

## 게임의 유형에 따른 디지털 패션 콘텐츠의 유형 및 특성

이 지 아\*

\*성균관대학교 의상학과 겸임교수

# Types and Characteristics of Digital Fashion Contents According to the Type of Game

Jia Yi\*

\*Adjunct Professor, Department of Fashion Design, Sungkyunkwan University, Seoul 03063, Korea

### [요 약]

디지털 패션 콘텐츠는 게임의 유형에 따라 나타나는 전반적인 특징이 달라지기 때문에 게임의 유형을 파악하고 각 특징을 인지하는 것은 게임 산업을 이해하며 콘텐츠를 기획하고 개발하는데 있어 중요한 지표가 된다. 본 연구에서는 기존의 게임의 유형을 디지털 패션 콘텐츠의 개념에 따라 새롭게 분류하여 제시하고자 하였으며, 게임의 유형 별로 나타나는 디지털 패션 콘텐츠의 유형과 특성을 분석하였다. 융복합적 성격을 띄는 문화 콘텐츠 산업의 발전 과정 속에서 게임과 패션이 교차되기 위해서는 각 산업의 특성을 고려한 통섭적인 이론적 틀이 새롭게 고찰될 필요가 있다. 본 연구는 게임 산업과 패션 산업에 동시에 적용 가능한 이론적 배경을 마련하는 동시에 실질적으로 디지털 패션 콘텐츠 개발에 도움을 줄 수 있다는 점에서 의의가 있다.

### [Abstract]

Since the characteristics of digital fashion content vary depending on the type of game, identifying the type and recognizing each feature is an important indicator for understanding the game industry and developing content. This study presents a new classification of existing game types according to the concept of digital fashion content and analyzes the types and characteristics appearing by game type. In the convergency development process of the cultural content industry, a comprehensive theoretical framework is necessary. This study is significant in that it can provide a theoretical background that can be simultaneously applied to the game and fashion industries, and can practically participate in development of digital fashion content.

**색인어** : 게임, 융합, 게임 캐릭터, 콘텐츠, 디지털 패션 콘텐츠

**Keyword** : Game, Convergence, Game Character, Contents, Digital Fashion Contents

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2023.24.9.1945>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 07 June 2023; Revised 11 July 2023

Accepted 17 July 2023

\*Corresponding Author; Jia Yi

Tel: 

E-mail: alr25@naver.com

## I. 서론

변화하는 산업의 흐름 속에서 문화 콘텐츠는 새로운 기술과 결합을 통해 진화하고 있으며 패션 또한 새로운 부가 가치를 가진 디지털 패션 콘텐츠로 진화하고 있다. 디지털 문화 콘텐츠의 발전은 4차 산업의 새로운 지평을 열었고, 그 중에서도 게임은 다양한 연령층이 즐길 수 있는 진보한 문화매체이자 디지털 문화의 대표 아이콘으로 큰 경쟁력과 잠재력을 가진 분야로 여겨진다[1]. 이러한 게임 산업의 발전과 더불어 게임 속 가상 캐릭터와 연계된 새로운 형태의 디지털 패션 콘텐츠 역시 부각되기 시작했다[2].

게임 속 디지털 패션 콘텐츠에 대한 연구로는 게임 캐릭터의 패션 이미지를 조형적인 측면에서 분석 및 유형화하는 연구[3]-[8]와 특정 게임 속의 캐릭터 착장이나 게임 캐릭터의 이미지를 제안하는 연구[9]-[11]가 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 게임 캐릭터 외의 패션 콘텐츠에 대한 연구로는 불교문화원형이 디지털 패션 콘텐츠에 적용된 사례를 살펴본 연구[12]가 있으나, 대다수의 연구가 주로 콘텐츠의 조형적인 측면에 초점이 맞추어져 있다는 점에서 디지털 패션 콘텐츠의 개념적인 연구는 부족한 실정이라 볼 수 있다. 양은경과 이지현은 디지털 패션 콘텐츠에 대한 구체적인 개념 정립의 필요성을 언급하였으며[7], 게임산업과 패션산업이 교차하는 사례가 늘어남에 따라 후속 연구를 위해서 게임 속 디지털 패션 콘텐츠의 이론적 배경을 정리하는 탐색적 연구가 필요하다고 사료된다. 따라서 본 연구에서는 기존의 게임의 유형을 디지털 패션 콘텐츠의 개념에 따라 새롭게 분류하여 제시하고자 하며, 게임의 유형 별로 나타나는 디지털 패션 콘텐츠의 유형과 특성을 분석하는 것이 목적이다.

본 연구는 게임에 대한 전반적인 개념을 다룬 문헌을 포괄적으로 수집하는 동시에 사례 분석을 위해 게임 산업이 콘텐츠 산업의 일환으로서 다양한 콘텐츠가 적용된 시점이자 본격적으로 게임 산업이 국제적 콘텐츠로서 부각된 세계 최초의 E스포츠 국제 기구인 국제 E스포츠 연맹 (International e-sports Federation : IeSF)이 발족된 2008년 8월 11일을 기준으로 그 이후의 자료를 중심으로 사례를 수집하였다[13]. 사례조사를 위한 게임의 선정은 국가별 게임 점유율이 가장 높은 미국의 게임산업협회 ESA(Entertainment Software Association)에서 발표한 2021 게임 산업 매출 보고서와 우리나라의 콘텐츠 진흥원이 발표한 게임 콘텐츠별 판매량의 발표자료[14], 접속자 수가 가장 많으며 정보량이 많은 ‘게임메카’, ‘게임스팟’, ‘게임차트’를 비롯한 온라인 게임 정보 사이트에서 유저의 선호도와 인지도를 토대로 만든 2021 게임 종합 순위를 비교해 중복적으로 나타나는 상위 20개의 게임을 선정하였다.

선정된 게임 속의 디지털 패션 콘텐츠의 유형 및 특성을 살펴보기 위한 사례 자료 수집은 게임 홈페이지의 갤러리, 게임 관련 기사 및 각 게임의 커뮤니티에 유저들이 자발적으로 올

린 캡처화면 또한 수집하였다. 그 후, 수집된 자료의 반복적인 비교 분석을 통해 게임 별로 나타나는 공통적인 콘텐츠의 특성을 나뉘어 적합한 단어로 유형을 명명하였으며, 명명된 단어의 타당성과 유형별 사례 사료의 선정은 5인으로 구성된 패션 전문가 집단에 의해 검증 받았다.

본 연구는 게임 산업과 패션 산업에 동시에 적용 가능한 이론적 배경을 마련하는 동시에 실질적으로 디지털 패션 콘텐츠 개발에 도움을 줄 수 있다는 점에서 의의가 있다.

## II. 이론적 배경

### 2-1 게임 산업과 콘텐츠

최근 코로나 19로 인해 소비패턴의 변화로 비대면 여가활동이 증가함에 따라 게임 소비가 전세계적으로 확대되고 있다[15]. 2020년 전세계 게임 시장의 규모는 2,096억 달러로 전년 대비 11.7% 증가하였으며, 국내 게임 시장의 규모는 2009년부터 꾸준히 성장하며 2020년에 8,855억원에 도달하여 지속적으로 높은 성장률을 보이고 있다[14].

게임은 다양하게 분류될 수 있으나 보편적으로는 하드웨어와 네트워크 서비스 유무, 장르 등에 따라 구별한다. 즉, 하드웨어로서 개인용 PC를 사용하느냐, TV나 모니터 등의 디스플레이 가진 제품에 연결하는 콘솔 게임기를 사용하느냐, 모바일 기기를 이용하느냐 등으로 나눌 수 있고 또 온라인 서비스를 제공하는 게임과 혼자서만 즐길 수 있는 게임으로 나눌 수 있으며 게임의 장르에 따라 ‘Roll Playing Game’, ‘Real Time Strategy’, ‘Third Person Shooter’, ‘First Person Shooter’, ‘시뮬레이션’, ‘아케이트’, ‘스포츠’ 등으로 세부적으로 분류되기도 한다[16]. 이렇듯 다양한 기준으로 나누어지는 게임은 유형에 따라 게임의 진행 방법, 인터페이스, 게임 속 콘텐츠 등이 다르게 나타나기 때문에 게임의 유형 분류와 그 특징을 인지하는 것은 게임 산업을 이해하며 콘텐츠를 기획하고 개발하는데 결정적인 지표로서 작용한다.

### 2-2 게임 속 디지털 패션 콘텐츠

디스플레이를 통해서 정보가 구현되는 게임의 특성상 시각적인 요소인 게임 속 디지털 패션 콘텐츠는 게임의 성패를 결정짓는 가장 중요한 요소로 자리잡았다. 디지털 패션 콘텐츠란 네트워크를 기반으로 한 패션 디자인 콘텐츠 및 패션 관련 서비스나 사이버 공간 속의 가상 캐릭터와 연계된 새로운 형태의 패션 콘텐츠를 말하며[7], 게임 속 디지털 패션 콘텐츠는 가상 캐릭터와 연계된 모든 시각적으로 인지되는 이미지 콘텐츠라고 간주할 수 있다.

게임 속 디지털 패션 콘텐츠는 게임 속에서 나타나는 게임 캐릭터, 캐릭터가 장착하는 아이템부터 가상 공간에서 유저를 대표하는 아바타까지 모두를 포함하며 단순한 게임 콘텐츠에

서 이제는 독립적인 콘텐츠로서 거듭나고 있다. 게임 속의 캐릭터의 패션을 실제로 구현시키는 ‘코스튬 플레이’라는 문화가 생기며, 실제 인물을 게임 속에서 디지털화 시켜 구현시키거나, 게임 캐릭터가 실제 패션 브랜드의 모델로서 지면에서 활약하기도 하는 등, 디지털 패션 콘텐츠는 단순히 게임에 종속된 콘텐츠를 넘어 그 자체로 파급력을 가지며 부가가치를 창출할 수 있는 콘텐츠로서 이에 대한 논의가 다방면으로 이루어지고 있다.

### III. 게임과 디지털 패션 콘텐츠의 유형

#### 3-1 게임의 유형화

본 연구에서는 게임의 유형을 디지털 패션 콘텐츠의 개념에 초점을 맞추어 분류하고자 하였다. 디지털 패션 콘텐츠의 핵심 요소는 가상 캐릭터이며 기본적으로 가상 캐릭터는 게임의 형태와 구조의 영향을 받으며 형성된다[17]. 그러나 최근의 게임 캐릭터들은 고유한 역할범위를 넘어서 역으로 게임에 개입하는 경향을 보이며 문화의 형성과정과 유저에게 밀접한 영향력을 행사한다[17]. 이에 따라, 본 연구에서는 디지털 패션 콘텐츠의 핵심 요소인 가상 캐릭터의 역할과 유저와의 관계에 따라 ‘선택형 게임’과 ‘참여형 게임’으로 나누었다.

##### 1) 선택형 게임

본 연구에서는 가상 캐릭터가 고유의 개성이 있는 독립적인 개체로서 유저에게 제공되며 유저가 게임을 즐기기 위한 수단으로서 캐릭터를 선택하는 게임을 ‘선택형 게임’이라고 명명하였다. 유저는 가상 캐릭터를 통해 캐릭터의 행동과 감각에 동화되지만, 캐릭터가 유저 자신을 투영시켜 몰입하는 대상이 되지는 않는다. 즉, 캐릭터는 유저에게 선택의 대상으로서 제공되며 가상공간을 체험하기 위한 수단으로서 활용되고 유저의 행동과 감각을 재현하는 매체로서의 역할을 수행한다.

‘선택형 게임’에는 주로 이미 확고한 개성이나 특징이 존재하는 캐릭터를 유저가 편의에 따라 선택하는 대전게임, 슈팅 게임, 격투게임, 아케이드 게임, 전쟁 형 전략 게임 등이 포함된다. 이러한 게임 내에서 유저와 캐릭터는 개별적으로 존재하기 때문에 가상 캐릭터들은 게임의 장르나 시대적 배경, 캐릭터의 개성과 능력에 따라서 외형이 바뀌는 특징을 갖게 되며 게임에 따라서 캐릭터만의 독자적인 스토리가 존재하기도 한다.

##### 2) 참여형 게임

본 연구에서는 가상 캐릭터의 형성에 유저가 적극적으로 개입하며 캐릭터가 유저 개인의 정체성과 자아, 취향 등을 표현하는 매개로서 사용되는 게임을 ‘참여형 게임’이라 명명하였다. 유저는 가상 캐릭터에게 자신을 직접적으로 투영시켜

자아를 표출하는 매개로서 사용하며 이를 이용해 다른 유저들과 상호작용을 하기도한다. 보통 기본적인 틀만 존재하는 캐릭터를 유저가 자율성을 가지고 처음부터 끝까지 육성시키거나 발전시키는 RPG형 게임과, 캐릭터가 게임에 직접적으로 참여하거나 캐릭터 자체가 게임에 영향을 미치지 않지만 게임이라는 큰 가상 공간에서 자신을 표현하는 수단으로 존재하는 게임 속의 아바타 등이 활용되는 게임이 참여형 게임에 해당된다.

‘참여형 게임’속에서 캐릭터와 유저 사이에는 밀접한 유대가 형성되며, 캐릭터가 유저의 정체성과 연관되어있을 뿐 아니라, 보편성을 띄지 않고 유저만의 고유한 캐릭터가 된다는 것이 특징이다. 이러한 게임 속의 캐릭터들은 기본적인 틀은 게임 속에서 제공되나, 유저의 심미성, 몰입도, 유저의 가치관, 이상적으로 생각하는 인물 상 등에 따라 각기 다른 개성을 가지며 유저의 내적 특성, 개성 등에 따라 조형적으로 각자 다르게 표출되는 특징을 갖는다.

다음 표 1은 게임을 유형화 한 결과를 나타낸다.

표 1. 게임의 유형화 결과 요약

Table 1. Summary of classified games

type	Relationship Between User and Character	Dominant Characteristic	Relevant game genre
Selective Game	Character is an independent object and a means for user to enjoy the game	Character has distinct personality or characteristics regardless of user	Arcade games, Competition fight game, Real-time strategy game, etc.
Participatory Game	Character is an alter ego representing user in the game	Character is a reflection of user's inner side	Simulation game, Massively multi-player online role playing game, etc.

#### 3-2 디지털 패션 콘텐츠의 유형화

본 연구에서는 디지털 게임의 핵심 요소 중 하나인 가상 캐릭터에게 영향을 미치는 콘텐츠 요소를 기준으로 디지털 패션 콘텐츠의 유형을 분류하였다. 그 결과, 캐릭터에게 능력을 부여하고 나아가 게임의 진행에 영향을 미치는 ‘능력 부여형 콘텐츠’와, 캐릭터의 외형에 영향을 미치며 유저에게 시각적으로 즐거움을 제공하는 역할을 하는 ‘미적 표현형 콘텐츠’로 유형을 나누었다.

##### 1) 능력 부여형 콘텐츠

캐릭터에게 가상의 능력을 부여하여 직접적으로 게임의 진행에 영향을 미치는 콘텐츠를 본 연구에서는 ‘능력 부여형 콘텐츠’로 명명했다. 능력 부여형 콘텐츠는 캐릭터의 능력에 영향을 미치지만, 외적으로는 영향을 미치지 않으며 조형적인

특징이 부각되기보다는 부여된 기능이 중요시 되는 특징을 갖는다. 유저가 구매하거나 얻기 위해 노력을 하지만 가상 캐릭터의 능력을 증진시키거나 게임 속에서 가상 캐릭터에게 영향을 미치는 특정한 기능을 수행한다는 점에 있어서 디지털 패션 콘텐츠의 실질적인 사용 주체는 가상 캐릭터라고 할 수 있다.

그림 1은 1996년에 출시된 온라인 게임 ‘바람의 나라’에서 2015년에 새롭게 업데이트된 무기 아이템으로 게임 상의 기능에 초점이 맞추어진 콘텐츠이다. 캐릭터의 능력치를 크게 높여주고 게임 플레이를 원활하게 도와주는 기능을 한다. 이러한 능력 부여형 콘텐츠는 유저들에게 활력을 불어 넣고, 때로는 게임의 방향을 크게 바꾸기도 하면서 출시 된 이후에도 지속적으로 업데이트 등을 통해 게임의 밸런스를 맞추고 게임의 진행을 이끄는 역할을 한다.

그림 2는 2017년에 출시된 게임 ‘배틀그라운드’의 아이템으로 서바이벌이 목적인 게임 내에서는 어떠한 아이템을 습득하느냐가 게임 진행에 결정적인 영향을 미치게된다. 아이템의 종류는 기본적인 총기류부터 근접무기, 탄창, 투척물, 소모품 등으로 굉장히 다양하며 유저는 기본적인 아이템의 종류와 기능, 장단점을 숙지하고 어떠한 아이템을 선택할 것인지 결정해야한다. 이러한 능력 부여형 콘텐츠는 게임의 진행에 직접적이며 결정적인 영향을 미치는 역할을 하기 때문에 가장 중요시되며 보편적인 콘텐츠의 특성으로 여겨진다.



그림 1. ‘바람의 나라’ 신규 아이템  
Fig. 1. New item series of game ‘Kingdom of the Winds’

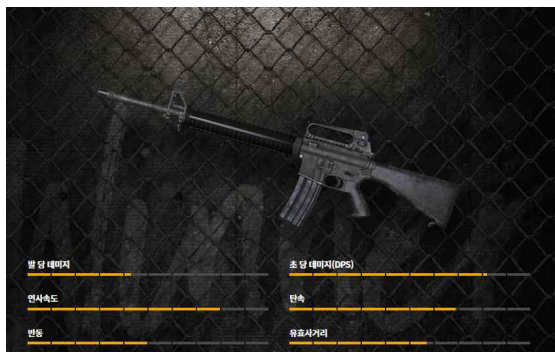


그림 2. ‘배틀 그라운드’의 무기 아이템  
Fig. 2. Weapon in game ‘Battle Ground’

## 2) 미적 표현형 콘텐츠

본 연구에서는 가상 캐릭터의 능력에는 영향을 미치지 않지만 외적 요소에 영향을 미치며 시각적으로 즉시 인지될 수 있는 조형적 특징이 부각된 콘텐츠를 ‘미적 표현형 콘텐츠’로 명명했다. 게임 속에서 부여되는 기능이나 캐릭터, 게임 진행에 영향을 미치지 않고 오로지 유저의 심미적 만족을 위해 존재하는 콘텐츠이다. 즉, 게임 속 가상 캐릭터보다 유저의 미적 유희를 만족시키기 위한 콘텐츠로서 실질적인 디지털 패션 콘텐츠의 사용주체는 유저가 된다.

그림 3은 2016년 발매된 게임 ‘오버워치’에서 구매 가능한 캐릭터의 스킨으로, 캐릭터의 외형만을 바꾸어줄 뿐 캐릭터의 능력치나 성능 등 게임의 진행에 직접적인 영향을 끼치는 요소는 존재하지 않지만 직관적으로 인지되는 시각적인 특징을 부각시켜 유저 개개인의 미적 취향에 부합하는 콘텐츠를 선택하고 또 구매할 수 있도록 유도한다.

그림 4는 2003년 출시된 게임 ‘메이플 스토리’에서 구매 가능한 캐시 아이템으로, 캐릭터의 헤어스타일이나 얼굴을 바꿔주는 역할을 하는 아이템이다. ‘메이플 스토리’는 유저가 캐릭터를 생성할 때 기본적인 헤어스타일, 얼굴을 선택 가능하지만 그 외의 외형을 선택하기 위해서는 캐시 아이템을 구매해야하며 헤어스타일이나 얼굴뿐만 아니라 옷이나 안경, 액세서리 등도 구매 할 수 있어 유저는 다양한 아이템을 원하는 대로 조합해 자신이 원하는 이미지의 캐릭터를 만들어낼 수 있다.



그림 3. ‘오버워치’ 속 구매 가능한 캐릭터 스킨  
Fig. 3. Purchasable character skin in game ‘Over Watch’



그림 4. ‘메이플 스토리’ 속 캐시 아이템  
Fig. 4. Purchasable character skin in game ‘Maple Story’



#### IV. 게임의 유형에 따른 디지털 패션 콘텐츠의 유형과 특성

##### 4-1 선택형 게임 속 능력 부여형 콘텐츠

선택형 게임은 사용자가 캐릭터를 게임을 즐기기 위한 수단으로서 제공된 캐릭터 중에서 선택하여 사용한다는 것이 특징이다. 따라서 선택형 게임 속에서 능력 부여형 콘텐츠는 자율성이나 표현적인 특성 보다는 게임의 진행에 있어 기능적인 면이 더 부각되며 업데이트를 통해 변화한다.

그림 5는 2011년 출시된 온라인 게임 ‘리그 오브 레전드’의 게임 내에서 구매 가능한 아이템으로, 캐릭터의 공격력을 올려주지만 캐릭터의 외형에는 영향을 미치지 않는 능력 부여형 콘텐츠의 예이다. 실제로 게임 속에서 캐릭터가 장착하고 있는 아이템의 명칭은 ‘무한의 대검’이라는 이름의 검 형상을 한 아이템이지만, 장착 시에도 총기를 사용하는 캐릭터의 외형에는 여전히 변화가 나타나지 않는다.

그림 6은 2011년 출시된 온라인 게임 ‘사이퍼즈’에서 구매 가능한 방어킷으로 캐릭터의 외형에 영향을 미치지 않지만 착용 시에 캐릭터의 방어력을 높여주는 역할을 한다.

이렇듯 캐릭터와 유저가 독립적으로 존재하며 서로 영향을 주고받지 않는 선택형 게임 속에서 능력 부여형 콘텐츠는 특정한 기능에 초점이 맞추어져 캐릭터에게 콘텐츠의 조형적인 특징이 특별한 영향을 미치지 않도록 구성된다.

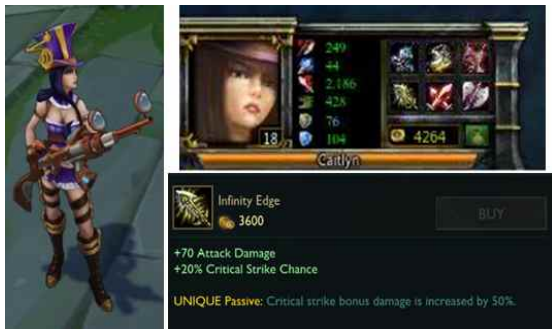


그림 5. ‘리그 오브 레전드’의 능력 부여형 콘텐츠  
Fig. 5. Functional items in game ‘League of Legend’

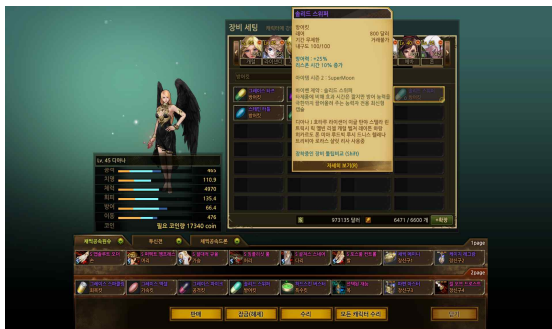


그림 6. ‘사이퍼즈’의 능력 부여형 콘텐츠  
Fig. 6. Functional items in game ‘Cyphers’

##### 4-2 선택형 게임 속 미적 표현형 콘텐츠

선택형 게임 속에서 미적 표현형 콘텐츠는 단순히 유저의 시각적인 즐거움을 위해 조형성이 강조된 콘텐츠로서 유저는 자신의 미적 취향에 부합하는 콘텐츠를 선택하고 구매를 결정하게 된다. 유저가 콘텐츠의 내용에 있어 관여할 여지가 없으며 제공되는 콘텐츠를 선택하여 구매만 가능하기 때문에 유저 간에 크게 차별화된 콘텐츠를 기대하기가 어렵고 유형이 한정되어 있는 것이 특징이다.

그림 7은 온라인 게임 2005년 출시된 게임 ‘서든어택’에서 2021년에 새롭게 출시된 캐릭터 스킨으로, 기존의 실존하는 인물인 아이돌 ‘브레이브 걸스’을 모델로 만들어진 스킨이다. 이러한 스킨은 모델이 되는 스타의 인지도와 더불어 여성 캐릭터의 감각적인 조형성을 부각시켜 유저의 선택을 유도한다.

그림 8은 게임 ‘리그 오브 레전드’ 속에서 구매 가능한 캐릭터의 스킨이다. 구매할 경우 캐릭터의 외형을 바꾸어주며 한 캐릭터 당 스킨의 개수가 5개에서 많게는 10개가 넘어 유저는 자신의 취향에 부합하는 스킨을 선택해 구매할 수 있다.

유저와 캐릭터가 개별적이며 독립적으로 존재하는 상태인 선택형 게임 속에서 유저는 오로지 심미적 만족을 위해 제공되는 콘텐츠를 선택하게끔 되며, 따라서 제공되는 콘텐츠는 시각적이며 표현적인 특징이 부각되도록 나타난다.



그림 7. ‘서든 어택’의 ‘브레이브 걸스’ 캐릭터 스킨  
Fig. 7. Purchasable character skin in game ‘Sudden Attack’



그림 8. ‘리그 오브 레전드’의 캐릭터 스킨  
Fig. 8. Purchasable character skin in game ‘League of Legend’

### 4-3 참여형 게임 속 능력 부여형 콘텐츠

참여형 게임에서는 사용자가 캐릭터를 통해서 가상 공간 속에서 활동할 뿐 아니라 자신의 정체성, 취향, 자아를 표현하는 수단으로 캐릭터를 활용하기 때문에 그만큼 사용자가 캐릭터에 몰입할 수 있도록 도와주는 자율성이 부각된다. 즉, 사용자가 보다 콘텐츠에 영향을 미치게 되며 나아가 콘텐츠를 형성하는 주체가 된다. 따라서 참여형 게임 속에서 능력 부여형 콘텐츠의 원안은 유저에게 제공되지만 유저가 콘텐츠에 적극적으로 개입하게 되면서 유저가 편이나 필요성에 따라 콘텐츠를 제작, 변형, 가공하며 콘텐츠의 능력이 다양하게 변화되어 나타나게 되는 것이 특징이다.

그림 9는 1998년 출시된 온라인 게임 ‘리니지’의 속에 등장하는 ‘진명황의 집행검’이라는 무기로 유저가 게임을 진행하면서 모은 재료를 이용해 제작하고 강화할 수 있다. 제작과 강화가 어렵기 때문에 유저들 사이에서 현물로 거래가 되기도 하고 한때 실제 유저 간에 현금 1억원이 넘는 금액에 거래되어 화제가 되기도 하였다.

그림 10은 2012년 출시된 게임 ‘디아블로3’의 장비로 아이템에 홈이 있어서 능력치를 부여해주는 보석을 넣어 원하는 능력치를 높이거나 속성을 부여하여 유저가 원하는 장비를 직접 만들어 나갈 수 있다. 아이템에 부여된 속성은 외적으로 나타나지 않지만 아이템을 착용하는 캐릭터의 능력치를 높여주는 역할을 한다. 또한 아이템의 속성이 어떤 것이 좋은지, 다른 아이템과의 조합은 어떤지 등 유저들끼리 커뮤니티를 통해 정보를 공유하면서 다양한 방법을 통해서 아이템의 능력치를 최대한 발전시킬 수 있다.

이렇듯 참여형 게임 속에서 능력 부여형 콘텐츠는 유저가 적극적으로 개입하며 콘텐츠 형성의 주체가 되어 유저에게 필요한 기능을 가진 콘텐츠를 적극적으로 만들어 나가고, 유저의 노력을 통해 새롭게 탄생한 콘텐츠는 프리미엄이 붙어 유저들 사이에서 고가에 거래되는 등 그 자체로 또 하나의 가치를 가지게 되는 것이 특징이다.



그림 9. 고가에 거래되는 ‘리니지’의 진명황의 집행검  
Fig. 9. ‘Sword of the emperor’ from game ‘Lineage’



그림 10. 커뮤니티에서 공유되는 ‘디아블로3’의 아이템 세팅  
Fig. 10. Item setting in game ‘Diablo3’

### 4-4 참여형 게임 속 미적 표현형 콘텐츠

유저가 하나의 캐릭터에 몰입하게 되어 캐릭터에 자기 자신을 투영하거나 캐릭터를 통해 가상 공간 속에서 제2의 자아를 형성하게 되는 참여형 게임 속의 미적 표현형 콘텐츠는 유저의 주체성과 자율성이 반영되어 나타난다. 따라서 유저 개인의 개성에 따라 콘텐츠가 천차만별로 다양한 모습으로 나타나게 되며 그만큼 미적 표현형 콘텐츠의 폭이 굉장히 넓고 깊다.

그림 11은 2015년에 출시된 ‘검은 사막’의 캐릭터 커스터마이징 화면으로, 커스터마이징 시스템을 적극 도입하며 캐릭터의 외적인 모든 부분에 유저가 적극적으로 개입할 수 있도록 하였고 이를 통해 다른 유저와의 차별화된 자신만의 캐릭터를 형성할 수 있도록 하였다. 실제로 게임이 출시될 당시 높은 커스터마이징 자유도로 인해 큰 호평을 받았으며, 유저들은 이 시스템을 이용해 유명인과 닮은 캐릭터를 형성하거나 자신과 보다 닮은 캐릭터를 함으로서 게임에 보다 몰입할 수 있다.

그림 12는 ‘월드 오브 워크래프트’와 ‘디아블로3’에 존재하는 ‘형상변환’ 시스템으로 아이템의 외형을 추출하여, 다른 아이템에 덮어 쓸 수 있는 기능이다. 기존 아이템의 기능, 옵션, 성능에는 영향을 미치지 않으면서 외형만 원하는 대로 바꾸어주는 기능이다. 유저가 원하는 아이템을 기능에 구애 받지 않고 착용하면서 자신의 캐릭터를 특별하게 꾸밀 수 있다는 장점이 있다.

참여형 게임 속에서 미적 표현형 콘텐츠는 다양한 조합을 통해 유저의 개성을 나타낼 수 있다는 점에서 콘텐츠의 조형적 특징과 함께 더불어 상징적인 특징이 두드러지게 나타난다. 유저는 콘텐츠의 조합을 통해 자기만의 개성을 가진 콘텐츠를 재창조하며 때로는 그 결과물을 유저들끼리 커뮤니티를 통해 공유하기도 한다.



그림 11. '검은 사막'의 캐릭터 커스터마이징 시스템  
 Fig. 11. Customizing system in game 'Black Desert'



그림 12. '월드 오브 워크래프트'에 적용된 형상변환 시스템  
 Fig. 12. Shape conversion system in game 'WOW'

게임 유형 별 디지털 패션 콘텐츠의 특성을 정리하면, 선택형 게임에서 능력 부여형 콘텐츠는 유저보다 게임의 진행이나 게임 현황에 영향을 가장 많이 받아 개발된다. 이렇게 개발된 콘텐츠는 유저들에게 일방적으로 공급되며 콘텐츠의 변화의 방식 역시 업데이트나 패치 등을 통해 게임 회사에서 주도하게 되며 유저가 콘텐츠에 관여할 여지가 없다. 마찬가지로 유저와 캐릭터가 독립적으로 존재하는 선택형 게임 속의 미적 표현형 콘텐츠는 유저에게 제공되며, 유저는 제공되는 콘텐츠 중에서 심미적 만족을 위한 콘텐츠를 선택하게 된다. 따라서 콘텐츠는 보다 조형적이고 표현적인 특성을 갖는 동시에 어디까지나 제공되는 콘텐츠의 범주라는 점에서 유저 간의 차별화된 요소를 찾기 힘들고 다양성이 부족하다.

반대로 참여형 게임 속에서 능력 부여형 콘텐츠는 유저가 직접적으로 개입하게 되며 유저가 콘텐츠 제작의 주체가 된다. 유저의 필요에 따라 콘텐츠가 변형되거나 강화되는 등 다양한 방향으로 변화하며 유저의 주도 아래 콘텐츠가 새로운 가치를 갖게 된다. 참여형 게임 속의 미적 표현형 콘텐츠 또한 유저의 참여가 중요한 역할을 한다. 조형적 특징을 가진 콘텐츠와 개인을 상징할 수 있는 상징적 콘텐츠를 포함하는 넓은 범위로 콘텐츠를 이용하는 유저의 자율성을 보장하며, 유저의 참여를 통해 콘텐츠는 유저 개개인의 미적 취향이나 감성, 자아, 욕구를 반영하며 유저마다 다양하게 나타나게 된다. 다음 표 2는 본 연구의 결과를 표로 정리 한 것이다.

표 2. 결과 요약

Table 2. Summary of result

type	Functional contents	Visual expressive contents
Selective Game	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contents are affected by game progress</li> <li>- Contents are provided and supplied by game producers one sidedly</li> <li>- Contents change through continuous up-date by game producers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Users are not involved in contents and can only select from provided contents</li> <li>- Contents depend on users choice on provided contents, so each has visually sensual characteristic that stands out</li> <li>- Options are limited</li> </ul>
Participatory Game	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contents are affected by game users</li> <li>- Users are directly involved in contents and actively intervene in development</li> <li>- Contents can be changed by user's needs in various ways including strengthening or combining</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Users get more freedom of choosing and combining contents</li> <li>- Contents are used as a means for users to express identity, tendency, or self conscious, so contents are visual and also symbolic</li> <li>- Contents can vary from user to user</li> </ul>

## V. 결 론

본 논문의 목적은 디지털 패션 콘텐츠의 개념에 따라 게임의 유형을 분류하고 유형 별로 나타나는 디지털 패션 콘텐츠의 유형과 특성을 분석하는 것이 목적이다. 게임은 장르, 매체 등에 따라 다양하게 분류될 수 있으나, 디지털 패션 콘텐츠의 핵심 요소인 유저와 가상 캐릭터의 관계에 초점을 맞추어 분석함으로써 실무적으로 게임 산업과 연계된 패션 산업에서 적용 시킬 수 있는 방법으로 게임을 분류하였다.

게임의 유형을 분류한 결과, 가상 캐릭터가 개별적인 개체로서 유저에게 제공되는 선택형 게임과, 유저가 가상 캐릭터의 형성에 보다 적극적으로 개입하게 되는 참여형 게임으로 나누었다. 선택형 게임은 캐릭터가 독립적인 개체로서 게임 속에 존재하며 게임의 장르, 캐릭터의 개성, 게임 내의 시대적 배경이나 게임 속의 캐릭터의 능력에 따라 외형이 달라진다. 참여형 게임의 가상 캐릭터는 유저의 감성과 정체성을 표현하는 매개로서 몰입을 유도하고, 유저의 자율성을 보장해 개인의 미적 취향에 따라 다양한 외형으로 나타나는 것이 특징이다.

게임 속 디지털 콘텐츠의 사례를 수집하여 콘텐츠가 가상 캐릭터에게 미치는 영향에 따라 유형을 분석한 결과, 가상 캐릭터의 외형에는 영향을 미치지 않지만 능력에 직접적인 영향을 미치는 능력 부여형 콘텐츠와 조형적 요소에 초점을 맞추어 캐릭터의 외형에 영향을 미치는 미적 표현형 콘텐츠로 나눌 수 있었다.



게임의 유형 별로 나타난 디지털 패션 콘텐츠의 특성을 분석한 결과는 다음과 같다. 선택형 게임에서 나타나는 능력 부여형 콘텐츠는 유저보다는 게임과 자체의 영향을 많이 받아 나타나며 주로 일방적으로 유저에게 제공되고 공급되는 특징을 가지며 지속적인 업데이트를 통해 콘텐츠가 변화하는 특성을 갖는다. 미적 표현형 콘텐츠는 조형성이 강조되어 유저는 자신의 시각적 즐거움을 위해 미적 취향에 부합하는 콘텐츠를 선택하고 구매를 결정한다. 캐릭터와 유저가 별개의 존재인 만큼 유저가 콘텐츠에 개입할 여지가 없으며 따라서 선택이 한정되어 있다.

참여형 게임 속에서 능력 부여형 콘텐츠는 유저의 영향을 직접적으로 받으며 유저는 콘텐츠에 적극적으로 개입된다. 즉, 콘텐츠의 형성과 변화에 있어서 유저의 참여가 가장 중요한 역할을 한다. 미적 표현형 콘텐츠는 유저 개개인의 미적취향, 감정, 자아, 욕구를 반영하며 선택에 따라 다양하게 조합되며 변형될 수 있는 자율성이 존재하는 콘텐츠의 폭이 다양하게 나타난다.

과거의 게임이 단순히 여가 생활의 일부로 여겨져 감각적인 측면이 중시 되었다면 게임 속에서 제 2의 자아를 형성하는 유저가 늘어감에 따라 유저의 몰입과 감성을 자극하는 것이 게임의 성패를 좌우하게 되었다. 그 과정에서 게임 속 디지털 패션 콘텐츠의 역할과 특징 역시 변화하고 있으며 앞으로 융복합적 성격을 띄며 발전해나가는 문화 콘텐츠 산업의 발전 과정 속에서 게임과 패션이 교차되기 위해서는 각 산업의 특성을 고려한 통섭적인 이론적 틀이 새롭게 고찰될 필요가 있다. 본 연구는 게임의 유형을 디지털 패션 콘텐츠에 초점을 맞추어 새롭게 분류, 제시한 연구로 후속연구를 위한 이론적 토대이자 실질적인 콘텐츠의 기획과 개발의 기초 자료로서 활용될 수 있다는 점에서 의의를 갖는다.

## 참고문헌

- [1] Y.-J. Son and I.-S. Lee, "Correlation between On-Line Game and Popular Stars - Focused on Fashion -," *Fashion & Textile Research Journal*, Vol. 10, No. 6, pp. 811-821, December 2008.
- [2] E. K. Yang and J. H. Lee, "Planning of Digital Fashion Contents Using the Korean Local Sword Dance Costume - Focusing on the Digital Fashion Contents Business of the Poser Commercialization 3D Character -," *Journal of Digital Design*, Vol. 15, No. 2, pp. 623-636, April 2015. <https://doi.org/10.17280/jdd.2015.15.2.059>
- [3] H.-J. Oh, "A Study on the Formative of the Game Character," in *Proceedings of 2004 Fall Seminar on the Korea Contents Association*, Gwangju, pp. 109-118, November 2004.
- [4] J.-L. Seo and K.-O. Jin, "On the Formative Feature Characteristics of Cyber Character's Fashion in the Cyber-Space Game," *Journal of the Korean Society of Costume*, Vol. 54, No. 3, pp. 99-112, May 2004.
- [5] M.-R. Seo and A.-K. Kim, "Fashion Styles and Characteristics of Game Characters," *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13, No. 2, pp. 343-349, February 2015. <https://doi.org/10.14400/JDC.2015.13.2.343>
- [6] S. Shin, "The Study on Types of Characters Expressed to Visual Identity in On-Line Game," *Journal of Korea Game Society*, Vol. 3, No. 1, pp. 10-17, March 2003.
- [7] E. K. Yang and J. H. Lee, "Planning of Digital Fashion Contents Using the Korean Local Sword Dance Costume - Focusing on the Digital Fashion Contents Business of the Poser Commercialization 3D Character -," *Journal of Digital Design*, Vol. 15, No. 2, pp. 623-636, April 2015. <https://doi.org/10.17280/jdd.2015.15.2.059>
- [8] M.-R. Seo and A.-K. Kim, "Fashion Styles and Characteristics of Game Characters," *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13, No. 2, pp. 343-349, February 2015. <https://doi.org/10.14400/JDC.2015.13.2.343>
- [9] D. N. Cho and E. J. Kim, "Using Traditional Costumes in the Design of Game Character Clothing for 'Heungbu and Nolbu 1' Series of On-Line Game Tales Runner," *Family and Environment Research*, Vol. 52, No. 4, pp. 347-354, August 2014. <https://doi.org/10.6115/fer.2014.030>
- [10] K. H. Yoon and W. H. Cho, "Study on Competitive Fighting Game SSF4 Han Ju-Ri's Fashion," *Journal of the Korean Society of Costume*, Vol. 63, No. 7, pp. 121-133, November 2013. <https://doi.org/10.7233/jksc.2013.63.7.121>
- [11] M. Choi, Y. Kim, and P. C. Paik, "Character Concept Designs Utilizing Formative Methods in Fashion Design," *Journal of Korea Game Society*, Vol. 18, No. 3, pp. 103-112, June 2018. <https://doi.org/10.7583/JKGS.2018.18.3.103>
- [12] S. G. Shin and H. Y. Kim, "Case Study of Utilizing Buddhism Cultural Original Form to Create Digital Contents : Focused on Smart Phone App Game <Abbaro>," *The Korean Journal of Animation*, Vol. 11, No. 5, pp. 195-210, December 2015.
- [13] Game Donga. The Initiation of International e-Sports Federation: IeSF [Internet]. Available: <https://game.donga.com/41123/>.
- [14] Korea Creative Content Agency. 2021 Content Business Prospect Report [Internet]. Available: <https://www.kocca.kr/>.
- [15] J.-Y. Jung and J. H. Ko, "The Effects of Game Character Design on the Game Playing Intention: Focused on Sexual Female Character Design in Role-Playing Games," *Journal*



of *Consumption Culture*, Vol. 25, No. 2, pp. 61-85, June 2022. <https://doi.org/10.17053/jcc.2022.25.2.004>

- [16] J.-H. Kim and K.-S. Kim, “A Study on Game Design Methology Following Types of Games, Type of Gamers -Focused on MMORPG-,” *Journal of Game & Entertainment*, Vol. 2, No. 3, pp. 1-7, September 2006.
- [17] M. Sun and D. Y. Won, “Study on the Ambivalence of the Game and the Content Characteristics of the Game Character,” *Journal of Digital Contents Society*, Vol. 20, No. 4, pp. 727-737, April 2019. <https://doi.org/10.9728/dcs.2019.20.4.727>



**이지아(Jia Yi)**

2013년 : Savannah College of Arts  
and Design

패션디자인과 (석사)

2022년 : 성균관대학교 대학원

의상학과 (박사)

※ 관심분야 : 디지털 패션 콘텐츠(Digital Fashion Contents),  
디지털 콘텐츠 (Digital Contents)