



## 설득적 게임: 영원한 “친구와 함께”

(Persuasive Games: *With Friends Forever*)

작성자: 이안 보고스트(Ian Bogost)

작성일: 2012.10.02

징가의 히트작 <위즈 워드 프렌즈>에서 배울 점은 무엇일까? 비디오게임 연구자이자 기획자인 이안 보고스트의 설득적 게임(Persuasive Games) 기획 시리즈의 최신 기사에서 소셜 게임이 성장할 여지를 마련할 수 있을지 여부를 알아본다.

당신이 무료 소셜 네트워크 게임을 기반으로 성장한 대형 스튜디오를 갖고 있다고 상상해보라. 주식은 상장된 지 얼마 되지도 않아 상장가의 반의 반의 반토막이 나 버렸다. 또 사업 전반을 지탱해주던 소셜 네트워크가 월 스트리트에 의해 타격을 입었다고도 상상해보자. 또한 이 두 가지 경우에 모두 모바일 전략의 개발이 부족하고 실행이 미흡했던 게 원인이었다고 투자자들에게 이야기하는 애널리스트를 상상해 보라.

아, 재미삼아 상상을 더 해보자. 최근에 잘나가는 모바일 게임을 출시한 작은 스튜디오를 인수하느라 수백만 달러를 썼는데 인수한 다음 분기에 게임의 인기가 급속히 사그러 든 경우 말이다. 동시에 1년 전에 제작자를 데려온 이후 당신의 가장 성공적이었던 타이틀의 명성이 땅에 떨어져버린 경우도.

당연히 이것은 가상의 이야기가 아니다. 이것은 징가(Zynga)의 최근 이야기이다. 주식 가격이 폭락하고 주가에 대한 전망이 의문에 휩싸인 가운데, 회사는 관리직에 대한 대규모의 인사를 단행하고 증권가 애널리스트들의 강한 비판을 받고 있다.

웹 기반에서 모바일 기반의 소셜 게임으로 이행하는 건 아직까지는 이론에 불과하지만, 징가는 양쪽 플랫폼 모두에서 지속적인 성공을 거둔 검증된 게임을 애써 부정하는 것 같다. 바로 <워즈 워드 프렌즈(*Words With Friends*/친구와 함께하는 단어)>이다.

## “친구와 함께”의 역사

몇 가지 역사적 사실은 순서가 명확하다. <워즈 워드 프렌즈>는 델러스의 뉴토이(NewToy) 스튜디오의 두 번째 작품이었고, 첫 번째 작품은 2008 년에 아이폰으로 출시한 친구와 함께하는 체스(*Chess With Friends*)였다. 북미에서 스크래블의 판권을 소유한 하스브로(Hasbro)가 1 년간 페이스북에서 엄청난 인기를 끈 <스크래블러스(*Scrabulous*)>와 법정 분쟁을 일으킨 바로 그 해이다.

따라서 뉴토이는 <워즈 워드 프렌즈> 출시 전에 해결해야 할 선행과제를 몇 가지 안고 있었다. 모바일 기기에서 비동기적 플레이를 지원하는 기반 기술, 그러한 게임의 브랜드(“친구와 함께(*With Friends*)”), 아직 생명이 남아있는 경쟁자(<스크래블러스>는 나중에 <렉술러스(*Lexulous*)>로 이름을 바꾸어 재출시했고 하스브로는 소를 취하했지만, 이전과 같은 영광을 누리지는 못했다), 그리고 해당 장르의 원조격인 게임과 그래픽 및 오디오 면에서 현저히 차별화되지 못했을 경우 스튜디오가 마주하게 될 법률적 문제점을 상기시켜 줄 조언자.

더구나, <워즈 워드 프렌즈>의 성공은 장담할 수 없었다. 일렉트로닉 아트(*Electronic Arts*, EA)가 2008 년에 스크래블의 아이폰 버전을 라이선싱하는 데 성공했을 뿐 아니라,

<스크래블러스>가 사양세로 접어듬에 따라 뉴토이와 같은 신참이 60년 묵은 게임으로 판세를 뒤집을 가능성은 전혀 없어 보였다.

하지만 놀랍게도, 해냈다. 정확한 이유를 밝히긴 힘들겠지만, 기획이 마케팅을 넘어서 승리를 거뒀다. 게임 기획이 아니라, 그래픽과 사용자 경험 기획 면에서의 승리였다.



시각적으로, 뉴토이의 십자말 퍼즐 게임은 <스크래블(Scrabble)이나 <스크래블러스>와 크게 다르지 않았다. 하지만 개발진들은 현명하게도 보너스의 위치와 개별 문자의 값을 나타낼 수 있도록 보드와 타일의 외양을 개선하였다.

이런 변화는 부분적으로는 저작권 분쟁을 피할 수 있도록 해주었고, 그와 더불어 익숙해져 있는 십자말 퍼즐의 형식에 새로운 시각적 자극을 더했다. 원조 스크래블을 충실히 재현한 목재 타일과 파스텔풍 보드가 나오는 EA 게임과 나란히 놓여 비교되는 화사하고,

동글동글하고, 플라스틱 느낌의 <워즈 워드 프렌즈>는 신선하고 깔끔하며, 이 게임을 처음 플레이 하게 될 미니멀한 모바일 기기 아이폰과 잘 어울렸다.

경험 기획의 측면에서 보자면, 뉴토이는 앱 구동과 "등록" 경험에 있어서 전문가적으로 일을 해냈다. 2009 년 당시, EA 의 스크래블은 긴 애니메이션이 들어간 스플래쉬 화면을 보여주었고(지금도 그러하다), 그게 지나가면 등록 절차를 거쳐야 친구들과 게임을 할 수 있었다.

뉴토이는 앱이 빨리 구동되도록 만들었을 뿐 아니라, 다른 플레이어의 ID 만 입력하면 바로 게임을 시작하도록 했다. 저항은 적었고, 플레이어의 충성도는 올라갔다. 시간이 지남에 따라, <워즈 워드 프렌즈>에도 다수의 UI 와 등록 절차가 붙었지만, 이는 충분한 인지도와 유저 수를 확보한 후 작용하기 시작한 네트워크 효과로 부피가 커진 게임 경험을 극복하고 난 후의 일이다.

징가가 스튜디오를 사들일 때의 관심사가 보유 게임만큼이나, 어쩌면 그 이상으로 그들의 유저들에 있다는 걸 생각해볼 때, 이 두 가지 결정이 뉴토이를 매력적인 인수 대상으로 보이게 했음은 분명하다.

## **친구와 함께하는 징가 : Zynga With Friends**

친구와 함께하는 징가(Zynga With Friends)가 된 이후, 뉴토이 스튜디오는 "친구와 함께(With Friends)" 시리즈로 3 개의 새 게임을 출시했다. <행잉 워드 프렌즈(Hanging With Friends)>, <스크래블 워드 프렌즈(Scramble With Friends)>, <매칭 워드 프렌즈(Matching With Friends)>가 그것이다. 첫 번째와 두 번째 게임은 자사의 "단어", "체스"게임과 비슷하게, 고전 보드 게임(행맨과 보글)을 응용한 비동기 모바일 게임을 만든 것이다.

하지만 그 이후 이 스튜디오는 <워즈 워드 프렌즈> 만한 인기와 영향력을 가진 작품을 내지 못했다. 이 게임은 페이스북에서 1300 만에 이르는 MAU(월간 활성유저수)를 자랑했고, 지난주까지만 해도 iOS 유료 앱 중 1 위였다(이번 주에는 72 등으로 하락). 다른 작품 중에서 최고의 성적을 거둔 것은 <스크래블 워드 프렌즈>로, 페이스북에서 400 만 MAU, 금주 iOS 앱스토어에서 25 위였다. 비교해 보자면 <드로우 썸씽(Draw Something)>은 페이스북에서 1120 만 MAU, iOS 유료 앱 중 251 위였다.

Zynga With Friends 가 왜 <워즈(Words)>처럼 "With Friend"를 만들지 못하는지 궁금해질 테지만, 답은 가까이에 있다. 성공작은 드물고 예측하기도 쉽지 않으며, 과거의 성과가 미래의 성공을 보장해주지도 않는다. 더욱 재미난 질문은 이 것이다. 앞서 개발된 <워즈 워드 프렌즈> 를 통해, 우리가 미래의 게임 개발에 대해 얻을 수 있는 교훈은 무엇인가?

## 게임 기획 없는 게임

뉴토이의 게임은 '게임 기획에서 나온 게임'이라 보기는 어려운 것이었다. <체스 워드 프렌즈(Chess With Friends)> 개발에서 시작했고, 아이폰 초반기의 비동기화 게임과 차별화된, 효율적인 조합 메커니즘을 더함으로써 기본에 매력도를 높였다. 체스가 대중적이긴 하지만 십자날말풀이만큼 쉽게 접할 수 있는 것은 아니었고, <워즈 워드 프렌즈>는 모바일에서, 이어서 웹에서도 뛰어난 접근성과 세련된 비동기화 플레이를 선보였다. 뉴토이는 스크래블의 세부사항을 약간 바꾸었으나 기획의 혁신이라고 할 만한 것은 없었다.

친절한 설명을 덧붙이자면 징가는 기획에 대한 남다른 생각, 말하자면 존재하는 게임의 기획을 "빌려오기" 좋아한다는 것에 대해 많은 비판을 받아 왔다. 실제로 이 회사의 전반적인 운영 전략은 새 게임을 출시하거나 새 게임 스튜디오를 인수하여 사양세에 접어든 구작 게임 유저를 새 게임으로 이동시키는 것이었다.

여전히 징가는 스튜디오가 유기적이며 독립적으로 움직이도록 하고 있으며 <워즈 워드 프렌즈> 의 기획은 뉴토이의 징가화보다 앞서 있다. 뉴토이가 기획보다는 좀 더 보수적인 접근을 선호할 수도 있고, 새 장르를 개발하는 것보다 고전 기획을 다시 포장하는데 주력할 수도 있다.

순수한 기획 혁신주의자들은 비웃을지도 모르겠지만, 이런 반응은 공정하지 못하다. 게임 기획을 하는 방법은 여러 갈래이기 때문이다. 인정하건대 <매칭 워드 프렌즈>는 겨우 몇 달 전에 출시되었고, 검증된 "3-정렬" 장르이긴 하지만, 몇 가지 기발한 기획을 선보였다.

하지만 어쨌든 <매칭>은 뉴토이의 다른 게임만큼 부상하지 못했다. 왜 이전에 제대로 먹혔던 - 친숙한 기획을 새롭게 포장하는 - 방식을 왜 쓰지 않았던 것일까?

## 심층 기획

변화하는 시장이 한가지 이유가 될 수 있다. 하지만 소셜 게임이라는 트렌드를 도화선이 기다란 폭탄일 뿐이라고 주장하기엔 아직 이르다. 몇몇 회사의 매각이나 상장을 통해 최고 임원들이 현찰을 만질 때까지만 유지되는, 그런 유행 말이다. 하지만 답이 무엇이든 간에, 만물은 변화한다.

아마도 이런 변화 중 한가지는 더 깊이 있는 게임 기획으로 회귀하는 것일 수도 있다. 익숙함 속에서 진정 놀라운 기획을 찾아내는, 시스템 기획 면에서의 깊이 뿐 아니라, 똑같은 초밥을 75년간 만들어 내는 것과 같은, 장기적 몰입이란 면에서의 깊이를 말하는 것이다. 십자말 퍼즐을 이내 다른 문자 게임이나 색상 타일 게임이나, 암소 클릭 게임으로 대체될 유희으로 하찮게 보는 것이 아니라, 정 반대로 생각하는 것이다. 어떤 게임이든지 평생을 두고 플레이 할 만한 가치가 있으리라는 생각을 원칙적으로 갖고 있다면, 모든 게임은 기획을 개선할 여지를 무한히 많이 가지게 된다.



이런 견지에서 게임기획에 대해 이야기할 때, 수학적으로 깊이 있는 게임이 제일 먼저 떠오르게 된다. 게임의 본질적 속성 상 거대한 해결 공간이 필요한 게임들 말이다. 바둑, 체스, <스타 크래프트> 같은 게임을 보라. 이런 게임들은 감탄을 자아내는 게임이지만, 그러한 만큼 희소하다. 모두가 유니콘을 찾을 운명은 아닌 것과 마찬가지로 이다.

검증된 아이디어를 가지고 조금씩 더 나은 시도를 해보는 것은 참신하지는 않더라도 더 세련된 방법이다. 체스나 바둑과 같은 게임은 전설이 될 만큼 오래되었고 신비롭기 때문에 지속적으로 수명이 이어진다. 하지만 스크래블 류의 게임은 조금 다르다. 현대에 발명되었고, 기획자가 밝혀져 있고, 배타적인 저작권이 있다. 이런 게임들은 순식간에 상업화되고 등록되어 누구나 아는 이름이 되었다.

이러한 게임은 또한 멈춰있다. 거의 죽어있다는 뜻이다. 스크래블은 컴퓨터 용으로 만들어졌을 때조차 많은 변화가 없었다. 변화를 준다는 것은 곧 그것을 지켜주는 안정성을 포기하는 것이므로 불가능한 것이다. 그러나 디지털 게임은 원래의 경계를 확장해 나가는 것이 그 본질이고, 디지털 다운로드와 항상 돌고 도는 하드웨어의 시대인 현재에서는 특히나 더욱 그러하다.

컴퓨터 게임의 소재는 항상 융통성이 있었지만, 제품 자체는 물리적 배포 때문에 고정된 형태였다. 콘솔게임기, 컴퓨터, 화면, 휴대용 기기 등은 상대적으로 긴 기간 동안 안정된 형태를 취하고 있지만, 내/외적인 특성과 능력은 너무 자주 바뀌어 왔다.

보통, 이러한 기반구조는 단기적 기술 승배라는 디자인 방침과 일맥상통한다. 바로 필요한 것이라면 무엇이든 신기술을 이용하고, 그것이 또 다른 신기술에 밀려나기 전까지 시간을 버는 것이다. 하지만 이런 양상이 극단으로 치닫게 되면, 진부함이 신념으로 바뀌게 된다. 너무 빠른 변화는, 때로는 맹목적일 수 있는 참신성을 추구하기보다는, 기존의 것을 점진적으로 다듬는 선택만 가능하게 만들 뿐이다.

## 개발 리듬

사실 이것은 새로울 것이 없는 이야기이다 -- 몇몇 게임 (소셜 게임을 포함해서)은 이미 꾸준한 변화와 업데이트를 통해 장수하고 있다. Zynga 에는 심지어 이를 일컫는 "개발 리듬(cadence)" 라는 단어도 있는데, 지속적으로 새로운 특징과 시스템을 추가하는 과정을 뜻하는 말이다. <팜빌>에도 개발 리듬이 있고, 다른 종류의 게임이기는 하나 <매든 NFL(Madden NFL)>에도 있다.

<위즈 위드 프렌즈>는 그런 조치에 매우 적합하다. 한편으로는 보드 게임의 전통을 잇는 디지털 게임이지만, 다른 한편으로는 과상하고 불확실한, 페이스북, 모바일, 혹은 그 다음 세대의 플랫폼으로의 재해석이라는 두 가지 특성을 가지고 있기 때문이다.



첫 단계는 쉽다. 현재 게임이 갖고 있는 명백한 실수와 결점을 제거하는 것이다. 예를 들어, 등록과 앱 구동/재활성 절차가 처음 출시될 때보다 훨씬 복잡해졌다. 적정 수준의 등록 절차는 불가피하지만, 최근 <워즈 워드 프렌즈>는 처음 구동하거나 재활성화할 때에 네트워크 통신을 위해 멈추는 경향이 있다. 그로 인해 잠깐씩 즐기기 적합했던 게임이 이전에 가지고 있던 편리함은 사라졌다.

게다가 구성 중인 단어의 점수를 미리 보여주는 기능을 게임에 추가할 의지가 없다는 점엔 변명의 여지가 없다. 덧셈은 컴퓨터가 가장 잘 하는 일이란 점을 잊고 있는 듯 하다.

## 지속성

하지만 겉으로는 명백해 보이는 결점이 알고 보면 아닌 경우도 있다. 특히 단기적 관점이 아닌, 지속성과 진화라는 관점에서 게임을 바라볼 때 그렇다. 개발 리듬에 맞춘 게임 기획은 단순히 효율을 중시하는 애자일 개발의 과정이 아니라, 기획자와 플레이어 사이에 일어나는 상호 발견의 과정이다. 안정적인 제품뿐 아니라 지속 가능한 문화 형태를 만들어내는 과정인 것이다.

<워즈 워드 프렌즈>의 어휘 사전을 예로 들어보자. 사실, 엉망진창이다. 초보적이며, 불완전하고, 시제, 활용, 복수형, 상용어휘를 인식하지도 못한다. 누구라도 이런 제약에 맞부딪치게 되지만, 이는 기획상의 문제라고 보기는 힘들다. 어찌됐건, 제한된 사전 용량은 게임 상의 제약으로 용납될 수도 있다. 예를 들어 스크래블의 규칙상 부분적으로 축약형을 사용할 수 없기 때문에 유효한 2 글자 단어 (종종 고수들의 해결책인) 의 수가 줄어들었다. 이처럼 사전은 오히려 많은 가능성을 지닌 개발 방향이 될 수도 있는 것이다.

<워즈 워드 프렌즈>는 완벽한 게임 사전을 제공하는 식으로 발전할 수도 있다. 더 나은 사전을 활용한다거나, 지속적인 업데이트를 통해 얼마든지 가능한 일이다. 아니면 제외된 단어를 사람이 직접 검증해 포함하는 방식도 생각해 볼 수 있다.

혹은, 제작자들이 진정 징가 식의 유료화 모델을 적용하고자 한다면, (아무도 그 존재를 모르는 것 같은) <워즈 워드 프렌즈>의 게임 내 상점을 통해 사전 애드-온을 판매할 수도 있을 것이다. 디즈니/마블, 2012 년 대선, 입자물리학, 분자 요리, 프루스트 등등 그 가능성은 무궁무진하다.

혹은, <드로우 썸씽>의 방식을 취해서, 최신 유행이나 사건에 맞춘 한정판 단어 사전을 <워즈 워드 프렌즈>에 출시할 수도 있다. <북웜(Bookworm)>에서와 같이 이런 단어를 특정한 시점에 사용하면 보너스를 주는 방식도 고려할 수 있다. 어떤 경우든지, 사전의 부실함을 단 한 가지 방법으로 확실하게 해결하는 대신 수많은 향후 개발 방향을 제시하는 단초로 삼을 수 있다.

## 단어 발견

사실, 사전을 통해 이 게임의 또 다른 별난 점을 발견할 수 있다. 스크래블이 단어 지식에 대한 게임인데 반해, <워즈 워드 프렌즈>는 단어 발견에 대한 게임이란 점이다. 게임 내 사전에 맞는 단어를 찾지 못하더라도 별다른 벌칙이 없다는 점 덕분에, 플레이어는 적합한 단어를 찾아 낼 때까지 수많은 조합을 끝없이 시도해 볼 수 있다. 게임의 비동기성이라는 특성은 이런 패턴을 더 강화하는 효과를 가진다. 분산된 플레이 세션에서는 한 턴이 길더라도 그 어떤 사회적 불안도 존재하지 않는다. 거기에 더하여 각 플레이어의 화면은 혼자만 볼 수 있기 때문에, 탁자 앞에 마주 앉아서 해보지 못했을 동작을 자유롭게 시험해 볼 수 있다.



이런 예기치 못한 상황에는 어떻게 대응해야 할까? 한 가지 답은 즐기는 것이다. 자크 게이지(Zach Gage)의 히트작 인디 단어 게임 <스펠 타워(Spell Tower)>는 단어 발견을 게임의 핵심 시스템으로 가져왔다. 시간 제약과 어휘력 검증 대신 단어 하나를 확정하기 전까지 다수의 가능성을 시험해 보도록 유도하는 열린 구조를 택했다. 실제로 게이지는 전통적인 단어 게임에 대한 증오가 <스펠 타워> 개발의 동기였다고 인정한 바 있다. 하지만 그는 단어 생산이 아닌, 단어 발견에 기초한 경험을 제공하는 완전히 새로운 기획을 고안해 내야만 했다.

<워즈 워드 프렌즈>는 단어 발견을 유도하도록 만들 수도 있지만, 그 대신 직교성을 가진 요소를 더하여 고급 플레이어가 중급 게임을 지배하는 경향을 완화하고자 하였다.

징가의 다른 모바일 히트작에서 한 가지 해답을 이미 볼 수 있다. <드로우 씬씬>은 한 플레이어의 전체 그리기 과정을 상대방에게 그대로 보여주는 게임이다. 이런 공개적

속성은 흥미 요소가 되며 게임에 매력을 더할 뿐 아니라, 기획 의도를 뒷받침하는 역할도 한다. 가능한 일찍 상대방의 창작이 무엇인지를 알아맞히도록 (비록 그렇게 하더라도 명시적인 보상이 있는 것이 아니지만) 도전하게 만드는 암묵적인 효과가 있기 때문이다.

비슷한 접근 방식이 <워즈 워드 프렌즈>에도 가능할 수 있지만, 정 반대의 결과가 나타날 수도 있다. 보드에 대충 늘어놓은 타일을 포함한 플레이어의 모든 시도와, "후보" 단어가 사전에 없는 것으로 판명되는 모든 과정이 저장되고 보여진다면, 플레이어는 상대방이 가진 타일이 무엇인지 부분적으로 알 수 있게 될 것이고, 상대방이 무엇을 선호하는 지도 알게 될 것이다.

따라서, 현재 게임에서 실험해 볼 수 있는 무한한 가능성과, 탁자에 앉아서 하는 전통적인 *스크래블*이 가진 폐쇄적 속성 사이의 균형이 중요하다. 여전히 발견의 가능성이 있긴 하지만, 가진 패가 드러나는 경우로 완화된 형태이다.

혹은, 단어 발견이란 특성을 <워즈 워드 프렌즈>란 게임의 중심 요소로 끌어올려 완벽히 소화해 낼 수도 있다. 그 결과를 상상하기는 어렵지만, 불가능하지는 않다. 예를 들어, EA에서 만든 <스크래블>의 모바일 버전에는 힌트 시스템이 있어서, 자동적으로 현재 보드에서 가장 적합한 단어를 골라주는 식이다.

이런 해법은 너무 과하게 작동하지 않도록 해야 한다. 이를테면, 7 글자짜리 "대박" 단어를 만들어 내는 것과 같은 일은 온전히 플레이어가 스스로 하도록 남겨놔야 한다. 하지만 그래도 특정 타일을 사용하는 정해진 길이의 단어를 강조하는 기능을 가진 <워즈 워드 프렌즈>를 어렵지 않게 상상해 볼 수 있다. 이런 기능은 통제 가능한 실험성을 게임에 도입할 것이다. 이렇게 기능은 단순한 힌트 제공이 될 수도 있고, 매 게임마다 특별한 단어에 보너스를 주는 것과 같은 형식이 될 수도 있을 것이다.

## 핸디캡

플레이어와 개발자 모두에게 비동기적 모바일 게임이 주는 이득은 동시에 많은 수의 게임을 진행할 수 있다는 점이다. 플레이어가 놓는 각각의 수는 유한한 개수를 가지고, 시간이 많이 들지 않으며, 플레이어는 상대방의 플레이 시점을 알 수 없기 때문에, <워즈 워드 프렌즈> 와 같은 게임에서는 동시에 여러 게임을 진행하는 것이 일반적이다.

하지만 전통적인 스크래블이나 보글과는 달리, 각각의 플레이어를 능력에 따라 구분할 수 있는 방법은 없다. <워즈 워드 프렌즈>를 내 아내와 플레이 할 때는 내 능력을 최대한 발휘해야 하기에, 우리는 서로에게 수준이 맞는 대전 상대가 된다. 아들은 잘하긴 하지만, 매번 승리하는 것은 나이다. 하지만 딸아이는 나에게 도저히 상대가 안 된다. 내 딸은 그저 처음 찾아낸 단어를 놓기만 할 뿐이다.

체스와 마찬가지로, 스크래블 토너먼트 경기에서는 플레이어는 능력에 따라 매겨진 랭킹에 따라 대전을 치른다. <워즈 워드 프렌즈>가 스포츠에 필적하는 경쟁적 형태로 진화한다면 공식 랭킹과 그에 따른 핸디캡을 확립하는 것이 꼭 필요한 일이지만, 현재로서 그러한 행동은 시기상조이다.

하지만, 이 게임에 수준이 안 맞는 상대와의 대결도 훨씬 즐길만하게 만들 수 있는 방법은 많이 있다. 2 글자 단어 제약, 글자 분포의 임의성 개선, 시계 도입, 그리고 자율적 방법으로 각각의 대결을 풀어갈 수 있는 수많은 방법들이 있다.

그러한 식의 확장은 개별 플레이어의 만족도를 높이거나, 게임을 즐기고 싶은 상대와의 실력차로 인해 위축되지 않도록 해줄 수도 있다. 그러한 플레이어는 게임을 접고 다른 대체품으로 떠났던 플레이어에게 다시 이 게임에 대한 흥미를 일깨워줄 수도 있을 것이다.

## 영원한 “친구와 함께”

이런 제안에 대해서 단순성을 주장하며 반대할 수도 있다. <워즈 위드 프렌즈>는 십자말 퍼즐을 기반으로 한 우아한 시도이며, 부가적인 기능을 마구잡이로 추가한다면 물을 흐려서 플레이어를 떠나게 할 뿐이라는 식이다. 하지만 어떤 게임 기획 패턴은 정제를 통해 진화하지는 않으며, <워즈 위드 프렌즈>가 바로 경험의 단순화가 아니라 복합화를 통해서 장기적 기획의 진화를 이룩할 수 있는 게임일 수도 있다.

결국 이제, 사람들은 <스타크래프트>를 플레이 하지 않는데, 이 게임이 (한때 풍성했던) 실시간 전략 게임을 정적인 빈곤상태로 끌어 내렸기 때문이다. 또한 <매든풋볼> 또한 더 이상 플레이하지 않는데, 이는 풋볼 게임의 기획을 국소 극대점으로 수렴시켜 버렸기 때문이다. 우아함과 단순함에도 아름다움이 있지만 복잡성과 치밀성에도 아름다움은 존재한다. 아마도 게임 산업이 현대 미니멀리즘에 집착하여 모두의 눈이 똑같이 먼 것일지도 모른다.

거기에 더하여, 지난 5 년간의 근본적인 -- 빨리 개발하고, 빠른 개발 박자를 유지하고, 소진하고, 먹혀버리는 -- 개발 패턴이 비평가들이 두려워한 피라미드 구조일 뿐이란 점이 소셜 게임 세계에서 벌어지는 시장 조정을 통해 드러나게 된다면? 빠른 성장이라는 신규 개발팀의 이상을 어떻게든 실현한다고 하더라도, 상품이 견인차 역할 수립에 성공하게 되면, 허상을 쫓는 것보다는 더 깊이 파고들어 가서 그 성공이 얼마나 더 커질 수 있는지 묻는 것이 당연하지 않겠는가? 또한 Zynga With Friends 에서 <워즈> 이후 내놓은 후속작들이 그다지 성공적이지 않았다는 점을 봐도, 그런 시도를 하는 것이 당연하지 않겠는가?

이러한 개념에 대한 우려가 존재하기는 한다. 게임 기획 지상주의는 기획상의 혁신을 다른 그 무엇보다 우선시한다. 기술 지상주의는 신규 장비, 계산 능력, 그리고 플레이 방식을 우선시한다. 한편으로는, 업계 안팎의 비평가들은 게임 업계에서 동일한 장르를 몇 번이고 우려먹는 경향을 업신여기고 있다. 새로움에 목마른 대중의 눈에 작품 하나를 수년간, 수십 년간, 심지어 평생동안 개발하는 것보다 나쁜 일이 무엇이 있겠는가? 개선하는 것,

좋다. 더 깊이 있는 기획으로 파고들기, 물론 좋다. 하지만 장기적 전망을 갖고 개발을 진행하는 것은 만족도가 높고 지속적인 일이기 때문이기도 하다.

소셜 게임 업계가 “조정” 과정을 거침에 따라, 그리고 시장 분석가들이 그 뒤를 따름에 따라, 약간의 자만심, 과장, 그리고 소셜 게임들의 영역 침범과 같은 것들은 목은 때처럼 벗겨져 나갈 것이다. 하지만 이는 지난 전략이 잘못되었기 때문은 아닌란 점을 짚고 넘어가야 한다. 오히려 이는 빠른 성장으로 지지되는 기대 수요를 충족시키는 것이 더는 불가능할 것이란 이유 때문이다.

징가를 살펴보면, 성공적인 게임을 원자재로 사용하여 다른 어딘가에 활용하기를 선호하는 듯하다. <드로우 썸씽>은 텔레비전 예능 프로그램이 라이선싱 해갔고, <위즈 위드 프렌즈>는 홍보용으로 쓰이기 시작하고 있다. 하스브로는 이 게임의 (타일 받침대에 핸드폰 거치대까지 마련된) 보드게임 버전을 만들기로 계약을 했는데, 여기에 더하여 최신 버전에서는 기업 후원을 얻어서 매력적인 할리우드 스타와 함께하는 유명인 게임 대회를 추가한다. 답은 명백하다. 게임을 커다란 트랜스미디어의 모닥불 정도로 취급하는 것이다. 이런 상황에서는, (개발 박자를 맞추는) 살인적인 개발 일정마저 매력적인 대안으로 생각될 정도이다. 적어도 허수아비가 아니라 게임을 만드는 것이란 점에서 그러하다.

하지만, 뱀을 잡고 나서 뱀가죽을 버리는 우를 범해서는 안 된다. 긍정적인 면을 보자면, 개발 리듬이 개발의 함정으로 유명하고, 또 많은 수정이 필요하긴 하지만, 소셜 게임 기획에서 가장 배울만한 점이기도 하다. 개발 박자는 일을 돌아가게 유지하는 일종의 리듬이자 패턴이다. 달리기를 하거나 사이클을 타는 사람들에게 보폭, 혹은 분당 톱니 수나 크랭크 회전수와 같은 개념이다. 드럼 연주나 군대의 행군 시 박자를 통해 연주자나 군인에게 시간 간격을 인지시키는 것과 같다.

개발 박자가 프로젝트를 유지하고 있다는 것만으로 이를 평가할 수는 없다. 오히려 프로젝트가 유지될 수 있도록 시간을 맞춰 작업을 수행하도록 유지한다는 점을 고려해야 한다. 개발 박자에 맞춘 게임 기획은 지속 가능한 게임 기획의 한 형태일 수 있으며, 이를

통해 지속적인 유지, 보수, 변화를 통해 어떤 게임의 생산/재생산을 가능케 할 수도 있다. 그것도 오랜 시간 동안. 어쩌면 영원히.

뉴토이가 <워즈 위드 프렌즈>를 영원히 만들고 싶어하는지는 알 수 없다. EA 티뷰론이 *매든풋볼*을 영원히 만들고 싶어하는지 역시 알 수 없다. 하지만, 플레이어와 기획자의 손을 거치면서 이 게임이 어떤 모양이 될지, 무엇을 할 수 있을지, 무슨 게임이 될 수 있을지 등을 매우 긴 시간 동안 느리고도 철저히 탐색해 보는 것은 일종의 미덕이며, 찬양 받아 마땅한 일이 될 것이다.