

대체현실게임기반의 게임화 가능성 : 프로야구매니저게임을 중심으로 (Possibility for Gamification based on Alternate Reality Game : Toward Pro-baseball Manager Game)

한상근*, 송승근**

(Sang Geun Han*, Seung Keun Song**)

요약

최근 게임과 무관한 분야에 게임적인 요소를 가미한 게임화 마케팅 기법이 등장하고 현실과 가상의 경계가 허물어지는 대체 현실 게임이 출현하는 등 기존 게임의 범위를 넘어서는 새로운 차원의 게임이 나타나고 있다. 이러한 가능성이 온라인 야구 시뮬레이션 장르의 게임에 도입되고 있다. 본 연구는 최근 인기 있는 프로야구 매니저 게임을 대상으로 3명의 피험자를 통해 GOMS 모형을 구축하는 탐색적 연구이다. 이를 위해 피험자를 대상으로 게임을 플레이한 후에 게임을 통해서 경험한 내용을 녹취하고 녹취된 어휘들을 분석하여 프로야구매니저 게임에 대한 GOMS의 목표(Goal)에 대한 위계적 구조를 개발하였다. 이를 통해 가상과 실제의 경계를 허물고 둘 간의 상호작용으로 대체현실게임의 게임화 가능성을 모색하였다.

■ 중심어 : 대체현실게임 ; 게임화 ; GOMS

Abstract

Currently the gamification as marketing technique has appeared in the field non-related with game, applied to game elements. The alternate reality game pulled down the boundary between the real and the virtual has come out. New trend game has shown beyond the range of the existing game. The possibility has import into online baseball simulation game. The objective of this research is the exploratory approach to build GOMS model through three subjects to the famous pro-baseball manager game. After game playing session, three subjects' utterance with game experience was recorded. We built the goal hierarchy of goal in GOMS to pro-baseball manager game to analyze the vocabulary in three subjects' utterance. We try to find the possibility of gamification in alternate reality game interacting between the real and the virtual, and demolishing them.

■ keywords : Alternate Reality Game ; Gamification ; GOMS(Goal Operator Method, Selection Rule)

I. 서 론

최근 스마트폰의 보급과 이용이 급격히 증가하면서 지하철이나 버스와 같은 대중교통을 이용 할 때, 누군가를 기다릴 때, 무료했던 시간이 스마트폰의 등장으로 어딘가 몰입하는 잔잔한 즐거운 시간들로 변화하였다. 이는 사람들을 즐겁게 하거나 흥분되게 하지만 룰돌로지스트(Ludologist)학파들이 말하는 게임학(Ludology)에서 의미하는 게임은 아닌 것이다. 그러나 최근 게임이 아닌 것에 게임적인 요소를 가미하여 사람들의 흥미를

유도하는 시도가 많이 등장하고 있다. 이를 게임화(Gamification)라고 하며 마케팅 기법으로까지 발전 하였다. 네덜란드의 역사학자, 요한 호이징가(Johan Huizinga)는 사람을 '호모 루덴스(Homo Ludens)'라고 언급하였다. 호모 루덴스는 놀이하는 인간이라는 뜻을 가지고 있다. 놀이를 하는 인간인 '호모 루덴스'는 놀이의 세계인 게임월드 속으로 들어가 직접적인 체험을 하고 싶어 하는 경향이 많다. 가상 세계와 실재가 이원화 되어 게임을 진행하는 기준의 방식보다는 게임월드에 직접 참여하여 게임을 플레이 할 때 최고의 몰입감과 실재감을 느끼며 게임세계와 게임하는 인간인 호모 루덴스가 하나가 되

* 학생회원, 동서대학교 영상콘텐츠학과

** 정회원, 동서대학교 디지털콘텐츠학부

접수일자 : 2014년 07월 16일

수정일자 : 2014년 12월 16일

제재확정일 : 2014년 12월 18일

교신저자 : 송승근 e-mail : songsks@gdsu.dongseo.ac.kr

는 일체감을 게임 속에서 실현하는 대체현실게임이 최근 주목 받고 있다.

현실에서 다양한 분야의 사람들이 하나의 목적을 위해 주어진 문제를 해결해 나가는 미션을 수행한다. 이를 통해 하나씩 밝혀지는 게임의 세계관과 보상은 참가한 사람들에게 끝없는 관심과 몰입으로 이끈다. 그래서 대체현실게임(Alternate Reality Game)은 신제품 홍보와를 위한 판촉 행사에 많이 활용되어 왔다.

현실에 있는 스포츠를 게임화한 대표적인 사례가 야구시뮬레이션이다. 야구 구단 관리를 게임화 하여 기획된 게임으로서 이러한 장르의 게임은 실제 야구의 룰(Rule)과 데이터(Data)를 기반으로 만들어졌다. 그러나 실제 야구와 다른, 가상공간에서 일어나는 가상현실게임인 것이다. 라이선스를 획득해 실제 선수들의 이름과 데이터를 사용하고, 구단엠블럼도 실제 세계와 같다. 단 몇몇의 라이선스를 획득하지 못한 선수들은 가명이나 새로운 이름으로 나오기도 한다. 이러한 세계에서 유저들은 게임에 정해진 룰을 따르며, 자신만의 구단을 만들어 나간다.

이러한 게임은 현실에서의 야구 시즌이나 경기의 승패를 예상하는데 사용되는 경우가 있다. 높은 확률로 결과가 예측이 가능하다. 그러나 어긋나는 경우도 발생한다. 많은 이유가 있겠지만 이러한 오차들이 줄어들고 이를 대체현실게임에도 적용하게 되면, 가상에서도 현실에서 즐기지 못했던 즐거운 재미를 느낄 수 있게 될 것이다.

본 연구는 온라인 야구 시뮬레이션 게임장로 중 최근 인기 있는 프로야구매니저를 대상으로 GOMS 분석방식을 통해 게임의 인지모형을 파악하는 것을 목적으로 한다.

II. 이론적 배경

1. 게임화

게임화(Gamification)에 대한 정의는 2010년 스마트폰 어플리케이션이 대중화되면서 등장한 신조어로 Gameification으로 구성된 합성어이다. 게임 내에 존재하는 특정 요소인 재미, 경쟁, 임무, 보상 요소 등이 각종 비즈니스 또는 소프트웨어 어플리케이션에 적용해 비즈니스를 강력하게 만드는 마케팅 기법을 의미한다[1]. 이러한 기법은 각 분야의 비전문가들이 접근하기 어려운 전문 분야에 대한 내용을 게임적인 요소를 추가하여 접근성이 용이한 강력한 방법이다. 현대인의 대부분은 한 번씩은 자신이 좋아하는 게임을 플레이 해보았을 것이다. 또한 게임의 요소 중 하나인 임무를 수행하기 위해 시간을 투자해 본 적이 있을 것이다. 이를 통해서 얻은 보상으로 즐거움을 느끼는 사람도 있다. 이러한 심리를 이용해서 딱딱한 분야의 내용도 게임 속 임무를 수행하고 그에 대한 보상을 적절히 설정한다면, 일반 비전문가들도 그 분야에 내용을 이

해하는데 훨씬 수월해 질 것이다.

2. 대체현실게임

대체현실게임(ARG: Alternate Reality Game)은 현실세계와 게임의 경계를 허물어서 사람들의 몰입도를 높이는 기법이다[2]. 이러한 기법은 영화 A.I의 ‘The Beast’로부터 시작되었고 이후 ‘I love Bees’, ‘Last call poker’, ‘Why so serious?’ 등으로 지금까지 발전되어 왔다. 대체현실게임은 오랜 시일에 걸쳐서 현실세계의 많은 플레이어에게 문제를 부여하면, 그 문제가 게임의 임무와 목표가 되어, 그것을 현실세계에서 해결해 나가는 쌍방향적인 게임이다. 물론 그에 따른 보상도 주어지기 때문에 영화 홍보에 많이 사용된다. ‘Why so serious?’는 ‘다크 나이트(Dark Night)’ 홍보용으로 나온 대체현실게임이다. 개봉하기 1년 전부터 준비된 게임이다. 이 게임은 어느 날 발송된 이메일로부터 시작된다. 많은 사람들이 이 메일이 시키는 대로 수행하면 다음 미션이 주어지고 그것을 또 해결해 나가는 것이다. 결국엔 이 게임의 승자는 유명인들이 참가한 ‘다크나이트’ 시사회에 초대된다. 대체현실게임은 주로 소셜 네트워크로 진행되는 경우가 많다. 많은 사람들과 소통하고 참여를 유도하기 위해서이다. 그러나 아직까진 낮선 분야이기 때문에 아직 학술적인 연구가 미흡한 설정이다.

3. 야구 시뮬레이션 게임

본 장르는 글자 그대로 야구를 기반을 만들어진 시뮬레이션 게임이다. 플레이어가 자신만의 구단을 생성하고, 여러 사람들의 구단들이 구성되어 리그를 이루고 그 리그에서 우승하여 더 좋은 구단을 만들어 가는 게임이다. 대부분의 게임은 TCG/CCG(Trading Card Game/Collectible Card Game)으로 카드를 구매해 자신이 원하는 선수나 작전을 모으며 플레이하게 된다. 그러나 구매한 모든 카드들이 임의적 확률로 선택되기 때문에 자신이 원하는 카드를 얻기 위해서 많은 노력을 해야 하는 게임이다. 이러한 게임은 유저들 각자가 여러 가지 목표를 설정할 수 있는데, 이 또한 게임의 임무처럼 정해져 있는 게임들이 있다. 예를 들면 ‘어떤 구단의 선수들을 10명이상 모집하라’ 등의 수집 임무나 ‘어떠한 리그에서 우승하라’ 등의 승리 임무가 주어진다. 현재 국내에는 여러 개의 야구 시뮬레이션 게임이 서비스 되고 있다. 대부분의 게임들의 룰은 비슷하다. 게임상의 규칙은 현실세계와 같으며, 정시에 한 경기가 진행되며, 경기가 끝나면 주어지는 게임화폐를 모아 선수카드나 다른 아이템들을 구매하여 리그에서 4등 안에 들면 승격, 하위 세 팀 혹은 네 팀은 강등을 당한다. 그리하여 가장 최상위 리그에 진입해 우승하는 것이 게임의 궁극적인 목표이다. 게임에 등장하는 선수들은 각 년도마다 능력치가 다르게 설정 되어있다. 각 년도 시즌의 실제 데이터와 선수 성향을 기준으로 수치가 설정 되

어있다. 많은 시간을 플레이 시키다 보면, 결국 그 선수의 실체 기록에 수렴해 간다.

또한 작전이나 팀 방침 같은 요소를 지정하는 콘텐츠가 존재 한다. 이는 플레이어가 자신이 원하는 스타일의 구단을 만드는데 도움이 된다. 공격지향, 수비지향 등 여러 가지 요소들이 있다.

이런 게임은 하루에 약간의 시간만 투자하여 구단을 관리한다면 나머지는 더 이상의 노력을 들이지 않아도 자동으로 정해진 스케줄에 따라 진행되는 게임이다. 이는 라이트 유저들도 간단히 즐길 수 있는 게임이다.

III. 연구방법

1. 연구 대상 및 연구 방법

본 연구는 온라인 야구 시뮬레이션 게임 중 ‘프로야구매니저’를 대상으로 설정하였다. 이 게임은 국내 최초의 국내프로야구 단 운영 시뮬레이션 게임이고, 2010년 출시 이후 야구 시뮬레이션 게임 중 1위를 놓쳐본 적이 없는 인기 게임이다. 출시 된 다른 게임들보다 오래 되었고, 게임 내의 콘텐츠가 가장 풍부하다. 작전 방침, 팀 커리어 등의 여러 요소로 인하여 똑같은 선수로 팀을 구성하여도 결코 똑같은 팀이 될 수 없을 정도로 많은 콘텐츠가 존재하는 게임이다.

또한 작전 카드, 감독 카드 등을 통해 경기의 진행에 변수를 줄 수 있으며, 작전 카드의 경우 서로 상쇄시킬 수 있는 카드들이 존재하기에 이를 통하여 사용할 수 있는 전략도 세워야 자신의 구단이 열세임에도 불구하고 짜릿한 승리를 거둘 수 있는 패감을 맛 볼 수 있을 것이다.

피험자는 본 게임을 플레이 해보았던 동서대학교 게임전공 학부 학생 3명에게 질문해가며 녹취의 형태로 데이터를 수집하였다. 이들의 연령은 20대 초반이고 모두 남자이며, 이 게임을 최소 3개월 이상 플레이 했거나 지금까지 해오던 경험을 갖고 있다. 녹취한 문서를 바탕으로 현실세계의 야구의 매니지먼트를 게임화 해서 만든 가상세계의 게임이 대체현실게임으로 제작될 수 있는지 분석하고, 그 결과 게임이 아닌 다른 분야의 대체현실게임화 시킬 수 있는 가능성을 제시하고자 한다.

2. 분석방법

2.1 분석개요

본 연구는 ‘프로야구매니저’를 구성하는 GOMS모형과 사용되어지는 패턴을 분석하여 그 결과를 도출하였다. GOMS모형을 구성하는 4가지 항목에 관련된 질문들을 구성하여 참가자 3명에게 질문한 답변을 분석하고, 어휘전환, 분절 등을 시행하였다. 또한 신뢰성을 검증하기 위해 답변을 바탕으로 직접 플레이

해보고, 3명의 생각을 분석하여 현실에서의 야구와 비교해 보았다.

현실에서 사용되는 야구의 작전이나 선수마다의 데이터, 팀별로 사용 되는 전술 등을 공통점과 차이점, 그리고 대체현실개념으로 만들어 지기 위하여 필요한 요소 등을 모형화 하였다.

2.2 GOMS 모형

GOMS란 목표(Goals), 조작(Operator), 방법(Methods), 선택적 규칙(Selection rules)로 구성된 과제 수행의 과정이다[3]. 목표란 사용자가 달성하고자 하는 상태이고, 조작은 사용자가 과제를 수행하고자 하는 행위이다. 방법은 조작의 순서이며, 선택규칙은 방법의 선택이 필요할 때 사용되어진다.

GOMS모형을 이용하여 여러 분야의 연구에 사용되어지고 있으며, 기본 틀은 유지하고 있으되 분야에 맞게 변형되고 개선되고 있다. 본 연구를 분석하기 위해 필요한 항목들을 세분화 한 모형을 제시하였고, 그 결과를 도출하였다.

VI. 연구 결과

녹취한 문서, 패턴, 위계적 구조를 기반으로 만들어진 틀을 중심으로 분석한 결과 최종적 GOMS모형은 최종목표(Goals)와 그 하위목표(Sub-goals)로 세분화된다. [그림 1]은 목표의 위계적 구조도를 나타낸다.

야구의 궁극적인 목표는 자신이 속해있는 팀이 승리 하는 것이다. 이를 위해서는 많은 요소들이 필요하다. 훌륭한 선수를 보유하고, 그 선수들의 장단점을 파악하여 팀 전술을 세워야 한다. 또한 나서 상대하게 될 팀의 약점을 공략해야 자신의 팀이 승리 한다. 이는 게임에서도 잘 나타나았다. 좋은 등급의 선수들을 모으고, 그 선수들을 육성하고, 팀의 전술을 세운다. 그 다음 상대방의 선수단을 파악하여 그에 맞는 작전 카드를 사용한다. 이러한 점들은 현실의 룰을 게임화 시켜 잘 이용하였다.

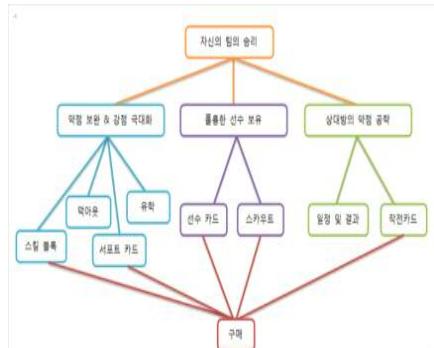


그림 1. 목표의 위계적 구조

1. 작전

작전은 팀의 승패에 많은 영향을 준다. 비슷한 선수들이 모여 있다면, 팀의 작전에 따라 승패가 갈리는 경우가 많다. 작전의 구상은 목표를 달성하기 위한 중요한 요소이다. 그러므로 현실에서도 중요한 요소이다. 그러나 게임에서 작전은 부가적인 요소로 등장한다. 다만 상위랭크로 갈수록 비슷한 선수들이 구성되어있기에 작전의 중요성이 커진다.

작전에는 여러 가지가 있다. 작전카드를 사용하여 한 경기에 일회성으로 사용하는 작전, 팀의 전체적인 성향을 결정하는 덕아웃이다. 일회성으로 사용하는 작전카드의 경우 현실에서 사용되는 작전을 게임화 시켜 나타내었는데, 특수한 이닝에 집중력을 더하거나, 특정 선수에게 기대치를 키운다. 또 상대의 에이스 선수를 약화시키는 작전 등이 있다. 그렇기에 상대구단에 대한 분석을 계울리 하지 않는다면, 작전 구사에 있어 높은 성공률을 가지고 이기는 승리로 연결된다. 하루에 적은 시간을 플레이 하는 플레이어에게 좋은 방법이 된다. 그러나 작전카드를 사용하기 위해서는 카드를 구입해야 하는데, 임의로 선택된다. 그래서 원하는 카드를 얻을 수 없기에 자신이 원하는 카드를 얻을 때까지 게임화폐를 사용해서 카드를 구입한다. 앞서 말했듯이 이러한 것이 적은 보상을 받는 낮은 랭크에서 많이 사용되지 않는 이유이다.

팀의 전체적인 성향을 결정하는 덕 아웃에는 타격방침이나 선수교체, 도루시도 등을 결정하는데 세세하게 정하지는 못하고 단타나 장타, 빠른 교체 또는 주전을 주로 사용 등 큰 틀만 잡는 형태이다. 이를 어려워하는 유저들에게 제공되는 감독이라는 콘텐츠가 있다. 감독들은 각각 자신들이 선호하는 작전방침을 가지고 있으며, 특수한 능력치를 가지고 있다. 예를 들자면, A라는 감독이 있다면, 작전방침을 가지고 3,4,5번의 선수들의 장타력을 1~2정도의 수치만큼 부가 시키는 능력을 가지고 있다. 이 감독들은 현실세계의 프로구단의 감독들이며, 구단의 성향을 잘 파악해 만들었다. 그러나 상황에 맞는 판단을 하는 것은 인공지능이기 때문에 현실과 게임의 차이가 나타난다.

덕 아웃에는 수석코치라는 것이 존재한다. 이는 특정 타순이나 특정 나이 대의 선수들의 컨디션을 상승시키는 역할을 하는 카드이다. 이러한 콘텐츠는 현실에서 구단의 전략을 짜는 것과 비슷하다. 2013년 4월 롯데구단은 하위타선 강화라는 전략을 수립하였다. 이 전략은 게임의 하위타순 강조라는 수석코치와 비슷하다. 하지만 결과는 많이 어긋난다.

표1. 현실에서의 롯데구단의 안타 수

날짜	전체 안타 수	하위타선 안타 수
4월 12일	7	2
4월 13일	12	3
4월 17일	8	2
4월 19일	6	2

4월 21일	10	2
4월 24일	13	4
4월 25일	5	0

표2. 게임에서의 롯데구단 안타 수

경기 번호	전체 안타 수	하위타선 안타 수
제 1 경기	7	4
제 2 경기	10	5
제 3 경기	6	3
제 4 경기	23	11
제 5 경기	17	8
제 6 경기	13	5
제 7 경기	5	2

현실에서는 [표1]에서와 같이 전략의 효과는 거의 미비하였다. 그러나 [표2]에서 나타나듯이 게임에서 효과는 높게 나왔다. 이는 게임에서는 개발자들이 입력한대로 결과치가 나오지만 현실에서는 그렇지 못하다. 현실에서는 단기간에 선수의 타격기술이 성장하기 힘들기 때문이다. 이처럼 게임과 현실에서의 작전은 수행하는 것은 비슷하지만 결과는 다르게 나타날 수 있다는 것이다.

2. 선수들의 판단, 개인의 성향

게임과 현실이 다른 결과를 발생시키는 변수들이 존재한다. 선수들이 가지고 있는 성향이나, 상황에 맞는 판단, 그리고 부상 같은 변수들이다. 물론 부상 같은 변수는 이 게임에 나와 있지 않다. 그러나 다른 스포츠 시뮬레이션 게임들은 대부분 그 부상이라는 변수가 존재한다. 그렇기에 부상이나 날씨 같은 변수들은 게임에 추가 하면 현실과 비슷한 결과를 낼 것이다. 그러나 선수들의 성향이나 판단은 그렇지 못하다. 사람들은 자신의 경험이나 지혜를 이용하여 상황에 맞게 판단을 한다. 2008년 두산과 SK의 한국시리즈 5차전에서 사람의 판단에 의해 경기결과가 달라진 예가 있다. 8회 말 두산은 무사 1, 2루의 찬스를 잡았다. 그리고 타석에는 해결사 홍성훈이 들어섰다. 그의 스윙에 맞은 타구는 쭉쭉 뻗어 좌중간 외야 깊숙한 곳으로 향했다. 맞는 순간에는 최소 동점 2루타가 확실해 보인 타구였다. 하지만 중견수의 조동화가 어느 틈에 달려와 아슬아슬하게 잡아냈다. 훗날 김성근 감독은 자신의 자서전에서 “한국시리즈 내내 팀 배팅을 위해 우측으로 밀어치는 타격을 했던 홍성훈이 그 타석에서는 크게 휘두를 것 같다는 직감이 들었고, 수비 위치를 원위치 시킨 게 적중했다.”라고 한다[4]. 그러나 컴퓨터는 사람들이 입력해놓은 방식으로만 결정한다. 그렇기에 이러한 판단을 하지 못하고 그 타구가 2루타 이상이 되어 게임의 승패가 달라졌을 확률이 높다. ‘프로야구매니저’도 마찬가지이다. 개발자들이 선

수의 정보를 수치화하여 능력을 정한다. 이러한 느낌에 의한 판단은 컴퓨터에 넣지 못한다. 하지만 현실의 야구 선수들은 능력이 수치로 고정되어 있지 않고, 느낌에 의한 판단을 할 수 있다. 그렇기에 수치화된 데이터가 선수의 모든 것을 나타내지 못한다. 선수들은 자신도 그날의 성적을 예측 할 수 없다. 또한 상황에 맞게 행동을 취하기 때문에 개발자들이 정해놓은 데이터만으로는 컴퓨터 스스로 선수들이 하는 판단을 내리지 못한다. 이렇듯 수치화 하여 나타낸 능력치들이 선수들의 능력을 100% 표현할 수 없다. 다만 비슷하게 표현될 뿐이다. 물론 상황에 맞는 판단, 성향은 구현할 수 있다. 하지만 느낌은 누구의 이야기를 듣지 않고 자신 만이 받은 것이기에 이러한 것을 게임으로 구현하기는 매우 힘들 것이다.

III. 결 론

서양에는 “Older and wiser, Years bring wisdom” 즉, “나이가 곧 지혜”라는 속담이 있다. 게임은 인간이 지정해준 알고리즘을 가지고 컴퓨터가 연산들을 수행한다. 알고리즘은 명확성, 효율성, 입력, 출력, 종결성으로 되어 있는데, 정확한 정보가 많을수록 출력 값의 정확성이 높아진다. 사람은 나이가 많아질수록 그동안 쌓인 경험과 그 것들의 관계에 대하여 많은 정보를 축적하고 그에 맞는 판단을 내린다. 그렇기에 컴퓨터가 아무리 발달한다고 해도 인간의 경험과 지혜를 따라올 수 없다.

그러나 알고리즘의 정확한 정보를 입력하는 것은 사람이다. 또한 오컴의 면도날이라는 용어가 있다. 흔히 경제성의 원리(Principle of economy)라고 한다. 이는 어떤 현상을 설명할 때 불필요한 가정을 해서는 안 된다는 것이다. ‘같은 현상을 설명하는 두 개의 주장이 있다면, 간단한 쪽을 선택하라’는 뜻이다 [5]. 사람들이 많은 경험과 지혜를 가지고 있지만, 결국 선택하게 되는 것은 하나이다. 그 것도 대부분의 사람들은 비슷한 생각을 한다. 그것을 컴퓨터에 입력하고 축적하다보면 언젠가는 사람과 비슷한 판단을 내리는 인공지능이 나오게 될 수도 있다.

이를 이용하여 전술이나 사람들의 성향, 마주하게 되는 상황에 맞게 판단하는 것만으로도 99%이상의 적중률을 보일 것이다. 이러한 인공지능을 만든다면 막대한 비용과 인력이 필요할 것이다. 하지만 결과가 대부분 적중한다면, 대체현실게임으로써 가치가 있다고 생각한다.

하나의 구단을 운영하는 데 수십억에서 수백억의 돈이 든다고 하지만, 게임으로 시뮬레이션 하여 어떻게 하면 좋은 성적을 낼 수 있고 선수들이 다치지 않고 오랫동안 활약할 수 있을지 알고 미리 준비 한다면 그 이상의 가치를 낼 수 있다고 생각한다. 물론 그렇게 되면 긴장감이 떨어 질수가 있다. 미리 정해진 시뮬레이션 되어 진 결과가 나오기 때문이다. 하지만 한 번 더 생각해본다면, 이 결과를 당연히 여기지 않고 변화 시켜보겠다

는 사람들의 의지가 더욱 중요하다. 선수들은 최선을 다하고 그들을 감독하는 사람들은 더 기발한 전략과 운영방식을 보여준다면 한 단계 더 진화된 야구를 볼 수 있을 것이다.

대체현실게임으로써의 야구 시뮬레이션 게임은 단점만 존재하지 않고 장점 또한 공존 한다. 미리 알 수 있는 결과는 흥미를 잃고 긴장감을 떨어뜨리겠지만, 게임은 게임일 뿐이다. 이 결과에 만족하지 않고 이를 변화시켜보려는 사람이 진정한 승리를 거머쥘 수 있을 것이다. 구단이 그런 의지를 가지고 야구 팬들에게 질문 하고, 팬들은 그 질문에 답변 하고, 전술을 전의 하여 이를 수렴하여 구단의 작전을 변경해가지 않는 선에서 팬들이 원하는 플레이를 할 수 있게 된다면, 야구의 흥행에 좋은 영향을 끼친다고 생각한다.

야구 매니지먼트의 게임이 대체현실게임으로 게임화가 된다면 플레이하는 선수들이나 일반 유저들은 게임을 통해 많은 훈련, 전략을 시도 해보고 좋은 방법을 서로 공유해가며 프로야구의 수준을 한 단계 끌어올리고, 서로 소통하며 더욱 친밀한 스포츠가 될 것이다.

참 고 문 헌

- [1] <http://cafe.naver.com/mktacademy/1675> 마케팅 아카데미, 네이버 카페
- [2] 김용태, “ARG(대체현실게임)을 아십니까?”, 마케팅 제 47권 제 7호 p27 ~ p33, 2013
- [3]<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=271384&cid=1137&categoryId=1137>, 네이버 실험심리학용어사전
- [4]http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=131&contents_id=7046, 네이버캐스트
- [5]오컴의 면도날, http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%98%A4%EC%BB%B4%EC%9D%98_%EB%A9% B4%EB%8F%84%EB%82%A0 ”

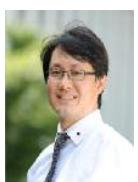
저 자 소 개



한상근

2014년 동서대학교 디지털콘텐츠학부 학사 졸업.
현재 동서대학교 영상콘텐츠학과 석사과정 재학.

<주관심분야 : HCI, 게임알고리즘, 프로그래밍>



송승근

2007년 연세대학교 대학원 인지과학
공학박사 졸업.
현재 동서대학교 디지털콘텐츠학부
교수
현재 게임물관리위원회 위원

<주관심분야 : HCI, 게임산업정책, 스마트콘텐츠>