

Why Gamification?

일시 : 2012년 8월 31일(금)

장소 : 성남 시청 3층

윤형섭 (Fun Designer, 게임학 박사)

[Email: quesera21@paran.com](mailto:quesera21@paran.com)

Twitter: @quesera21

Facebook: www.fb.com/hyungsup.yoon

0. Definition of Gamification

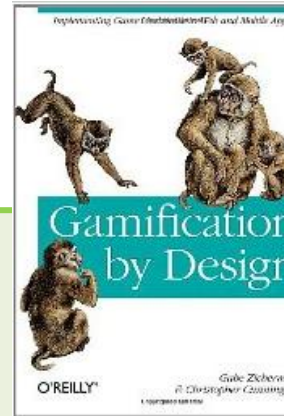
- **Gamification**은 점수, 레벨업, 랭킹, 도전과제 수행, 경쟁, 보상처럼 게임의 재미를 만들어내는 디자인 기법(**game mechanics**)과 게임적 사고(**game thinking**)를 게임 이외의 분야에 적용하여 효과를 보자는 새로운 움직임.
- 이미 항공사의 마일리지, 학교에서의 포도송이에 스티커 붙이기, 1+1 등의 마케팅에 사용되었던 것을 보다 개념화, 체계화하겠다는 움직임
- 미국의 **New Games Movement**에서 태동된 사상이 **Serious Games**
→ **Gamification** 으로 파생 발전
- 2011년 1월 미국 샌프란시스코에서의 **Gamification Summit & Conference** 이후 급속하게 확산중

1. Definition of Gamification (1)



Gabe Zicherman

The process of using Game Thinking and Game Mechanics to solve the problems and engage users



Sebastian Deterding,
Dan Dixon,
Rilla Khaled,
Lennart E. Nacke

The use of game design elements in non-game context

1. Definition of Gamification (2)



the concept of applying game-design thinking to non-game applications to make them more fun and engaging

Al Gore says that "Games are the new normal" and talks about the power of Gamification at the 2011 Games for Change Festival.



San Francisco
June 19-21, 2012

Common
Point!

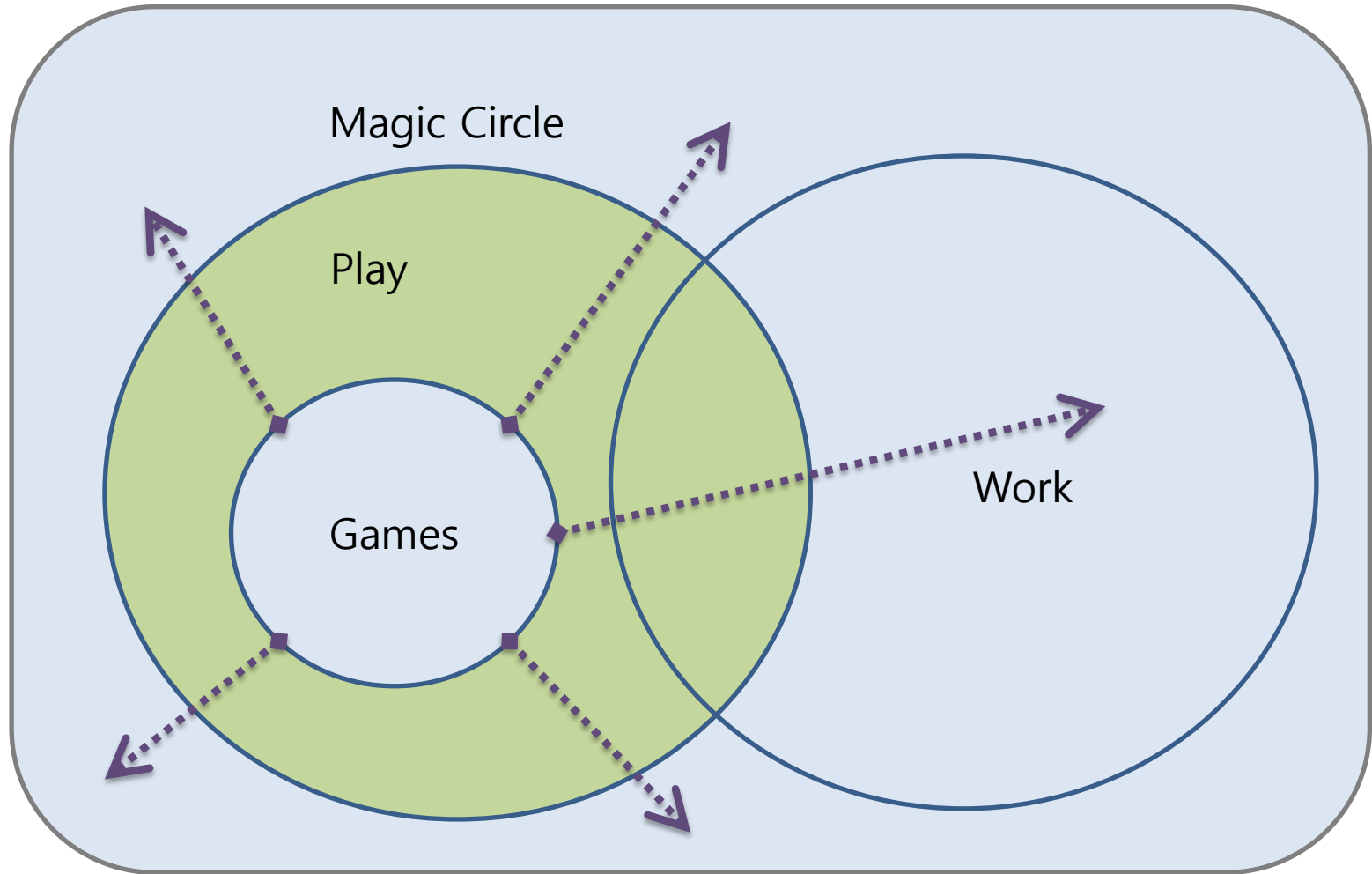
- **Game Thinking**
- **Game Design Elements**
- **Game Mechanics**
- **Make them more fun and engaging**
 - ➔ **Motivating**
- **In non-game contexts**

2. Gamification vs. Serious Games (1)



2. Gamification vs. Serious Games (2)

Human Behavior



3. Importance of Gamification (1)

- M2 Research, Gamification Market to Reach \$2.8 Billion in US by 2016 - <http://www.m2research.com/gamification.htm>

- Gartner Research Report, by 2015, more than 50 percent of organizations that manage innovation processes will **gamify** those processes.
<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1629214>

- 삼성경제연구소, 게임화가 각광받는 이유는, 게임의 보상과 경쟁 요소가 지루한 일도 재미있게 만들며 복잡한 업무도 직관적으로 이해할 수 있게 만들어 사람들의 관심과 흥미 유발하기 때문

- 日 기업들 게임식 경영 실험
칭찬배지, 땡큐 포인트 등으로 동기유발 하는 '게이미피케이션' 확산

- marketing, web design, sales, PR, business, health care, smartphone App., advertising, collective intelligence, social contribution 분야 다양한 성공 사례
- 기존 방식의 한계 + 다양한 영역에 활용해 성과를 올리기 쉽기 때문

3. Importance of Gamification (2)

- 인간은 본능적으로 재미를 추구한다
→ "Homo Ludens"

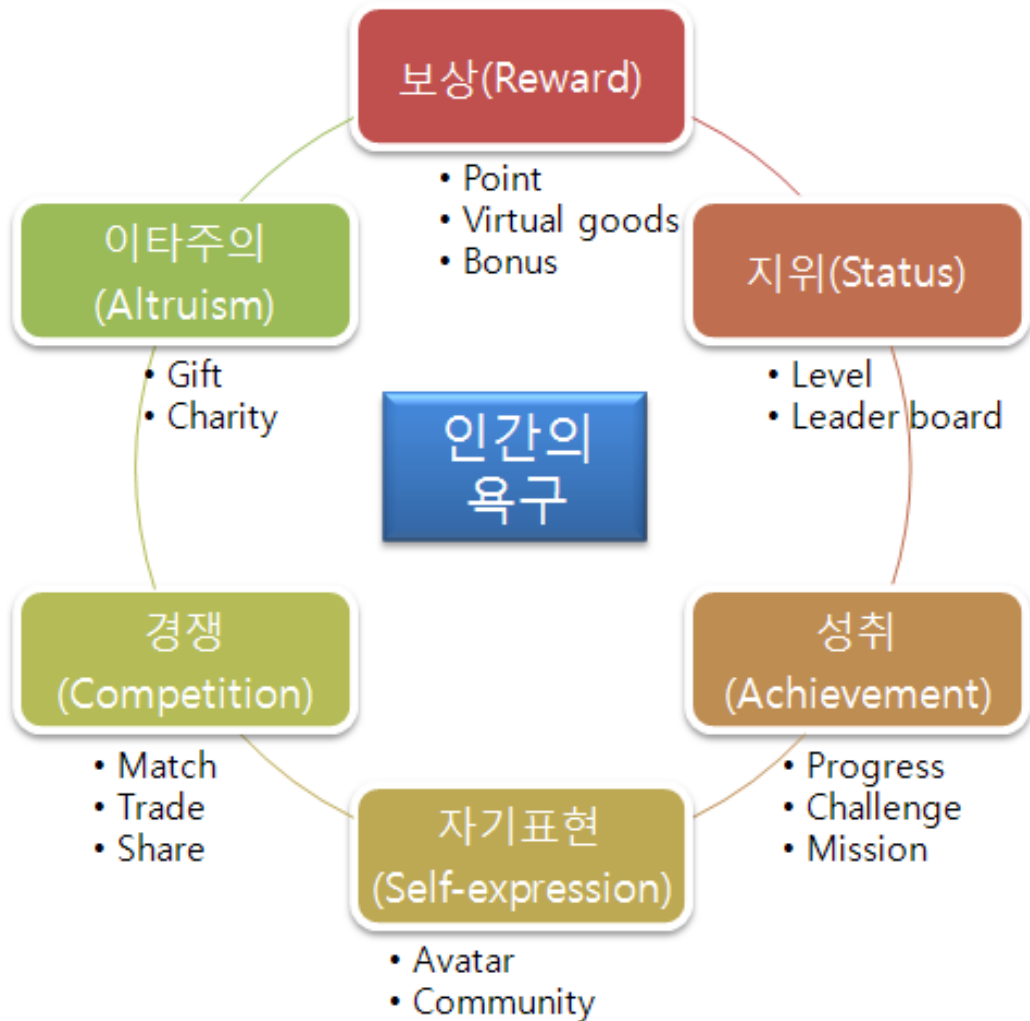
- 놀이 = 경박, 일 = 신성
→ 일도 재미있게(playbor, 놀터)

- 즐거움, 재미의 근원은 자발성(Self-Determination)
→ 자발성의 중요성 인식

- 체험 경제의 확산(체험재의 수요 증가)

- 스마트폰의 대중화(디지털 문화 수용자 급증)

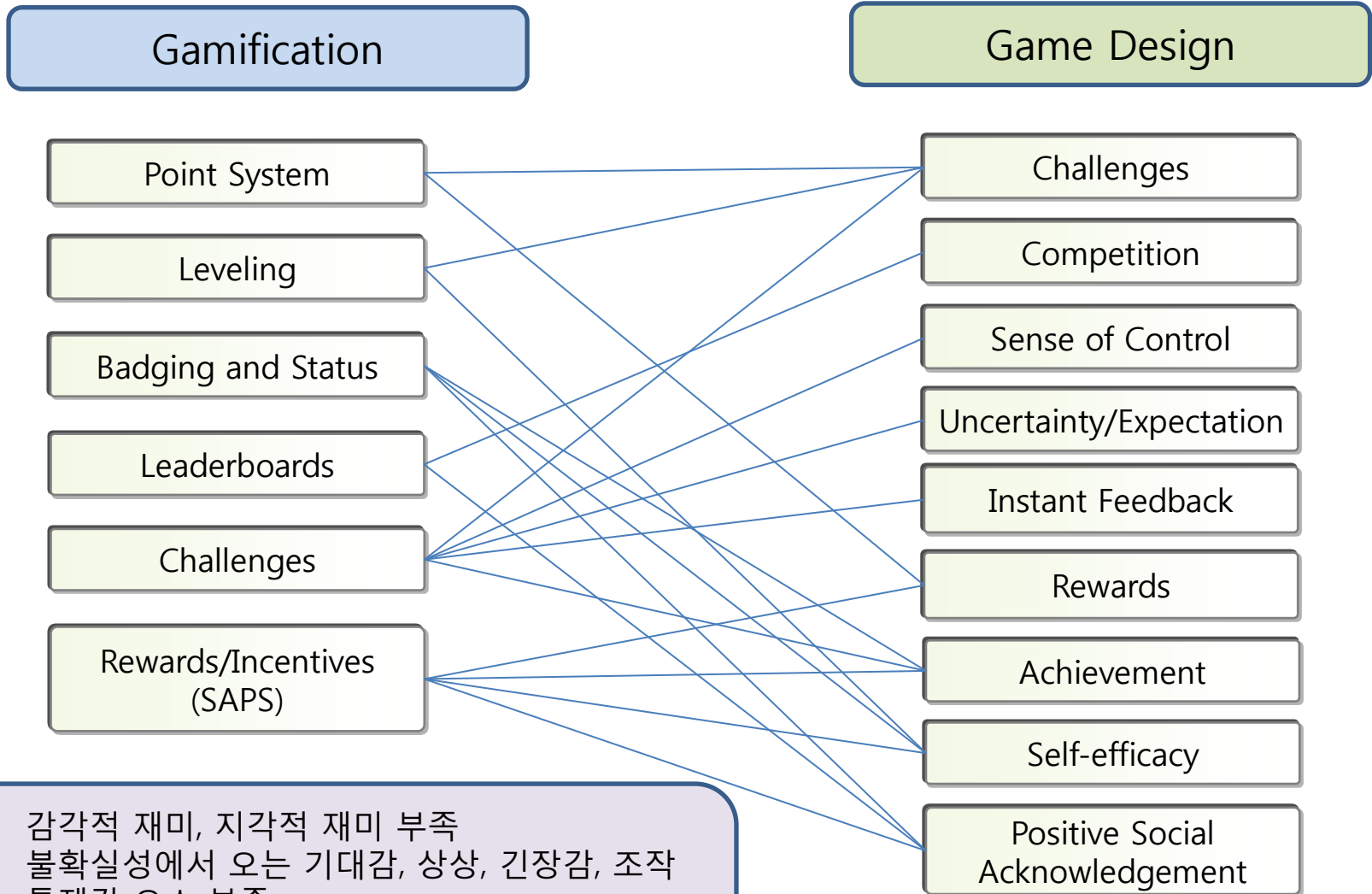
3. Mechanics of Gamification (1)



몰입
(Engagement)



3. Mechanics of Gamification (2)



1. 감각적 재미, 지각적 재미 부족
2. 불확실성에서 오는 기대감, 상상, 긴장감, 조작 통제감 요소 부족
3. 자기결정(선택), 스토리텔링 요소 부족
4. 소속감, 공동체감, 협력 요소 부족

Hungsup Yoon, A Study on the Evaluation of Fun in MMORPG, 2009.

4. Cases of Gamification (1)

1. Foursquare

- 2009년 등장한 포스퀘어(Foursquare)는 스마트폰을 이용하여 실제로 자주 가는 상점에 체크인하고 보상을 받는 서비스
- 위치 기반 Gamification App. 성공 사례로 관심 증폭
- 점수, 레벨, 뱃지, 순위표 등 핵심적인 게임 기법을 성공적으로 적용한 사례



4. Cases of Gamification (2)

2. Nike +

- 운동화에 특수 센서를 장착하고 달리기를 하면 달린 거리와 소모 칼로리 등이 계산되어 아이팟으로 전송되는 서비스
- 운동계획, 정보공유, 경쟁의 재미를 유발
- 인간의 행동을 유발하는 방식 중 하나로 운동을 하고 싶지만, 실제로 실천하기 어려운 스포츠 분야에서 응용 가능



4. Cases of Gamification (3)

3. Healthcares



격투게임 + 안마



게임 + 운동



게임 + 비만 치료

Mrs. Benson

September

Bracket: Green Bracket
Status: paid

5 5 2,120 pts 10 rules

If I end this month with 1 or more life points, I will... Eat sweet potato french fries.

If I end this month with less than 1 life point, I will... No chocolate for a week.

Allow 7 alcoholic drinks a week	Exercise for 30 minutes at least 5 times a week
Eat greens at least 5 days a week	No white flour
Cook dinner 5 days a week	Allow fried food 1 times a week

Other sites

- [gkeltanne \(delete\)](#)
- [Kaitlanne Benson \(delete\)](#)

재미있는 운동 사이트(Health Month)

4. Cases of Gamification (4)

4. 교육훈련용 SW, 생산성 향상



독일 지멘스(Siemens)의 플랜트빌

직원들이 공장에서 수행하는 작업을 게임화한 교육 프로그램 "플랜트빌(Plantville)" 개발 운영. 게임을 즐기면서 다른 파트의 업무가 어떻게 돌아가는지를 자연스럽게 이해하도록 함으로써 전체 공장이 효율적으로 운영되도록 도움

게임의 변신
Changing The Game: How Video Games Are Transforming the Future of Business
게임은 비즈니스의 미래를 어떻게 바꾸고 있는가?
데이비드 에더카 · 에린 볼릭 지음
최경자 옮김

마이크로소프트는 윈도우 비스타의 버그 테스트에 게임을 이용. 직원들의 참여도가 4배가 높아졌다.

스승 커뮤니케이션북스

4. Cases of Gamification (5)

5. 네이버 지식인, 티스토리

- 네이버 지식인 : 클라우드 소싱(Crowd Sourcing)을 통해 집단 지성의 발현 사례를 보여준 세계적인 사례
- Gaimification이라는 용어를 사용하지 않았지만 게임 기법 활용
- 블로그 서비스인 티스토리도 게임 기법 활용



<http://tistory.com>

4. Cases of Gamification (6)

6. Change Behaviors

- Thefuntheory.com : 재미를 통해 사람들의 행동변화를 유발하여 보다 나은 세상을 만들어보자는 취지에서 만들어진 프로젝트
- 재미 요소를 활용하여 사람의 행동을 바꾸는 아이디어를 공모하여 실제 구현하는 프로젝트로 폭스바겐에서 후원



Piano Stairs



Bottle Bank Arcade



4. Cases of Gamification (6)

6. Change Behaviors



5. Limits of Gamification

- 게이미피케이션은 통상적인 게임 메커니즘(배지, 레벨, 진척도 등)으로 인간의 폭넓은 행동을 유도할 수 있는 만병통치약으로 과대포장되어 알려져 있으나 한계점 있음.
1. 내적 동기보다는 주로 외적 동기를 자극하는 보상에 초점이 맞추어져 있다. (외적 동기로 내적 동기 자극 주장)
 2. 게이미피케이션에 대한 정의의 범주를 너무 좁게 설정하여 점수, 배지, 레벨, 도전 과제, 순위표와 같은 게임적 요소만으로도 충분히 사람들의 참여를 촉진하고 고객 충성도가 높아질 것이라는 환상을 갖고 있다. (상상력과 감정 결여)
 3. 게이미피케이션이 적용되면 오히려 일을 보다 번거롭게 만들고, 생산성이 낮아지는 분야도 있다. (인간의 건강이나 생명에 영향을 미쳐 최대한 빨리 처리되어야 하는 분야, 내러티브의 제공 방식이 보다 효과적인 분야, 실용성이 요구되는 분야 등)
 4. 금전적인 보상은 오히려 창조적인 사람에겐 역효과 나타날 수 있음

(Daniel Pink, *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*, Riverhead, 2009)

Three 3 true motivation : autonomy, mastery, and purpose

6. Prospect of Gamification (1)

Market Size and Projections



(in millions)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	\$100	\$242	\$522	\$980	\$1,707	\$2,830

Source: M2 Research

6. Prospect of Gamification (2)



게임의 현실세계 활용 희망 분야

분야	교육	건강	사교	재테크	환경	사회참여
응답률(%)	75	72	56	52	47	33

자료: Latitude (2011). The future of gaming. <www.latd.com>

6. Prospect of Gamification (3)

- 최근 funology, TED, Social Network Games, Gamification collective intelligence 등이 주요한 화두가 되고 있음.
- Gamification은 마케팅 분야에서 새로운 기법으로 인정받고 있음
- 게임(디자인)의 잠재적 가능성 이해 및 활용이 가능해짐
- 집단지성을 이끌어내기 위해서도 재미요소가 필요
- 건강, 보건, 재정, 엔터테인먼트, 쇼핑, 생산성, 서비스에서부터 거대 규모의 협업, 집단 지성, 교육분야까지 확대 적용 가능
- 사회 문제 개선, 재미있고 효과적인 교육방법 개선까지 확장 기대