

“환경변화에 대응한 시장전략을”

金學銖교수, ‘과학기술매체 세미나’서 강조



김학수교수

「과학기술진흥과 출판매체의 역할」을 주제로 한 89년도 추계 ‘과학기술매체 세미나’가 한국과학기술매체협회(회장 金周穆) 주최로 지난 11월23일 엠베서더 호텔에서 열렸다.

羅慶安씨(한국출판협동조합 이사장) 사회로 진행된 이날 세미나에서는 「과학기술진흥정책과 언론매체의 역할」(최영환·과학기술처 차관), 「과학기술매체의 현재와 제언」(全仁植·건설기술연구회장), 「과학기술진흥과 출판매체의 저변확대」(김학수·서강대 신방과 교수) 등 주제발표와 토론이 있었다.

전인식씨는 발표를 통해 과학기술도서 출판의 활성화를 위해 ① 매월 간행된 과학기술도서를 정기적으로 심사, 공공도서관 및 관련기관에 보급하는 정책적 배려 ② 과학기술인력의 확충 및 과학기술도서 발간 지원기구 설치와 진흥기금제도 운영 ③ 과학기술관계 각종 전시회에 관련도서 전시 등을 제안했다.

한편 김학수교수는 과학기술 출판매체의 저변확대를 위해서는 “국민들에게 관심을 촉구하고 출판업자에게 과학분야 출판에 대한 사명감을 강조하는 식의 도덕적 호소만으로는 불가능하다”고 전제하고 “정보전달 매체환경의 변화에 민감하게 대응하여 과학매체의 다변화와 시장영역 확대에 적극 노력해야 한다”고 강조했다. 다음은 김학수교수의 발표요지.

직접적인 효용가치 적어 구매수요 낮아

진정한 과학진흥을 위해서는 무엇보다 어린이에서부터 기성세대인 부모까지 모두 과학의 기본정신, 즉 모든 것에 근본적인 의문을 던지는 지적 호기심을 갖추고 있어야 한다. 바로 이런 과학정신을 조성시키는 데는 크게 두가지가 있다. 그 하나는 공식적인 학교의 교육과정을 통한 과학교육이고, 다른 하나는 비정규적인 일종의 사회교육을 통한 과학풍토조성이

다.

출판매체의 과제는 주로 후자와 연관되어 있다. 왜냐하면, 공식적인 학교교육에서는 이미 의무화된 출판매체의 보급이 이루어지고 있기 때문이다. 물론, 그것 안에서 개선되어야 할 점도 과학교재의 내용에서처럼 많이 있지만, 무엇보다 중요시되어야 할 문제점은 학교교육 외에 사회에서 보충적으로 과학정신을 배양할 수 있는 출판을 비롯한 기타 매체들이 꼭 제한되어 있거나 아니면 상호간의 접촉노력이 부족했다는 점이다.

우리나라의 과학기술매체가 주로 출판을 위주로 한 인쇄매체에 의존하고 있다는 점은 주지의 사실이다. 그러나 국가의 기술정책에 힘입어 기술분야의 책들에 비교적 경제성이 따른 반면, 순수과학 내지 교양과학의 분야에서는 학교교재용을 제외하고 아직까지 대단히 취약한 상태에 놓여 있는 실정이다. 따라서, 기술분야가 아닌 과학분야에 대한 출판의 활성화도 과학진흥을 위해서 대단히 시급한 상태에 놓여 있는 것이 현실이다. 그렇다면 이런 과학분야의 출판이 진흥되지 못한 이유는 무엇인가 탐색해 볼 필요가 있다.

그 주된 이유는 순수과학 내지 교양과학 분야가 소비자에게 직접적인 효용가치를 주지 못하기 때문에 구매수요가 낮고, 그로 말미암아 출판업자들은 경제성을 찾을 수 없었기 때문이다. 그러므로 이 문제에 대해서 국민들에게 과학분야에 관심을 기울이도록 촉구하고, 출판업자에게는 과학분야 출판에 대한 사명감을 가지도록 하는 등의 도덕적 호소만으로는 절대 해결될 수 없다. 이 문제의 해결방안 중의 하나로, 이제에는 매체의 다변화 노력에 주의를 기울여 볼 필요가 있다.

모두 아다시피, 오늘의 세계에는 새로운 매체들이 끊임없이 등장하고 있다. 예를 들어 전자사식시스템의 도입과 같은 컴퓨터를 이용한 출판기술의 고급화는 물론, 시청각 매체와의 연결도 대단히 용이하게 이루어질 전망이다. 이것은 곧 과학기술매체의 다변화를 의미하고 결과적으로 국가의 과학기술진흥에도 크게 기여하게 될 것이다. 예컨대, 비디오는 과학기술정보의 제공에도 매우 효과적일 수 있다. 특히, 과학기술이 고유하게 갖고 있는 그래픽 내지 영상적인 전문지식은 인쇄매체보다 시청각매체가 훨씬 더 전달력이 강하고 오락적인 재미의 증대까지 기할 수 있다. 뿐만 아니라 기초과학 및 교양과학 지식의 전달에서



「과학기술진흥과 출판매체의 역할」을 주제로 한 89년도 추계 과학기술매체 세미나 전경(11월 23일 엠베서더호텔).

도 비디오는 보다 재미있는 프레젠테이션으로 나아갈 수 있다.

과학기술관련 출판산업이 비단 비디오매체 산업에 관련하는 것뿐만 아니라 앞으로 나타날 다양한 새로운 커뮤니케이션매체들도 주의깊게 관찰할 필요가 있다. 예컨대, 선진국에서 이미 실용화되기 시작한 음성·인쇄·영상 등을 동시에 이용할 수 있는 이른바 멀티미디어가 우리나라에서도 1990년대에는 본격적으로 나타날 전망이다. 그렇게 되면 각 가정마다 보급된 퍼스널 컴퓨터를 통하여 음성·인쇄·영상 등이 동시에 전달될 수 있고, 나아가 저장 내지 재생까지 될 수 있을 것이다. 그럴 경우에 과학기술 지식이 갖고 있는 전달의 주요장애들, 즉 높은 전문성과 비오락성이 쉽게 극복될 가능성도 크다. 그러므로 바로 이런 정보전달 매체환경의 변화에 민감하게 적응할 줄 모르는 한, 우리의 과학기술관련 매체산업이 활성화될 수 없을 뿐만 아니라 결과적으로 과학기술 진흥에도 기여할 수 없을 것이다.

업계공동의 시장개발 필요해

다음으로 과학기술 출판산업이 안고 있는 과제 중의 하나는, 그것이 생산해 내는 상품내용에 대한 사회과학적인 처리노력이 미흡하다는 점이다. 이것은 다시 말해서 같은 과학지식이라도 어떻게 프레젠테이션하느냐에 따라 그 전달효과가 엄청나게 달라질 수 있다는 점과 관계된다. 특히, 과학지식은 대단히 전문적인 내용이기 때문에 그것이 독자의, 즉 인간의 認知構造와 걸맞지 않을 때는 효과적으로 전달될 수도 없고, 우리가 학교교육에서 발견

하는 것처럼 오히려 과학에 대한 관심을 저하시킬 수 있다는 점을 고려해야 할 것이다.

마지막으로, 과학기술 출판 및 매체산업이 안고 있는 과제 중의 하나는 적극적인 시장개발에 나서야 한다는 점이다. 지금까지 대부분의 과학기술매체 출판산업이 단순히 학교 내지 서점시장에 의존하는 경향이 지배적이었는데, 이것은 이미 고령화된 시장이고 노력만 하면 누구나 참여할 수 있는 곳들이다. 따라서, 시장영역을 넓히기 위해서는 보다 적극적으로 과학기술매체소비를 찾아나설 필요가 있다. 그런 시장개발 전략의 하나로 다양한 관련 행사에 매체산업 종사자들이 공동으로 참여하는 방안을 모색할 수 있다. ‘학생과학경진대회’ 등과 같은 과학행사에의 공동참여는 과학기술매체에 대한 폭넓은 홍보와 더불어 실제적인 시장개발에도 기여할 것이다.

학교 내지 서점시장에 의존하던 시장을 좀더 폭넓게 개발하기 위해서는 업계공동의 노력이 필요하다는 점을 크게 강조하지 않을 수 없다. 바로 그런 의미에서 ‘한국과학기술매체협회’의 역할과 노력이 기대되는 바이다. 업계의 공동번영을 위해 협회가 존재하는 이상, 협회내에 분야별로 활동영역을 확장, 추진해야 할 것이고, 그러기 위해서는 우선적으로 사무국의 업무를 효율적으로 전달할 수 있는 기구확장도 있어야 할 것이다. 이런 노력은 국내시장의 활로가 개척되는 현상으로 가시화될 것이며, 더 나아가 해외시장 진출을 위한 교두보 확보에도 성공할 것이라 기대된다.