



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

소셜 게임이 개발자들을 끌어들이다

폴 하이먼(Paul Hyman)

가마수트라 등록일(2009. 8. 13)

http://www.gamasutra.com/view/feature/4106/social_gaming_draws_developers_in.php

브라이언 레이놀즈(Brian Reynolds)와 스티브 메레츠키(Steve Meretzky)와 같은 '핵심' 게임 업계의 명사들은 페이스북(Facebook)과 마이스페이스(MySpace)상의 소셜 네트워크 게임으로 설계 노력의 방향을 돌리고 있는 중이다. 하지만 이유는 무엇인가? 가마수트라는 풋마켓의 이 함대(fleet of foot market)의 기회에 대해 토론하기 위해 이들 및 그 밖의 소셜게임 전문가들과 이야기를 나눈다.]

브라이언 레이놀즈는 시드마이어의 식민지건설(Sid Meier's Colonization)에서 시드 마이어의 공동제작자로 아마 가장 잘 알려져 있을 것이다. 피락시스(Firaxis)를 창설한 세 사람 중 하나인 그는 오랫동안 사랑 받아온 실시간 전략 게임인 시빌라이제이션(Civilization II)와 알파 센타우리(Alpha Centauri)의 수석 설계자였다. 그리고 스티브 메레츠키는 플래닛폴(Planetfall)과 은하수를 여행하는 히치하이커를 위한 안내서(The Hitchhiker's Guide to the Galaxy)와 같은 주류 고전게임의 수석 설계자였다.

그러나 현재 이 두 사람은 페이스북과 마이스페이스를 위한 캐주얼 웹게임을 만들고 있으며 그 일을 즐긴다. 소셜 네트워크의 거칠고 파란 많은 서부에서 기회를 찾기 위해 소매 게임 부문에 작별을 고한 다른 개발자들도 마찬가지다.

저스틴 스미스(Justin Smith)에 따르면, 이것은 사실상 하나의 이행이지만, “계산을 하는 기존의 게임 개발자들은 소셜 네트워크 게임을 가장 흥미로운 성장 시장의 하나로 봅니다. 예측하자면 2009 년에 이것은 소셜 네트워크 전반에 걸쳐 3 억 달러에서 4 억 달러에 이르는 시장이 될 것이라는 겁니다.”

스미스는 1년 반 전에 “게임과 소셜 플랫폼 융합의 혁신을 추적하기 위해” 자신이 만든 사이트 Inside Social Games의 편집자이다.

“이 새로운 영역에 진입함으로써 새로운 사업을 구축할 수 있다는 것을 깨닫는 개발자들이 점점 많아지면서 게임 공간에 큰 혼란이 일어나고 있다는 것이 그 당시 내게는 명백했습니다. 그래서 이 신흥 산업에 대해 알리기로 결심하게 된 것입니다.”

사실, 지난 6월에, 이미 스티브 메르츠키의 주의를 끈 소셜게임 스튜디오인 Playdom의 CEO가 된 Electronic Arts의 전직 최고운영책임자 존 플레전트(John Pleasants)와 같은 소수의 고급 간부들도 소셜 게임의 기회를 뚜렷이 보았다. 또한 EA의 창립자 Bing Gordon(Bing Gordon)은 브라이언 레이놀즈의 새로운 터전인 Zynga의 임원이다.

현재 Playdom에서 게임 설계 VP인 메르츠키와 현재 Zynga에서 설계실장을 맡고 있는 레이놀즈는 기꺼이 소셜 게임으로 도약했으며 (메르츠키는 11월, 레이놀즈는 5월에) 뒤돌아 보지 않았다고 말한다

“전환할 결심을 한 ‘깨달음’의 순간이 온 것은 페이스북에서 *마피아워즈(Mafia Wars)* 게임을 할 때였습니다.” 레이놀즈는 회상한다. “내 친구들이 그 게임을 점점 더 많이 할 뿐 아니라 우리 고모도 그 게임을 한다는 걸 알아차린 후 내 앞 세대인 중년 여성에게는 사람들의 사이트를 방문하는 것이 일종의 즐거움 이겠다고 생각한 게 기억 났습니다.”



“그러던 어느 날 고모에게서 ‘브라이언, 에너지 팩 고맙다. 사랑한다. 수지고모’라고 쓰여 있는 이메일을 받았습니다. 저는 생각했지요, 와 이거 멋진데. 우리 고모는 내가 *마피아워즈*를 하기 때문에 나를 훨씬 더 사랑하십니다.”

“물론 이건 농담으로 말한 거지만, 이런 게임을 할 때는 실제 친구들과 사회적 자본을 형성할 뿐 아니라 보통 게임을 할 때 보다 상호 작용할 사람들이 더 광범위해진다는 것을 깨달았습니다. 페이스북은 게임을 함께 할 훨씬 더 다양한 사람들을 끌어들이기 때문이지요. 그 때가 내가 소셜 게임에 정신이 팔렸던 때입니다.”

자신의 회사인 티모니움(Timonium)에 있는 MD 기반의 빅 휴즈 게임즈(Big Huge Games)를 THG에 매각한 후 레이놀즈는 징가에 정착하여 세 명의 빅 휴즈 게임즈 전 사원인, 선임 설계자 더그 카프먼(Doug Kaufman), 선임 게임 설계자 폴 스테파노크(Paul Stephanouk), 선임 UI 설계자/아티스트 댄 홀카(Dan Halka)와 합류했다.

레이놀즈에 따르면 주된 매력은 “더 많고, 더 광범위하고 아마도 가장 중요한 점이 될 수 있는 늘어나고 있는” 관중이었다고 그는 말한다 “이것은 또한 새로운 공간이면서 모든 사람이 정답을 찾을 수 있는 곳은 아닙니다. 발전 속도가 하도 빨라서 바로 지금이 선점하여 유리한 지위를 찾을 수 있는 기회지요.”

일반적인 소셜 네트워크 타이틀은 대개 무료로 게임하고 가상재화 소액결제를 통해 마진을 얻는 온라인 캐주얼 게임이다. 징가의 철학은 레이놀즈가 몸담았던 곳과 달라서 여기서의 설계 모형은 거창한 주안점 없이 무언가를 매우 빠르게 출시하는 것이라고 그는 말한다.

“완벽을 추구하느라 3-4 년을 보내는 일이 더 이상 없습니다. 여기서는, 게임을 내놓고 보는 이들이 그것을 좋아해 주기를 바라고, 좋아한다면, 그들이 좋아하는 면과 좋아하지 않는 면을 살펴본 후 발전시킵니다. 결국 게임을 더 낮게 만들 계기를 만들기 위해 플레이어의 에너지를 사용하는 것입니다. 다른 배경에서 온 내게는 아주 매력적이고 신선한 일이지요”

사실, 빅 휴즈 게임즈에서 *라이즈 오브 네이션즈(Rise Of Nations)*를 창조해 낸 팀이 약 30 명으로 구성되어 3 년 동안 작업했던 반면, 징가의 팀은 보통 2-3 달 동안 12~15 명이 작업을 한다.

“그것은 재정 위기의 견지에서 볼 때 큰 차이가 나는 부분입니다” 레이놀즈는 말한다 “이곳의 운영비는 소규모입니다. 내가 대단히 숫자에 밝은 사람이 아니라 당신이 직접 알아낼 수 있습니다. 최근의 연봉 조사 데이터를 구해 10 명을 곱하고 다시 2 개월을 곱하면 견적이 나옵니다.”

인기 있는 *쥬 타이쿤(Zoo Tycoon)* 프랜차이즈 작업을 하고 있던 월덤(Waltham)에 있는 MA 기반의 블루 팅 게임즈(Blue Fang Games)를 떠난 스티브 메레츠키가 플레이어덤에 합류한 것은 레이놀즈를 자극했던 것과 마찬가지로 이유 때문이었다.

“나는 소셜 네트워크 환경에 있는 수 없이 많으며 계속 늘어나고 있는 사람의 숫자에 매료되었습니다” 그는 회상한다. “이전에 게임을 했던 어떤 다른 방식보다도 훨씬 더 쉽고 빠르고 결함 없는 방식으로 친구들에게 접근하는 것을 가능케 하는 환경의 수많은 사람들에게 접근할 수 있습니다.”

그가 개발에 도움을 주었던, 운영비가 많고 생산주기가 5 년인 주류게임과 비교하여, 개발 팀의 규모가 작고, 개발 주기가 짧으며, 반복이 빠른 현재 프로젝트의 특성에 그는 매혹되었다.

“훨씬 더 실험적이 될 수 있습니다.” 그는 말한다. “좀 더 미친 짓을 해보려고 모든 프로젝트를 걸 수는 없습니다. 다른 인기 있는 게임을 가지고 그렇게 할 수 있겠습니까? 여러 개의 게임을 작업하고 빨리 끝낼 수 있다는 게 멋진 일입니다.”

“게다가 다음의 몇 가지 게임 작업을 하면서 지나간 몇 가지 게임을 계속하여 개선할 수 있습니다. 그렇게 여러 가지 개발 단계에 있는 수 많은 게임을 손보고 있다는 느낌은 굉장합니다.”

플레이덤이 창조하는 게임들은 보통 소셜 게임보다 규모가 크지만, 그 팀은 대체로 “몇 달” 만에 타이틀 하나를 내놓을 수 있는 5 명 혹은 많아야 25 명이다. “물론, 출시한 후에 특히 게임이 성공적인 경우 아마 앞으로 몇 년 동안은 새로운 특성과 콘텐츠를 매달 추가할 것입니다.” 메레츠키의 말이다.

소셜 네트워크 타이틀 제작의 문제 중 하나는 누가 관객이며 어떤 종류의 게임을 그들이 선호하는가를 결정하는 것이며 이는 메레츠키에게 활력을 주는 과제이다. “인구동향은 급변하고 있습니다. 몇 년 전에는 마이스페이스와 페이스북은 아이들을 위한 것이었습니다. 이제는 수많은 어른들이 참여하고 있고 할아버지 할머니들이 페이스북 계정을 가지고 있는 것을 발견하는 일도 전혀 이상한 일이 아닙니다. 그러면 무엇을 팔지 어떻게 결정하시겠습니까? 상당히 어려운 문제이지요.” 그는 말한다.

예를 들어 2008 년 후반에 플레이덤은 *몹스터즈(Mobsters)* 같은 스튜디오의 일부 다른 게임들과는 확실히 다른 인구동향을 가졌던 *소로리티 라이프(Sorority Life)*를 출시했다고 그는 말한다.



“어떻게 될지는 사실 아무도 몰랐습니다.” 메레츠키는 고백한다. “하지만 아주 잘되었지요. 적은 비용과 짧은 개발 주기로 소셜 게임을 내놓는 것이 비교적 쉽다는 점을 감안할 때, 이것은 아주 다른 무언가를 해볼 수 있는 방법에 대한 정말로 멋진 실례입니다. 우리가 2 년의 개발 주기와 2500 만 달러 예산을 다루었다면, 그렇게 실험적인 것은 해볼 수 없었을 겁니다.”

그리고 게임이 성공작이라고 판명되면, 플레이어들은 많은 추가 콘텐츠로 그 게임을 지원한다고 그는 덧붙인다. 반면, 실패작이라고 철수 시킬 필요는 없다. 스스로 살아 남도록 그냥 내버려 둔다. 소셜 네트워크 플랫폼 용 타이틀을 만드는 방법에 대해 배우는 동시에 일찍이 개발해 놓은 몇 개의 게임이 아직 스튜디오에 있다. 이 게임들은 아직 운영 중이며 십만 명 정도의 일일 평균 사용자를 끌어들이고 있다.

“폐쇄할 필요는 없습니다.” 그는 말한다. “단지 거기에다 많은 콘텐츠를 창조하느라 시간을 보내지 않을 뿐입니다.”

좀 더 가벼운 마음으로 게임을 하는 주말 동안 게임에 미치는 나쁜 영향이 없도록 하기 위해, 사실 대부분의 소셜게임 개발자들은 2 주에 한번 금요일마다 게임의 업데이트 판을 출시한다고 인사이드 소셜 게임즈(Inside Social Games)의 저스틴 스미스(Justin Smith)는 말한다. 그것은 많은 경쟁에서 플레이어들을 잃지 않으려는 시도이기도 하다고 그는 말한다.

“거의 모든 대륙에는 게임 개발자들이 자신들의 플랫폼을 위한 게임을 만들도록 상당한 노력을 하고 있는 다양한 소셜 네트워크가 있습니다” 스미스는 말한다.

“최근에 와서야, 러시아에서 가장 큰 소셜 네트워크는 좀 더 많은 게임 개발자들을 끌어들이기 위해 새로운 응용플랫폼 노력을 시작했습니다. 전세계의 소셜 네트워크는 계약 마진율을 높이려고 할 때 게임이 중요한 동반자가 될 것임을 진정으로 인식하고 있다고 생각합니다.”

바로 지난 주, 마이스페이스의 소유주인 뉴스 코퍼레이션(**News Corp.**)은 소셜 네트워크 확장의 결정적인 요소는 게임이라고 보며, 비디오 게임 회사들이 자신들의 타이틀을 사이트에 올리도록 끌어들이기 기회를 검토하고 있다고 말했다.

페이스북 트래픽이 월 방문객 수 6 천만에서 지난 2 주간에는 7 천 2 백만 이상까지 늘어났다고 징가는 보도했다. 올 페이스북(**All Facebook**) 블로그는 그 지속적인 성장이 **Zynga** 의 최신 페이스북 게임 중 하나인 팜빌(**FarmVille**)의 치솟는 인기덕분이라고 한다.

“징가의 인상적인 성장은 소셜 게임이 페이스북이나 마이스페이스 같은 사이트상의 지속적인 현상인 것이 밝혀졌다는 것을 보여줍니다.” 라고 올 페이스북의 닉 오닐(**Nick O'Neill**)이 말한다. “게임은 큰 차이로 계속하여 다른 응용프로그램을 앞서 나갈 겁니다”

“소셜 게임이 성장함에 따라 개발자들은 자신들이 일하는 업계의 일부를 변화시킬 것이라는 데는 의문의 여지가 없습니다.” 징가의 레이놀즈가 의견을 말한다. “그리고 이 소셜 게임의 성장 추세는 계속될 것이라 믿습니다. 벤처 자본이 어디로 가고 있는지 볼 수 있을 겁니다.”

“요즘에는 속편이 아니라 신작인 전통적 패키지 게임을 할 돈을 구하는 것이 상당히 힘듭니다. 아무도 하지 않아서가 아닙니다. 그것들을 하고 있는 사람들 그리고 그것을 해서 돈을 버는 사람들이 이미 자신들의 독점판매권을 가진 사람들이어서 입니다. 새로운 IP 와 새로운 아이디어에는 많은 투자를 하지 않지요.”



소셜 게임이 모든 사람을 위한 것은 아닐 수도 있지만 급속한 전환을 즐기는 개발자들을 위한 공간이라고 그는 덧붙인다.

“실지로 게임을 정기적으로 출시한다는 아이디어가 마음에 드시면, 3 년의 인생을 걸었는데 게임이 나오기도 전에 없어지거나 비평가들이 마음에 들어 하지 않거나, 실패작인 상황을 맞고 싶지 않으시면, 소셜 게임은 당신을 위한 것입니다” 라고 그는 추천한다.

“물건을 내놓고 나서 온라인상에서 빠르게 발전시키는 것은 내게 상당히 매력적이며 제작하는데 1~2 년을 보내고는 큰 정체기로 인해 갑작스러운 타격을 받기 원치 않는 많은 사람들에게 이것은 상당히 매력적입니다.” 그는 말한다.

”이것은 일정 불변의 고에너지와 같습니다. 실제로 무언가를 완성할 훨씬 더 많은 기회를 가지고 그것을 수백만의 사람들 앞에 내놓는다고 상상해보세요. 누가 싫다고 하겠습니까?”