

---

# 소셜네트워크게임의 성공요소 분석: 팜빌 게임을 중심으로

김종찬\* · 송승근\*\*

An Analysis for Success Factors of Social Network Game Towards Farmville Game

Jong-chan Kim\* · Seung-keun Song\*\*

---

이 논문은 2010년도 동서대학교 학술연구조성비 지원과제로 지원받았음

---

## 요 약

최근 소셜네트워크게임은 지인과의 관계에 중점을 두면서 여성 유저들과 40대 이상의 고연령층 유저들을 게임 시장으로 끌어내는 등 이용자층 확대에 큰 기여를 하고 있다. 그래서 소셜네트워크게임에 대한 관심과 산업적 확산이 폭발적인 데 반하여 소셜네트워크게임에 대한 학술적인 연구가 미흡하다. 본 연구는 게임전문가와의 심층면담을 통해 최근 성공한 소셜네트워크게임의 성공요인을 살펴보고 이에 대한 개발 지침을 마련하는데 목적이 있다. 소셜네트워크게임 가운데 상업적으로 성공하고 최고의 이용자 수를 갖고 있는 대표적인 게임인 팜빌을 대상으로 핵심 성공요인을 고찰하였다. 그 결과 사회적 교류, 간단한 인터페이스, 비동기 방식, 도구적 합리성 요인이 도출되었다. 본 연구결과를 통해 성공적인 소셜네트워크게임을 개발하기 위한 지침으로 활용될 것으로 기대된다.

## ABSTRACT

Currently social network games with an emphasis on the relationship between the friends, especially women users and the elderly users of over forties, have contributed to the expansion of game market attracting large audiences. Though recent interest in social network games and the explosive propagation of social network game into game industry, scholarly research for social network game is insufficient. The objective of the study is to explore the success factors for successful social network games through the depth interview with game experts. We suggest the guidelines for development of social network game. Commercial success of social network games and the number of users with the best game, farmville, were investigated for understanding key success factors in social network game field. As a result, social interaction, simple interface, asynchronous method, instrumental rationality factors have been identified. This result of the study will expect the guideline in order to develop a successful social network games.

## 키워드

소셜네트워크게임, 사회적 교류, 비동기 방식, 도구적 합리성

## Key word

Social Network Games, Social Interaction, Asynchronous Method, Instrumental Rationality

---

\* 순천대학교

접수일자 : 2010. 10. 29

\*\* 동서대학교 (교신저자, songsk@gdsu.dongseo.ac.kr)

## I. 서론

미국의 대표적인 소셜네트워크 서비스 페이스북의 성공을 통하여 소셜네트워크게임에 대한 관심이 증가되고 있다. 소셜네트워크게임은 소셜네트워크 서비스의 플랫폼 기반 위에서 작동하는 게임이다[1-3]. 소셜네트워크게임의 탄생배경에 대해서는 SNS에서 발전된 것이라는 주장과 게임에서 파생된 것이라는 주장이 엇갈린다. 소셜네트워크게임은 기존의 게임처럼 다른 유저와 대전을 통하여 승리를 거두는 것이 아니고, RPG 게임과 같이 아바타를 키워서 레벨업을 하는 것이 목적이 아니다. 반면 소셜네트워크게임은 비교적 단순한 물과 짧은 플레이 타임이 몰입감을 향상시키고, 플랫폼 사용자들에게 지인들과의 관계를 끈끈하게 하는 소통에 도구로 사용된다[4].

최근 각광을 받고 있는 소셜네트워크게임 개발사 Zynga의 가치 평가 33억 달러, EA 옵션포함 4억달러에 소셜네트워크게임 개발사 Playfish 인수, MS도 소셜네트워크게임 개발사 CrowdStar 인수 협상 돌입 등, 최근 게임계의 화두는 기존 게임사들의 소셜네트워크게임 진출이다. 이러한 관심은 미국을 넘어 전세계로 퍼지기 시작하여 인근 일본과 중국을 중심으로 확장되고 있는 추세이다. 국내에서는 싸이월드를 소유한 네이트의 앱스토어 오픈으로 시작되었습니다. 국내 마켓이 등장하면서 다수의 소셜 게임 개발사가 등장했다. 하지만 싸이월드에 맞는 최적화 부족 등으로 인하여 이용자가 감소되었다. 이런 이유로 국내 시장에서는 네이트와 네이버를 시작으로 많은 관심을 가지고 있는 상황이다. 이러한 산업적 확산과 발전에도 불구하고 소셜네트워크게임의 성공요인과 그 가능성에 대한 학술적인 고찰이 미흡한 현실이다[5-6].

소셜네트워크게임 개발 트렌드는 타이쿤류, 미니게임, RPG, 온라인 게임 연결형 등이 있다. 소셜네트워크게임이 활성화 되는 이유가 누구나 즐길 수 있기 때문에 진입장벽이 낮은 강점을 가지고 있다. 또한 게임을 하면서 사회적으로 인맥을 쉽게 구축할 수 있다. 게임상에서 친구가 되어서 게임에 참여하면 단순히 메시지를 주고받는 것보다 훨씬 더 친밀해진다. 소셜네트워크게임 업계는 기존 가입자 인프라를 바탕으로 게임 서비스를 하고 있다. 게임업계는 막강한 개발력과 플랫폼 기반을 중

심으로 소셜네트워크게임을 추가해서 블로그나 메신저 등으로 실시간으로 소통할 수 있다. 그래서 소셜네트워크게임은 새로운 커뮤니케이션 도구로 각광받고 있다 [6-8].

본 논문에서는 소셜네트워크게임 가운데 상업적으로 성공하고 최고의 접속자 수를 갖고 있는 대표적인 게임인 팸빌을 대상으로 핵심 성공요인을 고찰 하고자 한다.

## II. 선행연구 고찰

징가의 CEO 마크 핀커스(Mark Pincus)에 따르면 소셜 게임은 실제 친구, 자기 표현, 가치와 같은 세 가지 성공요인을 손꼽고 있다. 그 중에서 실제 친구라는 점을 가장 중요한 성공 요인으로 주장한다. 소셜 게임은 보편적으로 5분~10분 사이의 짧은 플레이 타임을 가지며 단순한 룰을 기반으로 구성되어 있다. 이러한 짧고 단순한 룰은 게임을 부담스럽게 느껴던 비 게이머들에게 게임의 존재를 알릴 수 있는 매력적인 수단이 되고 있다. 그리고 사회적 인적기반을 바탕으로 하여 구성원간의 상호소통과 교류를 통해 더 깊은 몰입감을 느낀다. 이런 소셜네트워크게임은 사용자 확보를 위해서 시간과 비용 절감, 바이러스 네트워킹을 통한 확대, 부담 없는 소셜 매개체, 짧은 플레이 타임과 단순한 룰, 끊임없는 연결성, 크로스 플랫폼 지원 용이성, 다운로드 및 인스톨이 필요 없는 접근성 등이 있다. 그 중에도 짧은 플레이 타임과 단순한 룰 때문에 많은 사람들에게 큰 관심을 갖게 되었다[11].

사람과 사람들 사이의 유대관계를 통해 재미를 얻는 특징을 가진 게임들은 장르의 접근 방식과 인적기반의 활용도에 따라 크게 소셜 캐주얼 게임, 멀티플레이 게임, MMO게임, 웹 게임으로 구분한다. 이중 소셜네트워크 게임은 사용자 데이터베이스를 기반으로 인적기반 네트워크 활용에 가장 의존도가 높은 소셜 캐주얼 게임을 보통 소셜 네트워 게임이라 부른다. 그럼 1은 사람들간의 유대를 기반으로 한다는 점에서 4가지 장르는 소셜 네트워 라는 공통분모가 있지만 이중 가장 인적관계 의존도가 높은 소셜 캐주얼 게임을 보통 소셜네트워크게임 이라고 한다.



그림 1. 게임 장르의 접근 방식과 인적기반의 활용도  
 Fig. 1 Social network game by the approach of the game genre and the human-based utilization

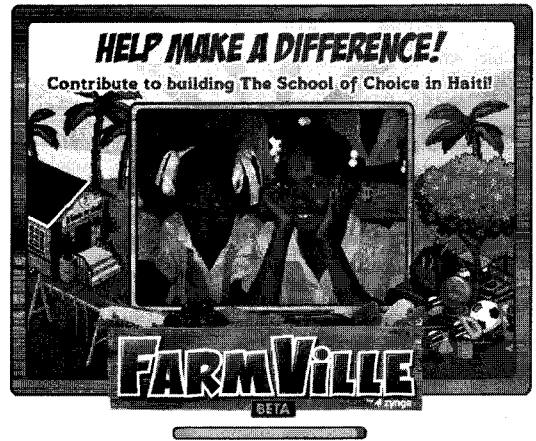


그림 2. 징가사의 육성게임인 팜빌 시작화면  
 Fig. 2 Intro sequence of 'Farmville', a simulation game of Zynga company

### III. 연구대상

전세계에 소셜네트워크게임 존재를 각인 시킨 회사가 징가라는 점에 의문을 가질 사람은 아무도 없다. 본 연구대상은 징가사의 게임 중 가장 성공한 팜빌 (Farmville)을 선택 하였다. 팜빌 게임을 선택한 이유는 상업적으로 성공하고 전세계적으로 가장 많은 유저들이 즐기는 소셜네트워크게임의 대표성을 띄고 있기 때문에 본 연구의 대상으로 채택하게 되었다. 팜빌 게임을 자세히 살펴보면 많은 건설 시뮬레이션이 취하는 모래 상자 놀이의 형태를 가진다[9-10]. 게임을 시작하면 조그마한 농장이 생기게 되고, 레벨이 증가되면서 꽃, 채소, 곡물, 나무, 동물 등을 육성하는 게임이다. 수확물에 따라 얻을 수 있는 금액이 다르고, 재배 기간도 달라서 개성에 따라서 다양한 재미를 준다. 그림 2는 징가사의 소셜네트워크게임 중에서 팜빌 시작화면을 나타낸다.

### IV. 연구방법

지금까지 소셜네트워크게임에 대한 성공요인은 주로 비 게이머에게 매력적인 의사소통의 수단으로 작동하고 캐주얼 게임과 같은 간단하면서 게임플레이시간이 짧아서 모든 연령층의 접근이 용이한 천변일률적인 주장만 제시 되고 있다. 이러한 주장을 겉으로 보이는 표층적인 현상들일뿐 소셜네트워크게임에 대한 근본적이면서 그 독특한 특질이 간과된 논의에 불과하다. 그래서 본 연구는 게임개발 경력 5년 이상 되는 4명의 게임 전문가들을 대상으로 심층면담을 통해 소셜네트워크 게임의 근본적인 성공요인이 무엇인지를 살펴보았다. 그 결과 사회적인 관계, 간단한 인터페이스, 비동기 방식, 도구적 합리성이란 합의에 도달할 수 있었다.

### V. 연구결과

게임전문가 심층면담 결과, 소셜네트워크게임의 성공요소는 사회적인 관계, 간단한 인터페이스, 비동기 방식, 도구적 합리성이 발견되었다.

### 5.1 사회적 관계

소셜네트워크게임을 하는 이유는 사회적 교류를 하기 위해서이다. 친구의 농장을 방문해서 비료를 뿌려주면 해당 칸에서 자라나는 농작물에 대하여 경험치를 준다. 그리고 이웃에게 공짜 선물을 보낼 수 있고, 선물을 통해서 건물도 짓고 농장을 발전시킬 수 있다. 기존의 게임에서는 자신의 게임 내에서 아이템이나 점수를 획득하는 차원에서 끝나는 반면 소셜네트워크게임의 경우 친구의 농장을 방문해서 일을 해주는 것과 선물하기 기능을 통하여 상호간의 교류와 소통을 활성화시켜준다. 이는 기존 캐주얼 게임과 다른 소셜네트워크게임만이 갖는 주요한 특징인 것이다. 그림 3은 상호 교류를 통하여 자신의 경험치를 증가시키는 것을 보여주고 있다.

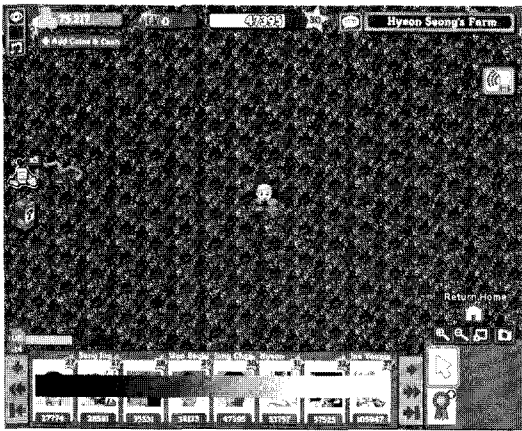


그림 3 이웃 간의 상호교류를 통하여 경험치 증가  
Fig. 3 The increment of the experiment value through the interaction between neighbors

### 5.2 간단한 인터페이스

소셜네트워크게임은 누구나 즐길 수 있는 간단한 인터페이스를 가지고 있다. 새로운 게임을 시작할 때 걸림돌이 되는 것이 새로운 인터페이스 학습해야 하는 문제이다. 하지만 대부분의 소셜네트워크게임들은 간단한 인터페이스를 가지고 있다. 목적이 게임 자체가 아닌 소셜 네트워킹이기 때문에 많은 버튼이나 창들이 필요하지 않다. 이렇게 손쉬운 인터페이스는 기존 게임의 주된 이용자들이 20대나 청소년층에서 초등학생, 여성, 노인층 등 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 게임이 되었다. 그

림 4는 월드오브워크래프트와 팜빌의 인터페이스를 비교하였다. 월드오브워크래프트는 인터페이스가 복잡하여 게임을 처음 시작하는 유저들에게는 복잡함을 느낀다. 그러나 팜빌의 인터페이스는 간단하여 초보자들도 쉽게 게임에 접할 수 있다.



(a)



(b)

그림 4. 월드오브워크래프트와 팜빌 인터페이스 비교  
(a) 월드오브워크래프트 인터페이스

(b) 팜빌 인터페이스

Fig. 4 The interface comparison of 'World of Warcraft' and 'Farmville'

(a) Interface of WoW (b) Interface of Farmville

- ① 해상도 조절, 효과음, 배경음악
- ② 현재보유 중인 코인, 캐쉬
- ③ 현재 경험치, 레벨, 경험치 게이지, 다음 레벨업 할 수 있는 경험치

- ④ 농장이름
- ⑤ 연료게이지, 현재가지고 있는 연료 개수
- ⑥ 이웃 목록 표시 창, 선물 보내기, 이웃농장 방문, 친구 초대 등
- ⑦ 돈보기(확대/축소), 전체화면, 농장 캡처, 일반 조작커서, 농작물 기계 선택, 코입, 리본, 켈렉션, 마켓, 선물상자로 나눈다.

5.3 비동기 방식

기존의 게임들의 상호작용은 실시간적인 피드백을 갖는다. 이를 동기적 접속 방식이라고 할 수 있다. 이러한 동기식 접속 방식 하에서 게임에서 만나고 있는 사람들은 실제 게임에 접속해 있는 것이다. 동시에 접속한 유저 간에만 교류가 발생하는 것이다. 이것이 동시접속을 기반으로 한 온라인게임의 특징인 것이다. 하지만 많은 소셜네트워크게임들은 동시에 접속하여 유대관계를 맺기 보다는 자신의 흔적을 이웃의 농장이나 담벼락에 남겨 놓음으로써 관계를 맺어 나간다. 그림 5는 담벼락에서 자신의 흔적과 이웃 간의 유대관계를 표현한 것이다. 이러한 비동기적인 방식은 유저에게 호기심을 유발하게 되고 이후 상대방이 어떠한 반응을 할지 궁금해져서 게임을 다시 방문하게 만들고 그 방문 횟수를 빈번하게 하는 촉매제로 작용한다는 것이다.



그림 5. 게시판을 통하여 자신의 흔적과 이웃 간의 유대관계를 표현

Fig. 5 Using a bulletin board, own trace and bond between neighbors are represented.

5.4 도구의 합리성

마지막 성공요인은 도구의 합리성을 이용한 몰입감 증가이다. 팜빌을 통하여 게임을 실행하는 동안 게임플레이어가 수행한 건 수확과 다시 재배할 농작물의 선택,

그리고 그렇게 얻은 경험치와 화폐에 기반해, 자신의 농장을 경영하는 선택 작업이다. 징가사의 팜빌은 씨뿌리기, 나무심기, 동물 기르기, 건물 짓기 등 다양한 선택작업이 중심적인 행동요소이다.

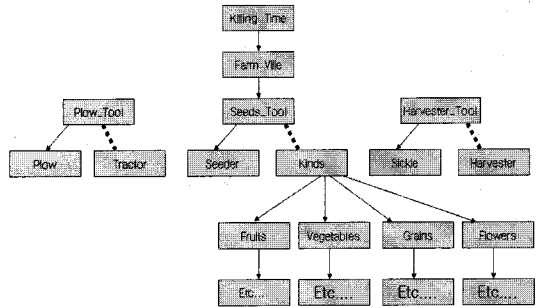


그림 6. 계층적 과업분석을 통한 팜빌 구성도  
Fig. 6 The configuration of 'Farmville' through hierarchical task analysis

농장을 운영하는 게이머의 가장 큰 관심은 시간 대비 경험치의 크기가 된다. 그림 6은 계층적 과업분석을 통한 팜빌의 구성도를 보여주고 있다.

소셜네트워크게임에서 공통적으로 나타나는 요소는 투입과 산출모델이다. 서로 다르지만 모두 투입하는 자원의 숫자와 산출되는 숫자간의 비례 관계가 중요한 판단의 기준이 된다. 우리는 이처럼 투입되는 자원과 산출의 관계를 판단하게 되는데 이를 도구적 합리성이라 부른다. 그래서 합리성과 효율성이 게임에 작동한 이후에는 게이플라이어는 끝없는 레벨 상승과 성장에 대한 충동에 사로잡히게 된다[9].



그림 7. 팜빌 농작물의 비용과 경험치

Fig. 7 The cost and experience value of 'Farmville' crops

예를 들면 딸기를 재배할 때 비용은 10, 경험치는 1, 수확시간은 4시간, 추수금액은 35원을 준다. 이에 반하여 콩은 재배할 비용은 15, 경험치는 2, 수확시간은 24시간, 추수금액은 63원을 준다. 이렇게 시간에 따른 노동의 계산을 비용과 투자로 계산하여 자본주의 경제적 이성으로 발전시킨다. 그림 7은 마켓을 통하여 농작물의 비용, 경험치, 수확시간 등을 나타낸다. 그림 8은 통하여 레벨 1부터 35까지 가격 대 성능비가 좋은 작물을 비교 분석하였다.

$$\text{가격대성능비} = \frac{(\text{판매가격} - \text{살때가격}) + 15}{\text{수확시간}} \quad (\text{식 1})$$

가격 대 성능 비가 높을수록 빠른 시간 내에 경험치, 돈을 많이 획득 할 수 있다. 레벨 35까지는 완두콩(peas)이 가격 대 성능 비도 좋고, 경험치도 +3으로 가장 높게 나왔다.

그리고 게임을 플레이 하면서 이웃과 친구들 간의 선물을 주고 받는 것에 대하여 자기만족과 가치를 느끼고 있다. 친구가 선물을 했는지 했다면 그에 대한 보답으로 다시 선물하는 이러한 플레이어 대한 몰입감을 느낀다.

Raspberries(라즈베리)	20	46	2	55	0
Strawberries(딸기)	10	35	4	25	1
Pumpkins(호박)	30	68	8	287	1
Cranberries(그랑베리)	55	98	10	28	1
Peppers(파프리카)	70	162	24	320	2
Blueberries(블루베리)	50	91	4	65	1
Tomato(토마토)	100	170	8	125	1
Sunflower(해바라기)	135	315	24	681	2
Green Tea(녹차)	105	191	10	71	1
Black Berries(블랙베리)	75	117	4	675	1
Peas(완두콩)	150	367	24	757	3

그림 8. 레벨 35까지 가격대 성능 비  
Fig. 8 The ratio of efficiency to value up to level 35

#### IV. 결론

소셜네트워크게임은 사용자들이 웹을 활용하여 게임을 소비하는 방식을 근본적으로 변화시키고 있다. 이러한 소셜네트워크에 대해 본 논문은 학술적 공헌도와 산업적 공헌도를 함께 갖고 있는 연구이다.

최근 소셜네트워크게임에 관한 연구를 살펴보면 학술적인 연구이기보다는 소셜네트워크게임에 대한 패러다임적 변화와 트렌드를 소개하고 있으며 새롭게 등장한 현상을 피상적 수준에서 나열한 것에 불과하다. 그러나 본 연구는 소셜네트워크게임의 독특한 특징을 학술적인 연구에 기초하여 이를 분석하고 그 결과에 대한 시사점을 모색한 학술적 공헌도가 있다고 할 수 있다. 뿐만 아니라 본 연구는 도출된 4가지 성공요인을 토대로 향후 어떠한 소셜네트워크 게임을 디자인해야 할지에 대한 개발 지침을 마련해 주었다는 점에서 산업적인 공헌도가 높은 연구라고 할 수 있다. 지금까지 등장한 대부분의 소셜네트워크 게임들이 농사를 짓고 건설하는 형태로 게임이 디자인되어 있지만 향후 이보다 더 다양한 주제로 우리를 찾아올 것으로 기대한다.

소셜네트워크게임의 문제점으로 지적받고 있는 것 중에는 짧은 플레이 시간과 우후죽순처럼 난무한 콘텐츠로 인하여 게이머의 충성도가 낮다는 지적이 많다. 향후 연구로서 이렇게 낮은 충성도를 높일 수 있는 방법이 있다면 어떠한 방안이 있을지 찾고 충성도를 높이는 게이머의 기저는 무엇인지 살펴볼 필요가 있겠다.

#### 참고문헌

- [1] 정유진, 배국진, "소셜네트워크서비스(SNS)의 동향과 전망," 한국과학기술정보연구원, Emerging Issue Report, 2008.
- [2] F. B. Viégas, J. Donath, "Social network visualization: Can we go beyond the graph," Workshop on Social Networks, CONFERENCE CSCW, pp.6~10, 2004.
- [3] C. B. John, W. Mitchell, "Got Game: How the Gamer Generation Is Reshaping Business Forever," Harvard Business Press, USA, 2004.
- [4] 김미진, 송승근, "퀘스트 시스템에 대한 게임플레이어의 감정패턴 분석: 마비노기 Tutorial Mode를 중심으로," 한국게임학회, Vol 10, no.4, pp.15~22, 2010.
- [5] 김태현, "실시간 소셜웹 주도권 경쟁 : 페이스북 vs 트위터 vs 구글플러스," KT경제경영연구소, 연구보고서, 2010.
- [6] <http://underboy.egloos.com/5253808>

- [7] 한혁수, 김초이, “소셜 네트워크 사이트와 웹 접근성 평가,” 감성과학, Vol. 12, No. 4, pp. 481-488, December 2009.
- [8] 김지용, 반영환, 정지홍, “Social Presence을 고려한 Social Network Game의 커뮤니케이션 연구,” 한국디자인학회 봄국제학술발표대회 논문집 pp. 68~69, 2010.
- [9] 박상우, “대중 문화 속에서의 게이머와 게임의 경제,” China and Korea New Challenge of Game Culture Crossing the Border, Inter-Asian Conference for Game Culture, Shanghai, China, 2010.7.31
- [10] 김신규, 엄현영, “초대형 사회망에서의 정보 흐름의 시각화 프레임워크,” 한국 인터넷 정보학회, Vol.10, no.3, pp. 131~140, 2009.
- [11] <http://2ndfinger.com/1040>

## 저자소개



김종찬(Jong-Chan Kim)

2000년 : 순천대학교  
전자계산학과(이학사)  
2002년 : 순천대학교  
컴퓨터과학과(이학석사)

2007년 : 순천대학교 컴퓨터과학과(이학박사)

※ 관심분야 : 3D Animation, Multimedia Design, HCI,  
VR Contents Design, Computer Graphics, Games



송승근(Seung-Keun Song)

2007년 : 연세대학교 인지과학  
(공학박사)  
1996년~1998: 대우통신(주)제품  
연구소 연구원

1999년~2000년: 한국과학기술연구원  
영상미디어센터 연구원

2006년~2008년: 문화체육관광부 게임물등급위원회  
전문위원 및 게임등급연구소 소장

2008년~현재: 동서대학교 디지털콘텐츠학부 조교수

※ 관심분야: HCI, 게임디자인, 게임기획 및 평가, 게임  
산업정책