

제 1 장

게임콘텐츠 개발 동향과 전망

제 1 절 게임콘텐츠 동향

1. 게임콘텐츠 전체 동향

대학교수들은 2006년의 키워드로 ‘밀운불우(密雲不雨)’를 꼽았지만 2006년 게임업계는 오히려 ‘밀운폭우(密雲暴雨)’였다고 할 수 있다. ‘온라인게임 명의로용 사태’에다 ‘바다이야기’로 촉발된 사행성 게임물 문제로 인해 한국 게임산업으로서 2006년이 다시는 생각하고 싶지 않은 해로 기억될 것 같다.

한편으로는 더 늦기 전에 게임과 사행성 도박물에 대한 개념을 명확히 하는 ‘옥석 가리기’가 됐다는 평가와 함께, 혹독한 성장통을 겪은 후 2007년에는 다시 고도 성장을 이어갈 수 있다는 기대감을 갖게 하는 한 해로 기록됐다. 또, 게임산업의 외연이 넓어지면서 쌓이기 시작했던 문제점들이 산업 자체가 버텨낼 수 있는 내성을 가진 상태에서 터졌기 때문에 그나마 다행이라는 평가를 받기도 했다.

2006년 게임콘텐츠 개발 동향은 전반적으로 게임업계가 침체된 가운데 2005년보다 성장세가 다소 둔화된 것으로 보인다.

영상물등급위원회(이하, 영등위)와 게임물등급위원회(이하, 게임위)의 자료에 따르면 PC 및 비디오게임은 2006년 395개의 게임이 등급심의의를 받았다. 온라인게임 242개, 모바일게임 818개, 아케이드게임 701개로 총 2,156개의 게임이 등급심의의를 받아 2005년 3,653개에 비해 40% 이상 감소세를 기록했다. 이는 2004년 2,159개보다도 적은 수치로, 10월에 영등위에서 게임위로 업무가 이관되면서 공백이 있었다는 점을 감안하더라도 전반적으로 감소세가 뚜렷했다.

PC 및 비디오게임은 2004년에 비해 2005년 22% 성장을 기록하며 불황의 그늘을 벗어나는 모습을 보였지만 2006년에는 다시 30% 이상 하락하였다. 플레이스테이션의 경우 PS2에서 PS3로 플랫폼 변경이 진행되면서 출시 타이틀이 줄어든 반면, Xbox360은 본격적인 타이틀 출시 러시가 이뤄졌다. PSP 등 휴대용 게임기의 타이틀 출시는 지속적인 성장세를 보였다.

온라인게임은 2005년 등급심의의를 받은 게임이 319개로 전년에 비해 50% 이상 감소세를



나타냈지만, 2006년에는 이보다 20% 이상 더 줄어든 242개가 등급심의를 받으며 지속적인 하락세를 보였다. 무분별한 개발보다는 선택과 집중이라는 측면이 있었지만, 기대를 모으며 출시됐던 대형 게임사들의 MMORPG가 큰 수익을 내지 못하자 이후 신작들이 제대로 출시되지 못했고, 2005년에 붐을 이뤘던 캐주얼 게임의 개발이 줄어든 데다, 2006년 독일월드컵을 겨냥해 축구 게임 붐이 일어났지만 정작 시장에 제대로 선을 보인 게임은 거의 없는 등 다양한 요인 때문인 것으로 분석된다.

2005년까지 지속적인 성장세를 기록했던 모바일게임 역시 1,300개에서 2006년 818개로 급전직하하면서 힘든 한 해를 보냈다. 모바일게임의 하드웨어인 휴대폰의 성능은 비약적으로 향상됐지만, 휴대용 게임기 시장의 급성장으로 SKT의 'GXG'나 KTF의 '지팡' 등 국내 대표 이동통신사들의 3D 모바일게임 서비스가 한계에 부딪히게 되었다. 이로 인해 차례로 고사양 프리미엄 게임쪽으로 사업 방향을 바꾸면서 등 급심의를 받는 게임이 더욱 줄어들게 됐다.

아케이드게임은 2005년에 비해 50% 이상 감소하며 '바다이야기'의 직격탄을 맞고 말았다.

이처럼 2006년의 게임시장은 명의도용 사태나 사행성 게임기 파문 등으로 전체적인 플랫폼이 대폭 감소세를 보이며 위축된 모습을 보였다. 그러나 더 큰 산업구조로 나아가기 위한 성장통이었다는 평가와 함께 사행성 도박물과 아케이드게임을 명확히 구별할 수 있는 좋은 계기가 마련되기도 했다.

여기에서 역설적이게도 사행성 게임 파문으로 한국 게임산업의 위상에 대해 다시 한번 각

인시키는 기회가 됐으며 '게임산업진흥에 관한 법률'이 국회를 통과했고, 게임에 대한 명확한 기준을 가리는 '게임물등급위원회'가 출범하는 등 다시 고도 성장을 이어갈 수 있다는 기대감을 갖게 하는 한 해로 기록될 것이다.

(1) 게임 소재의 다양화

2005년은 캐주얼 게임이 대세를 이뤘지만 소재는 제한적이었다. 2006년에는 레이싱 게임류뿐만 아니라 다양한 스포츠 게임이 출시됐고, MMORPG의 경우에도 새로운 시도가 엿보이는 등 게임성이나 다양성 측면에서 한 단계 성장한 모습을 보였다.

2005년 큰 인기를 끌었던 '카트라이더'를 잇는 레이싱 게임으로 네오위즈의 '레이시티'와 'XLI', NHN의 '스키드러쉬' 등이 출시됐다. 기존 만화풍의 레이싱 게임에서 한 단계 성장, 실사 그래픽과 RPG요소를 도입하는 등 한층 성장한 모습을 보였다.

2006년 독일월드컵에 착안, 축구 게임을 중심으로 한 스포츠 게임도 붐몰을 이뤘다. 'FIFA온라인'을 선두로 '레드카드', '익스트림 사커', '폴타임', '킥오프', '아트사커' 등 10여 개의 축구 게임이 속속 발표되며 큰 기대를 모았지만 정작 'FIFA온라인'을 제외하고는 제대로 게임을 출시하지 못하고 소문난 잔치에 그치고 말았다는 평가를 받았다.

대신 길거리 농구 게임 '프리스타일'에 자극을 받은 '마구마구' 등 야구 게임이나 피구 게임 '쏘구피구', '라이딩스타', '크리스탈 보더'와 같이 레이싱과 스노보드를 합친 퓨전 레이싱 게임 등 다양한 온라인 스포츠 게임이 선을



보였다. ‘프리스타일’ 역시 기존의 3대3 반코트 방식에서 5대5의 풀코트 방식으로 진화하기도 했다.

비디오게임도 예외가 아니어서 테니스 게임인 ‘모두의 테니스’와 ‘탑스핀2’, 탁구를 소재로 한 ‘테이블 테니스’ 등이 가족 모두가 즐길 수 있는 스포츠 장르로 좋은 호응을 얻었다. 성인용인 ‘데드 오어 얼라이브-비치 발리볼’ 역시 비치발리볼과 제트스키 등이 혼합된 복합 스포츠 게임으로 인기를 끌었다.

‘피싱온’ 역시 낚시를 소재로 한 첫 온라인게임으로 새로운 장르 개척이라는 평가를 받았다.

MMORPG의 경우 연초부터 큰 기대를 모으며 ‘빅3’로 불렸던 ‘그라나도 에스파다’, ‘제라’, ‘썬’이 비록 흥행에는 실패했지만 나름대로 새로운 시도를 선보이며 친편일률적인 RPG에서 탈피할 수 있는 단초를 제공했다.

국민게임의 자리를 이어받은 ‘스페셜포스’가 퍼블리셔와 개발사의 갈등으로 주춤거리는 사이, ‘서든어택’이 그 자리를 메우며 FPS게임이 2년 연속 인기 장르로 자리매김하는 데 중요한 역할을 했고, 이는 2007년 FPS게임 개발 붐물로 이어졌다.

한편, 캐주얼 게임에서 시작된 부분유료화 방식이 대세가 되면서 MMORPG도 대부분 이 방식을 채택하게 됐다. 이로 인해, 한국에서 어떤 게임이든 정액제 방식은 더이상 존재하기 힘든 것 아니냐는 비판론이 퍼지게 되면서 향후 RPG의 밸런싱 유지가 큰 과제로 떠오르게 됐다.

(2) 게임의 전문화와 법제화

‘바다이야기’로 촉발된 사행성 게임 파문은

역설적이게도 게임의 전문화와 법제화에 대한 필요성을 더욱 절실하게 만들었고, 결과적으로 이를 촉진시켰다.

사행성을 막기 위해 정했던 기준을 비롯 불법 개·변조된 ‘기기들’이 ‘게임’으로 포장돼 온 나라를 휘젓고 다니는 사이 한국을 대표하는 미래 성장동력 엔진이자 문화콘텐츠 수출의 역군으로 각광받았던 한국 게임산업은 어느새 ‘사회악’으로 전락돼 국민들의 질타를 한 몸에 받고 말았다.

하지만 게임이 국민적인 관심사로 떠오르면서 헌정 사상 최초로 게임산업 육성에 초점을 맞춘 ‘게임산업진흥에 관한 법률’이 국회를 통과했고, 게임 등급 분류를 전문적으로 하는 ‘게임물등급위원회’가 기존의 영상물등급위원회를 대신해 2006년 10월 말부터 출범하는 등 향후 게임에 대한 명확한 기준이 확립되고 책임 있는 법 집행이 가능하게 된 계기 역시 마련된 한 해였다.

2. PC게임 및 비디오게임

2005년 다양한 콘텐츠의 발굴과 새로운 플랫폼의 발대로 전반적으로 회복세를 보였던 PC 및 비디오게임 등 패키지 게임은 2006년에 또 다시 하락세를 보였다. 등급심의를 받은 게임 타이틀 수는 30.0% 이상 하락했고, 판매량에서는 50.0% 이상 감소한 것으로 나타났다. 그나마 비디오게임은 마이크로소프트사의 Xbox360 타이틀이 본격 출시되면서 선전했지만 PS2에 비해 보급률이 현저히 낮은 상태였기 때문에 시장에서 큰 영향력을 발휘하지 못했다. PS2는 차



세대 게임기인 PS3로 넘어가는 과정이라 이 역시 예년에 비해 타이틀 출시가 줄어들고 말았다.

하지만 2007년에는 닌텐도의 휴대용 게임기 NDS Lite가 국내에 정식 발매되고, 소니컴퓨터엔터테인먼트의 PS3, 닌텐도의 Wii 등 Xbox360과 경합을 벌이고 있는 차세대 게임기들이 차례로 국내에 정식 출시됨에 따라 비디오 게임 시장이 다시 불붙을 수 있는 계기가 마련될 전망이다.

이에 반해, PC게임은 해마다 시장 규모가 50~60% 이상 급감하고 있어, 새로운 유통 패러다임이나 이를 반전시킬만한 킬러 콘텐츠가 나오지 않는 한 어려움을 면치 못할 것으로 보인다. 그나마 2005년은 성인콘텐츠를 발굴하고 패키지 형식이 아닌 다운로드를 하는 GOD(Game on Demand) 방식을 도입, 좋은 반응을 얻었지만 2006년은 'FIFA07'이나 '삼국지11', '배틀필드2142' 등 기존 시리즈물을 제외하고는 의미 있는 판매량을 기록하지 못하여 암울한 전망을 드러냈다.

(1) PC게임

2006년 국내 PC게임 시장은 극심한 판매량 부진으로 의미있는 분석을 내리기도 어려울 정도다. 수천장은 고사하고 수백장도 팔기 힘든 상황에서 기존 대형 유통사의 라이선스물이나 시리즈물을 제외하고는 중소 유통사들은 PC게임을 더이상 출시하지 못하는 악순환의 고리가 이어지고 있다.

국내 개발사는 그나마 매년 1~2개의 게임을 발매하며 명맥을 유지했지만 2006년 대한민국 게임대상에서는 단 하나의 PC게임도 출품되지

못하는 비관적인 상황까지 이르렀다.

2006년에는 'FIFA 07', '삼국지 11', '심즈2 확장팩-팻츠', '2006 FIFA 월드컵', '배틀필드2142', '콜 오브 듀티2' 등 월드컵 붐에 편승한 축구 게임이나 전략 게임, 국내 온라인게임 부문에서도 인기 장르로 떠오른 FPS 게임 등이 유저들의 사랑을 받으며 PC게임 시장의 명맥을 유지했다.

이밖에 전략과 RPG를 절묘하게 조합한 '히어로즈 오브 마이트 앤 매직5'도 시리즈 최초로 3D로 제작됐고, 온라인 멀티플레이가 강화되면서 기대 이상의 성과를 나타냈다. 또 판타지 영화를 게임으로 만든 '나니아 연대기', '반지의 제왕 중간계 전투2' 등의 크로스오버 작품이 선을 보이기도 했다.

하지만, PC패키지게임의 대명사인 '스타크래프트'나 '워크래프트' 등이 여전히 인기 상위권을 차지했던 것은 많은 시사점을 남긴다. 아무리 불황이라도 명작은 지속적인 생명력을 유지한다는 것을 증명하지만, 이 정도 수준의 킬러 콘텐츠가 지속적으로 발매되지 않을 경우 국내 PC게임 시장의 규모는 지속적으로 줄어들 수밖에 없다는 냉혹한 현실을 보여주고 있다.

한편, 2005년에 본격적으로 시작된 온라인 플랫폼과의 크로스오버는 2006년에도 지속되었다.

특히, 성인용게임 판매방식은 주로 온라인에서 요금을 지불하고 게임을 다운로드 받는 GOD 방식이 활용됐다. '리얼라이즈미', '부킹 파라다이스', '아르카나', '프린세스 메이커4', '투바이포' 등이 온라인 다운로드로 판매되며 PC게임 판매의 새로운 트렌드를 주도했다.

(2) 비디오게임

판매량 급감은 비디오게임도 예외가 아니다. Xbox360의 타이틀이 대거 출시됐음에도 낮은 보급률로 인해 한계를 드러냈고, PS2 타이틀의 감소 역시 영향을 미쳤다. 여기에서 2005년 패키지게임 시장을 이끌었던 PSP 등 휴대용 게임기의 타이틀 역시 다양하게 한글화되어 국내에 발매됐음에도 불구하고, 불법복제물이 나타나기 시작하며 판매에 큰 악재가 됐다. 하지만, SCE(소니 컴퓨터엔터테인먼트)는 지속적인 펌웨어 업그레이드를 통해 대응, 불법복제 문제를 어느 정도 해소해 나가고 있다.

리듬액션 게임과 대전 게임, RPG 게임, 스포츠 게임 등이 고르게 인기를 모았다. 2006년 가장 화제를 모은 타이틀은 국산 리듬액션 게임인 'DJ MAX'를 PSP 버전으로 옮긴 'DJ MAX 포터블'이었다. 음악을 들으면서 게임을 즐긴다는 컨셉과 휴대용 게임기에 최적화시킨 조작체계, 이동성 등이 완벽한 조화를 이루며 국내에서만 5만장 판매라는 경이적인 수치를 기록하기도 했다.

이밖에 PSP에서는 게임기의 그래픽 기능을 최대한으로 활용했다는 평가를 얻은 3D 액션 게임 '철권-다크 리서렉션', '진삼국무쌍 세컨드 에볼루션', '스맥다운 VS RAW 2006' 등이 큰 인기를 모았다.

Xbox360의 경우 2006년 국내에 본격적으로 보급되면서 기존 Xbox의 가장 큰 단점이었던 타이틀 부족을 만회하려는 듯 해외 유명 게임들을 대거 한글화해 보급했다. 가장 높은 판매량을 기록한 타이틀은 역시 '시스템 셀러'라 할 수 있는 '데드 오어 얼라이브(DOA)' 시리즈였다.

여성들의 파워풀한 격투신이 인상적인 'DOA4'뿐만 아니라 비치 발리볼과 체트스키에다 카지노 시스템까지 도입하는 등 본격 성인물을 표방한 'DOA 익스트림2'가 화제를 모았다. 의미있는 작품으로는 국내 개발사인 판타그램이 마이크로소프트의 퍼스트 파티로 참여해 만든 'N3(나인티 나인 나이즈3)'이다. 2006년 대한민국 게임대상에서 PC·비디오게임 부문 우수상을 수상하기도 한 'N3'는 '킹덤 언더 파이어' 시리즈를 제작한 판타그램이 일본의 유명 개발자 미즈구치 테츠야와 공동 개발한 액션 게임으로 한국 콘솔게임의 자존심을 지키며 판매량에서도 좋은 반응을 얻었다.

이밖에 게임대상에서 외산 게임 부문 인기상을 받은 '기어스 오브 워'는 연말에 출시됐음에도 불구하고 차세대 게임기의 그래픽 기능을 최대한 활용한 엄청난 그래픽과 장애물을 이용한 회피기동 등 혁신적인 시스템 등으로 Xbox360 게임기 판매를 견인할 정도로 폭발적인 반응을 얻었다. 그동안 PS2의 전용 게임이었던 '위닝일레븐'이 Xbox360 버전으로 나온 것도 획기적인 뉴스였다. 가족 모두 즐길 수 있는 '비바 피냐타' 역시 좋은 반응을 얻었다.

PS2는 '위닝일레븐 9LE', '위닝일레븐 10' 등 '부동의 시스템 셀러'인 축구 게임 위닝일레븐 시리즈가 타이틀 판매를 주도했다. 특히, 2006년에는 LE(라이브웨어 에볼루션) 버전을 통해 시리즈 최초로 온라인 서비스를 선보였고, 독일월드컵 기간 중 10편이 발매돼 월드컵의 열기를 그대로 게임으로 끌어들이었다.

'철권5'나 '그란투리스모4' 등 격투나 레이싱 게임뿐만 아니라 '진삼국무쌍4' 시리즈도



여전히 강세를 나타냈다.

2006년 국내에서는 PSP가 우위였지만 세계적으로는 닌텐도의 NDS(NDS Lite 포함)가 강세를 보였다. 대원씨아이가 국내에 보급한 NDS 타이틀 가운데 가장 큰 호응을 얻었던 ‘뉴 슈퍼마리오 브라더스’는 액션과 퍼즐 요소를 적절히 조합, 원조 슈퍼마리오의 명성을 그대로 계승하기도 했다.

한편, 2006년은 Xbox360을 시작으로 블루레이 디스크와 셀칩 등을 장착한 소니의 차세대 게임기 PS3가 11월 출시되는데 이어 닌텐도의 체감형 게임기 Wii가 연이어 출시되며 본격적인 차세대 게임기 쟁탈전이 시작됐다.

하지만, 소니가 PS3의 비싼 원가와 함께 부품을 제때에 공급하지 못하는 악재로 출시 처음부터 물량을 집중하지 못했고 유럽과 한국에서 2007년 중 시판을 결정하는 등 초기의 폭발적인 수요를 제대로 이어나가지 못했다. 반면, 닌텐도는 타 게임기의 반값 정도의 가격에다 컨트롤러를 가지고 다양한 조작을 할 수 있는 체감형 게임기를 선보이며 높은 판매량을 보였다.

따라서, 3개 게임기가 한국에 본격적으로 출시되고, 닌텐도가 설립한 한국 닌텐도가 본격적으로 활동하는 2007년에는 비디오게임 시장이 2006년보다는 분명 성장할 것이라는 기대를 낳고 있다.

3. 온라인게임

2000년 이후 한국 게임산업 발전을 주도해 온 온라인게임이 2006년에는 주춤거리는 모습을 보였다.

선택과 집중이라는 측면이 있기는 하지만 2005년보다 등급심의를 받은 게임의 수가 20% 이상 감소했으며, 게임물등급위원회로 업무가 이관되면서 생긴 공백, 사행성 게임 파문에서 비롯된 게임 출시의 연기, 연초부터 큰 기대를 모았던 MMORPG의 연이은 흥행 실패에 따른 전반적인 시장의 위축, 월드오브워크래프트를 위시로 한 외산 게임의 공세, 2005년 봄을 이뤘던 캐주얼 게임의 약세, 온라인게임 명의도용 문제 등 여러가지 요인이 작용했다.

또한, 독일월드컵을 겨냥했던 축구 게임들이 제대로 선도 보이지 못한 채 쓰러져 갔고, 흥행에 성공한 게임에 대한 유저들의 쓸림 현상이 심해짐에 따라 ‘중박’ 정도의 게임이 거의 없었다는 점, 외산 게임 등으로 인해 유저들의 눈높이는 높아졌음에도 이를 받쳐주지 못하는 게임성, 경기가 좀처럼 회복되지 못함에 따라 게임에 대한 지불 능력이 떨어진 점도 악재로 작용했다.

하지만, 기존 핵앤슬래시(hack and slash : 괴물을 때려잡아 아이템, 경험치를 얻는 방식) MMORPG를 탈피한 다양한 스타일의 블록버스터급 MMORPG가 등장했고, 게임의 소재가 계속 다양해졌으며, 기존 ‘스페셜포스’의 아성을 무너뜨린 새로운 FPS 게임 ‘서든어택’이 혜성처럼 등장, 인기 장르로 확고히 정착하기도 했다.

여기에서 기존 ‘라그나로크’와 ‘RF온라인’에 이어 국내외에서 지속적인 인기를 모으고 있는 리듬액션 게임 ‘오디션’이 10개국 이상에 수출되는 성과를 보이는 등 ‘게임 코리아’의 수출 외연이 지속적으로 확장되는 성과를 거두기도 했다.

(1) 아쉬운 흥행성적을 보인 MMORPG

다른 어느 게임보다 관심을 모았던 게임은 한국을 대표하는 장르인 블록버스터급 MMORPG였다. ‘그라나도 에스파다’, ‘제라’, ‘썬(Soul of the Ultimate Nation)’ 등은 3년 안팎의 개발기간에다 100억원대의 개발비 투입, 유명 개발자들의 합류 등으로 연초부터 이들의 파워 싸움에 잔뜩 기대가 모아졌지만 유저들의 요구에 부흥하지 못하고 흥행면에서도 아쉬움만 남기고 말았다.

하지만, 나름대로 새로운 시도를 선보이며 핵앤슬래시 방식의 천편일률적인 RPG에서 탈피할 수 있는 계기가 마련됐다.

‘그라나도 에스파다’는 성급한 서비스 탓에 콘텐츠 부족을 드러내기도 했지만, 3개의 캐릭터를 한 명의 게이머가 조작하는 독특한 전투 시스템과 중세 유럽에서 착안한 화려한 그래픽, 완성도 높은 음악으로 콘솔게임에 버금가는 게임성을 자랑한 데다 높은 해외 수출 실적 등으로 대한민국 게임대상에서 대상을 수상하기도 했다. 하지만 17~18세기의 시대적인 역사적 고증이 부족했다는 아쉬움을 드러내기도 했다.

‘그라나도 에스파다’는 결국 정액제를 포기하고 부분유료화로 전환, 신규 유저 창출과 수익면에서는 증가세를 보였지만 향후 출시되는 게임들에 큰 부담을 남겨주게 됐다. ‘썬’ 역시 부분유료화를 단행하며 활발한 해외 판권 판매를 진행중이고, ‘제라’도 대형 업데이트 이후, 일본 진출을 준비하는 등 현재보다 나은 미래를 위해 땀 준비를 하고 있다.

이에 반해 ‘R2’의 경우 정액제를 성공시켰고 일정 기간 모든 유저가 참여할 수 있는 공성전

을 채택하는 등 흥행면에서는 ‘빅3’를 압도했지만, 기존 ‘리니지’류의 아류작이라는 비난을 받았다.

(2) FPS 게임, 이제는 대세

2005년 봇물을 이뤘던 캐주얼 게임이 2006년에는 전반적으로 퇴조를 보인 가운데 FPS게임이 인기 장르로서의 지위를 확고히 했다.

국민 게임이라 불렀던 ‘카트라이더’의 뒤를 이어 ‘스페셜포스’가 1년 넘게 온라인게임 인기 순위 1위를 확고히 지켰었지만 개발사와 퍼블리셔 간에 계약 관계를 두고 주춤거리는 사이 동시접속자수가 18만명에 육박한 또 하나의 FPS게임 ‘서든어택’에 그 자리를 물려주고 말았다.

‘서든어택’은 타격감과 사실감을 높이는데 중점을 두는 등 FPS 게임 본질에 충실했고, 비공개 시범서비스 때부터 클랜 대항 대회를 개최하는 등 클랜들에게 어필하며 ‘스페셜포스’의 아성을 무너뜨렸다.

어쨌든 2년 연속 두 게임의 1위 수성으로 국내 온라인게임 시장에서 MMORPG, 캐주얼, 스포츠 등에 이어 FPS 게임 장르가 최근의 대세임을 다시 한번 입증시키는 동시에 더 이상 한국의 게임이용자들이 MMORPG에만 치중돼 있지 않다는 점이 명확해졌다. 이는 2007년 FPS 게임 개발 봇물로 이어질 전망이다.

(3) 스포츠 게임의 인기 지속

캐주얼 장르는 퇴색했지만 직관적인 인터페이스와 소재의 친근성 등으로 2004년부터 계속된 스포츠 게임의 인기는 계속됐다.



독일월드컵으로 인해 ‘FIFA온라인’을 선두로 ‘레드카드’, ‘익스트림 사커’, ‘폴타임’, ‘킥오프’, ‘아트사커’ 등 10여개의 축구나 풋살 게임이 속속 모습을 드러냈지만 ‘FIFA온라인’을 제외하고는 제대로 게임을 출시하지 못하고 말았다. 한편, ‘FIFA온라인’은 기존 EA의 ‘FIFA 시리즈’라는 우수 콘텐츠를 국산 기술로 온라인화하는데 성공, 향후 해외의 유명 콘텐츠의 온라인화를 가속시키는데 초석이 될 것으로 보인다. 하지만 수익성 측면에서는 뚜렷한 성과를 내지 못하며, 기존의 콘솔 콘텐츠를 과연 어떻게 상용화시켜야 수익을 낼 수 있을 것인가 하는 과제를 남겼다. 이밖에, 작품성이나 흥행성 면에서 2005년 큰 성공을 거둔 길거리 농구 게임 ‘프리스타일’은 5대5 방식으로 진화했고, ‘마구마구’ 등 야구 게임이나 피구 게임 ‘쏘구 피구’, ‘라이딩스타’, ‘크리스탈 보더’와 같이 레이싱과 스노보드를 합친 퓨전 레이싱 게임 등 다양한 온라인 스포츠 게임도 속속 등장했다.

하지만, 2005년 개발돼 2006년 흥행 여부를 타진했던 ‘잼블턴’이나 ‘러브포티’, ‘스매쉬스타’ 등 테니스 게임들은 서비스가 종료되거나 서버만 유지되는 등 동종 스포츠 게임 내에서의 경쟁뿐만 아니라 다른 장르와의 경쟁에서 뒤처지며 흥행 측면에서 한계를 보이는 등 향후 수익 모델에 대한 과제를 남기고 말았다.

(4) 외산 게임의 본격 공략

2005년부터 국내 서비스를 시작한 블리자드의 ‘월드 오브 워크래프트’는 2006년에도 국내 게임사들에게는 부러움과 질시의 대상이었다. MMORPG에 관한 한 세계 최고임을 자부

하던 한국의 자존심과 국내에서는 외산 온라인 게임이 결코 성공하지 못한다는 징크스를 깨고 훌륭한 게임이라면 유저들은 더이상 게임의 국적을 따지지 않는다는 냉혹한 교훈을 던져주기도 했다.

‘월드 오브 워크래프트’의 성공 이후 외산 게임의 한국 진출이 본격화됐다는 점에도 불구하고 이를 뛰어넘기는커녕 제대로 된 서비스조차 하지 못한다는 점을 감안해 볼 때 ‘월드 오브 워크래프트’의 경쟁력에 대해 다시 한번 생각해 보게 된다.

‘대항해시대 온라인’이 실패한데 이어 ‘에버퀘스트2’가 부실한 한글화와 불안한 게임 안정성으로 고전하는 등 결국 현지화에 실패하며 3월 결국 서비스를 종료하고 말았다. 이런 만만찮은 국내 상황에도 불구하고 ‘던전앤드래곤 온라인’이 연말부터 서비스를 시작하는 등 외산 게임의 공략은 계속되고 있다.

네오위즈가 ‘FIFA온라인’을 시작으로 EA와 본격적인 제휴 관계를 시작했고, 컴투스와의 엔도어즈, 그리곤 등 국내 대표 개발사에 대한 해외 게임 관련사들의 직접 투자가 이뤄지는 등 외국 게임 콘텐츠와 자본, 기술력의 유입은 거스를 수 없는 대세가 되고 있다.

중국을 포함한 아시아 진출의 전초 기지로 세계 최고의 온라인게임 ‘테스트베드’인 한국을 활용하려는 해외 대형 게임사들의 활발한 진출은 국내 게임사들에 분명 큰 위협 요소가 되기도 하지만 국내 개발자들이 공공연히 ‘월드 오브 워크래프트’의 수준을 뛰어넘는 게임을 개발하겠다고 확고한 목표 의식을 가지는 것처럼 치열한 세계 시장에서 살아남기 위한

경쟁력과 체질을 강화시키는데 좋은 기회가 될 전망이다.

(5) 게임 코리아, 세계로 세계로

한국 문화 콘텐츠 수출액의 70%에 육박하는 게임 수출은 2006년에도 활발히 진행됐다. 5월 세계 최대 게임쇼인 미국 E3에서 수출 상담 1억 2,000만달러를 기록한 데 이어, 국내 최대 게임쇼인 지스타와 연계해 개최된 '2006 글로벌 게임퍼블리셔 초청 수출 상담회'에서 상담건수 1,090건에 상담 실적 2억9,000만달러에 이르는 성과를 거뒀다. 또 '아케이드게임 바이어 초청 수출상담회'에서도 현장 계약 1,450만달러라는 기록을 세우기도 했다. 상담 실적과 실제 수출액은 차이가 나겠지만 포화 상태에 이르렀다는 국내 시장을 벗어나 외국에서 돌파구를 마련해야 하는 국내 게임사들에 분명 고무적인 일이 아닐 수 없다.

개별 기업으로 살펴보면 '라그나로크', 'RF 온라인' 등 세계 50개국 이상에 수출된 게임에다 일본에서 대박을 터뜨린 '붉은 보석' 등에 이어 '오디션'이 중국과 대만을 비롯, 태국, 베트남, 싱가포르, 말레이시아, 일본 등 아시아와 미국, 브라질 등 아메리카 대륙에 수출되며 게임 한국을 알리고 있다. '오디션'은 2006년 3분기까지 로열티 수입만 1,100만달러에 이르렀다.

이밖에 '헬게이트:런던'은 중국과 온라인게임 사상 최대인 3,500만달러에 수출 계약을 맺었고, '샤인 온라인'은 일본과 중국에, '라펠즈'는 일본과 미국에, '익스트림 사커'는 베트남에 수출하는 등 활발한 해외 진출이 이뤄졌다. 또 '실크로드 온라인' 등의 게임은 글로벌

서버가 운영되면서 굳이 수출 계약을 맺지 않더라도, 해외 유저들을 끌어들이는 효과를 보고 있다. 2007년에는 '라그나로크2', '프리스톤 테일2' 등 전작을 이어서 해외에 진출할 수 있는 게임이 대거 출시되기 때문에 게임 코리아의 수출 규모는 더욱 늘어날 것으로 기대된다.

4. 포털 게임

게임 포털사이트는 온라인게임을 즐기는 관문이라는 측면에서, 그리고 온라인게임으로서 게임포털에 있는 사용자층을 기반으로 유저 유입이 손쉽다는 측면에서 상생의 관계라 할 수 있다. 특히 2006년에는 게임포털을 통해 서비스하는 게임의 인기 여부에 따라 포털의 순위가 현격히 뒤바뀌는 양상을 보여줬다.

넷마블과 한게임, 피망, 넥슨닷컴이 전체 게임포털 방문자 가운데 88%정도의 점유율(랭킹닷컴 기준)을 기록하며 4강 체계를 굳게 구축하고 있는 가운데 연초까지 '카트라이더'와 '메이플 스토리' 등 캐주얼 게임을 중심으로 포털게임 방문자수에서 20% 초반대의 다른 사이트를 제치고 25%에 가까운 점유율로 굳건히 1위를 지키던 넥슨닷컴은 겨울 방학이 끝난 후 '카트라이더'의 주 유저층이 빠져 나간 데다 게임의 인기가 줄어들면서 20% 이하로 떨어지는 하락세를 나타내기 시작했다. 넥슨닷컴은 이후 12~19%의 점유율 사이를 오락가락하면서 4위권을 벗어나지 못하고 있다.

가장 많은 성장세를 보인 게임포털은 역시 '서든어택'을 서비스하고 있는 넷마블이다. 2위 자리를 지키다가 2월 넥슨닷컴과 자리를 맞바



뀌 점유율 1위로 떠오른 후 지속적인 동접자수 성장세를 보인 '서든어택'과 동반 상승하며 23~30%의 점유율로 7월을 제외하고는 내내 1위 자리를 고수했다. 일 최대 방문자수가 180만 명에 이를 정도다.

2·3위권에서 주고받고 있는 피망과 한게임의 경우도 서비스하는 게임의 인기 여부에 직접적인 영향을 받았다. 피망은 '스페셜포스'와 함께 월드컵 특수에 따른 'FIFA온라인'의 인기로 7월에 무려 29%가 넘는 점유율로 게임포털 1위를 차지하기도 했다. 하지만 이후 두 게임의 하락세로 2~3위권을 오르내리고 있으며 고스톱이나 포커 등 웹보드 게임 부문에서 최다 이용자를 보유한 한게임은 특별히 유행을 타지 않는 안정적인 유저층에다 10월부터 선보인 'R2', '라이딩 스타', '스키드 러쉬' 등의 호조로 점진적인 성장세를 유지하고 있다.

이처럼 웹보드 게임을 중심으로 유저층을 확보해 온 게임포털들은 완성도 높은 중소 개발사의 게임을 서비스하는 퍼블리싱 사업이 빠른 속도로 성장함에 따라 기존 웹보드 게임보다는 퍼블리싱한 게임의 성공이나 인기 여부에 따라 브랜드 전체 경쟁력이 좌우되고 있는 상황이다.

또한, 게임을 퍼블리싱하면서 서비스 단계에서부터 글로벌 퍼블리싱을 염두에 두고 사업을 진행하는 경우가 많아졌다. 일본뿐만 아니라 미국 등에 지사 설립을 활발히 추진하는 이유도 바로 이 때문이다. 또한 게임포털에서 직접 서비스하지는 않더라도 유저 유입을 위해 활발한 채널링 계약도 진행되고 있다.

게임포털의 영향력이 높아지자 엔씨소프트는 '플레이엔씨'라는 게임포털을 만들었고, 그

라비티는 손노리와 함께 캐주얼 게임포털인 '스타이리아'를 런칭하기도 했다. 엔씨소프트의 경우 '플레이엔씨'에서 서비스를 하려던 게임들의 출시가 지속적으로 늦어지고는 있으나 게임포털이라는 새로운 영역에 박차를 가할 계획이다. 그라비티는 외국계 회사로 전환된 후 '스타이리아'와의 계약을 해제했다.

이처럼 신생 게임포털들은 커뮤니티와 인기 게임의 부족 등 기존 4대 업체의 벽을 넘기에는 어려운 상황이다. 하지만 '귀혼'과 '열혈강호 온라인' 등을 서비스하고 있는 엠게임이 '풍림 화산'이나 '홀릭' 등 2007년 기대작을 선보일 예정이고, 한빛소프트는 게임포털 '한빛온'을 통해 '헬게이트:런던'을 서비스하기 때문에 이 게임들의 성공 여부에 따라 기존 게임포털을 충분히 위협할 수 있을 것으로 기대된다.

5. 모바일게임

2005년 1,300개의 모바일게임이 등급심의를 받았으나 2006년에는 40% 가깝게 줄어든 818개만이 심의를 받은 것처럼 모바일게임은 비교적 힘든 한 해를 보냈다. 모바일게임의 하드웨어인 휴대전화 성능의 향상과 모바일 브로드밴드 네트워크 기술의 발전에 따라 모바일게임은 비약적으로 성장해 왔지만 2~3년간 지속된 시장 정체, 높아지는 개발비와 유저들의 요구, '자사매입'을 통한 수익의 악순환, 차별화 없는 게임, 300만명 정도에서 정체돼 있는 모바일게임 이용자 등 여전히 어려운 상황에 처해 있다.

여기에서 SKT나 KTF 등의 이동통신사에서 네트워크 서비스나 요금제 변경 등 새로운 게임

5

정책을 발표하고, 해외 유명 게임사들이 라이선스를 가진 킬러 콘텐츠로 국내 시장에 본격 진출하는 등 모바일게임업계는 큰 소용돌이에 휩싸이고 있다.

이른바, '모바일 빅3'로 불리는 컴투스, 게임빌, 넥슨모바일 가운데 2006년에는 컴투스의 독주가 눈에 띈다. '미니게임천국'에 이어 후속작인 '미니게임천국2'로 최단기간 100만 다운로드 기록을 갱신하기도 했고, '슈퍼 액션 히어로'로 2006년 디지털 콘텐츠 대상을 받는데 이어 세계 최초의 모바일 MMORPG '아이모'로 대한민국 게임대상 모바일부문 우수상을 수상하기도 했다. 특히, '아이모'는 게이머들의 대규모 실시간 접속이 가능하고, PC용 2D MMORPG 정도에 버금가는 그래픽으로 모바일게임의 수준을 한단계 업그레이드시켰다는 평가를 받았다.

게임빌은 인기 시리즈인 '프로야구 2007', 넥슨모바일은 '에픽크로니컬2', '삼국지 영웅전5', '서울타이쿤2' 등을 출시했다.

지오인터랙티브의 '스케쳐'와 같은 게임은 간단한 그래픽에다 6개 버튼을 누르는 특이한 시스템 등 모바일에 최적화된 게임이라는 평가를 받으며 국내외에서 큰 관심을 얻었다.

한편, SKT나 KTF 등이 한동안 의욕적으로 추진했던 'GXG'나 '지팡'같은 3D 모바일게임

서비스의 경우 기존에는 게임 전용전화에서만 이용 가능했지만 2006년을 거치면서 휴대전화 성능이 대폭 향상됨에 따라 여러 고급 단말기에서 구동할 수 있는 체제로 전환됐다. 즉, 기존에 대용량, 전용 단말기 정책에서 벗어나 프리미엄급의 게임을 서비스하는 것으로 사업 방향이 달라지게 됐다.

이동통신사들이 대형 게임사를 중심으로 게임을 패키지로 묶어 저렴하게 팔고, 네트워크 게임 서비스를 새롭게 선보이는 등 정체된 모바일 시장을 타파하고자 정책을 전환함에 따라 업계의 판도 변화도 예상되고 있다.

게임로프트 등 해외 유명 모바일게임사들은 블록버스터 영화나 기존 인기 스포츠에서 라이선스를 취득, 이를 고사양의 모바일게임으로 개발해 국내에 선을 보이기 시작했다. 한국후지쯔는 PC로 발매된 미소녀육성게임 '프린세스 메이커4'를 그대로 휴대전화에 이식, 화제를 모으기도 했다.

이렇듯 고사양의 게임 출시에다 네트워크 기능의 강화, 유무선 연동, 해외 게임사의 공략 등 2007년에는 더욱 많은 변수가 작용함에 따라 모바일게임업계는 2006년보다 도약할 수 있는 계기를 마련할 것으로 보인다.



제 2 절 기능성 게임의 동향과 전망

1. 기능성 게임의 정의

기능성 게임이란 게임적 요소를 충분히 포함하고 있으면서 재미 외에 특별한 목적을 갖는 게임으로, 주로 교육적 효과, 치료 효과, 훈련 효과 등을 갖는 게임을 말한다. 미국에서는 Serious Game이라고 일컫는다.

미국 카네기멜론 대학 엔터테인먼트 기술센터(Entertainment Technology Center)의 아시(Asi) 교수는 ‘순수한 엔터테인먼트 목적이 아닌 게임들을 총칭’한다고 했고, Serious Games Summit을 설립한 벤소여(Ben Sawyer)는 ‘재미만을 추구하는 것이 아니라 현실 세계에서 맞닥뜨리는 실질적인 문제를 해결하려는 게임’이라고 했으며, 데이비드 마이클과 샌드 첸(David Michael and Sande Chen)은 ‘Serious Games: Games That Educate, Train, and Inform’이란 책에서 ‘재미보다는 교육이 주요 목표인 게임’이라고 정의하고 있다. 또한, 미국의 Serious Games 공식 사이트에서는 ‘게임이 아닌 분야의 목표를 게임을 통해 효과를 보

기 위한 게임’으로 정의하고 있다.

이러한 정의들을 종합해 볼 때, 한국에서 얘기하는 ‘기능성 게임’은 미국의 Serious Games과 일맥상통한다고 할 수 있다. 한국에서의 기능성 게임의 어원은 1999년 상명대 학술지에 실린 ‘기능 게임의 현황과 전망’ (이대웅, 윤형섭)에 처음 등장한다. 당시에는 미국에서도 serious game이라는 용어가 나오기 이전이었다.

2. 기능성 게임의 분야

기능성 게임의 분야는 계속 확대되고 있지만, 주로 게임의 목적에 따라 다음과 같이 분류된다. 기능성 게임 분야에 대해서는 국내에서 아직까지 많이 연구되고 있지는 않지만, 오랫동안 기능성 게임 분야에 대해 연구해 온 미국에서는 교육·학습용 게임, 공공정책 게임, 정치·사회적 게임, 건강·웰빙 게임, 비즈니스 게임, 군사 게임, 광고용 게임, 상업용 게임, 프로젝트성 게임 등으로 분류하고 있다.



〈표 5-1-2-01〉 기능성 게임의 분야

분야	주요 내용
교육용 게임	게임의 재미 외에 교육, 또는 학습적 효과를 주는 게임으로 전세계에 걸쳐서 개발, 이용되고 있다. 보통 교육과 엔터테인먼트의 합성어인 ‘에듀테인먼트(edutainment)’ 또는 ‘에듀게임(Edugame)’이라고 불리기도 한다. 대부분 아동용 게임들이지만 최근에는 청소년 및 성인을 위한 외국어 학습 분야로도 확산되고 있다. 전체 기능성 게임 중에 가장 많은 비중을 차지하고 있다.
심리 게임	심리 게임은 주로 직접적인 교육적 효과를 주기 보다는 학습을 위한 학습능력 및 집중력을 키워주고, 명상을 유도하는 게임으로, 심리적 치료 또는 치유의 효과가 있고, 정신적인 스트레스를 해소시켜 주는 기능을 갖는 게임도 개발되고 있다. 독일의 Mental Game, 한국의 큐점프 등이 있다.

분야	주요 내용
치료 게임	의료적 차원에서 게임 플레이를 통한 가상 체험을 통해 질병을 예방하거나 만성 환자에게 질병의 중요성과 응급대처방법 등을 알게 하는 예방용 게임과, 직접 치료하기 힘든 공황장애, 예를 들면 고소공포증, 폐쇄공포증 등을 치료하는 가상현실을 이용한 게임 등이 있다. 또한 통증을 완화시켜 주는 게임도 있다. 장애 아동을 위한 심리치료 차원에서 실시되는 놀이치료나 게임치료는 컴퓨터게임은 아니지만 점차 컴퓨터게임을 통해 치료하는 방법도 시도되고 있다. 영국의 소아암 치료 게임과 소아 환자들의 당뇨와 천식 예방 및 응급조치 게임, 금연 게임 등이 여기에 속한다.
건강 게임	게임을 하면서 건강을 관리하고 질병을 예방하는 기능을 제공하는 게임으로 주로 운동용 기구에 컴퓨터 게임적 요소를 더하여 운동 과정과 성과를 게임으로 표현함으로써 운동의 효과를 높일 수 있다. 최근 미국에서는 일본의 아케이드게임 DDR(Dance Dance Revolution)을 학생들의 다이어트에 활용하는 방법도 연구되고 있다. 한국에서 만든 러닝머신과 결합한 게임기(RNB Runner)와 일본의 브레인 파워 등이 여기에 속한다.
군사 훈련 시뮬레이션 게임	가상의 군사적 훈련을 목적으로 개발된 게임으로 War Game으로도 불리며, 육군, 공군, 해군 등 모든 분야에서 적용되고 있다. 실제로 장비를 갖추고 훈련하기에는 비용이, 너무 많이 드는 비행 시뮬레이션 게임은 이제 비행훈련에는 필수적인 것이 되어가고 있다. 미국 육군에서 개발한 Americas Army는 초기 모병을 위해 만든 것이었으나 최근에는 다양한 군사 훈련용 목적으로 사용되며, 다양한 버전으로 개발되어 상용화되기도 하였다. 최근에는 군사용과 교육용이 조화를 이룬 전술 이라크어가 개발되어 이라크에 주둔한 미군들에게 효과적인 교육용 게임이 되고 있다. 비행 시뮬레이터, 자주포 시뮬레이터, 워게임, 전술 이라크어 등이 여기에 속한다.
홍보용 게임	홍보용 게임은 주로 정부나 공공기관에서 공익적 목적으로 개발된다. 대표적인 예가 UN 식량기구의 'Food Force' 로 전 세계적으로 2,000만건 이상 다운로드 되었고, 기존의 홍보방법과 비교하여 엄청나게 큰 효과를 거두고 있다. 또한 에이즈 예방, 산불 예방, 재해 예방, 환경보호, 농민 체험게임, 우주선 체험 게임, 공공기관 홍보 등의 게임이 있다.
훈련용 게임	훈련용 게임은 주로 기업에서의 교육과 훈련을 목적으로 한 것들이 주를 이루고 있지만, 항공기 제조와 같이 복잡한 업무를 이해하거나, 아이스크림 뜨기와 같이 손쉽지만 보다 재미있게 배우기를 원할 때 활용될 수 있다. 일본의 요리 배우기, 아름다움 가꾸기, 한국의 백두대간, 자동차 운전 시뮬레이션 게임 등 다양한 소재의 게임들도 개발되고 있다.
기타 분야	위 분야에 속하지 않는 자유형 게임으로 인생 체험 게임, 재무장관이 되어 예산을 편성하는 예산 수립 게임, 평화 만들기, 석유 없는 세상 게임 등이 여기에 속한다.

3. 기능성 게임의 국내 동향

국내에서의 기능성 게임은 2004년 한국게임산업개발원(현 한국게임산업진흥원)에서 실시한 기능성 게임 공모전 사업을 통해 알려지기 시작했다. 당시 한국게임산업개발원에서는 상용 게임뿐만 아니라 다양한 분야에서 보다 긍정적인 게임의 효과를 홍보하기 위해 공모전을 시작하였으며, 2006년부터 교육 콘텐츠업계, 이리닝 콘텐츠업계, 게임업계 등 다양한 분야에서 관심을 갖기 시작하였다.

2006년 11월에는 광운대학교 정보통신대학

원에서 국내 최초로 기능성 게임 연구센터를 설치하여 다양한 분야의 연구를 시작하였으며, 관련 분야의 석사학위 논문들도 나오고 있다.

한국과학기술원(KAIST)의 문화기술대학원에서는 2007년 서울 상암동 DMC내에 국내 최대 기능성 게임연구소를 개소하여 교육, 의료, 국방 등 특수 분야의 게임 활용에 대해 본격적으로 연구하기 시작하였다.

2007년 4월 광운대학교 정보통신대학원 주최로 열린 제1회 문화콘텐츠로서의 에듀테인먼트 학술 세미나에서 '기능성 게임의 현황과 전망'이라는 주제의 발표가 있었고, 2007년 5월



〈표 5-1-2-02〉 2004년 제1회 기능성 게임 제작지원 공모전

구 분	회사명	게임명	플랫폼
대상 (5,000만원)		선정작 없음	
우수상 (3,000만원)	(주)엔버스터 (주)네오리진 ZOKO	캐치미 마이젤리 JAM SCHOOL	온라인 PC PC
장려상 (2,000만원)	(주)휴노컨설팅 (주)디시티글로벌 스마일소프트진	EGGO 트루마인드 몸짱다이아트	PC 및 온라인 온라인 모바일

〈표 5-1-2-03〉 2005년 제1회 콘텐츠 다변화 자유공모전

구 분	회사명	게임명	플랫폼
대상 (5,000만원)	ESCAPE	온라인 영어타운	온라인
우수상 (3,000만원)	(주)다고이 (주)씨에프엔	콜링 3종로봇 스포츠 게임	보드 업소용
장려상 (2,000만원)	이니엄(주) (주)부룩소	하이들리 일렙 프로젝트	온라인 온라인

전주 컴퓨터게임 엑스포 조직위원회에서는 기능성게임 포럼을 구성하여 기능성 게임 콘텐츠 공모전을 시작하였다.

최근 기능성 게임에 대한 왕성한 관심은 기능성 게임으로 불려지지 않는 않지만, 의료 분야와 학습 분야에 게임의 기능을 접목하려는 노력들과 맞물려 보다 다양한 분야에서 활용될 것으로 보인다.

2004년 당시에는 기능성 게임 분야의 사업을 잘 이해하고 있는 개발사가 많지 않고 경쟁이 치열하지 않아서 2004년 기능성 게임 공모전의 대상은 없었으며, 3개의 우수상과 3개의 장려상을 선정하여 지원하였다(〈표 5-1-2-02〉).

한국게임산업진흥원에서는 2005년부터 우수 게임 공모전 내에 별도 분야로 선정하여, 자유 공모 과제로 2005년 1회차 콘텐츠다변화 자유 공모전을 개최하였고, 대상 1작품과 우수상 2작품, 장려상 2작품을 선정하였고 지원금 총액은 1억5,000만원에 달하였다. 수상작 내용은 〈표 5-1-2-03〉과 같다.

2005년에는 2회차 우수게임 및 콘텐츠다변화 공모전을 동시에 전개하여 대상 1작품, 우수상 2작품, 장려상 3작품을 선정하여 총 6편에 1억7,000만원을 지원하였다. 수상작 내역은 〈표 5-1-2-04〉와 같다.



〈표 5-1-2-04〉 2005년 제2회차 우수게임 및 콘텐츠 다변화 자유공모전

구 분	회사명	게임명	플랫폼
대상 (5,000만원)	(주)플레이오프	투어코리아	보드
우수상 (3,000만원)	(주)조엔 조이렌더	피퍼온라인 웅변왕	온라인 PC
장려상 (2,000만원)	엑스크로스넷 모인스 (주)엔에이비	날리기마법대전 영단어삼국지 아이큐플러스	모바일 모바일 온라인

〈표 5-1-2-05〉 2005년 산학협력 학교폭력예방게임 지정 공모전 결과

구 분	회사명	게임명	플랫폼
우수상	벤토인터랙티브 외	학교폭력예방게임	PC

〈표 5-1-2-06〉 2006년 제1회차 우수게임 및 콘텐츠 다변화 자유공모전

구 분	회사명	게임명	플랫폼
최우수상 (3,000만원)	게임크로스	팀이순신	보드
우수상 (2,000만원)	휴먼미디어테크	Menta's Arithmetic	온라인

〈표 5-1-2-07〉 2006년 제2회차 우수게임 및 콘텐츠 다변화 자유공모전

구 분	회사명	게임명	플랫폼
우수상 (3천만원)	비저너리	블록버스터	보드

또한, 2005년 말 한국게임산업진흥원에서 산학협력을 통한 학교폭력예방게임 지정 공모사업을 전개하여 벤토인터랙티브와 서울대학교 교육연구소 외 2개 기관을 선정하였다. 이 사업을 통해 개발된 학교폭력예방게임은 2006년 완료되어 시험테스트를 하였으며, 서울대학교 교육연구소는 효과성 검증 연구를 병행하였다.

2006년에는 별도로 기능성 게임 제작지원 공모전을 개최하지 않고, 기존의 우수게임 공모전

내에 기능성 게임 부문으로 공모하여 1차 최우수상 1편, 우수상 1편을 선정하였다.

2006년도 2회차에서는 기능성 게임 부문에서 1편의 우수상만을 선정하였다.

2006년 말에는 기능성 게임 자유공모전을 실시하여 어린이 소방 예방교육 게임을 개발하기로 한 이엠브릿지를 선정하여 개발 중에 있다. 본 작품은 2007년에 완료되어 효과성 검증 연구를 거쳐 학교에 보급될 예정이다.



〈표 5-1-2-08〉 2006년 기능성 게임 자유공모전

구 분	선정작
회사명	이엠브릿지
게임명	리틀 소방관
플랫폼	PC

한편, 한국문화콘텐츠진흥원에서는 기능성 게임보다는 교육분야에 초점을 맞추어 에듀테인먼트를 문화콘텐츠의 한 분야로 인식하고, 2003년부터 2006년까지 총 40개의 에듀테인먼트 콘텐츠에 대해 총 28억8,000만원을 지원하였다.

2006년 우수 에듀테인먼트 파일럿 제작지원의 경우 파일럿 콘텐츠 과제당 2,800만원을 지원하여 총 4개 과제를 완성하였고, 2007년에는 에듀테인먼트를 문화콘텐츠산업의 하나로 분류하여 별도의 산업으로 규정하였다.

그러나, 한국문화콘텐츠진흥원에서 지원하는 에듀테인먼트의 범위는 위에서 언급한 기능성 게임과는 약간 다른 의미로 CD-ROM 교육매체, 온라인 교육, 사이버 교육(이러닝) 혹은 애니메이션을 통한 교육매체까지 포함하는 것으로 콘텐츠의 교육적인 기능이라는 측면에서 공통점을 찾을 수 있다.

에듀테인먼트 분야는 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임 등 문화콘텐츠 영역뿐 아니라 인지과학, 교육공학 등 다양한 영역이 융합되는 컨버전스의 전형으로 가장 주목 받는 장르이다. 특히, 에듀테인먼트 콘텐츠가 교육용 문화콘텐츠로서 건전한 엔터테인먼트 방식을 추구한다는 점에서 최근 문제가 되고 있는 게임의 역기능

(사행성, 중독성)에 대한 소비자의 인식을 전환시킬 대안으로 부각되고 있다. 에듀테인먼트 장르에 대한 중요성과 관심이 증가함에 따라 문화관광부는 문화산업진흥기본법 개정을 통해 에듀테인먼트를 개별 문화콘텐츠 분야로 육성하기 위한 법적 근거를 마련했다. 문화산업진흥기본법 1장 제2조 6의 3에서는 ‘에듀테인먼트’를 “문화콘텐츠를 유기적으로 복합시켜 기획 및 제작된 것으로 교육적으로 활용될 수 있는 것”으로 정의하고 있다. 보다 구체적인 정의는 다음과 같다.

광의의 에듀테인먼트 콘텐츠

- 사용자가 놀이(entertainment)를 즐기는 과정에서 스스로 교육(education)의 효과를 얻을 수 있도록 고안된 콘텐츠
- 아날로그 방식의 출판물, 비디오 테이프 등의 교구재까지 모두 포함됨

협의의 에듀테인먼트 콘텐츠

- 놀이 형식의 다양화와 동기 유발 구조의 강화를 통해 교육적 성취도를 높일 수 있도록 멀티미디어적 문화요소와 정보통신 기술 요소를 결합하여 만든 디지털콘텐츠
- 최근 디지털 기술의 진전에 따라 디지털 기법으로 제작되고 디지털 매체(CD, DVD, 인터넷 등)로 유통되는 멀티미디어 콘텐츠

※ 출처 : 한국문화콘텐츠진흥원(2005) 『2005 에듀테인먼트콘텐츠 전문기획자 양성과정』

한국문화콘텐츠진흥원에서 지원한 에듀테인먼트 선정작 목록은 다음과 같다.



〈표 5-1-2-09〉 2006년 우수 에듀테인먼트콘텐츠 파일럿 제작지원 선정과제

과 제 명	회사명
3D 온라인 경영시뮬레이션 게임	이데일리에듀
경제 사회 시뮬레이션 아동용 에듀게임 '원키즈'	포디비전
원리로 배우는 바둑 동화	㈜나온소프트
컴온미스테익스	㈜에이치컬처테크놀러지

〈표 5-1-2-10〉 2006년 우수 에듀테인먼트콘텐츠 현지화지원 선정과제

과 제 명	회사명
중국의 미취학 어린이를 위한 수학, 과학 에듀테인먼트 콘텐츠 현지화 사업	㈜푸른하늘을 여는 사람들
스몰 포테이토 온라인 콘텐츠	㈜유니메이션코리아
아동용 애니메이션 창작도우미 '애니키즈(Anikids)'	㈜포디비전
따라해요, 붓치키붓~!	㈜그래피직스

〈표 5-1-2-11〉 2006년 우수 에듀테인먼트 공모사업 선정작

과 제 명	회사명
재미나라	한솔교육
스몰 포테이토 시리즈	유니메이션코리아
아이들마당	㈜푸른하늘을 여는 사람들
에브리데이잉글리쉬	㈜지와이인텍
지니키즈	㈜지니키즈
아리수 한글탐정	㈜아리수미래사랑
노리스쿨	㈜에브리교육
생각하는 아이 씨앗키즈	㈜씨아트
깨비키즈	㈜패밀리스쿨
궁금해요 핑퐁2	이미지플러스㈜
유리누리 동화마을	아비오넷
부키의 동화나라	㈜플레이에듀테인먼트
짱구교실	이니엄㈜
색이 뭘까	브랜드업
꼬치의 헬로우 아시아	㈜ Dkmedia
아라리쇼	㈜ 에이치컬처테크놀러지
꾸러기 훈민정음	삼성전자
문화유산 탐험대	㈜ 픽셀즈(pixels)
똑똑 노리하우스	㈜ 노리하우스
중국은 왜 고구려를 탐낼까	㈜한솔교육



〈표 5-1-2-12〉 2007년 우수 에듀테인먼트 공모사업 선정작

과제명	회사명
미리스토리 '여왕감을 찾아라'	미리스토리
오푸스 뮤즈 플레이 오페라	㈜오푸스
자기이해 지도모형을 적용한 게임형 에듀테인먼트 사이버 직업마을	㈜픽셀즈
종이나라 아이뽀	㈜빅스크리에이티브 스튜디오
한자학습 온라인게임 한자마루	에듀플로
아이 엠 더 뉴스	이데일리 에듀
멀티미디어 국악교육 콘텐츠 개발	㈜테크빌 닷컴

현재까지 국내에서의 기능성 게임은 주로 교육 분야, 즉 에듀테인먼트에 치중되어 있는 편이다. 최근 외국에서의 다양한 진화와 더불어 여러 시도를 하고 있으나, 아직은 정부기관에서의 발주가 미흡하고, 자체 개발로써는 시장 개척이 어려운 실정이라 수준있는 작품이 나오기를 기대하기 어렵다. 그러나, 예를 들면 성경 게임이라든가, 사이버 교육 콘텐츠로서의 기능성 게임 제작이 시도되고 있고, 초기 산업에 밀바탕이 될 정부기관과 연구기관에서의 관심이 점차 높아지고 있으며 관련 연구소들도 생겨나고 있어 향후 다양한 방향으로의 발전이 기대된다. 이에 따라, 국내에서도 기능성 게임에 대한 학술적 연구뿐 아니라 다양한 세미나, 컨퍼런스, 공모전 등의 개최가 요구된다.

4. 기능성 게임의 국외 동향

미국에서도 기능성 게임은 게임이 아닌 분야에서 게임의 재미 요소를 활용하기 위한 방법으로 교육용 게임에서 먼저 도입하기 시작하였고, 사회에 영향을 줄 수 있는 게임 분야에 대한 왕

성한 관심으로 학회와 협회 설립이 구체화되면서 발전하기 시작하였다.

한국의 기능성 게임과 유사한 분야를 미국에서는 Serious game 또는 설득 게임이라고도 불리며, 교육적 특성 때문에 에듀테인먼트로 인식되기도 한다.

2002년 워싱턴 D.C.의 우드로 윌슨 국제센터(Woodrow Wilson International Center for Scholars)에서 Serious Game Initiative가 발족되면서 본격적으로 등장한 Serious Game은 건강을 위한 게임, 변화를 위한 게임들을 주제로 학술 콘퍼런스 및 학술회의를 개최하고 있다. Serious Game에 대한 관심은 1990년대 게임을 다른 목적으로 활용하기 위한 다양한 연구를 토대로 발전되어 왔다. 이러한 노력들은 2004년보다 구체적인 목적으로 분화되어 건강을 위한 게임(Game for Health), 사회적 변화를 위한 게임(Game for Change)으로 발전되어 다양한 학술연구와 행사를 개최하고 있다.

Serious Game은 매사추세츠 공과대학(MIT: Massachusetts Institute of Technology)의 미디어랩(Media Lab.)과 카네기멜론 대학교



엔터테인먼트 기술센터(ETC: Entertainment Technology Center) 등을 중심으로 활발하게 연구가 진행되고 있다. 미시건 주립대학(Michigan State University)에서는 2007년 9월부터 Serious Game 석사과정을 설치하여 운영할 계획이다.

Serious Game은 현재 미국뿐만 아니라 영국, 독일과 북유럽 국가들에서 활발한 연구활동을 보이고 있으며, 다양한 실험적 프로젝트들을 진행 중이다.

학술세미나는 2003년부터 매년 개최되고 있다. 최근에는 세계 최대의 게임 콘퍼런스인 Game Developers Conference와 병행하여 개최되고 있으며, Games for Health Conference, Game for Change Conference, Serious Games Summit 등이 별도로 개최되고 있다. 2005년에는 일본 도쿄에서 개최되기도 하였다. 여기서 실험작으로 교육용 DS Brain Trainer를 발표하였고, 도쿄 게임쇼에서 이와토 사토루의 발표를 통해 이 게임에 대한 흥미로운 결과가 세계적으로 알려지게 되었다.

5. 기능성 게임의 전망

기능성 게임은 '재미'라는 원초적인 감성을 게임이 아닌 다른 분야에서 어떻게 활용할 수 있을까라는 호기심에서 시작되어 교육·학습용 게임 및 군사 시뮬레이션 등에 활용되어 오다가 최근에는 보다 다양한 분야로 발전하고 있다.

기능성 게임은 다음과 같이 다양하게 분화되면서 발전할 것으로 전망된다.

첫째, 미디어에서 긍정적인 시각으로 조명해

줌으로써 긍정적인 여론을 형성해 나갈 것으로 전망된다. 국내에서도 게임의 학교에서의 활용, 게임 활용의 교육적 효과에 대한 연구 등의 성과가 언론에 보도되면서 차츰 대중의 관심을 얻고 있다. 이에 따라 일반인들도 기능성 게임에 대한 관심이 점차 높아질 것으로 전망된다.

둘째, 여러 분야에서 새롭고 다양한 실험들이 나타날 것으로 전망된다. 최근에 몇몇 기능성 게임 관련 연구기관이 설립되고, 전주에서는 기능성 게임 포럼이 발족되면서 새로운 시도가 진행되고 있다. 또한, 정부 차원에서의 공모전 외에 학계에서도 게임의 긍정적인 기능에 대한 관심의 고조로 학제간 연구를 통한 실험과 연구가 추진되고 있다. 특히, 교육분야, 의료분야, 군사분야, 훈련 분야에 있어서 정부기관의 지원사업과 공모사업은 이러한 분위기를 한층 고조시키고 있다. 따라서, 대학 및 연구기관에서의 다양한 연구와 실험, 그리고 정부기관에서의 공모전 및 지원사업의 확대는 기능성 게임의 양적, 질적 성장을 가져오게 될 것이다.

셋째, 기능성 게임은 게임의 역기능을 극복할 새로운 게임 분야로 자리매김할 것으로 전망된다. 그 동안 한국에서는 온라인게임이 대중화되면서 과몰입, 학업 장애, 아이템 현금거래에 의한 사회적 문제, 사이버 범죄의 급증 등 다양한 문제들을 야기시켜 왔기 때문에 학부모들과 일반인들은 온라인게임에 대해 부정적인 사고를 갖게 되었다. 하지만, 기능성 게임을 통해 게임이 인류에게 다양한 도움을 줄 수 있을 것이라는 기대감을 불러 일으키며 게임은 긍정적인 기능도 있고, 사회의 변화를 촉진시킬 수 있으며, 건강 분야, 교육·훈련 분야에도 큰 역



할 수 있다는 생각이 점차 확산될 것으로 보인다.

넷째, 교육 분야, 건강 분야, 군사 훈련 분야 등에 먼저 도입될 것으로 전망된다. 우선 교육 분야는 에듀테인먼트라는 분야로 문화콘텐츠로 인정받기 시작하였고, 다양한 게임과 연구가 진행되고 있다. 또한, 고령사회로 진입한 국내의 경우, 치매예방과 노인들의 건강을 위해 게임

기술이 점차 많이 활용될 것이다. 특히, 군사 훈련 분야는 비용이 많이 드는 단점을 보완해 줄 수 있는 게임 기술이 적극적으로 도입되면서 다양한 군사 훈련 프로그램들이 개발될 것이다. 최근 국방부에서도 워게임(War Game)에 대한 관심이 높아지면서 자격증 신설 등 다양한 노력들이 시도되고 있다.

6. 기능성 게임 소개

(1) 매스닥터

- 제작사 : (주)교육소프트연구소
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠
- 대상 : 초등학생
- 학습영역 : 수학
- www.math2000.co.kr



학습내용

- polya의 문제 해결 4단계 적용
polya의 문제 해결 4단계를 활용한 학습방법에 의해 수학적 사고 및 문제 해결력 배양
- 에듀테인먼트 + 애니메이션
재미있는 에듀테인먼트적인 요소(게임, 상호작용)와 연관된 애니메이션을 통해 수학에 대한 흥미를 가질 수 있고, 문제에 대한 이해 증진
- 상호작용의 극대화
콘텐츠와의 빈번한 상호작용을 통해 자기 주도적인 학습이 가능. 또한, 수업에 활용할 때 학습자의 반응을 유도할 수 있는 자료로 활용. 문제의 유형에 따라 다양한 문제풀이 전략을 경험, 창의적 사고력을 배양
- 다양한 활용이 가능한 콘텐츠
단계별 구분을 통해 선생님이 어떤 형태의 수업에도 활용할 수 있도록 제작



(2) 한글탐정

- 제작사 : 아리수미래사랑(주)
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠
- 대상 : 미취학 어린이
- 학습영역 : 한글
- www.arisu.co.kr



학습내용

- 한글탐정 게임
기본학습, 음절학습, 음가학습, 자모조합 심화학습
- 타자왕
- 읽기교실
- 글자노래

(3) 한자 게임 재미e-hanja

- 제작사 : (주)오픈마인드인포테인먼트
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠, CD-ROM
- 대상 : 초·중·고등학생
- 학습영역 : 한자학습
- www.opminfo.co.kr



학습내용

- 재미 e-hanja(game.e-hanja)는 한자능력검정 4~8급의 한자를 바탕으로 한 한자게임학습 전용 사이트
- 재미 e-hanja는 게임종류별, 게임급수별, 문제유형별, 시험영역별로 사용자가 원하는 방식으로 학습
- 랭킹보기를 통해서는 사용자의 게임 점수와 게임 순위를 실시간으로 확인
- 평상시에 주로 많이 해왔던 게임에 한자를 접목시켜 온라인게임으로 제작하여 누구나 쉽게 학습
- 다양한 놀이 패턴의 한자 게임으로 한자에 대한 흥미와 재미를 고취



(4) 스몰 포테이토

- 제작사 : (주)유니메이션 코리아
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠
- 대상 : 4~12세
- 학습영역 : 게임, 동화
- www.unimation.co.kr



학습내용

- 국내 최초로 한국과 미국 전문가들이 합작으로 계획, 개발
- 미국 유치원에서 사용되는 커리큘럼을 그대로 사용
- 과목과 스테이지는 서로 연관되어 TV 애니메이션처럼 하나의 이야기를 구성
- 미국 연구 기관의 책임 연구원에 의해 검토되었고 “효과적인 교육 방법”으로 인정
- 교육적 애니메이션으로 인정받아 한국 최초로 중국 국영 방송국으로 수출
- 정보통신부 주관 디지털 콘텐츠 장관상을 수상 (교육 콘텐츠 분야)

(5) 과학마당

- 제작사 : (주)푸른하늘을 여는 사람들
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠
- 대상 : 초등학생
- 학습영역 : 과학학습
- www.skyblue.co.kr



학습내용

- 빛의 반사, 빛의 굴절, 빛의 혼합, 물체의 위치와 방향, 도체와 부도체, 질량측정, 물체의 관성, 힘의 전달, 중력과 포물선운동, 진자의 운동, 빛의 혼합과 흡수, 자석의 성질, 잔상효과



(6) 수학마당

- 제작사 : (주)푸른하늘을 여는 사람들
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠
- 대상 : 미취학 어린이
- 학습영역 : 수학학습
- www.skyblue.co.kr



학습내용

- 분류, 수세기, 숫자 알아보기, 부분과 전체, 큰 수 알아보기, 도형학습, 시계학습, 달력학습, 연산, 규칙찾기

(7) 초등 글쓰기 교실

- 제작사 : (주)아리수미디어
- 매체 : CD-ROM
- 대상 : 미취학 어린이
- 학습영역 : 한글학습-글쓰기
- www.arisu.co.kr



학습내용

- 버섯 할아버지의 오두막 : 이야기의 문맥과 흐름 파악을 통해 논리적인 사고 능력 배양
- 도토리 대왕의 숲 : 비슷한 말, 반대말 등 많은 어휘를 익힘으로써 아름답고 다양한 국어 표현 능력 향상
- 무지개 연못의 다리 : 이어주는 말, 상황에 어울리는 말 학습으로 글짓기의 기초 능력을 향상
- 숲속의 함정 : 높임말, 예삿말, 헛갈리기 쉬운 말을 익혀 예의바르고 정확하게 대화하는 능력 배양
- 다닥다닥 박쥐동굴 : 문장 부호, 띄어쓰기 학습을 통해 올바른 글짓기 능력 배양
- 그 밖의 놀이들 : 사전 찾기, 문제 만들기, 인터넷 글쓰기 등을 통해 자기 주도적 학습 능력 배양



(8) 아리수 수학탐정

- 제작사 : (주)아리수미디어
- 매체 : 인터넷 온라인 콘텐츠
- 대상 : 미취학 어린이
- 학습영역 : 수학학습
- www.arisu.co.kr



학습내용

- 개념의 발견 > 이해 > 확장 > 활용으로 이어지는 나선형 인지 발달 학습 프로그램. 수와 연산, 공간도형, 분류 등 수학의 6가지 영역을 오가며 풍부한 경험과 시행착오를 통해 수학적 사고능력을 키울 수 있는 입체적인 수학학습 콘텐츠

(9) 아비유, 잉글리시

- 제작사 : (주)퀴터뷰
- 매체 : CD+교구재 패키지
- 대상 : 유아
- 학습영역 : 영어교육



학습내용

- CD : 체감형 교육 게임 10개, 복습용 리뷰 게임 1개, 동요 울동을 통해 영어와 자연스러운 친밀감을 조성하는 동요 게임 3개, 스토리를 알려주는 애니메이션 5편, 단어와 문장 상황을 책으로 보여주는 e-book을 수록
- 스토리북 : 플래시 애니메이션과 같은 스토리로 진행
- 스티커북 : 게임에서 배웠던 단어와 문장을 다시 한번 반복 학습하고 떼었다 붙였다 하는 과정
- 플래시카드 : 게임에 등장한 단어를 플래시 카드에 담아 플래시 카드를 이용한 예습, 복습이 가능하고 그림과 단어를 연결하여 인지할 수 있음
- 가이드북 : 게임과 영어 학습에 관한 상세한 설명으로 학부모님의 이해를 도움



(10) 도전 받아쓰기

- 제작사 : (주)아리수미디어
- 매체 : CD-ROM
- 대상 : 미취학 어린이
- 학습영역 : 한글학습-받아쓰기
- www.arisu.co.kr

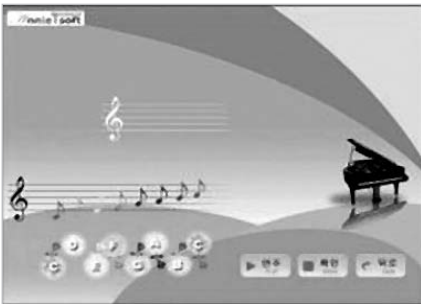


학습내용

- 낱말행성 : 소리나는 대로 쓰는 경우를 포함한 잘못 쓰기 쉬운 보기 중에서 정확한 낱말 찾기
- 받아쓰기 정거장 : 읽어 주는 문장을 듣고 문제판의 빈 곳에 들어갈 맞는 답을 보기 중에서 고르기
- 보너스 코너 : 어린이들이 학습 의욕을 고취하고 보다 재미 있게 학습
 - 슈팅 게임 : 학습 게임에 대한 복습 코너
 - 빙고 게임 : 비슷한말, 반대말, 고사성어, 도량형 등 익히기
 - 받아쓰기 수첩 : 사용자별로 각 학습 게임에서의 학습 경험을 체계적으로 관리
 - 맘대로 편지 : 캐릭터와 배경을 선택해 자신만의 편지를 만들어 쓸 수 있는 종합장
- 알쏭달쏭 우주선 : 잘못 쓰거나 헷갈리기 쉬운 낱말들의 바른 쓰임새를 익히는 학습. 혼동하기 쉬운 두 낱말이 보기로 제시되며, 맞는 것을 고른다.
- 타이핑 함대 : 읽어 주는 문장을 듣고 문제판의 빈 곳에 들어갈 맞는 답을 직접 타이핑하거나 마우스로 화면상에 제시된 자판으로 쓰는 학습

(11) 사이버 콩쿨

- 제작사 : 애니티소프트(주)
- 매체 : 인터넷, 온라인 · 오프라인 콘텐츠
- 대상 :
- 학습영역 : 음악
- www.annietsoft.com



학습내용

- 피아노/절대음감/청음능력향상/두뇌개발
 - 절대 음감 게임
 - 1인칭 사용자 모드(3단계로 구분되어 있음)
 - 베틀넷 대전 방식의 게임
 - 콘텐츠(악보) 생성 에디터
 - 실시간 동영상 학습 시스템



(12) 오목이의 생태월드

- 제작사 : (주)휴먼미디어테크
- 매체 : 온라인 콘텐츠, 오프라인 콘텐츠
- 대상 : 초등학생
- 학습영역 : 자연 생태 학습 게임
- www.e-human.co.kr



학습내용

- 진행방법은 생물학습, 환경학습, 원리학습으로 구성된 3개의 시나리오를 통해 기본적인 자연생태계와 먹이연쇄 등을 탐구, 자연생태계의 먹이연쇄 관계를 최적화한 오목 게임을 통해 원리학습을 진행
 - 특징1 : 육지반, 해양반, 늪지반, 사막반, 갯벌반, 열대우림반으로 구분된 40개의 먹이그물을 게임 환경으로 구성하였기 때문에 다양한 환경의 동식물에 대한 정보와 이들의 먹이관계를 탐구
 - 특징2 : 학내 교육과 유연하게 연계할 수 있도록 초등학교 교육과정에서 엄선된 400여개의 동식물을 캐릭터화
 - 특징3 : 400여 개의 동식물에 대한 특징들을 전문 성우의 음성으로 더빙
 - 특징4 : 생태오목(원리학습)의 룰이 먹이 연쇄를 명확히 이해하는 플레이어가 유리하도록 최적화되었기 때문에 반복적인 학습에 의해 암기되는 기존 콘텐츠와는 달리, 콘텐츠를 진행하면서 자연스럽게 원리를 이해

(13) 짱구교실

- 제작사 : 이니엄(주)
- 매체 : 온라인 콘텐츠
- 대상 : 유아
- 학습영역 : 영어, 수학, 게임, 기타
- www.enium.co.kr



학습내용

- 온라인을 기반으로 재미있는 게임과 함께 펼쳐지는 유아의 감성교육 및 두뇌개발 프로그램
- 아동에게 친숙한 짱구(Crayon Shinchan) 캐릭터를 이용하여 놀이를 통한 자연스러운 교육
- 온라인을 통해 지속적이며, 반복적인 학습 가능하며, 연령 및 유아의 개별적 발달 단계에 따르는 맞춤 교육
- 아동을 유해한 환경으로부터 보호 가능하며, 학부모들은 아동의 교육에 대한 피드백



(14) 피자팡팡

- 제작사 : 베티라이센싱
- 매체 : CD, DVD, VHS, 인터넷, TV
- 대상 : 초등학생
- 학습영역 : 어학, 동화, 게임, 인성발달
- www.bettylicensing.com



학습내용

- ‘피자 팡팡’은 MBTI에서 제시하고 있는 성격유형을 4종의 토핑재료(고구마, 올리브, 페퍼로니, 피망)에게 부여하여 의인화한 뒤, 가상의 피자마을(아동의 세계)에서 토핑 캐릭터들이 서로 부딪히고 화합하며 벌어지는 다양한 에피소드를 소개하고, 시청중인 아동의 판단과 참여를 유도해 사회성을 성장시킬 수 있는 콘텐츠로 구성

(15) 버블슈터

- 제작사 : 키드앤키드닷컴
- 매체 : 온라인 콘텐츠
- 대상 : 초등학생
- 학습영역 : 한자단어, 수학, 국어학습
- www.n-logsoft.com



학습내용

- 이 게임은 영어, 일본어, 한자 단어와 수학, 국어 학습 및 상황 판단력, 순발력을 길러주며 동시에 다양한 재미를 느낄 수 있다는 장점이 있다. 또한, 기존 게임들이 흥미유발에만 관심을 보이며 캐릭터간 전투성에 치중해 잔인한 장면이 상당수 등장하는 반면, ‘버블슈터’는 어린이들의 정서에 눈높이를 맞춰 물방울과 곤충, 동물을 응용한 귀여운 캐릭터를 통해 이러한 점을 지양하고 있다.



(16) 젤리젤리

- 제작사 : 네오리진
- 매체 : 온라인게임
- 대상 : 13~18세
- 학습영역 : 상식 등 전 분야
- www.jellyjelly.com



학습내용

- 젤리젤리는 상식 및 학습에 도움이 되는 다양한 분야의 지식들을 3D 아바타를 이용하여 재미있게 구성한 온라인게임으로 익숙한 형태의 퀴즈게임. 강력한 피드백과 보상 등의 특징이 있다. 상식, 역사, 과학, 경제, 넌센스 퀴즈 등 다양한 분야의 퀴즈가 있고, 교육적으로 활용할 때는 교사가 맘대로 필요한 문제를 작성해서 활용할 수 있는 장점이 있다.

(17) 노리스쿨

- 제작사 : 에브리소프트
- 매체 : 온라인게임
- 대상 : 13~18세
- 학습영역 : 영어
- www.norischool.co.kr



학습내용

- 사이버상의 영어마을이라는 주제로 만들어진 영어학습게임으로 50여권의 창작동화와 학습동화가 있으며, 온라인상에서 RPG(Role Playing Game)를 통하여 자연스럽게 영어를 배우고 이용할 수 있는 게임
- 스스로 강한 동기를 갖게 되는 자기주도적인 학습이 특징으로 학습시스템에 의해 영어 공부를 해나갈 수 있는 특징이 있다. MMORPG에 익숙한 학생들에게 보다 재미있게 영어를 즐길 수 있는 전형적인 에듀테인먼트



(18) 토익넷

- 제작사 : ELS에듀
- 매체 : 온라인게임
- 대상 : 중고등학생, 대학생, 일반인
- 학습영역 : 영어
- www.toeicnet.com



학습내용

- 인터넷에서 실전 토익 시험과 동일한 문제를 풀며 실력을 겨루는 대전 게임 형식. 승패에 따라 전적이 기록되고, 승률이 좋을 경우 상위 레벨로 승급되는 게임 형식을 취한 에듀테인먼트 솔루션
- 토익넷은 전국대회를 개최할 정도로 인기가 높으며, 효과도 검증되어 여러 번 수상도 하였으며, 국제대회도 개최하였음