

새로운 장례문화 형성을 위한 아카이브 사업 상호 협력 MOU 조인식

연합뉴스는 新 장례문화 조성을 위해 유나이티드컴 주식회사와 아카이브 사업을 공동제작하고 공동소유하는 내용의 MOU 를 오는 27 일(금) 연합뉴스 강당에서 체결한다



현재 우리 장례문화는 고인이 없이 상주 위주로 진행되고 있다. 장례식을 다녀 온 후에 도대체 고인은 어떤 사람이고 어떤 인생 행적을 살았는지 기억하는 문상객은 거의 없다. 고작 발인 날짜와 묘소의 위치 정도를 물었으면 그나마 다행이다. 이런 고인 없는 장례문화는 바뀌어야 한다. 또한 이 같은 고인에 대한 홀대는 장기적으로 가족해체와 사회양극화를 초래하는 요인으로까지 발전한다.



국가기관 통신사로 항상 사회적 책무를 의식한 연합뉴스는 중화권에 사업을 활발히 진행하는 CKT 그룹의 유나이티드컴 주식회사 상호 협력하여, 새로운 장례문화의 구축 앞장서기에 이르렀다. 양사는 연합아카이브 사이트(연합아카이브.com 또는 y-archive.com)에 구축된 디지털 개인사와 가족사를 함께 협력하여 제작하고 그 지적 소유권을 공유하기로 합의했다.



연합아카이브 사업을 기획한 양필승 한국뉴욕주립대학 교수는 모든 삶은 위대하다는 개념의 '그레이트 히어로 아이덴티티'(great hero identity)의

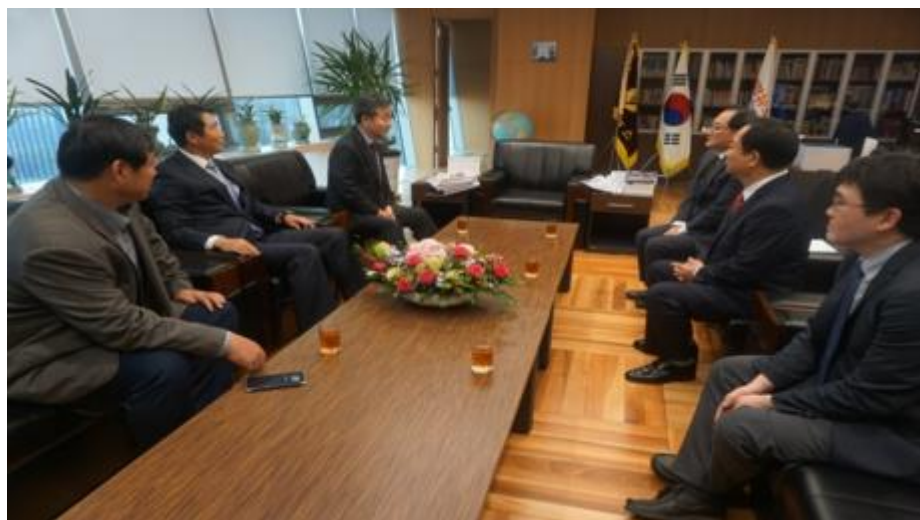
관점에서 개인사를 조망하고, 영상과 기록을 결합한 디지털 프로젝트를 아카이브에 영구 보존하는 한편 장례식 기간 중 빈소에 설치된 TV 를 통해 재생한다고 연합아카이브 사업을 요약하여 설명하였다. 이를 통해 장례기간 중에는 물론이고 이후 지속적으로 고인에 대한 추모의 정을 유족은 물론 그 친지들과 함께 공유할 수 있을 것으로 기대된다고 밝혔다. 또한 골든타임이 5시간에 불과하기 때문에, 그 동안 시행착오를 통해 개발한 프로그램으로 안치 종료와 문상 시작까지의 짧은 시간에 고인에 대한 영상물을 제작하는 것이 핵심경쟁력이라고 주장했다.



영상과 기록이 결합됐다는 점에서 연합아카이브는 기존의 추모영상물과 차별성이 있다고 양교수는 말한다. 특히 문자가 지닌 호소력과 영상이 지닌 서정성을 결합시켰을 뿐 아니라, 개인사와 사회사를 결합하여 단순한 회상물이 아닌 역사 기록물로 품격을 높여 고품격 소장품으로서 가치도 지녔다는 주장이다. 이 같은 맥락에서 연합뉴스가 확보한 풍부한 영상물과 기사가 연합아카이브의 발전에 커다란 도움이 될 것으로 양교수는 기대했다.



앞으로 연합뉴스는 아카이브 사업과 병행하여 앞으로 해외에서 이미 자리 잡은 오비츄어리(obituary) 형태의 사망 기사 영역을 적극적으로 확장하고, 합작 파트너인 CKT 그룹의 중화권 네트워크를 통해 연합아카이브의 글로벌화를 도모할 계획이다. 한편 CKT 그룹의 자회사인 유나이티드컴은 사회적 기업을 표방하며 기존의 중문 미용 미디어인 이메이스토어와 법률대중화를 위한 로컴의 연계사업으로 연합아카이브 사업을 발전시킬 계획이다.



양사는 연합아카이브를 통해 앞으로 우리 나라의 장례문화 변화를

급속하게 변화시키는 것은 물론 연합아카이브의 글로벌화로 새로운
한류문화를 구축할 예정이다.