

com2u's

영어 뇌습격



게임을 제작한다는 것과 성공한다는 것

과거에 게임 제작이라는 것은 순수하게 게임이 좋아서, 게임을 사랑해서 모든 것을 포기하고 매달리는 직업이라고 받아들여지는 때가 있었습니다. 항상 라면에, 야근이 끊기지 않고, 여자친구도 없이, 휴일에도 컴퓨터 앞에만 매달려 있는... 게임 개발에 대한 그러한 이미지가 약해진 것은 - 물론 완전히 없어진 것은 아닙니다만 - 아마 게임이 사업성 있는 미래형 가치 성장 산업으로 인정받게 된 2000년대 이후였던 것 같습니다. 즉 기존 시장의 규모를 초과 성공하는 게임들로 인해 개발자의 환경과 게임 개발에 대한 사회적 이미지가 높아졌다는 말이 되겠죠.

사회적 이미지가 높아졌다는 것은 기대감이 그만큼 높아졌다는 이야기고 따라서 이런 분위기를 유지하기 위해서는 더 큰 성공을 거두어야 한다는 것을 의미합니다. 즉 과거 PC패키지 시장에서는 5만 카피만 팔려도 대박이라는 소리를 들으며 개발사를 먹여 살릴 수 있었지만, 개발 인원이 많아지고 - 그리고 전문적인 마케팅 팀이나 서비스 운영 팀, 경영진 등이 추가되면서 덩어리가 커진 개발사를 먹여 살리기에는 과거의 기준은 참고용으로도 사용할 수 없을 정도로 비대해져 버린 것이 게임 산업입니다.

갑자기 서두부터 이런 이야기를 꺼내는 것은 게임이라는 것이 이제 개인적인 재미나 단편적인 아이디어로 진행하기에는 너무나 큰 사업이 되었다는 것입니다. 온라인 게임에 비해 제작기간과 인원이 적게 든다고 알려져 있는 모바일 게임이라고 해도 자사인 컴투스의 경우 1년 이상의 기간이 소요됩니다. 따라서 이런 긴 제작 기간 동안 구성원들이 지치지 않고 개발에 몰두할 수 있게 하기 위해서는 게임의 성공 가능성이 가시적으로 제시될 수 있어야 할 것입니다. 이런 성공 가능성은 순수하게 게임 자체의 재미가 될 수도 있고, 시장 상황, 타겟 유저의 동향 등 사회적 이슈가 될 수도 있을 것입니다.

우리는 이러한 성공 가능성으로 780만 명의 초, 중, 고등학생에게서 잡았습니다. 또한 영어라는 것을 좋아하지는 않더라도 외면 할 수는 없는 현실 - 애증이 섞인 한국 영어 교육의 딜레마에서 잡았습니다.

영어에 고민을 해보지 않은 사람이 있습니까?

영어를 잘하고 싶지 않은 사람이 있습니까?

이러한 한국 시장에서 간단한 게임을 통해 2200단어를 외울 수 있다는 게임이 있다면 성공할 것이라는 예감은 안 드십니까?

영어로 게임을 만든다고?

처음 영어로 게임을 만들겠다고 했을 때 회사 내부의 반응은 기대 반 우려 반이었습니다. 기대는 새로운 장르의 게임과 잠재 시장으로의 도전의 결과에 대한 것이었고, 우려는 과연



요구르트를 마시듯 간단하게 즐기는
영어게임! 이것이 <영어뇌속력>의
컨셉이다

영어로 게임이 될까 라는 우려였습니다. 아니 정확히 말하자면 영어로 게임을 만들었다 쳐도 그것이 과연 재미가 있을까, 재미가 있다고 해도 영어로 하는 게임을 과연 유저들이 선택을 할 것인가에 관한 우려였습니다.

확실히 영어라는 소재는 양날의 검을 가진 소재였습니다. '영어는 꼭 해야 하지만 영어를 재미로 하는 사람은 없기 때문에 실패할 것이다' 라는 의견과, '영어를 재미로 하는 사람은 없지만 꼭 해야만 하는 것이기 때문에 영어를 게임으로 할 수 있게 한다면 분명 성공할 것이다'라는, 똑같은 상황을 해석에 따라 180도 다른 결과로 예측하는 의견이 나오곤 했습니다.

이러한 상황에서 일단 가능성을 타진하기 위해 우선적으로 몇 개의 프로토타입을 만들어 회사 내 자체 데모를 진행하기로 했습니다.

가능성을 타진한다 - 첫 프로토타입 제작

약 100여 개의 단어와 10개의 문장만을 넣은 버전을 시범적으로 구현했는데 최초로 제작된 프로토타입은 많은 분들이 교실이나 친구들과하고 봐서 잘 알고 있는 퀴즈 놀이 '행맨'을 모티브로 만든 게임이었습니다. PDA등으로 디지털화 된 적은 있지만 펜으로 터치가 가능한 PDA와 키 입력이 필요한 핸드폰의 인터페이스에는 분명 차이가 있었고 그러한 인터페이스의 차이가 게임 플레이에 큰 벽이 된다고 판단해서 핸드폰에 적합한 게임 방식을 고려하게 되었습니다. 결국 방향키에 4개의 알파벳을 배열해 주고 바로 입력하게 하는 식으로 구성하게 되었는데, 그 결과 원작보다 자유도는 좀 떨어지게 되었지만 생각의 범위가 줄어들고 바로 바로 입력이 가능하게 되어 게임이 전체적으로 스피디해졌습니다. 결과적으로 이 게임은 <힌트힌트>로 이름이 결정된 <영어뇌속력>의 첫 번째 게임이 되었습니다.

하지만 난이도 설정과 게임요소가 완전히 적용된 상태가 아니어서 게임의 재미를 충분히 느끼기에는 무리가 있었습니다. 또한 단어 데이터베이스의 부족으로 출제되는 단어가 종종 중복이 되어 몇 번만 플레이를 해도 쉽게 지루해지게 되었습니다. 결국 약 2개월을 진행한 프로토타입의 결과는 게임과 교육의 두 방향 모두 놓쳤다는 의견 지배적이었으며 역시 게임성과 교육적 요소 - 두 가지가 균형이 잡힌 게임을 만드는 것이 쉽지 않은 일이라는 것을 새삼 느끼게 되었습니다.

하지만 영어 게임에 대해 막연히 생각하고 있었던 거부감은 실제로 제작과 플레이를 해 보면서 많이 줄어들게 되었으며 결정적으로 영어로도 게임이 가능하고 성공의 가능성이 있다는 판단을 이끌어 낼 수 있어 프로젝트가 본격적으로 가동되게 되었습니다.

어디까지나 게임을 만들어야 한다!

영어에 대한 거부감이 크지 않은 게임을 만드는 것은 가능할 것 같았지만 여전히 프로토타입의 상태가 게임적으로 매력이 약하다는 것은 큰 문제였습니다. 게다가 영어와 게임이라는 두 가지의 요소 사이에서 중심을 잡지 못하고, 게임적인 요소가 떨어진다는 의견이 나오면 ‘이건 영어 학습 게임이니까 괜찮을 거야’ 라고 생각해 버리거나 학습적인 효과가 의심된다는 의견에는 ‘게임인데 뭐’ 라고 무의식적으로 합리화 하게 될 때가 많아졌습니다. 하지만 이런 두 가지의 딜레마가 계속되면서 이것도 저것도 아닌 이상한 게임이 되어버리는 것이 아닌가 하는 걱정은 여전히 줄어들지 않고 있었습니다.

대립된 두 가지가 양립하기 위해서는 재미와 학습 효과 사이의 주종 관계를 확고히 결정을 할 필요가 있었습니다. 누가 리더가 될 것인가를 택할 때가 온 셈이죠.

“학습 효과는 일단 나중에 생각하자. 이건 어디까지나 게임이니까 일단 재미 있게 만드는 거야!”

그것이 바로<영어뇌습격>의 다소 무책임하지만 프로젝트의 중심을 확고하게 잡을 수 있게 한 핵심 개념이 되었던 것입니다. 이에 따라 학습적인 요소는 일단 차후로 제쳐두고 게임성을 보장하기로 결정했습니다.

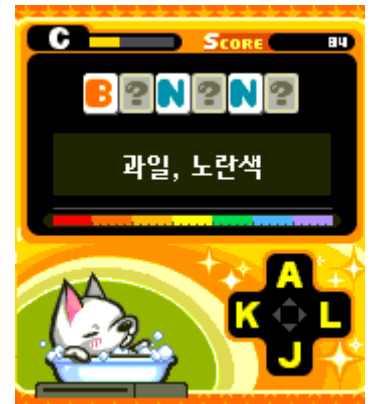
일단 게임의 가장 핵심이 되는 단어 데이터는 2200개로 그 목표 개수를 정하고 난이도를 100개 단위로 나누어 22개의 난이도 블럭 셋을 만들었습니다. 또한 하나로 되어있던 타임 게이지를 3~7개로 블럭화 시켜 한번 어려운 문제가 나왔다고 쉽게 게임 오버되는 경우를 없앴고, 기존에 나와서 알고 있는 문제가 몇 번만 나와도 바로 100%로 회복되는 경우도 제한하였습니다. 이러한 블럭 단위 게이지의 적용으로 인해 게임의 급격한 플레이 변화를 막고 항상 적당한 긴장감을 유지할 수 있게 되었습니다.

플레이를 가로막는 모든 벽을 없애라!

영어라는 것 하나만으로도 충분히 유저들은 부담을 가지게 되었습니다. 따라서 게임 내에서 부담을 가지게 되는 요소는 모조리 없애야 한다는 것이 가장 큰 과제였습니다.

그 일환으로 이후 추가되는 모든 게임의 인터페이스는 상, 하, 좌, 우 키와 OK키만을 사용하는 것으로 통일을 시켰습니다. 게임의 플레이를 제한한다는 것은 사실상 기획 초기에 한 단계의 담을 쌓고 들어가는 것과 마찬가지였습니다. 재미있을 것 같은 아이디어도 이 조건을 만족하지 못하면 일단 드롭 되었습니다.

어떻게 보면 다양성을 막는 것이고 게임이 획일하게 보일 수 있다는 단점도 있었지만 무



가장 처음 구상된 게임 힌트힌트. 사실 이 게임의 모태는 고전 퀴즈 게임 <행맨>이었다



게임은 모두 동일한 화면 인터페이스와 조작계로 통일 되었다

엇보다도 중요한 것은 선택한 유저의 부담을 줄여주는 것이라는 판단이었습니다. 결과적으로 이로 인해 유저들은 가장 쉽게 게임 방법을 익힐 수 있었고, 한 가지 게임 방법만 익히면 다른 게임은 별다른 키 설명 없이 즐길 수 있게 되었습니다.

또한 입력 방법에서 더 나아가 4가지의 게임 화면까지 통일해 버렸습니다. 화면을 3영역으로 크게 나누어 위 하단에는 방향키를 넣어 게임의 사용키를 한눈에 들어오게 만들었고 좌 하단에는 캐릭터를 큼직하게 넣었습니다. 물론 화면의 절반을 차지하는 상단의 메인 프레임은 제시되는 문제를 보여주기 위해 비워두었습니다.

재미있는 게임? 재미있어 보이는 게임!

캐릭터에 대해서는 여러 가지이견이 많았습니다. 캐릭터가 게임에 대해 직접적으로 끼치는 영향이 없는 것에 비해 너무 자리를 크게 차지하는 게 아니냐는 의견이 지배적이었습니다. 이것은 유저가 플레이 할 때 캐릭터에는 거의 눈이 가지 않고 상단의 문제에만 신경을 쓰기 때문에 나온 의견이었습니다. 큼지막한 캐릭터 때문에 소모되는 이미지 리소스나 메모리, 애니메이션을 처리하기 위해 들어가는 작업시간을 생각했을 때는 당연한 의견이라고 생각할 수도 있습니다.

사실 모든 말이 맞습니다. <영어뇌습격>에서 캐릭터가 게임 플레이에 미치는 영향은 어이없을 정도로 작았습니다. 그럼에도 불구하고 캐릭터 컨셉은 끝까지 수정되지 않았습니다.

<영어뇌습격>의 캐릭터는 유저를 위한 것이 아니었습니다. 모바일 게임은 집에서 혼자 하는 시간도 있지만 학교 등에서 쉬는 시간이나 이동 중에 즐기는 시간도 많은 게임입니다. 플레이 공간의 특성상 주변인이 지켜볼 여지가 많은 게임이고, 그렇다면 하는 사람만 재미있는 게임이 아니라 옆에서 보는 사람도 재미있는 게임이어야 한다는 생각이었습니다. 다시

말해 크게 들어간 캐릭터는 플레이하는 유저를 위한 것이 아니었고 그 플레이를 옆에서 지켜보는 갤러리를 위한 것이었다는 말입니다.

친구가 하는 것을 보고 '아 재미있겠다.'라는 생각이 들어 바로 다운로드로 유도할 수 있다면 캐릭터의 역할은 100% 완수하는 것이라 생각 했습니다.

해보면 재미있는 게임을 만드는 것은 물론 어렵습니다. 하지만 게임이 바이러스처럼 퍼지게 하기 위해서는 해보면 재미있는 것에서 멈추지 않고 해보지 않아도 재미있게 보이는 게임을 만들기 위해서 노력했어야 했습니다. 그리고 다행히도 <영어뇌습격>에 등장하는 4마리 강아지의 캐릭터들은 그 역할을 충실히 해 주었습니다.

성공 모델은 적극 활용한다.

약간 이야기가 돌아가지만 컴투스에는 많은 히트 게임이 있습니다. 또한 히트 게임의 대열까지는 들어가지 못하지만 좋은 게임성으로 대내외적으로 인정받는 많은 게임들도 있습니다. 이런 성공적인 게임들의 요소는 다른 성공 게임을 만드는데 밑거름이 됩니다.

<영어뇌습격>을 만들면서 영어라는 양날의 검을 다듬는 데 쓰였던 방법이 바로 이런 자사의 성공 모델의 게임 요소를 적극 활용 하는 것이었습니다.

먼저 거의 컴투스의 표준 게임 요소로 자리 잡은 <미니게임천국>의 멀티 게임 방식과 랭킹 시스템을 도입하고 <슈퍼액션 히어로>의 가면 획득 인터페이스와 숨겨진 미션 플레이에 따른 아이템 획득 조건 제시를 적용해 입소문 거리를 제공했습니다. 또한 2004년 출시되어 당시 사내에서도 많은 폐인을 만들어낸 퍼즐게임<뿌뉴뿌뉴퐁>의 성적표 시스템을 전면으로 내세워 재도전과 경쟁의식을 부각시켰습니다. 여기에 <붕어빵 타이쿤>의 직관적인 입력 - 화면에 키패드의 위치가 그대로 보이고 바로 입력하는 데서 심플한 입력 방식에서 오는 중독성이 기본이 되었습니다.

다시 말해 <영어뇌습격>은 영어라는 소재적 부담감을 없애기 위해 컴투스의 게임적 노하우가 총 동원된 셈이라고 할 수 있습니다. 실패한 게임에서 얻을 수 있는 정보와 교훈은 물론 값진 것이지만 성공한 게임들의 데이터에서 얻을 수 있는 도움은 그에 비교도

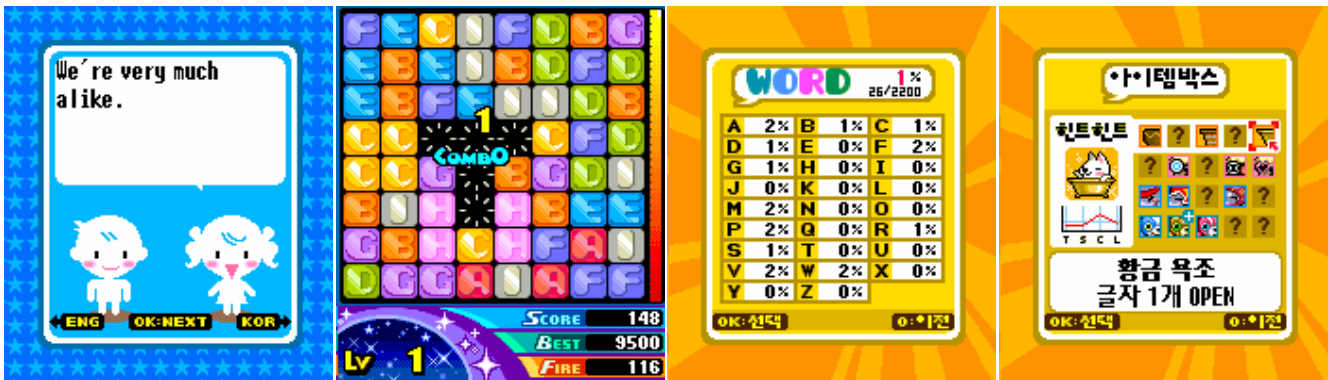


<영어뇌습격>의 캐릭터. 왼쪽 위에서부터 목욕견, 댄스견, 무사견, 로봇견

할 수 없을 정도로 값진 것입니다. 어디로 가면 안 된다는 것만 알려주는 지도와 어디로 가야 한다는 것을 알려주는 지도의 차이라고까지 말할 수 있을 것입니다.

모바일 게임에 특화된 시스템은 어떤 것인가.

최근 대용량 핸드폰도 출시가 되고는 있지만 아직 저장 용량이 제한되어 있는 핸드폰이 대다수이기 때문에 다른 게임을 받기 위해 이전에 받았던 게임을 지워야 하는 경우가 생깁니다. 그런데 앞에서 캐릭터 부분에서 잠깐 이야기가 나왔지만 모바일 게임은 모바일 게임 플랫폼에 따른 특성이 있습니다. 일단 친구의 플레이, 추천 등에 따른 주변 전파력이 즉각적이며 친구나 지인의 핸드폰에 들어있는 게임을 한 두 번씩 해보고 그 자리에서 바로 다운 받는 경우도 많습니다. 때문에 한 번 끝을 보면 '아, 재미있었다' 라는 생각과 함께 삭제 되는 것이 아닌, 지우기가 웬지 아까워 계속 남겨두게 되는 게임은 오랫동안 사람과 사람 사이를 직접 연결해 주는 보이지 않는 마케팅 요소를 가지게 됩니다. 이러한 요소를 만들기 위해 하루에 하나씩 그날의 일일 회화를 열어주어 게임의 소장가치를 높였으며 핸드폰의 특성인 네트워크 출석 체크를 통한 오늘의 코인의 복권식 증명, 게임 중에 맞힌 단어를 2200 단어장으로 하나씩 모아가는 성취감, 성적표를 모두 SS로 채우는 자기 만족감을 느낄 수 있게 만들었습니다. 또한 아이템을 기본 아이템과 플러스 아이템으로 구분하여 입소문 요소를 한 단계 더 높이고 게임 내에서 수집한 모든 요소를 메인 메뉴 내의 '컬렉션'으로 한눈에 알아볼 수 있게 구성하여 자신이 이 게임에 들인 노력을 시각적으로 부각 시켰습니다. 또한 본 게임과 별도로 머리 쓰기 싫을 때 짹짹이 즐길 수 있도록 퍼즐게임 <알파큐브>를 추가하여 이 게임의 소장 이유를 한 가지 더 추가하였습니다.



<영어뇌습격>의 다양한 수집 요소들

이러한 여러 가지 시스템을 넣기 위해 개발기간은 상당히 더 늘어나게 되었지만 결과적으로 게임의 생명을 더 길게 이어갈 수 있는 효과를 얻을 수 있었다고 생각합니다.

게임 제목 - <영어뇌습격>

게임 제작에서 가장 쉽게 해결할 수 있는 문제처럼 보이면서 실제로는 가장 고민을 하게 되는 부분 - 바로 제목 결정이 아닐까 싶습니다.

실제로 <영어뇌습격>의 경우 시작 시점이었던 2005년 11월에는 SONE이라는 프로젝트 네임으로 불렸습니다. 게임의 형태가 갖춰지면서 각종 발표 자료나 제작 공모전 등에 출품하기 위해 임시 제목을 <영어로 놀자>라고 결정했는데, 게임의 플레이와는 잘 어울리지만 제목이 다소 유아용 영어 학습 콘텐츠처럼 보일 수 있을 것 같다는 우려도 있었습니다. 개발 기간이 7개월쯤 지난 2006년 5월, 게임 제목에 대해 본격적인 논의가 시작되었는데 400여 개의 제목을 뽑아봤지만 이거다 싶은 제목이 나오지 않고 마음만 조급해 져갔습니다. 그런 식으로 지쳐가다 보니 <영어로 놀자>도 나름 나쁘지 않은 것 같은 생각까지 들게 되었습니다.

6월 중순 경, 영어 게임이지만 영어 실력만이 아닌 순발력이나 상상력이 필요한 게임 플레이 특성을 고려해 영어와 두뇌 단련, 두 가지의 느낌을 같이 줄 수 없을까 하는 고민을 하다가 <두뇌회전 영어팩>이라는 제목을 생각했는데, 이 제목을 보고 자사의 박지영 사장님이 <영어뇌습격>이라는 제목을 제안하셨습니다.

사실 제목 결정의 큰 문제가 '영어' 라는 단어의 어감이 워낙 학습 분위기를 풍기기 때문에 어떤 제목을 지어도 딱딱해 보인다는 것이었습니다. 사실 '영어' 라는 단어는 호감가는 단어가 아니죠. 그런데 그에 못지않게 비 호감인 '뇌' - 거기에 '습격' 까지.

각각을 떼놓고 봤을 때 모두 비 호감에 강한 느낌이지만 묶어 봤을 때 묘하게 나름대로 독특한 느낌을 주는 제목이라는 생각이 들었습니다. 어정쩡하게 이도 저도 아닌 제목보다는 확실히 게임의 특성을 보여주는 제목이 낫지 않을까 하는 생각도 있었고요. (절대 사장님이 생각한 제목이라 그대로 따라가 버린 건 아닙니다.^^)

여담이지만 이후 2006년 12월경 <영어뇌습격>의 출시를 준비하고 있을 무렵 정식 발매된 닌텐도DS의 <두뇌 트레이닝>과 <영어삼매경> 때문에 출시 전부터 표절 게임이라는 추측성 의견이 인터넷 게임 게시판에 올라오기도 했습니다. 당황스럽기도 했었지만 2005년 11월부터 준비하던 우리 게임이 표절의 누명을 쓸 이유가 없었으며, 물론 출시된 이후에는 전혀 다른 게임이라는 것을 설명할 필요도 없었던 것은 두말할 필요가 없었습니다.

실제 유저의 목소리를 들어라

이렇게 만들어진 최종 버전은 회사 내부적으로는 꽤 재미있다는 평가를 받을 수 있었습니다. 하지만 일단 해 보면 재미를 느낄 수 있지만 영어라는 소재와 처음 접하는 게임 방식은 여전히 초기 선택에 걸림돌이 될 수 있다고 판단되어 유저들로 구성된 베타테스터를 모집해 일반 유저들의 반응을 살피고 난이도를 조절하기로 결정했습니다.

각 모바일 게임 커뮤니티에 모집 공고를 게시해 300여명의 신청자를 받아 그 중 30명을 선발하였으며, 그 후 2주간 3차에 걸친 리포트를 받았습니다. 의도적으로 게임의 제목을 알리지 않고 단지 ‘컴투스 신작 게임’이라는 제목만으로 베타테스터를 모집해 영어라는 선입관이 없이 게임 자체의 재미를 판단할 수 있도록 유도했습니다.

며칠 후 첫 번째 리포트들이 도착하기 시작하였습니다. 게임의 첫 인상을 묻는 질문에 유저들은 대다수가 당황스러운 반응을 보였습니다.

“타이틀을 보자마자 영어라는 단어에서 멍하니바라만 보다가 시작했더라지요..”

“처음보고서는 뇌습이 아니라 안습?!이었습니다. ㅏㅏ 제가 못하는 과목 중 하나라..”

“영어라는 ... 것을 이용했을 줄이야... 라는 느낌?? ㅋ”

“영어 하는 게임이라 게임을 해보기 전 첫인상은 재미없을 꺼라 느꼈습니다.”

“제일 못 하는 과목은 영어다... 그러므로 나는 정말 처음엔 죽을 맛이였다”

“게임을 어떻게 해야 되는 지도 잘 몰랐었고 영어를 제일 못 한다”

하지만 걱정을 깨고 거의 대부분의 유저들이 플레이 결과 새롭고 재미있다는 의견을 주어 이때부터 조심스레 성공을 확신할 수 있었습니다. 거의 모든 유저들이 1, 2, 3차까지

뺄뺄하게 설문과 의견을 보내왔고 베타테스터 기간이 지난 후에는 베타테스터들끼리 스스로 카페를 만들어 게임에 관한 의견을 주고받기도 하였습니다. 이렇게 얻은 베타테스터들의 의견을 받아들여 일부 난이도를 수정하고 게임 내 힌트 데이터와 아이템의 등장확률, 각종 버그를 수정한 후 2월 1일 SKT에 첫 출시를 하게 되었습니다. 2005년 11월 프로젝트의 첫 시작 후, 15개월만의 출시였습니다. 이후 2월 28일 KTF에, 3월 29일에는 LGT에 서비스를 시작하게 되었습니다.

15개월, 보통 모바일 게임에 비해 <영어뇌습격>의 개발기간은 예외적으로 길었습니다. 처음 시도하는 교육성과 게임성의 균형을 잡는 것은 예상보다 훨씬 힘든 일이었습니다. 하지만 결과적으로 고민을 한 많은 시간만큼 내외적으로 좋은 반응을 얻을 수 있었기에 프로젝트에 참여한 모두들에게 보람으로 남을 수 있는 작품이 될



베타 테스터 공개 모집 포스터. 베타 테스터는 견(犬)습생으로 이름 지었다

수 있었습니다.

<영어뇌습격>의 개발을 통해 그동안 막연하게 알고 있었던 에듀테인먼트 시장에 대해 많은 고민을 할 수 있었습니다. 치열한 경쟁의 게임 산업에서 아직 남아있는 블루오션. 그것이 바로 진정한 에듀테인먼트 시장이 아닐까 하는 생각을 가지게 되었습니다.

에듀테인먼트 게임의 미래

에듀테인먼트라는 단어는 잘 알려져 있다시피 교육을 뜻하는 에듀케이션(education)과 유희, 놀이를 뜻하는 엔터테인먼트(enter-tainment)가 합쳐져서 만들어진 단어입니다. 즉 교육적인 성향이 있는 놀이 콘텐츠라고 할 수 있죠. 본격적인 에듀테인먼트의 이론이 국내에 소개된 지는 10여 년이 지났지만 그 개념이 본격적으로 확립된 시기는 2000년대 초반으로 잡는 것을 일반적으로 보고 있습니다.

하지만 에듀테인먼트라는 개념이 나오기 전부터 학습적 요소를 엔터테인먼트 콘텐츠에 접목시키려는 노력은 계속 시도 되어 왔었고 그 결과 많은 학습용 비디오물, 애니메이션, 게임 등이 출시된 바 있습니다.

하지만 이렇듯 낯선 개념이 아닌 에듀테인먼트가 왜 아직까지도 게임에 있어서는 구체적으로 와 닿지 않는 것일까요. 그것은 성공한 에듀테인먼트 게임의 사례가 매우 적었기 때문이라고 생각합니다.

에듀테인먼트 콘텐츠는 특히 유아 교육용 애니메이션 등에서 큰 강세를 보이고 있는데 누구나 이름을 들어 봤을 만한 <뽀롱뽀롱 뽀로로>나 <텔레토비>, <망귀대장 뽕뽕이> 등이 그러한 작품들입니다. 이들 영상 에듀테인먼트 콘텐츠는 귀여운 캐릭터, 소비자의 눈높이에 맞춘 이야기 구성, 영상물만이 가질 수 있는 다양한 연출과 아름다운 색채감으로 어린이들의 호응을 얻었지요. <텔레토비>같은 경우에는 연령을 넘어선 매니아 층이 생기기도 했습니다.

영상물이 확고한 시장을 차지한 반면 게임 방면은 아직 이렇다 할 성과가 없다고 할 수 있습니다. 삼성전자가 1990년대 후반부터 출시한 <짱구는 못말려> 시리즈와 손오공의 <하얀 마음 백구>는 아동용 게임으로 큰 성공을 거두었지만 엄밀히 이들을 에듀테인먼트 게임으로 분류하는 것은 무리가 있었습니다. 아동용 게임 = 에듀테인먼트 게임은 아니니까요.

2000년을 전후로 패키지 게임 시장이 축소되면서 게임의 주도권은 온라인으로 넘어가게 되는데 온라인 쪽의 교육 콘텐츠는 주니어 네이버 등의 아동 교육 사이트가 활발하긴 하지만 교육적 특성이 강조된 플래쉬 콘텐츠가 대부분이라 정작 게임과 관련된 콘텐츠는 절대적



교실이 개판이 되어도 상관없다. 게임은 어디까지나 게임일 뿐

으로 부족하거나 그 위치가 애니메이션에 비해 약한 것이 사실입니다. 또한 에듀테인먼트 시장의 포커스는 절대적으로 취학 이전의 아동에게 맞춰져 있는 경우가 대부분이라서 780만 초중고생이라는 엄청난 잠재 소비군을 놓쳐버리고 있는 현황이었습니다.

애니메이션 및 영상 에듀테인먼트 시장이 크게 확대가 되는 상황에서 게임 에듀테인먼트 시장이 아직 성장이 둔화되고 있는 이유는 ‘놀이’ 로써의 게임의 역할이 ‘교육’이라는 틀을 벗어나지 못한 이유로 분석했습니다.

최근의 영상 에듀테인먼트의 주류는 과거 선생님이 등장해 가르쳐주고 직접따라 하기식의 유치원 교육 컨셉을 벗어나 일상생활의 한 면을 전달한다든지 (뽀롱뽀롱 뽀로로, 아기핑크 권 핑구) 동작과 소리, 색깔의 원초적인 영상의 변화를 제공하는 것으로 발전되고 있습니다. (텔레토비, 베이비 아이쉬타인)

이러한 변화에 대해 미국의 애널리스트인 데이비드 모슈라는 그의 저서 <패자의 미래>에서 “기술의 패러다임의 변화는 기존의 기술이 1970년대에는 산업, 1980년대에는 정보, 1990년대에는 지식에 중심 가치를 둔 데에 반해 2000년대의 두드러진 특징은 감성과 문화를 강조하는 쪽으로 발전 되고 있다.” 라고 밝히고 있습니다.

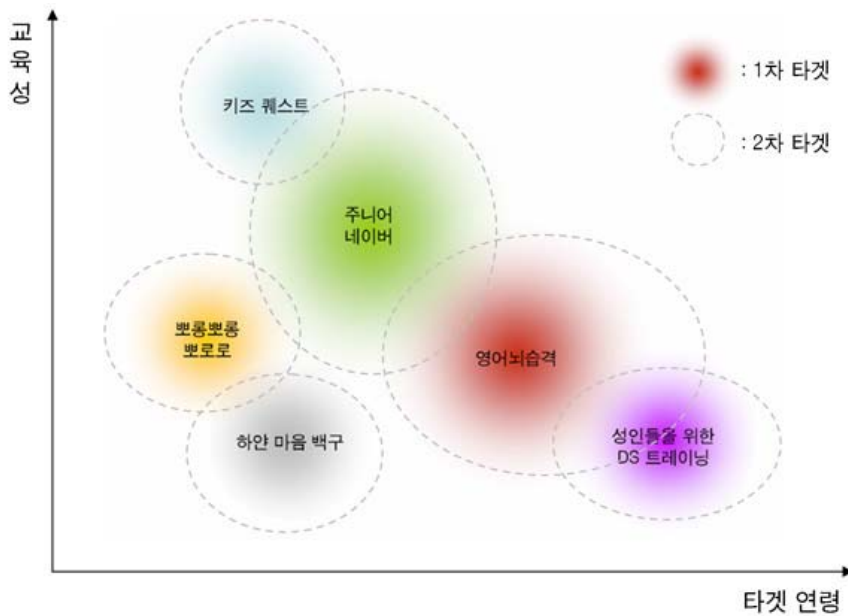
이를 증명하듯 1990년대의 교육과 엔터테인먼트의 만남이 효용성을 강조하고 지식을 전달하는 데에 비중을 크게 두었다면 2000년대에 이르러 나온 일련의 에듀테인먼트 콘텐츠들은 지식 전달의 강제성에서 벗어나 좀 더 자유로운 감성과 그 콘텐츠 자체의 문화성을 강조

하고 있었습니다.

즉 ‘교육’이라는 울타리를 벗어나 ‘영상과 감성’의 비중이 높아지고 있으며 이러한 장르적 특성이 강조됨으로써 억지로 교육을 받는 것이 아닌 즐거운 놀이의 하나로써의 폭발적인 규모의 영상 에듀테인먼트 시장이 형성되었다고 볼 수 있다는 것이죠.

이에 비해 게임은 인터랙티브 플레이라는 강점이 있음에도 불구하고 아직도 숫자를 누르면 소리가 난다던지, 영어 단어와 그림을 맞추는 정도의 기본적인 교육 툴의 수준을 벗어나지 못하고 있습니다.

영상 에듀테인먼트 시장의 발전에서 배



(영어뇌습격)의 브랜드 포지셔닝 전략. 교육적 요소와 타겟 유저를 한눈에 볼 수 있다

울 수 있듯이 콘텐츠는 장르의 특성을 살리고 그 안에 다른 특성을 아울러야 성공적으로 다가갈 수 있다고 판단이 됩니다. 이에 새로운 게임 에듀테인먼트의 개념으로 툴 인터랙티브 (TOOL INTERACTIVE)의 개념에서 벗어난 펀 인터랙티브(FUN INTERACTIVE)의 개념으로 게임 에듀테인먼트의 개념이 정립 되어야 한다고 판단하고 영상이 영상으로서의 재미를 기반으로 하고 교육의 요소를 추가했듯이, 게임은 게임으로서 재미를 토대로 하고 교육의 성과를 그 위에 더해야 한다는 결론을 내고 싶습니다.

맺으며

말이 나온 김에 원론으로 돌아가 보겠습니다. 언어적으로 면밀히 따져보면 에듀테인먼트 = 에듀케이션 + 엔터테인먼트입니다. 에듀케이션은 엔터테인먼트를 수식해 줄 뿐이지 그 자체가 아닌 것입니다. 본체는 어디까지나 엔터테인먼트라는 이야기죠. 교육성 때문에 재미가 반감된다면 그것은 참다운 에듀테인먼트가 아닐 것이라고 생각해 봅니다.

영상 에듀테인먼트 시장에 못지않은 게임 에듀테인먼트 시장의 활성화는 분명 가능한 일일 것입니다. 눈부신 성장을 거듭하고 있는 한국의 게임 산업. 그 안에 진정한 게임 에듀테인먼트 콘텐츠가 함께 할 수 있기를 기대합니다.

- 컴투스 <영어뇌습격> : 전명진 PD

