창작소재와 매우 긴밀하고 다각적으로 연동될 수 있으며, 게임의 창작소재에 풍부한 아이디어와 자원을 제공해 줄 것이다. 또한 문화원형콘텐츠는 고증을 통해 사실성을 확보할 수 있기 때문에 게임 공간을 자연스레 가상현실로 만들 수 있는 것이다.

문화원형콘텐츠의 원천자료가 게임콘텐츠로 활용되는 체계는 세 가지 경로로 생각해 볼 수 있다. 첫 번째 경로는 무기체계나 건축물 양식과 같이 시각적이며 체계적인 속성을 지닌 소재를 문화원형 원천자료에



〈그림 5〉 문화원형 창작소재 개발 시 관심시대



〈그림 6〉 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 활용 체계

서 찾는 것이다. 이러한 소재는 이미지 자료로써 디지털 기술에 의해 개발되어 게임 요소 및 디자인 정보 자료로 활용될 수 있을 것이다. 두 번째 경로는 신화, 전설, 민담이나 역사적 인물, 사건과 같은 시나리오의 소재를 문화원형콘텐츠의 원천자료에서 찾는 것이다. 환상성과 기발함을 가지고 있는 이러한 소재를 에피소드 형식의 시나리오 소재로 개발하여 스토리 라인을 구성하는데에 활용될 수 있을 것이다. 세 번째 경로는 영화나 애니메이션, 만화와 같은 다른 문화콘텐츠에서 이미 널리 알려져 인기를 끈 문화원형 원천 자료를 게임콘텐츠로 활용하는 경우이다. 이 경우 문화원형 원천자료는 이미 인지도가 매우 높고 보편적이기 때문에 게임의 창작소재로 적합하지 않을 수 있다. 하지만 게임도 가상현실로써의 현실감을 부여해야 하기 때문에 이러한 원천자료가 지닌 인지도와 보편성을 이용하여 캐릭터 개발로 응용할 수 있을 것이다.

IV. 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 활용도를 위한 정책 모델 개발

1. 개발된 문화원형콘텐츠의 게임 창작소재 분석

앞서 살펴본 바와 같이 문화원형콘텐츠는 게임의 창작소재로 충분히 활용될 수 있는 조건을 갖추고 있다. 보편적이고 세계적이며 독창적이고 민족적인 속성을 지니고 있는 문화원형콘텐츠는 기발성, 환상성, 모험성을 특성으로 갖는 게임에 풍부한 자원을 제공해 주는 것으로 파악되었다. 문화원형콘텐츠는 게임 개발을 위한 이미지, 스토리, 정보자료의 소재로써 활용도가 높다는 사실이 사례 분석을 통해 밝혀졌고, 산업계 수요조사 결과를 토대로 산업계에서 문화원형콘텐츠에 대한 개발 요구도 높다는 사실도 인지할 수 있었다.

현재 개발된 문화원형콘텐츠⁷⁾는 참신하면서 개성적인 소재를 원하는 게임에 창작 기반을 조성해 주는 역할을 할 수 있다. 그러나 이러한 문화원형콘텐츠가 게임 산업 현장에서 게임 창작소재로 보다 유용하게 쓰이기 위해서는 해결해야 할 과제가 많이 있다.

FGI의 결과에 따르면 게임은 다른 문화콘텐츠와 변별되는 속성을 가지고 있음에도 불구하고, 문화원형 콘텐츠 개발 과정에서 이러한 게임 창작소재의 특성을 반영하는데 한계가 있다. 개발된 문화원형콘텐츠는 애니메이션, 만화, 영화, 드라마 등의 모든 문화콘텐츠를 대상으로 하다보니 게임이 가지고 있는 차별적 특성을 고려하지 못한 측면이 있다. 일례로 게임은 기승전결의 완결성을 지닌 시나리오가 아니라 정해진 시간 안에 점수를 얻어야 하는 판의 구성을 지니기 때문에 이에겐 에피소드 형식의 시나리오가 적합하다

7) 현재 문화콘텐츠진흥원에서 2002년부터 2005년까지 개발한 문화원형콘텐츠 사업은 총 141개에 이른다.

는 특성을 고려하여 문화원형이 개발될 필요가 있다. 개발된 문화원형 중 원형을 재가공한 응용콘텐츠의 비중이 높은 점도 게임 창작소재로 문화원형의 활용도가 저하되는 요인 중의 하나이다. 가령 이미지 소재의 경우 게임에서 높은 활용도를 보일 수 있는 소재임에도 불구하고, 개발된 소재를 사용하기 보다는 자체적으로 복원한 소재를 사용하는 경우가 많았다. 이는 그간의 문화원형콘텐츠가 재가공 및 재창작의 측면에 비중을 두어 기 개발된 창작소재의 효율성을 저하시켰기 때문이라고 분석된다.

그리고 게임 창작소재로 개발되는 문화원형에 체계성이 구축되어 있지 않다는 점을 지적할 수 있다. 게임은 시각적으로 구현되는 콘텐츠이기 때문에 이를 제작하기 위해 필요한 소재의 양은 매우 많다. 예를 들어 게임의 시간적 배경이 삼국시대부터 조선시대에 걸쳐 있다면, 시대별 복장, 무기, 음식, 건축 등에 대한 체계적인 라이브러리가 구축되어야 한다. 또한 각기 시대별로 의복, 신발, 장신구 등을 포함한 복장 세트, 검, 활, 창 등을 포함한 무기 세트 등에 대한 체계적인 라이브러리도 필요한 것이다. 이렇게 체계적인 세트별로 필요한 게임의 창작소재에 대해 단선적이고 부분적인 소재 개발은 그 기능을 제대로 발휘할 수 없는 것이다. 다시 말하면 원형 콘텐츠가 단편적이어서는 게임콘텐츠로 활용되기가 어렵다는 것이다. 즉 원형 콘텐츠의 공시성과 통시성에 대한 충분한 고려가 있어야 게임의 창작소재로 활용될 수 있다. 예를 들어 삼국시대가 배경이라고 하면, 그 당시의 의복, 주거환경, 무기 등등이 시대적 일관성을 가져야 하는데, 의복은 삼국시대인데 주거환경은 조선시대라면 게이머들은 게임을 하면서 이상하게 느끼게 될 것이다. 또한 앞서 지적했듯이 무기나 의복의 시대적 변천도 중요한데, 그 이유는 게임에서 캐릭터의 성장에 따라 무기나 의복 등의 아이템이 진화를 하는데, 그 진화가 일정한 체계성을 갖기 위해서는 원형 콘텐츠의 변천사(시간에 의한 진화)가 주요한 모티브가 되기 때문이다.

또한 문화원형 콘텐츠화사업과 산업체 현장 간의 괴리는 게임 창작소재로서 문화원형의 사용 빈도를 낮추는 요인으로 작용한다. 문화원형 콘텐츠화사업에 대한 홍보나 마케팅이 활발하게 진행되지 않았기 때문에 개발된 문화원형 소재가 사장되는 현상이 빈번하게 발생하고 있다. 현재의 문화원형콘텐츠 개발이 특정한 장르를 대상으로 하는 것이 아니기 때문에 콘텐츠 개별적 연계 모델에 대한 비즈니스 모델이 없다는 점을 알 수 있다. 따라서 문화원형 사업을 선정할 때 개발하기로 한 문화원형에 대해 어느 콘텐츠에 적합한지 사전 평가가 이루어진다면 산업 현장과의 연계성을 높일 수 있을 것이다.

FGI 결과 문화원형콘텐츠 개발사업은 학교, 데이터베이스업체, 3D 기술업체 중심으로 이루어지고 있으며, 게임이나 출판업체 등은 참여하고 있지 않은 것으로 나타났다. 개발업체와 활용업체 사이의 불일치로 인해 활용도가 떨어지는 문제점이 나타난 것이다. 즉 개발자와 소비자의 이해 관계를 조정하고 매개하기 위한 조정 부분이 필요한 것이다. 문화원형 개발자와 활용자 간의 상이함을 조율하는 정책이 개발될 필요가 있음을 알 수 있다.

2. 문화원형의 게임 창작소재 활성화 정책 모델 개발

1) 홍보마케팅 강화 및 혁신네트워크 환경 조성

현재 게임업계의 문화원형콘텐츠사업에 대한 인지도가 낮다는 점에서 문화원형 콘텐츠가 게임콘텐츠로 활용되기 위해서는 무엇보다도 정부에서 추진하고 있는 ‘우리 문화원형 디지털콘텐츠화사업’과 그 산출물, 그리고 이러한 산출물을 관리하고 있는 ‘문화콘텐츠닷컴 culturecontent.com’에 대해 게임업계를 대상으로 홍보마케팅을 강화할 필요가 있다. 개발된 문화원형 디지털콘텐츠는 게임, 애니메이션, 방송, 영화, 만화, 에듀테인먼트 등 문화콘텐츠 장르에 따라 활용가치 수준과 활용방법이 다양하기 때문에, 문화원형 디지털콘텐츠에 대한 홍보마케팅 전략은 문화콘텐츠 특성에 따라 차별적으로 추진할 필요가 있다. 이와 관련하여 가칭 ‘문화원형 콘텐츠의 게임콘텐츠화 매뉴얼’을 작성하여 홍보마케팅 수단으로 활용하는 방안도 적극 고려할 필요가 있다.

한편 이러한 홍보마케팅 전략이 실제 창작과정으로 이어지기 위해서는 게임콘텐츠와 문화원형콘텐츠의 관련 전문가 및 기업, 단체들의 소통 및 협력환경을 조성할 필요가 있다. 게임업체 종사자들의 경우에는 문화원형 소재에 담긴 인문학적 지식과 정보가 부족한 반면, 인문학자들은 게임콘텐츠의 속성과 체계에 대한 전문성이 약하기 때문에 문화원형 소재를 바탕으로 게임콘텐츠를 개발하기 위해서는 게임업체 종사자와 인문학자의 공동작업이 필요하다고 볼 수 있다. 그리고 게임업체, 문화원형 개발자, 정책담당자, 소비자 등 문화원형 콘텐츠를 둘러싸고 서로의 이해관계와 선호도가 다를 수 있기 때문에, 이러한 차이를 조정하고 인식을 공유하기 위한 소통 및 협력환경을 조성할 필요가 있다. 또한 문화원형 콘텐츠는 게임콘텐츠로 바로 활용되기도 하지만, 애니메이션, 방송드라마, 만화 등으로 활용되어 게임콘텐츠로 연결되는 경우가 있기 때문에, 관련 전문가, 기업, 단체들의 협력환경은 문화콘텐츠산업 전체 영역으로 확대하여 조성할 필요가 있다. 이러한 혁신환경을 통하여 문화원형콘텐츠의 가치사슬 참여자들은 창의적 협력과 네트워크 체계를 구축할 수 있다.

2) 창작소재의 통합체계 구축

게임 디자이너는 게임아이템을 설계할 때, 관련 아이템에 대한 종합적인 자료집을 활용하는 경우가 많다. 예컨대, 무기도감, 몬스터 자료집 등은 게임 디자이너에게 유용한 자료로 활용될 수 있다. 이런 관점에서 현재 개별단위로 개발되어 있는 문화원형콘텐츠를 산업적 관점에서의 통합분류체계에 따라 가장 수요가 높은 분야를 중심으로 체계적으로 개발, 관리하는 방안을 적극 고려할 필요가 있다. 이를 위해서는 현재 개발된 총 141개의 문화원형 콘텐츠를 공식성과 통시성을 바탕으로 한 통합체계 관점에서 재분류할 필

요가 있으며, 앞으로 신규프로젝트를 추진할 경우에도 이러한 통합체계 관점에서 선정, 개발할 필요가 있다. 이러한 문화원형 창작소재의 통합체계 구축 사업은 장기적으로 문화원형 창작소재에 대한 아카이브를 설립, 운영할 때 중요한 자료로서의 가치를 갖게 될 것이다.

이러한 통합체계를 구축할 때 반드시 고려되어야 할 사항은 매우 구체적이고 세부적인 원형콘텐츠의 복원 뿐만 아니라 해당 원형콘텐츠의 진화에 대한 충분한 설명이 필요하다는 점이다. 예를 들어 시대의 흐름에 따른 가옥의 변천, 의복의 변천, 무기의 변천 등에서 이미지의 나열만이 아니라 변화의 이유에 대한 구체적인 설명이 제공되어야 한다. 그러한 설명이 하나의 에피소드로 구성될 수도 있고, 나아가 그 이후의 진화의 흐름에 근거가 될 수 있기 때문이다. 또한 글로벌 문화원형콘텐츠를 구축한다고 할 때에도 공시성과 통시성을 기반으로 해야 할 것이다. 게임업계에서 시대적 배경으로 삼국시대에 관심이 높다고 응답했는데, 그렇다면 글로벌 문화원형콘텐츠도 삼국시대 시기의 중국, 일본, 중동, 유럽 등의 문화원형콘텐츠부터 구축하는 것을 고려해 볼 필요가 있다.

3) 문화원형콘텐츠의 게임콘텐츠화 시범사업 추진

시범사업은 문화원형 콘텐츠의 활용도를 높이기 위하여 이미 개발된 문화원형 콘텐츠를 바탕으로 게임 콘텐츠를 창작하기 위한 프로젝트를 선정하여 시범사업으로 개발하는 방법이다. 이러한 시범사업은 문화원형 콘텐츠를 게임콘텐츠로 활용하는 방법론과 사례를 보여주고, 매뉴얼로 활용할 수 있다는 점에서 의미가 있다고 볼 수 있다. 시범사업의 필요성은 게임에서 뿐만 아니라 애니메이션, 영화 등에서도 문화원형 콘텐츠사업에 활용도가 낮기 때문이기도 하지만 한편으로는 업계에서 문화원형콘텐츠를 어떻게 활용하면 되는지에 대한 방법을 잘 모르고 있기 때문이기도 하기 때문에 적극적으로 검토할 필요가 있다. 특히 게임은 매우 다양하고 체계적인 문화원형콘텐츠를 필요로 하기 때문에 문화원형콘텐츠의 게임콘텐츠화 시범사업은 창작소재 발굴의 요구가 높은 게임산업에도 도움이 될 수 있고, 또한 시범사업을 통해 문화원형콘텐츠의 구축 및 사업 방향에 대해 점검하고 재정립하는 계기가 될 수 있다. 이 경우, 에듀게임과 같이 문화원형 소재의 적용영역이 높고, 부정적 요소가 적은 영역을 중심으로 시범사업을 추진할 수도 있을 것이다.

4) 문화원형 소재 기반 게임콘텐츠 개발 지식 정보네트워크 구축

게임업체가 문화원형 소재를 창작소재로 활용한다고 하더라도, 게임업체는 관련된 다양한 지식과 정보를 필요로 한다. 왜냐하면, 문화원형 디지털콘텐츠는 특정 시점의 특정 소재를 대상으로 개발되는 경우가 많기 때문에 통시적 관점과 공시적 관점에서 지식과 정보가 제한적인 수밖에 없다. 이와 관련하여 문화원

형 소재 관련 공공부문 조직들 간의 연계를 통하여 문화원형 소재에 관한 종합 지식정보체계를 구축하는 방안을 적극 검토해 볼 수 있다.

이러한 문화원형 소재에 대한 다양한 지식 뿐만 아니라 게임콘텐츠에 대한 다학문적인 접근이 필요하다. 게임산업의 성장만큼 게임콘텐츠에 대한 연구는 아직 일천한 수준이라고 할 수 있다. 다양한 학문에서 게임콘텐츠와 관련한 연구가 활발하게 진행된다면 게임콘텐츠로 활용될 수 있는 다양한 문화원형 소재의 개발 역시 활발하게 추진될 수 있을 것이다.

5) 창작연계를 통한 게임개발업체의 문화원형 개발 사업 참여기회 확대

창작연계형 개발사업이란 게임업체가 아직 개발되지 않은 문화원형 소재를 바탕으로 게임을 개발할 경우, 총 개발비용의 일부(예컨대, 연구개발비용 등)를 지원하여, 그 결과를 게임 개발업체 뿐 아니라 게임업체 전체로 공유하는 사업방식을 의미한다. 이러한 접근방법은 기존의 문화원형 개발방식이 '선 개발 후 적용'이라는 공급자 중심이기 때문에 산업 현장과의 적합성에 대한 불확실성이 높다는 문제인식에 바탕을 둔 것이다. 그러나 창작연계형 개발사업은 개별 프로젝트에서의 활용도는 높일 수 있는 장점은 있지만, 문화원형 창작소재의 통합체계를 구축하는 관점에서는 한계를 내포하고 있다고 볼 수 있다. 따라서 창작연계형 개발사업은 한시적으로 적용할 필요가 있다고 볼 수 있다.

V. 결론

이 연구는 게임콘텐츠의 창작소재를 다각화하는 방안의 하나로 정부에서 지난 4년 동안 지속적으로 개발하고 있는 문화원형 디지털콘텐츠를 활용하기 위한 정책모델을 개발하는데 초점을 둔 것이다. 분석 결과, 게임업체들은 문화원형 소재를 게임콘텐츠 창작소재로 중요하게 고려하고 있는 것으로 나타났다. 문화원형 소재는 게임의 스토리 뿐 아니라 이미지 디자인을 설계하는데 있어서도 중요한 요소로 작용하고 있으며, 게임 소재에 대한 정보와 지식을 제공할 수 있는 산업적 가치를 갖고 있기 때문이다.

그러나 게임업체들은 현재 정부에서 정책사업으로 추진하고 있는 문화원형 디지털콘텐츠 개발사업에 대해서는 충분하게 인식하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 또한 게임업체는 문화원형 콘텐츠를 개발하는 과정에 직접 참여하지 않기 때문에, 문화원형 콘텐츠를 개발하는 대학, 인문학 관련 단체 및 기업 등과 상호 소통할 수 있는 기회를 충분하게 갖지 못하고 있다. 이와 관련하여 앞으로 문화원형 콘텐츠를 개발 콘텐츠로 활용하기 위해서는 게임업체 및 게임산업 종사자들로 하여금 문화원형 콘텐츠에 대한 인식을 제고하고, 문화원형콘텐츠 개발 관련 단체들과의 상호작용을 활성화하기 위한 노력이 필요하다고 볼 수 있다.

왜냐하면, 게임개발자, 게임 디자이너, 공공정책 담당자, 문화원형 개발사업자(대학, 디지털기술업체, DB, 관련 업체 등), 애니메이션 등 문화콘텐츠산업계 등에 따라 이해관계와 선호가 다를 수 있기 때문이다. 이와 관련하여 문화원형 소재를 바탕으로 실제로 게임 창작활동을 지원하기 위한 가칭 ‘문화원형 콘텐츠의 게임 활성화 시범사업’을 추진하는 방안을 적극 검토할 필요가 있다.

한편 게임개발자가 게임소재를 선택하는 과정은 만화, 애니메이션, 드라마 등 원작을 활용하는 경우와 문화적 요소를 바탕으로 스토리, 캐릭터, 아이템 등을 새롭게 발굴하는 경우로 크게 구분할 수 있는데, 문화원형 콘텐츠는 게임소재의 원작이면서 동시에 새로운 모티브를 제공하는 소재라고 할 수 있다. 특히 문화원형 콘텐츠는 게임개발자에게 창의적인 아이디어를 제공할 뿐 아니라 독창성과 보편적 인지도를 동시에 제공할 수 있기 때문에 산업적인 차원에서 중요하게 고려될 수 있다. 다른 한편으로 문화원형 콘텐츠는 우리 문화의 정체성과 정신적 세계관을 담고 있기 때문에, 게임의 문화적 기반을 견고하게 할 수 있다. 문화원형 소재는 시간과 공간, 미디어의 특성에 따라 원형을 다양한 형태로 재구성할 수 있는 특성을 갖고 있기 때문이다.

이러한 문화원형 콘텐츠가 게임콘텐츠의 창작소재로 활용되기 위해서는 게임콘텐츠 개발에 필요한 요소들과 어느 정도 부합하는지를 평가할 필요가 있다. 이러한 요소로는 인지도, 독창성과 보편성, 에피소드적 소재 구성 가능성, 아이템의 통합체계성, 오락성, 영웅 스토리와 캐릭터 등을 갖출 필요가 있다. 지난 4년 동안 개발된 문화원형 콘텐츠의 특성을 분석한 결과, 인물중심의 스토리와 캐릭터 개발사례가 미흡한 것으로 나타났다. 그리고 무기, 건축, 지형, 복식 등 게임아이템의 소재와 관련된 문화원형 소재들은 많이 개발되어 있으나, 이러한 소재들의 통합체계는 취약한 것으로 나타났다. 게임의 아이템을 설계하는 과정에서 디자이너는 특정시대의 특성 아이템만을 고려하는 것이 아니라 동일한 유형의 아이템에 대한 통시적, 공시적 관점의 아이템 체계를 필요로 하는 경우가 많기 때문에, 문화원형 콘텐츠 또한 이러한 통합체계 관점에서 접근할 필요가 있다.

앞으로 게임 산업이 지속적으로 발전하기 위해서는 게임소재의 다양화와 질적 고도화가 필요하다. 그리고 앞으로 게임 산업이 지속적으로 고객을 창출하기 위해서는 게임소재의 선택 및 개발과정에서 수익 중심의 오락적 차원에 머물러서는 한계가 있으며, 교육과 문화 중심의 문화적 차원으로 승화시킬 필요가 있다. 이와 관련 문화원형 콘텐츠는 게임의 문화적 토대를 강화하고, 이를 바탕으로 수익성을 제고할 수 있다는 점에서 앞으로 게임 창작소재로 중요하게 고려할 필요가 있다. 이를 위해서는 앞에서 제시한 바와 같이 홍보마케팅 강화, 문화원형 소재의 게임콘텐츠 개발 시범사업 활성화, 수요자 중심의 문화원형 콘텐츠 개발 체계 구축, 게임아이템 관련 이미지 디자인의 통합체계 구축, 게임개발자의 창작 연계형 문화원형 콘텐츠 개발체계 도입 등 다양한 정책방안을 고려할 수 있다. 이와 관련하여 문화원형 디지털콘텐츠 개발 사업은 분절적, 양적 확산 접근에서 통합적, 질적 고도화 접근 방식으로 전환되어야 하며, 보다 수요자의 특성과 선호에 부합할 수 있는 방향으로 변화될 필요가 있다.

| 참고 문헌 |

- 이인화, 2003, 『디지털 스토리텔링』, 서울: 황금가지
- 이인화, 2005, 『한국형 디지털 스토리텔링』, 서울: 살림
- 임학순, 2005, 「문화원형 디지털콘텐츠의 교육콘텐츠 창작소재 활성화를 위한 정책모델 연구」, 『인문콘텐츠』 6, 인문콘텐츠학회
- 장노현, 2005, 「문화유산 디지털화의 새로운 방향 모색」, 『인문콘텐츠』 5, 인문콘텐츠학회
- 전경란, 2003, 「예술과 게임」, 『2003 미래게임포럼 보고서』, 한국게임산업개발원
- 전경란, 2005, 『디지털 게임의 미학』, 서울: 살림
- 전경란, 2005, 「컴퓨터 게임의 장르 요인 및 특징에 관한 연구」, 『게임산업저널』, 한국게임산업개발원
- 최영수, 2005, 「불멸의 이순신」, 『게임산업저널』, 한국게임산업개발원
- 최혜실, 2002, 「게임의 스토리텔링(1)」, 『게임산업저널』, 한국게임산업개발원
- 최혜실, 2003, 「문화산업과 인문학, 순수예술의 소통방안을 위한 일고찰」, 『인문콘텐츠』, 인문콘텐츠학회
- 한국게임산업개발원, 2005, 『2005 대한민국 게임백서 상. 하』, 서울: 씨앤씨애드
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2005, 『문화원형 창작소재 개발 중장기 로드맵』
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2005, 『2005년 한국문화콘텐츠진흥원 지원사업 평가지표 개발연구』
- 한혜원, 2005, 『디지털 게임 스토리텔링』, 서울: 살림
- Caputo, T. 2003, *Visual Storytelling: The Art and Technique*, New York: Watson-Guptill Publications
- Glassner, A. 2004, *Interactive Storytelling: Techniques for 21st Century Fiction*, Massachusetts: A K Peters
- Jung, G, 응 저작 번역위원회 역, 2001, 『정신요법의 기본 문제』, 서울: 솔
- Linde, R. 2004, *Game Art: Creation, Direction, and Careers*, Massachusetts: Charles River Media, Inc.
- Manovich, L. 2002, *The Language of New Media*, Cambridge, MA: The MIT Press
- Rolling, A. & Adams, E. 송기범 역, 2004, 『게임 기획 개론』, 서울: 제우미디어
- Wardrip-Fruin, N. & Harrigan, P. 2003, *FirstPerson: New Media as Story, Performance, and Game*, London: The MIT Press

Developing the Policy Model for Promoting the Culture Archetype Contents as Materials of the Game Contents

Yim Hak soon / Professor, Catholic University

Kim Min kyu / Team Manager, Korea Game Development & promotion Institute

Lee Sang Min / Senior Researcher, CCRC

The article concerns the public policy for promoting the cultural archetype contents, which were developed by the Korean Culture and Content Agency since 2001, in terms of the game contents. In this article, the characteristics of the game subject matter will be examined. In addition, the planning system in the preproduction stage of the game contents will be examined. In particular, the article analyzes the value and characteristics of the cultural archetype as a resource of the game contents.

As a result, the game industries has considered the cultural archetype contents as a significant resource in the process of the game creation. However, there has been a mismatch between the policy program for developing the cultural archetype and the characteristics of the game contents, which needed by the game industries. In addition, the staffs of the game industries are not well aware of the policy program for developing the cultural archetype contents.

The article develops the policy program model for promoting the cultural archetype contents as resources of game contents in terms of subject matter, image design and knowledge. In addition, the paper suggests that the marketing strategies for the promotion of the cultural archetype contents should be reinforced in a systematic way.