

※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

Gamasutra.com

플레이어의 피드백을 수집해 게임 디자인 향상시키기

Pillip Derosa

2007년8월7일

http://www.gamasutra.com/view/feature/1546/tracking_player_feedback_to_.php

이 칼럼은 플레이어의 경험을 측정하고 향상시키는 수동적인 트래킹 시스템을 사용해 플레이어 활동을 보다 면밀히 파악할 수 있는 창 만드는 방법을 설명한다.



우선은 텔레비전 프로그램을 간단히 예로 들어 목표 시청자(잠재고객)을 대상으로 한 반복 실험 및 관찰이 프로그램의 품질 향상에 어떻게 도움이 되는지 알아본 다음 BioWare 에서 사용한 인력, 툴, 기술을 살펴보자.

세서미 스트리트

Malcolm Gladwell 의 저서 티핑 포인트(Tipping Point)에서 세서미 스트리트의 케이스를 처음 읽는 순간 나는 이 케이스가 실제 예로 매우 적합하겠다고 판단하고 이 칼럼 2 부 예시 부분에서 복잡한 구현 세부사항까지 설명하지 않고도 개발 기간 동안 목표 고객을 대상으로

한 제품 테스트를 설명할 수 있는 예로 사용하기로 했다. 그래서 지금은 간단히 넘어가고 티핑 포인트를 읽어보라고 권하고 싶다.



1960년대 후반 텔레비전 프로듀서였던 Joan Cooney는 텔레비전이라는 매개체를 사용해 3~5세 어린이들에게 읽기와 쓰기를 가르치려는 목적으로¹ 세서미 스트리트를 기획한다.

당초 기획 의도에 따라 프로그램이 성공하려면 열정과 재능이 있는

팀원들로 이뤄진 팀과 좋은 아이디어가 필요했다. 세서미 제작팀은 프로그램의 품질을 측정하고 향상시키기 위해 많은 리서치를 실시하고 심리학자이자 텔레비전 프로그램 연구의 선구자인 Ed Palmer를 전문가로 초대한다. 그리고 Ed Palmer는 디스트랙터(Distracter)라는 간단한 테스트를 개발해 시청자의 시선을 붙잡아두는 능력인 프로그램의 고착성(stickiness)을 측정했다.

한 예로 세서미 스트리트를 상영하면서 시청자들의 시선을 뺏기 위해 옆에 슬라이드 쇼를 재생해 놓는 테스트를 실시하였다. 그리고 시청자들이 세서미 스트리트에서 흥미를 잃는 순간을 모두 기록하고 이 자료를 제작팀에 넘겼다. 제작팀에서는 이 정보를 잘 검토하여 프로그램 품질 향상의 귀한 자료로 사용했다.

전체 테스트 과정은 매우 간단했다. 적당한 전문가를 고용하여 테스트 과정을 정의한 다음 목표 고객을 대상으로 제품(이 경우에는 프로그램)을 테스트한다. 그리고 테스트 결과를 객관적으로 관찰하여 기록한 다음 이를 검토하고 품질 향상의 자료를 사용하고 필요한 경우

¹ Malcolm Gladwell, The Tipping Point: How Little Things Can Make A Big Difference (Little, Brown and Company), 89 페이지

이 과정을 반복한다. 37 시즌 동안 총 4134 회가 방송된 세서미 스트리트의 장수가 디스트랙터라는 테스트가 성공했다는 증거가 된다.

하지만 이를 인터랙티브 엔터테인먼트 소프트웨어에 적용하려고 하면 그 과정은 좀더 복잡해진다. 우선 각각의 경험이 서로 다르기 때문에(비선형적) 수집해야 하는 샘플과 트래킹해야 하는 정보의 양이 훨씬 많아진다. 수집한 샘플과 트래킹한 정보를 모두 합계하고 분석하여 결국 다양한 경험에서 가치 있는 정보를 추출해내는 것이다.

BioWare 의 테스트

인력

테스트 기획부터 실행에 이르기까지 테스트에 필요한 모든 교차기능팀 멤버를 가리킨다.



테스트 전문가

테스트 전문가는 Ed Palmer 의 역할을 수행하는 사람으로 테스터 전 과정을 기획하고, 정보를 수집, 분석, 효과적으로 전달하는 책임을 지고 있다. 이 테스트 전문가는 게임 디자인 및 통계분석, 테스트 개발지식이 풍부해야 한다.

내부 고객/이해관계자

내부고객은 정보 요청자로서 보통은 제품 개발의 일부분과 피드백 제공의 책임이 있다. 그리고 이들은 문제가 되는 사항에 대해서 고객의 입장을 반영시키는 창구가 되기도 한다.

플레이테스터(목표 고객)

플레이테스터는 목표 고객층을 대표하는 집단으로 신중하게 선택되어야 한다. 적절한 플레이테스터 선택은 이 테스터에서 가장 중요한 부분으로 이 칼럼 마지막에 이에 대해 더 자세한 사항을 언급해 두었으니 참조하기 바란다.

플레이 테스트 책임자

플레이 테스트 책임자는 테스트 전문가의 요구에 따라 플레이 테스트 섹션을 기획, 조직, 관리한다. 여기에는 플레이 테스터 모집부터 보수 지급까지 모두 포함된다.

개발자

개발자는 이 모든 정보를 효율적으로 수집, 분석하는 툴과 테크닉을 개발 및 제공한다.



BioWare 에서 개발 중인 **Xbox 360** 독점 타이틀 **매스 이펙트**

툴

툴과 테크닉을 이용하면 더욱 효율적으로 정보를 수집, 합계, 분석할 수 있다. 간단히 말해 로깅 시스템인 것이다. 데이터베이스와 로깅시스템, 리포팅 툴을 선택하라. 만약 직접 제작하는 것보다 만들어진 기성 제품을 사용하는 편이 좋다면 이 분야의 제품과 서비스를 제공하는 회사가 어느 정도 있으니 찾아보길 바란다.

올바른 툴과 테크닉을 선택하면 다량의 데이터를 수집 분석하는 시간을 줄이고 정보의 정확성 및 전달 속도를 높일 수 있다.

첫 작업은 열정이라고는 찾아보기 힘든 테스터들과 함께 과거 출시된 타이틀에 대한 정보를 수집하는 것이었다. 이 작업을 통해 우리는 경험을 쌓을 수 있었고 더불어 우리의 컨셉을 증명할 수 있는 기회도 가지게 되었다. 다음 작업을 진행할 수 있는 밑거름이 된 것이다. 목적에 맞는 툴과 기술 개발을 통해 단순 반복적이고 가치가 낮은 작업은 컴퓨터에게 맡기고 더욱 가치가 높은 분석 작업에 숙련된 인력을 집중시킬 수 있다.

테스트 프로세스와 리포트

제품에 대해 어떤 답변을 얻고 싶은가? 개발사들은 고객들이 자사의 제품을 어떻게 사용하는지 그리고 제품의 어떤 점을 좋아하고 어떤 점을 싫어하는지에



대한 정보를 얻고자 한다. 이들 테스트는 간단 명료해 따로 해석이 필요치 않다는 장점을 가지고 있다.

이는 요구 사항을 정의하는 좋은 출발점이 된다. 먼저 예제 리포트를 작성하고 그 다음에 이를 어떻게 이행할지 생각해라. 객관적이고 단순하며 이해하기 쉬운 프로세스를 개발하는 것이 중요하다.

이 리포트는 플레이어의 경험 추적에 초점을 맞추고 있지만 이와 같은 로깅 시스템을 통해 **테스트의 적용 범위, 성과** 다른 요소들이 가지고 있는 다양성을 추적할 수 있다.

프로세스

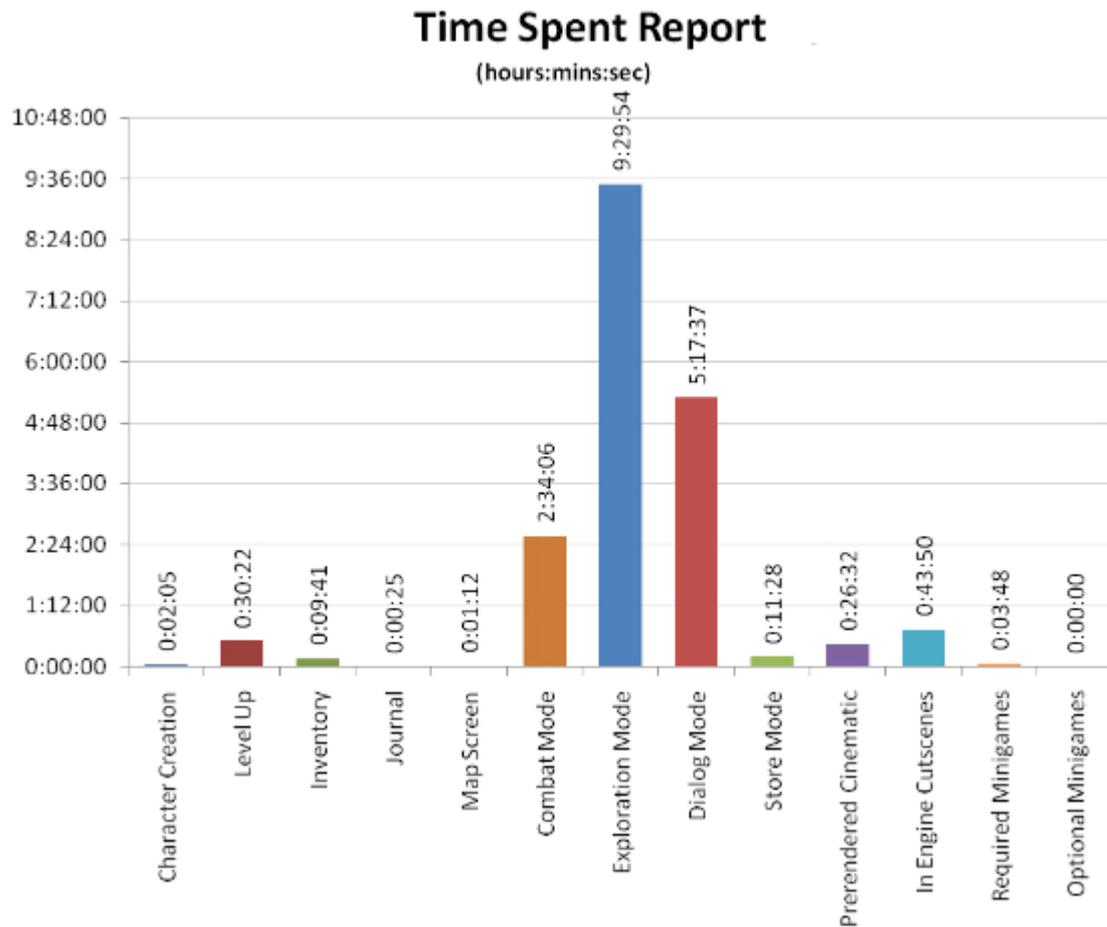


위 그림은 프로세서를 알기 쉽게 설명하고 있다. 각 단계는 따로 설명이 필요 없을 정도로 이해하기 쉽다. 테스트는 통제된 환경에서 분명한 목표를 가지고 제품의 특정 구조에 대해 대규모 테스터를 동원한 경우 성공하곤 한다. 하지만 무엇을 측정할 것인지 실제로 증명하는 것은 어렵다.

예시 리포트 1 – “플레이어의 체류 시간”

이 예시는 플레이어들이 어떤 활동에 몰두하고 각 플레이 활동에 얼마나 시간을 투자하는지에 대해 알아보는 테스트였다. 내부적으로는 이미 RPG 경험 구조에 대한 소중한 자료를 보유하고 있었으나 플레이어들이 이들 각 활동에 얼마의 시간을 소비하는지에 대한 정보는 부족했었다. 따라서 이 테스트는 플레이어들의 체류 시간에 대해 좀더 정확한 정보를 확보할 수 있었다.

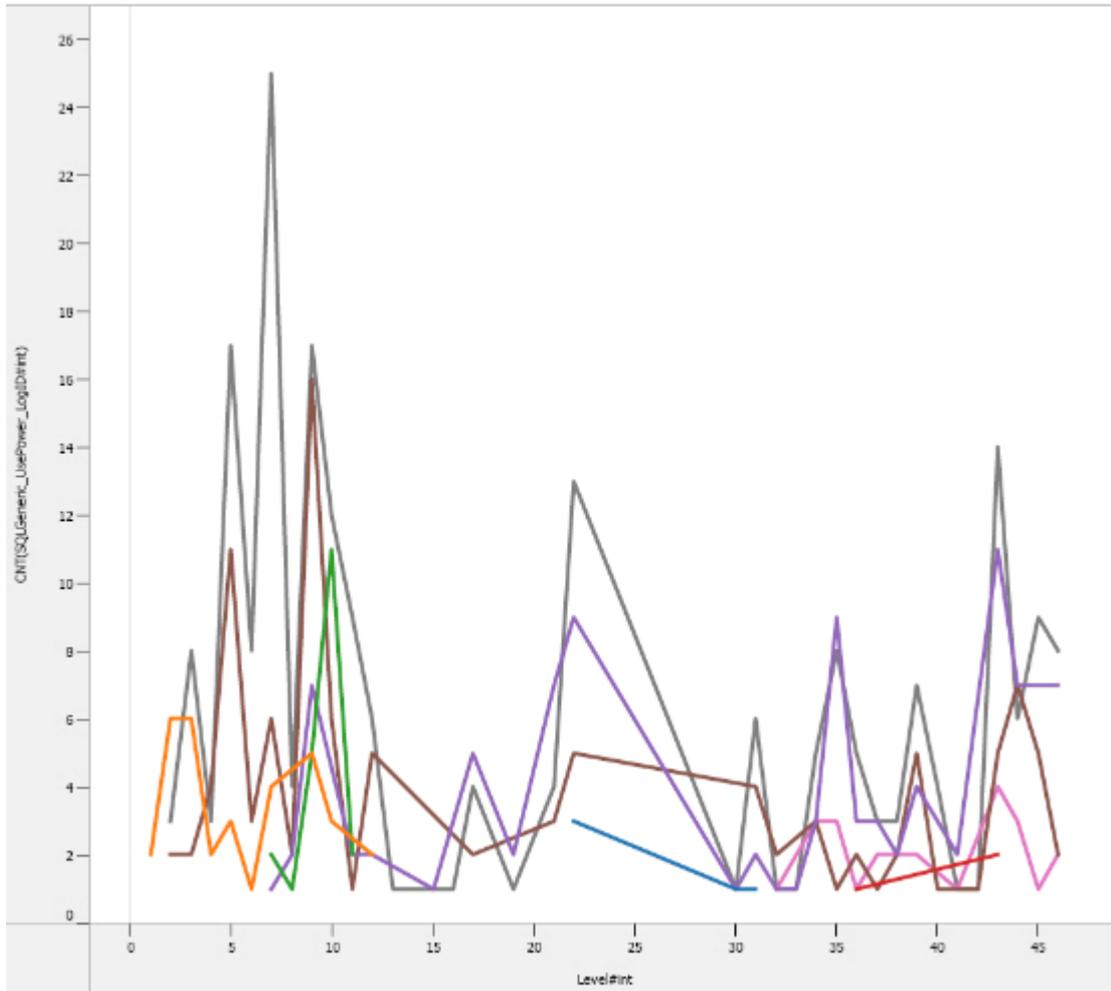
Y 값은 총 시간 X 값은 활동 내용이다.



예시 리포트 2 – 파워 사용

이 예시는 플레이어들이 어떤 종류의 스페셜 파워를 사용하고 얼마나 지속적으로 사용하는지 알아보는 테스트였다. 이 테스트의 결과는 파워의 균형을 유지하고 플레이어들이 좋아하는 파워와 그렇지 않은 파워를 찾아내는 자료로 사용될 수 있다. 근본적인 원인을 찾고 적절한 해결책을 제시하는 것은 게임의 경험을 만드는 이들에게 달려 있다.

Y 값은 파워를 사용한 횟수이고 X값은 캐릭터 레벨이다.



위의 두 예시는 이와 같은 테스트 시스템이 어떻게 사용될 수 있는지 잘 보여준다. 그리고 테스트 적용 범위 리포트는 무엇을 테스트했고 무엇을 테스트하지 않았는지에 대한 정확하고 시기 적절한 정보를 알려준다.

중요한 점은 이 방법이 사용자 조사, 전문가 리뷰, 직접 관찰과 같은 기존 방법을 대체하는 것이 아니라 또 하나의 새로운 조사 방법이라는 것이다. 테스트의 전 과정에서 수집된 정보가 서로 상호관계를 가지면 경험과 잠재된 문제에 대한 좀더 완성된 그림을 제공한다.

결론

게임을 플레이하기는 쉬워 보일 수 있지만 상업적으로 성공한 게임을 만들기란 결코 쉬운 일이 아니다. 성공적인 게임을 만드는데 필요한

사항을 아래와 같이 간단히 요약했다.

- 개발 초기부터 전 과정에 걸쳐 고객의 참여를 유도해 게임 품질에 대한 소중한 통찰력을 얻을 수 있는 플레이어 경험 피드백을 받아라.
- 정보를 효율적으로 수집하고 분석할 수 있는 프로세스 및 툴을 개발하라.
- 좋은 아이디어와 우수한 인력을 확보하라.
- 문제는 빨리 찾아낼수록 더욱 쉽고 저렴하게 원인을 찾아내고 수정할 수 있다. 앞으로 내 모든 칼럼에서 이에 대해 지속적으로 반복 강조할 계획이다.
- 이번과 같은 테스트와 더불어 다양한 툴과 테크닉 전문가를 활용하라.
- Thomas Edison의 말처럼 “더 좋은 방법이 있으니 찾아내라.” 게임계 안팎에서 모범사례를 찾아라.
- 게임의 질을 측정할 능력 및 용량을 향상시킬 툴 제작에 시간과 돈을 투자하라.
- QA 팀을 귀한 자산으로 보고 열린 마음으로 지원하면 놀랄만한 결과를 얻게 될 것이다.

추가 읽을거리

Chris Bateman(데모그래픽 게임 디자인)의 21st Century Game Design: Designing for the Market

Chris Bateman의 Just Who Are Our Customers?

R.A. Bartle의 Hearts, Clubs, Diamonds and Spades

Michael C. Medlock, Dennis Wixon, Mark Terrano, Ramon L. Romero, Bill Fulton의 Using the RITE method to improve

products; a definition and a case study

Larry Mellon의 Metrics in MMP Development and Operations