소셜네트워크 게임(SNG)에 몰입하는 원인 분석 연구

김태규†, 유석호††, 경병표, 이완복

Social Network Games (SNG) to concentrate on the analysis of causes

Tae-Gyu Kim○, Seuc-Ho Ryu, Byung-Pyo Kyung, Wan-Bok Lee

요 약 최근 게임산업의 발전과 더불어 한편에서는 게임의 부작용에 대해서 우려를 표하고 있다. 이에 대한 일반화를 방지하기 위해서라도 게임의 다양화에 대한 노력은 필요하다. 그 일면으로 소셜네트워크 게임이라는 것이 대두되고 있다. 특히 몰입이라는 요소는 대중을 대상으로 하는 게임 개발에서는 간과에서는 안 될 중요한 요소이다. 본 연구에서는 몰입에 관한 기존 연구를 분석하고 라프코스터의 재미이론을 통해 추출된 요인을 기반으로 소셜네트워크 게임 사례분석을 통해 몰입 원인을 제시하였다.

주제어 : 소셜네트워크, SNG, 몰입, 재미이론, 경쟁

Abstract With the development of recent gaming industry in the production side of the game has expressed concern about. To avoid such generalizations about the diversification of the game for any effort is required. As an aspect of the game is that social networks are emerging. In particular, the element of commitment to targeting the public should not be in game development is an important factor in the liver. In this study, the analysis of previous studies on flow and Raph Koster fun theory is based on the theory extracted from the social network game cause flow through the case study is presented.

Key Words : social network, SNG, concentrate, fun theory, competition

1. 서론

최근 웹은 소통과 새로운 관계가 조직되는 사회적 공간으로써 논의가 확장되고 있으며, 게임 환경에서도 개방, 참여, 공유의 웹2.0기반의 사회적 네트워크(Social Network)의 중요성이 강조되고 있다. 이와 관련하여 온라인 게임 중에서도 SNG(Social Network Game)가 새로운 게임 트랜드 플랫폼으로 대두되고 있어 게임공간이 사회적 공간으로 확장 될 수 있다는 가능성이 현실화 되고 있다. 소셜 네트워크 게임(SNG, 혹은 소셜 게임)은 트위터, 블로그, 페이스북 과 같은 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 장점과 게임의 재미를 융합한 서비스를 말한다. 온라인게임과 SNS를 접목한 형태로, 게임을 즐기면서도 인맥을 구축할 수 있는 새로운 커뮤니케이션 수단으로 각광받고 있다. 소셜 네트워크 게임은 '게임'보다 '소셜' 특성을 보다 강조하는 개념이다. 기존 게임들이 게임의 재미 강화를 위해 네트워크 기술을 활용했다면 SNG는 이용자 간 네트워크를 돈독하게 하기 위해 게임을 이용한다. 즉, 게임 자체에 목적이 있다기보다는 소셜 네트워크 내 유저들의 상호작용을 촉진하는 데 초점이 맞춰져 있다[1]. SNG는 비(非)게이머인 SNS 유저들이 이용할 때 부담이 적고 인맥을 활용할 수 있어야 하므로, 단순하고 쉬우면서도 상호작용 촉진 요소가 포함된 게임이 대부분이며, 개발까지 오랜 시간이 걸리고 막대한 비용을 투자해야 하는 기존의 온라인게임과 달리 상대적으로 짧은 개발 기간, 적은 비용이 소요된다. 소셜네트워크 게임의 가장 큰 강점은 '실제친구와 경쟁' 한다는 것이다. 게임에 익숙한 새로운 세대가 열광할 만한 재미를 바탕으

† 서울호서전문학교 게임기획과 학과장
†† 공주대학교 게임디자인학과 교수 (교신저자)
논문접수 : 2012년 2월 6일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료 : 2012년 2월 17일

로 내 주변에 실제 관계를 맺고 있는 진짜 친구와 경쟁을 할 수 있다는 것이다. 이처럼 즐겁게 열중하기 위해 필요한 것이 몰입이라는 요소이다.

하지만 아직 소셜네트워크 게임에 대한 학문적 연구는 미비한 상태이며, 현재 주로 연구되고 있는 분야는 소셜게임의 사회성 관련 연구와 UI관련 부분이 대부분이다. 몰입이라는 요소는 대중을 대상으로 하는 게임 개발에서 간과해서는 안 될 중요한 요소이다. 기존 온라인 게임 몰입에 영향을 미치는 요소에 관한 연구로는 소셜네트워크 게임을 설명할 수 없다. 따라서 본 연구에서는 소셜네트워크 게임에 몰입하는 원인을 게임사례분석을 통해 추출하고자 한다. 이를 위해 몰입하는 요인을 라프코스터의 재미이론을 통해 추출된 요인들을 기반으로 소셜네트워크 게임 몰입 원인을 제시하고자 한다.

본 연구를 통해 제시된 원인들은 소셜네트워크 게임 개발 시 활용할 수 있는 중요한 요인이 될 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 소셜네트워크 게임

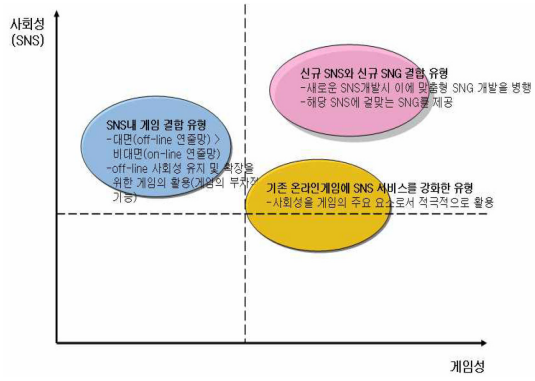
2.1.1 소셜네트워크 게임의 특징[2]

소셜네트워크 게임의 첫 번째 특징으로는 사용자 확보를 위한 시간과 비용 절감에 있다. 소셜네트워크 게임과 기본적인 특성이 흡사한 온라인 게임은 사용자 확보를 위한 인식 및 유치 기간이 존재 한다. 온라인 게임을 인식시키기 위한 마케팅과 온라인 게임에 머물게 하기 위한 오픈베타 기간을 넘어서야 자리 잡을 수 있는 1차 단계를 통과할 수 있지만, 소셜네트워크 게임은 소셜 네트워킹 서비스(SNS)가 확보하고 있는 회원을 대상으로 유치 작업을 진행할 수 있다. 예를 들면 Facebook 회원 3억 5천만명을 대상으로 유치 작업을 진행할 수 있어, 마케팅 비용을 절감이 가능하다. 두 번째는 바이러스 네트워킹을 통한 인맥 확대에 있다. 소셜네트워크 게임 특성상 친구를 초대해야 한다는 요인은 사용자 스스로 자신의 소셜 네트워킹을 바탕으로 주변으로 전염시키게 한다. SNS의 거미줄망처럼 복잡하게 연결된 관계망을 바탕으로 전염성이 강화된다. 세 번째는 부담없는 소셜 매개체를 통해 관계를 확장시키거나 유지시키기 위해 소셜 매개체가 필요하다. 이는 친구의 페이지를 찾아가 글을 남겨야 하거나, 함께 공감할 수 있는 꺼리를 찾아내는 것이 관계 유지의 필수 요소이다. 소셜네트워크 게임을 즐기면서 관계를 강화하거나 인맥을 확대한다. 네 번째는 짧은 플레이 타임과 단순한 룰에 기반하고 있어 5분 이내의 시간이면 게임의 룰을 모두 읽힐 수 있고 한번 플레이하는데 걸리는 시간도 매우 짧은 편이다.

2.1.2 소셜네트워크 게임(SNG)의 유형

소셜네트워크 게임을 SNS와의 결합에 따른 유형으로 구분하면 기존의 SNS에 게임을 접목한 유형, 기존의 온라인 게임에 SNS 기능을 강화한 유형, 신규 SNS를 개발하면서 이에 적합한 신규 소셜네트워크 게임을 결합한 유형으로 구분할 수 있다. 즉, 사회성과 게임성의 양 축을 중심으로 보다 중점을 두는 기준에 따라 각각을 분류해 볼 수 있다.[3]

〈표 1〉 SNG의 형태적 분류 : SNS와의 결합 유형 기준



한편, 소셜네트워크 게임의 플랫폼별 유형으로는 PC 온라인 기반, 모바일 기반(기존 피처폰, 스마트폰), 태블릿 PC, 온라인과 모바일간 연동 등으로 구분할 수 있다.

[표 2] 소셜네트워크 게임(SNG)의 형태적 분류 : 게임플랫폼 기준[4]

구분(플랫폼)	SNG 사례 (괄호는 제작사명)
PC 온라인 기반 SNG	Run away(모블리에), FarmVille(Zynga)
기존 모바일(피처폰) 기반 SNG	무게타서비스(KT, 엔타즈) 연동게임류
스마트폰, 태블릿 PC 기반 SNG	Angry Bird(Rovio) - Mafia Wars(Zynga)
온라인-모바일 연동형 SNG	Maplestory Mobile (Nexon Mobile) 등

2.1.3 소셜네트워크 게임의 성공 배경

소셜네트워크 게임이 불과 2~3년 만에 급속한 성장을 이룰 수 있었던 이유는 '다단계 마케팅'을 닮았기 때문이다. 대부분의 인기 있는 소셜네트워크 게임은 자연스럽게 기존 이용자가 다른 이용자를 끌어오도록 하는 장치가 숨어있다. 가령 온라인게임에서는 본인의 노력에 따라 캐릭터의 성장 여부가 결정되지만 소셜네트워크 게임에서는 친구가 없으면 언제나 한계에 부딪치도록 게임이 설계되어 있다. 뛰어난 접근성도 소셜네트워크 게임만의 강점이다. 웹 게임처럼 별다른 설치 없이 플레이가 가능하고, 언제 어디서든 설치/이용/삭제가 자유롭다[5].

수익모델로 온라인게임의 부분유료화를 채택한 점도 접근성을 극대화하는 요소가 됐다. 돈을 쓰지 않아도 게임을 진행하는데 결코 무리가 없다. 돈을 지불해 아이템을 구입하는 것은 어디까지나 이용자의 몫이다. 소셜네트워크 게임은 평소 게임을 잘 즐기지 않는 이용자층을 주로 타깃으로 한다. 애당초 SNS를 이용하는 불특정 다수를 상대로 개발된 게임이기 때문이다. 덕분에 소셜네트워크 게임은 여전히 높은 성장잠재력을 평가받고 있다. 실제로 지난해 북미 지역에서 온라인게임의 성장률은 7%였던 데 반해 소셜네트워크 게임은 무려 327%를 기록했다.

2.2 라프코스터의 재미이론

재미있는 게임은 곧 유저들이 몰입할 수 있는 게임이라고 한다. 라프코스터(Raph Koster, 2005)는 몰입하는 게임은 [표 3]과 같은 기본요소들을 포함하고 있다고 한다[6].

〈표 3〉 몰입하는 게임들의 기본요소

분류	내용
준비	주어진 과제 전 선택할 수 있는 요소
공간감	게임의 지형, 플레이어 사이의 관계
정연한 핵심구조	게임의 핵심적인 구조 또는 시스템
일련의 도전	도전을 위한 요소, 규칙변화
대결을 위해 필요한 능력	보다 많은 가능성 제시를 통한 발전
능력을 사용하기 위한 기술	플레이어 능력 사용을 위한 선택요소

게임에서 준비가 필요 없으면 게임이 너무 운에 의존하는 것 같고, 공간감이 없는 게임은 시시하다고 느낄 수 있으며, 핵심구조가 없으면 게임이 아닌 놀이에 불과하다. 또한 일련의 도전이 없으면 게임이 너무 빨리 종료되고, 선택할 능력이 많지 않으면 게임이 자칫 단순해지기 쉽다. 그리고 기술이 요구되지 않는 게임은 금방 지루해질 수 있다.

2.3 게임몰입에 관한 연구

채규진, 조영희, 양성경(2006)은 몰입이란 한 개인이 수행하는 활동이나 과제에 대한 도전감과 숙련도가 일정 수준 이상이고 이들이 서로 균형을 이룰 때 자신에게 주어진 일에 능동적으로 참여하여 진행에 나가는 과정을 가장 긍정적으로 해석하여 최적의 경험을 하고 있다고 느끼게 되어 그 일에 완전히 빠져드는 것을 의미한다. 몰입 경험은 Hoffman and Novak(1996)에 의하여 WWW(World Wide Web)과 같은 온라인 환경에서의 소비자 항해 행동을 이해하는데 필수적인 개념으로 제안되었다. 이들은 인터넷 이용자의 몰입이 높으면 웹사이트의 반복적인 방문이 높다고 하였으며 성공적인 마케팅 활동을 하기 위해서는 몰입을 충분히 활용해야 한다고 강조하였다. 몰입은 지금의 경험 상태를 최적의 경험으로 느끼는 상태를 말하며 이것은 의식의 질서 또는 균형이라 한다. 즉 의식의 질서란 외적인 보상이 없어도 흥미와 재미를 통해 행동을 지속할 수 있는 행동유발의 심리적 균형 상태를 말하며, 이 상태가 지속되면 시간의 관념과 공간개념이 의식에서 사라지면서 활동 자체에 몰입을 하게 되는 현상을 말한다. 김명소(1999)는 몰입이란 행동 그 자체가 흥미롭고 즐거운 것으로써 외부적인 보상이 없더하도 지속되는 행동을 통해, 전체적인 경험으로 시간과 공간개념을 의식하지 않고 활동자체에 몰두하여 모든 것이 자연스럽게 흐르는 듯한 느낌을 갖게 되는 상태를 말하는 것이라 하였다.

기존 많은 연구자들에 의해서 몰입이 많은 연구가 되었는데 대부분의 개념적 정의가 직관적이고 정확히 조작적으로 정의되지 못하고 있다. 하지만, 이들의 개념적 정의로부터 추출해 낼 수 있는 공통적인 몰입의 구성요소가 있는데, 그것은 재미, 즐거움, 기쁨, 최적의 경험, 주의집중, 숙련도와 도전감의 균형, 호기심, 시간의 망각 등이다. 즉 몰입이라는 것은 어떤 행위가 도전적으로 느껴지고 그것을 할 수 있는 숙련도를 지녔을 때 재미와 즐거움,

기쁨을 느끼는 최적의 경험이라고 정의할 수 있겠다.

사실 게임에서 '몰입'이나 '중독'이라 함은 게임을 바라보는 시선의 차이가 있을 뿐 사실상 게임에 깊게 빠진다는 의미에서 일맥상통한다. 그래서 몰입도가 높으면 당연히 쉽게 중독에 빠지기 때문에 스스로 자기 조절 능력이 결여된 성인은 물론 학습에 몰두해야 하는 학생들에게 게임이란 치명적 유혹이 될 수 있을 것이다. 그럼에도 불구하고 대중을 대상으로 한 게임 산업에서 몰입을 유발하지 않는 게임을 개발한다는 건 개발사의 존폐를 가름할 정도로 중요하기 때문에 몰입감을 높이는 연구는 계속되고 있는 것이다[7].

본 연구에서는 관련 연구자들이 내린 게임 몰입에 대한 정의를 바탕으로 소셜네트워크 게임에서 플레이어들이 경험하는 몰입이란 "소셜네트워크 게임을 이용하는 사람들이 게임에 완전히 빠져든 최적의 상태"라고 정의 내리도록 한다.

3. 소셜네트워크게임에 몰입하는 원인

3.1 연구설계

본 연구는 소셜네트워크 게임을 새로운 플랫폼으로 정의하고 몰입에 영향을 미치는 원인을 분석하고자 한다. 몰입성을 위한 라프코스터의 재미이론 및 연구 요소와의 관계도를 살펴보고 어떤 원인이 소셜네트워크 게임에 영향을 주는지 각 세부요인에 대한 연구 모형을 제시한다.

선행연구와 이론에서 소셜네트워크 게임의 궁극적인 몰입성인 '재미'를 제공해 주기 위해서는 라프코스터가 제시한 '준비', '공간감', '정연한 핵심구조', '일련의 도전', '대결을 위해 필요한 능력'의 재미요소들이 필요하다고 볼 수 있고, 이는 소셜네트워크 게임에 몰입하는 원인과 상호 관계가 있다.

3.2 SNG 사례 분석

3.2.1 햇빛목장

햇빛 목장은 소셜네트워크 게임 중 하나이다. 햇빛 목장은 재배와 목장으로 구분 지어지고, 이곳에서 식물이나 동물을 키워 밭과 목장을 육성해 나가는 시뮬레이션 게임이다. 1촌들끼리 농장, 목장에 물도 주고 벌레를 놓기도 하고 잡기도 하며 함께 게임을 진행 할 수 있습니다. 이 게임의 큰 몰입요소는 범죄이다. 즉 1촌의 농장, 목장에서 다 자란 농작물과 가축을 훔치기입니다. 많은 시간을 들이지 않고 1촌들의 인맥관리가 가능하고, 짧은 시간에 게임을 즐길 수 있어 많은 유저들이 즐기고 있는 게임이다. 햇빛목장의 주된 내용은 농장 경영이나 도시 건설처럼 많은 사람들이 관계를 맺으며 서로 도와 임무를 수행해가는 방식을 가지고 있습니다. 목적을 이루기 위해서는 많은 조력자가 필요하기 때문에 불러서 일을 시키거나, 남의 농장에 가서 아르바이트를 하는 방식인데 이를 매개로 참여자간에는 자연스럽게 관계가 진전됩니다. 늘 휴대하는 스마트폰의 특성을 살려 '씨뿌릴 때' '거둘 때' 등 게임에서 조작이 필요한 순간을 알려주는 기능도 PC게임과 차별점이라고 볼 수 있습니다.

[그림 1] 햇빛목장 플레이화면

3.2.2 런어웨이(Run Away)[8]

'런어웨이'는 3차원 공간상에서 달리는 캐릭터를 하나의 키로만 조작해 점프시켜 장애물을 넘는 게임으로 '원키(One Key)'조작 방식을 도입한 '놈'시리즈와 비슷한 방식이다. 단순하기로는 이것을 따라갈 것이 없다. 게임을 시작하면 여전사가 무조건 달린다. 플레이어는 마우스 클릭으로 점프만 할 뿐, 장애물과 낭떠러지는 점프로 피한다. 또한 에너지가 있어 달릴수록 에너지는 감소하고 에너지가 떨어지면 게임이 끝이나기 때문에 필히 중간 중간에 에너지를 섭취해야 한다. 게임 러닝타임도 몇 분 조차 되지 않아 인기를 끌고 있다. 게임방법과 조작방법이 너무 단순해 처음 접해보는 사람도 적응만 하면 게임을 즐길 수 있다. 또한 게임 창 아래 일촌들의 기록이

실시간으로 나온다는 점이다. 일촌들의 기록을 보고 있으면 순위 경쟁이 되어서 긴장감을 더해준다. 주의해야 할 점은 과도한 순위경쟁으로 인해 과몰입이 되면 다른 게임보다 빠져나오기 힘들다는 것이다. '유니티(Unity)' 엔진을 적용해 다운로드 없이 플러그인만 설치하면 웹브라우저에서 스트리밍으로 실행되며, 또한, 익스플로러, 파이어폭스, 사파리 등 대부분의 웹브라우저에서 실행이 가능하다.

[그림 2] 런어웨이 플레이화면

3.2.3 팜빌(Farmvile)

'팜빌'은 Zynga 사의 브라우저 기반의 실시간 농장육성 게임입니다. 실시간으로 밭에 농작물을 키워서 수확하고 소, 돼지를 키우는 목가적인 게임이다. 실시간 게임인 만큼 시간의 개념이 돈만큼 중요합니다. 그래서 돈을 시간으로, 시간을 돈으로 교환할 수 있습니다. 농장 육성 시뮬레이션 게임으로 밭을 갈고 씨를 심어서 시간이 지나면 수확을 합니다. 나무를 심어놓고 몇일인가 지나면 과일을 딸 수 있고 가축을 풀어놓고 몇일 지나면 달걀이나 양털, 우유 등을 거두어 들일 수 있습니다. 이렇게 벌어들인 돈으로 다시 투자를 하고 재산을 불려서 농장을 확장하는 시스템입니다. 육성 게임인 만큼 레벨이 있고, 경험치를 쌓으면 레벨업을 합니다. '팜빌'에서의 사용자는 친구의 증가를 통해 영토의 확장을 기대하고 실현한다. 사용자에게 친구는 이제 더 이상 친구 그 자체가 아닌 소유를 증가시키기 위한 자원이 된다. 인적자원은 게임하단에 목록화 되어 게임 랭킹 순으로 수치화 되어 게임 상단에 게임머니와 게임 레벨 점수로 나타난다. 게임 내 능력을 가시적으로 보여주는 물적자원과 인적자원의 수치화와 목록화는 사용자의 소유현황을 한눈에 보여준다.

[그림 3] 팜빌 플레이화면

3.3 연구 원인 분석 결과

햇빛목장, 런어웨이, 팜빌 세가지 소셜네트워크 게임(SNG)의 유형분석을 통해 게임에 관련된 특징을 제시하고 라프코스터의 재미이론 요소 분석을 통한 모형제시를 통해 몰입 원인 요소를 정리해 보았다.

〈표 4〉 재미이론에 따른 소셜네트워크 게임 몰입 원인 요소

SNG / 몰입요소	햇빛목장	런어웨이	팜빌
준비	· 가축이나 농장 재배에 관한 변수나 자신이 관리 해야 할 목록에 대해 자세히 설명하고 있다. · 게임플레이에 필요한 GUI를 설명하고 있다	· Run Away는 맨 처음 화면부터 일촌들의 랭킹과 점수를 공개하여 유저에게 호기심과 경쟁 욕구를 불러 일으키고 "오늘은 저 친구보다 랭킹을 더 높여야지!"라는 마음이 생길만큼 게임을 하고 싶은 욕구가 들게 한다. 또한 게임을 처음 접하는	· 유저와 유저간의 입 소문에 의해서 게임을 접하게 되는 경우가 페이스북의 체계로 잡혀 있고 따로 검색이 가능하지만 페이스북 에서는 따로 목록을 만들어 놓고 있지는 않아서 접근성에 대해서는 친구를 통하는 방법이 가장 쉬운 방법이며 팜빌의 처음 목표 설정 또한

		초보자를 돕기 위해 자동 듀토리얼을 진행 하며 처음 듀토리얼을 진행하면 게임 내의 액션, 소비 아이템을 살 수 있는 3000린을 보상으로 준다. 듀토리얼의 첫 순서는 게임의 기본이라고 할 수 있는 점프 뛰는 타이밍과 방식에 대해 알려주는 것이고 두 번째로는 롱 점프 세 번째에는 더블 점프를 어떻게 뛰는지 알려주는 등 게임에 필수적으로 필요한 기술들을 가르쳐 주는 방식으로 게임을 처음 하는 유저들도 쉽게 즐길 수 있게끔 접근성을 높여 주었다.	자유롭게 하게 되어있다. 어느 미션을 해결하기 위해 하는 게임 플레이가 아닌 꾸미고 키우는 것을 게임의 목표로 제시한다.
공간감	· 돈을 벌게 되면 목장의 건물이나 화면상의 배경을 구입할 수 있다. · 목축을 하는 곳으로 이동하여 자신의 가축이 어떤 가축인지 몇 마리 인지 볼 수 있게 제시되어 있다.	· 횡 스크롤 형태로 되어 있는 Run Away는 간단한 게임이므로 지형 구조가 크게 복잡하지 않고 장애물과 다른 높이의 벽만 있는 구조로 되어있고, 3D로 만들어졌기에 한 방향으로만 달리는 캐릭터가 좀 더 입체적으로 뛰는 것처럼 보인다.	· 공간의 크기에 대해서 기본적으로 우선 제시가 되며 유저가 점차 공간을 늘려가는 방식의 진행이 되어서 유저가 성장을 하면 할수록 좀 더 넓은 지형을 주어지게 된다. · 우월감에 대해서 유저에게 몰입을 할 수 있게 하며 공간에 가지고 있는 소지금을 이용하여서 꾸미는 방식의 룰이 적용되어서 공간에 대해서 자유롭게 제한을 두었다.
정연한 핵심구조	· 친구를 초대하면 할수록 이쁜 나비라는 것을 획득할 수 있다. · 친구의 목장을 방문하는 것이 가능하다. 친구목장의 가축이나 작물을 대신 관리하거나 물건을 훔치는 등의 행위를 통해 경험치를 얻을 수 있다. · 친구의 목장을 가축이나 작물을 대신 관리하는 것이 가능하다. · 화면GUI에 상점, 친구리스트, 창고아이콘을 배치하여 자신이 가진 아이템이나 살 수 있는 아이템, 친구들의 상황을 쉽게 볼 수 있다. · 친구를 많이 초대하면 경험치나 포인트를 얻어 유용하게 활용할 수 있다.	· Run Away의 SNG 요소 첫 번째로는 싸이월드와 네이트온이 연동이 되어 있는 상태이기 때문에 자신의 일촌들 중 Run Away를 즐기는 사람들이 늘어나면 늘어날수록 에너지 MAX가 증가하며 만약 자기가 초대한 일촌이 수락을 할 시 코인 팩을 받을 수 있다. · 두 번째로는 게임을 플레이 할 때 필요한 코인이 0개가 되었을 때 게임 플레이를 해보지 못한 일촌을 게임으로 초대하여 코인을 충전 할 수 있고 접속 중인 일촌에게 코인팩을 교환하여 충전을 요청하면 요청을 받은 일촌은 수락을 하게 되면 보상으로 런을 받을 수 있고 요청을 한 사람은 코인을 받게 되니 일석 이조의	· 단순한 클릭구조 - 단순한 원 클릭으로 인해 간단한 조작으로 누구나 즐길 수 있으며 플레이 시간 또한 짧게 만들어 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 구조로 구성이 되어 있었다. · 성장요소 - 작물이 땅을 파고 씨를 심고 자라면 수확을 하고 땅을 갈고… 관리가 소홀해지면 작물이 시들어져 버려서 성장에 대한 큰 요소를 전부 접목하여 작물이 시들지 않도록 하기 위해서 매번 접속하게 만든다. · 작물 성장시간 - 작물의 성장시간을 두어서 그 시간 안에 아무런 행동을 하지 않아도 시간은 그대로 지

		효과를 볼 수 있다. · 세 번째로는 게임상에서 일촌들에게 자신이 하고 싶은 말, 메시지를 남길 수 있는 메시지 시스템으로 게임을 하다가 일촌이 남겨둔 메시지를 보면서 웃게 만들 수 있는 핵심 커뮤니케이션 역할을 해주었다.	나가며 유저에게 있어서 짧은 시간 안에 간단하게 즐기는 요소를 강조한 구조
일련의 도전	· 단모작 제품과 다모작 제품이 있어 유저가 돈이 없어도 물 관리만 잘해주면 다시 과실이 열리는 다모작 종자가 있다. · 가축이 어느 정도 성장하게 되면 사냥이 가능해 가축을 다시 살 필요 없이 어린 가축부터 키울 수 있다. · 작물의 증수량이 낮을 때 정리정돈을 하면 증수량을 늘릴 수 있고, 계속 작물에 대한 관리만 잘해주면 더 많은 수확도 가능하다.	· 네이트온, 싸이월드 등의 연동이 되어 있기에 만약에 유저의 일촌이 유저보다 점수를 높여서 랭킹을 앞섰다면 유저에게 그 사실을 알려주어 유저에게 경쟁심을 유발 시키고 다시금 게임의 참여 할 수 있게 하였고 올라가는 점수와 랭킹을 보면서 만족감을 느끼게 되는 유저들은 자신의 기록을 지인들에게 자랑할 수 있는 랭킹/기록 시스템 덕분에 더욱 더 좋은 기록을 세우려고 노력을 하게 되고 그로 인해 도전 정신이 생겨서 게임의 지속적으로 접속을 하게 된다. 또한 전체 랭킹 100위 안에 드는 사람의 싸이월드와 이름이 공개되어 랭커들을 위한 이벤트를 열어 랭킹 안에 든 유저들에게 상품을 주는 등 이러한 랭킹시스템을 이용하여 커뮤니티는 물론 게임의 도전욕구를 더욱 증가 시켰다.	· 유저와 유저간의 도전요소가 돈, 레벨, 꾸밈상태 정도로 우선 많은 작물로 돈을 벌어서 친구간의 자랑이나 레벨에 의한 순위경쟁 그리고 자신의 농장을 꾸미는 방식의 진행이 되며 이 부분에서 유저와 유저간의 대결 구도가 결정되어지지만 심적으로 경쟁을 유도할 뿐 표출되지는 않는 부분이다. 하지만 심적으로 경쟁이 유도되기 때문에 직접적으로 보이지 않아 계속 접속하게 되며 그만큼 성장되는 모습을 보여주어서 계속적인 관리를 하게 만들고 접속하게 만드는 것 같다.
대결을 위해 필요한 능력	· 처음엔 재배 밖에 못하나 레벨 8부터 목축업이 가능하다. 또한 레벨이 15이상이면 목장 경영도 가능하다. · 개를 키우게 되면 자신을 방해하는 유저나 자신의 땅을 지킬 수 있다. · 관개시설을 늘리면 동물의 능력 또한 상승한다.	· 장애물이 안드로이드 앞에 있을 때 필요한 상황판단능력 · 에너지가 부족할 때나 능력치를 상승 시켜주는 아이템 · 타이밍에 맞춰 적절하게 뛰어넘는 순간적인센스 · 안드로이드를 커스터마이징 할 수 있으며 능력치를 상승시켜주는 의상아이템	· 친구간의 심적 대결이 된다면 우선 우월감이 심한 유저에게 유료아이템을 판매하여 친구를 따라 잡을 수 있는 여러 가지의 아이템으로 대결을 하거나 유저의 성실성이 10이 만점이라고 봤을 때 상대 친구가 7의 성실성을 가지고 있다면 자신은 8의 성실성을 가지도록 하여 대결을 하게 한다. 이 과정에서 유료아이템도 아이템이지만 게임의 몰입에 대해서 이 게임은 가장 좋은 대결을 위해 필요한 능력을 자주 접속하는 성실성을 가장 필요로 하는 것 같다.
능력을 사용하기 위한 기술	· 가축을 키우는데 있어 특정한 조건을 만족하면 사료가 제공되며 사료를 어떻게 사용여부에 따라 관리해야할 목록이	· Run Away의 특이 시스템 중 날씨에 따라 에너지 소모량이 변하는 날씨 시스템이 있다.	· 새로운 작물 - 계속적인 레벨 업으로 다른 레벨의 작물을 기르며 작물 재배 시간도 증가

	많아짐. · 레벨에 따른 추천 사육동물이 다르다. 레벨5 - 1순위 소홍오리 레벨6 - 1순위 소홍오리(경험치), 2순위 오골계(돈) 레벨7 - 1순위 집거위 레벨8 - 1순위 북경오리 레벨12 - 1순위 포전검은오리 레벨15 - 1순위 염소 레벨19 - 1순위 일반 젖소 레벨20 - 1순위 일반 젖소	이 시스템은 총 3가지(맑음, 비, 눈)가 존재하며 비나 눈이 올 때면 에너지가 금방 소모된다. 또한 이동 거리가 멀리 갈수록 난이도가 점점 어려워져서 에너지를 충전 시킬 수 있는 액션 존이 줄어들고 장애물도 더욱 많아지고 어려워진다.	되며 전체적으로 작물의 성장수치가 상승하여 시간은 걸리지만 딱히 필요한 기술은 기다림 밖에 없다. · 꾸미는 능력 - 유저의 농장을 디자인적으로 멋있게 만들어서 다른 친구들에게 자랑하는 요소로 디자인적으로 눈썰미가 좋은 기술이 좋으면 다른 친구들에게 인정을 받는다.

4. 결과 및 향후과제

본 연구는 다양한 소셜네트워크 게임(SNG) 중 유저 접근성이 높은 햇빛목장, 런어웨이, 팜빌 3종의 사례연구를 통하여 게임에 몰입하는 원인을 분석하고 그 요소에 대해 살펴보았다. 몰입성을 향상시키기 위해서는 라프코스터의 6가지 재미요소의 하위 컨텐츠인 초보자의 흥미를 유발시킬 수 있는 부분에 신경을 써야 하며 궁극적인 목표 및 하위 목표를 명확하게 인지하기 위한 학습적인 기능도 제공해주어야 하며, 게임의 진행에 대한 정보의 가독성 및 편의성과 게임 내에서 다양하게 즐길 수 있는 도전감 제공과 각 시스템에 대한 빠른 보상, 게임을 즐기는데 있어서의 이용에 대한 기대감과 긍정적 감정, 새로운 곳에서의 도전을 위한 탐색적 행위와 게임의 핵심적인 플레이어의 능력을 사용해주는 스킬 등의 각각의 컨텐츠가 강한 유기적인 관계를 가지면서 전체적인 유기적인 요소의 상호작용에 의한 다양하고 빠른 패턴변화속도를 제공해 주어야 한다. 향후 연구에서는 실제 게임시스템에 적용을 통해서 유기적인 관계를 가지고 있는 요소 중 어떠한 핵심적인 컨텐츠가 몰입성에 보다 많은 영향을 미쳤는지에 대해서 보다 세부적인 연구에 대한 검증도 필요하다.

참 고 문 헌

[1] 소셜네트워크게임(SNG) 시장 현황 및 전망, DMC 미디어, 2010
[2] http://2ndfinger.com/1041
[3] 홍유진, 소셜 네트워크 게임(SNG)의 현황과 전망, 한국콘텐츠진흥원, 2010.12
[4] 임석영, 마케팅으로서 소셜게임의 가능성과 접근 전략, CHEIL WORLDWIDE, 2010.9
[5] 문영근, SNG(Social Network Game), 2010.10
[6] Raph Koster, 역 안소현, '라프코스터의 재미이론', 2005, 디지털미디어리서치
[7] 강경석, 컴퓨터게임의 몰입기제에 관한 연구, 연세대학교 신문방송학 석사학위 논문, 2000
[8] 김태규, SNG에서의 사회적 기능 요소에 관한 연구, 한국컴퓨터게임학회, 2010.6

김 태 규

· 2002년 : 세종대학교 디지털컨텐츠학(학사)
· 2006년 : 광운대학교 교육용게임학과(석사)
· 2010년 ~ 현재 : 공주대학교 게임디자인학과 박사과정
· 2006년 ~ 현재 : 서울호서전문학교 게임기획과 학과장
· 관심분야 : SNG, 기능성게임
· E-Mail : hoseogame@paran.com

유 석 호

- 1997년 2월 : 뉴욕공대 커뮤니케이션 아트 졸업
- 2003년 3월-현재 : 공주대학교 게임디자인학과 교수
- 관심분야 : 게임그래픽디자인, 멀티미디어

경 병 표

- 1994년 3월 : 일본 큐슈예술공과대학 예술공학과 정보전달전공(예술공학석사)
- 2002년 3월-현재 : 공주대학교 게임디자인학과 교수
- 관심분야 : 게임디자인, 컴퓨터그래픽, 멀티미디어

이 완 복

- 2004년 2월 : KAIST 전자전산학과 전기및전자공학 전공(공학박사)
- 2007년 3월-현재 : 공주대학교 게임디자인학과 교수
- 관심분야 : 게임엔진, 시뮬레이션, 이산사건시스템