



※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

아이온 출시의 복잡성

Christian Nutt

가마수트라 등록일(2009. 10. 1)

(http://www.gamasutra.com/view/feature/4148/the_complexities_of_launching_aion.php)

브라이언 녹스(Brian Knox)는 한국 MMO를 서구에 내놓아서 별다른 호응을 얻지 못하는 것이 어떤 것인지를 알고 있다. 그는 엔씨소프트(NCsoft)의 *리니지 2(Lineage 2)*를 작업했다. 이 게임은 한국에서 크게 흥행했지만 다른 아시아 국가에서는 소수의 팬만 확보하는 데 그쳤었다.

최근에 출시된 온라인 PC게임 *아이온(Aion)*은 *리니지*와 완전히 다르다. 작년에 한국에 출시된 *아이온*은 북미와 유럽에서 10개월 동안 인기를 얻었고, 콘텐츠를 강화하며 화재를 낳고 현지화 특성을 갖추기 위해서 3차례의 전격 업데이트를 거쳤다.

서구에 출시되기 직전에 예약주문이 이미 40만 건에 달했다는 소식으로 *아이온*은 MMO 수입의 과반을 훌쩍 넘었었다. 이런 성공의 이유는 무엇일까? 가마수트라는 엔씨소프트의 시애틀 스튜디오 밖에서 게임 프로듀서로 일하고 있는 브라이언 녹스와 함께 그 과정과 철학에 대해 이야기를 나누었다.

아이온은 유럽 출시 이전에 한국엔씨소프트서 대대적으로 출시되었습니다. 이 게임은 엔씨소프트 아메리카의 라인업에 얼마나 큰 부분을 차지합니까? 얼마나 중요할까요?

브라이언 녹스(BK): 정말 중요합니다. 우리는 처음부터 이 게임이 국제적인 성공을 거두는 것을 목표로 삼았습니다. 아시아 시장을 타겟으로 잡지 않았습니다. “이 게임은 서구에 내놓을 만하다”고 우리는 말했죠. 우리의 목적은 처음부터 그것이었습니다.

엔씨소프트가 그런 식으로 글로벌제품 출시를 한 것이 *아이온*이 처음인가요? 저는 *리니지 2*가 처음에 한국시장용으로 만들어졌다는 인상을 받았습니다. 이번이 시작인가요?

BK: *길드워(Guild Wars)*는 전세계 시장을 타겟으로 만들어졌다고 생각합니다. 하지만 동양에서 만들어진 것이죠. 우리가 동양의 개발자들과 함께 전 세계의 지식과 연구결과를 집약했다고 자신하면서 내놓은 최초의 제품이며 도전이었습니다.

초기 과정부터 당신이 참여하였나요? 컨셉트단계부터 시작했나요? 언제부터 참여했습니까?

BK: *아이온*은 사실 약 5년에 걸쳐 개발된 걸로 압니다. 2005년 말에 철학이 바뀌었습니다. 우리는 *아이온*을 E3에 데뷔시켰습니다. E3는 “동서양 모두를 위한 게임이다”라는 선언의 한 부분입니다. 나는 게임이 현재의 형태를 제대로 갖추기 시작한 2005년 이후부터 줄곧 참여했습니다.



주제 측면에서 *아이온*은 많은 게임들과는 사뭇 다릅니다. *월드 오브 워크래프트(World of Warcraft)*나 *워해머(Warhammer)* 식의 판타지 분야와는 많이 다릅니다. 미술도 종류가 다릅니다. 당신이 비주얼 미술에 가미한 것은 무엇입니까?

BK: 비주얼은 미술감독과 미술팀이 전적으로 책임지고 진행했습니다. 우리가 이것저것 지원했지만 *아이온*의 스타일과 전반적인 테마는 미술감독에게 맡겼습니다.

글로벌 게임을 만든다고 해서 모든 것을 다 넣을 필요는 없지만 그 모든 것의 약간씩은 들어가야 합니다. 그것이 약간 다른 점이라고 생각합니다.

당신이 만약 세계 어디서든 먹힐 수 있는 예술작품을 만들려고 한다면 분명히 실패할 겁니다. 그래서 미술에서도 특정 비전을 견지하여 높은 수준을 유지해야 합니다. 그렇게 해야 세계 어디서든 그 부분에 대해서 훌륭하다고 인정합니다.

동양적 배경을 많이 담은 콘솔 타이틀처럼 보입니다.

BK: 우리가 생각한 것들 중 하나는 ‘기존에 출시된 타이틀을 파악하고 우리가 내놓을 새로운 무엇을 찾는 것’이었습니다. 우리는 서양 게임플레이의 피쳐(feature)와 스토리 여정, 기타 여러 가지를 검토했지만, 보다 동양적인 미술을 가진 게임과 어울리는 것들을 반영했습니다. 우리에게 새로운 조합이었습니다.

‘서양’ 게임플레이라고 규정짓는 요소는 무엇입니까? 저는 이 질문이 흥미롭습니다. 서양적 게임이다 혹은 이전의 동양적 게임에서 변화된 게임의 범주에 속한다고 당신과 당신의 팀이 판단 내릴 때 그 근거는 무엇입니까?

BK: 커스터마이제이션과 선택이 많은 부분을 차지한다고 봅니다. 한국시장에서 관심을 둔 부분은 한국인들이 유행에 민감하다는 점입니다. 한 사람이 무엇을 하면 모두가 따라서 합니다. 서양 플레이어는 다소 개인적이어서 자신이 좋아하는 것을 하고 개성을 지키려 합니다. 그래서 커스터마이제이션은 서양 피쳐(feature)에게 매우 중요한 부분입니다.

또 다른 중요부분은 바로 스토리라고 생각합니다. 처음 시작했을 때부터 우리는 머리를 맞대고 스토리를 가다듬었습니다. 게임에 반영되었던 것들과 변경되고 윤색되고 조율된 아이디어들이 어떻게 스토리로 쓰여지는지를 함께 검토했습니다. 스토리에 중점을 두는 것은 예전에 아시아에 출시된 MMO에 비해 더 서양적인 사고입니다.

스토리를 두고 팀과 함께 작업했다고 하셨는데, 그 과정은 어떤 것이었습니까? 당신이 북미에서 브레인스토밍을 하고, 그것을 서류로 만들어서 한국으로 보냈나요? 화상 통화를 하셨나요? 그 작업 과정이 궁금합니다.

BK: 공유 방식이었죠. 그들이 뭔가를 작성하면 우리도 작성하고 또 유럽도 작성했습니다. 유럽 사무소에는 우리 작가들이 많았는데 실제로 스토리의 많은 부분에 유럽의 초안이 반영되었습니다. 우리에게 재능 있는 작가가 많았습니다. 물론 지금도 있고요. “가진 것을 공유하고, 모두가 함께 생각해보고, 그것으로 할 수 있는 것을 찾는다”는 방식이었죠.

당신이 뭔가를 썼다고 했는데, 기초적인 핵심 컨셉트부터 시작했나요? 간단한 일이었나요?

BK: 세계사를 만드는 것 이상으로 복잡했습니다. 우리는 3가지 픽션의 구성에 대한 핵심 컨셉트를 가지고 있었습니다. 모두가 게임과 스토리에 관한 우리 구상에 기초한 것입니다.

그들의 성격은 그들이 현재 처한 상황과 연결됩니다. 전체 스토리 속에는 실제 일어난 일들이 담겨있습니다. 한국 사람들은 그것을 읽고 재미를 느낄 것입니다. 하지만 유럽과 북미 사람은 뭔가 구멍이 있다고 느낄 것입니다. “왜 이런 결과가 나오지? 전체적으로 잘 들어맞지 않는 것 같아.”라고 말할 것입니다. 그래서 그런 생각들을 모두 반영했습니다.

나는 유럽 사무소에서 영문 텍스트를 만들 것으로 예상했습니다. 그런데 한국의 개발자들은 당신이 번역한 텍스트를 읽고 있었고 그들의 텍스트는 당신을 위해서 번역되었습니다.

BK: 예, 쉬운 일은 아니었습니다. 서로 다른 언어 심지어 세 가지(불어 혹은 독일어) 언어를 쓰는 것은 어렵습니다. 한참 논쟁을 하고 나서야 서로 같은 생각임을 깨닫기도 했습니다. 약간 다르게 표현했을 뿐이었죠.

글로벌 기업에 참여하는 것은 장애물을 넘어 전진하는 것이라고 생각합니다. 우리가 모두 *아이온*을 사랑한다면 최고의 작품을 만들려 할 것입니다. 분명 다른 점이 있다고 생각하고 우리는 항상 “이게 의사소통의 문제인가? 아니면 의견 차이인가?”라고 궁리합니다. 다른 언어를 쓰는 사람과 일을 할 때는 직접 눈을 마주치는 것이 중요하다고 생각합니다.

예, 마음이 열쇠가 된다고 봅니다. 당신이 이야기하는 것, 공통의 목표를 가지고 모두가 목표를 인식한다는 사실이 성공을 불러옵니다.

BK: 시애틀을 비롯한 우리 사무실에는 열정적인 사람이 많이 있습니다. 열정이 결국 성공을 가능케 합니다.

의사소통의 실패와 의견차이 간의 차이점을 말씀하셨습니다. 의견차이가 많이 있었나요? 공개적인 공동작업 보다 어려운 일인가요?

BK: 공개성을 띤 공동작업이라고 봅니다. *아이온*은 그런 점이 분명히 있습니다. 당신은 미술 부문을 거론했지만 스토리도 마찬가지로 마찬가지입니다. 참여한 모든 이가 동일한 느낌을 가졌기 때문에 잘 맞는 때와 그렇지 못한 때를 모두가 알았습니다. 그것은 어떠한 스토리라인과 영역의 단점을 메우거나 일부 유저에게 특정 포인트를 설명하는 것 이상이었습니다.

일단 비교를 없앴습니다. 아이온 더 가드(Aion the god)와 아이온 더 타워(Aion the tower)를 논의하는 것이 그 예입니다. 학문상 그들은 같지만 서양인에게는 동양인처럼 감동을 주지 않았습니다. 그것이 시장에서 약점이 되지 않습니다. 단지 우리가 부각시키지 않았습니다. 그것이 아이온의 성격입니다.

모두가 “서양 시장을 위해서는 무엇을 바꾸었나”고 물어왔습니다. 그 대부분은 변화한 것이 아니라 사람들에게 선택권을 준 것이고 그것들을 표현하는 방법을 바꾼 것입니다. 그래서 우리는 스토리 속에서는 서양인에게 이질감을 주는 부분을 표현하지 않을 것입니다. 한국에서 유저들에게 보인 다음, 일본에서도 공개할 것입니다.

우리 시장과 웹사이트에서는 아주 분명하다고 봅니다. 하지만 유저가 다르기 때문에 다른 영역을 부각합니다. 핵심은 *아이온*이 모든 사람들에게 인기를 얻어야 한다는 것이었습니다.

당신은 게임의 호소력을 강조했지만 실제로 수정하지 않았습니다. 전면에 내세우기만 합니다.

BK: 예. 디자인과 변화가 약간 있을 것입니다. 우리는 곧 출시된 1.5버전에 대해 많은 얘기를 나눕니다. 이 버전은 많은 피드백의 결정판이며 동시에 서양에 내놓을 때 필요한 것을 모두 모은 최종 결과물입니다.

11월에 *아이온*을 한국에 출시할 때 우리는 한국시장에 필요한 것을 모두 갖추었다고 판단했습니다. 더 일찍 출시할 기회도 있었지만 부족한 점이 있다고 생각했습니다. 그래서 우리는 서양 시장에 내놓을 준비가 다 되었는지도 철저히 확인할 계획입니다.

불행히도 우리는 대부분의 사람들이 우리에게 붙이려는 동양의 게임들이 가진 정말로 나쁜 고정관념과 싸우고 있습니다. 우리는 “이봐, 이걸 달라. 그저 번역만 해서 내놓은 수많은 허접쓰레기와는 완전히 다르단 말이야.”라고 말하려 합니다.

당신은 현지화와 쓰기에 많은 시간을 투입한다고 했는데, *아이온*을 위해 직원을 늘렸나요?

BK: 예, 글쓰기는 긴 작업이었죠. 최고의 품질을 위해서 여러 번 고쳐 썼습니다. 오스틴에서 몇 명으로 시작했다가 유럽에 3~4명을 추가했고, 결국 중간지점인 시애틀을 잡아 여기 왔죠.

현재 작가는 15명으로 늘어났죠. 수석작가인 마티 맥케나(Marti McKenna)는 *길드워(Guild War)*에서 많은 경험을 쌓았습니다. 마티는 *길드워* 작업을 했던 작가와 판타지 작가 여러 명을 데려왔습니다.

우리는 이 게임을 다루는 방법을 스토리의 핵심포인트 설명을 위한 번역물 읽기로 삼았습니다. 그렇다고 우리가 단지 문법을 고치거나 구절을 재배열한 것은 아닙니다. 우리는 읽고, 아이디어를 찾아내고, 다시 썼다. 이 방법을 통해서 우리의 작업 품질이 크게 높아졌습니다.

일단 구성에 합의하면 한국에서 기본 텍스트가 만들어지고, 당신들이 영문번역을 한 후 그것을 다시 작업했다는 겁니까?

그렇습니다. 나는 다른 회사의 사람들과 대화를 나누었습니다. 작가그룹 내에서 미션 디자이너가 필요하다는 제안이 여러 번 있었습니다. 그들은 미션을 설계합니다. 초안을 신속히 작성한 후 작가들에게 던져주면서 “여기 있어”라고 말합니다.

실제로 그건 우리 작가들에게 번역문을 주는 것과 거의 같습니다. 사실 똑같은 과정입니다. 그런 과정을 작가팀과 함께 모든 것을 설계하고 다시 손보는 것으로 인정하는 것이 우리에게 새로운 경험이었습니다. 전에는 모여 앉아서 “좋아. 여기 전체 영문본이 있어. 원문을 그대로 두고 윤색만 하는 게 좋겠어”라는 식으로 일했기 때문이죠. 이번 작업은 내용을 다시 쓰는 것과 다를 게 없었습니다.

그런 과정에서 불일치가 발생할 것을 걱정하였나요? 엄격한 지침이 있었나요?

BK: 엄격한 지침이 있습니다. 우리는 엄청난 양의 서류를 다룹니다. 죽으면 안될 사람이 몇 명 있습니다. 특히 지금은 그렇습니다. 그들이 게임에 대해서 많이 안다는 것입니다.

동시에 우리는 모든 것을 한국으로 돌려보내고 “우리는 여기서 이걸 의논할 거야. 이건 너희들이 같이 해야 할 일이야. 너희들이 계획한 것과 틀리지 않는지 검토해줘.”라고 말합니다. 정해진 방식이 있고 플레이어가 경험해야 할 스토리와 지식 속에는 비밀이 숨어있습니다. 우리는 그런 것들이 다른 유저와 마찬가지로 우리 유저에게도 동일한 페이스로 공개되기를 원합니다.

현지화 과정 전체를 통해 간직했던 만트라(mantra)를 읽은 사람은 거의 없습니다. 우리는 우리가 만든 글 속에 짙고 달콤하게 그것들을 담고 싶습니다. 우리는 컷씬(cutscene)이 스토리와 배경을 확실히 주입시키고 포인트를 아주 빨리 전달하기를 원합니다.

평균적으로 봐서 대부분의 플레이어는 클릭커입니다. 맞죠? 그저 클릭만 합니다. “내가 무엇을 노릴까요?” 컷씬이 클릭을 유도합니다. 컷씬이 시작되면 탄성이 나옵니다. 그래서

플레이어가 컷씬을 보기 원하고 당신이 두 세 번 그것을 하지 않는다면 당신은 그 컷씬을 보게 됩니다.



스토리에 중점을 두는 것, 당신이 지역적으로 결정한 것이 그것인가요? 그건 내게 **MMO**와 차별을 지으려는 것으로 보입니다. **MMO**는 대개 스토리에 중점을 두지 않습니다.

BK: 그것은 내게 매우 중요했습니다. 우리에게 새 **IP**가 있습니다. 그 자체로 우리는 플레이어를 위해 이 세계를 창조하는데 더 중점을 둘 필요가 있습니다. 가령, 베타버전이 나오고 알파 테스트가 시작되었을 때, 당신은 캐릭터를 만들고 그 세계에 존재하고 어떤 놈은 당신더러 뭔가를 지시합니다. 당신은 “왜?”라고 말합니다. “왜”라는 큰 질문이었습니다.

우리는 **CG** 비디오를 만들었습니다. 그 속에는 스토리와 배경이 들어있죠. 우리는 각 종족을 소개하는 프롤로그 비디오도 만들었습니다. 사실 게임 속에 **2D** 애니메이션을 약간 삽입했습니다. 그것은 과거 분위기를 연출하고 “왜”의 목적을 제대로 나타냅니다.

당신이 다소 다른 새 **IP**를 가졌을 때 그것은 모두가 다 아는 오르크(**orc**) 대 엘프(**elf**) 식의 게임이 아닙니다. 당신은 당신 편과 사람, 세상 그리고 처한 위치를 구별해야 합니다.

읽는 사람이 거의 없다는 당신의 말이 매우 재미있군요, 플레이어의 행태에 관한 그 연구는 당신 팀이 수년간 수집한 것입니까?

BK: 예. 우리가 관찰하고 수집한 플레이어 행태입니다. 특히 **MMO** 게이머의 핵심 유저는 몇 가지 타입으로 나눌 수 있습니다. “당신은 킬러인가, 탐험가인가, 아니면

모험가인가?”라는 굉장한 연구도 있습니다.

플레이어 대다수는 기초를 알려고 합니다. 하지만 텍스트 4장을 다 읽지 않습니다. 몇 가지 핵심 단어를 보고 요점을 안 다음에 바로 시작하길 원합니다. 우리는 한 페이지짜리 글을 만들어 왔습니다. 그것을 계속 보여준다면 유저가 화면을 넘길 필요가 없기 때문에 여러 장의 텍스트가 있을 때보다 스토리를 전하고 배경을 알게 할 기회가 많아질 것입니다.

나는 한국 개발자들을 잘 모르지만 일본 개발자들이 텍스트에 심취한다는 사실은 압니다. 당신이 한국 개발자에게서 발견한 것이 그것입니까? 그들은 천성적으로 텍스트를 중시합니까?

BK: 언어가 짧기 때문에 텍스트가 항상 짧습니다. 번역을 마치고 수정 작업이 시작되면 번역된 글의 30%가 줄어듭니다. 많은 부분은 직역된 한글 텍스트를 제거하는 것입니다. 30%를 줄이는 것은 대단한 것입니다.

우리가 중간에서 배우는 것이 바로 균형을 찾는 것입니다. 나는 사람들이 스토리의 만족도와 텍스트의 양을 두고 균형을 찾으려고 노력한다는 것을 압니다. 최근에 너무 많은 것과 너무 적은 것이 좋지 않다는 것을 여러 차례 확인했습니다.

BK: 맞아요. 유저에게 목적과 이유를 주지 않는다면 당신은 기회를 놓친 겁니다. 그들에게 정복당한 사실을 알려주었는데 그들이 그것을 무시한다면 역시 당신은 기회를 놓친 겁니다. 그것은 당신이 반드시 찾아야 할 좋은 수단입니다.

당신은 지난 몇 년간의 유행을 잘 알 것입니다. 내가 MMO 개발자들에게 말해온 것처럼 불확실한 출시는 MMO에게 좋은 방법이 아닙니다.

BK: 맞습니다. 베타버전도 마찬가지입니다. 베타 기획을 시작했을 때부터 나는 “다른 베타와는 달라야 한다. 똑 같아서는 안 된다.”라고 말했습니다. 베타는 출시가 중요합니다. Xbox 360에 데모를 넣는 것과 같습니다. 모두가 그것을 보고 우리를 판단합니다.

“버그가 있어도 괜찮아” 혹은 “완벽하지 않습니다”라고 모두가 말하는 그런 베타를 내놓으면 안됩니다. 당신의 최고 작품을 베타에 넣어야 합니다. 베타에 관한 우리의 계획은 진보를 보여준다는 것이었습니다. 하지만 동시에 그것은 매우 멋진 작품이어야 합니다.

한국 유저는 출시 때 불완전한 게임에 대해 더 관대합니까?

BK: 그렇지 않습니다. 한국 플레이어도 우리 플레이어만큼 불평합니다. 불평 내용이 다르다는 점이 재미있습니다. 한국시장에 맞는 피스가 갖추어져야 합니다. 한국은 PVP에 중점을 많이 둡니다. 따라서 우리 PVP 시스템이 완벽해야 합니다. 우리는 PVE에 더 관심을 두는 경향이어서 한국에 출시하기 전에 PVP 시스템을 완벽하게 만들어야 합니다.



엔씨소프트에서 일하면서 *리니지 2*의 GM을 맡았던 친구가 있습니다. 그가 말한 한국인과 북미인의 행태 비교는 흥미롭죠. *리니지 2*는 북미에서 골수팬을 얻을 뭔가를 가지고 있습니다.

BK: 예. 그들은 매우 열정적입니다.

행태의 차이도 듣고 한국 개발자들이 서양 유저의 행태를 이해하려고 노력한다는 사실을 들었습니다. 한국의 *리니지 2* 일반 유저와는 좀 다릅니다. 흥미롭습니다. 전체적인 *리니지 2* 과정과 *아이온*으로 이어진 과정을 들은 적이 있습니까?

BK: 물론이죠. 저는 실제로 *리니지 2* 일을 했습니다. 물론 잠시 중복이 있었지만요. 일하면서 많은 것을 배웠습니다. *리니지 2*는 현지화를 하면서도 큰 중점을 두지 않았던 매우 훌륭한 게임이라고 생각합니다.

서구 시장에 내놓을 준비를 했기 때문입니다. 업데이트 몇 개 때문에 *리니지 2*를 연기했다면 상황은 제법 달라졌을 겁니다. 또 *리니지 2*와는 제법 다른 베타를 돌렸습니다. 우리는 매우 공개적이었어요. 자신을 믿었습니다. *리니지 2* 오픈베타 가입이 엄청나다고 말하고 싶습니다. 그것이 나중에 문제를 일으켰죠. *리니지 2*에는 많은 시행착오가

있었습니다.

물론 잘한 일도 있습니다. *리니지 2*를 최신으로 유지한 것은 잘한 일입니다. 또한 *아이온*을 더욱 최신으로 유지하려고 열심히 일했습니다. 한국 출시와 북미 출시 사이 시간이 길었습니다. 두 지역과 플레이어, 개발팀에게 그 기간은 가까울수록 좋습니다. 당신이 게임개발을 좀 아신다면, 다른 두 코드를 지원한다는 것은 괴로운 작업이라는 사실을 알 것입니다. 그래서 그 기간은 최대한 빨리 끝나야 합니다.

그 게임이 두 지역에 동시에 출시되고 나면 글로벌 패치가 되는 것입니까?

BK: 우리는 시간 간격을 최대한 줄일 겁니다. 시간은 편차는 조금씩 있을 겁니다. 다른 패치처럼 현지화 작업이 필요한 일부 콘텐츠는 무거울 것입니다. 델타의 경우 하나는 약간 작을 수 있습니다. 모두를 동시에 출시하는 것이 최선인 경우도 있을 것입니다. 케이스마다 별도로 진행하는 것이 좋습니다. 1~2개월 내에 업데이트하는 것이 우리의 목표입니다.

당신이 말하였듯, 시장에는 이슈가 있습니다. 시장은 지금 자유플레이게임 시장으로 진입하고 있습니다. 사람들이 강력히 요구합니다. *아이온*과 같은 프리미엄 가입 게임을 원하는 것이죠. 가입게임의 입지와 그 경쟁력을 어떻게 보십니까?

BK: 다른 시장이 아직 성장 중이라고 봅니다. 90년대 말과 2000년대 초에는 모두가 MMO의 정체를 파악하려 했고 이런 모든 일들을 시도하였습니다. 해마다 뭔가 다른 일들을 시도했습니다.

뭔가에 성공한 사람은 언제나 양질의 제품을 내놓은 사람이었습니다. 시작할 때부터 사업 모델과 제품을 잘 계획했습니다. *아이온*을 통해서 우리도 그렇게 하려 합니다. 사업 모델과 목표를 마음에 새기고 일을 시작했습니다. 좋은 제품을 내놓기만 하면 성공하리라 믿습니다.

그게 요점입니다. 근데 본격 출시에는 약간의 문제가 있었던 것 같군요. 워해머(Warhammer)는 출시 후 곧 서버들이 다운되었습니다. '에이지 오브 코난(Age of Conan)'은 큰 사고를 겪었습니다. 딴 제품의 사고를 설명하라는 것이 아닙니다. 경쟁력을 갖추기 위해 당신은 어떤 계획을 세웠습니까?

BK: 한국에 출시한 후 시차를 두고 출시한다는 점에서 큰 이점을 가진다는 말을 기억하실 겁니다. 10개월 이상의 테스트를 거쳤다는 것은 시장에서 엄청난 경쟁력입니다.

우리는 출시 압박감을 느끼지만 그래도 최고 품질의 제품을 출시해야 합니다. 그만한

노력은 했습니다. 근데 몇 달 전에는 고품질의 제품을 만든다고 생각했지만 지금은 최상품질의 제품이어야 된다고 생각합니다. 출시 되고 나면 실수를 만회하기가 힘들기 때문이죠.

그래서 최상의 품질로 출시하는 것이 나왔습니다. 우리는 출시 후 3번의 본격 업데이트를 했습니다. 모든 MMO는 출시와 함께 1차 업데이트를 한다는 말이 있습니다. 우리는 다행히 3번을 했습니다.

아시아 버전에 실질적인 큰 변화가 있었습니까? 아니면 큰 변화가 없을 정도로 기획을 잘 했습니까?

BK: 추가나 변경이냐의 문제입니다. 디폴트컨트를 구조 등을 변경했습니다. 저는 ‘추가’라고 말하는 데, 그게 사실입니다. 다른 언어채널을 추가했고 캐릭터 생성 내부에 서구형 얼굴을 더 추가했지만 한국은 이전 피쳐를 함께 씁니다. 한국인은 자신들의 얼굴을 사용할 겁니다. 퀘스트와 인스턴스도 추가했습니다.

해당 지역의 사람들에게 먹힐 수 있다면 억지로 버티지는 않을 겁니다. 가령 각 지역마다 전통의상 등을 파는 상인이 있습니다. 우리 의상은 곧바로 살 수 있지만 기모노와 한복은 일본이나 한국에 가야 살 수 있습니다.

그런 것들이 이 게임이 글로벌 게임이라는 것을 잘 보여줍니다. 우리 모두가 그 게임의 부분을 구성하는 것입니다. 그들은 저 멀리서 우리 것을 살 수 있습니다. ‘우리 것’이 아닌 것 같군요. 각 시장 더러 무엇을 사용할 건지 그리고 그것을 촉진하는 방법을 결정하게 만드는 겁니다. 기모노가 등장하는 웹페이지를 크게 만들지 않을 거예요. 하지만 게임에서 시원한 기모노를 입을 능력을 줄 겁니다. 기모노는 진짜 시원하거든요.



지능적입니다. 당신이 원하는 대로 유저의 행태를 예측하고 요리할 수 있기 때문입니다. 하지만 무엇이 오래 버틸지는 알 수 없습니다.

BK: *아이온*은 바로 아시아 파트입니다. *아이온*을 비판하는 것은 결코 좋은 일이 아닙니다. *아이온*의 독특한 모습을 즐기는 유저들이 많이 있기 때문입니다. 비주얼이 좋은 예입니다. 서양 유저들에게 우리 웹사이트나 페이지에 다른 것을 보여줄 수는 있습니다. 하지만 캐릭터 생성기에서 시원한 애니메이션 피겨를 만드는 옵션을 유지해야 합니까? 그렇습니다. 아시아 게임에 매료된 사람들이 우리 유저의 큰 부분을 차지할 것이기 때문입니다.

그렇다면 스퀘어 에닉스(Square Enix)를 보세요. 그들은 ID를 존속시키는 것으로 성공을 거둘 수 있습니다. 파이널 판타지(Final Fantasy)를 보세요. ID를 존속시켰지만 서양에서 거대한 유저를 가지고 있습니다.

BK: 맞습니다. 유저들은 *아이온*을 좋아할 겁니다.

정말 재미있는 질문입니다. 당신 회사의 대대적인 출시를 두고 생겨나는 것들입니다. *아이온*은 *타블라 라사(Tabula Rasa)* 이래 엔씨소프트 최대의 출시입니다.

BK: 예, 우리에게는 큰 일입니다. 과거에도 여러 번 출시했지만 이번에게 정말 잘하고 싶습니다. 배우기도 많이 배웠습니다. 회사에게는 매우 중요한 일입니다.

이것 역시 경쟁입니다. 한국에 출시되었지만 외면도 많이 받았습니다. 대만과 일본, 중국도

마찬가지입니다. 시장에서는 최선을 다하고 싶습니다. 어느 누구도 놓칠 수 없습니다.

아이온이 리니지보다는 더 큰 성공을 거둘 것이라고 생각합니다.

BK: 맞습니다. 북미와 유럽에 두 개씩의 서버를 두고 비공개 베타를 시작했는데, 사전주문과 무료견본 등을 통해 들어온 유저를 수용하느라 마지막에는 서버를 6대로 늘였습니다. 큰 성공이었죠. 사람들이 제품을 알아 본 것입니다. “너 아니? 이 게임은 준비가 끝났어. 아직 출시도 안 했는데 말이야. 노력을 많이 한 게 보여.”라고 유저들이 말했습니다.

비공개 베타 초반에 우리는 서양식 맞춤형화와 현지화를 진행했습니다. 유저들이 워기 시작했고, “이것 봐, 말도 안 통하는 엉터리 번역이 아니야. 서양 작가가 쓴 멋진 스토리야.”라고 말하는 듯 했습니다. 정말 시작이 좋습니다. 사람들은 잘 만들어진 **MMO**를 원합니다. 그것이 바로 *아이온*이라고 봅니다. *아이온*은 유저들이 플레이하기에 좋은 또 하나의 고품질 **MMO**가 될 것입니다.