



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

사후평가: 캡콤/그린의 바이오닉 코만도 리암드

Postmortem: Capcom/GRIN's Bionic Commando Rearmed

벤 주드(Ben Judd)
가마수트라 등록일(2009. 1. 26)

http://www.gamasutra.com/view/feature/3912/postmortem_capcomgrins_bionic_.php

[이 심도있는 가마수트라 사후평가에서 캡콤의 벤 주드는 2008년부터 X박스 라이브 아케이드, 플레이스테이션 네트워크, PC를 통해 등장한 [Bionic Commando Rearmed](#)의 2D 다운로드 업데이트를 분석 가격부터 온라인 플레이 결정까지 모든 것을 시험했다.]

죽은 프랜차이즈를 되살리는 것은 쉽지 않다. 아마도 성공한 케이스보다 실패한 케이스가 더 많을 것이다. 바이오닉 코만도의 경우 꽤 인기를 끌었지만 NES에서 아케이드용으로 출시되던 1980년대 말에는 실질적인 금전적 이익을 가져다 주지 못했다.

3D 게임으로의 개발이 시작되기도 전에 필자는 영두에 뒤야 할 두 부류의 큰 소비자 그룹이 있음을 알았다.

1) 하드코어 팬

여기서 하드코어라는 말은 오리지널의 향수에 지나치게 집착한 나머지 약간의 시나리오, 디자인, 그래픽 변경도 용납하지 못하고 게이밍 커뮤니티의 게시판을 떠들썩하게 할 사람들을 말한다.

2) 일반 게이머들(열혈은 아닌)

이 시리즈가 만들어진 지 20년이 넘게 지났으므로 플레이스테이션으로 게임을 처음 시작한 대부분의 게이머들은 <바이오닉 코만도>가 뭔지, 하드코어 게이머들이 왜 그걸 그렇게 좋아하는지 모른다. 이들에게 새로 만들어진 <바이오닉 코만도>가 왜 좋은지를 납득시키는 것은 오리지널 <바이오닉 코만도>를 좋아하게 하는 것만큼이나 어렵다. 또한 네임 브랜드의 힘도 별로 도움이 안 될 것이다.

유감스럽게도 현재 오리지널 팬들의 수는 AAA급 게임의 면모를 갖춘 3D <바이오닉 코만도>의 성공을 보장할 만큼 많지 않다. 따라서 이 게임을 전혀 모르는 사람들이 흥미를 갖도록 해야 할 것이다.

업계 내부에서는 <바이오닉 코만도>를 집어드는 대중들을 바보 취급하는 우스갯소리가 많았다. 하지만 <바이오닉 코만도>의 팬들을 바보 취급하는 경우는 거의 없다. 따라서 이 양자가 모두 흥미를 느끼게 하려면 어떻게 해야할 지가 가장 큰 관건인 셈이다.



그래서 나온 것이 오리지널 게임에 완벽히 기반한 합리적 가격의 디지털 다운로드 게임인 <바이오닉 코만도: 리암드>이다.

잘 한 것들

1. 발표용 트레일러

트레일러만 좋아도 처음 하루 동안은 사람들을 붙들어 놓을 수 있다. 캠프 재팬과 그린은 합작해 아주 멋진 트레일러를 만들어냈다. 호평과 악평 모두를 검토해본 결과 필자는 이 트레일러야말로 사상 최고의 디지털 다운로드 트레일러라는 결론을 내렸다.

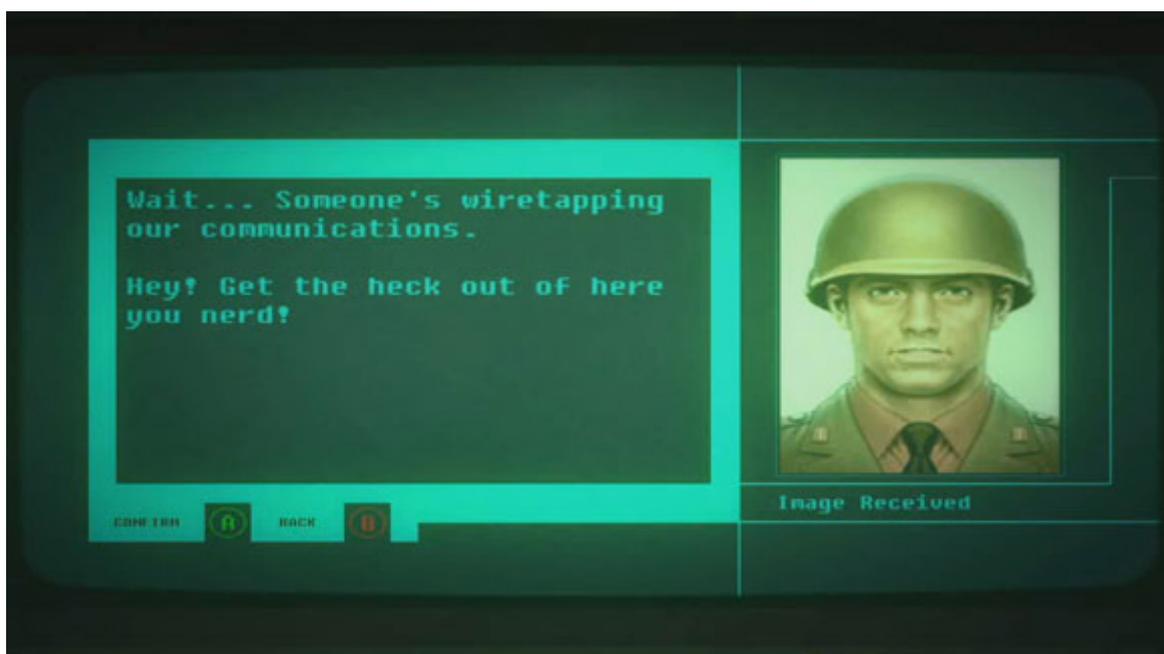
이 트레일러의 핵심 개념은 오리지널 게임을 <리암드>의 형태로 변형했음을 알리는 것이다. <바이오닉 코만도>의 특징은 팔에 끼워 휘두르는 메커니즘이다. 따라서 우리는 그린 측에 팔을 휘두르는 동안 오리지널의 모습을 리암드로 변화시킬 수 있는지를 물어볼 정도였다.

그들은 화려한 색상을 사용해 이 작업을 성공리에 해냈을 뿐 아니라, 게임 감독이자 음향감독인 사이먼 비크룬드는 원곡을 새로이 리믹스된 음악 속에 절묘히 녹여내었다. 팬들이 제1스테이지에 나오는 음악을 구할 수 없냐고 우리에게 문의할 정도였다.

또한 IGN에서 열린 최초 게임 발표회를 본 1UP(이들은 아무 소리 없이 고개를 숙였다.)과 게임스팟은 트레일러에 오리지널 게임 리뷰의 태그라인을 넣도록 하여 트레일러가 더욱 돋보이게 해 주었다.

또한 마지막 커뮤니케이터 텍스트에서 <바이오닉 코만도 리암드>가 있으면 과거 오리지널 게임의 복고풍 코스튬을 사용할 수 있다고 소개된 것도 기뻐다. 또한 많은 이들이 그 트레일러를 보았다. 3D 버전 캐릭터 디자인에 문제가 있다고 한 팬들에게는 그것이 오리지널 버전의 스펀서로 플레이하기 위한 의도적인 연출이었다고 말해주고 싶었다.

결국, 오리지널의 팬이었다면 완벽한 팬 서비스를 제공하는 <리암드>를 살 확률이 아주 높다. 즉 3D 버전을 사면 복고풍 스타일로도 플레이할 수 있기 때문이다. 이 정보를 모든 <바이오닉 코만도> 팬에게 알려주는 것이 가장 중요했다. 그리고 오리지널의 “여기서 나가자구, 이 얼간아.”라는 대사까지 나온 이 트레일러는 그 메시지를 아주 잘 전달해 주었다.



2. 출시가격

<바이오닉 코만도 리암드>의 게임 개념은 오리지널 게임에 친숙하지 않은 사람들도 충동을 받아 게임을 구매하게 하는 것이었다. 필자는 이 게임의 가격을 15달러로 책정해도, <바이오닉 코만도>의 하드코어 팬들에게는 팔린다는 것을 알았지만 1988년에 나온 오리지널이 별로 성공적이지 못했기에 오리지널을 해보지 않은 사람들을 완전히 무시할 수는 없었다.

10달러를 내고 다운로드 가능 타이틀을 구입하던 사람들이 15달러짜리 게임을 보면 망설일 것이 뻔했다.

사람들이 <브레이즈>의 가격을 처음 접하고 나타낸 반응을 감안한다면, 가격을 10달러로 책정한 것은 현명한 선택으로 보였다. 그러나 <브레이즈>는 15달러에서도 잘 팔려나갔다. 이는 높은 품질과 계속해서 쏟아지는 찬사에 힘입은 바 컸다.

게임의 품질이 개선됨에 따라 내부부에서 10달러 대신 15달러를 받아도 된다는 의견이 나오기 시작했다. 필자는 프로듀서로서 사람들을 끊임없이 커뮤니티 사이트에 몰려들게 해 본 경험은 적지만, 가격 책정 문제를 소비자의 판단에 맡기기로 했다.

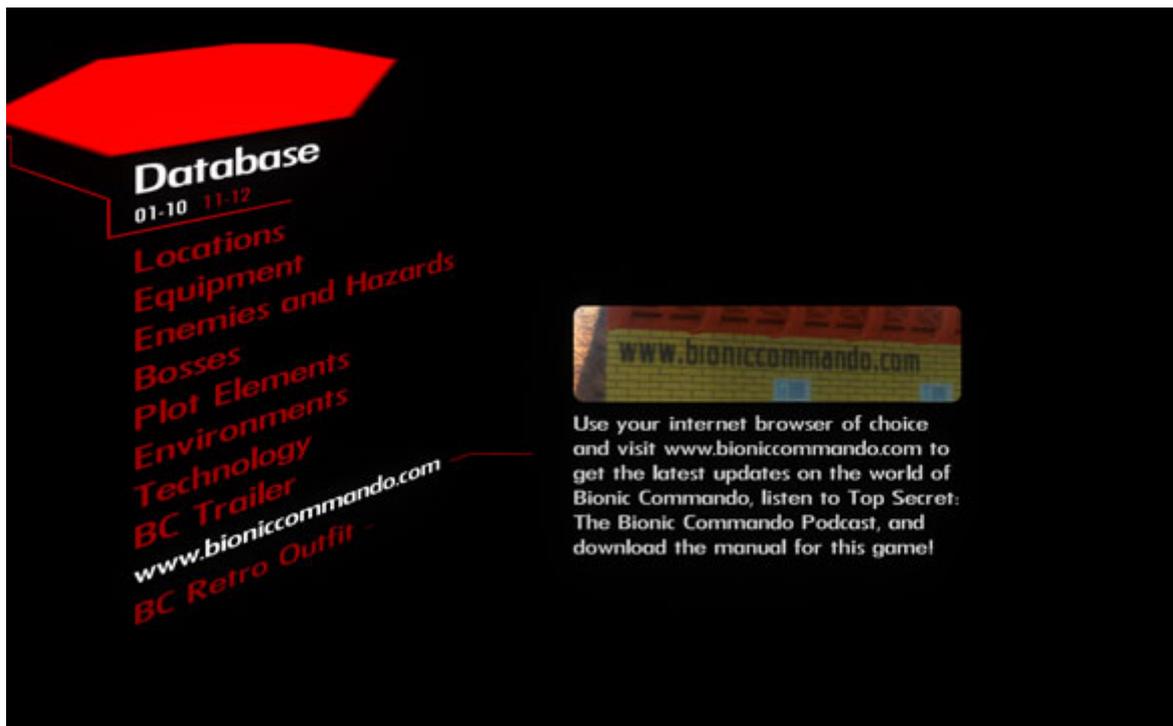
물론 일반적인 사람들은 싼 가격을 선호할 것이다. 그러나 15달러로 책정되는 것을 많은 사람들이 원한다면 우리는 그렇게 할 것이다.

마지막으로 게임의 가격과 높은 품질 덕분에 이 게임이 최고의 XBLA 타이틀 10선에 들었고 우리에게 대한 팬들의 성원, 그리고 3D 바이오닉 코만도를 만든 그린에 대한 팬들의 칭찬을 잔뜩 모았다고 생각한다.

3. 데이터베이스

발표용 트레일러 및 출시가격과 마찬가지로 데이터베이스 역시 대성과 대실패의 요소를 모두 절감했다. 데이터베이스를 성공으로 보는 이유는, 데이터베이스가 3D 게임의 스토리적 매력요소를 제공하는 방법을 제시할 뿐 아니라, 오리지널 게임이 갖고 있던 다양한 스토리적 모순을 하나의 응집력 있는 스토리라인으로 모아주었기 때문이다.

누구나 좋은 액션 게임을 좋아한다. 그러나 스토리를 통해 게임에 동기부여를 더 해준다고 나쁠 건 없다. 그리고 더욱 뛰어난 것은 플레이어들에게 데이터베이스를 보라고 강요하지 않았다는 점이다. 보기 싫으면 안 보면 된다. 물론 이것을 성공요소에 결부시킨다고 게임 동기부여가 덜 되는 것은 아니다.



4. 온라인 플레이 없음

온라인 플레이가 안 되면 안 산다고 생각하는 분께는 실로 절망적이겠지만, 나중에 볼 때는 현명한 선택이었다. 온라인 플레이를 실현하기 위해 겪어야 하는 개발진의 고충, 더 길어지는 제작기간과 늘어나는 제작예산을 감안할 때 온라인 플레이를 넣지 않은 것이 좋다고 본다.

온라인 플레이에서 나타난 버그는 다른 인기 디지털 타이틀에서 큰 실망요소였고 우리의 이전 타이틀도 같은 문제를 겪어야 했다. 물론 평균적인 소비자들은 원하는 것은 모두 다,

그것도 공짜로 누리고 싶어하는 것을 안다. 그러나 항상 균형을 맞춰야 한다. 그리고 더 머리를 쥐어짤다고 해서 게임이 그만큼 많이 팔려주는 것도 아니다.

필자도 처음에는 그린에 온라인 협동모드를 넣자고 압력을 가했지만 그들은 거절했다. 그린은 온라인 기능을 추구하면 엄청난 위험부담이 따른다는 것을 알고 있었다. 그리고 힘든 납품 단계로 들어가자 그들의 선택이 옳았음을 알았다.

프로듀서는 외부 개발자라도 동료의 말은 귀 기울일 줄 알아야 한다. 이번에는 동료들의 말을 들어주어 기뻐다.



5. X박스 360의 '섬머 오브 아케이드' 프로그램에 가까스로 포함된 것

이 게임은 '섬머 오브 아케이드' 프로그램에 그야말로 간발의 차로 가까스로 포함되었다. 이걸 통과시키기 위해 걱정하다가 밥도 못 먹고 잠도 못 잔 탓에 필자의 수명은 3년은 족히 줄어들었을 것이다.

그러나 마이크로소프트 덕택에 우리의 목표는 간신히 달성될 수 있었다. 필자는 갖은 나쁜 소문은 다 들은 탓에 납품하는 과정에서 걱정을 많이 했지만 나중에 보니 그것이야 말로 이 게임 제작에서 가장 잘한 부분이었다.

마이크로소프트는 확실히 게임을 보는 눈이 있었고 캠페인 작업을 하기로 결정했다.

또한 2008년은 디지털 타이틀이 빛나기 시작한 해였고 패키지 게임과 같이 하나의 게임 카테고리로 자리매김한 해였다. 마이크로소프트는 기회를 놓치지 않았고 아마 이 프로그램에 참여한 모든 이들 덕택에 성과를 거두었을 것으로 생각한다.

마케팅 역시 게임의 인기를 높이는 중요한 요소이다. 작은 디지털 타이틀의 판촉을 위해 TV를 사용할 능력이 안 된다면 온라인 공간을 이용하는 것도 해답이다. 이 프로그램은 온라인 공간을 적극 활용했고 이 부분에는 필자도 크게 협력해 <리암드>의 성공에 기여했다.

잘못한 것들

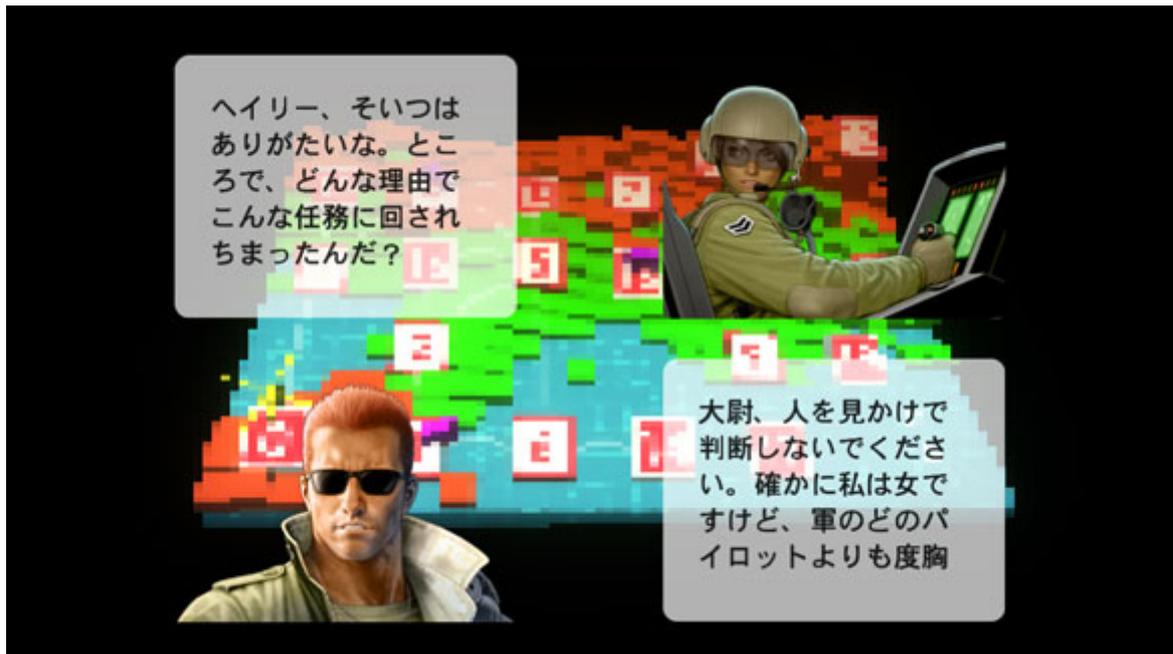
1. 발표용 트레일러

긍정적인 점이 있으면 부정적인 점도 파악해야 한다. 발표용 트레일러는 우리의 가장 뛰어난 작품이었지만 큰 문제도 일으켰다.

필자는 뭐를 발표해도 현지 언어로 완벽히 번역해서 발표하는 것을 선호한다. 필자의 유별난 현지화 선호 덕택이었는데는 몰라도, 트레일러 역시 게임에서 지원되는 6개국 언어로 번역되어 발표하기로 결정되었다. 그러나 이 말은 6가지 각각 다른 버전을 만들어야 한다는 것과 같은 얘기였다.

그 말은 북미판에는 ESRB 등급을 받아야 하고, 유럽판에는 또 다른 기관의 등급을, 일본판에는 또 다른 기관의 등급을 받아야 하며 트레일러의 상당부분을 인코딩해야 한다는 의미이다. 이런 다양한 메타데이터를 제출하는 것은 결코 쉬운 일이 아니다.

그 결과 만들어진 결과물은 자랑스럽지만 그에 들인 노력과 초과근무 시간을 감안한다면 별로 만족스러운 결과물은 아니다. 이제부터는 영어판과 일본어판만 진행할 것이다.



2. 출시가격

출시가격을 정하는 절차에서 딜레마가 생겼다. 필자는 <바이오닉 코مان도>의 가격 투표를 시작하기 전에 노심초사해야 했다. 이후 필자는 내외부의 많은 사람들로부터 10달러는 너무 싸다는 의견을 들었다.

필자는 정한 가격을 밀고 나갔지만, 그렇게 정하기 전에 내부적으로 좀 더 충분한 의견조율을 했어야 했다.

정치력이 없고 밀어줄 사람이 없으면 프로듀서 노릇도 못한다. 가격 결정 때문에 필자는 많은 내 편을 잃어버렸고, 되찾기는 쉽지 않아 보인다.

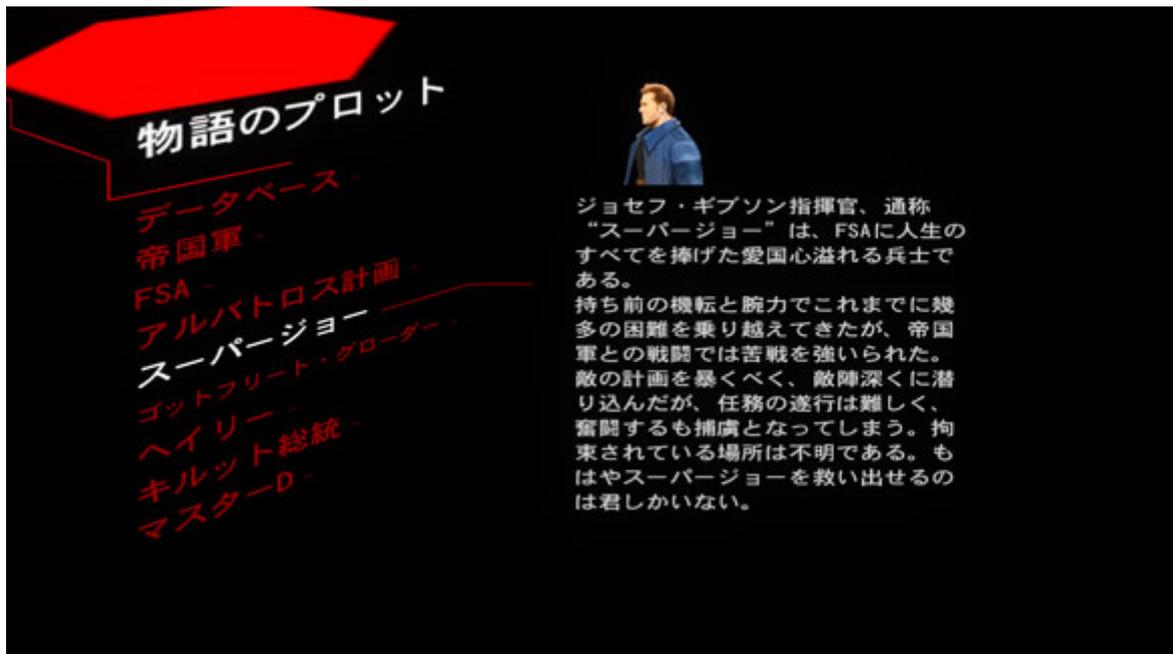
3. 데이터베이스

문자의 현지화는 패가망신의 지름길이었다. 막대한 노동이 필요한 현지화, 기획, 프로그래밍은 결코 쉬운 일이 아니다. 이 타이틀 제작에 참여한 프로그래머들이 처음부터 이걸 좋지 않다고 생각한 것도, 그리고 게임을 많이 판매하기 위해 꼭 필요한 조치도 아니라고 생각한 것도 알고 있었다. 그러나 우리는 어찌되었든 해냈다.

그 결과 페이지가 깨지는 오류가 엄청나게 많이 생겼다. 또한 일본어화는 엄청난 난제를 몰고왔다. 재미는 있었지만 현지화에 수년간 종사한 필자로서도 영어를 일본어로 번역한 적은 없었다. 필자가 작업한 모든 게임은 다 일본어를 영어로 번역한 것이었다.

일본어에서는 수작업으로 행을 바꿔줘야 한다. 영어 등 유럽어는 자동 행바꿈이 되므로 훨씬 쉽다. 그러나 일본어 작업은 엄청난 시간을 잡아먹었다.

캡콤은 일본 퍼블리셔이므로 일본어판도 만들어야 했다. 그러나 일본어판은 다른 언어와 비교해 볼 때 엄청난 노력이 더 들어간다.



4. 심의판 만들기

오리지널 게임은 최종보스인 마스터 D의 머리가 폭발하는 장면으로 끝이 난다. 아주 멋진 장면이며, 없으면 팬들이 실망할 장면이다. 그러나 그 장면을 넣기 위해 우리는 어떤 대가를 치렀을까?

그 대가란 바로 10대용 심의판 제작이었다. 우리 게임 말고 10대 청소년 사용가로 바뀌면서 마지막 3초가 줄어든 게임이 있다는 얘기는 들어본 바 없다.

마스터 D의 머리가 터져나가는 장면을 전혀 넣지 않았더라면 우리는 한 가지 버전으로만 게임을 만들었을 것이고, 새 버전의 버그 검사에 드는 시간을 절약했을 것이다.

한편 심의판을 만드는 데 투입한 돈과 시간이 그만큼의 판매를 보장해 주었는가 하는 의문도 든다.

물론 마지막 장면을 완전히 넣지 않는 것이 경제적으로 더 나은 선택이라고 말할 수도 있을 것이다. 그러나 이 업계의 많은 사람들은 게임을 사랑하기 때문에, 더욱 즐거운 게임을 만들기 위해서 이 일을 한다고 말하고 있다.

때문에 필자는 최종 결정을 내릴 때 적 보스의 머리가 터져나가는 걸 보고 싶다는 게이머의 의견을 수용했다.

...그리고 필자는 그걸 생각하면 아직도 입가에 미소가 머금어진다.



5. 일정

일정은 다른 여러 퍼블리셔도 고민하게 되는 사항이다. 디지털 타이틀은 패키지 타이틀에 비해 제작에 힘이 덜 들 것 같지만 실제로는 패키지 타이틀만큼 만들기 어려운 경우도 있다.

처음에 잡은 일정은 매우 빡빡했지만 그래도 우리는 그 일정을 소화할거라고 믿었다. 우리는 납품 과정, 버그 숫자, 다양한 버전 제조 등에 걸리는 시간을 간과하고 있었고 결국 출시를 4개월이나 미뤄야 했다.

그래도 필자가 5월에 출시될 거라고 동네방네 떠들고 다니지만 않았어도 일정 지연은 큰 문제가 아니었을 것이다. 이 역시 우리가 저지른 큰 실수 중에 하나로 꼽을 수 있을 것이다. 그러나 이 정도로 실수가 멈춰서 다행이다.

팔을 휘두르며 디지털 시대로 나아가자

프로젝트는 경제적, 비평자적, 경영자적 등 다양한 시각에서 볼 수 있다. 그러나 우리가 가장 중요한 목표로 삼은 것은 대부분의 <바이오닉 코만도> 올드 팬들을 만족시키고, 붐을 일으켜 사람들이 이 프랜차이즈를 다시 돌아보게 하고, 무엇보다도 이제껏 다른 누구도 꺼내보지 않았던 이 대단한 게임 시리즈를 부활시키는 것이었다.

개인적으로 대성공에 안주하다가는 대실패로 빠질 수도 있다고 생각한다. 따라서 새로운 아이디어를 실험해 보는 것은 절대 나쁜 일이 아니다. 물론 새로운 선택에 따르는 위험부담은 항상 염두에 두어야겠지만.

그러나 어떤 위험부담도 생체공학으로 만들어진 팔을 휘두르며 용암구덩이에 뛰어드는 것에 비하면 아무것도 아니다. <바이오닉 코만도>의 도전 과제야 말로 수많은 게임 중에서 최고로 어렵다고 할 만하다.





게임 정보

개발업체: 그린

퍼블리셔: 캡콤

플랫폼: XBLA, PSN, PC

출시일: 2008년 8월 13일

개발 기간: 12개월

전일제 개발자의 최대 수: 27명(평균 15명)

하드웨어: 인텔 PC 플랫폼, 엔비디아 지포스 카드, X360 개발 플랫폼, 소니 PS3 개발 플랫폼.

소프트웨어: 맥스, 마야, 포토샵, 모션빌더.

기술: 디젤 엔진, 빙크, 엔비디아 피직스

파일 숫자: 10 209

네이티브 C++ 코드 행: 335,975

스크립트 코드 행: 158,203

XML 코드 행: 1,902,987