게임의 트랜스미디어 현상 연구 (게임문화 융합연구8)

A Study on the Transmedia of Games

2019

KOCCA19-15

목 차

제1장 서론 ····· 1

1. 연구 목적 및 필요성 ····· 1
   A. 트랜스미디어 현상의 배경 ····· 2
   B. 국내외 트랜스미디어의 연구 현황 ····· 3
   C. 연구 방향과 의의 ····· 5
2. 연구 범위 ····· 7
   A. 게임 트랜스미디어 현상의 쟁점 ····· 7
   B. 게임 트랜스미디어 현상의 지형 ····· 10
3. 연구 프로세스 및 방법 ····· 13
   A. 연구 프로세스 ····· 13
   B. 텍스트 연구 방법 ····· 20

제2장 모델1: 선형 모델 ····· 27

1. 트랜스미디어의 선형 모델 ····· 27
   A. 선형 모델의 유형 ····· 27
2. 산업 현황 ····· 29
   A. 북미 현황 ····· 29
   B. 일본 ····· 31
   C. 국내 ····· 35
3. 연구 현황 ····· 43
   A. 트랜스미디어의 개념 정의 문제 ····· 43
4. 선형 모델 사례 연구 ····· 52
   A. 선형 모델 사례 분석 프레임 ····· 52
   B. 선형 모델 10대 사례 ····· 53
5. 선형 모델의 기획 및 창작 가이드 ····· 78

제3장 모델2: 망형 모델 ····· 85
1. 트랜스미디어의 망형 모델 ····· 85
A. 망형 모델의 개념 ····· 85
B. 망형 모델의 유형 ····· 86
2. 산업 현황 ····· 89
A. 북미 및 유럽 ····· 89
B. 일본 ····· 91
C. 국내 ····· 91
3. 연구 현황 ····· 93
A. 망형 모델의 등장 배경 ····· 93
B. 대체현실게임의 특성 ····· 95
C. 대체현실게임에 관한 연구의 관점 ····· 97
4. 망형 모델 10대 사례 연구 ····· 101
A. 망형 모델 사례 분석 프레임 ····· 101
B. 망형 모델 10대 사례 ····· 102
5. 망형 모델 기획 및 창작 가이드 ····· 132

제4장 모델3: 큐레이터 모델 ····· 141
1. 큐레이터 모델의 개념 ····· 141
2. 산업 현황 ····· 142
A. 정보 탐색과 소셜라이징을 위한 게임 커뮤니티 사이트 ····· 142
B. 게임'하기'에서 게임'보기'로: 동영상 공유와 라이브 스트리밍 ····· 144
C. 집단지성 발현의 장: 디지털 게임 유통 플랫폼 ····· 145
D. 인터넷/스트리밍 플랫폼의 성장과 이스포츠 향유 양상의 변화 ····· 147
E. 게임과 현실의 경계 흐리기: SNS ····· 148
3. 연구현황 ····· 149
A. 게임과 확산적 미디어 ····· 149
B. 게임의 관람 문화: 이스포츠와 라이브 스트리밍 ····· 150
4. 큐레이터 모델 10대 사례 분석 ····· 153
A. 큐레이터 모델의 사례 분석 프레임 ····· 153
B. 큐레이터 모델의 유형 ····· 154
C. 큐레이터 모델의 10대 사례 ····· 157

5. 큐레이터 모델 기획 및 창작 가이드 ····· 181

제5장 모델4: 프로슈머 모델 ····· 187
1. 개념 및 원리 ····· 187
2. 산업 현황 ····· 188
A. 이슈별 산업동향 ····· 188
3. 연구 현황 ····· 193
A. 사용자 참여문화와 게임의 트랜스미디어 ····· 193
B. 다양한 논의의 장, 게이밍 콘텐츠와 1인 크리에이터 ····· 194
C. 사용자와 개발자 사이의 그 어딘가에 위치한: MOD 게임 ····· 195
D. 머시니마 연구 ····· 196
4. 트랜스미디어의 프로슈머 모델 ····· 198
A. 프로슈머 모델의 사례 분석 프레임 ····· 198
B. 프로슈머 모델의 10대 사례 ····· 200
5. 프로슈머 모델 기획 및 창작 가이드 ····· 230

제6장 모델5: 게임성 전이 모델 ····· 237
1. 개념 및 목적 ····· 237
2. 산업 현황 ····· 238
A. 방송 현황 ····· 238
B. 영화 현황 ····· 240
C. 공연 현황 ····· 241
D. 웹콘텐츠 현황 ····· 242
E. SNS 현황 ····· 242
3. 연구현황 ····· 244
A. 게이미피케이션(gamification)의 확산과 비판 ····· 244
B. 놀이적 관점에서의 게임성 전이 ····· 247
C. 게임성 전이 관련 국내 연구 ····· 250
4. 게임성 전이 모델 사례 연구 ····· 253
A.. 게임성 전이 모델 사례 분석 프레임 ····· 253
B. 게임성 전이 모델 8대 사례 ····· 256

5. 게임성 전이 모델 기획 및 창작 가이드 ····· 278

제7장 결론 ····· 285
1. 연구 의의 ····· 285
2. 시사점 및 제언 ····· 291

참고문헌 ····· 297

표 목 차

<표 1-1> 해외 트랜스미디어 대표 연구자 ····· 3
<표 1-2> 국내의 트랜스미디어 개념에 관한 연구들 ····· 5
<표 1-3> 연구 프로세스 ····· 13
<표 1-4> 전문가 자문단 구성 ····· 14
<표 1-5> 전문가 인터뷰 대면 인터뷰 질문 목록 ····· 14
<표 1-6> 사용자 FGI 구성 ····· 16
<표 1-7> 사용자 FGI 사전 질문 목록 ····· 16
<표 1-8> 마리 로르 라이언의 트랜스미디어 스토리텔링 방법론 ····· 22
<표 1-9> 게임의 트랜스미디어 현상 연구 분석 프레임 ····· 22
<표 2-1> 선형 모델의 유형 ····· 27
<표 2-2> 북미 트랜스미디어 프랜차이즈 대표 기업 ····· 29
<표 2-3> 미디어믹스를 주요 미디어 전략으로 사용하는 일본의 대표 기업 ····· 33
<표 2-4> 일본의 대표 게임 기업 ····· 34
<표 2-5> 국내 3대 게임 기업 트랜스미디어 현황 ····· 38
<표 2-6> 국내 중견 게임 기업의 트랜스미디어 현황 ····· 39
<표 2-7> 트랜스미디어 개념의 통합체 ····· 44
<표 2-8> 미디어 기업-전략 관점의 트랜스미디어 ····· 45
<표 2-9> OSMU와 트랜스미디어 프랜차이즈의 특징 ····· 46
<표 2-10> 창작자-스토리텔링 관점의 트랜스미디어 ····· 47
<표 2-11> 사용자-참여 관점의 트랜스미디어 ····· 50
<표 2-12> 선형 모델 사례 분석 프레임 ····· 52
<표 2-13> 트랜스미디어의 두 가지 목적 ····· 78
<표 2-14> 스토리 시스템과 스토리 유닛의 차이 ····· 80
<표 3-1> 대체현실게임의 유형 ····· 87
<표 3-2> 대체현실게임의 제작 주체 ····· 89
<표 3-3> 대체현실게임의 6가지 특성 ····· 95
<표 3-4> 망형 모델의 사례 분석 프레임 ····· 101
<표 3-5> 대체현실게임의 3가지 원칙과 활용 미디어 ····· 133

〈표 3-6〉 사용자 참여의 3가지 단계 ····· 136
〈표 4-1〉 큐레이터 모델의 사례 분석을 위한 MDA 프레임 ····· 153
〈표 4-2〉 큐레이터 모델의 유형화 ····· 155
〈표 4-3〉 외부 미디어로의 확장을 유도하는 디자인 원칙 ····· 181
〈표 5-1〉 프로슈머 모델의 분석 프레임 ····· 199
〈표 6-1〉 미디어별 게임성 전이 연구 현황 ····· 251
〈표 6-2〉 게임성 전이 모델의 유형 ····· 255
〈표 6-3〉 〈인셉션〉 꿈 단계별 특징 ····· 268

그 림 목 차

[그림 1-1] 국내 트랜스미디어 키워드 논문 현황(2005~2018) ····· 4
[그림 1-2] 게임 중심 트랜스미디어 현상의 지형도 : 수렴과 확산 ····· 10
[그림 1-3] 생성 주체에 따른 수렴 현상의 세부 유형 ····· 11
[그림 1-4] 게임의 트랜스미디어 현상 연구 방법론: 3T 모델 ····· 20
[그림 3-1] 플레이 목적에 따른 대체현실게임의 유형 ····· 87
[그림 3-2] 망형 모델 콘텐츠의 경험의 프레임 ····· 132
[그림 3-3] 사용자 참여 수준의 비율과 연관 콘텐츠 ····· 135
[그림 4-1] <리그 오브 레전드>의 큐레이터 모델 ····· 141
[그림 5-1] <마인크래프트>의 프로슈머 모델 ····· 187
[그림 5-2] 유튜브 Top 10 채널 ····· 189
[그림 6-1] 게이미피케이션의 범주 ····· 245
[그림 6-2] 크리스 크로포드의 창의적 표현 분류(Taxonomy of creative expression) ····· 249
[그림 6-3] 게임성 전이 모델 사례 분석 프레임 ····· 253
[그림 6-4] <서바이버> 포맷 ····· 258
[그림 6-5] 인셉션의 서사 전개 ····· 267
[그림 6-6] 중첩된 꿈의 세계와 목표 ····· 269

제3장

모델 2 : 망형 모델

제3장 모델2: 망형 모델

1. 트랜스미디어의 망형 모델

A. 망형 모델의 개념

망형(network) 모델은 복수의 미디어와 다수의 사용자 간의 네트워킹을 통해 콘텐츠 경험을 구성하는 모델이다. 사용자는 노드(node)에 해당하는 복수의 미디어들을 넘나들며 연결(link)과 조합을 통해 콘텐츠를 경험한다. 복수의 미디어 조합을 통해 하나의 콘텐츠 경험을 구성하는 모델로, 이 과정에서 사용자는 현실과 가상의 경계를 넘나들며 몰입하게 된다. 망형 모델은 콘텐츠를 구성하는 복수의 미디어 전체를 경험할 때 완결된 콘텐츠 경험을 할 수 있다는 점에서 하나의 텍스트를 복수의 미디어를 통해, 복수의 텍스트로 제시하는 선형 모델과 구분된다. 복수의 미디어 조합을 통해 하나의 콘텐츠 경험을 구성하기 위해서는 개발자 주도의 계획적인 기획과 전개가 필요하므로 하향식(Top-down) 모델의 형태가 대부분이며, 미디어 간 긴밀한 연결을 유도하며 동시다발적으로 공개되므로 동기식(synchronous) 유형에 속한다.[33] 기존의 트랜스미디어 스토리텔링 논의에서 하향식・동기식 유형을 대표하는 것은 <마리카에 관한 진실(The Truth about Marika)>이나 <아이 러브 비즈(I Love Bees)>와 같은 대체현실게임(Alternate Reality Game)이다.

대체현실게임은 다양한 미디어의 조합을 통해 현실과 가상을 넘나들며 몰입감을 강화하는 새로운 장르의 게임으로 간주되고 있다. 마리 로르 라이언은 대체현실게임을 트랜스미디어 내러티브의 한 형태로 간주할 수 있지만, 문제 해결에 집중하는 게임 형식에 가깝다고 말한 바 있다.[34] 대표적인 대체현실게임 제작자이자 연구자인 제인 맥고니걸(Jane McGonigal)은 <아이 러브 비즈>의 콘텐츠 제작 경험을 바탕으로 "몇 주, 몇 달에 걸쳐 수십, 수백, 수천의 플레이어

---

33) 트랜스미디어 스토리텔링의 유형과 관련해 다양한 학자들이 기준을 제시한 바 있다. 마리 로르 라이언은 제작의 방식에 따라 상향식(bottom-up)은 처음에는 독립된 작품으로 시작했으나 점차 다른 미디어로 이야기세계를 확장해 나간 경우에 해당하며, 하향식(top-down)은 제작 초기부터 트랜스미디어 콘텐츠로서 목표로 설계 및 전개된 유형이다. 에스펜 올셋의 경우, 트랜스미디어 콘텐츠의 공개 방식에 따라 복수의 미디어 별 이야기를 긴밀하게 조합하여 경험할 수 있도록 동시다발적으로 공개하는 모델을 동기식(synchronous)유형, 시간차를 두고 순차적으로 공개하는 유형을 비동기식(asynchronous)으로 구분하고 있다.
Ryan, Marie-Laure, op.cit., 2013, pp.361-388.
Aarseth, Espen, The culture and business of cross-media productions, *Popular communication*, Vol.4, No.3, 2006, pp. 203-211.

34) Ryan, Marie-Laure, op.cit., p.377.

들이 집단적으로 가상세계와 실제세계를 넘나들며 플레이하는 인터랙티브 드라마[35]"라고 대체현실게임을 정의하고 있다.

게임의 교차현실 콘텐츠는 대체현실게임과 같이 콘텐츠 경험이 게임 미디어의 형식을 띠는 것이 아니지만, 기존 게임 미디어와 연계된 트랜스미디어 콘텐츠로서 복수의 미디어 조합을 통해 콘텐츠 경험을 구성한다. 게임 세계관이나 캐릭터를 매개로 현실 세계의 요소와 교차하면서 가상과 현실의 경계가 흐려지게 된다. 디지털 미디어 환경에서 사용자들이 단순히 해당 게임만을 플레이하는 것이 아니라 게임 플레이와 더불어 다양한 미디어를 넘나들며 게임의 문화를 향유하는 것이 보편화되면서, 게임 회사들도 마케팅의 일환으로 게임의 교차현실 콘텐츠를 선보이고 있다.

B. 망형 모델의 유형

망형 모델의 유형은 대체현실게임과 게임의 교차현실 콘텐츠를 각각 나누어 살펴보도록 한다. 먼저 대체현실게임의 사용자는 현실을 배경으로 개발자가 최초에 설정한 문제를 해결하기 위해 능동적으로 움직인다. 이 과정에서 사용자는 단서를 수집하거나 규칙을 조정하고, 다른 사용자들과 협력하며 개발자가 예상하지 못했던 사건을 창출하기도 한다. 자기 주도적이고 능동적인 참여는 트랜스미디어 콘텐츠 중에서도 대체현실게임을 변별하는 중요한 요인인 동시에 마케팅이나 교육과 같은 게임이 아닌 분야에서 대체현실게임에 주목하도록 하는 매력적인 요소가 된다.

국제게임개발자 협회(International Game Developers Association)가 2006년에 발간한『대체현실게임 백서(Alternate Reality Game White Paper)』에서는 대체현실게임의 보편적인 유형을 다섯 가지로 구분하고 있다. 홍보형(promotional), 팬 주도형(grassroots), 제품화형(productized/commercial), 싱글 플레이어(single-player), 교육형(training/educational)이 그것이다.[36]

35) McGonigal, Jane, Alternate reality gaming, MacArthur Foundation Powerpoint presentation. University of California, Retrieved From http://www.avantgame.com/McGonigal%20ARG%20MacArthur% 20Foundation%, 20 NOV, 2004.

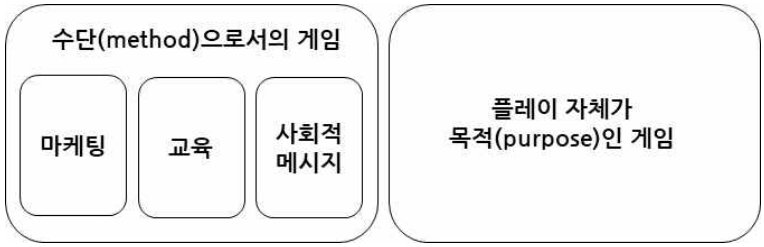
36) Martin, Adam, Thompson, Brooke, Chatfield, Tom, Alternate reality games white paper, International Game Developers Association (IGDA), Retrieved from igda.org/arg/resources/IGDA-AlternateRealityGames-Whitepaper-2006.pdf, 2006, pp.15-20.

<표 3-1> 대체현실게임의 유형

유형	세부	사례
홍보(promotional)	제품이나 미디어 콘텐츠의 홍보를 위한 것으로 가장 많은 비중을 차지함	<I Love Bees>, MicsroSoft <Last Call Poker>, Activision
풀뿌리식/팬(fan) 주도(grassroots)	최초의 ARG인 <The beast> 이후 생성된 사용자 커뮤니티를 중심으로 자발적으로 진행됨	<Exocog> <Chasing the Wish>
제품화/상업용 (productized/commercial)	유료 출시된 게임으로 챕터나 시즌 단위로 플레이가 이루어짐	<Majestic>, EA
싱글 플레이어(Single-Player)	개인이 단독으로 플레이하는 게임으로 난이도가 낮아 입문자에게 적합함	<Jamie Kane>, BBC
훈련/교육(training/educational)	학교, 기업 등에서 활용하는 교육 목적의 게임	<Titled SMB: Missed Steak>

* 자료 : 2006 대체현실게임 백서(Alternate reality games white paper)

홍보형은 제품과 브랜드의 홍보를 위해 제작된 대체현실게임으로 가장 많은 비중을 차지하며, 팬 주도형은 초기 대체현실게임을 경험한 사용자 커뮤니티를 중심으로 제작이 진행된 유형이다. 제품화형은 독립적 상품으로서의 유료 대체현실게임을 의미하며, 싱글 플레이어 형은 개인이 단독으로 플레이할 수 있는 일종의 입문자용 대체현실게임이다. 마지막으로 교육형은 학교, 기업 등에서 활용하는 훈련과 교육의 목적으로 제작한 유형으로 발전가능성이 가장 크다고 이야기되었다. 최초의 대체현실게임이라고 이야기되는 영화 <에이 아이(A.I.)>의 홍보를 위한 대체현실게임인 <더 비스트(The Beast)>의 성공 이후, 북미와 유럽을 중심으로 미디어 기업과 개인을 아우르는 다양한 제작 주체들이 대체현실게임을 제작하였다. 상기의 유형화는 단일한 기준에 의해 유형화되었다기보다는 대체현실게임의 등장과 전개 과정에서 나타난 제작 주체, 콘텐츠의 목적의 양상들을 나열한 것에 가깝다.



[그림 3-1] 플레이 목적에 따른 대체현실게임의 유형

본 보고서에서는 대체현실게임이 지향하는 목적을 중심으로 유형화를 시도하였다. 먼저 게

임 미디어를 효율적인 메시지 전달과 연대감 형성을 위한 수단 혹은 방법(method)으로 사용하는 유형이다. 세부적으로는 제품과 브랜드의 홍보를 위한 마케팅형, 교육과 학습을 목적으로 하는 교육형, 사회적 아젠다를 중심으로 효과적인 메시지 전달을 목적으로 하는 사회적 메시지형이 있다.

게임 플레이 자체가 목적(purpose)인 유형은 앞서 언급한 제품화 유형과 팬 주도의 풀뿌리 유형을 포괄한다. 일레트로닉 아츠가 2001년에 출시한 최초의 유료 대체현실게임인 <마제스틱(Majestic)>은 <더 비스트(The Beast)>와 달리 흥행 면에서 실패를 기록했다. 한정적 플레이 기간에 따른 초보자와 숙련자의 격차로 인해 무료 버전 공개 당시 80만 명에 이르던 사용자가 유료 버전 공개 시에는 1만 명으로 하락한 것이다. 사용자의 일상과 현실세계를 배경으로 하는 대체현실게임의 특성상 플레이 기간이 제한적이라는 문제가 존재하므로 게임 플레이 자체를 목적으로 하는 것 중 제품화 유형은 그 사례를 찾기가 쉽지 않다. 그러나 <더 비스트>와 <마제스틱>의 경우, 해당 게임의 사용자들이 자신들의 경험을 기반으로 소규모의 대체현실게임을 제작할 수 있는 바탕을 마련했다는 점에서 의의를 가진다. 이후에 시도된 게임 플레이 자체를 목적으로 하는 유형은 방송이나 게임과 같은 기존 미디어의 연계(tie-in) 콘텐츠 형식이나 축제 형태의 단기 이벤트 형식을 중심으로 나타나고 있다.

게임의 교차현실 콘텐츠의 경우, 아직 충분한 사례가 축적되지 못했으므로 유의미한 유형화가 가능한 것은 아니다. 게임의 마케팅 콘텐츠로서 게임의 캐릭터나 아이템을 현실 세계로 가져오거나 현실의 요소가 게임의 가상세계로 옮겨지는 경우들을 중심으로 느슨하게 유형을 구분할 수 있다.

2. 산업 현황

가상과 현실의 혼종적 경험을 핵심으로 하는 망형 모델은 마케팅 캠페인을 중심으로 시도되었다. 현재 모바일 게임 플랫폼의 대중화와 함께 단편적인 마케팅 콘텐츠를 넘어 가상과 현실의 경계적 경험을 지향하는 게임 콘텐츠로 진화하고 있다.

A. 북미 및 유럽

(1) 다양한 제작 주체와 전문 스튜디오의 등장

최초의 대체현실게임은 2001년 스티븐 스필버그(Steven Spielberg)의 SF 영화 <에이아이(A.I.)>의 홍보 목적으로 제작된 <더 비스트(The Beast)>이다. 처음부터 게임적 형식을 전제하고 제작된 것은 아니지만 최초의 완결된 형태의 대체현실게임으로 이야기되며, 이후 장르의 형식과 정립에 큰 영향을 끼쳤다. 특히 새로운 마케팅 방법론으로서 주목을 받았으며 이후에도 다양한 영화, 게임, 브랜드 마케팅 캠페인이나 마케팅 목적의 연계 콘텐츠의 형태로 연이어 제작되었다. 이와 같은 초기의 대체현실게임은 이후 다양한 주체가 대체현실게임의 창작에 참여할 수 있는 기반 형성에 기여했다. TV 콘텐츠나 게임과 연계된 독립 콘텐츠로서 <마리카에 관한 진실>, <선을 위한 음모>, <알파 0.7>과 같은 트랜스미디어 콘텐츠들이 등장했다.

<표 3-2> 대체현실게임의 제작 주체

주체	세부	사례
엔터테인먼트 미디어 기업	엔터테인먼트 산업에서 대체현실게임의 부상으로 미디어 콘텐츠를 홍보하거나, TV 시리즈와 연계되는 대체현실게임의 제작이 이루어짐	ABC, BBC, CBS, EA
소규모 전문 제작 스튜디오	대체현실게임을 전문으로 제작하는 소규모의 미디어 스튜디오들이 생기면서 다양한 기업과 협업이 이루어짐	42entertainment 마인드캔디(Mind Candy)
팬/개인	<더 비스트>, <마제스틱>과 함께 생성된 사용자 커뮤니티에 소속된 능동적인 팬들을 중심으로 기존 작품들과 세계관이 느슨하게 연결된 소규모 대체현실게임의 제작이 이루어짐	데이브 스즐보스키 (Dave Szulborski)

<더 비스트> 이후 다양한 대체현실게임의 제작 주체들이 등장하였다. 기업들은 복수의 미디어를 조합해 소비자의 능동적인 참여를 이끌어내는 효과적인 마케팅 수단으로 대체현실게임에 주목하였고, <더 비스트>, <마제스틱>과 같은 초기 대체현실게임의 사용자들은 자신의 초기 경험을 복제하고 새롭게 재구성하면서 비상적업적인 성격을 띠는 일종의 인디 대체현실게임의 지속적인 제작으로 이어졌다.

먼저 ABC나 BBC, EA와 같은 엔터테인먼트 미디어 기업들은 드라마나 영화, 게임과 같은 미디어 콘텐츠들의 마케팅 수단으로서 대체현실게임이 가지고 있는 미디어 집약적이고 참여적인 특성에 주목했다. 기존의 광고에 비해 적은 비용으로 효과를 극대화할 수 있으며, 본 콘텐츠의 세계관을 기반으로 연계 콘텐츠를 제작해 세계관을 확장할 수 있다.

다음은 기업들과 협업을 통해 전문적으로 대체현실게임을 제작·진행하는 42엔터테인먼트와 마인드 캔디(Mind Candy)와 같은 전문 제작 스튜디오들의 등장이다. 특히 42엔터테인먼트는 게임 <헤일로2> 출시와 함께 사전 마케팅 캠페인으로 진행된 대체현실게임 <아이 러브 비즈>와 영화 <다크나이트>의 홍보를 위한 대체현실게임 <와이 소 시리어스?(Why So Serious?)>를 대중적으로 성공시키며 명실상부한 대체현실게임 제작 스튜디오로 자리 잡았다. 마인드 캔디는 트레이딩 카드 수집과 홍보를 위한 대체현실게임 <퍼플렉스 시티(PerPlex city)>의 성공을 통해 대표적인 유럽의 대체현실게임 제작 스튜디오로 자리 잡았다.

마지막으로 개인이 제작 주체가 되는 경우는 초기의 대체현실게임 <더 비스트>와 <마제스틱>에 기반 한 사용자 커뮤니티의 능동적인 팬(fan)을 중심으로 하는 경우이다.[37] 기간과 제작 비용 면에서 어려움이 존재함에도 불구하고 <더 비스트>와 <마제스틱>의 세계관의 빈틈을 메우고 이야기를 덧붙이는 방식으로 사용자들은 다양한 소규모 대체현실게임의 제작을 시도했다. 데이브 스즐보스키(Dave Szulborski)의 <체인지 에이전트(Change Agents)> 시리즈가 대표적이다.

최근에는 블리자드의 <오버워치(Overwatch)>나 밸브의 <포트나이트(Fortnite)>와 같이 캐릭터나 아이템 출시와 함께 이벤트의 형식으로 대체현실게임과 유사한 형태의 캠페인을 제작하기도 한다. 그러나 이는 복수의 미디어를 조합하면서 게임과 관련된 특정한 콘텐츠 경험을 구성하는 게임의 교차현실 콘텐츠에 가깝다.

---

37) 성공을 거둔 초기 대체현실게임에서는 대규모의 사용자 커뮤니티들이 형성되었다. <더 비스트>에서는 '클라우드메이커(cloudmakers)', <아이 러브 비즈>에서는 '꿀벌 수호자(beekeepers)', <아트 오브 헤이스트(Art of the Heist)>는 '리트리버(retrievers)'라는 대규모 사용자 커뮤니티가 형성되었다. 사용자들은 커뮤니티를 중심으로 수집한 단서의 의미를 토론하고, 온오프라인을 넘나드는 연대를 지속할 수 있었다.

B. 일본

(1) 테마파크 기반 라이브 게임 중심

일본은 북미나 유럽과 같이 일정한 기간 동안 온라인과 오프라인을 오가며 한시적으로 진행되는 캠페인 형식의 대체현실게임보다는 한정된 공간을 기반으로 한 대체현실 콘셉트의 라이브 게임이 주를 이루고 있다. 이는 국내의 방 탈출 카페와 같이 한정된 공간을 활용하지만 사용자에게 허구적 페르소나를 부여하는 역할수행 장르의 특성이 강화된 콘텐츠이다. 스크랩(SCRAP)사의 <리얼 탈출 게임>은 참가자가 현장의 지형지물과 지급받은 키트를 활용해 탈출하는 게임으로, 다양한 도시에서 개최되었다. 현재는 도쿄에 '도쿄 미스터리 서커스'라는 전용 건물에서 상시로 진행하고 있다. 이와 유사한 콘텐츠로 <인스파이어(inSpyre)>, <이스케이프 프롬 뮤지엄(Escape from the Museum)>, <이스케이프 헌트 도쿄(Escape Hunt Tokyo)> 등이 있다.

C. 국내

(1) 단편적 마케팅 캠페인에서 모바일 기술과 결합한 게임 콘텐츠로의 진화

북미와 유럽에서 다양한 대체현실게임이 제작되기 시작할 때 국내에서도 마케팅 캠페인의 일환으로 대체현실게임이 제작되었다. 2007년 1인칭 슈팅 게임 <투워(2WAR)>의 프로모션으로 제작된 <노르망디의 이방인>과 LG 전자가 플래트론 모니터 제품을 런칭하면서 마케팅 캠페인의 일환으로 진행한 <와이드 게임(WIDE GAME)·낸시랭 실종 사건)>이 대표적인 사례다. 북미나 유럽에 비해 잘 갖춰진 IT 인프라와 높은 사용자 참여 수준 등 제반 환경이 충분히 갖춰져 있음에도 불구하고 제한적 시장 규모에 따른 위험 요소 가중 체감과 트랜스미디어 콘텐츠에 대한 인식 부족[38]으로 지속적인 제작으로 이어지지는 못했다.

<노르망디의 이방인>과 <WIDE GAME> 이후 제작이 중단되다시피 한 국내의 대체현실게임은 스마트폰을 중심으로 한 모바일 미디어의 보편화와 함께 독립적인 게임 콘텐츠로 진화하는 양상을 보이고 있다. 2013년 커무브에서는 '좀비런'이라는 게임과 스포츠가 결합된 러닝 콘텐츠를 런칭하며 주목받았으며, 2018년 유니크굿컴퍼니에서'리얼 월드(Real World)'라는 대체현실게임 플랫폼을 출시하기도 했다. 특히 유니크굿컴퍼니의 경우, 한국형 대체현실 콘텐츠를 개발하기 위해 다양한 모델들을 실험하고 있다.

---

38) 조희영, 「국내 영상콘텐츠에 적용된 트랜스미디어 스토리텔링 연구: 웹툰 활용을 중심으로」, 『한국엔터테인먼트산업학회논문지』, 12권, 3호, 2018, 311면.

현실 세계를 배경으로 하는 이른바 대체현실 콘텐츠들은 문화권마다 상이한 특성을 보인다. 유럽의 경우, 공간이 주는 힘이 크다. 기술적 수준이 그렇게 높지 않음에도 공간이 주는 아우라가 있어 몰입도가 높다. 한국에는 이런 공간이 없으니 기술적측면을 강화하는 것이 좋을 것이라고 생각한다. 또한 사용자의 관점에서 일본 사용자들이 게임의 메카닉을 중요하게 생각한다면, 한국 사용자들의 경우 의미에 기반한 개연성을 중요시한다. 한국형 콘텐츠는 의미, 스토리, 세계관을 기반으로 기술을 결합하는 방향으로 나아가야 할 것이다.

– 대체현실콘텐츠기업 대표, F

이런 점에서 유니크굿컴퍼니의 콘텐츠 중 가장 주목받은 <작전명 소원>이 일제 강점기의 독립운동을 모티프로 하고 있다는 것은 우연이 아니다. 정동 일대를 기반으로 독립자금을 전달하는 미션을 수행하면서 역사적 장소를 체험하는 <작전명 소원>이 유의미한 숫자를 보여주는 성공을 거두었으며, 현재는 <작전명 소원>의 유료체험 버전인 <정동밀서>가 서비스 중이다. 유니크굿컴퍼니는 리얼월드 어플리케이션을 중심으로 키트를 판매하고 있으며 관광, 전시, 교육 등에 적용할 수 있도록 일종의 대체현실게임 모듈을 제공하고 있다.

3. 연구 현황

A. 망형 모델의 등장 배경

(1) 형식적 등장 배경

복수의 미디어를 조합해 하나의 콘텐츠 경험을 구성하는 망형 모델의 등장 배경은 미디어 형식적 측면과 내용적 측면으로 나누어 살펴볼 수 있다. 형식적 측면에서는 먼저 모바일 미디어의 등장으로 강화된 미디어 편재성을 이야기할 수 있다. 시간과 공간의 제약 없이 가상세계에 접속할 수 있게 되면서 사용자들은 언제 어디서든 게임을 플레이하고 게임과 관련된 정보를 소비하고 생성할 수 있다. 이는 복수의 미디어 간 긴밀한 연결을 요하는 망형 모델에 있어 원활한 콘텐츠 경험을 지속할 수 있는 환경으로 작용한다.

다음은 다양한 주체와 구성원들이 의견을 주고받을 수 있는 개인 중심의 쌍방향 미디어 환경의 보편화이다. 블로그, 트위터나 유튜브와 같은 소셜 미디어, 위키나 RSS와 같은 다양한 형태의 미디어를 통해 적극적으로 자신의 의견을 게시하고 다른 사용자의 의견을 수용할 수 있게 되었다. 미디어 편재성의 증가와 개인 미디어의 보편화는 일상적으로 게임을 플레이하고 이에 대한 의견을 자유롭게 교환하는 것을 가능하게 하면서 집단적으로 문제 해결을 위해 협력과 연대를 필요로 하는 대체현실게임과 같은 게임 장르의 등장과 전개에 밑거름이 되었다.

(2) 내용적 등장 배경

내용적 측면에서는 거대 집단의 음모나 외계인 등 미스터리한 소재를 중심으로 한 추리 장르와 같이 독자나 관객의 적극적인 개입을 요하는 소설이나 영화, 리얼리티 쇼, 모큐멘터리, 실제와 허구의 경계를 허무는 메타 픽션이나 논픽션 형식의 서사와 교집합을 갖는다. 관객과 무대의 경계를 허물고 제4의 벽을 넘는 포스트 모더니즘적인 행위 예술이나 공연들 또한 실제와 허구의 경계를 넘나든다는 점에서 관련지어 논의할 수 있다.

망형 모델에서 사건과 이야기는 복수의 미디어에 분절되어 있는 것이 아니라 사용자의 적극적인 참여를 기반으로 조합되는 형태에 가깝다. 대체현실게임의 스토리는 각 미디어에 배분되어 있다기보다는 사용자의 행위와 함께 마음속에서 구성되고 발전된다.[39] 그런 점에서 트랜스미디어 스토리텔링 콘텐츠의 대표적인 하향식 모델이 대체현실게임이라는 게임적 형식을 차용하는 것은 필연적이다. 게임은 그 어떤 미디어보다 적극적인 참여를 요하는 미디어이며, 플레이어는 경험을 능동적으로 조합하는 주체이다. 나아가 망형 모델은 사용자가 비슷한 생각과

39) Ryan, Marie-Laure, op.cit., 2013, p.378.

주제를 공유하는 사람들로 형성된 거대한 네트워크에 참여하는 특별한 느낌에 몰입하는 것이 사용자 경험의 핵심이다. 이 과정에서 사용자들은 가상세계를 넘어 게임 플레이 영역을 현실로 확장하고, 능동적 개입을 요하는 허구적 요소를 적극적으로 구성하며 몰입을 강화한다. 게임 미디어의 망형 모델에서 트랜스미디어는 가상과 현실, 허구와 실제를 중첩시키는 방법론이다.

(3) 퍼베이시브 게임과의 교집합

가상과 현실, 허구과 실제의 중첩이라는 측면에서 망형 모델은 퍼베이시브 게임(pervasive game)과 교집합을 가진다. 게임 세대의 성장과 디지털 미디어 문화의 정착은 게임 미디어를 여가나 놀이의 영역에만 머물도록 한정하는 것이 아니라 사용자의 일상과 밀착시킨다. 이 과정에서 게임 미디어는 단지 소비되는 텍스트를 넘어 플레이어가 놓인 일종의 상황과 맥락에 가까워진다. 현실을 기반으로 이루어지는 게임 경험을 폭넓게 지칭하는 개념인 퍼베이시브 게임은 사용자의 유희적 태도(lusory attitude)를 바탕으로 성립되는 게임의 시간, 공간적 확장이며, 플레이는 실제(real)와 허구(fictive) 사이의 혼재적 영역에서 일어난다. 요한 하위징아(Johan Huizinga)의 매직서클(magic circle) 개념을 차용하여 “계약된 매직서클의 시간적・공간적・사회적 확장”[40]이라고 퍼베이시브 게임의 특성을 설명하기도 한다. 퍼베이시브 게임 관련 연구에서도 대체현실게임을 핵심적인 사례로서 다루고 있다. 트랜스미디어 콘텐츠로서 대체현실게임과 퍼베이시브 게임은 서로 다른 개념을 지칭하는 배타적인 관계가 아니라 같은 현상에 대해 다른 초점을 통해 접근하는 것이다.

40) Montola, Markus, Jaakko, Stenros, Waern, Annika, *Pervasive games: theory and design*. CRC Press, 2009, p.12.

B. 대체현실게임의 특성

(1) 대체현실과 사용자 참여의 원리

대체현실게임은 대체현실을 구성하는 서사적 원리와 사용자의 참여를 유도하는 게임적 원리가 결합되어 있는 특성을 보인다. 제인 맥고니걸은 다양한 대체현실게임의 제작 경험을 바탕으로 대체현실게임의 서사적 원리와 게임적 원리를 아우르는 6가지 키워드를 제시한다. ①크로스미디어(cross-media) ②퍼베이시브(pervasive) ③영속적(persistent) ④협동적(collaborative) ⑤구성적(constructive) ⑥표현적(expressive)이 그것이다. 6가지 특성 중 크로스미디어와 퍼베이시브, 영속적 특성은 대체현실을 구성하는 원리이며, 협동적, 구성적, 표현적 특성은 사용자 참여를 유도하는 게임적 원리에 해당한다.

<표 3-3> 대체현실게임의 6가지 특성

특성	
크로스미디어(cross-media)	단서, 서사, 미션과 같은 요소가 다양한 디지털 미디어를 통해 배분
퍼베이시브(pervasive)	일상의 공간이나 현실 세계의 요소를 통해 확장
영속적(persistent)	현실의 시간과 같이 지속적인 시간을 통해 언제든 참여
협동적(collaborative)	개인 또는 소규모 그룹이 해결하기 쉽지 않은 문제를 제공함으로써 협동을 독려
구성적(constructive)	플레이어에 의해 전개되며 일정한 조건 안에서 사건 전개의 변형이 가능
표현적(expressive)	플레이어들이 사용자 생성 콘텐츠를 생성하고, 게임 플레이에서 주요 지위를 차지

* 자료 : McGonigal, Jane. *Alternate reality gaming*, MacArthur Foundation Powerpoint presentation. University of California., 2004.

크로스미디어와 퍼베이시브, 영속적인 특성은 대체현실을 뒷받침하는 요인이자 이를 형성하는 핵심적인 방법론이다.

> 트랜스미디어 콘텐츠에서 가장 중요한 것은 리얼리티의 힘이다. 콘텐츠를 실제 삶에서 경험할 수 있게 해 리얼리티 효과를 높인다. 요즘 세대는 유튜브와 같은 시청각 자료에 익숙한 만큼 멀티미디어 콘텐츠 자체로 큰 자극이 되지 못한다. 그래서 오히려 현실세계에서의 직접적인 참여가 더 충격적으로 다가오게 된다.
>
> - 대체현실콘텐츠기업 대표, F

대체현실은 현실을 기반으로 구축되며 이 과정에서 퍼베이시브한 요인과 영속적 요인이 크로스미디어를 통해 결합하면서 리얼리티를 강화하게 된다. 이와 같은 리얼리티를 기반으로 사용자는 협동적, 구성적, 표현적 방식으로 참여를 심화하게 된다.

(2) 현실 같은 게임, TINAG(This Is Not A Game)의 원칙

대체현실게임은 트랜스미디어를 방법론으로 하는 새로운 게임 형식이다. 아담 마틴(Adam Martin)과 톰 채트필드(Tom Chatfield)는 〈대체현실게임 백서〉 서문에서 대체현실게임을 MMOG(Massively Multiplayer Online Game)의 일종으로 볼 수 있지만, 현실을 배경으로 게임 플레이가 발생한다는 점에서 결정적인 차이를 가진다고 언급한 바 있다.[41] 많은 제작자와 연구자들이 공통적으로 언급하고 있는 대체현실게임의 디자인 원칙이자 미학은 '이것은 게임이 아니다(This Is Not A GAME · TINAG)'[42]의 원칙이다. 데이브 스즐보스키(Dave Szulborski)가 제시한 'TINAG'는 사용자로 하여금 대체현실게임의 사건들을 게임이 아니라 현실로 믿게끔 만들거나, 허구인 것을 인지하더라도 현실의 일인 것 마냥 게임에 몰입하도록 만들어야 한다는 개념이다. 이를 '현실 같은 게임'이라는 표현을 통해 설명할 수 있으며, '현실 같은'이라는 상태는 마치 현실에서 발생했을 법한 문제의 해결을 위한 서사적이고 게임적인 몰입의 기반이 된다. 현실 같은 게임을 위해 현실의 공간이나 요소, 인물을 가상과 결합시키며 사용자의 몰입을 강화하는 것이다.

---

41) MMOG의 단점인 유지, 보수, 밸런스 등에 구애받지 않고, 개인중심적인 동시에 집단적인 경험을 할 수 있는, 게임의 새로운 방향으로서 대체현실게임을 가능성을 진단하고 있다.
Martin, Adam, Thompson, Brooke, Chatfield, Tom, op.cit., 2006, pp.6-7.

42) Szulborski, Dave, *This Is Not A Game: A Guide to Alternate Reality Gaming*, New-Fiction Pub, 2005, pp.285-290.

C. 대체현실게임에 관한 연구의 관점

북미와 유럽을 중심으로 활발하게 진행된 트랜스미디어 연구에서 망형모델은 중요한 위치를 차지한다. 대체현실게임에 대한 학문적 키워드는 참여문화, 혼종적 게임 공간을 바탕으로 한 현실의 개념, 게임의 장르로서 변별적인 상호작용과 메커니즘 등이 있다. 다양한 연구의 주제들과는 별개로 많은 학자들이 공통적으로 목소리를 내는 아젠다는 대체현실 게임의 일시성에 따른 보존의 문제이다. 단일 미디어 플랫폼을 통해 진행되는 것이 아니라 복수의 미디어를 조합해서 경험하는 사용자의 참여 형태를 기록하는 것이 쉽지 않기 때문이다.

(1) 참여문화와 집단지성

참여문화와 집단지성의 관점에서 대체현실게임에 접근하는 대표적인 학자로는 헨리 젠킨스와 제인 맥고니걸을 들 수 있다. 트랜스미디어 스토리텔링이라는 단어를 처음으로 제시한 젠킨스는 컨버전스와 참여문화, 집단지성이라는 디지털 미디어 환경의 특성을 완벽하게 반영하는 사례로서 대체현실 게임에 주목하며, 대체현실게임을 '집단 지성 시대의 오락'으로 정의한다.[43] 대체현실게임 제작자이자 연구자인 맥고니걸은 사용자로서 개인은 대체현실게임을 매개로 문제 해결을 위해 연대하며 온라인과 오프라인을 오가는 '파워 플레이(power play)'의 주체가 된다고 말한다. 제레미 레이놀즈(Jeremy Raynolds)는 대체현실게임이 강력한 공동체의 문화 구성 요소를 만들고 관리하는 '문화 구축 메커니즘'으로서 기능할 수 있다고 주장하기도 한다.[44] 이와 같은 관점들은 대체현실게임을 참여 문화와 집단지성이라는 환경을 기반으로 등장한 새로운 문화적 산물로 간주하고 있다.

(2) 현실과 가상의 혼종적 경험

현실과 가상의 혼종적 경험으로서 대체현실게임에 주목하는 연구는 대체현실게임을 새롭게 등장한 게임의 장르로 규정한다. 대체현실게임의 핵심은 미디어, 산업, 현실과 가상 등 다양한 층위의 경계를 넘나드는 멀티모달한 게임 경험이라는 것이다. 혼종적 경험을 중심으로 보자면 퍼베이시브 게임의 한 범주로서 대체현실게임을 규정할 수 있다. 스티븐 존스(Steven E. Jones)는 비디오게임과 대체현실게임의 비교 연구를 진행하고 있으며, 멀티모달한 경험을 대체현실게임의 핵심으로 간주한다.[45] 에바 뉴드롭(Eva Nieuwdorp)은 대체현실게임에서는 '퍼베이

43) Jenkins, Henry, 앞의 책, 2008, 148-150면.

44) Reynolds, J., *Formation of Shared Group Consciousness through Play: Alternate Reality Games*, Masters Synthesis Paper, May, Department of Communication, Indiana University-Purdue University, 2006.

45) Jones, S. E.,'This Medium will Metastasize: Videogames and Textual Studies'presented at MLA, Washington, DC,

시브 인터페이스(pervasive interface)'가 중요하며, 이는 현실의 장소나 미디어뿐만 아니라 사용자도 포함된다고 주장한 바 있다.[46]

(3) 교육적 도구

대체현실게임을 교육적 도구로서 바라보는 관점은 문제 해결 지향의 스토리텔링과 사용자의 능동적인 참여를 기반으로 접근성과 효율성이 뛰어난 자기주도 학습의 도구로 간주한다. 자율적인 문제 해결과 학습 도구로서 대체현실게임을 설계하고 이를 실제로 적용한 사례에 대한 분석을 시도한다. 제인 터너(Jane Turner)와 앤 모리슨(Ann Morrision)은 대학교 학부생의 자기주도 학습 유도를 위한 대체현실게임인 <알트 리얼([Alt] real)>의 사례 연구를 진행하였다.[47] 영국의 맨체스터 대학과 볼튼 대학을 중심으로 진행된 대학교 신입생 오리엔테이션을 위한 대체현실게임 <아르고시 프로젝트(ARGOSI Project)>의 평가 보고서 또한 교육적 도구의 관점에서 대체현실게임 설계를 위한 정량적·정성적 가이드를 제시하고 있다.

(4) 엔터테인먼트 콘텐츠로서의 창작 메커니즘

엔터테인먼트 콘텐츠로서 창작의 메커니즘을 제시하는데 중점을 둔 연구들은 대체현실게임을 엔터테인먼트 내러티브의 미래형 모델로서 주목한다. 크리스티 데나(Christy Dena)는 크로스미디어 엔터테인먼트의 대표적 콘텐츠로서 대체현실게임에 주목하고 정량적인 방식을 통해 사용자의 경험을 조사하고 이를 기반으로 대체현실게임의 디자인 원칙을 제시한다.[48] 데나는 상업적인 동시에 예술적인 관심이 트랜스미디어 콘텐츠로서 대체현실게임의 디자인에 영향을 미친다고 언급한 바 있다. 헨리크 오네브링(Henrik Ornebring)은 팬덤의 연장선상에서 대체현실게임이 가지는 사용자 주도적 특성을 중심으로 연구를 진행하고 있다.[49]

---

29 Dec, 2005.

46) Nieuwdorp, Eva,'The Pervasive Interface: Tracing the Magic Circle' presented at Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views. Worlds in Play, published at DiGRA [Online] Available at:http://www.gamesconference.org/digra2005/viewabstract.php?id=233, 2005.

47) Turner, J, Morrison, Ann,'Suit Keen Renovator: Alternate Reality Design' presented at The Second Australasian Conference on Interactive Entertainment Sydney, Nov, publishedin Y. Pisan (Ed.) Australasian conference on Interactive Entertainment, University of Technology, Sydney, 2005, pp.209-213.

48) Dena, Christy, 'It's Alive!: Lost ARG has begun', Cross-Media Entertainment, 4 May [Online] Available at: http://www.cross-mediaentertainment.com/index.php/2006/05/04/itsalive-lost-arg-has-begun/, 2006.

49) Ornebring, Henrik., 'Extending the Narrative of Alias: the emerging cultural economy of Alternate Reality Gaming' presented at the TV Fiction Exchange Conference, Manchester Metropolitan University, Crewe, UK, Sep, 2006, pp.5-8.

(5) 국내 : 트랜스미디어 스토리텔링의 사례로서 대체현실게임에 초점

국내의 트랜스미디어 연구는 스토리텔링을 중심으로 연구가 이루어지고 있으며, 트랜스미디어 스토리텔링의 대표적인 사례로서 대체현실게임을 다루고 있다. 하나의 게임 장르로서 대체현실게임이 가진 게임적 측면이나 게임성의 규명보다는 스토리텔링이나 마케팅적 측면에 주목하고 있다. 안타까운 점은 국내 사례가 미비한 탓에 해외 사례를 중심으로 연구가 이루어졌으며, 개념, 유형, 연구사, 사례 분석과 같은 기본적인 요소들을 중심으로 해외 연구를 수용하고 있다는 점이다.

먼저 트랜스미디어의 유형과 구조를 대체현실게임을 통해서 살피는 연구이다. 김희경은 참여의 정도와 사용자 경험의 범주를 중심으로 트랜스미디어 콘텐츠의 유형화를[50] 시도하고 있다. 대체현실게임은 현실에 초점을 둔 적극적 참여의 콘텐츠 유형에 해당한다. 국내에서는 양적으로 대체현실게임의 제작이 활발하지 않았던 만큼 대체현실게임 자체의 유형화보다는 트랜스미디어 콘텐츠 유형 중 하나로서 다루고 있다.

다음은 사례를 중심으로 대체현실게임의 스토리텔링을 분석한 연구들이다. 한혜원, 남승희는 드라마 <로스트>의 대체현실게임을 중심으로 사례를 분석[51]하고 있으며, 남승희는 국내 사례인 <노르망디의 이방인>의 스토리텔링을 분석[52]하며 현실과 가상을 넘나드는 트랜스미디어 스토리텔링의 핵심적인 사례로 대체현실게임에 주목하고 있다. 서성은의 경우, 매체전환이라는 거시적인 관점에서 크로스미디어와 트랜스미디어의 스토리텔링 구분하고 있으며 다수의 대체현실게임을 트랜스미디어 스토리텔링을 사례로 분석하고 창작방법론을 제시하고 있다.[53] 김맹하와 김은지는 해외 사례를 중심으로 스토리텔링의 변별점으로 사용자의 참여 요소에 주목[54]하고 있으며, 김지윤은 영화 <다크나이트>의 홍보로 진행된 <Why So serious>를 중심으로 사례를 분석[55]하고 있다.

그 밖에도 스토리텔링 콘텐츠가 아닌 광고와 마케팅의 수단으로 대체현실게임에 주목하며

---

50) 남정은, 김희경, 「트랜스미디어 콘텐츠 유형에 관한 연구」, 『글로벌문화콘텐츠』, No.20 Vol.0, 글로벌문화콘텐츠학회, 2015, 23-49면.

51) 한혜원, 남승희. 「트랜스미디어 콘텐츠의 스토리텔링 구조 연구:< 로스트> 대체현실게임을 중심으로」, 『인문콘텐츠』, 15권, 2009, 7-27면.

52) 남승희, 「대체현실게임 (ARG) 의 스토리텔링 연구-<노르망디의 이방인> 을 중심으로」, 『한국게임학회 논문지』, 9권, 2호, 2009, 41-50면.

53) 서성은, 앞의 책, 커뮤니케이션북스, 2018.

54) 김맹하, 김은지, 「대체현실게임에서 사용자 참여 생성의 스토리텔링의 요소」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 12권, 8호, 2012, 105-113면.

55) 김지윤, 「트랜스미디어 스토리텔링 사례 연구-< Why So Serious?> 를 중심으로」, 『커뮤니케이션 디자인학연구』, 61권, 2017, 434-442면.

국내외 대중음악 콘텐츠 사례를 분석[56]하거나 교육의 도구로서 영국 대학의 사례를 분석하기도 한다. 또한 방송 콘텐츠 확장의 관점에서 대체현실게임의 개념 정의를 시도한 연구도 존재한다.

56) 박태용, 「대중음악의 트랜스미디어 활용 전략에 관한 연구: 국내외 대중음악 사례를 중심으로」, 『한국문화융합학회 전국학술대회』, 2017, 335-350면.
이재헌, 이준희, 「ARG (Alternate Reality Game) 기반의 아이돌 (Idol) 홍보 전략 연구-< PathcodeEXO>의 사례를 중심으로」, 『CONTENTS PLUS』, 13권, 6호, 55-67면, 2015.

4. 망형 모델 10대 사례 연구

A. 망형 모델 사례 분석 프레임

망형모델의 사례 분석을 위해서는 서사적 관점과 놀이적 관점을 함께 살펴보아야 한다. 새로운 게임의 장르로 간주되는 대체현실게임이나 게임 세계를 기반으로 파생될 수 있는 새로운 유형의 콘텐츠인 게임의 교차현실 콘텐츠는 현실과 가상, 허구와 실제의 경계를 넘나드는 것을 지향하며, 각각의 사례를 기준으로 콘텐츠의 목적에 따라 놀이적 경험과 서사적 경험이 다른 조합과 구성의 양상을 보인다. 이를 망형 모델의 메카닉스, 다이내믹, 에스테틱의 층위로 나뉘어 살펴볼 수 있다.

<표 3-4> 망형 모델의 사례 분석 프레임

MDA	메카닉스	다이내믹	에스테틱
핵심 질문	어떤 요소(규칙)들이 트랜스미디어 되는가	사용자는 트랜스미디어를 통해 어떤 플레이 경험을 얻는가	사용자는 트랜스미디어를 통해 어떤 미학적 경험을 강화하는가
서사	인물, 사건, 사물, 배경(시공간) : 7가지 트랜스픽셔널리티 요소 (확장, 변형, 이동, 전이, 인용, 메쉬업, 삽입)	이야기	감정이입(empathy)
		담화	미미크리(mimicry)
놀이	트랜스 루돌로지 요소: 캐릭터, 규칙, 아이템, 목표, 환경(시공간)	루두스	아곤(agon)
			도전(challenge)
			공동체 의식(fellowship)
			발견(discovery)
		파이디아	감각(sensation)
			표현(expression)
			사소한 활동(submission)

위의 망형 모델의 분석 프레임을 기준으로 볼 때 대체현실게임과 게임의 교차현실 콘텐츠

는 상이한 구성 양상을 보인다. 대체현실게임은 공분과 분노의 감정을 이끌어내는 모티프를 중심으로 사용자들의 감정이입을 강화하는 이야기가 주를 이루며, 놀이적 경험의 핵심적 특성은 협업에 기반한 문제해결이다. 그러므로 서사적 관점과 놀이적 관점이 균형을 이루며 상호보완적인 관계를 이루며 결합되어 있다. 이에 비해 게임의 교차현실 콘텐츠는 게임의 세계관이나 현실 세계의 맥락을 중심으로 감각적인 경험을 전달하는 콘텐츠를 주로 구성한다는 점에서 놀이적 측면 중에서도 파이디아적인 측면이 강하게 나타난다고 할 수 있다.

B. 망형 모델 10대 사례

번호	사례명	세부 유형	
1	<아이 러브 비즈(I Love Bees)>	수단/방법	마케팅(영화)
2	<더 로스트 링(The Lost Ring)>		마케팅(올림픽)
3	<아르고시 프로젝트(ARGOSI Project)>		교육
4	<석유 없는 세상(World Without Oil)>		사회적 메시지
5	<작전명 소원/정동밀서>	플레이 자체	국내 사례
6	<마리카에 관한 진실>		해외 사례
7	<인그레스(Ingress)>의 엑스엠 어노말리(XM Anomay)		해외 사례
8	<좀비런>		국내 사례
9	<리그오브레전드>, 가상 아이돌 K/DA	게임 마케팅	게임 캐릭터의 현실 교차
10	<포트나이트>, 뮤지션 마시멜로우의 인게임 콘서트		현실 캐릭터의 게임 교차

(1) 사례 1: <아이 러브 비즈(I Love Bees)>

(a) 개요

<아이 러브 비즈>는 번지(Bungie)가 개발하고 마이크로소프트(Microsoft)가 퍼블리싱한 비디오 게임 <헤일로2(Halo2)>의 사전 프로모션으로 진행된 대체현실게임이며, 대체현실게임 전문 미디어 기업인 42엔터테인먼트가 제작했다. 2004년 7월부터 11월까지 총 16주 동안 진행되었으며, 60만 명이 넘는 사용자들이 게임에 참여했다. 최초의 대체현실게임인 <더 비스트>에 이어 대체현실게임 장르의 성장에 영감을 불어넣은 작품이다. 전통적인 비디오 게임에게만 주어지던 국제 게임 개발자 협회(International Game Developers Association)에서 수여하는 혁신상을 수상한 바 있다.

(b) 타임라인 (총 16주)

일시	사건	관련 액션	목적
7/16	꿀병이 든 패키지가 배달됨	www.ilovebees.com 사이트 URL이 인쇄된 편지 동봉됨	래빗홀에 해당하는 사건으로 사용자들을 사이트로 유도함
7/23	I Love Bees 사이트에 접속	사이트에 접속하면 엑스박스의 <Halo2> 출시 트레일러 사이트로 연결됨	I Love Bees의 사이트와 <Halo2> 간의 연관성을 암시함
7/28	I Love Bees 사이트가 해킹 당함	사이트가 손상되면서 카운트다운이 활성화된 검은색 팝업창이 생성됨 웹마스터 Dana가 블로그로 사용자들에게 도움을 요청함	사용자의 호기심과 몰입감을 증폭시킴
8/10	카운트다운이 끝남	220개의 GPS 정보가 업데이트됨	온라인 사용자의 오프라인 참여 유도
8/17~	새로운 GPS 정보가 업데이트됨	210개의 GPS 정보가 업데이트됨	사용자 간의 협업을 통해 퍼즐을 풀고 문제를 해결
8/24~31	G4TV에서 I Love Bees에 관한 내용이 보도됨	일주일 간 <I Love Bees>에 관한 취재 내용이 보도됨	바이럴 마케팅 및 확장
9/21	극중 인물인 멜리사와 사용자들과의 전화 통화	허구의 인물인 멜리사와의 실제 통화를 위해 단서(GPS) 제공	문제의 해결 국면으로 사용자가 성취감을 느낌
10/13	CNN 대통령 후보자 연설 방송 중 <I Love Bees> 홍보	랜덤 이벤트로 사용자 중 아리조나 대학생들이 <I Love Bees>의 홍보 기회를 얻음	사용자 서 사에 우선순위를 둔 바이럴 마케팅 및 확장
10/26	<Halo2> 트라이얼 버전 공개	출시 전 사전플레이를 할 수 있는 기회 제공	사용자에 대한 보상
11/4~9	미국 4개 대도시에서 개최된 최종 라이브 이벤트	<Halo2> 사전 체험 기회 제공과 퍼펫마스터와의 만남을 제공함	사용자에 대한 보상

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ <헤일로> 세계관의 '확장'

<아이 러브 비즈>의 스토리는 2552년이라는 근미래와 2004년 현재라는 복수의 시간을 오간다. 2552년, 3개의 외계 유물로 조각난 인공지능 멜리사(Melisa)의 일부는 'I Love bees'라는 웹사이트로 전송된다. 그 중의 일부는 <헤일로> 시리즈의 핵심 적대자인 '코버넌트'가 지구를 침략하기 위해 침투시킨 스파이이다. <헤일로2>는 <아이 러브 비즈>의 핵심 사건인 인공지능 멜리사의 조각들이 모두 합쳐지면서 마무리된 시점에서 시작하므로 <헤일로2>의 프리퀄에 해당한다. 사용자는 비선형적으로 흩어진 스토리를 자신이 연대하는 캐릭터를 중심으로 조합하면서 자연스럽게 게임 <헤일로2>와의 서사적 교집합을 인식하게 된다.

ⓑ 패치워크식 스토리의 조합

웹사이트 'I Love Bees'가 해킹된 이유에 얽힌 음모를 밝히기 위해서는 8개구 50개 주에 있는 4만 여개의 공중전화를 통해 획득한 이야기의 조각들을 꿰어야 한다. 이는 2552년에 존재하고 있는 멜리사의 일부인 두르가(Durga)의 목소리를 통해 녹음된 사건의 전말이다. 사용자는 시간의 연쇄에 따라 배열된 것이 아닌 비선형적으로 흩어진 이야기의 파편들을 자신이 감정적으로 연대하는 캐릭터를 중심으로 조합해야 한다. 이는 하나의 진실을 전제하기보다는 사용자에 의해 패치워크식으로 조합된 복수의 사실들을 모두 수용하는 것이다.

② 놀이적 관점

ⓐ 퍼즐과 미션 수행 중심의 도전 요소

대체현실게임은 현실을 배경으로 게임 플레이가 이루어지므로 일상생활을 영위하는 현실의 자아인 퍼슨의 층위를 게임 플레이어 층위와 지속적으로 중첩시킬 수 있는 힘이 필요하다. 이를 위해 <아이 러브 비즈>에서는 퍼즐과 미션 수행 중심의 도전 요소를 지속적으로 사용자에게 제공한다. 해킹된 웹사이트 'I Love Bees'에 나타난 의문의 숫자가 가진 뜻을 알아내기 위해 웹사이트, 블로그, 게시판, 이메일 등 다양한 미디어를 넘나들며 단서를 수집한 사용자들은 이 숫자가 공중전화 부스의 GPS 좌표와 전화를 받을 수 있는 시간을 의미한다는 것을 알아낸다. 이후 공중전화 부스를 방문해 미션 내용이 담긴 전화를 받고, 해킹으로 손상된 사이트의 데이터를 복구하기 위한 암호를 해독하고, 웹사이트에서 수집한 이미지를 활용해 퍼즐을 맞추기도 한다. 이와 같은 미션 수행을 통한 보상으로 사용자는 사건의 진실을 알 수 있는 오디오

파일을 획득하게 된다. 총 6시간 분량의 오디오 파일은 15분 단위로 분절되어 있으며, 시간의 흐름에 상관없이 뒤섞여 있다. 사용자는 오디오 파일의 조합하고 해석을 공유하며 사건의 전말이라는 무형의 보상을 획득하기 위해 몰입한다.

ⓑ 사용자 커뮤니티에 기반 한 협업 플레이

<아이 러브 비즈>의 커뮤니티 수석 디자이너 맥고니걸은 분산된 개인이 각자 문제 해결을 위해 노력하고 이것이 합쳐져 자연스럽게 커뮤니티 규모의 문제를 해결하는 액션이 산출되는, 이른바 '슈퍼 게이밍(super gaming)'[57]이라고 지칭한다. 이는 단순히 커뮤니티의 규모를 확장하는 것과는 별개의 문제이다. <아이 러브 비즈>의 사용자들은 '비 키퍼(Beekeepers)', '크루멤버(Crewmembers)', '슬리핑 프린세스 아미(Sleeping Princess Army)'라고 스스로를 지칭한다. 다양한 시각과 정보를 가진 사용자들은 커뮤니티를 형성하고, 획득한 정보에 자신의 해석을 덧붙여 공유한다. 60만 명의 사용자들은 자발적으로 팀을 만들고, 가설을 세우고, 토론을 진행하며 게임을 플레이한다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<아이 러브 비즈>에 등장하는 허구적 캐릭터는 블로그나 이메일, 전화 등을 통해 직간접적으로 사용자와 상호작용한다. 이는 배경스토리와 정보를 직접적으로 전달하는 것이 아니라 사용자에게 암시해야하는 대체현실게임의 특성상 효율적인 수단이 된다. 사용자는 대체현실게임에 등장하는 허구적 캐릭터의 SNS를 통해 상호작용하면서 해당 캐릭터가 마치 실제로 존재하는 듯한 감정을 느끼며 더욱 몰입하게 된다. <아이 러브 비즈>에서는 온라인 참여와 오프라인 참여가 교차하며 상호보완적인 역할을 한다. 오프라인 참여자들은 게시판과 커뮤니티를 통해 적극적으로 정보를 공유하며 게임을 이끌었으며, 온라인에서도 토론을 통해 수집된 정보의 조합이 활발하게 이루어졌다. 중요한 것은 사용자 모두가 동일한 수준의 참여를 하지 않아도 게임을 즐길 수 있다는 것이다. 대체현실게임에서 이는 중요한 시사점이다.

57) McGonigal, Jane, Why I love bees: A case study in collective intelligence gaming, *The ecology of games: Connecting youth, games, and learning*, 2008, pp.199-228.

(2) 사례 2: <더 로스트 링(The lost Ring)>

(a) 개요

<더 로스트 링>은 2008년 베이징 하계 올림픽 마케팅 캠페인의 일환으로 진행된 대체현실게임이다. 국제올림픽위원회와 맥도날드(McDonald), 아쿠아(AKQA) 그리고 대체현실게임 제작자이자 연구자인 맥고니걸이 공동으로 제작에 참여하였다. <더 로스트 링>은 2008년 2월부터 8월까지 6개월간, 6개 대륙에 위치한 100여 개 국가에서 7개의 언어를 통해 진행된 전 세계적 규모의 대체현실게임이다. 100만 여명 이상이 참여했으며 온라인 참여자까지 합산하면 290만 명 이상이 관련 웹사이트를 방문했다.

(b) 타임라인과 미디어 구성

일시	사건	미디어	상세
2008.2	50명의 블로거에게 소포가 배달됨	아날로그 미디어	www.findthelostring.com 웹사이트 주소와 메시지가 쓰인 엽서와 실뭉치를 동봉함, 일종의 래빗홀에 해당함
2008.3.1주	미스터리한 문신을 한 6명의 기억상실 운동선수가 옥수수밭에서 발견됨	블로그, 웹, 영상	블로그와 개인 미디어를 통해 자신의 상태를 설명하고 도움을 호소함
2008.3.2주	올림픽 게임 공식웹사이트에 '고대의 올림픽 미스터리: 가상의 스포츠'라는 고고학자가 진행하는 팟캐스트 게시	웹, 팟캐스트	고대 그리스 올림픽에서 금지되었던 고대 스포츠의 존재에 대한 의혹이 제기됨
2008.3.3주	팟캐스트에서 고대의 문자를 해독할 수 있는 방법과 함께 가상의 고대 스포츠의 단서를 찾기 위한 코드를 제시함	웹, 블로그, 팟캐스트	사용자들은 커뮤니티를 기반으로 각 코드를 해독하고, 이것이 전 세계 5개 대륙 27곳의 GPS 좌표임을 밝혀냄
2008.4	해당 장소를 방문해 정보가 새겨진 유적 아이템을 찾고 정보를 다른 사용자들과 공유함	SNS, 위키, 블로그	에스페란토어로 된 문자를 해독하고 각국의 사용자는 9개의 언어로 이를 번역함
2008.5~7	몇 달에 걸쳐 전세계 도시에서 팀을 구성, 가상의 고대 스포츠를 훈련함	유튜브, 플리커, 위키	훈련한 영상을 촬영하고 SNS에 게시하고 다른 팀들과 전략을 공유하고 기록을 단축하기 위해 연습을 진행함
2008.8	6개 도시의 대표팀이 가상의 세계 선수권 대회에 출전하여 실제 메달을 획득	라이브 이벤트	베이징 올림픽 현장을 방문하여 경기를 벌이고 금(도쿄), 은(샌프란시스코), 동(웰링턴)의 결과를 내며 마무리 됨

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 올림픽 공식 웹사이트를 통한 허구적 캐릭터의 공개

게임 초기 가상의 고대 올림픽 게임을 둘러싼 미스터리를 적극적으로 다룬 것은 허구의 고고학자 캐릭터가 게시한 팟캐스트였다. 국제올림픽위원회는 해당 팟캐스트 링크를 공식 웹사이트에 게시하고, 올림픽의 역사와 초기의 게임들에 대한 정보라고 언급한다. 가상의 등장인물과 정보를 올림픽과 관련된 가장 권위 있는 기관의 웹사이트를 통해 제공함으로써 현실과 가상의 경계를 흐리고 게임의 서사에 사실성을 부여하였다.

ⓑ 허구의 역사적 사실에 기반 한 미스터리 서사

<더 로스트 링>은 기이한 문신이 새겨진 채 옥수수밭에서 깨어난 6명의 기억상실증에 걸린 운동 선수들의 등장을 시작으로 약 2,000년 전 증거조차 남기지 않고 사라진 고대의 올림픽 스포츠를 찾아 부활시키는 이야기이다. 2008년 베이징 올림픽 마케팅의 일환으로 진행된 <더 로스트 링>은 올림픽의 역사와 관련된 가상의 올림픽 스포츠를 설정함으로써 역사적 사실과 허구를 결합시킨 팩션(faction)의 형태를 취했다. 사용자들은 올림픽과 관련된 미스터리를 추리하기 위해 방대한 역사적 정보가 기재된 문헌들을 접했고, 이는 역사를 매개로 허구적 과거를 새롭게 덧붙이는 서사적 확장을 가져왔다.

② 놀이적 관점

ⓐ 대규모 협업 퀘스트의 설정

공동으로 제작에 참여한 맥고니걸은 <더 로스트 링>의 목표가 "전 세계 젊은 층들을 대상으로 지금의 올림픽 게임과 같이 경외감을 불러일으킬만한 글로벌한 규모의 협업을 할 수 있는 온라인 게임을 만드는 것"[58]이었다고 밝힌바 있다. 이를 위해 개인 사용자나 지역 단위의 소규모 팀이 해결할 수 없는 대규모 협업 퀘스트를 설정했다. 가상의 고대 올림픽 정보와 경기 방법이 쓰인 유적 조각을 5개 대륙, 27개국에 숨겨놓았으며, 에스페란토어로 쓰인 유적의 글자를 해독하기 위해 사용자들 간 협업은 필수적이었다. 사용자들은 위키를 생성해 타임라인을 만들고 모든 기록들을 공유하며 퀘스트를 수행하였다.

---

58) McGonigal, Jane, *Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world*, Penguin, 2011, p.281.

ⓑ 역할 시스템과 국가 별 경쟁 구조

가상의 고대 올림픽 스포츠인 '인간 미로(더 로스트링)'의 경기 방법을 찾아낸 사용자들에게 주어진 마지막 미션은 16명으로 이루어진 팀을 만들어 '더 로스트 링'을 직접 연습하고 이를 유튜브나 플리커를 통해 공유하는 것이었다. 이때 사용자에게 '고대의 힘'이라는 6개의 항목(지식추구자, 모험가, 연결자, 조종사, 조언자, 진실추구자) 중 하나를 자신의 특성으로 선택하도록 하고 이를 SNS에 게시하게 함으로써 일종의 스포츠 팀 구성을 위한 역할 시스템으로 활용되도록 했다. 게임의 클라이막스에서는 가상의 세계 선수권 대회라는 라이브 액션 이벤트를 개최하여 베이징, 샌프란시스코, 살바도르, 런던, 도쿄, 웰링턴의 6개 도시의 팀들이 대회에 참여해 경기를 벌였다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<더 로스트 링>을 통해 제작 주체들은 각기 다른 성과를 거두었다. 맥도날드와 아쿠아는 브랜딩 효과를 거두었고, 국제올림픽위원회는 올림픽이라는 전통적인 행사를 새로운 게이머 세대와 친숙하게 만들었다. 무엇보다 사용자 간의 협력과 조정을 통한 공동 작업이 점진적으로 범위를 넓혀가도록 함으로써 세계적인 규모의 대체현실게임을 성공적으로 전개하였다. 이 과정에서 사용자 간의 협력을 긴밀하게 만든 요인은 소셜미디어의 활용과 사용자 위키이다. 특히 사용자 위키는 실시간으로 세계적인 규모로 벌어지는 사건과 정보의 흐름과 맥락을 공유하도록 도왔다고 할 수 있다. 이는 대체현실게임의 규모와는 별개로 사용자가 스토리텔링의 주도권을 가지는 것이 얼마나 중요한지를 보여준다.

(3) 사례 3: <아르고시 프로젝트(ARGOSI Project)>

(a) 개요

<아르고시 프로젝트>는 '오리엔테이션과 사회화를 위한 대체현실게임(Alternate Reality Game for Orientation, Socialization and Induction)'의 약자로 대학 신입생 오리엔테이션을 위한 교육 목적의 대체현실게임이다. 영국의 맨체스터 메트로폴리탄 대학교(MMU)와 볼튼 대학교(UoB)가 주관하고 JISC(합동정보위원회)가 투자했으며, 2008년 4월부터 2009년 3월까지 약 1년 동안 진행되었다. 대학 신입생들은 대체현실게임을 플레이하며 자연스럽게 도서관 이용법을 익히고 캠퍼스와 맨체스터 시의 지리를 익혔다. 또한 친교를 형성하며 대학 생활에 적응할 수 있는 계기를 제공했다는 평가를 받았다.

(b) 타임라인과 미디어 구성

일자	사건	미디어	상세
2008.9.12	가상의 인물 비올라 프록터의 블로그에 첫 포스트가 게시됨	블로그	'비올라 퀘스트(Viola Quest)'라고도 불리는 해당 게임의 핵심 등장인물로 블로그를 통해 퀘스트를 부여함
2008.9.13	친구 그랜의 집에서 수수께끼의 편지를 주웠다며 편지에 쓰인 내용을 찾기 위해 비올라가 도움을 요청함	편지, 웹	편지에 쓰인 내용을 바탕으로 오래된 지도 조각의 일부를 찾음
2008.9.14	비올라는 지도 조각의 일부를 공유하며 사용자로 하여금 전체 지도 조각을 완성하도록 퀘스트 부여함	지도, 웹	사용자는 지도의 완성이라는 목적에 따라 단계적인 퀘스트를 수행하기 시작
2008.9.15	맨체스터 대학 도서관 사서가 비올라를 기 위해 '비올라 퀘스트' 웹사이트를 만듦	웹	캠퍼스와 도시를 비롯한 다양한 정보를 얻고 퀘스트 진행 상황을 확인할 수 있는 공식 웹사이트의 공개함
2008.9.28	지도가 맨체스터시에 존재했던 비밀 조직과 그 조직이 숨긴 어떤 물건의 위치와 관련된 것임인 밝혀짐	웹, 지도, 포스터	SCWID라는 비밀 조직의 정체와 숨겨진 물건의 위치를 찾기 위해 6개의 지도 조각을 찾아 완성해야 함
2008.10.1	맨체스터시의 역사적 미스터리를 담은 사이트와 다른 지도의 조각을 가지고 있다는 사람이 등장	웹, SNS	각각의 지도에 퍼즐을 해결하며 지도의 조각을 수집
2008.10.4	지도의 조각과 추가적인 정보를 담은 일기장 발견	웹, 지도, 일기장	물건의 용도가 다른 존재와 시공간을 넘어 커뮤니케이션 할 수 있는 것임을 알게 됨
2008.10.13	공룡으로부터의 메시지가 담긴 오디오 파일이 첨부된 이메일을 수신	이메일, 오디오 파일, 웹	SCWID라는 조직이 과거 지성을 가졌던 공룡과 관련된 조직이라는 것이 밝혀짐

2008.12.8	마지막 지도 조각을 획득하고 공룡의 마지막 메시지를 담은 영상 공유	유튜브, 웹	지도의 완성과 함께 비밀 조직의 정체가 밝혀짐

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 선형적 배경 서사와 인물 중심 망형 서사의 결합

<아르고시 프로젝트>는 도시의 역사와 관련된 미스터리를 파헤치는 형식이지만 이를 통해 현재가 바뀌거나 영향을 미치는 것은 아니다. 1년이라는 다소 장기간에 걸쳐 진행된 프로젝트에서 과거에 해당하는 선형적 배경 서사는 늦게 진입한 사용자들도 빠르게 스토리를 습득하고 앞선 사용자들과 격차를 줄일 수 있도록 한다. 여기에 현재 시점에서 사용자와 함께 비밀을 추적하는 허구적 등장인물들이 단계적으로 추가되면서 사용자로 하여금 다양한 가능성들을 검토하도록 하는 망형 서사를 제공한다.

ⓑ 도시와 캠퍼스를 활용한 공간 스토리텔링

사용자는 퀘스트를 수행하기 위해 맨체스터 시의 여러 역사적 장소와 건물, 캠퍼스의 곳곳을 직접 방문해야 한다. 이 과정은 과거 맨체스터 시에 존재했던 비밀 조직의 정체를 밝히고 그들이 숨긴 수수께끼의 물건을 찾는 여정에 해당한다. 사용자가 일상을 영위하는 도시와 캠퍼스라는 공간을 적극적으로 활용한 미스터리 형식의 스토리텔링은 사용자에게 더 깊은 몰입감을 선사한다.

② 놀이적 관점

ⓐ 지도를 활용한 수집의 진행 정도 및 방향성 전달

<아르고시 프로젝트>는 6개의 지도 조각을 수집하고 지도를 완성해 수수께끼에 쌓인 역사적 물건을 발견하는 것을 골자로 한다. 웹사이트를 통해 구글 맵과 연동된 지도를 제공함으로써 사용자로 하여금 수집의 즐거움과 함께 다음 단계에 무엇을 해야 하는지에 관한 명확한 방향성을 제공한다. 이는 일반적인 게임에서 사용자에게 퀘스트 형태로 제공하는 '할 일'의 형태이며, 진행의 정도에 따른 성취감을 얻을 수 있도록 한다.

ⓑ 다양한 퀘스트의 활용

<아르고시 프로젝트>는 대학 신입생의 오리엔테이션을 위해 제작되었기에 퀘스트 형식을 집중적으로 활용한다. 6개의 메인 내러티브 퀘스트와 16개의 보조 퀘스트를 제공한다. 가상의 인물인 '비올라 프록터'라는 맨체스터 대학 1학년생의 요청에서 시작된 퀘스트는 문학, 과학, 수학, 음악 등 다양한 분야의 지식을 활용한 퍼즐을 포함하고 있다. 또한 온라인과 오프라인, 개인과 협업이라는 다양한 형식의 도전 과제가 균형적으로 수행될 수 있도록 단계적으로 제공된다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<아르고시 프로젝트>는 일방향적인 정보 전달이 주가 되는 오리엔테이션이 아니라 대학의 연간 일정에 맞춰 신입생이 자연스럽게 대학 생활과 도시를 파악할 수 있도록 한 파일럿 프로젝트이다. 허구적 인물의 소개와 사건의 진행은 블로그를 통해 전달되었으며, 퀘스트의 수행과 진행, 리더보드, 커뮤니티 등은 별도의 독립적인 웹사이트를 통해 통합적으로 제공되었다. <아르고시 프로젝트>는 자기주도 학습의 효과적인 도구로써 대체현실게임의 가능성을 확인할 수 있는 계기를 제공하였다. 나아가 관련 매뉴얼과 소프트웨어, 트레이닝 코스 등의 모듈화를 통해 주변의 다른 대학들의 활용이 용이하도록 했다.

(4) 사례 4: <석유 없는 세상(World Without Oil)>

(a) 개요

<석유 없는 세상>은 작가이자 인터랙티브 콘텐츠 개발자 켄 에클런드(Ken Eklund)가 기획하고 공영방송조합이 투자, 공적 미디어 지원기구인 ITVS(Independent Television Service)가 제공한 대체현실게임이다. 맥고니걸이 참여 활동 부문 디자이너로 합류했다. 오일 쇼크가 닥친 가상의 세계에서의 삶에 대한 일종의 협업 시뮬레이션을 목표로 했던 <석유 없는 세상>은 2007년 4월 30일부터 32일 동안 진행되었다. 미국을 중심으로 영국, 호주, 일본, 이라크 등 12개국의 1800명이 참여했으며, 관련해서 사용자가 만든 온라인 미디어 게시물이 10만개 이상 만들어졌다. <World Without Oil>은 현실의 삶을 바꿀 수 있는 게임 미디어의 가능성을 보여준 대체현실게임 사례로 평가받고 있다.

(b) 타임라인

* 1주(가상세계)=1일(현실세계)

일시	사건	사용자 생성 스토리	개발자 질문 및 세부 상황
1주(4.30)	오일 쇼크 : 갤런 당 4달러	139개	당신의 삶에는 어떤 변화가 일어나는가?
2주(5.1)	빠른 수습의 불가능 : 체인의 붕괴	99개	아직 부족하진 않지만 빠른 소진이 예상되는 가운데 다음에는 어떤 일이 일어날 것인가?
3주(5.2)	가격 상승 : 갤런 당 4.5 달러	94개	석유 외 연료 가격 동반 상승. 이 상황의 책임은 누구에게 있는가?
4주(5.3)	고통의 확산 : 분노에 찬 시위	62개	대규모 시위와 운송 비용 증가, 석유 비축량 감소, 가정의 삶은 어떻게 바뀌는가?
5주(5.4)	파문 효과 : 다른 항목들의 가격 상승	64개	다른 소비재 물가의 동반 상승 더 이상 할 수 없게 된 일은 무엇인가?
6주(5.5)	현실 도피, 당신의 이야기는?	52개	다우지수의 하락과 항공편의 감소 현실을 받아들이지 못하는 사람들
7주(5.6)	경고 : 송유관 저장량의 한계	57개	정전의 위험성 증가와 식량 운송 중단 커뮤니티 활동을 통해 극복이 가능한가?
8주(5.7)	부족 사태의 확산	53개	식량 부족과 자동차 생산 중단 어떤 태그를 만들고 커뮤니티에서 활동하나?
9주(5.8)	카오스 : 정전으로 갤런 당 가격 상승	57개	정전 발생 및 유조선이 공격당해 공급 루트가 악화됨, 극복을 위한 개인 가드닝 제안
10주(5.9)	미국의 신용 등급의 급락	67개	남미와 아프리카에서 약탈과 화재가 일어남 주변 사람들에게 어떻게 안부를 전하나?
11주(5.10)	실업률의 증가 : 두려움과 절망	60개	생산성 저하에 따른 실업률의 증가와 전기 자동차 산업의 활성화

12주(5.11)	운송 트럭의 정지 : 디젤 고갈	35개	위기를 극복하는 방안을 제시한 사용자 스토리 소개
13주(5.12)	대규모 정전 : 석유와 석탄의 지속적인 부족	37개	각 지역의 사용자 스토리 소개, 신용카드가 정지되고 현금 구매만이 가능하다면?
14주(5.13)	7달러의 고통 : 가격의 지속적 상승	12개	텍사스 주의 신용카드 정지와 달라스의 허리케인으로 인한 상황 악화
15주(5.14)	어려운 선택 : 기본을 위해 싸우는 시민	49개	카페마저 문을 닫는 상황에서 사람들은 조금씩 이웃과 소통하며 대안을 찾고 있음
16주(5.15)	유감의 시대 : 상품과 음식의 부족	20개	주유소의 폐쇄와 음식의 현금 거래 , 새로운 거주 형태인 난민 캠프의 등장
17주(5.16)	7개 도시에서의 폭력 사태 발발	43개	정부의 비리에 항의하는 폭력 시위, 지역 경찰서와 다수의 자동차 파괴, 사람들이 편지를 쓰기 시작함
18주(5.17)	페달의 등장 : 자전거 운전자 증가	32개	자전거 운전자들의 증가, 자급자족을 위한 소규모 경작 시도
19주(5.18)	항공 여행의 위상 변화	29개	항공 기업의 파산과 은행의 파산, 지역 사회 기반 운송 수단과 개인 가드닝의 확산
20주(5.19)	지역 사회와 가족에서 답을 찾다	16개	대형 유통망의 붕괴와 녹색 에너지를 위한 시도들
21주(5.20)	도시 지역 별 상황	33개	대중교통망이 잘 된 대도시와 자급자족이 가능한 시골 지역은 덜 타격받음
22주(5.21)	재건설 : 우리가 할 수 있는 일	20개	지역 사회 중심의 대안 꾸리기, 홈스쿨링, 공동 소비 등의 대안 토의
23주(5.22)	식량 위기 : 작물 생산량과 수입 감소	36개	운송 시스템 붕괴로 식량 위기, 수용소 중심의 식량 재배 시작
24주(5.23)	새로운 국제 질서의 정립	23개	석유 보유국들의 부 축적과 미국 내 혼란
25주(5.24)	꿈의 종말 : 교외 생활의 붕괴	25개	운송 수단을 통해 유지되던 교외 생활의 붕괴와 개인 경작에 따른 비료 사용 증가
26주(5.25)	행동주의 : 커뮤니티 만들기	22개	지역 공동체 구축을 위한 방법 공유 요청
27주(5.26)	정부 지원 위해 지역 커뮤니티 동요	23개	사용자 팟캐스트, 비디오, 웹 코믹 공유, 지역 상황에 적합한 지원과 노력 필요
28주(5.27)	난방 : 겨울을 맞는 시민들	22개	난방을 위한 벌목과 대기 오염, 재활용 에너지에서 대안 찾기
29주(5.28)	지역화 : 이웃과 함께하는 봄 경작	24개	컨테이너 정원 조성과 농부의 생활
30주(5.29)	석유에 덜 의존하는 삶	21개	이웃 협동조합의 설립, 정원 조성, 연료가 필요하지 않은 탈 것 이용
31주(5.30)	운송 : 미국의 고군분투	23개	운송과 대중교통 시스템을 복구하기 위한 노력, 시스템의 개편과 확대
32주(5.31)	마지막 날 : 우리가 만드는 변화	103개	지배적 패러다임에서 벗어난 커뮤니티, 지역화, 가족이라는 대안적 키워드의 확산

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 개인의 일상과 '오일 쇼크'라는 거대 서사의 결합

<석유 없는 세상>의 배경 서사는 석유의 수요와 공급의 균형이 무너지고 석유 가격이 폭등한 세계에서의 삶을 다룬다. 주인공은 사용자, 일상의 영위하고 있는 현실의 나 자신이다. 사용자는 전 세계적인 오일 쇼크로 국가와 지역, 개인이 모두 영향을 받고 있는 상황에서 자신의 삶의 변화를 블로그, 트위터, 커뮤니티, 이메일, 이미지, 보이스 메일, 동영상 등의 다양한 미디어를 통해 이야기할 것을 요청받는다. 이 과정에서 자신의 직업과 동선, 주변 이웃에 이르기까지 사용자의 개인적 일상은 세계 경제와 정세에 영향을 미치는 석유 공급과 수요를 둘러싼 거대 서사인 배경 서사와 자연스럽게 결합한다.

ⓑ 디스토피아적 서사에서 극복과 희망의 서사로의 전환

32일 동안 진행된 <석유 없는 세상>에서 게임 초기, 사용자들은 사상 초유의 석유 부족 사태를 두고 불안과 폭력, 좌절과 분노의 상황들을 예측했다. 에너지 위기로부터 촉발된 디스토피아적 상상은 개인의 삶과 국가가 언제든 이러한 위기를 맞닥뜨릴 수 있다는 불안감으로부터 사실성을 획득한다. 그러나 이와 같은 디스토피아적인 서사는 게임 플레이가 진행되고 난관을 돌파하기 위한 해결책들이 늘어나면서 변화하기 시작한다. 카풀, 자전거 루트 찾기, 커뮤니티 정원 등 지역 중심의 구체적인 해결책을 상상하고 시나리오를 제시하며 사용자는 자발적으로 '석유 없는 세상'에 대한 희망의 서사를 생성한다.

② 놀이적 관점

ⓐ 장기적 관점에 기반 한 시뮬레이션을 위한 게임 시간 설정

<석유 없는 세상>은 미래에 대한 몰입형 예측 시나리오를 만드는 데 있어 일반인을 대규모로 참여시킨 최초의 시도이다. 맥고니걸은 '대규모 멀티 플레이어 예측(Massively Multi player Foresight)'[59]이라는 개념을 언급하며, 장기적 관점에 기반 한 구체적인 시뮬레이션이 중요하다고 말한다. 이런 점을 고려하여 <석유 없는 세상>은 게임에서의 허구적 가상 시간과 현실의 시간을 다르게 설정하였다. 현실에서의 1일은 <석유 없는 세상>에서의 7일, 일주일이다. 이와 같은 게임 시간의 설정은 사용자들로 하여금 한 주를 중심으로 주어진 상황과 문제들을 상상

59) McGonigal, Jane, op.cit., 2011, p.302.

하고 보다 거시적이고 장기간의 관점에서 시뮬레이션을 진행할 수 있도록 한다.

ⓑ 사용자의 시뮬레이션을 즉각 반영하는 지도에 의한 피드백 루프 형성

<석유 없는 세상>은 사용자들의 지속적인 참여와 구체적인 시뮬레이션을 위해 대체현실 대시보드(alternate reality dashboard)'를 제공했다. 대체현실 대시보드에서는 사용자들이 거주하는 38개 지역의 지도를 중심으로 삶의 질, 경제력, 사회적 안정성의 상승과 하락을 반영하는 파워미터를 제공했다. 가상의 뉴스와 함께 대시보드의 파워 미터는 사용자들이 게시하고 업데이트하는 스토리에 반응하여 변동한다. 이는 다시 사건의 전개를 결정짓고 사용자들에게 새로운 시뮬레이션을 위한 사건을 제공하는 일종의 피드백 루프로 작용하였다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<석유 없는 세상>은 게임을 사회적 메시지 전달을 위한 방법론으로 활용한 대체현실게임이다. 현실의 공간을 배경으로 현실의 나를 통해 게임을 플레이하는 것이 핵심인 대체현실게임은 이와 같이 사회적 변화를 이끌어내는 목적의 프로젝트에 가장 효과적인 게임 디자인이다. 사용자들은 현실에서 개인의 관심사와 직업, 전문 지식을 게임에 결합하여 시나리오를 전개했고, 진정한 변화는 게임 플레이가 끝난 뒤에 시작되었다. 많은 사용자들이 자신이 제시한 해결책을 실제 자신의 삶에 적용하거나, 게임 플레이 이전과는 다른 삶을 지향하게 되었다는 리뷰를 남기기도 했다.

(5) 사례 5: <작전명 소원>

(a) 개요

<작전명 소원>은 임시정부수립 100주년을 맞아 대한민국임시정부 100주년 기념사업위원회가 후원하고 문화체육관광부가 주최, 유니크굿컴퍼니가 제작한 역사 체험 콘텐츠이다. 일제의 신문사에 스파이로 잠입한 독립군 명선을 도와 독립자금을 운반하기 위해 근현대사의 주요 역사적 장소였던 정동 일대를 돌아다녀야 하는 대체현실게임이다. 2019년 4월 5일부터 6월 10일까지 2달여간 5만 3천여 명이 참여하였다. 평균적으로 미션을 완수하기 위해 3시간, 1만 5천보가 넘는 거리를 이동해야함에도 불구하고 성공적인 참여를 이끌어냈다는 평가를 받는다.

(b) 타임라인과 미디어 구성

단계	미션	장소	목적
1	일제의 수상한 움직임	리얼월드 앱, 인트로 영상	- 광무회 비밀 요원 명선의 기사 해독 - 사전테스트 및 비밀문서 획득 위치 알림
2	비밀 문서의 획득	서울도시건축전시관	- 게임 진행을 위한 툴킷 획득
3	선교사와 비밀 암호	서울주교좌성당	- 선교사의 신원 확인을 받고 예치금 증서 획득 - 증강현실을 통해 다음 장소 파악
4	비밀 지령을 받을 전화번호	덕수궁 중화전	- 건축물과 주변 조형물의 모양과 구조에 기반한 암호 해독
5		덕수궁 정관헌	
6		덕수궁 석조전	
7	고종 황제의 직인과 독립자금 인출	정동 중명전	- 을사늑약의 체결 과정을 보고 고종의 어새를 찾아 문서에 찍어서 독립자금 인출하기
8	독립 자금의 전달	경교장	- 건물에 숨겨진 암호 해독

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 가상과 역사의 결합을 통한 몰입의 강화

<작전명 소원>은 일제 강점기를 배경으로 실제 존재했던 사건과 장소, 신문사와 같은 기관을 활용하고 있다. 하지만 3·1운동이 일어났던 1919년과 시간적으로 맞지 않은 사건의 설정이나 가상의 인물들과 결합되어 있기에 역사와 허구가 결합된 팩션(faction)이라고 할 수 있다.

모바일 게임으로 콘텐츠를 만들 수 있지만 이미 유사한 내용을 경험할 수 있는 모바일 게임들

이 출시되어 있기에 차별화를 위해 현실 세계를 배경으로 택했다. 현실 세계에서 직접 콘텐츠를 플레이하고 경험하는 것에 중점을 두고 회사의 방향성을 정했다. 특히 세계관 구성을 중요하게 생각했다. 트랜스미디어에서 제일 중요한 것이 세계관이라고 생각했기에 세계관 구성에 가장 많은 주의를 기울였으며 이를 활용해 리얼리티를 구축하고자 했다.

– 대체현실콘텐츠기업 대표, F

사용자는 정동 일대와 덕수궁의 역사적 사건이 일어났던 장소를 직접 이동하고 방문하여 미션을 수행하기 때문에 거시적인 역사와 미시적인 허구적 요소의 결합은 사용자의 몰입을 강화하는 역할을 한다.

ⓑ 허구적 즐거움 아래 역사 체험을 지향하는 이면적 서사 구조

독립운동 자금을 찾고 이를 전달하기 위해 독립운동가로서 활동하다보면 자연스럽게 역사적 장소와 관련된 역사적 사실들을 습득하고 그 의미를 <작전명 소원>의 스토리와 관련지어 생각하게 된다. 이는 현실의 나와는 관련 없는 도시의 구조물이거나 관광객을 위한 문화재에 불과했던 역사적 장소에 담긴 의미를 전달하는 수단으로서 <작전명 소원>이 효과적으로 기능했음을 의미한다. 사용자는 재미와 즐거움을 위해 <작전명 소원>을 플레이하는 것으로 시작해 역사적 장소와 사건에 대한 의미를 환기하며 플레이를 마무리하게 된다. 이와 같은 이면적 스토리텔링은 사회적 메시지나 교육의 목적으로 게임을 방법론으로 활용하는 대체현실게임 유형에서 보편적으로 나타나는 구조이다.

② 놀이적 관점

ⓐ 독립 운동가라는 허구적 페르소나의 활용

대체현실게임에서 사용자는 현실의 나 자신으로 참여하며 가상의 캐릭터를 돕는 조력자의 역할을 하는 것이 일반적이다. <작전명 소원>에서 사용자는 현실의 나인 동시에 비밀 독립운동 단체인 광무회에 소속된 명선의 부탁을 받아 독립운동 자금을 운반하는 독립운동가라는 허구적 페르소나를 바탕으로 역할 수행을 하게 된다. 이를 위해 사용자는 어플리케이션을 통해 사전테스트를 거치고 신원을 증명하는 미션을 수행해야 한다. 이 과정에서 사용자는 역사 교과와 다양한 미디어 콘텐츠를 통해 접했던 독립운동가로서 허구적 페르소나를 구축하고 게임을 즐기게 된다.

ⓑ 독립운동 당시 활용되었던 암호를 활용한 퍼즐 중심의 미션

<작전명 소원>의 미션은 툴킷과 어플리케이션을 활용해 암호를 해독하는 것이 핵심이다. 이때의 암호는 증강현실이나 위치기반 기술을 활용하는 것과 함께 독립 운동 당시에 활용되었던 한글 암호, 수기 암호 등을 활용한다. 미디어 기술과 공간, 암호표 등을 활용한 미션 수행은 어드벤처 게임의 장르의 방식과 유사하다. 사용자는 비밀문서에 해당하는 툴킷에 직접 메모하거나 꼼꼼히 살펴보면서 몰입하게 되며, 이는 다시 증강현실을 통해 디지털 이미지와 결합하면서 사실성을 강화한다. 아날로그적 요소와 디지털 요소의 결합은 퍼즐에 다양성을 부여한다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<작전명 소원>은 야외에서 진행되는 만큼 진입장벽이 높은 대체현실게임이다. 방문해야하는 장소 중에 문화재를 포함하고 있기에 관람할 수 있는 시간 또한 제한적이다. 그럼에도 불구하고 <작전명 소원>은 프로그램이 조기 마감될 정도로 많은 주목을 받았다. 이는 운영의 측면에서 한정된 시간과 공간을 통해 가상과 현실을 결합하는 대체현실게임이 가지는 어려움을 잘 해결했기 때문이다.

> 챗봇같은 서비스 요소를 활용하는 등 최대한 사람의 개입을 줄이고 운영을 시스템으로 대체하고 있다. 극장과 같은 한정된 공간에서 진행되는 콘텐츠의 경우 연극배우들에게 역할을 맡길 수도 있다.
>
> 대체현실콘텐츠기업 대표, F

제작의 주체인 유니크굿컴퍼니는 운영에 소요되는 자원을 인력이 아닌 시스템으로 대체함으로써 게임이 진행될 때 발생할 수 있는 돌발 요소나 부침을 최소화하고 참여하는 사용자들이 어느 시점에 플레이를 경험하던 동일한 경험을 얻을 수 있도록 했다. 이와 같은 시스템은 '리얼월드' 어플리케이션과 증강현실이라는 디지털 기술, 툴킷이라는 아날로그적 요소의 결합을 통해 구축되었다.

(6) 사례 6: <마리카에 관한 진실(The Truth about Marika)>

(a) 개요

<마리카에 관한 진실>은 스웨덴의 공영방송 SVT와 게임회사 더 컴퍼니 피(The Company P)가 제작한 참여 드라마(participation drama)이자 대체현실게임이다. 마틴 에릭슨(Martin Ericsson)이 연출한 드라마는 2007년 10월 첫 에피소드를 시작으로 매주 1회씩 5개의 에피소드를 방영했다. 시청자들은 블로그, 온라인 게임, 모바일 GPS, 라이브 이벤트 등 다양한 미디어를 넘나들며 열광했다. 2008년 에미상 베스트 인터랙티브 티비 시리즈(Best Interactive TV Series) 부문에서 수상한 바 있다. <마리카에 관한 진실>은 TV 드라마에 게임 스토리텔링을 결합시킨 혁신적인 사례로 주목받았다.

(b) 타임라인과 미디어 구성

일시	사건	미디어	상세
2006.2	<컨스피라레> 블로그 개설과 실종된 마리아를 찾는 벽보 및 전단지 배포	웹 블로그	실종된 친구 마리아를 찾기 위한 아드리아나의 행동
2006.6	SVT 제작팀의 아드리아나 취재 및 드라마 제작 진행	웹 블로그	인물들의 이름만 일부 변경하여 드라마 제작 결정
	아드리아나의 분노와 SVT의 도용 폭로	웹 블로그	현실을 기반으로 하는 시사 토론 프로그램 함께 방영 결정
2007.6	아드리아나를 돕기 위한 참여자들의 <컨스리라레> 회원 등록	웹사이트	컨스피라레 크루(conspirare crew)의 결성
2007.7	<오도 서펜티스> 웹사이트 오픈	웹사이트	적극적인 참여자인 컨스피라레 크루의 주도적 사건 진행
2007.10	TV 드라마 <마리카에 관한 진실> 방영과 진실 공방을 위한 토론 프로그램 연속 반영 시작	드라마 토론 프로그램	논란 속에 2화 방영 후부터 SVT는 아드리아나와 함께 마리아를 찾겠다고 공표. 아드리아나, 일반 시청자, SVT의 참여가 시작됨
2007.10	<오도 서펜티스>에 접속하기 위해 암호를 공공장소에 부착하고 사진을 찍어 휴대폰으로 전송하는 미션 수행	모바일	커뮤니티 이용 및 사용자 레벨업
2007.11	암호 해독을 위한 어플리케이션 다운로드	모바일	드라마와 토론 프로그램에서 획득한 정보를 더 수집하기 위한 미션 수행
2007.11	유튜브, 플리커, 트위터에 활동 기록에 해당하는 사용자 동영상, 이미지 게시	SNS	미션 수행 정보 공유, 아드리아나를 응원하는 메시지 등을 사용자들이 제작하여 공유

2007.11	온라인 게임 <엔트로피아> 플레이	온라인 게임	드라마 캐릭터 '야나'가 자주 플레이하던 게임으로 설정, 마리아의 행방을 찾는 단서를 제공
2007.12	방송국 앞 집회(최종 퀘스트)	라이브 이벤트	사용자들의 도움으로 마리아를 찾고 디아더스의 탈출을 도움

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 드라마와 시사토론 프로그램의 연속방영을 통한 사실성 부여

허구를 다루는 드라마와 현실에 근거한 토론 프로그램의 연속 방영은 <마리카에 관한 진실>이 전제하는 허구적 현실(fictional reality)에 사실성을 부여하는 핵심적인 역할을 담당했다. 초반에는 폭로와 의혹 제기를 통해 시청자들이 공분할 수 있도록 했고, 중·후반부터는 협력하여 '마리아'를 찾는 진행 상황을 공유하고 참여를 촉진시키는 통로로 기능했다. 드라마와 토론 프로그램의 결합은 허구인 드라마를 모방한 허구적 현실이라는 점에서 트랜스미디어 콘텐츠의 새로운 방향성을 보여주었다.

ⓑ 미스터리 체인에 기반 한 시청자의 자발적 이야기 생산

<마리카에 관한 진실>에서 시청자는 비어있는 서사적 빈칸을 채우기 위해 미디어를 넘나든다. 드라마에서 토론 프로그램으로, 블로그에서 게임으로와 같이 더 많은 정보와 진실에 닿기 위해 미션을 수행하고 드라마를 시청한다. 이는 추리와 미스터리에 기반 한 연쇄적인 체인 구조를 형성하며 시청자는 서사적 결핍을 채우기 위해 미디어를 넘나들며 허구적 이야기를 자발적으로 생산[60]한다.

② 놀이적 관점

ⓐ 수동적인 시청자에서 능동적인 사용자로

텔레비전 앞에서 일방향적으로 콘텐츠를 수용하던 시청자는 <마리카에 관한 진실>에서 존재론적인 변화를 겪는다. 시청자는 드라마와 토론 프로그램을 시청한 후 의문을 해소하기 위해 미션을 수행한다. 암호를 해독하고 해독의 과정을 트위터로 공유하고 벽보를 붙이고 이를 동영상으로 공유한다. 이는 역할수행게임에서 퀘스트를 수행하고 보상을 획득하며 공간을 탐험하는 사용자의 양태에 가깝다.

60) 서성은, 「인터랙티브 드라마의 사용자 참여 구조 연구」, 이화여자대학교 디지털미디어학부 석사학위논문, 2009.

ⓑ 허구적 페르소나가 아닌 현실의 퍼슨으로서 게임에 참여

게임 미디어에서 사용자는 허구적 페르소나를 매개로 성장과 사건 경험의 주체가 된다. <마리카에 관한 진실>에서 사용자로 변모한 시청자는 일상생활을 영위하는 현실에 자아에 해당하는 '퍼슨(person)', 즉 자기 자신의 모습으로 허구적 사건에 참여한다. 이로 인해 미션을 수행하는 과정이나 특정 캐릭터에 반응하고 지지하는 영상이나 이미지를 게시할 때 현실의 자신을 노출시킨다. 이를 통해 허구와 현실이 결합된 대체현실이 생성된다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<마리카에 관한 진실>은 데이브 스즐보스키(Dave Szulborski)가 제시한 대체현실게임의 미학이자 제작 문법에 해당하는 '이것은 게임이 아니다(This is Not a Gam)'의 미학을 잘 구현한 콘텐츠이다. 드라마와 시사프로그램이라는 전통적 미디어를 중심으로 웹, 게임, 소셜미디어, 모바일 등과 같은 뉴미디어 결합시킴으로써 현실 같은 허구적 가상세계를 성공적으로 창조했다.

(7) 사례 7: <인그레스(Ingress)>의 '엑스엠 어노말리(XM Anomaly)'

(a) 개요

<인그레스>는 나이안틱(Niantic)이 개발하고 서비스한 다중 사용자 위치기반 게임이다. 위치기반 기술과 증강현실을 통해 일상의 공간을 배경으로 영역 다툼과 진영 간 쟁탈전이 주가 되는 게임이다. 2012년 11월을 시작으로 구글의 위치 정보를 사용하는 세계 여러 도시에서 서비스되고 있으며, 이후 출시된 <포켓몬고>의 전신이 된 게임이다. 엑스엠 어노말리(XM Anomaly)는 전 세계 주요 도시에 사용자들이 직접 모여 면대면 쟁탈전을 진행하는 대규모 오프라인 이벤트이다. 엑스엠 어노말리의 결과에 따라 <인그레스>의 배경 스토리 진행이 바뀐다. 2달이 좀 안 되는 기간 동안 진행되며, 주요 도시와 위성 개최 도시로 나뉘어 진행된다. 한국에서는 2014년 서울을 시작으로 7번의 엑스엠 어노말리가 진행된 바 있다.

(b) 타임라인

일시	주요 엑스엠 어노말리명	도시	배경스토리 반영
2013.8	카산드라(Cassandra)	워싱턴, 시카고, 보스턴	-
2013.10~12	13매그너스(13MAGNUS)	뉴욕, 달라스, 빈	계몽군 승리
2014.2~3	레커전(Recursion)	홍콩, 자카르타, 바르셀로나	저항군 승리, 에이다의 암호 해독을 위한 게시물 공개
2014.4~6	인터리투스(Interitus)	런던, 암스테르담, 솔트레이크 시티	저항군 승리, 에이다 혁명을 위한 계획을 지속함
2014.7~9	헬리오스(Helios)	시카고, 홍콩, 타이페이	저항군 승리
2014.10~12	다르사나(Darsana)	도쿄, 민스크, 두바이	저항군 승리
2015.2~3	쇼닌(Shōnin)	오스틴, 하노버, 프로렌스	저항군 승리
2015.5~6	페르세폴리스(Persepolis)	포틀랜드, 밀워키, 내쉬빌	저항군 승리, 기술의 잠금을 해제
2015.10~12	애버든(Abaddon)	시카고, 오키나와	-
2016.2~4	옵시디언(Obsidian)	올란도, 멕시코시티, 비엔나	계몽군 승리,
2016.5~7	이지스 노바(Aegis Nova)	도쿄	계몽군 승리, 이지스 노바 쉴드와 에이다의 파괴
2016.8~9	비아 럭스(Via Lux)	브로츠와프, 덴버, 싱가폴	저항군 승리, 에이다의 회복과 강화
2016.11	비아 노어(Via Noir)	서울, 미네소타, 멜버른	계몽군 승리
2017.5~8	13매그너스 리웨이컨즈 (13Magnus Reawakens)	브리즈번	계몽군 승리
2017.11~12	엑소5(EXO5)	베를린, 오사카, 샌프랜시스코	계몽군 승리
2018.7~8	카산드라 프라임(Casandra Prime)	삿포르, 바르샤바, 샌디에고	계몽군 승리

2018.10~11	레커전 프라임(Recursion Prime)	홍콩, 바르셀로나, 오스틴	저항군 승리
2019.2~3	다르사나 프라임(Darsana Prime)	나고야, 누렘버그, 아틀란타	계몽군 승리
2019.5	애버든 프라임(Abaddon Prime)	카오시웅, 암스테르담, 시카고	저항군 승리

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 도시적 일상과 중첩된 유희적 공간의 생성과 확장

엑스엠 어노말리는 전 세계 주요 도시에서 랜덤으로 개최된다. 도시와 일정이 공개되면 전 세계 많은 사용자들이 해당 도시를 방문해 쟁탈전을 벌이며 도시를 탐험한다. 이 과정에서 현실의 도시 공간 위에는 일종의 게임적 층위가 작동되고, 이는 도시의 일상과 결합한다. 목적지 향적인 게임 구조 속에서 사용자가 머물던 기존의 도시는 새로운 유희적 공간으로 거듭나고, 새롭게 방문한 도시 또한 관광의 장소가 아닌 다층적인 의미를 획득한다. 도시 공간을 기반으로 이야기를 확장하는 방식은 원작의 이야기 세계에 새로운 공간을 덧붙여 이야기 세계를 연장하는 확장의 형태를 취한다.

ⓑ 사용자 주도의 세계관 확장

<인그레스>는 기존의 게임과 달리 사용자가 주도적으로 콘텐츠를 생성하는 양상을 보인다. 이 중에서도 엑스엠 어노말리는 배경 스토리의 향방을 결정짓는 핵심적인 사용자 주도 콘텐츠이다. 엑스엠 어노말리 기간 동안 벌어지는 전투에서 승리를 거둔 진영에게 유리한 방향으로 <인그레스>의 배경 스토리는 진행된다. 이는 사용자를 움직이는 강력한 동기로 작용한다.

② 놀이적 관점

ⓐ 퍼슨과 페르소나의 결합과 커뮤니티의 확장

<인그레스>의 사용자는 일상의 현실을 영위하는 '나'이자 비밀리에 포털을 해킹하고 미션을 수행하는 '요원(agent)'의 정체성을 갖는다. 혼종적인 사용자의 정체성은 오프라인에서 면대면 커뮤니케이션을 바탕으로 하는 엑스엠 어노말리를 통해 강화되며, 사용자는 함께 모여 논의하고 전략을 수립하는 과정에서 단단한 유대를 경험하게 된다. 이는 허구과 현실의 경계에서 경험하는 축제적인 경험이다.

ⓑ 경쟁과 충돌의 자발적 생성 구조

진영 간 전투의 구조를 중심으로 하는 <인그레스>는 모바일 플랫폼을 통해 실시간으로 상대 진영의 상태를 확인하고 반격할 수 있기 때문에 역동적으로 세계의 상황이 변화한다. 엑스엠 어노말리의 경우, 오프라인에서 상대 진영의 움직임을 실시간으로 확인할 수 있기에 더욱 격렬하고 돌발적인 상황이 발생한다. 사용자들은 엑스엠 어노말리에서만 한정적으로 제공되는 뱃지와 같은 보상을 획득하고 자신의 진영에 유리한 스토리로 이끌기 위해 자발적으로 경쟁과 충돌을 생성해낸다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<인그레스>의 엑스엠 어노말리는 현실의 지리 정보를 활용하는 위치기반 게임이 가지는 진입장벽을 오히려 극대화시킨 형태이다. 그러나 진입장벽을 넘어선 충성도 높은 사용자에게 강화된 몰입감과 사용자 스토리텔링을 경험할 수 있는 콘텐츠이기도 하다. 사용자들은 도시 공간을 배경으로 모바일을 중심으로 한 온오프라인 미디어를 넘나들며 트랜스미디어적인 방법론을 통해 게임 콘텐츠를 경험한다.

(8) 사례 8: <좀비런>

(a) 개요

<좀비런>은 좀비 모티프를 활용한 마라톤이자 게임과 스포츠가 결합한 페스티벌의 형태로 커무브가 기획하고 운영하는 유료 콘텐츠이다. 2013년 연세대학교 축제에서 일종의 파일럿 행사로 시작한 <좀비런>은 2019년 현재까지 전국 7개 도시에서 21회 개최되었으며, 약 10만 여명이 티켓을 구매해 행사에 참여하였다. 현재, 커무브는 중국, 인도 등 글로벌 진출을 준비하고 있다. 현실의 공간을 바탕으로 좀비와 생존을 위한 러너(runner)라는 캐릭터를 활용해 다양한 미션을 수행하며 즐긴다는 점에서 대체현실게임의 범주에서 다룰 수 있다.

(b) 타임라인

일시	행사명	장소
2013.11.2. 오후10시	좀비런 나이트 앳 더 파크	과천 서울랜드
2014.8.2. 오후11시	좀비런 섬머 에디션	합천 영상 테마파크 고스트파크
2014.11.1. 오후9시	좀비런 할로윈 에디션	과천 서울랜드
2015.6.27. 오후7시	좀비런 파놉티콘 에디션	인천 문학 경기장
2015.8.22. 오후5시	좀비런 포트리스 에디션	부산 아시아드 주경기장
2015.10.31. 오후4시	좀비런 할로윈 에디션 : 블러디 카니발	과천 서울랜드
2016.4.30. 오후10시	에일리런: 코드X	광명 스피돔 에일리런
2016.7.30. 오후6시	좀비런 : 버닝 시티(대구)	대구 스타디움
2016.9.10. 오후5시	좀비런 : 버닝 시티(대전)	대전 월드컵경기장
2016.10.29. 오후4시	좀비런 할로윈 페스티벌 : 프리즌 파티	과천 서울랜드
2017.6.3. 오후3시	좀비런 : 야전병원 인천	인천 문학 경기장
2017.7.8. 오전 1시	좀비런 : 야전병원 부산	부산 아시아드 주경기장
2017.7.29. 오전12시	좀비런 : 야전병원 대구	대구 월드컵경기장
2017.10.28. 오후8시	좀비런 할로윈 페스티벌 서울	과천 렛츠런파크 서울
2018.4.28. 오후6시	좀비런 : 시티 어택(대전)	대전 월드컵경기장
2018.7.21. 오후4시	조선 좀비런 : 2018 선비의 귀환	안동 유교랜드
2018.8.4. 오후6시	좀비런 : 시티 어택(대구)	대구 스타디움
2018.9.1. 오후6시	좀비런 : 시티 어택(부산)	부산 아시아드 주경기장
2018.10.27. 오후3시	좀비런 할로윈 페스티벌	과천 렛츠런파크 서울
2019.9.7. 오후6시	좀비런 in 부산 : 10인의 생존자들	부산 렛츠런파크 부산경남
2019.10.26. 오후	좀비런 in 서울 : 15인의 구조대	서울 롯데월드타워

(c) 트랜스미디어 특징

① 서사적 관점

ⓐ 좀비 모티프를 활용한 생존과 탈출의 서사

죽은 자가 일어나 산 자를 공격하는 좀비 모티프는 그 강렬한 스토리 밸류를 바탕으로 다양한 문화 콘텐츠에서 주목받았다. 게임 미디에서도 좀비는 디스토피아적인 세계관을 기반으로 하는 여러 작품에서 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. <좀비런>은 현실의 공간과 좀비 모티프를 결합시킴으로서 생존과 탈출의 극적인 서사를 역동적인 움직임을 수반하는 스포츠 페스티벌과 자연스럽게 융합되도록 한 대체현실게임이다.

ⓑ 현실의 한정된 공간과 시간에 기반한 몰입감의 극대화

<좀비런>의 상징적인 시간과 공간은 '폐장한 놀이공원'이다. 서울랜드에서 밤 10시에 첫 러닝 게임이 개최된 이후, 할로윈 시즌에 폐장한 서울랜드에서 열리는 행사는 가장 상징적인 <좀비런> 행사이다. 현실의 한정된 공간과 시간에서 진행되는 <좀비런>은 좀비 모티프와 결합하면서 플레이어들의 몰입감을 극대화하는 중요한 서사적 장치이다. 이는 익숙한 좀비 모티프 영화나 드라마의 서사적 요소를 현실의 시공간에 전이(transposition)시키는 허구의 생성 방식을 보여준다.

② 놀이적 관점

ⓐ 좀비와 러너 캐릭터 기반의 추격과 탈출의 역할 놀이

<좀비런>은 단순한 러닝 행사가 아니라 좀비를 피해 탈출하고 백신을 운반하고, 미션을 수행하는 역할놀이가 핵심이다. 러너는 허리에 찬 3개의 생명띠를 빼앗으려는 좀비의 추격을 피해 달려야하며, 코스 별로 출몰하는 좀비의 특성을 파악해 전략적으로 대처해야 한다. 2015년까지 <좀비런>은 플레이어에게 좀비와 러너 중 캐릭터를 선택하여 게임에 참여하도록 했다. 그러나 안정상의 이유와 보다 조직적인 게임의 진행을 위해 2016년부터 플레이어는 러너의 티켓만 구매할 수 있게 되었다. 좀비는 페이스북을 통해 별도로 '크루(crew)'라는 이름의 자발적인 참여자를 사전에 모집하여 역할을 수행하도록 한다. 그러나 게임이 진행되면서 러너에서 좀비로 전환하는 플레이어들을 찾아볼 수 있다. 축제적 분위기를 기반으로 생명띠를 모두 빼앗긴 러너들은 감염의 과정을 거쳐 좀비로서 역할을 즐기며 게임에 참여하게 된다.

ⓑ 코스 별 다양한 미션 수행

<좀비런>에서 러너는 총 3km의 코스를 달리게 된다. 이때 코스 별로 출몰하는 좀비의 특성과 공간의 특성이 다르기에 이를 파악하고 적합한 미션을 수행해야 완주가 가능하다. 5~9개의 코스가 각 <좀비런>이 개최되는 장소와 콘셉트에 맞게 적용되었으며, 2018년 12월에 개최된 <좀비런 in 부산 : 10인의 생존자들> 부터는 본격적으로 게임에 들어가기 전에 10명의 팀을 구성하도록 해 팀 미션도 수행하도록 하고 있다. 해당 행사에서는 '①침투-②사일런스-③백신탈취-④좀비댄스-⑤생존신고-⑥좀플갱어'라는 6개의 코스 별 미션이 제시되었다. 러너들은 장애물 사이에 숨어 있는 좀비를 피해 뛰고, 조용할 때는 움직이지 않거나, 백신 주사기를 운반하는 등 코스별 미션을 수행하며 게임에 몰입하게 된다.

(d) 트랜스미디어 시사점

<좀비런>은 그동안 독립적인 유료콘텐츠로서의 가능성을 좀처럼 보여주지 못했던 대체현실게임의 성공적인 유료화 사례이다. 회당 플레이어수가 4,000명을 넘어서는 <좀비런>은 티켓을 구입해 즐길 수 있는 페스티벌로서의 정체성을 구축했다. 이는 몇 시간에 걸쳐 한정된 공간에서 진행되는 체험이었기에 가능했다고 할 수 있다. 성공적인 사례로 평가받는 대체현실게임들은 마케팅의 일환으로 진행되었기에 짧게는 몇 주, 길게는 몇 달에 걸쳐 진행되는 경우가 대부분이었다. 그러나 일레트로닉아츠가 출시했던 유료 대체현실게임 콘텐츠인 <마제스틱>의 사례에서 보듯이 기간이 길어질수록 현실과 가상의 경계를 넘나드는 행위를 플레이어로 하여금 지속하게 하는 것은 쉽지 않은 일이다. 그런 점에서 4~6시간 정도 진행되는 <좀비런>은 한정된 시간과 공간을 통해 압축적으로 사용자 경험을 구조화함으로써 유료 대체현실게임 콘텐츠로서 성공적인 사례로 자리매김했다.

(9) 사례 9: <리그 오브 레전드>, 가상 아이돌 'K/DA'

(a) 개요

K/DA는 라이엇게임즈의 멀티플레이어 온라인 배틀 아레나 장르인 <리그오브레전드>의 캐릭터 4인으로 구성된 가상의 케이팝 아이돌 그룹이다. 2018년 11월 싱글 앨범 '팝스타(POP/STARS)'를 발매하며 반향을 일으켰다. 유튜브에 공개된 뮤직비디오의 누적 조회수는 2019년 9월 기준 2억 6천만 뷰를 돌파하였다. 음원의 목소리는 실제 아이돌 그룹의 목소리를 통해 탄생했으며, 미국 아이튠즈 기준 케이팝 차트 1위를 기록한 바 있다. 빌보드에서 K/DA는 '이스포츠 음악의 미래'라고 평가하기도 했다.

(b) 타임라인

일시	사건	미디어	세부
2018.11	인천 문학 주경기장에서 열린 2018 <리그오브레전드월드> 챔피언십 결승전 개막식 무대에서 신곡 'POP/STARS' 데뷔 공연	공연	모션 캡쳐와 AR을 활용해 K/DA의 홀로그램 영상과 실제 목소리를 녹음했던 미국의 가수와 한국의 아이돌 멤버가 직접 출연해 함께 공연을 진행했으며, 4천만 명이 공연을 지켜봄
2018.11	공연 직후 K/DA의 스킨 아이템과 뮤직비디오 및 음원 공개	음원, 뮤직비디오	<리그오브레전드>의 주요한 유료화 아이템인 스킨 출시와 함께 진행됨. 아칼리, 아리, 카이사, 이블린이라는 기존에 존재하던 캐릭터의 '아이돌' 콘셉트 스킨
2018.11	<리그오브레전드> 유니버스에 멤버 정보 및 인터뷰 페이지 공개	웹페이지	K/DA 멤버별 캐릭터 정체성을 바탕으로 아이돌 그룹으로서의 과거와 현재 행보, 음악에 관한 인터뷰 및 에피소드를 담고 있음
2018.12	팬 아트를 중심으로 한 사용자 생성 콘텐츠를 유니버스 페이지에 게시	팬 아트	-
2018.12	피규어를 비롯한 K/DA 굿즈 출시	굿즈	스태츄와 피규어, 뱃지, 멤버가 착용했던 디자인의 마스크와 같은 K/DA 굿즈가 출시됨
2019.9	2019년 9월 19일 신곡 타이틀 'Gold'와 'GAME/OVER'가 발매될 것이라는 소식이 전해졌으나 루머로 판명	위키	K/DA의 팬인 사용자에 의해 만들어진 에피소드

(c) 트랜스미디어 특징

① 게임 캐릭터의 현실 교차

<리그 오브 레전드>는 장르 특성상 캐릭터의 스킬과 특성에 대한 이해가 게임 플레이에 직결되는 만큼 캐릭터를 중심으로 세계관을 확장해 왔다. 캐릭터는 공간과 진영을 상징하는 핵심적인 요소이며, 다양한 캐릭터 스킨 아이템을 통해 이른바 평행세계적인 측면을 보인다. K/DA 게임 캐릭터로서 가상세계를 넘어 현실의 아이돌 그룹의 콘텍스트와 결합한다. K/DA를 중심으로 게임, 공연, 음원, 굿즈 등의 다양한 미디어가 연계되면서 사용자는 게임과 현실의 교차 지점에서 콘텐츠를 경험한다.

② 시각적 재현 기술 기반의 트랜스미디어 퍼포먼스

K/DA의 데뷔 무대는 '롤드컵'이라는 이름으로 불리는 <리그오브레전드>의 대표적인 이스포츠 행사의 결승전 개막식 무대였다. 모션캡쳐와 홀로그램을 통해서 재현된 게임의 3D캐릭터와 실제로 음원을 녹음한 미국의 가수와 한국의 아이돌 그룹 멤버가 함께 공연하면서 가상 캐릭터와 실제 인물이 교차하며 공존하는 트랜스미디어 퍼포먼스를 선보였다. 라이엇게임즈는 K/DA이전에도 2014년 5월, 펜타킬이라는 가상의 메탈 밴드와 앨범을 선보인 바 있다. 당시에도 음원과 뮤직비디오가 제작되었지만 게임 캐릭터에만 한정하면서 큰 반향을 일으키지 못했다.

(d) 트랜스미디어 시사점

K/DA는 <리그오브레전드>의 주요한 유료화모델인 스킨 아이템 판매 증진을 위한 일종의 마케팅 액션으로 기획되었다. 100명의 제작 인력이 투입되었던 프로젝트는 그 이상의 주목을 받으며 게임과 음악 산업 협업을 통해서 탄생한 새로운 형태의 게임의 트랜스미디어 콘텐츠로서의 가능성을 인정받았다. 개발자 주도로 제작된 콘텐츠이지만 K/DA는 신인 아이돌 그룹과 달리 이미 게임 세계관을 통해 맥락을 획득한 사용자들에 의해 환영받았으며, 현실과 가상의 교차하는 게임 콘텐츠로서 선례를 제시했다.

(10) 사례 10: <포트나이트>, 뮤지션 마시멜로의 인게임 콘서트

(a) 개요

<포트나이트>는 에픽게임즈에서 개발한 배틀로얄 장르의 3인칭 슈팅 게임으로 PC와 모바일, 콘솔 플랫폼에서 모두 플레이 가능하며 이를 동기화하는 멀티 플랫포밍 게임이다. 신비주의 전략을 취하는 음악 프로듀서이자 DJ로 유명한 마시멜로(Marshmello)는 포트나이트와 콜라보레이션을 통해 관련 아이템을 출시하고 게임 내에서 실시간 콘서트를 개최했다. 공연은 10분 동안 진행되었으며 공연 당시 동시 접속자 수는 1,070만 명을 기록하였으며, 이전까지 <포트나이트>의 최고 동시접속자 기록인 830만 명을 뛰어넘은 수치이다.

(b) 타임라인

일시	사건	미디어	세부
2019.2.1	얼굴을 공개하지 않고 활동하는 뮤지션 마시멜로의 스킨과 아이템 출시	게임	마시멜로우 스킨와 글라이더, 이모트, 곡괭이, 스프레이와 같은 아이템을 선보였으며 3일 후에 판매가 종료됨
2019.2.2	마시멜로의 공연과 관련 퀘스트 오픈	게임	'공연 포스터 살피기', '공연 장소 방문하기', '마시멜로 스킨 사용하기'와 같은 공연 전 사전 퀘스트를 수행하고 보상으로 '키프 잇 멜로' 이모트를 지급
2019.2.3	포트나이트의 플레전트 파크(pleasant park) 클럽에서 모셥캡쳐를 활용한 실시간 가상 콘서트 개최	공연	공연을 관람하기 위해 플레이들이 접속하면서 최다 동시접속자 1,070만 명을 기록
2019.2.3	유튜브와 트위치로 생중계	동영상 플랫폼	마시멜로와 함께 플레이 캐릭터들이 춤을 추며 공연을 즐기는 모습이 라이브로 중계됨

(c) 트랜스미디어 특징

① 현실 캐릭터(인물)의 인용을 통한 교차현실의 형성

<포트나이트>의 마시멜로 인게임 콘서트는 트랜스픽셔널리티의 방법론 중 이야기 세계의 특정 요소를 옮겨오는 인용(quotation)의 방식을 취한다. 마시멜로라는 뮤지션을 중심으로 현실 세계의 음악 콘텐츠의 맥락과 문법을 인용해 <포트나이트>의 가상세계와 결합하며 교차현실을 형성한다. 마시멜로의 공연과 같은 정식 콘텐츠의 형태는 아니지만 <포트나이트>는 유머 코드

를 바탕으로 다양한 현실의 콘텐츠를 아이템이나 캐릭터 모션과 같은 게임 속 요소로 인용한 바 있다. 근미래 디스토피아를 배경으로 하지만 다소 성긴 세계관과 배틀로얄 장르의 무거운 주제를 캐주얼하게 해석한 <포트나이트>는 다른 미디어 콘텐츠의 인용을 통해 만들어진 키치한 게임 요소들이 역으로 현실 세계의 다양한 분야에서 인용되는 결과를 낳기도 했다. 각종 스포츠 스타들은 포트나이트의 춤과 모션을 따라하며 세레모니를 하고, 애니메이션 <주먹왕 랄프 2>에서 포트나이트의 배틀버스가 등장하기도 했다.

② 청각적 요소를 중심으로 한 교차현실 콘텐츠 전략

게임의 가상세계와 현실의 콘텐츠가 교차 시, 캐릭터나 공간이 가지는 시각적 측면에만 의존한다면 새롭게 형성되는 교차현실의 리얼리티를 반감시키는 요인으로 작용한다. 이는 시각적 표현의 밀도가 낮거나 높은 일종의 완성도와는 관련이 없다. <포트나이트>에서 열린 뮤지션 마시멜로의 인게임 콘서트는 청각 중심의 음악 콘텐츠를 통해 교차현실을 강화한다. 이는 게임 미디어가 교차현실 콘텐츠에 접근할 때 음악 미디어와 협업을 시도하는 청각적 요소를 중심으로 한 트랜스미디어 전략을 고심해야하는 필요성을 제공한다.

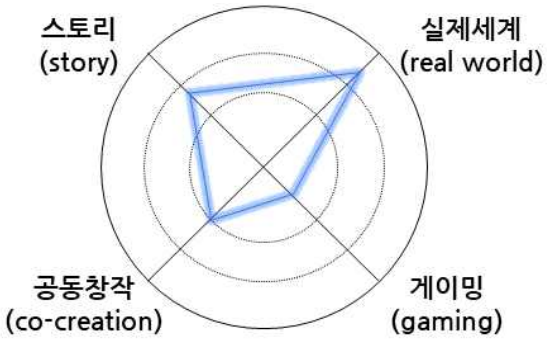
(d) 트랜스미디어 시사점

<포트나이트>의 마시멜로 인게임 콘서트는 현실의 다른 미디어 콘텐츠의 인용을 통해 교차현실을 형성한 사례이다. 이는 <포트나이트>에서 앞서 시도되었던 인용적 시도인 <어벤져스 인피니티워: 엔드게임>에 등장하는 캐릭터인 '타노스 모드'와는 차별화된 모습을 보여준다. '타노스 모드'는 영화에 등장하는 아이템인 '인피니티' 건틀릿을 획득, 타노스가 되는 경험을 할 수 있다. 그러나 이는 기존에 게임과 다른 미디어와 마케팅을 전제로 협업했던 일회적 이벤트에 머무는 인용의 형태라고 할 수 있다. 마시멜로의 인게임 콘서트는 10분이라는 길지 않은 러닝 타임이지만, 완결된 콘서트 참여 경험을 제공한다. 이는 단순히 마케팅의 일환으로 시도되는 일회적 이벤트가 아닌 게임과 현실이 교차하는 교차현실 콘텐츠로서의 가능성을 보여주는 것이다.

6. 망형 모델 기획 및 창작 가이드

A. 망형 모델의 콘텐츠 경험을 구성하는 4가지 프레임

망형 모델 콘텐츠의 프로젝트를 진행할 때 중요한 것은 개발 초기 단계부터 개발자들이 만들고자 하는 콘텐츠가 어떤 유형의 경험인가에 관한 구체적인 내용을 내부적으로 공유하는 것이다. 망형 모델 콘텐츠는 개발자가 경험의 발단이 되는 요소들은 제공할 수 있지만, 의미 부여를 통해 적극적으로 스토리를 전개시키는 것은 사용자다. 개발자는 선형적인 스토리가 아닌 사용자가 스토리를 조합하고 생성할 수 있도록 다양한 세부 콘텐츠들을 제시해야 한다. 그러나 제작팀 내부에서는 콘텐츠의 요소와 그 정도에 대한 밑그림을 구체적으로 발전시켜야 한다. 트랜스미디어 컨설턴트 로버트 프래튼(Robert pratten)은 프로젝트 초기에 개발구성원들이 콘텐츠 경험의 밑그림을 효율적으로 공유할 수 있는 4가지 프레임을 레이더 다이어그램의 형태로 제시한다. 스토리(Story), 실제세계(Real-world), 공동창작(Co-creation), 게이밍(Gaming)[61]이 그것이다.



[그림 3-2] 망형 모델 콘텐츠의 경험의 프레임

스토리는 해당 콘텐츠에서 서사가 얼마나 중요한가에 대한 것이며, 실제세계는 콘텐츠 경험이 현실의 시간과 장소, 인물과 사건을 포함하는 정도에 해당한다. 공동창작은 사용자가 스토리를 변화시키거나 기여할 수 있는 정도를 의미하며, 게이밍은 목적지향, 퍼즐, 트로피, 레벨, 리더보드 등과 같은 게임의 메커니즘을 포함하는 정도이다. 콘텐츠 경험을 구성하는 4가지 프

61) Pratten, Robert, *Getting started with transmedia storytelling*, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011, pp.19-21.

레임은 가상과 현실을 넘나들며 게임 플레이와 콘텐츠 향유가 발생하는 망형 모델 콘텐츠의 밑그림을 공유하는데 있어 실질적인 가이드로 활용이 가능하다.

B. 대체현실게임의 3대 원칙과 미디어의 활용

대체현실게임은 현실을 배경으로 플레이가 발생하는 새로운 게임의 장르로 이야기되고 있지만, 한시적인 시간과 다수의 온오프라인 공간을 통해 진행되므로 도전과 보상이라는 보편적인 게임의 구조만으로는 밀도 높은 경험을 형성하기 쉽지 않다. 영국에서 성공을 거둔 대체현실게임 <퍼플렉스 시티 >의 제작자 안드레아 필립스는 대체현실게임의 기본적인 원칙으로 도전-보상(challenge-reward)보다 발전된 3가지 원칙을 제시한다. 또한 기존 게임과의 비교를 통해 미디어 활용과 관련된 실질적인 가이드를 제시하고 있다. 설명/전달(exposition), 상호작용(interaction), 도전(challenges)[62]이 이에 해당한다.

<표 3-5> 대체현실게임의 3가지 원칙과 활용 미디어

원칙	설명/전달(exposition)	상호작용(interaction)	도전(challenges)
기존게임	컷신이나 텍스트 박스	캐릭터/세계와 직접 상호작용	일반적인 게임의 플레이
활용미디어	• 블로그 • 오디오/비디오 클립 • 블로그가 아닌 웹사이트 • 기존 매스미디어	• 채팅 • 전화 • 이메일 • 문자 메시지 • 라이브 이벤트	• 암호 • 게임 • 협업을 통한 성취 • 소셜 엔지니어링 • 퍼즐 • 기타 도전들

먼저 설명/전달은 캐릭터 정보나 사건의 동기, 배경 스토리와 함께 실시간으로 발생하는 사건들을 전달하는 것을 의미한다. 기존 디지털 게임에서는 컷신이나 퀘스트, 캐릭터의 텍스트 박스를 통해 이를 직접 전달했다. 대체현실게임에서는 액션이나 사건 자체를 플레이어가 직접 목격하거나 경험하지 않으므로 다양한 미디어를 통해 캐릭터나 사건과 관련된 정보를 전달하게 된다. 제일 높은 빈도로 활용되는 것은 블로그이다. 블로그는 정보와 도전 요소, 진행 상황을 전달하는 비교적 간단하고 접근성이 좋은 미디어이다. 플레이어는 블로그의 정보를 공신력 있는 정보로 간주한다. 또한 허구적 캐릭터를 실제세계에 결합시키는 가장 효과적인 방법이다. 뿐만 아니라 블로그 글들의 연대기적인 배열과 콘텐츠 아카이브 기능을 통해 비교적 늦게 진

62) Martin, Adam, Thompson, Brooke, Chatfield, Tom, op.cit., 2006, pp31-37.

입한 신규 플레이어에게 압축적으로 정보를 활용하도록 할 수 있다. 다만 블로그를 활용할 때는 캐릭터의 성격과 정보의 공개 범위, 업데이트 빈도수 등을 사전에 고려해야 한다.

오디오/비디오 클립은 <아이 러브 비즈>나 <라스트 콜 포커>에서 성공적으로 활용되었던 방법이다. 캐릭터나 사건과 관련된 선형적인 배경스토리를 분절하여 다수의 조각으로 나누고, 이를 플레이어로 하여금 조합하도록 함으로써 도전 요소인 동시에 정보 획득에 따른 보상으로 활용한다. 특정 캐릭터의 블로그를 통해서는 제공할 수 없었던 이야기들을 제공할 수 있는 수단이 되기도 한다.

상호작용은 대체현실게임의 허구적 캐릭터나 대상, 플레이어 간 상호작용을 모두 아우른다. 상호작용을 통해 플레이어는 보다 직접적으로 사건을 경험하게 된다. 상호작용 요소는 제작과 진행 시에 상대적으로 높은 비용과 효율적인 관리가 필요하지만 사용자에게 보다 높은 몰입감을 제공할 수 있다. 채팅은 채팅봇을 일반적으로 활용하며 인적 자원의 효율적인 활용으로 인해 보다 넓은 범주의 플레이어와 상호작용이 가능하도록 한다. 전화는 녹음된 메시지나 성우를 통해 실제 캐릭터와 대화하는 형태이다. 다만 전화를 사용할 시에는 전화번호와 같은 데이터를 개연성 있게 노출해야 한다. 이메일은 자동 응답, 대량 이메일, 대화식 응답 방식이 모두 활용된다. 게임의 캐릭터가 다른 캐릭터에게 이메일을 보내거나 플레이어에게 정기적으로 이메일을 발송하기도 한다. 블로그와 유사한 기능으로 여겨지기도 하지만, 이메일은 일대일 커뮤니케이션에 해당하므로 블로그보다 플레이어의 관여도를 높일 수 있다. 라이브 이벤트는 현실의 공간에서 실시간으로 벌어지는 사용자 참여형 콘텐츠 형식으로 플레이어로 하여금 특정 시간과 공간에서 지정된 활동을 수행하도록 한다. 시간과 비용 면에서 많은 소모가 필요하지만 성공적으로 개최된다면 사용자에게 가장 큰 몰입감과 만족감을 줄 수 있는 미디어이다.

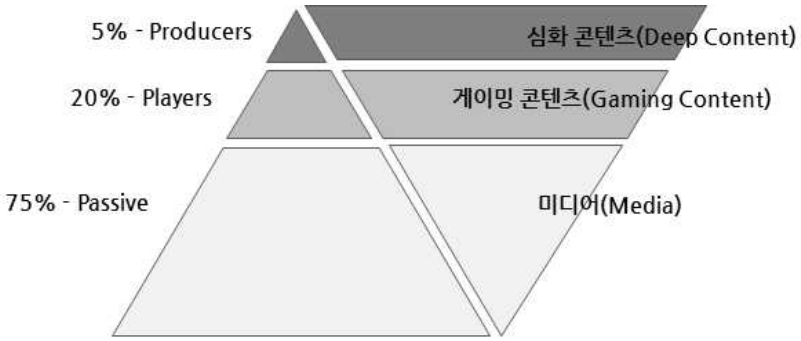
도전은 기존 게임에서는 플레이에 해당하는 요소로 대체현실게임에서도 사용자에게 동기를 부여하고 협업을 촉진시키는 중요한 요인이다. 일반적으로 암호를 해독하거나 퍼즐을 조합하는 형태가 가장 많이 활용되며, 이는 특정 위치 탐색, 보물찾기, 문헌 해독 및 수집으로 이어진다. 난이도가 높고 넓은 범주에 걸쳐 진행된다면 다수의 플레이어가 공통의 목적을 위해 연대하면서 자연스럽게 협업이 발생한다. 도전은 플레이어로 하여금 성취감을 느끼고 지속적으로 몰입을 유지하는 요인으로 작동한다.

설명/전달, 상호작용, 도전의 3가지 원칙은 각각의 기능과 역할에 맞게 미디어를 선별하고 동기화하고 있다. 미디어의 선별과 활용에 중요한 것은 복수의 미디어를 통해 흩어져 있는 이야기와 정보를 플레이어로 하여금 어떻게 유기적으로 결합시킬 수 있도록 하느냐의 문제이다. 대체현실게임은 사용자가 복수의 미디어에 분절된 정보들 사이를 이동하며 강제적이지 않으면

서도 내부적으로 일관된 플레이 경험을 얻을 수 있을 때 의미를 가진다. 그리고 이는 현실 같은 게임을 가능하게 하는 요인이다.

C. 대체현실게임의 사용자 참여 3단계

대체현실게임 제작 시에 보수적으로 고려해야할 것은 사용자 참여의 수준이다. 모든 사용자들이 개발자가 만든 콘텐츠를 동일한 수준으로 향유하는 것은 아니므로 이를 고려하여 콘텐츠를 설계해야 한다. 참여형 콘텐츠에서 나타나는 일반적인 참여 정도의 패턴은 75%의 수동적인 참여자와 20%의 일반적 수준의 참여자, 5%의 프로듀서에 가까운 능동적 참여를 보이는 사용자의 조합이다.



[그림 3-3] 사용자 참여 수준의 비율과 연관 콘텐츠

* 자료 : Pratten, Robert. "Getting started with transmedia storytelling." (2011): 586606, p.91.

75%에 해당하는 대다수의 사용자들은 소극적으로 참여하며 선형적인 미디어들을 중심으로 제공된 정보들을 수용한다. 동영상 시청, 허구적 캐릭터의 SNS 정보 확인, 이메일 확인 등이 이에 해당한다. 이보다 좀 더 능동적인 특성을 보이는 25% 사용자들은 상호작용적인 콘텐츠까지 향유 가능한 층이다. 미션을 수행하고 퍼즐을 해결하는 일종의 게이밍 콘텐츠를 능동적으로 플레이하는 사용자층에 해당한다. 마지막으로 가장 능동적으로 참여하는 5%의 사용자들은 개발자가 만든 콘텐츠들의 빈 틈을 채우고 새로운 허구적 요소를 추가하기도 하는 준 개발자적인 활동을 보여주기도 한다.

이를 기반으로 프래튼은 사용자 참여를 세분화하고 해당 단계에 적합한 콘텐츠의 유형과 목표를 제시한다. 발견에서 경험, 탐험으로 이어지는 참여의 단계는 단계가 진행될수록 사용자의 관여도와 충성도가 심화되는 양상을 보여준다. 발견의 단계는 사용자가 콘텐츠에 관심을 가

지고 기본적인 참여를 통해 지속적인 참여 여부를 결정하는 초기 단계이다. 이 단계는 티저와 트레일러의 형태를 취하면서 사용자들의 호기심 획득을 목적으로 한다.

<표 3-6> 사용자 참여의 3가지 단계

참여의 단계	발견(Discovery)		경험(Experience)	탐험(Exploration)	
참여 정도	관심	평가	호감	지지	기여
콘텐츠 유형	티저	트레일러	본 콘텐츠	참여	협동
목표	사용자가 호기심에 기반해 콘텐츠를 찾아내도록 할 것	사용자가 콘텐츠에 기본적인 수준의 참여를 하도록 할 것	사용자가 콘텐츠가 가치 있다고 여기고 패턴을 익히도록 함	사용자들이 주변에 콘텐츠를 입소문낼 수 있도록 함	사용자들이 새로운 콘텐츠를 생성하는데 기여하도록 함

경험의 단계는 콘텐츠의 가치를 인식하고 패턴을 익히는 단계이다. 이 단계에서 사용자는 본격적으로 호감을 가지고 콘텐츠를 향유하게 된다. 마지막으로 탐험의 단계는 수용과 플레이를 넘어 적극적으로 지지하고 기여하게 되는 단계이다. 해당 단계에서 사용자는 생산자와 사용자를 넘나드는 능동적 참여를 보여준다. 적극적으로 주변에 입소문을 내어 콘텐츠를 확산시키고 새로운 콘텐츠를 생성하기도 한다.

이와 같은 사용자 참여의 단계는 기존의 게임에서 사용자가 난이도 별로 경험하게 되는 스테이지(stage) 개념이라기보다는 사용자의 경험을 기준으로 느슨하게 구분 지을 수 있는 개념이다. 참여하게 되는 사용자의 타이밍에 따라 여러 단계가 혼재할 수 있으므로 개발자의 지속적인 모니터링과 조정이 필요하다.

D. 대체현실게임 제작 시 고려해야할 5가지 제약 요소

대체현실게임은 현실의 공간에서 실시간으로 사건이 발생하므로 제작과 운영에서 고려해야 할 요인들이 기존의 게임 개발 시에 고려되는 것과 일부 상이한 측면을 가진다. 안드레아 필립스는 대체현실게임의 제작과 운영에 있어 고려해야 하는 실질적인 5가지 제약 요소(constraints)[63]들을 제시하고 있다.

첫 번째는 ①지리적 요소(geography)이다. 넓은 지역에서 동시다발적으로 진행되거나 글로

63) Martin, Adam, Thompson, Brooke, Chatfield, Tom, op.cit., 2006, pp.40-42.

벌 환경에서 진행될 경우, 플레이어의 참여와 원활한 진행에는 비용적 측면에서 어려움이 발생할 수 있다. 유사한 기대 효과를 누릴 수 있는 대안은 넓은 지역에서 소규모의 유사한 이벤트를 짧은 기간 안에 진행하는 것이다. 지리적 요소는 라이브 이벤트와 같은 오프라인 액션에서 주로 발생하므로 초기 기획 단계에서 범주를 미리 정하는 것이 좋다.

두 번째는 ②시간(time)이다. 실시간으로 이벤트가 벌어지는 경우가 많아 개발과 플레이가 동시에 이루어질 수 있으므로 이에 따른 인력과 개발에 따른 리소스를 미리 산정해서 플레이의 흐름이 끊기지 않도록 하는 것이 중요하다.

세 번째는 ③비용(money)이다. 비용은 외주, 유지보수, 라이브 이벤트를 위한 가용 자금을 의미한다. 한정된 비용의 범위 내에서 상기의 3가지 요소를 어떻게 조합해서 최적의 결과를 낼 수 있는지 기획 시 거시적인 차원에서 논의가 필요하다.

네 번째는 ④프로젝트의 목표(project goals)이다. 앞서 망형모델의 유형화에서 언급된바와 같이 대체현실게임은 게임을 수단으로 활용하는 유형과 게임 플레이 자체를 목적으로 하는 유형으로 구분된다. 전자는 마케팅이나 캠페인의 방법론으로 활용되는 경우이므로 지적재산권 관련 법적 이슈나 다른 산업 조직과의 협업 이슈가 발생할 수 있다. 후자의 경우 플레이 자체를 목적으로 하기 때문에 지속적인 서비스를 위한 비즈니스 모델이 중요하다. 그러나 대체현실게임의 경우, 한시적으로 플레이가 가능하기에 모든 플레이어가 동시다발적으로 참여하지 못한다는 문제가 존재하므로 유료화 모델을 적용하기가 용이한 편은 아니다.

마지막으로 다섯 번째는 ⑤위기관리(risk management)이다. 대체현실게임은 스토리텔링의 주도권이 일정 부분 사용자에게 주어져야 한다. 특히 서사적으로 중대한 변곡점에서 사용자의 선택에 따라 달라지는 이야기는 사용자에게 주어지는 가장 큰 보상이다. 그러다 보니 사용자의 행동과 선택의 제약에 있어 신중해지기 마련이다. 하지만 오프라인에서 진행되는 라이브 이벤트의 경우, 특정 공간에 대규모의 인원이 모여서 진행되므로 안전 문제나 이에 따른 법적 이슈가 발생할 수 있으므로 주의해야 한다. 즉, 플레이어가 게임을 진행하기 위해 불법적이거나 지나치게 위험한 행동을 하지 않도록 관리해야한다는 의미이다. 만약에 불상사가 발생할 경우 책임 소재가 불분명하므로 자연재해나 인적재해 모두 방어적으로 대응해야하는 측면이 존재한다.

E. 교차현실 콘텐츠의 2가지 교차 방식

게임의 교차현실 콘텐츠는 캐릭터나 공간, 사건을 매개로 가상과 현실의 교차를 통해 그 경계를 흐리는 것이 핵심적인 요소이다. 대부분 게임 마케팅 콘텐츠의 형태로 나타나는 교차현실 콘텐츠는 완결된 서사적 사건이라기보다는 사용자가 익숙한 맥락의 전이가 중요하다. 그 방향성은 게임에서 현실로의 교차가 될 수도 있으며, 현실에서 게임으로의 교차가 될 수 있다. 이와 같은 경계 교차의 방법론은 라이언의 트래스픽셔널리티 개념 중 전이와 인용을 중심으로 구체화할 수 있다. 라이언의 논의 따르면 확장과 변형은 IP 확장과 플랫폼 전환을 중심으로 하는 게임의 트랜스미디어 현상 중 선형 모델에서 일반적으로 나타난다. 이에 비해 전이와 인용은 상대적으로 비중이 적으며 개발자 주도의 콘텐츠보다는 팬픽션과 같은 사용자 주도의 텍스트에서 더 큰 비중을 차지하며 패러디나 부조화의 효과를 가져오기도 한다.[64]

그러나 게임의 교차 현실 콘텐츠에서는 가상의 요소와 실제 요소를 전이시키고 인용하는 과정에서 그 이음매를 매끄럽게 한다. 그 결과 현실과 가상의 경계를 흐려지며 게임 세계가 확장되는 효과가 발생한다. 이 때 중요한 것은 사용자가 허구인 것을 알면서도 이를 실제와 같이 수용하는 몰입의 상태인 '불신의 유예(A brief suspension of disbelief)'가 되는 것이다. 사용자는 현실과 가상, 각각의 콘텐츠의 콘텍스트를 인지하고 있으며 이 사이에서 발생하는 조화와 부조화의 즐거움을 모두 향유하게 된다. 조화는 두 세계의 맥락이 매끄럽게 결합하면서 생성되는 연계의 즐거움이다. 한편 부조화는 다른 세계의 것이 마치 해당 세계의 콘텐츠인 것 마냥 퍼포먼스를 동반할 때 경험하는 축제적 즐거움이다. <리그 오브 레전드>의 가상 아이돌 K/DA는 게임 캐릭터를 현실의 아이돌 가수라는 맥락과 교차하며 현실의 무대에서 가상의 이미지가 결합된 퍼포먼스를 전이시킨다. <포트나이트>에서 열린 뮤지션 마시멜로의 콘서트는 현실에서 활동 중인 뮤지션의 콘텍스트를 가상의 게임 공간에 인용한다. 게임의 교차현실 콘텐츠에서 전이와 인용은 사용자 주도의 콘텐츠의 범주를 넘어 새로운 콘텐츠의 구성 방식으로 활용될 수 있는 가능성을 보여준다.

64) Ryan, Marie-Laure. op.cit., 2013, pp.361-388.