

재미에 따른 게임의 분류와 스포츠화를 통한 그 유한성의 연장

황형준* 강기형**

◆ 목 차 ◆

1. 서론
2. 게임의 장르에 관한 기존 구분방법
3. 재미의 인지 형태에 따른 게임장르의 구분
4. 게임의 스포츠화를 통한 그 유한성의 연장
5. 결론

1. 서론

게임산업은 대표적인 문화 콘텐츠 산업으로써 업계 및 학계의 관심이 집중된 가운데 다양한 형태로 성장해 나가고 있다.

매년 많은 게임들이 개발되고 소비자들에게 소개되면서 게임 제공자들의 편의에 의해, 소비자들의 보다 많은 접근을 유도하기 위해 그 장르를 들이 분류되고 분류 짓는 방법들 또한 다양하게 제시되고 있다.

요즈음의 게임들은 한 장르에 국한되지 않고 복합 장르화 하여 소비자들의 구매 욕구를 자극하고 있다. 게임 기획자들 혹은 개발자들은 자신이 만드는 게임의 재미에 대하여 많은 고민을 하며 게임의 재미를 배가 시키기 위하여 또한 그 재미의 유한성을 연장시키기 위하여 복합장르게임의 시도들이 이루어지고 있다.

그러나 이러한 복합장르의 게임은 기존의 게임 분류방법으로는 그 구분이 모호하며 향후에 개발될 게임들은 현재의 게임들 보다 그 장르의 복잡성이 더욱 다양해 지리라 예상된다.

본고는 기존 게임 장르의 구분이 틀린다거나 그 구분을 제 정립하려는 의도는 아니며 게임의 장르의 구분을 인간이 인지하는 재미로써의 분류관점을 제시하고 기존 장르구분에 더하여 게임 기획자들이 게임을

기획하고 개발해 나가는데 좀더 구체적인 기획 의도를 수립하는데 도움을 주기 위함이며, 더 나아가 유한적 상품인 게임의 스포츠화를 통해서 그 유한성의 연장의 가능성을 제시하고자 함이다.

2. 게임의 장르에 관한 기존 구분 방법

대표적인 게임의 구분 방법은 플랫폼에 따른 게임 분류와 게임의 장르에 따른 분류가 있다.

한국게임산업개발원에서 발간한 "2006년 대한민국 게임백서"에 의하면 온라인게임임, 모바일게임, 비디오게임, PC게임, 아케이드게임으로써 플랫폼에 따른 분류를 구분하고 있다.[1]

이렇듯 플랫폼에 따른 게임의 분류의 경우가 명확하고 이견의 소지가 없으나 게임의 장르에 따른 분류의 경우 그 분류 방법이 체계적이긴 하나 이견의 소지가 있으며 게임 관련 서적이나 연구 보고서에서도 일정한 기초하에 다양한 분류를 하고 있다.

박태순의 선행 연구에 정리된 것처럼 표1에 의하면 각 기관이나 필자의 목적, 입장에 따라 장르명이 매우 다양함을 알 수 있다. [2]

(표 1) 게임장르의 분류 사용 예 [2]

기관 및 저서	장르의 분류
2006년 대한민국 게임백서	롤플레이, 액션, 대전격투, 슈팅, FPS, 전략시뮬레이션, 경영/건설/육

* 이플레이온 사업본부장

** 이플레이온 시스템실장

	성, 어드벤처, 스포츠, 레이싱, 체감형, 웹보드, 캐주얼, 교육용, 아동용, 경품, 성인용배팅, 기타 총 17개
2003년 게임산업 연차보고서	전략/시뮬레이션, RPG, 액션/어드벤처/대전, 스포츠, 슈팅, 교육용/에듀, 퍼즐, 경품, 뮤직, 기타 총 10개
21세기 게임페라다임	슈팅, 보드, 스포츠, 아케이드, 대전, 롤플레이, 어드벤처, 시뮬레이션 총 8개
컴퓨터게임의 이해	시뮬레이션, 롤플레이, 어드벤처, 액션, 스포츠 레이스, 퍼즐, 보드테이블, 버라이어티 총 8개
게임스팟 코리아	드라이빙, 롤플레이, 스포츠, 시뮬레이션, 액션, 온라인, 전략, 클래식 총 8개

기존 장르의 게임에 식상해진 소비자들의 욕구를 충족시켜주기 위해 새로운 장르의 게임이 소개되어짐에 따라 더욱 세분화된 장르의 구분이 등장한다. 또한 장르의 복합화를 통하여 기존 게임 장르의 어느 한 분류로 구분되기 모호한 게임들도 근래에 자주 등장하고 있다.

이와 같이 게임의 장르는 위의 이유등 여러가지 이유에 의해서 그 분류를 정의함에 있어 플랫폼에 따른 분류와 달리 정리가 안되어지는 상황이다.

게임의 형식에 따른 장르의 구분이 좋은 방법이긴 하나 게임을 기획하고 게임을 소비자에게 제공하는 입장에서 게임의 본질인 재미를 통한 장르의 구분도 실용적이며 필요성이 있다고 판단된다.

3. 재미의 인지 형태에 따른 게임장르의 구분

라프 코스터는 그의 저서인 재미이론을 통하여 게임의 재미에 대한 추상적인 관념을 이론적으로 정리하였고 재미의 인지에 따라 사람마다 느끼는 재미가 다르다고 정의 하였다. [3]

그에 따르면 인간의 지능은 다음의 7가지 형태로 구분된다고 한다.

- 언어적
- 논리-수학적

- 신체-운동적
 - 공간적
 - 음악적
 - 대인관계
 - 자기 이해(내부 지향적, 스스로에 대한 동기부여) [3]
- 이렇게 구분 된 지능은 개개인의 능력에 따라 각기 서로 다른 지능이 발달 되어지고 그 발달된 지능의 성격에 따라 게임의 재미를 느끼는 것 또한 차별화 되어 나타난다. 즉, 개개인의 뇌의 발달 정도에 따라 게임의 재미를 서로 다른 분야에서 느끼고 흥미를 나타낸다는 것이다.

따라서 언어적 지능이 우수한 사람은 낱말 맞추기 게임에 재미를 느끼며 끝날 것이고, 논리-수학적 지능이 발달한 사람은 바둑이나 체스 같은 게임에 재미를 느낄 것이며, 자기 이해 나 대인관계적인 지능이 발달한 사람은 기존의 롤플레이 게임이나 커뮤니티 게임 등에서 재미를 느낄 것이다.

이렇듯 재미의 인지형태에 따라 게임이 가진 재미의 특성 및 그 장르를 분류 한다면 표2와 같이 분류가 가능하다.

(표 2) 재미의 인지 형태에 따른 장르 및 그 특징

재미의 인지 형태에 따른 장르	장르의 특징
언어적	-언어의 조합 등을 추론하는 게임 -소설과 같이 잘 짜여진 스토리를 즐기는 게임
논리-수학적	-사고능력으로 즐기는 게임 -일정한 계산이나 논리에 의하여 답을 얻어내는 게임
신체-운동적	-플레이어의 반사신경을 자극하는 게임 -빠른 판단 및 순발력을 요하는 게임
공간적	-도형의 형태 나 공간의 지각력을 이용하여 주어진 임무를 완수하는 게임 -2차원 또는 3차원 적인 자국이나 형태를 기억하거나 예측하여 임무를 완수하는 게임
음악적	-박자, 기락, 음성에 따른 갖가지 형식을 따라하며 점수를 득하는 게임
대인관계	-가상현실 세계 에서 일정모임을 구

	성하고 그 모임을 통하여 일정 행위를 함께 수행하는 게임
자기이해	-주인공을 선택하고 일정한 역할을 하며 발전 시키는 게임 -단계별 주어진 임무를 완수하는 게임

표2에서와 같이 게임의 장르를 구분한다면 기존의 스타크레프트와 같은 형식적 분류에서의 전략시물레이션 장르의 게임은 자기이해, 신체-운동적, 공간적 장르의 게임에 해당된다고 볼 수 있다. 그렇다면 기존의 형식적인 장르의 구분에 비하여 더 복잡해졌다고 할 것 이다.

그러나 게임의 본질적 이해의 측면이나 재미의 인지적 측면에서 본다면 그 구분은 복잡해 질 지라도 게임을 기획하고 개발하는 입장에서는 그 구분이 보다 명확하고 소비자들에 어떠한 재미를 제공하는지를 확고히 할 수 있다.

이렇게 판단한 근거는 앞서 말한 바와 같이 인간의 뇌는 재미를 인식하는 과정에서 그 재미가 전략시물레이션이기 때문에 재미있는 것이 아니라 자기이해의 관점에서, 신체-운동적 관점에서, 공간적 관점에서 재미있다고 인식하기 때문이다.

이런 방식의 접근으로 새로운 게임을 기획한다면 게임의 재미를 어떠한 장르에서 추구하여야 할지에 대한 방향이 잡히리라 판단된다.

4. 게임의 스포츠화를 통한 그 유한성의 연장

게임의 장르를 재미의 인지적인 측면에서 규정하고 게임을 기획하는 궁극적인 이유는 기획되고 개발되는 게임이 소비자들에게 인기를 얻고 더 나아가서 소비 활동을 촉진시켜 부를 축적하는 것이며 이는 산업적인 측면에서 당연한 것이다.

모든 상품은 시간이 지나면 그 상품으로써의 가치가 떨어지기 마련이다. 문화 컨텐츠로서의 게임은 다른 영역의 상품에 비하여 그 상품의 유한성이 시간이 지남에 따라 확연하게 드러난다.

이러한 게임의 유한성을 극복하기 위하여 복합장르의 게임이 개발되기도 하고 다양한 시도들이 행하여

진다. 게임 제작사의 대표적인 유한성 연장의 방법은 지속적인 업데이트를 통하여 게임의 재미 요소를 추가하는 방법이다. 게임 배급사의 경우 게임 외적인 부분에서의 그 유한성의 연장은 각종 이벤트를 통하여 신규 소비자를 창출하여 그들로 하여금 기존 소비자 들이 접한 게임의 재미를 반복 하는 것이 또 하나의 대표적인 방법이다. 이는 게임의 개발에 직간접적으로 관여하는 집단 또는 단체의 행동이라고 할 수 있다.

최근 수년간 한국에서는 게임 개발에 직간접적으로 관여하지 않은 단체가 기존 게임을 이용하여 게임 외적인 요소를 부각시켜 게임의 유한성을 연장한 사례가 나타났다. 그 대표적인 예가 방송사의 스타리그를 통한 스타크레프트의 유한성의 연장이었다.

스타리그를 창안하고 실시한 방송사는 그 행위를 통하여 이윤을 추구했음은 물론이거니와 그 게임의 유한성의 연장을 통하여 게임 제작사 및 배급사에 막대한 부를 안겨다 주었다.

그렇다면 스타리그의 발생은 어떤 행위라 정의가 가능할까? 이는 게임의 스포츠화를 통하여 그 유한성을 연장한 행위였다.

게임의 스포츠화라 함은 게임이 유희를 넘어서서 스포츠로서 인정받는 것이고 산업적인 측면에서 문화 컨텐츠 산업에서 스포츠산업으로 발전함을 말한다. 현재 국내에서는 이러한 게임의 스포츠화를 ‘e-스포츠’ 라는 이름으로 정의하고 스타크레프트를 비롯 여러 게임들이 게임의 스포츠화에 앞장서고 있다.

게임이 스포츠가 되기 위해서는 게임 제작자는 어떠한 노력을 하여야 할까? 게임의 형식 면에서 단순히 스포츠 게임이기에 스포츠화가 가능한 것은 아니다. 단적인 예로 스타크레프트는 스포츠 장르의 게임은 아니다. 전략시물레이션 장르의 게임이다. 그러나 스타크레프트는 다음의 요건을 갖추었다.

- 사람과 사람간의 경쟁
- 일정시간내 승부가 결정
- 공정한 조건에서 경쟁
- 신체와 정신의 협응
- 운이 아닌 실력에 따라 승부가 결정[4]

이와 같은 요소를 갖춘다면 게임이 스포츠화가 되기 위한 기본적인 요소를 갖추는 것이다. 또한나 절 때 관과해서는 안 되는 중요한 요소가 스포츠에는 경

기를 행하는 사람도 중요하지만 그 경기는 지켜보는 사람이 존재한다는 사실이다. 즉 선수뿐만이 아니라 관중들도 인식을 해야 한다는 것이다.

기존 스포츠화를 추구하면 나온 게임들에서 가장 안타까운 요소는 관중들 위한 장치가 미흡하다는 것이었다. FPS게임의 경우 1인칭 시점이 바탕이된 게임이어서 게임을 플레이하는 유저는 그 게임 속에서 재미를 느낄지언정 전반적인 상황을 볼 수 없는 관중들은 별다른 재미를 느끼지 못하기에 스포츠적인 관점에서는 빈번히 실패 하였다.

게임을 제작자는 기획하는 게임을 스포츠화 시키기 위하여 앞서 언급한 요건에 맞추어 기획하는 것은 물론이거니와 많은 유저 층을 확보하기 위해 지능의 인지적인 관점에서의 재미요소를 고려해야 하고 더 나아가 프로스포츠화 하기 위해 그 게임 플레이를 보는 관중들이 재미를 느낄 수 있도록 조치를 취해야 한다.

4. 결론

게임의 흥수 속에 제작되는 게임이 성공하기 위해서는 복합장르화등 다양한 장르의 접목도 중요하고, 또한 기획 속에서 소비자에게 어떠한 재미를 줄 것인가 구체적으로 그 재미가 소비자들의 인지능력을 자극하여 재미를 느끼게 할 것인가를 고려하기를 바란다.

제작되는 게임이 충분히 재미 있다고 판단되고 그 재미의 유한성을 극복하기 위하여 스포츠화를 시도한다면 게임이 스포츠서 흥행하기 위한 요소를 심어줘야 한다.

게임이 스포츠로 인정받기 위해서는 위해서 게임이 갖추어야 할 대 전제는 게임이 경쟁을 통하여 승부가 결정되어야 한다 이다. 또 게임 외적인 측면에서 아마추어의 저변확대가 이루어져야 하고 프로스포츠로서 흥행에 성공해야 한다.

스포츠로서 흥행에 성공하기 위한 가장 중요한 요소 중 하나인 관중을 인식하기를 바란다. 관중의 끈임 없는 관심 없이는 스포츠로서의 대중화가 힘들다. 정식 스포츠 종목임에도 불구하고 스포츠로서 흥행에 실패하여 대중에게 외면 받고 있는 다수의 스포츠 종목이 있음을 간과하지 말자.

아직은 대중의 인식에서 게임이 스포츠 종목으로 인정받는 것에 대한 거부감이 존재한다. 그러나 게임 산업에 종사하는 많은 이의 노력이 이루어진다면 게임이 단순한 유희의 행위에서 벗어나 그 유한성을 극복하여 스포츠로서 대중적으로 인정받으리라 믿는다.

참고 문헌

- [1] 한국게임산업개발원, "2006년 대한민국 게임백서", p46, p442, 2006년6월.
- [2] 박태순, "컴퓨터게임의 서사와 장르의 상관관계에 관한 고찰", 한국게임학회 논문지 제6권 제2호, p26, 2006년 6월.
- [3] 라프 코스터, "라프 코스터의 재미이론", 디지털미디어리서치, 2006.
- [4] 이안제, 고정민, 김진혁, "신산업으로 발돋움하는 e-스포츠", 삼성경제연구소, p26, 2005년 9월.

◎ 저 자 소 개 ◎

황 형 준

1995년 고려대학교 서어서문학과 학사
1996년 ~ 1999년 투니버스 애니메이션 기획팀 PD
1999년 세계 최초의 게임리그 방송 기획, 연출
2003년 ~ 2006년 온게임넷 총괄국장
2002년 ~ 2005년 영상물등급위원회 본위원
2002년 ~ 2005년 대한민국 게임대상 심사위원
2006년 ~ 현재 이플레이온 사업본부장

강 기 형

1999년 서울산업대학교 토목공학과 학사
2003년 The Univ. of Iowa MSCE
2000년 ~ 2005년 Samsung SDS America Senior Engineer
2005년 ~ 2006년 오리온 온라인 엔터테인먼트 전략팀장
2007년 ~ 현재 이플레이온 시스템실장
관심분야 : 디지털 콘텐츠 시스템, 스포츠 마케팅