

키워드로 보는 2019년 콘텐츠산업

한국콘텐츠진흥원은 지난해 12월에 2019년 콘텐츠산업을 전망하며, 6개 키워드를 선정하고 올해 주요 산업 흐름을 예측했다.

- 실제 6개 키워드인 ① 플랫폼 전쟁—인피니티 워, ② 우리의 상상은 현실이 된다, ③ 환생—다시 태어난 것 같아요, ④ 게임, 문화인가 질병인가 ⑤ 블록체인, 성장통을 겪다, ⑥ 노인을 위한 나라가 온다와 관련해 다양한 이슈가 나타났다. 이번호에서는 이 중 4개 키워드에 대해 살펴봤다.



클라우드 스트리밍을 대비해 삼성전자가 플레이 갤럭시 링크를 특허 출원했다. ©삼성전자



지난 3월 구글이 클라우드 게임스트리밍 플랫폼 '스타디아'를 공개했다. ©구글

플랫폼 전쟁, 인피니티 워

01

구글은 3월 클라우드 게임 스트리밍 플랫폼 '스타디아'를 공개했다. 구글에 따르면 스타디아는 PC, 스마트폰, TV 등 플랫폼 구분 없이 고사양 게임을 즐길 수 있게 만든다. 구글이 스타디아를 중심으로 PC-콘솔-모바일의 초연결 시대를 리드하겠다는 것이다.

구글은 앞으로 일정 수준 이상의 PC와 스마트폰만 있으면 언제 어디서든 고품질 게임을 즐길 수 있다고 주장했다. 클라우드 시스템이 주축이기에 저장장치 용량에도 부담이 없다는 장점을 가지고 있다.

국내 통신사와 제조사들도 5세대 이동통신 기술과 클라우드를 활용해 게임 서비스를 확대하고 있다. 아직 PC와 모바일 게임의 스트리밍 연동까지는 원활하지 않지만 KT는 클라우드 서버와 단말기를 연결해 초저지연 모바일 게임 서비스를 제공하기도 했다.

또 삼성전자는 '플레이갤럭시링크'를 특허 출원해 클라우드 스트리밍 시대를 맞이할 준비를 하고 있다. 플레이갤럭시링크는 스마트폰과 PC로 즐길 수 있는 게임 콘텐츠, 증강현실(AR)과 가상현실(VR) 콘텐츠 등의 서비스에 활용할 것으로 보인다.

게임업계는 클라우드 스트리밍 서비스에 기대를 걸고 있다. 기존의 모바일과 콘솔 플랫폼으로 형성된 게임 생태계는 큰 기업을 제외하고는 제대로 살아남지 못했다. 반면 5세대 이동통신 기술로 만들어질 스트리밍 서비스가 수많은 게임업체를 회생시킬 수 있을지 주목된다.



1 소설을 원작으로 하는 모바일게임 '드래곤라자'. ©스카이문스
23 선데이토즈가 디즈니 IP 기반의 퍼즐게임, 디즈니팝을 출시했다. ©선데이토즈



환생, 다시 태어난 것 같아요

02

올해 기존 IP게임으로 재탄생한 모바일게임이 큰 흥행을 거뒀다. 흥행 이유로 한층 좋아진 접근성과 이에 따른 게임 소비 세대가 다양해진 것을 꼽을 수 있다. 이에 IP(지식재산권)에 대한 중요성이 더욱 부각되고 활용 대상 범위가 더 넓어졌다.

최근에는 게임을 비롯해 애니메이션과 만화, 판타지 소설 IP가 모바일 게임으로 재탄생하고 있다. 지난 4월 2일 선데이토즈는 '미키마우스', '이상한 나라의 앨리스', '곰돌이 푸' 등 세계적으로 사랑 받는 캐릭터가 등장하는 디즈니 IP 기반의 퍼즐게임 '디즈니팝'을 출시했다.

이영도 작가의 소설을 기반으로 2001년 출시된 PC게임 '드래곤라자'는 올해 5월 말 스카이문스 테크놀로지에서 모바일게임 '드래곤라자2'로 재탄생해 출시됐다. 소설 드래곤라자는 2015년 기준 한국을 포함해 글로벌 시장에서 총 210만 권 이상의 판매부수를 기록한 베스트셀러다. 디엔에이 홍콩 리미티드도 애니메이션 '블리치' IP를 활용한 모바일게임 '블리치-사신격투'를 4월 10일 정식 출시했다. '블리치-사신 격투'는 원작 애니메이션이 선사하는 재미와 감동을 그대로 반영하고, 모바일 환경에 최적화해 사전예약 신청자가 25만을 넘어서며 출시 전부터 뜨거운 관심을 받았다.

앞으로 더 다양한 원작이 새로운 플랫폼을 거쳐 더 많은 콘텐츠로 양산될 전망이다.



5G 네트워크에 블록체인을 적용한 KT의 기가체인 ©KT



6월 카카오가 블록체인 플랫폼 클레이튼 메인넷을 공개했다. 사진은 카카오 계열사 그라운드X 한재선대표. ©그라운드X

블록체인, 성장통을 겪다

03

KT가 블록체인 기술을 뛰어난 보안 기능으로서 선보여 주목받고 있다. 올해 4월 16일 KT는 광화문 KT스퀘어에서 네트워크 블록체인 브랜드 '기가체인(GiGA Chain)'을 선보였다. KT는 이 자리에서 '기가체인' 기반의 보안 서비스인 '기가스텔스'를 강조했다. 기가스텔스는 커넥티드카, 스마트홈, 스마트팩토리 등 다양한 사물을 통신으로 연결할 수 있는 사물인터넷의 보안을 책임진다. 블록체인 기술로 사용자의 IP주소를 숨겨서 외부 침입자나 해커들로부터 개인정보 노출을 막을 수 있다. 또한 국내 최대 인터넷 기업인 카카오는 6월 27일 블록체인 플랫폼 '클레이튼'의 메인넷을 공개했다. 이는 향후 카카오의 서비스에도 큰 변화를 이끌 것이다. 카카오는 현재 진행 중인 주요 서비스에도 블록체인 기술을 접목할 계획이다. 현재 카카오페이를 비롯해 카카오 페이지, 모빌리티와 게임 분야도 블록체인 기술 접목의 유력한 후보 분야다. 또 카카오가 선보일 암호화폐 '클레이'는 카카오의 블록체인 생태계 구성의 초석이 될 것이다. 블록체인 기술은 앞으로 더 많은 분야에서 새로운 실험을 통해 더 다양해지고 구체화될 것으로 예상된다.



LG유플러스가 서울시와 함께 시니어 대상 유튜브 육성프로그램을 시작했다. ©서울시

노인을 위한 나라가 온다

04

박막례 할머니 유튜브 영상. ©유튜브



KT가 5월에 선보인 시니어 전용관 '롤루낭만'. ©KT

노년층을 지칭하는 이른바 실버 세대가 올해 주요 콘텐츠 소비층으로 자리 잡고 있다. 실버 세대는 직접 콘텐츠를 생성하며, 콘텐츠에서도 주체가 되고 있다. 이 같은 변화는 올해 콘텐츠에 주력하고 있는 이동통신사에서 확인할 수 있다. 6월 3일 KT에 따르면 지난 10년간 '올레tv' 가입자 중 가장 오랜 시간 TV를 시청하는 연령은 50대 이상이었다. 실버 세대 수요가 늘면서 가장 눈에 띄는 것은 이동통신 3사가 실버 세대를 주요 타겟으로 한 서비스와 콘텐츠를 대량 생산하고 있다는 점이다. KT는 5월부터 '롤루낭만'이라는 시니어 전용관을 만들어 운영하고 있다. 실버 세대를 위해 콘텐츠가 노출되는 화면 비율을 늘리고, 더빙 서비스도 자체 제작해서 제공하고 있다. LG유플러스는 2월부터 실버 세대를 위한 'U+tv 브라보라이프' 서비스를 제공하고 있다. 서울대병원 전문의가 건강 정보를 알려주는 자체 제작 콘텐츠 '우리집 주치의', 국내외 여행지를 가보는 'TV관광가이드 콘텐츠', 성공적인 제2의 삶을 응원하는 콘텐츠 등 실버 세대를 위한 콘텐츠가 가득하다. 또 박막례 할머니를 비롯해 실버 유튜버가 큰 인기를 얻으면서 LG유플러스는 유튜버 육성 프로그램도 운영하고 있다. 지난 5월부터 '50+유튜버 스쿨'을 열어 실버 유튜버를 육성하고 있다. 50+유튜버 스쿨 참가자는 콘텐츠 제작을 위한 영상편집을 배우고, 유튜브 채널 운영 노하우를 유튜브 인기 채널 편집 PD 특강과 유명 유튜버와 1대1 멘토링을 통해 전수받는다.