

<문화> 대규모 온라인 게임 커뮤니티의 관리 방법

다중접속온라인게임(MMOs)은 그 자체가 바로 하나의 온라인 커뮤니티이다. 다중접속 온라인게임은 다수의 이용자가 하나의 서버에 동시에 접속해서 게임을 한다. 따라서 게임이 진행되는 그 순간이 바로 커뮤니티가 활동하는 순간이다.

게임 산업계에 다중접속온라인게임의 등장은 새로운 영역의 개척이었다. 그러나 이들의 가장 큰 특징은 인터넷과 결합한 게임 커뮤니티를 형성함으로써, 단지 게임을 플레이하고, 만족하는 이용자에 머무르는 것이 아니라, 게임의 콘텐츠를 개발하고, 게임 개발에 참여할 아이디어를 만들어내는 새로운 이용자층을 활성화 시켰다는데 있다. 하지만 이런 가능성은 이용자에게만 주어진 것은 아니다. 실제로 게임 산업계에도 새로운 비즈니스 전략으로서 온라인게임 커뮤니티는 그 중요성이 더욱 부각되어지고 있다.

많은 플레이어들이 동시에 접속하는 온라인게임이 등장하면서 게임 커뮤니티가 게임 비즈니스에서 중요한 요소로 부각되어지고 있다. 실제로 다중접속 온라인게임의 경우에, 많은 게임 플레이어들이 동시에 접속하고, 그 자체가 하나의 커뮤니티로서 작용되는 사례들이 빈번하게 발견된다. 게임산업의 입장에서 게임 커뮤니티는 또 하나의 시장으로서 중요한 요소이다.

온라인게임 커뮤니티는 다중접속 온라인게임에서 없어서는 안 될 중요한 요소가 되었다. 게임 산업의 입장에서 커뮤니티의 유대관계는 결과적으로 게임의 지속적인 판매와 결부되어지는 요소이다. 온라인게임 커뮤니티는 게임 내부에만 존재하는 것이 아니며, 게임 외부에도 커뮤니티는 존재한다. 각 게임의 소유사들이 이 게임 커뮤니티를 어떻게 활용하느냐에 따라 게임 자체로서의 상품의 지속적 판매여부, 그리고 게임으로부터 생산되는 부가적인 상품들의 판매에도 영향을 미친다.

실제로 온라인게임 커뮤니티는 이제 게임 산업계에는 보편적인 요소가 되었다. 그리고 거의 모든 게임 산업이 온라인 게임 커뮤니티를 관리하는 것에 열중하고 있다. 이는 온라인 커뮤니티가 단지 이용자들만의 공간이 아니라, 게임 비즈니스적 측면에서 마케팅전략과 결합되어질 요소들이 발견된다는데 있다. 온라인게임 커뮤니티와의 유대관계를 효과적으로 형성하는 것은 현재의 게임뿐만 아니라, 차후의 게임에 대한 아이디어를 공유할 수 있고 마케팅을 위한 사전정보 및 자료들을 획득할 수 있다는 장점을 가지고 있다.

하지만 이런 장점에도 불구하고, 온라인게임 커뮤니티는 때로는 게임 소유자들에게 혼란을 안겨주는 요인이 되기도 한다. 목소리가 높은 소수의 매니아들의 아이디어를 어떻게 받아들일 것인가? 혹은 익명성을 기반으로 한 욕설 등의 문제 등을 어떻게 관리할 것인가? 그리고 PR의 측면에서 커뮤니티 회원들과 어떤 관계를 맺을 것인가? 이는 모든 게임 커뮤니티 운영자가 가지는 문제점이기도 하다.

그렇다면, 우리는 수많은 장점에도 불구하고, 때로는 오히려 게임업체들에게 많은 혼돈과 문제를 야기시키는 온라인게임 커뮤니티를 우리는 어떻게 접근해야하는 것인가? 익명성과 개방성이 앞서는 대규모 온라인게임 커뮤니티는 어떻게 접근해야하는 것일까? 그리고 온라인게임 커뮤니티의 효과적인 관리방법은 무엇인가?

이런 질문 속에서 우리는 소니 온라인 엔터테인먼트의 “스타워즈 갤럭시(Star Wars Galaxies)” 그리고, Bioware사의 “네버윈터 나이트(Neverwinter Nights)”의 온라인 커뮤니티 관리 방법에 대한 각각의 사례들을 들어보기로 하자.

Part I. 소니 온라인 엔터테인먼트의 “스타워즈 갤럭시(Star Wars Galaxies)”

다중접속 온라인역할수행게임(MMORPG)의 개발자들은 “가상 마케팅”이라는 단어를 너무나 잘 알고 있다. 지난달에 개최된 몬트리올 국제 게임 회의에서, Sony Online Entertainment의 상품 개발 부서의 부사장인 리치 보겔(Rich Vogel)은 온라인게임 커뮤니티(“대규모 온라인 게임 커뮤니티의 관리방법”)에 관한 마케팅을 관리하는 방법에 대해서 중요한 연설을 하였다.

소니 온라인 엔터테인먼트는 “스타워즈 갤럭시(Star Wars Galaxies)”의 온라인 커뮤니티를 어떻게 관리하고, 마케팅에 활용하였는가에 대한 경험적 사례들을 제시하였다. 실제로 소니 온라인 엔터테인먼트는 다양한 측면에서 다중접속 온라인역할수행게임에서의 온라인 커뮤니티와 마케팅의 접점에 대해서 많은 논의점과 의견을 제시해주었다. 온라인 게임 커뮤니티의 담당자인 보겔은 소니 온라인 엔터테인먼트의 경험을 통해서 게임 커뮤니티를 효과적으로 관리하고, 이용하는 방법에 대해 크게 4가지 차원에서 논의를 전개하고 있다. :

1. 다중접속 온라인게임이 기존의 게임과의 차이점은 무엇인가?
2. 다중접속 온라인게임은 그 자체가 커뮤니티로서 존재한다.
3. 온라인 게임 커뮤니티 내에서의 ‘바이러스 마케팅’을 활용하라.
4. 해커들은 우수한 열렬 회원이다. 그들의 아이디어에 대한 적절한 보상을 준비해야한다.

보겔이 제시한 위의 4가지 온라인 커뮤니티 관리방법에 대한 논의를 좀 더 자세히 살펴보기로 하자.

다중접속 온라인의 차이점을 생각하라.

보겔은 이미 스타워즈 갤럭시(Star Wars Galaxies)와 울티마 온라인(Ultima Online)에서 그의 작업을 통해 다른 사람들 사이에서 온라인게임 커뮤니티 분야의 베테랑으로 인정받고 있다. 그는 다중접속 온라인게임의 세계에서는 전통적인 마케팅 전략들과 PR 홍보는 대부분의 게임 플레이어들에게 이제 적용되지 않는다는 점을 명백하게 보여주었다. 그는 다중접속 온라인역할수행게임들에서의 마케팅은 엔터테인먼트적인 요소와 정보적인 요소가 함께

결합되어야만 하며, 또한 마케팅을 추진하는 사람들은 이 두 영역 사이의 균형을 맞출 필요가 있다고 주장하고 있다. 사실, 보겔의 말처럼 이는 매우 어려운 전략이다. 다중접속 온라인 역할수행게임들은 단지 ‘즐거움’이나, ‘재미’를 주는 것에서 나아가, ‘인간’의 교류와 같은 요소들을 만족시켜야한다. 그리고 이 과정에서 가장 중요한 요소 중의 하나는 게임 플레이어들의 ‘정보’에 대한 욕구일 것이다. 게임 플레이어들의 정보 욕구와 엔터테인먼트 욕구의 균형을 맞추는 것은 사실상 가장 어려운 일이다. 이걸 다른 콘텐츠들에서도 마찬가지이다.

다중접속 온라인게임은 그 자체로 활용가능한 무수히 많은 마케팅적 요소를 가지고 있다. 구체적으로 다중접속 온라인게임에서, 마케팅 기법은 게임 제조사들에 의해서 쓰여진 텍스트나 게임이 로딩되기 전이나, 혹은 게임 내부에서 전시, (역시나 게임 제조사들에 의해서 쓰여진) 뉴스레터, 게임에 접속된 포럼, 게임에서 접속되지 않는 포럼, 그리고 게임 팬들의 웹사이트의 콘텐츠까지 포함하여 매우 다양한 형태로 활용하는 것이 가능하다.

또한, 이러한 모든 방법들은 바이러스 마케팅에 기반한 가장 효과적인 마케팅 기회를 제공해준다. 그러나 이런 효과적인 마케팅 기회의 이면에는 그것이 의도적이었던, 혹은 다른 이유이건 간에, 콘텐츠 개발자보다는 다른 사람들에 의해서 쓰여진 마케팅으로 인해서 점차 게임의 본질적 목적을 잃게 할 수도 있다는 점이 있다. 수많은 마케팅들이 난무하게 되면, 사실상 그 속에서 게임의 본질을 유지한다는 것은 매우 어려운 일이다. 그런 측면에서 게임 플레이어들은 지나치게 의도적이거나, 양산되는 마케팅에 대해서 거부감을 드러내기도 한다.

따라서 보겔은 이런 이유로, 온라인게임 커뮤니티가 더욱 중요해진다고 설명하고 있다. 그는 게임 회사들이 자신의 마케팅에 대한 통제력을 유지하기 위해서는 반드시 온라인 커뮤니티와의 유대관계를 유지하는 방법에 관심을 두어야한다고 지적한다. 즉, 그는 다중접속 온라인게임의 소유자들이 현재 진정으로 습득해야할 것은 이미 기존에 설립된 그들의 커뮤니티, 특히 커뮤니티 내의 비판적인 회원들과의 관계를 보다 효과적으로 관리하는 방법이라고 주장한다.

커뮤니티로서의 다중접속 온라인게임

보겔은 다중접속 온라인게임은 사람들을 한 곳에 모아주는 가장 효과적인 방법이라고 말하고 있다. 그는 “다중접속 온라인게임은 커뮤니티가 무엇인지를 말해준다”라고 말한다.

또한, 그는 다중접속 온라인게임은 “격렬한 감정의 분출구”이기도 하다고 지적한다. 사람들은 그들이 이미 자신들이 들었던 방식을 원하기 때문에 게임을 플레이한다.

따라서 보겔은 커뮤니티 내의 포럼과 같은 토론 영역은 플레이어들을 개발자들과 직접적으로 연결해주는 역할을 한다고 지적한다. 그리고 플레이어와 개발자와의 직접 연결은 콘텐츠 개발자와 플레이어 모두에게 매우 중요한 요소이다.

온라인 커뮤니티에서 각 게이머들은 게임에서 느끼는 격렬한 감정을 분출하기도 하고, 사람들과 교류를 하기도 한다. 무엇보다 이 속에서 게임에 관한 정보를 습득하고, 이를 다시 게임에서 실행하기도 한다. 이런 관점에서 커뮤니티 내의 다양한 게임 플레이어들 간의 교류적 공간은 반드시 필요한 요소이다. 포럼은 일반 게시판들의 정보교류를 넘어, 실제로 게임 소유자와, 개발자, 그리고 플레이어들 간의 상호작용을 가능하게 해준다. 이것은 커뮤니티를 활성화시키는 가장 중요한 요소이기도 하다.

온라인게임에서 개발자들은 커뮤니티를 운영하는 것을 통해서 직접적이고, 필연적인 피드백을 얻는다. 그래서 “당신은 게시판을 통해서 다소 미래지향적인 안목을 기르고, 판단해서, 행동할 필요가 있다.”고 그는 말한다.

보겔은 다중접속 온라인게임 개발자들은 게이머들에게 열정을 불러일으킬 수 있는 요소들을 포함한 그들만의 미션이나 목표를 규정할 필요가 있다고 강조한다. 게임의 초기 채택자들은 이미 게임에 대한 열정을 가지고 있다. 하지만 그들의 이러한 열정은 동시에 발산된다. 개발자들의 역할은 그들의 열정을 순차적으로 그리고 지속적으로 표현할 수 있도록 만들어야한다. 바로 게임 내의 다양한 미션과 목표들이 주어져야하는 이유이기도 하다. 단, 목표는 단순하고 짧은 슬로건 속에 포함되어져야만 한다.

또한, 게임 회사들이 관리해야할 것은 게임 내 커뮤니티만은 아니다. 게임 외부에 위치한 ‘팬’들에 의해서 운영되어지는 사이트들에 대한 관리도 소홀히 해서는 안된다. 팬 사이트들과의 유대관계를 형성하는 방법에 대해서 그는 다음과 같은 사항들을 이야기한다. 즉, 그는 게임 외부에 있는 팬 사이트의 이름을 게임 뉴스레터에서 언급해 주거나 혹은 플레이어들에게 게임 내에서 일정정도의 보상을 기록해주는 등의 성공적인 팬 사이트들을 잘 이용해야한다는 점을 조언하기도 했다.

그가 지적한 중요한 점은 다중접속 온라인게임을 개발한 소유자들은 최고의 팬 사이트를 프로모션하기 위해서 10개 혹은 11개의 팬 사이트들의 커뮤니티를 조종하려고 해서는 안된다. 그보다는 오히려 2-3개의 팬 사이트들을 통해서 바이러스 마케팅을 수행하는데 집중해야할 필요가 있다. 다수의 팬 사이트를 관리하고 유대관계를 맺기 보다는 소수의 팬 사이트에 집중할 필요가 있는 것이다.

다중접속 온라인게임의 바이러스 마케팅

다중접속 온라인게임에서의 바이러스 마케팅 관리자들은 정보의 흐름을 통제할 뿐만 아니라, 이 정보들이 서서히 느린 속도로 유통될 수 있도록 통제할 필요가 있다. 또한, 그들은 게임 커뮤니티 내에서 중재자, 헌신적인 웹마스터, 그리고 매우 작지만, 창의적이고, 가치 있는 아이디어들의 도움을 필요로 한다. 예를 들어, 보겔은 구글이 주말이나, 특별한 이벤트를 위해서 그들의 홈페이지 아트를 변화시킴으로써 그들의 이용자들에게 행복함과 즐거움을 유지하는 방법에 주목해야한다고 말했다. 구글의 이런 작은 노력은 작아 보이지만, 분명 장기적이고, 오래 지속되는 전략들이라는 점에서 매우 효과적이다. 지나치게 큰 이벤트나, 변화를 추구하기 보다는 게임 커뮤니티는 오히려 작지만 조그만 변화를 통해서 지속적으로 속

도를 조절하고, 관리해나가는 것이 중요하다.

보겔은 게임과 분리된 게임 관련 웹 사이트들은 마케팅이나 PR 전문가들이 아니라, 개발자들에 의해서 운영되어야한다고 강조했다. 이 웹사이트들을 통해서 작가들은 그들의 스타일이 매우 인간적인 면을 유지하려고 노력해야하며, 또한 게임 플레이어들은 언제나 접근이 용이해야하며, 재미있어야 하며, 비공식적인 사이트로 여겨져야 하며, 또한 실질적인 이야기와 행동들을 담고 있어야한다고 주장했다. 게임과 분리된 게임 관련 웹사이트들을 다중접속 온라인게임 소유자들이 관리 및 운영하려고 하는 것은 위험한 발상일 수도 있다. 오히려 그 보다는 이 사이트들과의 유대관계를 어떻게 형성하는가에 더욱 노력해야할 것이다. 그런 점에서 앞서 지적한 적절한 보상과 이벤트에 대한 것은 반드시 고려되어야할 항목이다.

보겔이 제시한 또 다른 조언들을 종합하면 다음과 같다. 포럼에서 글을 쓰는 사람들은 그가 플레이어인가, 중재자인가, 그리고 개발자인가에 따라서 그들의 지위를 표현하는 컬러코드가 부여되어야한다. 각 커뮤니티의 포럼 참여자에게 부여된 컬러코드는 사실상 운영자의 관리를 편리하게 할 뿐만 아니라, 독자들에게 정보에 대한 신뢰도 및 가치를 평가하도록 만들어준다. 즉, 컬러코드를 통해서 포럼의 독자들은 적절한 사람들로부터 적절한 정보를 게시판을 통해서 손쉽게 확인할 수 있다.

“당신은 분명한 책임의 한계선을 만들어줄 필요가 있다.”라고 그는 말했다. 포럼에서 분명한 컬러 코드의 커뮤니티 관리는 게시판에서 다른 지위를 사칭하여 올리는 글들을 통제할 수 있다.

보겔은 다중접속 온라인게임 소유자들은 온라인 게임 커뮤니티에서 즉각적으로 그들의 잘못에 대해서는 시인해야 한다고 말했다. “당신이 정말로 커뮤니티를 바짝 긴장하도록 관리할 때, 커뮤니티 회원들은 당신을 관대하게 봐줄 것이기 때문에, 당신의 커뮤니티는 성공할 수 있을 것이다.”라고 그는 말했다.

그는 또한 게임을 변화시키려고 할 때, 플레이어들이 혼란에 빠지지 않게 만드는 것에 대해서 조언을 주기도 했다. 실제로 이런 경우에, 플레이어들에게 즐거움을 줌으로서, 심각한 논쟁이 발생하지 않도록 만들어야하고, 침묵하는 다수를 대표하지는 않지만, 매우 열렬한 추종자인 게임 플레이어들이 포럼에서 심각한 수준의 높은 목소리들을 만들어내지 않도록 관리해야한다.

포럼의 운영에서 중요한 것 중에 하나는 이처럼 열렬한 추종자들의 목소리가 게임 플레이어들의 목소리를 대표하지 않는다는 것이다. 사실상 당신은 조용한 다수로부터 피드백을 얻어낼 수도 있을 것이다. 하지만, 이는 정말로 어려운 일이다. 조용한 다수의 목소리는 단지 실행된 서베이에 의해서 얻어질 수 있다. 반면에, 포럼에서 큰 목소리를 내는 사람들 즉, 맹렬하고, 핵심적인 플레이어들은 구전 마케팅(mouth marketing)을 위한 단어를 생성시키는 사람들이다. 보겔은 “이들도 행복하게 만들어주어야 한다.”는 점을 시인했다. 소수의 목소리, 그리고 이들을 행복하게 만드는 것이 게임 커뮤니티의 포럼을 운영하는데 가장 필요한 원칙이다.

해커, 그리고 결론

해커에 대해서, 보겔은 “대부분이 매우 높은 자긍심을 가지고 있다.”라고 표현했다. 개발자들은 자신의 게임 내에서 최고의 해킹능력을 가진 사람들을 발견하고, 그들을 고용함으로써 그들의 능력을 이용할 수도 있다고 그는 말했다. 혹은 그는 “그들을 발견하고, 그들에게 “어떻게 그들이 해킹을 했는가에 대한 내용에 따라서 적절한 보상을 줄 수도 있다.”라고 말했다. 이는 커뮤니티 운영에서 반드시 필요한 요소이다. 사실상 이들에게는 고용인에게 지급하는 비용이 소요되지 않는다. 하지만 커뮤니티의 관리를 위해서 우리는 이들의 능력을 인정하고, 또한 이 능력을 이용해야 할 필요성이 있다. 실제로 이들은 온라인 게임 커뮤니티의 핵심 운영자이며, 콘텐츠 생성가이기도 하다.

또한 우리가 염두에 두어야 할 것들 중에는 플레이어들이 만들어낸 콘텐츠가 다중접속 온라인게임 소유자들의 기호에 영향을 줄 수도 있다는 사실이다. 하지만 게임 플레이어들이 게임 콘텐츠를 창조해 내도록 할 생각이 있다면, 게임 회사들은 법적인 부문에 대해서 고려해 두어야 할 것이다. 즉, 게임 플레이어들이 개발한 내용물에서 발생할 수 있는 모든 법적 이슈들을 사전에 검토한 이후에 실제 게임 콘텐츠에 반영해야 한다는 점이다. 예를 들어, 플레이어들이 개발한 내용물이 저작권법이나, 혹은 이미 상표권으로 획득된 것과 관련이 있는 지에 대해서 검토해야만 한다.

덧붙여 말하면, 좋은 팬 웹 사이트를 공지하고, 시상하는 것과 같은 방식으로 게임 이용자들이 만들어낸 좋은 콘텐츠들은 전시되어야 할 필요가 있다. 그리고 이런 사소한 노력들이 결과적으로 바이러스 마케팅을 효과적으로 만들 것이며, 또한 게임 내의 패션에 영향을 줄 수도 있도록 만들어준다.

Part II. BioWare 게임 커뮤니티를 만드는 방법

두 번째 사례로 BioWare 사의 게임 커뮤니티 운영전략에 대해서 살펴보기로 하자. 이번 사례는 팬 기반의 커뮤니티를 운영하는 방식에 대한 논의들을 전개하고 있다. BioWare 사의 커뮤니티의 운영자인 제이 와타마누크(Jay Watamaniuk)는 팬 기반의 커뮤니티 운영의 이점과 약점, 도전, 그리고 보상 등에 대해서 설명해 주었다. 이 강의에서 언급되는 Neverwinter Nights의 “Sword Coast의 해적”과 같은 콘텐츠는 BioWare의 온라인 상점에서 다운로드 할 수 있다.

그는 몇몇 질문을 제시하면서 강의를 시작했는데, 그는 그의 질문에 또한 답변을 함께 하는 방식으로 강의를 진행해 갔다. 사실 이 질문은 온라인 커뮤니티 운영의 필요성, 그리고 가장 근본적인 질문들을 담고 있다. 온라인 커뮤니티를 기획하고 있거나, 혹은 현재 운영 중인 게임 업체들의 경우에 한번쯤은 다시 되짚어 보아야 할 부문이기도 하다.

1. 왜 온라인 커뮤니티를 운영하는가?
2. 우리는 온라인 커뮤니티로부터 무엇을 얻기를 원하는가?

3. 팬들은 커뮤니티 사이트로부터 무엇을 원하는가?

온라인 커뮤니티의 장점

먼저, 그는 첫 번째 질문부터 이야기를 풀어나갔다. 실제로 그는 온라인 커뮤니티 사이트에는 많은 장점들이 있다고 설명했다. 예를 들어 ;

■ 당신은 미래 온라인게임을 통해서 발견된 많은 상품들에 대한 이미 만들어진 수용자를 가지고 있다. BioWare의 온라인 상점이 바로 그러한 사례이다. “우리가 전국적으로 얻고자 원하는 것은 당신이 “Neverwinter Nights의 Sword Coast의 해적”과 같은 더 많은 콘텐츠를 보여주고, 구매하는 것에 있다. 당신은 이것을 다운로드할 수 있다. 이런 방법을 통해서, 우리는 직접적으로 커뮤니티와 밀접한 관계를 유지할 수 있다.”

■ 인구통계학적 리서치. “우리는 우리의 팬의 기초가 너무나 놀랍게도 남성들이라는 점에 주목해야할 필요가 있다.” 실제로 온라인 커뮤니티는 자연스럽게 인구통계학적 서베이가 가능하도록 되어있다. 그리고 이것은 게임 플레이어들의 특성을 분석하는데 가장 기초적인 토대를 제공해준다.

■ 마케팅 리서치와 플레이 습관. “우리는 플레이어들이 무엇을 원하는가 그리고 그들이 플레이 습관에 관한 질문에 답을 하도록 하는 서베이를 실시했다. 플레이어들이 실제로 가지고 싶어하는 상품은 무엇인가? 예를 들어, 그들이 싱글 플레이어로 플레이하기를 더욱 원하는가? 혹은 멀티플레이어로 플레이하길 원하는가? 이 서베이의 결과들은 미래 상품에 대한 계획을 세우는데 도움이 될 것이다.

■ 커뮤니티는 엄청난 잠재력을 지닌 미래의 비즈니스 파트너라는 측면에서 엄청난 자산이다. 만약 당신이 매우 훌륭한 게임을 가지고 있고, 반대로 당신의 경쟁자는 다소 떨어지는 게임을 가지고 있지만, 그들이 오히려 백만명의 게이머들의 이름과 주소를 가지고 있다면, 그는 매우 귀중한 장점을 가지고 있는 것이다. 커뮤니티는 커뮤니티 회원 그 자체가 게임 회사들에게는 가장 중요한 자산이 된다.

온라인 커뮤니티의 약점

그렇다면, 온라인 커뮤니티의 약점은 무엇인가?

■ 대규모 커뮤니티 사이트를 운영한다는 것은 커뮤니티의 사이즈와 활동 수준에 기준하여 만들어지는 매우 헌신적이고, 풍부한 자원(인력)들이 있어야한다. 그러나 실제로 당신 회사가 공식적으로 직업으로서 웹을 운영하는 사람을 가지고 있다고 하더라도, 그 혼자서 커뮤니티에서 발생하는 그 모든 것을 해내지는 못할 것이다. 만약 혼자서 모든 것을 해야 한다면, 우리는 마케팅, 플래쉬, 포토샵, 등등을 할 수 있는 IT에 정통한 사람, 그리고 커뮤니티를 관리할 수 있는 능력을 가진 사람을 구한다는 광고를 내야할 것이다. 이것은 불가능한 일이다. 어떻게 한 사람이 이 많은 일들을 다 처리할 수 있단 말인가? “어느 누구도 이 모

든 것을 한다는 것은 불가능하다.”라고 그는 덧붙였다.

- 온라인 커뮤니티는 사실 진행형이다. 상품은 완성시킬 수도 있고, 판매를 중단할 수도 있다. 하지만 커뮤니티는 계속적으로 지속되어야 한다. 심지어 8년 혹은 그 이후 수년이 흐른 후에도 Baldur's Gate 커뮤니티는 매우 활동적으로 생명력을 지니고 있다. 당신은 지속적으로 사람들이 다시 커뮤니티로 유입될 수 있도록 만드는 요소들을 찾아내야만 한다. 커뮤니티가 계속해서 존속하는 가장 큰 원인은 바로 항상 새로운 콘텐츠가 유지되도록 풍부한 자원을 계속해서 만들어내는데 있다.

- 부정적인 피드백은 급속도로 빠르게 전파된다. 당신은 플레이어들이 상호간에 커뮤니케이션하는 것을 허용해야만 한다. 그러나 이것은 당신이 부정적인 피드백을 주었을 경우에는 그 반응이 급속도로 빠른 속도로 전체 포럼에 퍼져나갈 수도 있다는 것을 염두에 두어야 한다. 이것은 커뮤니티가 가지는 엄청난 장점이지만, 또한 반대로 상당한 위험부담이 따르게 만드는 요소이기도 하다. 결국, 이것은 그다지 좋은 결과를 낳지만은 않을 것이다.

- 당신은 익명의 대중을 상대로 하고 있다는 것을 염두에 두어야 한다. 와타마누크는 실제로 그가 받았던 ‘익명’의 의미를 잘 보여주고 있는 엉뚱하고 이상한 이메일의 몇몇 사례를 제시했다. “당신은 영혼을 가지고 있지 않으며, 나는 당신을 당신이 선택한 교회로부터 파문당하게 할 것이다.”, “만약 당신의 삶이 실현 가능한 것보다 의미가 없다면, 만약 나의 삶도 그러하다면, 혹은 그렇거나, 그럴거라면, 나는 너무나 멋질 것이라고 생각한다.”

온라인 커뮤니티의 운영에는 이처럼 장점과 약점, 2 가지 측면을 모두 가지고 있다. 또한 이 2가지 측면은 사실상 온라인 커뮤니티의 하나의 요소에서 기인한다. 온라인 커뮤니티가 가져다주는 공동체 구성력과 상호작용성은 결과적으로 커뮤니티가 어떻게 관리되고, 운영되느냐에 따라서 전혀 다른 모습으로 비추어질 수 있는 것이다. 이런 측면에서 우리는 다시금 온라인 커뮤니티의 장점과 약점에 대한 면밀한 검토를 통해서, 이를 효율적으로 관리하고 활용하는 방법에 대해서 모색해야만 할 것이다.

팬들의 요구

다음으로, 그는 팬들이 커뮤니티로부터 원하는 것에 대한 주제에 대해서 이야기를 시작했다. 그는 이것이 가장 큰 질문이라고 말했으며, 또한 만약 당신이 이 질문에 대한 특정한 대답을 가지고 있지 않다면, 온라인 커뮤니티를 운영하는 것은 당신에게 많은 재원을 낭비하는 것이 될 것이라고 말했다.

팬들이 커뮤니티에 원하는 것은 무엇인가?

- 그들이 열정적으로 참여하도록 만드는 게임에 관한 새로운 정보를 얻기 위해서

- 즐거움을 얻기 위해서

■ 같은 관심을 가진 사람들과 한 단체의 일부가 되기를 원하는 사람들 간의 자유로운 의사 표현을 위해서

■ 감정의 분출을 위해서 이것은 게임이다. 그리고 상당히 많은 열정이 표현되어지거나, 혹은 그들은 아주 멋진 것을 얻을 수도 있다. “우리는 매우 열정적인 사람들과 함께 한다.”

사실, 팬들이 커뮤니티에 원하는 것은 너무나 분명하다. 앞서 지적했듯이, 이들은 엔터테인먼트 기능을 요구하며, 또한 정보 기능을 요구한다. 그리고 더 나아가, 많은 사람들과의 공통된 주제를 통한 커뮤니케이션을 원하고 있다. 그렇다면, 바로 이런 목적을 부각시킬 수 있는 커뮤니티 운영 방법들이 모색되어야 하는 것이다. 앞서 소니 온라인 엔터테인먼트의 보겔이 주장하듯이, 온라인 커뮤니티는 엔터테인먼트적이며, 동시에 정보적이어야 한다는 두 가지 속제를 안게 되는 것이다.

성공적인 커뮤니티 운영 방법

그렇다면, 앞서 살펴본, 온라인 커뮤니티 운영의 장점과, 약점, 그리고, 팬들의 요구에 기반하여, 와타마이누크가 제시한 “성공적인 커뮤니티 운영을 위한 주요 방법”은 다음과 같다. ;

1. 당신과 커뮤니티 사이에서, 커뮤니티 구성원들 간의 커뮤니케이션을 얼마나 촉진시켜내는가? 혹은 커뮤니케이션을 차단하거나 제한하는가?

2. 기존 회원들을 계속해서 참여시키고, 새로운 회원들을 끌어들이기 위한 가치 있는 콘텐츠를 제공하고 있는가?

3. 특집기사와 같은 류의 정보들을 유지하고, 창조할 수 있는 충분한 자원(인력)은 무엇인가?

“당신이 커뮤니티를 만들거나 혹은 커뮤니티의 성장을 촉진시키기 위해서 개발해야 할 것들은 이런 3가지 아이디어들을 통해서 걸러 내야 할 필요가 있다.”고 그는 말했다.

정지하지 않고 움직이기. 와타마누크는 성공적인 커뮤니티를 만드는 가장 중요한 방법은 새로운 콘텐츠를 정기적으로 업데이트하고, 모으는 장소에 있다고 정의했다. 또한 그는 팬들은 당신의 가장 큰 자원이라는 점을 강조했다. 그리고, 커뮤니티 운영자들이 팬들을 오히려 마음대로 처분할 수 있는 자원으로 접근하는 방식에 대해서 비판하기도 했다. 그는 커뮤니티의 그룹들과 커뮤니케이션 할 수 있는 능력을 갖추는 것은 온라인 커뮤니티 운영에서 가장 중요한 것이라고 말했다. 어떻게 커뮤니케이션할 것인가? 그리고 당신이 이용할 수 있는 자원을 활용해서 무엇을 만들어낼 수 있는가가 바로 성공적인 온라인게임 커뮤니티를 만드는 가장 중요한 수단이 된다.

와타마누크는 커뮤니케이션 사이트에서 이용 가능한 다양한 커뮤니케이션 방법에 대해서도 이야기했다. 게이머들의 경우에, 콘텐츠는 대화의 가장 중요한 시작 지점이며, 또한 더 좋은

관계로 나아가게 하는 가장 손쉬운 강력한 시각적 요소를 가지고 있다.

BioWare는 일부 상황에서 직접 이메일을 이용하기도 한다. 그러나 매우 조심스럽게 이메일을 이용한다. 큰 공고나 새로운 상품과 포럼 등과 같은 정확한 메시지 전달을 목표로 하는 경우에는 뉴스레터를 사용한다. 그는 말하기를 뉴스레터는 상품에 대해서 매우 적극적인 회원들을 염두에 두고 있으며, 또한 그들을 다시 한번 커뮤니티에 끌어들이 수 있다는 점에서 매우 효과적이다.

포럼에 대해서, 그는 그들을 사랑하거나 혹은 그들을 싫어한다고 말했다. 그들은 팬들이 상호 간에 각기 커뮤니케이션을 하거나 혹은 커뮤니티 관리자와 커뮤니케이션하도록 해주는 가장 핵심적인 기본적 수단이다. BioWare는 단 1개의 포럼을 가지고 시작했다. 그러나 지금 그들은 40여개의 포럼을 운영하고 있다. “당신은 그들에게 고향과 같은 느낌을 제시해 주어야 한다. 혹은 그들은 어떤 포럼에도 자유롭게 드나들 수 있도록 만들어 주어야 한다.”

포럼들은 매우 역동적이고, 생기 있고, 즉각적인 커뮤니케이션을 제공하기 때문에 성공적인 커뮤니티를 만드는데 좋은 역할을 해준다. 그들은 회사의 메시지를 지속적으로 공급해줄 수도 있으며, 또한 콘텐츠는 거의 커뮤니티에 의해서 그 자체로 생산되기도 한다. 포럼만 활성화된다면, 그 자체로 커뮤니티는 성공적인 모습을 띠게 될 것이다. 덧붙여서, 당신의 회사에 있는 모든 사람들은 공식적인 목소리를 가질 수도 있으며, 스태프들은 상당히 많은 통제력을 가지는 것도 가능해진다. 또한 하나의 주제에 대한 직접적인 지식을 가진 사람들은 포럼으로 갈 수 있고, 질문에 대답할 수도 있다.

그러나 포럼은 커뮤니티를 어려움에 처하게 하는 요소도 가지고 있다. 만약 당신이 문을 여는 것을 포기한다면, 당신은 지속적으로 감시를 해야 할 필요가 생길 것이다. 그들은 매우 시각적이지 않을 수도 있다. 그리고 그들은 많은 기술적 유지를 필요로 한다. 비록 그들이 시간의 90%를 포럼에서 활동하고 있는 경우에, 그들이 충돌을 일으킬 때, 실제로 그들은 매우 극단적으로 충돌을 일으킨다. 당신은 비상사태에 대해서 항상 준비하고 있어야 할 것이다. 덧붙여, 여기에는 외부의 수많은 경쟁들이 존재하고 있다.

또 다른 잠재된 약점은 포럼의 강력한 힘이 바로 그것이다. 당신 회사의 모든 사람들은 특정한 목소리를 가지고 있다. 그러나 모든 사람이 홍보 분야에 정통한 것은 아니다. 그래서 그들은 의도하지는 않았지만, 일반 대중들의 반응을 잘 읽어내지 못할 수도 있다. “작은 목소리의 소수자들은 전체 포럼의 톤을 변화시킬 수도 있다.”라고 와타마누크는 주장했다. “매달 80만명 이상이 게시판에 글을 쓰지만, 단 한명이 톤을 변화시킬 수도 있다.”

당신은 여과되지 않은 대중들을 상대하고 있는 중이다. 사람들은 비이성적이 될 수도 있으며, 익명성을 통해서 “당신은 절규하는 광란에 대해서 중대한 스테디를 할 수도 있을 것이다.” 와타마누크의 이론은 다음과 같다. :

1. 사람들은 미칠 수도 있다.
2. 사람들은 논리에 직면하게 되었을 때, 미쳐버릴 수도 있다.

3. 사람들은 여전히 미치게 되는 것을 관리할 수도 있다. 전문적인 기술이 향상된 계획을 가진 과학자 팀이 당신을 미치게 하는 경우에 말이다. 여하튼 사람들은 여전히 미칠 수도 있을 것이다.

포럼의 운영

그렇다면, 포럼을 잘 운영하는 것과, 그렇지 않은 것은 무엇인가?

- 회사, 그리고 모든 대중, 다른 모든 사람에게 적용할 행동의 가이드라인을 설립하라. 당신이 포럼을 감시하려고 할 때, 언급할 무엇인가가 필요할 것이다. 그리고 가이드라인은 당신이 포럼을 감시하는 것을 더욱 수월하게 만들어줄 것이다.

- 각기 다른 주제들에 대해서는 독립된 포럼을 설립하라.

- 커뮤니티 리더들을 각기 배치시켜라. 그리고 그들이 도움을 줄 수 있는 약간의 힘을 부여 해주어라. 그들은 무엇인가를 보여주려고 할 것이고, 그리고 매우 열정적일 것이다.

- 회원들에게 피드백을 줄 수 있는 방법을 만들어라. 그들의 이야기를 들어주는 것은 기본이다.

- 해커나 혹은 서버가 다운되는 등의 비상사태의 경우에 통솔할 수 있는 분명한 채널을 가지고 있으라.

- 당신의 상품에 대한 내부 정보를 가지고 있다는 장점을 극대화 시켜라.

- 당신이 할 수 있는 모든 곳에 자동화를 시켜라. BioWare는 많은 문제들을 자동적으로 말끔하게 정리할 수 있는 ‘욕설’ 필터를 가지고 있다. ‘욕설’ 필터의 리스트에 올라있는 단어들은 대체적으로 빈번하게 사용되는 것들이다. 또한 만약 특정한 이용자가 일련의 리스트에 묶여진 욕설을 벗어나서 사용하는 경우에, 그들은 자동적으로 포럼을 정화시키기 위해서 사용을 금지하도록 되어있다.

- 포럼 내부의 이용권한에 대한 수준을 설정하라. 일반인 (읽기 권한), 커뮤니티 회원 (읽기와 쓰기 권한), 게임 소유주 (전문적으로 ‘게임 소유주’ 포럼을 접속 가능하도록 하고, 상품을 허락하거나, 구매할 수 있는 사람들을 위한 특정 카테고리), 포럼 중재자 (포럼을 이동시키고, 잠그고, 관리할 수 있는 권한)

사실, 포럼 내부에서 누구나가 용납하고, 적용가능한 가이드라인을 가지고 있지 않다면, 이것은 포럼의 운영에서 크나 큰 혼란을 야기시킬 것이다. 실제로 포럼을 운영하다보면, 욕설이나, 혹은 주제에 따라서 심한 충돌들이 발생한다. 이 경우에, 어떤 가이드라인을 설정하느냐는 포럼의 커뮤니케이션을 활성화시키는 가장 기본적인 토대가 된다. 이런 점에서 포럼의 운영에는 무엇보다 가이드라인의 구성과 이에 대한 엄격한 적용이 필요하다. 무엇보다 회원

들의 피드백을 극대화시키고, 각각 게시판이나, 회원들의 역할을 규정하고, 적절한 감시자로서의 역할은 포럼의 활성화를 위해서 반드시 필요하다.

하지 말아야 할 것들

포럼의 운영에서 결코 해서는 안되는 것은 무엇인가?

- 특정한 날과 시간에 대한 어떤 것도 약속하지 마라. 격노한 매우 열렬 추종자 단체들을 당신이 매 초단위로 제자리에 위치시키는 것은 시간낭비에 가까운 일이다. 만약 당신이 11시 35분이라고 공지했다면, 이것은 결코 발생하지 않을 것이다. 11시 36분에 당신의 포럼에서 폭발이 발생할 것이다. 이것은 결코 애매모호하지 않다. “이것에 관해서는 내가 알고 있는 것을 믿어라.”
- 당신의 포럼을 지나치게 감시하지는 말라. 당신은 포럼으로부터 다소 멀찌감치 떨어지는 것을 원치 않을 것이다. 그러나 이것이 안전을 유지하는 방법이다.
- 포럼에서 일부 사람들을 금지시키는 것을 주저하지 말라. 반드시 해야 할 일이다.
- 당신은 항상 기록되고 있다는 것을 결코 잊어버리지 말라. 심지어 당신이 그들에게 친절한 경우에도, 그리고 불친절한 경우에도 당신의 모든 것은 기록에 남겨진다.
- 어떤 것도 결코 지우지 마라. 심지어 쓰레기조차도 포럼에서 지워서는 안된다. 쓰레기조차도 모두 저장되어야한다.
- 포럼에 대한 피드백을 기초로 해서 감시정책을 변화시켜서는 안된다. 이것은 일반적인 대중들의 목소리가 아니라는 점을 인지하고 있어야한다. 성난 12살 소년들의 아이디어에 기초해서 감시정책을 변화시켜서는 안된다. 물론 그들의 이야기를 잘 들어주어야한다.

위에서 와타마누크는 포럼 운영자들이 흔히 범하는 실수들에 대해서 지적하고 있다. 그의 지적사항의 대부분은 포럼에서 운영자로서의 권한을 과도하게 행사하지 말고, 항상 거리를 두어야한다는 점을 말하고 있다. 또한 포럼이나, 커뮤니티 내부에서 목소리가 큰 일부 이용자들의 목소리에 끌려다녀서는 안된다는 점을 말하고 있다. 뒤에 그가 지적하고 있지만, 실제로 게임 플레이어들의 생각이 절대적으로 옳은 것만은 아니라는 점을 운영자는 주지하고 있어야한다. 그럼으로서 운영자로서의 원칙을 지켜나가는 자세가 요구된다.

콘텐츠에 관해서

콘텐츠에 관한 주제에서, 와타마누크는 “당신의 커뮤니티에서는 스크린샷, 개발자들의 인터뷰, 질문과 답변, 뉴스 등등 그 어떤 것들도 가치 있는 것이 되어야한다.”고 말했다. 게임 커뮤니티 내에서 생성되는 모든 것들은 콘텐츠로서 의미를 지닌다. 그리고 이것은 커뮤니티 회원들이 계속해서 커뮤니티에 출입하고, 커뮤니케이션 하도록 만드는 가장 우선적인 요소

가 된다.

결국, 그는 당신이 커뮤니티 회원들이 계속해서 커뮤니티로 돌아올 수 있도록 유지하기 위해서는 회원들에게 당신이 정기적으로 새로운 뉴스 콘텐츠를 가지고 있다는 점을 인식시켜야 할 필요가 있다는 사실을 강조했다.

BioWare의 경우에, 모든 거대한 공지사항들은 수요일에 내보내는 방법을 유지하고 있는데, 이것은 최소한 사람들이 항상 수요일에는 이 사이트에 접속해서 그 공지사항을 확인하도록 만든다는 것을 의미한다. 또한 그들은 다른 날에 접속해서 공지지의 일부를 놓쳐버리는 위험을 두려워할 필요가 없다는 것을 의미하기도 한다. 매주 수요일, BioWare는 새로운 뉴스와 재미있는 콘텐츠를 커뮤니티 사이트에 구비해놓기 위해서 노력하고 있다. 커뮤니티 멤버들에게 정기적인 콘텐츠 제공을 인지시키는 것은 무엇보다 중요하다.

물론, 그는 이들 자원에 지불하는 비용과 콘텐츠의 인지된 가치를 평가하는 것은 좋은 일이라는 점을 강조했다. 그러기 위해서, 당신은 당신의 콘텐츠에 대한 이용자들의 반응을 측정할 수 있기를 원할 것이다. 그러나 그는 곧이어 “당신이 커뮤니티를 위해서 투자한 모든 행위에 대해서 평가나, 혹은 결과를 가정해서는 안된다.”라고 경고했다. 심지어 그것이 성공적이었다 하더라도, 그것만으로 충분하게 여겨야 한다.

그는 사실상 아무런 실험이나, 분석을 하지 않은 상태에서 어떤 콘텐츠가 인기가 있을 지에 대해서 항상 예측할 수는 없을 것이다. 그렇기 때문에, 그는 온라인 게임 커뮤니티 내에서 콘텐츠를 매우 다양화시키는 것이 필요하다고 말하고 있다. 당신은 커뮤니티에서 필요로 하는 변화들의 속도에 보조를 맞추기 위해서 정기적으로 기준이나, 토대들을 재평가할 필요가 있다. 자신에게 물어보라. “난 오늘, 매우 적절하게 대처했는가?” 이것은 운영자가 커뮤니티에 적절하게 대응하고, 관리했는가를 평가하는 것이다.

무엇보다 중요한 것은 당신이 지킬 수 없는 약속은 결코 해서는 안된다는 사실이다.

팬은 가장 큰 자원이다. “내가 하는 일은 팬들이 무엇을 하는가를 비교해서 경계를 짓는 일이다.” 팬은 커뮤니케이션 촉진자로서, 콘텐츠 창조가로서 활동한다. 일부 팬들은 포럼 내부에서 탁월한 능력을 발휘했을 때, 그들은 스스로 조연자가 되기도 한다. 그들을 평가하는 것에서 그칠 것이 아니라, 커뮤니티 내에서 매우 활동적이고, 활력있는 활동을 한 팬들에게는 적절한 보상을 주어야 한다. 그러나 이 같은 보상정책은 회사가 팬들이 하는 활동에 대해서 반응하는 것을 보여줌으로서 다른 팬들의 활동을 장려하는 방편이 되어주기도 한다.

“우리는 팬들의 참여를 장려시켜야하고, 그들이 알고 있는 것들을 풀어놓을 수 있는 충분한 시간을 주어야 한다. 팬들을 통해서, 우리는 커뮤니티를 일정 정도 통제할 수도 있다. 그들은 너무나 손쉽게 말하기도 하고, 커뮤니티의 신뢰할 수 있는 부문을 중재하기도 하는 한 마디로 말해서 소우주이다. 당신이 그들의 판단을 신뢰한다는 것은 매우 중요한 사실이다.”

궁극적으로, 일부 추종자들은 중재자가 되기도 한다. 그들은 중재자로서 특정한 포럼에 접

근하기도 한다. 또한 포럼은 회사가 중재자들이 직면하는 것이 무엇인가에 대해서 이해하려고 하고, 포럼이 작동되는 방식에 대해서 더 자세히 배운다면, 포럼은 BioWare에 매우 가치있는 것이 될 것이다. “나에게 있어, 포럼이 발전해가는 것을 지켜보고, 포럼의 내부에 참여하는 것은 매우 손쉬운 일이 되었다.”

그러나 포럼 내부에서의 가치에 대한 것을 우선 제쳐두고라도, 와타마누크는 당신이 포럼 리더들과 함께 일하면서 하지 말아야 할 것들에 대해서 이야기했다.

- 그들을 고용인처럼 대하지 마라. 그들은 임금을 받지 않는다. 그들은 개척자들이다. 당신은 그들에게 결코 요구해서는 안되며 요청해야 할 입장이다.
- 그들을 무시하지 마라.
- 그들을 배제하지 마라. 커뮤니티를 향상시키는 방법에 대한 그들의 아이디어를 경청하라.
- 그들이 홍보 분야의 전문가일거라고 추측하지 말라.

콘텐츠 창조자로서 팬에 대해서는 또 다른 평가가 있다.

“만약 당신이 커뮤니티를 구축하고, 팬들이 콘텐츠를 생성하도록 만든다면, 그들은 가능한 콘텐츠를 매우 잘 생성시켜줄 것이다.”

일부 회원들은 커뮤니티에 실질적이고, 의미있는 방법으로 참여하기를 원할 것이다. 그리고 이들 중의 일부는 커뮤니티를 유지시키는 요인의 90%인 “열광적인 능력”을 소유하고 있을 것이다.

와타마누크는 이런 정열은 그 자체가 바로 커뮤니티라고 설명하고 있다. 당신은 그들의 작업에 토대를 제공한다. 만약 팬들이 당신이 만들어 놓은 프레임에 콘텐츠를 생성해준다면, 이것은 “당신이 혼자서 100%의 콘텐츠를 생성할 필요가 없다는 것을 의미하는 것이다.”

그는 덧붙여서 이것이 재능 있는 개인을 발견하는 매우 중요한 방법이 될 수도 있다는 사실을 강조했다. 또한 일부 팬들은 웹사이트에서의 그들의 기여도에 따라서 BioWare에 고용된 경험도 있다. 이런 유형의 보상은 웹사이트의 다른 회원들에게도 “강력한 영향력”을 발휘하게 될 것이다. 그리고 포럼에서 시작된 사람들과 회사에서 연결된 사람들은 사이트 커뮤니티를 지속적으로 유지하는데 매우 훌륭한 조합이 될 것이다.

팬들에 대한 보상

회사는 기꺼이 공헌할 의사를 가진 회원들을 어떻게 도와줄 것인가?

- 사람들이 상호협동할 수 있는 거대한 프로젝트는 지원하라.

- 특별한 커뮤니티 회원들에게 적절한 보상을 주어야 한다.
- 이용자들이 자신의 커뮤니티 프로젝트를 인식시키기 위해서 무료의 PR을 제공할 수 있도록 당신이 소유한 커뮤니케이션 네트워크를 사용하게 해주어야 한다.
- 인정받을 만한 사람들을 직접적으로 커뮤니티에 참여하도록 요구하라.
- 개인적 접촉을 시행함으로써 팬들을 장려시켜라. 팬들에게 간단한 개인적 이메일을 보내는 것은 즉각적으로 강력하고 우수한 팬을 생성시킬 가능성이 있다. 커뮤니티는 그 자체로 강력한 관계를 유지시키지는 못한다. 그래서 팬들과의 개인적 유대감을 형성하는 것이 중요하다.

결론적으로, 와타마누크는 BioWare의 포럼은 매우 활동적이며, 이 포럼은 이 사이트에서 상주하는 최소한 3-4명 혹은 그보다 많은 인원의 고용된 사람들이 시간을 투자해서 관리하고 있음을 주지시켰다.

소니와 BioWare의 사례를 통해서

온라인 커뮤니티를 성공적으로 관리한다는 것은 매우 어려운 일이다. 소니 온라인 엔터테인먼트의 보겔이나 BioWare의 와타마누크가 자신들이 실제 경험을 토대로 온라인 커뮤니티의 관리 방법에 대해서 이야기를 해주었다. 이들이 남겨준 이야기는 매우 공통적인 요소를 지니고 있다.

온라인 커뮤니티의 핵심은 바로 커뮤니티를 구성하는 회원들에 있다. 그리고 이들을 얼마나 충실하게, 유기적으로 결합시키느냐가 결국은 온라인 커뮤니티의 성공을 가늠하는 것이 된다는 사실이다. 두 사례에서 모두 공통적으로 강조하는 것은 ‘콘텐츠’ 분야이다. 지속적이고 정기적인 콘텐츠의 제공은 커뮤니티의 회원들의 결속을 지속적으로 강화시키는 전략이라고 말하고 있다. 그리고 커뮤니티 회원들 간의, 그리고 개발자와의 커뮤니케이션을 원활하게 유지시키는 것도 또 하나의 전략이라고 말하고 있다. 그리고 마지막으로 놓치지 말아야 하는 것은 열렬하게 참여하는 일부 소수의 회원들에 대한 인정과 보상에 대한 문제이다.

회원은 그 자체로 콘텐츠 생성가이다. 커뮤니티가 지속되도록 만들어주는 또 하나의 운영자이다. 이들을 온라인 커뮤니티에 어떻게 참여시키는가에 대한 원칙들은 반드시 필요하다. 이들의 목소리를 맹신하거나, 혹은 절대적으로 추종해서는 안되지만, 이들의 정열에 대해서는 적절한 보상이 주어져야 한다. 그럼으로써 커뮤니티의 다른 회원들에게 또 다른 참여를 이끌어낼 수 있기 때문이다.

이 두 회사의 온라인 커뮤니티 운영 사례를 통해서, 우리는 온라인 커뮤니티를 효율적으로 관리하는 방법에 대해서 다시한번 고민할 수 있게 되었다. 그리고 이들이 제시한 내용을 토대로 각각의 게임에 적합한 온라인 커뮤니티 운영전략들을 수립해야 할 것으로 보인다.

출처 : <http://www.gamasutra.com>

번역 및 정리 : 이 성 우 / 게임산업저널 미국통신원