

## 전편보다 뛰어난 후속편들(Sequels win when it comes to video games)

오리지널 아이디어는 플레이어들에게 먹혀들지 않는다.

비디오 게임 산업은 특수효과, 대형 출시행사와 그 매력조차도 영화산업과 상당히 유사하다. 점차로 게임 산업은 할리우드와 공조하는 것들이 늘어가고 있다. 특히 시리즈물의 경우 그러하다.

1월부터 6월까지 육 개월 동안 원판에 배경을 둔 비디오 게임은 톱 10에서 단지 2개에 불과하다고 리서치 회사인 NPD Group이 밝혔다. 대부분 기존 베스트셀러 게임들의 후속편이거나 프로 스포츠에서 저작권을 따와서 개발된 것이며 일부가 블록버스터 영화와 서적들에 기인한 것이었다. 상위 5위 안에 랭크된 유일한 오리지널 게임은 Microsoft사(社)에서 출시된 일인칭 슈팅 게임 'Halo' 뿐이다. 'MVP Baseball 2004', 'NFL Street', 'Pokemon Colosseum', 'Flight Night 2004' 등의 나머지 순위권 게임들은 대부분 후속편에 속하는 것들이다.

오리지널 게임의 결핍은 게임 산업이 충분히 성숙되어간다는 것을 의미하는 것일 수도 있다. 최신의 게임기들의 기술적 복잡성과 급격히 상승하는 개발비용이 그 이유이다. 잘 팔리는 비디오 게임들은 일반적으로 그 개발 비용이 5백만에서 1천5백만 달러에 이른다.

결과적으로 Microsoft사(社)의 Xbox나 Sony사(社)의 PlayStation 2, Nintendo사(社)의 GameCube(이상의 세 게임기가 시장의 80퍼센트를 차지하고 있다.)와 같은 게임기용의 게임을 개발하는 게임 발매업체들은 완전히 독창적이며 검증되지 않은 게임들에 위험부담을 걸지 않으려는 경향이 늘어가고 있다. 이전의 히트작을 리메이크하는 것에 의존하는 할리우드와 비슷한 현상을 보이고 있는 것이다.

게임 발매업체들은 자신들이 이용자들에게 그들이 원하는 것을 제공하고 있다고 주장하지만 이러한 전략이 결국에 비디오 게임 산업을 갉아먹는 것이라는 주장도 있다.

“예측가능한 경로로만 제품을 판매하려 한다면 시장을 확장할 수 있는 기회를 잃어버리게 될 것입니다. 항상 후속편 혹은 다른 곳에서 모티브를 따온 게임들만 보게 된다면 이용자들은 게임 시장이 더 이상은 흥미롭지 못하다는 인상을 가지게 될 것입니다.”라고 Wedbush Morgan Securities사(社)의 리서치 분석가인 마이클 파흐터(Michael Pachter)가 전했다.

후속편에 의존하는 것은 또한 독립 개발자들이 게임 산업에 끼어들 기회를 박탈하는 것을 의미하기도 한다. 할리우드의 경우를 살펴보는 것이 좋은 사례가 될 수 있다.

“게임 산업계가 독창적인 아이디어들에 관심을 가지고 있지 않습니다. 그들에게 투자할 시간조차 없습니다.”라고 독립 게임 개발업자이며 Mauretania Import Export Co.의 공동소유자인 아메리칸 맥기(American McGee)가 전했다. 그는 'Doom'과 'Quake'의 컴퓨터용 게임의 개발자 가운데 한명이기도 하다. “발매업체를 만나 그들에게 오리지널 게임을 위한 기

회를 제공해야 한다고 전하기도 했습니다.”

“게임 산업의 순환 시스템은 끔찍하게 망가져 있습니다. 음반업계의 경우 주류로 진출하기 위해 굳이 브리트니 스피어스가 되어야 할 필요는 없습니다. 할리우드에서도 대형 회사들이 소규모 업체들에 투자를 하는데 게임 산업은 아직까지 이러한 실정을 파악하지 못하고 있습니다.“ 라고 독립 게임개발자 협회인 International Game Developers Association의 프로그램 담당자인 제이슨 델라 로카(Jason Della Rocca)가 전했다.

개발자들을 대표하는 한 에이전트에 따르면 이러한 경향의 원인을 알 수가 있다. 주요 게임 발매업체들과 협상을 진행하는 동안 그는 게임 산업계는 엔터테인먼트가 아니라 패키지 제품 산업에 배경을 두고 있는 매니저들에 의해 조정되고 있다는 것을 알게 되었다고 한다. 게임 개발자들의 웹사이트에 따르면 Activision사(社), Electronic Arts사(社), Take-Two Interactive사(社)의 책임자들이 이전에는 ConAgra사(社)나 그 계열사인 Hunt-Wesson과 같은 회사들에서 주요 위치에 있었던 것으로 나타났다.

비용 상승과 함께 주요 발매업체들은 위험부담을 덜어야 하는 압박에 처해 있다. 이것은 ‘스파이더맨(Spider-Man)’ 게임과 같이 기존에 확보해놓은 이용자들이 있는 게임들에만 치중하게 되는 것을 의미한다. ‘Spider-Man’이 1995년에 처음 모습을 드러낸 이후 십여 개의 게임들이 만화와 영화를 배경으로 개발되어 8백만 개 이상이 팔려나갔다.

세 개의 ‘반지의 제왕(Lord of the Rings)’ 게임, 네 개의 ‘해리 포터(Harry Potter)’ 게임 들 또한 영화를 배경으로 만들어졌으며 각각 5백1십만 개, 7백만 개 가량이 판매되었다.

“판매되고 있는 게임들 가운데 90퍼센트가 저작권을 빌려와 제작되거나 후속편이라는 것을 알고 있다. 하지만 우리들은 뭔가 혁신적인 아이디어를 가장 선호합니다.” 라고 Ubisoft 사(社)의 부사장인 제이 코헨(Jay Cohen)이 전했다.

“발매업체가 관심을 기울이지 않는다고 주장하는 이들은 실제로는 충분한 시도를 해보지 않은 것입니다. 저 자신만 해도 개발자 커뮤니티와 연락을 주고 받는 역할만을 하는 사람들을 다섯이나 알고 있습니다.“

하지만 일부에서는 독립 개발자들로부터 나온 새로운 게임 아이디어가 Ubisoft사(社)나 다른 대형 발매업체들에 의해 채택되는 경우는 희박하다고 비난하고 있다.

“게임 산업에는 ‘블레이어 위치(Blair Witch) 프로젝트와 같은 경우가 그리 많지 않습니다. 어떤 게임을 개발할 것인가 하는 결정은 손익계산에 달려있습니다.“라고 1999년 저예산으로 히트를 친 영화를 언급하며 델라 로카는 설명을 덧붙였다.

발매업체의 중역들은 독창적인 아이디어의 사멸은 또한 고객들의 요구에 부응하는 것이라고 주장한다. 차세대 게임기의 등장을 눈앞에 두고 있는 시점에 PlayStation 2와 Xbox의 상업적 생명도 끝나감에 따라 고객들은 보다 친숙한 게임들을 원한다는 것이다.

“게임기 세대가 교체되는 시기에 고객들은 더욱 보편적이 됩니다. 새로운 게임을 소개할 수 있는 기회는 상당히 한정되어 있습니다.”라고 Electronic Arts사(社)의 사업 개발 부사장인 그렉 리차드슨(Greg Richardson)이 전했다.

베스트셀러 Xbox 게임인 'Halo'를 개발한 Bungie Software사(社)의 설립자인 알렉스 세로피안(Alex Seropian)에 따르면 발매업체들에게 아이디어를 제안하는 것조차 도전일 수 있다는 것이다. 영화 제작자들은 구성이나 스크립트를 제시할 수도 있지만 게임에서는 개발 제안을 위한 어떠한 정해진 형식이 없다고 그는 말했다.

Microsoft사(社)가 2000년 Bungie사(社)를 사들인 이후 세로피안은 또 다른 독립 게임 회사인 Wideload Games사(社)를 이끌고 있다.

“게임 발매업체의 간부들은 게임 아이디어 같은 것은 들으려고 하지 않으며 게임 개발을 위한 자원을 갖추고 있는 회사들에나 투자하려 할 것입니다. 이전에 게임 개발 작업을 해본 적이 없는데 창업을 준비한다면 다른 일을 알아보십시오.”라고 세로피안은 전했다.

1930년대의 영화 스튜디오들과 마찬가지로 게임 발매업체들은 한번에 여러 프로젝트에서 작업을 하는 게임 디자이너를 직접 고용하고 있다. 극소수의 독립 게임 개발업체만이 게임 발매업체들로부터 하청을 받고 있을 뿐이다.

“영상물의 경우 누구든지 편집기술만 알고 만 달러 정도와 맥킨토시만 가지고 있으면 영화를 만들 수가 있습니다. 하지만 게임기용 게임 산업의 경우 그 개발 비용이 엄청나기 때문에 불가능한 일입니다.”라고 Microsoft사(社)의 공동 부사장인 제이 알라드(J Allard)가 밝혔다.

새로운 게임 아이디어를 촉진하기 위해서는 대형 발매업체들이 독립 개발업체들을 고무시켜줄 어떤 조치를 취해야 한다. Ubisoft사(社)는 북미 지역에서 네 개에서 여섯 개 사이, 전세계에서 12개 가량의 프로젝트를 매년 육성함으로써 더 많은 독창적 아이디어들을 끌어모으고자 하고 있다. 그들은 독립 개발업체들을 지원하며 무상으로 개발 도구들을 제공하고 있다고 밝혔다.

Electronic Arts사(社)의 한 부문인 Electronic Arts Partners 또한 독립 개발업체들이 개발한 게임들을 후원하고 있다. 지난 몇 해 동안, 네 개의 독립업체와 계약을 체결했다. “그 가운데 한, 두 개의 계약은 신생 회사들과의 것이었습니다.”라고 리차드슨은 전했다.

Microsoft사(社) 또한 육성 프로그램을 운영 중이다. 10,000 달러짜리 개발 도구들을 독립 업체들에 대여해주기도 한다. 현재까지 10여 개 가량의 게임들을 후원해 왔다. “그 가운데 일부는 실패했지만 세 개 정도의 게임이 출시되었습니다.”라고 알라드는 밝혔다.

어떤 이들은 육성 프로그램만으로는 부족하다고 한다. 독창적인 콘텐츠를 개발하기 위해서

는 사고의 전환이 필요하다. “독창적인 게임이란 그 개발자로부터 비롯됩니다.”라고 어느 산업 에이전트가 전했다.

독창적인 아이디어를 게임으로 개발해내기 위해 독립 게임 개발업자인 맥기는 새로운 전략을 고안해냈다. 영화의 판권을 사들일 수 없다면 비디오 게임을 개발하기 전에 그 아이디어를 바탕으로 한 영화를 만들기로 한 것이다. 아이디어 저작권을 영화 감독에게 판매하는 것으로 이미 영화 감독, 제리 브룩하이머(Jerry Bruckheimer)가 그의 아이디어를 구매했다.

“팔릴 만한 대단한 스토리만 있다면 영화로 제작될 수 있습니다. 영화 뿐만 아니라 소설로도 가능합니다. 영화로 먼저 만들어진다고 해도 게임 개발의 여지는 그대로 남아있습니다. 영화로 제작되기 전에는 게임 개발 아이디어에 관심을 보이는 발매업체를 찾을 수가 없습니다. 그들은 영화의 성공여부에 따른 개발 프로젝트만을 원하고 있는 것입니다.”

출처 : <http://www.trivalleyherald.com> 2004년 10월 3일

번역 및 정리 : 이 성 우 / 게임산업저널 미국 통신원