
발리우드를 활용한 체감형 콘솔게임의 콘텐츠 개발에 대한 연구

강효순* · 박유란*

*예원예술대학교 문화예술대학원

A Study on Contents Development for a Sensory Console Game Based on Bollywood

Hyo-soon Kang* · Yu-ran Park**

*Yewon Arts University

E-mail : koms119@yahoo.co.kr

요 약

체감형 콘솔게임의 현황과 문제점을 닌텐도사의 '위(Wii)'를 중심으로 분석한다. 이 중 스포츠분야에 편향되고 다양하지 못한 콘텐츠의 한계를 글로컬한 문화콘텐츠로 한 단계 발전시켜 개발하기 위해 뮤지컬 형식이 주를 이루는 발리우드를 활용한 해결방안을 제시한다. 인도의 빼놓을 수 없는 문화코드인 '발리우드'는 국내를 비롯한 제3국에서는 이국적 신선함으로 소비자의 구매욕을 자극할 수 있고, 11억 인도시장으로의 진출에는 그들에게 익숙하면서도 새로운 형태의 게임문화를 판매할 수 있을 것이다. 본 연구를 위하여 발리우드가 포함된 문화콘텐츠 문화코드 이외에 인도의 정치적, 사회적, 경제적 문화코드까지 전반에 걸쳐 살펴봄으로써 그들의 문화에 이질적이지 않은 콘텐츠를 개발할 수 있을 것으로 기대한다.

ABSTRACT

The current situation and problems of sensory console games was analyzed focusing on the Nintendo 'Wii.' In order to develop the limitation of contents that lean strongly towards sports and fail to offer diversity one step further into glocal cultural contents, a solution of applying 'Bollywood,' which has a main musical format, is presented. Bollywood is a unique cultural code of India which can stimulate the purchase desires of consumers with its exotic freshness in third countries, and can be used to lead sales of a new form of game culture that is familiar yet in a new format in the 1.1 billion population Indian market. The political, social and economic codes of Bollywood are examined in this study in addition to cultural contents and codes that include Bollywood to develop contents that are not foreign to their culture.

키워드

인도영화, 체감형 게임, 닌텐도, 인도문화, 발리우드

1. 서 론

가능성이 무한한 인도시장으로의 진출을 목표로 아직 편향되고 부족한 콘텐츠로 한계를 보이고 있는 콘솔형 게임 닌텐도 위(Wii)를 활용한다. 도시와 시골의 문화적 차이가 비교적 큰 인도인들의 정서에 반하지 않으면서

도 새로운 형태의 글로컬한 콘텐츠 개발의 가능성을 엿볼 수 있다.

인도의 문화코드를 이해하는 것을 시작으로 하여, 문화콘텐츠 문화코드를 집중적으로 분석하고 닌텐도 위(Wii)에 적용 가능한 코드를 찾아 콘솔게임 업계의 선

두주자로서의 명백을 유지함은 물론 성공신화를 이어간다.

II. 본 론

1. 닌텐도 '위(Wii)'의 한계

일본 닌텐도사는 체감형 인터페이스를 게임에 적용해 게임 유저들에게 전혀 새로운 경험을 제공하는 닌텐도 '위(Wii)'를 2006년 11월 미국에서 처음 출시하여 콘솔게임산업의 시작을 알렸다. 하지만 최근, 콘텐츠 대부분이 스포츠분야에 치우치는 등 체감형 게임에 알맞은 콘텐츠 개발에는 한계를 드러내고 있다. 출시 초기 기록적인 판매량과 달리 계속해서 판매량이 줄어들고 있어, 업계 전문가들도 닌텐도, 소니, 마이크로소프트로 이루어진 3대 콘솔회사 중 닌텐도의 수명이 가장 짧을 것으로 전망한다. 후속 주자인 소니는 2010년 'Playstation Move'를 출시하여 초기에는 Wii의 아류라는 악평을 받기도 했지만 3대 콘솔의 모션 컨트롤러 중 가장 뛰어난 동작인식 기능이 있다는 평가를 받고 있어 향후 시장전망이 밝은 편이다. 마이크로소프트사도 같은 해인 2010년 無콘트롤러 방식의 'Kinect'를 출시해 혁신적이라는 평가를 받은 바 있다.

체감형 게임은 모션인식 시스템을 이용하여 가상공간에서 유저 스스로 게임 캐릭터를 제어할 수 있으므로 지속해서 강력한 체험경험을 제공해야 한다. 그럼에도 전반에 걸쳐 게임의 난도가 낮아 성취감이나 게임의 몰입감이 떨어진다는 지적을 피할 수 없다. 이뿐만 아니라 체감형 게임이면서도 체감형 인터페이스의 사용범위가 작아져 원래의 목적에서 변질하여 가고 있다. 그리고 가장 중요한 문제점으로 지적할 수 있는 것은 게임 타이틀 수가 현저히 적다는 것이다. 한국 닌텐도사에서 정식 출시한 타이틀만 보면 해마다 6종 내외에 그친다. 2008년에는 위 스포츠, 위 피트 등 6종, 2009년에는 슈퍼페이퍼 마리오, 춤춰라 메이드 인 와리오, 위뮤직 등 6종, 2010년에는 타운으로 놀러가요 동물의 숲, 위 피트 플러스 등 7종, 2011년에는 슈퍼마리오 위2 갤럭시 어드벤처 투게더 등 6종, 2012년에는 버라이어티 게임박스가 출시되는 등 그마저도 스포츠분야가 주를 이룬다.

2. 발리우드를 활용한 콘텐츠 개발

2.1. 인도의 게임시장 현황

인도는 빠르게 성장하는 인터넷 환경과 보급률이 높아지고 있는 PC방, 중국에 필적하는 인구로 월등한 잠재가치가 있는 시장이다. 특히 인도는 산업 전반에서 북미와 유럽의 아웃소싱 기지 BPO(Business Process Outsourcing)로 유명하다. 북미나 유럽의 회사에서 인도에 있는 인도인 전

문가에게 파일이나 음성으로 작업을 지시하고 이를 처리하는 방식이다. 이 중에서도 IT 기술의 아웃소싱은 으뜸으로 꼽힌다. 이런 영향으로 영어 구사력이 뛰어난 인도 현직인 상당수가 북미 서버에 접속해 대작 게임을 즐긴다.

2.2. 인도문화

글로벌한 문화콘텐츠 개발을 위해서는 나라마다 문화를 체계적이고 심층적으로 분석하는 것이 중요하다. 인도는 단일 문화권인 우리나라와 달리 복합적이며 다문화적 체계를 가지고 있다. 또한, 우리나라를 비롯한 일본, 중국 등이 포함된 동아시아 문화권에 속하지 않아 문화적 거리감이 큰 편이다. 그러므로 복잡하고 생소한 그들의 문화코드 이해를 통해 글로벌 문화콘텐츠 개발의 방향을 제시하고자 한다.

표 1. 인도의 분야별 문화코드

분야	문화코드
정치 사회	- 지속적 민주주의와 서민구제 - 권력 지향적 권위주의 - 집단주의와 개인주의 성향을 동시에 지닌 집단적 개인주의 - 생활종교의 정착 - 미래보다 현실에 충실
경제	- 11억 인구가 모시는 또 다른 신 '돈' - 과소비를 지양하는 실용적 구매
문화 콘텐츠	- 인도의 국민문화콘텐츠라 할 수 있는 맛살라 무비 - 맛살라 무비의 공통 주제 '해피엔딩'

첫째, 정치·사회분야의 문화코드는 표1.에서 보는 바와 같다. 인도는 1947년 독립 이후 현재까지 민주주의 시스템을 안정적으로 정착시켰음에도 신분체제인 카스트제도의 굴레에서 벗어나지 못하고 있다. 이는 현재 위치와 역할에 충실하라는 힌두교의 가르침 때문이다. 힌두교는 인도인 절대다수가 믿고 있는 종교로 정치적 영향력은 물론 생활 속 깊숙이 자리 잡고 있다. 이렇듯 집단적 성향이 짙어 보이는 반면 개인적이며 때로 이기적인 모습도 볼 수 있다. 이를테면, 음식을 만들기 위해 채용된 사람은 화장실이 아무리 더러워도 청소하지 않는다. 역시 카스트의 흔적이다. 힌두교가 이야기하는 인생의 목적 중 하나는 '다르마(Dharma)'다. 젊어 고생은 사서도 한다는 우리 문화와 반대로 현실에 충실하라는 것이다.

둘째, 경제분야 문화코드는 신격화된 '돈'과 '실용적인 구매패턴'이다. 고대 인도의 우화 '판차탄트라(Panchatantra)'에는 "부자가 하는 모든 것은 결코 부끄러운 것이 없지만, 가난하다는 것은 향

상 죄다.”라는 문장이 있다. 힌두교에서는 수단이나 방법보다 결과를 중시하는 성향이 강하다. 올바르게 않은 방법으로 얻은 재물도 정당한 노동의 대가와 같은 가치를 부여하는 것이다. 따라서 ‘돈’에 민감하여 실용적인 구매를 하는 소비문화 패턴을 보인다.

마지막으로, 문화콘텐츠분야 문화코드는 발리우드라고도 불리는 ‘맛살라무비’와 그 특징인 ‘해피엔딩’이다. 발리우드는 인도 남부에 있는 몸바이의 옛 명칭인 봄베이와 할리우드를 합성한 용어로 인도영화 전반을 가리킨다. 영화는 독특한 문화코드를 가진 인도인들에게 가장 인기 있는 문화콘텐츠이다. 흥수와도 같은 할리우드 영화도 그들만의 음악과 춤이 가미된 맛살라무비를 따라갈 수 없는 현실이다. 끝이 대부분 해피엔딩이라는 것을 알면서도 스포일러로 생각하지 않는다. 대부분 주제가 권선징악을 다루기 때문이다.

2.3. 발리우드

1) 인도영화의 특징

인도영화는 상영시간이 평균 3시간 이상 장편이 많다 보니 상영 도중 인터미션을 가진다. 물론 2001년 제작된 그림1. 영화 <라간>의 상영시간이 3시간 45분에 달하지만 2005년 제작된 그림2. 영화 <블랙>은 2시간으로 정통 발리우드와 케를 달리하기도 한다.

한 작품 안에 다양한 장르가 포함된다는 점도 큰 특징으로 볼 수 있다. 뮤지컬, 콘서트, 무용, 액션 등에서 나타나는 그들만의 독특한 춤과 노래, 그리고 배우의 화려한 의상이나 장식은 최신유행 트렌드를 선도한다. 권선징악, 기승전결에 이은 해피엔딩까지 단순명쾌한 서사구조 안에서의 삼각관계와 남녀상열지사(남녀상열지사가 담겨있고 정치 풍자적 소재도 다루며, 영웅이 등장하는 등 다양한 소재가 뒤엉켜 있다. 관객은 이 속에서 독특한 카타르시스를 경험하게 된다. 인도영화를 향신료라는 뜻의 인도어 ‘맛살라’를 따서 맛살라무비라 부르는 이유이다.

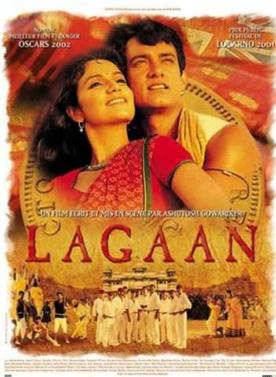


그림 1. 영화 <라간>



그림 2. 영화 <블랙>

최근 인도 영화계에서는 러닝타임 1시간 30분에서 2시간 내외의 3D 액션물 제작이 본격화되기도 했다. 장시간 3D 안경을 착용하고 영화를 보는 부담을 더는 것도 있겠지만, 영화상영 횟수를 늘려 수익을 극대화하려는 전략도 포함되었으리라 본다.

인도인에게 있어 ‘영화배우’는 어떤 존재일까? 우리나라도 ‘사생팬(私生fan)’이 극성이지만 인도인에게 있어 배우는 정치인이나 학자와 어깨를 나란히 하는 계급이다. 최상위 계급으로 승려가 속해있는 브라만, 왕과 귀족 계급인 크샤트리아, 상인 바이샤, 일반백성은 수드라로 분리된다. 물론 달기만 해도 부정해진다는 불가촉천민도 있으며, 구체적 직업에 따라 바이샤와 수드라는 2,000여 개 이상으로 세분되어 있다. 이 중 영화배우는 브라만이나 크샤트리아로 인식된다는 것이다. 하지만 도시를 중심으로 점차 사라져 가는 카스트 제도가 유명세에 따라 최상위 계급으로 인지하는 것인지 실제로는 배우마다 각각의 계급은 존재한다.

국내에서도 상영되었던 영화 <내 이름은 칸>에서 주연을 맡아 자폐 연기로 열연을 한 인도의 국민배우 그림3. 샤룩 칸(Shahrukh Khan)은 카스트와 상관없이 40대 중반의 나이임에도 아직 인도인들의 영웅이다.

세대를 거슬러도 마찬가지다. 1969년 영화 <Saat Hindustani>로 데뷔한 1942년생 영화배우 그림4. 아미타브 밧찬(Amitabh Harivansh Srivastav)은 인도인들에게 신과 같은 존재로 그를 모시는 서원이 있을 정도다.



그림 3. 샤룩 칸



그림 4. 아미타브 밧찬

2) 콘텐츠로 활용 가능한 요소

영화에 등장하는 배우의 패션, 악기, 춤, 노래를 그대로 따라 할 수 있다면 얼마나 좋을까? 2008년 그림5. 영화 <신이 맺어준 커플>에서 신이 맺어 준 국민배우 샤룩 칸의 상대가 미모의 여배우 아누쉬카 샤프마가 아닌 내가 되어 함께 춤추고, 함께 바이크를 타며 편자브 시내 곳곳을 누비는 호사를 누릴 수 있다. 같은 해 제작된 프리앙카 초프라 주연의 그림6. 영화 <패션>에서는 모델로

등장하는 초프라의 의상을 내가 입고 당당하게 런웨이를 걸어본다. 극장에서 스크린을 보며 함께 울고, 웃고, 손뼉치고, 휘파람을 불며 영화를 즐기는 인도인을 비롯하여 인도영화를 사랑하는 모든 이들에게 또 다른 맛의 카타르시스를 선사하는 것이다.



그림 5. 영화<신이 맺어준 커플> 샤룩칸과 아누쉬카



그림 6. 영화<패션>의 주인공 프리앙카 초프라

인도음악은 선율을 뜻하는 라가(Raga)와 리듬을 뜻하는 탈라(Tala), 그리고 악기(Instrument)로 나누어 볼 수 있다. 라가와 탈라는 정해진 규칙 내에서 즉흥성을 가미하여 예술적으로 표현하는 특징이 있고, 악기는 나띠야사스트라(Natyasastra)의 분류로 체명, 피명, 현명, 공명악기로 나뉜다. 2008년 영국과 인도가 함께 제작한 <슬립독 밀리어네어>에서는 OST의 모든 음악에 인도 음계를 사용했고, 인도 전통악기 시따르(Sitar)와 따블라(Tabla) 등이 연주되어 현대음악과의 조화를 이루기도 했다.

1966년, 비틀즈 멤버 그림7. 조지 해리슨(George Harrison)은 시따르에 매료되어 시따르 최고 연주가 라비 샹카르로부터 시따르를 배우기 위해 동양의 알프스라 불리는 인도 최고의 휴양지 스리나가르(Srinagar)까지 갔다. 이후 1967년 비틀즈의 명곡 'Within you without you'를 작곡하여 어쿠스틱 기타와 함께 시따르와 탐부라를 연주했다. 50여 년 전 Within you without you를 시따르로 연주하는 조지 해리슨이 되어 보는 건 어떨까?

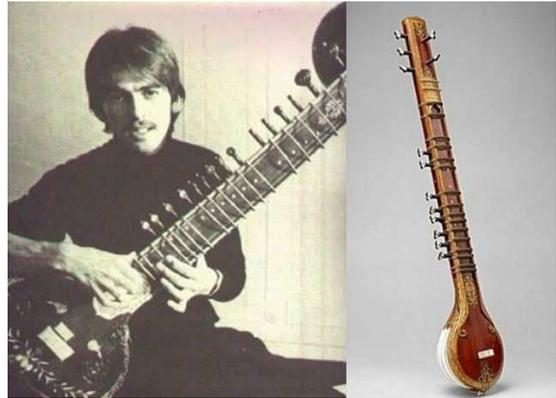


그림 7. 비틀즈의 조지해리슨이 연주한 시따르

V. 결 론

2010년을 기점으로 3대 콘솔회사가 모션 컨트롤러 시스템을 확보하면서 체감형 콘솔게임은 하나의 게임 장르가 되었다. 따라서 향후 3대 콘솔회사가 닌텐도, 소니, 마이크로소프트가 아닌 또 다른 회사로 바뀌는 것은 시간문제다. 왜냐하면, 게임 유저들은 더는 모션 컨트롤러를 새롭거나 흥미로운 것으로 인식하지 않기 때문이다.

모션 컨트롤러 기술만이 구현 가능한 차별성을 부각한 콘텐츠 확보가 시장을 지배할 수 있는 유일한 열쇠다.

참고문헌

- [1] 이장원, 윤준성, "체감형 인터페이스를 사용하는 닌텐도 Wii의 한계에 대한 연구", 한국게임학회, 제11권, 제2호, pp.94-97, 2011.
- [2] 김윤희, 박치완, "인도의 문화코드와 글로벌 문화 콘텐츠", 국제지역연구학회, 제14권, 제4호, pp.79, 2011.
- [3] 한국게임산업진흥원 편집부, "한국 게임산업연감(2011)", 한국게임산업진흥원, pp.75~80, 2011.