OSMU를 위한 MMORPG 캐릭터 특성 분석

김남재†, 이동열††

Analysis of MMORPG Character for The OSMU

Nam-Jae Kim†, Dong-yeor Lee††

요 약 본 논문에서는 온라인 게임에서 플레이어 캐릭터가 가지는 아바타적인 성향과 게임 이용자가 지니는 게임캐릭터에 대한 자기 동일시성 때문에 온라인게임캐릭터가 다양한 수익산업으로의 확장에 불리함을 이야기하였다. 또한 MMORPG 캐릭터의 아이덴티티를 구축하고 다른 수익산업으로의 확장을 위하여 성공한 캐릭터와 현재 MMORPG의 캐릭터를 요소 별로 분석하여 보았다.

주제어 : MMORPG, Online game character, avatar, 기호학

Abstract The Korea Convergence Society. In this paper, we were writing about the difficulties of the online game character OSMU. The character has special properties. that is Avatar Properties. To understand the difference between game characters and Successful Characters We analyzed them for each element. Through this analysis, We sought a method for online game character OSMU.

Key Words : MMORPG, Online game, Character, Avatar, Semiotics

1. 서론

캐릭터는 디지털 콘텐츠 산업의 주요 상품 중 하나로써 다양한 매체에서 호환성이 높아 게임, 애니메이션, 마케팅 등에서 높은 부가가치를 창출한다[1].

한국 콘텐츠 진흥원의 <2010 게임백서>에 따르면 국내 게임 산업 규모는 성장한 6조 5,806억 원으로 전년대비 17.4% 성장한 규모로 집계되었다. 그리고 국내 게임 수출액은 2009년 1,476,718천 달러로 매년 높은 증가율을 보이고 있다. 하지만 국내 게임이 세계 게임 시장에서 점유하고 있는 비율은 2010년 기준 4.4% 정도이며 그와 함께 캐릭터 사업성과 또한 시작단계이다[2].

특히 국내 게임시장에서 온라인 게임은 3조 7,087억 원으로 총 점유율 65.4%를 기록했다. 그 중에서도 MMORPG는 총 32.5%의 점유율로 타 장르 게임을 압도하는 높은 수치를 나타내었다. 특히 MMORPG는 남성과 여성의 비율이 큰 차이를 보이지 않아 남녀 모두 고르게 즐겨한다는 사실을 알 수 있었다.

이렇듯 MMORPG가 많은 유저들로부터 많은 사랑을 받는 게임인데 반해 실제 게임에 등장하는 캐릭터를 통한 다양한 수익산업으로의 확장은 타 장르에 비해 미비한 편이다. 이는 MMORPG 게임캐릭터가 가지는 아바타적인 성향과 게임 이용자가 지니는 게임캐릭터에 대한 자기 동일시성이 그 원인 중 하나라고 보인다. 본 논문에서는 MMORPG 캐릭터의 아이덴티티를 구축하고 다른 수익산업으로의 확장을 위하여 성공한 캐릭터와 현재 MMORPG의 캐릭터를 요소 별로 분석하여 보았다.

2. 캐릭터의 개요

1.1 캐릭터의 정의

캐릭터는 생명체를 의미하는 것으로 콘텐츠에서의 사람처럼 성격과 개성을 가진 등장인물이나 그림을 일컫는다. 캐릭터는 고유한 디자인요소(점, 선, 면의 세 가지 요소)로 구성되어 있으며. 이러한 요소들이 결합하여 만들

† 공주대학교 게임디자인학과 석사과정 김남재
†† 공주대학교 게임디자인학과 교수 이동열(교신저자)
논문접수 : 2012년 1월 18일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료 : 2012년 2월 17일

어진 이미지로 인해 형성된 정체성(매력, 개성)으로 생명력이 생긴 결합체라 할 수 있다[3].

캐릭터는 그 콘텐츠 전체와 유기적으로 호흡하기 때문에 각각의 캐릭터가 콘텐츠 없이 그 디자인의 독창성만으로 성공하는 경우는 극히 드물다. 캐릭터는 콘텐츠의 스토리와 세계관을 포함한 함축적인 그래픽 표현이다[4].

2.2 OSMU를 위한 캐릭터

2.2.1 캐릭터의 조형적 이해

캐릭터 분야에서 OSMU가 가장 활발하게 일어나는 부분은 팬시캐릭터 분야이다 헬로키티나 미키마우스와 같은 단순화된 캐릭터의 경우 OSMU 하기 위한 유리한 조건을 가지고 있다. 이것은 기호학적 분석으로 해석할 수 있으며 이를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 캐릭터는 하나의 조형 요소로써 보는 이로 하여금 친숙한 대상을 떠올려 기호 작용을 일으키며, 처음 보는 혹은 현실에 존재하지 않는 비현실적 캐릭터라 할지라도 경험했던 친숙한 사물의 특징들을 토대로 관찰자의 머릿속에서 무한한 연상의 연쇄작용을 일으킨다.

둘째, 캐릭터는 게슈탈트 시지각 법칙에 따라 단순한 형태로 지각되고 점점 단순하고 볼륨감 있는 형태로 변모한다. 이 과정에 있어 단순화된 캐릭터는 보는이로 하여금 상상력을 일으켜 욕망하고자 하는 대상을 투영시킬 수 있는 심리적 공간을 만들어 낸다. 다시 말해 캐릭터의 단순화된 조형이 캐릭터를 보는이로 하여금 자신이 원하는 이미지를 떠올릴 수 있는 시각적 여유를 가지게 해줄 수 있다는 것이다[5].

위와 같은 작용을 통해 캐릭터의 구매자의 구매 욕구를 일으킬 수 있다.

2.2.1 캐릭터의 기의와 기표의 이해

기표와 기의는 “의미하다”라는 뜻의 불어 동사이다. signifier에서 파생된 것으로 기표는 “의미하는 것”기의는 “의미되어 진 것”이라는 뜻이 된다. 이 보통명사가 소쉬르(Saussure)의 구조언어학에서 기표와 기의라는 혁명적인 개념으로 변했다. 우리가 말하는 단어들은 기표이고, 그 단어들의 의미는 기의이다. 나타낸 형식인 기표(이미지)는 수용되고, 사물의 개념인 기의(언어)는 인지된다. 기표와 기의의 관계에 관해서는 소쉬르는 “기표와 기의의 관계는 자의적이다.” 라고 이야기하였지만 퍼스(Peirce)는 그 관계를 세 가지 유형으로 나누고 대상의 특징을 관찰하였다. 퍼스의 분류 또한 기표와 기의의 자의적인 관계 안에서 정의되었다. 그의 연구를 통해 인간은 다양한 의미와의 근거를 통해 기의와 기표를 연결한다는 점을 알 수 있다. 가장 보편적인 형태인 언어를 비롯하여, 시각적인 유사함과 인과관계를 통해서도 우리는 기표와 기의를 연결 짓는다.

캐릭터는 기표와 기의의 집합이며, 심미성을 추가하여 그 자체가 단일기호가 되는 것을 목표로 한다. 캐릭터 디자인은 시각적 완성도도 중요하지만 그 내면에는 철저한 생성구조와 인지구조를 가지고 있어서 수요자는 자신도 모르게 기표를 찾고 기의를 발견하여 그 캐릭터 디자인의 당위성을 찾아낸다. 콘텐츠의 기획에서부터 밀접하게 관련된 기의는 캐릭터와 게임플레이를 통해 수용자가 인지하게 된다. 따라서 치밀하고 차별화된 기의 설정 없이 디자이너의 미적 능력에 기대어 캐릭터를 디자인한다면 디자이너의 능력이 뛰어나더라도 캐릭터는 콘텐츠를 표상할 수 있는 아이덴티티들 잃게 된다[6]. 캐릭터의 아이덴티티 소실은 캐릭터의 단일기호가 되는 목표가 되려하는 성질이 무너지는 것을 의미하며 이는 수용자의 기억에 새겨지지 못하는 상황을 초래할 수 있다. 따라서 캐릭터는 고유하고 확실한 아이덴티티를 지녀야 수용자에게 기억되며 캐릭터의 성격을 나타낼 수 있다.

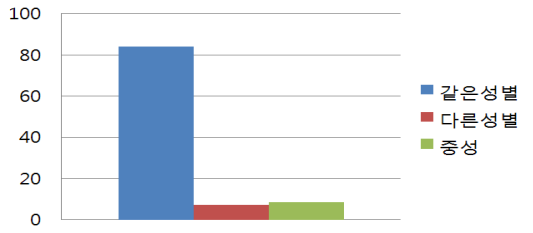
2.3 게임캐릭터의 아바타적 성향

2.3.1 아바타 개념 정의

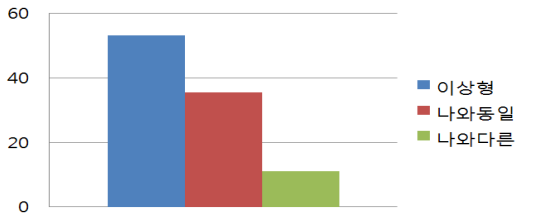
디지털의 가공 공간은 참가자 자신이 신체적으로 실제의 세계에서 상상의 세계로 옮겨간 것 같은 느낌을 갖게 하는 매체로서 아바타 사용자 개개인은 대화 형식의 그래픽 시뮬레이션을 통해 자신의 육체가 가상 공간에 있다는 느낌을 갖는다. 온라인의 디지털 영상과 그 사실성에 대한 평가는 영상에 사용된 매체가 현실의 동적인 느낌이나 여러가지 분위기를 어떻게 모방할 수 있는가에 달렸다. 실제로 최근에 MMORPG의 특성을 이러한 특성을 대변하듯 보다 사실적인 그래픽을 지향하는 추세이다. 온라인의 디지털 영상은 사진처럼 실제적인 모습만을 단순하게 나타내는 것이 아니라 영상을 보는 사람이 영상과 공감할 수 있고 오감으로 영상에 몰입할 수 있도록 한다. 특히 MMORPG는 접속자의 의견과 감정이 아바타를 통해서 이루어지고 매체 자체가 ‘실시간’으로 접속되며 커뮤니케이션이 실시간으로 전개된다는 시간적 특징을 갖는다. 이 공간에서 존재하는 아바타의 특성은 사용자

의 생물학적 신체나 사회적 신분의 지배권에서 벗어나 있다. 때문에 디지털 데이터의 빗물질적 영역 속으로 대리 투사된 그래픽에 기반을 둔 가상적 육체 아바타는 비록 사상적일지라도 사용자에게 영향력을 소유하게 된다[7].

2.3.2 아바타를 통한 게임 유저의 자기애성 발현



[그림 1] 아바타의 성별을 선택한다면에 대한 설문조사 결과



[그림 2] 아바타 생김새는 어떻게에 대한 설문 조사

아바타의 모습에서 현실의 자기와 동일시하거나 이상형으로 꾸미려 하는 것은 자아존중으로서 '나는 결국 나인 것이다.'라는 모습을 보여주고 있는 것이다. 이는 아바타를 통해 현실의 자신을 투영하면서 자기이고 싶은 자아의식의 발현으로 볼 수 있다[8].

이외에도 '온라인 게임 상의 캐릭터 동일시에 관한 연구'를 진행한 부산대학교 김석수 교수는 온라인 게임에서 이용되고 있는 캐릭터가 이용자 자신의 자아 개념과 유사한 경우에 캐릭터에 대한 동일시가 향상되고 이렇게 형성된 동일시는 플로우를 증가시킨다는 연구모형을 실증 검증하였다. 이 연구를 통해 온라인 게임에서 캐릭터를 만들고 육성함에 있어서 게임 이용자들은 실제 자신의 이미지와 일치 시키고자 하는 욕구와 이상적으로 생각하는 이미지를 캐릭터에 투영시키고자 하는 욕구가 모두 나타난다는 것을 증명하였다. 결론적으로 온라인 게임 이용자는 자신과 같은 형상을 지닌 캐릭터를 만들고자 하는 욕구를 가지고 있고 실제로 그러한 성향을 나타낸다는 것을 알 수 있다.

3. 게임캐릭터 분석

3.1 캐릭터 분석 요인 선정

본 논문에서는 캐릭터 분석요인으로써 크게 캐릭터의 외형적인 부분과, 캐릭터가 전달하는 내면적인 요소로 2가지 부분으로 나누었다. 외형적인 요소는 세 가지로 체형, 얼굴, 동작으로 분류 하였다. 외형적인 요소로는 캐릭터의 특성, 스토리&배경, 이미지로 추출 하였다. 특히, 외형적인 요소로 특성은 게임 내에서 캐릭터의 특성으로 인종, 직업, 성격 등을 의미하며, 스토리&배경은 게임내의 스토리와 그 안에서 캐릭터가 갖는 스토리가 서로 모순되지 않는 범위에서 캐릭터의 개성을 부여하는 주요한 요소로 인식할 수 있다. 이미지는 이러한 내외적인 요소들의 조합으로 궁극적으로 지향되는 나타나는 이미지를 의미할 수 있다.

캐릭터가 가지는 외형적인 분석 요인 중 첫째 체형은 캐릭터를 디자인하는 주요 고려요소로써 대체로 2~3등신의 유아체형의 캐릭터, 4~6등신의 SD 캐릭터, 7~9등신의 실사적 캐릭터로 구분 지을 수 있다. 2~3등신의 유아 체형은 귀여운 느낌을 주어 동작이 단순하고 캐쥬얼한 게임에 적합하다. 7~9등신 체형은 사실적 캐릭터로써 게임에 보다 현실감을 불어 일으키고 영웅적인 이미지를 부각하는데 적합하여 MMORPG와 같은 장르에서 많이 나타난다. 4~6등신의 체형은 앞의 두 경우의 중간적인 체형으로써 캐쥬얼함과 동작을 동시에 표현해야 하는 오디션이나, 라그나로크, 드래곤 퀘스트 등과 같은 다양한 장르의 게임에서 나타난다.[9] 둘째, 사람의 얼굴을 먼저 탐색하는 본능을 잘 이용할 수 있는 표정은 캐릭터의 성격 및 아이덴티티를 결정할 수 있는 좋은 수단으로써 캐릭터에서 얼굴은 캐릭터의 아이덴티티의 결정적인 요소 중에 하나이다. 얼굴의 형태를 통해 유저의 몰입을 유도하는데 주요한 역할을 수행한다. [10]

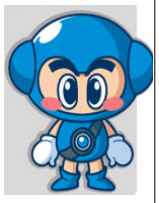
셋째, 동작은 캐릭터의 움직임, 동선의 특징을 통해 캐릭터의 성향 및 캐릭터만이 가진 특수한 성질등을 나타낼 수 있는 표본이다. 소닉의 둥글게 말려서 빠르게 이동하는 동작이나 마리오의 점프 동작 등은 캐릭터의 동작이 가지는 아이덴티티라고 할 수 있다.

캐릭터의 내면적인 요소는 캐릭터가 가지는 성격과

타 캐릭터와 구별되는 특이한 성질 및 캐릭터의 기의를 추출할 수 있는 캐릭터 전반에 걸친 배경을 의미한다. 캐릭터의 성격은 개성과 연관이 있으며 이는 캐릭터의 아이덴티티 디자인을 하는데 주요한 기의를 추출하는 요인이다. 둘째로 스토리 및 배경은 캐릭터의 기표를 정하는 배경을 선정하는 기준이 되며 스토리는 캐릭터를 기억하게 할 하나의 좋은 수단으로써 이용될 수 있다. 셋째, 이미지는 캐릭터의 모든 이미지를 통합하여 나오는 이미지를 의미하여 내면적인 부분을 통합적으로 표현하는 요소로서 구분하였다.

3.2 OSMU에 성공한 게임캐릭터 사례

[표 1] OSMU에 성공한 게임캐릭터 사례

	수퍼마리오	소닉	다오
			
체형	2.5등신 둥근체형	3등신 날렵한 체형	2등신 둥근체형
얼굴 표정	타원형 눈	고글형 눈 끝이 올라간 형태	타원형 눈 볼에 홍조
동작	경쾌한 걸음 점프	빠름 공처럼 둥글게 구름	종종걸음 짧은 사지를 크게 움직임 물풍선 사용
특성	라틴계 배관공 활발함 자아도취	모험가 자유로움 자만	골목대장 정의로움 용감한
세계관	명확	명확	게임 장르별 세계관 명확
이미지	푸근함 친근함 귀여운	활발함 자신감 날쌘	아기자기함 귀여운

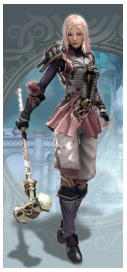
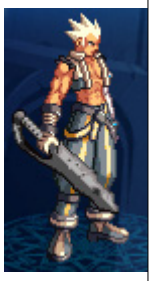
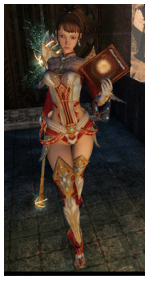
성공한 게임캐릭터의 OSMU 사례로는 위의 표와 같이 수퍼마리오와, 소닉, 다오를 선정하였다. 본고의 연구대상으로 선정한 3개의 캐릭터 중 수퍼마리오는 1985년 닌텐도사에 의해 슈퍼마리오 브라더스로 첫 출시되어 슈퍼마리오 브라더스2(1986), 슈퍼마리오 브라더스3(1988), 마리오랜드(1986) 에 이어 90년대에는 슈퍼마리오 월드(1990), 슈퍼마리오 랜드2(1992), 슈퍼마리오 카트(1992)로 재탄생했고 최근 들어서는 2006년에 NDS 뉴 슈퍼마리오 브라더스로 그 계보를 잇고 있다. 특히 1985년 슈퍼마리오 브라더스는 컴퓨터 게임 시장의 스테디 셀러 1위를 고수해 왔으며, 그 외의 7개의 시리즈들도 스테디셀러 상위 20위 안을 지키며 최고의 게임으로 자리를 굳혔다.[11] 무려 20여년이 넘는 시간동안 슈퍼마리오 브라더스 시리즈가 사랑을 받아오고 있는 이유에 대해 서사를 배제한 채 규칙에 따른 행동 법칙이 게임의 핵심이라고 이해하려는 것은 무리고 있어 보인다. 슈퍼마리오 브라더스 시리즈의 규칙과 행동들은 초창기부터 지금까지 크게 달라지지 않았기 때문에 플레이어들은 이미 게임의 규칙에 익숙해져 있다. 그러나 플레이어가 게임 규칙과 패턴에 익숙하다는 것은 오히려 게임의 재미를 반감시키는 역할을 하게 된다. 왜냐하면 게임은 규칙의 학습을 통해서 재미와 플레이의 동기를 갖게 되지만, 더 이상 새로운 학습이 없을 때 지루함을 느끼게 되기 때문이다[11]. 이와 같은 속성으로써 소닉도 수많은 시리즈를 탄생시키고 게임의 룰이 변화하지 않았으나 지속적으로 인기를 얻고 있는 게임으로써 성공한 게임으로 선정하는 큰 사유로 작용하였다. 이외에 국내 게임캐릭터인 다오가 속한 카트라이더는 약 40억 원의 매출을 올렸고, 라이선싱 진행 중인 상품 종류가 1300여종(매일경제, 2007.10.10)에 이른다. 이는 국내 등장한 게임캐릭터 중 단연 괄목할만한 성과를 올렸으며 성공한 게임캐릭터로써 선정하는 타당한 이유라고 생각된다.

이와 같은 성공한 캐릭터들의 공통점은 3등신 이하의 SD 체형으로 기억하기 쉽게 단순하게 추상화한 표현을 사용했다는 점, 캐릭터를 대표할만한 외형적 특징과 성격을 지닌 점, 명확한 배경 스토리를 지니고 있는 점이 있다.

3.3 MMORPG 캐릭터 분석

게임 포탈사이트 순위를 중심으로 최근 3개월간의 인기 랭킹 10위 안에 드는 MMORPG인 아이온, 던전 앤 파이터, 리니지2를 대상으로 플레이어 캐릭터를 분석하였다.

[표 3] MMORGP 캐릭터 분석표

	아이온	던전 앤 파이터	리니지2
			
체형	8등신 날씬함	7.5등신 날렵함	8등신 날씬함
얼굴 표정	실사형 미인형	만화풍 미남형	실사풍 미인형
동작	사실적 (직업별 편차 있음)	역동적 (직업별 편차 있음)	사실적임 (직업별 편차 발생)
특성	직업의 특성에 따라 차이가 발생	직업의 특성에 따라 차이가 발생	직업의 특성에 따라 차이가 발생
스토리 및 세계관	해당 캐릭터의 정해진 스토리 없음	해당 캐릭터의 세계관이 존재하나 게임 상에서 불분명함	해당 캐릭터의 정해진 스토리 없음
이미지	화려한 수려한	화려한 멋있는	화려한 수려한

선정된 게임의 캐릭터들은 전체적으로 8등신의 체형과 화려하고 수려한 외모를 지녔으나 실제적으로 커스터마이징 시스템을 통해 캐릭터의 외모를 크게 변형할 수 있었다. 이는 캐릭터에 고정적인 아이덴티티를 각인시키는데 장애를 주는 요인이라고 생각 된다. 또한 MMORPG의 특성상 플레이어의 행동이 곧 스토리가 되기 때문에 캐릭터에 고정적인 스토리가 없는 것 또한 캐릭터의 아이덴티티 구축에 장애요인이 될 것으로 사료된다.

3.4 OSMU 성공 케이스와 MMORPG의 캐릭터 비교

현재 서비스 되고 있는 최근의 인기 MMORPG의 캐릭터를 분석해 본 결과 종전에 성공한 캐릭터와 일정한 차이점이 나타났다.

[표 4] OSMU 성공 케이스와 MMORPG의 캐릭터 특성 비교

	성공한 캐릭터	MMORPG의 캐릭터	비고
체형	SD	8등신	실제 같은 체형보다 아기와 같은 체형을 선호함
표정	해악적	사실적 미형	비사실적이고 해악적 표현 선호
동작	단순함 과장적	다양함 과장적	단순화된 동작이 선호 되어짐
성격	유	무	캐릭터 성격이 필요
스토리 및 세계관	명확	불명확	성격을 표현할 스토리가 주요함
이미지	캐릭터 별 특성이 존재	화려하고 수려한 일관된 이미지	아름다운 점 이외에 캐릭터만의 개성 표출이 필요

MMORPG의 OSMU 장애요인으로는 첫째. 게임 몰입 유도를 위한 사실적 표현을 들 수 있다. 최근의 게임은 보다 사실적인 가상공간을 구축함으로써 게임유저에게 보다 깊은 몰입감을 제공함으로써 게임의 재미를 극대화 시키고 있다. 그러나 이는 OSMU의 차원에서 볼 때에는 단순한 구조의 캐릭터보다 캐릭터의 형태나 구조들을 기억하는데 사실적인 묘사가 불리하다.

둘째. 유저를 배려한 자유로운 캐릭터 커스터마이징 시스템이다. 이는 게임 유저의 자기 애성과 자기 표현을 이루어 시스템으로써 게임의 몰입감과 동질감을 일으켜 게임의 재미를 불러일으키는 요소 이지만, 캐릭터의 조형적 아이덴티티 구축에서는 치명적인 요소로 보인다. 캐릭터가 어떠한 특정한 기표를 유지하지 않고 조정하는 사람에 따라 캐릭터가 변화 하므로 고정된 아이덴티티가 형성 될 수 없다.

셋째. MMORPG의 자유로운 스토리이다. MMORPG에서는 캐릭터를 형성하기 위해서 필요한 요소 중 하나인 스토리와 세계관 중 세계관은 존재하되 캐릭터에 뚜렷한 개성적 스토리가 존재하지 않는다. 이유는 게임 상의 캐릭터는 게임 유저의 아바타로써 유저가 경험하는 사건이 캐릭터의 스토리와 같기 때문이다. 따라서 고정된 스토리가 존재 할 수 없고 캐릭터에 대한 일관된 아이덴티티가 구축될 수 없다. 위의 OSMU의 세 가지 장애요인은 게임의 재미를 위해서 불가피하게 적용되는 경우로 해석된다.

4. 결론

본 논문에서는 OSMU를 위한 온라인게임캐릭터의 활용을 위해 캐릭터가 만들어질 때 고려해야할 조형적, 기호적, 아바타적 속성을 이해하고 이를 통해 성공한 게임캐릭터와 현재 온라인게임캐릭터를 비교분석해보았다. 이를 통해 현재 인기를 끌고 있는 온라인게임캐릭터와 기존의 성공한 게임캐릭터 사례에서 나타나는 차이를 알 수 있었다.

향후 연구 방안으로는 설문을 통한 게임캐릭터의 아이덴티티에 대한 실증적인 연구 및 실제 적용에 관한 내용이 더 이루어져야 할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

[1] 이제, 경병표, 유석호, 이완복, “게임캐릭터의 아이덴티티 개선방안”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol. 11 No.2, 2011.

[2] “대한민국 2010 게임백서”

[3] 정광태, “캐릭터 디자인을 위한 감성 및 선호 분석”, Journal of the Ergonomics Society of Korea, Vol.26, No.1 pp.63-69, 2007.

[4] ScottMcCloud, UNDERSTANDING COMICS, Kitchen Sink Press, 1993.

[5] 이향재 조성태 “온라인 게임에서 나타난 가상현실의 커뮤니티와 아바타에 관한 고찰”, 한국디자인포럼, Vol.26, 2010.

[6] 오현주, “게임캐릭터 디자인의 조형성에 관한 연구”, 홍익대학교 광고홍보대학원 석사 학위논문, 2004.

[7] 정석호, “관상학에 기반한 캐릭터 커스터마이징 시스템”, 공주대학교 대학원 석사논문, 2011.

[8] 한국게임산업개발원, “2005대한민국게임백서”, p.639, 2005.

[9] 라프 코스터, “재미이론”, 디지털 미디어 리서치, p56, 2006.

[10] 유안나, 명계수, “팬시 캐릭터의 시각적 연상에 대한 기호학적 연구”, 일러스트레이션 포름, vol.18 NO.-, p.69-78 2009.

[11] 이제, 경병표, 유석호, 이완복, “게임캐릭터의 아이덴티티 개선방안”, 한국콘텐츠학회논문지, vol.11 No.2, 2011.

김 남 재

- 2010년 : 공주대학교 게임디자인학과(게임디자인학사)
- 2010년 : 공주대학교 게임디자인학과 일반대학원(게임디자인학 석사 입학)
- 관심분야: 게임디자인, 캐릭터 디자인
- E-Mail : zesyca@kongju.ac.kr

이 동 열

- 1997년 : 충남대학교 산업미술학과(예술석사)
- 2004년 : 일본 큐슈예술공과대학원 예술공학과 정보전달전공(예술공학 석사)
- 2011년 : 공주대학교 게임디자인학과 교수
- 관심분야 : 게임디자인, 캐릭터 디자인
- E-Mail : ezer@kongju.ac.kr