

싸이월드의 사례 분석을 이용한 온라인 게임의 커뮤니티 구성 요소에 대한 연구

이면재*, 김경남**

홍익대학교 전자계산학과*, 호서대학교 게임공학과**

mjle@cs.hongik.ac.kr*, hsfruit@lycos.co.kr**

A Study on Composition Factor of Online Game Community using Case Analysis of Cyworld

Myoun-Jae Lee*, Kyoung-Nam Kim**

Dept. of Computer Science, Hongik Univ*,

Dept. of Game Engineering, Hoseo Univ**

요약

정보 기술과 인터넷의 발달은 물리적인 공간이나 시간에 구애받지 않는 온라인 커뮤니티의 등장을 가능하게 하였다. 이러한 온라인 커뮤니티는 개인 및 기업의 의사 결정에 중요한 수단이 되고 있고 목적에 따라 여러 유형으로 나누어진다. 이 유형 중 온라인 게임커뮤니티는 온라인 게임 내에서 제공되는 커뮤니티와 해당 온라인 게임 관련 커뮤니티로 나누어 질 수 있다. 온라인 게임 관련 커뮤니티는 게시판과 이메일을 이용하여 게임 진행, 게임 관련 자료 등의 다양한 정보를 교환하며, 온라인 게임 내에서 제공되는 커뮤니티는 팀 구성, 아이템 거래, 채팅등의 형태로 구성되고 있다. 이러한 온라인 게임 커뮤니티의 중요성은 날로 부각되고 있으나 온라인 게임 관련 커뮤니티와 게임 내에서 제공되는 커뮤니티는 그 중요성에 비해 차별화되어 있지 않다. 따라서 본 논문에서는 신세대의 취향에 적합하고 한국적인 커뮤니티로 차별화된 커뮤니티를 구축한 싸이월드의 사례를 분석하고 이를 온라인 게임에 적용하는 방안을 연구하였다. 본 논문은 온라인 게임 관련 커뮤니티와 온라인 게임 내에서 차별화된 커뮤니티 요소를 구축하고자 하는 업체에게 도움을 줄 수 있다.

Abstract

On today, online community that is irrespective to geometrical area and time has been appeared by information technology and development of internet. It has been significant decision method of a personal and company. And online community is variously classified by it's purpose. Among online community, online game community is be roughly classed as community in online game and community in related online game. Community in related online game community is means for interchanging informations using e-mail, bulletin board, so as on. These information contain game playing, game contents so as on. And community in online game is implemented as team, item exchange, chatting etc. Importance of community in online game and community in related online game have been increased. But online game community is not distinguished, comparing with importance of it. So, in this paper, we study on the case analysis of cyworld's community that developed characteristic community. Cyworld community is suitable for new generation and korean life style, method of adaption online game. This paper should be profitable for community in related online game, community company to planning, developing a characteristic community.

Key Words : 온라인 게임 커뮤니티, 커뮤니티 구성 요소, 싸이월드(Cyworld), 싸이월드의 성공 요인

1. 서론

인터넷 기반의 다양한 활동은 오프라인에서 제공 받지 못했던 가치들을 창출하고 있다. 그리고 P2P, IM(Instant Messenger)등 개인 사용자의 인터넷 기술이 발전함으로써 인터넷상의 정보 커뮤니케이션의 주체는 기업이나 조직에서 일반 이용자로 전환되었고 이러한 일반 이용자는 인터넷 정보 제공의 주요 주체가 되고 있다[1]. 이러한 일반 이용자들은 온라인 커뮤니티를 통해 정보를 제공하거나 정보를 제공받는다. 온라인 커뮤니티에는 크게 자유로운 참여가 가능한 장소, 콘텐츠, 공유할 수 있는 정신적인 것들이 필요하다. [표 1]은 온라인 커뮤니티 구성 요소이고, [표 2]는 서비스 유형에 따른 온라인 커뮤니티의 분류이다[1]. 특히, 게임 커뮤니티에서 온라인 게임 커뮤니티를 두 가지로 구분할 수 있다. 하나는 온라인 게임 내에서 제공되는 커뮤니티와 나머지 하나는 해당 온라인 게임과 관련된 커뮤니티로 나눌 수 있다. [표 3]은 온라인 게임 커뮤니티의 유형이다.

| 필요사항 | 내용 |
|------------------|----------------------------|
| 자유로운 참여가 가능한 장소 | 게시판, 동호회, 클럽 |
| 콘텐츠 | 관심을 끌 수 있는 각종 자료, 토론, 지식 등 |
| 공유할 수 있는 정신적인 것들 | 규칙, 전통, 에티켓 등 |

[표 1] 온라인 커뮤니티 구성 요소

| 커뮤니티 | 특징 |
|-----------|--|
| 전문 커뮤니티 | 동일한 목적이나 직업, 관심분야가 동일한 사람들의 커뮤니티 |
| 브랜드 커뮤니티 | 한 가지 브랜드에 관심 있는 사람 또는 단체들의 커뮤니티 |
| 비즈니스 커뮤니티 | 자사의 서비스나 제품에 대한 홍보나 판매를 위한 커뮤니티 |
| 모바일 커뮤니티 | 유무선 동시에 커뮤니티 서비스를 제공하는 것 |
| 휴먼 커뮤니티 | 오프라인에서 이미 형성된 친분, 관계를 기반으로 하는 커뮤니티 |
| 게임 커뮤니티 | 게임 장르와 게임의 종류에 따라 사용자들간에 다양한 정보를 제공하는 커뮤니티 |
| 교육 커뮤니티 | 차별화된 전문 교육 과정을 가지고 운영되는 커뮤니티 |
| 프로젝트 커뮤니티 | 회사내 회사간의 프로젝트 수행을 위해 만들어진 커뮤니티 |

[표 2] 온라인 커뮤니티 유형

| 커뮤니티 | 특징 | 구성 요소 |
|----------------------|----------|------------------------------|
| 온라인 게임 관련 커뮤니티 | 동호회적인 특징 | 게시판, e-mail, 아이템 거래 |
| 온라인 게임 내에서 제공되는 커뮤니티 | 관계 변화 | 채팅, 이모티콘, 아바타, 관계 변화, 아이템 거래 |

[표 3] 온라인 게임 커뮤니티 유형

온라인 게임은 국내 게임시장을 주도할 정도로 급성장하면서 수만 개의 온라인 게임 관련 커뮤니티가 생겨났다. 이러한 온라인 게임 관련 커뮤니티는 게임 제작업체의 홈페이지를 통하여 운영되거나 해당 게임을 선호하는 사람들에 의해 게임 제작업체와는 별도로 운영되고 있으며, 게임의 기획, 개발, 그리고 서비스 종료까지 게이머와 게임 개발사에 강력한 영향력을 행사하는 존재가 되고 있다[2]. 게이머는 이러한 온라인 게임 관련 커뮤니티에서 게임의 기술력과 전략을 공유할 수 있으며, 온라인 게임내의 커뮤니티 즉 팀, 아이템 거래, 대화 등을 이용하여 다른 팀과 대전하거나 공동의 목표를 해결하고자 할 때 간접적인 사회경험, 합의, 아이템 거래와 관련된 경제 활동, 커뮤니케이션 방법 등을 배우며 게임에 몰입할 수 있다. 따라서 온라인 게임을 개발할 커뮤니티 구성과 이용에 대한 적합한 보상 방법은 충분히 고려되어야 한다[3]. 온라인 게임에서 주로 제공되는 커뮤니티 방법에는 채팅, 이모티콘, 게시판, 아바타 등이 있고 이 과정에서 발생하는 상호 작용이 게이머의 심리에 영향을 준다. 이것은 비디오 게임에서 볼 수 없는 온라인 게임의 특징이다[4]. [표 4]는 온라인 게임에서 제공되는 커뮤니티 방법을 비교한 예로써 특별한 차이점이 없다[5,6,7,8]. 온라인 게임은 오락성과 커뮤니티의 두 가지 핵심 요소를 지니고 게임이 진행되므로 차별화된 커뮤니티 기획이 필요하다.

| 게임 | 장르 | 특징 |
|--------|---------|--|
| 러니지 | MMORPG | 공성전,아이템의 현금 거래, 자료, 채팅, 캐릭터, 캐릭터의 성장, 게시판, e-mail, 동호회, 게시판 명예 사용자 |
| 바람의 나라 | MMORPG | 문과공성전, 남북무한대전, 다양한 캐릭터, 캐릭터의 성장, 게시판, 게시판 관리를 게이머에게 위임, 동호회 |
| 미르의 전설 | MMORPG | 문과, 아이템의 현금 거래, 자료, 채팅, 캐릭터, 캐릭터의 성장, 게시판, e-mail, 동호회 |
| 스타크래프트 | 전략시뮬레이션 | 배틀넷, 게시판, e-mail, 채팅, 동호회 |

[표 4] 온라인 게임에서 제공되는 커뮤니티 방법 비교 예

2001년 서비스를 시작한 싸이월드는 1인 커뮤니티 기능과 한국적인 커뮤니티 특성에 바탕을 둔 회원 간 인적 네트워크 및 커뮤니케이션 활성화의 특징을 가지고 있다. 그리고 비회원도 콘텐츠를 작성하고 조회할 수 있도록 오픈 커뮤니티로 꾸몄다는 점과 가장 최근의 콘텐츠가 메인 페이지에 자동으로 업데이트되며 지인을 자신의 미니 홈페이지로 초대할 수 있다는 점, 또한 방문자와 댓글" 현황 등 각

종 통계 자료 관리자 기능과 아이템 꾸미기 기능을 강화한 점 등이 싸이월드의 차별화된 커뮤니티 구성 요소이다[9]. 그러나 현재까지 온라인 게임의 커뮤니티는 채팅이나 아바타 기능, 그리고 아이템 교환, 캐릭터, 캐릭터 성장 등 다른 게임과 차별화되어 있지 않고 유사한 구성 요소로 이루어져 있다. 따라서 본 논문에서는 싸이월드의 성공의 바탕이 된 고객의 취향에 적합한 미니 홈페이지, 선물하기, 일촌맺기 등의 관계 설정과 아바타 기능 등의 커뮤니티 구성 요소를 분석하고 이를 온라인 게임 커뮤니티에 적용하는 방안과 기대 효과에 대해 연구하였다. 본 논문은 온라인 게임 내에서 차별화된 커뮤니티를 제작하려는 게임 제작 업체와 온라인 게임 관련 커뮤니티에 도움이 될 수 있다.

본 논문의 구성은 2장에서 싸이월드의 커뮤니티 특징을 설명하고, 3장에서 싸이월드의 커뮤니티 구성 요소를 온라인 게임 커뮤니티에 적용할 수 있는 방안과 기대 효과를 논하고, 4장에서 결론 및 추후 연구 방향을 기술하였다.

2. 본론

싸이월드는 고객의 취향을 파악하여 이에 대한 욕구를 충족시켜준 인맥 기반의 한국형 가상 공간이라는 점이 다른 커뮤니티와 가장 큰 차별화된 특징이다. 이러한 특징이 신세대들의 흥미를 유발시켜 세이클럽(www.sayclub.com)과 함께 블로그 서비스(blog service)⁹⁾ 업체의 선두 위치를 차지하고 있다[10,11]. 자기 홍보는 물론 신인 탤런트 선발 기

| | 싸이월드 | 기타 커뮤니티 |
|--------|--|------------------------------|
| 클럽조직 | 양방향 | 단방향 |
| 기능 | 초대, 게시판 | 게시판, 채팅등 위주 |
| | E-mail, SMS, 채팅, 쪽지 자동주소록, 자동 캘린더, 자료실 | |
| 클럽유형 | 오프라인 클럽의 온라인화 -동창회/친목단체/동호회 -단체 및 협회 | 온라인 내에서의 클럽 -컴퓨터 동아리 -인터넷 친구 |
| 클럽 멤버 | 실명 사용 | 실명, 가명 혼용 사용 |
| 조직 결속력 | 높은 신뢰도 및 결속력 | 낮음 |

[표 5] 싸이월드와 기타 커뮤니티의 특징 비교

- 1) 댓글이란 이미지를 올린 사람과 본 사람간의 일종의 '커뮤니케이션'이다. 간단한 제목이나 설명과 함께 자신의 찍은 사진을 올려놓으면 이에 대해 한두 줄 가량의 '흔평'을 쓰는 것을 말한다.
- 2) 이라크전을 기점으로 네티즌들에게 널리 알려진 인터넷 1인 미디어 블로그가 국내에서는 '미니홈피'라는 서비스로 정착되었다. 블로그란 웹(web)의 'b'자와 기록을 뜻하는 '로그(log)'가 합쳐진 용어로 게시판 형식의 홈페이지에 네티즌들이 자유롭게 글을 올리는 것을 말한다.

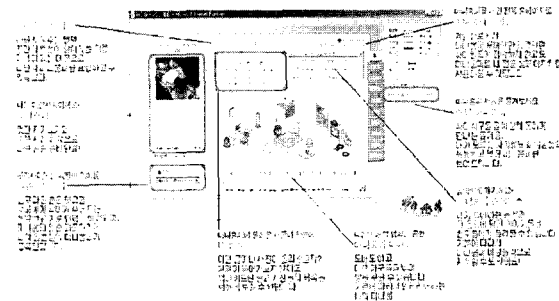
준에까지 포함 될 정도로 그 인기는 상상을 초월하고 있다. [표 5]는 싸이월드와 싸이월드가 개발될 당시 다른 커뮤니티와의 비교이다[12].

2.1 싸이월드

싸이월드는 쉽게 자신만을 표현할 수 있는 캐릭터와 공간과 신뢰 관계를 형성할 수 있는 커뮤니티를 제공한다. 또한 멀티미디어적인 요소를 지니고 있으며 클럽과 미니홈피 등의 관리가 편리하다. [표 6]은 각 구성 요소와 특징이고, [그림 1]은 싸이월드의 구성이다.

| 구성 요소 | 특징 |
|-------------------------|---|
| 미니 홈페이지, 자기 소개 | 1)자신을 자연스럽게 쉽게 표현할 수 있어 커뮤니티의 몰입 증대 2)초대하기를 통해 친구를 초청 |
| 일촌관계, 일촌 파도타기, 쪽지, 초대하기 | 실명성으로 신뢰성 있는 관계를 구축해 커뮤니티의 몰입을 증대시키고 새로운 사람을 만날 수 있는 기회를 제공함 |
| 미니룸과 미니비 | 1)자신만을 표현할 수 있는 다양한 캐릭터 2)자신만의 공간을 꾸밀 수 있는 미니룸으로 커뮤니티 충성도를 증대시킴 3)오프라인의 만남을 온라인 상에서도 제공 |
| 쥬크박스, 사진, 배경음악, 사진첩 | 멀티미디어적인 커뮤니티 구성 요소를 이용해 멀티미디어적인 미니 홈페이지 구축이 쉬움 |
| 클럽 관리 및 미니 홈피 관리 | 1)접속과 글 게시 통계 2)미니홈피와 방문자 선호도를 통계화하여 고객이 부족한 부분을 보완할 수 있음 |
| 이벤트와 마케팅 | 1)매일 이벤트와 정기적인 이벤트 2)에인 자랑 이벤트 등 다양한 이벤트 3)선물하기등 |

[표 6] 싸이월드 구성요소의 특징

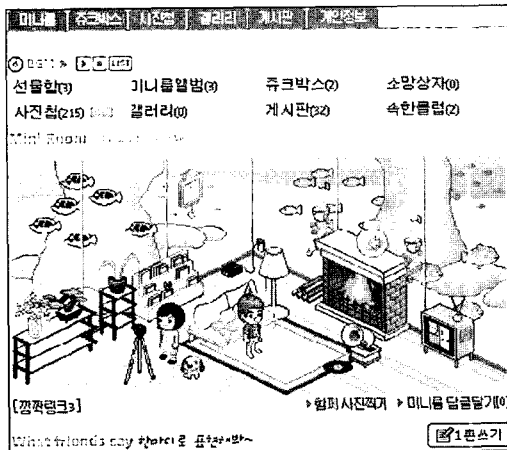


[그림 1] 싸이월드 구성

2.2 싸이월드 커뮤니티의 특징

(1) 자신을 쉽게 표현할 수 있는 미니 홈페이지를 지닌 커뮤니티

고객을 가상세계에 몰입시키려면 마치 현실 세계에 있는 것 같이 자연스럽게 자신을 가상세계에서 표현할 수 있는 방법을 제공해야 한다(13,14). 또한 고객에게 무상으로 홈페이지를 제공하거나 홈페이지를 만들 수 있는 틀을 제공하는 것은 경제적인 측면에서 관심을 끄는 요소이다(15). 싸이월드는 가상 공간에서 자신을 표현할 수 있는 미니 홈페이지의 개념을 도입하였다. 미니홈피는 개인 홈페이지로써, 회원 개인의 성명, 직업 등 단순한 프로필 메뉴창이 있고, 관리하는 것이 쉽고 편리하다. 일반적으로 홈페이지를 구축, 운영하기 위해서는 저작도구 사용법을 알아야 하고 콘텐츠를 지속적으로 업데이트해야 하는 번거로움이 있지만 미니홈피의 경우 기본적인 메뉴는 싸이월드에서 제공하고 단지 배경꾸미기와 멀티미디어 효과 만을 고객이 선택하도록 하여 고객들 자신이 개성이 강한 홈페이지를 쉽게 만들 수 있다. 싸이월드에서는 이러한 미니 홈페이지를 고객에게 제공하여 가상세계에서 자신을 쉽게 표현하고 자신만의 개성을 알리는 특성 있는 수단을 제공한다(9,11). 그리고 미니홈피는 자신만을 위한 공간이 아니라 친구를 초대하고 다른 사람과 커뮤니케이션하기 위한 신개념 커뮤니티 성격을 동시에 갖고 있다. [그림 2]는 미니 홈피이다.



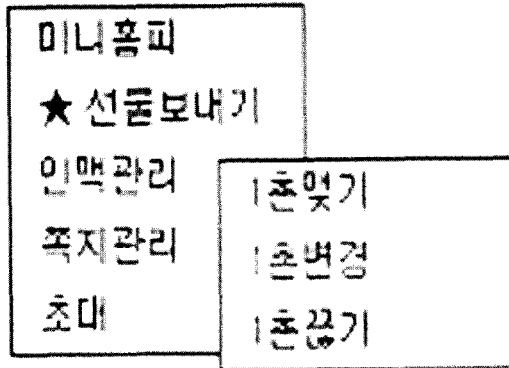
[그림 2] 미니 홈피

(2) 신뢰 관계를 형성할 수 있는 커뮤니티와 새로운 만남을 제공

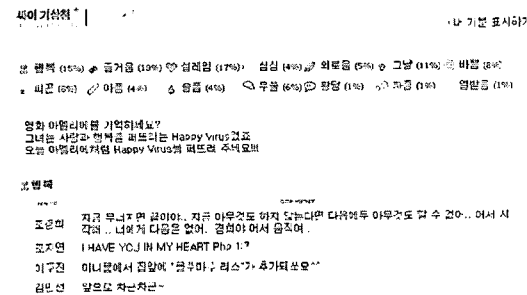
가상세계에서 관계는 커뮤니티와 게임의 재미를 증대시키는 중요한 요인이다(1,13,14). 가상 세계에서 상호간의 배신과 동맹을 맺는 과정에서 고객은 흥미를 느낄 수 있다. 그러나 익명성과 가상 공간의 특징 때문에 언어폭력과 캐릭터 성추행등의 부정적인 사회문제가 발생되기도 한다(16,17). 기존 커뮤니티의 익명성은 탈퇴를 자유롭게 할 수 있어 커뮤니티 구성원간의 의미 있는 상호 교류가 저해되고 상업적인 자료나 음란 자료들, 그리고 사이버 언어 폭력 등의 사회적으로 부정적인 현상을 초래하였다(18,19). 싸이월드에서는 이러한 익명성으로 발생하는 문제를 해결하기 위해 회원등록을 실명으로 하였다. 이러한 실명은 기존에 지인 또는 클럽을 통해 알게 되었거나 개인적으로 친하고 싶은 사람들과 일촌 맺기를 통하여 신뢰성 있는 커뮤니티를 구축하는데 도움을 준다. 싸이월드의 실명제 회원등록 방법은 실명으로 클럽을 구성하므로 클럽의 방문횟수를 높일 수 있고, 익명성보다는 클럽 탈퇴가 용이하지 않아 커뮤니티의 몰입도를 높이는데 큰 요인이 된다. 싸이월드가 주목하고 있는 마케팅의 핵심라고도 할 수 있는 일촌관계는 웹에서 얻기 힘든 신뢰 관계를 구축해 준다. 일촌은 싸이월드 내에서 서로가 동의한 아는 사람 즉 나와 인연을 맺은 싸이월드 친구사이이다. 물론 비회원과 일촌 간에는 열람의 범위도 달리할 수 있다. 인맥관리의 메뉴를 선택하면 일촌을 맺고, 관계를 변경할 수 있으며 관계를 끊을 수도 있다. 이 모든 것은 상대방의 동의가 있어야만 실행이 가능하다. 또한, 지인의 홈피 방문목록에 댓글을 남긴 사람의 이름에 마우스를 이동하면 곧바로 글을 남긴 사람의 미니 홈피로 이동함으로써 연쇄적으로 다른 사람의 미니 홈피에 연결되는 파도타기 기능을 통해 새로운 사람과 만날 수 있는 기회를 제공한다. [그림 3]은 일촌 맺기이다. 그리고 쪽지관리 기능을 통해 회원끼리 간단한 연락을 주고 받거나, 초대를 통해 동문이나 클럽등의 관계를 형성 할 수 있다. 그리고 현재 싸이월드의 새롭게 추가된 기능은 이용자들이 그날의 감정을 블로그 서비스인 미니홈피를 통해 표현하면 같은 감정을 가진 회원들끼리 모일 수 있도록 해주는 감성 분류 코너이다. 싸이 기상청이라고 명명된 감성분류 내의 행복, 설레

3) 일촌 간에도 급이 나뉘어 있다. 이를테면 관심일촌은 일촌 중에도 특별 관리 대상자임을 의미한다.

임, 외로움 등 14개의 카테고리 안에서 자신의 감성을 표현하면 같은 기분을 가진 이용자들이 자동으로 분류되어 서로의 감정상태와 느낌을 나눌 수 있어 지적인 것과 감정적인(그림 4) 싸이 기상청 것을 공유하는 커뮤니티의 성격을 지닌다[20]. (그림 4는 싸이 기상청 화면이다.



[그림 3] 일촌 맺기

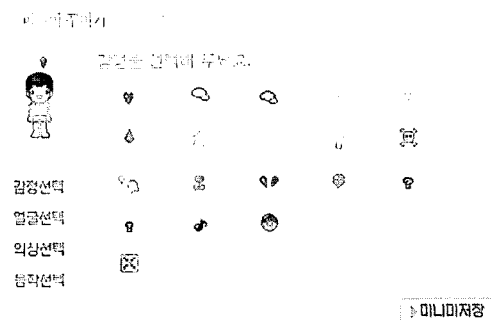


[그림 4] 싸이 기상청

(3) 자신만을 표현할 수 있는 캐릭터와 자신만의 공간, 오프라인 만남을 온라인에서도 제공

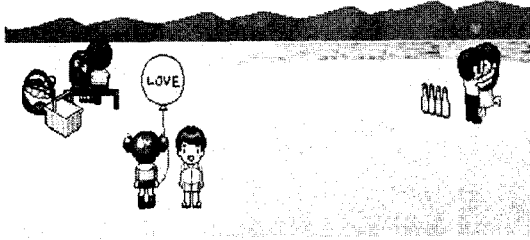
가상세계에서 직업이나 성별 구별을 통해 다양한 아바타를 제공하여 자신을 효과적으로 표현하는 것은 커뮤니티의 충성도와 밀접한 관련이 있다[13,14]. 그러나 리니지 게임은

PK(Player Killing)와 캐릭터의 선정성, 그리고 폭력성 등 사회적 문제도 발생시켰다[16,17]. 그러므로 자신의 캐릭터를 건전하게 표현할 수 있는 것은 게임 문화 산업의 발전적인 측면에서 중요하다. 현재 비 폭력성 게임을 선호하는 잠재적인 여성 게이머들을 위해 전투 게임을 주로 만들어진 게임 업체가 여성 고객을 잡기 위해 스테이지마다 캐릭터의 머리와 손톱 모양 및 의상을 선택할 수 있는 아메리칸 아이돌을 개발한 게임 업체도 있다[21]. 그리고 현재 온라인 게임에서 게이머가 어떤 감정을 느낄 상황에 놓여질 때 캐릭터가 그러한 감정을 표현함으로써 감정적 동질감을 느끼게 유도하는 게임도 기획되고 있다[22]. 그러나 이러한 캐릭터와 게이머간의 동질감의 극대화 요소는 게임의 몰입을 도와주는 아바타⁴⁾ 치장에 지나친 소비를 하여 사회적인 문제가 발생되기도 하였으나 온라인상의 분신인 캐릭터, 즉 아바타는 자신의 개성과 실현되지 못한 정체성을 표현하는 수단이며, 온라인 게임에서 중요한 요소이다. 싸이월드에서는 이러한 아바타의 개념을 미니미⁵⁾ 라는 캐릭터로 구현하고, 미니룸⁶⁾ 이라는 자신만의 공간으로 확대해 커뮤니티의 충성도를 높였다. 미니미는 자신의 감정, 얼굴, 의상, 동작을 선택할 수 있다. (그림 5는 미니미 꾸미기 화면의 예이다. 미니룸 꾸미기에서는 아이템들을 배치하고 미니미의 모습과 표정, 그리고 다양한 감정 표현으로 회원들의 대리만족과 감정표현을 도와준다[23]. 또한 커플 미니룸을 맺어 커플의 미니룸 자신의 미니룸에 나타나게 할 수 있고, 자연



[그림 5] 미니미 꾸미기

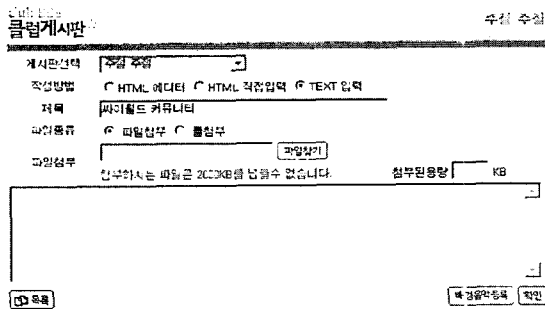
- 4) 가상사회(Virtual Community)에서 자신의 분신을 의미하는 시각적 이미지.
- 5) 미니미란 미니룸 안에서 나를 표현해주는 또 하나의 작은 '나'이다.
- 6) 미니룸이란 미니홈피 안의 나를 위한 작은 방이다.



[그림 6] 꾸며진 미니룸

스럽게 두 홈페이지가 연결됨으로써 오프라인의 관계가 온라인에서도 실현된다. [그림 6은 꾸며진 미니룸이다.

소비를 표현의 주요한 수단으로 여기는 10대와 20대의 젊은 층 고객들은 실제 현금 1000원~2만원씩을 투자하여 친구와 지인들보다 더 나은 홈페이지 배경화면을 만들 수 있도록 온라인상에서 자신의 가상 캐릭터를 빛내주는 의상과 소품을 구입할 수 있는 유료 콘텐츠를 제공한다(24,25). 그리고 새로운 의상과 소품, 그리고 배경 화면등의 콘텐츠는 메인 화면에서 업데이트 됨으로 고객들이 쉽게 구매하여 이용할 수 있다. 이것은 다른 사람들과 차별화 된 자신인 미니미와 자신만의 공간인 미니룸을 꾸밀 수 있게 함으로써 커뮤니티의 수익성 및 충성도를 높였다. [그림 7은 유료 콘텐츠인 선물가게이다. 이렇게 싸이월드의 각종 유료 서비스를 이용하기 위해서는 싸이월드에서 사용되는 전자화폐인 도토리야 필요하다. 도토리는 전자결제 결제 시스템을 이용하여 현금으로 충전할 수 있다. 이때, 현금과 도토리의 교환 비율은 100:1로써 현금 100원이면 도토리 1개에 해당하는 가치를 가진다. [그림 8은 도토리 충전과정이다.



[그림 7] 선물가게



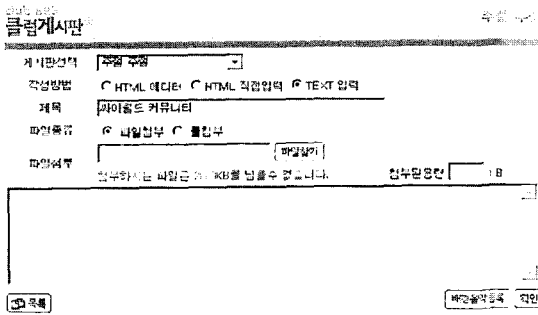
[그림 8] 도토리 충전

(4) 멀티미디어적인 요소

자신의 분신인 아바타가 이동할 때마다 이동 방향에 맞는 화면을 제공해 자신이 커뮤니티 속에 들어와 있는 것처럼 현장감을 높이는 것은 커뮤니티의 성공과 밀접한 관련이 있다. 그리고 여러 가지 소리나 심리 음향은 인간의 심리적 혹은 생리적 반응에 영향을 미치므로 사운드를 통하여 고객들이 환상을 지닐수 있도록 하고, 고객에게 현장감을 느끼도록 하는 것이 좋다(13,14). 인터넷 초창기에는 고객들이 전자앨범을 만들어 놓고 이를 인화하는 정도로만 이용했으나 최근에는 네이버의 포토앨범, 천리안의 포토야, 야후의 야후!사진등 이미지 코너에서는 하루 수백건에서 수만건에 이르는 사진들이 새로 추가, 게시되고 있다. 이와 같은 사진 서비스들은 디지털카메라의 보급과 컴퓨터, 주변기기들의 사양이 고도화되고 초고속 통신이 대중화되면서 빠르게 인기를 얻어가는 추세이다(26). 이것은 네티즌들의 멀티미디어 선호 경향과도 맞물려 더욱 활성화되고 있다. 싸이월드에서는 이미지게시판, 스킨, 뮤직박스, 사진첩, 갤러리, 그리고 배경 음악등에 대한 설정과정이 쉽기 때문에 멀티미디어 효과를 통한 멀티미디어 홈페이지 서비스 이용이 활발하다. [그림 9와 그림 10]은 뮤직 박스와 배경 음악이다.



[그림 9] 뮤직 박스

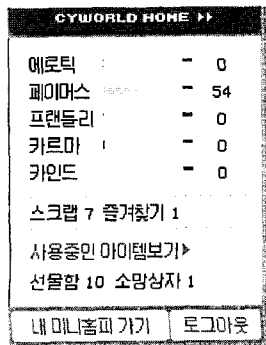


[그림 10] 배경음악 등록

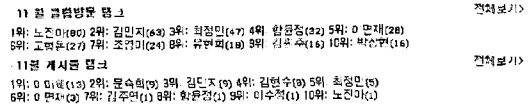
주크 박스는 파일을 업로드만 하면 전체 듣기, 선택 듣기 등을 할 수 있어 관리가 편하다. 배경음악은 글을 쓰고 적합한 배경음악을 등록할 수 있다. 싸이월드의 이러한 멀티미디어적인 요소는 신세대의 취향에 적합하다.

(5) 편한 관리자 기능

조작의 용이성은 커뮤니티의 성공에 밀접한 관련이 있다 [13,14]. 싸이월드는 미니홈피의 방문자와 선호도에 대한 통계 자료가 알기 쉽게 되어 있고 자신의 공간에 초대된 사람들과의 찝막한 메모 형식의 대화를 통해 홈페이지에 대한 관심을 증가 시킨다. 그리고 가장 최근 콘텐츠가 메인 페이지에 자동으로 업데이트 됨으로 미니 홈피를 관리하는 것이 편리하다. [그림 11]은 미니 홈피와 방문자와 선호도에 대한 통계 자료인데, 이 통계 자료를 통해 회원은 자신의 부족한 부분을 보완할 수 있다. 그리고 클럽에 대한 방문 횟수, 게시물 링크 등의 통계도 쉽게 알 수 있어 클럽 관리자가 클럽을 활성화시키고 관리하기 편하다. [그림 12]는 클럽 방문 통계 예이다.



[그림 11] 미니홈피 방문자와 선호도



[그림 12] 클럽 방문 통계

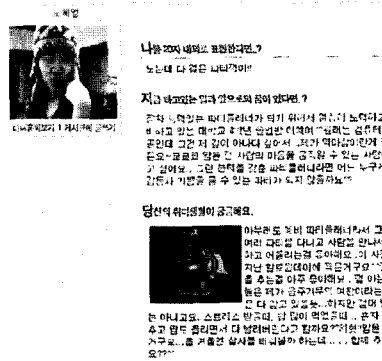
(6) 집중적인 홍보 및 마케팅

싸이월드는 커뮤니티와 관련 없는 일체의 콘텐츠와 서비스를 지양하고 커뮤니티 서비스에만 집중한다. 그래서

싸이월드의 수익은 광고 위주가 아닌 커뮤니티를 위한 디지털 아이템 판매와 커뮤니티 SI(System Integration), 즉 커뮤니티 서비스이다. 이러한 디지털 아이템 판매는 다른 사람에게 선물하기 위한 용도로써 다른 커뮤니티 사이트 사용자들이 자기 자신을 드러내기 위한 아바타를 구매하는 것과 다른 차별화된 모습이다. 또한 매일 이벤트와 주기적인 이벤트는 홍보와 마케팅에 도움을 준다.

● 투데이 멤버 서비스

메인 페이지를 통해 자신을 홍보할 수 있는 투데이멤버 서비스는 매일 회원 2명을 뽑아 사진과 직업 취미생활 포부 등을 하루 동안 싸이월드 메인화면에 올려준다. 자신의 개성을 뽐내기를 원하는 네티즌들에게 자기 홍보의 공간을 마련해 준 것으로 싸이월드의 미니홈피를 통해 간단한 프로필을 만들면 누구나 신청할 수 있어 경쟁률이 100대 1이 넘을 정도로 인기를 끌고 있다[2]. [그림 13]은 투데이 멤버 서비스의 예로 1일에 남녀 각각 1인씩을 선정한다.

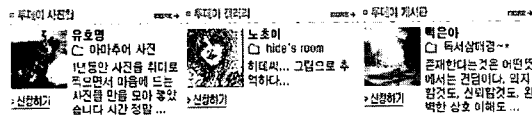


[그림 13] 투데이 멤버

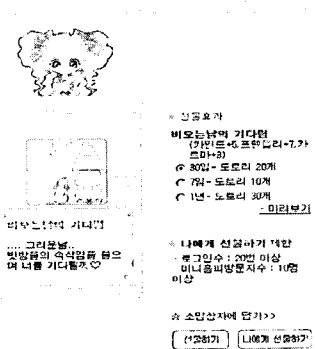
- 이미지 게시판, 투데이 사진첩, 투데이 갤러리

이미지 게시판은 사진을 올리고 추천하는 방법으로 1년에 1번 베스트 작품 보기라는 이벤트를 실시한다.

그리고 매일 투데이 사진첩, 투데이 갤러리, 투데이 게시판등의 매일의 이벤트를 통해 회원들의 참여를 높이고 싸이월드를 홍보할 수 있도록 도움을 준다. [그림 14]는 투데이 사진첩, 투데이 갤러리, 그리고 투데이 게시판이다. 적은 투자로 상대방에게 기대 이상의 기쁨을 안겨줄 수 있는 것이 선물하기이다. 무심코 홈페이지를 여는데 간략한 메시지와 함께 뜻하지 않는 선물이 도착하도록 하여 선물의 값어치에 비해 큰 기쁨을 상대방에게 제공할 수 있다. 이러한 것들이 싸이월드의 차별화된 전략이다. 그리고 소망상자라는 것을 만들어 본인 스스로가 아이쇼핑을 한 후 마음에 드는 아이템을 보관할 수 있도록 하였다. 소망상자의 아이템은 누군가의 선물보내기이다. [그림 15]는 선물하기이다.



[그림 14] 투데이 사진첩, 갤러리, 게시판



[그림 15] 선물하기

- 애인 자랑 이벤트등 다양한 이벤트

애인 자랑 이벤트는 싸이월드 이미지 게시판에 애인 사진을 올린 뒤 간단한 설명과 자랑을 등록한다. 순위는 회원의 추천 순서로 정한다. 상품은 싸이월드의 사이버 머니인 도토리가 충전된다[28]. 그리고 미니홈피 콘테스트, 버그찾기,

미니홈 꾸미기등의 다양한 이벤트를 실시한다.

3. 온라인 게임 커뮤니티 적용 방안과 기대 효과

싸이월드에서 제공하는 커뮤니티 구조는 자신을 쉽게 표현할 수 있고 신뢰 관계를 형성할 수 있고 새로운 만남의 기회를 제공하여 준다. 또한 자신만을 표현할 수 있는 캐릭터와 공간, 그리고 오프라인의 관계가 온라인상에서도 유지되고 멀티미디어적인 요소와 편한 관리자 기능과 자신을 홍보할 수 있는 효과적인 기능 등을 제공한다. 이러한 싸이월드의 커뮤니티 구성 요소는 자신을 쉽게 표현할 수 있고 개성이 강한 캐릭터 또는 길드, 건전한 캐릭터 표현, 실명제와 오프라인의 인맥을 온라인상에도 제공, 게임 관리자 기능, 게임 서비스는 무료이면서, 차별화된 아이템과 아바타 등을 유료로 서비스 하는 요금 정책, 개인, 길드의 취향을 고려한 멀티미디어 서비스, 자기 자신, 길드를 홍보할 수 있는 기회로 온라인 게임 커뮤니티에 적용할 수 있다.

(1) 자신을 쉽게 표현할 수 있고 개성이 강한 캐릭터, 길드

온라인 게임에서 주로 자신을 표현하는데 사용되는 캐릭터 인터페이스를 쉽게 한다. 또한 싸이월드에서 미니홈피의 기본적인 기능을 제공하지만 배경 꾸미기와 멀티미디어 효과등을 고객이 선택하도록 하였듯이, 온라인 게임에서 게이머가 기본적인 캐릭터를 선택하지만 그 외의 게임 배경 음악과 배경 등 일부를 게이머 또는 길드원이 선택하도록 하여쉽고 개성이 강한 캐릭터 또는 길드를 구성할 수 있게 한다. 무 온라인 게임에서는 길드 고유 마크를 부착함으로써 소속감을 제공하여 게임의 몰입을 도운 것이 좋은 예가 될 수 있다.

(2) 건전한 캐릭터 표현

싸이월드에서 자신의 캐릭터를 건전하게 표현할 수 있듯이 온라인 게임도 사회적으로 건전한 캐릭터를 제공하여 여성, 저연령층의 다양한 게이머들이 게임에 흡수되도록 유도한다. 이렇게 함으로써 다양한 게이머층을 온라인 게임에서 확보할 수 있고 건전한 게임 문화를 유도할 수 있을 것이다.

(3) 실명제와 오프라인의 인맥을 온라인상에도 제공

● 실명제

온라인 게임에서 익명성은 언어 폭력과 캐릭터 성추행등의 부정적인 결과와 커뮤니티 구성원간의 자유로운 탈퇴가 가능하므로 커뮤니티의 상호 교류의 저해 요인이 될 수 있다. 그러나 실명제는 지인 또는 새로운 관계를 구축할 때 신뢰성 있는 만남의 기회를 제공하여 커뮤니티 충성도를 높일 수 있다. 그러나 실명인 경우에 개인 정보 유출의 위험이 있으므로 주의해야 한다.

● 인맥 관리

싸이월드의 인맥관리는 오프라인상의 신뢰성을 주는 만남을 온라인 상에서도 가능하게 하는 기능으로 상대방 동의하에 인맥을 변경할 수 있다. 이 인맥 관리의 기능이 기존의 오프라인 관계를 온라인 상에도 가능하게 하듯이 온라인 게임도 오프라인의 관계와 비슷한 관계를 온라인 상에서 구현할 수 있는 기능을 제공하는 것이 좋을 것이다. 예를 들어 싸이월드의 일촌 맺기의 기능을 온라인 게임에서 길드를 구성할 때 사용하면 신뢰도를 높여주는 중요한 요소가 될 수 있다. 현재 길드위의 경우에는 오프라인에서 알고 있는 친구 이름을 게임 내에서 클릭하면 그 사람이 하고 있는 게임에 접속할 수 있는데 이러한 것은 오프라인의 인맥을 이용한 좋은 예가 된다[29].

● 게이머의 기본 정보 제공과 새로운 사람을 알 수 있는 기회

미니 홈페이지를 통해 상대방에 관한 기본적인 정보를 알 수 있듯이 새로운 게이머가 길드에 가입할 때, 또는 새로운 게이머와 대전하기 전에 상대 게이머에 대한 기본적인 정보를 알 수 있는 기능을 제공하면 익명성으로 인한 부정적인 사회 문제 해결 또는 새로운 관계를 형성하는데 도움이 될 수 있을 것이다. 예를 들어 대전하기 전에 상대방의 정보를 알 수 있도록 개인 홈페이지 링크 기능을 제공하는 것등이다. 그래서 싸이월드에서 파도타기, 그리고 랜덤 미니홈피 기능 등을 이용한 새로운 만남의 기회를 제공하듯이 다른 사람과의 만남의 기회를 다양하게 제공하는 것이다. 그러나 익명성으로 인한 온라인 게임의 장점도 있으므로 개인 정보 공개 여부를 상대방에 따라서 다르게 설정할 있는 싸이월드의 인맥 관리기능을 도입하면 될 것이다.

(4) 게임 관리자 기능

싸이월드는 미니홈피의 방문자와 선호도에 대한 통계 자료가 알기 쉽게 되어 있고 자신의 공간에 초대된 사람들과의 찰막한 메모 형식의 대화를 통해 고객들의 관심을 증가시켰다. 이와 같이 온라인 게임도 쉬운 게임 관리자 기능을 제공하는 것이다. 예를 들어 상대방 또는 길드와 대전한 전적, 그리고 자신이 자주 지거나 이기는 캐릭터등, 게임의 승패 분석에 대한 통계를 보여주는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 그리고 길드 구성원이 대전에 참여한 횟수, 공헌도등을 길드 장에게 알려주어 길드 관리를 쉽게 할 수 있도록 도와주는 기능을 제공하면 길드 관리가 쉬어 온라인 게임의 충성도가 강화될 것이다. 프리미엄 옵션으로 게임 동영상을 저장하여 게임의 승패 분석을 게이머들이 할 수 있도록 도와주는 것도 좋은 방법이 될 것이다.

(5) 게임 서비스는 무료이면서, 차별화된 아이템과 아바타 등은 유료로 서비스 하는 요금 정책

싸이월드는 이용 비용은 무료이지만 차별화된 아이템과 아바타등은 유료로 서비스하였다. 이와 같이 온라인 게임 서비스 방식에도 게임 비용 부담을 느끼는 게이머를 위해 게임 서비스를 무료로 제공하면서 차별화된 아이템, 아이템 등에 대한 비용을 유료로 서비스하는 부분 유료화 방식이 채택되고 있다. 대표적인 게임으로는 메이플 스토리, 갓앰프드, 거상이 이에 속한다. 이것은 게임을 즐기고 싶은데 비용에 부담을 느끼는 사람을 게이머로 흡수하는 장점과 자기 표현의 욕구가 강한 게이머에게 다른 사람들과 차별화되기 위해 아이템을 구입하도록 하여 게이머의 만족과 게임 회사의 수익 창출에 도움을 줄 수 있다.

(6) 개인, 길드의 취향을 고려한 멀티미디어 서비스

싸이월드는 미니미, 스킨, 배경 음악을 개인의 취향을 고려하였다. 이것은 온라인 게임에서 게임 그래픽, 게임 음악, 아이템을 개인 또는 길드의 취향에 적합하게 제공하는 것과 관련이 있다. 리니지 2게임[30]의 경우에는 기존 무기들을 자신의 취향이나 전략에 맞게 직접 본인이 업그레이드 하여 여러 가지 특수 능력을 갖는 아이템을 제작할 수 있고, 오투잼 게임은 유명 가수들의 신곡을 게임을 하면서 들을 수 있고 기타, 베이스, 드럼, 키보드의 다른 악기를 게이머의 취향에 맞게 선택할 수 있는 기능을 제공하고 있다

[31]. 이렇게 게임 그래픽, 게임 음악, 그리고 아이템을 개인 또는 길드의 취향을 고려하여 제공하면 게이머의 게임 몰입과 충성도를 높일 수 있다.

(7) 자기 자신, 길드를 홍보할 수 있는 기회

싸이월드는 투데이 사진첩, 투데이 갤러리, 투데이 멤버 서비스 등으로 자신을 표현할 수 있는 기회를 제공하였다. 온라인 게임에도 특정한 게이머, 길드 등의 소개와 게임 플레이 동영상을 관리자가 추천하거나 온라인 투표제를 통해 선별하여 이를 홈페이지에서 제공하면 게임의 충성도를 높일 수 있는 좋은 방법이 될 것이다.

4. 결론 및 추후 연구방향

현재 온라인 게임 관련 커뮤니티는 게임의 기획, 개발, 그리고 서비스 종료까지 게이머와 게임 개발사에 강력한 영향력을 행사하고 있고, 온라인 게임 내에서 제공되는 커뮤니티는 게이머가 해당 게임을 몰입하는데 중요한 역할을 수행하므로 중요하게 여겨지고 있다. 그럼에도 불구하고, 현재 온라인 게임 커뮤니티와 온라인 게임에서 제공되는 커뮤니티 구성 요소는 채팅, 아바타, 메일, 게시판 등으로 차별화 되어 있지 않다. 따라서 본 연구에서는 블로그 서비스를 도입할 때 기존 커뮤니티와는 달리 한국형 블로그 서비스를 기획하여 마케팅 한 결과로 여러 커뮤니티에서 우위를 차지한 싸이월드의 커뮤니티 구성 요소를 분석하고 이를 온라인 게임에 적용하는 방안을 연구하였다. 싸이월드는 아바타 및 미니룸 꾸미기, 미니 홈페이지를 이용한 자기 홍보와 표현, 신뢰 관계를 형성할 수 있는 실명제 회원 등록과 일촌 관계의 커뮤니티로 구성되었다. 또한 차별화된 이벤트, 커뮤니티 홍보, 그리고 마케팅 전략을 신세대 취향과 한국적인 커뮤니티 특성에 맞게 기획하였다. 이러한 싸이월드의 커뮤니티 구성 요소를 자신을 쉽게 표현할 수 있고 개성이 강한 캐릭터와 길드, 건전한 캐릭터 표현, 실명제와 오프라인의 인맥을 온라인상에서도 제공, 게임 관리자 기능, 자기 자신 또는 길드를 홍보할 수 있는 기회등을 온라인 게임에 적용하는 것에 대해 기술하였다.

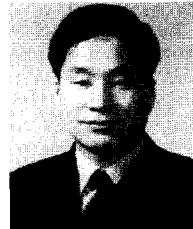
본 연구는 타겟을 분석하여 이에 적합한 게임 관련 커뮤니티와 온라인 게임에서 차별화된 커뮤니티를 제공하려는

게임 제작 업체에게 유익할 것이다.

참고문헌

- [1]. 이승영, 웹커뮤니티를 위한 사례연구 및 효과적인 전략 방안에 관한 연구, 한국 디자인 문화학회지, Vol9, No.2, 2003.
- [2]. 정영희, 온라인 게임의 커뮤니티 중요, 전자신문, 2003.11.7
- [3]. 문학준, 온라인 게임이 성공할 수 밖에 없었던 5가지 이유, Net Power, 003.10
- [4]. 김상민, 온라인 게임 개발 이것이 중요하다, ONPLAYER, 2002.11
- [5]. <http://www.mir2.co.kr>
- [6]. <http://www.dakku.com>
- [7]. <http://www.lineage2.co.kr>
- [8]. <http://www.starcraft.co.kr>
- [9]. 최지영, 작지만 똑똑한 미니홈피, 중앙일보, 2003.6.18.
- [10]. <http://www.rankey.com>
- [11]. 채지영, 블로그 싸이월드 미니홈피 강세, 디지털 타임즈, 2003.10.15
- [12]. <http://xml.kaist.ac.kr/kaistec/roleplay/cyworld.pdf>.
- [13]. 최동성 박성준, 김진우, 재미있는 상호 작용을 제공해 주기 위한 온라인 게임 디자인 요소 분석, 제 10회 한국 HCI학회 학술대회, 2001.
- [14]. 박성준 김진우, 고객 충성도에 영향을 미치는 온라인 게임의 중요 요소에 대한 LISREL 모델 분석, 경영정보학 연구, 11(3), 1-21, 2001.
- [15]. 김미라, 온라인 게임 커뮤니티 유형과 실태, 계간 사회비평 24호, 2000.
- [16]. 이혜경, 국내 온라인 게임산업의 현황과 문제점, 정보통신정책, 제13권 5호, 2001.3. p.36.
- [17]. 이석, 사이버치환이 여성 게이머들 노린다, 2003.10.15
- [18]. 최선희, 인터넷커뮤니티의 현황과 전망, 정보통신정책, 2000.6.16
- [19]. 이명희, 클린 인터넷 사이버 캡, 국민일보, 2003.7.2
- [20]. 싸이월드 감성 공유 서비스 마당, 머니투데이, 2003.10.17

- [21]. 정지영, 게임산업 여성에 손짓, 비폭력 제품 출시, 2003.10.29 한국경제
- [22]. 2003 대한 민국 게임백서, 한국 게임 산업 개발원
- [23]. 아바타는 지켜워 내방 꾸미고 싶다, 매일경제, 2002.11.16
- [24]. 조인직, 소비패턴...원하는건 꼭 사서 나를 알린다, 동아일보, 2002.10
- [25]. 게임연구소, 게임 소비 계층 성향 분석, 한국 게임 산업 개발원, 2001.
- [26]. 강희종, 포털, 커뮤니티, 사진 서비스 인기, INNEWS24, 2002.5.7
- [27]. 싸이월드투데이멤버스 인기, 메트로, 2003.6.12
- [28]. 싸이월드애인자랑이벤트, 굿데이, 2002.8.27
- [29]. 길드워, NetPower, 2003.7
- [30]. 이한나, 리니지2 종족 전쟁에 엄청난 음모가, 매일경제, 2004.6.21
- [31]. 강성욱, 오투잼, 디지털타임즈, 2004.6.18



이면재

| | |
|---------------------|-------------------------------------|
| 1994.2.22 | 홍익대학교 전자계산학과 석사 과정 졸업 |
| 1994.1.1~1999.6.30 | 정원엔 시스템 연구소 근무 |
| 2000.3.1~ 2004.2.28 | 용인 송담대학 정보 통신과 겸임 |
| 2000.5~2001 | 코리아 홈넷 수석 연구원 |
| 2002.6. | 홍익대학교 전자계산학과 박사과정 수료 |
| 2003.3~현 | 승의 여자 대학 컴퓨터 게임과 강사 |
| 관심분야 | 게임기획 및 디자인, 멀티미디어, 멀티미디어 통신, 설계 자동화 |



김경남

| | |
|-------------|-------------------|
| 1994.2.22: | 홍익대학교 회화과 졸업 |
| 1997.2.22: | 홍익대학교 회화과 석사과정 졸업 |
| 2000.3.2~현재 | 호서대학교 게임공학과 겸임 |
| 관심분야 | 게임 및 Media Art. |