

놀면서 배우는 아동용 CD롬 타이틀

대기업 전자업체 등이 활발히 투자 ... 학습용 교재가 대부분

멀티미디어 PC의 확산과 더불어 어린이용 CD롬 타이틀이 각광받고 있다. 놀면서 공부할 수 있다는 장점 때문에 '에듀테인먼트'라 불리는 어린이용 CD롬 타이틀은 우선 학습 교재의 성격이 짙다. 자업체와 대형 출판사에서 다양한 CD롬을 선보여 어린이와 부모들의 눈길을 잡아끌고 있다.

영어학습용 타이틀이 가장 많아

어린이용 CD롬 타이틀은 대부분 게임용 프로그램이어서 전자책 시장은 아직 그리 큰 편이 아니다. 대기업 전자업체의 꾸준한 신제품 개발에 힘입어 국내의 타이틀은 180여종에 이른다. 90년대 초에는 웅진미디어나 두산동아·계몽사·대교출판사 등 출판사에서 나온 교재가 많았지만, 최근 시장에 많이 유통되는 타이틀은 대기업과 중소 소프트웨어 개발업체의 제품이 많다. 출판사들의 투자가 주춤한 것은 CD롬 타이틀 시장의 규모가 적고 유통구조가 원활하지 않아 개발 투자비에 비해 수익성이 적기 때문이다. 초기에 CD롬타이틀 개발에 힘썼던 출판사 중에는 새로운 투자를 위한 현재 준비기로 휴

놀면서 공부할 수 있다는

장점 때문에

'에듀테인먼트'라 불리는

어린이용 CD롬 타이틀은

우선 학습교재의

성격이 짙다. 대기업

전자업체에서 활발히

투자하여 선보인 다양한

타이틀이 눈길을 끈다.

면중인 경우가 많다. 반면에 영상사업과 멀티미디어산업에 투자를 아끼지 않는 삼성, LG, 쌍용 등 대기업의 CD롬 개발이 활발한 편이다.

어린이용 CD롬 타이틀은 주로 유아용 지능개발, 아동용 학습교재, 동화나 이야기, 과학 프로그램 등이 있다. 최근에 가장 두드러지는 품목은 영어학습용 교재다. 초등학교



두산동아의 CD롬 타이틀 <포포의 동물여행> 장면.

과정에 영어가 정식과목으로 선정된 탓이다. 이들 교재는 어린이의 학습흥미를 끌어올리기 위해 다양한 형식을 시도한다. 삼성전자의 영어 학습용 CD롬 타이틀 <헬로 잉글리쉬>는 대부분의 화면을 애니메이션으로 처리해, 초등학교 영어단어 5백여 개와 1천5백문장을 수록함으로써 재미있게 영어에 접근할 수 있도록 꾸몄다. LG소프트와 KBS

영상사업단은 인기만화인 <달려라 하니>를 원본으로 구성된 <굿모닝 하니> 시리즈를 4편까지 선보여 아이들을 끌어들이고 있다. 만화의 대화 부분을 영어로 재편집하고 게임까지 즐길 수 있게 했다.

영어고급편인 <스모카와 대모험>은 초등학생들이 매일 10개의 단어를 여러가지 게임을 통해 학습, 4개월만에 실생활에 응용할 수 있는 1천2백단어를 마스터할 수 있도록 구성했다. 어린이들이 단어를 익혀 문제를 모두 풀기 전에는 진행이 안될 뿐 아니라 매일 매일의 학습진행상황이 자동 저장되도록 설계되어 있어 확실한 학습 효과를 얻을 수 있게 한 점이 돋보인다.

대교컴퓨터와 데이콤의 <피터팬>, 계몽사의 <마이 에디>, 한국프로그램개발원의 <리틀 에디스 초등영어 1탄> 등도 다채로운 화면과 흥미로운 내용구성을 통해 영어를 중점적으로 학습할 수 있는 타이틀이다. 이밖에 <마루의 영어 모험>(쌍용정보통신), <ABC박사>(아리수 미디어), <알파벳 하우스>(삼성전자), <돌아온 후크>(데이콤), <최할리와 ABC 펠리꾸>(시아이퍼컴퓨터), <케니의 영어교실>(다우기술) 등이 영어학습의 열기를 반영한다.

다양한 영어학습용 타이틀에 비해 우리말과 글의 내용을 담은 CD롬은 아직 옅색하다. 주로 유아들의 한글깨치기와 이야기책 수준의 타이틀이 대부분이다. <쑥 우리말 키우기>(한국정보시스템) <한글놀이> <한글쓰기>(세광데이터테크) <학교 종이 땡땡>(인

표지 인터뷰

또다른 감성 끌어내는 매력적인 장르

제4회 그림책 일러스트레이션 특별상 받은 김유대씨



올해 제4회 서울 그림책 일러스트레이션 콘테스트(주최 계몽사)에서 특별상을 받은

김유대씨(경원대 시각디자인과 4년)는 독일 동화 <꼬마머리>를 소재로 특유의 강렬하고 발랄한 분위기를 연출해냈다. 곧 사람들의 세계이기도 한 이 이야기 속에는 어른세계의 거짓과 헛된 욕심에 대한 풍자가 담겨 있다.

이미 지난해 <북청에서 온 사자>로 대상을 받은 김유대씨의 실력은 이번에 특별상으로 다시 확인을 받은 셈이다.

"그림책의 매력은 글과 그림이 어우러지면서 이야기를 보여줄 수 있으면서, 또다른 감성을 끌어낼 수 있다는 점인 것 같아요." 그림이 좋아 미대를 지원했고, 주관적인 회화보다 객관적이면서도 다양한 표현을 연출할 수 있는 디자인을 선택했다. 그림책의 매

력과 장점에 끌리긴 하지만 아직 자신의 분야를 굳히고 싶지는 않다. 그래도 콘테스트에 두번 큰 상을 받을 만큼 욕심은 넘치는데, 이제는 "능력 닿는 대로 이야기를 직접 창작하고 싶다"는 당찬 욕심까지 숨김없이 드러낸다.

시간 나는 대로 동화책을 읽고 외국작품도 꼼꼼히 들여다본다. 국제안데르센상 수상 작가인 오스트리아의 리츠베츠베르거는 동양의 담백하면서도 깊은 맛이 좋고, <비오는 날>(네버랜드)을 그린 독일의 유리 솔레비츠의 담담하면서도 시적인 내용이 가슴에 찡하고 와닿는다. 국내 작가로는 류재수씨와 김세은씨의 작품품에 공감한다.

컴퓨터 애니메이션의 뛰어난 작품에도 눈을 돌려보지만 기계적인 맛을 받아들이긴 쉽지 않다. 앞으로 그림공부도 더하고 책도 더 많이 읽겠다는 김유대씨의 욕심이 독특한 개성이 넘치는 그림책으로 이어질기 기대도 좋을 듯하다. — 김지원 기자

터컴) 〈한글나라 대모험〉(대교컴퓨터) 등이 있다. 어린이용 워드프로세서로는 〈어린이 혼민정음〉(삼성전자) 〈엘지홈워드〉 〈말하는 책책박사〉(LG소프트웨어) 등이 나와 있다.

아리수미디어의 리빙북시리즈 〈할머니랑 나랑〉, 〈토끼와 거북이〉, 〈아서의 골칫거리〉 등은 유아들의 듣기·읽기 훈련을 입체적으로 꾸며 놓았다.

두산동아의 〈포포의 여행〉은 애니메이션을 통해 동물의 생태학을 공부할수 있는 타이틀이고 아이들이 CD롬의 주인공과 직접 이야기를 나눌 수 있게 만든 열림커뮤니케이션의 〈별이 열한살〉은 별이의 나이와 함께 계속 버전업되는 프로그램이다. 그밖에 유아의 지능개발용 타이틀과 그림그리기, 동요학습 프로그램등도 많이 나와 있다.

외국 타이틀 유입도 활발

수학과 과학 분야의 타이틀도 예전에 비해 다양해졌다. 골치 아픈 수학을 흥미있게 만든 교재들로 〈초등수학(도형편)〉(한빛정보통신) 〈꼬마 파스칼〉(한글과 컴퓨터) 〈영재수학〉(세광데이터테크) 〈스모카와 유령호텔〉(LG소프트웨어) 〈셈동산(양재미디어)〉 〈동화 속의 숫자나라〉(소프트테크) 등이 교과 과정에 맞춘 다양한 프로그램으로 딱딱한 수학에 부드럽게 다가갈 수 있도록 이끈다.

또한 천체의 궤도를 따라가거나 동물의 울음소리를 듣거나 희귀한 생물을 볼 수 있는 자연과학 타이틀은 CD롬의 장점이 가장 많이 살아 있는 경우다. 〈천체 매머드와 배우는 과학원리〉 〈천체들의 자연백과〉(솔빛) 〈세듀카 21〉(계몽사) 〈나비나라 개미나라〉(인텔리전스오브코리아) 등이 흥미진진한 과학교재다. 최근 환경문제에 대한 관심이 높아짐에 따라 출시된 〈푸른 지구에서 살고 싶어요〉(이포인트) 〈SOS 지구 살리기〉(웅진미디어) 같은 일종의 환경다큐멘터리도 좋은 과학 타이틀이다.

수입 타이틀도 많이 늘었다. 미국 전문회사의 제품들과 폭스엔터테인먼트, 디즈니 인터랙티브 등 할리우드 영화사 소속의 멀티미디어 자회사들이 개발한 타이틀이 속속 수입되고 있다. 영화나 매체에서 이미 익숙해진 캐릭터가 등장해 아이들에게 인기가 좋은데, 쌍용정보통신 등 국내 대기업이 들여오는 경우가 많다. 자체 제작보다 수입판

매가 수익면에서 더 유리하다는 실정이 이런 현상을 낳고 있다.

CD롬 매장과 전문가 아쉬워

다양한 CD롬 타이틀이 생산되고 있음에도 불구하고 막상 학부모들이 타이틀을 구하려고 나서면 어디로 가야할지 막막하다. 전자도서의 개념에서 보면 대형서점으로 가야겠지만 현실은 그렇게 만족스럽지 않다. 대형서점과 컴퓨터 매장이 거의 유일한 판매망인데 가장 활성화된 곳은 용산전자상가 정도다. 두산동아 멀티미디어 팀의 최영현씨는 "소비자도 좋은 제품을 찾고 있고 업체에서는 좋은 제품을 개발하고 있으나 이들이 만날 장소가 부족하다. 그 장을 만들어 주는 것이 급선무"라고 한다.

현재 CD롬 타이틀을 구하기 위해서는 컴퓨터 매장이나 용산전자상가에 나가는 것이 가장 빠른 길이다. '미디어파크' 세광 데이터테크 매장'과 같은 소프트웨어 매장이 다양한 타이틀을 구비하고 있다. 미디어파크의 한성희씨는 "게임에 비할 바는 아니지만 교육용 CD롬도 많이 나간다. 다양한 업체들이 신상품을 계속 생산하고 있기 때문에 제품의 회전이 빠른 편"이라고 밝힌다.

새로운 타이틀이 나와도 홍보도 부족하고 제품을 접할 수도 수도 없으니 어느새 그 제품은 재고가 된다. 백과사전 CD롬처럼 꾸준히 팔리는 스테디셀러도 있지만 계속 신제품들이 쏟아져 나오기 때문에 재고의 덩핑과 할인판매도 잦은 편이다. 이런 가운데 세광데이터테크(대표 박세원)가 CD롬 타이틀을 시연해 보고 마음에 맞는 품목을 구입할 수 있도록 용산전자상가내에 마련한 전용 CD롬 타이틀 전시장은 좋은 사례다.

한편 CD롬 타이틀 구입에 있어서 좋은 미디어를 소개하고 추천해 주는 전문가가 없다는 것도 문제다. CD롬 타이틀은 일단 구입하면 영구적으로 사용할 수 있을 뿐만 아니라 데이터 양도 방대하기 때문에 꼼꼼히 살펴봐야 할 필요가 있다. 새로운 소프트웨어를 소개하고 품평해주는 전문가가 필요하다는 것이 업계와 소비자의 공통된 의견이다.

— 마정미 기자



“

우리는

지난 15년간 오직 한가지 일에만 전념 해 왔습니다.

지금

그동안 쌓아놓은 KNOW-HOW를 바탕으로 더욱더 주목받는 전문적인 집단이 되겠습니다.

”



● 일러스트레이션부	● 광고디자인부	● 연구기획실
<ul style="list-style-type: none"> · 종이입체일러스트 · 수채화 · 파스텔화 · 지점도 · 유화 및 기타기법 	<ul style="list-style-type: none"> · 사보 편집기획 · 단행본 / 카다록 · 리플렛 · 신문,잡지광고 · 표지디자인 · 브로슈어 · 포스터/ C. I. P 	<ul style="list-style-type: none"> · 일반단행본 기획 · 유아도서 기획 · 아동도서 기획 · 학습지 개발 <p>● 부설일러스트연구원</p>

· 주소: 서울특별시 성북구 보문동 7가 31 한일빌딩 3층
 · 전화: 928-3491~3
 · 팩스: 926-2246