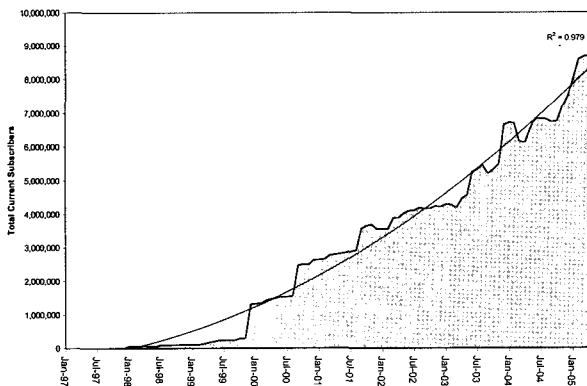


MMORPG의 사회적 함의: 게임의 진화, 실재감, 공동체, 문화

연세대학교 장근영

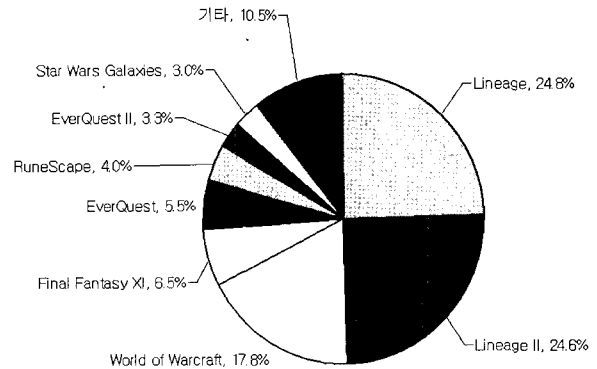
1. 서론

세계 최초이자 우리나라 최초의 그래픽 머드(MUG)인 <바람의 나라>가 개발되어 서비스되기 시작한 것이 1995년이었다. 이후 10년간, 수천명의 게이머들이 인터넷을 통해 동시에 하나의 게임세계에 접속하는 MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game: 다중사용자 온라인 롤플레이 게임)의 규모는 전세계적으로 엄청나게 성장했다. 2004년판 대한민국 게임백서에 의하면 2001년 이후 매년 40% 이상의 고성장을 거듭해온 온라인 게임 시장은 올해 역시 45%의 성장률을 실현하며 1조(1조935억원)시대로 접어들 것으로 전망되었다. 최근 한 게임 조사자료[1]에 의하면 97년에 10만 명에도 미치지 못하던 MMORPG 사용자 전체규모는 이후 급속히 성장하여 2005년 1월 현재 800만명을 상회하는 것으로 나타났다(그림 1). 그 중에서 우리나라 엔씨소프트사의 <리니지>와 <리니지II>가 각각 2백만 명이 넘는 사용자를 확보해서 세계 1위와 2위를 차지하고 있었고 블리자드사의 WOW가 125만 명의 사용자를 확보하여 3위권을 유지하고 있었다(그림 2). 이러한 급성장의 결과 콘솔게임과 PC 게임이 주류를 이루는 미국과 유럽에서도 컴퓨터 게임의 미래로서 MMORPG에 주목하고 있다.



자료출처: www.mmogchart.com

그림 1 MMORPG 이용자의 증가추세 (97년-05년)



자료 출처: www.mmogchart.com

그림 2 2005년 4월 현재 MMORPG 시장점유율(라그나로크 제외)

우리나라에서 MMORPG가 급속하게 발전할 수 있었던 배경은 우선 충분한 네트워크 인프라를 들 수 있다. 2004년 12월 현재 우리나라 전체 가구 중에서 72.2%가 인터넷 접속이 가능한 상태이고, 초고속 인터넷 가입자수는 전체 인구의 25%인 1천 2백만 명으로 세계에서 가장 높다. 이미 2003년에 Forbes지는 '불가사의한 인터넷 세상인 한국(Korea's Weird Wired World)'이라는 제목으로 한국에서는 정치·오락·섹스·매스미디어·범죄·상업이 온라인에서도 오프라인과 똑같이 구현되고 있다는 사실을 신기하다는 듯 보도했다. 기사는 이러한 현상의 배경에는 전체 가구의 70%에 고속통신망이 보급되어 있고 이동통신 사용자의 2/3가 미국보다 10배 이상 빠른 3세대 이동통신 서비스를 이용하고 있는 정보통신 인프라와, 360만명 이상이 온라인 아바타를 소유하고 있고 세계에서 가장 많은 온라인 게임 사용자와 프로그래머가 활동하는 온라인 세계가 존재한다고 설명했다[2].

MMORPG가 성장할 수 있었던 다른 이유는 게임업계 자체의 여건 때문이었다. 1990년대 말 대부분 소규모 벤처에 불과했던 게임개발사들로서는 대기업이 주도하는 기존의 게임 타이틀 중심 유통시장에서는 최소한의 연구개발비조차 회수할 수 없는 불리한 계약만이 가능했

다. 물론 유통사의 입장에서선 판매부진이나 불법복제로 인한 손실 같은 유통상의 리스크를 전적으로 책임져야 한다는 이유가 있었겠지만, 이렇게 해서는 게임개발사의 성장은 커녕 유지도 힘든 여건이었다. 그러나 온라인으로만 할 수 있는 게임이라면 이야기는 달라진다. 게임소프트를 파는 것이 아니라 게임을 할 수 있는 권한을 팔게 되면, 게임 판매를 유통사에 의존할 필요가 없어지고, 불법 복제의 가능성 역시 원천적으로 사라지기 때문이다. 결국 MMORPG는 복제 방지와 유통 비용 절감이라는 두 마리 토끼를 한꺼번에 잡을 수 있는 최선의 방법이었던 것이다[3]. 즉, MMORPG는 세계 최고의 인터넷 통신망을 이용해 게임유통의 한계를 극복하기 위한 비즈니스 모델이었다. 이는 게임개발사들이 최소한의 지위를 확보한 2005년 현재에도 적용되는 사실이다. 현재 게임개발자들은 MMORPG 뿐만 아니라 <카트라이더>나 <프리스트아일> 같은 온라인 캐주얼 게임으로 그 개발 분야를 확장하고 있으나 앞으로도 MMORPG는 컴퓨터 게임의 미래라고 할 수 있다.

그러나 이러한 MMORPG의 세계는 오프라인 사회에 이전에는 생각도 하지 못했던 문제들을 갑자기 던져놓았다. 오프라인 현실에서 벗어나서 MMORPG에 완전히 빠져들어버린 사람들, MMORPG의 아이템들이 현금과 거래되는 현상 등이 사회문제로 부각되었으며, 게임 개발자와 게이머간에는 누가 이 세계의 주인인지에 대한 논쟁이 벌어지고 있다. 일부에서는 이런 문제의 원인을 우리나라 게임문화의 미성숙성이나 상업주의의 폐해로 돌린다. 그러나 이는 MMORPG의 확산에 따라 필연적으로 발생할 수 밖에 없는 현상이다. MMORPG는 프로그램코드와 이미지로 구성된 컴퓨터 게임이 실제로 작동하는 가상세계로 진화해가는 전형적인 예이기 때문이다. 따라서 본 논문에서는 MMORPG로 인해 제기된 사회적 문제들과 이를 어떻게 이해하고 받아들여야 할 것인지를 다루고자 한다.

2. 게임의 진화: 싱글플레이, 멀티플레이, MMORPG

학계와 컴퓨터 게임 산업계에서 사용하는 컴퓨터 게임의 분류기준은 다양하다. 게임에서 제시하는 과제의 유형에 따라서 전략시뮬레이션·액션·육성시뮬레이션·롤플레이·퍼즐 게임 등으로 분류하기도 하고, 게임 프로그램이 작동되는 플랫폼을 기준으로 PC게임·콘솔 게임·네트워크 게임 등으로 분류하기도 한다. 그 외에도 게임 속에서 사용자에게 주어지는 시점에 따라서 횡스크롤게임·평면스크롤 게임·일인칭시점 게임·3인칭 시점 게임 등으로 분류하거나, 게임에 사용된 기술을

기준으로 2D 게임·3D 게임으로 나누기도 한다. 그러나 사용자 인터페이스의 관점에서 분류 했을 때 컴퓨터 게임은 크게 싱글플레이 게임(Stand alone game)과 멀티 플레이게임(Multi-play Game), 그리고 온라인 다중 사용자 롤플레이 게임(Online Multiplayer RPG)으로 구분할 수 있다[4][5]. (표1)

표 1 각 게임 형식의 비교

	Single Play Game	Multi-play Game	MMORPG
인터페이스	게이머 대 프로그램	게이머 대 게이머	게이머 대 사회
분석 단위	개인	일vs일, 다수vs다수	문화, 생활방식
원형	상호작용이 가능한 소설 (Interactive Novel)	포커게임	현실 세계의 삶
주요 요소	게임 난이도, 보상체계, 시나리오 다양성, 디테일...	게임 난이도, 캐릭터간 균형, 배경의 다양성...	정체성 표현, 공동체, 빈부격차, 사회정의, 사회문화적 차이....
예	수퍼마리오, 젤러그, 삼국지 등. 혼자서 하는 PC 게임이나 콘솔*게임	스타크래프트, 카운터스트라이크, 로그스피어 등. 최대 수십여명의 게이머들이 일시적으로 연결되어 함께 하는 게임	리니지, 에버퀘스트, 울티마온라인, 라그나로크 등. 수천-수만명의 사용자가 지속적으로 연결되어 계속 하는 게임

* 콘솔게임(Console Game): <Play Station>이나 <X Box>, <Game Cube> 같은 게임전용 기기를 이용해 작동되는 게임을 의미함.

2.1 싱글플레이 게임 / 스탠드 얼론 게임 (Stand alone game)

싱글플레이 게임 혹은 스탠드 얼론 게임(stand alone game)은 게이머가 혼자서 컴퓨터에 짜여진 프로그램을 운영하는 게임을 말한다. 즉, <슈퍼마리오>나 <젤러그> 같은 고전적인 아케이드게임에서부터 <프린세스 메이커> 같은 육성시뮬레이션 게임이나 <삼국지> 같은 전략시뮬레이션 게임, 그리고 <하프 라이프> 같은 액션게임에 이르기까지 그 장르에 상관없이 게이머가 혼자서 게임을 운영하는 모든 게임은 스탠드 얼론 게임이라고 할 수 있다. 이런 게임은 기본적으로 게임 개발자가 설정한 스토리를 게이머가 따라가는 형식으로 만들어져 있다. 따라서 스탠드 얼론 게임에 있어서 게임 개발자(프로그래머, 디자이너)의 역할은 그 무엇보다도 중요하다. 개발자는 게임의 난이도와 보상체계, 그리고 다양성에 이르는 게임의 모든 요소를 전부 고려하고 만들어내야 한

다. 싱글플레이 게임에 있어서 게이머는 개발자가 만들어놓은 새로운 우주에 들어와서 탐색을 하는 방문객에 불과하다. 스탠드 얼론 게임의 심리학적 분석에는 전통적인 행동주의 심리학의 강화계획이 적용될 수 있다. 적절한 난이도와 적절한 보상 체계가 이 형식 게임의 성패를 가름하는 요소라 할 수 있기 때문이다.

2.2 멀티플레이 게임 (Multi-play Game)

직접 회선으로 다른 컴퓨터와 연결시키거나, 인터넷 서버의 중개를 통해서 2인 이상의 게이머가 서로 경쟁하거나 협력하도록 만들어진 게임을 멀티플레이게임 (Multi-play Game)이라고 부른다. 기존의 싱글플레이 게임은 컴퓨터의 인공지능만을 상대로 하기 때문에 익숙해질수록 쉽게 예측이 가능해지는 반면, 실제 인간 사용자들을 상대로 하는 멀티플레이 게임은 언제나 새로운 반응과 결과를 기대할 수 있다는 점에서 사용자들을 훨씬 오랫동안 깊이 몰입하게 만든다. 이런 이유로 현재 출시되는 대부분의 PC게임들은 거의 필수적으로 온라인 게임기능이 부여되어 있다. 대표적인 멀티플레이 게임으로는 <스타크래프트>나 <파이널 판타지> 같은 롤플레이팅 게임이나 <카운터 스트라이크> 같은 액션 게임 등이 있다. 멀티플레이 게임은 게임이론(game-theory)과 같은 1 대 1, 혹은 다자 대 다자 단위의 심리 역동으로 분석된다. 예를 들어, 멀티플레이 게임의 중요한 요소는 각 캐릭터(혹은 그룹)간의 균형(Balance)이다. 예를 들어, <스타크래프트>에 등장하는 저그, 프로토스, 테란이라는 세 종족은 장점과 함께 단점을 갖고 있으며 자신의 약점을 장점으로 상쇄하도록 설계되어 있다. 만약 셋 중 특정 종족이 더 유리하다면, 모든 게이머들이 그 종족만으로 게임을 하려고 할 것이며, 따라서 서로 다른 세 종족을 통해 게임전개의 다양성을 추구하려는 의도는 충족되지 못할 것이다.

2.3 다중사용자 온라인 롤플레이팅 게임 (MMORPG)

MMORPG는 멀티플레이 게임과는 또 다른 형태의 게임이다. 앞서 멀티플레이 게임의 원형은 바둑이나 체스 혹은 여럿이 참여하는 포커게임에 비유할 수 있다. 즉, 멀티플레이 게임은 정해진 무대에서 제한된 인원이 승부를 가리며 일단 승부가 가려지면 게임은 끝나게 된다. 그러나 MMORPG는 사용자가 계속하든 그렇지 않든 상관없이 계속 진행된다. 예를 들어, 1995년 말 세계에서 가장 먼저 만들어진 온라인 게임인 <바람의 나라>의 경우, 서비스 시작 이후 10년이 지난 지금까지 수정과 보완을 거치면서도 멈추거나 새로 시작하지 않고 계속되어 왔다. 그 결과 각각의 MMORPG 세계는 게이

머들이 자체적으로 창조해낸 스토리와 구조를 가지는데 이는 현실세계의 역사와 문화에 비유된다. MMORPG에서 게임 개발자가 설정한 환경들은 몬스터 같은 NPC(Non Playable Character)로 존재한다. 그러나 실제 게임이 진행되는 과정에서 NPC 보다 더 중요한 역할을 하는 것은 사용자들이 조종하는 PC(Playable Character)들이다. 즉, 동일한 게임설정이랄 할지라도 게이머들 내의 집단역동에 의해 결과적으로 처음의 설정과는 전혀 다른 게임이 만들어진다. 즉 이 세계에는 역사도 있고, 구성원들이 공유하는 문화도 있으며 그 문화를 형성하고 유지하고 전수하는 공동체도 존재한다 [4][6][7]. 결과적으로 MMORPG 세계는 그 어떤 사이버 공간보다도 현실성을 지닌다. 이 세계에서는 구성원끼리 아이템과 정보를 공유하기도 하고, 함께 집단전투 같은 활동을 진행하기도 한다. 이들은 또한 이 온라인 공간에서 열심히 자기 아바타의 능력을 키우고, 아이템을 거래하며, 다른 사용자들도 사귀고 사이버 결혼 생활도 한다. 문자 그대로 현실에서 할 수 있는 모든 것을 게임 속에서 할 수 있는 것이다. 이는 모사품이 원본을 대체하고, 이미지를 통해서 새로운 현실이 구현되는 상황이라 할 수 있다.

3. 감각적 모사에 의한 실재감 vs 사회적 공유에 의한 실재감

MMORPG 에 몰입한 게이머들은 마치 그 세계 속에 실제로 들어가서 생활하는 것처럼 느끼고 행동한다. 이러한 경험을 가상 실재성(virtual presence) 이라고도 한다. 공학적인 관점에서는 가상 실재성의 구현은 정교한 시청각 자극을 제시하고, 진동이나 움직임까지 전달하는 다양한 피드백 장비들을 활용해서 실감나는 피드백을 통해 시도되어 왔다. 그러나 MMORPG에서 실재감은 이와는 다른 양상을 띤다. 예를 들어, 초창기 MUD(Multi User Dungeon)게임은 텍스트를 기반으로 했다. 그러나 텍스트 기반 인터페이스에도 불구하고 이 세계에 몰입한 사람들은 그 어떤 곳에서보다 더 강렬한 실재감을 경험했다[8]. MMORPG에서 이러한 현상은 더욱 분명히 드러난다. 현재까지 인기를 얻고 있는 MMORPG들은 디스플레이와 인터페이스 기술은 가상 현실 기술의 측면에서 보자면 하잘 것 없는 수준에 불과하지만 그 세계에서 경험되는 원격실재감은 그 어떤 첨단단의 가상현실 도구가 가져다주는 것만큼이나 강렬하다. 그래서 소위 말하는 '폐인'을 양산하고 있다. 이런 일이 가능한 이유는 게이머들의 실재감이 자극의 세련성이 아니라 사회적 공유에 의해 만들어진 것이기 때문이다.

MMORPG가 이전의 게임들과 다른 점이 있다면 그것은 이 세계가 가지는 가치와 의미에 대한 사회적 공유의 규모가 엄청나다라는 점이다. 한 MMORPG 세계를 공유하는 사용자들은 최소 수천명, 최대 수십만명에 이른다. MMORPG에서처럼 한 세계를 다수의 사람들과 공유한다는 것 자체가 그 세계에 대한 실제감을 형성하는 현상은 사회적 실재론(Social Realism)에 의해 설명할 수 있다. 철학자 Searle은 실제 세계는 사실 크게 두 가지 범주의 객관적 사실(objective fact)로 구성되어 있다고 말한다. (1) 첫 번째 범주는 그가 “무자비한 사실”(brute facts)이라고 부르는 것으로 사람들이 뭐라고 생각하던 상관없이 존재하는 것들을 말한다. 그리고 (2) 두 번째 범주는 그가 “사회적 사실”(social fact)라고 부르는 것으로 사람들의 공유된 생각에 근거해 존재하는 것들이다. 첫 번째 사실의 예를 들면 신체적인 통증이나, 에베레스트 산의 정상은 눈과 얼음으로 덮여있다는 사실, 혹은 수소원자는 하나의 전자를 갖고 있다는 사실 같은 것이다. 두 번째 유형의 사실 즉 사회적 사실의 예를 들자면, 이 종이 조각이 5달러짜리 지폐라든지, Searle 자신이 미국 국민이라는 사실, 혹은 뉴욕자이언츠가 1991년 슈퍼볼 우승을 차지했다거나, UC버클리에 Searle의 재산이 있다는 사실 같은 것들이다[9]. 이러한 실제감은 MMORPG의 아이템들이 현금가치를 부여받고 실제 현실 시장에서 거래되는 현상도 간접적으로 설명한다. 2002년 기준으로 최소한 2천억 원 규모의 아이템현금거래 시장이 존재했으며, 그 규모는 매년 기하급수적으로 증가하고 있다. 대표적인 아이템거래 중개업체 ‘아이템베이(itembay.com)’에 따르면 아이템이 현금 거래되는 게임은 지난 2002년 90여 개였다가 2003년 190여 개, 2004년엔 240여 개로 크게 늘어나고 있는 것으로 나타났다[10]. 한국과 일본 <리니지> 게이머들에 대한 조사 결과 게이머들은 한국과 일본 모두 1년 혹은 2년 전에 비해서 온라인 게임세계의 아이템과 현실

경제의 현금간의 교역활동을 더 적극적으로 받아들일 준비가 되어 있거나 이미 교역활동에 참여하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 교역활동은 이전에 비해서 더 전문화되고 집중된 활동으로 진화하고 있었다. 사회적 실재론에 의하면 이미지가 현실이 될 수 있는지의 여부는 이미지 자체가 얼마나 정교하나에 달려있는 것이 아니라, 그 이미지의 가치를 얼마나 많은 사람들이 공유하고 있느냐에 달린 것이다.

4. 생산자와 소비자 관계의 변화

전통적인 게임은 그 게임을 개발한 개발자나 서비스 하는 회사가 개발하고 게이머들은 단순히 그 세계에 잠시 들어와서 즐기고 나가는 것으로 끝났다. 따라서 게임 속에 등장하는 모든 아이템이나 캐릭터, 설정은 모두 게임회사의 지적 산물로 소유권과 저작권을 인정받는다. 그러나 온라인 게임(MMORPG)은 이런 전통적인 게임과는 달리 동일한 게임설정이라 할지라도 게이머들 내의 집단역동에 의해 결과적으로 처음의 설정과는 전혀 다른 게임이 만들어진다. 즉, MMORPG는 개발자 혼자서 제작하는 것이 아니라 게이머들의 적극적인 참여를 통해서 창발(emerge)되는 세계이다. 따라서 게임세계의 다양한 아이템들에 대해서도 게임회사만의 배타적인 소유권을 인정해야 하는지에 대한 문제가 제기된다. 실제로 연구결과에 의하면 온라인 게이머들은 게임활동을 통해 얻은 아이템은 게임회사보다는 자기 자신이나 자기가 조작하는 아바타의 것이라고 인식한다. 반면에 대부분의 게임회사는 여전히 게임아이템에 대한 게이머들의 소유권을 인정하지 않고 게임회사만의 배타적인 소유권을 주장하며 약관으로 이를 강제하고 있다. 현재 우리나라의 법체계는 게임회사의 입장에 무게를 싣고 있다. 2005년 1월에 아이템을 현금거래한 사용자에게 대한 계정압류는 정당하다는 판결은 그 단적인 예이다¹⁾. 그러나 아이템 현금거래를 인정하고 자사의 비즈니스모델에 포함시키려는 움직임도 있다. 예를 들어 2005년에 ‘소니 온라인 엔터테인먼트(www.station.sony.com)’는 자사가 서비스 중인 <에버퀘스트2>를 위한 아이템현금거래사이트인 스테이션익스체인지(<http://stationexchange.station.sony.com>)를 개설하기로 결정했다[11]. 또한 가상 재화의 법적 지위에 대해서도 부동산의 소유권과는 별도로 권리금과 같은 이용권이 따로 거래되어온 관행에 비추어

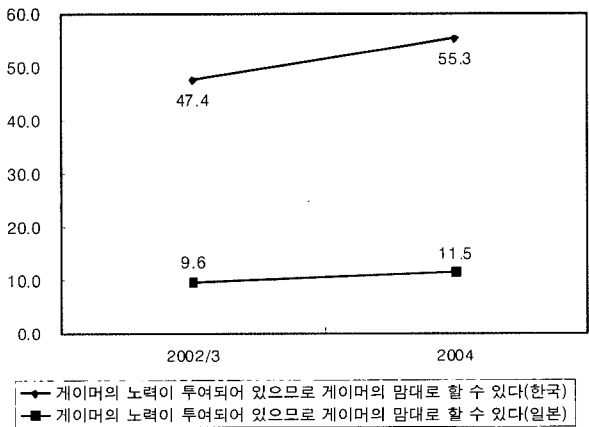


그림 3 아이템에 대한 게이머의 소유권을 주장하는 비율

1) 2005년 1월 30일 서울중앙지법은 44만원여치의 게임아이템을 거래했다는 이유로 운영사인 (주)엔씨소프트에 의해 1천만원 상당의 캐릭터와 아이템이 들어있는 게임 계정을 압류당해 해당회사를 상대로 손해배상 소송을 건 온라인 게임 ‘리니지’ 이용자 차모에게에게 패소판결을 내렸다.

보다 전향적인 해석이 필요하다는 주장이 제기되고 있다(12). 즉, 물리적인 실체가 없이 심리적인 가치만 있는 재화가 거래된 것은 MMORPG가 처음이 아니므로 게임아이템의 가치도 이와 같은 틀로 충분히 인정받을 수 있다는 것이다.

5. MMORPG 내의 공동체와 문화 연구의 가치

지금까지 MMORPG의 성공요인에 관해 이루어진 연구들은 상호작용성이나 내러티브 구조의 자유도, 혹은 그래픽 디자인과 같은 디자인적 특성에 대한 연구(13)(14)이거나 혹은 게임의 매력을 몰입(flow)으로 정하고 이 몰입경험을 창출하는 요소들을 측정한 연구들이 주류를 이루고 있다(15). 그 외에 다른 게이머들과의 경쟁이나 우월감을 온라인 게임의 주된 매력요소로 간주하는 연구가 있다. 이러한 접근이 사용된 이유는 MMORPG와 일반적인 멀티플레이형 온라인 게임을 구분하지 않았기 때문이다. 그러나 MMORPG는 일반적인 게임의 특성도 가지고 있지만 동시에 온라인 커뮤니티의 특성도 함께 가지고 있다. MMORPG의 게이머들은 게임 자체의 재미뿐만 아니라 같이 하는 동료들과의 관계 때문에 게임을 계속한다고 말한다. 따라서 온라인 커뮤니티에 대한 충성도가 MMORPG에 대한 충성도로 연결된다. 문제는 온라인 커뮤니티 충성도에 관한 연구들 역시 커뮤니티 사이트 시스템의 특성에 관한 연구들이 주류를 이룬다는 점이다. 예를 들어, 온라인 커뮤니티에 몰입에 대한 이전 연구들은 친밀감, 상호작용성, 놀이성, 편리성, 명성, 콘텐츠와 같은 개별 요소들을 설정하고 각 요소의 중요도를 평가하는 방식을 사용한다(16)(17). 이는 특정한 현상에 영향을 미치는 독립변인을 하위 요소로 분해하여 접근하는 환원주의적 연구방법에 적합하지만, 공동체의 기능이나 역할은 이러한 환원주의적 방법론으로 분석하기에는 부족한 면도 있다. 예를 들어 2절에서 언급한, 가치와 목적의 공유를 통해서 문화를 형성하고 유지하는 공동체의 기능은 위와 같은 방법으로 분석할 수 없다. Zimbardo는 유명한 가상감옥 실험을 통해서 비록 그것이 가상에 불과할지라도, 구체적인 상황 규정과 그에 따른 역할 부여가 개개인의 행동에 얼마나 강력한 영향을 미치는지를 보여준 바 있다(18). 이것이 공동체가 사이버 공간에서 담당하는 중요한 역할이다. 사이버 공간은 그말대로 실제 물질로 구성되지 않은 현상뿐인 공간이므로 이 공간을 어떻게 해석하고 어떤 의미를 부여하느냐에 따라서 사람들의 행동이 달라지기 때문이다. 즉, MMORPG는 인간이 만들어낸 새로운 환경인데, 여기서 구성된 게임 공동체는 나름의 고유한 문

화를 형성하고 그 문화의 틀에 의해 게이머들의 행동을 규정한다. 이는 동일한 시스템으로 운영되는 같은 MMORPG라도 그 세계안에서 게이머들이 어떤 문화를 형성하느냐에 따라서 게이머들의 행동이 달라지고, 결과적으로 전혀 다른 게임 세계가 형성된다는 뜻이다.

실제로, 2004년 당시 <리니지>는 대만에서는 매출액 1위를, 국내에서도 여전히 3위권 내를 고수하는 MMORPG였지만, 일본이나 미국에서는 많은 마케팅과 투자에도 불구하고 별로 호응을 얻지 못했다. 또한 우리나라에서는 <리니지>에 관련된 폭력사건이나 게임아이템 현금 거래가 사회문제로 부각되는 반면, 일본에서는 그런 일이 거의 없는 것으로 알려져 있다. MMORPG인 <리니지> 게이머들이 게임 속에서 형성하는 정체성을 '온라인게임 라이프스타일'로 분석한 이전 연구(4)(6)에 의하면 한국과 일본의 MMORPG 게이머들은 싱글플레이어, 공동체지향 게이머, 탈사회적 게이머라는 3가지 정체성을 형성하고 있었다. 싱글 플레이어들은 '게임은 자유롭게 즐기는 것'이라는 모토 하에서 게임 속에서 공동체에 섞이지 않고 자기만의 자유로운 게임활동을 하는 사람들이다. 이들은 몬스터 사냥이나 퀘스트 같은 게임설정에 의존한 활동을 많이 한다. 반면에 공동체지향 게이머들은 '함께하는 게임'이라는 모토를 가지고 적극적으로 공동체 활동을 영위하는 게이머들이었다. 이들은 혈맹간의 전투나 공성전 같은 집단활동 중심으로 게임을 하고 있었다. 마지막으로 탈사회적 게이머들은 게임을 게임이 아니라 하나의 현실로 간주하는 사람들이었다. 이들은 게임을 통해서 개인적인 성공을 하기 위해서 상거래나 아이템 현금거래 같은 활동을 상대적으로 많이 하는 게이머들이었다. 그런데 한국 MMORPG속에는 공동체 지향 게이머들과 탈사회적 게이머의 비율이 각각 44.8%와 26.9%로 다수를 차지하는 반면에, 일본에서는 싱글플레이어가 47.5%로 주류를 형성하고 있었다.

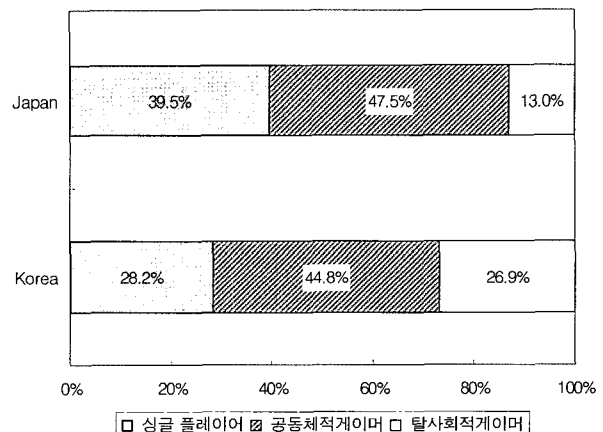


그림 4 한국과 일본 <리니지> 게이머들의 온라인라이프 스타일 분포

‘혈맹’이라고 불리는 <리니지> 내 공동체의 한일 비교 연구결과, 한국은 주로 많은 구성원으로 이루어져 있고, 위계관계가 명확한 목표지향적 공동체의 특성을 보이는 반면, 일본은 규모도 작고 구성원들간의 수평적 관계가 지배적이었으며 특정한 목표를 지향하기 보다는 사회적 규범에 충실한 모습을 보였다[19].

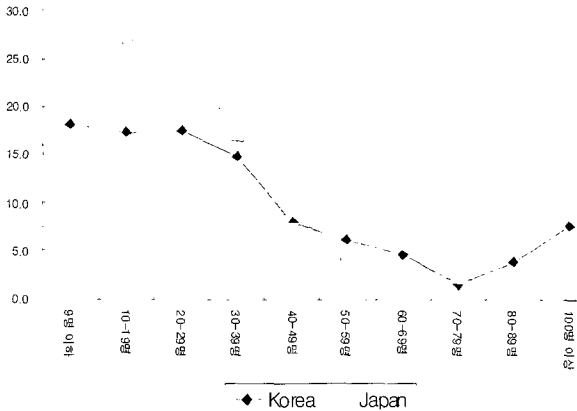


그림 5 MMORPG내 공동체(혈맹) 규모의 한일 차이

요약하면 같은 MMORPG라도 일본은 각자 알아서 플레이를 하면서 공동체의 규범을 따르는 조용하고 개인 주의적인 세계인 반면에, 우리나라는 동료들 만들어서 집단전투와 사냥을 즐기는 공동체적이고 호전적인 세계임을 의미한다. 이러한 결과가 나타난 이유는 ‘혈맹’이나 ‘공성전’ 같은 특정 MMORPG 시스템의 요소가 콘솔게임이나 아케이드 게임과 같은 스탠드 얼론 게임에 익숙한 일본 게이머들의 문화와 스타크래프트와 같은 멀티플레이 게임을 중심으로 형성된 우리나라의 게임 문화의 맥락에서 다르게 해석되고 그 결과 다른 의미가 부여되었기 때문이다.

6. 결 론

우리나라의 MMORPG는 처음에는 풍부한 네트워크 기반시설 기반위에서 기존 게임유통구조의 대안적 비즈니스모델 이었다. 그러나 10년이 지난 지금 MMORPG 덕분에 우리나라는 예전에는 상상도 하지 못했던 E-엔터테인먼트 분야의 선두주자가 되었다. 뿐만 아니라 MMORPG로 인해 우리는 싱글플레이 게임에서 멀티플레이 게임을 거쳐 컴퓨터 통신망에 대한 은유에 불과했던 사이버 공간을 실제 작동하는 현실로 경험할 수 있게 되었다. 수백만명의 게이머들이 MMORPG 세계를 함께 공유함으로써 이 가상세계는 단순한 이미지에서 사회적으로 실재하는 현실이 된 것이다. 그 결과 게임을 일회적인 놀이로 치부하고, 게임은 게임이고 현실은 현실이라는 이분법적인 사고가 더 이상 유용하지 않은 상황

이 벌어졌다. 게이머들이 이 새로운 가상세계에서 경험하고 습득하고 합의한 것들, 여기에 투입한 노력과 시간은 그냥 사라지는 것이 아니라 지속성을 가지고 현실세계에서도 가치를 부여받는 존재로 다시 태어났다. 따라서 MMORPG이전의 게임들과는 달리 MMORPG를 한다는 것은 단순히 게임을 하는 것이 아니라 새로운 세계에서 새로운 삶을 누리는 것이다. 왜냐하면 MMORPG는 실제 작동하는 세계이기 때문이다. 그 세계 안의 인간관계, 공동체, 게이머가 그 세계에서 얻은 평판이나 지위 혹은 정체성은 모두 현실이다. MMORPG를 즐기는 사람들은 하루 평균 3시간 이상 이 게임에 몰입하는데, 그 이유는 그것이 이 세계에서 최소한의 생활을 유지하는데 필수적이기 때문이다. 이전에 게임 중독을 설명하는 심리적인 요인인 자극추구성향, 도박성향, 충동억제력의 부족 등은 MMORPG 중독의 일부만을 설명할 뿐이다. 그보다 MMORPG에서는 같이 게임을 하는 동료들과의 유대관계에 대한 의무감과, 게임 세계속에 형성한 자신에 대한 세간의 평판이나 지위를 유지하려는 욕구가 더 많은 비중을 차지한다. 게이머들은 자기들이 생활하는 MMORPG 세계에 의미를 부여하고 그 의미를 공유하기 위해서 공동체를 형성한다. 이 공동체 구성원들이 공유하는 게임의 가치나 의미가 문화이다. 한국과 일본의 <리니지> 라이프스타일에 대한 비교연구를 통해서 동일한 시스템으로 구성된 MMORPG라도 어떤 문화가 형성되었느냐에 따라서 상반된 특성을 보일 수 있음을 확인할 수 있었다. 따라서 이러한 MMORPG는 전통적인 게임을 분석하는 틀로 접근하기 보다는 새로운 세계에 형성된 새로운 문화를 이해하는 접근방법을 사용해야 한다는 의미로 요약된다.

이유야 어찌되었든, 우리나라는 풍부한 네트워크 인프라를 바탕으로 정보통신분야에서 다른 어떤 나라보다도 앞서가고 있다. 그 결과 사이버 공간의 진화도 가장 먼저 경험하고 있다. 인터넷을 통해 대통령이 당선되고, 온라인 아이템 비즈니스가 실현되고 있으며, MMORPG를 통해서 진정한 가상사회의 구현을 직면하는 이 모든 일이 다른 나라에서는 근미래의 사건이지만 우리에게 현실인 것이다. 이제 이 새로운 현실에 걸맞는 새로운 인식의 틀을 제시하고 연구하는 것이 우리 정보과학분야의 연구자들에게 주어진 과업이다.

참고문헌

- [1] MMOGChart.com (2005) An Analysis of MMOG Subscription Growth. <http://www.mmogchart.com/Subscriptions.xls>
- [2] Fulford, B. (2003). Korea's Weird Wired

World: Strange things happen when an entire country is hooked on high-speed Internet. Forbes. 7. 21. 2003.

- [3] 황상민 (2003). 한류의 대중문화의 심리. in <한류와 아시아의 대중문화>, 연세대학교출판부, pp.43-86.
- [4] 장근영 (2003). 온라인 게임에서 발현되는 라이프스타일의 탐색연구: 한국과 일본의 문화맥락에 따른 온라인 게임세계에서의 행동특성 비교. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- [5] Griffith, M. D., Davies, M. N., & Chappell, D. (2003). Breaking the stereotype: The case of online gaming. CyberPsychology and Behavior, 6(1), 81-92.
- [6] 황상민, 장근영 (2003). 한국인의 온라인 라이프스타일과 게임행동. HCI2003 학술대회 논문집 (2). 15-21.
- [7] Yee, N. (2001). The Norrathian scrolls: A study of EverQuest. <http://www.nickyee.com/eqt/report.html>.
- [8] 류현주(2003). 컴퓨터게임과 내러티브. 서울: 현암사. pp.142-143
- [9] Searle, J. R. (1995). The Construction of Social Reality, Free Press: N.Y.
- [10] 황상민, 이혜린 (2003). 디지털이미지의 현실가치: 게임세계 아이템을 통해 구현된 상호작용과 소유의 인식을 통한 사이버 세상의 부. HCI2003 학술대회 논문집(2). 22-29.
- [11] 게임동아 (2005). 소니, 아이템 현금거래 'YES'. 2005.04.21.
- [12] 윤웅기 (2002). 사이버아이템현금거래의법정책적고찰1,2,3. www.lovol.net.
- [13] 이철영, 홍정민 (2002) 온라인게임 속성과 사용자 의식에 대한 다속성 태도분석 연구. 기초조형학연구, 3(2), 191-201.
- [14] 조남재, 백승익, 유경문(2001). 온라인게임 충성도에 미치는 영향요인에 관한 연구. 한국경영과학회지, 26(2), 85-97.
- [15] 최동성, 김호영, 김진우 (2000) 인간의 인지 및 감성을 고려한 게임 디자인 전략, 경영 정보학 연구, 10(1), 165-187.
- [16] 이국용 (2005). 온라인 커뮤니티 이용자 몰입에 관한 연구: 온라인 커뮤니티 신뢰, 태도, 몰입간의 관계를 중심으로. 산업경제연구. 18(1). 119-142.
- [17] Heijden, H. (2003). Factors in fluencing

the usage of websites: The case of a generic portal in the Netherland. Information and Management, 40, 541-549.

- [18] Zimbardo, P. (1975). The Stanford prison experiment: A simulation study of the Psychology of imprisonment conducted at Stanford University. <http://www.prisonexp.org/>
- [19] 황상민, 장근영 (2005). 온라인 게임 공동체 문화와 신뢰감의 문화차이: 한일 비교 연구. 한국 HCI 2005 연차 학술대회 "Cross and Converge : 유쾌한 만남" 발표논문집(2). p.658-662.

장 근 영



1987~1991 연세대학교 심리학과(학사)
 1991~1993 연세대학교 대학원 심리학과(석사)
 1994~2003 연세대학교 심리학(박사)
 1999~2000 연세대학교 사이버교육지원센터 컨설턴트
 2000~2001 연세대학교 학부대학 학사지도교수(Academic Advisor)
 현재 연세대학교 인간행동연구소 박사후연구원(Post Doctoral Researcher)

관심분야: 발달심리학, 청소년심리학, 매체심리학(Media psychology), 사이버공간의 심리학, 게임심리학
