

<왕자영요>의 게임 캐릭터 디자인이 무형문화재 문화 기호에 미치는 파급효과에 대한 연구 - '광동 사자춤'을 중심으로 -

고개¹, 이동엽^{2*}

¹공주대학교 게임디자인학과 박사과정, ²공주대학교 게임디자인학과 교수

Research on the Communication Effect of Intangible Cultural Heritage Cultural Symbols by the Game Character Design in 'King of Glory ' : Focused on the 'Guangdong Lion Dance'

Kai Gao¹, Dong-Yeop Lee^{2*}

¹Ph.D. Dept. of Game Design, Kongju National University Country

²Professor, Dept. of Game Design, Kongju National University Country

요 약 인류가 역사의 긴 강에 남긴 소중한 자산을 무형문화재라 정의한다. 민족마다, 지역마다 삶의 방식이 다르기 때문에 만들어진 무형문화재도 제각각이다. 그러나 문화재의 지역적 특징을 전파하는 방식은 비교적 단일하다. 사회의 변천에 따라, 새로운 문화의 출현은 무형문화재의 전승 방법에 영향을 미쳤다. 게임 속 문화재를 활용한 캐릭터를 통해 새로운 방식의 문화재 전승 방법을 제시하고, 전통적인 보전 방법과 새로운 방식을 많은 사람들이 알 수 있도록 하는 것이 본 논문의 목적이다. 본 논문에서는 이 게임에서의 캐릭터가 무형문화재 '광동 사자춤 (广东醒狮)'에 대해 어떻게 혁신적인 디자인을 하는지 분석하였다. 무형문화재를 추출한 문화 기호를 게임 캐릭터 디자인에 추가해 온라인과 오프라인으로 캐릭터를 전파한다. <왕자영요>를 통해 '광동 사자춤'의 전통적인 방식의 디지털화를 전파하고, 현재 디지털 게임에서 무형문화재 문화 기호와 관련된 파급효과를 발굴하고자 한다.

주제어 : <왕자영요>, 무형문화재, 광동 사자춤, 게임 캐릭터 디자인, 문화 기호

Abstract The purpose of this paper is to express intangible cultural heritage through game character designs, and to inherit and spread intangible cultural heritage in a new way. This paper will analyze how the characters in the mobile game "King of Glory" creatively design the intangible cultural heritage "Guangdong Lion Dance". Extract the cultural symbols of intangible cultural heritage into the game character design, and spread the characters online and offline. Through the digital dissemination of "Guangdong Lion Dance" through the game "King of Glory", the relevant influence of intangible cultural heritage cultural symbol dissemination in current digital games is explored.

Key Words : King of Glory, Intangible Cultural Heritage, Guangdong Lion Dance, Game Character Design, Cultural Symbols

*Corresponding Author : Dong-Yeop Lee(popodean@kongju.ac.kr)

Received December 18, 2020

Revised January 19, 2021

Accepted February 20, 2021

Published February 28, 2021

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

게임은 인류 고전문화의 독특한 매개체로서 기술문명의 발전에 따라 새로운 융합 문화형태로 발전하여 왔다. 게임의 출현은 문화의 새로운 기록방식을 제공하였으며, 고전 매체와 달리 게임을 통해 주관적인 문화체험을 경험 할 수 있다[1]. 게임 산업은 사용자 수가 급속히 늘어나고 있어서 문화전파의 새로운 트렌드로 자리 잡고 있다[2]. 갈수록 많은 게임들이 디자인 과정에 문화 요소를 집어넣고 있다. 수많은 게임들의 치열한 경쟁 속에서 온라인 게임에 더욱 강력한 생명력을 부여하는 전통 문화적 요소들은 게이머들의 문화적 정체성뿐만 아니라 게임의 문화적 내실도 풍부하게 만들어 준다[3]. 게임<왕자영요王者榮耀[4]>는 발매 이후 많은 게이머들을 끌어 모았다. 이 가운데 전통문화 요소의 삽입이 이 게임의 중요요소 중에 하나이다. 캐릭터의 스킨 디자인에도 무형문화재의 문화기호가 많이 녹아들어 이들 무형문화재의 전파에 가치를 부여한다.

기호학 학자인 카시러(Cassirer, Ernst)가 말했듯이, 사람은 기호 동물이다[5]. 또한, 창조와 사용의 기호는 사람과 동물의 중요한 차이점 중 하나로, 사람이 사는 세상은 다양한 기호들로 가득 차 있고, 사람들은 기호를 이용하여 교류하고, 표현하고, 전파한다. 소쉬르(Saussure)의 구조언어학에서는 기호(Sign) 자체가 사람이 반작용 준비를 하도록 유도하는 자극적인 요소로서 '생각의 도구'라고 본다. 그것은 표시되는 형식(기표, signifier)과 그것이 나타내는 대상이나 의미(의의, signified)로 구성되며, 둘의 관계는 자의적이다[6]. 기호의 전파 과정은 사물과 이념, 뜻을 전달하는 것을 가리키는 과정이다. 게임 캐릭터 디자이너는 기획자와의 커뮤니케이션을 통해 기표와 의의를 도출하고 시각적 심미성을 추가하여 캐릭터를 디자인하여야 한다. 그 과정에서 기표는 무리 없이 수용자에게 전달되어야 하며, 이는 캐릭터의 아이덴티티를 구성할 수 있게 도와준다[7].

본 논문의 연구 목적은 게임<왕자영요> 적용된 무형문화재 '광동 사자춤'의 캐릭터 디자인에 대한 분석을 통해 <왕자영요>의 캐릭터들이 무형문화재 '광동 사자춤'에 대해 어떻게 혁신적인 설계를 하는지 연구한다. 또한 이 설계가 '광동 사자춤' 전파에 미치는 가치를 탐구하는 것이다. 마지막으로 무형문화재를 게임 캐릭터의 디자인에 통합하는 방법을 요약하고 제안하여 미래의 게임캐릭터 디자인에 무형문화재의 요소들을 통합하는 데 참고와 이

론적 근거를 마련하고자 한다.

1.2 연구범위 및 방법

게임 <왕자영요>는 중국의 텐센트(騰訊) 계열 회사인 티미(Timi, 天美)가 2015년 발매한 모바일 게임이다. 현재 중국판<왕자영요>, 해외 버전인 '5v5 아레나게임 5v5 Arena Game', 한국 버전인 '펜타 스톰 Penta Storm'이 있다. 본문 분석의 사례는 중국 버전의 게임 캐릭터에 적용된 사례이다[8].

본 논문의 연구 방법은 기존 논문의 요약과 정리를 통해 무형문화재 '광동 사자춤'을 파악하는 것이다. 조형과 색채 면에서 광동의 사자 무용 예술 특색을 총괄산하였다. <왕자영요>의 캐릭터에 해당하는 분류를 토대로 <왕자영요>의 게임 캐릭터에 나타난 무형문화재 문화기호를 분석한다. 마지막으로 게임 캐릭터 디자인 대 무형문화재의 전파 모델을 제시하고, <왕자영요> 캐릭터인 루반 7호가 '광동 사자춤'에 대한 전파방식을 분석해서 그 모델을 검증하고자 한다. 나아가서 <왕자영요>를 통해 '광동 사자춤' 무형문화재 형식의 디지털화를 전파하고, 현재 디지털 게임에서 무형문화재 문화기호의 전파와 관련된 파급효과를 발굴하고자 한다.

2. 무형문화재 '광동 사자춤'과 게임

<왕자영요> 개요

2.1 무형문화재 '광동 사자춤'

사자춤은 중국의 우수한 민간 예술로, 남사자(南獅)와 북사자(北獅)의 구분이 있다. '광동 사자춤'은 중국 광둥(廣東)성 및 주변 지역에 전해지는 전통 민속춤으로, 주로 포산(佛山)시, 광저우(廣州)시, 쑤이시현(遂溪县)의 사자춤 문화를 가리킨다. '광동 사자춤'은 중국의 남(南)사자에 속하는 것이고 춤, 무술, 음악 등 예술을 융합하였다. 큰 행사와 축제 때마다 사자춤 공연을 볼 수 있다. 이런 경사스러운 분위기에는 재해 제거와 행운을 비는 사람들의 아름다운 염원이 걸려 있다[9]. 민속 문화의 관점에서 본 '광동 사자춤'은 스트레스 해소를 위한 건강상 가치, 눈과 마음을 즐겁게 하는 심미적 가치를 비롯해 관련 산업 내에서의 일자리 창출, 스포츠 산업 발전을 통한 경제적 가치를 내포하고 있다. 뿐만 아니라, 대내문화 전송, 민족응집력 향상, 중국문화의 대외전파, 중국내 화교와의 혈맥친화 관계를 돈독히 하는 문화적 가치도 가지고 있

다[10]. 2006년 '광동 사자춤'은 1차 중국 국가급 무형문화재명부에 올랐다.

조형 측면에 사자 머리 부분에 뿔이 하나 있고 이마가 앞으로 튀어나다. 사자의 눈과 입은 커 보이며 바깥쪽에는 솜털로 장식하였다. 사자의 코는 양쪽에 각각 솜털 구를 장식하고, 사자춤에 맞춰 솜털 구가 날렵하게 진동한다. 색채 측면에 '광동 사자춤'의 색채가 선명하고, 가장 고전적인 유비사자(刘备狮), 관우사자(关羽狮), 장비사자(张飞狮)의 얼굴 모양은 삼국시대 유비, 장비, 관우 등 세 사람의 전통 회화 검보(脸谱) 이미지를 본떠 만들며 유비 사자의 얼굴은 흰색, 노란색, 핑크색이며 장비 사자의 얼굴은 검은색, 관우 사자의 얼굴은 붉은색이다(표1).

Table 1. The Color of 'Guangdong Lion Dance'

Historical figures	Liu Bei	Guan Yu	Zhang Fei
Beijing Opera Faces			
Lion image of 'Guangdong Lion Dance'			

그러나 최근 몇 년간 '광동 사자춤'은 전파와 전승 면에서도 아래와 같은 문제에 부딪혔다. 첫째, 수많은 전통 기예와 마찬가지로 사자춤은 흥을 돋우는 공연으로 관객과 공연자들에게 대부분 정신적인 만족감을 준다. 그러나 갈수록 많은 젊은이들의 가치 관념이 시장화의 영향을 받고 게다가 외래문화의 충격까지 받아 '광동 사자춤'에 대한 인식이 점차 줄어들었다. 둘째, '광동 사자춤'의 발전은 대부분 중국 남방에 국한되었다. 따라서 사자춤 문화의 전파가 지역적 제한을 타파할 필요가 있을 뿐만 아니라, 시대의 발전과 대중의 심미에도 순응하여, 원초적인 기초 위에 새로운 시대의 요소를 더하여 혁신해야 한다.

2.2 게임 <왕자영요>에 캐릭터 분류

게임 <왕자영요>는 QQ와 위챗(WeChat)의 사교적 관계를 바탕으로 출시 후 2년 동안 각종 핸드 게임 시장에서 빠르게 차트를 점령하였다. 중국과 세계에서 폭발적인 인기를 끌고 있다. 또한 <왕자영요>는 특별히 앱 '킹스 캠프 CAMPS OF KINGS [11]'를 개발하였다. 이 앱에는 공식 발표되는 최신 게임 메시지는 물론 일반 사용자

도 게임에 대한 자신의 견해를 공유하고, 앱에 강의 동영상 올리고, 댓글을 주고받을 수 있다. 같은 게임에 대해서 서로 소통하는 '팬 서클'을 형성한다.

게임<왕자영요>는 2020년 9월까지 102개의 게임 캐릭터가 있다. 캐릭터의 원형을 따라 5가지로 나눌 수 있다. 가상인물, 유럽 인물, 중국 인물, 일본 무사 명가, 기타 게임에서 생겨난 인물이다(그림 1). <왕자영요>의 게임 캐릭터 중 중국 전통문화 관련 캐릭터가 78%를 차지하였다.

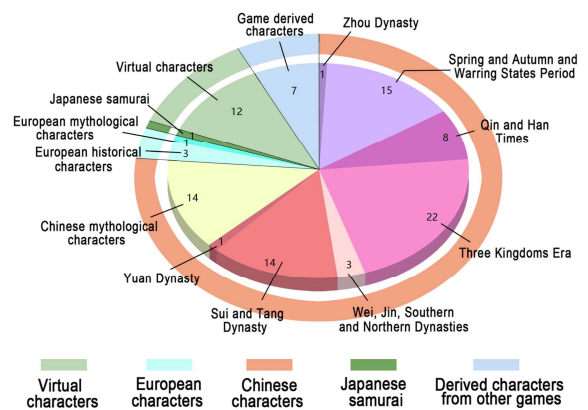


Fig. 1. 'King of Glory' Game Character Classification

2.3 <왕자영요>에서 게임 캐릭터의 무형문화재 문화기호 구현 분석

성공적인 게임 캐릭터 이미지는 기호학적 예술적 가치뿐만 아니라 국가 및 지역 문화 토템까지 갖추어질 수 있다. 이는 문화적 소통의 가치를 제공할 뿐만 아니라 문화적 보존과 상속에서도 일정한 가치를 제공한다[12]. <왕자영요>의 캐릭터는 역사 속 뛰어난 인물과 신화적 이야기의 소재를 많이 사용했을 뿐만 아니라, 최근 몇 년간 적지 않은 스킨 디자인 역시 무형문화재 문화 기호 요소를 적용하였다. 예를 들어 캐릭터 항우(项羽), 우희(虞姬)의 스킨인 '패왕별회'가 경극 명곡 <패왕별회(霸王别姬)>에서 취재하고, 캐릭터 몽기의 스킨인 '판다 영영'은 무형문화재인 쓰촨 변얼굴(川剧变脸)에 녹여내고, 캐릭터 루반 7호의 스킨인 '사자춤 동방(狮舞东方)'에 무형문화재 '광동 사자춤' 녹였다. 이어 루반 7번 스킨 '사자춤 동방'이 어떻게 '광동 사자춤'을 캐릭터 디자인에 담았는지 자세히 분석한다.

루반 7호는 게임 <왕자영요>의 사수 형 영웅이다. 또한 이 캐릭터는 플레이어들에게 깊은 사랑을 받는다. 2020년 8월 25일 현재 앱 '킹스 캠프'의 '영웅 열도'에서

는 루반 7호의 사용률이 35%로 가장 높다. 2019년 6월 27일, 게임 캐릭터 루반7호는 새로운 스킨 '사자춤 동방'을 출시하였다. 캐릭터 루반 7호의 스킨인 '사자춤 동방'은 '광동 사자춤'에서 문화기호를 추출하여 게임 자체의 디자인 스타일에 맞게 새로운 기호들을 표현하였다. 이어서 새로운 기호 요소를 캐릭터에 가미하여 '광동 사자춤'의 특징을 게임 캐릭터에 반영하고 문화 전파의 목적을 달성하였다. 게임 캐릭터를 통해 '광동 사자춤'의 문화 기호에 대한 표현이고, 게이머들이 게임에서 '광동 사자춤' 이미지를 구축할 수 있도록 한 것이다(그림 2).



Fig. 2. The Character Luban No.7's Extraction of the Cultural Symbol of 'Guangdong Lion Dance'

조형적 측면에 사자의 머리는 가장 큰 남사자의 특징을 간직하고 있으며, 머리에 뿔을 가지고 있으며 전통 문양을 장식하고 있다. 사자의 눈이 크고 재기가 넘친다. 코는 간소화 디자인을 가지고 있다. 눈, 귀, 입가에 솜털이 덧대어져 있다. 캐릭터 바지는 사자춤 공연 의상도 그대로 재현하였다. 색채적 측면에 캐릭터는 관우 사자를 참고하였다. 주로 붉은색을 위주로 하고 그린, 노랑, 화이트, 골드, 블랙이 포인트 컬러이다. 또 주색인 붉은색은 경사스러움, 흥성함, 상서로움을 뜻하며 중국인이 가장 좋아하는 색상이다. 그래서 캐릭터 루반 7호는 전체적인 배색이 밝고 경사가 넘친다[12].

3. <왕자영요>의 게임 캐릭터 디자인이 무형문화재 '광동 사자춤'에 미치는 가치

3.1 <왕자영요>의 게임 캐릭터 디자인을 활용한 무형문화재 '광동 사자춤'의 전파 방법 구조 도출

이 같은 연구와 분석에 따르면<왕자영요> 캐릭터의 무형문화재 문화 기호의 설계 및 전파에 대해 그림3의 모델을 제시해 본다. 무형문화재의 문화기호를 게임 캐릭

터에 반영하여 디자인할 때 무형문화재의 조형요소와 색채요소를 추출하고 해당 요소들을 기호화하여 게임 자체의 디자인 스타일에 맞춰 새로운 조형요소와 색채요소를 형성하여 게임 캐릭터 디자인에 반영하였다. 또한 게임의 온/오프라인 전파를 통해 캐릭터를 노출하여 무형문화재의 전파에 도움이 됐다.

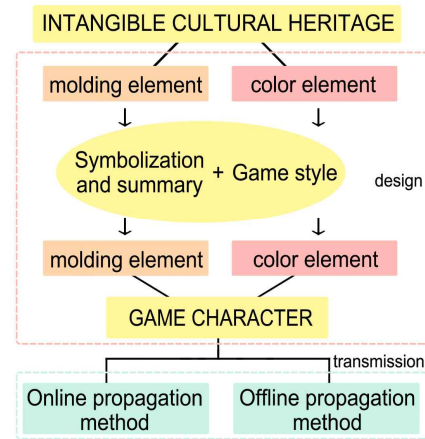


Fig. 3. A Model for the Propagation of Intangible Cultural Heritage Through Character Design

다음은 <왕자영요>의 게임 캐릭터 디자인이 무형문화재 '광동 사자춤'에 대한 온라인과 오프라인 전파방식을 분석할 것이고, 위 모델에 대해 검증한다.

3.2 <왕자영요>의 게임 캐릭터 디자인이 무형문화재 '광동 사자춤'에 대한 전파방식

3.2.1 온라인 전파 방식

중국에서 가장 먼저 출시된 모바일 게임으로서, <왕자영요>는 중국 최대 사용자층을 보유하고 있다. 게임 캐릭터 파생에 대해 <왕자영요>는 인터넷을 이용하여 이미 하나의 공식 사례를 만들었다. 관련 플랫폼, 1인 게임 미디어, 게임 KOL(Key Opinion Leader 주요 의견 리더), 프로 게임 유저가 함께하는 커뮤니케이션 행렬이다(그림4). 멀티미디어의 전파 경로를 포개어, 계획 있고 단계적으로 게이머와 대중들에게 그들이 얻고 싶은 정보를 전파한다[13].

또한 <왕자영요>의 캐릭터 발표에 대해서는 총 3단계로 나눠 예비 기간, 온라인 홍보 기간, 정착 기간으로 구분하였다. 예비 기간의 주요 목적은 일부 새로운 캐릭터에 대한 발표로 게이머들의 관심을 끌어내고 새로운 스킨에 대한 기대를 높이는 것이다. 온라인 홍보 기간은 집

중적인 보급 기간이다. 게임 플랫폼은 각종 미디어 자원을 동원하여 홍보할 것이다. 정착 기간은 신규 캐릭터 체험 후 1인 게임 미디어, 게임 KOL 등을 통해 캐릭터의 특징, 공략법 등을 공개하여 플레이어가 캐릭터 사용을 더 쉽게 할 수 있도록 한다.

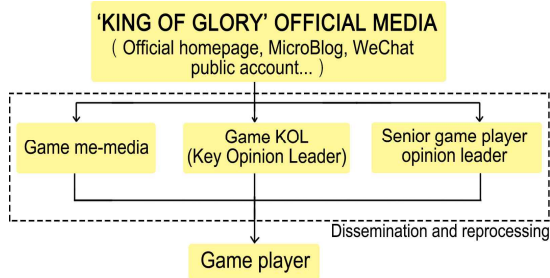


Fig. 4. 'King of Glory' Online Communication System

루반 7호의 새 스킨 '사자춤 동방'이 예비기간은 대개 2019년 6월 19일부터 시작되었다. <왕자영요> 공식발표 'S16시즌 한정스킨이 노출됐다'. <왕자영요> 공식 웨이보 (微博중국판 트위터) 2019년 6월 19일 16:03에 게재된 웨이보에서 2020년 6월 28일까지 '신랑 웨이보 데이터 분석 도우미 Micro Blog Data Analysis Assistant'를 이용해 분석한 결과, 이 웨이보는 총 리트윗 수 635 건 (이 중 853건 유효 리트윗), 댓글 수 3,785건, 좋아요 수 13,570건을 기록했다. 또 웨이보가 유포되는 동안 총 4 개의 리트윗 계층을 형성해 7,107,213명의 웨이보 사용자를 커버했다. 1단계 리트윗(공식 웨이보)은 모두 796 회로 전체 리트윗의 93.32%를 차지해 웨이보의 주요 전파력이다(그림 5). 또 다른 단계의 리트윗(웨이보 이용자)들은 게시물을 빠르게 퍼트렸다.

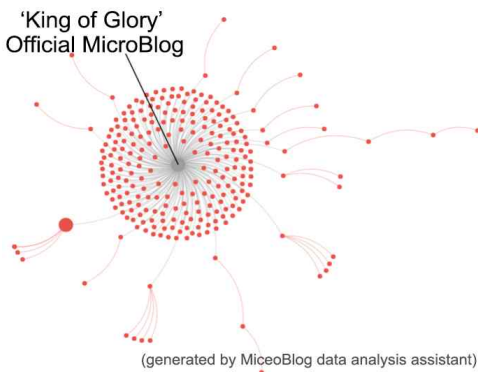


Fig. 5. Schematic Diagram of MiceoBlog Communication Node

6월 27일 루반 7호 스킨 '사자춤 동방'이 선을 보이자 각 게임 플랫폼이 리트윗을 하며 홍보에 나섰다. 7월 초 루반 7호의 스킨은 정착 기간으로 접어들었다. 7월 11일 270만 팬을 보유한 KOL '나나娜娜'는 앱 '킹스 캠프'에 루반 7호 공략법을 공개하였다. 8월 31일, Hupu E-sports(虎扑电竞)의 1인 게임 미디어 '乱乱乱'은 루반 7호를 평가하였다.

3.2.2 오프라인 전파 방식

성공한 게임 캐릭터는 거대한 산업 사슬을 감춘다 [14]. 2019년 8월 9일, 포산시 문화관광관광체육국과 텐센트가 공동 주최한 '왕자영요x포산 남해 사자춤 무형문화재 홍보 대사 신문창(新文創) 협력 발표회'에서는 '왕자영요'의 게임 캐릭터인 루반7호 '사자춤 동방'의 스킨 이미지는 무형문화재 '광동 남해 사자춤' 홍보 대사를 맡고 있다. 또 중국에서 게임제품의 가상 이미지를 무형문화재 홍보대사로 위촉하는 것은 이번이 처음이다. 앞으로 루반 7호의 역할은 '광동 사자춤'에 더 많은 가치를 가져다줄 것으로 믿어진다.

<왕자영요>는 다양한 멀티미디어를 활용하여 온라인으로 문화기호를 전파 할뿐만 아니라 오프라인 전시 및 기타 활동을 통해 게임에 생명을 불어 넣고 있다. 그리고 KPL (King Pro League 모바일게임<왕자영요>의 e스포츠 리그'킹 프로리그')가 진행될수록, 더 많은 젊은이들이 게임에 참여하게 되었다[15].

4. 결론 및 향후 연구

무형문화재 '광동사자춤'의 문화적 기호를 게임 <왕자영요>의 캐릭터의 디자인에 반영하여 무형문화재와 게임의 결합을 만들어 냈다. 또한 '광동사자춤'이라는 문화 기호의 혁신을 통해 더 많은 게이머들이 게임 속에서 전통 사자춤 문화의 매력을 느낄 수 있게 되었다. 이는 또 다른 무형문화재와 게임 캐릭터 디자인을 결합한 새로운 전파 방식을 제공하였다.

무형문화재의 조형 요소와 색채요소를 추출하고 이런 요소들을 기호화한 후 귀납하여 개괄한다. 또한 게임 자체의 디자인 스타일에 맞춰 새로운 조형요소와 색채요소를 제작한다. 마지막으로 이러한 새로운 요소들을 게임 캐릭터 디자인에 반영하였다. 이로써 무형문화재에서 게임 캐릭터에 이르기까지 디자인된 부분을 완성하게 된다.

무형문화재 문화기호 전파와 관련하여 <왕자영요>는 주로 인터넷을 통한 온라인 전파와 게임회사가 진행하는 오프라인 활동을 결합된 방식으로 진행된다. 온라인 전파는 관련 플랫폼, 1인 게임 미디어, 게임 KOL, 프로 게임 유저를 통해 전파 행렬을 형성하고 플레이어를 단계별로 홍보한다. 캐릭터에 대한 전파는 주로 예비 기간, 온라인 홍보 기간, 정착 기간의 3단계로 구성된다. 오프라인 전파는 게임회사와 무형문화재 지역을 통한 오프라인 문화 커뮤니케이션 행사를 개최하고, '왕자영요 KPL' 등을 통해 무형문화재에 관한 관심을 더욱 높이고 있다.

하지만 본 연구에서 '광동사자춤'의 게임<왕자영요>에서의 디자인을 선택하였으며 다만 한 사례로 '광동사자춤'에 대한 분석하는 것은 다소 부족한 부분이 있다. 앞으로 추가 사례를 분석하여 무형문화재의 요소가 게임에 적용되는 연구가 필요할 것이다.

REFERENCES

- [1] C. J. Jin & K. J. Kim. (2013). A Study on Traditional Art Expression in Chinese Myth Martial MMORPG Character Design. *Journal of Korea Game Society*, 13(2), 119-130.
- [2] Y. C. Liu & D. Y. Yoon. (2018). Research on the Design of Chinese Online Games in the Application of Cultural Content. *Journal of the Korea Contents Society*, 18(10), 608-617.
- [3] Q. Q. Zhao. (2018). Research on the integration and development of Chinese traditional culture and online games-Taking "Glory of the King" as an example. *Journal of Today's Massmedia*, 26(12), 79-82.
- [4] <King of Glory> <https://pvp.qq.com/>
- [5] E. Cassirer. (1985). *An essay on man*, Shanghai: Shanghai Translation Publishing House
- [6] F. de. Saussure. (2006) , *Cours de linguistique generale*, Seoul: Minumsa.
- [7] J. Lee, B. P. Kyung, S. H. Ryu & W. B. Lee. (2011). Improving Game Character Design Identity: Focus on Game Character Design Method through Semiotic Analysis. *Journal of the Korea Contents Society*, 11(2), 162-169.
- [8] D. J. Xie & S. K. Kim.(2019). Research on Game Analysis of "Glory of the King". *Journal of the Korean Computer Information Society*, 27(2), 1-4.
- [9] B. Liu.(2013). Survival situation and Contemporary Transformation of Guangdong Lion Dance. *Journal of Beijing Dance Academy*, 98-101.
- [10] T. Zhang, Y. Li & J. Zheng. (2020). Exploration on the

Value of Lion Dance in Lingnan from the Perspective of Folk Culture. *Journal of the Sports Science Literature Bulletin*, 28(11), 27-28+31.

- [11] < CAMPS OF KINGS>
<https://pvp.qq.com/cp/a20181201camp/index.htm>
- [12] S. W. Han.(2016). A Study on Semiotic meaning of World Cup Mascots. *Journal of the Treatise on The Plastic Media*, 19(4), 269-277.
- [13] C. Q. He.(2019). *Character Design and Communication Strategy of MOBA Games—"King of Glory" as an Example*. Master's Thesis. Beijing Sport University, China.
- [14] T. C. Chen & T. Woo. (2017). Application, Effect and Value of the Cultural Transmission of Game Visual Symbol in Game Character Design. *Journal of Korean Society of Media & Arts*, 15(2), 73-92.
- [15] D. Y. Lee(2011). What is Gamification and How Gamification will change our life? *Journal of Digital Design*, 11(4), 449-457.

고 개(Kai Gao)

[정회원]



· 2012년 9월 : 북주대학교 아트 디자인학과(학사)

· 2016년 9월 : 북주대학교 디지털 미디어 아트학과(석사)

· 2020년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 게임 디자인학과(박사)

· 관심분야 : 게임캐릭터, 게임애니메이션, 게이미피케이션

· E-Mail : 276002687@qq.com

이 동 엽(Dong-Yeop Lee)

[정회원]



· 2002년 10월 : De Montfort University (예술학석사)

· 2013년 8월 : 상명대학교 감성공학과(감성공학박사)

· 2014년 2월 ~ 현재 : 국립공주대학교 게임디자인학과 교수

· 관심분야 : 게임애니메이션, 3D모델링, 감성공학

· E-Mail : popodean@kongju.ac.kr