

MMORPG 현금거래 시장의 발생 동기와 경제적 기능

게임평론가 박상우
서울대학교 허준석

1. 들어가며

컴퓨터 게임의 산업적 영향력은 기존 대중문화 산업의 지형을 뒤흔들 정도로 커지고 있다. 게임을 소비하면서 성장하는 새로운 세대의 문화적 감수성은 문화 생산과 소비 구조 모두에 대해 변화를 강제한다. 그러나 컴퓨터 게임의 산업적, 문화적 영향력에도 불구하고, 컴퓨터 게임에 관계된 현상들에 대한 학문적으로 깊이 있는 논의나 토론은 드물다. 이는 MMORPG(Massively Multi-player Online Role Playing Game)에 대한 연구에서도 마찬가지여서, 게임디자인에 관한 실용적인 이슈들을 제외하면 MMORPG에 대한 법적, 사회적, 정치적 및 경제적 영향력에 대한 분석은 거의 전무한 실정이다.

컴퓨터 게임을 둘러싼 다양한 물음 중에서도 아이템 현금거래 문제는 특별한 중요성을 가진다. MMORPG는 불과 40여 년밖에 되지 않는 컴퓨터 게임의 짧은 역사 중에서도 비교적 최근의 일이다.¹⁾ 이전 게임들은 게이머에게 현실 세계와 게임 세계라는 두 개의 분명하게 분리된 세계를 제공한다. 그러나 MMORPG에서 게이머들은 게임의 사건이 현실 세계와 얽혀 있는 보다 복잡한 상황을 마주하게 된다.²⁾ 게임 내의 분쟁이나 플레이어 킬링(Player Killing)에 얽힌 현실에서의 폭력 사건, 게임 내에서 만들어진 길드나 혈맹 등 커뮤니티의 오프라인 조직화, 그리고 게임 내 아이템을 현실 화폐와 교환하는 아이템 현금거래 등이 그것이다. **지금까지의 컴퓨터 게임에 대한 연구가 컴퓨터 게임의 본질 자체를 묻는 질문이거나 혹은 컴퓨터 게임이 갖는 사후적인 사회적 효과에 대한 물음이었다면, MMORPG는 게임의 세계와 사회적 세계가 만나고 결합되어 만들어내는 새로**

운 환경에 대한 물음이라는 점에서 새로운 의미를 지닌다.

이런 사회적 영향력은 게임 개발자의 입장까지도 변화시키고 있다. 초기 MMORPG 개발자들이 아이템 현금거래를 게임 내에서 발생하는 부정적 부산물로 생각했던 것과 달리, 한국에서는 MMORPG 산업의 성장에서 아이템 현금거래가 결정적 동인으로 작용했다. 최근에는 세계 최대의 온라인 게임 서비스 업체 중 하나인 소니 온라인 엔터테인먼트(SOE)가 게임 속에 아이템 현금거래를 중개하는 서비스를 제공하기에 이르렀다. 하지만, 갑작스러운 영향력 확대 때문일까? 부정적이건 긍정적이건 각각의 신념과 이해관계에 기반 성급한 재단과 정책이 대상의 성격에 대한 면밀한 연구와 검토를 앞서나가고 말았다. 이런 상황 하에서 현금거래를 통해 실질적인 이득을 보는 게임 서비스 회사가 공적으로는 현금거래를 부정하는 기현상이 연출되기도 했다. 물론, 이 회사들이 현금거래에 대한 실제적인 행동을 취할 의도도 방책도 갖고 있지 않음은 주지의 사실이다.

윤리적 통제가 본질적 해결이 되지 못하기에, 현금거래에 대한 학문적 검토가 더욱 절실해진다. 본고는 이런 학문적 연구의 필요성을 환기하면서 아이템 현금거래의 이론적 출발점이 되는 다음과 같은 두 가지 문제를 검토할 것이다.

첫째, 아이템 현금거래는 왜 생겨나는가? 아이템 현금거래에 대해 부정적인 입장의 게임 개발자들은 흔히 아이템 현금거래가, 게임에 끼어들어 그로부터 금전적 이득을 얻어내려는 일부 게이머의 게임 외적인 의도에서 발생한다고 여긴다. 그러나 본고에서는 이와 달리 아이템 현금거래는 기본적으로 게임에 '내생적'이라는 점을 지적하고자 한다. 아이템 현금거래가 금전적인 이득에 의해 강화되는 측면을 인정할 수 있을지라도 그 기원은 게임 디자인의 구조적 특성과 이에 대한 게이머의 합리적인 대응이라는 측면에서 탐색해야 한다는 것이다.

둘째, 아이템 현금거래가 MMORPG 시장에 미치는 효과는 무엇인가? 많은 게임 개발사들이 표면적으로는

1) MMORPG 게임의 역사에 대해서는 *Designing Virtual Worlds* (Richard A. Bartle, New Riders, 2004) 1장을 참조하시오.
2) 게임 이론가 마쿠 에스켈리넨(Markku Eskelinen)은 이 상황을 '플레이어와 세계의 관계'라는 개념을 통해 설명하고 있다. 이에 대해서는 그의 "The Gaming Situation" (Game Studies, vol 1, issue 1, 2001 www.gamestudies.org/0101/eskelinen/)을 참조하시오.

아이템 현금거래에 대해 부정적으로 언급하면서도, 실제로 아이템 현금거래를 게임 시장 성장에 활용해 왔다는 의심을 받아 왔다.³⁾ 이러한 괴리는 아이템 현금거래가 개발사의 수익에 미치는 효과에 대한 경제적 분석을 통해 설명될 수 있을 것이다. 네트워크 효과로 요약되는 온라인 게임시장의 특성에 비추어볼 때, 아이템 거래시장의 활성화는 개발사가 택할 수 있는 매력적인 전략의 하나로 간주할 수 있다.

이렇게 MMORPG 시장을 게임 플레이어와 게임 개발사라는 두 진입점을 통해 살펴보면, 아이템 현금거래는 게이머의 측면에서 내생적 발생 동기를 지니면서 동시에 게임 개발사의 측면에서는 경제적인 측면에서 매력적인 유인을 지닌다는 점을 알 수 있을 것이다. 이는 지금까지 아이템 현금거래를 둘러싼 여러 담론과 그 정책적 대안들의 허와 실을 판단하는 출발점이기도 하겠다.

2. 아이템 현금거래와 관련된 선행 연구

미국 MMORPG 개발자나 게이머들은 오랫동안 아이템 현금거래에 대해 부정적 입장을 유지해왔다. 이런 이유로 <울티마 온라인(Ultima Online)>이나 <에버퀘스트(EverQuest)> 등의 성공과 함께 아이템 현금거래가 활발하게 이루어졌음에도, 정작 아이템 현금거래의 성격과 효과에 대해 연구하려는 시도는 찾아보기 힘들었다. 그러나 2001년 경제학자인 에드워드 카스트로노바(Edward Castronova)가 MMORPG 내에서의 경제현상과 규모를 다룬 논문⁴⁾을 발표하면서, 아이템 현금거래에 대한 연구와 논쟁이 본격화되기 시작한다.⁵⁾

카스트로노바의 논문에 의해 촉발된 연구는 이후 아이템 현금거래 현상의 의미와 본질적 성격에 대한 고민으로 이어진다. MMORPG의 세계를 포함해서 항구적 가상 세계의 의미에 대해 연구하는 다양한 분야의 연구자 모임인 '테라 노바(<http://terranova.blogs.com>)'는 이런 관점에서 아이템 현금거래가 게이머에게 갖는 의미와 본질적 성격에 대해서 논의를 전개한다. 특히 이런 관점은 부분적으로 <세컨드 라이프(Second Life)>

와 같은 새로운 형태의 MMOG에 반영되어 현실화되기도 하였다. 아이템 현금거래에 대한 이론적 틀을 살펴보기에 앞서 우선 이런 선행 연구들을 간단하게 살펴보고, 그 의미와 한계점들에 대해 검토해보자.

2.1 카스트로노바와 이윤 추구 동기

MMORPG 내에서 발생하는 경제 현상에 대해 주의 깊은 연구가 필요하다는 카스트로노바의 문제제기는 앞서 이야기한 "Virtual Worlds"의 중심적 주제다. <에버퀘스트>를 연구 대상으로 한 이 논문에서, 그는 <에버퀘스트>라는 가상세계 내에 존재하는 '실물' 경제의 주요 지표를 미국의 현실 경제와 비교하여 제시한다. 그에 따르면, 시간당 명목 임금은 3.42달러이고 GNP의 규모는 (2001년 당시) 러시아와 불가리아를 넘어선다. 또한 게임내의 1 통화 단위가 0.0107달러로 환전될 수 있다는 점에서 일본의 엔화보다 높게 평가된다. 이 외에도 그는 에버퀘스트내 경제의 빠른 성장과 경제에 대한 경제 주체들의 높은 만족도 등을 지적하고 있다. 역시 많은 사람들의 관심을 끈 것은 게임 내의 경제 규모가 세인들이 짐작보다 훨씬 거대했다는 사실이었다.

카스트로노바는 어떻게 MMORPG 내에서의 경제 규모를 측정할 수 있었을까? 그가 사용한 접근 방식은 단순하다. 실제로 존재하는 아이템 현금거래 관계에 기반하여, 특정 아이템의 현실 경제에서의 가격을 추정하고, 이로부터 다시 아이템 간의 가격 비율과 총 아이템의 양을 통해 GNP와 명목 임금 등의 값을 얻는다. "Virtual Worlds" 이후 아이템 현금거래의 의미와 MMORPG의 경제 현상에 대한 논쟁이 확산되면서 카스트로노바는 자신의 분석을 보다 정교화하는 방법론적 논문을 추가로 발표했다.⁶⁾ 여기에서 그는 간단한 미시 모형을 제시하며 게임 내에서 게이머의 행위가 현실 경제에서 사람들이 보여주는 경제적 행위와 차이를 지니지 않으며, 따라서 자신이 앞서 논문에서 살펴본 경제 규모의 추정이 타당하다는 입장을 밝히고 있다.

하지만 이런 카스트로노바의 작업은 MMORPG의 경제 현상, 그리고 아이템 현금거래의 문제에 주의를 환기했다는 기여에도 불구하고 몇가지 한계를 지니고 있다. 우선, 경제 모델의 부적합성이나 개념 규정의 자의성 등을 지적할 수 있겠다.⁷⁾ 하지만, 가장 결정적인 문제는

3) 국내 MMORPG 산업을 둘러싼 사회적 문제들에 대해서는 "한국 MMORPG, 문제의 현장을 지켜보다"(게임문화연구회, 2004, www.gamestudy.org)를 보시오.

4) Edward Castronova, "Virtual Worlds : A first-hand account of market and society on the cyberian frontier", CESifo Working Paper No. 618, 2001.

5) 북미에서 아이템 현금거래에 대한 카스트로노바 연구의 전사(前史), 연구의 파급력, 그리고 그 과정에서 벌어진 아이템 현금거래를 둘러싼 사건과 이에 대한 개발자와 게이머의 입장 등에 대해서는 "Game Theories"(Clive Thompson, The Walrus Magazine 2004, June)에 잘 다루지고 있다.

6) Edward Castronova, "On Virtual Economies", CESifo Working Paper No. 752, 2002

7) 이에 대해서는 박상우, "MMORPG에서 나타나는 경제 현상의 성격", (제 1회 게임문화연구회 연구 발표회, 2004)의 1장과 허준석, "MMO(RP)G 파생상품 시장(MODEM)의 경제적 효과 분석"(제1회 게임문화연구회 연구 발표회, 2004) 2장의 기본 모형을 살펴보라.

카스트로노바가 분석에 사용하는 기본적 전제다. 그는 현실 경제와 게임 내의 경제 사이에는 어떤 질적 차이도 없으며, 게이머의 게임 내에서의 행위를 경제 행위로 이해한다. 따라서 게이머의 게임 내 행위는 이윤 추구 동기에 따른 행위로 이해된다. 이런 설명은 대부분의 게이머들이 게임을 '재미'를 위해 플레이한다는 게임의 기본적인 동기와 사실을 인정하지 않음으로써 아이템 현금거래의 동기에 대한 올바른 이해의 통로를 막는 역할을 하는 것이다.

2.2 MMORPG 환경에서 게이머의 상호 기여

카스트로노바의 논의가 아이템 현금거래를 무역과 같은 일상적 경제 행위로 바라보고 이로부터 MMORPG의 경제 규모를 분석하는 데 치중되었다면, 테라 노바를 중심으로 활발하게 논의되고 게임 <세컨드 라이프>를 통해 현실화된 입장은 이 아이템 현금거래에 대한 기존의 부정적 입장을 넘어서, 거래의 권리에 대해 게이머가 지닌 정당성을 인정하고자 한다. 특히 코리 온드레카(Cory Ondrejka)나 팔틴 칼센(Faltin Karlsen) 등은 이런 점을 MMORPG에서 게이머의 게임 플레이가 지니는 성격 자체의 변화로 설명하고자 한다.⁸⁾

MMORPG 게임이 아닌 스탠드얼론(stand-alone) 게임의 경우 게임에서 게이머의 플레이와 거기에 따라 발생하는 아이템 혹은 게임 내 화폐는 다음 플레이를 진행하기 위한 요소에 해당한다. 이때 게이머는 아이템을 생산함으로써 얻어지는 아이템의 경제적 가치가 아니라, 아이템을 얻는 과정 자체를 하나의 즐거움으로서 누리게 된다. 따라서 게임 플레이는 재화의 생산 행위라기보다는 제공된 서비스의 소비 행위라고 보아야 한다. 하지만 MMORPG의 등장으로 이런 게이머의 플레이가 지니는 의미는 변하게 된다. MMORPG는 용어 그대로 대규모의 게이머가 들어와 플레이를 함으로써 '미리 짜여진(pre fabricated)' 콘텐츠를 실현한다.⁹⁾ 이때 어떤 게이머에 의해 생산된 콘텐츠는 다른 게이머에게는 자신의 조형적 행위를 필요로 하지 않는 게임 자체가 제공하는 서비스로 경험된다. 다시 말해 스탠드얼론 게임에서 단지 서비스에 대한 소비적 행위일 뿐이었던 게임 플레이

가, MMORPG의 환경 하에선 자신에겐 소비적 행위임과 동시에 다른 게이머에겐 서비스의 추가적 생산 행위인 셈이다. 따라서 게임 내에서 생산된 아이템과 게임 내 화폐는 모두 생산에 참여한 게이머의 생산적 영역의 제공으로 이해될 수 있고, 따라서 거기에 대한 권리를 인정받아야 한다. 아이템 현금거래란 이 영역에 대한 가치의 지불이라고 이해될 수 있는 것이다.

경제적 이윤 추구에 따른 현실의 경제적 행위와 게임 내의 행위를 동일시하는 카스트로노바의 논의에 비해 온드레카와 칼센의 주장은 MMORPG의 환경 속에서 일어나는 새로운 형태의 인간 관계에 대한 고민에서 출발한다는 점에서 진일보한 일면을 지닌다. 그러나 이들이 준거하는 모형, 즉 모든 아이템과 게임 내 화폐가 다른 게이머에게 하나의 추가적 서비스로 존재하는 MMOG는 하나의 '이상형' 혹은 '목표'에 불과하다. 오히려 현실의 많은 MMORPG 게임의 경우에 게임 플레이는 여전히 게임이라는 서비스의 소비 행위로 작용한다. 그렇기 때문에 그들의 논의는 아이템 현금거래에서 게이머가 지닐 수 있는 권리에 대한 발전적 논의의 출발점이기는 하지만 여전히 현실의 아이템 현금거래와 그 동기를 설명하기에는 불충분하다.¹⁰⁾

3. 재미추구의 동기에 따른 아이템 현금거래의 발생

이미 살펴본 바와 같이 MMORPG에 대한 선행 연구는 아이템 현금거래를 현실의 경제 행위와 동일한 것으로 놓는 미비한 전제를 가지고 있거나 존재하는 아이템 현금거래 행위에서 게이머가 지닌 정당성의 근거를 찾는 데 초점이 맞춰져 있다. 이러한 문제설정으로는 정작 아이템 현금거래가 개인적 수준에서 왜 발생하며, 이것이 어떻게 하나의 시장을 형성하는지, 그리고 이렇게 생겨난 아이템 현금거래가 게이머와 게임 개발사에게 어떤 영향을 주는지와 같은 부분에 대해서는 별다른 설명을 제공하지 못한다. 이제, 개별 게이머들이 왜 아이템 현금거래에 대한 동기를 지니게 되는가에 대해 게임의 특성과 디자인의 구조적인 측면에서 살펴보도록 하자.

게이머는 게임으로부터 즐거움을 얻기 위해 게임을 플레이한다. 우리는 이것을 현실 경제에서의 이윤 추구 동기와 구분하여 '즐거움 추구 동기(fun seeking motive)'라 부를 수 있다. 그런데, 자기 단련(self mastery)과 경쟁은 가장 중요한 즐거움의 원천이다. 그러나

8) Cory Ondrejka, "Changing Realities : User Creation, Communication, and Innovation in Digital Worlds", Themis Group, 2005

Faltin Karlsen, "Media Complexity and Diversity of Use : Thoughts on a Taxonomy of Users of Multiuser Online Games", ITU Other Players Conference, 2004, <http://itu.dk/op/papers/karlsen.pdf>

9) 에스켈리넨은 앞의 논문에서 게이머의 행위가 여타의 미디어 소비 행위와 갖는 가장 큰 차이점이 '해석적 행위'가 아닌 '조형적 행위(configurative activity)'임을 강조한다.

10) 이런 이론적 고민을 정책적 문제로 끌어올리려는 시도로는 윤웅기, "MMORPG 게임 아이템 현금거래에 대한 법적정책적 고찰", 게임문화연구회, 2005, www.gamestudy.org을 참조하십시오.

이 각기 다른 즐거움을 얻기 위해 게이머가 두 번의 서로 다른 플레이를 할 필요가 있는 건 아니다. 게이머는 한 번의 플레이만으로 플레이하는 과정에 자기 단련의 즐거움을 그리고 그 결과로서 경쟁의 승리라는 즐거움을 얻을 수 있다. 특히 RPG의 경우 레벨 업이라는 형태로 이 즐거움을 단속적으로 구성한다. 각 레벨을 넘어서기 위해서 일정 시간의 플레이를 수행하고, 거기서 만족을 얻은 후 다음 단계로 진행하는 방식이다. 이것은 자기 단련에서 오는 즐거움이 시간에 따라 체감하는 특성을 줄여주는 디자인상의 전략적 효과이다.

이제 RPG의 경우를 예로 게이머가 즐거움 추구 동기를 어떻게 실현하는가에 대해 살펴보자. 게이머가 하나의 레벨을 완성함으로써 얻는 즐거움(F)은 플레이 자체에서 오는 즐거움(F_p)과 플레이의 결과로서 제공되는 레벨 업의 즐거움(F_r)의 합이다.

$$F = F_p + F_r$$

F_p 는 플레이 행위로부터 직접 발생하는 즐거움이기에 때문에 크기는 플레이하는 시간에 의해 결정된다. 반면 F_r 은 플레이에 의해 도달한 결과가 주는 즐거움이기에 때문에 플레이 시간에 영향 받지 않는 상수의 값을 가진다.

$$F_p = f_p(t)$$

$$F_r = a$$

그러나 게임에 따라 게임이 적절한 즐거움을 제공하지 못함으로 인해 플레이 자체가 매우 지겹게 느껴지고, 다음 단계로 가기 위해 어쩔 수 없이 플레이를 하는 상황이 발생한다. 이런 경우 F_p 는 음의 값을 가지고, 크기는 플레이 시간에 비례한다. 게이머는 최소한 레벨 업을 통해 얻을 즐거움이 플레이 자체에서 오는 고역을 보상하고 남아야지만, 즉 $F > 0$ 인 조건에서만 플레이를 지속할 이유를 지닌다.

또한 이 경우 그는 자신의 즐거움을 극대화하기 위해, F_p 의 절대 값을 최대한 작게 하지 않으면 안 된다. 이를 위해서는 플레이 타임을 줄여야 한다. 이는 레벨 업에 요구되는, 혹은 게임 제작사가 기대하는 플레이 타임을 줄인다는 의미이다. 혼자서 컴퓨터와 게임을 즐기는 형태인 스탠드얼론 게임에선 이 선택이 이른바 '치팅'으로 나타난다. 다양한 치트 프로그램이나 데이터 해킹을 하는 것은 게이머의 플레이 타임 축소 전략에 따른 것이다. MMORPG의 경우에는 스피드 해킹과 같은 다양한 해킹 프로그램이 사용되지만, 이 경우 다른 게이머와의 형평성이 문제가 되기 때문에 게임 개발사는 해킹 툴의 사

용을 철저히 막고자 한다. 그래서 그 대신 게이머가 선택하는 것이 아이템의 획득이다. 일부 게임의 경우 낮은 레벨에서도 좋은 아이템만 가지면 현재 레벨에서 치뤄야 하는 비용 요소로서의 플레이 타임을 대폭 줄이는 것이 가능하다. 문제는 이 아이템 자체가 레벨의 상승에 따라 획득 가능성이 높아지는 것이며, 낮은 레벨에서는 사실상 획득이 불가능하다는 것이다. 그래서 게임 시스템 상에선 이 전략을 실현할 수 없다. 결국 해결책은 높은 레벨의 아이템 보유자로부터 아이템을 이전받는 것이다.

아이템 이전은 높은 레벨 게이머의 증여를 통해 가능해지지만, 그머가 증여를 할 의무나 이유는 없다. 게임 내부에서 찾을 수 없는 해결책은 외부에서 모색되고, 그래서 게이머는 현실의 화폐를 사용하게 된다. 이것이 수요자의 입장에서 보는 아이템 현금거래의 발생 동기다.

그러나 이런 발생 동기가 실현되기 위해서는 실재 거래가 성립되지 않으면 안 된다. 다시 말해 이런 수요 동기를 충족시키는 공급자가 있어야 한다는 말이다. 이 문제는 다음 장에서 카스트로노바의 논의를 발전된 형태로 변형하여 보다 상세히 살펴보도록 하자.

4. 게이머의 시간선택에 따른 아이템 현금거래 시장의 형성과 동학

여가활동으로서 게임은 시간의 선택이라는 문제와 밀접한 연관을 맺고 있다. 물론, 이는 여가활동으로서 컴퓨터 게임 일반에 공통된 특징이다. 하지만, 이러한 특징이 MMORPG라는 게임의 맥락에서는 새로운 시장의 형성으로 이어진다. 스탠드얼론 게임에서는 게임플레이에 따라서 플레이어의 시간이 소모되고, 이 시간은 전적으로 게임을 플레이하기로 선택한 게이머가 지출한 것이다. 하지만, MMORPG에서 게임에서 즐긴 시간은 사라지는 것이 아니라 전체든 일부든 일정한 결과물로 남게 되는데, 그 유형화된 플레이 시간의 대표적인 한 형태가 아이템이다.¹¹⁾ 그리고, 이러한 아이템이 다른 플레이어에게 양도될 수 있을 때 이는 곧 아이템 거래 시장의 형성으로 자연스럽게 연결된다.

이렇게 본다면, 아이템 거래 시장은 자신이 게임에서 보낸 시간을 현실의 화폐를 댓가로 양도하거나 혹은 현실의 화폐를 동원하여 타인의 플레이 시간을 구매하는 거래의 장이 된다. 바로 앞에서 보았듯, MMORPG에서 게이머는 타인의 플레이 시간을 구매함으로써 게이머는

11) 아이템 이외에도 플레이어가 게임에서 맺은 파티, 인적 관계, 레벨, 캐릭터 등등이 모두 플레이어의 시간 소비에 따른 결과물이다.

게임의 지루한 단계들을 쉽게 건너뛰면서 자신의 즐거움을 가속시킬 수 있게 된다.

이렇게 보면, 아이템 거래 시장은 현실의 화폐가 오간다는 점에서 노동과 여가를 둘러싼 플레이어의 시간 선택에 영향을 미치게 되는데, 이는 크게 두 가지 측면으로 나누어 살펴볼 수 있다.

우선, 그들이 현실 세계에서 지니고 있는 부의 정도에 따라 현금거래 시장에서 어떤 위치를 점하게 될지 예측해볼 수 있다.¹²⁾ 즉, 현실에서 상대적으로 많은 부를 보유한 플레이어는 이를 동원해 게임 아이템을 획득함으로써 즐거움의 강도를 높이거나 지루함을 회피할 수 있다. 반면 현실에서 상대적으로 적은 부를 소유한 플레이어는 자신이 투입한 게임의 노동시간을 현금으로 바꿈으로서 현실에서 부족한 소득을 채울 수 있게 된다. 물론, 아이템 현금거래 시장이 존재함으로써 두 플레이어는 각자의 시간 선택에 따른 제약을 완화할 수 있게 되어 현금거래 시장이 없을 때 보다 높은 수준의 만족도를 이끌어낼 수 있다.

하지만, 이러한 접근은 플레이어가 게임을 통해 축적하게 되는 고유한 자원을 고려하지 못한다는 점에서 평면적이다. 플레이어가 현실에서 보유한 부의 정도에 따른 설명은 사실 MMORPG를 제외한 MMOG의 경우에는 적용가능하다. 하지만, 대부분의 MMORPG는 일반적인 RPG와 마찬가지로 레벨에 기반한 성장 구조를 가지고 있다. 성장에 따라 게임 내 캐릭터의 능력 역시 성장하게 되고, 게임 내에서 같은 행위를 하더라도 해야 하는 노력 역시 상대적으로 적어진다. 이것은 특정 아이템을 획득하는 데 있어서 게이머들이 레벨의 차이에 따라 투입해야 하는 시간에 차이가 있다는 것을 의미한다. 이런 기본적인 게임 시스템의 장르적 특성에 따르면, 아이템 현금거래를 통해 높은 레벨의 게이머는 자신이 들여야 하는 시간 이상의 가치 평가를 받는 것이 가능하고, 낮은 레벨의 게이머는 자신이 들여야 하는 시간 보다 적은 비용으로 아이템을 획득하는 것이 가능하다. 이 사실은 게임 내에서의 아이템 현금거래가 높은 레벨의 게이머가 낮은 레벨의 게이머에게 아이템을 판매하는 형태로 이뤄진다는 점을 생각해보면 쉽게 이해가 된다.¹³⁾

12) 이에 대한 보다 상세한 경제학적인 분석은 허준석의 전제 논문을 참고하시오.

13) 물론 MMORPG 내에서 아이템 현금거래를 위해 플레이를 하는 전문적인 사람들도 존재한다. 그러나 많은 게이머들이 자신이 아이템을 판매해서 번 돈을 다시 다른 아이템을 구매하는데 사용한다는 점을 생각한다면, 이처럼 전적으로 수익을 위해서 아이템 현금거래를 하는 사람은 오히려 예외적인 현상으로 분석해야 할 필요가 있다.

이제 이를 염두에 두면서 아이템 현금거래 시장의 정태적인 균형과 동태적인 변화의 문제를 간략하게 살펴볼 도록 하자. 우선, 횡단면으로 봤을 때 아이템 현금거래 시장의 수요와 공급은 특정 시점에서 게임에 가입한 플레이어들의 구매력과 레벨에 따른 그들의 인구 분포, 그리고 게임 디자인에 따른 아이템의 효용성에 의해 결정된다. 즉, 아이템의 구매력이 높은 플레이어들이 많을수록, 전체에서 상대적으로 아이템에 대한 구매욕이 큰 낮은 레벨의 플레이어들이 많을수록, 그리고 게임 디자인에서 아이템이 지닌 효용성이 높을수록 아이템 거래 시장에서 수요가 강해지고 이에 따라 아이템 거래 가격은 상승한다.

한편, 시계열(time series)로 봤을 때 높은 아이템 가격은 이전까지 게임을 하지 않았던 저소득층 플레이어들을 새롭게 게임으로 인입하는 효과를 유발한다. 즉, 높게 형성된 가격에 따라서 게임플레이에 따른 재미 이외에 아이템 거래 시장을 통한 실질적인 소득의 획득을 목표로 한 플레이어들의 인입이 발생한다.¹⁴⁾ 물론, 이러한 아이템 현금거래 시장에서 공급자의 위치를 점하는 플레이어들이 유입됨으로써 장기적으로 아이템의 가격은 다시 하락하게 된다. 하지만, 앞서 보았듯이 이들이 낮은 레벨에서 높은 레벨로 상승하기 위한 가장 빠른 방법은 당장 아이템을 구매하는 것이고 이런 점에서 본다면 현금 획득을 위해 게임에 참여한 이용자라고 해도, 당분간 아이템 시장에서 수요자로 등장하게 될 가능성이 높다. 이들이 공급자의 위치에 섰을 때 새로 게임에 인입된 플레이어의 상대적 규모에 따라서 결과적으로 아이템 시장의 거래 가격의 동향이 결정될 것이다.

이러한 동태적 변화의 과정에서 중요한 것은 아이템 거래 가격의 상승과 공급자의 추가적인 유입으로 인해 아이템 현금거래 시장이 확대되는 것과 동시에 MMORPG에 참가하는 플레이어들의 숫자 역시 증가하게 된다는 사실이다. 이는 서비스를 제공하는 게임 개발사의 관점에서는 매우 중요한 계기를 이루게 된다.

5. 아이템 현금거래 시장과 개발사의 수익성

아이템 현금거래 시장과 개발사의 수익성 간의 관계에 대해서는 단편적인 증거와 소문들을 쉽게 접할 수 있다. MMORPG 게임이 뜨기 위해서는 아이템 현금거래

14) 이러한 방향에서 가장 극단적인 형태가 이른바 '작업장'이라고 볼 수 있다. 이는 본고에서 언급한 빈곤한 플레이어가 추가적인 소득의 확보를 위해 게임에 참여하는 수준을 넘어, 게임에서의 아이템 수집 자체가 전적으로 현실의 이윤을 얻기 위한 수단으로 전화한 형태이다. 작업장의 존재는 현재 우리나라에서 이슈가 되고 있는 게임에서 현금거래의 수요가 얼마나 강력한지를 보여주는 하나의 반증이기도 하다.

시장이 필수적이며, 일부 개발사 혹은 유통업자의 경우 인위적인 수단을 사용해 현금거래 시장을 부양했다는 이야기도 심심치 않게 흘러나온다.¹⁵⁾ 그렇다면, 현금거래 시장이 개발사의 수익과 연관될 수 있는 고리는 무엇일까? 이는 크게 정액제라는 현재의 과금 체계에서 현금거래 시장을 통해 플레이어들 간의 자발적인 가격 분할 효과가 발생하는 직접적인 측면, 그리고 온라인 게임의 고유한 네트워크 효과를 보다 쉽게 실현시켜주는 간접적인 측면으로 구분해서 살펴볼 수 있다.

현재 온라인 게임은 대부분 정액제의 과금 체계를 취하고 있다. 따라서, 외관상 가입자가 증가하지 않는 이상 아이템 현금거래 시장의 존재 자체가 게임 개발사의 이익과 직결된다고 볼 수 없다.¹⁶⁾ 하지만, 아이템 거래 시장의 존재는 게임 비용을 플레이어들 간에 자발적으로 분할하는 효과를 낳음으로써 결과적으로 개발사가 가격 차별을 통해 추가적인 이익을 얻는 것과 동일한 효과를 낳는다.

$$\rho = SF - w_1(t_p - t_b)$$

위의 식에서 SF 는 게임사가 책정한 명목상의 게임이용비, w_1 은 플레이 시간에 대한 아이템 거래시장에서의 균형 임금¹⁷⁾, t_p 는 플레이어의 게임 플레이 시간, t_b 는 현금거래 시장을 통해 플레이어가 구매한 타인의 노동시간을 나타낸다. 따라서, ρ 는 명목상의 게임이용비 SF 와 구분되는 플레이어의 실질적인 게임이용비로 볼 수 있다.

$t_b > t_p$ 이면 플레이어는 순수 구매자(수요자)가 되는데 이때 그는 게임을 플레이하는 명목상의 이용비 이상을 지출하는 셈이고, $t_p > t_b$ 라면 플레이어는 그 이하를 지출하는 셈이다. 이는 결과적으로 보면 개발사가 플레이어의 특성을 파악하여 이에 따라 차등적으로 과금을 적용한 것과 동일한 결과를 가져온다. 차이가 있다면, 아이템 현금거래 시장은 개발사의 이러한 가격차별 정책과 무관하게 형성된 것이라는 점이다.

그런데, 이렇게 명목상의 이용비와 실질적인 이용비가 괴리되면서 개발사는 중요한 이익을 얻게 된다. 즉, 아이템 현금거래 시장에서 공급자의 위치를 점하는 플레

어들의 일부는 아이템 현금거래 시장이 없었다면 게임에 참여하지 않았을 것이다. 현금거래 시장을 통해 게임에 참가하는 비용이 낮아짐에 따라서 게임에 유입되는데, 이는 개발사에게는 정액 가입자의 증가와 수익의 증가로 시현된다. 물론, 이때 정액 가입자가 낸 정액 가입비의 일부는 아이템 현금거래 시장을 통해 아이템 구매자로부터 이전된 것이다. 경제학의 일반적인 논의에 따르면 기업에 의한 가격차별은 수익을 증가시킨다. 즉, 가격차별과 동일한 효과를 지니는 현금거래 시장을 통한 플레이어의 자발적인 가격의 분담 역시 게임 서비스 회사의 이익이 증가시키는 효과를 지닐 것으로 예상할 수 있다.

한편 MMORPG는 네트워크 효과로 잘 알려진 경제적 현상을 관찰할 수 있는 영역의 하나이다. 네트워크 효과란 가입자의 숫자가 증가하면 증가할수록 소비자의 효용이 증가하게 되어 더욱 많은 가입자가 견인되는 현상을 지칭한다. 작은 눈덩이가 산을 구르며 눈사태를 일으키는 것에 빗대어 '눈덩이 효과(snowball effect)'로 불리기도 하는데, MMORPG에서도 역시 이러한 네트워크 효과가 종종 관찰된다. 즉, 어떤 게임의 가입자 수가 늘면 늘수록 그 게임을 플레이함으로써 얻을 수 있는 즐거움이 커지게 되고, 이에 따라 가입자의 지속적인 증가가 유도된다.

네트워크 효과를 고찰하는 데 있어 가장 중요한 개념의 하나는 임계치(critical mass)다. 이는 네트워크 효과를 촉발시키는 데 필요한 최소한의 문턱으로 일단 이를 넘어서면 가입자 수가 폭발적으로 증가하지만, 이를 넘어서지 못하면 지지부진한 수준에 머물고 만다. 따라서, 네트워크 효과가 존재하는 산업이나 현상의 경우 가입자 혹은 개체의 수는 임계치를 기준으로 매우 미미하거나 전체를 거의 점하는 형태의 패턴을 보여준다. 즉, 네트워크 효과를 지닌 산업의 경우 소수의 기업이 산업 전체를 지배하는 과점 형태의 시장 구조가 형성되기 쉽다.

그렇다면, 아이템 현금거래 시장은 네트워크 효과와 어떻게 연결될까? 앞서 보았던 것처럼 네트워크 효과를 촉발시키는 데 있어 중요한 것은 임계치의 실현인데, 아이템 현금거래 시장은 이 임계치가 실현될 수 있는 최소 가입자 수를 낮추는 효과를 지니게 된다. 게임의 개발사 입장에서 보면 아이템 거래 시장은 네트워크 효과를 촉발시키는 임계치가 보다 빠르게 실현되어 이후 높은 수익으로 나아가는 발판을 마련하는 계기로 작용한다.¹⁸⁾

18) 개발사에 의한 아이템 거래 시장의 인위적인 개입, 즉 개발사가 아이템 거래 시장에서 상당 기간 동안 강력한 구매자로 기능하는 것 역시 네트워크 효과를 촉발하기 위한 하나의 전략이 될

15) 다큐멘터리 작가 김일안을 인터뷰한 게임문화연구회의 "한국 MMORPG, 문제의 현장을 지켜보다"에서도 비슷한 사례들이 소개되고 있다.

16) 물론, 최근 소니 온라인 엔터테인먼트가 개설한 '익스체인지 스테이션'(exchange station)과 같이 거래 사이트 자체를 서비스 회사에서 제공하고 이로부터 수수료를 얻게 된다면 현금거래의 활성화를 통해 직접적인 수익을 올릴 수 있을 것이다.

17) 이는 논의의 편의를 위하여 아이템의 균형 거래 가격을 플레이어의 투입 시간에 대한 보상으로 변환한 개념이다.

또한, 아이템 거래 시장이 지속적으로 존재할 필요가 없다는 점을 주목해야 한다. 네트워크 효과란 임계치를 넘어서면 폭발적으로 증가하는 형태를 띠게 되므로 일단 네트워크 효과가 작동된 이후에는 아이템 시장이라는 격발 장치 없이도 플레이어들의 상호작용에 따라서 네트워크 효과가 지속적으로 작용하게 된다. 즉, 아이템 거래 시장은 개발사의 거대한 수익을 낚는 네트워크 효과를 격발하는 단 한번의 방아쇠로서 상당히 매력적인 기능을 수행할 수 있는 것이다.

6. 요약 및 결론

MMORPG 내에서 발생하는 아이템 현금거래의 동기는, 외부적인 원인이 아니라, 게임 플레이 자체가 결과적인 즐거움은 제공할지라도 결코 플레이 자체에서 즐거움을 제공하지 못하는 게임 콘텐츠의 불충분함에서 비롯된다. 게임에서 즐거움을 찾고자 하는 게이머는 자신의 즐거움 추구 동기에 따라 투입해야 하는 비용을 최소화함으로써 즐거움 획득의 효율성을 높이려고 하고, 이 결과 MMORPG에서 가능한 치팅의 한 형태인 아이템 현금거래를 필요로 하게 된다. 게다가 MMORPG가 취하는 레벨 업 시스템은 레벨이 높아지면 누구라도 공급자가 되는 것이 가능한 구조를 만듦으로써 이런 아이템 현금거래의 현실화를 가능하게 해주는 것이다.

한편, 이러한 논리에 따라서 형성된 아이템 현금거래 시장은 게임의 가입자 수에 영향을 미침으로써 개발사의 현실적 이익과 연결된다. 아이템 현금거래 시장은 이용자들 간의 자발적인 가격 분담이라는 형태로 개발사가 가격차별이라는 전략을 구사하는 것과 동일한 결과를 발생시키게 된다. 한편, MMORPG에서 자주 관찰되는 네트워크 효과를 촉발시키는 방아쇠로서 기능할 수 있다는 점에서 아이템 현금거래 시장은 수익의 폭발적 증가를 이루는 하나의 중요한 계기로 자리매김할 수 있다.

본 연구를 통해 우리는 MMORPG 시장의 아이템 거래시장에 대해서 게임에 참여하는 플레이어의 내생적인 동기라는 측면에서 그 발생을 탐구하고, 이렇게 형성된 시장이 게임 개발사의 수익과 연결될 수 있는 가능성의 고리를 간략하게 짚어 보았다.

연구에서 가장 아쉬운 점이라면, 이러한 이론적 가설을 실증적으로 확인해 볼 수 있는 자료가 크게 부족하다는 점이다. 대표적인 아이템 거래 사이트로부터 발표되는 총량적인 몇 가지 지표들은 확인할 수 있지만, 아이템 거래 시장의 상세한 모습과 본고에서 확인한 이론적

수 있다. 확인할 방법은 없지만, 아이템 거래 시장에 대한 개발사의 개입과 관련하여 세간에 떠돌았던 여러 가지 루머와 음모들은 제법 그럴듯했던 셈이다.

가설의 타당성을 입증하기 위해서는 보다 세밀한 수준의 미시 데이터가 필요하다. 필자들은 MMORPG라는 영역이 디지털화가 용이한 만큼 미시 데이터의 구축이 용이할 것이라고 예측하고 자료를 구하고자 했으나, 실제로 관련된 대표적인 아이템 거래 사이트에는 연구에 필요한 수준의 미시 데이터가 아직 구축되어 있지 않음을 확인했다.

이론적인 쟁점에 대한 연구를 한 단계 발전시키는 것이 실증적인 작업이라고 할 때, 한국의 MMORPG 시장을 대상으로 한 실증적인 연구는 앞으로 더욱 절실하게 요구되는 부분이라 하겠다.

참고 문헌

- [1] 게임문화연구회, "한국 MMORPG, 문제의 현장을 지켜보다", 2004, www.gamestudy.org.
- [2] 박상우, "MMORPG에서 나타나는 경제 현상의 성격", 제1회 게임문화연구회 연구 발표회, 2004, www.gamestudy.org.
- [3] 윤용기, "MMORPG 게임 아이템 현금거래에 대한 법정정책 고찰", 게임문화연구회, 2005, www.gamestudy.org.
- [4] 허준석, "MMO(RP)G 파생상품 시장(MODEM)의 경제적 효과 분석", 제 1회 게임문화연구회 연구 발표회, 2004, www.gamestudy.org.
- [5] Richard A. Bartle, *Designing Virtual Worlds*, New Riders, 2004.
- [6] Edward Castronova, "Virtual Worlds: A first-hand account of market and society on the cyberian frontier", CESifo Working Paper No. 618, 2001.
- [7] Edward Castronova, "On Virtual Economies", CESifo Working Paper No. 752, 2002.
- [8] Markku Eskelinen, "The Gaming Situation", *Game Studies*, vol 1, issue 1, 2001, www.gamestudies.org/0101/eskelinen/
- [9] Faltin Karlsen, "Media Complexity and Diversity of Use: Thoughts on a Taxonomy of Users of Multiuser Online Games", ITU Other Players Conference, 2004, <http://itu.dk/op/papers/karlsen.pdf>.
- [10] Cory Ondrejka, "Changing Realities: User Creation, Communication, and Innovation in Digital Worlds", Themis Group, 2005
- [11] Clive Thompson, "Game Theories", *The Walrus Magazine* 2004, June.

박 상 우



고려대학교 경제학과(석사)
게임평론가
연세대학교 영상대학원 겸임교수
게임 미학의 형성
게임평론가
E-mail : sugy@madordead.com

허 준 석



서울대학교 경제학부(석사)
게임문화연구회 대표
게임산업론
서울대 경제학부 강사
E-mail : anarinsk@gmail.com
