

패러다임의 변화와 게임의 미래

김민규 (한국게임산업개발원 산업정책팀장)

1. 게임 = 사회적 구성물

게임산업의 성장은 단순한 일시적 유행인가? 아니면 시대적 흐름의 반영인가? 일시적 유행이라고 한다면 현 단계에서 사회적 욕구의 표출을 가장 잘 드러내고 있는 장식물의 지위를 차지할 뿐이다. 반면 시대적 흐름의 반영이라고 한다면 게임이 갖고 있는 구별적인 특성이 변동하는 사회적 가치의 흐름에서 동력으로 작용하고 있다는 것을 의미할 것이다. 여기서는 현재 게임산업의 성장은 전자가 아니라 후자라는 가설에서 게임이 사회적 패러다임이 전환과 맞물리는 본래적 특성을 살펴본다. 물론 게임 역시 엔터테인먼트 산업 영역에 속해 있기 때문에 유행이란 부분이 완전히 배제될 수는 없다.

게임은 하나의 사회적 구성물이라고 볼 수 있다. 이는 게임이 현재와 같이 성장하고 있는 이면에는 사회적 제 요인들 간의 상호작용과 수용되는 사회적 가치의 전환이란 측면이 있기 때문이다.¹⁾ 즉 인류 역사의 발전에서 이 시기 왜 게임인가? 를 자문하게 하고, 대답의 계기는 게임 또는 게임콘텐츠가 갖고 있는 다른 것들과의 구별적인 특성으로부터 찾을 수 있을 것이다. 한편 게임의 발달은 과학기술의 발전과 밀접한 관계를 갖고 있지만, 왜 게임관련 기술에 대한 선호인가? 역시 사회적 구성물로서의 게임의 성격을 탐구하는 출발점이 될 것이다.

국내외적으로 게임산업의 성장은 콘텐츠에 대한 고부가가치성을 새삼 확인하는 계기가 되었다. 하지만 게임에 대한 폭발적인 관심에도 불구하고, 그 관심은 대부분 성장률과 같은 수치에 머무르고 있는 것처럼 게임에 대한 일면만을 강조하는 경향이 있다. 이에 게임에 대한 보다 다양한 측면에서 접근—산업적, 문화적, 예술적, 정

1) 게임이 사회적 구성물이라는 것은 게임에 대한 시대별 관점과 접근의 변화에서 쉽게 확인할 수 있는데, 일례로 게임에 대한 정부 정책의 변화를 보면, 1980년대는 게임은 규제의 대상이었지만 90년대 이후부터 들어오면서 산업적 측면에서 접근하고 있고, 최근에는 산업적 측면과 문화적 측면에서 동시에 접근하고 있다. 다음은 년대별 게임 정책의 변화 추이를 요약하면 다음과 같다.

치적 등등—을 시도하려는 노력들이 있어야 할 것이다.

본 글은 이러한 시도를 위한 출발이 될 것이다. 여기서는 패러다임의 변화와 그 변화에서 핵심을 이루고 있는 가치를 살펴보고, 이러한 새로운 패러다임의 핵심 가치와 게임(산업)의 특성과의 유의미한 관계를 살펴볼 것이다. 그리고 마지막으로 게임의 미래를 논의하기 위해 함께 검토되어야 할 질문들을 제시해 볼 것이다. 그래서 본 글은 게임을 이해하는 완결된 글이라기보다는 게임을 이해하는 아이디어의 제안이 될 것이다.

2. 패러다임의 변화와 체험의 가치

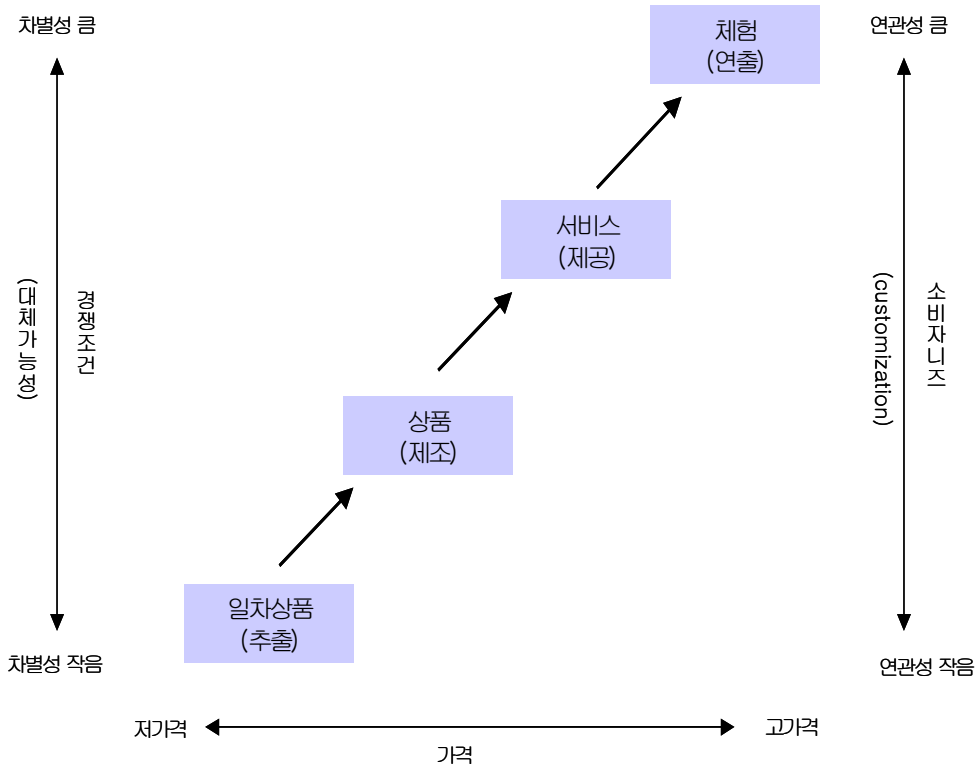
1) 경제적 가치의 변화에 따른 패러다임의 전환

파인II와 길모어는 [체험경제(the Experience Economy)]란 책을 통해 미래를 선도하는 산업은 체험경제의 패러다임을 바탕으로 한 산업이 될 것이라고 하면서 경제시스템의 진화 과정을 통해 체험경제가 미래산업을 선도할 수밖에 없는 이유를 설명한다.

우선 체험경제 이전 단계의 경제시스템은 경제적 가치가 낮은 순서에서 높은 순서로 농업경제, 상품경제, 서비스경제로서 각각은 추출, 제조, 제공이란 경제적 기능을 갖는다. 이러한 경제에 의한 가치 순위를 다른 것으로의 대체가능성과 소비자욕구의 적실성을 기준을 살펴볼 때 각각의 경제시스템에 의한 생산물은 농업경제(추출), 상품경제(제조), 서비스경제(제공)의 순서로 더 높은 가격이 형성된다. 그 다음 단계로 체험경제는 연출을 자신의 경제적 기능으로 갖고 있으며, 대체가능성이 매우 낮고 소비자욕구 적실성은 매우 높아 가장 높은 가격대를 형성, 즉 가장 많은 경제적 가치를 생산하는 시스템이다.

년도	1980년대	1990년대	1990년 후반
시장상황	수입단계	수입대체단계	도약단계
정부지원	규제 단계	산업화 단계	문화화 단계
게임정책 기본방향	윤리적 측면에서 게임에 대한 규제	게임의 산업적 측면 활성화	게임의 문화적 측면에 대한 인식 제고
추진 정책	<ul style="list-style-type: none"> · 청소년 규제강화 · 수입게임물 콘텐츠 심의 강화 	<ul style="list-style-type: none"> · 민간 벤처투자의 촉진 · PC방 규제 완화 · 콘텐츠수입심의제 폐지, 추천제 도입 	<ul style="list-style-type: none"> · 게임기술 개발 · 게임업체 인큐베이팅 · 게임문화진흥협의회 구성
추진 방향	게임 확산 제한 → 게임산업 육성 → 게임문화 조성		
대표 게임	갤러그, 제비우스, 벽돌격파, 동키콩, 슈퍼마리오, 팩맨 등	스트리트파이터2, 어스토니시아스토리, 바람의 나라, 리니지, 스타크래프트, DDR, 펌프 등	하얀마음백구, 화이트데이, 뮤, 마그나카르타, BNB, KOF2001 등

<그림> 경제적 가치의 변화



* 자료 ; Pine II & Gilmore, [The Experience Economy], 1999

예를 들어, 농장에서 수확된 커피는 선물시장에서 대략 1파운드=1달러 정도에 거래되는데, 이는 컵 1잔당 1-2센트 정도에 해당된다(일차상품 단계). 그런데 가공업자가 커피재료를 정제하여 상품화한 다음 소매점에서 팔 때 가격은 1잔당 5-25센트 까지 올라간다. 또한 브랜드나 품질에 의해 가격차가 발생하기 시작한다(상품단계). 나아가 똑같은 커피 제품을 보통의 레스토랑이나 커피점 등에서 팔 경우 그 가격은 1잔에 50센트-1달러에 달한다(서비스단계). 이렇게 이들 경제적 가치들 간에 위계적인 가격 구조가 발생하는 이유는 앞서 밝힌 대로 대체가능성과 고객 요구에 대한 밀접성이라는 측면에서 설명할 수 있다.

그렇지만 똑같은 커피도 에스프레소 바나 스타벅스 같은 특정의 장소에 가면 1잔에 2-5달러를 지불해야 한다. 이는 어떤 특별한 경험을 할 수 있기 때문이다. 즉 상위의 가치로서 체험(경험)이라는 새로운 경제적 가치를 창출하고 있는 것이다.

체험경제로의 전환에 따라 기존 경제시스템과의 구별적인 요소들 중에서 새로운 패러다임 전환과 관련하여 주목해야 할 것은 기능으로서의 연출(staging)과 수요로서의 감동이라고 하겠다. 연출은 감동을 이끌어내기 위한 의도된 행위(action)이고,

감동은 그러한 의도된 행위의 결과로 얻게 되는 개별적 반응(reaction)이다.

그런데 이러한 행위와 반응의 관계가 일방향이거나 평행한 쌍방향성이 아니다. 연출 행위는 이미 결과로서의 반응을 예상하고 있고, 감동 반응은 연출 행위의 의도조차도 새롭게 변형하기도 한다. 그리고 이러한 행위와 반응의 과정은 상호작용적(interactive)이다. 이는 특화된 과정에의 참여를 통해서 이루어진다.

<표> 경제시스템의 진화

경제적 오퍼	일차상품	상품	서비스	체험
경제	농업경제	산업경제	서비스경제	체험경제
경제적 기능	추출	제작	딜리버리(제공)	스테이징(연출)
제공물의 특징	대체가능	유형	무형	감동적 기억
제공물의 특성	자연물	규격품	주문품	개인적 특질
공급방법	대량저장	재고	주문배포	시간의 공유
판매자	거래업자	제조업자	공급자	연출자
구매자	시장(market)	사용자(user)	의뢰인(client)	초대관객(guest)
수요의 원천	성질	기능	편익	감동

* 자료 ; Pine II & Gilmore, [The Experience Economy], 1999

이와 같은 체험경제시스템의 경제적 가치를 반영하는 산업이 문화산업이고, 문화산업의 가치를 구체적으로 구현하는 것이 M&E산업이다. M&E산업은 미디어산업과 엔터테인먼트산업을 지칭하는 것으로 대표적으로 방송, 광고, 출판, 영화, 게임, 음반, 애니메이션산업을 포괄한다. 그리고 현대사회에서 대표적인 여가활동은 M&E 산업과 직접적인 관계를 맺고 있다.

2) 산업유형의 변화에 따른 패러다임의 전환

굴뚝산업으로 대표되던 기존 제조업의 패러다임은 20세기 중후반 정보화사회에 대한 논의와 함께 정보기술을 중심으로 한 정보산업의 성장으로 패러다임의 전환이 일어났고, 이제는 문화산업의 패러다임이 정보산업의 패러다임을 대체하고 있다. 굴뚝산업, 정보산업, 문화산업의 세가지 산업별 유형에 따른 패러다임의 전환의 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 각각의 산업의 형성과 발전에 본질적 요소인 핵심가치에 있어서 굴뚝산업

은 산업자본을 기반으로 성장했다면, 정보산업은 지식정보를 토대로 하였고, 문화산업은 문화콘텐츠를 핵심가치로 한 산업기반을 형성하고 있다.

둘째, 산업별 경제기반을 보면, 굴뚝산업은 노동경제를 기반으로 하고 있으며, 정보산업은 지식경제를, 문화산업은 체험경제를 기반으로 하고 있다. 체험경제의 패러다임으로의 전환은 기존의 노동경제, 지식경제와 대비해서 경제적 가치를 극대화한다.

셋째, 각각의 산업발전의 핵심기술로는 굴뚝경제는 상품생산을 위한 제작기술을, 정보산업은 정보기술(IT)을 산업의 핵심기술로 하고 있으며, 문화산업은 문화기술(CT)을 핵심기술로 한다.

넷째, 각각의 산업을 대표하는 주요 산업으로는 굴뚝산업은 철강과 자동차와 같은 대규모 공장산업이, 정보산업은 IT산업이 대표적 산업이며, 문화산업은 방송, 광고, 영화, 게임, 음반 등 M&E(Media & Entertainment)산업이 대표적이다.

다섯째, 산업형태의 측면에서 보면 굴뚝산업은 노동집약적인 산업형태를 띠고, 정보산업은 지식집약적 산업형태를 띤다. 반면에 문화산업은 감성(체험)집약적 산업형태를 띠고 있다. 이러한 감성(체험)집약적 산업형태에 따른 생산물은 소비자 개별성을 강조하게 된다.

여섯째, 산업별 전달매체를 대표하는 미디어유형으로는 굴뚝산업은 매스미디어이고, 정보산업은 미디어네트워킹인 반면에 문화산업은 미디어융합의 유형을 띤다.

일곱째, 앞서 미디어유형과 연관된 것으로 사회적 관계 구성을 볼 수 있는 미디어 소비방식은 굴뚝산업은 매스미디어의 의한 일방향성을, 정보산업은 네트워킹에 의한 쌍방향성을 소비방식으로 하고 있으며, 문화산업은 소비과정에서 소비와 생산이 동시적이고 순환적으로 발생하는 상호작용성을 특징으로 한다.

여덟째, 각각의 산업이 발생시키는 유관효과는 굴뚝산업은 경제적 효과를, 정보산업은 지식효과를 발생시키며, 문화산업은 문화효과를 발생시킨다. 여기서 문화효과는 경제적 효과, 지식 효과뿐만 아니라 교육효과,, 정체성효과 등 무한대의 효과를 발생시킨다.

아홉째, 각각의 산업별 강조 시기에서의 문화적 참여정도는 굴뚝산업은 제한적 동원인 문화의 통제로, 정보효과는 개방적 참여의 가능성인 문화민주주의로 대표되고, 반면에 문화산업은 참여과정의 효과를 통해 문화복지를 구현한다.

마지막으로 각각의 산업을 움직이는 핵심적 동인으로는 굴뚝산업은 노동력을, 정보산업은 지식력을 동인으로 하고 있어 이를 동원할 수 있는 능력이 강조된다. 반면에 문화산업에 와서는 창의력으로 전환되는데, 문화산업에서 창의력은 집단적으로 표출되더라도 개별성의 강조를 전제로 한다.

<표> 산업 유형의 변화에 따른 패러다임의 전환

구분	굴뚝산업	정보산업	문화산업
핵심가치	산업자본	지식정보	문화콘텐츠
경제기반	노동경제	지식경제	체험경제
핵심기술	생산기술	정보기술(IT)	문화기술(CT)
주요산업	공장산업	IT산업	M&E산업
산업형태	노동집약형	지식집약형	감성(체험)집약형
미디어유형	매스미디어	미디어 네트워크	미디어융합
미디어 소비방식	일방향성 (one-way)	쌍방향성 (two-way)	상호작용성 (interactivity)
유관효과	경제효과	지식효과	문화효과(∞)
참여정도	문화 통제	문화민주주의	문화복지
핵심동인	노동력	지식력	창의력

이와 같은 문화산업적 패러다임으로의 전환은 가치 창출의 새로운 동인으로서 새로운 경제로의 전환을 의미하는 것이기도 하다. 그러한 M&E산업 중에서도 문화산업적 패러다임의 체험경제의 가치를 가장 많이 구현하고 있는 분야는 게임산업이다.

3. 게임의 특성

M&E산업을 구성하는 다양한 분야가 모두 동일한 특성을 갖고 있는 것은 아니다. 특히 게임은 영화, 음악, 애니메이션 등과 비교할 때 게임만의 독특한 특성을 갖고, 그러한 특성이 M&E산업의 타 분야에 비해 미래산업의 핵심으로 관심의 대상이 되는 이유이다. 또한 여가와의 접점을 찾을 수 있는 성질이기도 하다.

게임이 영화, 음악, 애니메이션 등과 비교해서 가장 큰 차이점이자 본질적 성격은 상호작용성(interactivity)이란 점이다. 각각의 소비방식에 있어서 영화, 음악, 애니메이션 등은 완결된 스토리를 갖고 있으며, 소비자는 주어진 스토리를 따라 가기만 하면 된다. 이러한 소비과정에서 소비자의 실질적인 개입은 거의 발생할 수 없는 일방향적 성격을 갖는다. 그에 비해 게임은 게임을 진행하기 위한 기본적 틀(게임 규칙)이 있기는 하지만 소비자의 선택적 행위에 따라서 모두가 완결된 구조 속

에 있는 것이 아니라 소비자 개개인들 모두가 각기 다른 진행 과정과 결과를 얻게 된다. 즉 게임의 상호작용성은 소비 과정에서 소비자의 개입의 여지가 열려 있을 뿐만 아니라 소비자의 직접적인 참여 행위를 통해서만이 게임의 가치가 실현되는 것이다.

이러한 게임의 특성은 MOD게임에서 가장 극적으로 보여진다. MOD게임이란 modification의 약자를 사용하는 것으로 게임의 전체적인 틀은 그대로 두면서 세부적인 것들, 예를 들어 게임에 등장하는 캐릭터, 배경, 아이템, 일부 규칙 등등을 바꾼 게임을 말한다. 이러한 MOD게임은 전문 게임개발자가 만드는 것이 아니라 게임의 소비자, 즉 게임유저들에 의해서 만들어지고, 그렇기 때문에 원래 게임의 변종인 매우 다양한 MOD게임이 있을 수 있다. 이러한 MOD게임은 어떤 경우에는 본 게임에 비해서 유저들에게 더 많은 인기를 끄는 경우도 있고, 이에 따라 게임회사에서 아예 MOD게임을 상품화하는 경우도 있다.

이러한 게임의 상호작용성은 체험성에 있어서도 직접 체험을 통해 적극적인 변형화를 실천하도록 하는 주요한 특질이다.

	최종소비물	소비자 개입 정도	소비방식	체험성
영화	극장 상영, 비디오, DVD	개입 여지 없음/일방향	주어진 스토리 따라가기(to see)	감정이입을 통한 간접 체험(수동적 동일시)
음악	CD, Tape	개입 여지 없음/일방향	주어진 스토리 따라가기(to see)	감정이입을 통한 간접 체험(수동적 동일시)
애니메이션	TV, 극장 상영	개입 여지 없음/일방향	주어진 스토리 따라가기(to see)	감정이입을 통한 간접 체험(수동적 동일시)
게임	게임물(가정, PC방)	개입 여지 많음/상호작용성 MOD게임 확산	주어진 스토리를 토대로 새로운 이야기 만들기(to do)	가상체험을 통한 직접 체험(적극적 변형화)

이와 같은 영화, 음악, 애니메이션과 게임의 차이는 크게 '보기(to see)'의 콘텐츠와 '하기(to do)'의 콘텐츠로 분류할 수 있다. 우선 '보기(to see)'의 콘텐츠는 완성품의 소비에 의해서 가치가 실현되고, 소비방식에서는 수용성을 강조한다. 수용과정에서 소비자들은 해석의 문제와 결합하고, 지식(knowledge)을 획득하게 된다. 시나리오 구성은 폐쇄적 완결성을 취하게 된다. 이러한 특성들을 가진 콘텐츠를 수용콘텐츠로 분류할 수 있다.

반면에 '하기(to do)'의 콘텐츠는 완성품의 소비와 생산의 동시적 과정에 의해서 가치가 실현되고, 소비방식에서는 상호작용성을 강조한다. 이는 어떻게 반응할 것인가

가? 선택하게 되고, 이러한 과정, 즉 문제해결과정을 통해 지혜(wisdom)를 체득하게 된다. 이에 따라 시나리오의 구성은 개방적 완결성을 띤다. 이러한 특성의 콘텐츠를 체험콘텐츠로 분류할 수 있다.

<표> 콘텐츠 특성 비교

“보기”(“to see”)의 콘텐츠	“하기”(“to do”)의 콘텐츠
<ul style="list-style-type: none"> ○ 완성품의 소비에 의한 가치 실현 ○ Receiving Communication ○ 수용성 강조 <ul style="list-style-type: none"> → 어떻게 해석할 것인가? → 지식(knowledge) 획득 ○ 시나리오 구성 : 폐쇄적 완결성 ○ 수용콘텐츠: 영화, 음악, 애니메이션 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 완성품의 소비와 생산의 동시적 과정에 의한 가치 실현 ○ Experiencing Communication <ul style="list-style-type: none"> → Transforming Communication ○ 상호작용성(interactivity) 강조 <ul style="list-style-type: none"> → 어떻게 반응할 것인가? → 지혜(wisdom) 체득 ○ 시나리오 구성 : 개방적 완결성 ○ 체험콘텐츠 : 게임

4. experience, interactivity & transformation

앞서 우리는 체험경제로의 패러다임의 전환과 게임의 핵심적 특성을 타 분야와 비교해서 살펴보았다. 여기서 그 중심적 내용은 체험성(experience), 상호작용성(interactivity), 그리고 변형성(transformation)이다.

게임에 대한 일반적인 사회적 인식은 오락이라는 기존의 사회적 담론 내에 존재하고 있다. 게임 역시 비일상적인 행위를 대표하는 것으로 인식되었다. 게임은 현실을 그대로 반영하는 것이 아니라 현실을 과장하고, 특화해서 만들어진 상상력의 공간이다. 그러한 공간에서의 행위를 통해서 행위자(소비자)는 자신의 잠재된 욕구를 표출하고, 소비한다. 게임은 근본적으로 행위자의 참여라는 것을 전제로 할 때만이 성립할 수 있는 특성은 바로 게임 자체가 행위자의 체험이 이루어진다는 것을 의미한다. 왜냐하면 가장 단순한 게임에서부터 복잡한 게임에 이르기까지 모든 게임은 주어진 미션을 달성하는, 즉 문제해결의 과정이기 때문에 행위자의 적극적인 참여를 전제하지 않고서는 존재 자체가 성립될 수 없다.

그리고 이러한 게임의 특성은 게임이 다른 매체와 달리 상호작용성을 기반하고

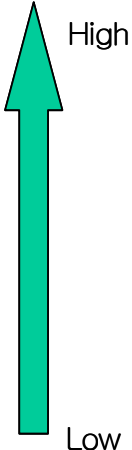
있음을 보여준다. 단지 게임의 종류에 따라서 프로그램화된 컴퓨터인가 아니면 온라인게임에서처럼 타자인가가 다를 뿐이다. 물론 온라인게임이 현재로서 상호작용성의 특성이 가장 극대화된 방식이다. 이것은 게임을 하는 과정이 매번 다르게 진행되는, 수많은 경우의 수를 갖게 되는 이유이다. 즉 게임의 상호작용성은 실시간 반응 커뮤니케이션이라고 하겠다.

이미 게임에서 변형성은 실천되고 있다. 앞서 언급한 MOD게임의 경우가 바로 변형성의 대변하는 것이라고 볼 수 있으며, 이를 통해 행위자는 자신의 욕구 실현에 한발 더 다가서게 된다. 변형성은 단지 변·개조의 문제만이 아니다. 변형이 이루어지기 위해서는 기존의 틀, 규범 등등에 대한 비판을 전제로 하여, 가용한 자원을 토대로 최대한의 효과를 발생하기 위한 전략이 계산되어야 한다. 즉 변형은 자신의 정체성을 보다 분명히 하고 표출하려는 적극적인 행위라고 할 수 있다. 그래서 변형성은 정치적 행위로 전화할 수 있는 계기를 제공하기도 한다. 이는 게임이 단순히 일상세계를 보조하는 장치가 아니라 일상세계의 변화를 추동하는 계기적 행위로 작용할 수 있음을 암시한다.

앞서 살펴본 게임의 본질적 특성은 미래사회를 이끌어 가는 계기이자 새로운 가치의 실현을 창출하는 수단이기도 하다. 왜 지금 게임이 비생산성에서 생산성으로의 사회적 인식이 전환되어야 하는가를 설명할 수 있는 것도 이러한 게임이 갖고 있는 체험성, 상호작용성, 변형성 때문이라고 할 수 있다.

* The Progressions of Economic Value and Valuable Intelligence

Economic Value	Valuable Intelligence
Transformations	Wisdom
Experiences	Knowledge
Services	Information
Goods	Data
Commodities	Noise



*source: Pine II & Gilmore, <The Experience Economy>, 1999

5. 게임의 미래를 향한 질문들

현재까지의 게임의 발전을 고려할 때, 향후 게임의 미래는 크게 두 가지 측면에서 확장될 것으로 생각된다. 하나는 자유도의 확장이고, 다른 하나는 이동성의 확장이다. 게임에서의 자유도는 게임성의 한 요소로서 게임콘텐츠 자체의 특성의 확장이라고 볼 수 있을 것이다. 자유도가 확장될려면 게임의 세계에서 게이머의 행위의 자유와 변형의 정도가 높아야 하기 때문에 규칙은 단순화할 것이다. 이는 또한 게임콘텐츠에 대한 접근도 높이는 기능도 할 것이다. 다른 하나인 이동성의 확장은 게임을 플레이하는 공간적 제한을 벗어나 시간의 편재화를 가져온다. 즉 향후 게임은 공간에 의해서 규정되기 보다는 시간에 의해 규정될 가능성이 높지 않을까 생각된다.

앞서 게임의 본질적인 특성으로 설정한 체험성, 상호작용성, 변형성은 놀이의 원형성을 구성하는 요인들이기도 하다. 우리가 일상세계에서 게임의 세계로 진입할 때 그 게임의 세계는 바로 비일상성의 세계라고 볼 수 있으며, 놀이를 하는 공간과 시간 역시 놀이를 시작할 때 새로운 규칙과 질서가 적용되는 놀이의 공간으로 전환하고, 놀이에 참여하는 이들은 일상적 시간이 아닌 놀이적 시간을 공유하게 된다. 이는 기존의 질서에 의한 세계에서 질서가 만들어지는 세계이고, 실제 공간에서 일종의 시뮬레이팅 공간으로 이동하는 것이다. 그리고 게임의 세계(놀이의 세계)는 공간-소비형이라기 보다는 시간-소비형의 특성을 갖는데, 즉 게임을 플레이 한 공간보다는 게임을 플레이하는 시간에 의해 체험의 진화가 이루어지기 때문이다.

여기서 우리는 게임의 미래를 위한 질문들을 설정할 수 있다. 이러한 질문들은 게임을 보다 정확하고 풍부하게 이해할 수 있게 해주고, 게임이 미래에 가능할 수 있는 모습들을 그려 볼 수 있게 할 것이다.

게임의 세계는 리얼 세계(real world)를 추구하는가? 아니면 리얼 판타지(real fantasy)를 추구하는가? 지금까지의 게임의 발전은 한편으로는 얼마나 현실 세계와 똑같이 구현할 수 있는가를 위해 발전했고, 다른 한편으로는 과장된 표현 속에서 게이머의 감정을 얼마나 진짜처럼 표출할 수 있는가를 위해 발전했다고 보인다. 어느 쪽에 무게를 더 두느냐에 따라서 게임의 소비방식과 게임을 구성하는 핵심 요인들이 게임의 변화를 선택할 것이라고 보인다.

게임은 새로운 성격의 미디어인가? 미디어라고 한다면, 그 역할은 무엇인가? 커뮤니케이션? 네트워킹? 아직까지 게임을 하나의 미디어로 접근한 연구를 거의 없는 것으로 보이기 는 하지만, 게임은 분명 미디어적 성격을 갖고 있다고 하겠다. 그렇다면 문제는 게임이 미디어인가 아닌가보다 이전의 미디어와 어떤 점에서 다른가를 찾아야 할 것이다. 또한 미디어를 미디어이션(mediation)의 수단이라고 한다면 미디어이션의 목적과 결과가 무엇인가 하는 점이다. 이러한 질문들은 향후 게임을 통한 사회적 연대의 방식과 결과적 형태를 엿볼 수 있을 것이라 생각된다.

게임에서의 공동체(community)의 성격은 무엇인가? 앞의 질문과 연결되는 것으로 질문으로, 현재 사이버공동체(cyber community)에 대해서도 활발한 논의가 이루어지고 있는데, 이러한 사이버공동체와 게임에서의 공동체는 유사한가? 또는 기존의 공동체의 개념으로 게임에서의 공동체가 이해될 수 있는가? 최근 게임에서 공동체 형성과 활동은 게임플레이의 주요한 요소로 설정되고 있기 때문에 향후 게임콘텐츠의 전망에 있어서도 이에 대한 이해가 필요할 것이다.

게임은 메인스트림(mainstream)이 될 수 있는가? 아니면 영원한 서브(sub)? 게임 산업은 현재 문화콘텐츠산업 중에서도 가장 큰 시장 규모를 보이고 있으며, 핵심콘텐츠라는 평가를 받고 있다. 그렇다면 산업의 시장 규모가 크다면 그 산업은 주류(mainstream)가 되는가? 아직까지 게임은 다른 문화콘텐츠, 즉 영화나 음악 등과 비교할 때 주류라고 볼 수는 없을 것이다. 그 이유는 게임의 역사가 영화나 음악에 비해서 매우 짧기 때문인가? 아니면 게임의 특성상 주류가 될 수 없기 때문인가? 이러한 질문은 향후 게임과 사회와의 관계에서 게임의 지위와 그에 따른 변형성의 정도와 관련될 수 있을 것이다.

게임도 기존의 영화나 음악과 같이 예술(art)의 지위를 차지할 수 있을 것인가? 이러한 질문은 기존의 예술의 개념에 대한 도전일 수도 있다. 지금까지 예술 또는 미의 요건으로 얘기되는 미적 거리감, 재현 방식, 감동, 기타 등등이 게임에도 적용될 수 있는 것인가? 적용되지 않는다면 게임은 예술이 될 수 없는가? 아니면 기존의 예술의 개념을 바꾸어야 하는가? 예술의 범주에 속하는가의 질문은 게임이 인류의 보편적 가치를 획득할 수 있는 것으로 사회적 동의의 문제이다.

마지막으로 기존의 아날로그 환경과 이후의 디지털 환경과의 공유점과 차이점은 무엇인가? 이는 최근 게임과 관련해서 발생하고 있는 문제들, 즉 대표적으로 아이템 거래와 같은 것을 어떻게 접근해야 하는가의 기준을 잡을 수 없기 때문이다. 이 질문은 게임에만 국한되는 것이 아니라 향후 문화콘텐츠 전반과 직접적으로 연결될 수 있는 문제이다.

이외에도 더 많은 질문들이 가능할 것이다. 우리가 게임의 미래, 혹은 미래의 게임에 대한 전망을 찾고자 하는 자리에서 던져보아야 할 질문들일 것이다. 그리고 그러한 질문들이 지금 바로 정답을 주지는 않을 것이다. 그렇지만 이러한 게임에 대한 다각적인 접근을 위한 질문들은 현재 게임에 대한 종합적인 논의가 거의 부재한 상황에서 게임의 진정한 이해를 도울 것이라고 생각한다.