

제3부 게임문화 동향

제1장 ... 국내외 e스포츠 동향

제1절 국내 e스포츠 동향

제2절 해외 e스포츠 동향

제3절 「e스포츠진흥법」 제정과 게임문화 발전

제2장 ... 게임문화의 역할과 영향

제1절 게임문화 동향과 문화적 실천

제2절 게임팬덤의 문화적 의미

제3절 게임과 예술의 동행, 미디어아트 동향

제4절 게임기업의 사회 공헌 현황

제3장 ... 사회적 연결망으로서의 게임

제1절 기능성게임의 동향과 전망

제2절 소셜 게임의 현황과 전망

제1장

국내외
e스포츠 동향

제1절 국내 e스포츠 동향 ▼

1. 국내 e스포츠 개요

2011년 국내 e스포츠계는 급격한 체제전환의 시기로 요약할 수 있다. 우선 야심차게 추진했던 2011년 프로리그 상해 결승전이 태풍으로 무산되면서 e스포츠 대표브랜드로서 공신력에 타격을 입었다. 10년 넘게 진행한 <스타크래프트 : 브루드워> 중심의 체제가 영향력이 약화되는 상태에서 벌어진 이번 사태는 프로게임단의 해체를 가속화시키는 결과를 낳았다. 그리고 MBC게임의 채널 변경으로 e스포츠 전문방송국이 온게임넷 단일체제로 줄어들면서 지난 10년간 이어오던 e스포츠의 외형이 급격하게 축소되었다. 이런 위기감은 지적재산권 분쟁을 위시한 종목사, 방송사, 협회 등 e스포츠에 관련된 여러 주체들의 갈등관계를 해소하도록 강제하는 역할을 하여 대타협을 일구어내기도 하였다. 이런 위기 속에서도 매우 긍정적인 일도 일어났다. 우선 새로운 e스포츠 종목인 <리그오브레전드(LoL)>의 인기확산은 소수 인기종목 중심의 e스포츠 저변의 실질적인 확장을 가져왔다. 또한 2009년부터 추진해오던 「e스포츠진흥법」의 통과가 그 대표적인 예다. 지난 10년간 이어오던 체제가 급속하게 재편되었던 2011년 하반기에서 2012년 상반기까지 국내 e스포츠계의 현황을 이슈별로 정리하기로 한다.

2010년에 일어난 승부조작, 불법배팅과 같은 일부 프로게이머들의 불미스러운 사건의 연루로 인해 e스포츠계가 입은 이미지 손상의 영향이 해를 이어 2011년도에도 여파를 미쳤다. e스포츠에 대한 부정적인 이미지는 스폰서와 게임단을 운영하는 기업에게 e스포츠에 대한 투자나 지원을 망설이게 만들었다. 이러한 상황을 타개해보고자 야심차게 마련한 프로젝트가 '2011 신한은행 프로리그' 상해 결승전이었다. 2004년 이래 매해 프로리그 결승을 부산 광안리에서 진행하면서 구축한 e스포츠 성지라는

상징성까지 버리면서 해외로 옮긴 주된 요인은 프로리그의 상품성이 국내를 넘어 해외에까지 통할 수 있다는 것을 보여줌으로써 스폰서, 미디어 등 e스포츠에 대해 투자를 망설이던 주체들에게 새로운 가능성의 이미지를 심어주고자 하는 것이었다. 그러나 아쉽게도 결승이 예정되었던 8월 6일 태풍 무이파의 영향으로 중국 당국에 의해 경기가 취소되면서 심기일전하려던 e스포츠계에 오히려 더 큰 악영향을 미쳤다. 이후 프로리그 결승전은 8월 19일 서울 능동어린이대공원 야외무대에서 개최되었으며, KT가 SKT를 물리치고 우승을 차지하였다. 그러나 뒤늦게 치러진 결승전은 이미 가라앉은 열기를 다시 끌어올리기에는 역부족이었다.

프로리그 결승전이 끝난 직후 프로게임단 연쇄 해체가 발생하였다. 위메이드, 화승, MBC게임이 팀 해체를 선언하였다. 해체 선언 이전에 물밑으로는 매각이나 인수를 위해 노력했지만 이들 팀을 인수하겠다고 나서는 기업은 없었다. 이후 MBC게임은 단순히 게임단만 해체하는 것이 아니라 채널변경을 통해 e스포츠 방송을 중단하고 음악채널로 전환했다. 이런 일련의 사건들은 단순히 두 개의 게임방송사 중 하나와 10개의 게임단 중 3곳이 없어지는 것이 아니었다. MBC게임의 e스포츠 방송 중단은 프로리그 방송 채널뿐 아니라 경기장이 한 곳으로 축소되는 결과를 낳았으며, 또한 7개의 팀체제는 연간 리그의 운영을 위한 게임 수 부족 등의 이유로 급격한 리그의 부실이 예견되었다.

이런 총체적인 위기 속에서 돌파구를 마련하고자 한국e스포츠협회(KeSPA)의 조직 및 인적 쇄신이 일어난다. 그 결과로 SK텔레콤 스포츠단 오경식 팀장을 사무총장 대행으로 선임했으며, 협회 조직은 효율적인 업무 진행을 위해 기존 사업기획국·경기국 2국 체제에서 기획지원팀·마케팅팀·경기운영팀 3팀 체제로 변경했다. 그리고 새롭게 SK플레닛이 스폰서로 나선 프로리그 개막에 앞서 해단한 3개 프로게임단의 주력선수들로 구성된 '제8프로게임단'이 창단된다. 협회는 보다 많은 선수들이 계속해서 프로게이머로서 활동할 수 있는 기회를 보장하기 위한 대의적 목적과 함께, 프로리그를 보다 안정적으로 이끌어가기 위한 명분으로 제8프로게임단 위탁 운영이라는 고육책울 선택한 것이다.

이러한 위기감은 지난 10년간 이어오던 프로 e스포츠 종목의 세대교체를 촉진시켰다. 우선〈스타크래프트 : 브루드워〉 중심의 프로리그는 2012년 5월 20일부터 열린 시즌 2에서 〈스타크래프트 1〉과 〈스타크래프트 2〉를 병행하는 경과 조치가 시행된다. 이후 열리는 프로리그에서는 〈스타크래프트 2〉로 종목이 완전히 전환되는 로드맵을 수립하였다. 그리고 〈스타크래프트 1〉로 진행해오던 13년 전통의 온게임넷 '스타 리그'도 33회 '티빙(Tving) 스타 리그 2012'를 마지막으로 〈스타크래프트 2〉로 종목전환을 선언하였다. 또한 국산 e스포츠 종목의 대표주자인 〈스페셜포스〉도 2011년 11월 8개팀 체제 〈스페셜포스 2〉 프로리그를 시작함으로써 종목의 전환을 이루었다. 하지만 SF2 프로리그 시즌 1이 끝난 직후 2개 팀이 해체되고, 이 빈자리를 전남과학대 팀이 들어서서 7개 팀 체제로 시즌 2를 운영하게 된다. 아직까지 충분히 안정되지 않은 상태에서 종목전환의 성패여부를 판단하기 위해서는 조금 더 시간이 필요할 것으로 보인다. 전반적으로 부정적인 사건과 위기가 많았던 2011년 e스포츠계였지만, 반가운 소식도 종종 들렸다. 대표적인 사례는 새로운 e스포츠 종목인 〈리그오브레전드(LOL)〉의 급부상이다. 세계에서 가장 유명한 유저 제작 모드 중의 하나인 DOTA(Defense Of The Ancients)의 오리지널 개발자들에 의해 개발된 〈리그오브레전드〉는 롤플레이와 전략 게임의 요소에 전투 액션

을 가미한 게임이다. <리그오브레전드>는 2011년 12월 국내서비스가 시작된 지 3개월 만에 PC방 점유율 1위 온라인게임으로 올라설 만큼 선풍적인 인기를 끌면서 새로운 e스포츠 종목으로서뿐 아니라 새로운 장르를 개척했다는 평가를 받기도 하였다.

2011년 말 반가운 소식은 국회에서 들려왔다. 한나라당(지금의 새누리당) 허원제 의원이 2009년 대표 발의했으나 2년간 계류되어오던 「이스포츠진흥법」은 법적·제도적 근거가 미비하던 e스포츠 육성 및 지원을 실질적으로 이끌어낼 수 있는 중요한 단초가 마련된 것으로 평가된다. 급격한 체제변화가 일어난 2011년도 e스포츠계를 요약하면, 과거 10년간 해외 e스포츠 트렌드와의 거리를 현격하게 좁혔으며, 점차 사양화되는 케이블 중심의 e스포츠 중계 풍토에서 벗어나 새로운 뉴미디어 방송 표준에 맞추려는 변동이 일어났다. 이런 과정에서 지난 10년간 국내 e스포츠를 주도해왔던 한국e스포츠협회와 미디어의 영향력이 크게 약화된 것으로 평가된다.

2. 주요 국내 e스포츠 대회 동향

1) 프로 리그

(1) SK 플래닛 <스타크래프트> 프로 리그

2007년부터 프로 리그를 후원하던 신한은행에 이어 SK 플래닛이 새로운 후원자가 되면서 2011년 11월 26일에 시즌 1이 8개 게임단 체제로 개막되었다. 지난 시즌 양대 방송사 중계체제에서 온게임넷 단독 중계체제로 전환되면서 주 5일 경기가 주4일로 축소되어 진행되었다. 시즌 1의 결승전은 2012년 4월 8일 잠실학생체육관에서 벌어졌으며, SK텔레콤이 KT를 4 대 3으로 꺾고 우승을 차지하였다.

2012년 5월 20일에 개막된 시즌 2는 <스타크래프트 : 브루드워>와 <스타크래프트 2 : 자유의 날개>를 병행하여 진행하였다. 이런 병행경기는 선수들에게 경기준비에 부담을 준다는 점과 경기력 저하를 낳을 수 있다는 점에서 우려를 낳기도 하였다. 그리고 시즌 2는 결승전인 9월 22일까지 이어질 예정이다. 전년도 프로리그와의 차이점은 종목이 달라졌다는 점 이외에도 e스포츠의 가장 큰 행사로 여겨졌던 여름 결승전이 없어지고 가을로 바뀌었다는 점이다. 이것이 어떤 변화를 이끌지 주목해보아야 할 대목이다.

그림 3-1-1 생각대로 T <스페셜포스 2> 프로리그 시즌 1 시상식



(2) 〈스페셜포스 2〉 프로 리그

‘생각대로 T 〈스페셜포스 2〉 프로 리그’ 시즌 1은 2011년 11월 19일에 KT 롤스터, SK텔레콤 T1, CJ 엔투스, STX 소울, 웅진 스타즈, IT بانک 레전드, 큐센, 티빙 등 8개 프로게임단이 총상금 5천만 원을 놓고 경기를 치렀다. 진행은 8팀 풀리그, 주 2일(화, 토) 경기를 치렀다. 2012년 4월 8일에 열린 결승전에서는 CJ 엔투스가 SK텔레콤 T1을 꺾고 우승을 차지하였다. 시즌 2는 4G LTE ‘〈스페셜포스 2〉 프로 리그’로 명칭이 변경된 가운데 6월 16일에 개막했다. 시즌 2의 특징은 시즌 1에서 활약하던, 큐센, 티빙 게임단이 해체되고, 그 빈자리를 전남과학대가 들어와 7개 팀체제로 진행되었다는 점이다.

2) 〈스타크래프트〉 리그

(1) 〈스타크래프트 : 브루드워〉 리그

제32회 스타 리그인 ‘진에어 스타 리그 2011’은 진에어와 온게임넷과 스포츠조선의 공동 주최로 2011년 6월 17일 개막되었다. 진에어 스타 리그의 특징은 마이 스타 리그가 도입됨에 따라 스타 리그 사상 최초로 아마추어에게도 출전의 기회를 준 대회였다. 2011년 9월 17일 용산전쟁기념관 평화의 광장에서 열린 결승전에서는 삼성전자 칸의 허영무와 SK텔레콤 T1 정명훈이 맞붙었으며, 허영무가 3 대 2로 승리하면서 우승을 차지했다. 제33회 스타 리그인 ‘티빙 스타 리그 2012’는 〈스타크래프트 : 브루드워〉로 진행되는 마지막 스타 리그로서 2012년 3월 30일에서 2012년 7월 28일까지 열렸다. 차기 스타 리그부터는 〈스타크래프트 2〉로 종목전환이 예정된 상태다.

MBC 게임에서 마지막으로 개최한 22차 MSL 대회는 ‘ABC 마트 2011’이라는 이름으로 개최되었다. 2011년 3월 3일 예선을 시작하여 2011년 6월 11일까지 이어졌는데, 이날 결승에서는 KT 이영호와 웅진 김명운이 맞붙은 결과 이영호가 3 대 0으로 이기고 우승을 차지하였다.

(2) 〈스타크래프트 2〉 리그

국내 기업 곰TV가 주최하는 〈스타크래프트 2〉 개인리그인 글로벌 스타크리프트 2 리그(Global StarCraft® II League, 이하 GSL)에는 250여 명의 국내 선수와 약 50명의 해외 선수들이 참가하는데, 해외 선수들은 이를 위해 한국에 체류하면서 연습하고 있다. 이런 해외선수들의 참여는 GSL이 전세계적으로 권위를 인정받는 〈스타크래프트 2〉 대회라는 점을 말해준다. 〈스타크래프트 2〉 팀리그인 GSTL은 2012년 들어 해외 유명 팀들인 팀리퀴드(TeamLiquid), 프나틱(Fnatic), 이지(EG), 에스케이게이밍(SK Gaming), 밀레니엄(Millennium), 퀀틱게이밍(Quantic Gaming) 등 총 6개 팀이 단독 또는 연합으로 참가 중에 있다.

표 3-1-1 2012 GSL(Global StarCraft® II League) 개요

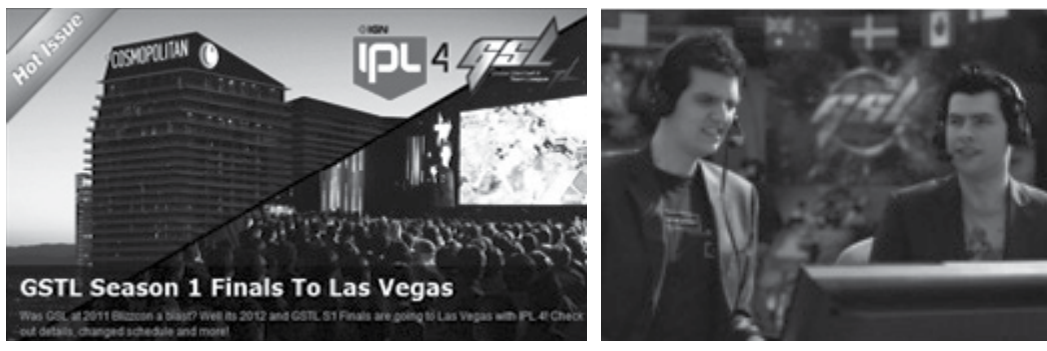
대회	횟수	상금(원)	합계(원)
GSL 스폰서십 개인리그	5	158,400,000	792,000,000
GSL(팀리그)	3	63,000,000	189,000,000
WCS (블리자드 월드챔피언십 시리즈)	1	34,770,000	34,770,000
그랜드파이널(Grand Final)	1	79,500,000	79,500,000
합계	10		1,095,270,000

최근 기업팀 후원을 얻기 힘든 <스타크래프트 1> 프로게임단의 상황과 비교해, 2012년 4월 LG전자가 IM 팀을 후원하는 등 대기업의 후원을 상대적으로 원활하게 이끌어 내고 있다.

중계의 측면에서, GSL은 국내 e스포츠 방송 최초로 HD 영상을 제공하고 있으며, GSL공식 홈페이지, 곰TV 채널, 애니박스 채널을 통한 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 다양한 매체를 통해 국내외에 생중계하고 있다. 그리고 현장의 외국인 중계진을 통해 'gomtv.net'으로 영어 생방송 진행을 전세계에 송출하는 것이 특징이다. 이러한 서비스는 해외 시청자들을 대상으로 유료로 진행되고 있으며, 2012년 7월 현재 약 198개 국가에 방송되고 있다.

2011년에는 한국 e스포츠 정규 리그 최초로 정식 계약을 체결하고 중국에 진출하였으며, NeoTV와의 계약을 통해 13개 채널로 천만 명이 넘는 중국의 팬들이 중국어로 GSL을 시청하고 있다. 이러한 GSL은 한국의 우수한 e스포츠 인프라와 경기력을 전세계에 생생하게 전달함으로써 한국 e스포츠 저력을 알리고 있다고 평가되기도 한다.

그림 3-1-2 GSL 시즌 1 라스베이거스 결승 장면(좌)과 GSL 영어 중계진(우)



3) <카트라이더> 리그

최장수 국산 e스포츠 종목 리그인 '넥슨 <카트라이더> 리그'는 2012년 6월 현재까지 16차 리그를 진행해오고 있다. 지난 1년 동안 개최된 정기 <카트라이더> 리그 3회를 진행하였으며, 총 예선 참가자 수가 18만여 명에 이르렀다. 그 외에 우수선수 16인을 초청하여 진행한 이벤트 매치 2회를 개최하였다. 2012년 동안 개최된 <카트라이더> 정기리그 개요는 아래와 같다.

표 3-1-2 넥슨 <카트라이더> 리그 개요

	14차 리그	15차 리그	16차 리그
기간	2011.9.8. ~ 11.17.	2012.1.12. ~ 4.12.	2012.6.7. ~ 9.27.
장소	용산 아이파크몰 e스포츠 스타디움		
주최 및 주관	넥슨, 온게임넷		
총상금	3천만 원		
선수 선발 방식	온라인 예선 179명 선발, 오프라인 예선 32강 진출자 선발, 본선 32강, 8강 결승전		
경기방식	1라운드 50포인트 선취, 2라운드 70포인트 선취 결승전 80포인트 선취		
리그 결과	1위 : 문호준 2위 : 전대웅 3위 : 노진철 4위 : 이종대	1위 : 문호준 2위 : 유명혁 3위 : 전대웅 4위 : 이종선	현재 진행중

그림 3-1-3 <카트라이더> 리그 장면 및 우승자



4) 〈서든어택〉 챔피언스 리그

〈서든어택〉은 1인칭 슈팅 게임(FSP)장르로서 국내 2000만명의 회원을 보유한 인기 최정상 FPS게임이다. 쉬운 조작과 시원한 타격감, 그리고 다양한 모드 플레이가 특징인 〈서든어택〉은 2007년부터 2012년까지 정기적인 e스포츠 대회를 개최하고 있다. 특히 2011년 7월부터는 현존하는 국내 게임 중 단일 종목으로는 최고의 상금으로 진행되는 ‘〈서든어택〉 챔피언스 리그’가 개최되었다. 〈서든어택〉 챔피언스 리그의 개요는 〈표 3-1-3〉과 같다.

그림 3-1-4 〈서든어택〉 챔피언스 리그 여성부 우승자



표 3-1-3 〈서든어택〉 챔피언스 리그 개요

		2차 챔피언스 리그
기간	2012.2.3. ~ 6.18.	
장소	용산아이파크몰 e스포츠 스타디움	
주최 및 주관	넥스, 게임하이, 온게임넷	
참가자	약 12,500명(2,500개 팀)	
총상금	2억 3천만 원	
리그 결과	일반부	1위 : 1ST.Generation, 2위 : 로이, 3위 : Newallstar, 4위 : SK-Gaming
	여성부	1위 : crazy4u, 2위 : 신촌레이디, 3위 : SCK, 4위 : 프로미스

5) 〈스페셜포스 2〉 슈퍼 리그

새로운 종목으로 진행되는 〈스페셜포스 2〉 프로리그 신인 선수 드래프트를 겸해 실시된 〈스페셜포스〉 슈퍼 리그는 프로리그 개막을 알리는 사전행사 성격의 리그로 개최되었다.

그림 3-1-5 〈스페셜포스 2〉 슈퍼 리그



표 3-1-4 2011 <스페셜포스 2> 슈퍼 리그 개요

기간	2011.9.24. ~ 11.6.
참가자	15,000명
총상금	총 5천만 원 (1위 : 3천만 원, 2위 : 1천만 원, 3, 4위 : 5백만 원)
경기 방식	결선 : 32강 토너먼트로 진행 (8개 프로구단 신인 선발 드래프트 참가)

6) <카운터-스트라이크> 온라인(Counter-Strike Online, CSO) 리그

<카운터-스트라이크> 온라인은 1인칭 슈팅 게임(FPS) 장르의 대중화를 가져온 <카운터 스트라이크> 게임을 (주)넥슨과 밸브코퍼레이션이 공동 개발한 온라인 FPS 게임이다.

표 3-1-5 넥슨 <카운터-스트라이크> 온라인 정규 리그 개요

	시즌 1	시즌 2	시즌 3
기간	2011.6.16.~9.29.	2011.11.8.~ 2012.2.23.	2012.6.1. ~ 9월 말
장소	용산 아이파크몰 e스포츠 스타디움		
주최 및 주관	넥슨, 온게임넷		
총상금	총 3천만 원		총 4천2백만 원
리그 결과	The FIVE (정상명, 이찬홍, 박준이, 장지웅, 안수영) The CLAN 1위 : 루나틱하이 2위 : 블러드크루 3위 : SZ	The FIVE (이찬홍, 안준덕, 박준이, 이은수, 김민석) The CLAN 1위 : 프로젝트KR 2위 : 루나틱하이 3위 : esq.wind	-

2011년 7월 연간 정규 리그 출범과 함께 개인 서바이벌 리그인 'The FIVE' 와 클랜 오리지널 리그인 'The CLAN' 으로 구성하여 2011년까지 총 2회의 리그가 개최되었다. 2012년 '카운터-스트라이크' 온라인 리그의 개요는 <표 3-1-5>와 같다.

그림 3-1-6 <카운터-스트라이크> 리그 장면 및 우승자



7) A.V.A (Alliance of Valiant Arms)

<A.V.A>는 레드덕(Redduck)이 개발하고 네오위즈게임즈가 서비스하는 FPS 공인종목이다. 이 종목의 특징은 수준 높은 물리 엔진을 바탕으로 한 사실감 있는 전장 묘사와 음향효과라고 할 수 있다. 이러한 장점은 서비스 초기 시절 사양이 높아 대중성이 떨어진다는 평가를 받기도 하였지만, 고사양 컴퓨터의 보급과 함께 점차 대중적인 게임으로 성장하였다.

2012년도 <A.V.A>는 1회의 오픈 챌린지 대회와 1회의 국제대회 및 다수 국내외 대회에 종목으로 참여하였다. 그 개요는 아래와 같다.

표 3-1-6 TG삼보-인텔 <A.V.A> 오픈 챌린지 개요

	2011 TG삼보-인텔 <A.V.A> 오픈 챌린지	2012 TG삼보-인텔 <A.V.A> 오픈 챌린지
기간	2011.6.25. ~ 10.18.	2012.7.7. ~ 10.18.
장소	용산 아이파크몰 e스포츠 스타디움	
주최 및 주관	네오위즈게임즈	
참가자 수	총 82개 팀(410명 참가)	
경기 방식	5 vs. 5 폭파 미션	
총상금	총 3천만 원	
리그 결과	1위 : Astrick 팀 2위 : 클랜히트 팀 3위 : nanker 팀 4위 : clanheat 팀	-

표 3-1-7 기타 <A.V.A> 대회 개요

	2011 <A.V.A> 인터내셔널 챔피언십	2011 대통령배 KeG 전국 아마추어 e스포츠대회	leSF 2011 월드 챔피언십
기간	2012.1.6. ~ 1.9.	2011.10.29. ~ 10.30.	2011.10.7. ~ 10.9.
장소	중국 선전시	경기도 수원시	안동시
주최 및 주관	텐센트 네오위즈게임즈	문화체육관광부 수원시 e스포츠 추진위원회 한국e스포츠협회 한국콘텐츠진흥원	국제e스포츠연맹 한국콘텐츠진흥원
참가자 수	국가대표 선발전 (총 25팀, 125명)	16개 광역시 도 선수단 (총 119팀, 357명)	8개국 (총 40명)
상금	1위 : 1만 달러 2위 : 8천 달러 3위 : 5천 달러	총 3천만 원	1위 : 1천만 원 2위 : 5백만 원 3위 : 3백만 원 4위 : 2백만 원
리그 결과	1위 : 한국 2위 : 중국 3위 : 대만	1위 : 경기도 2위 : 부산시 3위 : 제주특별자치도	1위 : 한국 2위 : 일본 3위 : 미국 4위 : 독일

8) <피파온라인 2> (EA SPORTS™ FIFA ONLINE 2)

<피파온라인 2>는 세계적인 축구 게임인 FIFA 시리즈를 EA SPORTS와 네오위즈게임즈가 함께 온라인으로 구현한 게임이다. <피파온라인 2>는 2008년 6월 서비스가 종료된 전작 <피파온라인 1>을 이은 정통 스포츠 축구 게임으로 사실적인 조작성과 게임성이 뛰어나다고 평가받는 종목이다.

표 3-1-8 현대자동차 컵 EA SPORTS™ <피파온라인 2> 챔피언십 개요

	2011 챔피언십	2012 챔피언십
기간	2011.6.7. ~ 8.13.	2012.4.1. ~ 5.27.
장소	부산 해운대 특설 무대	여수 엑스포 특설 무대
주최 및 주관	네오위즈게임즈, 현대자동차, EA SPORTS™	
참가자 수	국내 예선 참가자 : 117,898명	국내 예선 참가자 : 990,594명
경기 방식	1 vs. 1 매치 모드	
총상금	1위 : 벨로스터 승용차 1대, 2위 : 5백만 원, 3위 : 3백만 원	
리그 결과	1위 : 전서현 2위 : 김관형 3위 : Michael Oprea(독일)	1위 : 양진모 2위 : 성제경 3위 : 유윤철

특히, 스포츠 종목이라는 특징으로 많은 e스포츠 대회에 단골 종목으로 참여하여 왔으며, 올해 <피파온라인 2>는 예선참여자 100만 명이 넘을 정도로 e스포츠 팬들의 폭발적인 반응을 얻었다. 올해 대회의 개요는 아래와 같다.

표 3-1-9 기타 <피파온라인 2> 대회 개요

	2011 대통령배 KeG 전국 아마추어 e스포츠대회	leSF 2011 월드 챔피언십 (World Championship)
기간	2011.10.29.~ 10.30.	2011.10.7. ~10.9.
장소	경기도 수원시	안동시
주최 및 주관	문화체육관광부, 수원시 e스포츠 추진위원회, 한국e스포츠협회, 한국콘텐츠진흥원	국제e스포츠연맹, 한국콘텐츠진흥원
참가자 수	총 66,372명	국내 예선 : 총 3,418명 본선 : 총 32개국
경기 방식	1 vs 1 매치모드	
상금	총 2천만 원	총 2천만 원
리그 결과	1위 : 부산시 2위 : 경상남도 3위 : 경상북도	1위 : 한국 2위 : 루마니아 3위 : 인도네시아 4위 : 독일

9) <슬러거(Slugger)>

<슬러거>는 와이즈 캣(Wize Cat)이 개발하고 네오위즈게임즈가 서비스하는 온라인 야구 게임이다. <슬러거>는 치고 달리는 야구 특유의 재미를 강조하고,ダイナミック한 모션을 잘 살린 물리엔진으로 실제감 넘치는 야구 게임이라는 호평을 받고 있다. 또한, 스포츠 게임이 가지고 있는 특유의 선수 육성모드와 매니지먼트 시스템이 잘 구현되어 있으며, 야구를 좋아하는 모든 사람들에게 꾸준한 인기를 누리고 있다.

10) <철권>

MBC 게임이 폐지되며 명맥이 끊어진 <철권> 방송대회를 새롭게 시작한 온게임넷은 ‘<철권> 6’에서 ‘<철권> 태그 토너먼트 2’로 종목을 바꾸는 것은 물론, 힙합 가수와 ‘라운드 걸’을 등장시키는 등, 대결의 분위기를 한층 고조시키기 위한 장치를 투입한 것이 특징적이었다.

그림 3-1-7 <테켄버스터즈(철권)>



표 3-1-10 <슬러거> 대회 개요

	2011 진에어배 <슬러거> 통합 챔피언십 대회	2012 <슬러거> 온라인 구단 대항전
기간	2011.11.15. ~ 2012.2.26.	2012.4.5. ~ 5.6.
장소	용산 e스포츠 스타디움	
주최 및 주관	진에어, 네오위즈게임즈	네오위즈게임즈
참가자 수	총 3,540명	총 2,990명
경기 방식	1 vs. 1 매치모드	
상금	총 1천3백만 원	총 1천만 원
리그 결과	개인전	1위 : 신정훈 2위 : 김정기 3위 : 이강섭
	단체전	1위 : RACE연맹 2위 : KK연맹 3위 : OK연맹

표 3-1-11 기타 <슬러거> 대회 개요

	2011 대통령배 KeG 전국 아마추어 e스포츠대회	제6회 전국 장애학생 체육대회
기간	2011.10.29. ~ 10.30.	2012.5.1. ~ 5.4.
장소	경기도 수원시	성남시 종합체육관
주최 및 주관	수원시 e스포츠 추진위원회 한국e스포츠협회, 한국콘텐츠진흥원	문화체육관광부 장애인 e스포츠연맹
참가자 수	총 2,344명	총 141명
경기 방식	1 vs. 1 매치 모드	
상금	총 2천만 원	-
리그 결과	1위 : 서울특별시 2위 : 경기도 3위 : 대전광역시	-

표 3-1-12 <테켄버스터즈(철권)> 대회 개요

대회명	<테켄버스터즈(철권)>	경기 방식	3인 1조 팀 경기
기간	2012.4.29. ~ 7.5.	상금	총 1천만 원
주최 및 주관	온게임넷 데일리e스포츠	리그 결과	1위 : 레저렉션 2위 : 진폭하켄베린

11) <리그오브레전드(LOL)> 대회

세계에서 가장 유명한 유저 제작 모드 중의 하나인 DOTA(Defense Of The Ancients)의 오리지널 개발자들에 의해 개발된 <리그오브레전드>은 롤플레이와 전략 게임의 요소에 전투 액션을 가미한 게임이다. <리그오브레전드>이 2011년 12월 국내서비스를 시작한 지 3개월 만에 PC방 점유율 1위 온라인게임으로 올라설 만큼 2011년 하반기와 2012년 상반기에 걸쳐 e스포츠계에 돌풍을 일으킨 종목으로 평가되고 있다. 2012년 <리그오브레전드>의 대회 개요는 아래와 같다.

그림 3-1-8 <리그오브레전드> 대회 장면(라이엇게임 제공)



표 3-1-13 <리그 오브 레전드> 대회 개요

	LOL THE CHAMPIONS 2012 (SPRING/SUMMER/AUTMN/WINTER)	WCG 2011 <리그오브레전드>	<리그오브레전드> 인비테이셔널 대회	NLB 2012 (SPRING/SUMMER/AUTMN/WINTER)
기간	2012.3.21. ~ 12월	2011.8.1. ~ 12.14.	2012.1.20. ~ 2.17.	2012.3.13. ~ 12월
장소	용산 e스포츠 스타디움	부산 벅스코	용산 e스포츠 스타디움	-
주최/주관	라이엇게임즈 온게임넷	월드사이버게임즈	라이엇게임즈 온게임넷	라이엇게임즈 나이스게임TV
참가자 수	예선 : 총 240팀 (1,200명 참가) 본선 : 총16팀	각국 국가대표 18개 팀	총 6개 팀 (한국 4, 해외 2)	총 16개 팀 (매 리그별 본선 16개 팀)
경기 방식	5 vs. 5 팀 대항전			
상금	총 2억 원(Spring)	총 3만4천 달러	총 1천만 원	총 1천만 원
리그 결과	Spring 리그 우승 : MIG Frost 준우승 : MIG Blaze	우승 : CDE(미국) 준우승 : Gameburg Team(폴란드)	우승 : MIG Frost(한국) 준우승 : CLG(미국)	Spring 리그 우승 : 거품게임단 준우승 : 光

12) 제3회 대통령배 전국아마추어 e스포츠대회(KeG)

프로리그를 중심으로 성장한 우리나라 e스포츠산업이 한 단계 더 성숙하기 위해 1500만 e스포츠 이용자들이 참여하고 건강한 경쟁을 할 수 있는 아마추어 대회의 활성화가 요구되었다. 우리나라 e스포츠 아마추어 저변확대 및 국산 e스포츠 종목 육성을 통한 e스포츠 국가 경쟁력 강화 기반을 마련하기 위해 2007년도부터 전국아마추어 e스포츠대회를 개최하였고, 2009년도부터 훈격이 대통령배로 격상되어 시행되고 있다.

표 3-1-14 대통령배 전국 아마추어 e스포츠대회(KeG) 개요

제3회 대통령배 전국 아마추어 e스포츠대회(KeG)	
기간	예선 : 2011.5. ~ 10. 본선 : 2011.10.29. ~ 10.30.
장소	수원시 수원종합운동장
주최	문화체육관광부, 수원시
주관	한국콘텐츠진흥원, 경기도수원교육지원청, 한국e스포츠협회
종목	〈피파온라인 2〉, 〈슬러거〉, 〈아바〉, 〈스페셜포스〉, 〈카르마온라인(시범)〉 등 5개 종목
참가자	예선 : 오프라인 참가 9,352명 참가(총 접수인원 69,918명) 본선 : 선수단 500여명, 참관객 4만 명
대회 결과	우승 : 부산광역시, 준우승 : 경기도, 3위 : 서울특별시

13) 전국장애학생 e스포츠대회

문화체육관광부와 교육과학기술부가 공동으로 후원하여 추진하는 장애학생 e스포츠대회는 7회째 매년 개최되고 있다. 이 대회는 장애학생들의 온라인올림픽으로 불릴 정도로 성황을 이루고 있다.

그림 3-1-9 제7회 전국장애학생 e스포츠 대회 장면



표 3-1-15 전국 장애학생 e스포츠대회 개요

제7회 전국장애학생 e스포츠대회	
기간	2011.8.30. ~ 8.31.
장소	서울교육문화회관
주최	국립특수교육원, 한국콘텐츠진흥원, CJ E&M
종목	〈마구마구〉, 〈오멜로〉, 〈오목〉, 〈사천성〉 등 4종목
참가자	전국 특수학교(급) 재학생 및 교사, 일반학생 등 1,500명 참가

14) 주요 지자체 주최 e스포츠 대회

대부분의 지자체는 KeG 예선을 겸하여 지역 e스포츠 대회를 개최하는 것이 일반적이다. 이러한 경향은 전국의 모든 지자체를 포괄하여 e스포츠 대회의 저변 확산이라는 강점이 있는 반면, 기존에 실시해 오던 지역 기반대회들의 특색이 약해졌다는 평가가 약점으로 지적되고 있다. 이러한 지자체 대회의 개요는 다음과 같다.

표 3-1-16 지방자치단체 주요 대회 개요

자치단체	대회명	대회기간	대회장소
서울특별시	e스타스 서울	8.19.(금), 8.21.(일)	코엑스
부산광역시	부산 e스포츠대회	7.23.(토)~7.24.(일)	PC방/방송사 스튜디오
대구광역시	e-fun 2011	5.8.(일), 5.14.(토)	EXCO
인천광역시	제3회 2011 인천 e스포츠대회	10.1.(토)	온라인/PC방
광주광역시	2011 광주e스포츠대회	본선 9.24.(토)	김대중컨벤션센터
대전광역시	2011 e스포츠 한밭 대전	8.6.(토)	PC방
울산광역시	울산 e스포츠대회	9.24.(토)	울산대학교 체육관
경기도	IEF2011 용인 사이버 과학축제	10.8.(토)~10.9.(일)	수지체육공원
충청남도	천안 e-Sports 문화축제	10.2.(일)	PC방/천안삼거리공원
충청북도	제3회 충북 e스포츠대회	8.19.(금) ~ 8.20.(토)	청주문화산업지원센터
강원도	대통령배2011KeG강원지역대표선발전	8.20.(토) / 8.27.(토)	춘천명동프리머스극장앞
전라남도	2011 전라남도 놀이문화 페스티벌	5.7.(토)~5.8.(일)	홍길동 테마파크
전라북도	대통령배2011KeG전북지역대표선발전	8.20.(토)	PC방
경상북도	제4회경북지사배아미추어e스포츠대회	9.3.(토)	구미디지털전자산업관
제주도	2011 서귀포 e스포츠 한미당	8.6.(토)~8.7.(일)	서귀포 시민회관

15) IEF(International e-Sports Festival)

IEF는 여타 민간 중심의 e스포츠 대회와는 달리 한국 문화체육관광부와 중국 공산주의청년단(공청단)이 후원하는 정부 단위의 단체가 지원하는 국제경기이며 2012년에는 일본 IEF 조직위원회가 개설되었다. 올해 개최되는 IEF 2012는 중국 무안에서 11월 2~4일까지 개최될 예정이다.

표 3-1-17 IEF 2011 개요

IEF(International e-Sports Festival) 2011	
기간	2011.10.7. ~ 10.9.
장소	용인 수지체육공원
주최	IEF 조직위원회, 용인시
종목	〈스타크래프트〉, 〈워크래프트3〉, 〈스페셜포스〉 등 3종목
상금	총 5만1천 달러
참가자	20여 개국 144명 참가
대회 결과	우승 : 한국(금3, 은3, 동1)

16) e스타스

e스타스(e-stars) 서울은 2007년부터 서울시가 한국 게임산업과 게임문화에 대한 발전을 지원하고, 세계 최고 e스포츠 인프라를 통해 세계화하며 e스포츠 중추도시 서울의 이미지 홍보를 목적으로 주최하는 글로벌 e스포츠 대회다. 그럼에도 불구하고, 최신 트렌드에 맞지 않는 국제 e스포츠 종목의 선정이나 동서양이라는 전근대식 구분을 통한 경쟁은 최고, 최신이라는 이미지와 어울리지 않는다는 평가가 있다.

표 3-1-18 e스타스 대회 개요

e스타스(e-STARS) 2011	
기간	2011.8.19. ~ 8.21.
장소	코엑스 D홀
주최/주관	서울특별시, 중앙일보 / SBA, 중앙일보문화사업부
종목	〈카운터-스트라이크 1.6〉, 〈스페셜포스〉, 〈갯앰프드〉, 〈슬져오브포춘온라인〉 등 4개 종목
상금	총 8천5백만 원
참가자	전세계 게이머 120여 명 참가
대회 결과	〈카운터-스트라이크〉 우승 : Frag eXecutors(폴란드) / 준우승 : SK Gaming

17) 세계 장애인 e스포츠대회

일반 e스포츠 중주국의 위상을 장애인 e스포츠로 확장시키고자 대한 장애인연맹이 주축이 되어 개최한 세계 최초 장애인 e스포츠 대회로서 의미가 있는 행사로 평가된다.

그림 3-1-10 제1회 세계장애인 e스포츠대회 장면



표 3-1-19 세계 장애인 e스포츠대회 개요

제1회 세계 장애인 e스포츠대회				
기간	2011.11.1. ~ 11.5.			
장소	제주특별자치도 (애월체육관)			
주최	제주특별자치도, 대한장애인 e스포츠연맹			
주관	대한장애인 e스포츠연맹, 제주테크노파크			
참가자	16개국, 총 150명			
대회 결과	<스타크래프트>	<피파온라인 2>	<카트라이더>	<워크래프트 3>
	1위 : 조영구 2위 : 임종학 3위 : 이재홍	1위 : 강민재 2위 : 최영주 3위 : Chen haowu (중국)	1위 : Zhanga Wenchao(중국) 2위 : Jacobus Engelbrech(남아공) 3위 : 안권수	1위 : Rustam Abdurajhmon Mehrubon(말레이시아) 2위 : Abdul Kassim Zainal Rahman (타지키스탄) / Rossano Valenti(산마리노)

3. 선수/게임단 동향

1) 프로게이머

한국e스포츠협회(KeSPA) 홈페이지 자료에 의하면 2012년 7월 현재 프로게이머 수는 363명이다. 이 수치는 작년 등록 프로게이머 431명에 비해 15% 이상 감소된 수치다. 그런데 <스타크래프트 2> 프로게이머와 <스타크래프트> 프로게이머가 겹치고 있는 점을 고려한다면 실제 프로게이머 수는 250여 명 수준으로 추산된다는 점을 고려할 때 전년대비 등록 프로게이머 비율 감소는 더욱더 커진다.

실제로 이런 등록 프로게이머 선수의 종목으로 보면 <스타크래프트> 프로게이머가 전년도 249명에서 145명(<스타크래프트 2> 포함)으로 100명 이상 감소했다. 이는 프로게임단의 해체와 <스타크래프트

트 2)로 종목 전환이 주요하게 영향을 미친 것으로 평가된다. 또한 스페셜포스 프로게이머 수가 전년도 89명에서 올해 16명으로 줄었으며, 이는 <스페셜포스 2> 프로게이머 수 43명을 포함해도 59명밖에 되지 않는다는 점에서 전년도에 비해 30명 이상 줄어든 수치가 눈에 띈다. 이 점 역시 <스페셜포스 2> 팀의 해체와 연관이 있으며 좀더 거시적으로는 <스페셜포스 1>에서 <스페셜포스 2>로 종목전환이 자연스레 일어나고 있지 못하고 있음을 알 수 있다.

한국e스포츠협회 등록 프로게이머 이외에 포괄적으로 직업 선수를 프로게이머라고 파악한다면 글로벌 스타크래프트 2 리그에 참가하는 선수들 역시 포함되어야 한다. 이들을 리그 참가 선수 기준으로 추산해 볼 때 <스타크래프트 2> 프로게이머의 수는 238명으로 추산된다. 또한 최근 인기를 끌고 있는 <리그오브레전드> 역시 한국e스포츠협회 등록 프로게이머는 아직 없지만 실제로 8개의 프로게임팀이 결성되어 있으며, 이들 소속 게이머들도 80여 명이 넘을 것으로 추산된다. 이들 비등록 프로게이머들은 가시적으로 조직화된 단체가 없어서 정확하게 인원을 파악하는 데는 무리가 있다는 점을 고려하여 적게 잡더라도 최소 300명이 넘는 프로게이머가 활동하는 것으로 추산된다.

2) 아마추어게이머

체계적인 아마추어 e스포츠 선수 관리, 육성을 위해 한국콘텐츠진흥원과 한국e스포츠협회가 공동으로 구축, 운영하는 '아마추어 e스포츠 선수 DB'에 의하면 2012년 7월 현재 아마추어 등록선수는 6,810명이다. 이 수치는 전년도 6,377명에 비해 약 7% 증가된 것이다.

3) 게임단 동향

스타크래프트 프로게임단은 KT 롤스터, 삼성전자 칸, STX SOUL, SKT T1, CJ 엔투스, 공군 ACE, 웅진 Stars, 제8게임단 등 현재 8개 팀이 프로리그를 진행하고 있다. 그러나 이 수치는 전년도 10개 프로게임단의 수와 비교했을 때 20% 감소되었다. <스페셜포스 2> 프로리그 참여 프로게임단은 2012년 7월 현재 KT, SKT, CJ, STX, 웅진, IT뱅크, 전남과학대 등 7팀이 있다. 그러나 <스페셜포스 2> 프로리그 시즌 직전 2개의 게임단이 해체된 뒤, 급하게 전남과학대 팀이 합류하는 등 전년대비 1개 팀이 축소되는 양상으로 나타났다.

이러한 프로리그 참여 프로게임팀 축소는 게임단이 프로리그 참여에 대해 충분히 보상을 받지 못하거나, 미래에 대해 긍정적인 전망을 갖지 못하기 때문인 것으로 해석된다. 프로리그 참여 게임단 이외에 <스타크래프트 2> 프로게임단은 스타테일, IM, 프라임, MVP, oGs, NS호서, FXO, TSL, 제닉스, 슬레이어스 등 10개 팀이 활동하고 있다. 또한 최근 결성된 <리그오브레전드> 프로게임단을 표방하는 팀은 나진, 제닉스 스톱 스타테일, 아주부, MVP, LG-IM PSW, CJ 엔투스 등 8개의 팀이 활동 중에 있다.

4. 주요 종목 동향

2009년도 이후 정제되어있던 KeSPA 공인 종목에 변화가 있었다. 기존 종목 중 4종목이 빠지고 <스페셜포스 2>, <리그오브레전드>, <스타크래프트 2>가 신규 공인 종목에 포함되어 총 22 종목이 e스포츠 공인 종목으로 등록되어 있다.

세부 종목 동향으로 가장 눈에 띄는 것은 2012년 5월 2일 개최된 블리자드, 곰TV, 온게임넷, KeSPA가 참여한 ‘<스타크래프트 2> e스포츠 공동 비전 선포식’이다. 이를 통해 갈등 관계에 있었던 <스타크래프트>와 <스타크래프트 2>간에 화해분위기가 조성되는 것으로 보인다. 이를 통해 프로리그가 <스타크래프트 2>로 종목 전환이 일어났으며, 기존 <스타크래프트 2> 게임단과 교류가 이루어질 것으로 기대된다.

표 3-1-20 KeSPA 공인 종목 및 프로게이머 현황(2012년 7월 현재)

번호	종목명	장르	이용가	프로	등록대상	준프로	선정일자
1	스타크래프트	RTS	12세	145	1	146	00-11-21
2	피파	스포츠	전체	1	0	20	00-11-21
3	카운터 스트라이크	FPS	18세	1	0	20	01-11-13
4	철권	대전 액션	전체	11	1	16	00-11-21
5	위닝일레븐	스포츠	전체	0	0	0	00-11-21
6	워크래프트 3	RTS	15세	6	0	31	02-07-22
7	카트라이더	레이싱	전체	3	3	56	05-02-25
8	스페셜포스	FPS	15세	16	5	221	05-02-25
9	갯앰프드	대전 액션	전체	2	3	31	05-09-24
10	서든어택	FPS	15세	2	0	165	06-05-30
11	테일즈 런너	액션 레이싱	전체	0	0	11	06-05-30
12	던전앰파이어	액션 MMORPG	12세	4	0	29	07-05-18
13	샷 온라인	스포츠	15세	0	0	0	07-11-07
14	A.V.A	FPS	15세	4	9	51	07-11-07
15	슬러거	스포츠	전체	0	0	17	08-04-25
16	카운터 스트라이크 온라인	FPS	15세	1	0	4	08-04-25
17	펌프잇업	리듬 액션	전체	0	0	0	08-04-25
18	피파온라인 2	스포츠	전체	3	1	28	08-09-30
19	아발론 온라인	AOS	15세	2	0	42	09-05-20
20	스페셜포스 2	FPS	15세	43	0	33	11-09-20
21	리그오브레전드	AOS	12세	0	0	0	12-02-16
22	스타크래프트 2	RTS	12세	119	0	0	12-04-26

하지만 이런 성과가 e스포츠 내부의 노력으로 촉발되었다기보다는 기존 e스포츠에 대한 외부 환경의 악화로 인해 강제된 성격이 강하다. 이런 점에서 앞으로 <스타크래프트 2> 리그의 향방 및 이를 둘러싼 참여 주체의 역학구조 변화가 관심사로 부상하고 있다.

표 3-1-21 아마추어 e스포츠 선수 DB 등록 현황(2012년 7월 현재)

지역명	강원도	경기도	경상남도	경상북도	광주광역시	대구광역시
등록 선수 인원	503명	640명	520명	617명	408명	389명
지역명	대전광역시	부산광역시	서울특별시	울산광역시	인천광역시	전라남도
등록 선수 인원	272명	376명	554명	479명	345명	332명
지역명	전라북도	제주특별자치도	충청남도	충청북도	합계	
등록 선수 인원	433명	216명	382명	351명	6,817명	

5. 주요 e스포츠 기관 동향

1) 대한장애인e스포츠연맹

대한장애인e스포츠연맹은 2012년도에 가장 활발한 활동을 보인 e스포츠 기관이라고 평가된다. 우선 제1회 세계장애인e스포츠대회를 계기로 결성된 국제장애인e스포츠연맹이 2012년 3월 28일에 문화체육관광부로부터 설립허가를 받았고, 2012년 4월 19일 등기를 완료함으로써 명실상부하게 대한민국에서 국제단체가 탄생하게 되었다.

국제장애인e스포츠연맹은 12개국(대한민국, 미국, 중국, 독일, 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르, 폴란드, 네덜란드, 베트남, 남아프리카공화국, 산마리노)이 참여하였다. 또한, 사정상 참석하지 못한 2개국(케냐, 통가)이 국제연맹 회원국으로 참여하고 싶다는 의사를 밝혀오기도 하였다. 초대회장으로는 대한장애인e스포츠연맹 회장인 임운태 변호사가 추대되었고, 부회장으로는 림콰이티악(싱가포르), 사무총장으로는 경동대학교 송석록 교수, 주요 이사로는 사업가인 조쉬보게딩(독일)이 추천·의결되었다.

5월 1일부터 4일까지 4일간 경기도 고양시 일원에서 개최되는 제6회 전국장애학생체육대회에 e스포츠가 작년에 이어 정식종목으로 채택되었다. <카트라이더>, <슬러거>, <스타크래프트> 등 3종목이 정식종목으로 채택되었다. 참가종목 중 가장 짧은 역사를 가지고 있음에도 141명의 선수가 참가하여 15개 종목 중 육상과 수영에 이어 3번째로 참여자 수가 많은 성과를 나타냈다.

이 외에도 장애인과 비장애인이 함께 e스포츠로 어울리는 '전국 e스포츠 어울림 대회'를 7월 중에

개최할 계획이다. 이 대회는 <카트라이더>와 <리그오브레전드> 등 2 종목에서 장애인, 비장애인 각각 150명씩 총 300명이 혼성팀으로 참여하는 대회로, e스포츠를 통한 장애인의 사회참여 확대가 기대된다.

2) 전남과학대 e스포츠과

프로게이머 양성 전문 학과를 표방하며 2007년 3월에 개설된 전남과학대 e스포츠과는 대학 e스포츠 전문 학과로 현재 국내에서 유일한 학과(학과장 김용수 교수)다. 2012년 3월 전 온게임넷 스파키즈 이우찬(전 이명근)감독을 e스포츠과 교수로 초빙하는 등 e스포츠 인재양성을 위해 활발한 활동을 벌이고 있다. 그 성과로 2012년 5월 (사)한국e스포츠협회 공인심판을 배출하였으며, 국내 최초 대학교 대표 스페셜포스팀(전남과학대학교, 코치 : 강병호, 선수 : 임선일, 채미루, 신승호, 이주현, 한민규)을 창단하여 프로리그에 참여하고 있다. 또한 2012년 6월에 국내 최초 학교대표 리그오브레전드팀을 창단(팀명 : 전남과학대학교, 코치 : 신주환, 선수 : 진인용, 김동희, 김종찬, 박찬은, 김진수)하는 등 2012년에 전남과학대 e스포츠과는 프로게이머 양성이라는 목표에 걸맞은 왕성한 활동을 보여주었다.

3) 한국콘텐츠진흥원

우리나라 e스포츠 정책을 실행하는 주무기관 역할은 한국콘텐츠진흥원 내의 게임문화산업팀이 주로 담당하고 있다. 게임문화산업팀은 아마추어, 장애인 등을 대상으로 하는 e스포츠 사업에 중점을 둔 KeG, 전국장애학생 e스포츠대회 주관기관의 역할을 담당하고 있으며, e스포츠 종주국으로서의 위상 강화 사업으로 국제e스포츠연맹(IeSF) 대회를 지속적으로 지원해 오고 있다. 또한 2012년에 'e스포츠 상생협의체'를 발족하여 운영함으로써 e스포츠의 지속가능한 발전 모델을 만들고, 게임업계와 e스포츠업계 및 관련 단체들간에 협력관계가 원활하게 이루어질 수 있도록 허브역할을 수행하고 있다.

6. 게임문화로서의 e스포츠와 그 발전 전망

1) 게임문화로서 e스포츠

게임문화로서 e스포츠는 브로드밴드 네트워크 기술과 청년 문화가 접목되어 나타난 융합현상이다. e스포츠는 네트워크를 이용하여 게임을 통한 대결이 핵심 내용이다. e스포츠 이전까지 게임플레이는 스탠드얼론 게임기와 사람의 단순한 상호작용이었다. 이런 단순함을 e스포츠가 사람과 사람 간 온라인과 오프라인의 연결로 확장시켰다. 즉 혼자 놀던 것에서 여럿이 노는 놀이로, 자기 것만 즐기던 것

에서 남의 것을 보여주는 문화로, 디지털 안의 놀이를 현실 밖까지 영역을 확대했으며, 게임콘텐츠를 이용한 인기있는 2차 콘텐츠로 확장시켰다. 이것이 e스포츠가 게임문화에 미친 영향들이다. 이는 게임문화의 혁명적 사건이라고 해도 과언이 아니다.

e스포츠의 개념이 등장한 이후 게임문화에서 일어난 가장 큰 변화는 ‘직업으로서 게이머’의 등장이다. 즉 단순하게 즐기는 개인 여가를 뛰어넘어 빼어난 게임 실력을 통해 여러 사람에게 놀라움과 감동까지 주는 새로운 엔터테이너가 부상했다. 즉 게임을 만드는 것뿐 아니라 플레이하는 것도 사회적으로 당당한 직업으로 인정을 받게 만든 계기를 e스포츠가 제공했다.

또한 e스포츠의 등장은 게임제작과 운영에도 영향을 미쳤다. 지금 대부분의 게임은 사람 대 사람의 대결 모드를 지원하고 있다. 심지어 MMORPG 게임들도 pvp 모드를 지원하는 던전이 필수적으로 존재한다. 즉 사람과 사람 간의 대결이 가장 재미있을 뿐 아니라 역동적인 콘텐츠라는 것이 e스포츠를 통해 정립, 확산되었다고 볼 수 있다. 그리고 최근에 출시된 게임들은 관전모드를 지원하고 있다. 이 역시 e스포츠가 게임 제작과 운영에 미친 영향이라고 할 것이다.

2) 발전 전망

e스포츠의 시작이 기술적 진보로부터 출발했다는 점을 고려할 때, 발전 역시 ICT 기술의 변화를 잘 포착할 필요가 있다. 최근 e스포츠 플레이 환경과 시청 플랫폼이 급격히 변화되고 있다. e스포츠 종목 게임 플레이 환경은 PC기반 온라인에서 모바일과 테블릿PC 기반으로 변화되고 있다. 인터페이스 역시 키보드와 마우스가 없는 터치방식이 대세를 이루고 있다. 현재 e스포츠의 현안들을 해결하고 더 높은 도약을 이루기 위해서는 이러한 환경 변화를 수용해야 한다. 그래야 e스포츠가 가장 최선의 기술과 문화가 접목된 매력적인 분야라는 이미지를 고수할 수 있기 때문이다.

이를 위해서는 다양한 e스포츠 대전, 관전 기술개발, 이를 지원할 수 있는 법제도 정비는 물론 e스포츠 팬들의 라이프스타일과 인접 영역들의 변동과 관련된 다양한 인문사회적 연구개발이 뒷받침되어야 한다. 그래야 향후에도 e스포츠가 매력적인 콘텐츠로 대중들과 콘텐츠 시장에서 위상이 강화될 수 있을 것이기 때문이다.

제2절 해외 e스포츠 동향

세계 금융위기의 여파로 인해 기존 e스포츠 대회를 주도하던 상업적 리그들은 한계에 봉착하고 위기에 처한 반면, 각국 정부로부터 정식 인가를 받은 공인 e스포츠 협단체들은 국제e스포츠연맹(IeSF)을 중심으로 여러 가지 시도를 하면서 활발한 움직임을 보여주고 있다. 전세계적으로 e스포츠의 경향은 민간주도에서 정부주도로의 변화가 확연히 나타나고 있다. 기존 제도권 국제스포츠 단체의 관심 아래 '제도권 스포츠와 e스포츠가 공생가능한지'에 대한 시험단계에 접어들었다고 파악할 수 있다.

1. 해외 e스포츠계 주요 이슈

1) 상업적 메인 스폰서 대회의 한계

세계 3대 e스포츠 대회로 꼽히는 WCG, ESWC, CPL 중 2008년에는 CPL이 대회를 공식적으로 중단하였다. 2009년에는 ESWC가 메인 스폰서인 Nvidia의 지원 축소로 대회를 잠정적으로 접었다. 또한 거대 미디어 재벌인 머독의 자본으로 창설된 'CGS' 대회도 저조한 시청률과 초기 과도한 운영 예산으로 메인 스폰서인 '마운틴 듀'와의 재협상 끝에 세계 경제 위기 여파 등을 이유로 문을 닫았다. 2000년부터 매년 한국이 주최하는 국제e스포츠대회 WCG도 메인 스폰서인 '삼성'의 지원 규모가 축소되면서 게임 종목 및 게임 플랫폼 변화 등 전체적인 구조 개편이 이루어지고 있다.

유럽발 글로벌 경제 위기의 한파로 자본의 흐름이 막힘에 따라 민간주도의 e스포츠 국제대회가 위기에 처했다. 메인 스폰서의 자본에 의지해 유지되어 온 여러 국제대회들은 재정적 위기로 한계에 봉착했다. 자체적으로 구조개편을 통해 계속 변화해가며 살길을 모색하고 있으나 쉽지 않은 상황이다. 반면, 각국 정부의 승인을 얻어 설립된 민간/정부 협력단체들이 e스포츠를 주도하는 방향으로 범세계적인 개편이 이루어지고 있다. 국가간 협력을 통해 국제 e스포츠 인프라 형성을 유도하고, 국제 표준을 마련하는 등 정형화된 e스포츠 대회 및 조직구조를 만들면서 현재의 한계를 타개하려는 노력들이 이루어지고 있다.

2) 정부 및 협단체 중심 구조 재편 - 국제표준화 시도

글로벌 e스포츠가 민간주도에서 정부주도로 변화함에 따라, 향후 글로벌 e스포츠는 이들 협단체들의 모임인 국제e스포츠연맹을 중심으로 재편될 가능성이 높아졌다. 각국 정부의 인가를 받은 협단체들은 모두가 이해하고 공감하는 e스포츠를 만들기 위해 국제표준화에 힘을 모으고 있다. 2009년 제1회 국제e스포츠연맹 총회와 이사회에서는 심판위원회 설립에 대한 연구발표와 선수위원회에 대한 연구를 진행했다. 단계적으로 e스포츠의 국제적 표준화를 시도하고, 이를 적용 가능한 국제대회를 개최하는 방안을 마련하는 등 글로벌 e스포츠를 통합운영할 수 있는 발판을 마련하였다. 2010년과 2011년에는 심판 및 선수위원회의 실질적 운영을 위한 데이터 수집이 이루어졌다. 이를 기반으로 2012년에는 국제 e스포츠의 인적, 물적 인프라 확보를 위한 심판양성 프로그램과 같은 국제 인력양성 프로그램 운영을 계획하고 있으며, 2013년을 기점으로 e스포츠 직업군 형성과 새로운 비즈니스 모델 창조를 꾀하고 있다. 그뿐만 아니라 종목, 경기, 인증 등 총5개 분야의 위원회 설립과 각 분야별 국제표준화 연구가 산학연계를 통해 진행되어 위원회 설치와 실질적 운영을 눈앞에 두고 있다.

e스포츠는 IT산업과 게임산업의 지속적인 발전으로 빠르게 전세계로 전파되었으며, 기존 오프라인 스포츠와 달리 지역적, 시간적, 공간적 한계를 뛰어넘어 즐길 수 있는 장점을 가지고 있다. 이러한 장점은 PC와 전자 환경을 갖춘 곳 어디에서든 국제대회를 개최할 수 있으며, 저변확대가 급속히 이루어지는 등 성장잠재력을 지니고 있음을 의미한다. 각국 e스포츠 협단체들을 중심으로 각국 협회, 게임개발자, 퍼블리셔 및 학계는 협력을 통해 기존의 e스포츠의 개념에 대한 정의와 한계를 뛰어 넘는 프레임워크를 창조하기 위해 여러 노력을 시도하고 있다. 2012년 국제e스포츠연맹에서는 글로벌 온라인 리그를 기획하고, 2013년 시행을 목표로 한창 준비 작업을 하고 있다. 이러한 노력을 바탕으로 e스포츠가 새로운 글로벌 스포츠 마케팅을 주도하는 산업으로 성장할 것으로 전망된다.

3) 국제 스포츠 단체와의 협력

국제e스포츠연맹은 모든 회원국과 협력하여 국제적 공신력 확보와 영역 확대를 위해 e스포츠의 정식 스포츠화를 위한 노력을 기울이고 있다. 이 일의 일환으로 스포츠어코드(Sport Accord) 가입을 추진하고 있다. 스포츠어코드란 국제올림픽위원회(IOC : International Olympic Committee)의 기관단체로서 국제경기연맹총연합회(GAISF : General Association of International Sports Federation)의 후신으로 만들어졌다. 국제축구연맹(FIFA)이나 국제배구연맹(FIVB)과 같은 국제 스포츠 연맹들이 이 기관의 회원 단체로 가입하여 각각의 스포츠 리소스를 공유하고 발전된 방향을 모색하고 있다. 국제e스포츠연맹은 2013년에 가입신청을 목표로 프로젝트를 진행하고 있다. 스포츠어코드 가입은 e스포츠가 제도권 스포츠 단체의 인정을 받아 정식 스포츠의 한 종목으로 발전하는 계기가 될 것으로 기대하고 있다. 또한, 최근 아시아올림픽평의회(OCA : Olympic Council of Asia)와의 협력을 통해 국제e스포츠연맹의 국제적 입지 확립과 e스포츠의 저변확대를 모색하고 있다. 2007년 중국 마카오에서 열린 제2회 아시아실내경기대회(Asian Indoor Games)에서 e스포츠가 시범종목으로 선정되었으며,

2009년 베트남에서 열린 제3회 아시아실내경기대회에서 e스포츠가 정식종목으로 승격되면서 아시아 올림픽평의회의 주목을 받고 있다. 지난 대회에서 e스포츠를 대표하는 국제단체가 없어 운영 및 기술적인 부분에 있어 어려움을 겪음에 따라 아시아올림픽평의회는 아시아무도경기대회와 합쳐져 2013년 우리나라 인천에서 개최되는 제4회 아시아실내경기대회 관련 지원을 하면서 국제e스포츠연맹을 e스포츠 종목의 공식 대표 국제단체로 잠정 인정하고 대회 관련 지원을 요청하고 있다. 그뿐만 아니라 아시아 지역의 각국 올림픽 위원회 역시 e스포츠에 관심을 보이며 e스포츠 협단체 구성에 박차를 가하고 있어 국제e스포츠연맹의 아시아 지역 회원국 확대에 큰 힘이 될 것으로 예상된다.

또한 국제e스포츠연맹이 추진하는 제도권 스포츠 편입 노력은 앞으로 e스포츠가 가진 가능성을 보여 준다. 국제 스포츠 단체의 e스포츠에 대한 관심은 e스포츠가 국제 스포츠 단체에서 정식 스포츠 종목으로 입지를 구축할 날이 머지않아 도래할 것을 알려준다. 더 나아가 앞으로 국제e스포츠연맹과 다른 국제 스포츠연맹과의 협력 관계 구축을 위한 여러 가지 노력이 다각적으로 이루어질 것으로 예상된다.

2. 주요 국가 e스포츠 시장 및 정책 동향

1) 남아프리카 공화국

남아공두뇌스포츠협회는 1984년 처음 발족되었으며, 남아프리카공화국(이하 남아공) 정부 산하 컴퓨터게임 위원회로부터 2005년에 승인을 받아 e스포츠에 대한 부분도 운영에 포함하였다. 이후 남아공의 e스포츠는 정책 면에서 눈부신 발전을 거듭했다. 낮은 인터넷 보급률과 IT인프라 발전이 다른 나라에 비해 뒤쳐졌음에도 불구하고 컴퓨터 게임과 e스포츠를 위한 실질적인 정책들을 마련했다. 그중 가장 주목할 만한 정책은 중등교육 과정에 e스포츠를 보급한 것이다. 현재 남아공두뇌스포츠협회는 남아공 정부의 청소년 부서의 지원을 받아 학교체육에 e스포츠를 보급하고 있다. e스포츠를 활용해 중등교육에서 IT와 컴퓨터, 인터넷 액세스에 대한 교육을 하고 있으며, 나아가 e스포츠 활동에 집중적으로 참여하는 학생들을 지원하여 e스포츠 및 게임 관련 직업군으로 나아갈 수 있는 발판을 마련하고 있다. 저소득층 학생들은 e스포츠 참여를 통해 상급, 학비지원 등의 경제적 지원을 받고 고등교육기관으로 진학할 수 있는 기회를 얻고 있으며, 정부는 이를 통해 자국 교육 변화의 기제로 삼으려 노력하고 있다. 그뿐만 아니라 여성의 e스포츠 참여 활성화를 위한 노력의 일환으로 여성대회를 지속적으로 개최하여 여성의 참여를 장려하고 있다. 남아공의 e스포츠는 남아공 올림픽위원회를 통해 정식 스포츠로 인정받았으며 향후 e스포츠 관련 학술 활동 등 더 많은 정책적 시도를 꾀할 것으로 예상된다.

2) 러시아

러시아 정부는 e스포츠에 대한 정책적 입장을 다양하게 표하고 있다. 기본적으로 러시아 정부는 e스포츠와 컴퓨터 게임이 마약 중독이나 알코올 중독 등과 같은 중독성 질병의 치료에 도움이 된다는 데에 동의하는 입장이다. 또한 컴퓨터 게임과 e스포츠가 취미와 여가로서의 기능을 뛰어넘어 일반 교육, 일자리 창출, 직업교육 등 여러 분야에서 긍정적인 역할을 하고 있다고 보고 정부와 러시아e스포츠연맹(RESF)은 이를 효율적으로 반영하려고 노력을 기울이고 있다. 그뿐만 아니라 정부기관들과 유수의 기업들이 국내외 크고 작은 e스포츠 행사에 많은 관심을 기울이고 있다. 러시아 학계는 2010년 러시아 국립 체육대학에서 e스포츠의 문제점과 전망에 대한 컨퍼런스를 개최하였으며, 러시아 국립 체육대학, 모스크바 공과 대학 등에서 심포지엄과 컨퍼런스 같은 여러 학술 활동을 진행하고 있다. 이러한 학술 활동에는 정부, 학계, e스포츠 연맹, 연구기관, 게임사 등 여러 주체가 참여하여 의견을 공유하려고 노력하고 있다.

2001년에서 2007년까지 e스포츠는 러시아에서 정식 스포츠 종목으로 인정받았으나, 경기 프로토콜과 채점 기준의 불명확성을 들어 2008년부터 현재까지 정식 스포츠 종목에서 제외되었다. 러시아e스포츠연맹은 2013년을 목표로 e스포츠가 정식 스포츠 종목으로 채택받기 위해 노력하고 있다.

3) 말레이시아

말레이시아의 e스포츠 시장현황과 관련해 정확한 조사나 연구가 이루어진 바는 없으나 2009년 말레이시아 정부의 커뮤니케이션 멀티미디어부(Ministry of Communication & Multimedia)에서 이루어진 설문조사 결과, 약 1600만 명의 인터넷 이용자가 존재하며 이중 20%인 320만 명 정도가 게임을 목적으로 인터넷을 사용하는 것으로 나타났다. 정부주도로 이루어지는 e스포츠 정책이 2010년까지 뚜렷하게 드러나지 않았으나 2011년 e스포츠 전용구장의 건립, 말레이시아 e스포츠 프로리그 출범으로 e스포츠 인력양성 등의 정책 수립이 이루어지고 있다. 말레이시아 정부는 자국 내 e스포츠 행사에 매우 우호적이고 협조적이며 전폭적인 투자와 지지를 보내고 있다.

4) 미국

컴퓨터 게임과 e스포츠가 활성화되면서 게임을 단순한 여가활동이 아닌 하나의 문화와 예술로 바라보고 있다. 정부 산하기관 중 하나인 국립예술기금(National Endowment for the Arts)은 2011년 6월, 게임을 예술 분야의 일환으로 분류하고 관련 프로젝트에 대한 지원을 시작했다. 이 정책은 아마추어 개발자에만 한정되는 사항으로 영리를 추구하지 않는 게임 개발을 목표로 하는 이들에게 긍정적인

동기부여를 하고, 게임 개발자가 양성될 수 있는 기반을 제공하고 있다. 한편, 2011년 미국 대법원은 폭력성을 띠는 게임을 미성년자에게 제한하는 기존의 법을 개정했다. 대법원은 게임 역시 영화, 서적과 같은 미디어와 마찬가지로 예술로 인정되어야 한다고 보았다. 이에 따라 게임 개발자 및 소프트웨어 관계자들은 산업 활동을 법으로 보호받게 되었다. 이러한 변화는 게임에 대한 부정적인 인식을 완전히 사라지게 한 것은 아니지만, 게임인식에 대한 변화를 가져오는 계기를 마련한 것으로 볼 수 있다. 앞으로 이에 대한 여러 논쟁들이 계속될 것으로 보인다.

미국에 기반을 두고 있는 글로벌 e스포츠 종목사인 블리자드와 라이엇 게임즈는 각각 자사의 종목인 <스타크래프트 2>와 <리그오브레전드>의 월드 챔피언십을 직접 주최한다고 발표했다. 이전에는 조직 단체가 주최하고 종목사가 참여하는 형식으로 이루어져 왔으나 이제 종목사가 대회를 직접 주최하고 자사 종목에만 집중하겠다는 변화의 움직임을 보여준다. 종목사 중심의 대회는 전 세계에 서버가 구축되어 있고, 대회 운영진이 서버를 자유롭게 통제할 수 있다는 점에서 e스포츠대회의 온라인 활성화를 가속화할 전망이다. 또한, 미국은 북미의 대표적인 e스포츠대회인 MLG를 통해 북미뿐 아니라 전 세계 e스포츠 선수들이 참여하는 글로벌 e스포츠 대회를 더욱 강화하고 있다. MLG가 출범한 2003년에는, 북미 지역 선호도가 높은 콘솔 기반의 FPS 리그로 성장해왔으나, 2009년부터 다양한 장르의 종목 선정을 통해 전 세계적으로 선수 참여를 유도하여, 2012년 현재 세계에서 가장 큰 규모의 e스포츠 대회로 성장하였다. MLG는 트윗치 티브이(Twitch TV)와 CBSi 게임즈(CBSi Games)를 통해 글로벌 중계를 확대하고 있으며, 북유럽 e스포츠 리그인 드림핵(DreamHack), 블리자드 <스타크래프트 2> 월드챔피언십 등과 제휴해 대회 브랜드 가치를 지속적으로 향상시키고 있다.

5) 브라질

브라질은 인구 2억 명의 대국으로 23개의 주로 구성되어 있으며 자동차로 남북 대륙 횡단을 한다면 한 달 이상 소요된다. 이러한 공간상의 문제점을 극복하기 위하여 각 주에 e스포츠 연맹을 조직하여 현재 4개의 주가 브라질 e스포츠연맹에 가입하였고 그 조직을 전국적으로 확대해 나가는 중이다. 브라질 인구 2억 중 7200만 명이 인터넷 이용자로 중국, 미국, 일본, 인도 다음으로 세계 5번째 인터넷 이용자 수를 보유하고 있다. 또한, 인터넷 사용자의 76%인 4600만 명이 컴퓨터 게임을 이용하는 것으로 파악되고 있다. 광대역의 보급으로 인터넷 이용자 수는 급격히 증가하고 있으며, 인구 비례 성장 잠재력은 중국, 인도 다음으로 세계에서 3번째이다.

그러나 광대역이라고 하여도 브라질의 주축 망이 좋지 않아 속도가 느리고 인터넷 이용자가 보유하고 있는 컴퓨터의 성능이 높지 않아 고사양을 요구하는 게임이나 온라인게임은 진입 장벽이 높은 것이 특징이다. 이 때문에 전통적으로 콘솔게임이 강세이며 플레이스테이션의 <피파 축구(FIFA Soccer)>가 가장 인기가 있다. 하지만 여전히 온라인게임과 모바일게임의 인구가 지속적으로 증가하고 있다. 브라질은 커뮤니티가 강한 것이 민족적 특징으로 구글(Google)의 오르컷(Orkut)이라는 커뮤니티는

브라질인이 90%를 차지하며, 온라인게임에서 커뮤니티는 이들에게 매우 중요한 의미를 가진다. 그 외에도 페이스북(Facebook), 트위터(twitter), 유튜브(Youtube)에서 게임에 대한 참여와 논의가 활발하게 이루어지고 있다.

브라질 정부는 정부 차원에서 소프트웨어 개발에 공격적인 정책을 수립하고 있으며, 해당 분야에 약 50만 명이 종사하고 있다. 정부 기관, 기업, 학계가 연계하여 프로젝트를 추진하고 있으며, 브라질의 게임을 지칭하는 BR GAMES라는 게임 소프트웨어 개발 프로젝트가 정부의 다양한 부처의 협력을 통해 이루어지고 있다.

6) 싱가포르

2010년 싱가포르의 온라인게임 시장은 2009년에 비해 20% 성장했다. 이러한 성장은 경제적 도약과 더불어 소셜 네트워크 서비스 게임 이용 인구의 증가, 온라인게임 인구의 증가, 새로운 게임의 런칭 등이 원인인 것으로 볼 수 있다. 싱가포르의 한 리서치 업체의 조사에 따르면 2010년에 130만 명의 게이머가 활동하는 것으로 집계되었고, 2014년에는 170만 명으로 증가할 것으로 예상하고 있다. 온라인게임 서비스 재원의 더딘 증가 추세에도 불구하고 페이스북 게임과 같은 소셜 네트워크 서비스 게임들을 이용하는 인구의 급격한 증가로 싱가포르 게임 시장은 호황을 이룰 것으로 추정되고 있다. 하지만 싱가포르의 소셜 네트워크 서비스 게임 이용자들은 온라인게임 이용자에 비해 게임에 투자하는 비용이나 시간이 무척 적은 편이다. 따라서 향후 추이를 지켜봐야 하지만 앞으로 50만 명이 넘는 게임 인구의 증가를 가져올 것으로 예상되고 있다.

7) 스위스

스위스 정부는 지난 몇 년 동안 게임과 e스포츠에 대해 부정적인 자세를 취해왔다. 하지만 스위스 자국 내 커뮤니티를 기반으로 한 e스포츠 대회의 증가와 e스포츠와 관련된 학술 및 산업 활동이 활발해짐에 따라 게임과 e스포츠가 스위스 미디어의 조명을 받기 시작하였다. 새로운 세대와 문화에 대해 개방적인 자국의 분위기와 맞물려 e스포츠는 다음 세대를 위한 스포츠 장르로 평가받으면서 메인 스포츠 미디어에도 종종 등장하고 있다. 이에 따라 e스포츠에 대한 사회 전반적인 시각이 긍정적인 방향으로 변화하면서, 정부 역시 e스포츠에 관심을 갖기 시작하였다. 따라서 스위스 정부는 스위스 e스포츠연맹을 통해 e스포츠 관련 정책에 대해 논의하고 있다.

3. 마무리

2012년이 다른 해와 다른 점은 제도권 국제스포츠기구에서 본격적으로 e스포츠에 관심을 갖기 시작했다는 점이다. 또한 각국의 e스포츠 단체들도 이러한 관심을 매우 긍정적으로 바라보며 협력할 자세가 되어 있다. e스포츠의 규모나 발전 속도에 실망하여 대형 게임제작사나 유통사가 독자적으로 게임대회를 유치하고 있지만, e스포츠가 범세계적인 놀이문화 나아가 정식 스포츠 종목으로 자리 잡기 위해서는 각국 정부가 공인한 e스포츠 협단체에 의한 발전이 바람직할 것으로 보인다.

e스포츠가 정식 종목으로 포함된 2013년도 아시아인도어게임(2014년 인천에서 개최될 아시안게임의 사전행사)을 성공적으로 개최하기 위해 OCA, 인천아시안게임조직위, 한국e스포츠협회(KeS-PA), 국제e스포츠연맹(IeSF)이 긴밀히 협력하고 있으며, OCA에 e스포츠에 대한 소개도 진행되었다. 아직 기초적인 단계이기는 하지만 제도권 스포츠조직에서 e스포츠에 대한 관심을 구체적으로 갖기 시작했다는 사실은 의미하는 바가 크다. 이로 인해 국제e스포츠연맹의 향후 국제스포츠기구인 스포츠어코드(Sports Accord)의 가입이 보다 순조롭게 진행될 가능성도 커졌다. 현재 대한민국이 주도해 나가는 e스포츠의 세계화 및 표준화는 국제e스포츠연맹을 통하여 착실히 진행되고 있는 상황이다. 4년마다 한 번씩 OCA 주최로 열리는 아시아인도어게임을 통해 기존 제도권 스포츠 기구와 유기적인 협력 체계를 구축하고, 게임개발사는 유통사들과 우호적인 관계를 형성하는 일이 향후 e스포츠 세계화 과정에서 풀어가야 할 중요한 과제이다. 지금 진행되는 e스포츠 협단체들과 OCA와의 협력이 성공적으로 진행된다면 아시아뿐만 아니라 유럽, 아메리카, 아프리카 등으로 성공 모델이 전파될 것으로 기대된다.

제3절 「이스포츠진흥법」 제정과 게임문화 발전

1. 이스포츠법의 제정

2006. 4. 28. 법률 제7941호로 「게임산업 진흥에 관한 법률」(이하, 게임법)이 제정되었다. 「게임산업 진흥에 관한 법률」이 제정되고 나서 1년쯤 후인 2007. 4. 6. 법률 제8333호로 「스포츠산업 진흥에 관한 법률」이 제정되었다. 그리고 5년의 시간이 흐른 뒤인 2012. 2. 17. 법률 제11315호로 「이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률」(이하, 「이스포츠진흥법」)이 제정되었다.

게임법은 제정 당시부터 “문화관광부장관은 국민의 건전한 게임이용문화 조성과 여가활용을 위하여 게임물을 이용하여 하는 경기 및 부대활동을 지원·육성하여야 한다.”고 규정했고, 위와 같은 게임물을 이용하여 하는 경기 및 부대활동을 ‘e스포츠’라고 규정했다.

그러다가 2009년부터 e스포츠 또는 e스포츠산업에 대한 진흥을 골자로 하여 게임산업과 다른 독자적인 법이 필요하다는 요청에 의해 「이스포츠산업진흥에 대한 법안」이 발의되었고, 2009년 4월 공청회가 열리는 등 그 움직임이 활발하였다. 그동안 국회를 통과하지 못하고 있다가 2011년 말 다른 콘텐츠산업진흥법 등과 함께 「이스포츠진흥법」이 통과되었다.(이와 맞물려 위 게임법 제15조 ‘e스포츠 진흥화’ 조항은 삭제되었다.)

한편, 「이스포츠진흥법」이 통과되던 2011년 12월 ‘e스포츠-게임산업 상생협약체’가 출범하기도 하였다. 「이스포츠진흥법」은 게임산업과 스포츠산업의 중간적인 위치에 있는 e스포츠산업을 진흥하기 위한 법률로, 앞으로 그 구체적인 운용에 있어 여러 가지로 주목되는 바가 많다고 할 것이다.

이하에서는 「이스포츠진흥법」의 주요 내용과 앞으로의 전망에 대해 살펴보기로 하겠다.

2. 「이스포츠진흥법」의 주요 내용

1) e스포츠의 의미

「이스포츠진흥법」은 ‘e스포츠’를 “게임물을 매개로 하여 사람과 사람 간에 기록 또는 승부를 겨루는 경기 및 부대활동”으로 정의하고 있는데(「이스포츠진흥법」 제2조 제1호), 여기서 ‘게임물’이란, 게임법상의 게임물이다. 게임법상의 게임물이란, “컴퓨터프로그램 등 정보처리 기술이나 기계장치를 이용하여 오락을 할 수 있게 하거나 이에 부수하여 여가선용, 학습 및 운동효과 등을 높일 수 있도록 제작된

영상물 또는 그 영상물의 이용을 주된 목적으로 제작된 기기 및 장치”를 말한다.

결국, e스포츠란 간단하게 말해서, ‘컴퓨터 등을 통해 구현되는 영상물을 이용하여 승부를 겨루는 활동’이라고 할 수 있으나, 스포츠산업진흥법상의 ‘스포츠’는 “건강한 신체를 기르고 건전한 정신을 함양하며 질 높은 삶을 위하여 자발적으로 행하는 신체활동을 기반으로 하는 사회문화적 행태”를 지칭하기 때문에, 컴퓨터게임을 통한 승부활동에 좀더 주안점을 두고 있다고 할 수 있다. 물론, 「이스포츠진흥법」도 “여가와 친목도모를 위하여 행하는 자발적이고 일상적인 e스포츠 활동”을 ‘생활 e스포츠’로 하여 특별히 개념을 정의하고 있고, 전문 e스포츠 외에도 생활 e스포츠의 육성에 필요한 시책을 강구하도록 하고 있다.

다만, 대한체육회 인정단체(단체의 대표성을 한시적으로 인정은 하되 대한체육회에서 마련한 권리를 누린다거나 의무사항을 이행해야 하는 책임이 없는 단체)인 사단법인 한국e스포츠협회(이하, ‘KeSPA’)는 e스포츠에 대하여 “실제 세계와 유사하게 구현된 가상의 전자 환경에서 정신적, 신체적인 능력을 활용하여 승부를 겨루는 여가활동을 통틀어 이르는 말로, 대회 또는 리그의 현장으로의 참여를 비롯해 전파를 통해 전달되는 중계의 관전을 포함하며, 이와 관계되는 커뮤니티 활동 등의 사이버 문화 전반 또한 e스포츠 활동에 속한다.”고 규정하여, 게임을 통해 경기를 펼치는 프로게이머들 외에 일반인들이 경기를 관전하고 게임뉴스 전문사이트(예: fomos, inven, thisisgame 등)나 팬 커뮤니티(예: playxp, pgr21 등) 등을 통해 경기에 대한 예상 및 분석, 토론을 벌이는 것까지 폭넓게 e스포츠 활동의 범주에 들어가는 것으로 보고 있다.

2) e스포츠 진흥 계획의 수립

「이스포츠진흥법」 제4조는 “국가 및 지방자치단체는 e스포츠의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.”고 하여 국가 및 지방자치단체의 책임을 일반적으로 규정하고 있다.

세부적으로 살펴보면, 문화체육관광부장관은 e스포츠 진흥에 관한 기본적이고 종합적인 중장기 진흥 기본계획(이하, ‘기본계획’)과 e스포츠의 각 분야별, 연도별 세부시행계획(이하, ‘시행계획’)을 수립, 시행하도록 되어 있고(「이스포츠진흥법」 제6조 제1항), 기본계획은 5년마다, 시행계획은 기본계획에 맞추어 매년 수립·시행하도록 「이스포츠진흥법」 시행령에 규정되어 있다.

위 기본계획에는 ① e스포츠 진흥의 기본방향, ② e스포츠 활성화를 위한 기반 조성, ③ e스포츠 관련 전문인력의 양성 및 권익향상, ④ e스포츠 관련 국제대회 등 행사의 활성화, 국제 협력 및 교류, ⑤ e스포츠 진흥을 위한 재원(財源) 확보, ⑥ 전문 e스포츠의 육성·지원 및 생활 e스포츠의 저변 확대·활성화 지원, ⑦ e스포츠의 학술 진흥 및 기반 조성, ⑧ 그 밖에 e스포츠 연구·표준화 및 기록관리, 국산게임을 포함한 e스포츠 종목 다양화, e스포츠 대회 및 부대활동, 여가선용을 위한 생활 e스포츠의 활성화 등 대통령령으로 정하는 e스포츠 진흥에 필요한 사항이 포함되어야 한다. 그리고 문화체육

관광부장관은 이와 같은 기본계획 및 시행계획의 수립과 집행을 위해서는 관계행정기관, 지방자치단체 등에게 필요한 협조를 요청할 수 있다.

정부는 위와 같은 정책 수립 및 시행을 위하여 e스포츠에 관한 실태조사를 실시하여야 할 책임이 있다. 이를 위하여 문화체육관광부장관은 실태조사를 위하여 e스포츠 관련 사업자 또는 법인·단체에 대한 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구할 수 있고, 그러한 요구를 받은 상대방은 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다(「e스포츠진흥법」 제7조).

또한, 위와 같은 기본계획 및 시행계획을 효과적으로 수행하기 위하여 필요한 자금 확보가 큰 관건이라고 할 수 있다. 국가와 지방자치단체는 이에 필요한 자금을 확보하기 위하여 노력하여야 할 의무가 있다.

3) e스포츠 산업의 육성 및 지원

(1) 시설지원

문화체육관광부장관은 e스포츠 진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 지방자치단체의 장과 협의하여 e스포츠 시설을 구축할 수 있고, 예산의 범위에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다. 이는 「보조금 관리에 관한 법률」에 근거하여 ① e스포츠 전용시설을 신규 설치하거나, ② 다른 목적으로 사용 중인 시설의 용도를 e스포츠 전용시설로 전환하는 범위 내에서 가능하다(「e스포츠진흥법」 제8조 제3항 내지 제4항 및 동법 시행령 제4조).

(2) 국제교류 및 해외 홍보 지원

한편, 정부는 e스포츠의 국제교류를 활성화하기 위하여 국제e스포츠연맹(International e-Sports Federation)을 비롯하여 정부가 자본금의 일부를 출자한 기관이나 단체에 필요한 지원을 할 수 있고, 국내 e스포츠의 경쟁력 강화와 해외시장 진출을 활성화하기 위하여 해외 홍보 등의 사업을 추진할 수 있다. 위 사업을 효율적으로 지원하기 위하여 해외에 상주인력을 두고 있는 비영리 법인에 대하여 이를 위탁 또는 대행하게 할 수도 있고, 예산의 범위 안에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수도 있다(「e스포츠진흥법」 제14조 및 동법 시행령 제9조).

국제e스포츠연맹은 대한민국의 주도로 8개국(독일, 오스트리아, 덴마크, 네덜란드, 벨기에, 스위스, 대만, 베트남)과 함께 2008년 8월 11일 부산에서 설립한 비영리 국제 e스포츠 단체로, 현재 국내에 본부를 두고 있으며 문화체육관광부 소관의 사단법인으로 등록되어 있다. 설립 목적은 국제적인 e스포츠 인프라 구축과 공인 종목의 선정 기준, 국제 선수와 심판 기준 제정 등을 통하여 국제 e스포츠

를 표준화하며 국제적인 e스포츠 대회를 개최하는 데 있다. 2012년 8월 현재 회원국은 아시아 10개국(대한민국, 방글라데시, 중국, 대만, 인도, 말레이시아, 몰디브, 싱가포르, 베트남, 스리랑카), 유럽 19개국(오스트리아, 아제르바이잔, 벨기에, 불가리아, 덴마크, 독일, 그리스, 이스라엘, 이탈리아, 네덜란드, 노르웨이, 포르투갈, 루마니아, 러시아, 세르비아, 스페인, 스웨덴, 스위스, 영국), 아프리카 2개국(나미비아, 남아공), 아메리카 2개국(미국, 브라질) 등 총 33개국으로 확대되었다.(인도네시아와 일본은 준회원국으로 분류)

이와 같은 e스포츠의 국제교류를 통하여 우리나라가 e스포츠의 종주국 또는 주도국으로서의 국제적인 위상을 계속해서 유지할 수 있을 것이고, 「이스포츠진흥법」에서 국제e스포츠연맹을 지원할 수 있는 법적인 근거가 마련되었다는 의의도 찾을 수 있다.

(3) 지방 e스포츠의 균형 잡힌 발전

(지방자치단체가 지역주민의 여가와 친목 도모를 위하여 ① 시설 등 여건 조성, ② 단체 설립, 운영, ③ 대회 개최를 지원할 수 있도록 규정하고 있는데(제5조), 의무사항은 아니기 때문에, 그 지원에 있어 한계가 있을 수는 있다. 이 경우, 문화체육관광부 장관이 예산의 범위 안에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수도 있으나, 이 역시 의무사항은 아니다(제8조 제2항). 다만, 이와 같은 지방e스포츠의 진흥을 통해 서울과 지방 간의 균형적인 발전과 e스포츠의 저변확대를 도모할 수 있을 것이다.

(4) e스포츠 대회 육성

문화체육관광부 장관은 행정기관의 장이 주최하는 대회, 영리를 목적으로 하지 아니하는 대회, 체육행사의 일환으로 행해지는 대회에 대하여 육성·지원할 수 있다(이스포츠진흥법」 제11조 및 동법 시행규칙 제2조).

4) e스포츠 종목 다양화 지원

(1) 종목선정기관

문화체육관광부장관은 문화체육관광부령이 정하는 기준에 따라 e스포츠대회를 육성, 지원할 수 있고, e스포츠의 종목 다양화를 촉진하기 위하여 종목선정기관을 지정하여 그 종목선정기관으로 하여금 e스포츠의 종목선정을 실시하게 할 수 있다(「이스포츠진흥법」 제12조 제1항).

e스포츠 종목선정기관으로 지정되기 위해서는 해당 기관이 ① e스포츠 또는 게임산업의 진흥을 주된 목적으로 설립된 비영리 법인으로서 종목에 관한 연구인력이 상주하여야 하고, ② 종목 경기를 모의 시험할 수 있는 시설과 설비를 갖추고 있어야 하며, ③ e스포츠 관련 활동 실적, 종목선정을 위한 전문가의 구성 및 활동에 관한 계획, 종목선정을 위한 기술적 검토에 관한 사항, 종목선정에 필요한 비용 및 재원 조달 계획, 선정종목의 활성화에 관한 지원 계획 등을 문화체육관광부장관에 제출하여, 종목 활성화를 위한 적절한 체계를 갖추어야 한다. 문화체육관광부장관은 해당 기관이 위 요건을 충족하여 종목선정 기관을 지정하였을 때에는 지정서를 발급하여야 하며, 지정사실을 문화체육관광부 인터넷 홈페이지에 공고하여야 한다(「e스포츠진흥법」 시행규칙 제3조).

지정을 받은 종목선정기관이 명칭, 대표자, 소재지 중 어느 하나를 변경하는 경우 신청서에 그에 대한 서류를 첨부하여 문화체육관광부장관에게 제출하여야 한다. 또한 이러한 종목선정기관이 지정요건에 미달하여 기관지정을 취소할 경우 e스포츠진흥자문위원회의 의견청취가 필수적으로 요구되며, 청문과정을 거쳐야 한다(「e스포츠진흥법」 제16조 제1호). 종목선정기관 지정을 취소한 경우에는 그 사실을 문화체육관광부 인터넷 홈페이지에 공고하여야 한다(「e스포츠진흥법」 시행령 제7조).

(2) 종목선정 및 현황

종목선정기관이 종목을 선정하기 위해서는 종목대상 게임물의 이용자를 대상으로 하는 의견수렴 과정과 종목대상 게임물 저작권자의 종목선정 동의 절차를 거쳐야 한다. 종목선정 대상은 게임물 중에서 e스포츠 활동에 적합한 것으로 하되, 종목대상 게임물의 이용자 수와 연령등급 및 게임규칙의 공정성을 고려하여야 하며, 종목선정의 절차·대상·기준에 관하여 세부사항은 문화체육관광부장관과 협의하여 정한다. 그리고 이러한 과정을 거쳐 종목을 선정하였을 경우 그 내용을 즉시 문화체육관광부장관에게 제출하여야 한다. 문화체육관광부장관은 이를 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사에게 통보하고 이를 문화체육관광부 인터넷 홈페이지에 공고하여야 한다(「e스포츠진흥법」 시행규칙 제4조).

현재 한국e스포츠협회가 공인하는 종목은 총 22개(〈스타크래프트 : 브루드워〉, 〈피파12〉, 〈철권〉, 〈위닝일레븐〉, 〈카운터 스트라이크〉, 〈위크래프트3 : 프로즌 쓰론〉, 〈카트라이더〉, 〈스페셜포스〉, 〈갯앰프드〉, 〈서든어택〉, 〈테일즈 런너〉, 〈던전애파이터〉, 〈샷 온라인〉, 〈A.V.A〉, 〈슬러저〉, 〈카운터 스트라이크 온라인〉, 〈펌프잇업 NX2〉, 〈피파온라인2〉, 〈아발론 온라인〉, 〈스페셜포스2〉, 〈리그 오브 레전드〉, 〈스타크래프트2 : 자유의 날개〉)이며 이러한 공인종목에는 한국e스포츠협회의 공인마크를 사용할 수 있다. 한편 공인자격이 취소된 종목은 21개(〈에이지 오브 엠파이어〉, 〈킹덤 언더 파이어〉, 〈퀘이크3〉, 〈레인보우 식스〉, 〈아트록스〉, 〈임진록2〉, 〈액시스〉, 〈쥬라기원시전2〉, 〈포트리스2〉, 〈펌프잇업〉, 〈아크로 엑스트림〉, 〈팡야〉, 〈피파온라인〉, 〈씨티 레이서〉, 〈위록〉, 〈프리스타일〉, 〈블랙샷〉, 〈바투〉, 〈창천 온라인〉, 〈케로로파이터〉, 〈마구마구〉 등)이다.

e스포츠 종목이 다양화됨으로써 결국은 e스포츠산업이 확대되는 효과를 기대해 볼 수 있겠으나, 종목선정에 있어서 엄격성과 중립성 등이 요구된다고 하겠다. <스타크래프트2 : 자유의 날개>(이하, '스타2')의 경우, 2007년부터 발생한 한국e스포츠협회와 <스타크래프트 : 브루드워>(이하, '스타1')의 제작사인 블리자드 사이의 중계권 갈등 문제로 인하여 한동안 한국e스포츠협회의 공인종목으로 인정받지 못하였다. 이로 인해 출시된 지 2년이 다 되도록 스타2에서 활동 중인 게임단이 한국e스포츠협회의 공인팀으로 인정받을 창구가 없어 프로게이머들의 지위도 불안정하였다. 다행히 지난 5월 '스타크래프트2 e스포츠 공동 비전 선포식'을 통하여 한국e스포츠협회는 팀 단위 스타2 리그를 주최할 수 있는 라이선스를 획득했고, 케이블TV 채널인 온게임넷은 개인 단위의 스타2 리그를 주최하고 방송할 수 있는 라이선스를 취득하였으며, 가까스로 스타2는 한국e스포츠협회의 새로운 공인종목으로 선정됐다.

한편, 이 과정에서 'SK플래닛 <스타크래프트> 프로 리그'의 진행방식이 시즌 2부터 초반 3세트는 스타1로, 후반 3세트는 스타2로 진행하는 것으로 갑작스레 바뀌어 프로게이머나 e스포츠 팬들에게 혼란을 불러일으켰다. 1999년부터 진행되어온 '온게임넷 스타 리그'(이하, '스타 리그')도 올해 8월 4일 결승전(총 34번째 대회)을 끝으로 차기 시즌부터는 스타2로 종목이 변경되어 진행됨으로써 기존 스타1 종목으로 치러졌던 스타 리그는 팬들의 기억 속에만 남게 되었다.

5) e스포츠 전문 인력의 양성

(1) 전문인력 양성기관 및 예산지원

「e스포츠진흥법」에 따르면, 문화체육관광부장관은 e스포츠진흥에 필요한 경기 및 방송, 연구 등 e스포츠 관련 전문인력을 양성하기 위하여 노력하여야 하는 바, 대통령령이 정하는 바에 따라 고등교육법에 따른 대학, 그 밖에 필요하다고 인정하는 기관을 e스포츠 전문인력 양성기관(이하, '전문인력 양성기관')으로 지정할 수 있다(「e스포츠진흥법」 제10조). 문화체육관광부장관은 e스포츠 관련 교육과정 또는 교과 과정을 운영하는 대학이나 e스포츠에 관한 연구를 수행하는 연구기관이나 교육기관, e스포츠진흥을 목적으로 설립된 비영리법인, 한국콘텐츠진흥원 등을 전문인력 양성기관으로 지정할 수 있다. 전문인력 양성기관으로 지정받으려는 자는 전문인력 양성실적과 계획, 교육과정 또는 교과과정의 편성과 강사 등 교수진에 관한 사항, 전문인력 양성에 필요한 시설·설비에 관한 사항, 운영경비 조달계획의 내용을 담은 지정신청서를 문화체육관광부장관에게 제출하여야 한다(「e스포츠진흥법」 시행령 제6조 제1항 내지 제2항).

또한 문화체육관광부장관은 위와 같은 전문인력 양성기관에게 강사료와 수당, 연수교재와 실습기자재비, 그 밖의 전문인력 양성에 소요되는 필요경비를 예산의 범위 안에서 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수 있도록 하였는데(「e스포츠진흥법」 제10조 제3항 및 시행령 제6조 제3항), e스포

츠 전문인력 양성기관을 통하여 e스포츠산업에서의 고용창출 효과와 e스포츠산업의 고도화를 도모할 수 있을 것이다.

(2) e스포츠 직무 유형 및 현황

한국콘텐츠진흥원의 e스포츠 직무분석에 의하면, 종목개발-배급군, 경기단체, 게임단, 방송-미디어, 기타 e스포츠 직무 지원직무 등 총 5개 직군으로 구분되어 있다.

① 종목개발-배급군에는 게임마케팅 업무를 하는 e스포츠 홍보/마케터가 있고, ② 경기단체에는 한국e스포츠협회와 국제e스포츠연맹에서 대회운영을 하는 운영직, 심판, 그리고 경기용 맵 제작자가 있고, ③ 게임단은 게임단을 총괄하는 감독, 코치, 선수 그리고 이들의 활동을 지원해주는 프런트로 구성되고, ④ 방송-미디어 직군은 게임방송PD, 마케터, 게임을 해설하거나 진행하는 게임방송 진행자, 게임대회에서 실시간으로 게임을 연출하는 게임연출가, 게임방송 촬영감독, 그리고 e스포츠 포털 사이트에 기사를 올리는 기자가 있으며, ⑤ 지원직군에는 정부지자체 e스포츠 담당관과 관련 학과에서 학생들을 가르치는 교육자가 포함된다.

현재 고등교육법에 따른 대학 중 e스포츠를 학과 이름으로 내건 곳은 '전남과학대 e스포츠과'가 유일하며, 최근 전 프로젝트단 감독을 교수로 초빙하여 프로젝트이머 양성 및 e스포츠 전문가 육성을 목표로 삼고 있다. 국제e스포츠연맹은 올해 초 완료된 국제 e스포츠심판 양성 산학연구를 기반으로 한국e스포츠협회와 심판 교육 커리큘럼을 제작 중에 있다. 국제e스포츠연맹은 「이스포츠진흥법」 제14조 제1호에서 정부가 e스포츠의 국제교류 활성화를 위하여 국제e스포츠연맹에 필요한 지원을 할 수 있다고 한 근거규정을 바탕으로 예산확보를 통해 차년도부터 본격적인 국제심판 양성 프로그램을 시행할 예정이며, 표준화된 프로그램을 통해 양성된 심판들을 향후 각종 e스포츠 대회에 파견하여 대회의 질적 향상을 높이겠다는 포부를 밝혔다.

한편, 현재 운영 중인 주요 종목의 국내 프로젝트단 현황을 살펴보면, 스타1의 경우 한국e스포츠협회에 등록된 8개 구단(KT 롤스터, 삼성전자 칸, SKT T1, STX 서울, CJ 엔투스, 공군 에이스, 웅진 스타즈, 제8게임단)이 있고, 스타2의 경우 위 등록 구단 외에 프라임(Prime), TSL, 스타테일, LG-IM, 에프엑스오픈(FXOpen), MVP, Slayers_EG, NS호서 등이 있으며, 최근 선풍적인 인기를 끌고 있는 <리그오브레전드>의 경우 유일한 한국e스포츠협회 소속 구단인 CJ 엔투스와 나진 앰파이어(Shield와 Sword 2팀 운영), 아주부(前 MIG팀이 스폰서 명칭을 따라 팀 이름 변경, Blaze와 Frost 2팀 운영), 스타테일, 제닉스 스톰(2팀 Tempest 최근 결성)과 LG-IM, MVP, PSW 등이 있다.

그러나 스타1 한국e스포츠협회 소속 구단의 경우 지난해 위메이드 폭스, MBC게임 히어로(케이블 TV 방송국인 MBC게임은 게임채널 운영을 중단하고 음악채널로 변경), 화승 오즈 등 3개 구단이 '신한은행 프로리그 10-11시즌'의 종료와 함께 연이어 해체하면서 어려움을 겪었고(3개 구단의 선수를 묶어 KeSPA에서 제8게임단 창단 후 직접 운영 중), 공군 프로젝트단인 에이스마져 7월 말 향후 e스포츠병을 추가 선발할 계획이 없고, 현 소속 선수들의 제대 후 팀 해체를 정식으로 논의하고 있다는

뉴스가 알려져 충격을 주고 있다.

국가 차원의 e스포츠 지원정책이자 현역입영 대상 선수들에게 꼭 필요한 제도로써, e스포츠 강국 대한민국의 이미지를 전세계에 각인시키며 2009년에는 최초의 군 프로게임단으로 기네스북에 등재 되는 등 세계적으로 한국 e스포츠를 알리는 데 중요한 역할을 했으나, 공군팀의 해체가 기정사실화되면서 이를 대체할 방안 연구가 시급한 실정이다.

6) e스포츠 관련 기관의 설립

(1) e스포츠진흥자문위원회

우선, e스포츠진흥자문위원회를 두어 문화체육관광부장관의 e스포츠산업진흥에 관한 자문에 응할 수 있도록 하였다. e스포츠진흥자문위원회의 구체적인 구성 및 운영은 대통령령으로 정하도록 되어 있는데, 필수업무기관은 아니다(제9조). e스포츠진흥자문위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함한 10명 이상 20명 이하의 위원으로 구성되며, 위원회의 위원장 및 부위원장은 위원 중에서 호선한다.

위원회의 위원은 문화산업, 생활문화, 교육, 청소년, 체육, e스포츠 등에 관하여 학식과 경험이 풍부한 자 중에서 위촉하여야 하며 위원 중에는 e스포츠 선수가 1명 이상이 되도록 하여야 한다. 위원회 위원의 임기는 2년으로 하되, 연임할 수 있다. 위원회는 ① e스포츠 진흥 기본계획·시행계획, ② 실태조사의 범위 및 내용, ③ e스포츠 대회 육성·지원, ④ 종목 다양화 및 종목 선정 기준, ⑤ 종목 선정기관 취소, ⑥ 기타 문화체육관광부장관이 부하는 사항에 대한 자문 업무를 수행하게 되며, 전문적인 사항을 자문하기 위해 필요한 경우에는 분과위원회를 둘 수 있다.

(2) e스포츠산업지원센터

문화체육관광부장관은 e스포츠산업의 발전을 위하여 e스포츠산업지원센터를 지정할 수 있는데, e스포츠산업지원센터는 e스포츠산업의 발전을 위한 지방자치단체와의 협조에 관한 사항, e스포츠산업의 발전을 위한 연구개발 및 상담 등 지원에 관한 사항을 수행하도록 하고 있다. 지원센터 지정대상은 국공립 연구기관, 고등교육법상 대학 또는 전문대학, e스포츠 진흥을 목적으로 설립된 비영리법인, 한국콘텐츠진흥원 등이다. 지원센터는 e스포츠산업의 발전을 위한 지방자치단체와의 협조업무나 연구개발 및 상담 등 지원업무를 수행한다. 문화체육관광부장관은 지원센터 지정 시 필요한 경우 해당 지방자치단체장의 의견을 들어야 하며, 지정 해제 시에도 마찬가지로 의견을 청취하여야 한다(「e스포츠진흥법」 제13조 및 시행령 제8조, 시행규칙 제6조). 지정 해제 시에는 청문과정을 필수적으로 거쳐야 한다(「e스포츠진흥법」 제16조 제2호).

7) 포상

문화체육관광부 장관은 e스포츠의 발전에 기여한 공로가 현저한 개인·단체 및 기업 등을 선정하여 포상할 수 있고, 문화체육관광부 장관은 e스포츠 관련 기관·단체로부터 그 대상자를 추천받을 수 있다(「이스포츠진흥법」 제18조 및 시행령 제10조). 앞으로 e스포츠선수나 아마추어선수들에게도 위와 같은 포상이 주어질 수 있을 것이다.

8) 권한의 위임·위탁

문화체육관광부 장관은 「이스포츠진흥법」에 따른 권한의 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사에게 위임하거나, e스포츠의 진흥을 목적으로 설립된 기관이나 법인 또는 단체에 위탁할 수 있다.

3. 전망

e스포츠산업의 진흥을 위하여 「이스포츠진흥법」이 제정된 것은 게임산업, 나아가 e스포츠산업에서 획을 긋는 일이 될 것이다. 「이스포츠진흥법」은 앞으로 정부가 구체적으로 자금을 마련하고, 계획을 수립하여 이를 실행해 나가기 위한 시금석이 될 것이다. 또한, 「이스포츠진흥법」의 제정을 계기로 과거 10년 동안 쌓아온 우리나라 e스포츠산업이 한층 더 도약할 수 있는 전환점이 될 것이다. 다만, e스포츠가 특정 게임업체의 지적재산권의 산물인 게임을 기초로 발전한다는 특성상, '블리자드 vs. 한국 e스포츠협회'와 같은 갈등이 언제나 내재하고 있다는 점에서, 이러한 분쟁을 해결하거나 또는 조정할 수 있는 조항이 법제화되지 않은 것은 아쉬운 부분이다.

제2장

게임문화의 역할과 영향

제1절 게임문화 동향과 문화적 실천

1. 들어가는 말

2012년 한국의 게임문화 환경은 커다란 격변기를 경험했다. 무엇보다도 교육과학기술부가 학교폭력을 근절하려는 목적으로 청소년을 대상으로 게임 ‘쿨링오프제(Cooling off)’를 실시하겠다고 발표하면서 게임이 청소년들의 교육과 문화에 더욱더 부정적인 대상으로 인식될 위험에 처하게 되었다. 여성가족부의 청소년 게임 이용 섯다운제 도입을 시작으로 교육과학기술부의 이러한 조치들은 게임의 문화를 형성하는 데 있어서 어려움을 초래했다. 교육과학기술부의 쿨링오프제 도입에 대해 주요 언론들이 대대적으로 보도하면서 청소년들의 게임 이용에 대한 강력한 규제를 여론화하려는 움직임이 있었는데, 이로 인해서 게임문화의 긍정적인 측면들을 여론화하는 것이 더욱 어려워졌다.

그러나 다른 한편으로 게임문화재단이 출범한 이후 올해는 본격적으로 게임문화의 환경을 새롭게 만들어 보려는 노력들도 엿보였다. 게임문화재단이 후원하는 게임문화 포럼이 2012년 2월에 열려 큰 호응을 받았고, ‘네오위즈’나 ‘엠 게임즈’ 등 개별 게임기업들도 게임과 관련된 다양한 문화 참여 행사들을 마련하였다. 또한 한국게임산업협회는 올해 부산에서 열리는 ‘지스타’에 청소년들이 직접 기획한 게임콘텐츠를 전시하는 ‘청소년 게임 창작 워크숍’을 지원하였고, 한국콘텐츠진흥원에서는 청소년들의 게임 이용에 대한 실태조사를 위한 예비연구를 실시했으며, 한국문화예술교육진흥원에서는 하자센터와 함께 게임콘텐츠를 매개로 하는 문화예술교육 사업을 시범적으로 실시하였다. 게임에 대한 부정적인 사회여론을 극복하기 위해 기획된 2012년도 게임문화 관련 다양한 연구와 행사들을 장기적으로

보았을 때, 게임의 긍정적인 문화 환경들을 조성하는 데 있어서 대단히 중요한 내용을 담고 있다. 이 글은 2012년에 진행된 게임문화의 환경 변화와 그 대응들을 몇 가지 사례를 통해서 분석하고자 한다.

2. 청소년들의 게임문화 실태

2012년 1월 26일 교육과학기술부 이주호 장관은 학교폭력의 주원인 중의 하나가 게임중독이고 이를 해결하기 위해 게임을 2시간 이용하면 10분간 휴식을 하는 소위 쿨링오프제를 도입하겠다고 발표했다. 거기에 학교폭력을 예방하기 위해 게임업계의 기금조성을 요구하겠다고 말했다. 이는 작년에 여성가족부가 문제의 게임 이용 섟다운제를 밀어붙이면서 게임업계로부터 1%의 게임중독 예방기금을 요구한 것과 그 과정이 흡사하다. 이로 인해서 게임업계는 법적으로 강한 규제를 받고, 재정적으로 기금을 출연해야 하는 상황에 직면하였다.

당시 여성가족부가 추진한 청소년 게임섟다운제 도입의 취지로 주장한 것이 아이들의 수면권이었다. 아이들이 게임 때문에 잠을 안 잔다는 것이다. 이번에 교과부가 주장한 것은 학교폭력이다. 게임 때문에 학교폭력이 크게 증가했다는 것이다. 그러나 교과부는 게임 때문에 학교폭력이 증가했다는 객관적인 근거 자료를 제시하지 못했다. 그냥 몇 사람의 말을 참고로 학교폭력의 주범으로 게임이 지목된 것이다. ‘청소년보호법 제정’의 계기가 되었던 1996년 일진회 사건에서도 청소년 폭력조직의 배후로 만화가 지목되었다. 당시에 객관적 근거 없이 가해 청소년의 심문에서 나온 이야기를 엮어서 만화가 폭력의 주범으로 낙인 찍혔다. 달라진 게 아무것도 없다. 만화가 게임으로만 바뀌었을 뿐이다.

따라서 지금 상황에서 중요한 것은 게임이 청소년들의 일상에 얼마나 중요한 요소이고, 이것이 청소년들의 학업에 얼마나 큰 영향을 미치는지에 대한 정확한 실태조사이다. 청소년의 게임 이용을 규제하려는 입장이나 그 권리를 주장하는 입장 모두 안고 있는 공통적인 문제점은 청소년들의 게임 이용 실태에 대한 체계적이고 객관적인 연구결과를 제대로 제시하지 못한다는 점이다. 청소년 게임 이용에 대한 기관의 조사들은 주로 심층적인 연구조사가 배제된 채 양적인 데이터에 근거한 설문조사 방식을 선호하여, 게임 이용의 일상의 맥락들을 제대로 파악하지 못했다. 또한 게임 이용의 청소년 권리를 주장하는 측에서도 청소년의 자기 목소리를 충분히 반영해서 발언하기보다는 주로 문화적 가치의 차원에서 추상적으로 주장하는 것에 그치고 있다. 청소년들이 왜 게임을 많이 이용하고, 어떤 방식으로 이용하며, 게임 이용이 청소년의 문화와 일상을 이해하는 데 얼마나 중요한 의미를 가지고 있는지에 대한 심층적인 연구를 위해서는 이들이 게임 이용에 대한 구체적인 실태조사가 필요하다.

이러한 문제의식 속에서 한국콘텐츠진흥원은 청소년들의 게임 이용에 대한 실태조사를 위한 예비 연구를 실시하였다. 이 연구는 다양한 변수를 고려해 선정한 청소년들과의 심층인터뷰를 통해서 게임 이용 문화의 실태를 파악하기 위한 예비조사로 마련되었다. 따라서 이번 연구에서 청소년 게임 이

용 실태의 구체적인 내용들은 파악하기 어렵지만, 전체적인 윤곽을 파악하는 데 중요한 자료로 활용될 수 있다. 이 실태조사는 20여 명을 대상으로 심층면접을 통해서 현재 청소년들이 스스로 생각하는 게임 이용의 실태가 어떠한지에 대한 개요를 파악했고, 특히 그동안 진행되었던 양적 설문조사의 결과와 실제 심층인터뷰의 결과와 일치하는지, 일치하지 않으면 그 이유가 무엇인지를 분석하였다. 청소년들의 게임문화에 대한 실태분석 결과를 정리하면 다음과 같다.

1) 청소년들의 주요한 여가활동으로서 게임

실제로 조사에 응한 청소년들은 대부분 적든 많은 게임을 경험해 봤다. 그리고 친구들이 대부분 게임을 하고 있다고 이야기했다. 인터뷰에 응한 청소년들 중 다수가 학교가 끝난 방과 후에 하루 한 시간 이상 게임을 한다고 했고, 방학 때에는 더욱 많은 시간을 게임을 하며 보낸다고 하였다. 청소년들이 직접 밝힌 게임을 하는 이유로는 ‘시간을 때우려고’, ‘재미있어서’, ‘스트레스를 해소하기 위해서’ 등을 들었다. 이 평범한 대답 속에 대한민국의 청소년들의 일반적인 현실이 압축되어 있다.

공부하는 것이 본분이라고 생각되는 청소년들의 사회적 지위 속에서 학업 시간 이외의 시간은 가치 절하되는 빈 시간일 뿐이다. 학습이라는 노동 이외의 시간은 청소년들의 권리로 보장받는 시간이 아니라, 공부를 하기 위한 재충전의 시간으로 인식될 뿐이다. 이런 재충전을 목적으로 주어진 시간이고 단지 공부를 더 하고 싶지 않은 시간이기 때문에 생산적으로 활용하기보다는 어떻게든 그냥 때워야 할 시간으로 인식하고 있었다.

2) 청소년 여가문화의 의미, 친교활동과 스트레스 해소

인터뷰에 응한 청소년들은 게임, TV시청, 독서, 영화관람, 쇼핑, 친구 만나기 등등 정형화된 여가 활동을 하는 것으로 나타났다. 청소년 대부분은 비슷비슷한 여가 활동의 선택지들 중 자신의 조건에 맞거나 주로 친구들과 함께 할 수 있는 활동을 선호하였다. 이러한 청소년 문화 환경 조건에서 게임은 다른 여가 수단에 비해 값싼 비용으로 할 수 있는 여가 활동이다. 대부분 집에 구비된 컴퓨터를 활용해서 자신만의 방에서 누군가에게 방해받지 않고 할 수 있는 게임은 안전한 여가활동 중의 하나인 것이다.

대부분 청소년들은 게임을 하면서 게임이 재미있는 것은 알지만 그렇다고 게임만 계속하는 것은 지루한 일이라 생각하였다. 방학처럼 시간이 많은 경우에는 몇 시간씩 게임을 하기도 하지만, 게임만 하는 것을 재미있다고 생각하지는 않았다. 오히려 인터뷰에 응한 청소년 모두 각각 스스로를 통제하는 시간 기준 등이 있었고, 그 이상 게임을 하는 것은 폐인이라고 평가하였다. 청소년들의 게임에 대한 자기조절력은 교사나 학부모들에 의해 학습되거나 향상되는 것은 아니라는 것을 알 수 있었다.

인터뷰 대상자 중 일부는 게임을 통해 성취감을 얻는다고 했다. 게임을 통해서 자신의 목표를 설정

하고, 그러한 성취 과정에서 뿌듯함을 느낀다는 청소년들도 있었다. 자신의 능력과 가능성을 확인하기 위해서 몰입하여 활력을 갖는 모습은 청소년기의 자연스러운 특성이다. 이러한 경쟁을 통한 자기 확인의 욕구 이외에도, 청소년들은 온라인에서 혼자 게임하기보다는 오프라인 친구들이나 온라인 친구들과 협력하는 플레이에서 더욱 큰 성취감을 느낀다고 했다. 청소년들이 운동이나 스포츠를 함께 즐길 수 있는 문화적 인프라가 부족하고 친구와 만날 시간이 부족한 현실에서 게임은 청소년기의 교우관계를 형성하는 경쟁과 협력 등 역동적인 관계 맺기 활동의 일부를 대체하고 있다.

3) 청소년 여가활동의 부족

인터뷰에 참가한 대부분의 청소년들은 어른들의 눈에는 게임을 하는 데 많은 시간을 할애하는 것 같아도 자신은 게임중독자가 결코 아니라고 하였다. 그들은 게임 때문에 일상생활을 방해받을 정도로 오랫동안 게임만 하는 사람을 게임중독자로 묘사하였다. 게임을 하는 데 자기절제와 통제의 능력에 대한 요인을 중요하게 생각하였다. 대부분 청소년들은 학교와 학원에서 학업을 병행하기 때문에 게임만 할 수는 없는 상황이다. 학업 장소의 이동이나 학업 과정에서 중간에 주어진 빈 시간 동안 게임을 하기 때문에, 자신들은 게임만 하지는 않는다고 생각하였다. 다시 말해, 일상생활을 정상적으로 하기 때문에 자신들은 게임중독이 아니라고 생각하였다.

그리고 대부분이 과거에는 몇 번 게임 시간이 길어져 부모님과 마찰이 있었으나, 지금은 효과적으로 게임 시간을 통제하고 있다며, 스스로를 신뢰하였다. 이는 청소년들이 스스로 절제할 수 있는 주체로 인식하기 때문인 것으로 보인다. 그래서 게임 시간을 통제할 수 있는 요인으로 자신과의 약속이나 게임에 대한 (예전에는 없었지만) 통제력이라고 응답하였다.

4) 게임문화에 관한 청소년의 인식

게임이 학교폭력의 주범이라는 일부 언론과 여성가족부와 교육과학기술부 등의 주장에 대해 응답 인원 전원이 동의하지 못한다는 의견을 나타내었다. 그들은 지금의 학교폭력의 원인은 게임 외에 다른 개인적, 환경적 요인이라고 구체적으로 이야기하였다. 실제로 지금 학교 안에서 게임이 차지하는 위상은 크지 않았고, 그로 인한 문제점들도 찾아볼 수 없었다. 언론이 보도하여 문제가 되었던 ‘캐릭터 셔틀’에 대한 현상을 알고 있거나 실제로 본 적이 있느냐는 질문에 모두가 보지 못하였고 그 말을 처음 듣는다는 반응도 많았다. 캐릭터 셔틀을 비롯한 게임과 관련한 부정적인 언론의 보도는 학교생활에서 일반적으로 벌어지는 현상이라기보다는 일부 기사에 의해 과장된 현상이라고 의견을 피력하는 청소년도 있었다. 그렇다면 이런 무분별한 보도에 의해서 학습된 범죄가 나타날 가능성이 있음이 우려되었다.

응답자들은 최근 청소년 게임의 규제에 대해서는 차별적인 반응을 나타냈다. 현재 실행되고 있거나

실행 예정인 섯다운제, 섯택적 섯다운제, 쿨링오프제 등에 대해서는 섯다운제 이외에는 정확히 알고 있지 않았다. 게임 규제 정책에 대해서 비교적 자세히 알고 있는 아이들은 대부분 강남, 목동 등 학군이 좋은 곳에 사는 아이들이었는데, 학교 등에서 토론시간에 토론 주제로 삼았기 때문인 것으로 보였다. 규제나 제도의 의견은 대부분 친구들과끼리 토론 과정에서 부정적인 의견과 태도로 강화되는 경향을 보였다. 규제나 제도의 필요성에 관해서는, 강한 반발심을 보이는 응답자들과 청소년 시기에는 일정한 규제가 필요하다는 의견으로 갈렸지만, 대부분 '나'와는 상관없다는 태도를 유지하였다. 청소년들의 이야기들을 종합하자면, 게임 규제 제도란 게임중독의 경향이 심하지 않은 나와는 비교적 무관하고, 일부 나이 어린 청소년들에게는 필요할지도 모르나 자신에게는 이미 다른 아이들 등 대책이 있으니 크게 문제가 될 것은 없다는 태도를 유지하였다.

5) 게임 환경에 관한 청소년들의 요구

응답자들은 게임업계에 대해서는 특별히 바라는 게 없었다. 게임에 바라는 점은 맵이나 캐릭터가 추가되고 좀 더 잘 만들어 주었으면 좋겠다는 정도의 반응이었다. 청소년들에게 가장 민감한 사항은 '캐시(cash)' 충전이었다. 대부분 문화상품권 등을 통해서 캐시를 충전하는 것으로 나타났는데 여기에 부담을 가지고 있는 것으로 응답했다.

프로게이머와 같은 직업에 대해서는 대부분 관심이 없거나 현실적이지 않다고 생각하였다. 또한 게임업계의 직업에 어떤 것이 있는지 잘 알지 못했다. 자신이 하는 게임에 대해서 제한적인 관심을 가지고 있을 뿐, 게임산업이 어떻게 구성되고 운영되는지에 대해서는 관심이 없다고 했다. 기능성 게임과 같은 게임도 있으면 좋겠다, 필요하다고 응답했지만, 재미있게 잘 만들지 않으면 굳이 해보려는 의지도 없었다. 이러한 태도를 보이는 것은 청소년들에게 게임은 '현재'를 살아가는 수단일 뿐 자신의 미래적 삶과 연결되어 있다거나 게임을 과장하면서 받아들이지 않기 때문이다. 청소년들에게 게임은 없어서는 안 될 중요한 여가 수단이지만, 게임이 자신의 삶에 어떠한 영향을 주지는 않는다고 했다. 다만 지금 답답한 현실에서 자신만의 시간이 필요하며, 그 시간에 방해받지 않고 게임을 섯택할 수 있도록 보장받기를 원했다.

이상과 같은 청소년들의 게임 이용 문화에 대한 실태조사를 벌인 결과 게임과몰입에 대한 부정적인 상황을 청소년들이 인지하고 있는 것은 사실이지만, 다수의 청소년들은 언론이 보도한 대로 자신들의 학습과 여가에 심각하게 지장을 줄 정도로 게임을 과도하게 이용하지 않는다는 것을 확인할 수 있었다. 더불어 청소년들이 게임에 집중할 수밖에 없는 상황을 충분히 이해하고 고려한다면, 게임과몰입에 대한 예방책이 쉽게 도출될 수 있을 것이다. 게임을 과도하게 규제하거나 게임에 대한 부정적인 관점을 강화하기보다는 청소년들이 다양한 문화를 경험할 수 있는 기회를 열어주고, 가족 구성원 간에 친밀하고 상시적인 소통의 문화가 먼저 만들어져야 한다는 것을 알 수 있었다.

3. 게임문화 교육과 연구의 확산¹⁾

게임의 문화적 가치를 확산시키는 데 있어 무엇보다도 중요한 것은 게임에 대한 다양한 관점의 연구와 분석이다. 한국의 게임문화는 여전히 산업적인 규모에 비해 게임문화 연구가 너무나 부족하다는 점이다. 여성가족부와 교육과학기술부의 청소년 게임 규제 정책을 통해서 우리가 노력해야 할 것은 외국에서는 청소년과 게임에 관련해서 어떤 연구와 교육이 이루어졌는가를 비교 연구하는 것이다. 왜냐하면, 우리나라의 게임에 대한 규제 정책이 합리적이고 이성적이지 않을 뿐만 아니라 충분한 연구를 바탕으로 이루어지지 않기 때문이다. 특히 게임과 관련된 교육 문제들은 대부분 중독예방이나 학습에 도움이 되는 기능성 게임교육이 대부분이었다. 이제 게임과 학교, 게임과 교육의 문제는 피할 수 없는 문제가 되었다. 그것은 청소년들의 놀이문화에서 게임이 중요한 매체이기 때문이기도 하고, 한국적인 입시교육 체제에서 게임은 교육의 적으로 간주되기 때문이기도 하다. 게임과 학교, 게임과 교육의 문제는 적어도 한국에서는 상호보완적인 것이 아니라 대립적인 것으로 인식되어 왔다. 학교에서 정상적인 교육과정이 이루어지기 위해서는 게임과 같은 시간을 소비하는 놀이들은 통제되어야 하는 대상이고, 좋은 대학을 가기 위해서는 게임은 해서는 안 되는 존재로 생각했다. 이와는 다르게 게임이 학교교육의 활성화를 위한 생산적인 매체로 기능할 수 있다는 주장이 제기되지만, 이는 소수의 의견에 불과하다. 오히려 게임의 교육적 순기능에 대한 지배담론은 게임이 교육 성취에 기여하는 학습효과 증진의 도구로 활용되는 콘텐츠를 어떻게 개발하고, 적용할 것인가에 집중되었다. 이른바 기능성 게임은 게임의 놀이 효과를 이용하기 위한 교육적 수단으로 인식되는 것이다. 이 장에서는 2102년 게임문화재단이 지원한 게임문화 포럼에서 논의되었던 게임문화 교육과 연구의 현황을 진단하고 특히 해외의 게임문화 연구를 소개하면서 국내 게임문화 교육과 연구 상황을 비교하고자 한다.

1) 게임의 문화적 위치

게임, 혹은 게임 리터러시와 교육, 혹은 학습과의 관계에 대한 해외 연구 사례들의 특징은 특정한 게임이 어떤 교육적 기능을 하는지에 대한 실증연구가 강하고, 게임의 교육적 의미를 간과하기 위해 오랫동안 참여관찰을 한다는 점이다. 그리고 게임중독이 학교생활과 교육과정에 어떤 악영향을 미치는지에 대한 부정적인 연구보다는 게임이 전통적인 리터러시 교육과는 어떤 점에서 다르고 게임의 활동들이 어떤 교육적 역할을 할 수 있는지에 대한 긍정적인 연구가 지배적이다. 물론 미국과 유럽을 비롯한 해외 게임 연구가 게임과 청소년 폭력과의 상관관계라든지, 게임과몰입이 일반 학습에 미치는 영향을 다루지 않는 것은 아니지만, 한국의 일부 연구 사례처럼 부정적인 결과를 도출하기 위한 임상적이고 양적인 데이터를 확보하기 위한 근거로 연구되지 않는다. 해외의 게임 연구 사례들은 오히려 계

1) 이 장은 제1회 게임문화 포럼에서 발표된 「게임은 교육에 어떤 영향을 미치고 있는가?」의 내용 일부를 수정 보완한 것임을 밝힌다.

임이 새로운 미디어로서 청소년의 학습활동에 개입해서 게임과 교육의 관계를 어떻게 긍정적으로 바라볼 수 있을지에 대한 결과물들이 훨씬 많은 편이다. 청소년들이 네트워크의 세계 안에 참여하는 것은 교육의 역할에 대해 새로운 방식의 사고를 한다는 것을 시사한다²⁾. 특히 소셜 네트워크 시대에 게임은 문화교육의 확장을 위해서 다양하게 활용될 수 있다.

소셜 네트워크 사이트, 온라인게임, 비디오 공유 사이트, 아이패드나 모바일 폰과 같은 도구들은 청소년 문화의 새로운 장비들이다. 그것들은 청소년의 삶에 깊게 스며들어서 10년 전만 해도 이러한 테크놀로지가 거의 존재하지 않았다는 것을 믿기 힘들 정도이다. 오늘날 청소년은 미래의 성인들이고, 그들의 선배들이 그랬던 것처럼 자율성과 정체성을 위해 투쟁할 것이다. 그러나 그 장비들은 커뮤니케이션, 우정, 놀이, 자기표현을 위한 새로운 세계들 가운데 계속 존재할 것이다(5쪽).

뉴미디어로서 게임의 지위와 가치에 대한 연구들은 대체로 긍정적인 측면을 더 크게 강조한다. 그리고 이러한 게임의 의미들을 장기간 연구한다. 해외 연구 사례들의 특징은 게임이용자에 대한 장시간의 현장 관찰 기록을 통해 객관적인 기술에 충실하려고 노력한다는 점이다. 특정한 게임을 이용하는 이용자의 행동발달 상황을 짚어는 1년, 길게는 2~3년 이상을 관찰하고, 학교는 이를 위해 교실을 적극적으로 개방한다. 최근에 교과부에서 마련한 학교폭력 대책 방안에서 게임이 과연 얼마나 학교폭력에 영향을 주는지를 밝히기 위해 얼마나 오랜 기간 참여관찰 연구를 했는지 의문이다.

게임과 교육에 대한 해외 연구 사례들은 주로 게임, 특히 컴퓨터와 비디오게임들의 새로운 매체로서의 존재를 인정하고 이를 기반으로 학습과정에 어떤 영향을 주는지를 관찰하는 경우가 지배적이다. 컴퓨터게임과 미디어 학습과의 상관관계를 <스메딕 빌리지(Smethwick Village)>란 게임 분석을 통해 기술한 줄리안 맥도글의 글³⁾은 컴퓨터게임은 위반적인 텍스트로서 전통적인 '텍스트-독자'의 관계를 위반한다는 데에서 출발한다. 이는 컴퓨터게임이 게임이용자의 참여를 통해서 텍스트가 재구성되기 때문이라는 점을 강조하기 위함이다. 그녀는 게임의 내러티브 자체가 근본적인 차이임을 역설하면서 게임이 갖고 있는 특별한 텍스트의 층위에 대한 주목 없이는 게임의 내러티브의 허구의 세계를 이해할 수 없다고 말한다.

미첼과 사빌 스미스(Mitchell & Savill-Smith)는 학교 수업에서 게임이 해가 되기보다는 오히려 이익을 줄 수 있다고 본다. 그는 "게임을 자주 이용하면 학과 수업에 악영향을 미칠 수 있다는 주장과는 달리, 컴퓨터게임들은 광범위하게 교육적 이익을 줄 수 있다. '학습 기술 개발 협회'(LSDA)는 젊은 사람들에게 어필할 수 있고, 그들의 교육에 강력하고 긍정적인 영향을 줄 수 있는 실제 학습 게임들을 디

2) Ito Mizuko, "Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project", The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning, November 2008, p7.

3) Julian McDougall, "What do we learn in Smethwick Village?: Computer games, media learning and discursive confusion", Learning, Media and Technology, Vol. 32, No. 2, June 2007, pp. 121 - 133.

자인할 수 있는 방안을 찾기 위해 게임문화에 대한 폭넓은 이해를 찾기를 권고하고 있다.”⁴⁾고 말했다.

2) 게임과 학교의 상관관계

따라서 게임이 학교교육과 어떤 연관성을 갖는지에 대한 구체적인 연구가 필요하지만, 실제로 연구된 사례는 많지 않다. 길리언 앤드류(Gillian Andrews)는 미국의 두 개 고등학교를 선정하여 젠더와 사회경제적 지위가 게임 플레이에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 연구했다. 이 연구에서 그는 195명을 대상으로 성별, 사회경제적 차이별로 게임을 어떤 방식으로 이용하는지를 비교 연구했다.⁵⁾

표 3-2-1 타노버 고등학교와 미란다 고등학교의 게임이용 현황

구분	비디오게임		컴퓨터게임	
	이용률	비율	이용률	비율
타노버 고등학교 (저소득층) 여학생	많이 사용	8.33%	많이 사용	18.75%
	조금 사용	29.17%	조금 사용	31.25%
	적게 사용	29.17%	적게 사용	33.33%
	아주 적게 사용	33.33%	아주 적게 사용	16.67%
미란다 고등학교 (고소득층) 여학생	많이 사용	16.33%	많이 사용	8.33%
	조금 사용	36.73%	조금 사용	31.25%
	적게 사용	36.73%	적게 사용	35.42%
	아주 적게 사용	12.24%	아주 적게 사용	25.00%
타노버 고등학교 (저소득층) 남학생	많이 사용	48.89%	많이 사용	40.00%
	조금 사용	42.22%	조금 사용	31.11%
	적게 사용	8.89%	적게 사용	17.78%
	아주 적게 사용	0%	아주 적게 사용	11.11%
미란다 고등학교 (고소득층) 남학생	많이 사용	33.33%	많이 사용	5.88%
	조금 사용	49.28%	조금 사용	33.82%
	적게 사용	14.49%	적게 사용	30.88%
	아주 적게 사용	2.90%	아주 적게 사용	29.41%

그 결과 젠더별 사회경제적 지위에 따른 차이가 게임을 하는 습관과 게임의 리터러시 실천에 영향을 주는 것으로 나타났다. 예를 들어 사회경제적 지위가 낮은 학생들은 일반적으로 콘솔 비디오 게임을 선호했고, 특히 스포츠 장르의 게임을 선호했다. 그들은 롤플레이스게임이나 1인칭 슈팅게임과 같은 오랜 시간이 필요한 컴퓨터게임들을 할 때 필요한 컨트롤 능력에 좌절하는 경향이 있다. 이에 반해 사

4) Mitchell & Savill-Smith, "Computer games and education: a review of the literature", London, LSDA, 2004, p58.

5) Gillian 'GUS' Andrews, "Gameplay, Gender, and Socioeconomic Status in Two American High Schools", E-Learning, Volume 5 Number 2, 2008

회경제적 수준이 높은 학생들의 경우 전체적으로 소득이 낮은 학생들보다 게임을 덜 이용하는 편이지만, 그중에서 컴퓨터게임을 상대적으로 적게 하는 것으로 나타났다. 또한 여학생들은 비록 혼자 캐주얼게임을 능동적으로 즐기긴 하지만, 남학생에 비해서 자신을 게이머로 동일시하는 것을 거부하는 경향이 있다. 사회경제적 수준이 낮은 여학생들의 경우에는 사회경제적 수준이 높은 여학생에 비해 비디오게임을 덜 하고, 그 대신 컴퓨터게임을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 그의 연구 결과는 일부 사회경제적 지위가 높은 학생들 중에서 게임 리터러시의 실천에 참여하는 경우를 발견할 수 있음을 알려준다. <표 3-2-1>은 두 개의 고등학교에서 학생들의 게임이용에 대한 결과들을 요약한 것이다.

앞의 도표를 보면 사회경제적 수준과 젠더의 차이에 의해서 비디오게임과 컴퓨터게임을 이용하는 방식이 다르다는 것을 알 수 있다. 이 연구 결과를 통해 길리언이 주장하고 싶었던 것은 “학생들의 게임 습관은 단일하지 않고 고려할 변수들이 다양하다.”라는 점이다. 학생들이 어떤 게임 장르와 플랫폼을 선호하는지, 사교적인 플레이 그룹이 어떤지, 리터러시의 실천이 어떤지는 큰 틀에서 볼 때, 젠더와 사회경제적 계열에 따라 차이를 드러낸다고 볼 수 있다.

3) 컴퓨터게임과 가정에서의 일상 관계

컴퓨터게임이 가정생활에 어떤 영향을 미치는지는 그동안 많은 사람이 논의했지만, 실제로 참여관찰을 통한 실증적인 연구는 제대로 이루어지지 않았다. 게임문화를 정확하게 파악하지 못하는 일반 사람들은 게임이 가정의 커뮤니케이션을 해치는 중요한 요인이라고 말한다. 자녀들이 자기 방에 들어가 하루 종일 게임만 하기 때문에 부모와 자녀들 사이에 대화가 단절된다는 것이다. 그러나 정말 그런지, 게임이 가정의 라이프스타일에 얼마나 악영향을 주는지에 대한 참여관찰 연구는 적어도 한국에서는 제대로 이루어지지 않고 있다. 스웨덴의 게임 연구자 팔 앙드레 아르센(Pal Andre Aarsand)은 컴퓨터와 비디오게임이 가정생활에서 부모와 자녀들 사이에 어떤 문제를 야기하는지를 디지털 격차(digital divide)라는 관점에서 연구했다.⁶⁾

이 논문은 다음과 같은 기본 설계를 갖고 있다. 먼저 부모들이 모두 직장에 다니고, 자신들의 집을 소유하고 있으며, 적어도 2명의 자녀를 두고 있고 아이들의 나이는 8세에서 10세에 이른다. 가족 구성원이 최소한 4명 이상이다. 모든 가족이 집에 콘솔게임기를 가지고 있었고, 1년 이상 참여관찰을 했으며, 8개 가정에서 비디오 녹음을 했고, 심층면접 인터뷰를 진행했다. 연구 방법론으로 현장 관찰 기록(참여관찰, 인터뷰, 필드워, 설문 병행), 담론적 심리학(discursive psychology)을 활용해서 연구자의 영향이 없이 자연스럽게 일어났던 일들에 대한 기록과 이에 대한 게임 참여자의 현실 구성을 분석했다. 다음은 참여 관찰 기록의 한 부분을 정리한 것이다.

6) PÅ L. ANDRÉ AARSAND, "COMPUTER AND VIDEO GAMES IN FAMILY LIFE : The digital divide as a resource in intergenerational interactions", SAGE Publications, Los Angeles, London, 2007 참고.

디지털 격차가 인지되었기 때문에 아이들은 부모보다 컴퓨터를 더 잘 다룬다. 이 과정에서 어머니의 위치가 어떤지를 파악하는 것이 중요하다. 어머니는 자신을 컴퓨터게임의 초보자로 여기는 경우가 대부분이다. 연구에서 발견된 에피소드 중에 자녀를 둔 둔 어머니 이야기가 흥미롭다. 이들은 거실 옆에 있는 방에 앉아서 컴퓨터로 <패이션스(Patience)⁷⁾>라는 게임을 즐긴다. 사실 이 방은 손님들이 오면 접대하는 게스트 룸이나 부모들의 작업 방 구실을 했다. 일주일 동안 관찰한 결과 매일 저녁에 부모와 자녀들이 함께 게임을 즐겼다. 아버지는 자녀들이 게임하는 것을 보면서 “재미있는데, 나도 하면 잘할 수 있을걸.” 하고 말하고 어머니는 자녀들에게 내가 어렸을 때에는 실제 카드로 게임을 즐기곤 했다고 말해주었다. 성인들에게 카드게임은 아주 익숙한 것이어서, 아버지 역시 간혹 이 게임을 즐기기도 한다. 게임을 즐기는 시간은 저녁 식사 시간 이후인데, 자녀들이 잠자리에 들기 직전, 어머니가 게임하는 방으로 들어가지까지다.(239쪽)

그는 이 연구에서 세대 간 비디오게임과 컴퓨터게임의 활동들을 관찰한 결과 부모나 아이들 모두 디지털 테크놀로지를 마스터하는 데 있어 세대 차이가 있음을 인식한다는 점을 알게 되었다. 디지털 격차는 게임 활동을 컨트롤하는 아이들에 의해서 형성되는 반면에 부모들이나 조부모들은 아이들과 게임을 즐기려고 애쓰는 과정에서 자신들을 게임에 대한 지식이 부족한 것으로 여기려 한다고 말했다. 그가 보기에 이러한 게임에서 발견되는 세대 간 디지털 격차는 하나의 문제라기보다는 서로 상호작용하는 하나의 원천이다. 실제 게임을 하는 과정에서는 부모가 게임에 대해 잘 모르는 것이 자녀들과의 대화를 단절시키는 원인이 아니라 오히려 감정들이 서로 상호작용할 수 있는 중요한 매개체가 될 수도 있다고 지적했다.

4) 게임과 학교의 관계 – 창의적 학습으로의 전환

게임은 학교교육에 어떤 의미일까? 어떤 역할을 하고 어떤 문제를 일으킬까? 사실 게임이 학교교육에 직접적으로 미치는 영향은 그다지 많지 않다. 청소년들이 학교에서 게임을 하는 시간적 여유가 많지 않기 때문이다. 게임이 학교교육에 영향을 미친다면 아마 간접적인 영향일 것이다. 새벽까지 게임을 해서 학교 수업에 지장을 준다면, 게임하는 시간이 너무 많아서 학업에 지장을 주는 식일 것이다. 어쨌든 간접적인 영향이 학교 교사나 책임자들이 게임을 싫어하는 직접적인 원인이 된다. 이탈리아 게임문화연구자인 다미아노 필리니(Damiano Filini)는 이러한 게임과 학교의 통념을 깨고자 한다. 그는 청소년들이 학교와 가정, 사회관계들이 모두 게임으로 환원되는 것이 아니라 오히려 게임의 복잡한 변수들이 그러한 현실을 보여주는 것이라고 판단한다. 게임은 학교 문제의 원인이 아니라 그

7) <패이션스>는 테이블탑게임 장르로, 싱글 플레이어가 게임을 할 수 있는 일종의 카드게임이다.

것을 보게 하는 일종의 징후적인 대상인 것이다. 그래서 게임을 바라보는 학교 관계자들의 부정적인 인식을 넘어서 학교가 게임을 이용해 무엇을 할 수 있는지에 대해 새로운 생각을 할 필요가 있음을 역설하면서 창의적인 게임 리터러시를 학교 교육과정에 도입할 것을 주장한다.⁸⁾

그가 보기에 게임과 교육에 관련한 네 가지 연구 영역이 존재하는데 1) 학교교육이나 성인교육에서 교육용 게임을 어떻게 이용할 것인가, 2) 게임과 청소년 문화와의 관계 연구: 게임이 청소년의 삶에 어떤 영향을 미치는가, 3) 비디오게임을 아이들의 권리와 관련해서 연구하는 것, 폭력적이고 저속한 게임콘텐츠 이용 시 등급을 매기는 일에 대한 것, 4) 비디오게임을 이용한 미디어 교육의 활성화이다. 이 중에서 네 번째가 이탈리아에서 최근에 가장 많이 연구하는 분야이다.

필리니는 학생들이 직접 게임을 만들 수 있는 ‘인벤탐타지오치(Inventagiocchi)’라는 소프트웨어를 이용해서 실제 게임을 이용한 교육활동에 대한 커리큘럼을 개발했다. 그는 10대들과 게임을 이용한 교육활동으로 네 단계를 구분해서 가르친다. 1단계는 비디오게임 분석, 게임의 스킬, 게임이 제공하는 오락, 게임 캐릭터와 게임 환경의 성격, 시간요소, 인터페이스, 사운드, 2단계는 브레인스토밍, 페이퍼펜슬 크리에이션과 디자인, 소프트웨어의 특성과 가능성에 대한 인식, 제3단계는 ‘인벤탐타지오치’를 통한 비디오게임의 생산, 제4단계는 그것을 실행하고 연구하는 단계이다. 필리니의 연구 작업들은 이론적인 분석과 제안에서 그치는 것이 아니라 게임이 학교의 창의적 수업에 직접적으로 도움이 될 수 있음을 예증해주는 것이라 할 수 있다.

4. 게임문화 교육의 긍정적인 사례들

청소년 게임 섯다운제나 쿨링오프제 도입 논란으로 한편으로는 게임의 문화적, 교육적 가치들을 사회에 확산시키려는 다양한 프로그램들이 2012년에 기획되었다. 2012년에 기획된 게임과 문화교육과의 긍정적인 사례들은 대체로 세 가지를 들 수 있다.

1) 청소년 게임기획 창작 워크숍

청소년 게임기획 창작 워크숍은 ‘한국게임산업협회’와 ‘한국콘텐츠진흥원’, ‘게임문화재단’이 공동으로 후원하고 한국예술종합학교에서 주관한 사업으로, 청소년 게임과몰입의 사회 여론으로 인해 게임

8) Damiano Felini, "Media Education and Video Games: An Action-Research Project with Adolescents in an Out-of-school Educational Context", Online Submission, Paper presented at the International Conference on "Youth, Learning, and the Media" (Zhejiang University - People's Republic of China) (Hangzhou, China, March 27-28, 2008)

에 대한 부정적인 인식을 해소하고 게임의 창의적 놀이 기능을 활성화하여 청소년에게 즐거운 놀이 프로그램을 제공할 목적으로 기획되었다. 청소년에 대한 게임의 순기능은 주로 교육용 게임이나 시리어스 게임 개발에서 찾으려 했지만, 게임 자체에서 느낄 수 있는 놀이의 즐거움이 부족하다. 청소년들의 창의력과 게임 놀이의 즐거움을 접목할 수 있는 게임콘텐츠를 기획하는 것은 게임의 문화적 가치를 높이는 데 긍정적인 효과로 작용할 수 있다.

이 프로젝트는 예술의 상상력을 최대한 게임 창작에 활용하여, 예술의 상상력과 게임의 즐거움을 동시에 경험할 수 있는 청소년 게임콘텐츠 기획물을 2012년에 ‘지스타(G-Star)’에 전시하는 것을 최종 목표로 하였고, 총 30명이 지원하여 한 달간의 교육을 통해 최종적으로 15명의 청소년 게임기획자들을 선발하였다. 참여한 학생들은 서울, 경기를 포함해 여수, 포항, 대구, 춘천 등 전국을 망라했으며, 매주 수업 때마다 지방에서 올라와 교육을 받는 수고를 아끼지 않았다. 15명의 학생들은 4개조로 나눠서 게임콘텐츠를 기획하는 가상의 회사를 만들었고, 그 회사에서 게임개발자들이 되어서 2개월 동안 전문가들의 도움을 받으며 총 5개의 게임콘텐츠를 기획하였다. 학생들이 기획한 게임콘텐츠들은 MMORPG, 스마트폰, 보드게임 등 기존의 게임 장르의 틀에서 크게 벗어나지는 않았지만, 주제 면에서는 새로운 접근을 시도하였다. 이들의 게임콘텐츠들은 게임의 기본 콘셉트와 플랫폼 확정, 스토리개발 및 스타일 구축, 캐릭터 구성까지 모두 학생들의 창작기획을 통해 완성된 것들이며, 게임의 기본 콘텐츠들을 디자인하여 2012년 ‘지스타’에 전시하는 형태로 사업이 진행되었다.

청소년 게임기획 창작 워크숍은 참여자의 자발적인 열의와 강사들의 수준 높은 강의, 워크숍 과정에서 발달한 상상력을 통해서 좋은 게임콘텐츠들이 기획되었고, 앞으로 청소년과 게임의 부정적인 관계를 해소하고, 미래 문화콘텐츠 생산의 주역으로서의 가능성을 확인할 수 있었던 사업이었다.

2) ‘하자센터’의 청소년 게임 – 미디어 리터러시 교육 사례

청소년 직업체험 센터 ‘하자’에서는 올해 한국문화예술교육진흥원의 지원으로 아동복지 시설에서 게임을 매개로 한 문화예술교육 프로그램을 실시하였다. 게임을 통한 문화예술교육 사업은 비록 학교에서 진행한 것은 아니지만, 게임이 청소년들에게 부정적인 대상으로 간주되는 선입견을 해소하는 데 중요한 역할을 하였다. “Play, Play, Play”(재미있게 게임하고, 신나게 놀고, 함께 만들고)라는 주제로 진행된 사업은 서울·경기 지역의 아동복지 센터에서 게임을 직접 체험하고 만들어보는 교육을 실시하였다. 이 프로그램은 ① 게임의 원리와 기능을 활용한 게임문화 이해 교육 프로그램, ② 게임의 가능성 발견, 청소년 및 교사에게 다양한 게임 활용 교육 사례 제시, ③ 교육대상에게 게임을 통한 역할 경험과 커뮤니케이션 교육 제공, ④ 교사, 청소년, 학부모를 대상으로 게임에 대한 긍정적 인식 재고, 5) 기능성 게임을 통한 게임의 인식 변화 형성, ⑤ 기능성 게임 기획/제작을 통한 협동 창작경험 제공이라는 특성을 갖고 있다. 이 교육 사업의 목표를 표로 정리하면 <표 3-2-2>와 같다.

사업은 총 3단계로 진행되었다. 1단계는 게임문화에 대한 이해로 다양한 게임을 즐기면서 게임의

물과 속성 파악하기, 2단계는 게임패키지 디자인으로 게임회사를 만들어, 기획/제작/디자인/홍보 등 협업을 통한 게임 만들기, 3단계는 게임 광고 만들기로 스토리보드, 콘티, 촬영, 편집, 더빙 등의 과정을 거쳐 광고 만들기를 중점적으로 교육하였다. 이 사업은 장기적으로 볼 때, 게임이 영화, 사진, 애니메이션과 같은 다른 문화매체와 마찬가지로 학교문화예술교육의 새로운 영역으로 진입할 수 있는 단초를 마련해주었다는 데 의의가 있다.

표 3-2-2 '하자센터'의 청소년 게임 - 미디어 리터러시 교육 내용

구분	내 용
최종 목표	<ul style="list-style-type: none"> • 게임교육, 놀이 등을 통한 창의체험형 교육워크숍 운영/개발 • 게임에 대한 긍정적인 인식확산과 놀이문화를 통한 게임문화의 이해 • 게임 미디어를 활용한 2차 창작 예술문화 창출
세부 목표	<ul style="list-style-type: none"> • 교육 내용(게임을 활용한 문화예술교육) <ul style="list-style-type: none"> - 청소년들이 건강하고 안전하게 게임을 이용할 수 있는 게임선용 - 올바른 게임인식과 문화이해를 위한 다양한 정보, 사례전달 - 게임을 주체적으로 균형있게 사용할 수 있는 사고 능력 배양 - 교육프로그램에 다양한 게임, 놀이 매개체 도입 - 보드게임 제작워크숍을 통한 게임 리터러시 능력 향상과 판단능력 향상 - 게임을 활용한 2차 창작물(영화, 애니메이션, 만화, 광고) 체험프로그램 개발 및 운영

3) 기업들의 게임문화 프로그램 활성화 사업

2012년에 게임업계는 게임의 문화적 의미들을 확산시키는 사업을 많이 진행했다. 먼저 게임문화재단은 올해 사업으로 '게임 과몰입 상담치료센터 운영', '게임 과몰입 예방 및 교육', '게임문화 위상제고', '다양한 사회공헌활동' 등의 사업을 진행하고 있다. 이 중에서 '게임문화 위상제고' 사업은 게임의 문화적 의미와 가치들을 다각도로 조명하고, 게임문화의 학술적 수준을 높이는 데 큰 역할을 하였다. 이를 위해 "나는 게임이다"라는 주제로 게임문화 포럼을 올 2월부터 4회에 걸쳐 진행하고 있는데, 게임문화연구의 방법, 게임문화정책 현황, 게임과 교육, 게임인문학 등을 토론 주제로 다루었다.

네오위즈게임즈는 지역사회 공헌 활동의 일환으로 성남·용인 지역 초등학교 90여 명을 본사로 초청해 '그린피망 유소년 게임문화 체험 프로그램'을 진행했다. 이 행사는 지역의 청소년들이 게임회사를 방문하여 게임이 어떻게 만들어지는지를 직접 체험하는 행사로 청소년들의 게임에 대한 문화적 이해와 게임이용의 건전한 습관을 알리기 위해 마련했다. 네오위즈게임즈의 이러한 사회공헌 사업은 게임회사를 아이들에게 개방함으로써 게임에 대한 궁금증도 풀어주고, 게임회사들이 적극적으로 어린 게임 이용자와 소통하고 있음을 보여준 것이라 할 수 있다.

한편 중견 게임회사인 넷마블도 2012년에 게임문화교실 ESC를 개최하였다. 특히 이번 게임문화교실은 게임과 가족의 문화를 주제로 열렸다. 게임에 대해 잘 모르는 부모들과 게임을 잘 아는 자녀들이 서로 소통할 수 있는 기회를 마련하고, 부모들에게 게임교육을 실시해 가정 안에서 게임의 부정적인 요소들을 해소하는 데 목적을 두고 있다. 이 프로그램은 30여 차례 학부모를 위한 게임교실을 열고, 게임체험 존 신설 및 청소년 게임문화 캠프, 가족 게임문화 캠프를 진행했다.

5. 나가는 말

청소년 게임 설타운제 도입, 청소년 게임 쿨링오프제 도입 논란은 게임산업을 위축시키고, 게임의 문화콘텐츠 가치를 하락시키는 요인으로 작용한 점이 없지 않으나, 다른 한편으로는 게임의 문화적 가치와 의미를 제고하는 데 기여하였다. 게임이 청소년들에게 해로운가에 대한 것은 주관적으로 판단할 것이 아니라 체계적이고 장기적인 연구를 통해서 검증할 사안이다. 한국보다 먼저 청소년들의 게임과몰입이 사회적 문제가 되었던 미국의 경우에는 게임과몰입이 또래문화와 학교문화에 미치는 영향을 장기적으로 연구하여 그 대책을 세우고자 했다. 또한 게임이 가정과 학교교육에 해악만 끼치는 것이 아니라 청소년들의 또래문화에 긍정적인 영향을 미치는 부분에 대해서도 연구할 필요가 있다.

게임의 문화적 가치 확산은 단기적인 사업만으로는 이루어질 수 없다. 게임문화에 대한 다양하고 장기적인 연구와 담론 확산을 통해 게임의 문화적 의미들을 알리는 다각적인 노력이 필요하다. 더불어 게임의 창의적인 요소들을 리터러시 교육과 접목시키는 프로그램들을 다양하게 개발하는 것이 중요하다. 청소년게임기획 창작 워크숍과 게임문화예술교육과 같은 사업들은 앞으로 게임의 창의적 가치들을 확산시키는 데 기여할 수 있다.

마지막으로 게임문화 가치의 확산을 위해 게임 기업들의 사회적 책임이 무엇보다 중요하다. 게임문화재단의 사업 중에서 문화적 가치를 확산시키는 사업들을 더 많이 확대해야 하고, 게임기업들의 사회공헌 사업 중에서 청소년과 학부모를 대상으로 게임의 놀이적 의미를 긍정적으로 알리는 다양한 사업들이 기획되어야 한다. 아울러 디지털 문화콘텐츠에서 가장 중요한 매체라 할 수 있는 게임의 놀이적인 기능과 문화예술의 창의성, 문화기반시설의 전시 체험 기능을 접목할 수 있는 게임체험박물관과 같은 체험형 전시 놀이공간의 설립에 대해서도 장기적으로 구상할 필요가 있다. 게임을 소재로 한 전시 놀이공간의 설립은 게임에 대한 오해를 해소하고, 게임의 여가문화적 기능을 사회적으로 확산시키는 데 크게 기여할 수 있다.

제2절 게임팬덤의 문화적 의미

1. 게임환경의 변화와 게임팬덤

팬덤(fandom)이란 어떤 인물이나 미디어 장르, 콘텐츠를 열성적으로 좋아하는 사람들 또는 그러한 문화현상을 말한다. 비록 팬덤은 그 어원에 비정상적인 열정이나 광신의 의미가 담겨있지만, 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 모두 지니고 있다. 더욱이 1990년대 후반부터는 팬덤이 대중문화를 역동적으로 이끌어 가는 문화적 실천이자 독특한 특징을 지닌 하위문화로 재평가되고 있다.

다른 대중문화물과 마찬가지로 게임 역시 고유한 팬덤을 형성하며 현대 대중문화의 일부를 구성하고 있다. 물론 특정한 게임이나 관련 인물을 소비하고 선호한다고 해서 모두 게임 팬으로 지칭될 수 있는 것은 아니다. 팬으로서 이용자들은 기본적으로 좋아하는 게임을 적극적으로 이용하며, 그 게임에 대한 다양한 정보를 축적하여 전문가 수준의 게임 스킬과 지식을 갖추기도 한다. 또한 좋아하는 게임 혹은 게이머에 대한 느낌과 생각을 공개적으로 표현하고 나누며, 공동의 선호를 가진 집단의 활동에 참여한다.

팬덤은 유기체와 같아서 하나로 고정되어 있거나 불변하는 것이 아니라, 새로운 게임의 등장이나 관련 사회문화적 환경의 변화에 따라 새로운 양상으로 변모하며, 반대로 게임팬덤 자체가 게임문화를 재구성하기도 한다. 지난 1~2년은 게임팬덤이 지닌 그러한 역동성이 두드러지게 나타난 시기로 평가할 수 있다.

무엇보다도 <리그오브레전드>, <사이퍼즈>와 같은 AOS(Aeon of Strife) 혹은 DOTA(Defence of the Ancients)라 불리는 새로운 장르가 부상하여, 신생 게임장르에 대한 팬덤을 형성하기 시작하였다. 물론 AOS 혹은 DOTA 장르는 그 자체가 게임팬덤의 소산물이라는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 또한 이들 장르를 통해 다소 침체기에 접어들었던 e스포츠 분야에 새로운 활기를 불어넣는 계기가 마련되었다는 점도 주목할 만하다. <스타크래프트>를 중심으로 발전해온 e스포츠 분야는 그동안 TV나 영화와 같은 다른 대중문화물이 형성해온 팬덤과는 또 다른 게임만의 고유한 팬덤 현상을 형성하면서 게임문화가 사회에 자리잡는 데 이바지하였다. e스포츠는 AOS 및 도타 장르를 기반으로 새로운 팬덤 현상을 구성하게 될 것으로 보인다.

<디아블로 3> 등 많은 게이머들에게 인기를 끌었던 게임의 후속작들이 출시되어 자리잡는 과정에서 장기적으로 이어지고 있는 게임팬덤이 드러났을 뿐만 아니라 우리 사회에 게임문화와 게임팬층이 함께 성장하는 모습을 보여주기도 하였다. 이와 함께 <리프트>, <블레이드앤소울> 등 다양한 대작 MMORPG들을 중심으로 한 새로운 게임들의 등장으로 전체 게임의 지형에 변화가 나타났으며 이를 통해 게임팬들의 문화가 이루어질 수 있는 기반이 형성되었다.

또한 아이패드와 갤럭시탭으로 대표되는 태블릿 PC의 확산, 스마트폰의 대중화는 네트워크에 대한 접근성과 이동성, 휴대성을 갖춘 플랫폼을 기반으로 모바일게임, 소셜게임과 같은 장르가 꽃필 수 있음을 보여주었다. 이러한 스마트폰게임, 소셜게임 장르의 확산은 MMORPG나 FPS 장르의 게임팬들보다 느슨하지만 일상적으로 게임을 즐기는 게임팬들을 확대함으로써 게임인구의 증가에 기여한 것으로 볼 수 있다.

다양한 게임지형의 변화는 게임팬덤을 세분화하고, 게임의 팬층을 다변화하여 게임의 지면 확대로 이어졌다. 물론 게임 팬들의 일탈적인 행동이 드러난 몇몇 사례들은 게임과 게임팬덤에 대한 사회적 우려를 환기시키기도 하였다. 그러나 다양한 게임팬덤 현상은 우리 사회에 게임의 존재와 게임문화를 드러내줌으로써, 게임이 대중문화의 중요한 구성원으로 자리잡는 데 이바지하였다. 위와 같은 최근 몇 년간의 게임팬덤 현상을 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

2. 게임팬덤 현상과 사례

1) AOS 장르의 부상과 게임팬덤

팬은 게임을 무작정 소비만 하는 집단이 아니라 관련 콘텐츠를 재구성, 재창조함으로써 게임의 생산자 역할을 하기도 한다. 생산성 자체가 팬덤을 이루는 중요한 특징인 것이다. AOS 장르의 부상은 게임 팬들이 창조해낸 게임이 하나의 완성된 게임상품으로 이어질 수 있음을 보여주었을 뿐만 아니라 나아가 전 세계적인 인기장르로 자리 잡으면서 게임문화의 지형까지 변화시킬 수 있음을 증명해주었다.

AOS 게임은 〈스타크래프트〉나 〈워크래프트 3〉를 플레이하던 이용자의 창작맵에서 출발한 것으로, 이러한 창작맵을 응용하여 거기에 독창적인 게임의 규칙을 적용하면서 〈스타크래프트〉나 〈워크래프트 3〉를 좋아하던 이용자들에게 또 다른 재미를 제공하게 된 것이다. AOS는 〈스타크래프트〉의 유즈맵 중의 하나인 AOS에서 유래했으며, 이후 실시간 전략시뮬레이션 게임인 〈워크래프트 3〉의 모드 게임에서도 AOS의 영향을 받아 DOTA가 등장했다.

이들 게임들은 〈스타크래프트〉와 〈워크래프트 3〉의 일반 이용자들이 만든 것으로, 특히 DOTA는 블리자드 모드게임 사상 가장 인기있는 게임 중의 하나로 평가되고 있다. 이후 DOTA는 여러 이용자들이 의해 다양한 버전으로 분화했으며, 그중에서도 2004년 또 다른 일반 이용자들이 제작한 〈도타 올스타즈(DOTA Allstars)〉가 DOTA 시리즈 중 최고의 게임으로 손꼽힐 만큼 게임의 수준과 이용자에게 주는 재미 면에서 좋은 평가를 받았다. 그 후 저작권 논란이 벌어졌고 〈도타 올스타즈〉의 업데이트가 중단되면서 게임 자체가 사라질 위기를 겪었다. 그러자 또 다른 이용자가 원제작자의 허락 하에

후속 버전을 제작하면서 <도타 올스타즈>가 그 명맥을 이어가지만, 이후 더 이상 일반 이용자에 의한 DOTA 시리즈의 제작은 이루어지지 못했다.

DOTA 시리즈는 <워크래프트 3>에 기원을 두고 있고, 또 DOTA 시리즈에 대한 모든 권리는 <워크래프트 3>의 제작사인 블리자드에 있지만, 이 게임은 실제로 그것을 즐기는 사람에게 오히려 주도권이 있음을 보여주는 사례라 할 수 있다. DOTA를 비롯한 AOS 장르의 부상은 특정한 게임을 좋아하고 즐기던 팬들이 더 나아가 원래의 게임으로부터 새로운 장르의 게임을 제작해내는 적극적이고 창의적인 일면을 보여주었다는 점에서 의미가 있다고 하겠다. 그런 점에서 AOS 장르의 부상은 게임팬덤의 성숙을 나타내는 사례이며, 동시에 게임팬덤이 어떻게 게임의 발전에 생산적으로 기여할 수 있는지를 보여준다.

이러한 상황은 국내에서도 나타나는데, 외국에 <도타 올스타즈>가 있다면 한국에는 <도타 카오스>가 있다. 이 역시 게임회사가 아니라 이용자 개인이 제작한 것으로, 국내 이용자들에게 긍정적인 평가를 받았다. 외국 DOTA 시리즈의 아류라는 비판도 있었지만, <도타 카오스> 제작자는 맵에 변화를 주고, 게임 명칭을 <카오스>로 변경하여 업데이트된 후속작을 공개했다. 외국 DOTA 시리즈의 유사품이라는 비판에서 자유롭지 못했던 이전의 시리즈와 달리 <카오스>는 독창적인 게임이라는 평가를 받으며 2010년 <카오스 온라인>이라는 별도의 게임으로 개발되었다.

한편 <도타 올스타즈>를 개발했던 이용자는 후에 <도타 올스타즈>의 개발 과정에서 얻은 노하우를 기반으로 게임회사를 설립하고 2009년에 새로운 게임을 출시했는데, 그 게임이 최근 큰 인기를 얻고 있는 <리그오브레전드>이다. <리그오브레전드>와 <카오스 온라인>의 등장 이후 2011년에는 <사이퍼즈>가 출시되었고 <킹덤언더피어>가 AOS 장르로 컨버전되는 등 현재의 AOS 장르의 붐으로 이어진다. 이처럼 AOS 장르의 게임들은 그 태생이 마치 한 가족처럼 연결되어 있다는 특징을 지니고 있다.

AOS 장르의 게임 중 특히 <리그오브레전드>는 <스타크래프트>에 이어 차세대 e스포츠 종목으로 손꼽힌다. <리그오브레전드>는 이미 이용자 층이 두꺼울 뿐만 아니라 게임을 하는 사람이나 그것을 구경하는 사람 모두가 재미를 느낄 수 있기 때문이다. 몰플레이와 전략적 요소를 모두 갖추고 있고, 전투 액션을 가미하여 이용자들에게 몰입감을 제공함에 따라 <리그오브레전드> 팬들이 확대되고 있다. 또한 비슷한 실력의 상대방과 겨룰 수 있는 자동매칭 시스템을 통해 자신과 대등한 실력의 이용자와 대결을 벌일 때 재미가 극대화된다는 점을 적극 활용하고 있다. 여기에 '챔피언'으로 불리는 다양한 게임 캐릭터들은 저마다 능력과 특성이 다르기 때문에 어떤 챔피언을 선택하느냐에 따라 매번 다른 전략을 구사할 수 있고 전혀 다른 게임을 체험할 수 있게 된다. 게임 텍스트 자체가 이용자에게 재미를 부여하고 팬덤을 형성할 수 있는 장치를 두고 있는 것이다. 또한 화려한 콘트롤 플레이는 물론 이용자 간 협동을 통한 전략적인 플레이 등 e스포츠 팬덤을 끌어모을 수 있는 장점도 함께 지니고 있다.

AOS 장르의 게임들은 그것이 지닌 장점을 기반으로 e스포츠에 활기를 불어넣고 있는데, 2012년 5월 세계 최초의 <리그오브레전드> 리그가 개최되면서 8천여 명의 e스포츠 팬들을 결집시키는 효과를 드러낸 사례가 그것이다. 더욱이 그동안 e스포츠를 이끌어오던 <스타크래프트> 종목을 리그에서 제외시키기로 해 2013년부터는 국내 e스포츠 리그에서 <스타크래프트> 관련 경기를 볼 수 없을 것으

로 예상된다. 이런 상황에서 앞으로 e스포츠를 견인해나갈 종목으로 AOS 장르들이 주목받는 것은 이들 게임들이 e스포츠 종목으로서 관객들의 호응, 시청률, 온라인 반응 등 강력한 팬덤을 보여주고 있기 때문이다.

2) e스포츠 팬덤

e스포츠는 게임을 이용한 경기나 대회뿐만 아니라 게임경기 혹은 게임대회와 그것을 둘러싸고 형성되는 다양한 관련 문화를 아우르는 것이다. e스포츠는 게임에 대한 팬덤뿐만 아니라 프로게이머에 대한 팬덤까지 형성하고, e스포츠에 대한 응원문화와 팬 활동 등 자생성과 능동성에 기초한 다양한 게임 팬덤 활동이 우리 사회에 드러났다는 점에서 의미가 있다.

2000년대 이후 게임 전문 케이블 채널을 통해 거의 매일 e스포츠 경기가 생중계되고 있으며, 일반 이용자들이 운영하는 인터넷방송을 통해서도 e스포츠 중계가 활성화되어 있다. 특히 인터넷TV인 곰TV를 통해 세계 180여 나라에 동시에 생중계되는 ‘글로벌 <스타크래프트 2> 리그(Global Starcraft 2 League)’의 경우 온라인 총 시청자 수가 2011년 기준 1억 회를 넘는 등 e스포츠는 이미 안정된 팬덤을 보유하고 있다. 또한 ‘테란의 황제’라는 별칭으로 불리는 프로게이머인 임요환 선수의 팬 카페에 가입한 회원이 2011년 현재 45만 명을 넘는 것으로 알려져 e스포츠를 통해 형성되는 팬덤이 다른 대중문화 영역의 팬덤 못지않게 견고함을 알 수 있다.

또한 e스포츠는 게임제작사가 운영하고 관리하는 것이 아니라 팬들이 자발적으로 만들고 운영하는 e스포츠 커뮤니티들이 활성화될 수 있음을 보여주었다. 이들 팬들의 커뮤니티들은 e스포츠에 대한 정보를 공유하는 장을 넘어 관련 게임방송 채널, 온라인 담론, 다른 이용자들에게 영향력까지 행사하고 있다. 대표적으로 PGR21(www.pgr21.com)은 게임 팬에 의해 만들어진 대표적인 e스포츠 커뮤니티로, e스포츠와 관련한 다양한 정보와 소식을 지속적으로 업데이트하고 있을 뿐만 아니라 같은 관심사와 선호를 공유하는 게임 팬들을 연결시키는 역할을 수행하고 있다.

여기에 개인이 운영하는 e스포츠 인터넷 방송 수십여 개가 아프리카TV 등을 통해 방송되고 있을 뿐만 아니라, 일반 이용자들이 자신이 개인적으로 좋아하는 e스포츠 종목의 정규 리그가 중단된 이후에도 관련 리그를 개최하고 그 경기내용을 인터넷을 통해 중계하고 있다. <워크래프트 3>의 경우 이미 2008년 이후 공식 리그가 존재하지 않음에도 불구하고 개인이 개최하는 소규모의 리그가 최근까지 이어지고 있다. 또한 이것이 인터넷 커뮤니티 사이트와 아프리카TV 등을 통해 공개되어 팬들에 의해 공유되고 있다. 예를 들어 ‘셀렙컵(CeLeB Cup) 리그’의 경우 <워크래프트 3>의 팬들이 개최하는 소규모 리그로 1등 상금이 5만 원, 전체 상금규모도 10만 원에 불과한 수준이지만, 2012년 6월 3일에 벌써 세 번째 리그가 개최되는 등 게임팬들의 의미있는 팬덤 활동이 되고 있다. 이처럼 e스포츠를 둘러싼 팬덤이 단순히 e스포츠를 좋아하고 향유하는 것을 넘어서서 팬들이 스스로 e스포츠 리그

까지 생산해내는 모습은 방송이나 영화와 같은 기존 대중문화물의 팬덤에서는 찾아보기 어려운 독특한 지점이라 할 수 있다.

한편 e스포츠는 게임에 대한 팬덤이 게임 텍스트에 그치는 것이 아니라 '게임 스타'에 대한 팬덤까지 형성하게 하는 계기가 되었다. TV, 영화, 대중음악 분야의 스타들이 중요한 팬덤의 대상으로 소비되어 온 것처럼 e스포츠의 스타인 프로게이머에 대한 팬덤 역시 e스포츠 팬덤을 구성하는 중요한 부분이다. 팬들이 열광하는 것은 게임 그 자체는 물론 프로게이머와 그들이 보여주는 경기를 포괄한다. 또한 e스포츠의 특성상 프로게이머에 대한 관리가 기존의 방송이나 영화의 스타시스템에 의해 관리되는 아이돌이나 영화배우들에 비해 유연하기 때문에 프로게이머들은 팬들에게 보다 접근성이 높고 친숙하다는 강점을 지니고 있다.

프로게이머 1세대라 할 수 있는 임요환, 신주영, 이기석 선수 등이 존재하지 않았다면 e스포츠의 인기나 활성화는 기대할 수 없었을 것이다. 이들은 자신만의 게임전략과 스타일을 창조함으로써 e스포츠가 단순한 놀이가 아니라 전략과 스킬의 예술이 될 수 있다는 가능성을 보여주었다. 또한 이들이 개발해낸 전략이 일반 이용자들에게 공유되고 게임의 전범이 됨으로써 게임 텍스트 자체를 풍부하게 하는 역할을 해주었다. 2012년 6월 현재 이영호, 정명훈, 김민철 선수들이 종합랭킹 최고 순위를 차지하는 등 프로게이머의 세대교체가 지속적으로 이루어지고 있으며, 신예 프로게이머에 대한 팬덤의 생성과 부침은 e스포츠의 역사와 함께 이어지고 있다.

한편 앞서 살펴본 바와 같이 대표적인 AOS 장르의 게임인 <리그오브레전드>가 차세대 e스포츠로 부상하면서 e스포츠 팬덤의 새 장을 열고 있다. <리그오브레전드> 게임단이 창단되고 있는 상황이 이를 입증해준다. 물론 <스타크래프트 2>가 기존 리그에 추가되는 것은 물론, <리그오브레전드>, <스페셜포스 2>, <서든어택> 등 e스포츠 종목의 다변화가 함께 이루어지면서 e스포츠 팬덤도 다양한 양상으로 전개되고 있다. 팬 결집력이 있는 <리그오브레전드>가 두드러진 강세를 보이고 있는 것은 사실이지만, 특정한 하나의 종목을 중심으로 e스포츠가 끌려가는 것이 아니라 다양한 종목으로 선수와 팬들이 분화되는 양상을 보인다.

이러한 상황에서 눈여겨볼 것은 <스타크래프트>가 오랫동안 e스포츠를 주도하고 견고한 팬덤을 구축해왔음에도 불구하고 <스타크래프트>의 팬덤이 <스타크래프트 2>로 그대로 옮겨가지 않았다는 점이다. e스포츠는 팬들이 자발적으로 경기 현장을 찾고, 온라인으로 선수들의 경기를 찾아보며, 경기에 대한 온오프라인의 담론을 생성하면서 팬덤을 형성한다. 그러나 <스타크래프트 2>는 게임 자체는 물론 e스포츠 종목에서도 전작만큼의 큰 인기를 구가하지 못했다. <스타크래프트 2>가 고급 유닛의 빠른 생산과 이를 통한 조합의 묘를 살릴 수 있는 장점을 지니고 있음에도 불구하고 팬들은 <스타크래프트 2>가 지닌 밸런싱 문제와 전략성을 포용하지 못하는 문제점들에 주목하였다. 여기에 에이스 프로게이머들의 경기에서도 보는 재미가 제대로 발휘되지 못하고 관중 동원력까지 떨어지면서 e스포츠 종목으로서 크게 부상하지 못하였다. 이는 게임 팬들이 단순히 게임의 재미에만 빠져 판단력을 상실한 폐인들이 아니라 게임이라는 문화물에 대한 열정과 함께 비판적 안목을 가진 냉정한 존재이기도 함을 보여주는 사례이다.

3) 게임 현지화와 게임 팬의 참여

축구 팬들인 ‘붉은악마’가 단순히 열광적으로 축구를 즐기는 데 그치는 것이 아니라 축구응원문화를 정착시킨 것은 물론 축구 전용 경기장 건립과 같은 관련 이슈에까지 목소리를 높임으로써 장기적으로 축구 발전에 기여한 것은 널리 알려진 일이다. 또한 서태지 팬들이 한 가수에 대한 애정을 넘어 가요 음반 심의제도에 대한 문제를 제기하고 음악계의 발전에 기여하고자 한 사건도 팬덤이 가지는 하위문화의 힘을 보여주는 사례라 할 수 있다.

팬들은 특정한 문화물에 대해 단순히 안다는 즐거움을 넘어 그 지식을 서로 교환하고 공유하는 데서 즐거움을 찾고, 이 과정에서 같은 관심사를 지닌 사람들이 모여 하위문화를 창조해낸다. 이러한 팬들의 집단적인 활동은 집단지성이라고 지칭할 수 있을 정도로 생산적인 결과를 낳는다. 이처럼 팬덤은 개인적인 선호 행위를 참여문화로 전환하는 특징을 지니고 있으며, 게임팬덤도 예외는 아니다. 그렇기 때문에 게임제작사는 생산단계에서부터 팬 집단의 활동과 이들의 담론을 모니터링하고 팬들의 필요를 파악하고자 한다.

이러한 게임팬덤의 측면을 〈스타크래프트 2〉의 현지화 사례에서 찾아볼 수 있다. 2007년 5월 〈스타크래프트 2〉 실험작이 공개되면서 게임 현지화(game localization) 문제가 제기되고 그 과정에서 팬들의 입장이 찬반양론으로 갈렸다. 현지화란 이미 제작된 게임을 변형시켜 지역별 이용자들에게 언어적, 문화적으로 적합한 게임을 제공하기 위한 전략이다. 그런데 〈스타크래프트 2〉의 현지화 혹은 한글화를 찬성하거나 반대하는 입장 차이가 게임팬덤의 이슈로 부상한 것이다.

문제는 한글화된 〈스타크래프트 2〉가 〈스타크래프트〉를 통해 10년간 익숙해진 게임 팬들에게 어색함으로 다가왔다는 점이었다. 기본적으로 현지화를 해야 하는가, 그리고 현지화해야 한다면 어떻게 해야 할 것인가 하는 원칙의 문제와 방법론의 문제가 함께 제기되었다. 한국 사람이라면 당연히 한국어로 제작된 게임을 해야 한다는 입장과 현지화 문제는 단순히 한글에 대한 애정 문제가 아니라 게임의 문제라는 반대 입장이 대두되었다. 또한 단순 번역으로 한글화할 경우 그동안 〈스타크래프트〉를 중심으로 형성된 하위문화적 요소들, 표현의 문제나 게임용어의 쓰임새를 어떻게 새로 번역하여 공유할 것인가가 팬들에게 민감한 문제로 다가왔다.

2007년 시작된 이 찬반양론의 논쟁은 게임 출시 전까지 이어졌으며, 게임 개발사는 팬들의 다양한 의견을 검토하면서 현지화 작업을 진행해가는 모습을 보여주었다. 이 과정에서 해당 게임개발사는 〈스타크래프트 2〉의 ‘한글화 아이디어 콘테스트’를 개최하는 동시에 다양한 온라인 게시판과 블로그를 추적하며 팬들의 의견을 확인하였다. 이에 따라 〈스타크래프트 2〉의 현지화는 게임 팬들과 게임개발사의 협업은 물론 여러 팬들에 의해 함께 이루어진 공동 작업의 소산물이 되었다.

이러한 팬들의 관심과 활동은 게임 개발사에게는 보다 더 좋은 게임을 만들어내라는 일종의 압력이 되었으며, 게임 팬들 서로에게는 게임이 형성해놓은 문화를 다시 확인할 수 있는 기회가 되었다. 그런 점에서 〈스타크래프트 2〉의 현지화 작업은 게임팬들의 참여와 게임 팬덤을 통해 형성된 하위문화로

서의 속성이 직접적으로 반영된 것이라 할 수 있다. 또한 이러한 팬덤 활동은 게임개발사의 현지화 방향과 원칙을 제공함으로써 선호하는 게임이 긍정적으로 발전할 수 있도록 다양한 게임 주체가 상생하는 모습을 보여준 것이라는 점에서도 의의를 찾을 수 있다.

매년 새로운 해외 게임들이 국내에서 출시되는 상황에서 현지화 문제는 게임 팬들의 관심사가 될 수밖에 없다. 2012년 국내에 출시된 <리프트>나 <디아블로 3>의 경우도 팬들이 자신들의 블로그를 통해 NPC들의 대화, 시스템 메시지, 각종 툴팁의 번역에 대해 의견을 개진함은 물론 폰트 및 가독성에 대해서까지 평가하는 등 외국 게임을 한글화하는 데 따르는 문제점들을 둘러싸고 다양한 팬덤 활동이 이루어졌다. <리프트> 개발사 역시 수차례의 테스트를 진행하여 이용자들의 의견을 적극적으로 수렴하는 모습을 보여주었다. 여기에 <디아블로 3>의 경우는 게임 개발사가 아예 게임에 등장하는 아이템 이름에 국내 게임팬들의 의견을 반영하겠다고 밝히는 등 현지화와 관련하여 팬덤을 수용하려는 모습까지 보였다. 이는 팬들이 일반적인 이용자와는 달리 조직적인 힘을 통해 게임이라는 문화물에 영향력을 행사하는 의미있는 팬덤 사례라 할 수 있다.

4) 대형 신작 게임의 등장과 게임팬덤의 가시화

2011~2012년은 다양한 게임들이 출시되어 그에 따라 게임 팬덤도 분화된 시기로 평가할 수 있다. 특히 급속도로 인기를 얻고 있는 신작 MMORPG들은 그동안 기존의 MMORPG가 형성해온 장기적이고 안정적인 팬덤의 지형에도 변화를 가져올 것으로 예상된다.

먼저 국내에서는 2012년 서비스가 시작되었지만, <리프트>의 경우 2011년 3월 이미 북미시장에 출시되어 <월드오브워크래프트>의 강력한 경쟁자로 부상하였다. <리프트>는 2011년 현재 160개가 넘는 나라에서 즐기고 있으며, 그중 상당수가 아시아 이용자들로 파악되는 등 전 세계적인 <리프트> 팬덤을 형성하고 있다. 2012년 4월 한국에서 서비스가 시작되자 곧 동시접속자가 5만 명에 육박하는 등 재빠르게 팬덤이 구축되고 있다. 여기에 기존 MMORPG의 대표적인 길드들이 <리프트>에 합류하면서 게임팬들의 다양한 커뮤니티 활동이 이루어지고 있다.

또한 <월드오브워크래프트>는 2012년 네 번째 확장팩 '판다리아의 안개'가 공개되어 본격 출시를 기다리고 있다. 여기에 2012년 6월 <블레이드앤소울>이 오픈베타테스트를 시작하면서 MMORPG 분야는 다양한 대작들이 게임 팬들의 주목을 받기 위해 치열하게 경쟁하는 장이 되고 있다.

이러한 상황에서 2012년 출시된 <디아블로 3>는 한국 사회에 게임 팬덤의 존재와 규모를 보여주는 분명한 사례가 되었다. 특히 <디아블로 3> 한정판이 발매되면서 이것을 사려는 수천 명의 팬들이 밤을 새워 줄을 서서 기다리는 진풍경이 연출되었기 때문이다. 그동안 PSP, PS3와 같은 게임기를 구매하기 위해 이용자들이 철야하며 기다리는 경우는 있었지만 게임을 구매하기 위한 사례는 거의 없었다. 그렇기 때문에 <디아블로 3> 한정판 구매를 둘러싸고 가시화된 팬덤은 한국 사회에 놀라운 사건

으로 인식되었다. 그뿐만 아니라 <디아블로 3>의 공식 출시로 ‘수능 점수가 떨어질 것’이라거나 ‘군입대를 연기하는 사례가 증가했다’는 말들까지 나오는 등 <디아블로 3>는 사회 곳곳에 신드롬을 양산하였다. 물론 <디아블로 3> 한정판을 구매하기 위해 팬들이 경쟁하는 가운데 몇몇 팬들 간에 싸움이 벌어지고 ‘새치기하면 찢어버리겠다’고 칼 사진을 인터넷에 올렸다가 해당자가 구속되는 등 사회적 지탄을 받을 수 있는 일탈적인 상황도 나타났다.

이처럼 게임팬덤을 둘러싸고 부정적인 시각이 제기됨과 동시에 게임에 열광한다고 해서 중독자로 매도하는 것은 잘못이며 게임을 문화 그 자체로 이해해야 한다는 반대 입장이 대립하면서 게임팬덤이 사회적 이슈로 부상하였다. <디아블로 3>를 둘러싸고 벌어진 게임 팬덤 현상은 우리 사회에 다양한 문화적 취향을 존중해야 한다는 당위성과 게임 팬덤이 대중문화의 위계에서 차지하고 있는 위상의 문제를 다시 한번 생각하게 해 주었다. 더불어 게임 팬덤이 더 이상 어린이와 청소년들의 전유물이 아니라 다양한 연령대를 포괄하는 것임을 새삼 보여준 기회이기도 하였다. <디아블로 3>의 팬덤에는 전작인 <디아블로 2>에 열광했던 게임 팬들의 열정이 포함되어 있기 때문이다. <디아블로 2>가 나온 지 12년이 지나서야 후속작이 출시됨에 따라 청소년기와 청년기에 <디아블로 2>를 플레이했던 사람들이 30~40대가 되어서도 게임을 즐기는 지속적이고 장기적인 팬덤의 양상을 드러낸 것이다.

또한 <디아블로 3>가 출시된 이후에는 한국 이용자들이 단 6시간 만에 게임을 최종단계까지 끝냄으로써 전 세계 이용자들을 놀라게 하는 상황도 벌어졌다. 이것은 단순히 게임을 잘하고 못하고의 문제가 아니라 한국 게임 팬덤의 집중력을 보여준 사례였다는 점에서도 주목할 만하다. 그동안 한국은 e스포츠가 가장 활성화되고 가장 실력있는 프로게이머들을 보유하고 있는 ‘e스포츠의 종주국’이자 게임 플레이에 관한 한 타의 추종을 불허하는 게임 강국으로 인정받아왔다. 이러한 게임강국으로서 한국의 위상은 탄탄한 게임 팬덤이 있었기 때문에 가능했으며, 동시에 그러한 위상이 게임 팬덤을 견고하게 만들어주는 선순환을 이루어 온 것이 사실이다. <디아블로 3>의 사례는 게임 팬들의 존재가 가시화되고, 이들이 게임을 즐기는 것이 당연히 존중받아야 할 문화적 취향임을 드러냈다는 의의도 함께 지니고 있다.

5) 새로운 게임 플랫폼의 등장과 게임팬덤의 다원화

애플의 아이폰이 국내에 보급되면서 스마트폰 시대가 열렸다. 여기에 구글, 삼성을 비롯한 IT기업들이 스마트폰을 출시하면서 스마트폰 이용이 확산되었다. 여기에서 그치지 않고 2010년에는 ‘아이패드’와 같은 태블릿 PC가 등장하면서 이동성을 갖춘 스마트 미디어가 게임을 위한 새로운 플랫폼으로 자리잡기 시작했다. 또한 이용자들이 자유롭게 게임을 비롯한 스마트기기용 애플리케이션을 사고 파는 오픈마켓이 열리면서 게임의 생산, 유통, 소비에도 변화를 가져왔다.

스마트폰 게임은 앱스토어를 비롯한 오픈마켓을 통해 이용자들의 직거래를 통해 유통되기 때문에

이용자의 선호가 가장 빠르고 가시적으로 드러난다. 또한 게임 자체가 상대적으로 간단하고 게임을 모두 완료하는 시간도 덜 걸리기 때문에 게임 팬덤의 형성과 해체 주기가 짧다는 특징을 지닌다. 이러한 모바일게임 팬덤의 속성에도 불구하고 스마트폰용으로 개발된 <앵그리버드>는 게임사를 새로 쓰고 있다고 할 정도로 큰 파급력을 보여주었다. 2009년 아이폰용으로 처음 출시된 이래 다운로드 건수가 7억 회를 돌파하였으며, 출시 72시간 만에 1천만 다운로드가 이루어지는 등 끊임없이 기록을 갱신하고 있다. 국내 오픈마켓에서도 새로운 시즌이 나올 때마다 최고 인기 순위를 차지하고, 2012년 현재 <앵그리버드> 시리즈의 일 사용자 수가 100만에 이르는 등 <앵그리버드>에 대한 팬덤이 최근까지 지속되고 있다.

<앵그리버드>에 대한 인기는 게임 자체가 지닌 간단한 인터페이스와 흥미로운 아이디어, 게임 팬들의 관심을 유지시키는 꾸준한 업데이트, 그리고 이용자들이 자체적으로 생성해내는 입소문에 기반하고 있다. 여기에 게임개발사에서 적극적으로 <앵그리버드>를 브랜드화하여 스마트폰, 태블릿 PC, TV, 애니메이션, 테마파크 등으로 플랫폼을 확장함으로써 게임을 넘어서는 팬덤을 구축하고 있다. 이러한 상황은 게임에서 시작된 팬덤이 어떻게 다양한 플랫폼을 흡수하면서 확장되어가는지 그 양상을 보여준다는 점에서 주목할 만하다.

새로운 미디어 혹은 플랫폼의 등장은 그에 최적화된 콘텐츠를 함께 창조해낸다. 스마트폰이나 태블릿 PC도 마찬가지라 할 수 있다. 스마트 미디어용으로 개발된 게임들은 새로운 인터페이스를 활용하여 이용자로 하여금 콘솔이나 PC를 통해 경험했던 것과는 다른 차원의 게임성을 경험하게 해준다. 이로 인해 과거에는 존재할 수 없었던 게임들이 늘 새로운 게임에 목말라하는 이용자들에게 신선하게 다가가고, 그것을 기반으로 스마트폰 게임에 대한 팬덤이 함께 형성되는 것이다. 실제로 터치 방식의 인터페이스나 스마트폰에 내장된 중력센서를 활용하는 게임들은 스마트폰만이 줄 수 있는 재미를 제공해줌으로써 이용자들에게 소구하고 있다.

초창기 모바일 게임은 인터페이스 및 단말기 성능의 한계로 인해 단순한 캐주얼 게임이 중심을 이루었다. 그러나 스마트폰이나 태블릿 PC의 성능이 압도적으로 개선되면서 이전에는 불가능했던 전략 시뮬레이션이나 MMORPG 등 보다 복잡한 게임들이 인기를 얻고 있다. 더욱이 이동성이라는 강점을 기반으로 언제 어디서나 게임을 즐길 수 있는 가능성까지 열어줌으로써 스마트 기기용 게임에 대한 선호와 팬층이 확대되고 있다.

예를 들어 2008년 처음 발매된 <제노니아> 시리즈의 경우 2011년 4탄이 발매되면서 아이패드를 비롯한 다양한 스마트 기기로의 확대가 이루어졌다. 특히 아이패드에서 구동되면서 태블릿 PC의 상대적으로 큰 화면에 맞는 고해상도의 그래픽, 게임 플레이의 재미를 강화시키기 위한 태블릿 PC에 특화된 인터페이스 시스템 등에 힘입어 전 세계적으로 팬층을 확대하고 있다. 이러한 팬덤 현상은 앱스토어의 다운로드 순위, 게이머 평점 등을 통해 가시화되고 있다.

한편, 다양한 장르의 스마트폰 게임과 함께 새로운 게임장르가 각광을 받기 시작했는데 그 대표적 인 사례로 소셜 게임을 들 수 있다. 물론 소셜 게임은 페이스북과 같은 소셜 네트워크 서비스의 확산에 기반을 둔 것이지만, 소셜 게임의 특성상 언제 어디서나 접속하여 다른 이용자와 소통하고 게임을

즐긴다는 기본 컨셉 자체는 스마트폰에 힘입어 활성화될 수 있었다.

세계적인 인기를 끌면서 소셜 게임의 가능성을 처음 보여준 게임으로는 페이스북에서 서비스되어 전 세계 누적 이용자 수 2억 3천만 명을 넘긴 징가의 <팜빌>과 아이이폰용 애플리케이션으로 개발된 <위롤>을 들 수 있다. 국내 게임으로는 <타이니팜>이 2012년 6월 현재 일일 사용자 수 100만 명을 넘기는 기록을 세우며 인기를 얻고 있다. 이들 게임은 이용자 개인들이 지니고 있는 인맥을 활용해 새로운 게임 인구를 창출했다는 점에서 의의가 있다. 기본적으로 소셜 게임은 친구라는 기존의 온라인 인맥을 활용해 서로 도와가며 가볍게 게임을 즐기는 구조로, 특히 소통과 관계 관리에 관심이 크면서 복잡하고 경쟁적인 게임에 대해서는 선호도가 낮은 여성 이용자들을 흡수하는 데 성공하였다.

<타이니팜>의 경우 소셜 네트워크 기능에 더하여 귀엽고 다양한 동물을 수집하는 재미와 아기자기한 그래픽으로 이용자들에게 호평을 얻으며, 계속 일일 이용자 수가 증가하고 있다. 이 게임은 업데이트마다 이슈를 낳으며 포털 사이트 검색순위 1위를 차지하고 있으며 이용자 간에 게임정보를 공유하는 커뮤니티가 100여 개를 넘을 정도로 소셜 게임만의 팬덤을 형성하고 있다.

한 사회 속에서 개인들의 삶은 자연스럽게 혹은 특정한 의도 속에서 다른 사람들과의 관계와 함께 이루어지게 된다. 특히 연결을 통해 누군가와 관계를 맺고 있다는 사실은 사람들의 일상생활을 보다 안정되게 영위할 수 있도록 해주는 중요한 요소이다. 이러한 사회적 관계의 효과는 비단 오프라인에서의 관계뿐만 아니라 온라인을 기반으로 한 관계 양상에도 적용된다. 온라인상의 사회적 관계도 그 방식이나 의사소통의 특성은 다를지라도 결국 사람을 중심으로 이루어지기 때문이다.

소셜 게임의 경우 게임 자체의 재미도 이용자를 유인하는 중요한 요인이지만 소셜 네트워크 서비스 이용자들의 인맥관리를 얼마나 효율적으로 보조하느냐에 따라 성공 여부가 결정된다. 다시 말해 게임 자체에 대한 강한 몰입보다는 이용자들의 일상생활과 게임의 긴밀한 연결을 통해 강한 몰입감을 요구하지는 않지만 일상적이고 지속적으로 이용자의 삶과 함께 흘러가는 새로운 형태의 팬덤으로 그 의미를 지니고 있는 것이다. 이처럼 게임 팬덤은 그것을 일괄적으로 뭉뚱그려 볼 수 없는 복잡한 층위와 세밀한 결을 지니고 있는 문화적 현상이라 할 수 있다.

3. 게임팬덤의 문화적 의미와 전망

팬들은 자신들이 좋아하는 게임에 몰입하고, 좋아하는 프로그래머에 열광하며 즐거움을 얻는다. 또한 팬들은 단순히 대중문화의 소비자에 그치지 않고 스스로가 문화물의 생산자가 되기도 한다. 나아가 이들은 같은 팬덤을 공유하는 다른 팬들과 적극적으로 교류하며 궁극적으로 게임팬덤의 대상인 게임, e스포츠, 프로그래머가 더 발전하기를 열망한다.

그러나 그동안 팬덤은 무의미한 것에 지나친 열정을 쏟는 비생산적인 행동으로 비쳐져왔다. 더욱이

게임은 대중문화의 위계에서조차 저평가를 받아왔기 때문에 게임팬덤에 대한 인식은 훨씬 더 부정적인 것이었다. 이러한 상황에서 최근 드러나고 있는 다양한 게임팬덤 현상은 게임이 지닌 문화적 가치와 함께 게임팬덤을 실천하고 있는 이용자들에게 대해 몇 가지 시사점을 던져준다.

먼저 게임팬덤이 지니고 있는 긍정적인 생산성에 대해 다시 볼 필요가 있다는 점이다. 기본적으로 팬과 팬이 아닌 사람을 구분하는 중요한 기준 중의 하나가 문화적 자산의 구축이다. 게임에 열중하는 이용자들은 게임과 관련한 다양한 지식과 능력을 축적하게 된다. 게임 캐릭터나 유닛의 특성 활용, 아이템에 대한 상세한 이해, 게임 퀘스트나 미션에 대한 전략 등을 넘어 게임의 체계와 운영방식 등 게임 자체를 분석적으로 볼 수 있는 능력을 갖게 되는 것이다.

AOS 장르의 탄생과 발전은 게임팬덤이 좋아하는 게임에 대한 부차적인 텍스트를 생산해내는 것을 넘어 게임 문화를 재편하는 새로운 장르를 창조해낼 수 있음을 보여주었다. 게임에 대한 이해와 지식이 이용자 개인의 경험적 차원에 그치지 않고 다양한 관련 텍스트들을 생산해내는 것으로 발전한 것이다. 다시 말해 AOS 장르는 게임을 즐기는 일반 이용자들이 게임에 대한 능력과 지식을 축적하는 것을 넘어 스스로 즐기기 위해 게임 자체를 생성해내고 그것을 다른 이용자와 적극적으로 공유하는 전형적인 팬덤 현상을 기반으로 하고 있는 것이다.

또한 게임 팬들은 게임에 열정적으로 몰입하여 즐기지만 하는 비정상적인 쾌락 추구자가 아니라 게임에 대한 지식과 경험을 바탕으로 비판적 안목을 발휘하는 존재이기도 하다는 점이다. 이들은 유사한 장르의 게임이 지속적으로 출시되고 서로 경쟁이 치열한 게임 산업에서 특정한 게임의 상업적인 성공과 실패를 좌우할 정도로 진지한 시각과 의견을 보유하고 있다. 이처럼 팬들이 축적한 게임에 대한 경험과 지식, 그리고 게임에 대한 관심과 열정은 관련 문화의 발전으로 이어지는 원동력이 될 수 있다는 점에서도 눈여겨볼 필요가 있다. 결국 앞으로 게임 문화의 발전은 산업적인 성공을 넘어 게임을 둘러싼 다양한 주체들의 역할을 어떻게 수렴하고 조정할 것인가에 달려있다고 하겠다.

한편 게임팬덤은 그 자체로 아주 복잡한 층위와 다양한 결을 지니고 있다. 게임의 장르에 따라 팬덤의 성격과 의미가 다르며 팬덤이 이용자에게 작용하는 역할도 달라진다. 대표적으로 소셜 게임 이용자들은 다른 이용자와 관계를 맺고 그 관계를 유지하기 위해 적극적으로 게임에 참여한다. 소셜 게임은 그러한 참여를 통해 상호신뢰와 이익, 그리고 사회적 안전감을 경험할 수 있기 때문에 이용자들에게 인기를 얻고 있다. 소셜 게임의 정서구조에서 즐거움이란 게임을 성공적으로 완료하는 데 있는 것이 아니다. 그보다는 자신이 좋아하는 대상에 관심을 쏟고 그것과 정성스럽게 소통하는 데 있다. 이러한 모습은 현실적이고 물질적인 이익이라기보다는 상호 유대, 칭찬, 명예, 인기와 같은 사회적 보상을 기대하는 열정의 태도로 해석될 수 있다. 그런 점에서 소셜 게임을 중심으로 형성되는 게임 팬덤은 기존의 게임 팬덤과는 또 다른 차원의 의미를 지니는 것이다.

그동안 게임이 생겨난 이래 게임에 대한 사회적 평가와 게임팬덤에 대한 논의는 지속적으로 있어왔지만, <디아블로3> 한정판 판매를 계기로 촉발된 게임팬덤에 대한 논쟁이 가져온 의미를 한 번 더 생각해볼 필요가 있다. 무엇보다도 <디아블로3>가 준 사회적 충격으로 게임팬덤이 소위 '음지에서 양지'로 나오는 계기가 되었다는 어느 신문기사처럼, 게임에 대한 다양한 담론을 형성하는 것이 오히려 계

임 문화의 발전에 긍정적인 영향을 줄 수 있기 때문이다. 모든 문화물은 바람직한 모습과 그렇지 못한 모습을 동시에 지니고 있으며, 그것은 게임도 예외가 아니다. 특히 게임팬덤은 대중문화물이 지닌 그러한 양면적인 모습을 가장 뚜렷하게 보여주는 영역이라 할 수 있다. 게임팬덤으로 가시화되는 게임에 대한 비정상적인 몰입만큼이나 게임팬들의 게임에 대한 풍부한 지식과 세련된 안목 그리고 생산적이고 발전적인 팬덤 활동은 게임이 다른 문화물과 마찬가지로 사회적 의의와 문화적 가치를 지닌 존재임을 웅변해주기 때문이다.

제3절 게임과 예술의 동행, 미디어아트 동향

1. 현대미술과 전자게임

1) 사진과 현대미술의 시작

미디어 예술은 사진, 영상, TV와 같은 대중매체를 사용하는 예술작품에 국한되는 것 같지만 본질적으로 산업화 시대의 모든 새로운 재료를 취하여 시도하는 예술을 지칭한다.

그 시발점은 인상파 화가이다.

전통적으로 화가들은 칠푼화실에서 원근법을 철저히 지키며 원칙에 따라 그림을 그리는 것이 관행이었다. 19세기 중반, 이 같은 그림에 흥미를 느끼지 못하는 한 무리의 젊은 화가들이 있었다. 그들은 캔버스를 가지고 직접 햇살이 가득한 야외로 나갔다. 태양 아래서 자연을 관찰하며 빛에 의해 시시각각 변화하는 자연의 모습을 있는 그대로 담고자 하였다. 그 결과 생생한 현장을 담은 원색과 두꺼운 붓터치의 과감한 그림이 탄생했다. 이 그림들은 전통적인 그림에 비해 거칠기 때문에 작품을 공개했을 때 ‘인상(impression)을 그린다.’라는 조롱 섞인 별명을 얻었다.

현대미술의 시작을 알리는 인상파는 이렇게 영감결에 ‘인상파(Impressionism)’라는 이름을 얻어 탄생했다. 그런데 인상파가 등장하게 된 배경에는 ‘사진(Photography)¹⁾이라는 새로운 이미지 기계, 즉 기술미디어의 출현이 있었다.

사진은 19세기를 대표하는 미디어 중의 하나로, 사진의 원리는 암실²⁾에 작은 구멍을 내어 그곳으로 들어오는 빛을 활용하는 것이다. 빛을 이용하기 때문에 사진은 자연 그대로의 이미지를 나타냈고 원근법을 구사하는 화가들의 손을 거쳐 그려지는 그림보다 더 사실적이었다. 무엇보다 정확하고 빨랐으며 누구나 조작할 수 있는 이 기계의 장점 덕분에 화가들은 더 이상 전통적인 ‘사실’그림을 주문받을 일이 없어지게 되었다. 그로 인해 전통적인 의미의 화가들은 일을 그만두어야만 하는 큰 고통을 당했지만 마네, 모네, 르누아르와 같은 현대미술의 시작을 알리는 새로운

그림 3-2-1 그랑드 자트 섬의 일요일 오후



점묘화, 조르주 피에르 쇠라(Georges Pierre Seurat)

1) 포토그래피(Photography) : 그리스 어, '빛(phos)'과 '그리다(graphos)'의 합성어.

2) 카메라오브스쿠라(camera obscura) : 어원은 라틴 어 '어두운(camera), 방(obscura)'을 의미한다.

미디어 예술의 탄생을 예고했다.

매체라고 번역되는 미디어를 예술에서는 쉽게 재료(미디엄:medium)라고 부른다. 전통회화의 물감이나 캔버스는 이 역할을 하는 것이고, 미디어 예술에서는 이 재료와 표현 방법이 바뀌게 된다는 것이다.

2) 대중매체와 관계 맺는 예술

사진과 같은 대중적이고 기술적인 미디어는 예술가들에게 독이 되기도 하지만 창조의 원천이 되기도 하며 새로운 미디어에 의해 서로 영향을 주고받는 관계로 성장한다. 인쇄라는 미디어의 기술과 결합된 사진의 복제는 그 좋은 예이다. 신인상파 화가 쇠라가 점묘법(divisionnisme)으로 그린 그림은 사진 인쇄술인 하프톤 프린팅 기법(인쇄 망점:Halftone Printing Process)에서 아이디어를 얻었다.

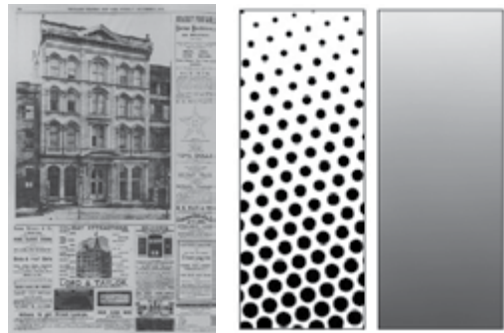
신문에 실린 사진은 인화의 기법으로는 무한 복제가 어렵다. 크고 작은 점의 밀도를 이용하면 가까이에서는 어른거리는 점으로 보이지만 떨어져서 보면 광학적 시각원리에 의해 사진의 이미지가 된다. M.E. 슈브릴의 색채 이론을 공부한 화가 쇠라는 이를 점묘법으로 창안하여 예술작품화했다.

본격적인 미디어 시대가 도래하면서 사진, 신문, 잡지, 그리고 라디오·텔레비전, 전자게임 등 대중적 기술 미디어의 등장은 이처럼 현대예술과 대중의 관계를 맺으며 다양한 변주를 하게 된다.

3) 예술, 미디어 예술이 되다

20세기, 인상파처럼 전통을 폐기하고 새로움을 향해 나아가는 아방가르드 예술가들은 맨 먼저 전통 재료, 즉 물감이나 캔버스 같은 표현재료인 미디엄(medium)³⁾과의 결별을 고해야 했다. 아방가르드(avant garde)는 원래 선두에 서서 돌진하는 부대를 가리키는 군사용어이다. 19세기 중반부터 미지의 문제와 대결하여 지금까지의 예술을 변화시키는 혁명적 예술 경향이나 그 운동을 뜻하는 예술용어로 정착되었다 그래서 ‘알 수 없는 전방을 시찰’하는 예술가들에게는 새로운 영감의 원천이 지속적으로 필요하게 된다. 그중 마르셀 뒤샹(Marcel Duchamp)의 레디메이드를 이용하는 아이디어는 단연 충격적이었다.

그림 3-2-2 하프톤 프린팅 기법



하프톤 프린팅 기법의 최초의 흑백 인쇄물은 1873년 신문에 사용된다.

3) media(매체)는 medium(재료)의 복수이다. 전통회화의 표현 재료 즉 미디엄은 유화물감, 캔버스 같은 것이다.

그림 3-2-3 샘(Fontaine)



마르셀 뒤샹, 1916년 뉴욕의 양대평당전에 출품하였다. 주최측의 거부로 실제 전시되지는 못했다.

도자기에 'R. Mutt'로 서명한 '샘'은 도기 공장에서 제작한 남성 소변기로 누구나 구입할 수 있는 물건을 작가가 사인만 하여 전 시장에 가져다 놓은 것이다. 그림이든 조각이든 모든 예술작품이 예술가의 손을 통해 재료(medium)를 만지작거리 제작하는 것이라고 한다면, 이미 만들어진 산업물품이 전시장에 들어와 예술작품 노릇을 한다면 어떻게 할 것인가? 화가, 조각가가 그들의 재료와 노고를 들이지 않고 작품이라고 주장한다면 그것이 예술인가? 이러한 가설이 성립할 수 있는가? 이렇게 레디메이드⁴⁾라는 작품재료는 견잡을 수 없는 공명을 일으켰다. 예술의 뿌리 깊은 고정관념을 흔들며 본질적 가치를 다시 생각하게 하는 이 사건은 미디어 예술의 시작일 뿐이었다.

4) 뒤샹, 미디어 예술의 다양한 기틀을 마련하다

뒤샹은 머이브리지의 초기 영화필름을 모방한 듯한 계단을 내려오는 로봇 같은 누드그림 '계단을 내려오는 누드 2'라든지 어디서나 볼 수 있는 자전거 바퀴와 의자를 결합한 움직임은 작품 '자전거바퀴', 그리고 모터로 연결한 여러 개의 패널 조각을 빠르게 회전시켜 동그라미를 볼 수 있게 한 기계장치 '회전하는 유리 패널' 등 물감을 떠나 다양한 재료, 즉 산업대중 미디어를 과감히 사용하였다.

전통에 얽매이지 않고 누구나 구할 수 있고 일시적인 것조차도 창조적 아이디어로 발굴함으로써 예술이 대중매체와 관계 맺는 방법을 제시한 것이다.

뒤샹은 현대미술이 기계와 빛, 움직임 등 활용 가능한 모든 것을 예술의 재료(medium)로 사용하는

그림 3-2-4 계단을 내려오는 누드 2, 동물의 운동

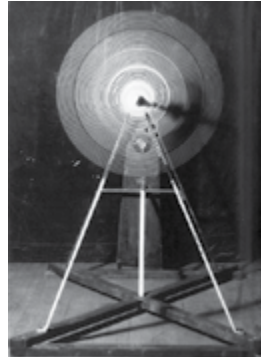


마르셀 뒤샹, 계단을 내려오는 누드 2(Nude Descending a Staircase, No.2), 1912와 머이브리지(E. Muybridge)의 사진, 동물의 운동(Animal Locomotion), 1887

4) 레디메이드(ready-made) : 기성품. 일정한 규격으로 미리 만들어 놓은 제품

발상전환의 밑거름이 되었다. 그리고 과학의 소산물인 산업과 기계문명, 대중적 문화의 매스미디어와 같은 것을 예술에 도입하면서 예술은 고정된 틀에서 벗어날 수 있게 되었고 기술적 미디어의 변화에 대응하는 물리적, 정신적으로 창조를 위해 유연한 존재가 되었다.

그림 3-2-5 자전거바퀴(Bicycle Wheel, 1913)와 회전하는 유리 패널(Rotary Glass Plates, 1920)



축을 중심으로 각각 거리가 다른 다섯 개의 검은 라인이 그려진 하얀 유리판을 연결된 모터에 프로펠러처럼 회전시키는 작품. 회전에 의해 빈 공간에는 스트루브스쿠프의 시각적 잔상효과가 이루어지고 완전한 여러 원형이 그려진다

5) TV를 이용한 최초의 인터랙티브 예술과 전자게임

백남준⁵⁾의 초기 활동은 아방가르드 음악가였다. 무대에서 여러 사람과 함께 퍼포먼스 전위예술을 하였는데 이때 악기를 부수는 등 극적인 행동을 보였다. 그러다 서서히 장르의 경계를 넘나드는 탈(脫)장르적인 예술운동으로 발전했다.

플럭서스(Fluxus)⁶⁾의 창립 멤버 가운데 한 명이며 변화, 움직임, 흐름을 뜻하는 국제적인 전위예술운동의 멤버로서 '삶과 예

그림 3-2-6 음악의 전시회 : 전자 텔레비전



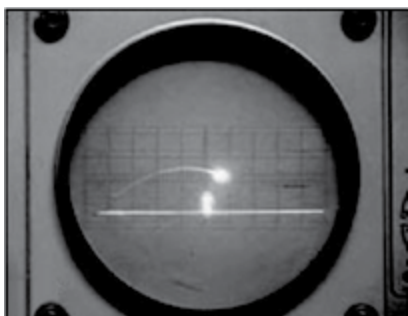
백남준의 첫 개인전 '음악의 전시회 : 전자 텔레비전'과 여러 대의 TV와 미디어 장치를 연결한 회로도, 1963, 부퍼탈 파르나스(Parnass) 갤러리. 이미지 참조(백남준 기념관)

5) 일본 동경대학에서 미술사와 미학, 음악학, 작곡을 공부했으며 독일 뮌헨대와 프라이부르크 음악학교, 쾰른대학에서 현대음악을 전공했다. 1958년 전위 음악가 존 케이지(John Cage)를 만나 그의 데뷔작인 '존 케이지에 대한 오마주 Homage a John Cage'를 초연했는데, 공연 중에 바이올린을 내리쳐 부수는 해프닝을 하였다. 1961년 플럭서스 운동의 창시자 조지 마키우나스(George Maciunas)와 첫 만남을 갖고 플럭서스(Fluxus)의 창립 멤버 가운데 한 명이 되었으며, 이후 독일 플럭서스 운동의 주역이 되었다.

6) 플럭서스(Fluxus) : 1962년 조지 마키우나스(George Maciunas)가 처음 사용하고 선언문을 발표했다. '변화', '움직임', '흐름'의 의미를 가지고 있으며 '귀족병에 걸려 있는 지적인, 프로화된, 상업화된 문화 모두를 제거해야 한다고 주장했다. 미술에서 출발했으나 점점 장르의 경계를 뛰어넘는 예술 운동으로 발전했다.

술의 조화'를 기치로 내걸고 그가 발전시켜 나간 예술의 방향은 지금껏 없었던 보다 다양한 양식이 뒤섞인 새롭고 시각적인 예술을 꿈꾸는 것이었다. 그래서 1963년 독일 부퍼탈의 파르나스 갤러리에서 열린 첫 개인전 '음악의 전시회: 전자 텔레비전(Exposition of Music:Electronic Television)'에서 텔레비전 13대와 피아노 3대, 소음기 등을 배치하는 전시를 가졌다. 이 전시를 통해 TV를 주제로 한 다양한 형태의 비디오 설치, 미디어 예술작품을 선보였다. 여러 대의 TV를 하나의 전자적인 장치로 연결하여 신호를 공유하고 방송전파의 이미지를 왜곡시켰으며, 이 중 '참여 TV'는 오늘날 전자 키보드악기처럼 관람객도 참여할 수 있도록 하였다. 이 작품은 관람자가 연주자 역할을 하는 것처럼 열어놓음으로써 작품에 관람자가 개입하는 전자적 인터랙티브 예술의 시초였다.

그림 3-2-7 돌을 위한 테니스



아날로그 진공관 컴퓨터(Systron Donner SD-3300)와 5인치 오실로스코프(oscilloscope) 디스플레이를 연결해, 게임 전용 컨트롤러 입력장치를 고안하여 1958년 10월 18일, 대중들에게 최초로 공개할. 1958년, 미국 원자핵 물리학 연구소인 BLM(Brookhaven National Laboratory), 물리학자 윌리엄 히긴보덤이 개발한 최초의 게임.

1958년 저항기, 축전기, 중계기로 구성된 아날로그 컴퓨터를 트랜지스터 스위치 조작으로 제어하는 오실로스코프게임 '돌을 위한 테니스(Tennis for Two)'가 부록해본 연구소에서 만들어졌다. 굳게 닫힌 연구소를 일반인에게 개방하는 '방문자의 날'에 직접 방문자에게 흥미를 끌 만한 것으로 '인터랙티브한 것'을 기획한 것을 보면, 당시 백남준도 인터랙티브는 과거 미디어와 다르게 전자 미디어의 가장 흥미로운 것 중의 하나라고 생각했던 모양이다. 대중매체나 미디어 예술 모두 전자미디어가 관객과 어떻게 소통관계를 맺어야 하는지 공감하였던 것 같다. 이 테니스게임은 관람객들이 줄을 서서 기다릴 정도로 크게 인기를 끌었다. 당시 첨단 대중매체인 TV나 연구실의 컴퓨터에 일반인이 접근할 수 있는 인터랙티브 자체만으로도 미디어와 인간의 관계는 새로운 전환기를 마련하게 된 것이다.

'자석 TV(Magnetic TV, 1965)'는 관객이 주어진 커다란 말굽자석의 자력으로 텔레비전 수상기와 상호 작용하면 이미지가 왜곡된다. '참여 TV'는 마이크를 통해 관람객이 내는 목소리로 TV에 기하학의 다양한 파형의 그림이 그려진다. 굳게 닫힌 전자미디어가 누구에게나 쉽게 반응하도록 하는 흥미의 대상이 되기 위한 단순한 인터랙티브지만 여기엔 유구한 미적 고유관념을 무너뜨리는 커다란 암시가 숨어 있다. 전통적 예술양식인 그림이나 조각은 조용히 말하는, 그래서 관람객은 완성된 작품의 내용을 감상하는 이른바 미적 거리(Aesthetic distance)⁷⁾를 유지해야만 한다는 단방향의 소극적 예술관이 무너지는 순간이었다.

놀이나 게임은 본능적이기는 하지만 아직까지 사회적으로 주요 관심 대상은 아니었다. 그러나 전자

7) 철학자 블로흐(E. Bullough) : 미적 거리(Aesthetic distance), 예술작품을 감상하기 위한 심리적 거리(psychical distance)로 감상자 개인의 사적인 주관을 버리고, 초연한 마음의 상태로 작품을 바라보기 위한 방법.

미디어의 인터랙티브라는 ‘흥미’와 결합되면서 한가한 유희가 ‘전자게임’이라는 이름의 강력한 대중매체로 재탄생하게 되었다.

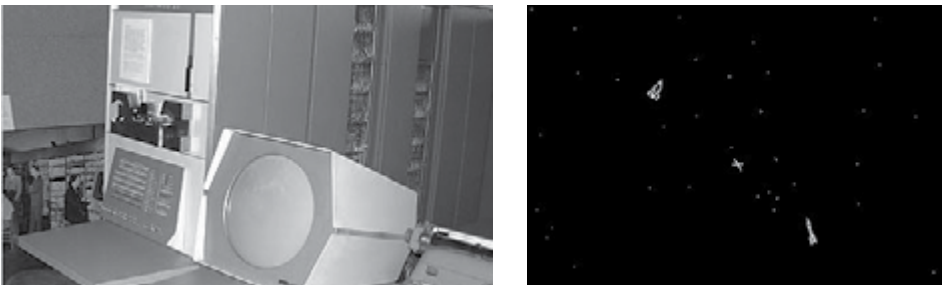
6) 호모루덴스, 전자게임 개척의 시대

1962년에 나온 PDP1은 오늘날 컴퓨터의 모습과 흡사한 모니터와 키보드가 일체형으로 갖추어진 컴퓨터이다. 전문 연구가만이 쓸 수 있었던 이 컴퓨터를 흥미로운 도구가 되게 하기 위해 아주 간단한 컨트롤러와 그래픽 인터페이스의 인터랙티브 장치를 갖추었다. 그리고 스티브 러셀(Steve “Slug” Russell)과 그의 동료들은 디스플레이에 그래픽을 표현하는 게임을 만들기로 하였다.

데모버전은 다음 3가지 조건을 가지고 있었다.⁸⁾

1. 이 컴퓨터가 지닌 모든 능력을 보여주어야 하며, 또 그 능력을 최대한 발휘하도록 해야 한다.
2. 각각의 데모는 일관된 틀을 유지하면서도 다르게 보여야 하고 흥미를 유발해야 한다.
3. 일반인들도 관심을 보일 수 있도록 재미있어야 하고, 게임의 형태를 갖추어야 한다.

그림 3-2-8 PDP1 컴퓨터와 〈스페이스 워(Space War)〉 게임



게임 소재는 당사가 우주비행사 존 글렌이 최초로 지구를 한 바퀴 도는 데 성공한 해이므로 우주 공간에서의 전투를 다루는 것으로 구상했다. 비교적 간단한 프로그램으로 이루어진 ‘스페이스 워(Space War)’라는 이름의 이 소프트웨어에 사람들은 흥분하였다. 전자미디어와 결합된 ‘전자게임’의 소통 방식은 전통적인 ‘놀이’와는 비교할 수 없이 재미있었고, 가히 혁신적인 것이었다.

‘요한 호이징가(johan huiinga)는 호모 루덴스(homo ludens)’를 주장했지만⁹⁾ 이 비생산적인 활동이 이렇게 열광적이고 절대적인 것이 되리라고 예견한 것은 아니었다. 홍보용 아이디어의 결과물이었지만 공개되자 사람들은 전자게임의 매력을 알아가기 시작했다. 이것을 특히 주목한 사람은 연구원 놀

8) 스페이스워 탄생에 필요한 아이디어 회의를 같이한 J.M 그라츠(Graetz)

9) 요한 호이징가(johan huiinga)의 저서 ‘놀이하는 인간(homo ludens)’, 1938

런 부쉬넬(Nolan Bushnell)¹⁰과 조엘 빌링스(Joel Billings)였다.

전자미디어를 이용한 새로운 예술과 새로운 산업을 위한 무대가 마련되었고 이러한 기술적인 토대 위에서 초기 개척자들이 미래를 향한 불확실한 첫걸음을 내딛기 시작했다.

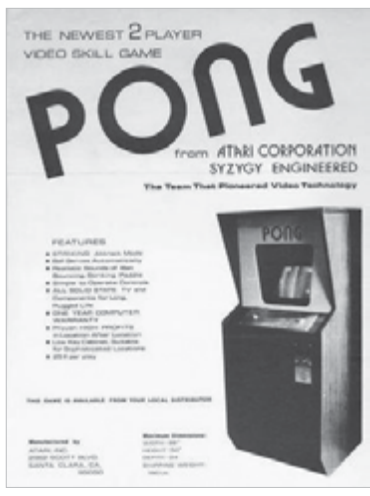
2. 전자게임과 인터랙티브 예술

1) 게임의 시대

세상은 변해갔다. 새로운 정책, 새로운 음악, 새로운 사회적 의식이 나타나 유럽과 미국을 뒤덮기 시작했다. 1972년 5월 너팅&어소시에이트사는 마그나복스 랄프 배어가 최초의 아날로그 가정용 비디오게임을 만들고 있다는 소식을 전해 들었다. 그들은 그것을 체크하기 위해 마그나복스에 부쉬넬을 보냈고, 부쉬넬은 ‘오디세이’라는 게임을 보았다.

“이미 우리는 그 전부터 스포츠게임을 만들 계획을 했어요. 또, 그 게임은 매우 단순한 형태여야 한다고 생각했지요. 그리고 우리가 한 것은 그것을 디지털로 만든 것이지요.” -놀런 부쉬넬-

그림 3-2-9 <퐁(PONG)>



이 게임 이전에도 게임은 있었지만 이들이 제작한 ‘퐁’¹¹⁾이라는 게임은 놀라운 흥행결과를 낳았다. 1972년 이후 게임은 일상적인 용어가 되었고 그 이름으로 이슈화된 것은 이것이 처음이었다. 드디어 전자게임의 시대가 활짝 열린 것이다. 디지털 컴퓨터가 일반화되면서 예술도 게임과 같은 인터랙티브에 관심을 가진 것은 당연한 결과이고 관람자에게 더욱 화려한 양방향성을 제공하게 되었다. 1970년대 컴퓨터의 미디어 예술은 다양하고 광범위한 방법으로 인터랙티브 예술 형태를 제공했다. 마이론 크뤼거(Myron W. Krueger)의 ‘비디오플레이스(videoplace)’라는 작품은 컴퓨터테크놀로지인 가상현실(Virtual Reality)과 인공지능(Artificial intelligence) 등의 프로그램을 활용하여 가상의 오브제들과 대화가 가능한 섬세한 인터랙션의 길을 연다. 그는 네 모퉁이에 큰 스피커를 두고 벽에는 색 튜브를 매달고 바닥에는

10) 놀런 부쉬넬(Nolan Bushnell), 게임회사 아타리 창립, 아케이드, 비디오게임의 효시와 20년 이상 게임산업을 리드한 신화적인 인물로 ‘게임의 아버지’라고 부른다.

11) 퐁(Pong) : 1972년 아타리사에서 만든 게임, 두 플레이어가 화면 양 끝의 Bar를 움직여 공을 쳐내는 탁구 형태의 게임.

민감한 감지장치(sensor)를 설치하여 관람자가 들어가면 소리나 빛의 변화가 일어나는 작품을 만들었다. 이 작품은 1969년 만들어져 1970년 메타플레이전에 처음 소개되었고 지속적으로 프로그램을 업그레이드시켜 관람자의 움직임에 더 정교하게 감지하고 분석함으로써 컴퓨터상에서 이루어지는 그래픽의 가상 오브제들과 관람객을 직접적으로 연결시켰다. 작성된 프로그램 데이터에 의해 인과관계가 제어되지만 관람자의 움직임 자체만으로 화면에서 새롭게 생성되거나 사라지는 관람자의 행위가 작품에서 창조되는 그야말로 ‘놀라운 경험(Amazed experience)’을 하게 했다.

2) 산업화된 게임

1980년대가 되면서 전자게임은 산업으로서 새로운 전환기를 맞았다. 가정용 게임기의 대중화로 게임 캐릭터가 인기를 얻고 여러 가지 형태의 게임 장르가 출현했다.

〈팩맨(Pac-Man)〉은 남코(Namco)의 프로그래머인 이와타니 토루가 한 조각이 빠진 피자를 보면서 게임에 대한 영감을 떠올렸다고 한다. 피자를 굶주린 주인공으로 설정해 화면의 점을 먹어버리는 캐릭터로 바꾼 것이다. 여성들에게 어필할 수 있는 비폭력적인 게임으로, 이전까지만 해도 전자게임에는 진정한 의미의 캐릭터라 부를 만한 아이콘이 없었다. 이름 없는 자동차나 우주선 또는 개성 없는 인간 형태의 물체가 전부였다. 그러나 이 극도로 단순한 모습의 〈팩맨〉이 비디오게임 역사상 최초로 디지털 슈퍼스타를 만들어 낸 것이다. 〈팩맨〉의 캐릭터는 어느새 플레이어와 감성적으로 엮이는 단순한 유희 이상의 친구가 되었다.

새도우(shadow), 블링키(blinky), 스피디(speedy), 핑키(pinky), 배시풀(bashful), 잉키(inky), 포키(pokey), 클라이드(clyde) 등 수많은 캐릭터가 업그레이드되었다. 문화적 아이콘으로 〈타임〉의 표지까지 등장했고, 장난감, 도시락통, 시리얼, 노래, 심지어는 토요일 아침에 방영되는 만화에도 등장했다. 애니메이션 영화 미키마우스처럼 대중매체의 새로운 스타가 탄생한 셈이다. 이른바 게임의 황금기가 시작된 것이다. 아케이드게임기가 모든 상업지역을 점령할 때, 가정용 게임전용기들도 가정에 속속 파고들어 하나의 문화를 형성하였다.

인터랙티브 아트는 더 유연하고 다양한 표현, 즉흥적인 몸의 연주에도 응용되었다. 연극이나 무용에서 차용한 신체 동작과 강렬한 비디오 아트를 결합한 미디어 예술은 1984년 교토에서 결성된 미디어 퍼포먼스 그룹 ‘덤 타입(Dumb Type)’을 통해 발표되었다. 모든 예술 장르를 아우르는 센서를 이용한 인터랙티브 테크놀로지는 통합 예술의 화두를 제시했다. 미디어 예술을 통해 예술은 조화를 이룰 수 있는 것은 물질적이든 비물질적이든 가리지 않게 되었다.

그림 3-2-10 〈팩맨〉

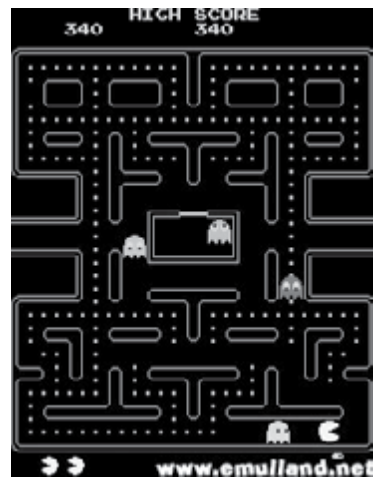


그림 3-2-11 <룸(Loom)>



그림 3-2-12 명료한 도시



제프리 쇼(Jeffery Shaw)의 '명료한 도시(The Legible City)', 1989, 1990, 1991))

3) 게임의 예술성과 예술의 가상공간

게임이 산업으로 거대해지면서 블록버스터 게임이 등장했다. <스트리트 파이터(1987)>, <파이널판타지(1987)>, <젤다의 전설(1987)> 등과 같은 블록버스터는 또 다른 블록버스터를 낳으며 게임이 영화 이후 새로운 예술 장르로, 사회적으로 공론화되기 시작하였다. 하나 같이 게임예술이 그래픽 향상에 초점이 맞추어지는 때에 이와는 다르게 조용히 게임 예술의 방향을 심각하게 고민하게 하는 게임이 등장했다. 게임 <룸(Loom)>¹²⁾은 고전적인 미디어인 소설의 이야기 방식을 전자미디어와 결합한 인터랙티브한 이야기 방식으로 풀어가는 게임이다. 게임에서 스토리는 이야기의 결말에 궁금증을 가지도록 하고 그것을 문제처럼 풀어 찾아내는 방식이다. 그러다 보면 어느새 결말에 이르게 된다.

예술장르 중 소설의 이야기는 작가에 의해 1, 2, 3인칭 형태로 자유롭게 묘사될 수 있음에도 불구하고 유독 나를 중심으로 한 1인칭 형태, 아니면 타인들을 바라보는 3인칭 형태로 묘사하는 텍스트의 한계를 가지고 있다. 이

와 다르게 게임은 아바타인 그를 플레이함으로써 2인칭의 시점을 제공하는 것으로 이야기가 인터랙티브하게 할 수 있다. 그래서 게임에서 플레이어는 이야기를 만들어가는 창조적 진행자이며 나를 대리한 가상의 캐릭터가 이야기의 결말을 직접 이루게 된다. 인터랙티브한 그래픽으로 전자게임만의 이야기 전개를 할 수 있기 때문이다.

게임 <룸>의 스토리텔링은 문학만큼 짜임새 있는 탄탄한 이야기 구조로 이루어져 있는데, 이야기 결말인 '룸(베틀)'은 우리가 살아가는 우주 그 자체라는 자못 심오한 철학적 메시지를 던졌다. 전자게임에서 문학적 고전의 깊은 맛을 즐길 수 있게 해주었다. 게임이 고전 예술의 미학을 흡모할 때 제프리쇼(Jeffery Shaw)의 작품 <명료한 도시(The Legible City, 1989,90,91)>는 심플한 게임 같은 가상 공간으로 들어가게 했다. 상업적 전자게임에서는 아직 채택되지 않은 3차원 그래픽 기술을 활용함으

12) Loom : LucasFilm (현, 루카스아츠), 1990년. Produced : Gregory D.H ammond, Design : Brain Moriarty, 256 컬러, BGM : Swan Lake

로써 그래픽에 포함된 관객의 인터랙티브의 의미를 생각하게 했다.

컴퓨터와 연결된 전자적 장치의 자전거를 타고 전방의 스크린을 바라보는 구조이다. 관람자는 페달을 돌리면서 스크린의 3차원 가상 도시를 경험한다. 이 작품은 관람자의 행위가 그대로 작품의 시스템과 일치되는 효과를 낳고 물리적 오브제의 현실 경험으로부터 벗어나 시뮬레이션 경험으로 다가오게 한다. 가상환경 이미지의 비물질적 공간에 우리 감각기관의 오감(five senses, 五感)의 더듬이를 모두 내밀고 체험함으로써 관람객은 작품 자체를 변형하는 것뿐만 아니라, 작가와 수용자, 작품과 관람객의 구분을 거부하며 주체와 타자, 매체를 통합한다.

플레이어에게 이런 경험을 시키는 3D 게임이 1993년 <둠(DOOM)>¹³⁾을 통해 상업적으로 적용된 것을 보면 미디어 예술의 3차원 가상현실 경험은 전통적으로 예술이 얼마나 '감동의 완전한 소통'에 목말라하였는지 알 수 있게 한다.

4) PC 사이버 공간과 인터랙티브 아트

미디어 예술은 컴퓨터를 활용하는 것이 일반적이다. 그래서 자연스럽게 비디오게임이나 PC게임이 모니터를 마주하는 것처럼 전형적인 데스크톱(Desktop) 형태의 대형 프로젝터(projector) 스크린을 이용한 다수의 인터랙티브 아트가 등장한다.

관람객과의 대화를 시도하는 카밀 우터백(Camille Utterback) & 로미 아키토프(Romy Achituv)의 <글자 비(Text Rain)>는 관객을 예술가처럼 퍼포먼스의 대열에 동참시킨다. 관객은 보이지 않는 데이터의 아우라(Aura)를 만나기 위해 직접적인 대화를 시도한다. 이 작품을 통해 관객의 행위는 데이터와 놀이를 즐기는 공연 공간의 일부가 된다. 스크린에 보이는 비를 보며 관람자는 몸을 이리저리 흔들 어보고 비틀고 움직이며 일어나는 반응을 살핀다.

관람자는 자신의 행동에 변화하는 작품의 현상을 발견하는 즐거움을 맛본다. 그 호기심에 이끌려 관

그림 3-2-13 1인칭 슈팅게임 <둠(DOOM)>



그림 3-2-14 글자 비



카밀 우터백&로미 아키토프의 <글자 비>, 1999

13) DOOM, 1993, ID 소프트웨어, John Carmack, 1인칭 슈팅액션 게임. 최초의 3D 게임이며 몰입형 FPS 게임의 시초임. 3D 게임 기술로 1인칭 시점에 의한 생생한 게임 플레이가 가능하게 됨. 3D 게임기술 발전의 시금석을 이룸.

그림 3-2-15 나무거울



대니얼 로진(Daniel Rozin), <나무거울(Wooden Mirror)>

람객은 자연스럽게 전통적인 예술에서는 볼 수 없었던 흥미와 호기심의 유혹을 받는다. 인터랙티브 작품을 찾은 관람객의 대다수는 자연스럽게 스크린을 바라보면서 행동하는 것을 멈추지 않는다.

대니얼 로진(Daniel Rozin)의 <거울> 시리즈의 작품들은 기계적 장치로 오브제를 컨트롤함으로써 유연한 그림기계를 만들었다. 움직이는 오브제 평면에서 이미지의 아우라를 볼 수 있다. 그의 <나무거울(Wooden Mirror), 1999>은 캔버스 앞에서 있는 관람객의 초상화를 실시간으로 그려준다. 관람객이 지나갈 때마다 ‘스르르!’ 하며 새로운 그림을 그리는 살아있는 캔버스다. 캔버스의 정체는 삼나무로 된 830개의 매끈한 사각형 타일 조각으로 컴퓨터에 의해 통제되는 작은 모터에 의해 모두가 제어되며 완벽한 카드 섹션처럼 이미지를 그린다.

다년간 시리즈로 제작된 그의 단단한 오브제는 폐품(Trash Mirror), 반짝이는 쇠구슬(Shiny Balls Mirror), 원형띠(Cicles Mirror), 나무말뚝(Peg Mirror), 엮은 띠(Weave Mirror), 유리거울(Mirrors Mirror) 등으로 확대된다. 그래서 이 작품들 앞에 선 관람객은 시각적 환영(Illusion)으로서 이미지와 물리적 오브제의 성질을 넘나드는 질료의 본질적 속성을 바꾸는 매개(media)적 재료(medium)가 된다.

5) 유희하는 디지털 미디어

그림 3-2-16 <레즈(REZ)>



연구소의 전자계산기에서 발전된 디지털 미디어가 그래픽과 멀티미디어를 갖춘 오락과 예술이 되기까지는 많은 시간이 필요했다. 컴퓨터가 2D나 3D에서 모두 시각적으로 인간의 눈에 거슬리지 않는 자연스러운 표현상태(True color)가 되면서 미디어는 대상을 모방하는 것을 넘어 창조적 원천의 아이디어를 필요 했다.

게임 <레즈>는 이렇게 모험적인 상업적 시도를 했다. <레즈>¹⁴⁾가 모험적이라고 말할 수 있

14) REZ : SEGA United Game Artists, 2001년. 특징 : Rhythmical Music shooting. Produced : Mizuguchi Tetsuya (세가갤러리 챔피언십(1994), 스페이스 채널5(1999))

는 이유는 구체적인 대상 없는 순전히 추상적인 그래픽과 리듬, 촉감만으로 가득한 게임이 대중적 인기를 구사하였기 때문이다. 마치 현대미술의 칸딘스키, 몬드리안, 브랑쿠지, 잭슨 폴록 등의 추상미술을 감상하는 듯한 이 게임은 대상을 눈에 보이는 형상으로 모방하지 않고 순수 시각적 본질의 기하학적 그래픽으로 게임의 공간을 묘사한다. 플레이어가 경험하는 순수한 음악적 리듬과 그래픽 애니메이션의 시각적인 절묘한 결합이 탄생시킨 화려하며 격조 있는 ‘리드미컬 음악 슈팅게임’이 탄생한 것이다.

스캇 시니브(Scott Snibbe)의 미디어 작품 <순종(Compliant)>도 인터랙티브를 통해 그래픽의 살아 있는 묘미를 함께 느끼게 하는 작품이다. 이 작품이 관람객의 흥미를 끄는 것은 관객이 화면에 동등 떠다니는 대상을 붙잡으려 하면 그것이 소스라치게 도망가기 때문이다. 스크린 안에 있는 잡으려는 이미지가 실제의 유기적 생명체가 아닌가 하는 착각이 들 정도다.

6) 네트워크 게임과 넷(웹) 예술

캐나다 공상 과학 소설가 윌리엄 깁슨은 소설 ‘뉴로맨서(Neuromancer)’에서 사이버스페이스(Cyberspace)라는 전자적 가상공간을 묘사했다. 이것은 1990년대 이후 현실이 되었다. 컴퓨터 사용자가 늘어나고 인터넷을 통해 망을 이루면서 정보를 주고받는 이 공간은 머릿속으로 그려진 관념적 공간이 아니었다. 세리 터클이 말한 진정한 ‘제2의 자아’가 인터넷 온라인 게임을 통해 이루어졌다. 특히 <리니지> 같은 한국의 온라인 게임은 다수의 게임이용자가 사회(MMORPG)를 이루면서 별이는 3차원 그래픽의 세계를 다룬다. 너무 방대하여 하루 종일 가도 끝에 닿을 수 없을 만큼 맵을 제공하였고, 수천만 명이 동시에 접속하여 커뮤니티를 형성하며 정보를 교환하는 또 다른 공간으로 성장하여 확고한 가상사회를 이루었다.

인터넷을 기반으로 하는 게임이 등장한 것처럼 자연스럽게 예술에서도 새로운 발표의 장으로 웹페이지 작품이 등장했다.

그림 3-2-17 순종



스캇 시니브(Scott Snibbe)의 <순종(Compliant)>, 2002

그림 3-2-18 <리니지>

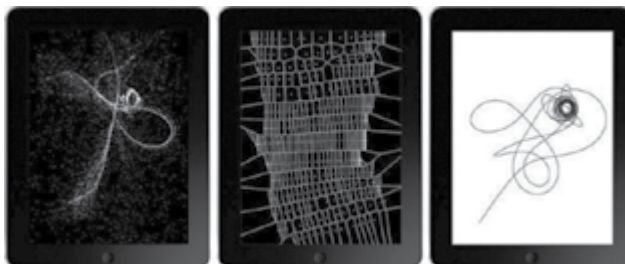


그림 3-2-19 누노타니빌딩



웹아트, <http://artonline.jp/nunotani/index.html>

그림 3-2-20 미디어아트



아이패드를 이용한 미디어아트

누노타니빌딩(nunotani building)이라는 제목의 <http://artonline.jp/nunotani/index.html> 사이트는 인터넷 프로그램의 특성상 인터넷 주소를 찾아 페이지를 열면 곧바로 작품을 감상할 수 있다. 사이버스페이스의 장이 미술관이 되는 것이다. 이용자는 마우스를 이동하며 멀티미디어와 하이퍼텍스트(Hyper text)의 연결을 통해 사이트의 텡스(Depth)를 더하며 콘텐츠를 감상한다. 웹아트(Web art)는 특성상 넷아트(Net art)로도 불리는데, 현재는 개인용 스마트 단말기로 다양한 네트워크의 실험적인 예술이 등장하기도 한다.

7) 광범위한 인터랙티브 미디어 예술

그림 3-2-21 불면증의 이유



Yuan Goang-Ming, <불면증의 이유(The Reason for Insomnia)>, 1998

인터랙티브가 미디어 예술의 새로운 표준이 되면서 예술에서 이 같은 소통방식은 광범위하게 확장된다. 유안 공밍(Yuan Goang-Ming)의 <불면증의 이유(The Reason for Insomnia)>는 시각, 청각 멀티미디어가 어떻게 관객과 직접적인 촉각으로 접촉하며 코드를 맞추는지 보여준다. 침대를 접촉하는 순간 다양한 메시지가 표출된다.

촉각적 인터랙티브(Tangible interactive)가 작품의 담화를 드러내는, 작품과 관람자의 상호관계가 밀접하게 연관을 맺고 있다.

전기적 신호인 전자미디어의 시각, 청각 신호는 모두 전기적 신호에 의해 생성되는 음파, 전파, 광파로 전자 통신의 속성으로 결합되어 작품으로 표출되기도 한다.

골란 레빈(Golan Levin)의 <시청각 환경의 모음(Audiovisual Environment Suite, 1998~2000)>

은 방문자들이 그래픽과 소리의 요소들을 가지고 실험할 수 있도록 제작되었다. 형태와 구조는 창조되며 역동적으로 살아 움직인다. 여기서 구조들의 배열은 톤의 진행과 소리의 구성을 결정한다. 이 중 오디오비주얼 퍼포먼스인 〈낙서(Scribble, 2000)〉와 관중이 모바일폰을 이용하여 동시에 다중이 참여하는 모바일폰 콘서트 ‘다이알톤: 텔레심포니(Dialtones: A Telesymphony, 2001)’를 열기도 한다.

크리스타 소머러(Christa Sommerer)와 로랑 미느뇨(Laurent Mignonneau)의 〈인터랙티브 식물의 성장(Interactive Plant Growing, 1993)〉은 전시장 내에 여러 개의 화분이 있는데 관람자가 식물을 만지면 만지는 대로 대형 스크린에 비추어진 실제 화분에 있는 식물과 같은 모양의 식물이 자란다. 관람자의 터치로 식물을 키우는 실시간 영상작업으로 작품과 인터랙티브하는 것뿐 아니라 식물이 시간의 흐름에 따라 생물학적으로 성장하는 시스템과 결합되어 있다.

〈생명을 쓰는 타자기〉는 구식 타자기의 활자를 입력하면 종이 위에 알 수 없는 새로운 생명체가 생성된다. 그 생명체는 진화론에 따른 생물학적 기반의 프로그램으로 생존과 사멸을 하는 생태계를 묘사하고 있다. 관람객의 직접 참여는 보이지 않는 생명의 이면에 간섭하는 것이다.

인터랙티브 예술은 이처럼 새로운 예술경험으로 자리했다. 전자게임처럼 1990년대 이후 인터랙션은 공간 추적 장치, 사용자 센서 감지, 환경 인식, 위치 인식, 동작 인식, 미세 조작, 사용자 전자기 감지 같은 생체 인식, 다양한 소프트웨어 반응, 성장시스템, 프로필 분석 같은 인공지능, HMD(Head mounted Display), 3D 오디오, 하프틱 디바이스(PHANToM Device), 전자코, 데이터글로브(DataGlove) 같은 오감 구현을 비롯한 컴퓨터 비전과 기계 제어 기술, 소프트웨어 통신기술들이 결합되게 된다.

관람자의 참여는 일반적인 것이 되었다. 1990년대 후반에 이르러 미술관들은 이러한 미술을 대규모로 수용하기 시작하였다. 2004년 한국에서 열린 대규모 국제 전시인 서울 국제미디어 아트 비엔날레에서는 ‘디지털 호모 루덴스’를 주제로 한 다양한 미디어 예술의 인터랙티브와 게임의 관계성을 조망하기도 하였다¹⁵⁾. 오늘날 통신 및 여러 가지 기술로 인해, 퍼포먼스, 음악 등 공연예술과 결합하거나 인간의 신체적 기능이나 이면의 에너지와 같은 보이지 않는 영역, 또 생명공학(Genetic art)과 같은 생태계의 본질적인 원리, 공학적 기구구조를 움직이거나 로봇틱스(Robotics art)와 같은 피지컬 컴퓨팅(Physical Computing) 등 인접 과학 기술과 결합하며 인터랙티브한 예술은 더욱 확장되고 있는 실정이다.

그림 3-2-22 생명을 쓰는 타자기



〈생명을 쓰는 타자기〉, 기크리스타 좀머러&로랑 미느뇨, 2006

15) 제3회 서울 국제 미디어 아트 비엔날레, 서울 시립미술관, 2004. 12. 15.~ 2005. 2. 6. 주제 : 디지털시대, 놀이하는 인간 ‘디지털 호모 루덴스’

3. 마치며

1) 게임, 예술 인터랙티브의 종립

미디어아트와 미술의 등장과 미디어아트와 현대미술에서 차지하는 비중으로 미루어 볼 때 대중매체와 과학기술이 현대미술에 미친 영향은 배제할 수 없다. 그러나 기술 중립적인 공학의 관점에서 인터랙티브는 단지 하나의 시스템에 지나지 않는다. 게임이용자와 미술관의 관객 모두 움직임 등 환경 정보를 센서, 카메라 등을 사용해 입력받은 후 이 정보들을 실시간으로 처리, 분석, 인지하여 그 결과를 영상, 그래픽, 음향 등의 매체를 통해 콘텐츠로 출력하는 것이다.

미디어 예술의 기능적 인터랙티브는 게임과 동일하다. 그렇다고 게임의 인터랙티브가 곧바로 예술의 인터랙티브와 같은 가치를 갖는 것은 아니다. 물리적으로 동일한 인터랙티브 방식을 취하면서도 게임과 예술은 서로 다른 목적을 갖기 때문이다.

전자게임은 대상을 시뮬레이션한다. 인간의 놀이 본능(Homo Ludens)을 전자매체의 양방향성 흥미와 결합시킨 것으로, 다양한 상상과 욕망을 자극하는 사건과 사고, 성공과 성취의 목표 제시 등 즐길 수 있는 내용으로 가득 채워 놓은 콘텐츠이며 절대 현실처럼 위험하지 않은 가상의 놀이를 즐길 수 있는 세계이다.

예술의 인터랙티브는 현실과 크게 관계없는 상징적인 행위이다. 애초에 현실과 거리를 두며 함축된 의미로서 참여자를 원할 뿐이다. 예술에서는 항상 그렇듯이 작품은 무엇인가를 말하고, 관람자는 그것을 수용하는 과정에서 어떻게 받아들일까 하는 것은 관객의 선택사항이다. 그래서 인터랙티브한 관람객의 퍼포먼스는 마치 플럭서스 예술가(Fluxus Arts)들의 놀이처럼 유연해 보인다. 그림의 정보는 곧 작품의 메시지이다. 메시지가 어떻게 재료(=미디어)를 통해 사람에게 전달되는지 퍼포먼스로서 밝히는 정보미디어시대의 은유적 행위가 인터랙티브 예술인 것이다.

2012년 3월 미국 워싱턴 D.C.의 스미스소니언미술관에서는 이것을 조망하는 대규모 전시 '비디오게임의 예술'이 진행 중¹⁶⁾이다. 초점은 게임과 인터랙티브 아트의 대중매체에 대한 관심, 사람 간의 대화와 교류에 대한 이해, 디자인에 대한 이해, 글로벌한 현상들을 살피는 기회를 제공하고 있다.

2) 게임의 유희 그리고 예술

인터랙티브는 대중매체뿐만 아니라 오늘날 대다수 뉴미디어가 공통적으로 지향하는 소통(Communication)의 한 방법이다. 게임이든 예술이든 사용자는 인터랙티브를 통해 욕망을 밖으로 드러내

16) 비디오게임의 예술, 2012. 3. 16~9. 30. 워싱턴 D.C., 스미스소니언미술관, www.americanart.si.edu

는 것이며 또 미디어를 통해 사회적 관심을 드러내는 것이다.

미디어 예술에서 ‘유희’가 예술의 전면에 등장한 것은 처음도 아니고 결코 우연도 아니다. 다다이즘에서 초현실주의로의 이행과 팝 아트, 개념 미술에 이르기까지 현대미술의 전반적인 영역에 광범위하고 끝없는 창조적 영감의 원천을 제공한 마르셀 뒤샹은 이 관계를 말없이 행동으로 보여주었다. 그는 1923년 이후 더 이상 예술창작 행위를 하지 않고 은둔을 즐기며 체스게임을 두며 이를 예찬했다. 그러면서 점차 미술과 체스가 좀 더 유사하다고 생각하기 시작했다.

“체스는 놀라울 정도로 데카르트적이다. …… 체스 두는 사람들은 아름다운 조화를 창조하는데, 그것이 어디로부터 오는지를 볼 수는 없겠지만 결국에는 신비한 것이 아닌 줄을 알게 된다. 체스는 순수 논리의 결과다. 미술은 이와는 전혀 상이한 방법으로 이루어진다.”

그림 3-2-23 체스 게임을 하는 마르셀 뒤샹



미술관에서 nude 모델과 함께 체스 게임을 하는 마르셀 뒤샹

그리고 예술가들이 그들의 예술을 위해 놀이하기를 권한다. 1952년 뉴욕 주 체스 연합대회에서 그는 이렇게 말했다.

“내가 개인적으로 많은 예술가와 체스 두는 사람들을 만난 결과 나는 모든 예술가가 체스 두는 사람들이지만 모든 체스 두는 사람들은 예술가들이란 판단을 내리게 되었다.”

그는 체스 게임을 통해 예술의 본질을 깨닫고 그 유희를 통해 예술을 실천한 것이다.

제4절 게임기업의 사회 공헌 현황

1. 게임 산업의 성장과 기업의 사회적 책임

2011년 4월 국회는 16세 미만 청소년들이 자정부터 새벽 6시까지 온라인 게임을 이용할 수 없도록 하는 섣다운제 입법에 앞장섰던 정부 부처와 국회는 게임기업들이 청소년의 게임 중독 방지를 위해 무엇을 했는가 하고 문제를 제기하며, 청소년들의 수면권 보장과 건강한 성장을 위해 심야시간대에 인터넷게임 제공시간을 제한해야 한다고 주장했다. 같은 해 7월 게임산업진흥에 관한 법률에서는 게임 과몰입·중독 예방조치 등에 관한 조항을 신설하여 게임물 관련사업자에게 예방조치를 비롯해 게임이용시간을 제한하여 서비스를 제공해야 한다는 의무를 부과하였다.

한편으로는 게임기업의 지속적이고 급속한 성장은 매출 확대와 더불어 이해 관계자의 요구에 직면할 수밖에 없는 상황이 되었다. 기업을 둘러싼 이해 관계자와의 신뢰 관계 형성은 기업 활동의 주요한 축이 되었고 기업의 이미지와 제품구매결정에 있어서 영향력을 끼치게 되었다. 이러한 환경 변화는 기업들로 하여금 사회공헌 활동이 기업 경영 전략의 주요한 부문으로 통합할 수밖에 없는 변화들을 이끌어 내고 있다.

최근까지 게임기업들이 수행해 온 사회공헌 활동들을 살펴볼 때 게임기업들은 전략적 차원에서 계획을 수립하고 진행해 왔다기보다는 기부나 나눔을 키워드로 사회적으로 의미 있는 일에 동참하는 분위기로 진행되어 왔다. 그러나 사회적으로 기업의 사회적 책임에 대한 관심이 증대되고 기업의 다양한 사회적 활동이 기업의 명성과 가치에 미치는 영향력 등이 중요하게 부각되면서 기업의 사회적 책임 실천과 이윤추구라는 목표를 상호 보완적으로 추구하는 방향으로 흐름이 변하고 있다.

특히 사회적으로 게임기업에 대한 부정적 여론과 규제 입법이 강했던 2011년에는 게임기업의 사회적 책임을 촉구하는 여론과 더불어 업계가 자발적으로 사회적 책임 활동을 확대하기 위한 노력을 꾸준히 해왔다고 볼 수 있다. 동시에 게임기업들은 사회적 책임활동에 대한 대사회적 요구에 부응하기 위해서라도 그간의 활동에 대한 평가와 더불어 전략적 접근에 대한 재정비의 기회를 맞게 된 측면도 있다. 이에 2011년 게임업계는 사회 공헌 활동을 전략적으로 활성화하기 위한 행보들을 보이기 시작했다.

2. 게임기업들의 사회공헌 활동

게임업계는 사회 전반적으로 확대되는 사회적 책임에 대한 인식과 더불어 게임산업의 성장에 따라 여러 가지 관련 이슈들이 부각되는 상황에 맞춰 법적, 윤리적인 이슈에 책임있는 자세로 대처할 것을 요구받고 있는 상황이다. 최근 1~2년 동안, 기업의 책임이 중요시되던 CSR(Corporate Social

Responsibility)에서 가치가 강조되는 CSV(Creating Shared Value)로 넘어가는 흐름이 발견된다.

각 게임기업마다 비슷했던 사회공헌 활동이 이제는 각 회사의 역량이나 주요 소비자층에 맞는 다양한 형태의 활동으로 발전하고 있으며, 게임 자체를 활용하여 사회에 새로운 가치를 창출해 내는 적극적인 형태의 사회공헌으로 발전해 나가는 모습이다. 2011년 게임업계의 사회책임활동을 정리해 본 결과, 아직까지는 사회적 책임활동이라기보다는 기업의 자선적 활동이 강조되는 사회공헌(Social Contribution)에 초점이 맞춰져 있는 것으로 나타났다. 게임업계는 2006년부터 『사회공헌활동백서』를 발간하고 있는데, 각 기업의 사회공헌 활동을 소개하는 정도의 개략적인 내용만을 담고 있다.

개별 게임기업들의 사회공헌 활동은 아동·청소년 및 장애인 대상 프로그램 시행, 제3세계 지원, 청년 인재 육성 등을 비롯해 나눔과 지원 활동을 주로 시행하고 있으나, 문화 프로그램의 확산, 소프트웨어 개발을 통한 공헌, 사회적 기업의 설립, 뉴비즈니스 육성 등 사회적 가치를 창출하기 위한 프로그램을 도입함으로써 전략적 사회공헌 활동의 가능성을 실험해 가고 있는 중이다. 다만, 아직까지는 개별기업의 사회공헌 활동에 대한 분석을 수행하기 위한 지표라든가 사회공헌활동을 객관화할 수 있는 기준이 마련되어 있지 않기 때문에 앞으로는 지속가능경영에 대한 환원체계를 수립하는 과정이 보완되어야 할 것이다. 이를 위해서 지속가능경영을 위한 제반 조사 및 연구활동에 대한 투자가 이뤄져야 할 것이다.

2011년 게임업계의 사회공헌 활동을 개략적으로 살펴보겠다.

1) 게임빌

게임빌은 상생의 기업철학을 바탕으로 전 임직원이 나눔행사에 참여하여 상생철학을 전파하고 있다. 협력업체, 고객, 사회와의 소통을 위한 사회공헌 활동을 주요 내용으로 하고 있다.

표 3-2-3 게임빌 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2011.04.29.	사랑의 꿈나무 도서 기증	구로구청 꿈나무도서관	게임빌	게임빌 전사 체육대회 우승팀의 이름으로 도서 기증
2	2011.10.28.	사랑의 연탄 나누기	구룡마을 저소득층	게임빌	전 임직원 참여하여 연탄 3만 장 직접 배달
3	2011.12.29.	사랑의 송편 빚기	동명아동 복지센터	게임빌	아이들과 함께 송편을 빚고, 임직원의 성금을 모아 전달
4	2011년 상시	사랑의 자판기	소외계층	게임빌	사내에서 운영되는 자판기 수익금 전부를 성금으로 전달
5	2011년 상시	게임빌 LOVE BOX	소외계층	게임빌	사내 비치된 게임빌 LOVE BOX 기부금을 연말에 성금으로 전달

2) 그라비티

지속적으로 이어지는 나눔활동, 나눔을 통한 내부 화합, 게임을 통한 세계교류를 핵심키워드로 한국의 온라인게임 문화콘텐츠에 대한 긍정적인 인식을 심는 글로벌 나눔활동에 집중한다.

표 3-2-4 그라비티 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2010.12. 15. ~ 2011. 03. 8.	제4회 그라비티 이웃돕기 애장품 경매 이벤트	그라비티 임직원	그라비티	임직원 100여 명 참여, 전액 장애아동 교육비 지원
2	2011. 03. 16. ~ 04. 13.	일본 지진참사 돕기 라그나로크 희망의 모금 캠페인	그라비티 임직원 및 '라그나로크 온라인' 유저	그라비티	캠페인 전액 일본 지진참사 구호 자금 기부
3	2012. 02. 07.	말레이시아 공대생 한국 게임 산 업체 견학	말레이시아 공과대학 교수 및 학생 33명	그라비티	그라비티 본사 견학 및 국내 게임 개발 환경 체험

3) 네오위즈게임즈

지역사회와의 나눔, 질적 성장, 업계 차원의 상생을 모토로 그린피망 프로그램을 운영하고 있다. 또한 피망에서 서비스하는 게임들이 1게임 1사회공헌 활동을 펼치고 있는 것이 특색이다.

표 3-2-5 네오위즈게임즈 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2011. 01. ~ 2011. 12.	피망바둑, '희망더하기' 보육권 연간 바둑교육 프로그램 실행	보육원 아동	네오위즈 게임즈	명지대 바둑학과 학생들과 함께 보육원생 대상 바둑교육 진행
2	2011. 05. 27.	아름다운 가계와 함께하는 네오위즈 창립기념 바자회	성남지역 소외계층 아동	네오위즈 마법나무재단 참여 : 네오위즈게임즈, 네오위즈NS 등	1,800여 점의 기부품과 수익금 690만 원 기부
3	2011. 05. ~ 2011. 06.	네오위즈 기업 자원봉사 '오색오감' 6th	사회 소외계층	네오위즈 마법나무재단 참여 : 네오위즈 게임즈 등 계열사	네오위즈 임직원 500여 명 참석

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
4	2011. 05. ~ 2011. 07. 2011. 11. ~ 2011. 12.	〈스페셜포스〉 '결식아동 도시락 지원 건빵천사 이벤트'	결식아동	네오위즈게임즈, 네오위즈마법나무재단	시즌4에만 총 8만여 명 참여
5	2011. 06. ~ 2011. 09.	'1만 원으로 세상 바꾸기! 만 원의 마법 시즌4' 피랑유저 참여 이벤트 진행	전 국민	네오위즈 마법나무재단 참여 : 네오위즈게임즈 서비스게임즈	진행중 {SW개발단계}
6	2011. 07. ~ 2011. 09.	온라인 야구게임 〈슬러거〉 러브볼 캠페인	경상지역 소외계층	네오위즈게임즈	취약계층 청소년 및 아동 5천여명에게 야구관람 기회 제공
7	2011. 08.	네오위즈 신입사원 자원봉사	장애아동	네오위즈게임즈	한사랑 마을 중증장애 아동 아트체험실시
8	2011. 08.	피랑바둑, '희망더하기' 바둑교육캠프실시	보육원아동	네오위즈게임즈	보육원 등 소외계층 250명이 모여 명시대 및 대불대 바둑학과 학생들과 함께 충남 당진군에 모여 바둑캠프 실행
9	1회차: 2011. 08. 2회차: 2011. 11. 3회차: 2011. 12.	청소년 직업체험 프로그램 '커리어퀘스트'	청소년	네오위즈 마법나무재단, 게임문화재단 협력 : 네오위즈게임즈	중고등학생들에게 게임산업 및 직업탐험 진행. 산업에 대한 이해와 건전한 직업관 교육
10	2011. 09. ~ 2011. 10.	게임포털피랑 '해피월드투어' 글로벌 사회공헌	베트남 교육자원, 유기견 후원	네오위즈게임즈	피랑모바일 오픈을 기념해 공약적 이벤트 실시, 유기견, 해외아동, 취약계층에 대한 관심과 도움 전달
11	2011. 10.	게임으로 한 가족이 소통하는 '체인지더게임 라이프' 1박2일 가족캠프	가족	네오위즈게임즈	부모와 자녀간 소통 강화와 게임에 대한 올바른 이해 및 습관 전달
12	2011. 10. ~ 2011. 11.	아바[AVA] 희망상자 나누기 이벤트	소외계층 아동	네오위즈게임즈	취약계층 청소년들에게 겨울병학에 꼭 필요한 필수품을 포장하고 전달하는 종합적인 봉사활동 진행
13	2011. 11.	게임산업 전반을 이해하고 게임인을 꿈꾸는 청소년을 지원하는 '그린피랑게임원정대'	청소년	네오위즈게임즈	부산지역 청소년 대상으로 게임산업에 대한 정확한 이해와 더불어 산업에 대한 체험 및 산업종사자들의 현장 강의 실행
14	2011. 11. ~ 2011. 12.	네오위즈 기업자원봉사 '오색오감' 7th	사회소외계층	네오위즈 마법나무재단 참여 : 네오위즈 게임즈 등 계열사	사랑의 연탄 배달, 노인요양원 감장, 신생아 모자뜨기 등 총 5개 프로그램에 네오위즈 임직원 900여 명 참석

4) 넥슨코리아

어린이, 청소년들이 상상력과 창의력을 발휘할 수 있는 기회를 제공하고 문화적 경험을 제공하는 프로그램을 운영하고 있다.

표 3-2-6 넥슨코리아 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2011. 01.	넥슨 꾸러기 스키캠프	지역아동센터 어린이	넥슨	80여 명 참석
2	2011. 01.	넥슨 글로벌 인턴십	대학생	넥슨	
3	2011. 02.	희망찬 새학기 성금 전달	어린이재단 산하 복지기관 어린이	넥슨	
4	2011. 03.	일본 지진구호 전사성금 전달	일본 피해 주민	넥슨, 어린이재단	
5	2011. 04.	넥슨 꾸러기 문화체험	제주 지역아동센터 어린이	넥슨	40여 명 참여
6	2011. 05.	어린이날 소아병동방문	서울아산병원 어린이	넥슨	200여 명 참여
7	2011. 06.	NDC	게임 개발 관계자, 게임개발 관련 일반인	넥슨	
8	2011. 06.	NOS	신 사업 아이디어를 가진 일반인	넥슨	
9	2011. 08.	청소년 F.L.Y 캠프	어린이재단 산하 복지기관 청소년	넥슨, 어린이재단	100여 명 참여
10	2011. 10.	넥슨 전 직원 헌혈 행사 및 환아 치료비 성금 전달	한국 어린이 백혈병 재단 산하 환아	넥슨, 한국 어린이 백혈병재단	200여 명 참여
11	2011. 10.	넥슨 작은 책방 독후감 대회	전국 넥슨 작은 책방 40여 개의 지역아동센터 어린이	넥슨	150여 명 참여
12	2011. 11.	아프리카 부룬디 사진 전시 및 도서 모금	넥슨 직원	넥슨, 꿈꾸는 카메라	
13	2011. 12.	해외 작은 책방 Wish Planet 오픈	부룬디 마떼르스쿨 어린이	넥슨, 꿈꾸는 카메라	200여 명 참여
14	2011년 상시	작은 책방 오픈	지역 아동센터 어린이	넥슨	20개소 오픈
15	2011년 상시	문화 공헌 카페 날모리 동동 운영	제주 주민, 관광객	넥슨	
16	2011년 상시	장애인 기업 설립 · 운영	부산 지역 장애우	넥슨	

5) 스마일 게이트

창의적인 청년인재 육성과 이들이 창작하는 다채로운 문화콘텐츠를 바탕으로 글로벌 사회에 희망을 확산하는 것을 목표로 삼고 있다.

표 3-2-7 스마일 게이트 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2008 ~ 현재	저소득층 아동 장학금 정기후원	아동	스마일게이트	-
2	2008 ~ 현재	아동 보육기관 정기 후원	아동	스마일게이트	-
3	2009 ~ 2011	한/중/베트남 심장병 어린이 수술 후원 및 임직원 격려 방문	아동	스마일게이트한 국심장재단	매년 10여 명 수술 혜택
4	2010. 08. ~ 2011. 07.	베트남 소외지역 'KHAKHAMA' 마을	아동, 교사	스마일게이트 플랜코리아	지역 영유아 50여 명 혜택
5	2010 ~ 현재	스마일게이트 멤버십(SGM)을 통한 대학생 게임 창작 지원	대학(원)생	스마일게이트	총 2기 진행, 50여 명 지원
6	2011. 03. ~ 2011. 11.	장애아동 사회화교육 프로그램 정기 봉사활동	장애아동	스마일게이트 한국심장재단	총 6회 진행
7	2011. 10. 22.	심장병 예방을 위한 '한 걸음 더' 걷기대회 후원	일반 시민	스마일게이트 한국심장재단	1,000여 명 참가
8	2011. 10. ~ 현재	중국 낙후지역 'Yuhemao' 영유아케어센터 건립(진행중)	아동, 교사	스마일게이트 플랜코리아	지역 영유아 200여명 혜택
9	2011. 11.	美 실리콘밸리, MIT 한인청년대상 '2011 앙트러프러너십대회' 2회 후원	창업을 희망하는 청년	스마일게이트 TIDE Institute	총 2회 80여명 참가
10	2011. 11. ~ 2011. 12.	제1회 스마일게이트 게임기획 공모전	대학(원)생	스마일게이트	300여 작품 응모, 9팀 수상
11	2011. 12.	임직원의 지역사회 아동 돕기 모금 및 선물 배달 행사	지역사회 아동	스마일게이트	직원 200여명 참여, 지역 아동 20여 명에 선물 전달
12	2011 ~ 현재	소외계층 청소년 자립 지원 기관 정기 후원	청소년	스마일게이트	-
13	2011 ~ 현재	카네기멜론대 엔터테인먼트기술센터 -스마일게이트 산학협력 체결 : 문화예술을 통한 아동 사회성 함양 게임 개발 프로젝트	대학생	스마일게이트 카네기멜론대	아동 사회성 함양 합주 게임 개발

6) CJ E&M 넷마블

‘게임을 통해 소통하는 더불어 사는 세상’을 모토로 지역과의 나눔 경영과 장애 없는 세상, 아이들의 미래, 가족과의 소통을 주제로 활동하고 있다.

표 3-2-8 CJ E&M 넷마블 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2011년 상시(매월)	‘출동! 마블캡스’, 실종아동·장애인 찾기 캠페인 ‘출동! 마블틴틴’, 청소년 정보놀이터 업데이트	피카PC방 50만대 PC	CJ E&M 넷마블 경찰청 한국 YMCA	총 2000여 명 참여
2	2011. 01. 07.	사랑의 연탄나눔 봉사활동	파주 저소득가정, 독거 노인	사랑의 연탄나눔 운동본부	신입사원 50여 명 참여
3	2011. 03. 24.	MBC 7일간의 기적	청년 기업가 지원	MBC 문화방송	전 임직원 참여
4	2011. 05. 20.	CJ마구마구 나눔 10번타자 야구단 창단(12개팀)	전국지역아동 센터 아동	CJ E&M 넷마블 CJ도너스캠프	전국 200명 아동입단
5	2011. 05. 25.	CJ마구마구 야구초청행사	제주, 서울, 인천, 광주		총 80여 명 초청
6	2011. 06. 29. 2011. 07. 27. 2011. 08. 24.		경상지역 공부방 아동		경상지역 공부방 아동과 야구경기 관람
7	2011. 06. 16.	넷마블 보드게임 직접 만들기 & 게임짱	이화어린이집 장애/비장애통합반 마포장애인복지관 보호작업장 장애인	CJ E&M 넷마블 이대성산종합 사회복지관	임직원 10명, 아동 30명 참여
8	2011. 06. 16	신규입사자 입문봉사활동, 장애인 자활지원	마포장애인복지관 보호 작업장 장애인	CJ E&M 넷마블 마포장애인복지관	신규입사자 30명, 장애인 20명
9	2011. 06. 23.	신규입사자 입문봉사활동, 장애인 자활지원			신규입사자 10명, 장애인 20명
10	2011. 06. 22.	넷마블 게임캐릭터 벽화 봉사활동, 시설보수	마리스타 수녀원 지역아동센터	CJ E&M 넷마블 마리스타수녀원	임직원 10명 참여

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
11	2011. 07. 16.	ESC프로젝트 '학부모 게임문화교실'	유치원-고등학생 자녀 있는 전국 학부모	CJ E&M 넷마블 서울시립청소년 미디어센터	총 658명
12	~ 2011. 11. 11.				
13	2011. 07. 13.	지역아동센터 수해복구 봉사 환경미화	마리스타 수녀원 지역아동센터	CJ E&M 넷마블 마리스타수녀원	임직원 8명 참여
14	2011. 07. 13.	지역아동센터 수해복구 봉사 환경미화	마리스타 수녀원 지역아동센터	CJ E&M 넷마블 마리스타수녀원	임직원 8명 참여
15	2011. 07. 29.	보육원 아동 과자집 만들기 & 축구 봉사활동	꿈나무마을 보육원	CJ E&M 넷마블 꿈나 무 마을	신입사원 40명, 보육원아동 40명
16	2011. 07. 29.~30.	ESC 프로젝트 '청소년 게임문화캠프'	청소년, 학부모 및 가족	CJ E&M 넷마블 서울시립청소년 미디어센터	총 80여 명
17	2011. 08. 11.	강남지역 수해복구 봉사활동	강남구 수해복구지역	CJ E&M 넷마블 강남자원봉사센터	신규입사자 12명
18	2011. 08. 17.	여름방학 대항해 물놀이	이화어린이집 장애/비장애통합반 마포장애인복지관 보호작업장 장애우	CJ E&M 넷마블 이대성산종합 사회복지관	입직원 10명, 아동 30명 참여
19	2011. 08. 30. ~ 31.	전국 장애학생 e스포츠대회 정보화대회 넷마블 임직원·운영위원 '재능봉사활동'	전국 장애학생 (90%) 일반학생 (10%)	CJ E&M 넷마블 국립특 교육원 한국콘텐츠진흥원	예선 총 6000명 결선 총 1700여 명 (교사, 학부모 포함)
20	2011. 09 ~ 10.	게임여가문화체험관 건축사업 'Happy space'	일반학교 특수학급 장애 인 특수학교	CJ E&M 넷마블 국립특수교육원	목포인성학교, 관기초등학교, 속초청해학교
21	2011. 09.	추석 명절선물 경매활동	CJ E&M 임직원 경매 CJ나눔재단에 기부	CJ E&M 넷마블	200만 원 기부금
22	2011. 09. 07.	친환경 공작 놀이체험 과제 도움	마리스타 수녀원 지역 이동센터	CJ E&M 넷마블 마리스타 수녀원	임직원 10명, 아동 30명 참여
23	2011. 09. 17.	보육원아동과 함께 명절음식 만들기	꿈나무마을 보육원	CJ E&M 넷마블 꿈나무마을	대표이사·임원· 임직원 포함 총 50명, 보육원아동 40명
24	2011. 09. 24. ~ 25.	ESC 프로젝트 '가족 게임문화캠프'	청소년, 학부모 및 가족	CJ E&M 넷마블 서울시립청소년 미디어센터	총 16가족, 80여 명

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
25	2011. 10. 19.	하늘공원 가을 소풍	이화어린이집 장애/비장애통합반 마포장애인복지관 보호작업장 장애인	CJ E&M 넷마블 이대성산종합 사회복지관	임직원 10명, 아동 30명 참여
26	2011. 10. 28.	CJ마구마구 나눔 10번타자 리그 결승전 개최	전국 12개 공부방아동	CJ E&M 넷마블 CJ도너스캠프	전국 200명 아동 한화이글스 류현진
27	2011. 11. 11.	G스타 부산지역 '학부모게임문화교실'	부산지역 학부모, 교사	CJ E&M 넷마블 서울시립청소년 미디어센터	총 50여 명 참가
28	2011. 11. 12.	G스타 부산지역 '청소년 진로강연회'	부산지역 청소년	CJ E&M 넷마블 부산 YMCA, 사상구청소년수련관	총 50여 명 참가
29	2011. 11. 16.	아채부락리 나는 요리사	이화어린이집 장애/비장애통합반 마포장애인복지관 보호작업장 장애인	CJ E&M 넷마블 이대성산종합 사회복지관	임직원 10명, 아동 30명 참여
30	2011. 11. 18.	사랑의 '김장나눔' 봉사활동	전국 지역아동센터 4만 1103명 아동	CJ도너스캠프 CJ E&M	E&M 임직원 400명 (게임 총 80명 참가)
31	2011. 11. 23.	CJ E&M 멀티미디어 문화체험, CGV 영화체험	마리스타 수녀원 지역아동센터	CJ E&M 넷마블 마리스타수녀원	임직원 10명, 아동 20명 참여
32	2011. 12. 21.	우리는 마블러스 산타	이화어린이집 장애/비장애통합반 마포장애인복지관 보호작업장 장애인	CJ E&M 넷마블 마포장애인복지관	신규입사자 10명
33	2011. 12. 19.	크리스마스 맞이 '몰래산타' 봉사활동	전국 지역아동센터	CJ E&M 넷마블 CJ 도너스캠프	임직원 50명
34	2011. 12. 21.	우리는 마블러스 산타	이화어린이집 장애/비장애통합반 마포장애인복지관 보호작업장 장애인	CJ E&M 넷마블 이대성산종합 사회복지관	임직원 10명, 아동 30명 참여

7) 엔씨소프트

글로벌 온라인게임 리더로서 우리 사회의 질적 도약을 위한 가치창출에 관심을 두고, '즐거움으로 연결된 새로운 세상'을 모토로 삼고 있다.

표 3-2-9 엔씨소프트 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2003. 01. ~ 현재	[아동복지시설후원] '선덕원' 인터넷실 후원	선덕원 재원 아동·청소년	엔씨소프트	선덕원 재원 유/청소년에게 학습 및 탐색 목적의 인터넷 사용 기회 제공
2	2008. 12. ~ 현재	유엔세계식량계획 간급구호활동 게임 '푸드포스' 제공	아동·청소년	엔씨소프트 유엔세계식량계획	서비스 중 (2008년 ~ 현재)
3	2009. 01. ~ 현재	지적장애아동용 게임 SW 개발 및 연구 지원	지적장애아동	엔씨소프트 서울아산병원 양현재단	진행 중 (SW개발 단계)
4	2010. 01. ~ 현재	유엔세계식량계획 빈민국 '아동학교급식' 지원	빈민국 등교학생 대상	엔씨소프트 유엔세계식량계획	2010년 ~ 현재
5	2010. 05. ~ 현재	한국형 스토리텔링 SW제작 지원 (개발 중)	일반인	엔씨소프트 이화여자대학교	진행 중 (SW개발 단계)
6	2011. 01. ~ 현재	소아암 환아용 SW제작 지원(개발 중)	소아암 환아	엔씨소프트, 서울아산병원 양현재단	진행 중 (SW개발 단계)
7	2011. 01. ~ 현재	유엔세계식량계획 기아퇴치게임 '프리라이스' 제작 및 서비스	아동·청소년	엔씨소프트 유엔세계식량계획	개발 완료 (2011년 12월) 및 서비스 중
8	2011. 01.	[전통문화콘텐츠후원] 국립국악원 대표 전시 '국악유물 특별전' 후원	일반인	엔씨소프트	국립국악원 대표 전시 후원을 통해 전통문화콘텐츠 보존 및 보급 기회 제공
9	2011. 10.	과학 관련 '김택진 대표 윤송이 부사장' 강연 기부	창원(경남) 지역 대상	엔씨소프트	창원(경남) 유/청소년에게 야구에 숨겨진 과학의 원리 체험기회 제공
10	2011. 12.	[연말나눔행사] 창원 '사랑나눔 산타바이크'참가	창원(경남) 지역 대상	엔씨소프트	-
11	2011. 12.	[연말나눔행사] 경남 '희망나눔' 참가	창원(경남) 지역 대상	엔씨소프트	-
12	2011. 12.	[청소년체육활동후원] 초·중·고 아마추어 야구팀 야구용품 후원 등	창원(경남) 지역 대상	엔씨소프트	창원아마추어 야구팀(19개) 야구용품 지원을 통한 유/청소년 체육 활동 후원

8) 엔에이치엔

함께 어우러지는 소통과 공감을 통해 수많은 연결로 이어진 커다란 세상을 ‘더 나은 세상’으로 만들어 가는 사업을 펼치고 있다.

표 3-2-10 엔에이치엔 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2009. 06. ~ 현재	한게임 사랑나눔 도서관	농어촌 문화소외지역	nhn 한게임	9개 지역 47곳에 한게임사랑나눔도서관이 설립, 약 5만 권 상당의 도서, 책장과 함께 지원
2	2011. 06. ~ 2011. 11.	제2회 NHN 게임문학상	일반인	nhn 한게임	수상작 9개 작품은 물론 1회 수상작들도 e북용 epub 파일 형태로 제작해 2011년 12월부터 무료로 배포
3	2011년 상시	한게임 해피빈	공익단체	nhn 한게임	전체 기부금 : 1,325,269,041원 기부 참여자 : 2,488,639명
4	2011년 상시	가능성 환경게임 에코프렌즈	어린이	nhn 한게임	에코프렌즈 한글/영어버전 론칭 다국어 서비스 오픈 {프랑스/중국/스페인}
5	2011년 상시	N'gels 기금 - N'gels 클럽	공익단체	nhn 한게임	급여의 일정 금액을 기부하기로 설정하면 회사에서 매칭 그랜트하여 기부
6	2011년 상시	N'gels 기금 - Happy Pop Auction	공익단체	nhn 한게임	부득이 기부하지 못한 선물에 대해 사내 경매를 진행하여 공익단체에 기부
7	2011년 상시	N'gels 희망여행	공익단체	nhn 한게임	N'gels 기금이 전달된 네팔에 7명의 임직원이 방문
8	2011년 상시	N'gels 희망강연	공익단체	nhn 한게임	임직원들이 사회와 환경을 더욱 잘 이해할 수 있도록 다양한 강연을 진행
9	2011년 상시	N'gels 희망나눔 '물래신타'	공익단체	nhn 한게임	임직원과 선물 받을 이웃을 1:1로 매칭해 주고, 임직원은 이웃이 희망하는 선물을 구매하여 전달
10	2011년 상시	THE NANUM(더나눔)	공익단체	nhn 한게임	자발적 임직원 자원봉사 동아리로 정기적으로 다양한 자원봉사 프로그램을 진행

9) 엠게임

나눔을 생활화하는 '참여 지향적 나눔사업'을 전개하고 있으며, 지속적인 나눔을 통해 디지털 시대의 감동을 더해가는 노력을 신는 사회공헌 소식지를 발행하고 있다

표 3-2-11 엠게임 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2011. 01. ~ 2011. 12.	매칭펀드	엠게임 임직원	엠게임	빈곤가정 12명 아동 후원
2	2011. 03. ~ 2011. 12.	꿈나무희망펀드	엠게임 임직원	엠게임	2명 재능아동 2천만 원 후원
3	2011. 03. 28.	이홍렬의 펀도네이션 강연회	엠게임 임직원	엠게임	임직원 100명 참석
4	2011. 03. 29.	굿네이버스 창립 20주년 나눔동행 기업부문 감사패 수여	엠게임	굿네이버스	나눔동행 20개 업체 중 하나로 선정
5	2011. 04. 03.	엠게임놀이터	아동보육시설 신애원(고양시)	엠게임	게임 이벤트로 회원 기부금 조성
6	2011. 06. 28.	엠게임놀이터	아동보육시설 동광원(수원시)	엠게임	열혈강호 놀이터 5호점 건립
7	2011. 12. 22.	워배인 사랑의 연탄 나눔 이벤트	서울 연탄은행	엠게임	엠게임 영웅 놀이터 7호점 건립
8	2011. 12. 27.	엠게임놀이터	아동보육시설 안양의 집(안양시)	엠게임	연탄 1만 장 기부

10) 이스트소프트

IT 기업으로서 IT재능을 나누는 사업과 더불어 비영리단체에 기증사업을 펼치고 있다.

표 3-2-12 이스트소프트 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2010. 12. 07. ~ 2011. 02. 28.	국내 빈곤 아동 후원 캠페인 & 트위터나 페이스북, 미투데이 등 SNS 사용자가 응원 댓글을 남기면 댓글당 일정 기금적립	국내 조손 가정	한국소프트웨어 저작권협회(SPC), 이스트소프트, 굿네이버스	캠페인 홍보, 정기/일시후원 개발, 굿네이버스에 기금 전달 (3/25)

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
2	2011. 02. 25.	알약 30 copy 기증	아이들과 미래	이스트소프트	NGO단체 기증
3	2011. 02. 25.	알툴즈 통합팩 15,000 copy, 알약 15,000 copy, 알툴즈 영문판 2,000 copy 기증	사랑의 그린PC 보급사업 수혜자	한국정보화진흥원	기증 PC에 설치
4	2011. 02. 02. ~ 03. 31.	해외빈곤아동 교육후원 캠페인 일본지진구호 물의 날 캠페인 공동 진행	해외이웃	굿네이버스, 이스트소프트	캠페인 홍보, 정기/일시후원 개발
5	2011. 03. 09. ~ 04. 30.	라오스 지역 교육 나눔 캠페인	라오스지역 아동	글로벌비전, 이스트소프트	캠페인 홍보, 정기/일시후원 개발
6	2011. 03. 12.	연탄 나르기 봉사활동	서울 남태평역 전원마을	연탄은행	빈곤가정에 연탄 전달
7	2011. 03. 22.	각 시도에서 버려진 컴퓨터를 제공받아 부품 교체 후, 아시아와 남아메리카 등 저개발 국가들에 기증하는 단체에 알툴즈 영문판, 알약 각 2,000 copy	아시아 남아메리카 등 저개발 국가	컴윈	기증 PC에 설치
8	2011. 05. 01.	비즈하드 10GB 24개월 사용 지원	정선군 종합사회복지관	이스트소프트	사회복지관 기증
9	2011. 05. 04.	알툴즈 통합팩 1,500 copy, 알약 1,500 copy 기증	어린이재단	이스트소프트	NGO단체 기증
10	2011. 05. 05.	말라위 희망병원 짓기 캠페인	말라위 지역	굿네이버스, 이스트소프트	캠페인 홍보, 정기/일시후원 개발
11	2011. 05. 19.	알약 30 copy 기증	한국백혈병환우회	굿네이버스, 이스트소프트	비영리단체 기증
12	2011. 06. 08. ~ 06. 30.	식수 캠페인	아프리카	어린이재단, 이스트소프트	캠페인 홍보, 정기/일시후원 개발
13	2011. 06. 08. ~ 06. 30.	네팔 적정기술 사업 캠페인	네팔	어린이재단, 이스트소프트	캠페인 홍보, 정기/일시후원 개발
14	2011. 06. 20	알툴즈 · 알약영문판 각 4,000 copy 기증	동남아, 중남미 등 22개국	한국정보화진흥원 대한민국 IT봉사단	정보화격차 해소를 위한 IT교육 시 각 교육생 PC에 설치됨.
15	2011. 06. 20.	[재능나눔프로젝트] 알툴즈 공공기관용 80 copy, 알약 공공기관용 5 copy, 기증	기쁜우리 복지관	이스트소프트	사회복지관 기증

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
16	2011. 06. 23.	[재능나눔프로젝트] 알뜰즈 공공기관용 6 copy, 알약 공공기관용 6 copy 기증	본영지역 아동센터	이스트소프트	비영리단체 기증
17	2011. 07. 08.	알약 영문판 50 copy 기증	필리핀	충북 교육청, 씨투넷	기증 PC에 설치
18	2011. 07. 13.	알뜰즈 통합팩 연간 라이선스 3년 사용권 기증	카리타스 남구 보금자리	이스트소프트	비영리단체 기증
19	2011. 07. 15.	대학생 보안 동아리, 해킹대회 DEFCON 참가 스폰서	포항공대 보안동아리 PLUS팀	이스트소프트	대회 참가비용 일부 후원
20	2011. 07. 18.	알뜰즈 통합팩 연간 라이선스 3년 사용권 기증	사회복지법인 해강복지재단	이스트소프트	비영리단체 기증
21	2011. 08. 02.	알뜰즈 통합팩 연간 라이선스 3년 사용권 기증	성남시한마음 복지관	이스트소프트	사회복지관 기증
22	2011. 08. 12.	알뜰즈 통합팩 연간 라이선스 3년 사용권 기증	사회복지법인 안산제일 복지재단	이스트소프트	비영리단체 기증
23	2011. 08. 30.	[재능나눔프로젝트] 알뜰즈 공공기관용 15 copy, 알약 공공기관용 15 copy 기증 및 안전하고 편리한 컴퓨터 사용 교육 진행	하늘품 지역아동센터 및 초등학생 20명	이스트소프트	비영리단체 기증. 아이들 눈높이에 맞는 보안 퀴즈 등으로 구성하여 즐거운 교육 진행
24	2011. 09. 21.	이스트소프트 페이스북 이벤트(4/4~4/17)로 조성된 기금으로 쌀 600kg 기증 및 밥퍼 봉사 활동	밥퍼나눔 운동본부 (다일복지재단)	이스트소프트	노숙자 대상 점심 급식소에 쌀 기증 및 봉사
25	2011. 10. 14.	비즈하드 10GB 24개월 사용지원	황성군종합 사회복지관	이스트소프트	사회복지관 기증
26	2011. 10. 28.	이스트소프트 페이스북 이벤트(4/4~4/17)를 통해 적립된 알뜰즈 공공기관용, 알약 공공기관용 각각 671 copy 기증	대한적십자사	이스트소프트	NGO단체 기증
27	2011. 11. 14.	[재능나눔프로젝트] 공공기관용 알약 15 copy 기증	인천남구 다문화가족 지원센터	이스트소프트	비영리단체 기증
28	2011. 11. 14.	[재능나눔프로젝트] 공공기관용 알약 40 copy 기증	목포이랜드 노인복지관	이스트소프트	사회복지관 기증
29	2011. 12. 16.	[재능나눔프로젝트] 공공기관용 알약 40 copy 기증	영주시종합 사회복지관	이스트소프트	사회복지관 기증

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
30	2011. 12. 16.	알집, 알씨, 알FTP, 알약 영문판 2800 copy 기증	아시아와 남아메리카 등 저개발 국가	컴윈	기증 PC에 설치
31	2011. 12. 19.	알툴즈, 알약 연간 라이선스 각각 15 copy 기증	학산종합 사회복지관	이스트소프트	사회복지관 기증
32	2011. 11. 24. ~ 2011. 12. 31.	사용자가 알툴즈, 알약사이트 제품 다운로드시 자동으로 기부되는 IT기부캠페인 진행	수리 장애인 종합복지관	KT 이스트소프트	IT기금 조성, 시각장애인단체에 아이패드·아이폰 기증, KT IT 서포터즈가 활용법 교육
33	2011. 11. 28. ~ 2011. 12. 31.	장애인식 개선을 위한 '회색리본달기 릴레이 서명 캠페인'	성북시각 장애인복지관	밀알복지재단, 이스트소프트	521명 서명 참여

11) 컴투스

게임을 통한 유쾌한 즐거움과 나눔의 즐거움을 주요 의제로 청소년들의 즐거운 미래를 위한 후원활동을 진행하고 있다.

표 3-2-13 컴투스 사회공헌 활동 사례

NO	일시	프로그램명	대상	주최	결과
1	2011. 03. 19.	여자 야구 활성화를 위한 후원금 전달	한국여자 야구연맹	컴투스	전국여자야구대회 개막식에 참석해, 한국여성야구연맹 전여옥 회장에게 직접 후원금 전달
2	2011. 04. 12.	일본 재난 피해 복구를 돕기 위한 성금 전달	대한적십자사	컴투스	대한적십자사 최원용 본부장에게 일본재난피해복구성금 전달
3	2011. 04. 29.	유소년 야구문화 발전을 위한 후원금 전달	한국리틀 야구연맹	컴투스	전국 리틀야구대회 개막식이 열리는 장충리틀야구장을 방문해 후원금 전달
4	2011. 10. 20.	청소년 스타 후원 프로그램	경기모바일 과학고	컴투스	학교 측에서 추천한 재능있는 청소년에게 장학금을 전달하고 격려

3. 기업의 사회적 책임과 ISO26000

기업의 사회적 책임활동은 기업의 브랜드 이미지 관리 차원에서 실행하는 경우가 적지 않다. 그러나 사회적 책임활동 과정에 진정으로 필요한 것은 ‘진정성’이다.

프리드먼(Friedman)은 전통적 관점에서 기업의 사회적 책임은 경제 부문에만 한정된다고 보았다. 종업원을 고용하고 이익을 창출하며, 주주에게 이익을 환원하는 것이 사회적 책임의 전부이며, 그 이상을 요구하는 것은 자본주의 사회의 기초 원리를 침해한다고 주장했다. 그러나 기업의 경제적 이윤을 창출하는 행위가 사회적, 환경적으로 문제를 발생시키고, 세계화로 인한 자본 이동이 여러 국가와 지역에 걸쳐 일어나면서 기업의 활동반경이 넓어짐에 따라 사회적 책임에 대한 정의 또한 확대, 변화되어 왔다. 이러한 사회적, 환경적 변화는 지속가능경영(CSM : Corporate Sustainable Management)을 검증할 수 있는 국제표준들(UN글로벌 콤팩트, GRI, ISO26000 등)을 제정하기에 이른다.

이 표준안들 중 2010년에 채택한 ISO26000은 사회적 책임이 인류의 지속가능발전에 필수적이라는 인식하에 기업, 정부, NGO 등 사회를 구성하는 모든 조직이 지배구조, 인권, 노동, 환경, 소비자, 공정운영, 지역사회 참여와 발전 등 7개 핵심 주제에 대해 준수해야 할 사항을 정리해 놓은 지침서로서, 우리나라를 비롯해 세계 70여 개의 나라 대표들이 채택한 국제표준이다.

표 3-2-14 ISO26000 핵심 이슈와 주요 기대 사항

7대 핵심 이슈	쟁점
조직 거버넌스	<ul style="list-style-type: none"> • 설명책임과 투명성 • 이해관계자 존중 및 법률 준수 • 보상체계의 조성 • 자원의 효율적 활용 • 공평한 대우 • 이해관계자의 이해 고려 및 의사소통 활성화 • 의사결정과정에의 직원 참여 • 의사결정권의 균형
인권	<ul style="list-style-type: none"> • 인권침해사항 주의 • 인권존중 수단강구 • 공모회피 • 고충처리 • 취약그룹(여성, 장애인, 아동 등) 차별 철폐 • 시민권과 정치권 존중 • 경제, 사회 및 문화적 권리 • 단체교섭권의 보장, 강제노동 및 아동노동 금지
노동 관행	<ul style="list-style-type: none"> • 고용과 고용관계 • 근로조건과 법적, 사회적 보호 • 노사정 및 사회적 대화 프로그램 도입 • 직장에서의 보건과 안전 • 인적 개발과 직장 내 훈련
환경	<ul style="list-style-type: none"> • 오염방지 • 에너지 절약 및 재생가능 에너지 활용 • 수자원 보전 및 원재재의 효율적 이용 • 온실가스 감축 및 기후변화 방지 • 기후변화 위험 완화 및 적극 대응 • 자연환경의 보호와 복원
공정운영 관행	<ul style="list-style-type: none"> • 부패방지 • 투명한 정치 참여 • 공정거래 • 타인의 재산권 존중 • 정당한 대가의 지불 • 공정경쟁 및 공정 운영
소비자 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 공정, 투명성, 배려의 원칙 • 소비자 선택권 보장 • 공정계약 • 소비자의 보건과 안전 보장 • 지속가능한 소비의 권장과 시행 • 소비자 불만 사전 예방 지원 및 분쟁 해결 소비자 개인정보 보호 • 소비자 교육과 인식 제고 노력
지역사회 참여와 발전	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회 참여 • 교육과 문화에 기여 노력 • 고용창출 및 기술 개발 • 기술발전 • 납세의무와 정당한 부와 소득의 창출 • 보건과 안전 노력 • 사회적 투자 실행

특히 ISO26000은 신용평가 기관들의 기업 투자 및 평가를 비롯해 국제무역이나 해외 진출 등에 있어서도 중요한 평가 지표로 작용될 가능성이 높기 때문에 경쟁력 제고와 더불어 다양한 이해관계자들이 상호 소통할 수 있는 연결고리를 만들 수 있도록 기업은 많은 노력을 해야만 한다.

한국의 게임기업들은 윤리경영 프로그램을 도입하여 사회적 책임 활동을 강화하고 있지만 공공성, 준법, 윤리, 인권 등에 대한 사회적 책임 활동을 보완해야 하는 과제를 안고 있다. 따라서 게임기업들은 사회공헌 활동을 확대하여 세계적으로 요구되고 있는 국제기준에 맞춰 발 빠르게 대응해야 할 것이다.

4. 게임기업의 지속가능경영을 위한 제언

고속성장을 거듭해온 게임업계에 대해 사회적으로는 게임의 역기능에 대한 비판적인 목소리가 거세었고, 청소년 보호라는 대사회적 명분은 정책적으로는 게임산업에 대한 규제를 법제화하게 되었다. 그러나 게임업계에서는 게임의 역기능에 대해 적극적으로 대처하지 못했고 사회공헌 등에 대해 소홀하다는 지적을 끊임없이 받아왔다. 부정적인 사회 분위기는 게임산업 전반에 대한 자성의 목소리를 촉구하는 배경으로 작용하게 되었다.

최근 청소년의 게임이용행태, 법규제 강화 등으로 게임기업의 지속가능경영은 우리사회에서 중요한 관심사로 부각되고 있다. 경제, 사회, 환경 등을 상호 보완하면서 지속가능성을 추구하는 21세기형 경영방식에 게임업계가 아직까지는 적극적으로 대처하지 못하는 상황이다. 각 기업이 펼치고 있는 사회공헌 활동 사업을 통해 경영패러다임 변화의 가능성을 탐색해 볼 수 있는 기로에 서 있다고 할 것이다.

기업의 사회적 책임투자 활동은 단순히 기업의 역량에만 국한된 문제는 아니다. 기업의 사회적 책임투자 활동을 환경적으로, 제도적으로 지원해 주고 독려하는 사회적 시스템이 수반될 경우 사회적 책임활동의 질적 수준은 향상될 것이다.

정부는 기업의 사회적 책임활동에 대한 독려와 더불어 제도적인 견인책을 도입해야 할 것이며, 민관 파트너십 활성화를 통해 게임기업의 사회적 가치 창출을 증대시켜야 할 것이다.

게임산업의 지속적인 성장을 위해 윤리경영과 공익활동의 강화, 환경과 사회에 대한 관심과 투자는 지속적으로 이뤄져야 할 것이다. 이를 위해 게임업계는 국제표준의 가이드와 기준을 적용할 수 있는 환경을 마련하는 것이 필요하다. 또한 정부, NGO, 소비자를 비롯한 다양한 이해관계자들과의 소통력을 높이고 사회적 신뢰를 높이기 위한 적극적인 노력이 필요할 것이다.

사회책임 프로그램의 기업들, 도덕적 마케팅, 그리고 사회간접자본 투자는 세계적으로 꾸준히 증가하고 있다. 전세계적으로 ISO26000 등 표준을 규정하는 움직임이 지속적으로 프로그램화되고 있으며, 국내의 타분야 기업들도 속속 표준화 움직임에 동참하고 있다.

원론적으로 법적 강제성을 지키기 위한 행위는 선진국에서는 사회적 책임이행으로 간주하지 않는 경향이 있다. 따라서 아동·청소년 대상의 소극적 활동은 규제관리 차원에서도 기업의 경쟁력 확보로 이어지지 않을 것으로 보인다. 따라서 사회적인 효과성과 더불어 비즈니스적 효과를 위해서라도 아동·청소년 비중, 게임기업의 특성을 반영한 사회공헌활동이나 사회책임활동에는 각 기업의 전략적 접근이 필요하다.

첫째, 게임기업의 활동으로 인해 발생하는 환경적, 사회적 영향에 대한 분명한 인식과 그에 따른 프로그램이 고려되어야 할 것이다. 개별기업의 21세기형 경영방식으로 대표될 수 있는 지속가능경영에 관한 화두는 게임업계에도 조속히 도입되어야 할 필요성이 있다.

둘째, 이슈에 대한 정확한 판단과 지속적인 관리는 기업활동의 지속가능성에 있어 매우 중요한 부분이다. 특히 게임산업이 진흥보다 규제에 초점이 맞추어져 있는 환경 속에서 게임업계는 경제성장과 환경보전, 사회발전의 조화로운 균형을 추구하는 경영방식에 대한 필요와 더불어 게임의 사회적 위상 제고를 위한 다양한 논의의 틀 중에서 기업의 사회적 책임이라는 명제는 보다 부각될 것이 명백하다.

셋째, 무엇보다 신뢰 시스템을 구축하는 것이 중요하다. 기업과 고객, 기업과 사회 간에 신뢰가 구축이 된다면 게임 기업은 사회발전에 따른 가치를 인정받게 될 것이다. 다양한 이해관계자와의 신뢰 관계 구축은 게임에 대한 부정적 인식을 개선하기 위한 하나의 단초가 될 것이다.

제3장

사회적 연결망으로서의 게임

제1절 기능성게임의 동향과 전망

1. 기능성게임의 국내 동향

국내 기능성게임의 동향을 살펴보면 우선 정부 및 지자체가 주도하는 사업이 콘텐츠개발의 중심을 이루고 있다. 하지만, 다양한 지자체가 참여했던 작년과는 달리 올해는 한국콘텐츠진흥원과 수도권 진흥원을 중심으로 지원사업이 진행되고 있으며, 타 시도의 참여는 많이 줄어든 상황이다.

한국콘텐츠진흥원은 '전통문화', '자유 주제', '기능성 보드게임' 등 총 3개 주제에 대한 '기능성게임 제작지원사업'을 추진하고 있다. 2011년 한국콘텐츠진흥원이 18억 원을 지원한 기능성게임 제작지원사업 가운데 4개 과제(다문화가정 한국어교육, 치매관련 인지기능 향상, 장애학생 언어훈련, 소비자 안전)는 올해도 지속적으로 진행하고, 올해 사업을 통해 선정된 과제들은 2013년 2월까지 지원할 예정이다.

2011년 6월부터 한국콘텐츠진흥원이 지원하는 '다문화가정을 위한 한국어교육 게임콘텐츠 개발' 프로젝트는 7세부터 12세까지 다문화가정 아동들에게 효과적으로 한국어를 가르칠 수 있는 PC플랫폼 게임 개발을 목표로 'T3 엔터테인먼트'가 수행하고 있다.

2012년 6월 한국콘텐츠진흥원은 초등학교 대상 교과학습용 기능성게임 제작지원 사업 공모를 실시하였다. 본 사업은 한국콘텐츠진흥원과 경기콘텐츠진흥원의 협력으로 추진하는 사업으로, 2012년부터 2년간 총 10억 원의 예산을 투입하여 스마트러닝에 활용할 수 있는 교과학습용 게임콘텐츠 개발을 지원할 예정이다. 지정과제를 통해 초등 3, 4학년 수학교육용 게임콘텐츠 개발을 지원하고, 자유과제를 통해 초등 1학년부터 6학년을 대상으로 한 자유과목용 게임콘텐츠를 개발할 예정이며, 2013

년 콘텐츠 개발이 완료되면, 2014년 경기도 내 초등학교에 무상으로 보급할 계획이다.

2012년 6월 ‘서울특별시 교육정보연구원’은 기초 셈하기 학습이 가능한 ‘G리닝 콘텐츠 개발사업’을 공모하였다. 초등학교 3학년 영역

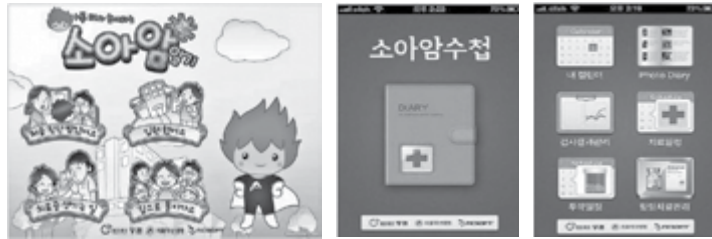
학습뿐만 아니라 1, 2학년 수준의 기초 셈하기 학습도 가능한 콘텐츠를 개발하는 것을 목표로 제안했고, ㈜스콘이 이 사업의 수행업체로 선정되었다. 개발완료 이후 결과물은 서울특별시교육정보연구원의 사이버가정학습 서비스인 ‘꿀맛닷컴’과 연계하여 서울시 내 초등학교생들에게 보급할 예정이다.

2012년에는 지금까지 기능성게임 콘텐츠 지원사업을 통해 개발이 완료된 콘텐츠의 서비스 및 보급이 활발하게 이루어지기 시작했다. 서울 아산병원은 NC소프트와 협력하여 2011년 11월 지적발달장애 아동들의 재활을 돕기 위한 목적으로 <인지니>를 개발하여 임상시험을 진행하고 있다. 본 임상시험의 효과가 좋을 경우 지적발달장애가 있는 아동들에게 적용할 계획이라고 밝혔다. 또한, 양현재단, 아산병원 그리고 NC소프트 세 기관이 협력하여 2012년 6월 소아암 환자에게 암에 대한 이해도를 높이고 정서적 불안감을 낮추기 위한 목적으로 <아루미와 함께하는 소아암 알기>를 개발하였다. 스마트디바이스에서 구동이 가능하도록 앱으로 개발된 이 콘텐츠는 암세포를 공격해 없애는 것을 목표로 하고 있다. 그리고 원활한 활용과 보급을 위해 이 콘텐츠가 탑재된 스마트패드 100대를 전국 14개 병원에 무상으로 공급하는 사업을 추진하고 있다.

한국콘텐츠진흥원이 2011년 4월 서울통상산업진흥원(SBA)과 협력하여 노인 건강 증진을 목적으로 총 2년 동안 8억 원의 개발비를 지원한 ‘치매예방 기능성게임 개발 지원사업’은 아케이드형 게임콘텐츠 개발사인 ‘유니아나’와 호서대 ‘노인용기능성게임연구센터’가 협력하여 게임콘텐츠 개발을 완료하였다. 이 콘텐츠는 2012년 12월 서울 소재 26개 치매센터에 보급, 활용될 예정이다.

2011년 12월 국립과천과학관은 교육업체인 ‘두산동아’와 함께 수학교육용 게임콘텐츠인 <수리수리탐험대>를 개발하였다. <수리수리탐험대>는 수와 연산, 도형, 측정, 규칙성, 확률과 통계 등 초등학교 3학년부터 6학년까지 수학교육과정을 토대로 기획된 콘텐츠이다. <조마조마 사칙폭탄>, <요리조리 바나나>, <두근두근 코스터>, <모아모아 생수병>, <알쏭달쏭 파라오> 등 총 5종류의 게임을 서비스하고 있다. 국립과천과학관은 <

그림 3-3-1 <아루미와 함께하는 소아암 알기>



* 자료 : 의협신문(좌), 디지털타임즈(우)

그림 3-3-2 <수리수리탐험대> 메인 화면



* 자료 : <수리수리탐험대> 홈페이지

그림 3-3-3 <투르드스타> 게임 화면



* 자료 : 청강문화산업대학

그림 3-3-4 경기기능성게임 페스티벌



* 자료 : 경기기능성게임페스티벌 사이트

수리수리탐험대》를 활용하여 전국 학생들이 참여하는 경진대회를 정기적으로 개최하고 있다.

서울통상산업진흥원에서 개발을 지원한 유아용 영어교육 게임 <디보플레이 파닉스>와 체감형 스포츠게임 <투르드스타>는 2012년에 본격적인 서비스를 개시하였다. ‘오콘’에서 개발을 진행한 <디보플레이 파닉스>는 KT와 송출계약을 체결하여 IPTV에서 서비스가 진행되고 있고, ‘청강문화산업대학’에서 개발한 <투르드스타>는 복지센터 및 건강관련 시설 등에 보급되고 있다.

기능성게임을 주제로 한 홍보행사 및 컨퍼런스는 경기콘텐츠진흥원이 주도적으로 진행하고 있다. 경기콘텐츠진흥원이 2009년부터 매년 개최해 온 ‘경기기능성게임페

스티벌(KSF 2012)’이 2012년에는 성남산업진흥재단과 함께 8월 31일부터 9월 2일까지 3일 동안 성남시청에서 개최되었다. 매년 관람객과 참여업체의 숫자가 늘고 있는 이 행사는 2011년 총 44,478명의 관람객과 150개 업체가 참여하였고, 960만 달러의 수출실적을 기록하였다. 2012년 4회 행사에 국내 기업으로는 LG전자, 대성그룹, 네오위즈, JCE 등의 유명 업체가, 해외 기업으로는 마이크로소프트, 소니, EA 등이 참여할 예정이다.

2012년 3월에 경기콘텐츠진흥원, 주한 네덜란드대사관 그리고 한국게임학회가 공동으로 주최하는 ‘한국-네덜란드 기능성게임 세미나’가 개최되었다. 이 행사를 위해 네덜란드 게임협회 관계자와 네덜란드 기능성게임 개발자들이 방한하였다.

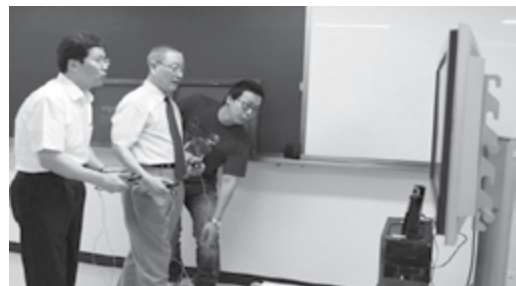
2012년 8월 개최되는 제4회 ‘경기기능성게임페스티벌’에 앞서 진행된 이 세미나에서는 ‘네덜란드의 의료, 교육, 경영훈련 기능성게임’, ‘긴급구조를 위한 기능성게임과 비즈니스 사례’, ‘과학수사에서의 기능성게임’, ‘한국 헬스 기능성게임의 시작과 현재’, 이렇게 4가지 주제에 대해 발표가 진행되었다. 또 네덜란드의 기능성게임을 소개하고 시연하기도 했다.

그림 3-3-5 네덜란드 기능성게임 세미나



* 자료 : 게임인벤

그림 3-3-6 <팔도강산> 메인 화면, <팔도강산> 플레이 장면



* 자료 : 아시아 투데이

대학이 주도하는 기능성게임 콘텐츠 개발사업도 성과를 보이고 있다. 호서대는 노인용 기능성게임 연구센터를 설립하고 게임공학, 전자공학, 노인복지학, 간호학과와 전문가를 중심으로 서로 다른 분야의 기술을 융합한 기능성게임 콘텐츠 개발 프로젝트를 진행하고 있다. 이 센터에서에서는 2011년 하반기 제주올레길을 배경으로 노인들의 걷기 활동을 장려하는 게임인 <팔도강산>을 개발하였으며, 최근 아케이드 플랫폼을 기반으로 치매예방 기능성게임 개발을 완료하였다.

영남대 '융합미디어디자인센터'는 2011년부터 7억 2천만 원을 지원받아 우리나라의 전통문화와 지역 문화유산 교육을 주제로 <라온아띠>라는 기능성 게임을 제작하였다. 문화콘텐츠교육을 목적으로 개발된 이 게임은 교육, 관광, 홍보를 접목하여 초, 중학생이 문화콘텐츠에 지속적으로 관심을 가질 수 있도록 기획되었다. 이 콘텐츠는 한국-네덜란드 기능성게임 세미나에서 시연되기도 하였다.

매 분기별 '일반게임 부문', '오픈마켓게임 부문' 그리고 '기능성게임 부문', 이렇게 3개 부문에서

그림 3-3-7 <라온아띠> 플레이 화면



* 자료 : 영남대학교 블로그

그림 3-3-8 <토크리시 뉴욕스토리> 게임화면



* 자료 : 드리머스에듀케이션

개발된 게임콘텐츠를 대상으로 선발하는 ‘이달의 우수게임’ 시상에서 기능성게임 부문의 수상작을 살펴보면, 2011년 3분기에는 (주)드리머스에듀케이션이 개발한 <토크리시 뉴욕스토리>가 선정되었다. 이 게임은 실제 뉴욕의 명소를 배경으로 사용자가 미국에 유학간 상황에서 만날 수 있는 에피소드를 플레이하는 RPG형식의 영어회화 학습 게임으로 음성인식 엔진을 탑재하여 사용자가 영어 말하기를 연습할 수 있다.

2011년 4분기 수상작은 (주)코리아보드게임즈에서 개발한 <파라오코드>로 세 개의 주사위를 던져 사칙연산을 연습할 수 있도록 기획되었다. 이 게임은 보드게임과 앱으로 개발되었다. 2012년 1분기에는 (주)비트플러스가 개발한 <싱싱파워로보콩>이 선정되었다. 이 게임은 3세에서 7세 아동들에게 올바른 식습관을 길러주고 음식에 대한 영어단어를 익히는 것을 목표로 제작되었다.

2012년 2분기에는 (주)네오스웰의 <에코시티>가 선정되었다. <에코시티>는 저탄소 녹색성장을 테마로 제작된 도시경영 SNG로 폐허가 된 도시를 재건하는 도시건설 시뮬레이션 게임이다.

민간업체가 주도하는 기능성게임 서비스는 대부분 교육분야에서 시장이 형성되고 있다. 2011년부터 교육용 게임시장 진출에 적극적인 움직임을 보인 정상 JLS는 정기적으로 다양한 교육용 게임콘텐츠를 출시하여 시장을 공략하고 있다. ‘배틀러닝’이라는 교육용게임 포털 서비스를 기반으로 읽기, 쓰기, 듣기 말하기 등 다양한 영역의 영어 및 외국어를 학습할 수 있는 여러 장르의 게임콘텐츠를 제공

그림 3-3-9 <파라오코드>



* 자료 : 코리아보드게임즈 홈페이지

그림 3-3-10 <싱싱파워로보콩>



* 자료 : 비트플러스 홈페이지

하고 있다. <배틀러닝>에는 현재 15개의 게임콘텐츠가 탑재되어 있으며, 상용화 서비스가 진행되고 있다.

교육업체인 ISO21은 교육용 게임포털인 '랑그빌(LangueVille)'을 런칭하여 상용화 서비스를 진행하고 있다. 초등학교 저학년부터 고학년을 대상으로 영어를 효과적으로 학습할 수 있도록 기획한 이 콘텐츠에는 사용자가 7명의 캐릭터를 선택하여 공부하는 내용으로 진행되며, 레벨테스트, 영어도서관, 게임 등 다양한 영어학습 서비스를 제공하고 있다.

게임을 활용한 교수학습 방법을 뜻하는 G러닝은 국내 및 해외 일선 학교에 활발하게 보급되고 있다. 지자체의 협력과 지원을 통해 보급사업이 진행되었다. 경기도 교육국은 2011년 7월부터 12월까지 32개 경기도 시, 군에 소재한 64개 초등학교를 대상으로 G러닝 방과후학교 프로그램을 보급하는 사업을 진행하였다. (사)콘텐츠경영연구소, (주)능률교육, 그리고 (주)마상소프트가 공동으로 초등 4, 5, 6학년 영어, 수학 정규교과과정을 기반으로 한 G러닝 콘텐츠를 개발하였다. 그리고 영어 32개교, 수학 32개교를 선정하고 G러닝 전문교사 약 50명을 선발해 교육하여 2011년 2학기 방과후학교 수업을 진행하였다. 본 G러닝 방과후학교 수업 진행 이후 참여학생들의 영어성적은 약 23점, 수학은 약 13점 향상되었다.

또한, 2011년 8월 대전문화산업진흥원은 '대전 G러닝 시범확대 사업 및 대전지역 특화 G러닝 활성화 사업'을 수행하였다. (사)콘텐츠경영연구소가 주관한 본 사업은 스마트패드를 기반으로 한 G러닝 영어 방과후학교 수업 프로그램을 개발하고 대전 소재 2개 초등학교와 2개 사회복지관에 보급하여 1학기 동안 방과후학교 수업을 실시하였다. 이 사업을 통해 G러닝 영어 방과후학교 수

그림 3-3-11 <에코시티>



* 자료 : <에코시티> 공식카페

그림 3-3-12 <배틀러닝>



* 자료 : <배틀러닝> 홈페이지

그림 3-3-13 <랑그빌> 메인화면



*자료 : <랑그빌> 홈페이지

그림 3-3-14 경기도 고양시 D초등학교 G러닝 방과후학교 수업 사진



* 자료 : (사)콘텐츠경영연구소

업에 참여한 학생들의 성적이 향상되었으며 저소득층 학생들의 교육복지가 향상되었다는 결과가 발표되었다.

(사)콘텐츠경영연구소는 2010년 미국 라발로나(La Ballona) 초등학교에서 수행한 G러닝 수업의 성과를 바탕으로 2011년 하반기 로버트케네디(R.F.K) 초등학교 5학년 학생 30명과 한국의 대곡초등학교 4학년 학생 30명이 동시에 온라인 게임 서버에 접속하여 G러닝 수학수업을 진행하였다. 이 수업은 최초의 한-미 동시 G러닝 수업으로 참여한 학생들은 수학실력이 향상되었으며 더불어 영어 의사소통 능력도 향상되었다.

(사)콘텐츠경영연구소는 2011년 10월 일본 쓰나미 재해지역 어린이 박람회 에 스마트패드 기반 G러닝을 소개하였다. 이 박람회에 소개된 콘텐츠는 <아잉>으로 초등학생을 대상으로 영어단어와 기초문장을 학습할 수 있도록 기획된 G러닝 콘텐츠이다. 이 박람회에서는 2,000명이 넘는 학생과 학부모가 G러닝에 관심을 보이는 등 큰 호응을 얻었다.

더불어 G러닝 프로젝트는 콘텐츠를 개발하고 이를 활용한 수업을 진행하는 영역에서 확장하여 2012년 상반기에 'G러닝 지도사 자격증'과 'G러닝 운영관리사 자격증'을 민간자격증으로 등록하고 교육을 실시하고 있다. 'G러닝 지도사 자격증'은 G러닝을 수행할 수 있는 전문 교사인력을 양성할 목적으로 기획되었고, 'G러닝 운영관리사 자격증'은 G러닝 수업을 운영하고 보조할 수 있는 운영인력 양성을 위해 기획되었다. 이 교육프로그램을 통해 향후 콘텐츠의 사회적 활용을 활성화할 수 있을 것으로 기대된다.

그림 3-3-15 로버트케네디(R.F.K) 초등학교 G러닝 수업 장면



* 자료 : (사)콘텐츠경영연구소

2. 기능성게임의 해외 동향

1) 북미 지역 기능성게임 현황

북미 지역에서는 기능성게임 콘텐츠 개발이 활발하게 이루어졌다. 비영리기관, 정부, 대학 및 기업들이 기능성게임 분야에서 다양한 프로젝트를 수행하고 있다. 우선, 기능성게임을 주제로 한 국제게임컨퍼런스를 살펴보면, 생명공학 분야에서 개최되는 '2012년 BIO 국제 컨퍼런스'에서 생명과학에 대한 교육과 인력양성 사업을 진행하는

그림 3-3-16 엠바이오스피어 메인 화면



* 자료 : MdBio 홈페이지

엠디바이오(MdBio) 재단은 중·고등학교의 과학, 기술, 엔지니어링 및 수학교육을 목적으로 개발된 기능성게임 플랫폼인 엠디바이오스피어(MdBio-Sphere)를 선보였다. 이 재단은 프로그램을 원하는 과학교사에게 <서바이벌(Survival)>과 같은 게임콘텐츠를 무료로 제공하는 사업을 진행 중이다.

실감교육협회(Immersive Education Initiative)는 교육용게임과 기능성게임을 주제로 '2012 iED 컨퍼런스'를 개최하였다. 2012년 6월 보스턴에서 개최된 이 컨퍼런스에서는 교육용게임과 기능성게임 콘텐츠, 게임리터러시, 게임활용 교육의 효과 및 평가 등 다양한 주제에 대한 논의를 진행하였다.

2012년 8월 '시어리어스 플레이 컨퍼런스(Serious Play Conference)'가 개최되었다. 2011년부터 개최된 이 행사는 마이크로소프트, 피어슨에듀케이션, 디지펜(DigiPen)등 다양한 업체들의 후원으로 진행되며, 기능성게임의 현황과 미래, 기능성게임의 효과성 등 기능성게임에 대한 다양한 논의를 진행한다.

북미 기능성게임 동향의 특징은 대학 및 대학 연구기관을 중심으로 기능성게임 콘텐츠 개발 프로젝트가 활발히 진행되고 있다는 점이다. 보스턴 칼리지(Boston College)의 '가상 법의학 연구소(Virtual Forensic Lab)'에서는 학생들에게 법의학 지식을 활용하여 범죄 현장을 재구성하고 법의학적 증거를 확보하는 훈련을 진행할 수 있는 기능성게임 콘텐츠를 제작하였다. 이 게임에서 사용자는 혈흔이나 지문, 무기의 사용 흔적 등의 증거를 수집하고 이를 토대로 범죄의 정황을 분석하고 원인을 찾아내는 경험을 통해 법의학 지식을 실제적으로 적용하는 연습을 할 수 있다.

2011년 10월 미 공군 연구소(The Air Force Research Lab)는 오클라호마대(University of Oklahoma)와 협력하여 첨단정보 수집을 훈련할 수 있는 기능성게임 콘텐츠 개발 프로젝트를 개시하였다.

그림 3-3-17 2012 iED 컨퍼런스

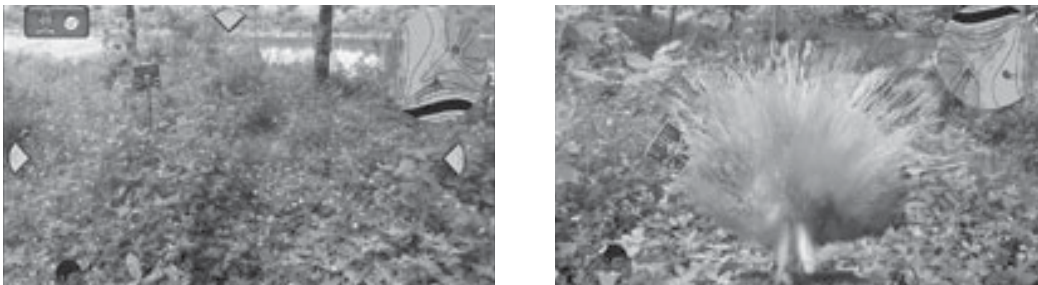


* 자료 : 2012 iED 컨퍼런스 소개 홈페이지

그림 3-3-18 보스턴 칼리지의 법의학 기능성게임

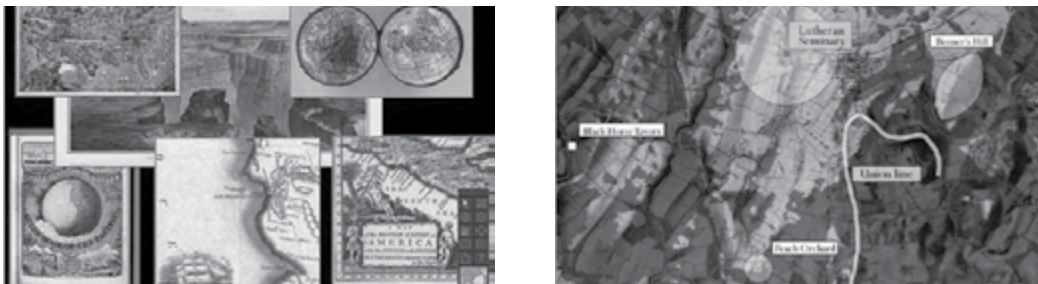


그림 3-3-19 <언더커버UXO(Undercover UXO)> 플레이 화면



* 자료 : 언더커버UXO 공식 홈페이지

그림 3-3-20 <공간의 인문학> 게임 화면



* 자료 : The Scholars' Lab 공식 홈페이지

맥베스(MACBETH: Mitigating Analysts Cognitive Bias by Eliminating Task Heuristics) 프로젝트로 명명된 이 사업은 약 천만 달러가 투입될 예정이며, 위스콘신대와 애리조나대의 연구진도 참여할 예정이다.

미시건대학교(Michigan State University) 연구팀은 지뢰의 위험성을 알리기 위해 <언더커버 UXO(Undercover UXO)>를 개발하였다. 이 콘텐츠는 캄보디아 아이들이 음식을 찾으러 가는 길을 배경으로 사용자가 여러 단서를 조합하여 숨겨진 지뢰를 찾고, 이를 통해 지뢰에 대한 인식을 넓히려는 목적으로 기획했으며 원활한 보급을 위해 PC, 맥, 리눅스버전으로 제작했다.

2011년 7월 버지니아 라이브러리 대학(University of Virginia Library)의 스칼라랩(The Scholars' Lab)은 역사적인 유물과 자료를 수집하여 역사적 사건을 수월하게 이해하는 것을 목표로 제작된 기능성게임인 <공간의 인문학(Spatial Humanities)>을 개발하였다. '지리정보시스템(Geographic Information System)'을 활용하여 사용자가 실제의 지리정보를 게임에서 제공되는 정보와 조합할 수 있도록 기획했다.

예일대학교 약대(Yale School of Medicine)에서 청소년들이 직면할 수 있는 문제를 다루는 기능성게임을 개발하는 것을 목표로 설립한 플레이투프리벤트(Play2Prevent)에서는 2011년부터 쉘게임스(Schell Games)와 협력하여 에이즈 감염을 예방하는 기능성게임 개발 프로젝트를 진행하고 있

다. 2012년 하반기에 개발 완료할 예정인 이 콘텐츠는 모바일 디바이스 플랫폼을 기반으로 뉴헤븐(New Haven) 지역에 방과후학교 프로그램으로 보급하여 효과성을 검증할 예정이다.

2011년 미들버리 칼리지(Middlebury College)는 머지랜소프트웨어(Muzzy Lane Software)와 협력하여 외국어교육을 위한 기능성게임 콘텐츠를 개발하였다. <미드월드 온라인(MiddWorld Online)>은 고등학교 학생을 대상으로 스페인어와 프랑스어를 학습할 수 있도록 구성된 온라인게임 형식의 콘텐츠로 약 1,500개의 퀘스트를 수행하며 언어를 학습할 수 있다.

정부 및 지자체가 중심인 국내와는 달리 정부기관, 비영리기관 및 기능성게임 관련 협회 등 기능성게임 사업을 발주하고 수행하는 다양한 주체가 참여하고 있다. 또한, 민간기업이 제작하는 콘텐츠의 분야와 목적도 교육분야에 편중된 국내와는 달리 사회, 경영, 훈련 등 다양한 분야와 목적을 아우르고 있다.

대표적인 기능성게임 관련 단체인 '게임스 포 체인지(Games for Change)'는 풀리처상 수상자 니콜라스 크리스토프(Nicholas Kristof)와 그의 아내 셰릴 우둔(Sheryl WuDunn)과 협력하여 여성인권 신장을 위한 기능성게임 개발을 진행하고 있다. SNG형태의 게임콘텐츠로 기획하고 있으며 2012년 하반기 페이스북을 통해 서비스를 진행할 예정이다.

2012년 3월 국제단체인 나토(NATO)가 지원하고 카스피언러닝(Caspian Learning)과 보헤미아 인터랙티브시뮬레이션(Bohemia Interactive Simulations)이 공동으로 개발한 기능성게임 <VBSWorld>가 마켓플레이스를 통해 공개되었다. <VBSWorld>는 전 세계에서 다양한 미션을 수행해야 하는 국제기구에서 일하는 인력을 효과적으로 훈련할 목적으로 개발된 게임으로 타 문화에 대한 적

그림 3-3-21 <미드월드 온라인>



* 자료 : 미들버리 칼리지 홈페이지

그림 3-3-22 <VBSWorld> 플레이 화면



* 자료 : VBSWorld 홈페이지

그림 3-3-23 <화산섬으로의 여행> 게임 화면



* 자료 : 뉴트리그램 홈페이지

그림 3-3-24 <심바운드> 게임 화면



* 자료 : <심바운드> 홈페이지

음식과 영양소를 선택하면, 해당 영양소를 조합하여 건강지수를 바로 확인할 수 있도록 구성했다. 이 게임은 텍사스주의 지원으로 14개 초등학교에 교육프로그램으로 보급되어 활용되었다.

2012년 4월, 디지털 마케팅에 대한 실습을 목적으로 개발한 기능성게임 <심바운드(Simbound)>가 출시되었다. 심바운드는 실제 검색엔진의 기능을 게임에 탑재하여 검색엔진을 활용한 마케팅을 실제로 실습함으로써 사용자가 온라인 마케팅에 대한 실무역량을 익힐 수 있도록 기획했다.

그림 3-3-25 <바이오chem 썸> 게임 화면



* 자료 : 스펀지랩 홈페이지

응, 안전한 환경 구축, 의료지원과 같은 분야의 훈련을 제공한다.

뉴트리그램은 쿠퍼연구소(Cooper Institute)와 카오스미디어(Chaos Media)와 협력하여 초등학생에게 비만에 대한 경고와 균형잡힌 영양소 섭취를 효과적으로 홍보하기 위해 <화산섬으로의 여행(The Quest to Lava Mountain)>이라는 기능성게임을 개발하였다. 사용자가 게임 속에서

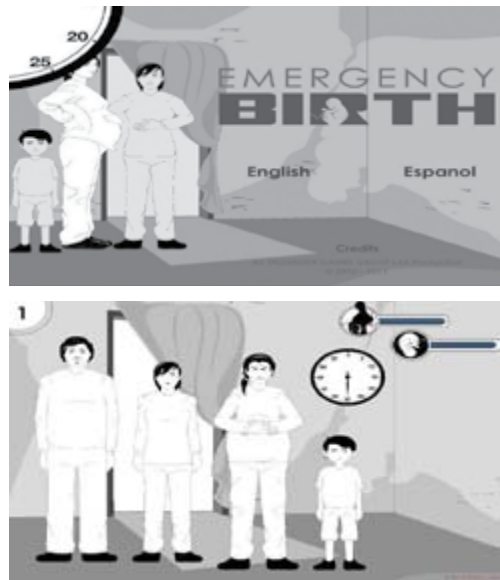
2011년 10월 스펀지랩(Spongelab)에서 과학 교육을 위한 기능성게임 <바이오젬 젼(Biochem Gems)>을 출시하였다. 이 게임은 간단한 퍼즐 게임으로 사용자는 주어진 모양의 바이오조직을 연속된 모양으로 맞추어 유전자 조직을 만들어 내고, 해당 유전자 조직이 개구리나 물고기에 어떻게 적용되는지를 살펴볼 수 있다.

2011년 9월 EGG(Engender Games Group)는 긴급한 출산 상황과 이에 대처해야 하는 방법을 접할 수 있는 기능성게임인 <긴급출산(Emergency Birth)>을 출시하였다. 영어와 스페인어로 서비스되는 이 게임은 긴급한 상황에서 출산할 경우 산모와 주변인이 어떻게 대처하고 도와야 하는지에 대한 구체적인 정보를 제공한다. 이 게임은 향후 의사의 지원이 열악한 지역에 보급될 예정이다.

2012년 6월 마비인터랙티브(MAVI Interactive)는 사이버보안과 데이터 보호에 대한 훈련을 목적으로 <슈어파이어 요원(Agent Surefire)>을 출시하였다. 정보유출 문제가 발생한 장소에 슈어파이어 요원을 배치해 정보유출을 중단하고 문제의 원인을 찾아내는 내용으로 기획했다.

모션매스는 초등학교 저학년 학생들이 곱셈, 덧셈 및 뺄셈, 소수, 물리법칙 등과 같은 수학과 과학과목의 개념을 익히고 연습해 볼 수 있도록 2012년 초 <모션매스(Motion Math)>라는 게임포털 서비스를 개시하였다. 곱셈을 학습할 수 있는 <윙스(Wings)>, 덧셈 및 뺄셈을 다루는 <헝그리 피시(Hungry Fish)>, 소수에 대한 개념을 파악하고 연습할 수 있는 <줌(Zoom)>, 이렇게 3개의 게임콘텐츠를 서비스한다.

그림 3-3-26 <긴급출산> 게임화면



* 자료 : <긴급출산> 게임 홈페이지

그림 3-3-27 <슈어파이어 요원> 게임 화면



* 자료 : 마비인터랙티브 홈페이지

그림 3-3-28 <모션매스> 메인화면



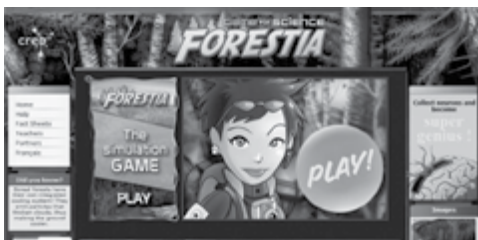
* 자료 : <모션매스> 홈페이지

그림 3-3-29 게임 포 사이언스 메인화면



* 자료 : 게임 포 사이언스 홈페이지

그림 3-3-30 <포레스티아> 메인화면



* 자료 : 게임 포 사이언스 홈페이지

2011년 캐나다 회사 CREO는 일반과학에 대한 학습을 효과적으로 수행하는 것을 목적으로 제작한 교육용게임 포털 '게임 포 사이언스 (Game for Science)'의 서비스를 개시하였다. 자원과 지속적인 환경보호를 주제로 제작한 <포레스티아(Forestia)>, 유전자의 구조를 기반으로 유전자학에 대한 지식을 접할 수 있는 <제노미아(Genomia)>, 우주탐험을 주제로 화성을 탐사하고 직면하는 문제를 해결하는 게임인 <마스(M.A.R.S)>, 기본 과학법칙을 이해하고 개념을 적용할 수 있도록 기획한 <피지카(Physica)>, 이렇게 4개의 게임콘텐츠를 서비스한다.

국내와 마찬가지로 북미지역의 기능성게임 개발과 서비스가 점점 확대되면서 기능성게임의 사업 영역이 콘텐츠의 개발과 서비스에서 인력양성 및 교육으로까지 확대되었다. 이에, 대학과 전문교육기관을 중심으로 기능성게임 전문 인력을 양성하는 과정이 개설되었다.

오락과 학습을 위한 게임 연구소(GEL Lab: Games for Entertainment and Learning)를 설립하여 활발하게 기능성게임 콘텐츠 기획 및 서비스 프로젝트를 수행하고 있는 미시건대학교 통신정보미디어학과(Telecommunication, Information Studies and Media Department)는 기능성게임 기획 인력에 대한 석사과정 프로그램을 개설하고 온라인 원격연수 과정으로 프로그램을 운영하고 있다.

또한, 2012년 6월 텍사스 A&M 대학(TEEX)과 영국 코벤트리 대학(Coventry University)

의 기능성게임 연구소(Serious Game Institute)와 재해관리센터(Centre for Disaster Management)는 기능성게임 개발과 학위과정 구성에 대한 양해각서(MOU)를 체결하였다. 본 협력을 통해 양 대학은 기능성게임 개발과 함께 기능성게임 기획 및 개발 전문가 양성사업을 진행할 예정이다.

2) 유럽 지역 기능성게임 현황

유럽지역에서도 기능성게임 관련 컨퍼런스 진행 및 기능성게임 콘텐츠 개발과 서비스가 활발하게 이루어지고 있다. 기능성게임 컨퍼런스 및 행사에 대한 현황을 살펴보면, 2011년 11월 프랑스의 리옹(Lyon)에서 제7회 기능성게임 엑스포(Serious Game Expo)가 개최되었다. 이 행사에서 유럽지역의 기능성게임 콘텐츠에 대한 정보공유 및 기능성게임을 활용한 프로젝트의 결과가 발표되는 등 다양한 논의를 진행했다. 더불어 행사에서 최고의 기능성게임 시상식이 있었는데, 최고상은 'KTMAvance'가 환경문제와 주변 국가의 식수문제를 해결하는 문제에 대해 초점을 맞추어 개발한 <외교대사: 수에즈 환경(Ambassador: Suez Environment)>이, 특별상에는 'daesign'이 미술랭 그룹의 지원으로 개발한 <미술랭: 미션 안티트러스트(Michelin: Mission Antitrust)>가 각각 선정되었다.

2011년 10월 네덜란드 암스테르담(Amsterdam)에서 의료건강 분야의 기능성게임 컨벤션이 이틀 동안 개최되었다. '게임 포 헬스(Games for Health) 유럽'이 개최한 이 컨벤션에는 게임이 의료와 건강에 어떻게 기여할 것인가를 주제로 약 60여 명의 발표자가 발표를 진행하였고 워크숍과 게임콘텐츠를 시연했다.

2012년 2월 유럽지역의 기능성게임 관계자가 연합하여 '기능성게임협회(Serious Games Association)'를 새로 발족하였다. 이 협회는 기능성게임 디렉토리를 구성하여 현재 서비스되고 있는 기능성게

그림 3-3-31 <외교대사: 수에즈 환경>



* 자료 : KTMAvance 홈페이지

그림 3-3-32 <미술랭: 미션 안티트러스트>



* 자료 : daesign 홈페이지

그림 3-3-33 2012 SGDA 컨퍼런스



* 자료 : SGDA 공식 홈페이지

그림 3-3-34 과학수사 프로젝트 콘텐츠 시연 장면



* 자료 : daesign 홈페이지

임 데이터베이스를 구성하여 기능성게임 활용 활성화를 도모할 예정이다. 더불어 교육, 협력, 정부 및 군사, 의료 및 건강 등의 세부 분과를 구성하여 활동할 예정이다.

2012년 9월 ‘기능성게임 개발 및 어플리케이션 컨퍼런스(SGDA: International Conference on Serious Games Development and Application)’가 갈라 네트워크(GALA Network), SINTEF, FP7, 브레멘 대학교, 글래스고예술학

교(Glasgow School of Art) 등 여러 기관의 후원으로 독일 브레멘에서 개최되었다. 브레멘 대학 캠퍼스에서 열리는 이 컨퍼런스에서는 기능성게임 기술, 기획과 디자인, 사회적 영향 및 효과검증, 다양한 사회분야로의 활용 확대 방안 등이 주요 논의 주제로 다루어졌다.

네덜란드 법의학 연구소(NIF : Netherland Forensic Institute)는 2012년 1월 ‘E-Semble’과 협력하여 법의학 훈련을 수행할 수 있는 기능성게임을 개발하는 ‘과학수사 프로젝트(CSI Project)’를 시작하였다. 2012년 5월 파일럿 버전을 개발했으며, 앞서 소개한 ‘한국-네덜란드 기능성게임 세미나’에서 소개했다. 이 콘텐츠는 향후 네덜란드 경찰청에 보급해 법의학 교육 프로그램으로 활용할 예정이다.

덴마크 정부는 이러닝센터(Danish E-Learning Center)를 통해 모바일 디바이스로 수학 학습을 할 수 있는 게임콘텐츠 개발을 지원하였다. 이 서비스는 약 100개의 앱으로 구성되었으며, 다양한 연령대의 학생 및 과목을 학습할 수 있도록 콘텐츠 라인업을 갖추고 있다. 그리고 콘텐츠와 콘텐츠 다운로드에 필요한 데이터 비용까지 무료로 제공한다.

2011년 7월 ‘TML스튜디오’는 한 도시의 교통 정보를 쉽게 제공하기 위한 목적으로 <버스-트램-케이블카 : 샌프란시스코(Bus-Tram-Cable Car : San Francisco)>를 개발하였다. 샌프란시스코를 기반으로 게임을 구성하였으나, 향후 독일, 영국 등 다양한 유럽도시의 교통체제를 기반으로 콘텐츠를 확장할 예정이다. 사용자는 주어진 시간에 맞게 도시의 여러 교통수단을 활용하여 정해진 목적지까

그림 3-3-35 <버스-트램-케이블카 : 샌프란시스코> 게임화면



* 자료 : TML 스튜디오 홈페이지

그림 3-3-36 <파워 오브 리서치> 메인화면(좌) <파워 오브 리서치> 게임플레이 화면(우)



* 자료 : <파워 오브 리서치> 홈페이지

지 찾아가는 과정을 통해 교통수단에 대해 쉽게 이해하게 된다.

2012년 1월 유럽연합(EU) 산하의 연구커뮤니티 지원 프로젝트 FP7(Seventh Framework Programme)에서 과학 및 의학 연구를 목적으로 개발된 기능성게임 서비스를 개시하였다. <파워 오브 리서치(Power of Research)>는 사용자가 의학 및 과학 프로젝트를 직접 수행하는 방식으로 진행되는 게임으로 플레이 과정에서 직접 DNA조직 검사, 단백질 합성 같은 연구를 할 수 있으며 연구수행 결과를 발표하고 컨퍼런스를 개최하고 연구 결과가 좋으면 연구비 지원을 받는 등 실제와 유사하게 연구프로젝트를 경험할 수 있다.

다른 지역과 유사하게 유럽에서도 기능성게임 전문가를 양성하는 교육사업을 진행하고 있다. 2012년 프랑스에서는 기능성게임 전문가를 양성하는 전문 교육프로그램을 운영하는 루더스 아카데미(Ludus Academie)를 설립했다. 이 프로그램은 게임개발에 필요한 프로그래밍과 기술 교육 과정과 다양한 분야의 기능성게임을 기획할 수 있는 기획과정으로 구성되며 교육을 이수하면 학사학위를 취득할 수 있다.

3. 기능성게임 분야의 동향

2012년 기능성게임 시장의 전체적인 동향을 정리해보면, 국내는 정부기관 및 지자체를 중심으로 기능성게임 콘텐츠 개발지원사업이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 과거에 비해 기능성게임 분야에 참여한 주체가 한국콘텐츠진흥원, 서울통상산업진흥원 그리고 경기콘텐츠진흥원 등 지역 분포가 서

그림 3-3-37 루더스 아카데미



* 자료 : 루더스 아카데미 공식 홈페이지

올과 경기지역을 중심으로 좁아졌음을 알 수 있다. 더불어 사업분야로는 교육분야에 집중되고 있다.

북미 및 유럽의 경우 다양한 주체가 기능성게임 분야에 참여하고 있으며 콘텐츠 개발, 서비스 그리고 컨퍼런스 및 행사를 활발하게 열고 있음을 알 수 있다. 국내와는 달리 재해, 의료 및 건강, 경영 및 비즈니스, 훈련 등 다양한 분야를 아우르고 있다. 국내의 동향을 토대로 기능성게임 분야에서 눈에 띄는 움직임을 다음과 같이 정리할 수 있다.

1) 포털 중심의 서비스

과거 콘텐츠 수량이 확보되지 않았던 시기에는 개발사가 콘텐츠를 개발하여 단일 콘텐츠를 중심으로 서비스를 진행하였다. 그러나 콘텐츠의 개발이 지속적으로 이루어지면서 콘텐츠가 집적되어 포털의 형태로 서비스가 전환되기 시작하였다.

국내에서는 <배틀러닝>이나 <랑그빌>의 사례처럼 교육용 게임서비스를 진행한 사례가 있고, 해외에서는 <모션매스>나 <게임 포 사이언스> 그리고 <파워 오브 리서치>처럼 동일한 분야와 목적을 기반으로 개발된 콘텐츠가 집적되어 단일 채널로 서비스하고 있다. 이와 같은 서비스의 포털화는 향후 기능성게임 콘텐츠의 수량이 더욱 많이 확보되면 가속화될 것으로 예상된다.

2) 인력양성 사업으로의 영역 확대

기존의 기능성게임 분야의 주요 사업영역은 콘텐츠의 개발과 서비스로 집중되었으나, 시장의 활성화와 함께 개발과 서비스가 확대되면서 개발과 서비스에서 일정한 역할을 수행할 수 있는 전문인력에 대한 수요가 높아졌다. 이로 인해 사업의 영역이 인력양성에까지 확대된 것으로 분석할 수 있다.

국내의 경우, G러닝 지도사, G러닝 운영관리사에 대한 훈련 및 양성 프로그램이 만들어졌다. 해외의 경우 미국의 미시건대, 영국의 코번트리대 그리고 프랑스의 루더스 아카데미 등 전문 교육기관을 설립해 기능성게임 기획 및 서비스 전문가 양성에 대한 학위과정을 운영하고 있다. 이와 같은 움직임을 토대로 향후 더 많은 대학과 기관이 인력양성 사업으로 진출할 것으로 예상되며, 게임, 공학, 교육, 및 비즈니스와 기타 전공영역이 협력하여 인력양성 프로그램을 구성할 것으로 예상된다.

3) 다양한 분야의 콘텐츠 등장

국내에서는 기능성게임 콘텐츠 분야가 사업가능성이 가장 높은 교육분야로 집중되는 경향을 보이고 있으나, 해외사례를 살펴보면, 군사, 의료 및 건강, 비즈니스, 훈련 등 다양한 분야의 콘텐츠가 개발되고 있음을 알 수 있다. 국제 활동을 앞둔 인력의 문화 및 안전 훈련, 과학 및 수학 분야의 연구 프로젝트 실시, 세계 주요 도시의 교통시스템 및 활용 방법 소개 등 기능성게임 콘텐츠가 달성하고자 하는 목적 역시 매우 세분화되고 있음을 알 수 있다.

제2절 소셜 게임의 현황과 전망

1. 해외 소셜 게임 현황

2009년부터 폭발적인 성장세를 보이던 PC 기반의 소셜 게임은 2011년도 후반기에 접어들면서 그 성장세가 주춤하는 경향을 보이고 있다. 다수의 시장조사기관 데이터를 종합적으로 분석해 보면 전세계 최대의 소셜 게임 플랫폼인 페이스북의 전체 이용자 중에서 게임을 즐기는 이용자의 비율이 2011년도 들어서 급격히 하락하고 있고, 페이스북에 신규로 출시되는 소셜 게임의 숫자 역시 눈에 띄게 줄어 들었다고 한다. 신규로 출시되는 PC 소셜 게임의 숫자가 줄어들었기 때문에 이용자의 수가 자연스럽게 감소한 것인지, 이용자의 수가 줄어들었기 때문에 개발사에서 공격적인 투자를 하지 못한 것인지에 대해서 정확히 파악할 수는 없지만, 한 가지 분명한 점은 현시점에서의 PC 소셜 게임 시장은 적어도 1, 2년 전과 같이 무조건적인 성장이 기대되는 시장이 아니라는 점이다.

한편, 페이스북 시장이 잠시 주춤하는 사이에 공식적으로는 페이스북을 이용하지 못하는 중국의 소셜 게임 시장과 페이스북 이용자가 상대적으로 많지 않은 일부 유럽, 아시아 국가에서는 해당 국가 자체의 SNS를 활용한 소셜 게임 시장이 지속적으로 성장하는 모습을 보이고 있다. 하지만 전체 PC 소셜 게임 시장에서 차지하는 페이스북의 비중이 워낙 크기 때문에, 이들 국가의 성장세가 전체 시장에 미치는 영향은 매우 적다고 할 수 있다.

이와 같은 현상의 원인을 분석할 때, 전문가들의 의견은 매우 다양하다. 관점의 차이에 따라 소셜 게임을 공급하는 개발사의 입장과 소셜 게임을 직접 플레이하는 이용자의 입장으로 나누어 몇 가지 특징을 찾아볼 수 있다.

우선, 소셜 게임 개발사 입장에서는 새로운 게임을 출시하는 데에 투입되는 개발 비용과 출시 이후에 이용자 확보를 위해 투입해야 할 운영 비용이 급격히 상승한 점을 가장 큰 원인으로 들 수 있다. 초창기 페이스북의 소셜 게임 퀄리티와 최근 출시되는 소셜 게임의 퀄리티 차이는 정말 엄청나다고 말할 수 있다. 게임 개발 업체 간의 경쟁이 치열해지면서 단순한 농장 경영, 팻(또는 물고기) 육성, 시티 시물 등의 게임으로는 이용자들의 관심을 끌기가 어렵기 때문에 개발사 입장에서는 기획의 차별성, 최고의 그래픽, 성능의 고도화를 확보하기 위해 프로젝트당 1년 이상의 개발 기간을 투입해야만 했고, 출시 이후에도 이미 눈높이가 많이 높아진 이용자들의 요구 사항을 만족시키기 위해 지속적인 업데이트, 다양한 광고 및 이벤트, 프로모션 활동을 위해 많은 비용을 지불해야만 했다. 페이스북의 바이럴 채널(게임의 설치, 특정 행동 시 메시지, 게임 초대 등의 알림 글을 모든 친구가 볼 수 있는 구조) 축소, 잦은 정책 변화 등도 개발사에게는 매우 큰 어려움이었다. 실제로 2010년 3월 페이스북이 자사의 바이럴 확산 정책을 축소한다고 발표했을 때, 최고 히트 게임이었던 징가의 <팜빌> 이용자 수가 약 8400만 명에서 6000만 명 이하로 축소되었다.

소셜 게임을 이용하는 이용자 측면에서는 소셜 게임이 처음 도입되었을 때에 경험했던 상큼한 충격과 재미(쉽고 아기자기하고 재미있는 게임을 소셜 네트워크상의 친구들과 함께 웹 브라우저를 이용해 편하게 즐길 수 있는 점)를 더 이상 느끼지 못하게 되면서, 자연스럽게 보다 높은 게임성과 양질의 소셜 게임을 찾을 수밖에 없게 되었다. 사실, 이용자들이 소셜 게임에 대한 매력을 잃게 된 데에는 독창적인 아이디어와 게임성을 제시하지 못한 채 단지 기존 히트작들을 모방하여 발빠른 출시만을 목표로 해온 일부 개발사 또는 퍼블리셔의 잘못도 크다고 할 수 있다. 결론적으로, 2008~2009년도에 소셜 게임을 처음 접했던 이용자층은 새로운 플랫폼에서 새로운 컨셉과 새로운 장르의 게임을 즐기면서 각 게임의 게임성 자체보다는 게임과 소셜 플랫폼이 연동되는 부분에서 큰 매력을 느낄 수 있었다. 하지만 그 이후의 소셜 게임 이용자 대부분은 SNS라는 플랫폼을 이용한다는 매력보다는 소셜 게임 자체의 게임성과 몰입도에 보다 큰 비중을 두고 게임을 선택하는 경향을 보이고 있기 때문에 이러한 이용자들을 원활히 확보하기 위해서 게임 개발사는 보다 많은 비용과 시간을 투입하면서 게임을 개발할 수밖에 없게 되었다. 이는 곧바로 신규 출시 타이틀의 감소로 이어지게 되었다. 페이스북에 주요 히트 타이틀을 공급하는 메이저 개발사 대부분이 모바일게임 개발 쪽으로 포트폴리오를 수정한 것도 PC 기반의 신규 소셜 게임 출시가 감소한 큰 이유 중의 하나라고 할 수 있다.

하지만 페이스북 소셜 게임 시장의 성장세가 주춤하다는 분석에 대한 반론도 만만치 않다. 실제로 페이스북 전체 이용자 중 소셜 게임을 이용하는 비율이 50%에서 25%대로 떨어졌다는 한 조사기관의 보고서는 서로 다른 기간 동안의 페이스북 전체 이용자 수를 근거로 계산한 것이기 때문에 잘못된 분석이라는 주장도 있고, 징가가 더 이상 페이스북에 게임을 공급하지 않고 자체 플랫폼 개발에 주력할 것이므로 페이스북의 성장세는 크게 주춤할 것이라고 주장했던 몇몇 시장 분석 전문 기관의 예측도 결국 빗나가고 말았다.

이렇듯 소셜 게임 시장에 대한 상반된 분석이 존재하는 데에는 소셜게임 업체 대부분이 자신들의 이용자수나 매출 등의 게임 데이터 공개에 대해 매우 폐쇄적이기 때문이라는 주장이 제기되고 있다. 실제로 최근에 공개된 징가의 IPO 자료 이외에 EA(플레이피시), 디즈니(플레이덤) 등의 대기업조차도 소셜 게임 통계 자료를 공개하는 데 상당히 소극적인 자세를 취하고 있다.

1) 주요 해외 소셜 게임

2009~2010년도에는 징가의 <팜빌>의 성공 이후에, 다수의 비슷비슷한 육성 시뮬레이션류 게임이 출시되었던 반면에, 2010~2011년도에는 매우 다양하고 수준 높은 소셜 게임들이 출시되었다.

표 3-3-1 2010~2011년도에 페이스북에 출시된 주요 게임

게임명	출시시점	최대 DAU (백만)	2011.7 DAU (백만)	개발사
Cityville	12/4/2010	21.52	19.29	Zynga
Empires & Allies	6/6/2011	7.76	7.16	Zynga
Gardens of Time	4/17/2011	3.52	3.52	Playdom
Zuma Blitz	12/9/2010	1.57	0.83	Popcap
Diamond Dash	3/18/2011	1.73	1.64	Wooga
It Girl	9/16/2010	1.45	0.77	Crowdstar
Car Town	7/28/2010	1.39	1.11	Cie
Ravenwood Fair	10/22/2010	1.26	0.94	LOLapps
Zombie Lane	3/17/2011	1.26	1.22	Digital Choc
Bubble Saga	4/21/2011	1.07	1.07	King
Crime City	9/16/2010	1.02	0.62	Funzio
Monopoly Millionaires	2/2/2011	0.87	0.54	Playfish
Tetris Battle	8/5/2010	0.79	0.79	Tetris Online
Slotomania (PLAY)	12/25/2010	0.64	0.64	Playtika
Dragons of Atlantis	10/8/2010	0.50	0.50	Kabam
Happy Hospital	11/12/2010	0.48	0.47	Wooga
ESPN College Town	10/1/2010	0.45	0.07	Playdom
CSI:Crime City	10/20/2010	0.42	0.30	Ubisoft
Mystery Manor	3/17/2011	0.34	0.32	Game Insight
Lucky Train	7/29/2010	0.34	0.09	A Bit Lucky
Madden NFL Superstars	9/4/2010	0.32	0.14	Playfish
Army Attack	5/25/2011	0.26	0.26	Digital Choc
Diner Dash	2/12/2011	0.23	0.15	Playfirst
Puzzle Saga	11/18/2010	0.16	0.16	King
Oregon Trail	2/7/2011	0.10	0.02	Blue Fang
Deep Realms	3/31/2011	0.09	0.08	Playdom
Monster Hero	3/23/2011	0.05	0.02	Phoenix Age
Carmen Sandiego	2/17/2011	0.04	0.01	Blue Fang
Catch a Killer	12/20/2010	0.03	0.00	SOE
Dungeon Overlord	1/12/2011	0.02	0.01	Night Ow

* 자료 : Casual Games Association

2) 주요 해외 소셜 게임 업체 동향

(1) 징가(Zynga)

〈팜빌〉에 이어 〈프린티어빌〉을 크게 히트시킨 징가는 2010년도에 도시 경영 시뮬레이션 〈시티빌 (City Ville)〉을 출시한 이후 2011년도에 대전 시뮬레이션과 소셜게임의 요소를 적절히 조화한 〈엠파이어 앤 얼라이즈(Empire and Allies)〉를 연속 히트시키면서 페이스북 내에서 자신의 독보적인 입지를 굳건히 지켜 나갔다. 공격적인 개발사 인수와 더불어 지속적으로 새로운 장르의 게임을 선보이며 전세계 소셜 게임 시장을 이끌어 가고 있는 징가는 zynga.org를 통해 다양한 단체와의 사회 공헌 프로그램을 운영하는 등 사회적 기업으로서의 역할에도 많은 신경을 쓰고 있다.

현재 징가는 80여 종이 넘는 게임을 서비스하고 있으며, 전통적인 인기 게임 〈텍사스 홀덤 포커 (Texas Holdem Poker)〉를 비롯해 〈버블 사파리 (Bubble Safari)〉, 〈캐슬 빌 (Castle Ville)〉 등의 신작 게임들도 골고루 많은 사랑을 받고 있다.

그림 3-3-38 징가 사회 공헌 프로그램 zynga.org

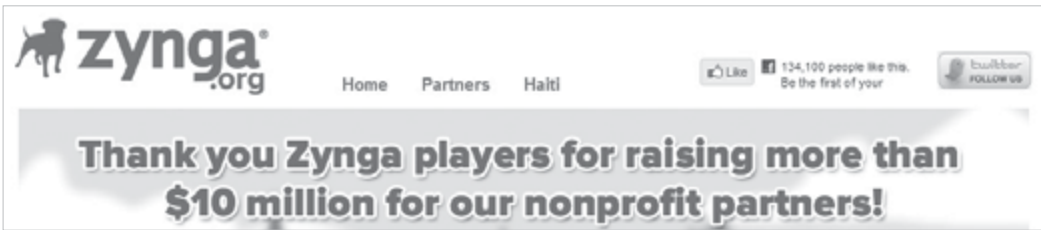


표 3-3-2 징가의 주요 게임(2012년 7월 1주차 기준)

순위	게임명	MAU	DAU
1	Texas Holdem Poker	33,500,000	7,000,000
2	Bubble Safari	30,000,000	6,700,000
3	City ville	27,000,000	3,900,000
4	Farm ville	21,700,000	3,800,000
5	Draw Something	20,500,000	4,200,000
6	Castle Ville	18,800,000	3,800,000
7	Words With Friends	16,200,000	6,500,000
8	Hidden Chronicles	13,900,000	2,700,000
9	Zynga Slingo	12,400,000	2,500,000
10	Empires & Allies	7,800,000	1,100,000
11	Zynga Bingo	7,100,000	930,000

(2) EA(플레이피시 & 팝캡)

EA(Electronic Arts)는 <펫 소사이어티(Pet Society)>의 개발사 플레이피시(Playfish)를 인수한 데 이어, <비주얼드 블리츠(Bejeweled Blitz)> 등의 전통적인 캐주얼 게임 히트 메이커인 팝캡(Popcap)까지 인수하면서 소셜 게임 시장에서 대단히 공격적인 행보를 보이고 있다. EA는 팝캡을 약 7억 5000만 달러에 인수하면서 2013년까지 재정 목표를 달성하면 차후 정산 인수대금으로 약 5억 5000만 달러를 추가로 지불할 것을 약속해 인수금액은 총 13억 달러까지 늘어날 것으로 보인다. 뉴욕 타임스에 따르면 업계 1위인 징가 역시 팝캡 인수 경쟁에 약 9억 5000만 달러의 가격을 제시하며 참여했으나 최종적으로 거절당했고, 결국 EA가 인수에 성공하면서 단숨에 소셜 게임 업계 2위로 올라서게 되었다.

현재 EA는 50여 종의 소셜 게임을 서비스하고 있으며, 전통적인 플레이피시의 인기 게임 <펫 소사이어티>를 비롯해 EA의 IP를 활용한 <더 심즈 소셜(The Sims Social)>, <심시티 소셜(SimCity Social)> 그리고 팝캡의 IP를 활용한 <비주얼드 블리츠(Bejeweled Blitz)>, <주마 블리츠(Zuma Blitz)> 등의 게임도 많은 사랑을 받고 있다. 향후에도 지속적으로 막강한 기존 히트 게임 IP를 활용한 소셜 게임 출시를 계획하고 있다.

그림 3-3-39 EA의 게임회사 인수 및 팝캡이 보유한 주요 IP



표 3-3-3 EA의 주요 게임(2012년 7월 1주차 기준)

순위	게임명	MAU	DAU
1	The Sims Social	15,300,000	2,900,000
2	Bejeweled Blitz	9,000,000	2,700,000
3	Pet Society	4,900,000	770,000
4	EA SPORTS FIFA Superstars	2,100,000	270,000
5	Solitaire Blitz	1,900,000	540,000
6	Zuma Blitz	1,900,000	360,000
7	SimCity Social	1,200,000	450,000
8	Restaurant City	1,100,000	60,000
9	Lucky Gem Casino	1,000,000	200,000
10	SCRABBLE	980,000	340,000

(3) 디즈니(플레이돔)

마이 스페이스(Myspace)에서 가장 많은 이용자를 확보하고 있던 플레이돔(Playdom)은 디즈니에 인수 이후에 <소셜 시티(Social City)>와 <시티 오브 원더(City of Wonder)>가 보여준 정도의 주목할 만한 실적을 보이는 타이틀을 출시하지 못해 상대적으로 어려운 시간을 보냈다. 이러한 플레이돔이 2011년 4월에 출시한 <가든스 오브 타임(Gardens of Time)>은 숨은 그림 찾기와 도시 건설 시뮬레이션을 적절히 조화시킨 부분과 탄탄한 스토리에 의해 진행되는 퀘스트 등이 이용자들에게 큰 호평을 받으며 2011년 한 해 큰 센세이션을 일으켰다. 실제로 플레이돔은 2010년 <소셜 시티>와 2011년 <가든스 오브 타임>이 연속으로 GDC 온라인 어워드의 소셜 게임 부문에서 1위를 차지하면서 톱 개발사로서의 위상을 보여주었다. <가든스 오브 타임>의 경우 2011년 페이스북에서 발표한 이용자 만족도가 가장 높은 게임으로 선정이 된 바 있다.

<가든스 오브 타임>의 큰 성공 이후 플레이돔은 이와 유사한 형태의 게임인 <블랙우드 앤 벨(Blackwood and Bell)>, <놈 타운 (Gnome Town)> 등을 연속으로 출시하면서 시장 우위를 점하기 위해 노력했다. 최근에는 디즈니와 마블의 영웅 캐릭터가 모두 등장하는 <어벤저스 얼라이언스(Avengers

그림 3-3-40 GDC 온라인 어워드 2010~2011년도 선정 게임



표 3-3-4 2011년 페이스북 추천 게임 10위

추천 게임명	
1	Gardens of Time (By Playdom)
2	The Sims Social (By EA)
3	Cityville (By Zynga)
4	DoubleDown Casino (By DoubleDown Interactive)
5	Indiana Jones Adventure World (By Zynga)
6	Words With Friends (By Zynga)
7	Bingo Blitz (By Buffalo Studios)
8	Empires & Allies (By Zynga)
9	Slotomania-Slot Machines (By Playtika)
10	Diamond Dash (By Wooga)

Alliance)를 영화와 함께 소셜 게임으로도 출시해 큰 시너지를 내면서 현재의 플레이덤 게임 중 가장 많은 이용자를 보유한 게임으로 만들어 냈다. EA와 마찬가지로 디즈니 역시 기존에 디즈니가 보유하고 있던 IP를 적극 활용한 소셜 게임을 지속적으로 출시하겠다는 계획을 발표한 바 있다.

(4) 우가(Wooga)

2008년도에 설립된 우가는 페이스북에 게임을 서비스하는 상위 5위 업체 중 유일하게 미국이 아닌 유럽(독일)에 본사를 둔 회사이다. ‘당신은 얼마나 스마트합니까?(How smart are you?)’라는 캐치프레이즈를 걸고 출시한 우가의 첫 타이틀 <브레인 버디(Brain Buddies)>는 기존 페이스북 게임에서는 찾아볼 수 없었던 하이브리드(기능성게임과 소셜게임의 결합)게임의 성공 가능성을 보여줬다는 점에서 신생 소셜게임 업체들에게 던지는 의미가 컸다.

표 3-3-5 플레이덤의 주요 게임(2012년 7월 1주차 기준)

순위	게임명	MAU	DAU
1	Marvel: Avengers Alliance	8,000,000	1,400,000
2	Wild Ones	3,700,000	430,000
3	Gardens of Time	3,500,000	810,000
4	Blackwood & bell Mysteries	1,100,000	220,000
5	Disney Animal Kingdom	1,100,000	160,000
6	Gnome Town	900,000	130,000
7	Armies of Magic	780,000	80,000
8	Sorofity Life	430,000	80,000
9	Bola	380,000	20,000
10	City of Wonder	200,000	10,000

표 3-3-6 우가의 주요 게임(2012년 7월 1주차 기준)

순위	게임명	MAU	DAU
1	Diamond Dash	16,400,000	3,200,000
2	Bubble Island	8,500,000	1,300,000
3	Monster World	6,800,000	1,800,000
4	Magic Land	2,100,000	640,000
5	Happy Hospital	1,800,000	220,000
6	Brain Buddies	500,000	30,000
7	Bubble Party	7,000	400

〈브레인 버디〉 이후 출시된 모든 게임이 연속 히트를 기록하면서 우가는 어느새 징가와 EA에 이어 페이스북에 게임을 서비스하는 업체 중 3위까지 올라가는 파워를 보여줬다. 치밀한 기획력과 하이브리드 형태의 신선한 콘텐츠는 그동안 수많은 카피캣 게임에 지쳐 있던 많은 페이스북 이용자들로부터 매우 큰 호응을 이끌어 냈다.

표 3-3-7 페이스북 인기 게임 DAU(2011년 12월 기준)

순위	게임명	개발사	DAU	DAU 변화	전월
1	CityVille	Zynga	10,600,000	-900,000	11,500,000
2	CastleVille	Zynga	7,300,000	7,300,000	0
3	FarmVille	Zynga	7,000,000	-100,000	7,100,000
4	Texas Holdem Poker	Zynga	6,300,000	-200,000	6,500,000
5	The Sims Social	EA Playfish	5,900,000	-1,100,000	7,000,000
6	Words With Friends	Zynga	5,400,000	1,200,000	4,200,000
7	Empires & Ailles	Zynga	3,600,000	-800,000	4,400,000
8	Bubble Witch Saga	King.com	3,100,000	1,200,000	1,900,000
9	Bejeweled Blitz	EA PopCop	2,900,000	400,000	2,500,000
10	Diamond Dash	Wooga	2,600,000	400,000	2,200,000
T11	Gardens of Time	Disney Playdom	2,400,000	-200,000	2,600,000
T11	Tetris Battle	Tetris Online inc.	2,400,000	600,000	1,800,000
13	Bubble Island	Wooga	2,300,000	300,000	2,000,000
T14	Monster World	Wooga	1,800,000	200,000	1,600,000
T14	Pioneer Trail	Zynga	1,800,000	-200,000	2,000,000
T16	Games	GSN	1,600,000	0	1,600,000
T16	Slotomania	Playtika	1,600,000	200,000	1,400,000
18	Café World	Zynga	1,500,000	-200,000	1,700,000
19	Adventure World	Zynga	1,400,000	-500,000	1,900,000
T20	Bubble Saga	King.com	1,300,000	100,000	1,200,000
T20	DoubleDown Casino	DoubleDown Interactiv	1,300,000	100,000	1,200,000
T20	Ravenskye City	6waves Lolapps	1,300,000	100,000	1,200,000
T20	開心水族箱	Happy Elements	1,300,000	-300,000	1,600,000
24	Pet Society	EA Playflsh	990,000	-110,000	1,100,000
25	Top Eleven	Nordeus	950,000	-50,000	1,000,000

(5) 기타 업체 동향

디지털초콜릿(Digital Chocolate)은 타일 베이스의 전투 시뮬레이션 게임인 <아미 어택(Army Attack)>과 <좀비 레인(Zombie Lane)>을 선보이며 제2의 도약을 꿈꾸었다. <레이븐우드 페어(Ravenwood Fair)>의 개발사인 롤랩(Lolapps)와 이 게임의 퍼블리셔인 식스웨이브(6Waves)는 합병해 개발

표 3-3-8 페이스북 인기 게임 DAU(2012년 6월 기준)

순위	게임명	개발사	DAU	DAU 변화	전월
1	Texas Holdem Poker	Zynga	6,900,000	0	6,900,000
2	Words With Friends	Zynga	6,600,000	-400,000	7,000,000
3	Bubble Witch Saga	King.com	5,500,000	-500,000	6,000,000
4	CityVille	Zynga	6,200,000	-1,400,000	7,600,000
5	CastleVille	Zynga	4,700,000	-700,000	5,400,000
6	FarmVille	Zynga	4,300,000	-300,000	4,600,000
7	Hidden Chronicles	Zynga	4,000,000	-1,100,000	5,100,000
8	Diamond Dash	Wooga	3,700,000	-600,000	4,300,000
9	Zynga Slingo	Zynga	3,500,000	-200,000	3,700,000
10	Tetris Battle	Tetris Online inc.	3,400,000	-400,000	3,800,000
11	Bejeweled Blitz	EA PopCop	2,900,000	-500,000	3,400,000
12	The Sims Social	EA Playfish	2,800,000	0	2,800,000
13	Candy Crush Saga	King.com	2,700,000	1,400,000	1,300,000
14	Happy Farm	Halfquest	2,600,000	0	2,600,000
15	Angry Birds Friends	Rovio	2,400,000	-600,000	3,000,000
16	Monster World	Wooga	2,100,000	-100,000	2,200,000
T17	Slotomania -Slot Machines	Playtika	2,000,000	-100,000	2,100,000
T17	Pool Live Tour	Geewa	2,000,000	-100,000	2,100,000
19	Zynga Bingo	Zynga	1,800,000	1,800,000	0
20	Bubble Island	Wooga	1,700,000	-300,000	2,000,000
21	Marvel: Avengers Al- liance	Disney Playdom	1,500,000	920,000	580,000
22	Top Eleven -Be a Football Manager	Nordeus LLC	1,400,000	100,000	1,300,000
23	DoubleDown Casino	DoubleDown Int.	1,300,000	0	1,300,000
T24	Empires & Allies	Zynga	1,300,000	-400,000	1,700,000
T24	開心水族箱	Happy Elements	1,300,000	-200,000	1,500,000

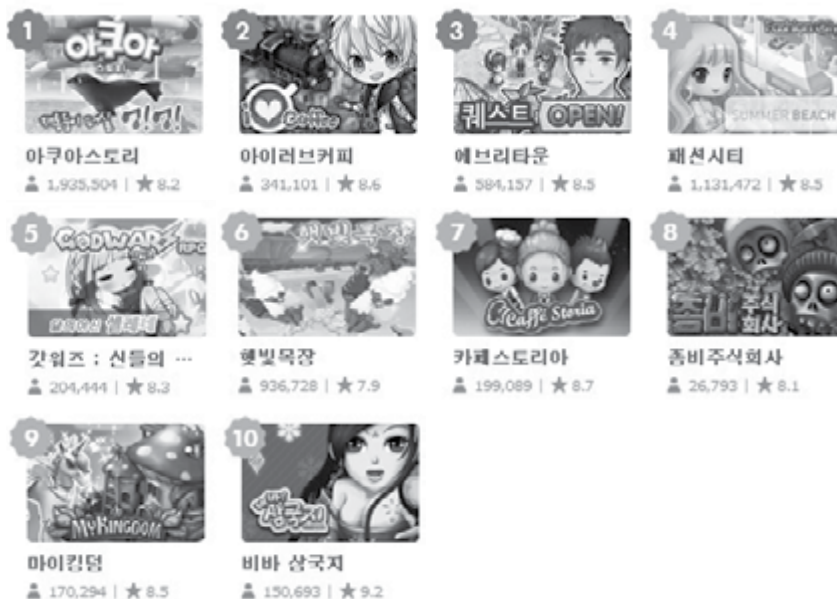
사와 퍼블리셔 간의 합병 시너지를 노렸으나, 끝내 결별하고 말았다. 이 외에도 국내 빅슨이 투자한 어빗 럭키(A bit lucky)사의 <럭키 트레인(Lucky Train)>, 씨아이이 게임스(Cie games)의 <카 타운(Car Town)>, 가이아(Gaia)의 <몬스터 갤럭시(Monster Galaxy)> 등도 탄탄한 게임성을 바탕으로 이 용자들에게 큰 인기를 얻은 게임으로 평가받고 있다.

한편, 락유(Rockyou), 클라우드스타(Crowdstar) 등 초창기에 페이스북에서 큰 인기를 얻었던 업체 들은 뚜렷한 히트작을 출시하지 못한 채 고전을 면치 못하고 있다. 국내 업체 중에서는 라이프인터랙 티브(Lifo Interactive)의 <트레인 시티(Train City)>가 월 이용자 100만 명을 돌파했고, 최근에 출시 된 산타시아(Syntasia)의 스포츠 게임 <베이스볼 히어로즈(Baseball Heroes)>도 월 이용자 160만 명 을 넘어서면서 페이스북에서 국산 게임의 성공 가능성 및 경쟁력이 충분하다는 것을 확인시켜 주었다.

(6) 해외 소셜 게임 순위

2011년도 12월 기준 순위와 2012년도 6월 기준 순위를 비교해 보면 전체적으로 장가가 독보적인 위치를 점하고 있음을 알 수 있다. <팜 빌>, <프런티어 빌(현재 Pioneer Trail)> 등의 사례를 보면 게임의 퀄리티 및 운영 정도에 따라서 소셜 게임의 라이프 사이클도 매우 길어질 수 있다는 점도 확인 할 수 있다.

그림 3-3-41 싸이월드 인기 게임 10위(2012년 7월 기준)



2. 국내 소셜게임 현황

페이스북 소셜게임 시장의 규모와 그동안의 폭발적인 성장을 살펴보면 국내 소셜게임 시장은 아직 걸음마 단계 정도로 평가되고 있다. 국내에서 가장 먼저 오픈 API 기반의 소셜게임 플랫폼을 오픈한 네이트 앱스토어(현재는 싸이월드 앱스토어)의 오픈 시기가 2009년 9월 말이었고, 이후 거의 1년이 지난 2010년 3분기에 네이버 소셜 앱스(현재는 네이버 소셜 게임)와 다음 소셜게임이 오픈되었다.

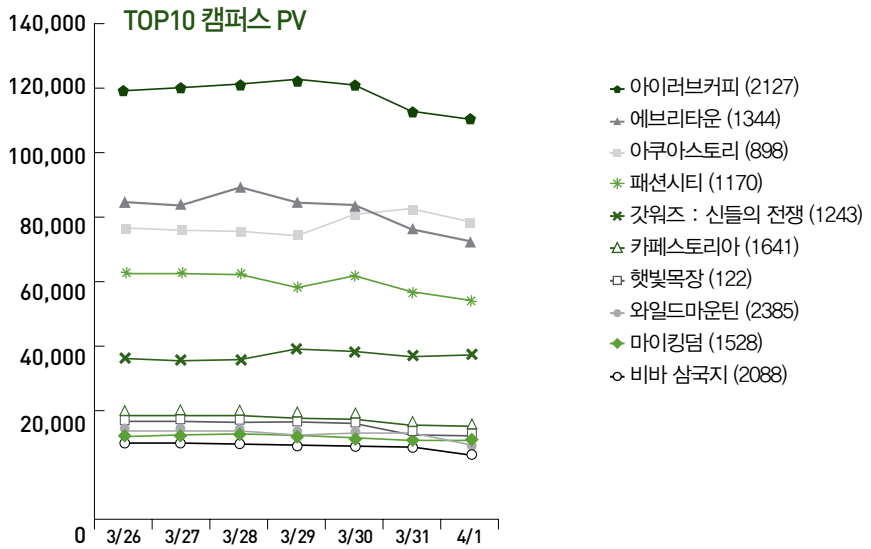
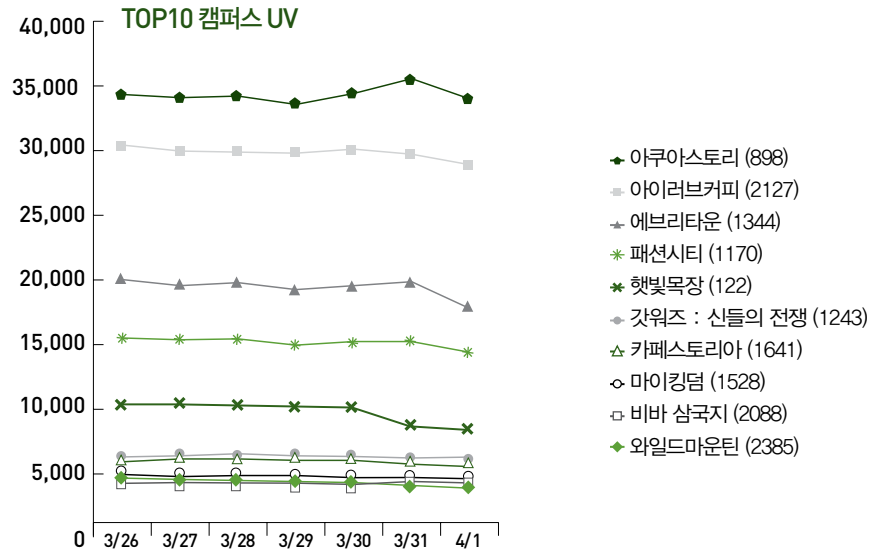
1) 싸이월드(Cyworld) 앱스토어

2009년 9월 30일 네이트 앱스토어라는 이름으로 오픈한 이후 현재까지 200여 종의 게임 또는 일반 애플리케이션이 등록되어 서비스되고 있다. 오픈 초기에는 개발사나 플랫폼 모두 소셜게임에 대한 이해도가 많이 떨어진 상태에서 간단한 미니게임 위주였기 때문에 싸이월드 미니홈피의 인맥을 적절히 활용하는 진정한 의미의 소셜게임을 찾아보기가 쉽지 않았다. 이 즈음에 이미 일본의 믹시(Mixi)를 통해 <햇빛목장>을 서비스하던 중국의 레쿠(Rekoo)는 발빠르게 네이트 앱스토어를 선점했으나, 완전하지 못한 로컬라이징과 미숙한 운영으로 한계를 보이기도 했다.

네이트 앱스토어의 본격적인 성장은 2010년 4월 오픈 이후 현재까지 약 200만 개의 설치 수를 기록 중인 선데이토즈의 <아쿠아스토리>가 출시된 이후부터라고 말할 수 있다. 오픈 초기에는 갑자기 많이 몰려든 이용자를 처리하지 못해 서비스가 불안정한 모습을 보이기도 했지만, 아기자기한 그래픽과 기존 퍼즐, 보드 게임 이용자들과의 크로스 마케팅, 지속적인 패치, 업데이트 제공 등으로 현재까지도 네이트 앱스토어 1위 게임의 자리를 유지하고 있다. 선데이토즈와 함께 초기 네이트 앱스토어를 공략했던 노리타운 스튜디오(예전 고슴도치 플러스)도 네이트 앱스토어의 성장에 큰 역할을 했다. 이후 퍼버스튜디오의 <에브리타운>과 노크노크의 <패션시티> 등 월매출 1억 원을 넘기는 타이틀이 출시되면서 네이트 앱스토어는 급속한 성장세를 보였다. 또한 국내 소셜게임 시장 역시 페이스북 시장과 규모로는 비교할 수 없지만 충분히 의미 있는 시장 규모로 성장할 것이라는 예측을 가능하게 했다.

싸이월드 앱스토어의 급격한 성장세는 곧바로 국내 개발사나 퍼블리셔, 해외 업체가 보다 공격적으로 게임을 출시하는 계기를 마련해 주었다. 2011년 상반기 동안 국내 개발사의 게임은 물론이고, 주로 해외 게임을 국내에 퍼블리싱하는 아보카도, 크레이지피시, 디브로스 등이 신작을 대거 출시하면서 시장의 크기를 더욱 키워 나갔다. 하지만 네이트 앱스토어에서 싸이월드 앱스토어로의 도메인 변경 및 플랫폼 내부적인 오류, 네이트 포털 전체적으로 발생한 해킹같은 이슈 등의 종합적인 악재가 겹치면서 싸이월드 앱스토어는 2011년 중반기 이후부터는 지속적으로 하향 곡선을 그리며 눈에 띄는 이용자 수가 감소했다. <그림 3-3-42>에서 알 수 있듯이 2011년 4월 UV 18만 수준을 보이던 선데이토즈 <아쿠아스토리>의 UV는 2012년 3월에는 3만 5천 수준으로 떨어졌고, 다른 게임들 역시 UV가 큰 폭으로 하락한 것을 알 수 있다.

그림 3-3-43 싸이월드 앱스토어 인기 게임 10위(2012년 3월 기준)



싸이월드 앱스토어의 급격한 하락세의 또 다른 원인으로는 톱 3 게임(아쿠아스토리, 에브리타운, 패션시티)의 서비스 기간이 1년 이상 되면서 이탈하는 이용자들이 새롭게 즐길 수 있을 만한 후속 대작 타이틀의 출시가 이루어지지 않은 점도 있다. 물론, 2011년 7월 파티스튜디오에서 출시한 <아이러브커피>는 이러한 플랫폼의 하락세에도 불구하고 단기간에 많은 이용자를 확보하면서 현재까지도 상위권 순위를 유지하고 있다. 싸이월드 앱스토어를 운영하는 SK 컴즈는 이러한 난관을 돌파하기 위해 신규 게임 발굴을 위한 개발사 PF 지원 프로그램, SK 텔레콤과 연계한 유무선 연동 게임 지원, 소셜게임과 싸이월드 미니홈피의 연계 강화를 위한 다양한 API 배포 및 컨테이너 도메인 변경 등 다양한 정책을 수행하고 있다. 그러나 현재로서는 싸이월드 앱스토어의 트래픽을 예전 수준으로 회복하기까지는 꽤 많은 시간이 필요할 것으로 보인다.











2) 네이버 (Naver) 소셜게임

국내 최대 포털 네이버는 싸이월드 앱스토어보다 정확히 1년이 늦은 2010년 9월 30일에 네이버 소셜 앱스(현재 네이버 소셜 게임) 플랫폼을 오픈했다. 오픈 소셜 기반의 네이버 소셜 게임 플랫폼은 처음 오픈 때부터 업계로부터 많은 기대와 우려를 동시에 받아 왔다. 국내 최대의 이용자풀을 보유한 네이버에서 준비한 플랫폼이기 때문에, 국내 소셜게임 시장 전체를 키우는 데 큰 역할을 하게 될 것이라는 기대가 매우 컸던 반면에, 카페의 회원, 블로그의 이웃, 미투데이의 친구 등 네이버 서비스 전체적인 소셜 그래프가 아닌 각각 서비스에 종속된 개념의 친구들과 함께 즐기는 소셜게임이라는 점, 그리고 3개 서비스(컨테이너) 간 게임 데이터가 분리된다는 점 등에서 네이버의 플랫폼이 소셜게임 플랫폼으로서 제대로 동작할 것인가에 대한 우려도 컸던 게 사실이다.

이러한 우려에도 불구하고 네이버 소셜게임의 출발은 기대 이상이었던 것 같다. 오픈 한 달 만에 플랫폼 전체 매출이 1억 원을 돌파했고, 유료 아이템을 판매하는 앱의 숫자가 13개 정도밖에 안 되었던 점을 감안하면 분명 의미있는 출발이라고 할 수 있다. 오픈 초기부터 2011년 중반까지는 <마이시티>, <해피아이돌>, <마이팜> 등의 게임이 네이버 소셜게임의 상위권을 유지하며 매출이나 트래픽의 큰 비중을 차지하고 있었다. 이후 싸이월드 앱스토어의 히트 타이틀인 <에브리타운>과 <패션시티>가 2011년 6월 네이버에 출시되면서 네이버 소셜게임의 성장 속도도 가속화되었고, 이후 연말까지 <스타 프로젝트 온라인>, <좀비 주식회사> 등의 히트 타이틀이 새롭게 출시되었다. 2012년 1월에는 네이버 소셜게임 플랫폼에 중대한 변화가 생긴다. 그동안 블로그, 카페, 미투데이를 분리해 서비스하던 게임을 하나의 캔버스(앱플레이어)로 통합한 것이다.

앞서 설명했듯이 이것은 오픈 초기부터 업계에서 지속적으로 우려를 표시했었던 부분이었다. 컨테이너 통합 이후에는 이제 더 이상 블로그, 카페, 미투데이 별로 다른 친구와 게임을 즐길 필요 없이, 네이버 내의 게임 친구 개념으로 게임을 즐길 수 있게 되어 네이버 전체 이용자풀의 소셜 그래프를 보다 적극적으로 활용할 수 있게 되었다. 새롭게 변경된 네이버 소셜게임에서 2012년 들어 단연 두각을 나타내는 게임으로 뉴에프오에서 개발한 <와라편의점>을 들 수 있다. 2012년 2월에 출시된 이 게

그림 3-3-44 네이버 소셜게임 인기 게임 10위(2012년 7월 기준)

1		와라핀의정 ★★★★★ 8.4 인 403,994	2		아이리브기피 ★★★★★ 9.0 인 40,973	3		에브리타운 ★★★★★ 8.9 인 298,835
4	-	 쉽왕 인 슈가랜드 by 누스텔	★★★★★ 7.9	인 261,160				
5	-	 갯위즈 : 신들의 전쟁 by 모야소프트	★★★★★ 8.1	인 278,981				
6	▲1	 신선도 by 엔터메이트	★★★★★ 9.4	인 36,654				
7	▼1	 마쿠미스토리 by 선데이토즈	★★★★★ 8.6	인 244,087				
8	▲1	 좀비주식회사 by 아보카도	★★★★★ 8.8	인 199,411				
9	▼1	 패션시티 by 노크노크	★★★★★ 9.0	인 289,676				
10	-	 스미프엑스스토리 by UBISOFT	★★★★★ 7.8	인 80,864				

임은 동명의 인기 웹툰을 소재로 한 게임으로 오픈 이후 10주 만에 누적 설치 수 30만을 돌파하고, 현재는 네이버 소셜게임 누적 설치 수 기준, 하루 실행 이용자 기준 모두 1위를 차지할 정도로 그 성장 속도가 빠르다. 오픈 초기에 지속적으로 발생한 서버 장애로 어려움이 있었지만, 현재는 안정화된 서비스를 바탕으로 지속적인 이벤트 및 업데이트를 제공하며 네이버 소셜게임의 최고 히트 게임으로 자리매김하고 있다.

현재 네이버 소셜게임에는 약 200여 개의 소셜게임 및 일반 애플리케이션이 등록되어 서비스 중이며, 네이버 소셜 게임을 운영하는 NHN은 지속적인 신규 게임 발굴을 위한 투자(PF) 및 개발사 지원 프로그램(서버 지원, 선지급금 지원 등)을 통해 앞으로도 네이버 소셜 게임을 지속적으로 성장시킬 계획이라고 발표했다.

3) 다음 (Daum) 소셜게임

다음은 자사의 마이크로 블로깅 서비스인 요즘(Yozm)을 기반으로 한 소셜게임 플랫폼을 2010년 7월에 오픈했다. 다음은 오픈 초기부터 현재까지 모든 개발사에게 플랫폼을 공개하기보다는 사전에 계약을 체결한 일부 업체 위주로 게임을 출시하는 전략을 택했고, 초기에 요즘 네트워크의 소셜 그래프만 이용하던 것을 2011년 1월부터는 다음의 핵심 서비스인 카페 이용자풀까지 확장하면서 전체적인 사이즈를 늘려나가기 시작했다.

그림 3-3-45 다음 소셜게임 인기 게임(2012년 7월 기준)



텍사스홀덤포커

나는 포커대 전 세계가 열광하는 진짜 포커 '텍사스 홀덤 포커'의 짜릿...

(©)Me2On

삼국삼국지

유비, 조조, 승관 등 삼국지의 군주가 되어 다른 군주들과 경쟁하고 세력...

규빅스튜디오

리조트타운

관광 사업 경영자가 되어 무인도를 개척하여 최고의 휴양 도시로 만들어 보...

(주)맥스지

모험의세계

흥미진진한 모험의세계에 끊임없는 즐거운 스토리 속으로 모험을 떠나주세요!

Happy Elements

다음 소셜게임에 초기부터 참여한 플로우게임즈는 <아크로폴리스>라는 타이틀을 다음 카페에 처음으로 선보였고, 이후 카페 이용자들의 특성을 잘 반영하여 개인이나 친구 등 이용자 간의 관계가 아닌 커뮤니티 단위로 게임을 즐길 수 있도록 설계한 <무림대전>을 출시하면서 다음 게임의 성장을 주도해 왔다.

모든 소셜게임 업체에 개방되어 있는 플랫폼이 아니기 때문에, 현재 서비스되고 있는 타이틀의 숫자는 싸이월드나 네이버 플랫폼에 비해 적은 편이지만, 그만큼 업체와 플랫폼 간의 파트너십이 돈독해지면서, 게임 서비스를 운영하는 데에 필요한 다양한 지원을 받을 수 있다는 장점도 가지고 있다.

3. 소셜게임 향후 전망

스마트폰이 전세계적으로 급속도로 확산되면서 PC 기반의 게임 플랫폼 환경이 모바일 플랫폼 환경으로 급변하고 있다. 국내외의 대형 온라인게임 개발사나 소셜게임 개발사 대부분이 이미 스마트폰에서 구동할 수 있는 모바일 SNG 개발에 뛰어들었고, 전통적인 모바일게임의 강자인 게임빌과 컴투스에서 최근 출시되는 대부분의 타이틀 역시 소셜 기능이 탑재된 모바일 소셜게임이다. <프리스타일>의 개발사로 잘 알려진 JCE에서 출시한 <롤더스카이>는 최근 일매출 2억 원을 돌파하면서 <프리스타일>의 매출을 뛰어넘었다는 보도를 접할 수 있게 되었다. 일본의 대형 모바일 플랫폼 업체인 그리(Gree)와 디엔에이(DeNA)는 국내외의 유망한 개발사에 적극적으로 투자를 하고 있고, 미국의 징가와 플레이돔, EA와 같은 소셜게임 개발 업체도 공격적으로 자신들의 모바일 소셜 게임을 출시하고 있다.

국내의 3개 소셜게임 플랫폼 역시 올 한 해 모바일 플랫폼으로의 전환에 매우 공격적인 투자를 의지를 보이고 있다. 네이버 소셜 게임을 운영하는 NHN의 경우 스마트폰 게임 사업부와 온라인게임 본부를 통합하면서 전체적인 조직의 효율성 강화와 온라인게임과 모바일게임의 경계를 뛰어넘는 멀티 플

랫폼형 게임 서비스를 늘려나가겠다는 포부를 밝힌 바 있다. 싸이월드 앱스토어를 운영중인 SK 컴즈 역시 현재 많이 떨어져 있는 PC 기반 소셜게임의 회복을 위한 노력과 함께 모바일게임을 집중적으로 육성하기 위한 방안을 추진할 것으로 알려지고 있다. 다음은 올해 2월부터 일본의 모바일 플랫폼 디엔에이의 모바게(Mobage)와 손잡고, <위롤>, <닌자로얏> 등의 히트 타이틀을 다음의 모바일앱과 모바일웹을 통해 국내 이용자들에게 제공하고 있다. <물더스카이>의 JCE를 인수했던 넥슨은 최근 엔씨소프트와 일본의 모바일게임 업체 인블루(inBlue)를 인수하며 대규모 자본을 바탕으로 한 공격적인 움직임을 보이고 있고, 네오위즈게임즈, CJ E&M 등의 온라인게임 포털 업체들도 퀄리티 높은 모바일 소셜게임 발굴을 위해 많은 리소스를 투입하고 있다. 카카오톡 플랫폼에 모바일 소셜게임을 공급하는 위메이드 엔터테인먼트 역시 최근에 공격적인 개발사 인수를 통해 적극적으로 모바일 소셜게임 확보에 나서고 있다.

이렇듯 대부분의 게임 업체들이 모바일 소셜게임 시장에서 치열한 경쟁을 하면서 자연스럽게 PC 기반 MMORPG의 우수한 개발력이 모바일게임 쪽으로 이식되어 예전의 모바일 환경에서는 상상하지 못한 고퀄리티 모바일 소셜게임이 등장할 것으로 기대된다. 이는 곧 모바일 게임시장의 성장속도를 더욱 가속시킬 전망이다. 일부에서는 이미 모바일 소셜게임 시장이 레드 오션화되고 있다고 주장하지만 여전히 모바일 게임시장은 상대적으로 소규모의 중소 게임 업체가 도전해 볼 수 있는 매력적인 시장이다. 그렇기 때문에 현재의 PC 기반 소셜게임 시장이 크게 성장하지 못하고 주춤한 상태라고 판단한 많은 업체들이 PC 기반 소셜게임 개발을 포기한 채 모바일 게임시장으로 뛰어들고 있다. 다만, 모바일 소셜게임 시장에 대한 충분한 사전 준비 없이 진입하게 될 경우, 갈수록 치열해지는 경쟁에서 살아남기 어렵다는 점을 명확히 인식하고, 온라인게임에서와 마찬가지로 차별화된 기획력, 스마트폰 환경에서의 안정적인 기술 우위를 확보하는 것이 대단히 중요하다. 또한, 기존의 중, 대형 온라인 게임 업체의 경우에는 공격적인 외부 스튜디오 인수와 내부 조직의 모바일 조직 개편 등으로 야기될 수 있는 조직의 비효율화를 방지하기 위한 새로운 관리 시스템에 대해 고민할 필요가 있다.

모바일 소셜게임 시장이 급성장하고 있기 때문에 PC 기반 소셜게임 시장이 주춤할 필요는 없다. 페이스북의 폭발적인 성장은 비게이머(기존에 게임을 즐겨 하지 않는 이용자 층)들을 게이머로 흡수하면서 가능했지만, 아직 국내 소셜게임 이용자들은 비게이머 층보다는 기존에 게임을 즐기던 이용자층이 대부분이다. 국내의 PC 기반 소셜게임 플랫폼은 포털에 의존적인 구조이기 때문에, 사업자들은 보다 공격적이고 효율적인 방법으로 자신들의 플랫폼을 홍보하고, 기술적으로는 전체 포털 이용자층을 의미 있는 소셜 그래프로 활용할 수 있는 방법을 제시하고, 정책적인 측면에서는 지나친 사행성, 선정성, 폭력성이 없는 게임에 한해서 청소년 이용불가 게임이라 하더라도 서비스를 가능하게 함으로써 구매력과 구전력이 높은 이용자 층을 확보하기 위해 노력해야 하겠다. 게임을 제공하는 업체 입장에서는 PC 환경과 모바일 환경에 대한 정확한 이해를 바탕으로 PC/모바일/유무선연동 등의 방향성을 결정한 뒤, 안정적이고 퀄리티 높은 게임 공급을 위해 노력해야 할 것이다. 마지막으로, 게임의 부정적인 영향에 초점을 둔 정부 규제가 늘어나는 요즘, 친구와 함께 즐기는 소셜게임이 사회, 문화에 미치는 긍정적 가치에 대한 연구가 체계적으로 이루어져야 할 것이다.