

손에 잡는 ‘채널’로 손에 잡히는 ‘과학’ 이끌어내야

– 척박한 과학문화 대중화를 위해 고군분투하는 크리에이터들의 이야기



지난달 20일, 유튜브 크리에이터 제이플라(JFla)의 유튜브 채널 구독자가 1,000만 명을 돌파했다는 뉴스가 속보로 전해졌다. 한국의 1인 크리에이터 가운데 개인 유튜버 구독자 수가 1,000만 명을 넘어선 건 제이플라가 최초다.

‘갯튜브(God와 Youtube의 합성어)’, 최근 유튜브를 가리키는 신조어 중 하나이다. ‘없는 것 빼고 다 있다’며 인간의 온갖 관심사가 총망라돼 있다고 해서 붙여졌다. 스마트폰 등 모바일의 발전으로 유튜브는 어느새 TV보다 더 막강한 플랫폼으로 자리 잡았다. 그 힘의 원천은 제이플라와 같은 1인 미디어들, 바로 ‘유튜버(YouTuber·유튜브 영상 제작자)’들이다.

새로운 문화 권력으로 떠오르고 있는 이들의 인기는 연예인 못지않다. 구글코리아에 따르면 지난해 말 기준 유튜브 구독자가 10만 명을 넘는 국내 채널(유튜버)은 1,275개, 100만 명을 돌파한 채널은 100개 정도 된다. 유튜버는 수십, 수백만에 이르는 구독자를 기반으로 정치적·경제적·사회적으로 큰 영향력을 발휘한다. 이제는 역대 수익을 거두는 유튜버도 심심치 않게 등장하고 있다. 한국방송통신전파진흥원에 따르면 2017년 기준으로 도티(게임 분야)는 약 15억9000만 원, 대도서관(게임 분야)은 약 9억3000만 원, 기발한 과학실험으로 인기를 끌고 있는 허팝의 경우 약 12억3000만 원의 수익을 올렸다.

국내 최대 규모의 MCN(다중채널네트워크) 사업자인 ‘다이아(DIA) TV’의 경우 총 1,400여 개 채널과 파트너십을 맺고 있다. MCN 사업자들은 유튜버들의 마케팅, 저작권 관리, 콘텐츠 유통 등 다양한 영역을 지원하여 수익을 챙긴다. 유튜버가 하나의 거대 산업 생태계를 이뤄가고 있다는 의미로 분석된다.

게임, 시사, 뷰티 등의 분야뿐 아니라 최근에는 2030세대를 중심으로 한 과학 분야 콘텐츠와 채널도 생겨나는 추세다. 과학 기술계는 과학문화 대중화 해법을 어쩌면 이들에게서 찾을 수 있을지도 모른다는 기대감을 보인다.

유튜버, 그들은 누구이며, 왜 사람들은 열광할까. <과학과기술>은 지난 11월 19일 온라인에서 활발하게 활동 중인 유튜버와 팟캐스터를 초대하여 ‘과학문화 확산을 위한 소셜미디어 활용’을 주제로 좌담회를 진행하였다.

꿈을 찾으려 유튜버로 전향... 제도권 과학에 한계 느꼈다



☞ 윤호식 바쁘신 일정에도 <과학과기술> 12월호 특집 좌담회에 참석해주셔서 감사합니다. 오늘 자리는 유튜브를 비롯하여 다양한 SNS 온라인 매체에서 활발히 활동하고 계신 크리에이터 분들을 모시고 과학문화 확산을 위한 소셜미디어 활용을 주제로 마련해 보게 되었습니다. 먼저 어떻게 1인 미디어 방송을 시작하게 되었는지 그 계기를 들어볼 수 있을까요?



☞ 과학쿠키 저는 어릴 적부터 과학을 주제로 사람들을 가르치는 일을 꿈꿨습니다. 그래서 자연스럽게 물리교육과로 진학했고 사범대를 졸업하여 교사로 활동을 했습니다. 그런데 막상 교단에 서서 학생들을 가르쳐보니 제가 전달할 수 있는 과학지식은 범위가 국한되어 있고 짜여있는 커리큘럼에서 벗어나기가 쉽지 않았습니다. 그래서 교과서 중심이 아닌 다른 방식으로 과학지식을 전달하고 싶다는 생각을 가졌던 것 같습니다. 예를 들면 우리가 왜 만유인력을 배워야 하는지, 당시 뉴턴이 처한 환경은 어땠는지를 과학적인 이유와 함께 사회적인 배경도 전달하는 형태의 커뮤니케이션을 해보고 싶었고 이런 방법이 학생들에게 더 도움이 된다고 생각했습니다.

이후 이런 방식이 많은 사람에게 도달할 방법을 고민한 끝에 지금 최고로 핫한 유튜브를 선택하게 됐습니다. 평소 학생들을 가르치며 청소년들에게 유튜브가 가진 파급력에 대해서는 피드백을 많이 받았었습니다. 그리고 관련된 에피소드로 예전에 학교에서 강연한 뒤에 질문을 받았는데 한 학생이 현대 과학사에서 인정하고 있는 패러다임에서 완전히 벗어난 개념을 얘기하기에 되물어보니 ‘유튜브에서 봤기 때문에 맞다’는 말을 듣고 충격을 받은 적이 있었습니다. 막대한 영향력이 있는 온라인 플랫폼에서 과학지식을 전달할 때 제대로 알리는 사람이 있어야겠다는 생각도 유튜브를 선택하게 된 계기라고 할 수 있을 것 같습니다.



☞ 윤호식 그러면 지금은 교사 생활을 안 하고 계시는가요?



☞ 과학쿠키 제가 이루고 싶은 궁극적인 목표는 해외에 실제로 전시되고 있는 전시물들을 소개하고 유명한 과학자들이 근무했던 곳들을 방문해서 중계하는, 해외 리포트 형식의 과학커뮤니케이터가 되는 것입니다. 그리고 그것을 실현하기 위해선 교사생활과는 병행할 수 없다고 생각했습니다.



☞ 이진우 지금 잠깐 어색했던 분위기가 있었잖아요. 교사를 그만뒀어요? 정말? 이런 분위기요. 이 느낌이 제가 보기에는 기존 매체들이 유튜브나 팟캐스트를 대하는 느낌과 아주 비슷합니다. 기존 매체들이 몇 년 전만 해도 팟캐스트와 유튜브가 있다는 것은 알았지

만 굳이 주목하지 않았던 이유로 2가지 정도를 들 수 있을 것 같습니다. 하나는 '내가 몸담은 곳이 메이저지, 거기는 마이너야'라는 생각이었죠. '여기서 잘하면 되지 왜 거기 가서 힘을 분산시켜'라는 생각도 했고요. 그런데 잘못된 생각이었죠.

그러다가 이제는 유튜브나 팟캐스트가 메이저 같긴 한데 거기 가면 N분의 1의 구조잖아요. 여기서는 그래도 10등인데 유튜브라는 무한경쟁 구조에 들어가게 되는 순간 2,032등부터 시작을 해야 하는 거죠. 그게 싫다 보니 배척하게 되는 겁니다. 더 솔직한 생각으로는 2,000등 이상으로 못 올라올 것 같은 기분이 드는 것도 사실입니다. 그쪽과 이쪽의 문법과 어법이 다르니까요.

하지만 이제는 중학교, 초등학교로 내려가면 TV 안 보고, 신문도 안 봅니다. 죄송한 말씀인데 잡지도 안 봅니다. 이미 그들이 그렇게 변해있는데 신문이나 방송이 나아갈 길이나 가치가 있다고 설명해봤자 무슨 의미가 있겠습니까. 저도 라디오를 진행하고 있지만 저희 집에도 라디오가 없고 사람들이 라디오가 고장이 나면 다시 안 삽니다. 어쩔 수 없이 받아들여야 하는 상황이지만 문제는 수만 대 일의 경쟁률을 뚫어야 한다는 겁니다. 그런데 과학쿠키님은 집에서는 반대가 없었습니까?

10억 원이 넘는 연봉, 유튜버 직업이 되다



▶ 과학쿠키 엄청 많았습니다. 굳이 왜 교사를 그만두면서까지 할 필요가 있냐고 말이죠. 주변에서도 교사면 나름 시간도 많은 직업인데 왜 굳이 그만두면서까지 하려고 하나는 이야기를 많이 들었습니다. 처음에는 저도 그런 생각을 안 했던 것은 아니었지만 생각이 바뀌게 되었습니다. 아직 저는 젊다고 생각을 하니까요. 그래서 막연히 다시 돌아갈 수 있을 것이라는 나이브한 기대나 가능성에 흔들리지 말고 내가 하고 싶은 일에 전념해야겠다는 생각을 했습니다.

그런데 막상 다가온 현실은 매우 괴로운 일이었습니다. 솔직히 올해 6월까지만 해도 수입이 거의 없었습니다. 기존에 벌어들인 돈만으로 하루하루를 버텼습니다. 하지만 하나의 작은 계기가 수익을 낼 수 있게 만들어줬고 제가 할 수 있는 일을 계속할 수 있게 됐습니다. 지금은 교사 시절의 수입보다 더 많은 수익을 내고 있습니다. 내가 하고 싶은 일을 할 수 있게 됐다는 행복감도 생겼고요.



▶ 퀘도 이제는 질문의 관점이 달라져야 할 것 같습니다. 과학쿠키님이 매우 겸손하게 말씀을 하셨지만, 사실 굉장히 성공적으로 자리를 잡은 크리에이터입니다. 유튜버는 단순히 영상을 찍어서 올리지만 크리에이터는 본인이 콘텐츠까지 직접 만드는 사람을 의미합니다.

교사를 그만두고 크리에이터라는 험난한 길을 가는 것이 아니라, 이제는 크리에이터라는 직업이 교사를 그만둘 수 있을 정도로 생활이 가능하고 가능성 있는 직업이 된 것입니다. 저는 아직도 이 분야의 가능성이 무궁무진하다고 생각합니다.

CJ E&M의 경우, 다이아 TV라는 플랫폼을 가지고 있는데 소속된 크리에이터만 1,500명 정도 됩니다. 그중에서 이미 수 백 명이 전업으로 활동하고 있습니다. 그리고 그중에 100만 명 이상 구독자를 보유한 크리에이터가 40명 정도 되는데 이분들 평균 수익만 10억 원이 넘습니다.

아직 과학크리에이터라고 해도 십만 명 이상의 구독자를 보유한 분은 제가 알기에 10명이 채 되지 않을 것입니다. 제가 봤을 때 과학쿠키님은 앞으로 더욱 성공할 가능성이 크고 그렇다면 지금 시점에 교사를 포기하고 크리에이터를 선택한 것이 훨씬 가능성 큰 판단이라고 생각하기 때문에 저는 그 결정을 지지하는 사람 중의 한 명입니다.

지금 이공계 출신의 과학자들이 본인의 전공을 살릴 수 있는 직업은 교수와 연구자밖에 없는 것이 현실입니다. 기업에서는 내가 양자역학을 공부했거나 끈 이론을 전공했다고 해도 전공을 살려 학술적인 연구를 하기가 쉽지 않습니다. 그런데 이 두 분야의 직업은 들어가기도 어렵고, 들어가도 엄청난 연봉을 받지 못합니다. 이런 상황에서 긴 시간을 들여 교수나 연구원을 준비하는 게 꼭 정답인지는 각자 생각이 다를 수 있을 것 같습니다.

저는 결국 한국과학창의재단에서 양성하고 있는 과학커뮤니케이터들을 비롯하여 사람들이 교수나 연구원이라는 직업 말고도 자신의 적성과 능력을 살릴 수 있는 새로운 직업이 창출되어야 한다고 생각하고, 여기에 장기적인 투자와 지원을 아끼지 말아야 한다고 생각합니다. 그리고 반가운 소식은 과거에는 성공모델이 없었지만, 이제는 과학쿠키님 같은 분들이 나오고 있다는 것입니다. 10년 후 과학커뮤니케이터들 중 외국의 브라이언 메이(Brian May, 영국의 음악가이자 천체물리학자), 닐 디그래스 타이슨(Niel deGrasse Tyson, 천체물리학자)같은 사람이 나와서 많은 돈도 벌고 대통령과 일대일로 식사도 하면서 과학이슈를 전해주는 일들이 이뤄질 것이라고 봅니다.



📢 미나니 저는 2014년 대학교에 입학했는데 바로 연구실로 들어가게 되었습니다. 그때 교수님께서 저에게 “항상 왜라는 의문을 가져라”라고 말씀하셨습니다. 그래서 연구를 할 때면 이 일이 왜, 어떻게 발생하는지, 균을 키우다 죽으면 ‘왜 죽지’를 생각했습니다. 그리고 이런 생각이 들면 저는 바로 논문을 찾아서 확인해야 직성이 풀립니다. 그런 작업을 계속하다 보니 직업병처럼 놀러 다니다가 아이폰 줄이 꼬이면 왜 꼬이는지, 영화를 보다가 헐크가 변신할 때 왜 바지가 찢어지지 않는지 같은 생각도 하게 되었고, 관련 자료들을 찾아보니 이런 것들을 소재로 한번 콘텐츠로 만들어 봐야겠다는 생각을 하게 되었습니다.

처음에는 블로그를 했었는데 글을 올리면 사람들은 많이 봐줬지만, 돈이 되는 건 아니었

습니다. 그런데 제 지인 중에 ‘채널 좀비왕’이라고 크리에이터들을 서포트 하는 친구가 있는데 유튜브 채널을 한번 만들어보라고 제안을 했고, 마침 그때가 유튜브가 한국에서 수입 창출에 대한 허가를 해줬던 시점이어서 활동을 시작하게 되었습니다.



☞ 윤호식 대학교에 입학하자마자 연구실에 들어간 이유는 무엇입니까?



☞ 미나니 제가 직접 교수님을 찾아가서 “연구하고 싶습니다”라고 얘기했습니다. 처음에는 교수님이 후회할 테니 다시 생각해보라고 돌려보내셨는데 다시 찾아가서 연구실에 들어가겠다고 말씀드렸더니 허락해 주셨습니다. 지금은 4학년 2학기라 학교에 가야 하지만 조기 취업자로 인정받아 회사로 출근을 하고 있습니다. 교육콘텐츠를 만드는 회사인데, 유튜버로 활동하고 있는 사실을 밝히고 지원을 했고 현재 유튜브에 교육콘텐츠들을 올리는 일을 하고 있습니다.

공중파와 1인 미디어 간의 콜라보 활발



☞ 이진우 그럼 미나니님은 다이아TV에도 소속이 되어 있고, 교육콘텐츠 회사도 다니시니, 투잡(Two Job)을 하고 계신 셈이네요. 다른 분들도 다른 플랫폼이나 기업들과도 함께 공동 작업들을 많이 하시나요?



☞ 과학쿠키 얼마 전에 KBS와 함께 특집다큐로 단위 재정지원과 관련된 촬영을 하게 되어서 바로 지난주에 프랑스에 다녀왔습니다. 프랑스 파리 베르사유에서 열린 제26차 국제도량형 총회에 직접 참가도 해봤고 제가 평소 꿈꿔왔던 현장에서 콘텐츠를 만들어 소개하고 싶다는 바람이 처음 현실화 된 순간이어서 감명 깊었습니다. KBS와 협업을 통해 저는 저 나름대로 크리에이터 활동을 하고 KBS는 제가 찍은 내용을 공유해서 다큐 제작에 활용하는 형태로 공동 작업을 했습니다. KBS에서도 시나리오나 레이아웃 없이 제 생각대로 자유롭게 활동할 수 있게 해주었습니다.



☞ 궤도 이런 경우도 박사님들이나 교수님들께 관련 취재를 부탁드리면 수락이 쉽지 않습니다. 직접 현장에서 발표하시는 분들은 발표 준비로 바쁘다고 거절하시는 경우가 많기 때문입니다. 그런데 과학크리에이터라는 직업을 가진 과학커뮤니케이터들은 굉장히 유연하게 그 상황에서 본인이 콘텐츠를 만들어냅니다. 지금 공중파에서도 이미 많은 유튜브 크리에이터들이 진출을 하고 있고 과학 분야도 분명 수요가 있을 것입니다. 이것은 새로운 강점을 갖고 있는 과학 커뮤니케이터들이 담당할 수 있는 부분이라고 생각합니다.



☞ 과학쿠키 저는 박사님이나 교수님들을 만나는 게 정말 좋습니다. 제가 촬영을 할 때는 사전에 “교수님, 요즘 트렌드는 이렇습니다” 하고 양해를 구합니다. 그리고 딱딱하게 앉

아서 대화하기보다는 저를 친한 동생이라고 생각해달라고도 하고 짧고 알기 쉽게 이야기를 해달라고 부탁을 드립니다. 이런 식으로 해서 콘텐츠를 차별화시키는 시도를 하고 있는데 실제 교수님이나 과학자분들도 좋아하시고 재미난 장면도 많이 나옵니다. 이번에도 비슷한 형태의 콘텐츠를 만족스럽게 만들었습니다. 이런 것들이 저에겐 행복입니다.



📣 미나니 올해 2월 개최되었던 평창동계올림픽에서 저는 과학기술정보통신부와 함께 ICT(정보통신기술) 올림픽을 소개하는 콘셉트로 영상을 만들었습니다. 그래서 참가국들의 올림픽하우스에 방문해 한국에서 어떤 ICT 기술을 이용하고 있고 어떻게 즐기고 있는지를 촬영했습니다. 그게 당시에는 제 이력 중 가장 큰 부분이었고, 회사에 지원할 때도 정부와 함께 콘텐츠를 만들었다고 하니 신뢰성 있게 봤던 것 같습니다. 이후 다른 곳과 콜라보 작품을 찍을 때도 많은 도움이 됐습니다.



📣 이진우 그저께, 제가 운영하는 ‘신과 함께’라는 팟캐스트에서 공개방송을 했습니다. 저는 경제 분야를 다루고 있는데 보통 포맷은 하나의 이슈에 대해 잘 아는 전문가를 한 분 모셔서 2시간 정도 이야기를 듣습니다. 웬지 2시간을 들으면 더 들을 내용이 없을 것 같은 데도 팟캐스트를 진행하다 보면 끝이 안 납니다. 그리고 놀라운 점은 생각보다 사람들이 많이 듣습니다.

이를 돌이켜 생각해보면 어떤 사건을 간단히 설명해 주거나 기승전결로 이야기해 주는 매체는 너무 많습니다. 어느 정도만 알아도 되는 사람도 많겠지만 그것으로 부족함을 느끼는 사람들은 그것을 채울 곳이 없는 것입니다.

공개방송 때 사전신청만 4,000명 정도 들어왔습니다. 저는 솔직히 말도 안 된다고 생각했었습니다. 아이돌 가수 공연도 아닌데 말이죠. 이유는 저도 여전히 잘 모르겠지만 뭔가 특별한 것이 있는 것 같습니다. 돈을 안 받고 하다 보니 선의를 베풀고 있다고 생각을 하시는 것도 같고, 아무튼 팟캐스트를 하다 보니 소위 말하는 팬덤이 생기기도 합니다. 비슷한 내용을 공중파 라디오에서도 하지만 거기서 느끼는 고정층과는 다른 느낌입니다.

예전에는 공중파라는 매체를 통하는 것이 신뢰성, 익숙함, 혹은 전파력 같은 개념이 있었습니다. 하지만 제 생각에는 오히려 요즘에는 전통 매체가 오히려 이런 것들이 핸디캡이 되고 디스카운트 되는 요인이 되는 것 같습니다. 앞으로 그만큼 판이 더 바뀔 것이라 생각하고, 생각보다 빨리 많은 미디어가 적응을 해야 하는 부분입니다.

“과학계 백종원 나타나야”... ‘스타 전략’ 필요



📣 윤호식 저도 아침마다 자차로 출근을 하다 보니 거의 매일 라디오를 듣게 됩니다. 이진우 기자님 프로그램도 자주 듣습니다. 수요자 관점에서 본다면 기본적으로 사람들은 돈

에 대한 욕망이 있고 어떤 방식으로 부를 축적할 것인가를 항상 고민하지만 사실 경제 관련 뉴스가 실질적인 도움이 되는 건 아닌 것 같습니다. 유사한 것이 스포츠 뉴스입니다. 그런데 반면 과학은 사람들의 욕망을 즉각적으로 채워주거나 유인을 할 만한 동기가 크게 없습니다. 그것이 똑같이 전문영역이지만 온라인 매체에서 과학과 경제 분야의 차이가 발생하는 이유가 아닐까요?



이진우 경제도 마찬가지였습니다. 10년 전, 제가 방송을 시작할 때만 해도 황무지였습니다. 물론 과학이 기본적인 의식주나 안전에 대한 욕구보다 앞서기는 어렵겠지만, 나를 둘러싼 자연이나 세계에 대한 호기심을 기본적으로 인간이 가진 욕구라고 생각합니다. 다만 이런 욕구들이 발현되려면 선행되어야 하는 조건들이 있을 텐데 그중 하나는 시장이 충분히 크냐는 것입니다.

또 하나는 스타가 생겨야 합니다. 우리가 요리에 관심을 가진 뒤에 백종원이라는 스타가 나타난 게 아니라, 백종원이 보여주는 모습이 재미있어 보이니까 요리에 관심을 두기 시작한 겁니다. 어쩔 수 없는 이치입니다. 숨어있는 영역은 누군가 스타가 나와서 끌어내 줘야 합니다.

결론적으로 사람들이 충분히 더 먹고살 만하고 문학과 여가 활동도 즐기면서 자연스럽게 과학에 대해서도 관심을 갖게 되는 시기를 기다리는 게 빠를 것인지, 아니면 과학계에서도 스타를 키워서 사람들을 끌어당기는 것이 빠를 것인지에 대한 선택과 전략이지만 저는 후자 쪽입니다.



과학쿠키 제가 하는 일이 정말 가치가 있는 일인지 자문해봤을 때 과학전문가 집단의 입장에서는 꼭 그렇지 않다는 생각을 할 수도 있을 것 같습니다. 제가 만약 첨단 분야를 연구하는 과학자라면 내 연구에서 성과를 내는 게 우선일 테니까요. 또 교사를 하던 분들도 아이들을 어떻게 잘 가르칠까를 더 고민할 것이고요. 때문에 과학문화 대중화나 확산을 위한 노력은 뭔가 뚜렷한 목표 의식이 있는 누군가가 나타나지 않는 이상은 힘들지 않겠냐는 생각에 동의합니다.

다만 시장 논리에 따르면 시장의 가치를 느끼기 위해서는 내가 얻을 수 있는 경제적 가치를 최우선으로 선택하고 따라가야 하는데, 저는 당장의 경제적 논리에 따르지 않고 제가 하는 일과 가치를 선택했습니다.

그러다 보니 오히려 시장이 있다는 것을 발견하게 되었고 제 활동을 지지해주고 도와주는 분들 덕분에 시장을 개척할 동력도 얻을 수 있었습니다. 다만 기존에 이미 잘 하고 있는 사람들은 굳이 필요성을 느끼지 않을 수도 있으므로 이런 점들이 과학대중화를 쉽게 이룰 수 없게 만드는 벽이라고는 생각합니다.

유튜버들의 BM(비즈니스 모델) 다양해지다



☞ 윤호식 화제를 조금 바꿔서 질문을 드러본다면 현재 1인 미디어들의 수익모델은 광고입니까?



☞ 과학쿠키 저의 경우에는 과학관이나 과학 관련 출판사, 국책연구기관 등에서 협찬 방송 등의 의뢰를 받고 있습니다. 기업과도 함께 일을 할 때가 있는데 그럴 때는 자신들이 소개하고 싶은 내용이 있고 이것을 설명하는 데 있어서 제가 방송하는 스타일처럼 해보고 싶다고 제안을 하는 편입니다. 저는 방송에서 직접 그린 손 그림을 활용하는데 이런 방식을 매력적으로 생각하는 것 같습니다.



☞ 괴도 협찬이나 콜라보 방송의 경우는 보통 구독자 수 보다는 콘텐츠 제작 건수로 계약을 합니다. 쿠키님의 비즈니스 모델은 광고 수입모델 다음 단계인 것 같습니다. 물론 영상 처음과 중간에 PPL 형태로 광고를 넣어 수익을 얻을 수도 있겠지만 최근에는 영상이 메인인 아니라 영상을 만드는 과정에서 다양하게 파생되는 결과물들이 있고, 그런 것들이 희소성이 인정되면 더 많은 수익이 창출되는 것 같습니다. 과학비즈니스 모델이 다양하지는 않지만 그럼에도 광고만이 주된 모델은 아닙니다.



☞ 과학쿠키 유튜버의 광고수익은 어떤 나라에서 구독하는가에 따라서도 다르고 단순히 조회 수에 국한되지 않습니다. 영상의 길이, 시청 시간, 영상 유입 인프라 등 이런 총체적인 구조를 유튜브가 딥마인드 인공지능(AI)을 통해 분석학 때문에 단순히 조회수당 얼마라고는 얘기하기 어려울 것 같습니다.

어떤 콘텐츠 먹히나... “포털에 나오지 않는 것들을 찾아라”



☞ 괴도 국내 유명 포털 사이트를 기준으로 했을 때 연예, 경제, 시사 쪽은 보통 10만, 많게는 100만 뷰가 넘습니다. 그런데 과학은 그나마 잘 팔린다는 콘텐츠들을 살펴보면 ‘얼음이 전자렌지에서 녹지 않는 이유?’ 같은 내용이 조회 수가 3만 정도 나옵니다. 아직 과학 콘텐츠에 대한 대중의 소비규모가 이 정도 수준인 것입니다. 때문에 우리가 앞으로 과학문화 확산을 위해 바뀌어야 하는 것은 특정 부분이 아니라 전 범위에 걸쳐 있습니다. 공급자와 수요자도 더 창출해야 하고, 중간에 연결할 커넥션도 만들어야 하는데 쉽게 할 수 있는 일도 아니고 시간도 필요합니다. 조금 전 나온 얘기처럼 스타 과학자가 나오거나 대중들의 취향에 맞춘 이슈를 더 많이 이끌어내야 합니다. 그리고 그 가능성은 오늘 모이신 분들처럼 과학 분야에서 활동 중인 크리에이터들이 큰 역할을 할 수 있을 것입니다.



☞ 이진우 오히려 분야로만 본다면 청소년들 이하 어린이들은 경제에 관심이 없는데요?



☞ 퀘도 어린이와 청소년 분야의 과학은 오히려 포화상태입니다. 이런 현상에 대해 저는 중·고등학교 시기가 과학문화의 데스밸리(Death Valley, 죽음의 계곡)라고 부릅니다. 여기에는 학부모들의 니즈가 반영된 결과인데 아이들에게 새로운 과학적 경험을 주려는 의도보다는 과학을 잘하면 나중에 훌륭한 의사나 판사가 되리라 생각하는 겁니다. 대부분의 학부모가 자신의 자녀를 과학자로 키워야겠다는 생각은 하지 않습니다. 그저 과학을 통해 머리를 자극하면 다 훌륭한 사람이 되지 않겠냐는 믿음이 더 원초적인 욕구입니다.

때문에 중·고등학교에서 과학을 도구적으로 접하고 흥미를 잃어버리게 되면 더 이상 과학은 내가 즐기는 콘텐츠가 아니라 나를 테스트하는 수단이 됩니다. 다시 말해 예전에는 공룡과 우주로 즐거웠는데 이제는 시험에 나오는 것이라는 생각이 강해지는 것입니다. 여기서 좌절을 겪게 되면 청소년들이 성인이 되어도 과학에는 손도 대지 않습니다. 그래서 저의 화두 역시 ‘어떻게 이들을 다시 끌어올 것인가’입니다. 제가 하고 있는 팟캐스트는 성인 대상이고 ‘사이언스 나이트 라이브’라는 성인 대상 과학공연도 있습니다. 예를 들어 어른도 야광 탱탱볼 만들어보고 싶어 체험장에서 줄을 서면, 앞뒤로 대여섯 살의 어린이들밖에 없습니다. 성인이 야광 탱탱볼을 만들려고 줄을 서 있는 모습 자체가, 우리에게는 낯설고 웃음거리가 되는 소재입니다.

이렇듯 우리나라의 성인들은 과학문화에서 소외돼 있습니다. 그래서 저는 과학대중화의 타겟을 성인들로 잡고, 그들이 무엇을 좋아하는지 계속 지켜보고 있습니다. 경제 분야에도 사실 과학이 많이 들어갑니다. 주식에 대한 것도 과학으로 얼마든지 연결할 수 있습니다. 하지만 현재는 솔루션이 그렇게 많지 않습니다. 그래서 제가 추구하는 모토는 ‘안 해본 모든 것을 하자’입니다. 그중에는 과학 크리에이터도 있고, 팟캐스트도 마찬가지입니다. 지금 해보지 않은 채널을 훑다 보면 살아남는 개미들이 있을 것이고, 결국 이들이 성인들을 위한 과학문화를 발전시켜 나갈 것입니다.



☞ 미나니 오늘 좌담회 주제 중에 과학커뮤니케이터나 크리에이터 양성을 위한 제안도 있었는데, 최근에 느낀 점이 하나 있습니다. 과학 유튜브 채널들이 늘어나는 것은 반가운 일이지만 사람들이 그 내용이 진짜인지, 아니면 가짜 정보인지 모르고 올리는 경우도 있는 것 같습니다. 제가 본 콘텐츠 중 우주 관련 영상이 있었는데 설명은 그럴듯하게 했지만 알고 보니 사실이 아니었습니다. 때문에 온라인 콘텐츠에 대해서 진짜와 가짜 정보를 판별할 수 있는 능력이나 근거를 찾는 방법을 알려주는 교육 시스템이 있으면 좋을 것 같습니다.




☞ 이진우 어떻게 사람들이 관심을 끄는 콘텐츠를 발굴할 수 있는지에 대해 제 경험을 하나 말씀드려볼까 합니다. 진행하는 라디오에 짧은 코너가 하나 있는데, 어떤 내용을 집어

넣을까 고민을 하다가 작가들과 회의를 통해 청취자들이 궁금해하는 질문을 우리가 받아서 풀어주는 취지의 코너를 기획하게 되었습니다.

저는 사실 PD의 제안에 네이버에 검색하면 다 나오는데 그런 질문들만 들어오면 어떻게 하나라는 걱정도 들었습니다. 예를 들어 ‘국민소득이 뭔가요’, ‘GDP(국내총생산)와 GNP(국민총생산)는 뭐가 다른가요’, ‘외환보유액이란 뭔가요’ 이런 것들이죠.

그런데 막상 질문을 받아보니 그런 게 아니더군요. 이를테면 동사무소에 가면 주민등록 등본수수료는 300원인데 왜 인감증명서는 800원인지 묻는 질문이 기억납니다. 어차피 컴퓨터로 검색하고 인쇄하는 방식은 같을 텐데 말이죠. 처음에는 이게 경제 이야기인가 싶었습니다. 그런데 곰곰이 생각해보니 경제라는 게 우리가 일상생활에서 먹고 사는 데 포함되는 모든 활동을 말하므로 당연히 이 질문도 경제활동입니다. 제가 너무 좁게 봤던 겁니다. 또 다른 질문으로는 판문점에 가면 형광등을 중앙에 두고 남쪽과 북쪽의 구역이 다른데 전기세는 어느 쪽이 내냐는 질문도 있었습니다. 이 질문에 답을 말씀드리면, 미군이 전기세를 냅니다.

이런 측면에서 과학에도 아마 이런 게 있을 겁니다. 얼마 전 우리 아이들이 저에게 “아빠 자석은 어떻게 만들어”라고 물었습니다. 자석은 철물점이나 문방구에서 사는 것이라고만 생각했지 한 번도 만들어보겠다는 생각을 해본 적이 없었습니다. 그래서 포털에 검색을 몰래 해봤는데 자철석에 강한 전류를 넣어 만든다는 답이 저는 궁금했던 게 아닌데 왜 자철석에 강한 전류를 넣고 만들어야 하는지에 대한 설명은 찾을 수가 없었습니다.

사람들이 결국 원하는 것은 포털 사이트에 안 나오는 지식입니다. ‘지금 공기청정기를 사려고 하는데 어떻게 사야 하나’ 이런 것들도 과학적으로 알려주면 좋을 것 같습니다. 

			
<p>이진우 팟캐스트 '신과 함께' 운영자 (구독자 수 37,919명, 팟빵 경제 분야 1위) MBC라디오 '손에 잡히는 경제' 진행자</p>	<p>궤도 팟캐스트 '과장참(과학으로 장난치는 게 창피해?)' 운영자 (구독자 수 6,163명, 팟빵 교육 및 기술 분야 4위) '페임랩코리아', '사이언스버스킹' 기획자</p>	<p>과학쿠키 유튜브 채널 '과학쿠키' 운영자 (구독자 수 114,897명, 누적조회수 5,061,298회)</p>	<p>미나니 유튜브 채널 '지식인 미나니' 운영자 (구독자 수 81,174명, 누적조회수 12,787,321회)</p>

* 구독자 수 및 조회수는 11월 말 기준