

# 게임 사용자의 트랜스미디어적 향유 양상 연구

안진경

강남대학교 글로벌문화학부 교수

## A Study on Aspects of Transmedial Enjoyment of Game Users

Jin-Kyoung Ahn

Professor, Division of Global Studies, Kangnam University

**요약** 본 연구는 게임 사용자가 게임과 외부 미디어를 넘나들며 통합적 게임 경험을 완성해나가는 현상을 게임의 트랜스미디어적 향유로 규정하고, 와스컬의 3P 모델에 따라 유형화해 그 양상을 분석했다. 게임 사용자들은 통합적인 게임 경험을 완성하기 위해 미디어를 횡단하며 원본의 경험을 확장하는 주체이다. 이러한 사용자들의 트랜스미디어적 향유 양상은 정체성의 이동을 전제하며 확장형, 중계형, 침투형과 순환형의 네 가지 방향으로 유형화된다. 확장형은 빈 칸의 불확실성을 해소하고자 하는 사용자 욕망이, 중계형은 대안적 놀이공간의 등장이 특징적이며 침투형과 순환형에서는 재맥락화가 가능한 콘텐츠와 현실의 지식에 기반한 콘텐츠의 사용자 참여가 높다는 점을 확인할 수 있었다.

**주제어** : 디지털 게임, 트랜스미디어, 게임 사용자, 사용자 참여, 3P 모델

**Abstract** This study defines the integrated game experience of game users that across internal and external media of game as the transmedia enjoyment of game. This study categorizes the cases and analyze features. Game users have four types of transmedial enjoyment. The expansion type is characterized by the user's desire to solve the uncertainty, and the transmission type is characterized by the emergence of alternative play spaces. In the permeation type and the circulation type, it is observed users participate more in the content can be re-contextualized and based on real world knowledge.

**Key Words** : Digital Game, Transmedia, Game Users, User participation, 3P model

### 1. 서론

본 논문의 목적은 게임 사용자의 게임 향유 경험을 트랜스미디어 현상의 관점으로 고찰하는 데에 있다. 특히 미디어 횡단의 주체인 사용자의 정체성에 초점을 두고, 와스컬의 3P 모델을 활용해 유형화하고자 한다.

트랜스미디어의 개념은 주로 스토리텔링의 관점에서 다뤄지며 하나의 통합적인 스토리 월드를 구축하기 위

해 다매체를 활용하는 방식을 지칭해왔다. 헨리 젠킨스(H. Jenkins)는 하나의 통일된 이야기 경험을 만들기 위해 이야기의 조각들이 다양한 미디어 플랫폼을 통해 공개되는 스토리텔링 형식을 일컬어 '트랜스미디어 스토리텔링'이라 칭하며 그 조건으로 다양한 미디어 플랫폼을 통해 공개되고, 텍스트 조각이 전체 스토리에 기여하며, 각각의 텍스트는 자기충족적이며 모든 텍스트가 전체 프랜차이즈의 입구가 되어야 한다는 점을 강조했다

\*This study was supported by the Korea Creative Content Agency (KOCCA) funded by the Ministry of Culture, Sports, and Tourism (MCST)(KOCCA 19-15, A study on the transmedia of games (Convergence Study 8 based on Game Culture)

\*This article is extended and excerpted from the research report presented at Convergence Study 8 based on Game Culture.

†Corresponding Author : Jin-Kyoung Ahn(jkahn@kangnam.ac.kr)

Received June 24, 2021

Revised July 19, 2021

Accepted August 20, 2021

Published August 28, 2021

[1]. 이후 트랜스미디어 콘텐츠를 제작하는 안드레아 필립스(A. Phillips)는 젠킨스의 정의보다 확장된 관점에서 다양한 미디어를 통해, 단일하고 통일된 스토리 경험을 제공하며 미디어 간 불필요한 반복을 방지해야 한다는 점을 트랜스미디어 스토리텔링의 특징으로 정의한다[2]. '횡단'을 의미하는 접두사인 '트랜스(trans)'의 정의에서도 알 수 있듯, 트랜스미디어는 어떠한 콘텐츠를 향유하기 위해 미디어 간 경계를 넘나드는 과정이 수반되는 콘텐츠를 수식하기 위한 용어로 활용되고 있다.

스콜라리 외(C. Scolari et al.)는 트랜스미디어 콘텐츠의 구조를 정전(canon)을 제공하는 미디어 산업의 하향식 전개와 팬덤 기반 협력적 문화에 해당하는 상향식 전개의 합으로 정의한다[3]. 해석하자면 미디어 산업의 측면에서 트랜스미디어 콘텐츠는 통합된 스토리 세계와 해당 세계를 분절한 스토리의 조각, 그리고 다매체라는 요소를 전제한다. 이와 같은 요소들은 정지된 상태로 활성화를 기다리고 있는 콘텐츠의 재료로, 정지된 재료들이 생명력을 얻기 위해서는 콘텐츠를 완성하겠다는 욕망으로 미디어를 횡단하는 사용자의 참여가 필수적이다. 때문에 트랜스미디어는 콘텐츠의 직조에 자발적으로 참여하는 팬을 양산해낸다는 점에서, 제작사나 개발자 입장에서 콘텐츠 확산 전략으로 주목받아 왔다. 웹툰과 오프라인 이벤트, 게임과 영상 트레일러를 넘나드는 콘텐츠로 팬들의 참여와 확산을 유도한 BTS의 마케팅 전략이나 대규모 게임 업데이트를 앞두고 애니메이션 트레일러와 코믹스를 통해 추가될 캐릭터에 대한 서사를 공개했던 FPS <오버워치>의 트랜스미디어 전략이 이와 같은 제작자 중심의 관심을 반영하는 사례이다.

트랜스미디어에 대한 국내의 선행 연구 역시 상기의 범위를 크게 벗어나지 않는다. 젠킨스의 정의를 바탕으로 트랜스미디어 스토리텔링을 논했던 한혜원(2006)[4]이나 이상민(2009)[5] 등의 초기 연구를 시작으로, 서성은(2015)[6], 이동은(2017)[7], 김희경(2019)[8], 변민주(2019)[9]에 이르기까지 국내의 연구는 스토리텔링 관점의 트랜스미디어 연구들이 주를 이룬다. 게임의 트랜스미디어에 대한 논의 역시, 스토리텔링 방식이나 원전의 확장과 변형이라는 콘텐츠 중심의 논의가 이어져왔던 것이 사실이다[7, 10, 11]. 이와 달리 본 논문이 주목하는 요소는 제작자나 창작자가 제공하는 스토리 월드 또는 콘텐츠 구성의 방향성이 아니

라, 적극적으로 미디어를 넘나드는 주체인 게임 사용자이다. 부연하자면 게임 경험을 확장해나가고자 미디어 간 흐리게 존재하는 콘텐츠의 연결점들을 자발적으로 찾아내는 사용자들의 행위에 주목하는 것이다. 트랜스미디어에 관한 기존의 연구들이 정형화된 콘텐츠로 나타나는 전략에 초점을 두고 직조된 콘텐츠의 분석에 집중했다면, 본 연구는 각기 다른 미디어에 비정형적으로 드러나는 사용자들의 게임 경험을 추적하고 트랜스미디어의 관점으로 이를 해석한다. 곧 사용자가 게임 경험을 완성하기 위해 미디어를 '트랜스'하는 행위에 집중해 미디어 횡단의 양상을 고찰한다.

미디어 기업에 의해 설계된 트랜스미디어 콘텐츠에서, 사용자들은 참여하는 주체이지만 한편으로는 개발자들이 정교하게 만들어둔 토끼굴을 통해 다른 미디어로 미끄러지는 위치에 서있다. 표면적으로는 자발적이고 적극적인 참여자이나 이면적으로는 잘 설계된 콘텐츠에 올라타는 탑승자와 같았다는 뜻이다. 이러한 측면에서 미디어 기업 주도의 트랜스미디어 콘텐츠는 참여자들을 설계된 어트랙션에 탑승시키고 유도된 동선을 따르게 하는 테마파크형 콘텐츠에 해당한다. 본 논문은 미디어 기업 주도의 트랜스미디어 콘텐츠가 아닌 게임과 외부 미디어를 자유롭게 오가며 통합적으로 게임 경험을 확장해가는 사용자들의 자발적 행위에 초점을 둔다. 게임을 종료한 후에도 게임과 관련된 경험을 이어가기 위해 커뮤니티 사이트와 SNS, 게임 방송 및 오프라인 이벤트 등을 횡단하는 향유 경험을 사용자 주도의 트랜스미디어 현상으로 바라보고 '트랜스'의 방향성과 목적을 밝히고자 하는 것이다.

논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 와스쿨(D.Waskul)의 3P 모델에 기반해 트랜스미디어적 향유 경험을 유형화할 수 있는 기준을 제시한다. 이어지는 3장에서는 게임 저널, 인벤이나 레딧과 같은 국내외 게임 커뮤니티, 문헌 등을 통해 관찰한 미디어 횡단의 사례들을 유형화하고 행위의 동인과 목적을 분석할 것이다.

## 2. 큐레이터로서의 게임 사용자

게임 사용자들은 통합적인 게임 경험을 완성하기 위해 자발적으로 미디어를 횡단하며 원본의 경험을 확장하는 주체이다. 예를 들어 <리그 오브 레전드>(이하 LoL)의 사용자는 트위치, 유튜브 등의 플랫폼으로 옮겨 방송을 시청하거나, 커뮤니티 사이트로 이동해 게임의

벨런스에 대해 토론하고, 자신의 플레이를 복기하는 글과 영상을 기록한다. 때로는 이스포츠를 관람하기 위해 오프라인 경기장을 찾으며 자신이 좋아하는 스타 플레이어의 SNS를 팔로잉하고, 개발사 공식 사이트에서 <LoL>에 등장하는 영웅들의 배경스토리를 파헤치기도 한다. 이와 같이 게임 사용자들은 게임 세계 내에서 경험을 마무리하는 것이 아닌, 자신의 기호와 취향에 따라 다양한 미디어를 넘나들며 통합적인 게임 경험을 완성한다. 개발자 또는 다른 누군가가 설계해 둔 선형적 경로를 따르는 것이 아닌, 방사형의 비선형적 경로를 따라 동시다발적인 미디어 횡단을 경험하며 일종의 큐레이터로서의 정체성을 갖는다는 뜻이다. 윤혜영, 윤현정, 이진(2019)은 '큐레이팅'의 향유 방식은 다른 미디어에서도 목격되는 현상이지만 상호작용적인 미디어인 게임에서야 말로 능동성과 다양성을 살펴보기에 적합하다고 강조한다[12]. 플레이어의 플레이에 따라 수많은 스크립트가 생성될 수 있는 게임은 그 어떤 미디어보다 사용자 주도의 미디어 횡단이 주요 경험의 일부로 자리하기 때문이다. 다른 이들의 플레이 경험을 확인하기 위해, 자신이 놓쳤을지 모르는 게임 월드의 빈 칸을 확인하기 위해, 다른 플레이어와의 소셜라이징을 위해서 등 게임 사용자들이 보여주는 미디어 이동의 양상은 플레이된 게임 텍스트의 수만큼 다양하다.

게임 사용자의 정체성은 게임의 '플레이어'에서 외부 미디어의 '사용자'로 전환된다. 그렇기에 사용자가 지니는 트랜스미디어 현상의 주체로서의 정체성과 그 전환의 방향은 비정형적이며 비동기적, 비선형적으로 발생하는 트랜스미디어적 향유 양상을 유형화하는 기준이 될 수 있다. 와스컬의 사용자 정체성에 관한 3P모델은 사용자들의 경험의 유형화를 위한 단초를 제공한다. 와스컬은 페르소나(persona), 플레이어(player), 퍼슨(person)의 세 가지 분류로 RPG 플레이어들의 정체성을 구분한다. 페르소나는 게임 플레이어가 게임 속 판타지 세계에 진입하기 위해 부여받는 역할이며, 현실의 삶과 분리되어 놀이에 몰입을 가져오는 자아에 해당한다. 즉 게임의 사용자가 픽션에서 부여받는 캐릭터의 역할을 의미한다. 플레이어는 캐릭터를 플레이하는 게이머로, 게임 규칙을 이해하고 활용하는 방법을 아는 정체성이다. 퍼슨은 일상생활을 살아가는 현실의 자아이며, 게임 세계 밖에 존재한다. 디지털 게임의 사용자는 환상과 상상, 현실의 경계를 넘나들며 페르소나, 플

레이어, 퍼슨의 정체성을 다각도로 체험한다. 즉 게임 사용자는 다층적 정체성을 자유롭게 전환하며 게임을 경험한다[13].

페르소나, 플레이어, 퍼슨의 세가지 층위는 트랜스미디어적 향유에 나타나는 게임과 외부 미디어의 관계에 대응한다. 페르소나는 게임 미디어 내부에서, 원전 텍스트에 몰입하는 사용자의 층위라 할 수 있다. 이 때, 와스컬의 페르소나 개념은 환상 세계에서 부여받은, 연기해야 하는 역할을 의미하지만 본 논문에서는 페르소나의 개념을 "가상 공동체로 진입하는 순간 구축하는 새로운 정체성"[14]으로 확장한다. 미디어를 오가는 과정에서, 본래의 게임 세계와 분리된 또 다른 매직서클이 형성되면서 이에 적절한 새로운 역할이 부여되는 경우도 있기 때문이다. 따라서 페르소나는 일상과 구분된 놀이의 매직 서클 속에서 나타나는 정체성이며 허구 세계의 법칙을 이해하고 적절한 '가면'을 쓰는 사용자의 정체성이다. 다음으로 '플레이어'는 게임과 현실 사이에서 게임 세계의 궁금증을 해소하기 위해 외부 미디어로 향하는 사용자들의 정체성을, '퍼슨'의 층위는 외부 미디어에 위치한 현실에서의 정체성에 대응한다.

트랜스미디어적 게임 향유는 게임 세계 내 게임 사용자의 몰입에 대응하는 페르소나로서의 경험, 게임과 현실의 경계에서 게임의 빈 칸을 인지하고 이를 외부 미디어로 끌고 나와 때우고자 하는 플레이어로서의 경험, 그리고 게임과 분리되어 존재할 수 있는 현실 세계에서의 퍼슨으로서의 경험을 통합해 이루어진다. 이는 게임을 경험하는 정체성의 층위와 횡단의 방향성에 따라 네 가지로 구분가능하다.

먼저 첫 번째 유형은 페르소나와 플레이어의 경계에서 발생하며 경우에 따라 퍼슨의 층위를 오가는 확장형이다. 이 유형은 게임 사용자들이 게임 세계를 확장시키기 위해 미디어를 이동해가는 양상들이며, 페르소나의 정체성으로 원전 게임을 즐기다가 '플레이어' 정체성의 지식을 기반으로 외부 사이트로 횡단해 현실과의 경계를 흐리는 유형이다.

두 번째 유형은 플레이어와 퍼슨의 사이에서 발생하며 때에 따라 새로운 몰입의 대상에 대한 팬으로서의 페르소나를 구축하게 되는 중계형이다. 중계형은 사용자들이 게임 '하기'보다 '보기'에 집중할 때, 게임 작품보다 그 게임을 플레이하는 타 플레이어에 대한 팬덤을 형성할 시 볼 수 있는 형태다. 게임 방송, 이스포츠 경

기 시청의 사례가 이에 해당한다.

침투형은 퍼슨과 플레이어, 페르소나의 방향으로 횡단을 감행하는 양상이다. 침투형은 현실 기반의 외부 미디어에서의 사건이 게임 내부의 경험에 영향을 미치는 사례들로, 확장형을 뒤집은 횡단의 방향을 보여준다.

마지막으로 순환형은 페르소나와 플레이어, 퍼슨의 층위를 자유롭게 오가며 상호영향을 주고받는 형태다. 게임의 내부, 외부 미디어가 혼재된 경로를 보여주는데, 게임에서 비롯한 구성 요소나 발생 사건이 외부 미디어로 퍼지거나, 현실에서의 사건이 게임 내부에 반영되는 사례를 포함한다.

### 3. 트랜스미디어적 향유의 유형 별 양상

#### 3.1 확장형: 빈 칸의 불확실성 해소

사용자의 트랜스미디어적 게임 향유 경험은 원본 게임 콘텐츠로부터 시작되는 사용자 경험의 흐름과 콘텐츠의 변화, 미디어 플랫폼의 기능적 특징까지 포괄하며 광범위하게 나타난다. 가장 일반적으로 목격되는 확장형은 사용자들이 게임 외부의 주변 미디어로 이동해 게임 경험을 연장시키는 유형이다. Fig. 1과 같이 사용자가 페르소나와 플레이어, 퍼슨의 정체성 층위를 차례로 경험하며 미디어를 횡단하는 양상이다.

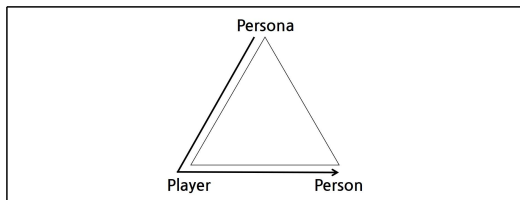


Fig. 1. Traversal direction of expansion type

대부분의 게임 사용자들이 수행하는 확장형의 미디어 횡단은 '정보탐색'을 위한 것으로, 사용자들이 게임 내부의 빈 틈을 채우기 위해 게임 외부의 웹사이트 등을 활용하는 사례로 목격된다. 사용자들이 미디어 횡단을 통해 사용자들이 얻고자 하는 정보는 게임의 장르나 성격에 따라 달라진다. 게임 월드의 탐험이 중심이 되는 어드벤처 게임의 경우 사용자들이 얻고자 하는 정보는 게임의 진행 가이드나 제시된 복선에 대한 해석, 업적과 수집품 정보 등이다. 반면 플레이어가 중심이 되는 온라인 멀티 플레이어 게임의 경우, 게임 사

용자가 웹 사이트로의 횡단을 감행하는 정보 탐색의 동기는 게임을 함께하는 상대 플레이어에 대한 정보 획득이다. 게임 내에서는 알 수 없는 상대의 전적과 최신 경기 기록, 플레이 스타일 등의 메타 정보를 확인하기 위해 외부 사이트를 탐색하는 것이다. 싱글 플레이어 게임의 공략, 업적 등의 정보를 제공하는 Powerpyx나 플레이어 메타 정보를 제공하는 Op.gg와 같은 사이트에서의 사용자 활동은 정보탐색을 위한 미디어 횡단을 보여주는 사례다.

확장형의 또 다른 양상으로는 '유출과 루머'를 찾아볼 수 있다. 이는 게임 개발사에서 공개하지 않은 정보나 루머를 확산 및 확인하기 위해 미디어를 횡단하는 것이다. 미공개 정보의 유출은 사용자들이 해킹을 통해 게임 리소스를 발견하거나, 차기작에 관한 숨겨진 정보를 발굴하는 데에서 비롯되곤 한다. 이 때 사용자들이 미디어를 이동하게 만드는 가장 큰 동인은 원전에 대한 관심과 선호하는 게임과 관련해 공개될 정보에 대한 궁금증이다. 사용자들은 개발사가 공개할 정보 또는 이슈를 일종의 수수께끼로 간주하고, 정답을 찾기 위해 미디어를 넘나들며 단서를 수집하는 추리에 나선다. 이렇게 발굴된 미공개 정보는 커뮤니티를 통해 공유되며 댓글을 통한 집단 추론으로 이어진다.

확장형의 세 번째 양상으로는 '입소문'을 찾아볼 수 있다. 입소문은 게임에서 발생한 특정 사건을 기록하고 확산시키고자 게임 커뮤니티 사이트를 활용하는 사용자들의 행위를 일컫는다. 온라인 게임에서 주로 볼 수 있는 미디어 이동의 형태로, 특히 게임 내에서 부정적 사건을 저지른 사용자를 신고하고 이들의 평판을 공유하는 방식으로 목격된다. 온라인게임 중에서도 현실과 유사한 사회적 커뮤니케이션이 발생하는 MMORPG 장르에서 흔히 볼 수 있는 양상으로 국내에서는 인벤과 같은 게임 커뮤니티 사이트의 '사건 사고 게시판'이 입소문을 위한 미디어 횡단의 장으로 기능한다. 사용자들이 신고하는 사건들은 주로 던전이나 공격대 콘텐츠 등의 단체 활동에서 고의적으로 트롤링을 하거나, 아이템과 재화의 무단 획득, 언어 폭력, 사기 거래 등 시스템으로 제한되지는 않았지만 커뮤니티에서는 지양하는 행위와 관련된다. 비매너 사용자들의 데이터베이스를 자발적으로 구축해 쾌적한 게임 플레이를 돕고자 하는 것이다.

'입소문'을 위한 미디어 이동은 게임 세계가 지닌 휘

발성에서 비롯된다. 실시간으로 변화하는 게임 세계 속에서 사용자 간 발생한 사건들은 기록으로 남지 못하고 휘발되기 마련이다. 게임의 로그를 검색할 수 있는 수단이 늘어나면서 전투, 아이템 획득, 레벨 달성과 같은 캐릭터 정보는 데이터베이스에 남게 되었지만, 사용자 간 발생하는 사건은 시스템의 빈 틈에서 발생하기에 어디에도 기록되지 않는다. 그렇기에 사용자들은 이를 보조하기 위해 커뮤니티 사이트로의 이동을 계속한다. 흥미로운 것은 게임에서 발생한 사건을 검증하고, 비매너 플레이를 확인하는 과정에도 트랜스미디어적 집단 추론이 발생한다는 사실이다. 예를 들어 사용자들은 공격대의 공략을 방해하고 아이템을 무단 탈취한 플레이어의 행동을 신고하기 위해 공격대 내 플레이어의 활동을 기록한 로그 사이트를 참조하고, 캐릭터 정보실을 검색해 획득 아이템과 접속 타임라인, 길드 현황 등의 커뮤니티 정보를 확인한다. 이어 다시 게임에 접속해 문제 시 된 캐릭터가 현재 게임 속에서 어떤 활동을 하고 있는지를 추적하며 사건일지를 써내려 간다. 이 과정에서 생긴 사건의 빈 칸은 또 다른 사용자들의 댓글 및 제보를 통해 보강된다. 다양한 미디어를 넘나들며 정보를 수집하고 기록의 신뢰도를 강화하는, 패치워크 식 경험 확장이 발생하는 것이다.

종합해보자면, 확장형에서 사용자들이 미디어를 횡단하는 강력한 동인은 게임의 빈 칸을 채우고자 하는 욕구에 있다. 기존의 트랜스미디어 콘텐츠들이 언급한 빈 칸의 개념이 서사적 층위에 집중됐던 것과 달리, 사용자들의 트랜스미디어적 향유에서 나타나는 빈 칸은 서사적 층위와 놀이적(ludic) 층위 뿐 아니라 휘발성의 보조와 같은 시스템의 빈 칸까지 포괄한다.

게임 사용자들이 빈 칸 메꾸기를 통해 궁극적으로 달성하고자 하는 목표는 불확실성의 해소이다. 대부분의 게임은 흥미 유지를 위해 불확실성을 주요 구성요소로 삼는다. 이는 결과의 불확실성부터 서사의 불확실성, 숨겨진 정보의 불확실성, 플레이어의 수행 능력에 대한 불확실성까지 다양한 층위의 개념을 포함한다[15]. 정보 탐색의 유형에서 게임 사용자들이 해결하고자 했던 불확실성은 지각적 불확실성과 서사적 불확실성, 또는 상대 플레이어가 지닌 수행적 불확실성이며 유출과 루머 유형에서는 숨겨진 정보와 개발적 불확실성이, 입소문에서는 상대 플레이어와의 관계에서 비롯되는 변수에 해당하는 플레이어 불확실성이 목격된다. 이처럼 확

장형 사례들은 페르소나와 플레이어의 경계에서, 캐릭터 지식의 빈 칸을 인지하고 플레이어 지식의 보완을 통해 불확실성을 해결하기 위한 미디어 횡단의 과정을 반영한다.

### 3.2 중계형: 액자식 구성의 관람문화

중계형은 Fig. 2와 같이, 플레이어-퍼슨의 경계에서 발생하며 때에 따라 새로운 몰입의 대상에 대한 팬으로서의 페르소나를 구축하는 향유 경험이다.

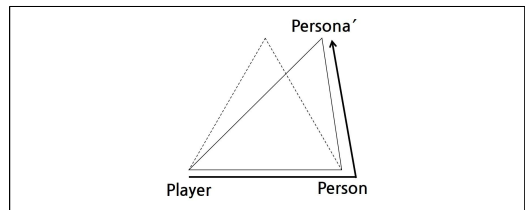


Fig. 2. Traversal direction of transmission type

게임의 보기 문화를 태동시킨 이스포츠는 외부 미디어에서 게임을 관람하는 중계형의 첫 번째 사례이다. 타일러(T.L.Taylor)에 따르면 이스포츠로 대표되는 게임의 '보기' 문화는 높은 수준의 플레이를 선보이는 매니아들의 등장으로 시작됐다. 아케이드 게임을 플레이하는 사람들이 비동기적으로 하이스코어 경쟁을 수행하던 것이 출판매체와 TV쇼를 동원한 하이스코어 경쟁으로, FPS의 등장과 함께 비롯된 면대면 대전 게이밍 이벤트로 이어지며 경쟁을 중심으로 한 이스포츠와 프로 게이밍의 개념이 정립된 것이다[16].

이스포츠는 일반적인 스포츠와 다르게 관람객들이 해당 게임 종목의 플레이어이기도 하다. 그렇기 때문에 게임 사용자들이 이스포츠 시청을 위해 미디어를 이동하는 동기에는 집단 관람을 통한 현장감을 얻기 위해서라는 답변 외 게임 플레이에 대한 전략을 참고하기 위해서라는 답변이 종종 등장한다[17]. 일차적으로 사용자들은 게임 작품에 대한 호기심에 의해 이스포츠 관람에 관심을 가지고 게임 세계의 바깥으로 향한다. 하지만 그 이후, 이스포츠에 관심을 보이기 시작한 사용자들을 지속적으로 붙잡아 두기 위해서는 리그나 구단, 스타 플레이어에 대한 팬덤이 형성되어야 한다. 이에 이스포츠 구단은 팬덤 형성을 위해 팀 별 사이트를 운영하거나 리플레이 및 하이라이트를 제공하는 VoD 서비스, 프로게이머에 대한 다큐멘터리 제작 등 다매체

전략을 활용한다. 팬덤과 로열티 형성을 위한 개발사의 노력은 이에 그치지 않고 현실 세계로 확장되고 있다. 블리자드사의 FPS인 <오버워치>의 경우 최초로 지역연고제를 도입하며 뉴욕, 런던, 서울, 샌프란시스코 등을 포함한 20개 지역의 프랜차이즈를 통한 팬덤 형성 전략을 선보였다[18]. 가상의 게임 공간에서 펼쳐지는 캐릭터 간 대전을 현실 세계의 지역에 끌고 들어오며 이스포츠 리그의 파이를 키운 것이다. 이러한 전략 하에 이스포츠는 게임 작품에 대한 관심이 관람 경험으로 이어지는 게임 사용자 중심의 '트렌스' 현상과, 오프라인 이벤트나 TV 중계 등을 통해 이스포츠에 관심을 갖게 된 일반 대중의 진입이 동시에 가능한 장으로 기능한다.

한편, 게임 라이브 스트리밍(이하 게임방송) 관람을 위한 미디어 횡단 역시 중계형의 대표적 양상이다. 이스포츠가 경쟁과 집단 관람의 문화를 형성하며 게임 사용자들을 외부 미디어로 이끌었다면, 게임방송은 경쟁보다는 함께 보는 즐거움을 목적으로, 집단 관람 문화에 네트워크 환경을 기반으로 한 기술적 지원과 실시간 상호작용성이 가미되어 탄생한 새로운 놀이문화다. 타일러는 게임방송이 게이머들로 하여금 사적 게임 플레이를 공적 엔터테인먼트의 영역으로 전환시킨 계기가 되었다고 언급한다. 게임 방송의 시청자는 게임 플레이어이자 트위터 사용자, 스포츠 팬이자 TV 시청자인 다중 정체성을 지니는데, 타일러는 이러한 미디어 생태계를 여러 작동사니를 조합하는 아상블라주(assemblage)로 받아들여야 한다고 지적한다[19].

게임 방송 시청을 위한 미디어 횡단의 기저에는 원본을 변형한 파이다이적인 놀이문화를 경험하기 위한 욕구가 깔려있다. 게임 사용자들에게 원본 게임의 플레이는 규칙과 목표가 확실한 경험이다. 그러나 외부 미디어인 게임 방송을 통해 게임을 접하게 될 경우, 사용자들은 일종의 변사라 할 수 있는 스트리머가 게임에 덧붙이는 코멘트나 반응을 즐긴다[20]. 원본 게임의 루트스적 경험을 변형하기 위해, 보다 느슨한 놀이 형식의 파이다이적 플레이를 경험하기 위해 미디어를 횡단하며 게임 방송을 시청하는 것이다.

중계형의 향유 경험이 Fig. 2와 같이 플레이어에서 퍼슨을 거쳐 대안적 페르소나의 층위로 향하는 것은 이 때문이다. 사용자는 원본 게임에 대한 관심이 아니더라도 프로게이머나 구단, 또는 스트리머에 대한 팬덤을 형성하며 게임 세계의 자아와는 분리된 경험을 이어나

간다. 이스포츠나 게임 방송을 시청하는 게임 사용자들은 원본 게임 경험을 액자식으로 품은 외부 미디어를 게임과 분리된 놀이 공간으로 인지한다. 미디어를 횡단하는 주체이던 플레이어는 현실 세계의 퍼슨으로서 이스포츠나 게임 방송에 몰입하며 각 콘텐츠의 팬이자 참여자라는 새로운 정체성을 만들어낸다.

### 3.3 침투형: 횡단의 방향성 전환

게임 사용자 경험의 경로는 게임 내부에서 외부 미디어의 한 방향으로만 흐르는 것이 아니다. 다양한 미디어를 통해 게임을 접할 수 있게 되면서, 게임 외부의 사건이 게임 내부 경험에 영향을 미치는 사례가 늘어가고 있다. Fig. 3과 같이 퍼슨 층위의 게임 외부 사건이 페르소나 층위의 게임 내부 경험에 영향을 끼치는 것이다. 이러한 사례들이 트렌스미디어적 향유의 세 번째 유형인 침투형으로, 게임 사용자들은 게임 외부 미디어로부터 게임 내부 세계로 미디어를 거스른다.

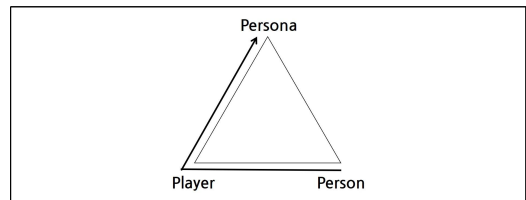


Fig. 3. Traversal direction of permeation type

대표적인 침투형의 사례로는 '역유입'을 들 수 있다. 역유입은 출시될 당시 크게 주목받지 못했던 게임이나 출시 이후 많은 시간이 흐른 게임이, 외부 미디어의 사건을 계기로 다시 인기를 끌게 되는 현상이다. 특히 트위터나 유튜브와 같은 동영상 기반 플랫폼을 통해 진행되는 게임 방송은 역유입 현상의 주요 배경이 된다. 유명 스트리머들이 방송을 통해 비인기 게임이나 오래 전 출시된 게임을 플레이하며 관심을 모으고, 이것이 해당 게임의 판매 및 사용자 유입으로 이어지는 결과를 낳는 것이다.

소위 '항아리 게임'이라 불리는 <게팅 오버 잇 위드 베넷포디>(이하 게팅 오버 잇)와 <어몽 어스>의 사례는 이를 여실히 보여준다. 2017년 출시된 <게팅 오버 잇>은 항아리에 올라 탄 캐릭터를 조종해 끝없이 이어지는 고물 더미들을 지나 정상에 다다르는 것을 목표로 하는 인디게임이다. 사소한 조작 실수에도 게임의 시작점으

로 돌아오는 극악의 난이도를 지님에도 불구하고, <게임 오버 잇>은 트위치 스트리머들의 실황 방송을 등에 업고 30만 장 이상 판매됐다. 방송 시청자들이 게임을 플레이하는 스트리머들이 어려운 난이도에 절규하는 모습, 끊임없이 도전하는 에피소드를 유머러스하게 받아들인 것이다. 2020년, 출시 2년 만에 구글 플레이 스토어 1위를 달성한 <어몽 어스>역시 이와 유사하다 [21]. 유명 게임 스트리머들이 함께 이를 플레이하는 모습을 보여주며 뒤늦은 흥행을 이끌어냈다.

역류입의 사례는 두 가지 시사점을 보여준다. 첫째, 흔히 '역주행'이라 불리는 현상의 주체는 개발자 중심의 하향식 방식에서 사용자 중심의 상향식 방식으로 변하고 있다. 본래 출시된 지 오래된 게임이 다시 차트에 오르기 위해서는 개발사의 패치나 업데이트가 요구됐지만, 게임 방송이 대중화되면서 숨겨져 있던 게임의 재미요소를 스트리머가 발견해내고, 이것이 일반 사용자들의 게임 구매로 이어지는 확산 방식이 늘어난 것이다. 둘째, 스트리머를 매개로 미디어를 횡단하는 사용자들의 중심에는 '유머'라는 동인이 존재한다. 켄킨스가 지적하듯 유머는 확산성이 높은 콘텐츠의 디자인적 특징 중 하나다[22]. 유머 콘텐츠는 개발자에 의해 의도적으로 기획되기도 하나, 스트리머나 사용자들에 의해 재맥락화되며 새로운 의미가 덧씌워져 생산되기도 한다. 재해석될 여지가 많은 미완의 콘텐츠, 개방성 높은 콘텐츠가 곧 사용자의 미디어 간 횡단을 유도하는 매개가 될 수 있다는 뜻이다.

한편, 외부 미디어에서의 사건이 게임 내부에 긍정적인 영향만을 끼치는 것은 아니다. '어부징'은 원전 게임에 부정적 영향을 끼치는 침투형의 양상이다. 일반적으로 어부징은 시스템의 허점을 찾아내 악용하거나 게임에서 금지한 방법을 사용해 부당한 이익을 챙기는 행위를 일컫는데, 여기서의 어부징은 사용자들이 게임과 무관한 외부미디어에서의 사건을 이용해 게임 내부에 영향을 끼치는 집단행동에 나서는 것을 지칭한다.

퓨디파이 팬덤과 개발사 캄포산토(Campo Santo) 간의 분쟁은 대표적 어부징의 사례이다[23]. 2017년 유명 게임 스트리머인 퓨디파이가 방송 도중 인종차별적 발언을 뱉어 큰 논란을 일으키자 게임 <파이어워치>의 개발사는 퓨디파이가 올린 자사 게임 영상에 대해 저작권을 행사하겠다고 발표했다. 이에 퓨디파이의 팬들은 <파이어워치>의 판매 리뷰 페이지에 들어가 비추

천 리뷰를 남기기 시작했고, 긍정적 평가를 받고 있던 <파이어워치>는 긍정과 부정이 뒤섞인 '복합적' 평가를 받게 되었다. 해당 사건은 게임 유통 플랫폼인 <스팀>의 정책에까지 영향을 끼쳤다. 작품이 아닌 게임 외적 이유로 극단적으로 부정적이거나 긍정적인 평가를 남기는 현상을 막기 위해 기간 별 리뷰를 제공하도록 시스템을 개선한 것이다. 이처럼 어부징은 장기간, 여러번 지속될 경우 게임 경험 전반을 어지럽힐 위험이 있기에, 사용자 층위에서 발생한 사건일지라도 개발사와 유통사의 대응에까지 영향을 준다는 사실을 확인할 수 있다.

원본으로서의 게임과 사본으로서의 게임 방송 간 경험이 전복되어가는 현재, 게임 팬덤은 게임 자체를 중심으로 형성되기도 게임 BJ와 같이 현실 인물을 중심으로 형성되는 경향을 보인다. 이러한 사용자 문화를 중심으로 한 트랜스미디어 현상은 게임 경험의 확장 및 재구성이라는 순기능을 보이지만 그릇된 집단행동을 통해 잡음을 생성하는 부작용을 낳기도 한다.

### 3.4 순환형: 내·외부 미디어의 상호영향

마지막 유형은 게임 내부에서 외부 미디어로, 그리고 외부 미디어에서의 경험이 다시 게임 내 경험으로 이어지기도 하는 순환형이다. Fig. 4와 같이, 순환형에서는 페르소나와 플레이어, 퍼슨의 층위가 끊임없이 교차하며 상호영향을 주고받는다. 이러한 순환형의 대표적 양상으로는 밈(meme)의 생성을 들 수 있다.

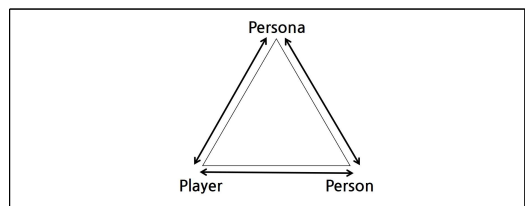


Fig. 4. Traversal direction of circulation type

리차드 도킨스에 따르면 밈은 유전자와 같이 복제와 변형을 통해 전달되는 문화적 요소로 정의되는데[24], 온라인 커뮤니티에서 통용되는 사용자 용어 차원에서는 모방의 형태로 인터넷을 통해 퍼져나가는 유행 요소를 뜻한다. 인터넷 밈은 주로 이미지와 동영상, 문장이나 단어 등의 형식을 지닌다. 게임 사용자들에게 있어서는 게임 내 콘텐츠를 복제하거나 변형해 커뮤니티 사이트 및 SNS 등을 통해 확산시키거나, 외부 미디어에

서 생긴 대중문화의 밈이 게임 내로 흘러들어오게 되는 현상을 포괄한다.

밈은 SNS, 커뮤니티 사이트, 동영상 공유 플랫폼 등 게임과 게임을 둘러싼 외부 미디어를 연결하는 힘이다. 게임의 밈은 사용자 주도의 사건이 다른 미디어로 퍼져 나가게 된 경우와 게임 속 특정 콘텐츠가 원천이 되어 외부 미디어로 복제되는 경우로 구분해 사례를 찾아볼 수 있다.

전자의 대표 사례로는 <월드 오브 워크래프트>(이하 WoW)의 '리로이 젠킨스' 사건을 들 수 있다. <WoW>의 던전을 공략하던 한 공격대가 'Leeeeeeroy'라는 대사를 치며 돌진한 파티원에 의해 전멸한 일화가 동영상을 통해 퍼져나가면서 '맥락없이 무조건 돌진하는' 게임적 상황에 쓰이는 밈이 된 사건이다[25]. 리로이 젠킨스가 대표적인 게임 밈으로 자리하게 된 데에는 사용자들의 모방도 한몫했지만, 무엇보다 개발사들의 적극적 호응이 큰 역할을 했다. 블리자드는 '리...로이!'라는 업적과 '젠킨스'라는 칭호를 부여하는 미션을 정식 게임 콘텐츠로 제작했고, 이후 리로이 젠킨스라는 이름을 지닌 NPC를 게임 내에 배치하기도 했다. 뿐만 아니라 블리자드의 또 다른 게임인 <하스스톤>에까지 이어져 리로이 젠킨스의 이름을 지닌 전설 카드가 제작되기도 했으며 <시티 오브 히어로>, <월드 오브 워십> 등 다른 게임에까지 패러디되어 등장하는 모습을 보여주고 있다. 이러한 사례는 사용자 주도의 사건이 수없이 패러디되어 다른 미디어로 퍼져나가고, 다시 게임 내 콘텐츠로 반영되는 순환형의 형식을 보여준다.

게임 속 특정 콘텐츠가 원천이 되어 외부 미디어로 퍼져나가는 사례로는 게임에 등장하는 캐릭터 또는 대사, 상황이 외부 미디어에 이미지나 영상 등의 형식으로 패러디되는 상황을 들 수 있다. <문명 5>의 간디 캐릭터가 이 사례로, '순순히 금을 넘기면 유혈사태는 일어나지 않을 것입니다'라는 대사가 하나의 밈이 되어 퍼지면서 커뮤니티 사이트, SNS, 예능 프로그램에까지 수많은 패러디를 양산해낸 사건이었다.

밈이 생성되는 과정에서 주목할만한 점은 비게임이 공감할 수 있는 밈일수록 참여와 이동, 확산의 힘이 높다는 사실이다. 밈의 핵심은 복제와 변형이다. 복제된 문화적 요소, 패러디에 웃고 떠들기 위해서는 원본에 대한 이해가 필수적이다. 사용자들이 매개자가 되어 밈의 확산에 참여하기 위해서는 하드코어 게이머가 아니

더라도 이해가능한 원본의 힘이 필요하다는 뜻이다. 예를 들어 <문명 5>의 사례는 현실의 역사에서 비롯된 간디라는 인물에 대한 이해를 바탕으로 한다. 즉 현실에서 평화주의자인 간디의 이미지가 게임 내 강경한 캐릭터의 모습과 대치되면서 웃음을 만들어내고 높은 확산성을 보여준 것이다. 즉 플레이어로서의 정체성에 소구하는 밈보다 현실 세계에 속한 퍼슨의 정체성에 소구하는 밈이 미디어 횡단 가능성이 높게 나타난다.

이상으로 살펴본 네 가지 유형과 트랜스미디어적 향유 경험의 모습들은 Table 1과 같이 정리할 수 있다.

**Table 1. Aspects of Transmedial Enjoyment based on Four Type**

Type	Aspects of Enjoyment
Expansion	Information Searching
	Leaking & Rumor
	Word of Mouth
Transmission	Collective Spectating (e-sports)
	Realtime Collective Spectating (game live streaming)
Permeation	Making a Comeback
	Abusing
Circulation	Generating Memes

#### 4. 결론

본 연구는 게임 사용자가 게임 미디어와 게임의 외부 미디어를 넘나들며 통합적 게임 경험을 완성해나가는 현상을 게임의 트랜스미디어적 향유로 규정하고, 사용자 정체성의 3P 모델에 따라 유형화해 사례와 특징을 살펴보았다.

트랜스미디어 현상은 개발자와 사용자가, 거대 미디어와 개인 미디어가, 하향식 흐름과 상향식 흐름이 뒤섞이는 컨버전스 문화의[1] 산물이다. 트랜스미디어에 관한 기존의 접근들이 제작사의 콘텐츠 전개 전략 또는 완성된 콘텐츠의 분석 차원을 다루고 있는 반면에, 본 논문은 미디어 간 '트랜스'를 수행하는 주체인 사용자에게 초점을 두고 현상을 추적했다. 게임 사용자들은 통합적인 게임 경험을 완성하기 위해 자발적으로 미디어를 횡단하며 원본의 경험을 확장하는 주체이다. 게임 사용자들은 일종의 큐레이터로서 게임과 게임 외부 미디어를 넘나들며 사용자 문화를 형성한다. 이러한 트랜스미디어적 향유 방식은 다른 미디어에서도 목격되긴 하나,



게임에서 가장 극대화되는 현상이다. 게임은 상호작용적인 본질을 지녀 능동적인 참여와 탐색을 전제하며 사용자에게 따라 수없이 많은 다른 경험들이 산출되기 때문이다.

게임 사용자들의 트랜스미디어적 향유 양상은 확장형과 증계형, 침투형과 순환형의 네 가지로 유형화된다. 양상을 살펴본 결과, 정보 탐색과 유출과 루머, 입소문의 사례가 포함된 확장형은 원본 게임에 존재하는 빈칸을 메꾸 불확실성을 해소하고자 하는 게임 사용자들의 욕망을 반영한다. 이스포츠와 라이브 스트리밍과 같은 게임의 관람문화를 반영하는 증계형에서는 프로젝트 이머나 스트리머를 중심으로 한 대안적 놀이공간의 등장 특징적이다. 게임 외부 미디어에서의 경험이 게임 내부에 영향을 미치는 침투형의 경우 역유입과 어뷰징의 사례가 대표적이다. 마지막으로 게임과 외부 미디어 간 상호 영향이 두드러지는 순환형의 경우, 대중적 지식에 기반했을 경우 사용자 참여가 늘어난다는 사실을 확인할 수 있었다.

본 논문은 개발자 중심의 시각에서 벗어나 사용자 중심의 시각으로 게임의 트랜스미디어 현상을 바라보고, 이를 유형화 및 분석하고자 했다는 점에 의의가 있다. 다만 개념에 따른 양상을 개괄적으로 훑고자 하는 연구의 목적 상, 각 유형 별 세부적 전개 형식을 담지 못한 것은 본 논문의 한계이다. 차후 참여 수준을 중심으로 실제 사용자의 인식을 반영하여, 이를 보완하고자 한다.

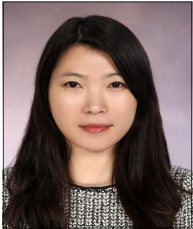
## REFERENCES

- [1] H. Jenkins. (2008). *Convergence culture*. (H. Kim Jeong & D. Kim. Trans). Biz&Biz.(Original work published 2006)
- [2] A. Philips. (2012). *A creator's guide to transmedia storytelling*. Mc Graw Hill.
- [3] C. Sclar.i, P. Bertetti & M. Freeman. (2014). *Transmedia archaeology: storytelling in the borderlines of science fiction, comics and pulp magazines*. Springer.
- [4] H. W. Han. (2006). Transmedia storytelling. *Digital Contents*, 11, 52-58.
- [5] S. M. Lee. (2009). Concept and properties of transmedia storytelling. *The Journal of the Korea Contents Association*, 9(12), 193-200.
- [6] S. E. Seo. (2015). *The study on media conversion storytelling*. Doctoral dissertation. Ewha Womans University, Seoul.
- [7] D. E. Lee. (2017). The strategy of transmedia storytelling using the game IP. *Journal of Korea Game Society*, 17(5), 143-150.
- [8] H. K. Kim. (2018). Generation principles of transmedia storytelling and domestic research trends. *Humanities Contents*, 0(50), 319-332.
- [9] M. J. Byun. (2019). A study on the storytelling of Beast's alternative reality game based on cross-media strategy. *The Korean Society of Science & Art*, 37(3), 173-185.
- [10] C. G. Lyou. & S. E. Seo. (2008). A study on the transmedia storytelling of online game. *The Korean Language and Literature*, 102, 439-470.
- [11] G. R. Jeon & Y. C. Kim. (2021). The transmedia storytelling strategies of <Minecraft: Story Mode>. *Journal of Korea Game Society*, 21(2), 55-66.
- [12] H. Y. Yun., H. J. Yun. & J. Lee. (2019). A study on the topography of game transmedia. *Humanities Contents*, 0(55), 235-258.
- [13] D. D. Waskul. (2006). The role-playing game and the game of role-playing. *Gaming as culture: essays on reality, identity and experience in fantasy games*, McFarland.
- [14] S. Turkle. (1997). Life on the screen: Identity in the age of the internet. *Literature and history*, 6, 117-118.
- [15] G. Costikyan. (2013). *Uncertainty in games*. MIT Press.
- [16] T. L. Taylor. (2015). *Raising the stakes*. MIT Press.
- [17] KOCCA. (2019). *The 2018 Survey on the Korean E-sports industry*. KOCCA.
- [18] K. I. Choi. (2019. Apr 9). *Is there any problem with Overwatch league's local team model?!*. IGN Korea (Online). <https://kr.ign.com/news/7236/obeoweoci-rigeu-jiyeog-yeongoje-munjejeomeun-eobseulgga>
- [19] T. L. Taylor. (2018). *Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming*. Princeton University Press.
- [20] H. W. Han. & S. Y. Kim. (2014). Analysis of storytelling in on-line personal game broadcasting. *Journal of Korea Game Society*, 14(2), 85-96.
- [21] M. Craig. (2020, Nov 11). *The viral game that made a comeback "Among Us"*. thebirdfeed(Online). <https://thebirdfeed.org/14387/showcase/the-viral-game-that-made-a-comeback-among-us/>.

- [22] H. Jenkins.(2013). *Spreadable Media*. New York University Press.
- [23] M. Ibrahim.(2017, Sep 12). *Firewatch creators can target PewDiePie with DMCA takedowns, and it's perfectly legal*. Polygon (Online). <https://www.polygon.com/2017/9/12/16295412/pewdiepie-campo-santo-firewatch-dmca-legal-abuse>
- [24] R. Dawkins. (2010). *The selfish gene*. (Y. N. Hong, & S. I. Lee, trans). Eulyoo. (Original work published 1976).
- [25] R. Taguiam.(2021, Feb 27). *World Of Warcraft: Everything You Need To Know About Leeroy Jenkins*. GAMERANT (Online). <https://gamerant.com/world-of-warcraft-leeroy-jenkins-facts-trivia/>

안 진 경(Jin-Kyoung Ahn)

[정회원]



- 2009년 2월 ~ 2013년 2월 : 엔씨소프트 바른손 E&A 게임기획
- 2013년 2월~2015년 2월 : 제일기획 BTL 크리에이티브 기획
- 2019년 2월 : 이화여자대학교 융합콘텐츠학과(문학박사)
- 2020년 3월 ~ 현재 : 강남대학교 글로벌문화학부 한영문화콘텐츠 전공 조교수
- 관심분야 : 게임학, 디지털 스토리텔링, 융합콘텐츠
- E-Mail : jkahn@kangnam.ac.kr