

온라인 커뮤니티가 비디오 게임 플레이에 미치는 영향에 관한 분석 - 게임 '동물의 숲'을 중심으로 -

Analysis on How Online Community Affects Game Play of Video Games
-Focused on Game 'Animal Crossing: Wild World'-

정혜승

동덕여자대학교 디자인대학

Hessng Jung(hessng@gmail.com)

요약

인터넷 접속이 필수조건인 온라인 게임과는 달리 전용 게임기로 오프라인에서 게임을 즐기는 비디오 게임의 온라인 커뮤니티도 온라인 게임의 커뮤니티 못지않게 활성화되고 있다. 비디오 게임 플레이어들이 인터넷에 커뮤니티를 만들고 적극적으로 활용하고 있다는 것은 비디오 게임의 "게임 플레이(Game Play)"에 온라인 커뮤니티가 중요한 역할을 하고 있다는 것을 나타낸다. 본 연구에서는 온라인 커뮤니티가 비디오 게임의 "게임 플레이"에 미치는 영향을 분석하기 위하여 먼저 "게임 플레이"의 의미와 평가 항목에 대하여 알아보았다. 그리고 비디오 게임의 온라인 커뮤니티를 조사하여 어떤 용도로 활용되고 있고, 어떤 내용들로 구성되어 있는지 살펴보았다. 플레이어들의 온라인 커뮤니티 활동 내용을 "게임 플레이"의 평가 항목에 의하여 분석하고 그 결과를 바탕으로 온라인 게임 커뮤니티가 비디오 게임의 "게임 플레이"에 미치는 영향에 대하여 정리해 보았다.

■ 중심어 : | 온라인 커뮤니티 | 게임 | 놀이성 | 커뮤니케이션 게임 |

Abstract

Unlike Online Games, Video Games do not require Internet connection. Video Game players have their own game device to play games offline. Yet there are popular online communities based on Video Games that has lots of active, loyal members. The presence of Video Game online community indicates that online community plays an important role in "Game Play" of Video Games. In this research, in order to analyze the impact of online community, Game Play Heuristics were studied. Also, the use and the purpose of Video Game online communities was investigated. Finally, examples of the impact of online community on "Game Play" of Video Games is presented.

■ keyword : | Online Community | Games | Playability | Communication Game |

I. 서론

1. 연구의 배경

기존의 온라인 커뮤니티에 관한 연구는 주로 온라인 게임 커뮤니티를 중심으로 이루어졌다. 인터넷에 접속

하여야만 게임을 할 수 있는 온라인 게임의 경우 온라인 커뮤니티를 형성하고 커뮤니티 활동을 하는 행위는 자연스러운 것이다. PC 게임(PC Game), 콘솔 게임(Console Game), 휴대용 게임(Handheld Video Game) 그리고 모바일 게임(Mobile Game) 등 다양한 플랫폼

(Platform)에 따라 분류하는 비디오 게임은 개개인이 전용 게임기를 이용하여 게임을 하기 때문에 온라인 게임과는 달리 인터넷 접속이 필수 요건이 아니다. 그럼에도 불구하고 인터넷에 커뮤니티를 형성하고 왕성한 활동을 하는 비디오 게임 커뮤니티들이 존재한다. 닌텐도(Nintendo)사의 게임 '동물의 숲'은 플레이어들의 활발한 온라인 커뮤니티 활동을 보이는 비디오 게임 중 하나이다.

동물의 숲은 닌텐도의 콘솔 게임기 및 휴대용 게임기용으로 개발되어, Nintendo DS의 인기에 힘입어 세계적으로 두꺼운 매니아 층을 형성하고 있는 게임이다. Nintendo DS용 '동물의 숲'의 경우 게임기와 게임기 사이의 단거리 네트워킹 및 Wi-Fi(Wireless Fidelity, 고주파 무선 랜)를 이용한 온라인 접속을 통하여 다른 플레이어들과 게임을 즐길 수 있다는 특성을 가지고 있다.

게임 플레이(Game Play)는 일반적으로 스토리의 질, 게임 사용의 용이성, 게임에 대한 전체적인 호감도를 한 마디로 표현하는 용어이다. 플레이어가 게임 메카닉스(Mechanics) 및 다른 플레이어들과 상호작용을 할 때 발생하는 게임 플레이는 플레이어의 성공적인 게임 경험을 규정하는데 가장 정확한 부분으로, 게임의 핵심이라고 할 수 있다[1].

본 연구는 비디오 게임의 온라인 커뮤니티의 활용 및 콘텐츠가 비디오 게임의 게임 플레이에 미치는 영향에 관하여 닌텐도 게임 '동물의 숲'을 중심으로 살펴보고자 한다.

2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 제 2장에서는 비디오 게임 "동물의 숲"의 사용 경험을 통하여 내용과 놀이성에 대하여 분석하고 온라인 커뮤니티의 필요 이유에 대하여 살펴보고자 한다. 다양한 언어와 버전(Version)의 '동물의 숲' 중 온라인 커뮤니티 형성이 활발한 Nintendo DS 게임기용으로 개발된 영문판 '동물의 숲(Animal Crossing: Wild World)'을 기준으로 연구한다.

제 3장에서는 게임의 사용성 휴리스틱 평가 지침을 기준으로 '동물의 숲'의 게임 형식에 해당되는 게임 플레이에 대한 평가 항목들을 도출한다.

제 4장에서는 '동물의 숲'의 해외 온라인 커뮤니티와 국내 온라인 커뮤니티 중에서 대표적인 커뮤니티를 하나씩 선정하여 온라인 커뮤니티의 활동 내용에 대하여 조사하고 온라인 커뮤니티의 활용이 게임 플레이와 어떤 연관성이 있는지 분석해 본다.

마지막으로 결론에서는 온라인 커뮤니티가 비디오 게임의 게임 플레이를 향상시켜주는데 있어 어떤 역할을 하는지 정리해 보고자 한다.

II. 게임 '동물의 숲'

1. 개요 및 특성

'동물의 숲'(일본판 명칭: Dōbutsu no Mori (どうぶつの森, 영문판 명칭: Animal Crossing, 한글판 명칭: 놀러오세요 동물의 숲)은 닌텐도 EAD (Nintendo Entertainment Analysis and Development)에서 개발하고 닌텐도가 발표한 생활 시뮬레이션 게임이다[2]. 2001년에 Nintendo 64를 위하여 처음 출시되었으며 그 후에 GameCube, Nintendo DS용으로 나와 인기를 끌었고 현재 Wii용 게임 출시를 앞두고 있다. '동물의 숲'은 플랫폼 및 버전에 따라 기능과 게임의 구성 요소들이 조금씩 다르며 이러한 차이점은 언어 및 문화의 특성을 고려한 부분도 있다.

'동물의 숲'은 가상의 마을에 집을 짓고 마을 주민들인 각종 동물들과 친분을 쌓아가며 즐기는 게임으로, 게임의 진행이 플레이어와 캐릭터, 플레이어와 플레이어간의 대화 및 상호작용으로 이루어진다[3]. 대전 게임이나 레이싱 게임과 달리 승부나 점수를 따는 것이 목적이 아니라 플레이어와 마을 주민, 플레이어와 플레이어간의 감성적 소통을 통하여 느끼는 재미와 감성이 게임의 주된 목적이기 때문에 닌텐도사에서는 자체적으로 '동물의 숲'을 커뮤니케이션 게임으로 분류하고 있다.

'동물의 숲'은 진보하는 미션을 임무로 주거나 선형적인 구조에 따라 진행되는 게임이 아니라 플레이어가 자유롭게 게임의 목표 및 수위, 그리고 게임을 진행하는 페이스(Pace)를 조절할 수 있어 사용자의 연령과 플레이 시간, 능력에 따라 다양하게 즐길 수 있다는 특징을

가지고 있다. 게임기에 내장된 시계와 게임의 날짜와 시간이 일치하도록 게임 속 시간이 리얼 타임(Real Time)으로 흘러가기 때문에 낮과 밤, 계절의 특성에 따른 내용 변화 및 임무가 주어지는 열린 결말의 오픈-엔디드(Open-Ended) 게임이다. 단순해 보이는 구성의 내면은 치밀한 구조로 이루어져 있고 시작은 단순하지만 시간이 갈수록 드러나는 복잡한 플롯(Plot)은 “모든 좋은 게임들은 배우기는 쉽고 통달하기는 어렵다.”는 Nolan Bushnell의 게임 철학[4]과 일맥상통한다.

또 하나의 중요한 특징은 '동물의 숲'이 네트워킹을 통한 멀티플레이어(Multiplayer) 게임이라는 점이다. Nintendo DS용 '동물의 숲'은 호환 가능한 언어로 된 같은 버전의 게임을 사용하고 있을 경우 게임기와 게임기(DS to Ds)를 통한 단거리 네트워킹과 IEEE 802.11를 기반으로 한 WFC(Wi-Fi Connection) 네트워킹을 이용하여 3명의 플레이어를 초대할 수 있어 총 4명이 동시에 한 마을에서 함께 멀티 플레이어 게임을 즐길 수 있다.

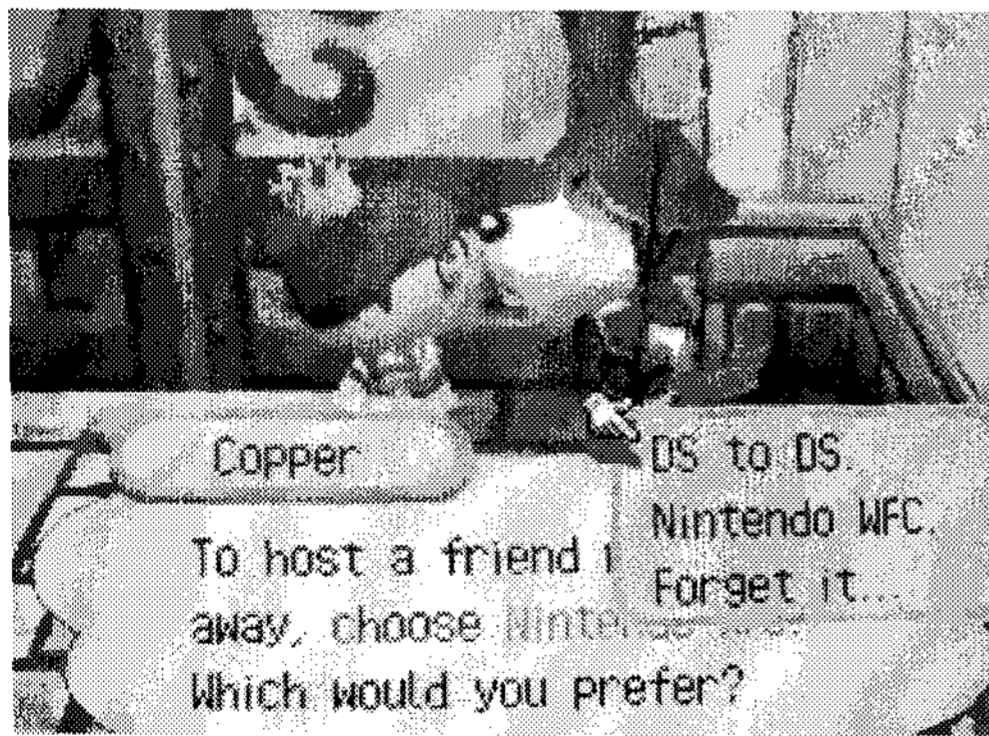


그림 1. '동물의 숲' Wi-Fi 연결 방법

2. 게임 내용

'동물의 숲' 게임의 주요 임무는 마을의 환경 개선, 플레이어의 집 증축 및 꾸미기, 박물관의 전시품 수집, 특수 아이템 수집, 재산 증식 그리고 많은 캐릭터들과의 커뮤니케이션이다. '동물의 숲'은 플레이어가 게임을 하는 동안 하는 모든 일상적인 행동들이 보상과 직접적으로 연결된다.

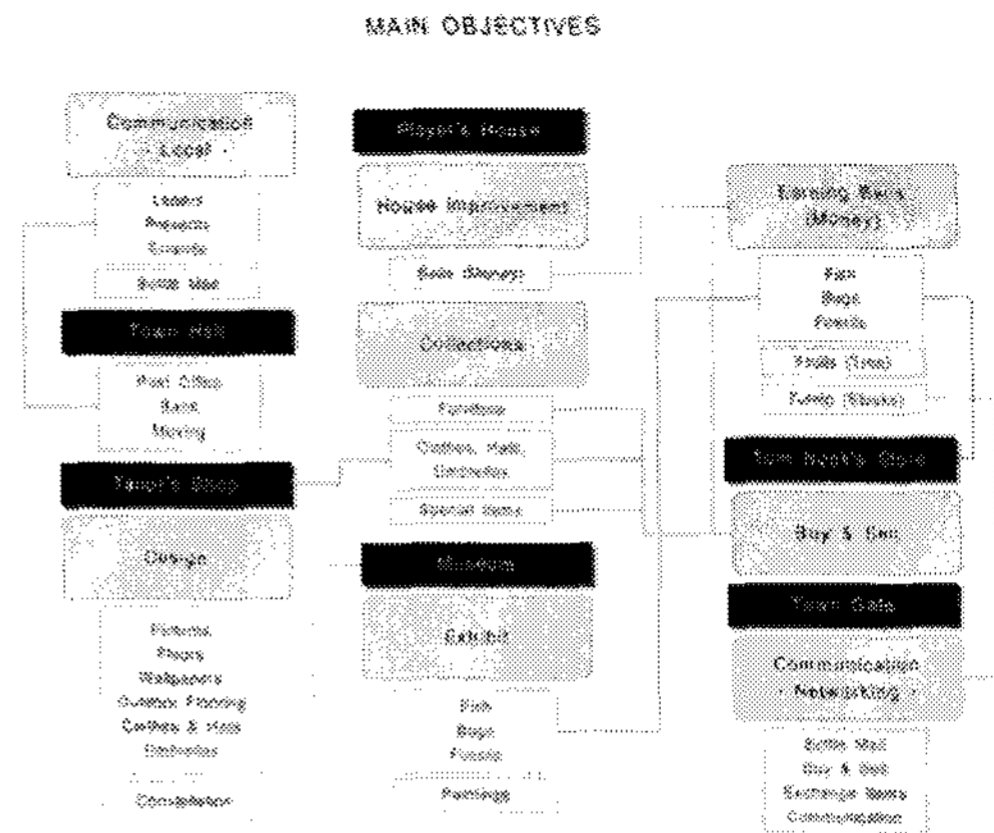


그림 2. '동물의 숲' 게임의 주요 임무 관계도

동물들과 커뮤니케이션을 많이 할수록 동물들과의 친밀도는 올라가고 이에 대한 보답으로 동물들이 플레이어에게 주는 동물의 사진이 게임의 가장 특별한 포상으로, 이 게임을 얼마나 충실히 잘 하였는지에 대한 척도가 된다. 이러한 수집품을 다른 플레이어들과 비교하면 투지와 성취감이 커지기 때문에 네트워킹을 하는 플레이어들이 더욱 게임에 몰입하게 된다. 네트워킹을 자주 할수록, 그리고 많은 플레이어들과 커뮤니케이션을 할수록 플레이어들에게 특별한 선물들이 주어지는 시스템으로, 길 잃은 고양이 Katie와 엄마 고양이 캐릭터 Kaitlin과 같이 플레이어가 다른 마을로 놀러갔거나 다른 플레이어를 마을로 초대했던 경험이 있는 마을에서만 등장하는 스페셜 캐릭터들은 게임 내용 전반에 걸쳐 간접적으로 플레이어들이 네트워킹을 하도록 유도한다. 닌텐도사는 특별한 기념일 및 프로모션이 있을 경우 Wi-Fi에 접속한 플레이어들을 대상으로 WFC 서비스를 통하여 한정적으로 스페셜 아이템들을 선물하기도 한다. 2006년 7월, 미국의 장난감 상점 체인인 Toys "R" Us에서는 Nintendo DS 키오스크 머신(Kiosk Machine)을 이용하여 10일 동안 한정판 스페셜 아이템들을 나누어 주는 프로모션을 실시하였다. 스페셜 아이템들을 획득하기 위해서는 네트워킹을 해야 하고 네트워킹을 할 플레이어들을 찾는 방법은 사실상 온라인 커뮤니티 밖에 없기 때문에 온라인 커뮤니티의 활용이 불가피하다.

III. 게임 플레이 (Game Play)

1. 개요

게임을 하는 재미와 게임의 사용성의 척도를 평가할 때 일반적으로 크게 게임 인터페이스(Game Interface), 게임 메카닉스(Game Mechanics)와 게임 플레이(Game Play)로 구분하여 평가를 한다. 그 중 플레이어가 게임을 통제하고 조정할 수 있는 범위, 게임 경험 및 전체적인 질과 완성도의 평가 기준이 되는 것은 게임 플레이로, 평가의 핵심이다.

게임 시스템과 상호작용을 하는 동안의 플레이어가 하는 행동, 경험하는 모든 것들을 통틀어 게임 플레이(Game Play)라고 하며 플레이어가 게임을 완수하기 위하여 마주치게 되는 임무 및 문제점들도 여기에 포함된다. 게임의 품질을 평가하는데 있어서 많은 사람들이 게임 플레이를 가장 중요한 요인으로 뽑는다. 게임 리뷰 시 게임 플레이 항목을 따로 구분해서 평가하기도 하며 게임 플레이 평가 항목에 그래픽, 사운드를 포함하기도 하지만 일반적으로 비디오 게임의 경우 그래픽과 사운드를 제외하고 평가한다. 즐거운 게임 경험을 제공하기 위해서 게임 플레이에서 고려해야 할 사항들 중 가장 중요한 것이 플레이어의 목표(Goal)와 동기이다.

2. 게임 플레이 평가 항목

기존에 발표된 휴리스틱 평가 지침들을 바탕으로 '동물의 숲'의 게임 플레이와 부합하는 게임 플레이 평가 항목들을 선정하였다[5][6]. 일반 평가 항목과 멀티플레이어 게임 기능에 해당되는 평가 항목으로 나누어 '동물의 숲'의 게임 플레이 평가 항목을 최종적으로 다음과 같이 정리하였다[7].

2.1 게임 플레이 평가 항목

- 흥미롭고 흡입력 있는 지침을 제공한다.
- 명확한 목표를 제시해야 하며 플레이어가 만들어 내는 목표를 지원해야 한다.
- 게임 속에서 도전해야 할 목표, 전략 그리고 게임의 페이스(Pace)가 균형을 이루고 있어야 한다. 게임의 진행은 플레이어가 압박을 받으나 좌절하지

않을 정도로 보조를 맞추어야 한다.

- 플레이어는 자신을 표현할 수 있어야 한다.
- 플레이어가 직접 콘텐츠를 만들 수 있도록 한다.
- 플레이어가 게임을 관리할 수 있어야 한다.
- 게임에는 게임을 하는 충분한 보상이 있어야 한다. 플레이어는 보상을 받아야 하고 그 보상들은 의미가 있어야 한다.
- 게임의 스토리는 게임 플레이를 지원해야 하며 의미가 있어야 한다.
- 게임은 다양한 놀이 방법을 지원해야 한다.
- 난이도에 따른 다양한 레벨이 있어야 한다.
- 각 레벨에 다수의 골(Goal)이 있어야 한다.
- 게임의 플레이는 한정된 방법으로 이기는 일이 없도록 균형이 잡혀야 한다.
- 게임 전반에 걸쳐 다양한 경로로 목표를 이룰 수 있도록 게임이 디자인되어 있어야 한다.
- 게임은 예측할 수 없는 결과가 있어야 한다.
- 지속적으로 반복해서 게임을 해도 재미있어야 한다.
- 플레이어의 캐릭터가 있든 없든 게임 속의 시간은 계속 진행되도록 세상을 만들어야 한다.
- 플레이어가 상호작용할 수 있도록 많은 인터랙티브 소품들이 포함되어야 한다.
- 플레이어는 게임의 진행과정과 그 결과를 비교할 수 있어야 한다.

2.2 멀티플레이어 게임 플레이 평가 항목

- 커뮤니케이션을 지원한다.
- 서로 소통을 해야 할 이유들이 있어야 한다.
- 다른 플레이어들을 찾도록 돕고 게임의 다른 실례들을 체험할 수 있도록 한다.
- 게임은 그룹과 커뮤니티의 형성을 도우며 지원해야 한다.
- 게임의 디자인은 상식에서 벗어난 플레이어의 행동을 최소화해야 한다.
- 네트워크의 영향이 드러나지 않도록 게임을 디자인해야 한다.

IV. 온라인 커뮤니티 분석

본 연구에서는 '동물의 숲'의 대표적인 온라인 커뮤니티들을 살펴보고 그 중에서 국내 커뮤니티와 해외 커뮤니티를 하나씩 선정하였다. 국내 온라인 커뮤니티 "루리웹 동물의 숲 커뮤니티"[8]와 해외 온라인 커뮤니티 "Animal Crossing Community"[9]의 게시물 1,000건을 무작위로 추출하고 그 내용을 조사한 후 커뮤니티의 활용과 게임 플레이(Game Play)의 연관성을 분석해 보았다. 분석한 결과 '동물의 숲' 게임 플레이와 관련된 온라인 커뮤니티의 활용도의 통계는 [표 1]-[표 3]과 같다.

표 1. 국내.해외 커뮤니티 활용도 비교

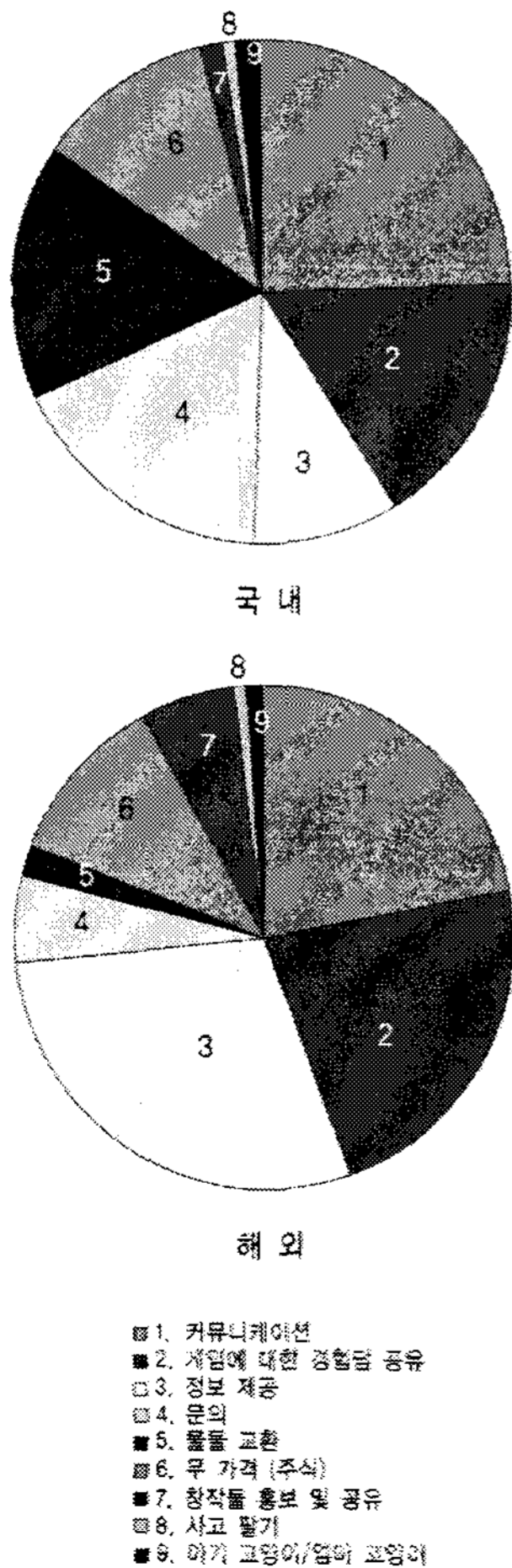


표 2. 국내.해외 커뮤니티 활용도 통합 결과

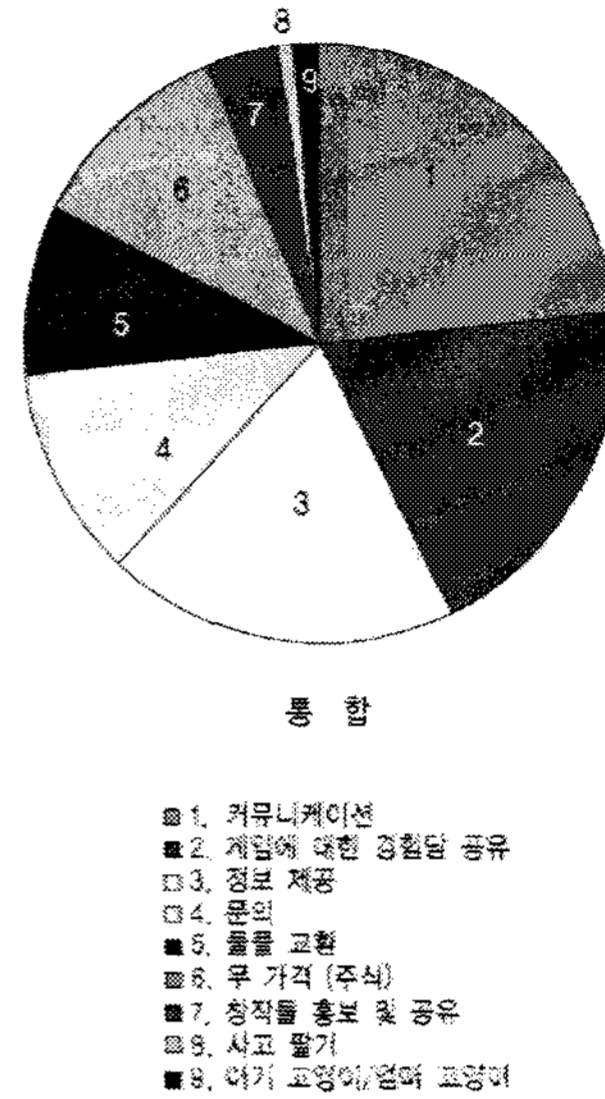


표 3. 커뮤니티 활용 상세 보기

23.2% - 커뮤니티	Wi-Fi를 통한 네트워킹을 하기 위해 초대 받기를 원하거나 초대해 줄 사용자를 찾는 목적. 멀티플레이어 게임을 즐길 수 있다.
19.5% - 게임에 대한 경험담 공유	게임 진행 과정 및 성과, 에피소드에 관한 내용을 다른 사용자들과 공유하는 목적. 게임 일기를 작성하는 사용자들도 있다.
19.2% - 정보 제공	순수하게 게임의 목적, 각종 팁(Tip), 치트(Cheat)등을 포함한 게임에 대한 상세한 정보를 제공하는 목적.
11.50% - 문의	다른 사용자들에게 게임에 대하여 문의하는 목적.
9.2% - 물물 교환	자신에게 없는 아이템들을 수집하고 재산 증식을 위하여 서로 아이템들을 교환하는 목적.
11.4% - 무 가격(주식) - 재산증식	마을의 무 가격이 낮을 경우 재산 증식을 위하여 무 가격이 높은 마을을 찾기 위한 목적.
3.8% - 창작물 홍보 및 공유	플레이어가 디자인한 창작물들을 다른 사용자들에게 자랑하고 공유하고자 하는 목적.
0.8% - 사고팔기	마을 상점에 없는 물건을 다른 마을의 상점에 가서 구입하는 목적. 마을 상점의 증축을 위하여 다른 마을의 상점에 가서 매출을 올려주기 위한 목적. 더 높은 가격을 받기 위하여 마을의 특산물 특산물이 다른 마을 상점에 가서 파는 목적도 포함된다.
1.4% - 아기 고양이/엄마 고양이	각각 다른 마을에 있는 길 잃은 아기 고양이와 엄마 고양이를 네트워킹을 통하여 서로 만나게 해주고 특수 아이템을 선물로 받고자 하는 목적.

1. 커뮤니케이션

네트워킹이 되는 게임인 경우 멀티플레이어 게임을 즐길 수 있도록 다른 플레이어들을 찾도록 도와주며 게임의 다른 실례들을 체험할 수 있도록 커뮤니케이션을 지원해야 한다. 게임을 실행하면 바로 멀티플레이어 모드로 들어가는 온라인 시뮬레이션 게임들과는 달리 비디오 게임은 플레이어가 얼마든지 혼자서 즐길 수 있기 때문에 네트워킹 기능이 있는 게임일지라도 다른 플레이어들과 소통해야 할 분명한 이유나 계기가 없다면 커뮤니케이션을 시도하지 않게 된다는 단점이 있다.

‘동물의 숲’은 플레이어가 다른 플레이어와 커뮤니케이션이 없을 경우 주민인 동물들이 다른 마을 주민들과 만나고 싶다는 말을 함으로써 자연스럽게 네트워킹을 유도한다. 플레이어가 수집한 박물관의 전시품 및 열심히 가꾼 마을의 환경을 다른 플레이어들에게 자랑하고 싶은 욕구도 네트워킹을 시도하게 되는 계기가 된다. 시뮬레이션 게임의 특성상 성과가 점수로 뚜렷하게 나타나지 않기 때문에 플레이어들은 자신의 게임 성과를 다른 플레이어들의 성과와 비교하고 싶은 욕구가 있다. 게임에 대한 이러한 욕구가 강할수록 몰입 및 충성도는 높아지며 이러한 이유로 네트워킹을 할 플레이어들을 찾고 공동체를 형성하기 위하여 온라인 커뮤니티 활동을 많이 하는 것을 볼 수 있다.



그림 3. 멀티플레이어 게임 모드에서의 플레이어간의 커뮤니케이션

2. 경험담 공유

게임 경험을 공유하는 것은 정보 공유의 목적과 함께

게임 성과 과시 및 게임 플레이의 기록(Game Journal)이 되며, 커뮤니티의 주요 콘텐츠가 된다. 플레이어들은 경험을 서로 공유하면서 다양한 게임 플레이 방식이 있음을 시사하고 이는 플레이어들이 게임을 지속적으로 하도록 격려하는 역할을 한다.

3. 정보 제공 및 문의

플레이어가 게임에 몰입하고 중도에 포기하지 않고 지속적으로 게임을 하기 위해서는 그 게임에서 달성해야 하는 목표가 무엇인지 뚜렷하게 이해할 수 있어야 한다. 가장 일반적인 해결 방법은 흥미롭고 이해하기 쉬운 지침을 제공하는 것이나 용량이 제한되어 있는 비디오 게임인 동시에 ‘동물의 숲’과 같이 무수히 많은 방향으로 진행될 수 있는 열린 결말의 멀티플레이어 게임인 경우, 플레이어가 알아야 할 모든 사항들을 지침서 및 게임 내 가이드(Guide)를 통해 플레이어에게 제공하는 것은 어렵다. 온라인 커뮤니티는 정보 공유를 통하여 이러한 문제점을 보완하는 동시에 정형화된 지침서보다 흥미롭게 게임을 풀어나가는 방법 및 재미를 제공한다.

게임에서 제공하는 지침보다 온라인 커뮤니티에 더 방대한 정보가 있고 다양하고 많은 경험을 한 다수의 플레이어들이 모여 있기 때문에 게임의 내용이 복잡할수록 게임에 대한 궁금증 및 문제점을 문의하고 해결하는 통로로 온라인 커뮤니티는 활성화 된다.

4. 거래 활동(물물교환 및 사고팔기)

플레이어가 상호작용 할 수 있는 요소들이 게임 안에 많이 배치되어 있을수록 게임의 재미는 증폭된다. ‘동물의 숲’의 플레이어들은 각기 다른 형태의 마을을 가지고 있고 그 마을에 배치된 요소들도 조금씩 다르기 때문에 자신에게 없는 물건들을 가지고 있는 다른 플레이어들과의 물물교환 없이는 게임을 완수하기 어렵다. 물물 교환을 하기 위해서는 필요한 물건에 대한 정보 및 상대방과 거래할 물건들에 대한 리스트를 공유해야 하기 때문에 온라인 커뮤니티 활용이 절대적으로 필요하다.

‘동물의 숲’에서의 플레이어들 사이의 사고팔기 활동

은 물물 교환과는 다른 형태를 취한다. 없는 아이템을 다른 마을의 상점에 가서 구매한다는 점에서는 물물 교환과 같은 목적을 가지고 있지만 상점에서의 구매 액수는 그 마을 상점의 증축과 연결되기 때문에 작은 상점을 가지고 있는 플레이어들에게 친절을 베푸는 의미도 있다.

5. 재산 증식 활동

'동물의 숲'의 일차적인 목적은 집의 확장과 꾸미기에 있고, 많은 시뮬레이션 게임들이 그러하듯이 이러한 목적을 달성하고 게임 내에서 활발한 활동을 하기 위해서는 재산(돈)이 있어야 한다. 동물의 숲에서 가장 빨리 재산을 증식할 수 있는 방법 중 하나는 무(Turnip) 사 고팔기로, 무는 일종의 주식과 같아 일요일에 사서 1주일 내에 무가 썩기 전에 팔아야 한다. 무의 값은 하루 오전 오후로 나누어 시세가 12번 변하므로 무를 매입한 가격과 매출한 가격의 차액이 얼마인지에 따라 이득을 볼 수도 있고 손해를 볼 수도 있다. 마을의 무 가격이 매입한 가격보다 낮을 경우 사용자들은 무 가격이 높은 마을로 놀러가 무를 팔기를 희망하게 되고 비디오 게임인 '동물의 숲' 사용자들이 이러한 무 값 공유를 할 장소는 온라인 커뮤니티 밖에 없다. WFC에 접속만 하면 바로 네트워킹이 가능한 것이 아니라 서로 상대방의 고유 코드를 친구로 등록을 하는 절차를 거쳐야 하며 일단 친구로 등록되어 있을 경우 서로 네트워크에 연결만 되어 있으면 서로의 마을에 드나들 수 있기 때문에 플레이어들은 모두에게 오픈되어 있는 포럼 보다는 회원제로 운영되는 커뮤니티를 선호한다.

6. 창작 활동

재미있는 게임 플레이 경험을 위해서는 플레이어가 게임의 콘텐츠를 맞춤화 하고 플레이어 자신이 콘텐츠를 직접 창출할 수 있어야 한다. '동물의 숲'에서 플레이어가 직접 창출할 수 있는 콘텐츠들은 별자리, 그림, 의상, 모자, 우산, 집안 바닥, 집안 벽지, 외부 바닥 패턴 그리고 마을 주제가 등으로 플레이어가 디자인한 이 콘텐츠들은 모두 다른 플레이어와의 교류를 통하여 서로 공유할 수 있다. 별자리는 네트워킹만 하면 다른 특별

한 행위 없이 이 마을에서 저 마을로 별자리들이 옮겨 다닌다. 그 외의 콘텐츠들은 손님으로 온 플레이어가 초대 받은 마을의 옷 상점(Tailor Shop)에 디스플레이 되어 있는 디자인을 가져올 수 있다. 플레이어-제작(Player-Created) 콘텐츠를 제작하기 위해서는 일반적인 게임 수행 능력과는 별개의 창의성과 디자인 능력이 요구되기 때문에 질이 좋은 플레이어-제작 콘텐츠는 귀하고 희소성이 있다. 그런 이유로, 게임의 골(Goal)이나 성과와 상관없이 이러한 플레이어-제작 창작물을 수요, 공급하기 위하여 온라인 커뮤니티 활동을 하는 경우가 있다.

7. 스페셜 캐릭터, 스페셜 아이템

게임에서 주어진 임무를 완성했을 때 의미 있는 보상이 플레이어에게 제공되어야 하며 그 보상이 특별 할수록 게임을 하는 즐거움과 보람은 크고 게임에 대한 중독성이 강하다. 커뮤니케이션 게임으로 불리는 '동물의 숲'은 마을 주민 및 스페셜 캐릭터들과의 친밀도 및 우정의 표시로 받는 특별한 선물들이 가장 중요한 임무인 동시에 플레이어에 대한 포상으로, 이 선물들은 받기 어려운 만큼 가치가 있다.

길 잃은 아기 고양이 Katie와 아기 고양이를 잃은 엄마 고양이 Kaitlin 캐릭터는 한번이라도 네트워킹을 한 경력이 있는 플레이어의 마을에만 등장하는 스페셜 캐릭터로서 같은 공간에서 게임을 한 경험이 있는 플레이어의 마을에 각각 나타나 플레이어에게 모녀상봉의 임무를 부여한다. Wi-Fi에 의한 접속은 광범위한 플레이어들을 대상으로 하고 있고 어느 플레이어의 마을에 언제 누가 나타날지 미리 알 길이 없으므로 이 아기 고양이와 엄마 고양이를 상봉하게 해주는 임무를 완수하기 위해서는 지속적으로 온라인 커뮤니티에 접속하여 네트워킹을 하는 플레이어들의 마을 소식을 업데이트해야 한다. 이 임무를 완수했을 때 받는 아이템들은 가장 수집하기 어려운 것들로 모두 다 모으기 위해서는 온라인 커뮤니티 활동에 매우 충실해야 한다.



그림 4. 네트워킹을 통한 스페셜 캐릭터 이동

V. 결론

플레이어가 게임을 재미있고 편안하게 즐기면서 그 게임에 지속적으로 몰입하게 하는 요소들은 새롭거나 이해하기 어려운 것들이 아니다. 그러나 그 모든 요소들이 노골적으로 드러나지 않으면서 게임 곳곳에 적당한 페이스(Pace)로 구성되어 있기는 쉽지 않다. 흥미로운 사실은 인터넷을 기반으로 하지 않은 비디오 게임도 좋은 게임 플레이를 제공하기 위해서는 온라인상에 플레이어들을 위한 공간을 마련해 주어야 한다는 점이다.

‘동물의 숲’의 초기 버전은 네트워킹 기능 없이 개발되었음에도 불구하고 앞에서 알아본 것과 같이 게임을 잘 하기 위해서는 다른 플레이어들과의 정보 공유 없이는 매우 어렵다. 이는 네트워킹 기능과 상관없이 사용성 및 놀이성이 뛰어난 게임 플레이를 경험하기 위해서는 플레이어 간의 커뮤니케이션이 중요하다는 것을 의미한다.

수많은 캐릭터와 다양한 상호작용 요소들이 서로 얽히고설켜 플롯(Plot)으로 구성된 ‘동물의 숲’과 같은 리얼 타임, 오픈-엔딩 게임은, 게임에 대한 풍부한 경험을 갖기까지 오랜 시간을 투자해야 하기 때문에 빨리 성과를 보고 싶은 플레이어들이 그 시간을 앞당길 방법을 모색하게 되는 것은 당연한 일이다. 플레이어들의 그러한 강렬한 욕구가 있기에, 비디오 게임의 게임 플레이에 온라인 커뮤니티가 지원하는 범위는 넓고 미치

는 영향은 크다.

그러나 게임 플레이 중에 플레이어들이 게임 개발자들이 의도적으로 온라인 커뮤니티 활동을 하도록 만들었다는 것을 의식하게 된다면 온라인 커뮤니티 활동에 대한 호감 및 충성도는 오히려 반감될 것이다. 게임을 하는 동안 간접적으로, 그리고 지속적으로 온라인 커뮤니티 활동을 유도하고, 온라인 커뮤니티 활동을 하는 만큼 게임에서 플레이어에게 포상을 제공한다면 게임 플레이의 향상은 물론 그 게임에 대한 충성도를 더욱 높일 수 있을 것이다.

참고 문헌

- [1] http://en.wikipedia.org/wiki/Game_play
- [2] http://en.wikipedia.org/wiki/Animal_Crossing:_Wild_World
- [3] *Nintendo DS - Animal Crossing: Wild World Instruction Booklet*, Nintendo of America, 2005.
- [4] Wolfshead, "Bushnell's Theorem: Easy to Learn, Difficult to Master," 2007.
- [5] Melissa A. Federoff, "Heuristics And Usability Guidelines for the Creation and Evaluation of Fun in Video Games," 2002.
- [6] Heather Desurvire, Martin Caplan and Jozsef A. Toth, "Using Heuristics to Evaluate the Playability of Games," 2004.
- [7] Elina M.I. Koivisto and Hannu Korhonen, "Mobile Game Playability Heuristics," Nokia, 2006.
- [8] <http://ruliweb.empas.com/animal/>
- [9] <http://www.animalcrossingcommunity.com/>

저자 소개

정혜승(Hessng Jung)

정회원



- 1997년 5월 : School of Visual Arts, NY(MFA Computer Arts)
- 1997년 11월 ~ 2002년 2월 : (주) 삼성전자 근무
- 2002년 3월 ~ 현재 : 동덕여자대학교 디자인대학 조교수

<관심분야> : 웹/멀티미디어, 영상, 애니메이션, 디지털 콘텐츠, 게임