안녕하십니까

게임의 가치라는 이름으로 발표를 하게 된 정재호 라고 합니다. 반갑습니다.

처음은 목차에 대해 설명하는 장입니다.

오늘 알아볼 내용으로 한국게임의 발전과정, 게임에서 파생된 특유의 문화와 게임으로 얻은 경제적 수입, 사회의 인식을 알아보고 기업들이 인식개선을 위해 어떤 노력을 하는지 알아보는 시간으로 준비했습니다.

먼저 한국 게임시장의 발전 과정입니다.

과거에는 우리나라도 유럽과 일본과 같이 콘솔 게임 체제의 게임사가 주를 이루었는데 무슨 이유로 온라인 게임시장으로 성장했는지 간단하게 알아보겠습니다.

현대 사회는 저작권은 제작자의 권리를 지켜줄 수 있는 좋은 방어구가 되었습니다. 하지만 이전에는 그런 기능을 할 수없었던 시절이 있었습니다. 당나귀, 소리바다 와 같이 p2p싸이트가 성행했고 저작권 침해에 대해 걱정하던 사람도 없었습니다. 주위에서 다 하니까 나도 한다는 식의 불법 복제가 성행 했었습니다.

그런 90년대에 한 유명 게임 전문 잡지사에서 판매량을 늘리기 위해 획기적인 방식을 기획하게 된 것입니다. 잡지를 출판할 때 과거 인기 있었던 게임 cd를 끼워서 팔면 게이머들이 cd를 갖기 위해서라도 잡지를 살것이라고 생각한 것입니다. 그 아이디어는 대박이 납니다. 출시한지 2년에서 3년이 지난 게임을 잡지에 끼워 팔아버리니 처음에는 cd보다는 잡지의 내용을 원하는 사람이 주를 이뤘었습니다. 문제는 이 방식에 경쟁이 붙기시작하면서 생겼습니다. 너도 나도 cd를 끼워 팔다가 얼마 안가 출시된지 1주일도 채 되지 않는 신작을 잡지에 끼워 팔기 시작했었습니다. 그리고 해당 달월의 내용과 관련성이 없는 게임을 끼워 팔기도 했고 처음에는 cd한장으로 시작해 2장 3상으로 늘어나기 시작했었습니다. 자연 스럽게 게이머들 사이에서는 정발 cd를 사는 것 보다 잡지에 게임이 동봉되 판매되는 것을 기대리게 되었고 그 행위가 개발사의 매출 저조로 이어 갔습니다. 마지막 까지 뚝심있게 버티던 중소 개발사도 억지로 출시를 해보았지만 추자금 회수를 할 수없어 결국 파산을 하는 경우도 있었습니다. 이렇게 한국의 게임 시장의 경재가 잡지사들의 안일한 독자 몰이로 파산 직전 까지 가게 됩니다. 그래도 죽으라는 법은 없습니다. 개발사들은 초기의 개발 방향을 틀어 pc온라인게임을 개발하기 시작한 회사들도 존제했습니다.

pc게임은 이때까지 제대로 개척하지 않은 미지의 땅이었습니다. 아무도 성공여부를 장담 할수 없었습니다. 잘못하면 투자금도 회수하지 못할 상황에 뚝심있게 묵묵히 개발해나가던 회사들이 있었습니다. 지금 그회사들은 우리가 이야기하는 대기업 게임 개발사 입니다. 생각외로 유저들의 평가는 성공적이었습니다. 정기 결제 시스템을 사용했음에도 유저의 유입은 시간이 지날수록