

# MMORPG 가치체계 비교연구

## Comparative Analysis on Value System of MMORPG

박태순

연세대학교 커뮤니케이션연구소

Tae-Soon Park(pky0408@daum.net)

### 요약

그레마스의 기호사각형은 플로슈의 자동차 분석사례를 통해서 드러났듯이 이론적인 측면에서는 물론 실용적인 측면에서도 유용하다. 본 논문은 그의 이론을 활용하여 MMORPG의 가치체계를 분석하고자 하였다. 속칭 '노가다' 게임으로 알려진 리니지를 시작으로 하여 그에 대한 상반항과 게임 사례를 찾고 다시 모순항, 비모순항을 찾는 방식으로 MMORPG의 가치체계를 분석하였다. 리니지의 상반항으로는 와우, 모순항으로는 라그나로크, 비모순항으로는 마비노기를 찾았으며, 역시 '노가다'에 상응하는 개념들을 설정하였다. 이러한 작업은 향후 보다 체계적인 게임 분석에 유용할 것으로 기대되며, 또한 실무적으로도 기획, 마케팅에서 유용성이 있을 것으로 기대된다.

■ 중심어 : | 기호사각형 | 가치체계 | 노가다 | 리니지 |

### Abstract

Greimas's Carré Semiotique, as Floch showed in his analysis of car, has much effectiveness not only in theoretical aspect but also in practical aspect. This paper used his theory to analysis the value system of MMORPG. Lineage, the game known as representative game of 'nogada', was the starting point. WOW is supposed to have opposition relation with lineage and Ragnarok contradiction relation, and Mabinogi non contradiction relation. As well as games, the concepts that match to 'nogada' of lineage are also supposed. The value system of games is expected to be useful in further systematic analysis of games and also in practical area of design and marketing.

■ keyword : | Carr Semiotiqu | Value System | Nogada | Lineage |

## I. 서론

우리 나라는 세계 최초의 MMORPG(Massively Multiple Online Role Playing Game)를 만든 나라답게 여전히 MMORPG가 인기를 끌고 있다. 최근에는 유행 장르가 다각화하고 있기는 하지만, 여전히 MMORPG가 국내 최고의 인기 장르인 것은 틀림없다. 이것은 이른바

학습효과에 기인한 바가 클 것이다[1]. 즉, 외국의 비디오키오 게임이 그다지 보급되지 않았던 상황에서 우리나라에 초기의 게임 유행을 이끌었던 것이 MMORPG였기 때문에 그러한 흐름이 아직까지도 이어지고 있다고 볼 수 있는 것이다

하지만 아직도 MMORPG에 대한 체계적이며 학술적인 분석은 활발하지 못하다고 보인다. 물론 이는 비단

MMORPG만의 문제가 아니라 전반적인 게임의 문제로도 볼 수 있을 것이다. 게임의 산업적, 문화적 파급력이 높아지기는 했지만, 그것이 학술적인 영역에서 다루어진 것은 그다지 오래되지 않았기 때문이다.

무릇 체계적인 분석은 분류에서 시작된다. 게임을 장르명으로 구분하는 것도 일단의 분류 내지 유형화로 볼 수 있을 것이다. 하지만 장르는 보다 세부적인 논의를 하기에는 지나치게 광범위한 개념이며 나아가 애매모호하기까지 하다. 보다 심도 있는 논의 및 분석을 위해서는 장르보다 보다 세분화된 분류가 필요하다. 같은 MMORPG라고 하더라도 주요 게임성, 이용층, 수익모델 등이 틀릴 수 있다. 이러한 점들에 대한 논의를 위해서는 우선 MMORPG에 대한 세분화가 필수적이다.

본 논문의 문제의식은 바로 이러한 점에서 시작한다. 일정한 특성들을 공유하고 있는 MMORPG를 유형화하여 향후의 보다 깊이 있는 연구를 도모할 수 있는 바탕을 만들고자 하는 것이다. 물론 그러한 분류가 임의적이거나 주관적이어서는 곤란할 것이다.

체계적인 분류방법론의 활용이 필수적인데, 그를 위해서 본 논문에서는 그레마스의 기호사각형을 주목한다. 그의 기호사각형은 철학적인 이론을 바탕으로 하여 성립된 다소 난해하며 현학적으로도 보이는 것이기는 하지만, 그만큼 논리성과 체계성을 갖추고 있기도 하다.

따라서 본 논문에서는 우선 기호사각형과 관련한 이론적 논의를 먼저 정리할 것이며, 이후 분류 및 유형화를 위한 대상으로 4개의 MMORPG를 선정할 것이다. 이들 4개의 게임은 기호사각형의 각각의 꼭지점을 차지하며 분류된 유형의 대표적인 게임으로 자리매김될 것이다. 사실 수 백개의 MMORPG들이 있는 상황에서 미리 예단하여 4개를 선정하는 것은 어렵기도 할뿐더러 주관적일 수 있다. 이러한 난점을 최소화하기 위해서 본 논문에서는 하나의 꼭지점에 전형적으로 해당할 수 있는 게임을 하나 먼저 선정할 후, 이후 기호사각형의 논지에 따라 나머지 세 게임들을 추출해나가는 방식을 택하도록 하겠다. 또한 대표적인 게임으로 선정하는 것들은 가능한 이용자가 많으며, 따라서 인지도가 높은 게임으로 정하도록 할 것이다. 인지도가 높을수록 게임에 대한 이해도가 높아져서 논의가 적합한지에 대한 검증이 보다 쉬워질 것이기 때문이다. 이러한 관점에서

가장 먼저 선정할 기준적인 게임으로는 속칭 '노가다' 게임으로 불리는 리니지를 택하려 한다. 리니지는 게임 이용자가 아니더라도 알만큼 유명한 게임으로, 그것의 게임성도 역시 인지도가 높은 편이다. 또 굳이 리니지를 택하는 이유는 그것에 붙는 '노가다'라는 용어의 유용성 때문이기도 하다. 좋은 유형화는 단순히 나누는 것만이 아니라 그 특징까지도 보여주어야 한다. 즉, A와 B로 나누기 보다는 남자와 여자로 나누는 것이 더 좋은 것은 남자와 여자라는 용어는 추상적인 용어인 A, B에 비하여 분류된 이유, 특징들을 일정 정도 나타내주고 있기 때문이다. 본 논문도 마찬가지로 단지 ABCD의 네 가지 게임으로 분류하기 보다는 그 네 가지 유형의 일정한 특성들을 나타내줄 수 있는 용어로 분류를 피하고자 하며, 그러한 시발점으로서의 '노가다'에 주목하고자 하는 것이다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 그레마스의 구조생성기호학과 기호사각형

그레마스의 구조생성기호학은 텍스트에 대한 분석에서 텍스트 아래에, 텍스트에 논리적으로 선행하고 그 의미를 규정하는 내재적인 구조를 가정한다. 이 내재적인 구조는 크게 심층 및 표층으로 이루어진 기호-설화 구조와 담화구조의 3층위로 구분되는데[2], 혹은 표층 층위에 텍스트의 문체적 자료로 일컬어지는 한 층위를 더 두어 4층위로 나누어지기도 한다[3]. 이 중에서 본 논문에서 관심을 갖는 층위는 심층이다. 심층은 의미가 최초로 만들어지는 곳이며, 다른 두 가지 상위층을 위하여 존재가 전제되는 층위이다. 최초로 의미가 생성된 다함은 의미에 대한 어떤 상상이 선형적으로 존재하기 때문이 아니라 의미발화과정이 생성적으로 설명될 수 있기 때문이다. 즉 기저의미의 구조가 서서히 표층의 구조로 경로를 밟아 생성되는 것으로 이해되는 것이다 [4]. 이 심층에서 가장 주요한 것이 기호사각형이라는 모델이다. 기호사각형은 DNA와 비교되기도 한다. 기호사각형이 생명의 모든 기본적 요소를 나르는 핵산인 DNA와 유사한 역할을 하기 때문인데, 마치 DNA가 이

중 나선으로 되어 있는 것처럼, 서로 역으로 꼬인 두 가지 축으로 되어 있음도 DNA와 유사하다. 근본적으로는 모든 생명이 DNA에서 수태되고 자라고 있는 것과 마찬가지로 모든 신화, 이야기들이 기호사각형에서 수태되고 자라고 있음이 가장 결정적인 유사점이다[5].

기호사각형은 두 개의 상반향을 통해 시작한다. 두 개의 상반된 의소( seme)에서 시작하는데, 이 두 의소는 하나의 의미범주가 분절된 것이다. 의미범주는 두 항 사이의 공통의 의미축을 형성한다. 유희와 관련한 한 기호사각형 예를 들어 살펴보자. 유희의 상반향으로서 의례가 나타난다. 의례는 유희의 흥을 누그러뜨리고 다시 권태로 돌아가게 한다는 의미에서 유희의 상반향으로서 손색이 없다. 유희의 상징으로서 시합이, 의례의 상징으로는 의전이 제시될 수 있다. 이 둘 사이에는 ‘문화’라는 공통의 의미축이 형성된다. 이는 다음 [그림 1]과 같은 도식으로 보여질 수 있다.

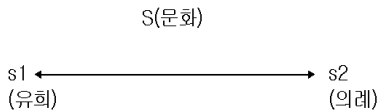


그림 1. 상반향의 공통 의미축

s1과 s2는 의미축을 분절하는 반대관계(contrary relation)에 있는 두 항이다. 반대관계는 한 항의 존재가 다른 항의 존재를 전제하고, 또 한 항의 부재가 다른 항의 부재를 전제하는 것을 의미한다. 예컨대, 더위는 추위를 전제하고 추위는 더위를 전제하고, 흑색은 백색을 전제로 한다. 이들은 서로를 정의하며 필요로 하는 상반향이다.

다시 이들 s1과 s2는 각각 그 모순항인 -s1(비(非)유희)과 -s2(비(非)의례)를 투사한다. [그림 2]는 그것을 나타낸다.



그림 2. 상반향들의 모순항

쉽게 말하면 -s1은 not s1이며 -s2는 not s2이다. 모순관계(contradictory relation)란 두 사항이 공존할 수

없는 것을 뜻한다. 이와 달리 반대관계를 이루는 두 항은 공존할 수 있다[6]. ‘유희’와 ‘의례’는 ‘문화’라는 공통의 의미축 위에서 공존할 수 있는 것이다. 하지만 모순관계는 근본적으로 서로를 부정하는 것이어서 공통된 의미축이 나올 수 없다. -s1인 비유희의 상징으로는 ‘평화’가, -s2인 비의례의 상징으로는 ‘승부’가 예시될 수 있다[7].

-s1과 -s2는 s1과 s2처럼 상호전제관계에 놓인다. 이 때문에 두 항 사이에는 하위반대관계가 있다고 한다(subcontrary relation). 두 항은 S(문화)와 모순관계에 있는 -S를 분절한다. 곧 ‘비문화’, ‘문화가 아닌 것’이 -s1과 -s2의 공통의 의미축으로 자리잡게 되는데, 김경용은 이를 ‘자연’으로 개념화하고 있다.

끝으로 비유희를 긍정하며 의례가, 비의례를 긍정하면 유희가 된다. 즉, -s1은 s2를 함의하고 -s2는 s1을 함의한다. 이렇게 해서 s1과 -s2, s2와 -s1 사이에는 함의관계(implicative relation) 혹은 상보적 관계(complementary relation)가 있다고 할 수 있다. 함의관계나 상보적 관계는 문제되는 두 항이 동일한 부류에 속한다는 것을 의미한다. 즉 유희와 비의례, 의례와 비유희는 동일한 부류에 속한다. 혹은 유희는 비의례를 전제하고 의례는 비유희를 전제한다고도 할 수 있다. 기호사각형은 이처럼 하나의 의미범주를 분절하는 관계망을 시각적으로 표현한 것으로서 지금까지 예를 든 유희와 의례에 관한 논의를 기호사각형으로 도식화하면 다음 [그림 3]과 같다[8].

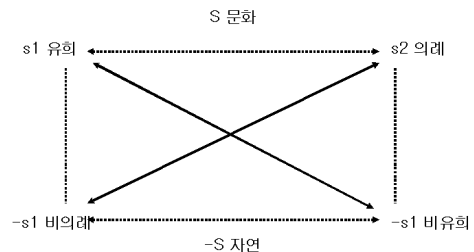


그림 3. 유희와 의례에 관한 기호사각형

유희와 관련한 기호사각형 분석례를 통해 기호사각형의 작동원리를 살펴보았는데, 그 추상적인 원형의 모델은 다음의 [그림 4]와 같이 나타난다[9].

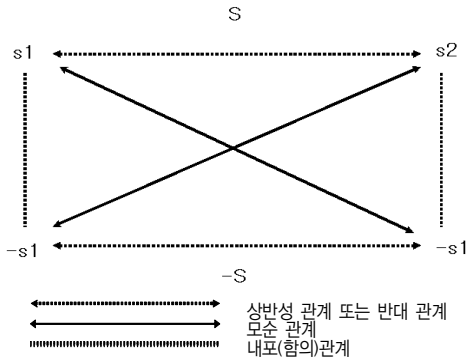


그림 4. 기호사각형 모델

여기서의 꼭지점에 있는 4가지 개념은 주체와 연결되면 가치체계가 된다. 가령, 삶과 죽음이라는 개념이 기호사각형을 통해 분절되면, 삶과 죽음은 양극화되고 이후 설화프로그램을 통해서 주체에게 긍정적으로 혹은 부정적으로 표지된다.

## 2.2 플로슈의 자동차 가치체계 분석

앞 절에서 논의한 기호사각형 모델은 특히 서사와 관련하여 유용한 분석틀로 많이 활용되었다. 하지만 이에 대한 비판도 없지 않다. 우선, 이 모델이 지나치게 환원론적이고 기계적인 대입을 유도한다는 지적을 받고 있으며, 더 심각한 문제는 일부 이론가들이 허술하고 주관적인 주장을 ‘객관적 분석틀’의 모양새로 합리화하기 위해 기호사각형을 쓴다는 것이다[10]. 또한 이원론적으로 구성된 기호사각형으로는 이원적 구성의 규범에서 일탈하는 문화적 실천과 의미 작용을 모두 포착할 수 없다는 지적도 있다[11].

이러한 비판에도 불구하고 본 논문에서 기호사각형을 기반으로 하여 게임을 분석, 유형화하려는 이유는 그것의 현실적 유용성에 있는데, 그 유용성은 플로슈(Floch)가 적절히 보여준 바 있다. 그는 자동차 소비자를 기호사각형을 활용하여 4가지 유형으로 분류하였는데, 이를 통해서 비단 학술적인 차원에서의 논의를 활성화시킨 것이 아니라 자동차 기획 및 마케팅에서의 유용한 분석틀을 제공하기도 하였다[12]. 적절한 유형화는 이론적인 측면에서만뿐만 아니라 실용적인 측면에서도 도움을 줄 수 있는데, 그러한 작업에 기호사각형을

통한 가치체계 분석, 분류가 유용하게 쓰일 수 있는 것이다. 때문에 의도에 부합하는 감성적이고 사회문화적이며 정성적인 특성을 찾아내기 위한 조건으로 마케팅에서의 기호학적 접근은 유효하다고 이해된다[13].

플로슈는 우선 사각형의 기본 의미범주로 실용적 가치를 지닌 자동차를 설정한다. 가장 기본적인 가치로서 쉽게 생각할 수 있는 것이다. 이는 자동차를 이동수단으로 보고 그것의 효용가치를 중시한 것이다. 이에 대립되는 개념으로는 실존적 가치가 설정된다. 이는 대개 고급승용차에 해당하는 것으로서, 그 차를 소유함으로써 이동수단으로서의 가치보다는 소유한 사람의 품격을 높여주는 가치를 높이 소구하는 것이다. 실용적 가치에 모순되는 가치를 플로슈는 유희적 가치라고 부른다. 이는 사치, 세련, 뚜렷한 동기 없이 대상을 사용하는 것으로서 일종의 ‘작은 광기’를 말한다. 이러한 가치들은 대상의 실용적 가치를 부정하고 오히려 유희적이거나 미적인 것을 긍정한다. 남은 하나인 실존적 가치의 모순항은 비판적 가치가 된다. 이것은 이상적 가치부여에 거리를 두면서, 경제적인 이점을 계산하는 태도라고 할 수 있다. 승용차의 경우 가격과 품질을 강조한다든지, 높은 연비를 제시하는 것이 그 예가 된다. 이러한 논의를 기호사각형으로 도식화하면 다음 [그림 5]와 같다.

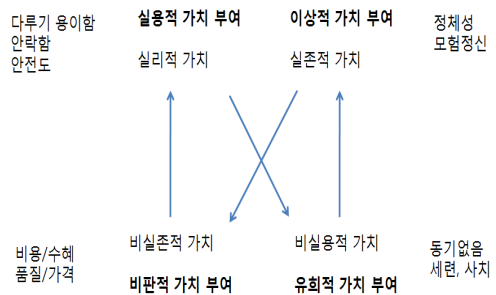


그림 5. 플로슈의 자동차 가치체계 분석

이렇게 기호사각형이 구성되면 이후 자동차에 대한 일관성 있으며 구체적인 마케팅 방법이 도출될 수 있다. 또한 사후적인 마케팅 방법론 도출뿐만 아니라 사전의 자동차 디자인, 기획에서도 도움을 받을 수 있다. 실제로 플로슈는 자동차 이외에도 탁자와 침대의 디자인 등에도 상기의 가치체계 분석을 적용하기도 하였다.

가치체계는 단지 정적으로 분류만을 의미하지는 않는다. 가치체계는 사람들의 가치가 변함에 따라 변모한다. 가령 젊었을 때는 실용적 가치나 유희적 가치를 추구하다가 나이가 들어서 는 비판적 가치나 이상적 가치체계를 선호하는 경우가 많다. 결국 계열체적 가치체계가 통합체적으로 투사되는 것인데, 이는 가치체계 분석이 일정시간에만 유효한 것이 아니라 장기적이고 거시적인 마케팅 전략 수립에도 유용할 수 있음을 의미한다.

### III. 기호사각형을 활용한 MMORPG 유형화

기호사각형의 시작이 두 개의 상반향에서 시작됨은 앞에서 이야기하였는데, 기실은 하나의 향만으로도 시작할 수 있다. 하나의 향이 있으면 자연히 그에 대한 반대되는 개념은 잡을 수 있기 때문이다. 여기서는 기호사각형을 시작하는 하나의 향으로서 ‘노가다’를 이용하고자 한다. 흔히 국내 MMORPG의 특성으로 ‘노가다’가 이야기된다. 몹을 잡는 것이 게임성의 대부분을 차지하고 있는 게임을 다소간 비하적으로 지칭하는 것으로 게임이용자들 사이에서는 흔히 통용되는 용어이다. 다음은 인터넷의 한 게시판을 따온 것이다[14].

온라인 게임에도 노가다 아닌 게임도 있어요

제발 리니지류의 게임 몇개만 해보고 편견가지고 하지 마세요. 그러면 어떤 게임을 해도 재미없겠죠.

적어도 제가 해본게임중에 울온, 에버1, 다옥은 노가다 하는구나 라는 기분은 못느껴 본거 같습니다.

리니지류의 게임 몇 개 해본 것으로 모든 온라인게임을 노가다게임으로 판단하지 말라고 하고 있다. 곧, 리니지는 노가다지만 그렇지 않은 게임도 있음을 주장하고 있다.

보다 분석적으로 노가다를 정리한 글도 찾아볼 수 있다. 노가다게임이 아닌 게임을 찾는 질문에 답변한 것으로서 훨씬 긴 글인데 연구자가 편의상 주요 부분 중심으로 편집하였다. 주요내용은 국내의 노가다게임에 비해 해외의 게임은 노가다성 게임이 아님을 이야기하는 것이다[15].

북미산 온라인 게임은 대개 스토리 라인이 있습니다. 에버퀘스트의 경우 퀘스트로그의 분량이 A4 용지로 1만3천장의 분량이라고 합니다.....

북미산 게임의 경우 국산 온라인 게임보다 최종 레벨에 도달하는 시간이 훨씬 짧습니다.....

해외 온라인 게임은 키보드방식의 게임 컨트롤을 갖고 있고, 국내 온라인 게임은 거의 대부분2D에서 익숙한 마우스 컨트롤을 고집하고 있습니다.....

국산 온라인 게임은 대개의 경우, 여러가지 직업으로 분류해놨자 결국은 격수, 힐러,마법사 3가지의 직업이 있을 뿐입니다.....

노가다가 어떤 것인지를 시사하는 내용들이 나타나고 있다. 위와 같은 노가다에 대한 일반적인 느낌과 의견들을 정리하면 노가다게임이 함축하고 있는 뜻은 다음의 다섯 가지 정도로 정리할 수 있을 것이다. 첫째, 단순한 몹사냥을 통한 레벨업, 둘째, 낮은 레벨업, 셋째, 직관적 인터페이스, 넷째, 단순한 유형의 캐릭터나 직업, 다섯째, 하드코어한 게임으로, 주이용자 역시 하드코어 이용자들이다 라는 점이 그것이다.

이러한 요소들은 ‘노가다’라는 의미에 충실하기 위해서 거의 필수적이다. 단순한 몹사냥이 중심이 아니면 노가다가 아니다. 퀘스트나 이벤트를 하는 것을 보통 노가다로 지칭하지는 않는다. 단순해지기 위해서는 레벨업이 늦어야 한다. 만렙이 되면 보통 다른 캐릭터를 키우는데, 다른 캐릭터로 또 노가다를 하라고 요구하기는 힘들다. 그래서 만렙 달성이 늦거나, 혹은 아예 만렙 제한 자체가 없기도 하다. 장기간의 단순 작업인 노가다를 위해서는 직관적이며 쉬운 인터페이스도 필수적이다. 다양한 키를 누르면서는 단순한 작업을 장시간 하기 어렵다. 당연히 캐릭터나 직업이 많을 필요도 없다. 하는 일이 단순하므로 캐릭터나 직업이 많은 것이 별 의미가 없어진다. 실제 노가다와 마찬가지로 게임에서의 노가다도 젊고 건장한 남성이 아니면 힘들다. 지루하면서도 장시간이 걸리는 단순작업을 아이들이나 여성들이 PC방에서 장시간 하기 어렵다. 노가다 게임은 하드 코어(Hard-Core)게임의 다른 말인 것이다..

아마도 리니지가 가장 대표적인 노가다게임일 것이다. 상기의 요소를 가장 충실히 지키고 있는 게임으로서, 게임에서의 ‘노가다’라는 용어도 리니지에서 연원한 것으로 보인다. 이 용어가 다소간 비하적으로 쓰이는

것은 사실이지만, 이러한 게임성이 나오게 된 것은 일정한 역사적 연원 때문인 것으로 보인다.

다소간의 이설이 있기는 하지만, 대개 공식적으로는 세계 최초의 GUI(Graphic User Interface)를 가진 온라인RPG로 ‘바람의 나라’가 이야기된다. 이는 1996년에 출시되었고, 이어 97년에 울티마 온라인이 해외에서는 미국에서 처음으로 나왔으며, 98년에는 국내에서 다시 리니지가 출시되면서 온라인 RPG를 주도하게 된다. MMORPG는 세계적으로 우리나라에서 가장 먼저 개발되어 출시되었으며, 그에 못지 않게 이른 시기에 미국에서도 등장하며, 우리와 미국이 초기 MMORPG의 흐름을 주도한다. 우리나라 MMORPG의 특징으로 이야기되는 노가다는 바로 이때 초기 온라인게임산업의 형성 당시부터 리니지를 필두로 하여 형성된 것이다.

하지만 이러한 노가다성 게임성이 의도적인 것은 아니었다고 보여진다. 당시의 상황과 여건 속에서 우리 실정에 맞추어 게임 개발을 하다보니 나온 독특한 게임성으로 여겨진다. 흔히 외국의 MMORPG는 게임성이 국내의 노가다게임에 비해 다양하다고 이야기된다. 다양한 퀘스트와 이벤트, 많은 캐릭터의 종류, 다양한 레벨업의 방법 등은 상대적으로 단순한 편인 국내 게임에 비해 분명 차별성이 있다. 에버퀘스트와 리니지를 비교해보면 이러한 차이는 쉽게 알 수 있다. 그렇다면 왜 국내 게임들은 이러한 외국게임들과는 차별화되는 게임성을 갖게 되었을지 생각해볼 필요가 있다. 당시의 국내 게임 개발자들이 외국게임들을 몰랐을 리가 없다. 오히려 누구보다도 잘 알고 있었음은 당시의 개발자들의 인터뷰나 회고 내용 등을 보면 쉽게 알 수 있다. 이들은 대개 MUD도 즐기면서 RPG의 다양한 게임성을 만끽했던 젊은이들이었다.

아마 리니지를 포함하는 당시(90년대 후반)의 개발자들도 울티마와 같은 전통적인 RPG의 게임성을 구현하고 싶었을 것이다. 그런 게임들에 개발자들도 익숙해져 있으며, 그것이 얼마나 재미있는지를 누구보다도 개발자들이 잘 알고 있었을 것이다. 하지만 그러지 못했던 것은 그만큼 풍부한 게임성을 지닌 게임을 개발할 만한 여력이 되지 않았기 때문일 것이다. 당시의 개발자들을 보면 대부분 게임과 게임개발에 재미를 붙인 젊은 학생 혹은 갓 졸업한 사람들이었다. 이들은 의욕과 기술은

있지만 자본력과 경험이 부족하다. MMORPG를 만드는 데 오랜 경험과 많은 개발진, 풍부한 자본력과 시간이 필요하다는 것은 상식적이다. 이들에게는 이것들 중 어느 하나 갖춰진 것이 없었으며, 따라서 그러한 조건들을 갖춘 상태에서 만들어지고 있던 외국의 게임들과는 다른 방식의 게임을 만들 수밖에 없었을 것이다. 개발 여건이 좋지 못하던 상황은 어쩔 수 없이 외국게임에 비해 단순한 형태의 게임성을 지니게 하였을 것이며, 그러한 단순한 게임성이 노가다로 지칭되며 국내 게임의 한 특징으로 일컬어지게 된 것으로 생각된다. 국내게임은 경쟁지향적, 외국game을 협력지향적이라고 정의한 논문도 있는데[16], 바로 노가다 게임과 그렇지 않은 게임을 분류한 것에 다름 아니다.

‘노가다’ 및 그 대표게임인 리니지를 s1으로 설정한다면 상반항을 정해야 할 것이다. 공통 의미축은 하드코어가 된다. 이는 노가다보다도 보다 광범위하게 리니지를 설명할 수 있는 개념이기 때문인데, 그렇다면 하드코어한 게임 중에서 리니지와는 달리 노가다성의 게임성을 지니지 않은 것을 찾아야 할 것이다.

와우(WOW:World of Warcraft)는 대표적으로 리니지와 대비되는 게임이다. 앞서 노가다의 5가지 요소를 보았는데, 이중 4가지 면에서는 현격하게 틀리다. 첫째, 단순한 몹사냥 중심이 아니라 다양한 퀘스트와 이벤트를 통해서 레벨업을 할 수 있다. 둘째, 레벨업이 쉬운 편이다. 셋째, 직관적이기 보다는 복잡한 인터페이스를 갖고 있다. 넷째, 다양한 유형의 캐릭터를 보유하고 있다. 다만 한 가지, 와우도 주이용층이 하드코어 이용자라는 점에서는 리니지와 크게 다르지 않다.

리니지와 와우를 대비시킨다면, 그들이 지니고 있는 게임성을 나타내주는 개념도 공평하게 설정해주어야 할 것이다. 다소간 비하적으로 표현되는 노가다에 대칭적으로 와우로 대표되는 게임들의 특징들을 표현해줄 수 있는 말을 찾아야 하는데 아마 ‘잡동사니’ 정도의 개념이 적절하지 않을까 생각된다. 약간은 비하적이지만 다양성을 특징으로 하는 노가다게임이 아닌 게임을 지칭하기에 적절해보인다. 이러한 대립적 개념은 실제 게임성에 대한 보다 구체적인 분석에서도 드러난다. MMORPG 게임성의 큰 부분을 차지하고 있다고 생각되는 7가지 요소를 가지고 리니지와 와우를 분석한 글

에서 두 게임의 차이는 도식적으로도 현격한 대비를 나타냈다[17].

노가다에 모순되는 개념은 ‘비노가다’(-s1)인데 이는 다시 잡동사니를 상보해준다. 노가다 게임이 아니면서 잡동사니를 지향하고 있는 게임으로 리니지와는 많이 틀리고 와우와는 다소간의 유사성을 갖는 게임이 될 것이다. 구체적인 게임성으로는 비교적 다양한 레벨업 방법, 다소간 빠른 레벨업, 다소 복잡한 인터페이스, 비교적 다양한 캐릭터 유형 등을 찾을 수 있다. 어찌 보면 와우와 정도의 차이만 보이지 유사하다고 느껴지지만, 결정적인 차이가 하나 있다. 바로 캐주얼한 스타일의 게임이라는 점으로 청소년과 여성 이용자, 즉 라이트 이용자가 많다는 것이다. 게임 기획에서부터 주타겟층을 여성과 청소년으로 잡았을 것으로 생각되는데, 리니지와 와우가 공통으로 보유하고 있는 하드코어게임이라는 점에 대해 대별되는 의미축으로 작용한다. 이러한 게임은 90년대 후반~2000년대 초반의 노가다 게임이 주도하던 시기를 지나 2000년대 초중반에 변화를 도모하는 게임들이 개발되면서 우리나라에 본격적으로 등장한다. 몇몇 해당되는 게임들이 있는데 가장 대표적인 게임으로는 마비노기를 들 수 있을 것이다. 또한 마비노기 이후에 나온 게임으로 메이플스토리도 같은 범주로 설정할 수 있을 것이다.

여기서도 노가다, 잡동사니와 동등한 맥락의 개념을 설정해주어야 할텐데 게임이용자들 사이에서 쉽게 찾을 수 있는 용어가 ‘초딩’이 아닐까 싶다. 청소년들이 좋아할만한 캐주얼하면서 다양한 내용이 있는 게임을 지칭한다고 보이는 이 용어가 노가다의 모순 개념으로서 적절해보인다.

비잡동사니(-s2) 게임도 살펴봐야 할 것이다. 쉽게 이야기하면, 와우와는 많이 틀리고 리니지와 유사한 캐주얼 게임이다. 노가다성이 있기는 하지만 여성, 청소년층을 주 대상으로 하기 때문에 리니지만큼의 극악한 노가다는 아니다. 이런 특성을 지닌 게임으로는 라그나로크 정도가 적절할 것이다. 노가다성이 있기는 하지만 그다지 심한 노가다는 아닌데, 와우만큼의 다양한 게임성과는 거리가 멀다.

이러한 비잡동사니 게임은 노가다와 유사한 점이 많기 때문에 아무래도 비노가다 게임보다 좀 더 이른 시

기에 개발된 면이 있다. 노가다가 주류이던 속에서 점진적으로 게임성이 변화하였다고 가정한다면, 아무래도 노가다와 조금은 더 근접한 게임성의 게임이 빨리 나왔을 것이며, 노가다를 많이 탈피한 게임은 그보다는 조금 더 시간이 걸렸을 것이다. 마침 라그나로크(2002년 출시)는 마비노기(2004년 출시)보다 2년 정도 빨리 나온 게임이다. 이 2년 정도의 시간은 단지 두 게임에만 해당하는 것이 아니라 두 게임으로 대표되는 게임성, 게임스타일의 정착과도 관련되어 생각되어야 할 것이다. 이 범주를 대표하는 용어로는 ‘찌질이’ 정도가 적절하다고 여겨진다. 게임에서 흔히 사용되는 용어는 아니지만 노가다와 초딩이라는 두 게임범주 사이에서 어정정한 위치를 가진다는 점에서는 설정할 수 있는 용어라고 생각된다.

지금까지의 논의를 기호사각형으로 도식화하면 다음의 [그림 6]과 같다.

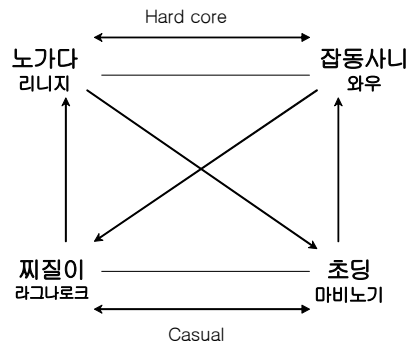


그림 6. MMORPG 가치체계 기호사각형

#### IV. 맺음말

지금까지 리니지의 ‘노가다’를 시작점으로 하여 4가지 게임 및 이들 게임의 게임성을 쉽게 알려주는 4가지 개념을 설정하였다. 이들 4가지 유형의 게임성은 게임이용자가 선호하는 가치체계를 분류한 것이다.

노가다를 비롯한 다른 용어들도 학술적인 용어로는 그다지 적합하지 않아 보이지만, 굳이 이들 용어들을 사용한 것은 그것들이 실용적으로 유용하다고 판단했기 때문이다.

분석결과 도출한 MMORPG 가치체계는 몇 가지 점에서 의의가 있을 것으로 보인다. 첫째는 MMORPG에 대한 세부적인 분류법으로서의 효용이다. 앞서도 언급한 바와 같이 체계적인 분석의 첫걸음은 분류이다. MMORPG에 대한 향후의 보다 깊이 있는 논의 및 분석을 위한 기초가 될 수 있을 것으로 기대한다. 둘째, 기획 단계에서의 유용성이다. 게임의 컨셉을 명확히 정하는데 상기의 세부적인 분류체계가 도움이 될 수 있을 것이다. 이는 가치체계가 게임성 뿐만 아니라 소구대상층(target)도 같이 함의하고 있다는 점에서 더욱 그러하다. 이는 다시 세 번째, 마케팅 단계에서의 유용성으로 연결될 수 있다. 기획단계의 컨셉과 소구대상층은 여전히 마케팅 단계에서도 유효할 것이며, 이를 기반으로 구체적인 마케팅 전략을 수립하는데 도움을 받을 수 있을 것이다. 또한 가치체계가 통합체적으로도 움직임을 감안한다면 장기적인 기업의 게임마케팅 전략까지도 수립하는데 일조할 수 있다.

이러한 기호사각형의 의의는 MMORPG이외의 다른 장르에도 유효하다. FPS나 RTS라 하더라도 그 개별적인 게임성에서는 일정한 차이점들이 있는데, 그것들을 보다 체계적으로 분류하고 분석하는데 기호사각형을 통한 가치체계분석이 역시 논의의 기초를 제공해줄 수 있을 것이다.

향후의 연구과제로는 학제간 연구를 꼽을 수 있다. 특히 경제나 마케팅과 같은 분야가 그러한데, 이들 학문과의 연계를 통해 수익모델창출이나 세부적 마케팅 전략 도출 등의 성과도 기대해볼 수 있을 것이다.

**참 고 문 헌**

[1] 신타로 준지로, 다나카 다쓰오, 야나가와 노리유키, 위정현 역저, *게임산업의 경제분석*, 풀빛미디어, p.370, 2004.  
 [2] 김경용, *기호학이란 무엇인가*. 민음사, p.287, 1994.  
 [3] 안느 예노, *기호학으로의 초대*, 홍정표 역, 어문학사, p.41, 1997.  
 [4] 그레마스, *의미에 관하여 - 기호학적 시론*. 김성

도 역저, *인간사랑*, pp.199-203, 1997.  
 [5] 김경용, *기호학이란 무엇인가*, 민음사, p.291, 1994.  
 [6] 박인철, *파리학파의 기호학*, 민음사, p.342, 2003.  
 [7] 김경용, *기호학의 즐거움*, 민음사, p.269, 2001.  
 [8] 김경용, *기호학의 즐거움*, 민음사, p.265, 2001.  
 [9] 그레마스, *의미에 관하여 - 기호학적 시론*, 김성도 역저, *인간사랑*, p.181, 1997.  
 [10] 대니얼 챌들러, *미디어 기호학*, 강인규 역, 소명, p.206, 2006.  
 [11] 김성도, *구조에서 감성으로 - 그레마스의 기호학 및 일반 의미론의 연구*, 서울: 고려대학교 출판부, p.150, 2002.  
 [12] 장마리 플로슈, 김성도 역, *기호학 마케팅 커뮤니케이션*, 나남, p.182, 2003.  
 [13] 박영원, *광고디자인 기호학*, 범우사, p.280, 2003.  
 [14] [http://gall.dcinside.com/list.php?i\\_d=online&no=18180](http://gall.dcinside.com/list.php?i_d=online&no=18180)  
 [15] <http://k.daum.net/qna/view.html>  
 [16] 유승호, 장원상. “게임기획에의 활용을 위한 온라인게임구성과 이용자성향의 비교연구”, *게임산업저널*, 제2호, 한국게임산업개발원, 2002.  
 [17] 김서영, 박태순, “MMORPG콘텐츠 분석틀”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제6권, 제10호, 2006.

**저 자 소 개**

**박 태 순(Tae-Soon Park)**

**정회원**



- 1989년 : 연세대학교 경영학과 졸업
- 2009년 : 연세대학교 커뮤니케이션대학원 영상학 박사
- 2005년 ~ 2009년 : 호남대학교 게임애니메이션학과 전임강사

▪ 현재 : 연세대학교 커뮤니케이션연구소 연구위원  
 <관심분야> : 게임콘텐츠