

CD롬 타이틀, 어떤 것 나왔나

국내 개발 총 409종...주로 교육·어학용 많아

CD롬이란 무엇인가

CD롬이란, 콤팩트 디스크(Compact Disk)로 만들어진 '읽기 전용 기억 장치(Read-Only Memory)'를 의미한다.

방대한 저장용량과 가볍고 얇은 부피의 CD롬의 등장으로 각 미디어(책, 잡지, 신문, 만화, 그림, 사진, 영화, TV, 음악 등) 간의 벽이 허물어지기 시작했다. 문자와 그림은 물론이고 움직이는 영상과 소리까지 동시에 구현해내는 복합·다변화한 매체인 CD롬 타이틀은, 기존 미디어들이 그어놓고 있던 경계를 자유롭게 넘나들면서 그들 미디어의 고유영역을 빠른 속도로 잠식해 들어가고 있는 것이다.

이에 각 미디어들은 CD롬이라는 새로운 열차에 갈아타기 위해 분주하게 움직이고 있다. 출판계 역시 예외는 아니다. '뉴 파피루스'로 일컬어지는 CD롬은, 종이 대신 전자매체를 사용하는 이른바 '전자출판'이라는 새로운 출판형태를 낳았으며, 그 결과 'CD롬 타이틀'이라는 새로운 출판물이 본격적으로 유통되고 있다. 이미 미국은 CD롬 타이틀이 '전자책'이라는 개념으로 인식, 일반서적과 똑같이 취급되어 대량으로 유통되고 있으며, 우리나라도 CD롬 타이틀 매장을 따로 마련하고 그곳에서 일괄적으로 타이틀을 진열·판매하던 방식에서 벗어나 일부 대형서점을 중심으로 CD롬 타이틀과 일반서적을 똑같이 취급하여 함께 진열·판

매하기 시작하고 있다.

물론, 아직까지 우리나라의 CD롬 타이틀 시장은 골격을 갖추지 못한 상태여서 CD롬 타이틀의 개발과 제작 그리고 유통에 이르기까지 기형적인 면이 없지는 않다. 그러나 현재 약 100만대 이상으로 추정되고 있는 국내 CD롬 드라이브 보급량은, 최근 4배속에 이어 8배속까지 현격한 가격 하락을 가져옴에 따라 계속해서 빠른 속도로 보급되고 있어 조만간에 본격적인 시장이 형성될 전망이다.

이처럼 무르익어가는 시장여건과 밝은 전망 때문에 타이틀 개발에 참여하는 업체는 증가일로에 있다. 현재 타이틀 제작에 참여하고 있는 업체들만 해도 60여개소를 헤아리고 있으며, 계속해서 신규참여 업체들이 줄을 잇고 있어 올 하반기를 넘기기 전에 100여개소에 이를 것으로 보인다.

기존 출판사들 또한 최근 들어 활발하게 타이틀 제작에 참여하고 있는 것은 두드러지는 현상이다. 뛰어난 검색 기능과 상호성(interactive)을 가졌을 뿐 아니라 동영상과 음성까지 지원되는 까닭에 기존 출판물이 가졌던 한계를 극복하고 출판의 새로운 가능성을 보여주고 있는 'CD롬 타이틀', 그 가능성을 능동적으로 열어보이겠다는 출판계의 적극적인 움직임이 본격화하고 있다.

현재까지 국내에서 제작된 CD롬 타이틀은 총 409종을 헤아리고 있으며(1995년 9월 13일 현재, 한국전자출판협회), 그 대부분은 불과 이태 전인 1993년 이후에 제작된 것들이다. 이처럼 국내 CD롬 타이틀의 제작 역사는 불과 3~4년 정도로 일천하지만, 그간 제작된 타이틀들을 살펴보면 그 짧은 기간 동안에 적지 않은 변화가 끊임없이 계속되었음을 알 수 있다.

교육용 타이틀이 주종 이뤘

수입품 일색이던 CD롬 타이틀 속에서 국산 타이틀이 눈에 띄기 시작한 것은 91년 경부터다. 아직 시장이 형성되지 않은 까닭

에, 대기업에서 기업 이미지 창출 차원으로 내놓은 《Dynamic English 6》(삼성전자)과 같은 어학용 타이틀과 《성경 라이브러리》(큐닉스컴퓨터)와 같은 종교부문 타이틀이 이 시기에 시험적으로 제작된다.

그러던 것이, 93년경부터 어렵듯하게나마 CD롬 타이틀 시장이 윤곽을 드러내기 시작한다. 이는 CD롬 드라이브의 가격이 하락하고 보급량이 급속히 늘어나면서 'CD롬은 접근하기 힘든 고급매체'라는 인식이 변모하기 시작한 때와 시기적으로 일치한다.

총 34종이 보급된 이 시기의 타이틀은 주로 교육 분야에 집중되고 있다. 국내의 높은

교육열을 배경으로 하여, 참고서와 학습서 시장을 점유한 대기업들이 이미 보유하고 있던 텍스트들을 타이틀 제작에 투자하기 시작한 까닭이다.

지금까지도 타이틀 중에서 베스트셀러로 꼽히고 있으며 '번들' 물량까지 합하여 약 40만장이 보급된 것으로 추정되는 《오성식 생활영어》(동아출판사)가 그 좋은 예다. 물론, 《컴퓨터 만화》(서울음반), 《현대서양 미술사》(세광데이타테크), 《전래동화》(옥소리) 등과 같은 기획이 없었던 것은 아니지만, 《매직스쿨 영어 나라》(삼성출판사) 등의 유아 대상 교육용 타이틀과 《Let's learn English》(삼성전자) 등의 어학 관련 타이틀들이 숫적인 면에서 압도적으로 많아 주종을 이루고 있다.

우리 사회의 높은 교육열에 기대어 시장성을 확보할 수 있는 까닭에 다른 부문에 비해 '안전'할 뿐만 아니라, 텍스트 자체가 이미 보유하고 있는 것들이 대부분이어서 타이틀 개발 비용이 적게 든다는 장점 때문에 이처럼 교육부문에 타이틀 제작이 집중되는 현상은 현재까지도 계속되고 있다. 아동을 대상으로 하는 사고력 교육, 미술교육, 영어회화, 그리고 성인을 대상으로 하는 외국어회화, 바둑교육, 토익이나 토플류, PC교육 등에 이르기까지 광범위하며 양적으로 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

데이터베이스형 타이틀 제작 선호

94년에 접어들어 CD롬 드라이브가 15만대 이상 보급되자, 수요가 창출되고 자연스럽게 시장이 형성된다. 급격한 수요의 증가에 발맞춰 공급도 비약적으로 늘어나서, 이해에 제작 유통된 CD롬 타이틀은 모두 187종을 헤아리고 있어 전년의 34종에 비해 수직 상승하는 성장 곡선을 그린다.

《동아일보 사설 선집》(큐닉스 컴퓨터), 《한국 프로야구》(서울신문사), 《소장자료 목록》(국립중앙박물관), 《서비스 기술 정보》(삼성전자) 등 언론사와 공공기관과 기업체들 사이에서, 저장용량이 크다는 CD롬의 장점을 살려 데이터베이스형 타이틀을 제작하는 것이 유행처럼 번지기 시작한 것도 이때부터다. 이러한 타이틀들은 방대한

국내 CD롬 타이틀 제작의 역사는

일천하지만 짧은 기간 동안

적지 않은 변화가 끊임없이 계속돼왔다.

교육 분야에 집중됐던 초기의 CD롬

타이틀은 아동용 미술·영어회화나

성인용 토익·토플류 등 광범위한

분야로 확산된다. 각 대학 안내나

기업홍보, 잡지까지 나오고 있어

CD롬의 대중화를 상징적으로

보여준다.

자료를 한장의 CD롬에 담아 정리했다는 사실만으로 뉴스가 되었던 것들로서, 대규모의 국책사업이나 용역에 의해 제작된 것들이 대부분이다.

출판계쪽에서도 '계몽사'가 《계몽사 CD롬 백과》를 출간하는 등 활기를 띤다. 국내에서 제작된 최초의 CD롬 백과사전인 이 타이틀은, 일반 백과사전 2천5백 페이지에 달하는 내용이 수록되어 있고 2천4백장의 사진과 애니메이션 등이 실려 있을 뿐만 아니라, 표제어 검색이나 그림 검색 등의 다양한 검색기능을 제공하고 있다.

'대교컴퓨터'에서는 단군신화에서부터 고려시대까지의 역사를 다룬 《멀티미디어 한국사》를 내놓았고 곧이어 조선시대를 다룬 2편을 출시했다. 국민학생과 중학생을 대상으로 하는 이 타이틀은, 중요한 사건과 인물을 중심으로 전개되고 있고 각종 검색을 통해 당시 상황을 쉽게 이해할 수 있도록 했으며, 고사성어와 문제풀이까지 곁들여 학습효과까지 노리고 있다.

또한, '서울시스템'에서 광복 50주년 기념사업으로 기획한 《국역판 조선왕조실록》은 학술적 가치가 큰 타이틀로서 주목받았고 '세광출판사'의 계열사 '세광데이타테크'는 《전자옥편》 《현대서양미술사》 등의 타이틀을 제작했으며 '청미디어'에서는 《한국우표 110년사》를 내놓았다. 이처럼 신문, 책, 사진 등과 같이 보관 가치가 높으면서 분량이 많은 자료들을 정리 수록하고 뛰어난 검색기능을 통해 편의성을 도모하는

식의 타이틀 제작은 이후에도 계속되었으며 현재까지도 꾸준히 이어지고 있다.

이밖에도 《나의 문화유산 답사기》(한글과컴퓨터), 《한국대표시인 100인 선집》(미래사)처럼 이미 책으로 출판되어 인기를 모았거나 당연히 책으로 출판되어야 할 법한 소재가 타이틀로 제작되었는데, 비록 데이터베이스형이나 교육용 타이틀에 비해 소수이긴 하지만 일반서적과 전자책의 경계가 허물어지고 있음을 보여주고 있어 눈길을 끈다.

CD롬 시대 본격 개막

올해 들어 40만대가 넘는 CD롬 드라이브가 보급되고, CD롬 타이틀의 양산과 그에 따른 가격 하락이 이루어짐에 따라 타이틀 시장은 활황의 조짐을 보이고 있다. 현재까지 제작된 타이틀 수는 180종을 넘어서고 있어서 이미 작년 총제작량과 같은 수치를 기록하고 있다. 하반기에 출시될 것을 감안하면 올해 총제작량은 250여종에 달할 것으로 보인다.

이와 같은 활황 조짐은 각 제작사들간의 경쟁을 유발하고 있다. 신규 제작업소가 줄어 있는데다가 대기업들이 앞다퉈 개발에 뛰어들어서 더욱 치열해진 경쟁은 좋은 소재에 대한 입도선배 현상까지 일으키고 있어 타이틀 제작사업이 레드에 올라섰음을 실증적으로 보여주고 있다.

그 결과, 과거의 단편적인 기획에서 벗어나서 내실 있는 기획으로 다양한 방면에 걸쳐 타이틀이 제작되기 시작했다. 타이틀 제작이 점차 전문화·세분화하는 경향이 나타났고, 내용과 구성이 짜임새를 가지기 시작한 것이다.

‘김영사’가 내놓은 《하이테크시리즈》는 미국 웨이트그룹출판사의 아이템 일부를 뽑아 우리말로 설명한 타이틀이다. 인공생명, 가상현실, 모핑, 인터넷, 애니메이션 등에 관한 최첨단 과학기술의 세계를 책과 함께 접근할 수 있도록 구성하고 있다.

《한국사》(한길사)는 8년간의 작업 끝에 내놓은 것으로 27권의 책과 1장의 CD롬으로 구성되어 있다. 역사 서술범위를 1980년대까지 확대, 21세기 민족사를 지향하는 역사인식을 담고 있으며, 식민지 시기의 민족



95년 들어 CD롬 타이틀이 급격하게 늘어나고 있다. 사진은 교보문고의 CD롬 매장.

해방운동과 해방공간의 통일운동에 관한 연구성과를 수용하고, 북한을 한국사의 한 부분으로 편입하여 북한의 정치 사회를 다루고 있다.

《음악이야기》(솔빛조선미디어)는 클래식 전반에 걸친 정보를 담고 있다. 전문용어에 대한 자상한 해설은 물론이고 리듬, 화성 등의 이론분야를 폭넓고 쉽게 다루고 있다. 또한, 청명훈씨의 지휘장면과 정트리오의 실내악 연주 등을 보고 들을 수 있고, 각 악기의 소리를 따로 구분하여 들음으로써 각 악기의 음색과 음역을 비교할 수가 있다.

만화 타이틀인 《박재동의 세상보기》(제일컴퓨터시스템)는 한겨레신문의 시사만화로 연재되어온 ‘한겨레 그림판’을 수록했다. 시사성 있는 만화를 데이터베이스 형태로 제작하여 검색기능을 추가함으로써 구성의 단조로움을 피하고 시대·사건별로 열람이 가능하도록 했다.

이밖에도 ‘영진출판사’의 《컴퓨터 참 쉽네요》, ‘미래시대’의 《과외포인트4》, ‘해지원’의 《김중래 통신이야기》 등의 전자책이 연이어 선을 보이고 있다.

전년에 이어서 방대한 분량의 텍스트를 담고 있는 데이터베이스형 타이틀도 속속 제작, 출시되고 있다.

CD롬 타이틀 대중화 시대

《광복 50년 500대 뉴스》는 ‘큐닉스 컴퓨터’가 동아일보사와 공동으로 광복 50주년과 동아일보 창간 75주년을 맞아 제작했으며, 8·15해방부터 김일성 사망에 이르는 격동의 국내사를 담았다. 2백자 원고지 4천5백장에 달하는 사건 설명과 3천5백장에 달하는 희귀 사진, 20분의 동영상, 4백50여명의 인물에 관한 연표 및 일지 등을 엮어 사건 내용에 대한 입체적 이해를 돕는다.

국립민속박물관은 ‘서울 시스템’과 공동으로 국립민속박물관의 모든 것을 담은 CD롬을 출시했다. 박물관 안내와 한민족의 역사, 생업, 세시풍속, 민속놀이, 민간신앙, 민속예술 등 우리나라 민속 전반의 사진, 동화상, 음향 등 풍부한 시청각 자료를 제공한다.

이밖에도 《한국영화 75년사》(솔빛조선미디어), 《보도사진 94》(삼보세운판매) 등 보관할 가치가 있는 방대한 자료들을 CD롬

에 담은 작업이 다방면에서 활발하게 진행되고 있다.

올해 나타난 특기할 만한 현상은 일반서적을 출판하면서 부록으로 CD롬 타이틀을 첨부하는 현상이 유행처럼 번지고 있다는 사실이다. 제작 단가가 떨어진 탓도 있겠지만 그만큼 CD롬이 일반화되었음을 보여주는 것이기도 하다.

CD롬이 우리 일상에 깊이 자리하고 있음을 실감케 하는 또다른 현상으로 각 대학, 기업 등에 관한 홍보나 안내 책자가 CD롬 타이틀로 제작되고 있는 점을 들 수 있다. 국내기업으로서 처음으로 현대그룹이 《CD롬 회사설명서》를 제작하여 신입사원에게 배포했고, ‘(주)술다’에서는 대학 소개를 비롯해서 학과정보와 유학정보를 담고 있는 《대학가이드》를 내놓았다. 기존 잡지가 가진 한계를 극복하고 새로운 영역을 개척하여 잡지의 새 장을 열어보인 CD롬 잡지의 탄생도 CD롬 타이틀의 대중화를 상징적으로 보여준다.

이세희씨(솔빛조선미디어 기획팀 과장)은 최근 CD롬 타이틀 제작에 관련한 흐름에 대해 이렇게 이야기한다.

“근래 대거 등장한 전자출판업소나 CD롬 잡지 제작사가 기존 출판사나 잡지사의 영역을 침해하고 있다고 생각하지는 않는다. CD롬 타이틀이 책의 자리를 전적으로 대신할 수 있다고 볼 수 없기 때문이다. 기존 출판물들이 소화해낼 수 없었던 영역들을 CD롬 타이틀이 ‘보완’하고 있다는 측면에서 보는 것이 보다 정확하다.”

CD롬의 출현으로 출판의 새로운 가능성이 열렸고 이미 그 가능성은 결과물이 되어 우리 곁으로 다가오고 있다. 부피가 작고 대용량이며 동영상과 소리를 함께 지원할 수 있다는 점 이외에도, CD롬 타이틀은 책에 비해 레이아웃에 제약을 덜 받고 뛰어난 검색기능까지 갖추고 있다. 정부의 제도적 뒷받침 여하에 따라 그 발전과 성장 속도에 어느 정도 변화가 있겠지만, 조만간에 CD롬 타이틀은 우리 일상의 한복판까지 진출할 전망이다.

— 한동림 기자