
여성 유저의 온라인게임 이용 행태에 관한 연구

- 온라인게임에서의 젠더 정체성을 중심으로 -

↓

The Analysis of Woman User Behavior Pattern in Online Games

↓

석승혜, Sunghye Seok*, 이지영, Jiyoung Lee**

*이화여자대학교 사회학과 박사과정, **한국과학기술원 문화기술대학원 박사과정

↓

요약 지금까지 사이버문화에 대한 연구는 해당 문화의 가장 큰 특성 중인 익명성과 그것이 개별 이용자들의 정체성에 미치는 영향에 대한 많은 관심이 있어왔다. 최근 주목을 받고 있는 싸이월드나 블로그 등 CMC환경에서 매체가 일반적으로 여성의 라이프스타일 및 여성성과 연관되어 정체성의 구성에 영향을 미치게 되며, 이러한 이용 형태를 마케팅과 접목하여 높은 여성 참여와 구매력을 이끌어내고 있다. 반면 온라인게임은 남성 중심의 매체로서의 특징을 가지고 있으며, 상대적으로 여성의 온라인게임 이용 행태 분석 및 마케팅 전략 연구가 미흡하였다. 온라인게임에서 여성 이용자의 참여나 구매력을 이끌어 내기 위해서는 우선적으로 남성 중심적 매체에서 여성 온라인게임 유저의 이용 행태 분석이 선행되어야 하며, 이를 통하여 여성의 온라인게임 소비 패턴과 특성을 파악하고, 나아가 고객 충성도, 구매력과의 관련성 속에서 마케팅적 시사점을 도출하여야 할 것이다.

본 연구는 온라인게임 여성 유저의 심층 인터뷰를 통하여 우선적으로 연령별 게임 이용 패턴 - 게임이용 장소, 초기 진입 방식, 커뮤니티 활동, 아이템 구매 형태 등 - 에 대해 알아보고, 다음으로 여성 유저의 게임 플레이 방식으로 게임 내 캐릭터의 전유 방식(몰입)과 게임 플레이 스타일을 고찰하고자 한다. 이때 여성의 온라인게임 이용 방식이 남성적 매체라는 구조적 공간 내에서 여성의 성격 특성이 온라인게임 소비 행태에 어떠한 영향을 미치며, 또한 여성 유저의 이용 방식에 따라 고객 충성도에 미치는 효과에 대해 알아보도록 한다.

핵심어: Gender, Women, Online Game, MMORPG, Royalty, Consuming pattern

↓

1. 서론

미국의 비디오 및 컴퓨터 게임 이용자의 성별 비율은 남성이 55%, 여성이 43%를 차지하고 있다[1]. 비디오 게임이 가정용 엔터테인먼트로 인식되고 있는 미국 및 유럽 지역의 여성 게임 이용 비율은 국내의 여성 게이머 비율과 비교했을 때 높은 수치를 보인다. 국내 게임 시장은 2000년대 초반 비디오게임 수입 개발에도 불구하고 이미 확산된 온라인게임 등으로 인하여 게임은 홈엔터테인먼트(home-entertainment)로써 정착하기보다는 매니아(manía)적 성향이나 남성의 전유물인 미디어로 간주되었다.

국내에서는 컴퓨터 게임 중 온라인게임의 이용 비중이 가장 높으며, 특히 온라인게임의 주이용 고객과 PC방의 물리적 공간은 대부분 남성에 의해서 주도되어져 왔다. 이와 같이 현재까지 온라인게임은 남성 중심의 매체로 여겨져 오고, 게임의 기획이나 마케팅에서 여성 유저에 대한 고려는

전무한 실정이다.

온라인게임은 기존 매체인 영화나 드라마와 달리 정해진 시나리오가 없으며, 이용자에 따라 다른 스토리를 구성할 수 있으며, 경험 해 볼 수 있는 범위 또한 정해져 있지 않기 때문에 일률적인 내용 분석을 통해 온라인게임 내 여성상을 분석해 볼 수 없다. 그러므로 온라인게임을 이용하고 있는 여성 게이머가 온라인게임 상에서 경험하고 있는 여성상과 플레이 행태를 통해 여성 게이머가 느낄 수 있는 여성상을 분석해 보아야 한다.

온라인게임이 남성의 전유물처럼 이용되고 있기 때문에 여성 게이머가 상대적인 약자의 입장에 있다. 따라서 여성 게이머의 온라인게임 이용 행태는 대중매체를 이용하는 상대적 약자가 가질 수 있는 사회적인 편견과 맞물려 있으며, 실제로 온라인게임을 이용하는 여성은 온라인게임을 이용하지 않는 여성과 여성성에 대해서 다른 시각을 가질 수 있다. 그러므로 여성게이머의 온라인게임 상에서의 게임 이용 행태

와 여성성에 대한 시각은 정체성을 구성할 수 있다는 시각에서 전개된다. 즉, 여성 온라인게임 이용자는 자신의 정체성과 성역할을 온라인게임 공간에서 구성하게 되며, 이러한 게임 내에서의 경험이 실제 생활과 연관되어 있다는 것이다. 이를 밝히기 위하여 본 연구에서는 온라인게임을 이용하고 있는 여성게이머의 게임 이용 동기와 양상을 연구하고, 이를 통해 여성게이머가 온라인게임에서 경험하고 있는 정체성과 성역할에 대해 분석하고자 한다.

2. 선행 연구 분석

2.1 가상공간에서 젠더의 문제

테크놀로지 출현 이후 기존의 많은 개념들이 재해석되거나 재구성되었다. 가시적인 구분이 명확하고 이분화된 젠더논의는 현실세계적인 의미이며 가상공간에서는 그 논의가 달라진다. 과거 젠더는 상호작용에 있어서 타인과 자신을 위치시키고 정체성의 안정적인 부분을 구성해 왔다. 그러나 새로운 사회적 기술로써 인터넷의 등장에 따라 젠더의 규범은 새롭게 규정될 수밖에 없는데, 현실세계에서 젠더 차별은 가시적으로 확인되는 남성과 여성의 생물학적인 구분에 기인(Butler, 1990)한다면 가상공간은 성(젠더), 연령, 인종 등 가시적인 구별을 확인할 수 없는 유토피아적인 공간으로 인식되기 때문이다(Reid, 2001). 다시 말해 가상공간에서의 여성은 남성과 동일시되어 텍스트 상으로는 똑같은 기호와 조건을 갖는 동등한 대상으로 인정받기 때문에 여성/남성으로 이분화되지 않을 뿐만 아니라 그로 인한 층화현상도 야기되지 않는다. 왜냐하면 가상공간에서는 인식적 현실주의(perceptual realism)에 의해 주도되기 때문이다. 인식적 현실주의는 실제로 제시되는 것에 따라 느끼기보다는 표현된 텍스트에 대한 해석을 근거로 판단하는 것이다.

이와 같이 가상공간이 현실 세계와는 달리 평등한 공간으로 인식되는 이유는 다음과 같은 매체의 특성으로 인해 서이다.

- 감각적 경험의 제한 : 가시적인 구분의 무의미성, 텍스트 혹은 기호 의존적
- 익명성과 복합적 정체성 : 구성적 이미지, 가상의 자아 생성(페르소나, 대리인 등)
- 사회적 지위의 평등성 : 사회적 권력(성별, 부, 인종, 종교 등)의 위계질서가 아니라 새로운 명성과 자본의 개념 도입

- 탈역제성 : 욕설과 비난 등 공격성의 표출, 유아론적 투사(solipsistic introjection)

이러한 가상공간의 평등성에 대한 논의에도 불구하고, 가상공간에서 언어나 표현 속에서 이미 문화적 함의가 내포되어 있기 때문에 완벽한 평등의 매체가 아니라는 것이다. 나아가 매체 자체의 특성이 차별적인 성별 친화력이 있을 수 있으며, 또한 성별 이용 동기 및 방식에서도 차이가 나는 것이다. 예컨대 베루너(Berunner, 1991)는 남녀에 따라 인터넷 기술을 활용하는 동기는 남성이 권력과 지혜의 도구로 보는 반면, 여성은 사람들과 연결되는 수단으로 기술을 본다는 것이다. 또한 짐머맨(Zimmerman, 1986)은 여성들의 고유한 커뮤니케이션 능력을 인정하고 있는데, 인터넷 공간의 새로운 협력 매커니즘이 여성성과 친화력을 가지게 될 것으로 예상하고 있다. 실제 싸이월드나 블로그 등 개인 미디어의 발달은 협력적 평가라는 네트워크 구조에서의 위계를 제공하며, 남성보다는 여성의 이용이 더욱 활발하게 이루어지고 있다.

일반적인 인터넷 매체와는 달리 컴퓨터게임은 남성적 매체로서의 성격이 강하다. 우선 컴퓨터 게임을 이용하는 성별 비중은 PC 및 비디오게임이 남성 62%, 여성 38%이며, 특히 MMORPG에서는 남성이 전체의 86%로 성별 편향성이 매우 높다. 국내에서 온라인게임이 확산되는 데에 중요한 거점인 인터넷 PC방을 보더라도 특정한 성과 연령에 의해 제약(bias)된 공간의 특성을 보인다.

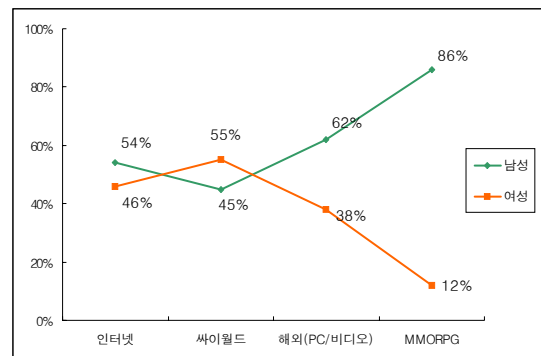


그림 1 인터넷 매체별 남녀 이용자 비중

컴퓨터게임의 남성적 매체로서의 특성은 대부분 남성들에 의해 주도되어온 제작 환경으로 인하여 그들의 남성 주도적 취향과 문화가 게임에 코드화되어 있다는 것이다. 가령 컴퓨터게임이 새로운 매체로 등장한 시기에 슈퍼마리오나 프린스 등의 게임에서 여성은 초반부에 악당들에게 납치되었다가 마지막 엔딩에서 남성 주인공에게 구출되는 역할

로써만 등장한다. 그 이후 게임 장르와 유저층의 확대에 따라 게임 내에서 여성의 역할은 스타크래프트의 메딕과 같이 협력자나 치유나 능력 향상 마법을 지닌 조력자의 역할을 하게 된다. 최근 톨레이더와 같이 여성이 본격적인 주인공 역할을 하는 게임이 등장하게 되었으나, 나나 크로포드(여주인공)의 모습은 남성적 시각에서 그려지는 여성의 이상적인 성적 코드를 그대로 표상하고 있다.

가상공간의 평등성과는 달리 남성적 매체로써 컴퓨터 게임, 특히 온라인게임(MMORPG)에서 여성 유저의 경험과 정체성의 구성은 어떻게 이루어지는가? 온라인게임은 실제로 이용자들이 성적인 구분이 없이 스스로 캐릭터를 선택하고 스토리를 구성할 수 있는 자유로운 공간이지만, 남성적 매체로써의 특성 하에서 여성 사용자들의 경험은 어떻게 구성되고 이용되어지는지, 나아가 그것이 충성도나 구매력 등 마케팅적으로 어떠한 의미를 줄 수 있는지에 대한 연구가 필요하다고 하겠다.

2.2 가상공간에서의 정체성

생물학적인 차이가 드러나지 않는 사이버 상의 공간에서 성 정체성 구성을 살펴 본다는 것은 쉬운 일이 아니다. 자신을 어떻게 드러낼 것인지, 자신이 어떻게 받아들여질 것인지를 예측하고 이를 근거로 행동하는 것을 사이버 상에서의 정체성 구성이라고 한다면, 김혜인(1999)은 행위하는 개별 자아로써 주체와 그 주체의 자기의식인 정체성을 정의하였다. 자신이 누구이며 무엇을 할 것인지에 대한 판단을 할 수 있는 집합을 정체성이라고 간주하였고, 반복적 실험을 통해 전형화되어 개별 행위들이 통일성을 갖게 된다고 하였다. 이를 온라인게임에 적용해 본다면 온라인게임 내에서 게이머가 자신이 누구이며 무엇을 할 것인지에 대한 판단을 내리는 것이 정체성으로 간주될 수 있는 것이며, 이 정체성이 반복적인 개인의 실험에 따라 전형화된다는 것이다.

정체성에 관한 연구는 이성적 자아에 부과된 고정된 것으로 인식하던 근대화에서 개인이 자신의 경험을 통해 의미화하는 성찰적 과정에서 구성되어 지는 것으로 비판사회론이 제기되면서 발전해 왔다. 주관적 주체가 하나의 이데올로기를 가진다는 것은 환상일 뿐이며 무한히 불안하고 탈중심화되는 것이라는 주장이 포스트모더니즘으로 이어지게 되었다. 장 보드리야르(1981)의 시뮬라시옹처럼 실재를 대체하는 복제물이 더 실재처럼 느껴지는 포스트 모던 사회에서 주체는 이미지, 스타일로 자신을 표현하고 나타내게 된다고 하였다. 이는 미디어가 주도하는 이미지 과잉의 사회는 주체에게 많은 영향을 미치기 때문에 개인은 다양한 정체성을 선택하여 스스로 자신의 정체성을 끊임없이 재구성하게 된

다는 논의로 귀결된다.

가상공간에서의 정체성에 대한 연구에서 터클(Turkle, 1994)은 인간에게 내재된 복수의 자아가 있으며, 지금과는 상반된 성역할을 수행하고 싶은 욕망이 내재되어 있는데, 가상공간의 등장으로 현실 세계와의 공존 속에서 이를 경험할 수 있게 되었다. 황상민(2002)은 게임 속에서 게이머들은 자신을 표현하는데 있어 다양성과 조작 가능성을 가지며, 이런 가능성들로 인해 게임 공간 속의 자신을 현실에서의 자신과 다르게 경험함으로써 새로운 정체성을 경험할 수 있다고 보았다.

MMORPG에서 젠더 정체성에 관한 연구(장운경, 2004)에 따르면, 게임 환경에서 게임 이용자들은 캐릭터 구성을 통하여 젠더 정체성을 경험할 수 있는데 사이버 공간 내에서 게이머들은 자신의 여성성과 남성성을 더욱 강화하고 있는 것으로 나타났다. 그 이유는 앞서 언급하였듯이 게임 이용자의 성적 구성비와 남성 중심의 제작 환경의 특성, 그리고 현실 세계에서의 가부장적 사회화 경험이 사이버공간 내에서도 연장되고 있다는 것이다. 사이버 공간 내에서 젠더 스와핑(Gender-swapping)은 오히려 성별 고정관념을 확대시키는 결과를 가져오는데, 그 이유는 첫째로 자기가 경험하지 못한 성별 역할은 기존 고정 관념에 의존하여 행할 수밖에 없다. 둘째 게임에서 현실과 가상이 공유되는 접점은 극히 일부분인데, 대개는 캐릭터의 생성(성별, 외형 등)에서 드러나게 된다. 이와 같이 타자를 판단할 수 있는 근거가 제한적인 상황에서 성별은 게임 내 행위의 중요한 판단 요소가 되며, 성별의 바뀌치기나 그렇지 않은 경우에 있어서도 성별 행위양식은 과장되게 드러나게 된다.

이와 같이 온라인게임을 이용하는 여성게이머는 게임 내에서 다양한 경험을 하게 되면서 게임 내의 아이템과 온라인 공간이 실재를 대변하게 되고, 게임 공간 내에서 가장 유효한 또는 전략적인 정체성을 선택할 수 있으며 이러한 정체성이 귀착되기 보다는 계속해서 변하며 재구성된다고 할 수 있다.

컴퓨터 공간에서의 커뮤니케이션이 익명성을 전제로 하고 있어, 성별의 불평등함이 사라진 비 가부장적인 공간으로 인식된다고 하더라도 온라인게임 공간에서 일어나고 있는 상황에 가장 효율적으로 대처하기 위해 여성게이머는 자신의 정체성을 남성적으로 또는 여성적으로 형성할 수 있으며 이러한 대처방법이 경우에 따라 쉽게 변할 수 있을 것이라는 것을 알 수 있다.

3. 연구모델 및 방법론

3.1 연구 모델

본 연구에서 여성 유저의 온라인게임 이용 행태는 크게 두 가지로 구분되는데, 첫째는 여성 유저의 일반적인 인지와 선택, 이용 동기에 대한 고찰이며, 둘째는 Gender의 관점에서 여성의 심리적 특성 및 라이프스타일이 게임 이용방식에 어떻게 영향을 미치는가에 대한 분석이다. 특히 후자의 게임 이용 방식은 ① 여성 유저의 게임 이용 시간에 따른 플레이 방식의 진화, ② 여성 유저의 캐릭터 전유 방식(몰입 수준), ③ 여성 유저의 게임 플레이 스타일을 중점적으로 논의하며, 이러한 소비 특성이 게임의 지속적 이용(Costomer Royalty)과 어떠한 관계에 있는지 알아보도록 한다.

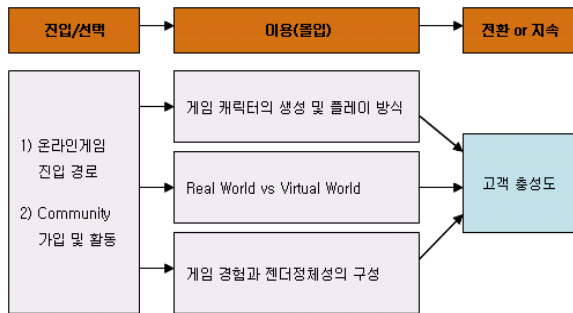


그림 2 여성게이머 연구 분석틀

3.2 연구 방법론

온라인게임을 이용하고 있는 여성게이머의 정체성 형성을 살펴보기 위해서 여성게이머의 게임 이용실태와 현실에서의 여성으로써의 삶을 동시에 조명해 볼 필요가 있어, 심층면접을 통한 조사를 행하였다. 여성게이머가 현실에서의 삶과 온라인게임 내에서의 삶의 의미가 어떻게 달라지는지, 이에 따른 정체성 형성의 차이가 있는지를 알아보기 위해 10명의 여성 온라인게임 이용자를 연령, 게임 이용 행태의 차이에 따라 분류하여 선택하였다. 10명의 온라인게임 이용자는 모두 온라인게임을 이용한지 1년이 넘는 이용자이며, [이젠]이라는 온라인게임 회사의 도움을 받아 심층면접 신청자 리스트를 구성한 후 선택하여 면접을 실시하였다.

이름	연령	직업
한나라	16세	중학생
박가영	17세	고등학생
유성빈	17세	고등학생
박윤지	22세	회사원
최미혜	23세	대학생
주영미	24세	대학생
강현주	25세	은행원
윤지민	26세	회사원
장경희	26세	회사원
박경화	29세	회사원(기혼)

표 2 인터뷰 리스트 구성

10명의 인터뷰 대상자 중 기혼인 여성은 1명 뿐이었으며, 회사원이 4명이며 6명은 학생이었다. 모두 '리니지 1'을 이용해 본 경험이 있으며, 정도의 차이는 있으나 대부분의 인터뷰 대상자들이 다른 장르의 게임 보다 MMORPG 장르를 선호하고 있었다.

3.3 성(젠더) 정체성의 개념 정의

본 연구에서 사용하고 있는 성정체성은 선행 연구에서 밝힌 김혜인(1999)의 연구에서와 같이 자신이 누구인지, 타인에게 어떻게 받아들여질 것인지를 예측하고 이를 위해 행동하는 것을 의미하기로 한다. 즉, 게임 캐릭터를 생성하고 꾸미는 활동 및 게임 상에서의 대화 정도, 커뮤니티 가입 여부, 게임 정보를 찾는 활동 등의 온라인게임 상에서의 게임 이용 행태를 분석하고 이를 통해 나타난 정체성을 여성 게이머의 성정체성이라고 정의한다.

이러한 정의를 통해 인터뷰 대상자의 집단을 나누어 보면, 연령과 활동성 및 커뮤니티 가입 여부에 따라 나누어진다.

구분	연령	활동성	커뮤니티 가입여부	게임 이용 장소
집단A (2명)	10대	low	×	집
집단B (4명)	20대(3명)	low	○	집
	10대(1명)			
집단C (3명)	20대	high	○	PC방/집

표 3 인터뷰 대상자의 집단 구분

활동성은 온라인게임을 이용하는 중에 상대방 게이머에게 말을 거는 정도 다른 사람에게 도움을 구하는 정도에 따라 나는 것으로, 정확한 지표가 없어 인터뷰이의 상대적 차이에 따라 구분하였다.

4. 온라인게임 여성 이용자 분석

4.1 초기 진입 단계

4.1.1 초기 진입 경로

온라인게임을 처음 접하게 된 동기는 연령별로 차이를 보였는데, 10대 청소년의 경우에는 광고를 통해 게임을 이용

하게 되었으나 20대 여성의 경우는 남자 친구 때문에 온라인게임을 처음 해보았다는 의견이 지배적이었다.

“처음에 남자친구 때문에 하게 되었어요. 처음 PC방에 갔을 때는 좀 싫었어요. 컴컴하고 담배 냄새도 나고.. 좀 그렇잖아요. 근데 PC방이 가장 저렴하게 데이트를 할 수 있는 공간이기도 하고, 같이 게임하도 보니 재미도 있고..” (주영미, 24세)

“과 동아리 친구들이랑 공강 시간에 처음 가 보게 되었어요. 고등학교 때까지 PC방에 가 볼 생각도 없고, 갈 이유도 없다고 생각했는데 학교 앞에 너무 많으니까.. 자연스럽게 같이 가게 되었죠. 이것 저것 물어보면서 게임을 하는데, 무척 재미있었어요. 처음엔 애들이 하는 게임을 따라 했었는데, 요즘은 같이 가도 각자 하는 게임이 있어서 혼자 놀아요..” (최미혜, 22세)

“제 남자친구가 게임을 굉장히 좋아하거든요. 제가 안 하니깐 오히려 이상한거죠. 그래서 같이 하려고 일부러 배웠어요.” (강현주, 25세)

온라인게임을 이용하게 된 20대 여성이 남자친구나 과친구 또는 동료와 함께 즐길 수 있는 여가 수단으로 온라인게임을 선택하였고, PC방이나 집에서 게임을 이용하고 있었다. 온라인게임을 하도록 유인한 대상이 남성이었기 때문에 여성게이머들이 처음 접한 게임은 대부분 MMORPG게임이었다. 스타크래프트와 같은 전략 시뮬레이션 게임은 배우는데 시간이 오래 걸리고 키 조작이 어려워 포기하고 RPG게임을 선호하게 되었다고 하였다.

Anthony Rotundo(1994)는 "boy culture"라는 용어로 소년들이 이용하는 놀이 문화에 대해 설명하고 있는데, 온라인게임은 이러한 남성의 놀이 문화의 하나라고 할 수 있다. 따라서 20대의 온라인게임을 이용하는 여성은 남성에게 유인되는 구조를 가지고 있으며, 이 남성 놀이 문화를 익숙하게 받아들이거나 적응해 가는 특성을 가진 여성들이 온라인게임을 지속적으로 이용하게 되는 특징을 보이고 있다.

반면에 10대 여성의 경우는 이러한 남성 놀이 문화로 유인하는 모티브가 없기 때문에 여성의 주관적인 선택에 의해 게임을 접하게 되므로, 연령 간의 매체 이용 차이와 인식의 차이를 보여준다. 남성 놀이문화에 대한 이해가 없이 성별의 구분이 없는 놀이 문화로 온라인게임을 인식하고 있으며, 또래 집단과의 차별적인 매체 이용의 기호적 취향을 가지고 있는 집단으로 구분할 수 있다. 남성에 의해 유인되지 않았기 때문에 남성과의 이용보다는 독단적 이용이 높으며, 새로운 매체를 접하는 호기심과 온라인게임의 상호 교환적 커뮤니케이션의 적응력이 높은 특성을 가지고 있다.

연령별 이러한 특성은 세대 간의 차이로 볼 수 있으며, 10대의 청소년은 20대와 달리 온라인게임에 대한 접근성이

높고, TV나 영화처럼 온라인게임을 하나의 여가 문화로 자연스럽게 받아들이는 것으로 설명할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 아직 10대 청소년 중 대부분 남학생이 온라인게임의 주 이용층임을 감안한다면 여학생이 온라인게임을 또래 집단과 이용할 수 있는 계기가 적어 온라인게임을 함께 이용할 수 있는 여가 문화를 조성하는 것은 좀더 시간이 걸릴 것이라고 생각된다.

4.1.1 온라인게임 커뮤니티 가입 및 참여 활동

온라인게임을 이용하는 여성의 게임 플레이는 적극적인 플레이와 소극적인 플레이로 나누어볼 수 있다. 20대 중 6명의 인터뷰 대상자는 모두 커뮤니티에 가입하였고, 오프라인 모임과 온라인 모임에 적극적으로 참석하는 이용자도 있었다.

“커뮤니티 모임은 지금 리니지 1때부터 5년 넘도록 참여하고 있어요. 온라인 뿐만 아니라 오프라인 정기 모임이 있으면 어김없이 참석하구요. 사람들이 많이 챙겨줘요. 여자가 몇 명 안 되니까 신경도 많이 써주고, 공통된 관심사가 있어서 그런지 딱히 게임 이야기를 하지 않아도 통하는게 많고 재미있어요. 집이 가까운 사람들은 정모랑 상권없이도 자주 만나요. 술도 한잔 하고...” (주영미, 24세)

“오프라인 모임에 참석해 본 적은 없구요. 온라인 커뮤니티에서 게임에 관한 정보도 얻고, 사람들 살아가는 이야기도 보고 그래요. 아는 사람은 없지만 자주 보는 아이디들이 친근하게 느껴지고.. 오프라인 모임은 가고 싶다는 생각을 해 본 적은 있는데, 용기가 안 나서 못 가봤어요. 나중에 기회가 된다면 참석을 하고 싶어요. 나 같은 사람들이 얼마나 많은지 확인해 보고 싶기도 하고, 또 그냥.. 보고 싶어요.” (장경희, 26세)

“오프라인 모임에는 참석한 적 없는데... 어른들이 많으니까 괜히 애가 가는 거 같고.. 가서 뭘 하는지도 몰라서 조금 무섭기도 하고. 그냥 온라인 모임에서 사람들이랑 이야기하고, 전쟁 참여할 때 같이 나가고.. 뭐 그렇게 재미있어요. 그리고 오빠들이 전쟁 있을 때는 꼭 참여하라고 하고, 괜히 제가 없으면 안 된다는 식으로 이야기하니까...” (박가영, 17세)

적극적 게임 플레이를 하는 여성 게이머는 커뮤니티 가입 외에도 길드를 조성하여 공성전을 치르게 되는 경우 대부분 참여하고 있다. 조직 내의 소속감을 가지고 있기 때문에 다른 게이머들과의 관계를 고려하여 가능한 한 함께 플레이 하도록 노력하고 있다. 기존자인 29세의 박씨는 결혼 전 보다 온라인게임을 할 시간이 적어, 혼자 게임을 하기 보다는 시간이 허락할 경우 같은 커뮤니티 동료와 공성전에 참여하는 것으로 온라인게임 플레이를 조절하고 있다고 하였다.

온라인 커뮤니티 가입을 통해 여성게이머는 조직 내의 본인의 위치를 결정하고, 상대방과의 교류 속에서 소속되어 있다는 소속감과 여성으로써의 차별성을 함께 느끼고 있다. 여성이 소수이기 때문에 다른 게이머들이 배려해 주고 있음을 잘 알고 있고, 이러한 배려가 나쁘지 않다고 생각하고 있다. 이는 10대와 20대에서 동시에 나타나는 특징으로 남성이 여성을 보호해 주고, 배려해 주는 것에 긍정적인 태도를 가지고 있으며, 나아가 소수의 여성으로 남성의 보호 아래 군림하고 있다는 생각을 가지고 있기도 하였다.

남성 중심의 놀이 문화에 속한 소수의 여성이라는 특성은 커뮤니티 활동 뿐만 아니라 온라인게임 플레이를 더욱 적극적으로 할 수 있는 동력으로 작용하고 있으며, 온라인게임의 매력에 빠지게 되는 요인으로도 꼽힌다.

게임을 하는 도중에 상대방 게이머에게 말을 걸거나 도움을 주는 경우는 거의 없었다. 먼저 말을 거는 것은 여성이 하기에 적합하지 않은 제스처라고 생각하고 있었으며, 굳이 먼저 말을 걸지 않아도 상대 플레이어가 말을 걸어 오기 때문에 기다리면 된다는 생각을 하고 있었는데, 이러한 성향은 10대 청소년에게서 더 많이 나타났다.

“게임을 하고 있으면 다른 사람이 말을 걸어요. 먼저 여자냐고 물어보고, 그렇다고 대답하면 계속 말을 거는데, 가끔은 귀찮기도 하고.. 그래도 좋은 분을 만나면 따라 다니시면서 여러 가지 도움을 많이 주세요. 이걸 이렇게 하는게 좋다.. 뭐 이런식으로요. 아이템 같은 거 공짜로 줄때도 있고요, 사냥도 같이 다니면서 고렵의 몬스터도 잡아 주고 그래요.”(한나라, 16세)

“절대 먼저 말을 걸지는 않아요. 게임 하다 보면 먼저 말거는 사람들이 대부분이고, 같은 서버에서 게임을 하다 보니 자주 부딪히는 사람들이 대부분이라서 아이디가 눈에 익기도 하고.. 그런 사람들이 말을 걸어오기 때문에 맘 편하게 이야기 할 수 있고, 고등학생이라고 하면 공부 안하고 게임 해도 되냐고 놀리기도 하고 그래요. 재미있죠. 여자인 제가 먼저 말 거는 것이 오히려 뭐랄까.. 좀 첩피하죠. 무섭기도 하구요.”(박가영, 17세)

남성과의 교류가 활발하지 않은 10대 청소년에게 온라인게임은 다른 사람을 만날 수 있는 기회가 되고 있으나 적극적인 커뮤니케이션 태도를 보일 수 없는 두려움의 공간이 되기도 한다. 따라서 누가 먼저 손을 내밀지 않으면 먼저 상대를 탐색하거나 알아볼 용기를 내지 못한다. 그러나 여성이 소수이기 때문에 남성 게이머들이 자주 마주치게 되는 여성게이머에게 말을 걸거나 도움을 주고 있어, 소극적인 커뮤니케이션 태도로도 활발한 교류를 할 수 있다는 점에서 여성의 소극성이 오히려 인정을 받는 특성을 보이고 있다.

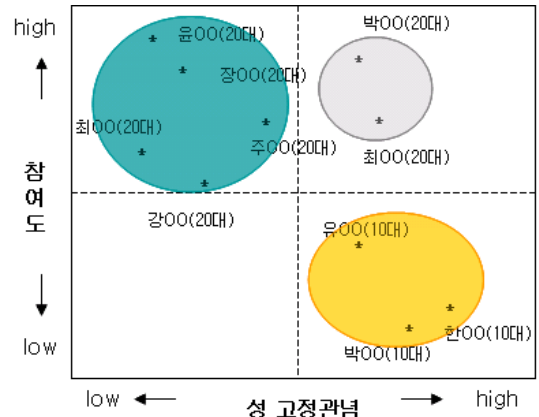


그림 3 온라인게임 여성이용자 분류

4.2 이용 및 몰입 단계

4.2.1 온라인게임을 통한 젠더 정체성 구성

① 캐릭터의 선택

본 연구에서 여성 게이머들은 모두 여성 캐릭터로 게임을 즐기고 있었다. 대부분 여성 캐릭터의 선택은 ‘외형적 미’가 가장 중요한 기준이었으며, 다음으로는 게임 내에서 가장 빠르게 ‘레벨업’이 가능한 것이었다. 이러한 선택의 단계에서는 일반적으로 게임 캐릭터(아바타)에게 기대하는 게이머 자신을 투사하거나 개성을 표현하는 등의 기준보다는 게임을 하는 동안 얼마나 효과적으로 성장하고 도움을 받을 수 있는지가 더욱 중요한 것으로 나타났다.

가령 리니지와 같은 경우 여성 게이머들은 대부분 ‘엘프 종족’을 선택하고 있었는데, 이는 자신의 만족감뿐만 아니라 게임 내 파티(Party) 형성이 용이하고 인기가 있다는 것이다. 반면 WOW와 같이 여성 게이머가 만족할 만큼 예쁜 캐릭터가 없는 경우, 대부분은 캐릭터 자체의 능력치로 선택을 하고 있다.

이와 같이 캐릭터의 선택이 비교적 단순한 기준에 의해 이루어지는 것은 게임을 가장 효과적으로 이용할 수 있는 방식이기도 하지만, 많은 경우 캐릭터에 대한 개성 부여가 미약하고 선택의 폭이 좁기 때문이라고 보고하고 있다. 대부분 초기 게임의 선택에서 캐릭터 요소가 가장 먼저 관심이 가고 선호에 영향을 주지만, 게이머들이 캐릭터에서 추구하는 바가 단순히 완벽한 외형적 미는 아니라는 것이다. 특히 해외보다는 국내 게임에서 외형적 미를 더욱 추구하는 경향이 크다고 느끼고 있으며, 오히려 인간이 아닌 동물이나 의인화된 생물이나 귀여운 캐릭터 등 다양성에 대한 요구가 높았다.

② 게임 내 타인과의 교류

게임이 현실공간과는 달리 가상공간이기 때문에 독특하게 나타나는 현상은 상대방 성별에 관한 확인이다. 특히 온라인 게임에서 여성 게이머들은 전체의 5~20% 수준에 머무르기 때문에 소수집단으로써의 긍정적 혹은 부정적 경험을 하게 된다. 대체로 온라인게임 세계에서 성비의 불균형은 여성 캐릭터에게 많은 특권적 지위를 부여하는데, 가령 파티(Party) 형성의 용이함, 아이템의 획득, 다수 무리들의 추앙 등이 그것이다. 그러한 이유로 실제 남성 게이머들도 여성 캐릭터를 이용하게 되며, 가상공간에서 실제 성별을 확인할 방법이 거의 없기 때문에 직접적으로 질문을 통하여 구분을 한다.

여성 게이머들이 게임에서 타인과의 교류는 우선 남성 게이머가 진짜 여성인지를 확인하고, 여성인지 확인을 하게 되면 도움을 주거나 게임을 같이 하게 된다. 이때 여성 게이머는 상대 게이머가 성별을 확인하는 것이 불쾌하지 않고, 오히려 이를 즐기고 있는 성향이 있는 것으로 나타났다.

“여자냐고 물어볼때 별로 기분 나쁘지 않아요. 여자가 오히려 적으니까 ‘네’ 라고 대답하면 처음에 좀 반신 반의하다가 나중에 여자라고 생각이 되면 굉장하 잘 해 주거든요. 여자라고 잘 해주는 게 뭐가 나빠요.” (최미혜, 23세)

“여자가 적은게 훨씬 좋아요. 다른 여자들이 많으면 제가 주목 받기 어렵잖아요. 같은 서버에 여자들이 많아지면 그 서버 안들어가요. 다른 곳으로 옮기게 훨씬 낫다고 봐요. 다행히 지금 제가 플레이 하는 곳은 제가 알기로 여자가 거의 없어서요. 그냥 소수라는 게 마음에 들구요. 그걸 알아봐주는 남자들이 있으니까 오히려 좋아요.” (윤지민, 26세)

③ 젠더 정체성에의 영향

여성이라는 성적 코드 하나로 주변 남성들의 도움을 받으며 특별한 존재로써의 경험된다는 것은 온라인게임 공간에서 여성은 여성성 자체로 가장 주목과 지지를 받을 수 있는 공간이라는 것이다. 이러한 성별 자체가 게임 플레이의 핵심 요소가 된다는 것은 현실세계와는 달리 게임세계에서는 성별에 따른 행위 양식이나 기대 심리들이 극대화되는 경향을 보인다. 대표적인 예로 이성 간의 협력과 지지와는 달리 동성 간에는 매우 적대적인 관계를 형성하는 경우가 많다는 것이다. 대개의 여성게이머들은 다른 여성게이머들과 함께 플레이하기를 꺼려하는데, 그 이유는 여성 게이머들이 많아지면 자신의 희소성이 떨어지게 되며 더 이상 주목받지 못할 것이라고 생각한다는 것이다. 현실세계에서 ‘여성의 적은 여성’이라는 신화가 게임 내에서는 공공연하게 드러나며 여성 게이머들 간에 경쟁 관계를 형성하는 경우가 많은 것으로 나타났다.

이와 같이 여성 게이머의 온라인게임 이용(충성도)의 핵

심 동기는 현실적으로 자신의 외모나 능력이 출중하지 않더라도 게임 공간 내에서는 이성에게 주목받을 수 있다는 것이다. 이는 흔히 가부장적 사회 내에서 여성성의 작동 원리와 유사한데, 남성에게 여성은 사회적으로 약하고 보호받아야 하는 존재로써 인식되고, 그러한 남성에게 어필하고 활용하는 전략으로 여성들은 스스로 ‘여성성’을 채택한다는 것이다. 다시 말해 여성 게이머들에게 좀 더 게임을 손쉽게 재미있게 하기 위하여 남성 게이머는 필수적인 존재이며, 이들의 도움이나 개인적 만족감을 얻기 위해서 여성적 지위를 가지고 있는 것이 특권으로 작용하고 있다고 할 수 있다.

“회사에서 남자 직원들에게 치이고, 무시 당하고.. 그럴때 있잖아요. 그럴땐 게임 하면서 이런 저런 이야길 하게 되는데요.. 대부분 남자들이 뭐 그런 남자들이 있나며 오히려 저를 감싸주고.. 같은 남자로서 정말 화가 난다는 등 말을 해요. 좋죠. 위로도 되고.. 정말 그런 말을 해 주는 사람들이 직장에서는 안 그러는지는 모르지만요” (윤지민, 26세)

“여자라서 얼마나 좋은지 모르겠어요. 제가 그리 예쁘다고 생각한 적은 없지만 나름대로 매력은 있다고 생각하는데요.. 온라인게임 내에서는 제 얼굴을 보일 필요가 없어서 좋구요. 대신에 대화로 제 매력을 어필 할 수 있으니까 편하죠. 문자로 주고 받는 말이지만 감정이 실려 있기도 하구요, 상대방이 얼마나 센스있는 사람인지 뭐 그런것도 판단하고 그래요.” (장경희, 26세)

이상과 같이 온라인게임에서 여성들은 소수자로서 특권으로 인하여 자아 정체성에 긍정적인 영향을 받고 있었다. 그러나 여성 게이머들의 게임세계에서의 행위가 더 많은 도움과 이익을 얻기 위한 전략적 행위이든 혹은 자신의 본래적 성격의 표현이든, 그들의 젠더 정체성은 ‘여성성’이라는 특정한 요소에 의해 강화되고 피드백을 받는다는 것이다.

④ 연령별 젠더 정체성의 차이

동일한 여성게이머라 하더라도 연령에 따라 게임 내에서 여성으로써의 경험에 대한 해석에는 서로 차이점을 보인다. 본 연구는 온라인게임의 주이용 집단인 10대와 20대 연령만을 대상으로 구분하고 있는데, 앞서 언급하였듯이 양자는 게임 이용 장소, 커뮤니티 가입여부를 비롯한 개인 심리적 성향과 게임이용 동기 등 많은 차이가 있는 집단이다.

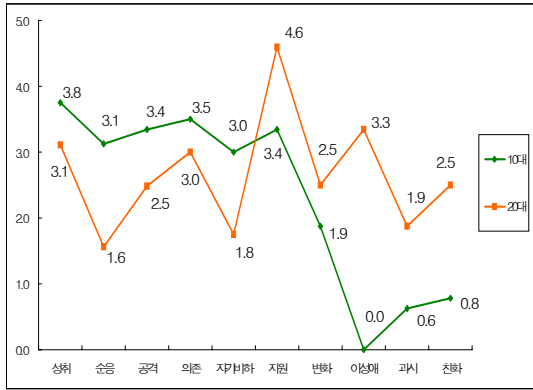


그림 4 연령별 여성게이머의 심리적 성향 차이

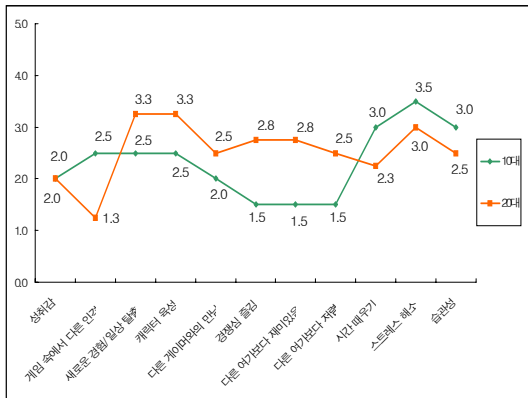


그림 5 연령별 여성게이머의 게임 이용동기 차이

일반적으로 게임공간에서 남성들의 도움과 지지에 대해 연령 집단별로 그 해석을 달리하고 있는데, 10대의 경우는 그러한 남성들의 행위를 '여성성' 과 크게 연관을 짓지 못하고 있는 반면, 20대는 자신의 '여성성' 을 도구적으로 잘 활용하고 있다는 것이다. 좀 더 구체적으로 10대의 경우 남성의 도움에 대하여 자신이 여성이기 때문이 아니라 어린 동생같이 여기기 때문에 잘 해주는 것이며, 여성이 게임 공간 내에서 특혜를 받고 있다고 생각하지 않을 뿐만 아니라 여성임을 드러내어 도움을 받는 것이 어색하다는 것이다. 오히려 남성 게이머와의 관계에서도 성별이 아닌 능력이나 협력자로서 관계를 형성해야 하는 것으로 보고 있다. 그러나 10대 집단 역시 또래의 온라인게임을 이용하지 않는 친구들에 비해 자신이 더욱 높은 정서적인 취향을 가지고 있다고 보고하고 있으며, 남성 게이머들과의 명확한 관계를 정의하지 못하고 있지만 이들의 관심에 대해서는 긍정적인 영향을 받고 있는 것으로 나타났다.

“엄마는 게임을 절대 안하기 때문에 권하지 않는데, 이모가 게임을 저 때문에 하게 되었어요. 이런 저런 게임 이야기도 해 주고, 이거 재밌다 저거 좋다 뭐 이런 이야기 종종하구요. 가끔은 같이 하

기도 하는데요. 요즘은 이모가 훨씬 더 좋아하는 거 같아요. 친구들은 게임을 안 하니깐 같이 할 수 없구요. 이모랑 제가 오히려 통하는데가 더 많아서 게임을 같이 하기도 좋고요, 애들이랑은 주로 쇼핑을 하거나 영화를 가는 거 외에는 버달리 같이 할게 없어요.” (한 나라, 16세)

한편 20대 집단의 경우, 10대와는 달리 자신의 여성성을 드러내는 방법과 그것을 활용하는 방법에 대해서 잘 알고 있다. 20대 집단 중에서도 온라인게임에서 자신의 여성성을 드러내는 것에 대해 자연스럽게 느끼는 경우와 그렇지 못한 경우가 있다. 전자의 경우는 게임 내에서 더욱 여성스럽게 행위를 하고 캐릭터를 꾸미는 것이 자연스러우며 자신의 고유한 젠더 정체성에 많은 긍정적인 영향을 받고 있는 것으로 나타났다. 후자의 경우는 자신이 과도하게 여성스럽게 행동하는 것에는 불편함을 느끼고 있지만, 그를 통해 얻게 되는 이득을 잘 알고 있으며 여성성을 전략적으로 선택하게 되는 것이다.

이와 같이 20대 집단 내에서도 여성성을 체화하고 표현하는 데에는 차이가 있다고 하더라도 게임 공간에서의 가부장적 여성에 대한 구성 원리가 지배적이며, 여성게이머들에게 '여성성' 에 대한 지지와 보상은 지속적으로 주어지고 유지된다는 것이다.

4.2.2 현실세계(Real World)의 게임세계(Game World)에의 영향

① 라이프스타일과 온라인게임 이용 : 학생 vs 직장인

일반적으로 현실세계와 게임세계는 완전히 분리된 구조가 아니라 현실세계의 연장으로써 혹은 현실세계의 보상(대리 만족)으로써 게임세계에 영향을 미친다. 앞서 온라인게임의 이용 방식에 영향을 미치는 요소으로써 '연령 집단' 의 중요성에 대해 살펴보았지만, 좀 더 엄밀한 의미로 개인적 라이프스타일 - 학생과 직장인¹⁾ - 에 따라 현실적 삶의 경험 - 스트레스 정도, 경제적 불안감, 남녀 차별, 여가 시간 등 - 이 뚜렷이 구분된다.

우선 학생과 일반인을 비교할 때, 직장인이 학생과 비교하여 일상생활(직장)에서 스트레스 정도가 높으며 남성과의 관계가 원활하지 못한 경우가 많았다. 이에 따른 온라인게임의 이용 방식은 학생에 비해 직장인이 온라인 커뮤니티 활동의 참여도가 높은 반면, 오히려 동일한 여성 게이머에 대한 경계심이 높은 것으로 나타났다.

1) 일반적으로 연령집단과 직업집단은 많은 경우 중첩된 개념이며, 연구 내용의 포커스에 따라 조작적 구성 요소가 일부 변경됨

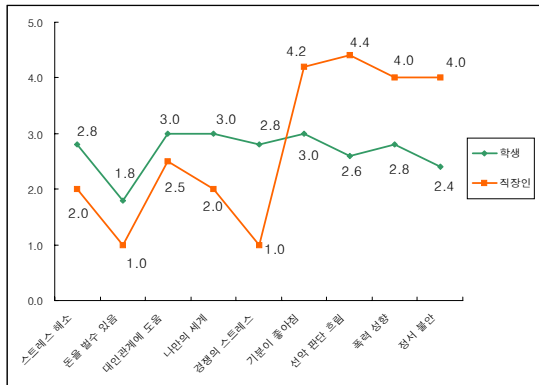


그림 6 학생과 직장인의 온라인게임 이용 경험의 차이

좀 더 구체적으로 학생의 경우 온라인게임은 나만의 세계를 구축하고 대인 관계를 형성하며, 일상생활에서 실행하기 힘든 금전의 획득을 추구하는 경향이 있다. 반면 직장인의 경우 게임 내 경쟁에 대한 스트레스가 높다가 보다는 즐기는 편이며, 게임을 하는 동안은 기분이 좋아지고 선악이나 폭력에 대한 경계가 무너지는 것을 추구하고 있다. 전자가 가상공간 내에 자신의 세계를 구축해 나가는 과정이라고 한다면, 후자는 오히려 일상적인 삶을 가상공간에서 무너뜨리고 게임 자체를 도구적으로 소비하는 경향이 강함을 의미한다 하겠다.

② 성차별적 경험과 온라인게임 이용

학생과 직장인의 일상생활의 경험에서 성 차별적 경험은 전자보다 후자에게 더 자주 발생하며, 그로 인한 업무 역할과 경제적 보상 등에서의 차이가 개인에게 직접적으로 영향을 미친다. 학생에 비해 직장인의 경우 성차별적 발언과 행위에 대한 더욱 익숙한 경향이 있으며, 비록 가상세계 내에서 남성게이머들이 현실에서도 마찬가지로 여성을 대우해 주지 않을 것이라고 알다. 다시 말해 직장인 여성 자신이 게임에서 보여주는 것처럼 직장에서도 역시 여성스럽지 않는 것과 마찬가지로 남성들도 그러하다는 것이며, 게임 내에서의 남성들이 과도하게 여성에게 친절한 것이 불쾌하지 않은 것은 게임이 가지고 있는 가상적 공간이라는 측면에서 가능하다고 보고 있다. 오히려 그러한 여성성에 대한 강조가 여성 게이머들에게는 현실에 대한 보상이며 재미 요소라는 것이다.

“회사에 있으면 갑갑하죠. 뭐 잘난것도 없는데 남자라고 큰 소리 치고.. 승진도 빨리 하고.. 열 받죠. 왜 나는 남자로 못 태어났나 한스럽기도 하구요. 게임을 하고 있으면 이런 문제는 하나도 없으니까요. 되려 싸근싸근하게 말도 잘하고, 조신하게 행동하게 되더라구요. 씬답같은 여자들은 많이 볼 테니까요. 게임 하면서는 오히려

러 그런 모습을 보여주지 않는게 좋다는 생각을 해요” (장경희, 26세)

“남자친구랑 온라인게임을 같이 하는데요. 오프라인 모임도 같이 가거든요. 거기 가면 다른 게이머들이 남자 친구 부러워하면서 자기들도 여자친구 좀 소개시켜 달라고 그래요. 남자 친구 어깨를 으쓱하게 만들어 준다는 생각을 하면 같이 모임 나가고 게임하는게 좋죠. 그치만 직장에서는 그럴 일이 전혀 없어요. 다른 남자 직장 동료들은 성차별적 발언도 무척 심하고. 야한 이야기들도 얼마나 많이 하는지 같이 있기가 민망할 때도 있어요. 성추행 방치니 뭐니 말은 말인데, 실제로 언어적인 성추행이 좀 많아야죠. 정말 그럴때 온라인게임 하는 다른 남자들도 다 저렇까 하는 생각을 하기도 해요” (강현주, 25세)

“제 친구가 온라인게임에서 사람을 만났어요. 정말 친절하고 좋은 사람이었는데 실제로 만나보니가 그렇지 않았대요. 사기 당한 기분이었대나.. 그래서 제 친구는 이제 온라인게임 안 해요. 거기 있는 남자들 다 가면 쓰고 있는 사람들이라고.. 뭐 그럴수도 있다는 생각은 해요. 그렇지 않겠어요? 남자들만 우글우글한데서 여자들이 게임하고 있으니가 재밌어 보이기도 하고, 말도 붙여 보고 싶겠지요. 뭐 저도 그런게 싫지는 않으니까요. 그런데 그게 진짜가 아니니까 참는거지 진짜로 지금 어떤 남자가 자꾸 말시키고 추근대면 정말 싫죠. 게임이니까 그런거지..” (박윤지, 22세)

이상에서 여성게이머들이 일상적 삶의 경험이 게임 세계에 미치는 영향에 대해 살펴보았다. 호이징가가 말한 대리 경험으로써의 높이는 정해진 규칙이 없기 때문에 현실의 경험을 할 수 있다는 점에서 어느 정도 가상 공간의 경험을 설명해 주고 있지만, 이러한 여성게이머들이 느끼는 경험은 오히려 현실의 경험이 아니기 때문에 온라인게임의 가상 놀이공간이 더 의미를 가질 수 있다.

온라인게임 공간은 현실에서 얻을 수 없는 경험을 제공하는 공간이 동시에, 여성으로서의 정체성을 확립할 수 있는 공간이 되고 있다. 생물학적인 여성이라는 성을 이용해 온라인게임을 즐기고, 보다 게임을 재미있게 할 수 있도록 전략적으로 여성성을 드러내는 활동을 하는 공간이 된다. 가부장적인 여성 역할을 경험하고 있는 20대의 여성은 온라인게임에서 이러한 여성 억압적 정체성을 탈피하여, 여성으로써 자신을 드러내고 남성에게 어필하여 보다 선택적인 여성성을 성립할 수 있게 되는 것이다.

구자순(1999)은 육체가 없는 주체들이 전자적 언어를 통해 서로 대등한 관계에서 익명으로 커뮤니케이션을 하며 전통 성역할이 아닌 세분화된 역할을 경험하면서 다중적인 성 정체성을 구성할 수 있는 사이버공간이 여성에게 성해방의 공간으로 자리잡을 수 있다고 주장하였으나, 온라인게임 공간은 이러한 전통 성역할에서 벗어난 성정체성을 형성하기 보다는 더욱 가부장적이고, 남성에게 보호받기를 원하는 여성의 정체성을 형성하는 공간으로 자리잡고 있다. 그러나 이러한 성정체성의 형성은 온라인게임이 가지고 있는 구조적

인 특성에 의한 것이 아니라 여성게이머가 게임을 진행해 내가는 가운데 다양한 실험을 통해 형성하는 정체성이라는 점에서 온라인게임 공간이 여성게이머에게 새로운 정체성을 형성할 수 있도록 도와주는 역할을 담당하고 있다고 할 수 있다.

젠더, 나이, 인종 기타 다른 가시적인 구별을 확인할 수 없는 유토피안적인 공간으로 인식되었던 가상공간의 특성은 온라인게임을 이용하는 여성에게는 젠더의 구별이 명확한 공간이며, 여성이 여성스럽다거나 여성이라는 이유를 내세워 이득을 얻을 수 있는 새로운 공간이 된다. 여성게이머는 온라인게임에서 Haraway(1991)가 주장했던, 가상공간을 통해 커뮤니케이션 과정에 참여한다는 것이 중요해 지고, 개인이 가지고 있는 배경은 이용자라는 하나의 상황으로 획일화되어 모두 동질적인(homogeneous) 집단으로 변환된다는 의견과 차이를 보이고 있다. 여성게이머는 남성 게이머와 동질적인 게이머라는 ‘인간’으로써의 획일화된 정체성을 확립하기 보다는 여성과 남성으로 구별되어 지는 정체성을 형성하게 되고, 이를 통해 게임의 즐거움을 극대화하려는 성향을 보이고 있는 것이다.

현실 세계에서는 이러한 정체성의 형성이 나타나고 있지 않지만, 대리 경험을 통해 온라인게임 공간 내에서 여성으로 사는 삶의 즐거움을 맛볼 수 있으며, 여성으로써의 특권을 남성에게 어필하는 여성성으로 생각하게 되는 것이다.

5. 결론

5.1 여성게이머와 젠더 정체성

10대와 20대 여성게이머의 정체성 형성의 차이는 사회화가 이루어지는 단계와 맞물려 고려해 볼 수 있다. 남성과의 사회적 교류가 많은 20대 여성의 경우, 현실에서 느끼는 남녀의 차별적 대우와 사회적 환경에 반감을 가지고 있는 반면 10대의 경우는 이러한 경험이 적다. 따라서 20대 여성이 온라인게임 상에서 여성성을 드러내는 정체성을 형성하는 것이 쉬우며, 10대는 이러한 20대 여성게이머의 성향을 이해하지 못하는 경향이 강하다.

10대 여성게이머는 온라인게임 공간을 가상 공간이 가지고 있는 동질한 성향을 지니고 있는 게이머들이 모여있는 공간이라고 인식하게 되며, 공통의 관심사를 가지고 있는 사람들이 여가 문화를 즐길 수 있는 공간이라고 생각하게 된다. 20대 여성게이머에게 온라인게임은 공통된 관심사를 가진 사람을 만나는 공간인 동시에, 현실에서 경험할 수 없는 만족감을 누릴 수 있는 공간인 동시에, 불합리하다고 느낀 여성으로써의 삶을 보다 전략적으로 사용할 수 있는 기회를

가질 수 있는 공간으로 재탄생된다.

20대 여성 게이머는 현실의 불합리한 여성에 대한 평가와 불평등에도 불구하고, 이를 개선하거나 타파해야 한다고 생각하지 않는다. 본인이 처한 상황을 피하고 싶어할 뿐이다. 따라서 이러한 20대 여성게이머는 온라인게임에서 다른 여성게이머들을 경계하고 남성을 편하게 생각하면서 새로운 정체성을 형성하게 되는 것이다. 불편한 현실에서의 인간 관계를 온라인게임 내에서 편하고 쉽게 영위할 수 있다는 장점이 있기 때문이다.

10대 여성게이머가 20대가 되어 가면서 이러한 경험을 동일하게 할 수 있을지는 더 두고 봐야 할 문제다. 남성 여가 문화로 대변되는 온라인게임을 개인의 자의적인 선택에 의해 이용해 왔기 때문에 현재 20대 여성게이머와 문화를 받아들이는 시각이 다를 수 있기 때문이다. 10대 여성게이머에게 자신이 여성게이머라는 점은 또래 집단과 차별될 수 있는 특성이 될 뿐, 사회화 경험이 미숙한 여성게이머에게 이것이 장점으로 다가오지는 않기 때문이다.

여성게이머의 온라인게임 공간 내에서의 정체성 형성의 경험이 현실 생활에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 연구는 없다. 여성게이머의 게임 이용 행태와 인지적 상태를 연구하고자 한 시도가 없었으며, 여성은 온라인게임 연구에서 소외된 집단이었기 때문이다. 그러나 소수의 여성게이머들이 온라인게임을 새로운 정체성을 형성할 수 있는 공간이 될 수 있음을 보여주었고, 이를 통해 온라인게임을 바라보는 시각이 여성의 입장에서 재고찰될 수 있을 것이라고 생각한다.

왜곡된 드라마의 여성상이 이를 시청하는 시청자에게 미치는 영향력을 연구하듯, 온라인게임 내에서의 정체성 형성 경험이 이를 이용하는 이용자에게 미치는 영향력을 연구해 보는 것은 필요한 일이 될 것이다.

게이머들이 어떤 경험을 하든 그것은 실제 현실을 대변할 수 없다고 믿고 있는 여성게이머들은 여성성을 이용하는 게이머의 행위가 현실에서 절대 일어날 수 없는 사실이라고 생각하고 있어, 현실과 온라인게임의 실재를 구분 짓고 있다. 현실과 온라인게임을 구분지어 생각하고 있는 여성게이머들은 남성게이머들 보다 현실적이고, 게임에 몰입하는 시간 또한 적은 경향이 있다. 그러나 여성 게이머들의 이러한 현실적인 감각은 오히려 온라인게임을 이용하기에 더욱 적합하고, 현실과 온라인게임을 조절하여 개인의 여가문화를 조성하고 스트레스를 해소하며, 새로운 경험을 할 수 있는 공간으로 온라인게임을 선택할 수 있게 하고 있다.

5.2 여성게이머의 마케팅적 활용 방안

온라인게임 시장이 점차 포화되어 감에 따라 국내 온라인 게임 산업계는 여성 유저를 유인하려는 다양한 전략을 구사

하고 있다. 여성게이머들이 좋아하는 색깔, 캐릭터 등을 개발해 내고, 여성을 유인하려고 노력하고 있지만 실질적으로 여성게이머들이 증가하고 있지 않다. 온라인게임은 “boy culture”를 대변하고 있는 놀이 문화로 자리 잡고 있기 때문에 여성이 온라인게임을 자의적으로 선택하여 놀이하는 경우가 거의 없기 때문이다.

그러므로 여성을 위한 온라인게임을 만드는 것은 산업계가 양적인 팽창을 위해 선부른 판단을 내리는 격이 될 수 있다. 인터뷰에서 알수 있었듯이, 온라인게임을 이용하는 여성게이머는 오히려 여성게이머들이 많은 게임을 피하고 있다. 게이머가 가지고 있는 성적 정체성을 확고히 하고, 남성과 여성의 구분이 명확한 온라인게임 공간을 선호하고 있는 여성게이머들에게 여성을 위한 온라인게임은 의미가 없기 때문이다.

온라인게임을 이용하고 있는 여성게이머는 온라인게임을 이용하지 않는 여성과 달리 남성 놀이 문화를 흡수하는 능력을 가지고 있고, 남성 놀이 문화에서 여성으로써 어필할 수 있는 방법을 알고 있는 집단이다. 현실적인 제약이 없기 때문에 온라인게임 공간에서는 더욱 여성성을 드러낼 수 있으며, 이를 통해 원하는 것을 얻을 수 있는 공간이 온라인게임이라고 생각하고 있는 집단적 특성을 가지고 있다.

온라인게임 공간이 여성게이머에게 더욱 의미있는 공간이 되는 것은 남녀간의 차이가 존재하고, 차별이 있어 이를 이용할 수 있는 공간이 되기 때문이다.

“여자라서 행복해요” 라는 광고 문구가 화두가 되었던 적이 있다. 여성 차별적 발언인 동시에, 여성을 가사 노동에 전념하도록 하는 가부장적 발상이 지배적이라는 비판적인 시각이 대두되었다. 그러나 온라인게임에서는 “여성게이머라서 행복해요” 라는 문구가 어색하지 않다. 이러한 여성성을 드러내는 성적체성의 형성이 오히려 전략적인 선택에 의해 이루어지고, 게임 내에서의 성공을 꿈꾸면서 불편한 시각을 받지 않아도 되는 안전한 공간이 동시에, 여성이 더욱 여

성으로 거듭날 수 있는 공간이기 때문이다.

‘인간’ 으로 여성게이머를 바라봐 주기를 여성게이머들은 원하지 않는다. 온라인게임 공간 내에서 보여지는 조그마한 캐릭터를 ‘여성’ 으로 봐라봐 주기를 바라는 것이다. 게임 캐릭터가 선정적이진 그렇지 않건, 좋은 아니템을 가지고 있건 그렇지 않건, 여성 게이머들은 상관하지 않는다. 여성으로 온라인게임에 참여하고 있다는 자신감과 여성으로써 남성에게 대접받을 수 있다는 생각이 대리적 만족감을 주고 있기 때문이다.

5.3 향후 연구 제언

본 연구에서 이루어진 인터뷰는 자발적인 인터뷰 의사를 밝힌 여성게이머를 대상으로 한 연구이기 때문에, 소극적인 게임 플레이를 지속하고 있는 여성의 의견이 아닐 수 있다. 커뮤니티 가입도 하지 않고, 다른 게이머와의 교류도 단절하고 본인의 여가를 위해 또는 단순한 게임의 즐거움에 몰입해 온라인게임을 즐기고 있는 여성게이머도 상당수이기 때문이다. 따라서 본 연구의 결과가 모든 여성게이머에게 통용될 수 없는 사실일 수 있다.

그러나 여성게이머들이 가지고 있는 성적체성의 형성은 선택적이고 전략적이라는 점에서 적극적인 온라인게임 플레이를 하고 있는 여성게이머를 분석해 볼 수 있는 새로운 계기를 만들었다는 점에서 의미를 가질 수 있다.

본 연구를 바탕으로, 여성게이머의 성적체성 형성과 이러한 경험이 현실 생활에 미치는 영향력에 대한 연구가 수반된다면 더욱 다양한 여성게이머의 성적체성 구성 단계와 현실과의 상호작용을 알아볼 수 있을 것으로 생각된다. 이를 위해 양적인 설문 조사가 행해지는 것도 의미있을 것이며, 다양한 집단의 여성을 대상으로 한 심층 인터뷰 역시 의미있을 것이라고 생각한다.

참고문헌

- [1] Entertainment Software Association, "Essential Facts about the computer and video game", 2005
- [2] Chris Crawford, "The art of computer game design", McGraw-Hill Osborne Media, 1984.
- [3] 한상만 외2, "마케팅전략", 박영사, 2005
- [4] 이학식 외2, "소비자행동", 법문사, 2004
- [5] 최동성 외2, "고객충성도에 영향을 미치는 온라인게임의 중요요소에 대한 Lisrel 모델 분석", 경영정보학연구 제 11권 제3호, 2001 김명혜, 김훈선(1996), 여성이미지의 정치적 함의 : 텔레비전 드라마를 중심으로, 한국언론학보, 38호, pp.203~248
- [6] 김민경(2003), 사이버 여성 문화로서 팬픽(fanfic)연구 - 환타지(fantasy)와 성적체성의 연관성을 중심으로-, 이화여자대학교 석사학위논문
- [7] 김선남(1997) 매스미디어와 여성. 범우사
- [8] 김선남, 장해순, 장현옥(2004), 수용자의 드라마 여성 이미지에 대한 수용행태 연구, 한국방송학보, 18호, pp.76~115
- [9] 김양희, 민인철(1996), 대중매체의 여성차별지표개발 : 텔레비전을 중심으로, 한국여성개발원
- [10] 김혜인(1999), 사이버스페이스에서의 자아와 정체성- 새로운 정체성과 주체의 가능성
<http://www.cyberculture.re.kr/forum/paper/self.htm>
- [11] 송유재(1990), 여서과 매스 미디어, 방송연구, 9호, pp.217~238
- [12] 양문희, 강형철(2005), 텔레비전 드라마의 직장내 여성관리자 및 경영자 묘사에 관한 연구, 한국언론학보
- [13] 이수연, 이미정(2003), 지상파 방송의 여성인력 현황 및 전문화 방안 연구, 한국여성개발원