

2004년 2분기 디지털콘텐츠 대상

차세대 디지털콘텐츠 시장 이끄는 '미래형 콘텐츠' 선정

정보통신부가 주최하고 한국소프트웨어진흥원과 한국데이터베이스진흥센터가 공동으로 주관하는 2004년 디지털콘텐츠 대상 2분기 시상식이 지난달 15일 정보통신부 14층 대회의실에서 개최됐다. 김창곤 정통부 차관, 최준영 정통부 정보통신정책국장, 고현진 한국소프트웨어진흥원장, 원영희 한국데이터베이스진흥센터 전무 등이 참석한 가운데 진행된 이번 시상식에서는 디지털영상, 온라인게임, 교육용콘텐츠, 모바일콘텐츠, 차세대콘텐츠 등 5개 부문에서 각 1개의 작품이 수상의 영예를 안았다. 이번 2분기 디지털콘텐츠 대상 수상작들은 국내 및 해외시장 출시를 앞두고 있는 성공가능성 높은 작품들로 선정됐다. 디지털영상 부문에서는 시네픽스의 두 번째 작품 '아쿠아키즈'가 수상했고, 온라인게임 부문에서는 씨알스페이스의 '디오'가, 교육용콘텐츠 부문에서는 이니엄의 '짱구교실'이 각각 선정됐다. 모바일콘텐츠 부문에서는 그래텍의 '이카리아2'가 선정됐고, 차세대콘텐츠 부문에서는 포인트아이의 'M-Nav'가 선정됐다. 이번 디지털콘텐츠 대상 수상업체들은 향후 정통부의 해외 진출과 마케팅을 위한 각종 활동에 우선적으로 참가하는 혜택을 누릴 수 있으며, 연말에 열리는 '디지털콘텐츠페어 2004' 전시회에 참가하고, 대통령상 후보에 오르는 자격을 얻게 된다.

글 신중훈 기자 / 사진 이혜성 기자



▲ 2004년 2분기 디지털콘텐츠 대상 시상식이 지난달 15일 정보통신부 14층 대회의실에서 열렸다. 왼쪽부터 원영희 한국DB진흥센터 전무, 조현재 매일경제신문사 부장, 조신희 시네픽스 사장, 오용환 씨알스페이스 이사, 최요철 이니엄 대표, 김창곤 정통부 차관, 배인식 그래텍 대표, 안병익 포인트아이 대표, 최준영 정통부 정보통신정책국장, 고현진 한국소프트웨어진흥원장.

디지털영상 부문 수상작 / 시네픽스 '아쿠아키즈'

새로운 해양의 시대 그린 풀 3D 애니메이션



디지털영상 부문에서 대상을 수상한 '아쿠아키즈'는 기획단계부터 해외 시장을 고려하며, 원소스 멀티유즈의 시너지 효과를 통한 고부가가치를 창출하고자 제작된 창작 3D 애니메이션이다.

시네픽스(대표 황경준)는 지난 2000년에는 애니메이션 '큐빅스'로 디지털콘텐츠 대상에서 '국무총리상'을 수상한데 이어, 아쿠아키즈 3D 애니메이션으로 디지털영상 부문의 대상을 차지함에 따라 연말시상에서 또 한번 수상을 할 경우 하나의 기업이 두 번의 대상을 수상하게 될 기록을 남기게 될 전망이다.

바다에서 펼쳐지는 모험이야기

아쿠아키즈는 새로운 해양의 시대에 바다를 무대로 펼쳐지는 어린이들의 모험 이야기이다. 이 작품은 3D 애니메이션과 플레이스테이션2용 대전 격투 게임으로 제작됐는데, 애니메이션의 경우 전세계 6세부터 12세 어린이들을 대상으로 총 26부작으로 방영될 예정이다.

아쿠아키즈의 배경은 지구 온난화 현상으로 대

륙이 바닷물에 잠겨 인류가 물 속에서 생활하게 된 먼 미래. 주인공 지노는 알 수 없는 힘을 지닌 고대 유물을 찾게 되며, 유물의 소식을 듣고 찾아든 악당들을 물리치고 마을을 지켜야 되는 것이 주된 줄거리다. 물 속에서 자유롭게 움직이는 도구이자 애완 로봇인 다이보를 장착해 물 속을 자유롭게 움직이는 것이 이 작품의 특징이다.

이 작품은 일본 도쿄TV를 통해 지난 4월부터 제1부(1~13화)가 방영되기 시작했고, 비슷한 시기부터 BS 위성채널에서도 방영됐다. 지난 7월 1일부터는 제2부(14~26화)가 방영되고 있으며, 이달중에는 플레이스테이션2용 대전 게임으로도 출시될 예정이다. 프랑스에서는 지난 1월부터 텔레툰(Teletoon)을 통해 방영되기 시작했고, 올해 하반기에는 국내에서도 SBS를 통해 방영될 예정이다.

PS2 게임으로도 제작돼

아쿠아키즈 게임은 애니메이션과는 다른 이야기를 가지고 진행되는 스토리 모드 및 대전, 프리 모드로 구성된다. 이 게임은 여느 대전 격투게임과 달리 어린이들을 대상으로 하기 때문에 직접 가격하는 행위는 없으며, 대전 모드 진행시 슬래잡기 놀이를 하는 방식의 미니게임도 삽입돼 있다.

경쾌한 음악과 함께 오프닝 CG 애니메이션이 나온 뒤 어린이들이 좋아하는 원색 계열의 깔끔한 그래픽이 눈에 띄며, 플레이어는 다이보를 장착한 캐릭터를 선택해 대전을 펼치게 된다. 서로 점프나 대쉬 등을 통해 맵을 움직이며, 주변에 나타나는 아이템을 습득, 무기가 변하는 시스템은 아이들의 눈길을 끌기에 충분하다.

시네픽스는 지난 2000년 3D 애니메이션 큐빅스를 선보여 미국시장에서 호평을 받으면서, 국산 3D 애니메이션의 선구자로 떠올랐다. 이 회사는 3D 애니메이션 이외에도 게임, 캐릭터 사업 등을 통해 토틸 엔터테인먼트 프로바이더로 성장하기 위해 노력하고 있다.



무협 게임의 절대강자 '디오' 온라인



온라인게임 부문 수상작 '디오(d.o)'를 제작한 씨알스페이스(대표 정철화)는 지난 1999년 11월 25일 '창조적 청년정신'이라는 이념아래 뜨거운 열정과 도전정신으로 뭉친 젊은 청년들이 모여 설립한 온라인게임 벤처기업이다. 설립된 후 홈페이지 개발과 심마니의 의뢰를 받은 웹서비스용 자바 온라인게임을 개발을 시작으로 게임 개발의 토대를 마련하게 됐다. 현재 47명의 직원들이 함께 어우러져 디오 온라인 개발에 힘을 쏟고 있다. 디오 온라인은 지난달 7일 국내에서 정식서비스에 들어갔으며, 중국 산다사와 계약금 80만달러, 러닝로열티 20%로 수출계약을 체결했다.

자체 개발한 3D 엔진으로 제작

디오 온라인은 자체 개발한 3D 엔진 '다이아몬드 엔진'을 통해 제작된 풀 3D 무협온라인게임으로 우리나라에서는 무협장르의 게임은 인기를 끌 수 없다는 주위의 걱정에도 불구하고 오픈 베타 당시 1위를 기록하며, 무협 게임 붐을 일으켰다.

서양 판타지 롤플레이 게임에 밀려 비주류에 속해있던 무협게임이 여름게임시장에서 뜨거운 감자로 부상한 것이다. 디오의 등장은 기존 판타지류의 MMORPG에 식상한 유저들에게는 신선한 충격이었다. '스킬'을 '무공'으로, '클랜'을 '문파' 등으로 표현하는 등 언어부터가 달랐으며, 게임에 익숙치 않은 30~40대라도 학창시절의 추억이 담긴 무협에는 쉽게 접근할 수 있었다.

무협소설을 읽으면서 누구나 한번쯤은 자신을

소설속 주인공으로 삼아 자신의 이름과 소속된 문파의 명예를 위해 목숨을 걸고 강호를 위협하는 적들과 대결을 펼치거나 죽을 고비를 넘기고 기연을 만나 무림의 일인자가 되는 상상을 펼쳐보았을 것이다. 이러한 인기의 근간에는 온라인게임의 흥행원칙을 고스란히 담고 있어, 기존 온라인 게임을 즐기던 유저라면 누구나 단번에 빠져들 수 있도록 한 게 비결.

중·장년층 유저 비중 높아

디오의 가장 큰 특징이라면 다른 게임에 비해 중·장년층의 직장인 유저들의 비중이 높다는 것. 게다가 게임뿐만이 아니라 원래 무협소설을 즐기던 유저들의 커뮤니티가 단단하게 구축된다는 점이다. 디오는 정통 무협게임을 표방하고 있다. 3차원으로 구현된 게임 속에서 무사, 자객, 도사, 승려 등 인물이 4명 등장하며 각각 3개 계열이 나뉘어져 총 12개 계열 직업을 선택할 수 있다. 직업에 특화된 다양한 무공을 연마할 수 있고 3인칭 시점과 1인칭 시점이 동시 지원된다. 공성전, 문파전 등 대규모 전투도 벌일 수 있으며 다양한 카메라 앵글로 구성된 화면으로 게임의 재미를 극대화시켰다.

디오는 또 중국 무협을 소재로 영화에서 볼직한 화려한 무술 동작들이 자체 개발한 엔진에 의해 게임 속에 그대로 구현된 점이 큰 호응을 얻고 있다. 특히 유저들이 바라고 기대하는 많은 요소들, 즉 무기의 종류에 따라서 수많은 무공을 배울 수 있으며, '협행'이라 불리는 퀘스트가 게임 플레이의 재미를 더 하고 있다.

또 무협소설에서 빼 놓을 수 없는 재미가 바로 엄청난 무공과 무림 고수들간의 대결을 들 수 있는데 디오에서는 그러한 무공들이 화려한 액션과 사운드 효과와 함께 선보이고 있으며, 이러한 액션은 무림세계에서의 정파와 사파간의 대결 구도를 보이며, 디오 무림 세계에 존재하는 수많은 문파간의 혈투인 '문파전'을 통해 유저들간의 커뮤니티를 더욱 강화시키고 있다.



교육용콘텐츠 부문 수상작 / 이니엄 '짱구교실'

온라인 유아학습 콘텐츠 '짱구교실'



교육용콘텐츠 수상작으로 선정된 '짱구교실'은 이니엄(대표 최요철)에서 제작한 온라인 유아학습 사이트로 작품의 우수성과 다양한 커뮤니티 구현, 각종DB를 연계한 활용성 등을 인정받아 선정됐다.

짱구교실은 2003년 말부터 서비스를 시작해 야후 꾸러기, 네이버 주니어, 엠파스 어린이와 같은 국내 유명 포털업체에 콘텐츠를 제공함으로써 짱구 캐릭터가 아이들에게 가져다 주는 친화력과 탄탄한 커리큘럼을 통해 높은 인지도를 확보하고 있으며 급성장하고 있다.

다중지능이론 바탕으로 제작

짱구교실은 3세에서부터 9세까지의 유아를 대상으로 한 학습으로 가드너 박사(Howard Gardner)의 '다중지능이론(Theory of Multiple Intelligence)'을 바탕으로 영어교실, 수학교실, 놀이교실로 구성돼 있으며, 분야별로 특화된 구성에 따라 아동을 가이드하고 있다.

다중지능이론은 지능이 나타나는 정도의 차이가 있지만 각각의 아동은 우수한 하나 이상의 지능을 갖고 있으므로, 아동이 가진 개별 지능을 적극적으로 활용함으로써 교육적 성취를 이룰 수 있다는 내용이다.

짱구교실은 이러한 이론을 기반으로 기획, 제작된 교육 사이트로 각 교실별 체험을 통해 언어지능과 음악·공간·신체 지능을 통합적으로 경험하면서, 최종 목표로 생각을 키우게 되는 논리 수학적 지식을 습득하게 된다.

짱구교실은 비효과적인 주입식, 암기식 교육이 아닌 교육과 오락을 동시에 추구하는 '에듀테인먼트(Edutainment)'에 기초하고 있으며, 온라인을 기반으로 재미있는 놀이학습과 함께 펼쳐지는 유아의 감성교육 및 두뇌개발 프로그램을 통해 반복적인 학습과 유아의 개별적 발달 단계에 따르는 맞춤형 교육이 가능하도록 구성했다.

또한 온라인 상에서 부모님이 자녀의 학습진도와 과정을 진단하고 직접 지도할 수 있도록 개발돼 아이의 학습 현황 및 콘텐츠의 교육 효과뿐만 아니라 일별 월별 학습시간을 체크할 수 있도록 해 피드백을 원활히 했으며, 진단테스트를 통해 학습지수나 심리지수도 확인해 볼 수 있다.

그 외에 타자게임을 통해 아직 컴퓨터에 손이 익지 않은 유아들을 키보드와 마우스에 적응시키는 콘텐츠를 제작했으며, 각 유닛별 콘텐츠 학습 후 오프라인으로 프린트해 반복학습을 할 수 있도록 유도하고 있다.

일본·중국 등 해외현지화 서비스 개시

이니엄은 8월에는 아이들이 직접 캐릭터를 육성할 수 있는 프로그램을 추가 오픈할 예정이며, 퀴즈존 및 유렵형 창의력 향상프로그램을 보강하고 있다.

짱구교실은 특히 국내뿐만 아니라 일본·중국을 비롯한 아시아권에서 인기 있는 짱구 캐릭터를 활용한 온라인 학습 콘텐츠라는 점에서 높은 주목을 끌고 있다. 또 올 8월부터 영어, 일본어, 중국어로 현지화돼 각 국가별 서비스가 이뤄질 예정이며, 내년까지 300만달러의 수출실적이 기대된다.

이니엄의 최요철 대표는 "일본·중국을 비롯한 동남아시아권역은 물론이고, 영어의 본고장인 미주 유럽 시장까지 서비스 확대하겠다"는 강한 의지를 보였으며 "국내 유아 온라인 교육 콘텐츠의 수준은 해외 여타 업체와 겨루어 전혀 손색이 없을 뿐 아니라 독창적인 발상과 뛰어난 애니메이션 기술로 높은 경쟁력을 가지고 있다"고 강조했다.



모바일 롤플레이링 대작 게임 '이카리아2'



모바일콘텐츠 부문 수상작 '이카리아2'의 제작사 그래픽(대표 배인식)은 1999년 2월에 설립된 소프트웨어 전문 개발기업으로 '생활의 편리함과 즐거움을 주는 소프트웨어를 만든다'는 철학으로 설립된 벤처기업이다. 특히 인터넷의 활용이 보편화되고 확산되는 사회적 기반 아래서 소프트웨어의 실용적 측면에 지대한 관심을 품으로써 '디지털 라이프스타일(Digital Lifestyle)'에 사업의 초점을 맞추고 있다.

그래픽의 주 사업분야는 '팝데스크(POPDES K)'라는 대용량 데이터를 인터넷에 접속해서 저장하고 관리할 수 있는 웹-스토리지 서비스이다. 또 이 회사가 지난해 개발해 서비스하고 있는 동영상 플레이어 'GOM플레이어'는 자체 기술개발을 통해 개발한 미디어 플레이어로 현재 1,000만명 정도가 다운을 받을 정도로 인기를 끌고 있다.

제작비 2억원 투자된 대작 모바일게임

이카리아2는 KTF 멀티팩 롤플레이링 게임 이카리아의 후속편으로 1년 3개월의 제작기간과 2억원의 제작비를 투자한 대작 모바일게임이다. 토바와 성을 배경으로 지노와 스캇, 새로운 동료 사라의 모험이 주요 내용으로 이 게임은 기획, 디자인, 프로그래밍, 사운드의 게임을 이루는 4개의 요소가 높은 수준으로 완벽하게 조합된 최고의 모바일 플랫폼용 롤플레이링 게임이다.

31개의 메인 이벤트 및 숨겨진 11개의 서브 이벤트가 구조적으로 맞물리게 설계돼 있으며, 메인 이

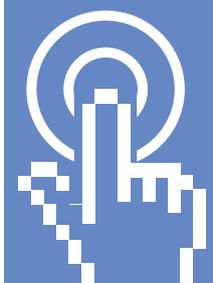
벤트와 다양한 씬 연출을 통해 스토리에 대한 접근이 용이하다. 모바일 플랫폼에 적합한 빠른 템포의 심도 있는 전투 시스템을 지원하며, 100 종류가 넘는 다양한 속성의 장비 아이템이 존재해 캐릭터 성장뿐만 아니라 아이템 장착에 따른 전략성을 부여하고 있다. 게임 캐릭터들의 대사 또한 약 1,200개 정도로 PC게임의 대사와 비슷한 수준.

또 많은 수의 타일 조합을 통해 반복적인 배경 맵 구성을 탈피하고 방대하고 다양한 맵을 구현했으며, 화려한 전투 씬 구현을 위해 60여가지가 넘는 모션과 이펙트를 대량으로 추가했다. 사운드는 모바일 게임 최초로 실내, 실외, 테마 음악이란 개념을 도입해 5차가 넘는 악기 용량 대비 최적화를 통해 용량을 뛰어넘는 완성도를 선보인다. 효과음의 경우 10여개의 효과를 적절히 배치, 유저가 체감하는 변화의 폭이 증대되도록 했고, 백버퍼를 이용한 드로(Draw) 루틴 사용으로 기존 모바일게임에 비해 플레이 속도가 대폭 증가됐다.

차별화된 콘텐츠로 시장 선도

급격한 성장을 보이고 있는 모바일게임 시장에서 그래픽은 모바일 게임 브랜드 '깨미오'를 통해 매출이나 기술력, 흥행성 등에 있어 선두권 개발업체로 인정받고 있다. 특히 강력한 기술력을 바탕으로 타사가 구현하기 힘든 차별화된 효과를 휴대폰에서 구현해 모바일게임 시장을 개척하는 선도적 업체로 자리매김했다. 지난해 모바일 대작 RPG를 국내에서 처음으로 출시해 업계와 모바일 게임 유저들에게 큰 반향을 일으키며 차별화된 깨미오만의 우수한 게임을 선보이기도 했다.

그래픽의 배인식 사장은 "휴대폰의 용량과 성능이 점점 좋아지면서 이카리아와 같은 대작 게임의 구현이 가능해졌으며 모바일게임 이용자층에서도 RPG에 대한 니즈가 증가하고 있다"며 "그래픽은 이카리아를 통해 쌓은 우수한 개발 노하우를 향후 본격화될 게임폰용 고품질의 대작 게임 시장에서 본격적으로 펼쳐 나갈 것"이라고 말했다.



차세대콘텐츠 부문 수상작 / 포인트아이 'M-Navì'

휴대폰 위치정보 솔루션 'M-Navì'



차세대콘텐츠 부문 수상작 포인트아이(대표 안병익)의 'M-Navì'는 차량용 네비게이션 서비스의 결정판으로 휴대폰만으로도 네비게이션 서비스를 이용할 수 있는 차세대 솔루션이다.

M-Navì를 사용하려면 기존 휴대폰에서는 별도의 고가 부가 장비를 연계하지 않고 저가의 GPS(위성위치확인시스템) 수신기만을 장착하면 된다. 또 하반기부터 출시될 MS기반 GPS 방식의 휴대폰에서는 어떠한 부가 장비도 필요 없이 사용자가 원하는 곳까지 안전하게 길을 찾아갈 수 있도록 경로를 지도와 음성을 통해 실시간으로 안내해 준다.

MS기반 GPS 방식으로 위치정보 제공

MS기반 GPS 방식이란 위치추적을 요청할 때마다 네트워크 접속을 시도하는 기존 휴대폰 GPS 기술과 달리 한번 접속 후 30분에서 2시간 이상 네트워크 접속 없이 단말기 자체에서 GPS 위성을 이용한 위치정보의 계산이 가능하기 때문에 사용자는 통신요금의 부담 없이 네비게이션 서비스를 제공 받을 수 있는 장점이 있다.

수상 제품인 M-Navì는 브루(Brew)와 위피(WIFI) 플랫폼을 지원하며, 주소나 전화번호, 주요 지점 등으로 목적지를 설정하는 기능, 목적지까지의 가장 빠른 길을 주변 지도와 음성을 통해 실시간으로 안내하는 기능, 사고위험지역 및 안전운행 준수 구간에 대한 안내 기능 등을 제공한다. 사용자의 통신비 부담을 최소화하기 위해 지도와 경로 안내 데이터에 대해 자체 압축 기술을 사용했으며, PDA나 차량용 네비게이션 단말기 등에 비해 상대

적으로 열악한 디스플레이 환경에서 가시성을 극대화하기 위해 지도와 경로 정보의 동시 배치 기법과 전환 배치 기법을 효과적으로 사용했다.

포인트아이의 안병익 사장은 "휴대폰 단말기술의 비약적인 발전으로 PDA, VMT 등으로만 제공되던 네비게이션 서비스를 일반 사용자가 가장 쉽고 편하게 접할 수 있는 휴대폰만으로 이용할 수 있다는 것은 네비게이션 서비스의 대중화를 획기적으로 앞당길 수 있는 좋은 기회가 될 것"이라고 말했다.

위치기반서비스 시장의 선도업체

지난 2000년 4월 설립된 포인트아이는 모바일 지리정보시스템과 위치정보시스템을 통합한 국내 최초의 LBS 플랫폼인 '오픈포인트'를 선보임으로써 업계의 주목을 받아왔다. 이 회사는 2001년 SK텔레콤의 'n-Top'을 통해 자바 기반의 위치정보 서비스를 제공한 이래 KT의 지하관로 추적사업, 삼성화재의 교통사고처리 위치정보서비스, 에스원의 모바일 시큐리티 사업, KTF의 GIS플랫폼과 LBS플랫폼 구축사업의 수행 등 국내 LBS 기술발전의 중요한 역할을 담당하면서 LBS업계의 선두 자리에 올라섰다. 또 지난 2001년 6월 중국 현지법인으로 설립한 '포인트텍'을 중심으로 지하시설물 통합관리를 위한 GIS 기술을 지원하고 있으며, 삼성SDS와 공동으로 중국 심양시 9개구의 전력관리 업무를 지원하는 220만달러 규모의 GIS 설비관리 구축사업을 수주하기도 했다. 특히 2003년에는 400만 가입자를 확보한 저장성 차이나모바일을 통해 친구찾기 서비스를 시작해 중국 위치기반서비스 시장에서의 영향력도 점차 넓혀가고 있다.

포인트아이는 LBS 플랫폼, 무선 지리정보시스템(GIS) 플랫폼, 항법기술 등 다수의 텔레매틱스 및 무선 인터넷 관련 기술을 보유하고 있으며, 현재 KTF의 친구찾기와 교통정보 등의 위치 기반 서비스에 관련 기술과 서비스를 제공, 운영하고 있다. 

