

게임 품질 향상을 위한 재미요소에 관한 연구

김효남[○]

[○]청강문화산업대학교 게임콘텐츠

e-mail: hnkim@ck.ac.kr[○]

A Study on the Fun Factors to Improve Game Quality

Hyo-Nam Kim[○]

[○]Dept. of Game Contents, ChungKang College of Culture Industries

● 요약 ●

최근 코로나19 영향이 가장 컸던 2020년 1분기 동안 전세계 모바일 게임은 전년 동기 대비 약 18% 증가한 약 123억 건이 다운로드 됐으며, 소비자 지출은 약 2% 증가한 약 166억 달러를 달성한 것으로 나타났다. 그러나 글로벌 게임시장의 규모가 상승하는 가운데 국내에 출시된 모바일게임을 전체적으로 살펴보면 게임성이 향상되지 못한 부분에 대해서 글로벌 게임 경쟁력에 대한 해결방안이 마련되어야 할 것으로 생각한다.

본 논문에서는 게임의 재미요소와 관련해서 다양한 내용으로 게임 사용자들의 의견을 알아보면서 게임을 플레이하는 사용자 측면에서 의견들을 분석한 결과 재미요소가 게임의 품질을 결정하는 중요한 부분으로 사용자들과의 소통, 피드백을 통해 의견을 받고 수렴해주는 커뮤니케이션이 매우 중요함을 제시하고자 한다.

키워드: 재미요소(Fun Factor), 게임품질(Game Quality), 게임 사용자(Game User)

I. Introduction

2019년도 글로벌 게임 시장 규모는 139조 원인 것으로 나타났다. 2018년도 138조 원 대비 소폭 상승했다. 디지털게임 분야에서 모바일은 75조 원, PC는 34조 원, 콘솔은 18조 원, GVC(게이밍 비디오 콘텐츠)는 7.5조 원, XR(AR/VR)은 7.3조 원로 나타났다[1].

2019년도 글로벌 게임시장의 규모가 상승하는 가운데 국내에 출시된 모바일게임을 전체적으로 살펴보면 게임성이 거기서 거기다. 애니메이션에서 봄직한 미소녀 캐릭터 다수를 앞세운 수집형 RPG, 좋은 장비 뽑아서 전투력 높이기로 귀결되는 MMORPG가 주를 이뤘다[2]. 게임 자체로는 내세울만한 특징이 없어서 원작을 앞세운 게임도 더러 있다. 원작을 제대로 녹여냈다면 이 역시 나쁘지 않았으나 뚜껑을 열어보니 원작 이름만 달아냈고 실상은 양산형 게임이었다는 후문이 뒤따랐다. 이름값을 높이기 위해 원래 만들던 게임에 유명한 원작만 갖다가 붙인 것 아니냐는 날 선 비판도 있다.

이렇게 게임성은 멈춰있는 가운데 유독 발전을 거듭하는 부분이 있다. 소비자에게 이러한 제품을 팔아서 돈을 벌겠다는 사업계획을 뜻하는 비즈니스 모델, 줄여서 BM이다. 게이머 입장에서 가장 큰 불만은 온갖 것에 확률이 들어가고 있다는 것이다. 장비, 캐릭터는 기본이고 동료, 탈 것, 애완동물까지 뽑아야 하는 유료 상품은 점점 늘어났다는 것이다.



Fig. 1. Global Game Market Size in 2019

국내 게임이 글로벌 게임시장에서의 경쟁력을 향상시키기 위해서는 무엇보다도 게임성에 대한 부분에 대해서 더욱 집중해야 하며 게임성을 향상시키기 위해서는 무엇보다도 게임의 재미요소들에 대해서 강조하면서 개발에 적극적으로 반영해야 할 것으로 생각한다. 본 논문에서는 게임의 품질적인 측면에서 재미요소를 세부적으로 분류하고 각각에 대해서 재미요소를 향상시키기 위한 내용들을 제시하고자 한다.

II. Preliminaries

게임개발에 있어서 "유저가 재미있게 게임을 즐기게 만드는 것"에 대한 목표를 달성하기 위한 방법은 여러 가지가 있지만, 그 중에

중요한 것은 개인의 취향이 아닌 보편적인 재미를 정의하는 것이다. 정의하기 위한 방법은 게임마다 기설을 세우고, 증명하고, 유지 발전시킬 수 있는 것이다. 그리고 개발단계에서 재미에 대한 목표와 그 목표를 증명하는 방법에 대해서 고민해보아야 한다.

그림 2는 게임 품질관리 측면에서 Fun QA는 사용자가 재미를 느낄 수 있도록 게임의 요소들을 분석하고 관리하는 작업인데, 앞서 설명했듯이 강제 또는 필요성에 의해 이루어지는 행위가 재미있게 하는 경우는 매우 드물다. 재미란 결국 자발성에서 나오고, 이런 재미는 사용자가 게임에 몰입할 수 있도록 하는 매우 중요한 요소이다[3].

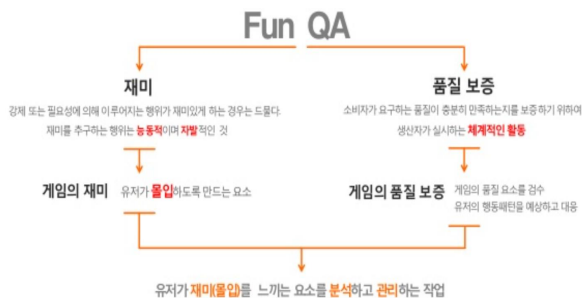


Fig. 2. Fun QA [3]

게임 사용자가 게임에 몰입할 수 있는 재미요소들에 대해서 연구하고 제시한 내용들에 대해서 특징들을 함께 고찰해본다.

첫 번째로 소개할 연구 내용으로는 아이폰용 게임이 지금처럼 매우 다양하고 수준 높은 게임이 많지 않았을 때부터 이미 ‘Tilt World’와 같은 게임을 처음부터 기획/디자인하고 서비스해 온 XEODesign 설립자이자 최고 경영자인 니콜 라자로(Nicole Lazzaro)가 분류한 4가지 재미 요소 (4 Keys to Fun)에 대해서 분류한 내용이다[4].

- Hard Fun : 정확한 목표달성에 대한 성취감 (게임 내부)
- Easy Fun : 호기심에서 나오는 재미와 궁금증 욕구 충족에 대한 재미 (게임 내부)
- Serious Fun : 의미 있는 일에 대한 만족감에서 오는 재미 및 시뮬레이션(선 경험) (게임 외부)
- People Fun : 실제 사람들과의 교감에서 나오는 재미와 이를 통한 갈등해소 만족감 (게임 외부)

니콜 라자로가 분류한 측면은 게임의 내적인 요소와 외적인 요소로 나뉘어서 게임을 중심으로 재미요소를 분류한 내용이어서 의미가 있다고 생각한다.

두 번째 연구 내용은 게임 관점에서 다양하고 여러 요소들에 대해서 세부적으로 재미요소를 제시한 내용이다.

- 새로운 것 변화 : 재미의 본질 중 하나는 바로 변화를 바라는 욕구로부터 온다. 캐주얼 게임, 클릭어 게임들에 끌리는 이유 중 하나는 바로 이런 데에 있다. 게임 방식이 간단해 쉽게 배울 수 있을 뿐더러 정신적 에너지를 크게 소모하지 않아도 즐길 수 있기 때문이다. 게임에서 일정 경험치를 얻으면 캐릭터의 외형이 변화되고 새로운 사냥터로 가고, 지금까지 단숨에 터치만 했다면 이번에는 드래그라는 요소를 집어넣는 등, 변화의 요소들은 질리게 하는 걸 방지하고 게임에 빠져 들게 하는 요인이 된다[5].

- 스킬 : 공포게임이나 대전게임 같은 게임의 재미가 바로 이 스킬에 있다. 유독 스킬을 즐기는 사람들은 강렬한 자극과 경험을 선호하기 때문에 이러한 성향을 가진 사람들에게 공포게임이나 대전게임 같은 게임들은 억압된 욕구를 만족시킬 수 있는 하나의 대안이 될 수 있다[4].

- 성취감 : 내가 무언가를 해낼 수 있다는 자신감은 삶의 여러 부분에 영향을 준다. 자신의 삶에 대한 통제 여부에 따라 스트레스 수준도 달라지고, 통제감 상실은 분노조절장애의 원인이 되기도 하니 이것이 얼마나 중요한지는 두말할 나위 없다. 때문에 자신감을 안겨주는 성취감은 게임하는 재미 중 그 의의가 크다[4].

- 자발성 : 우리는 스스로 무엇을 할 때 재미를 느낀다. 게임도 마찬가지다. 많은 교육용 게임들이 재미가 없는 것은 바로 이러한 자발성에 있다. 교육용 게임의 목적이 무언가를 배우는 데에 있다. 인간은 ‘반드시 해야만 하는 것’에는 흥미를 잃게 된다. 따라서 만약 교육용 게임으로서 성공을 거두고 싶다면 교육이란 목적은 주목적이 아닌 부수적인 것이 되어야 한다[4].

- 경쟁 : 우리는 또한 타인과 경쟁할 때에 재미를 느낀다. 경쟁에서 이겨 남보다 돋보이고 싶고, 위에 있고 싶어 하며, 이럴 때 짜릿한 쾌감을 느낀다. 인간에선 항상 다른 이와 교류하려는 심리가 내포되어 있어, 같은 것이라도 다른 사람과 함께할 때에 더욱 재미를 느낀다[4].

- 몰입감 : 우리는 책이나 영화를 보면서 마치 내가 직접 경험하는 것과 같은 재미를 느낄 수 있다. 몰입감이 뛰어나도록 재미있는 것은 내가 직접 겪는 것 같기 때문이다. 이런 면에서 게임은 다른 매체에 비해 대상에 대한 몰입감이 뛰어나다는 큰 장점이 있다[4].

- 대리만족 : 살면서 우리는 우리가 원하는 모든 것을 하며 살 수 없다. 게임은 그런 우리에게 탈출구가 되어주는 존재다. 현실에서는 할 수 없었던 것들을 이루고 연기하며, 게임 속에서 만큼은 타인에게 존중 받는 내가 되기도 한다. 게임에서는 이를 수 없는, 이루지 못한 꿈과 억압된 욕망을 분출할 수 있기에 재미를 느낀다[4].

- 창작 : 게임의 재미를 찾아볼 수 있는 내용으로 완제품보다는 어떠한 것을 직접 만들 때에 느끼는 재미이다. 레고 같은 블록 장난감의 재미, 게임에서는 마인크래프트, RPG만들기 같은 게임의 재미를 설명할 수 있는 요인이다[4].

이상과 같이 게임의 재미요소들에 대해서 두 가지 내용에 대해서 소개하였지만, 게임의 재미요소들은 정량적인 개념보다 정성적인 개념의 내용으로 재미는 결과가 아닌 과정의 개념에 더 가까운 특징을 갖고 있다고 생각한다. 만렙을 찍는 것에 게임의 재미를 느끼는 게 아니라, 도달하는데 겪는 수많은 일들과 노력에서 즐거움을 느끼는 것이다. 마치 정상에 깃발을 꽂는 것보다 그 곳까지 도달하기 위해 흘린 땀, 오르면서 보게 되는 풍경, 사람과의 만남·헤어짐 등이 등산가들이 말하는 등산의 재미인 것처럼 말이다. 성숙한 사람들은 결과가 아닌 과정을 즐길 줄 아는 사람들이며, 과정을 즐기는 것이 진정으로 재미있는 것임을 아는 사람들이다.

III. The Proposed Scheme

게임의 재미요소를 중심으로 238명의 게임 사용자를 대상으로 어떤 생각을 갖고 플레이를 하는지를 알아봄과 동시에 게임 개발사

User), 동시 접속자 수, 유저 지표, 매출 지표 해당되는 부분으로 재미 유무에 따라 반드시 변동이 있을 것이며, 해당되는 부분이 수치상으로 표현이 가능하다고 생각한다. 인기 있는 게임은 분명히 인기 있는 요소가 있다. 게임 개발사는 인기 게임들의 시스템을 벤치마킹하기도 하는데, 간혹 컨셉과 맞지 않는 시스템을 가져오는 경우도 있다. 이런 요소들을 개발 게임에 적합한지 확인하고 벤치마킹 하는 것이 무엇보다도 중요하다. 또 소통, 피드백을 통해 유저들의 의견을 받고 수렴해주는 커뮤니케이션이 매우 중요함을 제시한다.

REFERENCES

- [1] <http://www.greened.kr/news>
- [2] <https://www.gamemeca.com/view.php?gid=1611008>
- [3] <https://blog.naver.com/dkwpq33/221077369904>
- [4] <http://www.xeodesign.com/>
- [5] <https://m.post.naver.com/viewer>