



앞줄 좌측부터 엔타즈 김현수 대표, 게임빌 송병준 대표, 프리진 최재완 대표, 정보통신부 노준형 차관, 주식회사 인디21 윤선학 대표, 캐릭터플랜 이동기 대표, 싱아 김희열 대표, 한국디지털미디어 이형찬 대표, 뒷줄 좌측부터 한국데이터베이스진흥센터 원영희 전무이사, EBS 김성진 부사장

2005년 2분기 디지털콘텐츠대상 시상

‘아이들이 사는 성’ ‘구룡쟁패’ 등 7개작 수상 영예

정보통신부가 주최하고 한국데이터베이스진흥센터와 한국소프트웨어진흥원, 매일경제신문사가 공동 주관하는 ‘2005년 2분기 디지털콘텐츠대상’ 시상식이 지난달 6일 정보통신부 14층 대회의실에서 열렸다. 이번 대상 수상작은 ▲캐릭터플랜과 한국교육방송공사의 ‘아이들이 사는 성’ (디지털영상 부문) ▲인디21의 ‘구룡쟁패’ (온라인게임 부문) ▲한국디지털미디어의 ‘종이접기 활용수업’ (교육용콘텐츠 부문) ▲게임빌의 ‘놈투’와 엔타즈의 ‘폭풍의 파이터’ (모바일콘텐츠 부문) ▲프리진의 ‘이미지링크’ (웹정보콘텐츠 부문) ▲싱아의 ‘HD데이터방송콘텐츠 이슬람 문화 기행’ (차세대콘텐츠 부문) 등 7개 작품이 수상의 영예를 안았다.

심사는 분야별 제품의 우수성, 국외 경쟁력, 기술의 우수성, 사업수행 능력 등을 기준으로 이뤄졌다. 수상 업체는 국외 수출지원과 홍보, 마케팅 등 한국소프트웨어진흥원이 추진하는 각종 사업에서 우대 혜택을 받으며 국외 마케팅 전문 교육프로그램을 지원 받는다. 또 연말에 개최되는 ‘디지털콘텐츠페어’에서 최고 작품으로 선정되면 대통령상이 수여된다.

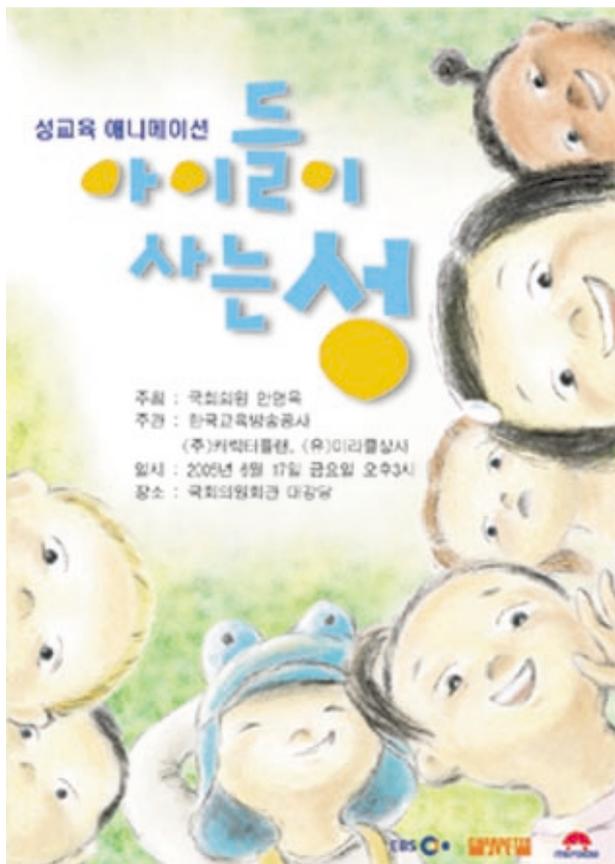
글 권경희 기자·사진 이혜성 기자

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

디지털영상 부문

캐릭터플랜 아이들이 사는 성

어린이 성교육 재미난 만화영화로



‘아이들이 사는 성’은 캐릭터플랜과 한국교육방송공사, 미라클상사가 공동기획·제작한 3부작 애니메이션이다.

남녀의 신체 생식구조와 생명 탄생 과정 등 성에 대한 내용을 어린이들이 쉽고 재미있게 배울 수 있도록 제작했다. 이 작품은 기획 단계에서부터 유치원, 초등학교 교사, 아동심리학자, 여성단체 종사자 등 성교육 현장의 요구를 반영한 것이 특징이다.

이 애니메이션은 모두 3부작으로 구성됐으며, 본편(25분)과 부록편(10분)의 독특한 구조로 이뤄져 있다. 25분 분량의 각 편은 독립된 이야기를 갖고 있고 각 편에 덧붙여진 10분 가량의 부록에는 더욱 직접적인 성교육 내용이 담겨 있다.

1부 ‘나’는 남녀 신체구조의 차이와 생명탄생을 주제로 난자를 만나기 위해 여행을 떠나는 정자들의 모험을 담았다. 남녀 몸 속의 기관·장기들의 활약이 2D 플래시 기법과 3D 애니메이션 기법으로 그려졌다.

잘못된 남녀 성역할에 대한 문제를 동화로 표현한 2부 ‘답게? 답게!’는 내성적이지만 씩씩한 용사가 되어야 하는 왕자와, 활발하지만 안전하게 행동할 것을 강요받는 공주의 이야기. 사회적으로 억압되는 성의식과 성역할에 대한 고민을 애니메이션으로 풀었다.

마지막인 3부 ‘네 잘못이 아니야’는 아동 성폭력을 다뤘다. 국내에는 <네 잘못이 아니야, 나탈리>라는 제목으로 출간된 캐나다 작가 질 티보의 ‘더 이상 웃지 않는 소녀’라는 동화를 원작으로 우리 실정에 맞게 각색했다.

주인공 나리가 이웃집 아저씨로부터 성폭행을 당하지만 주위의 도움으로 극복한다는 줄거리다. 나리는 부끄러워 아무에게도 사실을 말하지 못해 우울한 아이가 되어가던 중 엄마 아빠와 선생님, 친구들의 도움으로 다시 웃음을 찾게 된다.

3부작 중 가장 민감한 주제를 다룬 이 작품은 나리의 감정 표현을 위해 바탕 그림과 붓의 움직임이 살아있는 애니메이션으로 제작했다. 또 아이들이 죄책감 없이 거부 의사를 표시할 수 있도록 하는 예방교육과 대처법, 도움을 받을 수 있는 기관들도 함께 소개했다. 이 작품은 DVD와 비디오 테이프로 만들어져 다음달 초 출시될 예정이다.

캐릭터플랜 관계자는 “13세 미만 어린이 성폭력 피해자가 약 33.7%에 달하는 실정이지만 정작 이에 관한 교육 프로그램은 부족한 현실이 안타까워 작품을 구상하게 됐다”고 설명했다.

EBS, 애니메이션 제작사 캐릭터플랜, 배급사 미라클상사가 6억원의 제작비를 들여 1년 5개월에 걸쳐 만들었고, HDTV용 애니메이션의 수채화와 같은 영상이 돋보인다. ‘아이들이 사는 성’은 제작 단계에서 이미 국외 우수 업체와 방송사들이 구입 의사를 밝혀와 국외 진출 여부가 주목받고 있다. 지난 4월 프랑스 칸에서 열린 세계최대의 방송 프로그램 국제전본시인 MIPTV를 통해 영국 BBC가 제2부의 TV시리즈 공동제작 의사를 밝혔고, 제1부 역시 캐나다의 제작사에서 TV시리즈 공동제작을 제안한 상태다.

한편 EBS는 6월 중에 국회 의원회관에서 각당 대표와 국회의원, 정부 관계자, 교사, 학부모와 어린이들을 초청해 어린이 성폭력을 주제로 한 제3부의 시사회를 가졌다.

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

온라인게임 부문
인디21 구룡쟁패

“기존 무협게임과 비교하지마”



인디21의 '구룡쟁패'는 정통무협 3차원 MMORPG이다.

그 동안 판타지게임 위에 무협적 그래픽을 덮어씌우는 수준에 머무른 데 비해 인디21은 개발 초기 유명 무협 작가 좌백을 직접 작업에 끌어들이 시나리오부터 세계관, 게임 시스템까지 새로 구축했다.

개발에 소요된 시간만 총 3년. 동양적 정서의 시나리오를 기반으로 짜임새 있는 퀘스트와 화려한 무공시스템을 갖췄다는 평가를 받는다.

실제 고증을 통해 500여 가지 문파별 고유 무공을 구성했고, 콘솔게임을 방불케 하는 화려한 동작으로 게임의 흥미를 배가시켰다. '강호풍운록'으로 총칭되는 퀘스트도 300여가지에 달하며 성격에 따라 제룡행·무림행·협객행·기연행으로 구분돼 마치 소설 한 편을 읽는 듯한 짜임새를 갖췄다.

인디21은 국내 게임계에서 무협 장르의 위상을 확고히 하고 세계시장에까지 알리는 것이 목표다. 현재 북미시장과 중국권 진출을 위해 준비작업을 진행하고 있다. 4월말 오픈베타 테스트를 시작했다.

구룡쟁패는 소림·무당·개방·녹림·비궁·마교 등 문파를 구현했다는 게 인디21 관계자의 전언이다. 또 400여가지의 무공은 중국 무공서적의 고증을 거쳤다. 무협의 기본 갈등인 '은원관계'도 개개인보다 문파와 문파간의 갈등에 초점을 맞췄다. 내공·기공·경공 등 무술기법별로 최대 12성까지 성취할 수 있고 무술대회인 '비무대회'도 정기적으로 개최된다.

구룡쟁패는 오랜 개발 기간만큼이나 많은 게이머들에게 기대작으로 손꼽혀 왔던 무협 온라인게임이다. 이전에도 많은 무협 온라인게임이 서비스됐지만 구룡쟁패는 이전의 여느 게임 보다 한 단계 높은 수준의 완성도를

를 갖춘 것으로 평가받고 있다.

무협작가가 시나리오 작업에 참여하고 고증한 구룡쟁패의 세계관은 이전의 여느 무협 온라인게임 보다 정교하다. 이전 무협게임의 세계관이 판타지와 무협의 적절한 퓨전 형태를 띠고 있었다면 구룡쟁패는 분명하게 '무협'에만 색깔을 맞추고 있다는 평을 받고 있다.

특히 퀘스트 리스트와 같은 개념의 '강호풍운록' 시스템은 게임의 스토리 체험을 강조한 것으로 단순히 배경과 세계관만 차용한 게임의 한계를 극복하고 있다. 게임의 전개 방향과 캐릭터의 성장도 마치 무협소설 주인공의 성장 과정과 흡사해 무협소설을 읽는 듯한 즐거움을 전해 준다.

잘 짜여진 세계관은 게임 그래픽에도 잘 반영되고 있다. 각 문파의 특성이나 설정에 맞게 그려진 NPC들은 외모나 동작 하나 하나까지 무협소설이나 무협영화에서 보았던 이미지 그대로이다. 게임 내의 건물이나 지형은 중국의 풍취를 한껏 느낄 수 있다.

전반적으로 구룡쟁패는 무협이라는 세계관에 집중했고, 무협소설 주인공들의 성장형태를 게임 속에 잘 녹아들게 해서 무협 게임의 묘미를 잘 살려낸 수작이다. 무협소설 그 이상의 무협게임이라 할 만큼 무협매니아들은 꼭 한 번 해볼만한 게임이라 할 수 있다.

인디21 관계자는 "무협게임의 꽃은 문파와 무공인데 현재 무협게임 중 가장 인기 있다는 D게임의 경우 정파와 사파 두 개의 문파로만 이뤄져 있고 무공시스템도 허술하다"고 꼬집었다. 이 관계자는 "수많은 무협게임이 판치고 있지만 팬터지 장르만큼 인기를 얻지 못하는 건 무협의 세계관을 제대로 구현한 게임이 거의 없기 때문"이라며 "구룡쟁패를 기존 무협게임과 비교하지 말라"고 자신 있게 말했다.

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

교육용콘텐츠 부문

한국디지털미디어 종이접기 활용

아이와 정서 교감 '종이의 종이 활용수업'



한국디지털미디어(KDM)는 플래시 모션 종이접기를 매개체로 개발된 e러닝 프로그램인 '종이접기 활용수업'을 교육인적자원부로부터 승인 받아 현재 원격직무연수과정(4학점)을 운영하고 있다. 종이접기를 활용한 온라인 원격연수는 '종이접기 활용수업'이 최초이다.

종이접기 활용수업은 '학생들이 좋아하는 종이접기를 수업에 활용할 수 있는 방법은 없을까', '내 아이와 정서적으로 교감하면서 교육에 도움이 되는 방법은 없을까' 라는 질문이 기획의 출발점이 됐다.

종이접기 활용수업은 기획단계부터 학교 현장 중심의 경험을 바탕으로 제작됐다. KDM은 2004년 3월 초등학교 특기·적성 교실을 운영하면서 학년별 학생들에

게 적합한 종이접기 콘텐츠를 찾아내고 수업 목표와 전달 방법을 구체화하기 시작했다. 초등학교 현장 교사들의 의견을 최대한 반영하는 데도 무거운 됐다.

초등학교 현장 교사 입장에서 수업에 꼭 필요한 종이접기를 최대한 제공하려고 노력하는 KDM은 자체 운영 사이트인 종이닷컴(<http://www.zzongee.com>)을 통해 다양한 종이접기를 선보이고 있다. 또한 종이접기 커뮤니티를 지원하기 위한 공간도 서비스 중이다.

현재는 티치빌 원격교육연수원에서 '종이접기 활용수업'이라는 타이틀로 전국 초·중·고 교사를 대상으로 직무연수 과정을 운영 중이다. 종이접기 활용수업은 KDM 부설 '한국감성콘텐츠연구소'에서 기획, 제작됐다.

이곳은 단순한 종이접기를 연구하는 곳이 아니라, 종이접기를 '감성교류'의 매개체로 활용하고 적용시키는 방법을 연구하고 있다. 즉 학생과 선생님, 아이와 부모님, 손자와 할머니 등 여러 관계들 속에서 종이접기를 통한 서로간의 감성전달이 되어, 사랑과 행복을 느낄 수 있는 장을 만들고자 하는 것이다.

다시 말해, 학교일선 현장에서는 엄매인 수업내용 중에서 학생들과 함께 만들면서 이야기도 나누고, 반 아이들 전체가 참여 가능한 재미있는 수업이 필요했고, 그것을 통해 선생님과 반 아이들은 행복한 교실을 만들 수 있는 것이다.

티치빌 원격교육연수원에서 종이접기 활용수업을 수강한 인천광역시 강화군 교동도 섬마을의 초등학교 선생님은 "특기적성, 평생교육, 그리고 특별보충과정 등 1인 다역을 조그마한 섬마을 초등학교에서 하고 있다"면서 "반 아이들과 종이접기를 하면서 작품도 함께 만들고 전 시회를 하면서 즐거워하는 모습을 보면서 매우 행복했다"고 밝혔다.

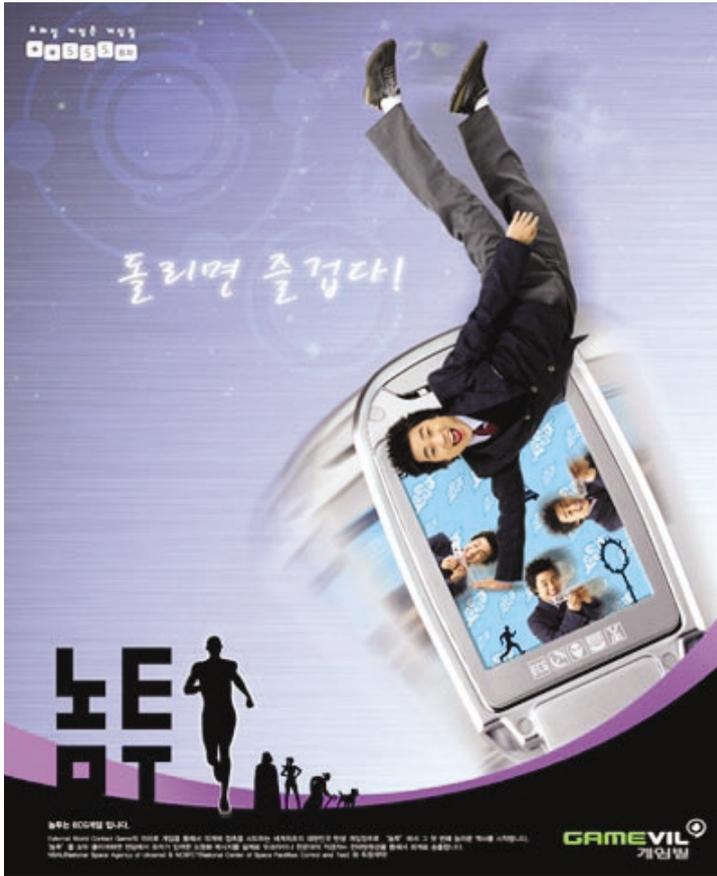
국내에는 아직 종이접기는 단순한 놀이라고만 생각하는 경향이 있는데 조금 더 생각하면 훌륭한 학습도구가 될 수 있다. 더구나 요즘처럼 무언가를 함께 할 꺼리가 없는 가족간 생활에서 유익한 요소가 된다.

종이닷컴(www.zzongee.com)에는 1,000여개 이상의 다양한 종이접기가 존재한다. 로켓부터 하트까지 손으로 만들 수 있는 모든 것이 있다. 이곳의 회원은 유아기관 및 초등학교 교사들이 많이 이용하고 있다. 근래에는 부모님들도 유료회원으로 많이 가입, 약 15만명의 회원수가 됐다. 또한 회원들은 '종이접기 활용능력' 과정 프로그램을 종이닷컴에서 수강하고 수료증을 받을 수 있다.

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

모바일콘텐츠 부문
게임빌 놈투

엔딩 메시지 우주 전송 화제 모아



게임빌의 '놈투'는 사용자의 메시지를 외계에 송출하는 게임이다.

놈투는 휴대폰을 돌려가며 게임을 하는 독특한 방식으로 화제를 모았던 '놈'의 후속작이다. 전편의 게임방식을 유지, 네 방향으로 돌려가며 진행되는 방식으로 간단하면서도 깔끔한 그래픽을 사용해 친근감을 높였으며 기존의 단색 배경 대신 다양한 색상의 배경과 테크노에 국악 사운드를 접목한 음향효과를 삽입해 색다른 느낌으로 게임을 즐길 수 있게 했다.

하이라이트 부분에선 '놈'이 유체이탈을 하고 동시에 달리는 두 캐릭터를 함께 컨트롤 하도록 해 다이내믹한 게임을 즐길 수 있다.

또한 게임을 모두 클리어한 후 우크라이나의 천문관측소를 통해 우주에 기념 메시지를 송출, 자신만의 메시지를 외계에 보내는 기능이 탑재돼 화제를 모으고 있다. 메시지를 외계에 송출하는 ECG(External World Contact Game) 장르를 국내 최초로 개척한 것이다. 신기하게도 유저들의 메시지는 우크라이나 NSAU(National Space Agency of Ukraine)의 대규모 전파망원경(직경70m, 세계 두번째 규모)을 통해 60광년 떨어진 행성에 전달된다. 현재 SK텔레콤과 KTF에 서비스중이다.

놈투는 지난 5월 출시되자마자 하루 다운로드 8,000건을 훌쩍 넘기며 선풍적인 인기를 끌고 있다. 출시된 지 한 달 밖에 지나지 않았던 지난 6월 초에 벌써 3만5,000명 이상이 '놈투'

를 클리어 했으며, 메시지 전송을 마쳤다. 유저들의 메시지는 다양하다. 최근 독도문제를 시사하듯 '독도는 한국땅' · 'KOR 독도천국' · '독도는 우리땅' · '독도한국' 등 독도사랑을 담은 내용이 자주 보였다.

역시 유저들 사이에서 최고의 테마는 사랑 고백! 하트 모양은 기본으로 장식되고 '보고싶어' · '너만 사랑해' · '누구는 누구를 사랑해' 등 다양하다. 재미있게도 이 메시지들은 모바일게임 유저의 주연령층인 10대와 20대의 생활상을 대변한다. 수능 · 외모 · 이성에 대한 고민, 부모님에 대한 사랑에서부터 '통일' · '종교' 등 다양한 내용이 즐비하다. 게임빌 관계자는 "무엇보다 '놈투'에 대한 애정과 외계인을 만나고 싶어하는 마음이 담긴 메시지를 보면서, 하나의 게임을 통해 많은 유저들이 외계와 우주로의 꿈을 키웠다는 데 깊은 감동을 받았다"라고 말했다. 한편 '놈투'는 100만 다운로드 기록을 세운 전작 '놈'에 이어 200만 다운로드도 이뤄낼 기대작으로 점쳐지고 있다. 뿐만 아니라 놈투는 지난 6월에 열린 'E3 2005 비평가 수상작' 후보에 오르기도 했다.

'E3 2005 비평가 수상작(E3 Editor's Choice 2005 Finalist)'은 게임 사이트 '게임스팟(www.gamespot.com)'에서 시상하는 것으로, 해마다 E3 게임쇼에 출품한 전 세계의 모든 게임들을 직접 비교하고 플레이 해본 게임스팟의 스태프에 의해 선정된다.

게임스팟에서는 '놈투'에 대한 프리뷰 기사를 통해 "놈투를 아직 미국에서 할 수 없는 것이 안타깝지만, 미국 퍼블리셔들은 놈투 같은 좋은 게임들을 발굴할 수 있는 시스템을 갖출 필요가 있다"고 극찬했다. 게임빌은 2000년 온라인게임 포털 'GAMEVIL.COM'을 연 이래 3D 모바일게임, 네트워크 모바일게임, 모바일 커뮤니티 구축 등 첨단 산업기술과 융합된 수준 높은 게임들로 영역을 넓혀가고 있다. 전세계 1위 이동통신사인 보다폰을 비롯해 유럽 · 미국 · 중국 · 일본 · 대만 등을 포함해 전세계 20여개국에 다양한 게임을 수출하고 있다.

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

모바일 콘텐츠 부문

엔타즈 폭풍의 파이터

캐릭터 성장 · 손맛 ‘재미 만끽’



엔타즈의 ‘폭풍의 파이터’는 모바일 플랫폼 기반의 대전격투 게임이다. 폭풍의 파이터는 주인공이 일본의 유명한 도장을 찾아다니면서 도장을 격파하는 내용으로 구성돼 있다. 또한 각 도장의 최고 고수를 이기면 상대방도 함께 능력치가 올라가도록 해 유저와 끝없는 경쟁관계를 이루도록 했다.

캐릭터는 총 5명이 등장하며 각각 고유의 특징 있는 기술을 사용한다. 각 도장마다 10급부터 10단까지 총 20등급으로 구성돼 있으며, 등급이 오를수록 고급기술과 A.I가 높아지는 시스템을 갖추고 있어서 자신의 실력 수준을 알아볼 수 있다. 자신이 뛰어난 실력의 소유자라 생각되면 좀 더 높은 등급에게 도전해 보는 것도 게임을 즐기는 재미요소가 될 것이다.

조작성 측면에서 이 게임은 기존의 대전격투 게임과 크게 차별된다. 과거 격투 게임이 단순한 번호키 조합과 단축키로 필살기와 같은 기술을 구현했다면 폭풍의 파이터는 일반 콘솔게임과 같은 방향키와 타격키를 규칙적으로 조합해 ‘손맛’을 느낄 수 있도록 했다. 자신의 격투 스타일에 맞게 캐릭터를 성장시킬 수도 있다.

김현수 사장은 “폭풍의 파이터는 그간 선보였던 모바일 대전격투 게임의 수준을 크게 뛰어넘는 작품으로 모바일게임의 일대 혁신을 선포할 우수한 작품이 될 것으로 확신한다”며 “올 10월 서비스를 목표로 현재 제작을 진행중이며, 한국과 일본 동시 서비스를 통해 150만 이상의 다운로드 실적을 거둘 것으로 예상하고 있다”고 말했다.

김현수 사장은 일본 이동통신사 관계자의 말을 인용해 “콘솔게임에

서나 가능했던 대전 액션 장르를 모바일에서 완벽하게 구현한 수작이다. 일본시장에서의 반응이 사뭇 기대된다는 평을 받았다”고 밝혔다.

김현수 사장은 “기존 액션 게임보다 최소 2~3배의 타격 효과, 200컷 이상의 연속화면으로 구성된 캐릭터들의 움직임, 그리고 300K이하의 최적용량은 기존의 모바일게임에 식상한 유저들에게 활력소가 될 것을 확신한다”고 말했다.

‘폭풍의 파이터’로 2분기 디지털콘텐츠 대상을 받은 엔타즈는 2000년 설립 이래로 지금까지 70여종 이상의 다양한 게임을 개발해 국내 뿐만 아니라 일본에도 진출해 서비스하고 있다.

주요게임으로는 2002년 월드컵 열기와 함께 KTF내 대히트를 기록한 실시간 대전게임 ‘조폭축구’, 3년 넘게 베스트게임의 자리를 지키고 있는 스테디셀러 ‘생방송 퀴즈가 무섭다’, 세계 최초의 컨버전스형 뮤직게임 ‘SBS인기가요’, 3D형 FPS ‘뚝크라이시스’, 최신가요를 배경음악으로 선택해 즐길 수 있는 ‘오토바이레이싱’, ‘뮤직맛고+’ 등이 있다.

지난해 정보이용료 기준 KTF 모바일 게임 매출 1위를 기록한 엔타즈는 유행에 휩쓸리지 않고 오래가는 게임 만들기를 기본 모토로 한다. 단명하지 않고 꾸준히 사랑받는 게임을 만들다 보니 유저들로부터 인정받고 변함없는 매출을 올리고 있는 것. 그 예로 ‘생방송 퀴즈가 무섭다’와 같은 게임을 들 수 있는데, 이들은 출시된 지 2~3년이 지났음에도 아직까지 사랑을 받으며 스테디셀러로 자리잡고 있다.

엔타즈는 국내사업뿐 아니라 해외수출에도 박차를 가할 계획이다. 지난해 5월 국내 최초로 일본 이동통신사 KDDI에 모바일게임 사이트를 오픈해 화제가 됐던 엔타즈는 올해 일본을 비롯한 중국, 유럽 수출에 더욱 집중해 좋은 실적을 올린다는 생각이다.

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

웹정보콘텐츠 부문

프리진 이미지링크

이미지 제작에서 유통까지 한번에 OK



프리진의 이미지링크(www.imagelink.co.kr)는 이미지콘텐츠 전문몰이다. 이미지링크는 이미지 제작에서 판매·소비에 이르는 유통 구조를 간소화한 것이 특징이다.

국내 모델을 발굴해 이미지를 제작한 후 전문 디자이너의 보정을 거쳐 콘텐츠를 만들고 이를 다시 데이터베이스화해 오프라인뿐만 아니라 인터넷에서도 24시간 다운로드할 수 있도록 한 것이다.

이러한 취지 하에 개발된 이미지링크는 이미지공유 사진관·일반작가 사진관·전문작가 사진관 등의 기능별로 분류해 품질과 사용자 용도에 따라 이미지의 선택 구매가 가능하도록 구성했고 주제별·기능별로 다양하게 키워드를 분류해 손쉽게 원하는 이미지를 검색하고 이미지 프리뷰를 통해 원하는 주제의 이미지를 선택 할 수 있도록 구축했다.

또한 콘텐츠에 대한 구매자·공급자·유통업자·관리자가 총체적으로 이용할 수 있도록 콘텐츠 자동화 관리시스템(CMS)을 구축해 효율적이고 체계적인 콘텐츠 관리 및 유통이 가능하도록 했다.

자체 제작한 콘텐츠와 전문 디자이너에 의해 제작된 콘텐츠를 온라인 상에서 개별로 내려 받을 수 있을 뿐만 아니라 CD로 제작된 콘텐츠 패키지를 구매할 수 있다. 이미지링크는 우수한 품질을 갖춘 다양한 콘텐츠 CD와 수천개의 내려 받기 콘텐츠를 보유하고 있으며 실력 있는 디자인 CP를 지속적으로 발굴해 다양하고 신선한 디자인 콘텐츠를 끊임없이 제공하고 있다.

네티즌들의 높은 관심을 유지하기 위해 유저간 상호 정보 교류는 물론,

최신 경향의 웹 디자인 정보를 제공하는 디자인 커뮤니티도 운영하고 있다. 또 기존의 일률적이고 단편적인 이미지 제공 차원을 벗어나 비즈니스·쇼핑몰·블로그·웨딩 등 각 주제에 맞는 콘텐츠를 다양하게 제공해 소비자들의 시선을 붙잡을 계획이다.

이미지링크는 또 소비자의 구매에서부터 애프터서비스에 이르는 일련의 과정을 시스템에 의해 일괄적으로 관리하는 최적 시스템을 갖추고 있다. 이와 같이 우수한 이미지 콘텐츠의 대량 확보 및 이를 효과적으로 관리할 수 있는 체계적인 시스템의 구축과 함께 적극적이고 효율적인 마케팅을 해 나가고 있는 이미지링크는 10년 이내에 미국의 코비스, 게티이미지나 일본의 멀티비츠 등과 같은 세계적인 브랜드로 성장하기 위해 전 직원이 하나가 되어 노력하고 있다. 이러한 국내에서의 높은 지명도와 기술력을 바탕으로 해외시장 진출을 활발히 진행하고 있는 가운데, 일본 유수의 디지털콘텐츠 소프트웨어 유통업체인 멀티비츠, DEX사 등과 디자인 콘텐츠 공급계약을 체결해 한국 디지털콘텐츠의 우수성과 기술력을 알리고 있으며, 보다 적극적인 해외시장 개척을 위해 글로벌 사이트를 구축 중에 있다.

프리진은 디자인콘텐츠 및 이미지콘텐츠의 개발·유통 외에 다양한 콘텐츠 관련 교육 및 정보제공 등의 부가서비스를 제공하고 있으며, 운영중인 웹사이트 프리진닷컴(www.frengine.com)도 국내 최고의 디자인 콘텐츠 전문 포털로서 전문 디자이너부터 웹디자인에 관심 있는 아마추어 애호가에 이르는 폭넓은 층의 관심과 사랑을 받고 있다. 프리진 관계자는 “이미지 콘텐츠 다량 확보, 우수한 품질 콘텐츠 개발, 다양한 유통경로 확보가 뒷받침된다면 유망 고부가가치 콘텐츠산업으로 성장할 수 있을 것”이라고 설명했다.

프리진은 정부 및 관련 기관으로부터 수출유망중소기업, INNO-BIZ 기업, 유망기술기업 등으로 선정돼 제품의 우수성을 인정받은 바 있으며, 21세기 고부가가치 산업인 디지털콘텐츠 시장의 선두기업이 되려고 노력하고 있다.

2005년 2분기 DC대상 부문별 수상작

차세대콘텐츠 부문

싱아 **이슬람 문화기행**

13억의 문화코드 깊이 있는 조명



싱아의 HD(고화질) 데이터방송 콘텐츠 '이슬람 문화기행'은 고화질 카메라로 전일정을 촬영한 13부작 다큐멘터리다.

중동을 비롯해 유럽·아프리카·중앙아시아에 이르는 이슬람권의 문화와 삶, 색채와 예술, 문명사적인 성과를 입체적으로 조명했다. 제작 기간만 총 17개월이 소요됐으며 지중해·아프리카·중앙아시아·중동의 10개국이 넘는 이슬람국가 모습을 담았다.

국내 HD다큐멘터리 최초로 중동·동남아시아 지역에 수출계약을 체결하는 성과도 올렸다. 현재 북미·터키·일본지역과 수출 협의 중이다.

지난해 9~12월 교육방송(EBS)에서 방영됐으며 당시 EBS가 시험 방송하던 디지털 데이터방송 일정에 맞춰 연동형 데이터방송 콘텐츠를 동시에 방송하기도 했다.

싱아의 13부작 다큐멘터리 '이슬람 문화기행'은 한국사회 다수에겐 여전히 낯설게 느껴지는 이슬람의 오해와 편견에 대한 물음표를 던지며 탄생했다.

서구라는 필터를 거치지 않고 이슬람 문화에 대한 내재적 접근을 통해 세계 53개 나라, 13억 인구가 향유하는 이슬람 문화의 속내로 파고드는 시도를 했다.

이 작품의 가장 큰 특징은 그동안 우리 방송이 집중해온 정치적

이슈 중심의 소재에서 이탈한 점이다. 대신 이슬람 이해에 필수적인 다양한 문화적 코드와의 깊이 있는 대화에 주력한다. 싱아프로덕션측은 "이슬람 문화의 뿌리와 무슬림의 생활상을 조명하고, 궁극적으로 서구문명의 평화로운 공존을 바라는 98% 무슬림 공동체의 희망과 가능성을 모색하고자 했다"고 밝혔다.

1부에서 무슬림의 결혼·출산·장례 등 이슬람사회의 통과의례를 집중 조명해 데 이어, 2부 '빛의 신전에 달을 걸다-모스크'에선 이슬람문화의 핵심공간인 모스크를 다룬다. 모스크를 중심으로 이뤄지는 무슬림의 다양한 사회활동과 일상, 모스크 위에 어김없이 걸려있는 초승달의 의미 등을 알아본다.

가끔 짧은 해외뉴스로 소개되는 '히슈라 모하람 축제'는 3부의 주제다. 온몸에서 피가 흘러내릴 때까지 자신의 몸을 쇠채찍과 갈날로 때리며 집단으로 이동하는 이 행사는 이방인의 눈에 그저 괴기스런 풍속으로 비친다. 이슬람 시아파의 폭력성을 드러내는 상징으로 오인되기도 한다. 이 행사는 680년 카르발라에서 반대파에 살해당한 시아파 3대 이맘 후세인의 순교를 애도하는 종교적 기원을 갖고 있는 슬픈 축제다. 1,300여년이 흐른 지금까지 마르지않는 애도의 눈물에 대한 배경은 무엇인지, 왜 시아파들은 자기학대를 통해서라도 이날을 잊지 않으려는 것인지를 그들의 시선으로 들여다본다.

이밖에도 무슬림의 식생활과 이자를 받지 않는 이슬람의 경제관, 중앙아시아와 아프리카의 이슬람 문화 등 우리가 몰랐거나 무관심했던 이슬람 문화의 주요한 양상이 소개된다. 커피 등 이슬람 문화에 기원을 둔 상품들, 화려한 이슬람 예술과 다채로운 무슬림의 축제 등도 살펴본다. 10부 '차도르에 부는 바람-변화하는 이슬람'에선 일부다처, 명예살인(간음한 여자를 남자형제 등 가족이 죽이는 관습), 히잡 또는 차도르로 상징되는 여성억압의 실체를 들여다보고, 변화하는 이슬람 여성들의 이야기를 들어본다.

김희열 싱아 대표는 "독립제작사가 이슬람을 주제로 HD 13부작 다큐멘터리를 사전 제작하고 데이터방송 콘텐츠까지 완성하기까지 수많은 난관을 겪었다"며 "전세계 인구 중 5분의 1 이상을 차지하고 있는 이슬람을 오해와 편견없이 조명하고 싶었다"고 말했다.