Journal of Digital Convergence
Vol. 17. No. 10, pp. 417-426, 2019
ISSN 1738-1916
https://doi.org/10.14400/JDC.2019.17.10.417

게임 원작으로 만든 영화 콘텐츠의 흥행성 연구

왕수[1], 이태훈[2*]
[1]경희대학교 디지털콘텐츠학과 석사과정, [2]경희대학교 디지털콘텐츠학과 교수

Study of films marketing made from original games

Shu Wang[1], Tae-hoon Lee[2*]
[1]Student, Division of Digital contents design, Kyung-hee University
[2]Professor, Division of Digital contents design, Kyung-hee University

요 약 본 논문의 연구 목적은 게임 원작으로 만든 영화의 흥행 환경을 비교하여 게임 원작으로 만든 영화의 흥행 성공과 실패를 분석하고 좋은 게임원작 영화를 만드는 데 필요한 요소를 도출해내는 것이라고 할 수 있다. 구체적 인 분석 콘텐츠는 <워크래프트: 전쟁의 서막>, <앵그리버드>, <툼레이더>로 게임을 리메이크한 영화의 구체적인 성공과 실패 요소에 대해 연구하였다. 연구를 통해 분석된 내용으로는, 관객층은 게임 팬층과 비게임 팬층으로 나누어 질 수 있고, 영화를 만들 때 양쪽에 대한 기대심리를 어떻게 반영하느냐가 영화를 만드는 중요한 요소라는 것이다. 또한 다른 주제관과 다른 스타일과 장르의 게임을 영화로 리메이크시 천편일률적인 동일한 방식으로 만들 수는 없고 융통성 있는 다양성과 매니지먼트가 필요하다. 무조건적인 게임의 시나리오 화나 영화의 게임전환은 대중에게 인기를 얻을 수 없으며 구체적인 타겟 대상 관중에 대한 분석이 매우 중요하다고 할 수 있다.

주제어 : 게임 원작영화, 기대심리, 흥행요소, 리메이크, 전환

Abstract The purpose of this study is to analyze the success and failure of the movie made by the original game by comparing the box office environment of the movie made by the original game and to derive the necessary elements to make a good original movie. The specific analytical content studied the specific successes and failure factors of the remake of the game with <Warcraft: beginning of the War>, <Angry Bird>, and <Tomb Raider>. Analyzes of the research show that the audience can be divided into game fan and non - game fans, and how to reflect the expectation on both sides of the movie is an important factor in making the movie. Also, games of different styles and genres from other themes can not be created in the same way as remixing movies, but flexible diversity and management are needed. Unconditional scenarios of games or game switching of movies can not be popular among the public, and it is very important to analyze specific target audiences.

Key Words : Game-based movies, marketing point, transition, remake

1. 서론

1.1 연구목적

1895년 프랑스 파리의 한 카페에서 뤼미에르 형제는 <리옹의 뤼미에르 공장을 나서는 노동자들>을 상영하면서 영화의 탄생을 알렸다. 지금까지 영화는 100년이 넘는 역사를 자랑하며 오늘날까지 과학기술 발전과 기술 진보를 수반하여 끊임없이 진화해왔다.

1961년, 매사추세츠 공과 대학교의 대학생들은 여가 시간의 활용을 위해 가상 우주선이 우주공간에 사격하는 게임을 만들어 우주 전쟁<Space War>이라는 이름을 명명했다. 이것은 인류 역사상 최초의 전자 게임이라고 할

*Corresponding Author : Tae-hoon Lee(thlee1401@empas.com)
Received July 30, 2019 Revised September 18, 2019
Accepted October 20, 2019 Published October 28, 2019

Fig. 1. picture of game < battlegrounds >

Fig. 2. poster of movie, star wars 8: the last jedi

수 있는데 이어 과학 기술의 발전에 따라 닌텐도, 쏘니, 아타리 등을 위시한, 다양한 아케이드 게임 등이 등장하게 되었다. 이렇게 게임은 개개인의 생활 속에 여가선용 요소로서 위상이 높아져왔다고 할 수 있다. 현재 가장 인기 있는 게임 중 하나인 <배틀 그라운드> 게임 플랫폼 STEAM에서 판매량은 대략 4000만개를 초과하여, 이 게임의 STEAM 정부 판매 가격은 40달러이며, 2017년에 가장 핫한 <배틀 그라운드>의 판매량은 10.548억 달러로 미국 본토와 전 세계에서 2018년도 최고의 히트 게임으로 등극했다. 영화 산업에서 2017년 흥행 1위였던 <스타워즈8: 라스트 제다이>의 세계흥행 총소득은 위의 절반 수준인 5.172억 달러였다. 이러한 마케팅환경의 변화는 할리우드 영화 프로듀서들의 관심을 유명한 게임으로 돌려놓게 되었으며 동명의 게임을 리메이크한 영화를 내놓는 결과를 낳게 하였다. 게임 개발업체 역시, 영화 산업으로 사업의 범주를 넓히며 게임 속 장면과 스토리를 스크린에 옮기며 게임 산업과 영화산업의 상호 작용과 융합 추세는 이미 더욱 분명해졌다.

1993년부터 게임의 성공을 기반으로 리메이크된, 영화 <슈퍼마리오>가 처음으로 탄생한 이후, 영화는 소설 , 희극, TV, 만화 라디오뿐만 아니라. 게임도 영감을 찾는 원천으로 활용하게 되었다. 하지만 오랜 세월 동안 영화관객들이 컴퓨터 게임에 진지한 관심을 보이지 않아왔기 때문에 영화산업 또한 컴퓨터 게임의 리메이크에 대해 오랜 시간 동안 관심을 가지지 않아왔다[1]. 그러나 최근 몇 년 동안, 게임 산업에 대한 괄목할 만한 대중의 관심에 편승하여 할리우드는 꾸준히 동명의 컴퓨터 게임을 리메이크한 영화를 선보이면서 게임을 원작으로 한 영화가 하나의 영화 창작의 새로운 현상으로 자리매김하기에 이르렀다.

본 연구의 논제는 바로 오늘날 게임 원작영화의 원천적인 동기가 만들어진 유래에 대한 고찰이라고 할 수 있는데 과거, 게임 <워크래프트 3>가 처음발매 당시 깊이 있는 문화적 기반을 갖춘 백 그라운드 스토리를 바탕으로 풍부한 스토리 요소들로 구성되어 키보드와 마우스를 잡은 유저가 마치 전쟁 속 지휘관이 된 느낌의 착각을 일으킬 수준의 환상적인 경험을 향유케 하며 매니아 층을 창출하게 되었다[2]. 이후 많은 게임유저들을 매료시킨 <톰 레이더>, <레지던트 이블> 등 당대의 MMORPG 게임 대작은 추후 영화로 리메이크되어 상영 시 게임 속 인지도가 높은 캐릭터였던 로라, 구르단 등의 역할로 쉽게 환호와 친밀감을 얻게 되는 계기가 된다.

어린 시절 기억 속의 게임 장면과 캐릭터들을 성인이 된 후 영화 스크린에서 조우하는 기묘한 경험의 제공이 바로 게임원작 영화의 성공적 흥행에 큰 역할을 했다고 볼 수 있는 이유도 여기에 있다고 할 수 있다.

이렇듯 게임을 리메이크한 영화는 상업적인 측면 외에도 게이머들에게는 어린 시절의 놀이 경험을 재연하는 의미로도 자리매김하게 되었다. 현재까지 게임을 리메이크한 영화들이 많이 주목받고 있지는 못하지만 여전히 큰 반향과 함께 대중적인 화제가 되는 이유가 여기에 있다고 할 수 있다.

이와 같은 기대에도 불구하고 흥행성적은 그리 좋지만은 않았다고 볼 수 있는데, 현재까지는 게임을 영화로 리메이크한 흥행 성공작은 극히 드물고 적은 편이다. 2016년에 상영된 영화 <워크래프트: 전쟁의 서막>은 1.6억을 투자하였고, 총 4.33억의 흥행 소득을 달성하였으며 또한 같은 해 상영된 영화 <앵그리 버드>의 예산은 7300만이였고, 3.5억의 흥행 소득을 달성하였다[3]. 그러나 이 두 편의 영화 외에 대부분의 게임 원작 영화들은 투자비용은 많았지만 흥행수입은 적은 등 손익분기점을 넘기기가 힘들었다. 본 논문의 세부 연구 질문은 '게임 고전 작품이 영화로 리메이크된 후 흥행이 쉽지 않은 이유는 무엇인가?'

로 이를 분석 하는 데 있다.

Fig. 3. poster <war-craft : the beginning of war>

1.2 연구내용 및 연구범위

위와 같은 관점에서 본다면, 게임을 리메이크한 영화는 부가적인 매력과 장점을 지니고 있다고 볼 수 있는데, 게임 애호가들이 스크린에서 자신이 선호하는 게임 속 가상의 캐릭터들을 인지도 높은 인기 배우로 다시 볼 수 있다는 점이다. 게임을 리메이크한 영화는, 게임에 충성도가 높은 팬들을 스크린 앞으로 인도하는데 있어 국경을 넘어 문화적인 진입장벽이 매우 낮으며 또한 상대적으로 인지도가 낮은 신인들조차도 주인공으로 설정할 수 있는 장르의 영화라고 할 수 있다. 이렇듯 게임 팬들이 게임에서 얻은 만족을 다시 영화에서 확인되는 동시에 영화를 처음 보는 관객이 게임 속 주인공이 될 수 있는 스토리텔링에 매료시킬 수 있는 것이다.

그럼에도 불구하고, 특수효과나 특수촬영 등 디지털 영상기술이 괄목할만하게 발달한 오늘날에도 대부분의 게임을 리메이크한 영화라고 해서 무조건적인 성공을 거두지는 못하였다. 본문에서는 <워크래프트: 전쟁의 서막>, <앵그리 버드>, <툼 레이더> 시리즈를 테마로 삼아 게임을 리메이크한 영화의 성공과 실패에 대해 연구 분석하였다.

1.3 선행연구

게임을 리메이크한 영화는 최근 몇 년 동안은 산업체내에서 화두의 대상이 되지 못하였지만 이를 연구하는 문헌들은 꾸준히 발표되고 있다. 본문은 두 편의 중국 논문 '게임을 리메이크한 영화에서 전자게임과 영화의 협동 및 융합 사례분석연구-<마극사 패은(马克思·佩恩)> 게임과 영화를 중심으로'와 '게임과 영화적 측면에서 영화와 게임의 리메이크 분석연구' 등의 석사 학위 논문을 참고하였다. 또한 한 편의 국내 논문 '게임 원작의 영화화에 대한 연구-(동서대학교 대학원)'을 참고하였다. 이를 바탕으로 마케팅적인 관점에 있어 게임원작을 리메이크한 영화의 흥행실패 이유를 분석, 연구하였다. Table 1을 보면 최초의 게임원작 영화인 마리오를 시작으로 지난 25년간 게임을 원작으로 한 영화들의 흥행성적을 알 수 있다[4].

Table 1. The films origins by game

Game adapted from the film							
order	time	Film Name	Cost	box office	IMDB	Game type	Producer
1	1993	*Super Mario Bros*	48million	20million	4	RPG	Nintendo
2	1994	Street Fighter	35million	33.42million	3.7	FTG	CAPCOM
3	1995	THE KING OF FIGHTERS	20million	120million	5.8	FTG	SNK
4	1997	Mortal Kombat: Annihilation	30million	51million	3.7	FTG	SNK
5	1999	Wing Commander	30million	10million	4.2	SLG	wing commander saga
6	2000	Dungeons & Dragons	36million		3.6	MMORPG	Wizards of the Coast
7	2001	Lara Croft: Tomb Raider	115 million	275million	5.7	A.AVG	EIDOS
8	2002	Resident Evil	35million	120million	6.7	AVG	CAPCOM
9	2003	Room of Death	7million	10.24million	2	STG	SEGA
10	2004	Lara Croft Tomb Raider: The Cradle of Life	95million	156million	5.4	AVG	EIDOS
11		Resident Evil: Apocalypse	45million	130million	6.1	A.AVG	CAPCOM
12	2005	Doom	60million	55million	5.2	STG	IDsoftware
13		Alone In The Dark	20million	17.8million	2.3	AVG	ATARI
14		House of the Dead 2	6million		3.8	STG	SEGA
15		BloodRayne	25million	3.6million	2.9	ACT	TERMINAL REALITY
16	2006	Silent Hill	50million	100million	6.6	A.AVG	KONAMI
17		DOA: Dead or Alive	21million	7.5million	4.8	FTG	TECMO
18	2007	Like a Dragon	20million	100million	6.3	ACT	SEGA
19		In the Name of the King: A Dungeon Siege Tale	60million		3.8	RPG	GAS POWERED GAMES
20		BloodRayne II: Deliverance			2.6	ACT	TERMINAL REALITY
21	2008	Resident Evil: Extinction	45million	150million	6.3	AVG	CAPCOM
22		Max Payne	35million	85million	5.4	STG	REMEDY ENTERTAINMENT
23		Mysterious Island	30million		3.1	FPS	CRETEK
24	2009	Street Fighter: The Legend of Chun-Li	50million	12.8million	3.7	FTG	CAPCOM
25	2010	Čovek sa gvozdenom pesnicom	35million	<1million	4.8	FTG	NAMCO
26		Prince of Persia:The Sands of Time	200million	336million	6.6	ACT	Ubisoft
27		Resident Evil: Afterlife	60million	296million	5.9	AVG	CAPCOM
28	2011	Red Faction: Origins			5.2	ACT	
29		BloodRayne 3: The Third Reich			3	ACT	TERMINAL REALITY
30	2012	Silent Hill: Revelation 3D	20million	52.3million	5.1	AVG	
31		Resident Evil: Retribution	65million	240million	5.4	AVG	KONAMI
32	2014	Need for Speed	66million	200million	6.5	RAC	CAPCOM
33	2015	Hitman	35million	82million	5.7	ACT	IO Interactive
34	2016	Warcraft	160million	433million	7	MMORPG	Blizzard
35		Angry Birds	37million	350million	6.3	PUZ	ROVIO
36		Ratchet and Clank	20million	8.78million	5.6	ACT	SCE
37	2017	Resident Evil: The Final Chapter	40million	210million	5.8	AVG	CAPCOM
38		Assassin's Creed	125million	230million	6.1	A.ACT	Ubisoft

2. 이론

2.1 게임 원작으로 만든 영화의 1.0시대

1993년은 게임을 리메이크한 영화의 원년으로 기록되고 있는데, 이 해에는 두 편의 영화가 상영되었으며, 그 중에서도 영화 '슈퍼마리오'가 돋보였었다. 1985년의 미국에서 게임 디자이너 일본인 미야모토가 연구하고 개발한 <슈퍼마리오>게임이 처음으로 판매되기 시작하였고 이 게임은 미국에서만 총 4000만 세트가 팔렸다. 당시에 미국 가정에는 대부분 NES(컨트롤러) 플레이어들을 한 세트씩 갖고 있었으며 <슈퍼마리오>는 이를 통해 미국에서 새로운 게임 시대를 여는 계기를 마련하게 되었다. 1990년 11월, 슈퍼 닌텐도가 마리오 시리즈 제4작 <슈퍼마리오>와 함께 판매되기 시작하였고 이듬해 이 게임은 초임(超任)과 함께 미국에서 판매량이 1400만 세트를 넘어섰다[5]. 이와 같은 여세를 타고 1993년 4800만 달러를 투자한 영화 '슈퍼마리오'가 상영되었고 출연 배우가 아카데미상 후보

로 지명되었지만 당시 게이머들은 동화 같은 게임을 판타지 영화로 리메이크되는 것을 정서적으로 용납할 수 없었다. 캐릭터의 환원도가 너무 낮고, 영화 속 줄거리와 원작 게임의 스토리는 전혀 관계가 없었다. 유일한 유사점은 단지 주인공의 이름이 같았다는 것이다. 이 모든 것은 그 해에 가장 주목을 받았던 게임인 동풍이 의도적으로 게이머들을 위해 만든 게임원작 영화 흥행에 실패하게 만들었다.

영화 '슈퍼마리오'제작에 투입된 4800만 달러의 투자액은 1993년에 이미 매우 높은 금액에 해당되는데 이것은 아마도 영화제작사가 게임 자체가 인지도가 높고, 닌텐도를 구매한 게임 플레이어들은 모두 잠재적인 관객이 될 것이라 판단했기 때문일 것이다. 하지만 결과적으로 게임에 익숙하지 않은 영화사는 게임 게이머들이 공감할 수 없는 스토리와 구성으로 작품의 평판을 엉뚱하게 만들어 지금까지 IMDB(Internet Movie Database, 인터넷 영화 데이터베이스)에서 영화 '슈퍼마리오'는 평점 4에 그쳐 평판과 흥행에 모두 실패한 작품으로 낙인 되었다.

그 뒤를 이어 게임을 영화화한 사례를 살펴보면 1994에는 영화 '고릴라즈'와 1995년에는 '모탈 컴벳'이 탄생하였다. 1994년, 유니버설 스튜디오가 제작한 영화 '고릴라즈'의 영화 투자액은 3500만 달러, 북아메리카 흥행 소득은 3342만 달러, 세계 흥행 소득은 9942만 달러, IMDB 평점은 3.7이었으며 1995년, 라이온스 게이트 엔터테인먼트에서 제작한 영화 '모탈 컴벳'의 영화 투자액은 2000만 달러로, 북아메리카 흥행 소득은 7045만 달러, 세계 흥행 소득은 1.2219억 달러, IMDB의 평점은 5.8이었다[5].

이 두 영화는 공통점이 많은데, 모두 당시 최고의 흥행 게임 이였으며 90년대 할리우드에서 가장 유행했던 쿵푸 영화로 리메이크 하였다는 점이다. 두 영화의 투자액은 모두 그다지 높지 않았지만 제작 규모상 할리우드의 메이저 영화사였으므로 결국 상대적으로 높은 흥행수익을 기록하였다.

또한 두 영화의 다른 점을 다시 살펴본다면 영화 '고릴라즈'의 IMDB평점은 단 3.7점이다. 유명한 벨기에 배우 상거 윈턴 이 주인공이었지만 영화의 줄거리가 단순하며 평범한 몇몇의 전쟁 액션 씬을 제외하고는 별다른 관전 포인트가 없었다. 한편 영화 '모탈컴벳'의 IMDB평점은 5.8점이며, 영화 '고릴라즈'와 마찬가지로 쿵푸 액션에 장르적 중점을 두었다. 하지만 원작 캐릭터와의 등장인물의 조형적 유사성과 광고 포스터의 환원도가 높은 등 원작에 충실한 관계로 게임 팬들의 이목과 관심을 크게 집중시켰다. 그 해 두 주간의 북아메리카 박스오피스 수위를 수성하는 등의 기록을 통해 대중의 인정을 받았었다는 것을 알 수 있다.

이와 같이 게임원작으로 만든 영화는 일반 영화와 상당 부분 다른 흥행적 특별요소를 지니고 있다. 다른 상업영화 대비 보다 더 팬이 입소문을 결정하고 관객들이 흥행을 결정한다는 점을 알 수 있는데 이 두 영화를 보면 선택한 게임 유형은 당시 액션 영화 위주의 영화시장의 흐름에 영합하였다는 것을 알 수 있다. 비록 영화 '고릴라즈'의 IMDB는 단 3.7점에 불과했지만 상당한 흥행성적을 기록했다. 반면 영화 '모탈 컴벳'은 상업영화의 주류 영화적 스타일과 완성도를 만족시켰을 뿐 아니라 원작에 대한 환원도가 높으므로 입소문과 흥행에도 성공했다[6].

영화사는 전작의 흥행성공 여세를 몰아 1997년의 영화 '모탈 컴벳2'를 제작하였으나 1편보다는 큰 기대에 미치지 못하였다. 2009년 영화 '고릴라즈2'도 똑같이 흥행에는 실패하는 결과를 낳았다.

당시 이러한 영화들을 제작한 영화사들은 할리우드에서 2, 3급 수준이었는데 이는 1급 영화사는 게임 원작 영화를 제작할 만한 가치가 없다고 생각했기 때문이다. 그 시대의 게임 플레이어들의 주류가 미성년자로 영화 시장 소비의 주력이 아니기 때문이다. 언론의 여론 또한 게임에 대한 견해가 긍정적이지 않았다.

게다가 당시의 게임 플레이어는 게임을 리메이크한 영화를 게임의 별책부록 수준으로 치부하였고 이런 현상은 2001년 게임원작 영화 '툼 레이더'가 나타난 후 다소 호전되었다[7].

할리우드의 영화사는 영리하게 최고 IP를 선택하기 보단 영화 시장의 주류 장르에 맞는 게임 IP를 선택하는 것이 낫다고 생각하였으며 게임 IP를 설령 알맞게 선택한다 해도 게임 스토리를 말하기 어렵고, 게임 팬들의 공감을 얻기 어렵다고 판단하였다.

2.2 게임 원작으로 만든 영화 2.0시대

이 시기는 2001년 영화 '툼 레이더'의 개봉을 시작으로 게임을 리메이크한 시기를 말하며 이때부터는 더 이상 정상급 IP에 기대지 않고 장르적으로 할리우드 상업영화의 주류로 성장, 발전하는 모습을 보이게 된다.

2000년 이후, 1년에 1, 2 편씩 게임을 리메이크한 영화가 영화관에 진출하기 시작하였으며 이 기간에 찍은 게임 영화는 다음과 같은 특징을 지니고 있다. 매년 게임 영화가 상영되거나 비디오테이프, DVD 가 발행되기 시작하였는데 2000년 이전에 비해 그 영화의 수량이 배로 늘어나기 시작하였다. 리메이크된 영화는 기본적으로 지상파 게임에서 높은 인지도를 갖고 있는 작품이 많았고 그 중에는 영화 '툼 레이더', '레지던트 이블', '사일런트 힐', '데드

오어 얼라이브', '히트 맨 에이전트47' 등이 있었다. 이 작품들은 할리우드 상업영화의 유형에 장르적으로 부합된다는 특징을 들 수 있는데 액션, 판타지, 스릴러 등 영화관에 들어갈 수 있는 게임 영화는 완성도면에서 부족했었지만 여전히 주류영화로 평가 받았으며, 평점이 높은 작품들도 적지 않았다.

게임 원작 영화'레지던트 이블'은 지금까지 시리즈물이 모두 5 편이나 되며 후속 작이 나올 때마다 매 편의 투자액은 모두 상향되었고, IMDB평점은 점차 하락하였지만 흥행은 식지 않았다. 5편의 감독은 모두 동일 인물인 폴 앤더슨이었으며 그는 게임을 리메이크한 영화 1.0 시대의 영화 '모탈 컴뱃' 의 감독이며, 비교적 성공적으로 게임을 영화를 리메이크한 경험이 있다.

영화 '사일런트 힐'의 감독은 열렬한 게이머이며, 작가 또한 본 게임의 충실한 팬이었다. 그들은 게임의 줄거리를 활용, 그 구조와 언어를 영화의 표현기법에 맞게 하려 노력하였고 그로 말미암아 정교한 원작의 인물 캐릭터를 살리고 장면, 환경 또한 원작에 충실함으로써 이 영화는 결국 게임 영화 역사상 IMDB 최고 점수를 받을 수 있었다.

이어 감독, 작가를 교체한 영화 '사일런트 힐2'에서는 3D 콘텐츠 이었음에도 스토리 등이 팬들의 지탄에 시달리며 흥행실패라는 결과를 낳게 되었는데 이렇듯 전작의 성공이 무조건적인 후속작의 성공을 보장해주진 못하며 게임원작에 대한 상관관계를 절대 무시할 수 없다는 선례라고 할 수 있다. 특히 영화 '툼 레이더2'의 경우 제작을 위해 많은 비용을 투자하였지만 스토리는 팬들의 관심을 더더욱 받지 못한 예를 들 수 있다.

2000년대 초반, 할리우드의 주요 시나리오 작가와 감독은 모두 60-70 년대 태생들로 모두 게임 환경에 직접 경험이 없으므로 자연스럽게 만들어진 영화는 게임 IP 환원도면에서 팬들의 수요에 미치지 못하였다는 분석도 제기되었는데, 1.0시대부터 게임을 리메이크한 영화를 제작하는 영화사는 시종일관 게임 IP를 케이스로 삼아 그 영화의 줄거리를 게임과 전혀 어울리지 않게 만들었다. 흥행에서 성공했던 영화 '레지던트 이블'시리즈 또한 마찬가지였다[8].

당시의 게임 회사에 있어서 게임을 리메이크한 영화는 여전히 할리우드 영화사가 판권을 매입, 제작중이였으며, 게임 회사도 큰 불만이 없던 시기였다. 게임 영화는 항상 게임 팬들을 시청 주체로 간주하였다. 하지만 게임 회사는 독자적인 비즈니스에만 몰입하며, 게임 인구의 배당률을 영화시장에 보내주지 못하였다.

이 같은 상황은 마블 엔터테인먼트의 영화 시리즈가 탄생하기 전까지 이어졌다. 게임 회사, 영화사들은 드디어 영화에게 IP가 주는 상업적 가치를 높이 평가하기 시작했고, 게임 인구의 배당률은 영화 시장에서 폭발적으로 증가하게 되었으며 새로운 3.0시대를 불러일으켰다.

2.3 게임 원작으로 만든 영화의 3.0시대

2008년, 마블 엔터테인먼트가 구상한 영화 '우주'가 대중의 관심을 불러 일으켰다. 마블 엔터테인먼트가 출시한 이 영화는 원작을 그대로 이어갔을 뿐더러 인물 캐스팅과 줄거리 등 각 방면의 다양한 업그레이드를 하였다[12]. 영웅캐릭터를 더 미화시키면서 애니메이션 팬들의 흥미를 자아냈다. 애니메이션을 리메이크한 영화와 게임을 리메이크한 영화를 비교하면 애니메이션을 리메이크한 영화가 훨씬 완성도가 높다고 할 수 있다.

게임을 리메이크한 영화 3.0시대는 현재 진행 중인 단계다. 마블 엔터테인먼트에 이어 게임회사도 점차 영화 산업에 뛰어들기 시작하였다. 2011년에 유비소프트는 유비소프트 엔터테인먼트를 설립하였고 2015년에 액티비전 블리자드는 카니발에서 액티비전 블리자드 영화 및 TV스튜디오 설립을 선언했다. 2016년에는 게임을 원작으로 한 영화 '앵그리 버드'와 '워크래프트: 전쟁의 서막' 가 상영되었는데 같은 해 12월에는 '어쌔신 크리드'가 뒤를 이었다. 영화 '앵그리 버드'는 3.5억 달러의 흥행소득으로 3500만 달러의 투자금을 훨씬 상회하는 성공을 거두었으며 북아메리카 흥행의 참담함에도 영화 '워크래프트: 전쟁의 서막' 은 세계적인 흥행에 힘입어 4.12억 달러의 스코어를 만들어 냈다[9].

하지만 애니메이션을 리메이크한 영화 '어벤져스3'가 일주일 만에 세계 6.3억 달러의 흥행 소득을 기록한 것과 비교해보면 큰 성공이라고 말하긴 어렵다고 할 수 있다. Fig. 4를 보면 각 게임 세대별 특징과 발전상 등을 비교분석할 수 있다.

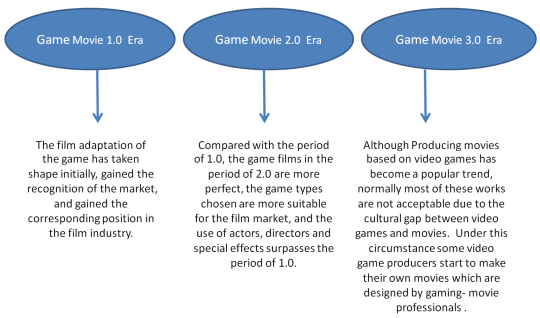

Fig. 4. The Development Stage of Movie Adaptation by Game

3. 본론

3.1 연구대상

본 논문에서는 영화 '슈퍼마리오', '앵그리 버드', '툼 레이더' 등 각 시대의 게임원작 영화의 흥행과 실패의 대표적 사례를 중심으로 분석을 하며 또한 영화와 게임 두 매체의 차이와 특징을 연구하며 성공과 실패 원인을 도출, 게임과 게임을 원작으로 한 영화의 상관관계를 분석하려 한다.

3.2 연구방법

같은 IP의 게임과 영화를 반복적으로 대비해서 영화 속 캐릭터, 시나리오 등의 환원 정도의 분석을 통해서 영화 실패원인을 도출해내고, 대량의 문헌을 읽는 방식을 통해서 게임 원작의 영화에 대한 자료를 조사한다, 이를 통해 게임 원작 영화에 필요한 조건을 찾아 보고자 한다. Fig. 5에 연구방법에 대한 세부 사항 등을 요약하여 전체적인 연구의 방향과 목적 등을 서술하였다.

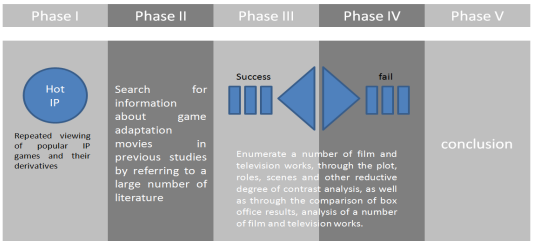

Fig. 5. diagram of research method

3.3 성공사례 분석

게임을 원작으로 만든 영화는 대부분 흥행 실적이 좋지 않다. 하지만 그 가운데도 성공사례가 존재하는 데, 예를 들면 영화 '툼 레이더'로 오늘날까지 대부분의 게임을 각색한 영화보다 모두 성공했고, 심지어 게임 중 가장 인기 있던 IP '월드 오브 워크래프트'의 북아메리카 간의 흥행도 '툼레이더1'의 성적에는 못 미친다. 영화 '툼레이더1'은 게임을 각색한 영화의 교과서라고 할 수 있는데 이 영화의 성공은 거대한 게임 팬 층에만 의존하는 것이 아니라 비영화 팬 관객들을 많이 유치했다는 것이다[10].

게임 장면, 주인공, 이야기, 고전 동작을 제외하고 기존 영화팬 층들의 기호를 고려하였으며 제작자들이 스토리를 파악하여 영화적 구조를 창출하였으며, 인물 형상의 톤과 매너 등을 감독이 영화화시키며 제어함으로써 관객들이 좋아하는 영화를 만들어냈다. 즉 게이머들의 감정을 배려하면서 동시에 게임을 해본 적이 없는 관객을 극장으로 끌어들이는 것이 필요하다는 사실을 도출한 것이다. 이것이 야말로 게임을 각색한 영화의 핵심이라고 할 수 있다.

영화 '툼 레이더'의 제작과정을 더 면밀히 분석해보면 본 영화를 게임으로 경험한 게이머로서 영화를 보고 있을 때, 가장 인상 깊었던 것은 게임으로 경험한 내용이 다른 방식을 통해 표현되었다는 것이다(Fig. 6 참고).

Fig. 6. protagonist in Tomb Raider

Fig. 7. highlight scene in Tomb Raider

이러한 관점에서 영화 '툼 레이더1', '월드 오브 워크래프트', '앵그리 버드'는 적절한 밸런스를 통해 시청자들의 공감을 얻을 수 있었다.

영화 '툼 레이더1'의 줄거리에서 기본적으로 원작을 존중하였는데 스토리는 여전히 주인공을 둘러 싼 모험을 중심으로 하는 서술되고 있음을 알 수 있다. 특히, 극중 캐릭터 '줄리'는 일련의 상징적인 더블 백과 탄알을 교체하는 동작을 펼칠 때 '로라'라는 것을 확신케 재현하였으며. 게임의 모든 장을 완벽하게 만들었다(Fig. 7 참고).

최신 영화 '툼 레이더'에서 이야기의 발전은 게임 속에 있는 10 개의 스테이지(stage)를 통해 진행되었고, 이를 통해 게임 팬 층을 만족시키는 것은 물론, 감독은 추억을 가미하여 모든 이야기를 연결시켜 서술하고, 이야기와 주인공의 설정을 모두 채웠다. 게이머가 아니어도 극장에 영화에 대한 관심을 품게 만들었다. 많은 관객들이 게임 '툼 레이더' 대해서 잘 모르지만, '줄리' 역의 '로라'가 용감한

여자 탐험가라는 것은 아는 것이 그 이유라고 할 수 있다. 이러한 '줄리' 캐릭터의 인지도는 게임 주인공에 대한 높은 리베이트를 영화에서 많이 올렸다.

다음의 분석대상은 영화 '앵그리 버드'인데 이 영화도 7300만 달러의 비용으로 3억 5000만 달러의 흥행수익을 올렸다. 게임을 각색한 영화 의 제작측면에서 '앵그리 버드'의 게임 캐릭터는 간단명료하고, 복잡한 이야기 배경도 없는 것이 쉽게 성공할 수 있는 이유 중 하나라고 할 수 있다. 주인공 캐릭터에 대한 리베이트를 살펴보면 이 세 가지 고전적인 새 모양 캐릭터를 것만으로도 '앵그리 버드'라는 것을 쉽게 알 수 있다[11].

Fig. 8. main character of movie 'angry bird'

Fig. 9. highlight scene that attacking of angry bird

그 다음은 게임 과정에 대한 리베이트인데, 게임에서 새총으로 새를 쏘아 녹색의 돼지를 공격해야 하는데 영화에서도 감독은 동일하게 새들이 녹색 돼지를 공격하는 과정을 완벽하게 리베이트 했다.

그 컬러풀한 작은 새가 큰 스크린에 익숙한 포물선을 그려 자신을 작은 돼지 섬에 던지고, 전체적인 3D 기술을 통해 천천히 낙하하는 모습을 통해 영화 속 유머를 창출해 내었다. 감독은 영화 속 판사의 발언을 통해 새가 날지 못하는 이유를 설명했다. 게임을 해본 적이 없는 관객들의 의문을 풀고, 또한 스토리를 통해 '왜 작은 새들이 녹색 돼지를 공격해야하는지'를 완벽하게 설명하고 있는 것이다.

다음 예인 영화 '월드 오브 워크래프트'는 성공과 실패를 겸비한 영화이다. 게임을 영화로 각색하는 부분에서는 비교적 성공한 영화라고 할 수 있다. 전 세계 흥행은 4 억 3300만 달러지만 북아메리카에서는 4000만 달러에 불과해 전체 흥행의 10% 에도 미치지 못하므로 성공과 실패를 겸비한 영화라고 볼 수 있다[12].

리베이트 측면에서 이 영화는 기본적으로 게임과 완전히 비슷한 캐릭터, 장면, 줄거리를 만들어냈다. 심지어 극에 대해 아무런 진전이 없는, 게임에서만 존재하는 물건도 감독은 세심하게 영화에 삽입하였다. 게임 플레이어로서 대다수 팬들의 마음을 사로잡을 수 있었다. 그러나 이 영화는 스토리텔링이 부족했다고 볼 수 있는데, 전체 월드 오브 워크래프트의 세계관에 대한 설명은 방대하지만 감독은 그 중의 일부분만을 선택하여 서술하였고, 다른 비교적 좋은 방식을 통해 인물 관계 설정하지 않기 때문에 게임을 하지 않는 많은 관객들은 인과관계 등에 대한 파악이 힘들었다. 이 또한 영화 '월드 오브 워크래프트'가 실패한 이유이다[13].

결론적으로 좋은 게임을 각색한 영화는 단순히 게이머나 비 플레이어의 편중된 기호에만 맞출 것이 아니라 양쪽이 모두 고려된 원작 게임을 리베이트 하는 기초에서 줄거리를 통해 독립적인 이야기와 감정이 풍부한 인물을 서술해야 한다.

3.4 실패사례 분석

실패한 게임을 원작으로 한 영화의 대표적인 작품을 분석하려면 아마 첫 게임각색 작품인 영화 '슈퍼마리오'를 언급해야 할 것이다. 1993년에 제작된 영화 '슈퍼마리오'의 제작비용은 4800 만 불 이었으며 단 2000 만 불의 흥행을 기록했다. 객관적으로 말하면, 비교적 완성도가 낮은 영화로 인물의 리베이트율이 지극히 낮다고 할 수 있다.

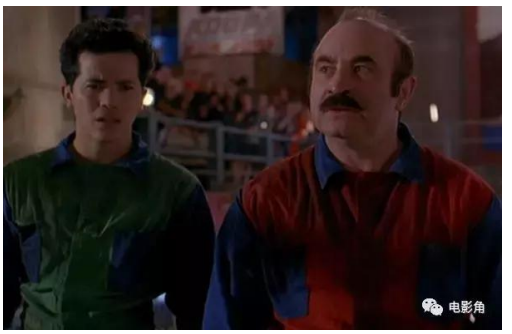

Fig. 10. main protagonist in movie 'super mario'

시나리오 작가들은 어린 시절의 추억을 담은 영화를 각색해 판타지 영화로 만들면서 원작 게임과는 이야기 라인의 연관성이 전무할 정도로 영화 전체적으로 게임과 유일하게 관련된 것은 캐릭터의 이름으로 사상 첫 실패를 기록한 게임을 각색한 영화라는 오명을 안게 되었다.

앞서 언급했던 영화 '월드 오브 워크래프트'도 미국의 게임회사 블리자드사의 게임 '월드 오브 워크래프트' 의 광적인 인기에 힘입어 제작된 영화이다. 이 영화는 전체 시리즈 1편들이 통상적으로 보여준 그대로의 작품이었다. 한국에서 영화 '월드 오브 워크래프트'의 관객 수는 단 110만 명에 불과했다. 우선 이 영화는 캐릭터에 대한 리베이트 외에 장면, 이야기 등 다른 여러 가지 요소들은 기본적으로 난해하게 제작되었다[14].

게임 팬의 관점에서도 이 영화는 팬 층의 관심을 제대로 잡지 못하였고 기본적으로 줄거리를 잘 인지하고 있는 많은 게임 팬들의 기대와는 달리 유창함을 추구한 나머지 전체적인 스토리의 대대적인 수정으로 게임 팬들에게 실망을 줌과 동시에 영화 팬 층에게도 만족감을 주지 못했다. 사실 이처럼 방대한 이야기를 두 시간으로 서술하는 것은 어려운 관계로 대부분의 줄거리를 수정하였다고는 할 수 있지만 게임을 해 본 플레이어들의 입장에서 봤을 때는 난해하다고 할 수 밖에 없다. 이렇게 게임 팬과 영화 팬들을 모두 만족시키지 못하게 된 것이 실패 요인이라고 할 수 있다. 보여주고 싶은 내용은 많지만 어찌해 볼 도리가 없다. 감독 및 제작진들은 <반지의 제왕 3부작>과 <왕좌의 게임>이 중세기 워크래프트와 과학기술이 공존하는 빅 월드를 어떻게 구축하였는지를 참고해야 할 것이다[15].

종합적으로, 영화를 각색한 게임의 실패는 단지 리베이트이나 시청자의 기호에 대한 문제가 아니며, 각색하는 과정에서 감독이 전체 영화를 압축하고 제어하는 능력이 부족하므로 게임을 각색한 영화는 실패할 수밖에 없었고, 게임 플레이어나 관객의 감정만을 고려하는 것은 역부족이며, 서로 이해함으로써 게임과 영화의 공감을 사야 한다. Fig. 11에서는 박스오피스를 통해 게임원작을 기반으로 한 성공사례의 분기점을 설명한다.

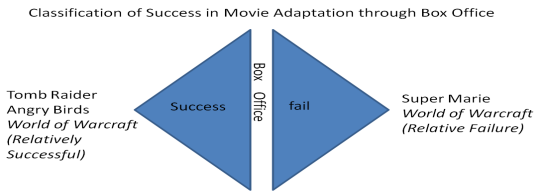

Fig. 11. Classification of Success in Movie Adaptation through Box Office

4. 결론

게임은 후발적인 독특한 문예 형식을 가진 하나의 새로운 매체라고 말 할 수 있다. 그 자체로 자신의 특색을 가지고 있으므로 게임을 영화로 각색할 때 관객들의 호응도, 시장의 반응, 예측할 수 있는 흥행 성적은 모두 작품을 가늠할 수 있는 기준이 될 수 있다. 이 기준이 항상 관객과 게임 플레이어들의 지지를 동시에 받을 수 없는 이유는 사실 양자 간의 패턴이 다르기 때문이라고 할 수 있다. 대다수 현재의 컴퓨터 게임의 스토리라인은 상당히 깊이가 없으므로 통상적으로 게임을 영화로 각색하는 경우 극적인 깊이의 추가가 항상 필요하다. 하지만 게임 플레이어들은 게임을 각색한 영화가 게임자체를 리베이트 하여 모든 원작콘셉트를 잘 살리는 것을 선호하며 비게임 플레이어 관객층은 영화가 영화적으로 완성도 높이 각색되어 관객들의 기대에 호응하는 것이라고 할 수 있다.

만약 게임 플레이어들의 기대만 너무 고려한다면, 게임을 각색 한 영화는 스토리 구조 설정에 있어서 작품의 깊이의 질이 크게 떨어질 것이며, 영화 관객의 수요를 지나치게 만족시키려 한다면, 게임 플레이어들은 게임을 원작으로 한 영화를 시청하려 하지 않을 것이다.

Table 2. analysis of success model in films

films	game of thrones	World of war craft	Tomb rader
strength	adaptation of drama	specify whole story	rebate of main character
weakness	fail to compress the story	not understandable story	dependence on character
oppotunity	potential game mania	potential game mania	potential game mania
threat	non-corporation	empiricism	non-corporation

이렇듯 실제적으로 게임을 영화로 각색한다는 것은 복잡한 과정이며, 게임을 영화 스크린에 어떻게 구축할 것인가는 무엇보다 게임제작진과의 협력이 중요하다.[16]

게임캐릭터를 재현한다는 관점에서 눈빛과 액션 등 게임 속 컴퓨터그래픽스의 세밀한 캐릭터 디벨로프먼트를 재현할 수 있는 게임 유 경험 연기자의 선정 또한 중요한 요소라고 할 수 있다. 단순히 패션과 액션에 의존하여 캐릭터의 성격을 리베이트하는 개념을 넘어서 게임에 대해 충분히 리베이트의 기초 위에 극적인 아트 디렉션의 설정이 필요하다고 할 수 있다.

또한 두 다른 매체로서 게임과 영화의 차이는 시점자체에서 다르다고 볼 수 있는데, 게임을 할 때, 유저는 주인공으로서 주체적 대입 감을 느낀다. 게임 자체가 전체 이야기를 경험하는 과정이며, 게임할 때 나타나는 긍정적인 기대와 긴장이 게임자체가 제공하는 유희라고 할 수 있다. 그러나 영화는 3인칭 관찰자 시점에서 주인공을 따라 줄거리를 공감하므로 관객은 직관적으로만 주인공과의 느낌 등을 공유하기 힘들다. 게임을 상업적인 관점으로 개조하고 그 예술성 등을 경시한다는 면이 게임을 원작으로 만든 영화가 보편적으로 가지고 있는 부족한 점이라고 할 수 있다. 영화는 심미성, 문화성, 예술성의 다양한 면을 내재하고 있다. 특수효과 등을 활용한 화려한 장면이나 감각적인 체험만 중시하고 개릭터의 깊이 있는 디벨로프먼트나 표현 등을 등한히 한다면 영화는 성공할 수 없으며 영화 고유의 클래스에 범접하기는 더욱 어렵다. 영화화된 스토리라는 공감적 관점에서 게임을 각색을 영화를 만들려면 영화 '툼레이더'와 같이 주인공의 목표나 세계관등을 간단명료하게 리베이트하고 선형으로 기술한다면 이해하기 쉽고, 게임 플레이어와 대다수 관객의 수요를 만족시킬 것이다.

또한 게임 <월드 오브 워크래프트>처럼 방대한 이야기 체인이 있다면 그 안의 일부분만을 보여줄 때 관객의 이해가 어려워진다. 그렇다고 비게임 플레이어를 위해 줄거리를 수정하면 대다수 게임 플레이어를 잃게 될 수도 있다. 이런 상황에서는 <왕좌의 게임>이라는 드라마를 모방 하는 게 현명할 수도 있다. 방대한 이야기 사슬을 조금씩 시청자에게 보여주어 가상 세계를 이해하게 만든다면 게임을 그대로 옮기는 것보다 현명한 판단일 것이다[14].

<왕좌의 게임>과 <월드 오브 워크래프트>의 같은 점은 다 대서사극으로 왕좌의 게임 같은 경우는 주인공 이 없이 만들었다, 다시 말하면, 왕좌의 게임은 다주인공 드라마이다, 매회는 4개나 5개 이상 다선형 서술 방식을 통해서 캐릭터들의 시나리오 선을 서로 교차하기 전에 각자의 배경을 자세하게 설명하고 있다. 방대한 시나리오를 다수의 작은 이야기로 나눠서 서술하면, 새로운 세계를 쉽게 구성할 수 있다, <월드 오브 워크래프트>와 같은 경우는 관객들에게 드라마 방식으로 서술하는 것은 영화보다 시나리오 부분을 더 잘 이해할 수 있다.

이와 같은 영화와 게임사이의 다양하고 심도 깊은 특성에 대한 이해와 분석이 전제되었을 때 게임 원작 영화는 다양한 계층의 관객에게 공감대를 얻을 수 있을 것이며 상업 엔터테인먼트 콘텐츠로서 성공을 할 수 있을 것이다. 이와 같은 토대 위에 보다 더 진화된 형태의 게임과 영화의 특성에 대한 연구가 게임 원작 영화의 효과적인 제작을 위해 집필 될 것을 기대하면서 향후 전통적인 장벽과 틀을 넘어선 퓨전 장르의 콘텐츠의 등장을 기대해 본다.

REFERENCES

[1] S. XIAOHAN. (2012). *On "Game" and "Movie" On Movie's Adaptation of Game,* Master Thesis, Nanjing Arts Institute, Nan Jing.

[2] FU RAN. (2010). *The Interaction and Fusion of Video Game and Film from the Perspective of "Game-adapted Movie": A Case Study of "Marx Penn" Game and Movie,* Master Thesis, Shanghai University, Shang Hai

[3] S. J. Park. (2011). *An Analysis of The Films Based On Game,* Master Thesis, Dong-seo University, Busan.

[4] Z. ZHIXIU. (2018). From "Super Mario Bros." to "Top Player" - The Tendency and Aesthetic Change of Game Adaptation Movies, Contemporary film, 8, 122-124.

[5] SOHU. (2017). The game has been adapted for 20 years, how has this market changed? SOHU(Online), http://news.mydrivers.com/1/524/524962.htm

[6] J. Y. Kim. (2013). *design study on animation in Korea : From cartoon animation character to animated character,* Doctoral Thesis, Konkuk University Graduate School, Seoul.

[7] H. HAN. (2018). *Video game adaptation film research,* Master Thesis, Shandong Art College, Jinan City.

[8] J. S. Park. (2019). *A Study on Marvel's Trans-media Story-world Building Strategy: Focus on 〈Avengers〉 Series,* Master Thesis, Hanyang University Graduate School, Seoul.

[9] S. Y. Park. (2010). Analysis of Factors for an animated movie box office, *The Korean Journal of animation, 6(4),* 23-37.

[10] Y. QING. (2018). *Research on Adaptation Strategy from Game to Movie,* Master Thesis, Zhejiang University, Hangzhou.

[11] L. SIRUI. (2017). The game is adapted into the development prospect of the film , Writing J905, 59-63.

[12] S. M. Cho. (2018). *Analyzing the female Superhero from the <X-men> series,* Master Thesis, Cheongju University Graduate School, Seoul.

[13] H. Jin & J. H. Lee. (2018). Study on Characteristics of storytelling structure in a marvel, *Cartoon & Animation Studies, 52,* 117-131.

[14] Y. J. Lee. (2017). *Superhero film's storytelling,* Doctoral Thesis, Hanyang University Graduate School, Ansan.

[15] The fire wheel. (2018). Film made of the original game, ZHIHU. https://www.zhihu.com/question/57779810

[16] LIMING. (2017). *Research on the Conversion of Game IP to Film,* Master Thesis, Nanjing University of the Arts, NAN JING.

왕 수(WANG SHU) [정회원]

· 2013년 3월 : 경희대학교 디지털 콘텐츠학과 학부
· 2018년 3원 : 경희대학교 디지털 콘텐츠학과 대학원
· 관심분야 : 영화
· E-Mail : wangshu_1994@naver.com

이 태 훈(Tae-hoon Lee) [정회원]

· 2003년 9월 ~ 현재 : 경희대학교 디지털 콘텐츠학과 교수 임용
· 관심분야 : 영화
· E-Mail : thlee1401@empas.com