

“크로니클, 또 하나의 인생 게임될 것”

“또 하나의 인생게임이 나왔으면 합니다.”

컴투스의 ‘서머너즈 워: 크로니클’이 16일 국내 출시된다. 2014년 6월 글로벌 서비스를 시작해 현재까지 ‘1억5000만 다운로드’, ‘누적매출 2조9000억 원’이라는 전 세계적 흥행을 달성한 ‘서머너즈 워’ IP(지적재산권) 기반의 신작이다.

IP의 핵심 요소인 ‘소환수’ 그리고 ‘소환수 조합을 통한 팀 전략’을 갖췄다. 아시아를 넘어 유럽과 북미에서도 큰 인기를 모은 대형 IP에 다중접속역할수행게임(MMORPG)이라는 장르적 특성을 더해 기존에 없던 새로운 ‘소환형 MMORPG’를 완성했다. 기존 MMORPG가 가진 ‘단일 직업 선택 후 각각의 역할 수행’이라는 문법에서 벗어나, 이용자가 소환수로 등장해 자신이 소환한 3개의 소환수와 팀을 이뤄 다양한 전략 전투를 펼치는 것이 가장 큰 특징이다. 서머너즈 워가 보여줬던 창의적이고 전략적 플레이를 MMORPG로 구현해 낸 셈이다.

그만큼 기대감도 크다. “한국에서 만든 MMORPG 중에선 가장 잘 만든 게임이라는 평가를 받고, 서머너즈 워를 통해 입증했던 저력을 다시 한 번 입증하고 싶다”는 이주환 컴투스 대표에게서 기대작 ‘크로니클’에 대해 들어왔다.



올해 최고 기대작 ‘서머너즈 워: 크로니클’의 국내 출시를 앞둔 이주환 컴투스 대표는 “한국과 아시아를 넘어 미국과 유럽 등 글로벌 전역에서 성공한 한국의 MMORPG가 될 수 있을 것”이라고 기대하면서 “또 하나의 인생게임이 나왔으면 한다”는 바람을 전했다. 사진제공 | 컴투스

‘서머너즈 워:크로니클’ 16일 론칭 글로벌 히트작 서머너즈 워 IP 적용 새로운 ‘소환형 MMORPG’ 기대 “국내 먼저 출시...매출 ‘톱5’ 목표 유저들의 피드백 많이 받을 예정”

-목표하는 성과는.

“서머너즈 워는 한국에서 만든 게임 중 글로벌 시장에서는 가장 큰 성과를 거둔 역할수행게임(RPG)이라고 자부한다. 크로니클이 서머너즈 워의 뒤를 이을 수 있기를 바란다. 서머너즈 워의 노하우와 IP가 결합된 만큼 국내에서 만든 MMORPG 중 미국과 유럽 등 글로벌 전역에서 성공하는 MMORPG가 될 수 있을 것으로 기대한다.”

게임에서는 볼 수 없었던 재미를 주는 것 같다’ 이런 이야기들을 듣고 싶다. 이런 평가가 많이 나오면 당연히 정량적인 지표 성과로도 이어지지 않을까 생각하고 있다.”

-해의 진출 계획은.

“현재로서는 16일 국내 론칭을 하고 3개월을 넘기지 않을 것이라 계획을 세우고 있다. 예상치 못했던 큰 문제가 발생하지 않는 이상 최대한 빠른 시점에 글로벌 시장에 내놓을 방침이다. 우선 국내에서 서비시하며 유저들의 피드백을 많이 받을 예정이다. 이후 북미지역 적용 등 글로벌 시장에는 어떤 방식으로 선보이는 것이 가장 맞을까 판단할 것이다. 태국에서 베타를 2주 정도 진행했는데 구글플레이 평점이 굉장히 높은 편이었고, 설문조사에서도 만족도가 높았다.”

-신작이 가지는 의미는.

“서머너즈 워는 자체가 개인적으로는

-게임을 소개해 달라.

“게임의 캐치프레이즈가 ‘소환형 MMORPG’다. 주인공이 명확하게 있으면서도 함께 전투를 펼치는 동료 캐릭터들에 굉장히 많은 비중을 할당한다. 서머너즈 워 IP의 강점을 가장 잘 살리면서 여타의 MMORPG와는 차별화된 요소를 갖추기 위해 치열하게 고민한 결과다. ‘크로니클’이 좋은 성과를 내고, 이런 방식의 게임이 더 많아지면 ‘소환형 MMORPG’라는 장르의 시초가 될 수도 있지 않을까 기대하고 있다.”

-국내에서 먼저 출시하는데.

“컴투스가 국내보다 글로벌 시장을 더 중요시하는 것은 아니다. 국내 시장에서도 잘하고 싶다. 국내 유저들에게 가장 먼저 사랑받고, 인정받고 싶다. 국내 시장에 색다른 게임, 의미 있는 형태의 게임이 나왔을 때 응원을 하게 된다. 이번에는 크로니클이 그런 역할을 할 수 있지 않을까 한다. 조심스럽지만 매출은 ‘톱5’를 목표로 하고 있다. 정성적인 부분에서도 좋은 반응을 얻고 싶다. 다른

인생 게임이다. 제작자로서도 유저로서도 그렇다. 지금도 여전히 매일 플레이하면서 개발팀, 사업팀과 협업하고 있는 게임이다. 좋은 회사, 그리고 좋은 사람들, 좋은 프로젝트를 만나 여기까지 왔다. 서머너즈 워에서 배운 것을 돌려주고 싶다는 생각이 있다. 그동안 얻은 노하우를 크로니클에 쏟아 붓고 싶다. 제게나 유저들에게 서머너즈 워만큼 정말 오래오래 재밌게 플레이할 수 있는 인생게임이 또 하나 나왔으면 하는 바람이다.”

김명근 기자 dionys@donga.com

이주환 컴투스 대표 약력

- ▲1980년 출생 ▲서울대 경제학부 졸업 ▲2004~2013 게임빌(현 컴투스홀딩스) 게임기획실장
- ▲2013~2021 컴투스 제작본부장 전무이사 ▲2021~현재 컴투스 대표이사(각자대표)

“타이거 페이스로 더 강렬해진 외관”...기아 ‘더 뉴 기아 레이’ 공개

5년 만의 부분변경 모델...9월 출시 고유 이미지 유지하며 존재감 높여 실내에 4.2인치 LCD 클러스터 적용

기아의 경차 레이가 5년 만에 디자인과 상품성을 개선한 부분변경 모델로 돌아온다. 기아는 10일 9월 초 출시를 앞둔 ‘더 뉴 기아 레이’의 디자인을 공개했다.

기아는 더 뉴 기아 레이가 새로운 디자인 철학인 ‘오퍼지트 유나이티드(Opposites United)’의 네 가지 속성 중 하나인 ‘이유 있는 즐거움(Joy for Reason)’에서 영감을 받아 더욱 세련되고 감각적인 이미지를 갖췄다고 설명했다.

전면부에서의 가장 큰 변화는 기아의 디자인 상징인 ‘타이거 페이스’를 구현했다는 점이다. ‘스타램 시그니처 라이팅’과 면을 깔끔하게 처리한 센터 가니쉬(중앙부 장식)를 수평으로 길게 배치해 확장된 타이거 페이스를 통해 강렬한 느낌을 준다.



편평하고 각진 범퍼 디자인은 휠을 감싼 차체의 볼륨감과 대비를 이루며 레이만의 고유한 디자인을 유지했다.

범퍼 하단부에는 스키드 플레이트(차체 하부 보호판)를 적용해 한층 세련되고 단단한 느낌을 준다. 측면부는 다양한 선이 조화를 이루는 기하학적 조형의 15인치 알로이 휠로 존재감을 높였다.

후면부는 미래지향적인 디자인의 리어 콤비램프를 적용했으며, 리어 콤비램프 가장자리에 위치한 스타램 시그니처 라이팅을 통해 차체를 더 넓어보이도록 했다. 또한 비노출형 테일 게이트 손잡이를 적용해 깨끗한 인상을 부여했으며 강인한 느낌을 주는 리어 범퍼 디자인으로 전면부와 통일감을 줬다. 실내에는 신규 4.2인치



더 뉴 기아 레이에는 새롭게 적용된 ‘스타램 시그니처 라이팅’과 중앙부 장식을 수평으로 길게 배치해 크기를 키운 타이거 페이스를 통해 존재감을 강화했다. 사진제공 | 기아

치 LCD 클러스터 디자인을 적용해 세련된 감각을 더했고, 모던한 느낌의 ‘라이트 그레이 인테리어’를 추가해 선택의 폭을 넓혔다.

더 뉴 기아 레이의 구체적인 사양과 가격 등은 다음달 초 출시 시점에 공개될 예정이다.

원성열 기자 sereno@donga.com



SKT, ‘K-디지털 플랫폼’ 조성 디지털 실무 인재 양성 나선다

최신 디지털 기술 공유 및 교육 프로그램 운영

SK텔레콤은 SKT 보라매 사옥에 디지털 분야 실무형 인재 양성을 위한 ‘K-디지털 플랫폼’을 조성했다. 지역 내 중소기업과 훈련기관 등이 공동으로 활용하기 위한 것으로, 고용노동부·한국산업인력공단이 주관하는 ‘디지털 융합 훈련 인프라 구축’ 사업의 일환이다.

이번에 조성된 K-디지털 플랫폼은 디지털·신기술 분야 인력 양성을 위한 전시·체험 공간(AI 테크 랩)과 청년들을 대상으로 디지털 교육과정을 개발 및 운영하는 ‘K-디지털 FLY AI’ 두 가지로 구성된다.

AI 테크 랩(사진)에선 AI반도체 ‘사파온’, 저해상도 사진·음성 및 동영상을 고화질로 변화시켜주는 ‘슈퍼노바’, AI 기반으로 행동유형을 판단해 고객에게 상황을 안내해 주는 ‘비전 AI’, 결합제품 검증하는 AI기반의 ‘머신 비전’ 등을 전시한다.

SK텔레콤은 청년들을 대상으로 디지털 분야의 프로젝트형 교육과정을 운영한다. 6월말부터 1기수 50여 명을 선발해 총 400시간의 교육을 진행하고 있다. 교육과정은 클라우드 서비스 개발, 머신러닝 프레임워크, 딥러닝 모델 등의 교과목과 프로그래밍 실습, SK텔레콤 실무부서에서 발제한 과제를 기반으로 한 해커톤 형태의 프로젝트 수행 등으로 구성돼 있다. SK텔레콤은 연간 2개 기수를 운영해 창의적이고 기술역량을 가진 전문인재 100여 명을 양성한다는 계획이다.

SK텔레콤은 K-디지털플랫폼 공간을 활용해 각종 강연 및 토론회 등을 개최하고 AI기술·디지털트랜스포메이션, 블록체인·메타버스·양자컴퓨터 등 최신 기술 트렌드를 공유할 방침이다. AI 테크 랩은 홈페이지에서 사전 예약하면 이용 가능하고, AI교육 과정은 일반 광고를 통해 교육생을 선발한다.

김명근 기자



롯데월드, 중소기업 협업 통해 동반성장 지원

롯데월드는 8월 동안 소상공인, 청년 사업가들이 운영하는 푸드트럭과 신진 디자이너들의 캐릭터 팝업 스토어를 운영한다. 먼저 19일까지 매직아일랜드에 로컬 크리에이터들이 운영하는 ‘푸드트럭 테마존(사진)’이 들어선다. 와룡총각, 요리곳간, 우무, 어니스트 밀크 등 4개의 식음 전문 브랜드가 로컬 재료를 활용해 만든 식음료들을 맛볼 수 있다. 어드벤처 2층 바르셀로나 광장에서는 31일까지 크림(C★Ream) 팝업스토어를 운영한다. 한국콘텐츠진흥원 지원사업에 선정되거나 ‘2022 캐릭터 라이선싱페어’에 지원한 23개의 신진 캐릭터 브랜드들이 참여한다.

네오위즈, 오늘부터 인디게임 페스티벌 개최

네오위즈는 ‘방구석 인디 게임쇼(BIGS)2022’를 11월부터 17일까지 개최한다. 인디 게임사들의 홍보를 지원하고자 마련된 온라인 인디 게임 페스티벌이다. 온라인 행사 페이지를 통해 다양한 장르의 인디 게임을 직접 체험하는 동시에 최신 게임 영상도 확인할 수 있다. 참여작 중 우수 게임을 선정하는 어워드도 열린다. 이번 행사에는 총 185개의 국내 게임 개발사와 30개의 해외 인디 게임이 참가한다.

편집 | 신하늬 기자 myhuki@donga.com