



(주)ELS에듀 토익넷(에듀게임)

김 재 선
(주)ELS에듀 개발팀장

GAME REPORT

1. 시작하며

불과 몇 년 전만해도 온라인게임은 한국의 인터넷 인프라의 급속한 발전과 IT산업의 발전이라는 명분에 맞춰 급속도로 발전해 왔다. 최근 10년간의 한국 온라인게임 개발사는 ‘빠르다, 대단하다’라는 표현으로는 부족할 정도로 경이적인 발전을 이루어왔으며 다른 산업과도 견줄 수 있을 만큼 그 시장규모도 확대되는 과도기적인 상황이라고 할 수 있다.

이처럼 하루가 다르게 발전에 발전을 거듭하고 있는 한국 온라인 게임 산업에 한 가지 아쉬운 점이 있다면 바로 ‘다양성’이다. 최근 들어서 이러한 ‘다양성’에 초점을 맞춘 다양한 게임들이 개발되고 있지만 여전히 많은 온라인게임 개발사들은 형식만 조금씩 다를 뿐 MMORPG라는 RPG류의 온라인게임 개발에 그 초점을 맞추고 있다. RPG(Role Playing Game)라는 게임의 한 형식은 실제로는 현재 서비스되거나 개발되고 있는 온라인게임의 전투를 통한 경험치 획득과 캐릭터 성장이라는 커다란 테두리 내에서 적어도 소비자에게는 유사하거나 모방한 것으로만 평가되는 경향이 있다.

수많은 온라인게임, 특히 MMORPG 형식을 갖는 온라인게임을 개

발하는 업체들이 수백 개에 이르고 있으나, 정작 희망하는 수익구조나 최초로 기획했던 스펙타클한 기획을 모두 녹여내는 업체는 10%도 안될 것으로 추정한다. 그럼 왜 이렇게 유사한 형식의 MMORPG라는 게임개발에 열광하는 것인가? 사용자의 욕구충족이라는 측면에서 해석할 수 있으며 손쉽게 모방하여 개발할 수 있기 때문으로 풀이된다. 개발사는 당연히 유료화 서비스와 수익구조라는 경쟁체제를 갖추기를 희망하며 중소기업의 온라인게임 개발사들은 개발초기에 기본적인 수익구조가 없이 순수하게 개발에만 자원을 투자해야 하기 때문에 빠른 개발, 수익구조 등을 생각할 때 사용자들이 가장 쉽게 접근하고 유행하는 형식과 비슷한 게임을 만드는 구조로 가는 경향이 있다. 특히 온라인게임 개발의 경우 월드(가상세계)를 구성하고 게임성과 세계관 등 복잡 다양한 게임 요소들을 기획하는데에는 많은 시간이 투자되기 때문에 모방작을 개발할 수 밖에 없는 구조로 스스로 고립되어 간다고 보여진다.

그럼 여기서 ‘게임(game)’이라는 의미를 되짚어 보자.

물론 게임은 ‘재미’가 있어야 한다. 제아무리 좋은 게임, 화려한 게임, 구성이 잘된 게임이라 하더라도 ‘재미’라는 요소가 없으면 그것은 게임이라고 보기 어렵다. 오래된 전통 속에서도 게임이라고 불리우고 행해졌던 많은 게임들은 ‘재미’라는 요소를 충실하게 반영하고 있으며 이기고 지는 단순한 결과로부터 특정한 목표치에 이르는 재미 등 다양한 형식으로 추구되어지고 보여지고 있다. 즉 온라인게임의 재미라는 요소는 반드시 전투와 모험을 통한 형식 이외에도 전통적인 게임들이 보여주는 그것처럼 얼마든지 다양한 재미를 제공해줄 수 있다는 것이다.

이 글에서는 현재 많이 개발되어지고 있고 서비스되고 있는 온라인게임의 일반적인 형식이 아닌 교육과 게임이라는 형식을 접목시킨 에듀게임(Edu-game)의 제작과정과 의미에 대해서 알아보려고 한다.

2. 에듀테인먼트(Edutainment)?

사전에서 ‘edutainment’라는 단어를 찾아보자. 아마 발행년도가 오래된 사전이라면 단어 자체가 수록되어져 있지 않을 수 있다. 이는 신조어로서 고전적인 의미의 영어 단어가 다 담지 못하는 부분을 위해서 새롭게 유행되거나 단어로 자리매김하는 단어들이 있는데 바로 이 단어도 그 중의 하나이기 때문이다. 우선 단어를 사전에서 찾아보면 다음과 같다.

edutainment [èdutéinmnt]
 【education+entertainment】
 n. 교육적이고 흥미있는 TV 방송, 책, 소프트웨어 ((특히 초등학생들을 위한))

간단히 정리하자면, 흥미를 유발하는 게임적인 요소와 지식전달이라는 교육적인 요소를 잘 배합하여 사

용자로 하여금 게임을 진행하면서 교육적인 지식습득이라는 두마리의 토끼를 잡는다는 것이 목적이다.

이러한 컨셉과 기획이 가능해진 이유는 업무와 일상생활에서의 PC비중이 높아지고 이에 따라 자연스럽게 학과 과정에 컴퓨터가 정규과목으로 채택되고 있기 때문이다. 특히, 한국에서의 광범위한 초고속 인터넷 보급과 높은 교육열은 이러한 에듀테인먼트 탄생의 필수조건이 되었다고 볼 수 있다. 이론상으로는 그럴 듯 하지만 새로운 매체를 통한 지식습득이라는 자체를 사용자들이 쉽게 받아들이는 것은 일정기간이 필요로 하는 것이 사실이며 일반적으로 ‘게임이면 즐기기 위한 게임이면 되고, 교육이면 학습에 맞는 매체가 적당하다’ 라는 선입견은 쉽사리 넘기 힘든 과제이다.

실제로도 많은 업체들이 교육 콘텐츠와 게임을 접목하려고 시도하고 있으며 그 정확한 밸런싱을 맞추지 못해 교육도, 게임도 아닌 입지가 불확실한 프로젝트가 되버린 경우가 많다. 그럼 에듀테인먼트 특히 글의 주제가 되는 에듀게임 개발에서의 중요한 요소는 무엇인가? 지금까지 이야기한 바와 같이 에듀게임 개발의 가장 중요한 요소는 3가지로 분류할 수 있다.

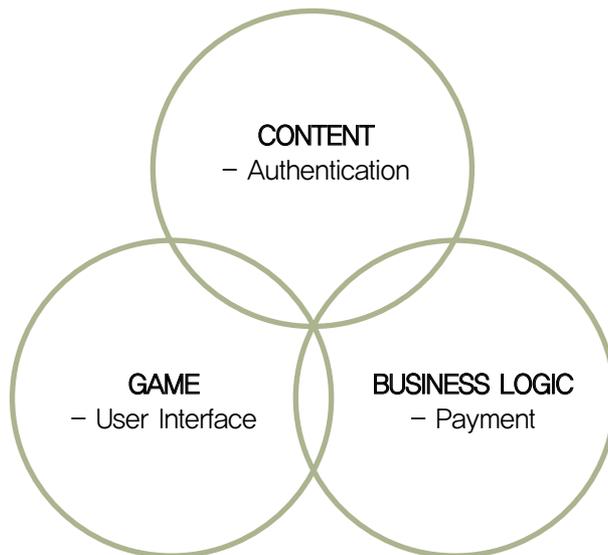


그림 1. 에듀게임 개발의 3대 요소

교육 콘텐츠

에듀게임에서 바로 ‘에듀(Education)’이라는 의미를 부여할 수 있는 개발요소로서 충분히 검증된 기관이나 그에 상응하는 교육 콘텐츠 검수 단체로부터 인증된 콘텐츠를 사용해야 하거나 사용자로부터 교육적인 효과를 충분히 기대할 수 있을 수준의 검증된 콘텐츠를 개발 및 보유하고 있어야 한다.

본 글에서 제작과정을 이야기 하고 있는 토익넷(<http://toeic.empas.com>)의 경우, 콘텐츠를 직접 제작 후 현직 토익학원 강사진과 현직 대학 교수진으로 구성된 자문단으로부터 검수를 받아 실제 토익넷 콘텐츠로 사용하고 있다.

교육적인 부분을 강조하는 기능성 게임인 만큼 교육 콘텐츠 자체에 대한 사용자의 신뢰가 서비스 제공의 성공 유무를 판단할 수 있는 중요한 근거가 되기 때문에 엄격한 검수 절차와 난이도 밸런싱을 통해서 문제를 제작, 검수를 거쳐 제공하는 것은 당연하다.

게임 (사용자 인터페이스)

교육용 콘텐츠가 교육적인 효과를 담당하는 내용이라면 게임은 사용자에게 내용에 접근하는 방법을 제공하는 인터페이스이기 때문에 중요하다. 제아무리 먹기 좋은 음식이 있더라도, 예쁘게 포장하고 좋은 접시에 담아내야만 더욱 식욕을 돋구듯이 좋은 콘텐츠를 편리한 인터페이스와 재미적인 요소를 제공하는 게임 인터페이스로 담아 내야만 한다.

토익넷을 개발하면서 어떤 게임형식을 취해야만 가장 효과적으로 교육 콘텐츠를 전달할 수 있는지, 또한 취하려는 게임 플랫폼에서의 '재미' 라는 요소를 어떻게 이끌어낼지가 가장 큰 관건이었다. 결과적으로 지식전달이라는 명확한 목적을 달성하기에 가장 좋은 게임 형식은 보드게임의 일종인 퀴즈형식이었고, 정답률과 게임승률을 통한 '경쟁' 이라는 재미요소를 부가적으로 얻을 수 있었다.

어떠한 면에서는 대형 MMORPG류의 형식에 엄청난 스크립트 퀘스트(quest)를 통한 형식도 불가능한 것은 아니지만 발빠른 사용자 대응과 MMORPG의 스토리, path, AI, NPC 등과 같은 게임적인 요소들에 콘텐츠가 묻힐 수 있으며 보다 많은 리소스 투입과 시간이라는 문제는 오히려 형식을 결정하는 요식행위를 줄일 수 있는 요소가 되었다.

비즈니스 로직(Business Logic)

모든 게임이나 교육적인 프로젝트, 소프트웨어들이 마찬가지로이지만 상품이나 서비스를 개발하고 판매하는 기업의 입장에서는 타겟 설정을 해야 하고, 그 타겟을 통한 이윤 획득을 필수적인 요소라고 가정해야 한다. 흔히들 온라인게임 시장을 기회의 시장이라고 생각하고 실제로도 많은 온라인게임 개발업체들이 흥망성쇠를 거듭하고 있다. 하지만 본인이 생각하기에는 들뜬 열정과 적당한 리소스 투자를 통해 소위 말하는 '대박게임' 을 만들어내기라는 것은 현실적으로 불가능하다.

그 규모가 크든 작든 시장논리를 냉정하게 판단하고 객관적인 성공요소를 갖추고 있는지 등 철저한 자기분석과 시장분석을 끝낸 후에 그에 맞는 프로젝트를 진행해야만 한다. 개발 당사자들은 작은 것 하나까지도 소중하겠지만 누가봐도 그냥 그런 온라인게임을 통해서 살아남을 수 있을까? 미안하지만 대답은 '아니다' 라고 생각한다. 한국처럼 시장규모가 작은 형태에서는 지명도나 인기도가 1위 게임이 아니라면 살아

남기 힘들기 때문이다. 충분한 규모의 시장일 때 5위나 10위도 의미를 찾을 수 있지만 시장규모가 작고 사용자층이 뚜렷한 온라인게임의 경우 낮은 순위를 차지하는 게임업체들은 수익구조로 연결시키지 못할 것이라는 것은 누가 봐도 자명한 사실이다.

그런 의미에서의 토익넷의 타겟층은 특별하다. 한국에서의 ‘교육’이 지니는 의미가 특별하지만 개인 사용자 서비스를 통한 B2C 시장에서의 에듀게임은 여전히 과금하는 것과는 연결짓기 어려운 여건이다. 그래서 토익넷은 B2B 교육시장을 타겟으로 하고 있다. 토익(toeic)이라는 주제는 취업, 승진 등과 직결되는 문제이기 때문에 이러한 시장을 향해 과감하게 접근해야 하는 프로젝트라고 할 수 있다.

컨텐츠와 게임이 사용자적인 측면이라면 ‘비즈니스 로직’ 부분은 순수하게 서비스에 대한 결제를 담당하는 기관이나 단체 즉, 결제(payment) 결정권자 측면에서 부각되는 부분이다. 토익넷 사용을 통한 실제 사용자들의 실력향상, 참여도, 만족도 등 이용과 효과라는 측면에서 분석되어 실제 효과를 입증할 수 있는 데이터를 제공하는 것이 바로 비즈니스 로직의 대부분이다. 이와 같은 부분은 손쉽게 결과처리 정리와 일목요연한 목차를 제공할 수 있는 웹을 통한 인터페이스를 제공한다. 사용자들의 게임데이터를 저장하는 게임서버의 데이터를 가공하여 위에 나열한 내용으로 재정렬, 재가공 작업을 통해 웹상에서 일목요연하게 볼 수 있도록 수단을 제공한다.

이와 같이 에듀게임은 시장성 측면에서 볼 때 여전히 틈새시장(niche marketing)이라고 할 수 있으며 컨텐츠의 교육적인 측면, 게임의 재미적인 측면이 모두 조화롭게 밸런싱 되어야 하고 상용화 타겟을 위한 비즈니스 측면도 추가적으로 고려된 다음에서야 비로소 시장에서 인정받을 수 있는 비즈니스 모델이 될 수 있다.

3. 개발과정

컨텐츠 개발팀

실제 현장에서 컨텐츠팀이 온라인게임이라는 형식을 이해하고 보다 온라인적인 요소를 강조할 수 있는 컨텐츠를 기획, 제작하기를 바란다는 것은 무리한 요구라고 생각했다. 그 이유는 대부분 교육 컨텐츠를 기획, 제작하는 분들은 그 분야에서 전문가이지만 에듀게임과 같은 혼합된 형식의 서비스 체제에 대해서는 익숙하지 않기 때문이었다. 실제로 대부분의 교육 컨텐츠들이 오프라인에 기반하고 있기 때문에 초창기에는 컨텐츠 기획이 대부분 오프라인의 내용을 단순한 가공을 거쳐 온라인용으로 옮겨오는데 불과하였다.

하지만 시간이 지나면서 컨텐츠팀 담당자들은 보다 효과적이면서도 온라인게임을 통해 제공하기 좋은 형태로 컨텐츠를 가공하는 법을 익히게 되었고 지금은 그 부분에서 매우 전문적인 지식을 갖추게 되었다. 예를 들자면 오프라인 토익 시험지에서는 볼 수 없는 동작과 음향효과가 가능한 플래시(flash)라는 온라인 미디어를 통한 문제제작이나, LC(Listening Comprehension) 파트의 경우 정확한 발음을 들려줘야

하지만 온라인 서비스 제공시 문제되는 전송과 용량이라는 측면을 고려할 때의 가장 적절한 인코딩 기법이나 파일형식 등을 찾아내는 것들이 대표적이라고 할 수 있다.

또한 보다 효과적인 멀티미디어 포맷이나 동영상 강좌와 관련된 새로운 스트리밍 방식 등 상당히 전문적인 지식을 요구하는 분야에 대해서도 ‘효과적인 콘텐츠 전달’과 ‘멀티미디어의 교육효과 극대화’라는 목표의식을 가지고 항상 연구, 개발하고 있다.

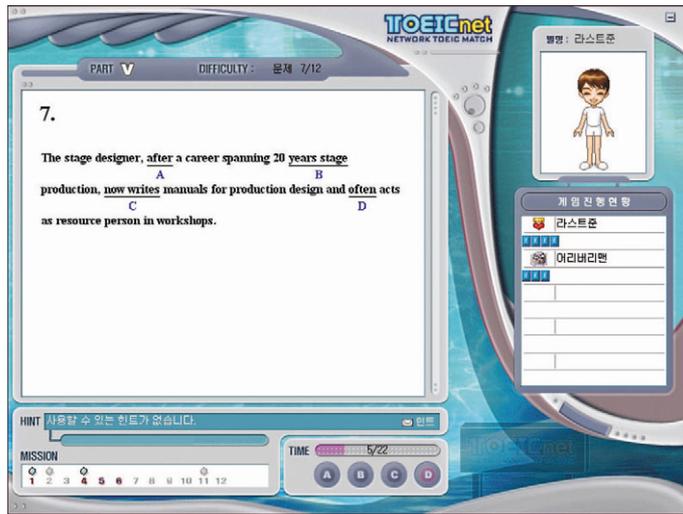


그림 2. 토익넷 플레이 화면

게임 개발팀

현재 구현되어 있는 토익넷의 경우 게임의 재미적인 요소를 극대화한 형태라고 할 수는 없다. 우선 ‘게임의 재미요소’를 구현하기 전에 가장 문제되는 것은 게임요소의 부각으로 인한 콘텐츠 비중이 작아지는 역효과에 대한 우려이다. 앞서 설명하였지만 ‘에듀게임’의 첫번째 목표는 ‘교육효과 입증’이라는 선결과제가 있기 때문에 게임요소를 극대화하거나 부각하는 것은 오히려 교육적이지도, 게임적이지도 않은 요소가 될 수 있기 때문이다.

서비스 중인 토익넷은 게임형식을 빌어 교육 콘텐츠를 제공하는 서비스로는 국내에 유일한 유료모델이라고 할 수 있으며 개발에 있어 게임요소 부각이라는 위험성 보다는 확실한 교육효과를 입증하는데 많은 초점을 맞추고 개발되었다. 그래서 아직은 재미적인 요소를 많이 부여한 게임성과 관련된 부분은 상당부분 기획된 내용에서 제거된 상태이다.

그렇다면 토익넷을 통해 게임의 재미적인 요소를 보여줄 수 있는 범위는 어디까지일까? 그것은 게임의

가장 기본적인 재미요소 중의 하나인 ‘경쟁심’이라고 할 수 있다. 일반적으로 토익시험은 오프라인을 통해서 이루어진다. 대부분 정해진 시간동안 정해진 문제를 푸는 방식으로 진행되며 채점결과를 통하여 자신이 얼마만큼의 점수를 획득하였느냐가 관건이다. 물론 결과적으로 점수를 다른 사람들과 비교하거나 자신의 목표점수에서 얼마만큼 실력이 향상되었는지 줄었는지를 살펴볼 수는 있지만 이를 게임으로 풀어내면 함께 게임하는 사람들과 실력을 견줄 수 있고 자신이 참여한 게임에서의 승부결과, 승률에 따른 레벨 상승 등을 재미요소로써 사용하고 있다.

이처럼 토익넷 자체를 개인 플랫폼을 사용한 교육 콘텐츠 전달에 목적을 두고 무엇보다도 교육적인 요소를 부각시키는 것이 상품 및 서비스로써 가치를 부여할 수 있기에 개인적인 재미요소들을 많이 부각할 수 없는 환경이다. 그렇다면 “너무나 적은 재미요소의 취약점을 어떻게 보완해야 할까”가 가장 큰 해결과제로 떠올랐다. 개인적인 재미요소가 적다면 개인들을 묶은 단체전 양상의 재미요소는 어떻게 하는 기획이 이슈화 되었다.

토익은 대학생들이 넘어야 하는 필수 과정이 되면서 어느 누구 할 것 없이 한번쯤은 토익시험을 보며 결과에 대해 긴장하곤 한다. 그래서 각 학교별로 경쟁구도를 만들어 ‘온라인 토익 대회’라는 형식으로 재미라는 요소를 풀어내기 시작했다. 2004년 7월에 시행된 토익넷을 통한 대회를 성황리에 막을 내렸으며 개인의 승점을 모아 같은 대학에 부여함으로써 대회방식을 정했고, 단체별 경쟁구도라는 재미요소가 기대 이상으로 학생들을 집중하게 하는 요소가 되었다.

토익넷을 개발하는데 또 한 가지 중요한 요소가 되었던 것은 문제 출제방식이다. 특정한 순서에 의해 문제를 출제한다던가, 난이도가 일정하지 않은 문제가 출제 된다던가 하는 것들은 사용자들의 불만이 될 소지가 많았고, 실제 이러한 문제들은 사용자들의 학습향상 효과에도 부정적인 효과를 보여주었다.

실제로 교육효과는 특정 단계별로 난이도를 조정하면서 콘텐츠를 접해야만 실력 향상에 도움이 된다. 토익넷은 약 2만여 개의 문제를 가지고 있으며 지속적으로 계속해서 업데이트되고 있다. 각각의 문제는 난이도를 가지고 있으며 사용자가 게임 내에서 게임을 시작할 때 사용자 수준에 맞는 문제를 무작위로 추출하여 문제세트(Question Set)를 만들고 이를 사용자에게 전송하여 게임을 즐기는 구조로 되어 있다. 즉 MMORPG에서 특정 레벨에 맞는 몬스터를 제공하듯이 사용자의 실력에 맞는 난이도의 문제를 제출함으로써 단계별 학습이 가능하도록 하고 있다.

또한 교육게임이 타 게임과 다른 점이 있는데 이는 게임 리뷰(Review) 기능이다. 이 기능은 사용자가 진행했던 게임내용 즉, 콘텐츠에 관하여 자신이 풀었던 문제 등에 대한 피드백을 받을 수 있는 것으로 언어영역에서는 RC(Reading Comprehension), LC(Listening Comprehension), VOCA(Vocabulary) 등 특정영역으로 분리되기 때문에 사용자가 게임을 마친 후 부족한 부분이 어떤 것인지, 어떤 부분에서 좋은 성적을 거두고 있는지 등의 데이터를 사용자에게 피드백 해주는 부분이 필요하다.

이를 위해서는 사용자가 게임을 진행한 내용을 데이터베이스에 별도로 저장하고 게임을 마친 후 분류기

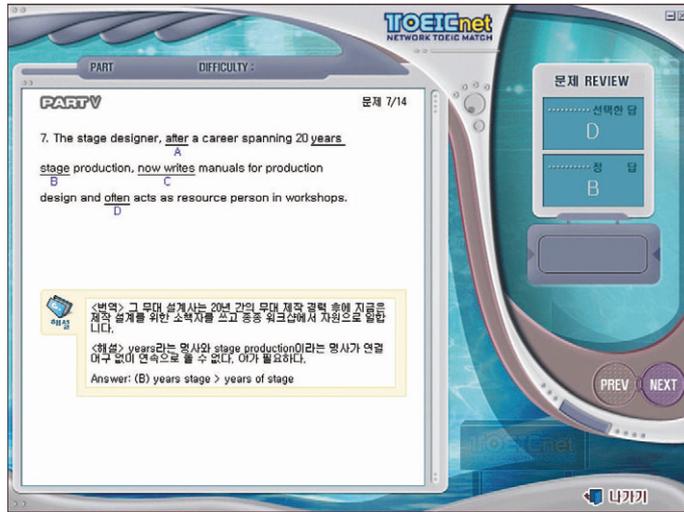


그림 3. 토익넷 리뷰 화면

준에 따라 사용자에게 피드백 해주는 리뷰 로직(Review Logic)을 별도로 구축할 필요가 있었다. 또한 이 부분은 앞으로도 발전 가능성이 많은 부분이며 효과적이고 정확한 리뷰의 제공은 에듀게임의 성공여부에 많은 영향을 미칠 것으로 판단된다.

또한 게임플레이가 원활하지 못한 시스템을 보유한 사용자들이나 게임형식보다는 콘텐츠 문제풀이에만

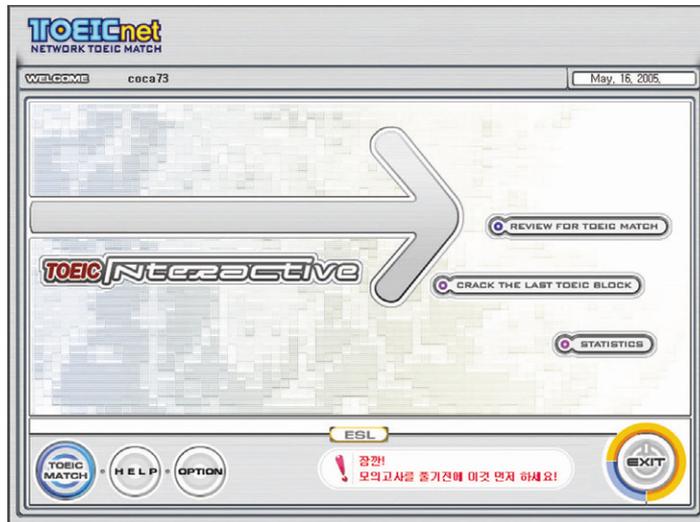


그림 4. 토익넷 웹방식 싱글플레이 화면

으며 대회를 통해 교육용 플랫폼 또는 교육용 솔루션으로 공신력을 쌓았다. 구매시 해당 학교 학생들에게 차별화된 서비스를 제공함으로써 일반 사용자와 구매 사용자와의 차별을 두었다. 현재는 일반 사용자들은 하루에 두 게임만을 할 수 있도록 제한하고 있으며 유료 사용자들이 주 수익모델로 자리잡고 있다.

비즈니스 로직 개발에는 실제 필드에서 영업하는 영업팀과의 긴밀한 협의가 필수적이다. 특히 B2B 시장에서의 지불 담당자들은 서비스를 직접 이용하고 즐기는 사용자층과는 다른 관점에서 서비스 플랫폼을 판단하기 때문에 이를 뒷받침할 충분한 비즈니스 로직에 관련된 통계자료와 관리자용 백엔드 인터페이스(Backend Interface)를 필수적으로 개발해야만 했다. 제아무리 실제 사용자층인 학생들이 좋아하더라도, 분명 교육적인 상품가치를 인정받아야만 하고 그러기 위해서는 보다 편리한 사용자 관리, 사용자 통계 등의 관리자 기능에 필요한 인터페이스를 제공해야만 했다.

필수 현황		예외 현황													
번호	간행사/학교	이름	입문 성적	현 성적	연적당 점	총점	게임 횟수	레 준	종 료	강의	모의고사	시험동 점합	보정시 점합	유저점 수	유저점 수
1	tsukken	덕세회	805	670	▲(+165)	630	253	235	54	25	1	0	0	130	130
2	mandera	광일분	765	750	▼(-15)	611	230	186	6	5	74	0	0	5	770
3	b999000	순천건	390	570	▲(+180)	410	195	191	5	4	15	0	0	230	230
4	mirror27	안기영	525	630	▲(+105)	383	186	185	0	3	3	0	0	0	0
5	indians127	홍현영	430	705	▲(+275)	368	182	151	1	8	10	0	0	25	125
6	ledzz	백찬훈	360	405	▲(+45)	282	126	124	6	2	16	2	0	505	505
7	c510427	김현덕	395	580	▲(+185)	231	58	51	0	24	6	19	3	0	0
8	gojo80	조만영	345	470	▲(+125)	215	66	54	13	25	5	1	0	5	5
9	dbp1004	전해연	625	705	▲(+80)	214	05	01	6	2	32	2	0	545	710
10	js0713s	황상수	445	530	▲(+85)	214	131	77	0	2	0	0	0	0	0
11	kaok99	김왕익	545	570	▲(+25)	190	92	59	22	1	5	1	0	5	5
12	ghd8dvy	홍상표	510	550	▲(+40)	155	71	60	1	4	3	0	0	10	10
13	oedfchuan	박창수	480	510	▲(+30)	155	82	0	3	22	2	0	1	255	295
14	gonomcham	유형현	230	460	▲(+230)	152	65	60	3	5	1	3	1	0	0
15	thn60311	전재영	390	415	▲(+25)	151	12	12	11	21	53	0	0	385	495
16	hwanleoplus	이승환	385	525	▲(+140)	143	66	32	23	5	5	1	0	0	0
17	shim2615	김용택	30	440	▲(+410)	141	05	43	17	2	5	1	0	5	5
18	dewrain99	최진형	430	420	▼(-10)	127	61	30	22	0	6	0	0	5	5
19	jo124u	김종원	630	665	▲(+35)	121	39	33	0	3	0	0	0	0	0
20	nonan00	최진선	515	480	▼(-35)	120	40	39	1	6	14	1	3	5	605
21	pulleum	최민호	570	605	▲(+35)	116	24	22	16	0	36	2	0	10	505
22	pooh10331	조현진				100	0	0	0	30	8	1	0	0	0

그림 6. 비즈니스 로직 사용자 이용현황 통계 제공화면

이러한 비즈니스 로직은 매우 동적으로 처리되어야 하고 빠른 시간 내에 처리되어야 하는 것이 일반적이다. 예를 들면 특정 학교 내의 게임 참여자들 리스트를 기본적으로 제공할 때 특정 학교에서는 토익 넷에 참여한 학생 중 활용도가 높고 성적이 우수한 학생을 선발하여 장학금을 지급하길 원할 수도 있다. 일정한 기간이 지난 후 관리자가 장학금 지급 대상을 수작업으로 가려내지 않고 자동으로 처리, 시상하기를 원할 수 있다. 이런 경우들은 매우 동적으로 일어나는 일레이며, 빠른 처리결과를 희망하는 학교측에 반응하기 위해서 주로 웹사이트를 인터페이스로 사용하고 있다. 즉 비즈니스 로직과 관련된 부분들은 대부분 사용자의 게임 데이터베이스를 가공하여 비즈니스 로직 데이터베이스로 이전 후, 통계 및 분류가 끝

나면 웹사이트를 통하여 제공하는 방식을 채용하고 있다.

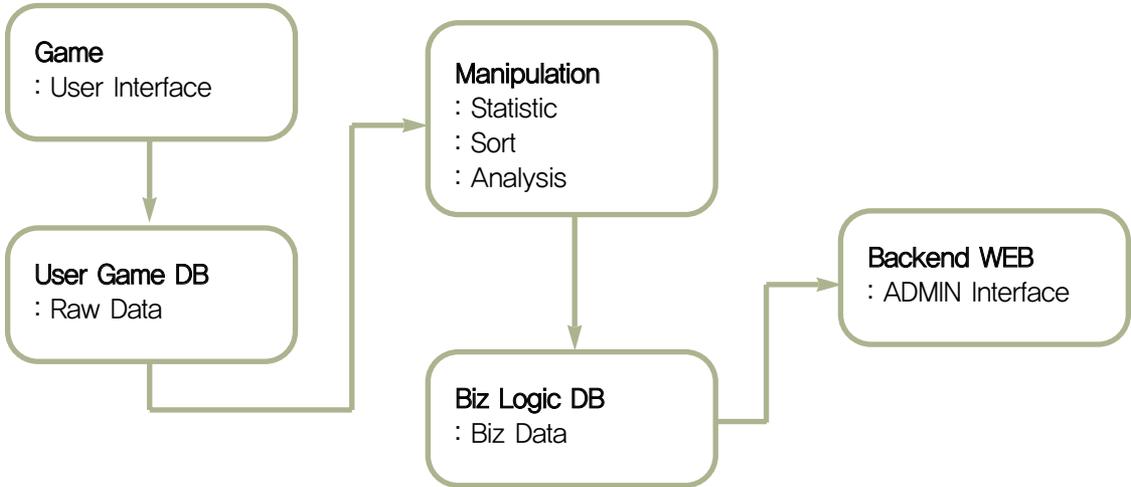


그림 7. Business Logic Development Process

위 그림은 실제 사용자들의 게임데이터 즉, 가공되지 않은 로우데이터(Raw Data)를 통계, 정렬, 분석과 같은 조작을 통하여 비즈니스 로직에 필요한 데이터로 변경하여 해당 어드민을 위해 웹사이트에 게재해주는 로직을 설명한 것이다.

이상 개발과정에 관련된 내용을 살펴보았는데 여러모로 볼 때 일반적인 온라인게임을 개발하는 과정과 많이 상이하다고 느낄 것으로 생각된다. 실제로도 일반 온라인게임을 기획, 개발하는 과정과는 많이 다르며 게임은 콘텐츠 전달의 플랫폼으로 사용되기 때문에 최대한 콘텐츠가 갖는 학습효과라는 정통성을 유지하는 한계점을 갖는다고 할 수 있다.

4. 맺으며

지금까지 에듀게임의 개발과정과 사례인 ‘토익넷’의 개발과정에 대하여 알아보았다. 앞서 설명한 바와 같이 에듀게임은 게임자체가 갖는 매력도 중요하지만 그 이전에 학습적 욕구를 충족시킬 수 있는 교육적 콘텐츠의 개발이 가장 중요하고 이를 게임 속에 어떻게 융화해내느냐가 중요하다. 또한 설명한 비즈니스 로직도 사업기획 단계에서 선결되어야 한다. 개발업체로서는 수익구조 해결을 위한 방향제시가 있어야 하며, 비즈니스 로직이 하나의 모델이 될 수 있다.

일반적인 온라인게임 개발업체의 경우 대부분 게임 하나가 개발업체의 흥망성쇠를 결정하는 구조로 되어 있고 최종적으로 B2C 시장에서 살아남기 위해서 게임 자체가 수익구조를 가져올 수 있어야만 한다. 하지만 에듀게임은 여전히 개발여지가 많은 시장구조를 가지고 있다. 그러나 일반적인 온라인게임과 달리 게임개발 이외에도 콘텐츠 부문, 비즈니스 로직 부문의 개발을 소홀히 해서는 살아남을 수 없는 구조로 되어 있다. 훨씬 복잡하고 다양한 요소들이 점검되어야 하며 정확한 시장규모와 타겟 설정이 에듀게임의 승패를 결정하는 요소가 될 수 있다.

온라인게임 산업은 바야흐로 본격적인 산업화와 중흥기를 맞고 있다. 과연 게임이라는 플랫폼이 즐거움만을 제공하는 단순한 사용에 그쳐야 하는가? 이제는 진지하게 온라인게임 산업 종사자와 개발업체들이 자문해봐야 하는 문제이다. 술하게 야기되는 온라인게임 중독 사례, 제한하기 힘든 청소년들의 폭력적이고 선정적인 온라인게임 노출 등이 사회문제로 대두되고 있는 현시점에서 에듀게임과 같은 온라인게임의 다른 방향성을 제시할 수 있는 기능적인 변신은 어떤 의미를 갖는 것인지 생각해 봐야 한다.

최근 들어 야기되기하면서 국민적인 사랑을 받고 있는 캐주얼풍의 레이싱 게임도 있고, 스포츠를 주제로 하는 건전한 레포츠 형식의 캐주얼 게임들이 많이 개발되고 있는 것은 온라인게임 산업 전반에 걸쳐 매우 긍정적인 요소로 평가 받고 있다. 특히, 우후죽순격으로 많이 생겨난 온라인게임 회사들이 너, 나 할 것 없이 천편일률적인 중세 또는 판타지 풍의 MMORPG만을 고집하는 모습에서 탈피했다는 것은 온라인게임 시장 자체를 긍정적으로 인식시킬 수 있는 중요한 계기가 되었다고 판단한다.

이러한 시장변화에 맞춰 에듀게임도 당당히 온라인게임의 한 부분을 차지했으면 하는 희망과 온라인게임 개발업체들도 '온라인게임'이라는 파격적이고 훌륭한 플랫폼을 다양한 분야에 접목시키고 발전시켰으면 하는 바람이다. 토익넷은 교육용 온라인게임 즉, 에듀게임이 충분히 기능성과 시장성을 갖출 수 있다는 출발점이며 이를 기반으로 보다 탄력적이고 학습력을 갖추기를 원한다. 게임의 최대 요소인 '재미'라는 부분을 보다 효과적으로 접목시켜 훨씬 다양한 방법으로 즐길 수 있는 에듀게임을 개발할 계획을 가지고 있다.