

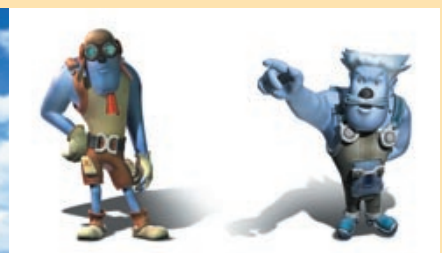
2004 1분기 디지털콘텐츠 대상

‘콘텐츠 미래 우리가 책임질게요’

차별화로 시장 개척 ‘우뚝’ ... 독특한 접근방법으로 새로운 가능성 연 작품 다수

정보통신부가 주최하고 한국소프트웨어진흥원과 한국데이터베이스진흥센터가 공동으로 주관하는 2004년 디지털콘텐츠 대상 1분기 수상작이 결정됐다. 디지털영상, 온라인게임, 교육용콘텐츠, 무선콘텐츠, 웹정보콘텐츠 등 5개 부문 총 6개 작품이 선정된 이번 1분기 디지털콘텐츠 대상 수상작들은 전 분야에 걸쳐 우수한 작품들이 제출돼 심사과정에서도 고민이 있었다는 후문이다. 수상작들을 살펴보면 디지털영상 분야에서는 이매진하이의 ‘트라이킹덤’이 수상의 영예를 안았고, 온라인게임 분야에서는 재미인터랙티브의 ‘트러비아 온라인’과 엔트리브소프트 ‘팡야’가 공동으로 선정됐다. 교육콘텐츠에서는 와이즈캠프닷컴의 ‘와이즈캠프’가 수상했고, 모바일콘텐츠 분야에서는 엔텔리전트의 ‘삼국지 무한대전’이 차지했다. 이와 함께 웹정보콘텐츠 분야에서는 북코스모스의 ‘국내외 북다이제스트’가 대상을 차지했다. 이번 디지털콘텐츠 대상 수상업체들은 향후 정보통신부의 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 / 권경희 기자



디지털영상 분야 수상작 / 이매진하이 '트라이킹덤'

21세기 삼국지 통해 세계장벽 뚫는다



트라이킹덤은 '삼국지'를 각색한 판타지 애니메이션으로 23분작 3편으로 구성된다. 특히 기존 TV 영상물에 비해 해상도가 6배 이상 우수하며 모션캡처와 키프레임이 결합된 하이브리드 기법을 채택, 움직임이 부드럽게 구현한 것이 강점이다.

HDTV용 3D 애니메이션은 드림웍스의 '슈렉'이나 픽사의 '니모를 찾아서'와 같은 극장용 애니메이션에서 채택한 제작기법과 유사한 것으로 국내 애니메이션 제작기술의 위상을 세계에 입증하는 사례라는 점에서 주목된다.

트라이킹덤의 시대적 배경은 혼재돼 있다. 도시나 마을, 마법 등은 전형적인 판타지 풍의 중세유럽의 느낌이지만 기계적인 느낌은 19~20세기 초까지의 느낌이다. 장소는 진황국의 수도인 낙양의 황금성과 동탁이 봉인된 지하묘지, 그리고 조조일행이 '영원의 눈'을 찾기 위해 여행을 하는 곳으로 이뤄진다. 종족이나 마을, 직업의 특징에 따라 무슬림이나 동양의 특정 도시도 나온다.

태평시대라 불리는 신족, 인간족, 외계족이 균형을 이루며 평화롭게 공존하던 시대가 있었다. 그러나 그 평화도 잠시, 욕심많은 인간족 장수 '동탁'이 흑마법을 쓰는 흑마사와 외계족들을 규합해 신족의 힘의 원천인 보물 '영원의 눈'을 빼앗아 신족을 없애려 한다. 이에 신족의 '조황제'는 12명의 인간족, 외계족 영웅들과 힘을 모아 동탁을 죽인 후 '용의 이빨'이라는 장치를 이용해 황금성 지하에 영원히 봉인해 버린다.

조황제는 12명의 영웅들의 공로를 치하하며, '영원의 눈'을 12개로 나눠서 그들에게 나눠 준다.

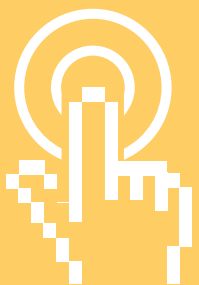
그렇게 분리된 영원의 눈을 가지고 12명의 영웅들은 서로 알 수 없는 장소로 뿔뿔이 흩어지고 그들의 존재는 진설로 전해진다.

그렇게 얻어진 평화로운 땅 위에 조황제와 신족을 중심으로 지혜로운 인간족, 초자연적인 존재와 외계족들의 혈맹으로 이뤄지는 '진황국'이 세워진다. 그로부터 1000년 후 급속한 기계문명의 발달로 자연환경이 황폐해 감에 따라 자연을 모태로 한 신족들의 힘은 나날이 쇠약해져만 가고, 진황국의 중심을 이루는 신족들의 힘이 약해져 감에 따라 오랜 신뢰로 맺어진 세 종족간의 혈맹은 점점 그 의미를 잃어가면서 서서히 반란의 기운이 태동하기 시작한다.

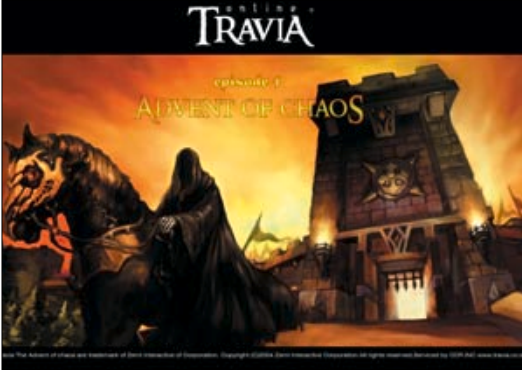
신족의 기운이 쇠하자 동탁의 기운을 받은 광사는 백마법사 유흥을 누르고 드디어 진황국 최고의 마법사에 오르고 유흥은 손자 유비와 장비로 하여금 신족의 유일한 혈육인 조조를 찾아 암흑의 기운을 물리칠 '영원의 눈'을 찾도록 지시한다. 유비와 장비는 어머니와 홀로 사는 조조를 찾아가는 등 이 과정에서 광사에게 원한을 가진 관우가 합류하면서 진황국을 구하기 위한 조조일행의 대모험이 시작된다.

트라이킹덤의 기획 제작업체인 이매진하이는 애니메이션 업체중 유일하게 '기술신용보증기금'에서 우량기술기업으로 선정된 차세대 영상벤처기업이다. 트라이킹덤 총 제작비는 6억원으로 이중 40%인 2억2,000만원은 KBS에서 지원받아 제작, 올 추석에 <특집극>으로 방영될 예정이다. 이매진하이는 트라이킹덤을 26부작으로 확대 제작한다는 계획도 갖고 있다.

이매진하이는 현재 제작 중인 장편 애니메이션 '트라이 킹덤'을 기반으로 한 모바일게임, 캐릭터 다운로드, 라이브 스크린 등을 개발해 서비스에 들어 갈 예정이며, 아울러 외국의 애니메이션 및 실사영화 가운데 모바일 콘텐츠로 적합한 작품에 대해 배급계약을 체결해 모바일 VOD 서비스도 실시할 계획이다.



유료이전 오픈베타 게임중 '부동 1위'



재미인터랙티브가 개발하고 CCR이 서비스하는 '트라비아'는 최근 유행하는 온라인 롤플레이게임의 전형을 그대로 따른 작품이다. 게임의 가장 큰 특징은 저 사양의 PC에서도 원활하게 돌아가도록 했다는 점.

트라비아는 액션감을 극대화하기 위해 캐릭터의 애니메이션, 거대한 검으로 보여주는 극과 장의 효과, 다양한 신화적 체계를 기반한 퀘스트모드를 제공함으로써 게임의 3대 요소인 액션감, 타격감, 몰입감을 극대화했다. 등장하는 아이템의 수가 거의 무한에 가까울 정도로 많다는 점도 이 게임만의 장점이다. 캐릭터를 성장시켜나가면서 단계별로 적합한 아이템을 사용할 수 있는데, 머리·가슴·다리·신발·양손 등 착용부위가 다양하고 인첸트를 하거나 조합도 할 수 있도록 해 무려 10만가지 이상의 아이템이 만들어진다.

개발사측에서는 이를 두고 '아이템과 레벨 및 스킬을 결합한 자유도 높은 성장시스템'이라고 표현한다. 거대한 무기를 둘러메고 있는 캐릭터의 모습은 위압적이면서도 묘한 매력을 풍긴다.

'트라비아'에서는 힘을 기반으로 한 '전사'와 치유마법과 공격마법을 사용하는 '법사', 활을 중심으로 투척무기와 암기를 사용하는 '궁수', 일종의 마법사인 '성직자' 등 4개의 캐릭터 가운데 하나를 선택해 키울 수 있다. 최근 추가된 PVP시스템에 대비하기 위해 처음부터 이들 캐릭터는 밸런싱 시뮬레이션을 통해 균형을 맞췄다. 트라비아의 성직자는 게임에서 리더 역할을 하게 되는데 다양

한 마법, 공격 스킬 등을 통해 파티원을 지원하는 등 파티 플레이를 강화해주는 역할을 할 뿐 아니라 솔로잉 플레이도 가능하게 기획됐다. 성직자의 공격형태는 크게 마법 공격과 물리공격으로 나뉘며, 물리공격은 전사의 슬래시, 피어스, 소드 스톱 등에 상응하는 공격스킬을 갖게 되는데 전사의 70~80% 정도의 물리공격력을 지니고 있다.

총 5명까지 수용할 수 있는 '파티시스템'도 오픈베타서비스와 함께 제공되고 있다. 파티를 맺고 사냥을 하면 기본적인 경험치 외에 파티보너스가 주어지며 파티원간에는 서로의 위치를 파악할 수 있는 기능도 더해진다. 또 클로즈드베타서비스에서 지적된 각종 버그와 장애문제를 대폭 개선, 안정된 거래 시스템과 다양한 퀘스트시스템을 선보일 계획이다. 이 게임은 사용자들에게 편안한 게임 환경을 제공한다는 명목으로 카메라의 시점을 고정시키고 줌인·줌아웃 기능만을 지원토록해 풀 3D게임의 맛이 다소 떨어진다는 단점도 가지고 있다. 그렇지만 개발사측은 안정된 시스템으로 승부하겠다는 의지로 서비스에 만전을 기하고 있다.

한편 '트라비아'는 3월 말까지 오픈 베타서비스 게임 중 부동의 1위를 고수했다. 지난 13일 유료화 되면서 약간의 순위변동이 있지만 여전히 인기를 모으고 있다. 이 게임을 퍼블리싱하는 CCR은 "트라비아가 네이버, 다음, 게임트릭스 등의 각종 통계 자료에서 오픈 베타 온라인게임 1위에 선정됐다"면서 "MMORPG의 기본 요소인 타격감·몰입감·속도감이 잘 표현한 것이 인기 비결"이라고 말했다. 일반적으로 오픈 베타후 시간이 지나면 인기가 하락하는 것과 달리 '트라비아'는 동시접속자 2만8,000~2만9,000명선을 유지하며 상승곡선을 이어가고 있다는 것.

CCR에 따르면 포털 사이트 네이버에서 선정하는 '무료 온라인게임 베스트 10'에서 트라비아가 1위를 기록했으며 지난 18일 일간 순위에서는 전체 게임 순위에서도 웹젠의 '듀'를 제치고 6위에 올라섰다.



온라인게임 분야 수상작 / 엔트리브소프트 '팡야'

'귀여운' 골프 입소문 타고 인기



장르의 다양화를 꾀하고 있는 온라인 게임에서 스포츠는 매력적인 소재다. 남녀노소 누구나 즐길 수 있고, 경기 방법이 생소하지 않기 때문이다. 국내에서 점차 대중화하고 있는 골프가 게임에까지 바람을 몰고있다.

엔트리브소프트가 개발하고 한빛소프트에서 서비스하고 있는 온라인 캐주얼 골프게임 '팡야'는 골프게임이지만 온라인 대전 액션 게임이라고 불리는 캐주얼 게임이다. 골프를 쳐보지 않아도 쉽게 접할 수 있다는 것이 가장 큰 특징.

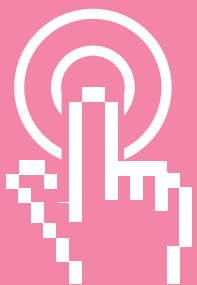
복잡하고 어려운 골프용어와 물을 생각하지 않아도 자동적으로 상황에 맞는 클럽이 선택된다. 파워와 타이밍에 맞게 스페이스바나 마우스 키만 누르면 게임을 즐길 수 있다. 캐주얼 게임이라 귀여운 캐릭터와 약간 우스꽝스럽기까지 한 게임 속 갖가지 오브젝트, 황당한 코스 디자인 등이 게임의 맛을 더해준다. 또한 캐디 개념이 있어 좀 더 쉽게 게임을 진행할 수 있도록 도와주는 구실을 하기도 한다. 골프 클럽도 빨래 방망이, 야구 방망이, 낫 등이 등장하는 등 황당한 골프를 즐길 수 있는 게임이다. 팡야는 골프게임과 판타지풍의 스토리를 잘 조합해 개연성 있는 줄거리를 보여준다. 골프라는 현실적 스포츠와 판타지의 결합이 어색해 보일 수 있지만, 스포츠 게임에 필연적으로 따르는 사실성의 한계를 판타지와 잘 접목시켜 매우 독특한 세계관을 완성시켰다. 신비의 공 아즈텍과 마법의 막대기 에어나이트를 사용해 결계의 구멍에 넣는다는 설정은 골프의 룰과 판타지를 조화롭게 창조한

아이디어라는 평가다. 또 이런 배경은 팡야가 사실성을 강조한 골프 게임과는 다른 길을 가고 있음을 분명히 드러내는 부분이기도 하다. 그동안 골프게임으로는 실사그래픽에 사실성을 강조한 ▲타이거 우즈의 PGA 시리즈 ▲링크스 ▲잭 니클라우스 시리즈 등이 인기를 끌었다. 그러나 이런 게임들은 시리즈가 거듭되면서 사실성을 강조한 나머지 시뮬레이터로까지 발전해 마니아들의 게임으로 한정되기 시작했고 난이도가 높아지면서 대중적 인기도 낮아졌다. 이와 반대로 팡야는 단순함과 코믹성을 무기로 시장을 넓혀가고 있다.

팡야는 진지하거나 심각하지 않은 유쾌하고 편안한 기분으로 골프를 즐길 수 있는 분위기를 만들고 있다. 다양한 아이템과 클럽들은 자칫 단조롭게 흐를 수 있는 골프게임을 더욱 맛있게 포장한다. 특히 캐디를 파트너로 함께 레벨 업하는 형태는 기존 골프 게임에 없는 팡야만의 독특함이라고 할 수 있다. 이밖에 그래픽, 사운드 모두 깔끔하고 산뜻한 느낌이다.

풀 3D로 꾸며진 배경과 시원시원하게 움직이는 카메라 워크 또한 일품이다. 국내 게임개발사의 명가로 불리는 손노리 출신의 개발자들이 만든 만큼 모든 면에서 발군의 솜씨를 발휘한 뛰어난 게임이라고 말할 수 있다. 치열한 온라인게임 시장에서 새로운 장르의 접근은 그 자체만으로 높이 평가받을 만하다.

캐주얼 대전게임 팡야는 지난 2월 처음 클로즈 베타테스트를 시작해 연일 가입자 및 동시접속자 수 증가율이 두 배 이상을 기록했다. 또 클로즈 베타테스트 시작 3일만에 제한 동시접속자 수 1,000명을 초과하고 각종 팬사이트가 등장하는 등 시작부터 좋은 반응을 보이고 있다. 서비스 초기 주말에는 접속자가 폭주하면서 긴급히 임시 서버를 증설하기도 했으며, 테스트 기간동안 이용시간을 오전 10시부터 오후 10시까지로 제한 운영하는 것에 대해 시간을 연장해달라는 이용자들의 요구가 빗발치기도 했다.



'공부 잘해 사이버머니 받자' 동기유발



와이즈캠프(www.wisecamp.com)는 어린이 도서로 유명한 삼성출판사와 교과서 집필진이 포함된 한국초등교육평가연구회가 공동으로 개발한 우수한 교육 콘텐츠를 보유하고 있는 온라인 교육 기업이다.

특히 7차 교육과정에 맞춘 개인별 맞춤 학습 콘텐츠를 국내 최고의 플래시 애니메이션과 동영상으로 제작해 멀티미디어 입체 학습을 제공한다.

와이즈캠프는 딱딱하고 지루한 종이 학습지와는 달리 동화를 보는 듯한 느낌으로 전과목을 공부할 수 있어 아이들이 쉽게 공부에 흥미를 가질 수 있도록 했다. 주요 초등학교 학습 사이트 대부분이 오프라인 콘텐츠를 온라인 상에 짜맞추는 방식으로 구성돼 있다면 와이즈캠프는 이점에서 확실히 차별화 돼 있다.

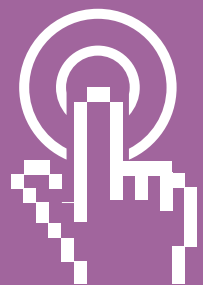
와이즈캠프는 처음부터 인터넷을 염두해 두고 기획된 사이트인 만큼 대부분 콘텐츠들이 인터넷 환경에 적합하게 구성돼 효율적인 학습이 가능하다. 이에 따라 대부분의 콘텐츠들은 초등학생들이 학습에 흥미를 가질 수 있도록 음성과 동영상 등 멀티미디어 서비스로 제공돼 기존 학습지의 평면적 학습 방식을 극복했고 인터넷상에서 구현되기 힘든 쓰기, 그리기 등을 이용한 학습도 이뤄지고 있다. 특히 영어학습의 경우 학생과 비슷한 나이의 캐릭터를 중심으로 한 애니메이션을 첨가해 필수 영어표현 등을 재미있게 습득할 수 있도록 했다. 전문 담임교사와 첨삭지도 교사를 확보해 1대1 첨삭지도를 받을 수 있게 한 사이처(cyber teacher)

제도는 이 사이트의 최대 강점으로 꼽힌다.

1:1 화상수업과 전화상담, 이메일 등을 통해 학생들의 학습 진도와 수준을 점검한 후 체계적으로 지도하고 관리하며, 학생들이 올바른 학습 습관을 가질 수 있도록 도와주고 있다. 학생들이 질문을 올리면 답변해주는 역할도 한다. 와이즈캠프의 사이처들은 학생·학부모 전화상담을 통해 학습대안 제시와 학습 동기를 고취시키며 실시간 원격강의, 온라인 첨삭지도 등을 수행한다. 월말에는 개별 학생들에 대한 학습가이드 형태의 가정통신문도 발송한다. 현재 와이즈캠프 내에는 사이처가 약 300명 가량 활동하고 있다.

자녀가 와이즈캠프에 가입하면 학부모에게도 별도의 ID를 제공해 수시로 자녀의 출석 여부와 학습 상황을 체크할 수 있도록 하고, 학부모 계시판을 통해 자녀 교육에 관한 고급 정보를 제공하고 있다. 와이즈캠프 홈페이지에서 회원아이디와 비밀번호를 입력한 후 해당 학년을 클릭하면 화상 및 문자 채팅 등에 의한 방식으로 선생님과 대화를 나누며 학습할 수 있다. 각 과목별로 자신이 질문했던 사항에 대해 선생님들의 답변을 받을 수 있고 창의력과 논리력을 키울 수 있는 '열린학습 열린 문제 코너' 등을 선생님의 차분한 설명과 함께 접할 수 있다. 학교 교과목을 공부하는 오늘의 학습 외에도 각 수학, 영어, 한자, 과학 등을 심도 있는 공부를 할 수 있는 학습 캠프, 각종 경시대회 대비 강의를 들을 수 있는 사이버특강 등 다양한 학습 콘텐츠를 제공하고 있다. 여기에 개근상, 우등상 등에 따른 각종 포상제도를 실시하고, 학습성과에 따라 지급한 '와이즈 포인트'를 통해 삼성출판사의 도서 및 아바타 아이템 구입 혜택을 제공하는 등 다양한 학습 동기도 부여하고 있다.

와이즈캠프는 올해부터 교과목 요점정리와 핵심 문제가 실린 오프라인 교재 '월간 와이즈캠프'를 신선히 회원 집으로 발송하고, 전화학습 관리와 실시간 화상수업 등의 교사 서비스를 강화하는 고급화, 차별화된 프리미엄 서비스를 펼치고 있다.



모바일콘텐츠 분야 수상작 / 엔텔리전트 '삼국지 무한대전'

대학생이 만든 모바일게임의 '디아블로'



엔텔리전트가 지난해 12월에 내놓은 '삼국지 무한대전'은 출시 이후 현재까지 네이트 게임존에서 1~2위를 지키고 있는 인기 게임이다. 누적 다운로드수 50만건을 기록하며 기염을 토하고 있다.

이 수치는 역대 최고 인기 게임이었던 '봉어쌍타이쿤' (컴투스)의 지난해 100만 다운로드수에 비해 절반 수준에 불과하지만 흡입력이 강한 RPG 게임의 특성을 고려하면 파괴력에서 결코 뒤지지 않는 수치다. 최근 실시한 리그전에서는 단 이틀만에 2,000승, 두달 만에 1만승이 넘는 유저가 대역섯명이 나올 정도로 마니아층이 형성돼 있다.

디아블로, 스타크래프트 같은 인기 PC게임처럼 네트워크 플레이를 지원한 것도 인기 요소. 보통 다운로드형 게임의 네트워크 기능은 자신의 점수를 등록해 다른 사람과 비교하는 랭킹 시스템에 불과한 것이 보통이다. 그러나 이 게임은 자신이 키운 장수를 '일기토' 모드(무선 네트워크 플레이)를 통해 다른 유저와 1대1 대결을 펼칠 수 있다. 게임 내 아이템을 다른 게이머들과 교환할 수 있는 '온라인 상점'도 구현했다. 이같은 특성으로 다른 게임에 비해 재미와 몰입도가 매우 뛰어나다는 평가를 받으며 난공불락으로 여겼던 고스톱류 게임을 완전히 져했다. 특히 '무한대전'의 일기토 대전 판수는 하루 4만회, 플레이 인원은 약 2만명에 이른다. 평균 동접자수도 200명에 이른다. 인기 있는 네트워크 고스톱 게임의 평균 동접자가 50명인 것을 비교해 보면 엄청난 수치다.

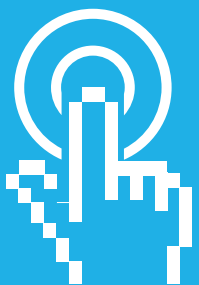
플레이어는 실제 중국 대륙을 그대로 묘사한 광

활한 맵을 탐험하며 황건적을 무찌르고 43개에 이르는 성과 요새를 공략하면 된다. 또한 갑옷, 무기, 장갑, 장화, 투구 등 유니크를 포함한 500여 종류의 각종 아이템이 등장, 이를 수집하고 거래할 수 있으며 강화 기능을 통해 능력치를 향상시킬 수 있다. 삼국지 무한대전의 장점은 기존 모바일 RPG의 전형성을 탈피할 수 있는 창의적 요소가 여러 군데 숨어있다는 데 있다. 우선 RPG의 가장 중요한 요소인 '전투 시스템'이 매우 독특하다. 적과 내가 한번씩 돌아가면서 때리거나 하나의 적에게 다가가 박치기하듯 때리는 미묘한 전투가 아니라 활과 콤보, 필살기 등을 이용해 다수의 적을 상대하기 때문에 박진감이 넘친다.

모바일게임의 디아블로로 불리는 '삼국지 무한대전'의 엔텔리전트는 블리자드 같은 개발 전문 스튜디오를 꿈꾸고 있다. 이 회사는 지난 2001년 초 경희대와 고려대의 연합 게임동아리가 대학생 벤처창업경진대회에 게임을 출품하면서 싹트기 시작했다. 당시 게임종합지원센터 자문과 평가를 맡으며 벤처기업 인증위원으로 활동하던 권준모 경희대 교수가 이들의 재능을 인정해 투자를 했고 현재의 면모를 갖추게 된 것. 현재 개발을 총괄하고 있는 박성훈 개발이사가 고려대 컴퓨터학과 4학년에 재학중이며 소태환 기획총괄팀장이 경희대 휴학중으로 창업멤버들은 아직도 학생이다.

개발사인 엔텔리전트 측은 "일반 액션 RPG 게임에 버금가는 재미와 완성도를 갖췄다"라며 "모바일 게임의 미래를 보여주는 획기적인 게임"이라고 설명했다. 권준모 대표이사는 "8개 클라이언트 동시 서비스와 네트워크 플레이 기능 지원은 세계 최초로 시도된 것"이라며 "세계적인 모바일 퍼블리셔 노키아는 물론 2억명의 가입자를 보유하고 있는 중국의 차이나텔레콤에서 매우 큰 관심을 보이고 있다"고 말했다.

'삼국지 무한대전'은 네이트에 접속해, 게임 ZONE→전략/육성/RPG→액션RPG→삼국지영웅전4에서 다운로드할 수 있다.



게으른 독서광 위해 간편한 책임기



북코스모스(www.bookcosmos.com)는 베스트셀러를 비롯한 각종서적의 요약본을 열람해 볼 수 있는 사이트다. 인터넷 서점 등에서 제공하는 서평과는 달리 원문에 충실한 요약에 치중해 전체 서적 내용을 20분의 정도로 압축해 소개하고 있다.

매일 쏟아지는 수많은 책. 타고난 독서광이라도 하루에 수천권씩 쏟아져 나오는 책을 감당할 수는 없다. 좋은 책만 골라 읽는다고 해도 우선 양서를 고르는 작업도 여간 힘든 일이 아니다. 읽기는커녕 마음에 드는 책을 고르기도 만만치 않은 게 현실이다. 광고나 서평만 대충 보고 샀다가 실망하는 일도 많다. 북코스모스는 바쁜 직장인들의 이같은 고민을 해결하기 위해 책 길라잡이 역할을 하고 있다. 때문에 구입을 결정하기 전에 미리 내용을 훑어보려는 이들, 시간에 쫓겨 독서 욕구를 채우지 못하는 직장인들로 붐비고 있다.

북코스모스는 최신 도서의 핵심 내용을 요약, 회원들에게 소개하는 사이트. 각 분야 전문가급 '요약 작가' 20여명이 작업에 참여한다. 400쪽이 넘는 전문서적도 이들의 손을 거치면 A4용지 10장 분량으로 말끔하게 정리된다. 한달 평균 40여권의 책이 이렇게 다시 태어난다. 해외 신간이 국내에서 우리말로 번역 출판되기까지는 5개월에서 1년 정도 걸리는 것이 보통이나 가이드북을 통한 소개는

한 달이면 충분하므로 선진지식 도입에 큰 보탬이 되고 있다.

번역 출판을 계획하는 출판사로서도 낭비 요인을 줄일 수 있는데다가 국내 신간을 준비하는 출판사 역시 가이드북을 이용해 독자의 반응을 미리 예측할 수 있는 이점이 있다. 또한 동서양 고전이나 국내외 명작에 대한 독자의 관심을 새롭게 불러일으켜 독서문화 증진에도 이바지할 수 있고 e북시장의 정착에도 도움이 된다는 것이 회사측의 설명이다. 이와 함께 북코스모스는 해외 우수 대학의 동향과 공개강의 내용을 소개하는 한편 영어판 가이드북을 통해 국내 우수 저작물의 해외홍보와 저작권 수출에도 나설 계획이다.

북코스모스 이용자는 홈페이지를 방문해 제목별, 주제별, 분야별, 작가별, 연도별 검색과 함께 해설과 전체 요약을 무료로 읽어볼 수 있으며 500원을 내면 가이드북을 구입할 수 있다. 신용카드나 사이버머니 계좌이체로 1만원권 2만원권 등을 사이트에서 구매할 수 있다.

금액을 모두 쓰면 주권으로 자동 전환돼 북코스모스의 주주로 등록되는 상품권도 개발해 놓았다.

지난 2000년 사이트가 처음 문을 연 뒤 4년 동안 북코스모스는 1,700여권의 책을 분야별로 정리해 놓았다.

처음 사이트 개설 당시에는 기업체에 일일이 전화를 걸어 회원 가입을 요청해야 했다. 하지만 이제는 기업체 150여 곳과 5만여 명의 일반인이 유료회원으로 가입한 어엿한 중견 인터넷 사이트로 성장했다.

특히 경영서적의 비중이 높아 각 기업의 CEO를 비롯한 직장인, 대학원생 등 최신 경제 경영 이론을 접하려는 이들의 이용도가 높은 편이다. 또한 포항제철, 한국은행, 대한항공 등 대기업에서는 도서 요약문을 단체로 구입해 회사 그룹웨어에 올려 놓아 사원들이 돌려 볼 수 있도록 하고 있다. 단체 회원들의 입소문 덕분에 인지도를 높일 수 있었다고 회사 관계자는 설명했다. 