

시대변화 맞춰 '진화' 거듭하는 지도출판

지도출판의 어제와 오늘...

컴퓨터와 인터넷의 발달로 새로운 전기 맞이해

지도활용이 일상화되면서 지도에 대한 일반인들의 관심이 높아지고 있다. 국내 지도출판시장이 외연적으로 확장된 것은 88년 올림픽 이후부터다. 생활수준이 높아지면서 차량보유대수가 급격히 늘어난 것과 긴밀한 관계를 맺고 있다. 최근에는 종이지도에서 전자지도로 환골탈태하면서 지도출판의 지형도가 급격히 바뀌고 있다. 특히 네비게이션의 일반화로 전자지도의 활용도가 크게 늘어날 것으로 전망되고 있다.

'지도' 하면 교실의 칠판 옆에 붙은 커다란 세계 지도와 대한민국 전도, 혹은 지구본을 떠올리는 사람이 많다. 하지만 요즘 세대들은 지도라고 하면 인터넷에 올라와 있는 '프리맵' (Free Map)을 떠올린다. 프리맵은 지도의 개념을 획기적으로 확장시켰다. 마우스로 자유롭게 확대·축소할 수 있고, 사용자가 가고자 하는 목적지까지 걸리는 최단거리와 소요시간을 산출할 수도 있다. 이제는 휴대용 전화로 필요한 지도를 다운로드받아 볼 수 있고, 자신의 위치까지도 확인할 수 있다. 지도 역시 시대에 맞춰 '진화'를 거듭하고 있다.

국립지리원에서 국가기본도 제작해

우리나라는 중국에서 지도제작 기술을 받아들여 삼국시대에 이미 지도를 제작한 것으로 전해진다. 그리고 조선시대에 중국에서 들어온 각종 세계지도의 영향을 받아 세계지도를 제작하기 시작했다. 현존하는 국내 최고(最古)의 지도는 <훈일강리역대국도지도>고 최초의 현대식 지도는 대한제국시대인 1899년에 제작된 <대한전도>다. <대한전도>는 우리나라에서 제작된 지도 가운데 최초로 경위선을 지도의 좌표로 사용했다. 이후 일제강점기의 지도는 주로 군사적인 목적으로 제작했으며 정부수립 이후에는 육군본부 산하 측지부대에서 지도제작 업무를 담당했다. 그리고 1957년 지도제작을 담당하는 최초의 정부기

관인 지리연구소가 국방부 산하에 설립됐다.

현대적 지도제작은 1974년 국립건설연구소가 건설부 국립지리원으로 개편되면서 본 궤도에 오른다. 국립지리원의 주요 업무는 국가기본도를 작성하는 것이다. 설립 당시부터 1990년대 중반까지는 주로 수작업으로 지도를 제작했으나 90년대 중반 이후 컴퓨터가 도입되면서 한층 더 정밀하고 정확한 지도가 만들어지기 시작했다. 시중에 나와 있는 모든 지도는 국립지리원의 1:25,000의 국가기본도를 바탕으로 만들어지며 대한측량협회의 심의를 받아야 한다.

현재 서점가의 지도 코너에는 20여개의 출판사에서 제작된 지도들이 나와 있다. 하지만 소비자들이 주로 찾는 출판사는 성지문화사, 중앙지도, 영진문화사, 지우사, 우성지도 등 5~6개 출판사에 불과하다. 교보문고 고객센터와 김현숙 씨는 "소비자들이 지도를 고를 때 무척 신중하다. 도로지도의 경우 권당 가격이 2만원에서 3만원이다. 결코 싼 값이 아니다. 따라서 꼼꼼히 비교해보고 고를 수밖에 없다"고 설명한다. 성지문화사의 함영식 상무 역시 이 말에 수긍한다. "지도를 사는 사람들은 자기가 찾고자 하는 곳을 먼저 보고 그곳이 표시돼 있지 않으면 사지 않는다. 그리고 한번 구입한 출판사의 지도를 계속 선택하는 경우가 많다"고 말한다.

지도출판에는 많은 시간과 인력, 그리고 자본이 든다. 한편의 도로교통 지도를 만드는 데는

평균 2~3년의 시간이 소요되고, 제작비는 3억원에 육박한다. 게다가 지도는 한꺼번에 많은 부수를 찍어 놓을 수가 없다. 일년에 평균 두세번 정도 갱신하는데, 발행연도가 오래된 지도는 팔리지 않기 때문이다. 또한 지도출판은 많은 '노하우'를 필요로 한다. 현재 국내지도시장을 이끌고 있는 출판사들은 대부분 1960년대 말부터 지도출판을 시작했다.

엄밀한 제작공정과 전문적 노하우 요구돼

1970년대 중반까지만 해도 우리나라의 지도출판 사업은 시청각 교재용에 주력했다. 당시만 해도 지도에 대한 일반인들의 인식은 높은 편이 아니었다. 일반인들을 대상으로 한 지도출판이 활기를 띠기 시작한 것은 1988년 서울올림픽이 열리고 나서다. 국민생활수준의 향상과 함께 차량보유대수가 급증하고, 가족단위의 여행이 늘어나기 시작한 것이 가장 큰 요인이다. 서점에서 흔히 볼 수 있는, <도로관광지도> 형식의 책자형 지도가 본격적으로 출간되기 시작한 것도 이즈음이다.

컴퓨터의 발달과 인터넷의 확산으로 지도출판에도 큰 변화가 일어났다. 1990년대 중반 들어 과거의 종이지도 개념에서 탈피한 CD롬 형태의 지도가 선보이기 시작한 것이다. 하지만 CD롬 지도는 단명했다. 개발과 업그레이드에 비용이 많이 드는 데다 영세한 지도출판사의 규모로 불

때 비용을 감당하기에 역부족이기 때문이다.

“CD롬 지도는 아직 시장성이 없다. 한달에 한 카피도 안 나가는 실정이다. 하지만 컴퓨터에 입력하는 데이터베이스화 작업은 꾸준히 진행하고 있다. 시장성이 있다는 판단만 서면 언제든지 출시할 준비가 돼 있다.”

중앙지도 김성수 영업부장의 말이다.

지도의 새로운 영역, 전자 지도

지도의 개념을 완전히 바꾼 것은 ‘GIS’ (Geographic Information System)다. GIS, 즉 지리정보시스템은 지표면과 지하 및 지상공간에 존재하는 산, 강, 토지 등을 비롯한 각종 자연물과 건물, 도로, 철도 등의 인공물에 대한 위치정보와 속성정보를 컴퓨터에 입력해 각종 산업활동에 활용할 수 있도록 하는 첨단정보시스템을 일컫는다.

GIS의 가장 일반적인 사용방식은 흔히 네비게이션이라고 부르는 차량용 자동항법장치에서 찾을 수 있다. 94년부터 자동차 회사를 중심으로 개

발되기 시작한 이 장치는 인공위성을 통해 실시간으로 변하는 교통정보를 차량 안에서 실시간으로 받아볼 수 있는 단계까지 이르렀다. 또한 휴대전화나 PDS 등 휴대용 단말기를 통해 필요로 하는 곳의 지도와 정보를 전송받을 수 있다.

올해 9월, 자동차용 자동항법장치를 개발한 모빌컴(대표 김영민)은 (주)SK, 서울시청과 손잡고 운전자에게 최적운전경로 안내뿐 아니라 긴급상황자동호출, 자동차 자가진단 등을 할 수 있는 e-네비게이션 시스템 개발에 착수한다고 발표했다. 김사장은 “국내 소형차량도 디스플레이를 장착하고 있어 시장 성장성은 큰 폭이다”고 말했다. 한편, 현대자동차도 지난 9월 7일 네비게이션 센터구축을 완료했다고 발표했다. 과거의 지도가 ‘일방통행’ 방식이었다면 지금의 지도는 ‘쌍방향 커뮤니케이션’ 방식의 지도인 것이다. 하지만 이 역시 ‘빙산의 일각’에 불과하다.

“지금 일반인들이 알고 있는 전자지도는 낮은 차원의 혁신일 뿐이다. 자동차용 네비게이션 시스템만으로는 시장성이 없다. 전자지도가 가장

많이 쓰이는 곳은 물류와 교통관제 분야다. 오늘날의 지도에는 물류정보와 배송정보 등 움직이는 모든 것들의 흐름이 표시된다. 지금의 지도는 한마디로 ‘지도를 넘어선 지도, 살아 움직이는 지도’라고 할 수 있다.”

GIS 개발업체인 만도맵앤소프트의 황승오 경영관리팀장의 말이다. - 최갑수 기자

어느 외곽 출판사의 ‘독자 제일주의’

지도전문출판사 성지문화사를 찾아서

1979년 4월 설립한 성지문화사(대표 최형규)는 지도전문 출판만을 고집해 왔다. 설립초기 성지문화사는 초·중·고 교재용 지도를 주로 개발했다. 그때만 해도 지도제작에 어려움이 많았다. 당시의 지도제작 방식은 항공촬영 사진을 가지고 도화원도를 제작하고, 그 도화원도를 바탕으로 사람이 직접 지도를 그리는 식이었다.

“기본 바탕이 되는 지도를 구하기가 어려웠습니다. 국립지리원에서 발간한 지도는 정밀도나 현실성에서 많이 뒤떨어졌죠. 직접 발로 뛰는 수밖에 없었습니다. 며칠 밤을 새워 가며 답사를 하곤 했던 기억이 새롭습니다.”

함상식 상무의 회고다. 그는 그때만 해도 현지조사를 나가면 관에서 대접을 잘해줬다고 말한다. 하지만 요즘 사정은 그렇지 않다. 지도 제작이 워낙 일반화돼 있기 때문이다.

성지문화사에서 최초로 만든 지도는 낯장지도인 〈우리나라 전도〉다. 그 후 80년대 초반 〈수도권 도로 지도〉를 제작했고 〈전국도로 관광지도〉를 개발해 보급했

다. 그러나 당시에는 지도에 대한 일반인들의 인식이 낮았을 뿐 아니라 서점에서도 지도책을 받아주지 않았다. 그만큼 회사가 겪은 어려움도 컸다. 교과서 출판에서 나오는 인세와 기타 지도제작에서 나오는 수익으로 근근이 회사를 꾸려 나갔

다. 하지만 보험회사, 자동차 회사 등 기업체 판촉물로 지도가 많이 쓰이면서 어느 정도 숨통이 트이게 됐다. 그러다 '86 아시안 게임과 '88 올림픽 이후 지도 출판이 활기를 띠면서 성지문화사도 자리를 잡았다.

설립 당시의 직원수는 다섯명이었지만 지금은 42명으로 식구가 많이 늘어났다. 부서도 총무부, 편집부, 기술부, GIS부로 세분화돼 있다. 지금까지 성지문화사가 발간한 지도는 책자가 약 25종, 낯장 지도가 150여종이다. 올해 열린 ‘세계지리학대회’를 후원하기도 했다. 그리고 지난 9월에는 영문판 지도인 〈KOREA OF ATLAS〉와 〈WORLD OF ATLAS〉를 출판했다.



성지문화사는 전자지도에도 의욕적으로 투자하고 있다. 하지만 CD롬 지도는 당분간 개발하지 않을 방침이다. 워낙 수요가 적기 때문이다. 대신 인터넷 지도 쪽에 주력할 계획이다. 이달 중으로 문을 여는 인터넷 사이트(www.sjmap.com)를 통해 독자들에게 전자지도 서비스를 예정이다.

함상무는 ‘독자 제일주의’를 강조한다.

“독자들이 제일 무섭죠. 잘못된 점이 있을 땐 즉시 전화합니다. 그리고 잘된 것은 반드시 칭찬해주죠. 독자들에게 지도제작에 대한 많은 아이디어를 얻고 있습니다.”