

CD-ROM과 멀티미디어

93년 11월 멀티미디어 전문 리포트인 멀티미디어 모니터에 충격적인 기사가 실렸다. 영어를 그대로 사용하면 "In the CD-ROM market, all that glitters is not consumer multimedia"이다. 내용을 일부 요약하면 다음과 같다.



이만재 (솔빛조선미디어 사장)

93년 7월 19일자 비즈니스 위크에 실린 기사에 따르면 CD-ROM타이틀 시장은 30억불로 예상된다. 매년 1천5백만장의 CD-ROM이 \$30에서 \$100정도의 가격으로 판매되고 있으며 40%이상의 성장률을 기록하고 있다. 이 기사에서 전체 시장의 크기를 판매되는 CD-ROM수로 나누어 보면 CD-ROM타이틀의 가격은 장당 \$200로 계산된다. 그러나 멀티미디어 전문가들은 시중에서 팔리는 CD-ROM타이틀의 판매가격이 \$35 전후인 것으로 알고 있으며 이를 역으로 계산하면 실제 판매액은 6억불에 불과하다. 그러나 CD-ROM 타이틀의 80~90%는 CD-ROM드라이브

와 번들되어 판매되며 그 가격을 추산하는 것은 매우 어려운 일이다. 실제로 상점에서 판매되는 액수는 1억불로 추산된다. 인포텍의 조사에 의하면 이러한 소비자를 직접 대상으로 하는 CD-ROM시장은 6억불이 정확하다. 우연히도 30억불이라는 숫자는 인포텍이 조사한 전체 CD-ROM 시장과 같은 숫자이다. 그러면 24억불이라는 그 차이는 어디에서 오는 것일까? 이것은 일반 소비자를 대상으로 하는 CD-ROM이 아닌 변호사, 의사, 기업가, 학자, 시장조사기관이나 공공기관에서 구입되는 데이터베이스나 텍스트 데이터 CD-ROM의 판매에 따른 것이다.

CD-ROM하면 우리는 화려한 사운드와 그래픽 효과를 연상한다. 왜냐하면 국내의 일반인에게 CD-ROM이 소개된 것이 우연하게도 멀티미디어가 소개된 90년도 초반이었기 때문이다. 그리고 멀티미디어 환경에는 CD-ROM이라는 것이 유일한 자료 배포수단이었기에 CD-ROM과 멀티미디어를 동일하게 보는 경향이 있다.

미국과 일본의 관련통계 자료를 종합하여 보면 다음과 같다. 92년 말까지 전세계적으로 약 6000여종의 CD-ROM이 발표되었으며 이를 지역별로 보면 미국이 65%, 일본이 16%, 그리고

유럽이 16%, 나머지 지역에서 약3%의 CD-ROM을 발표하였다. 1992년 미국에서 발표된 CD-ROM 약 3,200종을 내용별로 보면 39%가 데이터베이스이고, 17%가 색인 자료, 22%가 텍스트 위주의 문헌, 15%가 멀티미디어 자료이다. 그 밖에 분류하기 어려운 것들이 7%를 차지하고 있다.

이 자료를 우리나라의 경우와 비교하여 보면 약30종의 CD-ROM이 발표된 현시점에서 텍스트 위주의 문헌은 2종, 데이터베이스 자료는 전혀없고, 나머지는 모두 멀티미디어나 소프트웨어 배포목적으로 사용되고 있다. 여기에서 우리는 중요한 결론을 얻을 수 있다. 외국의 경우 80%이상을 정보검색용 CD-ROM이 차지하고 있는데 우리는 CD-ROM을 그런 용도로는 활용하지 못하고 있다. 왜 이런 결과가 나타났는지를 살펴보기로 하자.

가장 먼저 CD-ROM이 사용된 미국의 경우 80년도 중반의 CD-ROM은 대규모의 온라인 데이터베이스 사용자를 위한 것이었다. 적은 경비로 데이터베이스를 여러사람에게 배포하는데에 CD-ROM은 최적의 매체이었다. 다음으로 텍스트가 주를 이루는 사전이나 서지에서 필요한 내용을 어떻게 빨리 찾아낼 수 있는가 하는 쪽으로 관