



# MMORPG의 사용자생성콘텐츠에 관한 연구 -게임플레이와 게임디자인 과정을 중심으로-

박나영  
이화여자대학교 디지털미디어학부  
ahtssa@naver.com

A Study on User Created Content of MMORPG  
-Focused on the Process of Game Play and Game Design-

Na-Young Park  
Division of Digital Media, Ewha Womans Univ.

## 요 약

최근 MMORPG의 사용자생성콘텐츠를 중심으로 MMORPG의 발전방향에 대한 다양한 논의가 이루어지고 있다. 사용자생성콘텐츠는 IC사용자제작콘텐츠, IC사용자창작콘텐츠, OOC사용자제작콘텐츠, OOC사용자창작콘텐츠의 네 가지 유형으로 나뉠 수 있다. 마크르블랑이 제시한 게임디자인과 게임플레이 과정에서의 메커니즘, 다이내믹, 미학은 각 유형에 따라 다르게 나타난다. 따라서 사용자생성콘텐츠의 각 유형은 게임플레이과정에 흐르는 사용자의 각기 다른 욕망을 읽어내는 지표가 될 수 있고 이는 게임디자인과정에서 중요한 요소로 활용될 수 있다. 결국 MMORPG의 사용자생성콘텐츠는 게임디자인과 게임플레이 사이, IC문화와 OOC문화 사이의 상호작용을 이끌어내는 역할을 수행한다.

## ABSTRACT

The progress of the MMORPG is being under discussion based on 'User Created Content' recently. User Created Content is to be classified into four types - IC User Created Content, IC User Crafted Content, OOC User Created Content, OOC User Crafted Content, Mechanism, Dynamics and Aesthetics on the process of Game Design and Game Play that Marc Leblanc suggested are brought out differently from each other. So, User Created Content can make you understand the various desire of users who's playing game. And It is meaningful in Game Design, either. Therefore, User Created Content is significant as the interaction of IC culture and OOC culture and as the interaction of a process of game play and game design.

Keyword : UCC, UCG, Game Play, Game Design, MMORPG

## 1. 서 론

### 1.1 연구배경

참여, 개방, 공유의 이념을 바탕으로 웹을 플랫폼으로 하여 사용자들이 다양한 콘텐츠를 생산·유통·소비하는 웹 2.0 시대에 들어서면서, 각종 인터넷 커뮤니티와 블로그를 중심으로 사용자생성콘텐츠(User Created Content)가 주목 받고 있다. 그러나 웹 2.0 시대, 웹 서비스의 핵심으로 사용자생성콘텐츠가 주목받기 이전부터 온라인 게임에서는 수십 개의 사용자 계시판을 통해 온라인 게임을 소재로 한 소설, 만화, 영화 등 사용자들의 콘텐츠생성활동이 이루어져 왔고, 이는 각 게임의 사용자들을 집결시키는 등 게임의 성공을 가능하는 척도가 되어왔다. 최근에 이르러서는 사용자가 직접 생성하는 콘텐츠를 통해 게임월드 자체를 변화시키는 방향으로 사용자생성콘텐츠에 관한 논의가 이루어지면서 사용자생성콘텐츠는 온라인게임의 발전방향에 있어 중요한 분기점이 될 것으로 기대되고 있다.

특히 다사용자 온라인 롤플레이 게임(Massively Multiplayer Online Role Playing Game, 이하 MMORPG)을 중심으로 이러한 논의가 이루어지고 있는데, 이는 게임의 라이프 사이클이 길고 지속적인 플레이가 이루어지는 특성상 MMORPG에서는 지속적인 콘텐츠 추가가 필수적이기 때문이다. 또한 MMORPG의 게임플레이는 개발자가 설정해놓은 진행 과정을 완료하면 완성되는 어드벤처 및 오픈라인 롤플레이 게임에 비해 개별 이용자에 따라 수많은 이야기 혹은 텍스트를 구성할 수 있는 잠재력을 지니고 있기 때문이다.[1]

MMORPG의 사용자생성콘텐츠를 바라보는 데에는 상이한 두 가지 관점이 존재한다. 사용자생성콘텐츠를 ‘차세대 MMORPG’의 동력으로 보는 관점과 ‘탈(脫)MMORPG’를 향한 전조로 보는 관점이 그것이다. 먼저 사용자생성콘텐츠를 ‘MMORPG의 대안’ 혹은 ‘차세대 MMORPG’의 발전 방향을 가늠케 하는 잣대로 보는 시각은 그래픽, 사운드, 콘텐츠의 양 등 그 외형적인 요소들의 발전과는 달리 대다수의 MMORPG가 지루하고 반복적인 레벨링으로 대표되는 단순하고 정적인 상호작용을 플레이어에게 제공함으로써 플레이어의 다양한 상호작용에 대한 욕구를 충족시켜주지 못하고 있다는 인식에서 출발한다. 이에 대한 대안으로서, 사용자생성콘텐츠는 사용자가 스스로 게임 콘텐츠를 창조

하고 이를 게임월드 안팎에 반영함으로써 다양한 상호작용을 유발하는 등 사용자의 적극적인 게임 참여를 유도할 수 있다.[2] 한편, 린든랩(Linden Lab)의 「세컨드라이프(Second Life)」는 기존 MMORPG의 클라이언트/서버(client/server) 시스템과 차별화된, 그리드컴퓨팅기술(가상분산컴퓨팅기술)과 원자적 건설 시스템을 바탕으로 ‘탈(脫)MMORPG’의 입장을 취한다.[3] 특히 제작(crafting)과 창작(creation)의 개념을 구분하여 사용자들이 직접 만드는 그래픽과 아이템, 하우스 등을 적극 지원하고 이에 대한 소유권을 사용자에게 귀속시킴으로써 레벨링 시스템, 허구적 테마, 몰플레이, 경쟁요소가 사라진 ‘생활형 가상세계’를 표방한다.[4]

### 1.2 연구목적과 범위

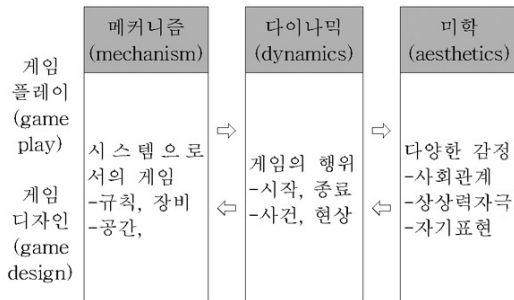
앞 절에서 언급한 MMORPG의 사용자생성콘텐츠를 바라보는 두 관점은, 사용자생성콘텐츠를 게임월드의 내의 요소로 볼 것인지 게임월드를 넘어 웹 및 오픈라인과 연동하는 요소로 볼 것인지에 대한 관점의 차이로 할 수 있다. 전자의 논의가 콘텐츠의 추가 및 변경을 통한 게임월드의 변경을 중심으로 이루어지고, 후자의 논의가 콘텐츠의 소유권 등 게임과 게임월드 밖 실제생활과의 관계를 중심으로 이루어지고 있는 것도 이러한 입장 차이에 기인한다. 그러나 게임을 둘러싼 다양한 현상을 분석하기 위해서는 MMORPG 내에서 일어나는 게임 자체 내의 문화, 즉 게임 환경 제공자가 이미 만들어놓은 허구적인 문화(In Character Culture, 이하 IC문화)와 사용자들 사이의 상호작용을 통해 표현되는 문화(Out of Character Culture, 이하OOC문화)를 모두 살펴보아야 한다.[5] 본 연구는 이러한 관점에서, 게임 월드 내에서 하우스시스템, 퀘스트생성시스템 등을 통해 게임월드를 변화시키는 역할을 하는 사용자생성콘텐츠와 웹상에서 사용자 커뮤니티를 통해 드러나는 각종 만화, 영화, 애니메이션 등의 사용자생성콘텐츠를 ‘MMORPG의 사용자생성콘텐츠’라는 동일한 관점에서 두루 살펴보고자 한다. 특히 「월드오브워크래프트(World of Warcraft, 이하 WOW)」를 중심으로 MMORPG의 사용자생성콘텐츠를 살펴본다. WOW는 2004년 출시되어 현재 전 세계 850만 계정 중 국내에서만 300만 계정을 확보한 대표적 MMORPG로서 출시 직후부터 대륙 간 횡단경주, 캐릭터 간 1대1 대결 등으로 사용자 스스로 게임 시스템을 생성해가며 플레이를 즐겨왔고 이중 일부가 개발자들에 의해 게임월드 내의 게임 시스템으로

정착되기도 하였다. 또한 각 캐릭터의 독특한 춤 동작을 이어 만든 동영상과 캐릭터들의 결혼식 등 게임월드 밖 사용자 커뮤니티에서도 사용자들의 콘텐츠 생성이 끊임없이 이어져왔다.

본 연구는 IC문화와 OOC문화의 다양한 사용자생성콘텐츠를 제작과 창작 관점에서 유형화하고 이를 바탕으로 각각의 게임플레이와 게임디자인 과정을 분석하고, 나아가 날로 중요해지고 있는 MMORPG의 사용자생성콘텐츠의 의미를 게임플레이와 게임디자인, IC문화와 OOC문화의 상호작용이라는 관점에서 고찰한다. 특히, 지금까지 게임과는 별개의 놀이이거나 게임 아이템의 획득과 공략을 위한 정보 교환수단으로 인식되어왔던 사용자 커뮤니티 내의 다양한 사용자생성콘텐츠를 연구대상에 포함시킴으로써, 게임 월드 안팎의 넘나드는 사용자들의 욕망을 읽어내고 이를 개발단계에서 활용하는 방안을 모색하고자 하는 데에 본 연구의 의의가 있다.

**1.3 연구방법**

컴퓨터게임을 분석하기 위해서는 게임플레이(game play), 게임구조(game structure), 게임월드(game world)의 세 가지 차원을 고려해야 한다. 아세스에 따르면 이 세 가지 차원은 게임에 따라 그 비중이 달라지는데, 예를 들어 MMORPG의 경우 게임플레이의 비중이 큰 반면 시뮬레이션 게임의 경우 게임의 구조가 중요하게 부각된다.[6] MMORPG의 사용자생성콘텐츠 역시, 게임플레이의 측면에서 살펴봐야 한다. MMORPG는 사용자에게 완성해야 할 게임 텍스트를 제공하는 것이 아니라 사용자간의 상호작용이 일어날 수 있는 무대를 제공해 주는 것으로, 게임 내 상황은 디자이너에 의해 미리 인위적으로 설계되는 것이 아니라 이용자들이 어떤 관계를 맺느냐에 따라 달라지기 때문이다.[7]



[표 1] 게임의 세 가지 측면(마크 르블랑)

르블랑은 메커니즘(mechanics), 다이나믹(dynamics), 미학(aesthetics)을 게임의 세 가지 측면으로 제시하면서 이를 게임플레이과정과 게임디자인과정에 대입시키고 있다. 게임사용자는 게임플레이과정에서 메커니즘을 우선 접하면서 다이나믹을 느끼고 미학에 이르지만, 게임디자이너는 미학에서 시작해 이를 위한 다이나믹을 연구하고 메커니즘을 개발한다는 것이다.[8] 여기서 사용자생성콘텐츠는 게임플레이와 게임디자인의 중간지점에 위치하고 있다고 볼 수 있다. 한 사용자가 게임플레이과정에서 생성한 콘텐츠는 다른 사용자의 게임플레이에서는 애초 게임디자이너가 제공한 콘텐츠와 마찬가지로 '제공' 된 콘텐츠가 되기 때문이다. 따라서 게임플레이과정과 게임디자인과정을 메커니즘, 다이나믹, 미학이라는 동일한 용어로 설명하고 있는 르블랑의 개념은 MMORPG의 사용자생성콘텐츠를 분석하는 데 유용하다 할 수 있다.

2장에서는 IC/OOC와 제작/창작 등 앞선 연구가 밝힌 개념들에 근거해 사용자생성콘텐츠의 유형을 분류하고 각 유형의 사용자생성콘텐츠가 게임플레이와 게임디자인 과정에서 메커니즘, 다이나믹, 미학을 어떠한 방식으로 구현하고 있는지를 분석한다. 이를 바탕으로 3장에서는 MMORPG의 사용자생성콘텐츠가 갖는 의미를 게임플레이와 게임디자인의 상호작용, IC문화와 OOC문화의 상호작용이라는 측면에서 살펴본다.

**2. MMORPG의 사용자생성콘텐츠 유형**

**2.1 IC사용자제작콘텐츠**

사용자간의 상호작용을 중심으로 하는 OOC차원으로 MMOG(Massively Multiplayer Online Game)적 특성을 기반으로 한다면, 게임개발자가 이미 만들어놓은 허구적인 문화를 바탕으로 하는 IC차원은 보다 RPG(Role Playing Game)에 충실한 영역이라 할 수 있다. 따라서 IC사용자제작콘텐츠는 각 캐릭터가 그의 종족과 직업적 특성에 기초하여 크래프팅(crafting), 하우스(housing), 구조물생성 등을 하면서 만들어지는 것으로서 게임이 제공하는 크래프팅시스템, 하우스시스템, 구조물생성시스템을 바탕으로 한다.

WOW의 경우 낚시나 요리, 재봉, 대장기술 등의 보조기술을 통한 아이템 창조가 가능하다. 기술 숙련도와 성과에

따라 캐릭터는 게임월드 내의 스타나 전문가가 되기도 한다. 세계 최초로 '서리호검'을 완성시킨 WOW의 대장장이 '키타'나 마비노기의 방직기술자 '마노헤라', 방패 및 방어구 제작자 '지이저', 요리사협회 길드의 군주 '순이 전사' 등은 아이템제작을 통해 게임월드 내의 유명인사가 된 경우이다. 이처럼 MMORPG에서의 크래프팅은 게임에서 제공하는 시스템을 바탕으로 아이템을 제작하는 등, 메커니즘에서 다이내믹으로 나아가며 때로는 기술숙련을 통해 캐릭터의 가치를 높이고 다른 사용자들로부터 존경을 받는 등 다이내믹에서 감정적 반응을 끌어내는 미학차원에 이르기기도 한다. 그러나 크래프팅이 캐릭터나 레벨을 발전시키는 수단으로 이용되면서 사용자들은 불필요한 아이템들을 반복적으로 제작해 게임월드 내에 머드플레이션(mudflation)을 발생시키고 이를 방지하기 위해 NPC는 수요가 낮은 아이템들을 사들여 게임의 생산속도를 늦추는 등, 크래프팅은 단순히 다이내믹 차원에 머무르는 경우가 많다. 이 밖에 하우스와 구조물생성도 IC사용자제작콘텐츠에 해당한다. 하우스는 사용자가 게임월드 안의 주어진 공간에서 건축물 등을 짓거나, 지어진 건축물의 내부 공간에서 여러 가지 권한과 혜택을 누릴 수 있는 게임콘텐츠이다. 이는 캐릭터의 특성치나 캐릭터가 소유한 아이템과는 달리, 사용자가 게임월드에서 접하지 않은 경우에도 게임월드 내에 존재하며 캐릭터의 가치를 보여준다. 게임월드 안의 모든 공간에 하우스가 가능한「울티마온라인」, 이를 특정지역으로 제한한「마비노기」, 도식계획에 따른「스타워즈 갤럭시즈」, 그리고 인스턴스 지역에서의 이를 제공하는「에버퀘스트2」와「파이널판타지12」등, MMORPG에는 다양한 형태의 하우스시스템이 존재한다. 구조물생성 역시 IC사용자제작 콘텐츠로서「마비노기」와 같은 게임에서 길드석을 만들어 길드의 소개와 가입을 타 사용자에게 할 수 있도록 하는 경우가 이에 해당된다. 하우스이나 구조물생성을 통해 건설된 사용자의 공간과 구조물은 사용자들끼리의 상호작용을 더욱 원활하게 이루어지게 하고, 사용자의 개성에 대한 욕구를 충족시키면서 다이내믹에서 미학의 차원으로 나아가기도 한다. 이처럼 개발자가 제공하는 콘텐츠 내에서 고유의 콘텐츠를 만드는 과정을 거쳐, MMORPG 사용자들은 게임월드 내의 아이템과 공간, 구조물을 활용하여 자신들만의 콘텐츠로 만들고자 노력한다.

크래프팅, 하우스, 구조물생성 등 게임월드 내 사용자의

캐릭터에 중심을 둔 IC사용자제작콘텐츠는 때때로 게임플레이와 게임디자인의 각 축에서 메커니즘과 다이내믹, 미학의 과정 사이를 진동하지만 대부분 '메커니즘'에서 '다이내믹'을 이끌어내는 과정이라 할 수 있다. 그러나 메커니즘이 다이내믹을 끌어내는 과정은 대부분의 MMORPG가 내재적으로 구현하고 있는 것으로써, 보다 중요한 것은 이러한 시스템과 다이내믹이 게임플레이에 있어 미학의 단계에 까지 이르는가의 문제라 할 수 있다. 사용자들이 플레이 과정에서 최종적으로 느끼는 감정적 반응과 만족감인 미학의 차원은 게임디자인 과정에서 본다면 그 시작점이기도 하기 때문이다. IC사용자제작콘텐츠에서 사용자는 이미 구축된 시스템 안에서 단지 '선택'할 수 있을 뿐이기 때문에 이를 통해 상상력을 발휘하고 자기표현을 하는 등의 감정적 반응을 끌어내는 게임플레이의 '미학'에 이르는 데에는 한계가 있다. 따라서 제작과 창작의 구분이 필요하다.

## 2.2 IC사용자창작콘텐츠

IC사용자제작콘텐츠가 개발자가 제공하는 크래프팅, 하우스, 구조물생성시스템 등을 바탕으로 사용자의 '선택'을 통해 아이템이나 구조물 등의 게임오브젝트를 제작(crafting)하는 것이라면, IC사용자창작콘텐츠는 새로운 '가치'나 '기능'을 부여하는 창작(creation)행위를 통해 이루어진다. 「세컨드라이프」의 개발자인 코리 온드레이카는 다음과 같은 말로 제작과 창작을 구별한다.

예를 들어 MMORPG인 「울티마온라인」에서는 물체들은 피아노모양처럼 사용자가 원하는 다양한 방식으로 쌓아 올려질 수 있다. 그러나 이것은 아무런 기능도 없는 피아노모양의 더미일 뿐이다. 사용자는 이를 이용해서 연주를 할 수 없다. 이것을 사용하기 위해서는 개발자가 피아노를 만들어서 게임 내에 패치해야만 한다. 이렇게 사용자가 게임 제작자에 의해 창작된 디지전 트리를 활용하는 과정이 MMORPG의 제작인 것이다. 이러한 사용자의 노력은 분명히 일반적으로 정의된 창작이 아니다.[9]

생활형가상세계를 표방하고 있는「세컨드라이프」가 MMORPG의 영역에 포함되는지는 논외로 하더라도 위의 논의는 다양한 사용자콘텐츠생성행위 중에서 제작과 창작을 구분할 필요가 있음을 시사한다. 「세컨드라이프」에서는

「울티마온라인」의 경우와는 달리, 실제세계가 원자구성과 마찬가지로 원자적건설(Atomistic Construction)시스템을 바탕으로 사용자가 필요한 '원형'을 이용해 간단히 피아노를 만들 수 있다. 원형은 구조를 이루고, 짜여지고, 채색되어 피아노를 만들어 낸다. 소리는 키를 통해 추가될 수 있으며, 이를 통해 피아노를 연주할 수 있다. 이는 단순한 장식물을 넘어서서, 피아노로서 '기능'한다. 수백 개의 다른 원자가 결합하는 방법이 제한되어있는 실제세계와 달리, 「세컨드라이프」는 무한한 가능성을 만들어내는 유동적인, 단순한 구조의 여러 개의 원형 타입으로 이루어져 있다. 이런 원형들은 물리적으로 흉내낸 세계 내에 존재하며, 일반적으로 예측 가능한 행위를 제공한다. (그림1)은 원자적건설시스템을 통해 생성된 자동차로서, 「세컨드라이프」내에서 실제세계의 자동차와 마찬가지로 기능한다.

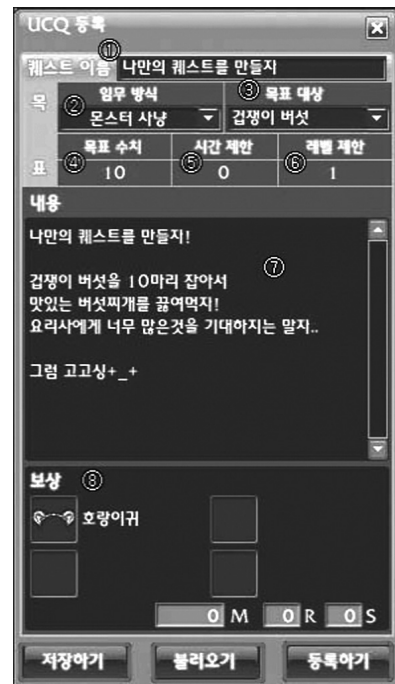


[그림 1] 「세컨드라이프」에서 생성된 자동차.

하지만 새로운 '가치'나 '기능'을 부여하는 '창작' 행위를 통한 IC차원의 콘텐츠생성은 그동안의 MMORPG에서 찾아보기가 쉽지 않다. IC사용자제작콘텐츠의 경우에서처럼 단순히 사용자에게 '선택권'을 제공하는 것이 아니라, 「세컨드라이프」와 같이 게임월드 내에서 '창작물'을 제공하는 형태는 네트워크나 보안, 그래픽, 서버와 같은 기술적 제한 때문에 그동안 달성되기가 쉽지 않았기 때문이다. 그러나 「심즈온라인」의 오브젝트생성물이나 「아나키온라인」의 미션시스템, 최근 등장한 「홀릭」의 사용자생성퀘스트 등은 게임월드 내에서 사용자에게 직접 퀘스트를 생성할 수 있는 틀을 제공함으로써 사용자에게 보다 높은 자유도를 부여한다. 「아나키온라인」에서 사용자는 도시에 존재하는 미션 생성 판매점에서 자동적으로 생성되는 미션을 받거나 캐릭터의 레벨에 맞는 미션을 생성할 수 있다. 이렇게 생성된 미션은 인스턴스 존에서 이루어지는데, 미션을 수행한

캐릭터는 보상을 통해 경험치나 돈, 아이템을 획득한다. 「홀릭」의 퀘스트생성시스템 역시 IC사용자제작콘텐츠의 생성을 가능하게 한다. 최근 '10만 명을 위한 100만 개의 시나리오'를 모토로 내세우고 베타서비스에 들어간 엠게임의 「홀릭」은 사용자생성던전(Use Created Dungeon(UCD))과 사용자생성퀘스트(User Created Quest(UCQ))를 내세우며 사용자에게 보다 높은 자유도를 부여하고 있다. 특히 약 300개 가량의 시나리오 퀘스트가 개발자에 의해 제공됨으로써 사용자들은 자유로우면서도 보다 탄탄한 시나리오를 바탕으로 하는 퀘스트를 생성해낼 수 있다.

이러한 퀘스트생성시스템을 중심으로 하는 MMORPG의 IC사용자제작콘텐츠는 사용자의 아이디어가 게임월드 내에 구축된 생성물을 통해 게임월드 내에서 직접 구현되는 것으로써 메커니즘과 다이내믹, 미학에 이르는 게임플레이 과정에서 사용자의 보다 다양한 감정적 반응을 끌어낸다. 게임월드 내에 구축된 생성물(메커니즘)은 사용자에게 게임월드를 변경시킬 수 있는 보다 높은 자유도를 주고 사건이나 현상, 시작과 끝을 포함하는 게임행위(다이내믹)를 보다 다양하게 만들며 이는 결국 사용자의 자기표현, 상상력 발휘, 몰입 등의 감정적 반응(미학)을 이끌어내는 것이다.



[그림 2] 「홀릭」의 UCQ시스템

### 2.3 OOC사용자제작콘텐츠

IC차원의 사용자생성콘텐츠에서와는 달리 OOC차원의 사용자생성콘텐츠는 게임월드 밖의 콘텐츠제작을 포함한다. 이는 MMORPG의 RPG적 특성보다는 MMOG로서의 특성에 기반한다. 따라서 OOC사용자제작콘텐츠는 IC사용자제작콘텐츠에서처럼 게임월드 내에서 캐릭터의 종족이나 직업 특성에 따라 크래프팅, 하우스링, 구조물생성 등이 이루어지는 것이 아니라, 사용자들의 다양한 상호작용을 통해 게임월드 안팎을 넘나들며 드러난다. 이는 IC가 사용자와 게임월드간의 상호작용에 중점을 두고 있는 반면, OOC는 상대적으로 사용자와 사용자간의 상호작용을 중심으로 콘텐츠생성행위가 발생하기 때문이다. 따라서 OOC사용자제작콘텐츠는 게임월드 내에서의 다양한 사용자생성스토리텔링과 게임월드 밖 게임커뮤니티에서의 스크린샷, 플레이 동영상 등을 모두 포함한다.

WOW에서는 제공되는 축제의 아이템으로 자신들만의 클럽을 꾸미는 사용자의 모습에서 찾아볼 수 있다. 일정 명절이 되면, WOW에서는 축제 퀘스트의 보상으로 '월장식'이라는 아이템을 제공한다. 이는 하늘에서부터 빛이 쏟아지는 공간을 만드는 것으로, 선조의 뜻을 기리기 위해 제공되는, 신성함의 표상으로서의 아이템이다. 하지만 사용자들은 이것이 무대 조명의 스포트라이트를 연상케 한다는 것을 발견하였다. 사용자들은 이 아이템을 이용하여 대도시의 앞마당에서 둥그렇게 모여 가운데에 스포트라이트 존을 만든 뒤, 춤 명령어를 이용하여 춤을 출 수 있는 공간인, 일종의 클럽을 구성하였다. 개발자가 개발할 때부터 의도하지 않았던 형태의 공간이기에 어느 정도 제약을 가질 수 밖에 없지만 사용자들이 상호작용하여 만들어낸 공간이라는 점에서, 이는 게임월드 내의 OOC사용자제작콘텐츠에 해당되는 부분이다. WOW의 공격대 시스템의 경우, 처음에 개발자가 지원하는 것은 40인을 포함할 수 있는 형식을 제공하는 기술적인 부분이었지만, 사용자들은 그 안에서 공격대장과 오피서를 선출하고 각 공격대마다 독자적인 룰과 포인트 제도를 만듦으로써 또 하나의 사회를 건설해나가는 등 사용자생성스토리를 통해 게임월드 내에서 OOC사용자제작콘텐츠를 생성해낸다. 이 밖에「리니지」바즈해방전쟁, WOW에서의 카자크의 아이언 포지 침공사건,「이브온라인」의 배달 및 현상금 미션과 택시 서비스 등도 게임월드 내의 사용자들간의 상호작용을 통해 OOC사용자제작콘텐츠가 생성되는 경우에 해당한다.

츠가 생성되는 경우에 해당한다.

한편 게임월드 밖 게임커뮤니티에서도 스크린샷과 게임플레이 동영상 등 OOC사용자제작콘텐츠가 나타난다. 스크린샷은 기념촬영이나 '퀘스트공략집' 등 게임플레이를 위한 보조수단으로 공유되고, 플레이동영상은 자신의 전투 모습의 하이라이트를 모아 강렬한 락 사운드와 결합한 동영상과 던전공략법을 소개하는 동영상 등이 있다. 이들은 SnagIt(스내그잇), fraps(프랩스) 등의 소프트웨어를 통한 영상캡처과정과 Finalcut Pro, Adobe Premiere Pro, Vegas 등의 소프트웨어를 통한 영상편집과정을 거치면서 각종 게임 커뮤니티 게시판에 업로드되고, 다양한 사용자들에게 정보 제공을 위한 중계방송 등의 형태로 공유된다.

OOC사용자제작콘텐츠는 다양한 규칙, 장비, 공간 등의 게임시스템(메커니즘)의 차원에서 사용자들간의 상호작용을 통한 자발적 스토리생성(다이내믹)을 이루고 또 다양한 재미와 감동의 감정적 반응(미학)을 기념하고 기록하는 형태의 스크린샷과 플레이동영상형태로 제작되면서 게임월드 안팎을 넘나든다. 따라서 OOC사용자제작콘텐츠는 메커니즘이나 다이내믹 차원보다는 메커니즘과 다이내믹의 경험에서 얻은 다양한 감정적 반응이 표현된 미학차원의 콘텐츠라 할 수 있다. 이 때 OOC사용자제작콘텐츠는 매체나 시스템상의 변화를 끌어내는 것이 아니라 별다른 가공을 거치지 않고 정보제공 및 기록, 기념 등의 기능적 역할을 한다는 점에서 다음 절에서 논할 OOC사용자제작콘텐츠와 구별된다.

### 2.4 OOC사용자창작콘텐츠

OOC사용자제작콘텐츠가 게임월드 안팎에서 매체나 시스템의 변화와 무관한 사용자생성스토리, 스크린샷과 플레이 동영상 등의 형태로 나타났다면 OOC사용자창작콘텐츠는 게임시스템의 변화나 게임매체의 변화를 가져오는 '창작'의 단계에 이른다. 이는 게임 커뮤니티에서 다양한 게임플레이 경험을 바탕으로 구축된 게임캐릭터를 패러디한 카툰, 머시니마 등의 형태와 게임시스템의 변화를 꾀하는 모드(Mod)나 미니게임 등의 형태가 있다. 이들은 게임의 메커니즘과 다이내믹을 통해 얻은 캐릭터 경험과 사회관계, 세계관 등의 미학을 만화, 영화, 애니메이션, 게임 등 다양한 형태로 드러낸다.



[그림 3] WOW의 카툰 [10]



[그림 4] WOW의 머시니마 &lt;Tales of the Past II&gt;

(그림3)은 WOW의 오크, 타우렌, 트롤 등의 종족을 작고 귀여운 캐릭터처로 표현해 웹블로그 및 각종 커뮤니티 사이트를 통해 알려진 '토키에스'의 카툰이다. 또한 (그림4)에서처럼 게임영상을 영화로 만드는 형태를 머시니마(machinima)라고 하는데 머시니마는 기계(machine), 영화(cinema), 애니메이션(animation)의 합성어로서 게임을 통해 만들어진 영상을 통틀어 일컫는다. 최근 콘텐츠로 활용되는 게임 자체의 퀄리티가 높아지고 있는데다가 머시니마에 대한 관심이 높아지면서 창작단계에서 시나리오, 출연배우, 연출 등을 분화시켜 작업하는 등 영화제작과 다름없는 전문성이 더해지고 다양한 제작관련 툴이 생겨나고 있다. 「세컨드라이프」와 WOW의 경우, 셀 수 없을 정도로 많은 머시니마가 만들어지고 있으며 후자의 경우에는 국내 유저들도 다수 참여하고 있다. 해외에서는 'Own-age.com' 이 「퀘이크」 등의 FPS게임을 기반으로 한 머시니마를, 'Warcraftmovies.com' 이 블리자드의 WOW의 머시니마 및 콘테스트를, 'Machinima.com' 이 콘솔 게임을 포함한 다양한 플랫폼을 콘텐츠로 다루고 있다.

이 밖에도 모드게임, 미니게임 등 게임형태의 OOC사용자창작콘텐츠도 생성되고 있다. 모드게임은 주로 FPS게임

에서 만들어지는데, 「카운터스트라이커」는 1999년 두 명의 「Half-Life」사용자에 의해 만들어져 「Half-Life」의 제작사인 Valve Software에 의해 유통되면서, 사용자생성콘텐츠가 게임내로 흡수되거나 새로운 게임으로 유통될 수 있는 가능성을 열었다. 이 밖에 MMORPG에서도 「로한」의 '냥시' 등 미니게임이 인기를 끌고 있다. 이러한 형태의 OOC사용자창작콘텐츠는 메커니즘과 다이내믹에 이르는 게임 플레이의 전 과정에서 얻은 경험을 바탕으로 시스템과 매체를 넘나들며 게임플레이의 경험을 표현한 미학차원의 비중이 높은 콘텐츠라 할 수 있다.

지금까지의 논의를 바탕으로 MMORPG에서의 사용자생성콘텐츠의 유형을 정리하면 다음과 같다.

	메커니즘 (mechanism)	다이내믹 (dynamics)	미학 (aesthetics)
IC사용자 제작콘텐츠	게임시스템 내의 선택을 통한 제작시스템 (예) 크래프팅시스템, 하우징시스템, 구조물생성시스템 등	*다이내믹단계에서 콘텐츠 생성 :선택에 의한 제작행위 (예)아이템제작, 기술숙련, 하우징, 구조물생성	기능적 역할에 그침. 단, 숙련된 기술자의 경우 캐릭터의 가치 상승을 통한 감정적 반응이 이끌어냄.
IC사용자 창작콘텐츠	게임시스템 내의 가치나 기능을 부여하는 창작시스템 (예)원자적건설시스템, 퀘스트생성시스템 등	*다이내믹단계에서 콘텐츠 생성 :가치나 기능을 부여하는 창작행위 (예)아이템제작, 구조물생성, 퀘스트생성.	다양한 자기표현과 상상력 발휘를 통한 창작과 이를 통한 감정적 반응이 이끌어냄.
OOC사용자 제작콘텐츠	일반적인 게임 시스템 (대부분 게임시스템 외의 편집 툴, 게임커뮤니티 이용)	사용자-사용자 간의 상호작용 (예) 사용자생성스토리, 게임커뮤니티에서의 퀘스트 공략, 단전 공략 공유 등	*미학단계에서 콘텐츠 생성 :게임플레이 과정에서의 다이내믹 경험을 기념, 기록하는 형태의 스크린샷과 플레이동영상으로 표현됨.
OOC사용자 창작콘텐츠	일반적인 게임 시스템 (대부분 게임시스템 외의 편집 툴, 게임커뮤니티 이용)	사용자-사용자 간의 상호작용 (예)캐릭터경험, 사회관계, 세계관	*미학단계에서 콘텐츠 생성 :캐릭터 경험과 사회관계, 세계관 등의 미학을 만화, 영화, 애니메이션, 게임 등 다양한 형태로 표현.

[표 2] 사용자생성콘텐츠의 유형



### 3. 사용자생성콘텐츠의 상호작용

#### 3.1 게임플레이와 게임디자인의 상호작용

게임플레이와 게임디자인의 과정에서 사용자생성콘텐츠는 메커니즘, 다이내믹, 미학 사이를 진동한다. 이 때 사용자는 게임사용자인 동시에, 게임플레이를 바탕으로 다양한 콘텐츠를 게임 안팎에서 생성해내는 게임 디자이너의 지위에 이른다. 브롤랑이 애초에 언급한대로 게임디자이너는 게임의 미학을 바탕으로 게임의 다이내믹과 메커니즘을 구현해야 한다. 그리고 그 시작이 되는 게임의 미학은 사용자들이 게임플레이에서 어떤 감정적 반응을 원하고 욕망하는지에 기초한다. 사용자생성콘텐츠는 게임플레이의 과정인 동시에 게임디자인의 기능을 하는 콘텐츠로서, 게임사용자들이 게임플레이를 통해 얻어내는 자기표현, 상상력발휘, 감정적 반응 등의 게임의 미학을 읽어내는 데 중요한 역할을 할 수 있다.



[그림 5] WOW의 NPC 멸록

(그림5)는 최근 WOW 확장팩에서 나타난 ‘아웁웁웁웁’이라는 이름의 NPC 멸록이다. 사용자들이 ‘멸록’ 캐릭터의 울음소리를 ‘아웁웁웁웁’이라고 표현하며 채팅, 카툰, 동영상 등 다양한 사용자생성콘텐츠를 통해 즐긴 테서작안해 블리자드가 최근 확장팩에 한글 ‘아웁웁웁웁’이라는 이름의 NPC로 구현한 것으로서 사용자생성콘텐츠가 게임디자인에 반영된 사례이다. 이는 사용자생성콘텐츠가, 사용자들의 다양한 게임플레이와 그 경험에서 오는 미학차원의 감정적 반응 즉, 욕망을 바탕으로 생성된다는 점에서 게임디자인과정에 시사하는 바가 크다. 사용자생성콘텐츠는 게임플레이과정에 흐르는 사용자의 각기 다른 욕망을 읽어내는 지표가 될 수 있고 이는 게임디자인과정에서 활용될 수 있기 때문이다.

이는「홀릭」의 UCD, UCQ처럼 게임월드 내 일부 콘텐츠

의 생성권한을 사용자에게 제공하는 형태에서부터 「세컨드라이프」처럼 전적으로 사용자생성콘텐츠에 의존하는 형태, 또 사용자들이 쓴 소설이나 공략집을 게임월드 내 도서관에서 서비스하는 「마비노기」의 경우처럼 커뮤니티 게시판에서 생성되던 콘텐츠를 게임월드 안으로 끌어오는 형태 등 다양하게 나타날 수 있다. 이는 각각 IC사용자창작콘텐츠(「홀릭」, 「세컨드라이프」), OOC사용자제작/창작콘텐츠(「마비노기」)를 게임디자인 단계에서 적극적으로 활용한 것이다. 한편 사용자생성콘텐츠는 마케팅 차원에서도 활발히 활용되고 있는데, 사용자생성콘텐츠에서 나아가 최근 사용자생성게임 (User Created Game, UCG)의 개념이 업계의 주목을 받는 것도 사용자생성콘텐츠에 대한 이러한 기대를 반영하는 것이라 할 수 있다. 결국 MMORPG의 사용자생성 콘텐츠는 게임사용자에게는 게임디자이너의 역할을 경험하게 하고 게임디자이너에게는 게임사용자의 다양한 욕망을 읽어내는 지표로 기능하면서, 게임플레이와 게임디자인 사이의 상호작용을 이끌어내는 역할을 수행한다.

#### 3.2 IC문화와 OOC문화의 상호작용

앞장에서 살펴본대로 사용자생성콘텐츠는 IC사용자제작 콘텐츠, IC사용자창작콘텐츠, OOC사용자제작콘텐츠, OOC 사용자창작콘텐츠로 나뉘볼 수 있다. 그러나 게임플레이와 게임디자인 과정을 메커니즘, 다이내믹, 미학의 순환이라고 본다면 IC콘텐츠와 OOC콘텐츠 간에도 다양한 상호작용이 일어나고 있음을 알 수 있다. 특히 게임월드 안팎에서 나타나는 OOC콘텐츠의 경우, IC사용자생성콘텐츠와 그 밖에 개발자가 제공한 일반적인 게임 시스템상의 플레이를 포괄하는 전반적인 게임플레이 과정에서의 다양한 감정적 반응을 기초로 하고 있다. 앞절에서 예로 든 NPC ‘아웁웁웁웁’의 경우도 OOC사용자생성콘텐츠가 IC차원의 NPC로 반영된 결과물이다.

이 밖에도 WOW에서는 「리니지」등 중세를 배경으로 하는 비극적이고 심각한 스토리의 MMORPG와는 달리, 사용자생성콘텐츠가 게임 너머 대중문화와 상호작용하면서 중세 세계관을 바탕으로 하던 MMORPG에 현대적 감수성을 불어넣고 유희적으로 재가공하기도 한다. (그림6)은 영화 <토요일 밤의 열기> 등 실제 뮤직비디오와 영화 장면에 게임 캐릭터를 삽입시켜 편집한 OOC사용자창작콘텐츠로서 WOW가 다른 MMORPG를 경쟁상대로 삼기보다는 영화,



음악, 드라마, 만화 등 다양한 대중문화와의 관계설정에도 주목하고 있음을 알 수 있다. (그림7)은 WOW의 최근 확장팩에 추가된 NPC ‘해리스필튼’으로서 인터넷 뉴스에 자주 등장하는 할리우드 스타 ‘패리스힐튼’과 그녀의 애완견 ‘팅커벨’을 패러디한 캐릭터이다. 이처럼 MMORPG의 사용자생성콘텐츠는 게임개발자가 제공하는 게임월드 자체의 허구적IC문화와 게임월드 안팎의 사용자간 다양한 상호작용을 기초로 하는 OOC문화 사이를 진동하며 상호작용한다.



[그림 6] WOW의 춤 동영상[11]



[그림 7] WOW의 NPC ‘해리스필튼’

#### 4. 결론

사용자생성콘텐츠를 중심으로 MMORPG와의 차별화를 선언하는「세컨드라이프」가 본격적으로 국내 진출을 추진하면서, 사용자생성콘텐츠는 MMORPG의 미래를 가능하게 하는 바로미터가 될 것으로 보인다. IC사용자제작콘텐츠, IC사용

자제작콘텐츠, OOC사용자제작콘텐츠, OOC사용자제작콘텐츠 등 게임월드 안팎을 진동하는 다양한 사용자생성콘텐츠는 각기 다른 메커니즘, 다이내믹, 미학의 과정을 통해 생성됨으로써 게임을 둘러싼 사용자들의 다양한 욕망을 읽어내는 지표로 기능하기 때문이다. 이는 MMORPG에서 뿐 아니라 만화, 드라마, 영화, 애니메이션 등 기존 매체에서도 사용자생성콘텐츠에 나타난 다양한 사용자의 요구를 반영하고 나아가 적극적으로 사용자와 상호작용을 시도하고 있는 최근의 경향을 보면 더욱 그러하다.

대부분의 MMORPG 사용자생성콘텐츠에 관한 논의가 사용자가 생성하는 아이템, 구조물, 퀘스트 등 게임월드 안의 ‘시스템’을 중심으로 이루어졌던 것과 달리, 본 연구에서는 IC문화와 OOC문화라는 보다 사용자중심적인 기준을 통해 그 유형을 분류하였다. 최근의 MMORPG가 사용자와 사용자간의 상호작용에 중점을 둔 MMOG의 특성을 더욱 부각시켜가고 있다는 점에 비추어본다면, 앞으로의 논의에서는 OOC차원의 사용자생성콘텐츠에 더욱 주목할 필요가 있다. 본 연구는 지금까지 크래프팅, 하우스, 구조물생성, 사용자생성퀘스트 등 시스템 개발의 측면에서 논의되어왔던 IC차원의 사용자생성콘텐츠와 더불어 사용자생성스토리, 스크린샷과 플레이동영상, 카툰과 머시니마 등 OOC차원의 사용자생성콘텐츠를 ‘MMORPG의 사용자생성콘텐츠’라는 하나의 범주 안에서 논했다. 그리고 이를 사용자의 자유도를 중심으로 다시 제작과 창작의 관점에서 분류하였다. 또한 이렇게 분류된 네 개의 유형을 게임플레이과정과 게임디자인과정에서 나타나는 메커니즘, 다이내믹, 미학의 차원으로 분석하였다. 이를 통해 각각의 사용자생성콘텐츠가 게임플레이과정과 게임디자인과정 사이의 어느 지점에서 생성되는지 살펴보았다.

MMORPG의 사용자생성콘텐츠는 메커니즘에서 다이내믹으로, 다이내믹에서 미학에 이르는 게임플레이과정 속에서 사용자의 행위와 욕망을 드러내며 이를 바탕으로 게임플레이와 게임디자인 사이, IC문화와 OOC문화 사이의 상호작용을 끌어내고 있다. 본 연구를 바탕으로 보다 다양한 사례와 세밀한 분석을 통해 게임플레이와 게임디자인 과정을 아우르는, MMORPG의 발전방향에 대한 보다 다양한 논의가 이루어질 수 있기를 기대한다.

## 참고문헌

- [1] 전경란, “상호작용 텍스트의 구체화 과정 연구: 다사용자 온라인 롤플레이 게임(MMORPG)를 중심으로”, 한국방송학보, 48권, 5호, pp.188-213, 2004.
- [2] 오규환, “MMORPG에서 플레이어에 의한 ‘콘텐츠 메이킹’”, 정보처리학회지, 제12권, 제6호, pp.69-78, 2005.
- [3] Ondrejka C., “Changing Realities: User Creation, Communication, and Innovation in Digital Worlds.” 2005. (<http://ssrn.com/abstract=799468>)
- [4] Betsy Book, “Moving Beyond the Game : Social Virtual Worlds”, 2004.  
([http://www.virtualworldsreview.com/papers/BBook\\_SoP2.pdf](http://www.virtualworldsreview.com/papers/BBook_SoP2.pdf))
- [5] Mortensen, T., “Playing with Players: Potential Methodologies for Mud”, Game Studies, Vol.2, issue 2, 2002.  
(<http://www.gamestudies.org/0102/mortensen/>)
- [6] Aarseth E., Playing Research: Methodological Approaches to Game Analysis, pp.2-3, 2003.
- [7] 전경란, “컴퓨터 게임의 장르 요인 및 특징에 관한 연구”, 게임산업저널, 통권10호, pp.84-101, 2005.
- [8] Marc LeBlanc, “Tools for Creating Dramatic Game Dynamics”, The Game Design Reader, pp.439-458, 2006.
- [9] Ondrejka C., “Escaping the Gilded Cage: User-Created Content and Building the Metaverse”, The State of Play, pp.158-175, 2006.
- [10] <http://ssyangtoki.egloos.com>
- [11] [http://www.youtube.com/v/066\\_q4Dleqk](http://www.youtube.com/v/066_q4Dleqk)



박 나 영 (Na-Young Park)

2006.2 연세대학교 법학과  
2006.3~현재 이화여자대학교 대학원  
디지털미디어학부 석사과정  
BK21디지털스토리텔링연구팀 연구원

관심분야: 콘텐츠기획 및 미디어문화연구

---