

개발자 측면에서 본 한국 온라인 게임 산업 개괄

엔씨소프트 김형진

1. 서 론

90년대 초반부터 시작된 대한 민국의 온라인 게임 산업은 질적으로나 양적으로 꾸준히 성장하여 2005년 4월 현재 세계 최고 수준을 자랑하고 있다. 하지만 10년 남직한 짧은 시간 내에 지금과 같은 성장을 이루어내는 데는 상당한 어려움이 있었던 것이 사실이고, 급속한 발전이 가져온 각종 폐해들 역시 영광스러운 업적의 뒤편 길에 가려진 채 산업 전체의 잠재적인 위험 요소로 고스란히 남아 있다.

따라서 지금 시점에서 한국의 온라인 게임 산업이 걸어온 역사를 개괄하고, 이를 토대로 미래의 온라인 게임 산업에 대해 생각해 보는 것은 현재의 영광을 순간적인 반짝임으로 머물게 하지 않고 발전하는 역사에 연결시키는 거대한 작업의 작은 한 부분으로써 나름대로의 의미를 가질 수 있을 것이라 생각한다.

필자는 1996년부터 지금까지 한국에서 온라인 게임을 만들어 오고 있는 개발자로서, 개인적인 경험과 참조 가능한 자료들을 바탕으로 개발자 측면에서의 한국 온라인 게임 산업의 역사에 대해 이야기해 보고자 한다. 이 글을 통해 한국에서 온라인 게임 산업이 발달할 수 있었던 것은 나름대로의 역사적인 이유가 있었다는 사실을 조금이나마 전달할 수 있게 되기를 바라는 바이다.

2. 한국 온라인 게임의 역사 개괄

2.1 여명기(80s~97년)

1979년 영국의 Essex University의 학생이었던 Roy Trubshaw와 Richard Bartle¹⁾이 70년대중 후반에 유행하던 텍스트 어드벤처 게임인 Colossal Cave

Adventure²⁾나 Zork의 영향을 받아, 이를 여러 명이 같이 플레이 하는 형태로 고친 게임을 만들었다. 이것이 최초의 온라인 텍스트 어드벤처 게임인 MUD로, 이 게임은 이후에 나온 모든 '네트워크를 통해 다른 사람들과 함께 즐기는 형태의 게임'들의 원형이 되었다(1). 물론 이 보다 훨씬 전에 나온 최초의 컴퓨터 게임인 Spacewar! 역시 다른 사람과 즐기는 게임이었지만³⁾(2), MUD는 공간의 제약을 초월하여 네트워크에 연결되어 있는 모든 사람들과 소통할 수 있다는 점에서 전혀 다른 형태의 게임이었으며, 이러한 속성을 반영이라도 하듯 이후 같은 개념을 가진 많은 게임들이 그 당시 막 확장되기 시작하던 통신망의 바다 곳곳으로 퍼져나가기 시작했다. 이 즈음에는 이미 Multi User Dungeon의 약자였던 MUD는 텍스트 기반의 온라인 롤-플레이잉 / 어드벤처 게임의 대명사가 되어 있었다.

서울대학교나 KAIST등 한국의 교육, 연구 기관에서 학생이나 연구원들이 언제부터 MUD를 하기 시작했는지에 대해서는 정확하게 알려진 바가 없다. 다만 KAIST등의 내부 게시판 등의 로그와 당시 중학생이었던 필자의 기억으로 미루어볼 때 92년경에는 이미 KAIST내부에서 MUD는 매우 일상화된 문화 컨텐츠였던 것으로 보이며, 80년대 중 후반부터는 이미 몇몇 학생이나 연구원들이 학교 컴퓨터를 통해 MUD를 즐기고 있었던 것으로 보인다.⁴⁾(3)

이 당시 MUD를 즐기던 학생들 중 몇몇이 국산 온라

1) Richard Bartle : 영국 출신의 공학 박사이자 프로그래머이자 게임 디자이너, 최초의 온라인 게임 MUD의 공동 개발자이자 게임과 온라인 커뮤니티에 대한 정력적인 집필가로서 지금까지도 활발하게 활동하고 있다. 그에 관해 알고 싶으면 <http://www.mud.co.uk/richard>를 참조하라.

2) Colossal Cave Adventure : 줄여서 보통 Adventure라고도 한다. 1972년 미국의 Will Crowther가 개발한 텍스트 기반의 게임. 보통내러티브를 가진 최초의 컴퓨터 게임으로 인정받고 있음.

3) 1962년 MIT의 Steve Russell에 의해 만들어진 일반적인 의미에서 최초의 컴퓨터 게임. 두 사람이 우주 비행선을 조종하여 서로를 격파하는 스타일의 게임이었다.

4) KAIST의 System Architecture Laboratory의 홈페이지에 공개되어 있는 전길남 교수의 Hot Topics in the Internet Scene in Asia-Pacific이라는 프레젠테이션에는 KAIST의 명물 MUD였던 KIT MUD가 80년대부터 서비스 되어 있다고 나와 있다 <http://cosmos.kaist.ac.kr/salab/professor/n+i.pd>

인 게임 제작에 뜻을 두게 된 것이 우리 나라 온라인 게임 역사의 시작이라고 할 수 있다. 결국 1994년 KAIST 출신의 학생들과 ETRI연구원 출신의 장인경 사장이 ㈜마리 텔레콤을 세워 천리안 등의 PC통신 서비스에 한국 최초의 상용 MUD 게임 '단군의 땅'을 서비스하기 시작하였고, 비슷한 시기에 한국 온라인 게임 개발 1세대라 할 수 있는 송재경씨와 김정주씨가 넥슨을 공동 창업하고, 96년에 한국 최초⁵⁾의 그래픽 기반 MUD⁶⁾인 '바람의 나라'를 만들었다.[4]

2.2 성장기(98년~2000년)

94~97년 시점에서는 아직 가정에서 인터넷을 쓰기는 쉽지 않았기 때문에 일반적인 온라인 환경은 천리안, 하이텔 등 전화 회선을 통해 특정 서비스 프로바이더에 접속하는 PC통신 형태였다⁷⁾. [5] 따라서 대부분의 온라인 게임 역시 PC 통신을 통해 서비스되었으며, 당연히 수익도 KT, 데이콤 등의 PC통신 서비스 제공 업체와 나누는 형태였는데, 이 당시의 수익 배분은 플랫폼 제공자가 7, 콘텐츠 제공자가 3 정도로 콘텐츠 제공자의 수익률이 극히 낮았다. 이러한 시기에 엔씨소프트로 등지를 옮긴 송재경씨가 제작한 2D 그래픽 기반의 MMORPG '리니지'가 98년 9월에 상용화 하면서 그 당시 스타크래프트 붐으로 성장 가능성을 보이고 있던 PC게임방을 대상으로 적극적인 마케팅을 전개하여 큰 성공을 거두었다.[6] 또 원클릭이라는 인터넷 자동 접속 프로그램 서비스를 개발한 네오위즈가 온라인 게임 시장과의 연계에 나서면서 개인 사용자 인터넷 시장을 키워나갔다[7]. 이후 ADSL이나 케이블 모뎀 등의 보급에 발맞추어 네트워크 사용자층이 급속히 PC통신 기반에서 인터넷 기반으로 옮겨가면서 온라인 게임의 주된 활동 무대 역시 PC통신망에서 인터넷에 직접 접속 가능한 개인 사용자와 PC방이라는 양대 시장으로 옮겨 가게 된다.

1999과 2000년은 여러모로 온라인 게임 산업이 다각화 되기 시작한 해였다. 아바타 산업으로써의 네오위즈⁸⁾ '세이클럽⁹⁾'의 등장. 캐주얼 게임 시대의 시작을

알린 CCR의 '포트리스2'[8], 넥슨의 향후 방향성을 결정지어준 자회사 엠플레이의 '퀴즈퀴즈'의 출시[9]. 한게임과 네이버의 합병으로 온라인 게임 산업의 새로운 강자로 떠오른 NHN의 설립 등 굵직한 뉴스들이 줄을 이었다[10].

국산 온라인 게임의 해외 진출이 좁은 국내 시장에 대한 대안으로 떠오른 것도 이 때부터이다. 엔씨소프트와 넥슨 등이 대만, 홍콩 등의 아시아 시장은 물론 미국과 일본에 지사를 세우며 사업 다각화를 노렸다. 한국 온라인 게임 업체들의 대만, 중국 등의 동남아시아시장에의 진출은 마치 미국 역사의 골드 러시를 보는 듯 했다.

온라인 게임이 새로운 미디어로 떠오르면서, 새로운 미디어가 나올 때는 언제나 논의되어 왔던 미디어의 폐해들에 대한 담론이 생겨나기 시작하는 등 온라인 게임의 어두운 면이 부각되기 시작한 것도 이 때이다. 2001년에 대검찰청 인터넷 범죄 수사 센터가 설치되고, 2002년에는 한국정보보호진흥원 산하에 인터넷 중독 예방상담센터가 개설되는 등 나름대로의 사회적 진전이 이루어지고는 있었지만, 게임 중독이나 아이템 현금거래 문제 등 온라인 게임 산업이 낳은 각종 사회 문제들은 2005년 현재 까지도 문제 해결에 책임이 있는 세 주체—기업, 정부, 시민단체—의 손발이 맞지 않는 가운데 체계적인 대응이 이루어지지 않고 있는 실정이다[11].

2.3 원숙기(2001년~2003년)

2001년에서 2002년까지는 주로 게임 스타일과 제작 기술 부문에 혁신이 이루어졌다. 2001년에는 게임의 표현 영역에 있어서 3D 기술을 적극적으로 도입한 온라인 게임들—웹젠의 '뮤'나 나코 인터랙티브의 '라그하임' 등—이 등장하였으며[12][13], 2002년에는 보다 장르적인 코드에 의존하는 만화풍의 온라인 게임들—그라비티의 '라그나로크', 판타그램의 '샤이닝 로어' 등—이 등장하여 나름대로의 시장을 형성하였다[14][15]. 이 시기의 특기할만한 게임으로는 가마소프트의 '릴 온라인'이 있는데, 이 게임은 온라인 RPG게임에서의 액션 감각에 대해 처음으로 진지하게 고민한 작품이었다[16].

국산 온라인 게임의 해외 진출은 점차 일반화되었으며, 2002년 정도부터는 동아시아 시장에서 확실한 주도권을 가지게 되었다. 일본에서의 '라그나로크'의 성공은 드라마나 영화보다 한발 앞선 동아시아에서의 한류 열풍을 느끼게 해 주는 사건이기도 하였다[17]. 동아시아 시장에서의 온라인 게임 산업의 주도권 싸움은 일본 등 전통적인 게임 선진국에서는 각 메이저 개발사들의 체질 개선으로, 중국에서는 국가 단위의 자국 문화 보호 정책

5) 바람의 나라는 미국의 Meridian 59과 함께 세계 최초의 그래픽 기반 온라인 RPG로 꼽히기도 한다.

6) 이 당시에는 Multi User Graphical Environment라는 의미로 MUG라는 단어를 많이 사용했었다. 이 용어는 요즈음에는 거의 사용되지 않으며, 대신 MMORPG(Massively Multi-Player Online Role-Playing Game)이라는 용어를 사용한다.

7) 물론 94년도부터 KT등이 인터넷 접속 서비스를 제공했었다. 하지만 비싼 서비스 요금과 이용 콘텐츠의 부족 등으로 활성화가 쉽지 않았다. 특히 일본과 달리 ISDN 서비스가 활성화되지 않아 본격적인 인터넷 시대는 99년 ADSL 서비스가 시작되면서 비로소 시작되게 된다.

8) 네오위즈 : www.neowiz.com

9) 세이클럽 : www.sayclub.com

으로 이어지는 등 각 나라의 사회, 문화, 경제적 상황에 따라 다양하게 전개되어가게 된다.

2.4 변화의 시기(2003년~현재)

2003년 이후 한국 온라인 게임 산업은 시장이 성숙해감에 따라 영화 산업과 비슷한 면모를 보이게 된다. 한 회사가 하나의 프로덕트를 제작, 판매하던 고전적인 스타일에서 작품 기획, 제작, 홍보-마케팅, 배급 등이 시스템화, 분업화 되어간 것이다. 이는 양적인 성장이 한계를 보이면서 질적인 성장 없이는 현재의 시장이 거품이 될 것이라는 게임 산업 주체들의 시장 상황에 대한 고민의 반영이기도 했고, 이미 비대해져 버린 내부 조직을 유지해나가기 위해서는 보다 체계적인 경영 방법론이 도입될 수 밖에 없었던 각 주체들의 내부적인 문제점들의 치료 과정이기도 했다[18]. 엔씨소프트의 리니지II를 필두로 블록버스터 경쟁이 시작되어 작품의 제작 단가가 비약적으로 상승하는 한편 기업들의 수익성은 악화되었다.

하지만 NHN과 넷마블[19][20]의 주도하에 꾸준히 성장해 오던 캐주얼 게임¹⁰⁾ 시장이 넥슨의 참여로 인해 메이저화 하면서 저 예산으로 충분한 수익성을 보장할 수 있는 새로운 대안으로 자리잡고 있다.

해외 게임 시장의 흐름과 단절되어 거의 자생적으로 성장해온 한국 온라인 게임 시장이 서서히 전 세계적인 흐름에 편입되기 시작하는 것도 이 시기의 중요한 특징 중 하나라 하겠다. 그 동안 수출 시장으로만 여겨졌던 중국 게임 자본의 성장, WOW 이펙트¹¹⁾로 대표되는 전통적인 게임 선진국들의 한국 시장 진출, MS나 소니 등 메이저 콘솔 플랫폼 홀더들이 차세대 콘솔¹²⁾ 마케팅의 격전지 중 하나로 한국을 바라보고 있다는 점 등이 전에는 없었던 세계화의 물결이 한국 온라인 게임 시장

을 덮치려 하고 있다.

3. 2005년 이후의 온라인 게임 산업

3.1 개념적으로 발전하는 온라인 게임

21세기 들어 한국 사회는 핸드폰과 인터넷을 기반으로 하는 네트워크 기술의 발달에 발맞추어 급격히 변화하고 있다. 사람들간의 정보 공유 능력이 비약적으로 향상되면서 기업이 콘텐츠 제공자였던 기존의 문화 모델에서 탈피하여 스스로 자신들이 즐길 콘텐츠를 생산해 내는 단계에 이르렀다. 생산자이기도 한 소비자의 개념은 엘빈 토플러 시절부터 주창되어 왔지만, 창작 재료, 생산 도구, 창작물의 발표와 공유의 장 모두가 디지털화되어 누구나 쉽게 이들에 접근할 수 있게 된 지금에서야 진정한 프로슈머의 세계가 열리고 있다는 생각이 든다. 그리고, 굳이 미국의 MMORPG 울티마 온라인의 "We create world"라는 유명한 선전 문구를 떠올리지 않더라도, 사람들이 즐길 수 있는 콘텐츠의 성격과 그 콘텐츠를 매개로 서로 소통하는 커뮤니케이션 미디어의 성격을 동시에 가진 온라인 게임이야말로 현 시대 엔터테인먼트 미디어의 총아라 부를 수 있을지도 모른다. 그리고 그 때문에 결국 온라인 게임의 미래를 생각해보기 위해서는 엔터테인먼트 콘텐츠로서의 온라인 게임과 커뮤니케이션 미디어로서의 온라인 게임에 대해 각각 생각해 보지 않으면 안된다.

콘텐츠로서의 국내 온라인 게임의 발전에는 '온라인 게임'이라는 좁은 틀을 깨고 현재 게임으로 인식되고 있는 모든 장르들—콘솔 게임, PC 패키지 게임, 아케이드 게임장의 게임, 하물며 전원이 필요 없는 각종 보드 게임이나 테마 파크의 놀이 기구까지—의 콘텐츠와의 혼합이 필수 불가결하다. 전통적으로 온라인 게임은 온라인이 아닌 게임들과 시장뿐만 아니라 게임플레이의 문법,¹³⁾ 나아가 게임 퀄리티를 재는 잣대조차도 다르게 운영되어 왔다. 이는 기존 패키지 게임 시장이 와해되는 과정에서 성장한 한국 온라인 게임 시장에서 더욱 뚜렷하게 나타난다. 하지만 한국의 게임 시장도 향후 5년 내에 차세대 콘솔 게임기로 상징되는 세계 게임 시장의 흐름에 완전히 편입될 가능성이 크고, 점차 모든 플랫폼의 게임들이 온라인 화 하고 있기 때문에, 더 이상 '온라인이기 때문에'라는 말은 다른 플랫폼으로부터 발전한 게임들과의 퀄리티 격차에 대한 변명이 될 수 없다. 게임

10) '캐주얼 게임'이라는 용어의 정의에 대해서는 아직도 이견이 분분하며, 필자 역시 저 명칭이 자신이 가리키는 실체를 잘 대변하지 못한다고 생각한다. 어쨌든 여기에서 캐주얼 게임은 1) 상대적으로 적은 개발비로 제작되고 2) 따라서 자체적인 마케팅이 힘들어 포털 등의 마케팅 플랫폼을 필요로 하며 3) 주로 넓고 얇은 시장층을 공략하는 것을 목적으로 하는 게임을 말한다. 필자는 이 중 1번만이 캐주얼 게임의 본질적인 정의이며, 2, 3번은 상황에 따른 정의일 뿐 올바른 캐주얼 게임의 속성은 아니라고 생각한다. 그래서 저 예산 게과 같은 용어가 필요하지 않을까라는 생각도 해 본다.

11) 월드 오브 워크래프트 World of Warcraft. 스타크래프트, 디아블로 시리즈 등으로 유명한 미국 블리자드사의 첫 MMORPG. 2004년 하반기에 한국에서 서비스를 시작하여 수년간 이어져 왔던 해외 온라인 게임은 한국에서 성공할 수 없는 징크스를 깨고 큰 성공을 거둠으로써 매너리즘에 빠져 있던 한국 온라인 게임 업계에 경종을 울렸다.

12) MS의 차세대 XBOX, 소니의 Playstation 3, 닌텐도의 에블루션 등 차세대 게임기들은 모두 네트워크 기능을 기본적으로

13) 이는 기존 온라인 게임의 과금 방식에 의거하는 바가 크다. 현재 온라인 게임의 대표적인 요금 방식인 월 단위 정액 과금 방식은 정액제 무한 사이라는 과금 정책의 특징 상 온라인 게임이 제공할 수 있는 콘텐츠의 방향성을 크게 제한하는 요소로 작용하였다.

들은 점차 온라인이나 온라인이 아니냐라는 구분 보다는 그 게임이 가진 게임플레이의 장르적 특성 — 액션이나, 전략 게임이나, 어드벤처나 — 에 따라 구분될 것이기 때문에, 온라인이라는 플랫폼의 한계를 뛰어넘어 현재의 콘솔 게임이 보여주고 있는 강점들—순간적으로 반응하는 액션성, 절묘한 스토리구조와 연출 등의 콘텐츠 개발 노하우를 갖추어야만 살아남을 수 있을 것이며, 이는 이미 눈에 보이는 추세로 나타나고 있다.

온라인 게임은 또한 커뮤니케이션 미디어로서의 측면을 가지고 있다. 사람들은 커뮤니케이션을 필요에 의해 수행하는 것 외에 즐거움을 위해 수행한다. 핸드폰은 그것이 생산의 도구이기 때문에 발전한 것이라기 보다는 그것이 있는 생활이 즐겁고 편리하기 때문에 발전한 것이다. 온라인 게임 역시 커뮤니케이션을 통한 즐거움을 추구하므로, 이러한 의미에서 온라인 게임은 인터넷, 월드 와이드 웹, 핸드폰과 같은 커뮤니케이션 미디어의 정보와 그 궤적을 같이 할 것이다. '연결되어 있지 않은' 게임과 '연결되어 있는' 게임의 차이가 점점 극명해 질 것이며, 온라인 게임과 같은 '연결되어 있는' 게임의 경우 사이월드나 개인 블로그와 같은 다른 디지털 커뮤니케이션 미디어들과의 경계가 점차 모호해질 것이다. 이미 많은 게임들이 내부에 인터넷과 연동되는 게시판을 운영하고 있으며, NHN이 개발한 '아크로드'는 네이버 지식 검색과의 연동을, 엔씨소프트의 '리니지II'는 MSN 메신저와의 연동을 시도하고 있다. 콘텐츠가 생산되는 곳에서부터 이것이 전달되고 확산되고 변화되는 곳과의 연결 비용을 극소화함으로써 디지털 공간에서의 개인의 자아 실현 능력을 극대화 시키고 있는 것이다. 이러한 방향성에서 온라인 게임 역시 다른 디지털 커뮤니케이션 미디어와 같이 개인화 될 가능성이 크다. '커뮤니케이션'과 '개인화'는 일견 모순된 개념처럼 보이지만, 소통을 위해 조직에 속해야 했던 이전의 소통 모델에서 나 자신이 중요한 개인과 개인간의 소통 모델이 오히려 보다 인격적으로 진화된 소통 모델일 수도 있는 것이다. 이미 WinMX등의 '개인간의 소통이 가능한 P2P 소프트웨어'나 MUD의 아버지인 Bartle씨의 논문 등[22]에서 개인화된 온라인 게임의 가능성이 보이기 시작하고 있다.

3.2 온라인 산업의 발전을 위하여

온라인 게임은 기본적으로 — 당연하게도 — 게임이며, 게임은 현재 영화나 애니메이션¹⁴⁾과 같은 대중 문화 콘텐츠로서의 속성을 가지므로 온라인 게임 역시 이와 유

사한 행보를 하게 될 것이다. 온라인 게임은 더욱 더 블록버스터화 할 것이며, 제작비는 상승할 것이고, 이에 따르는 리스크를 줄이기 위해 다양한 제작, 마케팅 수단이 발전할 것이다. 영화 산업이 제작비 상승의 리스크를 해소하기 위해 콘텐츠 제공자들의 마케팅 비용 효율을 극대화하고 구매자들의 기회 비용을 최소화시킨다는 전략 하에 만든 멀티플렉스 영화관 개념과 온라인 게임 산업의 포털 전략은 놀랄 만큼 유사하다[21]. 또한 제작 기법에 있어서도 영화가 가장 돈이 많이 드는 프로덕션 단계의 기간을 줄이기 위해 긴 시간의 프리 프로덕션 Pre-production 기간을 가지는 관행 역시 온라인 게임 개발사들이 배워야 할 테크닉이다. 개발비 상승의 가장 큰 원인이 많은 인력을 사용하고 있는 개발 후반부에서의 일정 지연이기 때문이라는 점은 자명하다.

한국 온라인 게임 산업 발전을 위해 가장 중요한 이슈 중 한 가지는 현재 업계에 만연해 있는 인력풀의 경색 현상을 어떻게 해결할 것인가 이다. 본질적으로 크리에이티브한 프로젝트의 성격을 가지고 있는 게임 산업에 있어서, 특정 회사의 문제를 넘어 산업 전체의 인력 pool 관리가 제대로 되지 않으면, 점차 국가의 경계를 초월하여 유동적인 인력풀단위의 경쟁이 본격화 되어가는 앞으로의 온라인 게임 업계에서 경쟁력을 유지할 수 없을 것이다. 실제로 현재 우리 나라의 온라인 게임 업계에는 구체적인 문제 증상들이 나타나고 있다. 가장 심각한 것은 개발에 있어서의 양극화 현상이다. 현재 한국 시장에서는 몇몇 선두 개발사 내의 소수 개발팀만이 프로토타이핑을 비롯한 프리 프로덕션, 마케팅적 제품 포지셔닝, 로컬라이제이션 지원, 커스터머 서비스와 게임 방 영업 등 제대로 된 프로듀싱 프로세스를 밟아 제품을 판매, 서비스할 수 있으며, 개발 인력의 대부분을 차지하는 중소 개발사의 개발 인력들은 전혀 이러한 지원을 받고 있지 못하다. 요구되는 제품 퀄리티가 점차 높아지고 있는 지금 이러한 개발 외곽 지원 없이 성공적인 제품이 나오는 것은 불가능에 가까우며, 당연히 자금력이 부족한 중소 개발사의 프로젝트는 좌초하게 되고, 이 프로젝트에 소속되어 있던 개발자들은 조직으로써의 충분한 노하우를 쌓지 못한 채 아무런 보장 없이 실업 상태에 빠지게 된다.¹⁵⁾ 결국 이 프로젝트를 제작하는 과정에서 쌓인 노하우는 업계 전체에 전혀 공헌하지 못하게

14) 실제로는 이미 완성된 예술품이라 할 수 있는 인간을 움직여 제작하는 영화보다는, 無에서부터 有를 창조해야 하는 애니메이션 쪽이 제작 측면에서 게임과 훨씬 유사하다.

15) 서비스 되지 않은 게임 5개를 중간부터 만들어 본 개발자 보다 처음부터 상용 서비스 까지를 한 번 경험한 개발자가 훨씬 가치 있는 노하우를 많이 가지고 있다. 그 이유는 같은 단계의 일을 여러 번 해서 숙련되는 것 보다, 프로젝트의 라이프사이클 전반을 통해 일어나는 변화물한 번 씩이라도 경험하, 이를 통해 한 단계에서 그 다음 단계에 일어날 일들을 예측하며 작업을 할 수 있는 능력이 훨씬 더 값진 능력이기 때문이다.

된다. 인력 pool에 노하우가 쌓이지 않으므로 선두 개발 업체는 경험 있는 인력을 확보할 수 없어 허덕이게 되고, 적은 자본과 인력으로는 게임을 성공적으로 완성, 서비스시킬 수 있는 가능성이 없어져 중소 업체들이 고사하게 되며, 시장으로써는 다양한 제품이 나오기 어려워지므로 시장이 축소되며 마니아화 할 위험이 생기게 된다. 현재 한국의 온라인 게임 업계는 이러한 악순환의 시작점에 와 있다.

이를 타계하기 위해 현대적 기능을 수행하는 퍼블리셔들의 존재가 필수적이다. 퍼블리셔는 수시로 프로젝트에 대한 제안을 받고, 이를 검토하고, 유망한 제안이 있을 경우 이를 인큐베이팅 하여 하나의 뛰어난 가능성을 '완성되어 판매 가능한 제품'으로 만들고, 이 제품을 시장에서 적절하게 포지셔닝 한 후 해당 포지션에 맞는 방법으로 판매/서비스 하는 역할을 수행한다. 이는 고전적인 패키지 시장에서는 매우 당연한 구조였지만, 온라인 게임은 개발과 판매 뒤에 서비스가 필요하므로 이러한 구조를 갖추기 위해 라이브팀의 구성, 인력 수급과 유틸리티의 재배치라는 점에서 이전의 퍼블리셔와는 다른 노하우가 필요하다.

급성장한 한국 온라인 업계로써는 단기간에 이 정도의 구조를 만들어 내는 것이 쉽지 않은 일일 것이다. 하지만 이미 '온라인이니까', '한국 시장은 특수하니까'라는 방벽은 무너져 가고 있다. 한국 온라인 게임 업계가 향후 3년 안에 기 체제를 갖추지 못한다면 밝은 미래를 희망할 수 없을 것이다.

미국 영화계는 할리우드라는 거대하고 우수하며 유연한 인력 시장과, 좋은 아이디어를 영화화 하여 전 세계의 극장에 밀어 넣을 수 있는 퍼블리싱 라인을 갖추고 있다는 이유로 세계 영화 산업을 주도하고 있다. 한국 온라인 게임 산업이 지금보다 도약하기 위해서는 우수한 개발자, 마케터들이 존중되어야 하며, 이들의 경험이 업계 전반으로 공유되어야 한다. 업계 내부 인력들이 고용불안을 느끼지 않고도 여러 회사의 여러 프로젝트를 경험할 수 있는 진정한 의미에서의 유연성(회사에서 인력을 쉽게 자를 수 있다는 의미가 아니라)이 확보되어야 한다. 미국의 Game Developers Conference와 같은 업계의 지식을 공유하고 발표할 수 있는 물리적, 디지털적 공간이 절실하며, 하나의 회사 단위가 아니라 업계 전체의 인력 프로파일을 관리할 수 있는 에이전시의 존재도 필요하다고 생각한다.

어떠한 산업에서든 마지막으로 따라오는 문제는 국가, 사회적인 인식 전환과 체제 구성의 문제이다. 필자는 개인적으로 어떠한 산업이 발전하는데 정부의 도움은 별로 필요하지 않다고 생각한다. 오히려 정부가 적극적으로

해야 하는 일은 산업이 올바르게 발전하는데 방해가 되는 요소들을 제거해 주는 것이다. 이러한 맥락에서 산업 '육성'이라는 말은 별로 바람직하지 않다고 보고, 산업 '지원'이라는 말을 썼으면 한다. 미래의 온라인 게임 산업을 위해 정부가 해 줄 수 있는 가장 큰 일은 입법, 사법, 행정 차원에서 대한민국이 이미 디지털 커뮤니케이션 미디어와 융화된 사회 형태를 가지고 있다는 사실을 될 수 있는 한 빨리 반영하는 것이다. 이와 동시에 각 기업들은 산업이 주류화되면서 커질 수 밖에 없는 자신들의 사회적 책임에 대해 보다 깊이 생각해야 하며, 이를 시민 사회와 대화하면서 해결해 갈 수 있는 자리를 술선해서 마련해야만 한다. 문화 산업의 건전성 유지는 국가의 규제가 아니라¹⁶⁾ 산업 주체들의 자정 노력에 있다는 사실을 기억해야만 한다.

3.3 결론

비록 20년이 채 안 되는 짧은 역사를 가지는 어린 미디어 산업이지만, 한국의 온라인 게임 산업은 현재 사회에 대한 강한 영향력과 책임을 가지는 주류 미디어로 도약하는 문턱에 와 있다. 이 시점에서 산업 주체에게 절실하게 필요한 것은 보다 나은 미래를 추구하기 위해 공부하고, 축적된 지식을 공유하는 자세이다.

참고자료

- [1] Internet History www.livinginternet.com
- [2] LegendMud www.legendmud.org
- [3] Richard A. Bartle page www.mud.co.uk/richard
- [4] 스티븐 켄트, 게임의 시대 - 재미를 쫓는 천재들의 숨은 비즈니스 찾기, 2002
- [5] KAIST System Architecture Lab Page cosmos.kaist.ac.kr
- [6] 인터넷 역사 프로젝트 www.internethistory.or.kr
- [7] KT www.kt.co.kr
- [8] 엔씨소프트 www.ncsoft.com
- [9] 네오위즈 www.neowiz.com
- [10] CCR www.ccr.co.kr
- [11] 넥슨 www.nexon.com/company
- [12] NHN www.nhncorp.com
- [13] 한국 게임산업 개발원, 2002 대한민국 게임 백서,

16) 사실 국가의 규제는 순작용보다는 반작용이 더 크다고 생각한다. 국가에 의한 현실적인 사전 검열이 이루어지고 있는 현 상황에서 성숙한 자정 의식이 자라기를 기대하는 것은 어려운 일이다.

2003

- [14] 웹젠 www.webzen.co.kr
- [15] 나코 인터랙티브 www.nako.co.kr
- [16] 판타그램 www.phantagram.com
- [17] 그라비티 www.gravity.co.kr
- [18] 한국 게임 산업 개발원 www.gameinfinity.or.kr
- [19] 가마소프트 www.gamasoft.co.kr
- [20] 한국 게임산업 개발원, 2003 대한민국 게임 백서, 2004
- [21] CJ인터넷 www.cjinternet.com
- [22] 넷마블 www.netmarble.net
- [23] Jason E. Squire, The Movie Business Book, second edition, 1992
- [24] Richard Bartle, Virtual worlds - how increasing complexity will make things simpler, 2005

김 형 진



서울대학교 컴퓨터 공학과 학사
사이어스 엔터테인먼트에서 온라인 카드
게임 "라그나돈" 기획
엔씨소프트에서 MMORPG "리니지" 기획
엔씨소프트에서 MMORPG "리니지II" 기
획
현재 엔씨소프트에서 새로운 온라인 게임
을 개발 중
관심분야: 가상 세계 구축, 게임 이론
