

출판N

출판 현장에 대한 오늘의 목소리

Vol.11 2020.06

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 : 1020세대 독자를 찾아서

| | |
|------------------------------|----|
| 유튜브와 나무위키의 시대에서 살아남기 | 1 |
| 학교 인문학 교실이 더 크게 열리기를 | 6 |
| 적자생존(適者生存)이 아닌 독자생존(讀者生存)으로! | 11 |

정책zoom인

| | |
|---------------|----|
| 지역서점, 생존 방안은? | 17 |
|---------------|----|

출판가 핫&쿨

| | |
|-----------------------------|----|
| 도서 도매상은 '혁신기업'으로 변신할 수 있을까? | 24 |
|-----------------------------|----|

인사이드

| | |
|------------------------------------|----|
| [서점 다이어리] 행복한책방 3년, 사람들의 마음을 얻는 시간 | 30 |
|------------------------------------|----|

해외리포트

| | |
|-----------------------------|----|
| [중국] 온라인서점의 무차별 할인이 가져온 폐해 | 40 |
| [미국] 2020년 뉴욕 북엑스포 온라인 참관기 | 46 |
| [독일] 코로나가 일군 독일 출판계의 새로운 모습 | 57 |

[1020세대 독자를 찾아서] 유튜브와 나무위키의 시대에서 살아남기

박원익(〈공정하지 않다〉 저자)

2020. 06.

어릴 적 『로빈슨 크루소 따라잡기』 시리즈를 즐겨 읽었다. 낯선 오지에서 살아남는 모험을 상상하는 일은 짜릿한 일이었다. 한편 소년·소녀 시절의 설렘이 빛바래고 나서도 서바이벌 콘텐츠에 열광하는 사람들이 있다. ‘베어 그릴스’의 방송이나 ‘김병만의 정글의 법칙’의 인기가 그 방증이다.

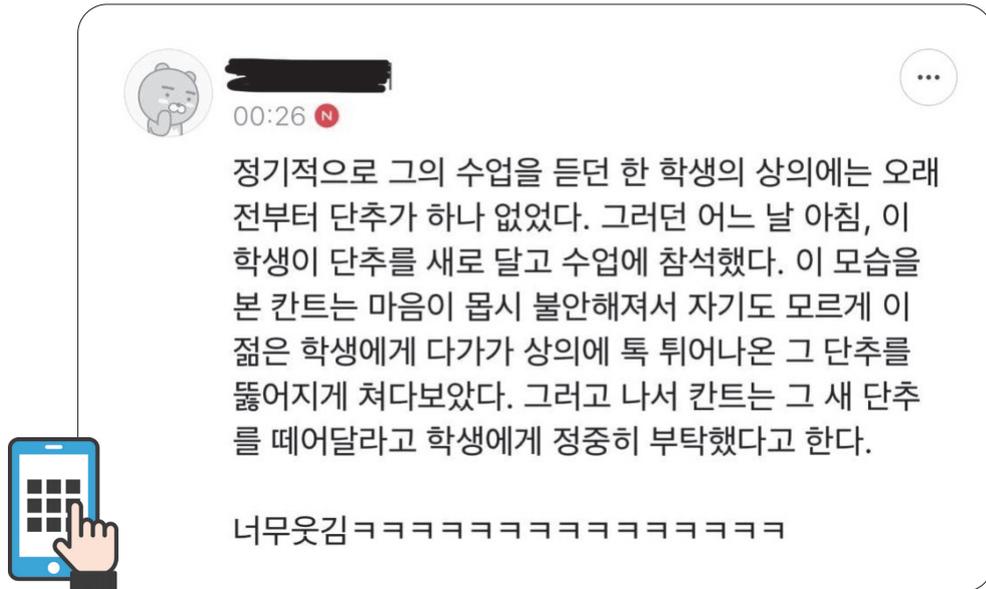
이런 서바이벌 콘텐츠를 상상의 영역에 남겨두는 대신 몸소 실천하는 사람들도 있다. 이른바 ‘생존주의자’들이 대표적이다. 이들은 위기상황에 대비한다며 상비약과 식량 그리고 무기를 구비해 놓으며 여유가 있으면 지하에 벙커를 파놓기도 한다. 이들은 상황별로 어떻게 생존확률을 극대화할지 나름대로 연구하며 서바이벌 가이드북까지 마련한 뒤 이를 틈틈이 업데이트하곤 한다. 이쯤 되면 생존이라는 것이 단순한 삶의 필요를 넘어 이념의 영역에 진입한다고 할 수 있다. 최근 코로나19 위기사태를 맞이하여 이런 생존주의자들의 모습이 각종 매체를 통해 재조명됐다. 괴짜처럼 보이지만 한편으로는 경외심도 든다.

이들을 보면 이런 생각도 떠오른다. 변화한 매체 환경 속에서 ‘글쟁이’, 즉 주업이든 부업이든 글을 업(業)으로 삼는 사람들에게도 나름의 서바이벌 가이드북이 필요한 것은 아닐까. 변화하는 매체 환경에 대한 자각이 없는 것은 아니다. 시류에 발맞춰 많은 출판사들이 카드뉴스와 일러스트 그리고 유튜브 영상으로 출판 콘텐츠를 홍보하는 것을 볼 수 있다. 이와 더불어 새로운 매체와 콘텐츠를 둘러싼 낯선 지형 전체를 조감하는 것도 필요하다. 관련한 몇 가지 흥미로운 사례들을 일별해 보도록 하자.

‘짤방’ 혹은 ‘밈(meme)’으로 소비되는 ‘텍스트’

2019 한국출판연감에 따르면 한 해 출판되는 책이 6만 2,376종으로 집계됐다. 하지만 이 중 출판시장에서 주목받는 책은 극소수이다. 어떻게 하면 이 바늘구멍을 통과할지가 많은 출판인들과 작가들의 고민이다. 그런데 의외의 곳에서 책이 입소문을 타는 경우가 있다. 바로 SNS와 인터넷 커뮤니티이다.

그중에서 흥미로운 사례 하나를 들고 싶다. 스피노자, 칸트, 헤겔 등 녹록지 않은 근대 철학자들의 이야기를 다룬 철학 교양서 『어떻게 휘둘리지 않는 개인이 되는가』(홍대선 저)가 의외의 곳(주요 남초 커뮤니티)에서 입소문을 타고 화제가 됐다. 개인적으로 홍대선 작가의 책은 서양 근대 철학을 한국적 맥락으로 끌어내 특유의 입담으로 잘 풀어낸 책이다. 한편 인터넷 커뮤니티에서는 철학자 칸트가 여성의 청혼에 대해 오래 고민하다가 혼기를 놓쳤다든지 하는 등의 흥미 위주의 썰들이 ‘짤방’으로 캡처되어 커뮤니티 베스트 추천 글로 올라가 있었다.



이처럼 책의 내용 일부가 수십만 명이 돌려보고 화제가 됐음에도 불구하고 책이 화두로 삼은 서양 근대 철학사나 저자의 식견 그 자체에 관심을 둔 사람들은 거의 없었다. 어쩌면 이것이야말로 자크 데리다가 말한 ‘산종(散種, Dissemination)’ 혹은 ‘인용 가능성’의 궁극적인 사례라 할 수 있다. 이것은 동시에 자크 데리다가 누구인지 잘 아는 교양 있는 출판인들에게는 절망적인 사례이기도 하다. 여기서 사람들은 책과 저자 자체에는 진지한 관심을 두지 않기 때문이다.

이처럼 우리는 데리다의 예언이 의외의 방식으로 실현된 시대 즉 텍스트가 짤방으로서 인용되고 반복되는 시대를 살아가고 있다. 이러한 환경 속에서 글쟁이들은 어떻게 살아남을 것인가, 어떻게 책과 저자에 대한 관심을 되살릴 것인가, 하는 것은 그야말로 ‘실천적’인 문제가 되었다. 다시 말해 데리다를 열심히 읽고 논하기만 해서 답이 나오지 않는 문제라는 것이다.

일상에 더 가까이 온 서브컬처 그리고 나무위키

최근 일본풍 미소녀 게임 <두근두근 문예부!(원제 Doki Doki Literature Club!)>를 게임구매 플랫폼인 스팀(Steam)에서 접하게 됐는데 알고 보니 이 게임은 미국인들이 만든 게임이라서 당황스러웠다. 물론

해외에서 순수 외국인들로만 이뤄진 K-POP 그룹이 결성되는 사례를 보더라도 서브컬처의 토착화는 이제 더 이상 신기하게 볼 일은 아니다. 서브컬처에 대한 멸시와 검열의식이 전통적으로 강했던 한국에서도 애니메이션, 라이트노벨, 만화, 웹소설, 자작 게임 등이 일상 속으로 깊이 파고 들어왔다.



〈두근두근 문예부!〉 일러스트

‘라떼(Latte)는 말이야’가 될 수 있지만, 2000년대까지만 해도 식자층이 일본풍 오타쿠 서브컬처를 향유한다는 것에 조금은 특별한 의미가 있었다. 예컨대 일본의 철학자 아즈마 히로키가 『동물화하는 포스트모던』에서 순수 보였던 것처럼, 오타쿠 서브컬처에 대한 진지한 비평에는 순수문학과 철학 등의 ‘기성담론에 저항’한다는 식의 사상적 의미가 부여됐다.

비슷한 의미에서 2000년대만 하더라도 미소녀(년) 게임이나 애니메이션을 진지하게 비평하고 이에 기반해 나름의 박물관적 세계관을 구축한 ‘괴인’들을 블로그에서 찾아볼 수 있었다. 이런 블로그에서는 예컨대 게임을 어떤 식으로 공략할지에 대한 정보를 체계적으로 구축한 것은 물론 이에 대한 게이머 자신의 감상과 견해를 동시에 접할 수 있었다. 객관적 정보와 저자의 주관적 해석을 동시에 일별하는 나름의 ‘맛’이 있었던 것이다. 하지만 요새는 게임에 대한 공략정보는 물론이고 애니메이션에 대한 웬만한 비평은 ‘나무위키’에서 찾을 수 있다. 그리고 나무위키는 여타의 위키처럼 어느 누군가가 권위 있는 저자가 되는 것이 불가능한, 비전문적인 위키이다.

한편 이런 현상은 결국 서브컬처의 ‘토착화’ 그리고 ‘일상화’와 직결된다. 예컨대 예전에는 이진경이라는 철학자가 ‘공각기동대’에 대한 특유의 철학적 해석으로 점철된 비평을 쓰면 이를 진지하게 읽는 독자들이 존재했다. 하지만 지금은 넷플릭스에 뜬 공각기동대 시리즈에 대해 그런 식으로 해석해봤자 ‘뇌질’이라는 이야기를 듣기 좋다. 이제 서브컬처의 영역에서도 해석의 독점권을 가진 저자는 존재하지 않는다. 일본풍 ‘아니메’나 게임에서 유래한 단어가 청년층 사이에서 유행어로 자리 잡는 것에서 볼 수 있듯이 서브컬처가 상당 부분 일상화·대중화되었으며 이에 대해 해박한 계층이 늘어났기 때문이다.

서브컬처를 고급(?)문화의 관점에서 재해석한 비평이 권위를 가지고 유통되던 시대는 지나갔다. 그럼에도 예나 지금이나 서브컬처는 사회의 공식부문에서 표출하지 못하는 대중의 무의식적 욕망을 담는 보고이다. 서브컬처에 대한 주류사회의 검열의식이 어느 정도 완화된 뒤인 지금 이 시점, 청년들이 왜 출판시장의 책을 읽지 않는지에 대한 열쇠를 어쩌면 여기서 찾을 수도 있다.

유튜브와 '저자의 귀환'

앞서 말했듯 SNS와 인터넷 커뮤니티에서 텍스트가 짤방으로 소비되는가 하면 편집과 수정이 자유로운 각종 위키(Wiki)의 시대가 도래함에 따라 텍스트의 원본성에 가치를 부여하기 어려운 실정이 됐다. 이에 따라 텍스트의 가치를 보증하는 특권적 '저자(Author)'의 지위 역시 마치 상실된 것처럼 보인다. 이와 관련해 수십 년 전에도 '롤랑 바르트'라는 프랑스의 문필가는 '저자의 죽음'이라는 사태를 진단하기도 했다.

물론 책이 담는 정보와 문체 그리고 이에 대한 전문가의 평가와 같은 책의 '내재적 가치'에 사람들이 주목하지 않는다는 점에서 텍스트의 가치하락은 뚜렷하다. 하지만 반대로 다른 곳에서 저자가 주목받는 역설적인 현상이 일어나고 있다. 예를 들어 유튜브에 등장하는 저자의 '입담'이 좋다면 이를 통해 사후적으로 저자의 권위를 확립할 수 있다. 이세환 기자와 함께 출연한 유튜브 채널 '토크멘터리 전쟁사' 등을 통해 유명해진 임용한 교수를 보면 그의 저술이 나중에 나무위키를 비롯한 각종 매체에 인용되는 것을 볼 수 있다.

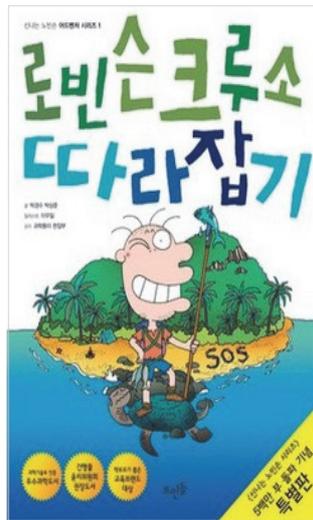
물론 이것은 어디까지나 (필자와 같은) 밀리터리 오타쿠 사이에서나 한정된 신드롬에 불과하다고 반론할 수 있다. 하지만 애초에 유튜브에서의 유명세가 아니었다면 사학과 전공생 외의 다른 누가 임용한 박사를 눈여겨봤을까. 그런 의미에서 앞서 말한 사례는 참고할 만하다. 텍스트의 권위는 사라졌지만 텍스트의 저자라는 권위 그 자체는 사라졌다고 말하기 어려운 이 미묘한 '틈새'를 어떤 매체와 노하우를 통해 공략해야 할지 실천적 고민이 필요하다.

'텍스트의 권위는 몰락했지만 정작 저자는 묘하게 주목받는' 사태를 역설적으로 보여주는 또 다른 사례들이 있다. 그것은 나무위키에 실린 저자들의 각종 '사건/사고' 항목이다. 저자들이 쓴 책과 논문은 잘 읽지 않지만 정작 SNS에서의 발언들이나 사생활 논란들은 실시간으로 박제되고 10년이고 20년 후에도 회자된다. 저자들에 대한 네티상의 평가가 그들의 텍스트에 대한 평가를 '떡상'시키기도 하지만 반대로 '떡락'시키기도 하는 것. 이것이 초연결사회의 모순이다.

물론 이러한 네티상의 평가가 100% 공정하리라는 보장은 없다. 많은 경우 네티상의 여론은 마녀사냥이나 앞뒤 가리지 않는 조리돌림으로 이어지곤 한다. 논란 외중에 억울함이 밝혀져도 과거 논란이 꼬리표처럼 따라붙는 경우들도 있다. 과거에 박제된 논란거리들은 얼마든지 나중에 악의적인 의도로 재발굴될 수 있다. 따라서 악성 댓글러 및 트롤러에 대한 출판인과 작가들의 실천적 대응지침이 필요하다. 우리가 논란에서 자유로운 훌륭한 존재라고 믿을 수 있지만 단지 그런 믿음만으로 부족할 때가 있으며 그런 믿음이 강할수록 더욱 외부의 논란에 강경하게 대처해야 할 때가 있다. 앞서 언급한 생존주의자들의 서바이벌 가이드북과 같은 종류의 가이드라인이 필요한 영역이라고 할 수 있다.

‘글쟁이’들의 서바이벌 가이드북이 필요하다

글을 쓰는 테크닉과 교양으로 식자층의 특권을 과시하는 시대는 끝났다. 이는 이런저런 텍스트의 권위에 기댈 수 있었던 작가와 출판인들에게는 매우 유감스러운 사태이다. 하지만 기업의 정보전달을 위해서든, 정치인의 연설을 쓰기 위해서든, 유튜브 원고를 작성하기 위해서든 글쓰기의 직업적 소명은 앞으로 지속될 것이다. 그리고 그러한 직업적 소명에 대한 고민과 문제의식은 새로운 매체 환경 속에서도 지속될 것이다.



『로빈슨 크루소 따라잡기』 표지

그런 의미에서 지금 우리에게 필요한 것은 바로 이러한 변화된 환경 속의 ‘생존 가이드북’이다. 어릴 적 접했던 『로빈슨 크루소 따라잡기』와 같은 친절한 가이드북 콘텐츠가 어쩌면 지금 우리와 같은 어리숙한 성인들에게 여전히 필요할지도 모른다는 말이다.

가령 이런 문제들에 대해 우리는 제대로 준비되어 있는가 자문해 볼 필요가 있다. 텍스트가 원래 의도한 맥락에서 단절된 채 낯선 매체에서 표류할 때 우리는 어떤 식으로 ‘노를 저어야’ 하는가. 서브컬처와 주류문화의 경계가 희미해진 지금 이 시점에서 우리는 서브컬처를 통해 어떻게 다수 독자들의 욕망을 읽어낼 것인가. 새로운 매체를 통해 어떻게 하면 텍스트와 저자에 대한 관심을 되살릴 것인가. 동시에 텍스트와 저자에 가해지는 부당한 해석학적 폭력과 왜곡에 어떻게 주체적으로 저항할 것인가.

박원익(〈공정하지 않다〉 저자)

고려대학교 경제학 박사과정에 있으며, 현재 지자체 정책연구기관 연구원으로 있다. 다양한 사회적 이슈에 대한 글을 발표해왔다. 『포비아 페미니즘』(2017), 『혐오의 미래』(2016), 『가라타니 고진이라는 고유명』(2014), 『일베의 사상』(2013), 『무엇이 정의인가』(공저, 2011) 등의 단행본 발간했다. 제22회 고려대학교 호원논집 우수상(2015), 제1회 창작과 비평 사회인문평론상(2014)을 수상했고 후자는 2016년 일본 《겐론》에 번역됐다.

[1020세대 독자를 찾아서] 학교 인문학 교실이 더 크게 열리기를

김상미(너머북스 · 너머학교 대표)

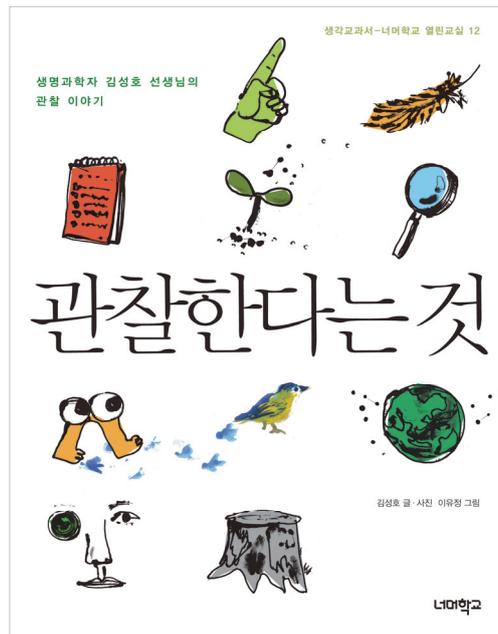
2020. 06.

요즘 누가 책을 읽어?

‘비대면’, ‘거리 두기’라는 생소했던 단어를 누구나 알게 되고 ‘화상 회의’와 ‘인강’이 ‘뉴노멀’한 것이 되었다. 어려서부터 스마트폰과 컴퓨터, 인터넷, 동영상과 함께 자란 고등학생 딸은 온라인 수업 자체는 힘들지 않는데 얼굴이 작아 보이는 각도로 노트북 카메라를 조정하는 게 힘들다고 한다. 매년 우리 출판사의 책을 읽고 ‘저자와의 만남’을 진행해 온 어느 학교는 1학기에 하기로 했던 저자 강의를 동영상으로 할 수 있는지 문의를 해 왔다. 아마 다른 학교들도 이렇게 요청하지 않을까 싶다.

앞으로 우리 사회와 온라인에 익숙해진 세대들에게 책은 어떤 의미를 가질까? 하긴 어린이, 청소년 책을 만들어 온 지 반세기가 넘었지만, 책이 좋다거나 책 읽기가 너무 재미있다는 어린이, 청소년을 만난 적은 거의 손가락 안에 든다. “이렇게 재미있는 게 많은데 책을 왜 보냐” 혹은 독서는 못난 애들만 하는 거라는 조롱도 십 대 문화의 일부라고 생각한다. 십 대 대부분을 ‘입시’에 보내라는 강요, “책 읽을 시간에 공부나 해.”라는 희한한 말이 불쑥불쑥 들리는 게 우리 사회다.

그렇지만 우리는 앞으로도 한동안 문자 문명을 살아갈 수밖에 없다. 지식과 사유, 재미와 감동을 담는 가장 오래되었지만 가장 고유한 매체인 책을 읽으며 사는 삶과 그렇지 않은 삶의 질은 많이 다르다. 그래서 책 읽기를 통해서만 얻을 수 있는 유일한 즐거움을 알고 있고, 또 사람들은 여전히 책을 만들고, 또 책을 읽게 하기 위해 애쓴다. 의지가 굳은 선생님들과 사서 선생님들이 독서교육을 해야 한다고 애쓴 덕분에 ‘한 학기 한 책 읽기’가 공교육의 교육과정이 되기도 했다. 너머학교 출판사가 책을 꾸준히 낼 수 있는 것도 이런 노력들 덕분이기도 하다. 학교 독서교육 중 가장 널리 하고 있는 저자 특강에 관한 경험을 이야기하려 한다.



『관찰한다는 것』 표지

지평선학교에서 온 전화

고병권 선생님과 『생각한다는 것』을 비롯한 너머학교 열린교실(~한다는 것) 시리즈를 기획하고 책을 몇 권 내었을 때 ‘강의 유람단’을 만들자는 이야기를 한 적이 있다. 벌써 12년 전, 전국 어디든 부르는 곳에 가서 강의를 하며 ‘청소년을 위한 새로운 인문학 교실’을 열자는 것이었다.

학교 도서관 운영을 열심히 하시는 한 선생님과 알게 되어 이런 구상을 말씀드렸더니 무척 좋아하셨다. 이미 몇몇 출판사들이 하고 있는 일이라며, 저자들을 학생들이 직접 만나면 책 읽기의 경험이 달라 지더라고 했다. 학생들이 책을 쓴 저자를 만나는 건 유명(?)한 사람을 본다는 점도 있지만, 그보다도 자기가 만지고 읽은 책의 내용이 작가를 통해 살아 있는 표정과 목소리, 촉감으로 다가오는 것은 매우 특별한 경험으로 남는다. 이런 경험이 더 풍부한 책 읽기로 이어지기도 한다.

그런데 뜻밖에도 강의료는 출판사에서 부담해야 한다는 것이었다. 하지만, 그 당시에는 신생 출판사라 그렇게 할 형편이 아니었다. 무엇보다 강의를 듣는 건 학생들인데 비용은 학교에서 내야 하는 것 아닌가? 그 당시는 저자 특강을 위한 학교 예산이 없는 시절이었다. 출판사들이 강연을 기획하는 건 물론 강의료, 포스터 등 홍보물 제작, 때로는 진행도 한다고 했다. ‘강의 유람단’ 구상은 무산되는 듯했다.

그리고 나서 몇 달 후, 김제에 있는 지평선학교 엄희재 선생님이 전화를 하셨다. 엄희재 선생님은 ‘책 읽는시민사회모임’에서 활동하시다가 ‘인문학, 도서관교육 특화 대안학교’인 지평선학교에 부임하게 됐고, 그때, 열린교실 시리즈 저자들의 연속 강연을 제안하신 것이었다. 열린교실 시리즈가 철학, 과학, 역사, 독서 등 다양한 분야를 다룬 시리즈이고 책도 얇아서 학생들에게 부담이 적은 편이라 연속 강의에 잘 맞을 것 같다고 하셨다.

그렇게 2년, 4학기 동안 토요일 오전(가끔 오후)에 책을 읽고 이야기하는 ‘열린교실’이 도서관에서 열렸다. 두 번째로 열린 『탐구한다는 것』의 저자 남창훈 선생님 강의에는 출판사 사람들과 같이 가서 듣고 인사도 나누었는데, 출판사를 개업하면서 꿈꾸던 일 하나가 실현되는 것이 무척이나 기뻐다! “선생님처럼 과학자가 되려면 어떻게 해야 하나요?”라는 질문에 “우선은 과학을 좋아하고, 공부도 좀 열심히 해야 합니다.”라고 하시니 뒤에서 들던 어머니가 열성적으로 박수를 치시던 게 기억에 남았다.

그 뒤부터 김해도서관에서, 해남고등학교, 인덕원고등학교, 전주 영생고등학교에서 4회 내지 8회의 연속 강의 요청이 오기 시작했다. 이때가 저자 강연에 필요한 예산이 생긴 시점이 아닐까 싶다. 대개는 지방에 있어 하루를 꼬박 강의에 써야 했지만 너머학교 열린교실의 저자 선생님들은 마다하지 않고 해주셨다. 정말로 감사했다. 특히 ‘땅 끝’ 해남고는 내려가는 데 하루, 강의 끝나고 학교 관사에서 하루 자고 다음 날 귀가하는 이틀간의 일정이었는데, 사실 이틀로도 먼 거리다.

인문학 교실을 진행하신 어떤 선생님과 퇴근 지하철에서 만나 이런저런 이야기를 나누었던 것도 기억에 남는다. 인문학 교실을 학부모들이 무척 좋아해서 매년 열게 되었다는 기쁜 소식이었다. 그런데 학교에서는 뭐든 새로운 걸 하자고 하면 교감이나 교사들의 반응은 여러 가지로 나뉘었다. “일 별이기 좋아하는 선생님이 이 일도 하세요.”라며 또 다른 일을 떠맡게 되는 경우가 많고, 그렇게 승진하고 싶냐고 비아냥거리는 분위기라는 것이었다. 학교가 바뀌기 어려운 공간이구나 하는 걸 실감한 순간이었다. 메르스 사태가 터졌을 때 책 사는 도서관용 예산으로 마스크와 손세정제를 사서 수서 할 예산이 줄었다고 한 일도 기억난다. 하지만, 이것도 몇 해 전부터 도서관 예산을 사용하지 못하게 되었다고 들었다.

연속 강의 외에도 2회, 혹은 하루에 네 강의를 동시에 하는 경우, 1박 2일의 독서캠프 등 다양한 형식의 강의 요청이 전국에서 온다. 그래서 11월부터 2월 정도까지 나는 임시 ‘강좌 매니저’를 자처한다. 학교에서 일정과 책, 저자까지 다 짜서 제안해 주시는 분도 있고, 몇 월 몇째 주 수요일, 연 6회, 책은 알아서 짜 달라는 경우도 있고, 정말 다양하다. 일정이 잘 맞아서 착착 짜지는 경우도 있지만, 저자 선생님들께 두세 번 전화해서 바꿔 달라고 해야 할 때도 많다. 올해처럼 특수한 상황이 아니어도 일정을 정한 뒤에 바꾸는 학교는 많았다. 모 학교 선생님은 11월에 전화해서 4회 강연을 다 확정했는데, 다음 해 2월에 한 번, 4월 강의 직전에 한 번, 가을에 또 한 번 총 3번 일정을 바꾸어 달라고 했었다. 내년에 또 강의 요청이 오면 “저자분들이 그날은 안 됩니다.”라고 해 버릴까 싶다. 그래도 막상 연락 오면 고맙다고 하겠지.

독서 교실 감상문을 책으로 펴낸 선생님

독서 교실(혹은 인문학 교실 등 저자와의 만남)에 최고의 열정을 기울이시는 선생님은 단연 효암고등학교 김순남 선생님이다. 거리의 철학자로 존경받는 채현국 선생님이 이사장으로 계셨던 효암고. 김순남 선생님에게서 3년 전 연락이 왔었다. 독서 교실을 8회 동안 하고 싶다는 것이었다. (직접 일정을 다 짜서 제안해 주셨다.) 강연 한 달 전에 미리 책을 읽고 토론을 했고, 2주 전에는 질문을 뽑아서 저자들에게 보내며 강의 당일에는 기차역까지 마중도 나오셨다. 무엇보다 가장 놀라운 건 독서 교실 8회차가 끝난 뒤 아이들이 쓴 감상문을 모아 400쪽 가까운 책을 직접 편집하고 인쇄해서 아이들에게 나눠 주신 것이었다. 두 해째 보내주시는 책을, 가끔 심란할 때면 펼쳐 본다. 소박한 글이지만 진심이 느껴져서 참 좋다.

강의가 끝나기 불과 10분 전만 해도 나는 ‘관찰한다고 사랑하나?’, ‘애초에 사랑해야 하는 이유는?’, ‘사랑이 뭐지?’라는 질문들이 잘 정리되지 않고 있었다. 선생님께서는 왜 딱따구리를 사랑하시는 걸까? 그것만을 바라보는 일이 결코 쉽지 않은 텐데, 그럼에도 끝까지 붙들고 있는 이유가 궁금했다. 이미 시작한 일에 대해 미련이 있어 계속하는 것일까? 보통 저 정도면 질릴 만도 한데 이건 특별한 경우라서 이런 건가? 사랑을 가득 담고 오신 김성호 선생님께서는 이렇게 사랑에 대한 내 오랜 의문점들에 마침표를 찍어주셨다.

“하나뿐인 나 자신을 내가 포기할 수 없어서.”

지금도 이 말 한마디가 마음속에 진하게 남는다. 선생님께 새를 관찰한다는 것은 자신을 사랑한다는 일과 같다는 것이다.

- 김수정 학생이 쓴 『관찰한다는 것』 감상문 중에서

김성호 선생님께서는 여러 사진들 또한 보여 주셨는데, 그중 내가 가장 기억에 남는 사진은 원앙들이 나무를 떠나 뛰어내리는 사진들이다. 선생님께서는 우리를 나무에서 뛰어내리는 원앙들에 비유하시며, 우리들은 아직 변화할 수 있는 가능성의 존재들이라는 의미의 격려를 보내셨다. 그 말씀을 듣고 나는 내 진로에 대한 걱정을 많이 떨쳐 낼 수 있었다. 우리에게 주어진 세월은 3년이 아닌, 남은 수많은 세월 전부이며, 내 가슴에서 빛나는 존재는 언제든지 나무에서 뛰어내릴 수 있다는 말이 내게 전해져 왔다.

김성호 선생님께서 강연 막바지에 하신 말씀 중에 관찰은 결국 무엇인가를 사랑하는 것이라는 말씀이 있었다. 이 책은 나에게 나 자신을 자세히 관찰하며, 나 스스로에게 적극적으로 다가섬의 주체가 됨으로써, 나 자신을 진정으로 사랑할 수 있는 계기가 되었다. 난 앞으로 이 책을 교훈 삼아 내가 진정으로 사랑하는 것을 찾은, 또 다른 ‘아빠’가 되기 위해 노력할 것이다.

- 손문성 학생이 쓴 『관찰한다는 것』 감상문 중에서



남원에서 온 귀한 손님들

경험을 나누고 하던 대로 책을 만들고

올해 1월 17일, 귀한 손님이 출판사를 찾아 왔다. 남원시 고등학교 독서동아리 연합에서 활동하는 고 1, 고 2 학생들 20명과 인솔 선생님 두 분이였다. 몇 해 동안 12월에 우리 출판사 책으로 저자 강연을 하셨던 이현주 선생님이 겨울방학 동아리 체험활동으로 서울에 있는 미술관을 가려 하는데 출판사 방문을 하고 싶다는 연락을 주셨다. 주택을 개조해서 만든 작은 사무실이라 약간 망설였지만, 자기가 읽은 책을 누가, 어떤 공간에서 어떻게 만드는지 알고 싶어 한다는 말씀에 고개를 끄덕였다. 검은 롱패딩을 입은 모든 학생들이 약간 긴장한 표정으로 사무실 거실을 꽉 채워 앉았다. 교정지와 컬러 프린트를 들어 보여주며 정말 '아날로그식'으로 책을 만드는 과정에 대해 이야기했다. 지나칠 정도로 조용히 듣던 친구들이 관심을 보인 건 '책을 써서 얼마나 버는가'였다. 미술 전공하는 친구들은 일러스트를 어떻게 그리는지, 화료는 얼마나 되는지 물었다. 대답을 해줬더니 "많은데" 하며 웃기도 했다. 견학이 끝나고 아이들이 차에 타고서야 말문이 터졌으며, 재미있어 했다고 선생님이 전해 주셨다.

아이들과 책이 친해지는 경험, 책을 살아 있는 것으로 체험하는 '독서교육'은 이런 선생님들과 저자들의 노력으로 이루어지고 있다. 너머학교도 작은 힘이나마 계속 보태고 싶다. '한 학기 동안 한 권'을 읽게 되면서 독서지도안이나 활동지, 각종 부교재를 만들어 줄 수 있는 규모 있는 출판사의 책들 위주로 선정한다는 소리가 들리고, 어떤 출판사는 아예 교사들을 위한 자료를 제공하는 사이트를 운영하는 데 대부분 교사들이 그 사이트가 출판사에서 하는 줄을 모른다는 소리도 들린다. 씁쓸하다. 하지만 출판계가 양극화된 건 한두 해 일은 아니고, 그 어떤 제도라도 모두 좋게만 작용하지는 않기 마련이다. 책을 잘 만들기 위해 집중하자고 다짐해 본다. 좀 감상적이지만, 그러다 보면 어느 한 사람의 가슴에 닿는 책을 만들 수도 있을 테니까.

김상미(너머북스 · 너머학교 대표)

대학을 졸업한 뒤 어린이, 청소년 책을 만들고 있다. 좋은 역사 서가를 만드는 너머북스와 함께 책으로 만드는 교실을 꿈꾸는 너머학교 출판사에서 12년째 책을 만들고 있다. 『생각한다는 것』, 『탐구한다는 것』, 『차별한다는 것』(너머학교 열린교실), 『삼국유사 끊어진 하늘길과 계란맨의 비밀』 등 고전교실, 『나는 곰팡이다』, 『시민 과학자의 원소 교실(가제, 근간)』 과학교실 시리즈와 『고무 따라 역사 여행』, 『증기기관차, 대륙을 달리다』 등 역사그림책과 『아이라서 어른이라서』 등 너머학교 생각그림책 시리즈를 내었다.

[1020세대 독자를 찾아서] 적자생존(適者生存)이 아닌 독자생존(讀者生存)으로!

오선경(성공독서코칭센터 대표)

2020. 06.

독서라는 잣대로만 세상 사람을 나누면 ‘안 읽는 자·읽었다고 생각하는 자·읽는 자’, 이렇게 세 부류로 나눌 수 있다. 자신이 과연 어떤 부류에 속하는지는 자신만이 알 뿐이다. 물론 문화체육관광부가 전국 단위로 실시하는 <국민독서실태조사>를 통해 조금 더 객관화된 결과를 알 수 있다. 2년에 한 번이라는 시간의 축을 기준으로 연령별 국민독서행태의 과거와 현재, 미래 전망까지 흐름을 읽어낼 수 있기에 책 읽는 문화 확산을 위한 매우 중요한 근거가 된다.

<2019년 국민독서실태조사> 결과에 따르면 교과서·학습참고서·수험서를 제외한 일반독서를 한 권 이상 읽은 국민 연간 독서율은 ‘종이책’ 기준으로 성인 52.1%(2017년 대비 7.8% 감소), 초·중·고 학생 90.7%(1.0% 감소)이다. 종이책과 전자책을 합한 연간 독서율은 성인 55.4%(6.9% 감소), 초·중·고 학생 91.9%(1.3% 감소)이다. 2019년에는 종이책, 전자책, 오디오북 중 한 가지 이상을 읽거나 들은 ‘연간 종합 독서율(성인 55.7%, 학생 92.1%)’을 조사했다. 연간 종이책 독서량의 경우 성인은 전체 평균 6.1권(독서자 기준 11.8권)으로 2017년 조사에 비해 2.2권 감소했다. 학생의 경우 전체 평균 32.4권(독서자 기준 35.9권)으로 3.8권이 증가했다. 초등학생은 69.8권(2.7권 증가), 중학생은 20.1권(1.6권 증가), 고등학생은 8.8권 읽은 것으로 나타났다. 연간 ‘종이책+전자책’ 독서량은 성인 전체 평균 7.3권(독서자 기준 13.2권)으로 2.1권이 감소했지만 학생 전체 평균은 38.8권(독서자 기준 42.7권)으로 4.5권 증가했다.



청소년 독서코칭 토론발제 모습 ©성공독서코칭센터

연간 종합 독서량(종이책+전자책+오디오북)은 성인 전체 평균 7.5권(독서자 기준 13.5권)이다. 학생 전체 평균은 41.0권(독서자 기준 45.2권)이었으며 초등 86.9권, 중등 25.5권, 고등 12.5권으로 나타났다. 전반적으로 국민독서율의 하락세는 계속 진행되고 있으며 학생 그룹에 비해 성인의 연간 독서율이 급격히 떨어지는 결과도 여전하다. 그러나 학생 그룹의 독서량이 다소 증가했다는 결과는 고무적이다. 어린 시절의 독서 생활이 평생 독서로 이어진다는 '성장' 측면에서 보면 긍정 신호로 해석되기 때문이다. 그러나 조금 더 자세하게 들여다보면 마냥 낙관적으로 볼 수는 없다. 학생 그룹의 연간 독서율과 독서량이 성인에 비해 높으나 아동에서 청소년으로 연령이 올라갈수록 독서율이나 독서량이 급격히 감소하는 특징은 변함없이 때문이다. 이러한 추세는 성인 그룹에서도 이어진다. 20대에서 60대로 올라갈수록 계속 줄어든다. 어떻게 하면 자발적 독서 동기를 평생 유지시키고 독서율, 독서량 감소세를 둔화시킬 수 있을까?

읽는 자료서의 즐거움과 유익함을 경험할 수 있도록 도와야!

우선 독자의 독서력 발달 단계를 연령별로 살펴보자. 초등학생의 경우 '읽기' 그 자체를 배우는 시기이다. 초등 고학년부터 중학생 시기에는 논리적, 비판적 사고 능력이 급속히 발달함에 따라 '읽기 능력' 또한 폭발적으로 성장하게 된다. 이 시기에는 습득한 읽기 능력을 학업이나 실생활에 적용하고 꾸준히 연습해가면서 자기주도적 독자로서의 틀을 다져야 한다. 고등학생 연령부터 20대 청년 시기는 성숙한 평생 독자로서 확고하게 자리매김해야 하는 때이다. 읽기 전·중·후에 걸쳐 자기만의 독서모형을 완성형으로 구축하고, 개별화된 독서 흥미를 찾아 독서 생활을 자신의 삶과 자동 동기화할 수 있어야 한다. 이후 연령대의 독서 생활은 이 시기에 고착된 독서 행태와 습관의 반복이다. 물론 나이가 지긋해진 이후에 독서에 재미와 유익함을 느끼고 열심히 읽는 이들도 있지만 그런 이들은 소수이며 뒤늦게 노력을 기울인다 해도 성과를 얻기 쉽지 않다. 그러므로 책 읽는 문화 정착이나 평생 독자로의 성장을 도모하기 위해서는 청소년기와 청년기 독자층이 떨어져나가지 않게 잘 잡아두어야 한다. 어떻게 해야 청소년, 청년 독자의 이탈을 막고 평생 독자로 나아가는 데에 도움을 줄 수 있을까?



청소년 독서코칭 글쓰기 시간 ©성공독서코칭센터



청소년 독서코칭 연간 주제 활동 도서 ©성공독서코칭센터

성공적 독자로서, 자아효능감을 갖도록 안내하자

〈2019년 국민독서실태조사〉에 따르면 독서자 중 자신의 독서량이 부족하다고 인식하는 성인이 58.2%, 학생은 48.8%로 나타났다. 결코 낮은 비율이 아니다. 특히 성인이나 학생 그룹 모두 연간 독서량이 적을수록 본인의 독서량이 부족하다고 생각하는 비율이 높았다. 이는 두 가지 측면으로 분석할 수 있다. 실제로는 안 읽으면서도 읽어야 한다고 자꾸 되뇌며 부담을 느끼고 있거나 비록 지금 충분히 읽고 있지는 않지만 마음속에 독서 동기의 불꽃이 계속 타오르고 있다거나! 물론 부담감보다는 아직 시도하지 않은 독서 동기에 주목해야 한다. 독자로서의 자아효능감이 구축된다면 그 어떤 상황에서도 읽기를 부담 없이 실행할 수 있게 된다. 청소년기와 청년기의 자발적 독자라면 평소에도 책을 잘 읽어내니 괜찮다. 그러나 간헐적 독자나 비자발적 독자의 경우 독서 습관화가 안 되어 있으니 성공 경험도 그만큼 적다. 책을 읽어가며 얻게 되는 유익함이나 즐거움을 잘 모르는 상태가 오래 유지되면 독서와 점점 더 멀어질 수밖에 없으며 결국 평생 비독자의 길에 들어설 위험도 높아진다. 따라서 간헐적 독자나 비자발적 독자의 경우 쉬우면서도 부담스럽지 않은 방향에서 독서 성공 경험을 늘릴 수 있게 도와야 한다.

무조건 쉬운 책을 권하라는 것이 아니다. 독서가 낯설 뿐이지 관심 이슈는 또래와 다를 바 없으므로 사유의 소재나 깊이는 유지해야 한다. 이해하기 쉽고 가볍게 구성된 콘텐츠를 우선 접할 수 있도록 안내하는 것이다. 하버드대 필독 고전 100권 읽기 같은 어려운 과제보다는 부담스럽지 않을 정도의 목표를 설정하여 더디더라도 완수해내도록 안내하는 것이 중요하다. 최근에 내용 이해는 쉽지만 주제는 묵직한 창작 그림책이나 에세이가 많이 나오고 있으니 교육 현장에서 이를 활용한 독서 성공 경험을 늘려주면 좋겠다. 가벼운 독서 토의나 문제해결식 독서 토론을 연계한다면 같은 것을 읽더라도 서로 생각과 감정이 다름을 알게 된다. 이를 꾸준히 진행하면 자연스럽게 사회적 독서로도 이어지니 민주사회 구현에도 도움이 된다. 90년대~00년대 생인 청년, 청소년의 경우 디지털 친화적이므로 책 읽기와 디지털 플랫폼을 접목해보면 좋겠다.

다음카카오에서 서비스하는 〈프로젝트100〉이 좋은 예시가 될 듯하다. 부담스럽지 않은 목표(매일 물 한 잔 마시기같이 아주 쉬운 미션을 수행하는 그룹도 있다)를 설정해 100일간 매일 실천하는 인증 프로그램이다. 2019년에 베타 버전 1기가 시행되었고 올해 상반기에는 2기가 진행되고 있다. 필사 모

임, 한 줄 감상 모임, 시 읽는 모임, 책 읽고 연계한 사진 한 장 찍는 모임, 주제별 도서 추천 모임, 무엇이든 읽고 한 줄 쓰기 모임, 서점과 연계한 고전 책 읽기 모임, 작가가 직접 안내하는 글쓰기 모임 등 독서와 연계한 다양한 프로젝트가 개설되어 있으니 참여해보자. 개인적 접근이 쉽고 학교 현장에서 활용하기 좋다. 독서 생활화는 하루아침에 이뤄지지 않는다. 아주 사소한 독서라도 직접 수행 없이는 성과를 얻을 수 없다. 청소년이나 청년 시기에 접근성이 높은 독서 콘텐츠를 통해 성공 경험을 늘려가면서 읽기 생활을 몸에 익히면 좋겠다. 비대면 비중이 점차 늘어나는 시대에 어울리는 독서공동체 활동이기도 하다.

독서(讀書)에서 서(書)도 중요하지만 독(讀)에 방점을 두자

독서(讀書)는 독(讀)과 서(書)로 이루어져 있다. 독(讀)은 읽기 행위를 뜻하고, 서(書)는 읽기 행위의 매개체이다. 전통적으로는 책이 그 자리를 차지했다. 그러나 기술 발달에 따라 책 외의 미디어가 다양해졌다. 물론 종이책 읽기는 자기주도성을 관장하는 전두엽 활성화에 강력한 영향을 미친다. 그렇다고 꼭 종이책만을 고집할 필요는 없다. 전자책이나 웹에서 서비스하는 글을 읽거나 영상을 볼 때도 정도의 차이가 있을 뿐, 전두엽은 활성화된다. 매체가 무엇이든 간에 무언가를 읽는 사람이 계속 다른 무언가를 읽을 확률이 더 높다. ‘읽기’ 자체가 편하고 익숙하기 때문이다. 지식화 능력은 주어진 정보를 이해, 분석, 종합하여 숨겨진 의미를 찾아내고 내게 유용한 새로운 정보나 지식을 창출해내어 삶에 적용하는 역량이다. 풍부한 어휘력에 기반을 둔 추론, 분석, 비판, 창의, 통합 사고가 가능해야 하므로 읽기 능력이라고도 말할 수 있다. 정보 생성과 유통의 시공간적 제한이 풀리면서 정보 그 자체의 소유가 중요했던 이전 시대와 달리, 넘쳐나는 정보를 취사 선택하여 내 것으로 만드는 지식화 능력이 지금은 훨씬 더 중요해졌다.

최근엔 디지털 기술이 접목된 ‘보기 콘텐츠’가 늘어나고 있다. 보기 콘텐츠가 읽기 콘텐츠보다 이해하기 쉽게 만들어졌다 해서 그 안에 담긴 메시지 깊이가 낮아지거나 너비가 줄어든 건 아니다. 오히려 의도를 압축한 채 보여주기에 정보를 제대로 분석해내는, 논리적, 비판적, 창의적 읽기 능력, 지식화 능력이 더 필요해졌다. 이를 간과하면 가짜 정보를 제대로 찾아내지 못하는 우매한 대중으로 전락하게 된다. 무엇을 읽느냐(혹은 보느냐)도 중요하지만 매체가 무엇이든 꾸준히 읽기를 실천하는 습관이 더 중요하다. <2019년 국민독서실태조사> 매체별 이용 빈도에 의하면 학생의 경우 웹툰이 36.6%(종이책 15.4%, 인터넷신문 10.4%, 종이잡지 10.4%)로 가장 높았다. 웹 콘텐츠가 종이책보다 훨씬 익숙하다는 의미이다. 최근에는 ‘환생동물학교’처럼 웹 콘텐츠로 시작했다가 종이책으로 출간되어 다시 읽히는 경우가 점차 많아지고 있다.

유튜브의 인기 콘텐츠가 책으로 변환되어 나오는 경우도 늘어나고 있다. 웹에서 디지털 콘텐츠로 최초 서비스했다가 종이책으로 출간되는 에세이, 장르물이나 라이트노벨 등도 가벼운 독서 자료로만 생각하지 않기를 바란다. 읽기 흥미도가 떨어지는 청소년, 청년 독자들을 독서의 세계로 이끄는 초대장으로 적극 활용하는 편이 더 좋겠다. 다양한 매체를 접하되 제대로 읽어내고 유익하고 즐거운 콘텐츠를 취사 선택한 후 이를 타매체로 자유자재로 전환시킬 수 있게 된다면 읽기 자료가 더 풍부해진다는 긍정 효과가 있다. 매체 다양화에 따른 메시지 구현 방식도 그에 맞춰 변화했으니 당연히 매체에 담긴 내용을 읽어내는 능력도 갖추어야 한다. 뉴미디어 시대의 읽기 능력이 무엇인지에 대해 고민하고 자신의 도구로 쓸 수 있게 안내하자.



인천아벨서점에서의 프랑스 자수詩 놀기 / 예술의전당 앤서니브라운 행복극장전 전시회
 다양한 활동으로 청소년, 청년 독자들을 독서의 세계로 이끈다. ©성공독서코칭센터

적자생존(適者生存)이 아니라 독자생존(讀者生存)임을 깨닫도록 1020세대의 마음을 훔쳐라!

1020세대는 3040이나 5060세대와 매체 환경이나 사회문화적 경험의 출발선이 다르다. 다품종 소량 생산과 소비에 익숙하고 온·오프라인을 통한 취미 공동체 구축에도 열심이다. 기성세대의 눈에 이상하게 보이더라도 자신들의 마음에 들면 누구의 눈치도 보지 않는다. 독서에 있어서도 마찬가지이다. 일반화된 니즈와 개별화된 원츠를 철저히 구별할 줄 안다. 자신이 읽고 싶은 책이 없으면 직접 책을 만든 후 함께 읽어 줄 만한 독자를 찾아 나선다. 독립출판이나 독립책방이 그렇게 하나둘씩 늘어났다. 1020세대는 자신이 좋아하는 셀럽의 움직임에 민감하게 반응하지만 개인적 차원의 덕질에 머물지 않고 팬덤을 구성해 참여적 비즈니스로까지 키워낸다. 셀럽들도 이런 1020세대의 문화 소비 특성을 잘 알기에 신규 콘텐츠를 기획할 때에 팬들과 적극적으로 소통한다. 이를 반영해 만들어진 콘텐츠는 순식간에 판매율 1위로 등극한다. 세계적 스타 BTS가 자신들의 세계관에 영향을 미친 책을 이야기하자 해당 고전이 단숨에 베스트셀러에 진입했다. 웹상에서는 약 160여 권의 책이 BTS 책 목록으로 공유되고 있으며 직접 영감을 받았다는 10여 권은 판매 차트에서 여전히 힘을 발휘하고 있다. 슈가맨 양준일이나 EBS 캐릭터 펑수가 서점가에 일으킨 돌풍을 생각해보면 한 명의 유명인이 1020세대의 도서 구입 및 독서 생활에 미치는 영향이 얼마나 큰지 알 수 있다. 물론 셀럽이 곧 독서 리더라는 뜻은 아니다. 비자발적 혹은 간헐적 독자인 청소년과 청년을 독서의 세계로 안내해줄 만한 독서리더가 많으면 좋겠다는 의미이다.

1020에게 익숙한 매체인 유튜브에는 혼자서 읽기 힘든 책이나 접하지 못했던 책을 안내해주는 북튜버가 여럿 활동한다. 책과 연결된 다양한 영역의 콘텐츠 크리에이터를 발굴하고 지원하는 정책이 필요하다. 요즘 유튜브 콘텐츠 크리에이터를 꿈꾸는 청소년, 청년이 많아지고 있다. 수많은 팔로워가 따르는 유튜브 스타들은 창의적으로 생각하는 능력을 갖춘 이들이다. 그들은 수많은 정보 안에서 자신만의 것을 찾아내고 유용한 형태도 변환할 줄 안다. 생각할 줄 아는 사람들이다. 생각할 줄 아는 사람은 자신의 삶을 보다 주도적으로 살아갈 수 있기에 삶의 만족감도 높다. 생각하는 능력은 읽기 능력과 직결된

다. 그렇기에 인생의 꿈을 키워가며 도전해나가는 중요한 때인 청소년과 청년 시기에 독서가 자기 삶의 비전을 실현해가는 데에 큰 도움이 된다는 점을 깨달도록 도와야 한다. 민관이 힘을 합해 리딩타임트 측면의 독서문화 콘텐츠 경험을 다양하게 제공한다면 미래 독자, 평생 독자 감소 현상이 지금보다는 둔화되지 않을까 한다.

오선경(성공독서코칭센터 대표)

성공독서코칭센터 대표이며 독서문화기획자, 독서교육전문가, 전문상담사이다. 독서교육 석사, 문화콘텐츠학 박사 과정을 수료했으며 2011년 독서문화상 국무총리 표창을 받았다. 1995년부터 독서 및 문화예술 연계 콘텐츠 개발, 교육, 상담, 각종 연수, 서평, 공공 독서사업 심사, 컨설팅 업무를 수행했다.

지역서점, 생존 방안은?

〈지역서점 현황조사 및 진흥 정책 연구〉 결과를 중심으로

박찬수(책문화콘텐츠연구소 대표/세명대 겸임교수)

2020. 06.

* 본 자료는 한국서점조합연합회에서 〈지역서점 현황조사 및 진흥정책 연구〉(한국출판문화산업진흥원, 2019년) 일환으로 작성된 보고서를 요약함.

서론

지역서점 현황조사 및 진흥 정책 연구는 출판산업의 한 축에 서 있는 지역서점의 지속성장 유지 필요성에 대한 당위성을 인지하고, 이를 바탕으로 지역서점의 생존력 확보를 위한 혁신방안을 제시하고자 하였다. 더 나아가 혁신방안으로써 지역서점 활성화를 위한 실현가능한 계획을 제시하는 것이었다.

이를 위해 첫째, 독립서점, 동네서점, 지역서점 등 서점 용어에 대한 재개념화를 제시하였으며, 둘째, 전국 지역서점 실태조사를 통한 지역서점 현황 파악 및 지역서점 소멸(예상) 지역 파악을 통해 정책 수립의 기초 자료로 활용될 수 있도록 하였으며, 셋째, 지역서점 진흥정책과 관련된 사업 점검을 통해 체계적, 효율적 사업 추진 구조를 확립하기 위한 자료로 활용될 수 있도록 그 기반을 마련하고자 하였다.

현재 출판계는 지속적인 도서 수요 감소로 인한 위기를 겪고 있다. 이러한 배경에는 출판계 내부에서 비롯한 출판콘텐츠의 과잉생산과 독자발견을 위한 제도적 노력의 부재 등의 요인도 있지만, 외부적으로 경기침체, 매체환경의 변화 및 디지털 기기의 보급 확대에 의한 독서인구 감소, 다양한 콘텐츠 공급채널의 등장으로 인한 출판콘텐츠의 수요 잠식 등이 그 요인으로 분석된다.

지역서점 현황조사 및 진흥 정책 연구의 대상인 지역서점은 출판시장의 기반이다. ‘소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법’에 의하면, 영세 소상공인이 생계를 꾸려나가는 데 적합한 제1호 “생계형 적합업종”에 서점이 지정되었다. 2018년에 제정된 이 법률에 근거하여 5년간, 영세 소상공인 서점의 안정적인 생업 보호 기반이 마련되었다.

이러한 때 출판산업의 한 축에 서 있는 지역서점의 생존력 확보를 위한 다양한 활성화 방안 모색은 출판계의 위기뿐만 아니라 개인에게는 독서 및 문화향유의 삶의 질, 더 나아가 국가측면에서는 국제사회 내 국가경쟁력 문제로까지 이어질 수 있다고 본다. 이에 <지역서점 현황조사 및 진흥 정책 연구>에서 제시한 내용을 중심으로 보고를 정리하고자 한다.

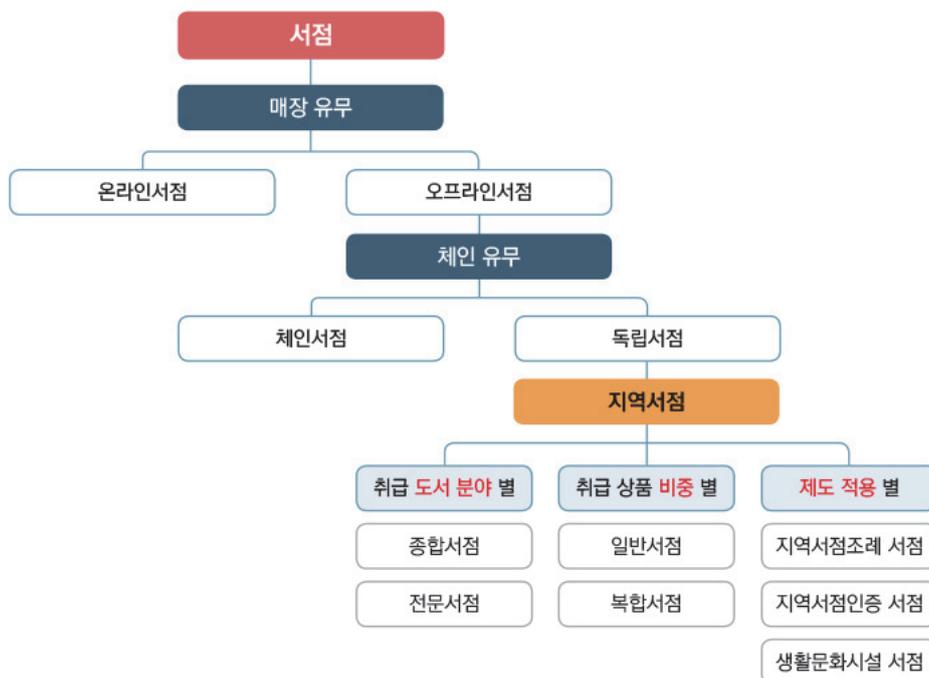
서점의 정의

서점분류의 기준에 따라 서점의 명칭은 다양하게 나타날 수 있다. 본 연구에서는 서점의 형태를 매장 유무, 체인 유무, 취급 도서 분야별, 취급 상품 비중별, 제도 적용별로 구분하고자 했다.

매장 유무에 따라서 온라인서점과 오프라인서점으로 나눌 수 있으며, 체인 유무에 따라서 체인서점과 독립서점(유통채널상 Independent Store)으로 구분하며, 대형체인서점은 대형 규모의 매장을 기반으로 풍부하고 다양한 도서와 경제력을 활용하여 운영하는 형태이며, 독립서점은 대형체인서점을 제외한 것으로 중·소규모의 매장을 갖추고 지역 곳곳에서 소매 형태로 운영되고 있는 서점을 의미한다. 즉, 독립서점은 지역을 기반으로 운영되며, 개별적 소유나 경영에 의하여 관리·운영되는 소매점으로 독립서점을 곧 지역서점으로 볼 수 있다.

결과적으로, 서점에 대한 정의를 재개념화하면 “불특정 다수를 상대로 영업하며 책을 판매하여 생계를 유지하는 서점”을 말하며, 지역서점은 “지역에 주소와 방문매장을 두고, 지역주민과 소통하는 공간으로써 매장 내 도서 비치와 도서로 매출이 발생하는 서점”을 말한다.

<그림1> 분류 기준에 따른 서점의 형태



지역서점 현황

2019년 한국서점조합연합회 조사자료에 따르면 지역서점은 1,968개, 기타 서점은 344개로 총 2,312개의 서점이 운영되고 있는 것으로 집계되었다.

〈표1〉 전국 지역서점 수 현황(2003~2019년)

(단위: 개)

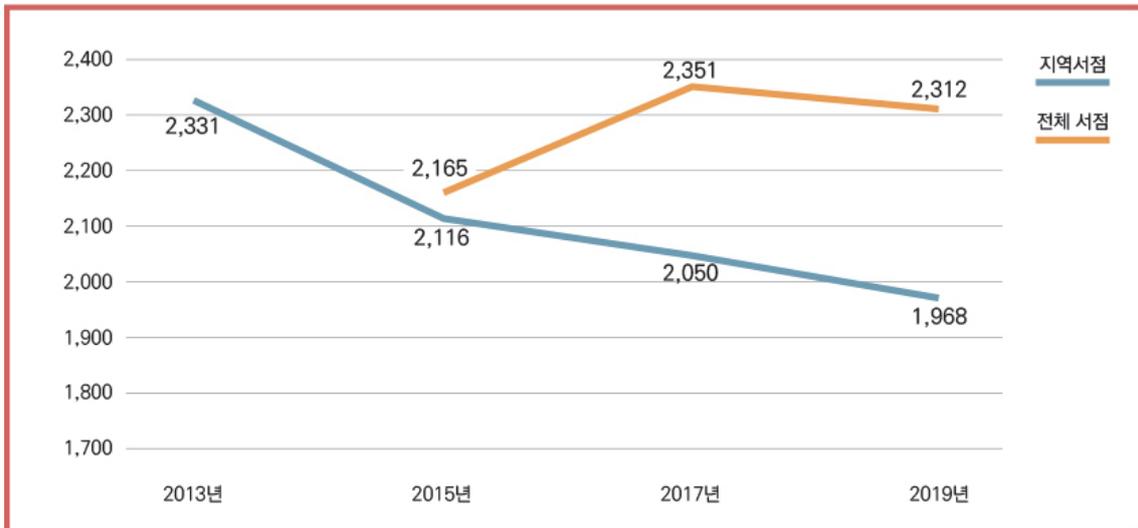
| 연도별 | 2003 | 2005 | 2007 | 2009 | 2011 | 2013 | 2015 | 2017 | 2019 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 서점 수 | 3,589 | 3,429 | 3,247 | 2,846 | 2,577 | 2,331 | 2,116 | 2,351 | 2,312 |

* 2015~2019년의 경우 기타 서점을 포함한 통계자료

그동안 큰 폭으로 감소하였던 지역서점 수(각각 2년 전에 비해 2009년 -12.3%, 2011년 -9.5%, 2013년 -9.5%, 2015년 -9.2%)가, 2017년(2,050개)에는 2015년보다 3.1% 감소한 것으로 나타나 그 감소폭이 크게 둔화됐고, 2019년(1,968개)에는 2017년보다 4.0% 감소한 것으로 나타났다. 기타 서점은 344곳으로 2017년 301개보다 43개가 증가한 것으로 집계되었으며, 주 증가지역 및 증가 수는 서울 134곳, 제주 59곳, 경기 34곳, 대전 22곳 등으로 나타났다.

〈그림2〉 2013~2019년 서점 수 추이 변화

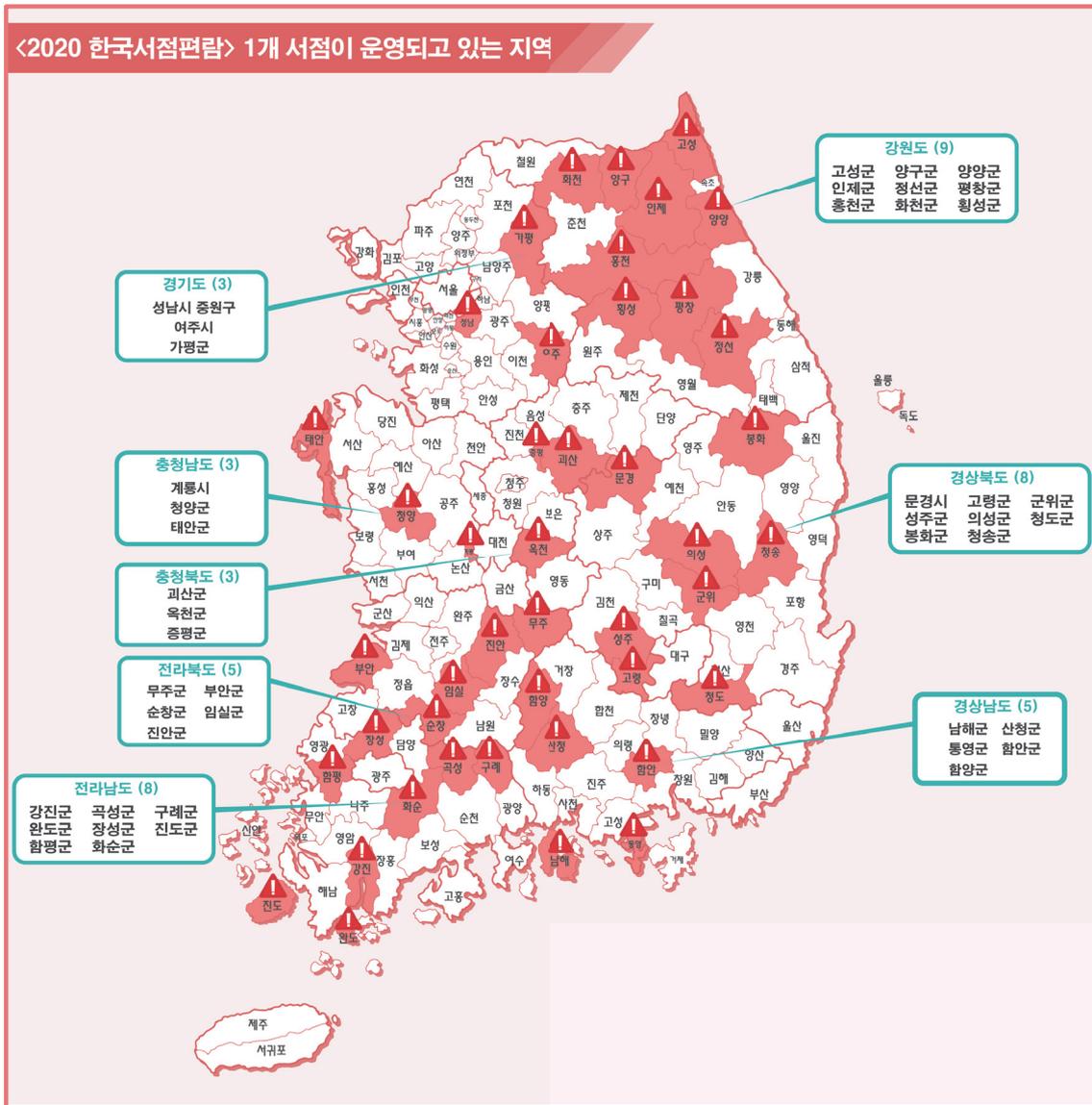
(단위: 개)



한편 서점이 1개도 존재하지 않는 지역, 즉 지역서점 소멸지역은 인천광역시 옹진군, 전라남도 신안군, 경상북도 영양군·울릉군, 경상남도 의령군 모두 5개 지역으로 나타났고, 지역서점이 1개만 운영되고 있는 지역, 즉 지역서점 소멸 위험지역은 모두 44개 지역으로 집계되었다(성남시 중원구는 제외).

이에 본 연구는 지역서점 소멸 위험지역을 중심으로 2019년 7개 도 지역의 인구수 대비 서점 현황, 학교 수 대비 서점 현황, 도서관 수 대비 서점 현황을 각각 살펴보았다. 결론적으로 지역서점 소멸 위험지역의 학교 수와 학생 수는 지속적으로 감소하고 있는 반면 해당 지역의 학교 수 대비 서점 비율과 학생 수 대비 서점 비율은 높아지는 것으로 보였다. 반면 도서관 수는 전국적으로 매년 증가하고 있어 도서관 수 대비 서점의 비율은 상대적으로 낮게 나타났다.

〈그림3〉 1개 서점이 운영되고 있는 지역



또한 지역서점과 기타 서점을 합한 전체 서점의 비교가 가능한 2017년과 2019년 자료를 기준으로 전국 평균 대비 시도별 서점 및 도서관 수의 위치 분포와 서점 및 학교 수의 위치 분포를 비교 분석했다. 전국 17개 시도별 전체 서점 수의 평균은 2017년 138개, 2019년 136개였으며, 전국 17개 시도별 도서관 수의 평균은 2017년 767개, 2019년 772개였다. 전국 17개 시도별 학교 수의 평균은 2017년 1,369개교, 2019년 1,220개교인 것으로 나타났다.

비교 결과 2019년 기준 전국 서점 및 도서관 수가 평균선 아래에 있는 지역(경남, 경북, 전남, 전북, 인천, 충남, 충북, 강원, 광주, 제주, 울산, 세종) 중 5개 서점 소멸지역에 속하는 경북, 경남, 인천, 전남지역의 경우 이에 대한 대비가 필요할 것으로 분석되었다. 더불어 서점 및 학교 수 위치 분포도에서 평균 대비 학교 수는 많은데 서점 수가 평균 이하인 곳, 즉 경북, 경남, 전북, 전남지역의 경우 서점 운영이 좀 더 늘어날 필요가 있는 것으로 분석되었다.

결과적으로 자연 인구감소, 고령화 및 인구 변동, 대도시 인구집중 등 지역 환경변화에 따라 지역서점의 경영난 심화 및 폐업 가속화 현상이 나타나는 것으로 보였다. 이러한 현상은 지역의 문화공간으로서 역할을 수행하고 있는 지역서점의 쇠퇴로 국민의 문화 기반이 심각하게 약화되는 것으로 판단되었다. 따라서 지역 내 서점과 도서관 운영의 활성화가 출판 및 문화관련 산업에 미치는 영향뿐만 아니라 지역민의 삶의 질에 미치는 영향을 고려했을 때 지역을 기반으로 하는 지역서점의 비율 증대 등 활성화 방안이 마련될 필요가 있다고 판단된다.

지역서점 진흥 정책

본 연구에서는 외국사례를 기반으로 국내 도입 가능한, 또는 적극적 도입이 필요하다고 판단한 국내 지역서점 진흥정책으로 4가지 정책을 제안하였다.

첫째, 프랑스의 독립서점, 그리고 우수 독립서점(Librairie indépendante de référence) 지원정책을 참고해 활용하는 방안을 마련할 필요가 있다. 이와 유사한 사례로 국내에서 또한 지역서점 활성화 및 지원에 관한 조례가 생겨나거나 활발하게 추진되고 있으며, 지역서점 인증에 관한 문화가 형성되고 있는 점을 고려할 때, 한국형 '우수지역서점 인증제' 제도 시행이 가능할 것으로 보인다. 한편 프랑스 독립서점은 국가기관의 무조건적인 지원에 의존하지 않고 지역 간, 서점들 간 네트워크 구축을 통해 자립적인 경쟁력을 가지려 노력하고 있다는 점도 간과하면 안 될 중요한 점이다.

둘째, 프랑스의 서점창업개발협회(ADELIC)는 프랑스의 몇몇 대표 출판사가 도서 유통에서 약자가 되는 서점을 지원하기 위하여 1988년에 설립한 조직으로 주로 서점이 필요한 자본을 무이자로 대출하는 지원사업을 담당하고 있다. 서점창업개발협회(ADELIC)의 지원사업의 핵심은 자본금 대출로, 창업, 인수, 이전, 재개업, 수리, 도서 매입 등을 위한 총 자본금의 5% 이내 재정을 무이자로 지원해주고 5~8년 안에 상환받고 있다. 그 외에 서점인에게 현장 실습 교육을 실시하여 전문성을 전수하고 있다.

국내의 경우 지역서점이 1개 운영되고 있는 42개 지역은 고령화, 저출산의 직격탄을 맞고 있는 곳으로 분류된다. 그럼에도 불구하고 지역문화, 관광, 역사 등 로컬콘텐츠를 보유하고 있는 서점이 생겨나고 있다. 이 경우 기존에 운영하고 있는 서점을 승계하는 프로그램 개발을 통해 프랑스의 서점창업개발협회(ADELIC) 지원사업의 내용과 같은 적극적 지원정책이 마련될 경우 지역 내 청년창업, 지역경제 활성화, 도시재생 등과 연계한 다양한 관점에서의 지역문화 유지 및 활성화 방안이 제시될 수 있으며, 궁극적으로 지역민의 삶의 질에도 긍정적인 효과를 창출할 것이다.

셋째, 독일의 경우 서점을 개업하는 것은 누구나 가능하지만, 서점학교 운영으로 도서판매자(Book

Seller)는 정식 교육을 받아야 하는 직업으로 인정된다. 정식 교육은 소위 ‘이중 교육 시스템 코스’로 현장 실습과 직업학교의 수업을 결합해 수습 기간에서 진행되는데, 수습생들은 독립서점, 프랜차이즈 서점, 도서 도매업자 또는 출판사의 고용주와 계약을 맺고 있다. 교육 기간은 보통 3년에 이르지만 경우에 따라 기간은 줄어든 수 있다. 3년의 기간 동안 수습생들은 회사에서 교육받고 일하는 동안 일주일에 한 번 학교에 참석¹⁾하는 형태로 진행되는데 수습 기간 동안 수습생들은 지역과 교육의 단계에 따라 차등화된 수습 급여를 받고 있다. 국내의 경우, 출판관련 다양한 직종의 전문성을 담보하기 위한 방안으로 독일의 사례를 적극적으로 검토해 볼 필요가 있다.

넷째, 법적 지원 측면에서 국내 지역서점 진흥을 위하여 ‘출판문화산업진흥법’을 개정할 필요가 있다. ① ‘서점’과 ‘서점업’의 정의가 없고 존재감이 미약하므로, 출판문화산업진흥법에 ‘서점’, ‘오프라인서점’, ‘온라인서점’, ‘중고서점’, ‘지역서점’, ‘서점업’의 정의를 신설하고, ‘지역서점’에 대한 세부적인 기준은 출판문화산업진흥법 시행령 및 시행규칙에 위임하는 것이 바람직하다. ② 출판문화산업을 지원·육성하는 것을 국가와 지방자치단체의 책무로 하며, 명시적으로 규정하는 조항을 신설할 필요가 있다. ③ 출판문화산업진흥 5개년 계획에 ‘지역출판과 지역서점의 육성·지원’을 포함하는 것을 법적으로 의무화할 필요가 있다. ④ 한국출판문화산업진흥원의 직무(출판법 제16조의4)에도 “지역출판과 지역서점의 육성·지원”을 신설할 필요가 있다. ⑤ 생계형 적합업종 지정·고시만으로는 소규모 지역서점의 경쟁력을 강화하는 데 한계가 있으므로 소상공인 지원 기본계획과 소상공인 지원 시행계획에 대표적인 소상공인 중 하나인 지역서점인들의 보호·육성에 관한 사항을 포함해야 한다. 나아가 ‘지역서점발전지원 특별법’, ‘지역출판발전지원 특별법’의 제정을 적극적으로 연구, 검토할 필요도 있다.

마치며

종합해보면, 지역서점이 생존하고 발전하기 위해 종합적인 대책을 위해서는 위에서 제안한 지역서점 현황조사 및 진흥 정책 연구결과와 그동안 지역서점 활성화를 위하여 연구되고 제안되었던 사항들을 체계적이고 유기적으로 연계하여 추진할 필요성에 대한 검토가 있어야 한다. 그 내용을 요약 정리하자면 다음과 같다.

첫째, 지역서점 POS 연계 공동 온라인서점 구축과 협업시스템 고도화에 대한 부분이다. 내용으로는 온·오프라인 지역서점 연계 공동 온라인서점 구축, 출판유통진흥원 서지정보 DB의 공동 활용, POS의 재고 정보와 온라인서점의 전산 재고 연동 등을 제안할 수 있다. 이를 활용할 경우 독립적인 운영이 가능한 서점의 경우에는, 제공되는 프로그램과 서지정보 활용만으로 독자적인 온라인서점 운영이 가능할 것이다. 또한 공동 운영의 경우 온라인서점과 지역서점이 제휴하여 서비스별, 지역별 또는 협동조합별로 공동마일리지, 공동배송, 오프라인 연계 픽업, 공동이벤트 등을 개최함으로써 협업시스템의 고도화를 통한 지역서점 활성화에 이바지할 수 있다.

둘째, 출판유통통합시스템 활용 제도화 관련 부분이다. 출판사, 유통사, 서점들의 자발적인 참여를 통한

1) 구체적인 조건은 학교 간에 차이가 있다. 수습 기간은 주간 일정을 가지는 학교와 반면 더 오랜 기간 학교와 회사 일을 하는 곳으로 나뉜다.

출판유통통합시스템의 정보서비스로 ① 출판예정도서의 수요 예측 서비스, ② 신간도서의 수익 정산 서비스, ③ 유통사(온라인서점)의 도서주문 서비스, ④ 출판사의 신간도서 바이럴 마케팅, ⑤ 도서를 기획하고 발행량을 결정하는 출판사 경영지원 서비스 등을 제시할 수 있다.

셋째, 출판물 유통·물류 구조 개선이다. 지역서점의 출판물 주문·관리 효율 개선을 위한 10가지 개선 방안으로 ① 표준운송용기 사용, ② 광역 및 거점 배송 체계, ③ 지역거점 통합 창고 운영, ④ 지역총판 셔틀 수거(Milk Run), ⑤ 지역서점 셔틀 배송, ⑥ 서점용 모바일 배송정보 추적시스템 구축, ⑦ 서점ON 서점재고 정보 공유 활용, ⑧ 출판 공급망 추적관리 시스템(Book TMS) 구축, ⑨ 출판유통통합시스템(북넷코리아) 데이터 연계, ⑩ 출판물 반품 중앙처리 센터 운영 등을 검토할 수 있다.

넷째, 출판유통 표준거래계약서 법제화이다. 현재 출판사와 도매상, 출판사와 서점, 도매상과 서점 간의 출판물 공급 및 판매에 대한 계약은 참조할 만한 표준계약서가 없다. 그로 인해서 거래당사자 간의 계약 시 교섭력의 차이에 따른 불공정 거래 조항이 있을 수 있다. 공정한 출판물 유통 계약과 거래당사자 간의 권리 보호와 함께 어음거래 등에 따른 불합리한 관행 개선을 위해서 가칭 ‘출판유통표준거래계약서’의 연구를 통한 권고안 마련이 필요하다.

도서 도매상은 ‘혁신기업’으로 변신할 수 있을까?

-디지털 혁명 시대, 출판유통의 물류혁신과 정보혁신 필요-

최성구(사단법인 출판유통진흥원 팀장)

2020. 06.

사전적 의미로 한계기업은 “경쟁력을 상실하여 앞으로의 성장이 어려운 기업”이며, 혁신기업은 “목은 관습, 조직, 방법 따위를 완전히 바꾸어서 새롭게 활동을 펼치는 기업”을 말한다. 산업과 기업의 존재 목적은 지속성에 있기 때문에 이를 계속하려면 혁신해야 한다. 모든 기업들은 외부자금 유입에 의해 연명하다가 ‘기업 존속의 불확실성 때문에 문을 닫는’ 한계기업이 아니라 ‘목적 사업을 지속하는’ 계속 기업이자 혁신기업이 되길 원할 것이다. 도서산업과 유통 분야에 종사하는 기업들도 당연히 그러하다. 하지만, 알다시피 상황은 녹록하지 않다. 최근 도서를 유통하는 주요 물류회사와 도매상의 최대 주주가 바뀌고 대형체인 서점이 도매업에 진출하는 등 변화에 대해 우려와 기대가 공존한다.

올해 3월에 문화유통복스가 통신장비 회사 다산네트웍스에 매각되었고, 5월에는 웅진복센이 신생 사모 투자펀드 센트로이드에 매각되었다. 작년부터 끊임없이 있었던 매각설이 최근에서야 실제로 주인이 바뀐 것이다. 다산네트웍스는 자사의 주력 분야인 정보통신 기술과 컨설팅 서비스를 결합시켜 문화유통복스를 종합 물류 서비스 회사로 키울 계획이라고 밝혔다. 도서유통업 외에 의류, 화장품·제약 등 다양한 일반물류로 품목을 확대하고, 기본적인 물류 서비스 이외에도 생산기획, 품질관리, 배송 등을 일원화하는 인프라 회사로 도약시키겠다는 계획이다.

웅진은 지난해 말 넷마블에 코웨이를 재매각했지만 자금 압박에서 벗어나지 못해 웅진복센을 매각하였으며 향후 재무구조가 개선되면 센트로이드로부터 다시 살 수 있는 권리 조항을 포함시켰다. 센트로이드는 웅진복센의 부동산과 물류센터의 가치를 높게 평가하였는데, 현재 출판물류센터 옆 3,000여 평의 유희 부지에 물류센터 추가 신설을 검토하고 있다. 이 중 일부는 도서 이외에 일반 물류센터 기능을 할 수 있어 매출 증대를 꾀한다는 것이다. 현재로서는 문화유통복스나 웅진복센의 최대 주주만 바뀌었을 뿐 임직원을 유지하여 기존의 도서유통에 별다른 영향이 없을 것이라는 전망이다. 하지만, 출판사로 부터 책을 공급받아 서점으로 공급하는 주요 도서유통 기업이 주인이 바뀌는 것에 중소 출판사와 서점은 많은 불안감을 갖게 되었다. 특히, 2017년 1월 송인서적 부도 사태를 겪었던 차에 불안감이 클 수밖에 없다. 송인서적 부도 이후 출판계와 인터파크가 ‘송인서적 경영정상화를 위한 상생협약’(2017.8.7.)을 체결하고 출판유통 선진화와 혁신을 약속했던 (주)인터파크송인서적은 최근 3년간 영

업손실을 내던 중에 재매각을 검토한다는 보도¹⁾까지 나왔다.

지난 4월 대한출판문화협회는 “교보문고의 도매 진출 어떻게 바라볼 것인가?”라는 주제로 출판 현안 좌담회를 개최하였다. 대한출판문화협회, 한국출판인회의, 1인출판협동조합, 한국출판협동조합, 웅진북센, 한국서점조합연합회, 한국서점인협의회, 전국동네책방네트워크 그리고 한국출판마케팅연구소가 참석한 좌담회에서는 교보문고의 도매 진출에 대해 기대도 있었지만 우려가 컸다. 교보문고 도매 진출에 대한 기대는 한국서점조합연합회에서 나왔다. 이종복 회장은 기존 도서 도매상으로부터 소형서점들이 도서 공급을 제대로 받지 못하는 상황에서 “중소서점을 차별하지 않고 지역서점의 가치를 존중한다면 그 누구와도 함께하겠다”라고 하였다. 교보문고가 모든 도서를 적절한 공급률에 안정적으로 제공한다면 수요자 입장에서 당연히 선택할 수 있다는 것이다. 중형서점 중심의 한국서점인협의회는 우려하는 입장문을 준비했다. <도서 납품을 앞세운 교보문고의 도매 진입에 대한 입장문>을 통해 “교보문고와의 논의 이전에 출판계 및 도매 유통과 합리적 유통을 위한 대안 마련이 선행되어야 한다”면서 “도매 유통을 무시하고 차별적 공급 구조의 최대 수혜자인 교보문고를 통해 이 문제를 해결하겠다는 주장은 배고픈 고양이에게 생선을 맡기는 격으로 자신의 생존 가능성을 포기한 최악의 선택”이라고 하였다. 한국출판협동조합 황순록 전무이사는 “교보문고에서 주장하는 입고가에 +5% 정책은 시장진입용 전략이며, 기본적으로 순수 물류비용만도 5%에 이르는 것이 현실”이라며, “서점이 도매상에 도서의 안정적인 공급과 일관된 영업정책을 요구하지만 도매업체에서 투자할 수 있는 환경이 마련돼야 하는데 현재의 할인 경쟁 체제에서 그건 불가능하다”라고 하였다. 한국출판마케팅연구소 한기호 소장은 “지금의 기술 발전 추세에 맞춰 도서유통의 구조를 혁신”해야 하며 “진짜 독자가 원하는 책을 공급하는 시스템을 만들어야 한다”라고 개선 방향을 제시하였다. 좌담회에 참석한 출판사나 유통전문가의 입장은 대체로 교보문고의 도매진출로 독과점이 될 때 출판유통 생태계에 가져올 파장을 우려하였으며, 먼저 도서유통 시스템을 개선할 구조적인 대안을 만들고 미래 발전 방향을 논의하는 계기로 삼아야 한다는 것에 참석자 모두 뜻을 같이했다.

도매상의 최대 주주가 바뀌고 대형체인서점이 도매업에 진출하는 것이 ‘출판유통 구조를 개선하는 혁신 기업의 탄생’으로 이어지는 변화라면 좋겠지만 낙후된 출판유통 방식을 답습하고 새로운 수요를 창출하지 못한다면 변화에 대한 우려가 클 수밖에 없다. 특히, 그 기업이 유관 업계와 소통하지 않을 경우에 더 그렇다. 적어도 출판유통 생태계에 영향을 끼칠 수 있는 주요 유통기업들은 책임 있는 자세로 변화에 따른 사업 비전을 제시하고 업계와 소통해야 한다.

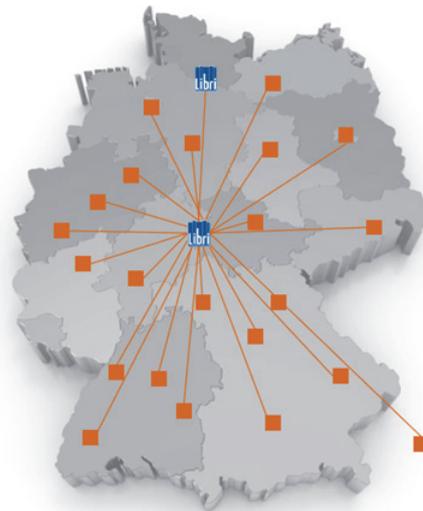
독일과 일본 도서 도매상의 지역서점 운영 지원 서비스

출판유통 생태계에서 대형체인서점, 온라인서점, 지역서점 이렇게 3대 소매 채널의 균형 발전은 매우 중요하다. 이 중에서 지역서점의 지속 경영을 위해서는 도매상의 혁신적인 서비스가 필요하다. 독일의 도매상 리브리(Libri)의 목표는 “서점의 도서 판매촉진을 위한 원활한 주문, 배송, 판매관리 서비스를 제공하는 것”이다. 신속한 서점 배송을 위해 물류센터가 독일의 중앙에 위치하여 지역서점 거점 배송을 한다. 교통 체증이 없는 야간 시간대를 이용하고, 배송직원이 서점의 열쇠를 가지고 있어서 서점 영업

1) <인터파크, 도서유통 송인서적 매각 추진>, 2020. 5.28. (주)더벨
http://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202005262325312400106183&svccode=00&age=1&sort=thebell_check_time

개시 전에 배송함으로써 서점의 정시 판매를 가능하게 한다. 리브리의 주된 고민은 “투자 여력이 없는 지역서점의 운영 효율을 높이기 위해 어떤 서비스를 개발할 것인가?”이다. 지역서점이 독자적으로 만들기 힘든 공동 온라인서점을 만들어 콘텐츠 관리와 배송을 대행하고 전자책 공동판매 서비스를 제공한다. 작은 지역서점의 경우 비용이 크게 소요되는 서비스 운영을 못하기 때문에 독일의 도매상은 “그런 지역서점들을 살리도록 좋은 서비스를 어떻게 잘해줄 수 있을까?” 고민하며 공동의 시스템과 서비스를 개발하는 데 주력한다. 한 가지 주목할 점은 독일의 출판사는 직거래 소매점보다 도매상에게 더 좋은 거래 조건을 제공한다. 그리고 독일 도매상은 작은 규모의 지역서점이 지속해서 운영될 수 있도록 돕는 역할을 한다.

독일의 도서재판매가격유지법(Buchpreisbindungsgesetz)은 제6조(판매) ③항에서 “출판사들은 중간 도서 거래상에게 그들이 직접 공급하는 최종 판매자에게 보다 더 높은 가격 혹은 더 나쁜 조건을 결정 하여서는 안 된다”²⁾고 정하였다. 출판사가 거래 조건에서 도매상을 우대하는 것은 도매상의 운영과 투자 여력을 보장하여 지역서점에 좋은 서비스를 제공토록 하기 위해서다. 그런 도서유통 환경에서 지역 서점이 지역 문화의 다양성을 지키는 선순환 구조로 이어진다. 독일 문화미디어청 장관은 “독일서점 상 (Deutscher Buchhandlungspreis)의 성공적인 역사가 계속 쓰이고 있다. 이는 곧 (지역)서점이 독일의 문학적, 문화적 다양성을 이루는 근간임을 보여주는 상징이다. 그들의 기업가적 용기와 개별성은 그 지역의 삶의 질을 높이는 데 실질적으로 기여하고 있다. 특히, 작은 규모의 지역에서 서점이 성공적으로 운영되는 것이 기쁘다. 이번에 수상한 서점 118곳 중 41곳이 인구 5만 명 이하의 작은 도시에 있는 서점”³⁾이라고 밝힌 바 있다.



독일의 현금도매상 리브리(Libri)의 지역서점 거점 야간 배송

2) 한국출판문화산업진흥원(2013), 『OECD 회원국 도서가격 법제 현황』. 45쪽. 원문 “Verlage dürfen für Zwischenbuchhändler keine höheren Preise oder schlechteren Konditionen festsetzen als für Letztverkäufer, die sie direkt beliefern”

3) 이유진(2019). “독일정부가 동네서점을 지원하는 이유”, 『통신원 리포트』. 한국국제문화교류진흥원. 2019.07.31

일본의 양대 도매상인 닛판과 토한의 경우에도 지역서점의 효율적인 운영을 위한 서비스를 제공한다. 지역의 시장조사부터 점포 만들기와 운영, 종업원 지도와 교육, 각 연령층의 판매 동향에 대응한 상품구성과 진열방법 제안, 점포 자동화 시스템 공급, 고객응대, 점포 리뉴얼 상담 등 서점 운영에 관한 서비스를 제공한다. 토한의 기업 이념은 “높은 품질의 서비스와 정보 유통의 네트워크로 우리는 사람들의 지적인 활동을 지원하고 풍부한 지역 사회의 창조에 기여합니다”이다. 출판과 서점 업계를 둘러싼 환경이 급변하는 가운데 일본 도매상의 사업 영역은 도서유통이라는 핵심 사업과 함께 문구용품 사업, 카페 사업, 물류위탁 사업 등 새로운 분야에 진출하여 사업 영역의 확대를 추진하고 있다. 일본은 종이책 시장의 매출 감소를 극복하고자 출판유통 혁신을 이슈화하는 한편, 현재 도매상을 통한 위탁거래를 개선하기 위해 사전 주문 제도를 도입하고자 노력하고 있다. 40%가 넘는 높은 반품률을 없애기 위해 출간 전 예약 판매, 공급률 인하, 매절 거러 등을 하기 위해서 출판사들의 도서 출간 전 도서정보(metadata) 등록과 유통이 중요한 이슈가 되고 있는 것이다. 일본출판정보등록센터(JPRO)⁴⁾의 목표는 도서정보 흐름의 단순화하는 것인데 도서정보를 공급자로부터 수요자까지 2단계로 단순화하고 중앙 집중적으로 관리하는 것이다. 출판사들은 일본출판정보등록센터 한 곳으로 정보를 보내고, 수신자들은 일본출판정보등록센터 한 곳으로부터 정보를 받는 것이다. 그래서 출판사에게 도서정보를 출간 두 달 전부터 입력하고 갱신하여 최소 2주 전까지는 확정 도서정보를 전달할 것을 권고하고 있다. 2019년 12월 현재 일본출판정보등록센터의 도서 정보 등록 출판사는 1,400개이며, 240만 종 이상의 메타데이터가 등록되었다.

디지털 혁명 시대, 출판유통의 정보혁신과 물류혁신 필요

지난해 6월 출판유통진흥원이 개최한 ‘북비즈니스 컨퍼런스’에서 주제발표를 맡은 케임브리지대학의 존 톰슨 교수는 “영미 출판시장에서 디지털 혁명의 가장 큰 결과물은 결코 전자책이 아니라 도서 유통구조의 혁명”이라고 하였으며, 물류의 미래와 창조적 혁신을 소개하는 『로지스틱스 4.0』(에밀, 2019)에서 차세대 가파(GAFA)⁵⁾는 물류서비스에 있다고 하였다. 하지만, 물류 첨단화를 이야기하는 로지스틱스 4.0의 시대에 지역서점에 출판물을 공급하는 체계는 지난 90년대의 물류와 같이 그저 댜지(사각 종이 패드)를 차에 실어서 가져다주고 받는 식에 그대로 머물러있다. 이 과정에서 물류 자동화 저하, 유통정보 연계 단절, 책의 파손 우려, 댜지 포장 비용 부담, 묶음 포장 폐기물 등의 문제가 발생한다. 반면에 독일과 일본의 경우 규격화되고 재활용 가능한 플라스틱 운송 용기를 사용하여 도서의 파손과 포장 폐기물을 줄이고 있다.



〈국내 도서 운송에 이용하는 댜지 포장〉 〈일본 도매상 토한의 도서 운송 용기〉 〈독일 도매상 리브리의 도서 운송 용기〉

국내의 도서 댜지 포장 운송과 일본과 독일의 도서 운송 용기 사용 예시

4) 일본출판정보등록센터(JPRO) 홈페이지 <https://jpro2.jpo.or.jp/>

5) 구글(Google), 애플(Apple), 페이스북(Facebook), 아마존(Amazon)의 첫 글자를 따서 만든 단어

『출판물의 지역서점 공급 효율성 제고 방안 연구』⁶⁾에서는 출판물 공급망의 균형발전 차원에서 물류혁신과 정보혁신 방안을 제시하기 위해 지역서점의 주문에서 출판사, 출판물류회사, 배본사, 전국도매상, 지역총판, 지역서점의 유통 현황과 애로사항 그리고 문제점을 파악하였다. 그 결과 출판물의 지역서점 공급 효율성 제고 방안으로 첫째, 출판유통의 물류혁신, 둘째, 출판유통의 정보혁신의 두 가지 측면에서 개선점을 고려했다. 사물인터넷(IoT)을 통한 초연결 시대에 출판유통의 물류와 정보 흐름은 따로 떨어져서 생각할 수 없으며 상호 유기적으로 작동한다. 그리고 지역서점의 물류 현황과 현재 출판유통산업 개선을 위해 진행되고 있는 정보화 사업을 고려하여 “지역거점 스마트 서점협동화센터” 운영을 중심으로 하는 “출판물의 지역서점 공급 효율 제고 10대 방안”을 도출하였다. 첫째, 출판유통의 물류혁신인 물류의 흐름에 따른 개선 체계 마련 방안은 ①지역거점 스마트서점협동화센터 구축, ②표준 운송용기 개발 활용, ③광역 및 거점 배본 체계 구축, ④지역총판 셔틀 수거(Milk Run)와 지역서점 셔틀 배본, ⑤출판물 반품 중앙처리센터 운영이다. 둘째, 출판유통의 정보혁신을 위해 이해당사자 간 데이터 연계 공유와 정보시스템 구축 방안으로 ⑥서점용 모바일 배본 정보 제공, ⑦서점온(서점ON) 연계 활용, ⑧출판유통통합시스템 연계 활용, ⑨사전 출하정보(ASN)⁷⁾ 연계, ⑩출판물류 트래킹 시스템 구축을 제안하였다.



6) 『출판물의 지역서점 공급 효율성 제고 방안 연구』, 2019.12. 한국출판문화산업진흥원

7) 사전출하정보 ASN: Advanced Shipping Notice

이러한 10가지 방안을 추진하기 위해 가칭 '출판물류혁신포럼'의 조직과 운영 지원정책을 요구하였다. 출판유통의 비효율적인 악순환 구조를 함께 해결해 나갈 협력체계가 없고 업계의 혁신 여력이 부족한 상황이기 때문이다. 출판 물류 혁신과제는 단기간에 해결될 수 있는 문제가 아니기 때문에 '출판물류혁신포럼' 같은 출판물 유통망 이해당사자 협의체의 지속적인 운영이 필요하다. "교보문고의 도매 진출 어떻게 바라볼 것인가?" 좌담회 자리에 참석자 모두가 "도서 유통 시스템을 개선할 구조적인 대안을 만들고 미래 발전 방향을 논의하는 계기로 삼아야 한다는 것"에 뜻을 같이한 만큼 혁신을 위한 노력에 함께 나섰으면 한다. 서점의 주문에서부터 출판사, 출판물류회사, 배본사, 전국도매상, 지역총판 그리고 서점과 독자에게 전달되기까지 정보기술을 활용한 혁신이 필요하다. '출판사 주도의 고품질 도서정보 (Enhanced metadata) 공유 체계'와 '서점에 출판물 적시(Just in time) 공급 물류 체계'를 만드는 두 가지 일은 출판업계가 책의 발견성과 연결성을 증대하여 판매 기회를 확보하기 위해 함께 고민하고 해결해야 할 필수적인 과제이기 때문이다.

최성구(사단법인 출판유통진흥원 팀장)

정보기술을 활용한 출판유통 생태계 기반 개선과 새로운 비즈니스 모델 발굴에 관심을 가지고 관련 연구와 프로젝트에 함께하고 있다.

[서점 다이어리 7]
행복한책방 3년, 사람들의 마음을 얻는 시간

한상수(행복한책방 대표)

2020. 06.



행복한책방 로고

행복한책방이 첫 발걸음을 뗀 게 2017년 2월이니 이제 만 3년이 조금 넘는 시간이 흘렀다. 책방을 소개하는 글을 쓰기 위해 오랜만에 책방을 열면서 초창기에 보냈던 초대장을 꺼내 보았다.

“책방에 발을 디는 매 순간이 설렘으로 가득한 공간, 책과 사람이 만나는 마을 사랑방이고 싶습니다.” 3년이 넘는 지금, 첫 마음처럼 책방 이용자들에게 우리 책방이 과연 설렘으로 가득한 공간이 되었을 지 궁금하다. 책방 소개글에 필요하다는 핑계를 대고 이용자들에게 행복한책방이 본인들에게 어떤 존재인지와 책방이 생긴 후에 어떤 변화가 일어났는지를 물어보았다. 그중에서 초등학교 6학년 아이는 “행복한책방은 친구 같은 곳”이라고 얘기해 나와 점장님을 흐뭇하게 했다. 그 답변 중 일부를 소개를 해 본다.

“행복한책방은,,”

“행복한책방은 아이들이 놀이터보다 더 자주 가는 우리 가족의 또 다른 집”

“행복한책방은 우리 마을의 사랑방 같고 아이들의 놀이터 같은 곳”

“행복한책방은 내 인생 한 부분을 비중 있게 차지한 소중한 곳”

“행복한책방은 나에게 마음의 위로가 필요하거나 힘이 필요할 때 언제든지 기쁘게 맞아주는
편안한 친구 같은 존재”

이렇게 우리가 보내온 시간 동안 책방은 어느새 이용자들에게 친구가 되고, 가족의 다른 집처럼 자리 매김하고, 마을 사랑방이 되고, 삶의 한 부분을 차지한 소중한 공간이 되었다. 좋은 책방을 만들고 지속 가능한 운영을 위해 고민하고 땀 흘린 시간들이 결코 헛되지 않았음을 확인할 수 있어 다행이다. 때로 시간이 필요한 일들이 있다. 낯선 동네에 들어선 동네책방이 사람들의 닫힌 마음을 열고 좋은 친구가 되기까지 정성을 기울인 시간이 필요한 건 어쩌면 당연한 일이다. 사람의 마음을 얻는 게 가장 힘든 일인데 행복한책방을 좋아하고 아끼는 든든한 친구들이 많이 생겼으니 우리는 충분히 부자이다.



이사 못 가게 만드는 책방

오래전 전국 곳곳에 기적의 도서관이 들어서면서 근처 아파트값이 오른 얘기가 화제가 된 적이 있다. 행복한책방 덕분에 근처 집값이 오르지 않는 않지만, 책방 때문에 다른 곳으로 이사를 못 간다는 소리를 이용자들에게 종종 듣곤 한다. 사실 행복한책방이 있는 곳은 근처에 맛집도 거의 없는 주택가라 사람들의 발길이 드문 곳이다. 그러다 보니 좀 더 사람들이 많이 다니고 찾기 쉬운 변화가로 책방을 옮길 생각을 하다가도 이용자들을 생각하면 그런 마음을 내려놓곤 한다.

지난 3년의 시간 동안 우리는 결코 적지 않은 경제적 손실을 감수했지만, 그 대신 “책방이 없다는 건 상상할 수 없는 일”이라고 고백하는 단골들을 얻었다. “마음의 영양제가 가득한 책방은 행복입니다.”라고 수줍게 말하는 이와 “책방을 마음의 안식처”로 느끼는 이들을 얻었다. “직장맘이라 바쁜 와중에 조금이라도 시간이 생기면 가장 먼저 책방이 생각난다”는 글과 “출근 안 하는 날 정말 아무것도 안 하고 쉬고 싶은 날도 책방으로 간다”는 글을 읽으며 이 작은 책방을 정말 오래오래 잘 운영해야겠다는 다짐을 새삼 다져본다.



행복한책방 외관

보편적인 동네책방을 꿈꾸다

책방을 열게 된 계기는 한 권의 책에서 시작되었다. 과산에서 숲속작은책방을 운영하는 백창화·김병록 부부가 쓴 『작은책방, 우리 책 좀 팝니다』(남해의봄날)를 읽으며 마음 한편에 작은 동네책방에 대한 씨앗이 자리 잡았다. 사실 책방 운영은 내 인생계획에서 은퇴 후에 추진하려던 노년 프로젝트였다. 그런데 일단 책방에 대한 마음이 자리 잡으니 은퇴 후까지 기다릴 필요 없이 지금 당장 시작하자는 꼬드김

이 마음 깊은 곳에서 강하게 일었다. 때마침 동네책방에 대한 사회적 관심이 높아진 시기였다. 독서는 동가로서 동네책방의 현실을 직접 경험하면서 지속 가능한 방법들을 찾아보고 싶은 욕구가 생겼다. 수많은 동네책방들을 다녀보고, 서점을 다루는 정기간행물인 『동네책방동네도서관』까지 냈지만 동네책방의 지속가능성을 타진하는 것은 직접 운영하지 않고는 알 수 없는 일이란 생각이 들었다.

내가 만들려는 책방은 특별한 곳이 아니라 전국의 어느 마을이든 하나쯤 있으면 좋을 보편적인 동네책방이었다. 그래서 책도 어린 아기용부터 나이 지긋한 어른들이 관심 가질만한 책까지 골고루 들여놓는다. 물론 공간이 적은 만큼 책은 신중하게 고른다. 동네책방에서 얻을 수 있는 큰 매력 중 하나가 미처 출간된 줄 몰랐던 책을 우연히 만나는 것이기에 독자들과 책의 행복한 만남이 잦아지도록 책 중 매장이 역할을 기꺼이 즐겨온 마음으로 담당한다.

행복한책방

주소 경기도 고양시 일산서구 일산로 741번길 13, 1층 전화 031 913 7922 www.happybookshop.co.kr

2017년 봄호

01

vol.



행복한 책방

마을 사랑방 꿈꾸는 ‘행복한책방’

(사)행복한아침독서가 2월 1일 고양시 대화동에 직영서점 ‘행복한책방’을 열었습니다.

일산의 주택가에 자리한 행복한책방은 보편적인 동네책방을 지향합니다. 아이부터 노인까지 책을 사랑하는 동네 사람들이 편하게 들어와 책을 만나고 사람을 만나는 공간이 되길 꿈꿉니다. 언제라도 동네 산책을 하다가 작은 기대를 갖고 들르곤한 마음이 드는 편한 공간, 퇴근 후 저녁을 먹고 커피나 맥주 한 잔을 마시며 마음을 드는 책을 읽거나 마을 사람들과 이런저런 얘기를 나눌 수 있는 편한한 공간이 되길 기대합니다. 그렇게 책을 중심으로 모이는 마을 사랑방이 되면 좋겠습니다. 때로는 세상에 대한 울분을 토로하기도 하고, 내가 읽은 책에 대한 감동을 같이 나누는 공간이 될 바랍니다.

행복한책방은 어린이책부터 청소년책, 어른책까지 다양한 책들이 구비되어 있습니다. 실용서가 17평 정도인 작은 공간이라 참고서는 취급하지 않습니다. 행복한책방이 마을에 행복한 책 문화를 만들어갈 수 있도록 출판사와 함께 신인 작가들의 책 출간을 축하하는 소박한 출판기념회를 종종 열고, 작가와의 만남도 자주 가질 생각입니다. 책 생태계의 구성원이지만 서로 만나

언론에 소개된 행복한책방

살 속에서 보여준 18년 독서운동사

독서운동가인 행복한아침독서 한상수 이사장이 최근 일산 대화역 근처에 동네서점 ‘행복한책방’을 열었다. 50여년 17평 남짓의 작은 면적은 서점이지만 어린이 그림책부터 어른을 위한 책까지 상용하게 갖춰 놓았다. 책을 사랑하는 주민의 마음이 뻗어 책방 풍경이 참 따뜻해서 우연히라도 지나가게 되면 문을 열고 들어가고 싶은 책방이다. 행복한책방은 그의 인생에서 3단계까지 마지막 독서 운동이다. 단계를 공공 도서관이 아닌 사립 학교계 발간 작은 도서관 운동이고, 2단계가 아이들에게 책 읽는 즐거움을 알려 주기 위해 독서와 교육 현장을 연결한 아침 책 읽기 운동이었던 3단계는 곳곳에 작은 사람들이 병치레 반박하는 세상을 꿈꾸며 사회적 현안 등에 참여했다. 그가 3단계에 걸친 독서운동과 자신이 이 운동과 분리할 수 없다는 삶을 살아온 그는 책나무를 심는다. 관련권의 책을 출간했다.

“저 삶을 쓴다는 것이 좀 민망했지만 독서 운동을 정리한다는 생각에서 냈어요. 우리는 독서운동에 관해 자료가 별로 없어요. 사적인 개인사가 아니라 독서 운동의 참고할 만한 하나의 사례로, 후배들에게 도움이 됐으면 합니다.”

최연희 기자 (문화일보) 2017년 3월 2일차

“동네책방이 늘어나면 세요. 행복수가 올라갑니다” 대화동에 새로 문 연 ‘행복한책방’

고양신문 2017년 2월 3일



동네책방이 늘어나면 세요. 행복수가 올라갑니다. 동네책방이 늘고 싶고 책 시장의 생태계가 살아납니다. 동네책방을 이용하는 게 좋은 책을 응원하는 방법입니다.

SBS 뉴스 2017년 2월 16일

20여 년 가까운 저자의 독서운동은 이제 동네책방으로 향한다. 동네책방의 활성화는 날로 악화되는 출판계 불황을 해소할 수 있는 지름길이기도 하다.

광주일보 2017년 3월 3일

아침독서운동에 열심인 저자는 동네책방에 관심을 쏟고 있다. 동네책방은 도서관과 더불어 책 문화를 만드는 중심 구실을 담당할 수 있다고 생각하기 때문이다.

주인동아 2017년 3월 9일

‘행복한책방’ 이름 그대로~ 책 한권이 주는 행복 가득한 동네 사랑방

내일신문 2017년 3월 16일

한상수 (사)행복한아침독서 이사장

행복한책방신문 창간호

33

삶의 질을 높여주는 동네책방

오래전부터 괜찮은 책방이 있으면 그 마을 사람들의 삶의 질이 달라질 수 있다는 생각을 해왔다. 이런 생각이 과연 맞는지 행복한책방을 통해 확인하고 싶었다. 행복한책방이 자리 잡은 곳은 일산신도시에서 단독주택들이 모여 있는 동네이다. 30여 년 전 일산신도시가 조성되면서 만들어진 마을인데 책방이 들어선 것은 처음이라고 들었다. 따라서 마을 주민들이 동네책방에 대한 경험이 전혀 없는 상황이었다. 그래서 초기에는 마을 주민들이 선뜻 책방에 발을 들여놓지 못했다.

행복한책방 문을 열면서 가장 먼저 한 일은 책방의 문턱을 낮추는 일이었다. 책방을 만만하고 친근하게 여기도록 만드는 게 필요했다. 매주 금요일은 밤까지 책방 문을 열어 '책 읽는 금요일 밤'(책밤) 행사를 꾸준히 열었고, 작가 초청 강연회도 자주 열었다. 출판사의 신간 발간과 연계한 북 콘서트나 출판 기념회도 기회가 되는데로 진행하였다. 아이들이 참여하는 만들기 행사나 베품시장, 독서 교실도 꾸준히 가졌다. 글쓰기처럼 공통되는 관심사를 배우는 강좌도 유·무료로 진행하고, 뜨개질 모임부터 독서 동아리까지 이런저런 모임도 다양하게 가졌다. 책방 초기에는 책방을 알리기 위해 다양한 행사를 기획하고 진행했지만, 차츰 힘에 부치기도 하고, 이용자들이 비슷한 행사에 식상함을 느끼는 것 같아 요즘에는 완급을 조절하며 진행 중이다.



한달한책클럽 로고와 시즌3 홍보 사진, 책 포장 샘플

이렇게 행복한책방은 마을에 신선한 문화적 충격을 주며 서서히 자리를 잡아갔다. 행복한책방을 열심히 이용한 단골들은 “우리 동네에 행복한책방이 있기 전의 삶으로는 결코 돌아가고 싶지 않습니다. 저에게 행복한책방은 호화스러운 삶을 선물받는 곳입니다.”라고 자연스럽게 고백한다. 그런 고백은 책방 운영자들을 춤추게 만들고, 더 열심히 운영하자고 다짐하는 마약이 되기도 한다. 이렇게 동네책방이 이용자들의 삶의 질을 높인다는 믿음이 틀리지 않음을 확인해가는 중이다.



행복한책방 로고를 새긴
자석 꽃병 세트 굿즈와 활용 사례



그림책 일러스트를 대형 출력해 붙여 놓는 책방 아트월



그림책 서가

아이들을 키우는 동네책방

큰아이의 어린 시절 잘 운영되는 동네책방 하나가 주는 혜택을 몸으로 체험한 바 있다. 그래서 책방을 운영하며 아이들에게 신경을 많이 기울였다. 다행히 아이들은 책방을 친구처럼 여겼고, 몇몇 아이들에게는 놀이터보다 자주 가는 공간으로 자리를 잡았다. 이제 책방이 만만한 공간임을 안 아이들은 수시로 책방을 드나든다. 특별한 용건이 없어도 아무 때나 들어와서 물만 마시고 가기도 한다. 아이들에게 책방은 하교하면서 자연스럽게 들르는 참새방앗간 같은 곳이고, 학원 가는 길에 들르는 정류장이기도 하다. 책방 구석 바닥에 앉아 책 삼매경에 빠져든 아이를 바라보는 일은 책방을 운영하면서 갖는 가장 행복한 풍경 중 하나이다.

초등학교 3학년 아이는 학교 숙제 중 ‘우리 고장에서 소개할 만한 자랑거리’를 적으라는 질문에 ‘행복한책방’이라고 적었다고 한다. “행복한책방=천국”이라고 포스트잇에 적은 아이도 있었다. 이렇게 행복한책방은 아이들에게 친구가 되고, 자랑거리가 되고, 천국처럼 느껴지는 공간이 되었다. 참 고마운 일이다.

행복한책방의 아이들에게 책방에 가는 일은 특별한 일이 아니라 자연스러운 생활의 일부이다. 책방을 들락거리는 게 일상이 된 아이들이 앞으로 살아가며 늘 책을 가까이하는 사람이 되면 좋겠다. 아마도 어린 시절 행복한책방에서 보낸 시간들이 그 아이들의 삶에 좋은 자양분이 되리라 믿는다.



행복한책방 내부



행복한책방 유리문 -릴리 명언

마을공동체를 만드는 동네책방

책방을 열면서 우리 책방이 책을 통해 모이는 마을 사랑방이 되길 기대했다. 마을 주민들이 언제라도 동네를 산책하다가 들르고 싶은 마음이 드는 편한 공간, 퇴근 후 저녁을 먹고 커피나 맥주 한 잔을 마시며 마음에 드는 책을 읽거나 마을 사람들과 이런저런 얘기를 나눌 수 있는 익숙한 공간이 되면 좋겠다고 생각했다. 책방을 열심히 이용하는 이들에게는 이미 그런 공간으로 여겨지고 있다.

동네책방은 마을 주민들을 친구로 만들어주기도 한다. 다소 삭막할 수 있는 신도시에서 이웃사촌을 만들어주는 일은 책방이 하는 중요한 역할이다. 처음 시작할 때부터 마을 사랑방이 되길 기대했던 행복한책방이 그 역할을 충실히 담당하는 것 같아 흐뭇하다. 꽤 오래전 같은 직장에서 일했던 이들이 책방에서 우연히 만난 적도 있다. 이같이 거미줄처럼 얽혀있는 인맥이 책방을 통해 확인되기도 하고, 새로운 인연을 만들어주기도 한다. 행복한책방을 다니면서 직장 동료들과 그림책 동아리를 만든 최나진 단골은 이렇게 얘기한다.

“행복한책방은 인연을 선물해 준 곳입니다. 그것도 아주 깊이 있는 인연입니다. 좋은 사람들이, 웃음이, 행복이, 위로가, 수다가, 맥주가 그리고 책의 수많은 언어들인 인연을 만들어 쌓이고 쌓여 단단해져 갑니다.”

책과 동네책방을 좋아하는 이들이 대부분 선하기 때문에 행복한책방을 통해 아름다운 인연들이 계속 만들어진다. 그런 인연들이 쌓이면서 행복한 마을공동체를 만들어나가는 힘이 될 것으로 믿는다.



송년책밤

지속 가능한 동네책방 가능한가?

동네책방이 가진 무수한 장점이 있지만 지속 가능하지 않으면 소용이 없는 일이다. 한마디로 사상누각일 수밖에 없다. 사회적 기업을 운영하면서 굳이 작은 동네책방을 연 것도 지속 가능한 책방 운영이 가능한지 알아보고 싶었기 때문이다. 책방 운영 경험이 없었기에 지난 3년간은 수많은 시행착오를 겪어야 했다. 여기에 더해 올해 우리나라를 강타한 코로나19 바이러스 사태는 가뜩이나 취약한 동네책방 운영을 더 어렵게 만들었다. 지금은 지속 가능한 책방 운영의 비책을 찾는 단계는 아니고 조금씩 가능성을 찾아가는 중이라고 얘기할 수 있다.

동네책방을 몇 년 운영하면서 책방 운영이 만만치는 않지만 다른 자영업과 비교할 때 유리한 점도 꽤 많음을 알게 되었다. 가장 큰 장점은 공공 영역에서 다양한 지원이 있다는 점이다. 공공도서관에서 책을 구입해 주기도 하고, 프로그램이나 운영비를 지원하는 일도 다양하게 존재한다. 행복한책방도 여러 지원 사업에 신청해서 많은 혜택을 받았다. 이런 일은 비슷한 규모의 다른 자영업에서는 찾기 힘든 사례일 듯싶다. 아마도 책방 운영이 자영업이긴 하지만 책 문화를 발전시키는 공익적 역할을 수행한다는 점을 인정하기 때문일 것이다.



한가위 선물 책보



이수지 작가가 그린 행복한책방 일러스트

지난 3년간 책방 매출을 늘리기 위해 다양한 노력을 기울였다. 설이나 추석 같은 명절 때 ‘설날 책보’나 ‘한가위 책보’ 같은 책 선물세트를 만들어 지인들에게 판매하기도 했고, 정기구독 서비스인 ‘한달한 책클럽’을 매년 새롭게 변신하며 운영 중이다. 책이나 SNS에서 본 다른 책방 사례 중 벤치마킹할 만한 사례는 우리 책방에 맞게 조금 변형해서 시도하곤 한다. 생각보다 잘되는 경우도 있고, 기대만큼 안 되는 경우도 있다. 아마도 책방마다 사정이 다르기 때문일 것이다. 요즘에는 행복한책방만의 굿즈를 만드는 일에 흥미를 가지고 이런저런 모색을 하는 중이다.

지금 시점에서 지속 가능한 책방 운영이 가능하다고 분명히 말할 단계는 아니다. 그렇지만 책방 경영이 조금씩 나아지는 건 분명하다. 앞으로도 끊임없이 방법을 찾아가며 최선을 다해 우리가 할 수 있는 노력을 기울일 생각이다. 분명 답을 찾을 수 있으리라 믿는다.

동네책방 운영하니 행복한가요?

책방 운영 3년을 돌아보는 글을 쓰며 자문해본다. 행복한책방을 시작하면서 행복했냐는 질문이다. 이 질문에 난 책방을 시작하고 삶의 만족도가 훨씬 높아졌다고 분명히 대답할 수 있다. 책방을 열지 않았다면 전혀 몰랐을 귀한 인연들을 많이 맺었고, 책방을 운영하지 않았다면 아마도 읽지 않았을 좋은 책들도 많이 만났다. 어려움이 없었다고 말할 순 없겠지만 그런 어려움을 충분히 상쇄하고도 남을 만큼 아름답고 멋진 추억들이 훨씬 많았다. 그런 인연과 추억들은 내 삶을 더욱 풍성하게 만들어주었다. 그래서 기회가 날 때마다 행복한책방을 연 게 내 삶에서 가장 잘한 선택 중 하나라고 얘기한다. 동네책방을 운영하는 일은 꽤 근사한 일이다. 우리는 충분히 행복하다. 앞으로도 오래오래 행복한책방 운영자로 살아가고 싶다.



<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.

[서점 다이어리] 지난 호 보기

- <2019.05> 강정아 책과아이들 대표: 이벤트 없는 동네 책방이 될 때까지
- <2019.07> 백창화 과산 숲속작은책방 대표: 숲속작은책방이 내게 선물한 것들
- <2019.09> 조진석 이음책방 대표: 동네책방의 시간은 쏠살같고 어려움은 태산 같다
- <2019.11> 이용주 우분투북스 대표: 우분투북스, 3년의 시간이 남긴 것들
- <2019.12> 이진 노란우산 대표: 제주 노란우산 서점 소개
- <2020.03> 이진숙 숨 대표: 경험을 공유하다: 동네책방 '숨'

한상수(행복한책방 대표)

'책으로 행복한 세상'을 꿈꾸며 책과 도서관 전문 사회적기업인 행복한아침독서에서 일한다. 서점과 작은도서관을 주제로 한 월간지 『동네책방동네도서관』을 발간하며, 동네책방인 행복한책방을 운영한다. 『나는 책나무를 심는다』를 썼고, 『아침독서 10분이 기적을 만든다』를 번역했다.

[해외통신/중국]
온라인서점의 무차별 할인이 가져온 폐해

김택규(송실대학교 중어중문과 겸임교수)

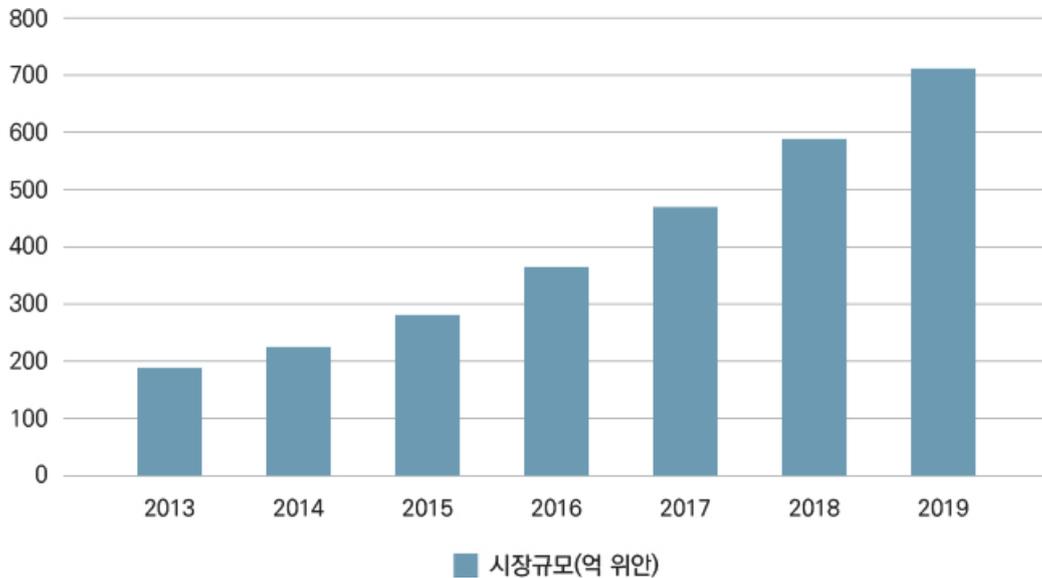
2020. 06.

2010년 1월 8일, 중국의 언론·출판 담당 부서였던 국가신문출판총서의 지도 아래 중국출판공작자협회, 중국도서잡지발행업협회, 중국신화서점협회가 함께 제정한 「도서공평교역규칙」이 2년의 논의 끝에 발표되었다. 당시 참여자 중 한 명이었던 중국신화서점협회 부이사장 겸 비서장 장야산(張雅珊)은 말하길, “온라인서점이 계속 발전함에 따라 도서는 정가 상품인데도 온라인 플랫폼에서 줄곧 저가 할인 판매됨으로써 장차 오프라인서점의 경영에 큰 충격을 주고 도서 유통의 전체적인 발전에 부정적인 영향을 끼칠 것이다. 국가 관련 부서가 정책을 내놓고 신간은 일정 기간 내에 저가 할인 판매를 해서는 안 된다고 요구하여 업계의 건전하고 질서 있는 발전을 보장해야 한다”라고 했다. 그래서 「도서공평교역규칙」에서도 “신간 1년 내 할인 판매 금지”와 “인터넷서점 회원 할인 판매가가 정가의 85% 이하여서는 안 된다”는 것을 규정했지만 업계의 건의 사항으로 그치고 입법화하는 것은 결국 실패하고 말았다. 바로 이것이 중국 ‘도서정가제’ 출범을 위한 최초이자 최후의 시도였고 이 시도의 좌절로 인해 중국 출판계는 지난 10년간 거대한 변화를 경험해야 했다.

출판 전문 리서치업체 베이징카이취안(北京開卷)의 조사에 따르면 2019년 중국 도서소매시장의 정가 기준 총매출 규모는 1,022억 7천만 위안으로 전년 대비 14.4% 성장했다. 하지만 신간 종수는 19만 4천 종으로 전년 대비 6.7% 감소했으며 감소 폭도 전년 대비 0.49% 확대되었다. 총매출이 아직 성장하고 있다고는 하지만 신간 종수가 6.7%나 감소했다는 것은 중국 출판계가 이미 전반적으로 상당한 위기에 처해 있음을 알려주는 적신호다. 그러면 어떤 원인으로 인해 이런 결과가 초래된 것일까? 직접적인 원인은 역시 오프라인서점의 약세와 출판사의 수익성 약화이며 더 근본적인 원인은 온라인서점의 절대 강세와 할인 정책에 있다고 본다.

〈표1〉을 보면 지난 6년간 중국 온라인서점의 매출은 폭발적으로 증가하여 약 3.7배나 성장했다.

〈표1〉 2013~2019년 중국 온라인서점 정가 기준 매출 추이
(출처: 中國報告網, www.chinabaogao.com)



2019년만 봐도 중국 온라인서점의 정가 기준 매출은 715억 1천만 위안으로 전년 대비 24.9%나 상승했다. 하지만 반면에 오프라인서점은 307억 6천만 위안으로 전년 대비 4.24% 감소했다.

이런 차이는 사실 가격 할인율의 차이에서 기인한 바가 크다. 2019년 온라인서점의 평균 판매 할인율은 무려 41%에 달했다. 전년도에 비해 6%나 급상승했다. 이에 반해 오프라인서점의 평균 판매 할인율은 11%에 그쳤다. 가격만 놓고 본다면 굳이 오프라인서점에 가서 책을 사는 사람이 바보인 셈이다.

그렇다면 현재 당당(當當), 징둥(京東), 텐마오(天貓), 이 3대 플랫폼이 장악하고 있는 중국 온라인서점계는 왜 이렇게 대대적으로 할인 판매를 하고 있는 것일까? 업체 간 악성 경쟁 때문일까? 현재는 온라인서점 사업을 접은 아마존 차이나까지 건재했던 2010년 전까지는 확실히 그런 측면이 있기는 했다. 하지만 그 후로 당당이 온라인 종합쇼핑몰로 변신하고, 본래 온라인 가전쇼핑몰과 종합쇼핑몰로 유명했던 징둥과 텐마오가 도서유통업에 뛰어들면서 도서 할인 판매의 성격은 확 달라졌다. 즉, 도서가 이들 온라인 종합쇼핑몰이 고객 트래픽을 확보하기 위한 미끼 상품이 돼버린 것이다. 실제로 당당, 징둥, 텐마오 등은 모두 도서 할인을 다수의 고객을 플랫폼으로 유인하기 위한 저렴한 광고 수단으로 인식하여, 도서정가제의 부재를 틈타 지난 10년간 신간, 구간을 막론하고 할인율 50% 전후의 대형 이벤트를 수시로 진행해왔다.

이런 현상의 수혜자는 보다 많은 방문자를 원하는 온라인서점과 저렴한 가격을 선호하는 고객일 것이다. 그러나 할인 여력이 없어 고객에게 외면받는 오프라인서점과, 할인 행사 때마다 온라인서점으로부터 더 낮은 공급가를 강요받는 출판사는 일방적인 피해자가 될 수밖에 없었고 이는 수많은 오프라인서점의 폐업과 출판사의 이익 감소라는 결과를 낳아 중국 출판계 전체의 위기감을 고조시켜왔다.

그리고 작년 12월에 시작되어 현재도 진행 중인 코로나19 사태는 이런 문제점을 한층 악화시켜 중국 출판계의 위기감을 최고조로 끌어올렸다. 중소서점 연합체인 ‘수명(書萌)’은 지난 1월 말 <천여 개 오프라인서점 앙케이트 분석 보고서>를 발표해, 당시 조사 대상 오프라인서점 중 90.7%가 휴업을 했고 99.7%가 정상 매출을 올리지 못하고 있다는 분석 결과를 제시했다. 또 베이징카이취안도 지난 2월 전국 오프라인서점 매출 지수가 전월 대비 81.65%나 하락했다고 발표했다. 가뜰이나 어려웠던 오프라인서점업계가 전멸의 위기에 처한 것이다.

동시에 온라인서점들의 할인 정책이 훨씬 더 강화되었다. 코로나19로 인한 고객들의 온라인 쇼핑 편중과 더불어 오프라인 유통이 불가능해진 출판사들의 현금 회전 수요에 편승해 당당, 징둥, 텐마오 등은 2020년 벽두부터 과거에는 ‘이벤트’였던 할인 행사의 성격을 ‘일상’ 혹은 ‘뉴노멀’로 전환하였다.

<그림1>은 온라인서점 당당의 금년 5월 24일자 메인 화면이다. “도서 30만 권에 대해 100위안을 결제할 때마다 50위안을 할인해준다”는 광고 문구를 전면에 내세우고 있다. 이것은 확실히 일반적인 할인 이벤트가 아니다. 할인 기간이 명시되어 있지 않기 때문이다.



<그림1> 온라인서점 당당의 금년 5월 24일 메인 화면

이어서 <그림2>는 할인 대상인 그 ‘30만 권’ 중 임의의 1권이 어떻게 할인 판매되고 있는지 자세히 알려준다.



人生就是小欢喜

作者:夏与至 著, 斯坦威 出品 出版社:四川文艺出版社 出版时间:2020年04月

在当当成功/励志新书榜排名11位 ★★★★★ 139条评论

当当价 **¥41.90** (8.96折) 电子书价 **¥25.99**

定价¥46.80

扫码领最高100元

促销: 电子书加价购 +12.9元换购《人生就是小欢喜：收集每一个快乐的》作者1: 夏与至

满额减 每满¥100减¥50 详情>>

加价购 购买本商品可加价换购以下任意一件商品 收起^

庚子千人历 (上海人民美术出版社 官方2020年连环画日历 连友收藏) +¥9.9 定价¥98

众神的样子：希腊神话与西方艺术 +¥26.8 定价¥78

① 促销不可多选，请在购物车选择该单品能享受的促销

配送至 北京市昌平区城北街道 有货 满49元免运费~

〈그림2〉 온라인서점 당당의 금년 4월 신간 할인 현황

『인생은 작은 기쁨(人生就是小欢喜)』이라는 이 자기계발 에세이는 출간된 지 1달이 조금 넘는 신간으로서 분야별 베스트셀러 11위를 기록하고 있다. 정가는 46.8위안이지만 당당의 판매가는 14% 할인된 41.9위안이며 전자책 가격은 종이책의 55.5%에 해당되는 25.99위안이다. 그러나 이와 상관없이 도서 결제 총액이 100위안 이상이면 무조건 50위안을 할인받으므로 역시 이벤트 대상인 다른 책 1권을 추가해 100위안을 채우기만 하면 『인생은 작은 기쁨』을 반값에 살 수 있다. 그리고 조금 더 자세히 들여다보면 다른 할인 혜택도 깨알 같이 숨어 있다. 우선 『인생은 작은 기쁨』의 전자책을 사면 동일 저자의 다른 전자책을 12.9위안으로 추가 구입 할 수 있다. 마찬가지로 『인생은 작은 기쁨』의 종이책을 사면서 9.9위안만 더 내면 정가 98위안짜리 고급 전통회화 달력 책을 살 수 있고, 또 26.8위안만 더 내면 정가 78위안짜리 서양미술 도서를 살 수 있다. 실로 통 큰 할인이 아닐 수 없다.

이런 상황에서 출판사는 당연히 좋은 수익성을 기대하기 어렵다. 온라인서점은 할인 폭 제고를 위해 보편적으로 공급률 40%를 출판사에 요구하고 있으며, 출판사는 그동안에는 온라인 유통에서 줄어든 수익을 오프라인 유통에서 메워 왔지만 오프라인서점의 감소와 경영 악화로 인해 이제 그것조차 여의치 않게 되었다. 출판사가 온라인서점과의 거래에서 얻을 수 있는 수익은 정가의 6~10%에 불과하다는 것이 현업 종사자들의 일치된 의견이다. 그런데 이것은 인건비, 임대료, 인세 등 출판사의 고정비용을 아직 제외하지 않은 수치이다. 결국 출판사는 고정비용을 최소화하는 노력을 기울이지 않을 수 없고 그로 인한 가장 부정적인 결과는 역시 콘텐츠의 질적 저하이다.

아래의 〈표2〉는 2019년 중국 소설류 베스트셀러 Top 100이다. 이 표를 통해 우리는 현재 중국 출판계가 처한 콘텐츠 부족 현상을 여실히 확인할 수 있다.

〈표2〉 2019년 소설류 베스트셀러 Top 10 (출처: 中國出版傳媒商報)

| 순위 | 서명 | 출간연도 | 초판출간연도 |
|----|--------------|------|--------|
| 1 | 인생 | 2010 | 1993 |
| 2 | 삼체 | 2008 | 동일 |
| 3 | 삼체Ⅱ-암흑의 숲 | 2008 | 동일 |
| 4 | 삼체Ⅲ-사신영생 | 2010 | 동일 |
| 5 | 평범한 세계(전2권) | 2017 | 1986 |
| 6 | 홍암 | 2005 | 1961 |
| 7 | 연을 쫓는 아이 | 2006 | 2003 |
| 8 | 나미야잡화점의 기적 | 2014 | 동일 |
| 9 | 백야행(2017년 판) | 2017 | 2008 |
| 10 | 포워틴 성 | 2012 | 1947 |

Top 10 중 2019년에 나온 신간은 단 1권도 없다. 가장 최근에 나온 책이 실질적으로 2010년 작 SF인 『삼체Ⅲ-사신영생』이다. 나머지는 10~70여 년 전에 출간된 구간의 재판이다. 한마디로 스테디셀러가 베스트셀러의 자리를 다 차지하고 있는 것이다.

출판업의 각 주체들은 모두 긴밀하게 연결되어 있다. 독자-서점-출판사-저자의 이 연쇄 고리는 어느 한 단계에서만 이상이 생겨도 다른 단계들에 영향을 주게 마련이다. 도서 가격체계를 흐트러뜨린 온라인서점의 무차별 할인도 오프라인서점의 몰락과 출판사의 수익 악화를 불러왔고 출판사의 수익 악화는 좋은 저자와 양질의 콘텐츠 확보를 어렵게 함으로써 최종적으로 독자에게 손해를 끼치게 되었다. 이런 사태가 앞으로도 계속되고 또 악화된다면 중국의 지식산업 전반과 국민의 교양 수준이 크게 저하되고 말 것이다.

2019년 3월, 중국의 최대 정치행사인 전국인민대표대회와 전국인민정치협상회의가 열리는 양회(兩會) 기간에 정치협상회의 위원 겸 중국신문출판연구원 원장인 웨이위산(魏玉山)은 도서 공정 거래에 관한 입법 의견을 제시하여 9년 만에 다시 도서정가제 입법화를 위한 논의에 불을 붙였다. 그는 온라인서점의 할인 정책으로 인해 오프라인서점이 온라인서점의 ‘샘플 전시장’이 돼버린 현실을 지적하고 “도서 거래 가격을 법으로 정함으로써 악성 할인 경쟁을 억제하여 시장을 건전화해야 한다고 역설했다.” 그리고 이를 위해 도서정가제 제정의 걸림돌이 돼온 ‘반독점법’에 따로 도서 가격제에 대한 면제 조항을 넣을 것을 제안했다. 이 밖에도 올해 1월 8일, 중국도서잡지발행업협회를 중심으로 출판 관계자들이 연이어 회의를 개최해 도서정가제 입법화에 관한 업계 차원의 의견을 모으기 시작했다. 중국 출판계의 공멸을 막기 위한 이런 절박한 움직임들이 결국 도서정가제 출범으로 이어질지 그 귀추가 주목된다.



[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 살어나(삼인)>, <암호해독자(글항아리)> 등 50여 종이 있다.

[해외통신/미국]
2020년 뉴욕 북엑스포 온라인 참관기

안성학(미국 파피펍 대표, KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 06.

코로나19로 인해 한차례 7월로 연기되었다가 취소되었던 뉴욕 북엑스포가 지난 5월 26일부터 29일까지 나흘간 페이스북(<http://www.facebook.com/bookexpo>) 라이브를 통해 온라인으로 진행되었다.

첫날인 26일에는 코로나19로 인한 공공도서관의 영향과 변화 등을 다룬 네 개의 토론과 함께 하퍼콜린스 등 오디오북 관계자들이 패널로 참석하는 '오디오북의 소비 행태(Audiobooks and Consumer Behavior)'에 관한 토론이 진행되었다. 27일과 28일에는 어덜트북과 아동 도서 작가들의 디너 이벤트가 한 차례씩 있었고, 마지막 날인 29일에는 분야별 신간을 소개하는 여러 이벤트가 진행되었다.

이번 온라인 이벤트마다 1,000명에 가까운 참석자들이 온라인으로 입장했으며, 많은 도서관 관계자들이 댓글과 채팅을 통해 각자의 활동 상황을 알리고 토론하며 활발한 참여도를 보였다.

Day 1

첫날 이른 아침부터 진행된 첫 이벤트는 '팬데믹하에서의 공공 도서관'에 관해 토론하는 자리였다. 이어서 '오디오북의 소비 행태'에 관한 토론이 진행되었고, 오후에는 '글로벌 팬데믹이 미래의 도서관 시스템에 미치는 영향', '코로나바이러스 이후의 독자 추천', '도서관 이벤트가 도서 판매에 미치는 영향' 등의 토론이 이어졌다. '오디오북의 소비 행태'에 관한 토론 외에는 모두 코로나19로 인해 문을 닫은 공공 도서관에 관한 내용이라서 중복되는 내용이 많았다. 이런 이유로 본 글에서는 도서관 관련 내용을 묶어서 정리하였다.

팬데믹이 도서관에 미친 영향

미국에서 코로나19 확진자가 제일 먼저 보고된 워싱턴주 시애틀은 미국 내에서 도서관 잠정 휴관도 선

두였다. 현지 도서관 상황을 발표하는 자리에서 워싱턴주 킹카운티 도서관 시스템의 디렉터인 리사 로젠블럼은 6월 중 다시 개관할 수 있기를 기대한다고 밝혔다. 약간의 시차만 다를 뿐, 미 전역의 다른 도서관들도 같은 상황에 놓여 있다.

한편, 이북과 오디오북을 포함한 디지털 도서의 수요는 300% 증가했다. 도서 판매에서 디지털 도서의 수요가 증가한 것처럼, 전국 도서관에서도 디지털 도서의 수요 증가세가 두드러졌다. 다만, 디지털 도서의 수요가 증가함에도 도서관 측은 디지털 도서의 구입을 망설이는 경향이 있는데, 디지털 도서의 구입비가 종이책보다 상대적으로 비싼 탓이다. 이에, 특히 빅5 출판사들에게 도서 가격을 낮춰달라는 공통적인 요구가 나왔다.

도서관 이용자들의 독서 시간도 늘어났다. 그러나 늘어난 독서 시간에 비해 도서관 도서를 이용할 수 없는 이들이 많았다. 미국 내에는 많은 가정에 인터넷이 설치되어 있지 않거나 인터넷을 사용할 수 없는 환경에 있는 이들이 여전히 많은데, 이들을 위해 각 도서관은 종이책 픽업 서비스와 배달 서비스를 진행했다. 지역 사회와 사회적 연결망을 어떻게 유지하는가도 숙제로 떠올랐다. 특히 팬데믹 환경에서 생활필수품처럼 떠오른 인터넷이 없는 가정을 위해서는 연방 정부가 나서야 한다는 요구가 이어졌다. 인터넷은 공공재로 전 국민이 누구나 이용할 수 있게 해야 한다는 것이다.

앞으로 팬데믹 상황에서 벗어나게 되더라도 도서관을 사용하는 방식은 변화하게 될 것이다. 이를 위해 여러 형태의 도서관 서비스 모델이 연구되어야 하며, 특히 인터넷, 소셜미디어 등의 테크놀로지에 취약한 도서관 직원을 위한 교육도 신속히 진행되어야 한다는 것이 공론이었다.



〈그림 1〉 공공 도서관과 팬데믹 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)

패널들이 토론하는 중에 채팅에 참가한 몇몇 도서관 관계자들은 자신들이 진행하는 서비스를 소개하기도 했다. 한 도서관 관계자는 인터넷이 없는 이용자들이 도서관으로 전화를 걸어 음성 사서함을 통해 ‘읽어주는 책’을 들을 수 있는 서비스인 ‘폰 스토리(Phone-a-Story)’ 서비스에 대해 소개하기도 했다.

DENVER PUBLIC LIBRARY
READ • PLAY • LEARN

READ • PLAY • LEARN



24/7 storytime available on your phone!

Phone-a-Story: 720-865-8500

[f](#)
[p](#)
[✉](#)
[📄](#)

Hello Storytime fans!

The Denver Public Library is happy to announce that now you can call 720-865-8500 and listen to stories, songs and rhymes in English,

〈그림 2〉 폰 스토리 리딩 (사진: 덴버 도서관 웹사이트)

오디오북의 소비 행태

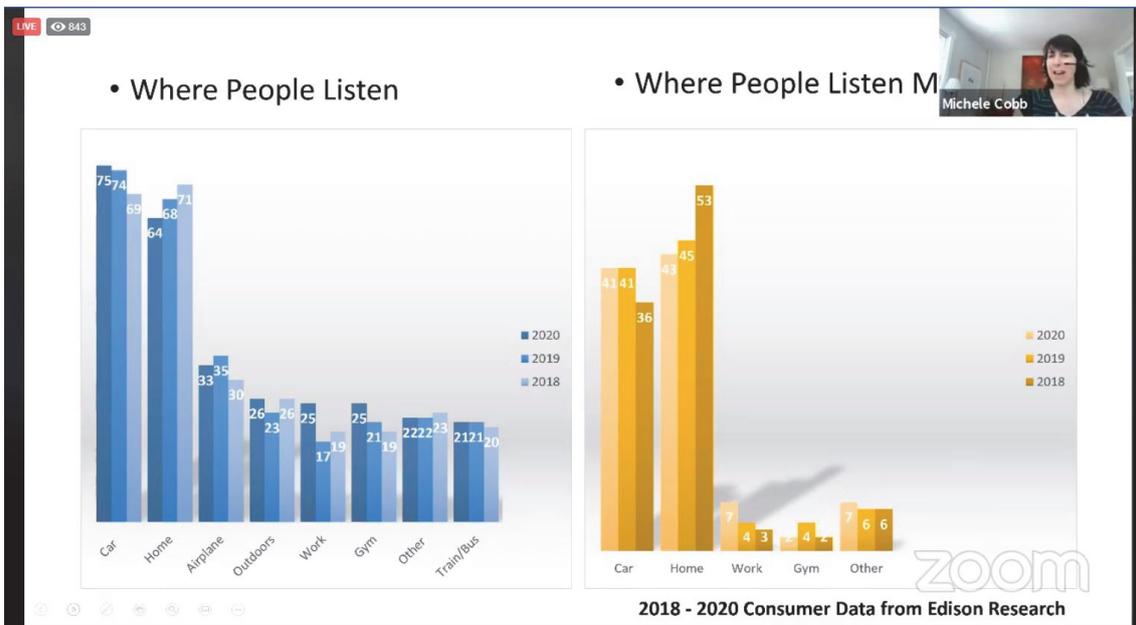
‘오디오북의 소비 행태’에 관한 토론은 하퍼콜린스와 사이먼 앤 슈스터, LMBPN의 오디오북 관계자들이 패널로 참여한 가운데 오디오북 출판사협회의 미셸 코브(Michele Cobb)의 사회로 진행되었다.

이 토론은 ‘오디오북 소비자가 어떻게 오디오북을 사용하는지에 관해 실시한 설문조사’ 결과를 바탕으로 진행되었다. 조사 결과에 따르면, 오디오북 사용이 2019년의 6.8권에서 2020년 8권으로 늘은 것으로 나타났다. 또한 51%가 오디오북을 처음 접했다고 응답했으며, 이들이 더 많은 오디오북을 듣는 것으로 나타났다. 특히 이들의 대다수를 차지하는 44%의 소비자가 18세 이상의 신규 독자이며, 21%의 독자들이 연 10권 이상의 오디오북을 소비하는 것으로 나타났다. 연령별로는 독자의 52%가 45세 이하, 오디오북을 자주 이용하는 독자의 57%가 45세 이하인 것으로 나타났다. 또한, 61%의 독자는 팟캐스트를 듣는다고 답했다.

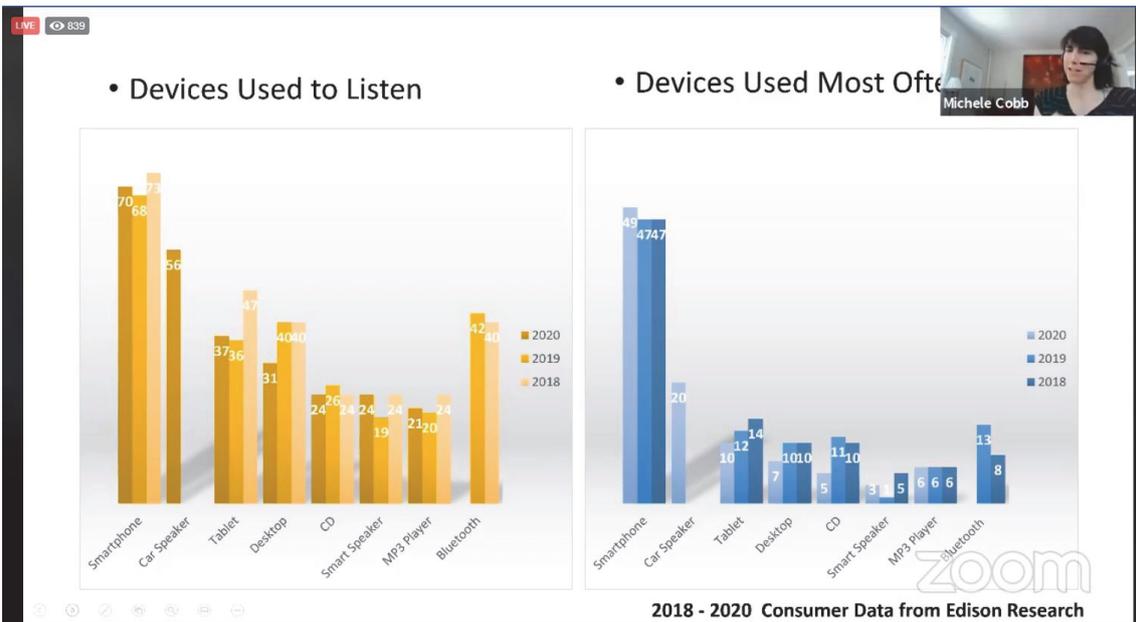
오디오북인 만큼 독자들은 내레이터의 질을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났으며, 작가가 책을 읽는 것보다는 전문 내레이터가 읽는 것을 더 선호한다고 대답했다. 오디오북 길이에 있어서도 43%가 1~3시간 길이의 오디오북을 선호하는 것으로 나타났다.

패널들은 이와 같은 소비자의 행태에 각 출판사가 어떻게 대응하고 있는지를 소개했다. 중소출판사와 독일 출판사들은 오디오북 제작을 늘리고 있는데, 특히 짧은 길이의 논픽션이 성장을 보이고 있고, 짧은 길이의 오디오북 노벨라도 제작되고 있다고 했다. ‘저자 인터뷰’나 ‘내레이터 후기’ 같은 보너스물을 제작하는 실험적 시도도 있었다.

오디오북의 이용 행태로는, 대부분의 독자가 집(43%)이나 자동차(41%)에서, 휴대폰(49%)으로 오디오북을 듣는다고 응답했다. 60%의 응답자가 스마트 스피커를 보유하고 있고, 이 중 46%가 오디오북을 듣는 데 사용한 적이 있다고 응답해 2019년의 31%의 이용자 수에서 큰 증가세를 보였다.



〈그림 3〉 오디오북 사용 장소 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)



〈그림 4〉 오디오북 사용 디바이스 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)

장르별로는 여전히 가장 많은 독자가 미스터리/스릴러/서스펜스(37%)를 듣는다고 응답했다. 2018년의 27%와 2019년의 31%에 이어 크게 증가한 수치다. 다음으로는 14%의 독자가 응답한 역사/전기/회고록, 그다음으로는 사이언스 픽션(SF)과 판타지가 11%를 차지했다.

하퍼콜린스의 캐시 포리스트(Cathy Forrest)는 로맨스 장르의 특성상 이북이 잘 나가지만, 오디오북 또한 좋은 판매율을 보이고 있다고 전했다. 특히 로맨스 오디오북의 독자들은 선호하는 내레이터에 대한 충성도가 높아, 자사 레이블인 '할리퀸' 도서의 오디오북 제작을 늘리고 있다고 전했다.

Day 2 & 3

북엑스포 둘째 날과 셋째 날에는 '어덜트북 저자와의 디너'와 '아동 도서 저자와의 디너' 이벤트가 각각 진행되었다.



〈그림 5〉 어덜트북 저자 디너 이벤트에 참가한 작가들이 토론하고 있다.
(사진: 북엑스포 페이스북 라이브)



〈그림 6〉 아동 도서 저자 디너 이벤트에 참가한 작가들이 토론하고 있다.
(사진: 북엑스포 페이스북 라이브)

Day 4

행사 넷째 날이자 마지막 날인 29일에는 각 분야별 신간을 소개하는 이벤트인 '어덜트 북 에디터 버즈', '영어덜트 북 에디터 버즈', '미들 그레이드 북 에디터 버즈', '픽처북 쇼케이스', '그래픽 노벨 쇼케이스', '북셀러와 라이브러리언, 북그룹의 스피드 데이팅'이 진행되었다.

에디터 버즈(Editor's Buzz)

편집자와 저자가 신간을 소개하는 '에디터 버즈' 이벤트에서는 어덜트, 영어덜트, 미들 그레이드 도서가 소개되었다. 이 중 관심을 끈 것은 영어덜트 도서 이벤트와 그래픽 노벨 이벤트에서 동시에 소개된 저자 키쿠 휴즈(Kiku Hughes)의 그래픽 노벨 『변위(Displacement)』였다. 태평양전쟁의 발발로 미국 정부가 재미 일본인들을 가둔 일화를 그린 것으로, 어린 나이에 일본인 수용소에 갇힌 할머니의 경험을 보기 위해 시간 여행을 하는 십대 소녀의 이야기다. 2019년에 출판된 그래픽 노벨 『그들은 우리를 적으로 몰았다(They Called Us Enemy)』 또한 영화 <스타 트렉>의 출연배우인 일본계 미국인 조지 타케이(George Takei)가 자신이 어린 시절 가족과 함께 수감되었던 일본인 수용소의 경험을 미국 코믹북 아티스트들과 공동 제작한 작품이었다. 이러한 주제의 도서는 지난 몇 년 사이에 미국 내에서 여러 형태로 꾸준히 출판되어 왔는데, 어린 세대를 대상으로 한 영어덜트 그래픽 노벨로도 나오고 있는 것은 주목할 부분이다.



〈그림 7〉 어덜트 에디터 버즈에서 소개된 도서들 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)



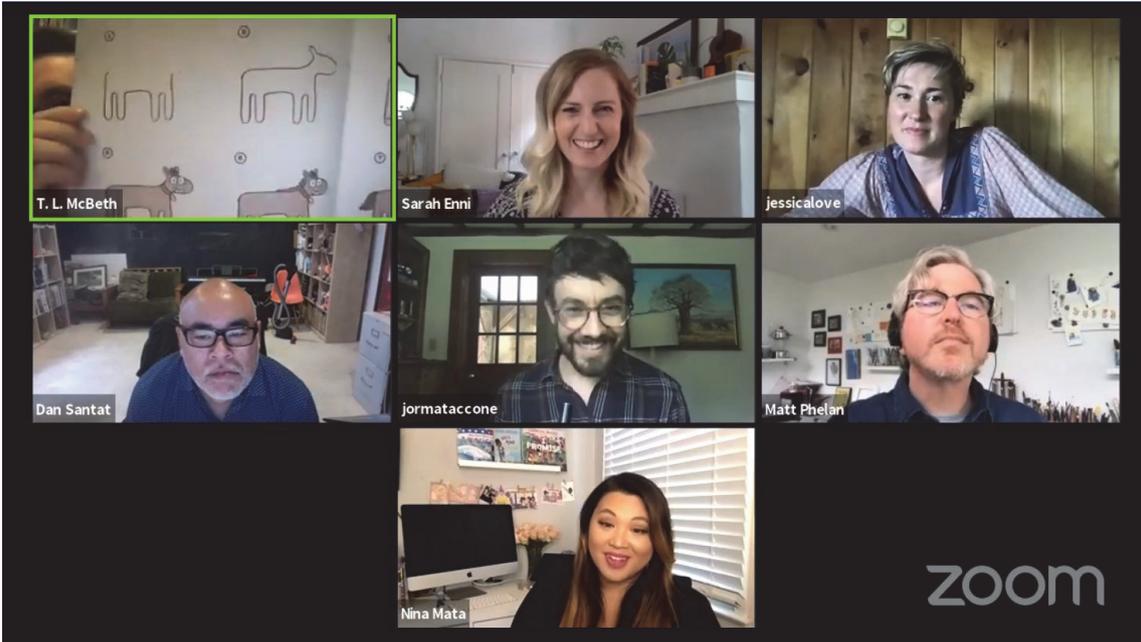
〈그림 8〉 영어어덜트 에디터 버즈에서 소개된 도서들 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)



〈그림 9〉 미들 그레이드 에디터 버즈에서 소개된 도서들
(사진: 북엑스포 페이스북 라이브)

픽처북 & 그래픽 노벨 쇼케이스

한편 픽처북 쇼케이스에서는 T.L. 맥베스가 자신의 작품 『랜디(Randy)』를, 니나 마타가 자신의 작품 『약속해 (I Promise)』를 페이스북 라이브를 통해 소개했으며, 새로 출간되는 그래픽 소설을 소개하는 쇼케이스에서는 영어덜트 에디터 버즈에서도 소개되었던 키쿠 휴즈(Kiku Hughes)의 『변위(Displacement)』, 트링 르 능옌(Trung Le Nguyen)의 『마법의 물고기(The Magic Fish)』, 제임스 롬버거(James Romberger)의 『포스트욕(Post York)』, 비샤크 솜(Bishakh Som)의 『스펠바운드(Spellbound)』, 마이크 큐라토(Mike Curato)의 『플레머(Flamer)』 등이 소개되었다.



〈그림 10〉 저자 T.L. 맥베스가 자신의 작품 『랜디(Randy)』를 소개하고 있다.
 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)



〈그림 11〉 저자 니나 마타가 자신의 작품 『약속해 (I Promise)』를 소개하고 있다.
 (사진: 북엑스포 페이스북 라이브)



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

안성학(미국 파피엣 대표, KPIPA 수출 코디네이터)

미국 아마존의 자회사인 오더블과 킨들 코믹솔로지에서 디지털 오디오북과 코믹북의 글로벌 콘텐츠 제작팀을 이끌었고, 지금은 한국 도서와 웹툰을 미국시장에 번역 출판하고 있다.

글로벌마켓 리포트

코로나가 일군 독일 출판계의 새로운 모습

박소진(KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 06.



COVID-19로 인한 자가격리는 온라인상에서 접할 수 있는 문화의 폭을 급격히 넓혔다. 미술관, 갤러리, 박물관을 온라인을 통해 미술품을 무료로 감상하면서 해설을 듣고, 세계적으로 유명한 예술가 올라푸르 엘리어손이 무대 감독을 맡은, 베를린의 운터 덴 린덴 국립 오페라 하우스(Staatsoper Unter den Linden)에서 공연된 오페라 이폴리트와 아리시를 집에서 감상하고, 출판사와 저자들이 무료로 공개한 출간작들의 전자책을 읽을 수 있다. 웹사이트 berlinalive.de는 낭독회 및 시 슬램(poetry slam)을 포함한 폭넓은 문화 분야의 이벤트를 온라인 중계하고, 시청자들은 기부를 통해 작가와 예술가들을 지지할 수 있다. 다음은 '코로나 시대'가 일구어 낸 독일 출판계의 새로운 모습이다.

#동네서점에힘보태기supportyourlocalbookstore

동네서점들이 힘든 시기를 잘 견딜 수 있도록 돕고자 하는 해시태그 #supportyourlocalbookstore는 비록 서점 문은 닫혀 있지만 여전히 새로운 읽을거리를 독자에게 전하고자 하는 독일 모든 주의 (일부) 서점 목록을 공유한다. 인스타그램, 전화, 인터넷을 통해 동네서점에 주문된 도서는 자전거 배달이나 무료 배송을 통해 독자에게 배달된다.

이뿐만 아니라, shopdaheim.de(집에서쇼핑)상에서는 독일 전국의 동네서점을 비롯한 모든 분야의 동네 상점을 찾을 수 있다. 본 웹사이트의 주요 스폰서들은 독일 대형 체인 서점 탈리아(Thalia), 오시안더(Osiander), 이북(eBuch), 유통 업체인 리브리(Libri), 독일 출판 서적상 협회(Börsenverein des Deutschen Buchhandels)로, 독일 출판계가 (동네)서점 및 출판계 생태계를 유지하기 위해 얼마나 큰 노력을 기울이는 지에 대해 간접적으로 보여주는 좋은 예시이다.

집에서 일하는 출판사들, 코로나 미니 소설 등 공유

유서 깊은 출판사인 피셔 출판사(S. Fischer Verlag)는 '집에서 일하는 출판사(Der Verlag im Homeoffice)'라는 별도의 웹페이지를 통해 '금주의 추천도서', '기타 추천도서', 피셔 출판사 직원들의 재택 근무사진들 뿐만 아니라, 베스트셀러 작가 아르노 스트로벨(Arno Strobel)이 쓴, 약 3,500자의 코로나 미니 범죄 소설, 하랄드 벨처(Harald Welzer)의 책 『모든 것은 지금과 다를 수 있다(Alles könnte anders sein)』의 구절을 랩으로 풀어 낸 영상 등을 공유한다. 또한, 온라인 낭독회 리스트, 작가들의 인터뷰 리스트, 작가들이 코로나 사태에 대해 생각하는 글들을 모은 새로운 콘텐츠도 제공한다. 더불어, #함께읽어요(gemeinsamlesen)나 #집에서쇼핑(shopdaheim) 해시태그를 통해 더 많은 도서 관련 정보를 얻을 수 있다고 피셔 출판사는 전한다.

한편, 랜덤 하우스 독일은 '절망적인 집콕(Desperate Houselives)'이라는 제목의 팟캐스트를 통해 자가격리 시간을 창조적으로 보낼 수 있는 방법들을 알려준다. 3월 27일부터 6월 1일까지 매일 저녁 9시에 15분간 페이스북에서 온라인 낭독회를 진행하기도 하는데, 다양한 분야 도서의 낭독회 및 생중계를 온라인으로 시청할 수 있다. 우테 크라우제(Ute Krause)는 아동서 『힘센 동물들과 날아다니는 로버트 씨(Die Muskeltiere und der Fliegende Herr Robert)』의 낭독회를 5월 초 약 일주일간 저녁 7시 30분에 진행하기도 했다.

키위(Kiepenheuer & Witsch)출판사는 트위치(Twitch) 및 독일과 비엔나의 TV채널을 통해 낭독회를 중계하며, 책을 둘러싼 다양한 대화를 담은 비디오를 공유한다. 키위 출판사와 슈피겔(Spiegel)지의 작가들은 여러 작가들을 라이브 방송에 초대하여 책에 대한 대화를 나누고 낭독을 하며, 다양한 책들을 소개하였다. 그리고 파이퍼(Piper)출판사는 #PiperLesestunde(파이퍼독서시간)이라는 해시태그 하에 인스타그램에서 라이브 낭독회를 진행한다. 낭독은 매일 저녁 5시에서 7시 30분 사이에 시작하며, 그들의 최근 인스타그램 포스팅은 약 300~1,300회의 '좋아요'를 받으며 높은 관심을 받고 있다.

스타일리시한 그래픽 디자인을 선보이는 스텐베르크 프레스(Sternberg Press)는 ‘사회적 거리 패키지 #1, 2, 3’을 통해 현 상황과 관련된 도서들의 발췌문을 묶은 읽기 견본을 무료로 다운로드 받을 수 있도록 하고 있다.

TV를 다시 찾는 책

독일 공영방송에서 거의 사라지다시피 한 문학 및 도서 관련 프로그램들이 (일시적으로나마) 다시 시청자들의 관심을 모으고 있다. 자를란트 Saarland지역 채널 SR은 ‘드디어 집에서 시간 보내기(Endlich zuhause, endlich Zeit für...)’ 시리즈를 통해 집에서 할 수 있는 운동 동작들, 요리법과 더불어 다양한 책을 소개하고 있다. 본 시리즈에서 서적상 솔베이그 필란드(Solveig Pöhland)는 판타지, 범죄 소설, 음악, 청소년, 유머 등 각 분야의 추천작들과 ‘올해의 책들’을 추천하며, SR 리포터 게오르그 기칭어(Georg Gitzinger)는 소위 ‘비뚤어진 소설들(Schräge Romane)’을 소개한다. 한편, 베를린 시 채널 RBB에서는 ‘RBB가 읽어주는 책 Der RBB Macht Lesung’을 통해 올라 렌체Ulla Lenze, 아바스 키더Abbas Khider처럼 베를린에 거주하는 소설가들이 직접 소개하는 그들의 신간 소설들을 만나볼 수 있다. 각 방송은 약 15분 동안 진행되며, 작가들이 책의 줄거리를 소개하고, 주요 구절을 낭독하는 것으로 구성된다.

COVID-19에 대응하여 출판계를 보호하기 위한 독일 출판 서적상 협회의 다각적인 노력

독일 출판 서적상 협회(Börsenverein des Deutschen Buchhandels)는 코로나 사태로 위협받는 출판계의 생태계 지속을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다. 이러한 노력 중 몇 가지를 소개한다.

동네서점 지원

서점들을 지원하는 방안 중의 하나로, 다양한 메시지를 담은 마케팅용 그래픽을 무료로 다운로드하여 (인쇄한 후) 서점에서 사용할 수 있도록 하고 있다. 그래픽은 포스터, 엽서, SNS 포스팅 용도로 사용될 수 있으며, ‘동네서점에서 직접 배달됩니다’, ‘온라인 샵이여 안녕, 서점이 직접 독자에게 책을 전합니다’, ‘안녕, 쿠폰아!’, ‘책 7권 만큼의 간격을 유지하세요’, ‘감염이여 안녕, 안녕, 책!’ 등 다양한 메시지를 담고 있다. 본 마케팅용 그래픽은 ‘지금 책 한 권!(Jetzt ein Buch!)’에서 제작하였으며, 독일 출판 서적상 협회의 홈페이지에서도 다운로드받을 수 있다.

견습생 지원

소형 출판사 및 서점에서 교육과 훈련을 받는 이들과 이들을 고용한 업체를 지원하기 위해 독일 출판

서적상 협회는 견습생들에게 지급되는 월급의 일부를 지원하고 있다. 5만 유로의 지원금이 설정되었으며, 업체마다 600유로(약 80만 원)의 일회 지원금을 신청할 수 있다. 단, 사업체가 독일 출판 서적상 협회의 정회원이어야 하는 등 몇 가지 조건을 만족해야 하며, 견습생이 여러 명인 경우에도 1회만 신청할 수 있다.

웨비나 & 세미나를 통한 교육

‘더 높은 도서 판매율을 이끌어 내는 방안’을 전하는 세미나가 5월 12일을 시작으로 여러 회 진행되었다. 이 세미나는 현재 근본적으로 변한 미디어 지형을 염두에 둔 채, 오늘날 자신의 책을 어디에서 어떻게 판매해야 하는지, 서점 및 온라인상에서 자신의 책을 돋보이게 하는 방법으로는 어떤 것이 있는지, 어떠한 방식을 통해 자신의 책을 화두로 만들 수 있는지 등에 대한 새로운 마케팅 전략을 전한다. 본 세미나는 3시간 동안 진행되며, 참가비용은 회원 75유로(약 10만 원), 비회원 100유로(약 14만 원)이다. 이 밖에도, 소셜 미디어 마케팅, 스트레스 & 시간 관리 & 긴장 풀기 기술 등에 관한 웨비나에 참가할 수 있다.

공영 방송에 대한 비판

“사회는 책에 대한 공적인 대화를 필요로 한다.”

독일 출판 서적상 협회가 독일 공영 방송에서 도서 및 문학 관련 프로그램이 사라진 현재의 상황에 대한 비판의 목소리를 높였다. 바이에른 방송(BR), 남서독일방송(SWR), 독일 제2텔레비전(ZDF)에서 방영되던 여섯 가지 문학 프로그램이 방영 취소된 데에 이어, 북부독일방송(NDR) 또한 예산 절감의 이유로 ‘책 일지(Bücherjournal)’를 2021년부터 방영 중지하겠다고 공식 발표하였다.

“책은 기반이 튼튼한 전문적 조사와 다양한 성격의 정보를 기반으로 쓰인다. 책은 복합적인 관련성을 내포하며, 사회구성원들에게 사고할 (혹은 사고해야 할) 거리를 제공한다. (...) 또한, 새로운 주제를 대중적으로 사회 속에 인식시키는 역할을 한다. 책에 대해 공적으로 이야기하는 시간이 사라지는 것은 가짜 뉴스와 음모설이 난무하는 시대에는 더욱 치명적이다.” 이와 같이 우려를 표명한 독일 출판 서적상 협회는 현 실태에 대해 출판계 종사자들의 의견을 모아 홈페이지에 공개하였다.

그중, 랜덤 하우스 출판 그룹의 대표 토마스 라트노프(Thomas Rathnow)는 다음과 같이 자신의 생각을 피력하였다. 그는 “북부독일방송(NDR)의 의무는 정보를 제공하고, 시청자를 교육시키며, 그들에게 조언 및 재미를 제공하며, 특히 사회에 문화적 기여를 하는 것이다. 현재 북부독일방송의 프로그램 폭은 문화를 주제로 하는 방송을 충분하지 않다. 문화 프로그램 제작에는 높은 제작비가 요구되지 않는 점, 그리고 30년간 방송된 프로그램인 ‘책 일지(Bücherjournal)’가 경비 절약을 위한 희생양이 된다는 점은 이해하기 힘들다. 북부독일방송의 경영진은 이 결정에 대해 다시 심사숙고해야 하며, 창조적인 해결책을 찾아야 한다. 공영 방송사는 문학과 문화의 전파에 대한 특별한 책임을 지고 있기 때문이다. 방송사는 이 점을 오히려 기회로 삼아야 한다.”라고 전했다.



[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.11 2020.06

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.