

# 트랜스미디어와 게이미피케이션의 결합과 게임 디자인의 구조에 대한 고찰

조일현

상명대학교 사진영상콘텐츠학과 강사

## A study on the combination of transmedia and gamification and the structure of game design

CHO, Il-hyun

Lecturer of SangMyung University, Department of Photographic and Digital Contents

요 약 미디어 환경과 콘텐츠의 제작 기술이 급속히 발달하면서 멀티 플랫폼 기반의 융·복합 트랜스미디어 시대가 대두되었고, 트랜스미디어 콘텐츠를 통한 의사소통 방식이 주목받게 되었다. 트랜스미디어 콘텐츠는 개별적 콘텐츠가 멀티 플랫폼으로 트랜스 되는 개념을 말하며, 이 때 컨버전스라는 확장된 세계관을 구축하게 되는데, 또한 이 과정에서 발생되는 인터랙션은 콘텐츠의 진행에 있어 매우 중요하면서도 통제하기 어려운 요인으로 작용한다. 본 논문에서는 이에 대한 해결 방안으로써 트랜스미디어 콘텐츠와 게이미피케이션 개념과의 결합에 주목하였고, 게임 디자인을 실행하기 위한 분석 및 접근법에 관한 이론체계인 'MDA 프레임 워크'를 기반으로 게임 디자인의 구조를 살펴보았다. 기술과 감성의 밸런스를 통한, 가치와 재미의 경험에 대한 예측 체계를 세우는 원론적인 게임 디자인의 구조에 대한 고찰이 트랜스미디어 콘텐츠 설계에 있어 기초적 토대로써 도움이 될 것으로 기대한다.

주제어 : 트랜스미디어, 트랜스미디어 콘텐츠, 게이미피케이션, 게임 구조, MDA 프레임 워크

Abstract With the rapid development of media environment and contents production technology, the era of multi-platform convergence transmedia has emerged, and communication method through trans media contents has attracted attention. Transmedia content refers to the concept of translating individual content into multi-platforms, which creates an expanded worldview of convergence. In addition, the interaction generated in this process is very important and difficult to control in the progress of the content. In this paper, we focused on the combination of transmedia content and gamification concept as a solution, and based on the 'MDA framework' which is a theoretical system of analysis and approach for implementing game design, We looked at the structure. It is expected that a review of the fundamental game design structure, which establishes a prediction system of value and fun experiences through the balance of technology and emotions, will be helpful as a basis for designing trans media contents.

Key Words : Transmedia, Transmedia Contents, Gamification, Game Structure, MDA framework

## 1. 서론

미디어(media) 환경과 콘텐츠(contents)의 제작 기술이 급속히 발달하면서 멀티 플랫폼(multi platform) 기반의 트랜스미디어(transmedia) 시대가 도래 하였고, 트랜스미디어 콘텐츠를 통한 의사소통 방식이 주목받게 되었다. 트랜스미디어 콘텐츠는 개별적 콘텐츠가 멀티 플랫폼으로 전이되는데 있어 컨버전스(convergence)라는 확장된 세계관을 구축하게 된다. 이 과정에서 발생하는 인터랙션은 콘텐츠의 진행에 있어 매우 중요하면서도 통제하기 어려운 요인으로 작용하며, 이에 대한 해결 방안으로써 콘텐츠의 진지한 목적에 재미요소를 지닌 게임의 진행 방식을 도입한 게이미피케이션(Gamification) 개념과의 결합이 시도되었다. 그런데 트랜스 미디어와 게이미피케이션의 결합에 있어, 콘텐츠의 중심부에 진입하여 역동적으로 활약하게 되는 유저의 행위 결과에 따른 인터랙션을 설계하기 위해서는 디자인 구조에 대한 명확한 기준에 의한 감정 및 문화적 배경을 고려한 예측체계가 필요하다고 사료된다. 본 논문에서는 트랜스미디어 및 트랜스미디어 콘텐츠의 이해와 게이미피케이션에 대한 개념적 이해를 바탕으로, 트랜스미디어와 게이미피케이션이라는 두 개념의 결합에 대하여 정리하고, 게임디자인의 구조 및 내용에 관하여 원론적으로 고찰해 봄으로써, 정보전달의 수단인 융복합 트랜스미디어 콘텐츠가 유저와의 인터랙션에 잘 대응하며 보다 창의적이고 가치 있는 방향으로 연결성 및 확장성을 발휘하는데 있어 도움이 되고자 한다[1].

## 2. 본론

### 2.1 트랜스미디어 이해

#### 2.1.1 트랜스미디어 개념

트랜스미디어(transmedia)라는 용어는 횡단, 초월이라는 의미의 트랜스(trans)와 매체를 뜻하는 미디어(media)가 결합된 말로써, 각기 다른 매체가 융합되는 현상으로 해석되는 것이 일반적이다[2]. 기술적인 면으로는 하나의 미디어 플랫폼(media platform)에서의 콘텐츠(contents)가 또 다른 미디어 플랫폼(media platform)으로 트랜스(trans)되는 방식이라고 설명될 수 있겠다. 그런데 네트워크(network)를 비롯한 미디어 환경과 콘텐츠(contents) 제작 기술이 발달하면서 융·복합

적인 미디어 플랫폼(media platform)이 출현하기 시작했고, 그 개념이 확장되어 기존의 단일 미디어 플랫폼(media platform) 위주로 제작되었던 콘텐츠는 활발하게 다른 영역과 활발하게 연계성을 갖기 시작하면서 트랜스미디어(transmedia) 현상이 주목받게 되었다[3]. Fig. 1은 로버트 프래튼(Robert Pratten)이 트랜스미디어의 현상을 도식화한 것이다[4].

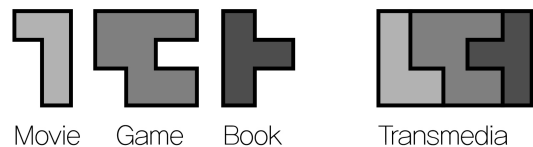


Fig. 1. Transmedia phenomenon

#### 2.1.2 트랜스미디어 콘텐츠 특징

트랜스미디어 콘텐츠(transmedia contents)를 학문적으로 연구한 헨리 젠킨스(Henry Jenkins)는 트랜스미디어 현상이 주목을 받게 된 원인에 관해서 ‘변화와 이동’이라는 이론으로 설명했는데, 변화에 관해서는 미디어와 콘텐츠에 있어 통합적 개념으로, 이동에 있어서는 개별적 콘텐츠로서의 미디어 간 트랜스(trans) 개념으로 정리하였다. 그런데 개별 콘텐츠가 다른 미디어로 트랜스(trans)될 때 원소스멀티유즈(OSMU, One Source Multi Use)처럼 같은 내용의 복제나 재사용화 되는 단계를 넘어서, 미디어의 특성에 맞게 다른 유형으로 컨버전스(convergence)될 수 있다는 것이다[5]. 트랜스미디어 콘텐츠가 개별적으로는 완성된 콘텐츠이면서도 다른 콘텐츠와의 연결성 및 확장성을 갖게 되었다는 것인데, 이 과정에서 발생하게 되는 콘텐츠와 유저 사이의 인터랙션, 혹은 유저끼리의 인터랙션은 결과에 대한 예측이 어렵기 때문에, 콘텐츠의 내용과 방향을 결정하는 데 있어 매우 중요한 요인으로 작용하게 된다. Fig. 2는 트랜스미디어 콘텐츠의 연결성과 확장성을 설명하고 있다[6].

### 2.2 게이미피케이션 이해

#### 2.2.1 게임 개념

게임의 사전적인 개념들을 살펴보면 유저가 즐거움을 얻기 위해 규칙에 따른 승부와 경쟁을 하는 행위라고 정리할 수 있겠다. 덧붙여 말해서 재미요소와 규칙은 게임의 가장 중요한 요소가 되는데, 유저에게 재미요소는 게

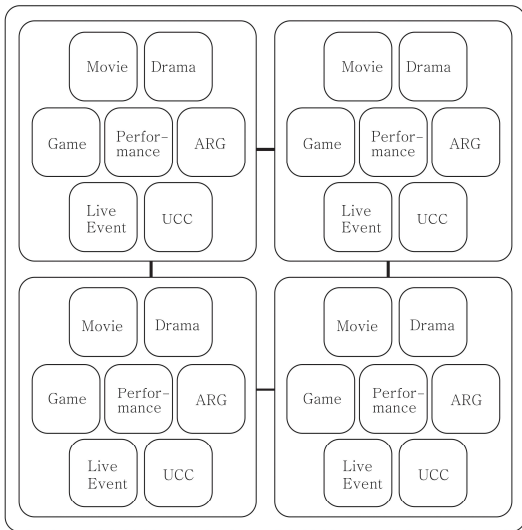


Fig. 2. Transmedia Universe

임의 궁극의 목적으로써 플레이 자체에 대한 동기부여가 되고, 게임에서의 규칙은 Fig. 2과 같이 행위의 지침과 방향, 제약 등을 부여함으로써 유저의 액션을 명확하게 해준다[7].

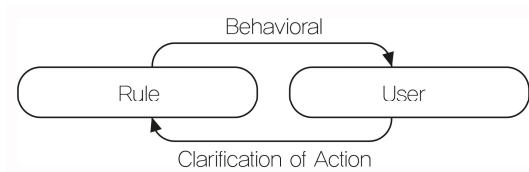


Fig. 3. User interaction with content

그런데 현대 사회의 관점으로 게임을 정의하기 위해서는 디지털 환경과 인터랙션(interaction)이라는 요소를 고려할 필요가 있다. 이를 전제로 게임의 개념을 정리해 볼 때, 게임이란 유저가 규칙대로 설계된 인공적인 충돌(conflict)에 참여하면서, 재미와 성취감 등의 감정 반응을 도출하거나 측정이 가능한 즉, 정량화가 가능한 결과를 이끌어 내는 시스템이라고 말할 수 있겠다. 특히 충돌(conflict)이라는 부분에 있어서, Fig. 4와 같이 게임 콘텐츠와 유저간의 인터랙션만이 아니라 둘 이상의 유저 간에도 인터랙션이 일어날 수 있으며, 이 때 게임의 규칙은 게임 디자이너가 설계한 것이지만 상호작용에 따른 결과는 불확실 할 수밖에 없게 된다[9].

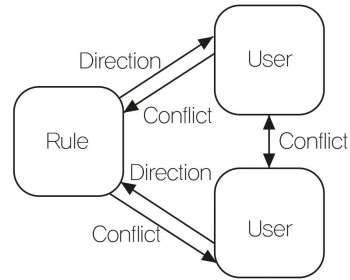


Fig. 4. Conflict with game rules

### 2.2.2 게이미피케이션 개념

게이미피케이션(gamification)은 게임(game)이라는 단어와 되기(~fication)라는 말이 합해져서 형성된 용어로써, 2002년 영국의 닉 펠링(Nick Pelling)에 의해 처음 제시되었는데, 게임화(化)라는 말로도 대체된다. 게임화를 설명하자면, 유저가 취하는 행위와 그에 상응하는 보상이라는 게임적인 사고와 플레이 기법 등을 게임으로 인식되지 못했던 비게임 분야에 의도적으로 활용하여 문제를 해결함과 동시에 유저의 몰입을 도모하는 과정이라고 할 수 있겠다[9]. 유저를 유인하기 위한 펀웨어(Funware) 및 재미공학(Fungineering)적 기반의 다양한 시도들이 그것인데, 진지한 목적의 달성을 위해 재미 요소와 규칙 등의 게임 플레이 요소를 도입하여 디자인한 기능성 게임(Serious Game), 광고 목적의 게임(Adverganming), 사회문제 관련 게임(Games for change)과 같은 '목적성 게임'과 게임적인 사고(Game Thinking)에 의한 표현활동들이 이에 포함된다. 이러한 비게임 분야의 게임화는 트랜스미디어라는 융·복합적인 미디어 플랫폼 기반에서 유리한 면이 있으며, Fig. 5는 융·복합적인 관점에서 그 범위를 설명하고 있다[10].



Fig. 5. Gamification scope

### 2.2.3 게이미피케이션과 목적성게임

게이미피케이션(gamification)이 비게임 영역에 게임 디자인을 적용하고 활용하는 과정이라는 맥락에서 생각해 볼 때, 앞에서 언급한 '목적성 게임'과 같이 비게임 영역 자체가 게임의 장르로 전이되는 경우를 고찰해 볼 필

요가 있다고 사료된다. 게임과 비게임의 경계에 대한 구분은, 게임의 궁극의 목표인 재미요소 및 게임 규칙에 의한 플레이 기법이라는 조건을 충족시키는 가에 있다. 그런데 진지함에 집중하는 교육, 건강, 정치, 사회, 문화 등의 분야에 게임적인 사고(Game Thinking)가 수용됨으로써, Fig. 6과 같이 재미요소와 현실의 다른 목적의 결합이 발생할 때, 이를 ‘목적성 게임’이라고 지칭할 수 있겠다.

즉, ‘목적성 게임’은 게임의 장르에 속하지만, 콘텐츠의 출발점이 비게임 영역이라는 것이다. 이러한 측면에서 ‘목적성 게임은’ 게이미피케이션 실현된 가장 충실한 사례라고 생각된다[11].



Fig. 6. Gamification process

### 2.2.4 트랜스미디어와 게이미피케이션의 결합

트랜스미디어 콘텐츠의 연결성과 확장성에 있어서 콘텐츠와 유저 사이에 발생하는 인터랙션이 매우 중요한 요소로 작용하게 되는데, 이 때 유저의 자발적 액티비즘을 발생시키며 콘텐츠에 대한 몰입을 지속시키기 위한 방안으로 게이미피케이션이 제안될 수 있겠다. Fig. 7와 같이 유저는 콘텐츠와 활동적으로 관계를 맺으면서, 콘텐츠가 제공하는 자극과 반응이라는 몰입된 환경에서 각자의 방식으로 선택이라는 행동양식을 보이고, 이에 대해 콘텐츠는 요구사항이나 정보를 표출하게 되며, 유저는 또 다시 콘텐츠를 제어하게 되는 과정을 통해 게임처럼 최종적으로 원하는 정보를 얻거나 즐거움 등의 보상 또는 목적을 획득할 수 있게 된다[12]. 나아가, 게임모드(MOD)적 개념을 내포한 오픈 소스의 확산은 트랜스미디어라는 융복합적인 미디어 플랫폼과 기반과 결합되면서, 새로운 정보 전달의 유형을 구축하면서 더욱 활발한 유저의 유입으로 연결되었고, 동일한 목표를 지향하는 집단주의적 창의 활동의 발생이라는 참여 문화를 형성하기에 이르렀다[13].

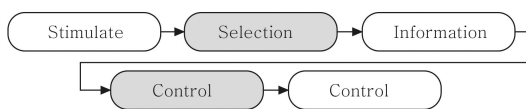


Fig. 7. Active relationship between content and users

## 2.3 게임 디자인의 구조와 게이미피케이션

### 2.3.1 MDA 프레임 워크와 게임의 구조

MDA 프레임 워크(frame work)란 게임의 메카닉(Mechanic), 다이내믹(Dynamic), 에스테틱(Aesthetic)의 글자를 조합해서 만든 디자인 방법론으로써, 2004년 미국의 인공지능학회에서 마크 르블랑(Marc Leblanc)과 로빈 휴닉(Robin Hunike), 로버트 주벡(Robert Zubek)에 의해서 제시되었다. ‘MDA 프레임 워크’는 게임을 구조적으로 파악하여 게임 디자인을 실행하기 위한 게임 분석 및 게임 접근법에 관한 이론 체계이다. 그리고 Fig. 8과 같이 각 층위에 있어 디자이너는 게임 설계 과정대로 접근하며, 유저는 그와 상반된 순차로 접근하면서 게임을 인식하게 된다는 것이다[14].

### 2.3.2 게임 디자인 구조의 층위

‘MDA 프레임 워크’에 따르면 게임 디자인의 구조는 시스템과 규칙이라는 층위의 게임 메카닉(Mechanic), 유저의 행위와 경험이라는 층위의 다이내믹(Dynamic), 메카닉과 다이내믹과의 인터랙션에 의한 감정적 반응의 결과로서의 문화적 층위의 에스테틱(Aesthetic)이라는 복층 구조적 특성을 지닌다고 설명할 수 있겠다. 여기서 게임 메카닉은 게임의 시스템과 규칙을 말하며, 틀 안에서 발생될 수 있는 인터랙션의 방식 및 과정에서의 논리적 처리와 관련된다. 다음으로 게임 다이내믹은 유저의 행위 및 경험과 관련되는데, 인터랙션의 결과로 비롯되는 돌발성과 불확실성 때문에 가변적인 모호함을 내포한 층위라고 할 수 있겠다. 그럼에도 불구하고 다이내믹 층위는, 유저의 선택 설계에 있어 행위의 방식 및 패턴 분석에 의한 인터랙션을 제시하며 플레이 경험의 생성 원리에 대한 분석을 담당하게 된다. 또한 게임 메카닉이 유도하는 선택적 행위 설계에도 개입하면서 두 개의 층위가 유기적인 관계를 맺는다. 마지막 게임 에스테틱은 게임 메카닉과 다이내믹이 합류되는 지점이면서, 콘텐츠의 내부와 외부 세계가 문화적으로 통합되는 층위라고 할 수 있겠다. 유저는 게임 메카닉과의 인터랙션을 통하여 게임 다이내믹을 형성하게 되고, 이를 통한 감정미학의 결과로써 게임 에스테틱을 이루게 된다. 즉, 에스테틱 층위는 현실에서 게임의 세계로 몰입되어 플레이를 하고 있다고 느끼게 되는 등의 유사 정서를 포함한 심리적 감각을 담당하게 된다. 이러한 유저가 느끼는 인지적 측면에 있어 마크 르블랑은 Table 1과 같이 8가지로 분류하여 에스테틱 층위의 구성요소를 제시했다[15].

Table 1. Components of the Game Esthetic Layer

Component	Contents
Sensation	sense-pleasure
Fantasy	make-believe
Narrative	drama
Challenge	obstacle course
Fellowship	social framework
Discovery	uncharted territory
Expression	self-discovery
submission	pastime

에스테틱 층위의 구성요소를 이해하여 디자인에 적용한다는 것은 게이미피케이션에 있어 미학적 기법과 체계를 제공할 수 있다는 점에서, 게임 미학에 대한 인위적인 개입과는 구별된 긍정적인 의미를 가진다고 말할 수 있겠다.

### 2.3.3 게임 디자인 층위에 대한 접근

‘MDA 프레임 워크’에서 각 층위는 Fig. 8과 같이 디자인어는 게임 설계 과정대로 접근하며, 유저는 그와 상반된 순차로 접근하면서 게임을 인식하게 된다[16].

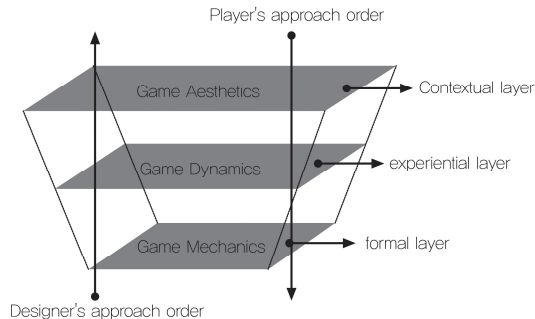


Fig. 8. ‘MDA frame work’ game structure

유저의 게임 접근방식은 문화 콘텐츠의 범주 안에서 재미라는 경험을 추구하기 위해 플레이를 진행하고, 플레이를 진행하기 위해서 시스템의 형식과 규칙을 지키게 된다. 이는 콘텐츠의 문화적 접근이 우선시 되고 플레이 요소 및 게임의 형식과 규칙이 추가된다는 순서적인 측면에서 비게임 영역을 게임화 하는 접근방식에 대입할 수 있기에 게이미피케이션의 실천적인 구조 정립에 있어 유용한 이론적 기반이 될 수 있다고 생각된다. 이러한 구조에 대한 본질적인 이해를 바탕으로 게임 디자인이 이루어질 때, 복층 구조의 각 층위가 유기적으로 작동되어

트랜스미디어 콘텐츠가 지향하는 연결성과 확장성에 있어 올바른 방향으로 유도될 수 있을 것이라 기대하는 바이다.

## 3. 결론

현대 시대는 정보전달의 수단으로써의 콘텐츠의 생산과 소비에 있어 이전 시대보다 훨씬 풍부해진 형식과 내용을 담고 있다. 역동적으로 발전된 미디어 환경과 콘텐츠 제작기술을 기반으로 새로운 창작 방식 또한 지속적으로 제시되었고, 개별 미디어 콘텐츠가 복수의 미디어 플랫폼으로 진입하는데 있어 원본의 복제가 아닌 컨버전스에 의해 융복합적이고 확장된 세계관을 구축하는 트랜스미디어 콘텐츠 개념이 형성되었다[17]. 나아가 트랜스미디어 콘텐츠를 보다 가치 있는 방향으로 발전시키기 위한 노력의 일환으로 게이미피케이션이라는 개념과의 결합이 시도되었는데, 정보전달의 수단으로써 콘텐츠를 보다 효율적으로 기능시키기 위한 방법의 일환으로 게임의 장점을 도입하게 된 사례라고 할 수 있겠다. 이를 위해 게임 콘텐츠의 디자인을 전개함에 있어 MDA 프레임 워크를 통해 게임의 구조를 각 층위별로 파악 및 분석하여 체계적이고 순차적으로 접근하는 시도가 효용성이 있을 것으로 사료되는 바이다. 물론 트랜스미디어 시대의 게이미피케이션에 있어 게임 디자인은 다양한 장르의 게임 분야와 다양한 문화 콘텐츠와의 연결에 관한 적용 사례를 분야별로 분류하여 축적된 결과를 분석하는, 보다 실천적이고 후속적인 연구가 필요할 것이다. 그러나 궁극적으로 콘텐츠와 상호작용하는 유저의 감정 및 문화적 조건들을 체계적으로 고려하여 기술과 감성의 밸런스를 통한 가치와 재미의 경험을 예측하고 유도할 수 있는 기준이 필요하다는 점에서 게임 디자인 방법론으로써 MDA 프레임 워크 구조에 대한 적용이 의미가 있다고 사료된다. 또한 이러한 원론적인 게임 디자인의 구조에 대한 고찰이 보다 다양한 영역으로 창의적 힘을 발휘하며 확장될 수 있는 융복합 콘텐츠 설계에 대한 기초적 토대로써 도움이 될 것으로 기대하는 바이다.

## REFERENCES

[1] S. M. Lee. (2009). Concept and Properties of Transmedia Storytelling. *Jour. of KoCon.a*, 9(12),

193-200.

- [2] B. R. Lee & D. R. Chang. (2017). A Study on the synesthetic experience through the Use of Transmedia -Focusing on campaign cases of 'Searching for the Koreanness'-, *Korean Society Of Basic Design & Art*, 18(2), 407-418.
- [3] S. E. Seo. (2018). *Trancemedia Storytelling*. p.2. Seoul : Communicationbooks
- [4] P. Robert. (2016). *Introduction to Transmedia Storytelling*. SDPM(Online).  
http://www.storyfloat.de/introtransmediastorytelling
- [5] G. S. Park. (2018). *Trancemedia Storytelling*. p.7. Seoul : Communicationbooks
- [6] H. G. Kim. (2015). *World of Transmedia Content*. p.47. Seoul : Communicationbooks
- [7] H. S. Yoon. (2015). *History of Korean Games*. p.20. Gyonggido : Bookkorea
- [8] H. Karl M. Kapp. (2016). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Edu*. p.41. Seoul : Acornpub
- [9] D. H. Shin & H. K. Kim. (2013). A Case study of Knowledge & Information Contents applied Gamification and Alternate Reality Game concepts. *Journal of Digital Convergence*, 14(2), 151-159.
- [10] B. Y. Kwon. (2015). *Gamification*. p56. Seoul : Communicationbooks
- [11] M. J. Byun. (2015). *Digital Media Storytelling Core*. p11. Seoul : Communicationbooks
- [12] H. G. Kim & J. E. Nam. (2016). *Transmedia Activism*. p20. Seoul : Communicationbooks
- [13] I. H. Cho. (2019). A Study on Game Structure by User-Centered Narrative and Play. *Journal of Digital Convergence*, 17(8), 401-406.
- [14] B. Y. Kwon. (2015). *Gamification*. p42. Seoul : Communicationbooks
- [15] J. H. Lee. (2010). Design Methodology for Big Games. *Journal of Korean of Design Science*, 23(3), 229-240
- [16] B. Y. Kwon. (2015). *Gamification*. p67. Seoul : Communicationbooks
- [17] J. Y. Na, Y. I. Park & H. B. Kim. (2016). A Case study of "Branded Contents" applied Gamification concepts. *Journal of Koea Game Society*, 16(5), 46-56.

조 일 현(CHO, Il Hyun)

[장학원]



영상콘텐츠학과 강사

- 관심분야 : VR, 3D, GAME, 스토리텔링
- E-Mail : 7sheba@naver.com

- 1998년 3월 : 일본 큐슈산업대학교 사진학과(예술학사)
- 2000년 3월 : 일본 큐슈예술공과대학교 예술공학과 (예술공학석사)
- 2003년 3월 : 일본 큐슈예술공과대학교 예술공학과(박사과정 수료)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 상명대학교 사진