

# 게임 캐릭터의 아이덴티티 개선방안 : 게임 캐릭터 제작방식의 기호학적 분석 중심으로

## Improving Game Character Design Identity : Focus on Game Character Design Method through Semiotic Analysis

이제, 경병표, 유석호, 이완복  
국립공주대학교 대학원 게임디자인학과

Je Lee(lide@kongju.ac.kr), Byung-Pyo Kyung(kyungbp@kongju.ac.kr),  
Seuc-Ho Ryu(seanryu@kongju.ac.kr), Wan-Bok Lee(wblee@kongju.ac.kr)

### 요약

본 논문은 캐릭터의 기호학 분석을 통해 효과적인 게임 캐릭터 디자인 방법에 대해 제안하였다. 다양한 콘텐츠의 캐릭터 중 게임 캐릭터만이 가진 특징을 알아보고, 그 특징에 Scott McCloud의 "아이콘화"의 개념을 도입하여 캐릭터와 기호학의 관계에 대해 고찰하였다. 그리고 추상화된 기호적 캐릭터와 사실적 캐릭터를 구분하여 각각의 특징과 장점, 단점을 파악하고, 디자이너의 캐릭터 제작 과정과 수용자의 캐릭터 인지과정을 단계별로 나누어 기호학적으로 해석해보았다. 그 결과 두 과정을 서로 역순으로 진행된다는 것을 알 수 있었으며 수용자의 기호학 인식과정을 고려한 캐릭터 디자인 과정이 게임 콘텐츠 전반의 특징을 더 효과적으로 전달할 수 있다는 것을 확인할 수 있었다.

■ 중심어 : | 게임 | 캐릭터 | 기호학 | 디자인 | 아이덴티티 |

### Abstract

This paper proposed an efficient game character design method through semiotic analysis of character. It inquired into the characteristics of game character of various contents characters, added the concept of "Iconic abstraction" of Scott McCloud to its characteristics, and studied on the relation between the character and the semiotics. The semiotic character from the factual character, seized the strong and weak point of each character, and divided them in the designer's character production process and gamer's character recognition process step by step for its semiotic interpretation. As a result, two processes were reversely progressed, and the character designing process considering this gamer's semiotic recognition process is expected to be the efficient character design element that can deliver the whole characteristics of game contents.

■ keyword : | Game | Character | Semiotic | Design | Identity |

## I. 서론

만화, 게임, 애니메이션 등의 문화 콘텐츠 산업에서

캐릭터는 콘텐츠를 대표하는 중요한 역할을 한다. 고부가가치 산업의 중심에 있는 캐릭터는 그 디자인에 따라 무한한 경제적, 문화적 가치를 갖는다.

\* 본 논문은 한국콘텐츠학회 ICC2009 국제학술대회 우수논문입니다.

접수번호 : #100326-002

접수일자 : 2010년 03월 26일

심사완료일 : 2011년 02월 15일

교신저자 : 유석호, e-mail : seanryu@kongju.ac.kr

국내 게임 콘텐츠 산업은 급속도로 양적 팽창을 하고 있는 것에 비해 인기 장르에 유사 플레이방식을 적용한 게임들이 다량 제작되어 질적인 성장은 더딘 상황이다. 비슷한 스토리, 설정, 디자인은 각 게임간의 차별성을 저해하고, 세계시장 진출 시 경쟁력을 상실하게 한다. 특히 온라인게임분야에서 선전하고 있는 세계적인 게임제작 국가인 우리나라에서 세계적으로 성공하여 상품화되고 있는 게임캐릭터는 현저히 적은 편이다.

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 표현이고 콘텐츠가 성공하기 위해서는 캐릭터로의 감정이입이 선행되어야 한다[1]. 감정이입은 사용자가 콘텐츠를 접할 때 캐릭터와 동화되어 새로운 경험을 할 수 있게 만드는 기본조건이다[2].

수용자가 효과적으로 캐릭터로 감정이입이 되는 것에 관한 연구는 지속적으로 진행되어 왔다. 가장 대표적인 사례 중 스콧 맥클라우드(Scott McCloud)의 “만화의 이해(Understanding Comic)”에서는 “아이콘화(iconic abstraction)”라는 개념을 주장하였는데, 이는 기호학을 바탕으로 캐릭터 디자인을 인류학적인 이해를 바탕으로 설명하고 있다.

본 논문에서는 카툰 캐릭터의 “아이콘화”를 이해하고, 그것을 기초로 게임 캐릭터의 특징과 제작과정, 사용자 인지과정을 기호학적으로 분석하여 효과적인 아이덴티티 개선방안에 대해 고찰하였다. 논문의 구성은 2장에서 캐릭터의 정의와 게임 캐릭터의 차별적 특징에 대해 서술하고, 3장에서는 캐릭터 디자인에 적용할 아이콘화와 기호학의 주요이론을 정리하고, 4장에서는 기호학을 중심으로 캐릭터 제작과정과 사용자 인지과정을 단계별로 나누어 설명하여 5장에서 결론을 맺었다.

## II. 게임 캐릭터의 개요

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

## 2. 게임 캐릭터의 특징

### 2.1 상호작용

게임이 기존 매체인 영화, 만화, 등과 다른 점은 사용자가 3인칭 간접경험이 아닌 1인칭 체험을 하게 된다는 점이다. 수행성은 게임 고유의 특징이라고 할 수 있다[4]. 게임의 입력방식에는 키보드, 마우스, 조이스틱, 조이스틱, 센서, 카메라, 마이크 등이 있으며 이를 이용하여 사용자는 객체(게임 캐릭터)를 직접 조종한다. 반응 방식에는 그래픽, 사운드, 동작 발생기 등이 있으며 이는 사용자에게 가상현실의 반응을 현실에 전한다. 게임은 사용자의 수행성을 가상의 환경 속에 캐릭터에 적용함으로써 다른 콘텐츠보다 몰입이 쉽게 이루어진다.

### 2.2 상호작용으로 인한 정체성 확대

마셜 맥루헌은 사람들이 비 생명체와 상호작용을 할 때 비시각적인 인식과 비슷한 현상이 일어난다고 주장했다. 상호작용을 통해 확장된 정체성은 대상을 흡수하여 버린다.

예를 들면 차를 타고 가다가 사고가 났을 때 “저 사람이 날 받았어”라고 인식하는 것과 같다. 실제로는 “저차가 내 차를 받았어.”가 맞지만 운전자는 정체성을 확장시켜 차를 자신에게 흡수시킨다[5]. 이는 레이싱게임에서 화면상의 차량을 조종하는 사람에게, 그리고 한 단계 더 나아가 그 차량에게 똑같이 자신의 정체성을 확장시키는 것과 같다. 이러한 정체성의 확장은 콘텐츠로의 몰입으로 이어지고, 게임이란 장르가 사용자에게 오락적 요소를 가장 많이 제공하는 이유이기도 하다.

### 2.3 새로운 디지털그래픽 기술의 시험대

게임 산업은 기술발전과 밀접하다. 신기술의 적용이 가장 활발하며, 게임이라는 매체의 오락적인 특징으로 인하여 대중적이며 인기가 높기 때문에 기술의 특징을

가장 효과적으로 대중에게 시연할 수 있는 매체이다. 특히 디지털 그래픽 분야에서의 그 위상이 높다. 예를 들어 정밀한 3d-modeling 기술이나 물리시스템 등은 사진사실주의(Photorealism)를 시뮬레이션 하는데 어려움이 없을 정도로 발전하고 있고, 이는 게임에 적극 적용되고 있다. 게임에서 사진사실주의를 추구하는 이유는 감각자극이 현실세계의 것과 유사할수록 수용자의 몰입을 극대화 할 수 있기 때문이다[5].

게임 콘텐츠에서 단순하고, 추상화된 그래픽만 고집하는 것은 그 콘텐츠의 특징을 제대로 이해하지 못한 결과일 수 있다. 실제 비디오 게임 콘텐츠 시장에서 사실적인 표현 방식의 콘텐츠들은 새로운 디지털 그래픽 신기술로 시장을 주도하고 있기도 하다.

### III. 캐릭터의 아이콘화

#### 1. 아이콘화란

아이콘(icon)이란 사람이나 장소, 사물 혹은 발상을 표상하는 모든 형상을 뜻한다. 아이콘화(iconic abstraction)는 사실적인 모델을 추상화하여 보다 적은 그래픽요소로 대상을 표상할 수 있게 단순화하는 것이다. 아이콘화의 효과는 인물을 추상화하여 카툰화하면 보편적 인간상으로 보이게 되고 이는 몰입과 공감을 이끌며, 동일시하는데 도움을 준다는 것이다. 모든 매체에서 동일시는 서사의 몰입과 흥미를 느끼게 하는 중요한 요소가 된다[6].

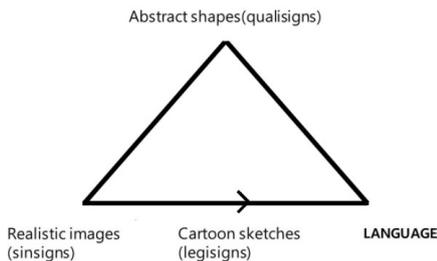


그림 1. 만화의 이해 도표

[그림 1]은 사실적인 이미지(Realistic Image)와 언어

(Language), 도형(abstract shapes)으로 카툰 스타일을 나누는 도표이다. 스포츠 맥클라우드르는 사실적인 스타일과 추상적인 스타일 모두 가치가 있지만 현대는 점점 더 상징을 지향하는 문화가 되어가고 있다고 지적했다.

아이콘화는 인간의 인지심리학에서 발전한 내용이고, 인류학적인 접근이므로 대중을 상대하는 캐릭터 산업에서 보편적으로 적용되는 가치를 도출할 수 있다. 이를 게임 캐릭터 개발에 적용하면 더 많은 대중에게 강력한 감정이입 효과를 발휘할 수 있다.

#### 2. 수용(perceived)과 인지(Received)

비주얼스토리텔링의 캐릭터와 감상자 사이에는 도상(圖像)적 형태의 인지를 통한 감각적 커뮤니케이션이 발생하게 된다[7].

이미지는 수용되는 정보이고, 언어는 인지되는 정보이다. 이미지는 즉각적인 인상을 주고 글은 교육되어졌기 때문에 전달하는 개념의 오차가 적고 추상화된 관념을 전한다. 그래픽 디자인에서 포스터(poster)는 이미지와 언어의 조합으로 효과적인 커뮤니케이션을 실현하였다.

캐릭터는 이미지로서 수용되지만 동시에 그 각각의 형태는 인지되기도 한다. 예를 들면 슈퍼마리오의 경우 이미지는 수용되지만 이후에 “모자를 쓴 수염 난 작은 아저씨”라고 인지된다. 이는 도상적 형태로 인지를 통해 언어(개념)로도 저장하기 때문이다. 수용자는 캐릭터의 시각적 자극이 사라진 후에도 그 캐릭터를 기억하기 위해 추상화된 개념이나 언어로 정보를 기억한다. 오히려 시각적인 수용은 언어가 줄 수 없는 강한 시각적 인상을 주지만 자극 후에 자세한 묘사에 대한 기억은 희미해지기도 한다.

#### 3. 기표와 기의

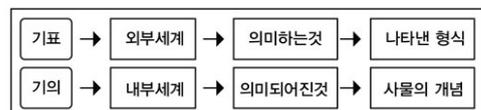


그림 2. 소쉬르의 기표와 기의

기표와 기의는 “의미하다”라는 뜻의 불어 동사

signifier에서 파생된 것으로 기표는 “의미하는 것”기 의는 “의미되어 진 것”이라는 뜻이 된다. 이 보통명사가 소쉬르(Saussure)의 구조언어학에서 기표와 기의라는 혁명적인 개념으로 변했다. 우리가 말하는 단어들은 기 표이고, 그 단어들의 의미는 기의이다[8].

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[9]. 퍼스의 분류 또한 기표와 기의의 자의적인 관계 안에서 정의되었다.

표 1. 퍼스 기호학의 삼분법

	도상 (icon)	지표(index)	상징(symbol)
의미와의 근거	유사성	인과관계	관습
과정	시각적 경험	해석	학습
예	그림, 동상	증상과 질병	말, 숫자, 깃발

위 삼분법에서 인간은 다양한 의미와의 근거를 통해 기의와 기표를 연결한다는 점을 알 수 있다. 가장 보편적인 형태인 언어를 비롯하여, 시각적인 유사함과 인과 관계를 통해서도 우리는 기표와 기의를 연결 짓는다[9].

#### 4. 언어의 특징

언어라는 기표는 실제 이미지와는 아무런 형태적 유사성이 없으나 기의를 표상한다. 이는 1차적으로 교육을 통해 이루어진다. 교육을 통해 이루어졌기 때문에 보편적이며 의미체계가 정확하다. 퍼스의 기호학 삼분법에서 상징(symbol)에 해당한다.

캐릭터를 인식할 때 이미지를 기표로 수용하고, 그 이미지는 동시에 기의들로 변환되어 인지된다. 인지된 기의들은 다시 수용자 내에서 기표를 기억하는 시발점이 되고, 이는 다시 캐릭터를 시각적으로 인식할 때 기표와 연결된다. 이러한 작업이 반복, 학습되면서 캐릭터 자체를 상징(symbol)으로 인식하게 만들어준다. 마키마우스를 예로 들면 두 개의 동그란 귀, 검은색 쥐, 꼬리와 장갑 등의 각각의 기의의 조합으로 인지하기 시작하

다가 이것이 반복되면 우리는 그 캐릭터 이미지를 “마키마우스”라는 하나의 상징으로 인지하게 된다. 동시에 “두개의 동그란 귀를 가진 검은 쥐”만 들어도 마키마우스의 캐릭터 이미지를 떠올릴 수 있다.

아이콘화가 단순히 추상화가 목표라 한다면 캐릭터는 언어로 이루어지는 것이 가장 이상적인 것처럼 보일 수도 있겠지만 소설에서처럼 언어로만 이루어질 수 없다. 캐릭터는 이미지로 수용되는 개체이고, 언어로만 이루어진다면 기의의 조합 일뿐 다른 심미적 인상이나 개성을 전해주지 못한다.

#### 5. 도형(Abtract Shapes)

위의 [그림 1]에서 나온 이미지와 언어의 단계 외에 상단 꼭지점 부분의 도형(Abtract Shapes)의 단계가 있다. 사실적인 이미지가 추상화와 관계없이 도형으로 바뀌는 것은 큐비즘(cubism:입체파)을 연상할 수 있다. 일종의 추상미술로의 변화이다. 이것을 캐릭터에 적용하였을 때 기의를 연상하게 하지 못하고 시각적 인상으로만 끝날 수도 있다.

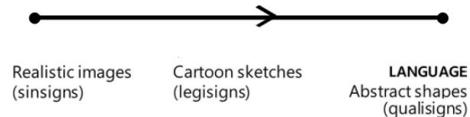


그림 3. 변형한 만화의 이해 도표

하지만 큐비즘의 원류인 폴 세잔느(Paul Cezanne, 1839-1906)의 “모든 것은 원통, 원뿔, 구로 환원된다.”라는 주장은 자연을 도형으로 재구성하는 추상화의 시작이라고 할 수 있다. 이것은 현대의 디자인에도 큰 영향을 끼쳤다. 이는 도형을 언어와 같이 최고 수준의 추상화 단계로 이해한다[10].

[그림 3]은 도형을 언어와 같은 개념으로 해석하여 [그림 1]을 변형한 도표이다. 기본 도형을 활용하여 만들어진 캐릭터들이 전 세계적으로 사랑받는 이유는 가장 추상화된 조합으로 이루어졌기 때문이다. 수용자는 기본도형을 언어와 같은 기표로 인지하기도 한다. 추상화된 캐릭터는 의미작용 상에서 수용자에게 명확함을 제공한다.

## 6. 기호적 캐릭터, 사실적 캐릭터

기호적 캐릭터는 실제 외양에서 추상화되었으나 여전히 비슷한 도상적 법칙기호를 말하며 사실적 캐릭터는 실재와 닮은 사실적 이미지인 도상적 개별기호를 말한다[7].

사실적인 것과 도상적인 것의 순환은 석기시대부터 시작한다. 이는 시대의 관념에 따라 전환되는데 석기시대, 르네상스 회화, 그리스, 하이퍼리얼리즘 등은 사실적 이미지가 발전하였고, 신석기시대, 이집트 벽화, 중세시대, 카툰, 만화는 추상적 이미지가 발전하였다.

인쇄초기 시대에는 인쇄품질이나 경제성 면에서 도상적 이미지가 발전하였지만 현대의 디지털 그래픽 시대에는 사실적인 이미지, 도상적인 이미지의 제작상의 경제적인 차이가 줄어들었다[11]. 기술적인 발전으로 인해 캐릭터 산업적인 측면에서도 도상적 캐릭터가 상품화가 용이하므로 초기 발전이 활발하였으나 현재에는 기호에 따라 다양한 상품이 개발되고 있는 상황이다.

특히 게임에서 기호적 캐릭터는 추상화되어 수용자의 감정입을 돕고, 사실적 캐릭터는 현실세계의 감각 자극을 도와 몰입감을 높여 주기 때문에 기획 의도에 따라 선택적으로 적용하여야 한다.

## IV. 게임캐릭터 아이콘화 단계

### 1. 캐릭터의 기획과 제작 프로세스

#### 1.1 게임 캐릭터 개발 프로세스

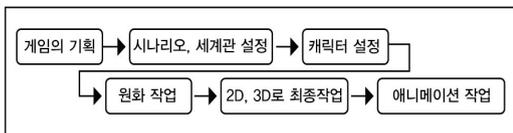


그림 4. 게임 캐릭터 개발 프로세스

[그림 4]는 일반적인 게임 캐릭터 개발 프로세스를 설명한 그림이다. 게임의 총괄 기획이 끝나면, 시나리오, 세계관들의 구체적인 게임 내용을 설계하고 이를 바탕으로 캐릭터들을 창조한다.

캐릭터 설정 시에 시나리오와 세계관에서 도출된 기

호를 활용해야 캐릭터의 이미지로 시나리오와 세계관을 떠올릴 수 있으며, 캐릭터 이미지로 전체 콘텐츠를 표상할 수 있게 된다.

#### 1.2 게임 캐릭터의 기호학적 의미과정

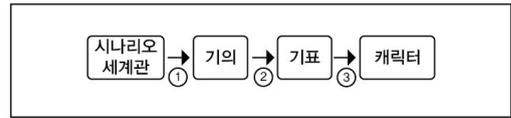


그림 5. 캐릭터제작의 기호학적 의미과정

- ① 게임의 장르와 시나리오, 세계관 같은 초기기획이 끝나면 캐릭터 설정에 들어간다. 여기서 캐릭터의 성향이나 특징을 부여한다. 예를 들어 “중세시대 왕위다툼 속에서 왕위를 되찾는 왕자”라면 “정의로움”, “강인함” “현명함”과 같은 기의를 뽑아낼 수 있다. 이러한 기의는 초기기획에서 도출된다. 기의의 설정에서 캐릭터의 개성이 시작된다.
- ② 이것은 다시 기표로 전환된다. 기표의 선택은 자의적이기 때문에 디자이너와 기획자의 선택에 달려있다. [강인함-근육]처럼 보편적인 연결일 수도 있고, 특정한 기표를 설정할 수도 있다. 특정한 기표 설정 또한 시나리오나 세계관과 연관되어야 하며 콘텐츠를 접했을 때 그 이유의 당위성이 있어야 한다.
- ③ 설정된 기표를 조합하고 스타일을 가미하여 캐릭터를 디자인한다. 디자이너의 시각적 심미성이 표현되는 단계이다. 기표의 다양한 적용을 통해 여러 시안이 나올 수 있으며, 완성된 디자인은 기표가 효과적으로 전달되어야 한다.

### 2. 캐릭터의 수용과 인지과정

#### 2.1 사실적 게임 캐릭터의 인지 과정

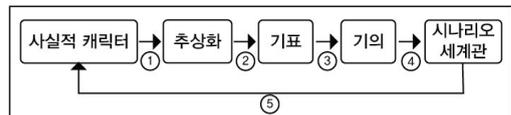


그림 6. 사실적 캐릭터 인지 과정

사실적 캐릭터는 수용될 때 현실세계와 흡사한 시각적 자극을 준다. 치밀한 묘사와 현실성은 콘텐츠의 몰입을 돕는다. 하지만 사실적인 묘사는 다양한 시각적 장식으로 인해 기표의 도출이 어려운 단점이 있다.

- ① 사실적인 캐릭터에서 디테일한 묘사는 자극 후에 점차 희미해지고 수용자는 캐릭터를 기억하기 위해 특징을 찾아내 추상화하여 기억한다. 특징을 찾아내기 힘들다면 이는 사실적 이미지에 불과하다.
- ② 이미지는 기표를 중심으로 추상화된다. 추상화는 기표를 중심으로 특징 이외에 정보는 삭제하는 작업이라고도 할 수 있다. 캐릭터를 여러 기표의 조합으로 수용하는 단계이다.
- ③ 기표는 기의를 표상한다. 기표와 기의의 관계는 자의적이기 때문에 수용자는 기표에 대한 다양한 해석이 가능하다. 하지만 시나리오를 알아가면서 기표와 관련된 기의를 이해할 수 있다.
- ④ 기표는 시나리오, 세계관과 결합하면서 기획된 기의로 더욱 명확하게 인지된다.
- ⑤ 기표와 기의의 연결 작용으로 인하여 캐릭터 디자인의 당위성이 확인된다. 다시 사실적인 캐릭터의 시각적 자극이 일어나면 이는 이미 학습하였던 기표와 기의와 맞물리면서 하나의 아이콘이 된다.

캐릭터를 수용할 때 수용자는 사실적 이미지의 자극에서 기의로까지 침투한다. 이는 [그림 5]의 제작 워크플로우의 역순으로 진행되며 이는 게임 기획과 설정에서 나온 기표와 기의가 캐릭터 디자인 설정의 상당한 부분을 차지한다는 것을 알 수 있다.

## 2.2 기호적 게임 캐릭터 인지 과정

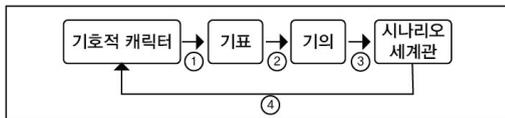


그림 7. 기호적 캐릭터 인지 과정

- ① 기호적 캐릭터는 추상화 과정을 거쳤기 때문에 사실적 캐릭터보다 쉽게 기표를 도출할 수 있다. 기

표로 인식되지 않는 다양한 기호학적 형태가 존재할 수 있는데 이는 그 형태 자체를 기표로 수용하면 된다.

- ② 기표는 예상이 가능한 기의로 변환된다. 한 가지 기표에 대한 다양한 기의가 예상될 수 있다.
- ③ 예상된 기의는 시나리오와 세계관과 보완작용을 하며 그 당위성이 확인되며, 이는 캐릭터 디자인과 전체 콘텐츠가 유기적으로 호흡할 수 있게 해준다.
- ④ 수용자는 반복적으로 기호적 캐릭터 이미지를 수용하면서 기의와 기표는 캐릭터 이미지로 함축되어 단일 상징으로 기억된다.

## 2.3 아이콘화 프로세스

사실적 캐릭터와 기호적 캐릭터의 인지 과정을 비교해보면 기호적 캐릭터의 단계가 기표로 전환되는데 효과적임을 알 수 있다. 이로 인해 기호적 캐릭터가 더 쉽게 게이머에게 수용, 인지됨을 예상할 수 있다.

캐릭터 인지 과정의 특징은 수용자가 캐릭터를 수용과 인지하는 단계가 게임 캐릭터를 제작하는 단계에 역순으로 진행된다는 것이다. 게임의 기획과 설정, 세계관, 시나리오는 캐릭터를 통해 고스란히 수용자에게 전달되는 것이다. 철저한 기표나 기의의 기획 없이 디테일에 주력하거나 심미적인 스타일만 추구한 캐릭터는 추상화 과정에서 아무것도 남기지 못한 캐릭터로 전락할 수 있다.

게임 캐릭터 디자이너는 기획자와의 커뮤니케이션을 통해 기표와 기의를 도출하고, 시각적 심미성을 추가하여 캐릭터를 디자인하여야 한다. 그 과정에서 기표는 무리 없이 수용자에게 전달되어야 하며, 이는 캐릭터의 아이덴티티를 구성할 수 있게 도와준다.

캐릭터 디자이너의 중요한 역할 중 하나는 기의를 기표로 이미지화하고 기표가 잘 표현될 수 있게 그 개수나 비중을 조절하는 것이다. 기표와 기의의 연결에 대해서는 기의를 쉽게 도출할 수 있게 보편적인 기표를 선택할 수도 있고, 캐릭터에 개성을 부여하기 위해 생소한 기표를 선택할 수 있다. 보편적인 연결은 자칫 다른 캐릭터들과 차별성이 떨어질 수 있는 단점이 있고,

생소한 기표는 자칫 기의로 연결되지 않을 수도 있다. 생소한 기표는 시나리오나 세계관을 통해 그 이유를 충분히 납득시켜야 수용자가 캐릭터를 이해할 수 있게 된다.

### 3. 게임 캐릭터의 기호학적 표현 예시



그림 8. 갓 오브 워의 크레이토스

Ready At Dawn사의 액션게임 갓 오브 워(Got of war)의 크레이토스는 사실적이고 정교한 묘사의 캐릭터이지만 여러 기표를 쉽게 찾아낼 수 있다. 장신구, 무기의 디자인과 캐릭터의 외모 같은 기표에서 수용자는 게임 콘텐츠 전반에 흐르는 기의를 찾아낼 수 있다. 게임 캐릭터의 특징인 커스터마이징(customize:사용자화) 기능으로 의상을 바꾸어도 캐릭터 본래의 기표 표현을 조절하여 캐릭터 아이덴티티를 유지할 수 있다.

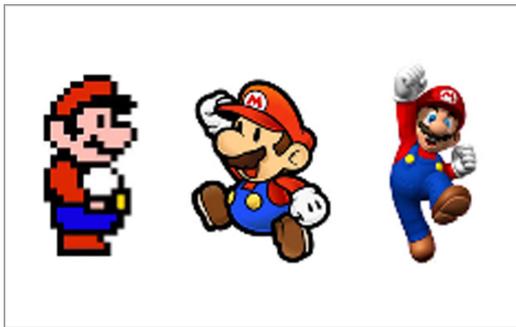


그림 9. 닌텐도의 슈퍼마리오

닌텐도의 슈퍼마리오는 게임캐릭터의 고 부가가치를 증명하는 일본의 인기캐릭터이다. 오랜 시간동안 여러 게임 시스템을 거치면서 다양한 표현방식으로 캐릭터를 재생산하였다. 주목할 점은 저해상도 그래픽에서 3D

표현에 까지 다양한 변화가 있었으나 동일한 기표를 사용함으로써 일관된 아이덴티티를 유지하고 있다는 점이다. 게임 캐릭터의 아이덴티티에는 표현방식보다 기표의 구성이 더 큰 영향을 주는 것을 알 수 있다.

이러한 점을 통해 닌텐도의 다른 캐릭터인 “젤다”, 일본의 “건담”의 경우 SD캐릭터와 실제 비율 캐릭터를 자유롭게 변형하며 캐릭터를 재생산하지만 일관적인 아이덴티티가 유지된다.

## V. 결론

캐릭터는 기표와 기의의 집합이며, 심미성을 추가하여 그 자체가 단일기호(symbol)가 되는 것을 목표로 한다. 캐릭터 디자인은 시각적 완성도도 중요하지만 그 내면에는 철저한 생성구조와 인지구조를 가지고 있어서 수용자는 자신도 모르게 기표를 찾고 기의를 발견하여 그 캐릭터 디자인의 당위성을 찾아낸다.

게임 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 아이덴티티를 잃게 된다.

이 논문에서는 카툰 캐릭터의 아이코닉화와 기호학 분석을 통하여 캐릭터의 인지 과정을 기표와 기의 개념을 적용하여 해석하고, 기표와 기의 설정과 의미작용의 중요성에 대해 이야기하였다. 하지만 디자이너가 캐릭터의 기표들을 조합하고 스타일을 추가하는 디자인 작업 또한 매우 중요하며, 추가로 게임 캐릭터의 움직임, 커스터마이징 시스템, 캐릭터 음성 또한 캐릭터 디자인의 큰 기표가 될 수 있다. 이에 관한 내용 또한 향후 추가 연구되어야 할 부분이다.

### 참고 문헌

- [1] ScottMcCloud, *UNDERSTANDING COMICS*, Kitchen Sink Press, 1993.

- [2] 최혜실, *문화콘텐츠 스토리텔링을 만나다*, 삼성경제연구소, 2006.
- [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] 오현주, “게임 캐릭터의 조형성에 관한 연구”, *한국콘텐츠학회*, Vol.2, No.2, 2004.
- [5] Marshall McLuhan, *UNDERSTANDING MEDIA*, Mit Press, 1994.
- [6] 백승국, “소쉬르 기호학 이론과 게임 콘텐츠 연구”, *한국 기호학회 제21집* pp.287-309, 2007.
- [7] 최여정, “안구 운동 추적과 뇌전위 측정을 통한 기호적 만화 캐릭터와 사실적 만화 캐릭터의 시각적 주의집중 및 공감 연구”, *한국과학기술원*, 2008.
- [8] 소쉬르, *일반언어학 강의*, 민음사, 2006.
- [9] 조문식, “컴퓨터 게임에 대한 기호학적 분석 - 퍼스의 기호학을 중심으로”, *경희대학교 대학원*, 1998.
- [10] 에밀 베르나르, *세잔느의 회상*, 열화당, 1995.
- [11] Philip B. Meggs, *History of graphic design*, John Wiley & Sons Inc, 2003.

저 자 소 개

이 제(Je Lee)

준회원



- 2009년 2월 : 국민대학교 시각디자인학과 졸업
- 2009년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 대학원 게임디자인 학과 재학

<관심분야> : 캐릭터 디자인, 애니메이션

경 병 표(Byung-Pyo Kyung)

정회원



- 1994년 3월 : 일본 큐슈예술공과대학 예술공학과 정보전달전공 (예술공학석사)
- 2002년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 게임디자인학과 교수

<관심분야> : 게임디자인, 컴퓨터그래픽, 멀티미디어

유 석 호(Seuc-Ho Ryu)

종신회원



- 1997년 3월 : 뉴욕공대 커뮤니케이션아트 졸업(공학석사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 게임디자인학과 교수

<관심분야> : 게임그래픽디자인, 멀티미디어

이 완 복(Wan-Bok Lee)

종신회원



- 1992년 2월 : KAIST 전자전산학과 전기및전자공학 전공(공학박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 게임디자인학과 교수

<관심분야> : 게임엔진, 시뮬레이션, 이산사건시스템