https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.12.738

MDA프레임워크를 통한 디지털게임 공간의 장소성 발생 구조에 관한 연구

Gaming Space into a Cultural Place: A study on the transformation process of digital gaming space into a place focused on the framework of Mechanics-Dynamics-Aesthetics

이영아*, 권두희, 최혜림**, 정의준****

성공회대학교 미디어콘텐츠융합자율학부*, 건국대학교 문화콘텐츠학과**

Young-A Yi(youngayi@skhu.ac.kr)*, Doo-Hee Kwon(fuchine@hanmail.net), Hye-Lim Choi(art_hongik@naver.com)**, Eui Jun Jeong(jeong12@konkuk.ac.kr)****

요약

공간(Space)과 장소(Place)는 다른 의미로 사용된다. 일반적인 공간은 이용자의 인식과 가치가 부여되면서 장소로 변환된다. 최근 가상현실이 일상화되면서 이에 대한 장소적 개념이 논의되고 있다. 그 중 디지털게임은 경험을 증대시킨다는 측면에서 다양하게 활용되고 있으나, 장소라는 개념적 접근으로는 활발히 논의되지 않았다. 따라서 본 연구는 공간과 장소성(placeness)에 대한 개념틀을 토대로 디지털게임 공간이 이용자에게 어떻게 장소로 인식되며 장소성을 부여하는지 구조와 과정을 파악하기 위해 먼저 디지털게임 공간에서 장소성의 핵심 요인들을 파악하고, MDA(Mechanics-Dynamics-Aesthetics) 프레임워크의 특성을 통해 장소로 발전해 가는 과정을 설명하였다. 여기서는 기존의 이론적 개념과 전개과정을 토대로, 공간이 장소가 되기 위한 조건과 유사한 맥락에서 디지털게임의 공간이 장소로 변환되는 과정을 정리하고 이 과정을 통해 디지털게임이 장소성이 발생하는 공간으로 변모할 수 있음을 확인하고 있다. 디지털게임 공간이 장소성을 획득하며 애착과 노스텔지어가 발생하는 것을 고려해 볼 때, 이 과정은 결국 디지털게임이 이용자의 몰입을 이끌고 보다 의미있고 영향력이 큰 콘텐츠로 확장하는 것임을 의미한다.

■ 중심어 : | 장소성 | 디지털 게임 공간 | MDA프레임워크 | 게임이론 |

Abstract

Space and place have distinctively different meanings from each other. As virtual reality has become a routine of daily life, placeness concepts have been introduced on discussion tables. Yet, place has not been widely discussed in conceptual approaches Thus, using the concepts of space and place this study attempts to figure out the structure and the processes of how users recognize digital space and give placeness. For the study purpose, it identifies core elements of placeness attribution in digital game places, and then explains the development processes of space into place through characteristics of MDA(Mechanics-Dynamics-Aesthetics)framework. Based on present theoretical concepts and their application process this study also demonstrates the transformation process through which physical space becomes a place in the similar context with a necessary condition in order for a space to be a place. This study confirms that digital games can be transformed into a space that creates placeness in the process. Considering that players' affinity and nostalgia are generated through the placeness acquiring process in digital game space, the processes eventually imply an extension of largely meaningful and influencing contents as digital games induce players' immersion.

■ keyword : | Placeness | Digital Game Space | MDA Framework | Game Theory |

접수일자 : 2021년 08월 20일
수정일자 : 2021년 12월 17일
심사완료일 : 2021년 12월 17일
교신저자 : 정의준, e-mail : jeong12@konkuk.ac.kr

I. 서 론

미국의 지리학자 이-푸투안(Yi-Fu tuan)은 무차별적인 공간에서 출발하여 우리가 공간을 더 잘 알게 되고 공간에 가치를 부여하게 됨에 따라 공간(Space)은 장소(Place)가 된다고 보았다. 이러한 맥락에서 디지털 게임 공간은 반복적인 플레이를 통해 공간에 대해 더 잘 알게 되고 가치와 의미를 부여하게 되는 것으로 장소로 거듭나게 된다고 볼 수 있다. 과거 장소성(placeness) 관련 연구에서는 디지털 게임이나 가상현실의 공간은 진정성이 훼손된 것으로 설명하고 무장소성으로 분류하기도 했지만, 지금은 디지털 게임에서의 공간이 장소성을 가지게 되고 사이버 공간의 존재감과 의미는 그 어느 때보다도 커지고 있다. 이러한 디지털 게임 공간이 가지는 의미를 확인하기 위해서는 공간과 장소의 차이를 먼저 이해할 필요가 있다. 사전적으로 공간과 장소는 모두 어떤 일이 일어날 수 있는 가능성을 가진 곳으로 정의되지만 공간과 장소는 서로 다른 의미를 지니며 학문적으로 다양하게 논의되어 왔다. 국토연구원의 국토용어해설에 따르면 장소는 공간과 대별되는 개념이며, '공간'이 동일한 소환경(최소한의 공간 범위를 갖는 환경을 포함)에 대한 추상적이고 물리적인 것이라면, '장소'는 문화적이고 지역적인 것을 기반으로 하여 나타나는 맥락적 의미가 담긴 장소로 구분된다고 서술되어 있다[1]. 그리고 인터넷의 발달은 사이버공간에 관하여 장소로서의 논의를 진행시켰고 점점 진화해왔다. 특히 디지털 게임 공간은 커뮤니티, SNS 등의 사이버공간보다 다양한 경험과 실재감을 사용자에게 제공한다는 특성을 가진다. 한국콘텐츠진흥원의 연구에 따르면 2019년 PC게임 이용자들의 게임 평균 이용 시간은 하루 평균 주중 108.3분, 주말 177.3분을 이용하는 것으로 나타나고 있다. 평균적으로 1시간 이상을 게임공간에 머무르고 있다고 말할 수 있으며, 평균 10개월 정도를 하나의 PC게임을 즐긴다는 연구 결과를 고려하면 게임 공간의 존재감이 게임 이용자에게 의미하는 바가 클 것으로 판단된다[2]. 또한 이러한 상황과 맞물려 최근의 복고열풍은 게임 업계에서도 나타나고 있는데 2019년 8월 블리자드(Blizzard)는 현재도 서비스 중인 게임 '월드 오브 워크래프트'(World of Warcraft)의 초창기작인 '월드 오브 워크래프트 클래식'(World of Warcraft Classic)을 오픈한 것을 사례로 들 수 있다. 뒤이어 2020년 11월 엔씨소프트는 '아이온 클래식'(Aion Classic) 서버를 오픈하였고, 출시 전 10위권 밖에 머무르던 피씨방 점유율이 7위로 상승하며 새로운 전환기를 맞이하게 되었다[3]. 이들 게임은 신규 이용자를 공략하기보다 복귀 이용자를 공략하는 전략으로, 이것은 게임 공간의 경험이 이용자들에게 노스탤지어를 부여한다고 해석할 수 있다. 그러므로 게임 공간에 머무르는 이용자들에게 더 이상 게임의 공간은 의미가 없거나 진정성이 훼손된 공간으로 치부하기는 어렵다고 판단된다. 디지털게임 공간이 이용자에게 장소로 치환되고, 장소성을 획득할 수 있다면, 디지털게임에 관한 연구 범위의 확장을 기대할 수 있을 것으로 판단된다.

따라서 본 연구는 인문학적 관점에서 논의되어온 장소성과 기술적 관점의 게임 디자인의 접점에 대한 논의가 부족하다는 점에 주목하여 디지털 게임 공간이 장소가 되는 과정을 파악하는 것을 목적으로 한다. 또한 디지털 게임 공간의 장소성 획득 과정을 이해하기 위해서 게임의 특성을 고려하여 기존의 장소 개념에서 보다 확장된, 디지털게임 공간에 적합한 장소성 연구가 필요하다. 이를 위해 플레이어가 디지털 게임 공간을 경험하고 의미를 생성하게 되는 과정에 관하여 르블랑(Marc LeBlanc) 등(2004)이 주장한 인터렉티브 기획 프레임워크인 MDA 프레임워크[4]를 중심으로 접근하였다.

이를 통해 게임 디자인 단계에서 플레이어의 게임 경험 과정에 대한 설계를 바탕으로 공간에서 장소가 되는 과정을 MDA 프레임워크의 각 층위에서 발견 하였고 그것을 바탕으로 게임 공간의 장소성 획득이 가지는 의미에 관하여 논의하고자 한다.

II. 디지털 게임 공간의 장소성에 관한 논의

1. 공간과 장소, 장소성

일반적으로 공간과 장소의 개념을 크게 구분하여 사용하지 않지만, 공간과 장소는 다른 의미를 지니며 학문적으로도 다각도에서 논의되어 왔다. 이푸투안의 개

념 안에서 공간은 움직임이 일어나는 곳이라면 장소는 정지(멈춤)이다. 그는 움직임 속에서 정지할 때마다 입지는 장소로 변할 수 있다고 주장한다[5]. 이푸투안의 '장소애(Topophilia)'라는 용어는 사람과 장소 간의 정서적 유대이며 이 애착이 장소 개념의 근본이 된다고 설명한다. 같은 맥락에서 에드워드 랠프(Edward Relph)에 따르면 장소는 그곳을 떠났을 때 노스탤지어(nostalgia)를 갖게 하는, 인간에게 특별한 의미를 갖는 공간인 것이다. 이푸투안에 따르면 무차별적인 공간에서 출발하여 우리가 공간을 더 잘 알게 되고 가치를 부여하게 됨에 따라 공간은 장소가 된다[5]. 바꿔 말하면 장소는 공간이 인간의 경험과 체화에 의해 의미를 갖게 되어 변모한 개인의 감정적 산물로 생각할 수 있다. 인간과 공간의 상호작용을 통해 인간에게 공간이 의미를 갖게 되고 그 공간에 대한 애착이 발생하여 장소가 되는 것이다. 장소성(Placeness)은 "장소의 본질, 구체적으로는 장소가 지니는 의미이며, 인간의 체험을 통해 나타나는 물리적인 환경에 대한 인식(의식)이며, 어떤 장소에 대한 의식적 애착이며, 그 장소의 정체성"이라고 정의되어 있다[1]. 이러한 애착의 형성은 관계적으로 사람들과 공유되고, 만날 수 있으며 역사적으로 거주와 기념의 의미를 지니는 인류학적인 요소를 포함한다. 또한 승객(passenger)이 아닌 여행자(Traveller)의 공간이며 이러한 요소들이 장소의 판단 근거가 되어왔다[6]. 이러한 관점에서 장소성은 장소의 개인적 감정을 넘어 사람과 사람 사이에서 공유되는, 사회적 의미까지 포함한다고 볼 수 있다. 현상학적 공간 이론에 따라 게임 공간이 플레이어에게 장소가 된다면 공간 자체가 가지는 의미 파악은 물론이고 그 안에서 일어나는 현상을 사회적으로 파악하기 용이할 것이다.

기술의 발달로 다양한 공간이 발생함에 따라 이러한 공간들이 장소가 될 수 있는지에 관한 의구심이 발생한다. 이러한 문제에 앞서 랠프는 어떠한 장소에 존재할 때 개인이 느끼는 장소감이 물리적 공간에 의해 형성된다고 보며 장소의 의미를 진정성에서 찾는다. 따라서 물리적으로 존재하지 않는, 진정성이 부재한, 매체에 의해 매개되고 복재된 공간들 및 공간재현은 장소 상실을 발생시킨다고 보았으며 이에 따라 사이버공간(Cyberspace)은 무장소로 구분하고 있다. 랠프의 장소성은 아리스토텔레스의 물질과 육체 기반 장소 관념에서 시작된 맥락으로 장소를 공간적인 가치에서 논의하는 것이었다. 랠프는 공간의 형태를 여러 갈래로 나누어 설명하며, 공간은 무엇이든 장소와 관련 있음을 밝힌다. 특히 이 중 지각공간은 인간의 의식 및 추상과 관련된 공간이다. 즉 개인이 지각해서 직면하는 자아 중심적인 공간을 말한다. 지각공간은 어디에서나 다양하게 발생하고, 매우 주관적이다. 공간의 중심에 개인이 서고, 공간과 인간의 만남으로써 나타나는 감정은 물리적인 요소와 아울러 비물질적인 요소들에 영향을 받는다. 이러한 지각공간에서 느끼는 감정적인 부분을 공간감으로 설명할 수 있다. 공간감이란 물리적 요소로 둘러싸인 환경이 관찰자인 인간에게 전달하는 감정이며, 이는 물리적 요소를 넘어, 사회, 시간, 행위에 영향을 받는 추상적 개념이다[7].

앞서 주장한 장소의 가치들이 게임 공간에서 실현되면 이는 현상학적 장소가 될 수 있다고 판단된다. 오제(Marc Augé)는 기술의 발달에 의한 공간의 변화는 공간의 물리성에 의한 장소성 발생에 대한 논의를 다소 탈피하여 장소의 확장에 여지를 주는 논의를 펼친다. 오제의 '비장소'는 공항, 쇼핑몰, 고속도로 등과 같은 인간과 공간의 관계, 역사성, 고유한 정체성이 부재한 공간을 일컫는다. 따라서 그는 장소성을 공간의 가치에서 개인의 감정으로 전이하여 "실제 세계에서 장소와 비장소는 서로 긴밀히 얽혀 있으며 어떤 장소든 비장소로서의 잠재적 속성을 지닌다"라고 주장한다. 현대의 장소 관념에 대한 변화는 새로운 기술의 등장과 연관하여 재정의 되고 있음을 알 수 있다. 이에 정헌목은, 오제가 인류학적 장소와는 다른 새로운 장소를 '비장소'로 표현하지만 공간을 활용하는 개개인의 관점에서 보면 누구에게나 완전히 비장소로 작동하는 공간은 있을 수 없다고 말한다[8]. 개인에 따라서 비장소도 장소로 작동할 수 있다는 주장은 게임 공간에서도 동일하게 적용될 수 있다. 이미 네그로폰테는 컴퓨터로 매개된 가상의 공간에서 일어나는 상호작용성에 관하여 '공간 없는 장소'라고 말한 바 있다[9]. 게임은 게임엔진으로 구현된, 시각으로써 공간적 실체를 가지며 타 미디어 매체와 다른 특성을 보인다. 또한 개인이 장소로 느끼는 공간이 다른 이용자와의 상호작용, 그리고 상호작용들로 일어나

는 사건(Narrative)들이 그들 사이에서 회자되면, 게임 공간은 사회적 의미까지 포함하는 장소로서 기능한다고 볼 수 있다. 따라서 여러 학자의 장소 관점에서 논의한 선행 연구의 공간과 장소, 장소성의 형성 과정을 도식화하면 [그림 1]과 같다.

그림 1. 공간(Space)과 장소(Place), 장소성(Placeness)

2. 디지털게임의 상호작용적 체험적 특성

디지털 기술들은 네 가지 경향성을 가지고 있는데 그것은 실재(reality)의 인식, 스마트기술(smart), 소셜의 문제(social) 그리고 융합(convergence)이다. 기술적 흐름이 효율적으로 반영되기 위한 다섯 가지 기능적 요소는 상호작용성(interactivity), 다중모드(multimodality), 디지털 내러티브(digital narrative), 소셜(social use)기능, 그리고 구체적 경험 제공(specific form of experience)으로 정리할 수 있다[10]. 그리고 이러한 기능적인 요소를 모두 반영하고 효과적으로 사용하고 있는 매체는 디지털 게임이다[11].

디지털 게임을 통한 상호작용은 낯선 타인들과의 소통을 향유하게 하며, 소셜 기능을 통해 공동 과제를 해결하며 공동체나 문화를 형성한다. 기술적 다중모드는 디지털 기술력과 그래픽 등의 디자인 요소의 접목으로 시각, 청각, 촉각 등 복합적인 감각을 제공하며 디지털 내러티브와 특수한 경험(specific situation)은 비선형적 스토리텔링을 통해 사용자가 직접적인 관찰과 간접적 대리적 경험을 체험할 수 있게 하는 방식이다[11]. 게임 공간은 기술을 통해 사용자에게 가상환경을 직접적인 경험으로 제공한다. 다시 정리하자면 게임이 기존의 텍스트를 통해 매개하는 미디어와의 다른 특성은 사용자에게 비현실을 제공하지만, 그 비현실을 마치 현실처럼 실질적인 경험을 제공하는 것에 있다. 게임 공간은 사회적 현존감(Social Presence)이 극대화되는 공간이며, 명확한 목표와 과제를 제시하고 그룹 내에서 협력적 상호작용을 이끄는 유기적인 시스템이다. 또한 디지털 게임 그래픽은 3D를 활용하여 공간 능력을 증대시키는데 큰 역할을 한다. 공간 능력은 공간 시각화 능력과 공간 인지능력, 공간 조작능력 등과 연계되어 있으며 이것은 디지털 공간의 인지향상이 실제 생활에서 공간능력의 향상으로 이어지며 디지털 게임 공간이 단순한 디지털 데이터베이스가 아닌 현실의 공간과 같은 의미를 가질 수 있음을 반증한다.

현재 이러한 디지털게임의 특성은 다양한 활용이 이루어지고 있으며 그 중에서 기능성 게임과 게이미피케이션 분야에서 적극적으로 시도되고 있다. 게이미피케이션을 활용한 다양한 시도에서 르블랑 등(2004)이 제안한 메커닉스(Mechanics), 다이내믹스 (Dynamics), 에스테틱(Aesthetics)의 첫 글자를 딴 MDA프레임워크는 게임을 구성하는 요소를 각각의 층위로 구분하여 게임을 설계하는 데에 응용되고 있다[4].

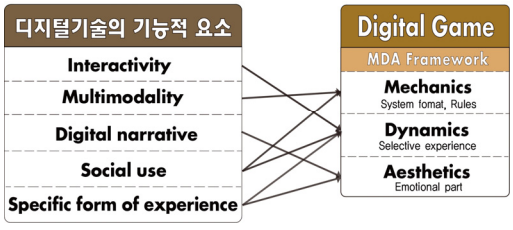

그림 2. 디지털기술의 다섯 가지 기능적 요소와 MDA 프레임워크

MDA 프레임워크의 세 가지 층위는 앞서 언급한 게임이 가지고 있는 디지털기술의 기능적인 요소 다섯 가지와 연결될 수 있다. 시스템 포맷이나 규칙을 나타내는 메커닉스는 다중모드와 맥락을 같이 하며 다이내믹스는 플레이어의 경험에 대한 부분으로 선택적 경험, 상호작용 등을 나타내므로 이는 상호작용성, 소셜기능, 디지털내러티브, 구체적인 경험과 연결된다. 마지막으로 게임에스테틱은 감정적인 파트로 디지털내러티브, 구체적인 경험과 맥락을 같이 한다 [그림 2]. 물론 디지털기술의 다섯 가지 기능적 요소는 구현되는 방법과 형식에 따라 달라지고 각각의 영역이 공유하고 있는 지점이 있으며 MDA프레임워크 또한 게임의 형식과 장르에 따라 구분이 다를 수 있지만 게임이 가지고 있는 일반적인 특징을 바탕으로 구분하면 위와 같이 연결 지을 수 있다.

3. 디지털 게임 공간의 장소(Place)적 논의

물리적으로 실재하지 않는 공간의 등장은 인간의 공간 감각에 또 하나의 큰 영향을 미치게 되었음은 물론, 이에 대한 다학제간 연구가 진행되어 왔다. 이러한 관점에서 사이버공간과 함께 디지털게임 공간에 관한 연구는 다각도에서 시도되어 왔다.

기존의 전통적인 관점의 장소에 관한 논의에서 디지털게임 공간은 미디어를 매개로 하는 간접체험 공간인 무장소 혹은 비장소로 분류된다. 랠프나 오제의 논의에서 게임공간과 동일하게 비장소(혹은 무장소)로 분류되는 테마파크는 이용자의 일시적 계약관계가 발생한다는 특징을 지닌다. 이는 사용자가 시스템상의 주어진 목표나 목적을 달성하기 위해 공간에 방문하기 때문에 공간 자체와 사용자의 관계가 느슨하다고 볼 수 있다. 그러나 디지털게임이 단순히 시스템상의 주어진 목표를 달성하기 위해 방문하는 공간이라고 단정하기는 어렵다. 오제의 관점에서 비장소인 테마파크는 물질세계 안에 존재하는 유리된 공간이지만, 디지털게임 공간은 기존세계에서 떨어져 나온, 다른 규칙들로 작동하는 완전히 새로운 세계와 같다. 따라서 과거 장소에 장소성을 부여했던 가치들의 실현에 따라 가상공간이 장소성(Placeness)을 획득하게 된다는 주장은 앞서 논의되어 왔다. 이에 디지털게임 공간은 과거 장소성을 부여한 가치들의 실현을 통해 플레이어 개인의 장소가 될 수 있다. 특히 게임의 몰입(immersion/flow)적 특성은 플레이어가 게임 공간에 실재하는 느낌을 갖게 한다. 그리고 플레이어가 디지털게임 공간에서 즐기는 활동에 따르는 공간 경험 방식이 게임 공간에 대해 플레이어가 장소감을 갖게 할 수 있다. 또한, 게임 공간에서 플레이어들 사이의 커뮤니케이션의 중요성이 증가함으로 인해 게임 안에 사회적 특질이 발생하고 사건에 대해 회자하는 역사성을 획득하였다.

앞선 게임 공간의 장소성에 관련된 선행연구를 살펴보면 게임 공간은 꾸준히 장소로써 논의되고 있음을 확인할 수 있다. 박근서는 디지털 게임을 하는 것은 게임 공간을 탐험하고 정복하는 것이라는 뉴먼의 주장을 수용하고 있다[12]. 그리고 게임 공간의 정복을 통해 위험성, 개방성, 자유성이라는 게임 공간의 공간성이 안전성을 가지는 장소성으로 변모하며 게임을 한다는 것 자체가 공간성과 장소성 문제로 해석할 수 있음에 주시하였다. 무지의 공간이 게임 플레이를 통해 익숙함과 안정성을 획득하여 장소가 될 수 있다는 의미로 볼 수 있다. 이동은은 가상공간에 장소성을 부여하기 위한 방안으로 게임 〈세컨드라이프〉를 이용한 스토리텔링기획안을 제안한다. 그리고 스토리텔링을 통해서 디지털게임 공간이 장소성을 획득할 수 있다는 것을 밝힌다[13]. 스토리텔링을 통한 플레이어의 감정변화와 이를 통한 몰입이 디지털게임 공간의 장소성 획득에 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 또 이에 이어 안진수(2011)는 게임 장르의 구분은 공간 경험의 구조와 속성으로 설명할 수 있다고 주장하고 있다[14]. 다시 말하자면 디지털게임은 게임공간과 플레이어의 상호작용을 통해 이루어지기 때문에 게임의 장르는 플레이어가 게임 공간을 전유하는 방식의 차이에서 발생한다는 것이다. 따라서 공간이 장소로 변모하는 구조 자체가 게임의 장르를 규정할 수 있다고 주장하였다. 이에 따르면 디지털 게임 공간은 상호작용 방식에 따라 장소성이 강하게 나타나기도 하고 적게 나타나기도 한다. 이어 정나은 외(2019)의 연구는 인문학적 장소논의 관점에서 게임공간을 분석하여 세대별 게임에서 나타나는 장소의 요인들을 장소감, 장소정체성, 이야기로 정리하여 확인하고, 게임 공간이 현상학적 장소로 논의될 수 있음을 주장한 바 있다[15]. 서재인(2020)은 게임 내 컨셉하우징을 통해 게임 공간의 장소애가 발생하며, 에드워드 랠프의 무장소성에서 탈피하여 생성의 장소로 변모하고 있다고 주장한다[16]. 이는 전통적 관점의 장소의 특징 중 '주거'와 연관되어 있는 것으로 보인다. 이를 통해 주거라는 현상적 장소이론의 특질이 디지털 게임공간으로도 전이가 가능한 것으로 보인다. 비단 컨셉하우징뿐 아니라 RPG 게임 장르에서는 다수의 플레이어가 게임 공간 안에서 요리, 농사짓기, 약초채집 등의 다양한 생활 활동을 반복적으로 즐길 수 있다. 게임의 요소들은 이용자에게 제공되는 콘텐츠를 넘어서 총체적인 작동을 통해 게임공간을 향유하게 하며, 공간이 장소로 변모하는 역할을 수행한다고 볼 수 있다. 앞선 논의들을 정리하면, 이미 디지털게임 공간이 플레이어에게 장소가 될 수 있는 여러 갈래의 가능성과 디지털게임 공간이 장소로 변모하기 위한 요소들 확인할 수 있다. 또한 앞선 논의에

서 살펴본 바, 게임 공간이 장소로 변모하기 위해서는 기존의 장소 요소가 게임공간에서 동일하거나 유사하게 발생해야 한다는 것을 알 수 있다.

Ⅲ. MDA 프레임워크 이론과 장소성

1. MDA 프레임워크

샐런과 짐머만은 저서『게임 디자인 원론』을 통해 게임 구조를 분석적으로 제안한 바 있다. 그와 관련하여 2004년 게임 개발자 콘퍼런스에서 르블랑 등이 소개한 MDA 프레임워크는 인터렉티브 기획 프레임워크이며 게임 경험 구조의 이해가 중심이 되어 개발자와 플레이어가 게임을 어떻게 경험하는지를 다각도로 분석할 수 있도록 설계되었다. MDA프레임워크는 게임 개발자와 플레이어가 게임을 매개로 소통하는 프로세스를 메커닉스(mechanics), 게임 다이내믹스(dynamics), 게임 에스테틱(aesthetics)으로 분류하여 단계별 개념에 맞춰 게임을 디자인하거나 분석할 수 있도록 돕는다.

MDA 프레임워크에서 설명하는 바와 같이 게임에서 이 세 가지 층위에 대한 접근 순서는 게임디자이너와 플레이어가 서로 역순으로 접근하게 된다. 즉 플레이어는 게임을 만드는 과정과 반대의 순서로 게임에 접근하며 게임의 가장 바깥 층위부터 미학적 경험을 체험하고 가장 마지막에 형식층위에 이르러 게임의 메커닉스를 수용한다.

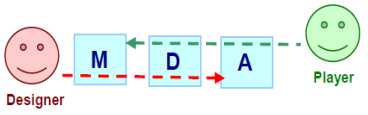

그림 3. The designer and player each have a different perspective.
(디자이너와 플레이어의 관점 차이)[4]

플레이어가 가장 먼저 경험하게 되는 게임 에스테틱은 감정적인 파트이고 문맥, 문화적인 층위이다. 이는 감각(Sensation), 환상(Fantasy), 서사(Narrative), 도전(Challenge), 친교(Fellowship), 발견(Discovery), 표현(Expression), 놀이(Submission)로 세부 구분하여 설명된다. 플레이어가 게임 공간에 접속했을 때부터 느낄 수 있는 감정이며, 공간의 분위기를 플레이어가 읽고 공간감(sense of space)을 느낄 수 있다. 두 번째로 플레이어가 경험하게 되는 층위는 게임 다이내믹스이다. 이것은 플레이어의 경험에 대한 층위이며 세 가지 중에서 가장 가변적인 개념이다. 게임 다이내믹스는 플레이어의 행동으로 인한 선택적 경험을 바탕으로 하며 그렇기 때문에 불확실성을 가지지만 이것은 플레이어의 놀이에 대한 목적을 반영한 부분이므로 게임디자인에서 중요하다. 마지막으로 플레이어가 경험하게 되는 층위인 게임 메커닉스는 게임에서의 구체적인 규칙, 시스템 포맷 등으로 가시적 실체를 드러낸다. 게임의 원형에서 기본이 되는 게임의 조건이며 이것은 게임 플레이와 관련된 규칙뿐만 아니라 게임 세계가 작동하는 모든 규칙을 포함한다.

2. MDA 프레임워크와 디지털 게임의 장소성 획득 요건

MDA 프레임워크의 세 가지 층위에 해당하는 각각의 게임 요소는 공간이 장소가 되기 위해 필요한 조건 중에서도 유사한 맥락을 발견할 수 있음을 확인하였다. MDA 프레임워크는 디자이너와 플레이어 사이의 게임 인식관점의 차이를 이해하고, 플레이어 관점의 경험 중심 설계를 촉진하도록 고안되었다. 따라서 공간이 장소로 변모하는 과정을 게임 구조 내에서 확인하기에 알맞다고 판단하였다. 먼저 게임 에스테틱은 장소성의 관점에서 보면 우리가 어떠한 공간을 처음 접할 때 그 공간에서 느껴지는 감정경험 즉 공간감을 말할 수 있다. 게임 에스틱스 단계에서 플레이어는 공간을 경험하기 전에 지각하며, 분위기를 읽고 공간감(sense of space)을 느끼게 된다. 그리고 게임 다이내믹스는 플레이어의 선택적인 경험을 중심으로 설명할 수 있는데 이것은 이-푸투안, 랠프와 오제 말한 개인의 경험에 따라 의미가 발생하는 것, 상호작용, 교류, 액티비티와 연결지을 수 있다. 게임 메커닉스는 게임의 규칙, 시스템의 포맷을 중심으로 설명할 수 있는데 이것은 장소성의 조건에서도 물리적인 구체적 공간을 필요로 한다는 점에서 게임의 규칙과 연결 지을 수 있다. 공간에는 공간의 성질에 따라 규칙이 존재하며, 이용자는 공간의 규칙을 통해 공간을 이해하며 내재화한다. 이렇게 게임의 구조를 세

가지 층위로 구분한 MDA 프레임워크와 장소성 연구에서 드러난 조건들은 공통적인 맥락으로 연결 지을 수 있으며 이것을 [그림 4]에서 요약하였다.

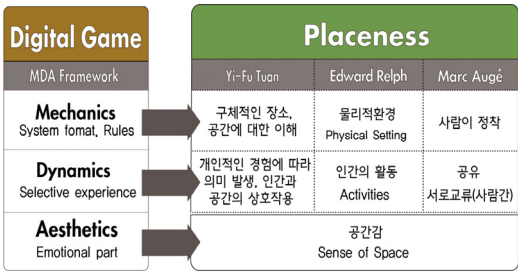

그림 4. Framework Elements of Game Design corresponding to components of placeness
(게임 디자인 기본 요소와 장소성의 조건)

3. 게임 공간의 장소성 획득 과정

게임 공간이 장소가 되는 과정은 앞서 언급한 MDA 프레임워크에서 플레이어가 게임을 경험하는 과정을 기반으로 파악할 수 있다. 먼저 플레이어는 게임을 시작하면 가장 먼저 그 게임의 환경을 접하고 그것을 통해 정서적 경험을 한다. 그것이 판타지 세계의 웅장함이거나 카툰 스타일 동화 세계의 친근함이거나 어둡고 음침한 세계의 공포감일 수도 있다. 플레이어는 이 과정을 통해 게임 전반의 톤 앤 매너를 파악하고 개인적인 기호와 결합하여 감정을 경험한다. 그다음 단계에서는 플레이어가 하나씩 게임 시스템 요소들과 상호작용하며 반복적인 플레이를 통해 개인적인 경험을 쌓아가는데 그 과정에서 여러 가지 경험을 선택적으로 가질 수 있다. 이러한 선택적 경험은 게임의 직관적인 규칙면에서 유리하거나 불리하다는 판단을 기반으로 할 수 있지만, 유불리의 기준보다는 감성적 호불호의 판단을 기준으로 선택한 경험을 반복하는 것이 더 높은 비중을 차지하는 게임들도 다수 존재하며 이러한 장르의 확장은 점점 넓어지고 있다[17][18]. 마지막으로 이러한 선택적 플레이 경험은 그것을 통해 게임 규칙을 익히며 공간과 상호작용하고 공간의 의미를 파악할 수 있다. 또한, 게임의 규칙은 시스템상의 규칙뿐만 아니라 게임에서 존재하는 공간의 형성규칙이나 공간과의 상호작용 규칙도 포함한다. 예를 들어 하우징 시스템을 가지고 있는 여러 게임들에서 어떤 게임은 기본적인 크기와 모양의 공간을 모든 플레이어에게 동일하게 제공하지만 어떤 게임은 플레이어 스스로 자신의 공간의 크기와 모양을 만들 수 있다[19]. 또한, 나무로 우거진 공간에서 열매가 있는 나무와의 상호작용을 통해 과실을 획득할 수 있는 게임이 있는 반면 그것과 상호작용을 할 수 없는 게임이 있다. 이러한 게임 규칙과의 상호작용은 플레이어에게 어느 공간에 머무를 것인지, 나아갈 것인지 중요한 공간과 중요하지 않은 공간에 관하여 파악하는데 중요한 역할을 한다. 이렇듯 각 게임에서 가지고 있는 규칙은 플레이어가 반복적인 플레이 경험을 통해 최종적으로 익히게 되는 요소이다[20]. 플레이어는 이러한 과정을 통해 자신에게 정서적으로 호감이나 안정감 있고 유리한 행동을 할 수 있으며 게임의 규칙 안에서 상호작용하는데 익숙한 공간을 장소로 만든다. 이렇게 3차원적인 공간에 머물면서 체험하고, 환경에 대한 자아중심적 인식인 장소성을 갖게 되며, 각 개인의 경험에 따라 이미지화된 기억으로 장소를 만들어나간다[21].

이것을 게임 디자이너의 관점으로 바꿔 말하면 어느 공간에 플레이어를 머물게 할 것인지 게임 규칙을 통해 플레이어에게 전달하는 것이다. 다른 플레이어와의 사회적 교류가 존재하는 게임은 안전한 장소인 광장이나 게임 내 상업 시설에 플레이어를 머물도록 유도할 것이다. 혹은 채집이나 하우징 같은 일상생활과 유사한 규칙을 적용한 공간일 수도 있다. 게임 디자이너는 게임 공간에서 플레이어가 선택할 경험의 방향을 제시하고, 플레이어는 게임 규칙에 내재된 경험을 선택한다[22]. 주어진 공간에서 무엇을 할 것인지에 따르는 경험에 따라 특정 공간은 플레이어에게 장소가 될 수도 있고 아닐 수도 있다. 다시 말하자면 공간의 경험을 선택하지 않는 플레이어에게 그 공간은 아무 의미가 없을 것이고, 그 공간에서 어떤 경험을 선택하고 활동하는가에 따라 공간은 장소가 될 수 있다. 따라서 게임 디자이너의 의도적 구조 배치가 다양할수록 플레이어에게 게임 공간이 장소로 변모할 여지가 많아진다고 볼 수 있다.

앞서 설명한 바와 같이 게임에서 공간이 장소가 되는 과정은 [그림 5]에서와 같이 MDA 프레임워크에서 플레이어의 게임 경험 순서인 에스테틱, 다이내믹스, 메카닉스의 순서와 동일하며 그 과정은 장소성의 조건에서도 언급한 공간감, 상호작용, 물리적 환경(규칙) 과도

각각 공통적인 개념을 연결할 수 있다.

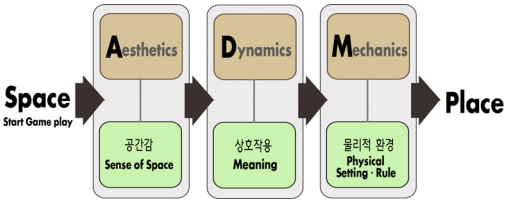

그림 5. Game Experience Process of Player
(디지털 게임에서 공간이 장소가 되는 과정)

Ⅳ. 결론

어떠한 공간이 장소가 되기 위해서는 그 공간에서 보내는 시간이 필요하다. 경험의 시간이 인간에게 내재화되며 시간을 들여 공간을 이해했을 때 비로소 공간은 장소가 된다. 이것은 디지털 게임 공간 역시 마찬가지이다. 하지만 게임 공간은 실제 물리적 세계의 공간과는 다른 방식으로 작동하기 때문에 게임 속의 공간이 장소가 되는 구조와 과정을 탐구하는 것이 본 연구의 중심이다. 그래서 플레이어가 게임에 진입하여 어떠한 과정을 통해 게임을 경험하며 장소성을 획득하는지 이해하기 위해 MDA 프레임워크 이론의 세 가지 층위를 바탕으로 논의하였다. 먼저 에스테틱 층위에서는 게임 공간을 지각하고 정서적으로 판단하고 받아들인다. 그리고 다이내믹스 층위에서는 공간과의 상호작용이나 그 공간에서의 선택적 경험을 통해 의미가 발생한다. 그리고 최종적으로 게임 내에서 반복적 행위를 통해 공간의 규칙이 작동하는 방식을 이해하면서 게임공간을 완전히 내재화하는 과정을 게임 메커닉스 층위에서 만들어낸다. 이 과정을 통해 플레이어는 게임 공간을 익숙하고 안정감을 느끼는 장소로 받아들이게 되는 것이다. 즉 MDA 중 하나의 요건만이 장소성을 발생시키는 것이 아니라, 이들이 순차적으로 작동하였을 때야 비로소 게임 공간은 장소성을 획득한다. 그리고 이러한 일련의 과정들은 물리적 공간이 장소가 되는 과정과 유사하다.

랠프 등이 주장한 바와 같이 장소성의 형성은 장소애를 기반으로 한다. 공간이 장소가 되면 그곳은 개인에게 특별한 공간이고 머물고 싶은 곳이 된다. 또한 그 장소에서 경험한 모든 이야기가 특별한 경험으로 남게 된다. 의미 없는 하나의 빈 공간이 의미를 가지게 되고, 이야기 되고 회자되며 공유하는 과정을 통해 획득되는 장소의 역사적 의미는 게임 공간에서도 마찬가지로 발생한다. 그리고 게임의 여러 요소를 통하여 게임 공간에서 플레이어가 시간을 보냄에 따라 장소가 되어가며 장소애가 발생하는 장소로 변모한다. 또한 이러한 게임의 요소들은 공간이 장소가 되기 위한 경험을 축적하는데 사용되고 그 경험은 장소성을 형성하는 데에 기여한다.

오제는 어느 공간이 사라졌을 때야 비로소 사람들은 그 공간이 장소였음을 인지한다고 말한다. 장소의 중요한 부분은 노스탤지어에 있음을 의미한다고 볼 수 있다. 그리고 장소는 진화론 관점에서 정착 및 귀소본능과 연결된다[23]. 노스텔지어는 과거에 함께 했었던 사람이나 장소 혹은 사건이나 물건 등에 의해 만들어진 감각적 경험이며 이렇게 만들어진 선호는 이후 삶에서 유지된다(Schindler and Holbrook 2003) [24]. 또한 곽예경(2012)의 연구에 따르면 노스텔지어 콘텐츠 광고를 활용한 제품은 자기 긍정감과 사회유대감을 높여 이것이 제품에 대한 구매 의도로 이어지는 것을 확인했다[25]. 게임에서의 장소성 형성은 그 게임이 노스텔지어 콘텐츠서의 역할을 할 수 있다는 것을 의미하며 서론에서 언급된 와우클래식, 아이온 클래식의 발매 이후 복귀유저의 증가 현상을 설명할 수 있다. 또한 많은 인기를 얻었던 친숙한 IP(Intellectual Property)를 기반으로 개발되는 게임들이 그렇지 않은 게임보다 성공사례가 증가하는 것 또한 같은 맥락으로 해석할 수 있다[26][27]. 사라졌던 게임 속 공간을 다시 복구한 게임들은 단순히 공간만을 복구한 것이 아니라 레벨, 게임 방식까지 과거 작동하던 규칙으로 재구현 했다. 이것은 게임 공간이 이미지만으로 구성되는 것이 아니라는 사실을 확인할 수 있게 하며 MDA 프레임워크의 유기적 작동이 게임 공간의 장소성 획득에 영향을 미친다는 것을 의미한다.

하지만 디지털 게임은 다양한 플랫폼과 장르를 기반으로 하며 이것은 공간이 장소가 되는 데에 영향을 미치는 요소이다. 그렇기 때문에 본 연구에서 다룬 장소성을 획득하는 과정은 모든 디지털게임에 일반화하기 어려운 한계를 가지지만 기준점이 될 수 있는 가능성은 분명히 있다. 또한, 추가 연구를 통해 공간이 장소가 되

는 과정에 영향을 미치는 게임적 요소의 확인을 통해 이러한 한계를 좁힐 수 있을 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

[1] https://library.krihs.re.kr

[2] 한국콘텐츠진흥원, *2020 게임이용자 실태조사 보고서*, pp,24-64, 2020.

[3] http://www.gameshot.net/common/con_view.php?code=GA60741d92712cb

[4] Hunicke, Robin, M. G. Leblanc, and R. Zubek, "MDA : A Formal Approach to Game Design and Game Research," InProceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI, 2004.

[5] Y. F. Tuan, *Space and place: 공간과 장소*, 구동희, 심승희 역, 대윤, p.19, 1999.

[6] 박정아, *모빌리티 시대 기술과 인간의 공진화*, 앨피, p.245, 2020.

[7] 유미경, 임승빈, "실내와 실외의 공간감 비교 연구," 韓國造景學會誌, 제40권. 제5호, pp.63-72, 2012.

[8] 정헌목, *마르크오제, 비장소*, 커뮤니케이션북스, p.77, 2016.

[9] N. Negroponte, *being digital: 디지털이다*, 백욱인 역, 커뮤니케이션북스, p.157, 1999.

[10] C. Kilmmt, Serious Games and Social Change. Why They (Should) Work, Serious Games: Mechanisms and Effects By Ute Ritterfeld Taylor & Francis, pp.248-270, 2009.

[11] 정의준, "디지털 기술과 콘텐츠, 그 효과에 대한 최근 연구 동향," 문화콘텐츠연구, 제3호, pp.33-66, 2013.

[12] 박근서, *게임하기*, 커뮤니케이션북스, p.126, 2009.

[13] 이동은, *가상세계의 장소성 획득을 위한 스토리텔링 : 세컨드라이프〈세라코리아〉기획을 중심으로*, 이화여자대학교, 석사학위논문, 2008.

[14] 안진수, "창발적 장소의 변주들 : 비디오게임 장르의 공간성에 대하여," 영상예술연구, 제18호, pp.256-296, 2011.

[15] 정나은, 이승제, 이병민, "게임 공간의 장소적 특성 연구," 한국게임학회 논문지 제19권, 제2호, pp.67-82, 2019.

[16] 서재인, 한혜원, "디지털 게임에 나타난 컨셉하우징 분석," 디지털콘텐츠학회논문지, 제21권, 제8호, 2020.

[17] 강호인, 변혜원, "Lazzro의 '4가지 재미요소' 기반 힐링 게임 특성 분석," 한국게임학회논문지, 제18권, 제6호, pp39-48, 2018.

[18] 박성준, "루두스에서 치유 콘텐츠로, 가상 여행과 게임 〈저니〉 : 루두스와 실재감을 중심으로," 글로컬 창의 문화연구 , 제9권 제2호, pp63-81, 2020.

[19] 서재인, 한혜원, "디지털 게임에 나타난 컨셉 하우징 분석," 한국디지털콘텐츠학회논문지, 제21권, 제8호, pp1531-1541, 2020.

[20] R. Koster, *Theory of fun for game design, How the Brain Works*, O'Reilly Media, Inc Pub, 2013.

[21] http://www.hwangryong.com/news/articleView.html?idxno=2332

[22] T. Fullerton, *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games, Third Edition: 게임 디자인 워크숍 게임 디자인, 플레이 중심으로 접근하자*, 위선주, 심연정 역, 길벗, p.104, 2016.

[23] 김수민, 조택연, "진화심리학적 관점으로 해석한 장소애착에 관한 연구," 한국기초조형학회, 제16권, 제6호, pp.101-112, 2015.

[24] R. M. Schindler and M. B. Holbrook, "Nostalgia for early experience as a determinant of consumer preferences," Psychology & Marketing, Vol.20, No.4, pp.275-302, 2003.

[25] 곽예경, 윤나라, 김한얼, "노스탤지어가 구매의도에 미치는 영향," 한국마케팅학회, 제27권, 제3호, pp.1-33, 2012.

[26] http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20150504084402&type=xml&re=),

[27] http://www.viva100.com/main/view.php?key=20150511010001320)

[28] E. Relph, *Place and placelessness: 장소와 장소상실*, 김덕현, 김현주, 심승희 역, 논형, 2005.

[29] M. Augé, *Non-Lieux: 비장소*, 이윤영 이상길 역, 아카넷, 2017

저 자 소 개

이 영 아(Young-A Yi) 정회원

- 2011년 2월 : 홍익대학교 영상대학원 게임콘텐츠전공 석사
- 2021년 9월 : 건국대학교 문화콘텐츠학과 박사수료
- 2017년 ~ 현재 : 성공회대학교 미디어콘텐츠융합자율학부 조교수

〈관심분야〉 : 디지털게임, 게임그래픽,디지털아트, 실감콘텐츠, 문화기술(CT)

권 두 희(Doo-Hee Kwon) 정회원

- 2019년 2월 : 건국대학교 문화콘텐츠학과 석사
- 2021년 9월 : 건국대학교 문화콘텐츠학과 박사수료

〈관심분야〉 : 디지털게임, 공간 콘텐츠, 게임인문학, 문화기술(CT)

최 혜 림(Hye-Lim Choi) 정회원

- 2020년 8월 : 건국대학교 문화콘텐츠학과 석사
- 현재 : 건국대학교 문화콘텐츠학과 박사과정, 홍익디지털 아트센터(주) 대표이사

〈관심분야〉 : 디지털 아트, 디지털 전시, 아트 에듀테이먼트, HCI

정 의 준(Eui Jun Jeong) 정회원

- 2011년 8월 : 미시건주립대 Telecomm (박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 문화콘텐츠학과 교수

〈관심분야〉 : 디지털게임, 소셜미디어, 문화테크놀로지