

디지털 게임의 부분 유료화 모델에 관한 연구

이동은, 이유호

가톨릭대학교 미디어기술콘텐츠학과, 가톨릭대학교 디지털미디어학부 문화콘텐츠학과
delee@catholic.ac.kr, yh3198@naver.com

A Study on the Free-to-Play Model for Digital Games

Dong-Eun Lee, You-Ho Lee

Dept. of Media Technology & Media Contents, The Catholic Univ.
Major of Culture Contents, Division of Digital Media, Catholic Univ.

요 약

디지털 게임의 부분 유료화 모델은 플레이어로 하여금 신규 게임 유입의 장벽을 낮추고 동시에 소액 결제를 통해 소비를 유도하여 안정적인 수익을 촉발한다는 점에서 게임 업계의 대표적인 수익모델로 평가받고 있다. 하지만 부분 유료화를 통해 제공되는 서비스들의 종류와 적용 대상, 적용 양상이 다양해지면서 있는 플레이어들의 게임 플레이 경험에 불균형을 양산하는 문제를 만들고 있다. 이에 본 논문은 부분 유료화의 개념과 특징을 정리하고, 획득 방법, 지속성, 기능 발현 대상에 따라 2가지 유형, 7가지 세분류를 진행하였다. 이 과정을 통해 부분 유료화 모델이 가지는 세 가지 문제점을 도출할 수 있었는데 첫째, 게임 플레이 경험의 불평등 유발, 둘째, 게임 세계 경제의 불균형 양산, 셋째 게임 플레이 지속성 파괴가 바로 그것이다. 본 논문에서는 이 세 가지 문제점을 구체적인 사례를 중심으로 설명하고 그 해결책을 제안하는 것을 목적으로 한다. 이러한 연구는 앞으로의 부분 유료화 모델이 한국 게임 시장에 어떤 방식으로 적용되어야 하는지에 대한 지표를 제공한다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

ABSTRACT

Free-to-Play of Digital Game became to be one of the largest profit business models because of its stable profit and ability to attract new players. However as the services that are provided gets diversified, some problem come up with mass imbalance in the gameplay experience. Therefore in this process to organize the concepts and features of the Free-to-Play and typing research depending on the acquisition method, durability, and function of revelation target. It was able to derive the three problems, which are inequality in the gameplay experience, economic imbalance in the game world, and player's breakaway. The goal of study is to explain by giving specific examples with these three problems and offer rational solutions. These kinds of study will give a lead on how the Free-to-Play model should be applied to the Korean game market.

Keywords : Free-to-Play, Digital Game, Business Model, Game play

Received: Nov, 10, 2015 Accepted: Dec. 18, 2015
Corresponding Author: Dong-Eun Lee(Catholic University)
Email: delee@catholic.ac.kr

© The Korea Game Society. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1598-4540

1. 서론

2014년 콘텐츠산업통계조사에 따르면 국내 게임 산업의 수출 규모는 국내 콘텐츠 산업 수출액의 절반 이상인 55.15%를 차지하고 있다고 한다[1]. 디지털 게임이 문화 콘텐츠 산업이라는 영역에서 강력한 경제적 가치를 지니고 있다는 것을 증명하는 지표라 할 수 있다. 뉴미디어로서 디지털 게임은 산업적인 측면에서 그 영향력을 발휘할 뿐 아니라 방송이나 영화 등의 올드미디어를 재매개하고, 소비자를 참여자로 변모시켜 콘텐츠의 향유 문화를 바꾸는 등 사회문화적 패러다임으로서 그 기능을 다 하고 있는 것이다.

그러나 국내 게임 산업의 성장 가능성은 문제적이다. 실질적으로 2007년 이후 13%대의 성장세를 꾸준히 이어오던 국내 게임 업계의 성장률은 6년 만인 2013년 국내 게임 시장 총 규모 9조 7,198억 원으로 2012년 국내 게임 시장 규모인 9조 7,525억 원 대비 0.3% 감소했다.[2] 특히 여러 플랫폼 중에서도 PC 기반의 게임 매출이 큰 폭으로 감소한 경향을 엿볼 수 있는데 NHN 엔터테인먼트의 경우, 2015년 1분기 PC게임 매출이 전년 대비 44%나 감소하여 전체 매출에 큰 타격을 입었던 것으로 알려져 있다. 이는 국내 게임 시장을 선도하던 PC게임, 특히 PC게임의 가장 큰 비중을 차지하고 있었던 온라인 게임의 위기를 단적으로 보여주는 사례라 할 수 있다.

온라인 게임의 종주국이라 불리며 국내 게임 시장을 선도하던 국내 온라인 게임의 위기는 크게 게임 콘텐츠 외적 문제와 내적 문제로 나누어 그 원인을 분석할 수 있다.

외적인 문제로는 모두 네 가지 측면을 들 수 있다. 첫 번째 요인은 바로 게임 중독법과 같은 부정적 담론에서 비롯된 게임 업계의 침체기이다. 게임 업계 침체기는 게임이 제공하는 지나친 몰입감과 일부 게임이 가지고 있는 사행성이라는 특징에서 비롯되었다. 게임 산업에 대한 여러 규제가 시작되고, 게임 중독법과 같은 강제적이고 일방적인 정치

적, 정책적 법안들이 제안, 시행되면서 게임 산업은 성장에 제동이 걸리게 된 것이다.

두 번째 요인은 플랫폼의 변화이다. PC가 주된 플랫폼이었던 과거와 달리 모바일이라는 새로운 디바이스를 기반으로 한 콘텐츠들이 등장하면서 이른바 플랫폼의 세대교체가 진행되었다. 때문에 모바일이라는 새로운 플랫폼에 최적화된 퍼즐, 런 게임, 슈팅 게임과 같은 캐주얼 게임 개발이 집중적으로 이루어지게 되었다.

세 번째 요인은 플랫폼이 변화함에 따라 변화하게 된 게임 플레이어들의 콘텐츠 소비 습관과 패러다임의 변화이다. 플레이어 역시 더 이상 PC 앞에 앉아 장시간 게임 플레이를 유지하기보다는 자투리 시간을 활용하여 게임에 자주 접속하는 모바일 게임을 선호하게 되었다.

마지막 네 번째 요인은 바로 중국 시장의 급격한 성장이다. 중국 정부의 보호 하에 성장한 중국 게임 산업의 본격적인 시장 진입이 시작되면서 국내 게임 업계의 경쟁력은 위기를 맞게 되었고 이와 같은 현상은 게임 산업의 극심한 양극화 현상을 야기시켰다.

뿐만 아니라 국내 게임 시장은 산업계의 내적 문제로 어려움을 겪고 있다. 게임 개발자들의 기획력과 개발 능력, 그리고 사업, 마케팅, 정책 등 게임 운영과 관련된 내적인 문제가 바로 그것이다. 우선 게임 개발자들의 게임 기획과 디자인, 그리고 프로그래밍의 차별화되지 못한 콘텐츠 개발에 대한 문제를 들 수 있다. 최근 게임 업계는 특정 브랜드 혹은 특정 장르의 게임이 성공을 하게 되면 우후죽순 유사한 게임을 개발, 출시하고 있는 실정이다. 장르적 패턴을 유지한다기보다는 게임 창작에 있어 비판적 사고가 없을 정도의 모작에 가까운 이 게임들은 실질적으로 게임 업계의 질적 성장을 방해하고 있다. 이와 같은 문제들은 플레이어에게 새로운 게임 콘텐츠에 대한 기대감을 저하시켜 게임 산업에 대한 불신을 안겨주는 부정적인 결과를 낳게 되었다.

뿐만 아니라 게임 비즈니스, 마케팅, 운영 정책

등과 같은 게임 과금 모델도 문제다. 특히 과금 모델의 유형 중에서도 부분 유료화 모델이 가장 문제인데 이를 반영이라도 하는 듯, 부분 유료화에 대한 플레이어들의 인식은 ‘사악한 마케팅 도구 및 과금 모델’[3], ‘게임의 밸런스 혹은 형평성을 저해시키는 모델들’[4]이라는 평가가 일반적이다. 더군다나 부분 유료화의 핵심이라 할 수 있는 캐시 아이템의 개발은 게임 기획의 이론적인 기반에 의해 만들어지는 것이 아니라 개발자의 경험에 의존하여 만들어져 게임에 적용된다는 점에서 플레이어들 간의 갈등을 조장하고, 게임의 예상 수명을 단축시키며 온라인 게임들 간의 가격 경쟁을 과열시키는 문제점과 같은 부작용을 유발하고 있는 것이 사실이다.[5] 결론적으로 부분 유료화의 문제는 플레이어들에게 가장 직접적으로, 그리고 즉각적으로 영향력을 행사한다는 점에서 최우선적으로 해결해야 할 문제이다.

그렇기에 본 논문에서는 게임 산업, 특히 온라인 게임 산업의 위기의 내외적 요인 중에서도 과금 정책 중 하나인 부분 유료화의 문제점을 여러 사례를 통해 규명하고 그 해결방안을 모색해보고자 한다.

2. 부분 유료화의 개념 및 유형

2.1 부분 유료화의 개념과 특징

디지털 게임 개발사의 수익 모델은 크게 네 가지 유형으로 나뉜다. 첫째, 클라이언트 프로그램이나 패키지 판매를 통해 얻게 되는 수익 모델, 둘째, 매월 일정 요금을 지불하고 일정 시간 동안 게임 서비스를 이용하게 하는 정액제 모델, 셋째, 기본적인 게임 플레이는 무료로 할 수 있지만 게임 내 특정 시스템을 활용할 때만 요금을 부과하는 부분 유료화 모델, 마지막으로 플레이어의 모든 게임 플레이는 무료로 제공되고 대신 게임 플레이어에게 특정 상품이나 기업의 광고를 노출시킴으로써 수익을 창출하는 모델이 바로 그것이다.

이 중 세 번째 모델인 부분 유료화 모델이 온라

인 게임에서 오늘날 가장 빈번하게 활용되는 과금 정책이라 할 수 있다. 앞서 언급했다시피 부분 유료화는 게임에 접속하기 위한 요금을 부과하지 않고 무료로 운영되지만 일부 사용자 혹은 일부 게임 요소에 대해서만 요금을 부과하는 모델이다.[6] 이러한 부분 유료화 모델은 다른 수익 모델에 비해 소액 결제를 기반으로 하기 때문에 플레이어의 지속적인 소비를 유발하고 안정적인 수익을 보장한다는 점 때문에[7] 국내의 많은 게임회사의 수익 모델로 이용되고 있다.

부분 유료화는 1999년에 발표된 넥슨의 퀴즈게임인 <퀴즈퀴즈> (현재의 <큐플레이>)에서 처음 도입된 수익 모델이다. 물론 <퀴즈퀴즈> 역시 초창기에는 정액 모델을 적용하였다. 하지만, 사람들이 퀴즈게임에 대해 매달 정액 결제를 유지할 만큼의 강력한 게임 플레이 동기 요인이 없었기에 과금 방식에 대한 새로운 대안이 필요했다. 이에 <퀴즈퀴즈>는 게임 내에서 사람들이 좋아하는 아바타의 코스튬 등을 제작해 아이템 구매를 유도했고 이것이 <퀴즈퀴즈>의 주요 수익창출원이 되기에 이르렀다. <퀴즈퀴즈>에서 부분 유료화의 가능성을 발견한 넥슨은 <크레이지아케이드>에서 부분 유료화를 본격적으로 시도하였으며, 2004년에는 최초로 MMORPG에도 부분 유료화 방식을 도입하였다[8].

부분 유료화 모델은 기존 게임 업계의 문제를 해결해주는 대안으로 떠오르면서 확대, 적용되었다. 이 문제는 다음 네 가지 측면에서 살펴볼 수 있다.

첫째, 플레이어는 정액제로 인해 받았던 경제적, 심리적 부담감을 소액 결제를 통해 완화하게 되었다[9]. 둘째, 플레이어는 자신이 돈을 내고 원하는 콘텐츠를 선택할 수 있게 되었다는 점에서 소비에 대해 주체적이고 적극적인 행위를 하고 있다는 만족감을 느끼게 되고 이는 게임 플레이에 더욱 몰입하게 하는 결과를 낳는다[10]. 셋째, 부분 유료화의 아이템 중 다수를 차지하는 꾸미기 아이템과 같은 특정 아이템의 등장은 몰개성적이었던 캐릭터에 플레이어 개인의 개성을 드러낼 수 있다는 점에서 주목을 받았다[11]. 넷째, 플레이어에게는 다

양한 게임을 할 기회를, 게임 개발사에는 신규 플레이어를 유입할 가능성을 만들어주었다. 새로운 게임이 퍼블리싱 되었을 때 정액제와 같은 과금은 신규 플레이어에게 큰 진입장벽이 되는 것이 사실이다. 반면 부분유료화의 경우 과금을 하지 않더라도 일정 정도의 게임 콘텐츠를 경험하는 것은 가능하기 때문에 신규 플레이어의 유입이 더욱 수월할 수 있다.

이처럼 부분유료화 모델을 활용한 서비스가 무료화나 유료화 모델을 통한 서비스보다 더 효과적이며 다양한 가능성을 가지고 있다는 점은 어찌보면 당연한 일이다.

2.2 부분유료화의 두 가지 유형

부분유료화의 유형은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 전통적으로 부분유료화 모델로 등장한 캐시 아이템과 최근 두드러지게 나타나고 있는 VIP 시스템이 바로 그것이다. 후자는 그 영향력이 플레이어에게 미친다는 특징이 있고, 전자인 캐시 아이템은 게임 세계 내의 정체성인 페르소나에 영향력을 미친다는 특징을 가지고 있다.

플레이어에게 영향력을 행사하는 VIP 시스템에 대해 살펴보면 VIP 시스템은 요금을 지불하였을 때 일정 기간 효과를 볼 수 있다는 점이 유료화에서 볼 수 있는 정액제와 유사하다. 하지만 VIP 시스템을 이용하지 않는다 하더라도 게임을 이용하는데 큰 지장이 없다는 점에서 정액제와 차이를 보인다.

이러한 VIP 시스템은 피로도 시스템으로 인해 게임플레이가 제한된 유저들에게 기존의 피로도가 없는 게임플레이를 느끼게 해주기 위해 등장하게 되었다.

여기서 피로도 시스템이란 게임 이용 시간이 일정 이상 초과하거나 수량화된 피로도 상징물(피로도 bar, 돈 등)을 모두 소진하였을 때 경험치 등의 보상을 제한하거나 던전 진입을 단념시키는 등의 제한을 통해 플레이어가 게임 세계를 이탈하는 결과를 만들어내는 시스템을 말한다. 이런 피로도 시

스템은 이른바 정책적으로 게임 과몰입을 방지하기 위해 만들어진 시스템으로 이해되고 있지만, 실질적으로 그러한 기능적 특성은 아직 검증되지 않았다. 오히려 피로도 시스템의 목적은 과몰입 방지뿐만 아니라 게임사가 콘텐츠의 소비 속도를 조절하고 피로도와 관련된 상품을 개발함으로써 게임 콘텐츠에 변화를 모색하게 하는 장치로도 이해될 수 있다[12].

피로도 시스템에 직접 작용하는 VIP 시스템은 피로도를 추가로 제공하는 것을 통해 그 서비스 자체에 직접적인 영향을 미친다. 플레이어 캐릭터의 생명력에 관여하여 플레이 시간을 연장하고 플레이어의 게임 플레이 권리를 보장해주는 VIP 시스템의 대표적인 예로는 <마비노기 영웅전>의 사례를 들 수 있다. <마비노기 영웅전>에는 VIP 시스템을 차용한 모델로서 'VIP', 'VVIP'의 두 가지 모델이 있다. 플레이어가 요금을 지불하여 효과를 적용받을 경우 'VIP'는 캐릭터의 레벨에 따라 능력치 상승, 전투 경험치 추가 획득, 보스 전리품을 일정 확률에 따라 추가로 얻을 수 있고, 출항 횟수가 제한된 전투의 경우 1회 추가를 획득할 수 있으며 일정 기간 피로도 사용량의 절반을 줄여준다. 'VVIP'의 경우 'VIP'의 상위 호환으로 'VIP'의 효과에 부활아이템, 즉시회복 아이템, 전용 아이템 등을 제공한다.

그러나 VIP 시스템이 직접 플레이어의 게임 플레이에 영향을 행사한다는 점은 긍정적인 효과만 있는 것은 아니다. 전투 횟수, 데미지와 같은 밸런싱에 관련된 요소에도 관여하다 보니 플레이어들의 격차를 만들어내고 이를 이용하지 않는 플레이어에게 박탈감을 부여한다는 점에서 부정적인 결과를 야기하고 있다.

캐시 아이템은 아이템의 획득 방법, 아이템의 지속성 여부, 그리고 아이템의 영향 관계에 따라 다시 7가지 유형으로 세분화된다.

우선, 아이템을 획득하는 방법에 따른 분류로 확률형 아이템과 확정형 아이템을 들 수 있다. 확률형 아이템은 박스형으로 아이템을 제공하여 랜덤으

로 바로 사용이 가능한 최종아이템을 제공받도록 하는 경우도 있지만 뽑기의 형태로 취득된 일정한 게임아이템들이 조합되는 경우에 아이템의 기능 강화 등을 복합적으로 가능하게 함으로써 더욱 많은 특성의 아이템을 구매하도록 유도한다[13]. 또한 앞에서 언급된 최종 아이템을 낮은 수치의 획득 확률로 설정하고 다른 보조 아이템 등을 높은 확률로 넣어 최종 아이템을 얻을 때까지 구매하도록 유도하는 방법을 취한다. 이 때문에 많은 게임에서 확률형의 아이템은 캐릭터의 생명력을 회복시켜주는 아이템이나 장비와 같이 게임 내에서 플레이 경험을 통해 습득할 수 있는 아이템과 실제 요금을 지불하여 구입할 수 있는 아이템, 그리고 확률형 아이템에서만 획득 가능한 아이템을 세트로 구성해서 판매하는 경우로 디자인된다.

그 한 예로 <마비노기>의 ‘카라책의 보물상자’를 들 수 있다. ‘카라책의 보물상자’는 일정 기간마다 세트 내 아이템이 업데이트 되는 <마비노기>의 대표적 확률형 아이템으로 다양한 가치를 가진 아이템을 담고 있다. 그렇기에 단기간에 좋은 아이템을 쉽게 획득하고 싶어하는 플레이어들에게는 매력적인 콘텐츠이다. 뿐만 아니라 아이템의 모듈화를 통한 조합 시스템이나 강화 시스템, 그리고 특별한 기간에만 획득 가능한 이벤트성 아이템들을 확률형 아이템과 결합함으로써 플레이어의 소비를 유도하는 결과를 만들어내기도 한다.

이런 점 때문에 사행성이라는 논란을 야기시켜 규제의 대상이 되기도 하지만 게임 업계는 자율규제 안착에 대한 공감대 형성을 이루지 못하고 있는 실정이다. 확률형 아이템에 대해 수익 창출에 유지하면서도 합리적이고 체계적인 정책 마련이 시급하다.

반면 확정형 아이템은 플레이어가 아이템을 구매할 때 자신이 획득하게 될 아이템이 무엇인지를 아는 상태에서 구매하게 되는 경우를 말한다. 확정형 아이템의 예시로는 <클로저스>의 ‘유니온 스타터 팩’이 있다. ‘유니온 스타터팩’은 아이템을 사용시 게임머니로 교환이 가능한 ‘말렉크리스탈’ 아이

템과 특수맵 입장횟수를 늘려주는 ‘특별 작전지원 3일 계약권’ 아이템, 하루 동안 총 물리, 마법 공격력과 물리, 마법방어력, 획득 경험치 양과 획득 게임머니 양을 상승시켜주는 특수효과를 받을 수 있는 ‘원데이 무운의 부적’, ‘원데이 학업, 금전 합성 부적’ 아이템을 얻을 수 있는 아이템이다. 뽑기 형식으로 가치가 높은 아이템부터 낮은 아이템까지 랜덤하게 한 가지를 얻는 확률형 아이템과 달리 구성된 내용을 100% 획득 가능하기 때문에 확정형 아이템의 구성 내용은 지불하는 요금에 비례한 성능을 가진 아이템으로 구성된 특징을 지닌다.

세 번째와 네 번째 유형은 구입한 아이템의 효과가 지속적이나 아니면 일시적이냐에 따라 분류된다. 전자를 지속적 아이템, 후자를 일시적 아이템이라고 언급할 수 있는데, 지속적 아이템의 경우 플레이어가 구매하여 아이템을 사용했을 때, 일정기간 지속적으로 효과를 받는 아이템을 말하며 일시적 아이템은 플레이어가 구매하여 아이템을 사용했을 때, 그 효과가 사용 이후 소멸하는 아이템을 말한다.

지속적 아이템의 예시로는 <마비노기>의 ‘장인 개조 복원 키트’와 같은 아이템을 들 수 있다. ‘장인 개조 복원 키트’는 장인 개조로 만들어진 장비를 개조 이전의 상태로 돌려주는 아이템이다. <마비노기>에서 아이템을 장인 개조를 하면 아이템의 능력치가 랜덤값에 따라 증가하기 때문에 장인 개조로 나온 능력치 값이 낮을 경우 ‘장인 개조 복원 키트’를 통해 장인개조를 하기 이전의 상태로 돌려놓는데 사용이 된다. 이처럼 아이템을 사용하여 상태를 바꾼 것의 효과가 영구적으로 지속된다는 의미에서 이런 형태의 아이템을 지속적 아이템으로 분류할 수 있다.

일시적 아이템의 예시로는 <마비노기 영웅전>의 ‘큐미의 회복포션’이 있다. ‘큐미의 회복포션’은 한 전투에서 25번까지 사용이 가능한 700의 생명력을 즉시 회복시키는 회복형 캐시 아이템으로 <마비노기 영웅전> 내 다른 일반 포션들이 효과를 얻기 위해서는 모션을 취해야 하고 포션을 사

용할 때 움직이면 그 효과가 반감되지만 ‘큐미의 회복포션’은 특별한 모션도 없고 움직여도 패널티가 부여되지 않는다는 장점을 가진 캐시 아이템이다. 이처럼 아이템을 사용하는 당시에만 효과를 적용받는 아이템을 일시적 아이템이라고 분류한다.

마지막, 다섯, 여섯, 일곱 번째 유형은 아이템의 기능이 발현되는 대상에 따른 영향 관계 유형이다. 캐시 아이템들은 그 기능이 게임 세계의 정체성인 페르소나(persona)에게 발현되느냐 게임 세계 외부에 위치한 퍼슨(person) 정체성에 발현되느냐 아니면 페르소나와 퍼슨을 매개하는 플레이어(player)에게 발현되느냐에 따라 그 유형을 다시 세분화할 수 있다[14].

먼저 페르소나에 영향을 미치게 되는 아이템의 예시로 <던전 앤 파이터>의 아바타 아이템을 들 수 있다. <던전 앤 파이터>의 아바타 아이템은 일반 아바타, 상급 아바타, 레어 아바타 등으로 종류가 나누어지며 각각의 아바타에 따라 캐릭터에 부여되는 능력치가 다르다. 플레이어 캐릭터의 능력치가 높아지게 된다는 것은 플레이어의 페르소나가 강해진다는 것을 의미한다. <던전 앤 파이터>의 아바타 아이템의 경우 이러한 페르소나의 강화를 캐시를 통해 별다른 노력 없이 빠르게 할 수 있다는 장점에서 이를 캐시로 구매하게 된다.

두 번째로 퍼슨에게 영향을 미치게 되는 아이템의 예시로 <판타시스타온라인2>의 아바타 아이템을 들 수 있다. <던전 앤 파이터>의 아바타 아이템과 달리 <판타시스타온라인2>의 아바타 아이템은 플레이어 캐릭터에게 어떤 능력치도 제공하지 않는다. 제공되는 것은 오로지 외형을 바꾸는 것 뿐인데 이는 페르소나를 꾸밈으로 타인에게 보여지는 것이 퍼슨의 자존감 상승을 돕고 자신의 개성을 드러냈다는 점이 구매로 직접 연결시키고 있다.

마지막으로 플레이어에게 영향을 미치는 아이템의 예시로 <바람의 나라>의 ‘축지령서’를 들 수 있다. <바람의 나라>의 ‘축지령서’는 게임 내 캐릭터가 쉽게 이동할 수 있도록 해주는 아이템으로 이동 시간을 줄여주는 캐시 아이템이다. <바람의

나라>에서 캐릭터의 이동은 타 게임과는 달리 한 칸 한 칸 움직이는 형태를 취하기 때문에 이동 속도가 느리고 플레이어에게 지루함을 안겨주는 결과를 낳는다. 그렇기에 ‘축지령서’와 같은 아이템을 구매하여 사용하면 플레이어는 이동 속도에 따른 문제점을 해결할 수 있어 게임 플레이의 편의성을 확보하게 된다. 그리고 아이템의 사용기간이 종료되었을 경우 다시 불편한 상태로 돌아오기 때문에 플레이어는 해당 아이템을 재구매하는 수순을 밟게 된다. 이처럼 직접적으로 게임 플레이의 승패를 좌우하는데 영향을 미치지는 않지만, 플레이어의 편의성을 돕는 용도로 사용되는 아이템이 플레이어에게 영향력을 미치는 아이템으로 분류할 수 있다.

3. 부분 유료화 모델의 문제점 분석

지금까지 부분 유료화의 개념과 특징, 그리고 VIP 시스템과 캐시 아이템의 두 가지 유형, 적용 분류와 적용 형태에 따라 7가지로 세분화하여 그 특징들을 살펴보았다.

이 과정을 통해 부분 유료화 모델이 가지는 몇 가지의 문제점을 도출할 수 있었는데, 본 논문에서는 이를 크게 게임 플레이 경험의 불평등을 유발하는 시키는 것과 게임 세계 경제의 불균형을 양산하는 것, 마지막으로 게임 플레이의 지속성을 파괴하는 것, 이 세 가지로 보아 이를 사례를 중심으로 정리하여 실제로 어떤점이 문제가 되었는지에 대하여 알아보고 해결책을 제안하고자 한다.

3.1 게임 플레이 경험의 불평등 유발

원래 게임 플레이는 지극히 수학적이고 논리적인 규칙 기반의 게임 세계에서 진행되는 성격을 갖는다[15]. 이 말은 게임이 동일한 게임 플레이를 하는 모든 플레이어에게 역시 동일한 피드백과 보상을 제공하는 고정적이고 엄격하며 단혀있는 성격의 것이라는 것을 의미한다. 디지털 게임이 플레이어에게 한 치의 오차도 허용하지 않는 정확하고

명확한, 그리고 예측 가능한 결과를 제공한다는 신뢰 때문에 플레이어는 수백 시간의 플레이를 기꺼이 경험하는 것이다.

그런데 부분 유료화, 특히 캐시 아이템의 도입으로 플레이어들의 플레이 경험에 대한 신뢰는 깨어지게 되었다. 플레이 경험의 불평등이 야기되었기 때문이다. 다수의 캐시 아이템은 플레이어에게 플레이 경험의 양과 질에 관계없는 결과치를 제공하게 되었다. 따라서 초기 극소수의 플레이어(플레이를 할 시간이 별로 없는 플레이어)를 위해 기획되었던 캐시 아이템들은 그 종류와 형태가 다양해지면서 게임 플레이에 들어가는 시간과 노력을 줄이고 고효율을 추구하려는 플레이어들에게 환영을 받기 시작했고 결론적으로 게임 플레이 경험의 불평등이라는 결과를 낳게 된 것이다.

이와 같은 문제는 게임 플레이가 플레이어에게 주는 성취감과 만족감을 해치는 또 다른 문제와 게임 월드의 콘텐츠 소모 속도를 가속화시켜 게임 개발자의 의도와는 다른 콘텐츠 소모 방식의 출현을 만들어내었다.

그 구체적인 사례로 <검은사막>의 캐시 아이템인 ‘화려한 금빛 낚시대’로 인한 ‘실러캔스 낚시대’를 들 수 있다. ‘실러캔스 낚시대’는 특정 지역에서 낚시 6콤보 이상을 발생 시켰을 때 ‘실러캔스’라는 고급어종의 무역아이템만이 나오는 점을 통해 획득 확률을 올리기 위해 캐시 아이템 상점인 펴 상점에서 판매되고 있는 ‘화려한 금빛 낚시대’를 사용하여 파밍을 하는 것이 가능하다는 정보에서 시작된 사태이다. 정보가 퍼지고 난 뒤 많은 플레이어가 에페리아 항구 마을에 모여 언급한 방법을 이용해 낚시를 시작했고 정보로만 예측된 방법이 실제로 적용되며 플레이어들은 ‘화려한 금빛 낚시대’만 가지고 있으면 게임화폐를 쉽게 얻을 수 있었고 게임화폐량이 늘어나다 보니 타 아이템들의 가격이 비싸지는 경제 불균형을 만들어 내 문제가 되었다.

이 사태의 중심에서 가장 큰 문제는 ‘화려한 금빛 낚시대’라는 캐시 아이템이 다른 낚시대에 비해

월등한 성능을 가지고 있다는 점이었다. 이에 대해 많은 플레이어들은 “캐시 아이템이 게임 내 밸런스에 직접적으로 개입한 것 같아 아쉽다”, “지금의 낚시가 정상적인 확률이라면 앞으로도 어떤 캐시 아이템이 나올지 장담하기 어렵다”, “캐시 아이템의 구입이 반강제적으로 느껴진다”는 등 비판의 목소리를 낸 바 있다[16].

이런 플레이어의 반응은 ‘화려한 금빛 낚시대’와 같은 캐시 아이템이 다른 콘텐츠에서도 적용되어 나간다면 게임 내 아이템을 사용할 이유가 있는가에 대한 점이 문제가 되고 있다는 것이고 이 점에 본 사례가 부분 유료화가 제공하는 서비스의 게임플레이 경험에 문제가 되고 있다는 것을 반증하는 부분이기도 하다.

3.2 게임 세계 경제의 불균형 양상

게임 플레이 경험을 다양화시킨다는 의도로 개발된 부분 유료화는 사실상 게임 플레이 경험을 보조하기 위하여 만들어진 경우가 많다. 하지만 플레이어들은 이러한 보조 기능을 얻기 위해 지불되는 재화가 게임 내 재화가 아닌 게임 세계 밖 재화라는 점과 제공되는 서비스가 게임 내에서 획득할 수 있는 동일한 혹은 유사한 결과치에 비해 상대적으로 우수한 기능과 높은 가격을 가진다는 점에서 큰 문제임을 지적한다. 그것이 바로 게임 세계 경제의 불균형이다.

게임 플레이를 통해 보상으로 획득 가능한 기존 아이템들이 캐시 아이템보다 능력이 낮거나 일정 수준 이상으로 플레이어 캐릭터를 강하게 만들기 위해서는 게임 플레이만으로 획득할 수 없는 종류의 아이템을 캐시 아이템으로 판매하는 것은 게임 내 밸런스 파괴로 인한 경제 불균형을 초래한다. 여기서 언급되는 경제 불균형이란 게임 재화의 불균형도 있지만 플레이어 캐릭터 간의 스탯과 같은 비교 가능한 능력치에 대한 불균형을 의미한다.

이와 같은 형태의 캐시 아이템이 문제가 된 사례로는 <클로저스>의 ‘클로저 기술 교본’을 들 수 있다. <클로저스>가 오픈베타를 시작한 직후 가장

큰 문제를 일으킨 아이템인 ‘클로저 기술 교본’은 10레벨부터 50레벨까지 10레벨 구간마다 스킬 포인트를 영구적으로 10개 만큼 얻을 수 있게 해주는 아이템이다. 플레이어는 5개의 교본을 모두 구입하면 현금 69,500원을 지불해야 한다. 높은 가격도 문제이지만 이보다 더 크게 문제는 바로 아이템이 제공해주는 50개의 스킬 포인트의 차이에 있다. 총 50개의 스킬 포인트의 차이는 일반 스킬의 레벨 상승에 2포인트, 결전기(필살기)에 필요한 레벨 상승에 5포인트가 필요한 점을 감안하면 이를 구매한 플레이어와 구매하지 않은 플레이어의 DPS(Damage per second)격차는 레벨 10~20 정도의 차이를 보일 정도로 굉장히 큰 차이이다.

이에 대해 <클로저스>의 플레이어인 블로거 ‘살려줍메’는 “솔직히 스킬 포인트를 늘린다는 시점에서 게임 밸런스에 엄청난 영향이 생긴다는 뜻인데 이걸 또 캐시로 팔아먹고 있다”[17]며 캐시 아이템이 게임 밸런스에 나쁜 영향을 미친다는 점에 불만을 표출하기도 했다. 실제로 이러한 불만은 게임 순위에도 적지 않은 영향을 미치는데 오픈 전부터 많은 기대와 관심을 받았음에도 불구하고 게임포탈 ‘인벤’의 2015년 1월 1주차 온라인게임 순위에서 34위에 랭크인하여 산업적 성공을 거두지 못하였다.[18] 또한 <클로저스>의 운영진 역시 해당 아이템의 문제점을 인지하여 이에 대한 사과문을 발표하기도 하였다.

비슷한 사례로 <던전 앤 파이터>의 ‘키리의 약속과 믿음’이라는 아이템을 들 수 있는데 여러 게임 커뮤니티나 포털 사이트에서는 ‘키리의 약속과 믿음’ 아이템 판매로 인한 많은 기존 플레이어들의 불만과 게임을 그만두었던 사례를 ‘키리의 약속과 믿음’ 사태라고도 부른다. 이러한 ‘키리의 약속과 믿음’은 <던전 앤 파이트>에서 6일 간 한정적으로 판매되었던 캐시 아이템으로 키리의 약속은 4강화(중폭) ~ 11강화(중폭) 장비를 보호해주며 키리의 믿음은 12강화(중폭) ~ 14강화(중폭) 장비를 보호해주는 효과를 가지고 있었다. 그렇기에 이를 구매한 플레이어들은 기존 일정치 이상의 강화를 억제

하던 아이템 소실이라는 패널티에서 벗어남으로서 쉽게 강화를 할 수 있게 되었고, 이는 캐시 아이템을 구매하지 못한 플레이어와 기존 패널티를 안고서 강화에 도전해 성공한 보상 즉, 높은 강화 아이템을 보유하고 있던 기존 하드코어 플레이어들에게 경제적 불균형을 통한 상대적 박탈감을 부여하였다.

이에 대해 <던전 앤 파이터>의 플레이어인 ‘조가희’는 “이와 비슷한 이벤트로 메이플의 헤파이스토스 이벤트가 있었다. 하지만 확률에서의 문제를 놓고 봤을 때 헤파이스토스 이벤트는 평균적으로 현금 38~40만원 정도의 투자를 통해 13강화의 아이템을 획득 가능했지만 키리의 믿음과 약속의 경우 15강 까지 300만원을 투자해야 한다고 하며 그 결과로 많은 플레이어들이 게임을 그만두게 되었다”며 키리의 믿음과 약속이 타 게임의 이벤트에서 문제가 되었던 사례와 비교해도 현격한 차이를 가질 만큼 큰 문제가 된 아이템이었다는 점을 지적하였다[19].

그리고 이러한 지적에 관해서 <던전 앤 파이터>운영진은 “당시에 플레이어들이 아이템에 대해 어떤 가치를 부여하고 있는지 제대로 이해를 못했다. 단기적 이익에 급급해 벌인 실수로 크게 반성하고 있다. 이를 통해 한 번 돌아선 플레이어의 마음을 되돌리기는 힘들다는 것을 배웠다”고 고백한 바도 있다[20].

앞에서 언급된 사례들은 첫 번째 문제였던 플레이 경험에 대한 문제 유발이 일으키는 부분 중 밸런스 파괴가 크게 부각된 형태이기도 하다.

마지막으로 앞에서 언급한 것과 같은 일시적이고 큰 사례는 아니지만 지속적으로 문제시 되는 사례로 대부분의 게임에서 차용하고 있는 아바타 시스템을 들 수 있다. 그중에서도 잘 알려진 <던전 앤 파이터>의 아바타 시스템을 구체적 사례를 살펴보겠다. <던전 앤 파이터>의 아바타는 앞에서도 언급하였듯이 일반, 상급, 레어 아바타 등으로 유형화된다. 플레이어들은 파티를 구성할 때 각 아바타의 기능과 특징을 필수적으로 확인하기 때문에

일정 능력치 이상의 아바타를 구매하지 않은 플레이어는 파티 플레이를 하는데 많은 어려움을 겪게 되는 것이 당연하게 여겨지고 있다.

이 점에 관해서는 플레이어들도 인식하고 있었는데 인벤의 한 정보기사는 처음 캐릭터를 육성하게 되면 고민하는 부분은 아무래도 아바타 옵션일 것이다. “최소 아바타는 있어야지”, “아바타 없이 캐릭터 육성은 노노”등 지금은 기본이자 필수가 되고 있다고 언급한 바 있다[21]. 따라서 이러한 인식이 플레이어들 사이에 있다는 것은 아바타 시스템이 기존 플레이어들에게는 당연히 받아들여지는 측면이지만 신규 플레이어들에게는 또 다른 이름의 진입 장벽으로 작용하고 있는 것이 한다.

위 3가지 사례는 첫 번째 문제였던 플레이경험의 불만 요소인 밸런스적인 측면이 더 커진 결과이기도 하다. 밸런스적인 측면이 커진 결과가 문제시되는 가장 큰 이유는 게임 플레이 경험이 제공하는 가장 큰 요소인 보상과 밀접한 연관이 있기 때문인데 부분유료화의 서비스로 경제 불균형이 이루어진 상태로 같은 시간과 노력의 플레이를 가정했을 때 얻는 결과와 결과에 따른 보상이 차이가 나기 때문에 이에 대한 불만이 생기게 되는 것이다.

3.3 게임 플레이어의 지속성 파괴

마지막으로 언급할 문제는 부분유료화가 제공하는 서비스가 게임 콘텐츠들이 제공하는 보상을 무의미하게 만들어 이로 인해 게임 플레이어의 지속성에 장애물을 만들어내는 부분이다. 이런 형태의 서비스가 제공되는 이유는 서비스를 활용하는 플레이어와 그렇지 않은 플레이어 사이의 확연한 차이점을 보여주기 위해서이다. 따라서 이에 부합하는 서비스를 제공하기 위해 게임사는 게임에서 획득할 수 없는 형태, 게임플레이만으로는 받을 수 없는 서비스이거나 많은 노력을 들여야만 획득할 수 있는 상위급 아이템과 같은 것을 서비스로써 제공하는 경우가 생기게 된다. 그리고 이 점이 부분유료화가 제공하는 서비스를 통해 받을 수 있는 서비스 혹은 부분유료화를 통해서만 받을 수 있는 서

비스라는 측면에서 플레이어가 게임플레이 만으로 이를 획득하는 것이 불가능해지는 상황이 만들어지고 이것이 지속성을 방해하게 되는 것이다.

게임 플레이어의 지속성을 파괴하는 구체적인 사례는 VIP서비스의 측면에서 <마비노기 영웅전>의 ‘VVIP시스템’에서 찾을 수 있다.

<마비노기 영웅전>의 VVIP시스템이란 앞에서 언급한 부분유료화가 제공하는 서비스의 한 종류인 VIP시스템의 일종이다. VVIP의 경우 VIP의 상위 호환으로 캐릭터의 레벨에 따라 능력치 상승, 전투 경험치 추가 획득, 보스 전리품을 일정 확률에 따라 추가로 얻을 수 있고, 출항 횟수가 제한 있는 전투의 경우 1회 추가로 전투를 떠날 수 있으며 일정 기간동안 피로도 사용량의 절반을 줄여주는 VIP의 효과에 부활아이템, 즉시회복 아이템, 전용아이템 등을 제공한다. 이러한 VVIP시스템의 문제는 기존 피로도 시스템을 무의미하게 만든다는 점에 있다. VVIP를 사용해 받는 추가 아이템 중에는 피로도를 회복하는 포션이 있는데 이 포션은 매 시간마다 주기적으로 플레이어의 인벤토리에 들어오며 VVIP를 이용하는 플레이어는 해당 포션을 통해 사실상 피로도와 관계없이 계속 게임을 즐길 수 있게 되기 때문에 피로도 시스템이 무색하게 만든다.

결국, 이러한 부분은 게임 내 콘텐츠 소모에 대한 문제로 표출된다. “그나마 과거엔 토큰 제한 때문에 레벨업이 더더 작업장의 광기가 덜했지만 1시간마다 피로도약을 3개까지 채워주는 VVIP가 나오자 그야말로 불난 집에 유조차를 들이박는 격이 되어 24시간 쉴 새 없이 작업장이 돌아가고 인챈트를 공장마냥 찍어내어 시세가 대폭락했다.”[22]라는 플레이어들의 의견은 이 문제의 심각성을 경고시킨다. 문제점의 지적에서도 언급되었듯이 인챈트 시세 폭락의 단편적인 예시로 마비노기 영웅전의 특정 맵인 미션 ‘찾을 수 없는 길’ 히어로 모드에서 얻을 수 있는 ‘야망’ 인챈트의 가격이 1달도 안되는 단기간에 400만 골드에서 200만 골드로 떨어진 사례도 있었다. 이는 인챈트 즉, 보상이 의미

없어진다는 것을 나타내고 이는 플레이어들이 해당 콘텐츠를 해야 할 이유를 잃게 되고 차후에 나올 콘텐츠들 역시 같은 전철을 밟게 될 수 있다는 것을 의미하기도 한다.

VIP 서비스적인 측면 이외에도 캐시 아이템에서도 유사한 사례를 찾을 수 있다. <검은사막>의 ‘에나다의 황금유물’ 아이템의 경우 현금 7만원의 확률형 아이템으로서 다음 게임 PC방에서만 사용이 가능하며 패키지를 사용하면 7개의 랜덤박스를 획득할 수 있고 랜덤박스는 28가지 아이템 중 1가지가 나오는 아이템으로 그 중에는 게임 내 거래소에서 고가로 판매되는 아이템도 포함되어 있었다. 플레이어들은 “‘에나다의 황금유물’에 대해 ‘베그의 장갑’이나 ‘크자카의 봉인된 무기 상자’가 있다. 이 두 아이템은 ‘검은사막’ 내 거래소에서 4,000실버 이상으로 시세가 형성되어 있는데 수요에 비해 물량이 매우 적어 돈이 있어도 구매하기 어려운 아이템으로 불리고 있다. 실제로 돈을 준비해놓고 거래소에서 아이템이 판매되길 기다리는 플레이어들이 있을 정도다. 이 외에도 회귀 반지 중 하나인 ‘그림자의 표식’이나 강화 수치를 올려주는 ‘발크스의 조연’이 포함되어 있다. 특히 ‘발크스의 조연(+40)’의 경우 ‘검은사막’ 내에 강화 수치를 10포인트 올려주는 스크롤 ‘발크스의 조연(+10)’이 있는데, 동일한 이름에 붙는 숫자만 다른 이 ‘발크스의 조연’이 강화 수치를 40포인트 올려주는 아이템이 되리라 추정되고 있다. 이러한 아이템을 7만 원이라는 고가에, 그것도 확률을 토대로 물품을 얻는 랜덤박스 방식으로 판매한다는 점에서 플레이어들은 게임 내 밸런스 붕괴를 우려 중이다.”[23]라고 문제점에 대해 지적하기도 했다. 특히 이런 문제점의 지적에는 <검은사막>이 아이템에 레벨제한이 없는 부분도 한몫을 했는데 앞에서 언급된 밸런스 붕괴의 경우 1레벨 플레이어가 ‘에나다의 황금유물’을 구매하여 아이템을 획득, 사용하였을 때 50레벨을 찍을 때까지 스킬 하나만 가지고도 몬스터들을 물리칠 수 있을 정도의 데미지를 가진 아이템들이기 때문에 큰 문제점으로 지적된 부분이었다.

이에 관하여 ‘미르후’는 “국내 온라인 게임의 미래가 암담하다, 개선하려는 생각 없이 돈 벌려는 목적만이 보이니 플레이어들이 외면하는 것이다”[24]라며 안타까움과 답답함의 목소리를 내기도 하였다.

결국, 플레이어들이 이런 반응을 보인 이유에는 많은 시간과 노력을 들여 게임 내 콘텐츠를 활용해 좋은 아이템을 얻어도 캐시 아이템을 사용해 노력과 시간을 들이지 않고서도 획득하게 되면 결국 해당 콘텐츠의 보상가치가 떨어지게 되는 것이고 이는 다른 콘텐츠가 나오더라도 같은 일이 반복될 것으로 생각한 플레이어들이 더는 콘텐츠를 소모하지 않는 사태가 일어날 수 있음에 있는 것이다. 그리고 이러한 부분은 결과적으로 다수의 플레이어가 더는 게임을 플레이하지 않는 상황에 직면하게 된 것이다.

4. 해결방안에 관한 제언

위에서 확인한 세 가지 문제점들을 종합하면 결론적으로 다양한 캐시 아이템 중에서도 페르소나에 직접적인 기능을 부여하고 영향을 미치는 아이템이 문제를 유발한다는 사실을 확인할 수 있다. 이는 게임 세계 밖의 재화가 매직 서클의 경계를 넘어 그 영향력을 발휘하게 되면 즉각적인 여러 문제들을 만들어낸다는 것을 의미한다.

예를 들어 <바람의 나라>의 ‘십억경자동교환비서’가 있다. <바람의 나라>는 일정량의 경험치를 획득하면 더 이상 사냥을 해도 경험치를 획득할 수 없는 시스템을 가지고 있다. 그렇기에 경험치를 ‘십억경’이라는 형태로 저장하거나 체력, 마력과 같은 능력치로 교환을 해주어야 하는데 이를 위해서는 도호선인이라는 NPC를 찾아가야 한다. 플레이어들은 매번 사냥 도중 도호귀인을 찾아가야 하는 불편함을 겪고 있었고 이를 해결해 준 아이템이 바로 ‘십억경자동교환비서’이다. ‘십억경교환비서’는 사냥을 하던 중 경험치가 최대치가 되어 경험치를

더 이상 획득할 수 없는 경우, 자동으로 경험치를 십억경으로 변환시켜 주는 아이템이다. 따라서 플레이어 캐릭터에 어떤 영향을 미치는 것이 아니기에 페르소나에 영향을 미치지 않는 것이고 게임 플레이 자체에 도움을 주는 플레이어의 편의성을 높여주는 역할을 하는 아이템인 것이다.

플레이어에게 영향을 미친 사례 외에 퍼슨에 영향을 미친 사례로 <판타시스타온라인2>의 'AC 스크래치'가 있다. 'AC 스크래치'는 확률형 아이템으로 아이템을 사용하면 획득 가능한 아이템 중 랜덤으로 한가지 아이템을 획득하게 하는 아이템이다. 이 아이템은 캐릭터의 의장과 목소리에만 영향을 주고 캐릭터 자체의 능력치 향상을 가져오지 않는다는 점이 특이하다. 사실 이 부분은 영향 대상을 제외하면 확률형 아이템이라는 점에서 <검은사막>의 에나나의 황금유물과 유사하고 획득한 아이템이 캐릭터의 외형에 영향을 준다는 부분에서 <던전 앤 파이터>의 아바타 시스템과 상당 부분 유사하다.

하지만 <판타시스타온라인2>의 'AC스크래치'는 플레이어들에게 문제시 되지 않는다. 이 부분은 즉, 게임 세계 밖에 존재하는 퍼슨에만 영향을 미치는 아이템이 플레이어들에게는 문제로 작용하지 않는다는 점을 의미한다.

위와 같은 사례들이 시사하는 점은 앞에서 언급한 한계점에 대한 부분을 어느 정도 충족시켜 줄 방안이기도 하다. 페르소나에 직접적인 연관은 없지만 퍼슨과 플레이어에 적용을 통해 페르소나에 간접적으로 적용함으로써 매직 서클의 침범을 최소화시키는 방안을 모색할 수 있다. 따라서 본 논문은 이를 토대로 부분유료화의 문제점을 해결할 방안을 페르소나에 적용되지 않는 아이템 형태를 3가지 제시하려고 한다.

먼저 첫 번째 안은 스킬 이펙트에 관한 형태를 캐시 아이템으로 만드는 것이다. 플레이어는 현실의 정체성을 드러낸 매개로 게임 내 아바타를 인식하기 때문에 이 과정에 시간과 노력을 투자하는 것을 아끼지 않는다.[25] <검은사막>이나 <블레이

드 앤 소울>과 같은 게임들을 살펴보면 플레이어들은 시작 단계에서 다양한 커스터 마이징 도구가 있다는 점에 만족감을 느끼고 실제로 게임 내에는 각양각색의 다양한 플레이어 캐릭터들이 존재하여 자신의 개성을 과시한다. 이는 전투나 생활과 같은 콘텐츠를 소모하는데 있어서 타인에게 자신의 아바타를 보여줄 때 나타나는 스킬 이펙트에도 연관을 지을 수 있다. 결과적으로 퍼슨에 영향을 주는 캐시 아이템의 한 종류로 아바타 시스템과 같은 외형의 다양화에서 한 단계 나아가 스킬 이펙트를 캐시 아이템으로 판매함으로써 수익을 창출하는 모델을 제안한다.

두 번째 방안은 게임 사운드에 관한 캐시 아이템을 만드는 것이다. 영상의 분위기를 정하는 가장 중요한 요소는 게임 사운드이다. 이는 종합예술인 게임에서도 마찬가지로 플레이어에게 배경음이나 캐릭터의 목소리를 기본적으로 제공해주는 것과 별도로 다른 배경음이나 목소리를 캐시 아이템으로 제공함으로써 플레이어에 영향을 주는 아이템이 될 것이다.

세 번째 방안은 VIP시스템의 제공 서비스의 변화이다. 현재 대부분의 게임들이 제공하는 VIP시스템은 페르소나에 영향을 미치는 서비스를 중심으로 이루어져 있다. 그 부분을 플레이어나 퍼슨에 영향을 미치는 서비스 중심으로 바꾸는 것이다. 예를 들면 VIP들에게만 제공되는 특정 서버를 제공하는 서비스를 통해 기존 플레이어들에게 플레이에 있어서의 쾌적함을 제공하는 형식의 모델이 있을 것이다.

위에서 언급한 제언 이외에도 페르소나의 영역을 침범하지 않는 캐시 아이템을 개발하기 위해서는 플레이어와의 소통이 필요하다. 그리고 소통을 통해 플레이어에게 직접 영향을 미치는 플레이 하 데 있어서의 편의성 부분에서의 캐시 아이템에 관한 구상이나 페르소나의 능력치, 즉 게임 밸런싱에 관여하지는 않지만 외형이나 목소리, 음악 등의 부가서비스라는 측면을 겨냥하여 퍼슨에 영향을 미치는 형태의 캐시 아이템을 구상하는 것이 지금

온라인 게임 산업이 처한 내부적인 문제 해결의 시작일 것이다.

5. 결 론

본 연구에서는 부분유료화의 개념과 특징, 그리고 유형을 정립하는 과정을 통해 그 문제점을 3가지 도출하였다. 또한, 3가지 문제점은 구체적인 사례를 통해 설명하고 그 해결책을 제안해보았다. 이 과정에서 게임 외 재화인 캐시가 매직 서클을 넘어 게임 내부에 직접적인 영향력을 행사하게 되면 플레이어는 게임이 현실 세계와 중첩된다는 인식 때문에 게임을 그만두게 된다는 사실을 확인할 수 있었다.

사실 페르소나에 영향을 주는 캐시 아이템이 게임을 플레이 하는데 있어 플레이어가 일정 구간의 어려운 부분에 봉착하였을 때 해결책이 된다는 측면이 있음을 부정할 수는 없다. 그러나 이와 같은 과정인 반복되면 플레이어는 실패를 통해 게임의 규칙과 시스템을 발견해가는 게임 플레이 과정을 경험할 수 없게 된다. 클리어하기 어려운 상황에 닥칠 때마다 그에 대한 해결책으로 캐시 아이템이 제시되어진다면 플레이어는 플레이어의 컨트롤에 관한 능력과 페르소나의 성장의 보상에 의한 성취감을 누리게 되는 것이 아니라 퍼슨의 물질적 도움을 바탕으로 한 성취감을 가지게 되고 이는 나아가 플레이어가 게임 내에서 페르소나의 성장을 이뤄내야 하는 목적을 잃게 하므로 부정적인 영향을 미치게 된다. 또한, 눈앞의 이익을 쫓기 위해 과금 유도를 하는 캐시 아이템만을 중점적으로 개발하게 되면 결과적으로 게임 내 콘텐츠보다 캐시 아이템의 비중이 높아져 게임의 불균형을 초래하게 될 것이다.

따라서 페르소나에 영향을 주지 않는 캐시 아이템의 개발이 게임의 과금 모델의 해결책이 될 것이다.

ACKNOWLEDGMENTS

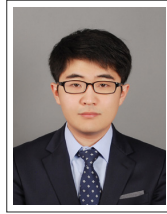
This work was supported by the Catholic University of Korea, Research Fund, 2015

REFERENCES

- [1] Korea creative content agency, "2014 Korea industry statistics" p.22, 2015
- [2] <http://www.gamemeca.com/news/view.php?gid=534570>
- [3] <http://blog.naver.com/tltbdoobi/220462694204>
- [4] <http://blog.naver.com/kkh1617/120130485161>
- [5] Tae Young Seo and Gyu Hwan Oh and Dong Hyun Min, "Game Design on Game Money Sales Model based on Marketing Mix strategy in MMORPG", Korea Computer Game Society, Volume25, NO.2, p.72, 2012.
- [6] Park Sun Ju and Ryu Sun Gil, "Econormic issue in Online Game Management : a case of Qplay", Venture Business Research, Volume9, No.3, p.6, 2006.
- [7] Kim Jin Gyu, "The global success factors of Korean games", The Journal of Global Cultural Contents, Vol.6, 2011
- [8] Gyhwan Oh, TaiYoung Ryu, "Game Design on Item-selling Based Payment Model in Korean Online Games", DiGRA, 2007.
- [9] Nojima, M. (2007). Pricing models and Motivations for MMO play. In Proceedings of DiGRA 2007: Situated Play (pp. 672-681). Tokyo, Japan.
- [10] Alistair Walls, "Q&A: Nexon America talks M apple Story", 2007.
- [11] Chang Sok Yoo and Jae Ki Jung and Sachiko Lee, "The Boundary Conditions of Free-to-Play Business Model in the Economic Perspective: a case study", The Korea contents Society, Volume14, No.11, p.3, 2014.
- [12] Hye Won Han and Kyung Eun Park, "A Study on Correlation between MMORPG Narrative Strunture and Fatigue Degree System", Korea Computer Game Society,

Volume22, p.113, 2010.

- [13] Jung Hae Sang, "A Critical Review of Inclination to Gambling on Game-items obtained by Random Logic", Chosun law journal, Vol21, No.2, p.144, 2014.
- [14] Waskul, Dennis D., "The Role-playing game and the game of role-playing:the Ludic self and everyday life", Williams, Patrick & Hendricks, Q. Sean edit, Gaming as Culture, North Carolina:McFarland & Company, 2006.
- [15] Dong Eun Lee, "A Study of the mythology in Digital Gameplay", Ewah Womans University, p.13, 2012.
- [16] <http://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=126571&site=black>
- [17] <http://blog.naver.com/wkdalsgurdle/220221472486>
- [18] <http://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=124832&sw=+1%EC%9B%94+1%EC%A3%BC%EC%B0%A8>
- [19] <http://kaheeyah.blog.me/70188173530>
- [20] <http://www.thisisgame.com/webzine/news/nboard/4/?n=32629>
- [21] <http://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=133968&site=df>
- [22] <https://namu.wiki/w/%EB%A7%88%EB%B9%84%EB%85%B8%EA%B8%B0%20%EC%98%81%EC%9B%85%EC%A0%84/%EB%AC%B8%EC%A0%9C%EC%A0%90>
- [23] <http://www.gamemeca.com/news/view.php?gid=872922>
- [24] <http://www.gamemeca.com/news/view.php?gid=872922>
- [25] Dong Eun Lee, "The Persona of Digital Space for Avatar Design", Korea Game Society, Vol. 8, No. 1, p.8, p.15, 2008.



이 유 호(Lee, You Ho)

약력 : 2009- 가톨릭대학교 디지털미디어학부 문화콘텐츠학과

관심분야 : 게임기획, 시스템 기획, 그래픽



이 동 은(Lee, Dong Eun)

약력 : 2009-2013 계원예술대학교 디지털콘텐츠군 조교수
2013-2015 계원예술대학교 애니메이션과 조교수
2015- 가톨릭대학교 미디어기술콘텐츠학과 조교수

관심분야 : 디지털게임, 애니메이션, 디지털스토리텔링,
인터랙티브 스토리텔링, 문화콘텐츠
