



※ 본 기사는 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

개발후기 : Tale of Tales' *The Path*  
(Postmortem : Tale of Tales' *The Path*)

오리에 하비, 미카엘 사민(Auriea Harvey, Michaël Samyn)  
가마수트라 등록일(2010. 07. 22)

[http://www.gamasutra.com/view/feature/5902/postmortem\\_tale\\_of\\_tales\\_the\\_path.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/5902/postmortem_tale_of_tales_the_path.php)

The Path 는 2009 년 3 월 18 일에 출시되었다. Tale of Tales, Steam 과 Direct2Drive 와 동시에 말이다. 이후에, 공포 비디오게임에 영감을 받은 Little Red Riding Hood 가 비평과 호평을 동시에 받았다. The Path 의 디자이너 Auriea Harvey 와 Michaël Samyn 의 게임 개발기에 관한 이야기를 하고자 한다.

## 어두운 숲을 지나서

### 프로젝트 역사

1999 년 : 샌프란시스코, 트리톤 호텔(Triton Hotel)에서, 처음으로 만났다. 우리는 네트워크로 연결된 컴퓨터를 매개로 하여 서로를 찾았고, 가상의 세계에서 사랑에 빠졌다. 우리는 웹사이트 만들기, 온라인 인터랙티브 예술품 만들기 등을 가장 좋아한다는 것을 알게 되었다. 우리는 곧 함께 살면서 같이 일하기 시작하였다.

2003 년 : net.art 와 웹 디자인을 생계로 영위하면서, 우리 둘은 급격히 비디오게임 매체로 우리의 관심을 돌리기 시작했다.

2005 년 2 월: 2 년 동안 첫번째 프로젝트였던 8 을 디자인하고 프로토타입을 만들고 난 후, 우리에게 유일하게 자금을 지원해 주던 퍼블리셔에게 게임을 거부당했다. 우리는 절망스러웠지만, 독립적으로 게임을 계속해서 개발하기로 결정했다.

2005 년 9 월 : Endless of The Endless Forest 의 론칭.

2006 년 10 월 : 아테네의 Medaiterra 페스티벌에서 Realtime Art Manifesto 를 발표함

2007 년 1 월 : Drama Princess 의 엔진이 완성됨

2008 년 3 월 : Graveyard 론칭.

2009 년 3 월 : 샌프란시스코, 트리톤 호텔에서 The Path 론칭함

## 준비

The Path 의 아이디어는 Tale of Tales 만큼 오래되었다. 2002 년 6 월 비즈니스 계획상으로, 우리는 잠자는 숲속의 공주를 기본 스토리로 둔 몽환적인 어드벤처 게임인 첫번째 프로젝트 8 을 발표했다. 고전 동화에 기저를 둔 게임 시리즈 중의 하나였다. 2004 년 10 월의 또 다른 8 프로젝트의 내용은 “*Little Red Riding Hood* 에 기반을 둔 서바이벌 공포 게임을 기획하고 있다”는 것이었다. 이 게임을 144 라 불렀다.

2005 년에, 우리는 144 를 위한 예산 마련을 시작했다. 벨기에 아트 펀딩이 거절되었다. 그러나 그 해 말, 미국의 Creative Capital 이 10,000 달러를 최초로 투자하였다.

우리는 여전히 동시에 Drama Princess 를 작업하고 있었지만, 새로운 프로젝트에 필요로 하는 좀더 일반적인 캐릭터의 행동을 만들기 시작했다. 그때에는 The Path 는 그리 명확한 아이디어가 아니었다. 그러나 Creative Capital 의 지원으로 동기 부여를 받아 디자인이 점차적으로 구체적으로 변모하게 되었다.

## 프로토타입

2006 년 6 월, 144 의 첫번째 프로토타입이 만들어졌다.



프로젝트 8 의 예쁜 흰색 드레스를 입은 듣지도 말하지도 못하는 소녀를 약간 성장시켜 144 의 흰옷을 입은 소녀로 만들었다.

우리는 프로젝트 8 의 흰옷 입은 캐릭터와 Drama Princess 엔진을 다시 사용하기로 했을 뿐 아니라, The Endless Forest 의 환경 렌더링 시스템도 재활용하기로 결정했다. 이 재활용은

개발비를 삭감할 수 있는 최선이었다. 프로젝트 8 에 필요한 150 만 달러의 거대한 비용을 우리가 확보할 수 없다는 것을 알게 된 후에, 우리는 게임 산업계의 지원이 필요하지 않을 정도의 적은 예산용 게임을 만들기로 결심했다.

이 때문에, The Path 는 플랫 베이스의 내러티브가 없고, 급작스러운 행동, 컷씬이 거의 없는 짧은 게임으로 개발되고 있었다. 그리고 개발사의 수익 배분률이 높아진다고 하더라도 생산과 마케팅 비용을 줄일 수 있기 때문에, 또한 기술적인 견지에서 확실히 할 수 있기 때문에, 독점적인 디지털 유통만 생각하고 있었다.

프로젝트 시작 단계에서, 우리는 The Path 가 상업적인 타이틀인지, 예술적인 실험에 더 가까운지 확신하지 못했다. 디자인을 다듬을 때 마다, 우리는 상업적인 개발에 찬성하여 몇 가지의 컨셉을 설정하였다. 공포 게임으로 만든다는 것과 마켓 내에서 범주화 되기 쉽도록 만드는 것이었다. (8 과 달리, 퍼블리셔가 게임의 장르를 정의하기 쉽도록 하였다.)

The Path 에서, 우리는 고딕풍의 롤리타와 팝 초현실주의가 매우 인기 있었던 당시에 매우 스타일 있고, 어두운 소녀 캐릭터를 가지게 될 것이라는 것을 알았다. 켈트 록 스타 Jarboe 는 사운드 트랙을 담당하기로 하였다. 그러나 이윤을 위해 안전한 플레이를 만들기 보다는 한 걸음씩 내딛으며 시도해 보는 전략을 취했다. 론칭하는 날까지, 우리의 일이 잘 되어 가고 있는지에 대한 확신이 없었다. 그러나 우리는 위험을 감수하기로 했다.

2006 년 말, 우리는 Flemish Audiovisual Fund 와 Design Flanders 로부터 26,000 유로를 확보하였다. Creative Capital 의 지원은 프로젝트 론칭 날까지 지속되었다. 궁극적으로, 그들은 50,000 달러의 투자를 했다.

## 생산

2007 년 1 월에, 우리는 144 프로토타입에 Drama Princess 엔진을 실행했고, 우리에게 이것은 실제로 프리 프로덕션을 시작하는 것과 같았기 때문에 매우 의미 있는 일이었다.

상업용 게임을 만들고, 그것을 우리가 퍼블리시 하기로 결정한 것은 우리가 마케팅의 일도 하겠다는 것을 의미했다. 2007 년 2 월에, 우리는 웹 2.0 을 고수하는 것을 그만두었고, Tale of Tales 블로그를 시작하였다.

그 해 3 월, 미카엘은 샌프란시스코의 GDC 에 참석하기 위해 미국으로의 여행을 위해 준비했던 5 년된 뱅을 포기했다. 우리는 벨기에 개발자와 부스를 공유할 수 있는 기회를 제공받았다. 좀더 서사적인 타이틀이 필요하다는 결정이 내려졌다. 그러나 144 는 암호와 같이 어려웠고, 우리는 애매모한 부분을 버리고, 대중이 쉽게 접할 수 있도록 만들어야 했다.



2007년 5월, The Path의 첫번째 프로토타입이 우리의 동료였던 애니메이터 Laura Raines Smith, 음악가 Jarboe 와 Kris Force 에게 보내졌고, 그 후에 이들은 프로젝트에 진지하게 참여했다. 그들의 도움 덕분에, 우리는 총 6장 중의 하나를 완성하였고, 메인 캐릭터로 Ruby 를 피쳐링하였다. 이 데모는 2007년 10월 Independent Games Festival 에 출품되었다. 여러분은 첫번째 티저를 볼 수 있다.

2007년 11월, 우리는 이 데모를 리버풀에 있는 Valve 와 Sony 로 보냈다. 그러나 두 곳 모두 Steam 이나 PlayStation 플랫폼을 우리에게 주겠다는 결정을 내리지 못했다. 그들은 이 프로젝트의 나머지 부분을 어떻게 이끌어 갈지를 걱정하는 것 같았고, 또한 게임이 너무 예술적이고, 너무 엔터테인먼트 요소가 적다고 생각하는 것 같았다.

같은 달, 상황이 더 나빠져서, 우리는 CultuurInvest 와 90,000 유로의 융자 계약을 체결했다. 그때는, 상업용 프로젝트가 신변에 언제 들이닥칠지 모르는 위험을 다루는 흥미로운 실험과 같다고 생각되었다. 원금에 이자를 더해서 100,000 유로를 갚는 것이 상업적으로 독립한 회사로써 해야 하는 일이었고, 예술적으로 동기부여 되어 있던 2 사람만 남겨 두고, 상업 프로젝트에 전념했다.



2007년 리옹, Game Connection의 부스 안의 마이클

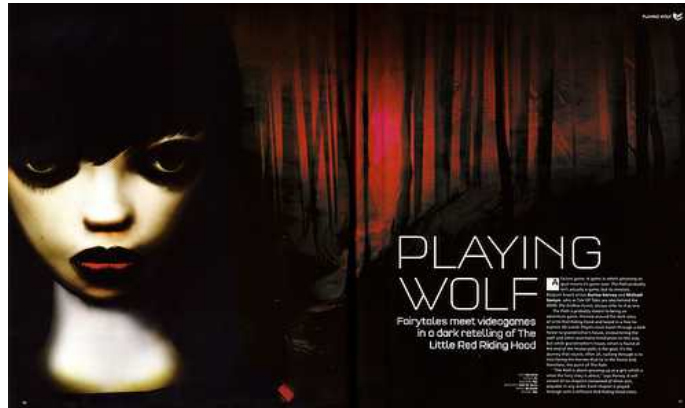
2007년 12월은 매우 고무적인 달이었다. 우리는 리옹의 Game Connection의 참가 비로 3,000 유로를 지불하기로 결정했다. Game Connection은 3일이라는 기간 동안 매우 짧은 미팅을 통해 개발자들이 퍼블리셔에게 그들의 프로젝트를 발표할 수 있는 기회를 제공한다.

용자덕분에, 우리는 퍼블리셔의 투자가 절실히 필요하지는 않았지만, 우리는 상업적인 마인드를 가진 사람들이 우리의 아이디어에 어떻게 반응하는지를 알고 싶었다. 우리가 완전히 미쳤는지 아닌지를 확신할 수 없었기 때문이다. 반응은 너무나 긍정적이었다. 너무 반응이 좋아서, 몇 건의 미팅이 예약되었다. 그러나 항상 그렇듯이, 곧 잠잠해졌다. 퍼블리셔는 체계적이지 못하고 때로는 믿을 수 없어 보인다.

2007년 12월 같은 때, Edge 잡지에서 우리 새 제품인 Tale of Tales에 관하여 4페이지에 걸친 기사를 실었다. 그리고 The Path의 데모가 Independent Games Festival에서 “비주얼 아트 부문의 우수작”으로 선정되었다.

우리 프로젝트의 품질에 대해서는 의심의 여지가 없었다. 그러나 우리는 IGF 심사단이 좀더 “게임 같은” 비디오게임을 선호한다는 편견에 대한 오해도 없었다. 그들은 작년에 Endless Forest를 거부했고, 그래서 우리는 The Path의 좋을 결과를 기대하지 않았었다.

우리는 우리 게임이 단지 게임의 장점 때문만이 아니라, 일부는 우리의 허풍 때문에 선정되었다고 생각한다. 현 상태의 게임 디자인에 대하여 매우 비판적인 몇몇 개의 블로그에 많은 토론거리를 던져 놓았었던 것이다. 즉, 우리의 마케팅 계획이 성공했다는 것이다.



Edge 잡지의 4 페이지 기사, 2007년 12월은 매우 흥미있고 고무적인 달이었다!

2008년 2월에, 우리는 GDC 에서, The Path 를 다시 발표했다. 이번에는 적당히 플레이가 되는 데모를 가지고 발표에 임했으며, 너무 즐거운 경험이었다. 강도 높은 3일 간의 플레이 테스트 세션을 통해 우리는 많은 양의 정보를 모을 수 있었다.

우리 스스로에게 휴식을 주기 위해서, 그리고 얼마간은 마케팅 이익 때문에, 우리는 The Path 의 생산을 잠깐 멈추고, 펀딩을 받을 만한 작은 게임을 개발하였다. 2008년 3월, 우리는 Graveyard 를 출시했다. 우리가 The Path 에 최소의 인터랙션 디자인을 적용하려고 했던 생각을 한 이래로, Graveyard 는 이러한 우리의 생각에 이용자들의 반응을 알아 볼 수 있는 흥미로운 테스트가 되었다.

또한 e-커머스를 이해할 수 있는 방법이 되기도 했다. Graveyard 는 상업용 타이틀로 디자인되지 않았지만, 주인공이 죽을 가능성이 있다는 유일한 차이점을 가지고 있는 “전체 버전”을 판매하는 것은 예술적인 개념의 부분이었다. 그리고 이것은 의도가 어떠한지에 상관없이 PayPal 에는 영향을 미치지 못했다. 이 경험은 우리가 The Path 의 론칭을 1년 후로 미루어 준비하는 것을 도와주게 되었다.

## 출시

3월 17일, GDC 로 떠나기 하루 전날, 우리는 Antwerp 의 Muhka Media Film Museum 에서 공동 개발자인 Villanella 와 함께 The Path 를 “프리-론칭”했다. 그날 밤 Chantal Pattyn 과 인터뷰를 가졌으며, 큰 스크린을 통해 짧은 게임 플레이를 선 보였다.



2009년 3월 18일 저녁 9시, The Path가 샌프란시스코의 호텔에서 론칭되었다. 우리는 호텔 방에서 7명의 우리 딸들을 내보내고, 메시지를 확인하기 위해서 계속해서 컴퓨터로 이메일을 체크하였다.

3월 24일, 우리는 GDC가 개최되고 있는 Moscone Center 근처의 Yerba Buena Center for Arts에서 공식적인 론칭 이벤트를 가졌다. 80명 정도의 지인이 초대된 행사였으며, 큰 스크린으로 플레이 세션을 투사하면서 와인과 빵을 즐겼다.



플레이하는 소녀들

탐험 디자인하기

초기의 불명확한 디자인

The path 는 244 타이틀과 아이디어를 공유했다. 그러나 둘은 매우 달랐다.

144 는 프로젝트의 정신을 에워쌌다. 다소간 가 숫자는 마른 낙엽위를 걷는 발소리, 소나무 향기, 구름을 통해 비쳐지는 희미한 햇빛 등과 같은 소녀적 취향의 따분함을 형상화 한 것이기도 하다.

흑연으로 그린 낙서 같은 그림, 흰색의 구아슈, 연인의 배반, 부모와 어린이 등에 관한 여러 생각이 있었다. 두려움 없는 수박한 행위, 여러 번의 미래의 모습을 마주칠 수 있다는 긴장감.

144 아이디어 컨셉은 예술적인 디자인과 인터랙션 디자인을 통해서 고통스럽게 영혼을 찾아 다니는 것이었다. 그리고 우리는 이러한 감정, 감각 및 컴퓨터게임 플레이어의 내면의 이야기의 일부와 커뮤니케이션하기 위하여, “본질”을 발견할 수 있도록 노력하였다.

초기에는 프로젝트를 진행하지 않는 것이 좋겠다고 생각한 순간도 있었다.



"Waldesamkeit"는 숲 속에서 혼자 남겨지는 느낌을 의미하는 독일어이다.

144 가 빨간모자와 늑대의 이야기를 차용하고 있고, 플레이어는 각각을 플레이할 수 있다고 언급한 바 있다. 매번, 이 이야기는 빨간 모자를 죽음으로 이끈다. 우리는 이러한 상황을 가지고, 6 명의 소녀로 배역을 좁혀, 이들 각자가 각기 다른 소녀의 삶의 모습을 보여주는 것으로 설정하였다. 6이라는 숫자는 다소 모호하게 결정되었다.

우리는 각각의 소녀가 또 다른 자아를 필요로 한다고 결정했다. 이로 인해 그녀는 숲의 특정한 장소에서 이 벌을 받아야만 한다. 우리는 이 장소를 “Attractions”라고 불렀다. 또한 착한 소녀 처럼 할머니네 집으로 계속해서 가는 대신에 숲에서 미적거리다 누군가를 만나게 되는 “집중을 방해하는 것”도 있었다. 소녀들은 각각의 늑대를 만나고, 플레이어는 소녀/늑대/Attraction 을 혼합하여 플레이 할 수 있으며, 각각의 경험과 장소를 매칭할 수 있게 하였다.

이것은 너무 기술적으로 플레이 하는 것처럼 보였다. 계획해야 할 가능성이 너무 많은 것 처럼 보였다. 그래서, 초기 아이디어를 좀더 단순화 하여, 각각의 소녀가 정해진 시나리오를 가지게 하였다. 이로 인해 일부는 공유되었고 일부는 매우 유일한 부분을 가지게 되었다.

**캐릭터 디자인과 환경 디자인 : 예술적인 감명 vs. 접근성이 좋은 게임 : 개인적인 의미**



소녀의 디자인과 관련해서, 우리는 동화의 디테일을 유지하고자 하였다. 우리는 게임이 거의 완성될 때까지 이름을 붙이지 않았다. 그들이 대표하고 있는 아키타입으로 언급했다.



소녀들의 이름은 Kid Red (Robin), Innocent Red (Rose), Tomboy Red (Ginger), Goth Red (Ruby), Sexy Red (Carmen), Stern Red (Scarlet)이다. 늑대와 다른 캐릭터는 이름이 없다.

빨간 모자 소녀를 디자인 할 때, 이름과 관련된 수 많은 것과 동시에, 나는(Auriea) 내면적인 것을 많이 고려했다. 내가 유일한 디자이너 라거나 모든 주인공을 모델러 했다는 것이 아니다. 나는 자신감 없이 디자인 하기 싫었고, 내 자신을 디자인 작업에 너무 많이 투영하게 될까 두려웠다. 결국에 이런 일은 벌어지고 말았다. 그리고 어떤 면으로는 이렇게 된 것이 게임의 내러티브에 많은 오해를 불러일으키게 된 것이 아닌가 생각한다.

흑자는 이 게임이 “강간에 관한 것”이라고 무턱대고 말한다. 그리고 이것이 해석중의 하나가 될 수도 있다고 생각하지만, 나는 그녀의 늑대를 만나고 난 후의 순간이 깨달음의 순간이 된다고 생각한다. 할머니의 집에서 일어나는 것은 살인이 아니라 유년시절을 벗어나 여성으로써의 삶으로 들어선다는 것이다. 각각의 소녀는 그녀의 운명에 한 걸음 더 가까이 다가선다.

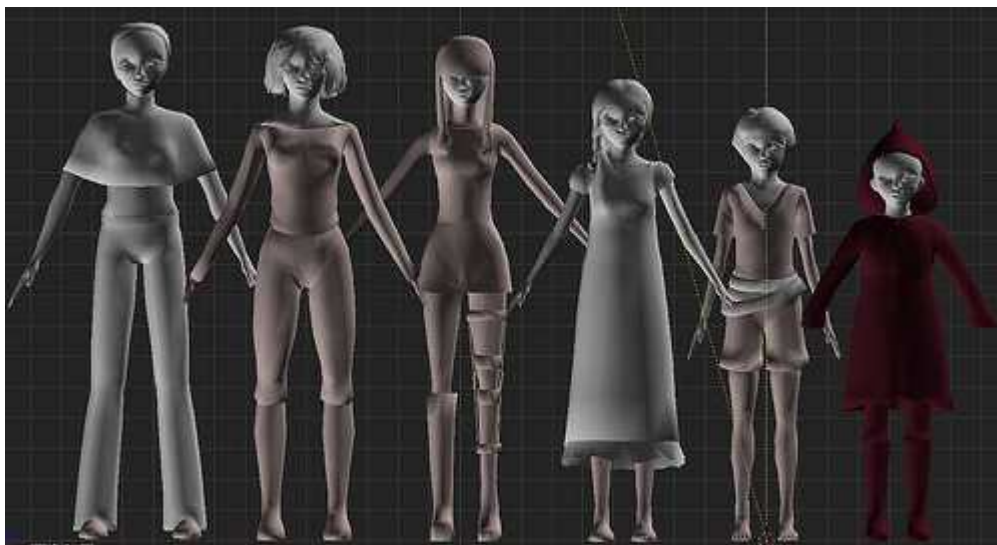
우리의 콘트롤 방법 때문에, 당신은 제대로 소녀를 콘트롤 하지 못한다. 모든 결과는 그녀의 선택에 대한 결과라는 것을 깨닫게 되는 순간이 있다. 그리고 그녀는 “재미 있는 시간”을 보내기 위해 벌을 쫓기 보다는 그렇게 생동하지 않음으로써, 이런 결과를 방지할 수도 있었다. 그냥 길에 머물러 있음으로써 말이다.

우리는 영화 감독이 하는 것 처럼 플레이어가 상황과 타협하기를 원한다. 그녀를 가게 내버려 두는 것, 아무것도 하지 않는 것, 끝없이 숲을 돌아다니는 것, 게임을 완전히 꺼 버리는 것 등의 매순간의 선택이 존재한다. 당신이 게임을 플레이 한다면, 우리는 스스로의 결론을 그릴 수

있게 되기를 바란다. 아마도 거기에는 당신의 삶과 관련된 것도 있을 것이다. 많은 소녀와 여성이 있고, 사실 그들이 우리에게 그렇다고 이야기 했다.

사람들이 그들이 만든 선택과 그들의 삶을 이 게임에 반영하고 영향을 미친다는 것은 놀라움 배움 그 이상이다. 게임은 이러한 반추의 도구가 된다.

게임의 프로세스에 맡겨, 소녀를 내가 조정하지 않는다면, 어떤 누구도 이러한 감정을 느끼지 못할 것이다. 캐릭터의 느낌이 실제인가에 대한 의문이 있다. 그들은 당신이 이미 생각하고 있는 것을 단지 표현해 주는 것 뿐이다. 그래서 당신의 해석이 무엇이든지 간에, 그 상황에 나에게 의미하는 것에 대해서가 아니라 당신에 대해서 말하고 있다는 것이다.



늑대에 관해서는 거의 말한 적이 없다. 늑대 캐릭터에 대한 영감은... 설명하기가 어렵다. 모든 소녀들이 그녀의 늑대를 가지고 있다, 아닌가? 나는 남자 친구를 이 아키타입으로 범주화 하려고 했었다. “모든 남성”이 하나의 방법으로 범주화 될 거라고 생각하지는 않았지만, 내가 경험했던 방식으로, 내가 알았던 인간관계의 방식으로, 그리고 내가 바랬던 방식으로 범주화 했다.

나무꾼 늑대는 조용했고, 끊임없이 똑 같은 나무를 파고 있었다. 그들에게는 어떤 반응을 가질 수 있는 도발이 필요했다. 구름 늑대는 조용하고 아름다운 영혼이다. 그들이 피부가 없고 연약해 보인다고 할 지라도, 뇌우를 꺾어낼 수 있다. 우리는 우리의 웨어울프(늑대인가)가 “꼭 껴안고 싶을 만큼” 재미있고, 무섭기를 바랬다. 그래서 당신이 그를 깨워 등을 타고 산을 올라야만 한다.

말괄량이 진저가 만난 여성 늑대가 포함하고 있는 것은 그녀의 여성성의 반영이다. 빨간 늑대 소녀는 당신이 그녀에게 다가설수록 멀어진다. 갑자기 수 백 마리의 나비 사이로 뛰어 든다. 당신이 돌아와서 그녀가 당신에게 오게 내버려 둘 때 그녀를 직면할 기회를 가지게 된다.

우리는 소녀를 지배하고 장악하는 전형적인 남성 게임 캐릭터를 만들고 싶지 않았다. 그러나 늑대는 평범할 필요가 있었다. 우리는 이 모든 캐릭터 각각의 이야기를 만들었고, 그들이 왜 서로를 필요로 하는지에 대한 이유와 방법을 설명했다. 그리고 그 만남이 게임의 종결이 된다는 것을 설명했다.

나는 놀라운 예술가를 데려오는 것이 가능하다는 것을 증명하고 싶었다. 새로운 해석으로 흥미로운 아이디어를 구체화 하고, 우리를 놀라게 할 수 있는 예술가를 말이다. 첫 번째 데모를 만들기 위해서 숲, 빨간 모자 캐릭터, 할머니 집으로 나누어 그룹 작업을 하였다.

데모는 루비와 그녀의 늑대 “차밍” 과 흰옷을 입은 소녀를 포함하고 있다. 그들에 관해 알고 있는 것들이 있다. 나는 생생한 묘사로 불순물을 걸러내고자 노력했다. Ted Pendergraft 로부터 온 캐릭터의 드로잉이 마음에 들었다. 그렇지만, 그는 항상 너무 바빴고, 우리는 그를 채용할 형편이 되지 않았다. 그는 프로젝트를 떠났고, 컨설턴트로 잠시동안 일해 주었다. 약간의 시간이라도 우리에게 내어준 것이 무척 고마웠다.

Stacey Diana Clark 은 우리가 올바른 방향으로 가고 있는지를 알려주는 것 같았고, 우리는 그녀의 아름다운 아트웍을 디자인 과정 내내 숲속에 활용하였다. 그녀를 더 채용할 수 있는 여력이 없었다는 것이 아쉬웠다.

우리는 Pedro Murteira 와 오랫동안 대화했고, 그는 두서없는 할머니 집을 정확하게 묘사했다. “이것은 기억의 집이다. 어린 소녀가 삶이 끝난 여성의 장소로 들어간다면, 그녀가 진정으로 그녀에 대해 알고 있는 것은 무엇일까?”라는 구절을 시각적으로 완벽히 재현해 냈다는 것이다.

80 년대의 나의 할머니 집에 대한 공포감에 기반을 두고 할머니 집이 만들어졌다. 우리는 이 모든 꿈을 “현실”적으로 표현할 방법이 필요했다.

이러한 초기의 스케치나 대화는 우리의 생각을 정리하는데 도움을 주었고, 처음으로 우리는 다른 사람들이 이해할 수 있기를 바라는 것을 글로 표현했다.



Ted Pendergraft의 작품, Stacey Diana Clark와 Pedro Muteira는 뛰어났고, 그들과 함께한 시간은 너무 짧았다.

숲, 나무, 나뭇잎, 꽃 등의 그래픽에 실험을 가미하여 진행하는 것이 우리의 바램이었다. 우리는 실제처럼 보이는 것 보다 실제인 것처럼 느껴지는 공간을 만드는 것이 더 중요하다는 우리의 모토를 따랐다. 나는 추상적인 바로크 양식의 장식물을 선택했고, 나뭇잎과 꽃과 같은 패턴을 선택했다. 당신이 나무 곁을 지나갈 때 실제인 것처럼 보이는 나뭇잎이라고 생각할 만한 인상을 주는 나무를 만들었다.

모든 것이 세부 사항 없이 검은색으로만 렌더링 되었다. 이렇게 하는 것은 일을 최소로 줄여 줄 뿐만 아니라, 거무 칙칙한 초현실적인 느낌을 줄 수 있다. 약간의 색깔은 Attraction 구역에서만 보여지도록 했고, 과포화된 느낌으로 보여지도록 하였다.

우리는 빛이 새는 것, 초점이 맞지 않는 것, 폴라로이드 필름의 결함 등과 같은 실패한 사진 처리 과정으로부터 인공산물을 보았다. 우리는 이미지를 부드럽게 하고, 흐리게 한 다음, 그축한 멋을 주는 효과를 주고, 스크린을 지저분하게 만들었다. 이후에 먼지를 활용하였다. 그리고 우리는 실마리로써 흥미를감을 주기 위하여 “이중 노출” 효과를 사용하였다.

작은 스크래치나 발바닥 프린트가 당신을 당신의 늑대에게로 인도해 준다. 흰색 소용돌이는 흰옷을 입은 소녀에게 인도해 준다. 모든 이러한 효과가 목적을 가지고 있고, 플레이어에게 어떤 면으로도 실마리로써 작용하지 않는 것이 스크린에 보여지지 않는다는 것이 중요하다.



Quest3D Nature Paint 시스템은 나무를 칠하는 것을 매우 빠르고 쉽게 해 주었다. 우리는 땅의 음영처리를 세련되게 하고, 그 이후의 빛 처리를 최적화 하기 위하여 Paladin Studios의 도움을 받았다.

전반적인 색채에 있어서, 공포스러워 보이는 색채를 활용하기를 원했다. 나는 전형적인 영화 같은 선명하지 않은 화면도 싫고, 푸른색 화면도 싫었다. 우리의 공포 게임은 다른 공포 게임과 동떨어져 보에게 하고 싶었다. 숲의 컬러와 스타일은 할머니의 집에 비해 더 어두침침하게 하였고, 늑대에게 침해당한 버전을 좀더 눈에 띄게 만들었다.

우리는 3D 그래픽과 경쟁하고 싶지 않았다. 모든 화면이 다소 핸드메이드였던 것 처럼, 우리는 독특한 방식을 고수하고자 하였다.



우리가 144 에서 The Path 로 이름을 바꿀 때 로고도 디자인했다. “114 가 무엇을 의미하는 겁니까?”라고 묻는 사람마다 답변을 하는데 지쳤다. 또한 조금 더 기억하기 쉬운 이름을 원했다. 그리고 나서, 우리는 기존에 우리가 만든 로고가 영화 로고와 비슷하다는 생각이 들었다. 또는 전형적인 “그런지” 스타일이라는 생각도 들었다. 우리는 그래픽 아티스트이자 타이포그래퍼인 Marian Bantjes 에게 소녀와 숲의 정신을 간직하고 있는 듯 한 로고를 의뢰하였다.



### 프로토타입과 데모 및 음악

우리의 절차는 게임을 만들고 나서 디자인하기로 구성되어 있다. 프로토타입을 도구로 활용해서 디자인의 가이드라인으로 삼는다는 뜻이다. 우리가 할 수 있는 한, 우리는 플레이 할 수 있는 게임 엔진을 가지고 싶었다. 이론적으로 존재할 수 있는 것이 아니라, 아이디어가 어떤 것을 의미할 수 있는지를 “실제로 만들어 주는” 프로토타입 안에 갖추어져 있어야 하는 것이었다.

우리는 예쁜 그림이나 모델에 의해 잘못된 방향으로 나아가고 싶지 않았다. 우리는 제 자리에 카메라를 가지고 싶었고, 최우선적인 일을 해결해 나갔다. 그리고 나서 계속해서 프로토타입을 버거나 플레이 비디오를 보았다. 그리고 이런 작업을 통해 우리는 어떤 것이 최종 게임이 되어야 하는지를 결정할 수 있었다.

이러한 절차를 통하여 우리는 아이디어를 도출해냈고, 캐릭터를 가지고 게임에 아이디어를 실행할 수 있었다. 그래서 우리는 아이디어가 좋은 것인지 아닌지를 판별해 낼 수 있었다. Endless Forest 로부터 엔진 코드를 공유한 이래로, 꼭두각시 인형을 부리는 사람과 같은 플레이어를 만들 수 있을지도 모른다고 생각했다. 우리는 특정한 시퀀스에서 다른 장면으로 프레이할 때 필요한 애니메이션과 연결되어 있는 버튼 인터페이스를 만들었다.

초기 프로토타입에서, 언제든지 빨간 모자 소녀, 흰옷을 입은 소녀나 늑대로 플레이나 캐릭터를 바꿀 수 있는 초기 버전을 만들었다. 이것은 플레이어가 하나의 캐릭터에서 다른 캐릭터로 이동할 수 있는 획기적인 것이었다. 그러나 게임 내에 캐릭터가 3 개만 있는 것이 아니라면, 이런식으로 게임을 만드는데 너무나 많은 일이 부가된다는 것을 알게되었다. 다른 버전에서, 루비와 차밍 울프 간의 연출된 춤을 선보였다.



거부된 게임 플레이 아이디어 : 댄스 연출!

최종 음악을 완성하고, 우리는 이 게임이 가벼운 게임이 되지 않는 것이라는 것을 알 수 있었다. Jarboe 와 Kris Force 가 만든 음악은 거대한 효과가 되어서 게임 디자인에 대한 생각을

바꾸었다. 그리고 우리는 그렇게 해야만 한다고 느꼈다. 비디오게임은 개별 부분이 보여져서는 안된다. 개별 모델은 그 자체로 조각품이 아니라 큰 그림에서의 붓터치와 같은 것 처럼 보여야 한다.

전체 게임이 조각품이다. 나는 이용자의 관심이 증폭되는 곳에 세부 사항과 강조를 심어 놓을 뿐이다. 이 생각이 인디 3D 게임을 만드는 개발자에게 꽤 도움이 되었다. 시간을 낭비하거나 완벽해지거나 “현실적으로”보이게 하려고 할 필요가 없다. 불완전한 것을 서로 모아 둠으로써 전체의 아름다움이 보이도록 하고 세계를 완성하게 된다는 의도를 보여주면 된다.

## 야수의 속내

The Path 는 우리의 첫번째 상업 비디오게임 프로젝트였다. 그리고 지금까지 해 왔던 프로젝트 중 가장 큰 프로젝트였다. 완전히 독립적인 생산이었고, 용자와 아트 펀드까지 자금관리도 우리가 했다. 우리 게임의 지지자들에 의한 “핑크 이코노미”와 우리의 예술을 보다 게이머에게 접근할 수 있도록 해 보자는 실험이 가미되었다.

## 잘못된 점

### 충분하지 못했던 시간

이 문제는 모든 비디오게임 생산에서 발생하는 문제이다. 많은 좋은 아이디어가 시간 부족 때문에 버려진다. The Path 의 생산에서, 우리의 기술을 향상시키는 것과 예술적인 측면을 좀더 부각시키는 것 사이에서 어려운 결정을 해야만 했다. The Path 의 최장점 중의 하나가 심미적인 관점이라고 생각했기 때문에, 그리고 우리는 거장의 프로그래머가 아니기 때문에, 기술적인 측면을 간과했다.

캐릭터가 때때로 나무를 통과해서 걷는다거나 시가 적당한 때에 작동하지 않는 것은 큰 문제가 아니었다. 심지어 우리는 이러한 혼란을 즐겼다. 게임이 올바르다고 생각되는 한에서 말이다. 그러나 일부의 플레이어들이 기술적인 우수성의 부족으로 게임을 떠났다. 얼마나 많은 게이머들이 게임 생산에 드는 어마 어마한 비용모르고 있다는 것과, 위태로운 상황의 독립 개발사가 좋지 않은 성과를 내었을 때 이 부분이 예산 삭감과 직결되어 있다는 것은 놀라웠다.

### 모델러 채용하기

Auriea 에게 캐릭터 디자인, 모델, 텍스처 효과를 모두 담당하게 할 의도는 아니었다. 이것은 시간이 소요되는 업무이고, 데이터 디렉터로써의 그녀의 일은 프로젝트에서 훨씬 중요했다. 그러나 우리가 면접했던 모든 모델러들이 마음에 들지 않았다. 만화같지 않으면서도 매력적인 공포 게임에서 스타일 있는 캐릭터를 만드는 것은 명백히 기술이 있어야 하는 일이었다.

이유중의 하나겠지만, 남성 지원자 밖에 없었다는 것도 이유였다. Laura Raines Smith 와 일해 본 경험으로, 우리는 소녀를 만들어 내는데는 여성이 더 유리하다는 것을 알았다. 남자를 비난하려는 것은 아니다. 우리는 여성들이 3D 모델링을 하지 않는다는 것을 비난하고 싶다. 이 때문에, 우리가 필요로 할 때 원하는 사람을 찾을 수 없었다.

## 시간 부족 사태

우리는 론칭 훨씬 전에 생산을 끝낼 계획이었다. 그렇지만 일이 계속 쌓였고, 진전은 기대했던 것 보다 느렸다. 우리는 버퍼존에 있는 것처럼 시간을 먹기 시작했다. 이러한 손실을 메꾸기 위해서, 우리는 더 열심히 일했다.

4 개월 동안 하루에 14 시간을 일했다. 얼마후에는 이러한 업무시간에 익숙해 졌다. 계속 열심히 일해야만 한다는 심리적인 압박 때문에 업무 시간을 연장하는 것은 오히려 쉬웠다. 그러나 그것은 좋은 생각이 아니었다. 정신 및 신체적인 건강에 해로웠고, 무엇보다도 프로젝트에 해로웠다. 재고를 해 볼 여유도 없었기 때문이다.

솔프게도 이러한 시간 부족사태를 해결할 유일한 방법은 게임의 영역을 줄이는 것이었다. 우리가 다음 번 계획에는 더 잘 하기로 결심했다 하더라도, 이러한 사태에 대한 후회는 없다.

## 퍼블리셔와 콘솔 회사

The Path 의 개발을 위해서 퍼블리셔로부터 지원을 받을 필요가 없었다. 그러나 작은 예산에 적합하게 디자인 하지도 않았다. The Path 는 Land of Unfinished Dreams 로써 8 을 따르고 있다고 말하는 것이 더 낫겠다. 다양한 게임의 상업적인 생존력 덕분에, 게임 산업 내 분위기는 꽤 좋아졌다.

캐주얼게임과 닌텐도 Wii 와 DS 콘솔의 성공으로, 퍼블리셔는 블록버스터 보다 작고, 오리지널 디자인을 가지고 있는 게임에 관심을 가지기 시작했다. 그러나 결국에는 결정은 사무직 종사자의 몫이었다. 흥미는 지대했지만, 지원은 거의 없었다.

## 비 게임 이용 소비자

실패에 대한 더 큰 아픔은 전형적인 게임 이용자의 인구통계학적 특징을 넘어서 소비자에게 게임을 판매하겠다는 희망이었다. 심미적인 호소력을 가진 게임과 매우 쉬운 인터랙션 시스템을 디자인하면 충분할 것이라고 생각했다. 그러나 적절한 마케팅 없이, 이것은 효과가 없었다. 게이머들은 잘 조직된 블로그나 언론 매체를 하위 문화로 가지고 있기 때문에 이들 시장에 접근하는 것은 어렵지 않다. 그러나 이 틈새 밖에서의 소비자는 매우 분화되어있으며, 비디오게임에 대하여 적대적인 감정을 가지고 있다.



이것이 독립 개발사의 심각한 문제이다. 그리고 혁신을 위한 잔인한 순환의 고리이기도 하다. 독립 개발사가 창의적인 프로젝트로 핵심 이용자가 아닌 이용자에게 어필하고, 기업 예산으로 이 소비자에게 마케팅한다는 것은 모순이다.

큰 회사는 실패를 더 두려워하고, 작은 회사들이 위험을 감수한다는 것이 항상 이상했다. 이것이 맞다면, 다른 형태의 게임으로의 전환하려는 비디오게임 이용자의 증가는 느릴 것이다.

이러한 생각이 우리를 이상한 위치를 점하도록 했다. 게임을 이용하지 않는 사람이 비디오게임을 얼마나 즐겁게 이용할 수 있는지를 보여줄 수 있는 게임을 만들고 싶었다. 그러나 게이머만이 우리 게임을 구매할 것이다. 우리 게임을 좀더 게임 같이 보이게 만들어 달라는 간청을 거부하는 것은 어려웠다. 그렇지만 우리가 게임 밖의 넓은 영역을 탐험 하지 않는다면, 누가 하겠는가?

### **론칭 이후의 예산**

론칭할 때 즈음, 우리는 파산했다.

독립적인 마케팅은 대부분 수작업으로 이루어진다. 이메일 보내기, 포럼 및 보도 자료 배포하기, 블로그 포스트 쓰기 등등. 그렇지만 우리는 이러한 작업을 할 시간적 여유가 없었다. 광고를 사거나 게임을 콘솔로 포팅하거나 새로운 다운로드 게임 콘텐츠로 포팅하는 더 비싼 선택에 대해서 조사해야 했다. 우리는 대표 데모를 개발할 예산도 없었다.

CultuurInvest 의 융자금을 갚지 않았더라면, 우리는 일부의 자금을 게임 확장을 위해 재 투자했을 것이다. 우리는 융자금을 갚지 말았어야 했다. 빚을 갚는데는 반 년 밖에 걸리지 않았지만, 그 동안 많은 기회가 지나갔고, 판매량은 급격히 쇠락했다.

### **상업적 생존력 결핍**

The Path 로 얼마나 많은 돈을 벌 수 있을지 확신하지 못했다. 100 개나 수천 수백개를 판매할 수 있을지 없을지 몰랐다. 우리는 말 그대로 아무 생각이 없었다.

The Path 의 최종 생산비는 300,000 유로였다. 그리고 론칭 후 1 년까지 The Path 는 135,000 유로의 이득을 주었다. 1/4 의 예산이 작년에 개발된 기술로 커버되었다. 이 금액을 제한다고 하더라도, BEP 를 맞추기 위해서, 우리는 여전히 90,000 유로가 더 필요하다. The Path 가 내년에도 잘 팔릴지에 대해서는 의심의 여지가 있다. 그렇지만, 누가 알겠는가.

긍정적으로, 우리는 빚을 청산했다. 나머지 예산은 비 상업적 예술 펀딩으로 커버되었다. 순수하게 재정적인 용어로, 우리는 손익균형을 이루었다. 우리는 The Path 가 상업적인

시장에서 예술적인 프로젝트가 생존할수 있음을 보여준 사례가 되기를 바랄 뿐이다. 그러나 지금까지는 이러한 형태의 프로젝트에는 비 상업적 펀딩의 지원이 필요한 것처럼 보인다.

## 잘된 점

### 성공

우리는 우리가 하려고 했던 것에 성공했다. 중간 사이즈의 비디오게임을 만들어서 퍼블리시하고 소비자에게 유통하는 것 말이다.

이것은 명백해 보일지도 모르지만, 각각의 비디오게임은 기적이다.

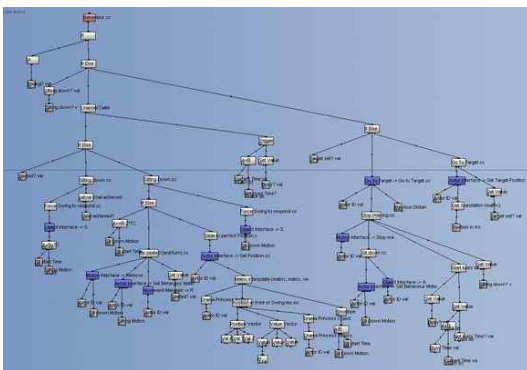
비디오게임 제작은 기술이 할 수 있는 것과 당신이 하고자 하는 것과의 끊임없는 투쟁이다. 그리고 제한된 예산으로 작은 팀과 개발하는 것은 이 과정을 더 쉽게 만들어 주지는 않는다.

그래서, 어떤 사람이 어떻게 생각하건 간에, 게임을 만들었다는 것 그 자체로 자랑스럽다. 아무것도 하지 않는 것 보다는 어떤 것이라도 만드는 것이 낫기 때문이다.

### 이해하기 쉬운 기술

엔지니어가 없는 작은 팀이 The Path 와 같은 소프트웨어를 개발할 수 있었던 이유는 가용할 수 있는 기술이다.

우리는 Blender 를 이용해서 모델링과 텍스처링을 했고, Quest 3D 를 이용해서 프로그래밍을 했다. Quest 3D 는 꽤 독특한 툴이기 때문에 부가 설명이 필요하다.



Quest 3D 에서, 코드를 쓸 필요가 없다. 과정과 인터랙션에 관한 아이디어를 플로우 차트로 표현하면 되는데, 프로그래머가 코딩을 하기 전에 디자인을 그리는 방식과 매우 비슷하다. 그러나 Quest 3D 에서는 플로우차트가 작동하여, 부가적인 코딩이 필요하지 않다. 게다가 실시간으로 작동한다! 플로우차트에 요소를 연결시키면, 어플리케이션의 행동이 변한다.

직접적인 피드백과 연결된 가시적인 프로그래밍 인터페이스는 Quest3D 를 아티스트가 소프트웨어를 가지고 작업할 때 가장 유용한 툴로 만들어주었다.

Quest3D 의 최대 단점은 윈도우에서만 결과물을 낼 수 있다는 것이다. 다행히, 우리는 Cider 기술로 The Path 를 Mac OSX 로 포팅하고 싶어하는 Transgaming 이라는 곳을 찾았다. 간단하지는 않았지만, Transgaming 엔지니어의 우수함과 Quest3D 팀의 도움과 우리 스스로의 게임 수정을 통해서, 2009 년 5 월, 우리는 The Path 의 Mac 버전을 만드는데 성공했다.

## 아티스트와 일하기

The Path 의 개발 팀의 모든 일원이 아티스트다. 플레이어에게 예쁘고 좋은 게임을 만들어 줄 수 있는 정도의 “아티스트”가 아니라, 매체를 통해 심오한 수준의 커뮤니케이션을 가능하게 할 정도의 아티스트이다.

우리는 단순히 빈 자리를 채우기 위해서가 아니라 예술적인 재능 때문에 채용하고 일했다. Auriea 와 Michaël 은 Tale of Tales 게임을 완성할 만한 기술을 가지고 있었다. 그러나 Laura, Jarboe, Kris, Hans, Marian 이 함께 작업하여 The Path 가 측정할 수 없을 정도로 더 멋진 작품이 되었다.

아티스트는 함께 일하기 힘든 사람이라는 속설이 있다. 그들은 강한 성격을 가지고 있으며, 자아가 강하며, 팀 플레이에 약한 성향이 있다. 그러나 이러한 사람들과의 협동은 그들의 작업에 대한 진정한 존경에서 시작되었다. 단지 그 일을 할 사람이 필요했던 것이 아니다. 우리는 그들이 우리 게임에 공헌해 줄 것을 원했다.

때때로 우리는 그들을 위한 쇼를 준비하고 있는 갤러리 주인 같은 느낌을 받았다. 우리는 그들이 작업할 공간을 만들어 주었고, 거기를 위대함으로 채워주기를 기대했다. 고집불통의 개인을 그룹으로 모아 함께 아름다운 것을 만들 수 있게 한 것이 최상의 결과를 주었다.

대부분이 여성이라는 사실은, 또 다른 논란 거리이다.

## 테스트

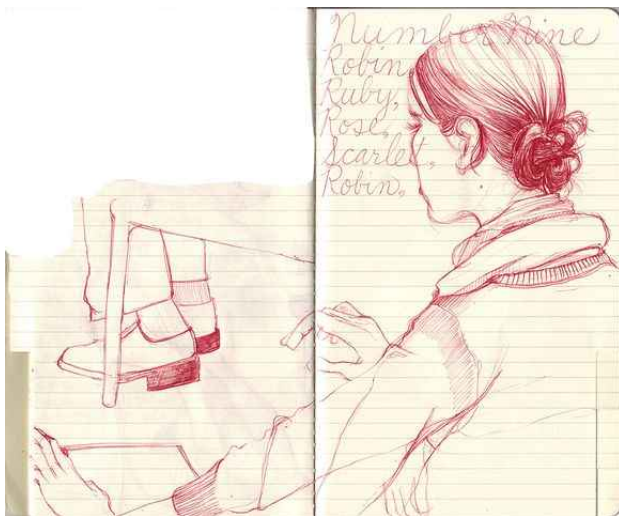
The Path 이전에, 어떤 다른 프로젝트에서도 플레이 테스트를 많이 하지 않았었다. 여기 저기서, 우리는 사람들이 우리 게임의 초기 버전을 플레이하게 했다. 그러나 이것이 게임 디자인에 대한 진정한 영향력을 미치지 못했다.

그래서 이번에는 벨기에에 살거나 그 근처에 살고 있는 사람들에게 메일을 보내어 하루 종일 우리 스튜디오에서 The Path 게임을 플레이 하도록 초청하였다. 많은 사람들이 반응을 보였고,

마침내 12 개의 약속을 잡았다. 각각의 테스터가 우리 스튜디오를 방문했고, 게임이 준비된 방에서 플레이하였다. 처음 몇 시간 동안 우리는 거의 말하지 않으면서 그들이 플레이하는 것을 지켜보았다. 그리고 나서 차를 마시며 그들의 경험에 대하여 평가했다.

그 후에, 우리는 그들을 몇 시간 동안 혼자 남겨두고 게임을 하게 했다. 이러한 일련의 플레이 테스트가 우리의 시각을 넓혀 주었고, The Path 의 접근성에 큰 공헌을 하였다.

이 테스트의 결과로 많은 것들이 달라졌다. 때로는 특정한 집단을 위한 게임과 대중을 상대로 하는 게임 사이에서 균형을 찾는 것이 어려웠다. 그래서 우리는 누구를 위해 게임을 만드는지에 대한 결정을 해야만 했다. (결국, 신규 게임 플레이어의 열정이 하드코어 게이머의 회의주의를 이겼다.)



우리는 테스터가 게임을 플레이하는 것을 지켜보았다. 그리고 개별 세션 마다 짧은 요약을 하여 블로그에 남겨두었다.

게임이 거의 끝날 때 두번째 테스트도 완료되었다. 대부분이 기술적인 에러를 발견했다. 이 테스트는 인터넷을 통해서 이루어졌다. 테스터는 최신 버전의 게임을 다운로드 받고, 몇 시간, 몇일, 몇 주 동안 게임을 하였다. 일부의 사람들은 매우 헌신적이었다. 그들은 웹 베이스의 버그 트래킹 시스템(Mantis)를 이용하여 문제점을 보고하였다. 버그 트래커를 활용한 것도 처음이었다. 우리는 헌신적인 테스터들의 봉사에 대하여 무한히 감사한다. 이들 덕분에 The Path 가 안정화되고 신뢰할 만하게 되었다.

창의적인 사람이 그들의 작품에 영향을 미치기 위하여 외부인을 허락하는 것은 직관과 반대된다. 그러나 우리는 그렇게 했다는 것을 매우 기쁘게 생각한다. 당신이 당신의 일에서 조정력을 잃는 것이 아니다. 의사 결정 과정에 몇 가지의 요인을 더하는 것일 뿐이다. 어떤 아티스트라도 할 지라도 어떤 것에 대해서 완전히 확신할 수 없다. 사실, 의심은 매우 중요한 동기이다. 외부인의 반응은 플레이테스트의 결과물만이 아니었다. 이러한 반응에 대한 당신의

반응 역시 중요하다. 그리고 이 모든 것들이 당신의 창의적인 결정에 정보를 줄 많은 데이터가 된다.

## 마케팅

우리는 인터넷을 매우 활발히 이용하고 있다. 이런 면에서, 인터넷은 우리의 집이고, 고향이었다. 웹 2.0의 시대에, 우리의 영역이 이민자에 의해 가득 차 있는 것처럼 느껴진다. 그리고 비디오게임 분야에서도 우리가 물려서고 있는 듯 하다.

몇 년 후에, 상업용 게임을 독립적으로 퍼블리시하는 방법을 알게 되었을 때, 인터넷과 재연결하는 것은 여전히 매우 친근하지만 많은 것이 달라진 땅을 탐험하는 것과 같았다. 그러나 네트워크를 이용하여 프로모션하고 배급하는 것은 편안하게 느껴졌다.

그때, 우리가 온라인으로 했던 모든 것은 The Path를 위한 마케팅 활동이었다. Tale of Tales 블로그는 중심 허브 역할을 담당했다. 우리가 논란거리가 될 만한 어떤 생각도 하지 않았다는 것이 아니다. 우리는 단지 이러한 생각을 공유하려는 바람을 가지지 않았을 뿐이다. 우리의 “게임 디자인 포럼”은 그 정도로 충분했다(Endless Forest의 이용자에 의해 포럼이 들끓었다고 하더라도).

블로그 덕분에, 우리의 의견을 전달하는 것은 우리 게임의 마케팅이 되었다. 블로그가 우리가 필요로 했던 동기로 작용하게 되었다. 그러나 항상 재미 있지는 않았다. 우리의 일탈적인 생각에 불같이 화를 내며 인터넷에 글을 올렸던 사람들에게 의해 많이 당황하기도 했다. 그러나 이런 것이 블로그 마케팅의 맛이다. The Path가 론칭되었을 때, 우리 웹사이트를 방문한 방문자 수는 평소의 4배 이상이었다. 론칭 이후 1년이 지난 지금도 매일 4,000명의 방문자가 있다.

Tale of Tales 블로그 외에, 프로젝트 진행 과정을 기록하기도 하고, 인터넷으로 알게 된 사람들과 정보도 나누기 위해서 개발에 대한 블로그도 운영하였다.

블로그는 마케팅의 도구만은 아니었다. 우리는 한달에 한번 보도 자료를 냈다.

우리는 게임의 퍼블리케이션을 위해서 언론 활동을 한 것이 아니었다. 우리의 개발에 대해서 알고 지낼 기사를 두고 싶었다. 그래서 우리가 론칭할 준비가 되었을 때, 기자들이 적어도 게임의 이름을 일전에 들어본 적이 있다거나 게임에 대해서 일부 친숙한 면이 있을 수 있었다.

마케팅의 특수 요소는 Red Girls가 개발 내내 써 온 LiveJournal이었다. 이 저널이 마케팅으로 매우 효과적이지는 않았지만, The Path가 포함된 텍스트를 편안하게 느끼게 해 준 이유가

되었다. 여러 가지 이유로, 우리는 우리 게임에 대하여 글이나 말로 강력한 지지를 해 본적이 없었다.

플레이 테스트를 하기 전에 The Path 에 대한 어떤 내용도 문서화 되지 않았다. 일부의 플레이어들이 게임을 할 때 그들의 상상력을 작동시키는데 어려움을 겪는 것을 보고, 주인공이 화면에 나타나 생각하고 있는 바를 보여 주는 것을 고안했다. 이를 통해 플레이어들에게 어떤 암시를 줄 수 있게 된다. LiveJournal 의 반응이 너무나 긍정적이었기 때문에, 많은 사람들을 위해 게임에 어떤 것을 부가해 줄 수 있을 것이라 생각했다.

마지막 핵심적인 마케팅 요소는 더 작은 게임 타이틀의 출시였다. 우리는 2007 년 11 월에 Endless Forest 에 할로윈 특징을 덧붙였고, 2008 년 2 월에는 카니발을 붙였다. 그리고 2008 년 4 월에, 우리는 Endless Forest 의 플레이어에게 커뮤니티 웹사이트를 제공해서, 블로그를 쓰고 정보를 공유하고 이벤트를 정리할 수 있게 해 주었다. 2008 년 3 월에 Graveyard 를 출시했고, 2009 년 10 월에는 Fatale 후속편을 출시했다. 이러한 활동이 The Path 의 개발에도 좋은 영향을 미쳤다. 우리 스스로를 새롭게 하고, 정신적으로 고갈되어 가는 것을 막아주었기 때문이다.

## 언론과 소비자

우리가 가장 놀랐던 것은 게임 기자단의 압도적으로 긍정적인 반응이었다. The Path 가 진짜 게임이 아닐지도 모른다는 경고로 대부분의 기사가 시작되었고 소비자의 취향에 따른 평가 엇갈림에도 불구하고, 거의 모든 기자가 디자인의 대담함이나 게임 경험 그 자체에 대한 평가로 기사를 마감했다.

오직 몇 개의 “불한당 웹사이트”가 The Path 의 모든 특징을 파괴한 글로 전쟁을 선포하였다. 그래서 약간의 논란거리는 있었지만, 전반적으로 우리는 꽤 운이 좋았다. The Path 는 결국 거의 80 점에 가까운 평점을 받았다. 많은 기자들이 그들이 적당하다고 생각하지 않는 게임에 점수를 주기를 거부하기 때문에, 이것은 꽤 신나는 일이었다. 우리는 실제로 적은 규모의 반발을 샀다는 것에 자부심을 느꼈다.

그러나 소비자는 그렇게 잘 통합되지 않았다. 우리 게임의 경험을 축하하는 블로그 포스트가 많았다. 그러나 어떤 면에서는 The Path 뿐 아니라 Tale of Tales 와 우리의 다른 모든 게임을 싫어하는 것이 유행을 따르는 것 같았다.

Graveyard 가 출시되었을 때, 많은 사람들을 혼란스럽게 했지만, 여론을 들끓게 하지는 않았다. 반면에 The Path 는 많은 언론의 주목을 받았고, 긍정적인 평가를 얻었다. 이것이 하드코어 게이머에게는 과한 것이었을지도 모른다.

어떤 효과가 프로젝트의 성공에 영향을 미쳤는지를 말하는 것은 어렵다. 반면에, 사람들이 당신의 결과물에 대해 나쁜 말을 하는 것은 그리 좋지 않다. 그러나 한편으로, 그들은 심사숙고 하면서 커뮤니티 내에 새로운 생각을 가지도록 해 주었다.

## 소녀들

캐주얼게임과 소셜 게임 때문에 여성 게이머들에 대해 논의하는 것은 일종의 진부한 생각이다. 일부의 여성 기반의 블로그나 웹사이트가 하드코어 게임을 수용하고 있다는 것이 어느 정도 참신성을 끌지 못하게 되었다.

그러나 이러한 문화적 움직임이 우리가 여성들이 정말로 좋아할 수 있는 비디오게임을 만들었다는 것에 대한 자부심을 감소시키지는 않았다. The Path 는 단순히 여성 아바타를 주는데 그치지 않았고, 미소직고 있는 얼굴과 하트로 도배된 분홍색의 화면으로 치장되지 않았다. The Path 는 여성에게 중요하게 자리잡을 수 있는 그런 게임이었고, 여성적인 방법으로 플레이 되었다.

## 예술적인 성공

상업적으로 생존하기 위해 일부가 만들어졌다고 하더라도, The Path 는 감정적으로 깊고, 지능적인 시뮬레이션 경험을 제공한다. 많은 사람들이 비디오게임이 예술적일 수 있다는 것을 모르고 있다. 심지어 게임 기자단도 똑같은 이야기를 한다. The Path 는 게임이 아니라 놀라운 경험이라고 말이다.

이로 인해 우리는 이상한 상황에 처하게 되었다. 우리가 대중에게 호소하려고 어떤 것을 노력하면, 이것은 극도로 예술적인 것으로 받아들여진다. 만약 우리가 고의로 예술가인 것처럼 한다면 어떤 일이 벌어질까? 아직까지 시도해 본적은 없다.

물론, 우리가 소비자에 대하여 각별한 신경을 썼기 때문에, The Path 는 더 좋은 게임이 될 수 있었다. 우리는 예술이 항상 배타적으로 개인적이어야만 한다고 생각할 만큼 로맨틱하지 않다. The Path 에서 아트적인 요소를 제한으로써, 많은 사람들에게 이것이 더 예술로 다가서게 되었다.

온라인 성공 외에, The Path 는 몇몇의 페스티벌과 전시회에 참가하였다. The Path 가 친근한 경험이 되었기 때문에, 사회적인 문맥에서 이 게임을 보여주고 설명하는 경향을 가지게 되었다. 순수 예술의 분야에서 이러한 게임을 국제적으로 보여줄 수 있다는 것은 매우 멋지다. 그리고 이러한 게임이 독립적으로 만들어지고 있는 모습을 보는 것도 좋다. 이런 오프라인의 전시는 우리가 찾고자 하는 인식의 형태는 아니지만, 그럼에도 불구하고 무척 기쁘다.

## 재정적인 성공

The Path 가 이윤을 추구하는 프로젝트였다면, 재정적으로는 실패한 프로젝트 일 것이다(적어도 지금까지). 그러나 The Path 는 순수히 상업적이지 않았다. 개발 예산의 절반 이하가 투자금의 반환을 필요로 하는 재원에서 나왔다. 나머지 예산은 다양한 비 상업적 아트 펀드로부터 지원을 받았다. 그래서 우리 계좌는 깨끗하다.

The Path 가 전체 개발 예산을 커버할 수 있을 만큼 충분한 이윤을 주기를 바랬던 사람도 있었다. 실험적인 예술 게임이 상업적으로 생존할 수 있다는 것을 보여줄 수 있는 증거가 될 수 있었다.

그러나 더 중요한 결론은 이러한 종류의 게임을 파산하지 않고 만드는 것이 가능하다는 것이다. 비디오게임이 오늘날 이루어지고 있는 것 보다 훨씬 더 많은 실험과 탐험을 필요로 하고 있다고 생각하기 때문에 이 가능성은 매우 중요하다. 그리고 The Path 는 이러한 리서치가 투자를 받을 수 있다는 것을 보여주었다. 물론, 이 특별한 방식은 개발자가 예술품을 만들어 내겠다는 분명한 바램을 필요로 한다.

## 바구니 속에 무엇이 있나?

### 언론

The Path 에 대한 리뷰와 기사가 500 개가 넘는다. 대부분은 온라인으로 작성된 것이지만, 상당수는 인쇄 매체에 게재되었다. 이렇게 우리 게임이 소비자에게 인쇄 매체로 영향을 미치게 된다고 생각하니 매우 기뻐다.

우리에게 관심이 없을 것이라고 생각했던 언론에서 관심을 가져 주니, 우리는 우쭐해졌다. 기자들이 게임을 좋아하지 않는다 할지라도, 직업 정신으로 The Path 에 어떤 가치를 부여하여 좋아한다는 느낌을 가지려 한다는 생각이 들었다.

다음은 기사의 한 부분을 인용한 것이다.

“나는 게임을 별로 좋아하지 않는다. 이것은 비평은 아니다. 만약 비평을 한다고 하더라도, 나는 대단한 칭찬만 할 수 있을 것 같다.” -2009 년 3 월, John Walker, Rock, Paper, Shotgun

“The Path 를 보고 나서, 켄타우로스에게 맞은 듯한 기분이었다. 잠깐 동안 고통스럽지만 그 후 몇 일동안 아마도 당신에게 어떤 일이 일어났는지를 정확하게 알고 싶어 시간을 소요할 것이다.” -2009 년 3 월, Justin McElroy, Joystiq



“쉴러 리스트 영화를 제외하고, 사람을 웃게 만드는 영화 같다” - 2009년 3월, Joe Martin, bit-tech.net

“The Path 는 이상하고, 새로우며, 진보적이고 독특한 게임이다. 그리고 이러한 면에 게임 산업과 게임 개발 분야의 중요한 점으로 도움을 주고 있다. 50 Cent : Blood and the Sand 처럼 예술품같이 보이게 하기도 한다. -2009년 4월, Kieron Gillen, Eurogamer

“The Path 는 어떤 면에서는 안티 게임이다. 인간의 내면에 DT 는 무엇인가를 밖으로 표출해 내게 만드는 게임이다.” - 2009년 5월, Mike "Scout" Gust, Tap-Repeatedly

“The Path 는 내 마음 깊이 내재해 있던 오랫동안 잊고 있었던 아이디어를 생각나게 했다. 얼마동안 나는 어렸을 때 성인이 된 내 모습을 상상하고 하곤 했던 때의 모습을 볼 수 있었다. 게임이 내 어린 시절을 생각나게 했고, 절대로 명성을 가지지 못할 것이라고 느꼈던 두려움을 자극했다.” - 2009년 8월, Shamus Young, Twenty Sided

“내게, The Path 는 유년시절과 성인기를 나누는 놀라게도 정교한 기준이다. 그리고 우리가 흑과 백으로 완전히 나누어 질 수 없는 삶을 살고 있다는 것을 알게 해 준다.” - 2009년 10월, Heather Chaplin, Filmmaker Magazine

수많은 기자들에게, The Path 는 깊은 감동을 주는 영화 이상이었다. 내러티브가 풍성하고 의미 있으며 좀더 성숙한 다른 종류의 게임에 대한 기대를 점화 시키는 역할을 했다. 일보의 글은 너무 과장되어서, 우리를 웃게 만들었다. 사람들은 항상 스스로의 편견이나 단순함을 알고 있기 때문에 스스로를 뺀내고 싶어 한다. 다른 사람이 중요하다고 생각하는 글을 읽는 것은 완전히 다른 것이다.

“The Path 는 당신이 비디오게임이라고 생각하는 것에 도전하고 있으며, 여러분이 맞붙어 싸울 수 있는 주제를 포함하고 있다.” - 2009년 3월, Iain McCafferty, Videogamer.com

“The Path 는 게임 세계의 역설을 제시했다. 플레이하기는 쉽지만 수행은 놀랍도록 쉽다. 즐겁기 보다는 미스터리하고, 좀더 당황스럽다.” -2009년 3월, Dan Liebman, Game Zone

“진정한 게이머가 소리를 지를 수 있는 게임이다. 정말 새로운 것이다. 모든 개발자에게 보여주고픈 게임이다. FEAR or Doom 을 샀을 때 여러분은 잘 몰랐겠지만, 얼굴 표정으로 “The Path 와 같을 수는 없었던 거야?”라는 비명을 지르고 있었을 것이다.” - 2009년 8월, Ophilye, Couple Gaming

“당신이 비디오게임을 하지 않는다거나 비디오게임이 명백히 멍청하고, 단순하고, 폭력적이며 의미 없는 것이라고 생각한다면, 이 게임이 최초로 당신의 생각이 틀렸다는 것을 보여줄 것이다.” – 2009년 4월, Tetelo, Femina Ludens

“The Path는 지금껏 만들어졌던 독립 게임 중 최고다. 그리고 어드벤처 게임 장르 중에서도 최상이다. 비선형 인터랙티브 내러티브 면에서도 돋보인다. The Path를 플레이하는 것은 소설을 읽는 것과 같은 보상감을 준다.” 2009년 4월, Christopher Lim, The Business Times

“The Path같은 게임이 없었다면, 게이머의 존재는 영원히 편협한 존재로 격하되었을 것이다. 게임을 좋아하는 소비자나 디자이너는 반드시 이런 종류의 게임을 사서 플레이 해야만 한다. 그리고 이러한 매체의 미래 영향력을 받아 들여야만 한다.” – 2009년 4월, Leigh Alexander, Kotaku

“많은 사람들이 이 게임을 즐기지 못 할 것이고, 일부는 이해하지 못할 것이다. 그러나 게임의 진화라는 측면에서는 매우 중요한 걸음을 내딛었다. 이런 종류의 실험은 새로운 인식과 보상이라는 측면에서 가치가 있다. 이런 게임을 더 많은 볼 수 있기를 기대할 뿐 이다.” – 2009년 6월, Dave James, PC Format

칭찬 일색의 기사만 있었던 것은 아니다. 일부 기자와 블로거들이 The Path를 비난하는 글을 썼다. 그러나 이러한 글은 심각하게 받아들이기 어려웠으며, 애증으로 가득 차 있는 경향이 있었다.

일반적으로 비평은 리뷰자가 그들이 이해하지 못하는 게임을 개발했다고 개발자를 원망하게 만든다. 많은 사람들이 게임을 정말로 재미있게 했다고 하지만, 정작 나는 게임을 이해하고 있지 못하고 있다면, 가능한 결론은 다른 사람들이 자만스럽거나 망상에 빠져 있어서 그렇게 말할 뿐 이라고 하겠다. 임금님이 어떤 옷도 입고 있지 않다고 어떤 누구도 감히 말할 수 없었던 것 처럼 말이다.

어떤 면에서는, 이러한 비평이 옳았다. The Path는 상상의 옷을 입고 있다. 당신은 게임에서 스스로 옷을 입어야만 한다. The Path는 당신과 당신의 삶, 당신의 기억과 이야기에 관한 것이다.

게임에서 경험 할 수 있는 일련의 일들과 어떤 유사한 삶의 경험도 가지고 있지 않은 사람은 게임을 즐기기 어렵다는 디자인의 위험을 내포하고 있다. 또는 자신의 경험을 오픈 하지 않는 사람도 있을 수 있다. 요리의 맛을 평가하고 싶다면, 씹고 삼켜야만 한다. 그 요리가 당신을 아프게 할지라도. 게임도 마찬가지다.

**팬**

1995 년 이후 인터넷으로 소비자와 직접적인 커뮤니케이션이 가능해 지면서, 우리의 작업 방향을 결정하는 결정적인 동기가 형성되었다.

우리가 게임을 출시하고, 그 게임을 한 사람들과 이야기하는 것은 디지털 아티스트로서 최고의 경험이다. 그리고 이것은 작품의 질을 굉장히 향상시켜 준다. 다른 사람들이 우리 디자인으로 플레이하는 방법을 알려주었고, 커뮤니티의 일원들이 지속적으로 격려와 영감을 주었기 때문에 Endless Forest 는 훌륭한 게임이 될 수 있었음을 명기하고자 한다.

그래서, 우리가 언론으로부터 많은 칭찬을 받는다 할지라도, 좋은 전시회에서 전시되고, 게임을 많이 판다고 할 지라도, 우리를 정말 만족시켜주는 것은 우리 게임을 재미있게 즐긴 사람들의 개별적인 반응이다. 우리가 게임이라는 매체를 개발한 이유이기도 한다. 그리고 이것을 계속하는 이유이기도 하고 말이다.

## 해석

The Path 가 가능한 한 열린 구조의 엔딩으로 디자인되었기 때문에, 우리는 플레이어가 게임에서 어떤 일이 일어나고 있는지를 활동적으로 해석하기를 기대했다. 그들이 해석을 공유하거나 비교하는 열정을 가질 것이라고는 기대하지 않았다. 모든 사람이 동의할 수 있는 명백한 하나의 설명만 추구하지 않는다는 것은 매우 즐거운 일이다.

이러한 해석 중의 일부는 자신의 인생에서 경험했던 정말 좋지 않았던 일을 받아 들이고 이해하면서 받아들인 것으로부터의 감동적인 고백이었다. 또한 우리는 절대로 생각해 내지도 못할 판타지도 있었다.

하나의 게임에 공존하고 있는 많은 의미가 있다는 것 때문에 매우 고마웠다. The Path 는 이러한 특징을 잘 살린 매체의 성격을 가지고 있는 것 처럼 보인다. 우리는 플레이어가 그들 스스로의 이야기를 만들어가는데 게임을 이용하고 있다는 것에 매우 행복하다. 어떤 예술가도 쉽게 얻지 못할 보상이다.

## 팬덤과 코스플레이



디자인의 개방성은 매우 창의적인 플레이어들을 매혹시켰다. The Path 는 팬 드로잉과 그림을 만들어 내게 영향을 미쳤다. 일부의 사람은 심지어 팬송(fan song)을 만들었다.



빨간 모자 소녀의 상징적인 디자인은 코스플레이 되었다.

## 번역

일부 팬들은 소프트웨어 자체에 공헌하기도 했는데, 무료로 게임 텍스트를 번역했다. 이 텍스트가 꽤 시적이고, 문자 그대로 번역하기 쉽지 않기 때문에, 우리는 번역 능력과 재능이 있는 사람들인지를 검토하였다. 그들의 작업 덕분에, The Path 는 덴마크, 프랑스, 독일, 헝가리, 이탈리아, 포르투갈, 스페인 및 영국과 네덜란드, 폴란드, 러시아, 일본에서도 플레이될 수 있었다. 우리는 아랍, 체코, 페르시아, 한국, 리투아니아, 스위스어로 번역하겠다는 자원봉사자와도 계약을 하게 되었고, 이 이야기는 계속 될 것이다.

## 판매

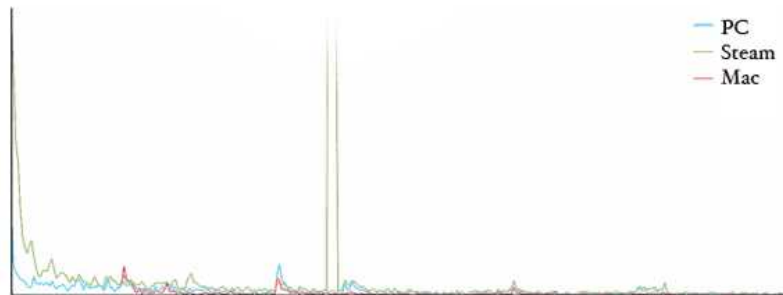
## 가격

The Path 는 10 달러로 판매된다. 게임 크기에 비하면 매우 싼 가격이다. 가격 결정은 어려웠다. 1 년 전, The Path 가 출시되었을 때, 인디 게임의 기준 가격은 20 달러 또는 25 달러였다. 개발하는 과정 내내 이 가격은 우리 머릿속에 박혀있는 기준 가격이었다. 그러나 게이머 지향적 플랫폼 Steam 과 Direct2Drive 를 The Path 와 함께 출시하기로 하고 난 후, 우리는 생각하기 시작했다.

The Path 가 매우 다른 게임이었기 때문에 언론매체의 열광적인 반응을 전혀 기대하지 않았다.

우리는 실제로 The Path 가 언론에 무시를 당하고, 미지근한 반응을 받을 것이라고 생각했다. 그래도 사람들이 많이 플레이해 주기를 바랐다. 그래서 게임을 구매하는 위험을 줄이기 위해서, 가격을 가능한 내리기로 결정했다.

우리는 여전히 이것이 잘 한 것인지 확신하지 못한다. The Path 는 우리 기대보다 훨씬 큰 호응을 얻었다. 그러나 만약 가격이 “정상적”이었다면, 지금과 같은 호응을 얻었을까? 가격을 올려서 판매하면 높은 가격 때문에 구매가 일어나지 않았을 금액을 보상해 줄만큼 되지 않았을까? 이 질문들은 여전히 대답하기 어렵다.

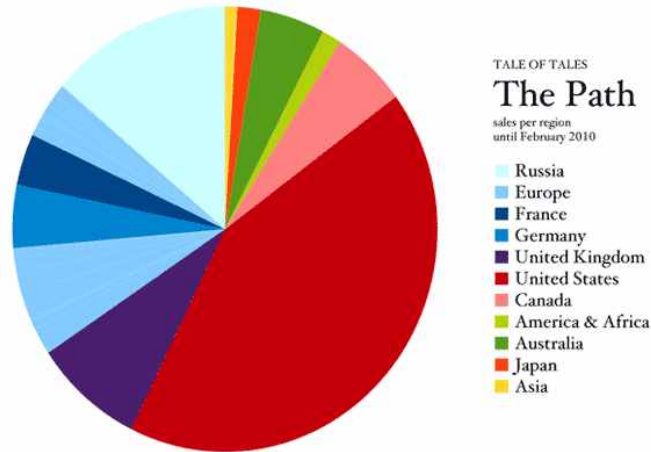


The Path 판매 그래프는 시간이 지남에 따라 전형적인 “롱테일”을 나타낸다. 론칭 시점의 가파른 스파이크와 보통 정도의 판매량을 보면 알 수 있다. Steam 에 대한 인디 번들 세일(그래프에서 보이는 것보다 더 높은 스파이크)의 “무례한 침입”을 제외하고는 이 상황은 계속된다. 3 월과 4 월까지의 한달 반 동안은 1/4 분기 정도의 판매량으로 좋은 수준이었다. Valve 가 인디 번들 할인 판매를 시작했을 때, 우리는 첫달 보다 오히려 더 많은 판매했다. 또 다른, 훨씬 더 적은 스파이크가 U.S NPR 라디오 네트워크 인터뷰에 의해서 야기되었다.

## 지역별

거의 50,000 개의 The Path 가 인터넷 다운로드를 통해 판매되었다. 이는 전체 판매량의 90%에 해당한다. The Path 는 우리 게임 중에서는 처음으로 소매점에서도 판매되었다.

Topware 는 폴란드에서 로컬라이즈된 버전을 퍼블리시 하였고, 1C 는 러시아어를 쓰는 국가에서 퍼블리시하였다.

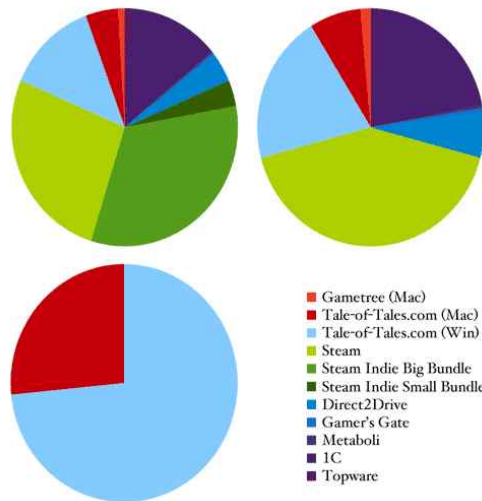


The Path 를 구매한 절반 가량의 사람들이 북미, 특히 미국에 산다. 1/4 가량의 판매가 유럽에서 이루어졌는데, 대부분 영국, 독일, 프랑스였다. 10% 정도의 판매가 러시아와 러시아어를 사용하는 국가에서 이루어졌으며, 소매업자를 통해서 판매되었다.

언어로 보면, 절반 가량의 판매가 영어를 사용하는 국가였다. 우리 웹사이트와 마케팅이 대부분 영어로 이루어졌기 때문일 것이라 생각한다. 또한 대부분의 판매가 미국에 기반을 둔 채널을 통해 이루어졌기 때문일 수도 있다.

### 채널별

우리는 운 좋게 The Path 를 Steam 을 통해 판매했다. 절반 이상의 판매가 Valve 의 유통 플랫폼을 통해 이루어졌다. 이 판매량의 절반 이상이 1 주 동안 판매된 할인 번들에 의한 것이었다(이 번들은 몇 개의 다른 인디 게임도 포함하고 있다). 그러나 우리가 번들 판매를 집계에서 제한다고 하더라도, Steam 판매는 여전히 절반 가량을 차지한다.



Graveyard 가 Mac OSX 에서 성공했기 때문에, 우리는 The Path 를 Mac 용으로 출시하는데 열을 올렸다. Transgaming 덕분에, 우리는 2009 년 5 월에 Mac 버전을 출시할 수 있었다. Mac 판매는 기대만큼 좋지 않았다.

Mac 버전은 2009 년 3 월 게임 출시와 같이 이루어지지 않았기 때문에 초기 열기의 수혜를 받지 못했을 것이라고 생각한다. 또한 우리의 주요 배급사가 오직 PC 버전만 배급했기 때문이 아닐까 생각하기도 한다. 웹사이트와 같은 채널에서의 판매량을 제외한다면, Mac 판매는 1/4 을 약간 상회하는 수준이다. Mac 론칭 이후의 판매만 집계한다고 하더라도, PC 버전은 여전히 Mac 버전의 2 배에 가깝다.

## 여성을 구한 나무꾼은 없다

### 결론

The Path 의 개발과 출시를 통해 우리는 우리가 창작에 들인 시간과 돈의 양이 직접적으로 대중에게 영향을 미친다는 것을 배웠다. The Path 는 우리의 가장 큰 개발 프로젝트였다. 또한 가장 많은 찬사를 받았으며, 가장 많은 게임 이용자를 보유하고 있다.

그러나 우리의 힘든 작업이 보상을 받았다고 할 지라도, 상업적인 성공은 너무 미미하여 이 똑 같은 작업을 반복할지는 잘 모르겠다. 아트 펀드로 상업적인 성공의 문제를 최소화 했다고 하더라도, 우리는 여전히 더 많은 기회가 있다고 생각한다.

우리는 비 게이머를 대상으로 한 디자인은 쓸모없는 일이라는 것을 배웠다. 독립 개발사의 제한된 마케팅 수단은 비 게이머까지 도달할 여력이 없기 때문이다. 반면에, 우리는 적어도 게임 이용자들은 우리가 만들어낸 경험에 매우 개방적이라는 것을 알게 되었다. 인터랙션을

고려한 디자인과 스토리텔링은 완전 새로운 생각과 감정을 가진 이용자에게 어필할 수 있을 것이다.

PC/Mac 사장은 The Path 와 같은 중간 사이즈의 인디 게임에는 너무 작다. 우리는 아직도 누군가가 콘솔 게임으로 포팅하는 것을 도와주기를 바라고 있다. 그리고 미래의 프로젝트로 콘솔 개발을 심각하게 고려하고 있다.

The Path 는 비디오게임 매체를 통해 지극히 개인적인 것을 이야기할 수 있다는 것으로 보여준다. 저작자에게 개인적인 것 뿐만 아니라, 개별 개인 플레이어에게 개인적일 수 있다. 비선형성, 상호작용을 통해, 우리는 게임의 각 부분이 플레이어에 관한 것을 만들 수 있다는 것을 확인시켰다. 엄격한 공학적 방법을 통해서가 아니라, 재미있고, 좋은 생각을 떠올리게 하는 방법으로 말이다. 우리는 The Path 에 포함되어 있는 모든 의미를 알지 못한다. 그러나 더 이상 중요하지 않다. The Path 를 만드는 것은 게임을 플레이 하는 것 만큼 직관적인 경험이었다.

The Path 는 만들기 쉬운 프로젝트가 아니었다. 우리의 정신과 감성을 매우 민감한 수준에 이르는 정도로 자극했고, 이는 말하기 어려울 정도였다. 우리는 The Path 의 창조를 이러한 자극을 탐험하는 로터리로 이용했다. 이 로터리는 모순적인 감정과 이에 수반되는 복잡한 여러 가지 문제 때문에 오직 게임에 대해서만 말할 수 있는 유일한 방법이었다.

언어는 이러한 복잡 미묘한 감정을 표현하는데 한계가 있다. The Path 는 두려움과 의구심에 관한 것이고, 이것을 모두 포함하고 있는 것이다. 컨트롤 능력을 잃으면, 무기력감을 느끼게 되고, 허무함만 남을 뿐이다. 우리는 게임 속의 소녀들 처럼 숲에서 길을 잃고, 우리의 늑대를 찾는다. 늑대의 발톱이 우리의 부드러운 피부를 찢는 것 처럼, 깜깜한 밤의 번개 처럼, 우리는 그렇게 정신을 잃는다.

우리는 이러한 감정의 강렬함을 안다. 이것이 얼마나 파괴적인지를 안다. 이 감정을 제외하면, 아무것도 실제처럼 느껴지지 않는다. 이 사실이 우리를 놀라게 한다. 강렬함은 참을 수 없는 것이다. 우리는 거짓말에서, 가면 속에서, 이야기 속에서 그리고 게임에서 은신처를 찾는다.

우리는 부끄럽지 않다.

오직 숲을 관통하는 길이 있을 뿐이다.

가자!