학술도서 출판 활성화를 위한 단상

이강재(서울대 중문학과 교수)

2019.09

이 글은 국내 학술도서 출판이 지금보다 훨씬 활발해져서 일반 독자의 높은 지적 욕구를 채워줄 수 있어야 하며, 이것이 궁극적으로 학술 발전, 더 나아가 국가 발전으로 이어질 수 있어야 한다는 생각에서 출발한다. 대학 내 연구자들의 학술 저·역서가 부족하다는 이야기는 어제오늘의 일이 아니다. 그러나 이는 개별 연구자에 따라 상황이 다르기도 하거니와, 원인과 해법에 대해서도 더더욱 많은 의견 차이가 있을 수 있기에 단편적으로 논할 사항은 아니다. 따라서 여기에서 말하는 내용 역시 나 자신의 경험과 생각에 의한 부분적인 진단일 수밖에 없다.

논문에만 매달리는 연구 풍토 개선되어야

매우 바쁜 일상을 보내야만 하는 대학 연구자들에게 긴 호흡이 요구되는 학술저서의 출판은 도전하기에 부담스럽다. 대학 내 강의와 학생 지도를 비롯한 교육은 물론 진로나 취업 지도에까지 나서야 하고, 행정 관련 업무에도 내몰리는 상황이기에 저·역서 출판에 힘을 쏟지 않는다고 탓할 수만은 없다.

또한 대학에 있는 연구자들은 자신의 연구 결과를 대부분 논문 형식으로 발표할 수밖에 없다. 대학에 따라 다르기는 하지만 대체로 임용, 승진, 재임용 등의 과정에서 논문은 평가의 절대적 기준이며, 때로는 논문 한 편이 한 권의 저술과 동등한 점수로 평가되기도 한다. 또 국가에서 시행 중인 대부분의 인문사회 분야 학술연구 지원 사업은 연구 성과를 '논문' 중심으로 발표하기를 요구한다. 일부 지원 사업의 경우 결과를 '저술' 형태로 발표하지만, 의무 사항은 아니며 사업을 수행하는 주체들이 자발적으로 행하는 것일 뿐이다.

그러다 보니 매년 수백 종의 학술지를 통해 양산되는 논문은 비록 학회의 심사와 검증을 거치더라도 실질적으로 질적 담보나 학문적 성과보다는 학회 논문집의 양적 기여, 지원 사업과 연구비 등의 의무 방어 혹은 연구 업적 평점에 주로 활용되는 것이 현실이다. 논문 중심의 연구 결과 발표는 논문을 접하고 활용할 수 있는 수요층이 학계의 일부 연구자에 국한되어 있다. 이 때문에 논문으로 발표된 연구 결과는 통상 세 명만 읽어본다는 자조적인 이야기까지 한다.

학술지 게재 논문의 심사위원이 대체로 세 명인 데서 나온 말인데, 때로는 심사위원 중 1인 정도는 논문을 제대로 읽지도 않고 평가점수를 주는 경우도 있기 때문에 심사위원 2인과 필자 1인을 합한 3인만 읽는 논문이라는 뜻이다. 이런 사정은 인문사회 분야 학술에 관심 있는 일반인들이 연구 결과물에 쉽게 접할 수 없게 만드는 요인이 되고 있다.

이런 이유에서, 학술저서를 제일 많이 쓸 것으로 예상되는 인문사회 분야 연구를 평가할 때 학술적 성격의 저·역서를 논문보다 높이 평가해주는 제도를 확립할 필요가 있다. 이미 한국연구재단에서는 대부분의 학술 저·역서를 논문 3편으로 평가해주고 있는데, 대학들도 적극적으로 수용할 필요가 있다. 단행본 서적을 낮게 평가하는 풍토는 과거 부실한 저·역서가 많았던 시기 책의 질적 수준에 대한 회의적 시각에서 비롯한 것이지만, 이제는 학술서를 좀 더 높게 평가해주는 풍토와 제도적 뒷받침이 필요하다.

학술서 보급에 국가의 노력이 필요하다

학술서를 쓰고자 할 때 닥치는 어려움 중에는 출판의 어려움도 포함된다. 문화체육관광부와 학술원의 우수학술도서 지원 사업이 있기는 하지만 이는 사후에 출판사를 통해 이루어지는 것이고, 선정 여부를 장담할 수 없는 상황에서는 판매 부진에 따른 적자를 감수할 출판사를 찾기가 쉽지 않다. 이 때문에 출판사가 일반인에게 인기를 끌만한 대중서 출판을 선호하고, 편집과 출판 과정의 난점과 판매 부진을 감수해야 하는 학술서를 꺼리는 것은 당연한 일이다.

따라서 학술서적 출판에는 국가의 역할이 필요하다. 가령, 도서관 진흥법 등의 법령을 통해 학술서로 지정된 도서에 대해서는 공공도서관의 구입을 의무화하는 방안이 있을 수 있다. 학계 연구자를 중심으로 학술도서의 범주를 설정해 지금 우수학술도서 지원 사업보다 훨씬 큰 규모로 학술서를 지정하고, 각 3백 권 정도씩 구입해준다면 출판사들도 중요한 가치를 갖는 학술도서 출판에 나설 가능성이 매우 크다.

최근 판매 부진으로 학술서적의 가격이 상당히 높게 책정되다 보니 개인 구매가 어려운 상황이라는 점, 반면에 지역마다 공공도서관은 잘 갖추어져 있다는 점을 감안하면, 공공도서관에 대한 학술도서 구입 예산과 제도적 뒷받침이 더해진다면 그것만으로도 학술서적 출판을 활성화시킬 수 있을 것이다.

학술서적 집필 지원에 대한 방식을 바꾸어야

또한 학술서를 집필하려는 저자에 대한 지원책도 중요하다. 현재 한국연구재단의 인문사회 분야 학술출판 관련 지원 사업으로는 〈저술출판지원사업〉과 〈명저번역지원사업〉이 있다. 저술출판 지원사업의 경우 학술서와 교양서로 나뉘는데 2017년을 기준으로 신규 및 계속 과제를 포함해 모두 571건(학술서 463건, 교양서 108건)이 지원되었고, 매년 평균 140편 내외의 저서가 발간되었다.(2018년 158권 발간)

지원 건수에 비해 출판 건수가 부족한 원인은 복합적이다. 신청자들이 연구계획서(출판계획 포함 저술계획서 A4 10쪽 이내)를 잘 작성해 지원 대상에는 선정됐으나 그 후 비교적 오랜 연구 기간을 거치는 동안 저술 활동은 부진해서 생긴 결과도 있지만, 최종 결과물이 출판부적합이나 지원중단 판정을 받는 경우가 다른 연구지원 사업에 비해 현저히 많은 것도 한 요인이다. 그렇다 보니 연도에 따라 사업이 일관성 없게 추진되는 경향이 있었고, 이는 그나마 저서 출판에 관심이 있던 연구자에게도 혼란을 주는 결과를 낳았다. 또한 이 때문에 2019년에는 신규 과제 지원조차 사라져 연구자들의 불만을 샀다.

부실한 서적 출판에 국가가 지원하는 것은 잘못이라는 판단에서 출판 평가에 엄정을 기하는 것은 옳은 일이다. 하지만 평가자 개인의 견해 차이 등이 반영되어 끝내 출판이 이뤄지지 않는다면 학술 연구의 발전을 위해서는 잘못된 일이다. 학술서적의 출판이 갖는 사회적 긍정 효과를 생각한다면, 저·역서의 수준이 일정 수준만 넘는다면 출판 과정 속에서 지속적인 수정이 가능하므로 우선 저자의 생각을 최대한 존중해 출판은 허용하되 이후의 평가는 학계에 의해 이루어지도록 하는 것이 더 타당하다.

또 저술 출판 지원에서 행정의 간소화와 연구자 편의를 우선시하는 것은 마땅히 필요하지만, 지원 선정 이후 결과보고서 제출까지 과정에서 과제를 관리하는 단계가 필요하다고 생각한다. 이는 행정 절차로서 중간보고서를 과하게 요구하자는 것이 아니다. 집필 내용을 저술 중간 단계에서 대중 강연과 연동하여 의무적으로 발표하도록 유도하는 것이다. 이는 학술서적이 출판되기 전에도 높은 수준의 독서를 해온 일반인의 관심을 유발하는 동시에 잠재적 독자층을 확보한다는 측면에서 출판 이후 보급에도 긍정적 효과가 기대된다. 저자에게는 출판의 시기를 놓치지 않도록 독려하는 효과도 있을 것이다.

번역지원 도서 선정은 장기적 청사진에 근거해야

명저번역 지원사업의 경우에도 새로운 접근이 요구된다. 이 사업은 1998년 〈동서양학술명저번역지원사업〉이라는 이름으로 시작되었는데, '학술성과의 세대 간 전수 지원', '이해하기 쉬운 동서양 명저 보급을 통해 고전에 대한 대중의 접근성 강화'라는 취지를 갖고 있으며, 2018년 말까지 719건이 지원되었다. 개인이 독자적으로 번역하고 출판사를 찾는 데 어려움이 있는 도서의 번역을 지원한다는 점에서 명저 번역에 일정한 성과를 거두었다고 평가할 만하다.

다만, 번역된 도서의 학술적 성과와 가치의 인식이 낮고, 막상 출간되더라도 방대한 분량에 가격이 높아 대중의 접근성은 별반 기대할 수 없다는 부정적 평가가 많다. 또한 도서 선정 과정에서도 '일반 연구자들의 추천도서(Bottom-up)를 대상으로 관련 학계 인사로 구성된 전문가 그룹의 검토 및 자문을 거쳐 확정(Top-Down)'하는 방식이라고는 하지만, 실질적으로는 연구자의 추천 과정에서부터 지나치게 주관적이거나 공신력이 떨어지는 면이 있다. 뿐만 아니라 장기적 안목의 도서 선정보다는 선정위원회의 학문 분야와 성향에 따른 단발적, 즉흥적 선정에 가깝다는 지적도 있다.

도서 선정에 관한 한 아예 새로운 시각으로 접근함으로써 해결점을 모색해볼 수 있을 것이다. 선정 위원을 매년 달리 구성하거나 장기적 계획 없이 산발적으로 지원하는 지금의 방식을 바꿔보는 것이다. 즉, 먼저 각 학문 분야별 학계와 전문가 집단이 참여한 국가 차원의 도서선정위원회를 구성하고, 중장기적인 학술연구의 발전을 위해 어떤 도서가 번역되어야 하는지에 대한 청사진을 만들어 진행하는 한편, 새로운 학문적 필요에서 근래에 출판된 서적이 번역되어야 한다면 위원회가 논의해서 추가하는 방식이면 될 것이다.

또한 번역에 오랜 시간이 필요한 중요한 대형 고전이 있다면, 한두 개인에게 맡기기보다 학회나 연구소 단위로 번역을 지원하는 방안도 포함될 수 있을 것이다. 명저번역 결과물의 평가에서도, 앞서 저술출판 지원사업 논의에서 언급한 것처럼, 결과물이 일정 수준을 넘어서면 우선 출판이 가능하도록 평가를 해주고 출판 이후 학계에 의해 평가가 이루어지도록 하는 것이 좋을 것이다.

우수한 학술서적 전문 출판사를 키워야

위에서 말한 몇 가지 국가적 지원 사업과 함께 좀 더 집중해서 고민해야 할 문제는 학술서 발간에서 출판사가 맡는 역할에 관한 것이다. 우리는 영국의 Oxford Clarendon 출판사나 미국의 Havard Loeb Classics, 독일의 De Gruyter 출판사와 Suhrkamp 출판사, 프랑스의 Belles Lettres 출판사와 같은 세계적인 학술서 출판사가 없다.

대학 출판사의 경우 그나마 상황이 좋다고 하는 서울대학교 출판문화원의 직원 수가 25명 정도인데, 이는 동경대의 50여 명, 북경대의 400여 명(박사급 170여 명 포함), 영국 옥스퍼드의 6천여 명에 비하면 너무나 적다. 물론 옥스퍼드대학 출판사는 상당수가 외국어 교재 관련 업무를 한다고 알려져 있기는 하지만, 그래도 학술서적 출판 인력을 우리와 비교하는 것 자체가 불가능할 정도다.

외국의 세계적으로 뛰어난 출판사의 경우, 우리와는 학술도서 시장 규모가 다르기 때문에 똑같은 잣대로 평가하기 어려운 측면이 있다. 하지만 우리나라 경제력이나 연구비 규모, 그리고 여기에 따르는 연구 역량이 이미 상당 부분 세계적 수준에 도달했다고 본다면, 이제는 그 정도로 우수한 학술서적 전문 출판사가 성장할 수 있는 방안을 강구해야 한다.

우리나라 학술서 편집은 '외주'에 의존하는 경우가 많기 때문에 제대로 된 학술적 성과를 기대하기는 어려운 점이 있다. 영미권 유수의 대학출판부나 유럽의 대표적인 학술출판사들의 운영 실태를 보면, 학술기획 단계부터 연동해서 연구자의 지적 작업을 초기 단계부터 공유하고 최종 결과물의 출판에 이르기까지 유기적인 체계가 갖추어져 있다.

그러나 국내 학술출판에서 출판사의 역할은 대부분 원고의 분야와 성격, 내용에 깊이 관여하기보다 편집디자인과 인쇄, 영업과 홍보 부분에 그치는 경우가 많다. 학술출판의 편집은 다양한 인문적 교양을 토대로 이루어지는 작업인 데 반해, 현재 출판사에 대한 연구자의 관계는 책을 납품하는 하청업체에 가깝다는 것이다.

이를 개선하기 위해서는 우선 국가의 연구지원 사업 중 학술출판 지원에 관한 한, 연구자 중심의 지원과 하청 개념의 출판 구조에서 벗어나야 하며, 학술 활동과 학술출판이 공동 협력해서 학술생태계를 복원할 수 있게 해야 한다. 가령, 학술서적 출판사가 기획에 참여하여 연구자의 저술 내용과 방향을 충분히 인식하고 책의 성격과 수준에 상응하는 도서 출간을 담당할 수 있도록 인쇄비 이외 편집지원비 혹은 편집 인력을 지원하는 시스템을 도입할 필요가 있다.

이러한 시스템이 구축될 경우 연구자와 출판사, 관리 기관이 삼위일체가 되어 학술출판 과정에서 학술편집의 기능과 지원이 강화되며, 이를 통해 학술도서의 질적 성장에 따른 학술출판문화 활성화도 기대할 수 있을 것이다. 연구자들 또한 출판에서 차지하는 학술편집의 기능과 중요성을 깨닫게 될 것이며, 출판사 역시 학계와 연동됨으로써 연구자들의 저술 활동에 더 큰 관심을 갖고 학술 기획에 능동적으로 참여할 수 있는 토대가 조성될 수 있다.

즉, 출판이 하청 개념이 아니라 학술 활동과 기획 단계부터 같이 움직여야 하는 핵심적 요소임을 인식하고, 학계나 출판계 모두 한 단계 성숙한 모습으로 변모할 수 있으며, 나아가 세계적인 학술서적을 출간할 수 있는 계기가 마련될 것이다. 이렇게 될 때 최근 진로에 대한 우려가 큰 인문사회 분야 학문후속세대가 석사 이상 과정을 마친 후 학술전문 출판사로 진출해 자신의 학문적 역량을 발휘하면서 전문 편집인으로 성장하는 길도 열릴 것으로 기대된다.

'등재 출판사' 제도 생각해볼 만하다

이와 관련하여 학술지 평가제도와 같이 각 학문분야별 '등재출판사' 제도를 통해 출판사를 체계적으로 지원하는 방안도 생각해볼 수 있다. 등재출판사로 선정될 경우 한국연구재단 등의 학술연구 지원기관과 협약하여 저술에 따른 기획, 편집, 인쇄 등의 전 과정에서 지원을 받도록 하는 한편, 등재출판사의 발행도서는 공공기관 등에서 우선 구입을 권장하여 학술출판을 활성화하는 환경을 제공하자는 것이다.

이때 등재출판사는 학술출판의 지원에서부터 출판물 생산 이후의 추적 관리에 이르기까지 일련의 지원에 따른 의무를 수행하고, 정기적인 평가를 받음으로써 보다 공신력 있는 학술출판사로 거듭날 수 있을 것이다. 등재출판사 제도를 통해 연구자는 저술의 분야 및 내용과 성격에 적합한 권위 있는 출판사와의 계약과 출판을 실현할 수 있으며, 공신력 있는 학술서적의 출간 기회를 제공받게 된다. 국가적으로는 학술출판의 성과 확산을 체계적으로 관리하며, 학술출판문화를 부흥시킴으로써 학술생태계 복원을 도모할 수 있게 된다.

전통적으로 서적을 통해 새로운 지식을 접했던 사람들은 이제 인터넷을 통해 더 쉽고 다양하게 많은 정보를 접할 수 있게 되었고, 서적의 존재 자체에 큰 의미를 두지 않으려는 경향이 커지고 있다. 그렇지만 학문연구의 결과가 기존의 방식이든 새로운 전자책 방식이든 출판으로 구현되지 않는다면 그것을 기반으로 만들어진 인터넷 내의 지식도 그 원천을 잃어버리게 되기 때문에 미래 사회에서도 학술도서의 출판은 여전히 중요한 가치를 가질 수밖에 없다. 또한 학술서의 출판은 학술생태계를 활성화하는 데에도 중요한 역할을 할 것이므로, 이를 단순히 출판 산업만의 문제로 볼 것이 아니라 학술연구의 발전을 위한 방안으로서 반드시 함께 논의해야할 것이다.

2019 스웨덴 예테보리 도서전 참관기

양지하 (한빛미디어 에디터)

2019.09

들어가며

이번 프로그램의 제목은 국제도서전 참관이었지만 세부 일정은 크게 예테보리 도서전과 오디오북 스타트업, 현지 도서관 방문, 세 갈래로 나뉘었습니다. 각각의 큰 축에 대한 심도 있는 분석과 성찰을 담은 정식 보고서는 추후 나올 예정이므로, 본 원고에서는 도서전에 대한 개략적인 소개와 개인적 소감을 정리하려 합니다.

출판계 종사자가 아니더라도 출판에 관심이 있거나 책을 좋아하는 사람이라면 익히 들어봤을 프랑크푸르트나 런던, 아니면 파리와 볼로냐 국제도서전에 대해서는 소식을 접할 수 있는 루트가 비교적 다양할 것 같습니다. 하지만 예테보리 도서전이라 하면 우선 지명부터 낯설어 '예테보리가 어디 있는 곳이지?', '뭔가 느낌적인 느낌으로 북유럽 같긴 한데 그중 어디…?'라는 질문으로 시작해(부끄럽지만 제가 그랬습니다) 가봤다는 사람을 찾기도 쉽지 않습니다. 실제로 도서전이 종료된 지금은 검색하면 관련 기사가 꽤 뜨지만, 한국출판문화산업진흥원 홈페이지의 프로그램에 지원할 당시만 해도 인터넷상에 자료가 많지 않았습니다. 올해 예테보리도서전에 한국이 주빈국으로 선정되지 않았다면 아마 지금도 여전히 그러지 않았을까 싶습니다.

도서전 메인홀_보이는 모습이 1층의 일부이고 2층을 포함해 만 평이 넘는 면적이 많은 사람들로 북적였다.(왼쪽), 다양한 행사가 개최되고 있는 부스 전경(오른쪽)

예테보리는 우리로 치면 규모나 위상 면에서 여러 모로 부산과 비슷한 스웨덴 제2의 도시입니다. 1985년부터 개최된 예테보리 도서전은 북유럽 최대 규모의 국제도서전입니다. 특히 올해는 스웨덴-대한민국의 수교 60주년을 기념해 한국이 주빈국으로 선정되어 국내 출판계의 관심이 높았습니다. 실제로 가보니 예상했던 것보다 전시장 규모도 훨씬 컸고 부스, 세미나 등 다채로운 이벤트가 곳곳에서 끊임없이 진행되어 꼼꼼히 보려면 전 일정인 4일 내내 봐도 부족할 것 같았습니다. (출발 전 필히 홍삼을 챙기라던 주변의 조언이 괜히 나온 게 아니었던 것이지요)

큰 규모 외에도 학술성과 대중성을 동시에 띠고 있는 게 예테보리 도서전의 두드러진 특징입니다. 출판사들의 부스 운영도 활발했지만 작가와 언론인, 학자들이 참여한 300여 개의 세미나와 워크숍이 중심 행사로 열려 학술성이 강하게 느껴졌습니다. 이는 작년부터 미디어 컨퍼런스 메그(Meg)와 미스터리 문학 축제인 크라임타임 예테보리(Crimetime Göteborg)가 예테보리 도서전의 포럼 부문으로 통합되면서 각 부문의 시상을 겸하게 된 영향도 큰 듯했습니다. 곳곳에 크고 작은 작가 관련 행사와 무료 강연도 많았지만, 400명 가까이 수용 가능한 대형 강연장 두 곳과 120명 정도가 입장할 수 있는 대형 세미나실 두 곳에서 쉴 틈 없이진행되는 유료 세미나에도 (적지 않은 금액임에도) 줄이 길게 늘어서 일반 독자와 언론, 출판업계 종사자 모두 상당히 진지하고 적극적으로 참여하고 있다는 인상을 받았습니다.

한참을 기다려야 했던 세미나 입장권 구매 줄. 무료 행사뿐 아니라 유료로 진행하는 세미나들도 대체로 참여가 활발했으나 특히 한강 작가와 진은영 시인의 세미나는 시작하기 훨씬 전부터 줄이 길게 늘어서 관심과 인기를 실감케 했다.(왼쪽), 키컬러인 오렌지와 헤드폰으로 꾸민 최대 규모 오디오북 회사인 스토리텔 부스(오른쪽)

주빈국인 한국을 테마로 제작된 리플렛
셀카봉을 들고 있는 깨알 같은 디테일이 돋보인다.

보니예르의 오디오북 자회사(스타트업)인 북비트 부스,
오디오북 무료체험권

북유럽 전반에 나타나는 특징인 장르물에 대한 높은 수요와 관심을 반영하듯 하퍼콜린스 노르딕, 노르스테츠, 보니예르 등 대형 출판사들도 로맨스와 범죄소설, 판타지 등 장르문학 브랜드 부스를 크게 배치하고 작가와의 이벤트를 활발하게 열고 있었습니다. 도서전 참관 외 이번 프로그램의 다른 한 축이었던 오디오북과 관련해 도서전 이전에 방문했던 스타트업 업체인 스토리텔과 북비트의 부스도 이곳에서 확인할 수 있었는데, 물성을 지니지 않은 매체 특성상 개별 타이틀보다는 자신들의 서비스 플랫폼 자체를 홍보하는 이벤트와 부스 구성이 돋보였습니다.

종이책의 경우 전반적으로 몇 권 이상을 사면 대폭 할인해주는 이벤트와 저자 관련 행사가 활발했습니다. 국가별로 차이는 있겠으나 유럽의 많은 국가들이 적용하는 도서정가제는 대체로 정가를 다시 책정해야 하는 우리와 달리 출간 후 일정 기간이 지나면 할인을 허용한다고 합니다. 손수레까지 가져와 잔뜩 책을 구입하는 사람들의 모습을 보며 도서정가제 실시 이전 서울국제도서전의 분위기가 떠올랐습니다.

한국관 전시와 세미나

대망의(?) 한국관은 전시장 정문을 기준으로 입구에 들어서자마자 보이는 곳에 설치되어 있었습니다. '인간과 인간성(Human&Humanity)'을 큰 테마로 '사회역사적 트라우마', '국가폭력', '난민과 휴머니즘', '기술문명과 포스트휴먼', '젠더와 노동', '시간의 공동체' 등 6개의 소주제를 내걸고, 66개의 검정색 의자와 관련 도서 131종을 마치 현대미술의 설치 작품처럼 전시해두었습니다. 스테이지는 바닥이 1도 기울어졌는데, 바로 의식하기는 어렵지만 왠지 모를 불편함을 느끼게 하는 이러한 형태로 '우리는 모두 운명의 경사에 놓인 불편한 의자에 앉아 있는 존재들'이라는 시인이자 건축가 함성호 작가의 컨셉을 구현했다고 합니다. 이곳에서 시간대별로 작가 좌담과 강연, 낭독 및 영상물 상영 등이 쉼 없이 진행되어 지나가던 사람들도 멈춰 서서 전시된 책들을 들여다보거나 의자에 앉아 참여하는 모습을 보였습니다.

사뭇 진지했던 한국관의 행사 외에도 도서전 곳곳에서 한국 음식 비빔밥을 소개하고 직접 판매하는 푸드코트와 김치의 제작과정을 알려주는 미니 전시 부스, 이욱정 PD의 요리 시연과 토크쇼 등 한국 문화를 보다 쉽고 친숙하게 여길 수 있게 하는 다양한 이벤트가 열려 큰 호응을 얻었습니다.

미세하게 기울어진 한국관 스테이지(왼쪽), 스테이지 주변에 전시된 주제별 도서들(오른쪽)

예테보리 도서전의 가장 큰 특징이자, 이번 참관에서 가장 중점을 둔 부분은 세미나 참석이었습니다. 아무래도 잘 모르는 스웨덴이나 다른 유럽 작가들의 작품보다는 한국 문학이나 사회현상에 관련된 주제들에 관심이 먼저 갔습니다. 그러나 관심 가는 세미나를 모두 들을 수는 없기에, 한강 작가와 진은영 시인이 패널로 참석한 〈사회-역사적 집단 트라우마(Social-Historical-Public Trauma)〉, 여러 국가의 저널리스트와 작가들의 열띤 토론이 이어졌던 〈우리에게 페미니즘이 필요한가? Do We Need Feminism?〉, 그리고 천관율 기자와 국제노동기구(ILO) 이상헌 국장, 라스 바고(Lars Vargo) 주한 스웨덴 대사의 좌담 형태로 진행된 〈한국 사회에서 인간의 조건(The Human Condition in Korean Society)〉의 세 개의 프로그램에 티켓을 구입해 참석했습니다. 세미나에 대한 상세한 내용 및 인사이트는 역시 도입부에서 언급한 보고서에서 확인할 수 있으니, 관심 있는 분들은 찾아보길 바라며 이 글에서는 개인적인 인상만을 간단히 정리하려 합니다.

우선 모든 세미나에서 공통적으로 아쉬웠던 부분은 다루는 주제에 비해 실질적인 진행 시간이 부족하다 보니(각각의 프로그램은 20분부터 길어야 45분 정도로배정되어 있었다) 매번 주제를 본격적으로 다루기도 전에 끝나버렸다는 점입니다. 예컨대 첫 번째 세미나는 한강 작가와 진은영 시인이 이민자 출신의 스웨덴 시인 아테나 페로크자드(Athena Farrokhzad)와 함께 개인적인 것과 정치적인 것이 분리될 수 없다는 동의로 시작해 광주민주화운동, 세월호 참사, 예테보리에서있었던 화재 사건 등 작품을 쓰게 된 계기가 되었던 각자의 경험을 이야기했습니다. 집단 트라우마는 국적과 시대를 초월해 누구나 공감할 수 있는 보편적인 주제였지만 막상 심도 있게 이야기가 시작되려던 찰나 예정된 시간이 끝나버렸습니다.

두 번째 세미나는 한국 사회나 작가와는 접점이 없었지만 우리보다 문화적으로 먼저 페미니즘 논의가 활발하게 전개된 문화권에서의 시각이나 문제의식이 궁금해 신청한 것이었습니다. 그런데 애초에 제목이 다소 광범위하긴 했으나 참석한 패널들 사이에 페미니즘의 정의나 남성성, '미투(Me Too)' 현상에 대한 전제조차 합의되지 않은 상태로 한 시간 가까이 각자의 입장만 주장하다 별다른 정리도 없이 허무하게 끝나버렸습니다. 이 경우는 시간이 부족한 탓도 있겠으나 애초에 토론 주제와 관련해 기본적인 준비가 되지 않았다는 인상이 강했습니다. 물론 유럽 내에서도 국가, 사회 성숙도 그리고 본인이 속한 집단에 따라 페미니즘에 대한 문제의식이나 남녀평등의 실현 정도가 상이하다는 건 흥미로웠습니다. 하지만 스크립트 수준으로 사전에 철저히 준비하는 게 보통인 한국식 발표와 토론에 익숙한 사람으로서 각각의 방법에 장단점은 있겠으나 지나치게 즉흥적으로 진행되는 듯한 토론 방식은 다소 생경하고 아쉬운 점이었습니다.

〈한국 사회에서 인간의 조건〉은 오히려 큰 기대 없이 들어갔다가 토론자들의 통찰력과 입담에 감탄한 프로그램이었습니다. 먼저 일본과 한국에서 오래 근무한 바고 대사가 『한국인의 정신(Korean State of Mind)』이라는 책에서 교육에 대한 한국인의 집착을 '한(恨)'과 '유교'라는 코드로 잡아냈습니다. 이어 천관율 기자가 한국의 급진적인 성장을 가능케 한 놀라운 수준의 인적 자원의 배경에는 낙오된 자들에 대한 배려나 대안이 없는 혹독한 경쟁과 사회적 불안이 자리하고 있고, 지금까지 해온 방식으로는 도저히 지속 가능하지 않기에 새로운 방법을 찾아야 한다는 점을 지적했습니다. 결국 한국인은 하나의 롤 모델로 스웨덴으로 대표되는 북유럽의 복지 모델을 선망하고 있는데, 여기에도 조금은 과대 포장된 측면이 있다는 게 토론의 흐름이었습니다. 한국이 스웨덴에 가지는 관심만큼이야 아니겠지만 스웨덴 또한 우리의 교육제도나 성취에 대해 관심을 가지고 있고, 각기 가진 문제나 해결 과제가 있다는 점에서 이후에도 곱씹어 생각해볼 지점이 많은 시간이었습니다.

세미나 사진

예테보리 도서전은 전반적으로 활기가 넘치면서도 진지하다는 인상이 강했습니다. 아무래도 회사 업무를 위한 출장을 간 게 아니다 보니 업계 종사자로서 실무적인 부분이나 깊이 있는 분석보다는 독자 내지 관객의 입장에서 쓴 가벼운 감상기가 된 것 같습니다. 하지만 업무 관련으로 간 것이 아니라서 오히려 전체적인 도서전의 분위기나 흐름을 보고 느끼는 데는 좋았던 것 같습니다. 그래서 저처럼 관심은 있지만 기회가 없어 가지 못한 분들에게 조금이나마 도움이 되길 바라는 마음

한국인으로서 도서전을 참관하며 들었던 소감은 제가 (저도 모르게) 과소평가했을 뿐 한국 문화와 한국 문학의 잠재력이 크다는 점이었습니다. 이곳에 오기 전 막연히 북유럽에서 한국의 존재감이 없을 거라 단정 지었는데, 제가 생각했던 것보다 한국에 대한 사람들의 관심과 이해도가 의외로 높았습니다. 물론 주빈국가라 더 그랬겠지만 도서전이 열렸던 예테보리 외의 지역에서도 서점과 쇼핑몰에 방탄소년단(BTS) 등 K-팝 관련 도서와 K-뷰티 코너가 따로 있는 것을 보고 내심 놀랐습니다. 바고 대사도 지적했듯 우리가 전 세계 유일의 분단국가라는 점, 그럼에도 불구하고 유례없는 성장을 이루었다는 점에서 한국에 대한 관심은 앞으로도

조금은 다른 이야기지만 '북유럽 최대 규모의 국제도서전'이라는 타이틀을 달고 있음에도 영어권자에 대한 주최 측의 배려는 다소 부족하다는 인상도 많이 받았습니다. 한국관은 세미나와 도서 소개를 담은 책자를 영어로 제작해 배포했지만, 도서전 자체에서 제작된 영어 버전의 공통 책자나 리플릿조차 없었고, 간단한 안내 외에는 스웨덴어가 대부분이었으며 일부 세미나 외에는 영어 통역도 제공되지 않았기 때문입니다. 과연 이것이 노벨상의 나라가 가진 힘인가, 아니면 자국의 언어를 보호하려는 자신감 있는 태도의 반영인가 싶어 한편으로는 부러운 마음도 살짝 들었습니다.

이번 기회에 알게 된 새로운 사실 하나는 놀랍게도 지금까지 스웨덴에 번역 출판된 한국 책은 33권에 불과하다는 것이었습니다. 노벨문학상의 조건 중 하나가 스웨덴어로 번역된 책이어야 한다는데, 해마다 이맘때쯤 되면 언론에서 그토록 노벨문학상을 언급하며 설레발을 치고 반짝 관심을 가지는 데 비해 초라할 만큼 적은 숫자입니다. 그동안은 아무래도 언어의 장벽으로 인해 직역보다는 영어로 소개된 타이틀을 다시 스웨덴어로 중역하는 경우가 대부분이었는데, 한국문학번역원의 지원과 한류의 영향으로 최근에 한국어를 배우는 사람과 판권에 대한 문의가 늘고 있는 추세라고 합니다.

물론 좋은 작품을 충실한 번역으로, 많은 언어권에 소개하려는 시도는 언제든 환영이지만 결국 가장 중요한 건 좋은 이야기와 콘텐츠가 가진 힘이 아닐까 싶습니다. 그런 면에서 보편적인 공감과 주제의식을 확보하면서도 우리만의 특별한 문화적 지형과 현재를 담아낸 훌륭한 작품이 많이 나오기를, 그래서 북유럽을 비롯한 여러 국제도서전에서 볼 수 있기를, 편집자 이전에 한 사람의 독자로서의 바람으로 글 마무리를 지어봅니다.

〈한국출판문화산업진흥원에서는 국제 경쟁력을 갖춘 글로벌 출판 인력을 양성하기 위해 '2019 글로벌 출판 전문인력 양성' 사업을 진행하고 있습니다.〉

양지하 (한빛미디어 에디터)

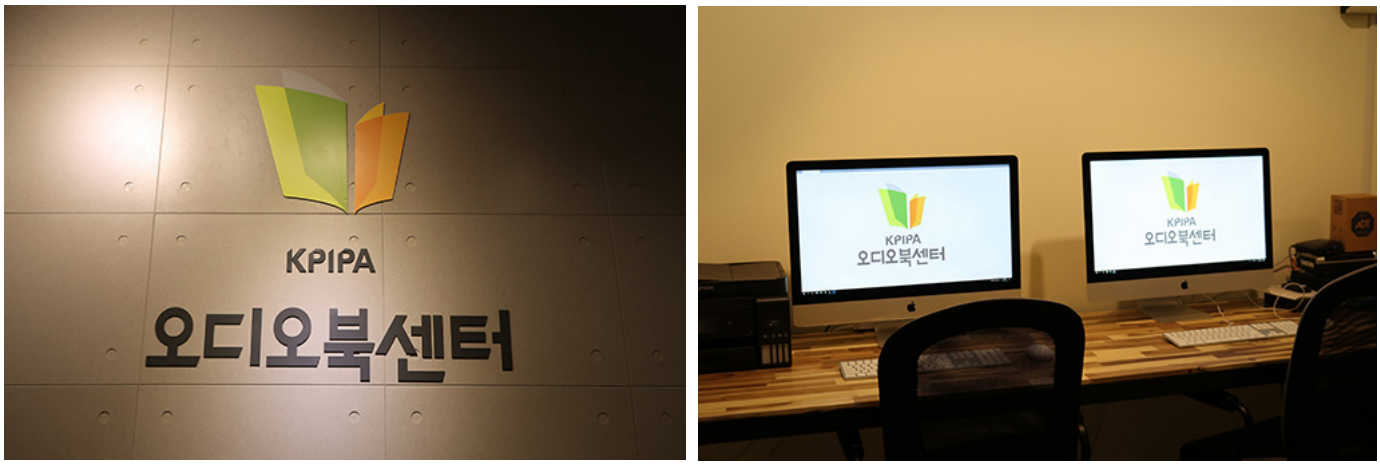
문학, 인문, 에세이, 학술서 등 다양한 분야를 거쳐 지금은 실용출판부에서 여행책을 만들고 있습니다. 관심사가 잡다하고 끈기가 없는 편이지만, 좋은 컨텐츠로 독자와 만나고 싶다는 마음만은 9년째 변함없이 이어가는 중입니다.

당인리 옆 광흥창 오디오북 발전소

강효진(한국출판문화산업진흥원 미래산업팀 주임)

2019.09

6호선 상수역에 당인리 발전소가 있다면, 한 정거장 이웃한 광흥창역에는 오디오북 발전소가 있다. 최근 빠른 성장세를 보이는 오디오북 산업에 '기름 같은 걸 끼얹는' KPIPA(한국출판문화산업진흥원) 오디오북센터가 바로 그곳이다. 마포구 토정로에 자리 잡은 한국출판콘텐츠센터 지하 73평 남짓한 이 공간은 원래 POD(Publish on Demand, 주문과 동시에 제작하는 출판 시스템) 인쇄업자들이 작업실로 사용하던 공간이었다. 인쇄기 몇 대가 덜컹덜컹 소리 내며 돌아갔을 이곳은 인쇄 장비들이 빠져나간 후에는 텅 비어 있었다. 그 뒤로 내내 적막이 감돌던 지하 1층에서는 이제 책 읽어주는 사람들의 목소리가 들린다. 한때는 있는 힘껏 종이책을 찍어내던 인쇄소가, 이제는 디지털북의 새로운 성장 동력인 오디오북 제작소로 탈바꿈한 모습을 보고 있노라면 감회가 새롭지 않을 수 없다.



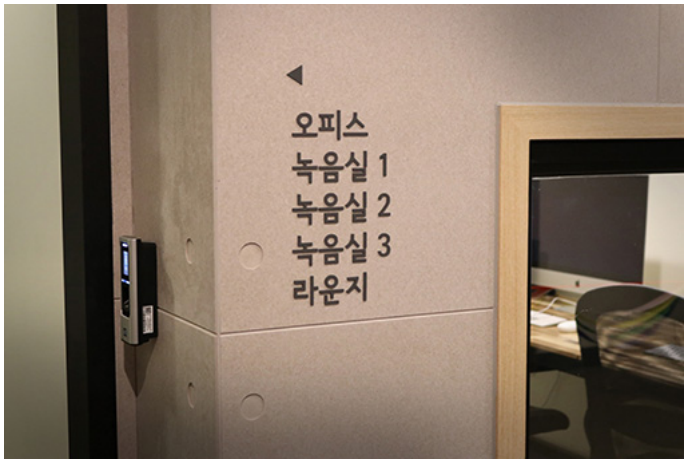
KPIPA 오디오북센터

오디오북은 눈으로 읽는 책이 아닌, 사람이 입으로 낭독한 것을 귀로 들을 수 있게 제작된 디지털 콘텐츠다. 아시다시피 바쁜 일상을 사는 현대인들은 눈으로 보는 책에서 점점 멀어지고 있다. 하지만 오디오북은 휴대전화나 재생기기만 있다면 일상 속 언제 어디서나 이용할 수 있다. 실제로 오디오북의 이용률을 보면 이동시간에 특히 높은 것으로 나온다. 출퇴근길 하루의 시작과 끝을 책과 함께한다는 것은 더할 나위 없이 즐거운 일이다. 비독서인구는 물론 책을 눈으로 읽기가 어려운 독서 취약 계층에게도 오디오북은 좋은 대안이 될 것이다.

KPIPA 오디오북센터가 문을 연 것도 그런 취지에서다. 출판사들의 오디오북 제작을 도와주는 한편, 오디오북 체험공간 '소리내음'을 통해 듣는 독서 문화를 넌지시 제안하고 있다. 이곳에서 하는 일은 크게 두 가지. 오디오북 제작 인프라 지원과 오디오북 제작인력 양성이다.

먼저 제작 인프라 지원부터 살펴보자. KPIPA 오디오북센터에서는 녹음 스튜디오와 장비를 대여해 오디오북을 녹음할 수 있다. 현재 1인 녹음 스튜디오와 편집부스 각 3실, 4~6인 녹음 스튜디오 1실, 녹음 스튜디오와 컨트롤 룸이 함께 있는 스튜디오 1실이 마련돼 있다. 장비는 애플 MAC PC와 Pro Tools을 사용한다. 이용 예약은 한국출판문화산업진흥원 전자출판지원센터 홈페이지(http://www.kdpub.org)를 통해 가능하다. 녹음 스튜디오를 무료로 대여할 수 있다면 출판사의 오디오북 제작비용 부담은 그만큼 줄어들 테고, 오디오북 시장의 높은 진입장벽 해소에도 조금이나마 도움이 될 수 있지 않을까 한다.

4~6인 녹음 스튜디오



컨트롤룸&녹음스튜디오 통합(오른쪽)

다음은 오디오북 제작인력 양성이다. 이를 위해 KPIPA 오디오북센터에서는 오디오북 제작에 관한 무상 교육 프로그램을 운영한다. 현재 오디오북 내레이터 강의와 오디오북 제작기술인력 교육이 개설되어 있으며, 앞으로 더 다양한 강의들을 속속 선보일 예정이다. 양질의 교육을 통해 오디오북 산업의 일자리를 창출하는 것은 물론, 오디오북 출판사와 제작사들이 활용할 수 있는 전문 인력풀을 구축하는 것이 목표다. 1차 교육은 4주 과정으로 지난 7월에 실시되었다. 2차 교육 수강생은 10월 중 홈페이지를 통해 모집할 예정이다.

휴게공간(오른쪽)

일제강점기였던 1929년에 당인리 발전소가 건설되면서 용산역과 당인리를 잇는 철도 '당인리선'이 깔렸다. 이 선로는 화력발전소의 주요 연료인 석탄을 실어 나르는 역할을 했는데, 70년대 즈음 이 기찻길을 따라 양옆으로 하나둘씩 오막살이들이 들어섰다. 이후 화력발전소의 연료가 석탄에서 LNG로 대체되면서 당인리선은 폐선됐지만, 그 주변의 건물들은 여전히 남아 지금 이 거리는 홍대 앞 '걷고 싶은 거리'가 되어 철길처럼 이어지고 있다.

철길이 사라져도 흔적은 남는다. 어릴 적 잠들기 전 머리맡에서 엄마가 읽어주던 동화책의 흔적처럼, 혹은 지직거리는 주파수를 세밀하게 맞추며 듣던 라디오의 흔적처럼, 오디오북은 오늘날 그것들의 또 다른 형태로 남아 우리 곁에 함께할 것이다. 물론 미래 출판산업의 떠오르는 주역이 될 것임에도 틀림없다. KPIPA 오디오북센터는 그런 오디오북을 만들고 듣는 출판사와 독자 사이를 잇는 기찻길의 간이역 같은 곳이 되었으면 한다.

〈한국출판문화산업진흥원에서는 오디오북 제작 인프라를 지원하고 오디오북 제작인력을 양성하기 위하여 'KPIPA 오디오북센터'를 운영하고 있습니다.〉

대학과 출판 : 『인류의 기원』 두 나라에서 출간하기까지

이상희(미국 캘리포니아 리버사이드 대학교 인류학 교수)

2019.09

'잡글이나 쓰는 교수…'
30년 전 학창 시절에 신문과 잡지에 기고하던 교수에게 하던 평가였다. 많은 사람이 읽고 싶어 하거나 읽어낼 수 있는 글을 쓰는 교수는 학자가 아니었다. 교양서적을 쓰는 교수는 학자로서 모자란 사람이라고 생각했다. 모름지기 학자란 고독한 연구 작업 끝에 풍부한 자료를 얻어 고급스러운 언어로 물샐틈없이 탄탄한 논리로 무장한 글을 쓰는 사람이었다. 그가 쓴 글은 같은 분야에서 박사 학위를 땄거나, 따려고 노력하고 있는 사람들만이 읽어낼 수 있어야 했다. 이삭과 쭉정이를 구별해 낼 수 있는, 인사이더와 아웃사이더를 구분해 낼 수 있는 글이어야 했다.

미국으로 유학 와서 교수로 자리를 잡은 후까지도 이 생각이 옳았음을 계속해서 확인할 수 있었다. 테뉴어(Tenure, 정년보장) 심사에서 실적으로 인정받는 책은 대학출판사에서 낸 책이어야 했다. 20권이 팔리면 많이 팔린다고 했다. 팔린 20권 중에 막상 읽히는 책은 10권 남짓이라는 자조적인 멘트가 오갔다. 테뉴어를 따기 전 조교수가 자주 듣는 조언은 "교과서는 쓰지 마라. 교양서적은 쓰지 마라."였다. 교과서나 교양서적은 테뉴어 심사에서 연구 성과로 쳐주지 않을 뿐 아니라 오히려 감점될 수도 있었다. 학자로서 실력을 의심받기 때문이었다. 블로그 또한 마찬가지였다.

그런 프레임 안에서 훈련받고 자리 잡은 나 역시 그런 류의 글을 쓸 생각은 조금도 없었다. 게다가 나는 글쓰기에 대해 심한 열등감이 있었다. 초중고등학교 시절 글짓기는 제일 하기 싫은 숙제였다. 박사 논문을 쓰는 생지옥의 시간을 견디면서 나는 내가 과연 학자의 자질이 있는지 의심스러웠다. 여하튼 논문은 쓸 수 있게 되었지만 말이다. 그런 내가 어찌어찌하여 《과학 동아》에 인류의 진화에 관한 글을 연재하게 되었다. 동료 학자들에게서 얕보일까 봐 알리지도 않았고 교수 평가 보고서에 넣지도 않았다.

그런데 의외의 결과가 나타났다. 사람들이 내 책을 읽고 좋아한다는 소리를 듣기 시작한 것이다. 인류의 진화라는 생소한 주제에 사람들이 관심을 갖기 시작했다는 것은 놀라운 일이었다. 무엇보다도 내 글을 읽고 반응을 보이는 사람들이 있다는 사실이 신기했다. 《과학 동아》에 연재했던 글을 모아서 책으로 내자는 제안을 받았을 때 크게 고민하지 않았다. 『인류의 기원』(사이언스북스, 2015)은 나오자마자 많은 관심을 받았다. 신문과 인터넷에 꾸준히 올라오는 서평들을 찾아 읽으면서 뜻하지 않게 보람도 느꼈다.

『인류의 기원』(사이언스북스, 2015)

영문판을 내자는 이야기를 들었을 때 나는 회의적이었고 큰 기대를 하지 않았다. 영어권에서 이런 주제의 책은 수없이 많이 출판되었을 것으로 생각했기 때문이다. 영문판을 낼 출판사를 섭외하기 위해서 『인류의 기원』에 실렸던 글 세 꼭지를 영어로 번역하고 책과 저자에 대한 소개문을 썼다. 영국의 노턴출판사(W. W. Norton)에게 책을 낼 용의가 있는지 떠보았다. 노턴은 이전에 내게 교과서를 내지 않겠냐고 제안을 했었던 출판사다. 물론 그때는 제안을 받고 일언지하에 거절했었다.

그런데 이번에는 내 쪽에서 먼저 그쪽에 접근해 인류의 진화에 관한 교양서적을 낼 생각이 있는지 타진하는 이메일을 보냈고, 노턴 쪽에서 호의적인 답장을 보내왔다. 2016년 봄에 노턴과 계약을 하면서 번역자 문제가 제기되었다. 나는 번역은 하지 않겠노라고 딱 잘라 말했다. 세 꼭지로 충분했다. 교양서적이 낮은 평가를 받는다면 번역서는 그보다도 더 낮은 평가를 받았다. 엄청난 시간과 노력이 들어갈 것이 뻔한데, 성과로서 인정도 받지 못한다면 당연히 손도 대기 싫었다. 노턴 쪽에서는 책을 영문으로 옮길 만한 번역가를 찾아달라고 했다. 게다가 영문 원고가 완성되면 내가 감수해줄 것을 요구했다.

공교롭게도 바로 그 무렵 한강의 맨부커상 수상 소식이 들려왔다. 한강의 소설을 영어로 옮긴 번역자는 한글 공부를 7년을 했다고 했다. 한글 소설을 영어로 옮기는 것도 그 정도로 힘든데 생소한 분야의 한글을 읽고 영어로 옮길 수 있는 사람을 구한다는 것은 아무리 생각해도 무리였다. 인류의 진화에 대한 글을 한글로 읽고 영문으로 번역할 만한 사람을 어디에서 찾는다는 말인가!

게다가 어찌어찌 그런 사람을 구한다고 해도 번역된 원고를 감수해야 한다니, 그 역시 보통 일이 아니었다. 남도 아닌 바로 나 자신이 쓴 글을 다른 사람이 영어로 번역해 놓은 것을 내가 다시 감수한다면 엄청난 시간과 노력을 들일 것이 뻔했다. 앓느니 죽는 것이 낫다는 말이 이럴 때 들어맞는지는 모르겠다. 결국, 나는 내가 번역하겠다고 나섰다.

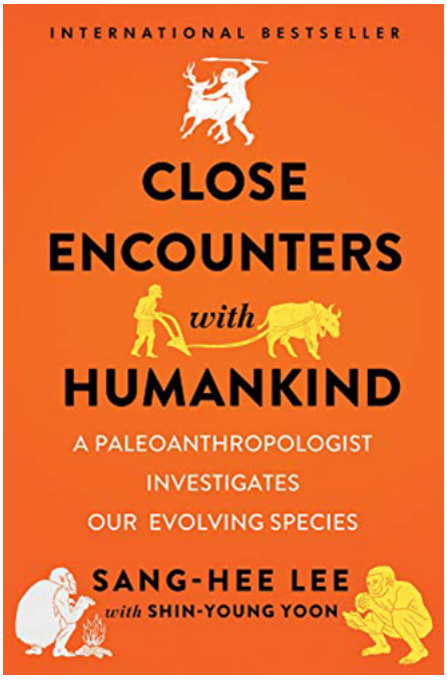
번역은 생각보다 어려웠다. 예상했던 어려움도 있었다. 『인류의 기원』 꼭지에는 호기심을 끌기기 위한 에피소드로 시작한 경우가 있다. 동요 '어머니의 은혜'라든가, 원숭이 엉덩이는 빨개, 농자천하지대본 같은 한국적인 에피소드는 순전히 독자들의 관심을 끌기 위한 글이었는데 영어로 옮기면 주석을 달아야 했다. 하지만 주석으로까지 읽게 할 만한 에피소드는 아니었다. 호기심을 끌기 위한 에피소드에 주석까지 달면 독자들은 관심을 갖는 게 아니라 오히려 외면할 것 같았다. 그래서 과감하게 뺐다.

예상하지 못했던 어려움도 있었다. 『인류의 기원』 한글판은 2012-2013년 《과학 동아》에 연재했던 글들이었다. 2016년이 되면서 이미 최신 정보가 아닌 경우가 있었다. 내용을 업데이트했다. 그렇게 반년에 걸친 번역 작업을 마치고 2016년 9월에 원고를 보냈다. 이로써 다 끝난 줄 알았는데 다시 새로운 과정이 시작되었다.

담당 편집자와 편집 작업이 시작된 것이다. 편집자는 6개월 동안 내용을 편집했다. 한국어로는 부드러운 전개였지만 영어로는 어색한 부분들에 대해 문제를 제기했다. 몇 군데는 한국어 독자에게는 필요한 설명이지만 영어권 독자에게는 불필요하므로 뺄 것을 제안했다. 반대로 설명을 붙여야 하는 곳도 있었다. 나도 몰랐던 상습적으로 오용되는 영어 표현을 교정받기도 했다. 예상보다 힘들었지만 매우 도움이 되는 과정이었다. 2017년 봄, 드디어 편집이 끝났다.

이로써 다 끝난 줄 알았는데 다시 새로운 과정이 시작되었다. 교열 편집자와 교열 작업을 할 차례였다. 교열 편집자는 오탈자 교정을 중심으로 편집했지만, 가끔 문법이나 내용이 명확하지 않은 부분에 대해 피드백을 주기도 했다. 이 모든 과정을 거치면서 내 책은 점점 번역판이 아니게 되었다. 깔끔하고 매끄러운 책으로 다시 태어난 셈이다.

교열 편집이 한창 진행되던 2017년 여름에 책 제목과 표지 안이 나왔다. 출판사 편집부에서 책 제목으로 제안한 'Close Encounters with Mankind(인류와 가까운 만남)'는 마음에 들었지만, 'mankind'라는 용어가 마음에 걸렸다. mankind는 남성이 아닌, 인간이라는 뜻의 보통명사라는 사실을 모르지 않았다. 그러나 남성이 아닌 인간이라는 보통명사로 쓰인다고 하면서도, 막상 실제 내용은 남성이라는 비판은 역사학에서 첨예하게 제기되어왔다. 학계에서는 점점 퇴출되고 있는 말이었지만, 일반 교양서적으로 내는 책에는 mankind라는 표현이 독자 눈높이에 맞을 수도 있었다. 며칠 고민하다가 밑져야 본전이라는 생각으로 'Mankind'를 'Humankind'로 바꿔 달라고 요청했다. 의외로 출판사에서 선선히 수락했다.



『Close Encounters with Humankind』

내친 김에 사실 마음속에 걸리던 문제를 하나 더 제기했다. 2015년 9월 처음으로 출간된 『인류의 기원』에는 고인류를 묘사하는 그림 대부분이 남성으로 표현되어 있었다. 여성이 등장하는 그림은 몇 개 없었다. 빨래를 하거나 아이를 안고 있는 그림이 전부였다. 당시에는 이왕 책이 그렇게 나왔으니 어쩔 수 없다고 생각했다. 인류에 관한 보편적인 이야기인데 여자, 남자를 굳이 가를 필요가 없다고 애써 자신을 설득했다. 게다가 여자의 모습이 어땠는지 알 수도 없지 않은가.

하지만 'Mankind' 대신 'Humankind'로 써 달라는 요구가 받아들여진 김에 이때다 싶었다. 앞서 말한 그림들도 모두 빼 달라고 요구했다. 노턴 측에서는 그림들의 느낌이 좋은데 왜 빼고 싶으냐고 물어왔다. 나는 남성 편향적인 그림이 불편하다고 말했다. 그러자 노턴 측에서는 여성이 등장하는 그림을 더 그려 올 수 있느냐고 물었다. 사이언스북스 측에서도 흔쾌히 그림을 다시 그리겠다는 답과 함께 한국어판 10쇄에는 젠더 감수성을 반영한 새로운 그림을 넣겠다고 알려왔다.

막상 그림을 새롭게 그리는 작업은 생각처럼 쉽지 않았다. 여성이 그려진 고인류 그림은 흔치 않아서, 일러스트레이터가 참조할 만한 자료가 많지 않았다. 여성이 나오는 몇 안 되는 그림은 동굴 속에서 아이를 안고 있거나 불 옆에서 고기를 굽거나 옷을 만드는 등 살림하는 장면 위주였다. 결국, 그림을 다시 그리기보다는 차라리 『인류의 기원』에 나와 있던 기존 그림 중 몇 개를 여성으로 바꾸기로 했다. 석기를 만들고 사냥을 하고 땅을 가는 모습을 여자로 그려 달라고 부탁했다. 완성된 그림은 한 장 한 장 모두 마음에 들었다. 나는 중요한 교훈을 얻었다. 글만큼 그림도 중요했고, 내가 신경 쓰고 정성을 들여야 할 부분이었다.

『인류의 기원』 다음에 쓴 책 『이상희 선생님이 들려주는 인류 이야기』(우리학교, 2018)에서는 시작부터 의견을 분명히 표했다. 그림에 대한 의견을 낼 권리를 받았다. 삽화 경험은 내게 다음 연구 주제의 영감을 주었다. 선사시대 여성이 대중의 상상 속에서 어떻게 그려지고 있는지 알아보게 된 것이다. 대학원 학생과 함께 연구를 시작했다. 인터넷에서 검색해 본 결과 선사시대 사람 중 남성 수가 여성보다 두 배 이상 많게 그려져 있었다.

수적으로 많을 뿐 아니라 하는 일 역시 달랐다. 남성은 동물을 사냥하거나 벽화를 그리거나 돌을 깨서 도구를 만드는 장면에 등장했다. 여성은 아이와 함께 있는 장면이 많았다. 이런 조사 결과를 여성주의적인 관점에서 해석해 논문집에다 실었다. 그리고 지도자급에 있는 여성 리더십에 대한 연구도 논문으로 발표했다.

'인류의 기원' 프로젝트는 인류의 진화에 관해 내가 가지고 있는 전문 지식을 대중을 위해 풀어쓴다는 입장에서 시작했다. 연구자로서, 학자로서 나의 경력에는 별 도움이 되지 않을 것으로 생각했던 대중을 위한 저술 활동은 내게 새로운 연구 주제에 대한 영감을 주었다. 인류의 기원과 함께 진화사 속의 여성, 현재 내가 살고 있는 사회의 여성, 그리고 여성으로서 나 자신의 정체성에 대해 눈을 뜨게 되었다. 감사하다.

대학과 저자의 실종

현상철(성균관대출판부 기획팀장)

2019.09

책 쓰는 사람

'책 읽는 이'의 실종을 이야기한다. 비단 출판계에 국한되지 않고 사회 · 문화계 전체가 문제의식을 공유하는 듯하다. 그로 인한 위기감은 각계의 실존과 직결되므로, 이보다 더 중요한 게 있을 수 없다. 독자를 끌어들이고 붙잡아두려는 대책이 각 주체별로 쏟아진다. 기발하기도 하고 비장하기도 하다. 그런데 여기서 질문, 그러면 '책 쓰는 이들'은 무탈한가?

누구나 작가가 될 수 있다는 시대에 이게 무슨 소린가 싶다. 특별히 이수해야 할 과정이나 통과해야 할 관문 없이도, 마음만 먹으면 책에 자기 이름 새기는 방법을 찾을 수 있는 세상이다. 게다가 불황이라면서도 신규 등록하는 출판사 숫자는 해마다 는다는데, 그 많은 사장님들은 어디 믿는 구석이 있어 자신을 대표로 세웠을까. 탈은커녕 책을 쓰고 만드는 이들은 그 욕망에 비례해 증식 중이다.

하지만 이런 분위기마저 비켜간 듯, 책 쓰는 작가에게도 실종이란 존재의 레테르가 전혀 어색하지 않은 공간이 되어가는 곳이 있다(물론 이는 필자의 매우 주관적인 인상과 판단에 의거한다). 필자가 책을 만들며 살아가는 이곳, 이름하여 21세기 한국의 대학이다. 필자는 이곳에 15년쯤 편집자로 있다.

권위부터 자조까지

굳이 먼저 고백하지만, 필자는 미디어 환경 변화에 기민하게 대처하면서 미래의 책을 예측하는 쪽이라기보다 인문주의와 동행해온 전통적인 책의 소명에 여전히 경사되어 있는 쪽이다. 좀 더 아재처럼 말한다면, 지금은 사라지고 없는 종로서적 몇 층이던가에 한쪽 벽면을 꽉 채우고 서 있던 각 대학(출판부)별 서가를 그리워하는 쪽 말이다.

어감 탓일까. 왠지 이곳에서 책을 쓰는 이들—이른바 지식인이라 불렸던, 연구자 개인 혹은 집단—에겐 작가(writer)보단 저자(author)라는 호칭이 더 익숙하고 어울려 보였다. 남다른 수련 과정과 어려운 관문들을 통과해야만 했다고 여겨지기에, 그들 자체에 주어지고 그들의 소산에 매겨지던 권위(authority)가 정당하다 여겨져서다. 그것은 오랜 시간 학자라는 소명의식 속에 양심을 지키며 연구에 매진해온 결과, 자연스럽게 성취되는 것이었다. 사회가 대학과 이들에게 비교적 높은 기대를 품어온 것도 이런 이유에서였다.

하지만 사실 『포스트모던적 조건』(1979)에서 리오타르가 '지식-본질'이 '정보-수량'으로 변형되는 정보화 사회에선 지식이 시장의 상품처럼 생산 · 소비되는 징후를 포착해내고, 고전적인 지식인의 종언까지 언급해버린 것이 이미 40년 전이다. 그의 말마따나 세상의 거대한—메타적인—이야기들은 차례차례 붕괴했고, 인간의 삶은 이젠 잘게 부서진 채로 회자될 뿐이다. 더 이상 "지식은 교화적 가치(…)에 따라 확산되지 않"으며, 계몽시대의 백과전서마저도 누구나 접근 가능한 거대한 데이터베이스로 변환되었다.

자연스럽게 지식은 정보라는 다른 호칭과 캐릭터를 부여받고서 다양한 방식으로 출납되거나 거래되기 시작했다. 그 결과, 예컨대 과거 지식의 주된 전유자이자 발신자였던 대학교수 등의 식자 집단은 특정 데이터베이스의 접속구 앞에서 게이트키핑(gate keeping)을 담당하는 지식의 전달자쯤으로 그 위상이 변해버렸다. 당연히 교환가치나 그 매개자 정도에 권위란 게 매겨질 수는 없었다.

실제로 한국 대학 내 지식인들도 어느 시점부턴가 '○○학자'를 대신해 사용되던, '△△전문가'라는 다소 기능적인 호명에 전혀 거부감을 느끼지 않는 듯하다. 그들은 저 거대한 데이터베이스에 자신의 전공—전문성—이 감당할 수 있는 영역을 설정하고, 그로부터 소환되는 신뢰도 높은 정보만을 활용해 이른바 탈 없는 업적을 생산하는 데 만족하는 것처럼 보였다.

아시다시피 이 업적에 최적화된 장르가 바로 학술논문이었다. 정형화된 형식에 제한된 분량으로, 주로 시한이 정해진 소기의 목적을 달성하기 위해, 깊이를 강요함으로써 대중과 멀어지는 전문성을 고취한 이 장르는, 그러나 특별한 몇몇 사례들을 제외하고는 대부분 그들만의 리그에서 사용되는 전공자들끼리의 소통수단 차원을 넘어서지 못했다. 필자 주변에선 아직도 가끔씩 학회지 수록 논문들의 독자는 단 2인—투고자와 심사자—뿐이라는 자조 섞인 목소리가 들려오곤 한다. 확산을 기대해야 할 깊이 있는 연구결과가 학계 자체의 파편화를 보여주는 증거로 연결되어버리는 이 사태는 어떻게 설명해야 할까?

논문에서 저서로

필자는 지금—연구자들이 여러 가지 이유들로 매여 있거나 도리어 안존하고 있다는—학술논문의 한계에 주목하려는 게 아니다. 그와 반대로 필자는 역할 상, 장기적인 구상 하에 시차를 두고 연구 · 발표된 논문들을 체계적으로 재구성함으로써 총체적인 저술을 기획하는 연구자들의 시도를 자주 접하곤 한다(경험으로 미루어보건대, 연구자들은 곧장 저서 집필로 진입하는 경우보다 투고를 통해 검증 · 보충 받은 논문들을 차근차근 저서로 수렴하는 경우가 실제로도—현실적으로도—월등히 많다).

이는 마치 주춧돌이 놓이고, 골조와 벽체가 세워지며, 들보와 지붕이 앉으면서 집체가 축조되어가는 방식과 같아서, 이때 연구자들은 앞서 언급했듯이 고립된 수단으로만 기능하던 논문들을 보다 완성도 높은 연구의 부문별 · 단계별 기초로 활용한다. 그 자체로 완결적이면서도, 이렇게 총체적인 저술을 지향하며 언제든 해체-재구축되는 집중력 높은 수고를 회피하지 않는 학술논문의 밀알 같은 '순기능'은 학계의 파편화 우려를 충분히 불식시킬 수 있다. 판단건대 바로 이렇게 자연스럽고 당연한 시도와 과정이 권위를 얻으며 연구자가 저자로 변신해가는 '실질적인 경로'가 되는 것이리라.

물론 이 경로엔 기본적으로 구축 · 확보 · 대비해야 할 것들이 많다고 생각한다(권위의 달성은 그리 호락호락한 일이 아닐 것이다). 이를테면, 논문(꼭지 글)에서 저서로의 지향 계획이 체계적으로 담긴 설계도라든가, 개별 단위로 진행되던 각 부문 연구결과들의 안정적이고 조화로운 결합, 그리고 쫓기지 않으면서 이 지난한 작업을 완수할 수 있는 충분한 시간 등이 먼저 떠오른다. 또한 연구자들도 일개 생활인인 이상, 그들이 실존적으로 관여된 모든 세계의 여건들이 여기에 개입할 수 있다.

석연찮은 알리바이?

필자는 진단을 의뢰받은 "사회의 지식생산 거점인 대학과 잠재적 고급 저자인 교수의 출판 기여가 왜 부진한가"라는 주제를 두고, '대학에서 책을 쓰는 저자의 실종'이란 문제의식을 설정했다. 구조조정의 풍문이 예사스러워질 만큼 대학의 교수인력은 포화상태고, 이젠 아예 고정된 사회문제로 인식될 만큼 석 · 박사급 이상 고급 연구요원들의 공급 역시 과잉이라는데, 이 넘쳐나는 연구 인력은 왜 해당 전문가에서 권위 있는 저자로의 변신을 꾀하지 않는 걸까? 잠재 저자의 증가와 실질 저자의 감소라는, 이 역설적인 비대칭 상황은 또 어떻게 설명해야 할까?

대학에 있다 보니 오고가며 마주치는 분들이 교수요, 강사요, 연구원 등의 연구자들이다. 안부치레 끝에 "선생님, 요새 어떤 재미난 주제에 매달려 계신가요? 기회 닿으면 책 한 권 쓰시죠?"라는 채근이 일상적인 편이다. 그러면, 개인적인 경험치를 종합해보건대, 선생님들 대개는—전부는 아니었다—흥미진진 현재 관심분야에 대해 열변을 이어가다 '책'이란 단어 앞에서 길게 한번 호흡을 바꾼 뒤, 짧은 대답 몇 마디로 국면 전환을 시도하곤 했다. 대답은 크게 이런 갈래였다. "책 쓰는 게 어디 쉽나요?"(현실 인식 형), "요새 누가 책을 읽나요?"(동기 부족 형), "바빠서요."(사태 외면 형) 중요한 일임을 알지만, 그 소임에 자신의 부재를 합리화하려는 알리바이… 석연찮다.

상황은 이렇다. 대학 내 전문 연구진의 학문적 총화와 연구의 결산이라 요약할 수 있는 책 쓰기. 이는 말마따나 체계적인 연구 설계도는 물론, 장기간에 걸쳐 실행 · 구축되는 여러 연구 단위들의 완성도 높은 결합이 선행되어야 하는 강도 높은 작업이다. 더구나 그 결과물 또한 경색된 채 회복을 모르는 출판시장의 심판—판매—까지 받아야 한단다. 무엇보다 이 일은 여전히 대학 안에서 저술과 번역에 대한 업적 평가 인식이 그리 충분치 않은 상황에서 한 전문가가 금쪽같은 자기 절대 시간을 별도로 할애해야만 추진 가능한 지난한 사업이 되어버렸다는 의미다.

뿐인가. 연구자들을 휘감고 있는, 그들이 대학 안에서 연구 외로 수행해야 할 책무 가운데 하나인 교육의 현장 분위기 역시 만만치 않은 형편이다. 아시다시피 대학의 교육기능은 수험 · 취업 · 스펙 등 당면 현실 대처에 급급한 채 강력한 실용 드라이브에 포획된 지 오래되었다. 이에 발맞춰 기본 소양을 쌓고 생각의 근육을 단련시키는 데 기여하던 기존 강좌들—특히 인문 · 사회 · 이학 · 순수예술—은 축소되거나 기능화하거나 (하향) 패턴화되었다.

그마나 통합 개설된 교양강좌엔 어느새—기본 소통마저 난감한—외국 유학생들이 일정 비율 이상이다. 어느 눈높이에서 어떤 방식으로 수업을 이끌고 가야 할지 모르겠다는 교수자들과, 정말 교양을 쌓고 싶어 차라리 대학 밖으로 나선다는 학생들이 목격된 지도 오래되었다. 거기다 논란 끝에 개정된 고등교육법—강사법—은 다시 논란의 소지를 안은 채 실행되어선—시행 첫 학기라곤 하지만 벌써부터—누군가에겐 절망(해고)을, 누군가에겐 피로(수업시수 가중)를, 또 누군가에겐 피해(분반 축소 · 통폐합에 따른 수강 선택권 제한)를 낳고 있다.

이런 가운데 강의실에서 혼쭐이 빠지고 나면, 연구자들은 책 쓸 용기는커녕, 쓰고 싶다던 욕망의 한 가닥조차 다시 기어들어갈 판국이다. 앞서 필자가 대학에서 책을 쓰는 데 권위부터 소환해내고 학자적 소명 운운한 까닭은 그렇게라도 명분을 강조하지 않으면 급기야 이곳에서 책 쓰는 사람의 실종, 나아가 멸종까지 가능하리란 위기의식의 발로였다는 게 솔직한 고백이겠다.

학술기획총서를 모색하다가

사실이 그랬다. 지난 2015년부터 모종의 계획 하에 학술기획총서를 모색하면서 조금은 더 격식을 갖춰 여러 예비 저자들과 면담한 결과가 그러했다. 그때 필자는 책 안 읽는 독자의 문제보다 책 쓸 필요를 느끼지 못하는 저자의 토로에 더욱 집중할 필요를 느꼈다.

기본적으로 그들은 대학 연구자들의 저서 및 저술 활동의 중요성에는 대부분 동의했다. 그것은 국가 또는 (기업을 포함한) 사회가 막대한 '공공 재정'을 투입한 한국 대학의 인프라가 이 세상의 밑그림을 그리고 토대를 구축함으로써 다시 사회로 결과물을 환원하는 공적 작업의 일환이었다. 저자 개인의 권위가 대학 전체의 권위를 다시 도모하는 구도다.

상업 출판사 임직원이 함께했다면 참 답답해 할 노릇이었겠지만, 그들 대부분은 유통되는 책의 외피를 입고 탄생함에도 자기 결과물들의 시장성에는 별로 관심을 보이지 않았다(사족이지만, 이와 관련지어, 예컨대 계약 전후로 책의 인세나 저작지원금 여부를 묻는 이들은 극소수였다). 면담 시 오고간 대화들만을 놓고 볼 때, 저술 활동은 명분과 소명에 근거를 두고 있다는 가정이 합리화되는 순간이었다. 나아가 이처럼 저술 활동 자체에 공공성 인식의 비중이 크다면, 이를 위해 합당한 공적 제도의 설정이 필요치 않을까도 싶었다.

그러나 무릇 대의가 너무 커서일까. 저술 활동은 현실의 그들에게서 우선 멀리—후순위로—있었다. 그리고 그들 역시 일개 생활인이자 대개는 대학이란 '회사'의 피고용인으로서 눈앞의 일들로 '바빴다.' 아시다시피 한국의 대학들은 거의 하나같이 평판도 과몰입 상태다. 현실의 대학은 수이 얻어질 수 없는 권위보다 바로 눈앞에 보이는 명성을 강령으로 채택한 것이다. 어느 대학의 홈페이지든 초기화면에 "○○대학교 △△부문 ××위 달성" 식의 홍보 카피가 달려 있지 않은 곳이 없다.

전국 단위로 각 대학의 저자들과 학술기획총서 교섭을 시도하면서 제일 먼저, 그리고 자주 접속해야만 했던 곳이 해당 대학 홈페이지들이었는데—농을 좀 섞으면—한국 대학의 홍보기획자 혹은 카피라이터는 단 한 사람이구나 싶을 때도 있었다. 그럴 때마다 그 일사불란하던 산업화시절 '△△불 수출 달성'하던 장면이 연상되면서 교육기관에 회사라는 호명이 전혀 어색하지 않아 혼자 씁쓸해 하곤 했다.

한 꼭지만 더 덧붙이자면, 좀 늦은 나이에 한 대학에 전임으로 자리 잡은 문학 선생이 신임 교수 환영식에 다녀온 뒤 풀어놓았던 넋두리는 아직도 잊히지 않는다. "나 말이지, 대기업 신입직원 연수회 온줄 알았어. 다들 주먹 불끈 쥐고, 그 어느 것 못할 게 없는 사람이 되었어."

그렇다면 산업화시대의 어두운 이면을 두고 당시의 개발독재권력을 비판하듯이, 저 랭킹의 허상이 놓치고 있을지 모를 것들에 대한 원망은 그저 국고 지원의 고삐를 쥐고 흔드는 교육 당국만 탓하면 되는 일일까?

부재증명과 미필적 고의

가장 큰 문제는 이런 형국에 처한 피고용인 (예비) 저자들의 실존 인식으로 보인다. 대학이 저 높은 랭킹을 유지하기 위해 이들이 단시간 내에 얼마나 많은 연구실적—논문—들을 쏟아내도록 유도되었겠는지, 연구와 관련 없는 캠페인과 이벤트엔 또 얼마나 자주 소환 · 동원되었겠는지 재확인하려는 게 아니다. 비유적으로 말하자면, 이제는 모두가 4차 산업혁명시대라는데 정작은 1~2차 산업혁명시대 식의 과업 수행에서 여전히 자유로울 수 없는 처지로부터 기인하는 현실 괴리감—콘텐츠와 프로세스의 부조화—이 이들을 내적 자괴감과 자포자기—허무—의 궁지로 몰아넣지 않을까 하는 염려다.

몇 년 전까지만 해도, “책을 읽고 쓰느라 다른 일 할 시간이 없다”며 연구실 문 걸어 잠근 채, 모든 보직으로부터 스스로를 유폐시키던 교수님이 계셨다. 당시는 그 교수님이 단지 독특한 캐릭터의 소유자시구나 하는 정도였는데, 지금은 오고가며 만나는 선생님들로부터 “책 쓰지 않아도 바쁜 일들이 너무 많습니다”라는 일상화된 푸념을 듣고 있자니, 그 깐깐한 교수님이 학자로서의 책임과 권한을 지키기 위해 얼마나 엄청난 사투를 벌였던 것인지 비로소 수긍이 간다. 연구실로의 실종을 선택한 그 교수님의 알리바이는 권위의 실종을 방조하는 미필적 고의를 향한 최후의 항거였다.

그렇다면, 들려오는 저 일상적인 푸념들이란 어쩌면 그저 피고용인으로서 불지불식간에 자신이 속한 구조로 순치되어 들어간다는 징후는 아닐까. 곧 있으면 “책을 쓰지 않아도 직은 유지됩니다”라는 또 다른 자조의 통찰로 이어져버리지는 않을까.

학술잡지들의 고전(苦戰) : 전성원《황해문화》편집장 인터뷰

김보경(지와인 대표)

2019.09

학술적 성격의 잡지들, 그중 계간지들은 대학—독자-출판, 이 세 곳의 생태계를 잇는 가교역할을 해왔다. 일간지, 주간지 등에 비해 긴 분량의 텍스트를 다루는 데다, 역사, 인문, 사회, 문학 등 각각 주요한 자기 분야를 갖고, 그 분야에 대한 깊이 있는 주제를 다루기 때문이다. 무엇보다 필자들 대부분이 대학교수를 비롯한 연구자들이며, 이 연구자들이 학술 잡지를 통해 대중적 글쓰기의 예비 단계를 거친다는 점에서도 학술지가 출판에서 차지하는 역할은 매우 중요하다. 오늘날 대학과 출판의 관계를 생각하면서, 학술지가 가진 역할의 중요성에 대해서도 듣지 않을 수 없다. 이에 여러 계간지 중에서 다양한 분야에서 사회적 주제를 주로 다루는 계간지《황해문화》전성원 편집장과의 서면 인터뷰를 통해, 한국 출판과 대학의 관계를 살펴보았다. / 편집자 주

《황해문화》를 비롯해 학술적 성격의 잡지들, 특히 계간지들은 미디어지만 출판, 특히 인문 분야 단행본 출판과도 매우 가까운 관계에 있습니다. 학술지들이 출판에서 차지하는 중요성에 대해서 잘 알고 계실 것 같습니다. 학술지들의 역할은 무엇이라고 생각하십니까?

제가 계간《황해문화》를 만들어 온 것이 지난 1996년(11호)부터 2019년 현재(104호)까지입니다. 햇수로는 23년째 계간지 만드는 편집자로 일하고 있습니다. 하지만 한 번도《황해문화》를 학술지라고 생각하고 만든 적은 없어요. 다만, 계간지의 특성이 다른 잡지 저널리즘과 달리 '되감아본다'는 의미에서 리뷰(review), 비평을 잡지의 중요한 역할로 삼는다는 점에서 학술적인 측면이 강한 것은 사실입니다. 그런 의미에서 대학—출판—대중 사이의 가교 역할을 하는 것도 사실이죠.

지금 질문에서 '대학'이라고 하셨는데, 이것은 대학 구성원을 이르는 말이겠지요. 저희 같은 매체 입장에서는 '필자'라고 부르는 사람들입니다. 이미 잘 아시겠지만,《황해문화》는 다른 계간지들과 달리 출판사가 만드는 잡지가 아니라 인천의 시민재단인 새얼문화재단이 발행 주체이기 때문에 단행본 출판은 하고 있지 않습니다. 그러나 저희 잡지를 통해 연재되었거나 또는 저희 잡지를 통해 발견되거나 재발견된 필자들이 이후 책을 출판하는 경우가 많다는 점에서《황해문화》가 가교 역할을 수행하는 것은 맞습니다.

출판에서 '필자'라고 부르는 이들은 우리 사회의 지식인들입니다. 그 지식인들이 모여 있는 생태계가 대학이라는 점에서 학술지와 대학의 관계는 매우 밀접하다고 생각되는데요.

전성원(황해문화 편집장)

그에 대한 답을 하기 위해서는 지식인이란 어떤 역할을 하는 사람들인가를 생각해보아야 합니다. 현대적 의미에서 지식인의 기원을 두 가지 갈래로 보는데 하나는 러시아의 '인텔리겐치아(intelligentsia)', 다른 하나는 프랑스에서 드레퓌스 사건을 계기로 형성된 '인텔렉츄얼(intellectual)'을 들 수 있을 겁니다. 두 개념 사이에는 당연히 차이가 있지만, 그것이 실제 행동이든, 학문적 실천이든, '사회참여(앙가주망, engagement)'를 통해 발언하는 이들을 의미한다는 점에서는 공통점이 있습니다.

특히, 프랑스의 경우에는 지식인들이 직접 '잡지'를 창간하거나 필진으로 참여하여 현실사회에 대해 비판적으로 발언했습니다. 한국사회에서도 해방 이전부터 잡지가 지식인과 작가들의 지적 근거지 역할을 해왔고, 장준하 선생이 펴낸 《사상계》를 비롯해 《청맥》이 있고, 1970~80년대의 《창작과 비평》, 《문학과 지성》, 《실천문학》, 《역사비평》 역시 자신의 영역에서 지식인 사회와 출판 그리고 대중을 잇는 중요한 가교 역할을 해왔습니다.

"미네르바의 올빼미는 황혼이 찾아와야 비로소 날기 시작한다"고 하는데 기본적으로 지적인 분석 작업이나 깨달음은 현실보다 다소 늦게 도착할 수밖에 없지만, 현실이라는 회색빛 안개 속에서 저 멀리 희미하게 비추는 등대처럼 이들 잡지는 시대의 좌표 역할을 해왔던 것이죠. 그런 의미에서 학술계간지는 '현실(대중)'과 '학문(지식인·대학)' 그리고 다시 현실을 잇는 가교로서 서로 삼투압하는 공간으로서 중요한 의미를 갖고 있습니다.

학술지가 기획을 하고, 저자를 발굴하는 과정은 마치 단행본 출판의 '전야제'처럼 느껴지기도 합니다. 과거에 비해 필자 발굴, 특히 대학 내부의 연구자들을 필자로 발굴하는 과정에서의 변화가 있는지요?

본질적으로 큰 변화가 있다고 하기는 어렵습니다. 애써 찾고자 하면 여전히 사회문제를 고민하는 지식인, 대학 교수들이 있고, 그들 역시 여러 경로로 사회적 의제에 대해 발언하고, 반대로 자신의 의견을 사회적 의제로 제시하고 있으니까요. 다만, 문제는 그런 필자를 발견하기가 점점 더 어려워지고 있다는 거겠죠.

사실, 새로운 그리고 눈에 띌만한 필자의 고갈 현상은 대부분의 계간지들이 직면하고 있는 상황입니다. 신문 칼럼 같은 짧은 호흡의 글에서 반짝이는 필자들은 종종 발견할 수 있지만, 그것만으로는 어느 정도의 내공을 갖추고 있는지 판별하기가 어렵습니다. 계간지는 기본적으로 200자 원고지 80매에서 100매 분량의 글을 요구하는데, 사실 축적된 디지털 데이터의 양이 있기 때문에 분량을 채우는 일은 그리 어렵지 않을 수도 있습니다. 문제는 질적인 부분인데, 자료의 나열이나 제시가 아니라 결기와 통찰 그리고 대안을 갖춘 신진 필자를 찾는다는 일은 점점 더 어려워지고 있습니다.

과거에 《창작과 비평》, 《문학과 지성》, 《실천문학》, 《역사비평》, 《황해문화》 등 수많은 계간지들을 통해 각 분야 석박사들의 좋은 글과 저자를 발견할 수 있었고, 이들의 글이 단행본 저자로도 이어지는 생태계가 있었습니다. 이와 같은 생태계가 사라지고 있다는 말씀 같습니다. 왜 이와 같은 생태계가 없어지고 있을까요?

여러 이유가 있겠지만, 제가 처음 편집자로 일할 무렵만 하더라도 높은 산처럼 우러러보던 계간지들, 옆에서 든든한 동료로 서로 경쟁도 하고, 영향을 주고받을 만한 잡지들이 당시에는 상당히 많았습니다. 사실, 90년대만 하더라도 제2의 잡지 전성기라고 해도 좋을 만큼 다양한 목소리와 감각으로 무장한 새로운 잡지들이 대거 출현했지요. 예를 들어 '서태지 현상'과 함께 등장했다고 할 만한 《리뷰》 같은 잡지가 있었고, 《당대비평》 역시 매우 진지하면서 주목할 만한 시선을 제공했지요. 잡지쟁이가 하는 일 중에서 가장 큰 보람이 아직 대중에게 널리 알려져 있지 않은 새로운 필자를 발굴하는 것일 텐데요.

누구에게나 처음은 있는 법이라고 오늘날 명성을 얻은 저자들 중 많은 수가 그런 매체들을 통해 처음 발굴되고, 독특한 시선과 감각이 담긴 글이 주목받게 되어 여러 매체에 동시다발적으로 글을 게재하면서 알려지게 되었잖아요. 그런데 여전히 과거의 명성을 유지하는 잡지들도 있긴 하지만, 상대적으로 그 시기에 등장했던 잡지들이 시나브로 하나둘씩 사라져 버린 상황이죠.

다양한 종이 함께 살아야 건강한 생태계가 되는 것처럼 지식생태계 역시 때로는 서로 경쟁도 하지만, 서로 영향을 주고받으며 함께 성장할 수 있어야 건강한 생태계를 유지할 수 있는데, 현재의 상황은 '가교' 역할은커녕 생존하는 일도 어려울 수 있다는 두려움이 있습니다. 잡지란 지식인들의 오아시스이자 숲과 같은 공간인데 잡지가 사라지면서 지식인들이 대중과 만나는 공간도 줄어들고, 많지는 않아도 적은 고료나마 생활에 보탬이 될 수 있는 지면이 사라지고 있는 형국이죠.

어쩌면 우리 사회에 새로운 지식인들이 재생산되지 않으면서 이런 현상이 벌어진 게 아닐까요. 특히 대학의 책임이 크다고 생각됩니다. 지식계라는 숲이 커야, 그 안에서 출판이라는 열매를 맺는 게 아닐까요.

지식인이 숲인지, 잡지가 숲인지는 잘 모르겠어요. 사실은 독자 대중이 숲일 수도 있지만, 확실한 것은 숲이 줄어들고 있다는 겁니다. 숲이 줄어들다보니 그 숲에 기대어 살 수 있는 모든 것들이 사라지고 있는 것이죠. 출판 편집자들을 만나면 제가 종종 던지는 우스갯소리가 있는데요. 한국에서 인문사회과학 베스트셀러가 만 부 이상 나가기 어려운 이유는 인문사회과학 출판을 담당하는 편집자 수가 다 합쳐서 딱 그 정도라 그렇다고요. 대학 교수들이 책을 별로 사보지 않는다고 하는데 그게 사실은 아니겠지만, 과거 중요한 독자층이었던 청년·대학생 독자층이 엄청나게 줄어든 것은 확실해 보입니다.

결국 좋은 콘텐츠를 생산해낼 수 있느냐가 관건이지 않을까요? 앞에서 좋은 저자와 좋은 원고를 찾기 어렵다고 토로하셨습니다. 대학에서 이른바 '글 잘 쓰는 교수'를 찾기 어려워졌다면 그 이유는 무엇일까요?

이 문제의 핵심은 사회의 위기이고, 다른 하나는 대학의 위기에서 비롯된 일입니다. 일단, '글 잘 쓰는 교수'란 의미가 강의 잘 하는 교수나 연구 잘 하는 교수와는 또 다른 의미일 텐데, 우리가 흔히 '글 잘 쓰는 교수'라고 할 때는 일단 자기 분야의 전문성을 전제로 한다는 점에서 '연구'를 열심히 한 분이어야겠지요. 그런 분들이 나오지 않는 건, 무엇보다 대학 존립의 이유가 바뀌었기 때문입니다. 대학이 스스로 적극적으로 신자유주의를 받아들이면서 일어난 변화를 언급하지 않을 수 없습니다. 오늘날의 대학은 스스로도 학문의 전당이라고 자부하지 않는 것 같습니다. 과거에는 학생복지로 이야기되던 영역조차 촘촘하게 장사하는 공간이 되어버렸습니다.

대학 교수라는 것이 과거에는, 사실 아주 옛날이야기이긴 합니다만, 사회현실에 관심을 갖고, 자신의 지식을 활용해 발언하고, 현장 활동을 통해 대안을 찾아 제시하고, 대중과 소통하여 사회를 변화시키기 위해 노력한다는 의미였던 시절이 있었지만, 오늘날의 대학교수란 평범한 직장인에 가까운 듯합니다.

저희가 지역에서 잡지를 발간하지만, 자신이 몸담고 있는 지역에 거주하면서 지역문제에 시민으로 직접 참여하는 교수를 찾아보기가 점점 더 어려워지고 있습니다. 이건 지역만의 문제가 아니라 시민사회 영역에서 직접 활동하면서 현장을 경험하고 발언하는 사람을 찾기가 점점 더 어려워지는 문제이기도 합니다. 막스 베버는 "전문직 종사자는 지식을 위해서가 아니라 지식에 의존해서 산다"고 말했습니다. 직업적 역할이나 직업적 기능이 지식을 다루는 것이라 할지라도 그들은 프로페셔널로서 판매하기 위한 지적 기능만을 쌓아왔다면, 정신노동자이고 기술자라고는 할 수 있어도 지식인이라 부를 수 없다는 말이죠. 자기 영역에만 치우치지 않는 지적 능력, 일반화할 수 있는 능력, 자유로운 사색과 참신한 관찰, 창의적인 호기심, 근본적인 비판 능력을 갖춘 지식인들을 만나기란 점점 더 어려워지고 있습니다.

비판의 능력은 어느 사회나 새로운 세대에서 더 큰 법입니다. 그런 점에서 대학의 차세대 연구자들이 새로운 지식인으로 올라와야 합니다. 그런데 각 분야에서 눈에 띄는 '젊은 차세대 연구자'가 누구인지 물어보면 잘 떠오르지 않습니다. 10여 년 전, 20여 년 전에는 대학원생이어도, 주요하게 발언하고 글을 쓰는 필자들이 있었습니다. 이런 현상의 이유가 무엇일가요?

전성원(황해문화 편집장)

이 문제는 우리 시민사회의 공적 영역 대부분에서 후속 세대를 육성하기 어렵다고 말하는 것과 일맥상통합니다. 오늘날 명망 있는 학자들 중 상당수는 대학원생 때부터 이미 사회적으로 발언해온 이들이 많지요. 당시의 특수성이기도 하고. 당신들이 살아온 삶을 존경하기는 하지만, 이 분들이 대학에서 청년들을 오래 만나왔다고 하더라도 스승의 위치에서 지금 현실을 바라보는 것과 당사자로서 그들 자신의 문제로 느끼는 것과는 차이가 있을 수밖에 없습니다. 좋은 글이 수준 높고 깊이 있는 지식이 담긴 글이란 의미만이 아니라면 지금의 독자와 소통하고, 공감을 끌어내는 글은 최근에 자신이 직접 부대끼면서 느낀 현실의 문제에 대해 다소의 깊이는 포기하더라도 그만한 결의와 의지를 담은 글이 대중의 입장에서는 더 좋은 글일 수 있습니다. 그런데 오늘날 그런 역할을 해야 하는 사람들은 그럴 여유가 별로 없는 경우가 많습니다.

사실, 지식인도 인간이기 때문에 생활이 안정되어야 사회 문제에도 더 관심을 가지고 나설 수 있을 텐데. 그 같은 활동력을 갖추고 있는 이들은 대학에서 자리 잡기 위해 다른 문제에 신경 쓸 겨를이 없는 경우가 많지요. 또 간신히 대학에 자리를 잡더라도 정년 보장을 받기 위해서는 연구논문 실적을 채우기에 급급한 상황이죠. 이것만이라면 그나마 다행인데, 대학에서 젊은 교수를 뽑는 이유가 대학 내에 필요한 여러 업무 처리를 위해서라는 말이 있을 정도로 잡무가 많기도 하고요. 일단 대학 사회 내부에서 그런 의미의 '좋은 글'에 대한 평가가 매우 박하죠.

어떻게 하면 대학을 비롯한 학술 생태계가 대중적 저술 활동에 참여하는 일이 활성화될까요?

지금이라고 해서 대학이 저술 활동을 하지 않는 것은 아니지요. 여전히 많은 분들이 훌륭한 연구를 하고 있고, 과거와 비교해보면 우리의 학문적 역량이 이 정도로 높아졌다는 것을 느낄 수 있을 만큼 다양하고, 심도 있는 저술들도 출판되고 있습니다. 이른바 '학진 체제'에 대해 비판하는 목소리도 높지만, 전문 연구 영역에서 일정한 축적이 이루어질 수 있었던 배경에는 학진(과거 한국학술진흥재단, 현재 한국연구재단)의 역할이 작지 않았다고 생각합니다. 문제는 저 이외에도 많은 분들이 이미 지적하셨을 텐데, 연구 성과에 대한 정량적인 분석 이외에도 질적인 측면에서의 배려와 지원이 필요하다고 생각합니다. 또 이처럼 깊이 있는 연구가 지식인들끼리만 논의되는 수준에서 그칠 것이 아니라 좀 더 대중화할 수 있는 방법에 대한 고민이 필요하겠지요.

생각해보면 대학 생태계에서 생산자인 연구자들만이 아니라, 소비자인 학생들의 독서 행태 문제도 크지 않을까요?

최근에 대학의 위기라는 말이 있고, 독서시장의 축소 등 여러 문제 제기가 있지만, 다른 한편에서는 대학에서는 충족될 수 없는 전인적 교양에 대한 요구가 매우 높아졌고, 글쓰기 교육에 대한 욕구와 열망은 커지고 있습니다. 대학이 일종의 공교육체계라면 대학이 소홀히 하고 있는 교양교육에 대한 욕구를 충족시키기 위한 사교육 시장이 생긴 것이죠. 물론 대학도 여러 경로로 이런 사교육 시장에 직접 참여하고 있습니다만, 대부분은 성인을 대상으로 외부에서 강사를 초빙하여 실시하거나 내부 인력을 활용하는 수준에서 그치는 것으로 압니다. 정작 비싼 등록금을 내고 대학에서 교육 받는 학생들은 그와 같은 교육과정을 제대로 공급받지 못하고 있죠.

미국의 저명한 이론물리학자인 리처드 파인만은 대중적 글쓰기 실력도 탁월하지요. 국내에서도 많은 독자에게 사랑받은 저자이기도 한데, 언젠가 이 분이 회고한 내용을 보면 대학에서 4년 내내 글쓰기 교육을 받은 덕분이라고 말하는 것을 읽은 적이 있습니다. 여러 책에서 다뤄지기도 했고, 신문 기사로도 취급되었는데 미국의 이른바 명문대학에서 강조하는 것이 독서와 글쓰기 교육이라고 합니다. 졸업생 대부분이 기술자와 과학자인 MIT대학도 글쓰기가 필수과목이고, 글쓰기 센터가 설립되어 있는데, 이처럼 글쓰기를 강조하는 까닭이 실제로 이들이 사회에 나와서 하게 되는 그들의 업무 중 35% 이상이 글쓰기와 관련 있다는 겁니다.

저는 대학이 먼저 독서를 통한 교양교육과 글쓰기를 강화해야 한다고 생각합니다. 대학이 저술활동에 참여해서 좋은 책을 내도 읽을 수 없다면 장작을 만들어 쌓아두는 일과 다를 바가 없겠죠. 생산자 중심으로만 사고해서는 안 되고, 대학의 교육체계가 학생들을 미래의 저자이자 오늘의 독자로 만드는 형태로 변화되어야 합니다.

앞에서 학술계간지의 역할에 대한 이야기를 했습니다. 오늘날 학술계간지가 겪고 있는 어려움의 핵심은 무엇입니까? 어떤 대안이 필요하다고 생각하시는지요?

오늘날 학술계간지가 겪는 어려움이라, 아마도 경제적 어려움을 제외하면 학술계간지의 본령이라 할 수 있는 토론과 비평을 통해 현실에 착근한 이론의 생산, 시좌(視座)로서의 위상을 상실하고 있다는 것이 아닐까요. 학술계간지의 존재 이유는 '속도'에 있는 것이 아니라 '깊은 성찰'과 '좌고우면하지 않는 진지함'에서 찾아야 합니다. 다른 저널리즘에서는 이념적 지형이나 진영에 입각한 선정적인 비난이 난무하더라도 학술계간지에서는 그 같은 흑백 이분법적인 도식을 넘어 여러 겹의 시선으로 보다 면밀하게 다루어져야 하고, 서로의 시선을 교차 검증하는 토론이 필요합니다.

하지만 어느 때부터인가 같은 활자매체인 신문 문화면에서조차 계간지 특집에 대한 기사가 사라진지 오래입니다. 그것은 학술계간지들이 현실과 지나치게 동떨어진 아카데미즘에 젖어 있는 것은 아닌가 하는 반성도 필요하겠지만, 반대로 기성 언론들이 선정적인 단독 기사, 분석 없는 속보 경쟁에만 치중한 나머지 사회적으로 의미 있는 제안과 깊이 있는 분석에 대해 무관심한 탓이 크다고 생각합니다.

신자유주의 이후, 생존이 모든 것에 우선하는 가치가 되면서 먹고 사는 문제 이외의 가치에 대해서는 사고할 능력을 상실한 탓이 크겠지요. 미국의 미술평론가 해럴드 로젠버그는 "지식인이란 해답을 질문으로 바꾸는 사람"이라고 했습니다. 계간지는 '대중이 처한 현실'과 '비판적 지식(인)'을 연결하고 이를 통해 대중이 처한 현실을 변화시키기 위해 노력하는 매체이기 때문에 가장 좋은 대안은 역시 사회를 변화시키기 위해 노력하는 일이겠지요.

전성원(황해문화 편집장)

이 인터뷰의 기획 의도는 결국 한국 출판 생태계의 질적 성장을 위해 대학의 역할이 얼마나 중요한지, 그 중요성을 다시 생각해보는 일이었습니다. 대학은 어느 나라나, 어느 역사에서나 출판 생태계의 핵심이었습니다. 오늘날 한국의 대학은 출판 생태계와 어떤 관계를 맺고 있다고 생각하시는지요?

저는 생각이 약간 다릅니다. 역사적으로 볼 때, 대학의 출현 이후 지식의 역사에서 대학이 항상 중심에 있었던 것은 아닙니다. 때로 특정한 시기, 대학이 기성권력이 되고, 체제의 일부가 되어 학문적으로 스스로를 갱신할 수 없었을 때에는 외부에서 더 많은, 극적인, 지적 성과들이 산출되었죠. 사실, 그 결과가 애덤 스미스와 제임스 와트가 살았던 시대에 시작된 산업혁명이었습니다. 저는 이것이 오늘날 한국의 대학이 출판 생태계와 맺고 있는 관계의 일부분이라고 생각합니다.

이제는 출판이 더 이상 지식인의 전유물이 아닌 세상이 되었습니다. 수많은 사람들이 자기 책을 쓰고 싶어 하고, 실제로 그런 책들도 많이 나오고 있습니다. 대학에 몸담고 있는 필자, 저자들은 여전히 우리 출판계의 중요한 일부이지만, 그것을 대학이라는 장소로 확대해도 과연 그렇게 말할 수 있을지에 대해서는 의문입니다. 그것은 서점이 있는 대학을 찾아보기 어렵다는 사실만 보아도 알 수 있습니다. 매우 우울한 전망이지만, 그럼에도 불구하고 희망을 걸어야 하는 장소이기도 합니다.

해주신 많은 말씀 중에서 "이제는 신문에서 학술지 특집에 대한 기사를 찾아볼 수 없다"는 말씀이 기억에 남습니다. 과거에는 대학의 연구 성과를 학술지가 발견하고, 이를 다시 미디어가 발견하고, 이 발견이 하나의 담론이 되고, 그 담론을 대중이 소비하는 과정에서 단행본 출판이 이루어지던 순환 프로세스가 있었습니다. 말씀하신 대로 과거의 프로세스를 복원하는 게 답이 아닐 수 있습니다. 새로운 프로세스가 만들어질 수 있겠지요. 오늘날 대학과 출판의 관계가 고민이 깊은 것은 우리 사회가 '텍스트를 통해 사고하는 능력'의 가치와 즐거움을 잃어버리고 있는 게 아닌가라는 우려 때문일 수 있겠습니다. 결국 출판 생태계에 종사하고 있는 이들이 답을 보여줘야 하는 문제이겠지요. 좋은 말씀 감사합니다.

김보경(지와인 대표)

출판인. 현 지와인 대표. 전 웅진지식하우스 대표, 인플루엔셜 출판사업 본부장으로 일했다.

학술출판 : ‘책’보다 ‘논문’ 생태계부터 키우자

강성민(글항아리 대표)

2019.09

학술출판이 나아지고 발전하기 위해서는 어떻게 해야 할까. 대학이 지식 생산의 메카로서 그 기능을 견고하게 이어가기 위해서는 무엇이 필요할까. 너무나 많은 원인과 제도가 서로 얽힌 문제인지라 쉽게 진단할 수 없지만, 인문학 전문 출판사로서는 중요한 문제다. 학계가 건강하고 활발해야 출판도 유지될 수 있기 때문이다.

교수 임용이나 평가에서 논문은 높은 점수를 주는 반면, 저서나 번역서는 낮은 점수를 주거나 아예 주지 않는 제도가 문제라고 많이 얘기된다. 그리고 학술원과 세종도서 등 우수 학술서 장려책이 규모가 작고 운영 방식도 문제라고들 한다. 또한 연구자들이 연구에 몰두하지 못하고 강의나 프로젝트에 매달리는 현실, 여기에 약간만 어려운 책도 외면해버리는 부박한 독서시장 또한 학술출판을 갈수록 위축시키는 환경이다.

이런 것들을 하나씩 개선하면 학술출판이 한 단계 업그레이드될 수 있을까? 쉽게 그렇다고 수긍하긴 힘들다. 조건들이 개선되면 환경은 훨씬 좋아지겠으나 환경만 좋아지고 내용은 개선되지 않을 가능성도 있다. 생각을 좀 바꿔볼 필요가 있지 않을까. 나는 논문에 집중하는 게 오히려 학술출판을 발전시킬 수 있다고 본다.

한번 따져보자. 논문과 책 사이에 어떤 본질적인 차이가 있는가. 둘 다 문제를 발견하고 가설을 세운 뒤 나름의 방법론으로 검증해나가는 것에선 차이가 없다. 물론 논문보다 책이 더 본격적이며 시간과 노력도 더 들어가는 건 사실이다. 하지만 그것이 건널 수 없는 본질적인 차이라고는 생각되지 않는다. 대부분의 학자는 논문을 먼저 쓰고 이것을 발전시켜서 책으로 묶어낸다.

해외의 석학들도 마찬가지다. TED 강연을 통해 책이 묶여 나오지만, 강연을 위해 먼저 논문을 써야 한다는 건 마찬가지다. 그렇다면 논문에 높은 점수를 부여하는 것은 너무나 당연한 일이고 학계가 논문 위주로 돌아간다는 것도 받아들여야 한다. 즉, 논문의 중요성을 인식하는 데서 논의를 출발시켜야 할 필요가 있다.

문제는 논문 자체를 잘 쓰도록 만들어주는 동기나 자극이 약하다는 데 있다. 이는 논문의 독자, 논문의 담론화, 논문의 활용성 문제와 직결된다. 논문이 주로 분과 학문별로 전문가들 사이에서 서로 읽히고 유통되는 것은 전 세계가 같다. 다만 논문이 전문가 사회를 넘어서 공유되고 논의될 가능성의 측면에서 한국적 특수성을 고려해볼 필요가 있다. 이를 외국과의 간략한 비교를 통해 살펴보도록 하자. 많이 볼 것도 없고 미국과 중국 두 가지 사례를 보면 된다.

먼저 미국은 ‘영어’라는 만국공통어를 사용하는 나라다. 영어로 쓴 논문은 전 세계 사람이 읽을 수 있다. 논문을 한 편 쓰면 그것이 미국 내에서는 물론 유럽, 일본, 심지어 아프리카 지식 사회에서도 통할 수 있다. 게다가 미국은《뉴욕타임스》를 비롯해서 전 세계에 실시간으로 발행되는 대형 매체들이 있다. 논문을 통해 학자로서 입지를 다지고 대중적 글쓰기로 세계적인 오피니언 리더가 될 수 있는 길이 열려 있다. 그에 비해 한국어로 쓴 논문은 독자가 국내로 제한된다. 국내에서도 대중과 접촉할 기회는 더더욱 적다.

중국을 보자. 중국은 인구가 13억이다. 따라서 자국 내에서 지식의 선순환이 충분히 이뤄질 수 있다. 요즘은 예전 같지 않다고 하더라도 학술서가 10만권씩 팔리는 나라다. 잡지와 언론매체도 많다. 땅이 넓어서 지방 무대와 중앙 무대 간 거리가 넓고 중앙에 도달하기 위해 노력하는 문화가 형성돼 있다.

쓰촨성에서 문필로 날리는 사람이 어느 날 베이징 삼련서점(三聯書店)에서 발행하는《독서》에 글이 실리면 그는 중앙에 데뷔한 것이 되며 그때부터 전국구 대접을 받는다. 쓰촨성 내에서 박 터지게 경쟁해야 가능한 일이다. 각 대학 별로 학파까지는 아니더라도 학풍이 다르고 경쟁하는 분위기도 만들어져 있다. 이런 성장과 경쟁의 시스템이 학구열을 불러일으키는 자양분 내지는 무대가 되어준다.

우리는 어떤가. 변변한 서평지 하나 없고 중앙 일간지에선 학술적인 논의를 실어주지 않는다. 학계는 끼리끼리 뭔가를 하지만 보편적인 판을 벌여볼 중앙무대가 없다. 이런 상황에선 좋은 논문을 쓰기 위한 선의의 경쟁 문화가 생겨날 수 없으며, 좋은 논문을 쓰더라도 그에 값하는 격려나 갈채의 문화도 생겨날 수 없다. 교수 임용을 포기하고 저자로 나서기 위해 책을 써도 잘 팔리지 않아 몇 권 쓰다가 그만둔다. 그러니 논문에 주던 점수를 책에 준다고 한들 큰 효과는 없을 것이다.

그러면 어떻게 해야 할 것인가. 논문을 잘 쓰고 싶게 만들어야 한다. 논문도 글이며 모든 글은 읽히기 위해 쓰인다. 학문이라는 게 자기만족적 성격도 있지만, 그래도 기본적으로는 타인에게 읽혀야 한다. 내가 쓴 논문이 불특정 다수에게 읽히면 글을 쓴 사람으로서는 그 반응에 신경을 쓰지 않을 도리가 없다. 단 한 사람의 자발적인 독자가 있더라도, 논문을 쓰는 자세는 달라질 것이다.

나는 2002년부터 2006년까지 교수신문이라는 매체에서 5년 동안 학술기자로 일해 본 경험이 있다. 이 매체에서 내가 가장 재미있게 썼던 기사가 바로 논문 리뷰다. 교수들이 읽는 신문이니 논문 리뷰는 클릭수가 많이 나오는 기사거리이기도 했다. 리뷰에 대한 반응은 생각보다 괜찮았고 때론 뜨겁기도 했다. 기사를 잘 써서 그런 것은 결코 아니었고, 자신의 학문적 주장을 '발견'해주는 것에 대한 응답이었다.

신문 지면으로는 한계가 있어 나는 이 작업을 홈페이지를 통해서 했다. 논문을 읽고 신문사 홈페이지에 리뷰를 올린 다음 그중 괜찮은 것을 지면에 내는 방식을 활용했다. 때로는 구독자를 늘리기 위해 자물쇠를 걸어 회원가입을 해야 읽을 수 있게 만들었다. 어느 정도 시간이 지나자 사이트 회원 가입이 늘어나기 시작했다. 나중엔 유료 회원만 읽을 수 있게 했는데도 기꺼이 돈을 내고 기사를 읽으려는 독자들이 생겨났다. 결코 적은 숫자가 아니었다.

아쉽게도 개인적인 사정으로 이걸 몇 달 정도 실험해보던 중에 회사를 그만두게 되었다. 그리고 배운 게 도둑질이라고 2007년 인문학을 표방한 출판사를 차리게 되었다. 나는 국내 저자를 적극적으로 발굴해보고자 관심 분야 논문을 열심히 읽고 몇몇 분들을 만나 단행본 출간 계약까지 맺었다. 그런데 계약 후 1년이 지나도 2년이 지나도, 심지어 10년이 지나도 원고는 들어오지 않았다. 원인 분석을 해보니 대부분의 학자들이 한국연구재단의 연구프로젝트 때문에 자기 연구는 뒷전인 탓이었다.

연구프로젝트의 경우 책임연구자의 관심 주제로 팀이 짜이다 보니 팀원으로 합류하는 박사급 연구자들은 정확한 자기 전공이 아닌 분야에서 논문을 써야 했다. 가령 조선 중기 한문학 전공자가 조선 후기 정치사상 관련 프로젝트를 진행하는 식인 셈이다. 연구의 응집력이 어떻게 생겨나겠는가. 인접 연구 분야라 해도 자기 것을 열심히 파서 그쪽으로 넓혀나가는 것과 자기 것을 하다가 내버려두고 인접 분야로 건너가는 것은 전혀 다른 문제다. 효율적이지도 않고, 성과를 만들어내기도 어렵다. 이런 비효율성이 한국 학계를 지배하는 연구 시스템이 되어버렸다.

많은 이들이 이 문제를 지적했건만, 연구프로젝트는 당장의 먹고사니즘인지라 오히려 더 견고하게 현실로 자리를 잡아나갔다. 이 일을 계기로 나는 출판사가 책을 먼저 기획해서 학계의 젊은 연구자들에게 의뢰하는 방식으로는 책을 만들어내기가 매우 힘들다는 것을 깨달았다.

그 몇 년 뒤엔 다른 것을 시도했다. 바로 '아케이드 프로젝트'라는 시리즈다. 배경은 이렇다. 논문이 쌓여 책으로 묶여 나오기까지는 많은 시간이 걸린다. 적게는 3~4년, 길게는 10년도 걸린다. 책이 나올 시점에는 처음의 문제의식에서 그만큼의 많은 시간이 흐른 뒤라는 얘기다. 이건 정보의 시의성 면에서 부적절하고, 정보의 유통기한이 지나버리는 문제도 있다.

또 하나, 논문을 유기적으로 엮어 책으로 낸다는 게 생각보다 힘들다. 그래서 착안한 것이 논문 한 편을 얇은 문고판 책 한 권으로 바로바로 연결시켜 펴내는 시리즈였다. 그렇게 펴낸 책이 주창윤 교수의 『허기사회』와 강주원 교수의 『나는 오늘도 국경을 만들고 허문다』이다.

『허기사회』(왼쪽), 『나는 오늘도 국경을 만들고 허문다』(오른쪽)

리뷰 아카이브 웹사이트(http://www.bookpot.net)

둘 다 3,000부가 넘게 판매되었으며 아직도 절판되지 않고 판매되고 있다. 나쁘지 않은 성적이지만 논문을 가지고 의견을 주고받고 수정, 보완하는 작업이 너무 고되었다. 게다가 담당하던 편집자가 학문의 길을 걷겠다고 출판사를 그만두는 바람에 총 3권을 내고 이어가지 못한 채 잠정 중단중이다.

이런 아쉬움을 해소해보고자 나는 또 다시 일을 벌였다. '리뷰 아카이브'(http://www.bookpot.net)라는 논문 리뷰 사이트를 만들어 운영한 것이다. 출판사가 논문 리뷰 사이트를 운영한다니 좀 황당한 시도일 수 있는데 나름의 이유가 있었다. 앞서 '아케이드 프로젝트' 시리즈가 지속되지 못한 이유는 논문을 매일매일 찾아 읽고 좋은 필자를 발굴하는 노력을 기울이지 못했기 때문이다. 논문 리뷰 사이트를 운영하면 싫어도 계속 논문을 읽어야 하고 리뷰해서 올려야 하니, 이런 강제적인 방식을 동원해서라도 국내 저자 발굴 작업을 이어나가고 싶었다.

방식은 간단했다. 논문을 읽고 A4 1~2장 분량으로 다이제스트 기사를 작성하는 것이다. 출판사 내부에서는 대표인 내가 리뷰어로 나서고, 석사 재학생 10여 명의 지원을 받아 지침을 알려주고 건당 소정의 원고료를 줘가며 사이트를 운영했다. 이것도 곧 한계에 부딪혔다. 한 편의 논문을 읽을 만한 리뷰로 만들어내는 일이 생각보다 그리 쉬운 게 아니었던 것이다.

대중들이 쉽게 읽을 수 있도록 써야 하는데 대개 석사과정생인지라 자기 전공에 함몰되어 그쪽 주제의 논문들을 난해한 전문용어를 써가며 현학적으로 올리는 바람에 독자 입장에서는 논문을 읽는 것과 기회비용에 별 차이가 없게 되어버렸다. 게다가 네이버, 다음과 같은 포털에 뉴스 사이트로 등록을 시도했으나 2번 연속 고배를 마셨다. 리뷰를 매일매일 올리지 못해 지속성에서 감점을 받은 것, 인터뷰나 현장기사가 없었던 것 등이 이유로 여겨졌다. 결국 1년 정도 유지를 하다가 600건 정도의 리뷰를 생산한 뒤 지금은 사이트만 열어둔 채 개점휴업하고 있다.

사실 우리처럼 소규모 출판사에서 이런 논문 리뷰 사이트를 유지하기란 현실적으로 매우 힘들다. 아무리 적게 잡아도 매달 두 사람의 인건비 정도가 들어간다. 사이트를 통한 수익은 제로인데, 사이트 유지비에 인건비, 콘텐츠 생산비까지 감당하기에는 인문학 전문 출판사로서는 무리였다. 포털에 사이트가 등록되어 방문자

가 늘어나면 소액의 출판 광고를 유치해서라도 유지하려고 했었는데 그것도 힘들게 되었다.

한국연구재단이나 콘텐츠진흥원 등의 재정 지원을 받아보려고 제안서를 만들어볼까 생각해보기도 했지만 결국 그렇게 하지 못했다. 날마다 들이닥치는 출판사 일이 너무 바빴기 때문이다. 양질의 논문 리뷰 사이트를 운영하기 위해서는 최소 운영인력 2명에, 10명 이상의 필자가 상시적으로 있어야 한다. 1명당 1주에 2~3편의 리뷰를 작성한다고 할 때 1주에 20~30편의 리뷰가 올라오는 셈인데 분야별로 안배하다보면 국내에서 매주 생산되는 논문에 비해 약간 부족하지 않나 싶다.

'리뷰 아카이브'를 시작하면서 가장 중요하게 생각한 것은 논문을 매개로 한 담론 포털을 만들자는 것이었다. 논문이 책을 내기 위한 전단계의 재료가 아니라, 그 자체로 사회와 소통하고 독자를 가질 때 논문의 수준과 질이 높아진다고 확신했기 때문이다. 여기에서 독자는 아무래도 학계에 몸을 담은 사람들이 위주이겠지만, 언론인, 출판인, 교사, 책을 좋아하는 일반인, 사회 각 분야의 기획자들, 논술을 준비하는 고교생 등도 넓은 독자군으로 포섭할 수 있다.

물론 논문을 단순히 요약·소개하는 것으로는 담론을 일으키기가 힘들다. 여기엔 반드시 '논쟁'이라는 장치가 필요하다. 세상에서 가장 재미있는 게 불구경과 싸움 구경이란 말이 있듯이 학문적 논쟁 또한 다르지 않다. 분기별로 이목을 끄는 학문적 논쟁을 기획해서 이어나갈 필요가 있다. 때로는 소장 학자 인터뷰, 이슈를 소화하는 연속기획 같은 것도 이뤄지면 좋겠지만 기본적으로는 논문을 리뷰하는 게 중심을 잡고 있어야 한다.

그래서 데이터를 쌓아나갈 필요가 있다. 나중에는 이것이 아카이브가 되기 때문이다. 숨어 있던 논문이 발굴되면서 좋은 저자가 좋은 출판사와 만날 가능성 또한 높아진다. 또한 논문 리뷰를 중심으로 사이트가 자리를 잡으면 여기에서 서평 기능을 추가하면 된다. 더 나아가 해외의 주요 논문 리뷰 기능까지 덧붙여진다면 금상첨화일 것이다.

물론 저작권 문제는 철저히 지켜져야 한다. 지금의 저작권법에서는 학술적, 공익적 목적의 인용은 허용하고 있으니 논문을 리뷰하는 과정에서 본문을 인용하는 것도 큰 문제가 없다. 그러니 사이트는 특정 출판사가 사적으로 운영해서는 곤란할 것이며, 참여하더라도 학계·출판계의 뜻 있는 사람들이 운영위원회를 꾸려서 참여하고 정부가 자금을 대는 방안이 적절할 것이다.

이걸 운영하는 데 과연 얼마의 돈이 들어갈까. 한국연구재단의 1년 예산이 수천억 원이 넘는 걸로 안다. 그중 0.05퍼센트만 여기에 투자해도 충분히 운영해나갈 수 있고, 몇 년의 인큐베이팅 이후에는 자체적인 수익모델을 찾아 경영해나갈 수 있을 것이다. 들이는 비용에 비해 그 효과는 너무나 크고 지대하다. 이는 우리 학문의 생태계를 지키는 일이다.

미국처럼 보편언어를 갖춘 나라나 중국처럼 땅덩어리가 넓은 경제대국이 아닌 이상, 우리의 학문은 안으로 강하게 융합하면서 발전해나갈 수밖에 없다. 기초학문, 학술출판이라고 목소리만 높이지 말고 실제 지식이 만들어지고 창조적인 활동이 일어나는 논문 생태계를 지켜보고, 감시하고, 애정을 갖고 읽어주고, 서로 코멘트해주는 문화를 만들어나가는 게 더 중요한 일이 아닐까.

요즘은 지식의 사이클이 갈수록 짧아지고 책도 경량화되고 있다. 어떻게 보면 두꺼운 종이책 형태보다는 논문을 직접 읽거나, 효과적인 요약을 통해 그때그때 대중과 소통하는 것이 우리 사회의 지식 활용성을 높이는 길이기도 할 것이다. 유튜브 등과의 연결성도 대폭 확대될 것이고 말이다. 정부나 공공기관에서 약간만 신경을 쓰고, 열린 마음으로 검토하면 충분히 할 수 있는 일이다. 앞으로 이와 관련된 추가 논의의 자리가 만들어졌으면 하는 바람이다.

출판
– 도서관 상생 위한 전자책 서비스 혁신

이문학(인천대 문헌정보학과 교수)

2019.09

1. 序

인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 빅데이터 같은 디지털 기술로 촉발된 지능화 혁명이 거세게 밀어닥치고 있다. 요컨대, '4차 산업 혁명'이 그것이다. 출판환경도 미디어 산업간 경계가 무너지고 물리적 생산재와 디지털 소비재 및 그 순환과 공급망의 경계가 모호해지는 현상이 가시화된 지 이미 오래다. 여기서 간과해선 안 될 문제는 문명의 주역에 대한 감사와 신뢰인데, 책과 출판문화가 아니었더라면 어떻게 오늘의 그리고 장래의 문명을 기대할 수 있겠는가이다(이종국, 2019. 65쪽).

20세기 후반에 등장한 정보통신기술(ICT)은 정치, 경제, 사회 그리고 언론 등 세상의 전반을 급격하게 변화시키고 있다. 이러한 변화는 출판 생태계에도 밀어닥쳐 콘텐츠와 비즈니스 모델이 확장되고 있다. 이제 출판의 상황에서 보면, 출판(公表, 公布, publish)[1]의 주체가 단지 저자나 편집·출판자만이 아닌 이용자(독자)와의 무한 변용 내지는 본말(本末) 간에 상호작용하는 첨단 시대를 경험하고 있다. 그럼에도 책은 결코 소멸되지 않으며 단지 개량될 뿐이다. 이에 관한 적절한 사례는 도서관의 경우에서도 살필 수 있다(이종국, 2019. 53쪽).

도서관이 책을 보관하고 공개하는 구식 기관처럼 보일지 모르지만, 인쇄 방식과 디지털 방식을 중개하는 데 가장 이상적인 장치로 역할한다(Robert Darnton, 2009, 15-16쪽, 이종국 2019에서 재인용). 물론, 책이 중심적인 존재인 것이다. 종이책이든 전자책이든 디지털 서버에 담긴 것이건 지식을 구체화하는 수단이 책이며, 그것을 있게 한 과학기술을 훨씬 능가하는 권위를 가진 수단이 책이다(Robert Darnton, 2009. 16쪽, 이종국 2019에서 재인용).

이에 본 글에서는 변화하는 책(출판) 생태계에서 출판계와 도서관계가 상생할 수 있는 방안에 대해 고찰해 보고자 한다.

2. 출판 환경의 변화

정보통신기술(ICT)의 발전에 따른 4차 산업혁명 시대에 아날로그와 디지털의 통합이 이루어지고 있으며, 가상현실(VR)과 증강현실(AR)을 통해 콘텐츠 융합(Mix)이 이뤄지고 있다. 출판 분야에서도 콘텐츠의 융합으로 다양한 형태의 미디어(media)가 만들어지고 있는데, 웹 출판, 인터넷 신문과 잡지, 블로그, 소셜미디어, 위키피디아 등을 예로 들 수 있겠다. 소위 뉴미디어(new media)라고 할 수 있는 이러한 융합형 미디어의 특징 중 하나는 쌍방향성(interactivity)을 갖는다는 것이다. 쌍방향성은 유·무선 네트워크를 통해 정보를 전달하고 이용자와 직접적인 피드백을 가능하게 함으로써 미디어를 더욱 능동적으로 활용할 수 있게 된다.

융합형 미디어의 또 다른 특성은 시공간의 제한이 없다는 것이다. 유·무선 통신망을 이용한 정보의 교환은 물리적인 시간과 공간의 한계를 뛰어 넘어 전 세계적인 비즈니스를 창출할 수 있게 하는 것이다. 또한 이러한 정보통신기술(ICT)은 콘텐츠의 매체 전환을 보다 수평적이고 다양한 방식으로 실현할 수 있게 한다. 예를 들어, 아날로그와 디지털의 결합으로 탄생한 웹툰(webtoon)은 디지털매체 환경의 가변성이 제대로 적용된 출판 콘텐츠로 자리를 잡았다. 즉, 디지털 기술의 적극적인 수용을 통해 뉴미디어 환경에 최적화된 콘텐츠인 것이다(2019. 류영호, 93쪽).

이러한 것들은 출판의 본질은 물론 독서 환경의 변화를 촉발하는 요인으로 작용하고 있다. 영상 매체를 비롯한 다양한 미디어가 폭발적으로 증가하고, 이에 따른 다양한 서비스 플랫폼이 증가하고, 여기에다 첨단 미디어 기기(아마도 '스마트폰'이 대표적일 듯)의 보급이 확대됨에 따라 독서 시간은 줄어들고, 독자도 감소하면서 책의 문화적 가치나 의미가 퇴색되고 있다. 이제 책과 독서는 '페이지에서 스크린으로의 전환'이 진행되고 있다. 뉴미디어 시대가 확산되면서 이용자들의 참여 권리가 강하게 요구되는 환경이 만들어졌다.

3. 도서관 전자책 서비스 필요성

출판은 인류의 지혜인 '기록'을 선별하여 '복제'하고 '공표'하는 행위이다. 다시 말해 출판의 본질은 표현에 의한 기록성, 편집에 의한 복제성, 매체를 통한 공표성이라고 볼 수 있다. 출판의 본질은 미디어의 급속한 발전에도 불구하고 인류의 사상과 감정, 지식과 정보를 담는 미디어로서의 의미는 앞으로도 변치 않을 것이다(2019, 남석순. 96쪽).

인류의 문명사와 궤를 같이하는 출판물의 형태는 그간 많은 변화를 겪어왔다. 대략적으로 열거하자면 동양에서는 죽간(竹簡)과 목독(木牘), 서양에서는 파피루스, 점토판, 필사본 형태의 것들이 있었고, 이어서 종이와 활판인쇄술의 발명으로 종이책의 형태가 등장했다. 이어서 비교적 근래에 CD롬, 디스크와 같은 묶음 형태의 전자책과 그렇지 않은 형태의 전자책, 그리고 오디오북, 웹북 등이 등장했다.

이러한 출판물의 형태 변화는, 과거 인쇄혁명이 출판 개념을 바꾼 것이 아니라 영역을 더 확장시킨 것처럼, 본질이 변하는 폭넓은 '진보'라기보다 근본적 본질을 바탕으로 한 폭 좁은 '기술적 진보'로 해석해야 할 것이다. 출판의 본질이 기록성, 복제성, 공표성에 있지만 핵심은 콘텐츠이며 이는 모든 미디어의 원동력이고 뿌리이기 때문이다. 책을 보거나 이용하는 방식에서 이전보다 한 단계 더 발전한 것이 바로 전자책이라는 전제 위에서 도서관 전자책 서비스도 활성화되어야 할 것으로 생각한다.[2)]

도서관에서 전자책 서비스를 활성화해야 하는 이유는 이제 소비자들은 디지털 환경에서 콘텐츠를 생산하고 공유하며 소비하기 때문이다. 특히 20-30대 젊은 층은 점점 숏폼(short form) 콘텐츠에 익숙해지고 있으며, 더 이상 제품을 소유하려하지 않고 필요할 때마다 제품을 이용하는 형태를 선호한다. 이러한 시대적 흐름에 맞추어 도서콘텐츠를 어떻게 사용자에게 전달하고, 읽게 만들고, 어떤 가치를 전달할 수 있을지를 고민해야 한다(이은호, 2019. 8-15쪽). 시공간의 제약 없이 광범위한 이용자 서비스를 가능케 하는 전자책은 그 대안이 될 수 있다.

도서관에서 전자책을 서비스해야 하는 또 다른 이유는 도서관의 공간 부족 문제를 해결할 수 있고 시민들에게 자료 유형에 상관없이 모든 지식과 저작물을 전달해야 하는 공공도서관 본래의 목적과 기능을 수행하는 것이 가능해지기 때문이다. 그리고 무엇보다도 중요한 이유는 책이 생산(출판)되고 축적(도서관)되며 소비되는(독서) 책문화생태계에서, 생태계의 흥망성쇠는 결국 외부 환경에 얼마나 잘 적응하느냐에 달렸는데,[3)] 가장 일반적으로는 달라지는 소비자의 숨어 있는 니즈(needs)에 빠르게 대응하지 못해 도태될 수 있기 때문이다. 따라서 생태계적 관점에서 출판계와 도서관계가 달라진 소비자의 니즈에 적합한 책문화생태계를 협심하여 조성해나갈 필요가 있다.

특히 디지털 정보매체가 증가함에 따라 양자 간의 상호의존성은 다음과 같은 점에서 급격히 증가하고 있다. 첫째, 가장 포괄적인 공통분모는 지식정보의 생태학적 지위(ecological niche)를 공유한다는 점, 둘째, 지식정보의 유통과정상 선순환을 반복한다는 점, 셋째, 출판계가 생산한 지식정보의 품질과 우수성은 도서관의 장서구성과 내적 충실성에 절대적인 영향을 미친다는 점, 넷째, 존립기반의 이질성, 즉 출판계가 영리지향적이고 도서관계가 공리지향적임에도 출판물을 공통분모로 하는 상호의존성이 절대적이라는 점, 그리고 다섯째, 디지털 출판과 유통의 대중화는 양자 간 연대와 협력을 재촉하고 있다는 점이다(이문학, 2013. 128쪽).

4. 도서관 전자책 서비스의 문제점

그럼에도 도서관에서 전자책 서비스 이용률은 매우 저조한 형편이다. 그 이유는 첫째, 통합 DRM(디지털저작권 관리)과 뷰어의 부재, 둘째, 전자책 공급방식의 문제, 셋째, 맞춤형 디지털콘텐츠의 부재, 넷째, 소장 자료의 통합검색 부재 등을 들 수 있다. 간단히 설명하면 다음과 같다.

우선, 통합 DRM과 뷰어 부재 문제는 국내 전자책 시장에서 오랫동안 논쟁이 되어온 이슈로서, 특히 도서관이나 기업에서(B2B) 서비스하는 경우에는 DRM 공용화가 절대적으로 필요함에도 불구하고 아직도 유통사마다 자체적인 DRM을 적용하고 있는 실정이다. 이 문제를 해결하기 위해서는 전자책 공급사간 이해관계의 해소가 관건인데, 해외 출판선진국의 경우 동일 DRM(예 : Adove DRM)을 적용하여 몇 백만 종의 전자책 콘텐츠와 단말기/뷰어의 호환이 가능하게 패키징되어 있어서 상호운용성을 확보하고 있는 실정이지만, 국내의 경우 출판계 공용 DRM이 개발되어 있음에도 불구하고 불법복제를 막기 위한 방편으로 다수의 DRM 사용되고 있다.

다행이도 서울전자도서관에서 최근 표준 DRM이 적용된 전자책으로 약 8,000여 종을 교체하고 표준 DRM이 적용된 PC와 모바일 뷰어 서비스를 시작하였는데, 각 도서관으로의 확대가 기대된다.

두 번째, 전자책 공급방식의 문제는 전자책 공급방식이 다양[4]함에도 불구하고 현재 국내 공공도서관에서는 대부분 '영구납품 방식'을 사용하고 있다는 점이다. 이는 전자책이 도서관에 영구적으로 귀속되어 다수에게 활용될 경우 저작권자와 출판권자에게 직간접적인 경제적 손해를 끼칠 수 있는데, 도서관이 전자책을 소유하면서 서버에 탑재하여 서비스하는 것은 배타적 발행권자인 출판사에 의한 복제·전송 행위가 아니라 도서관에 의한 전자책 복제·전송 행위에 해당되어 저작권에 위배될 소지가 많다. 미국의 공공도서관이 이용자의 대출횟수를 제한하고, 캐나다가 지역에 따라 대출횟수를 제한하여 서비스하는 것처럼 우리도 좀 더 합리적인 공급방식을 찾아야 할 것이다.

세 번째의 맞춤형 디지털콘텐츠의 부재도 도서관에서 전자책 서비스가 잘 안 되는 이유 가운데 하나이다. 도서 판매의 위축에 따라 현재 서점에서는 다양한 북큐레이션 서비스가 진행되고 있다. 예를 들어 생애주기별 또는 테마·상황별 추천도서 서비스를 통해 이용자 맞춤형 독서 서비스를 제공하는 것이다. 하지만 공공도서관 전자책 서비스의 경우 인기도서, 신착도서 중심으로 도서를 소개할 뿐 북큐레이션 서비스는 전혀 없는 상황이다.

도서를 단순하게 카테고리별로 분류해 서비스하는 것이 아니라, '와인 고르는 법', '연애편지 쓸 때' 등 임의의 주제어로 분류하여 이용자가 더 재밌고 쉽게 찾을 수 있게 하는 노력이 필요하다. 한국교육문화원의 전자책 플랫폼인 '스쿨북스'(초·중·고등학생 대상), '인생서가'(영·유아부터 노년층에 이르기까지 전 연령층을 대상으로 인문학·문학·예술 등 주제별 콘텐츠까지 맞춤형으로 제공)은 그러한 노력의 하나로 볼 수 있다.

다음으로 소장 자료의 통합검색 부재는 도서관 소장 자료와 전자 자료간 검색은 물론 다양한 유통사의 전자자원간 통합검색이 안 되는 것이다. 이 역시 전자책 이용을 저해하는 중요한 요소로서 특히 공공도서관에서 많이 나타나는 문제점이다. 이의 해결을 위해서는 무엇보다도 전문 인력의 보충이 필요하다 하겠다.

5. 結

출판의 생태계가 급격하게 변화를 맞고 있는 요즘, 중국 정부는 출판 산업의 경쟁력을 높이기 위해 산업 진흥, 재정 및 세제 혜택, 공공서비스, 전문인력 양성 등 일련의 정책을 발표하였고, 중국의 출판계는 정부의 힘을 빌려 출판업의 '수정창신(守正創新)'을 인도하고 실현할 수 있기를 희망하고 있다. '수정창신'이란 한편으로는 정통성을 고수하고 정책 실행을 통해 전통 출판업의 지위를 확고히 하며, 다른 한편으로는 뉴미디어 시대의 발전 방향에 따라 새로운 기술적 기회를 포착하고 디지털 출판산업을 적극적으로 발전시켜 출판업의 총체적 실력을 키우자는 것이다(첸한장, 2019. 24쪽).

우리도 이러한 변화의 흐름을 정확히 읽고 받아들일 준비가 필요하다. 디지털 시대가 되면서 더욱 중요해진 독서의 가치를 재인식하고, 공공도서관도 시대 변화에 부응하여 책에 대한 접근방법을 다양하게 적극적으로 개발하고 적용할 때이다.

---

1) 옥스퍼드 영어사전에서 'Publish'(출판)의 의미를 다음과 같이 정의한다. "to make public, to make generally accessible or available for acceptance or use" 즉, 대중화 시키는 것, 쉽게 접근할 수 있으며, 사용이 가능하도록 하는 것, 콘텐츠를 대중이 보다 유용하게 접하고 사용할 수 있게 만드는 것이다(남석순. 2019. 95쪽).

2) 종이책과 전자책이 사유(思惟)의 방식, 즉 뇌를 자극하는 방식에서 차이가 있다고는 하나 본 글에서 이는 간과하기로 한다.

3) 책문화생태계는 산업의 성장을 지속가능하게 하며, 책문화가 확산되도록 하는 시스템으로서, 책이라는 유형 및 무형 콘텐츠가 다양하게 기획 및 창작되고 독자인 소비자에 이르기까지 출판(유통)-독서생태계의 가치사슬 네트워크, 정책, 기술적 환경들이 상호작용함으로써 출판생태계와 독서생태계가 선순환하는 체계이다(정윤희, 2019. 73쪽).

4) 영구접속 모델(Perpetual Access: 영구적 이용 가능, one copy/one user, 소유권 이전 안됨), 구독 모델(Subscription: 구독기간에 따라 이용료를 지불하여 사용, 대출횟수 제한 없음), 대출횟수제한 모델(Limited Circulation: 26회, 52회 등 대출횟수 제한), 대출당이용료지급 모델(Pay per Checkout: 대출횟수에 따라 일정한 금액을 출판사에 정산)

■ 참고 문헌

남석순(2019). 출판학 원론.『한국출판학 연구 50년』, 한국출학회. pp.81-108.

류영호(2019). 뉴미디어콘텐츠 비즈니스의 성공 전략.『한국전자출판학회 30년』, 한국전자출판학회. pp.92-96.

이은호(2019). 뉴미디어 시대에서 출판경쟁력을 제고하기 휘한 거시정책.『2019 한중출판학술회의 논문집』, 한국출판학회. pp.7-20.

이문학(2013). 출판사와 도서관의 상생을 위한 협력방안 연구.『한국출판학연구』통권 65호. 한국출판학회. pp.105-137.

이종국(2019). 출판학 연구 반세기.『한국 출판학 연구 50년』, 한국출판학회. pp.41-68.

정윤희(2019). 책문화생태계 관점에서의 출판정책, 도서관정책, 독서정책 비교 연구.『문화 콘텐츠연구』(15). pp.69-104.

첸한장(2019). 뉴미디어 시대의 출판 경쟁력 제고를 위한 중국의 정책.『2019 한중출판학술회의 논문집』, 한국출판학회. pp.21-35.

“바이 북+ 바이 로컬” 캠페인에 초대합니다!!

정은영(전국동네책방네트워크 정책교육국장 & 봄날의책방 대표)

2019.09

서울을 떠나 통영에 내려온 지 어느새 9년차가 되었다. 내년이면 10년. 이 아름다운 도시에서 책을 내고, 책을 팔면서 보낸 시간들은 우리의 삶에 참 많은 변화를 만들어냈다. 다람쥐 쳇바퀴 돌 듯 살아가던 까다로운 서울내기가 이제는 봄이 오고 여름이 가는 계절의 변화에 가슴 설레며 몸과 마음은 나날이 가벼워지고 있다. 그러나 일상의 무게는 어디나 있는 것이기에 이곳에서도 가끔은 무거운 짐을 벗어 버리고 싶을 때가 있다. 특히 지역에서 책을 만들고 책을 판다는 것의 무게감은 아름다운 자연의 선물을 느낄 여유조차 빼앗아 버릴 때가 있다.

책방을 찾는 독자들이 점점 줄어가고 있는 현실에서 매일 아침 책방 문을 여는 삶이 언제까지 지속될 수 있을까, 우리는 과연 이 삶을 지켜낼 수 있을까. 그런 고민이 어느 때부턴가 마음을 무겁게 만든다. 그래서 이런 고민을 함께 나누고, 함께 해결하기 위해 변방의 책방들이 하나둘 머리를 맞댔고, 그 결과 지난 해 가을 80여 책방들이 함께한 전국동네책방네트워크(이하 책방넷)가 결성되었다.

지난 9월 24일, 그 날은 책방넷 식구들에게 참으로 중요한 날이었다. 『오래된 미래』의 저자로 유명한 헬레나 노르베리호지(Helena Norberg-Hodge) 선생님과 함께 '바이 북+바이 로컬(Buy Book+Buy Local)' 캠페인의 출정식을 가진 날이었기 때문이다. 작년 가을 남해의봄날 출판사가 펴낸 헬레나 선생님의 『로컬의 미래』 책에도 언급되어 있는 미국의 성공한 ‘Buy Local' 캠페인을 책을 중심으로 한 로컬 경제운동으로 추진하기 위한 첫 모임이었다.

선생님의 방한에 맞춰 빠른 속도로 진행하느라 여러 가지 미흡한 점은 많았지만, 그럼에도 동네책방들이 가야할 길을 독자들에게 정성껏 전달하는 데는 성공했다고 생각한다. 앞으로 가야 할 길은 멀지만 시작이 반이라 하지 않았는가. 향후 3년 동안 전국 80여 곳의 동네책방은 한 목소리로 하나의 길을 함께 걸어가려고 한다. 걱정 반, 기대 반의 심정으로 우리는 첫 걸음을 내딛었다.

미국의 유명 컨설팅회사에서 로컬 푸드의 가치를 높이기 위해 시작한 'Buy Local' 캠페인은, 지역에서 생산된 재료로 만든 음식을 지역에서 소비할 때 그 이윤이 지역으로 환원되어 지역 공동체의 발전에 큰 역할을 한다는 메시지를 실천한 로컬 경제운동이다. 이 캠페인은 소비자들의 큰 호응을 이끌어냈고, 향후 음식에서 마켓, 서점 등 다방면으로 확대되어 미국의 로컬 경제를 활성화시키는 데 많은 공헌을 했다. 헬레나 선생님의 책을 통해 이 캠페인에 대해 더 상세히 알게 되면서, 한국에서는 지역의 골목책방들을 중심으로 이 캠페인을 전개해야겠다는 생각을 갖게 되었다. 그러한 생각을 책방넷 식구들과 공유하면서 많은 이들의 아이디어가 더해지면서 책방넷의 첫 캠페인이 시작된 것이다.

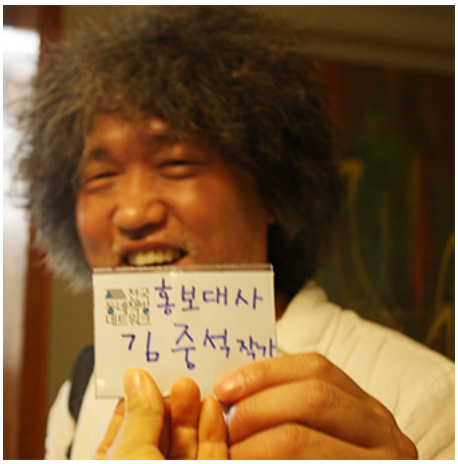
캠페인을 응원하기 위해 헬레나 선생님은 독자들을 포함해 전국 책방식구들 백여 명이 서울 정동 프란치스코 회관에 모인 출정식에 기꺼이 함께해주셨다. 그리고 이 자리에는 앞으로 책방넷과 이 캠페인을 전국적으로 알리겠다는 고마운 뜻을 전해 준 홍보대사분들도 함께했다. 책방넷은 문학, 과학, 인문, 그림책 등 다양한 분야의 작가 12분들을 내년 1월부터 매월 1분씩 홍보대사로 위촉하였고, 그 분들 중 서울시립과학관 이정모 관장님, 구멍가게 이미경 작가님, 김중석 그림책 작가님 등 세 분이 행사에 오셔서 힘을 보태주셨다. 그리고 그 자리에서 선포된 캠페인 강령은 많은 이들의 공감을 불러일으켰다.

바이 북+바이 로컬 캠페인 행동 강령

1. 좋은 책을 사고 싶다면… 가까운 동네 책방에서 책을 구입하세요.
2. 동네 책방에서 책을 사면… 먼 거리 운송비와 포장비, 이동비가 줄어들고,
3. 책을 사랑하는 책방 주인장과 즐거운 대화를 나눌 수 있으며
4. 책을 사랑하는 이가 정성껏 고른 책들을 직접 보고 살 수 있습니다.
5. 그렇게 고른 책 한 권이 우리 동네 책방 문을 계속 열게 하고,
6. 책방 이웃들을 포함해 우리 동네 지역 경제에 큰 보탬이 되며
7. 이웃들과 책을 함께 읽고 나누는 재미까지 선물합니다.
8. 혹시 아나요? 우리가 사랑하는 책방이 우리 동네를 더 살기 좋은 곳으로 만들어 줄지!^^

"가까운 동네 책방에 정성껏 고른 좋은 책이 늘 함께합니다."

바이 북+바이 로컬 캠페인은 앞으로 3년여 계속될 장기 캠페인이다. 출정식을 시작으로, 이제 첫 걸음을 떼었고, 올해 안에 전국 80여 동네책방마다 캠페인을 알리는 깃발이 꽂히고, 캠페인 안내 리플릿이 독자들을 만나게 될 것이다. 그리고 12명의 작가군단으로 위촉된 홍보대사 분들이 동네책방을 찾는 독자들을 위해 정성껏 마련한 감동 이벤트가 시작될 것이다. 그리고 책방들을 중심으로 그 이웃한 작은 가게들도 함께 살아날 수 있도록 캠페인의 지경을 넓혀 가는 전국 동네 책방+골목 살림 지도 만들기를 후속 이벤트로 전개하려고 한다.



책방이 살아나 찾는 이들이 많아지면 그 주변의 작은 가게들도 함께 살아나는 로컬 경제 공동체의 활성화가 이루어진다는 것은 이미 많은 사례에서도 확인할 수 있고, 우리는 그 작은 기적들이 대한민국 골목 곳곳에서 펼쳐지길 바라는 원대한 꿈을 나누려 한다.

이제 첫 단추를 채웠을 뿐이지만 전국의 책방지기들은 두근두근 설레는 맘으로 캠페인을 준비하고 있다. 자본에 밀려 생존의 고비를 넘지 못하고 문을 닫는 책방들이 늘어가는 현실에서도 우리는 실낱같은 희망을 놓지 않고 그 길을 걸어가려고 한다. 같은 꿈을 가진 이들이 함께 걷다 보면 그 꿈이 현실이 되고, 날마다 골목 어귀에서 책방을 열고 닫는 우리의 작은 삶도 더 오래 지속되고, 많은 날들을 독자들과 함께할 수 있지 않을까.

그래서 날마다 이야기들이 쌓여가는 책방에서 많은 이들이 서로 만나고 소통하며 작은 행복을 이어갈 수 있지 않을까... 그렇게 작지만 빛나는 꿈을 하나둘 차곡차곡 포개어 담아 책을 사랑하는 독자들에게 정성껏 건네는 작은 선물상자가 바로 우리가 시작한 '바이 북+바이 로컬' 캠페인이다. 여러분의 곁에 서 오늘도 기쁜 마음으로 책방 문을 여는 전국 책방지기들의 아름다운 도전에 부디 많은 응원과 뜨거운 관심으로 화답해주시길 바란다.

입장료 받는 일본 서점 ‘분키츠’ 이야기

최준란(길벗 출판사 편집부장)

2019.09

입장료를 받는 서점이라고? 일본에 그런 서점이 있다는 기사를 읽고 언제 꼭 한 번 가보리라 마음먹었다. 드디어 얼마 전 일본 출장을 갔다가 서슴없이 이곳을 취재하러 나섰다.

분키츠(文喫) 서점은 도쿄 롯본기에 자리 잡고 있다. 롯본기는 우리나라로 치면 청담동 같은 동네다. 이 비싼 동네에 어떻게 그런 서점을 감히 냈을까 궁금했지만 실제로 가서 보니 여러 면에서 수긍이 갔다. 작년 12월에 문을 연, 분키츠 서점은 이곳에 새로 생긴 서점이 맞지만 그해 6월까지만 해도 그 자리에는 아오야마 북센터가 있었다.

아오야마 북센터는 그 동네에서 꽤 오랫동안 자리를 지켰는데 특히 디자인과 요리 책 등으로 유명했다. 영업시간도 오전 10시부터 11시 30분(평일 기준)까지 다른 서점에 비하면 늦게까지 열었다. 당시에는 롯본기힐즈 옆에 TV아사히 방송국도 있어서 방송국 사람들이 늦게까지 일하면서 들르는가 하면, 드라마 배경지로 자주 화면에 비치기도 했다. 롯폰기역 바로 앞에서 오가는 이들에게 책을 권하던 이 아오야마 북센터가 리모델링을 거쳐 ‘문화를 누리는 곳’이란 뜻의 서점 분키츠(文喫)로 다시 문을 연 것이다.

분키츠 서점 입구(왼쪽), 분키츠 입구 입간판(오른쪽)

분키츠는 한자로 '文喫(문끽)', 해석하면 '글(문화)을 만끽한다'는 뜻이다. 특이한 점은 서점인데 입장료를 받는다는 점이다. 서점 입구에 입간판이 있는데 이런 문구가 쓰여 있다. '책과 우연한 만남을 위한 서점(本と出**会**うための本屋)'. 입구를 지나면 전시장이 있고, 전시장을 지나가면 90여 종의 잡지가 보인다. 그리고 서점 안에서는 차도 마시고, 업무용 회의도 하고, 일도 할 수 있고, 식사도 하면서 하루를 보낼 수 있다. 실제로 서점 안은 서점이라기보다는 복합 문화 공간의 기능을 하고 있다.

서점 소개 소책자를 보니 도서관, 열람실, 연구실, 전시실, 다실로 공간이 나뉘어 있는데 가장 안쪽에는 저자 사인회나 워크숍을 할 수 있는 공간이 있다. 편한 쿠션도 있어서 누워 책을 보거나 할 수도 있다. 서점 안에는 3만여 권의 책이 진열돼 있는데, 서점 치고는 책이 많지 않지만 책 진열 방식이나 책 한 종 한 종마다 친절한 설명을 붙여놓은 것에서 서점인의 손길을 느낄 수 있다. 이곳의 이토 아키라(伊藤晃) 점장을 만나 이야기를 들어봤다.

– 서점을 열기까지 과정이 궁금합니다.

"출판계 불황이 지속되면서 닛판(日販: 우리나라 도매상에 해당)이 2년 전부터 서점의 새로움을 고민하면서 프로젝트 팀을 꾸렸습니다. 브랜드는 닛판이 담당하고 운영은 리브로플러스와 디자인 회사 스마일즈가 맡기로 하고 세 팀이 함께 모여 고민하기 시작했습니다. 집중적으로 논의하기 시작한 것은 2018년 봄부터인데요. 실은 2018년 6월에 아오야마 북센터 롯폰기점이 폐점해 그 철거 부지의 활용책으로 새로운 업태의 서점을 검토하게 되었죠.

당초 정해진 것은 점포명뿐이었습니다. '문화를 맛보는 장소'를 표방한 콘셉트 아래 운영 방법에 대한 관계자들의 모색이 시작되었습니다. 현 부점장인 하야시 이즈미(林和泉) 씨(27)도 기획 작업부터 관여해왔습니다. 회원제 서점, 클럽과 비슷한 서점 등 다양한 아이디어가 나왔었지요.

또 분키츠 바로 옆에는 북퍼스트 서점이 제법 크게 자리 잡고 있었고(현재도 존재), 롯본기힐즈에는 이미 츠타야 서점이 있었어요. 이들 서점과의 차별성을 두려면 기존 서점과는 다른 콘셉트로 접근하지 않으면 안 되겠다 싶었지요. 서적이나 잡지의 판매가 감소하는 중에 비즈니스 관점에서 서점만으로는 채산이 맞지 않아 결국 책과 만날 수 있는 가치를 제공하고 그 대가로서 입장료를 받는 시스템을 생각해냈습니다."

– 직원은 모두 몇 명인가요? 규모는 얼마나 되는지 궁금합니다.

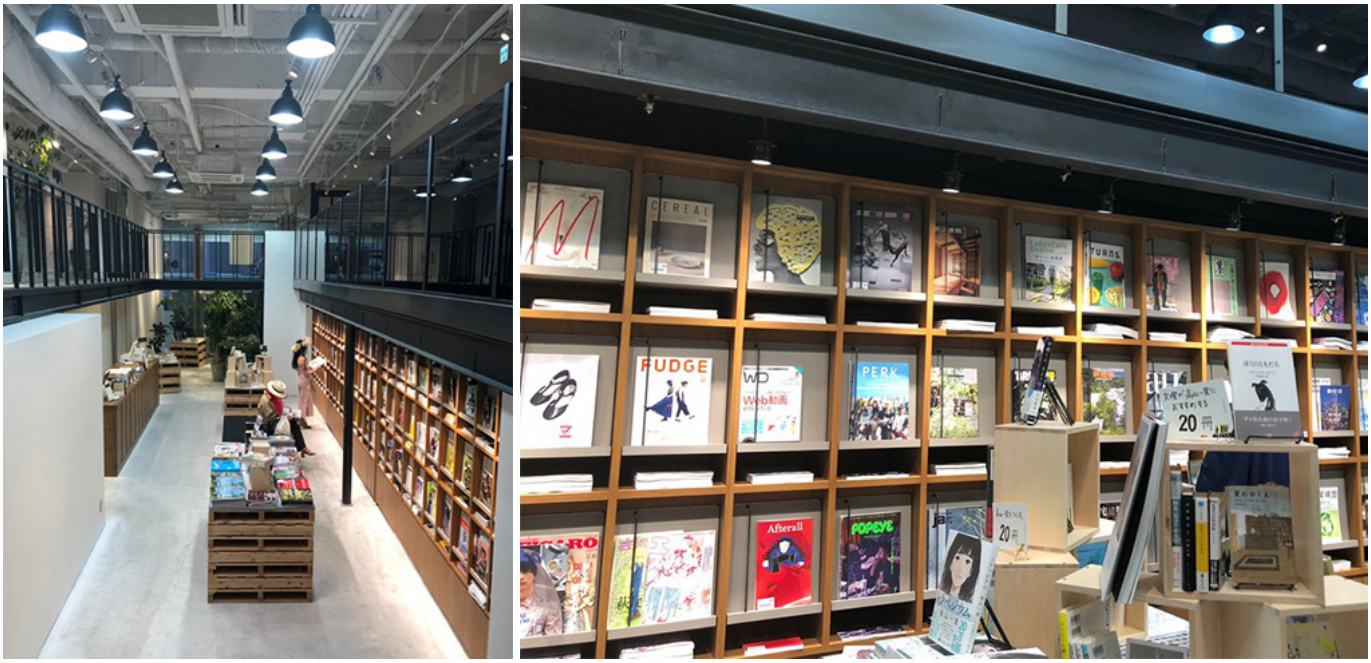
"저희가 내건, 입장료 1,500엔에는 '커피 3잔에 해당하는 금액을 지불할 여유가 있는 사람들이라면 책도 1권쯤은 사지 않을까'라는 기대가 숨어 있습니다. 입장료를 받는 대신 커피와 녹차는 무료로 제공하고 알코올이나 가벼운 식사는 유료로 제공합니다. 영업시간인 오전 9시부터 오후 11시까지는 가게 안에 있는 3만 권의 서적을 자유로이 열람할 수 있으며, 마음에 드는 책은 구입할 수 있습니다. 그리고 4월부터는 저녁 7시 이후 입장할 경우 '나이트 크루징(Night Cruising)'이라고 해서 입장료는 1,000엔입니다.

커피와 녹차는 무료 제공(왼쪽), 다실에서는 테이블 외에도 쿠션 눕거나 앉을 수 있다(오른쪽)

편안하고 느긋하게 책을 읽을 수 있는 카페, 차분히 책을 고를 수 있는 열람실 등은 여럿이 와서 동료와 책에 대하여 이야기 나눌 수 있는 공간입니다. 서적 진열은 예술, 비즈니스 등 장르별로 책장을 구분해 진열했지만, 출판사나 작가 이름을 기준으로 정리하지는 않았습니다. 관심이 없을 법한 책이라도 쉽게 손을 뻗치게 하기 위한 방법입니다.

도서 책장 배열(왼쪽), 열람실(오른쪽)

잡지책을 예로 들면, 잡지가 꽂혀 있는 책꽂이를 열면 과월호 잡지가 아니라 그 잡지랑 연관 있는 다른 단행본들이 있습니다. (실제 입구 쪽에 있는 잡지칸 뒤의 책꽂이를 열었을 때 과월호가 아닌 단행본 4~5권이 놓여 있어서 깜짝 놀랐다. 예를 들면 패션 관련 잡지면 책꽂이에는 옷 수납 책이 있다거나 패션의 역사책이 있다거나 했다.)



오른쪽 책장이 90여가지의 잡지가 있는 곳(왼쪽), 잡지 - 잡지 뒷면에는 과월호가 아닌 연관성 있는 책들이 함께 있다(오른쪽)

점장인 저(37)와 부점장(27), 그리고 직원이 20명 정도 됩니다. 처음에는 직원이 10명 정도였는데 부족하더라구요. 카페도 있고 2층까지 있는 셈이고 교대도 해야 하니 어느새 배로 늘었습니다."

- 지금까지 6~7개월 운영해왔는데 경영 결과를 수치로 말씀해주실 수 있나요?

"인터넷 등에서도 화제가 돼서인지 하루 방문객 수가 많은 날에는 200명 정도 됩니다. 머무는 시간도 3~4시간에서 지금은 5~6시간으로 길어졌고 10시간 이상 있는 사람도 있습니다. 그리고 재방문하는 사람들도 많습니다. 현재 서점 수입은 입장료가 80%, 음식 10%, 책이 10% 정도라 볼 수 있습니다. 이용객은 주로 20~30대입니다. 예술, 영화 관련 책이 많은데 책 판매도 점차 늘어나고 있습니다." (실제 매출액을 물었지만 답변해주진 않았다.)

- 전체 비중에서는 책 구매가 적은 것 같은데요. 예상하신 건가요?

"예상했습니다. 처음에 저희는 책 판매 비중이 2~3% 정도일 거라 생각했습니다. 실제로 해보니 처음 2~3%에서 현재 10%~15%까지 나오고 있어서 다행으로 생각하고 있습니다."

– 현재 분키츠가 생각하는 가장 중요한 경영 전략은 무엇인가요? 그리고 새로운 분키츠 활동이 있으면 소개해주세요.

“좀 전에 말씀드린 것처럼 책 판매가 늘고 있습니다. 더 늘어나는 방법을 찾고 있습니다. 첫째, 입장료가 중요한 만큼 이곳에 와서 머무는 시간을 늘리는 겁니다. 처음에 이곳에 머물던 시간은 대략 3시간이었는데 현재는 6시간 정도입니다. 체재 시간이 늘어날수록 다른 판매(책 판매)도 늘어나는 것을 보고 체재 시간을 늘리는 방법을 고민하고 있어요. 그중에는 월회원, 연회원 등에 대한 고민도 있는데요. 이 방법은 분키츠 서점을 준비할 때부터 생각했던 방법입니다.

하지만 처음 시작 때부터 실시한 것은 아니고, 지금 어느 정도 자신감도 생기고 패턴이 보여 실행하기로 했습니다. 2019년 8월 20일부터 월 사용료 1만 엔을 선불하는 방식을 적용해볼 예정입니다. 실제 7일만 왔다 가도 이익인 셈이죠. 그리고 1,500엔짜리 1회 사용권 선물권도 있습니다. 법인(法人) 상대로 한 달 5만 엔부터 이용할 수 있는 플랜도 도입하고 있습니다.

둘째는 반품 없는 매입입니다. 보시다시피 누구든지 책을 보고 만질 수가 있어서 책이 상하기도 쉽습니다. 하지만 분키츠는 팔다 남더라도 출판사로 반품하지 않고 전부 구입해버리는(매절) 매입 방법을 도입하고 있습니다. 이곳에 오기 전에 서점에 근무하면서 서점 및 출판계의 가장 큰 고민이 반품이라고 생각했습니다. 책을 반품할 때도 발송비가 듭니다. 서로 반품이 적게 하는 것이 가장 큰 숙제입니다.

그리고 새롭게 준비 중인 것이 있는데, 이곳 장소를 대여하려고 합니다. 화보집 등 사진 촬영할 수 있는 곳으로 대여를 할 예정입니다. 홍보도 되고, 대여료 자체에 수익이 있으니까요.”

– 들어오는 입구부터 독특했는데요, 전시장 같기도 하고 잡지도 많고요. 이곳에 진열되는 책은 누가, 어떻게 선정하나요?

“들어오는 입구가 늘 저희의 고민입니다. 그만큼 입구가 중요하니까요. 어떤 이벤트로 진행해야 할지 월 단위로 기획하는데, 입구 전시 기획이 특히 저희들의 고민이지요. 7월부터는 〈大圖鑑展(대도감전)〉이라고 해서 비주얼 딕셔너리(VISUAL DICTIONARY)〉를 열고 있습니다. 그림 있는 사전부터 그림 없는 사전까지 다양합니다.

대도감전 전시 모습 – 천장이 독특하다(왼쪽), 대도감전 전시 모습(오른쪽)

6월 기획전 〈울창전〉 – 숲이 우거진 녹음을 느낄 수 있었다

(지난 6월에 갔을 때는 기획전으로 〈울창전(鬱蒼展)〉이라고 해서 숲자연 관련 책도 전시한 바 있다.) 그리고 3만 권의 책을 선정하는 일에 주력합니다. 가급적 많은 종류의 책을 제공하기 위해 신간과 구간 각 1권씩만 둡니다. 어느 작가가 참고한 책을 가까이 두거나, 한 편집자와 연관된 책을 놓기도 합니다.

입구에서 왼쪽부터 책장 배치 순으로 따라가 보면 건축, 디자인, 패션, 영화, 음악, 과학, 자연, 비즈니스, 사회, 심리, 종교, 문화, 역사, 철학, 일본문학, 해외문학, 음식, 여행, 라이프스타일로 책이 정리되어 있습니다. 책은 도서십진분류법에 따르지 않고 분야별로 선정합니다. 저희는 월 1회 모여서 회의하고 책을 선정하는데, 어떤 스태프는 요리에 관심이 많고, 또 다른 스태프는 연극하는 사람이고, 저는 예전에 서점에서 지도, 역사를 담당해서 잘 알고 관심이 있는 분야를 중심으로 선정합니다. 워크숍 진행은 부점장이 직접 했지요. 외부에서 초빙할 때도 있지만 직접 하기도 합니다."

– 지난번에 왔을 때 정확히 기억은 안 나지지만 '책 고르기'라는 독특한 워크숍이 있었어요. 그런 기획은 어떻게 하나요? 성공했거나 재미난(?) 사례도 좀 소개해 주세요.

"'책 고르기' 워크숍은 부점장이 기획하고 워크숍 진행도 부점장이 했습니다. 부점장 하야시 이즈미씨는 2014년도에 닛판에 입사해 분키츠 설립 시 북디렉터로 참여했지요. 워크숍은 이렇게 스태프가 직접 워크숍에 대해 아이디어를 내고 자신이 직접 진행하기도 합니다.

재미난 사례로는 올 봄에 했던 건데, 다카하시 기리야 (高橋桐矢) 씨라는 점술가를 모셔 워크숍을 했습니다. 그분이 손금을 봐주는 거였는데요. 손님이 좋아하는 책을 직접 골라 와서 좋아하는 페이지를 펼쳐보라고 합니다. 그런 다음 좋아하는 부분을 손가락으로 가리켜 그 문장으로 점을 쳐주는 것입니다. 그날 워크숍은 상당히 인기가 있었습니다."

– '입장료 받는 서점'으로 알려졌는데 롯본기에 있는 분키츠 외에 다른 지역에 분점을 낼 생각은 있으신지, 그때도 입장료는 1,500엔으로 동일하게 할 것인지 궁금합니다.

"다른 지역에도 문을 열 생각은 하고 있지만 아직 구체화된 것은 없습니다. 이곳 분키츠를 운영하면서 계속 회의를 하고 있습니다. 저의 솔직한 바람은 입장료를 얼마 받는지는 중요하지 않고, 입장료를 받지 않고 어떻게 손님들을 오게 할까입니다."

'입장료를 받는 서점'으로 바다 건너까지 유명해진 분키츠 서점이지만 점장의 목표 역시 '입장료 없이도 많은 사람들이 찾아올 수 있는 서점'이었다.

[에세이]

출판과 마이크로 인플루언서

: '인플루언서' 같은 소리하고 있네

김선욱(다산북스 마케팅팀 매니저)

2019.09

1.

동료들 증언에 따르면 나는 '설명충'이다. 회의 시간, 나의 얄팍한 아이디어에도 사려 깊은 동료들이 성심껏 고개를 끄덕이면, 맞장구에 흥이 올라 눈치도 없이 불필요한 부가 설명을 쏟아낸다는 것이다. 속이 쓰리지만 인정할 수밖에 없었다. 돌이키면 동료들을 설득(했다고 착각)해 뿌듯하던 기분이 선명하니까.

나는 〈소행성책방〉이라는 온라인 매체를 운영한다. 출판사로부터 책 광고를 의뢰받고 콘텐츠를 만들어 포털과 SNS에 발행한다. 출판사 마케터, 광고기획자 출신의 콘텐츠 에디터 4인으로 구성된 소행성책방은 지난해 운영을 시작해 70여 개 출판사와 협업을 진행했다. 콘텐츠를 통해 다수의 사람이 책에 접근할 수 있게 만들어야 하는 업무의 특성상, 설득력 있는 기획을 위한 회의가 일과의 대부분이다. 그런데 공통의 목표를 가지고 매일 머리를 맞대는 직장동료조차 설득이 쉽지 않다. 그러니 출판 마케터가 일면식도 없는 사람들의 눈과 귀를 특정 책으로 쏠리게 하는 일은 얼마나 어려운 것인가. 심지어 그 책을 구매하도록 만드는 일의 어려움은 말할 필요도 없다.

콘텐츠의 전달과 소비 방식이 완전히 바뀐 지금, '마케팅'과 '온라인 마케팅'은 동일어다. 절대 과장이 아니다. 출판 마케터들은 신간을 홍보하기 위해 영향력 있는 인플루언서(influencer)를 찾아 카드형 콘텐츠를 의뢰하고 북튜버를 찾아 책 추천을 부탁한다. 이 모든 작업의 핵심은 책의 발견 가능성을 높이고 독자를 설득하는 것, 두 글자로 '광고'다.(역시 설명충이 맞다.)

되짚어보자. 어떤 책이 출간되기를 간절히 기다리며 배본 일정에 맞춰 서점으로 달려가는 독자를 본 적이 있나? 있다면 당장 로또 판매점으로 향하길 바란다. 꿈에서 용을 본 것만큼이나 귀한 경험이니. 독자는 무슨 책이 언제 출간됐는지 모른다. 아니, 더 정확하게는 관심이 없다. 도서 분야에 설득력 있는 인플루언서가 많아져야 하는 이유다.

그러나 아쉽게도 출판사의 선택 폭은 넓지 않다. 책을 다루는 인플루언서가 많지 않을 뿐 아니라, 판매 효과가 검증된 채널은 더 적기 때문에 설득력이 검증된 인플루언서는 이미 몇 개월 치의 광고를 미리 의뢰받아 콘텐츠를 만들고 있다. 그러니 출판사들로서는 광고를 하고 싶다고 할 수 있는 처지도 아니다.

얼마 전 모 출판사의 마케터를 만났다. 이렇게 말했다. **"부탁 좀 드릴게요."** 출간을 앞둔 책을 여러 인플루언서들에게 보냈지만 갖가지 이유로 거절당했고, 원하는 책 노출 일정을 잡기도 어렵다고, 꼭 광고를 맡아달라며 그가 한 말이었다. 이쪽도 살펴봐야 할 책이 산처럼 쌓여 있는 상황이라 멋쩍게 웃었는데, 그가 카운터펀치를 날렸다. **"팀장님...저희 책 간택 좀 해주세요."**

'간택'이라니. 뒤바뀐 갑을관계에 여러 복잡한 마음이 생겼다. 신간은 쏟아지는데 광고를 맡을 인플루언서는 마땅치 않은 이 아이러니한 불균형이 우선 씁쓸했고, 혹시 나도 책을 다루는 SNS 채널이 몇 개 없다는 이유로 입에 풀칠을 하고 있는 것이 아닐까 착잡했다.

그러나 더 무서운 것은 독자가 느끼고 있을 염증이었다. 거기서 거기인 인플루언서가 대동소이한 포맷으로 비슷한 콘텐츠를 양산하는 요즘이다. 특히 책 광고는 누가 만들어도 변별성을 찾기가 어렵다. 현재 활동 중인 인플루언서들은 책으로 접근성을 높이는 일의 본질을 잘 해내고 있는 걸까?

2.

내 얼굴에 침을 뱉는 말이지만, 출판계는 느리다. 10년 전 관료 사회조차 뉴미디어에 혈안이 되어 수억 원의 예산으로 정부 부처마다 SNS 운영대행사를 모집하던 시기에도 주요 출판사들은 변변한 공식 SNS 계정조차 없었다. 5년 전 유튜브가 압도적인 플랫폼이라는 것을 깨달은 타 업계가 기민하게 미디어 전략을 세우고 있을 때, 출판계는 그제야 페이스북 관리자를 구하기 시작했다.

대형 출판사를 중심으로 유튜브 운영이 시작된 지금도 뉴미디어는 신간을 광고하는 플랫폼 정도로 활용된다. 이제야 정해진 공식처럼 책이 나오면 카드형 콘텐츠를 만들고 영상을 만들지만 이마저 신속하지 못해 원하지도 않는 일정에 울며 겨자 먹기로 광고를 진행한다.

콘텐츠 대응만 더딘 것이 아니다. A출판사 대표는 내게 이런 질문을 했다. **"온라인 홍보 맡을 '젊은 애'를 하나 찾고 있는데, 적당한 애 없어요?"** 이 질문은 새로운 플랫폼의 몰이해를 정확하게 보여준다. 뉴미디어 담당자를 SNS에 재미있는 글이나 끄적이는 비전문가로 취급하는 인식은 당연히 사내 처우와 맞물려 유독 높은 이직률로 이어진다. 자사 채널의 브랜딩 효과에 민감한 다른 업계에서는 결코 볼 수 없는 현상이다.

책은 구매자에게 '독서'라는 적극적인 행동까지 요구한다. 다른 어떤 제품보다 구매 설득이 어려울 수밖에 없다. 그 면밀한 설득 작업의 담당자로 '젊은 애'를 찾는 출판사와 그런 물심양면 '애 취급'을 못 견딘 퇴사자. 이 기막힌 미스 매칭은 조금 심각하게 들여다 볼 필요가 있다.

최근 『클루지』(갤리온)와 『정리하는 뇌』(와이즈베리)의 베스트셀러 순위 역주행을 보면서 이 어긋남을 다시 생각했다. 하느님도 살리기 어렵다는 구간을 마케터도 아니고 홍보 담당자도 아닌, 당시 구독자 3만 명을 보유한 한 유튜버가 살려냈기 때문이다.

'라이프해커 자청'의 유튜브 캡쳐 이미지

'라이프해커 자청(자수성가한 청년의 줄임말)'이라는 이름의 그 유튜버는 자신이 월 수천만 원의 수익을 내는 사업가라고 소개하며 인생을 행복하게 만들고 부자가 될 수 있게 도와준 책을 추천했다. 45만 조회를 기록한 그의 영상은 마케터들 사이에서 소문으로만 내려오던 '구간의 부활'을 눈앞에 현실로 펼쳐냈다.

"내가 읽어보니 정말 인생이 바뀌더라."는 낯선 청년의 진심이 기적처럼 사람들을 서점으로 향하게 만든 것이다. 그리고 정말 전설의 무림고수처럼 그는 몇 종의 책을 베스트셀러에 올려놓더니, 홀연히 유튜브에서 자취를 감췄다.

반짝 오른 판매가 아니라는 점에서 '사건'에 가까운 현상이었다. 독자를 조금이라도 더 그럴듯한 말로 설득하기 위해 종일 책과 씨름하는 나는, 그 모든 일을 간단히(?) 해낸 전설의 고수를 보면서 다시 복잡해졌다. 접시 물에 코를 박고 싶으면서도, 어쩌면...어쩌면 이 사건은 '출판사 젊은 애'들의 돌파구를 보여준 것이 아닐까 하는 희망 때문에.

3.

유튜브셀러의 효과를 절감한 마케터들이 '마이크로인플루언서'를 주목하고 있다. 굳이 '마이크로'라는 말이 필요한 이유는, 인기도가 덜하지만 영향력이 확실한 인플루언서를 구분하기 위함이지만 어떤 인플루언서도 끝까지 '마이크로' 하고 싶지는 않을 것이다. 때문에 이 구분은 현재 상태에 이름표를 붙인 것에 가깝다.

하지만 정작 구간을 살려낸 '라이프해커 자청'은 북튜버도 아니고 구독자 규모를 감안하면 출판사가 찾는 유형의 인플루언서는 더더욱 아니다. 그는 '성공한 젊은 사업가'라는 자아를 활용해 삶의 노하우를 영상으로 만들었고, 그 과정에서 도움받은 책을 언급했을 뿐이다.

여기서 마케터는 의문을 가져야 한다. 이 사건을 보고도 단발성 책 광고를 맡을 인플루언서만 찾는 현상이, '제2의 자청'을 찾으려 혈안이거나 〈김미경TV〉의 파급력을 막연히 기대하는 심리가, 영향력을 책 광고에 이용만 하고 직접 가지려 들지는 않는 출판사들이, 진심으로 이상하다는 의문 말이다.

유튜브의 CBO 로버트 킨슬은 그의 플랫폼이 가져 온 가장 의미 있는 변화를 이렇게 정의했다. **"유튜브는 유명인의 개념과 자격을 바꿔놓았으며, 사람들이 오로지 자신의 관심과 흥미에 따라 콘텐츠를 시청할 기회를 만들었다."**

제대로 준비해서 공들여 진행한 책 광고는 결국 효과를 보지 못하고 아무도 모르게 휘발되는 마당에 뜬금없이 구간이 베스트셀러로 치고 올라온 사건은 킨슬의 말을 뒷받침해준다. 분명 '유명인'의 개념과 자격은 바뀌었고 그 사실을 마케터보다 빨리 알아챈 사람들이 바로 지금 책을 간택하고 있는 인플루언서다.

마케터는 유명한 인플루언서를 찾지만, 독자는 관심과 흥미가 있는 이야기를 찾는다. 단순히 흥미로운 콘텐츠를 만들어야 광고 효과가 있다는 뜻이 아니다. 뉴미디어의 알고리즘은 나와 관심사가 비슷한 사람을 정확하게 찾아 연결하고, 그 모든 과정이 터치 한 번이면 가능한데 지금의 인플루언서가 영향력을 독점할 수 있을까?

아무도 몰랐던 '자청'이 유튜브 채널을 개설해 첫 영상을 업로드하고, 스스로 동기부여 전문가로 포지션을 잡고, 사람들에게 책을 추천해 구간이 베스트셀러가 되기까지, 이 모든 일은 3개월 사이에 벌어졌다. 이 바닥에서 '인플루언서'나 '마이크로인플루언서'라는 명찰은 필요 없다.

4.

요즘 누구나 입에 달고 다니는 유튜브에 대해 이야기해보자. 유튜브는 광고 플랫폼이 아니다. 책 광고를 보기 위해 구독 버튼을 터치할 사람은 없다. '책 광고'와 '책을 소재로 한 흥미로운 이야기'는 완전히 다른 콘텐츠다. 당연히 영향력은 후자에 생기고 출판사가 이 영향력을 갖기 위해 온라인 홍보 담당자는 최적임자다.

그렇다면 출판계는 무엇을 해야 할까? 출판계는 이들이 스스로 채널을 기획하고 운영하는 것을 지원해야 한다. 이들은 새로운 매체 운영에 능숙하고, 퍼스널 브랜딩을 필요로 하며, 크리에이터의 근육을 이미 갖고 있다. 출판사가 이들을 인플루언서로 육성하는 것은 '투자'를 넘어 '생존 전략'에 가깝다.

관심이 있는 업계 종사자라면 이미 알고 있겠지만, 유튜브에는 이미 꽤 많은 전·현직 출판사 직원의 채널이 있다. 대부분 20-30대인 이 유튜버들은 편집자 혹은 마케터로 일한 경험을 상세하게 들려준다. 날 것 그대로인 출판사 업무와 조직 문화, 직원들의 연봉과 독자들이 모르는 작가의 흥미로운 뒷이야기에 사람들은 한 목소리로 이 경험담을 계속, 더 자주 보고 싶다고 말한다. 독자와 미래의 출판인, 예비저자, 업계의 동료들에게 분명한 영향력을 행사하고 있는 것이다.

이 채널들의 구독자 규모는 '마이크로'하기는 커녕, 마케터가 찾는 인플루언서에 비하면 '나노'한 수준이다. 그러나 흔들리는 카메라 초점과 조악한 편집 영상에도 불구하고, 출판사가 유통시키는 어떤 북트레일러나 책 광고보다 높은 반응을 얻는다. 구독자들은 추천받은 책이 좋았다며 고맙다는 댓글을 남기고, 구독자의 의견을 반영한 책 콘텐츠가 만들어진다. 이들은 오프라인에서 함께 독서모임을 가지며, 심지어는 유튜브에서 구독자들과 나눈 이야기를 엮어 출간하기도 한다.

이런 유튜버들에 대해서 이야기를 꺼낸 것은, 출판사 일부 직원들의 끼와 재능에 업힌 장밋빛 미래를 말하는 것이 아니다. 누군가 찾던 '젊은 애'들의 전문가적 면모가 유튜브 판에서 빛을 내고 있는 현실을 말하는 것이다. 뉴미디어 운영에 능숙한 이 전문가들은 취향을 공유하고 행동을 유도하는 순환을 완벽하게 이해하고 있다. 그리고 이를 바탕으로 이미 '도서 분야' 너머를 보고 있다. 영화와 게임 리뷰는 물론, 공방이나 카페, 분위기 좋은 주점을 찾아내 소비하라는 설득에 성공한다.

출판계 종사자가 반드시 북튜버로 활동할 필요도 없다. 어쩌면 이들은 이성의 심리에 빠삭해 연애 채널을 운영 중이거나, 김미경TV처럼 동기부여의 인사이트를 가지고 있을 수도 있다. 그런데 출판사는 심리, 인문에서부터 자기계발과 경제경영에 이르기까지 가장 수준 높은 텍스트들을 이미 보유하고 있고, 그것을 만들어 내는 내부 전문가들을 갖고 있으면서도, 이들을 박대하고 밖에서 인플루언서를 찾는다.

그런 점에서 나는 출판이 주목해야 할 뉴미디어의 방향은 MCN(Multi Channel Network) 모델과 맞닿아 있다고 생각한다. 직원의 콘텐츠를 유통하고, 창작을 지원하고, 수익 창출을 돕는 일. 영향력을 '찾을 것'이 아니라 '키워서 가지기'를 노리는 것이다. 책 팔기도 바쁜데 언제 그런 투자를 하냐고? 아...역시 출판계는 느리고, 나는 설명충이다.

[에세이]

일본 불매 운동… 출판은?

김홍민(북스피어 대표)

2019.09

일본이 강제 징용 피해 배상 판결을 이유로 한국의 반도체 산업에 영향을 끼칠 수 있는 수출 규제에 나서자마자 국민들이 일본 상품에 대한 자발적인 불매 운동을 시작했을 때 나는 페이스북에 공지를 하나 올렸다. 오랫동안 준비해 온 일본 에도시대 소설의 출간을 연기한다는 내용이었다. 다 만들어 놓은 데이터를 바라보고 있자니 마음이 아프지만, 어쩔 수 없다고도 썼다. 그로부터 일주일 후, 몇 군데 언론사로부터 연락이 왔다. 기자는 신간 출간을 미루게 된 경위와 함께 어떤 심경인지, 앞으로 어떻게 할 것인지 물었다. 나는 며칠 사이에 겪은 일을 털어놓았다. 이 내용들은 다음날 기사화되었다.

〈일본 장르소설을 전문으로 내는 북스피어는 최근 에도 시대를 배경으로 한 신인 작가 소설 출간을 준비하다가 인쇄 직전 멈췄다. 김홍민 대표는 "'추리소설의 여왕'으로 불리는 미야베 미유키 책들을 페이스북에 광고하고 있는데, 일주일 전부터 그 광고에 '쪽발이 소설을 광고하다니 제정신이냐'는 댓글이 달리기 시작하더라"면서 "출간된 지 10년이 지난 책들에도 그런 댓글이 달리는 걸 보고 겁이 덜컥 나 일단 신간 출간을 연기하기로 했다"고 말했다. 얼어붙은 한·일 관계 영향이 출판계로 미치고 있다.(조선일보, 7월 23일)〉

비슷한 내용이 〈문화일보〉에도 실렸다. 기사를 찬찬히 곱씹으며 두 가지 생각을 했다. 하나는 불매운동의 와중에도 소신껏 일본 작가의 책을 펴내는 출판사들에게 송구하다는 것이었다. 내가 무슨 출판계의 대표도 아닌 마당에 굳이 안 해도 될 말을 함으로써 또 하나의 프레임이 생긴 게 아닌가 싶었다. 뒤늦은 후회였지만 그 뒤로 여타 매체에서 온 인터뷰 요청은 모두 거절했다. 다른 하나는 지금으로부터 15년 전, 내가 처음 일본 작가의 책을 펴낼 때 있었던 일이다. 당시에도 나는 같은 일을 겪었다.

미야베 미유키 작가를 만난 건 2004년 무렵이다. 그의 이야기는 단숨에 나를 사로잡았다. 한때의 소설가 지망생으로서 내가 쓰고 싶어 하던 이야기가 여기 있구나, 그런 느낌이었다. 스물아홉의 봄부터 겨울까지 나는 미야베 미유키의 이야기 속에서 헤맸다. 인간은 사회적인 위기가 닥칠 때마다 그것이 단 한 사람의 악한 성질 때문에 초래한다고 여기고, 그의 처벌을 통해 위기를 해소할 수 있다고 생각한다. 미야베 미유키는 일인을 향한 사회적 시스템의 폭력이 절정에 달한 순간, 그를 변호하기 위해 등장하는 대변인 같았다. 개인의 비난이 아니라, 범죄가 일어나게 된 동기를 추적하여 사회의 시스템을 제대로 점검하는 것이 더 중요하다는 사실을 그의 소설을 읽으며 깨달았다.

이듬해 나는 장르문학 전문 출판사를 차리고, 미야베 미유키의 작품들을 내 손으로 만들기 시작했다. 그것은 무척 근사한 경험이었다. 대사 하나 몸짓 하나에 이르기까지 등장인물과 그들의 시대가 어찌나 선명하고 활기에 넘치는지, 어떻게 이토록 다양한 이야기들이 한 사람의 입에서 술술 나올 수 있는지 신기할 지경이었다. "에도 시대는 사람의 목숨을 간단히 빼앗을 수 있는 시기였기 때문에 함께 살아가는 사람들의 유대감이 매우 강했습니다. 제가 에도 시대물을 계속 쓰고 싶어 하는 이유는, 그렇게 따뜻한 인간의 정이 있는 사회를 향한 동경 때문입니다. 작은 것도 함께 나누고 도와가며 살았던 시대가 있었다는 것을 전하고 싶습니다."라는 작가의 견해에 완전히 공감했다. 나는 미야베 미유키의 데뷔작을 비롯하여 10종의 시대물과 10 종의 현대물을 계약했고, 몇 군데 매체에 미야베 미유키에 관한 글을 썼다.

마침 이 시기를 전후로 온갖 분야의 출판자본이 장르문학으로 유입되었다. 이때 종수로나 매출 규모로나 가장 크게 성장한 분야는 추리소설이다. 셜록 홈즈와 애거서 크리스티로 대변되는 영미권 소설이 꾸준히 소비되는 가운데 히가시노 게이고와 미야베 미유키를 필두로 한 일본 소설이 괄목할 만한 성장을 거두며 시장을 견인했고, 엘러리 퀸, 조르즈 심농, 마쓰모토 세이초, 대실 해밋 전집이라는 굵직굵직한 기획도 줄을 이었다.

실로 다양한 추리소설들이 제대로 된 번역을 통해 독자들에게 소개되었다. 어린 시절부터 꾸준히 추리소설을 탐독하다가 저자(번역자), 혹은 기획자(편집자)가 된 세대의 노력이 뒷받침되었기 때문이라고 할 수 있겠다. 기획자들은 영미권과 불어권, 일본어권 추리소설에 만족하지 않고 북유럽 추리소설도 시장에 선을 보였다. 하지만 그중에서도 일본 소설에 대한 언론의 시선은 '유독' 차가웠다. 당시의 분위기를 살펴볼 수 있는 기사를 인용해 본다.

〈일본 소설들이 쏟아져 들어온다는 게 새삼스런 얘기가 아닌 이즈음이다. 대형 서점 매대는 벌써 오래전부터 일본 소설들로 뒤발되어 있다. 일본 소설이 한국 독자들 사이에서 인기를 끄는 데는 그럴 만한 까닭이 있을 것이다. 한국 소설은 어딘지 무겁고 답답한데 일본 소설은 산뜻하고 '쿨'해서 좋다는 것이 독자들의 일반적인 반응이다. 여기에다가 한국 소설에는 이야기가 부족한데, 일본 소설은 아기자기한 이야기를 내장하고 있다는 평가가 곁들여진다. 그와는 조금 다른 맥락에서 한국 소설의 이념 과잉이 독자 이탈의 주범으로 들먹여지기도 한다. (한겨레신문, 2007년 4월 2일)〉

이런 논조의 기사가 심심치 않게 등장했다. 대개 한국 소설이 맥을 못 추는 반면 비논리적이고 가벼울 뿐인 일본 소설이 마구잡이로 수입되고 있는데 거기에는 도무지 납득할 수 있는 기준이 보이지 않는다는 내용이었다. 이른바 '일본 소설 거품론'이다. 정말 그런가. 일본 소설이 수입되기 때문에 한국 소설이 팔리지 않았던 것인가. 그렇다면 같은 시기에 수입된 미국 소설은, 그리고 영국 소설은 왜 문제 삼지 않는가. 물론 이것은 전반적으로 일본 소설의 판매가 눈에 띄게 증가했기 때문이겠다. 어쨌거나 '일본 소설에 점령당한 한국 소설(경향신문, 2007년 6월 12일)' 같은 제목의 기사가 보도되면 미야베 미유키 소설이 소개된 인터넷서점의 감상평에도 여지없이 비난의 댓글이 달렸다.

때문에 독도나 한일 어업협정 문제가 불거지면 나는 그 즉시 납작 엎드렸다. 실제로 몸을 납작 엎드린 건 아니고, 일정을 수정하여 일본 소설을 미루고 미국 소설을 출간했다. 이렇게 써놓으니 그동안 출간한 미국 소설들에 미안한데, 나는 이것이 미국 소설이기 때문에 출간한 게 아니다. 추리소설이기 때문에 출간한 것이다. 마찬가지로 일본 소설이기 때문에 출간한 것이 아니다. 추리소설이기 때문에 출간한 것이다. 아니, 재미있는 추리소설이기 때문에 출간한 것이라고 표현하는 편이 정확하겠다. 출간의 기준은 오직 '재미'였지 국적이 아니었다. 하지만 매번 국적이 문제가 되었다. 그리고 일 년에 한두 번은 꼭 그렇게 (비유적인 의미로) 몸을 납작 엎드려야 할 일이 생겼다.

다시, 이야기를 2019년으로 되돌려보자. 한일 관계의 악화로 "쯧쯧, 쪽바리 소설을 광고하다니"라고 욕을 먹은 것은 최근 10년을 돌아보면 거의 처음이 아닌가 싶다. 2005년에 출판사를 차리자마자 일본 소설을 내면서 매년 한두 번씩은 꼭 들었는데 이제 10년에 한 번으로 바뀐 것이다. 게다가 내가 페이스북에 "오랫동안 준비해 온 일본 에도시대 소설의 출간을 연기한다"는 공지를 올렸을 때 달린 독자들의 댓글들은 전부 "그래도 책은 출간해야 한다"는 당부이거나 "힘내라"는 등의 응원이었다.

과거, 독도 문제가 불거져 미야베 미유키 작가를 향한 비난의 댓글이 달렸을 때 응원하고 싶지만 혹시 귀찮은 싸움에 휘말려들까 싶어 눈치를 보던 분위기와는 완전 딴판이었다. 그래서 출간은 미뤘지만 예전만큼 속상하진 않았다. 일본이 명백하게 잘못한 일이니 사과는 사과대로 받아내되, 책은 그 후에 출간하면 되겠지 하는 심정이었다.

물론 이것은 나 혼자만의 일이 아니라 작가, 에이전트, 인쇄소, 독자가 연관되어 있는 만큼 걱정이 아주 없진 않다. 다만 전전긍긍해봐야 달리 뾰족한 수가 있는것도 아니니, 이 또한 언젠가는 지나가겠거니 하며 기다리는 쪽이 정신 건강에 좋다는 교훈을 과거 수차례의 경험을 통해 배웠다는 얘기를 하고 싶었을 뿐이다.나는 앞으로도 계속 내가 좋아하는 작가의 책을 만들어야 하니까. 그게 비난받을 일이라면 할 수 없다고 생각한다. 다만, 그동안 음으로 양으로 응원해 준 형제자매님들에게는 고맙다는 말을 꼭 전하고 싶다.

[에세이]

조선시대 먹방과 요리책 문화를 찾아서

김정미(시나리오 작가)

2019.09

바야흐로 먹방 시대다. TV 리모콘을 누르면 수많은 채널의 태반이 음식에 관련된 방송을 내보낸다. 맛집 소개부터 많이 먹기를 경쟁하는 프로그램. 음식 만들기. 여행가서 먹는 이야기. 음식과 건강 등등. 음식을 소재로 한 방송 프로그램은 무궁무진하다.

그렇다면 서점에서는 어떨까? 방송 탓인지, 서점에도 음식에 관한 책은 너무나 많다. 기존의 요리책부터 음식의 역사, 건강에 도움이 되는 음식에 대한 정보성 책, 한식부터 서양식, 중식, 일식, 전 세계 음식에 이르기까지 책에서 다루는 음식 이야기도 너무나 무궁무진하다.

우리나라에서 먹는 것에 대한 이러한 폭발적인 관심은 최근 몇 년 사이의 현상이기는 하지만, 그렇다고 이전에 사람들이 먹는 문제에 아무런 관심이 없었던 것은 아니다. 먹는 문제는 사실 인류의 출현 이전의 문제이다. 동물이든 식물이든 지구상에 존재하는 모든 생명체는 목숨을 유지하기 위한 자양분을 반드시 필요로 한다. 먹는 문제는 사는 문제와 직결되어 있다.

다만 먹는 것을 자연 상태 그대로 취하지 않고 거기에 무언가를 가미해 맛을 더 끌어 올리면서, 먹는 문제는 단순히 생명을 유지하는 본능의 단계를 넘어 음식이라는 문화에 도달한다. 지구상의 생명 중에서 인간만이 음식문화란 것을 가지고 있다. 인간만이 맛에 대해 고민하고 그 맛을 더 끌어올리기 위해 온갖 시도를 마다하지 않는다. 어쩌면 음식문화는 인간이 누릴 수 있는 가장 본능적이면서도 가장 고차원적인 문화가 아닌가 한다. 음식에 대한 관심이 넘쳐나는 세상이 되었다는 것은 그만큼 우리가 속한 사회가 고차원적으로 문화 발전을 이루었다는 의미일지도 모르겠다.

음식, 즉 먹는 문제를 넘어서 식재료를 가지고 이런 저런 시도를 한 음식문화는 어제오늘의 일이 아니다. 그것을 기록으로 남겨 지금까지 전해졌느냐 아니냐의 문제일 뿐, 인류가 생긴 이래 인간은 다른 생명체와 달리 인류 문명, 혹은 문화를 만들어 내면서 음식 또한 문화로서 인류와 함께해 왔다.

우리 조상도 마찬가지였다. 아마도 한반도에 인류가 존재한 이후부터 음식문화는 면면히 이어져 왔을 것이다. 그에 대한 기록도 많이 남겼을 것이다. 하나 안타깝게도 오늘날 우리 조상들의 음식문화를 기록으로 살펴 볼 수 있는 방법은 조선시대에 거의 국한되어 있다. 유장한 역사의 흐름 속에서 조선시대 이전의 문헌들은 시대의 강물 속에 잠기고 만 것이다. 하여 이 글에서는 현존하는 조선시대 음식에 관한 대표적인 몇 권의 책을 통해 과거 조상들의 음식문화를 살펴보려 한다. 제목을 붙이자면 '조선시대에도 먹방이 있었을까?'라고나 할까?

조선시대의 먹방, 음식문헌

'먹방'의 원래 의미는 '먹는 것을 보여주는 방송'에서 유래했지만 최근에는 방송 외에도 음식에 대한 사람의 행위를 뜻하는 말로도 확장됐다. 말하자면 음식문화 전반을 일컫는 속어처럼 되어 버린 것이다. 우리 조상들의 '먹방'을 알 수 있는 가장 구체적인 방법은 현재로서는 문헌이다. 조선시대 이전 고려시대나 삼국시대의 음식문화는 『삼국사기』나 『삼국유사』, 『고려사』, 『고려도경』 등을 통해 단편적으로 알려져 있다.

하지만 앞서 언급했듯 조선시대 이전에도 쓰여졌을 것이라 짐작만 하는 본격적인 음식 관련 문헌은 현재로서는 전혀 남아 있지 않다. 반면에 조선시대 음식 관련 문헌은 왕실의 음식문화를 알 수 있는 실록을 비롯한 중앙의 공식적 문헌 외에도 민간의 음식문화를 알 수 있는 음식에 관련된 개인의 문집이나, 조리서 등이 꽤 많이 현재까지 전해지고 있다.

현전(現傳)하는 조선시대 요리 문헌의 저자는 대개가 남성들이었다. 한문을 읽고 쓸 줄 알며 유교 제례와 접대 문화를 주관했던 남성 성리학자들이 음식에 대한 관심과 정보를 한문으로 개인문집에 남기는 경우가 많았고, 때로는 의관(醫官)들도 질병 치료의 방편으로 섭생을 중시해 음식 관련 책을 남기기도 했다.

현재까지 남아있는 우리 조상의 가장 오랜 음식 관련 문헌은 세종 때부터 세조 때에 이르기까지 꽤 오래 궁중 어의를 지낸 전순의(全循義, 생몰 미상)가 쓴 『산가요록(山家要錄)』이다. 이 문헌은 발견 당시 이야기부터 꽤 극적이다. 이전까지 우리나라에서 현전하는 가장 오래된 음식 조리서는 『수운잡방(需雲雜方)』이라고 알려져 있었는데, 2001년 청계천의 헌책방 폐지더미 사이에서 이 『산가요록』이 홀연히 발견되면서 현전하는 가장 오래된 음식조리서로 등극했다.

정확히 말하면 실제로 발견된 책은 1450년경 전순의가 쓴 『산가요록』을 최유준이라는 사람이 필사한 것이었지만, 그 내용의 배경이 조선 초기이고 필사본 말미에 전순의가 쓴 것을 최유준이 필사했다는 기록이 정확히 남아 있어 책의 제작년도는 명확하지 않으나 내용만은 1450년 전순의가 쓴 것으로 확정되었다.

이 책은 제목부터 '산가(山家)에서 필요한 것을 기록했다(要錄)'는 뜻을 담고 있는데, 전순의는 어의(御醫)였지만 궁중 생활이 아니라 산골 생활, 즉 서민의 삶에 필요한 생활정보를 망라해서 적어 두었던 것으로 보인다. 현재 전해지는 것은 앞부분의 내용이 거의 멸실되었고 다만 조리서 부분이 완벽하게 남아 있어 조선시대 초기 민간의 식생활, 즉 '먹방'을 살펴볼 수 있게 한다.

전순의는 이 『산가요록』과 함께 1460년 세조의 명으로 『식료찬요(食療纂要)』라는 책도 썼다. 이 책은 제목에서 알 수 있듯 음식으로 질병을 치료하는 것에 중심을 둔 식이요법 책이니 음식 관련 책이자 의학서라고 할 수 있다. 『식료찬요』의 서문에도 밝히고 있지만, 우리 조상들은 음식을 단순히 배를 채우거나 맛을 추구하기 위해 먹기보다는 음식을 통해 질병을 예방하고 치료하려는 경향이 짙었다. 허준의 『동의보감(東醫寶鑑)』 전반에 흐르는 사상과도 일맥상통한다. 말하자면, 우리 조상들은 음식을 통한 '웰빙 라이프'를 추구했던 셈이다.

전순의는 신분이 매우 미천했지만 신기에 가까운 의술로 오랫동안 어의 자리에 있었고 세조 때에는 당상관 자리까지 올라갔다. 궁중어의였지만 민간의 삶을 잘 알고 있고 민간에서 필요한 것이 무엇인지 잘 알았다. 『산가요록』이라는 제목의 책을 쓴 것도 출신이 산가(山家) 즉, 산골에 있었던 때문 아닌가 한다.

비록 『산가요록』에 현전 최고의 음식조리서 자리를 내주기는 했지만, 민간의 음식문화와 조리법을 정리한 책으로 매우 중요한 위치에 있는 『수운잡방(需雲雜方)』은 안동 지방 양반이었던 김유(金綏, 1481~1552)가 1540년경 쓴 책이다. 이 책이 중요한 이유는 당시 중앙 무대였던 한양이 아니라 지방의 식문화를 살펴볼 수 있는 중요한 자료이기 때문이다.

『수운잡방』의 기본 내용은 유교문화 속 안동 양반사회의 필수조건이었던 '봉제사접빈객(奉祭祀接賓客)', 즉 제사를 받들고 손님을 맞이할 때 필요한 음식을 정리해두고 있다. 남성 양반의 관점에서 음식으로 유교의례를 행할 때 필요한 음식을 정리한 것이라 다소 의례성이 강하기는 하나 제례 외에 접빈객을 위한 음식들은 당시 안동 양반사회에서 향유한 음식문화, 즉 '먹방'을 가늠하게 한다.

이외에 17세기인 1611년 허균(許筠, 1569~1618)이 쓴 『도문대작(屠門大嚼)』은 요즘으로 말하면 각 지방 맛 탐방 서적이나 지역 맛집 소개 방송 프로그램과 비슷하다. 책 제목은 '도살장 대문을 보면서 입맛을 다신다'라는 뜻인데, 허균이 유배생활 중 맛없고 거친 음식을 먹으면서 잘나가던 시절 팔도를 돌아다니며 맛보았던 산해진미를 떠올리며 마음 가는 대로 쓴 책이다. 이는 당시 우리나라 전역의 향토 명물과 별미 음식에 관한 진정한 '먹방'의 성격을 지녔다고 볼 수 있다.

18세기에 접어들면 실학자들 중심으로 음식 관련 책들이 꽤 쓰였는데, 이는 19세기로 이어져 오늘날까지 조선시대 음식문화를 알려주는 중요한 지침서들이 되고 있다.

여성이 한글로 쓴 조리서

앞서 살펴본 남성들이 쓴 몇 가지 대표적인 음식 문헌들은 대개 음식을 이용해서 건강을 돌보거나 혹은 제사를 지내거나 손님을 접대할 때 필요한 음식에 대한 것들이 많았다. 이들 남성 의관이나 유학자들이 음식을 직접 조리했을지도 모르지만 일상적인 일은 아니었기에 실제 이들이 남긴 문헌 속 음식에서는 실생활에서 먹은 음식의 조리 과정이나 의미를 구체화하기에는 분명 한계가 있었다.

동서고금을 막론하고 집안 살림을 돌보고 가족의 일상을 책임지는 일은 안주인에게 대개 맡겨졌는데, 가부장적 사회였던 조선시대는 이런 현상이 더욱 강했다. 그래서 사실상 음식을 조리해 식솔을 거두어 먹이는 일은 거의 여성의 영역이었다고 해도 과언이 아니다. 그런 여성의 영역 속에서 음식에 대한 이야기를 남긴 기록이 분명 이전 시대에도 있었으련만, 현재 전해지는 여성이 쓴 음식조리서로 가장 오래된 책은 17세기 장계향(張桂香, 1598~1680)이 쓴 『음식디미방』이다.

내륙의 안동에 친정을 두고 바닷가 영해에 시집을 갔다가 다시 내륙인 영주에서 오랫동안 살았던 안동 장씨(安東 張氏) 장계향은 안동과 그 일대 양반가의 대표적인 안주인이었다. 그녀가 쓴 『음식디미방』은 남성들이 쓴 다소 피상적인 음식 문헌에 비해 매우 구체적으로 음식의 조리법을 소개하고 이를 쉽게 따라 할 수 있도록 지시하고 있다. 오늘날로 말하자면 레시피북인 셈이다. 『음식디미방』에 있는 음식들은 대개 17세기 안동 지역 양반가에서 주로 먹었던 음식들이었기에 당시 경상도 지방의 사회상과 경제, 주요 산물과 향토 별미 등을 두루 알 수 있다.

이 책의 또 다른 미덕은 한글로 쓰였다는 점이다. 실제 장계향은 당시 '여중군자(女中君子)'라 불릴 만큼 한문과 성리학에 능통했다. 그런데도 그녀는 『음식디미방』을 한글로 썼다. 양반가라 하여도 여성에 대한 교육이 남성에 비해 확실히 부족했던 시대였던 만큼, 장계향은 한문에 익숙하지 않은 여성들이 이 책을 쉽게 참고하고 이용할 수 있게 배려했다. 그 대상은 한문에 익숙하지 않은 양반가의 여성부터 아마도 이들이 거느렸던 여성 하인이나 노비 등에까지 이르렀을 것으로 짐작된다.

『음식디미방』에 이어 실제로 많이 이용된 양반가의 레시피북으로는 빙허각 이씨(憑虛閣 李氏)가 쓴 가정생활 백과사전인 『규합총서(閨閤叢書)』에 포함된 〈주사의(酒食議)〉 부분이다. 〈주사의〉는 『음식디미방』과 마찬가지로 한글로 쓰여 있다. 한글인 이유는 아마도 장계향의 집필 의도와 유사할 것이다. 빙허각 이씨는 18세기 한양 양반가의 딸로 태어나 소론 가문인 서씨 집안의 며느리로 살았다. 『규합총서』의 〈주사의〉 부분에 나오는 음식의 조리법은 18~19세기 한양 명문가의 음식문화를 알려주는 '먹방'인 셈이다. 빙허각 이씨가 51세에 쓴 『규합총서』는 바야흐로 실학의 시대였고, 한양을 중심으로 한 것이다 보니 많이 읽히고 필사되어 20세기 초까지 여성들의 가정생활 참고 필독서로 자리 잡았다.

조선시대 조상들이 먹었던 음식은 오늘날과 똑같지는 않다. 오늘날 '한식'이라 부르는 음식의 원형과 같은 음식도 있지만, 이것은 어떤 음식이었을까 싶은 음식도 있고, 조리법이 낯선 경우도 많다. 그렇다면 조선시대와 똑같지 않다고 지금 우리가 '한식'이라 부르며 먹는 음식은 '한식'이 아닌 것일까?

조상들의 음식문화와 오늘날의 음식문화 사이에는 기본적으로 변하지 않는 것이 있다. 재료와 내용은 달라졌지만 밥과 국에 반찬을 먹는 형태의 음식문화는 예나 지금이나 같다. 조선에도 시기에 따라 지역에 따라 음식의 형태나 재료, 조리법이 달랐던 것을 보면 음식문화란 고정된 것이 아니라 때에 따라 달라지며 발전하는 것이 아닌가 한다. 오늘날 우리가 먹는 부대찌개가, 아구찜이 조선시대 레시피북에 없다고 한식이 아닌 것은 아니다. 한국에서 만들어져 한국 사람들이 즐겨 먹으면 그게 바로 한식이고, 예부터 면면히 이어져온 한반도의 '먹방'을 이어가는 것 아닐까?

[빅데이터로 읽는 우리 시대 언어]

자발적 가난의 선택 '푸어'의 의미

김정구(다음소프트)

2019.09

미디어에서건 일상생활에서건 'OO 푸어(Poor)'라고 언급되는 상황이 많아졌다. 짐작 가능하겠지만 '푸어'라는 표현은 집을 무리해서 사려다 가난해진 사람들을 뜻하는 '하우스 푸어(House Poor)'에서 시작됐고, 어느새 이 언어에서 파생된 신조어의 개수가 23개 정도로 늘어났다. 그렇다면 사람들이 소셜미디어에서 언급하는 '푸어' 중의 1등은 어떤 '푸어'일까?

'푸어'의 시작을 알렸던 '하우스 푸어'가 여전히 상위권에 위치하고 있지만 현재 압도적 1등은 본인의 능력보다 다소 무리해서 좋은 차(수입차)를 사는 사람들을 지칭하는 '카 푸어(car poor)'다.

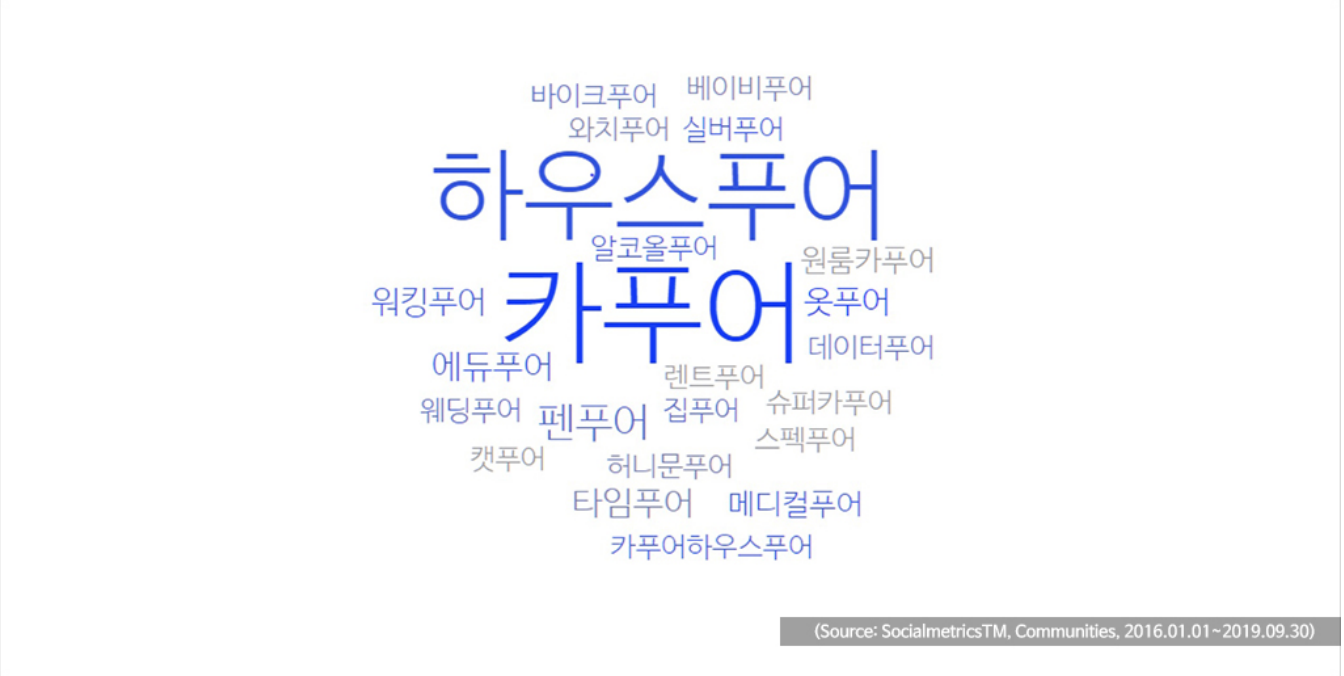


그림 1. OO 푸어 클라우드 맵

'카 푸어'는 수입차 점유율이 처음으로 15%를 넘기기 시작한 2015년 이후, 약 1년 정도 지난 시점인 2016년부터 사용 빈도가 증가하기 시작했다. 2015년 즈음부터 독일 모 社의 엔트리급 수입 모델의 인기에 힘입어 너도 나도 수입차 입문자가 늘기 시작하자 (다소) 무리를 해서라도 (수입차 판매 업체의 금융 상품을 통해) 36개월 할부(혹은 48개월 할부)로 차를 지르기 시작함과 동시에 사람들은 '카 푸어'라는 표현을 본격적으로 사용하기 시작한 것이다.

사실 '카 푸어'라는 단어가 갑작스레 등장한 신조어는 아니다. 무려 6년 전인 2013년에도 '카 푸어'라는 단어를 사용하는 사람들은 있었다. 단지 그 수가 미미했을 뿐이다. 소셜 미디어 분석을 업으로 삼으면서 사람들(고객들)에게 가장 많이 듣는 질문 중에 하나가 "요즘은 어떤 게 뜨나요?", "요즘은 트렌드가 무엇인가요?"라는 식의 질문이다. 나의 대답은 늘 한결같다. 이전에 존재하지 않던 신조어가 갑자기 등장해 언급량이 순간적으로 급증한다고 그것이 트렌드라고 단순히 볼 수만은 없다는 사실을 꼭 얘기한다.

소셜 미디어에서 쉽게 끓어올랐다가 순식간에 식어버리는 언어가 너무 많기 때문이다. 그 때마다 "요새는 이것이 트렌드에요"라고 얘기한다면 우리가 알지 못하는 사이에 한 달에도 수십, 수백 개의 트렌드가 등장했다가 소리 없이 사라질 것이다. 그래서 우리는 시간을 두고서 언어의 사용 증가세와 지속성의 조건을 동시에 충족시키거나, 혹은 특정 언어가 유사한 타 언어의 언급(사용)을 역전했을 때 비로소 트렌드가 되었다고 말한다.

'푸어'의 대명사 격이었던 '하우스 푸어'를 '카 푸어'가 역전했다는 점, 그리고 2013년 이후로 꾸준히 언급되기 시작했으며 약 6배 이상의 성장세를 보이고 있다는 측면에서 '카 푸어'의 성장세는 단연 주목할 만하다. 하루가 멀다 하고 신조어가 탄생하고 있는 상황에서 이 정도 수준의 성장세와 꾸준함을 보이는 언어는 생각보다 많지 않다.

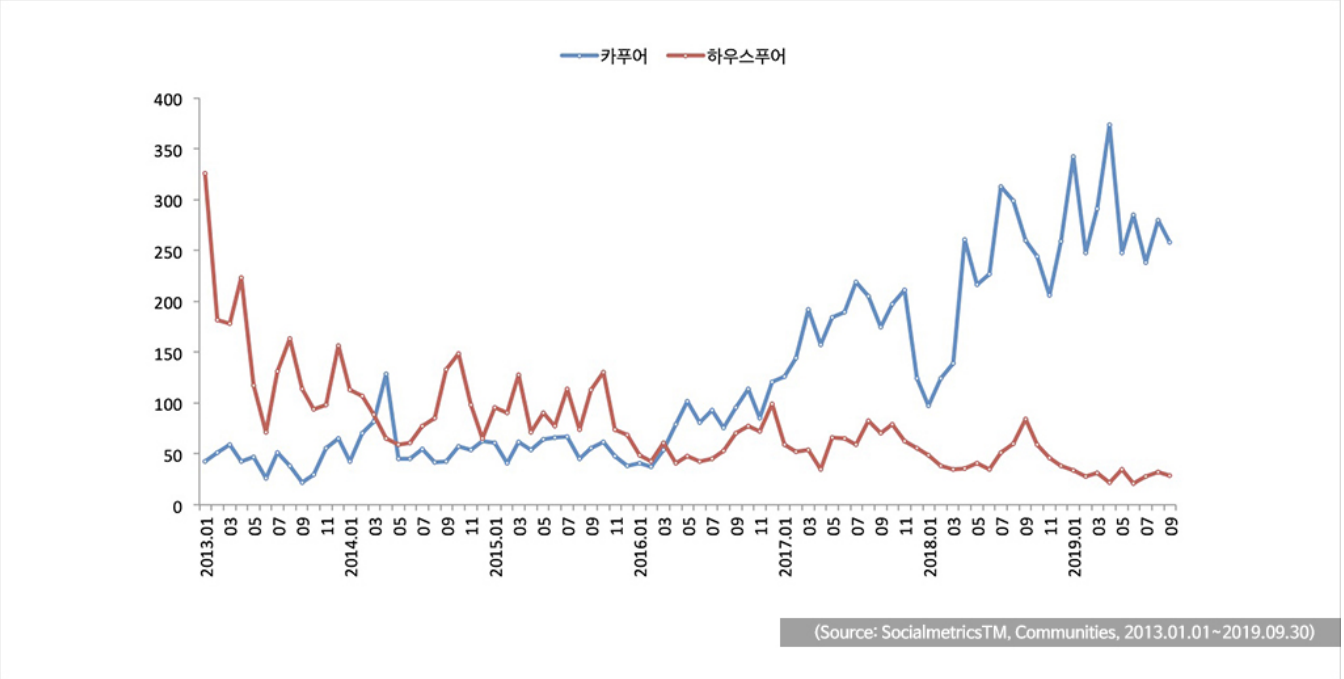


표 1. '카 푸어' vs. '하우스 푸어' 언급 추이

자발적으로 선택하는 OO 푸어의 길

'푸어'라는 단어의 의미는 분명 부정적 뉘앙스를 담고 있다. 하지만 '하우스 푸어'에서 '카 푸어'로 OO 푸어의 대세가 역전된 이후, 서서히 'OO 푸어'의 의미에도 변화가 감지된다. 더 이상 사람들이 사용하지 않기 시작한 단어인 '하우스 푸어'는 여전히 부정적 의미로 사용되고 있지만 ('하우스 푸어'의 감성 연관어를 통해 긍정적 의미를 담은 감성 표현보다는 부정적 의미를 담고 있는 감성 표현이 차지하는 비중이 여전히, 그리고 월등히 높음을 알 수 있다), '카 푸어'의 의미는 조금 다르게 사용되고 있다는 점을 알 수 있다.

하우스푸어 - 연관 키워드/연관 감성

No.	연관 키워드	No.	연관 감성
1	대출	1	힘들다
2	집	2	좋다
3	아파트	3	폭락하다
4	부동산	4	비싸다
5	금리	5	해결하다
6	주택	6	망하다
7	집값	7	무섭다
8	전세	8	불안하다
9	정부	9	위기
10	시장	10	싫다
11	돈	11	어렵다
12	경제	12	집값 떨어지다
13	이자	13	돈 벌다
14	정책	14	구입하다
15	서울	15	하락
16	인상	16	좋지않다
17	부채	17	소유하다
18	가계	18	막히다
19	금리인상	19	미치다
20	분양	20	고민

카푸어 - 연관 키워드/연관 감성

No.	연관 키워드	No.	연관 감성
1	돈	1	지르다
2	할부	2	좋다
3	수입차	3	비싸다
4	벤츠	4	욕하다
5	인생	5	구매하다
6	연봉	6	유지하다
7	수입차	7	사고싶다
8	중고	8	젊다
9	bmw	9	구입하다
10	집	10	부럽다
11	월급	11	가능하다
12	능력	12	즐기다
13	유지비	13	힘들다
14	가격	14	집 없다
15	3시리즈	15	성공하다
16	나이	16	고민이다
17	아우디	17	미치다
18	대출	18	좋지 않다
19	g70	19	돈 벌다
20	엔트리	20	한심하다

(Source: SocialmetricsTM, Communities, 2013.01.01~2019.09.30)

표 2. '카 푸어' vs. '하우스 푸어' 연관 키워드 / 연관 감성 순위

'카 푸어'의 연관 키워드들을 살펴보면 일반적으로 우리가 알고 있는 (능력에 맞지 않지만) 중고로라도 할부 수입차를 구입하는 '카 푸어'의 사전적(?) 의미와 일맥상통함을 알 수 있다. 하지만 감성 키워드를 살펴보면 그들이 어떤 생각을 하고 있는지 좀 더 자세히 들여다 볼 수 있다. 무엇보다 '하우스 푸어'보다 '카 푸어'의 감성 표현에서 긍정적 의미를 담고 있는 단어들이 상위권에 많이 랭크되어 있다. 그들은 '집은 포기했지만, 상대적으로 조금 무리하면 손에 넣을 수 있는 비싼 (중고) 수입차를 질러서 좋다'고 이야기하고, '젊기 때문에 현재를 즐기기 위해 사고 싶어서 샀다'고 말한다.

이것이 우리에게 전달하는 의미의 핵심은 '카 푸어'라는 표현을 사용하는 사람들이 타인에 대해 '카 푸어'라고 이야기하는 것이 아니라 그들 스스로 자발적으로 '카 푸어'의 삶을 선택했다고 이야기하는 것에 있을 것이다. 실속보다는 열망, 혹은 로망템을 선택하고자 하는 삶의 태도가 보인다.

"기다리고 기다리다 내일 드디어 차가 출고됩니다!!! 평소 타고 싶었던 차를 좀 무리해서 사서… ***카 푸어가 됐지만…후회 안 합니다! 하고 싶은 거 하고 살아야겠어요!"***

"카 푸어 입문하러갑니다… BPS(BMW사의 공식 인증 중고차 판매 서비스)에서 입양이지만, 그래도 신차 계약하고 기분이 같네요. ***카 푸어에 입문하겠습니다. 차는 용기로 타는 거라고 들었습니다!!"***

덧붙여 '카 푸어'나 '하우스 푸어' 외에도 앞서 살펴본 〈그림1〉을 통해서도 본인이 자발적으로 'OO 푸어'의 길을 택했음을 말하는 씬(Scene)들이 늘고 있음을 알 수 있다. '하우스 푸어', '타임 푸어', '에듀 푸어' 등의 수동적 푸어뿐 아니라 '펜 푸어'를 비롯한 '옷 푸어', '캣 푸어', '워치 푸어' 등 자발적 푸어라 지칭하는 사람들이 속속 등장하고 있기 때문이다.

"오로라블랙 에너겔 하이클래스 연필 4자루, 연필깎이, 영웅 616 3자루, 698 1자루, 이로시주쿠 야무부도 파우치 바이알별 3003 5자루.. 매번 허벌나게 고민하면서 주문했는데 이렇게 결산하고 보니 많네요… ***이제부터 식비 2천원, 자동차 히터/에어컨 금지, 시속 50~60킬로로 운전…ㅠㅠ 펜 푸어란 이런 건가요, 데이빗 블루 잉크도 사고 싶네요."***

"2018년 4월 청콤을 시작으로 9월에 청텐포 3월에 스드 이번 달에 위블로 클래식퓨전까지 첫 시계부터 지금까지 일 년 만에... ***워치 푸어의 삶이지만 행복합니다. 다음 기추는 혹시 뭘 하면 좋을까요?"***

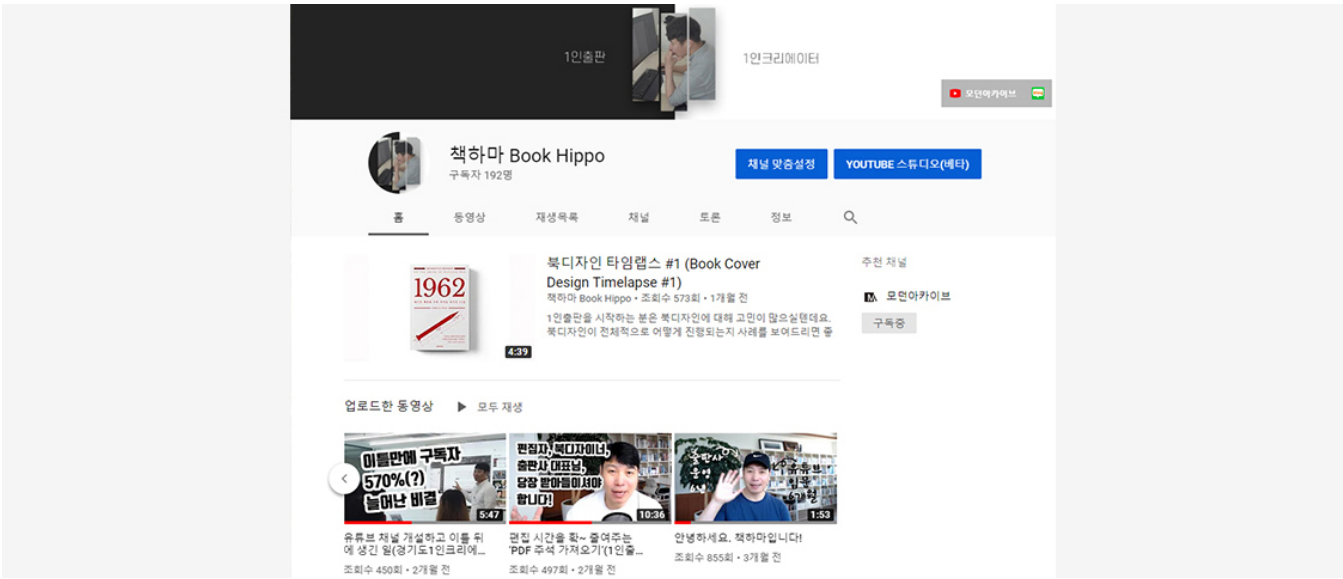
이제 '푸어'는 사전적 의미와 달리 사용자들의 자발성에 기반하여 긍정적 내연을 지니는 의미로 사용되기 시작했다. 당신의 상품, 당신의 브랜드, 당신의 서비스를 그들이 소비하면서 스스로 '푸어'가 되어도 괜찮다고 할 만큼의 매력을 갖추었는지 생각해보자. 그리고 사람들이 그것을 위해서라면 자발적으로 '푸어' 선언을기꺼이 외칠 수 있도록 하기 위해 어떻게 해야 할지 고민해보자.

[출판ABC]

1인 출판인의 유튜버 입문기

박수민(모던아카이브 대표)

2019.09



[사진1] 유튜브 채널 〈책하마〉

1인 출판사를 운영하면서 편집, 북디자인, 제작이라는 벽을 넘으면 항상 거대한 산을 만났다. 바로 책 홍보다. 보도자료를 쓰고 언론에 배포한 뒤 상세 이미지, 카드 뉴스는 기본이고 좀 더 신경을 쓰는 경우 북트레일러까지 만들었다. 대중 강연이 가능한 저자나 역자의 책이 나오면 북콘서트를 기획했다. 그렇게 할 수 있는 걸 다해도 책 홍보에 늘 한계를 느꼈다. 이른바 '신간빨'이 끝나면 평대에 놓인 책이 서가에 꽂히고 판매도 주춤해지다가 일부가 반품되는 사이클을 몇 번 경험하자 무작정 좋은 책을 잘 만드는 게 다가 아닌 걸 깨달았다.

그래서 요즘 핫하다는 유튜브에 눈을 돌렸다. 작년 하반기부터 유튜브를 관심 있게 지켜봤다. 유튜브 세계에는 책과는 또 다른 정보와 오락거리가 있었다. 각종 튜토리얼은 물론이고, 일상을 영상에 담아 멋진 배경음악과 재치 있는 자막을 넣은 브이로그를 보면서 스마트폰 시대에 영상은 또 다른 글쓰기라는 생각을 하게 되었다. 시작한 지 얼마 안 된 새내기 채널이 몇 달 사이에 수만 명 구독자와 소통하는 사례를 보면서 나도 하루라도 빨리 시작하고 싶은 마음이 들었다.

결국 유튜브 채널 운영에 도전하기로 하고 12월쯤 캠코더를 구입해 틈틈이 영상 촬영을 연습했다. 영상을 편집하는 법도 유튜브로 공부했다. 그렇게 올해 1월 출판사 채널 〈모던아카이브〉를, 5개월 뒤에는 개인 채널 〈책하마〉를 시작했다. 아직은 구독자나 조회 수가 민망한 수준이다. 그래도 1년 가까이 유튜브에 대해 고민하고 채널을 운영하면서 시행착오를 겪었고 나만의 노하우도 생겼다. 그래서 유튜브를 시작하려는 출판인을 위해 "촬영 장비는 뭐가 좋을까?", "영상 편집은 어떻게 하지?", "구독자는 어떻게 모으지?" 같은 질문에 조언 정도는 할 수 있을 것 같다.

강연은 캠코더, 1인 토크 형식은 웹캠 추천

[사진2] 출판사 채널 〈모던아카이브〉 첫 영상 촬영. 교보문고 북뉴스 기자가 『예정된 위기』의 저자 안병진 교수를 인터뷰하는 모습을 캠코더에 담았다.

카메라, 마이크, 조명, 짐벌(손떨림 방지 장비) 등 유튜브 채널 운영을 하려면 기본적인 방송 장비가 필요하다. 다 갖추면 좋겠지만 다른 건 몰라도 영상을 담는 카메라는 필수다. 개인적으로 소니 캠코더, 오즈모 포켓(짐벌 일체형 미니캠), 로지텍 웹캠, 삼성 스마트폰을 이용해 촬영했는데 콘텐츠의 특성에 따라 추천하는 카메라는 다음과 같다.

화질만 생각하면 DSLR 카메라가 좋다. 요즘 나오는 DSLR은 대부분 영상 촬영 기능을 기본적으로 탑재하고 있고, 방송국에서도 사용할 정도로 깨끗하고 선명한 영상을 뽑아낼 수 있다. 하지만 촬영에 제한 시간이 있는 경우가 많다. 긴 시간 촬영하는 경우 발열이 심해지고 촬영이 중단된다. 게다가 렌즈를 추가로 사야 하는 번거로움이 있다.

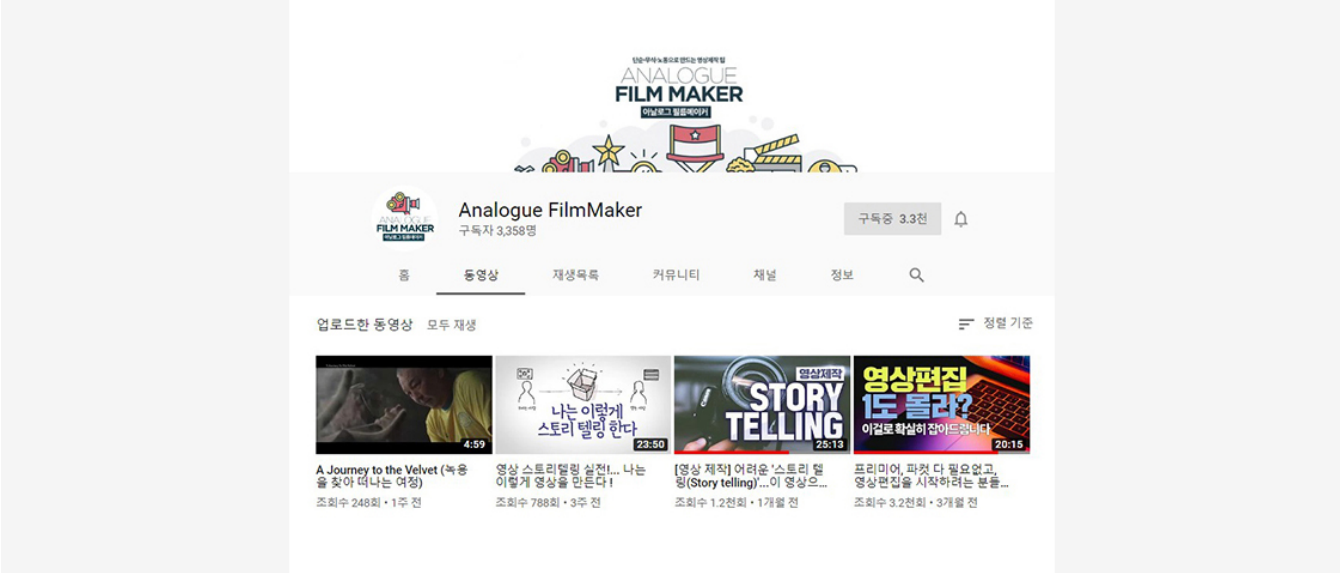
강연처럼 장시간 영상을 촬영하는 경우 캠코더가 편하고 안정적이다. 이때 강연자와 캠코더 사이에 거리가 있으면 목소리 수음이 잘 안 되기 때문에 가능하면 휴대용 녹음기를 강연자에게 달아주는 게 좋다. 개인적으로 소니 TX-650을 사용하는데, 비용을 아끼려면 저렴한 핀마이크를 휴대폰에 연결해 녹음한 다음 편집할 때 캠코더 영상의 음성과 따로 녹음한 음성의 싱크를 맞추면 된다. 영상 초보자들이 간과하기 쉬운 것 중 하나가 녹음의 중요성이다. 아무리 화질이 좋아도 음성에 노이즈가 끼거나 대화가 안 들리는 영상을 끝까지 볼 사람은 많지 않다.

1인 토크 형식의 영상만 촬영하는 경우에는 스마트폰으로도 충분하다. 요즘 나온 스마트폰은 화질이나 용량 면에서 유튜브 촬영용으로도 손색이 없다. 촬영 중에 통화가 어렵다는 단점이 있지만, 기본적으로 피부 보정 기능(생각보다 중요하다!)도 있고 별도로 장비 사용법을 익히거나 관리할 필요가 없다는 확실한 장점이 있다.

약간의 투자를 한다면 웹캠을 추천한다. 영상 촬영을 하는 경우 촬영한 영상을 바로 확인할 일이 많은데 아무래도 큰 화면에서 보는 게 좋다. 특히 유튜브를 처음 시작하면 원하는 영상을 얻기까지 수차례 촬영하고 확인해야 하는데 스마트폰만 해도 매번 수백 메가바이트 이상의 영상 파일을 컴퓨터로 옮기는 일이 꽤 번거롭다. 웹캠을 사용하는 경우 촬영 영상이 PC에 바로 저장되기 때문에 확인이 쉽다. FHD급 웹캠은 화질도 좋고 부담 없는 가격으로 구할 수 있다. Cyberlink Perfectcam 같은 프로그램을 이용하면 스마트폰처럼 피부 보정도 가능하다. 나도 개인 채널 〈책하마〉에 올린 영상 중 1인 토크 형식 영상은 모두 웹캠으로 촬영했다.

물론 웹캠이나 스마트폰 촬영 때도 가능하면 또렷한 음성 녹음을 위해 외부 마이크를 사용하는 게 좋다. 개인적으로 사용자 리뷰 평이 좋은 20만원대 로데 NT-USB 콘덴서 마이크를 중고로 사서 이용하다가 너무 좋은 마이크가 필요하지는 않고 매일 사용하지도 않는데 책상 자리를 차지하는 것 같아 지금은 2만원대 USB 핀마이크로 교체했다. 핀마이크의 경우 소리가 나오는 지점, 즉 입과 가까이에 있어서 저렴한 제품이라도 비교적 깨끗이 녹음되는 장점이 있다.

영상 편집 공부는 〈조블리〉와 〈아날로그 필름메이커〉로



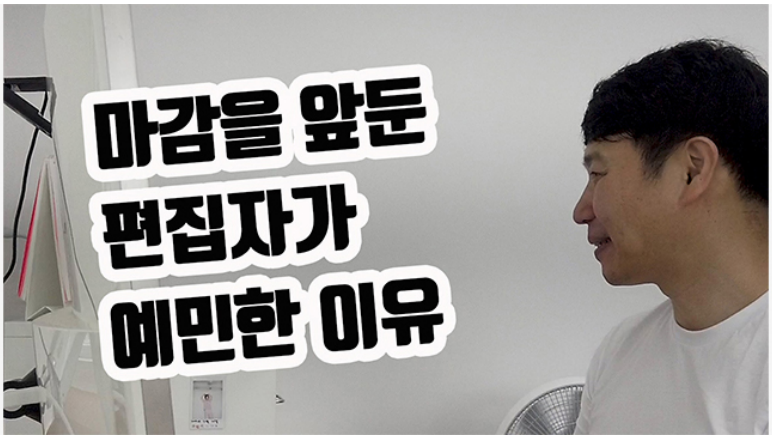
[사진3] 유튜브 채널 〈아날로그 필름메이커〉

고화질 영상 촬영 기기인 스마트폰이 필수가 된 시대라 간단한 촬영은 누구나 쉽게 할 수 있다. 문제는 영상 편집이다. 영상 편집 프로그램으로는 스마트폰 앱이나 무료 프로그램도 있지만, '어도비 프리미어 프로'나 '파이널 컷 프로' 중 하나를 쓰는 게 좋다. 개인적으로는 북디자인이나 책 광고 이미지 작업을 할 때 어도비 계열 프로그램인 인디자인이나 포토샵을 이용하기 때문에 영상 편집도 프리미어 프로로 한다. 프리미어 프로의 장점은 어도비사의 다른 프로그램과의 호환성이 좋고, 가장 많이 사용되기 때문에 유튜브에 튜토리얼 영상이 엄청 많다는 점이다.

유튜브 검색창에 '프리미어 프로'라고 치면 〈편집하는 여자〉, 〈조블리〉, 〈비됴클래스〉 같은 튜토리얼 채널이 영상 중간 중간에 나오는데 내용이 꽤 알차서 마음에 드는 채널을 선택해 보면 된다. 개인적으로는 〈조블리〉 채널을 추천하고 싶다. 기초부터 굉장히 쉽고 친절하게 사용법을 알려줘서 도움을 많이 받았다. 채널 '재생목록' 탭에서 '조블리의 프리미어 프로 CC 강좌'를 선택하면 첫 강좌부터 순서대로 볼 수 있다.

많이 알려진 채널은 아니지만 '아날로그 필름메이커' 채널도 추천한다. 10년 이상 영상 업계에서 일한 베테랑이 영상 편집의 기본 개념인 타임라인 보는 법부터 영상 제작 시 스토리텔링을 하는 방법까지 다른 채널에서 듣기 어려운 이야기를 들려준다. 올해 초에 이 채널을 발견하자마자 첫 영상부터 정주행했고 영상 제작의 개념을 잡는 데 큰 도움을 받았다.

적극적인 소통을 원한다면 개인 채널을 개설하라



[사진4] 〈책하마〉 채널의 네 번째 영상 썸네일. 얼굴 공개 여부를 두고 고민하다 모든 걸 내려놓고(?) 공개했다.

유튜브가 주목받으면서 몇몇 출판사가 공식 유튜브 채널을 개설해 운영하고 있다. 하지만 유시민, 김영하 등 인기 작가가 출연하는 영상을 제외하고 출판사 공식 채널은 초기에 조회 수를 늘이거나 구독자를 확보하기가 굉장히 어렵다. 채널 운영자와 출연자가 달라서 사람들이 굳이 댓글로 소통하려고 하지도 않는다. 나도 출판사 유튜브 채널을 열고 열심히 촬영해서 배경음악과 자막도 넣고 중간 중간 효과도 삽입해 몇몇 동료 출판인들이 전문 업체에 맡긴 것으로 착각할 정도의 콘텐츠를 올려보았지만 조회나 구독자 수는 더디게 늘었고 댓글도 거의 달리지 않았다.

고심 끝에 6월에 개인 채널 〈책하마〉를 개설했다. 채널 소개를 하는 첫 영상부터 얼굴을 공개하고 '나'의 이야기를 했다. 그랬더니 확실히 조회 수나 구독자가 빨리 늘었다. 유명한 저자의 책을 매달 내는 대형 출판사가 아니라면 출판사 공식 채널보다는 출판사 대표, 편집자, 영업자 등 1인이 채널을 이끄는 형식이 잠재적 독자와의 소통에는 훨씬 좋다는 걸 몸소 체험했다.

기존 SNS 채널과 인터넷 카페를 최대한 활용하라

[사진5] 네이버 인터넷 카페 〈나는 유튜버다〉. '블로그 때려치우고 유튜브 해야 하는 이유'라는 화제의 영상을 만든 강차분 씨가 운영하는 국내 최대 유튜버 카페다.

인터넷 카페 〈나는 유튜버다〉에 들어가 보면 시작한 지 3~4개월, 혹은 반년 만에 구독자 100명 찍었다며 채널 운영의 어려움을 호소하는 글이 심심찮게 올라온다. 1,000만 유튜브 채널이 속속 나오는 시대지만 유튜브 운영 초기에 100~200명 구독자를 모으는 일은 생각보다 '훨씬' 어렵다. 없는 시간을 쪼개어 열심히 영상을 찍고 편집해서 올렸는데 봐주는 사람이 별로 없는 상황이 몇 개월 계속되면 지치기 마련이다.

나 역시 출판사 공식 채널을 운영할 때 그걸 실감한 터라 개인 채널을 시작하면서 좀 더 적극적으로 채널 홍보를 했다. 유튜브에 영상을 올릴 때마다 SNS 계정에 알리는 것은 기본이고 내 영상에 관심 있어 할 만한 인터넷 카페에도 알렸다. 유튜브 시대지만 막상 주변에 유튜브를 하는 사람을 찾기는 쉽지 않다. 맞구독을 하거나 카페 활동을 통해 다른 유튜버와 소통하면서 구독자가 적은 힘든 시기를 이겨낼 필요가 있다.

Done is better than perfect

우리는 태어나서 평생 방송이나 영화를 접한다. 그래서 유튜브 초보라도 영상에 대한 눈높이가 알게 모르게 굉장히 높다. 집에서 편하게 리모컨만 틀면 나오는 〈6시 내고향〉이나 〈아는형님〉 같은 방송도 업계의 최전선에 있는 출연자와 PD가 만든 작품이라는 점을 유념할 필요가 있다. 유튜브 채널도 마찬가지다. 우리 눈에 잘 띄는 유튜브 영상은 많은 사람에게 선택된 콘텐츠다. 그냥 대충 만드는 것처럼 보여도 많은 경험과 노하우가 담긴 경우가 많다.

이제 막 유튜브에 관심을 갖고 영상을 만들다 보면 부족한 부분이 엄청 많이 보인다. 화면에 나온 내 모습이 어색해 보이고 발음도 이상하고 자막도 평소 TV에서 보던 것에 비해 허접하다. 여러 번 촬영해도 맘에 드는 영상이 잘 나오지 않아 결국 계획한 날짜에 영상을 못 올릴 수도 있다. "Done is better than perfect"라는 말이 있다. 완벽한 것보다 일단 하는 게 중요하다는 뜻이다. 유튜브 첫 영상은 우리 생애 최악의 영상일 가능성이 크다. 그런 과정을 거치지 않고 좋은 영상을 만드는 것은 불가능하다. 책은 제작 사고가 나면 뒤처리가 엄청 힘들지만 유튜브 영상은 완성도가 다소 떨어져도 괜찮다. 일단 시작하는 걸 추천한다.

박수민(모던아카이브 대표)

2011년 출판번역가로 출판계에 입문하고 2년 뒤 1인 출판사를 창업해 인문·사회 분야 책 20여 종을 냈다. 대표작으로 알랭 드 보통 등 4명의 토론 배틀을 담은 『사피엔스의 미래』와, 마이클 돕스 냉전 3부작 『1945』·『1962』·『1991』(근간) 등이 있다.

[서점다이어리 3]

동네책방의 시간은 쏜살같고 어려움은 태산 같다

조진석(이음책방 대표)

2019.09

책방이음 외부(왼쪽), 책방이음 내부(오른쪽)

책방에서 시간은 참 빨리 갑니다. 어제 하루만 해도, 저는 오전 10시 광화문 K문고로 가서 주문 도서를 사 오고, 오후 2시부터 5시까지 신촌 서점학교에서 강의를 하고, 같이 일하는 푸름씨는 오후 3시에서 5시까지 대학로 서점에서 그림책 작가와 만나는 행사를 준비했습니다. 또 저는 오후 5시에 시작하는 출판워크숍을 준비했습니다. 출판워크숍을 마친 후에는 강사와 저녁식사를 겸해 다음 프로그램 진행에 관한 회의를 하고, 되돌아와서는 푸름씨 보고를 듣고 하루 동안 시간대별로 판매된 책과 방문 독자를 확인하고, 결산하니 저녁 10시가 훌쩍 넘었습니다. 참 바쁜 하루인데, 10년째 매일매일 이와 비슷한 일정이 이어집니다.

서점에서 일한 지 벌써 10년입니다. 다양한 사람이 찾아오고 수많은 일이 이어지지만, 일은 줄어들기보다는 늘어나고 수입은 늘어나기보다는 줄어드는 현실, 당혹스럽습니다. 특히 책 구하는 일이 나날이 어려워져서, 책 구하는데 들이는 시간이 크게 늘어났습니다. 10년 전엔 필요한 책 대부분을 도매상 한 곳에서 주문하고 위탁으로 공급받아서, 한 달 뒤 팔리지 않은 책은 반품하고 팔린 책에 대해서만 결제하는 방식이었습니다. 도서 공급률은 약 68%, 이익률은 32% 정도였습니다.

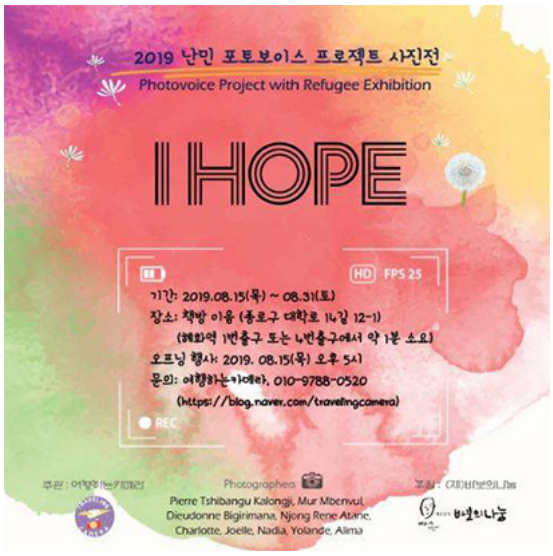
10년 사이에 거래하는 도매상은 4곳으로 늘어났고, 위탁이 아니라 예치금 또는 현금 결제로 진행되며, 몇 개밖에 안 되던 직거래 출판사는 200개까지 늘었고, 도서 공급률은 약 72%로 오른 반면 이익률은 28% 아래로 떨어졌습니다. 도매상이 늘어난 이유는 출판사의 매출 감소와 관리 비용 상승으로 거래 도매상 수를 줄

이다보니 기존 A도매상에서 구할 수 있던 책을 구하지 못해서 B· C· D 도매상과도 거래를 텄기 때문입니다. 2년 전 A도매상 부도가 도매상을 늘린 결정적인 계기였습니다.

요즘은 도매상마다 재고 도서와 공급률을 확인하는 게 일과가 되었습니다. 도매상에서 결국 찾지 못한 책은 인터넷서점에서 소비자가로 구매하고 주문을 마무리합니다. 얼마 전부터는 인터넷서점에서 동네서점에 도서를 공급하는 도매상 역할을 알음알음으로 하기 시작했습니다.

10년밖에 안 되는 사이에 도매상 한 곳에서 받던 책을 네 곳을 누비며 찾고 인터넷서점에도 주문하다 결국 인터넷서점 도매를 이용해야만 안정적으로 도서를 구할 수 있을 정도로, 많은 동네책방이 책을 구하기가 어려워진 상황에 처해있습니다. 그렇지만 동네책방을 운영하는 이라면 두루두루 아는 이런 내용을 서점을 하기 전에는 알 방법이 없습니다. 소비자는 인터넷서점에서 클릭 몇 번에, 할인된 가격에 적립금도 쌓고, 가만히 앉아서 책을 받을 수 있습니다. 당연히 서점에서는 책을 더욱 더 수월하게 구할 수 있고, 낮은 가격에 책을 살 수 있다고 생각하겠지요. 그러나 현실은 그렇지 않습니다.

대안학교 꽃피는학교 인턴 김한설씨와 같이



난민 포토보이스 프로젝트 사진전

난민 포토보이스 프로젝트 사진전

동네책방을 준비하는 분들이 참여하는 서점학교에서 강의를 시작합니다. 출판계가 처한 어려움을 펼쳐 보여주고, 그럼에도 난관을 헤쳐가며 지속해서 동네책방을 운영하는 방법을 제시하는 것이 강의의 목표입니다. 먼저 저자 이야기를 하면서 수업을 시작합니다.

저자가 받는 인세는 얼마나 되는지 아시나요? 10% 인세를 이야기하는 분이 많습니다. 실상은 책을 300부 이상 사는 걸 구두 약속하고서 학술서를 냈다는 저자, 인세 대신으로 책을 받아 지금 집에 수십 권이 쌓여있다는 저자, 첫 책을 내면서 인세로 3%를 받았다는 저자, 그림책 작가로 5%를 인세로 받았는데 글 작가가 10% 인세를 고집해서 출판사에서 곤혹스러워했다는 이야기, 최소 10%는 받는 줄 알았지만 너무도 제각각인 인세 이야기가 들려옵니다.

그렇다면 책을 만드는 출판사는 얼마나 벌까요? 종이 값과 인쇄비를 포함한 제작비와 유통비, 그리고 벌어들이는 수익 대비 임대료와 인건비, 기타 비용 등 지출을 이야기하며 왜 수많은 1인 출판사의 회사 주소가 집으로 되어 있는지에 대해 즉, 임대료조차 아껴야하는 출판사 경영의 어려움에 대해 이야기합니다. 또 온라인서점에서 신생출판사와 대형출판사를 어떻게 차별하는지를 이야기하고, 대형서점의 수익률 하락과 지역 중형서점의 변신 사례를 듣고 나서, 마지막으로 동네책방 이야기를 시작합니다.

이런 이야기를 먼저 꺼낸 이유는 책방 문을 열기 전에 출판사가 볼 때, 도매상이 봤을 때, 동네책방이 어떤 곳인지를 알아두고 시작해야 상호 이익 지점을 잘 파악할 수 있기 때문입니다. 또 출판사의 입장이 되어보고 도매상의 입장에서 생각해보고 더 나아가서 도서관은 어떻게 동네책방과 관계를 맺고 있는지를 살펴보길 권합니다. 그렇게 해야 공동의 이익을 추구할 수 있기 때문입니다.

물론 독자로서, 지금까지 동네책방을 이용해본 경험은 어떠했는지, 대형서점을 찾았을 때 편리한 점과 불편한 점을 이야기 나누고, 온라인서점을 이용했을 때 장점과 단점을 서로 이야기합니다. 그리고 동네책방을 한다면 무엇을 가장 중요하게 생각하고 어떤 방법으로 인건비, 임대료, 공과금을 마련할지 말씀드립니다. 저는 '책방이음'을 자주 예로 듭니다.

'책방이음'은 2005년~2009년까지 개인이 운영하는 서점이었습니다. 2009년 경영난에 처한 뒤, 되살리고자 수많은 대책을 강구했지만 결국 방법을 찾지 못하고 부도가 났습니다. 안타깝게도 책 판매만으로, 책 수익만으로, 책방을 운영할 수 있는 방안을 찾지 못했습니다. 지금이라면 아마도 이런 현실을 잘 알기에, 책만 팔지 않고 커피와 술을 팔고 굿즈도 제작할 테지만 그 당시엔 책만 있는 곳이 서점이었습니다.

더구나 1억이 넘는 채무까지 부담하면서, 공간을 유지하는 의미를 찾지 못했기 때문에 결국 세월을 이겨내지 못하고 파산한 것입니다. 서점이 영리 사업으로 불가능하다는 결론이 난 지점에서, 비영리로 새 출발한 것이 현재 '책방이음'입니다. 시민단체가 공공의 목적에서 운영하는 서점, 한국에서 한 번도 시도해보지 않은 새로운 모델로 도전을 시작했습니다. 수익과 생존이 아니라, 책방이 얼마나 공공성에 기여할 수 있는가에 목표를 두었습니다. 먼저 경영 진단을 해보았습니다.

대다수 동네책방 운영자가 한두 명에 불과하고 재정 여력이 크지 않기 때문에, 하고 싶어도 할 수 없는 일이 참으로 많습니다. 만약 책방마다 자원봉사자가 있으면 책방지기의 일은 덜어지고 책방 공간은 얼마나 풍요로워질지 모릅니다. '책방이음'에서는 연 400명쯤 자원봉사를 합니다. 토요일 오후 제가 외부에서 강의하고, 대학로 책방에서 작가와 만남을 할 수 있었던 것은 그날 자원봉사자 6명이 있었기 때문입니다. 여럿이 손을 보태서 일했기에 작가와 만남을 어려움 없이 진행할 수 있었습니다.

은유 작가와 만남(왼쪽), 한성민 작가와 만남(오른쪽)

아름꿈도서관과 작가만남 협력 사례

출판사는 책을 출간하는 것으로 제 일을 다 한 듯 여기고, 서점은 책 판매에만 열을 올리고, 도서관은 책 대출권수만 세고 있으면 독서공동체는 형성되기 어렵습니다. 출판사와 서점과 도서관이, 한 뜻으로 하나의 목표를 두고 독서공동체를 함께 만들고 운영하고자 할 때 비로소 책을 펴내도 팔리지 않고, 서점으로 책을 사러오지 않고, 도서관 이용자와 대출권수가 주는 문제를 해결할 수 있습니다. 그래서 요즘 세 주체가 공동으로 기획하고 실행하는 계획에 심혈을 기울이고 있습니다.

출판사, 서점, 도서관이 펼치는 사업을 정부에서 지원하는 사례가 늘어나고 예산도 많아졌습니다. 그렇지만 출판사와 서점, 도서관을 각각 별도로 지원하는 방법으로는 개별 기관과 각 사업의 역량을 키워줄 수 있을지는 몰라도 출판생태계가 튼튼해지는 데는 직접적인 도움이 되지 않습니다.

왜냐하면 출판 지원을 한다고 그 책의 가치를 서점에서 특별히 높이 치고 더욱 주목하지는 않고, 서점에서 공모 사업을 수행해도 저자 개인 지원에 그치니 출판사에는 큰 도움이 되지 않는 데다, 도서관 사업은 더더욱 출판사나 서점과는 무관하게 진행되는 것이 많아서 거의 주목받지 못하기 때문입니다. 그래서 출판사와 서점과 도서관이 컨소시엄을 형성해서 수행하는 사업에 더 많은 예산이 지원되었으면 합니다. 또한 되도록이면 정부 예산은 마중물 같은 역할만 하고 각 기관이 자립하는 데 도움을 주는 정책이 더 근본적으로 필요합니다.

오랜 세월에 걸쳐 쌓인 출판계의 적폐와 난맥상의 마지막 모습은 동네서점에서 드러납니다. 출판과 관련된 문제를 논의하는 데 출판사와 도매상과 도서관과 정부기관만이 아니라, 동네책방도 구성원으로서 인정받길 희망합니다. 물론 인터넷서점과 대형서점, 중형서점이 함께 겪는 어려움도 있습니다. 여기에 더해 규모가작고 매출이 적다는 이유로 동네책방만이 특별히 겪는 설움도 큽니다. 그래서 적폐를 청산하고, 난제를 풀고, 파트너로서 제 역할을 하고자 '전국동네책방네트워크'를 만든 것입니다.

청운문학도서관 강의 준비(왼쪽), 한국의 나무(가운데), '인민의 얼굴 마주보기' 이벤트(오른쪽)

〈전국동네책방네트워크〉는 동네책방 활성화와 지속가능한 운영을 위해 전국 80여 개 동네책방이 함께하는 단체입니다. '동네책방'은 전국 각지에서 지역 사회와 함께 독서문화 활성화를 위해 노력하며, 단행본 도서를 주로 취급하는 작은 서점입니다. 여기서 '작은'의 의미는 규모의 크고 작음이 아니라 속도와 효율, 자본과 물질만능의 사회에서 조금 더디더라도 함께 천천히 공동체적인 삶의 가치를 추구한다는 뜻입니다.

[빅데이터로 읽는 우리 시대 언어]

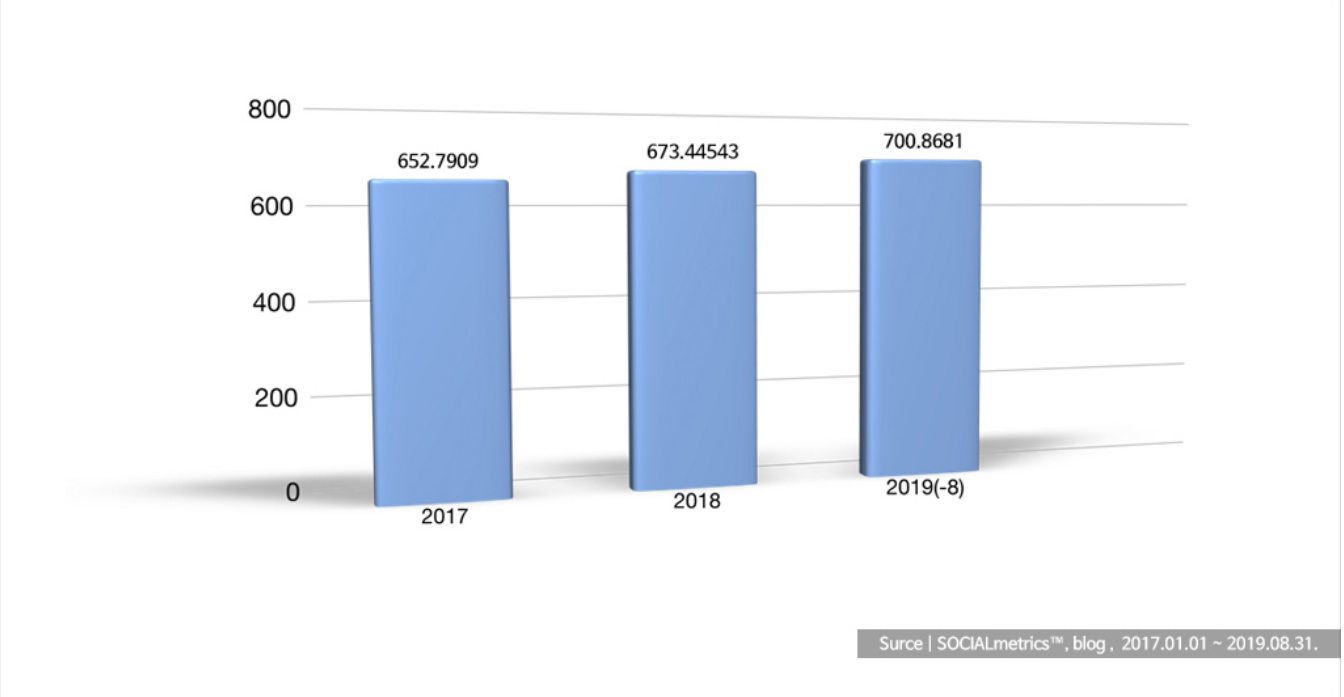
혼자의 발견

정유라(다음소프트 대리)

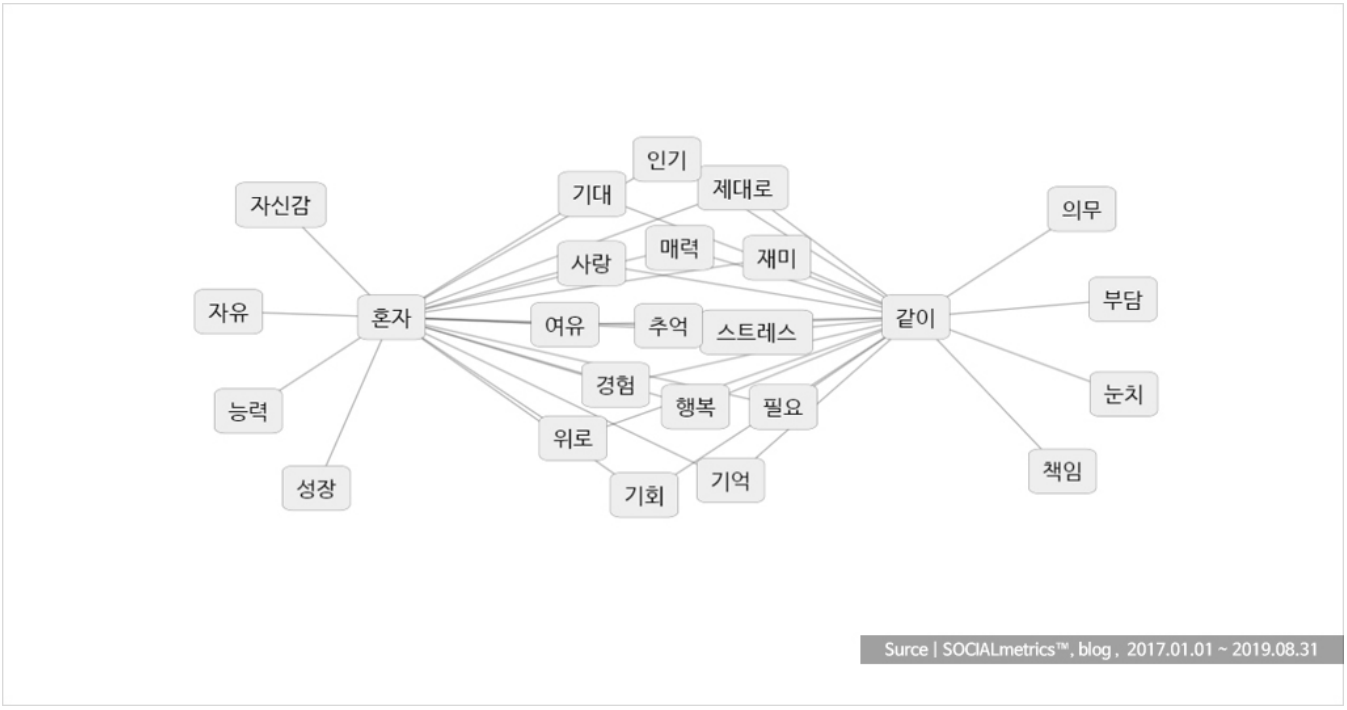
2019.09

혼자라는 상황

혼밥, 혼술, 혼영, 혼행, 혼족, 혼라이프, 혼코노(혼자 코인 노래방) …. '혼'을 앞세운 단어들이 갈수록 늘고 있다. 인구 구조와 가치관, 라이프스타일이 1인 중심으로 변하면서 '혼자'는 이제 누구도 외면할 수 없는 사회의 키워드가 됐다. 소셜미디어상에서도 사용 빈도가 빠르게 상승하고 있음을 볼 수 있다.



data_1: 혼자 언급량 변화 (10만 건당 빈도)



data_2: 혼자 vs 같이 연관 속성 비교 top 20

'혼자'는 책임, 의무, 부담, 눈치로부터 자유로운 시간이다. 타인에 대한 책임, 관계에 대한 의무, 배려를 위한 눈치를 신경 쓸 필요가 없다. 메뉴 걱정 없는 혼밥, 주사 부담 없는 혼술, 남 시선에 개의치 않는 혼행처럼, 혼자는 행동의 의미를 가볍게 한다. '혼자'의 상황을 기꺼이 받아들이기로 결심만 한다면 타인에 대한 심적 제약으로부터 자유로움을 마음껏 즐길 수 있다.

그렇다고 해서 지금을 '혼자'의 시대라 단언할 수 있을까? 소셜미디어로 연결되는 사회관계의 가능성이 사실상 무한대인 이 시대에 온전한 '혼자'란 도대체 가능한 일인가 말이다. 두꺼운 전화번호부를 아직 기억하는 사람이 있다면, 이제 클릭 하나로 그 전화번호부 몇 권만큼의 사람들과 교류할 수 있다는 사실을 떠올려보기 바란다. 연결의 가능성은 휴대전화의 전화번호부를 넘어 10만, 팔로워 100만 팔로워로 확장될 수 있다. 1,000만이나 1억 명도 불가능한 수치가 아니다. 모두를 연결하겠다는 야심찬 기술 혁신 덕분에 부지불식간에 사방으로 이어진 우리는 이제 상시 접속에서 빠져나와 다시 '혼자'를 택하기가 어려운 지경에 이르렀다.

물리적인 나 홀로의 상황은 이전보다 빈번해졌지만 온전한 혼자만의 진정성 있는 경험의 시간은 더 희귀해졌다. 밥, 영화, 여행 따위를 혼자 즐기는 와중에도 끊임없이 친구와 카톡을 하고, 인스타그램 속 인친(인스타그램 친구)의 생활을 들여다보는가 하면, 유튜브로 타인의 일상을 기록한 브이로그(VLOG)를 감상한다. 상황적으로는 분명히 혼자인데 언제나 어딘가에 접속돼 있고 누군가의 일상에 연결돼 있다.

혼밥의 장소로 소문난 식당만 봐도 확인할 수 있다. 혼자 묵묵히 밥을 먹는 사람 중 대부분은 스마트폰을 켜고 타인의 삶에 눈길을 준다. 작은 화면 속 콘텐츠는 '타인'이 추천해주거나 '사람들의 리뷰를 바탕으로 한' 것일 확률이 높다. 점점 연결과 접속 간섭에서 자유로울 수 없게 되면서 이제 행위와 상황만을 뜻하는 '혼자'의 개념은 한계를 드러내기 시작했다. 그 이상의 다른 차원의 혼자를 이야기해야 할 때가 온 것이다.

물리적 '혼자'에서 정신적인 '혼자'로

완벽한 혼자는 어려워졌지만 좀 더 성숙한 혼자는 가능하지 않을까. '같이'엔 없지만 '혼자'에만 더불어 등장하는 속성인 '정신'과 '성장'은 상황으로서의 혼자와는 다른 의미 맥락을 보여준다. 혼자가 화두가 된 이후, 혼밥, 혼술은 이제 특별할 것 없는 자연스러운 일상이 되었다. 물리적으로 혼자 있는 시간이 자연스러워지면서 어색함을 극복하고 눈치를 보지 않고 혼자서 자유롭게 행동을 할 수 있는 '혼자력'을 키워간다. 경험치가 상승한 것이다. 타인에 대한 의무를 제거하고 혼자력이 만렙(게임에서 최고 등급)이 된 사람들은 새로운 단계의 '혼자'를 원한다. 바로 '정신적인 혼자'다.

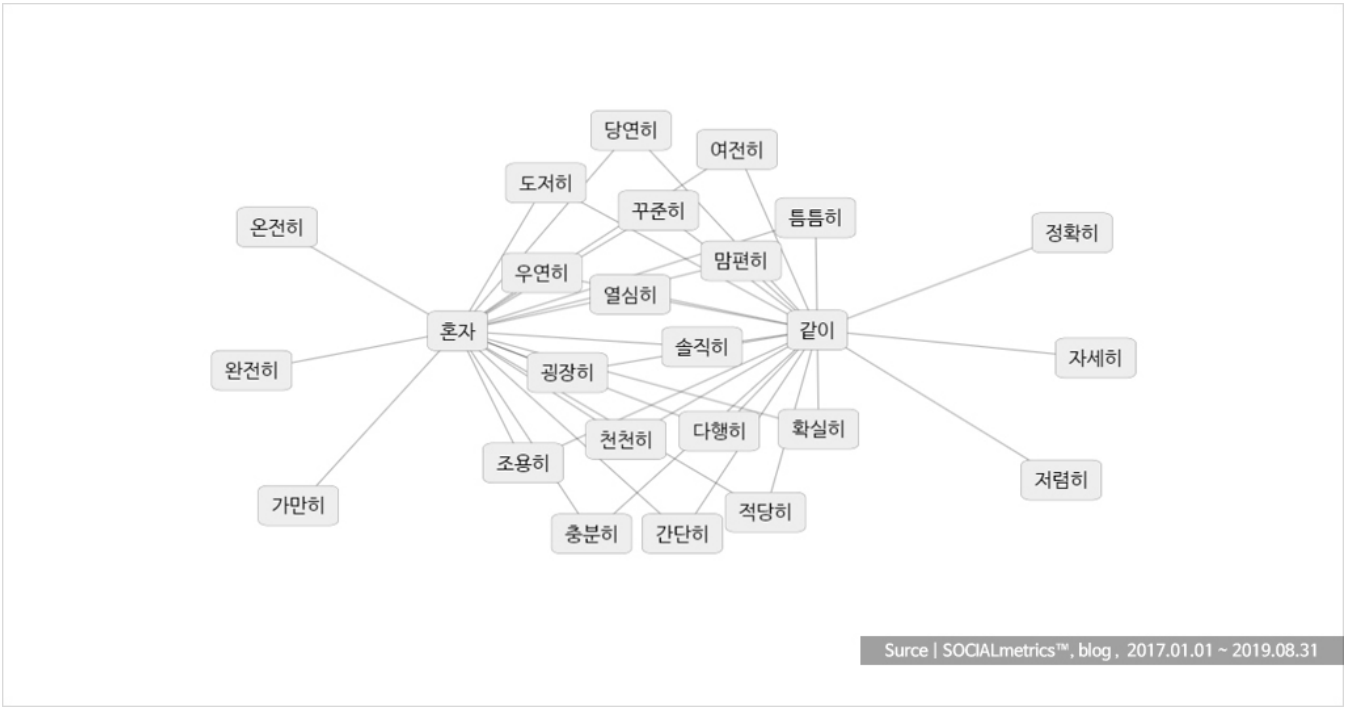
행위로서의 혼자가 정신적인 혼자로 확장되는 것은 자연스러운 수순으로 보인다. 혼자의 시간은 확보되었지만 고독은 확보할 수 없었다. 범람하는 연결과 관계속에서 혼자의 가능성을 몰수당한 지금, 더 많은 시간을 혼자서 보내고 있지만, 역설적으로 혼자이기란 더욱 어려워졌다.

타인과의 접속을 끊어내고, 나 자신의 목소리에 귀 기울이는 시간. 너무 많은 소음과 소란, 너무 많은 타인의 일상에서 벗어나 혼자만의 세계를 만나는 시간. 내영역에 묻어 있는 타인의 시선과 목소리를 긁어내고, 나 자신의 서사가 시작되는 지점에 발을 들이는 시간이야말로 혼밥이나 혼술보다 더 오롯한 '혼자의 경험'이고, 남이 아닌 나 자신과 시간을 보내려는 시도이며, 따라서 새롭게 논의되어야 할 '혼자'의 시간이다.

질문에 답하는 법이라곤 검색밖에 모르는 요즘, 사색을 통해 나 자신의 질문에 답하기 위한 방법은 정신적으로 완전히 혼자일 수 있는 '혼자력'을 키우는 법뿐이다. 타인이라는 검열이 없는 곳, 타자에 대한 궁금증을 나에 대한 궁금증으로 돌리는 것, 내가 누구인지에 관한 물음에 스스로 대답해야 하는 시간, 이 세 가지 요소는 모든 인간의 성숙을 위해서는 필수 요소이며 혼자를 지켜내기 위해 반드시 챙겨야 할 준비물이다.

태도로서의 '혼자' : 온전히, 완전히, 가만히

이제 '혼자'에 대한 담론은 물리적 상황에 머무르지 않고 태도로 확장되어야 한다. 타인과 밖을 탐색하느라 만나지 못한 나 자신과 내 세계를 들여다보려면 외부와의 단절을 통해 혼자의 시간을 대하는 제대로 된 태도가 중요하다. '혼자'에는 있고 '같이'에는 없는 ㅇㅇ히 로 끝나는 부사는 우리가 추구하는 '혼자'의 태도가 무엇인지를 보여준다. '온전히', '완전히', '가만히'가 그런 단어들이다. 이 시대에 가장 결여된 세 가지 태도기도 하다.



data_3: 혼자 vs 같이 연관 부사 비교 top 20

홀로 있을 때는 모든 것을 온전히, 완전히, 가만히 누릴 수 있다. 누구와도 타협하지 않고, 누구의 눈치도 보지 않고 온전히, 완전히, 가만히 이 세계를 누린다면 그것이야말로 진정한 '홀로 있음'의 경험이다.

홀로 있음이 타인에게서 벗어나기 위한 선택이 아니라 진정한 나와 만나는 경험으로 진화한다면 혼자의 의미는 더 풍부해질 것이다. 능동적 태도로 보낸 홀로 있음의 시간은 우리의 내면을 보다 견고하게 단련시키고, 그 견고함을 바탕으로 우리는 다시 세계와 긍정적인 관계를 맺고 주변을 다감하게 마주할 수 있다. 눈치가 아닌 배려, 부담이 아닌 공감을 느끼는 '함께'의 순간은 건강한 혼자를 통해 가능하다. 더 많은 사람들이 건강한 태도로 홀로 있음을 누리기를 바란다. 온전히, 완전히, 가만히.

정유라(다음소프트 대리)

다음소프트 연구원. 학사과정으로 경영학과 불문학을 전공했고, 석사과정으로 문화커뮤니케이션을 공부했다. 쉽게 감명 받고 그 이유에 대해 오래 생각하는 것이 취미이다. 소셜 빅데이터에 나타난 라이프 스타일의 현재와 변화를 고객에게 설명하고 설득하는 것이 주된 업무다. 사람과 사회를 관찰하고 그것을 왜곡 없이 전달하려고 노력하는 직업을 통해 스스로가 조금 더 사려 깊은 사람으로 성장하기를 바라고 있다.

[출판기자의 시선]

인터뷰 섭외, 어떤 기준이죠?

엄지혜(예스24 뉴미디어팀)

2019.09

3년 전, 한 통의 메일이 아직도 잊히지 않는다.

"기자님, 〈채널예스〉는 어떤 기준으로 인터뷰이를 택하시는 거죠? 이XX 작가는 현재까지 인터뷰가 3번이나 진행되었던데요? 제가 신간이 나왔는데요. 인터뷰를 요청드립니다."

예스24에 입사한 것이 2012년 11월. 만 7년 가까이 매일 10통 이상의 인터뷰 요청 메일을 받는다. 물론 50%는 단체 메일, 50%는 개별적인 메일이다. 수신자 이름만 살짝 바꿔 도착하는 메일부터 특별한 사연까지 보탠 간곡한 메일에 이르기까지 유형도 다양하다. 나는 정말 바쁘지 않는 한, 외근을 가지 않는 한, 수신자가 정확히 표기된 메일에는 최대한 빠르게 답신을 한다. 첫 문장은 이렇게 시작된다. "인터뷰 제안 감사합니다. 검토 후, 진행하게 되면 다시 메일 드리도록 하겠습니다. 고맙습니다." 또는 "대면 인터뷰는 현재 일정이 많이 차서, 서면으로 진행해도 괜찮을까요? 아래 서식에 맞춰 자료를 보내주시면 기사를 게재하도록 하겠습니다. 출판사 제공 기사로 표기되어 게재됩니다."

올해 초 에세이 한 권을 썼다. 인터뷰를 하거나 책을 읽으며 마음에 들었던 한 문장에 관한 에피소드를 적은 『태도의 말들』이다. 내가 만나거나 읽었던 책 저자의 말 100개가 실린 책인데, 출간 후 세 번의 북 토크를 진행했다. 늘 타인에게 질문을 던졌지 받았던 경험은 적은 터라, 저자의 입장이 실견 이해됐다. 그동안 질문을 위한 질문을 많이 하지 않았나? 반성했다. 그리고 세 번의 북 토크에서 빠지지 않고 등장했던 질문 하나를 발견했다. 바로 '인터뷰이를 선택하는 기준.' 상황에 따라 조금씩 이유가 다르지만, 내가 생각하는 답은 아래와 같다.

첫째, 독자들이 궁금해 하는 '책' 또는 '저자'
둘째, 새로운 이야기를 하는 저자, 화제성이 있고 주목을 받고 있는 저자
셋째, 인터뷰어가 궁금해 하거나 만나고 싶은 저자

위 세 가지 사항은 내가 매뉴얼처럼 달고 다니는 답변이다. 은근히 이런 질문을 사석에서나 공적인 자리에서 하는 사람들이 많기 때문이다. 누군가는 질문을 보탠다. "그럼 세 가지에 해당이 안 되는 책은 탈락인가요?" 나는 답한다. "뭐, 특별한 사연이 있어서 진행하게 되는 경우도 물론 있지요. 되도록 2년 안에 인터뷰한 저자는 중복해서 진행하지 않으려고 하지만, (형평성 차원에서) 갑자기 인기가 너무 많아서 궁금해 하는 사람들이 많으면 1년 내에 또 하기도 합니다. 하지만 되도록 다양한 저자를 만나보려고 노력합니다."

간혹 2차, 3차 답을 원하는 출판 관계자들이 있다. 이 책의 인터뷰 진행이 안 되는 사연을 더욱 구체적으로 알려 달라는 뉘앙스로, 구구절절 메일을 보낸다. 한 마케터는 이렇게 썼다. "저희 출판사 대표님이 각별히 신경 쓰는 책이라서요." 헉! 그럼, 각별히 신경 쓰지 않는 책도 있다는 말인가? 나는 눈을 다시 동그랗게 뜨고 이 메일을 다시 읽고 답신했다. "마케터님께 이 책이 너무나 각별해서, 이 책이 보기 드물게 훌륭한 책이기 때문이라고 이유를 말씀해 주셨다면 재고했을 텐데요. 이런 이유를 대시면…" 당시 나는 꽤나 오지라퍼였기 때문에, 그가 이런 메일을 다른 누군가에겐 또 보내지 않았으면 하는 바람으로 그렇게 회신했다.

"만약 당신이 출판 마케터라면, 매체에 어떻게 책을 영업하겠냐?"는 질문도 들었다.

"우선 기자에게 책을 한 권 보냅니다. 그리고 메일을 한 통 쓰죠. 단체 메일 말고요. 수신자 이름을 분명히 밝히고. 이 책이 어떤 의미에서 좋은 책인지 짧고 임팩트 있게 설명하고요. 보도자료 첨부보다는 메일 본문에 간단히 저자 소개 등을 적습니다. 그리고 충분한 검토를 부탁한다며, 부담 없이 봐달라고 맺음말을 적는 거죠."

"수락이 안 됐다고요? 그럼 다음 기회를 기다려야죠. 기자는 비슷한 메일을 매일 수십 통 받으니까요. 하지만 기자들은 꽤 기억력이 좋습니다. 어떤 태도와 뉘앙스로 제안했는지 반드시 기억하죠. 그리고 다음에 비슷한 요청이 오면? 주의 깊게 챙겨 봅니다. 안 그러는 기자도 있다고요? 그건 그 기자의 역량과 태도 문제죠. 더 알맞은 매체와 기자를 찾아보는 수밖에요."

자, 이번에는 〈책읽아웃〉 이야기다. 〈책읽아웃〉은 예스24에서 제작하는 도서 팟캐스트로 매주 목요일, 금요일 방송된다. 작가 김하나, 시인 오은이 각각 개별 코너를 진행하며, 매주 목요일에는 신간을 낸 저자 인터뷰를 진행한다. 〈책읽아웃〉의 주 청취자층은 20, 30, 40대 여성이다. 30대가 가장 높고 40대도 꽤 늘고 있다. 현재 100회까지 방송(2019.9.12.)이 업로드되었으니, 총 100명의 저자를 초대한 셈이다.

현재까지 〈책읽아웃〉은 광고비를 받고 출연자를 섭외한 적이 없으며, 3달 전부터 '책 광고'는 '광고'임을 표시한 후, 방송 회당 2권의 책을 소개하고 있다. 광고비는 꽤 저렴한 편이며, 지속가능한 팟캐스트 제작을 위한 하나의 수단이다. 우리는 최소한의 광고비를 지불할 수 있는 중형 이상의 출판사에게 광고를 제안하고 있다. 광고를 제안하는 기준은? 〈책읽아웃〉의 영향력을 아는 출판사, 우리 청취자들이 반기고 좋아할 분야의 책이다. 게스트로 섭외했다고 해당 출판사에게 바로 광고를 제안하지는 않는다. 고마운 마음에 먼저 제안하는 출판사들도 있지만, 개별적인 경우다.

〈책읽아웃〉 로고

〈책읽아웃〉 특집 공개방송

2017년 10월, 〈책읽아웃〉이 막 만들어졌을 때, 우리는 〈책읽아웃〉이 어떤 프로그램인지 구구절절 설명해야 했다. 2년이 흐른 지금은? "어떻게 하면 출연할 수 있냐?"는 문의를 종종 받는다. 〈채널예스〉를 만드는 팀이 〈책읽아웃〉도 만든다. (프랑소와 엄과 단호박, 두 사람은 〈채널예스〉와 〈책읽아웃〉의 총 책임자다.) 그렇다면 섭외의 기준도 같을까? 조금 다르다.

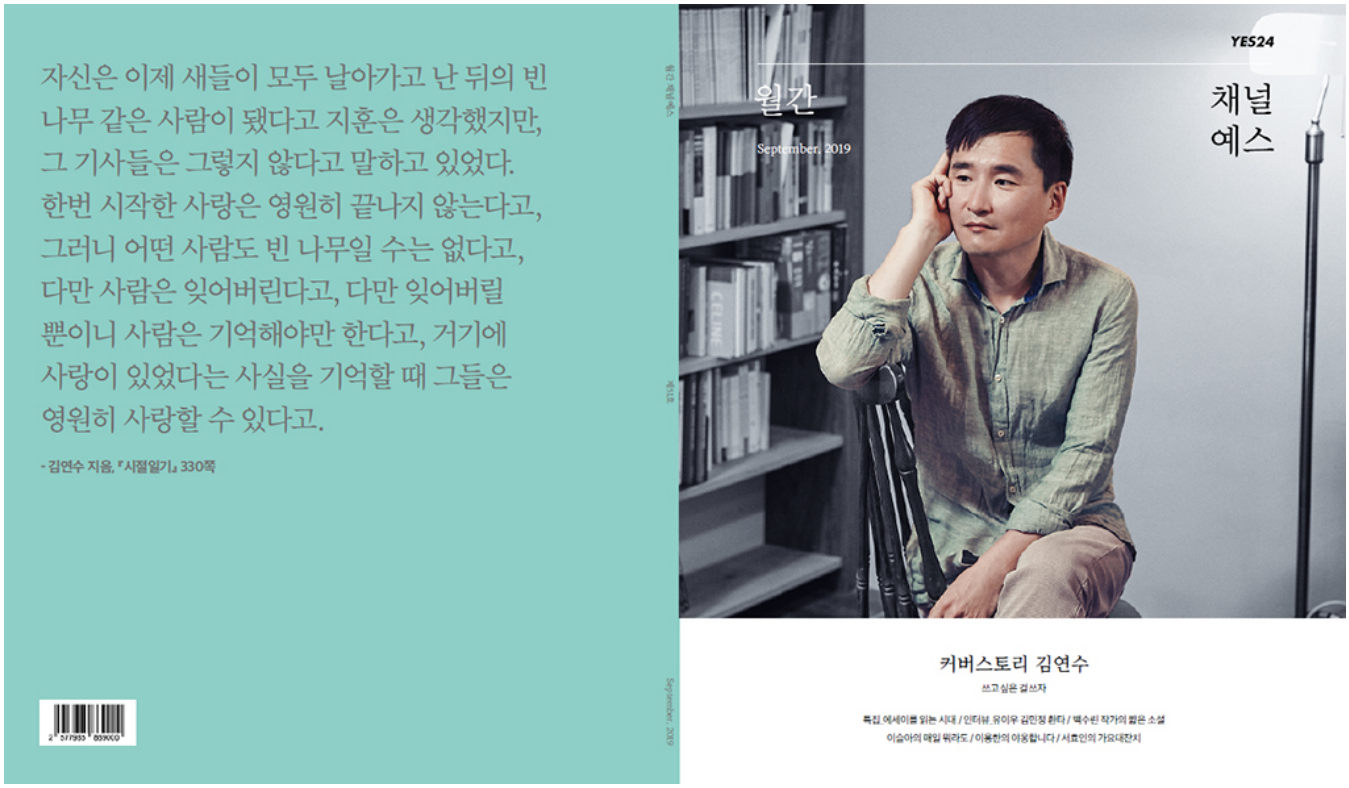
첫째, 〈책읽아웃〉 청취자들이 관심 많은 주제(심리, 문학, 여성 등)의 책
둘째, 말을 재밌게 잘하는 저자, 정치적으로 올바른 태도를 가진 저자, 스토리가 있는 저자
셋째, 진행자 및 제작진이 좋아하는 책, 또는 관심이 있는 저자
넷째, 다양한 출판사에서 나온 저자를 고르게 섭외

2년간 〈책읽아웃〉을 만들면서 수차례 공개방송을 진행했다. 우리가 직접 기획한 행사는 1주년 부산 공개방송. 그 외에는 대개 초대를 받아 진행했다. 〈책읽아웃〉이 인기를 얻게 되자 많은 사공이 생겼다. 가장 자주 듣는 이야기는 "독자의 층을 넓혀라. 다루는 책의 범위를 넓혀라." '우리'로 말해도 될지 모르겠지만 지금 우리의 판단은 "일단 〈책읽아웃〉을 좋아하고 신뢰하는 청취자들에게 확고하게 인정받은 후, 외연을 넓히는 일에 집중하자"이다. 물론 더 많은 결실을 원한다면 그만큼의 투자와 기획을 해야 할 것이다.

서울국제도서전 〈책읽아웃〉 참가 현장

〈책읽아웃〉 고정 청취자들은 트위터와 인스타그램에 청취 리뷰를 꾸준히 올려준다. 물론 해시태그 '책읽아웃'을 잊지 않고. 진행자인 김하나 작가, 오은 시인을 비롯해 〈책읽아웃〉 제작진들은 매일 각종 SNS에 '책읽아웃'을 검색해 모든 리뷰를 꼼꼼히 본다. 어떤 게스트(저자)의 반응이 좋았는지, 어떤 이야기에 공감했는지, 빠짐없이 읽고 서로 공유한다. 가끔 청취자들은 "이 작가님 섭외해주세요"라고 제안도 하고, "앗, 모 작가님은 왜 섭외하셨나요?"라며 의문을 던지곤 한다. 우리는 청취자들의 의견을 반영하려고 애쓴다. 하지만 우리가 추구하는 방향성 안에서 움직인다.

"섭외, 어떤 기준이죠?" 누군가 이 질문을 우리에게 다시 던진다면, 나는 앞으로 이 글을 보여주고 싶다. 분명한 정체성을 갖고, 할 수 있는 한 최선을 다하면서, 우리의 색깔을 모호하게 만들지 않으면서 좋은 저자(사람)와 책을 소개하는 공간으로 꾸리고 싶다.



월간 채널예스

엄지혜(예스24 뉴미디어팀)

〈월간 채널예스〉 편집장)_ 예스24에서 웹진 〈채널예스〉, 〈월간 채널예스〉, 도서 팟캐스트 〈책읽아웃〉을 만든다. 책읽아웃〉에서는 필명 '프랑소와 엄'으로 책을 소개하며, 에세이 『태도의 말들』을 썼다.

[해외통신/중국]

중국 서점들이 뒤쫓는 '청핀 모델'의 비결

김택규(중국어 번역가, 중국 통신원)

2019.09

4~5년 전만 해도 중국 오프라인 서점업계의 최대 화두는 인터넷서점과의 경쟁과 임대료 상승이었다. 나온 지 한 달도 안 된 신간을 50%씩 할인 판매하는 인터넷 서점들의 횡포와 천정부지로 치솟는 대도시 상가들의 과다한 임대료로 인해 유명한 대형 서점들이 차례로 문을 닫았다. 베이징 최대 서점이었던 디싼지(第3極)서점, 선전 제2의 서점이었던 선전북스토어(深圳購書中心)뿐만 아니라 상하이의 문화적 랜드마크로 불렸던 지펑(季風)서점까지 점포 4곳을 모두 정리했다. 이렇게 가다가는 정부의 보조를 받고 점포가 자기 소유인 국영 신화서점 체인을 제외하고는 오프라인 서점이 씨가 마르지 않을까 하는 두려움이 중국 도서 소매업계 전체에 팽배했다.

하지만 뜻밖에도 그런 일은 일어나지 않았다. 전통의 유명 서점이 사라진 자리를 '새로운 서점'이 대신했고 위기에 몰린 서점 체인들도 속속 '새로운 서점'으로 변신해 자리를 잡는 데 성공했기 때문이다. 그 대표적인 예를 꼽아보면 전자의 경우는 2011년 창업한 팡숴(方所)서점과 2014년에 창업한 젠터우(建投)서국과 1200북숍, 후자의 경우는 2009년 변신한 시시포(西西佛)서점, 2012년에 변신한 다중(大衆)서국과 중신(中信)서점 그리고 2014년 변신한 옌지유(言几又)서점 등이다.

쓰촨 옌지여우서점의 화려한 공간 디자인

그러면 중국의 이 새로운 서점들의 '새로움'은 과연 무엇일까? 정리해보면 공격적 확장, 복합문화공간화, 상품다각화, 이(異)업종결합 등이다. 우선 이들은 모두 서점체인으로서 시내 한복판의 일반 상가, 백화점, 쇼핑센터 등에 공격적으로 지점을 늘려가고 있다. 대표적으로 중신서점의 전국 점포수는 현재 315개이고 향후 5년간 1,000개를 채우는 것이 목표이며, 시시포서점은 점포수가 160개이지만 최근 2년 동안에만 67개가 늘었다.

이런 일이 가능해진 것은 주로 부동산 개발회사들의 서점 선호 덕분이다. 지난 4~5년 사이 중국에는 매년 수십 곳씩 대형 쇼핑센터가 늘어났다. 신축 쇼핑센터의 성공 여부는 사실 인구 유동량에 의해 결정되며 쇼핑센터는 이를 위해 먼저 음식점과 음료수 가게를 유치하지만 그 다음 '귀빈'으로 서점을 떠올린다. 그래서 임대료를 깎아주고 인테리어 보조금을 지급하면서까지 서점을 유치하려 한다. 이 때문에 투자자들이 각 서점체인에 경쟁적으로 가입해 가맹점을 내려는 현상도 나타나고 있다.

하지만 그 서점들이 기존의 전통적인 서점처럼 최대한 많은 서가에 빽빽이 책을 꽂아놓고 통로조차 좁은 곳이었다면, 아마 쇼핑센터들은 그렇게 적극적으로 유치에 나서지 않았을 것이다. 그 '새로운 서점'들은 제각기 복합문화공간화로 더 많은 고객들의 발을 묶어놓음으로써 쇼핑센터들의 눈을 사로잡을 수 있었다. 그곳들의 도서 진열 공간은 기껏해야 전체 면적 중 60~70퍼센트 정도이고, 음료수를 마시는 카페 공간이 꼭 배치되어 있다. 의자와 탁자를 갖추고 스타벅스처럼 운영한다. 어떤 곳은 10미터 높이의 독서 공간을, 어떤 곳은 작은 서재를 제공하기도 한다. 정기적으로 영화 상영과 출판 이벤트를 진행하기도 한다. 이런 문화적 유인요소로 더 많은 고객들이 더 오랜 시간 서점 내에 머물게 함으로써 책 외의 소비를 발생시키고 나아가 그들이 쇼핑센터 내 다른 점포의 상품까지 사게 만든다.

나아가 서점 공간의 다원화는 곧장 서점 상품다각화와 연결되며 이를 위해 새로운 서점들은 이업종결합의 실험도 서슴지 않고 있다. 난징, 상하이 지역의 주요 서점체인이며, 카페 공간과 독서 공간, 문화상품 판매 공간이 특히 넓은 다중서국을 예로 들면 일찌감치 바이신(百新)문구와 천광(晨光)문구에 공간을 임대해 질 높은 문구와 생활용품을 팔게 했고 그것이 성공하자 임대계약 만료 후 직접 경영 방식으로 발전시켰다. 더욱이 2014년에는 카페 공간의 경영권까지 협력 업체로부터 넘겨받아 고유 커피브랜드 즈핀(紙品)커피를 론칭했으며, 이 새 브랜드의 지명도가 높아지면 따로 커피전문점 체인을 출범시킬 계획도 세워놓은 상태다.

다중서국이 이처럼 상품다각화에서 이업종결합으로 발전한 예라면, 팡숴서점은 거꾸로 처음부터 이업종결합으로 시작된 예이다. 팡숴서점의 모체가 패션 브랜드 리와이(例外)이고 그로 인해 책 패션, 커피, 잡화를 하나로 묶은 복합형 서점의 형태로 출범했기 때문이다. 투자회사 베이징젠터우(北京建投)가 세운 젠터우서국 역시 유사하게 처음부터 도서, 커피, 문화상품을 하나로 묶은 서점이다.

상하이 젠터우서점의 외관

이처럼 공격적 확장, 복합문화공간화, 상품다각화, 이업종결합을 특징으로 하는 현재 중국 오프라인 서점 업계의 추세는 아마 우리 서점 업계 종사자들에게도 그리 낯설지 않을 것이다. 현재 한국 대형서점체인의 추세와도 겹치는 부분이 많기 때문이다. 그런데 중국의 새로운 서점들뿐만 아니라 한국의 교보문고까지 현재의 모습을 띠게 되기까지 적극적으로 벤치마킹한 모델은 역시 일본 츠타야서점(蔦屋書店)과 타이완 청핀(誠品)서점이다.

젠투서점 부사장 장취안(張權)은 최근 인터뷰에서, “서점이 어떻게 돈을 벌지 우리는 이미 그 답을 잘 알고 있습니다. 그것을 현실로 만들 좋은 팀과 실행력만 있으면 됩니다. 하지만 사실 표준 답안은 없어요. 모두가 찾고 있습니다. 꼭 청핀 모델도 아니고, 꼭 츠타야 모델도 아닙니다.”라고 말함으로써 중국 서점 업계의 미래 모색에 끼치는 두 서점의 영향력에 관해 언급한 적이 있다.

그러나 ‘라이프 스타일’을 파는 것이 콘셉트인 츠타야서점의 출발은 2011년인데 반해, 청핀서점은 한참 전인 1989년에 문을 열었고 동시에 일찍부터 타이완의 필수 관광지로 인식되어 수많은 중국인 방문자에게 강한 인상을 준 역사가 있기 때문에 중국에서 츠타야서점의 영향력은 청핀서점에는 한참 못 미쳤다. 그러면 ‘청핀 모델’이란 무엇일까? 그것이 무엇이기에 동아시아 일류 서점들의 벤치마킹 대상이 되었을까?(츠타야서점조차 개점 전, 청핀 모델을 적극 참고했다고 한다.)

세계 최초의 24시간 서점으로 유명한 청핀서점 둔난로점(敦南路店)에 가보면 실제로 청핀 모델의 영향력과 우수성을 확인할 수 있다. 청핀서점 48개 체인점의 원형이 된 그 본점은 세련된 매장 공간을 통한 책과 고객 간 상호작용 증진과 책을 중심에 둔 파생 비즈니스의 첨예한 발전상을 보여준다. 우선 청핀서점 둔난로점은 지하 2층, 지상 3층의 ‘청핀 둔난로점’의 일부로서 맨 위층에 자리 잡고 있음을 알아둬야 한다. 그렇다. 소형 지점들을 제외하고 청핀의 기본 형태는 서점을 포함하는 대형 쇼핑센터다.

세계 최초의 24시간 서점인 청핀서점 둔남로점

식음료점, 화랑, 각종 편집샵, 어린이 과학체험장, 해외 유명 의류점과 식기 판매점이 나머지 4층에 꽉 들어차 있고 그 점포들을 선정, 유치, 배치하는 주체는 청핀의 자회사 ‘청핀라이프’이다. 2010년 설립된 청핀라이프는 모회사 청핀이 표방해온 인문, 예술 중시의 경영 철학과 공간 디자인을 바탕으로 청핀의 문화상품, 생활용품, 부동산 등의 업무를 전문적으로 관리하고 있다. 이런 업무 분업의 효율성이 면적 1만5천 제곱미터에 달하는 중국 1호점 쑤저우청핀의 개장(2015)과 성공 그리고 올 가을 청핀 도쿄점의 개장뿐만 아니라 ‘청핀호텔’, ‘청핀오피스텔’이라는 신사업 론칭을 가능하게 했다. 중국의 새로운 서점들을 선도해온 청핀 모델은 지금 청핀 브랜드를 활용한 각종 문화 사업으로 확장해가고 있는 것이다.

2019년 9월 27일 개장한 청핀서점 도쿄점 내부

하지만 청핀 모델은 결코 유명 브랜드에 의지한 문어발식 확장을 의미하지는 않는다. 청핀서점 사장 리제슈(李介修)는, “도서는 특별한 특징이 있다. 바로 다원적 내용을 가진 상품이어서 생활과 관련한 많은 의제를 파생시킨다는 것이다.”라고 말한 바 있다. 문구, 문화상품, 가구, 부동산에 이르는 청핀모델의 각종 수익사업은 그 의제들의 파생 비즈니스이다. 예컨대 청핀호텔을 가보면 로비에 인문, 예술 도서 중심의 독서 공간이 있고 각 층에 전시관과 북카페도 배치하여 고객들에게 ‘청핀의 파생 공간’ 안에 있다는 느낌을 준다.

이밖에도 청핀의 식당은 요리도서의 파생물이고 청핀의 영화관과 화랑은 예술도서의 파생물이다. 물론 이런 효과는 청핀의 섬세한 디자인과 편집의 산물이다. 더욱이 이런 다양한 파생 과정에서 지나친 상업화로 브랜드의 순수성을 잃지 않기 위해 청핀은 인문, 예술 도서 중심의 서점 경영을 여전히 고수하고 있으며 서점의 도서 진열 면적을 줄이는 일도 없다.

청핀서점 둔난로점의 책은 25만 종이고, 더구나 그중 90퍼센트 이상은 다른 서점의 시각에서 보면 판매 부진 도서이다. 그런데도 청핀서점은 수익을 실현한다. 이에 대해 리제슈는 “도서 종수를 완전하게 갖춰 놓으면 장기간 영업할 경우 좋은 결과를 가져옵니다. 베스트셀러 판매에만 매달리면 인터넷서점과의 경쟁에서 이길 수 없습니다.”라고 말했다. 이런 전략으로 “청핀에 가면 좋은 책을 꼭 찾아 볼 수 있다”는 믿음을 독자들에게 심어주고 충성도 높은 고객들을 유지하는 한편, 불충분한 수익은 이미 공고해진 브랜드를 이용한 파생 상품 판매로 보충하고 있는 것이다.

청핀 모델의 최종 형태는 외견상 복합문화쇼핑센터를 대표로 하는 다원화 경영인 것 같지만, 이 모델의 효과는 궁극적으로 여전히 책과 서점에 기반을 두고 있다고 할 수 있다. 따라서 도서와 비(非)도서를 결합시켜 사업의 활로를 찾되, 동시에 어떻게 도서와 비도서의 관계를 밀접하게 유지하느냐는 것을, 청핀 모델의 학습자들은 꼭 유념해야 한다고 본다.

[해외통신]에서는 웹진 〈출판N〉의 해외통신원들이 현지 최신 동향을 심층적으로 분석하여 소개합니다.

김택규(중국어 번역가, 중국 통신원)

1971년 인천 출생. 중국 현대문학 박사. 숭실대학교 중문과 겸임교수. 한국출판문화산업진흥원 중국 저작권 수출 분야 자문위원. 출판 번역과 기획에 종사하며 숭실대학교 대학원과 상상마당 아카데미에서 중국어 출판 번역을 가르치고 있다. 저서로 〈번역가 되는 법 / 유유〉이 있고, 옮긴 책으로는 〈이중톈 중국사 / 글항아리〉, 〈죽은 불 다시 살아나 / 삼인〉, 〈암호해독자 / 글항아리〉 등 50여 종이 있다.

[해외통신/독일]

독일의 책유치원 인증제도

문항심(독일어 번역가, 독일 통신원)

2019.09

독일에 있는 유치원들 중 약 200여 곳은 이번 가을에 하나의 작은 경사를 맞게 되었다. 올해 처음으로 시행되는 〈**책유치원 Buchkindergarten**〉 인증을 받게 된 것이다. 독일 도서관협회와 독일 서적유통연합회가 주최해서 원생들이 책을 가까이할 기회를 마련하기 위해 특별한 노력을 기울이는 유치원에게 인증서를 발급하는 것이다.

독서 습관은 사실 유아기 때부터 그 기초가 세워지는데, 독일에서 본격적인 문자교육은 초등학교에 들어가고 나서 비로소 시작된다는 것을 알 필요가 있다. 다시 말하면 초등학교에 입학하기 전까지는 글자를 읽을 줄도, 쓸 줄도 모르는 것이 정상으로 여겨진다는 뜻이다. 아무도 유아들에게 글 읽는 법을 강요하지 않는다.

조금 다른 이야기지만, 독일 유치원에서는 하여간에 뭔가를 가르치지 않는다. 보통 한국에서는 유치원생이 집에 돌아오면 부모가 "오늘은 뭘 배웠니?"하고 묻기 마련이지만, 독일에 사는 자녀의 집을 방문한 할머니가 손자에게 오늘은 유치원에서 뭘 배웠냐고 매번 묻다가 그때마다 아이가 영문을 모르겠다는 투로 아무것도 안 배웠는데요? 하고 대답하자 할머니가 대체 여기 유치원은 왜 이러냐고 투덜거리셨다는 일화도 전해진다.

독일 유치원생들은 글자나 특정 지식을 배우는 대신 정해진 일과를 따르는 법과 크고 작은 규칙을 몸에 익히며 그냥 어울려서 노는 가운데 사람을 대하는 방법을 조금씩 배워간다. 초등학교에서도 교사의 개인적인 가치관에 따라 조금씩 다르겠지만 일부 매우 보수적인 경우 글을 미리 깨친 1학년생을 곱지 않은 시선으로 바라보기도 한다. 수업 시간에 집중하지 못해서 분위기를 흐리며 자만하다가 자칫 나중에는 뒤쳐질 수도 있기 때문이라고 한다. 당연히 1학년 교실에서는 정말 abc부터 하나하나 천천히 가르친다. 그래도 요즘은 예전과 달리 자기 이름 정도는 쓰는 법을 가르친 후에 입학시키는 부모들이 많아지긴 했다.

그렇다면 '**책유치원 인증제**'란 뭘까. 글을 읽을 줄 모르는 아이들이 다니는 책유치원이라니? 책유치원의 목표는 아이들을 책과 가까워지도록 만드는 것이다. 아이들이 혼자서는 글을 읽지 못하기 때문에 선생님이 많이 읽어주고 그 책에 대해 아이들과 대화를 많이 나누며 다양한 그림책도 보여준다. 이 인증제를 시행하게 된 교육적 배경은 아이들에게 일찍부터 책은 좋고 재미있는 것이라는 독서 경험을 쌓을 수 있도록 유치원에서부터 여건을 마련해주고, 특히 가정의 경제적, 사회적 분위기와 무관하게 책과 독서를 바탕으로 스스로 자기계발을 할 수 있는 기틀을 아주 어릴 때부터 만들어주겠다는 것이다.

아이에게 부모의 모국어와 현지 언어, 이 두 가지를 동시에 가르쳐본 개인적인 경험에서 말하자면 어른이 생각할 때는 의미 없어 보이는 반복 어구가 많은 동시나 노래, 말놀이 같은 것에 가능한 한 많이 노출시키는 것이 유아기 아이들로 하여금 그 언어에 대한 기본적 감각을 느끼도록 만드는 데 정말 큰 도움이 된다는 것을 꼭 강조하고 싶다.

이번 인증서 선발 과정에는 독일 전 지역에서 820개의 유치원이 지원해서 208곳이 인증서 취득에 성공했다. 취득 요건을 대강 살펴보면 다음과 같다.

- 전체 원생들에게 정기적으로 책을 읽어주는가(주당 최소 2-3회 이상이어야 유리)
- 원생들을 책이나 이야기에 얼마나 다각적으로 접근시키는가(책과 문자를 주제로 한 다양한 프로그램이나 놀이도구가 마련되어 있는지)
- 원생들의 나이에 맞는 각종 미디어 교육이 있는가
- 유치원 도서관(또는 책 코너)을 얼마나 잘 유지하고 있는가(특히 이 부분에 세부적 사항들이 많다. 책의 권수, 테마의 다양성, 필독서의 확보, 다문화 원생을 위한 외국어 도서 구비, 신간의 정기적 확보, 책 보는 공간을 조용한 곳에 따로 마련해 놓았는지 여부 등을 중요하게 본다)
- 책과 관련된 외부 기관과 협력하고 있는가(서점이나 도서관과의 협력, 도서관 견학 실시 여부, 외부 전문가의 협조를 받고 있는가)
- 책과 읽기에 관련된 부모교육(또는 홍보)을 실시하고 있는가
- 교사가 정기적 교육이나 세미나에 참가하고 있는가
- 주제와 관련해 어떤 행사나 프로젝트를 실시하고 있는가
- 책을 통한 언어 교육에 어떠한 신념을 가지고 있는가

지난 5월 신청서에 이런 사항들을 상세히 기재해서 제출한 유치원들을 대상으로 아동발달 전문가, 유아동도서 전문가, 어린이전문 사서, 협회 위원들로 이루어진 위원회의 심사를 거쳐 합격한 곳에는 향후 3년간 유효한 인증서가 이번 가을에 발급되었는데 인증 유치원의 명단을 살펴보니 과연 독일 서부와 남부 지역 유치원들의 비중이 월등하게 높았다.

여러 가지 다른 이유가 있겠지만 우선 이러한 인증서에 관심을 가지고 지원한 유치원의 수가 남부 독일의 두 연방주에 월등히 많았다는 것에 주목해 본다. 바덴뷔르템베르크 주와 바이에른 주는 독일 내에서 교육열과 공교육의 수준이 가장 높은 것으로 알려져 있는 만큼 유아기의 독서예비교육과 초중고에서의 읽기능력이 어느 정도 상관관계가 있지 않을까 하고 추측해 볼 수 있다.

지역신문에는 어느 유치원이 책유치원 인증서를 취득했는지 자랑스럽게 소식이 실리기도 한다. 유치원 입장에서는 아이들을 돌보는 업무만으로도 충분히 바쁜 와중에도 독서교육에 관심을 두고 고심하는 교사들의 특별한 노력의 소중한 결실이 인증서로 증명되는가 하면, 학부모들에게도 다른 유치원과 차별화된 질 높은 보육에 대한 믿음을 줄 수 있으니 홍보효과도 톡톡해서 앞으로 지원하는 기관은 더 많아지리라고 본다.

책유치원 인증서의 로고. 인증서를 획득한 유치원은 이 로고를 사용할 수 있다.

이 인증제는 이름만 들으면 누구나 알 법한 유명 출판사 네 곳이 지원하고 있는데, 그 중 아동청소년 전문 출판사로 저명한 모리츠(Moritz) 출판사는 지원 방법 중 하나로 유치원 및 학교에 무료로 책을 대여해 주고 있다. 출판사에서는 인기 있는 책 가운데 주제나 형태별로 골고루 28권을 선정해 패키지로 만들어 원하는 기관에 우편으로 보낸다. 어린이들과 관련 있는 기관이라면 모두 신청할 수 있다. 박스를 받은 기관은 한 달의 대여기간이 지나 다음 신청기관에 보낼 때의 우편료만 부담하면 된다.

아동도서 전문출판사 모리츠 출판사의 도서박스 구성내용 중 일부.

책이라는 매체를 통해 유아들에게 전달되는 무형의 재산은 열거하기 버거울 만큼 많다. 어른이 동시나 리듬감 있는 글을 반복해서 읽어줄 경우 언어 감각이 놀랄 만큼 발달하고 책에 관한 대화를 통해 논리력과 호기심, 감수성이 싹튼다. 한편 혼자 보는 그림책을 통해서는 색감과 형태감이 발달하고 상상력과 이야기를 만들어나가는 총체적 구술 능력이 길러진다.

당연히 예외도 있지만 독일 유치원 연령의 아이들은 대부분 교사의 독서지도를 상당히 잘 따른다. 보통 독일 가정에서는 전집류나 시리즈로 된 도서를 사지 않고 필요할 때마다 한두 권씩 구매하기 때문에 아이들은 오히려 부족한 읽을거리를 지역 도서관이나 학교 도서실에서 자발적 필요에 의해 스스로 구해서 읽는 편이다.

부모라면 알 것이다. 집에 책이 많다고 아이들이 자동적으로 책을 좋아하게 되는 것도 아니고, 책이 적다고 글 읽기에 흥미를 잃어버리는 것도 아니라는 것을. 중요한 것은 양육자의 책에 대한 관심과 약간의 노력이다. 대여섯 살 아이에게 한글을 가르치는 것도 좋지만, 우선은 조금씩이라도 자주 읽어주고 귀찮더라도 말놀이 상대 역할을 해주고 함께 본 그림책에 대해 소소한 이야기를 나누어보면 어떨까.

[해외통신]에서는 웹진 〈출판N〉의 해외통신원들이 현지 최신 동향을 심층적으로 분석하여 소개합니다.

문항심(독일어 번역가, 독일 통신원)

독일어 번역가. 베를린 훔볼트 대학에서 공부하고 대학도서관에서 일한 뒤 지금은 슈투트가르트 근교에 살면서 독일어 책을 한국어로 옮기고 있다. 소설 및 인문서 등 다양한 책을 번역했고 지금도 열심히 작업 중이다. 독일어권 작가들이 좀 더 재미있는 책을 많이 써서 한국 독자들에게 사랑받았으면 하는 마음을 가지고 있다.

[해외통신/중국]

2019년도 베이징국제도서전 참관기

김택규(중국어 번역가, 숭실대학교 겸임교수, 중국통신원)

2019.09

1

〈2019년 제26회 베이징국제도서박람회〉(이하 BIBF)가 지난 8월 21일부터 25일, 5일간 베이징 중국국제전람중심에서 개최되었다. 프랑크푸르트도서전, 볼로냐아동도서전, 런던도서전과 함께 세계 4대 도서전으로 발돋움한 BIBF에는 올해 95개국 국내외 2600여 개 사가 참가했으며 32만 명의 관람객이 방문했다. 그 중 해외 참가사는 1600여 개 사로서 60%가 넘었으며 아시아 지역 참가사는 약 53.6%의 비중을 차지했다.

주빈국 루마니아부스에서의 저자 강연

올해 BIBF의 해외 참가사는 50개가 늘었는데 그중 17개 사가 일본, 9개 사가 한국, 7개 사가 미국인 것이 눈에 띈다. 확실히 한중 출판교류가 사드 후유증에서 천천히 회복되고 있음이 감지되었으며 일본 회사 중에서 슈에이샤(集英社), 미국 회사 중에서 DC 코믹스가 처음 BIBF에 참가한 것이 큰 화제였다.

BIBF는 국영기업인 중국도서수출입총공사가 주관하는 대형 국가 행사여서 단순 비교를 할 수는 없지만, 총 41개국 국내외 431개 사가 참여한 올해 서울국제도서전과 규모 면에서 현격한 차이가 났다. 특히 전시 면적이 뚜렷하게 대비되었는데, 서울국제도서전은 1만8,372㎡인데 비해 BIBF는 무려 10만6,800㎡로 무려 5.81배나 컸다. 또한 BIBF는 이번 도서전부터 거대한 중국국제전람중심의 8개 전시관 전체를 다 사용하기 시작했다.

2

BIBF의 전체 전시 구역을 개관하면 먼저 동쪽(E) 4개 전시관과 서쪽(W) 4개 전시관으로 양분되며 E1은 해외출판사 전시관과 저작권센터, E2는 아동서 전시관, E3는 북 페스티벌 전시관, E4는 도서관 유통사 구역과 국제그림책전, 국제독서체험전이고 W1은 중국출판사 종합전시관, W2는 주빈국 부스 및 중국 테마별 전시관, W3는 문화상품 전시관, W4는 전자출판관이었다.

올해 새로 추가된 전시관은 W4였는데 중국 웹소설 플랫폼의 대명사 중문그룹(中文集團), 작가에이전시 중문온라인(中文在線), 웹툰 플랫폼 콰이칸(快看), 중문폰트업체 팡정그룹(方正集團), 오디오북업체 히말라야FM, 모바일교육콘텐츠업체 뤄지쓰웨이(邏輯思惟) 등 쟁쟁한 업체들이 대규모 부스를 차렸다.

하지만 W4 전체를 다 채우기에는 중국 업체만으로 부족해 다소 휑해 보였고, 준비 기간이 부족했는지 관람객이 뉴미디어 출판물을 직접 체험할 수 있는 설비가 잘 갖춰져 있지 않았다. 그래서 올해는 중국의 주요 디지털출판 기업들을 처음으로 한자리에 모아놓은 데에 만족해야 할 듯했다.

건국 70주년 중국 주요 출판물전

사실 이번 BIBF에 오기 전, 올해가 중화인민공화국 건국 70주년이어서 각종 전시와 이벤트가 지나치게 체제 선전 쪽으로 흐르지 않을까 하는 우려가 있었다. 하지만 그런 우려를 덮을 만큼 올해 E2 아동서 전시관과 E3 북 페스티벌 전시관의 기획과 구성은 다채로웠다. 먼저 E2 아동서 전시관 내 'BIBF 그림책전'은 책과 전시와 강연, 공연이 하나로 어우러진 일종의 '테마파크'였다. 부모가 아이의 손을 잡고 티켓을 끊어 전시 구역으로 들어가면 시간대별로 아이와 함께 즐길 수 있는 이벤트가 연속해서 진행되었다.

BIBF 그림책전의 이벤트 무대

가수가 대형 스크린에 펼쳐지는 그림책을 배경으로 청중에게 노래와 율동을 유도하기도 하고, 다양한 그림책 캐릭터 인형을 갖고 아이들이 뒹굴며 놀 수 있는 장소도 있었다. 유명한 그림책 저자들이 진지하게 아동교육에 관해 학부모와 직접 소통하기도 했다. 이런 프로그램들이 한 장소에서 동시다발로 연속해서 진행되는 것이 놀랍기 그지없었다.

더 인상 깊었던 것은 E3 북 페스티벌 전시관에 조성된 10여 가지의 테마 전시였다. 예를 들어 '세계 원예문화 도서전', '세계 미식, 미주(美酒) 도서전', '세계 팝업북전', '5천년 중국건축 도서전' 등에 가면 관련 콘텐츠의 실물 및 모형과 도서를 접할 수 있었다. 그리고 '베이징 오프라인 테마 서점전'에서는 음악, 미술과 디자인, 고서 등 각기 전문 분야를 가진 베이징 지역 독립서점들이 책과 문화상품을 갖고 나와 개성을 봄냈다.

심지어 '셰프의 주방'이라는 이벤트 구역에서는 요리책의 저자인 유명 요리사들이 30여 가지 주제로 즉석요리를 만들며 관중들에게 볼거리와 먹을거리를 제공하기도 했다. 물론 그밖에 '건국 70주년 중국 주요 출판물전'이나 '일대일로(一帶一路) 해외번역 중국도서전', '베이징 동계올림픽 테마 도서전'처럼 체제 선전의 성격을 띤 전시도 있긴 했지만 다른 테마 전시들 덕분에 다행히 전체 분위기가 지나치게 경직되게 느껴지지는 않았다.

이와 같은 E2와 E3 전시관의 다채로운 기획은 수많은 문화상품업체들이 참여한 W3에서도 확인할 수 있었다. W2에서는 중국 정부 출판상 수상 도서 전시와, 주빈국 루마니아의 도서 전시, 작가 강연, 출판 합작 행사가 진행되었다.

세계 미식, 미주 도서전

3

뭐니 뭐니 해도 BIBF의 백미로서 항상 중국 정부와 국내외 참가업체들이 가장 주목하고 주요 성과가 소개되는 구역은 역시 W1 중국출판사 종합전시관과 E1 해외출판사 전시관이다. 중국 500여 개 국영 출판사들이 총출동하는 W1 전시관은 예나 지금이나 기본 골격은 변한 게 없었다. 문을 열고 들어가니 바로 중국 중앙의 최대 출판그룹인 중국출판그룹 부스가 있었고 중국 공산당과 정부가 추천하는 일명 '주선율(主線律) 도서'가 전면에 전시되어 있었다.

이어 깊숙이 걸어 들어가니 중국 각 지역 출판그룹들의 전시관이 예년과 똑같은 순서로 배치되어 있었다. 그래도 올해 조금 달라진 게 있다면 해외 수출된 중국 도서들의 전시 공간이 각 출판사마다 더 커졌고 국영 출판사의 자회사로 편입된 민영 출판사들의 전시 참여가 약간 늘어났다는 점이다. 언론과 출판은 이데올로기 영역이며 중국 공산당은 이 영역에 대한 통제와 관리를 끝까지 포기하지 않을 것이라는 사실을 우회적으로 재확인시켜주었다.

마지막으로 E1 해외출판사 전시관에서 가장 눈에 띈 것은 홍콩관, 마카오관 그리고 타이완 출판사들의 부스였다. 현재 중국 정부의 관심도를 보여주기라도 하듯 홍콩관은 어느 해보다 크고 책도 풍성했다. 마카오관은 올해 처음 개설되었다고 한다. 그리고 타이완은 현재 중국과의 관계가 좋지 않은데도 어쨌든 개별 출판사 단위로 부스 참가를 했다.

한국은 이번 BIBF에서 모두 50여 개 출판사가 참여하는 한국관을 대한출판문화협회와 한국문학번역원이 공동 운영했다. 또 한국출판문화산업진흥원이 마녀주식회사, 디앤피코퍼레이션, 뷰아이디어, 락킨코리아, 조아라, 엔씨소프트, 한솔수북 등 10개 사가 참여한 한국전자출판관을 운영했고, 한국콘텐츠진흥원은 총 12개 기업이 참가한 한국공동관을 마련해 만화, 웹툰 등 콘텐츠 전시와 함께 수출상담회를 진행했다.

중국인민교육출판사와 한국 NC소프트의 그림책 교류회

이번 BIBF에 참가한 한국 저작권 에이전시 담당자 말에 따르면 작년까지 거의 제로에 가까웠던 한국 도서 저작권 수출이 다시 활기를 띠기 시작했다고 한다. 이는 사드 이후 한국 번역서 출판을 불허했던 중국 출판 당국의 정책이 3년 만에 대폭 완화될 조짐을 보이는 것이기에 반갑기 그지없었다.

다만 이번 BIBF에 부스를 마련해 참가한 한국 출판사들이 거의 다 아동서와 학습서 출판사였다는 점은 우려스러웠다. 문학, 자기계발, 경제경영 등 다양한 분야의 한국 성인 도서 출판사들이 중국 출판시장에 대한 적극적인 관심을 거두고 있는 것이다. 이것 역시 사드 광풍의 여파이겠지만 앞으로 중국 출판 당국의 태도 변화를 예의주시하며 다시 새 전략을 짜볼 필요가 있다고 생각한다. 늘 출판 외적인 영향력에 흔들리기는 하지만 어쨌든 중국은 출판 한류의 변함없는 후보지이기 때문이다.

[해외통신]에서는 웹진 〈출판N〉의 해외통신원들이 현지 최신 동향을 심층적으로 분석하여 소개합니다.

김택규(중국어 번역가, 숭실대학교 겸임교수, 중국통신원)

1971년 인천 출생. 중국 현대문학 박사. 숭실대학교 중문과 겸임교수. 한국출판문화산업진흥원 중국 저작권 수출 분야 자문위원. 출판 번역과 기획에 종사하며 숭실대학교 대학원과 상상마당 아카데미에서 중국어 출판 번역을 가르치고 있다. 저서로 〈번역가 되는 법 / 유유〉이 있고, 옮긴 책으로는 〈이중톈 중국사 / 글항아리〉, 〈죽은 불 다시 살아나 / 삼인〉, 〈암호해독자 / 글항아리〉 등 50여 종이 있다.

[해외통신/독일]

독일의 북 블로그 어워드

문항심(독일어 번역가, 독일통신원)

2019.09

요즘 사람 치고 자기 관심 분야의 소셜 동영상이나 사회관계망 서비스를 접해보지 않은 사람은 많지 않을 것이다. 실로 다루어지지 않는 주제가 없다고 할 만큼 갖가지 주제별 블로그나 동영상이 우리 생활의 일부가 된 요즘, 독일에서도 이를 이용한 출판업과 독서의 활성화 노력이 다각도로 이루어지고 있다. 그 중 하나가 '북 블로그 어워드(Buchblog-Award)'다.

2017년에 시작된 후 이제는 뿌리를 내려 올해 3년째를 맞는다. 전체 독일어권의 도서 관련 블로그를 대상으로 시상하는데 여기에는 전통적인 블로그 뿐만 아니라 팟캐스트, 동영상 미디어까지 포함된다. 크게 '베스트 북 블로그'와 '북 블로그 신인상'의 두 부분으로 시상되는데 올해는 '베스트 서점블로그'와 '베스트 출판사 블로그'가 추가되었다.

독일서적유통연합회와 넷갤러리(출판사 및 도서관련 종사자들의 온라인플랫폼)가 공동 주최하여 상이 가지는 사회적 신뢰도 또한 높다. 8월 말일까지 각 부문 당 독자들의 추천을 거친 열 개의 후보들이 선정되어 그 안에서 전문가들의 평가를 거쳐 최종 수상자가 선정되며 10월에 열리는 프랑크푸르트 도서전에서 시상자가 발표된다.

올해는 아직 대상자 모집 단계에 있으므로 여기서는 작년에 상을 탔던 수상자들을 살펴보기로 한다. 약 3,000명의 독자들의 추천을 받은 도서 관련 소셜미디어들 중에서 45개의 후보들이 선정되었고 그 중 다시 분야별로 수상자가 결정되었으니 심사위원들에게는 즐거운 경험이었지만 한편 매우 힘들고 고된 작업이었다고 한다.

특이하게도 작년에는 수상 부문이 더 세세하게 나뉘어져 있었다. 일반 부문, 신인 부문, 연애와 사랑 부문, 범죄 수사물 부문, 판타지와 SF 부문, 어린이 청소년 부문, 문학 부문, 전문서 부문, 기타 부문의 9가지 세분된 부문으로 시상되었다가 올해는 시상부문이 대폭 통합되었고 서점 블로그와 출판사 블로그 부문이 신설된 것을 볼 수 있다.

일반 부문상을 수상한 〈leseschatz 책 읽는 보물〉는 서점을 실제로 경영하고 있는 책방 주인이 운영하는 블로그인데 대략 일주일에 한 번 도서 소개 글을 업데이트하고 있다. 모든 분야의 단행본을 폭넓게 다룬다는 점, 블로거 고유의 개인적 감상을 질 높은 문장으로 풀어내어 많은 공감을 얻은 점이 높이 평가되어 상을 받게 되었다.

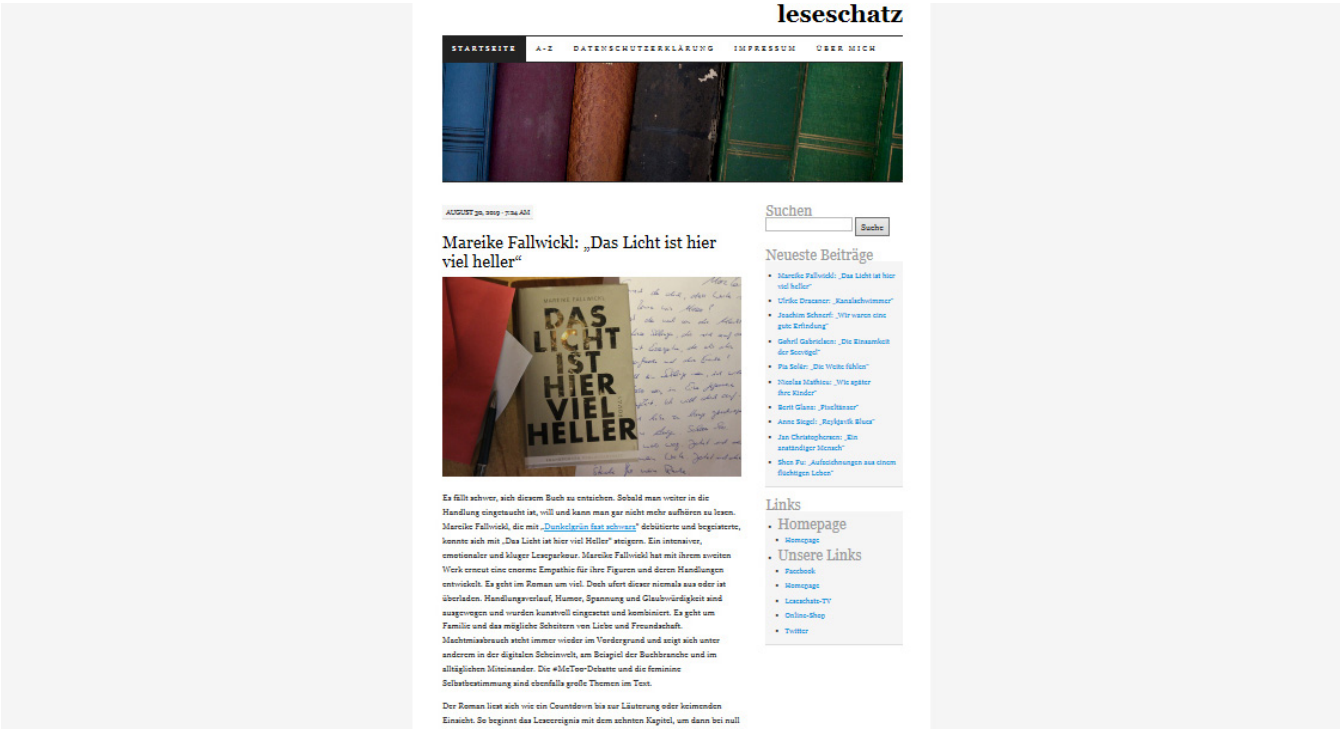


그림 1 : 블로그 〈책 읽는 보물〉의 처음화면. 도서가 놓인 배경을 책의 분위기와 어울리도록 매번 다양하게 연출한다.

기타 부문에서 상을 받은 일케 자얀 씨의 유튜브 채널 〈Buchgeschichten 책이야기〉는 2015년에 채널이 처음 개설되었고 아직 구독자 수도 많지 않지만 책에 관한 잡다하고 흥미로운 이야기들을 모아놓은 보물창고를 보는 것 같다. 한 달에 한 번 올라오는 이달의 추천도서 영상을 기본으로 이제까지 올라온 영상들의 제목들만 훑어봐도 〈하루에 끝낼 수 있는 책 7가지〉, 〈이번 가을에 추천하는 으스스한 이야기〉, 〈세상만사 다 잊고 싶을 때 읽는 책〉, 〈이런 음료수를 마실 땐 이런 책을: 재미로 봐 주세요〉(눈병 때문에 본인이 출연할 수 없어 찍은 영상), 〈런던 문학 여행〉, 〈책방에 가서 신간 구경하기〉 등 재미와 정보의 두 마리 토끼를 모두 잡은 영상들로 넘쳐난다.

그림 2 : 유튜브 채널 〈책이야기〉 중 ‘이번 가을에 추천하는 으스스한 이야기’ 동영상. 데이비드 밴의 『아쿠아리움』, 메리 셸리의 『닥터 프랑켄슈타인』, 제라드 도노반의 『메인에서 보낸 겨울』 등 10권의 책을 소개하고 있다.

한편 문학 부문을 수상한 블로그 〈Bücherkaffee 책카페〉는 일단 7년이라는 짧지 않은 역사를 지나오면서 단단하게 성장해 그 양과 질에 있어서 따라올 블로그가 없을 정도로, 다뤄지는 타이틀이 폭넓을 뿐만 아니라 첫눈에도 보기 좋은 깔끔한 그래픽을 자랑한다. 한 사람의 블로거가 모든 글을 올리는 것이 아니라 여러 명의 필자가 팀을 이루며 객원 기고가들까지 제작에 참여한다. 자신의 책 블로그를 따로 운영하는 외부 블로거들까지 필자로 섭외되기도 한다.

이렇게 큰 규모의 블로그이기 때문에 그 장점은 웬만한 문학잡지 못지않은 방대함과 전문성이라는 두 가지 면에서 동시에 나타난다. 주로 신간을 위주로 한 세분화된 도서 리뷰 이외에 화제의 인물과의 인터뷰, 책과 관련된 특이한 주제를 다룬 칼럼 등등 평소에 생각하지 못했던 재미난 주제의 글들이 가득하다.

그 중에서도 '책 vs. 영화'라든가 얇은 문고판 전집인 디오게네스 문고본을 중점적으로 소개한 '디오게네스 문고판 특집'등 다른 곳에서는 볼 수 없었던 코너들이 눈에 띈다. 문학과 책에 관심이 있는 사람이라면 이 블로그를 기본적으로 구독해도 좋을 만큼 책에 관한 한 독일어권 내의 스탠다드 블로그 역할을 하고 있는 듯하다.

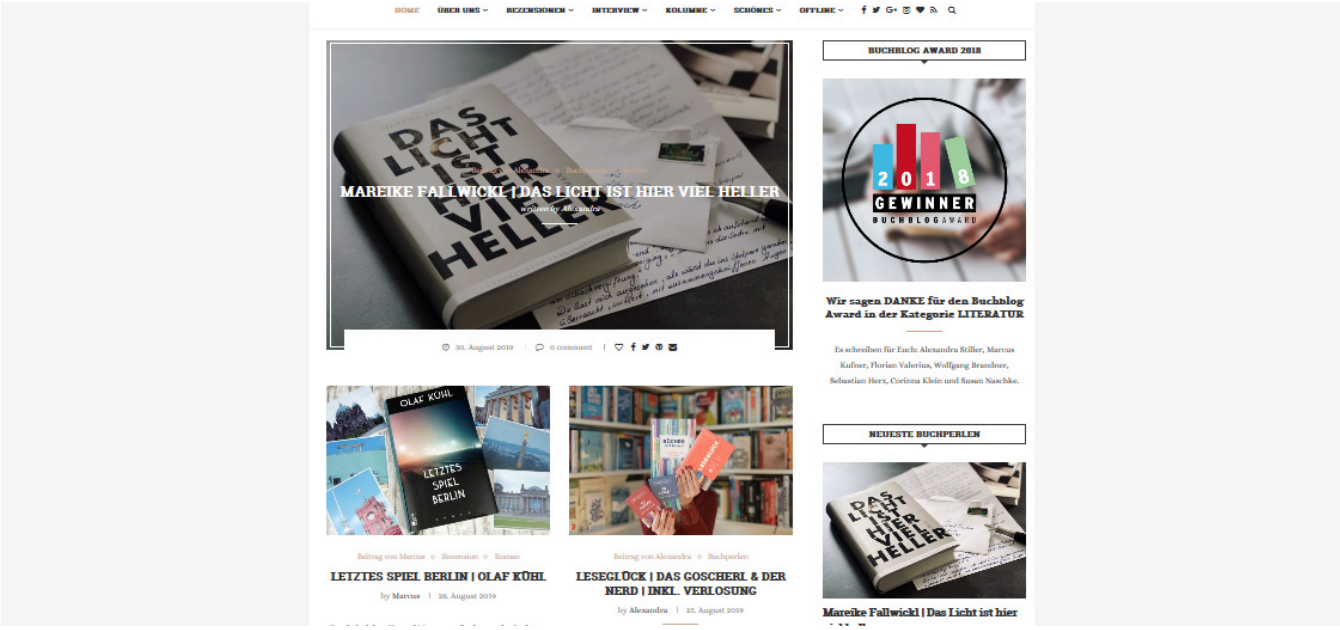


그림 3 : 블로그 〈책카페〉 처음화면. 다양한 글들이 일목요연하게 정리되어 있다.

위에서 소개한 블로거들과 기타 다른 부문 수상자들의 공통점이 있다면 인터넷 홈페이지뿐 아니라 트위터, 페이스북, 인스타그램 등 다양한 플랫폼들을 같이 운영하고 있다는 것이다. 이용자들이 각자 자신에게 편한 플랫폼으로 접근하는 만큼, 내용뿐 아니라 그 포맷에서도 다양성을 소홀히 하지 않는다는 점을 알 수 있다. 이용자들은 그저 올라온 글을 읽기만 하는 수동적인 역할을 벗어나 댓글을 통해 의견을 표현하면서 다른 이용자들과 교류할 수 있고 블로거나 크리에이터에게 직접적으로 피드백을 줄 수도 있다.

무슨 책을 읽을지 아이디어가 떠오르지 않을 때, 책을 고르는 내 안목에 자신이 없어서 만날 베스트셀러만 뒤적거리지 지겨워질 때, 화제가 되는 책이 어째서 화제가 되는지 알고 싶을 때, 내가 좋다고 혹은 별로라고 생각하는 책을 다른 사람들은 어떻게 읽었는지 문득 궁금해질 때, 책에 관한 뒷이야기들을 알고 싶을 때, 아니면 그냥 아름다운 책 표지들을 구경하는 것만으로 마음의 위로를 삼고 싶을 때 이런 블로그들이나 동영상 채널에 들러본다면 색다른 즐거움을 얻게 될 것이다.

우리나라에는 아직 도서 전문 블로그가 많지 않고 유튜브 등 동영상서비스를 보더라도 책 소개나 비평보다는 책을 읽어주는 채널이 대부분이어서 아쉬운 느낌을 지울 수 없다. 우리의 독서생활을 풍부하게 해 주는 좋은 콘텐츠들이 이제라도 조금씩 늘어났으면 하고 기대해 본다.

[해외통신]에서는 웹진 〈출판N〉의 해외통신원들이 현지 최신 동향을 심층적으로 분석하여 소개합니다.

문항심(독일어 번역가, 독일통신원)

독일어 번역가. 베를린 훔볼트 대학에서 공부하고 대학도서관에서 일한 뒤 지금은 슈투트가르트 근교에 살면서 독일어 책을 한국어로 옮기고 있다. 소설 및 인문서 등 다양한 책을 번역했고 지금도 열심히 작업 중이다. 독일어권 작가들이 좀 더 재미있는 책을 많이 써서 한국 독자들에게 사랑받았으면 하는 마음을 가지고 있다.