

문화콘텐츠시장에 미치는 제도화의 영향에 대한 고찰 -게임산업의 오픈마켓과 섯다운제를 중심으로*

김민규

아주대학교 문화콘텐츠학과
min2kimp@ajou.ac.kr

The Impact on the Cultural Contents Market of the Legal Issue in Korea
- Focusing 'Open Market' & 'Shut-down' in Game Industry

Min-Kyu Kim

Dept. of Cultural Contents Studies, Ajou University

요 약

본 논문은 최근에 국내 게임시장에 큰 반향을 일으키고 있는 오픈마켓과 섯다운제의 제도화 과정을 통해 시장에 미치는 영향과 그 의미를 살펴본다. 제도는 사회적 환경과 인식이 반영된 결과물이라는 점에서 오픈마켓과 섯다운제를 이해하는데 핵심 요소이다. 이에 오픈마켓과 섯다운제의 제도가 추진되는 사회적 환경과 인식의 영향과 그 결과의 방향성을 조망한다. 오픈마켓은 스마트폰의 도입에 따라 이전과 다른 모바일콘텐츠 유통체계의 변화에 대한 기존 국지성 제도와의 합리적이고 미래지향적인 접근을 통해 시장 활성화에 기여했다. 한편 섯다운제는 게임 이용과정에서 나타난 문제적 현상에 대한 환경적·구조적 진단 보다는 현상적 형태에 집중함으로써 제도화의 의미가 퇴색하고 오히려 시장에서 부작용을 부추기는 결과를 가져오고 있다. 이러한 상반된 결과의 방향성을 통해 제도화의 중요성을 지적하였고, 오픈마켓과 섯다운제도의 실효성과 제도 및 시장성에 대하여 고찰하였다.

ABSTRACT

Two legal issues of the game industry in Korea are interested in these days. Open market & Shut-down. This article is studying for the impacts and the meaning of the game market that the institutionalization of two legal issue produce a powerful effect on. Social environment & recognition bring up the subject. This article is focusing at social environment & recognition and the forecasting game market. With the coming of smart-phone, the mobile contents market is changed. The open market for game is the issue for this changing market and assists the activation of the mobile-market with rational and futuristic perspectives. Shut-down(prohibition of the access of the young people in midnight) is the issue for game addiction and aggravates the game market and the perception on game with the focusing of the happening. This article points out the importance of institutionalization in consequence of the opposite direction of the market effects.

Keywords : game(게임), institutionalization(제도화), market(시장), open market(오픈마켓), shut-down(섯다운제)

접수일자 : 2012년 03월 14일 일차수정 : 2012년 04월 16일 심사완료 : 2012년 04월 18일

* 본 연구는 아주대학교 연구 지원으로 수행되었습니다.

1. 서론

상품을 매개로 하는 생산과 소비의 과정은 시장을 형성하는 근본적인 요소이다. 생산과정의 결과물로서 상품을 이를 필요로 하는 사람들의 구매행위인 소비과정이 발생하는 지점에서 시장이 창출된다. 특히 새로운 상품에 의한 이러한 시장 창출은 새로운 산업이 성장하는 계기가 된다. 시장의 형성, 유지, 성장에 있어서 생산과 소비를 이끄는 발생적 요인으로서 동기화가 필요하고, 상품의 매개과정에서 유통 과정이 발생하는데, 결국 시장은 동기화¹⁾-생산-유통-소비에 이르는 전 과정의 결과적 행위라고 할 수 있다.

그런데 이러한 시장에 이르는 과정, 특히 상품이 매개되는 그 지점에 영향을 미치는 것이 제도이다. 사회적 행위는 제도의 틀 속에서 그 가능함과 가능하지 않음의 구별을 통해서 이루어지게 된다. 즉 누구든지 아무런 제약과 조건 없이 상품을 생산하고 소비하는 것이 아니고, 그것의 근거가 되는 것이 제도이다. 또한 제도는 사회가 용인할 수 있는 사회적 행위의 범위를 설정한다는 측면에서 제도가 적용하는 해당 시장과 산업에 대한 사회적·문화적 의미를 내포하고 있는 것이기도 하다. 그렇기 때문에 제도는 시장과 이를 근거하는 해당 산업의 성격을 이해하는데 필수적인 요소일 뿐만 아니라 사회적 인식의 수준을 엿볼 수 있는 지표이다.

문화콘텐츠산업은 대중문화로 불리면서 사회적으로 낮은 위상이었지만, 1990년대 후반 이후 정부에 의해 주요한 정책분야이자 미래전략산업으로 높은 위상으로 변모한 산업이다.²⁾ 문화콘텐츠 분야 중 게임산업은 그 역사가 짧은 것에 반해 국내 문화콘텐츠산업 전체 수출 규모에서 거의 절반 이상을 차지할 정도로 높은 성장을 이루었고, 특히 온라인산업은 ICT의 발달 및 사회적 환경의 변화 등과 맞물려 국제 경쟁력과 성장 전망에서 가장 높은 위상을 차지하고 있다. 이는 10여년 남짓의 기간 동안에 이루어 낸 성과이다.

이러한 짧은 기간 동안에 게임시장은 문화지체

현상이라고 불릴 수 있을 정도로 제도와 산업 간의 괴리가 있어왔다. 즉 시장의 형성과 성장 과정에서 제도가 미친 영향이 높았는데, 본 논문은 게임시장과 게임 관련 제도의 관계와 그 영향을 살펴보는 것이다. 그 중에서도 특히 사회적 환경의 변화와 인식에 의한 제도의 형성과 시장에 미친 영향을 살펴보고자 한다.

이를 위해서 게임산업 관련 제도의 필요성이 제기된 요인과 제도가 시장에 미치는 영향의 두가지 방향에 대해 구체적인 제도화의 과정과 내용을 사례로 고찰하고 게임 관련 제도와 시장 간의 관계적 의미를 살펴보고자 한다.

2. 제도와 시장의 관계 형성

2.1 제도의 필요성 제기 : 환경과 인식

제도의 성격상 앞으로 발생할 것을 예상하여 만들어지기 보다는 시장이 형성되기 시작하면서 또는 되고 나서 제도의 필요성이 제기된 이후 제도화의 과정을 거치게 된다. 게임에 관한 포괄적인 제도의 내용을 담고 있는 것은 2006년 4월에 제정된 <게임산업 진흥에 관한 법률>(이하 게임법)이라고 할 수 있는데, 법령명에 ‘게임’이 본격화된 것은 1999년 2월에 제정된 <음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률>(이하 음비게임법)이다.

우선 음비게임법은 제도화의 필요성이 새로운 시장의 형성에 근거하고 있다는 것으로 보여주는 대표적인 법률이라고 할 수 있다. 법령명에서도 알 수 있듯이 음비게임법은 음반, 비디오물, 게임물을 제도화의 대상으로 하고 있는 법률이다. 산업적으로는 음악, 영화, 게임 등 세가지 산업의 내용을 하나의 법률에 포괄하고 있는 것인데, 처음부터 세가지 산업을 포괄하는 것은 아니었다. 1967년 3월

1) 상품의 발생적 요소로서 동기화 그 자체는 표출적이기 보다는 암묵적 성격이 더 강하다고 할 수 있는데, 생산과 소비의 피드백 과정에서 지속성이 시장을 유지하는 동력으로 작용한다.

2) 1999년 2월 <문화산업 진흥 기본법>이 제정됨에 따라 문화산업의 제도화 과정이 본격적으로 진행되었다.

<음반에 관한 법률>, 1991년 3월 (음반 및 비디오 물에 관한 법률)에 이어서 1999년 게임물이 추가된 <음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률>이 제정된 것이다. 여기서 특징적인 것은 음악, 영상, 게임 콘텐츠를 담은 물질을 대상으로 하고 있다는 점을 확인할 수 있다. 게임의 경우는 플랫폼으로 볼 때 아케이드게임, PC게임, 콘솔비디오게임을 그 대상으로 하고 있는데, 1999년은 이미 인터넷을 통해 네트워크 서비스되는 온라인게임이 시장을 형성하기 시작한 시기이다. 음비게임에서 PC방을 규정하고 있다는 점에서 온라인게임 유통과정에 대한 제도적 개입이 시작되었다고 볼 수도 있지만, 보다 본격적인 내용은 사전연령등급제의 적용 여부라고 할 수 있다. 법률에 의한 사전연령등급제는 유통 이전에 의무 조항으로 게임콘텐츠 유통의 시작, 즉 개별 게임콘텐츠 시장의 형성 여부에 결정적인 영향을 미치는 것이다. 온라인게임에 대한 사전연령등급제 적용은 2002년에 시작되기 때문에 사실상 음비게임 제정시 온라인게임이 본격적인 대상이라고 하기는 어렵다.³⁾

ICT의 발달에 기반한 온라인게임과 모바일게임 시장의 성장은 기존 음비게임의 한계를 넘어서 새로운 환경에 적절한 새로운 제도화에 대한 필요성이 제기되었고⁴⁾, 그 결과로 2006년 <게임산업 진흥에 관한 법률>이 제정하게 되었다[1]. 게임법은 몇 가지 특징들로 요약될 수 있는데, 첫째, 최초로 게임에 대한 독립된 법률이란 점, 둘째, 여타의 문화콘텐츠 법률과 달리 '게임문화의 장'이 별도로 있다는 점, 셋째, 법률이 제정된 이후 시행되기 전에 개정이 되었다는 점, 넷째, 기존 음비게임이 폐지되는 계기가 되었다는 점⁵⁾ 등이다.⁶⁾

이러한 특징 중에서 본 논문의 논의와 관련해서 첫째부터 셋째까지 보다 살펴볼 필요가 있다. 게임에 대한 독립적 법률 제정은 그만큼 게임시장이 사회적으로 의미있는 시장으로 성장했다는 것과 정책적으로 게임콘텐츠를 전반적으로 포괄하는 진흥과 규제的基本적인 틀과 범위의 근거가 필요했다는 것을 의미한다⁷⁾[2].

게임법 내에 '게임문화의 장'이 포함된 것은 한국에서의 게임에 대한 사회적 인식을 반영한 것이라는 점에서 그 독특함이 있다. 온라인게임이 본격적이고 시장을 형성하고 급속하게 성장하는 과정에서 2002년부터 게임이용과정에서 발생하는 문제점들이 본격적으로 언론을 통해 사회적 문제로 부각되었고, 이러한 게임이용과정에서의 부작용은 사회 전반적으로 게임에 대한 부정적인 인식을 양산하게 되었고, 정책적으로 이러한 부작용을 예방 또는 해소하기 위한 제도화 마련이 필요하게 되었다.⁸⁾ 게임문화의 장의 내용은 2002년부터 시작한 정책 사업, 2003년 중장기계획의 내용, 2004년 <이스포츠 중장기 비전>, 2005년 <건전 게임문화 조성 강화 대책> 등 일련의 정책 내용을 포괄적으로 수용하고 있다[3,4].

게임법이 4월에 제정된 이후 10월 시행을 앞두고 개정될 수밖에 없는 사건이 발생하였다. 소위 '바다이야기 사태'로 언급되는 아케이드게임시장에서의 과도한 사행행위가 사회적 문제로 제기되었다. 게임이용의 결과에 따라 경품을 지급하는 경품

-
- 3) 음비게임은 이후 개정을 통해서 일부 온라인게임에 대한 특성을 고려한 내용을 포함하기도 하였는데, 대표적인 내용이 패치 심의이다.
 - 4) <음비게임>에서 게임에 대한 규율은 플랫폼으로 볼 때, 아케이드게임과 PC게임을 전제로 한 것인데, 온라인게임의 등장과 시장 확대에 따라 새로운 플랫폼의 특성을 제대로 반영하지 못하였고, 특히 등급분류와 관련한 문제제기가 되었던 것이 계기가 되었다.
 - 5) 음반은 <음악산업 진흥에 관한 법률>로, 비디오물은 <영화 및 비디오물에 관한 법률>로, 게임물은 <게임산업 진흥에 관한 법률>로 분리되어 제정되었다
 - 6) 게임법의 제개정 경과에 대한 자세한 내용은 참고문헌 [1]을 참조할 것
 - 7) 게임법의 제정에 대한 정책적 방향은 2003년 <게임산업 중장기 계획>에 이미 포함되어 있다.
 - 8) 게임법에서 게임이용의 부작용을 의미하는 용어는 '게임과몰입'이다. 게임의 부정적 사용을 대표하는 게임중독이 아니라 게임과몰입으로 된 배경은 게임중독을 희석화하기 위한 의도가 아니다. 과학적이고 객관적으로 증명되지 않은 게임중독이란 용어르 법률에 사용하는 것은 적절하지 않다고 보았고, 게임이용의 부정적 현상이 대체로 게임에 대한 과도한 몰입현상이기 때문에 게임과몰입이란 용어로 정리가 되었다. 당시의 연구에서도 인과성 보다는 매개성의 특성이 있고, 게임이용의 부정적 현상을 '공존질환'으로 설명되었다는 점이 고려되었다.

용 아케이드게임은 이전부터 시장에 있었고, 이에 따라 과도한 사행성을 방지하기 위해 특정한 조건을 갖춘 경품용 게임기만 시장에 유통할 수 있었는데, 2002년 경품으로 상품권이 제공될 수 있게 됨에 따라 경품용 아케이드게임시장은 크게 성장을 하였다.⁹⁾ 문제는 상품권 도입의 취지¹⁰⁾에 맞지 않게 환전을 위한 도구로서 소위 ‘딱지 상품권’이 범람하게 되었고, 이에 따른 사회적 부작용, 즉 사행성 문제가 지속적으로 발생하였다. 이에 경품용 상품권 사용과 그에 따른 제도의 필요성이 제기되었고, 또한 과도한 사행성을 유발하는 번·개조를 방지하고 사후관리를 강화하기 위한 일련의 조치들이 제정된 게임법에 포함이 되었다. 그런데 2006년 10월 법률 시행을 앞두고 그 해 8월에 속칭 바다이야기로 언급되는 경품용 아케이드게임시장의 과도한 사행행위가 커다란 사회적 문제가 되었고, 이에 따라 성인용 경품용 아케이드게임기가 전면 금지하는 내용으로 개정되어 시행되었다.

‘바다이야기’ 사태는 이후 게임 관련 제도의 형성에 결정적인 영향을 미치는 계기가 되는데, 게임과몰입 문제와 함께 사행성 문제가 게임 규제 제도의 양측을 이루게 되고 지속적으로 강화하게 된다. 여기에는 사회적으로 게임이라고 하면, 중독과 사행성이란 이미지가 확산되고 양산되어 통념화되는 사회적 인식이 주요한 요인이 된다. 시장의 측면에서는 국내 아케이드게임시장이 급속하게 축소되고 ‘강한 규제’가 지속하게 되었다. 2005년도에 전체 게임시장의 절반이 넘는 비중을 차지했던 아케이드게임시장은 2007년도에 1.7%로 급락을 하였고, 전체 게임시장 규모도 2005년도 약 8조6천억원에서 2007년도 약 5조 1천억원으로 감소되었다 [5,6]. 약 3조원이 넘는 시장이 사라지는 결과를 가져왔다.

또한 ‘바다이야기’ 사태는 시장의 급락과 산업 위축뿐만 아니라 게임관련 핵심 제도중 하나인 사전등급분류제의 운영에도 큰 영향을 미쳤다. 게임의 사행성 문제가 대두됨에 따라 당시의 사회적 요구에 의해 게임물등급위원회가 게임의 사행성을

방지하는 전초기지의 역할을 하게 되었다. 결국 게임물의 내용심의에 의해 연령별 등급분류를 하는 사전등급분류제가 사행성 여부를 확인하는 사행성 관리하는 업무가 상대적으로 많아지게 되었고, 결국 내용별 연령등급분류 업무의 불균형을 초래하게 되었다. 제도 운영의 변형은 여기서 끝난 것이 아니라 사전등급분류제의 정책적 전망까지도 훼손하게 되었다. 2003년 게임산업 중장기계획에서 법정 사전 등급제를 단계적으로 자율 사전등급제로 전환하는 것을 정책적 방향으로 설정하고 있었는데[7], ‘바다이야기’ 사태 이후 자율 사전등급제에 대한 논의가 전혀 이루어질 수 없었다.¹¹⁾

게임에 관련한 기본적으로 포괄적으로 제도화의 내용을 포함하고 있는 게임법의 제·개정의 과정에서 살펴볼 수 있듯이 제도화의 필요성이 제기되는 요인의 하나는 사회적 환경의 변화이고, 둘은 사회적 인식의 수준이다. 사회적 환경의 변화는 ICT의 진화와 같은 기술발달에 의해 사회적 삶을 실행적 방식의 변화를 가져오게 되는 측면과 시장 형성 과정에서 새롭게 발생하게 되는 사회적 문제의 측면에서 고려될 수 있다. 게임법의 제정의 필요성이 전자의 측면이라고 한다면, 게임법의 개정의 필요성은 후자의 측면이라고 하겠다. 사회적 환경의 변화가 상대적으로 빠르게 진행된다면, 사회적 인식의 수준은 시간이 지남에 따라 오히려 통념화되고 공고해지는 경향을 보인다. 2002년부터 제기된 게임문화에 대한 필요성은 문화적

9) 게임이용의 결과로서 경품 지급을 하는 것은 한국 아케이드게임의 특성만은 아니고, 전 세계적으로 일반적인 형태 중의 하나이다. 다만 차이가 있다면 한국의 경우는 게임기에서 직접 배출하고, 이를 이용하는 별도의 성인전용게임장이 가능했다는 것이다. 해외에서는 리덱션이라고 하여 티켓교환이 일반적이고, 다른 게임기들과 동일 공간에서 제공되고 있다.

10) 상품권 도입의 취지는 게임이용 후 획득하는 상품권을 통해 문화활동이 활성화되는데 기여하는 것이다. 상품권 도입 이후 상품권법이 폐지되었고 무분별하게 상품권이 남발하게 되는 계기가 되었다.

11) 자율 사전등급제에 대한 정책적 전망은 2006년 제정된 게임법에서 게임물등급위원회에 대한 국고 지원을 3년 한시적으로 한 것에서 확인할 수 있다. 즉 3년의 법정 사전등급제 이후 자율 사전등급제로 전환하는 것을 정책 방향으로 설정했기 때문이다.

담론으로 확장되기 보다는 게임이용의 역기능현상에만 주목함으로써 오히려 시장 규제 기능이 더욱 강화되는 흐름으로 진행되고 있기 때문이다.

2.2 제도의 영향 : 시장 확대와 축소

게임법의 제정 목적인 제1조에 의하면 “이 법은 게임산업의 기반을 조성하고 게임물의 이용에 관한 사항을 정하여 게임산업의 진흥 및 국민의 건전한 게임문화를 확립함으로써 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다.”고 명시하고 있듯이 제도화가 반드시 규제만을 의도하는 것은 아니다[8]. 대표적인 규제 제도로 인식되고 있는 사전등급제의 경우에도 게임의 내용에 대한 정확한 정보를 제공하는 것이 무분별한 이용으로부터 발생할 수 있는 문제를 사전에 예방함으로써 적절한 이용을 통해 건전한 게임문화를 조성하는데 기여할 수 있다(청소년 보호 포함)는 측면에서는 단지 규제라고 볼 수만은 없다. 그런데 이러한 목적을 위해서는 제공과 이용과정 간의 소통이 이루어지지 않고 제공의 일방성이 강화될 경우, 즉 이용과정에서의 자율성과 책임성이 없게 되면 시장 규제적 특성으로 나타나게 된다.

또한 합리적 필요성의 제기에 의해 제도화가 되었지만 의도하지 않은 결과를 가져오는 경우도 있다. ‘바다이야기’ 사태 이후의 사실상 규제 대상이 되지 않은 아케이드게임시장까지도 함께 급락한 경우가 그러하다. ‘바다이야기’ 사태로 촉발된 제도화의 목적은 아케이드게임을 도구화하는 사행행위를 방지하는 것이다. 이러한 목적 하에 제도화에 의한 규제 내용은 게임을 통한 사행행위이고, 규제 대상은 사행행위에 도구로 사용되는 아케이드게임기이다. 제도 시행에 의해 오히려 불법적으로 운영되는 시장은 여전히 상존하고 있고, 규제 대상이 아닌 청소년 아케이드게임시장 조차도 전반적인 침체라는 의도하지 않은 결과를 가져왔다. 이러한 결과는 오히려 제도에 대한 재설계의 필요성을 제기하는 계기가 된다.¹²⁾

제도화가 시장에 미치는 영향은 시장을 확대하

거나 축소하는 두가지 방향으로 진행된다. 앞서 살펴본바와 같이 그 결과는 의도하거나 의도하지 않을 수 있는데, 의도하지 않은 결과는 제도화의 목적과 실효성에 대한 문제제기가 발생할 수 있다. 다른 경우가 있다면 시장 구조를 재편하는 계기가 될 수 있다는 점이다. 시장 구조의 재편이 반드시 시장 확대를 의미하는 것이 아니라 재편의 방향과 산업의 역량에 따라서 상이할 수 있다.

한국 게임산업과 시장이 2000년대 이후 온라인 게임을 중심으로 하여 성장했지만, 이러한 한국 게임시장의 확대가 게임 관련 제도화의 영향이라고 볼 수 있는 측면과 그렇지 않은 측면이 동시에 작용한다. 대한민국 게임백서가 발간된 이후 온라인게임시장은 지속적으로 성장을 하였다. 온라인 게임시장의 성장은 세계적인 추세이기는 하지만 특히 한국 게임시장에서 온라인게임시장의 차지하는 비중 뿐만 아니라 세계 온라인게임시장 형성에 미치는 영향도 매우 높다는 점은 특기할만하다. 벤처기업 지정, 병력특례, 문화산업기금의 PC방 지원 등은 기존의 제도에 게임분야를 추가함으로써 기업과 시장의 토대를 형성하는데 기여를 했다. 게임산업을 지원하기 위한 기관의 설립¹³⁾과 정책 예산의 편성 및 집행¹⁴⁾은 게임시장에 직접적인 영향을 미쳤다고 평가할 수 있다[9,10,11].

한편 온라인게임 이외의 플랫폼과 전체 시장 규모를 고려하면, 2006년 바다이야기 사태 이후 게임법의 개정에 의한 일련의 조치들은 국내 아케이드 게임시장과 산업 경쟁력을 단기간에 급락하게 하였

12) 2006년 게임법의 시행 이후 아케이드게임시장에 대한 제도화는 이러한 의도하지 않은 결과에도 불구하고 개선되거나 제도화의 재설계에 대한 필요성이 제기되고 있지 않다. 이는 두가지 측면에서 고려될 수 있는데, 하나는 시장에 대한 적절한 진단이 이루어지지 않는 경우 문제점을 파악할 수 없기 때문이고, 둘은 현행이 다소 문제가 있다고 하더라도 현행보다 더 많은 실질적인 대안을 마련하기 어렵기 때문이라고 할 수 있다.

13) 1999년 게임종합지원센터 설립, 이후 게임산업개발원, 게임산업진흥원으로 명칭 변경되었고, 2009년 5월 한국콘텐츠진흥원으로 통합되었다. 당시 게임진흥기관은 게임산업 후발국의 벤치마킹 대상이 되기도 하였다.

14) 게임에 대한 정책 추진은 5년 단위의 중장기계획 수립을 통해 방향과 내용을 설정하고, 매년 구체적인 정책 사업을 통해 이루어진다.

다. 문제 해소의 차원을 넘어서 산업 기반 자체가 무력하게 될 정도의 시장에 큰 영향을 미쳤다. 문제 해결을 위한 제도화의 목적이 본래의 목적 범위를 넘어서 의도하지 않은 결과를 가져오게 된 것이다. 그만큼 제도의 설계와 실제 시행시 시장에서의 반응은 반드시 일치 하지 않을 수 있다는 점은 제도화의 과정에서 어떤 관점과 접근을 하는가에 따라 달라질 수 있다는 것을 보여준다고 하겠다.

최근년 시행되어 국내 게임시장에 큰 반향을 일으키고 있으며, 향후 국내 게임 관련 제도의 기본적인 제도화의 방향을 설정할 정도의 큰 의미를 갖고 있는 게임물 오픈마켓과 청소년 심야시간 이용금지를 하는 섯다운제를 제도화의 과정과 시장에 미치는 영향에 대한 고찰을 통해 시장에서의 제도의 의미를 살펴보도록 하겠다.

3. 제도화 사례 : 오픈마켓과 섯다운제

게임 관련 제도에서 시장에 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 미치는 사례로 두 가지를 살펴 볼 수 있다. 긍정적 영향의 사례는 오픈마켓용 게임물에 대한 사전등급분류제의 탄력적 적용에 대한 것이고, 부정적 영향의 사례는 소위 섯다운제로 불리는 심야시간 청소년 게임이용금지에 대한 것이다. 두 가지 사례는 게임시장 내적 요인에 의한 것보다는 외적 환경의 변화가 제도의 필요성을 제기 하였다는 점과 함께 그 외적 환경의 변화가 한편으로 내용적으로 연계되어 있다는 점에서 제도 간의 갈등이 유발된다는 점에서 제도와 시장 간의 관계를 고찰하는데 유용하다고 하겠다.

3.1 오픈마켓의 제도화 과정

게임물의 오픈마켓에 대한 제도는 2011년 3월 11일 게임법의 개정되었고, 실제 제도의 실현은 동년 11월이 되어서 가능해졌다. 이러한 제도화의 필요성에 대한 제기는 2009년 12월 스마트폰의 본격

적인 국내 서비스가 시작되면서인데, 게임물의 오픈마켓에 대한 논의는 스마트폰 시장 형성되기 이전부터 이미 시작되었다¹⁵⁾[12].

이러한 게임물의 오픈마켓에 대한 제도화의 필요성이 제기된 요인은 국내적 문제로부터 촉발된 것이라기보다는 국외적, 더 정확히는 기술발달에 따른 모바일콘텐츠 유통(시장) 체계의 변화로부터이다. 즉 외적 환경의 변화에 대한 합리적 대응 방안을 찾기 위한 시도가 게임물의 오픈마켓에 대한 제도화의 계기이다. 오픈마켓이라고 하는 새로운 방식의 모바일콘텐츠 유통체계(환경)은 기존 모바일게임이 그 특성상 플랫폼 사업자인 이동통신사에 의해서만이 유통(서비스)이 가능했던 것과 달리 누구든지 생산의 주체가 되어 참여할 수 있는 개방형 유통체계라는 점이 큰 특징이다. 오픈마켓은 일종의 모바일콘텐츠의 집단지성에 토대를 둔 오픈비즈니스 모델이라고 할 수 있다[14]. 게임물 오픈마켓이 국내 시작되기도 전에 이미 국내 개인 개발자가 애플의 앱스토어에 올린 게임으로 큰 수익을 창출하고 있다는 보도 등은 오픈마켓의 특성과 가능성을 단적으로 보여준 것이라고 하겠다[15].

콘텐츠 생산과정에서의 참여 범위가 확대되었다는 것은 그만큼 다양하고 많은 콘텐츠가 생산되어 유통될 수 있음을 의미한다. 이는 법정 사전등급분류제에서 수많은 심의대상의 게임물에 대한 심의가 정상적으로 가능할 수 있을 것인가? 가능하지 않다면 법정 사전등급분류제를 유지할 수 없는 것인가? 라는 기존 제도와와의 예견되는 갈등이 문제제기가 되었다. 이러한 문제제기는 애플의 앱스토어와 구글의 안드로이드마켓이 국내에서 서비스되면서 예상했던 대로 사회적 이슈가 되었다. 오픈마켓이 서비스 시작을 할 때 게임이 별도의 서비스 범주로 되었으나, 국내 제도, 즉 모든 유통되는 게임물은 사전에 등급분류를 받아야 하는 게임법의 조

15) 2009년 4월 27일 게임물등급위원회 주체로 <오픈마켓 게임콘텐츠 심의방안 마련을 위한 세미나> 개최되어 모바일분야에서의 오픈마켓이 전 세계적인 흐름으로 진행되고 있는 환경의 변화에서 한국의 법정 사전등급분류제라는 제도 하에서 어떻게 제도적 충돌 없이 가능할 수 있을 것인가에 대해 논의가 되었다 [13].

항(게임법 제21조)에 위배된다는 지적이 있었다 [16]. 결국 국내에서는 스마트폰 시장이 형성되었지만, 해외에 달리 게임 카테고리는 제외된 채 서비스가 되었다¹⁶⁾.

2010년 4월 28일 오픈마켓 게임물에 한하여 자율심의가 가능하도록 하는 게임법 개정안이 국회 문화체육관광통신위원회를 통과했다. 그리고 국회 본회의 통과까지 약 11개월이 걸렸고¹⁷⁾, 다시 실제 게임물 오픈마켓이 국내에 서비스되기까지 약 8개월이 걸렸다. 국내 스마트폰 시장이 형성된 시기로부터는 약 23개월이 소요되었다.

게임물 오픈마켓의 제도화 과정은 몇가지 시사점을 던져 주고 있다. 첫째, 제도의 필요성이 제기된 시기부터 시행까지 상당한 기간이 걸렸는데, 하나의 제도가 만들어지는 것이 단기간에 이루어지는 것은 아니라고 하더라도 시장에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 측면을 고려할 때 다른 요인이 작용했다고 볼 수 있다. 우선은 본 제도화에 대한 문제제기의 계기가 외적 환경의 변화에 의한 것이란 점이다. 이는 기술 발달에 따른 새로운 흐름에 대해 주체적인 대응 준비를 하지 않았다는 것을 말한다. 또한 세계적으로 모바일 오픈마켓을 주도하는 주체가 국내 기업이 아니라 해외 기업이란 점, 즉 기존 국내 제도의 변화가 해외 기업에만 이익을 주게 되는 것은 아닌가 하는 우려가 작용하였다. 다른 한편의 인식은 오픈마켓보다는 게임에 대한 국내의 통념화된 인식인 게임의 부정적 인식이라고 할 수 있다. 게임을 사회적 문제의 요인으로 보는 시각에서 기업의 자율성을 신뢰하기 어렵다고 보는 것이다.

둘째, 글로벌 네트워크 환경이 진화함에 따라서 기존의 지역 중심의 제도와의 갈등 문제이다. 특히 게임을 비롯한 문화콘텐츠에 대한 글로벌 유통 방식의 빠른 변화는 산업 전반의 가치사슬과 그에 따른 비즈니스 환경과 결과로서의 소비(이용)환경의 변화를 동반한다. 여기서 기존 국지성 제도를 유지할 것인지 변화를 해야 하는 것인지, 또 변화를 한다면 어떤 방향으로 해야 하는 것인지 등에

대한 정책적 고려를 필요로 하게 된다. 본 게임물 오픈마켓의 제도화가 진행될 수밖에 없었던 요인은 하나는 이러한 환경 변화를 현실적으로 배제하거나 외면할 수 없었기 때문이다.¹⁸⁾

셋째, 게임물 등급분류제도에 대한 전망이다. 게임물에 대한 사전 연령등급분류를 하는 것은 세계적으로 가장 일반적이다. 다만 국내의 경우는 법률로 이를 정하고 있으며, 또한 연령 기준까지도 정하고 있다.¹⁹⁾ 세계적으로 볼 때 국내와 같이 법률에 의해 강제적으로 규제하는 국가는 극히 드물고, 대부분의 국가는 자율적으로 시행하고 있다.²⁰⁾ 특히 게임을 제작할 수 있는 역량있는 국가의 경우 자율규제가 정립되어 있다, 자국 시장이 해외에서 제작된 콘텐츠를 수입하여 유통하는 것이 중심인 국가의 경우는 자국 산업의 보호 차원에서 정책적으로 정부의 규제적 성격이 강한 제도를 채택하고, 자국의 제작 능력이 높아 경쟁력이 있는 경우에는

16) 애플 앱스토어에는 앱에 대해 다양한 카테고리로 분류하고 있는데, 생산성, 게임, 교육, 엔터테인먼트, 뉴스, 도서 등등인데, 게임 카테고리가 삭제되고 나서 엔터테인먼트 등의 카테고리에서 일부가 서비스가 되었는데, 이는 게임을 제외한 카테고리 중에서 그나마 게임과 가장 근접한 성격을 갖고 있는 카테고리이기 때문으로 보인다.

17) 관련 법률 조항의 내용은 다음과 같다.
게임법 제21조(등급분류) 제1항 제4호 게임물의 제작주체·유통과정의 특성 등으로 인하여 등급위원회를 통한 사전 등급분류가 적절하지 아니한 게임물 중에서 대통령령으로 정하는 것. 다만, 제9항의 기준에 따른 청소년이용불가 게임물일 경우에는 그러하지 아니하다.

시행령 제11조의4(자체 등급분류 게임물) 법 제21조제1항제4호 본문에 따른 게임물은 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다.

1. 「전기통신사업법」에 따른 기간통신사업의 허가를 받은 자가 제공하는 기간통신역무에 의하여 제공될 것
2. 온라인 오픈마켓 등 전자상거래중개로 제공될 것
3. 이동통신단말기에 또는 이동통신단말기에 구동되는 것과 같은 종류의 운영프로그램을 사용하는 무선인터넷 접속 단말기에 의하여 제공될 것

18) 물론 국내 관련 기업들과 이용자층의 적극적인 제도화의 요구도 하나의 요인이라고 하겠다.

19) 이를 지키지 않을 경우 벌칙으로 최고 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처해질 수 있다.(게임법 제44조)

20) 국내와 같이 강제하는 경우는 호주, 싱가포르 등이고, 중국의 경우는 연령등급제가 시행되고 있지 않고, 정부 허가제가 시행되고 있다.

대체로 시장의 자율적 성격이 강한 제도를 채택한다. 그러기에 소위 게임선진국이라고 평가되는 미국, 유럽, 일본 등이 대표적인 자율등급제를 시행하고 있는 국가이다.²¹⁾ 한국 게임산업은 해외 게임물의 수입으로부터 시작되었는데, 온라인게임시장의 창출로 온라인게임에서의 국제 경쟁력을 인정받고 있다. 즉 온라인게임에 대해서는 선진국이라고 할 수 있을 정도가 되었다. 이와 같은 국내 게임산업의 발전은 사전등급분류제에 대해 선진국과 같은 성격으로의 재정립에 대한 요구를 확산하는 요인중 하나로 작용하다. 기존 사전등급분류제의 변화 요구에 대한 또 하나의 요인은 바로 게임물 오픈마켓 제도화 과정에서 제기된다. 오픈마켓의 특성에서 알 수 있듯이 모바일콘텐츠 유통체계에서의 개방성과 국제성(글로벌)을 기반으로 하는 빠른 시장의 변화에서 빠르게 대응하기 위한 점, 그리고 기술 발달에 의해 기존 온라인(유선)과 모바일(무선)의 경계가 허물어짐에 따라 모바일 오픈마켓의 개념과 방식이 온라인(유선)에서도 적용될 수 있는 점은 게임물 오픈마켓의 제도화는 향후 게임물 사전등급분류제도의 자율성 확대에 있어 주요한 계기가 된다.

3.2 섯다운제의 제도화 과정

청소년의 심야시간 게임이용제한 제도인 섯다운제는 비록 시행된 지가 얼마되지 않지만 국내 게임관련 규제 성격과 사회적 인식을 대표하는 제도이다. 섯다운제와 같이 게임이용을 제한하는 제도화의 계기는 게임이용과정에서 나타난 부정적인 현상과 그 현상에 접근하는 시각이다.

게임이용의 부정적 현상이 사회적 문제로 부상한 시기는 대략 2002년 정도이다. 이 시기는 온라인게임시장이 급속하게 확대되던 시기이기도 하다. 당시 언론을 통해 게임, 특히 온라인게임이 사회문제의 원인이자 가정 내 갈등의 원인으로 지목되었다. 대학입시를 겪어야 하는 청소년 자녀를 둔 학부모들에게 마치 게임은 공공의 적으로 인식되었다. 게임, 특히 온라인게임이라는 새로운 콘텐츠이

자 매체에 대한 경험과 이용이 일천한 학부모 세대에게 게임은 TV와 달리 무척이나 낯선 환경으로 자리했다. 대부분의 청소년들이 게임을 이용하고 있는 시대²²⁾에 자녀가 하고 있는 게임이 무엇인지 모르고[17], 자녀의 게임이용에 대해 어떻게 지도해야 하는지를 모르는 학부모들에게 게임은 일종의 공포의 대상으로 인식되었다²³⁾[18]. 이러한 학부모들은 게임 관련 정보를 주로 언론을 통해서 얻는데²⁴⁾[19], 언론에서의 게임 관련 기사가 주로 사회문제적 현상을 다룬다는 점에서 게임에 대한 부정적 인식을 더 강화하는 계기가 된다. 게임에 대한 직접적인 경험이 부족하고, 부정적 내용의 정보에 대한 반복적인 습득은 게임에 대한 통념을 강화하게 된다.

제도화가 사회적, 환경적 문제 제기에 대한 적절한 대응하기 위한 사회적 행위라고 할 때, 섯다운제의 제도화는 게임이용과정의 부정적 현상으로부터 제기가 되었고, 그에 대한 대응이라고 할 수 있다. 그런데 그러한 현상이 제도화의 계기는 되지만, 결과로서의 제도가 문제적 현상을 해결하는가를 고려할 필요가 있다. 즉 게임 또는 게임이용행위 그 자체가 문제적 현상을 발생시키는 직접적인 요인, 아니면 문제적 현상으로부터 제기된 현상의 발생 요인인지에 따라 다른 제도화의 결과를 가져오게 된다. 여기서 바로 문제적 현상에 대해 접근하는 시각, 즉 사회적으로 통념화된 게임에 대한 인식을 바탕으로 하는 문제적 현상에 대해 접근하는 시각이 개입하게 된다.

2011년 5월 19일 만 16세 미만의 청소년들은 0시에서 6시까지 게임이용을 금지하는 섯다운제가 청소년보호법의 개정을 통해 국회에서 통과하고,

21) 대표적인 자율등급분류기관으로는 미국의 ESRB, 유럽의 PEGI, 일본의 CERO를 들 수 있다.
 22) 2011년도 게임백서를 보면, 9~14세 91.3%, 15~19세 76.3%가 현재 게임을 이용하고 있다고 응답했다
 23) 학부모와 교사를 대상으로 2005년도 조사 내용을 보면, 전체 응답자의 약 64%가 게임을 모르거나 게임지도 방법을 몰라서 자녀의 게임이용지도의 애로를 겪고 있다고 응답을 했다.(전체 응답자수는 2,477명)
 24) 앞서 조사 내용을 보면, 게임관련 정보를 주변 사람과 언론(TV, 신문 등)을 통해서 얻는다는 응답이 약 55%를 차지한다.

동년 11월 20일에 시행이 되었다. 2004년부터 청소년 수면권 보호를 위해 청소년 심야시간 게임이용을 금지하는 것에 대한 제기가 있어 왔고²⁵⁾, 게임의 부정적 현상을 대표하는 게임중독을 예방하기 위해서 조치로서 섯다운제가 지속적으로 제기되었다. 2005년 이후부터 청소년(또는 청년)의 사회적 문제가 언론에 알려지게 될 때마다 그 원인으로 게임이 지목되었고, 게임이용규제의 필요성이 제기되었다.²⁶⁾ 2010년 초부터 섯다운제의 법제화를 추진하는 여성가족부와 자율 규제를 추진하는 문화부간의 섯다운제의 제도화에 대한 논란이 거듭되었다가 동년 말에 양 부처가 섯다운제 도입에 합의함으로써 섯다운제의 본격적인 제도화 과정이 추진되었다.

섯다운제의 제도화 과정에서 나타난 몇가지 시사점을 살펴볼 수 있다. 첫째, 섯다운제 도입의 명분인 청소년의 수면권 보호가 게임이용만 금지한다고 해서 가능한 것인가이다. 2004년도 조사에서도 수면권 방해 요인으로 방과후 학습이 45%, 과도한 학교 수업이 24.8%로 나타나 과도한 학습 부담이 69.8%였고, 게임이 25.3%를 차지하는 것으로 나타났다[20]. 이런 결과를 통해 게임만 문제점으로 지적되었다. 사실상 온라인게임만 심야시간에 이용금지를 한다고 하더라도 TV, 인터넷, 오프라인 게임 등을 심야시간에 이용할 수 있는 환경이 상존하고 있는 상황에서 온라인게임만 금지함으로써 청소년 수면권을 보호할 수 있는 것, 즉 법제화의 취지를 달성할 수 있는 것인지는 의심스럽다.²⁷⁾

둘째, 섯다운제 제도화의 계기가 게임에 대한 부정적 인식이고, 게임중독이 이를 대표하고 있는데, 게임중독이 아직까지 과학적으로 증명되지 않고 있다는 점이다. 많은 전문가들은 게임중독현상이 게임과의 인과성이 있다고 볼 수 없다는 의견이 대체적이고, 오히려 다른 환경적, 인성적 문제에 대한 관심을 가져야 한다는 의견이다[21]. 이는 섯다운제의 제도화의 근거가 상당히 빈약하다는 것을 의미하는데, 인과성을 설명하지 못하고 특정 대상에 대한 규제를 하고 있는 것이 되기 때문이다.

셋째, 앞서 섯다운제 제도화의 실효성과 근거의 미흡에도 불구하고 섯다운제가 제도화되었다는 점이다. 섯다운제의 제도화 과정에서 학계, 업계, 시민단체 등에서 섯다운제의 문제점과 우려에 대해 많은 지적이 있었지만, 이러한 의견이 거의 반영이 되지 않았다. 이는 제도화 과정에서 합리성, 과학성, 타당성, 효율성 등 보다 사회적으로 통념화된 인식이 더 강력한 영향을 미칠 수 있음을 보여주는 사례라고 할 수 있다.²⁸⁾

4. 시장에 미치는 영향

4.1 시장 형성에 미치는 영향

오픈마켓은 시장의 활성화를 목적으로 하고 있기 때문에 시장 확대라는 방향으로 영향을 미치고, 섯다운제는 이용 규제를 목적으로 하고 있기 때문에 시장 위축의 방향으로 영향을 미친다고 하겠다. 두 제도가 모두 2011년 11월이라는 유사한 시기에 시행되었지만 상반된 방향으로 시장에 영향을 미치는 사례이다. 물론 오픈마켓은 모바일게임에, 섯다운제는 온라인게임에 초점을 맞추고 있기는 하지만 게임시장 전체를 고려할 때 활성화와 위축이라는 대립적 방향성을 갖고 있다. 두 제도가 제도가 시행되고 있는 현재 상황에서 대상으로 하고 있는 분야가 다르다고 하지만, 섯다운제가 모바일게임 분야를 완전히 제외한 것이 아니라 일정 기간(2년)의 유예기간을 두고 시행을 예고하고 있다는 점에

25) 2004년 10월 19일 '청소년 수면권 확보를 위한 대책마련 포럼'에서 제안되었다

26) 몇차례 법률안이 제안되기도 했지만 위헌성, 과도한 규제 등으로 제도화되지 않았다.

27) 인터넷 이용에 대한 관리가 어렵다고 하지만, 온라인게임만 적용할 수 있는 것은 오히려 인터넷 이용 관리가 더 용이하다는 것을 반증하는 것이라고 할 수 있다

28) 해외에서도 이와 유사한 논란이 있었는데, 태국에서도 2003년 섯다운제를 시도했으나, 실효성이 문제가 되어 PC방 청소년 출입시간 제한으로 변경되었고, 중국에서도 2007년 장시간 게임이용을 강제적으로 금지하는 조치를 취했으나 우회하는 방법이 많아 실효성이 없음을 따라 폐지하였고, 이후 정부, 업계, 학부부 공동협력 정책으로 전환하였다[22].

서 사실상 두 제도는 독립적으로 운영되는 것이 아니라 영향을 주고 영향을 받는 관계이다.

두 제도가 시행된 기간이 아직은 짧지만, 지금까지 나타난 것을 살펴볼 때, 오픈마켓은 시행 전부터 시장 활성화에 대한 기대감이 높았고[23], 국내 관련 기업의 성장에도 기여하고 있는 것으로 보인다[24,25,26]. 오픈마켓의 특성상 생산과정에서의 개방적 참여는 청년 일자리 창출 정책중 하나인 '1인 창조기업'의 가능성을 높여주기 때문에 이후에는 기존 기업과 시장 뿐만 아니라 새롭게 시장에 진출함으로써 더 큰 성장이 될 것으로 기대가 된다. 이러한 결과는 오픈마켓의 제도화의 필요성 제기와 제도의 목적에 상당히 부합하는 사례라고 할 수 있다.

한편 셋다운제는 시행 이전부터 제도의 실효성에 대한 사회적 우려가 높았다[27,28,29,30]. 이러한 우려는 셋다운제 시행 3개월에 대한 평가에서도 그대로 나타났다. 실효성이 없다는 것이 거의 대부분을 차지하고 있다²⁹⁾[31,32,33]. 이는 셋다운제 제도화의 필요성 제기와 제도의 목적에 있어서 괴리가 있음을 의미하는 것이다. 게임이용의 부정적 현상의 가시성에만 집중하고 부정적 현상이 발생하게 되는 다양한 환경적 요소들 간의 관계를 무시했기 때문이다. 즉 제도의 실효성이 지속적으로 제기되는 것은 원인에 대한 진단이 적절하지 않았음을 의미하는 것이다. 오히려 셋다운제 논의 때부터 지적이 되었던 개인정보보호의 문제라는 다른 부작용을 발생시키고 있다[34,35]. 제도의 실효성 문제가 제기될수록 제도의 목적과 취지를 재검토하여 제도를 평가하는 것이 아니라 제도의 실효성을 높이기 위한 일련의 조치들이 강화되는 것이 일반적이는데, 셋다운제에 대한 사회적 실효성 제기는 셋다운제를 유지하기 위한 규제 강화로 발전될 가능성이 높다고 하겠다[36]. 한편 셋다운제 규제 대상이 만 16세 미만의 청소년이기 때문에 게임법에서 정한 연령등급기준으로 보면 전체이용가, 12세 이용가, 15세 이용가 게임물을 서비스하기 위해서는 셋다운제를 시행해야 한다. 셋다운제 적용을 받지 않으려면

청소년이용불가 게임물을 서비스하면 되기 때문에 15세 이용가에 해당할 것 같은 게임물은 오히려 청소년이용불가 게임물로 연령을 상향하여 제작 및 서비스하는 것이 셋다운제 규제로부터 자유로울 수 있다는 점은 국내 게임시장이 향후 청소년이용불가 게임물의 비중이 높아질 가능성을 배제할 수 없고, 그럴 경우에 15세 이용가라는 연령등급은 사실상 연령등급제에서 의미있는 연령등급이 되지 않을 수 있다. 셋다운제의 제도화는 문제제기의 타당한 근거의 미흡과 현상에 대한 편협한 진단으로 인해 오히려 시장의 부작용을 부추기는 사례라고 하겠다.

4.2 인식 형성에 미치는 영향

시장을 상품 매개로 하는 관계의 장이라고 한다면, 생산-유통-소비라는 가치사슬에 관계하는 주체들의 인식과 참여행위는 전반적인 시장 형성과 성격에 영향을 미치게 된다. 오픈마켓은 생산과 소비 주체의 참여뿐만 아니라 소비 주체의 생산 주체로의 전환이라는 개방성을 특성으로 하고 있다는 점은 게임에 대한 인식과 그 이용행위에 대한 이해에 있어서 부정성보다는 긍정성을 획득하는데 영향을 미친다. 또한 오픈마켓은 국지성이 아닌 글로벌성(글로벌 유통과 비즈니스)에 대한 이해와 인식을 확산할 수 있다. 그리고 가장 중요하게는 국내에서 오픈마켓 제도화가 자율성에 대한 인식 형성에 영향을 미칠 수 있다는 점이다. 즉 오픈마켓의 안정적인 시행은 게임콘텐츠 시장에서의 자율적 주체의 의미를 경험할 수 있게 함으로써 유통 시장의 새로운 관계와 방식을 만들어내는 계기가 된다.

셋다운제는 필요성의 제기가 근거중 하나가 게임에 대한 부정적 인식인데, 셋다운제의 제도화는 그러한 게임에 대한 부정적인 인식을 더욱 확산하게 한다. 셋다운제는 이용할 수 있는 게임과 이용할 수 없는 게임을 구분하는 제도가 아니라, 이용할 수 있는 게임에 대한 이용 제한을 하는 것으로

29) 거의 유일하게 셋다운제가 실효성이 있다는 기사를 작성한 곳은 내일신문 뿐이다.(2012. 1. 3일자)

사행성과 같은 특별한 경우를 제외하고 어떤 문화콘텐츠도 이용할 수 있는 콘텐츠에 이용 제한을 두는 경우는 없다는 점을 볼 때, 게임은 유해 또는 위험한 것이란 이미지를 준다. 특히 제도화의 주체가 정부라는 점에서 섯다운제의 제도화는 국가 차원에서 게임을 유해하다고 인정하는 최초의 상징적 사례가 된다.³⁰⁾

5. 결 론

본 연구는 최근년 게임산업과 관련하여 많은 논란 속에서 시행된 두가지 제도, 즉 게임물 오픈마켓의 허용과 청소년 심야시간 게임이용을 금지하는 섯다운제가 국내 게임시장에 미치는 영향을 제도화의 과정을 통해서 살펴보았다.

오픈마켓과 섯다운제는 국내 게임시장에 긍정과 부정이라는 상반된 방향의 영향을 미치는 것으로 향후 국내 게임시장과 관련한 제도의 기본적인 방향과 성격, 그리고 인식에 큰 영향을 미칠 것으로 예상되는 대표적인 제도이다.

비록 두 제도 모두 시행한 기간이 짧기는 하지만 문제 제기로부터 제도화의 방향 설정에서 오픈마켓은 구조적으로 접근했다고 하면, 섯다운제는 현상적으로 접근을 했다고 볼 수 있다. 즉 오픈마켓은 국내외의 환경 변화에 따라 시장 구조의 합리성을 추구하는 것이라면, 섯다운제는 문제적 현상이 발생하는 구조적 원인에 대한 접근이 아니라 현상 그 자체의 행태에만 집중함으로써 오히려 제도의 실효성에 대한 논란이 지속되고 있다. 결과적으로 오픈마켓은 기존 시장 활성화 뿐만 아니라 새로운 시장의 창출과 나아가 제도의 발전 가능성까지 긍정적인 영향을 미치고 있는 것과 달리 섯다운제는 제도화의 취지가 무색할 정도로 평가받을 뿐만 아니라 오히려 부작용을 부추기고 나아가 게임에 대한 통념화된 부정적 인식을 확대 재생산하는 부정적인 영향을 미치고 있다.

시장 형성에 있어서 제도는 시장의 성격과 관련

된 주체들의 관계의 방향을 설정하는 기능을 한다는 점과 문화콘텐츠시장의 빠른 환경 변화는 지속적인 제도화의 필요성을 제기한다는 점에서 제도와 시장에 대한 연구의 필요성과 중요성이 있다.

참고문헌

- [1] 김민규, “게임산업에 관한 법률의 제개정 경과와 의의”, 성신법학 제6호, 2007.
 - [2] 문화체육관광부, <게임산업 중장기계획(2003~2007)>, 2003.
 - [3] 문화체육관광부, <이스포츠 중장기 비전>, 2004.
 - [4] 문화체육관광부, <건전 게임문화 조성 강화 대책>, 2005.
 - [5] 문화체육관광부·한국게임산업진흥원, <2006 대한민국 게임백서>, 2006.
 - [6] 문화체육관광부·한국게임산업진흥원, <2008 대한민국 게임백서>, 2008.
 - [7] 문화체육관광부, <게임산업 중장기계획(2003~2007)>, 2003.
 - [8] 법제처 국가법령정보센터, <게임산업진흥에 관한 법률>, 법률 제10879호, 2011. 7.21, 일부개정
 - [9] 김민규, “한국 게임산업 정책현황 및 발전방향”, 디지에코 포커스 2011년 3월호, 2011.
 - [10] 문화체육관광부, <게임산업 중장기계획(2003~2007)>, 2003.
 - [11] 문화체육관광부, <게임산업 중장기계획(2008~2012):the Second Revolution>, 2008.
 - [12] 게임물등급위원회, <오픈마켓 게임콘텐츠 심의 방안 마련을 위한 세미나> 자료집, 2009.
 - [13] 게임물등급위원회, <오픈마켓 게임콘텐츠 심의 방안 마련을 위한 세미나> 자료집, 2009.
 - [14] 김민규, ‘등급분류 대상으로서 오픈마켓 게임물의 범주와 정의’, <오픈마켓 게임물 등급분류 개선방안 세미나> 자료집, 게임물등급위원회, 2009.
 - [15] 한국경제, “30대 직장인이 만든 게임 앱스토어에서 대박 “청년 재벌 탄생””, 2009. 3. 3.
- 30) 2002년에 그리스에서 소위 게임금지법을 제정한 적이 있는데, 이 법은 그리스 전역에서 게임을 하거나 소유하는 것 만으로도 처벌을 받았고, 법안이 발효된 것을 모르던 관광객들은 벌금을 내야 했다. 다른 유럽 국가들로부터 많은 비난을 받은 이 법은 이후 유럽연합(EU)에서 그리스 정부를 유럽 재판소에 제소하고, 2년 후인 2004년에 승소하여 법률 효력을 금지시킨 적이 있다³⁷⁾.

- [16] 전자신문, ‘안드로이드마켓 국내 서비스 중단 위기’, 2010. 3. 11.
- [17] 문화체육관광부·콘텐츠진흥원, <2011 대한민국 게임백서>, 2011.
- [18] [19] 한국게임산업개발원, <청소년 게임이용에 대한 교사, 학부모 인식조사 결과>, 2005. 6.(내부 자료)
- [20] 문화일보, ‘청소년 54% “잠 모자란다”’, 2004. 10. 16.
- [21] 아이뉴스24, ‘뇌 전문가들 “게임중독 원인 아직 모른다”’, 2012. 1. 26.
- [22] 경향게이스, ‘해외 게임 산업 보호 정책 vs 국내 게임 성장 저해 정책’, 2011. 3. 14. (474호)
- [23] 헤럴드경제, ‘애플,구글 앱 게임마켓 열렸다’, 2011. 11. 2.
- [24] 디지털데일리, ‘애플 게임카테고리 개방후 나타난 변화...국산이 외산을 압도한 이유는?’, 2012. 1. 30.
- [25] 디스이즈게임, ‘컴투스 연간 매출액 362억원으로 전년대비 17.2% 증가’, 2012. 1. 25.
- [26] 서울경제, ‘게임빌 올 매출 600억 돌파’, 2012. 2. 2.
- [27]파이낸셜뉴스, ‘이용경 의원, “여가부, 섯다운제 원점서 재검토하라”’, 2011. 11. 4.
- [28] 전자신문, [섯다운제 통과] ‘실효성없는 과잉규제 현실화됐다’, 2011. 5. 1.
- [29] 스포츠조선, ‘섯다운제, “실효성없는 악법”이라 각계각층 한 목소리’, 2011. 4. 27.
- [30] 인벤, ‘경실련, 실효성없는 섯다운제 반대’, 2011. 4. 27.
- [31] 지드넷코리아, ‘섯다운제 도입 3개월...실효성은 글썽’, 2012. 1. 30.
- [32] 매일경제, ‘실효성없는 섯다운제...심야게임접속 4.5% 줄어’, 2012. 1. 30.
- [33] 한국경제, ‘청소년 심야 게임 강제 섯다운제 실효성 의문’, 2012. 1. 30.
- [34] 데일리e스포츠, ‘섯다운제 주민번호도용 부추겼다 ... 청소년 19% 성인게임 이용’, 2012. 1. 19.
- [35] OSEN, ‘섯다운제, 오히려 주민번호 도용 부추겼다’, 2012. 1. 19.
- [36] 전자신문, ‘여가부, 섯다운제론 부족해? 게임 족쇄 더...’, 2012. 1. 24.
- [37] 게임샷, ‘대한민국, 제2의 그리스가 되려고 하는가.’, 2011. 3. 7.



김민규 (Kim, Min Kyu)

2002.2 고려대학교 사회학 박사(Ph.D. 문화사회학전공)
 2003-2009.5 한국게임산업진흥원 본부장·팀장
 2009.5-2010.2 한국콘텐츠진흥원 팀장
 2010.3-현재 아주대학교 문화콘텐츠학과 조교수
 2011.6-현재 아주대학교 문화콘텐츠연구센터 센터장

<주요 연구 분야>

콘텐츠산업과 사회 간의 상호작용성, 콘텐츠 기획 및 비즈니스 모델링, 행위작용에 있어서 이용자의 인식과 태도, 다양한 콘텐츠 분야에서의 스토리텔링 방식

관심분야 : 게임콘텐츠 및 산업 비즈니스 연구, 인터넷
 티브 콘텐츠 및 테크놀로지, 유저 인터페이스
 및 이용 패턴