

게임의 2차 창작물이 유저와 게임사에 미치는 영향에 관한 연구

김민주*, 김지혜*, 이종원^o

청강문화산업대학교, 게임콘텐츠스쿨^o

청강문화산업대학교, 게임콘텐츠스쿨*

e-mail: (201713021, 201713039)@chungkang.academy*, jw@ck.ac.kr^o

A Study on the effect of Secondary Work of Game on Users and Game Companies

Min-Ju Kim*, Ji-Hye Kim*, Jong-Won Lee^o

School of Game, ChungKang College of Cultural Industries^o

School of Game, ChungKang College of Cultural Industries*

● 요약 ●

매년 수많은 게임이 출시되면서 유저들이 게임을 즐기는 방법도 다양해졌다. 이중 게임을 바탕으로 유저가 창의성을 더해 2차 저작물을 제작하는 방법이 주류를 이루고 있다. 자신이 좋아하는 게임에 대한 애정을 표현하는 한 가지 방법이라고 할 수 있으며, 이러한 2차 창작 활동은 유저의 심리적인 만족감을 채워주는 것과 동시에 게임의 홍보기능도 한다. 하지만 게임사마다 2차 저작물과 관련된 규제가 다르며 유저들은 그 규제를 모르는 경우가 많아 원저작자의 권리를 침해하기도 한다. 본 논문에서는 2차 창작 활동에 대한 유저의 의견과 게임사의 정책 및 대응을 조사하고 유저와 게임사 모두가 만족할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

키워드: 2차 창작물(Secondary work), 게임상품(Game goods), 온라인게임(Online Game)

I. Introduction

매년 수많은 게임이 출시되면서 유저들이 게임을 즐기는 방법도 다양해졌다. 원저작물을 접한 유저들은 공식적으로 공개되지 않은 부분에 대하여 자체적으로 이야기를 제작하거나 노래를 만들고, 자신만의 캐릭터를 해당 세계관에 배치하기도 한다. 이처럼 게임사에서 제공하는 세계관, 캐릭터의 서사 등을 접한 게임 이용자들이 본인의 해석을 곁들여 재창작하는 것을 2차 창작이라고 한다.

일부 게임사는 유저들의 이런 활동을 장려하기 위해 공식적으로 행사를 열어 유저들의 참여를 유도하기도 한다. 그러나 2차 창작물에 대한 조항을 두어 제한을 두는 게임사도 있다.

본 논문은 2차 창작물에 대한 게임사의 대응 및 운영정책과 유저의 2차 창작물에 관한 인식을 조사하고 그 결과를 바탕으로 게임사가 유저들을 만족시키며 2차 창작물의 이점을 끌어내 이용할 수 있는 방법을 제시한다.

2차적 저작물이 되기 위해서는 원저작물에 기초하되 개변이라고 할 수 있을 정도의 창의성을 가미하여야 한다. 2차적 저작물은 독자적인 저작물 방법으로 보호되며 이 보호는 원저작자의 권리에 영향을 미치지 아니한다고 규정되어 있으며 2차 저작물은 원저작자의 허락없이 만들어 냈을 경우 별도의 책임을 지야 한다고 명시되어 있다[1].

게임 등 문화콘텐츠 분야에서는 2차적 저작물 대신에 2차 창작물이란 용어를 주로 사용하고 있다. 2차 창작물은 유저가 게임에 대한 애정을 표현의 방법으로써 2차 창작을 진행한 결과물이다. 2차 창작물의 종류로 일러스트, 글, 만화가 일반적이지만 그것을 바탕으로 이크릴 스탠드, 담요, 부채 등의 굿즈를 제작하거나 책을 만들어 판매, 소장하기도 한다. 이처럼 2차 창작은 다양한 유저에게 보편적으로 퍼져있는 일종의 문화로 볼 수 있다.

2.2 2차 창작을 위한 행사

유저들은 2차 창작을 다양한 방법으로 사람들과 나누고 소통하고 있지만, 게임사에서 오프라인 행사를 열어 2차 창작을 장려하는 일은 굉장히 드물다. 오프라인 행사를 열어준다고 해도 유저들이 판매자로 참여하는 경우는 거의 없다. 또한 행사 자체를 열어주는 게임사가 드물다보니 유저들은 자신들끼리 모여 오프라인 행사를 개최하기도 한다. 이를 잘 아는 일부 게임사는 유저들이 모여 나누고 소통할

II. The Main Subject

2.1 2차 창작물과 2차적 저작물의 정의

2차 창작물에 대해 알기 위해선 2차적 저작물에 대해 알아야 한다. 현행 저작권법에서는 원저작물을 번역, 편역, 변형, 각색, 영상제작 그 밖의 방법으로 작성한 창작물을 2차 저작물이라 정의한다[1].

수 있는 오프라인 행사를 주최하기도 한다. 대표적으로 넥슨 사의 네코제를 예로 들 수 있다.



Fig. 1. NEKOJE Event Poster

이외에도 유저들은 자신의 창작물을 인터넷을 통해 통신 판매를 하거나 포스타입, 딜리헵과 같은 작가의 창작 활동을 후원하거나 판매를 도와주는 플랫폼을 이용하기도 한다.

2.3 게임사의 대응 및 운영 정책

일부 게임사들은 유저들의 2차 창작활동을 장려하는 한편 조항을 두어 제약을 두고 있다. 블리자드의 경우 블리자드 메인 홈페이지 법률 관련 자주하는 질문에 2차 창작에 대한 입장을 명시해 놓았다[2].

블리자드는 사용자가 직접 만든 맵은 판매하는 목적이 아니면 자신의 개인 사이트에서 배포하는 것은 허락한다. 하지만 게임을 소재로 한 소설, 시나리오, 연극 대본 등의 각색물을 제작하는 것은 불가능하며 제작 제안을 검토하거나 허락도 하지 않는다. 그 외에도 오버워치 캐릭터로 2차 창작한 오버워치 포르노는 블리자드가 직접 나서 저작권 침해로 신고하여 없애는 일도 있었다[3].

이처럼 게임을 바탕으로 한 2차 창작을 장려하지만 제약을 두는 게임사도 있지만 다수의 게임사는 2차 창작에 대한 아무런 조항도 게시하지 않고 있다. 그런데 관련 조항을 전혀 찾아볼 수 없는 게임사들의 홈페이지에도 팬 아트 게시판 등의 유저들의 창작물을 올릴 수 있는 게시판이 적어도 하나씩은 있어 유저들은 이를 암묵적으로 허락한 것이라 생각하고 2차 창작을 하기도 한다.

2.4 2차 창작에 대한 유저 인식 조사 결과

2차 창작 활동에 관한 유저의 인식을 조사하기 위해 2019.4.29~5.7 일까지 게임 커뮤니티를 통해 조사하였고, 109명의 유효한 응답을 대상으로 분석하였다.

① 2차 창작을 하는 이유

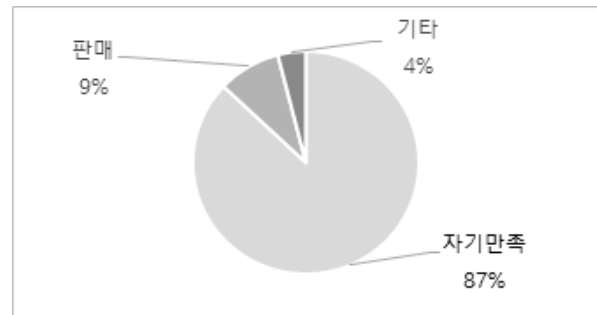


Fig. 2. Reasons for secondary work

2차 창작의 경험이 있는 유저 91명 중 87%가 창작을 하는 이유로 ‘자기만족’을 꼽았다. 그 외에 ‘판매를 하기 위해서’가 9%, 기타 의견으로 ‘캐릭터가 예뻐 많은 사람들에게 알리고 싶어서’, ‘자신이 재해석한 이야기에 대한 칭찬을 듣고 싶어서’ 등이 있었다. 다수의 사용자가 자기만족을 위해 2차 창작으로 하고 있음을 알 수 있다.

② 2차 창작의 유형과 활용

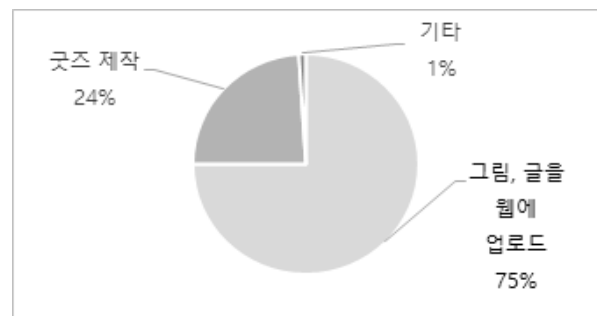


Fig. 3. Secondary work type

이 문항은 2차 창작물을 웹에 업로드를 하였는지 아니면 업로드에 그치지 않고 다른 곳에 활용하였는지에 관한 조사였다. 75%는 웹에 업로드만 하였고 24%는 굿즈를 제작해본 경험이 있다고 답했다. 기타 의견으로 ‘코스튬 플레이’, ‘음악 제작’, ‘게임 제작’ 등이 있었다.

③ 2차 창작 관련 조항의 명시 여부

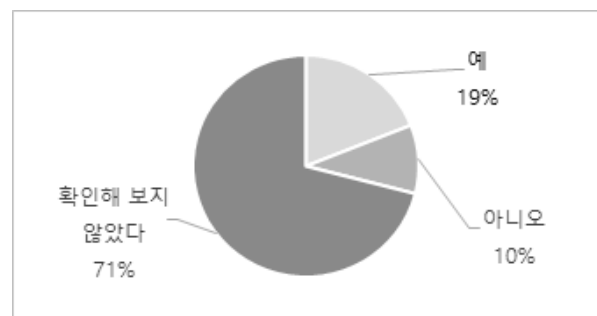


Fig. 4. Presence of second work terms

2차 창작을 하기 위해서는 원저작자의 허락이 필요하다고 저작권법에 명시되어 있다[1]. 게임사가 이와 관련된 조항을 명시하였는지 사용자가 게임사의 운영정책을 확인한 적이 있는지에 대한 조사를 진행하였다.

그 결과 전체 응답자의 71%가 관련 정책을 확인조차 해보지 않은 것으로 나타났다. 유저는 2차 창작을 하기 위해서 원저작자의 허락이 필요하다는 사실에 대해 잘 모르고 있으며 관련 조항의 명시 여부에 관심이 없다는 사실을 나타내고 있다.

④ 2차 창작 관련 조항의 필요 여부

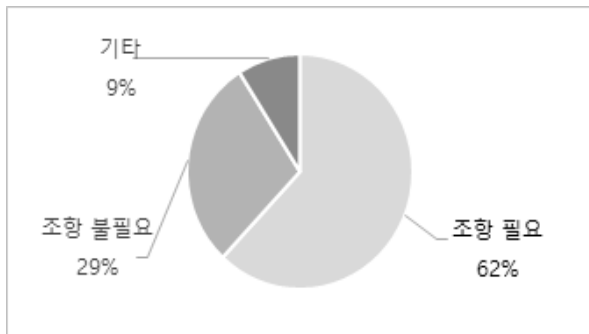


Fig. 5. Necessity of second creative terms

2차 창작과 관련된 조항의 필요 여부에 관한 문항에서는 62%가 2차 창작에 대한 허락 여부와 관련된 조항이 필요하다고 답해 다수의 유저가 규정이 필요하다고 생각하고 있음을 알 수 있다. 규정이 불필요하다는 답변은 29%였으며, 기타 의견으로는 ‘게임사에 피해가 갈 정도가 아니라면 그냥 두어도 좋다’, ‘과하게 규제하면 회사만 손해’ 등의 의견이 있었다.

⑤ 2차 창작으로 얻은 수익 분배

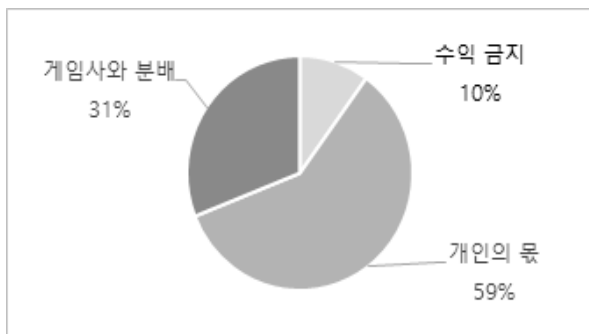


Fig. 6. Revenue distribution from second work

자신의 2차 창작물을 이용하여 제작한 굿즈를 판매하여 얻은 수익의 분배에 대하여 59%는 개인의 몫으로 해야 한다고 답하였으며 10%는 수익을 얻는 판매 자체를 금지시켜야 한다고 답했다. 31%는 게임사와 수익을 나누어 가져야 한다고 답하였다.

개인이 직접 제작하고 판매하였다고 하지만 원저작자인 게임사가 이에 대한 명확한 가이드나 규정을 만들고 유저에게 알려야 할 것으로 보인다.

⑥ 2차 창작의 영향

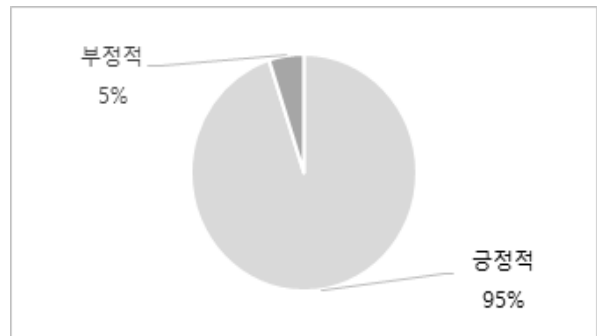


Fig. 7. The influence of secondary work

2차 창작물이 유저와 게임사에 긍정적인 영향을 줄 수 있다는 응답이 95%로 매우 높게 나타났다. 긍정적인 영향과 부정적 영향에 대한 추가적인 서술 의견은 Table 1.과 같다.

Table 1. The influence of secondary work

긍정적 영향	부정적 영향
<ul style="list-style-type: none"> - 유저간의 홍보 - 유저 리텐션 확보 - 마케팅 비용 절감 - 개발자 사기 증진 	<ul style="list-style-type: none"> - 원작 훼손 - 게임 평판에 영향 없음

2.5 2차 창작에 대한 유저 인식조사 결과분석과 제언

2차 창작물의 긍정적인 효과는 이미 게임사도 인지하고 있다. 때문에 유저가 원저작자에게 2차 창작의 행위를 고지하지 않아도 크게 문제가 되고 있지 않는 것이다. 하지만 이는 암묵적인 허용에 기대고 있다는 좋지 않은 현상이다. 관련 조항이 명확히 없다면 게임사가 생각하는 허용 범위와 유저가 느끼는 허용 범위는 다를 수밖에 없으며 이로 인해 서로 충돌하는 일이 있을 것이다.

이를 피하기 위해서는 2차 창작과 관련 조항을 제시하여 유저들이 이를 인지하고 허용된 범위 안에서 자유롭게 창작할 수 있는 환경을 만들어 주어야 한다. 이를 바탕으로 유저와 게임사가 서로 이해하며 건강한 관계를 만들기 위해 운영정책을 개선하고 유저는 이를 숙지하려는 노력이 필요하다.

III. Conclusions

유저는 자신이 플레이하는 게임의 커뮤니티를 통해 다른 유저들의 2차 창작물을 쉽게 접할 수 있다. 2차 창작물은 그 게임의 팬덤을 만들어 내기도 하며 원저작물인 게임패는 또 다른 호기심을 자극하기도 한다.

하지만 대부분의 회사가 관련 조항을 명시하지 않은 채 공식 홈페이지의 게시판을 통해 2차 창작 활동을 장려하고 있으며 유저는 이를 허용으로 받아들이고 창작 활동을 이어나가고 있다. 그러나 2차적 저작물을 제작하기 위해서는 원저작자의 허락을 받는 것이 원칙이며 허락을 받지 않아 일어나는 일에 대한 책임은 2차 창작자에게 있다.

대부분의 유저는 해당 법을 인지하지 못하고 있으며 게임사에서는 명확한 언급을 하지 않고 있다.

게임의 2차 창작물이 긍정적인 효과가 있는 만큼 이를 잘 활용하기 위해서는 압목적인 허용과 규정에 기대서는 안 된다. 유저가 게임사의 권리를 해치지 않는 선에서 2차 창작을 허용하는 게임사의 운영정책 개선과 유저들이 그것을 숙지하려는 노력이 필요하다.

향후 2차 창작물을 이용해 유저의 수익에 관한 허용과 배분 등에 대한 연구가 필요할 것으로 보인다.

REFERENCES

- [1] <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=204802&efYd=20190417#0000>
- [2] <http://kr.blizzard.com/ko-kr/company/about/legal-faq.html>
- [3] <https://www.gamemeca.com/view.php?gid=1080909>