



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

일의 홍수 속에서 살아남기 (Surviving The Overflow)

Jesse Harlin

가마수트라 등록일(2009. 3. 3)

(http://www.gamasutra.com/view/feature/3948/surviving_the_overflow.php)

[본래 2008 년 8 월호 <게임 디벨로퍼> 지에서 간행된 본 기사는 책임이 너무 많고 다 처리할 시간이 없을 때 어떻게 해야 할지에 관한 다소 힘든 주제에 대해 심도 있게 다루고 있다.]

모든 프리랜서 오디오 작업의 지침이 되는 원리는 그것이 음향 설계이든, 음악이든, 보이스 작업이든 쉬운 한 마디로 요약할 수 있는데, 바로 “항상 ‘예스’라고 말하라”이다.

안타깝게도, 모든 상황에서 “예스”라고 말한다는 것은 모든 주어진 기한 내에 한 사람이 실제로 처리할 수 있는 것보다 많은 일을 해야 함을 의미한다. 게임 산업에 있다면 누구나 알고 있듯이, 스케줄은 지연되기 일쑤고, 중요한 사안은 밀려나고, 기한 내에 처리해야 할 일들은 1 년 내내 넘쳐나기 마련이다. 무엇 하나 계획대로 진행되지 않고 스케줄 때문에 몸살을 앓는다.

게임 산업에서 여러 창작 프로젝트를 동시에 수행해야 하는 것만큼 스트레스를 주는 일은 드물다. 안타깝게도, 프리랜서에게 있어서 이는 너무나 흔한 일이며, 인맥이 좋을수록 그 위험성은 커진다. 이처럼 홍수처럼 밀려드는 작업량은 때때로 극복할 수 없는 일로 느껴진다.

다행스럽게도 콘텐츠 제작자들이 이 밀려드는 업무량 속에서 살아남을 수 있게 해 주는 두 가지 구명조끼가 있다.

대필 작가에 의존함



대필(Ghostwriting)의 역사는 예술의 역사만큼이나 오래 되었다. 심지어 모차르트조차도 오스트리아 귀족의 대필작가였던 것으로 알려져 있다. 오늘날 대필은 게임, 텔레비전, 영화의 프리랜서 창작 작업에서도 흔히 볼 수 있다. 그러나 비밀 엄수가 그 생명이므로, 이 주제에 대한 정보를 찾기란 쉽지 않다.

필자의 인맥을 활용해서 여섯 명의 계약자를 찾아냈는데, 모두 대필 작가로 일했으며 대필작가를 고용하기도 하는 사람들이다. 이들은 이 일의 전반적인 특성을 이해할 수 있도록 기꺼이 익명으로 설명해 주고자 하였다.

먼저 보수에 대해 물어보는 것으로 시작했다. 모든 프리랜서 계약 작업이 그러하듯이, 수수료는 협상하기 나름이다. 어떤 대필 작가들은 전형적인 “곡의 분당” 수수료를 청구한다. 일별, 주별, 또는 월별로 청구하는 이들도 있다. 그런가 하면 총 창작비의 백분율을 따져 대필작가를 고용하기도 하는데, 이 백분율은 대필작가가 프로젝트에서 수행하는 일의 분량에 따라 정해진다.

대필은 스트레스 때문에 생겨난 분야인 만큼, 어떤 대필작가들은 이를 알고 높은 수수료를 받는 협상 수단으로 사용하기도 한다. 그러나 이러한 상황을 너무 지나치게 이용하려다 보면 다음 대필 기회에 대한 희망은 사라져 버리고 말 것이다.

대필에 대한 공적을 인정해 준다는 것은 다소 믿기 힘든 상황이다. 한 계약자는 이렇게 말한 바 있다. “계약은 보통 음악의 전체 소유권과 통제권을 출판사에게 부여하지만, 모든 책임은 계약자에게 지운다. 그러한 책임이 최대한 구속력이 있게 하려면, 모든 콘텐츠가 전적으로 계약 서명인에 의해서 제작된 것임을 계약자가 보증할 것을 요구하는 법적 용어가 있게 마련이다.

어떤 계약자들은 “-에 의한 추가 음악/음향 설계”에서부터 단순히 공적에 대한 “감사의 메시지”에 이르기까지 무엇인가를 제공하기도 한다.

그렇게 관대하지 않은 사람들도 있다. 어떤 계약자들은 대필작가를 그저 살아남기 위한 수단으로 고용하고 대필의 공적을 인정하는 것을 자신의 전문성에 대한 잠재 위협 요소로

간주하기도 한다. 이러한 경우라 하더라도 이력서, 데모 버전, 혹은 웹사이트에 게임에 대해 언급하는 것이 실제 게임에 대한 공적을 인정해 주는 대신 허용되기도 한다.

정중하게 사양함

아직 계약서에 서명하지 않았다면, 또 하나의 선택안이 있는데, 바로 이 일에서 물러서는 것이다. 그러나 필자가 언급한 프리랜서 계약자들 중에, 누구도 이런 일을 받고 취소하거나 이를 수락한 사람은 없었다.

일을 거절하는 것은 직업적으로 큰 해를 초래할 수 있으며, 특히 그 직업적 관계를 유지하고 차후 업무를 촉진하기를 원할 경우에는 더욱 그러하다. 고객으로 하여금 독자가 고용하기에 적합한 사람이라는 확신이 들게 함으로써 직업의 인맥을 형성한 후, 돌아서서 스스로 그 프로젝트를 처리할 수 없다고 말하는 것은 시간과 신임의 낭비이다.

음악계의 작가이자 <신 음악 산업의 네트워킹 전략>(ArtistPro/Thomson PTR)의 저자로서 인맥관리의 권위자인 Dan Kimpel 에 따르면, 직업적 관계를 해치지 않고 일을 우아하게 사양할 수 있는 방법들이 있다. "프리랜서가 알아야 할 것은 그 일을 헐뜯는 것이 아니라 대수롭지 않은 일로 보이게 만드는 것이다."

Kimpel 에 따르면 "현재 책임들이 너무 많아서 충분히 그 일에 전념할 수가 없고 필요한 만큼 그 프로젝트에 주의를 기울이지 못할 것 같다"와 같은 말로 일을 거절하는 것의 영향력이라면 감당할 수 있다."

그는 또한 잠재 고용주에게 응대할 때 감정에 호소할 만한 표현들을 사용하는 것이 중요함을 강조하였다. 예를 들면, "느낌이" 또는 "체게는"과 같은 말은 그의 프로젝트에 감정이입을 하고 있으며 관련이 있음을 암시하는 심리학적 효과가 있으며, 이미 작업량이 많아 그 일은 생각 밖이더라도 마찬가지이다.

마지막으로, "아니오"라고 말하지 않고도 일을 거절하는 또 하나의 접근법은 그 일을 수행해 주는 대가를 높게 책정하는 것이다. 프로젝트의 예산보다 높게 요구하거나 추가 비용을 고집함으로써 독자를 고용하려던 팀이 스스로 거절할 수 밖에 없도록 만드는 것이다. 여기에도 위험성은 있는데, 거절하지 않고 대신 더 높은 액수에 동의하여 피하려 했던 일의 흥수에 묻혀버릴 수 있다는 것이다.

그러나 다시 언급하자면, 이런 경우 언제든 더 높은 값으로 대필작가를 고용할 수는 있다.