



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

크로스 플랫폼 게임의 발전 방향에 대한 연구

-사례기반의 멀티 플랫폼 게임 연구를 바탕으로-

2014년

한성대학교 대학원

디지털문화기술&콘텐츠학과

인터랙티브 엔터테인먼트 전공

홍 성 은



석사학위논문
지도교수 김효용

크로스 플랫폼 게임의 발전 방향에 대한 연구

-사례기반의 멀티 플랫폼 게임 연구를 바탕으로-

A Study on Developmental Direction of Crossed-platform Game
- Based on Study of Multi-platform Game

2014년 6월 일

한성대학교 대학원

디지털문화기술&콘텐츠학과

인터랙티브엔터테인먼트 전공

홍 성 은



석사학위논문
지도교수 김효용

크로스 플랫폼 게임의 발전 방향에 대한 연구

-사례기반의 멀티 플랫폼 게임 연구를 바탕으로-

A Study on Developmental Direction of Crossed-platform Game
- Based on Study of Multi-platform Game

위 논문을 디지털문화기술학 석사학위 논문으로 제출함

2014년 6월 일

한성대학교 대학원

디지털문화기술&콘텐츠학과

인터랙티브엔터테인먼트 전공

홍 성 은



홍성은의 디지털문화기술학 석사학위논문을 인준함

2014년 6월 일

심 사 위 원 _____인

심 사 위 원 _____인

심 사 위 원 _____인

국 문 초 록

크로스 플랫폼 게임의 발전 방향에 대한 연구

-사례기반의 멀티 플랫폼 게임 연구를 바탕으로-

한성대학교 대학원

디지털문화기술&콘텐츠 학과

인터랙티브 엔터테인먼트 전공

홍 성 은

디바이스의 변화를 기준으로 게임 플랫폼은 아케이드에서 콘솔, PC, 모바일로 발전해왔다. 모바일 단말 기술, 무선 네트워크 기술의 발전 및 코스트 다운과 더불어 등장한 모바일 소셜 네트워크 게임과 멀티 플랫폼 게임, 크로스 플랫폼 게임의 사례기반 비교 분석을 통해 스마트 빅뱅 이전의 초기 멀티 플랫폼 게임들과 비슷한 게임이 현재 스마트폰용 게임으로 개발되어 서비스되고 있음을 알 수 있었다. 퍼즐 버블, ZooKeeper, 테트리스 같은 게임들을 사례로, 기존의 게임과 스마트폰용으로 개발된 게임을 비교해 본 결과 ①게임 콘텐츠를 구매 혹은 설치(아케이드의 경우 한 판의 게임을 시작)시에 비용을 지불하는 방식에서 콘텐츠의 설치에는 비용이 발생하지 않지만 콘텐츠에서 일부 서비스에 과금 요소를 넣은 In App Purchase 방식으로의 변화, ②구매 및 설치시의 비용을 지불하면 게임 이용시간의 제약이 없는 방식에서 이용횟수에 제한을 둔 구조로의 변화, ③단일 이용자가 게임안의 목적을 달성하는 형식에서 이용자간의 점수 경쟁을 유도하는 구조로의 변화를 알 수 있었다.

현재 서비스되고 있는 소셜 네트워크 게임들은 대다수가 기존에 있었던 게임들을 리메이크하거나 그와 유사하게 개발되고 있는 경향이 보인다. 또 타 디바이스 기반 게임들에 비해 상대적으로 용량이 적고 조작이 어렵지 않은 ‘캐주얼’게임의 특징을 가진 게임들이 대부분이다. 이런 게임들은 소셜 네트워

크를 이용하는 비 게임 이용자들의 유입을 성공시켜 게임 이용자층의 확산에 기여한 반면, 기존의 매니아 이용자층은 상대적으로 깊게 몰입하지 못하고 콘텐츠 소모가 빠른 편이다. 또, 소셜플랫폼을 이용하는 이용자간의 교류를 유도하는 시스템 ‘친구 초대’의 변질로 인한 문제에 대한 대책이 필요할 것으로 보인다.

크로스 플랫폼 게임의 경우 다양한 시도가 이루어지고 있지만 제조, 유통사간의 협력 없이는 현세대기종과 차세대기종간의 소극적 크로스 플랫폼에 그치고 말 것이다.

기종간의 다른 조작방식과 조작감은 스포츠, 격투, 대전 등의 대결구도를 가진 멀티플레이 게임에서 상대적으로 특정 기종에서 유리한 경우가 발생할 수 있어 그에 대한 대책이 필요하다. 초기 멀티 플랫폼 게임 중, 특정 리듬게임의 경우 아케이드와 콘솔 등의 멀티 플랫폼 게임으로 발매가 되었는데, 이용자는 아케이드 기판과 유사한 컨트롤러를 선택적 구매가 가능했다. 따라서 크로스 플랫폼을 통해 다양한 디바이스와 단말로 제공되는 게임에서 조작성의 차이로 인한 갈등은, 프리프로덕션 단계에서 크로스 플랫폼을 염두해 디자인할 때 각 디바이스, 단말에 연결해 사용할 수 있는 크로스 플랫폼 컨트롤러의 개발도 하나의 방법으로 제시할 수 있다.

【주요어】 멀티 플랫폼 게임, 소셜 네트워크 게임, SNG, 크로스 플랫폼 게임, Multi-platform Game, Crossed-platform Game, 게임 플랫폼

목 차

I. 서론	1
1.1 연구의 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	7
II. 이론적 배경	11
2.1 멀티 플랫폼 게임의 정의	11
2.2 멀티 플랫폼 게임의 사례 및 선행연구	19
2.3 크로스 플랫폼 게임의 정의	25
2.4 크로스 플랫폼 게임의 사례 및 선행연구	28
III. 사례 분석	32
3.1 모바일 네트워크 발전 이전의 멀티 플랫폼 사례	32
3.2 소셜 네트워크 게임 사례와의 비교 연구	33
3.3 플랫폼의 네트워크 기능을 토대로 한 시도	45
3.4 크로스 플랫폼 사례와 발전 가능성	46
IV. 연구결과	48
4.1 멀티 플랫폼 게임의 변천사 비교 연구결과	48
4.2 크로스 플랫폼 게임의 변천사 비교 연구결과	49

V. 결 론	53
참고문헌	56
ABSTRACT	61

표 목 차

<표 1> 분류 기준에 의한 게임 플랫폼의 종류	14
<표 2> 다수의 시리즈를 가진 게임 콘텐츠의 기준에 따른 구분	18

그림 목 차

<그림 1> 소셜 네트워크 게임의 행동 횟수 제한	2
<그림 2> SNG의 소셜 친구 목록	3
<그림 3> SNG 친구 초대 이벤트	4
<그림 4> 2013년 5월의 검색엔진 점유율(좌)와 SNS 점유율(우)	8
<그림 5> 모바일 메세지 앱 점유율	8
<그림 6> 네이버 소셜 게임 이용자수 순위표(좌)	9
<그림 7> 페이스북 게임 평점순 순위표(우)	9
<그림 8> 카카오톡 게임하기 최고매출 순위표	10
<그림 9> 코나미의 유비트(jubeat) 아케이드(좌)와 앱(우), 앱 아이콘	11
<그림 10> 테일즈 오브 베스페리아 공식 홈페이지의 제품설명 페이지	12
<그림 11> 캔디크러시 사가의 PC 웹 사이트 버전과 모바일 버전 플레이어 정보 연동	15
<그림 12> 다이아몬드 대시의 모바일 버전과 웹버전 플레이어 정보 연동	15
<그림 13> 디바이스 플랫폼 별 디제이 맥스 시리즈	19
<그림 14> 파이널 판타지 시리즈	20
<그림 15> 컴투스 허브와 게임빌 라이브	23
<그림 16> 몬스터 길들이기 친구 창	24
<그림 17> 안드로이드 OS와 iOS에서 구동되는 동일 게임 콘텐츠들	25
<그림 18> 크로스 플랫폼 게임 ‘삼국지를 품다’	27
<그림 19> 퍼즐 버블 PC판(좌)과 온라인 버전(우)	32
<그림 20> 퍼즐 버블 for kakao	33
<그림 21> 퍼즐버블 for kakao 인터페이스	34
<그림 22> 퍼즐 버블 결제 화면	35
<그림 23> 와라 편의점의 결제 시스템	37

<그림 24> My City(상)와 심시티(하)	38
<그림 25> 아이러브커피(상)와 쿠키샵(하)	39
<그림 26> 캔디 크러시 사가(좌)와 ZooKeeper(우)	40
<그림 27> ZooKeeper 배틀	41
<그림 28> 스테이지 형식 게임의 스코어 비교 인터페이스	43
<그림 29> 런 게임 SNG의 스코어 비교 인터페이스	44
<그림 30> 한 판당 시간이 정해진 게임의 스코어 비교 인터페이스 ...	44
<그림 31> 카드를 이용해 데이터를 보존하는 형식의 아케이드 게임들	45
<그림 32> 쉽팜의 추천친구 찾기	47
<그림 33> 파폰뮤직 아케이드(좌)와 콘솔 전용 컨트롤러(우)	50
<그림 34> SONY의 PoketStation	51



I. 서 론

1.1 연구의 목적

디지털 게임이 등장한 이후부터 시대가 흐르면서 기술의 발전에 따라 디지털 게임의 핵심 플랫폼은 아케이드에서 콘솔(비디오 게임), PC, 모바일 디바이스로 변화했다. 이 시기까지의 게임 플랫폼의 분류는 ‘기술혁신에 따른 디바이스적인 측면’으로 접근한 분류가 주를 이루었다.¹⁾ 그러나 현재 모바일 디바이스, 즉 휴대 단말이 보급되어 집이나 PC방, 오락실 등의 국한된 장소 뿐 아니라 이동 중, 혹은 언제 어느 곳에서든 이용자가 원하는 시간과 장소에서 게임을 할 수 있게 되면서 게임 플랫폼은 기존과는 다른 기준으로 분류되는 양상을 보인다. 이러한 현상은 무선 네트워크 기술의 발달과, 이를 지원하는 모바일 단말, 흔히 말하는 ‘스마트폰’의 보급과 함께 등장한 소셜 네트워크 게임이 단적으로 보여준다.

스마트폰의 등장과 함께 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 이용자가 급증하면서 일부 소셜 네트워크 서비스 사업자들은 자신들이 제공하는 서비스의 수익 모델로 게임 콘텐츠에 눈을 돌렸다. 그런 배경에서 등장한 소셜 네트워크 게임을 ‘기술 혁신에 따른 디바이스적인 측면’으로 분류한 플랫폼과는 다른 측면으로 분류된 게임 플랫폼의 예로 설명하고자 한다.

소셜 네트워크 게임(SNG)은 소셜 네트워크 서비스에서 제공되며 게임의 진행에 소셜 네트워크 서비스 상의 이용자의 인맥을 활용하는 게임이다. 그러나 그 플랫폼을 디바이스적인 측면에서 명확히 구분하는 것은 불가능하다. 왜냐하면 소셜 네트워크 서비스가 PC, 혹은 모바일 어느 한 플랫폼에서만 존재하지 않기 때문이다. 싸이월드와 페이스북은 PC에서 이용되어왔다가 근래에 모바일 네트워크가 발달하면서 모바일 애플리케이션으로도 이용할 수 있게 되었다. 또, 카카오톡이나 라인등은 모바일 메신저로 시작해 PC용 메신저가 개발되었다. 네이버와 다음²⁾은 포털사이트이지만 사이트 내에서 소셜 게임 카

1) 권오태 “멀티 플랫폼 게임의 동향과 전망”, 한국 콘텐츠 진흥원, KOCCA포커스, 2011-17호(통권 45호), pp.2, 2011.

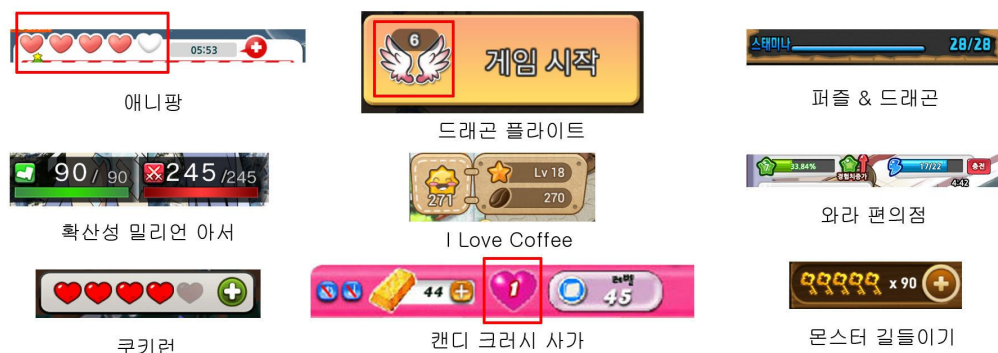
테고리를 통해 소셜 네트워크 게임을 제공하고 있다.

위에서 언급한 소셜 네트워크 서비스들은 각자 서비스 안에서 게임을 이용할 수 있도록 여러 개발사들의 게임 콘텐츠들을 제공하고 있다.³⁾ 이것을 소셜 네트워크 게임이라고 하며, 이용자들은 자신의 SNS 연락처에 있는 가족, 친구, 지인 등 자신의 인맥을 이용해 쉽게 같은 게임을 이용하고 있는 사람들을 친구로 등록할 수 있으며, 크고 작은 도움을 주고받을 수 있다.

이런 특성 때문에 소셜 네트워크 게임의 플랫폼은 ‘소셜 플랫폼’으로 분류된다. 각 게임들이 제공되는 소셜 네트워크 서비스가 그 게임의 플랫폼이 되는 것이다.⁴⁾

소셜 네트워크 게임들을 살펴보면 극히 소수의 게임을 제외하고 대부분 다음과 같은 공통점을 가지고 있다.

① 게임 안에서 이용자들이 행동할 수 있는 횟수에 제한을 두고 있으며, 이 횟수는 일정한 시간이 지나거나 플레이어의 특정 행동을 통해 다시 채워진다.



< 그림 1 > 소셜 네트워크 게임의 행동 횟수 제한

- 2) 다음 소셜 게임은 2013년 8월 30일(금) 15시를 기해 서비스 종료되었다.
네이버 소셜 게임도 2013년 6월 13일 서비스 종료 안내를 했으나, 일부 게임들은 여전히 서비스되고 있다.
- 3) 페이스북은 페이스북 모바일 앱을 통해 게임하기 가능(모바일 디바이스에 게임 앱 재설치 필요), 카카오톡과 라인 PC버전에서는 아직 게임은 미구현 상태이다.
- 4) 애니팡, 캔디팡, 몬스터 길들이기, 퍼즐삼국 등은 ‘카카오톡’을 통해 서비스 되고 있고, 라인 ‘버즐’ 등은 라인을 통해 서비스되고 있다. diamond dash는 페이스북에서 서비스 되고 있다. 또, 포코팡은 카카오톡과 라인 양 쪽에서 서비스 되고 있으나, 연동은 되지 않고 있다. 캔디 크러시 사가는 페이스북 계정을 연동하여 사용할 수 있고, ‘캔디크러시 사가 for Kakao’라는 카카오톡 버전의 앱도 출시되어있다.

② 소셜 네트워크 서비스상의 인맥 중 동일한 게임을 하고 있는 이용자들이 자동으로 '친구'로 등록되거나 추천목록에 떠서 친구로 등록하기 쉽게 되어있으며, 같은 게임을 하는 소셜 친구들과 게임진행에 도움을 주는 행동 및 특정 아이템을 주고 받을 수 있다.

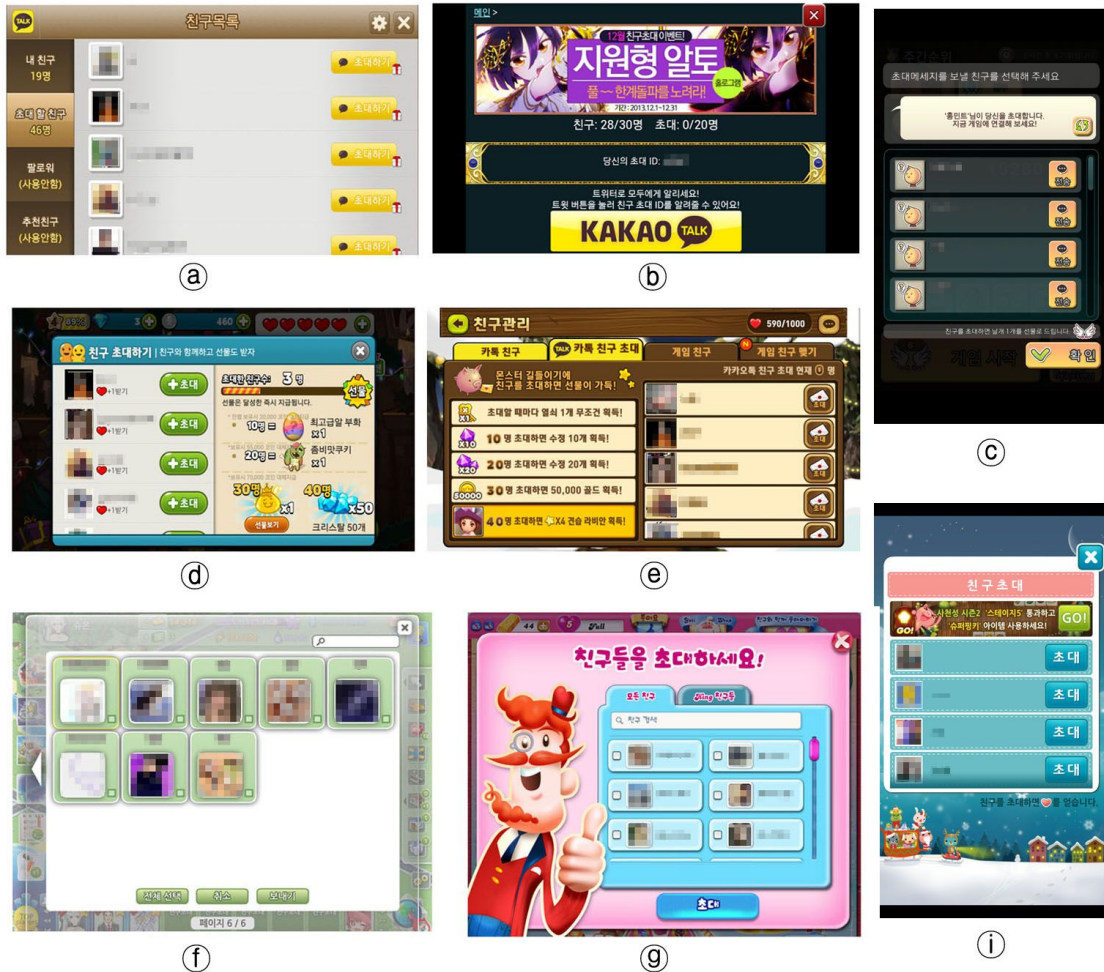


< 그림 2 > SNG의 소셜 친구 목록

①애니팡 ②드래곤 플라이트 ③퍼즐&드래곤 ④캔디 크러시 사가 ⑤쿠키런 ⑥몬스터 길들이기 ⑦아이러브커피 ⑧와라 편의점 ⑨My City

③ 해당 게임을 하고 있지 않은 소셜 네트워크 서비스의 친구 혹은 지인에게 게임에 대해 알리는 판촉 효과를 유도한다.

SNG의 특징중의 하나인 친구 초대는 게임 이용에 도움이 되는 아이템 등을 보상으로 해당 게임을 이용자 스스로 자신의 소셜 친구들에게 홍보하는 효과를 유도하고 있다.



< 그림 3 > SNG 친구 초대 이벤트

㉠아이러브커피 ㉡확산성 밀리언 아서 ㉢드래곤 플라이트 ㉣쿠키런 ㉤몬스터 길들이기 ㉦My City ㉧캔디 크러시 사가 ㉨애니팡

④ 같이 게임을 이용하고 있는 친구들과 자신의 이용현황을 비교할 수 있다.

<그림 2>에서 타임라인이 게임 이용 스코어 순, 혹은 레벨 순으로 정렬되어 있음을 알 수 있다. ‘아이러브커피’나 ‘와라 편의점’, ‘My City’같이 공간을 꾸미며 카페, 편의점, 도시 등을 운영해나가는 게임은 해당 친구 배너를 클릭하여 친구의 공간으로 이동 가능하고, 그를 통해 친구의 공간으로 이동 가능하고, 그를 통해 친구들이 구며놓은 공간을 자신의 공간과 비교할 수 있다.

위에서 언급한 특징을 통해 소셜 네트워크 게임은 같은 게임을 이용하는 소셜 친구들이 많을수록 게임을 더욱 유리하게 이끌 수 있다는 것을 알 수 있

다. 또, 같은 게임을 이용하는 소셜 친구들이 많을수록 이용자는 그들과 자신의 이용현황(스코어 혹은 레벨, 혹은 자신의 공간 꾸미기 등 게임의 장르와 콘셉트에 따라 세부 내용은 달라진다)을 비교하고 더욱 좋은 결과를 내기 위해 몰입하기도 한다. SNG는 이런 경쟁 심리와 이용자 스스로 주변 사람들에게 게임을 같이 하도록 권유하는 시스템을 통해 더 많은 이용자들을 확보하고 있다.

소셜 네트워크 게임은 페이스북, 네이버, 다음에서 서비스하던 소셜 웹 게임이 나타나고, 이후 모바일 어플리케이션에서 이용자 로그인을 통해 이용하는 게임들, 특히 카카오톡, 라인 같은 모바일 기반 SNS서비스를 플랫폼으로 제공 되는 게임들이 많은 수를 차지하고 있다.

그런데 소셜 네트워크 게임이 등장하게 되면서 이전의 ‘디바이스 기반’에서 ‘소셜 네트워크(SNS 플랫폼 사업자)’ 기반으로 디지털 게임 플랫폼의 분류 기준이 변하면서 소셜 네트워크 게임의 멀티 플랫폼은 이전까지와는 다른 분류 범위와 기준을 나타내고 있다.

SNG 등장 이전의 아케이드, 콘솔, PC, 1~2세대 모바일(피쳐폰 기반 싱글 콘텐츠 다운로드) 게임들의 경우, 콘텐츠 개발사의 고사양군 제품 개발로 인해 콘텐츠 개발비용이 올라가 그 비용의 충당을 위해 판매 경로의 확장을 시도했고, 같은 게임 콘텐츠를 다른 플랫폼으로 출시하기도 했다.

세가새턴 이라는 가정용 콘솔로 출시된 세가의 ‘사쿠라 대전’은 드림캐스트라는 콘솔로도 출시되었고, 이 경우 각 제품CD는 두 콘솔을 모두 지원하지 않고 한 쪽에서만 실행 가능하지만 동일한 내용을 가진 콘텐츠이다. 이 사례는 콘솔이라는 가정용 게임기기라는 플랫폼 안에 속하는 세가새턴과 드림캐스트를 콘솔이라는 플랫폼 유형 안에서 다시 대응 기종을 기준으로 플랫폼을 구분한 멀티 플랫폼의 예로 볼 수 있다.

유비트(jubeat), 철권6 같은 게임들은 각각 스마트 패드와 콘솔 플랫폼과 아케이드 플랫폼에서 같은 콘텐츠를 출시하기도 했다.

SNG의 멀티 플랫폼은 네이버, 다음 등의 포털의 소셜 게임 카테고리에서 서비스 되던 게임들이 모바일 어플리케이션으로 제작되고, 카카오톡과 같은

모바일 SNS를 플랫폼으로 이용하게 되면서 활발하게 나타난다. 네이버의 소셜 게임 카테고리는 서비스 종료를 고지한 이후에도 일부의 게임을 여전히 서비스 하고 있으며, 그 중에는 모바일 버전의 SNG 게임으로 동일 콘텐츠가 제작되었으나 카카오톡과 같은 SNS를 플랫폼으로 하는 게임이 많고 웹 버전과의 연동은 이루어지지 않는 것들이 대다수이다. 또, 동일한 게임 콘텐츠를 복수의 소셜 네트워크 서비스를 통해 제공하는 ‘포코팡’ 같은 게임도 있다. ‘포코팡’의 경우, 라인과 카카오톡 양 쪽에 같은 이름의 콘텐츠를 제공하고 있지만 각 SNS 플랫폼 간의 교류와 데이터 연동은 이루어지지 않고 있다. 콘텐츠는 동일하지만 세부 디테일(업데이트 순서, 아이템 종류 등)에서도 차이를 보이고 있다.

멀티 플랫폼 게임과 크로스 플랫폼 게임은 둘 다 동일한 콘텐츠로 복수의 플랫폼에서 서비스된다는 공통점이 있다. 하지만 크로스 플랫폼 게임의 경우 복수의 플랫폼에서 이용자의 이용현황 등의 데이터를 공유해 어느 플랫폼에서든 이용자가 게임을 이어서 플레이 할 수 있거나 복수의 플랫폼 이용자들이 동일한 게임을 같이 플레이 할 수 있다. 이러한 특징 때문에 인해 크로스 플랫폼 게임에서는 이용자의 데이터를 송·수신 가능한 네트워크 환경이 구비되어야 한다.

따라서 네트워크 기술 발전 및 보급 이전의 크로스 플랫폼 게임 사례는 찾아보기 힘들다. 현재 서비스 되고 있는 크로스 플랫폼 게임의 몇 가지 예로는 ‘삼국지를 품다’와 Steam, Origin과 같은 게임 다운로드 유통 서비스에서 제공하는 ‘포탈2’ 같은 게임들이 있다.⁵⁾ ‘삼국지를 품다’는 모바일과 PC 온라인 플랫폼 양 쪽에서 이용자의 정보를 이어받아서 플레이 가능하고, ‘포탈2’는 Steam에서 PC판을 구입한 이용자와 PS3 콘솔판을 구매한 이용자가 함께 멀티플레이를 즐기는 것이 가능하다.

게임 플랫폼의 분류 기준은 앞서 언급한 ‘디바이스’와 ‘소셜 네트워크’ 외에도 다수 존재한다. 모바일 운영체제인 안드로이드와 iOS를 바탕으로 안드로이드

5) 게임메카 ‘2012년 핵심 기술, 크로스 플랫폼의 현재와 미래’
<http://www.gamemeca.com/feature/view.php?gid=125138>

이드 마켓, 앱스토어에서 서비스되고 있는 게임들은 해당 ‘모바일 OS’를 게임의 플랫폼으로 정의하기도 한다. 이는 스마트폰 디바이스의 운영체제가 안드로이드인지 iOS인지 여부에 따라 이용하는 어플리케이션 스토어가 다르고, 초기에는 어느 한쪽에서만 구동이 되는 게임들이 출시되었기 때문이나 최근에는 양 쪽에서 모두 구동이 되고 이용 가능한 게임도 출시되고 있다. 플랫폼의 정의에 따라 이런 경우도 ‘멀티 플랫폼’이라고 할 수 있다. 요컨대, 멀티 플랫폼 게임과 크로스 플랫폼 게임에 대한 연구를 진행하기 전에 플랫폼의 분류 기준과 범위에 대해 명확히 제시할 필요가 있다.

위와 같이 다양한 관점과 기준에서 정의하는 ‘게임 플랫폼’에 대해 어느 것이 정답이라고 확실히 결론짓기는 힘들다. 각 분류와 정의는 각자 기술적인 이유와 다양한 필요에 의한 것이기 때문이다.

크로스 플랫폼 게임의 경우, 이용자의 플레이 데이터 연동 가능 여부와 다중 플랫폼 접속자와의 멀티플레이 여부 어느 것을 기준으로 하는가에 따라 그 대상이 달라질 수 있다.

본 논문에서는 디바이스적 측면의 플랫폼 구분을 바탕으로 소셜 네트워크 게임 등장 이전의 멀티 플랫폼 게임의 사례와 특징을 연구하고, 현재 서비스하고 있는 소셜 네트워크 게임의 사례와 멀티 플랫폼 게임 사례를 기반으로 비교 연구를 통해 앞으로의 발전 방향을 모색하는 것을 목적으로 한다. 또, 플랫폼별 네트워크 기능을 활용한 멀티 플랫폼화, 크로스 플랫폼화 시도들을 사례 분석하여 디바이스를 기준으로 분류되는 크로스 플랫폼 게임의 사례와 특징들을 비교, 분석하여 앞으로의 크로스 플랫폼 게임의 발전방향을 모색해 보고자 한다.

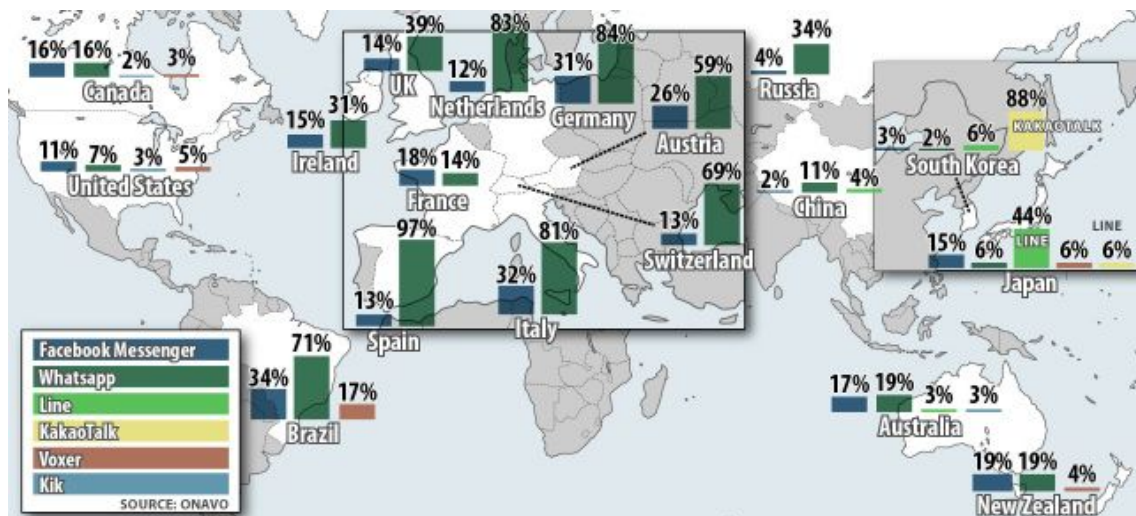
1.2 연구의 범위와 방법

본 논문에서는 멀티 플랫폼 게임 사례와 비교하기 위해 소셜 네트워크 서비스의 종류를 포털 서비스, 웹 기반 SNS, 모바일 기반 SNS로 분류했다. 2013년 기준으로 가장 국내 이용률이 높은 포털 서비스인 네이버의 SNG와 웹기

반 SNS중 가장 이용률이 높은 페이스북의 SNG, 모바일 기반 SNS 중 가장 이용률이 높은 카카오톡의 SNG를 선정하고 연구를 진행했다.



< 그림 4 > 2013년 5월의 검색엔진 점유율(좌)와 SNS 점유율(우)⁶⁾



< 그림 5 > 모바일 메세지 앱 점유율⁷⁾

연구 대상으로 네이버에서 ‘소셜 게임’의 가장 이용자수가 많은 게임 ‘와라 편의점’, ‘My City’, ‘아이러브커피’를 선정했고, 페이스북에서는 가장 평점이

6) 뉴스와이어 ‘2013. 5월 비즈니스프링 통계자료’ 재인용 보도자료.
<http://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=700383>

7) <http://techcrunch.com/2012/12/04/global-messaging-market/>

좋은 게임인 ‘캔디 크러시 사가’를 선정했다.⁸⁾

카카오톡에서는 최고 매출 항목의 1위 ‘몬스터 길들이기’, 3위 ‘쿠키런’을 선정했다.⁹⁾ 2위인 ‘캔디 크러시 사가’는 페이스북의 게임과 같은 내용의 콘텐츠이지만 활용하는 소셜 네트워크 서비스 플랫폼이 각기 다르며, 이에 관한 자세한 서술은 본론에서 다루기로 한다.

각 SNS 서비스의 게임들 중에서 가장 인지도 및 이용자수와 수익이 높은 항목의 게임을 선출했고, 해당 게임들 중에 다른 플랫폼에서도 서비스를 하고 있는 게임을 각각 멀티 플랫폼 게임과 크로스 플랫폼 게임의 사례로 선정했다. 또 선정한 게임들 외에도 SNG의 멀티 플랫폼, 크로스 플랫폼 사례로 적절한 게임들도 필요에 따라 언급할 수 있다.

네이버 소셜게임(2013.12.13일자기준)	
타이틀명	이용자수
1 와라판의점	628994
2 My City	435558
3 아이러브커피	408403
4 Every TOWN	387795
5 My Farm	345708
6 패션시티	331940
7 GODWARS	317150
8 월광 인 슈가랜드	278888
9 아쿠아스토리	278385
10 줄비주식회사	258666
11 언라이트	236111
12 소셜 신선도	125009
13 그레이프밸리	115543
14 소셜삼국지	114982
15 신의 하루	80950
16 스타일시티	75706
17 월드드마운틴	64036
18 삼국지S	31071
19 왕국	29159
20 미스테리탐정B	26300
21 판타킹	24983
22 치킨맘	21843
23 킹스바운티	15272



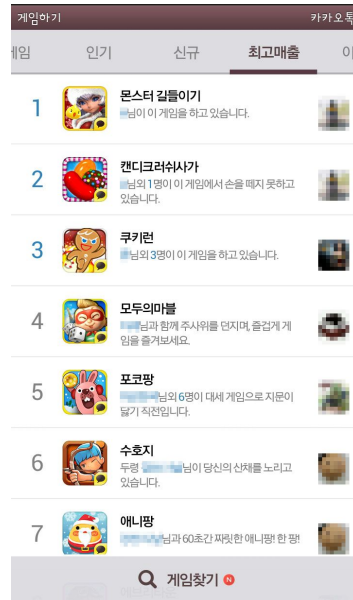
< 그림 6 > 네이버 소셜 게임 이용자수 순위표(좌) ¹⁰⁾

< 그림 7 > 페이스북 게임 평점순 순위표(우)¹¹⁾

8) 네이버 소셜 게임, 페이스북 게임센터. 2013. 12. 13일 기준

9) 카카오톡 게임하기 2013. 12. 13일 기준

10) 네이버 소셜 게임에는 일간 이용자수는 있으나 전체 이용자 수의 정렬이 없어 연구자가 전체 이용자수 순서로 정렬한 표를 첨부함. 2012. 12. 13 네이버 소셜 게임 이용자수 기준.



< 그림 8 > 카카오톡 게임하기 최고매출 순위표

연구 대상으로 선정한 6개의 소셜 네트워크 게임들을 기존의 아케이드, 콘솔, PC, 3G 이전의 모바일(피쳐폰) 플랫폼으로 출시된 게임들과 그 당시에 시도된 다양한 멀티 플랫폼화 시도를 바탕으로 비교 분석해보고자 한다.

크로스 플랫폼 게임에 대한 연구 범위는 이용자 데이터를 복수의 플랫폼에서 연계하여 사용하는 넥슨, 엔도어즈의 ‘삼국지를 품다’와 복수의 플랫폼으로 게임을 이용하는 이용자들 간의 협력 플레이가 가능한 Valve의 ‘PORTAL2’를 사례로 선정했다. 현 시점에서 크로스 플랫폼 게임에 대한 관심은 많지만 많은 시도가 이루어지지 않아 비교할 자료들은 많지 않지만 기존의 디바이스 기준 분류 체계의 플랫폼들이 네트워크 기능을 지원하게 되면서 이루어진 다양한 시도들을 토대로 크로스 플랫폼의 발전 가능성을 이야기해보고자 한다.

11) 출처: 페이스북 홈페이지 www.facebook.com

II. 이론적 배경

2.1 멀티 플랫폼 게임의 정의

멀티 플랫폼 게임은 복수의 플랫폼에서 구동되는 게임을 말한다. 그러나 게임 플랫폼의 기준에 따라 멀티 플랫폼의 개념과 범위는 달라진다.

기술 혁신에 의한 게임 ‘디바이스’의 변화를 기준으로 게임 플랫폼을 구분하는 경우, 게임 플랫폼은 크게 아케이드, 콘솔, PC, 모바일, 태블릿PC 등으로 나뉜다. 이 기준을 바탕으로 하는 멀티 플랫폼의 사례로는 스마트 태블릿인 아이패드와 아케이드 게임으로 출시된 코나미의 '유비트(jubeat)'¹²⁾, '리플렉 비트(reflec beat)', '태고의 달인' 등의 bemani계열의 리듬 액션 게임들과, 아케이드와 PSP, PS3으로 출시된 남코의 '철권5 다크레저 액션', 아케이드와 PS3, XBOX360로 출시된 '철권6 Bloodline Rebellion' 등이 있다.



< 그림 9 > 코나미의 유비트(jubeat) 아케이드(좌)와 앱(우), 앱 아이콘¹³⁾

12) iOS버전은 유비트 플러스라는 명칭이다.

13) 이미지 재가공. 출처: <http://www.konami.jp/bemani/jubeat/ripples/>

스마트폰용으로 제작되어 발매되는 게임들은 ‘OS’를 기준으로 안드로이드 OS, 혹은 iOS 대응 여부에 따라 안드로이드 플랫폼, iOS플랫폼으로 표기하기도 한다. 각 OS별로 이용할 수 있는 애플리케이션¹⁴⁾ 스토어도 다르다. 앞서 아케이드와 스마트 태블릿의 멀티 플랫폼의 예로 언급한 유비트 플러스는 2010년 11월 출시했을 때는 iOS에서만 구동 가능했으나,¹⁵⁾ 2년 뒤인 2012년 11월에는 일본 플레이 스토어에 엑스페리아 기종의 안드로이드OS버전이 출시되었다. 스마트 모바일 단말의 OS를 바탕으로 하는 게임 플랫폼의 기준에서 멀티 플랫폼이란 iOS 와 안드로이드OS, 그 외의 모바일 OS들 중에서 복수의 OS에서 구동되거나 혹은 동일 콘텐츠를 각기 제공하는 것을 말한다.

소셜 네트워크 게임에서는 ‘소셜 네트워크’를 기준으로 기반이 되는 소셜 네트워크 서비스를 플랫폼이라고 분류한다. 특히 현재 국내에서 모바일 SNS로는 카카오톡, 라인이 SNG 플랫폼으로 가장 영향력이 있다. 웹 기반 SNS로는 싸이월드(nate), 페이스북과 포털 서비스인 네이버, 다음이 SNG의 플랫폼으로 영향력을 행사하고 있었으나 현재에는 페이스북 외의 SNS와 포털 사이트는 SNG의 규모가 축소되거나 아예 폐지되었다.

일부 게임 제조사에서는 ‘대응 기종’을 플랫폼으로 표기하기도 한다.



< 그림 10 > 테일즈 오브 베스페리아 공식 홈페이지의 제품설명 페이지¹⁶⁾

14) 애플리케이션, 앱, 어플은 같은 의미이지만 Apple의 앱스토어와의 구분을 위해 애플리케이션 스토어로 표기함.

15) http://ko.wikipedia.org/wiki/유비트_플러스

초기의 멀티 플랫폼 게임은 ‘대응 기종’을 기준으로 플랫폼을 정의해 ‘동일한 디바이스 플랫폼 안에서 다른 단말로 구동되는 게임’을 멀티 플랫폼 게임으로 분류하는 경우도 있었다.¹⁷⁾

이와 같이 ‘대응 기종’을 플랫폼의 구분 기준으로 삼은 멀티 플랫폼의 사례로는 ‘파이널 판타지’와 ‘테일즈 오브 판타지아’, ‘테일즈 오브 베스페리아’ 등이 있다. 해당 사례들은 복수 대응 기종과 복수 디바이스 플랫폼으로 출시된 사례이다.

스퀘어에서 제작한 ‘파이널 판타지’는 27개 이상의 많은 후속작과 리메이크작, 파생작을 가진 시리즈로, 그 중 약 1/3 이상은 멀티 플랫폼으로 컨버전 혹은 리메이크 하였다. 그 첫 시리즈는 가정용 콘솔로는 패미컴, PlayStation으로 출시했고, 당시의 PC기종중의 하나인 Msx2와 휴대용 게임기인 원더스완, GBA(Game Boy Advance), 일본 핸드폰 i-mode용으로기도 발매했다. 이후 PSP와 iPhone, Android 모바일에 대응하는 리메이크작을 발매했다.¹⁸⁾ 이 시리즈의 최근 시리즈중의 하나인 파이널 판타지14는 MMORPG로, PS3, 추후 발매될 PS4와 PC버전을 지원하는 멀티 플랫폼으로 제작했다.

남코의 ‘테일즈 오브 판타지아’ 역시 이후 다양한 시리즈를 남기는 ‘테일즈’ 시리즈의 첫번째 게임으로, 슈퍼패미컴으로 제작되었고 PlayStation, GBA로 컨버전 하였다. 이후 PSP용 타이틀과 아이패드용 애플리케이션도 나왔다.

특히 일본에서 디바이스를 기반으로 한 콘솔 단말 간의 멀티 플랫폼 사례가 많은데, 이는 콘솔 기종의 세대교체에 따른 기종 이식과 보급률이 높은 기종으로의 컨버전을 통해 판매를 높이려는 콘텐츠 개발사들의 비즈니스 전략이 반영되었다. 콘솔 단말은 인기 높은 킬러 콘텐츠 게임들을 많이 보유하고 있을수록 이용자들의 구매 결정에 큰 영향을 끼치고, 또 보급율이 높은 콘솔은 게임 콘텐츠 개발사들이 해당 기종을 선택해 게임을 개발하게 하는 요인이

16) 테일즈 오브 베스페리아 PS3 버전의 홈페이지의 제품설명 페이지를 재가공. 붉은 색으로 표시한 부분에 ‘플랫폼: PLAYSTATION3’이라고 표시되어 있다. <http://tov.namco-ch.net/ps3/>

17) 멀티 플랫폼 게임의 동향과 전망. 권오태. 한국 콘텐츠 진흥원 KOCCA 포커스 2011-17호. 통권 45호. 2p

18) 위키피디아 ‘파이널 판타지’ 항목 참고

<http://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%8C%8C%EC%9D%B4%EB%84%90%ED%8C%90%ED%83%80%EC%A7%80>

되었다.

앞서 언급한 내용을 표로 정리해보자면 다음과 같다.

[표 1] 분류 기준에 의한 게임 플랫폼의 종류

분류 기준	게임 플랫폼
디바이스	아케이드, 콘솔, PC, 모바일, 스마트 태블릿 등
소셜 네트워크	네이버, 다음, 싸이월드(네이트), 페이스북, 카카오톡, 라인 등
모바일 OS	안드로이드, iOS, 등
대응 기종	패미컴, GBA, PS, PSP, XBOX, iPhone, Android 등

그런데 위와 같이 분류 기준을 통해 게임 콘텐츠의 플랫폼을 구분하더라도 한계점은 있다. 예를 들어 페이스북은 웹을 기반으로 하는 SNS에서 시작해 지금 현재에는 스마트 모바일 앱으로도 널리 사용되고 있다. 모바일 SNS에서 시작해 PC버전을 만든 카카오톡, 라인에서 서비스 되고 있는 SNG는 아직 PC버전의 카카오톡, 라인을 통해 게임을 이용할 수 없는 것과는 다르게 페이스북을 플랫폼으로 서비스되는 SNG 캔디 크러시 사가, 다이아몬드 대시 등은 모바일 앱 버전으로도 모바일 단말에 설치하고 게임을 즐길 수 있다. 웹 브라우저를 통해 게임을 하던 스코어와 진행상황이 모바일 앱 버전에서도 똑같이 반영되어 이어하기가 가능하며, 이런 점으로 미루어 해당 게임들은 소셜 네트워크 기준의 분류로는 페이스북이라는 소셜 플랫폼을, 디바이스 기반의 분류로는 모바일과 PC 네트워크 환경을 멀티 플랫폼으로 하는 게임 콘텐츠로 분류할 수 있다. 심지어 캔디 크러시 사가는 페이스북 뿐만 아니라 카카오톡을 소셜 네트워크 플랫폼으로 하는 멀티 플랫폼의 유형에도 속한다. 디바이스를 분류 기준으로 하면 PC 인터넷 브라우저와, 모바일 어플리케이션의 ‘이용자의 플레이 데이터가 복수 플랫폼에서 연동된다’는 점에서 크로스 플랫폼 게임의 사례로 들 수 있다.



<그림 11> 캔디크러시 사가의 PC 웹 사이트 버전과 모바일 버전 플레이어 정보 연동



<그림 12> 다이아몬드 대시의 모바일 버전과 웹버전 플레이어 정보 연동

King사의 캔디크러시 사가는 페이스북에서 서비스되던 게임으로, PC 인터넷 브라우저에서 페이스북에 접속해 이용할 수 있다. 그리고 모바일 앱을 받아 페이스북 아이디로 로그인 해서 모바일에서도 이용할 수 있다. 같은 페이스북 계정을 이용하는 것으로, 위의 이미지에서 보이는바와 같이 진행했던 스테이

지 정보를 그대로 이어서 플레이 할 수 있다. 게임을 하는데 필요한 하트의 수량 정보는 연동되지 않는다.

Wooga사의 다이아몬드 대시 역시 앞서 언급했던 캔디 크러시 사가와 같이 페이스북에서 서비스 되고 있는 게임으로, PC 인터넷 브라우저에서 실행 가능하며 동시에 모바일 어플리케이션으로 다운받아 실행해 페이스북 로그인을 통해 자신의 순위, 점수, 하트(플레이 회수 제한)의 상황을 연동하여 즐길 수 있다.

다시 말해, 캔디크러시 사가는 ‘소셜 네트워크’를 기준으로 플랫폼을 분류한다면 카카오톡과 페이스북이라는 두 소셜 네트워크 플랫폼에서 서비스되고 있는 멀티 플랫폼 게임이 된다. 그리고 페이스북에서 서비스하는 PC 웹 사이트와 Mobile 어플리케이션을 통해 이용할 수 있으며 유저의 이용내역 및 데이터가 연동되므로 ‘디바이스를 기준’으로 플랫폼을 구분한다면 PC와 Mobile 단말의 크로스 플랫폼 게임으로 볼 수 있다.

사실 모든 디지털 게임들은 디바이스 플랫폼 군의 하나에 속해있고, 그 게임 콘텐츠가 소셜 네트워크 게임이라면 소셜 네트워크 플랫폼에도 속해있을 것이다. 그 디바이스가 스마트 모바일 단말이라면 OS를 기준으로 또 플랫폼이 나뉜다.

위와 같은 분류가 필요한 이유는 기준이 통일되지 않은 플랫폼의 정의 없이는 ‘멀티 플랫폼’의 개념을 설명하기 힘들기 때문이다. 예를 들어 데브시스 터즈(주)의 ‘쿠키런’의 경우 카카오톡을 소셜 네트워크 플랫폼으로 하면서 스마트폰, 즉 모바일을 디바이스 플랫폼으로 하는 게임이다.¹⁹⁾ 그런데 이 게임이 카카오톡 플랫폼, 모바일 플랫폼, 안드로이드 플랫폼에서 구동되는 게임이라고 해서 이 게임을 멀티 플랫폼 게임이라고 할 수는 없다는 것이다.

또 다른 문제는 멀티 플랫폼 게임에 대해 ‘복수의 플랫폼을 가진 동일한 게임 콘텐츠’라고 보았을 때, ‘동일’의 기준이 명확하지 않다는 점이다. 특히 여러 시리즈를 가진 인지도가 높은 게임 콘텐츠들은 많은 시리즈와 이식작,

19) 블루스택 등을 이용하여 PC에서도 이용 가능하다고는 하지만 제작사의 의도와는 다른 비공식적인 방법이기 때문에 논외로 한다.

리메이크작을 가진 경우가 있는데 이런 경우 어떤 기준으로 그 타이틀들을 ‘동일한 게임 콘텐츠’라고 구분할 수 있는지에 대한 기준이 모호하다.

1. 기존의 초기작이 출시되고, 다른 기종으로 이식을 할 때 초기작을 그대로 이식하는 경우.
2. 다른 기종으로 이식하면서 수정을 가하거나 몇가지 추가요소를 넣는 경우.
3. 초기작의 후속작으로 동일한 타이틀에 서브 제목을 붙이고 몇가지 추가요소를 넣는 경우.
4. 해외에 수출하면서 현지화(Localizing)를 거쳐 제목과 몇몇 요소들이 바뀌는 경우.
5. 몇 년이 지나서 최신 기종의 플랫폼으로 리메이크작을 만들면서 스토리와 전투 시스템은 동일하나 그래픽을 비롯한 기술적인 요소들을 대폭 수정한 경우.
6. 리메이크작을 만들면서 초기작과 동일한 세계관, 동일한 시간대에서 다른 캐릭터의 시점으로 제작되는 경우.
7. 리메이크작을 만들면서 동일한 세계관, 스토리, 캐릭터로 다른 장르의 게임을 만드는 경우.

등등 매니아층이 많은 인기 시리즈의 경우 다양한 시도가 일어나고 있는데, 어디서부터 어디까지를 동일 타이틀로 구분하는지에 대한 기준이 정립되어있지 않다.²⁰⁾ 스토리를 기준으로 하는 경우와 타이틀을 기준으로 하는 경우, 장르를 기준으로 하는 경우, 기술적 기반을 기준으로 하는 경우에 따라 ‘동일한 게임 콘텐츠’라고 판단할 수 있는 게임 시리즈의 범위가 달라진다.

20) 그 외에도 인수, 합병, 판권문제 등의 이유로 초기작을 제작하던 제작사와 다른 제작사에서 후속, 이식, 리메이크작을 만들 경우가 있다. 사례로는 The King Of Fighters, 파이널판타지, 디제이맥스 등이 있다. 경우에 따라서 시리즈 개발에 참여했던 개발자들이 바뀐 제작사에 투입되기도 한다.

[표 2] 다수의 시리즈를 가진 게임 콘텐츠의 기준에 따른 구분

	스토리	타이틀	장르	그래픽 변화
초기작을 다른 기종으로 이식 (기종변화 외의 수정 없음)	○	○	○	△
초기작을 다른 기종으로 이식 초기작+ 수정, 추가요소	△	○	○	○
후속작. 동일타이틀+서브타이틀 추가요소	x	x	△	x
수출. 현지화(Localizing) - 제목 및 몇몇 요소 수정	○	x	○	△
최신 기종의 디바이스 플랫폼으로 리메이크. 스토리, 시스템 동일 기술적 요소 수정(그래픽, 로딩 등)	○	○	○	x
리메이크. 초기작과 동일한 세계관, 동일한 시간대. 다른 캐릭터의 시점으로 제작.	x	△	△	△
리메이크. 동일한 세계관, 스토리, 캐릭터. 다른 장르.	○	○	x	△

위의 표는 앞서 언급한 내용을 간략하게 도식화한 것이다. 동일한 게임 콘텐츠라는 기준을 크게 스토리, 타이틀, 장르, 그래픽 변화로 나누어볼 때 앞서 언급했던 7가지의 경우, 어떤 기준을 만족시키는지 정리해보았다.

○로 표기한 것은 해당 기준에서 동일한 콘텐츠로 볼 수 있는 경우이고, X로 표기한 것은 해당 기준으로 볼 때 동일한 콘텐츠라고 볼 수 없는 경우이다. △는 변화의 정도에 따라 동일한 콘텐츠로 볼 수도 있고, 아닐 수도 있는 경우이다.

2.2 멀티 플랫폼 게임의 사례 및 선행연구

디바이스 기준의 멀티 플랫폼

앞서 언급한 게임 플랫폼의 분류 기준에 따른 구분 별로 멀티 플랫폼 게임의 사례를 몇 가지 살펴보면, 디바이스 간의 멀티 플랫폼 사례로는 디제이맥스와 앞서 언급했던 유비트(jubeat), 철권, 파이널 판타지 등이 있다.

디제이맥스는 국내에서 개발된 리듬 액션 장르의 게임으로 여러 시리즈가 있다. PC온라인, PSP(PlayStationPortable), 아케이드, 스마트폰과 스마트패드를 기반으로 하는 시리즈가 있다.



<그림 13 > 디바이스 플랫폼 별 디제이 맥스 시리즈²¹⁾

21) 이미지 재가공. 출처: <http://www.gameplanet.co.kr/xe/1551529>,
<http://www.famicon-plaza.com/blog/2011/09/0921djmax-technika-3-platinum.html>,
<http://game.donga.com/21952/>,
<http://chronos666.exblog.jp/11797291/>,
<http://www.gamefaqs.com/vita/643172-djmax-technika-tune/images/box-279756>

파이널 판타지는 일본 SQUARE에서 개발된²²⁾ RPG 장르의 게임으로 여러 시리즈가 있다. PC온라인, 콘솔, PSP(PlayStation Portable), 스마트폰과 스마트패드를 기반으로 하는 시리즈가 있다.



<그림 14> 파이널 판타지 시리즈²³⁾

일본에서 콘솔 플랫폼으로 제작되었던 콘텐츠들 중 인지도가 높고 다양한 시리즈가 나오고 있는 게임들이 아케이드, PC, 모바일 등의 다른 디바이스 플랫폼으로 리메이크 되거나 이식되면서 멀티 플랫폼 게임으로 분류되고 있다.

22) 스퀘어는 현재 에닉스와 합병하여 스퀘어 에닉스가 되었다.

23) 이미지 재가공. 출처: <http://differenttastes.tistory.com/9>,
<http://yomiyomishinbun.blog87.fc2.com/blog-category-8.html>,
http://en.wikipedia.org/wiki/Final_Fantasy_Crystal_Chronicles:_The_Crystal_Bearers,
<http://www.shadowneo.net/m/post/640>,
http://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%8C%8C%EC%9D%B4%EB%84%90_%ED%8C%90%ED%83%80%EC%A7%80

소셜 네트워크 기준의 멀티 플랫폼

소셜 네트워크를 기준으로 SNG의 멀티 플랫폼 사례로는 캔디 크러시 사가와 아이러브커피 등이 있다. 또 언급한 두 사례는 디바이스 기준의 플랫폼 분류에서도 멀티 플랫폼 사례가 될 수 있다.

먼저 King에서 개발한 캔디 크러시 사가는 페이스북이라는 소셜 네트워크 서비스를 플랫폼으로 서비스 했고, 한국에서는 카카오톡을 플랫폼으로 서비스 했다.²⁴⁾ 페이스북 플랫폼에서는 페이스북 웹 페이지 안의 게임 항목에서 페이스북 내의 인맥 정보 활용 동의 절차를 거치고(처음 1회) 게임 실행이 가능하다. 또 이 게임의 모바일 앱 버전을 설치해 페이스북 아이디로 로그인해서 이용 가능하다. 페이스북 웹 페이지와 페이스북 기반 모바일 앱을 모두 사용하면 이용자는 게임의 진행상황이나 자신의 최고 스코어, 친구들 간의 순위 등의 정보가 실시간으로 연동된다. 이런 점으로 미루어 캔디 크러시 사가는 카카오톡과 페이스북을 소셜 네트워크 플랫폼으로 하는 멀티 플랫폼 게임이며, 페이스북 버전은 웹과 모바일이 연동되는 크로스 플랫폼 게임으로도 볼 수 있다.

파티 게임즈²⁵⁾의 ‘아이러브커피’는 네이버의 소셜 게임 항목에서 서비스 되었다. 이용자는 네이버에 아이디가 있으면 로그인해서 정보이용 동의 절차를 거쳐 바로 앱을 실행할 수 있다. 네이버의 블로그 서비스를 통해 ‘서로 이웃’을 맺은 다른 이용자가 아이러브커피를 하고 있다면 자동으로 화면 하단에 게임 친구로 등록된다. 이 게임은 모바일 버전의 앱 ‘아이러브커피 for kakao’라는 타이틀을 달고 재출시 되었다. 이름에서 알 수 있듯이 카카오톡을 플랫폼으로 하며 카카오톡의 연락처에서 아이러브커피 for kakao를 하는 친구들이 자동으로 등록된다. 카카오톡 버전은 이전의 웹 게임 버전과 인터페이스, 아이템 이미지 등 소소한 차이가 있다. 아이러브커피는 카카오톡과 네이버 블로그의 인맥이 연동되는 소셜 게임을 소셜 네트워크 플랫폼으로 하는 멀티 플랫폼 게임이며, 카카오톡 버전은 모바일 디바이스에서, 네이버 소셜 게임은 PC 웹 기반이라는 점에서 디바이스 기준의 멀티 플랫폼 게임으로도

24) 페이스북을 이용하는 국내 이용자라면 물론 페이스북 버전의 캔디 크러시 사가를 이용할 수 있다.

25) 파티스튜디오에서 파티게임즈로 이름이 바뀌었다.

볼 수 있다.

연구자는 조사를 위해 연구 대상인 두 게임을 각 소셜 플랫폼 버전별로 이용, 진행해봤지만 캔디 크러쉬 사가의 경우는 맵 스테이지 형식의 3-match 퍼즐 게임으로 스테이지별로 다른 클리어 조건이 있어서 한번 클리어한 스테이지를 다시 플레이하는 것에 재미를 느끼지 못하는 이용자는 다른 소셜 플랫폼의 동일한 게임을 이용하지 않을 가능성이 있다. 아이러브커피 역시 시간을 들여 자신의 카페라는 주어진 공간을 확장하고 꾸며나가는 컨셉의 게임이기 때문에 이용자가 어느 한 쪽의 플랫폼으로 고착화 될 가능성이 크다. 그리고 모바일 디바이스라는 측면의 접근성의 용이함과, 카카오톡의 국내 SNS 이용률 1위라는 강점으로 미루어 카카오톡 버전으로 고착화 될 가능성이 크다.

페이스북을 플랫폼으로 게임을 개발해 성공을 거두었던 징가(Zynga)에 페이스북이 플랫폼의 독점력을 앞세워 압력을 가했고, 이를 계기로 징가는 독자적인 플랫폼을 구축할 의사를 내비쳤던 사례가 있다.²⁶⁾ 이와 같이 특정 소셜 플랫폼의 독점력이 커지면 그에 따른 종속화를 염두에 두어야 할 것이다. 국내에서 이용되는 모바일 소셜 네트워크 서비스 중 가장 많은 이용자를 가진 카카오톡도 페이스북과 비슷한 독점력을 행사할 우려가 있다. 이에 콘텐츠 제공자들은 스스로 플랫폼을 구축하거나, 복수의 플랫폼에서 게임을 서비스하는 멀티 플랫폼 전략을 취하고 있다.

컴투스도 컴투스 허브와 게임빌의 게임빌 라이브는 스스로 플랫폼을 구축하려는 시도라고 할 수 있다. 컴투스와 게임빌은 자신들의 게임 앱을 이용하는 이용자들에게 단말의 고유 식별 코드로 Gest 로그인을 하고, 게임을 이용할 수 있도록 하는 반면, 소셜 기능을 활용하여 친구를 만들고, 게임 진행에 더 많은 이익을 취할 수 있도록 자사의 소셜 네트워크를 이용하도록 유도하고 있다. 각 소셜 네트워크에 아이디를 생성하면, 동일한 제작사의 다른 게임을 이용할 때에도 같은 아이디로 로그인 하여 동일한 게임을 하는 기존의 친구들을 더욱 쉽게 추가할 수 있게 되어있다.

26) 최성욱, 박요한 “Zynga 사례를 통해 본 양면시장에서의 플랫폼 활용의 전략적 시사점 고찰”



< 그림 15 > 컴투스 허브와 게임빌 라이브²⁷⁾

또, 카카오톡을 소셜 네트워크 플랫폼으로 서비스하고 있는 ‘몬스터 길들이기’는 카카오톡의 인맥을 활용할 수도 있지만, 따로 게임 이용자들을 친구로 추가할 수 있고, 카카오톡의 소셜 친구와 게임 콘텐츠 안에서 등록된 친구를 구분해서 보여준다. 이 또한 게임 콘텐츠에서 소셜 플랫폼의 의존도를 낮춤으로서 소셜 플랫폼의 독점력을 견제하는 좋은 방법이 될 수 있다.

27) 이미지 재가공. 출처 : http://gameinsight.co.kr/index.php?document_srl=74553&mid=newsm
<http://ashurai.egloos.com/2893684>



< 그림 16 > 몬스터 길들이기 친구 창

카카오톡과 라인에서 모두 서비스 되고 있는 ‘포코팡’, 페이스북과 카카오톡에서 서비스하고 있는 ‘캔디 크러시 사가’, 네이버의 소셜 게임, 카카오톡을 플랫폼으로 하는 ‘아이러브커피’ 등도 복수의 소셜 네트워크 서비스에서 콘텐츠를 제공하는 멀티 플랫폼 사례로 이와 같은 멀티 플랫폼 전략도 플랫폼 사업자의 독점력을 견제하는 방법 중 하나이다.

모바일 OS 기준의 멀티 플랫폼

스마트폰에서 제공되는 게임, 모바일 게임 어플리케이션의 멀티 플랫폼은 OS를 기반으로 안드로이드, iOS로 분류된다. 스마트 모바일 단말의 운영체제는 안드로이드와 iOS 외에도 심비안 등이 있지만, 주로 안드로이드OS와 애플의 iOS가 보급율과 매출이 높다.

초기 모바일 게임 어플리케이션은 안드로이드 OS, iOS가 따로 제작되었으나 근래에는 대부분 안드로이드OS와 iOS 양쪽에서 구동이 되는 게임 어플리케이션들이 제공되고 있어 복수의 OS 플랫폼에서 구동이 되는 게임을 멀티 플랫폼 게임으로 정의하는 경우는 드물지만, 개발자의 입장에서 유니티와 같은 저작도구를 안드로이드, iOS 등의 멀티 플랫폼, 크로스 플랫폼 저작도구라고 정의하기도 한다.



< 그림 17 > 안드로이드 OS와 iOS에서 구동되는 동일 게임 콘텐츠들

또, 근래의 소셜 네트워크 게임들은 안드로이드OS 이용자와 iOS 이용자들이 하나의 소셜 네트워크 플랫폼을 통해 같은 게임을 함께 즐기도록 설계되어 있는 콘텐츠들이 대부분이다.

앞서 언급했던 캔디 크러시 사가와 같이 페이스북과 카카오톡 등의 복수의 소셜 네트워크 플랫폼에서 서비스하고 있는 게임의 경우 현재 양 쪽의 소셜 네트워크 플랫폼에서 이용하는 유저간의 교류는 불가능하다.

2.3 크로스 플랫폼 게임의 정의

크로스 플랫폼 게임은 복수의 플랫폼에서 연동되는 게임을 말한다.²⁸⁾ 멀티 플랫폼 게임 역시 다양한 플랫폼에서 동일한 콘텐츠를 제공하고 있지만, 크로스 플랫폼 게임은 이용자의 게임 데이터를 클라우드상에 보관해 네트워크를 통해 송,수신 하는 것을 통해 각 플랫폼에서 게임 진행도와 스코어 등을

28) 한국정보통신기술협회.TTA 용어사전. 크로스 플랫폼 게임 항목

이어나가는 플레이가 가능하다는 것에 차이가 있다. 따라서 크로스 플랫폼 게임에는 네트워크 기능이 필수요소라고 할 수 있다. 멀티 플랫폼 게임은 동일한 콘텐츠를 각 디바이스와 OS에 맞추어 개발해 판매하고, 이용자는 자신이 소지한 디바이스의 제품을 구매해 이용하면 되었다. 그러나 PC, 콘솔 기반의 콘텐츠를 즐기던 이용자들이 실외에서도 동일 콘텐츠를 즐기고 싶다면, 멀티 플랫폼으로 나온 다른 휴대용 디바이스의 동일 콘텐츠를 다시 구매해야 했고, 이전의 이용 데이터 역시 연동 및 호환되지 않으므로 처음부터 다시 시작해야만 했다.

크로스 플랫폼 게임에도 앞서 언급했던 ‘플랫폼 정의’의 기준에 대한 언급이 필요하다. ‘확산성 밀리언 아서’와 같이 모바일 단말과 스마트 태블릿 도구를 구동하는 게임들 중, 계정 등록을 통해 ‘이어하기’ 기능을 제공하는 콘텐츠들이 전부 크로스 플랫폼 게임의 범주에 속하는가의 여부는 ‘복수 플랫폼’의 범주와 ‘연동’의 범주에 따라 달라진다.

‘OS’, ‘대응 기종’, ‘디바이스’를 기준으로 플랫폼을 구분한다면 android OS와 iOS에서 구동되는 게임인 ‘확산성 밀리언 아서’와 같은 게임들도 크로스 플랫폼 게임의 범위에 포함되기 때문이다. ‘확산성 밀리언 아서’의 경우, 처음으로 게임을 이용할 때 ID와 패스워드를 발급받고 게임을 시작하며 휴대 단말 교체 등의 이유로 다른 단말에서 게임을 다시 할 때 이용했던 ID와 패스워드를 입력해 이전의 게임 데이터를 이어서 플레이 할 수 있다. ‘OS’나 ‘대응 기종’을 기준으로 플랫폼을 구분한다면, 이 게임은 복수의 플랫폼에서 연동되는 게임이라는 조건을 충족하므로 크로스 플랫폼 게임의 범주에 포함된다. 또, ‘디바이스’를 기준으로 플랫폼을 구분한다면 android OS와 iOS에서 구동과 데이터 연동(이어하기)이 가능하며, iOS의 경우 iPhone과 iPad 제품군에서도 이용할 수 있기 때문에 모바일 단말과 스마트 태블릿 단말의 크로스 플랫폼 게임의 범주에 속한다. 그러나 이 게임을 복수 플랫폼의 ‘연동’이 가능한 크로스 플랫폼 게임으로 보고자 할 때, ‘연동’의 개념과 범주에 따라 다른 결과가 나타난다. 게임 데이터의 연동의 가능 여부로만 판단을 하면 크로스 플랫폼 게임에 속하지만, 다른 기기로 로그인을 해서 계정 정보를 이어받아 플레이를 하더라도, 수시로 번갈아가며 디바이스 변경을 하기 쉬운 구조는

아니다. 처음 디바이스 기기를 바꾸어 게임을 실행하면 로그인 여부를 묻고 이후로는 자동 로그인이 되는 방식으로, 로그아웃 기능은 구현되어 있지 않다. 기본적으로는 1계정 1기기의 방식을 택하고 있는 것이다. 이는 프리프로덕션 단계에서 크로스 플랫폼 게임을 의도한 기획이 아님을 알 수 있다.²⁹⁾

여타 크로스 플랫폼 게임을 표방하는 게임들은 계정을 통해 자유롭게 복수의 디바이스를 넘나들며 게임을 할 수 있다.

그 예로는 넥슨의 ‘삼국지를 품다’(PC-Mobile), Spacegame times의 ‘Dark Legends’(PC-Mobile) 등이 있다.



< 그림 18 > 크로스 플랫폼 게임 ‘삼국지를 품다’³⁰⁾

PlayStation의 제조사 Sony Computer Entertainment(이하 SCE)는 특정 게임들을 PlayStation3과 휴대용 콘솔인 PlayStation Vita를 크로스 플랫폼으로 연동하는 ‘Cross Platform Feature’를 표방하고 있다.

29) 설치 단말에서 해당 게임의 일부 파일을 삭제해 로그아웃하는 방법을 일부 이용자들이 사용하고 있기는 하지만 일종의 편법일 뿐이다.

30) 이미지 출처 : <http://3p.nexon.com/gameinfo/feature.aspx>

2.4 크로스 플랫폼 게임의 사례 및 선행연구

크로스 플랫폼 게임과 그와 관련된 게임의 사례로 Valve의 ‘Portal2’³¹⁾, 넥슨의 ‘삼국지를 품다’, EA의 ‘FIFA14’, King의 ‘캔디크러시 사가’ Facebook버전, SCE의 Cross Platform Featuer에 해당하는 게임들을 선정해 각각의 특징과 차이점을 비교분석해보고자 한다.

먼저 Valve의 ‘Portal2’는 PC용 게임 다운로드 스토어인 Steam을 통해 PlayStation@Network(이하 PSN)과 계정 연동이 가능하며 Steam(PC)이용자와 PS3 이용자가 멀티 플레이를 할 수 있는 크로스 멀티 플레이가 가능하다.³²⁾ 엄밀히 말하자면 Portal2는 크로스 플랫폼 게임보다는 Playstation3와 Xbox360, PC용으로 제작된 멀티 플랫폼 게임으로 보는 것이 적합하다. 단 멀티플레이 모드에서 크로스 플레이가 가능하다는 것과 이를 위해 각기 다른 유통체계와 네트워크를 제공하는 Sony와 Valve가 협력체계를 구축했다는 데에 의의가 있다.

EA의 ‘FIFA14’ 역시 PS3와 PS4, Xbox360과 Xbox ONE, PC와 Mobile의 멀티 플랫폼 게임 콘텐츠이다.³³⁾ FIFA14도 Portal2의 CO-OP(멀티플레이)과 같이 콘텐츠 전체가 아닌 그에 포함된 ‘얼티메이트 팀’ 모드에 국한된 연동이 가능하다. 단, Portal2의 CO-OP 모드에서는 Sony의 PS3 이용자와 Valve의 Steam(PC) 이용자가 함께 플레이가 가능했던 반면, FIFA14는 PSN 이용자들은 PSN이용자들끼리, Origin(PC)이용자들은 Origin 이용자들끼리, Xbox Live 이용자들은 Xbox Live 이용자들끼리 친구 추가를 통해 멀티플레이가 가능하다. 단, 같은 제조사의 콘솔 게임 데이터는 차세대 이월은 가능하지만(예-PS3과 PS4의 데이터 이월, Xbox360과 Xbox ONE 간의 데이터 이월) 차세대간의 멀티 플레이는 불가능하며, 이는 같은 제조사의 현세대의 콘솔과

31) portal2는 PC, PS3, Xbox로 발매되었으나 크로스 플랫폼 멀티플레이가 가능한 것은 PC와 PS3이다.

32) 콘텐츠 전체가 아닌, 각 플랫폼 이용자들이 함께 플레이 하는 멀티플레이 모드에서만 함께 플레이가 가능하므로 엄밀히 말하자면 크로스 플랫폼 게임보다는 크로스 멀티 플레이가 가능한 게임이라고 하는 것이 정확하다.

33) PS2, PSP, PS VITA, 닌텐도3DS용 타이틀도 발매되었으나 Legacy Edition이라는 부제가 붙으며, 선수 명단의 변화 외에는 이전작인 FIFA13과의 차이가 없어 본 논문에서는 논외로 함.

차세대 콘솔간의 데이터 연동기능을 크로스 플랫폼이라 내세우는 경우에 해당한다.

SCE는 PS4와 PSVita의 리모트 플레이, 크로스 굳즈, 크로스 컨트롤러, 크로스 세이브 기능을 바탕으로 콘솔(PS3 혹은 PS4)과 휴대용 콘솔(PSVita)의 연동이 가능한 ‘Cross Platform Feature’를 표방하고 있다.³⁴⁾

Cross Platform Feature의 크로스 플레이는 PS3 이용자와 PSVita 이용자가 하나의 게임 콘텐츠에서 협력 플레이 혹은 대결을 즐기는 기능으로, 발매된 타이틀은 허슬러 킹, 모터스톰RC가 있다.

PSVita를 PS3의 컨트롤러로 이용할 수 있는 것이 크로스 컨트롤러 기능으로, ‘얼티메이트 마블 VS 캡콤 3’이 그에 해당된다.

크로스 세이브 기능은 PS3과 PSVita에서 서로 세이브 데이터를 공유하는 기능으로 가정에서 PS3을 통해 이용하던 게임을 외출하면서 PSVita로 이어하거나 그 반대의 경우도 가능하며, 그에 해당하는 게임으로 ‘블레이블루 컨티뉴엄 시프트 익스텐드’가 있다. ‘블레이블루’는 PSVita로 PS3을 원격 조종해서 PS3의 게임을 즐기는 리모트 플레이가 가능한 게임이기도 하다.

크로스 굿즈는 PSN을 통해 구입한 다운로드 콘텐츠나 이용자가 작성한 독자 콘텐츠 등을 PS3, PSVita 양 쪽에서 즐길 수 있는 기능으로 이용자는 같은 콘텐츠를 공유 및 전달이 가능한 기능을 말하며, ‘LMB 12 : The Show’가 해당된다.

넥슨의 ‘삼국지를 품다’는 PC의 인터넷 브라우저를 통해 해당 사이트에 접속해 유니티 플레이어를 통해 실행시켜서 이용하고, App Store나 구글 플레이스토어 등을 통해서 안드로이드OS, iOS 스마트폰 버전의 앱을 설치해 이용하는 PC와 모바일의 크로스 플랫폼 게임이다. 이용자는 넥슨 아이디를 통해 하나의 계정으로 PC와 스마트 모바일 단말을 통해 게임을 이용할 수 있다.

King의 ‘Candy Crush Saga’는 페이스북과 카카오톡에서 각각 서비스 되고 있다. 하지만 두 소셜 플랫폼 간의 연동은 이루어지고 있지 않다. 하지만 페이스북 버전의 경우, PC 인터넷 브라우저를 통해 페이스북에 접속해 로그인

34) <http://www.famitsu.com/news/201206/05015756.html>

하는 것으로 페이스북 내에서 게임을 이용할 수 있고 같은 이름의 모바일 어플리케이션을 스마트 모바일 단말에 설치해 페이스북 계정으로 로그인하는 것으로 게임 스코어와 스테이지 진행도, 보유하고 있는 아이템 등의 데이터가 연동된다.

앞서 언급한 사례들로 미루어 보면 콘솔과 PC, 콘솔과 콘솔간의 크로스 플랫폼은 유통사와 게임 콘솔 제조사간의 협력 문제와 기종간의 사양 차이 등의 문제로 아직까지는 많은 한계가 나타나고 있음을 알 수 있다.

게임 개발사이기도 하지만 동시에 PC게임 다운로드 유통사이기도 한 Valve와 콘솔 제조 및 유통사인 SONY의 협력인 Steam과 PSN 연동을 통한 크로스 플랫폼의 예로 든 Portal2는 PC와 PS2콘솔 이용자들의 멀티 플레이를 가능하게 했지만, 그 외의 Steam, PSN 연동 타이틀은 나오지 않고 있다.

콘솔과 콘솔간의 크로스 플랫폼의 예로 든 FIFA14의 경우, 멀티플레이는 같은 기종에서만 행해지며, 데이터 연동은 같은 제조사의 콘솔간의 데이터 차세대 이월에 그치고 말았다. 반면, PC와 모바일 단말의 크로스 플랫폼의 예로 든 삼국지를 품다와 캔디 크러시 사가는 양 플랫폼 이용자 사이에서의 교류가 가능하고 양 플랫폼의 데이터 연동이 이루어지고 있었다. 이는 PC-콘솔에 비해 PC-스마트폰의 사양 호환이 상대적으로 쉽다는 것과, 복수 유통사와 단일 유통사의 차이로 보인다. 콘솔의 경우, SONY나 Microsoft가 시장의 점유율을 놓고 경쟁하고 있기 때문에 각자의 유통경로인 PSN과 Xbox라이브의 연동을 결정하기 쉽지 않고, 콘솔과 PC의 사양 차이에 대한 해소가 쉽지 않다는 점도 콘솔과 PC의 크로스 플랫폼이 모바일과 PC의 크로스 플랫폼에 비해 어려운 이유가 될 수 있다. 콘솔의 경우 이용자들이 게임을 하기 위해 상대적으로 높은 단말 비용을 들여야 하고³⁵⁾ 콘텐츠, 즉 게임 타이틀의 구매비용도 따로 발생하며 모바일 어플리케이션에 비해 그 가격도 비싸기 때문에, 그런 만큼 이용자들이 기대하는 해상도와 리얼리티 등의 기대치가 높은 하드 유저, 매니아 층의 이용자들이 많다. 그만큼 개발 비용이 상대적으로 더 들어

35) 스마트 폰의 가격도 결코 콘솔에 비해 싸지 않고, 기종에 따라 훨씬 상회하는 경우도 있지만 게임 외의 목적이 있으므로 오로지 게임을 위해서 투자하는 비용적 측면의 부담감은 콘솔 구입이 크다.

가게 된다. Portal2의 유통은 PC는 Steam, PS3은 PSN, Xbox360은 Xbox Live에서 이루어졌는데, PC와 PS3 이용자간의 멀티플레이는 가능하지만 Steam에 비해 PSN의 판매가격이 더 높은 차이를 보이고 있는 것도 이러한 맥락으로 볼 수 있다.

모바일-PC의 크로스 플랫폼의 경우, 스마트폰의 사양이 점점 발전하고 있는 해도 아직까지는 PC와 동등하지 않기 때문에 모바일 단말을 기준으로 콘텐츠를 제작하거나, PC버전을 기준으로 제작한 콘텐츠를 모바일 버전에서는 인터페이스나 그래픽을 모바일 해상도에 맞춰 간소화시킨다. FIFA14의 경우 모바일로도 멀티 플랫폼 게임이 출시 되어 있지만 콘솔-모바일의 크로스 플랫폼 게임으로 개발되지 않은 것은 이런 맥락에서 이해할 수 있다.

Ⅲ. 사례 분석

3.1 모바일 네트워크 발전 이전의 멀티 플랫폼 게임 사례

모바일 단말은 1세대, 2세대, 3세대 이후 스마트 빅뱅을 거쳐 4세대의 시대에서 5세대를 준비하고 있다. Wi-Fi 네트워크와 스마트폰의 등장 이전에도 모바일 단말에서 패킷으로 제공되던 인터넷 등의 서비스 이용이 가능했지만 데이터 이용에 큰 비용이 들어 네트워크를 이용하는 게임은 드물고, 극히 제한된 상황(싱글 콘텐츠의 스코어를 등록하는 등의 일부 서비스)에서 이용되는 게임들이 주를 이루었다.

본 항목에서는 아케이드, 콘솔, PC, 피쳐폰(2세대)까지의 모바일 플랫폼의 게임들을 대상으로 멀티 플랫폼 게임의 사례를 분석하고자 한다.

아케이드 게임과 PC, 콘솔 게임(주로 싱글 콘텐츠형 게임들)들의 멀티 플랫폼 사례는 수도 없이 많다. 그 중에서도 국내에서도 인지도가 높았던 타이토사의 퍼즐 버블은 아케이드, 콘솔(패미컴), PC(MSX 2)로 이식되었고, 이후에도 계속 이용자들의 사랑을 받아 2012년까지 네오위즈에서 퍼즐버블 온라인으로 리메이크 하여 서비스 했었다.³⁶⁾ 퍼즐버블for Kakao 어플도 현재 App Store와 안드로이드 마켓에서 서비스 중이다.



< 그림 19 > 퍼즐 버블 PC판(좌)과 온라인 버전(우)³⁷⁾

36) 현재는 서비스 종료됨.



< 그림 20 > 퍼즐 버블 for kakao

퍼즐 버블 외에도 뿌요뿌요, 메탈슬러그, 록맨 등 다수의 게임이 아케이드, PC, 콘솔 등의 멀티 플랫폼으로 제작되었고 차기작들도 연이어 제작되었다.

후지쓰의 판타스틱 포춘은 PS와 PC의 멀티 플랫폼 게임이다. PC버전은 한국에 정식 발매되기도 했다. 국내에서 동일 제목의 피쳐폰용 게임으로 리메이크 되었다.

비슷하게 역전재판 시리즈도 GBA에서 PC, NDS 등으로 제작되었고, 국내에서 피쳐폰용 게임으로 컨버전되었다. 이후 앱스토어와 안드로이드용 앱으로 다시 컨버전되었다.

3.2 소셜 네트워크 게임 사례와의 비교 연구

모바일 게임이 스마트 빅뱅을 맞이하기 이전에는 PC 온라인 게임과 일부 콘솔의 네트워크 플레이를 제하면 싱글 콘텐츠형 게임들이 대다수였다. 피쳐폰의 게임들도 네트워크 전송량과 속도, 비용의 부담으로 인해 혼자 하나의 콘텐츠를 네트워크를 이용 할 필요 없이 즐기는 싱글콘텐츠 형 게임들이 대

37) 이미지 출처 : (좌) <http://penghouse.tistory.com/30>,
(우) <https://game.donga.com/game/3059/>

다수였다. 대신 유료 콘텐츠의 비중도 상당했다. 그러나 스마트빅뱅, 스마트폰의 등장과 Wifi의 보급 등으로 인한 변화의 도래 이후 소셜 네트워크를 기반으로 항상 네트워크를 통해서 게임이 진행되는 소셜 네트워크 게임들이 모바일 게임의 주류가 되면서 비즈니스 모델도 IAP(In App Purchase)방식이 되었다. 대신 게임 플레이 횟수에 제한이 생겼고, 주어진 플레이 횟수를 전부 소모하면 시간이 지나 충전되기를 기다리거나 소셜 플랫폼 상의 친구에게 도움을 요청하거나 게임머니를 이용해 보충하는 형식이 되었다. 그 예로 퍼즐버블 for kakao를 들 수 있다. 싱글 콘텐츠 형 게임이었을 때와는 달리 최대 5번의 게임 플레이 회수 제한을 두고, 30분에 하나씩 채워주는 방식이 되었다.



< 그림 21 > 퍼즐버블 for kakao 인터페이스

네트워크를 항상 이용하게 되어있는 구조이기 때문에 IAP(앱 내 결제) 시스템의 도입도 수월했다. 한 번 설치하면 네트워크 접속과 상관 없이 게임을 구동하고 플레이할 수 있는 싱글 콘텐츠 게임들은 대부분 처음 설치 시에 결제를 하거나, 혹은 설치 디스크를 구매하도록 되어 있었지만, 소셜네트워크 게임은 마치 PC 온라인 게임의 비즈니스모델을 따라가듯 비슷한 양상을 보이고

있다. 게임을 유리하게 진행할 수 있는 아이템을 앱 안에서 캐시를 통해 구입할 수 있는 IAP(In App Purchase) 시스템을 만들어 놓은 것이다.



< 그림 22 > 퍼즐 버블 for kakao 결제 화면

퍼즐 버블 외에도 스마트폰 등장 이전의 게임을 리메이크해 소셜 게임, 혹은 멀티 플레이 게임으로 재구성 한 게임도 다수 존재한다. 기존의 테트리스에 카드를 육성해 팀을 이루어 몬스터와 배틀하도록 재구성한 EA의 테트리스 몬스터, PC 웹으로 즐기던 ZooKeeper를 스마트폰 어플리케이션으로 제작한 KITERETS의 ZooKeeper Battle 등이 그에 해당한다.

본 논문의 연구 대상인 소셜 네트워크 게임들은 앞서 언급한 퍼즐버블, 테트리스 몬스터 등과 같이 기존의 게임을 이식하거나 재구성한 게임은 아니다. 하지만 완전히 같지는 않아도 비슷한 게임들이 이미 존재하고 있었다. 그 예로, 와라 편의점, My City, 아이러브커피는 각 편의점(PC CD게임), 심시티, 쿠키샵 등 비슷한 소재와 진행방식의 싱글콘텐츠 게임이 존재했고, 캔디크러시 사가는 zookeeper와 비슷한 방식의 3-match-game이다. 쿠키런은 국내에

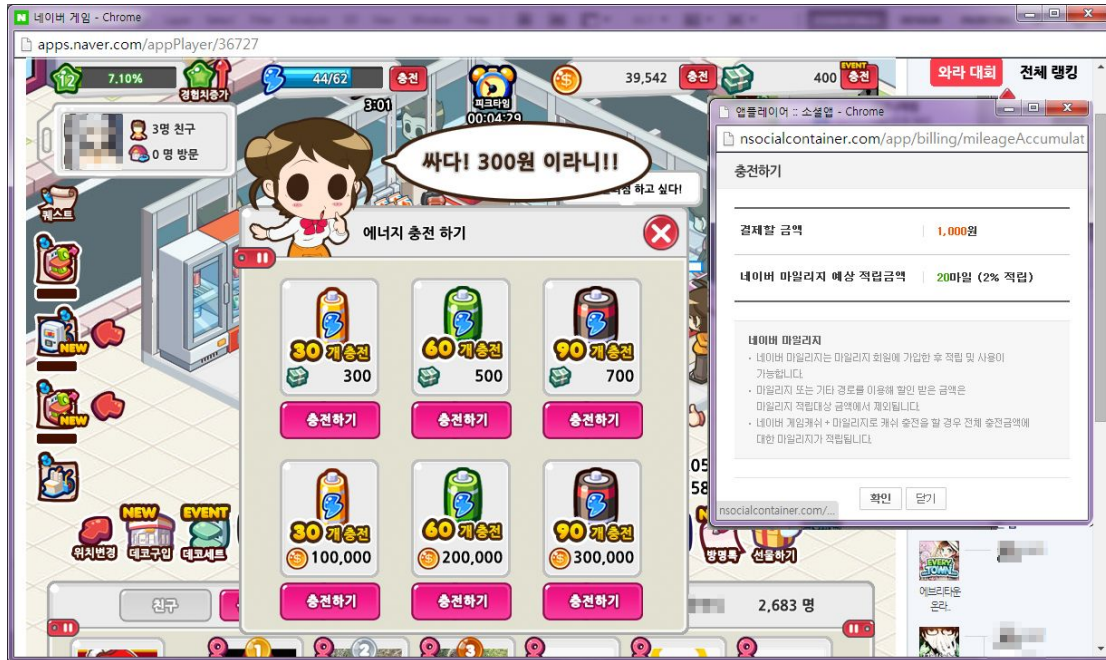
서 온라인으로 서비스 했던 텡또와 맥을 같이 볼 수 있다. 각 해당 사례들의 비교를 통해 기존의 싱글콘텐츠 게임과 그와 비슷한 소재와 진행방식의 소셜 네트워크 게임을 비교해 분석하고자 한다.

‘와라편의점’과 ‘편의점’ 비교

타이완의 감마니아에서 제작하고 감마니아코리아에서 유통했던 편의점 시리즈는 CD를 매체로 PC에 설치하는 싱글플레이 게임이다. 게임 이용자가 소지하고 있는 금액이 소진되면 게임 오버되는 형식으로, 이용자가 중단하지 않는 한 원하는 만큼 게임을 계속 진행할 수 있다.

와라 편의점은 (주)뉴에프오 에서 제작해 네이버 게임의 소셜 게임 항목에서 서비스 하고 있다. 2014년 2월 25일자로 카카오톡에서도 이용할 수 있게 되었다.³⁸⁾ 네이버의 소셜 게임 기준으로 와라편의점은 물건을 들여와서 이윤을 붙여 판매하며, 아르바이트생에게 월급을 지불하는 시스템은 편의점과 맥을 같이 하지만 결정적으로 행동력 수치를 제공하며, 편의점을 관리하는 행동을 할 때마다 그 수치가 줄어들고, 수치가 0이 되면 일정 시간이 지나서 다시 회복할 때 까지 진행을 할 수 없다는 차이가 있다. 또, 게임을 같이 진행하는 소셜 친구들의 가게를 방문해 자판기를 점유하고 이득을 취할 수 있는 교류가 가능하다는 점도 다르다. 게임의 돈을 비롯해 행동력 충전, 일부 아이템 등을 현금으로 결제해서 게임 이용에 도움을 얻을 수 있다는 점도 다르다. PC판 편의점은 자금이 바닥나 게임오버되면 처음부터 다시 시작할 수 있다면, 와라 편의점에서는 게임상의 자금이 바닥나면 현실의 돈을 지불해 구매할 수 있다. 이는 게임의 유통 구조와도 연관이 있다. 과거 PC 게임을 구매하는 것으로 하나의 게임 콘텐츠를 소유하고 그 게임 플레이에는 제한이 없었던 데 비해, 소셜 네트워크 게임은 게임을 설치 및 이용 자체에는 비용이 발생하지 않지만 앱 내 결제(IAP)를 통해 제작사 및 유통사에서 이윤을 취하는 구조가 일반적이다.

38) 카카오톡 버전의 제조사는 포코팡을 제작한 토스트 사.



< 그림 23 > 와라 편의점의 결제 시스템

My City와 심시티의 비교

마이 시티는 SNG에서 흔히 볼 수 있는 플레이 횟수 제한이나 게임 내의 행동력 수치의 제한은 없다. 마이 시티는 자신이 소유한 땅에 건물을 지어 도시를 만들어어나가는 게임으로, 게임 머니인 코인으로 건물을 사고, 더 많은 건물을 짓기 위해 필요한 조건을 충족시키면서 공장을 통해 다시 코인을 벌어서 도시를 만들어간다. 심시티 역시 도시 육성 게임으로, 게임 머니로 건물 등을 사고 다시 그 건물들의 생산활동 등을 통해 게임 머니를 벌어들이는 순환적인 구조로 되어있다. 두 게임간의 차이는 마이 시티에서 부지의 확장에 이웃의 도움, 혹은 캐시가 필요하다는 것이다. 또, 캐시로만 살 수 있는 외관이 화려하고 더 좋은 성능의 건물 등이 있다는 것이다.



< 그림 24 > My City(상)와 심시티(하)³⁹⁾

아이러브커피와 쿠키샵의 비교

아이러브커피는 카페를 운영하는 목적의 시뮬레이션 게임이다. 원두 등의 재료를 사서 볶고, 그 원두를 소비하며 커피를 만들어 손님에게 팔면서 카페에 필요한 자재 및 기기들을 구입하며 인테리어를 바꾸어 나간다. PC판 CD로 발매된 쿠키샵도 비슷한 구조를 가진 게임이다. 두 게임의 차이는 앞서 와라 편의점과 편의점 게임의 차이와 유사하다. 소셜 게임인 아이러브커피는 게임의 진행에 도움이 되는 활동을 서로이웃(소셜 게임 친구)간에 주고받을 수 있으며, 게임을 설치 및 이용하는 데에는 비용이 발생하지 않지만 게임머니 외에 캐시가 존재하는 IAP(앱 내 결제) 시스템을 취하고 있다는 점이다.

39) 이미지 출처 : <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=wlsdn0421&logNo=40187504275>



<그림 25> 아이러브커피(상)와 쿠키샵(하)⁴⁰⁾

캔디크러시 사가와 Zookeeper, Zookeeper 배틀의 비교

캔디 크러시 사가는 Zookeeper와 비슷한 방식이다. 가로, 세로로 늘어선 아이콘을 선택해 앞, 뒤, 좌, 우 한 방향으로 드래그 해서 3개 이상의 같은 그림을 가로 혹은 세로, 십자, 기억자 등으로 맞추어 없애며 점수를 얻는 방식이다.

40) 이미지 출처 : <http://blog.daum.net/xdrtr6456ss/12>



<그림 26> 캔디 크러시 사가(좌)와 Zookeeper(우)⁴¹⁾

Zookeeper PC판은 이용가 일정한 시간 내에 정해진 점수 도달, 특정 동물의 일정량 제거 등의 특정 목표를 도달하면 다음 스테이지로 넘어가는 형식으로 단계가 지날수록 동물의 종류가 많아지고 시간도 적게 주어지는 등 난이도가 어려워진다. 그렇게 주어진 시간이 끝나면 그동안 맞춘 점수의 합산이 나온다. 이용자는 내키는 대로 얼마든지 재도전 할 수 있다. 그러나 캔디크러시 사가는 5개의 하트가 주어지며 한 스테이지당 하트 한 개를 소모하여 게임을 진행할 수 있다. 시간의 제약은 없으나 주어진 목표를 채우지 못하면 스테이지를 실패하게 된다. 단, 스테이지를 클리어하면 하트를 소모하지 않는다. 하트가 전부 소진되면 1개가 다시 충전되는데 30분이 걸리며, 소셜 친구가 하루에 한 번 하트를 보내줄 수 있다. 혹은 몇 명 이상의 SNS 친구에게 캔디크러시 사가를 권유하는 메시지를 보내는 것으로 특정 시간동안 제한없이 이용할 수 있다. 혹은, 캐시로 하트를 회복하거나, 게임 진행에 유리한 아이템을 구매할 수 있다. 또 스테이지를 클릭하면 그 스테이지를 클리어한 친구의 점수 순위를 볼 수 있게 해 이용자간의 경쟁심리를 부추기는 구조로 되어있다. 또 디바이스 플랫폼 특성 상, PC인 Zookeeper는 마우스를 이용해 클릭 앤드래그 형식의 플레이 방식이지만, 캔디 크러시 사가는 스마트폰, 혹은 스마트 태블릿 PC의 특성 상 터치 앤드래그 방식으로 되어있다.

41) 이미지 출처 : http://jayisgames.com/archives/2007/04/zoo_keeper_quest.php

Zookeeper 배틀은 PC판 싱글콘텐츠인 Zookeeper를 네트워크를 통해 다른 이용자와 1:1 매치를 벌일 수 있도록 리메이크한 콘텐츠이다. 스마트폰 어플로 제작되었으며 터치 앤 드래그 방식으로 되어있다. CP라는 포인트가 있으며 이 포인트를 소비해 대결할 수 있다. 동물 종류에 따라 공격 포인트와 방어포인트가 있으며 동물들을 맞춘 만큼 포인트가 증가해 일정 시간동안 얻은 경험치를 두고 서로 공격을 하며 방어포인트로 상대방의 공격포인트를 상쇄하다가 방어포인트가 다 소진된 순간부터 정해진 체력이 깎여나간다. CP를 회복하거나 좀 더 공격력, 방어력이 센 동물 캐릭터나 배경 아이템을 뽑는 등에 캐시를 사용할 수 있게 되어있다.



<그림 27> Zookeeper 배틀⁴²⁾

쿠키런과 윙또의 비교

쿠키런은 횡스크롤 런 게임의 일종으로, 과거 PC 온라인에서 서비스했던 윙또와 비슷한 게임이다. 쿠키런은 기본적으로 바닥에서 달리다가 점프와 2단점프, 숙이기를 통해 장애물을 피하며 아이템을 먹는 런 게임이라면, 윙또는 날아다니며 위 아래로 장애물을 피하며 아이템을 먹는 런 게임이다. 쿠키런의

42) 이미지 출처 : <https://itunes.apple.com/kr/app/zookeeper-battle/id548270497?mt=8>

경우, 스마트폰을 디바이스 플랫폼으로, 가로로 눕힌 스마트폰의 양 쪽 귀퉁이를 손가락으로 터치해 몸을 숙이거나 점프를 할 수 있다. 캐릭터는 출발시부터 늘 멈추지 않고 달리며, 장애물에 부딪혀 체력을 전부 소진하거나 구멍에 빠지면 게임이 끝난다. 게임이 한 판 끝나면 달린 거리와 획득한 젤리 등의 점수를 합산해 총 스코어가 나오며 이 스코어를 통해 같은 게임을 즐기는 소셜친구들간의 순위가 게임 시작하기 전 로비화면의 타임라인에 기록된다.

반면 뽕또는 온라인 멀티플레이 게임으로 최대 4명이 같이 경주하는 게임이다. 서로 공격을 하거나 방어하는 등의 간섭도 가능하며 부딪히거나 공격을 받아 캐릭터가 체력을 전부 소진하고 유령상태가 되면 다른 캐릭터에게 다가가 들러붙어 다시 살아날 수 있다. 4명이 전부 체력을 소진하면 게임이 끝나고 각 플레이어는 주행한 거리에 비례한 경험치를 얻는다. 쿠키런은 한 판 플레이 하는데 하트를 한 개 소진해서 게임을 하고, 전부 소진했을 시 시간이 지나 하트가 회복되는 것을 기다리거나 친구에게 받거나 캐시를 이용해 회복시킬 수 있다. 반면 뽕또는 횃수의 제한 없이 게임을 할 수 있었다.

뽕또는 모바일 어플리케이션으로 리메이크 되어서 카카오톡을 소셜 플랫폼으로 하는 뽕또 for kakao라는 이름으로 현재 서비스하고 있다. 5개의 날개를 하나씩 소진해 한 판의 게임을 하는 시스템으로, 다인 멀티 플레이 PC 온라인 버전과는 다르게 싱글 플레이 게임 형식으로 바뀌었다.

위와 같이 연구 대상으로 선정했던 소셜 네트워크 게임들과 각 게임들과 컨셉 및 게임 시스템이 유사한 스마트 빅뱅 이전의 게임을 선정해서 비교해 본 결과, 소셜네트워크 게임들은 싱글 콘텐츠 형 게임, 혹은 온라인 게임에 비해 이용자들의 게임 이용 시간에 제약을 두고 있었다. 하트, 날개 등의 횃수 제한을 두고 같은 게임을 하는 소셜 친구에게 도움을 요청하거나, 일부 게임의 경우 같은 게임을 하지 않는 소셜 친구에게 게임 초대를 하는 행동을 통해 하트 등을 받을 수 있도록 되어있다. 그것은 하트의 형태를 하고 있지 않은 아이러브커피 같은 게임에서도 커피콩이라는 형태로 나타나고 있으며, 이용자가 커피콩을 얻기 위해 콩을 볶고 있는 시간 동안 커피콩을 전부 소진해 게임 내의 활동에 제약을 느낀다면, 소셜 친구에게 도움을 주고 커피콩을 얻거나

친구가 방문해 커피 쿵을 볶는 시간을 단축시켜 주는 등의 형태로 도움을 주고 받고 있었다. 또, 쿠키런, 윈드러너 등의 런 게임처럼 이용자의 재량에 따라, 캐릭터의 성장 정도에 따라 한 판의 게임 시간이 달라지는 게임이 있으면, 애니팡, 포코팡, 캔디팡과 같이 정해진 시간동안 누가 더 높은 점수를 내는가로 경쟁하는 게임이 있다. 또 캔디 크러시 사가, 애니팡2, 퍼즐버블for kakao와 같이 스테이지가 나뉘어 있어 각 스테이지를 하는데 하트와 같은 행동 아이템을 소진하게 되어있는 게임도 있다. 이런 비교를 통해 소셜 네트워크 게임들은 대부분 싱글 플레이어의 형태를 띄며, 게임을 이용하는 횟수나 행동량이 제한되어 있고, My City, 아이러브커피, 와라편의점과 같은 타이쿤, 경영 시뮬레이션 류의 게임들을 제외하면 게임을 이용하는 단위가 ‘한 판’으로 나뉘게 되어있음을 알 수 있었다. 또, 그 한 판의 게임에서 얻는 점수를 서로 비교하며 경쟁을 유도하고 있음을 알 수 있다.



<그림 28> 스테이지 형식의 게임의 스코어 비교 인터페이스



<그림 29> 런 게임 SNG의 스코어 비교 인터페이스

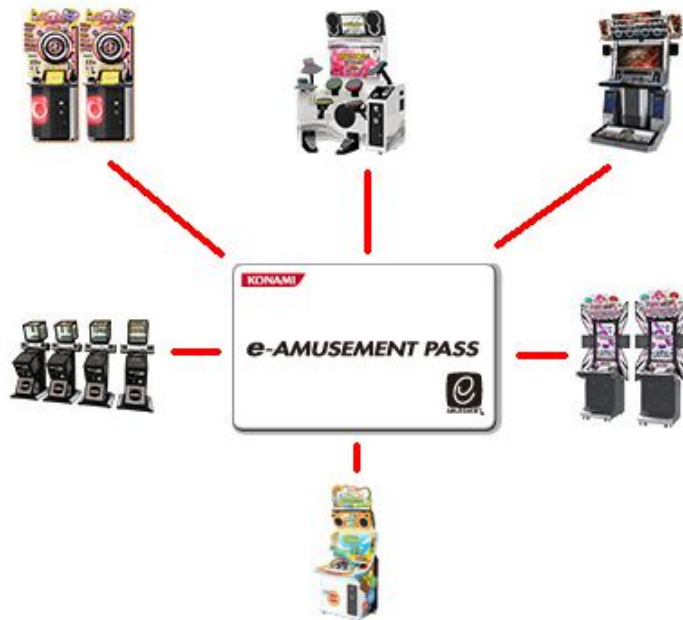


<그림 30> 한 판당 시간이 정해진 게임의 스코어 비교 인터페이스

3.3 플랫폼의 네트워크 기능을 토대로 한 시도

스마트 빅뱅과 소셜네트워크 게임의 등장 이전에도 콘솔과 아케이드 등 다른 디바이스 플랫폼에서도 조그만 변화는 나타나고 있었다. PC 플랫폼에서는 인터넷을 통해 웹게임, 온라인 게임, MOG 등의 게임이 등장했고, 콘솔 단말에서도 네트워크 플레이를 지원하기 시작했다. 아케이드 게임에서도 네트워크 기능이 생기면서 다른 지역의 이용자와 겨루기도 하고, 자신의 스코어 등의 정보를 저장할 수 있게 되었다. 물론 피쳐폰에서도 코스트의 부담은 있어도 네트워크 이용은 가능했기에 네트워크 대전 같은, 싱글콘텐츠 게임에 일부 멀티 플레이 기능이 결합된 형태의 게임도 있었다.

아케이드 게임에 네트워크 기능을 넣은 시도로는, 철권 시리즈의 일부, BEMANI 리듬게임인 jubeat, 사운드 볼텍스, 리플렉 비트 등과 DJ MAX 등이 있다. 대개 구매한 전용 카드를 인터넷 홈페이지에 가입하고 계정에 카드 일련번호를 입력해 등록시킨 후 아케이드 기기에서 플레이 할 때마다 카드를 터치 기판에 터치, 혹은 주입구에 삽입하고 게임을 플레이 하는 것으로 자신의 전적 등의 기록을 보존하거나 캐릭터 외형의 변화, 새로운 악곡의 해금 등의 추가 콘텐츠를 즐길 수 있다.



<그림 31> 카드를 이용해 데이터를 보존하는 형식의 아케이드 게임들⁴³⁾

태고의 달인 시리즈 역시 코나미의 BEMANI계열 리듬 게임 중 하나이다. 태고의 달인 시리즈 중 일부는 게임 플레이 후 QR코드를 이용해 스마트폰을 통해 데이터를 전송할 수 있게 되어있다.

콘솔 게임의 경우 PlayStation Network 나 Xbox Live 등의 네트워크 플레이 이전에 PSP는 애드혹 모드로 근거리 내 무선 통신이 가능하고, 몇 개의 타이틀은 셰어링을 통해 같은 게임을 가지고 있지 않아도 근거리 무선 통신으로 한 사람이 가진 게임을 그 게임을 가지고 있지 않은 다른 사람도 한시적으로 같이 즐길 수 있었다. 닌텐도의 NDS, 3DS는 와이파이 통신과 적외선 통신으로 멀티 플레이를 지원한다.

3.4 크로스 플랫폼 사례와 발전 가능성

대부분의 사람들은 크로스 플랫폼 게임이라는 단어에서 일반적으로 디바이스 기준의 크로스 플랫폼 게임을 떠올린다. 콘솔과 PC 모바일 등에서 하나의 게임 콘텐츠를 실행해 저장하고 이어하기가 가능한 것을 생각한다. 앞서 언급했듯이 현재 콘솔간의 크로스 플랫폼이나 콘솔과 PC, 콘솔과 모바일 크로스 플랫폼은 소극적으로 이루어지고 있다. Portal 2와 같이 크로스 멀티 플레이에 국한되거나 FIFA14와 같이 얼티메이트 팀이라는 일부 모드에서만 같은 제조사의 차세대 이월이 가능한 정도에 그치고 있다. 또 콘솔과 모바일의 크로스 플랫폼은 각 콘솔 제조사에서 휴대용 콘솔을 개발해 판매하고 있기 때문에 적극적 시도는 이루어지기 힘들 것으로 보인다.

모바일 OS를 기준으로 하는 크로스 플랫폼은 유니티라는 개발도구의 등장으로 최근 개발되는 거의 모든 스마트폰 게임 어플리케이션이 Android와 iOS의 어플리케이션 마켓에서 제공되고, 싱글 콘텐츠 게임을 제외한 네트워크 멀티 플레이(모바일 온라인) 게임, 소셜네트워크 서비스 상에서 제공되는 게임(SNG) 등은 OS에 관계없이 멀티플레이가 가능하며 다른 OS의 단말에서 같은 앱을 실행시키고 계정을 입력하는 것을 통해 '이어하기'가 가능한 게임

43) 이미지 재가공. 출처: <http://www.konami.jp/>
http://www.konami-korea.kr/ea_pass/faq/faq01.html

들이 대다수이다.

소셜 네트워크를 기준으로 하는 크로스 플랫폼의 사례는 아직 나타나고 있지 않는다. 소셜 네트워크 플랫폼 사업자들이 자신들의 재산이나 마찬가지로 이용자 정보를 상대 사업자들에게 오픈하기는 쉽지 않을 것으로 보인다. 예를 들면 ‘포코팡’의 경우 카카오톡 버전의 어플리케이션과 라인 버전의 어플리케이션이 따로 존재한다. 각 콘텐츠의 내용은 업데이트 순서 등에서만 미묘한 차이가 있을 뿐 동일하다. 하지만 두 버전의 연동은 시도되고 있지 않다. 단 일부 게임들은 소셜 네트워크 플랫폼에 국한되지 않고 게임 안에서의 친구찾기 기능을 통해 소셜친구와 랜덤친구를 추가해 게임 이용에 도움을 주고받기도 한다.



<그림 32> 쉽팜의 추천친구 찾기

IV. 연구 결과

4.1 SNG의 한계와 발전방향

아케이드 게임이었던 퍼즐 버블은 많은 리메이크가 이루어졌고, 퍼즐 버블 온라인을 거쳐 지금은 퍼즐버블 for kakao로 소셜 네트워크 게임화 되었다. 과거에 인기를 얻었던 게임 콘텐츠들을 재가공해 소셜 네트워크 게임으로 리메이크 한 일례로, 이전의 싱글콘텐츠형 멀티 플랫폼 게임은 친구와 게임을 하려면 내가 가진 타이틀을 빌려주던지, 아니면 같은 타이틀을 가진 사람과 친구가 되던지 하는 방법으로 접근하는 수밖에 없었다. 그리고 격투 대전이나 네트워크 멀티플레이 게임이 아닌 한 게임을 하고 있는 동안에 옆에서 혼수를 두거나 하는 개입 외에는 개입의 여지가 없었다. 하지만 소셜네트워크 게임이 등장하면서 친구가 바로 옆에 있거나 접속해 있지 않더라도 아이템을 보내주거나 도움을 요청할 수 있게 되었다. 또, 친구에게 자신이 하고 있는 게임을 추천할 수 있고 그 추천 받은 게임을 받는 것에 거의 비용이 들어가지 않게 되었다. 대신 언제까지고 하고 싶은 만큼 게임을 플레이 하던 것에서 정해진 횟수만큼만 게임을 해야 하고 더 하고 싶을 때 추가 금액을 내거나 친구에게 도움을 요청해야만 하게 되었다. 그리고 이용자는 다른 것을 하고 있는 시간에 갑작스런 알림을 통해 게임에 접속해주기를 종용당한다. 혹은 자신이 게임을 원활히 진행하기 위해 종용하기도 한다. 일례로 카카오톡을 소셜 네트워크 서비스 플랫폼으로 하는 일명 ‘카톡 게임’ 이용자들은 이용하고 있는 카톡 게임의 친구 초대 보상을 위해 자신들의 카카오톡 친구들에게 초대 메시지를 보내다가 빈축을 사기도 하고, 공기계를 구매 카카오톡에 실제로 이용하지는 않지만 초대를 받을 수 있는 소위 ‘유령 아이디’를 만들어 공유하기도 했다. 이런 현상이 심화되고 개발자의 입장에서 SNG의 장점인 ‘친구 초대’를 통한 게임 홍보 효과가 무의미하게 되자 카카오톡에서는 ‘유령 아이디’들을 보이는 족족 막게 되었고, 유령 아이디를 이용하던 이용자들은 이제 얼굴도 모르는 다른 이용자와 아이디를 교환해 서로 게임 메시지만 주고받는 식의 교류를 시도하고 있는 모습이 보인다.

SNG는 플레이 횟수에 제한을 두고 그 회수가 충전되는 데에 걸리는 시간을 설정하다보니 한 판 플레이 하는 시간을 길게 설정하지 않는다. 따라서 이용자는 상대적으로 깊게 몰입하지 못하고 킬링타임용으로 게임을 주로 이용하게 된다. 이런 특징 때문에 헤비유저, 매니아층 이용자는 만족하지 못하고 콘텐츠의 소모가 빠른 편이다. 따라서 이러한 딜레마를 어떻게 극복해 갈 것인가가 앞으로의 소셜 플랫폼 게임의 과제라고 볼 수 있다.

4.2 초기 과도기의 멀티, 크로스 플랫폼화 시도 분석을 통한 크로스 플랫폼 게임 발전 방향

아케이드 게임은 같은 오락실에 있는 사람과 대결하거나 협력하는 플레이가 가능했으나, 네트워크 기술이 도입되면서 다른 오락실에 있는 사람들과도 대결 및 협력 플레이가 가능하게 되었다. 코나미사의 jubeat도 그 한 예이다. 네트워크 기술이 도입되면서 전용 카드를 구입해 정보를 보존 및 갱신이 가능하게 되었으며, 인터넷 사이트와 연동해 추가 콘텐츠를 즐길수도 있게 되었다. 또 jubeat의 경우 아이패드용 어플리케이션인 jubeat plus가 있어 jubeat에 수록된 같은 악곡을 구매해서 아이패드로도 즐길 수 있다. 하지만 아케이드 버전의 16개 패널을 손으로 누르는 느낌을 아이패드로는 아직 구현할 수 없고, 그런 이유에서 아케이드 이용자와 아이패드 이용자가 멀티 플레이 대결을 할 수 있도록 개발하기는 어려울 것이다. 같은 코나미의 리듬 액션 게임으로 PS, PS2 용으로 발매되던 파퓰뮤직, 키보드 헤븐의 아케이드 기판과 비슷한 전용 컨트롤러를 판매했는데 이런 시도를 좀 더 발전 시켜서 콘솔, PC, 모바일 단말에 연동되는 컨트롤러를 개발하는 것도 하나의 발전 방법이라고 볼 수 있다.



<그림 33> 파퓰뮤직 아케이드(좌)⁴⁴⁾와 콘솔 전용 컨트롤러(우)⁴⁵⁾

현재 Portal2와 FIFA14, 삼국지를 품다 등의 게임에서 알 수 있듯이 콘솔과 콘솔, PC와 콘솔, PC와 모바일 등의 크로스 플랫폼화가 시도되고 있다. PC와 모바일 단말의 크로스 플랫폼에는 데이터 연동을 위한 네트워크 이용이 불가결하고, 키보드와 마우스 입력과 터치 기반의 입력의 차이에 따른 조작의 상이함이 따른다. 앞서 언급했듯이 각 플랫폼에서 사용할 수 있는 전용 컨트롤러를 개발하는 것도 하나의 방법일 수 있지만, 모바일의 경우 이동 중에 잠시 가볍게 이용하는 이용자들에게는 컨트롤러와 같은 외부 장치의 연결이 부담이 될 수 있다. 이에 제시할 수 있는 또 하나의 방법은 과거 플레이스테이션용 타이틀이었던 파이널 판타지8의 포켓플레이션 연동 사례와 같이 전체 게임 콘텐츠의 일부 미니게임 등을 각 플랫폼에 분담시키는 것이다. 플레이스테이션의 외부장치였던 포켓플레이션은 플레이스테이션 메모리카드에 조그만 액정과 조작버튼이 달린 기계로, 게임 이용에 필요한 필수요소는 아니었지만

44) 이미지 출처 : (좌)

http://xn--o79ay2w0xk1zje1b.kr/html/sub02_01_view.php?part1_idx=&part2_idx=&page=08&id_x=184&goods_data=aWR4PTE4NCZzdGFydD0xNTImbGlzdE5vPSZ0YWJsZT0mcGFydF9pZHg9NiZzZWZyY2hfaXRlbT0=%7C%7C&PHPSESSID=2a0554fd88c2b412cc9fcad3f431d9ac

45) 이미지 출처 : (우)

<http://www.gamebaz.com/?a=i&i=662>

이용자가 선택적 구매를 통해 포켓스테이션을 지원하는 특정 게임들의 전용 미니게임을 즐길 수 있었고, 포켓스테이션을 통해 얻은 결과를 다시 플레이스테이션에 불러와 특별한 보상을 받거나, 게임 이용에 도움을 받을 수 있었다.



<그림 34> SONY의 PoketStation⁴⁶⁾

스마트폰은 다른 디바이스에 비해 터치 조작과 이동 및 휴대의 편의성이라는 특징과 맞물려 비교적 조작이 쉽고, 콘텐츠들도 대체로 게임 한 판의 시간이 짧게 구성되어 있다. 따라서 매니아층 게임 이용자들은 킬링타임용으로 즐기거나 깊게 몰입하여 즐기더라도 금방 질리는 등의 빠른 콘텐츠 소모 현상을 보이고 있다.

게임 콘텐츠는 점점 다양화+복합화 되고 있는 추세이다. 전투를 통한 레벨업이 위주였던 RPG 게임은 채집, 제조, 강화 등의 비전투 행동요소를 포함하게 되었고, 스마트폰으로 출시되는 게임들은 비행+카드, 퍼즐+카드, 전투+카드, 경영 타이쿤+카드 등의 복수의 장르가 결합되는 모습을 보이고 있다. 하나의 콘텐츠에서 전투의 요소는 상대적으로 더 조작에 몰입을 줄 수 있는 콘솔, PC, 아케이드의 플랫폼에서 이용할 수 있게 만들고, 기타 생산 및 채집, 거래 등의 활동을 모바일 단말에서도 이용할 수 있도록 하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다. 단, 게임 이용의 필수적인 요소들을 분산시키는 것에는 신중을 기할 필요가 있다. 과거 포켓 스테이션의 콘텐츠가 선택적 구매자들이 받을 수 있는 미니 게임에 의한 보상에 국한되었던 것과 같이 PC와 모바일

46) 이미지 출처 : <http://ko.wikipedia.org/wiki/포켓스테이션>

의 보급율과 콘솔의 보급율의 차이를 염두에 두어야 할 것이다. 아케이드 게임과의 크로스 플랫폼을 염두에 둔다면, 아케이드 플랫폼 이용에 따른 특별 보상으로 PC, 모바일 외의 이용자의 이용 범위의 확산을 꾀할 수 있을 것으로 보인다. 반면, 콘솔 플랫폼의 경우 콘솔 플랫폼을 이용하는 것과 이용하지 않는 것에 대한 차이가 심하면 각 플랫폼 이용자층간의 격차가 발생하고, 콘솔 비사용자 계층이 박탈감을 느낄 수 있다.

V. 결 론

본 논문에서는 게임의 플랫폼에 대해 각 디바이스, 모바일 OS, 소셜 네트워크, 대응 기종이라는 기준으로 분류해 구분해보았다. 게임 플랫폼은 기술 혁신에 의해 아케이드, 콘솔, PC, 모바일 등으로 발전했고 인터넷과 네트워크 기술이 도입되면서 각 디바이스 플랫폼에서 ‘아케이드- 온라인 매칭/카드 서비스’, ‘콘솔- 애드혹/엣갈림 통신’등의 다양한 시도가 이루어졌고 PC 게임은 CD 등을 매개로 한 싱글 콘텐츠 게임에서 온라인 게임이라는 새로운 유형의 게임이 등장하게 되었다. 모바일용 게임들도 초기에는 콘텐츠 자체에 비용을 지불하고 삭제하거나 휴대폰을 바꾸기 전까지 영구 소유하는 싱글 콘텐츠형의 게임에서 소위 스마트 빅뱅이라 불리는 3세대 스마트폰이 등장하면서 네트워크 기술의 발전 및 코스트 다운과 더불어 무선 네트워크를 이용하는 게임 어플리케이션이 등장했다. 또, 스마트 모바일 단말의 보급과 더불어 SNS를 이용하는 이용자들이 증가하면서 모바일 게임들은 SNS플랫폼과 결합한 SNG가 등장하기 시작했다. 그와 더불어 기존의 싱글 콘텐츠 게임들의 비즈니스 모델(콘텐츠 구입시 비용이 발생하는 유형)도 차츰 낮은 가격, 혹은 무료로 제공되는 게임 콘텐츠 내의 결제 방식(IAP)로 바뀌어가고 있는 추세이다.

이렇게 새로 등장한 유형의 SNG는 스마트 빅뱅, 네트워크 기술 발전 이전의 게임들과 비슷한 컨셉, 구조를 취하고 있기에 해당하는 각 게임들을 비교 분석해 본 결과, 컨셉과 게임의 시스템 및 구조는 비슷하지만 소셜 네트워크 서비스 플랫폼을 활용하게 되면서 이용자들이 게임을 이용하는 시간에 제한이 생겨나고 그 제한을 통해 이용자 간의 교류와 경쟁의 심화 및 앱 내 결제 유도가 이루어지는 것을 알 수 있었다. 이런 비즈니스 모델과 이용자들의 이용방식의 변화 및 디바이스 플랫폼의 성능의 차이로 인해 콘솔, 혹은 PC 온라인 게임들과 SNG는 콘텐츠의 양과 깊이에서 차이를 보일 수밖에 없다. SNG는 소위 말하는 ‘캐주얼 게임’류의 게임들이 주를 이루고 있으며 플레이 횟수에 제한을 두고 있기에 이용자는 상대적으로 깊게 몰입하지 못하고 킬링

타임용으로 게임을 주로 이용하게 된다. 이런 특징 때문에 헤비유저, 매니아층 이용자는 만족 하지 못하고 콘텐츠의 소모가 빠른 편이다. 따라서 이러한 딜레마를 어떻게 극복해 갈 것인가가 앞으로의 소셜 플랫폼 게임의 과제라고 볼 수 있다.

또, SNG의 특징 중 하나인 친구 초대는, 초기 소셜 네트워크 게임을 상징하는 대표적인 성공 케이스였던 애니팡도 무분별한 하트 보내기 알람으로 인해 문제가 제기되고 알람을 끌 수 있는 기능이 추가되었던 것과 같이 이용자들이 소셜 친구에게 원치 않는 메시지를 보내게 되는 구조적 한계를 해소할 방안이 마련되어야 할 것으로 보인다.

콘솔과 PC, 콘솔과 콘솔, 모바일과 PC, 소셜 플랫폼과 소셜 플랫폼의 크로스 플랫폼 게임의 사례로 Portal2 CO-OP, FIFA14 얼티메이트 팀 모드, SEC의 Cross Platform Feature, 삼국지를 품다, 캔디 크러시 사가 등을 비교 분석해 본 결과 콘솔과 PC의 크로스 플랫폼은 디바이스의 성능 차이, 가격 정책 차이 등을 극복하는 것이 과제가 될 것으로 보인다. 콘솔과 콘솔의 크로스 플랫폼 역시 기종간 성능 차이와 더불어 시장 지분과 이익을 두고 경쟁, 대립관계에 있는 각 콘솔 개발, 유통사의 협력관계 구축이 과제가 될 것이다. 이와 비슷하게 소셜 네트워크 서비스 플랫폼 간의 크로스 플랫폼에도 각 플랫폼 이용자 점유율을 두고 경쟁하고 있는 소셜 네트워크 플랫폼 사업자들간의 협력관계 구축이 과제가 될 것이다.

크로스 플랫폼 게임 개발의 난제인 각 플랫폼의 조작 방식의 차이에 대한 해소 방법으로 과거 아케이드-콘솔의 멀티 플랫폼 게임으로 발매되었던 몇 리듬게임의 전용 컨트롤러의 예시를 통해 크로스 플랫폼 게임의 전용 통합 컨트롤러의 개발을 제시해 보았다. 각 플랫폼에서 이용 가능한 하나의 컨트롤러의 개발, 혹은 각 플랫폼에서 동일한 구조와 조작방식의 컨트롤러를 개발하는 것으로 기종간 조작 차이로 인한 게임 이용의 불평등을 해소할 수 있을 것으로 예상해보았다. 단, 모바일 이용자층에게 있어 외부 컨트롤러의 연결 및 사용은 모바일 디바이스가 가진 휴대성의 장점을 해칠 수 있다는 문제점이 있다.

또 다른 방법으로 Sony의 포켓스테이션의 예시를 통해 콘텐츠에서 일부 기

능을 각 플랫폼으로 분산시키는 방식을 제시해 보았다. 각 플랫폼 간의 특성에 따라 전투 및 액션 등은 상대적으로 화면이 크고 세분화 된 조작이 가능한 콘솔, PC 등의 플랫폼에서 이용하도록 하고, 채집, 제조, 강화, 거래 등의 기능을 모바일, 아케이드 등으로 분산시키는 방식이다. 단 게임 이용에서 필수적인 요소는 각 플랫폼에서 이용에 불편함이 없어야 하며, 특정 플랫폼 이용자층에 불이익이 생기지 않도록 하는 것이 중요하다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 송용진. (2012). 『이제는 게임 크로스 플랫폼 시대』. 서울: 대한 무역투자 진흥공사.
- 권오태. (2011). 『멀티 플랫폼 게임의 동향과 전망』. 서울: 한국 콘텐츠 진흥원.
- 최성욱, 박요한. (2011). 『징가(Zynga) 사례를 통해 본 양면시장에서의 플랫폼 활용의 전략적 시사점 고찰』. 서울 : 한국 컴퓨터게임 학회.
- 김윤경. (2011). 『국내 소셜 게임 시장 전망』. 서울: 한국 컴퓨터 게임 학회.
- 김태열, 경병표, 유석호, 이완복. (2012). 『온라인 게임의 SNOG로의 발전 방향』. 공주: 공주대학교 게임디자인학과.
- 최성욱, 김한기, 오덕신, 김한울, 최민석. (2012). 『소셜 네트워크 게임 시장의 변화를 통해 살펴본 5세대 게임 제작 및 서비스에 관한 고찰』. 서울: 한국 컴퓨터게임 학회.
- 박근서. (2005). 『컴퓨터 게임의 역사와 게임 패러다임의 전환』. 대구: 카톨릭대학교.
- 이상윤, 김문용, 한승돈, 안재현. (2008). 『모바일 게임의 시장 성공 요소: 게임 장르별 차이와 출시 후 시간 경과에 따른 변화』. 서울: 한국 경영정보 학회.
- 이기훈. (2011). 『게임 산업의 전망 및 최근 동향』. 경기도 과천: 정보통신정책 연구원.
- 송은지. (2011). 『인터넷 & 시큐리티 11월호』. 서울: 한국 인터넷 진흥원.
- 김현철, 허설, 최준호. (2012). 『스마트폰 소셜 네트워크 게임의 지속 사용의도 영향 요인: 가치모형을 중심으로』. 서울: 연세대학교.

- 홍유진. (2011). 『소셜 네트워크 게임(SNG) 현황 및 전망』. 포항: 테크노 경영연구정보센터.
- 한혜원, 심세라. (2010). 『소셜 게임의 사용자 특성 분석』. 대전: 한국 콘텐츠 학회.
- 김미진, 김영실. (2011). 『소셜 네트워크 게임 사용자의 동기-행동구조 분석』. 청주: 한국 엔터테인먼트산업 학회.
- 남현우. (2011). 『소셜 네트워크 게임의 성공 조건 분석과 경쟁력 강화 방안 에 대한 연구』. 서울: 한국 컴퓨터게임학회.
- 김영찬. (2011). 『소셜네트워크게임 시장의 성장트렌드 분석』. 서울: 한국 정보 과학회.
- 노준석, 유은영, 김명준, 차수정, 김현희, 안창현. (2012). 『2012 게임 이용자 조사 보고서』. 서울: 한국 콘텐츠 진흥원.
- 김은정, 원혜진, 김원제. (2013). 『2013년 콘텐츠산업 전망 1편-종합편 : 2013년 콘텐츠산업 국내 10대 전망 및 해외 5대 전망』. 서울: 한국 콘텐츠 진흥원.
- 황석원, 장병열, 김성원, 정의영, 이자영, 고명주. (2011). 『과학기술혁신기반 모바일 생태계 발전 전략』. 서울: 과학기술정책연구원.

2. 국외문헌

一般社団法人ソーシャルゲーム協会(2013). ソーシャルゲームプラットフォーム運営体制に関する基準.

大北健一(2007). 家庭用テレビゲームソフトのプラットフォーム選択行動の分析.

平野敦志カール(2000), プラットフォーム戦略の本質. 「IT批評1号特集：プラットフォームへの意思」.

3. 인터넷 사이트

한국 경제 매거진

http://magazine.hankyung.com/business/apps/news?popup=0&nid=01&nkey=2013070300918000061&mode=sub_view

게임 메카

<http://www.gamemeca.com/feature/view.php?gid=125138>

CiNii Articles

<http://ci.nii.ac.jp/en?TZ=20080505071125379>

위키피디아 일본/ 한국

<http://ja.wikipedia.org/>

<http://ko.wikipedia.org/>

하나 N 스마트. 하나은행 블로그

<http://blog.hanabank.com/274>

ゲーム業界.com

www.gamegyokai.com/dictionary/multi.htm

BINARY IT 用語辞典

<http://www.sophia-it.com/>

GigaZine

http://gigazine.net/news/20080917_xbox_limit/

Cyber Intelligence

<http://cyber-intelligence.jp/>

Sony Computer Entertainment 홈페이지

<http://www.sony.co.jp/>

일본 경제 신문

<http://www.nikkei.com/article/DGXZZO44369640R30C12A7000000/>

Dark Legends 공식 사이트

<http://www.darklegends.com/>

EA KOREA 블로그

<http://blog.naver.com/eakrpkg/50176222484>

네이버 게임

<http://game.naver.com/index.nhn>

ガジェット通信

<http://getnews.jp/archives/300114>

ABSTRACT

A Study on Developmental Direction of Multi-platform and Crossed-platform Game – Based on Study of Multi-platform Game of Transition Period build on Case

Hong, Sung Eun

Major in Interactive Entertainment

Dept. of Digital Cultural Technology

& Contents Dept.

The Graduate School Hansung University

On the base of the change in the device, game platform has been developed in order of arcade, console, PC, mobile. Social Network Game emerged by the development of cellphone & wireless network technology and the cost reduction. Through the comparative study of SNG and multi platform game, the similarity between SNG and early multi platform game was discovered come to the conclusion that similarity between SNG and early multi platform game.

For example, as a result of compare between series of Puzzle Bubble, ZooKeeper, and Tetris, the change of one contents purchase model to the way in app purchase and the change of appeared the limit in number of times by the use of two games were could be known.

Now released SNG is almost all casual game the capacity is small and not complex to control, and by the cause of these character it

contributes to inflow of the user has no experience of the play game, and to increase the hierarchy of the game user.

On the other hand, the hierarchy of pre-existing user of mania relatively are not able to deep immersed in the game, and contents are t wasted quickly. And, measures to turn into the system of 'friedns invitation' using SNS clique are needed.

Cross-platform games, without cooperation between each makers and distributors, should be come to an end the passive cross-platform games despite of diversity trial.

Besides, the differences of each equipment's operation method could cause unequal result in multi player games have confrontation structure such as sports, fights, competition, etc. To solve this problem, in each equipment such as exclusive controller, rhythm games launched as a multi-platform games of pre-existing arcae-console, for the use of controller of the same structure could be suggested.