

우리가 흔히 도감류는 도서관에서나 볼 수 있는 전문서적으로 생각하는 경우가 많다. 그래서 도감에 대한 많은 오해를 가지고 있다. 도감류는 동식물에 관한 것이 대부분이라는 인식이나 도감류는 투자비에 비해 시장이 작다는 인식이 바로 그것이다.

실제로 출판시장에서 도감류가 차지하는 비중은 높지 않다. 국내 최대의 서점인 교보문고나 예스24에서 도감을 검색하면 200여 종 정도의 검색결과가 나온다. 도감이 막대한 제작비나 기획력 등 투자에 비해 시장이 작다는 얘기다. 따라서 중소기업의 출판사에서는 도감류 출판은 엄두도 못내는 상황이다.

하지만 필자는 도감류의 서적에 대해 다른 견해를 가지고 있다. 도감류는 지식정보 사회에서 반드시 필요한 콘텐츠이다. 백과사전은 총론적인 수준에서 정보를 다루고 있고, 인터넷은 정보는 많아도 정제되거나 전문화되어 있지 않다. 반면 도감류 콘텐츠는 정보가 전문화되어 있기 때문에 지식정보 사회에서 반드시 필요하다. 따라서 도감류 콘텐츠는 앞으로 발전 가능성이 높은 분야다. 그 이유에 대해서는 두 가지 근거를 가지고 말하고 싶다.

하나는 도감류의 콘텐츠 기획에 관한 이야기이다.

우리가 잘 알고 있는 사진작가 김태정 씨의 우리나라 들꽃, 야생화, 약초에 관한 콘텐츠는 지금까지 많은 책으로 엮어졌다. 김태정 사진작가의 책은 지금도 일반인들에게 많이 알려져 있고 꾸준히 판매되고 있다.

우리가 흔히 동식물 도감이라 하면 출판사와 관계없이 비슷한 포맷으로 콘텐츠가 구성되어 있는 경우가 많다. 물론 국내 인쇄 출판기술의 발전에 따라 최근 출간된 동식물 도감은 질적 측면에서 상당한 수준에 이르고 있지만, 여전히 콘텐츠 구성과 포맷은 엇비슷하다.

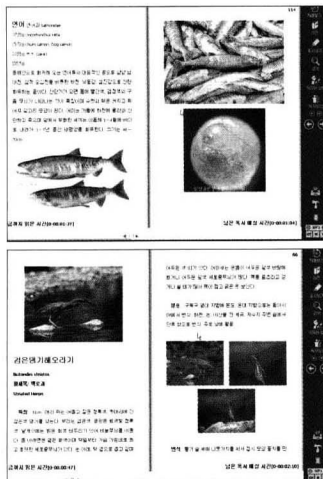
이런 상황에서 김태정 사진작가의 《우리꽃 이야기》는 종이책에서 구현할 수 있는 동식물 도감의 새로운 방향을 제시하고 있다. 딱딱하고 단순히 전문정보만 전달하는 기존의 방식과 달리 테마화된 콘텐츠이기 때문에 일반인들이 친화력을 가지고 접할 수 있다는 점에서 특화되고 대중화된 사례이다.

또 하나는 인터넷과 디지털 환경에 관한 이야기이다.

시디롬 타이틀이나 다양한 백과사전의 등장, 특히 인터넷의 등장으로 도감이 애초에 가지고 있는 시장마저 축소된 느낌이다. 실제로 특정 동식물에 관한 정보를 얻고자 인터넷 검색을 시도한다면 다양한 정보를 얻을 수 있기 때문이다. 결과적으로 인터넷이나 디지털 콘텐츠의 등장으로 도감류 서적은 그나마 지키고 있던

디지털시대에 가장 유망한 고급 콘텐츠, 전자도감 시대가 열린다

글_장기영
(한국지식정보콘텐츠산업협회 사무처장·서울디지털창업집단 대표)



작은 시장마저 빼앗길 위기에 놓여 있다고 해도 과언이 아니다.

하지만 이러한 판단이 과연 정확한 것일까? 관점에 따라 다양한 해석과 판단이 나올 수 있겠지만 인터넷과 디지털 콘텐츠를 구성할 수 있는 다양한 디지털 매체의 등장은 오히려 도감류의 콘텐츠 부흥을 일으킬 수 있는 기회라고 본다.

현재 디지털 분야에서 전자도감은 개인들이 운영하는 홈페이지에서 취미삼아 정보를 만들고 있거나, 상업용 시디롬 타이틀로 만들어져 있다. 하지만 이런 형태는 적절한 시장을 만들어가는 못하고 있다. 따라서 전자도감은 아직 진입초기에 있다고 할 수 있다. 그러나 전자도감은 앞으로 디지털 콘텐츠에서 중요한 역할을 차지할 것으로 예상된다. 그 이유는 다음과 같다.

첫째, 콘텐츠 분야의 확대

기존의 종이책 도감은 시장의 한계 때문에 동식물 분야에 한정되어 엇비슷한 포맷으로 만들어졌지만, 디지털 환경에서는 콘텐츠 분야의 다양한 확대가 가능하다. 예를 들면 컴퓨터나 전자부품, 산업용 밸브, PDA 등 포스트 PC 단말기 등 동식물 분야뿐만 아니라 다양한 분야로까지 확대될 가능성이 높다.

둘째, 디지털 매체 기술의 발전

종이책의 도감류는 콘텐츠 표현에 한계가 많았으나, 전자도감의 경우 액티브한 멀티미디어 구성이 가능하게 되었다. 동영상, 사운드, 사진, 이미지 등 다양한 방식으로 콘텐츠 제작이 가능하기 때문에 도감 콘텐츠 제작 표현이 멀티미디어를 지향할 수 있어 고부가가치를 창출하는 대표적인 콘텐츠가 될 가능성이 높다.

셋째, 디지털 콘텐츠 유통시장의 확대 발전

최근 국립중앙도서관 등 국공립 도서관과 초·중·고등학교 도서관에 디지털 라이브러리 환경이 구축됨에 따라 디지털 콘텐츠 구매가 급증하고 있다. 공공부문 구매가 확대되어 가고 있지만 관련 업계에서는 콘텐츠 빈곤 때문에 골머리를 앓고 있다. 전문화된 전문도감은 B2B 시장에서 환영받는 고급 콘텐츠로 인식되고 있으나 현재까지 전자책 형태의 전자도감은 10여 종에 불과한 상태이다.

국공립 도서관과 초·중·고등학교 도서관의 구매 시장은 디지털 콘텐츠 유통의 첫 신호탄에 불과하다. 최근 일부 업체에서는 전자도감 콘텐츠의 모바일 서비스를 시작했고, 전자책 관련 업체에서는 전자도감 같은 고급 콘텐츠 발굴에 눈을 뜨기 시작했다.

특히 전문화된 전자도감은 유무선 인터넷 환경에서 콘텐츠의 분절화된 판매가 가능하다는 점에서 획기적인 유통시장을 만들어 갈 것으로 전망된다. 한 권의 전자도감이 모두 100개의 콘

텐츠로 구성되었을 경우, 유무선 인터넷 환경에서는 각각 1개씩 날개로 판매할 수 있다는 점은 기존 종이책에서는 꿈꿀 수 없는 환경이다.

결론적으로 전자도감은 콘텐츠 날개의 판매유통 환경, 콘텐츠 분야의 확대, 전자책 등 멀티미디어 제작 등으로 디지털 콘텐츠에서 가장 유망한 고급 콘텐츠로 부각되고 있고, 기존에 예상하지 못했던 전혀 다른 과워풀한 시장을 열어갈 수 있는 분야라고 할 수 있다. **추천**

