

게이머 참여 2.0 메커니즘 연구-게이머 커뮤니케이션 매개 O-S-O-R 모델과 게이머 커뮤니케이션 생태를 중심으로

Study on Gamer Participation 2.0- Focus on Gamers' Communication Mediation (O-S-O-R) Model and Gamers' Communicative Ecology

정창원

단국대학교 커뮤니케이션학부

Chang Won Jung(cjung15@dankook.ac.kr)

요약

본 연구는 게이머 참여 1.0(바츠 해방전쟁)과 게이머 참여 2.0(트럭 시위)을 비교하여, 새로운 형태의 게이머 참여 메커니즘을 이해하는 데 목적을 둔다. 확률형 아이템 문제로 야기된 게이머의 트럭 시위 사례를 중심으로, 게이머의 정치 참여 과정을 커뮤니케이션 매개 O-S-O-R 모델을 적용해 분석했다. 연구 결과 게이머의 커뮤니케이션 생태를 구성하는 사회, 기술, 담론 층위의 변화로 게이머 간 소통 채널의 다양화와 게임의 인식 변화를 야기했다. 게이머 참여 2.0의 게이머는 즉각적인 상호 소통을 전제로 하는 미디어 환경의 기술적 층위를 적극 활용했고, 동원과정에서 이슈에 대한 의견을 표명하고, 참여의 필요성을 공감하여 집단적 동원을 도출했다. 커뮤니케이션을 매개로 집회 및 시위와 같은 참여 임계점이 높은 사회 정치적 이슈에 참여할 수 있었다. 본 연구는 법적 절차에서 소외된 게이머들이 게임 플레이 과정에서 발생하게 된 게임 이슈에 자발적으로 참여한 점을 토대로, 게이머의 민주적 시민의식 발현과 이슈 공중(issue publics)으로서의 역할을 논의했다는 점에 의의가 있다. 다양한 참여 사례를 분석하기 위한 커뮤니케이션 연구 방법론과 이론적 확장의 필요성을 제안했다.

■ 중심어 : | 게이머 참여 | 이슈 공중 | 게이머 생태 | OSOR 모델 | 커뮤니케이션 매개 | 확률형 아이템 |

Abstract

This study aims to understand a gamer participatory mechanism by comparing Gamer Participation 1.0(Bartz Liberation War) and Gamer Participation 2.0(Truck Demonstration). The process of gamers' political participation is analyzed by applying the communication-mediated O-S-O-R model with the case of gamers' truck protests caused by probability items' issue. This study found out that changes in the social, technological, and discursive layers that constitute the gamer's communication ecology led to diversification of communication channels and changes in the perception of games. Gamers utilized the technological layer of the media environment that presupposes immediate mutual communication, expressed opinions on issues in the mobilization process, and shared the necessity of participation to derive collective mobilization. Through communication, gamers were able to participate in socio-political issues with high participation thresholds. This study is significant in that it discussed the gamers' democratic citizenship and role as issue publics. The study suggests that the need for theoretical and methodological expansion to analyze various participatory cases.

■ keyword : | Gamer Participation | Issue Publics | Gamer Communication Ecology | OSOR Model | Communication Mediation | Probability Items |

I. 연구배경 및 연구목적

고급 무기와 방어구를 갖춘 숙련된 드래곤나이트

(DK) 혈맹(clan)의 폭정에 맞서기 위해, 소위 '내복단' (기본 방어구가 내복과 비슷하다고 하여 명명)이라 불린 혁명군은 게임 레벨의 상당한 격차로 매일 500명 이

접수일자 : 2022년 06월 16일

수정일자 : 2022년 08월 22일

심사완료일 : 2022년 08월 22일

교신처자 : 정창원, e-mail : cjung15@dankook.ac.kr

상이 살해되었음에도 항전한 결과, 혁명의 목표를 달성할 수 있었다. 바츠 해방전쟁(Bartz Liberal War)은 2004년부터 2008년까지 약 4년 동안 20만여 명의 게이머가 참여한 리니지2의 온라인 풀뿌리 시민운동(online grassroot civic movement)이다. 게이머들은 DK 혁명의 불합리와 문제점을 인지하고, 의견을 피력하며, 정서적인 공감대를 형성했다. 정치적으로 무관심해 보이던 게이머가 그들의 권리를 위해 동원(mobilization)과정에 적극적으로 참여했다. 즉, 바츠 해방전쟁은 게임이 문화적 산물(cultural artifact)이라는 측면과[1-4] 아울러 특정 게이머 집단의 폭정과 게임 회사의 부조리에 대응하기 위한 게이머의 집단행동으로서 의미를 함축하고 있다. 비록, 바츠 해방전쟁은 내부 권력 다툼 등의 게임 내적 이슈로 인해 궁극적으로는 실패한 혁명일 수 있지만, 게이머의 권리를 위한 자발적인 시도였다는 점에서 의의가 있다.

2021년 1월, 페그오(넷마블)의 스타트 대시 캠페인이 중단된 여파로 게임 업계의 아이템 확률 조작 논란이 재점화됐다. 확률형 아이템에 대한 불이익 문제를 지속해서 제기했던 게임 이용자들은 해당 캠페인 공지가 이전까지의 확률이 공정하지 못했던 점을 인정하 결과 되었다고 주장했다. 고급 아이템 획득을 목표로 장기간 플레이한 게이머를 고려하지 않고 아이템 확률의 유예기간을 1주일로 지정하였고, 옵션 부여 확률에 관한 2019년과 2021년 간 규정 차이로 인해 게임사 정책에 대한 유저들의 신뢰가 크게 하락했다. 구체적인 보상과 적절한 사과가 이루어지지 않자 메이플스토리 인벤(게임 전문 웹진이자 커뮤니티)에 게임 이용자 입장을 대변하는 성명문을 두 차례에 걸쳐 발표했다. 하지만 넥슨 운영진으로부터 성명에 대한 답변을 받지 못했던 게이머들은 트럭 시위를 계획하며 3차 성명문을 게시했다. 피해 보상 규모와 보상 기간의 불합리함을 주장하며, 메이플스토리 갤러리 이용자들을 포함하여 많은 게임 유저들은 트럭 시위를 지지하며, 모금 활동에 적극적으로 참여하며, 게임사의 행태를 비판하였다. 이후 언론 매체를 통해 해당 사건이 보도되며, 디렉터의 사과문 공지와 함께 공식 간담회 개최를 약속했다. 게이머 트럭 시위는 게임 내적 참여를 넘어 게이머들이 주도한 오프라인 정치 참여(집회 및 시위)의 사례로서,

추후 관련 법률 재정을 위한 공론화에 이바지했으며, 미디어/커뮤니케이션을 동원 과정에서 적극적으로 활용했다는 점에서 학술적 의의를 지닌다.

본 연구는 2021년 확률형 아이템 문제로 야기한 게이머의 트럭 시위 사례(게이머 참여 2.0)를 중심으로, 게이머 참여 1.0(바츠 해방전쟁)과의 비교를 통해, 게이머의 정치 참여를 커뮤니케이션 매개 O-S-O-R(Orientation, Stimulus, Orientation, Response) 모델로[5][6] 분석할 것이다. 게이머의 커뮤니케이션 생태(gamers' communicative ecology)가 게이머의 참여 과정에 어떤 역할을 했고(미디어 기술의 발전에 따른 커뮤니케이션 양식의 변화), 이에 대한 메커니즘을 어떻게 이해할 수 있으며, 제한된 자원으로 집회 및 시위와 같은 참여 임계점(threshold)이 높은 사회적 동원이 가능할 수 있었는지 고찰할 것이다. 즉, 게이머 참여 2.0을 가능하게 한, 미디어/커뮤니케이션 생태에 초점을 맞춰 미디어 생태를 구성하는 다양한 층위에 대해 분석할 것이다. 나아가 게이머가 사회/정치적으로 무관심하다는 통념을 재고하며 게임 플레이 과정에서 발생하게 된 게임 이슈로 인한 사회적 참여의 의의 및 게이머의 시민의식/시민권(citizenship) 발현과 이슈 공중(issue publics)으로서의 역할에 대해 논의할 것이다 [7][8]. 본 연구는 기존 미디어 효과론/양적 연구에서 활용되었던 방법론과 이론적 관점을 게이머 참여 사례에 적용해[9-11], 이들 사례가 갖는 의의로 게임 콘텐츠 연구와 커뮤니케이션 연구의 확장을 모색하고자 한다.

II. 선행연구 및 연구문제

1. 게이머 참여 1.0

임계점(threshold) 측면에서 참여 행위는 여러 층위가 존재한다. 국민 청원(petition)과 온라인 투표와 같은 온라인 시민참여는 참여를 위한 비용(자원, 조직화, 참여 과정에 소요되는 시간과 노력)이 적고, 이에 따라 참여를 위한 임계점이 낮다[12][13].

오프라인 투표나 집회 시위의 경우, 동원을 위한 조직화 과정에 많은 자원(resources)이 필요하며, 복잡한 동원화(mobilization) 과정을 동반한다[14-17]. 동원을 위한 명분(justification)을 참여자가 공유해야 하

며, 참여의 연속성/지속성과 후속 참여를 독려하기 위한 사회적 관심/주목을 위한 미디어 활용 전략도 함께 고려해야 한다[14][18]. 현실적으로 요구되는 시간과 비용이 많아, 즉 참여를 위한 높은 임계점으로, 온라인 참여 행위에 비해 오프라인 참여는 상대적으로 적은 인원이 참여한다. 게이머 1.0(바츠 해방 전쟁)은 온라인상에서 진행되었던 참여 행위였지만, 게이머가 큰 비용과 노력을 들이고, 희생하며 혁명전쟁에 참여했던 점에서 일반적인 온라인 참여와 비교해 임계점이 높았으며, 동원 과정도 상이했다. 게이머의 권리를 표명하며 2004년 리니지 홈페이지 게시판에 호소문을 작성해 다수의 게이머를 설득해 동원하는 데 성공했다. 20여만 명의 게이머가 참여했고, 게임 플레이를 위한 많은 시간을 참여에 이바지했다. 오프라인 사회 참여와 대등할 정도로 많은 시간과 비용을 들여 다수의 게이머가 참여했지만, 바츠 해방전쟁은 궁극적으로 실패한 혁명으로 게임사에 기록되었다. 본 연구는 게이머 1.0의 실패 원인으로 참여자 간 갈등(게임 내적 이슈)과 더불어 커뮤니케이션 생태의 측면에서 분석하고자 한다.

연구문제 1 - 게이머 참여 1.0의 의의와 한계점은 무엇인가?

아이템 분배를 둘러싼(승리 이후의 전리품) 혁명군들 내부 권력 다툼은 게이머들 간 분열을 야기했으며, 많은 시민군을 게임에서 이탈하게 했다. 이들은 감시와 견제가 소멸된 새로운 권력층으로서 대중적인 공감도 이끌어내지 못했다. 이러한 참여자 간 갈등은 혁명군의 기반을 약화했으며, DK 혁명의 반격을 허용하게 되었다. 즉, 참여 명분을 상실하였고, 혁명군 내부의 민주적 소통(커뮤니케이션) 부재로 인해 미완의 혁명이 되었다.

한편, 바츠 해방전쟁은 게이머의 사회 정치적 참여 혹은 집단행동이 게임 내부에서 진행되고, 게임 외부로 확장되지 못한 점에서 한계가 있다. 제한된 파급 효과로 인해 게임 이슈는 언론의 주요 의제/어젠다(agenda)로 설정되지 못했고, 여론의 주목을 받지 못했다. 또한, 2004년 미디어(커뮤니케이션) 기술의 측면에서, 온라인 커뮤니티 내 토론 및 게이머 간 의사결정 과정에 상대적인 제약이 있었다. 반면, 게이머 참여

2.0 측면에서, 게이머 커뮤니케이션 생태는 게임 이슈 공중을 가능케 하는 데 중요한 역할을 했다. 구체적으로 미디어 기술 환경의 변화로(모바일 중심, 커뮤니티를 활용한 게임 플레이) 인한 소통 채널의 다양화와(SNS, 라이브 스트리밍), 디지털 전문 미디어의 등장이다. 2004년 게이머 참여 1.0 당시 블로터(2006년 창간)와 디스이즈게임(2005년 창간)은 창간 이전이었다. 2003년 3월 창간한 지디넷 코리아(ZDNet Korea)가 존재했지만, 미국 CNET 네트워크의 한국어판으로 기술 및 전자제품의 리뷰가 기사의 다수였다. 게임 동아와 게임 조선이 바츠 해방전쟁 이전 창간이 되었지만, 바츠 해방전쟁 3년 이후인 2011년에서야 기사로 다뤄졌다. 즉, 게임 이슈를 기사화하여 여론의 시선을 끌 수 있는 미디어 환경이 열악했다. 나아가 게이머들 간, 실시간 양방향 소통 채널 및 여론 형성을 위한 의견 지도자(opinion leader; 파워 블로거 혹은 유튜버/인플루언서)의 부재는 게이머 커뮤니케이션 생태를 구성하는 핵심의 부재로서, 게임 이슈에 관한 대중의 관심과 공론화에 한계가 있었다. 즉, 게이머들의 행동을 외부로 집단화/조직화하기 위한 동원 자원(mobilization resource)과 “아래에서 위로의 사회적 동원(mobilization)”에 제약이 있었다[19]. 이러한 한계점으로 본 연구는 바츠 해방전쟁을 게이머 참여 1.0으로 명명했다. 바츠 해방전쟁 당시 언론과 학계는 바츠 해방전쟁을 문화 현상으로 주목했지만, 게임 유저의 의사소통 과정, 미디어와 커뮤니케이션 기술의 역할, 즉 게이머의 커뮤니케이션 생태(gamers' communicative ecology)의 측면을 간과했다. 이후 오프라인 트릭 시위가 가능할 수 있었던 미디어/커뮤니케이션 기술, 게임에 대한 사회적 인식 및 커뮤니케이션의 역할에 관한 학문적 접근이 필요하다.

2. 게이머 참여 2.0 이론적 배경

연구문제 2 - 게이머 참여 2.0의 이론적 배경은 무엇인가?

본 연구는 게이머 참여 2.0의 이론적 배경으로 커뮤니케이션 매개 O-S-O-R 모델을 중심으로 논의하고자 한다. 커뮤니케이션 매개 모델은[5][6] Markus와

Zajonc(1985)의 O-S-O-R 모델에 기반을 둔다. 위 모델은 정치 참여 과정/경로를 설명하는 메커니즘으로서(정치) 커뮤니케이션 분야에서 미디어와 커뮤니케이션의 매개 역할에 대해 논의했다[20]. Orientation(O), S(stimulus), O (orientation) R (response)의 약자로서, O는 인구통계학적 속성, S는 언론 보도 이용/노출 및 대화/토론 등의 커뮤니케이션을, 두 번째 O는 커뮤니케이션과 참여(R) 사이를 매개하는 지식, 인지 복잡성 및 정치적 효능을 의미한다. Jung은 O-S-O-R 모델 중, 게임 플레이, 미디어 이용, 네트워크 및 게이머 간 토론을 게이머의 커뮤니케이션 생태로(gamers' communicative ecology) 개념화했다[10][11].

미디어 생태(media ecology) 이론에 기반한 커뮤니케이션 생태(communicative ecology)는 기술(technological), 사회(social) 및 담론(discursive)의 세 가지 층위(layer)로 구성된다[21]. 기술 층위는 커뮤니케이션을 가능하게 하는 미디어를(게임 및 게임 플레이)로 인한 커뮤니케이션 발생의 가능성 포함, 사회 층위는 조직 구성원과 구성원들을 조직하는 방식(게이머 네트워크)을 의미한다. 담론 층위는 커뮤니케이션의 내용(게임 이슈 및 커뮤니티 내 토론)을 포함한다.

O-S-O-R 모델을 바탕으로(정치) 캠페인 커뮤니케이션 연구는 참여에 대한 캠페인 노출과 뉴스 이용으로 인한 인지적 반응을 포함하는 상호 연관 추론(Interrelated Reasoning) 프로세스를 추가하여 O-S-R-O-R 모델로 확장했다[22][23]. Jung은(온라인) 커뮤니티 참여와 활동이 인지적 성찰과 합리적 논증 과정인 상호 연관 추론(R)의 역할을[24][25] 할 수 있다고 주장했다[10][11]. 즉, 커뮤니티는 구성원들의 소속감과 신뢰를 증진 시키며 다양한 아이디어와 견해를 공유할 수 있는 공론장(public sphere) 역할을 할 수 있다. 나아가 Jung은 S(stimulus)를 미디어/정보 이용/노출과 토론 행위 두 부분으로 구분하여, 미디어 이용과 게임 이슈/뉴스 노출이 게임 이슈에 관한 토론과 게임 네트워크(온라인 및 오프라인 게임 공동 플레이, 길드 구성원 조직)에 선행한다고 주장한다[5][6]. 두 번째 O(Orientation)는 게이머 네트워크(게임 공동 플레이)와 토론으로 커뮤니티 참여, 커뮤니티 소속감 증진, 동료 게이머 신뢰, 게임 플레이를 통한 사회 정치적 학

습의 과정을 포함한다.

R (response)은 게이머 참여 단계로서, 시민(civic) 및 제도적 참여(political participation)뿐만 아니라 온라인 표현 및 온라인 정치 활동과 같은 온라인 활동(online participation), 게이머 이슈 참여를[19] 포함한다. 이렇듯, 게이머 참여 2.0은 게이머가 미디어와 커뮤니케이션을 적극적으로 활용하여, 이슈에 대한 의견을 표명하고, 참여의 필요성을 공감하여 집단적 동원의 결과를 도출할 수 있는 커뮤니케이션 매개 이론에 기반할 수 있다.

3. 게이머 참여 2.0의 층위

연구문제 3 - 게이머 참여 2.0을 가능하게 한 사회(social), 기술(technological) 및 담론(discursive)의 층위는 무엇인가?

게임은 여가 오락 활동 혹은(미디어) 콘텐츠 산업 영역으로 인식하는 경향이 있으므로[26], 정치/사회 이슈에 비해 상대적으로 주목도가 낮다. 언론사는 게임 자체에 관한 이슈 보다는 게임으로 인한 중독 혹은 폭력으로 야기하는 사회 문제에 초점을 두고 있다[9]. 주류 미디어는(몰입형) 게임의 부정적 측면을 강조하고, 게임 법안의(게임 섯다운제, 게임 중독법안) 입법 절차에 대한 단신 뉴스를 주로 보도했다[9][27][28]. 즉, 게임의 자체적/내부 이슈가 사회적 이슈로 확대되기는 어려운 환경이었다. 하지만, e스포츠 대회의 규모와 관심이 세계적으로 확대되고(항저우 아시안 게임 정식 종목 채택), 국내 게이머들이 e스포츠 대회에서 좋은 성적을 거두면서 게임에 대한 사회적 관심이 높아졌으며, 인식 제고가 진행되고 있다. 나아가 코로나19와 사회적 거리두기로 인해 게임플레이 빈도와 시간이 증가했고[29], 과거 게임 장애를 질병(disorder)으로 규정했던 WHO가 코로나 확산 방지를 위해 게임플레이를 권장하면서[30], 게임에 대한 인식이 긍정적으로 변화했다. 즉, 과거 폭력/중독으로 부정적으로 인식되었던 게임은 사회 환경의 변화로 인해 여론과 언론의 관심이 높아지고 있다.

또한, 5G 네트워크 환경과 모바일 중심의 미디어 기술 생태의 변화는 게이머들 간 커뮤니케이션을 확장했

다. 게임플레이를 위한 플랫폼이 PC에서 모바일/스마트폰으로 전환되면서, 게임에 대한 접근성이 용이해진 환경은 게임플레이를 위한 시공간 제약을 극복할 수 있었으며, 이는 게이머의 양적 증가를 일으켰다. 나아가 게이머들은 SNSs, 실시간 채널, 스트리밍 및 다양한 온라인 커뮤니티를 통해 게이머들 간 소통 채널과 경로를 다양화하였다. PC 중심으로 플레이가 이루어졌던 RPGs(Role-playing games) 혹은 MMORPGs(Massively Multi-player Online Role Playing Games) 장르 게이머들은 타 게임 장르에 비해 게이머들 간 소통 및 온라인 커뮤니티 참여에 적극적이었는데[10][11][31], 오늘날 게이머 간 커뮤니케이션은 특정 장르에 한정되지 않고 게임 플레이의 주요 구성 요소로 작용하고 있다. 활성화된 게임 커뮤니티는 게임사와의 소통에도 매우 중요한 역할을 수행한다. 과거 게임 회사와의 커뮤니케이션은 공청회/간담회, 게임쇼/설명회 정도로 한정되어 있어, 오프라인 행사 참여를 전제로 한 커뮤니케이션이기에 이슈에 적극적인 특정 게이머들만의 소통이었다는 한계가 있다. 하지만, 앞서 언급했던 게이머 참여 2.0 사례처럼 게임 업데이트를 위한 패치가 실행되면- 게임 내 경제 활동에 밀접하고 직접적인 영향을 미치게 될 때- 게이머들은 커뮤니티에 적극적으로 의사를 개진하고 집단으로 문제점을 분석하고, 게이머들의 권리/이익을 위해 집단화된 행동을 마련하기도 한다. 또한, 네트워크 환경의 변화와 (1인) 미디어의 발전으로 공청회/간담회 과정을 온라인으로 실시간 시청할 수 있으며, 쌍방향 소통을 전제로 한 적극적인 의견 개진도 가능하게 되었다.

즉, 게이머의 커뮤니케이션 생태를 구성하는 사회, 기술, 담론 층위의 변화로 인해 과거 게이머 참여 1.0(바츠 해방 전쟁)의 한계점을 극복할 수 있었으며, 게이머 참여 2.0에서 게이머들은 게임 인식 변화와 게이머 권리에 적극적인 행동을 취할 수 있었다. 게이머들의 적극적인 요구에 의한 간담회가 이루어졌으며, 요구가 관철되지 않으면 집단행동을 기획, 조직하기 위한 미디어/커뮤니케이션 자원을 적극적으로 활용하였다.

III. 게이머 참여 2.0 사례와 OSOR 모델

연구문제 4 - 커뮤니케이션 매개 모형(OSOR)과 게이머 커뮤니케이션 생태는 게이머 참여 2.0의 메커니즘 설명에 어떤 역할을 하는가?

기존 게임사는 (아이템 관련) 오류/버그에 대해서도 적극적으로 문제를 해결하지 못한 경향이 있다. 게임 회사가 책임져야 할 버그나 오류에 대한 질의응답에 근본적인 문제 해결 보다 '매크로식 답변'(사전에 작성된 매뉴얼화 된 답변을 복사 붙여넣기 하는 무성의하며 기계적인 대응)으로 일관하는 사례가 존재했다[32][33]. 서비스 품질과 관련된 고객 응대 불만 혹은 QA(질의응답) 파트의 외부화로 인해, 게이머들은 사실 관계 확인이 불가능했고, 약자로서 게이머의 권리가 침해되는 경우가 존재했다. 아래 표 1은 마비노기 게임 유저가 게임사(넥슨)의 대응 과정을 일자 별로 요약한 결과이다. 앞서 연구문제에서 제시한 바와 같이, 넥슨 트럭 시위 사례를 O-S-O-R 모델과 게이머 커뮤니케이션 생태에 적용하여 게이머 참여 2.0을 분석할 것이다[표 2].

앞서 언급했듯이, 오늘날 게이머는 혼자 플레이하는 경우 보다, 플레이를 통해서 동료 게이머와 접촉하고 길드/그룹을 형성할 수 있다. 게임 동료의 유무는 게임 장르에 따라 다소 차이가 있으나(MMORPGs의 경우 동료 게이머 혹은 길드 시스템), 1인 플레이 게임도 (온라인) 게임 커뮤니티를 통해 게이머와 소통을 할 수 있다(orientation). 게이머 간 적극적인 커뮤니케이션으로 인해 게임 커뮤니티에 아이템 문제에 대한 공론화가 진행된 일주 만에 오프라인 동원(트럭 시위)을 위한 자원이 마련되었다. 게이머 권리에 대한 의식을 갖춘 민주 시민(democratic citizenship)으로서 이슈에 적극적인 게이머들은 커뮤니티를 활용하여, 성명문을 발표하고, 게임사의 행태에 대한 문제의식을 일반 게이머들에게 공유할 수 있었다.

게이머들은 커뮤니티 게시글을 통해 정보와 의견을 교류했고, IT/기술/게임에 초점을 둔 미디어(블로터, 디스이즈게임, 지디넷 등)의 신속한 보도는 사건/이슈에 관한 관점을 명확하게 하는 역할을 했다(Stimulus).

표 1. 게임사에 대한 유저 대응

일시	주체	세부 내용
1월 18일	넥슨	루리웹(커뮤니티) 스크린샷(익명 댓글: 확률형 아이템 문제 공론화 계기)
1월 25일	유저	마비노기(카페) 성명문 및 트럭 모금 진행: 하루 만에 모금 목표액 달성
1월 26일	넥슨	구체적인 아이템 보상하였지만, 게이머 성명문의 요구와 상이
1월 27일	유저	트럭 시위 진행 (장소: 넥슨 판교역)
2월 04일	넥슨	넥슨 입장문 공개(단, 세공 확률은 공개하지 않음)
2월 05일	유저	2차 트럭 시위 비용 모금(타 게임 커뮤니티에 확산)
2월 09일	넥슨	(부실한 구성의) 과금 패키지 공개
2월 09일	유저	불매운동 및 접속 중단 운동
2월 17일		SBS Biz 뉴스 보도, "게임 '확률형 아이템' 논란·영업비밀 vs 확률 조작"
2월 18일	넥슨	사과문 및 간담회 예정 발표

표 2. 트럭 시위(게이머 참여 2.0) OSOR 모델

O	S	O	R
게이머 커뮤니케이션 생태		커뮤니티	참여
게이머 게이머 동료	미디어/언론 게임 뉴스 게임 이슈 토론	동질감 게이머 소속감 (게임) 이슈 인식/지식	게이머 참여 온라인 참여 사회/정치 참여
MMORPGs 장르 협동 플레이	확률형 아이템 문제 인식 커뮤니티/SNS/언론사를 통한 이슈 확산 문제 인식 및 집단행동 자원 마련		트럭 시위 국민 청원 불매운동

Stimulus 단계에서 언론 보도는 SNSs로 확장되었으며, 이슈에 관한 의견을 공유하고, 커뮤니티에 표출하며 게임 이슈에 관한 토론을 가능케 했다. 또한, 게임 전문 유튜버나 인플루언서들은 이를 실시간으로 공론화했다. 즉, 이슈 공중(issue publics)으로서 게이머의 역할을 가능케 하였다[7][8].

성명문을 발표하고 단 하루 만에 트럭 시위 모금액 (약 900만 원)을 달성할 수 있었던 건, 크라우드 펀딩 (crowd funding)에 익숙한 게이머들의 적극적인 참여와 린저씨(리니지하는 아저씨)-게임 아이템 구매력이 높은 집단)의 자본력을 고려할 수 있다.

커뮤니티를 통한 의견 교류는 집단행동을 위한 자원 마련을 위한 명확한 목표와 동원의 정당성을 함께 공유할 수 있는 광장(공론장)의 역할을 했으며, 이슈에 무관 심했던 게이머들에게 이슈에 관한 지식을 제공할 수 있었다. 나아가 게이머 권리를 위한 조직화/동원 과정에서 게이머들은 동료 의식 및 동질감을 경험하며,

집단행동을 위한 여건을 마련할 수 있었다 (Orientation). 이로써 1차 트럭 시위(Response)의 민주적 참여가 가능했다.

게이머의 O-S-O-R 참여 과정은 2차 트럭 시위를 이끌었으며, 특히 Stimulus-Orientatation에서의 게이머 커뮤니케이션 생태와 커뮤니티 참여는 확률형 아이템 과 직/간접적으로 연관된 게임 플레이어와 기타 게임 커뮤니티로의 이슈 확산에 이바지했다. 특히 메이플스토리 게이머 참여는 여성 유저들로만 조직된 '여성시대'가 남성 유저 중심의 인벤과 연합해 트럭 시위를 지지했던 사례로 게임사의 확률형 아이템 문제의 심각성이 게임 내 젠더 갈등을 극복하는 계기가 되기도 했다[34].

이는 남성 유저 중심의 게임 커뮤니티의 젠더 통합으로서 의의를 지닌다. 2차 트럭 시위가 발생한 지 만 4 일 만에 넥슨은 과금 패키지를 공개했지만, 매우 부실한 구성으로 게이머의 공분을 야기했다. 결국, 넥슨 게

입 불매운동 및 마비노기 접속 중단 운동(Response)을 진행했다. 오프라인 트럭 시위의 동원 과정을 경험했던 게이머들은 입계점이 상대적으로 낮은 참여 행위에 매우 적극적이며, 광범위하게 동참할 수 있었다. 1, 2차 트럭 시위와 아이템의 불매운동은(게임사 매출의 상당 부분을 차지하고 있다는 점에서) 주요 언론사의 (mainstream & legacy media) 관심을 도출했고, 2월 17일 SBS는 확률형 아이템 이슈를 보도하며, 언론과 여론의 이목을 집중시킬 수 있었다. 결국 넥슨은 사과문 발표하고, 간담회 개최를 통해 게이머의 의견을 적극 수용할 것을 약속했다. 게이머 참여 2.0 이후, 2020년도 이상헌 의원을 포함한 국회의원 17인이 발의한 게임 이용자 보호와 게임업계의 제도 개선을 위해 '게임산업진흥에 관한 법률 전부개정법률안'(확률형 아이템 규제 법안)이 다시 주목받게 되었으며, 2021년 9월 국정 감사에서 확률형 아이템이 주요 국정 이슈로 부각되었다. 랜덤박스 확률 공개 의무화가 포함된 국회 게임법 개정안이 발의되기도 했다.

게이머들은 유료화 과금 시스템 및 확률형 아이템 문제에 대해 각종 커뮤니티에 공론화하며, 게이머들의 공감대를 얻어내고, 여론과 언론의 주목을 이끌었으며, 정치적으로 집단화 과정을 경험했다. 즉, 게이머 참여 2.0은 O-S-O-R 과정을 기반한 게이머 커뮤니케이션 생태를 적극 활용하여, 온/오프라인 참여와 게임 이슈 참여를 통해 게임 관련 법안 개선에 매우 중요한 역할을 하였다. 이는 정부 주도로 제정되었던, 게임 셋다운제나 게임중독 법안과는 상이하게 아래에서 위로의 사회 변화라는 점에서 큰 의미가 있다.

IV. 결과 논의

트럭 시위는 2019년 아이돌 팬덤의 집단적 목소리를 반영하기 위한 수단으로 등장하며, 게임 업계 및 스포츠, 연예계까지 확산하였다. 하지만 시위가 공공의 목표를 위한 행위인지, 혹은 소수의 의견만을 반영하는지, 참여자 간 충분한 토론 과정을 거쳐 참여의 (공익적) 정당성을 대다수 사람이 공감할 수 있는지에 따라 민주적 시민의식의 발현 유무를 나눌 수 있을 것이다. 특정 연

예인을 지지하기 위해 혹은 특정 그룹 해체를 반대하기 위한 시위가 진행되기도 했다. 구성원들의 민주적 절차에 의한 성명이 아닌, 소수(혹은 개인의) 의견의 성명문이 언론에 보도되어, 반박 입장문이 발표되고 다른 입장 표명으로 인해 팬 지지자 간 혼란을 경험하기도 했다. 나아가 2004년 7월 '바츠 해방의 날'을 선언했음에도 내부 권력 다툼이 발생하여 혁명이 미완으로 남게 되었으며, 2021년 넥슨에 대항하는 메이플스토리 총대진(일명 '총대맨 사람들')은 간담회 준비 미흡과 폐쇄적인 커뮤니케이션으로 사퇴하는 진통을 겪기도 했다.

2004~2008년 온라인 시민 혁명을 경험한 게이머는 게임을 둘러싼 부정적 인식과 각종 규제에도 불구하고, 2021년 민주적 절차에 근거하여 트럭 시위를 통해 민주 시민의식을 발현하였다. 2019년부터 연예계에서 진행되어 온 트럭 시위에 관한 정당성 확보의 중요성을 인지하였다. 아이템 확률 정보는 게임과 게임사의 신뢰와 직접적으로 연관이 있음을 주장하며, 확률형 아이템이 게임사의 영업비밀로 간주되었던 행태를 비판할 수 있는 근거와 정당성을 마련할 수 있었다. 게임 커뮤니티를 중심으로 진행된 트럭 시위 이후, 게임사들은 확률 공개를 위한 방안을 마련하고 있으며, 아이템 확률을 게이머가 직접 확인할 수 있는 신사업 모델을 제시하기도 했다.

본 연구는 미디어 커뮤니케이션 환경의 사회, 기술, 담론적 변화를 바탕으로, 게이머 참여 1.0(바츠 해방전쟁)과 게이머 참여 2.0(트럭 시위)을 비교하여, 커뮤니케이션 매개와 게이머 커뮤니케이션 생태의 역할에 대해 논의했다. 즉각적인 상호 소통을 전제로 하는 오늘날의 미디어 커뮤니케이션 환경의 기술적 층위와 동원 과정에서 이에 매개되어 사회 정치적 이슈에 참여할 수 있는 메커니즘에 관해 주요 사례를 중심으로 분석하였다.

나아가 커뮤니케이션 학문 분야에서 주로 적용해오던 이론인 커뮤니케이션 매개 모델(O-S-O-R)을 게임 사례에 적용하여, 게임 연구의 확장을 시도한 점에서 의미가 있다. 참여의 메커니즘으로서 이슈 공중의 역할을 앞서 언급했던 다양한 (트럭) 시위 및 특정 이슈 참여를 설명하는 기제로 적용할 수 있을 것이다. 이러한 점에서 본 연구는 사례 연구의 한계점을 극복하고 연구의 확장을 이끌 수 있었다. 추후 연구에서는 게임 커뮤니티

니터 담론 분석을 통해 실질적인 소통과 토론을 분석하여 동원을 끌어낼 수 있었던 내용을 분석할 필요성이 있다. 또한, 유튜브 및 인플루언서를 중심으로 SNS 담론 분석을 통해 이슈를 공론화하고, 참여에 실질적인 영향을 미치는 오피니언 리더의 역할에 관한 연구를 제안한다.

MZ세대를 중심으로 오늘날의 소비자 혹은 이용자는 가치관과 불일치하면 구독과 이용을 취소하고, 불매운동이나, 청원을 통해 자신의 권리를 적극적으로 표출한다. 반대로 자신의 가치와 부합되면 적극적인 팬과 홍보자 역할을 하기도 한다. 본 연구에서 언급했던 커뮤니티 생태를 적극적으로 활용하여, 이용자 간 정보의 신속한 교류/공유를 가능케 하며, 이는 기업의 신뢰와 평판에 직접적인 영향을 미치게 된다. 이러한 점에서 본 연구가 제시하고 분석했던 개념적, 이론적, 방법론은 다양한 주제로 확장될 수 있으며, 여러 사회적 참여 현상과 사례를 이해할 수 있는 후속 연구를 위한 기틀을 다질 수 있는 계기를 마련할 수 있었다.

참 고 문 헌

- [1] 이인화, *스토리텔링 진화론*, 해냄, 2014.
- [2] 이용욱, "온라인 게임(MMORPG)의 서사적 지위에 관한 연구," *디지털스토리텔링연구*, 제1권, pp.1-12, 2006.
- [3] 윤태진, "텍스트로서의 게임, 참여자로서의 게이머 : 디지털 게임의 문화연구적 접근," *언론과 사회*, 제15권, 제3호, pp.96-130, 2007.
- [4] 조은하, "청소년 게임문화의 이해," *한국콘텐츠학회지*, 제5권, 제2호, pp.106-113 한국콘텐츠학회, 2007.
- [5] J. M. McLeod, K. Daily, Z. Guo, W. Eveland, J. Bayer, S. Yang, and H. Wang, "Community integration, local media use, and democratic processes," *Communication Research*, Vol.23, pp.179-209, 1996.
- [6] J. McLeod, D. A. Scheufele, and P. Moy, "Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation," *Political Communication*, Vol.16, No.3, pp.315-336, 1999.
- [7] Y. M. Kim, "Issue publics in the new information environment: Selectivity, domain specificity, and extremity," *Communication Research*, Vol.36, No.2, pp-254-284, 2009.
- [8] M. D. Atkinson and D. DeWitt, "Does celebrity issue advocacy mobilize issue publics?," *Political Studies*, Vol.67, No.1, pp-83-99, 2019.
- [9] C. W. Jung, "Media discourse and perception of game regulatory issues," *The Communication Review*, Vol.22, No.2, pp.139-161, 2019.
- [10] C. W. Jung, "Role of gamers' communicative ecology on game community involvement and self-identification of gamer," *Computers in Human Behavior*, Vol.104, No.106164, 2020.
- [11] C. W. Jung, "Online game playing as a political mobilizer: Gamers' communication environment," *Social Behavior and Personality: an international journal*, Vol.48, No.1, pp.1-16, 2020.
- [12] W. J. Brady and M. J. Crockett, "How effective is online outrage?," *Trends in cognitive sciences*, Vol./23, No.2, pp.769-771, 2019.
- [13] C. Vaccari, A. Valeriani, P. Barberá, R. Bonneau, J. T. Jost, J. Nagler, and J. A. Tucker, "Political expression and action on social media: Exploring the relationship between lower-and higher-threshold political activities among Twitter users in Italy," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.20, No.2, pp-221-239, 2015.
- [14] B. Bimber, A. Flanagan, and C. Stohl, *Collective action in organizations: Interaction and engagement in an era of technological change*, Cambridge University Press, 2012.
- [15] J. Goodwin and J. M. Jasper, *The social movements reader: cases and concepts*, John Wiley & Sons, 2009.
- [16] J. C. Jenkins, "Resource mobilization theory and the study of social movements," *Annual review of sociology*, Vol.9, No.1, pp.527-553, 1983.
- [17] J. D. McCarthy and M. N. Zald, "Resource mobilization and social movements: A partial theory," *American journal of sociology*, Vol.82, No.6, pp.1212-1241, 1977.
- [18] D. McAdam, *Political process and the development of black insurgency 1930-1970*,

University of Chicago Press, 2010.

[19] 정창원, “게이머 이슈 참여에 미치는 영향 연구: 미디어 출처, 시정 행동과 태도 정보의 역할을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제22권, 제2호, pp.187-197, 2022.

[20] H. Markus and R. B. Zajonc, *The cognitive perspective in social psychology, The handbook of social psychology*, New York: Random House, 1985.

[21] M. Foth and G. Hearn, “Networked individualism of urban residents: Discovering the communicative ecology in inner-city apartment buildings,” *Information, Communication & Society*, Vol.10, No.5, pp.749-772, 2007.

[22] D. V. Shah, J. Cho, W. P. Eveland, and N. Kwak, “Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation,” *Communication research*, Vol.32, No.5, pp.531-565, 2005.

[23] H. Gill and H. Rojas, “Communication Mediation Model Predicting Political Participation among Instant Messaging App Users: An OSROR Approach,” *Communication Studies*, Vol.72, No.3, pp.490-512, 2021.

[24] J. Kim, R. O. Wyatt, and E. Katz, “News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy,” *Political communication*, Vol.16, No.4, pp.361-385, 1999.

[25] V. Price, J. N. Cappella, and L. Nir, “Does disagreement contribute to more deliberative opinion?,” *Political communication*, Vol.19, No.1, pp.95-112, 2002.

[26] 김정운, 이장주. “여가와 삶의 질에 대한 비교문화 연구,” *한국심리학회지*, Vol.19, No.2, pp.1-15, 2005.

[27] 서성은, 연준명, “한국 언론의 게임 보도 프레임 분석,” *한국게임학회 논문지*, 제17권, 제6호, pp.89-101, 2017.

[28] 이숙정, 육은희, “WHO 의 게임 이용 장애 질병 코드화 이후 언론의 게임 보도에 대한 내용 분석,” *한국게임학회 논문지*, Vol.21, No.3, pp.91-106, 2021.

[29] 남현우, “게임 플랫폼과 게임 이용 형태의 변화에 따른 포스트 코로나 시대의 게임산업 경쟁력 방안 연구,” *융복합지식학회논문지*, 제8권, 제4호, pp.137-147, 2020.

[30] <https://www.who.int/news/item/16-11-2021-online-games-encourage-players-to-stay-mentally-and-physically-healthy-at-home>.

[31] 임장훈, “온라인 가상공간의 커뮤니케이션 활성화방안 -MMORPG(대규모 다중 사용자 온라인 롤플레이팅 게임) 중심으로,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제7권, 제10호, pp.115-125, 2007.

[32] <https://www.consumernews.co.kr/news/articleView.html?idxno=614684>.

[33] <https://www.inven.co.kr/board/dho/495/204424>.

[34] <https://www.inven.co.kr/board/maple/2299/6471895>.

저 자 소 개

정 창 원(Chang Won Jung)

정회원



- 2006년 5월 : New York University(M.A.)
- 2017년 12월 : University of Wisconsin at Madison(Ph.D.)
- 2021년 ~ 현재 : 단국대학교 사회과학대학 커뮤니케이션학부 조교수

〈관심분야〉 : 게임 커뮤니케이션, 엔터테인먼트 미디어, 미디어 혁신, 한류 콘텐츠