

출판N

출판 현장에 대한 오늘의 목소리

Vol.9 2020.04

책문화의 현재(Now)와 미래(Next)를 그리는 매체(News)로 다양한 목소리와 연대, 연결을 지향(Network)하는 출판 전문 웹진입니다.

「출판N」은 국내외 출판산업 주요 현안에 대한 이슈 제시와 분석을 통하여 담론 형성의 장을 제공하고, 다양한 출판계의 목소리를 담아 출판시장 확대를 모색하고자 합니다.



Contents

커버스토리

- 책이 지닌 따뜻함 여러 사람에게 전달되길 바라 1
한국출판문화산업진흥원, 출판산업계 '코로나19' 지원책 발표

정책zoom인

- 출판생태계, 상생을 위한 소통은 원활한가? 3
〈디지털 시대의 출판저작권법 개선방안 연구〉 중심으로
- [기고] 도서관과 함께 만드는 지속가능한 지역서점 운영 8

출판가 핫&쿨

- NEW 문학 플랫폼의 탄생
〈주간 문학동네〉가 바라는 것 15
- 어린이책 콘텐츠가 독자를 확장해 나가는 길 20
- 송미경의 『어른동생』과 강경수의 『코드네임』 시리즈를 중심으로
- 〈tvN 요즘 책방 - 책 읽어드립니다〉
독서 예능의 신기원인가, 학원식 인문학의 함정인가? 28

인사이드

- [에세이] 만약 출판 편집자가 삿포로에 간다면 31
- 아름다운 '공원 옆 도서관' 하루에 다 둘러보기
- [에세이] '앱'이 모든 것을 해결해주지는 않는다 38

해외리포트 | 코로나19 해외특집

- [노르웨이] 출판인·서점·작가단체... 정부에 코로나 대응책 제안 41
- [중국] 코로나19 여파 '수익' 다각화에 나선 출판업계 48
- [미국] BookExpo·Big 5 출판사 불참 선언 등 53
- [프랑스] 아마존·프낙... 카뮈 『페스트』 전자책 베스트셀러 올라 57
- [스웨덴] 코로나19 사태로 인한 문화사회적 충격과 변화 62

“책이 지닌 따뜻함 여러 사람에게 전달되길 바라”

한국출판문화산업진흥원, 출판산업계 '코로나19' 지원책 발표

김수영(한국출판문화산업진흥원 원장)

2020. 04.

재난은 우리의 예측을 벗어나는 사건입니다. 만일에 우리가 충분히 예측할 수 있고 그래서 이후의 진행에 대해서 준비할 수 있다면, 그것은 정의상 재난이 아니겠지요. 재난은 그렇게 갑자기 나타나 우리의 안락한 삶을 송두리째 뒤흔들고 사라집니다. 인류는 재난의 도래를 예측하고 그에 대비하려 모든 지식과 수단을 동원해서 노력해왔습니다. 예를 들면 하늘의 별이 움직이는 궤적을 오랜 기간 추적하기도 했습니다. 그래서 별의 움직임이 불규칙하면 이를 재난의 전조라고 해석했지요. 재난을 뜻하는 영어 단어 disaster는 부정의 의미를 담는 dis라는 말과 별을 뜻하는 라틴어 astrum이 결합되어 만들어졌습니다. 그 말 속에서 우리는 거대한 재난에 맞서는 인류의 초라한, 그러나 어쩌면 매우 영웅적인 저항을 읽습니다.

과학적 지식의 발달은 재난의 본성을 조금 더 이해할 수 있게 했고 재난에 조금 더 긴밀히 대응할 수 있도록 했지만, 재난의 도래 자체를 막을 수는 없었습니다. 의학적 지식의 놀라운 진보로 우리가 100세 장수 시대를 노래하고 길게 남은 생애를 개인적으로나 사회적으로 어떻게 채워야 하는지를 고민하고 있을 때, 바로 코로나19 바이러스 사태가 발생했습니다. 이 바이러스 소식이 처음 들려왔을 때 올해 우리 사회를 이토록 깊고 아프게 뒤흔들게 될 줄은 아마 어느 누구도 예측하지 못했을 것입니다. 지금도 상처는 깊고 앞으로 당분간 이 상처는 쉽게 아물지 못할 것 같습니다.

이 바이러스의 돌발적 확산으로 책은 큰 피해를 입었습니다. 우선 모두들 외출을 자제하면서 서점들이 직격탄을 맞았습니다. 그리고 바이러스의 확산 양상이 모든 미디어를 뒤흔으면서 책에 대한 관심도 적어지게 되었죠. 이는 도서 매출에 직접적인 영향을 끼치게 마련입니다. 여기에 각급 학교들이 개학을 미루면서 1년 중 가장 중요한 책의 성수기 중의 하나였던 2월, 3월 신학기가 아무 의미도 없이 공중으로 분해되고 말았습니다.

저희 한국출판문화산업진흥원은 지난 1월 이후 어려움을 겪는 출판 관련 업계를 지원할 수 있는 방안에 대해서 고민하면서 여러 통로를 통해 의견을 수렴하고 이를 구체적인 사업에 반영할 수 있도록 노력해왔습니다. 그래서 다소 늦은 감이 있습니다만, 몇 가지의 대응 방안을 마련해서 시행합니다.

우선 교보문고와 협업을 통해 4월 한 달간 누구나 1인당 2종의 전자책과 오디오북을 읽을 수 있는 기회를 마련했습니다. 단순 무료 제공 행사가 아니라 저희가 마련한 예산이 독자 여러분들이 선택해주신 책의 저자와 출판사에 지급되도록 했습니다. 이를 위해서 기술적, 업무적 지원을 아끼지 않으신 교보문고에 깊이 감사드립니다. 이 행사를 통해서 전자책과 오디오북의 매력을 경험하는 독자들이 크게 늘어날 수 있기를 기대합니다.

그리고 주변에 종이책을 선물할 수 있는 행사도 마련했습니다. 저희가 책나눔위원회를 통해 매달 “이달의 책” 선정 사업을 진행하고 있는데요. 여러 전문가들이 고심하면서 선정하는 이 좋은 책들이 지닌 매력을 많은 이들에게 증명하려 합니다. 선물로 보내지는 도서 5,000 권은 이번에 가장 극심한 피해를 입은 대구 지역의 서점들을 통해서 구입합니다. 언제부터인지 받고 싶은 선물 후보에서 책이 조금씩 밀려나고 있는 것 같은 추세인데요. 이번에 마련한 이 행사를 통해서 책이 지닌 따뜻함이 여러 사람들에게 전달될 수 있으면 좋겠다고 생각합니다. 그래서 이를 위해 선물 신청 사업도 받고 또 이를 직접 손글씨로 적어서 책 선물 꾸러미에 같이 보내려 합니다.

그리고 “세종도서 선정, 보급 사업”, “우수 출판콘텐츠 제작지원 사업”, “전자책 제작지원 사업”, “지역 서점 문화 활동 지원”, “도깨비 책방” 등 지원 사업의 예산 집행 시기와 세부 실행 방안을 조정함으로써 어려움을 겪고 있는 출판계에 도움이 될 수 있는 방안들을 마련해서 시행하려 합니다. 이 밖에 추가로 가능한 지원책들을 고민하고 있습니다.

이번에 지원 사업들을 설계하면서 제 마음속에 몇 가지 원칙을 세웠습니다. 첫째, 신속히 집행해야 한다. 둘째, 지원의 혜택이 가능하면 여러 당사자들에게 나누어질 수 있어야 한다. 셋째, 도서 매출 확대 및 독서율 제고에 기여할 수 있어야 한다 등입니다. 저희 한국출판문화산업진흥원이 집행하고 있는 각종 사업의 틀과 예산은 대개 오래전부터 정해져 온 것으로 갑자기 많은 부분을 변경해서 시행하는 일이 그리 단순하지는 않습니다. 그래서 애는 썼습니다만, 지금 우리 사회에서 책이 겪고 있는 어려움을 생각하면 앞으로의 갈 길이 더 멀다는 생각을 합니다. 그래도 저희의 작은 움직임이 앞으로 큰 변화를 일으키는 데에 물꼬를 틀 수 있으면 좋겠다는 바람을 가져봅니다. 책을, 그리고 책을 사랑하는 모두를 응원합니다.

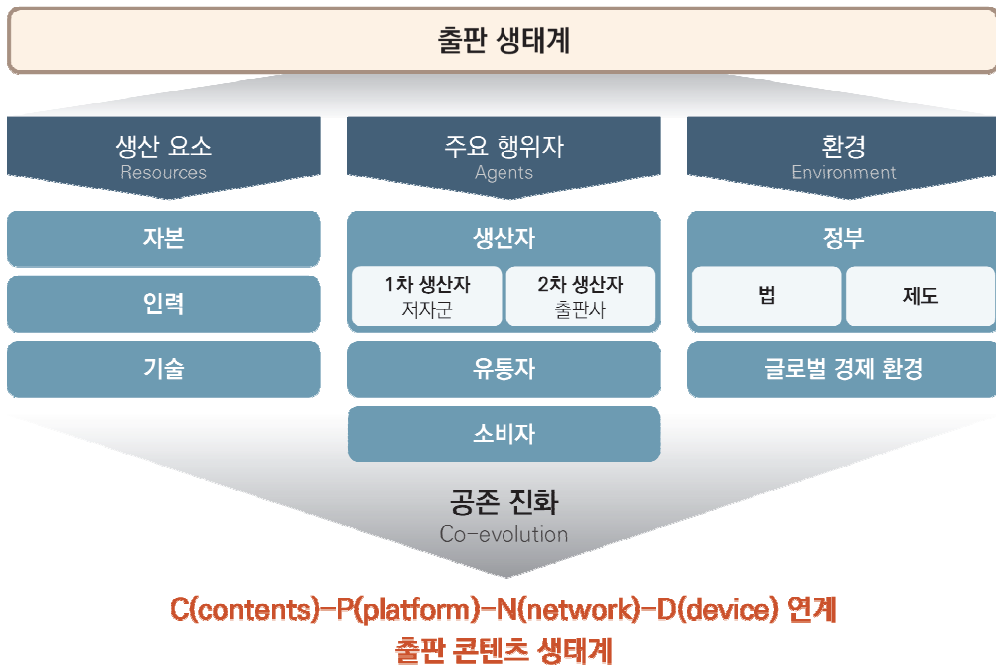
출판생태계, 상생을 위한 소통은 원활한가?

〈디지털 시대의 출판저작권법 개선방안 연구〉 중심으로

한주리(서일대학교 미디어출판학과 교수)

2020. 04.

출판생태계(出版生態系, publishing ecosystem)는 출판이 이뤄지는 환경을 생태계에 비유하는 개념으로 제작, 유통, 소비뿐만 아니라 그와 관련된 정책과 법, 유관 산업 등을 포괄하는 개념이다. 출판생태계는 자연생태계의 원형적 개념에서 비롯된 것으로 적자생존, 먹이사슬, 자정작용, 협력상생 등의 원리들을 내포한다. 이를 출판산업에 적용하면 출판생태계에 대한 도식화가 가능해지며 아래 그림과 같이 나타낼 수 있다.



출판생태계 구성 요소(출처: 황준호 외(2012)의 25~26쪽 내용을 출판산업에 적용하여 필자가 도식화함.
한주리·김정명·구모니카·박익순·이건웅(2014), 『책은 冊이 아니다』에서 재인용)

출판생태계 안에는 생산 요소와 주요 행위자, 그를 둘러싼 법과 제도, 글로벌 경제 환경 등이 존재한다. 그리고 다양한 행위자와 환경 안에서 자본과 인력, 기술이 영향을 미친다. 디지털 기술의 발달로 인해, 과거보다 훨씬 다양한 주체들이 출판생태계를 구성하고 있으며, 각 구성원 간의 입장과 관점의 차이로 인해 주요 행위자 간에 상생 노력이 점점 더 필요성을 더해간다.

이 중 1차 생산자인 저자군과 2차 생산자인 출판사, 유통사와 소비자 간에 서로의 입장과 이해가 상충되는 지점들이 발생하고 있으며, 이는 출판 관련 저작권법에 대한 인식에서도 그 차이가 확연하다. 앞서 말했듯이, 출판생태계는 자연생태계와 마찬가지로 적자생존, 먹이사슬, 자정작용, 협력상생 등의 원리가 자연스럽게 작동하고 있다. 이로 인해 주요 행위자들은 스스로의 이익을 위해 가장 많은 노력을 기울이는 것이 자연스럽다고 할 수 있다.

최근 <디지털 시대의 출판 저작권 보호를 위한 법제 개선방안 연구>를 통해 주요 출판 저작권과 관련한 이슈에 대해 이해 관계자의 입장을 분석한 바 있다. 이 과정에서 출판생태계의 주요 행위자인 저작자와 출판사, 주요 관련 기관인 도서관 간의 입장 차이도 상당히 있음을 확인할 수 있었다. 예를 들어, 학교교육 목적 보상금 제도의 지급대상에 대해 ‘수업목적 보상금’의 근본적인 해결을 위해, 이해관계자들은 저작권법 제62조 제2항 개정에 대해서는 공통의 의견을 보였다. 하지만 세부 내용에 있어서는 수업목적 보상금과 관련한 구체적인 근거 제시, 창작자와의 공감 필요, 보상금 지급 반대 등의 의견 차이가 있었다.

도서관의 경우 수업목적 보상금이 저작권자뿐만 아니라 출판권자나 배타적발행권자에게 지급되기 위해서는 구체적인 근거 제시가 필요하다는 의견이 있었으며, 출판 관련 단체는 창작자와 함께 출판권자의 저작인접권자로서의 권리 강화도 필요하다고 하였다. 이에 반해, 저작자 단체들은 출판권자의 학교교육 목적 보상금 제도 지급에 대한 권리 주장에 앞서 창작자로부터 충분히 공감을 얻을 수 있는 노력이 필요하다는 의견을 밝혀 출판권자나 배타적발행권자에게 보상금 지급에 반대하는 사례도 발생하였다. 이는 출판계에서 저작자와 출판권자에게 5:5로 지급하는 것이 바람직하다는 견해와 그 결을 달리하는 결과이다.

이러한 주요 행위자들의 출판 관련 법과 제도 개정에 대한 입장 차이는 판면권 제도, 공공대출권 제도, 사적복제보상금 제도, 출판권과 배타적 발행권의 통합 및 존속기간 연장 여부, 출판계약과 표준 출판계약서의 기간 등에 있어서도 여전히 나타난다. 사실상, 출판계에서는 판면권 제도, 사적복제보상금 제도, 공공대출권 제도에 대해 지속적으로 논의를 거듭해오고 있다. 특히 판면권 신설을 위한 저작권법 개정안이 2017년 처음으로 발의된 이후, 지금까지도 관련 이해관계자들이 서로 다른 다양한 의견을 제시하는 실정이다. 이 과정에서 중요한 것은 관련 제도와 법 도입과정에서 찬반에 대한 합의점이 필요하다는 데에는 공통된 인식을 나타냈다는 점이다.

법과 제도 인프라 구축을 위한 노력

그렇다면, 출판생태계의 법과 제도 인프라 구축을 위해서는 어떠한 노력을 기울여야 할까? 법과 제도로 문제를 해결하기 위한 첫걸음은 주요 행위자 간에 상대에 대한 배려와 인정을 하는 풍토 마련에서

시작된다. 해외의 경우, 출판권자에 대한 위상을 인정하고, 저작자에 대해서도 그 권리를 충분히 찾을 수 있도록 최소한의 제도적 보호 장치를 마련하고 있다.

미국의 경우, 배타적 이용허락 제도와 종결권 제도에서 저작자와 출판자와의 관계를 파악할 수 있다. 즉, 저작자는 출판권자에게 40년간 저작권(복제권, 배포권, 이차적 저작물 작성권, 공연권, 전시권 등)의 전부 또는 일부에 대하여 배타적 이용허락을 한다. 이는 자신의 저작물을 출판권자에게 전적으로 위임하는 것이 오랜 시간을 걸쳐 이뤄진 권리 관계의 산물이라는 것을 보여준다.

독일의 경우, 2013년 저작권법 개정을 통해 언론출판인의 공중 접근권 역시 인접 보호권에 포함해 보호하고 있다(제87조f 내지 제87조g). 독일에서 출판자의 권리 및 출판계약에 관한 저작자와 출판자의 법률관계는 1901년에 제정된 '출판권법'에 정해져 있는데, 출판계약을 통해 작성자는 계약에 의한 별도의 규정이 없는 한 출판자에게 저작권을 이전한다. 미국이나 독일의 출판산업이 국제적 경쟁력을 갖게 된 데에는 이러한 출판 친화적 법제도가 중요한 역할을 한 것으로 평가할 수 있다.

해외에서는 이러한 출판자의 권리 보호 이외에 저작자의 권리 보호에 대해서도 법제가 강하게 마련되어 있다. 독일 저작권법에서는 공공의 이익을 위해서 저작권의 일부를 제한(일시적 복제, 재판 기타 공적 절차, 장애인, 학교수업, 학교방송, 공개 연설, 신문기사 및 방송논평, 시사 보도, 인용, 도서관 등 공공시설, 기기 판매업자에 의한 영업상 복제, 부수적 저작물, 공공장소의 저작물)하고 있으나, 우리 법에 비해 제한 사유를 훨씬 더 구체적이고 상세하게 규정하고 제한의 요건 또한 매우 엄격하게 규정하여 제한규정으로 인해 저작자의 이익이 지나치게 훼손되지 않도록 충분히 배려하고 있다. 즉, 저작자에게 적절한 보상 없이 저작권의 제한은 있을 수 없도록 규정하고 있다. 보상 청구권에 대해서는 개별 제한규정마다 명시적으로 규정하고 있고, 저작자의 이러한 법정 보상 청구권은 사전에 포기될 수 없고, 오로지 저작권 집중 관리단체를 통해서만 행사될 수 있도록 충분한 보호 장치가 마련되어 있다.

미국의 경우, 앞서 제시한 대로 장기간 출판권자에게 권리 양도해온 출판계약 존속에 대해서 2015년 5월에 미국 작가 조합(Authors Guild)은 공정 계약 발의(Fair Contract Initiative)를 발표하면서 공정한 계약을 위한 원칙을 다시 마련하고자 하였다. 저작자가 지나치게 긴 기간 동안 자신의 저작권을 출판자에게 양도하게 되어 불합리하다는 주장과 더불어 출판자가 이용하지 않는 권리까지 양도함으로써 해당 권리를 저작자가 이용할 수 없다는 점을 비판하고 있다. 이후 미국 작가 조합 홈페이지에서는 계약서 작성 시 협상 포인트, 도서 계약서상의 논란점, 저작권 침해 문제, 저작권료 미지급 등 다양한 측면의 법률적 도움을 주고 있다.

한편 한국의 경우, 저자들이 작가로 생활하는 데 현실적인 어려움을 겪는 경우가 많다. 국제 작가 포럼에서 2013년에 발행하여 국제 작가 포럼 회원국과 회원들에게 배포한 'Copyright Works' 자료집에서도 이와 같은 내용을 다루고 있다. 2011년 1월 생활고에 시달리던 시나리오 작가 최고은 씨의 사망으로 대한민국 정부는 2011년 10월에 소위 '최고은법'이라고 불리는 예술인복지법을 제정하였으며 이는 예술인들에 대한 최초의 복지법이라고 명시하고 있다.



국제 작가 포럼에서 발행한 자료의 한국 저작자 관련 내용(출처: International Authors Forum(2013), Copyright Works, p.15)

이 자료에는 한국에서 활동하고 있는 작가의 26.2%가 예술활동을 통해 한 달에 수입이 전혀 없는 상태라고 제시하였다. 결국, 이러한 현실은 우리나라가 문화 강국이라는 말을 무색하게 만들 수 있으며, 해외에서도 국내 창작자(작가)들이 매우 어려운 형편에 있다고 인식하게 만든다.

그렇다면, 출판계의 상생 및 동반성장을 위한 원활한 소통방안은 무엇인가? 해외의 경우, 영국의 BIC(Book Industry Communication)나 일본의 JPO(일본출판인프라센터)와 같이 출판생태계 내의 저자, 출판사, 도서관, 서점 등 다양한 주체들이 함께 논의하고 협의하면서 문제 상황에 대해 대처해나가는 노력을 기울여 왔다.

영국의 BIC는 1991년에 설립되었고, 출판계 주요 사업자와 기관이 출자해서 만든 비영리 조직이다. 주요 참여사로는 Publishers Association(영국출판협회), Booksellers Association(영국서적상협회), the Chartered Institute of Library and Information Professionals(도서관 및 정보전문가협회), the British Library(영국국립도서관) 등이 있다. BIC는 출판 산업 대다수의 이해관계자들이 서로 경쟁하는 것이 아니라 공동으로 문제 해결을 통해 출판산업의 발전에 기여하는 방향으로 프로그램을 운영한다. 위원회는 메타데이터 위원회, 종이책, 전자책, 도서관, 교육 분야 등 총 5개로 진행되고 산업에서 도출되는 문제 발견과 해결을 위해 구성된다. BIC는 회원들의 회비로 운영되며, 출판계 내 문제가 발생하면 해당 문제에 대해 이해관계자들이 모여서 원인을 밝히고 해결 방향을 도출하는 것이 핵심 목적이다.

일본의 경우, 일본 도쿄의 진보초에 있는 출판인 클럽 빌딩에는 일본출판인프라센터(JPO), 일본서적출판협회, 일본출판유통(토리츠기)협회, 일본잡지협회, 일본국제아동도서평의회(JBBY), 일본출판클럽, 일본잡지광고협회, 독서추진운동협의회, 일본아동도서출판협회, 출판자저작권관리기구, 유네스코 아시아 문화센터, 출판기업연금기금, 일본출판산업기업연금기금, 문화산업신용조합 등 범 출판 관련 단체와 기구가 한 건물에 자리 잡고 있어서 수시로 서로 커뮤니케이션할 수 있는 환경이 마련되어 있다.



일본 출판인 클럽 빌딩 및 내부(출처: JPO 방문 사진)

JPO는 업계 내의 다양한 이슈를 다루고 문제점을 개선하기 위한 목적으로 운영되며, 출판유통의 개선 도모, 독자의 고객만족도 향상, 출판 정보 및 출판업계 시스템의 기반 정비에 의해 업무의 공동화/표준화 등을 진행한다. 출판산업 발전에 기여하기 위해 다양한 테마의 연구/작업을 진행하고, 그 조기 실천을 도모하는 등 출판생태계 내의 효율화를 도모하는 것을 목적으로 한다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 전 세계적으로 정보 전달방식의 변화가 급변하면서 다양한 이해관계자들의 권리가 상충하는 지점들이 발생해왔다. 특히 다양한 관계자들이 서로 영향을 주고받으며, 다각도의 관계를 형성하고 있는 출판생태계의 경우, 이해관계자 간의 의사소통 및 협력, 논의를 거친 문제 상황에 대한 대처 및 해결 방식 공유가 매우 중요한 산업이다. 우리나라의 경우에도 출판생태계의 다양한 이익단체들이 각자의 이익을 대변하는 노력 이외에 출판생태계 전반을 유지하고 활성화하기 위한 공동의 노력이 필요하다. 이를 통해, 공공대출권 제도, 사적복제보상금 제도 등의 필요성에 대해 한목소리를 내어야만 제도 운영을 위한 국가 자원 마련의 가능성이 확보될 수 있을 것이다.

각자의 이익만을 대변하게 되면, 정부의 자원 마련도 어려울뿐더러 정작 출판생태계의 주요 행위자인 독자들로부터 외면을 받을 수 있다는 사실을 염두에 두어야 할 것이다. 우리 출판생태계 내에서도 자정작용과 협력상생의 원리가 자연스럽게 작동하기를 바란다.

한주리(서일대학교 미디어출판학과 교수)

서일대학교 미디어출판학과에서 인재를 양성하고 있으며, 출판계에서 일한 경험을 살려 출판 관련 분야에 대한 연구 및 국립중앙도서관 자료선정위원, 서울도서관 자료선정위원, 지역서점위원, 문화체육관광부 규제개혁위원회 위원 등으로 활동하고 있다.

[기고]
도서관과 함께 만드는 지속가능한 지역서점 운영

한상수

2020. 04.

코로나19 사태가 장기화되면서 지역서점의 어려움이 무척 커졌다. 대부분 인건비는 고사하고 월 임대료도 별지 못하는 상황이다. 일부 서점에서는 고객이 서점에 방문하는 것을 꺼리자 한 권이라도 팔기 위해 책을 직접 배달해주는 서비스를 시행할 정도로 상황이 어려워졌다. 이럴 때일수록 정부와 공공기관은 전대미문의 어려움을 이겨낼 수 있도록 지역서점에 용기와 자신감을 주는 정책을 추진할 필요가 있다. 예를 들어 올해 전국 공공도서관의 자료구입비 예산이 1,000억 원 정도이니 10퍼센트인 100억 원을 추경 예산으로 세우면 도서관 자료를 10퍼센트 할인 없이 정가로 구입할 수 있다. 현재 정부에서는 코로나19 사태 극복을 위한 추경을 사상 최대 규모로 세우는 상황이니 공공도서관을 관장하는 문화체육관광부(이하 문체부)와 교육부에서 마음만 먹는다면 불가능한 일도 아니다.

이러한 특단의 대책도 필요하지만 지역서점이 지속 가능하게 운영되도록 도서관이 지역서점에서 자료를 모두 구입하는 정책이 자리 잡는 일도 중요하다. 문체부에서는 지난 3월 16일에 낸 보도자료를 통해 도서 구매 시 지자체와 교육청은 지역서점을 우선 활용할 것을 적극 권고했다.

현재 공공도서관의 자료 구입 방식은 지역에 따라 다양하다. 지역서점을 이용한 공공도서관의 자료 구입은 예전에 비해 늘어나긴 했지만 아직도 많은 개선이 필요하다. 전국에서 가장 모범적인 사례라고 생각하는 고양시의 자료 구입 방식을 통해 개선방향을 모색해보자.



경기 고양시 화정도서관 2층 고양작가 서가(사진제공: 화정도서관)

고양시도서관센터의 자료 구입 방식

얼마 전 필자는 페이스북에 코로나19 사태로 동네책방이 겪는 어려움을 호소하며 공공도서관이 올해 한시적으로라도 10퍼센트 할인을 받지 않고 정가로 도서관 자료를 구입해주면 좋겠다는 글을 올렸다. 물론 책방이 하도 어려우니 큰 기대를 하지 않고 올린 글이었다.

필자가 운영하는 책방의 이용자인 한 시의원이 이 글을 읽고, 고양시와 도서관센터에 건의하였는데 놀랍게도 일주일도 되지 않아 정책이 결정되었다. 고양시는 관내 지역서점을 지원하기 위해 올해 자료구입 예산 중 미집행된 9억4,500만 원을, 10퍼센트 할인 없이 정가로 구입하기로 하였다. 이 정책으로 인해 한 서점당 약 350만 원의 수익이 추가된 셈인데 이 혜택을 받는 서점이 27곳이니 고양시 전체 지역서점들에게는 약 1억 원의 추가 수익이 돌아가게 되었다. 실로 가뭄에 단비 같은 소식이 아닐 수 없다.

제안 당사자로서 무척 고맙고 반가웠지만 한편으로는 걱정도 되었다. 서점 입장에서는 정가를 모두 받으면 수익이 늘어나 좋은 일이지만, 도서관의 자료 구입량이 줄어들면 시민과 출판사들이 선의의 피해를 볼 수도 있겠다는 염려에서였다. 다행히 고양시도서관센터에서 정가 구입으로 줄어드는 비용을 보전하기 위해 올해 1차 추경에 9,700만 원을 세워 이런 걱정도 사라졌다. 놀랍고 감동적인 행정의 본보기다. 행정이 위기상황에서 지역 소상공인들을 어떻게 지원해야 하는지를 잘 보여주는 모범사례라 할 만하다. 이 소식은 언론과 SNS를 통해 알려지기도 했다.

이번 일이 아니더라도 고양시는 2015년부터 시립도서관 17개관, 공립작은도서관 18개관, 이동도서관 1개관의 자료 구입비 전액을 관내 지역서점에서 사용하는 정책을 전국 최초로 시행하였다. 처음에는 대상서점 선정에 다소 어려움도 있었지만 2018년부터 경기도에서 지역서점인증제를 시행하면서 이 문제는 간단하게 해결되었다.

고양시는 올해에도 전체 자료구입 예산 20억2,500만 원을 경기도 인증 지역서점 27곳에 고르게 분배하였다. 한 서점당 할당된 금액은 7,300만 원에서 7,685만 원이다. 약간의 차이가 나는 것은 작년보다 서점 평가를 통해 좋은 평가를 받은 8개 서점에 인센티브를 적용했기 때문이다.



경기 고양시 화정도서관 2층 서가(사진제공: 화정도서관)

공공도서관의 자료 구입 방식 현황과 개선 방안

아직도 많은 공공도서관에서는 입찰 방식 또는 일부 예산만 지역서점에서 책을 구입한다. 작년에 모광역시의 대표도서관이 자료 구입에 관한 입찰을 진행한 결과, 페이퍼컴퍼니가 낙찰을 받아 문제가 된 경우처럼 입찰 방식에는 실제 서점을 운영하지 않는 업체가 낙찰될 가능성도 있다. 공공도서관에서는 번거롭더라도 입찰 방식보다는 지역서점에 기회를 늘려주는 방향으로 자료 구입방식을 개선하면 좋겠다.

공공도서관의 자료 구입방식에는 개선되어야 할 점이 더 있다. 바로 특정한 서점협동조합과 독점적으로 거래하는 관행이다. 지역서점 몇 곳이 서점협동조합을 만들어 해당 지역 공공도서관의 자료 구입을 모두 독점하는 사례가 많이 보고된다. 도서관 입장에서는 한 곳과 계약해서 진행하므로 편리하겠지만 문제는 이런 협동조합이 폐쇄적이고 배타적으로 운영된다는 점에 있다. 이럴 경우 특정한 몇몇 서점만 이익을 독점하고 다른 서점들은 배제되는 결과가 되어 바람직하지 않다.

시민의 세금으로 조성된 공공도서관의 자료 구입비는 그에 걸맞게 구입방식도 투명하고 공정하게 진행되어야만 한다. 특정한 조직에 속한 일부 서점들에게만 독점적으로 혜택이 주어지는 방식에는 개선이 꼭 필요하다. 공공도서관 담당자는 소외된 지역서점은 없는지 꼼꼼하게 살펴주길 바란다.



경기 고양시 화정도서관 3층 종합자료실(사진제공: 화정도서관)

‘지역서점인증제’ 시행 확대되어야

관내 서점에서 자료를 구입하려 해도 서점의 형태가 다양하기 때문에 광역지자체는 대상 선별에 어려움을 겪기 마련이다. 이런 문제는 광역지자체에서 일정한 기준을 정해 지역서점인증제를 시행하면 쉽게 해결될 수 있다. 경기도가 그런 좋은 사례이다. 경기도의 지역서점인증제는 인증을 통해 공공의 신뢰성을 부여하여, 실제 운영되지 않는 명목상의 서점 업체들이 공공도서관 도서 납품에 난립하는 문제점을 해소하고, 지역서점에 대한 실질적인 지원을 통해 경쟁력을 강화하려는 목적으로 시행되었다.

경기도 지역서점인증제에서 정한 인증 요건과 세부기준은 다음과 같다.

- ▶ 경기도 내 서점으로 실제 일정 규모의 방문용(오프라인) 매장을 운영할 것
 - ▶ 사업자등록증상 사업의 종류가 소매 서적업으로 등록되어 있고 도서판매를 주종으로 할 것
 - ▶ 경기도에서 사업자등록일 기준 1년 이상 영업을 지속하는 서점일 것
 - ▶ 불특정다수를 대상으로 영업(주 40시간 이상)하는 서점일 것
- ⇒ 서적총판, 학원, 납품위주 업체, 종교서적 전문서점, 어린이 전집 할인매장 등은 제외

경기도의 사례와는 다르게, 체계적으로 지역서점인증제를 시행하지 않는 광역지자체가 아직도 많은데 조속히 시행되어지길 기대한다. 지역서점인증은 공공이 주체가 되어 시행해야만 사회적 신뢰를 얻을 수

있다. 혹 이해관계가 있는 민간단체가 주도해 인증제를 시행하면 객관적인 신뢰를 얻기가 힘들다는 점도 유의해야 한다. 앞 보도자료에서도 볼 수 있듯이 문체부에서도 지자체 및 교육청에 대해 지역서점 인증제 도입을 적극 검토할 것을 권고했다.

도매상이 도매점 한쪽에 형식적으로 소매 매장을 만들어 놓고 눈 가리고 아웅 하는 식으로 매장을 운영하는 경우도 많고, 실제로는 매장을 운영하지 않는 학습참고서 도매 총판과 잡지 전문 도매 총판에서 사업자등록증상 업태를 소매라고 형식적으로 표기하는 경우도 많다. 따라서 전수 조사 방식의 현장 실사를 통해 지역서점 여부를 정확히 가려내어 인증해야 한다. 문체부에서도 관련 실태를 면밀히 조사하고, 지역서점인증제와 지역서점 우선구매제도가 확산될 수 있도록 관련 법과 제도를 정비해나간다고 하니 기대가 크다.



경기 고양시 화정도서관 1층 꽃들(사진제공: 화정도서관)

학교도서관의 지역서점 구입 정착되어야

공공도서관과 마찬가지로 학교도서관도 지역서점에서 자료를 구입하는 관행이 확대되길 기대한다. 문체부는 최근에 전국 학교에 공문을 보내 학교도서관이 지역서점에서 자료를 구입하도록 권유하였다. 경기도교육청도 '2020년 학교도서관 진흥 시행계획'에서 독서문화 진흥을 위해 지역서점과 다양한 방식으로 협력할 것을 강조하였고, 학교에서 자료를 구입할 시 지역서점을 이용하도록 적극 권장하였다.

학교도서관이 지역서점과 협력하면 도서관 운영에도 많은 도움을 받을 수 있다. 지역서점에서 주최하는 작가 초청행사 등 다양한 문화행사에 학교가 참여할 수도 있고, 학교에서 독서행사를 운영할 때 지역서점도 도움을 받을 수 있다. 무엇보다 지역서점은 신간이 빨리 들어오고 큐레이션이 일상적으로 이뤄지는 곳이므로 학교도서관에서 수서 목록을 짤 때 큰 도움이 되고, 실물 수서를 하도록 도와줄 수도 있다.

학교도서관은 전국 어느 곳이나 있기 때문에 지역서점 운영에 무엇보다 큰 힘이 될 수 있다. 학교도서관과 지역서점의 아름다운 협력이 잘 이루어져 지역의 책문화를 살리는 역할을 같이 담당하길 기대하는 마음이 크다.

2020년 도서정가제 개정안에 바라는 점

2014년 10월에 개정된 도서정가제는 할인 폭과 대상을 줄이고 도서관을 포함한 공공기관을 적용 예외 기관으로 제외하면서 지역서점에겐 숨통을 트여주었다. 실제로 개정된 도서정가제가 시행되면서 다양한 특색을 가진 동네책방이 전국에 많이 생겨났고 이는 지역 독서환경에 긍정적으로 작용하였다.

도서정가제는 3년을 주기로 그동안의 시행 내용과 관련 업계의 의견을 모아 개정하고 다시 3년을 시행한다. 2017년에 이어 올해 2020년은 개정 내용을 협의하는 해이다. 도서정가제는 이해관계가 다른 다양한 관계자들이 협의하고 합의해서 개정 내용을 정해야 하기 때문에 작은 합의도 쉽지 않은 게 현실이다. 여러 참여주체가 동의해야 하는 상황에서 많은 변화를 갖기란 현실적으로 쉽지 않다고 필자도 생각한다. 그럼에도 합의할 수 있는 범위 내에서 이를 수 있는 개정은 할 필요가 있다고 본다.

대표적으로 도서관을 포함한 공공기관에는 5퍼센트의 추가적인 경제상의 이익(간접할인)을 제공하지 않는 것을 들 수 있다. 간접할인은 개인 소비자에게만 적용하고 도서관에는 적용하지 않도록 하는 내용으로 개정하길 바란다. 이 내용은 도서정가제에 소극적인 소비자단체나 인터넷서점에서도 반대할 사안이 아니고, 실제 적용 대상인 도서관에서도 반대하지 않는다고 들었다. 5퍼센트 간접할인의 용도가 애매해 부당거래 등 법 위반요소가 있어 집행하지 않는 공공도서관과 학교도서관도 실제로 많이 있다. 이런 현실을 감안하여 2020년 개정 도서정가제에서는 이 부분을 명확하게 법제화해주길 기대한다.

독자-도서관-서점이 함께 만드는 행복한 책문화

도서관과 서점은 지역의 책문화를 만드는 양 날개이다. 어느 한쪽이라도 위축되면 지역에서 행복한 책문화를 만들기가 쉽지 않다. 따라서 공공도서관과 학교도서관은 자료 구입 시 지역서점을 최대한 배려하고, 서점은 그러한 배려가 갖는 의미를 무겁게 받아들이며 필요한 역할을 담당할 수 있도록 최선을 다해야 한다. 독자도 도서관을 아끼는 만큼 지역에 있는 서점에도 관심을 가져주길 바란다. 이렇게 독자-도서관-서점이 함께 힘을 모으면 지역마다 아름답고 행복한 책문화가 만들어지리라 기대한다.



“독자, 도서관, 서점이 함께 힘을 모아 지역마다 아름답고 행복한 독서문화가 만들어지길 기대한다.”(행복한책방)

한상수

‘책으로 행복한 세상’을 꿈꾸며 책과 도서관 전문 사회적 기업인 행복한아침독서에서 일한다. 서점과 작은 도서관을 주제로 한 월간지 『동네책방동네도서관』을 발간하며, 동네책방인 행복한책방을 운영한다. 『나는 책나무를 심는다』를 썼고, 『아침독서 10분이 기적을 만든다』를 번역했다.

NEW 문학 플랫폼의 탄생 〈주간 문학동네〉가 바라는 것

정영수(소설가, 문학동네 편집자)

2020. 04.

〈주간 문학동네〉를 오픈하고 처음 제출했던 기획안을 열어보았다. 2018년 9월 17일이라고 날짜가 적힌 기획안의 개요란엔 ‘장편소설과 산문을 연재하는 가벼운 모바일 전용 플랫폼’이라고 쓰여 있다. 가장 먼저 오는 단어가 ‘장편소설’이라는 것인데, 사실 기획자로서는 웹진이라는 서비스 형태보다 우선했던 것이 장편소설이라는 소설 형식이었다. 이유는 단순했다. 최근 활발히 활동하는 작가들의 장편을 좀 더 보고 싶었다.

기획안을 제출한 것은 1년 반 전이지만 이러한 플랫폼을 만들고 싶다는 생각을 한 건 그보다 더 되었다. 출판 시장이 활황인 적은 없다고 하지만, 몇 해 전부터 한국문학에 대한 독자들의 관심이 커졌다는 것은 체감할 수 있었다. 특히 예전에 비해 젊은 작가들에 대한 선호가 높아졌다고 느꼈다. 전에는 등단을 한 뒤 어느 정도 작품을 발표하고 조금씩 인지도가 쌓여가며 독자들의 사랑을 받기 시작한다면, 요즘 들어서는 이제 첫 책을 낸 작가는 물론 아직 단행본도 출간하지 않은 작가가 뜨거운 관심을 받는 경우도 있어 새삼 놀라울 때가 많다. 아마 그들이 주로 젊은 층인 문학 독자들과 동시대를 살며 예민한 시대감각을 가지고 작품을 쓰기 때문이 아닐까 싶다. SNS 사용자와 문학 독자들이 많은 부분 교집합을 이루고 있다는 점도(결국 텍스트를 읽는 걸 좋아하는 사람들이라는 점에서?) 주요한 듯하다.

젊은 작가들이 주목을 받게 된 또 하나의 요인으로는 문학동네 젊은작가상을 들 수 있을 것 같다. 문학동네 직원이 이렇게 말하면 객관성이 부족해 보일지 모르겠지만, 필자 또한 문학동네에 입사하기 전 순수한(?) 독자이던 때부터 『젊은작가상 수상작품집』을 통해 새로운 작가들을 만났다. 실제로 김금희, 최은영, 박상영 등 요즘 사랑받는 작가들 중에는 젊은작가상을 통해서 독자들에게 존재감을 드러낸 경우가 많다. 애초 젊은작가상의 기획은 아직 알려지지 않은 새로운 작가들을 독자들에게 알리고 싶다는 취지에서 시작되었다. 그래서 도입된 제도가 특별보급이었다. 출간 후 1년간 적정가의 절반 정도에 해당하는 금액에 판매해 독자들의 접근성을 높이도록 한 것이다. 젊은작가상은 독자들에게 제공하는 일종의 한국문학 샘플러라고 할 수 있을 듯하다. 독자들은 문학동네가 (복잡다단한 선정 과정을 거쳐) 제안하는 젊은 작가들의 단편을 하나씩 읽어보고, 마음에 드는 작가가 생기면 다른 작품도 찾아보고, 단행본을 구입해서 읽어볼 수 있다. 최근에는 문학과지성사에서 ‘이 계절의 소설’로 선정된 단편들을 묶어 매 계절 3,500원이라는 낮은 가격에 독자들에게 선보이는 『소설 보다』라는 시리즈를 시작하기도 했다.

데, 이와 같은 시도들로 인해 좋은 작품을 쓰는 젊은 작가들이 대중에 소개되면서 전에 비해 한국문학에 대한 독자들의 관심이 늘어났다고 할 수 있겠다.



『젊은작가상 수상작품집』과 『소설 보다』

그런데 이 과정에서 한국문학에 약간의 지형 변화가 생긴 듯하다. 이러한 과정을 통해 주로 단편소설을 쓰는 작가들이 대중에 소개되면서, 장편소설에 비해 상대적으로 단편소설에 대한 관심도가 크게 올라간 것이다. 온라인 서점 예스24에서 조사한 작가 및 출판인이 꼽은 ‘2019 올해의 책’에는 국내 소설집이 6권 오른 반면, 장편소설은 2권이었으며, 교보문고에서 조사한 ‘2019 소설가 50인이 뽑은 올해의 소설’도 역시 소설집은 6권이고 장편소설은 3권으로, 비교적 적은 종수였다. 문학동네에서 2019년 한 해 동안 출간된 한국소설의 비율도 장편소설에 비해 소설집이 두 배 이상 많았다. 장편소설이 주류를 이루던 1990년대나 2000년대와는 사뭇 다른 풍경이라고 할 수 있다.

이런 상황에서 젊은작가상과 같이 독자들에게 지금의 장편소설을 소개할 수 있는 기회가 있었으면 좋겠다는 생각을 했다. 보다 긴 이야기를 읽고 싶어 하는 독자들도 있을 테고, 분량에 관계없이 좀 더 자유롭게 이야기를 펼치고 싶어 하는 작가도 있을 테니까. 작가들에게는 안정적인 원고료와 지면을 제공해 장편소설 집필을 지원하고, 독자들에게는 그들이 써내는 장편소설을 가까이에서 접할 수 있는 플랫폼을 생각해냈고, 그것이 <주간 문학동네>였다.

문학동네에게 이런 시도는 처음이 아니다. 기존에는 문학 독자들이 모여서 정보를 교환하고 소설 이야기도 나누는 문학동네 네이버 카페에서 장편소설과 산문을 연재했다. 한강 작가의 『희랍어 시간』, 성석제 작가의 『왕은 안녕하시다』, 정용준 작가의 『프롬 토니오』, 김연수 작가의 『설계자들』과 김훈 작가의 에세이 『연필로 쓰기』, 김연수 작가의 에세이 『소설가의 일』 등이 그곳에서 연재를 통해 먼저 소개되

었다. 그런데 네이버 카페에서 작품을 연재하는 데에는 두 가지 단점이 있었다. 첫 번째는 문학동네 네이버 카페 회원을 위한 닫힌 공간이었다는 것이다. 연재 작품은 카페에 꼭 가입하지 않아도 들어와서 읽을 수는 있었지만 게시 공간에 특정 포탈을 통해서만 접근할 수 있다는 한계점이 있었다. 두 번째는 그 공간이 작품에 몰입하기에 최적의 레이아웃은 아니었다는 것이다. 텍스트가 문학 작품을 감상하기에 적당하지 않은 서체로 표시되기도 했지만 화면 안에 텍스트 외에 노출되는 요소가 많아서 몰입을 저해했다. 그래서 이번에 새로운 플랫폼을 만들면서 가장 우선적으로 생각한 요소는 딱 두 가지였다.

- 첫째, 누구나 쉽게 접근할 수 있을 것
- 둘째, 작품 감상에 방해가 되는 요소가 없을 것

웹진 <주간 문학동네>를 만들면서 생각한 최소한의 조건이었다. <주간 문학동네>를 통해 선보일 작가는 활발히 작품활동을 해왔지만 아직 장편소설을 선보이지는 않은 작가, 좋은 장편소설을 썼지만 젊은 독자들에게 비교적 덜 알려진 작가, 그리고 우리가 자신 있게 독자들에게 소개하고 싶은 작가들이다. 한국문학에 관심이 있는 사람이라면 누구나 쉽게 접근해 편안하게 작품을 읽고, 그 소설이 마음에 들었다면 작가의 다른 작품을 찾아보거나 후에 출간될 단행본을 구입하면 된다. 이렇게 독자들이 보다가 긴 이야기에 매력을 느끼고 다양한 작품들을 찾아 읽고, 또 그러한 수요가 작가들의 창작으로 이어지면서 한국문학이 조금 더 다양하고 풍요로워진다면 그것이 문학동네가 바라는 일이라는 생각이었다.

이런 플랫폼을 기획했을 때 가장 중요한 것은 원고 확보였다. 플랫폼의 형태와 디자인도 중요하지만 무엇보다 좋은 작품이 담겨 있지 않다면 아무 의미가 없으니까 말이다. 이를 위해 몇 가지 방법을 생각했다. 우선 현실적인 원고료다. 웹진에 게재되는 원고에는 <계간 문학동네>에 수록되는 원고와 동일한 원고료가 지급된다. 200자 원고지 1매당 15,000원으로 이는 국내 장편소설 연재 고료로는 최고 수준이다. 그리고 양질의 원고를 확보하고, 집필 속도와 독자들이 연재를 따라 읽을 수 있는 적정 속도를 맞추기 위해 작가들이 연재 전 일정 분량을 선집필할 수 있도록 했다. 이에 대해서는 연재 시작 전에 입고되는 원고에 대해서는 즉시 원고료를 지급하는 방안을 택했다. 작가들이 너무 큰 압박을 느끼지는 않으면서 원고를 미리 집필하는 데 의욕이 생기도록 하기 위한 작은 조치였다. 기획안이 통과된 후 이와 같은 방법으로 작가를 섭외하고 원고를 수급하는 일에 오픈까지 대부분의 시간을 할애해야 했다.

이후에 그다음으로 중요한 플랫폼 디자인 작업에 들어갔다. 디자인에 들어가기에 앞서 여기에도 필자 나름대로 우선적인 원칙을 몇 가지 정했는데 그건 다음과 같았다.

- 첫째, 보기에 아름다울 것
- 둘째, 읽기에 편안할 것
- 셋째, 간결할 것

처음에는 해외 유명 온라인 매거진을 참고했다. 많은 해외 웹진들을 참고했는데, 우리가 원하는 것은 좀 더 심플한 형태였다. 그런데 국내에 훌륭한 레퍼런스가 있었다. 서울문화재단에서 운영하는 웹진 <비유>가 간결하고 가독성이 좋았다. 우리는 <비유> 담당자에게 문의해 디자이너를 찾아냈고, 그에게 우리의 장편소설 연재 플랫폼 디자인을 의뢰했다. 그렇게 서체 전문 디자인 회사인 포물라의 신건모 디자이너와 처음 미팅을 하고 작업을 맡기로 결정했을 때 그가 인상적인 질문을 했다. “문학동네는 어

“출판사인가요?” 우리의 정체성을 페이지에 담고 싶다는 것이었다. 나는 조금 당황스러워하며 잠시 고민한 뒤 “보편적인 출판사”라고 대답했다. ‘보편적’이라는 말은 ‘대중적’ 혹은 ‘상업적’이라는 말과 조금은 다른 뜻이라는 생각이었다. 문학을 좋아하는 사람이라면(어쨌거나 ‘문학’동네니까) 누구나 쉽게 접근해 폭넓은 작품들 사이에서 자신이 좋아하는 것을 발견할 수 있는 그런 곳이라는 의미였는데, 그러한 점이 결국 디자인에 잘 반영이 되었을까? 그건 독자들의 판단에 맡기는 수밖에.

월 火 水 木 金

 <p style="text-align: center;">시선으로부터, 정세랑</p> <p>2회 창작의 욕구와 자기 파괴의 욕구가 다른...</p> <p>1회 심시선 씨, 유익하게 제사 문화에 강강한...</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>	 <p style="text-align: center;">빅아이 김연수</p> <p>1회 물개어관</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>	 <p style="text-align: center;">1차원이 되고 싶어 박상영</p> <p>1회 뻘던타인데이</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>	 <p style="text-align: center;">더 게임 김인숙</p> <p>1회 발소리가 들린다. 나를 찾아오고 있다. 헛...</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>	 <p style="text-align: center;">사랑 밖의 모든 말들 김금희</p> <p>1회 피카소와 나무</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>
 <p style="text-align: center;">당신을 위한 것이나 당신의 것은 아닌 정지돈</p> <p>1회 자본주의와 사회주의의 차이는 무엇인가?...</p>	 <p style="text-align: center;">천문학자는 별을 보지 않는다 심재경</p> <p>1회 저게 대체 뭐가 싶은 것에 즐겁게 몰두하...</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>		 <p style="text-align: center;">온전히 평등하면서 지극히 차별적인 김원영</p> <p>1회 중술 권리가 있을 리가</p> <p>0회 연재를 시작하며</p>	

〈주간 문학동네〉 메인 페이지

그렇게 완성된 〈주간 문학동네〉의 또 한 가지 눈에 띄는 특징은 조회수를 확인하거나 댓글을 달 수 없다는 점일 것이다. 요즘 같은 소통의 시대에 이게 웬 말?이라고 생각할 사람도 있을 것이나 이것은 작품을 써나가는 작가는 물론이고 그 과정에 동참하는 독자들에게 가장 바람직한 환경을 제공하기 위한 고민의 결과이다. 〈주간 문학동네〉는 하나의 작품이 완성되어가는 과정을 독자들이 함께 지켜보는 공간이다. 그렇기 때문에 오히려 작품이 완성되기 전까지는 직접적으로 독자들의 평가에 노출되지 않도록 하고자 했다. 적어도 이야기가 진행되는 도중에는 조회수나 댓글을 의식해 불필요한 경쟁을 하게 되는 일이 없었으면 했다. 오히려 소통의 시대이기 때문에 작품에 대한 이야기를 하고 싶은 독자들은 SNS를 통해서 충분히 할 수 있으리란 생각도 있었다. 적어도 이 공간에서는 말없이 이야기를 따라가는 것이, 오히려 한 작품이 쓰여지는 과정을 온전히 지켜보는 일이 될 수 있지 않을까?

이런 예상이 어느 정도는 맞았는지, 다행히 오픈 후 SNS상에서 <주간 문학동네>를 소개하고, 연재되는 작품에 대해 활발히 이야기를 나누는 독자들의 모습을 볼 수 있었다. 특히 SNS를 통해 가장 많이 회자된 것이 아직 한 권의 책도 펴낸 적 없는 천문학자 심채경의 산문 『천문학자는 별을 보지 않는다』라는 점에서 나름의 보람을 느끼기도 했다. 앞으로도 <주간 문학동네>에서는 폭넓은 스펙트럼의 작품들을 소개할 예정이다. 이를 통해 국내 독자들이 장편소설과 산문의 매력을 좀 더 잘 알게 되는 계기가 되었으면 하는 바람이다.

정영수(소설가, 문학동네 편집자)

낮에는 편집을 하고 밤에는 소설을 쓴다. 소설집 『애호가들』이 있다.

어린이책 콘텐츠가 독자를 확장해 나가는 길

- 송미경의 『어른동생』과 강경수의 『코드네임』 시리즈를 중심으로

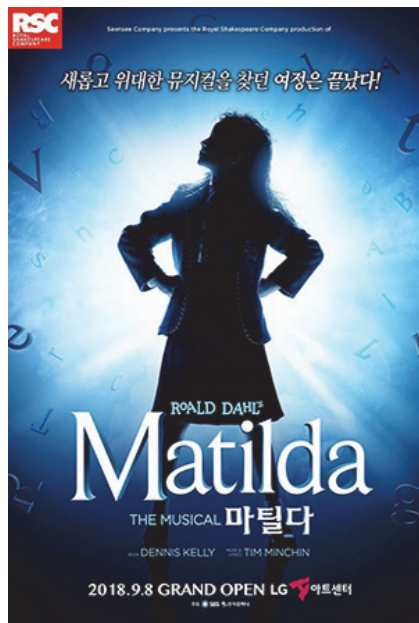
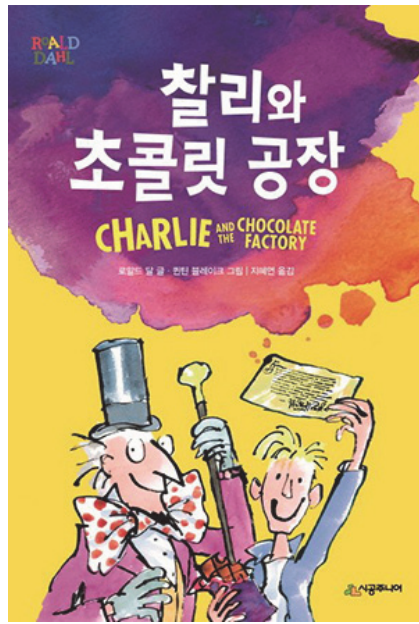
김문정(시공주니어)

2020. 04.

시대의 흐름에 따라 재해석되며 리메이크되는 명작들

2020년 92회 아카데미 시상식의 주인공은 영화 <기생충>이었다. 기생충과 함께 6개 부문 후보에 오른 영화 중에 <작은 아씨들>이 있었는데, 19세기 중반에 발표된 루이자 메이 올컷의 소설 『작은 아씨들』이 영화의 원작이다. 이야기 속 자매들 중 누가 자신과 가장 비슷한지 비교해보는 것은 전 세계 과거, 현재, 미래의 소녀들의 통과 의례가 아닐까 싶다. 그 힘이 열 번 가까이 리메이크되며 진화한 캐릭터들은 시대에 호응, 새로운 화두를 이끌어 내는 것이다. 영화를 보며 문학의 힘, 책의 힘을 다시 한번 떠올렸다.

로알드 달은 20세기를 빛낸 최고의 작가 중 한 사람으로 손꼽힌다. 그의 작품 중 『찰리와 초콜릿 공장』은 영화, 뮤지컬로 제작되어 성공을 거두었고, 최근 넷플릭스를 통해 애니메이션 시리즈 제작을 발표했다. <마틸다>는 국내 뮤지컬계에서 무대에 올리고 싶어 하는 작품 1위, 또 관객들이 가장 보고 싶어 하는 뮤지컬로도 1위에 이름을 올리곤 했는데 ‘동화’가 원작임에도 불구하고 2018년 가을 국내 무대에 올라 5개월간 화제 속에서 성인 뮤지컬 관객들은 물론 독자들의 호응을 얻었다. 1990년대 중반 영화로도 사랑받았던 <마틸다>는 최근 뮤지컬을 기반으로 한 영화 제작이 발표되어 주목을 받았다.



영화, 뮤지컬 등으로 제작되어 사랑받고 있는 로알드 달의 동화들

국내에도 비슷한 예가 있는데 2007년 100쇄 돌파에 이어 2011년 100만 부를 돌파한 황선미 작가의 『마당을 나온 암탉』이다. 『마당을 나온 암탉』은 명필름의 기획, 제작으로 2011년 애니메이션으로 개봉하였다. 아이유가 부른 주제가도 사랑을 받았고, 해외에도 수출이 되었으며, 애니메이션을 기반으로 한 그림책이 각색되어 출간되었다. 문소리, 유승호, 최민식, 박철민 등의 배우진이 목소리로 참여하여 200만 이상의 관객을 동원하며 60년 한국 극장용 애니메이션의 새 역사를 기록했다. 이어 2015년에는 뮤지컬로도 무대에 올려졌다. 이러한 '원 소스 멀티 유즈'의 예들은 일단 작품성과 대중성을 동시에 갖춘 원작, 즉 책이 큰 성공을 거둔 후 이어진 성과라는 공통점을 가지고 있다.

오싹하고, 슬프고, 재미있고, 기이한 단편 동화가 가족 뮤지컬로

2008년 웅진주니어 문학상을 받으며 작가로서 독자들에게 알려지기 시작한 작가 송미경. 작가의 단편 동화집 『어떤 아이가』는 시공주니어에서 2013년에 출간되었고, 그해 제54회 한국출판문화 대상을 수상하며 다시 한번 주목을 받았다. 이후 한국 최초로 2017년 북트러스트 '올해의 외국 도서' 최종 후보작에 오르며 해외의 주목도 이끌었다. 황선미 작가가 '오싹하고 슬프고 재미있고 기이하다.'는 평을 하였고, 김지은 평론가는 한국 아동문학에서의 송미경 작가만이 가진 '환상성'에 주목하며 작가의 다음 행보를 기대하였다.

『어떤 아이가』에 수록된 다섯 편의 이야기 중 하나인 「어른동생」은 짙막한 단편이다. 감기 때문에 학교에 가지 못한 주인공 열두 살 하루는 엄마가 집을 비운 사이 다섯 살짜리 남동생이 누군가와 통화하는 소리를 엿듣게 된다. 너무나 어른스러운 말투로 어린애인 척하기 힘들다고 하소연하는 동생. 동생이 통화를 한 사람은 서른넷의 삼촌인데 뭔가 이상하다. 삼촌은 몸만 어른일 뿐 마음은 열세 살에 머물러 있고, 동생은 날 때부터 이미 서른넷이었다는 믿기 어려운 사실을 감당해야 하는 하루는 어찌할 바를 모른다. 그렇게 이야기는 끝을 맺는다.



『어떤 아이가』(시공주니어, 2013)의 책표지



가족 뮤지컬 <어른 동생>(2017)의 포스터

작품의 완성도에 반해 일반적인 동화의 결을 벗어났던 터라 대중성이 상대적으로 약했던 이 작품을 한 연출가가 눈여겨보고 회사로 연락해왔고, 미팅을 했다. 이런 경험이 처음은 아니었다. 여러 제안을 해 본 적도 있고, 제안을 받은 적도 있었다. 계약에 이르지 못한 경우가 많았고, 계약까지 했어도 실제 무대에 오르지 못하고, 영화화되지 못하고, 드라마화되지 못한 경우가 대부분이었다. 설사 무대에 오른다 하여도 기대에 부풀었던 것에 비해 결과는 많이 아쉬웠다. 공연계의 현실이 그러했던 것 같다.

아이들만을 겨냥한 작품이 아닌 가족 뮤지컬로 기획하였는데 12장 남짓 되는 동화를 60분짜리 작품으로 무대에 올리는 것이 가능할까 우려도 되었지만 어른 아이와 아이 어른이 나온다면 아이부터 어른까지 공감할 수 있는 이야기가 나올 수 있을 것 같았다. 무엇보다 무대에 올릴 원작을 찾았다고 말하는 연출가가 아니라 동화 한 편의 완성도에 몰입하여 작가의 전작을 읽고 작가의 작품 세계를 파악해보고자 한 연출가의 진심이 느껴졌다.

각색 작업에 들어간 이후 연출가와 작가는 공동 작업을 하다시피 집중하는 시간을 가졌다. 원작을 최대한 반영하며 행간을 메우는 극단과, 무대에 올릴 각색은 연출가의 역할이라며 응원과 격려를 마다하지 않은 작가의 힘이 열기를 더해 갔고, 홍보에 힘을 보탤었다. 프레스콜에서도 출판 담당 기자와 공연 담당 기자가 함께 초대되어 기사화되도록 하였고, 공연 초반에 관객들의 반응을 꼼꼼하게 모니터링하여 조금씩 강약 조절을 해나가며 완성도를 끌어올렸다. 연출과 배우들의 수고로움이 요구되는 과정이었다.

이런 마음이 통해서일까 처음에는 한 달을 예정한 공연이 입소문이 나면서 엄마들이 아이들을 데리고, 또 주말에는 가족이 총출동하는 관람이 이어졌다. 재관람도 이어지면서 공연은 계속 이어졌고, 작가를 초대한 GV 행사의 티켓은 조기 마감되기도 하여 소극장용 가족 뮤지컬로 자리 잡을 수 있겠다는 예감이 들었고, 공연은 3년 가까이 이어졌다.



〈어른 동생〉 공연을 마친 작가, 연출가, 배우들



가족 뮤지컬 <어른 동생>의 한 장면

무엇보다 짧지만 흥미로운 상상력을 가지고 독자에게 호기심을 가지도록 한 원작과 원작의 서사를 그대로 따라가면서 완성도 있는 노래들을 작곡하여, 곡만으로도 충분히 경쟁력 있는 작품을 완성한 것을 독자들과 관객들은 놓치지 않았다. 디지털 시대에 언제든 볼 수 있는 콘텐츠와 현장에서만 느낄 수 있는 공연의 경쟁력이 통했다. 지방 극단에 극 자체의 라이선스 판매도 이루는 기쁨도 있었다.

공연으로 인연을 맺은 배우들과의 인연으로 오디오북 제작을 기획하고 도전했다. 다섯 편의 작품이 수록된 단편집이었기에 작가와 배우들이 각각 한 편씩 낭독하여 한 권을 완성했다. 공연을 본 독자에게는 특별한 추억으로 책을 다시 만날 수 있는 기회가 될 것이고, 독자들에게는 작가의 음성으로 듣게 되는 동화를 경험할 수 있을 것이다. 또한 작가는 물론 배우들에게도 남다른 작품으로 기억에 남을 것이다. 좋은 작품은 다양한 형태로 리메이크 될 수 있다는 것을 다시 한번 확인했다. 한 권의 책이 뮤지컬로, 오디오북으로 기획되고 실현되는 것을 경험하며 새삼 콘텐츠의 놀라운 생명력을 깨달았다.

이 인연으로 가족 뮤지컬을 꾸준히 무대에 올리겠다는 극단의 의지와 원작자와의 좋은 호흡은 작가의 또 다른 책인 『봄날의 꿈』 공연화로도 이어졌



『어떤 아이가』 오디오북을 녹음 중인 송미경 작가

다. 이 역시 좋은 반응을 얻길 기대해본다. 또 오랜 공연을 해왔던 <어른 동생>도 잠시 휴식기를 가진 뒤 재정비하여 무대에 오를 예정이다. 로알드 달의 경우처럼 송미경 작가나 다른 많은 우리 작가들의 작품이 다른 분야의 창작들과 협업이 이어지기를 바란다.



<봄날의 곰>(2020) 공연 포스터



『봄날의 곰』(문학동네, 2018)

원 소스의 힘을 담은 『코드네임』 프로젝트

위 경험을 기반으로 준비 중인 프로젝트를 소개하고자 한다. 볼로냐 라가치 상 수상 작가인 강경수 작가의 『코드네임』 시리즈를 어린이 가족 뮤지컬로 2021년 무대에 올리려는 계획이 그것. 2017년부터 출간하기 시작한 이 시리즈는 지금까지 6권이 출간되었고 앞으로도 출간될 예정이다.

『코드네임』 시리즈는 11살 소년 '강파랑'을 중심으로 펼쳐지는 판타지 첩보 액션 동화로, 멀티미디어 시대 단문 세대, 스낵 컬처 세대 독자의 관심을 끌기 위해 일러스트도 만화 형식으로 (강경수 작가는 만화가로 출발하였다) 그리며, 문장의 호흡은 짧게, 속도감 있게 전개하였다. 또한 이 시리즈의 독자인 어린이들의 부모님이 유년·청년기에 좋아했던 문화들을 이야기 속에 녹여 내어 공감대를 확대하도록 하였다. 실제로 아버지와 아이들이 함께 본다는 이야기를 종종 듣곤 한다. 레트로 붐의 영향도 무시할 수 없다.

이 시리즈는 현재 중국에 판권이 수출되었고, 대만 등 해외 판권 수출이 연이어 추진되고 있어 뮤지컬이 완성되면 공연 수출에 대한 부분도 함께 추진해보고자 한다. 각 권마다 새로운 에피소드가 펼쳐지기 때문에 시즌제 공연으로도 가능하다. 또 캐릭터가 많고 배경도 다채로워 중대형 공연장을 염두한 기획도 필요하다. 애니메이션 제작에 대한 기대와 계획도 가지고 있다. 애니메이션은 비용과 인력의 규

모가 공연과는 또 다른 케이스이기 때문에 어려움을 겪고 있지만 책의 판매와 독자의 호응을 꾸준히 상승시켜 현실화되도록 하려 한다.

작가는 본 책에 담지 못한 아이디어를 모아 ‘코드네임 매거진’을 구상하기도 하고, 이야기 속 특정 캐릭터를 주인공으로 한 그림책을 출간하는 등 ‘스핀 오프’ 출간도 계획하고 있다. 캐릭터의 원 소스 멀티 유즈가 이루어지는 셈이다. 또한 굿즈 개발도 염두에 두어 독자들과 출판사가 소통하며 니즈를 파악하고 있다. 신간 출간 시에 사은품 개념이 아닌 완성도 있는 굿즈로 머천다이징하고자 하는 것.



<코드네임> 행사



작가 스스로 캐릭터가 되어 어린이 독자들과 즐겁게 소통한다.

송미경 작가의 경우 공연 연출가의 제안이 출발점이 된 것이 사실이다. 그로 인해 한 권의 책이 얼마나 더 많은 가능성을 가지고 독자를 확대해 나가는가를 경험했다. 그 경험을 기반으로 보다 효과적인 결과를 이끌어 내기 위한 조건을 생각해보게 되었다. 원 소스 멀티 유즈의 성공 조건 중 가장 큰 조건은 ‘원 소스(책)의 인지도’라 해도 과언이 아닐 것이다. 또한 2차 콘텐츠를 전제한 치밀한 기획과 사전 점검이 필요하다.

강경수 작가는 만화가로 출발하여 그림책 작가로 볼로냐 라가치 상을 수상하고, 글과 그림을 오롯이 책임지는 동화책 작가로 도전을 멈추지 않고 있는데, 기획하면서부터 무대에 올려지거나 드라마 또는 애니메이션이 될 경우를 염두에 두고 집필과 편집의 결을 다듬어 왔다. 그 노력의 결과가 무대로, 영상으로 이어지길 기대하며 모두 한마음으로 달리고 있다.



『코드네임』 시리즈는 2019년까지 6권이 출간되었고, 2020년에 신간과 한 권의 스페셜 오프 도서의 출간이 예정되어 있다.

‘우리들의 고전’을 꿈꾸며

뮤지컬이나 애니메이션은 의지만으로 될 일이 아니다. 각 분야 전문가들의 기획이 아무리 좋아도 결국 상업적 성공을 기대하는 투자가 이루어지지 않고는 현실화되지 않는 것도 알고 있다. 변수도 곳곳에 도사리고 있다. 앞서 언급한 <찰리와 초콜릿 공장>이나 <마틸다> 등의 사례는 현실적으로 아직 먼 이야기인 것은 사실이다. 그러나 작가의 전성기에 발표한 작품들이 베스트셀러로, 스테디셀러로 그리고 영화화, 뮤지컬화하면서 작가의 책을 읽고 자란 세대가 부모가 되어, 할머니·할아버지가 되어 자녀들, 손주들과 문화를 공유하고 또 새로운 세대가 클래식으로 자리 잡은 명작을 다양한 방식으로 만나게 되는 것이 그들만의 이야기는 아닐 것이다. 각 분야 전문가들이 콘텐츠를 공유하고, 협업하고 상생하여 ‘우리들의 고전’을 만들어 나갔으면 하는 바람을 품어 본다.

김문정(시공주니어)

1996년 웅진출판에 편집자로 입사하며 출판계에 입문했다. 2001년부터 시공주니어에서 어린이책을 만들고 있다.

〈tvN 요즘 책방 - 책 읽어드립니다〉
독서 예능의 신기원인가, 학원식 인문학의 함정인가?

이명석(문화비평가)

2020. 04.



〈요즘 책방 - 책 읽어드립니다〉 홈페이지 화면 (출처: <http://program.tving.com/tvn/thepage-turners>)

〈요즘 책방〉, 책 읽어주는 방송이 뜨겁다

‘어려운 책은 쉽게, 두꺼운 책은 가볍게, 지루한 책은 재밌게.’ 말하기는 쉽지만 붙잡기는 어려운 희망이다. 지난해 9월, 이와 같은 모토로 시작한 tvN의 독서예능 프로그램 〈요즘 책방 - 책 읽어드립니다〉

다)이하 <요즘 책방>)가 출판계 안팎에 큰 화제를 모으고 있다. ‘책 관련 프로그램은 이제 안 된다.’는 상식을 뒤집으며 교양 예능의 새로운 아이콘으로 자리 잡았고, 가벼운 에세이들이 재빨리 교체되던 독서 시장에 목직인 스테디셀러들을 부활시키고 있다.

방송가의 지표인 시청률부터 또렷하다. 방영 초기에는 1%대였지만 점점 시청자 층을 넓혀 22회 <삼국지> 편에 이르러서는 평균 3.5%, 최고 5%를 기록했다.(닐슨코리아 제공/케이블·IPTV·위성 통합 유료 플랫폼 가구) 유튜브에서의 반응은 더욱 뜨겁다. <징비록> 편이 조회수 300만을 넘어섰고, <총, 균, 쇠>, <사피엔스> 편 등은 100만을 돌파했다. 유튜브를 기반으로 튼튼한 마니아층이 형성되면서 이들의 입소문을 통해 새로운 시청자를 끌어들이는 선순환이 이루어지고 있다. 현재로서는 인문학 교양 예능의 최강자라고 해도 과언이 아니다.

출판시장에서도 <요즘 책방>의 흥행이 한줄기 빛이 되고 있다. 또한 주목할 점은 이 프로그램에서 소개하는 책들 대부분이 상당한 두께와 난이도를 가지고 있다는 사실이다. 에세이나 얇은 소설과 같은 최근 독자층의 취향을 벗어나, ‘읽기 어렵고 부담스러워 책꽂이에만 꽂혀 있던 스테디셀러 책’을 주제로 삼은 제작진의 정공법이 통하고 있다. 『코스모스』, 『아내를 모자로 착각한 남자』, 『팩트풀니스』 등이 이 프로그램을 계기로 여러 서점의 베스트셀러 상위권에 자리 잡았다.

독서를 테마로 삼은 프로그램 중에서 이 정도의 영향력을 발휘한 경우는 찾기 어렵다. 최근 들어서는 더욱 희귀하다. 때문에 이 프로그램이 ‘위기에 빠진 인문학에 심폐소생술을 성공시키고 있다.’는 평가까지 나오고 있다. 그러나 그 영향이 커지면서 프로그램에 대한 찬반 의견 역시 교차하고 있다. 많은 시청자들이 댓글을 통해 “학원 강의처럼 귀에 쏙쏙 들어와요.”라고 말하고 있지만, “요약식의 책 읽기가 독서가 지닌 사색의 힘을 뺏어갈 수 있어요.”라는 반응도 있다. “힘겨운 독서 시장에 한줄기 빛이 아닐까요? 여러 분야의 명저를 찾는 손길이 늘었어요.”라는 서점가의 말에는 이런 반론도 나온다. “또다시 외국 유명 저자의 미디어셀러로만 기울어지는 출판 시장. 국내 저자의 신간은 외면받겠조?”

<요즘 책방>은 어떻게 이런 인기를 얻어냈을까? 그리고 그로 인해 쏟아지는 여러 질문에 어떻게 답해야 할까? 제작진과 출연자만이 아니라, 우리 출판계 전체에게 던져진 중요한 화두다.

책과 TV의 만남, <요즘 책방>을 만들어낸 계보

2천년대 초반, MBC의 <느낌표>는 예능이 교양을 담아낼 수 있다는 사실을 증명한 선구적인 히트작이었다. 특히 ‘책책책 책을 읽읍시다!’ 시리즈는 출판계는 물론 사회 전반에 커다란 영향을 미쳤다. 예능인 MC와 독서 전문가가 등장해 매회 추천도서를 소개하고 그 판매 수익금을 기부하는 포맷이었는데, 『괭이부리말 아이들』, 『그 많던 싱아는 누가 다 먹었을까』 등 소개하는 책 대부분이 베스트셀러에 오르면서 미디어셀러의 영향력을 선구적으로 증명했다. 방영 후반부에는 ‘기적의 도서관’ 시리즈를 통해 지역에 도서관을 건립하고, 독서 문화의 저변을 확대해 호평을 받았다. 한국 방송사에서 독서 예능은 물론 교양 예능 전체의 가장 굵은 뿌리가 되는 프로그램이다.

2010년대 이후 스마트폰과 유튜브의 영향력이 커지면서 독서 시장의 침체와 인문 교양의 위기를 말하는 목소리가 커졌다. 이에 여러 방송사가 책이라는 주제에 여러 예능적인 요소를 결합한 프로그램을

만들어왔다. KBS1은 <TV 책을 말하다>, <TV 책을 보다>를 통해 조금씩 변신을 꾀하다가 <TV 책-김창완과 책읽기>를 통해 예능적인 요소를 과감히 결합시켰다. 가수 최백호, 배우 정진영, 고아성 등 연예계의 스타들이 등장해 책을 추천하면서 일반 독자의 관심을 끌기 위해 애썼다. <TV 책> 시즌 2에서는 '독립 서점'과 '독서 살롱'이라는 트렌드를 적극 반영하기도 했다. 독립 서점에 일반인 독자들을 초대해 책을 읽고 수다를 나누는 포맷이었는데, 독서 행위를 차별성 있는 라이프 스타일로 부각시키려는 노력이었다.

OtvN의 <비밀독서단>은 케이블, 종편에서 다각도로 시도해온 교양 예능의 틀에 책을 결합시켰다. 초기에는 어떤 주제에 처방전을 전하듯이 명예단원들이 책을 추천하는 시도를 했다. 이어 'OOO이 읽는 책 TOP 100' 같은 차트 형식으로 관심을 끌어들이기도 했다. 예능인과 지식인 패널이 자유롭게 대화를 나누는 형태도 적용되었다. <비밀독서단>은 그래도 어느 정도 화제를 불러일으키긴 했지만, 여타의 책 관련 프로그램이 거두어낸 성적은 비참하기까지 했다. 2018년 서평 대결이라는 독특한 콘셉트를 내세운 MBC의 파일럿 프로그램 <비블리오 배틀>은 한 회 만에 조용히 종영했다.

이처럼 서로 손잡기 어려웠던 TV와 책을 연결시켜준 두 가지 키워드가 있다. 첫 번째는 '쉬운 인문학'이다. 인문학이 사회적 화두가 되는 상황에서 이를 쉽게 해설해주는 팟캐스트, 유튜브가 인기를 모으기 시작했다. 특히 젊은 세대들이 '책과 글'이 아니라 '말'이라는 가벼운 형식으로 자투리 시간에 인문학적 지식을 전달받기를 바랐다. 두 번째는 '스타 강사'다. 토크 콘서트 형식으로 벌어지는 강연이 인기를 모으며 연예인 못지않은 지식인 셀러브리티들이 등장했다. 이런 과정에서 TV 방송 환경에 적합한 출연자 군단이 형성되고, 이들을 아우르는 다양한 포맷의 교양 예능이 등장하게 된다. tvN은 이런 흐름을 주도해 <어쩌다 어른>, <알쓸신잡> 등의 히트작을 내놓는다. <어쩌다 어른>은 한국형 강연 콘서트 예능, <알쓸신잡>은 나영석식의 지식인 셀러브리티 여행 수다 예능이라 할 수 있다. 이들 방송에서도 자연스럽게 여러 책이 소개되어 어느 정도 독서 예능의 기능도 하게 되었다.

이러한 흐름 속에서 본격 독서 예능 <요즘 책방>이 등장해 뜻밖의 성공을 거두고 있다. 여기에는 '쉬운 인문학'과 '스타 강사' 양쪽 영역에 걸쳐 있는 설민석의 특강 능력이 결정적인 영향력을 발휘하고 있다. 여기에 동네서점을 통한 소규모 독서 모임, '트레바리'로 대표되는 독서 살롱 같은 트렌드가 결합되었다. 또한 유튜브에서 다양하게 시도되고 있는 '북튜버'를 지명도 높은 출연자와 세련된 연출로 재생산한 점도 성공의 큰 요인이 되고 있다.



[에세이]

만약 출판 편집자가 삿포로에 간다면 - 아름다운 '공원 옆 도서관' 하루에 다 둘러보기

이영미(출판 편집자, 『마녀체력』 저자)

2020. 04.

세상엔 크게 두 부류의 여행자가 있겠다. 늘 새로운 곳을 찾아 떠나는 도전가 타입의 사람이 있는가 하면 그와 반대로, 익숙한 곳에 가는 걸 더 선호하는 사람도 있다. 필자는 후자에 가깝다. 세계 지도를 펼쳐 놓고 가본 곳을 표시해보면 더 명확해진다. 같은 곳을 여러 번 간 적이 훨씬 많다.

여기저기 짧게 옮겨 다니는 걸 좋아하지 않는다. 그리 불편하지 않았다면, 지난번에 묵었던 숙소를 다시 찾곤 한다. 낯선 곳에 뚝 떨어진 이방인이 아니라, 현지인처럼 동네를 어슬렁거리는 것. 고향인 서울 말고도 그렇게 친숙한 곳을 몇 군데 만들고 싶다. 그것이 필자가 추구하는 여행의 속성이랄까.

일본 삿포로도 그런 여행지 중 한 곳이다. 1년 동안 세 번이나 방문했다. 날짜로 치면 50일 정도를 한 도시에서만 머문 셈이다. 웬만한 현지인보다 지리에 더 현할지도 모른다. 이전 시내 지도나 지하철 노선도를 들고 다닐 필요가 없다. 얼굴을 알아보는 단골 카페가 생긴 것은 물론이다. 자주 들르는 가게는 포인트 카드까지 만들어 두었다. 머지않아 또 다시 들르겠다는 무언의 약속이다.

일본의 5대 도시 중 하나인 삿포로엔 워낙 볼거리가 많다. 하지만 뭐니 뭐니 해도 '공원의 도시'로 손꼽을 만하다. 동서남북 어디를 가도, 잘 조성된 공원들이 포진해 있다. 하루에 공원 하나 제대로 둘러보는 게 벽철 만큼 넓고 울창하다. 운동화를 신고 달리거나 자전거 타기를 즐기는 '마녀체력'에겐 이보다 더 좋을 순 없다.

그러나 책이 없다면, 어떻게 천국이라 부를 수 있겠는가. 누가 편집자 아니랄까 봐, 필자의 더듬이는 어딜 가든 맹렬하게 움직인다. 책이 내뿜는 페로몬을 향해서. 흠뻑 땀을 흘리고 난 뒤에는 편안한 의자에 앉아 책을 읽으며 쉬고 싶다. 그렇게 공원에서 달리거나 호젓한 공간에 앉아 책을 읽는 것. 그것이야말로 시간이 촉박한 여행객들은 절대 할 수 없는 일이다. 현지에 익숙해지는 가장 느긋한 소일거리이기도 하다.

삿포로엔 사계절 아름다운 '공원 옆 도서관'이 많다. 게다가 필자가 자주 가는 곳들은 도시 중심에 다 몰려 있다. 가벼운 운동화를 신고 걸어서만 다녀도 좋다. 단 하루만 시간을 내면, 시내 구경은 물론 공



홋카이도 대학 도서관 내 열람실



홋카이도 대학 도서관 내 미디어 센터

홋카이도대학 도서관은, 간단하게 1일용 출입증만 작성하면 입장이 가능하다. 다만 시험 기간 같은 특별한 경우에는 얼마간 사용할 수 없다고 미리 공지한다. 2층은 오픈 공간으로, 담소를 나누거나 컴퓨터를 사용할 수 있다. 보기만 해도 널찍한 테이블 사이의 공간이 쾌적하다. 3층은 이야기를 나눌 순 없지만 컴퓨터를 쓰는 건 가능하다. 4층과 5층은 오로지 개인 책상에서 책을 읽거나 공부만 할 수 있다. 아무런 소음 하나 없이 고요하기 그지없다.

각 층마다 독서실처럼 분리된 개인 책상이 줄지어 놓여 있다. 하지만 벽을 마주보는 숨겨진 구석자리도 좋고, 별이 잘 드는 창가에 카페처럼 일렬로 놓인 의자도 맘에 든다. 2층 한쪽에는 미디어 센터라고 이름 붙은 세련된 휴식 공간을 만들어 놨다. 이 안에서는 음악을 듣거나 음식을 먹거나, 심지어 큰 대자로 드러누워 잠을 잘 수도 있나 보다.

교정을 둘러본 뒤 도서관에 앉아 책을 읽다 보면 곧 배가 고픈 시간이다. 근처에 있는 학생식당에 들러 우동을 한 그릇 비운다. 교정을 뒤로하고 나오면 필자도 모르게 해실해실 웃게 된다. 타임머신을 타고 훌쩍 30여 년 전 과거를 둘러본 느낌이다. 대학생의 싱싱한 에너지를 나눠받은 듯 발걸음마저 힘차다.

처음 삿포로를 찾았을 땐, 대도시의 명성에 비해 뭔가 이상했다. ‘아무리 날씨가 추워도 그렇지, 거리에 사람이 좀 적은데?’ 금세 이유를 알았다. 삿포로는 바둑판처럼 조성된 지상 도로 밑에 길게 지하도가 뻗어 있다. 삿포로역에서 다음 역인 오도리공원역, 그리고 다음 역인 유희가 스키노역까지 이어져 있다. 단순한 복도식 통로로 이어진 것이 아니다. 양옆으로 유명 백화점은 물론 화려한 쇼핑몰이 펼쳐져 있어서 끊임없이 사람들을 유혹한다. 어쩌면 현지인은 죄다 이곳으로만 다니는 게 아닌가 싶을 정도로 북적북적하다.

여행객인 필자는 늘 지상의 길을 선택한다. 도심 한복판을 동서로 가로지르며 1.5km의 긴 직사각형 모양으로 자리 잡은 오도리공원을 걷기 위해서다. 세계적으로도 유명한 2월 눈 축제가 열리는 현장이기도 하다. 총 12개로 나누어진 블록마다 나름의 개성을 자랑한다. 특히 동쪽 끝에 서 있는 TV타워는 삿포로의 대표적인 랜드마크다. 밤이 되면 우아한 크리스마스 트리처럼 반짝인다.

탑에 디지털로 표시되는 시계도 좋지만, 오도리공원 근처에는 오래된 시계탑 건물이 보존되어 있다. 100년도 넘는 목조 건물 위, 고풍스러운 시계탑에선 아직도 정시마다 낭랑한 종소리가 울려 퍼진다. 오도리공원을 둘러본 뒤 시계탑을 구경하고 나서 들를 곳은 근처에 있는 '삿포로시민교류플라자'라는 흰색 빌딩이다. 이 건물 1층과 2층에는 누구나 머물며 책을 읽을 수 있는 도서관이 있다.



삿포로 시민교류플라자 도서관 복도 좌석



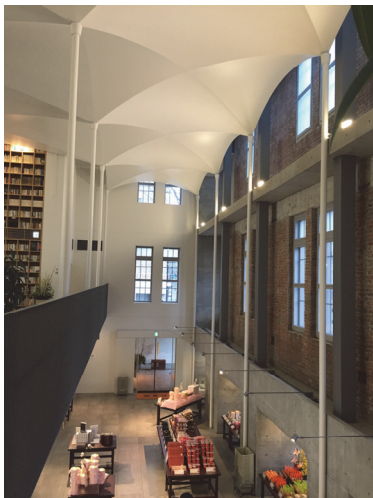
삿포로 시민교류플라자 도서관 내부

책 보기에도 세련된 인테리어로 꾸며진 실내 공간은 아늑하다. 거기가 답답하다면, 시내가 한눈에 내려다보이는 전망 좋은 창가에도 오픈 좌석이 놓여 있다. 지하철역과 바로 연결된 시내 한복판에 웬만한 카페보다 더 쾌적한 도서관이라니! 1층에는 연극과 공연, 2층에는 전시, 3층에는 콘서트가 열리는 극장이 있다. 말 그대로 시민들이 모든 문화를 한자리에서 향유할 수 있는 복합 공간이다. 오도리공원을 실컷 즐기다가, 책을 읽으며 다리를 쉬어가기엔 이만한 곳이 없다.

여기까지 둘러봤다면 점심에 먹은 우동이 다 소화되었을 것이다. 진한 커피 한잔에다 달달한 디저트가 간절해지는 시간이다. 우유가 맛있고 신선하기로 소문난 핫카이도 아닌가. 특히 삿포로에는 그런 우유로 만든 질 좋은 디저트가 넘쳐난다. 길에서 파는 허름한 가게의 소프트

아이스크림조차도 눈에 띄기만 하면 먹으라고 할 만큼 풍미가 진하다. 치즈나 버터, 빵, 비스킷 등, 우유로 만든 제품은 뭐든지 다 맛있다. 그러니 디저트를 만드는 과자점과 직영 카페가 많을 수밖에.

그중에서도 시내에 나갈 때마다 들르는 곳은 ‘기타카로’ 본관이다. 역시 오도리공원 근처에 있으니 조금만 걸어가면 된다. 유독 이 카페를 찾는 데는 여러 가지 이유가 있다. 1층 매장에 기타카로에서 만드는 모든 디저트 제품을 진열해 놓았다. 손님들은 구경하면서 공짜로 제공되는 샘플을 맛볼 수가 있다. 하나하나 맛을 보며 적당하게 집어먹으면 요기가 될 정도다.



기타카로 본관 1층에서 파는 디저트류



책처럼 만든 초콜릿



도서관 느낌을 살린 본관 2층의 북카페

허름한 돌계단을 올라 2층으로 가면, 하얀색 그랜드 피아노와 어우러진 벽면 가득한 책장에 시선을 빼앗긴다. 천장에 커다란 흰색 천막을 쳐놓은 듯한 현대식 북카페다. 사실 이 건물은 1926년에 지어진 오래된 도서관이었다. 그 유명한 건축가 안도 다다오가 현대 감각으로 도서관 내부를 리노베이션해 재탄생시켰다. 건축상까지 받은 유명세와 더불어 세트로 파는 디저트가 입에서 살살 녹는다. 테이블이 그리 많지 않고 사람들은 느긋하므로, 언제나 30분 정도 기다려야 한다. 물론 그만큼 수고할 가치가 충분하다.

여기서 나와 남쪽 스스키노역 쪽으로 방향을 잡아 이동한다. 좀 피곤하다 싶을 땐 지하철을 타고 두정거장 점프를 하면 나카지마공원역이다. 색다른 경험을 원한다면 천천히 움직이는 노면 전차 시덴을 잡아타도 좋다. 초록색 구식 디자인부터 윤기 나는 새빨간 전차들이 도로 위 철로를 따라 미끄러지는 풍경은 언제 봐도 이색적이다.

삿포로에서 가장 오래된 나카지마공원은 탁 트인 호수를 끼고 있다. 메이지 시대에 지어진 최초의 서양식 호텔 호헤이칸이 유명하다. 천황이 첫 숙박객이었다는 연보랏빛 건물 앞에 서면 감탄사가 절로 흘러나온다. 맞은편에 있는 손바닥만 한 천문대를 지나면 ‘기타라’라는 유리로 된 콘서트홀이 나온다. 그 음악당 옆에 서 있는 ‘새끈한’ 건물이 ‘와타나베 준이치 문학관’이다.



와타나베 준이치 문학관



와타나베 준이치 문학관 내 도서관

1933년생인 와타나베 준이치는 홋카이도가 자랑스럽게 내세우는 대표 작가다. 30대 후반까지 의사로 살다가 전업 작가를 선언했기에 화제를 불러 모았다. 그리고 나서 1년도 안 되어 『빛과 그림자』로 63회 나오키상을 수상했으니 얼마나 놀라운가. 1996년에 쓴 『실낙원』은 300만부 이상 판매되면서 초베스트셀러가 되었다. 일본 국민 배우인 야쿠쇼 코지가 주연을 맡아 영화로도 대성공을 했다. 불륜과 자살로 이어지는 파국적인 결말은 '실낙원 신드롬'이라는 말까지 만들어냈을 정도다. 70대에 쓴 『둔감력』이란 에세이 또한 큰 반향을 일으켰다.

이 문학관 역시 안도 다다오의 설계로 1998년에 지어졌다. 흰 새가 눈 위에 한 다리로 서 있는 듯한 이미지를 전면에 담았다. 출생부터 서거까지 인생과 작품의 흐름을 따라가다 보면 누구나 와타나베 준이치라는 대작가와 금세 친숙해질 수밖에 없다. 1층의 우아한 카페에 앉아 그의 소설 한 권을 읽는 것으로 '공원 옆 도서관'의 부드러운 일정은 조용히 마무리된다.

2월 중순에 가벼운 마음으로 삿포로를 다녀왔다. 그런데 이 글을 쓰고 있는 지금, 불과 한 달 만에 전 세계적인 팬데믹이 선포되는 공포스러운 국면까지 이르렀다. 이웃집에 다녀오듯 일본을 편안히 갈 수 있었던 게 꿈인가 싶을 만큼 교류도, 비행기조차도 멈춰 섰다. 당분간, 아니 어쩌면 꽤 오랫동안 이 사태는 쉽사리 해결될 것 같지 않다.

도서관에 앉아 미친 듯이 내리는 눈발을 마주한 채 세상이 정지된 듯 책에 빠져들었던 그 시간이 더욱 그리운 경험으로 피어오른다. 보랏빛 라벤더가 화사하게 피어나는 7월 즈음에는 모든 것이 제자리를



홋카이도의 대표 작가 와타나베 준이치와 문학관을 설계한 건축가 안도 다다오

찾을 수 있을까. 이 글을 읽은 출판 편집자들이 언젠가 샛포로를 찾아 ‘공원 옆 도서관’을 돌아다니며 어슬렁댈 수 있기를 소망한다.

이영미(출판 편집자, 『마녀체력』 저자)

출판 에이전트로 일하며, ‘인생학교’ 교감 선생ником 강의를 하고, 라디오와 팟캐스트에서 책 소개를 한다. 문학사상사, 디자인하우스, 웅진단행본, 펍클래식코리아 등에서 100여 권의 책을 만들었다.

[에세이]

‘앱’이 모든 것을 해결해주지는 않는다

장동석(출판평론가)

2020. 04.

굳이 통계를 들먹이지 않더라도 지하철만 타면 단박에 알 수 있는 사실이 하나 있다. 남녀노소, 전 국민 손에 스마트폰이 들려 있다는 것. 유치원 다니는 어린이 손에도, 70~80대로 보이는 어르신들의 손에도 어김없이 스마트폰이 들린 세상이다. 십수 년 전만 해도 무가지일망정 신문을 읽는 이들이 종종 있었고, 그나마 드문드문 책 든 손도 만났다. 하지만 지금은 잠든 이들을 빼면 열에 아홉은 스마트폰 액정을 뚫어지게 쳐다보고 있다. 지하철 안내방송도 바뀌었다. 예전에는 신문이나 책 등이 주변 승객에게 피해가 가지 않도록 해달라는 것이었는데, 요즘은 대략 이렇게 바뀌었다. “고객 여러분, 전동 열차 안에서 휴대전화는 진동으로 하여 주시고 부득이 통화하실 때에는 작은 소리로 통화하여 주시기 바라며…….”

시에서 그림책까지, 이제 시작된 출판사 앱

지하철 승객들이 읽는 매체와 안내 멘트의 변화만 봐도, 과장을 조금 보태면 책과 출판은 이제 설자리가 없다. 책이 팔리지 않는다는 말, 혹은 유사 이래 최대 불황이라는 말은 이제 더 이상 뉴스거리도 아니다. 물론 불황이 어제오늘 일은 아니고, 언제 활황인 적 있었냐는 지적을 놓고 보면, 오늘의 어려움은 극복 못할 어려움도 아니다.

출판사들도 가만히 앉아 불황이 끝나기를 기다리지 않는다. 최근 변화만 보더라도, 트위터가 유행할 때는 더불어 트윗을 날렸고(지금도 날리고 있고), 페이스북이 광고와 홍보에 도움이 된다고 하니, 이제 그 세계를 주름잡고 있다. 인스타그램에도 각종 책들의 표지가 고운 자태를 뽐내고 있다. 누군가는 출판사가 변화에 둔한 조직이라고 말하지만, 그 어떤 출판사도 두 손 두 발 들고 불황에 순응하지는 않는다.

최근에는 “스마트폰이나 태블릿 PC 등의 운영 체제에서 사용자의 편의를 위해 개발된 다양한 응용 프로그램”인 ‘앱(어플)’에 도전하는 출판사도 하나둘 생겨났다. 앱을 제작한 출판사들이 아직 많지는 않지만, 남녀노소 모두가 스마트폰을 소유한 세상에서, 그 가능성에 도전한다는 점에서 나름 긍정적 의미를 찾을 수 있다.

대표주자는 미디어창비의 <시요일 - 세상의 모든 시(詩)>라고 할 수 있다. 미디어창비는 디지털 콘텐츠를 기획·개발·제작·서비스하기 위해 만들어진 창비의 계열사로, <시요일>은 2017년 4월 첫 선을 보였다. <시요일> 시작과 함께 선보인 시는 모두 3만 3,000여 편이었다. 한 신문이 “종이 시집이 사라지는 전조인 걸까”라고 걱정 아닌 걱정을 한 것도 무리가 아니었다. 시요일은 월 5,000원, 1년 3만 원의 사용료를 내면 모든 콘텐츠를 볼 수 있는 유료 모델이다. <시요일>에는 1966년 창립과 동시에 시집 출간에 힘을 쏟은 창비의 거의 모든 시가 담겨 있다. 창을 열면 등장하는 ‘오늘의 시’ 외에도 ‘테마별 추천시’, ‘시인 낭송’, ‘시요일의 선택’ 등에서 다양한 시와 시를 매개로 한 영상도 만날 수 있다. ‘시작!일기_나도 시인’ 코너에서는 사용자가 시를 직접 창작해 저장할 수도 있다. 2020년 2월 말 현재, 4만 3,000여 편의 시가 수록되어 있고, 36만 명 이상의 사용자가 다운로드한 것으로 알려졌다.

미디어창비의 <시요일>보다 먼저 시 앱을 선보인 곳이 있다. 2014년 10월 첫 선을 보인 <문학동네시인선>이 그것이다. <시요일>처럼 다양한 콘텐츠를 제공하기보다는 문학동네에서 출간된 시인들의 시집을 일목요연하게 보여주는 일종의 카탈로그 성격이 짙다. ‘시인 낭송 듣기’ 코너가 있어, 비록 일부지만 시인의 목소리를 들을 수 있다는 점이 장점이라면 장점이겠다. 북이십일의 브랜드 중 하나인 아울북의 <마공앱(마법천자문공식앱)>은 어린이들을 대상으로 한 학습용 앱이다. 아울북은 지난해 초 『마법천자문』 시리즈 출간 17주년을 맞아 개정판을 발간했는데, 학습을 유도하는 기존 방식에 증강현실(AR) 기술을 더했다. <마공앱>을 다운로드하고, 책 속 본문에 등장하는 한자를 비추면 직접 써 볼 수 있는 기능이 있어 어린이 사용자들에게 인기가 높은 편이다.

쌤앤파커스는 특이하게 저자가 인세를 조회할 수 있는 앱을 개발해 운영한다. 2019년 12월 10일자 연합뉴스 보도에 따르면 “출판사로부터 받은 개별 코드를 통해 저자가 로그인하면 종이책과 전자책이 각각 몇 권 판매됐는지와 예상 인세가 얼마인지 월별로 업데이트된 자료를 확인할 수 있다.”고 한다. 인세 관련 분쟁이 없지 않은 상황에서 신선한 시도라고 할 수 있다. 길벗출판사도 전용 앱을 운영하고 있다. 길벗출판사의 책을 구매한 사람들이 콘텐츠를 효율적으로 이용할 수 있도록 만든 앱이다. 이 앱은 2019년 3월 오픈했고 시나공 토익 동영상 콘텐츠 등을 볼 수 있다.

앞선 사례들이 비교적 규모가 큰 출판사들이 앱을 제작하고 운영하는 경우라면, 꿈꾸는꼬리연의 <오디오곰북>은 작은 출판사가 앱을 운영하는 좋은 사례라고 할 수 있다. <오디오곰북>은 전문 성우가 다양한 그림책을 읽어주는 형식인데, 앱을 다운로드하고 <오디오곰북> 로고가 있는 책을 스캔하면 곧바로 들을 수 있다. 꿈꾸는꼬리연은 자사 출판사 책뿐만 아니라 뜻을 같이 하는 작은 출판사들의 그림책을 함께 소개하고 있어 중소형 출판사들의 연대와 콘텐츠 홍보를 뒷받침하고 있다.

장밋빛 환상은 금물

출판사들이 앱을 직접 제작·운영하고 있지만 큰 흐름을 만든 것은 아니다. 적잖은 개발비와 운영비가 소요되기 때문에 중소형 출판사들은 앱 제작·운영에 쉽사리 뛰어들기 어렵다. 만듦새에 따라 천차만별이겠지만, 앱 제작과 운영이 대개 외부 인력에 의존할 수밖에 없다는 점에서 재정 뒷받침 없이는 불가능하다. 가장 중요한 것은 앱을 제작하고 운영하려는 목적을 분명히 하는 작업이 선행되어야 한다는 점이다. 재정 투입이 가능하다 해도 고유의 목적 없이는 제작 이후 운영이 표류할 수밖에 없다. 열린책

들 〈세계문학〉 앱이 그런 사례다.

〈세계문학〉은 2013년 2월, 출시 나흘 만에 2만 건 이상 다운로드되는 등 비교적 인기를 끌었다. 이 앱을 통해 구매한 전자책은 종이책의 디자인을 최대한 살리면서도 메모와 밑줄 긋기가 가능하고 SNS 공유도 가능했기 때문에 세계문학을 사랑하는, 특히 전자책으로 갈아타려는 독자들에게는 이만한 것이 없는 듯 보였다. 하지만 여러 가지 변수가 발생했고, 2019년 5월부터 교보문고와 리디북스 등으로 이 관작업을 이어가고 있다. 선제적으로 시장에 접근했지만 비싼 가격(사용료)과 운영 미숙 등이 발목을 잡은 셈이다.

반면 같은 유료 모델이면서도 독자 대중이 시를 향유할 수 있도록 돕는 〈시요일〉 경우 비교적 목적이 분명하고 사용료가 큰 부담이 없다는 점에서 나름 선전하고 있는 모양새다. 꿈꾸는꼬리연의 경우 그림 책으로 대상을 특화하고, 작은 규모의 출판사들과 연대함으로써 새로운 독자를 창출한다는 점에서 그 목적을 눈여겨 볼만하다.

스마트폰은 이제 책을 포함한 출판생태계 안으로 깊숙이 들어왔다. 스마트폰 앱도 언젠가는 출판사들이 갖추어야 할 전략적 요소가 될지도 모를 일이다. 하지만 기존의 광고와 홍보 방식으로는 스마트폰을 주야장천(晝夜長川) 쥐고 사는 세대 혹은 독자들의 기호와 구미에 접근할 수 없다. 과거 사례들을 찾아 보면 ‘앱’ 시장에, 단지 광고와 홍보를 위해 선제적으로 대응해야 할지, 혹은 관망해야 할지 나름의 대안을 찾을 수 있다.

1990년대 말, 2000년대 초반, 출판사들은 홈페이지 제작을 서둘렀다. 당시까지 읽는 것의 대명사는 책이었다. 하지만 전국 각지에 인터넷이 깔리면서 읽는 활동은 서서히 변화를 맞이하기 시작했다. 독자들의 읽기 방식의 변화도 변화지만, 인터넷 시대가 도래하면서 기업은 물론 출판사들까지 홈페이지를 제작·운영하기 시작했다. 그렇게 시작된 홈페이지 바람으로 현재 대개의 중대형 출판사들은 홈페이지를 갖고 있다. 하지만 지금 그것이 충분한 홍보 채널이 되고 있는지는 의문이다. 페이스북, 인스타그램, 트위터 등 다양한 SNS를 홍보 채널로 삼고 있는 게 우리 출판사들의 현실 아닌가.

현재로서는 출판사들의 앱 제작·운영에 어떤 평가와 전망을 한다는 것은 시기상조라고 할 수 있다. 평가할 만한 다양하고 적절한 사례가 없기 때문이다. 그럼에도 단언할 수 있는 것은, 스마트폰 시대가 온 만큼 잘 만든 앱이 책과 출판의 새로운 활로를 열어줄 것이라는 장밋빛 기대는 금물이라는 점이다. 물론 앱의 존재 자체가 매출로 곧바로 이어지리라는 환상을 가진 출판사는 없을 것이다. 그럼에도 출판사들이 스마트폰 앱을 단지 홍보 채널로서 인식한다면 한계는 명확할 수밖에 없다. 스마트폰 혹은 앱으로 대표되는 기술의 변화 양상을 읽어야 하고, 그 변화상 속에서 책과 출판은 무엇을 할지 예측하고 실행해야 한다. 책과 앱의 만남을 진화시키고 확장시키는 길은 다시 책이 무엇이며, 출판은 무엇인가에 대한 질문과 답변에서 찾아야 한다.

장동석(출판평론가)

출판평론가로 『출판저널』 편집장, 『기획회의』 편집주간을 지냈다. 계간철학잡지 『뉴필로소퍼』 편집장이다. 저서로 『살아 있는 도서관』, 『금서의 재탄생』, 『다른 생각의 탄생』이 있다.

[해외통신] <코로나19 해외특집/노르웨이>

출판인·서점·작가단체… 정부에 코로나 대응책 제안

이유진(노르웨이·덴마크·스웨덴어권 도서 역자)

2020. 04.

노르웨이어를 하는 사람은 530만 명에 불과하지만 독서 인구만큼은 확고한 위치를 차지하고 있다. 출판 시장의 규모는 2017년 기준 55억 노르웨이 크로네(한화 약 6,520억 원)이며, 2019년에는 전체 인구의 93%가 책을 읽었고, 40% 이상이 연간 10권 이상을 읽었다. 노르웨이의 안정적인 출판 산업과 독서생태계는 문화부 산하 노르웨이 예술 위원회의 신간 도서 구매 정책(연간 600여 종 신간을 1종당 최대 1,500부 구입 후 공공도서관 배포)과 철저한 도서 정가제, 서적 부가가치세 면제와 같은 출판 인프라 구축을 바탕으로 한다. 그러나 이번 코로나19 위기로 인해 노르웨이 출판 산업 역시 적잖은 타격을 입고 있으며, 이에 맞서 출판 산업 관련 주요 공공기관과 단체들은 여러 위기 대처 방안을 기획, 실행하고 있다.

노르웨이 출판 산업 현황과 코로나19 위기의 영향

노르웨이 서점 협회의 발표에 따르면 2020년 3월 3주 매출은 전년 대비 약 50% 감소했다. 실제 서점의 매출 감소와는 대조적으로 온라인 서점의 매출은 급격히 증가 중이다. 노르웨이 최대 온라인 서점 중 하나인 아들리브리스 노르웨이(Adlibris Norge)는 3월 3주에만 판매량이 40% 증가했다.

그러나 노르웨이에서는 실제 서점 판매량이 전체 도서 판매량의 약 60%를 차지하고 있는 까닭에, 이번 위기로 인한 서점 매출 감소는 노르웨이 출판인협회 회원 출판사 다수의 정리 해고, 또는 일시적인 운영 중단 계획을 초래했다.

코로나 위기는 상품 유통과 소비자의 이동 자유에 큰 제약을 초래하기 때문에 인쇄소부터 서점에 이르는 출판 시장의 경로에서 일어날 수 있는 여러 문제들에 대한 대비 역시 필요하게 되었다. 이미 노르웨이의 주요 프랜차이즈 서점인 놀리(Norli)와 아르크(ARK)는 급격한 판매 감소를 기록하고 있으며, 독

자들의 서점 방문 구매 자체가 어려워졌고 프랜차이즈 서점들은 사전 계약 외의 신간 입고는 계획이 없는 상태이다. 앞으로 실제 도서 판매는 최대 50~70% 감소할 것으로 추정되고 있으며, 인쇄와 제본 과정에서 비용이 많이 들어가는 그림책이나 미술 관련 도서 등은 비용 절감을 위해 발트 3국이나 중국 같은 외국에서 제작하는 노르웨이 출판 시장의 특성으로 인해 노르웨이 크로네의 환율 하락도 출판 산업에 부정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

출판 산업 관련 주요 공공기관과 단체들의 위기 대처 방안

위에서 살펴본 것처럼, 코로나19 위기가 노르웨이의 출판 산업에 미치는 영향은 심각하다. 출판 활동, 유통, 판매 모두 위축되고 있으며, 오프라인 기반 실제 서점의 매출이 하락하는 동시에 상대적으로 온라인 서점의 매출이 상승했고, 이 때문에 실제 서점은 어려움을 겪고 있다.

출판사 역시 실제 서점 매출의 하락에 따라 경제적 문제를 겪고 있으며, 위기의 장기화 가능성이 높아지면서 프리랜서 작가와 번역가를 비롯한 출판 산업 주요 종사자들이 가장 심각한 경제적 위기를 겪고 있다.

그러나 이러한 상황 속에서 출판 산업 주요 기관과 단체들을 중심으로 산업 종사자들의 경제적 위기에 대처하는 구체적인 정책들 역시 제안과 실행이 이루어지고 있기도 하다.

지금부터는 노르웨이 출판 산업의 주요 구성 주체들인 노르웨이 문화부, 예술 위원회, 번역원과 문학 작가 협회, 아동 및 청소년 문학 작가 협회, 작가 센터와 문학관, 출판인협회의 위기 대처 방안을 차례로 살펴보려 한다.

1. 노르웨이 문화부

지난 3월 12일 문화부는 이미 코로나19 위기로 인해 변경, 취소된 문화 관련 행사에 이미 사용된 지원금 반납을 요구하지 않을 것이라고 말했다. 이어서 18일에는 문화, 자원 활동, 스포츠 분야에 대한 특별 보상금 지급을 시행할 예정이라고 밝혔다. 이 중 문화 분야에 할당된 보상금 규모는 3억 노르웨이 크로네(한화 약 355억 원)에 달한다.

3월 19일에는 재무부가 코로나19 위기로 소득이 감소되거나 상실된 자영업자와 프리랜서가 긴급 지원금을 받을 수 있도록 하는 관련 법규의 임시 개정안 통과를 의회에 요청했다. 의회는 국가 보험법의 여러 가지 임시 개정안을 통과시켰다. 개정안에는 자영업자와 프리랜서를 위한 일시적 소득 보호가 핵심이었다.

2. 노르웨이 예술 위원회(Kulturrådet)

정부 문화 기금 관리를 목적으로 1965년 설립된 노르웨이 예술 위원회는 노르웨이 전역의 예술과 문화 프로젝트를 지원하며 문화 분야 내의 광범위한 정책 실행 업무를 담당하고 있다. 예술 위원회는 중앙정부와 공공부문의 문화 분야 자문기구 역할 역시 맡고 있어서 이번 코로나 위기에서도 특별 보상금 관리 업무를 맡게 되었다.

예술 위원회는 문화부를 대신하여 3억 노르웨이 크로네의 특별 보상금 지급을 관리하는 업무를 맡았다. 이 임시 방편안은 보건당국이나 정부의 이동 제한과 단체 행사 금지로 인해 행사를 취소하거나 연기해야 하는 문화계 종사자들을 대상으로 한다. 예술 위원회 역시 이번 위기로 인해 취소된 문화 관련 행사 계획과 준비에 이미 사용된 지원금 반환을 요구하지 않기로 결정했다.

The screenshot shows the website of Kulturrådet (Arts Council Norway). The page title is "Informasjon til kulturlivet om koronasituasjonen". The main content area contains several bullet points and paragraphs providing information about the council's response to the COVID-19 situation, including dialog with the culture sector, compensation arrangements, and the status of various projects. On the right side, there is a sidebar with a search bar and a menu icon. Below the main content, there is a list of recent news items related to COVID-19 and the arts sector, with dates and brief descriptions.

사진1 노르웨이 예술위원회 홈페이지의 코로나19 관련 공지 페이지
(출처: <https://www.kulturradet.no/korona>)

3. 노르웨이 번역원(NORLA: Norwegian Literature Abroad)

노르웨이 문화부의 지원을 받아 노르웨이 도서와 작가에 대한 대외 홍보, 해외 번역 출간 지원 사업을 관장하는 기관인 노르웨이 번역원은 1978년 설립되었으며 2004년부터 5,500여 종의 노르웨이 도서를 66개 이상의 언어로 번역하는 데 기여했다.

이번 코로나19 위기에서 경제적 곤경에 처한 노르웨이 작가들을 대상으로 번역원이 실시하는 정책은 지원금 지급 관행 변경과 취소 활동 관련 지원금 반납 미청구로 요약될 수 있다.

코로나19 위기로 인한 각종 도서전, 문학제 및 관련 행사의 취소와 연기에 따라 번역원은 이러한 상황이 지속되는 동안 기존의 지원금 지급 관행을 바꾸기로 결정했으며, 이를 통해 작가와 출판 산업 현장의 경제적 위축을 해소하려 한다. 또한 번역원은 문화부, 예술 위원회와 마찬가지로 연기 혹은 취소된 행사와 활동에 관련해 이미 지급한 항공료, 숙박비 등 각종 경비에 대한 반납을 청구하지 않기로 결정했다.



사진2 노르웨이 번역원 홈페이지의 코로나19 관련 뉴스 페이지

(출처: <https://norla.no/nb/nyheter/nyheter-fra-norla/norlas-praksis-og-retningslinjer-for-tilskuddsordningen-e-som-folge-av-utbruddet-av-koronaviruset>)

4. 노르웨이 문학 작가 협회(Den norske Forfatterforening)

1893년 노르웨이 문학을 진흥하고 노르웨이 문학 작가의 전문적, 경제적 이익을 보호하기 위해 설립된 노르웨이 문학 작가 협회는 이번 위기에 따른 문학 관련 행사의 연이은 취소로 인해 소득을 잃을 가능성이 큰 작가들의 상황을 조사하며, 출판인협회, 서점 협회, 작가 센터를 비롯한 출판 관련 단체와의 협의를 통해 공동 대책을 모색했다.

3월 16일에는 상기 3개 단체를 포함한 총 7개 출판 관련 단체와 공동으로 문화부에 공개서한을 보내 문화 분야 프리랜서와 자영업자에 대한 실업 수당 및 보육 수당 지급 관련 임시 규정 제정, 세금 및 각종 비용 납부 기한 연장, 한시적인 급여세 감면, 취소된 공공기관 주관 문학 행사와 활동에 대한 보상비 지급, 비대면 디지털 매체를 통한 작가의 새로운 활동과 수입 창출 장려, 각종 도서전의 전 세계적 취소에 따른 발생 비용 보상을 위한 번역원의 추가 예산 집행을 골자로 하는 긴급 대책을 실시할 것을 정부에 촉구했다.

5. 노르웨이 아동 및 청소년 문학 작가 협회(Norske Barne- og Ungdomsbokforfattere)

노르웨이의 아동 및 청소년 문학 작가들의 저작권과 경제적 이익을 보호하고 아동 및 청소년 문학의 진흥을 위해 1947년에 설립된 노르웨이 아동 및 청소년 문학 작가 협회는 비상 기금이라는 대책을 수립했다.

상당수의 아동 및 청소년 문학 작가들 역시 관련 행사 연기와 취소로 인해 심각한 경제적 위기에 처해 있다. 따라서 협회는 현재 상황에 크게 영향을 받고 있는 아동 및 청소년 문학 작가들을 위해 임시 비상 기금을 마련했다. 비상 기금 수혜자는 총 25명이 될 것이며, 지급 금액은 1명당 2만 노르웨이 크로네(한화 약 237만 원)이다. 현재 활동 중인 아동 및 청소년 문학 작가 중 코로나 위기로 인해 직접적인 재정적 영향을 받는 경우 비상 기금을 신청할 수 있으며, 협회 회원이 아니어도 신청이 가능하다. 기금 신청은 3월 31일에 마감되었으며, 협회의 심사를 거쳐 부활절 전에 지급될 예정이다.



NYHETER, SØK STIPEND

Søk på NBUs krisefond

Publisert av Redaktør den 25. mars 2020



SØK STIPEND
Søk om grunnstipend allerede nå



NYHETER
Masterstudium for

Koronakrisen rammer kunstnerne og frilanserne hardt. Barne- og ungdomsbokforfattere får oppdrag utsatt eller avlyst, og vi vet at mange står i en akutt økonomisk krise som følge av det.

NBU har derfor opprettet et midlertidig krisefond for å hjelpe de barne- og ungdomsbokforfatterne som denne situasjonen rammer hardest, i en periode hvor myndighetenes støtteordninger ennå ikke er operative. **Krisefondet består av 25 stipend à kr 20 000.**

Du kan søke på krisefondet dersom du er en aktiv forfatter og direkte økonomisk rammet av koronakrisen. **Du trenger ikke være medlem av NBU for å søke.**

사진3 노르웨이 아동 및 청소년 문학 작가 협회 홈페이지의 긴급 지원 기금 신청 공지
(출처: <https://www.nbuforfattere.no/2020/03/25/sok-pa-nbus-krisefond/>)

6. 노르웨이 논픽션 작가 및 번역가 협회(Norsk faglitterer forfatter-og oversetterforning)

1978년에 설립된 논픽션 작가 협회(Faglitterær forfatterforening)를 모태로 하는 노르웨이 논픽션 작가 및 번역가 협회는 노르웨이의 논픽션 전문 작가와 번역가를 대표하는 단체이며 현재 회원 수는 약 5,500명이다. 지난 42년 동안 회원들의 이익과 표현의 자유를 보호하는 일을 목표로 삼았던 협회는 코로나19 위기로 인해 활동과 수입이 줄어든 논픽션 작가와 번역가들의 경제적 문제를 해결하기 위해 노르웨이 대표 온라인 백과사전인 <노르웨이 대백과사전(Store Norske Leksikon)>과 제휴한 50만 노르웨이 크로네(한화 약 6,000만 원) 규모의 프로젝트를 진행하기로 결정했다. 이 프로젝트의 핵심은 최근 위기에서 수입을 상실한 프리랜서 작가와 번역가들이 보수를 받으며 대백과사전의 250개 항목을 개정하는 작업을 하는 데 있다.

7. 노르웨이 작가 센터(Norsk Forfattersentrum)와 문학의 집(Stiftelsen Litteraturhuset) 재단

광역 및 기초자치단체와 기업을 비롯한 각종 공공 및 민간영역의 협력하에 작가들이 독서, 도서 발표, 강연, 작문 강좌 등을 통해 적절한 수입을 획득할 수 있게 중개하는 단체인 노르웨이 작가 센터(1968년 설립, 회원 수 1,500명)는 노르웨이 문학 진흥 관련 비영리재단인 문학의 집 재단(Stiftelsen Litteraturhuset)과 함께 코로나19 위기로 인해 경제적 문제를 겪게 된 문학 관련 종사자들을 위한 연대 기금을 조성하고 관리하게 되었다.

노르웨이의 상당수 작가, 시인, 번역가들은 오랫동안 계획된 행사가 이번 위기에 취소되고 수입이 사라져 재정적으로 큰 어려움을 겪고 있다. 또한 작가 센터는 연례 회의가 온라인 회의로 변경되면서 절약되는 예산 3만 노르웨이 크로네(한화 약 355만 원)를 연대 기금으로 사용할 것을 결정했다.

8. 노르웨이 출판인협회(Den Norske Forleggerforening)

출판의 자유와 출판사의 지위, 출판사의 경제적 이익을 수호하고 강화·발전시키기 위해 1895년에 설립된 노르웨이 출판인협회 역시 이번 코로나 위기에서 정부 및 출판업계와 긴밀히 협력해 회원 출판사를 보호하고 있다.

협회는 매주 회원 출판사를 대상으로 설문 조사를 실시하고 있으며 코로나19 위기로 인해 발생하는 문제를 최선으로 해결할 방법에 대해 출판 산업 관련 단체 및 정부와 논의하고 있다. 공식 홈페이지의 지속적인 업데이트를 통해 현재 상황에서 출판사에게 유용한 정보와 관심이 있는 뉴스 자료를 제공 중이다.

3월 26일에는 문화부에 공개서한을 보내 출판 산업에서 신간 도서의 개발과 출시를 촉진할 새로운 정

책을 제안했다. 협회의 주요 제안내용은 도서 제작을 자극하고 작가의 경제적 상황을 개선하며 도서관 제공 장서 수를 증가하는 것을 목표로 하는 것들이었다.

코로나19 위기와 출판 산업의 뉴노멀

출판사의 경영난뿐 아니라 영세 자영업자에 속할 작가와 번역가, 외주 편집자의 경제적 문제, 그리고 계약직 디자이너, 편집자 같은 불안정 노동자의 고용불안 역시 이번 코로나19 위기를 정점으로 위태로운 지경에 이르렀다. 코로나19 위기가 부상하면서 뉴노멀(새로운 표준)이라는 용어가 자주 보인다. 이전에는 낯설었던 보건위생 수칙을 새로운 표준으로 삼고 일상적으로 지켜야 하는 시대가 된 것이다. 기존 문화정책의 범위에서 벗어나 있었던 출판 산업 종사자들을 향한 구체적 대안이 그 어느 때보다 절실한 지금, 노르웨이의 위기 대처 방안은 국내 출판 산업의 뉴노멀이 될 수는 없는 것일까.



[해외통신]에서는 웹진 <출판N>의 해외통신원들이 현지 최신 동향을 심층적으로 분석하여 소개합니다.

이유진(노르웨이·덴마크·스웨덴어권 도서 역자)

한국과 스웨덴에서 스칸디나비아어문학과 영문학, 비교문학을 공부하고 2007년부터 지금까지 40여 권에 이르는 스칸디나비아 지역 도서를 우리말로 옮겼다.

[해외통신] <코로나19 해외특집/중국>

코로나19 여파 '수익' 다각화에 나선 출판업계

김택규(숭실대학교 중어중문과 겸임교수)

2020. 04.

중국도 매년 1, 2월은 설 연휴와 신학기맞이로 책이 많이 팔리는 기간이다. 그러나 1월 중하순, 코로나19 사태가 전국적으로 번지면서 온라인 서점과 오프라인 서점 모두 판매 부진을 겪었으며 베스트셀러 명단에도 큰 변동이 있었다.

중소서점 연합체인 '수명(書萌)'이 지난 1월 말에 발표한 《천여 개 오프라인 서점 앙케이트조사 분석 보고서》에 따르면 당시 조사 대상 오프라인 서점 중 90.7%가 휴업을 했고 99.7%가 정상 매출을 올리지 못하고 있었으며 계속 휴업을 할 시에는 37.2%가 1개월, 42.02%가 3개월을 겨우 버틸 수 있다는 분석 결과가 나왔다. 민간 출판연구기관 카이취안(開卷)은 지난 2월 전국 오프라인 서점 매출 지수가 전월 대비 81.65%나 하락했다고 발표했다. 3월에 접어들어 코로나19 사태가 진정 국면에 들어가면서 겨우 대형 서점을 중심으로 서점 영업이 재개되기 시작했지만 지역별로 여전히 통행 제한 조치가 시행되고 있는 탓에 예년 매출의 회복은 아직 요원한 상태이다.

카이취안(開卷)이 발표한 2월 베스트셀러 순위를 보면 소설, 비소설 분야에서 모두 코로나19의 영향이 뚜렷하게 나타나고 있다. 먼저 문학 분야에서는 본래 스테디셀러로서 독자층이 두터웠던 알베르 카뮈의 『페스트』와 가브리엘 가르시아 마르케스의 『콜레라 시대의 사랑』이 높은 판매량 상승을 기록했다. 이어서 비소설 분야에서는 본래 주목받지 못했던 감염병 관련 대중과학 도서의 부상이 우선 눈길을 끈다. 칼 짐머의 『바이러스 행성』과 윌리엄 맥닐의 『전염병의 세계사』가 그 대표적인 예이다. 감염병 방역에 대한 대중적 관심의 증가와 관련 도서 내용에 대한 언론의 잦은 인용이 낳은 결과이다. '자가격리'에 처한 독자들의 관심을 반영하는 아동교육서와 자기계발서도 새로 베스트셀러에 진입했다. 김벌리 클레이턴 블레인의 『내 아이를 위한 키즈코칭』, 헨리 워디거, 마크 맥대니얼 등의 『어떻게 공부할 것인가』 등이 대표적인 예이다. 이밖에 올해 1월에 사망한 코비 브라이언트에 대한 관심으로 인해 재작년 출간된 그의 자서전, 『맘바 정신: 코비 브라이언트 자서전』도 베스트셀러 순위에 들었다.



다시 문을 연 충칭서점의 마스크를 쓴 독자들



코로나19 관련서적을 모아놓은 중국 서점 전시대

또한 광둥(廣東)과학기술출판사, 후베이(湖北)과학기술출판사, 저장(浙江)교육출판사, 중국중의약출판사, 산둥(山東)인민출판사 등 다수의 출판사들이 정부 시책에 부응해 감염병 연구자 및 임상 전문가와 손을 잡고 코로나19 방역을 위한 지침서들을 연이어 출간하고 있다. 바로 『코로나19 예방수첩』, 『코로나19 방역수첩』, 『코로나19 치료와 예방 Q&A』, 『코로나19 방역 지식 독본』 등이며, 일부는 전자책과 오디오북으로 20여 개 인터넷 플랫폼에 무료로 공개된 상태이다.

나아가 코로나19 방역에 관한 심리서, 그림책, 시집까지 속속 출시되고 있는 것이 흥미롭다. 쓰촨(四川)과학기술출판사의 『코로나19 대중심리 방역 수첩』은 방역 상황에서의 심리적 건강에 대한 조언을 담았으며, 광둥교육출판사의 『아이를 위한 코로나19 그림책』은 유아와 청소년 독자 대상의 방역 지침서이다. 저장문예출판사의 『오늘밤 내 마음은 여러분과 함께 우한에 갑니다』는 방역 현장의 감동적인 이야기를 제재로 한 시집이다.

출판사·서점 등 인터넷 생방송 열어 책 판매

각 출판사와 온·오프라인 서점은 코로나19 사태로 인한 매출 감소를 메우기 위해 적극적으로 다양한 방안을 모색하고 있다. 그중 가장 대표적인 것은 동영상 마케팅 강화와 인터넷 생방송을 통한 도서 판매이다. 아직 끝나지 않은 방역 작업으로 인해 오프라인에서의 판촉 활동이 여의치 않으므로 가장 효과적인 수단이라고 할 수 있다.

화청(花城)출판사, 상하이역문(上海譯文)출판사, 화둥(華東)사범대학출판사 등이 맨 먼저 중국의 대표적인 SNS인 위챗에 인터넷 생방송 채널을 열어, 저자들을 초빙해 신간 소개를 하고 각종 이벤트를 여는 판촉 활동을 시작했고, 또 중국 양대 온라인 서점인 징둥(京東)도 플랫폼 내 입점한 각 출판사들을 대상으로 자체 인터넷 생방송 서비스의 활용을 유도하고 다양한 지원과 우대 조치를 제공하고 있다. 또 징둥은 작년에 자체 제작한 신간 소개 동영상 1,000여 편을 아이치이(愛奇藝) 같은 대형 동영상 플랫폼에 제공해 노출도를 대폭 높이는 방안을 추진 중이다. 징둥은 이미 2월 18일 변호사 우제전(吳杰臻)의 신간, 『행복한 결혼을 위해 재산과 사랑을 지켜라』의 웨이보(중국식 트위터) 온라인 깜짝 이벤트에 신간 소개 동영상을 투입해 이틀간 동영상 조회수 70만 회, 도서 판매량 1만 권의 성과를 이끌어낸 바 있다.

코로나19 사태로 가장 어려운 처지에 빠진 오프라인 서점들도 인터넷 생방송을 위기의 타개책으로 이용하고 있다. 지난 1월 25일 휴업 이후 수입이 전무했던 충칭(重慶)의 징덴(精典)서점은 3월 10일 다른 5개 서점과 손을 잡고 인터넷 생방송을 통해 99위안짜리 책꾸러미 세트 4,600개를 판매했다. 그 책꾸러미에는 각각 이름을 밝히지 않은 책 1권과 문구용품 1점을 넣어 구매자들이 호기심과 뜻밖의 기쁨을 느낄 수 있게 했다.



징덴서점 등 6개 서점의 인터넷 생방송 장면

랴오닝성(遼寧省) 선양시(沈陽市)의 독립 서점, 리허(離河)서점은 더 괄목한 만한 성과를 거뒀다. 위챗에 독자 채팅방을 만들고 인터넷 생방송을 한 지 1달 만에 독자 424명으로부터 4만 3,000위안(한화 약 730만 원)의 매출을 올렸다. 덕분에 부부가 운영하는 이 작은 서점은 간신히 현상 유지를 할 수 있게 되었다. 물론 이를 위해 그들은 매일 적어도 연인원 800명을 맞이하고 적어도 100번은 “안녕하

세요!”를 반복해야 했다.

하지만 인터넷 생방송이 매출 감소의 타개책이 되려면 몇 가지 조건이 필요하다. 우선 화제성 있는 인물이 출연해야 한다. 사실 징뎨서점 등이 많은 책구러미 세트를 판매할 수 있었던 것은 그 인터넷 방송의 사회자가 서점 단향공간(單向空間)의 창업자이자 TV토크쇼 유명 MC인 쉬즈위안(許知遠)이었기 때문이다. 쉬즈위안은 따로 자신의 서점을 살리기 위해 지난달 크라우드 펀딩을 모집해 성공을 거두기도 했다. 만약 쉬즈위안이 주도하지 않았다면 그 인터넷 생방송은 소기의 성과를 못 거뒀을 것이다.

그리고 둘째, 적절한 가격을 책정해야 한다. 이 적절한 가격이란 시청자들이 생방송에서 신간 정보만 취하고 실제 구입은 온라인 서점에 가서 하는 일이 없도록 하는 것이 기준이 된다. 따라서 최소 20% 이상의 할인을 각오하고 기본적으로 인터넷 생방송을 통해 큰 수익률을 거두는 것은 포기해야 한다.

마지막으로 출판사든 서점이든 기존의 ‘끈끈한 팬덤’을 토대로 갖고 있어야 한다. 리허서점이 유명인을 동원하거나 많은 네티즌을 끌어들이지 않고도 소규모 채팅방에서 의미 있는 매출을 거둘 수 있었던 비결이 여기에 있다. 리허서점의 창업자 쑤샤오디(孫小迪)와 가오밍(高明)의 평소 경영 모토는 “책을 사고 파는 것은 우리를 긴밀하게 하나로 묶어준다.”이며 그들의 채팅방 구호는 “무정하게 책을 사고 열렬히 수다를 떨자.”이다. 리허서점은 본래 고정 고객을 겨냥하고 함께 묶는 서비스를 지향해왔다. 인문적 분위기의 아늑한 공간과 교양 도서로 고객을 끌어들이고 다양한 문화 이벤트를 오직 회원들에게만 제공하는 전략을 취했다. 바로 그들이 이번 코로나19 사태의 와중에서 리허서점의 생존을 위해 기꺼이 지갑을 열어준 것이다.



리허서점

현재 중국의 각 지방정부는 우선 고사 상태에 빠진 오프라인 서점을 구제하기 위해 다양한 정책을 펴고 있다. 광저우시는 오프라인 서점을 비롯한 중소 상인들의 2달치 월세 감면을 표방하여 이미 8.3억 위안을 집행했으며 베이징시는 문화기업 구제를 위한 지원금 1억 위안을 마련해 신청을 받아 지급하고 있다. 이밖에 상하이, 지린성 등도 유사한 지원 조치를 계획 중이다.

하지만 이번 코로나19 사태가 일어나기 이전부터 중국 출판계는 인터넷과 뉴미디어 산업의 발달이라는 거대한 추세하에서 오랫동안 출판사들의 매출 정체, 대형 온라인 서점들의 할인 경쟁, 오프라인 서점들의 연이은 도산 등 고질적인 문제에 시달려왔다. 어쩌면 이 전대미문의 사태는 중국 출판계의 구조적 한계를 더 빨리, 더 광범위하게 노출시키고 변화의 시기를 한층 앞당길지도 모른다.



[해외통신]에서는 웹진 <출판N>의 해외통신원들이 현지 최신 동향을 심층적으로 분석하여 소개합니다.

김택규(송실대 중어중문과 겸임교수)

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

글로벌마켓 리포트

〈코로나19 해외특집/미국〉

BookExpo·· Big 5 출판사 불참 선언 등

안성학(KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 04.

코로나19, 행사 연기에도 빅5 출판사는 ‘불참’ 선언

코로나바이러스가 전 세계로 퍼지면서 미국 출판계도 그 영향을 받고 있다. 매년 5월에 열리는 미국에서 가장 큰 출판 행사인 BookExpo와 BookCon, Unbound가 모두 5월에서 7월 22일에서 26일까지로 연기됐고, 같이 열리는 New York Rights Fair도 7월 23일과 24일로 변경되었다.

이런 행사 주최 측의 일정변경에도 불구하고, 펭귄 랜덤 하우스, 사이먼 앤 슈스터, 하퍼 콜린스가 이미 행사 불참을 선언했고, 이어서 하셋도 불참을 결정했다. 이후 빅5 출판사중 마지막으로 입장 표명을 하지 않고 있던 맥밀란도 불참을 선언해 미국의 빅5 출판사 모두 행사 불참을 결정하게 되었다. 그럼에도 주최측은 행사 진행을 계획하고 있으나, 행사장인 제비츠 센터가 코로나 바이러스의 임시 병동으로 사용되고 있는 현 상황에서 7월로 예정된 행사의 가능성이 불투명한 것은 사실이다. 주최 측이 런던 도서전 취소를 막판에야 결정한 것으로 미루어 볼 때 상황을 지켜보면서 결정할 가능성이 높다. 이외에도 투산 북 페스티벌과 버지니아 북 페스티벌, 뉴올리언스 북 페스티벌 등 많은 행사가 취소되었고, 샌디에이고 작가 페스티벌 등 여러 행사가 연기되었다.

미국 내 많은 지역에서 실시되고 있는 ‘소셜 디스턴싱’으로 인한 격리조치로 생필품의 수요가 늘어남에 따라 아마존은 생필품 배송에 주력하기 위해 도서와 같은 비 생필품의 배송이 지연될 것이라고 발표했다.

주요 필수 산업 외의 업무 정지 명령으로 인해 많은 사업체가 문을 닫은 상태이다 보니 이는 서점도 예외가 아니다. 일시적이라고는 하지만 그래도 문을 닫는 서점이 늘어나고 있고, 이로 인해 많은 일자리가 사라지고 있다.

매물로 나온 '사이먼 앤 슈스터'

보통 미국 출판시장을 얘기할 때 쓰는 표현이 있다. 빅5 퍼블리셔. 이는 펭귄 랜덤하우스, 하셋, 하퍼 콜린스, 맥밀런, 사이먼 앤 슈스터를 이르는 통칭이다.

지난 3월 4일, ViacomCBS는 사이먼 앤 슈스터의 매각을 발표했다. 전 세계 최대 출판시장인 미국에서 가장 큰 출판사 중 하나이고, 스티븐 킹, 어슐라 르 권, 주디 블럼 같은 베스트셀러 작가를 거느린 사이먼 앤 슈스터의 갑작스러운 매각 결정은 시장에 큰 충격을 가져왔고, 종일 언론과 소셜 미디어에 오르는 주요 이슈가 되었다.

사이먼 앤 슈스터는 1924년 리처드 L 사이먼과 M 링컨 슈스터가 크로스 워드 퍼즐 책의 출판사로 시작한 회사다. 이후 1,350명의 직원과 50개의 임프린트를 소유한 매출 8억 달러(9,600억 원)의 거대 출판 그룹으로 성장한 것이다.

ViacomCBS는 이 매각이 비디오 스트리밍과 스포츠 전문 미디어 그룹인 ViacomCBS 로서 출판 사업이 더는 메인 비즈니스가 아니라는 이유에서 결정되었다고 발표했다. 하지만 지난해의 Viacom과 CBS의 합병으로 7억 5,000달러(9,000억 원)의 비용 절감이 필요한 상황에서 이 매각이 결정된 것이 아닌가 하는 의혹도 있는 게 사실이다.

매각 발표 후 이미 20여 곳 이상으로부터 연락이 오고 있다고 알려져 이미 매각 열기는 뜨거워지고 있는 듯하다. 매각 금액은 12억 달러(1조 4,000억 원)에서 15억 달러(1조 8,000억 원)으로 예상된다.

3월 도서판매 동향

2020년 2월의 미국 출판시장은 1월의 성장세가 이어진 첫 주를 제외하고는 낮은 성장을 보였다. 그나마 2월 첫 주 5.6%의 성장을 보인 관계로 월평균 전년 대비 약 4.7%의 성장률을 기록했다.

픽션 부문에서 지닌 커민스(Jeanine Cummins)의 『American Dirt』와 들리아 오언스(Delia Owens)의 『Crawdads Sing』, 알렉스 마이클리디스(Alex Michaelides)의 『The Silent Patient』, 아동 부문에서 데이브 필키(Dav Pilkey)의 『Fetch-22(Dog Man #8)』, 찰리 맥커시(Charlie Mackesy)의 그래픽 노벨 『The Boy, the Mole, the Fox and the Horse』가 1월에 이어 2월에도 계속 순위를 이끌었다.

아마존 킨들 언리미티드 구독 서비스로 소개되는 바버라 오닐(Barbara O'Neal)의 소설 『When We Believe In Mermaids』와 루앤 라이스(Luanne Rice)의 소설 『Last Day』는 2월 내내 아마존 베스트셀러 10위안에 머물렀다.

아마존의 논픽션 부문에서는 제임스 클리어(James Clear)의 『Atomic Habits』, 미셸 오바마(Michelle Obama)의 『Becoming』, 게리 존 비숍(Gary John Bishop)의 『Unfu*k Yourself』, 타라 웨스트오버(Tara Westover)의 『Educated』, 그렉 올슨(Gregg Olsen)의 『If You Tell』(킨들 언리미티드)이 2월 내내 순위를 이끌었다.

미국 주간 도서 판매량(온/오프라인 도서 판매 권수)

	2월 23일 ~ 2월 29일	2월 16일 ~ 2월 22일	2월 9일 ~ 2월 15일	2월 2일 ~ 2월 8일
2020	11,512,000	12,740,000	11,544,000	11,911,000
2019	11,406,000	12,562,000	11,927,000	11,284,000
상승률	0.9%	1.4%	-3.2%	5.6%

자료 출처: Publisher Weekly, NPD

종이책 판매 순위(온/오프라인 도서 판매 권수)

연번	2월 23일 ~ 2월 29일	2월 16일 ~ 2월 22일	2월 9일 ~ 2월 15일	2월 2일 ~ 2월 8일
1	The Splendid and the Vile	The Mamba Mentality	Llama Llama I Love You	Open Book
2	Blindside	Fetch-22(Dog Man #8)	Fetch-22(Dog Man #8)	Golden in Death
3	Green Eggs and Ham	Where the Crawdads Sing	Open Book	American Dirt
4	The Mamba Mentality	American Dirt	Where the Crawdads Sing	Crooked River
5	One Fish Two Fish Red Fish Blue Fish	The Boy, the Mole, the Fox and the Horse	The Boy, the Mole, the Fox and the Horse	Fetch-22(Dog Man #8)
6	Fetch-22(Dog Man #8)	Dark Towers	American Dirt	Llama Llama I Love You
7	The Cat in the Hat	Green Eggs and Ham	Love from the Very Hungry Caterpillar	Where the Crawdads Sing
8	Unknown Valor	Wrecking Ball(Diary of Wimpy Kid #14)	Happy Valentine's Day, Mouse!	Happy Valentine's Day, Mouse!
9	The Ultimate Retirement Guide for 50+	One Fish Two Fish Red Fish Blue Fish	Wrecking Ball(Diary of Wimpy Kid #14)	The Boy, the Mole, the Fox and the Horse
10	Where the Crawdads Sing	Chasing Cassandra	A Very Stable Genius	Snug

자료 출처: Publisher Weekly, NPD

아마존 통합 판매 순위 - 픽션

	2월 23일 ~ 2월 29일	2월 16일 ~ 2월 22일	2월 9일 ~ 2월 15일	2월 2일 ~ 2월 8일
1	<i>When We Believed in Mermaids*</i>	Where the Crawdads Sing	Where the Crawdads Sing	American Dirt
2	American Dirt	<i>The Dare*</i>	Golden in Death	Where the Crawdads Sing
3	<i>The Dare*</i>	American Dirt	American Dirt	The Giver of Stars
4	<i>Angry God*</i>	<i>Last Day*</i>	<i>Dear Ava*</i>	The Silent Patient
5	Where the Crawdads Sing	The Silent Patient	<i>When We Believed in Mermaids*</i>	The Last Wish
6	One Minute Out	<i>In an Instant*</i>	<i>In an Instant*</i>	The Dutch House
7	Little Fires Everywhere	<i>When We Believed in Mermaids*</i>	<i>Last Day*</i>	<i>When We Believed in Mermaids*</i>
8	The Silent Patient	The Giver of Stars	The Silent Patient	Thief River Falls
9	<i>In an Instant*</i>	<i>Dear Ava*</i>	<i>Valkyrie*</i>	<i>The Last Sister*</i>
10	<i>Last Day*</i>	<i>The Last Sister*</i>	The Dutch House	<i>Last Day*</i>

자료 출처: Amazon

이탤릭체 도서 *: Kindle Unlimited 구독 서비스 도서

아마존 통합 판매 순위 - 논픽션

연번	2월 23일 ~ 2월 29일	2월 16일 ~ 2월 22일	2월 9일 ~ 2월 15일	2월 2일 ~ 2월 8일
1	Dark Towers	Open Book	Open Book	The Mamba Mentality
2	Open Book	Talking to Strangers	Maybe You Should Talk to Someone	A Very Stable Genius
3	Can't Hurt Me	Atomic Habits	A Very Stable Genius	Profiles in Corruption
4	Unfu*k Yourself	Unfu*k Yourself	ESPN Kobe Bryant	Talking to Strangers
5	Talking to Strangers	Can't Hurt Me	Talking to Strangers	The Room Where It Happened
6	<i>If You tell*</i>	<i>If You tell*</i>	Unfu*k Yourself	Atomic Habits
7	Atomic Habits	Becoming	Atomic Habits	Becoming
8	The Power of Vulnerability	A Very Stable Genius	<i>If You tell*</i>	Unfu*k Yourself
9	Becoming	Educated	Educated	<i>If You tell*</i>
10	Educated	On Tyranny	Becoming	Educated

자료 출처: Amazon

이탤릭체 도서 *: Kindle Unlimited 구독 서비스 도서



[글로벌마켓 리포트]에서는 미국·유럽·중국·동남아시아 4개 권역, 6개 나라에서 활동하고 있는 'KPIPA 수출 코디네이터'들이 현지 출판시장 정보를 매월 정기적으로 수집하여 전합니다. 보다 더 자세한 리포트는 '출판수출지원' 페이지에서 확인하실 수 있습니다.



[출판수출지원 바로가기](#)

글로벌마켓 리포트

〈코로나19 해외특집/프랑스〉

아마존·프낙... 카뮈 『페스트』 전자책 베스트셀러 올라

강미란(KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 04.

코로나19 속 '7일 7권, 7일 3권, 7일 1권' 등 챌린지 인기

3월 16일 마크롱 대통령 담화를 통해 프랑스 전국 휴교령이 내려졌고, 며칠 후인 18일 국무총리를 통해 프랑스 전국에 불필요한 외출 금지령이 내려진 상태다. 현재 모든 공공기관, 교육기관 및 상가, 문화시설이 문을 닫았다. 서점이 문을 닫아 종이책을 살 수 없음은 물론이고 대형마트에서도 음식물만 취급하기 때문에 책을 구입할 수가 없다.

게다가 3월 20일부터 23일까지 열릴 예정이었던 '파리국제도서전'이 코로나19로 인해 취소가 된 상황이다. 작가들과의 만남, 사인회, 컨퍼런스 등 많은 이벤트는 물론이고 도서전 내내 책 판매량이 꽤 높은 것으로 집계되는 국제 행사 취소까지 더해져 종이책 시장이 난항을 겪을 것으로 예상된다. 물론 인터넷 주문이 가능한 곳이 있긴 하지만 현재 우체국 및 택배업체 역시 원활하게 돌아가고 있지 않은 상태이다. 따라서 배송까지 빠르면 2주, 기본 4주를 기다려야 하는 상황이다. 이로 인해 3월 20일 이후 4월 초까지는 일단 전자책 구매가 급증할 것으로 예상해볼 수 있다.

4월에 다시 집계가 되겠지만 당분간은 전자책, 웹소설 등이 출판시장에 강세를 보일 것으로 예상된다. 일부 출판사에서는 외출 금지령 때문에 집에 갇혀 있는 프랑스인들을 위해 전자책 일부를 무료로 보급하고 있기도 하다. 특히 어린이들을 위한 그림책, 유럽식 만화인 방드데시네(성인용 포함)가 많은 것으로 보인다. 또한 외출 금지령이 내려짐과 동시에 북튜버들 역시 집에 있는 동안 읽을 책을 소개하거나, 격리 시 독서 루틴 블로그, '7일 7권, 7일 3권, 7일 1권 챌린지' 등 다양한 도전 태그(TAG)를 소개하고 있다.

#lectureconfinée #lectureconfinement #booktajournee #bookwarrior #bookmentor #bookaddict
#booklover



북튜버의 북챌린지 영상화면 (출처: <https://www.youtube.com/watch?v=tUlptujqVKM>)



코로나19 격리기간 동안 읽을 책 소개 혹은 추천 영상화면 (출처: <https://www.youtube.com>)

코로나 바이러스와 관련하여 올 3월에 회자된 이슈 중 하나는 알베르 카뮈의 『페스트』, 스티븐 킹의 『재앙』 등 전염병 관련 스릴러, 전염이나 전쟁으로 인한 격리를 다루는 추리/스릴러 소설에 대한 관심이 다시 높아졌다는 사실이다. 이는 이미 프랑스 독자층으로부터 많은 사랑을 받고 있는 스릴러 및 SF 장르소설 판매율 상승과 연결이 될 것으로 보인다.

마지막으로 주목할 점은 휴교령이 떨어짐과 동시에 교과서 및 참고서 판매가 증가하고 있다는 점이다 (Fnac, Cultura 집계). 중·고등학교의 경우, 이미 학교에서 사용하고 있는 원격교육 플랫폼을 통해 수업을 진행하고 있으나, 초등학교의 경우 중등교육과는 달리 원격교육 플랫폼이 제대로 보급되어 있지 않다. 이에 따라 원래는 가장 긴 여름방학(프랑스는 5주마다 15일씩 짧은 방학을 하고 7~8월에 긴 방학을 함)에 많이 팔리는 ‘초등학교 연습문제집’ 종류의 책과 그림책(전자책) 등이 평소에 비해 많이 판매되고 있다.

3월 베스트셀러 동향

종이책 베스트셀러의 경우 프랑스 전국 대형서점 및 체인, 대형전문매장 GSS, 중소규모 서점 및 대형마트 GSA, 인터넷 서점의 판매량을 바탕으로 한 EDISTAT 리스트를 참고하였다. 단, 지난 3월 12일부터 코로나19 확산 방지 차원에서 외출 금지령이 내려짐에 따라 현재 프랑스 경제 전반이 거의 중단된 상태이다. 따라서 베스트셀러 집계 역시 3월 둘째 주에 멈춰 있는 실정임을 감안해야 할 것으로 보인다.

〈2020년 3월 2~8일 프랑스 종이책 베스트셀러 순위〉

순위	제목	작가	출판사	장르
1	Le pays des autres 타인의 나라	슬리마니 Slimani	갈리마르	소설(일반)
2	La cerise sur le gâteau 케이크 위의 체리 (화룡정점)	볼론뉴 Volognes	LGF	포켓판 소설(필곳)
3	J'ai dû rêver trop fort 꿈을 심하게 꿔다	뷔시 Bussi	포켓	포켓판 소설(스릴러)
4	One-punch man 19권 원펀맨	무라타 Murata	쿠로카와	망가
5	Né sous une bonne étoile 운이 좋은 아이	볼론뉴 Volognes	마자린	소설(필곳)
6	Agatha raisin enquête 20 아가타 레장 사건 시리즈 20	비튼 Beaton	알뱅 미셸	소설(추리)
7	Ghost in love 고스트 인 러브	레비 Levy	포켓	소설(필곳 로맨스)
8	Miroir de nos peines 고통의 거울	르메트르 Lemaître	알뱅 미셸	소설(스릴러)
9	Se le dire enfin 결국 해야했던 말	르디그 Ledig	플라마리옹	소설(일반)
10	Agatha raisin enquête 21 아가타 레장 사건 시리즈 21	비튼 Beaton	알뱅 미셸	소설(추리)

종이책 3월 베스트셀러 순위에서 주목해볼 만한 점은 네 가지를 들 수 있다.

첫 번째,

4위 망가인 『원편맨』을 제외하고는 모두 소설이라는 점, 그리고 2월 베스트셀러와 마찬가지로 ‘스릴러’와 ‘추리’ 혹은 ‘필곳’ 소설 등의 장르 소설이 인기를 끌고 있는 점을 들 수 있겠다. 2016년 공쿠르상을 받은 레일라 슬리마니의 신작이 3월 5일에 출간되어 1위를 차지했고, 한 가족의 이야기를 그려낸 일반 소설인 이 책과 9위를 차지한 르디그의 역사 소설을 제외하고는 장르소설 판매량이 대세다.

* 필곳 소설 : 말 그대로 읽으면 기분이 좋아지는 소설로, 여성작가들이 쓴 여자 주인공의 이야기가 많아 처음엔 칙칙 소설로 분류되었으나, 로맨스를 다루지 않은 책들도 있어, 현대소설 중 내용이 무겁지 않으면서 마음이 따뜻해지거나 기분이 좋아지는 소설을 필곳 소설이라고 한다.

두 번째,

한 작가의 작품 두 개가 베스트셀러 10위권에 함께 오른 경우를 주목할 만하다. 우선 필곳과 로맨스 소설의 대표 작가로 꼽히는 오렐리 볼론뉴의 작품 두 편이 베스트셀러 10위 안에 들었음을 볼 수 있다. 2위를 차지한 『케이크 위의 체리(화롱정점)』는 이미 2019년에 일반 판형으로 발간되어 큰 인기를 끌었다.(판매지수가 높은 책이 1~2년 후에 포켓판으로 나온다는 정석의 길을 밟아 이번에 포켓판으로 재발간이 된 경우이다.)

5위를 차지한 『운이 좋은 아이』는 오렐리 볼론뉴의 신간으로 역시 ‘필곳’ 소설이다. 같은 작가의 작품 두 개가 3월 베스트셀러에 오른 또 다른 경우는 이른바 『아가타 레쟁 사건 시리즈』로 불리는 추리 소설이다. 영국 작가 M.C.비튼의 『아가타 레쟁 사건 시리즈』 중 포켓판인 20권과 일반 판형으로 나온 신간 21권이 3월 베스트셀러 10위 안에 올랐다. 이를 통해 이번 3월에는 새로운 작가나 신작에 대한 관심도보다는 일단 믿고 보는 작가, 이미 유명한 책에 대한 관심이 높았음을 알 수 있다.

세 번째,

여느 때와 마찬가지로 대형 출판사의 책이 대부분이라는 점이다. 망가 출판사인 쿠로가와를 제외하면 갈리마르, 알뱅 미셸, 플라마리옹, 파야르(마자린), 포켓 등 대형 출판사에서 나온 책이 3월 베스트셀러 전체를 차지하고 있다. 각 출판사의 보유 작가 층이 튼튼하다는 점도 한 몫을 하겠으나 홍보와 마케팅 및 ‘네임 벨류’ 때문이 아닐까 하는 소견이다.

네 번째,

마지막으로 주목할 만한 점은 4위를 차지한 무라타 유스케의 망가와 비튼의 두 작품을 제외한 모든 소설이 프랑스 작가의 작품이라는 점이다. 물론 프랑스 작가들에 대한 사랑이 남다른 것도 사실이고, 프랑스 작가들의 작품이 많이 나오는 것도 사실이다. 하지만 또 다른 이유가 있다. 3월 베스트셀러 목록을 살펴보면 유난히 필곳 소설이 눈에 띄는데, 바로 프랑스 작가들이 이 장르에 강세를 보이기 때문인 것으로 해석해볼 수 있다. 추리나 스릴러 장르에서도 프랑크 킬리에, 올리비에 카츠, 카린 지에벨 등 프랑스 작가들의 경쟁력이 대단한 편이나 북유럽 스릴러 및 추리 소설이 강세인 것은 부인할 수 없을 것이다. 또한 독서 연령층의 제한적 성격으로 전체 10위권에는 들지 못한 청소년 소설, 혹은 판타지/SF류를 보면 아직은 번역서가 강세를 보이는 것도 사실이다.

알베르 카뮈의 『페스트』, 전자책 베스트셀러 올라

Ebook의 경우 아마존 프랑스, 대형도서 체인 및 인터넷 서점인 CULTURA, FNAC, DECITRE의 리스트를 참고하였다. 단, 전자책은 프랑스 전국 서점, GSS, GSA, 인터넷 서점의 판매량을 바탕으로 한 객관적 기준 지표가 나와 있지 않아 각 플랫폼마다 베스트셀러 목록이 다르다. 따라서 본 보고서에서는 베스트셀러 목록은 따로 소개하지 않고, 전자책 판매 성향 분석에 필요한 책의 정보를 소개한다.

프랑스 전자책 판매와 관련하여 우선 명시해둘 점은 다음과 같다. 리더기 사용 및 앱 확장명에 관한 부분에 주목해 보도록 하겠다. 아마존과 프낙의 경우 각자 고유의 리더기(아마존은 킨들, 프낙은 코보)를 판매하고 있다. 물론 앱을 다운받아서 리더기 없이도 책을 읽을 수 있다. 그러나 현재 아마존에서 판매되고 있는 전자책의 경우, 일반적으로 주로 쓰이는 EPUB 포맷이 아니라 고유의 MOBI 포맷을 사용한다. 이 때문에 아마존과 다른 서점의 독자 구성이 다를 수 있음을 염두해야 한다. 아마존의 경우 다른 인터넷 서점과 달리 독점 보유 작가층이 두터운 편이며 독자 커뮤니티 구성도 남다르다고 볼 수 있다.

아마존의 경우 3월 전자책 베스트셀러 10위를 차지한 작품은 모두 소설로 집계되었다. 이 중 종이책으로도 출간된 미셸 뷔시와 알베르 카뮈의 책을 제외하면 모두 1인 출판 웹소설이다. 장르는 스릴러(뷔시 책 포함)와 로맨스인 것으로 나타났다. 고전인 알베르 카뮈의 『페스트』가 갑자기 3월 베스트셀러에 오른 이유는 현재 코로나19 발병과 관련이 있는 것으로 보인다. 또한 아마존에서는 ‘킨들구독’ 시스템을 통해 월정액제로 전자책을 무제한 다운받을 수 있는데, 이번 베스트셀러 10위 안에 든 책 중 8권이 킨들 구독자에게 무제한 제공되는 책이었다.

킨들구독 시스템과 고유의 MOBI 포맷으로 조금은 독자적인 노선을 걷고 있는 아마존과는 달리 프낙, 쿨투라, 데시트르 등의 인터넷 서점 전자책 베스트셀러 양상은 비슷했다. 3곳의 서점 집계에서 역시 베스트셀러 10위 안에 드는 책은 모두 소설이고, 스릴러와 추리, 필굿 장르 소설이 대부분이었다. 흥미로운 점은 아마존에서와 마찬가지로 알베르 카뮈의 『페스트』가 베스트셀러에 올라 있다는 사실이다. 또한 종이책 베스트셀러 10위권에 든 레일라 슬리마니의 신작과 비튼의 『아가타 레쟁 사건 시리즈』 역시 전자책 상위권에 올라 있었다. 프낙, 쿨투라, 데시트르 등의 인터넷 서점 전자책 베스트셀러는 종이책 베스트셀러와 비슷한 양상을 보이고 있다고 말할 수 있겠다.



[글로벌마켓 리포트]에서는 미국·유럽·중국·동남아시아 4개 권역, 6개 나라에서 활동하고 있는 'KPIPA 수출 코디네이터'들이 현지 출판시장 정보를 매월 정기적으로 수집하여 전합니다. 보다 더 자세한 리포트는 '출판수출지원' 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

 출판수출지원 바로가기

글로벌마켓 리포트

〈코로나19 해외특집/스웨덴〉

코로나19 사태로 인한 문화사회적 충격과 변화

고민정(KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 04.

스웨덴 행사, 이벤트 줄줄이 취소

코로나19가 스웨덴에도 퍼지기 시작했으며, 문학계에도 치명적인 영향을 끼치고 있다. 스웨덴 공중 보건당국과 정부는 500명 이상의 청중이 참가하는 모든 공공행사 취소를 결정했다. 2020년 3월 11일자로 발표된 당국 지침에 따라, 스웨덴의 주요 문학행사인 '우메오 문학축제(Umeå littfest)'와 '문학잡지 Vi(우리, we)와 함께하는 문학 크루즈 여행'이 취소 또는 연기되었다.

우메오 문학축제(Littfest)는 1만 9,000개의 세미나, 70개의 프로그램 및 150명의 초대 작가를 유치하는 스웨덴 최대의 문학 축제이며, 2007년부터 우메오(Umeå)에서 열리고 있다. 스웨덴 공중 보건당국은 코로나19 확산을 염려하여 방문객이 500명 이상인 행사를 금지하라고 권고하자마자 축제가 취소되었다. 우메오 문학축제는 이미 해외작가 방문 취소로 영향을 받기 시작했으며, 행사를 취소하기에 이르렀다. 주최 측은 이미 스웨덴에 도착한 해외작가들과 일정 취소를 위해 노력 중이다. 주최 측 관계자인 엘레노어 노드스트룀(Elenor Nordström)은 "우리는 작년부터 올해 행사를 위해서 쉴 새 없이 일해 왔으므로 축제가 열리지 않는 것은 매우 안타깝지만 주최 측은 물론 지역사회의 건강이 제일 중요합니다."라고 전했다.

또 다른 인기 있는 문학행사인 문학잡지 Vi(우리, we)와 함께하는 '문학 크루즈 여행'은 연간 2,000명이 넘는 독자가 참가하는 큰 행사이다. 3월17일~19일에 출발하여 실리아 라인(Silja Line)과 함께 개최될 예정이었으나, 이 회사는 웹사이트를 통해 이벤트가 10월14일~15일로 연기되었다고 발표했다. 이외에도 기타 연극공연장, 박물관, 미술관, 오페라, 팝 콘서트 등 스웨덴 전역에서 공공행사가 줄줄이 취소·연기되고 있다.

코로나로 인해 중요한 수입을 잃을 작가들

스웨덴의 많은 저자들이 책 판매보다 학교와 도서관에서 더 많은 수입을 얻는데, 코로나19로 인해 작가들도 재정적으로 심각한 영향을 받는 것으로 북투그(Boktugg)가 보도했다.

2020년 행사 전체를 취소할 때 국제 및 지역 도서박람회에서도 수백만 달러를 잃지만, 작가군도 수입을 잃게 된다. 스웨덴 사회 대부분 사람들은 이미 재택근무를 하고 있고, 계속해서 사람들이 책을 사고 읽기 때문에 저자들은 상대적으로 경제적 피해가 적을 거라 예상하기 쉬우나, 실제로 베스트셀러 작가 몇 명을 제외하고 대부분의 작가들은 일반적으로 책 판매보다 행사 참여 등을 통해 더 수입을 얻고 있으므로 코로나 위기에서 예외가 될 수 없는 현실이다.

스웨덴서점협회, 세계도서주간 취소

스웨덴서점협회(Bokhandlareföreningen)는 4월23일~29일까지 개최 예정이었던 '2020년 세계도서주간'을 취소하기로 결정했다. 세계도서주간은 서점을 방문하는 새로운 개념의 학교 수업을 준비해왔으나 이를 수행할 수 없게 되었다.

이 계획은 학교 수업이 서점을 방문하여 저자를 만나고, 약 20종의 책이 담긴 세계도서상자(World Book Box)를 가져오는 것이다. 12개의 어린이 도서 출판사와 전국의 광범위한 작가들과의 협력으로 이루어진 신사업으로 일주일 동안 전국 540개 학교 수업과 연계하여 세계도서상자(총 1만 1,200권)를 배포할 계획이었다.(대상그룹: 9~12세 초등학교 학생) 현재 스웨덴 정부는 초등학교 폐쇄를 논의하고 있어 4월 내 학교 통학이 가능할지도 예측이 불가능한 상태이다.

해시태그 #QuarantineReading를 통해 작가 살아남기

작가들이 자가 격리 중인 독자들을 위해 SNS를 통해 다양한 방법으로 활동하고 있다. 해시태그 #QuarantineReading(격리독서)이 그 키워드다. 예를 들어 스웨덴의 어린이 도서 작가는 저녁 취침시간 이야기를 읽으면 인스타그램에서 Bokiño(어린이 책과 관련된 디지털 플랫폼)에서 생중계를 진행한 다. 스웨덴 베스트셀러 작가 카밀라 락크베리(Camilla Läckberg)도 신작을 큰 소리로 읽으며 독자들을 만나고 있다.

디지털 도서 판매의 강세

스웨덴서점협회(Svenska Bokhandlareföreningen)와 스웨덴출판사협회(Svenska Förläggareföreningen)가 발간한 최근 보고서에 따르면, 스웨덴에서 디지털 판매가 강세이고, 총 도서 판매량은 약간 증가한 것으로 보고되었다. 스웨덴의 총 도서 판매량은 2019년 대비 1.1% 증가했다. 도서 판매 통계보고서에 따르면 Storytel 및 Bookbeat와 같은 디지털 구독서비스의 경우 판매 증가가 두드러졌다.

디지털 구독서비스는 36.2% 증가한 반면 오프라인 서점은 4.4% 감소하였다. 왜 점점 더 많은 사람들이 문학에 디지털로 접근하는가에 대한 연구 질문에 보고서 저자인 스톡홀름 경제대학 연구자 에릭 위크베리(Erik Wikberg)는 오디오북을 통해 문장을 듣겠다는 결정은 매장에서 실제 책을 구매하는 것만큼 강하지 않다면서 영화, 음악, TV시리즈처럼 디지털로 다른 문화를 소비하는 것이 트렌드이고 접근성에서 뛰어나다는 점을 강조했다.

올해 처음으로 다양한 장르의 판매 통계가 보고서에 집계되었다. 소설과 범죄 스릴러는 각각 9.6%, 4.5% 증가했고, 논픽션은 6% 감소했다. 어린이 및 청소년 문학의 판매는 몇 년 동안 강세를 보인 장르이지만 2019년에는 더 이상 증가하지 않았다. 에릭 위크베리는 2013년부터 어린이, 청소년 도서 판매는 매년 성장한 유일한 장르인데, 이번 보고서에서는 1.8% 감소된 것으로 집계되었다면서 도서 판매가 이미 아주 높은 수준에 있기 때문에 감소세가 큰 영향을 끼치지 않으며 어린이와 청소년 문학은 출판업계에서 여전히 매우 중요한 역할을 차지하고 있다는 점을 부연 설명했다.



[글로벌마켓 리포트]에서는 미국·유럽·중국·동남아시아 4개 권역, 6개 나라에서 활동하고 있는 'KPIPA 수출 코디네이터'들이 현지 출판시장 정보를 매월 정기적으로 수집하여 전합니다. 보다 더 자세한 리포트는 '출판수출지원' 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

 [출판수출지원 바로가기](#)

출판N Vol.9 2020.04

발행인 김수영

편집인 김영진

편집위원 백원근 이명석 이영미

기획/편집 정책연구통계센터

발행처 한국출판문화산업진흥원
(54866)전라북도 전주시 덕진구 중동로 63
(063)219-2700

홈페이지 <http://www.kpipa.or.kr>

웹진페이지 <http://nzine.kpipa.or.kr>

디자인/제작 (주)늘품플러스

구독신청/문의 정책연구통계센터(063-219-2724)

* 본지에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.