

일반논문-08-13-5-19

미디어 융합에 따른 대체현실게임의 분석 및 구축에 관한 연구

김 재 하^{a)‡}

The study for the analysis and implementation of Alternate Reality Game by media convergence

Kim Jae-ha^{a)‡}

요 약

최근 방송과 통신의 융합은 미디어와 미디어 사이의 영역의 한계를 모호하게 하고 있다. 매체의 진화에 따른 디지털 기술의 발전에 따라 사용자는 상호작용성을 경험하였다. 특히 불특정 다수의 참가자가 실시간 환경 속에서 동일한 목표를 가지고 몰입하거나 경쟁 하면서 만족을 추구하는 MMORPG(Massively Multi-player On line Role Play Game)는 사용자에게 새로운 형태의 문화와 만족감을 주고 있다. ARG(Alternative Reality Game)는 미디어의 융합에 의해 새로이 탄생한 대체현실게임으로, ARS, SMS, BLOG, Cafe, Message 등을 통해 사용자와 사용자간에 보다 더 현실적인 상호작용을 수행한다. 본 논문에서는 ARG를 소개하고, ARG의 구현, 설계, 구축의 방법을 인간의 사고와 미디어 측면에서 분석하였으며, ARG 활성화를 통해 방송의 새로운 방향을 제안한다.

Abstract

The latest convergence of broadcasting and communication makes the boundary between medias be ambiguous. It pursues the new type of culture that the unspecified many participants seek the satisfaction for the same target in an realtime environment. ARG(Alternative Reality Game) is a new alternate real game created by media convergence and it processes the more realistic interactivity between users through ARS, SMS, BLOG, Cafe and Messages. This paper analyzes the implementation, design, and construction schemes of ARG in the side of the human thinking and media. We also propose the evolution and role of the broadcasting by combining broadcasting for the activation of ARG.

Keyword : Digital Content, Alternative Reality Game, ARG, Web2.0

1. 서 론

최근 우리 사회에 논란이 되고 있는 방송과 통신의 융합은 미디어와 미디어 사이에 영역의 한계를 더 이상 구분하지 않으며, 콘텐츠를 사용하는 소비자들의 새로운 경험을

통해 만족도를 극대화하기 위한 새로운 원도우를 제공하고 있다. 이는 콘텐츠와 사용자 간의 실시간적인 상호작용을 통해 만족도를 극대화 할 것이며, 이러한 상호작용의 극대화는 사용자에게 선택되는 사용자 중심의 기업만이 살아남을 수 있을 것으로 보인다. 즉, 방송영역의 콘텐츠, 디지털 콘텐츠 분야의 게임 콘텐츠 등 어떠한 장르의 콘텐츠라도 사용자의 소비시간이 긴 콘텐츠가 경쟁력 있는 콘텐츠이고 이런 경쟁력 있는 콘텐츠를 만들기 위해 콘텐츠 제공자는

a) 서울예술대학

Seoul Institute of the Arts

‡ 교신저자 : 김재하(jhkims@seoularst.ac.kr)

사용자 중심의 기업이 되어야 한다^[1].

일상생활에서 사람이 게임을 즐기고 몰입 하는 가장 큰 이유 중의 하나는 바로 상호 작용에 있다. 상호작용은 같은 콘텐츠를 공유하는 사용자 간에 동질감을 심어 주고 나아가서는 다른 콘텐츠의 사용자들로부터 스스로 차별성을 느끼면서 점차 같은 느낌을 공유 하는 사람들 간에 독자적인 공동체를 만들어 간다. 이렇게 성립된 공동체에서는 그 콘텐츠를 중심으로 새로운 문화가 생성되고 상호 작용은 더욱 더 질 높은 완성도를 요구하게 된다. 이런 순환 구조에 의해서 인간은 콘텐츠라는 공동체의 틀 속에서 자기만족과 정체성 확인을 추구하게 된다. 인간의 삶에서 콘텐츠가 풍요로운 문화생활과 만족도를 충족시키기 위한 요건은 현실감, 상호작용, 자유의지의 방향으로 발전할 것으로 예상된다.

현실감은 사이버 공간이나 상상의 공간을 인간의 본능적 요소인 좀 더 현실성이 있는 오감 만족의 세계로 끌고 가고자 하는 방향으로 발전한다. 상호 작용은 지역, 시간, 연령 등의 범위와 작용의 빈도 수, 그리고 게임, 채팅 등 상호작용의 방법에 의해서 정의되며, 자유 의지는 생각과 시간 그리고 공간에 대한 자유로운 접근을 원한다. 이러한 발전 방향은 공동체와 가상 세계, 그리고 현실 세계 등 모든 부분을 수렴하게 된다. 결국 모든 게임, 방송, 소셜 등의 콘텐츠들은 현실에 대한 체험과 함께 또 다른 체험에 대한 표현의 방법이라 할 수 있다. 웹의 경우, 시간이나 공간의 제약으로 인해 제한적이던 부분을 가상현실과 현실세계의 교차점을 이용해 사이버 공간에서 이상 세계를 실현한다. 인터넷 포털사이트인 프리첼이 2007년도에 새로운 게임인 WAR2를 발표 하면서 홍보를 위해 실험적으로 도입된 오프라인 게임 "노르망디의 이방인"이 그 좋은 사례이다^[2]. ARG (Alternative Reality Game)라고 정의되는 이 새로운 포맷은 우리에게 게임의 새로운 세상을 열어 줄 것이다. ARG는 사이버 상의 게임이고 온라인이면서 현실 속에서 이루어진다. 그러나 그것은 전부 가상이다. ARG는 입 소문으로 확산 된다. 이것은 이제 특정 플랫폼이나 미디어에 종속 되는 것이 아니라 다양한 미디어와 게임이라는 콘텐츠의 융합이라고 할 수 있다^{[3][4]}.

본 논문에서는 방송 통신 융합을 통한 미디어 간의 벽이 허물어지고 서로 융합 되는 상황에서 새롭게 탄생 되는 대

체현실에 대해서 고찰하고 구현을 통해 발전 방향을 연구하고자 한다.

II. 관련연구

1. 미디어와 인간의 사고

1.1 인간의 두 가지 사고의 세계와 미디어

고대로부터 인간에게는 두 개의 사고세계가 존재한다고 믿어왔다. 하나는 생각 속의 세계 즉 이상을 추구하는 세계로 표현 할 수 있다면 또 다른 하나는 현실의 세계 즉 물리적으로 체험하고 실존 하는 세계이다.^[5]

인간이 보는 현실은 인간의 뇌가 사고하는 것 이상을 받아들일 수 없다. 따라서 인간은 상상의 세계와 현실의 세계를 오가며 사고하고 그러한 사고의 방식은 상상력을 통한 창조성을 갖게 되는 인간만의 본능이라 하겠다. 또한 인간에게 있어서 상상의 세계와 현실의 세계에 대한 사고의 괴리는 인간 본연의 불합리성을 내포하게 되어 끊임없이 상상과 현실을 일치시키기 위해서 노력한다.

인간의 상상력을 현실화 하려는 노력에서, 실제로는 현실화하는 시간보다 상상하는 시간이 더 많이 걸린다. 이는 상상력이 인간의 사고 논리에서 구체화 되고 구조화 되어 정립 되면 그것이 현실화 되지 않더라도 인간은 그것을 하나의 현실로 인정하는 경향이 있기 때문이다. 그 대표적인 예가 관습이나 종교의 세계이고 나아가 미디어의 속성에서 찾아 볼 수 있다. 종교는 신앙으로 바탕으로 믿음을 형성하기 때문에 상상력이 현실화 되어 간다고 할 수 있다. 반면, 미디어는 정보를 전달하는 것으로 정보는 생각과 사실의 동시성을 포함하고 있다. 하지만, 그 사실도 결국은 전달된 것이기 때문에 최종 소비자에게는 현실이 아닌 사고 속에서 상상력이 된다. 그러므로 미디어는 현실의 상상화라고 할 수 있다. 따라서 현실은 개인의 전체 생활 중에서 극히 일부일 수밖에 없고, 인간의 현실이 확대 되는 것 이상으로 사고 속의 상상력은 더 복잡하게 확대된다. 이러한 문제는 인간의 사고 속에서 미디어의 속성을 보는 관점을 재조명할 필요가 있음을 뜻한다.

1.2. 미디어와 정보

정보공학적인 관점에서 본다면, 세상의 많은 사실(Data) 들은 주어진 환경이나 특성에 맞게 정리되었을 때 정보가 되는 것이며, “사실(Data) → 정보(Information) → 지식 (Knowledge) → 지혜(Wisdom)”로 발전한다⁶⁾. 사실(Data) 은 특정 미디어에 맞게 정리 되고 전달되어 질 때 정보 (Information)가 된다. 정보는 미디어의 특성에 따라서 그 특성의 범위가 확대 또는 제한되어 왔다. 하지만, 컴퓨터와 대표적인 데이터 통신인 인터넷의 발명은 정보화의 속도를 가속하였으며, 이제는 정보통신이 기존의 미디어들의 특성을 모두 포함한 최상위의 미디어로서 진화되어 자리 잡게 되었다.

따라서 정보통신이 기존의 최상위 미디어라고 할 수 있는 방송과 융합되고 통합하는 것은 필연적인 결과이다.

정보학 혹은 정보공학에서 정보는 사실을 "언제", "누가", "어디서", "무엇을" 등에 따라서 구조화 한 것이다. 여기에

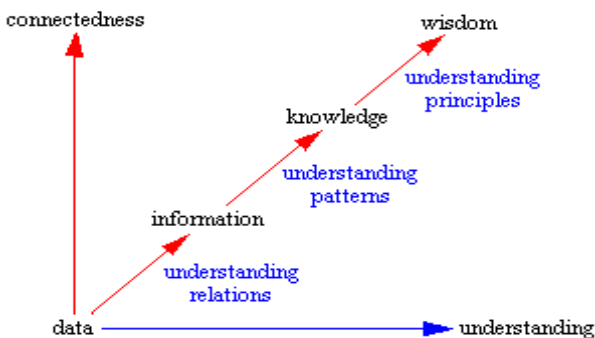


그림 1. 정보의 발전 단계
Fig. 1. Development Stage of Information

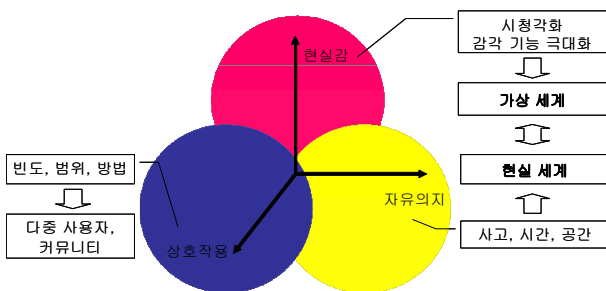


그림 2. 상호작용을 통한 공동체의 발전
Fig. 2. Community development through interactions

“어떻게”를 추가하여 정보를 어떻게 활용할 것인지를 추가 한다면 지식의 범주에 속한다고 말 할 수 있다. 따라서 방송 은 정보통신의 통합 미디어로서 지식화 단계에 적합한 콘텐츠에 대해 고려하여야 한다.

1.3. 미디어와 가상세계

인간에게 있어서 상상의 세계만큼이나 자유로운 세계는 없다. 상상의 세계는 인간의 근본적인 자유인 사고의 자유로부터 시작된다. 상상은 대표적으로 영화와 애니메이션으로 표현되어 왔지만 그것은 궁극적인 개인의 상상의 세계가 아닌 작가의 상상의 세계이며, 그 상상의 세계에서 개인이 누릴 수 있는 자유는 제한적이다. 자유에 대한 인간의 본능은 새로운 미디어인 정보통신을 통하여 보다 더 구체화 할 수 있다. 그 대표적인 예가 온라인 게임이다. 온라인 게임에서는 개인은 상호작용을 통하여 자신의 의지를 게임 속의 가상의 세계에서 구체화 할 수 있고 그러한 개인들의 상호작용은 새로운 공동체의 발전으로 나타나고 있다.

개인들의 게임을 통한 상호작용은 상상의 세계를 현실화 하는 구체적인 방법이 상호작용을 통하여 급진전 할 수 있음을 자각하게 되었고, 그에 따라 다양한 가상 세계의 창조에 실험적으로 도전하고 있다. 하지만, 정보통신의 발달에 따른 가상 세계의 발전은 어디까지나 현실과는 점점 더 멀어지는 상상의 세계로 향하고 있으며 개인의 상상의 자유는 더 이상의 발전이 없이 한계를 보이게 된다.

이러한 한계는 정보공학의 발전과 더불어 새로운 도전으로 나타나고 있으며, 가상의 세계를 정보통신기기 속의 오디오와 비디오만의 세계에서 현실의 세계로 접목 시키려는 노력이 나타나고 있다.

그 대표적인 예가 Fake Reality Show인 "우리 결혼 했어요"와 현실에서 가상의 Role Playing Game을 수행하는 ARG (Alternative Reality Game)인 "노르망디의 이방인"이다.

Fake Reality의 분야는 몰래/관찰 카메라 등과 더불어 오래 전부터 방송에서 시도되어 온 형태라고 할 수 있다. 반면, ARG는 인터넷 등의 정보통신 기술과 공동체들의 상호작용을 이용한 새로운 형태의 장르이고, 이것이야말로 진정한 미디어 통합의 Cross Media적인 신 성장 가능 장르라고 평가 받고 있다⁷⁾.

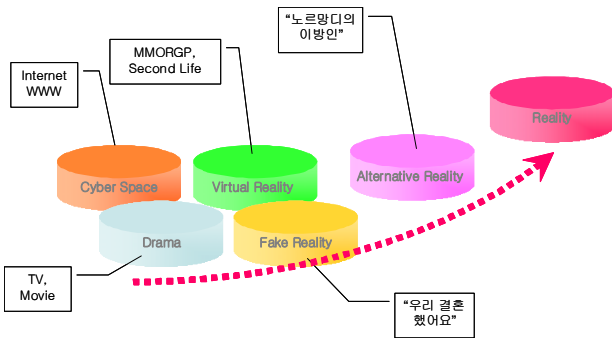


그림 3. 콘텐츠의 진화
Fig. 3. Evolution of Contents

2. ARG (Alternative Reality Game)

2.1. ARG의 정의

2003년에 포르투갈에서 방영된 "Sofia's diary"는 세계 최초로 interactive reality drama로 현재 ARG 방송의 시작이라고 할 수 있다. ARG장르의 특성상 18세부터 29세까지 multi-tasking에 익숙한 세대를 대상으로 하여 TV, 라디오, 인터넷, 그리고 모바일 등의 서비스를 동시에 연동하여 full-cross-media 형태로 제작되었다.

미디어 간의 경계가 사라지고 크로스 미디어 적인 콘텐츠의 기획과 제작이 활발하게 이루어지는 환경은 ARG의 특성이 잘 부합되는 환경이다.

또한, ARG는 실제 사람들이 실 생활 속에서 상상의 세계를 만들고 그 속에서 자기 의지에 의해서 역할을 찾아서 분담하기 때문에 현실감과 자유의지, 그리고 상호작용이 극대화 되는 콘텐츠 구조를 가지게 된다.

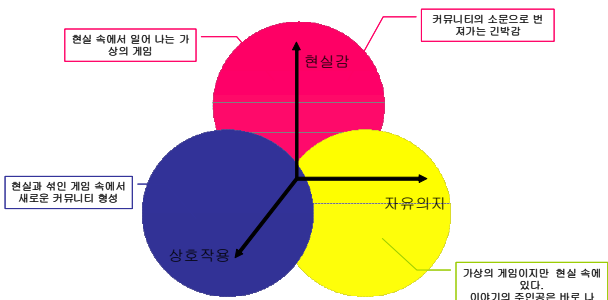


그림 4. 콘텐츠의 상호작용
Fig. 4. Interaction of Contents

ARG를 통한 방송 콘텐츠의 제작은 방송의 관점보다는 정보통신의 관점에서 시작 되어야 한다. 그것은 ARG가 단순히 정보를 공유하는 차원이 아니라 기존의 정보를 재해석하고 재정립하여 그 활용도를 새롭게 구성한다는 점에서 정보통신의 발전 방향인 지식화의 과정을 따르고 있기 때문이다.

프리첼에서 2007년 2월에 자사의 FPS 게임인 2WAR의 마케팅 일환으로 시작한 "노르망디의 이방인"에서 참가자들은 실제 인터넷과 블로그 등에서 정보를 공유하면서 각자의 역할을 스스로 찾아서 협력하는 방식의 추리게임에 참여한다. 또한, 소피아의 일기의 경우에는 10대 소녀인 소피아가 자신의 읽기를 블로그에 올리고 전화 통화도 하고 문자 메시지도 보내는 등 실존 인물의 일상에서 사람들은 서로 상호 교류한다. 이 모든 것이 ARG라는 현실 속의 가상 세계 이야기이다.

노르망디의 이방인은 참가자들이 오디오 드라마 파일을 도난당한 다큐멘터리 작가 김진환씨를 도와 범인이 보내오는 문제들을 해결해 간다는 가상 이야기를 전개하는 대체 현실게임(ARG, Alternate Reality Games)으로, 문제를 하나씩 해결하여 마다 잃어버린 오디오 파일을 회수하거나 청취하는 것이다. 전체적인 정보 공유 창구는 ARG 속의 가상 인물인 다큐 작가 김진환씨의 블로그(www.2warang.com)이다. 참가자는 스스로가 게임의주인공이 되어 다른 참가자들과 의견 및 정보를 교환하며 문제를 풀어야 한다. 현실



그림 5. 노르망디의 이방인
Fig. 5. Foreigner in Normandy

속 RPG(Role Playing Game)이다. 사실 같은 스토리 전개로 참가자들이 현실과 가상을 구분하기 힘들게 한다. 가공의 인물인 작가 진환에게 e-메일을 보내고 전화 통화도 하게 한다. 또한, 범인의 단서는 마케팅 서적의 오자 조합, 심리지도, 조선시대 궁녀 암호, 피보나치수열 등 점차 다양해지고 있으며, 실제 오프라인 장소인 탑골공원, 세운상가, 한강 밤섬철새조망 대 등의 특정 장소를 직접 찾아야 범인의 흔적을 찾을 수 있는 문제들도 있어서 참가자들을 실제 탐정 놀이에 빠지게 한다. 가상과 현실을 희석해 놓은 노르망디의 이방인 캠페인은 국내 온라인게임 최초로 시도되는 만큼 참가자들의 많은 관심과 참여 속에서 진행되었다.

2.2. ARG의 구성

ARG는 기획, 실행, 진화의 단계별 구성이 존재한다. 일반적인 ARG의 제작은 어떻게 사람들이 사실로 받아들이고 참여하게 할 것인가에 대한 기획 목표를 갖게 되고, 다양한 시도를 통하여 다음의 진화 단계가 ARG 기획자들에게 10단계의 황금률로 인식되고 있다.

ARG는 정보통신이 만든 새로운 커뮤니티 문화를 바탕으로 출발하고 인터넷 상의 정보들을 활용하는 방식에서 스토리가 이어지는 종합 미디어적인 구성을 갖게 된다. 이런 종합 미디어의 구성은 상호작용(Interactive)에 의해서 구전되고 증식되는 구조를 가진다.

표 1. ARG의 진화 단계
Table 1. Evolution Stage of ARG

순번	내용
1	처음에는 일반인들에게 Flash MOB event처럼 보인다.
2	Community의 일원이 되면 시청자는 "믿음"을 시작한다.
3	과연 이것이 게임인가 리얼리티인가가 혼돈하기 시작 한다.
4	나 자신이 암호, 수수께끼를 푸는 첫 번째 주인공이 되고 싶어 한다.
5	이제 스스로 another world(virtual reality)로 진입한다.
6	만약 이 과정이 프린트되면 이제 뉴스로 진화한다.
7	TV로 방송되면 모든 사람의 Reality가 된다.
8	듣게 되면 이제 라디오가 된다.
9	Cross-media로 전파되면 이제 브랜드가 된다.
10	브랜드화가 일단 되면 라이선싱이 가능하다.
11	이 모든 것이 가능해지면 수익을 낼기 시작한다.

특정 웹사이트의 접속자가 한꺼번에 폭증하는 현상을 뜻하는 '플래시 크라우드(flash crowd)'와 '스마트 몹(smart mob)'의 합성어인 플래쉬몹^[8]은 2003년부터 세계적으로 유행하기 시작하여 모임에 따라 차이가 있기는 하지만 대부분이 우스꽝스럽고, 치졸하며, 황당하다는 공통점을 가진다. 그러나 모임 자체에 어떤 의미를 부여하지 않고, 그 행위 자체만을 즐기기 때문에 사회적 문제를 일으키지 않는 점도 한 특징이다. 예를 들면, 2003년 6월 미국 뉴욕 맨해튼의 호텔 로비에 사람들이 몰려들었다. 모인 후에 박수를 치고는 15초가 지나자 뿔뿔이 흩어져 순식간에 사라져버렸다. 한국에서도 같은 해 말부터 플래시 몹이 유행하였는데, 번화가 한복판에서 피성을 지르거나, 사람들이 많은 곳에서 혼자 노래를 부르거나 하는 식이다. 학자들은 이들의 행동이 창피함이나 무안함을 무릅쓰고 단지 재미나 일시적인 호기심으로 하는 경우가 많기 때문에 단기적인 현상으로 보고 있다.

3. ARG 분석

3.1. ARG의 구현

ARG의 제작을 위해서는 인터넷 상의 각종 콘텐츠를 상호 유기적으로 활용할 필요가 있다. Web, WAP, BLOG, CAFÉ 등의 인터넷 서비스들을 활용하여 다양한 사용자의 접근을 마련해야 한다. 이러한 다양한 인터넷 상의 서비스들을 통하여 사용자는 ARG에 참여하고 각자 자신의 역할을 수행하고 다시 다양한 인터넷 상의 상호작용에 동참함으로써 전체적인 ARG가 구현된다.

ARG의 특성은 인터넷 서비스들의 동시적인 관리가 실제 구현에서의 가장 중요한 관건이 된다. 물론, 파생되고 복제되거나 Blogging 되어 퍼져나가는 것이 ARG의 특징이기 때문이 이 모든 서비스들을 직접 관리할 필요는 없지만, Seed가 되는 서비스들은 직접 관리하여야 한다. ARG를 보다 세부적으로 구현하기 위해서는 현실 속에 가상의 세계를 만들기 위한 시스템을 구축하는 것으로 보다 진보된 ARG를 구현할 수 있다.

ARG는 출발에서 연관된 커뮤니티가 형성 될 때까지인 1단계가 기획자의 대부분의 노력이 든다. 결국 이 기간 동안 신속한 전개를 위한 시스템의 구축이 필요하다.

3.2. ARG의 설계

대부분의 상호작용 프로그램들과 마찬가지로 ARG도 기술과 스토리 전개, 그리고 커뮤니티가 중요한 요소이다. ARG를 설계함에 있어서 이 세 가지 부분을 고려하여 설계되어야 한다.

스토리전개는 다시 다음의 세 가지 원칙을 바탕으로 한다. ①사실에서 출발해야 한다. ②사람들의 시선을 환기시킬 사건이 필요하다. ③끝없는 단서와 추적의 근거를 만들어야 한다. ④시간과 공간의 범위가 참가자의 범위이다.

가제로 "빨간 모자를 잡아라."라는 ARG의 예를 들어 보자,

<배경>
언젠가부터 우리 사회는 보이지 않는 음모에 의해서 자행되고 있는 것이다. 그 음모의 배경에는 빨간 모자라는 신비의 인물이 있다는 것을 알게 되었다. 빨간 모자는 극히 위험한 인물로 즉시 체포해야만 한다. 결국 빨간 모자 검거를 위한 SWAT이 결성되고 그를 추적한다. 하지만, 우리는 빨간 모자가 누구이며 어린이들의 실종에 어떻게 관련 된지는 알 수 없다. 단지 실종의 배후에 그가 있다는 실마리를 우연히 얻게 되었을 뿐. 따라서 많은 시민들의 제보를 바란다.

위와 같은 스토리를 사실에서 출발한다면, 지난 10년간의 어린이 실종이라는 구체적인 통계를 바탕으로 사실임을 암시 할 수 있을 것이다.

<배경>
연간 한국에서 유괴되는 어린이의 수가 100명이 넘는다. 그리고 지난 10년간 5천명이 넘는 어린이가 유괴되어 부모의 품으로 돌아가는 경우는 극히 드물다. 이것은 언젠가부터 우리 사회는 보이지 않는 음모에 의해서 자행되고 있는 것이다. 그 음모의 배경에는 빨간 모자라는 신비의 인물이 있다는 것을 알게 되었다. 빨간 모자는 극히 위험한 인물로 즉시 체포해야만 한다. 결국 빨간 모자 검거를 위한 SWAT이 결성되고 그를 추적한다. 하지만, 우리는 빨간 모자가 누구이며 어린이들의 실종에 어떻게 관련 된지는 알 수 없다. 단지 실종의 배후에 그가 있다는 실마리를 우연히 얻게 되었을 뿐. 따라서 많은 시민들의 제보를 바란다.

더 나아가면 구체적으로 누구라고 명시 한다면 더 강조가 될 수 있다.

<배경>
연간 한국에서 유괴되는 어린이의 수가 100명이 넘는다. 그리고 지난 10년간 5천명이 넘는 어린이가 유괴되어 부모의 품으로 돌아가는 경우는 극히 드물다. 나는 박철민이다. 내 동생 박광민은 9살이 되던 10년 전에 실종 되었다. 그리고 부모님은 동생을 찾기 위해 지난 세월을 보내시고 결국은 돌아 가셨다. 그리고 남긴 유일한 단서는, 지금까지 이어져온 어린이 실종은 우리 사회는 보이지 않는 음모에 의해서 자행되고 있는 것이며 그 음모의 배경에는 빨간 모자라는 신비의 인물이 있다는 것을 알게 된 것이다. 빨간 모자는 극히 위험한 인물로 그를 막아야 한다. 결국 빨간 모자 검거를 위해 나는 친구들과 수사대를 결성되고 그를 추적한다. 하지만, 우리는 빨간 모자가 누구이며 어린이들의 실종에 어떻게 관련 된지는 알 수 없다. 단지 실종의 배후에 그가 있다는 실마리를 우연히 얻게 되었을 뿐. 따라서 많은 시민들의 제보를 바란다.

여기서 나타난 박철민은 가상의 인물로 이야기의 중심에 박철민이 존재 한다. 그리고 그를 실존 인물인 것처럼 만들어야 한다. 그의 홈페이지도 있고, BLOG도 있고, 휴대폰 번호도 있으며, 문자메시지도 주고받는다.

예제에서 ARG의 기술적인 문제가 나타난다. 가상의 인물을 마치 인터넷에서 존재 하는 것처럼 만들기 위해서 필요한 것이다. 때문에 인터넷 상에서 그가 활동하고 있다는 흔적을 남겨야 한다. BLOG, 인터넷 카페, 메신저 등에서 그가 활동해야하고, 동시 다발적으로 그런 흔적이 인터넷 상에서 나타나게 하기 위해서는 많은 인원이 그를 대신 해서 그 일을 해야 하며 그러기 위해서는 박철민을 대신하는 많은 사람들 간의 의사소통과 협력이 중요하게 된다. 또한, 이런 인터넷 상의 서비스를 통한 박철민의 흔적을 유기적으로 조절하기 위해서는 거기에 맞는 정보 시스템 구축이 필요하다.

시스템의 구축은 ARG의 규모가 커지면 커질수록 더 방대한 규모의 시스템이 필요하게 된다. 즉, ARG 시스템이 구축 되는 것이다. ARG 시스템은, ①전화 자동 응답을 위한 ARS ②문자메시지 자동 송수신을 위한 SMS ③여러

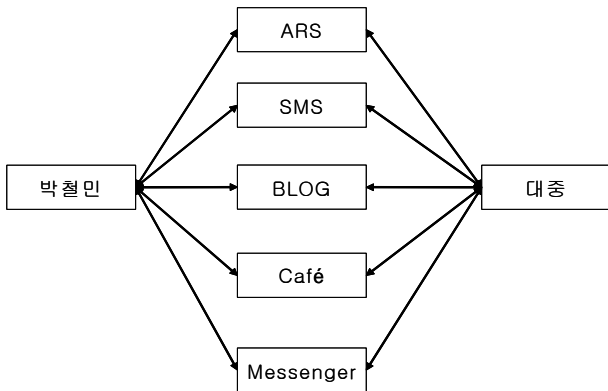
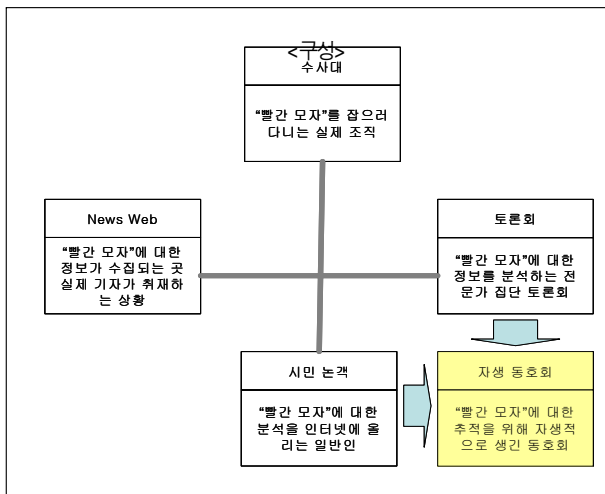


그림 9. ARG 구축을 위한 정보시스템의 역할 예제
 Fig. 9. the role of information system for the implementation of ARG - Example

포털 사이트들에서의 BLOG, Café, Homepage 생성 관리 시스템 ④실시간 대화를 위한 자동 메신저 응답 시스템 등이 필수적으로 요구 되고 그 외에 전체적인 인터넷 상에서의 "빨간 모자를 잡아라."의 인지도와 진행 상황을 파악하기 위해서는 진행 되고 있는 ARG에 대한 정보를 수집하기 위한 크롤링 로봇과 인덱싱 시스템 등이 부가적으로 요구된다.

빨간 모자에 대한 정보는 "News Web"을 통해서 공개된다. 토론회를 통해서 빨간 모자의 정체에 대한 분석이 이루어

표 5. 예제 ARG의 구성
 Table 5. Structure of ARG - Example



어지고 여기에 가공의 시민 논객이 더해지면서 일반인은 실제와 가상의 경계에 서게 된다. 자생적으로 빨간 모자를 잡기 위한 동호회가 생기는 순간부터는 지속적인 자생적 스토리 라인을 갖게 된다. 마지막으로, 폭발적으로 참가자들이 몰리게 된다. 이 시점에서 라디오나 TV와 같은 방송으로 제작 되는 시점이 된다.

3.3. ARG의 방송

ARG는 인터넷과 현실의 가상 게임으로서 정보통신 발달의 산물이라고 할 수 있다. 하지만, ARG는 미디어를 넘어서 방송으로서의 가능성을 보이고 이미 많은 성공작을 만들어 내는 원동력이 되고 있다.

ARG가 방송에서 가능성을 보이는 것은 상호작용에 의한 스토리 전개가 무궁무진하게 생산 된다는 점을 들 수 있다. 참가자들에 의한 커뮤니티가 고정 시청자로 전환 된다는 것과 더 많은 사람들이 참가자로 전환되고 또 시청자가 증가 한다는 것이다. 이러한 선순환 관계를 이끄는 것이 바로 ARG의 특징이다.

ARG를 통하여 제작될 수 있는 방송의 형태는 ①리얼 드라마, ②다큐멘터리, ③토론회 등으로 확대 될 수 있다. "빨간 모자를 잡아라."의 경우에는 일반인의 제보를 받고 빨간 모자를 잡으러 출동하는 수사대의 리얼 드라마를 제작할 수 있고, 빨간 모자의 행적과 만행 에 대한 Fake Documentary나 어린이 실종 사건 등에 관한 리얼 다큐멘터리를 제작할 수 있다. 또한, 빨간 모자의 성향, 행적, 다음 목표물, 단서 등을 분석하고 토론하는 토크쇼를 만들 수 있고 시민 논객의 전화 연결 등으로 시청자들에게 실제 상황으로 인식하도록 만들 수 있다.

III. 결 론

최근 Web2.0을 필두로 하여 디지털 기술의 발전의 패러다임은 인간에게 정보를 일방적으로 전달하는 미디어에서 지식을 공유하고 사용자가 직접 참여할 수 있는 미디어로의 진화를 가능하게 하였다. 이런 지식의 공유는 새로운 미디어에 맞는 새로운 포맷과 장르의 콘텐츠를 요구하고 있

으며 기업들은 시대에 맞는 콘텐츠를 제작하고 플랫폼을 제공 하려고 노력하고 있다.

미디어와 콘텐츠의 융합 속에 새롭게 등장한 ARG는 현재까지의 어떠한 장르보다 강력한 파급효과를 가지는 장르가 될 것이다. 그러나 ARG의 구현을 위한 기술 개발과 사회적 인지도의 성숙이라는 큰 명제가 우리에게도 역시 숙제로 남아 있고 비즈니스 모델의 개발과 함께 어떻게 완성도가 높은 콘텐츠로 개발 할 수 있는지가 관건일 것으로 예상된다. 또한 정보시스템의 활용 여부도 긴밀한 연관성 역시 새로운 미디어로써의 발전할 수 있는 핵심요소로 작용 할 것이다.

새로운 형태의 미디어나 콘텐츠가 서비스되기 위해서는 시장 진입 단계에서의 장벽은 매우 높은 것이 현실이다. 과거 미디어의 발전과 진화 과정을 돌이켜 보면 사용자들은 동일한 속성을 가진 콘텐츠들이 경쟁하거나 진화하는 모델을 수년간 경험해왔다.

최근 미디어의 진화하는 모델을 살펴보면 하드웨어 소프트웨어 솔루션, 각종 디바이스와 콘텐츠가 하나의 가치사슬에 연결고리를 유지하고 무한경쟁 체제가 가속화 되면서 온라인과 오프라인 영역의 한계를 규정 할 수 없으며, 이러한 관점에서 웹에서 성공한 모델인 ARG를 방송에 도입하는 것은 방송의 새로운 활력을 불어 넣는데 일익을 담당할

수 있다.

본 논문은 새로운 미디어로써의 발전이 기대되는 될 ARG의 가능성에 대해 논하고, 제작 방법 및 현실적 구체성을 띄기 위한 방법을 분석하였다. 이미 미디어 융합 현상을 현실로 받아들이고 융합형 콘텐츠로 자리매김을 하고 있는 ARG를 유럽이나 선진 국가의 사례를 참고하여 다양한 콘텐츠의 개발과 시장 개척을 위해 노력해야 할 것으로 제언한다.

참 고 문 헌

- [1] 김재하, "디지털콘텐츠 분석과 전략," 라이트북닷컴, 2006.
- [2] 김진환, "노르망디어방인(www.2war.com)," 블로그, 2007.
- [3] McGonigal, Jane, "A Real Little Game : The Performance of belief in vervasive paly," DiGra proceeding, 2003.
- [4] D. Szulborski, "A Guide to Alternate Reality Gaming," New Fiction Publishing, LLC, 2005.
- [5] 요로다케시, "유너론 - 뇌를 향한 두렵도록 새로운 시선," 재인, 2006.
- [6] Ackoff, R.L, "Form Data to Wisdon," Journal of Applies systems analysis, Vol 16, 1989.
- [7] IGDA, "2006 Alternate Reality Games White Paper," IGDA ARG sig, 2007.
- [8] Howard Rheingold, "Smart Mobs : The next social revolution," copyrighted material, 2002.

저 자 소 개



김 재 하

- 1997년 : 송실대학교 대학원 컴퓨터공학 석사
- 2005년 : 송실대학교 대학원 컴퓨터공학 박사수료
- 2000년 ~ 현재 : 서울예술대학 디지털아프학부 교수
- 주관심분야 : Digital Contents, IPTV, Web2.0, Digital Convergence, 통신 및 방송 문화 정책.