

디지털 게임 팬덤에 관한 연구

동의대학교 / 전 경 란

주 제 어 ▶ 팬덤, 게임 텍스트, 디지털 게임하기, 디지털 팬덤, 게임 문화

Key words ▶ fandom, game textuality, digital gaming, digital fandom, game culture

전경란 (Jeon, Gyong Ran)

동의대 디지털문화콘텐츠공학과 조교수. 이화여대 신문방송학과에서 <디지털 내러티브에 관한 연구>로 박사학위를 받았으며, 디지털 미디어 문화에 대한 관심을 기초로 디지털 게임과 게임 현상에 대해 다각적으로 이해하려는 시도를 하고 있다. 저서로 <디지털/미디어/문화>(공저), <디지털 게임의 미학>, <디지털 스토리텔링>(공저), <미디어의 미래>(공저) 등이 있으며, 연구논문으로는 <디지털 영상에서 보기와 주체의 문제>, <여성 게이머의 게임하기와 그 문화적 의미에 대한 연구>, <모바일 게임의 스토리텔링> 등이 있다.

목 차

1. 문제제기
2. 연구배경
 - 2.1 팬덤의 이해
 - 2.2 게임텍스트와 게임하기
3. 게임하기와 팬덤
 - 3.1 팬으로서의 게이머
 - 3.1.1 적극적인 게임하기
 - 3.1.2 고유한 문화적 능력의 축적
 - 3.1.3 생산자 역할
 - 3.1.4 공동체의 형성
 - 3.2 게임 팬덤의 문화적 의미
4. 마무리

국문초록

이 연구는 팬덤에 대한 전통적인 논의를 재고토록 하는 게임과 게임하기의 특징을 논의함으로써 궁극적으로 게임 팬덤을 이해하려는 시도이다. 이를 위해 기존의 팬덤 논의에서 미디어 수용자를 팬으로 정의하는 특징들이 게임 텍스트와 게임하기를 통해 어떻게 굴절되는지를 고찰하였다. 게임이라는 뉴미디어 텍스트를 중심으로 전개되는 다양한 이용행위, 선호 현상은 어떤 유형의 게이머를 팬으로 지칭할 수 있을 것인가 등의 문제는 물론 기존의 팬덤 이론에 대해 문제를 제기해준다. 게임을 한다는 것은 이미 적극적인 이용행위를 전제하고 있는데 과연 어느 정도의 적극적인 게임 행위를 팬덤으로 이해할 수 있으며, 게임 팬은 누구인가에 대해 적절한 답을 제공하지 못하기 때문이다. 또한 팬을 규정하는 생산성이나 팬 공동체 형성의 문제 역시 기존의 팬덤 이론은 게임의 특수성을 반영하지 못한다. 따라서 게임 팬덤의 논의는 누구를 정확히 게임 팬으로 지칭할 수 있느냐의 문제가 아니라 게임 팬이라는 개념에 내재되어 있는 다양한 차원을 드러내는데 의의가 있다. 실제로 게임하기와 팬덤의 논의는 게이머를 보다 다각적으로 살펴봄으로써 상호작용 미디어의 팬이 갖는 특수성을 엿볼 수 있다.

Abstract

This study is to understand game fandom emerging from a research interest on the conflict of the digital game textuality and media fandom. In order to grasp the characteristics of game fandom, this thesis tries to figure out the terms of fandom which is incompatible with digital mediality such as multimodality, interactivity, virtuality, and connectivity. This article discusses the supported transformations and shifts if fan practices in terms of game textuality and digital gaming. It can be seen that digital games are tools for people to show their fondness, create new stories, express their opinions or cultural tastes. This appropriation of existing creative work does not fit within the existing fan culture, and neatly within the social shaping of technology framework useful for examining such forms. This article shows the relationship between fans and media text has changed due to the textuality of digital games.

1. 문제제기

디지털 게임은 가장 강력한 멀티미디어 표현형식으로 사회적 주목받을 만큼 진화를 거듭하고 있다. 아울러 디지털 게임은 새로운 표현 형식으로서의 문화적 함의는 물론 사이버 정체성이나 과몰입 문제, 나아가 잠재적인 교육적 가능성까지 타진되고 있는 등 사회문화적 측면에서 계속 새로운 이슈를 제공하고 있다. 심지어 프로그래머나 게임단의 등장은 디지털 게임이 일종의 경제적 영역이자 사회적 제도로 자리 잡았음을 보여준다.

이처럼 디지털 게임이 단순한 오락물에서 벗어나 사회문화적 가치가 재평가되면서 디지털 게임을 하는 게이머 혹은 플레이어 역시 다양한 방식으로 논의가 이루어지고 있다. 물론 게이머는 여전히 디지털 게임의 폭력적이고 몰입적인 특징에 노출되어 그 영향 아래 있는 수동적인 희생자로 상정되거나 (Anderson & Dill, 2000; Dill & Dill, 1998), 혹은 그와 정반대로 게임의 상호작용적 속성을 심분 활용하는 적극적인 이용자로 논의되기도 한다 (전경란, 2004; Tiongson, 1996). 여기에 여러 유형의 게이머가 지닌 맥락에 따라 게임하기가 어떤 사회문화적 의미를 함축하고 있는지를 드러냄으로써 게임 텍스트만큼이나 다양한 게이머의 존재와 게임하기의 함의를 이해하려는 시도도 함께 이루어지고 있다 (Carr, 2005; Taylor, 2006).

그러나 사회문제가 될 정도로 게임에 몰두하는 현상이 빈번하게 발생하면서 게이머와 게임하기의 문제는 사회적 차원에서는 물론 병리적 시각에서 주목의 대상이 되고 있다.¹⁾ 그렇기 때문에 게임에 몰두하는 것, 혹은 게임하기에 열중하는 것은 과몰입이나 중독 측면에서만 주로 이해되었다. 이러한 접근은 게임하기에 대한 제한된 이해만 허용할 뿐 전체 대중문화의 지형에서 게임하기 특히 게임에 열중하기가 갖는 문화적 의미를 파악하는데는 한계가 있다. 영화나 텔레비전 드라마와 같은 미디어 장르나 배우와 가수 등의 스타에 열광하고 몰두하는 매스미디어의 수용행위를 단순히 미디어가 행사하는 직접적인 영향력의 부정적 소산물로 보기보다는 특정한 문화적 행위를 실천하는 것으로 접근함으로써 미디어 수용자에 대해 보다 풍부한 이해가 가능했던 것처럼, 게임하기 역시 다각적인 차원에서 접근될 필요가 있을 것이다. 더욱이 게임하기의 경우 영화나 텔레비전을 수용하는 것처럼 단순히 텍스트 해독의 수준을 넘어서서 텍스트를 재구성하거나 창조하는 행위까지 포함하고 있기 때문에 문화적 실천으로서의 게임하기는 또 다른 논의를 요구하고 있다.

1) 특히 우리나라의 경우 게임 중독의 문제가 그 어떤 나라보다 심각한 것으로 평가되고 있다. "온라인 게임 중독에 빠진 한국", 미국 신문인 워싱턴포스트에서 2006년 5월 주요 기사로 보도한 기사의 제목이다. 한국의 9세에서 39세까지의 어린이나 젊은 세대 가운데 약 2.4%가 디지털 게임 중독증을 겪고 있으며, 이중 10.2%는 중독 위험의 경계선을 넘나들 정도로 디지털 게임 중독 증세가 심각하다고 보도하고 있다. 우리나라가 정보통신기술의 발달 정도와 디지털 콘텐츠의 이용도가 높은 동시에, 그에 따라 디지털 게임 중독과 같은 병리적 현상에 대한 위험 정도도 심한 것으로 주목받고 있는 것이다 (전경란, 2007, p.118)

따라서 이 연구에서는 게임하기 특히 게임에 열중하기에 대해 살펴보고자 한다. 그동안 매스미디어물을 선호하는 행위 혹은 그러한 사람을 설명하는데 활용되었던 팬덤(fandom) 논의를 기반으로 게임에 열중하는 게이머나 그 행위를 단순히 과몰입이나 중독과는 다른 맥락에서 살펴보고, 영화, 텔레비전 등 기존의 매스미디어물을 열렬히 선호하는 것으로서의 팬덤 이론이 게임이라는 상호작용적 텍스트에 열중하는 현상에 대해 어떤 설명을 제시해줄 수 있으며, 또 어떤 점에서 새로운 문제를 제기하는지 고찰하고자 한다.

이를 위해 먼저 게임 텍스트와 게임하기가 갖는 독특한 특징과 의미를 살펴보고, 이어서 팬덤에 대한 관련 논의를 정리할 것이다. 이를 기반으로 팬으로서 게이머가 갖는 특징은 무엇이고, 기존 팬덤 논의에서 게임에 열중하기는 어떻게 설명될 수 있으며, 어떤 점에서 게임과 같은 디지털 미디어의 팬덤에 대해 새로운 논의가 가능한지, 나아가 디지털 게임 팬덤이 갖는 문화적 함의는 무엇인지 제안하고자 한다.

2. 연구 배경

2.1 팬덤의 이해

팬덤(fandom)은 광신자를 뜻하는 ‘퍼내틱(fanatic)’의 팬(fan)과 영지·나라 등을 뜻하는 접미사 텀(-dom)의 합성어로, 특정한 인물이나 분야를 열성적으로 좋아하는 사람들 또는 그러한 문화현상을 뜻한다. 팬 혹은 팬덤과 같은 문화적 현상들은 할리우드 영화산업의 초기 시절에서부터 그 사례를 찾아볼 수 있으며 현대사회에서는 거의 모든 대중문화의 분야에서 나타나는 현상들이다. 라틴어의 fanaticus에서 유래한 팬은 사원에서 일하는 사람이나 신도를 지칭하는 뜻이었으나 그 의미가 변하면서 과도한 종교적 신념과 같이 부정적인 함의를 지니게 되었다. 19세기에 언론에서 프로 스포츠의 추종자를 일컫는 표현으로 본격적으로 팬이라는 단어를 쓰기 시작하여 현재에 이르고 있는데, 당시에 기자들이 긍정적인 의미로 팬이라는 명칭을 썼다고 하더라도 기본적으로 팬은 그 어원이 지니고 있는 잘못된 신념이나 열광, 광신의 의미를 크게 벗어나지 못하고 있다 (Jenkins, 1992).

이처럼 팬이라는 명칭은 특정한 미디어 수용자들을 부정적으로 이미지화하는 것과 밀접히 연관되어 있다. 다양한 미디어를 통한 뉴스 보도는 이들을 폭력적이고 비사회적인 집단으로 묘사하고 있으며 소설이나 영화에서도 이들의 이미지는 결코 우호적이지 않다. 이들은 지나친 열광자, 광신도, 잘못된 숭배자로 그려지고 있으며 이들이 관심을 갖는 문화는 일반적이고 정상적인 문화영역과는 분리된 영역

으로 취급되었으며 이들 팬들은 ‘우리들’과는 다른, 현실감이 결여된 위험한 존재들이라고 인식되었다. 뿐만 아니라 팬은 주체적인 문화 향유자라기 보다는 단지 미디어 산업이 만들어내는 스타와 그를 둘러싼 다양한 대중문화 상품을 업계의 계산대로 충실히 소비해주는 무비판적인 미디어 소비자라는 의미로 구성되어왔다. 팬에 대한 부정적인 이미지는 여기에 그치지 않는다. 팬은 ‘집착하는 개인’의 이미지로 그려져 왔는데,²⁾ 유명인을 너무나 사모한 나머지 이들에 대한 환상을 갖고 이들을 우상화하고 있으며 그 정도가 심해지면 스타에 가까이 가기 위해 이들을 협박하고 살인으로까지 이르게 되는 악명높은 위험한 존재들로도 여겨진다. 또한 집단적으로는 콘서트의 열광하는 군중, 스포츠 관람 시 폭력적이거나 파괴적 행위를 하는 히스테리결한 군중의 이미지가 이들에게 부여되어 왔다. 결국 대중문화 논의에서 팬과 팬덤은 결코 정상적이고 일상적인 현상으로 그려져 오지 않았다 (박동숙, 1999, pp.222~223).

물론 팬덤은 무엇이고, 어떤 미디어 수용자가 팬이 되며, 전체적인 문화적 흐름에서 팬은 어떤 역할을 하는 존재인가 등 팬과 팬덤을 이해하려는 노력이 학계에서 본격적으로 시작된 것은 실제로 얼마 되지 않는다 (Harris, 1998, p.4). Bielby 등(1999, p.36)의 연구에 따르면 팬에 대한 학문적 논의가 커뮤니케이션 학계에 본격적으로 나타나기 시작한 것은 1990년대 들어와서이다. 1990년대 이후 등장한 팬에 대한 여러 연구들은 (Brower, 1992; Tulloch, 1995; Wakefield, 2001) 팬을 단순한 희생자이거나 대중문화 현상의 부정적인 속성을 내포하고 있는 존재로만 조망하지 않는다. 이 연구들은 팬을 적극적으로 대중문화를 전유하는 존재로, 독특한 특성을 지닌 하부문화를 구성하고 있는 문화적 실천자들로 보고 팬, 팬덤에 대한 새로운 시각을 열어주었다.

그렇다면 어떤 대중문화 애호가를 팬으로 지칭할 수 있는가? 단순히 특정한 미디어물을 이용하고 선호한다고 하여 모두 팬으로 지칭될 수 있는 것은 아니다. Jenkins(1992)는 팬들을 이해하기 위해서는 이들이 다른 일반 미디어 수용자들과 어떻게 차별화되는지를 그려냄으로써 팬의 행위를 팬덤으로 규명해낼 수 있다고 보았다. 그에 따르면 팬들은 특별한 미디어 수용양식을 지니고 있으며, 특정한 방식으로 미디어 텍스트를 읽어내고 비판하며, 조직적인 권력을 행사하는 일종의 문화적 권력자일 뿐만 아니라 단순한 소비자를 넘어 생산자의 역할까지 수행한다. 팬들은 또한 서로 교류하고 연대의식을 공유함으로써 이들만의 특별한 대안적 사회공동체를 만들어내는 존재이기도 하다. 이를 보다 구체적으로 정리하면 다음과 같다.

2) 최근 사회적으로 논란이 된 바 있는 ‘사생팬’이 대표적인 사례라 할 것이다. 사생팬은 공개된 스타의 사생활만을 추적하는 팬들을 일컫는 신조어로 맹목적으로 스타의 사생활만을 쫓는 생활이 반복되면서 학업중단의 계기가 되기도 하고 여러 가지 탈선과 사고로 이어진다고 한다 (SBS ‘그것이 알고 싶다-팬덤르브, 사생 뛰는 아이들’, 2008. 10. 25자 방송)

먼저 팬들은 좋아하는 문화 텍스트에 열중하는 모습을 보인다. 좋아하는 대상이 시리즈로 제작된 것일 경우 전체 에피소드를 하나도 빼놓지 않고 감상하며, 다른 일상생활의 조정을 감수하면서까지 좋아하는 미디어와 텍스트에 완벽히 접근하고자 한다. 예를 들어 특정 방송 드라마의 팬일 경우 시청시간대를 맞추기 위해 다른 일상생활을 포기하거나 재조정하며, 일단 시청하게 되면 어떤 방해도 받지 않고 완벽히 열중하기를 바란다. 이러한 집중적인 감상은 일회적으로 끝나는 것이 아니라 반복적으로 이루어짐으로써 미디어 텍스트를 속속들이 파악하게 된다. 그 과정에서 팬들은 텍스트의 새로운 의미를 찾아내며 단순한 소비자가 아니라 텍스트에 대한 권력을 갖게 된다. 좋아하는 텍스트에 대한 정보, 지식, 경험의 축적은 팬들이 갖는 가장 기본적인 요건이라 할 수 있다. 결국 특정한 텍스트에 대한 일반인들이 알지 못하는 지식을 갖게 된다는 것은 팬과 팬이 아닌 사람들을 구분하는 중요한 기준이 될 수 있다.

팬들은 텍스트를 집중적이고 반복적으로 감상함으로써 새로운 텍스트의 의미를 찾아내거나 생성하기도 한다. Fiske(1992)에 따르면 미디어 텍스트는 생산자들이 독자적으로 만들어내는 것이 아니라 그것을 수용하는 사람들이 만들어내는 것으로 본다. 그는 이러한 생산적인 측면을 몇 가지 유형으로 정리하고 있는데, 그 첫 번째가 기호학적 생산성 (semiotic productivity)이다. 이것은 팬들이 자신이 좋아하는 텍스트를 감상하는 과정에서 자기 방식대로 텍스트를 읽어내고 스스로 새로운 의미를 생성해내는 것을 지칭한다. 그런데 팬들은 단순히 개인적으로 새로운 의미를 생성하는데 그치지 않고 그것을 드러냄으로써 다른 사람과 공유한다. 그 과정에서 발생하는 언술행위를 Fiske는 언술행위적 생산성 (discursive productivity)으로 구분하였다. 마지막은 텍스트적 생산성(textual productivity)으로 좋아하는 텍스트를 기반으로 또 다른 텍스트를 창조해내는 것을 말한다. 팬 아트 (fan art), 팬진 (fanzine) 등으로 지칭되는 그림, 소설, 만화와 같은 다양한 형식의 부차적 텍스트가 텍스트적 생산성의 소산물이다.

한편 팬들은 집단적으로 미디어와 텍스트에 영향력을 행사하려는 시도를 하기도 한다. 팬들은 개인적인 향유자에 그치는 것이 아니라 같은 취향과 선호를 가진 사람들이 서로 연대하여 조직화된 힘은 바탕으로 팬들의 의견과 입장을 관철시키려는 것이다. 드라마의 결론을 다른 방향으로 바꾸고자 하거나 종영이 예정된 방송 프로그램을 부활시키고자 방송사에 압력을 행사하는 등 미디어 텍스트 제작자에게 행동으로서 의견을 보여주고자 한다. 더욱이 인터넷이 발전하면서 팬들은 이전보다 쉽게 소통하고 연대할 수 있는 길이 열렸다. 이를 바탕으로 단순히 서로 같은 취향을 공유하는 것에서 벗어나 팬들이 가질 수 있는 집단적인 힘을 보여주고 있다.

앞서 언급한 것처럼 팬들은 자신이 좋아하는 텍스트를 기반으로 또 다른 텍스트를 생산해내기도 한다. 이는 Fiske(1992)가 언급한 생산성의 세 가지 차원 중 텍스트적 생산성과 같은 차원의 것으로, 해

독이나 발화 수준의 생산성을 넘어 팬들이 기존의 텍스트를 변형하거나 재창조함으로써 독자적인 새로운 텍스트를 만들어내는 것을 뜻한다. 팬들은 의미의 생산자에 그치는 것이 아니라 물리적인 텍스트의 실질적인 생산자가 되기도 한다는 것이다. 이 과정에서 생산되는 일종의 부차적 텍스트는 좋아하는 텍스트와 관련한 개인적인 표현적 행위이거나 다른 팬들과 느낌과 생각을 공유하기 위한 것이 중요한 목적이다. 이러한 팬들의 행위는 생산자와 소비자 간의 구분을 모호하게 하는 것이라 할 수 있다. Jenkins(1992)는 팬들의 생산적 측면이 팬과 팬덤을 정의하는 가장 중요한 속성이라고 본다.

마지막으로 팬들은 서로 교류하고 연대의식을 나누는 과정에서 이들은 공동체 의식을 느끼게 된다. 그 과정에서 공유되는 소속감은 서로 유사한 취향을 가지고 있다는 이해와 공감대를 바탕으로 한 것으로 팬들의 강한 유대관계를 가능하게 한다. 인터넷의 등장은 팬 공동체의 구성을 보다 손쉽게 해주었고, 앞서 언급한 바와 같이 이들의 존재와 활동을 훨씬 가시화함으로써 팬 활동을 증폭시킨 것으로 평가된다.

이상과 같은 논의는 게임이라는 뉴미디어와 텍스트와 관련하여 몇 가지 의문을 제기해준다. 팬덤의 특징들이 게임 팬들에게도 적용될 수 있는가, 혹은 그러한 논의 이전에 특정한 게임에 열중하는 게이머들을 팬으로 규정할 수 있는가, 게임 텍스트가 갖는 중요한 차별적 속성들은 팬덤을 다르게 정의하도록 하지는 않는가 등이다.

이러한 문제의식은 게임이 다른 미디어물과는 달리 이용자의 참여를 전제로 하는 상호작용 텍스트이기 때문에 게임을 한다는 것은 영화를 보거나 소설을 읽는 것과는 또 다른 층위의 이용 행위가 덧붙여지기 때문에 제기된다. 더욱이 온라인게임과 같이 미디어 텍스트 자체가 이용자의 연결성을 전제로 하는 경우 특정한 텍스트를 선호한다는 것은 이미 다른 게이머의 존재가 전제된 것이라는 점에서도 팬으로서 게이머의 존재감이 달라질 수 있기 때문이다.

2.2 게임텍스트와 게임하기

디지털 게임은 멀티미디어 (multimedia)의 속성, 가상성 (virtuality), 상호작용성 (interactivity), 상호연결성 (connectivity)과 같은 특징을 갖는다 (Raessens, 2005, pp.373~374). 멀티미디어적 특성은 문자, 음성, 동영상 등 모든 정보를 동등하게 처리하는 디지털 정보의 특징에 기인하는 것으로, 디지털 미디어에서 다양한 미디어의 표현양식을 모두 수렴하면서 동시에 그 모든 것을 함께 구현할 수 있게 하는 속성이다. 멀티미디어적 속성에 기반하여 디지털 게임 역시 그래픽, 동영상, 음향 등을 복합적으로 구현하는 등 기존 미디어의 표현형식을 적극적으로 재매개 (remediation)하고 있다. 디지털 게임은 텔레비전 드라마나 영화의 장르적 특징을 공유하며 형식적인 측면에서는 영상 형식은 물론 만

화, 소설 등의 표현양식을 적극적으로 채택하여 활용한다. 이러한 멀티미디어성의 구현은 모노미디어가 특정한 단일감각을 강조해온 것과는 달리 다양한 인간의 감각을 활성화시키는 것으로 평가된다. 아날로그 시대의 모노 미디어가 각 미디어별로 감각능력을 분절하고, 특정한 감각을 강조하였다면 멀티미디어성의 구현은 특정한 감각 특히 시각에 집중되었던 인간의 감각능력을 다양한 감각기관에 소구하여 독특한 감각양식의 결합을 가능하게 한다.

가상성은 디지털 게임이 일종의 시각적인 가상공간(virtual space)을 창조함으로써 발전하였다. 물론 문자로만 이루어지는 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 상황에서도 일종의 가상현실 경험이 가능하였지만, 특히 게임을 통해 가장 잘 구현되고 있는 3D 그래픽의 경우 평면적으로 보여지는 것이 아니라, 게이머를 영상 안에 존재하는 것과 같은 현재감(presence)을 부여한다. 기존의 영상 미디어가 카메라가 포착한 장면을 보여주는 것이었다면 3D 그래픽 게임에서는 프레임 안에 고정된 영상이 아니라 게이머가 마우스를 어떻게 조작하느냐에 따라 다른 시각적 경험을 창조할 수 있다. 디지털 게임은 게이머의 조작에 따라 시선을 전후좌우로 변화시킬 수 있음은 물론 줌인과 줌아웃까지 가능한 입체적인 영상 혹은 몰입적인 영상을 구현한다. 이는 게이머의 가상현실감을 증폭시키는 것이지만 동시에 영상을 보는 행위에도 변화를 가져왔다. 같은 게임을 하더라도 게이머마다 매번 다른 영상이 창조될 수 있기 때문이다. 디지털 게이머는 고정된 영상을 일방적으로 수용하는 것이 아니라 자신이 원하는대로 새로운 영상을 끊임없이 만들어낼 수 있다. 이러한 특징은 게이머로 하여금 독특한 문화적 부산물을 가능하게 하고 있는데 게임 상황과 게임하기를 비디오 영상으로 제작한 머시니마(machinima)³⁾가 그 사례이다. 머시니마는 게이머의 게임하기가 만들어내는 독특한 부차적 텍스트로서 기존의 수용자의 생산성 논의를 빌어 설명할 수 있는 새로운 문화현상이라 할 수 있다.

게이머들의 게임하기와 관련하여 논의되는 가장 기본적인 출발점은 디지털 게임이 지닌 상호작용성(interactivity)이다. 상호작용성은 게임의 텍스트성은 물론 게임하기를 영화나 텔레비전 등 기존 미디어의 수용과 전혀 다른 것으로 만들어주는 중요한 속성이다. 기본적으로 상호작용성은 미디어의 내용에 이용자가 직접적인 통제를 가할 수 있음을 의미하는 것으로 Cameron(1995, p.33)은 상호작용성을 “텍스트를 다른 방식으로 해독하는 차원이 아니라 내용 혹은 재현(representation) 자체에 의미있는 방식으로 관여하는 것”으로 정의내린 바 있다. 디지털 게임의 이용자 즉 게이머들은 각자 게임 텍스트의 내용을 어떤 방식으로 구성해내갈 것인지에 대해 실질적인 권한을 부여받은 것이다. 또한 디지털

3) 머신(machine)과 시네마(cinema)의 합성어로 알려진 머시니마는 1994년 발매된 ID소프트웨어의 3D 게임 《Doom》으로부터 시작되었다고 할 수 있다. 《Doom》이 게이머들에게 게임 플레이를 녹화할 수 있게 하고 그 녹화본을 공유할 수 있도록 지원하면서부터, 게이머들은 게임 내용을 반영한 것은 물론 게임 외적인 내러티브를 기초로 한 머시니마를 창조해내기 시작했다 (Carroll & Cameron, 2005). 이러한 머시니마는 팬덤 지향적인 패러디물로 이어지는 등 게임만이 할 수 있는 부차적인 텍스트를 생성하고 있다.

게임이 지닌 상호작용성은 게이머에게 게임 텍스트의 형성에 직접적으로 참여할 수 있게 함으로써 미디어 텍스트와 수용자의 관계를 변화시켰다. 실제로 디지털 게임에서 게이머는 스스로가 직접적인 선택, 행위를 수행하며, 게임 텍스트를 변화시킬 수 있다. 게임 텍스트를 원하는 방식으로 혹은 자신만의 방식으로 이용할 수 있는 통제권이 부여되어 있는 것이다. 물론 이와 관련하여 Manovich(2002)는 상호작용성 자체가 프로그램의 알고리즘 안에서만 허용되는 것일 뿐이며, 프로그래머에 의해 구성된 것이기 때문에 게이머의 자유도와 통제력은 환상에 불과하다고 비판한다. 그러나 기존의 매스미디어물의 경우 대량의 표준화된 취향을 반영한 완결된 텍스트로 제공되어왔다면 디지털 게임의 경우 이용자의 선택과 관여를 허용한다는 점에서 분명 획기적인 속성이라 할 수 있다.

뿐만 아니라 디지털 게임의 경우 이용자가 직접 몸을 움직여 게임 내용에 관여한다는 점에서 게임의 상호작용성은 실질적인 신체의 움직임까지 포함하게 된다. 빠른 손놀림, 눈과 손놀림의 조화, 심지어는 몸 전체를 움직이는 이용자의 상호작용적 행위는 게임의 장르가 분화하면서 더욱 강조되고 있다. 이러한 게임의 상호작용적 특징은 그 행위에 능숙한 게이머와 그렇지 못한 게이머, 기술을 잘 구사하는 게이머와 잘 하지 못하는 게이머 등으로 구분하기도 한다. 이러한 물리적인 게임행위를 기반으로 게이머가 구사하는 전략이나 기술은 게임의 경쟁적인 요소와 더불어 게이머를 위계화하고 차별화하는 요인이 되며, 고유한 팬덤 현상을 형성하는 요소⁴⁾이기도 하다.

여기에 네트워크 기술의 발전은 게임에 연결성(connectivity)이라는 특징을 부가해줌으로써 게임하기를 또 다른 국면으로 전환하였다. 디지털 게임은 이제 게이머의 개인적인 행위에만 의존하는 것이 아니라 수많은 익명의 게이머가 함께 구성해가는 텍스트가 된 것이다. 특히 연결성에 기반하는 온라인 게임의 경우 게임 자체가 게이머들 간의 상호교류를 전제로 하고 있으며, 그 교류를 지속함으로써 새로운 공동체를 구성하기도 한다. ‘길드’, ‘클랜’, ‘혈맹’과 같은 독특한 온라인게임 현상은 게임이 가상 속에만 머물지 않고 현실과 연계되어 움직일 수 있음을 보여주고 있다. 온라인 팬덤에 대한 연구들(Baym, 2000; Wakefield, 2001)은 인터넷이라는 네트워크들의 네트워크가 팬덤 현상에 어떤 변화를 가져왔는지를 지적한 바 있다. 연결성으로 인해 그간 진행되어 온 팬들의 활동이 인터넷을 기반으로 확장, 변형, 증폭되는 경향이 있다는 것이다. 무엇보다도 인터넷은 팬덤의 사회적 가시성(social visibility)를 증폭시켰다. 연결성과 팬덤의 조합은 기본적으로 연결성이 내재되어 있는 온라인게임과 같은 텍스트가 팬덤의 대상으로서 어떤 의미가 있는지, 그것이 팬덤의 구성에 어떻게 작용하는지 등 새로운 문제를 제기해주는 것이기도 하다.

4) ‘테란의 황제’라 불리는 임요환은 당시 약한 종족이었던 테란을 주 종족으로 뛰어난 전략을 사용하여 차례로 게임대회를 석권하며 게이머에게 두각을 나타냈다. 이 때 느린 이동속도로 저평가받고 있던 드랍쉽을 적극 활용하였으며, 상상상 약한 마린을 조종하여 다수의 칼커를 잡아내는 모습이 큰 화제가 되었다. 이 외에도 갖가지 그가 처음 선보인 전략들은 현재까지도 테란의 주요 전략을 사용되고 있다. 유닛 조종능력, 전략성, 끈기 등을 통해 임요환은 이 시기 어려워 보이는 게임을 승리로 이끄는 것으로 유명하다 (<http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9E%84%EC%9A%94%ED%99%98>).

이처럼 게임의 독특한 텍스트적 특징은 그 자체로도 중요성을 지니지만 팬과 팬덤의 논의와 관련해서도 의미가 있다. 디지털 게임과 마찬가지로 팬덤은 미디어물을 수용하는데 있어 수용자가 지닌 수용성을 극복하는 가능성을 보여준다. 또한 게임과 팬덤은 미디어 텍스트의 의미를 재구성하고 재창조하는 적극적인 수용자라는 특징은 물론 같은 취향을 가진 수용자들과의 연대의식과 집단적인 활동 등의 특징을 공유하기 때문이다. 물론 팬은 단일한 집단이 아니라 끊임없이 생성되고 변화하기 때문에 (Harris, 1998) 사회문화 현상으로서 팬덤을 하나의 커다란 이론으로 몽퉁그려 이론화할 수 없다. 또한 게임의 이용이 지닌 적극적인 텍스트 읽기와 쓰기를 기존 미디어에서의 읽기와 쓰기와 같은 차원에 놓을 수 없는 본질적인 한계도 분명히 존재한다. 그럼에도 팬덤 이론을 기반으로 게임과 게이머, 게임하기를 고찰하는 것은 팬덤이 매스미디어 이용의 사회문화적 함의를 이해하는데 의미있는 준거들이 될 뿐만 아니라 팬덤이라는 기존의 문화 이론이 게임이라는 뉴미디어 텍스트와 어떻게 충돌하고 부합하는지를 보여주는 흥미로운 사례이기 때문이다.

3. 게임하기와 팬덤

3.1 팬으로서의 게이머

3.1.1 적극적인 게임하기

디지털 게임 자체가 큰 문화산업의 영역으로 급성장하였고, 게임의 문화산업화가 이루어지면서 이전에 존재하지 않았던 새로운 현상들을 파생시켰다. 먼저 게임의 사회적 존재 형식이 변화하였다. 게임은 이제 직접 해야만 하는 것이 아니라 보고 즐길 수 있는 새로운 콘텐츠로 변화한 것이다. 게임이 텔레비전을 통해 중계되고, 게임 과정이 전문가를 통해 해석되면서, 직접 구현하는 콘텐츠이면서 동시에 보고 즐길 수 있는 콘텐츠로서 게임의 위상이 더욱 뚜렷해졌다. 그러한 또한 이 과정에서 게임 프로듀서, 프로 게이머, 게임 자키와 같은 게임 관련 전문가들의 존재가 부상하였다.⁵⁾ 특히 프로 게이머의 존재가 영화배우나 가수처럼 일종의 열광의 대상이 되면서 동시에 이들을 좋아해주는 사람들의 존재도 함께 등장하였다. 특정한 프로게이머를 선호하고 그 선호를 다른 사람과 공유하는 등 포괄적인 의미에서 게임과 관련한 팬⁶⁾이 등장한 것이다. 이러한 팬 현상은 기존의 미디어 팬들과 그 본질적 성격

5) 케이블 텔레비전의 경우 온게임넷과 MBC게임이 게임 중계를 시작했으며, 굿TV, 판도라TV, 네이버 및 다음과 같은 포털, 하나TV, TU DMB에서도 게임을 중계하고 있다. 프로게이머에 대한 관심은 1998년 프로게이머 시대를 연 신주영, 이기석, 김동수 등의 게이머를 중심으로 시작되었으며, 임요환과 같은 선수의 등장은 프로게이머가 스타가 될 수 있음을 확인시켜주었다. 이 과정에서 보다 적극적인 게임 팬덤 문화가 형성되었다고 할 수 있다.

6) <http://cafe.daum.net/yohwanfan>

에 있어 크게 다르지 않다.

문제는 특정한 게임 텍스트 자체를 즐기고 좋아하는 게이머의 존재라 할 수 있다. 흔히 분류하는 하드코어 게이머 (hardcore gamer)와 일반 게이머 (casual gamer)의 구분에서 하드코어 게이머를 팬이라 할 수 있는가? 하드코어 게이머는 게임하기에 많은 시간을 소비한다. 한번 게임을 시작하면 일상적인 생활 패턴이 완전히 무시될 정도로 몰두하는 양상을 보인다. 그런 점에서 하드코어 게이머는 기존의 팬덤 이론에서 정의하고 있는 팬의 일차적인 조건, 즉 집중적으로 매스미디어물에 몰두하는 특별한 수용양식을 만족시키는 것처럼 보인다. 그러나 게이머의 유형이 세분화되면서 게임에 할애하는 시간이나 집중도만으로는 팬으로서의 게이머를 제대로 이해할 수 없다는 문제제기가 이루어지고 있다.

게이머를 보다 세분화하는 시도 (Parks Associates, 2006)에서는 게이머의 유형을 여섯 가지로 구분하였다. 매일 디지털 게임을 하고 돈을 지불하는 게이머 (power gamer), 게임을 많이 하되 친구들과의 교류를 목적으로 하는 게이머 (social gamer), 역시 게임을 많이 하지만 캐주얼 게임을 중심으로 여가생활을 하는 게이머 (leisure gamer), 게임을 좋아하지만 여러 일상생활 속의 이유로 실질적으로 게임에 많은 시간을 할애하지 못하는 게이머 (dormant gamer), 게임을 하기는 하지만 게임이 좋아서라기보다는 단순히 지루함에서 벗어나기 위해 하는 게이머 (incidental gamer), 마지막으로 어쩌다 가끔 게임을 하는 게이머 (occasional gamer) 등이 그것이다.

이러한 게이머의 세부 유형들은 게임에 많은 시간을 집중하더라도 게임을 어떤 목적으로 하는지 그 이유와 동기에 따라 기존의 팬덤 이론으로 설명할 수 있는 팬으로서 게이머와 그렇지 않은 게이머가 다시 구분될 수 있다는 점에서 의미가 있다. 게임에 열중한다고 하여 사회적 관계 지향형 게이머나 여가형 게이머를 팬의 범주에 넣기는 어렵다. 팬은 특정한 대중문화물을 정기적으로 그리고 집중적으로 수용한다고 되는 것이 아니기 때문이다. 또한 팬은 매스미디어물을 도구적으로 이용하기 보다는 그 자체를 선호하는데서 형성되는 것이기 때문이다.

팬이 된다는 것은 그러한 수용행위를 문화적 활동으로 확대하고, 그 대중문화물에 대한 느낌과 생각을 공개적으로 표현하고 나누며, 공동의 관심사를 가진 공동체에 참여하는 것이다. 나아가 팬덤에서 대중문화물의 소비는 자연스럽게 생산을 자극하게 되고, 따라서 텍스트 읽기는 필연적으로 텍스트 쓰기로 이어지며, 결국에는 읽기와 쓰기라는 이분법마저도 불가능해진다 (Jenkins, 2006).

3.1.2 고유한 문화적 능력의 축적

Fiske(1992)에 따르면 팬과 팬이 아닌 사람을 구분하는 중요한 기준 중의 하나가 문화적 자산의 축적 (capital accumulation)이다. 게임에 열중하는 게이머들은 오랜 시간을 들여 게임 기술을 익히고 그러한 행위는 반복적으로 이루어진다. 이 과정에서 게이머는 게임과 관련한 다양한 지식과 능력을 축

적하게 된다. 물론 영화나 드라마 장르의 팬들 역시 내용에 대한 지식은 물론 에피소드별로 내러티브의 구조와 함의는 물론 대사, 소품 등 세세한 것까지 기억하는 등 팬이 아닌 수용자들은 알 수 없는 지식을 축적한다. 그러나 텔레비전 프로그램이나 영화와는 달리 디지털 게임의 경우 게임하는데 소비한 시간은 단순히 게임에 대한 주관적 만족이나 텍스트에 대한 지식을 쌓는데 그치지 않고 게이머에게 특정한 지위와 위상, 혹은 점수라는 실질적인 보상을 부여해줌으로써 게이머를 차별화한다.

우선 게임 캐릭터나 유닛의 특성, 아이템에 대한 상세한 이해, 게임 퀘스트나 미션에 대한 전략 등이 게임 텍스트에 대한 중요한 지식이 된다. 또한 게임의 체계와 운영 방식 등 게임이 허용하는 상호작용에 대한 이해 역시 마찬가지이다. 무엇보다도 디지털 게임은 일정한 알고리즘 하에 구현되는 소프트웨어로 그 체계를 잘 이해하는 것은 게임을 잘 할 수 있는 출발점이 된다. 뿐만 아니라 디지털 게임의 상호작용적 속성은 운동감각적인 능력을 요구하는 것이기 때문에 얼마나 자유자재로 게임 인터페이스를 다루느냐 역시 중요한 자산이 될 수 있다. 따라서 디지털 게임은 즐기기 위한 놀이의 대상이기도 하지만 동시에 일종의 성취 대상이 된다.

이러한 게임에 대한 이해와 지식은 게이머의 경험적 차원에서 그치지 않고, 다양한 텍스트들을 생산해내거나 그러한 지식을 서로 교류하는 커뮤니케이션으로까지 이어진다. 게임을 효율적으로 잘 하거나, 상대방을 이길 수 있는 방법이나 구체적인 힌트, 그리고 게임 텍스트가 지니고 있는 약점 등은 공략집이나 게임 진행방법과 같은 매뉴얼로 재생산됨으로써 게이머의 문화적 자산을 공적인 것으로 만든다.

Bielby 등(1999, p.35)은 팬과 일반적인 수용자의 구분을 공적인 행위와 사적인 행위의 차이로 설명하였다. 이들에 따르면 텔레비전 드라마를 시청한다는 것은 상대적으로 개인적인 행위이지만, 팬이 된다는 것은 사적인 시청행위를 넘어 다양한 활동에 참여하여 텔레비전 드라마의 내러티브와 끈끈한 감정적 관여를 갖게 되는 것이라고 구분하여 설명하고 있다.

그러한 점에서 볼 때, 게이머가 게임에 대한 다양한 정보와 지식을 축적하여 그것을 바탕으로 타인과 교류하는 것은 게임하기를 보다 공적인 것으로 만드는 것으로 팬으로서 게이머의 존재를 설명할 수 있다. 그러나 게임을 보다 효율적으로 수행하기 위한 도구적인 목적에서의 행위를 팬덤의 범주에서 설명할 수 있을 것인가는 논의의 여지가 있다. 팬들이 선호하는 텍스트를 중심으로 수행하는 생산적 활동은 팬덤을 분명하게 만들어주는 것이지만, 그동안 팬덤의 논의는 팬과 텍스트 간의 감정적 관여 자체에 의미를 부여해왔다. 반면에 공략집이나 전술을 소개하는 행위의 경우 게임 텍스트와의 감정적, 정서적 관여를 기반으로 한 것이라기 보다는 게이머 스스로의 경쟁심이나 사회적 명성과 관련되어 있다는 점에서 전적으로 팬덤의 영역 안에 있다고 보기 어렵기 때문이다. 이와 관련해서는 생산자 역할로서의 팬에 대한 논의를 통해 보다 자세히 살펴볼 수 있을 것이다.

3.1.3 생산자 역할

팬은 대중문화물을 무작정 소비만 하는 집단이 아니라 텍스트를 재구성, 재창조함으로써 새로운 생산자의 역할을 하기도 한다. 생산성 자체가 팬덤을 이루는 중요한 특징인 것이다. 게이머 역시 게임을 토대로 새로운 텍스트를 창조해낸다. 먼저 게이머들은 게임 텍스트를 구현해내는 실질적인 생산자들이다. 게임을 한다는 것은 게임 텍스트의 내용을 파악하고 (interpretation), 캐릭터, 아이템 등 게임이 제공하는 선택적 요소들을 선택하여 배치하며 (reconfiguration), 나아가 게임 자체에 새로운 상황을 창조하는 (construction) 행위를 포함한다 (Raessen, 2005). 그렇기 때문에 게임 플레이 자체가 텍스트 생산성을 구현하는 것으로 보여진다.

Fiske(1992)의 논의대로 팬의 생산성은 의미를 생산하는 수준에서 그것을 연출하는 행위, 나아가 새로운 텍스트를 실질적으로 생산하는 행위를 포괄한다. 그러나 이러한 기존의 매스미디어물에 대한 팬덤 논의는 게임이라는 텍스트에서 동시에 구현되는 위와 같은 다차원적인 생산성은 물론 게임을 한다는 것 자체가 일종의 텍스트적 생산성을 구현하는 현실을 설명하지 못한다. 생산성을 기반으로 팬을 정의하는 기존 논의는 게임 텍스트가 갖는 독특한 특징인 생산성의 측면을 포괄하지 못하는 것이다.

게임 플레이 자체가 텍스트를 생산해내는 특징 외에 게이머들은 게임 텍스트 외적으로도 다양한 텍스트들을 생산해낸다. 게이머들은 자신의 게임 플레이를 통해 축적한 자료집, 공략집 등을 생산해낸다. 다사용자 온라인 롤플레이팅 게임의 경우 게임 텍스트는 게이머가 움직여 돌아다닐 수 있는 공간으로 제시된다. 그 공간은 단순한 배경공간이 아니라 게이머가 해결해야 할 임무가 숨겨져 있고, 게이머의 이동을 방해하는 적들이 출몰하는 공간이다. 이러한 현실은 성공적으로 임무를 수행하기 위해 활용할 수 있는 실질적인 정보나 힌트 등을 유용한 자산으로 만들어준다. 게임에 열중하는 게이머들은 그만큼 게임 공간의 다양한 지역을 탐색한 경험을 갖고 있으며 여러 번의 전투를 통해 어디에서 어떤 상황이 벌어지는지를 잘 파악하고 있다. 또한 전략 시뮬레이션 게임은 게임 내용 자체가 전문가의 해설과 설명이 곁들여진 텔레비전 프로그램이 만들어질 정도로 다양한 전략과 전술이 시도될 수 있는 텍스트 영역이다. 특정한 종족을 상대하기 위해 어떤 유닛을 집중적으로 개발하고 육성할 것인지, 어떤 공격 전술을 펼칠 것인지의 게임에 오랫동안 열중하여 경험을 많이 축적한 게이머들의 중요한 자산이다. 앞서 언급한 것처럼 이러한 문화적 능력의 축적은 팬으로서 게이머를 규정할 수 있는 중요한 특징이다.

문화적 능력을 축적하는데 그치지 않고 이들은 그러한 정보를 다양한 형태의 자료집으로 생성해낸다. 이 과정에서 생성된 데이터베이스, 공략집, 게임 힌트들은 다분히 기능적인 것으로 게임 텍스트에 대한 선호가 순수하게 반영된 소산물이라고 보기 어렵다. 그보다는 오히려 게임을 보다 쉽게 하고, 효율적으로 수행하기 위한 기능적이고 도구적인 측면이 강한 것이다. 그런 점에서 기존의 팬덤 논의에서

설명하고 있는 표현적인 행위로서의 생산성 측면은 드러나지 않는다.

그렇다고 게이머들의 생산적 행위가 도구적인 측면에서만 이루어지는 것은 아니다. 게이머들은 자신의 경험이나 느낌, 게임 텍스트에 대한 의견 등을 표현적인 측면에서도 드러낸다. 예를 들어 다사용자 온라인 롤플레이 게임의 경우 매번 끊임없이 새로운 경험을 할 수 있는데, 이들 게이머들은 게임 세계에서 자신이 겪은 사건들, 지켜본 일들을 기록하거나 새로운 형식으로 재구성해내고 있다. 앞서 언급한 머시니마의 경우 게임이라는 장치를 활용하여 게임 속의 상황을 기반으로 새로운 이야기를 창조해내거나, 게임 속의 캐릭터나 설정들을 이용하여 뮤직비디오, 드라마, 광고 등의 다양한 형식의 부차적인 텍스트들을 생성해낸다. 게이머는 게임 내에서의 경험과 개인적인 역사를 기록하고 묘사함으로써 표현적 욕구를 충족하기도 하는 것이다. 이러한 표현적 측면의 텍스트 생산성은 기존의 팬덤 이론 내의 텍스트 생산성과 같은 맥락을 공유하는 측면이라 할 수 있다.

3.1.4 공동체의 형성

팬들은 서로 좋아하는 대상이 동일하다는 연대의식을 기반으로 특별한 사회공동체를 형성한다. 대중문화 텍스트를 매개로 하여 형성되는 이들의 관계는 단순히 텍스트를 함께 집단적으로 선호하는 수준을 넘어 조직적인 힘을 행사하는 단계에 까지 이른다.

게이머의 경우 다른 팬들과 마찬가지로 팬 공동체를 형성하며, 온라인을 기반으로 팬 공동체를 강화 유지하는 것 역시 유사하게 이루어진다. 그러나 게임 텍스트 자체가 공동체를 기반으로 하고 또 촉진하는 현상은 기존의 팬덤 이론에서 논의되지 못한 부분이다. 대표적으로 다사용자 온라인 롤플레이 게임의 경우 '길드', '혈맹', '클랜' 과 같은 가상공동체가 기본적으로 만들어진다. 게임의 내용 자체가 혼자서는 해내기 어려운 미션들을 부과하기도 하지만, 온라인게임에 전제되어 있는 연결성 자체가 게이머를 집단화하는 경향이 존재하기 때문이다.

같은 게임 텍스트를 이용하며, 같은 서버에서 활동하며 조직한 '길드'와 같은 공동체는 기존의 팬 공동체와 어떤 점에서 유사하고 또 어떤 점에서 차이가 존재하는가? 이들을 팬 공동체로 정의할 수 있는가? 등은 온라인게임이 제기하는 중요한 문제점들이다.

매스미디어를 수용하는 개인적 행위를 사회적 상호작용으로, 나아가 참여문화로 전환하는 것은 팬덤의 중요한 특징 중의 하나이다. 팬 공동체는 텍스트와 관련한 팬들의 모든 지식과 경험이 하나로 집결되는 곳으로, 팬을 팬으로 만들어주는 중요한 요인이다. 물론 팬 공동체는 팬덤의 대상이 되는 텍스트를 떠나서도 존재할 수 있다고 한다. 구체적으로 팬덤의 대상이 되는 스타가 활동을 중지하거나 이미 팬 클럽의 의미를 넘어섰음에도 불구하고 유지되는 공동체가 존재하는 등 팬 공동체는 하나의 또 다른 사회공동체로 작용하는 것이다. 이들은 자신이 동일한 스타와 미디어 텍스트를 좋아하기 때문에

모였지만 결국에는 그것은 매개가 되었을 뿐 이들은 비슷한 취향과 생각을 갖고 있는 사람이 만났기 때문에 서로 이야기가 잘 통하고 이해와 공감대 형성이 가능해 다른 어떤 집단에서도 찾아볼 수 없는 소속감을 강하게 느낀다 (박동숙, 2004, p.239).

한편 온라인게임에서 이루어지는 '길드' 나 '혈맹' 등의 공동체는 게임을 함께 수행하는 행위자들의 모임으로서 일종의 사이버 공동체이다. 게임이 지닌 상호작용적 특징이 여기에서도 마찬가지로 작용하는 것이다. 게임 텍스트가 구현되는 것과 동시에 실시간으로 함께 움직이는 공동체라 할 수 있다. 물론 이러한 공동체는 단순히 온라인에서만 존재하는 것이 아니라 오프라인으로까지 연장되기도 하는 등 지속적이고 안정적으로 유지되는 경향을 보인다. 온라인게임의 경우 게임 텍스트 자체가 한편으로 끝나는 텍스트가 아니라 끊임없이 지속되는 세계라는 점에서 팬 공동체와 같은 지속적 특징을 지니고 있다. 그러나 게임을 같이 하기 위해 모인 게이머들의 집단의식과 이들의 활동을 팬덤으로 규정하기는 어렵다. 위에 언급한 것처럼 기존의 팬덤 이론에서 공동체의 출발은 목적 지향적이라기 보다는 관계 지향적인 성격이 강하기 때문이다.

한편 팬 공동체는 그것이 조직화되는 과정에서 위계가 구성될 수 있으나 같은 취향을 공유하는 상대적으로 평등한 성격을 지닌다. 반면에 다사용자 온라인 롤플레이팅 게임 내의 공동체는 게이머의 게임 레벨, 그 조직 내에서 맡고 있는 역할 등에 따라 위계적인 성격이 보다 뚜렷하게 드러난다. 애초의 구성 목적 자체가 팬 공동체와 같이 취향을 공유하거나 소통하기 위해 구성된 공동체가 아니기 때문에 보다 더 기능성이 강조되고, 각자 맡은 분야 내에서의 효율적인 역할 수행이 강조되는 것이다. 물론 이러한 기능성을 바탕으로 게임 내 공동체가 발전하면서 강한 유대감과 소속감을 강조하는 정서적인 측면이 나오기도 하지만 공동체의 기본 전제와 결집 목적은 다른 것이다.

팬들이 팬덤에 참여하고 그들만의 공동체를 구성하는 이유는 규범적인 사회에서는 기이하거나 병리적인 것으로 여겨질 수 있는 자신들의 행위가 수용될 수 있는 곳을 찾고자 하는 욕구가 반영된 것이다. 게임 내 공동체 역시 사회에서 여전히 받아들여지기 어려운 게임행위가 전적으로 이해되고 수용될 수 있는 공간이 될 수 있다. 그런 점에서 두 공동체는 특정한 미디어의 수용행위 나아가 팬덤이 용인되는 해방의 공간으로 의미화될 수 있다.

3.2 게임 팬덤의 문화적 의미

팬덤에 대한 연구들은 대중문화의 열렬한 소비자들을 대중문화물의 무비판적인 소비자나 희생적인 추종자가 아니라 특정한 문화적 실천을 하고 있는 존재들로 조망함으로써 그들이 지닌 문화적 의미를 이해하고자 하였다. 게이머 역시 게임이라는 미디어를 열렬히 좋아하고 적극적으로 이용할 뿐만 아니

라 그로부터 새로운 텍스트를 생산해내고 서로 교류하는 특성을 보이는 팬의 면모를 지니고 있다.

게임 팬덤은 디지털 미디어와 팬덤이라는 두 영역이 만날 수 있는 지점은 어디이며, 어떤 점에서 모순이 존재하는지를 드러내고 있다는 점에서 의미가 있다. 또한 게임 팬덤은 디지털화가 진전되면서 벌어지고 있는 뉴미디어 현상을 설명하는 새로운 팬덤 이론과 개념의 구성은 물론 팬덤 논의를 정교화할 필요성을 제기해준다. 나아가 게임 문화 속에서 팬덤이 어떻게 작용하고 있는지 역시 드러내도록 요구한다.

또한 게임 팬덤에 대한 논의는 이미 인터넷을 기반으로 한 온라인 팬덤이 인터넷과 팬덤의 조합이 어떤 문화적 의미를 시사하는지를 보여준 것처럼 디지털 시대 새로운 미디어 현상이 갖는 함의를 이해할 수 있게 해준다. MacDonald(1998, p.132)에 따르면 온라인 커뮤니케이션 현상과 미디어 팬덤이 점점 더 사회적, 학문적 관심을 받는 것은 이 두 영역 모두가 지배적 질서와 가치체계에 대한 저항의 가능성을 보여주기 때문이라고 설명한다.

한편 게임의 경우 대중문화의 위계에서 결코 높은 위치를 차지하고 있다고 할 수 없다. 역사적으로 대중문화의 애호가들은 그것이 어떤 매체 형식을 띠던 간에 평가절하 되어왔다. 게임의 발전 역사를 살펴보았을 때 게임은 오락물로서 먼저 사회에 자리를 잡았고, 게임의 내용에 있어서도 폭력성과 과몰입이 먼저 주목받음으로써 사회적 우려의 대상이 되었다. 오랫동안 게임은 전체 대중문화의 지형에서도 상대적으로 낮은 가치 평가의 대상이었다. 따라서 게임을 한다는 것은 조악하고 유해한 대중문화물을 소비하는 것이며, 그에 대한 사회문화적 접근 역시 게임의 부정적 영향력을 가늠하는 것이 대부분이었다. 그러나 팬덤에 기반한 논의는 게이머와 게임하기를 문화적 실천 차원에서 조망하도록 한다.

실제로 게임 팬덤에 대한 논의는 게이머를 보다 다차원적인 존재로 조망함으로써 게이머의 게임 동기, 게임 이용맥락에 대해 보다 폭넓게 접근할 수 있도록 한다. 게이머는 무비판적으로 게임에 몰두하여 과몰입과 중독의 경계를 넘나드는 수동적인 존재가 아니라 게임 텍스트를 비판적으로 읽어내고, 해석하며 전유하는 보다 적극적인 문화실천을 수행하는 존재인 것이다.

또한 게임 팬덤은 머시니마와 같은 새로운 현상을 단순히 기술적인 소산물로 보지 않도록 할 뿐만 아니라 그것이 게이머에게 부여하는 새로운 문화적 위상을 이해할 수 있도록 한다. 실제로 머시니마는 게이머를 플레이어 (player)에서 의미있는 영상을 창조해내는 감독 (director)의 위치로 전환하였다는 평가를 받는다 (Carroll & Cameron, 2005). 결국 게임 팬덤은 디지털 미디어 환경에서 구현되는 복합적이고 다차원적인 미디어 이용 (intermediality)과 같은 새로운 현상까지 이해를 확장할 수 있는 것이다.

머시니마와 같은 현상은 저자의 문제와 함께 이용자로서 게이머의 위상 문제까지 함께 제기한다. 게이머는 게임 텍스트를 해석하고, 배치하며, 구성하는 수준을 넘어 다양한 이미지와 아이디어, 내러티

브 구조를 통합하여 새로운 텍스트를 만들어내는 존재가 되기 때문이다. 이는 디지털 시대에 점점 더 강조되고 있는 미디어물이나 텍스트 창조를 통한 참여문화를 더욱 활성화하는 기반이 된다 (Jenkins, 2006).

위와 같은 팬 노동 (fan labor) 차원은 물론 게임 팬덤은 상호작용적 특성을 반영한 일종의 전유 행위인 게임 내용을 변화시키는 것 (modding)을 이해할 수 있는 틀을 제공해준다. 모딩(modding)은 기존 게임 텍스트의 내용과 구조에 변형을 가함으로써 새로운 텍스트를 만들어내는 것으로, 단순히 기존 게임 텍스트에 내용을 덧붙이거나 부분적인 변형을 가하는 것이 아니라 원래 텍스트의 구조를 완전히 깨트리는 등 텍스트에 대한 게이머의 통제권이 얼마나 확장될 수 있는지를 보여준다. 이는 결국 디지털 시대에 저자의 지위 (authorship)라는 것에 대해 또 다른 문제 제기를 해주는 것이다.

기존의 이론과 논의를 빌어 뉴미디어 현상을 설명하는 것은 언제나 새로운 문제를 제기해준다. 그러나 동시에 새로운 현상을 조망하는 시도를 통해 관련 이론과 논의의 범위를 넓힐 수 있다는 점에서 의미있는 시도가 된다. 그런 점에서 게임 팬덤은 이미 그 자체에 내재해 있는 새로운 현상에 대한 기존의 설명 틀이라는 문제적 조합을 통해 뉴미디어 현상을 바라보는 올드미디어적 설명틀의 문제를 다시 한번 강조해준다.

4. 마무리

이 연구는 팬덤에 대한 전통적인 논의를 재고토록 하는 게임과 게임하기의 특징을 논의함으로써 궁극적으로 게임 팬덤을 이해하려는 시도에서 출발하였다. 이를 위해 기존의 팬덤 논의에서 미디어 수용자를 팬으로 정의하는 특징들이 게임 텍스트와 게임하기를 통해 어떻게 굴절되는지를 고찰하였다.

게임이라는 뉴미디어 텍스트를 중심으로 전개되는 다양한 이용행위, 선호 현상은 어떤 유형의 게이머를 팬으로 지칭할 수 있을 것인가 등의 문제는 물론 기존의 팬덤 이론에 대해 문제를 제기해준다. 게임을 한다는 것은 이미 적극적인 이용행위를 전제하고 있는데 과연 어느 정도의 적극적인 게임 행위를 팬덤으로 이해할 수 있으며, 게임 팬은 누구인가에 대해 적절한 답을 제공하지 못하기 때문이다. 또한 팬을 규정하는 생산성이나 팬 공동체 형성의 문제 역시 기존의 팬덤 이론은 게임의 특수성을 반영하지 못한다.

물론 게임이 아니더라도 팬덤에 대한 연구들은 여전히 어떤 사람이 단순한 수용자가 아니라 팬이 되며, 어떤 사람을 팬으로 정의할 것인지 등에 대해 합의된 답을 제공하지 못하고 있다. Sandvoss(2005)는 팬, 애호가, 열광자 (cultist) 등은 완전히 구분될 수 있는 이질적인 집단이라기 보

다는 서로 다른 정도의 팬덤을 의미할 뿐이라고 주장한다. 이는 팬이 특정한 하나의 집단으로 묶거나 단일화할 수 없는 늘 변화하는 역동적인 집단인데 기인하는 것이기도 하다.

그렇기 때문에 게임 팬덤의 논의는 누구를 정확히 게임 팬으로 지정할 수 있는지의 문제가 아니라 게임 팬이라는 개념에 내재되어 있는 다양한 차원을 드러내는데 의의가 있다. 실제로 게임하기와 팬덤의 논의는 게이머를 보다 다각적으로 살펴봄으로써 상호작용 미디어의 팬이 갖는 특수성을 이해할 수 있게 해준다.

팬으로서의 게이머는 효율적인 게임하기를 수행할 수 있는 게임 능력, 게임에 몰입하는 목표 의식, 풍부한 게임 경험을 바탕으로 한 게임하기와 그로부터 파생되는 도구적 차원은 물론 표현적 차원의 부차적 텍스트 생산, 적극적인 공동체의 구성, 유지 등과 같은 특징을 보여준다. 그러나 동시에 게임은 게임 텍스트 구현 차원의 적극성, 상호작용성, 공동체 구성이 팬덤과 혼동되어서는 안됨을 드러내준다. 또한 도구적 차원에서 이루어지는 부차적 텍스트의 생산 역시 팬덤의 일부로 당연하게 포함되는 것에 대해 문제를 제기해준다. 팬덤은 텍스트와 정서적으로 밀접한 관계를 맺고 있기 때문에 텍스트 자체와 결별한 팬덤은 존재할 수 없기 때문이다 (Jenkins, 2006).

게임 팬덤이라는 새로운 현상을 조망했다는 의의에도 불구하고 이 연구는 중요한 한계를 안고 있다. 실제 게임에 참여하고 있는 게이머들을 중심으로 그들의 팬 의식과 팬으로서의 활동에 대한 현실적 측면을 포괄하고 있지 못하기 때문이다. 그러한 맥락에서 향후 게임 팬덤에 대한 연구는 실제 게이머에 대한 실증적인 이해를 바탕으로 논의가 보완되어야 할 것이다.

참고문헌

- 박동숙, 팬은 누구인가?: 대중문화의 주체적 수용자, 김정기·박동숙 외(편), <매스미디어와 수용자, 서울: 커뮤니케이션북스, 1999.
- 전경란, 디지털 게임 매니아, 박은희(편저), <디지털 매니아와 포비아>(pp.116~136), 서울: 커뮤니케이션북스, 2007.
- 전경란, 상호작용텍스트의 구체화과정 연구, <한국언론학보> 제48-5호, pp.188~213, 2004.
- Abercrombie, N. & Longhurst, B. Audiences, London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage, 1998.
- Anderson, C., & Dill, K. Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and life, *Journal of Personality & Social Psychology*, 78, pp.772~790, 2000.
- Baym, N. Tune in, Log on: Soaps, Fandom, and Online Community, Thousands Oaks, CA:

Sage, 2000.

Bielby, D., Harrington, L. & Bielby W. Whose stories are they? Fan's engagement with soap opera narratives in three sites of fan activity, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), pp.35~51, 1999.

Brower, S. Fans as tastemakers: Viewers for quality television, in Lewis, L.(Ed.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*(pp.163~184), New York: Routledge, 1992.

Cameron, A. Dissimulations: The illusion of interactivity, *Millenium Film Journal*, 28, pp.32~47, 1995.

Carr, D. Contexts, pleasures and preferences: Girls playing computer games, Paper presented at the Digital Games Research Association Conference, Vancouver, 2005.

Carroll, J., & Cameron, D. Machinima: Digital performance and emergent authorship, Paper presented at the DiGRA 2005 Conference: Changing Views--Worlds in Play, Vancouver, Canada, 2005.

Dill, K., & Dill, J. Video game violence: A review of te empirical literature, *Aggression & Violent Behavior*, 3, pp.407~428, 1998.

Fiske, J. The cultural economy of fandom, in Lewis, L.(Ed.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*(pp.9~29), New York: Routledge, 1992.

Harris, C. Introduction--theorizing fandom: Fans, subculture and identity, In C. Harris & A. Alexander (eds.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* (pp.3~8), Cresskill, NJ: Hampton Press, 1998.

Hills, M. *Fan Cultures*. Oxon: Routledge, 2002.

Jenkins, H. *Fan, Bloggers and Gamers: Media Consumers in a Digital Age*, New York & London: New York University Press, 2006.

Jenkins, H. *Textual Poachers: Television Fans Participatory Culture*, New York: Routledge, 1992.

MacDonald, A. Uncertain utopia: Science fiction media fandom and computer mediated communication, In C. Harris & A. Alexander (eds.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* (pp.131~152), Cresskill, NJ: Hampton Press, 1998.

Manovich, L. *The Language of New Media*, Cambridge: MIT press, 2002.

Parks Associates, *Electronic Gaming in the Digital Home*, Dallas: Parks Associates, 2006.

- Raessens, J. Computer games as participatory media culture, in Raessens, J. & Goldstein, J.(Eds.) Handbook of Computer Game Studies(pp.373~388), Cambridge: MIT Press, 2005.
- Sandvoss, C. Fans, Polity Press: Cambridge & Malden, 2005.
- Taylor, T.L. Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture, Cambridge: MIT Press, 2006.
- Tulloch, J. We're only a speck in the ocean: The fans as powerless elite, in Tulloch, J., & Jenkins, H.(Eds.), Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek(pp.144~172), New York: Routledge, 1995.
- Tiongson, P. ActiveStories: Infusing Author's Intention with Content to Tell a Computationally Expressive Story, MIT MS Thesis, 1996.
- Wakefield, S.R. An electronic community of female fans of the X-files, Journal of Popular Film and Television, 29(3), pp.130~137, 2001.