초창기 게임 소개 기사의 담론 구조: 게임 긍정 담론으로서의 가능성과 한계*

이 범 준**

서울대학교
언론정보연구소

김 옥 태***

한국방송통신대학교
미디어영상학과

국문초록

본 연구는 우리나라에 컴퓨터 게임이 소개되기 시작했던 1994년부터 1996년 사이 국내의 대표적인 5개 신문에 등장한 게임 소개 기사를 게임 소개 보도기사, 게임 칼럼 그리고 게임정보기사의 세 가지 하위유형으로 규정하고 그 담론구조의 특징을 살펴보았다. 그 결과 초창기 게임 소개 기사들은 게임 이용과 정보화 사이의 밀접한 관련성을 보여주는 담론 구성요소를 갖고 있음을 알 수 있었다. 뿐만 아니라, 특정 유형의 게임 소개 기사들은 게임 이용자들이 어떻게 게임을 플레이할 수 있는지에 관한 구체적인 이용법 정보를 제공하였다는 것을 알게 되었다. 이러한 결과는 당시의 게임관련 기사의 담론이 부정적 영향만 부각한 것이 아니라 게임을 긍정적인 면도 강조하였다는 것을 알 수 있다.

▌주제어 ▌ 신문 기사, 게임, 담론 구조,

---

* 이 논문은 2018년도 1분기 한국방송통신대학교 학술연구비 지원을 받아 작성된 것임
** dawnbreak@naver.com
*** 교신저자, octopia@knou.ac.kr

1 서론

1990년대 중반은 일상의 정보화가 심화되는 시기라고 할 수 있다. 1994년 개인용 컴퓨터가 국내 시장에서만 120만 대가 판매된 것으로 추산됐는데, 이는 전년보다 50% 증가한 것이었다(한국전산원, 1995: 400). 개인용 컴퓨터를 이용해 기업과 행정기관에서 업무를 처리하게되고 가정에서도 학생과 주부들이 학업과 가사에 컴퓨터를 활용하는 경우가 급속히 증가하고 있었다. 전자게시판을 통해 얼굴을 알지 못하는 사람들과 동시적 또는 비동시적으로 교류하면서 다양한 정보를 주고 받을 수 있는 PC통신 유료가입자도 1994년 8월 40만 명에서 1995년 3월 54만 명으로 7개월 만에 35% 증가했다(한국전산원, 1995: 339). 전세계 사람들과 교류할 수 있는 인터넷도 1994년 상용서비스를 시작하였는데, 1995년 3월 에 벌써 대학과 기업의 통신망을 통해 약 1만 명 이상이 이용하고 있었다(한국전산원, 1995: 340).

이러한 정보통신 테크놀로지의 확산 과정에서 한국 언론은 게임을 어떻게 다루었을까? 2000년대 초반 미디어를 떠들썩 하게 했던 게임중독에 대한 논의나 게임이 원인으로 지목된 끔찍한 사건 사고 기사들을 기억하는 사람들은 1990년대에도 언론이 게임을 부정적으로 다루었을 것으로 짐작할 것이다. 대부분의 미디어 연구들도 한국 언론이 게임을 청소년들의 정신적, 신체적 건강을 위협하고, 각종 범죄의 원인이 되며, 업무나 학업의 생산성을 낮추는 유해한 것으로 다루어 온 것으로 설명해

왔다(문성호, 2013; 방희경·원용진·김진영, 2018; 서성은·연준명, 2017; 윤태진, 2013; 이동연, 2013). 올드미디어인 신문과 방송은 뉴미디어인 게임에 대해 독자와 시청자들에게 게임에 대한 불안과 공포를 조성해 왔다고 여기는 것이다.

그러나 언론의 게임 관련 보도에 대한 다른 묘사도 있다. 주재원과 나보라(2013)는 1990년대 중반 이후 신문이 게임을 소개하는 기사를 게재하고, 게이머와 게임 개발자들을 디지털 시대 새로운 인재상으로 소개하였음도 지적한다. 이범준과 김옥태(2022)는 1990년대 신문이 게임을 정보화의 정당한 구성요소로 다루었다고 주장한다. 그 근거로 "오락"만을 언급한 기사와 달리, "게임"을 언급한 기사는 1990년 324건에서 1999년 1474건으로 355% 늘어났고, 이 기사들은 주로 IT_과학 범주에 속했다(44.2%)는 점을 제시한다. 이는 "오락"만을 언급한 기사 중 이 범주에 속한 기사는 1.9%에 불과한 점과 대비되는 것이다. 후자의 기사는 사회 범주에 속한 기사가 가장 많다(50.7%). 사회 범주는 각종 사건 사고를 다루는 기사들이 속하는 범주이다.

정보화가 확산하고, 심화하는 과정 속에서 일상의 놀이나 여가의 많은 부분이 개인용 디지털 기기를 이용하는 게임으로 전환되는 변화가 1990년대 진행되었다. 이 과정에서 언론은 게임을 부정적으로만 보고 이러한 놀이의 디지털화에 맞서기보다, 그러한 변화를 소개하고 그 이용을 돕는 역할을 했을 수 있다. 게임 소개 기사(주재원·나보라, 2013)나 IT 하드웨어 상품소개 기사, 컴퓨터 이용법 안내 기사(이범준·김옥태, 2022)가 그 사례가 될 수 있다.

본 연구는 1994-1995년 사이 중앙일간지에 등장하기 시작한 게임 소개 기사들의 담론적 특징을 분석하였다. 게임을 소개하거나 리뷰하는 이러한 기사들은 기존의 게임 관련 언론 보도 연구에서 크게 주목받지 않았다. 그러나 놀이가 디지털화되어 가는 과정에서 언론이 수행한 역할을 이해하고자 한다면 꼭 살펴보아야 할 기사 유형이라 할 수 있다. 컴퓨터, PC통신, 인터넷이라는 새로운 테크놀로지를 이용하여 즐길 수 있는 게임으로 어떤 것들이 있고, 그것을 어떻게 이용할 수 있는가 소개하는 기사들은 디지털 게임 문화 확산에 필요한 기본적인 정보의 원천이라고 할 수 있기 때문이다.

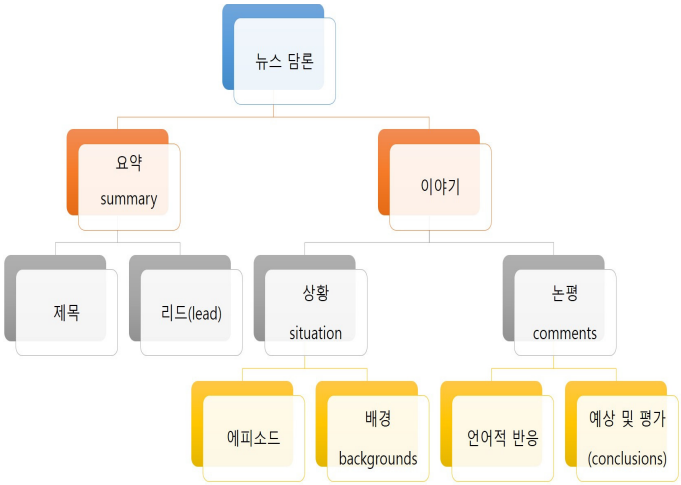
이를 위해 본 연구는 당시 게임 소개 기사들을 어떤 담론 구성요소를 포함하고 배제하였는 지를 기준으로 유형화하고 각 유형별로 기사의 성격을 논의하였다. 구체적으로 해당 기사들이 일상의 정보화에 어떤 기여를 할 수 있는지, 제품 및 서비스 홍보를 위한 기사인지 아니면 게임 이용자 지향의 정보를 제공하는 기사인지 등을 검토하였다.

2 분석틀

1) 반 다이크의 뉴스 담론의 구조적 얼개

본 연구는 반다이크가 제시한 뉴스 담론의 구조적 얼개(superstructural schema)(van Dijk, 1988)를 바탕으로 게임 소개 기사의 담론적 특징을 규명하고자 했다. 이를 위해 먼저 반다

이크의 구조적 얼개를 살펴보고, 상품정보기사를 분석한 이원표의 연구(이원표, 2012)를 반다이크의 틀로 재구성하여, 본 연구에 적용할 분석틀을 제시한다.



[그림 1] 반다이크의 뉴스 담론의 구조적 얼개

반다이크가 제안한 뉴스 담론의 구조적 얼개는 일반적인 보도 기사의 전형적인 기본틀을 잘 보여준다. 반다이크는 보도 기사의 기본틀을 크게 제목과 리드(lead)로 이루어진 요약 부분과 기사 본문인 이야기로 구분하였다. 이야기(story)는 다시 에피소드와 배경으로 이루어진 상황(situation)과 사건에 대한 관련 인물 및 기자 자신의 논평(comments)으로 나뉜다. 여기서 반다이크는 상황과 논평을 세분화하는데, 상황은 “주요 사건(main events)” 및 그 “후속 사건(consequence)”을 다루는 “에피소드”와 이들 사건의 관련 맥락, 이전 사건들, 역사 등에 관한

“배경(backgrounds)”으로, 논평은 사건 관련자 및 관찰자의 말을 인용해 소개하는 “언어적 반응(verbal reactions)”과 기자 자신의 이후 사건 전개에 대한 예상 또는 사건에 대한 평가를 다루는 “맺음말(conclusions)”로 이루어진 것으로 설명하였다(van Dijk, 1988).

반다이크는 보통의 뉴스 기사에서는 반드시 포함되어야 할, 제목, 리드, 주요 사건을 제외한 나머지 요소들은 생략되거나 변형될 수 있고, 순서도 달라질 수 있다고 보았다(van Dijk, 1988). 국가에 따라, 언론사에 따라, 또 뉴스 유형에 따라 어떤 요소를 포함하고 제외할지, 강조하거나 약화시킬지, 또 어떤 순서로 배치할지 달라질 수 있다는 것이다. 예를 들어, 일반적 보도 기사에서는 기자 자신의 예측이나 평가 부분이 보통 생략되는데, 배경 기사에서는 주요 사건 중 일부만 다뤄지고 기자의 예상 및 평가, 관련 역사가 부각된다. 레바논 정치인 게마엘의 피살 사건에 다룬 스페인의 <엘 파이스(EL PAÍS)>의 보도에서는 정치적 후속결과를, 주요 사건보다 먼저 제시하기도 했다.

이 기본적 얼개가 특정한 유형의 기사에서 어떻게 구현되거나 변형되는지를 살펴보고 이를 알려진 다른 기사 장르와 비교한다면, 해당 유형 기사의 성격을 파악하는데 큰 도움이 될 것이다. 보다 미시적으로는 특정 기사가, 비슷한 유형의 다른 기사에 비해 어떤 특색을 갖는지도 논의할 수 있을 것이다.

2) 상품정보기사의 구조적 얼개

본 연구의 분석대상인 게임 소개 및 리뷰 기사와 가장 비슷

한 성격의 기사 장르를 분석한 연구로, 상품정보 기사에 대한 이원표의 연구(이원표, 2012)가 있다. 이원표의 연구는 반다이크의 구조적 얼개를 부분적으로 참조했지만, 이를 분석틀로 사용하지 않고, 기사 장르의 특성을 보다 뚜렷이 드러낼 수 있는 바티아(Bhatia)의 전개구조(mover-structure)를 기본 분석틀로 적용했다. 이원표가 도출한 상품정보기사의 전개구조는 다음과 같다.

(가) 기사 제목
(나) 배경 제시하기
(다) 특정 제품 소개하기
(라) 특정 제품의 세부 정보 제공하기
(마) 특정 제품 장점/우수성 강조하기
(바) 소비자의 반응 소개하기
(사) 구매 관련 정보 제공하기

그런데 이원표가 제안한 상품정보기사의 전개구조는 해당 기사의 구체적 특징을 파악하는데 유용하지만, 다른 기사 유형, 대표적으로 일반적인 보도 기사와의 어떤 차이가 있는지 일목요연하게 드러나지 않는다는 단점이 있다. 본 연구는 이원표가 설명한 상품정보기사 전개구조를 반다이크의 구조적 얼개에 맞게 재구성하여 분석틀로 활용하고자 한다.

이원표의 연구를 바탕으로 상품정보기사와 일반적 보도기사의 구조적 얼개의 차이를 정리하면 다음과 같다.

① 리드의 생략과 배경의 제시

상품정보 기사에서는 기사 본문 첫 부분에 기사 요약의 성격을 갖는 리드가 없고, 배경이 먼저 제시되는 특징이 있다. 이 배경은 제품의 등장을 부각시키고 독자의 관심을 끌기 위한 것으로, “최근 상황/경향/문제 소개하기”, “특정 범주의 상품 소개하기”, “관련 소비자층 언급하기” 등이 보통 사용된다(이원표, 2012).

그런데 상품정보기사의 배경은 반다이크의 구조적 얼개에서 제시된 에피소드의 하위 요소인 배경과는 성격이 다르다. 반다이크에게 배경은 주요 사건의 배경이지만, 상품정보기사에서 그것은 상품을 이용하거나 관심을 가져야 하는 배경이다. 예를 들어, 아이스크림 상품을 소개하기 앞서 기사의 맨 처음에 뜨거운 태양의 계절인 여름의 상황을 묘사하는 부분과 같은 것이다.

이야기 요약의 성격을 갖는 리드가 없다는 것은 일반적 보도기사와 구별되는 상품정보기사의 특징이라 할 수 있다. 반다이크는 리드를 주요 사건과 함께 일반적 보도 기사의 “의무적으로” 있어야 하는 요소로 보았다(van Dijk, 1988: 92). 상품소개기사에서는 사건이 아니라 상품 소개에 초점을 두기 때문에 기사 내용을 압축적으로 제시하는 글의 첫 부분을 보다 유연하게 활용할 수 있다. 이원표가 제시한 상품 이용 또는 상품 소개의 배경은 그 한 가지 방식이 될 수 있고, 제품의 장점이나 우수성을 요약해 제시하는 방식도 가능할 것으로 보인다. 또 게임 관련 상품정보기사의 경우, 제품 출시나 제품 인기몰이 등의 사건을 요약한 형태, 즉 일반적 보도기사의 리드와 유사한 형식을 사용한 경우도 있다. 이 경우 일반적 보도 기사와 형식적 유사성

이 높은 사례로 볼 수 있다.

② 에피소드 요소의 약화: 정적인 묘사

이원표는 상품정보 기사에서는 행위에 대한 묘사보다 제품에 대한 묘사가 많아 정적인(static) 느낌을 준다고 설명하고, 역동적 느낌을 주는 보도 기사와 대비한다(이원표, 2012: 986). 행위에 대한 묘사가 없다는 것은 반다이크의 구조적 얼개에서 에피소드에 해당되는 요소들(주요 사건, 후속 결과, 배경)이 생략된다는 것을 의미한다. 즉, 상품정보기사의 전개구조에서는 에피소드 관련 요소들은 배제되고 대신 "특정 제품 소개하기", "특정 제품의 세부 정보 제공하기" 등 제품에 대한 정적인 묘사 관련 요소들이 부각되는 경향이 있다(이원표, 2012).

상품정보기사에서도 "A기업이 B제품을 출시했다"나 "B제품이 인기를 끌고 있다" 등의 형태로 주요 사건이 제시되기도 한다. 이전 제품의 역사나 시장 경쟁 상황을 기술하는 방식으로 주요 사건의 관련 맥락이나 역사를 제시하는 경우도 있다. 이러한 경우 보도기사와 유사한 구조적 형식을 갖춘 것으로 볼 수 있다. 그러나 대부분의 상품소개 기사는 제품 출시나 인기 부상 등에 관한 주요사건을 1문장 내외 또는 안긴 절 형태로 간략히 기술하는 수준에서 그친다.

제품 소개 부분이 반다이크의 구조적 얼개와 완전히 배치되는 것은 아니다. 반다이크가 사례로 든, 뉴욕타임스의 레바논 대통령 당선자 게마엘 피살 사건 보도 기사에서도 피살된 정치인의 소속 정당, 현재 지위, 정치적 성향 등 인물 소개 정보가 제시된다(van Dijk, 1988: 95). 반다이크는 이를 다룬 부분을 "주

요 사건"에 속하는 것으로 분석했다. 사건과 관련된 인물이나 단체, 사물, 공간 배경 등에 대한 정보도 이야기 구성 요소로 볼 수 있다. 어떤 특징을 갖는 인물이 어떤 상황에서 그 행위를 수행했느냐에 따라 사건의 성격은 달라질 것이기 때문이다. 그러나 일련의 사건들을 연결해 기술하지 않는 기사, 즉 서사가 없는 기사에서 이러한 인물이나 상황을 나타내는 정보는 이야기 구성요소로 보기 어려울 것이다. 상품정보기사는 이렇게 사건의 연속적인 진행에 대한 서술 없이 한 지점에서 특정 대상에 대한 상세한 설명을 제시하는 구조를 갖는다. 이는 일반적 보도 기사와 본질적인 차이가 있는 측면이다.

예를 들어, 제임스웹 망원경 가동 성공에 관해 스트레이트 기사 이외에 별도로 제임스웹 망원경에 대한 상세 정보를 제공하는 기사와 유사한 성격의 기사로 상품정보기사를 접근해 볼 수도 있다. 그러나 이러한 배경 기사(background article)와 달리 대부분의 상품정보기사는 보도 기사와 함께 제시되지 않는다는 차이가 있다. 별도의 보도기사가 작성될 정도의 뉴스 가치가 있는 아이템을 다루는 것이 아니기 때문이다.

③ 가치 평가와 감상 제시

기자 자신의 논평(comments)도 반다이크의 구조적 얼개에서 정상적인 한 요소로 인정된다. 반다이크는 기자의 논평을 기사의 "결론부(conclusions)"에 "예상과 평가(evaluation)"의 형태로 제시되는 것으로 설명한다. 보통의 보도 기사에서 기자가 제시하는 논평의 유형은 상당히 제한적이다. <뉴욕타임스>의 게마엘 피살 사건 보도 사례에서 결론부는 차기 대통령과 레바논의

평화에 대한 예측과 이 사건이 레바논의 불안정성을 증가시켰다는, 사건의 의의에 대한 판단이었다. 인물 또는 인물의 행위에 대한 가치 평가는 보도 기사에서 배제되거나 제한적으로 제시된다(임영호, 2013).

반면 상품정보기사에서는 제품의 장점이나 우수성, 차별성에 대한 정보를 제공하면서 제품의 좋고 나쁨에 대한 판단이 담긴, 기자의 논평을 빈번히 제시한다(이원표, 2012). 예를 들면, "친환경적이다", "경쟁력이 있다", "합리적인 가격에 속에 든 내용물도 알찬" 같은 표현을 기사의 위치에 구애받지 않고 자유롭게 사용하는 경향이 있다. 이러한 가치판단의 논평은 일반적 보도 기사와 다른, 상품정보기사의 담론적 특징이다.

상품정보기사에서는 또한 제품에 대한 기자 자신의 감상이나 미학적 판단도 제시되기도 한다. 자동차의 외형에 대해 "몸매 역시 담백하고 간결하다"고 말하거나, 워터파크에 대해 우거진 숲 계곡에서 내려오다 "풍덩 빠지는 듯한 느낌을 준다"고 표현하는 사례가 대표적이다(이원표, 2012). 디자인이 중요한 제품이나 여행지, 음식점 등을 소개하는 기사에서 이런 표현이 자주 사용될 가능성이 있다. 객관주의 보도 관행에서 기자가 인물이나 사건, 대상에 대해 자신의 감정을 표현하거나 주관적 판단을 제시하는 것은 금기시된다. 이러한 논평들을 보도 기사와 다른 상품정보기사의 담론적 특징으로 볼 수 있다.

기자 자신의 가치 판단이나 감상을 제시하는 부분이 기사의 중심이 된다면 제품의 장단점을 살펴본 뒤 자신의 평가를 논증하는 칼럼이나 여행지나 식당, 음식에 대한 미학적 판단을 논의하는 비평의 형태로 발전할 수 있을 것이다. 이 경우 상품정

보기사와는 다른 기사 장르로 분류되어야 할 것이다. 이원표의 연구에서 제시된 사례들을 통해 볼 때, 상품정보기사 중 가치 평가나 감상을 본격적으로 논의하는 기사는 없었던 것으로 보인다. 그의 사례 분석에서는 기자의 가치판단은 대체로 제품의 장점을 사실적으로 기술하는 과정에서 부분적으로 언급되는 것으로, 제품에 대한 평가는 외부 전문가나 다른 소비자의 발언을 통해 주로 제시되는 것으로 설명된다(이원표, 2012).

기사 장르와 관련하여 기자가 제품에 대해 부정적인 평가를 제시하는지 여부에 주목할 필요가 있다. 이원표는 상품정보기사에서는 제품에 대한 부정적인 가치 판단이 제시되지 않는다고 말하며 이는 음식점 비평과 다른 측면임을 지적했다(이원표, 2012). 소비자를 위해서라면 제품에 대해 부족하거나 아쉬운 점, 문제점도 정보를 제공하는 기사에서 다루어져야 한다. 반면 실제적인 또는 잠재적인 광고주, 스폰서를 위해 또는 그들을 염두에 두고 작성된 기사라면 제품을 홍보하고 구매욕구를 자극하기 위해 제품에 우호적인 판단만 제시될 것이다. 이원표가 분석한 상품정보기사는 소비자보다 기업을 우선시하는 관행이 정착된 기사 장르로 볼 수 있다.[1] 이와 달리 상품정보를 제공하지만 제품에 대한 기자 자신의 긍정적/부정적 판단을 모두 제시하는 기사도 존재할 수 있는데, 이런 유형의 기사는 저널리즘의 상업화나 소비자 권익 옹호의 측면에서 전자와는 다른 성격의 기사로 간주될 필요가 있다.

1) 이원표는 같은 지면 또는 인접 지면에 동일한 제품에 대한 광고와 상품정보기사가 함께 게재되는 사례를 보고하였다(이원표, 2012). 모든 기사 사례가 광고와 연계되지 않더라도, 광고 판매 가능성을 고려하여 제품에 대해 우호적인 판단, 정보만을 제공하는 기사 형식이 선호되었을 것으로 추정할 수 있다.

④ 구매 권유 및 구매 정보 제시

기사의 상업성과 관련하여 제품의 구매를 권유하거나 구매 정보를 제시하는 부분에 주목할 필요가 있다. 이원표는 상품정보기사의 전개 구조 중 하나로 “구매 관련 정보 제공하기”를 포함시켰다. 상품정보기사는 대체로 구매처, 가격에 대한 정보, 할인 행사 및 이벤트, 구입 혜택 등에 대한 정보를 담고 있다(이원표, 2012). 이러한 정보(특히 구매처와 가격)가 관습적으로 제시된다면 제품에 대한 부정적인 정보나 평가를 배제함을 의미한다. 구매 관련 정보와 구매 권유 표현은 해당 기사의 홍보성 또는 광고와의 연계성을 보여주는 것으로 해석될 수 있다.

3) 게임 소개 기사의 분석틀

본 연구의 주된 분석대상인 게임 소개 기사는 대체로 이원표가 분석한 상품정보기사의 하위유형에 해당된다고 볼 수 있다. 게임 소개 기사 중 상당수는 CD롬으로 판매되거나 또는 유료 온라인 서비스로 제공되는 게임을 다루었고, 이 경우 상품정보기사처럼 홍보성이 강한 경향이 있기 때문이다. 이러한 기사들은 이원표의 연구에서 언급된 상품정보기사의 담론적 특징을 거의 대부분 갖고 있을 것으로 추정된다. 그러나 자료실이나 인터넷에서 무료로 다운받을 수 있는 게임을 다룬 기사도 있는데, 이 경우 앞선 기사와 성격이 다를 수 있다.

또한 게임이라는 제품의 특성 상 일반적인 상품제공기사와는 다소 다른 담론 구성요소가 나타날 수 있다. 첫째, 게임은 서사, 그래픽, 음악, 놀이가 어우러진 “종합예술장르”로 영화나 애니메이션, 소설 등의 문화상품처럼 그 이야기 구조나 그래픽,

또는 플레이에 대한 미학적 판단이 중요할 수 있다. 따라서 게임 비평과 같은 이러한 요소에 초점을 둔 별도의 기사 장르의 발전이 가능할 수 있고, 비평 형식의 기사는 아니지만, 비평적 요소를 일반적인 상품제공기사에 비해 더 비중 있게 다룬 기사도 존재할 수 있다.

둘째, 게임은 일반적인 상품과 달리 게임이나 컴퓨터, PC통신, 인터넷 이용법에 대한 안내(guide)가 중요한 제품이다. 게임 이용법에 따라 게임을 통해 누릴 수 있는 즐거움이나 감정적 만족이 다르고, 기대할 수 있는 인지적 효과도 달라진다. 게임을 구동시킬 기기나 통신 서비스 이용법을 모르면 게임에 접근할 수 없다. 특히 컴퓨터, PC통신, 인터넷이 새롭게 일상에 확산되었던 이 시기에 정보통신 테크놀로지 이용법은 게임 이용의 결정적인 진입 장벽으로 작용했기 때문에 관련 정보에 대한 독자들의 요구가 높았다고 볼 수 있다.

담론 장르 차원에서 이용법 정보는 독자에게 어떤 작업을 수행하는 절차나 유용한 노하우를 다루고, 소비자에게 특정 행위를 수행할 것으로 요청하거나 권유한다는 점에서 일반적인 제품 정보와 성격이 다르다. 또한 이용법은 광고주보다 소비자에게 가치 있는 정보라는 점에서 기사의 상업성이나 기자의 역할과 관련하여 주목해서 살펴보아야 할 요소이다.

지금까지의 논의를 종합하여 게임 소개 기사의 담론적 특징을 분석하기 위한 분석틀은 <표1>과 같다. 반 다이크의 뉴스 기사의 구조적 얼개를 참조하되 게임 관련 상품정보기사의 특성을 염두에 두고 그 구성요소를 일부 변형시켰다. 이야기 관

련요소는 에피소드 항목으로 단순화시키고, 제품에 대한 정적인 묘사에 해당되는 부분은 제품정보, 이용정보, 구매정보로 세분화했다. 기자 자신의 논평과 언어적 반응 요소는 그대로 두었다. <표 1>에는 구조적 얼개의 구성요소별로 어떤 측면에 초점을 두고 분석할 것인지가 정리되어 있다. 본 연구는 상품정보기사의 구조적 얼개의 모든 하위 요소를 분석해 제시하기보다 보도기사, 비평, 칼럼, 상품정보기사 등과 같은 기사 장르와 해당 게임 소개 기사와의 유사성 및 차이점을 파악하는데 중요한 기사 담론의 구성요소들에 초점을 맞추어 분석을 진행하고자 한다.

<표 1> 게임 소개 기사 담론 구조의 분석틀

기사 담론의 구성 요소	분석의 초점
리드	기사의 요약인 리드가 존재하는가? 있다면 그것은 에피소드의 요약인가? 제품의 평가에 대한 요약인가? 리드 없이 제품소개 배경이 제시되는가?
에피소드	기사의 주요 사건은 무엇인가? 기사는 주요 사건과 후속사건, 사건배경을 비중있게 다루고 있는가?
제품정보	어떤 제품 정보를 제공하는가? 게임에 대한 부정적인 정보도 제공하는가?
이용정보	게임 이용법에 대한 정보를 제공하는가? 어떤 게임 이용법를 제공하는가? ICT 이용법에 대한 정보를 제공하는가?
기자논평	예상, 사건의 의의 평가 중심의 논평인가? 제품의 기능, 효과에 대한 평가를 제시하는가? 제품에 대한 미학적 평가를 제시하는가? 제품에 대해 부정적인 평가도 제시하는가? 기자의 감상, 감정을 제시하는가? 구매를 권유하는가?

기사 담론의 구성 요소	분석의 초점
언어적 반응	기자 이외 어떤 사람의 언어적 반응을 제시하는가?
구매 정보	구매 관련 정보를 제시하는가? 어떤 구매 관련 정보를 제시하는가?

3 연구결과: 1990년대 중반 게임 소개 기사의 유형

본 연구는 1994-1995년 사이 6개 중앙일간지(<경향신문>, <국민일보>, <서울신문>, <세계일보>, <한겨레>, <한국일보>)에서 보도한 게임 소개 기사를 분석대상으로 했다. 시기를 1994년부터 1995년까지로 정한 것은 이 시기에 게임 소개 기사가 처음 등장해 자리를 잡기 시작했음을 고려한 것이다. 초창기에 대한 연구를 통해 기사 장르가 자리잡는 과정에서 나타나는 다양한 유형의 기사를 발견할 수 있으리라 기대하였다. 6개 신문은 한국언론진흥재단의 빅카인즈 데이터베이스에서 검색 가능한 중앙일간지이다. 본 연구는 "게임", "game" 그리고 전자오락 관련 단어[2]를 검색어로 하여 게임 및 전자오락 언급 기사들을 추출하였다. 빅카인즈 서비스는 제목, 작성자, 기사 범주, 기사 앞부분 등 기사의 서지사항을 함께 제공하는데 이 자료를 바탕으로 게임 소개 기사가 될 수 있는 기사를 탐색하였다. 게임 소개 기사는 개별 게임 아이템을 소개하는 기사로 한정하고 게임 장르를 소개하는 기사들은 제외하였다. 후자의 경우 특정

2) 전자오락 관련 단어의 검색식은 다음과 같다.
전자오락 OR "전자 오락" OR "컴퓨터오락" OR "컴퓨터 오락" OR "오락실" OR "오락기"

게임 장르가 유행하는 현상을 기사화한 경우가 많아 논의가 복잡해질 수 있기 때문이다.

분석 결과 게임 소개 보도기사, 이용법 중심 게임정보기사, 비평형 게임정보기사, 홍보성 게임정보기사, 게임 칼럼 등 5개 유형을 찾을 수 있었다.

1) 게임 소개 보도기사

게임 소개 기사 중에는 일반적 보도 기사 형식으로 특정 게임의 출시를 알리는 기사들도 있다. 이러한 유형의 초창기 기사 사례로는 1994년 7월 23일 <서울신문>의 "「쥐라기 공원」 컴퓨터로 즐긴다/데이콤 서비스"와 <국민일보>의 "1천명까지 동시참가 가능/PC통신 온라인게임 국내서비스"가 있다. 두 기사는 데이콤의 <쥐라기 공원> 서비스에 대한 소개 부분 내용이 거의 동일하다. 아마도 기업의 보도자료를 기초로 추가 설명을 덧붙여 작성된 것으로 보인다. 이 중 서울신문 기사 사례(<사례1>)를 분석하였다.

<사례1>의 경우 보도 기사의 형식이 두드러진 사례이다. 주요 사건을 요약한 리드가 존재하며 이 사건 및 관련 배경 설명 비중이 뒤에서 살펴볼 상품정보기사보다 높다. 제품 정보는 어떤 플레이를 해야 하는지를 1문장으로 짧게 소개하고 있어, 주요 사건을 보충 설명하는 수준에서 벗어나지 않는다. 에피소드 중심의 기사 흐름이 훼손되지 않도록, 해당 게임이 속한 유형(머드 게임)에 대한 설명은 기사 뒷부분에 배치했다. 이 부분도 게임 출시의 역사적 배경 설명이 바로 이어져 정적인(static) 묘

사가 아니라 에피소드 중심의 동적인 묘사로 만들고 있다. 기자의 논평 역시 주요 사건(제품 출시)의 후속 조치에 대한 "예상"으로 보도 기사의 관습을 따른다. 이 기사 형식에서 보도 기사와 다른 점은 제품을 구입할 수 있는 구입처(PC통신 메뉴 소개)와 요금에 대한 정보를 제공한다는 점이다.

결론적으로 <사례1>은 상품정보기사와는 다른 게임 소개 보도기사로 분류하는 것이 타당하다고 판단된다. 상품정보기사의 핵심적인 특징인 제품정보 요소보다 에피소드 요소의 비중이 높고 보도 기사의 일반적인 관습에서 벗어나지 않게 작성되었기 때문이다. 이러한 유형의 기사는 연재물 형태로 실리지 않고, 사건(제품 출시) 발생에 대응하여 단발성으로 게재되는 경향이 있다.

<표 2> 게임 소개 보도기사 사례의 담론 구조

「쥐라기 공원」 컴퓨터로 즐긴다/데이콤 서비스	제목
◎ 64명까지 동시 게임가능	부제
컴퓨터 온라인망을 통해 최고 64명까지 동시에 게임을 즐길 수 있는 머드게임 「쥐라기공원」이 국내에서는 처음으로 25일부터 데이콤의 천리안을 통해 제공된다.	리드/에피소드: 주요 사건
이 게임은 스필버그감독이 만든 영화를 게임형식으로 재구성한 것으로	에피소드: 배경
이용자는 게임의 주인공이 되어 쥐라기공원을 원상태로 복구하고 탈출해야 하며 놀이과정에서 게임자는 스스로의 역할을 수행하고 각종 모험을 거쳐 과제를 해결하도록 구성돼 있다.	제품 정보: 구성
이용방법은 천리안 초기화면에서 「10.취미/오락/연예/온라인 철학관」을 골라 「온라인게임」을 선택하면 된다. 이용요금은 1분당 15원이다.	이용정보: 구입 정보
머드(MUD;Multi User Dungeon)란 컴퓨터네트웍을 이용, 여러 사람이 시공을 초월해 함께 즐기는 온라인네트웍 게임	제품 정보/에피소드:

의 일종. 이는 게임의 기본 규칙만 정해주고 각본없이 구성된 가상환경 속에서 게임 참가자들이 각자 상상력을 발휘해 자신의 역할을 연기하고 새로운 환경을 만들어 내는 역할연극 게임이다.	배경
미국에서는 온라인게임 전문서비스인 시에라온라인을 통해 30여종의 다양한 컴퓨터 머드게임이 제공되고 있다. 일본에서도 닌텐도와 세가사를 중심으로 비디오 게임을 각 가정으로 전송하는 시스템 개발에 열중하는 등 MUD는 세계 컴퓨터업계의 새로운 황금시장으로 떠오르는 분야이다.	에피소드: 배경
데이콤은 오는 8월중에 한국과학기술원에서 개발한 한국형 머드게임 「단군의 땅」 등 10여개의 MUD를 추가로 제공할 계획이다.	논평: 예상
서울신문 1994.7.26	

2) 이용법 중심 게임정보기사

분석대상 시기 최초의 게임 소개 기사는 1994년 4월 2일 국민일보의 “게임으로 배우는 「한자학습」 프로/명심보감”(<사례2>)이다. 이 기사는 “인기있는 공개SW” 연재물 중 하나로, 기자가 아니라 업계 관계자가 작성했다. 이 연재물은 1994년 11월 26일부터 1995년 7월 17일까지 40회 연재되었는데, 이 중에서 게임 으로 규정된 소프트웨어는 2건만 소개하였다. “인기”와 무관하게 게임을 소개 대상 소프트웨어에서 배제하려는 편집방침이 있었음을 알 수 있다. 소개된 게임은 “한자 학습 프로”와 “돌아온 너구리”인데 전자는 교육용 프로그램으로 후자는 “폭력·선정 장면없어 어린이에 좋은 게임”으로 소개되었다.

<사례2>는 주요 사건을 요약하는 형식의 리드가 존재한다. 그러나 이 사건(“인기를 끌고 있다”)에 대한 서술은 간략하다. 사건의 배경에 대해 안긴 문장 형태으로 짧게 언급하고, 바로

제품 소개로 넘어간다. 전체적으로 에피소드 관련 요소보다 제품의 구성, 효과 등 제품정보와 이용법, 구입정보, ICT 이용법 등 관련 이용정보 제공의 비중이 높다. 따라서 리드에서 '제품 인기'라는 사건을 소개한 것은 주요 사건의 요약한 것이 아니라, 제품 소개를 위한 배경으로 활용하기 위한 것으로 볼 수 있다.

<사례2>는 이용정보의 비중이 높은 기사이다. 제품구성과 제품의 효과(한자 학습, 타자연습 등 교육적 효과)를 언급하는 제품정보 부분은 간략하게 소개하고, 게임에서 이용자가 어떤 플레이를 하도록 설정되어 있는지 소개하는 이용법과 게임을 어디서 구입할 수 있는지에 대한 구입정보는 상세히 설명하고 있다.

이 기사의 가장 특징적인 요소는 구입방법에 관한 이용정보 부분이다. PC통신의 어떤 메뉴에서 어떤 명령어를 입력해 게임을 다운을 받을 수 있는지, 압축을 어떻게 해제해야 하는지를 상세히 설명하고 있다. 당시 컴퓨터 게임을 하기 위해서는 컴퓨터와 PC통신 이용법을 알고 있어야 하는데, 독자 중 이용법에 익숙하지 않은 사람들이 많다고 판단한 것으로 보인다. <사례2>만큼 높은 비중은 아니지만, 조사대상 시기 대부분의 게임 소개 기사는 컴퓨터나 PC통신 또는 인터넷 관련 이용정보를 일정 부분 전달하였다.

언어적 특징의 측면에서 일반적인 제품정보는 정적이라고 할 때 이용정보는 동적이다. 제품에 관해 이용자가 수행해야 하는, 또는 하면 좋은 행위들을 제시하기 때문이다. <사례2>는 해당 프로그램을 구하기 위해 이용자가 해야 할 행위를 현재형

(“조종, 방향을 일치시킨 후”, “발사한다”, “선택한다”), 의무서법(“~해야 한다”), 조건절 사용(“하면 된다”) 등을 통해 제시하고 있다. 다른 사례에서는 직접 권유 동사(“-을 권한다”)를 사용하기도 한다. 이렇게 언어로 특정한 행위를 권유하는 것은 이용정보를 제공하는 기사의 특징적인 화행(speech act)(Levinson, 1983/1992)이다.

<표 3> 이용법 중심 게임정보기사 사례의 담론 구조

「게임으로 배우는 「한자학습」 프로/명심보감(인기있는 공개SW)	제목
컴퓨터를 통해 한자를 공부할수 있는 프로그램 「명심보감」이 등장, 인기를 끌고 있다.	리드/에피소드: 주요 사건
서강컴퓨터클럽의 조현우 지현근씨가 개발, 김영회씨가 등록한	에피소드: 배경
이 프로그램은 아직은 초기버전(0.2)단계이기 때문에 여러가지 메뉴중 「옥편」과 「게임」 2종으로 이용이 제한돼 있다.	제품정보: 구성
이 프로그램의 특징은 한자를 즐거운 게임을 통해 익힐 수 있다는 점이다.	제품정보: 효과
한자 짝짓기게임은 제한시간내에 화면에 배열돼 있는 한글과 그에 해당하는 한자를 서로 일치시키는 방식으로 게임을 진행한다. 또 HANJAWARS는 무수히 날아오는 운석(한자)을 부수며 우주를 탐험하는 게임으로 오른편에서 나타나는 한자를 향해 우주선을 조종, 방향을 일치시킨후 그 한자에 해당하는 한글을 입력해 발사한다. 맞추는데 따라 점수가 올라가며 시간이 흐를수록 속도가 빨라지고 날아오는 한자수도 늘어 한글 타자 연습을 겸할수도 있다.	이용정보: 이용법
옥편부문은 컴퓨터에 내장된 옥편을 사용, 한자를 찾는 기능으로 일반옥편처럼 부수 자음 종획에 따라 한자검색을 할 수 있다.	제품정보: 구성
명심보감프로그램은 천리안 공개자료실 「기타」 항목 525번에 위치하고 있으며, 파일명은 「MSBGVO2·ZIP」 이다. 이 자료를 수신받으려면 해당하는 공개자료실로 이동한 후 수신명령어 「DOWN」과 한칸 띄어 파일번호(525번)를 입력하면 된다. 리턴키를 치면 화면에 수신방법이 나타난다. 여기서 「ZMODEM(7)」	이용정보: 구입정보/ICT 이용법

을 선택하고 키를 눌러 역시 「ZMODEM」를 선택한다. 이 파일은 확장자가 「.ZIP」인 것에서 알 수 있듯이 압축된 형태로 존재하기 때문에 「PKUNZIP.EXE」 프로그램을 이용하여 압축을 풀어야 한다.	
〈천리안개발운영실 박성찬과장〉	
국민일보 1994.4.2	

언론은 이용정보를 제공하여 독자의 활동을 특정한 방향으로 인도(guide)하는 역할을 한다. 이는 지널리즘 연구에서 잘 다뤄지지 않는 언론의 중요한 담론 실천 유형이라 할 수 있다. 패션, 요리, 인테리어, 레저활동, 원예, 애완동물 키우기 등 다양한 영역에서 언론은 직접 특정한 행위의 지침을 제공함으로써 일상의 삶의 방식을 특정한 방향으로 이끈다(Hanusch, 2012). 게임도, 게임을 통해 원하는 만족을 얻기 위해서는 어떤 행위를 어떤 순서로 행해야 하는지가 중요한 분야, 즉, 이용법이 중요한 분야로 볼 수 있다.

<사례2>의 조언들은 과업의 성공/실패 여부로 쉽게 타당성이 확인되는 도구적 발언(Habermas, 1983/2006)의 성격을 갖는다. 윤리적 가치나 미적 기준과 무관하기 때문에 개인의 일상 삶에 의미 있는 영향을 미치는 조언은 아니다. 그러나 컴퓨터, PC통신, 게임을 하기 위한 이용법을 제공한다는 자체가 정보통신기기 이용 및 게임 활동을 언론이 권장하고 있다고 해석될 수 있다. PC통신을 통해 구할 수 있는 무료 소프트웨어를 소개하는 <인기있는 공개SW> 시리즈는 그러한 목적을 전제하고 있다. 다만 이 시리즈에서는 교육적 가치가 있는 게임으로 정보 소개를 제한했다.

1994년과 1995년 사이 <국민일보>의 “인기있는 공개SW”처럼 연재물 형식으로 다양한 소프트웨어를 소개하는 가운데 개별 게임을 소개한 연재물로는 <한겨레>의 “볼만한 시디롬”과 <세계일보>의 “공개SW사냥” 등이 있다.

<세계일보>의 “공개SW사냥”은 “인기있는 공개SW”처럼 PC통신사 소속 외부기고자가 작성한 연재물이다. 첫 소개대상이 게임일 정도로 게임의 비중이 높고, 교육적 가치와 무관한 게임도 소개했다. 이 연재물의 기사들은 <사례1>보다 기사 분량이 많아 보다 다양한 정보를 제공했지만 전체적인 구성은 <사례1>과 유사하다. <한겨레신문>의 “볼만한 시디롬”은 시디롬 형태로 판매되는 다양한 소프트웨어를 소개했는데, 여기에 교육용 게임도 포함되었다.

3) 비평형 게임정보기사

게임 소개 기사 중에는 게임에 대한 미학적 평가가 기사의 중심 내용을 차지하는 기사도 일부 있다. 그러나 저자의 개성있고 심도 깊은 미학적 논평을 제공하는 게임비평 수준으로까지 발전하지는 못한다. 게임의 미학적 특징을 게임정보의 한 측면으로 다루면서 게임 이용정보 등 다른 게임정보와 함께 제시하는 형태를 취하는 것이 대부분이다. <한겨레>의 “게임” 연재물의 초기 기사들이 그 대표적인 유형이다. 이 연재물은 1994년 9월 8일부터 1995년 1월 10일까지 연재되었다는데, 연재물의 회차가 명시되지는 않았지만 “게임”이라는 별도의 표지를 가지고 있었다.

<사례3>은 <한겨레> “게임” 연재물 중 어드벤처 게임 ‘혜성의 그림자’에 관한 기사이다. 이 기사는 글의 첫 부분에서 에피소드 요소는 안긴 문장으로 간단히 다루고, “어드벤처게임의 진수를 보여준다”라는 기자 자신의 미학적 평가를 제시한다. 다음 문장도 내용전개의 치밀함에 대해 평가하고 있다. 제품정보에서 제시된 게임의 줄거리도 이러한 기자의 미학적 평가와 관련있는 내용으로 볼 수 있다. 따라서 이 기사의 리드는 제품에 대한 기자 자신의 미학적 평가를 요약한 형식이라 할 수 있다.

그러나 기사의 미학적 평가는 심도 있게 논의되지 않는다. “어드벤처게임의 진수”나 “추리소설 이상의 치밀함”이라는 판단을 뒷받침하는 내용이 제시되지 않고, 게임의 줄거리를 독자들에게 소개하는 수준에서 그치고 있다. 게임 공략법을 소개하는 다음 단락과 게임을 구동할 수 있는 하드웨어 사양, 이용가능 연령을 소개하는 마지막 단락도 기사 리드에서 제시한 기자의 평가와 거리가 있는 내용이다. 전체적으로 <사례2>는 게임 비평기사가 아니라 작품 평가를 일부 포함한 게임정보기사로 볼 수 있다.

<사례3> 기사는 <사례2>처럼 자세한 PC통신이나 컴퓨터 이용법을 제시하지는 않지만, 소개하는 게임이 어떤 사양에서 잘 작동되는지 소개한다. 이는 이 연재물이 매회 포함하는 공통적인 요소이다. 이 시기에는 컴퓨터 사양이 낮아 게임을 즐길 수 없는 경우가 자주 발생했기 때문에, 지원 컴퓨터 사양 정보는 소비자들이 게임 이용 가능 여부를 판단하는데 결정적인 중요성을 갖는 정보였다.

<사례3>은 공략법 성격의 게임 이용정보의 비중이 높다는

점이 특징적이다. 기자는 게임 과업의 난이도를 언급하고 어떤 지식(전설, 과학상식)이나 태도(끈기와 용기), 준비작업(메모습관)이 필요한지, 구체적으로 어떤 단계에서 유용한지 설명한다. 영화나 소설 관련 기사와 비교할 때 이러한 공략법 성격의 제품정보는 게임정보기사에 특징적인 요소이다. 게임은 상호작용 텍스트이고 이용자의 활동에 따라 제품에 대한 만족이 달라지기 때문에 작품을 즐기기 위해 공략법과 같은 게임 이용법이 중요하다. 영화나 소설 관련 기사에서도 (어떤 특정한 행동으로) 영화를 보고, 소설을 읽어야 하는지 간혹 제시되기도 하지만, 그 비중은 높지 않다.

<사례3>이 제시하는 공략법 관련 이용정보는 게임을 이용해 본 기자가 이용자의 입장에서 어떤 정보가 유용할지 생각하고 정리한 이용자 중심의 정보로 볼 수 있다. 제작사나 유통사의 관점에서 이러한 내용의 정보는 판매나 홍보 목적에 딱히 부합하는 내용은 아니기 때문이다. 특히 제한된 지면 분량을 고려할 때 제품의 우수성, 장점, 특징 등을 다루지 않는 공략법 관련 이용정보는 제품 홍보 차원의 경제성이 떨어진다. <한겨레신문>의 “게임” 연재물은 대체로 <사례3>처럼 자세한 공략법 정보를 제시하는 경향이 있다.

<표 4> 비평형 게임정보기사 사례의 담론 구조

‘혜성의 그림자’ 한글판/‘고대의 신’부활 둘러싼 추리물(게임)	제목
동서게임이 최근 한글화를 완료해 출시한 ‘혜성의 그림자’는 어드벤처게임의 진수를 보여준다. 미국 인포그램사가 76년마다 지구를 지나가는 헬리혜성을 소재로 만든 이 게임은 내용 전개가 웬만한 추리소설 이상으로 치밀하다.	리드/ 미학적 평가
이 게임의 주인공은 과학전문기자다. 76년 전 지구를 지나가는 헬리혜성을 연구하다 의문의 죽음을 당한 한 천문학자의 일기를 우연하게 입수한 기자가 편집장을 졸라 현지취재를 허락받는 것으로 게임은 시작된다. 기자의 취재목적은 때마침 지나가는 헬리혜성의 사진을 찍어오는 것이다. 그러나 현지에서 그는 애초의 취재목적과는 다른 엉뚱한 일에 휘말리게 된다. 사진을 찍기 위해 천문학자가 혜성을 관찰하던 곳을 찾던 중 헬리혜성이 지나갈 때마다 그 마을에 이상한 일이 일어난다는 이야기를 듣고 비밀을 캐러 나선다. 그 이상한 일은 시장을 비롯한 몇 사람이 헬리혜성이 지나갈 때를 기해 고대의 신을 부활시키는 데서 비롯한다는 사실을 밝혀내고 이들을 물리치는 것으로 게임은 진행된다.	제품정보: 구성
그러나 상대가 신을 배후에 두고 있는데다 평범한 마을 주민들로 위장돼 있어 이들을 찾아내 격퇴하기란 그리 쉽지 않다. 이 게임을 진행하기 위해서는 기자를 주인공으로 내세운 데서도 알 수 있듯 끈기와 용기, 메모습관, 다양한 분야의 전문지식 등이 필요하다. 기삿거리가 안된다는 편집장을 끈기있게 설득해야 하고 등대 위까지 쫓아온 추적자들을 피하기 위해서는, 밀납으로 만든 날개를 몸에 붙이고 하늘로 갔다가 너무 태양 가까이 가 타죽었다는 이카루스의 전설도 알고 있어야 한다. 또한 그림을 벗겨내 그 안에 숨겨진 글씨를 찾기 위해서는 솜에 알코올을 적셔 문질러야 한다는 과학상식이 있어야 하고 자신이 지나온 길을 모두 메모해야 나중에 악마로부터 도망칠 수가 있다.	이용정보: 공략법
‘혜성의 그림자’는 16메가바이트 이상의 하드디스크 공간과 6백40킬로바이트의 기본메모리를 갖춘 AT급 이상의 아이비엠 호환기종에서 운용되며	이용정보: 기기 정보
사용대상은 중학생 이상이다.	이용정보: 규제정보
한겨레 1994.09.15	

게임이 하나의 “종합예술”이라면 서사, 그래픽, 음악, 상호작용 방식 등에 대한 작품의 성취 수준을 중점적으로 다루는 비평기사 장르의 발전도 기대할 수 있을 것이다. 당시 영화나 드라마, 소설, 음악, 연주회 등에 관한 비평 기사는 이미 신문 지면에 자리잡은 상태였다. 그러나 조사대상 시기 5개 신문에서 게임에 관한 이러한 수준의 비평기사는 게재되지 않았다. 기사들이 제시하는 미학적 평가는 “화려하고 섬세한 그래픽”, “선명한 오디오효과”, “기발하고 과감한 3D애니메이션” 등과 같이 관례화된 수식어, 서술어를 제시하는 수준에 머문다. 이러한 단순한 형태의 평가들은 미학적 평가를 독자들이 숙고할 의미 있는 명제가 아니라, 제품에 대해 우호적으로 기술된 제품정보로 제공된 것으로 보는 것이 적절하다.

4) 홍보성 게임정보기사

시뮬레이션 게임 “K-1 탱크”을 소개하는 <사례4>는 <사례3>과 마찬가지로 <한겨레>의 “게임” 연재물 중 하나이다. 그러나 <사례3>과 다소 다른 담론 구성을 보인다. 이용정보가 제시되지 않고, 기자 자신의 설명보다 게임에 대한 관계자의 발언을 인용해 제시하는 “언어적 반응”의 비중이 높다.

<사례4>에서 기자 자신의 논평은 “소재가 눈길을 끈다”는 불명료하고 평이한 진술밖에 제시되지 않는다. 대신 익명의 전문가와 제작자의 말을 인용해 제품이 제공하는 현장감이 뛰어남을 강조하고 있다. 이는 전문가 등의 언어적 반응을 제시하며 제품의 우수성을 강조하는 상품소개기사의 전형적인 형식으로 볼 수 있다.

<표 5> 홍보성 게임정보기사 사례의 담론 구조

‘K-1 탱크’/국산전차 타고 이라크군과 ‘한판’(게임)	제목
정보시대가 내놓은 시디롬 잡지 〈마이크로소프트웨어 CD〉 창간호의 한 장면. 우리나라의 ‘K-1탱크(일명 88전차)’와 북한 탱크가 실전에서 맞붙는다면 누가 이길까.	리드/ 게임소개 배경
타프시스템이 지난달 30일 내논 컴퓨터게임 ‘K-1탱크’는 걸프전을 무대로 이를 실험해 볼 수 있는 상황을 제공한다. K-1탱크를 부리는 게임 진행자가 다국적군 자격으로 걸프전에 참여해 북한 탱크로 무장한 이라크군과 한판 벌인다는 내용이다.	제품정보: 구성
이 게임은 우리나라 K-1탱크를 소재로 했다는 점이 눈길을 끈다.	기자논평: 미학적 평가
외형은 물론 탱크를 부리거나 각종 포를 발사하는 기능이 K-1 탱크와 흡사한데다 그래픽과 배경음이 뛰어나 게임을 한참 즐기다 보면 K-1탱크를 직접 움직이는 것 같은 착각에 빠진다는 게 게임분석가들의 평이다.	언어적 반응
이 게임을 개발한 정재영 감독은 “우리나라가 생산한 K-1탱크의 우수성을 알리기 위해 소재로 삼았다”며 “군사비밀에 속하는 중요한 기능을 제외하고 게임의 재미를 더하기 위해 슈팅적 요소를 일부 가미한 것을 빼고는 K-1탱크와 똑같다”고 말했다.	언어적 반응
‘K-1탱크’는 1MB 이상의 메모리와 7MB 이상의 하드디스크 공간, VGA카드, 사운드카드 등을 장착한 386 이상의 아이비엠 호환 컴퓨터에서 동작하며	제품정보: 사양
2만5천원(부가세 포함)에 판매한다.	구매정보
〈김재섭 기자〉	저자
한겨레 1994.09.15	

<사례4>는 이용정보가 거의 없다는 점에서 앞의 두 유형의 게임정보기사보다 상대적으로 제품 홍보의 성격이 두드러진 기사로 볼 수 있다. 이용정보는 이용자가 게임 이용에서 필요로 할 만한 정보를 기자가 정리해 제공하는 담론 요소이다. 제품의 특징, 우수성, 효과 등에 대한 제품정보와 달리 이용정보

는 소비자의 제품 선택을 직접적으로 유인하는 정보로 보기 어렵다. 이용법, 공략법에 관한 이용정보는 선택/구입한 제품을 효과적으로 이용하는데 도움을 주는 정보이기 때문이다. 이용정보 요소가 생략되고 제품 우수성에 관한 전문가, 제품관계자의 평가를 제시한 <사례4>는 제품 홍보의 목적에 보다 부합한다. 기사 생산과정을 고려할 때 <사례4>는 앞의 두 사례와 달리 작성자가 게임을 하지 않고 보도자료만 참조해도 작성할 수 있는 기사이다.

<사례4>는 기사 본문 맨 끝에 제품 가격 정보를 제공한다. <한겨레>의 "게임"와 "볼만한 시디롬" 연재물은 유료 소프트웨어를 대상으로 하는 경우, 항상 제품 가격 정보를 명시한다. <서울신문>의 게임정보기사에서는 제품 가격 정보와 함께 판매처 전화번호를 제공한다. 이러한 제품 구매 정보는 독자의 제품 구매 행위와 직접적인 연계된 정보라는 점에서 기사의 상업성을 강화하는 요소이다(이원표, 2012). 무료 또는 쉐어웨어 소프트웨어를 소개하는 기사의 경우 이러한 구매 정보는 없지만, <사례1>처럼 PC통신 이용 메뉴를 안내함으로써 PC통신 서비스 가입을 유도하거나 PC통신 이용시간을 증가시킬 수 있다는 점에서 기사가 일정부분 상업성을 갖고 있다고 볼 수 있다.

물론 분석대상의 모든 게임정보기사는 게임을 홍보하는 성격을 가지고 있다. 대부분의 기사는 게임의 우수성, 특징, 가치를 긍정적으로 언급하는 기자의 논평을 대부분 포함한다. 소개하는 게임에 대한 긍정적인 언급과 함께 제시되는 게임 구성, 줄거리, 그래픽, 음향에 대한 정보나 게임 제작 및 인기 배경에 대한 설명은 게임에 대한 긍정적인 인상을 줄 수 있다.

모든 게임정보기사가 적어도 부분적으로 상업성을 갖고 있지만 기사 구성요소를 분석함으로써 그 정도를 살펴보는 것은 기사의 성격을 판단하는데 중요하다. 앞에서 논의했듯이 이용법 및 공략법 관련 이용정보는 제품 제조사/유통사의 관점보다 이용자 관점에 보다 부합한다는 점에서 기사의 상업성을 약화시키는 요소로 볼 수 있다.

기사의 상업성과 관련하여 주목해야 할 또 다른 요소로 제품에 대한 부정적인 정보를 제공하는가의 여부이다. 어떤 게임의 장점뿐 아니라 단점도 함께 제시한다면 독자의 게임 선택에 보다 큰 도움을 줄 수 있다. 게임에 대한 양면적인 정보는 해당 게임을 선택하지 않는 경우에도 참조할 수 있고, 게임의 기술적, 미학적 성취 수준을 객관적으로 보는데 도움이 되기 때문이다.

분석대상 시기의 게임정보기사에서 해당 게임의 부정적인 측면을 언급하는 경우는 매우 드물고 오직 부분적으로만 제시되었다. 이는 게임정보기사가 제품을 추천하는 상품정보기사의 관습에서 거의 벗어나지 못했음을 보여준다. 이용법이나 공략법과 같은 이용자가 관심을 가질 정보를 비중 있게 제공함으로써 기사의 상업성의 정도를 낮춘 기사가 상당수 생산되는 정도였다. 게임의 구입 여부를 결정하는데 활용할 수 있는 객관적인 정보를 제공하는 게임평가기사나 작품의 미학적 가치나 매력에 대해 서로 다른 견해가 제시되고 논쟁할 수 있는 게임비평기사로 발전된 형태는 분석대상 기사에서 찾을 수 없었다.

5) 게임 칼럼

분석대상 시기 게임 관련 칼럼이 <세계일보>에서 “게임평론”이라는 이름으로 게재되었다. 1994년 7월 27일부터 1995년 8월 23일까지 김종원 문화부장이 집필한 연재물은 개인적 스타일의 의견 기사 유형인 칼럼 형식의 기사로 볼 수 있다. 다양한 게임 관련 이슈에 대한 의견을 제시하되, 집필자 개인이 생각하고 느낀 점을 자유롭게 작성하고 때로 흥미를 추구하기도 하기 때문이다. 본 연구에서는 이 연재물 중 개별 게임 내용을 다룬 일부 기사가 게임비평의 형식을 갖춘 기사가 될 수 있다는 점에서 분석 대상으로 삼았다. 전체적으로 “게임평론”은 게임에 대한 미학적 비평뿐 아니라, 게임의 유해성 논란, 게임 비평의 가치, 불법 복제 이슈, 게임산업 육성방안, 컴퓨터 교육 방법(“게임으로 컴맹 벗어나기”) 등 다양한 게임 관련 이슈를 자유로운 글 형식으로 다뤘다.

<사례5>는 <윙코맨더>에 대해 여러 차례 미학적 평가를 제시하지만, 심도 깊게 논의하는 데까지 나가지 못한다. ‘윙코맨더는 우주이야기의 결정판이다’, ‘그래픽이 섬세하다’, ‘음향이 웅장하여 몰입감을 준다’, ‘박진감이 넘친다’ 등 작품의 가치와 관련된 기자 자신의 판단을 빈번히 제시하지만, 이 평가를 뒷받침하는 보충 설명이나 이유, 근거 등을 상술하지는 않는다. 기사의 미학적 판단들은 작품에 대한 다른 견해들을 염두에 두고 있지 않고 있고, 또 작품 가치에 대한 향후의 논의에 기여할 수 없는 상투적인 것이다. 게임 내용을 소재로 한 다른 “게임평론” 회차 기사에서도 작품의 미학적 가치를 심도 있게 논의한 한 기사는 거의 없다.

<사례5>의 특징적인 부분은 게임 이용에 관한 부정적인 진술이 비중 있게 다뤄진다는 점이다. 이 기사는 글 후반부에 '이 게임을 무턱대고 선택하면 실망한다', '적합한 조이스틱을 구하기 어렵고 비싸다', '게임 하기 까다롭다' 등 게임 선택이나 이용에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 기자 논평을 여러 차례 제시한다. 비록 게임 자체에 대한 부정적인 평가는 아니고 게임 이용에 관한 주의사항에 해당되는 내용이지만 일반적인 게임정보기사에서는 거의 다뤄지지 않는 내용이라는 주목할 필요가 있다. 이러한 내용은 제품 제작사나 유통사가 원치 않을 내용이지만, 게임 구입을 고려하고 있는 독자들에게 매우 유용한 이용정보가 된다. 따라서 이 기사는 제품 홍보보다는 이용자의 편의를 우선시하는 기사로 평가될 수 있다.

<사례5>는 게임에 관한 제품정보, 이용정보, 제품 출시의 배경, 제품 출시의 후속결과, 게임에 대한 미학적 평가 등 게임정보기사에서 흔히 볼 수 있는 담론 요소를 포함하고 있지만, 게임정보기사와 성격이 다른 칼럼으로 분류된다. 기자논평의 비중이 높고 기자의 개인적인 감정이나 감각적 체험, 애매모호한 판단, 기자의 개인적인 경험 등이 제시되기 때문이다.

"실망하기 십상이다", "아무래도 찜찜하지 않을 수 없다", "손바닥이 얼얼해질 정도로 박진감이 넘친다" 등과 같은 표현과 자신의 컴퓨터 업그레이드 일화를 소개한 부분은 앞서 분석한 게임정보기사에 맞지 않는 이질적인 담론 요소이다. 기자가 객관적인 위치에서 게임에 관한 제품정보, 이용정보, 제품에 대한 평가를 제공하는 형식에서 벗어나기 때문이다. 대표적으로 게임 이용을 위한 컴퓨터 업그레이드 제안을 '업그레이드 하기

가 찜찜하다' 식으로 권유/비권유를 분명히 밝히지 않는 것은 정보의 유용성 측면에서 문제가 있다고 볼 수 있다. 그러나 실제로 업그레이드 여부에 대해 망설일 가능성이 높은 독자의 상황을 고려한다면, 그들의 눈높이에 맞게 선택의 고민을 함께 함으로써 게임 이용자인 독자와의 공감을 높이는 담론 요소가 될 수 있다. 개인적 경험을 다룬 일화를 소개한 부분도 독자와의 공감대 형성에 기여할 수 있는 요소이다.

개인적 생각, 느낌, 경험을 자유롭게 표현하며 게임에 대한 자신의 의견을 제시하는 게임 칼럼기사는 집필자의 개인적 스타일을 표현하고 글 읽기의 재미를 줄 수 있다는 특징 외에도 평가나 제안 제시 측면에서 독특한 지위를 갖는다. 바로 엄밀하지 않은 논증, 양가적이거나 모호한 평가, 단언적이지 않은 권유 등도 제시할 수 있다는 점이다. 이러한 진술과 권유는 논의의 엄밀성, 권유의 설득력은 떨어지지만 게임 이용자들이 게임에 대해 실제로 가질 수 있는 생각이나 판단이며, 게임 이용에 참고할 수 있는 주장이나 제안이 될 수 있다.

<표 6> 게임 칼럼 사례의 담론 구조

윙코맨더(컴퓨터 게임평론:11)	제목
◎광활한 우주대모험 게임의 "최고 메뉴" / 외계전투기와 화끈한 공중전 주류 / 베스트셀러 「윙코맨더3」은 결정판 / 인기골자 할리우드서 영화화 "노크"	부제
광활한 우주에서 날렵한 우주전투기를 타고 외계인과 공중전을 벌인다. 전투기에서 쏘아대는 레이저포의 화려한 불꽃. 굉음과 함께 눈이 아프도록 환한 섬광을 뿌리며 폭발하는 적기. 처절한 괴성을 지르며 최우를 맞는 악당 외계인들. 영화와 TV에서 사랑이야기 만큼이나 단골메뉴로 등장하는 주제가 바로 이런 우주의 모험담이다. 「스타워즈」, 「스타트렉」, 「에일리언」 등등.	리드 없음/ 게임 소개의 배경

컴퓨터게임은 단연 우주이야기가 진짜 원조이고 주류다.	기자논평: 미학적 판단
80년도 초기 오락실에 처음 소개된 컬러그래픽 게임이 「갤러그」란 우주전투였고, 83년 애플컴퓨터가 국내에 처음 소개됐을 때 함께 따라온 게임이 「선독(Sundog)」이란 우주공상과학 롤플레잉이었다. 세월이 아무리 흘러도 대중가요가 끊임없이 사랑이야기를 우려먹듯 콤퓨터게임도 우주이야기를 끝없이 발전시키며 이어가고 있다.	게임 소개의 배경
최근 베스트셀러에 올라 있는 「윙코맨더3」은 그런 우주이야기의 결정판이라고 할 수 있다. CD롬 4장으로 구성된 「윙코멘더3」은 믿어지지 않을 만큼 섬세한 SVGA그래픽과 웅장한 입체서라운드 음향으로 한편의 영화를 보는 듯한 몰입감을 주는 초대작 게임이다.	기자논평: 미학적 평가
미국 오리진(Origin)사가 만드는 「윙코멘더 시리즈」의 역사는 5년을 거슬러 올라간다. 90년 286컴퓨터 시절에 선보인 「윙코맨더」는 1,2편을 비롯 「윙코맨더 아카데미」 「윙코맨더 아마다」 「프라이비티어」 등으로 이어졌다.	제품정보: 제품 배경
「윙코맨더3」은 도입부에 그런 지난 이야기를 비디오로 10눈쯤 보여주고 새로운 임무를 부여한다.	제품정보: 구성
5년간 축적된 노하우로 만든 작품이니 게임으로 들어가면 조이스틱을 쥔 손바닥이 축축해지고 방아쉬를 당기는 손가락이 얼얼해질 정도로 박진감을 준다.	기자논평: 미학적 평가
그러나 무턱대고 「윙코멘더3」을 샀다가는 실망하기 십상이다.	기자논평: 부정적 평가
최저 기본 요구사양이 486DX28MB메모리에 2배속 CD롬 드라이버지만 실제로는 그런 수준급 콤퓨터로도 이 게임을 제대로 돌릴 수 없기 때문이다. 전문용어로 말하자면 32비트 - 2MB램 - VESA드라이버 비디오카드에 16비트 - 서라운드 - 스테레오 사운드카드를 갖추어야 하고, 16MB메모리 486DX4에 4배속 CD롬 드라이버쯤 돼야 게임을 지행하는데 지장이 없다. 쉽게 말하자면 「윙코맨더3」을 술술 돌릴 수 없는 컴퓨터는 이미 구형이라는 이야기다.	이용정보: 이용법 (유의사항)
그뿐이 아니다. 게임의 묘미를 맛보려면 우주선을 조종하고 레이저포와 미사일을 발사하는 조종간 역할을 하는 조이스틱의 정밀도가 높아야 된다. 아무리 반사신경이 빠르고 전법이 좋아도 입력장치인 조이스틱이 신통치 않으면 격렬한 전투에	이용정보: 이용법 (유의사항)

서 이길 수가 없다. 키보드나 마우스로도 게임을 진행할 수 있지만, 그건 이를테면 젓가락으로 티본스테이크를 먹겠다고 덤비는 꼴이다. 「윙코맨더3」은 그나마 조이스틱 중에서도 트러스트마스터(ThrustMaster)가 게임하는 데 알맞다고 친절하게 안내하고 있으나 국내에서는 구하기도 어렵고 너무 비싸다.	
아무튼 「윙콤멘더3」을 하려면 여간 까다로운게 아니다.	기자논평: 부정적 평가
그렇다고 이런 게임을 하기 위해 멀쩡한 컴퓨터를 바꿀 수도 없고, 그대로 갖고 있자니 쓸모없는 구형이 된 것 같아 아무래도 찜찜하지 않을 수 없다	기자논평: 감정
(필자는 지난해 여름 삼성에서 만든 8MB메모리 486DX2매직스테이션을 갖고 있는데 「윙코맨더3」이 제대로 안돼 큰마음 먹고 업그레이드해버렸다. 조이스틱은 5만여원 하는 그래비스 제품으로 만족하고 있다).	기자논평: 개인경험
「윙코멘더」는 할리우드에서 영화로 제작된다는 소식이다.	에피소드: 후속 결과
「쥬라기공원」「스타워즈」「인디에너존스」「터미네이터」 등 인기영화가 컴퓨터게임으로 변하고 반대로 「슈퍼마리오」「스트리트파이터」「둠」 등 인기게임이 영화로 제작되는 추세로 보아 게임산업은 영화와의 결속으로 점점 더 대형화할 전망이다. 「윙코맨더3」도 현재로 보면 결정판이지만 컴퓨터의 발달과 함께 4,5,6편으로 끊임없이 이어질 것이 틀림없다.	결론부: 전망
〈김종원과학부장〉	저자 정보
세계일보 1994.09.28	

4 논의 및 결론

1990년대 개인용 컴퓨터의 보급이 크게 늘어나고 컴퓨터로 즐길 수 있는 게임 프로그램이 늘어나면서 1994년부터 게임을 소개하는 기사들이 등장하기 시작하였다. 이러한 게임 소개 기

사들은 기존 연구들이 주목하지 않은, 게임 긍정 담론 중 하나로 볼 수 있다. 어떤 게임이 존재하는지 알리고, 각각의 게임이 가지고 있는 재미나 특징, 미학적, 교육적 가치 등을 소개하는 것은 기본적으로 게임을 이용할 가치가 있는 활동 중 하나로 전제하는 것이기 때문이다.

본 연구는 1994년부터 1996년 사이 5개 신문에 등장한 게임 소개 기사들에서 게임 소개 보도기사, 게임 칼럼 그리고 게임 정보기사의 세 가지 하위유형을 규정하고 그 담론구조의 특징을 살펴보았다. 분석 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 초창기 게임 소개 기사들은 게임 이용과 정보화 사이의 밀접한 관련성을 보여주는 담론 구성요소를 갖고 있음을 알 수 있었다. 대부분의 기사들은 관습적으로 게임 지원 하드웨어 사양이나 게임을 구입하거나 구동시키는데 필요한 ICT 이용정보를 제공했다. 이는 당시 게임 소개 기사들이 독자들의 게임 이용뿐 아니라 컴퓨터나 PC통신 이용에 필요한 정보나 노하우도 함께 제공한 것으로 해석할 수 있다.

<세계일보>의 김종원 문화부장은 17회차 '게임평론'에서 "게임으로 '컴맹'을 탈출하자"라는 주장을 제기한 바 있다. '게임 이용은 컴퓨터 학습에 도움이 된다'는 명제는 당시 게임 옹호론의 가장 대표적인 논리였다. 게임을 통해 컴퓨터와 친숙해지면, 예를 들어 컴퓨터 학원 수강과 같은 별도의 학습 없이도 컴퓨터에 대해 많은 것을 배울 수 있다는 것이다. 당시 게임 소개 기사들을 보더라도 컴퓨터 하드웨어에 대한 지식, 압축 프로그램 사용법, PC통신 이용법, CD롬 사용법 등을 게임 이용과 함께 얻게 되리라 추정하는 것은 자연스러워 보인다. 정보화

시대를 맞이하여 컴퓨터 학습에 대한 사회적 관심이 높은 상황에서 게임 이용과 컴퓨터 이용 간의 높은 관련성을 보여주는 이런 담론 구성요소들은 게임 이용을 정당화하는 효과를 가지고 있다고 볼 수 있다. 따라서 게임 소개 기사들에 포함된 컴퓨터나 ICT 관련 정보들은 언론의 게임 긍정 담론의 한 요소로 이해할 필요가 있다.

둘째, 특정 유형의 게임 소개 기사들은 게임 이용자들이 어떻게 게임을 플레이할 수 있는지에 관한 구체적인 이용법 정보를 제공하였다. 이러한 이용법 정보들은 게임 소개 기사들을 단순히 상업적 이해에 부응하기 위해 생산, 유포되는 담론으로 접근해서는 안된다는 것을 보여준다. 작성자가 자신의 게임 이용 경험을 바탕으로 게임 이용자가 플레이 과정에서 활용할 수 있는 팁이나 알아 두어야 할 정보를 제공하는 것은 무엇보다 게임 이용자의 욕구에 부응하기 위한 것이기 때문이다. 이용법 정보를 포함한 게임 소개 기사들은 독자들의 게임 선택뿐 아니라 게임 이용에 관해서도 직접적으로 도움을 줄 수 있다. 이는 이용중심 게임정보기사, 비평형 게임정보기사, 게임 칼럼 등의 기사가 홍보성 게임정보기사와 게임소개 보도기사와 대비되어 갖는 중요한 차이점이다. 이 역시 게임 긍정 담론의 한 요소로 볼 수 있다.

물론 이용자 지향의 정보를 포함한다고 해서 상업적 이해로부터 완전히 자유로운 것은 아니다. 개별 게임을 소개하는 최초의 게임 소개 기사는 PC통신사 관계자가 작성했고, PC통신 가입자 증가나 이용량 증가에 도움을 주는 내용을 담고 있었다. 유료 프로그램을 소개하는 기사들은 가격이나 구매문의처

또는 구매방법에 관한 정보를 제시했다. 무엇보다 거의 모든 게임 소개 기사들은 해당 게임의 매력이나 가치, 우수성을 알리는 내용을 전달하지만, 반대로 게임에 비판적인 내용은 거의 언급하지 않았다. 전체적으로 게임 소개 기사들은 게임 제작사 및 유통사, PC통신 사업자가 게임을 통해 창출하려 한 상업적 이해에 부합했다고 볼 수 있다. 다만 이용자 지향의 정보를 포함하고 있는 기사와 그렇지 않은 기사의 차이를 구분해 이해할 필요가 있다.

게임 이용자의 관점에서 볼 때 이 시기 게임 소개 기사의 가장 중요한 한계는 게임에 대한 심도 있는 평가를 논의하는 기사 유형이 등장하지 않았다는 점이다. 특히 신문에 이미 영화 비평이나 문학 비평 같은 기사 장르가 존재하고 있다는 점을 고려할 때 본격적인 게임 비평 기사가 없었다는 점은 아쉬운 점이다. 작품의 완성도나 서사, 그래픽, 음향 차원에서의 성취 수준, 작품의 성격 등에 대한 논의를 제공하는 기사가 있었다면 독자들의 게임 선택에도 도움을 주고 게임에 대한 이해 수준을 향상시킬 수 있다는 점에서 큰 의의를 가졌을 것이다. 분석대상 기사에서는 게임에 대한 미학적 판단을 비중 있게 제시하는 비평형 게임정보기사가 있었지만, 그러한 판단의 타당성을 깊이 있게 논의하는 기사는 없었다. 게임에 대한 미학적 평가는 예외 없이 긍정적인 형태로만 제시되었다. 이 평가적 진술들은 사고의 대상, 논의의 대상으로 제시된 것이 아니라, 게임을 홍보하거나 긍정적으로 기술하는 상투적인 문구로 사용된 것으로 볼 수 있다. 이 시기 대부분의 게임 소개 기사들은 제품 홍보용 보도기사나 상품정보기사의 틀에서 크게 벗어나

지 못했던 것이다.

이러한 점에서 <세계일보>의 “게임평론”에서 구현된 게임칼럼의 독특한 위치에 주목하게 된다. 이슈에 대한 작성자의 의견을 자유롭게 제시할 수 있는 칼럼의 기사 형식은 게임 이용의 불편함에 관한 정보나 모호한 양태의 판단, 개인적 감정을 표현하는 기자논평, 경험담 형태의 이용정보 등을 제공하는 것을 가능케 하였다. 보도 기사나 게임정보기사 유형에서는 제공하지 않는 이러한 논평과 정보들은 비록 수준 높은, 정제된 판단이나 정보는 아니지만, 게임 이용자들이 궁금하고 관심 있어 할 만한, 그래서 흥미 있게 읽을 수 있는, 자신 외의 다른 이용자들의 생각, 감정, 경험들이라 할 수 있다. 이러한 논평과 정보들이 신문 미디어에 적합한 담론 구성요소인가에 대해서는 다른 평가의 여지가 있지만, 2000년대 활성화된 인터넷 게임 커뮤니티에서의 소통을 고려할 때 게임 이용자들이 요구하고 또 그들에게 실용적, 정서적으로 도움을 줄 수 있는 담론 요소임은 분명해 보인다.

□ 논 문 투 고 일 : 2023.03.13
□ 심 사 완 료 일 : 2023.04.15
□ 게 재 확 정 일 : 2023.04.15

참고문헌

문성호 (2013). 국내 게임 중독 담론의 역사. 『한국컴퓨터게임학회 논문지』, 26권 1호, 29-35.

방희경·원용진·김진영 (2018). 게임담론 지형 내 대중담론의 위치. 『한국언론정보학보』, 88, 42-76.

서성은·연준명 (2017). 한국 언론의 게임 보도 프레임 분석. 『한국게임학회 논문지』, 17(6), 89-102.

윤태진 (2013). 게임포비아에 대한 미디어 담론의 구성과 내용. 『게임포비아』, 94-125. 서울: 커뮤니케이션북스.

이동연 (2013). 누가 게임을 두려워하랴? 『게임포비아』, 67-93. 서울: 커뮤니케이션북스.

이범준·김옥태 (2022). 한국 언론을 통해 본 게임의 부상: 1990년대 신문보도를 중심으로. 『한국게임학회 논문지』, 22(6), 3-12.

이원표 (2012). '상품 정보 기사'의 언어학적 분석. 『언어』, 37(4), 949-993.

임영호 (2013). 『신문원론』. 서울: 한나래출판사.

전종수 (2012). 『게임 중독과 셧다운제』. 서울: 커뮤니케이션북스.

주재원·나보라 (2013). 뉴미디어포비아: 올드미디어의 오만과 편견. 『게임포비아』, 1-33. 서울: 커뮤니케이션북스.

한국전산원 (1995). 『1995 국가정보화백서』.7

Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns.* 장춘익 역(2006). 『의사소통행위이론』. 서울: 나남.

Hanusch, F. (2012). Broadening the focus: The case for lifestyle journalism as a field of scholarly inquiry. *Journalism practice,* 6(1), 2-11.

Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics.* 이익환·권경원 역(1992).『화용론』. 서울: 한신문화사.

van Dijk, T. A. (1988). *News analysis. Case Studies of International and National News in the Press.* New Jersey: Lawrence.

Abstract

Discourse Structure of Early Gaming Introduction News Articles

Lee, Bumjun

Institute of Communication Research at
Seoul National University

Kim, Ock Tae

Dept. of Media Arts & Science
Korea National Open University

This study examined the characteristics of the discourse structure of game introduction articles, game columns, and game information articles in five representative domestic newspapers from 1994 to 1996, when computer games were introduced in Korea.

As a result, it was found that early game introduction articles had a discourse component showing the close relationship between game use and informatization. In addition, it was found that certain types of game introductory articles provided specific how-to information about how players could play the game. These

results show that the discourse of game-related articles at the time not only highlighted the negative effects, but also emphasized the positive aspects of games.

| **Key Words** | newspaper article, game, discourse structure