



설득적 게임: Wii는 갈 수 없지만 Wii는 갈 것이다

(Persuasive Games: Wii Can't Go On, Wii'll Go On)

작성자: 이안 보고스트(Ian Bogost)

작성일: 2012년 11월 27일

Wii U로 닌텐도(Nintendo)가 정말 하고자 하는 일은 무엇일까? 게임 디자이너이자 학자인 이안 보고스트가 <설득적 게임(Persuasive Games)> 최근 호에서 그 답을 찾아본다.

125년 동안 닌텐도는 게임에서 위험과 외설스러운 내용을 없애며 안전한 게임을 만들겠다는 무언의 사명을 위해 헌신했다. 닌텐도는 19세기 말 화투를 만드는 회사로 시작됐다. 대부분의 도박이 다 그러하듯 화투 역시 조직 폭력배가 깊이 연루되어 있었고 일본어로 조직 폭력배를 뜻하는 야쿠자라는 말 역시 화투에서 기원됐다.¹ 닌텐도는 일본에서 화투가 합법화되자마자 상점을 열었다. 닌텐도가 만드는 제품은 새로이 정치적 자유를 얻은 일반 대중 사이에서 화투의 구습을 정화시켰지만 도박 및 야쿠자와는 지속적인 관계²를 맺고 있는 듯 했다.

그러나 기업이 설립된 지 70년이 지나서도 닌텐도는 여전히 화투장만 만들고 있었다.

¹ 참조링크: <http://www.sjfaq.org/afaq/yakuza.html>

² 참조링크: <http://www.kotaku.com.au/2011/03/the-nintendo-theyve-tried-to-forget-gambling-gangsters-and-love-hotels/>

닌텐도는 1950년대 말에서야 드디어 디즈니(Disney)와 라이선스 계약을 통해 온 가족이 함께 즐길 수 있는 카드와 게임 방법 책을 생산하게 되었다. 이로서 기업의 운명이 바뀌었고 다시 한번 많은 사람들이 즐기는 게임을 보급하게 되었다.

1970년대 전자 장난감으로 사업을 다각화한 닌텐도는 일본에 비디오 게임을 수입했다. 주로 마그나복스(Magnavox)와 아타리(Atari)에서 만든 미국 게임이었다. 닌텐도의 첫 번째 비디오 게임제품인 TV게임 6과 TV게임 15는 마그나복스로부터 라이선스 계약을 맺은 오디세이(Odyssey) 기술을 기반으로 한 것이다.

그러나 1981년 닌텐도가 자체 개발한 휴대용 게임과 동전 게임이 출시됐다. 게임 앤 워치(Game & Watch) 시리즈와 <동키콩(Donkey Kong)>이 가장 유명하다.

고맙지만 씩씩한 구원자

서양의 가정용 게임 상품을 들여와 자체 생산한 것이 닌텐도의 세 번째 도약이었다. 닌텐도는 1983년 게임 산업의 붕괴에 기발한 방법으로 대응하였고 이때 이후 30년의 방향이 잡혔다. 이 방향은 좋은 쪽이랄 수도 있고 나쁜 쪽이랄 수도 있었다.

먼저 닌텐도는 비디오 게임을 장난감 시장으로 되돌려 놓았다. 처음으로 닌텐도 엔터테인먼트 시스템과 함께 제공된 R.O.B.(Robotic Operating Buddy)는 미국 장난감 소매업체의 눈길을 끄는 데 도움이 되었다. 미국 장난감 소매업체 대부분은 83년 게임 산업의 붕괴에 심한 타격을 입어 비디오 게임에 대한 관심을 잃은 상태였다.

둘째로 직접 라이선스를 허가해본 경험을 바탕으로 닌텐도는 현재 당사자 라이선스 모델(first-party licensing model)이라고 하는 제도를 처음으로 도입했다. 또 '품질 인장(Seal of Quality)'으로 소매업체와 소비자 모두 제품이 살만한 가치가 있는 제품인지를 확인할 수 있게 되었다. 품질 인장 라벨은 제작사가 닌텐도에서 라이선스를 받아야만 사용이 가능했고 닌텐도에서는 직접 라이선스 여부를 선정하고 승인했다. 닌텐도는 또한 소매업체 구매자 간의 영향력에 따라 가격을 설정하고 그 가격에 맞춰 모든 게임을 생산했다. 닌텐도를 이용하는 모두에게 이익이었다.

그 결과 서양의 비디오 게임 소매 시장이 살아났다. 비디오 게임으로 생계를 꾸려나가는 사람이든, 여가를 즐기는 사람이든 모두 닌텐도에 고마워할 일이다. 하지만 대가는 있었다. 많은 다양한 쓰임새와 경험이 가능한 급성장 분야였던 게임을 장난감 가게에서 팔리는 아이들 용으로 전락했다.

많은 사람들이 83년 게임 산업 붕괴의 원인을 저질 게임의 양산으로 꼽는다. 아타리 2600의 <팩맨(Pac-Man)>이나 <E.T.> 같은 희생양이 아니라 투기꾼들이 최신 유행에 편승하여 한 몫 잡아보려고 마구 양산한 어처구니 없고 엉망진창인 게임이 원인이었다는 것이다. 그러나 이는 공정하지 못한, 아니 적어도 완전하지 못한 생각이다. 아타리/인텔리비전(Intellivision) 시대에 끔찍한 게임들이 많았을지 모르지만 이러한 게임 역시 지난 5년 동안 우리가 다시 돌아보기 시작한 관점에서 보면 다양하고 개성적이었다.

초기 NES 게임의 장르는 지금과 비슷했다. 대부분 스포츠[<10야드 파이트(10-Yard Fight), <익사이트바이크(Ecitebike)>, <골프(Golf)>], 판타지 어드벤처[<슈퍼 마리오 브라더스(Super Mario Bros.)>, <클루 클루 랜드(Clu Clu Land)>, <호건스 앨리(Hogan's Alley)>] 및 R.O.B.와 호환되도록 만든 퍼즐 게임[<자이로마이트(Gyromite)>, <스택업(Stack-up)>]이 주를 이루었다.

이와 대조적으로 1983년 게임 산업 붕괴 직전에는 로데오[<스탬피드(Stampede)>], 곡예 비행[<반스토밍(Barnstorming)>], 세금 전략[<탈세자(Tax Avoiders)>], 자위[<비트 뎀 앤드 잇 뎀(Beat'Em & Eat'Em)>], 광고[<쿨에이드 맨(Kool-Aid Man)>]에 심지어는 선정적인 성인 등급 영화를 차용한 게임[<포키스(Porky's)>]까지 아타리 게임으로 등장했다. 1970년대와 1980년대 초의 게임은 어린이용 게임의 숫자나, 성인용 게임의 숫자나 비슷비슷했다. 쇼핑 센터, 지하 층에 놓인 게임만큼 술집이나 볼링장에 놓인 게임도 많았던 것이다. 비디오 게임은 새로 나왔지만 전혀 어리지 않았다.



아이가 십대가 되다

닌텐도가 비디오 게임을 다시 살려내기 전까지 게임 산업은 오늘날의 개발자나 비평가들이 흔히 처음으로 생각해냈다고 하는 그런 종류의 일반 목적 대중매체가 되어가고 있었다. 역설적으로 이러한 개발자나 비평가는 너무 젊어서 이전에 어떠한지 잘 모르기 때문에 스스로를 비디오 게임 산업의 발달에 기여한 구원자로 생각하다. 어린 시적 비디오 게임 영웅들이 있었기 때문에 이러한 노력을 하게 된 거라는 건 깨닫지 못한 채 말이다.

닌텐도의 성공에서도 이와 비슷한 자기 모순적인 면을 찾을 수 있다. 1960년부터 1985년 사이에 닌텐도는 무명의 라이선스 제공업체에서 지적재산권을 소유한 주요 엔터테인먼트 기업으로 성장했다. 그러나 이러한 자산[<마리오(Mario)>, <젤다(Zelda)>, <메트로이드(Metroid)> 등]은 여전히 장난감 문화와 결부되어 있었다. 이러한 것들은 아이들의 캐릭터이자 아이들의 게임이었고 처음 이러한 것들을 산 아이들이 성인이 되어 자식을 낳을 때까지 지속되었다. 이렇게 닌텐도의 명성은 건전하지만 어린이를 위한 것이었다. 수익성은 높지만 해롭지 않아야 했고 인기는 끌었지만 예술은 아니었다.

가족 게임으로의 귀환

NES 이후 30년 동안 비디오 게임 사업은 성숙이라는 가치 면에서 어느 정도 '성숙'했다. 1990년대 중반 닌텐도는 보라, 연보라 빛의 슈퍼 닌텐도(Super Nintendo)용으로 <동키콩 컨트리(Donkey Kong Country)>를 출시했다. 한편 1인칭 슈팅 게임과 소니 플레이스테이션(Sony PlayStation) 덕분에 비디오 게임은 애들 장난감에서 청소년 오락용으로 바뀌었다. 1970년대 술집이나 1980년대 지하실에 놓인 평균 게임 수와 비슷해진 것이다.

2006년 닌텐도는 마침내 Wii라는 결정적인 야심작을 내놓았다. Wii의 독창적인 물리적 제어 기술과 단순화된 그래픽, 상호작용 모델은 30년 전 잊혀진 아타리 게임과 100년 전 닌텐도 자신의 모습을 재현했다. 바로 온 가족이 함께 해도 좋은 게임이었다.

상호작용 설계라는 면에서 Wii는 플랫폼의 유명한 코드명만큼 그렇게 '혁신적'이지 않다. 이전의 아이디어로 돌아갔기 때문이다. 텔레비전을 온 가족 또는 여럿이 모여 함께 할 수 있는 게임으로 생각하고, 한 게임의 길이를 짧게 하고, 하드웨어 가격을 저렴하게 하는 것 등 이런 모든 아이디어는 1970년대 말 아타리의 아이디어였다. 닌텐도 Wii에 비디오 게임이란 디즈니 게임 카드에 화투와 같은 관계다. 그러나 다시 한번 Wii가 이러한 역할을 맡은 유일한 이유는 닌텐도가 20년 전 NES로 어른들을 비디오 게임에 고의적으로 물들게 했기 때문이었다.

닌텐도의 방어책

역사적인 넓은 맥락에서 봤을 때 새로운 Wii U는 비록 Wii의 갈비뼈로 창조된 것이라고 해도 Wii와는 완전히 다른 괴물이다. Wii는 닌텐도 입장에서 공격적인 움직임이었다면 Wii U는 완전히 방어적인 제품이다. Wii가 2006년 출시된 후 게임, 전자제품, 가정용 엔터테인먼트 분야에서 갑작스럽게 나타난 많은 새로운 흐름에 대한 대책인 것이다.

이러한 것에는 소니 무브(Move)와 마이크로소프트(Microsoft)의 키넥트(Kinect), 아이폰(iPhone), 아이패드(iPad), 안드로이드(Android), 킨들(Kindle)을 비롯한 전체 앱스토어 경제, 페이스북(Facebook) 플랫폼을 비롯한 전체 소셜 게임 부문, 스팀(Steam)의 출시와 엑스박스 라이브 아케이드(Xbox Live Arcade) 및 플레이스테이션 네트워크(PlayStation Network)의 다각화, 2009년 디지털 텔레비전으로의 전환³ 완료, 대량 주문⁴에 의한 HDTV 가격 하락 등이 있다.

Wii U는 나름대로의 방식으로 이러한 변화에 대응했다. 물리적 인터페이스 경쟁업체에 대항하여 Wii U는 기존 Wii 리모컨을 그대로 둔 채 확고한 자리를 잡았다. 닌텐도는 자사가 보유한 물리적 제어 능력에 자신이 있었기 때문에 심지어 상자에 아무것도 포함시키지 않았다. 이미 Wii를 갖고 있지 않은 사람이 어디 있겠는가?

엑스박스, 플레이스테이션, HDTV 시장과 관련해 닌텐도는 마침내 1080p HD 지원 및 이를 이용하는 데 필요한 GPU 파워를 추가했다. 닌텐도를 제외한 모두가 이미 알고 있던 사실을 암묵적으로 인정한 것이었다. 피치(Peach)와 사무스(Samus)의 인기만큼 마커스 피닉스(Marcus Fenix)와 네이션 드레이크(Nathan Drake)도 인기가 많다는 사실이다.

사실 과장된 만화 그래픽의 일인칭 슈팅 게임인 <기어스 오브 워(Gears of War)>는 둠(Doom)만큼이나 닌텐도에도 뿌리를 두고 있다. 이른바 '핵심 게임(core games)'은 '성숙'했다기보다는 닌텐도화 되었다고 하는 편이 더 정확할 텐데 닌텐도에서 게임을 할 수 없다면 말이 안 되지 않겠는가?

스팀 등과 관련해서는 마침내 첫날부터 독립 출시작 등 소매 출시작과 기존 제품을 다운로드 할 수 있는 온라인 상점을 추가했다. 페이스북, 트위터(Twitter) 등에 대해서는 독자적인 소셜 네트워크인 미버스(Miiverse)를 추가했다. 미버스는 각 게임 고유의 공유 채널을 만들어 하나의 제어 버튼으로 이용이 가능하게 되어 있다.

³ 참조링크: <http://www.dtv.gov/>

⁴ 참조링크: <http://techblog.dallasnews.com/archives/2009/11/the-dumbest-article-i-ever-wro.html>

태블릿과 텔레비전

그러나 새로운 변화에 대한 Wii U의 가장 뚜렷하고 중요한 대응은 스마트폰과 태블릿에 대한 대응이다. Wii U 게임패드(GamePad)는 현 미디어 시스템이 지닌 가장 낮은 특징을 부각시킨다. 바로 텔레비전과 휴대용 컴퓨터 간의 긴장이다.

가정용 콘솔 비디오 게임 시스템이 비디오 게임이 아닌 텔레비전을 중심으로 설계되었다는 점은 간과할 때가 많다. 1970년대 VCR이 등장하기 훨씬 전 마그나복스 오디오와 아타리 비디오 컴퓨터 시스템은 사람들에게 게임을 하려면 먼저 게임기를 텔레비전에 연결시켜야 한다는 생각을 인식시켰다. 또한 인터랙티브 이미지와 사운드를 생성하기 위해 이러한 초기 콘솔은 음극선관 텔레비전과 직접적으로 결합하여 만들어졌다. 그사이 애초에 거실에서 비디오 게임을 할 수 있게 한다는 것 자체가 얼마나 참신하고, 독특하며, 어려운 아이디어였는지가 무시되었다.

Wii의 설계는 이미 텔레비전과 비디오 게임 콘솔을 대놓고 새롭게 연결하려고 했다. Wii의 원격 제어는 텔레비전 리모컨과 물리적, 기능적으로 비슷한 덕분에 쉽고 친숙한 사용이 가능했다. 게다가 Wii 메뉴는 '채널'로 나누어져 있으며 이는 1960년대 이후를 산 사람이라면 누구나 알고 있는 텔레비전과 케이블의 조직 체계를 빌려온 것이다.

닌텐도는 Wii U를 통해 암묵적으로 Wii가 텔레비전을 지나치게 차용했음을 인정했다. 모든 사람이 대충 방향을 맞추어 텔레비전 리모컨을 사용하기 때문에 게임을 많이 한 재빠른 사람도 Wii 리모컨으로 정확한 지점을 가리키는 것이 어렵고 잘 되지 않는다고 느꼈다. 원격 제어는 Wii U 메뉴에서 여전히 사용할 수 있지만 게임패드는 부팅 시 보다 명확한 인터랙션 모델을 선보인다. 바로 선택을 하면 활성화되는 채널 눈금 버튼이다.

실제 행위가 어디에서 일어나는지 모른 채 손에 게임패드를 들고 커다란 HD 텔레비전 화면을 보는 것, 이것이 바로 Wii U의 핵심 전제다. Wii U는 커다란 고해상도 플라즈마 모니터, 250와트짜리 홈 시어터에 연결하는 가정용 콘솔이다. 저해상도 휴대용 기기를 사용할 필요도, 방을 떠날 필요도 없다. 50인치 평면 스크린이 달린 커다란 LCD 터치 스크린 모니터의 빠른 휴대용 컴퓨터가 아닌 이상 말이다.



무화면경험(No-Screen Experience)

텔레비전과 휴대용 컴퓨터가 나뉜 느낌은 낯설고 어색하다. 그러나 이것이 바로 오늘날 우리 모두가 항상 느끼는 느낌 아닐까? 마치 극장과도 같은 새로운 텔레비전에 폭 빠지다가도 휴대폰과 태블릿의 화질이 좋지 않은 문자와 이미지를 계속해서 보는 것 말이다. Wii가 텔레비전의 과거에 의미를 부여했다면 Wii U는 텔레비전의 현재를 부각시킨다. 여전히 가장 강력한 매체로서의 난공불락의 지위를 지키며 점점 더 많은 사람들을 몰입시키면서도 잡담, 시시한 사진들을 전달하는 작은 기기들에 잠식당하고 있는 텔레비전의 현재 말이다.

엔터테인먼트 산업의 전문가들은 이러한 위기를 설명하기 위해 '제2화면경험(second screen experience⁵)'이라는 용어를 만들어냈다. 텔레비전은 정보 수준이 낮은 고광택의 경험을 제공하지만 태블릿, 스마트폰, 노트북은 거의 어디에나, 말 그대로 우리가 소파에

⁵ 참조링크: <http://www.guardian.co.uk/media-network/media-network-blog/2012/sep/10/second-screen-experience-mobile-tablet-tv>

앉아 있을 때에도 이미 우리 손 안에 있기 때문에 이미 준비된 영화 수준의 HDTV의 경험과 데이터가 가득 든 인터넷 참조 기능을 지닌 첨단 기기를 동시에 사용하는 사람들이 늘고 있다.

그러나 '제2화면경험'이란 말로 이러한 현상이 다 표현되지는 않는다. 우선 이 용어는 스마트폰과 컴퓨터를 텔레비전보다 하위에 놓고 있다. 아마도 2차 화면이라는 표현에는 방송 스튜디오 경영진들의 바람이 담겨 있을지도 모른다. 또한 이 용어는 오늘날 거실의 실제 모습보다 상황을 훨씬 안정적이고 편안하게 묘사하고 있다.

그저 그런 시트콤이나 드라마를 틀어 놓고 실시간으로 대선 토론에 대한 의견을 트위터에 올리든, IMDB로 낯익은 배우 얼굴을 들여다 보든, 페이스북의 스크롤을 이리저리 굴리고 있는 사람들은 더 이상 텔레비전을 보거나 컴퓨터를 사용하고 있는 것이 아니다. 아마 텔레비전을 보는 것도, 컴퓨터를 하는 것도 아니라 둘 사이의 낯설고 불편한 공간에서 상호작용을 하고 있다고 하는 편이 맞을 것이다. 노트북을 올려 놓는 무릎이라는 공간이 있어야만 생기는 것처럼 이 기묘한 사이 공간 역시 텔레비전과 컴퓨터 모두를 사용해야만 나타난다. 이걸 화면 두 개의 경험이 아니라 화면이 아예 배제된 상태의 경험이다.

많은 사람들이 이러한 혁신을 간과하고 Wii U를 그저 혁신을 표방하여 판매되나 이전 제품과 큰 차이가 없는 그런 제품이 아니라며 무시하고 있다. 인터넷만이 최고인줄 아는 사람들은 어째서 닌텐도가 트위터와 페이스북을 직접 통합할 만큼 용감하지 못한 건지 의문을 제기하며 비웃을 것이다. 한편 하드웨어만이 최고인줄 아는 사람들은 게임패드가 이도 저도 아닌 채, 휴대용도 아니고, 해상도가 높은 것도 아니고, 아이패드나 DS를 대체할 일반 용도로 사용될 수 있는 것도 아니라며 비웃을 것이다. 맞는 말일지 모른다. 하지만 이런 사람들은 중요한 걸 놓쳤다.

이전 닌텐도 시스템이 비디오 게임을 안전한 가정용으로 만들었다면 Wii U는 이를 뒤집었다고 할 수 있다. 인터넷과 전자기기의 현 트렌드를 안전한 비디오 게임용으로 만든 것이다. Wii U는 이러한 노력이 깃들여진 최초의 진심 어린, 한결 같은 하드웨어이며 많은 위험 요소를 내재하고 있다.

주의 분산 게임

설명서가 없는 콘솔 게임 <닌텐도 랜드(Nintendo Land)>는 현 시대의 문화에 대해 닌텐도가 내놓은 예상치 못한 수를 이해하는 데 도움이 된다. <Wii 스포츠(Wii Sports)>와 비슷한 여러 사람이 가볍게 할 수 있는 게임을 기대한 사람은 실망할 수도 있지만 그런 실망은 타당하지 않다. Wii U는 그저 HD Wii가 절대 아니다. Wii U는 엔터테인먼트 산업과 기술 산업 모두를 동시에 전달하는 매개체로 중간에서 두 가지 역할 모두를 충족시킨다. 주의 분산 게임인 것이다.

<닌텐도 랜드>의 <마리오 체이스(Mario Chase)>는 Wii U의 이러한 핵심 원리를 가장 간략하게 잘 보여준다. 숨바꼭질 게임인 <마리오 체이스>는 한 사람이 게임패드 화면에서 마리오 모자를 쓴 Mii를 조종하면 다른 사람들이 텔레비전 화면에서 두꺼비 모자를 쓴 Mii를 조종하며 마리오를 찾는다. 설명으로는 별로 재미있을 것 같지 않은 간단한 아이디어다. 하지만 이상하게도 해보면 정말 재미있다.

게임패드 화면 역시 나뉘어져 있다. 위에서 아래로 이어진 지도가 화면 대부분을 차지한 가운데 3D 확대 화면이 마리오의 현 위치 주변의 작은 지역을 보여준다. 쫓기는 플레이어는 자신은 쫓아오는 다른 플레이어들의 위치도 함께 표시된 지도에 정신을 집중한다.

가끔씩 3D 화면을 봐야 다양한 유형의 지형과 장애물을 확인할 수 있고 텔레비전 화면이나 소파에 앉아 있는 다른 플레이어도 가끔 봐야 전략을 조정할 수 있다.

마찬가지로 Wii 원격 조종기로 게임을 하는 사람들도 게임패드 화면으로 보이는 비밀 정보를 슬쩍 보고 싶어질 것이다. Wii 원격 조종기로 가능해진 개인별 소리 힌트가 흥미롭게 진화됐다고 할 수 있다.

마리오를 추적하는 사람들은 서로 말을 주고받으며 협력을 할 수도 있다. 물론 마리오 플레이어도 이를 듣고 반응할 수 있다. <Wii 스포츠>가 소파와 텔레비전 사이의 물리적 공간을 활성화시켰다면 <마리오 체이스> 같은 게임은 소파와 TV, 그리고 제3의 개인적 화면 간의 개념적 공간을 활성화시켰다.

<뉴 슈퍼 마리오 브라더스 U(New Super Mario Bros. U.)>에서도 이와 유사한 느낌이 든다. 이 게임은 표면적으로 보면 그간 나온 <마리오> 시리즈의 하나처럼 보인다. 게임 플레이 역시 <뉴 슈퍼 마리오 브라더스 Wii>와 흡사하다. 이전 게임은 게임 수준이 다른 여러 사람이 협력하는 플레이가 가능하다고 했지만 실제로는 세, 네 명의 플레이어가 서로 방해가 되는 경우가 많았고 플레이어 중 하나가 다른 사람들에 비해 플랫폼 캐릭터 조종을 잘 하지 못하는 경우에는 특히 심했다.

Wii U판 <마리오>에는 빠져나갈 방법이 마련되었다. 한 플레이어가 일종의 도움을 주는 사람으로 게임패드 화면에 나타난 장소를 터치하여 실제 플레이어들이 유사시에 사용할 수 있는 임시 플랫폼을 만들 수 있게 한 것이다. 그 결과 어린이나 게임을 많이 해보지 않은 사람, 별로 관심이 없었던 사람도 다른 사람들에게 진정한 기여를 하면서 보다 제대로 게임에 참여할 수 있게 되었다.

닌텐도는 한동안 이러한 제2화면 아이디어를 갖고 여러 실험을 했다. 그러나 실제로 제대로 된 건 없었다[<팅글 튜너(Tingle Tuner)⁶>를 기억하는가?]. <뉴 슈퍼 마리오 브라더스 U>는 마침내 제대로 제2화면 아이디어를 실현시켰다고 할 수 있지만 그건 이미 우리가 텔레비전 앞에서 여러 기기에 주의를 분산시키는 행위에 익숙해졌기 때문이기도 하다.

<닌텐도 랜드>의 일인용 게임 역시 게임을 하는 사람의 주의를 다른 데로 돌린다. <F-제로(F-Zero)>에 기반을 둔 <캡틴 팔콘(Captain Falcon)>의 <트위스터 레이스(Twister Race)>에서 플레이어는 게임패드를 세로로 들고 운전을 한다. 텔레비전에는 예상대로 트랙의 3D 영상이 나오고 게임패드에는 위에서 아래로 움직이는 게임 플레이 지역이 2D로 나타난다.

세로 방향인 덕분에 게임패드로 더 긴 길이의 트랙을 볼 수 있다. 그러나 위에서 아래로 움직이는 2D 영상 스타일로 인해 게임패드로는 장애물을 확인하기가 어렵기 때문에 텔레비전을 쳐다보는 일이 훨씬 어려워졌다. 텔레비전을 꼭 봐야 하는 경우도 있다. 예를 들어 터널이 나오면 게임패드로는 트랙 부스터가 잘 보이지 않기 때문에

⁶ 참조링크: http://zelda.wikia.com/wiki/Tingle_Tuner

다음 체크포인트까지 충분한 속도를 유지하려면 화면을 보면서 운전을 해야 한다.

좀비 콘솔

표면적으로 보면 <트위스터 레이스>는 재미있고 신난다. 그러나 이상하게도 뭔가 들어맞지 않는 느낌이 든다. 3D HD 그래픽 속도가 빨라진 새로운 Wii U를 350달러나 주고 사서 방송 수신기 뒤에 있는 HDMI 선을 찾아 연결하고 나서는 커다란 LCD 텔레비전으로는 보지도 않을 허접스러운 2D 트랙 화면을 틀어 놓고 있어야 한다는 건가?

유비소프트(Ubisoft)의 Wii U용 게임 <좀비U(ZombiU)>에서 이 물음에 대한 답을 찾을 수 있다. <좀비U>는 성인용 서바이벌 호러 게임으로 기회가 다 사라지면 게임을 다시 시작해야 한다. 닌텐도가 그간 신경을 쓰지 않아 온 핵심 게임 팬 층을 공략하기 위한 게임이다. 게임을 하는 동안 게임패드에는 플레이어의 주변과 갖고 있는 물품이 표시된다. 또한 특정 게임 명령을 수행하는 데에도 게임패드가 사용된다. 게임패드를 움직이거나 돌리면 텔레비전 화면으로 주변을 둘러볼 수 있다. 그러나 이는 플레이어의 위치를 고정해야만 가능하기 때문에 공격을 당할 위험은 높아진다.

<좀비U> 상자에는 쓰인 "TV와 게임기 화면을 동시에 보면서 커져가는 긴장감을 느끼세요"라는 한 줄에 게임의 특성이 잘 나타나 있다. 단순히 한 게임의 마케팅 문구가 아니다. 이것이야말로 전체 콘솔의 핵심 명제다. Wii U는 모바일 기기와 텔레비전 사이의 불편한 틈을 비집고 들어간 시스템이다. 좀비가 살아있는 존재도, 죽은 존재도 아닌 것처럼 Wii U도 마찬가지다. 오늘날의 일반 오락과 비디오 게임의 매체는 텔레비전도 모바일 기기도 아니다. 둘 다 아니면서도 아닌 것도 아니다. 제 자리를 이탈한, 기묘하고 불안한, 새로운 존재다.



투모로우랜드(Tomorrowland)가 미래가 아니듯 <닌텐도 랜드> 역시 닌텐도가 아니다

닌텐도의 인기 비결 중 상당 부분은 <마리오>, <젤다>, <메트로이드>, <타운으로 놀러가요 동물의 숲(Animal Crossing)>, <피크민(Pikmin)> 등 오랜 시간 인기를 끌어온 게임 덕분이다. <뉴 슈퍼 마리오 브라더스 U> 콘솔 게임이 출시되면서 이런 게임 팬들의 갈증이 조금은 해소됐지만 닌텐도 팬들은 인터넷의 홍수 속에서 좋아하는 게임의 새로운 버전이 나오길 기다리는 조급하고 까다로운 사람들이다.

지난 몇 년 동안 이런 게임 중 일부는 장르가 완전히 바뀌기도 했다. 1996년 <슈퍼 마리오 64>는 3D 액션 어드벤처 게임의 새로운 기준이 되었고 1986년 <젤다의 전설(Legend of Zelda)>는 후에 '오픈 월드(open world)' 게임이라 불릴 중요한 진보를 이루었다. 그러나 전반적으로 닌텐도에서 가장 유명하고 큰 인기를 끈 게임들은 새로운 버전이 거듭 나온 만큼 크게 달라지지는 않았다. 혁신에 대한 집착이 강하면서도 그 혁신이란 것이 잘 변하지 않는 오늘날의 게임 설계 업계에서 닌텐도는 암묵적인 예외로 취급된다. 새로운 <마리오> 게임은 새로 나온 <마리오> 게임일 뿐이다. 싫어할 사람이 없다.

그러나 <닌텐도 랜드>는 새로 나온 <젤다의 전설>도, <타운으로 놀러가요 동물의

숲>도, <F-제로>도, <피크민>도 아니다. 정확하게 말해 미니 게임도 들어있지 않다. 많은 게임이 길어지고 복잡해져 미니 게임에 걸맞지 않게 되었기 때문이다. 대신 <닌텐도 랜드>는 제대로 된 게임으로 확장할 수도, 미니 게임으로 즐길 수도 없는 게임들을 제공한다. 이러한 게임은 비디오 게임이 구체화된 것이라 할 수 없는 것처럼 비디오 게임이 아니다.

이상하게 들릴 말이다. 게다가 전체 게임이 놀이공원이라는 가상 공간에 들어 있기 때문에 일반 플레이어는 알아채지도 못할 것이다. 각각의 게임은 메뉴에서 선택하거나 원형의 공원에서 Mii를 조종하여 깃발이 꽂힌 입구로 들어가면 선택할 수 있다. 게임을 하면 돈이 생기고 플레이어는 이 돈을 놀이공원 중앙에서 공원의 빈 공간을 채워주고 있는 이상하게 생긴 탑 꼭대기의 파친코 같이 생긴 기계에 쓸 수 있다.

놀이공원은 관념적인 장소다. 디즈니랜드에서 피터팬을 타면 피터팬 이야기와 영화를 짧게 경험할 수는 있지만 그 상황 자체에 자신이 들어가 있는 느낌은 받을 수 없다. 놀이공원의 시설은 굳이 그것이 실제임을 설득시킬 필요가 없다. 놀이공원을 찾는 사람들은 이미 의심 따위는 접어두고 마치 그곳이 어딘가에 있는 실제 세상인 듯 즐기겠다는 마음을 먹고 공원을 찾기 때문이다.

마찬가지로 <닌텐도 랜드>의 게임은 진짜 게임이 아니라 실제로 존재하지 않는 게임을 나타내는 아이콘으로 여러 게임의 추상적 표현일 뿐이다. 투모로우랜드가 진짜 미래가 아니고 어드벤처랜드(Adventureland)가 진짜 모험이 아니듯 <닌텐도 랜드>도 닌텐도 게임 같은 느낌은커녕 전혀 실제 닌텐도 게임이 아니다.

전체 게임은 <리틀빅플래닛(LittleBigPlanet)>을 연상시키는 섬세한 스타일로 거칠었지만 정교하게 손본 스타일임을 강조한다. 놀이공원의 시설이 근본적인 개념과 현기증 나는 신체적, 시청각적 경험 간의 불편하면서도 신나는 불협화음을 이끌어내듯 <닌텐도 랜드> 역시 닌텐도 게임에 대한 새롭고도 낯선 시각을 제공한다. <닌텐도 랜드>는 닌텐도인 척 하는, 스스로 허위임을 인정하는 닌텐도다.

서양 사람들은 일본의 닌텐도가 얼마나 전통이 깊은지 간과할 때가 많다. 이러한 식의 미학적 선택은 미국에서는 영성하거나 거만한 것으로 보일 수 있다. 체계적으로 Wii U의 의도를 보여주는 여러 게임을 일관성 있게 모으지 못한 것으로 말이다.

필자는 이를 일종의 겸손의 표현으로 생각한다. 닌텐도는 세상이 변했다는 걸 인정하며 한발 물러섰다. 더 이상 게임이란 무엇인지, 게임이 어때야 하는지에 대한 결론을 내릴 수 없다는 것이다. 게임을 하는 사람도 마찬가지다. 이러한 식의 겸손은 모바일, 소셜, 무료라는 단어를 중심으로 하는 오늘날의 게임 현실에 대한 게임 업계의 일반적인 생각을 거부한다는 점에서 진지하고 심오하다. 닌텐도는 이러한 생각을 거부하고 여러 게임을 한 데 모은 게임에 상당한 노력을 쏟아 부으며 “우리도 모른다”라는 메시지를 전한다.

인디 게임의 이해(Indieggestion)

닌텐도는 진지하게 비디오 게임의 형태를 공개적으로 모방한 독립 다운로드 게임과 함께 콘솔을 출시했다. <리틀 인페르노(Little Inferno)>는 [<월드 오브 구(World of Goo)>로 유명한] 카일 게블러(Kyle Gabler), [<헨리 해츠워스(Henry Hatsworth)>의] 카일 그레이(Kyle Gray), 앨런 블롬퀴스트(Allan Blomquist)가 새로 설립한 투모로우 코퍼레이션(Tomorrow Corporation)에서 제작했다.



게임은 귀여우면서도 소름이 끼친다. 아주 오랫동안 눈이 내린 가상의 도시에서 한 장난감 회사(투모로우 코퍼레이션)가 아이들이 장난감을 태워 불을 뿜 수 있는 리틀 인페르노 엔터테인먼트 파이어플레이스(Little Inferno Entertainment Fireplce)를 만든다. 이 가상의 벽난로를 작동하는 게 전체 게임 내용이다. 벽돌로 된 난로가 화면에 나타나면 플레이어가 여러 아이들 장난감을 놓고 태우는 것이다.

투모로우 코퍼레이션에서는 새로운 장난감 카탈로그를 제공한다. 여기에 나온 장난감은 장난감을 태우면 생기는 동전으로 구입이 가능하다. 일단 장난감을 사면 iOS 플랫폼을 훔내 낸 벽난로 수신함으로 장난감이 배달될 때까지 일정 시간을 기다려야 한다. 애플(Apple)의 앱 거래 방식을 조롱하려는 의도지만 그렇게 교묘한 수법은 아니다.

힌트 목록에 맞춰 장난감을 함께 태우면 콤보가 된다. 그러면 게임이 끝날 무렵에는 보통 몇 분이 걸리는 배달 속도를 빠르게 하는 데 사용할 수 있는 표가 생긴다.

애써 노력하지 않아도 <리틀 인페르노>가 암묵적으로 전달하고자 하는 바를 쉽게 깨달을 수 있다. 게임이란 것이 사람들에게 어떤 대상을 무의미하게 클릭하게(또는 태우게)할 정도의 호기심을 불러일으키는 참신함 밖에 지니지 않았으며 계속 이어지는 것 밖에 아무런 의미가 없는 무의미하고 따분한, 마치 햄스터 수레 바퀴 같은 행위에 지나지 않게 되었다는 것이다.

소액결제 시스템을 갖춘 무료 게임 외에 소셜 게임 스타일의 에너지 시스템을 훔내 냄으로써 분명한 메시지를 훌륭히 전달한다. 텔레비전이라는 쓸모 없는 벽난로 앞에 앉아 진행 바가 차기를 기다리며 추위를 견디는 것이다. 이것이 바로 게임을 만든 사람과 하는 사람들이 원하는 바인가? 그렇지 않다면 대체 무엇을 위한 것이었던 말인가?

<리틀 인페르노>는 심지어 닌텐도를 주인으로 표현했다. 태울 장난감 카탈로그 중 하나인 '일인칭 쇼핑객(1st Person Shopper)'에는 비디오 게임(유명한 인디 게임과 비슷한 게임도 포함)이 포함되어 있다. 이 카탈로그에 포함된 아이템 중에는 Wii U 게임패드와 비슷하게 생긴 '휴대용 벽난로'가 있다. 이것을 태우라고 명령을 내리면, 이 가상의 장난감을 구매했을 플레이어는 틀림없이 텔레비전에 Wii 리모컨을 갖다 대는 대신 게임패드를 쳐다보며 이 포스트 모던한 골칫거리에 전율하게 될 것이다.



<리틀 인페르노>는 이런 식으로 Wii U 자체를 나타내는 중의적인 의미가 가득하다. 어리석은 장난감에 불과하면서도 심각하게 생각해 볼만한 진짜 주제를 담고 있는 진짜 성인용 게임이다. 또 게임이면서도 게임을 비유하고 있으며 둘 다 실제 그리고 가상의 투모로우 코퍼레이션 작품이다. 게임 자체는 뻔뻔하게도 '인디'를 표방한다. 이에 따라 다른 플랫폼에서는 '사무실이 없는' 제작자들의 '저작권 보호 없는' 다른 플랫폼에서도 이용을 할 수 있게 그대로 두는 한편 콘솔 출시와 함께 e샵(eShop) 스토어를 열고자 하는 닌텐도의 속셈을 깨닫게 된다. 허만 밀러(Herman Miller)의 가구로 인테리어를 한 멋진 홈 오피스에서 만든 이전 게임에서 벌어들인 돈을 분명 다 태워버렸을 어린 친구들의 기발한 비유다.

<리틀 인페르노>는 게임이 끝나는 순간까지 매우 노골적이고 처절하게 메시지를 전달하며 게임의 참상을 보여주는 미묘하면서도 놀라운 게임이다. 이를 통해 <리틀 인페르노>는 하잘것없는 게임이란 존재와 순진해빠진 플레이어, 개발자를 동시에 아우르는 한편 게임을 만든 사람들이 이런 미숙함을 '군더더기'와 '낭비'가 없다는 식으로 광고할 수 있게 했다. 게임을 만든 사람들은 웹사이트에 '완벽한 게임'이라 내세웠지만 이건 의도적으로 기획한, 뻔뻔하고 의례적 광고 문구에 불과하다.

대부분의 인디 게임이 사랑스러우면서도 끔찍하듯 <리틀 인페르노>도 사랑스러우면서도 끔찍하다. 예쁘면서도 이상하고, 예상하지 못했던 내용이면서도 아이러니하고, 자기 자신을 풍자하면서도 진지하고, 도덕성을 과시하며 교훈주의와 가식을 젊은이답게 비웃는다. <리틀 인페르노>는 인디 게임을 지원한다고 하면서 인디 게임이 끔찍하다고 하는 Wii U 자체다. 그냥 공주나 구하고 좀비나 죽이는 게 낫지 않겠냐는 의문을 던지는 것이다.

나는 갈 수 없다, 나는 갈 것이다

Wii U를 실제로 해보지 않고 추상적으로 이해하기란 거의 불가능하다. 실제로 해보고 나서도 Wii U를 확실하게 알았다고 하기는 어려울 것이다. Wii U 자체도 스스로를 제대로 알지 못할 뿐만 아니라 바로 이 점이 Wii U의 가장 큰 장점이기 때문이다. 멋진 CEO들이 나와 오만하게 새로울 것 없는 게임의 미래를 예언하는 이 시대에 Wii U는 훨씬 용기 있는 겸양의 허세를 부리고 있다. 이를 통해 닌텐도는 “우리도 모른다”고 인정한다. 우리 역시 비디오 게임이 무언지, 어떻게 될지 모르겠다는 것이다. 큰 위험을 감수한 것이며 125년의 닌텐도 역사에서 가장 대담한 움직임일 것이다. 야생의 설계가 예의를 표방한 잔인함을 통해 고개를 숙였다.

하지만 너무 낭만적으로 생각하지는 말자. Wii U는 어쨌든 ‘훌륭’하기 때문에 닌텐도가 감수한 위험은 그다지 대담한 게 아니다. 많은 사람들이 Wii의 ‘혁신’과 비교하며 한발 물러선 닌텐도를 안타까워할 것이다. 맞는 말일지 모른다. 그러나 Wii U는 닌텐도가 그간 한번도 시도하지 않은 면에서 진지하다. 비디오 게임, 전자기기, 인터넷, 가정용 오락의 현실을 공개적으로 우리에게 가두어 이것들이 지닌 야성을 길들인 것이다. 충격적이면서도 아름답고, 혐오스러우면서도 현실적이다. 마치 미키 마우스(Mickey Mouse)가 스페이스 마운틴(Space Mountain) 뒷골목에서 마리화나를 피우고 있는 걸 본 것처럼 말이다.

우리는 모두 게임의 ‘성장’이란 ‘주제’의 성장, 성인 문제에 대한 문제 제기와 문학, 미술, 영화 수준의 미학 달성이란 생각해왔다. ‘영화’에서 성장이란 대개 ‘여름 캠핑 영화’를 뜻하는 데도 말이다.

그러나 성장에는 다른 방법도 있다. 스스로의 불확실성을 인정하고 이에 신중하게 대응하는 것도 그 중 하나다. 결국 이것이 바로 진정한 예술이다. 진정한 예술이란 이론적으로 예술이 무엇인지 알지 못한다는 점을 인정하며 오직 표현을 통해 예술의 의미를 전달한다. 그리고 비평에 반기를 든다. 호평이든 악평이든 상관 없기 때문이다. 어떤 사람들은 계속해서 게임의 시민 케인(Citizen Kane)을 찾고 있다. 아마도 닌텐도는 특히 전자 기기 면에서 더 좋고, 더 신기하고, 더 놀라운 제품을 내놓았을지 모른다. 이번만은 기술이 아니라 '정신(soul)'의 면에서 말이다. 심지어 애플도 이렇게는 못했다.

닌텐도가 디즈니를 라이선스하고 카드 업계의 거목으로 성장할 무렵 소설가 사무엘 베케트(Samuel Beckett)는 <이름 붙일 수 없는 자(The Unnamable)>란 소설을 발표했다. 작품에는 구체적인 줄거리나 배경이 없고 등장인물과 사건이 실제인지 아니면 극중 화자의 상상인지도 분명하지 않다.

화자가 단순히 소설 자체를 이루는 언어의 구성물에 불과할 수도 있음을 거듭 상기시키며 소설의 대부분은 소설 그 자체를 다룬다. 작품은 절망과 부조리로 가득하며 긴 문장들이 서로 엉켜 해석이 어려울 지경이다. 작품의 마지막은 다음과 같은 유명한 문단으로 끝난다. 놀랍고도 영동하게도 이와타 사토루(Iwata Satoru)나 미야모토 시게루(Miyamoto Shigeru)의 글로 해석될 수 있을 듯 하다.

그들은 멈출 것이다. 나는 잘 알고 있다. 난 느낄 수 있다. 그들은 나를 버릴 것이다. 잠시 동안(몇 분) 침묵이 이어질 것이다. 아니면 내가 버리게 될까? 지속되지 않았지만 여전히 지속되고 있는 마지막? 그게 내가 될까?

아마 이미 끝났을 것이다. 아마 그들은 이미 나에게 말했을 것이다. 아마 그들은 내 이야기에 열린 문 앞 내 이야기의 문턱으로 나를 데려갔을 것이다. (그 문이 열려 있다면 난 아마 놀랐을 것이다.)

그게 내가 될까? 침묵이 이어질 것이다. 나는 어디에 있는가? 나는 모른다. 앞으로도 모를 것이다. 당신도 모르는 침묵 속에서.

당신은 가야 한다.

나는 갈 수 없다.

난 갈 것이다.