



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

## 게임 설계의 큰 흐름, 1부

### (The Megatrends of Game Design, Part 1)

파스칼 루반(Pascal Luban)  
가마수트라 등록일(2008. 8. 28.)

[http://www.gamasutra.com/view/feature/3772/the\\_megatrends\\_of\\_game\\_design\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/3772/the_megatrends_of_game_design_.php)

[이 기사는 오늘 날 게임 시장에 등장하고 있는 일련의 최신 “메가 트렌드”들, 즉 게임 개발법부터 게임 수명 늘리기 등에 대한 해법들에 대해 베테랑 디자이너 파스칼 루반이 작성한 기사 시리즈 중 일부이다.]

이번 기사 시리즈의 목적은 게임 디자인 철학에 상당한 영향을 미칠만한 최근 트렌드들에 대한 주의를 다시금 환기시켜, 이를 바탕으로 본 산업이 향후 수 년간 더욱 큰 규모로 발전할 수 있도록 돕기 위해서이다.

가설을 바탕으로 한 기존의 미래 지향적 에세이들과는 달리 이 글은 현재 실제 업계에 만연해 있는 트렌드들을 나열하고자 노력했다. 그러므로 우리는 앞으로 설명한 트렌드들이 과연 실제 삶에 반영될 것인가를 고민하기 보다는, 과연 이러한 트렌드들이 게임을 디자인 하는데 큰 영향을 미칠 것인지에 대해 논의해 볼 필요가 있다.

#### 메가트렌드 1 - 게임의 상업적 수명을 높일 필요성

게임 개발 비용은 갈수록 증가하고 있다. 실제로 메이저 퍼블리셔들의 비호를 받는 대형 개발사들의 경우 이러한 개발 비용 증가 현상이 더 두드러진다. 그러나 이들이 개발한 게임들의 수명은 놀랄 만큼 짧은 경우가 많다. 심지어는 몇 달 이상 지속하지 못하는 경우도 종종 발생한다.

출시 초기 엄청난 마케팅 공세로 사람들의 관심을 반짝 끈 후 모두가 기대하던 새로운 초대작 게임의 등장으로 쓸쓸히 무대에서 영원히 퇴장 당하는 게임들이 의외로 많은 것이다.

결국 예산을 추가로 투입하거나 확장 판을 새롭게 내놓아야지만 다시금 게이머들의 이목을 끌 수 있는 기회를 부여 받을 수 있다. 이러한 상황이 지속되다 보니 퍼블리셔들은 매우 위험한 상황에 노출될 수 밖에 없다. 18 개월에서 24 개월 사이에 엄청난 규모의 투자를 한 후, 아주 짧은

시간에 이를 회수해야 하는 상황에 놓이게 된 것이다. 결국 퍼블리셔들은 그 짧디 짧은 회수 기간 와중에 다른 유사한 형태의 대작이 급 등장하지 않도록 기도하는 수 밖에 없다.

한마디로 이와 같은 최신 게임 시장의 트렌드에 가장 큰 영향을 받는 것은 결국 퍼블리셔들이다. 이 때문에 퍼블리셔들은 출시된 게임으로부터 조금 더 장기적이고 안정적인 수익을 내기 위해 다양한 실험 및 연구를 진행하고 있다.

그러나 결국 장기적인 수익 창출을 목표로 게임을 제작하다 보면 현재와는 다른 여러 게임 내외적 요소들이 가미될 가능성이 높다. 그렇다면 장기적인 안목에서 바라봤을 때, 지금 현 상황을 타개할만한 바람직한 대책들에는 무엇이 있을까?

### 해결사로 급 부상하고 있는 멀티플레이어 게임

가장 먼저 사람들이 생각해 낸 것이 바로 멀티 플레이어 모드를 구축하는 것이다. 최근 출시된 콜 오브 듀티 4(Call of Duty 4)도 이와 같은 방법을 적용했다. 일인용 게임으로써 그 자체로도 매우 박진감 넘치는 모습을 보여주던 게임이었지만, 실제로 그 수명이 길진 않았다. 이 때문에 퍼블리셔는 게임의 상업적 수명을 늘리고, 소비자들의 관심을 보다 더 오랫동안 끌 수 있도록 멀티플레이어 모드를 추가한 것이다.



### 액티비전/인피니티 워드 (Activision/Infinity Ward) 의 콜 오브 듀티: 모던 워페어

멀티플레이어 모드를 제공하는 것과 더불어 게임 내 사용자의 역할 및 권한을 강화시켜주는 것도 게임의 인기를 오래 지속시킬 수 있는 또 다른 비결이다. 즉, 게이머들이 스스로 맵 등을 만들 수 있도록 툴을 제공해 주는 것이다. 이는 게이머들에게 의외로 또 다른 재미를 부여하는 역할을 한다.

실제로 에픽(Epic)사는 위와 같은 해결책들을 적절히 활용해 그 효과를 톡톡히 보았다. 언리얼 토너먼트 2004 와 UT III 는 플레이어들이 게임 내에서 스스로 자신만의 콘텐츠를 개발해 내도록 권장하고 있다. 다만 위와 같이 게이머들의 직접적인 참여를 권장하려면 우선 훌륭한 게임

엔진이 뒷받침 되어야 하고, 게이머들의 요구사항을 모두 반영할 수 있는 유연성 있는 기본 디자인이 그 바탕으로 존재해야만 한다.

## 다운로드 가능한 콘텐츠

매우 규격화된 게임을 개발하는 것도 나쁘지 않은 방법이다. 즉, 미래의 레벨이나, 새로운 게임 모드, 아니면 자동차와 같은 게임 내 아이템들을 일정 기준에 맞춰 등장시켜, 게이머들로 하여금 취득할 수 있게 하는 것이다. 대신 이 때, 아이템 별로 소액의 가격을 매기거나 특정 레벨 또는 서비스에 대한 대가로 일정한 금액의 월 별 정액을 요구해야 한다.

사실 일인용 게임에서 사용할 아이템을 산다는 것은 게이머들, 특히 서양 게이머들에게 익숙하지 않은 일이다. 그러나 이러한 인식 또한 조만간 바뀔 가능성이 높다. 실제로 대형 멀티 플레이어 게임을 즐기기 위해 매 달 일정한 금액을 퍼블리셔에 지불하는 수백만 명 규모의 게이머가 존재한다는 사실이 이를 뒷받침 한다.

더불어 소액 결제 또는 정액 결제를 통한 수익 창출 기법은 이미 아시아에서 충분히 정착된 바 있는 제도들이다. 이 때문에 우리는 보다 진지하게 이들과 같은 대체 수익 모델의 도입을 신중히 고려해 볼 필요가 있는 것이다. 실제로 이들은 최근 아시아 게임 시장에 만연한, 게임 스튜디오들조차 손 놓고 있었던 불법 복제로 인한 수익 손실을 최소화할 수 있는 대안으로 각광받고 있다.

일련의 상황을 종합해 보면 게임 상에서 사용할만한 온라인 콘텐츠를 소액 결제 등을 통해 지불할 용의가 있는 게이머들의 수요는 충분할 것으로 보인다. 그러므로 앞으로는 게임을 디자인하는 과정에서 이와 같은 결제방식들을 보다 효율적으로 게임에 적용할 수 있는 방법들에 대해 고민해 볼 필요가 있다

개인적으로는, 소액결제 제도(맵, 게임 모드, 캐릭터 액세서리 또는 장비, 에피소드 등을 구매하는 제도)가 게임 업계의 새로운 수익 창출 모델로서 큰 성공을 거둘 것이라 믿는다. 물론 기존의 수익 구조를 완전히 뒤엎진 않겠지만, 이에 대한 단점을 충분히 커버해 줄 수 있을 것으로 기대하고 있다.

그러나 위와 같은 일을 가능케 하기 위해서는 개발 단계에서부터 디자인 팀과 마케팅 팀이 상호간 긴밀한 공조 관계를 구축해야 한다. 이와 관련해서는 추후 다른 글을 통해 더 언급하도록 하겠다.

## Merchandising

오늘날의 게임들은 매우 다양한 형식의 컨셉을 활용하고 있다. 액션스타의 일대기나 유명 만화 내용을 게임에 담기도 하고, 학습 도구나 기타 여러 용도로도 적극 사용되기도 한다. 심지어는 소설의 형태로 게임이 진행되거나 게임 대회의 형식을 그대로 게임 내에 도입한 사례도 있다. 그렇다 게임은 오늘날 매우 다양한 형태로 우리에게 선보여지고 있는 것이다.

앞으로도 이러한 게임 업계의 새로운 시도는 계속될 것이라 생각한다. 또 몇몇 게임들은 콘텐츠 또는 컨셉의 질에 따라 분명 게이머들에게 호평을 받을 것이다.

필자가 수석 레벨 디자이너로 활약했던 “스프린터 셀: 판도라의 내일과 카오스 이론(Sprinter Cell: Pandora Tomorrow and Chaos Theory)”는



특히나 사람들의 이목을 더욱 집중시킬 것이다. 왜냐고?

우선 게임의 리듬 자체가 매우 느리다. (기본적으로 스텔스 게임이기 때문에 그렇다) 이 때문에 게이머들이 보다 쉽게 게임 내의 상황을 파악할 수 있다.

둘 째, 이 게임은 매우 다양한 전략적 옵션을 제공하고 있기 때문에, 게이머들이 지겨워할 시간이 없다.

마지막으로 게임의 전체적인 시나리오가 종종 영화적인 느낌을 발산한다. 이 게임을 능숙하게 해내는 고수들의 플레이를 보면 마치 한 편의 영화를 보는 듯한 느낌이 들 가능성이 높다는 것이다.

## 온라인 제품 배포

지난 몇 년간 새로운 형태의 제품 판매 방식이 다양하게 등장했다. 구입 후 다운로드 모드, 정액제 구매 모드, 체험 후 구매 모드 등이 바로 그것.

**구매 후 다운로드**는 말 그대로 온라인 상으로 결제한 후 바로 게임을 인터넷 상에서 다운받는 형태를 말한다. 사실 이 구매 기법은 소비자가 집을 나갈 필요가 없다는 사실을 제외하고는 기존의 구매 방식과 별 다른 차이점이 없다. 그런데도 이 구매 기법이 선풍적인 인기를 끌었던 이유는 바로 그 이면에 상당히 특별한 잠재력을 내포하고 있기 때문이다.

우선, 온라인을 통해 게임을 배포함으로써 원가 절감을 통한 판매 가격 하락을 이끌어 낼 수 있고, 별다른 재고 없이 정확한 수요에 따른 제품 판매가 가능하다는 점이 가장 큰 잠재적 장점이라 할 수 있다. 더불어 게임이 시중에서 이미 절판되더라도 해당 게임의 웹사이트를 통해 사용자들이 쉽게 다운받을 수 있다는 이점 또한 더불어 가지고 있다.

그러나 무엇보다도 이러한 게임 배포 방식이 성공할 수 있었던 가장 큰 이유는, 바로 소비자들과의 직접적인 소통을 통해 발견한 게임 상의 개선점들을 그 때 그 때 실시간으로 반영할 수 있었기 때문이다. 이는 기존 패키지 게임에서는 상상도 할 수 없었던 일이다. 이는 실제로 Xbox 라이브 마켓플레이스(Xbox Live Marketplace)가 큰 성공을 거두는 핵심 요인 중 하나로 작용했다.

**반면 정액제 구매 기법**은 약간 다른 형태의 수익 모델을 가지고 있다. 즉, 게이머들이 매 달 일정 금액의 요금을 내고 해당 기업이 서비스하는 게임들을 무제한으로 이용하는 형태. 이와 관련된 시장은 현재 유럽의 메타볼리(Metaboli)와 미국의 게임탭(GameTap)에서 장악하고 있다.

이러한 기법은 특히 유럽 시장에서 각광받고 있는데, 퍼블리셔 입장에서는 이 기법을 활용함으로써 별도의 비용 부담 없이 지속적으로 수익을 창출할 수 있다. 특히 지난 사례들을 되돌아 봤을 때 정액제 구매 기법이 기존의 전통적 판매기법에 큰 영향을 미치지 않는다는 사실이 증명되었기 때문에, 최근 출시되는 게임뿐만 아니라 기존에 출시되어 있던 게임들까지도 이와 같은 판매 기법을 통해 다시금 재기를 노려볼 수 있다.

마지막으로 소개할 **체험 후 구매 기법**도 상당히 유용한 판매 방법이라 말할 수 있다. 즉, 게이머들이 구매 이전에 게임을 체험해 볼 수 있도록 한다는 것이 핵심인데, 사용자가 게임을 다운 받은 후 일정 한도 내에 게임을 즐겨 본 뒤, 마음에 들면 비로소 게임을 구매하는 방식이다. 이와 같은 방식은 특히 다운로드 용량이 작은 캐주얼 게임들 사이에서 주로 이용되고 있다.

다운로드 시간이 길어질 경우 사용자들이 게임을 해보지도 않고 구매를 포기할 가능성이 높기 때문에 이 같은 구매 기법은 대작 게임들에게 적합하지 않다. 대신 소액 결제가 매출의 대부분을

차지하는 적당한 규모의 게임이라면 이와 같은 과금 방식을 활용하는 것이 가장 효율적인 선택이 될 수 있다.

## 메가트렌드 II: 가벼운 게임의 증가, 소액 결제에 의존하는 게임들

우선 최근 급격히 증가한 가벼운 게임들에 대해서 먼저 이야기 해보자. 일반 게임을 그냥 집에서 어머니께서 차려주신 밥이라고 했을 때, 이들 게임들은 패스트푸드라고 말할 수 있다. 즉, 게이머들이 별 생각 없이 큰 투자를 하지 않고 구매할 수 있는 게임인 것이다. 여기서 '투자'란 금전적인 의미도 포함하고 있지만, 그만큼 게임을 마스터하는데 드는 시간도 덜 든다는 뜻도 내포하고 있다.

그렇다고 필자가 이와 같은 인스턴트 게임들을 폄하하려 하는 것은 아니다. 실제로 패스트푸드도 소비자들에게 매우 각광받고 있다. 바로 소비자들의 수요, 그리고 요구를 잘 읽은 제품이기 때문이다. 게임도 마찬가지다. 가격이 얼마고, 또 게임의 깊이가 얼마나 있든 간에 소비자들이 이들 서비스에 만족하고 있다는 사실만으로도 이들은 충분한 존재의 의미를 지닌다.

실제로 이들 게임은 이미 우리 주위에 널리 퍼져 있다. 휴대폰용 게임도 그 중 하나라 할 수 있고, 20 달러가 채 안 하는 PC 용 게임도 이와 같은 범주에 포함된다. 더불어 체험 후 구매 기법을 통해 판매되는 일반 캐주얼 게임들도 이에 속한다고 말할 수 있으며, 광고의 수단으로서 사용되는 무료 게임들도 물론 이에 해당한다 할 수 있다. (단, 대작 게임이 스스로의 상업적 수명을 높이기 위해서 사용자들에게 추가 서비스를 제공하며 받는 부분적 결제는 이에 해당되지 않는다)

사실 이들 게임들은 게이머들의 새로운 수요와 요구를 충족시켜주기 위해 등장했다고 봐도 무방하다. 충분한 정보 습득을 통한 대작 게임 선택을 선호하는 게이머들도 있지만, 그냥 아무 생각 없이 가벼운 게임을 받아 즐기고 싶어하는 부류들도 상당 수 존재한다는 사실을 간파한 것이다. Xbox 라이브 마켓 플레이스도 엄연히 말하자면 이러한 사람들의 심리를 잘 이용해 큰 성공을 거두었다고 평가할 수 있다. 대작 게임들은 비싸다. 그렇기 때문에 실제로 이들을 구매하기 이전에 우리는 적어도 두 번 이상은 생각해본 후 비로소 신용카드를 꺼내게 된다.

그러므로 게임들은 각자의 타겟 사용자 층에 맞는 맞춤형 전략을 구사해야 한다. 즉, 가벼운 게임을 원하는 이들에게는 구매 전 생각할 여지를 주어서는 안 된다. 개별 타겟 게이머들에게 즉각적인 반응을 이끌어내 내지 경우 결국 순식간에 이들에게 외면당할 수 밖에 없는 것이 현실이다.

게이머들은 무료 게임보다는 자신의 돈이 들어간 유료 게임에 더 많은 시간을 할애는 경향이 있다. 그러므로 최대한 단 시간 내에 게이머들의 관심을 사로잡을 수 있도록 인터페이스는 최대한 단순하게 구성하고, 게임 설정 및 목적 또한 명확하게 제공해야 한다.

특히 모바일 게임은 상당한 개선이 필요로 한 상태다. 현재 시중에 나와있는 모바일 게임들은 대부분 콘솔 게임들로부터 영감을 얻어 이를 모바일의 형태로 옮겨놓은 것이다. 그러나 애초에 게임이 모바일 게임 제작을 목표로 개발된 것이 아니었기 때문에 뒤죽박죽한 느낌을 줬던 것이 사실이다. 이제는 모바일만을 위한 컨셉의 게임이 개발될 때가 됐다. 모바일 게임이 이후 콘솔 게임으로 만들어지는 사례도 한 번쯤은 나와야 되지 않을까?

모바일에 특화된 게임을 개발하기 위해서는 가장 먼저 휴대폰이 가진 특성과 장점을 잘 살펴보는 것이 좋다. (통화 기능, 위치 추적 기능, 내장 카메라, 그리고 항상 몸에 지니고 다닌다는 점 등) 그리고 더불어 휴대폰이 가진 단점들을 뛰어넘을 수 있어야 한다. (작은 키보드, 작은 스크린 등) 이를 적절히 잘 활용할 수만 있다면 휴대폰으로도 최근 부상하는 문화적, 정치적, 또는 스포츠 관련 이슈 및 트렌드에 부합하고, 또 상호소통하는 게임들을 얼마든지 만들어 낼 수 있다. 심지어 지난 수 년간 우리의 이목을 집중시켜왔던 소셜 네트워킹 기술 및 콘텐츠와 연계된

게임이 등장할 수도 있다. 과거 스피드 데이트가 유행했던 것처럼, 모바일을 이용한 게임 데이트가 선풍적인 인기를 끌지 또 누가 아는가?

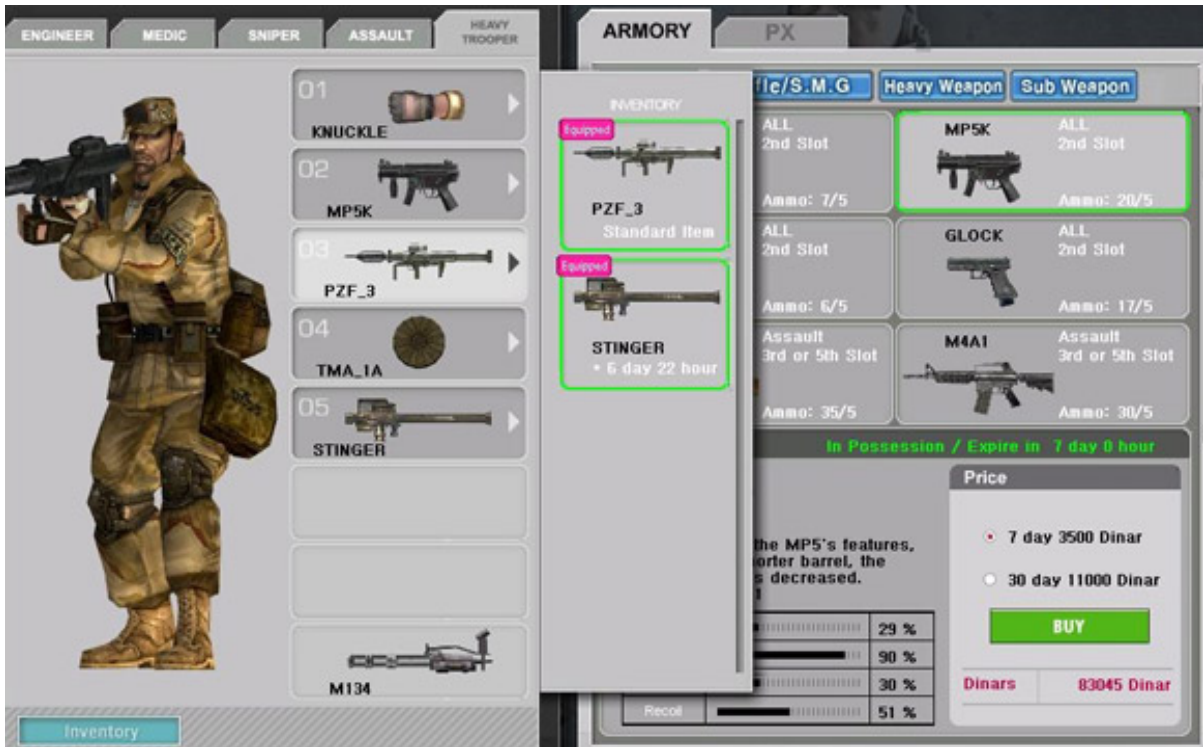
소액 결제에 의존하는 게임들은 사실 기존의 게임들과는 약간 다른 방식으로 수익을 창출하는 부분이 존재한다. 일반적으로 사용자들에게 가볍게 다가가는 게임들과 마찬가지로, 게이머들에게 단도직입적인 게임 경험을 제공하긴 하지만, 차이점이 있다면 게이머들이 게임에 빠져들면 들수록 더욱 풍부하고 심도 있는 게임을 즐길 수 있도록 돕는 다양한 구성 요소들을 추가로 구매하도록 지속적으로 유도한다는 점이다.

게이머의 아바타 모습을 보다 구체화 시켜 주는 아이템들도 이러한 추가적인 구성 요소들 중 하나라 말할 수 있고, 게임 플레이 관련 기능 추가도 이에 해당한다. 이러한 수익 모델은 실제로 아시아 시장에서 큰 반향을 일으키고 있다. 더불어 곧 서구 시장에서도 이러한 수익 모델이 등장할 것으로 예상되고 있다. 심지어 몇몇大作 게임들도 이러한 모델을 도입할 가능성이 높다. 그러나 이러한 부가 요금 서비스를 추가하기 위해서는 게임 종류와 장르에 따라 최적화된 서비스를 개별적으로 도입해야 한다. 단적인 예로 레이싱 게임과 슈팅 게임은 엄연히 그 스타일이 다른 게임이기 때문에 위와 같은 서비스를 도입하는데 있어서도 약간은 다른 시각을 견지해야 한다.

소비자들로부터 부가적인 수익을 내고 싶다면 우선 최대한 게이머들을 귀찮게 해서는 안 된다. 사용자가 해당 추가 기능 또는 아이템을 구매, 적용하는데 있어 최소한의 노력을 들이도록 만들어야 한다. 아직도 대부분의 다운로드 형태의 게임들은 사용자들에게 너무 많은 정보를 제공할 것을 요구하고, 또 복잡한 절차를 거쳐 게임을 설치할 것을 종용한다. 우선 개인 신상 정보를 낱알이 공개하면서 회원 가입 절차를 마쳐야 하고, 이메일을 통해 회원 인증 작업을 거쳐야 하며, 게임을 다운받아 손수 압축을 풀고 게임을 설치해야지만 게임을 즐길 수 있는 것이 오늘날의 현실이다. 게다가 게임에 접속해서도 다시 한 번 더 로그인 절차를 거쳐야 하고, 또 업데이트된 데이터들을 다운 받아야 한다!

현재 소비자들이 스스로 진행해야 하는 여러 절차들 중 상당 수는 게이머들의 노력 없이도 조용히 처리할 수 있는 작업들이다. 또, 더 나아가서는 인터넷 브라우저 전용 게임을 개발해 위와 같은 절차들을 간소화시킬 수도 있다. 인스턴트액션(InstantAction)사의 게임들이 대표적인 예.

두 번째로, 게임 운영 방식이나 조작 방식 또한 가능한 한 단순한 형태를 유지해야 한다. 사용자들이 최대한 쉽게 게임에 빠져들 수 있도록 배려해야 한다는 뜻이다. 그렇다고 게임 내 난이도 있는 기능들을 삼입하지 말라는 소리는 아니다. 다만, 이해하기 다소 난해한 부분들은 충분한 설명을 반드시 뒷받침해 주어야 한다는 것이다.



### 드림 액세큐션(Dream Execution)의 워록(War Rock)

마지막으로 게임의 전체적인 밸런스들을 무너뜨리지 않는 선에서 다양한 추가 기능 및 업그레드를 제공할 수 있도록 게임을 설계해야 한다. 워록(War Rock)의 장비 임대 기능이나 게이머 레벨 별 분류 기능 등이 대표적인 예라 할 수 있다.

### 메가트렌드 III- 놀라울 정도로 사실감 있는 게임들

해가 거듭될수록 게임의 질은 높아질 수 밖에 없기 때문에 사실 그리 놀랄만한 일은 아니다. 매년 우리는 거의 전 부문에서 상당한 발전 및 기술 향상을 목격한다. 게임에 등장하는 캐릭터들의 얼굴과 동작들이 갈수록 구체화되고 있고, 게임 내 배경 또한 갈수록 그 사실감을 더하고 있다. 더불어 게임 내 조명기술 및 여타 이펙트들 또한 그 발전을 거듭하고 있음을 쉽게 느낄 수 있다. 중요한 것은 나날이 발전하는 모습이 눈에 보이는 이러한 게임 내 요소들이 결국 게임의 퀄리티를 결정하는 주된 바탕이 된다는 점이다.

그렇다면 앞으로는 또 어떤 부문에서 어떤 형태의 발전을 기대할 수 있을까? 앞으로 등장할만한 또는 개선될 만한 항목들을 한 번 정리, 나열해 보자.

#### 외부 배경의 발전

최근 들어 여러 게임 플랫폼들이 보다 다양한 범위의 배경 및 세계관을 자랑하기 시작했다. 사실 얼마 전까지만 해도 액션 게임의 배경 대부분은 실내인 경우가 많았다.

PC 용 게임인 퍼 크라이(Far Cry)는 외부 환경을 배경으로 활용한 대표적인 게임이라 할 수 있다. 그러나 이들의 노력은 아직 걸음마 수준이다. 이와 관련된 항목에서 훨씬 더 많은 발전이 있으리라 기대를 마지 않는다.

액션 게임들의 경우, 보다 넓은 범위의 배경을 채택함으로써 특정 대상을 원거리의 시각에서 포착하는 것과 같은 효과를 구현할 수 있게 되었다. 이에 따라 새로운 게임플레이 시스템을 선보일 수 있는 여지가 생긴 것이다. 실제로 이와 같은 배경 기술의 발전으로 인해 새로운 원격감지 메커니즘 또는 위장 기능을 추가할 수 있게 되었고, 수평적 플레이 스타일과 수직적 플레이 스타일을 한데 섞어 3차원의 게임 환경을 구축할 수 있게 되었다.

### 배경 효과의 실시간 임팩트

오늘날 우리는 게임 내에 비, 안개, 또는 연기 등을 만들어 내는 방법을 알고 있지만, 이러한 배경 조건들이 실제 게임 플레이에 영향을 미치도록 만들지는 못한다. 그러나 새로운 애플리케이션이 등장해 이와 같은 한계를 극복해 줄 것으로 기대한다. 즉, 게임 내 불어오는 바람이 경주 중인 자동차의 운행 방향에 영향을 준다면, 안개가 플레이어의 움직임에 따라 자욱해 졌다 흩어졌다 할 수 있도록 조작하는 일들이 가능해 질 것이라는 것이 필자의 생각이다.

비 또한 플레이어의 행동이나 결정에 영향을 받아 약해지기도 하고 또 소나기로 급변하기도 하는 그런 배경 효과가 가미된 게임이 곧 등장할 것으로 기대한다.

### 게임 배경 및 환경과 캐릭터 애니메이션의 통합

오늘날 캐릭터 애니메이션들은 사전 정의된 환경 요소들에 의해 고정되어 있다. 그러나 앞으로는 무조건적으로 주어진 배경 또는 환경에 따라 고정된 행동을 보이는 캐릭터 애니메이션은 사라질 것으로 기대한다. 디자인 적인 관점에서 봤을 때, 앞으로는 실제에 기반으로 한 캐릭터의 움직임을 실제로 구현할 수 있을 것으로 보고 있다.



### 유비소프트 몬트리올(Ubisoft Montreal) 어쌔신 크리드(Assassin's Creed)

어쌔신 크리드(Assassin's Creed)가 대표적인 예. 게임 자체가 3인칭을 기반으로 하고 있기 때문에 게이머가 게임 내 캐릭터와 기타 배경 및 타 캐릭터들과의 상호작용 현황을 볼 수 있다.



실제로 기술이 더욱 발전함에 따라 앞으로 3 인칭 시점의 액션 게임들의 수가 점점 증가할 것으로 예상되고 있다.

### 완전히 인터랙티브한 환경

배경 요소들과의 상호 작용한다는 의미는, 배경들이 현실감이 있어야 한다는 의미와 일맥상통한다. 모든 물체들이 움직여야 하고, 캐릭터의 행동에 영향을 받아야 한다는 것이다. 즉, 단적인 예로 게임 내의 캐릭터가 해당 물체에 부딪히면 깨지거나 쓰러져야 한다는 말. 실제로 최근에 등장한 게임들은 이와 같은 인터랙티브한 기능을 게임 내 반영하기 위해 노력한 흔적이 보인다.

인터랙티브한 환경이 구축되면 단연 게임의 현실성이 높아지는 것은 두 말 할 것 없는 사실이다. 그렇다면 게임 디자인 면에서는 어떤 이점이 있을까? 우선 게이머들에게 주변의 모든 것을 부셔뜨릴 수 있는 권한을 부여해 줄 수 있다는 측면을 가장 먼저 들 수 있을 듯 하다.

물론 도덕적으로는 논란의 여지가 있는 부분이지만, 인간의 파괴적 본능이 액션 게임에 빠져드는 또 다른 요인으로 작용하는 것이 염연한 사실이다.

더불어 인터랙티브한 환경은 소위 “시스템화된 게임 디자인”을 가능케 한다. 즉, 게이머들이 스스로의 세계관을 가지고 스스로가 설정한 규칙에 따라 그가 직면하는 여러 상황 및 위기들에 대한 해결책을 스스로 찾아낼 수 있는 요건을 제공해 줄 수 있다는 것이다.

이에 따라 게이머가 게임을 진행하는데 있어서도 게임 내의 특정 규칙을 찾기 보다는 자신의 상식에 근거해 게임을 창의적으로 풀어나갈 수 있게 된다. 실제로 이와 같은 맥락에서 디나이드 옴스(Denied Ops)와 배틀필드: 배드 컴퍼니(Battlefield: Bad Company) 등과 같은 1 인칭 슈팅 게임들은 매우 혁신적인 게임 플레이 형태를 도입한 것으로 알려졌다.

필자의 다음 글에서는 다음의 내용들을 주제로 할 예정이다.

- 실시간 게임 플레이 기술에 대한 고찰
- 학습 도구로서의 게이밍