

그림책에 대한 생산자와 소비자의 인식 차이 연구
Recognition of Picture Book Makers(Editors/Writers) and
Consumers(Parents of Young Children/Preschool Teachers) about Picture Books

계수나무 출판사
출판기획자·동화작가 박혜원
한국성서대학교 인문사회학부 영유아보육학전공
조교수 김정원

Gesunamu Publishing Company
Children's Book Editor · Writer : Park, Hye-Won
Department of Childhood Care and Education, Korean Bible University
Assistant Professor : Kim, Jungwon

◀ 목 차 ▶

- | | |
|------------------|-------------|
| I. 서론 | IV. 논의 및 결론 |
| II. 연구방법 | 참고문헌 |
| III. 연구의 결과 및 해석 | |

<Abstract>

The purpose of this study was to investigate the recognition differences between picture book makers(editors/writers) and picture book consumers(parents of young children/preschool teachers) about picture books. The study subjects were 69 children's book-editors(editors, designers), 72 children's book-writers, 78 parents of young children, and 79 preschool teachers.

The results of this study were as follows. First, they differently recognized the effects of good picture books on children's development, and the contents and components of picture books. However, both groups preferred creative stories to traditional stories and agreed on the children's preferences of the book genre and characteristics. Second, picture book makers and consumers were differently aware of the quality of Korean picture books published in Korea but they agreed on the quality of foreign picture books. They thought that more picture books with better contents and formality on the imaginary, artistic, and real-life related themes needed to be published in Korea. Third, the book makers and consumers obtained information on the picture books in the book stores and libraries in most cases. The book makers were more interested than the consumer in the picture, writer, cover design, and publishing

company of the books, whereas the consumers placed a higher priority in the purchase process. Both groups pointed out the non-professional editing and sales policy as the problems in the Korean publishing company.

주제어(Key Words): 그림책(picture book), 어린이 책 출판기획자(children's book-editors), 어린이 책 작가(children's book-writers), 유아부모(parents of young children), 유아교사(preschool teachers)

I. 서론

그림책은 어린이 문화의 한 영역으로 그림과 글이 조화로이 어울려서, 혹은 그림만으로 나름대로 고유의 언어를 창조함으로써 하나의 완결된 이야기를 만들어 내거나 정보를 전달하는 독특한 장르이다(현은자, 김세희, 김현희, 서정숙, 2000; Cullinan & Galda, 2002; Nodelman, 2001). 그림책은 아동문학으로서, 교수학습을 위한 유용한 매체로서, 혹은 시각예술과 도서, 문화상품으로서 유아의 발달에 상당한 영향력을 행사해 왔다. 이러한 그림책에 대한 인식은 우리나라의 출판현황에도 그대로 반영되어 어린이를 위한 도서만은 국제통화기금 관리체계 하에서 출판계가 극심한 불황을 겪었던 당시에도 매출이 지속적으로 증가하면서 일간지에 어린이 책을 다루는 지면이 신설될 정도로 어린이 책에 대한 관심이 높아지고 있다(최윤정, 2000).

특히 최근 들어서 좋은 그림책이 유아의 다방면에 걸친 발달에 많은 영향을 미치고 있음이 밝혀짐으로써 유아의 발달에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 질이 검증된 좋은 그림책이 무엇인지에 관한 논의도 더불어 증가하고 있다. 좋은 그림책이란 그림책으로서의 독특하고 흥미로운 요소를 가지고, 독자에게 오래도록 기억되어 읽히며, 독자의 경험 및 신념과 연결되어 개인적 호소력을 지니고 있는 그림책을 의미한다(Bromely, 1992; Rocklin, 2001). 또한 통일적인 글과 그림으로 전체로서 연결되게 구성되어 있어 독자가 그림책을 읽으면서 작가가 나타내고자 하는 마음을 기억하게 되고, 이야기와 그림을 세심히 읽고 볼 때마다 좀 더 깊이 있는 반응을 경험할 수 있어야 한다(Cianciolo, 1987; Hillman, 1995). 이렇게 좋은 그림책은 독자인 유아들의 발달에 도움을 주는 유용한 매체라고 할 수 있다.

이러한 좋은 그림책에 대한 요구와 맞물려 우리 출판계에서도 어린이용 도서는 성장일변도를 달려왔다. 출판시장에서 어린이용 도서는 학습참고서 다음으로 안정적인 시장을 형성하고 있고, 이에 따라 매년 그림책의 생산도 증가하고 있는 추세이다(대한출판문화협회, 2002; 한기호, 1999). 그러나 아직도 우리 출판계에서는 외국 창작동화(2000년 기준 44%)가 국내 창작동화(2000년 기준 18.4%)보다 훨씬 많이 생산되고 있으며(김명순, 2002), 양적 팽창과 더불어 반드시 고려되어야 할 질적 측면에서의 검토는 필요한 수준에 미치

지 못하고 있는 실정이다. 특히 그림책 시장은 모방과 베껴 쓰기 등 국적 부재 현상과 지나친 상업주의, 그림책관련 전문가의 부족, 독자층 교육의 부재, 전집류가 주를 이루는 시장 등의 문제점을 가지고 있으며(강우현, 1994), 부적절한 번역과 글과 그림의 부조화, 운율 및 리듬감의 불일치 등이 지적되기도 하였다(고혜진, 1997).

이러한 현상이 나타나게 된 이유 중 하나는 좋은 그림책에 대한 인식이 명확히 정립되어 있지 않은 상황에서 그림책 작가의 경제적인 불안정과 좋은 그림책을 창작하고 출판하는데 필요한 경험과 지식이 부족하기 때문으로 여겨진다. 최근까지 이 분야에서 이루어진 연구들을 살펴보면 아동도서 편집인에 관한 김춘태(1994)의 연구 이외에는 출판기획자나 그림책 작가 등 실제로 그림책을 만드는 사람들의 그림책에 대한 인식을 알아보는 연구들이 매우 부족한 실정인데(전혜실, 2003) 이는 좋은 그림책을 생산해 내기 위한 과정에서 그림책을 만드는 사람들의 중요성에 대한 인식이 부족하기 때문으로 볼 수 있다. 김춘태(1994)에 의하면 아동도서 편집인은 업무 만족도가 높았으며 아동의 발달특성에 대하여 비교적 잘 알고 있었다. 또한 그림책을 만드는 업무가 아동의 성장과 정서발달에 긍정적인 영향을 미친다고 인식하고 있었고, 책이 좋고 아이들에게 좋은 책을 만들어주기 위해서 아동도서를 편집하는 직업을 선택하였다고 대답하고 있어 아동도서를 만드는 사람으로서 긍정적인 태도를 가지고 있다고 할 수 있다. 최근 그림책에 관한 수요가 증가하고 있는 가운데 질 높은 우리 그림책을 창작하는 능력 있는 작가와 출판기획자들의 보다 중요한 역할이 기대되어야 할 상황이므로 위의 연구(김춘태, 1994)에서 조사된 바와 같은 어린이 도서 출판에 사명감을 가지고 있는 출판기획자와 작가를 많이 확보하여 이들로 하여금 우리 정서가 녹아 있는 글과 그림으로 이루어진 좋은 그림책을 생산하도록 하는 것은 중요하다(현은자 외 3인, 2000). 이렇게 좋은 그림책을 생산하기 위해서는 그림책 생산자인 출판기획자와 그림책 작가들이 중요하고 특히 이들이 가지고 있는 그림책과 관련된 인식은 좋은 그림책을 생산하는데 많은 영향을 미칠 것이다.

한편 작가와 출판기획자들이 좋은 그림책을 많이 만들어 내기 위해서는 그림책 소비자인 부모와 교사 등이 그림책에 대한 올바른 인식을 가지고 유아의 발달에 도움이 될 좋은 그림책의 생산에 대한 요구를 하는 것이 중요하다. 그림책의

중요성에 대한 부모의 인식이 증가하고 있음과 더불어(조윌레, 2002; 탁정은, 2002) 유아용 도서 구입 결정권의 80%는 어머니가 가지고 있고(김규연, 1999) 현대사회에 들어서면서 어린 시절부터 유아교육기관에서 생활하는 유아가 증가하고 있는 상황에서 유아들이 경험하는 대부분의 그림책은 유아의 부모와 유아교사에 의하여 선택될 것이므로 좋은 그림책에 대하여 부모와 교사가 올바른 인식을 하고 있는지와 이들의 인식이 출판기획자 및 작가의 좋은 그림책에 대한 인식과 차이가 있는지의 여부는 유아가 접하는 그림책의 질을 결정하는 중요한 요인으로서 유아들의 그림책 경험의 과정에서 중요한 역할을 할 것이다. 따라서 유아를 위한 그림책 선택의 과정에서 실질적인 영향력을 행사하고 있는 부모와 교사의 그림책과 관련된 인식이 어떠한지와 출판기획자 및 작가의 인식과의 차이를 알아볼 필요가 있다.

본 연구에서는 이러한 필요성에 따라 어린이 도서의 생산을 담당하고 있는 출판기획자와 글 작가 및 그림 작가의 좋은 그림책에 대한 인식과 실질적으로 유아를 위한 그림책을 선택하고 있는 부모와 교사의 그림책과 관련된 인식을 조사하여 어떠한 차이가 있는지를 알아보는 것을 연구의 목적으로 하였다. 본 연구의 결과는 그림책을 생산하고 있는 출판기획자와 작가, 그리고 그림책의 소비자인 유아부모와 교사들의 그림책과 관련된 인식을 밝혀냄과 동시에 이들의 인식의 차이를 검증함으로써 앞으로 유아를 위한 좋은 그림책을 생산하는 과정에서 유용한 참고자료가 될 것이다. 이와 같은 연구의 목적에 따른 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

1. 그림책 생산자(출판기획자/작가)와 그림책 소비자(유아부모/유아교사)의 좋은 그림책에 대한 인식은 어떠한가?
2. 그림책 생산자(출판기획자/작가)와 그림책 소비자(유아부모/유아교사)의 우리나라에서 출판되는 그림책에 대한 인식은 어떠한가?
3. 그림책 생산자(출판기획자/작가)와 그림책 소비자(유아부모/유아교사)의 그림책 출판 및 구입과정과 관련된 인식은 어떠한가?

II. 연구방법

1. 연구의 대상

본 연구의 대상은 유아 및 아동 출판물을 기획하고 있는 편집자와 디자이너 등 출판기획자 69명, 유아 및 아동을 대상으로 하는 책의 글을 쓰거나 그림을 그리는 글 작가 및 그림 작가 72명, 그리고 서울 및 경기도의 유아교육기관에 자녀를 보내고 있는 중산층 부모 78명, 동일한 지역의 유아교사 79명이다(표 1).

〈표 1〉 연구대상의 특성

대상	배경 변인	구분	N(%)	계(%)
출판 기획자	연령	30세 이하	32(46.4)	69 (100.0)
		31세-35세	19(27.5)	
		36세-40세	8(11.6)	
		41세 이상	10(14.5)	
출판 권수	학력	고졸 이하	0(0.0)	69 (100.0)
		대학교 졸업	61(88.4)	
		대학원 졸업	8(11.6)	
		대학원 이상	8(11.6)	
출판 권수	경력	3년 이하	13(18.9)	69 (100.0)
		4년-10년	34(49.3)	
		11년-15년	20(29.0)	
		16년 이상	2(2.8)	
출판 권수	출판 권수	10권 이하	5(7.2)	69 (100.0)
		11권-20권	32(46.5)	
		21권-30권	21(30.4)	
		31권 이상	11(15.9)	
작가 (글 작가, 그림 작가)	연령	30세 이하	22(30.6)	72 (100.0)
		31세-35세	6(8.3)	
		36세-40세	23(31.9)	
		41세 이상	21(29.2)	
작가 (글 작가, 그림 작가)	학력	고졸 이하	2(2.8)	72 (100.0)
		대학교 졸업	55(76.4)	
		대학원 졸업	15(20.8)	
		대학원 이상	15(20.8)	
작가 (글 작가, 그림 작가)	경력	3년 이하	6(8.3)	72 (100.0)
		4년-10년	30(41.7)	
		11년-15년	27(37.5)	
		16년 이상	9(12.5)	
출판 권수	출판 권수	10권 이하	3(4.3)	72 (100.0)
		11권-20권	34(47.2)	
		21권-30권	29(40.2)	
		31권 이상	6(8.3)	
유아부모	연령	30세 이하	8(10.3)	78 (100.0)
		31세-35세	25(32.1)	
		36세-40세	35(44.9)	
		41세 이상	10(12.8)	
유아부모	학력	고졸 이하	34(43.6)	78 (100.0)
		대학교 졸업	37(47.4)	
		대학원 졸업	7(9.0)	
		대학원 졸업	7(9.0)	
유아부모	직업	전업 주부	35(44.9)	78 (100.0)
		부업 및 파트타임	31(39.7)	
		전일제 취업	12(15.4)	
		전일제 취업	12(15.4)	
유아부모	자녀 연령	만 2세 미만	11(14.1)	78 (100.0)
		만 2세-3세	17(21.8)	
		만 4세-5세	32(41.0)	
		만 6세 이상	18(23.1)	
유아교사	연령	30세 이하	38(82.1)	79 (100.0)
		31세-35세	17(21.5)	
		36세-40세	12(15.2)	
		41세 이상	12(15.2)	
유아교사	학력	고졸 이하	10(12.7)	79 (100.0)
		대학교 졸업	61(77.2)	
		대학원 졸업	8(10.1)	
		대학원 졸업	8(10.1)	
유아교사	경력	3년 이하	31(48.1)	79 (100.0)
		4년-10년	18(22.9)	
		11년-15년	15(19.0)	
		16년 이상	15(19.0)	
유아교사	담당유아연령	만 2세 이하	10(12.7)	79 (100.0)
		만 3세	17(21.5)	
		만 4세	31(39.2)	
		만 5세 만 6세	16(20.3) 5(6.3)	

2. 연구의 도구

본 연구에서는 출판기획자, 작가, 유아기 자녀를 둔 부모, 유아교사의 그림책과 관련된 인식을 알아보기 위하여 질문지를 제작하여 사용하였다. 본 연구에서 사용한 질문지는 한희순(1993), 이정자(1998), 김춘태(1994), 박찬수(1997), 김규연(1999) 등 선행연구에서 사용된 질문지들을 근거로 연구자가 본 연구의 목적에 맞게 구성한 후 유아교육 및 그림책 관련 전문가 2인에게 내용타당도를 검증받아서 제작하였다. 제작한 질문지는 본 연구의 대상과 유사한 특성을 가진 출판기획자 5명, 작가 5명, 유아부모 5명, 유아교사 5명씩을 대상으로 2차에 걸친 예비조사를 통해 문항을 수정 보완한 후 최종적으로 완성하였다. 최종 완성된 질문지의 문항내용 및 채점 방법은 다음 <표 2>와 같다.

3. 연구의 절차 및 자료 처리

본 연구를 위한 자료 수집은 2005년 9월 10일부터 10월 10일까지 이루어졌다. 출판기획자, 작가, 유아기 자녀를 둔 부모, 유아교사 각 100명씩에게 총 400부의 질문지를 배부하여 회수한 후 통계처리가 가능한 질문지 298부를 SPSS / for Windows 10.0 프로그램을 이용하여 분석하였다(회수율 74.5%). 자료 처리를 위하여 질문지 문항의 특성에 따라 빈도와 백분율을 산출하였고, 출판기획자 및 작가집단, 유아기 자녀를 둔 부모 및 교사집단의 응답에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 각 문항에 따른 점수를 부여한 후 t-test를 실시하였다.

<표 2> 질문지의 내용 및 구성

구분	내용	문항	채점기준
좋은 그림책에 대한 인식	좋은 그림책이 유아의 발달에 미치는 영향	· 인격 형성을 돕는다. · 즐거움을 준다. · 지적호기심을 충족시켜 준다. · 사고의 폭을 넓혀 준다. · 상상력을 키워 준다. · 언어 발달을 돕는다. · 사물에 대한 호기심을 증가시킨다. · 초보적 수세기, 글자이해를 돕는다. · 자아개념과 정서 발달을 돕는다. · 사회성 발달을 돕는다.	5점 척도로 '매우 그렇다'에 5점, '아주 그렇지 않다'에 1점을 준다.
		· 유아가 이미 겪은 경험이나 잘 알고 있는 사실을 담아야 한다. · 상상적 요소가 있어야 한다. · 신비적 요소가 있어야 한다. · 모험적 요소가 있어야 한다. · 의성어, 의태어가 풍부해야 한다. · 경이적이어야 한다.	
	좋은 그림책의 내용	· 사건이 단순해야 한다. · 문장이 짧아야 한다. · 활자가 커야 한다. · 그림의 비중이 많아야 한다. · 동화의 길이가 짧아야 한다. · 반복적이어야 한다.	
	좋은 그림책의 구성요소	· 국내외 전래 동화 · 국내외 창작 동화 · 지식정보책 · 기타	
	연구대상이 선호하는 그림책 장르	· 국내외 전래 동화 · 국내외 창작 동화 · 지식정보책 · 기타	
	유아가 선호하는 그림책 장르	· 내용이나 구성이 재미있는 것 · 좋은 그림이나 캐릭터 · 기타	
우리나라 그림책 수준	① 높다. ② 보통이다. ③ 낮다.		

구분	내용	문항	채점기준
우리나라에서 출판되는 그림책에 대한 인식	외국 그림책 수준	① 높다. ② 보통이다. ③ 낮다.	문항별로 빈도와 백분율을 구한다.
	우리나라 그림책의 보완점	① 책의 내용면 ② 책의 형식면 ③ 기타	
	우리나라에서 출판되는 그림책의 부족한 소재	① 예술적 소재 ② 생활적 소재 ③ 언어적 소재 ④ 도덕적 소재 ⑤ 인지적 소재 ⑥ 상상적 소재	
그림책 출판이나 구입의 과정	그림책 가격	① 비싸다. ② 보통이다. ③ 싸다.	1위로 선택된 문항부터 최고 점수를 매겨 합산하여 산출된 점수로 순위를 결정한다.
	그림책에 대한 정보 획득 방법	① 아이들을 통해 ② 서점인의 소개 ③ 신문, 잡지의 기사 ④ 친구, 선배를 통해 ⑤ 출판사의 도서 목록 ⑥ 주변 사람들을 통해 ⑦ 서점, 도서관에서 직접 살펴보고 ⑧ 텔레비전이나 라디오의 저자, 책 소개 프로그램 ⑨ 기타	
	우리나라 출판사의 문제점	① 편집의 비전문성 ② 출판사의 판매 방식 ③ 기타	
	그림책 출판 및 구입과정과 관련된 인식	· 인쇄 상태 · 본문 내용 · 제본 상태 · 가격 · 표지 디자인 · 본문 그림 · 작가 · 출판사	

Ⅲ. 연구의 결과 및 해석

1. 좋은 그림책에 대한 인식

1) 좋은 그림책이 유아의 발달에 미치는 영향에 대한 인식

좋은 그림책이 유아의 발달에 어떠한 영향을 미치는 지에 관한 출판기획자와 작가, 그리고 부모와 유아교사의 인식을 조사한 결과는 다음 <표 3>과 같다. 출판기획자와 그림책 작가의 경우 '상상력을 키워준다.' '사고의 폭을 넓혀준다.' '언어발달을 돕는다.' '즐거움을 준다.' '자아개념과 정서발달을

돕는다.' 등의 순서로 대답하였다. 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사들의 경우 '상상력을 키워준다.' '즐거움을 준다.' '사고의 폭을 넓혀준다.' '언어발달을 돕는다.' '지적 호기심을 충족시켜준다.' 등의 순서로 대답하였다. 이러한 두 집단 간의 인식에 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 검증해본 결과 유아부모와 교사집단은 출판기획자와 작가집단에 비하여 그림책이 유아의 지적 호기심을 충족시켜주는데 많은 영향을 미친다고 인식하고 있었으며, 출판기획자와 작가 집단은 부모와 교사 집단에 비하여 그림책이 유아의 자아개념과 정서발달을 돕는 역할을 한다는 인식이 높은 것으로 나타났다.

<표 3> 좋은 그림책이 유아의 발달에 미치는 영향

내용	집 단(N)	M(SD)	t
인격 형성을 돕는다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.26(.68) 4.21(.67)	.58
즐겁게 해 준다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.30(.61) 4.27(.64)	.43
지적 호기심을 충족시켜 준다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.04(.78) 4.25(.64)	-2.67**
사고의 폭을 넓혀준다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.37(.60) 4.27(.70)	1.34
상상력을 키워준다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.61(.62) 4.50(.60)	1.61
언어발달을 돕는다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.33(.63) 4.27(.74)	.74
사물에 대한 호기심을 증가시킨다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.13(.68) 4.16(.67)	-.31
초보적 수세기, 글자 이해를 돕는다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.78(.80) 3.92(.78)	-1.56
자아개념과 정서 발달을 돕는다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	4.27(.74) 4.10(.73)	2.04*
사회성 발달을 돕는다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.66(.83) 3.76(.81)	-1.04

* $p<.05$ ** $p<.01$

<표 4> 좋은 그림책의 내용

내용	집 단(N)	M(SD)	t
유아가 이미 겪은 경험이나 잘 알고 있는 사실을 담아야 한다.	출판기획자·작가(78) 유아부모·교사(79)	3.07(.88) 3.48(.87)	-4.03***
상상적 요소가 있어야 한다.	출판기획자·작가(78) 유아부모·교사(79)	4.22(.71) 4.27(.64)	-.61
신비적 요소가 있어야 한다.	출판기획자·작가(78) 유아부모·교사(79)	3.35(.84) 3.87(.73)	-5.73***
모험적 요소가 있어야 한다.	출판기획자·작가(78) 유아부모·교사(79)	3.57(.91) 3.92(.74)	-3.65***
의성어, 의태어가 풍부해야 한다.	출판기획자·작가(78) 유아부모·교사(79)	3.49(.93) 3.96(.99)	-4.24***
경이적이어야 한다(뜻밖의 일이나 이상한 일들이 돌발하는 것).	출판기획자·작가(78) 유아부모·교사(79)	3.03(.70) 3.27(.84)	-2.67**

** $p<.01$ *** $p<.001$

2) 좋은 그림책의 내용에 대한 인식

좋은 그림책의 내용이 어떠해야 하는지에 관한 출판기획자와 작가, 그리고 유아부모와 교사의 인식을 알아본 결과는 다음 <표 4>와 같다. 출판기획자와 작가집단의 경우 좋은 그림책의 내용에는 '상상적 요소가 있어야 한다.' '모험적 요소가 있어야 한다.' '신비적 요소가 있어야 한다.' 등의 순으로 인식하고 있었고, 유아기 자녀를 둔 부모와 교사집단의 경우 '상상적 요소가 있어야 한다.' '의성어, 의태어가 풍부해야 한다.' '모험적 요소가 있어야 한다.' 등의 순서로 인식하고 있었다. 이러한 두 집단 간 인식에 유의미한 차이가 있는지를 검증해본 결과 좋은 그림책의 내용에 '상상적 요소가 있어야 한다.'는 문항 이외의 모든 문항에서 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 유아기 자녀를 둔 부모와 교사집단이 좋은 그림책의 내용에 대하여 '유아가 이미 겪은 경험이나 잘 알고 있는 사실을 담아야 한다.' '신비적 요소가 있어야 한다.' '모험적 요소가 있어야 한다.' '의

성어, 의태어가 풍부해야 한다.' '경이적이어야 한다.'는 등의 문항에서 출판기획자와 작가집단에 비하여 보다 중요하다고 인식하고 있었다.

3) 좋은 그림책의 구성요소에 대한 인식

좋은 그림책의 구성요소에 대한 출판기획자와 작가, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사의 인식을 조사한 결과는 <표 5>에 나타난 바와 같다. 출판기획자와 작가집단의 경우 좋은 그림책은 '그림의 비중이 많아야 한다.' '사건이 단순해야 한다.' '문장이 짧아야 한다.'고 인식하고 있었으며, 유아부모와 교사집단의 경우 '그림의 비중이 많아야 한다.' '사건이 단순해야 한다.' '활자가 커야 한다.'는 등의 순으로 좋은 그림책의 구성요소와 관련되어 인식하고 있었다. 두 집단의 인식에 통계적으로 유의미한 차이가 있는지를 분석한 결과 유아부모와 교사집단이 출판기획자와 작가집단에 비하여 좋은 그림책의 구성요소와 관

<표 5> 좋은 그림책의 구성요소

내용	집단(N)	M(SD)	t
사건이 단순해야 한다. (한두 가지 사건).	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.69(.96) 3.86(.85)	-1.58
문장이 짧아야 한다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.60(.89) 3.71(.79)	-1.21
활자가 커야 한다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.38(.80) 3.85(.80)	-5.16***
그림의 비중이 많아야 한다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.87(.85) 3.96(.75)	-.97
이야기가 너무 길지 않아야 한다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	3.28(.92) 3.51(.82)	-2.31*
문장이나 사건이 반복되어야 한다.	출판기획자·작가(141) 유아부모·교사(157)	2.84(.99) 3.36(.99)	-4.53***

*p<.05 ***p<.001

<표 6> 그림책 장르에 대한 선호도

구분	국내외 전래 동화	국내외 창작 동화	지식정보책	기타	전체
출판기획자·작가	18(12.8)	112(79.4)	1(0.7)	10(7.1)	141(100.0)
유아부모·교사	21(13.4)	120(76.4)	2(1.3)	14(8.9)	157(100.0)
전체	39(13.1)	232(77.9)	3(1.0)	24(8.1)	298(100.0)

<표 7> 그림책 장르와 특성에 관한 유아의 선호도에 대한 연구대상의 인식

	그림책 장르					그림책 특성			
	국내외 전래 동화	국내외 창작 동화	지식정보책	기타	전체	내용이나 구성이 재미있는 것	좋은 그림이나 캐릭터	기타	전체
출판기획자·작가	55(39.0)	63(44.7)	2(1.4)	21(14.9)	141(100.0)	81(57.4)	54(38.3)	6(4.3)	141(100.0)
유아부모·교사	24(15.3)	107(68.2)	1(0.6)	25(15.9)	157(100.0)	94(59.9)	62(39.5)	1(0.6)	157(100.0)

련하여 '활자가 커야 한다.' '문장이나 사건이 반복적이어야 한다.' '이야기가 너무 길지 않아야 한다.' 는 생각을 더 많이 하고 있는 것으로 나타났다.

4) 그림책 생산자와 소비자의 그림책 장르에 대한 선호도
본 연구의 대상인 출판기획자와 작가, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사가 선호하는 그림책의 장르를 조사한 결과는 다음 <표 6>과 같다. 출판기획자와 작가집단의 경우 우리나라와 외국의 창작동화를 가장 많이 선호하고 있었으며, 다음으로 우리나라와 외국의 전래동화를 선호하고 있었다. 유아부모와 교사집단의 경우에도 우리나라와 외국의 창작동화를 선호하는 사람들의 수가 가장 많았으며, 그 다음으로 우리나라와 외국의 전래동화를 선호하고 있었다.

5) 그림책 장르와 특성에 관한 유아의 선호도에 대한 인식
본 연구의 대상인 출판기획자와 작가집단, 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사집단이 인식한 유아가 선호하는 그림책 장르와 그림책관련 특성을 조사한 결과는 다음 <표 7>과 같다. 분석결과 그림책을 생산하는 집단인 출판기획자와 작가집단, 그리고 그림책 소비자인 유아부모와 교사집단의 경우 모두 유아들이 우리나라와 외국의 창작동화를 선호한다는 인식이 가장 많았고, 다음으로 우리나라와 외국의 전래동화를 선호한다고 인식하고 있었다.

그림책에 대한 유아의 선호도에 영향을 미치는 그림책 특성에 관한 조사 결과 그림책 출판기획자와 작가집단, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 교사집단 모두 유아들이 그림책의 내용이나 구성이 재미있는 것을 선호한다는 응답이 가장 많았으며, 다음으로 그림책의 좋은 그림이나 캐릭터를 보고 선호한다고 인식하고 있었다.

2. 우리나라에서 출판되는 그림책에 대한 인식

1) 우리나라에서 출판되는 그림책의 수준에 대한 인식
출판기획자와 작가, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사가 우리나라에서 출판되고 있는 우리나라 및 외국 그림책의 수준에 대하여 어떻게 인식하고 있는지를 알아본 결과는 다음 <표 8>과 같다. 출판기획자와 작가의 경우 우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 수준을 '보통' 이라고 인식하는 경우가 가장 많았으며, 그 다음이 '높다', '낮다' 의 순으로 인식하고 있었다. 이에 비하여 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사집단은 우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 수준이 '높다' 는 인식이 가장 많았으며 그 다음으로 '보통이다,' '낮다' 의 순서로 나타났다. 우리나라에서 출판되는 외국 그림책의 경우 그림책 생산자인 출판기획자와 작가집단, 그림책 소비자인 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사집단 모두 그 수준이 '높다' 고 인식하는 경우가 가장 많았으며, 그 다음으로 '보통이다' 와 '낮다' 의 순으로 나타났다.

2) 우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 보완점
우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 보완점을 조사한 결과 출판기획자와 작가집단, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사집단 모두 우리나라 그림책의 경우 책의 내용면에서의 보완이 요구되고, 그 다음으로 책의 형식면에서의 보완이 요구된다고 인식하고 있었다<표 9>.

3) 우리나라에서 출판되는 그림책의 부족한 소재에 대한 인식
우리나라에서 출판되는 그림책의 소재 중에서 어떤 소재가 부족하다고 생각하는지를 조사한 결과는 다음 <표 10>과 같다. 출판기획자와 작가집단의 경우 우리나라에서 출판되는 그림책에서 '상상적 소재' '예술적 소재' 그리고 '생활관

<표 8> 우리나라에서 출판되는 그림책의 수준에 대한 인식

N(%)

	우리나라 그림책				외국 그림책			
	높다	보통이다	낮다	전체	높다	보통이다	낮다	전체
출판기획자·작가	29(20.6)	100(70.9)	12(8.5)	141(100.0)	134(95.0)	7(5.0)	0(0.0)	141(100.0)
유아부모·교사	85(54.1)	68(43.3)	4(2.5)	157(100.0)	122(77.7)	34(21.7)	1(0.6)	1(0.6)

<표 9> 우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 보완점

N(%)

구분	책의 내용면	책의 형식면	기타	전체
출판기획자·작가	126(89.4)	5(3.5)	10(7.1)	141(100.0)
유아부모·교사	119(75.8)	10(6.4)	28(17.8)	157(100.0)
전체	245(82.2)	15(5.0)	38(12.8)	298(100.0)

〈표 10〉 우리나라에서 출판되는 그림책의 부족한 소재에 대한 인식

N(%)

구분	예술적 소재	생활적 소재	언어적 소재	도덕적 소재	인지적 소재	상상적 소재	전체
출판기획자·작가	49(34.8)	11(7.8)	8(5.7)	0(0.0)	10(7.1)	63(44.7)	141(100.0)
유아부모·교사	51(32.5)	23(14.6)	15(9.6)	17(10.8)	14(8.9)	37(23.6)	157(100.0)
전체	100(33.6)	34(11.4)	23(7.7)	17(5.7)	24(8.1)	100(33.6)	298(100.0)

〈표 11〉 우리나라에서 출판되는 그림책의 가격에 대한 인식

N(%)

구분	비싸다	적당하다	싸다	전체
출판기획자·작가	51(36.2)	76(53.9)	14(9.9)	141(100.0)
유아부모·교사	142(90.4)	13(8.3)	2(1.3)	157(100.0)
전체	193(64.7)	89(29.9)	16(5.4)	298(100.0)

련 소재' 순으로 부족하다고 인식하고 있었으며, 유아부모와 교사집단의 경우 '예술적 소재' '상상적 소재' '생활관련 소재' 순으로 부족하다고 인식하고 있었다.

4) 우리나라에서 출판되는 그림책의 가격에 대한 인식

우리나라에서 출판되는 그림책의 가격에 대하여 조사한 결과 그림책을 생산하는 출판기획자와 작가집단의 경우 '적당하다'는 인식이 가장 많았고, 다음으로 '비싸다'고 인식하고 있었다. 그림책 소비자인 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사의 경우에는 '비싸다'는 인식이 가장 많았고 소수가 '적

당하다'고 인식하고 있었다(표 11).

3. 그림책 출판 및 구입과정과 관련된 인식

1) 그림책 관련 정보 획득 방법

그림책 출판기획자와 작가집단, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사가 그림책에 관한 정보를 획득하는 방법을 조사한 결과는 다음 <표 12>와 같다. 분석결과 출판기획자와 작가집단의 경우 '서점이나 도서관에서 살펴보면서' 그림책에 대한 정보를 획득하는 경우가 가장 많았고, 그 다음으로

〈표 12〉 그림책 관련 정보 획득 방법

그림책에 대한 정보 통로		1순위N(%)	2순위N(%)	3순위N(%)	총점(가중치)
출판 기획자 · 작가	아이들을 통해	9(6.4)	8(5.7)	13(9.2)	56
	서점인의 소개	2(1.4)	4(2.8)	0(0.0)	14
	신문, 잡지의 기사	26(18.4)	44(31.2)	22(15.6)	188
	친구, 선배를 통해	9(6.4)	11(7.8)	10(7.1)	59
	출판사의 도서목록	11(7.8)	14(9.9)	33(23.4)	94
	주변 사람들을 통해	4(2.8)	14(9.9)	21(14.9)	61
	서점, 도서관에서 직접 살펴보고	72(51.1)	36(25.5)	12(8.5)	300
	텔레비전이나 라디오의 저자, 책 소개 프로그램	2(1.4)	7(5.0)	18(12.8)	38
	기 타	6(4.3)	3(2.1)	12(8.5)	36
	합 계	141(100.0)	141(100.0)	141(100.0)	846
유아 부모 · 유아 교사	아이들을 통해	9(5.7)	12(7.6)	19(12.1)	70
	서점인의 소개	3(1.9)	5(3.2)	3(1.9)	22
	신문, 잡지의 기사	19(12.1)	24(15.3)	27(17.2)	132
	친구, 선배를 통해	24(15.3)	24(15.3)	18(11.5)	138
	출판사의 도서목록	13(8.3)	12(7.6)	16(10.2)	79
	주변 사람들을 통해	21(13.4)	28(17.8)	15(9.6)	134
	서점, 도서관에서 직접 살펴보고	42(26.8)	32(20.4)	25(15.9)	215
	텔레비전이나 라디오의 저자, 책 소개 프로그램	23(14.6)	19(12.1)	33(21.0)	149
	기 타	3(1.9)	1(0.6)	1(0.6)	12
	합 계	157(100.0)	157(100.0)	157(100.0)	942

는 '신문이나 잡지의 기사를 보고, 그리고 '출판사의 도서 목록'을 보고 그림책과 관련된 정보를 획득하고 있는 것으로 나타났다. 유아부모와 교사집단의 경우에도 '서점이나 도서관에서 직접 살펴보고' 정보를 얻는 경우가 가장 많았으며, 그 다음으로는 '텔레비전이나 라디오의 저자와 책 소개 프로그램'을 보고 그리고 '출판사의 도서목록을 보고' 그림책과 관련된 정보를 획득하고 있는 것으로 나타났다.

2) 그림책 출판 및 구입의 과정에서 중요하게 인식하는 요인
 그림책을 출판하고 구입하는 과정에서 중요하게 생각하는 요인을 조사한 결과 출판기획자와 작가집단의 경우에는 그림책 '본문의 내용'과 '본문의 그림'을 가장 중요하다고 인식하고 있었으며, 다음으로 그림책의 '인쇄 상태', 그리고 '표지의 디자인'이 중요하다고 인식하고 있었다. 유아기 자녀를 둔 부모와 교사집단의 경우에도 그림책 '본문의 내용'을 가장 중요하게 생각하고 있었으며, 그 다음으로 '본문의

그림,' '그림책의 인쇄 상태' '제본 상태'의 순으로 중요하다고 인식하고 있었다. 그림책 출판과 구입의 과정에서 중요하다고 생각하는 요인에 관한 두 집단 간 인식에 차이가 있는지를 검증한 결과 출판기획자와 작가집단이 유아부모와 교사집단보다 '본문의 그림' '작가' '본문의 내용' '표지 디자인' 그리고 '출판사' 등에 관하여 유의미한 정도의 차이로 더 중요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 그림책의 '가격'에 관해서는 유아부모와 교사집단이 출판기획자와 작가집단보다 유의미한 정도로 더 중요하다고 인식하고 있었다(표 13).

3) 우리나라 출판사의 문제점

우리나라에서 유아 및 아동과 관련된 도서를 출판하고 있는 출판사가 가지고 있는 문제점에 대한 연구대상의 인식을 조사한 결과는 다음 (표 14)와 같다. 출판기획자와 작가집단, 그리고 유아부모와 교사집단 모두 편집의 비전문성을 가장 큰 문제점으로 꼽고 있었으며 다음으로 출판사의 판매방식에 문제가 있다고 인식하고 있었다.

〈표 13〉 그림책 출판 및 구입의 과정에서 중요하게 인식하는 요인

내 용	집단(N)	M(SD)	t
인쇄 상태	출판기획자·작가(141)	4.32(.72)	1.04
	유아부모·교사(157)	4.24(.66)	
본문 내용	생산자(141)	4.77(.44)	3.17**
	소비자(157)	4.59(.57)	
제본 상태	생산자(141)	4.11(.73)	1.00
	소비자(157)	4.03(.66)	
가격	생산자(141)	3.50(.71)	-2.51*
	소비자(157)	3.74(.89)	
표지 디자인	생산자(141)	4.30(.61)	3.32**
	소비자(157)	4.03(.79)	
본문 그림	생산자(141)	4.77(.50)	4.19***
	소비자(157)	4.51(.55)	
작 가	생산자(141)	3.96(.90)	4.91***
	소비자(157)	3.45(.92)	
출판사	생산자(141)	3.46(.94)	2.27*
	소비자(157)	3.20(1.01)	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

IV. 논의 및 결론

본 연구의 목적은 그림책 생산자(출판기획자/작가)와 그림책 소비자(유아부모/유아교사)의 그림책과 관련된 인식이 어떠한지를 조사하는 것이다. 본 연구의 결과에 따라 요약하고 논의하면 다음과 같다.

먼저 좋은 그림책에 대한 어린이 책 출판기획자와 작가집단, 그리고 유아부모와 교사집단의 인식을 알아본 결과 문항에 따라 유의미한 차이가 나타났다. 좋은 그림책이 유아의 발달에 미치는 영향에 대한 두 집단의 인식 및 차이를 알아본 결과 출판기획자와 작가집단은 유아부모와 교사집단에 비하여 좋은 그림책이 유아의 자아개념과 정서발달을 돕는다는 인식이 높았으며, 유아부모와 교사집단은 출판기획자와 작가에 비하여 좋은 그림책이 지적 호기심을 충족시켜준다는 인식이 높았다. 서울통계결과를 볼 때 두 집단은 모두 좋은 그림책이 유아의 상상력을 키워준다는데 높은 인식을 하고 있었다.

〈표 14〉 우리나라 출판사의 문제점

구 분	편집의 비전문성	판매 방식	기 타	전 체
출판기획자·작가	123(87.2)	8(5.7)	10(7.1)	141(100.0)
유아부모·교사	110(70.1)	33(21.0)	14(8.9)	157(100.0)
전 체	233(78.2)	41(13.8)	24(8.1)	298(100.0)

이러한 결과는 그림책을 만드는 사람들과 유아를 위하여 그림책을 선택·구입하는 사람들이 모두 좋은 그림책이란 유아의 상상력 발달에 도움을 주어야 한다는 일치된 인식을 하고 있음을 알려주는 것이다. 이는 좋은 그림책이 상상력 발달을 돕고(김세희, 현은자, 1995; Cianciolo, 1987), 그림책의 그림의 역할이 독자가 상상력의 놀이를 하는데 도움을 주는 것이라는(Tan, 2001) 제안과 부합한다. 그러나 상상력 발달을 위한 그림책의 역할에 대하여 이러한 일치된 인식에도 불구하고 출판기획자와 작가들의 경우 좋은 그림책이 유아의 자아개념과 정서발달에 도움을 줄 수 있어야 한다는데 유아부모와 교사에 비하여 더 높은 인식을 하고 있었고, 유아의 부모와 교사의 경우 그림책이 유아의 지적 호기심을 충족시켜 줄 수 있어야 한다는 인식이 출판기획자와 작가들에 비하여 더 높았다. 이러한 결과는 그림책 생산자들은 자아개념과 정서발달에 초점을 맞추는 그림책을 생산하는데 그림책을 구입하는 사람들은 지적 성장에 초점을 맞춰 그림책을 선택할 것이므로 그림책의 공급과 수요가 조화를 이루지 못할 가능성이 있음을 알려주는 결과로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서 나타난 바와 같은 차이로 인한 부조화의 가능성을 고려하여 부모 및 교사에게 자아개념이나 정서발달을 위한 그림책 역할의 중요성을 알려주고 출판기획자와 작가들에게는 유아의 지적 호기심을 만족시켜줄 그림책에 대하여 부모 및 교사가 중요하게 인식하고 있음을 알려주어 그림책 생산의 과정에서 고려할 수 있도록 해야 할 것이다.

좋은 그림책의 내용에 대한 두 집단의 인식을 알아본 결과에서도 두 집단 모두 좋은 그림책의 내용에는 상상적 요소가 있어야 한다는데 가장 높은 점수를 주고 있었으나 그 밖의 문항에서는 모두 두 집단 간에 통계적으로 유의미한 인식의 차이가 있는 것으로 나타났다. 유아부모와 교사집단은 출판기획자와 작가집단보다 좋은 그림책의 내용에 유아의 경험, 신비적 요소, 모험적 요소, 의성어와 의태어, 경이적인 내용이 포함되어야 한다고 인식하고 있었다. 좋은 그림책의 구성요소와 관련해서도 유아부모와 교사집단은 출판기획자와 작가집단에 비하여 좋은 그림책의 활자가 커야하고, 문장이나 사건이 반복적이어야 하며, 이야기가 너무 길지 않아야 한다는데 더 높은 인식을 나타내었다.

이러한 결과는 그림책이 유아의 사고력, 창의력, 상상력 발달에 도움을 준다고 인식한 부모(한희순, 1993)가 교사보다 오히려 동화지도를 더 중요하다고 생각하고(이영숙, 1999) 유아의 발달에 도움을 주기 위하여 그림책 읽어주기 활동을 많이 하는 상황에서(이경자, 1998) 좋은 그림책의 내용 및 구성요소에 대하여 한층 더 까다로운 요구를 하고 있음을 간접적으로 나타내는 결과로 볼 수 있다. 그림책의 내용 및 구성요소에 대하여 출판기획자나 작가집단에 비하여

한층 강력한 부모와 교사의 이러한 요구는 그림책의 내용, 구성요소, 활자크기 등과 관련하여 유아의 발달을 고려한 좋은 그림책의 조건(남미영, 2000; 이순옥, 1996; 현은자 외 3인, 2000)에 부합하는 인식임에도 불구하고 그림책을 만드는 사람들에게 부담이 될 수도 있을 것이다. 그림책 작가들은 미리 생각한 독자의 요구에 맞추기 위하여 창작을 하는 것이 아니라 스스로를 위하여 그림책을 만들고, 누구에 의하여 어떻게 받아들여질지에 대한 염려 없이 작품 그 자체에 의미를 두고 그림책을 만드는 것을 스스로의 책임이라고 생각함을 볼 때(Tan, 2001) 좋은 그림책과 관련된 이러한 인식의 차이가 판매를 고려한 출판계에 영향을 미쳐 작가에게 과도한 요구를 함으로써 자칫 작가의 창작 의욕이나 동기화를 저해할 소지가 있기 때문이다. 이러한 상황에서 출판기획자는 좋은 그림책을 생산해내기 위하여 작가의 창작권을 인정함과 동시에 부모와 교사의 요구를 적극적으로 검토할 필요가 있다. 필요하다면 아동문학가나 유아교육자들의 자문을 얻어 좋은 그림책 생산의 과정에서 감안할 내용을 식별한 후 작가들에게 정보를 제공할 필요도 있을 것이다. 좋은 작품을 창작하도록 작가에 대한 충분한 배려가 이루어져야함과 동시에 유아를 양육하고 교육하는 현장의 목소리를 적극적으로 반영할 수 있는 방안이 다각적으로 모색되어야 할 것이다.

출판기획자와 작가, 유아부모와 교사가 선호하는 그림책의 장르를 조사한 결과 두 집단 모두 국내외 창작동화를 가장 많이 선호하고 있었으며, 그 다음으로 국내외 전래동화를 선호하고 있었다. 두 집단의 유아가 선호하는 그림책에 대한 인식을 조사한 결과 두 집단 모두 유아가 국내외 창작동화를 가장 선호하고 있고, 그 다음으로 국내외 전래동화를 선호하고 있다고 인식하고 있었다. 유아들의 선호도에 영향을 미치는 그림책의 특성을 조사한 결과 두 집단 모두 유아들이 내용이나 구성이 재미있는 그림책을 선호한다고 인식하고 있었으며, 그 다음으로 좋은 그림이나 캐릭터가 나오는 그림책을 선호한다고 인식하고 있었다.

이러한 결과는 유아교사들이 전래동화보다 창작동화를 많이 활용하고 있다는 김운옥(1999)의 연구결과와 부합하는 것이다. 최근 그림책 출판이 활성화되면서 점점 더 많은 화가와 시각 디자이너들이 그림책 창작에 참여하여 매우 다양한 표현 기법을 가진 그림책들이 창작되고 있는 경향은(현은자 외 3인, 2000) 본 연구에서와 같은 창작 그림책에 대한 출판기획자, 작가, 그리고 유아부모와 교사들의 선호도에 부합되는 방향이라고 볼 수 있다. 또한 이제까지 우리나라 그림책 시장에 만연되어 있는 모방과 베껴 쓰기 등의 문제(강우현, 1994)로 인하여 보다 새로운 주제와 내용, 그리고 변화하고 있는 우리 사회의 모습을 반영하는 창작 그림책에 대한 그림책 생산자와 소비자 집단의 자각이 반영되어 나타난 결

과로도 해석할 수 있을 것이다. 출판기획자와 작가, 그리고 유아부모와 교사의 유아를 위한 그림책에 대한 이러한 선호도의 일치로 인하여 앞으로 보다 질 높은 창작 그림책이 많이 생산될 것이 기대된다.

다음으로 어린이 책 출판기획자와 작가, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 유아교사가 우리나라에서 출판되는 그림책과 관련하여 어떠한 인식을 하고 있는지를 조사한 결과 출판기획자와 작가집단은 우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 수준이 보통이라고 인식한 경우가 가장 많았고, 유아부모와 교사집단은 높다고 인식한 경우가 가장 많았다. 우리나라에서 출판되는 외국 그림책에 대해서는 출판기획자와 작가, 그리고 유아부모와 교사들이 모두 수준이 높다고 인식하고 있는 경우가 가장 많았다. 우리나라에서 출판되는 우리나라 그림책의 보완점을 조사한 결과 출판기획자와 작가, 유아부모와 교사 모두 책의 내용면에서의 보완이 이루어져야 한다고 인식하고 있었다.

본 연구의 이러한 결과는 그림책을 선택하고 구입하는 유아부모와 교사들은 우리나라 그림책의 수준을 높다고 인정하는데 비하여 그림책을 만드는 사람들은 아직 우리나라 그림책의 수준을 그만큼 인정하지 않고 있음을 보여주는 결과로 작가와 출판기획자들의 우리나라 그림책 수준에 대한 요구가 한층 높고 엄격함을 알 수 있다. 이러한 인식은 출판시장의 상업성 때문에 우리 그림책을 창작하는 작가와 출판기획자들이 감소하면서(현은자 외 3인, 2000) 우리 출판계에서 외국 창작동화에 비하여 우리나라 창작동화의 출판이 부족하게 되었고(김명순, 2002) 이로 인하여 질 높은 그림책 생산의 기회가 그만큼 감소된 상황을 그림책 생산자집단의 경우보다 절실하게 인식함으로써 나타난 것으로 볼 수 있다. 결국 우리나라 그림책의 질에 대한 생산자집단의 이러한 인식은 좋은 그림책을 만드는데 필수적인 요인인 능력 있는 작가와 출판기획자들을 많이 확보하여 그림책 시장을 보다 확장시킴으로써 좋은 그림책의 출판 가능성을 높일 필요성이 있음을 시사한다. 이를 통해 우리의 정서가 녹아 있는 좋은 글과 그림을 창작해낼 수 있는 작가와 출판기획자를 발굴함으로써 우리나라 그림책 수준을 향상시키는데 주력할 필요가 있을 것이다.

우리나라에서 출판되는 그림책의 소재 중 부족한 소재가 무엇인지를 조사한 결과 출판기획자와 작가들의 경우 상상적, 예술적, 생활관련 소재를 가진 그림책이 보다 많이 출판되어야 한다고 인식하고 있었으며, 유아부모와 교사의 경우 예술적, 상상적, 생활관련 소재의 그림책이 더 많이 출판되어야 한다고 인식하고 있어 두 집단 모두 예술적 소재와 상상적 소재의 그림책에 대한 요구가 높음을 알 수 있다. 이러한 결과를 볼 때 출판기획자와 작가, 유아부모와 교사들은

모두 좋은 그림책이 유아의 상상력과 예술성 발달에 도움이 되어야 한다는 김세희, 현은자(1995), 유소영(2001), Cinaciolo(1987), Tan(2001) 등의 제안과 부합하는 인식을 하고 있음을 알 수 있다. 이는 본 연구의 대상들이 유아들은 그림책을 통하여 상상력을 키워나가고, 아름다움에 대한 심미적 감상을 통하여 예술성을 향상시키며, 유아 자신의 삶과 밀접하게 연관된 구체적인 소재를 통하여 우리사회에서 만나게 될 문제해결의 능력을 키워나갈 기회를 가져야 한다고 인식하고 있음을 알려주는 결과로 볼 수 있다.

한편 우리나라에서 출판되는 그림책의 가격에 대한 인식을 조사한 결과 그림책을 생산하는 출판기획자와 작가들의 경우에는 적당하다는 인식이 가장 많았고, 유아부모와 교사의 경우 비싸다는 인식이 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 그림책 생산자와 소비자의 입장의 차이가 나타난 것으로 적정한 수준의 그림책 가격을 결정하는 방법에 대한 논의의 필요성을 나타낸다. 또한 그림책 가격으로 인하여 유아들이 좋은 그림책을 접할 수 있는 기회가 제한될 수도 있음을 고려하여 이에 대한 구체적인 방안이 마련되어야 함을 알려주는 결과로 볼 수 있다.

그림책 출판과 구입과정과 관련된 그림책 생산자(출판기획자/작가)와 그림책 소비자(유아부모/유아교사)의 인식을 알아본 결과 먼저 출판기획자와 작가들, 그리고 유아부모와 교사들은 모두 서점이나 도서관에서 그림책을 직접 살펴 보면서 그림책에 대한 정보를 획득하는 경우가 가장 많았다. 그 다음으로는 출판기획자와 작가의 경우 신문이나 잡지의 기사를 보고, 그리고 출판사의 도서목록을 보고 그림책과 관련된 정보를 얻고 있었으며, 유아부모와 교사의 경우에는 텔레비전이나 라디오의 저자와 책 소개 프로그램을 보고, 출판사의 도서목록을 보고 그림책 관련 정보를 얻고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 신간 기획의 아이디어를 서점과 도서관에서 직접 출판물을 살펴보고 얻는다고 응답한 출판기획업무 종사자의 의식구조에 관한 김현정(1997)의 연구결과와 아동도서 편집인이 출판기획의 정보를 국내외 출판 정보지, 신문, 잡지 기사 등으로부터 얻는다는 김춘태(1994)의 연구결과와 맥을 같이 하는 것이다. 이러한 본 연구의 결과를 볼 때 우선 서점이나 도서관에 높은 질의 다양한 그림책들을 구비하여 그림책을 만드는 사람들이나 구입하는 사람들이 언제든지 필요할 때 질 높은 그림책에 관한 정보를 얻을 수 있도록 해야 할 필요가 있다고 할 수 있다. 특히 유아부모와 교사로서 하여금 지역사회 도서관의 어린이 관련 코너나 어린이 도서관을 활용할 수 있도록 지원하는 방안도 사회적 차원에서 적극적으로 검토되어야 할 것이다.

그림책의 출판과 구입의 과정에서 중요하게 생각하는 요인에 관한 조사 결과 출판기획자와 작가집단은 유아교사와

부모집단에 비하여 작가, 본문의 그림, 본문의 내용, 표지 디자인, 출판사에 대하여 더 중요하게 인식하고 있었으며, 유아부모와 교사집단은 출판기획자와 작가들에 비하여 가격을 더 중요하게 인식하고 있었다. 유아 및 아동과 관련된 도서를 출판하고 있는 출판사의 문제에 대한 인식을 조사한 결과 출판기획자와 작가, 유아부모와 교사들 모두 편집의 비전문성을 가장 큰 문제점으로 꼽고 있었으며 다음으로 출판사의 판매방식에 문제가 있다고 인식하고 있었다.

이러한 결과를 볼 때 출판기획자와 작가는 그림책 창작과 출판의 과정에서 그림책의 선택과 구입을 담당하는 부모와 교사에 비하여 작가, 본문의 그림과 내용, 디자인, 출판사 등의 요인을 보다 중요하게 인식하고 있음을 알 수 있다. 그림책의 질은 작가의 역량과 직접적인 관련이 있음을 고려할 때 출판의 과정에서 작가를 중요하게 여기는 이러한 결과는 좋은 그림책 창작의 가능성을 높여주는 의미가 있는 결과라고 볼 수 있다. 다만 이 과정에서 좋은 작품을 알아보고 작가에 관한 관심을 표현하는 독자의 역할 또한 매우 중요함(현은자 외, 2000)을 감안할 때 출판기획자와 작가에 못지않게 유아 부모와 교사들의 작가에 관한 관심을 향상시킬 수 있는 다양한 방안이 그림책 관련 학회나 작가 모임, 혹은 어린이 도서관 등을 주제로 모색될 필요가 있다. 전문적인 작가로서의 경험이 그림책 작가로 활동하는데 자신감을 부여하기 때문에(Lesesne, 2005) 전문적인 작가들이 어린이를 위한 그림책 창작의 과정에 참여할 수 있도록 작가를 대상으로 좋은 그림책 창작의 중요성을 알릴 필요도 있다.

한편 출판기획자와 작가집단이 그림책 창작의 과정에서 본문의 내용, 그림, 디자인, 출판사 등에 관하여 부모와 교사들보다 더욱 중요하게 인식하고 있는 것은 이들이 부모나 교사들보다 좋은 그림책의 특성에 대하여 제대로 이해하고 있기 때문으로 볼 수 있다. 좋은 그림책은 본문의 내용이나 그림, 책의 디자인 등이 우수해야 하기 때문이다(현은자 외 3인, 2000; Blake, 1981; Tan, 2001). 한편 본 연구의 결과에 의하면 유아교사와 부모들이 그림책을 구입하는 순간에 가격을 상당히 중요하게 고려함을 알 수 있다. 물론 그림책의 적당한 가격은 좋은 그림책의 하나의 요인이라는 제안도 있으나(조월래, 2002) 가격에 대한 부모와 교사의 인식이 출판기획자나 작가와 차이가 나는 것은 이로 인하여 좋은 그림책 구입을 꺼리게 하는 결과를 가져올 수 있고 결과적으로 좋은 그림책 창작과 출판을 저어하게 하는 요인이 될 수도 있을 것이다. 따라서 그림책의 적정 가격에 대한 생산자집단과 소비자집단간의 인식의 차이를 줄일 수 있는 방안이 모색될 필요가 있다. 결론적으로 그림책을 만드는 사람들이 출판의 과정에 대하여 가지는 위와 같은 인식은 창작과 출판의 과정에 적용되어 보다 질 높은 그림책 생산을 가능하게 할 것이므로

매우 바람직한 인식으로 볼 수 있다. 그러나 그림책의 실질적인 구매자인 유아부모와 교사들이 그림책을 구입하는 과정에서 고려하는 좋은 그림책에 대한 인식이 출판기획자와 작가 못지않게 중요함을 고려할 때 두 집단의 인식의 차이를 줄일 수 있는 방안이 유아교육기관에서의 부모교육 프로그램이나 각 지역 도서관의 부모대상 프로그램 등을 통하여 모색되어야 할 것이다.

좋은 그림책을 만들어내기 위해서는 그림책의 중요성을 인식하고 그림책 출판에 의미를 부여하는 출판사가 필요하다. 출판기획자와 작가들이 부모와 교사들에 비하여 그림책 생산의 과정에서 출판사의 역할을 중요하게 고려함은 이러한 출판사의 역할을 중요하게 인식하고 있기 때문이라고 할 수 있다. 한편 어린이 그림책을 출판하는 우리나라 출판사의 문제점에 대한 인식을 조사한 결과 본 연구의 대상은 모두 편집의 비전문성을 가장 큰 문제점으로 인식하고 있었다. 이는 아동도서 편집인의 업무 만족도가 높고, 아동의 특성에 대한 이해도가 높았으며, 책을 좋아하고 아이들에게 좋은 책을 만들어주기 위하여 아동도서 편집인으로 일하고 있다는 김춘태(1994)의 연구결과와 모순적인 인식이라고 할 수 있다. 본 연구의 이러한 결과는 출판기획자와 작가, 그리고 유아부모와 교사들이 접하는 그림책들 중 상당수가 아직은 비전문적인 편집인에 의하여 생산되고 있음을 알려준다. 여성 출판편집인력의 의식구조에 관한 연구에서도 편집업무 적성 적합여부에 대하여 잘 맞는다는 응답이 71%에 달하여 책을 만드는 출판기획자의 업무 만족도가 비교적 높음(임애경, 1995)을 감안할 때 그림책을 만드는 출판사들이 좀 더 전문적인 어린이 도서 편집인을 채용하고자 시도한다면 보다 전문적인 편집인에 의하여 질 높은 그림책을 만들어낼 수 있을 것으로 여겨진다. 좋은 그림책을 만드는 과정에서 디자인과 인쇄, 판형(이순옥, 1996), 아름다운 장정과 독자가 읽고 싶도록 하는 적절한 편집(남미영, 2000), 표지, 면지, 타이틀 페이지의 연결과 이야기에 맞는 모양과 크기의 디자인(현은자 외 3인, 2000) 등의 편집과 관련된 요인들이 매우 중요하기 때문에 좋은 그림책 출판에 대한 사명감을 가진 전문 출판 편집인력의 보원이 질 높은 그림책 생산을 가능하게 할 것이다.

이상과 같은 논의에 따른 결론 및 제언은 다음과 같다. 첫째, 그림책의 창작과 출판을 담당하는 출판기획자와 작가집단, 그리고 유아를 위하여 그림책을 선정하고 구입하는 부모와 교사집단 간에는 좋은 그림책에 대한 상당한 인식의 차이가 있다. 그림책이 유아의 제 발달 영역에 지대한 영향을 미침을 고려할 때 그림책을 만드는 사람들과 선택·구입하는 사람들이 좋은 그림책에 대하여 서로 부합되는 인식을 가지고 보다 질 높은 그림책을 출판하고 활용하는 것은 매우 중요하므로 이들의 인식의 차이를 좁힐 수 있는 방안이 적극적

으로 모색되어야 할 것이다. 예를 들면 유아교육기관에서 이루어지는 부모교육을 통해서, 혹은 지역사회 어린이 도서관 등에서 좋은 그림책에 대한 정확한 정보를 전달하고 좋은 그림책을 직접 접할 수 있는 다양한 프로그램을 제공함으로써 출판기획자와 그림책 작가, 그리고 유아부모와 교사들이 함께 만나 그림책과 관련된 인식을 공유할 수 있는 기회를 마련할 수 있을 것이다.

둘째, 유아를 위하여 그림책을 선정·구입하고 읽어주는 유아부모와 교사들이 좋은 그림책을 창작하고 출판하는 작가와 출판기획자들, 그리고 어린이 도서 출판사의 중요성을 충분히 인식하고 있지 못하다. 좋은 그림책을 창작하는 글 작가와 그림 작가의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않으므로 이들이 경제적인 어려움을 겪지 않고 좋은 그림책을 마음껏 창작할 수 있도록 사회적인 분위기 조성과 더불어 적극적인 지원 방안이 모색되어야 할 것이다. 어린이 도서출판을 기획하는 사람들에 대하여 그 중요성을 인정하고 이들이 좋은 그림책을 기획·출판할 수 있도록 지원하는 사회적 지원 방안도 모색되어야 한다. 어린이를 위한 도서의 출판기획자들은 자신의 역할의 중요성을 인식하고 자부심을 가지고 업무에 종사하는 것으로 알려져 있으므로 이들의 이러한 사명감과 업무 전문성을 적극 활용할 수 있는 기회를 제공함으로써 좋은 그림책을 더 많이 출판할 수 있을 것이다. 그리고 좋은 그림책을 출판하는데 사명감을 가지고 있는 어린이 도서 출판사의 역할을 강조하고 이들의 사회적 공헌도를 인정하는 분위기를 조성함과 더불어 좋은 그림책 출판으로 인하여 사업상 어려움을 겪지 않도록 좋은 그림책 판매를 지원할 수 있는 방안도 모색되어야 할 것이다.

셋째, 어린이 책 출판기획자와 작가, 그리고 유아기 자녀를 둔 부모와 교사들은 우리나라의 어린이 도서 출판계에서 질 높은 창작 그림책이 보다 많이 출판되어야 한다고 요구하고 있다. 특히 유아의 상상력을 발달시키고 심미적인 아름다움을 감상할 수 있는 예술성 있는 소재로 이루어진 디자인이 훌륭한 좋은 그림책 출판에 대한 요구가 많으므로 이를 감안한 창작과 출판, 그리고 보급의 방안을 적극적으로 모색해야 할 것이다. 우리나라 작가의 창작 의욕을 진작시켜 우리나라 독자들을 위하여 우리의 정서가 깃들여 있는 좋은 그림책을 창작할 수 있도록 지원하는 방안이 학계와 출판계, 그리고 학교와 사회적 차원에서 공동으로 모색될 필요가 있다.

넷째, 본 연구에서는 설문지를 통하여 그림책과 관련된 출판기획자와 작가, 유아부모와 교사의 그림책과 관련된 인식을 조사하였다. 추후에는 어린이 도서 출판기획자에게 있어서 어린이 도서 기획의 의미를 알아보고, 어린이를 위하여 글을 쓰고 그림을 그리는 전문적인 작가들을 대상으로 창작 동기와 어려움, 그리고 보람 등에 관하여 심층적으로 조사할

수 있는 질적 연구가 이루어질 필요가 있다. 특히 우리나라에는 어린이 도서 출판기획자나 어린이 책 작가들과 관련된 연구가 매우 부족한 실정이므로 이들을 대상으로 이루어지는 심도 깊은 연구는 앞으로 좋은 그림책이나 기타 어린이 도서 창작과 보급의 과정에서 유용하게 활용될 것이다.

■ 참고문헌

- 강우현(1994). 국내 아동도서의 문제점과 해결 방안. 산업디자인, 133, 48-52.
- 고혜진(1997). 한국어판 Caldecott 수상도서 현황 및 번역 오류에 대한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김규연(1999). 한국아동도서의 소비행태에 관한 연구. 건국대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 김명순(2002). 한국조기교육의 과제: 초기 교육의 상업화(학습지, 아동도서 및 놀이감을 중심으로). 한국조기교육의 현황과 과제. 한국아동학회 춘계학술대회 자료집, 81-103.
- 김세희, 현은자(1995). 어린이의 세계와 그림 이야기책. 서울: 서원.
- 김윤옥(1999). 유치원에서의 그림책 활용 실태에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 김춘태(1994). 아동도서 편집인의 의식구조에 관한 조사 연구: 아동전집출판사 편집인을 중심으로. 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문.
- 김현정(1997). 출판기획업무 종사자의 의식구조에 관한 연구. 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문.
- 남미영(2000). 엄마가 어떻게 독서지도를 할까. 서울: 대교출판.
- 대한출판문화협회(2002). '93-'01 출판연감자료편. 서울: 대한출판문화협회.
- 박찬수(1997). 유아 그림책 구매 행위에 관한 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 유소영(2001). 아동문학 어떻게 이용할 것인가. 서울: 건국대학교 출판부.
- 이경자(1998). 어린이의 그림책에 대한 인식 및 활용에 대한 실태 조사. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 이순옥(1996). 그림이야기책의 작품 유형과 판형 모양에 대한 유아의 선호도 연구. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이영숙(1999). 유치원 동화지도에 대한 교사와 어머니 인식 비교. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 임애경(1995). 여성출판편집인력의 의식구조에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

- 전혜실(2003). 우리나라 창작 그림책에 대한 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 조월례(2002). 어린이책 출판 현황과 전망. *어린이도서연구회 2002년 정기세미나 자료집*, 7-27.
- 최윤정(2000). 책 밖의 어른 책 속의 아이. 서울: 문학과 지성사.
- 탁정은(2002). 그림책 출판 현황. *어린이도서연구회 2002년 정기 세미나 자료집*, 53-69.
- 한기호(1999). *희망의 출판*. 서울: 창해.
- 한희순(1993). 유아기 자녀를 둔 어머니의 그림책에 대한 인식. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 현은자, 김세희, 김현희, 서정숙(2000). 어린이 미디어 상 제정을 위한 기반 연구: 도서상/CD-ROM 타이틀 상/인터넷 사이트 상. 서울: 창지사.
- Blake, Q. (1981). Wild washerwomen, hired sportsmen, and enormous crocodiles, *Horn Book Magazine*, 57(5), 505-13.
- Bromley, K. D. (1992). *Language arts: Exploring connection*. A Division of Simon and Schuster, Inc.
- Cianciolo, P. J. (1987). Developing the beginning reading process with picture book. (ERIC Document Reproduction Service No. ED280013).
- Cullinan, B. E., & Galda, L. (2002). *Literature and the child*. (5th ed.). CA: Wadsworth/Thomson Learning.
- Hillman, J. (1995). *Discovering children's literature*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Lesesne, T. S. (2005). The gift of writing: An interview with Janet Allen. *Teacher Librarian*, 33(2), 56.
- Nodelman, P. (2001). 어린이 문학의 즐거움 (*The pleasures of children's literature*). (2nd ed.). (김서정 역). 서울: 시공주니어 (원전은 1996에 출판).
- Rocklin, J. (2001). Inside the mind of a child: Selecting literature appropriate to the developmental age of children. (ERIC Document Reproduction Service No. ED458602).
- Tan, S. (2001). Picture books: Who are they for? Paper presented at the Joint National Conference of the Australian Association for the Teaching of English and the Australian Literacy Educator's Association, Hobart, Tasmania, Australia, July 12-15. (ERIC Document Reproduction Service No. ED458581).

(2006년 11월 3일 접수, 2007년 2월 6일 채택)