

게임이용자와 게임캐릭터의 관계

신대영^o

^o청강문화산업대학교 콘텐츠스쿨 게임전공

lorical127@ck.ac.kr

Relation of Game User and Game Character

Dae-Young Shin^o

^oSchool of Creative Contents(Game)

● 요약 ●

본 연구는 게임이용자의 게임선택에 있어서 게임이용자와 게임캐릭터의 관계를 분석하는데 그 목적이 있다. 국내 게임시장이 게임업체간의 치열한 경쟁구도로 레드오션으로 바뀌어진 현 시점에서 게임업체들은 게임이용자의 게임선택요인을 조사 분석하는 것이 매우 중요하다. 2010 대한민국 게임백서에 의하면, 게임이용자의 게임 선택 요인으로 캐릭터 선호도는 좋아하는 장르(57.3%), 지인추천(15.1%) 그리고 좋아하는 내용(13.7%)에 이어 4위를 차지하고 있을 정도로 매우 중요한 게임 선택 요인이라 할 수 있으며, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 산업에서 캐릭터와 관련된 선행연구에 의해서도 캐릭터의 중요성을 언급하고 있음을 알 수 있다. 따라서 게임 캐릭터는 게임이용자가 게임을 선택하는데 있어서 매우 중요한 변수라 할 수 있다.

키워드: 게임이용자(Game User), 게임캐릭터(Game Character)

I. 서론

동서고금을 막론하고 수요와 공급의 법칙에 의해 수요보다 공급이 부족한 시기에는 기업중심적 마케팅 철학이 고객중심적 마케팅 철학보다 우선시 되어 왔다.수요와 공급의 법칙은 게임산업에서도 어김없이 적용된다.

1990년초 PC게임의 등장 시기와 2000년초 온라인게임의 등장 시기를 돌이켜보면 국내 게임개발업체들은 게임이용자의 입장에서 서서 게임이용자의 니즈나 욕구를 조사, 분석하여 게임을 개발하기보다는 게임개발자의 입장에서 서서 게임개발자의 성향에 따라 게임을 개발하였다고 할 수 있다.

2010년 국내 게임시장 규모는 7조 4,312억원으로 전년대비 12.9% 성장하였으며, 2008년부터 매년 꾸준히 10%이상의 성장률을 보이고 있다. 국내 게임시장의 지속적인 성장은 블루오션이었던 게임시장을 레드오션으로 바꿔 버렸고, 국내외 게임업체간의 치열한 경쟁구도가 생성되었다.

이에 게임이용자의 게임선택 요인을 찾는 것이 매우 중요하게 되었다. 2010 대한민국 게임백서에 의하면 게임을 선택하는 이유는 1순위가 좋아하는 장르(57.3%), 2순위가 지인추천(15.1%), 3순위가 좋아하는 내용(13.7%) 그리고 4순위가 좋아하는 캐릭터(5.0%)이다. 이밖에는 브랜드, 유익성 등이 게임을 선택하는 이유이다. 비록 게임캐릭터가 게임선택 기준에 있어서 4순위에 그치고 있지만 게임이용자들의 게임선택의 중요한 기준이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 게임선택에 있어서 게임이용자와 게임캐릭터와의 관계를 분석하고자 한다.

II. 게임캐릭터의 이론적 배경

게임캐릭터란 게임 속의 가상세계에서 게임이용자가 게임을 즐기는데 있어서 몰입감을 제공해 주는 객체라고 할 수 있으며, 현실 속의 게임이용자를 게임 속의 가상세계로 이끌어 주는 인도자 역할을 한다.

애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 산업에서 캐릭터와 관련된 선행연구를 보면 김미연(2002)은 플레이어 캐릭터의 인체 비율 연구에서 인체 비율이 낮으면 사실감 보다는 귀엽고 깜찍함에 친근감을 느끼고, 인체 비율이 높으면 사실감을 느낀다고 하였으며, 김재인(2006)은 캐릭터를 보완할 수 있는 장치로 캐릭터의 애완동물, 소품 그리고 주변 배경을 들고 있다. 즉, 캐릭터의 성격에 따라 캐릭터의 애완동물이 결정되며, 소품이 결정되며, 사는 곳 등 주변 배경이 결정된다고 설명하고 있다.

III. 게임이용자의 캐릭터 선호도

최민수(2011)는 캐릭터가 존재하는 온라인 레이싱게임인 엘리스, 케로로레이싱, 카트라이더, 알투비트, 킴온베이비, 슈퍼다다

등 6개 게임을 대상으로 게임이용자의 캐릭터 선호도를 설문 조사 하였다.

성과 연령을 기준으로 설문 분석 결과 카트라이더는 10대 남녀 연령층과 20대 남성 연령층들이 높은 캐릭터 선호도를 보이고 있으나, 20대 여성들에게는 캐릭터 선호도가 비교적 낮은 편이다. 반면 킴온베이비는 남성 게임이용자들 보다는 여성 게임이용자들에게 높은 캐릭터 선호도를 보이고 있다. 특히 20대 여성인 경우에는 킴온베이비의 선호점수가 8점을 주고 있는데, 이는 10대 남녀 연령층과 20대 남성 연령층들이 높은 캐릭터 선호도를 보이고 있는 카트라이더의 20대 여성 연령층의 선호점수가 5점임을 감안한다면 매우 높은 선호점수라고 할 수 있다.

IV. 결론

2010 대한민국 게임백서에 의하면, 아직까지 게임이용자의 게임 선택 요인들 중에서 게임캐릭터의 선호도가 많은 비중을 차지하고 있지는 않지만, 많은 선행연구를 통해서도 캐릭터의 중요성을 알 수 있다.

따라서 국내 게임시장이 게임업체간의 치열한 경쟁구도로 레드오션으로 바뀌진 현 시점에서 게임업체들은 게임을 개발함에 있어 게임이용자의 게임선택요인 중의 하나인 게임캐릭터의 선호도에 대한 분석도 매우 중요하다고 할 수 있다.

참고문헌

- [1] 2010 White Paper on Korean Games
- [2] Choi, Min Soo (2011), "Character Preference of Racing Game' Player", e-sports game of Chungkang college of Cultural Industries, graduation work.
- [3] Kim, Mee Yeun (2003), "A Study of Character Design in MMORPG((Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) : (The case of player Character's proportion)", Graduate School of Hong-IK University, master's thesis.
- [4] Kim, jae In (2006), "The character creation method research through the analysis of existing characters -Centering on Animation character-", Graduate School of Sang Myung University, master's thesis.