

# 출판N

출판 현장에 대한 오늘의 목소리

---

Vol.15 2020.10

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 : 오늘의 청소년과 독서

청소년의 목소리를 듣는 시간 김태희	1
청소년에게 책을 읽히려면 황왕용	7
독일의 어린이와 청소년 독서인구 분석 장성준	13
중국 청소년이 친구에게 추천하는 도서는? 김택규	22

## 정책zoom

출판계 근로환경 개선을 위한 열린 포럼	29
출판유통통합전산망의 기대 효과 이중호	39

## 출판가 핫&쿨

코로나 시대, 새롭게 주목받는 취미: 독서 진영균	48
-----------------------------	----

## 인사이드

[서점 다이어리 9] 한 종의 책을 100권씩 팔아보겠다고 마음먹었다 김준태	53
[책과 공간 1] '독서 공간'의 미학 - 강릉책문화센터	60
[에세이] 출판 마케터가 정보와 영감을 얻는 하루 루틴 구환희	65

## 해외리포트

[스웨덴] 2020년 예테보리 도서전 온라인 참관기 이유진	74
[일본] 2020년 상반기 일본 전자출판시장 동향 강소영	84
[미국] 번역도서, 3%의 문제 안성학	91

## [오늘의 청소년과 독서] 청소년의 목소리를 듣는 시간

---

김태희(사계절출판사 편집자)

2020. 10.

### 2020, 우리가 직면한 현실

2020년. 우리뿐만 아니라 전 세계가 지금까지와는 전혀 다른 일상을 살고 있다. 코로나19, 마스크, 비대면, 기후위기, 환경, 쓰레기... 굳이 빅데이터를 돌리지 않더라도 올해의 주요 키워드는 지금껏 볼 수 없었던 단어들로 채워질 것이라는 건 누구나 예상할 수 있다. 한 번도 경험해보지 못한, 인류사에 오래도록 남을 대전환의 중심에 우리가 있다. 그러나 이 대전환의 격랑에도 대한민국의 고3은 아무 일 없다는 듯이 수능을 준비한다. 아니, 준비해야 한다. 대학이 취업을 위한 한 줄 이력에 불과한 장치라는 것도 모두 이미 알고 있다. 하지만 그 한 줄을 위해 대한민국 청소년은 중고등학교 시절 6년을 오직 '입시'를 위해서만 써야 한다. 모든 것은 입시를 위해서만 존재한다. 입시를 위한 자기개발, 입시를 위한 책임기... 미래를 위해 모든 욕망을 거세당한 채 시간을 건디다 마침내 대학에 들어간 학생들은 온라인에 익숙지 않은 교수들의 급조한 강의 동영상을 보며 실망한다. 이들은 이미 최첨단 설비를 갖춘 스튜디오에서 수준급으로 만든, 이른바 일타강사의 강의를 접한 세대다. 온라인 강의로만 이뤄진 대학이라면, 정말 존재 가치가 있을까? 하지만 대한민국의 고3은 상점이 문을 닫고, 직장인은 재택근무를 하고, 다른 학년 학생이 비대면 수업을 해도 등교를 하고, 수능을 준비한다. 대안이 없기 때문이다.

### 2020, 청소년 책의 해

2020년은 코로나19의 해 이전에 '청소년 책의 해'이다. 문화체육관광부의 예산을 받아 책읽는 사회문화재단을 중심으로, 청소년과 청소년 책임기에 관심 많은 사서, 교사, 연구가, 작가 등으로 실행위를 구성해 2019년 3월부터 준비 모임을 가졌다. 매달 한 차례씩 모여 청소년 책임기와 관련한 도서관, 서점, 학교, 출판사의 사례 발표를 들으며 청소년 책임기의 필요성과 다양한 가능성을 다시 한번 확인하는 시간을 가졌다. '2018 책의 해 독자 개발 연구보고서'에 따르면 한국인의 생애 독서 그래프에서

독서 관심도가 급격하게 떨어지는 시기가 바로 ‘청소년기’이다. 청소년기의 부정적인 독서 경험은 이후 성인이 되어서까지 이어진다. 한마디로 청소년기의 책임기가 평생을 좌우하는 것이다. 독서 관심도가 이 시기에 급격하게 떨어지는 이유는 누구나 짐작하겠지만 당연히 입시로 인한 시간 부족이다. 사실 교육 정책, 대학 입시 같은 근본적인 문제를 해결하지 않으면 아무 소용이 없다는 걸 알지만 지금으로선 이것 역시 대안이 없다.

실행위의 가장 큰 관심사는 책을 좋아하지 않으며, 책과 친해질 생각이 전혀 없는 청소년을 독자로 만드는 것이었다. 간헐적 독자, 비독자를 평생 독자로 만들기. 청소년 관련 네트워크로 구성된 실행위라 저마다 청소년과 친하고 그들을 지지하고 이해하는 어른이라 자부하지만, 이미 우리는 존재 자체가 그들에겐 ‘곤대’일 수밖에 없는 기성세대다. 그래서 우리는 최대한 청소년에게 뭔가를 가르치려 들지 않고 다가가며, 청소년이 책을 읽을 수 있는 분위기를 자연스럽게 만드는 데 힘쓰기로 했다. 뭐든 시작에는 슬로건이 필요한 법. 실행위 위원들이 저마다 참신한 구호를 생각하며 머리를 맞뒀지만, 우리 마음가짐을 보여주기에 뭔가 부족하고 아쉬웠다. 나는 명색이 출판사 편집자라 다들 열심히 일하는 데 힘을 보태고 싶어 ‘ㅋㅋㅋ’라는 구호를 조심스레 꺼냈다. 처음엔 청소년이 ㅋㅋㅋ, ㅎㅎㅎ와 같은 초성을 많이 쓰는 것에 착안해 장난스레 떠올린 거였는데 우려와 달리 학생들에게 큰 지지를 받아 슬로건으로 정해졌다. ‘말 꺼낸 사람이 책임지기’는 만고의 법칙. 나는 엉겁결에 청소년 책의 해 홍보 담당이 되어 ‘ㅋㅋㅋ’로 로고와 포스터를 기획하게 되었다. 청소년 책의 해의 상징인 ㅋㅋㅋ 로고를 자세히 들여다보면 이렇다.



**책은 우리의 마음을  
키워 줘요.**

우리는 책을 통해 여러 삶을 살고,  
다양한 세상을 여행하지요.  
때로는 지옥 같고 때로는 행복한 감정을 느끼며  
우리는 크게 크게 자라나요.  
웃을 더 크게 키우는 건 여러분의 몫이에요.  
울조러를지 말고 웃을 통해 성장해요.



**책은 읽는 사람에 따라  
다른 얼굴로 다가와요.**

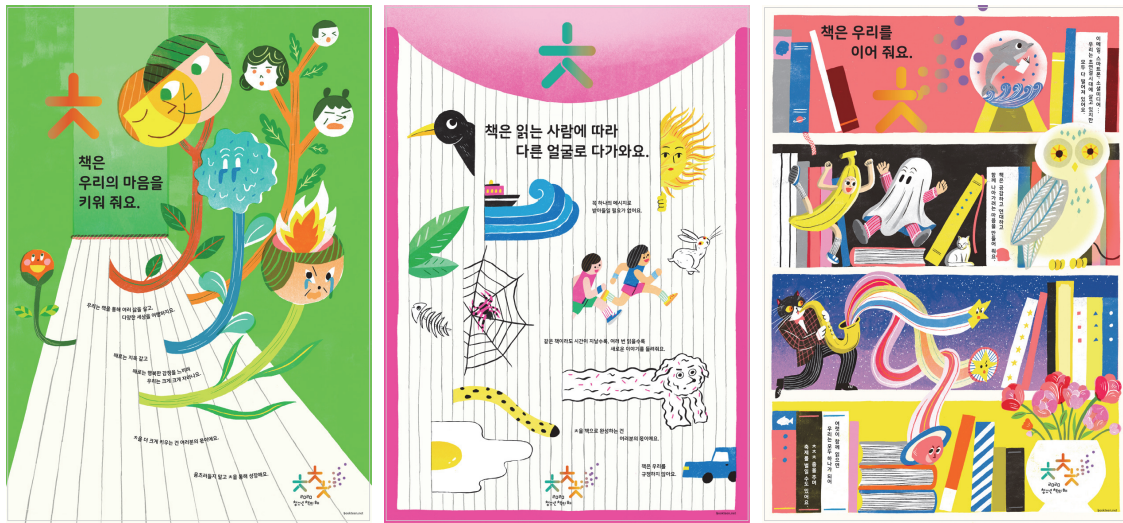
꼭 하나의 메시지로 받아들일 필요가 없어요.  
같은 책이라도 시간이 지날수록,  
여러 번 읽을수록  
새로운 이야기를 들려줘요.  
웃을 책으로 완성하는 건 여러분의 몫이에요.  
책은 우리를 규정하지 않아요.



**책은 우리를  
이어 줘요.**

이메일, 스마트폰, 소셜미디어...  
우리는 초연결시대에 살고 있지만 모두 다 떨어져 있어요.  
책은 공감하고 연대하고 함께 나아가려는 마음을  
만들어 줘요. 여럿이 함께 읽으면  
우리는 모두 하나가 되어  
ㅋㅋㅋ 웃을 추며 축제를 벌일 수도 있어요.

첫 번째 ㅈ은 책을 상징하고, 두 번째 ㅈ은 무한한 가능성을 지닌 사람, 즉 청소년을 상징한다. 마지막 ㅈ은 청소년의 손에서 다른 손으로 이어지는 연결을 상징하는 것으로 책 읽기로 이어지는 청소년의 연대, 축제를 떠올린 것이다. 책의 기본을 이루는 한글의 모양에 착안해 만든 로고라 더 의미가 깊고, 책이 가진 다양한 매력과 확장성까지 새겨 넣을 수 있어 좋았다. 하지만 ㅋㅋㅋ를 처음 접하는 사람들은 이게 뭐야? 할 수도 있는 법. 그래서 이번엔 ㅋㅋㅋ의 의미를 문장으로 풀어 포스터로 만들었다.



책은 읽는 사람에 따라 다른 얼굴로 다가와요. 꼭 하나의 메시지로 받아들일 필요가 없어요. 같은 책이라도 시간이 지날수록, 여러 번 읽을수록 새로운 이야기를 들려줘요. 책을 책으로 완성하는 건 여러분 몫이에요. 책은 우리를 규정하지 않아요.

책은 우리의 마음을 키워 줘요. 우리는 책을 통해 여러 삶을 살고, 다양한 세상을 여행하지요. 때로는 지옥 같고 때로는 행복한 감정을 느끼며 우리는 크게 크게 자라나요. 책을 더 크게 키우는 건 여러분 몫이에요. 움츠러들지 말고 책을 통해 성장해요.

책은 우리를 이어 줘요. 이메일, 스마트폰, 소셜미디어... 우리는 초연결 시대에 살고 있지만 모두 떨어져 있어요. 책은 공감하고 연대하고 함께 나아가려는 마음을 만들어 줘요. 여럿이 함께 읽으면 우리는 모두 하나가 되어 툭툭툭 춤을 추며 축제를 벌일 수도 있어요.

김성미 디자이너와 윤예지 화가가 없었으면 이렇게 멋진 로고와 포스터가 탄생하지 못했을 것이다. 내 방에 걸어두고, 오래오래 들여다보면서 책에 대해 한 번쯤은 생각해 보게 만드는 포스터. '청소년 책의 해' 로고와 포스터에는 지난해 열 달 내내 멀리 세종에서 올라온 문체부 관계자를 비롯해 각자 생업이 있음에도 한 번도 빠지지 않고 모여서 청소년과 책에 대한 애정을 불사른 모두의 바람이 담겨 있다.

### 쉽고 재밌고 새롭고 깊이 있다, 청소년 책의 진화

청소년 책은 날마다 새롭게 변신하면서 '지금, 여기'의 독자를 만날 만반의 준비를 하고 있다. 청소년 소설은 현재 문학판 흐름을 주도한다 해도 과언이 아닐 정도로 성인 독자층까지 폭넓게 아우르고 있다. 청소년출판이 본격화된 것은 1997년 세계절출판사가 한창 감수성이 예민하고 지적 호기심이 강한

십대를 위해 '1318문고'라는 청소년소설을 펴내기 시작하면서부터이다. 2002년부터는 역량 있는 청소년소설 작가를 발굴하기 위해 '사계절문학상'을 제정해 『푸른 사다리』의 이옥수, 『몽구스 크루』를 쓴 신여랑, 『열일곱 살의 털』 김해원, 『합체』 작가 박지리, 『사이퍼』 탁경은, 『산책을 듣는 시간』을 쓴 정은 등 뛰어난 '신인' 청소년소설 작가를 배출했다. 2000년대 중반에 청소년출판이 블루오션으로 떠오르면서 비룡소, 문학동네, 창비 등 대형출판사가 청소년소설 시장에 출사표를 던졌고, 문학과지성사, 돌베개, 자음과모음, 뜨인돌 등에서도 꾸준히 청소년소설을 펴내고 있으며, 양철북, 우리학교, 단비, 블랙홀 등 청소년 책을 전문으로 출판하는 출판사도 많아지고 있다.

등장 초반, 작가 자신의 회고담으로 계몽성을 강조하던 청소년소설은 10년이 지나 어느 정도 궤도에 올라 출판 시장을 장악하는 존재감을 선보였다. 그 신호탄은 이경혜 작가의 『어느 날, 내가 죽었습니다』로 기존 청소년소설과는 확실한 차별점을 둔 '지금, 여기'의 청소년을 다뤘다는 데 큰 의미를 부여할 수 있다. 김려령 작가의 『완득이』는 영화로도 성공해 지금까지 스테디셀러로 자리 잡은, 청소년소설의 대표적인 성공 사례로 꼽힌다. 최근에는 손원평 작가의 청소년소설 『아몬드』가 가장 사랑받는 한국 소설로 뽑히기도 했다. 이제 청소년소설은 더 이상 청소년만을 위한 책으로 치부되며 일반소설 하위 범주의 개념으로 취급당하지 않고, 오히려 뛰어난 문학과 읽는 재미를 선사하는 하나의 장르 문학으로 자리 잡았다. 박지리 작가의 청소년소설은 우리 청소년문학의 진화를 보여주는 하나의 이정표이다. 『합체』에서부터 『맨홀』, 그리고 한국형 영어덜트의 시작이자 완성이라 할 수 있는 『다윈 영의 악의 기원』까지 읽고 나면 청소년소설이 어떤 식으로 성장하고 진화해 왔는지 단번에 확인할 수 있다.

청소년 교양 도서 역시 나날이 진화하고 있다. 처음엔 성인 독자 대상의 교양 도서를 좀 더 쉽게 풀어낸 책으로 여겨지던 것이 자신만의 확고한 정체성을 확립해 가는 십대 소년 소녀를 주체적 대상으로 삼아 그들 눈높이에 맞는 책을 선보이고 있다. 인문 고전을 청소년 눈높이에 맞춰 쉽게 풀어 쓴 사계절출판사의 '주니어클래식'은 십대뿐만 아니라 일반 성인 독자도 즐겨 보는 시리즈이다. 하위징아의 『호모 루덴스』를 흥미로운 사례들로 재구성해 핵심 내용을 전하면서도 현재 시각으로 비판하고 우리 현실에 맞게 해석한 노명우 교수의 『호모 루덴스, 놀이하는 인간을 꿈꾸다』 등도 대표적이다. 우리학교출판사의 '소년소녀' 시리즈는 청소년 눈높이에 맞는 참신한 기획이 돋보이는 책이다. '청소년을 위한 생명 감수성 장착 프로젝트'라는 부제가 달린 『소년소녀, 고양이를 부탁해!』나 '만국의 청소년을 위한 정치력 향상 프로젝트' 『소년소녀, 정치하라!』 등은 자립적인 어른으로 성장하는 데 필요한 꿀팁을 전해 준다. 지난해 봄, 만화가 이다의 『걸스 토크-사춘기라면서 정작 말해 주지 않는 것들』이 나왔을 때 많은 성인 여성 독자는 물개박수를 치며 이 책의 출간을 반겼다. 드디어 우리 청소년에게 읽힐 수 있는 제대로 된 '사춘기'에 관한 책이 나왔구나 하면서. 이차성징, 외모 콤플렉스, 월경을 비롯해 여성 청소년의 성욕에 이르기까지 작가가 사춘기 시절에 느낀 고민과 고백을 솔직하게 밝힌 이 책은 지금 십대에게, 더 나아가 성인에게도 위로와 공감을 전하는 소중한 책이다. 그런데 어처구니없게도 이 책은 최근 '성평등 나다움 책' 가운데 회수된 7종 가운데 하나가 되었다. '성평등 나다움 책 회수 사건'은 우리 사회가, 아니 기성세대가 아직도 얼마나 전근대적인 사고를 하고 있는지 단적으로 보여준다. 청소년을 보호한다는 미명 아래 행해지는 통제와 차별은 이제 그만할 때도 되지 않았나. 요즘 애들을 뭘로 보고.

## 청소년의 목소리를 듣는 청소년 책

BTS가 전 세계의 관심과 주목을 받는 것이 기성세대에게겐 놀랍고 신기한 일이지만, 지금 대한민국 청소년에게 너무나 당연한 일이라서 어른들의 호들갑이 유난스러워 보일 지경이다. 어찌 보면 우리 청소년은 하루가 다르게 변화하고 진화하며 세계적 수준을 갖춰 나가는 데 반해 정작 이들을 둘러싼 하드웨어는 너무 낡은 것이 아닌가 싶다. 코로나19로 전 세계의 '잠시 멈춤'이 지속되면서 우리가 외면하고 은폐하려던 진실이 태풍이 지나간 자리처럼 하나둘 적나라하게 우리 눈앞에 펼쳐지고 있다. 그래서 우리는 정도의 차이는 있겠지만 저마다 방구석 사회학자, 교육학자, 환경주의자가 되어 처음으로 진지하게 지구의 운명과 나의 삶을 연결해 생각하고 있다. 이제 우리 청소년에게 필요한 교육은 지구 종말을 조금이라도 늦추기 위한 구체적인 실천일지도 모른다. 쓰레기를 최소화하고 지구 환경을 위해 할 수 있는 일 찾기, 스스로 요리하고 바느질하고 못질하며 생존과 자립할 수 있는 능력 갖추기, 몸과 마음의 근육을 기르기 위한 운동과 책읽기, 나다움으로 충만한 삶 누리기 등 청소년 스스로 배우고 익히고 나누는 교육이 대학에 가는 것보다 더 절실할 것 같다. 차별과 혐오, 불평등이 난무하는 세계에서는 더 이상 어른 말 잘 듣고 시키는 대로 하는 '착한 아이'는 필요 없다. 청소년은 지구라는 행성에서 다른 종(種)과 더불어 사는, 공감과 연민의 감수성을 지닌, 약자를 돌볼 줄 아는 시민이 되고 싶어 한다. 우리는 크고 작은 역사적 순간에, 사회의 변화를 이끈 이들이 '청소년'이었음을 익히 알고 있다.

청소년 책이 청소년을 위한 책으로 시작해, 청소년부터 성인까지 읽는 책으로 진화했다면 이제는 청소년의 목소리를 직접 담아내는, 청소년이 쓰는 책으로 나아가야 한다. 소설이든, 에세이든, 정보서든, 만화든, 청소년이 따로 또는 함께 쓰는 책의 저자로 정당한 대우를 받는 경험을 해보는 것이 얼마나 중요한지, 부끄럽지만 이제야 나는 절실히 깨닫고 있다.

입시 제도가 또 바뀌어 내년부터는 정시 비율이 높아지면서 독서와 입시의 연관성은 더 떨어질 거라 한다. 한때 논술고사로 책읽기 열풍이 불었을 때 당장 청소년 책 출판 시장엔 훈풍이 불었지만 그것이 청소년을 평생 독자로 이끌지 못하고 오히려 책에서 멀어지게 한 원인으로 작용했음을 우리는 알고 있다. 그렇기에 오히려 이 변화는 청소년의 자발적 책읽기를 이끌어 내 평생 독자로 만드는 기회로 삼기에 좋을 수도 있다. 자기 목소리를 내려면 다른 이의 이야기를 귀 기울여 듣는 것이 우선이듯 청소년 스스로 책의 저자가 되려면 다른 저자의 책을 읽어볼 필요가 있다. 그래야 잘 쓸 수 있다. 일주일에 한두 시간, 아이들이 책 읽으며 들을 노래 리스트를 만들고 그 시간 동안 BGM을 들으며 만화가 됐든, 그림책이 됐든, 시집이 됐든, 어떤 책이든 편하게 읽게 해주는 교실. 한 달에 한 번 동네 서점에 나가 학생이 직접 책을 고르게 하고 책을 사주는 학교. 아이들이 어느 누구의 눈치도 보지 않고 웃고 떠들고 편한 자세로 느긋하게 있을 수 있는 공간을 갖춘 도서관... 대학 가려면 책 읽어라, 성공하려면 책 읽어라 같은, 책읽기의 실용성만 강조하는 꼰대 같은 잔소리보다 책과 가까워질 수 있는 분위기를 자연스럽게 만들어 주고 아이들을 환대하는 공간이 많아지는 것이 더 중요하다. 스타벅스, 피시방, 올리브영 같은 곳보다 동네 서점이 더 많아져 아이들의 눈길이 머무를 수 있다면, 그것 하나로도 나는 완전 도서정가제를 적극 지지하고 싶다. 그 공간에서 각기 조금씩 다른 책 냄새를 맡고, 개성 넘치는 책 제목과 표지 그림, 북디자인을 눈으로 보고, 손에 만져지는 종이의 촉감을 느끼다 보면 어느 순간 책장을 펼치게 될 것이다.

누구나 책의 저자가 될 수 있는 시대에 청소년의 목소리를 직접 들을 수 있는 다양한 콘텐츠가 많아지면 좋겠다. 청소년 책을 만드는 사람으로서, 청소년의 다양한 목소리를 담을 수 있는 콘텐츠를 기획하기 위해 더 많은 청소년의 목소리에 귀 기울이고, 책을 처음 만들던 때의 마음으로 돌아가 시작해야겠다.

---

**김태희(사계절출판사 편집자)**

1997년부터 편집자 생활을 시작해 지금껏 책을 만들고 있습니다.



## [오늘의 청소년과 독서] 청소년에게 책을 읽히려면

황왕용(광양백운고 사서 교사)

2020. 10.

무인도에서 청소년 한 명이 책, 음식과 함께 한 달을 산다면 책을 읽을 것이다. 그러나 현실은 무인도와 다르다. 책을 읽히는 일도 만만치 않은데 심지어 대상이 청소년이라니 더욱 어렵다. 내가 하고 있는 일이지만, 항상 부족함을 느끼기에 쉽게 접근하기 어려운 주제다. 주제를 찬찬히 살펴보면 청소년은 주체가 아닌 객체가 되어 있고, 그런 객체에게 수동적으로 책을 읽혀야 하는 것처럼 느껴진다. 주제가 어려워 주제 자체에 시비를 걸어본다. 주제 문장을 이렇게 고치면 어떨까? '청소년이 책을 읽는다'. 글을 풀어내기에는 더 어려워진다.

위 주제는 '청소년이 책을 읽지 않는다'라는 걱정에서 기인한 것으로 보인다. 통계청 독서 인구 지표를 보면 흥미로운 점을 하나 발견할 수 있다. 2004년 조사한 독서 인구 통계에서 청소년 1인당 연간 평균 독서 권수는 31.9권이었던가. 2019년 통계 15.7권의 두 배 정도 높은 수치다. 100명당 독서 인구가 81명에서 70명으로 현저히 줄어들었다. 그러니 걱정을 안 할 수가 없는 노릇이다. 청소년뿐만 아니라 성인의 독서 또한 비슷한 추세로 줄어들었다. 위 사실은 청소년 세대만의 특성이 아니라 사회문화적 요인이 반영되었다는 방증이다. 또한 학생에게 책을 읽히려고 노력하는 사서 교사로서 단순한 수치 하락보다 더 심각한 문제를 현장에서 발견한다.

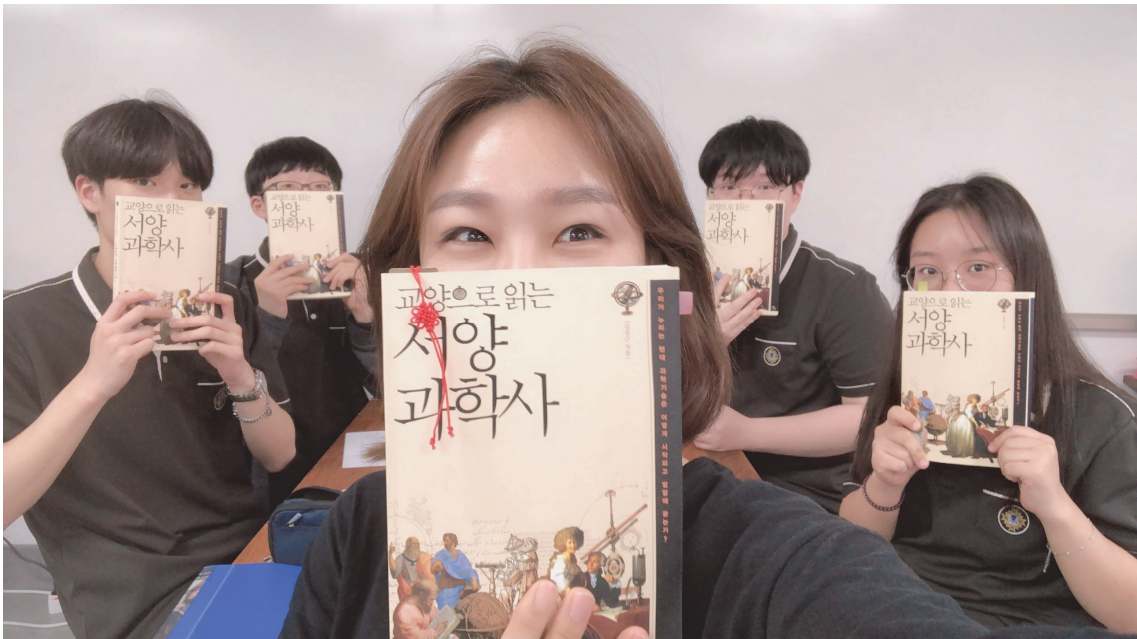
고등학생은 책의 깊은 맛을 느끼지 못한 채 생활기록부(이하 생기부)에 기재하기 위해 책을 선택하는 경우가 있다. 종종 학생의 생기부에 『이기적 유전자』, 『코스모스』가 등장하는데 책 내용을 제대로 말하는 친구는 많지 않다. 학생부 종합전형이라는 입시에서도 이러한 '기록을 위한 독서'를 우선순위에 두지 않는다. 기록을 위한 독서는 책의 깊은 맛을 발견할 수 없다. 어떤 이는 학생부 종합전형이라는 제도가 기록을 위한 독서를 만들었다고 하나, 제도의 문제라기보다 과정을 무시한 채 결과만을 지향하는 태도의 문제라 할 수 있다.

## 학교에서 청소년이 '더불어 책'을 읽는다.

청소년에게 책을 읽히려면, 좀 더 정확한 표현으로 청소년에게 평생 독자로서의 길을 열어주려면 입시가 아닌 독서에 초점을 맞춰야 한다. 그러면 독서 인구나 권수가 더 줄어들 수도 있다. 일시적인 통계에 대한 두려움은 버리고 기본에서 다시 출발해야 한다. 독서를 왜 해야 하는지, 어떻게 해야 즐거운 것인지에 대한 토론과 나름의 답이 따라와야 한다. 위 질문에 대한 답이 어느 정도 정리가 되어야 청소년도 독서할 맛이 나지 않을까?

청소년은 왜 책을 읽어야 하는가? 근본적인 질문에 단순한 답이 따라온다. 독서를 하면 '여러 가지'로 좋으니까! 너무 단순한가? 그럼 몇 가지 보충해 본다.

독서를 하면 낯선 상황에 대한 균형을 유지하는 능력을 키울 수 있다. 코로나19로 인해 등교를 하지 못 하는 상황과 같이 일상에서 벗어나 두려움과 공포를 대면하는 상황은 개인적으로든 사회적으로든 앞으로 자주 벌어질 일이다. 이러한 상황에서 낯선 상황을 직면하는 데에 책을 읽고 몰입하는 것만큼 좋은 수단이 없다. '나라면, 너라면, 우리 사회라면?'이란 질문을 들고 책을 만나면 낯선 상황에서 균형 잡는 방법을 연습을 할 수 있을 것이다. 또한 전체를 보는 시각이 생긴다. 작가는 타인의 감정과 상황, 사회에 대한 인식, 판단 등을 할 수 있도록 책을 구성한다. 그렇기 때문에 책을 읽는 사람에게 상황을 종합적으로 인식하는 능력이 생기는 일은 당연할 수밖에 없다. 편협한 시각으로 세상을 바라볼 때 생기는 사회적 문제, 개인적 한계를 느껴 본다면 넓은 시야를 가진다는 것은 참으로 좋은 일이 아닐 수 없다.



더불어 책 읽기 한 팀이 기념사진을 찍는다. '독서하며 서로의 본모습을 알아간다'는 메시지를 담아 첫 모임에서는 얼굴을 가리고 찍었다. (문보라 교사 제공)

‘어떻게’에 대한 답은 청소년이 주체적으로 읽어야 한다는 것이다. 청소년이 주체가 되어 능동적으로 책을 읽는다면 ‘진 독자’가 되리라 생각한다. 읽는 것에서 멈추면 안 된다. 읽고 이야기를 나누는 일이 독서의 완성이다. 그러나 나 역시 어떻게 독서를 완성을 하는지 정답을 알지 못한다. 주체적으로 읽지 못하는 원인과 문제를 하나씩 해결해 가려는 노력을 할 뿐이다. 그리고 지금, 여태까지 학생과 함께했던 노력의 흔적을 몇 가지 적어본다.

첫째, 독서는 어려운 일이라는 점을 인정하고 시작한다. 독서가 어렵다니? 독서를 즐겨워하는 이에게는 다소 어리석은 생각처럼 비칠 수 있으나, 바쁜 청소년에게는 독서하는 시간을 내는 것조차 어려운 일이 되었다. 단행본 한 권을 정독하려면 최소 두 시간 이상의 시간이 필요하다. 물리적 시간이라는 난관에 더해 ‘유튜브’나 ‘틱톡’에 비해 재미가 없다는 어려움도 있다. 우리는 ‘어렵다’라는 문제를 해결하기 위해 뭉치기로 했다. 뭉치면 덜 어려워질 거라고 판단했다. 어떻게 뭉칠 것인지도 관건이었다.

학생들에게 문제를 냈다. ‘347, 898, 644, 317, 531, 331, 987, 613, 589, 813’ 세 자리 숫자 열 개를 불러주고 바로 외워 발표하는 문제였다. 단 한 명도 성공하지 못했다. 이후에 네 명이 한 팀이 되어달라고 부탁했다. 1분 뒤에 똑같은 숫자를 불러주겠다고 말했다. 학생들은 작전을 짜기 시작했다. “네가 앞에 세 개, 내가...” 성공하는 팀이 꽤 나왔다. 혼자 외울 때와 넷이 외울 때의 마음가짐부터 다르고, 결과도 달랐다. 발표가 끝나고 독서도 이렇게 어려운 과제라고 말하면서 함께하자고 제안했다. 공통의 관심사가 있는 사람끼리, 또는 친한 사람끼리 모여 팀이 되어보자고 했다. 이제 한 고비를 넘겼다.

방법론적인 문제가 많이 남아 있었다. 실제 독서 모임을 하기 전에 두 시간 정도 워크숍을 진행했다. 워크숍에서는 독서 모임에서 예상되는 문제를 떠올려보며 프로세스를 제시해 주었다. 독서 모임 과정은 책 선택, 개별적 읽기, 질문 만들기, 질문 공유 및 선택하기(모임), 선택한 질문에 대해 생각 정리하기, 정리한 생각으로 토론하기, 그 과정을 글로 정리하기 등이었다. 이러한 과정 중에서 기존 관념대로 하면 안 되는 것을 문제로 인식하고 생각을 뒤집도록 함께 이야기 나눴다.

둘째, 책 선택은 학생에게 자발적으로 할 수 있게 했다. 위에서 언급한 팀별 독서는 팀 주인으로서 이끌어간다는 생각에 주체성이 보장된다. 자기주도적일 수는 있지만, 그렇다고 해서 신나게 토론할 수 있는 책을 고르는 능력이 생기는 것은 아니다. 능력이 한 번에 ‘뽀로롱’ 하고 생기면 얼마나 좋을까? 하지만 그런 일은 없다. 경험상 가장 좋은 방법은 도서관 또는 서점에서 마음껏 책을 들춰볼 수 있는 여유를 주는 것이다. 너무 번한 이야기라 실망스럽겠지만, 네 명이 팀이 되었다면 네 명에서 도서관을 헤매고 다니면 좋다. 각자 두세 권의 책을 선택해서 한 권으로 좁혀가는 방법이 제일 좋다. 학생 스스로 선택할 수 있는 기회도 부여하고, 네 명에서 함께 선택하기 때문에 즐거운 경험을 할 수 있는 책을 선택할 확률이 높아진다.

셋째, 책을 읽고 어떻게 대화를 나눌지에 대해 고민해 본다. 독서토론의 기억을 떠올리면 딱딱한 분위기, 생각에 대한 자기 검열, 타인에 대한 눈치, 배경지식의 한계 등으로 실패로 귀결되는 경험이 많다. 왜 독서토론은 진지해야 하는가? 생각을 뒤집어야 한다. 일단 분위기는 가벼워야 한다. 간식, 가벼운 일상 이야기 등으로 이끌 수 있도록 한다. 충분히 즐길 수 있도록 책과 자신의 이야기를 적절히 조화시키도록 지도한다. 타인에 대한 눈치나 자기 검열을 깨부수기 위해서 듣는 사람이 무조건적 반응을 하도록 지도했다. 호응하는 일은 말하는 이에게 생각보다 큰 용기를 준다. 배경지식의 한계를 극복하기 위해서 실제 독서토론이 있기 며칠 전에 책을 읽으면서 생기는 질문을 공유하며 나누는 일을 한다. 선

택한 질문을 토론이 있기 전까지 고민해 볼 수 있는 시간적 여유를 주기 위함이다.

넷째, 과정을 글로 기록할지 말지에 대한 고민이었다. 과정을 기록하는 일이 독서토론의 즐거움을 상쇄시키지 않을까 염려스러웠다. 친구와 나눈 대화를 녹음하고, 이를 바탕으로 기록하는 일은 쉬운 일이 아니다. 하지만 학생들은 과정을 기록하며 자신의 생각을 더 확실히 정리하고, 즐거운 기억을 복기했다.

다섯째, 팀별로 읽고 나눈 이야기를 전체가 모인 자리에서 자랑할 수 있는 자리를 마련한다. “우리 팀은 이런 책을 읽었는데 저런 이야기도 나왔어. 그리고 우리가 가진 생각의 틀을 깰 수도 있었어.”와 같은 식으로 발표할 수 있는 시간을 5분 내외로 주었다. 학생들은 색다른 방법으로 진행된 토론과 경험을 나눌 수 있었고, 팀의 사고와 자신의 생각을 확장할 수 있다는 측면에서 지적 충만을 느낀다고 했다.



독서여행 중 책 읽는 모습



백운고의 서재 차례 및 출판기념회

위 과정이 내가 생각하는 비교적 완벽한 독서법이였다. 학생들이 완벽한(?) 독서법을 경험하면서 독서의 즐거움을 느꼈다. 아무리 좋은 식재료도 제대로 조리해야 그 맛을 오롯이 느낄 수 있듯이, 독서도 제대로 된 방법이 있어야 한다고 생각했다. 그렇다고 똑같은 조리법으로 매끼를 먹을 수는 없다. 그런 차원에서 독서 방법 중 하나로 함께 읽고, 토론하고, 기록하는 일을 진행했을 뿐이다. 학생들은 이 조리법을 참 좋아했다. 독서를 맛있게 즐길 수 있는 방법이라고 여긴 듯하다. 제대로 맛본 음식은 평생

찾아 먹듯이, 제대로 한 독서가 평생 독자가 되는 길을 열 수 있을 것이다. ‘더불어 책 읽기’라는 이름으로 시작한 책 읽기, 그들의 후기를 엿본다.

#### 후기1.

더불어 책 읽기는 내 자신이 한층 더 성장할 수 있었던 계기가 되어 주었다. 친구, 선생님과 의견을 공유하면서 내가 미처 알지 못했던 부분을 깨닫게 되었고, 단순히 책을 읽는 것에 그치지 않고, 읽은 후 활동을 하면서 사고가 더욱 풍부해졌다. 사는 게 바쁘다 보니 점차 책을 안 읽게 되었는데, 이런 기회를 통해 책을 읽게 된 것이 참 좋았다. 수행평가며, 수업이며 늘 바쁘데도 열심히 책을 읽고 생각하는 모습에 스스로 대단하다는 생각도 들었고, 같은 책을 읽고 해석하는 입장에 따라 다르게 받아들이고 스스로를 치유할 수 있다는 게 가장 인상 깊었다.

#### 후기2.

책을 읽고 새로 알게 된 내용, 나와 다른 해석과 생각을 씨줄과 날줄을 엮듯 이어가니, 책 읽기보다 더한 즐거움이 있었다. ‘공감과 소통이 이런 것이구나’를 처음 느낀 순간이었다. 더불어 책 읽기 후 가장 많이 변화한 점은 주위에 대한 통찰력이 생겼다는 것이다. 뇌에 대한 책을 읽고, 배운 것을 실생활에 적용하면서 주변을 더욱 깊이 있게 바라볼 수 있었다. 또한, 내가 사서 선생님에게 자신 있게 책을 추천해 볼 수도 있었다.

완벽한 독서법이라는 표현이 부담스럽기도 하다. 나는 세상 모든 일에 ‘완벽’이라는 단어를 쓰는 일을 경계하려고 노력하는 사람 중 한 명인데, 굳이 완벽이라는 단어를 썼다. 그건 작년 3학년 학생의 모습에서 얻은 자신감 덕분이다. 더불어 책 읽기를 하다가 3학년으로 진학한 아이들이 수능과 학과 공부에 여념이 없을 텐데도 금요일 점심시간 학교 주차장 나무 그늘 아래 돛자리를 펴고 앉아 있었다. 시험기간인 금요일에도 그들은 한 주도 빠짐없이 네 명이서 책을 들고 나왔다. 그들은 그렇게 책을 읽고 이야기를 나누고 있었다.

학교도서관을 지키는 사서 교사로서 독서 수준과 흥미에 따라 다른 방법으로 독서 경험을 맛보게 하는 프로그램과 수업법을 많이 적용했다. 실패한 사례, 책 읽는 모습만으로 감동적인 사례 등 여러 가지가 있었지만, 많은 학생이 가장 깊이 있게 완전한 독서법을 실천한 방법은 더불어 책 읽기였음을 밝힌다. 여기에 한 가지를 덧붙이자면 책을 읽고 난 후의 활동이다. 눈과 입으로만 읽는 것이 아니라 손과 발로 읽을 수 있도록 하는 것이다. 읽고, 토론을 통해 알게 된 내용과 성찰한 내용을 직접 실천할 수 있도록 해 주는 일은 청소년의 자존감을 높이고, 후속 독서활동으로 연결된다. 플리마켓, 기부, 독서 여행, 글쓰기 등 실천할 수 있는 일이 참 많다.

## 대한민국 청소년에게 책을 읽히려면

개인적인 경험을 바탕으로 글을 썼다. 학생들이 앉아서 책과 삶, 이웃 이야기를 하는 것이 소문나서 다른 학교에서도 컨설팅 요청이 오곤 한다. 개인적인 범위에서 조금 벗어나 지역적으로 통했다는 말이다. 그렇다면 대한민국 '청소년에게 책을 읽히려면'이라는 주제가 아주 답이 없는 것도 아니라는 생각이 든다. 학교 밖에서는? 필자의 딸이 곧 청소년이 된다. 시간이 부족해지는 대한민국 청소년으로서 딸에게 제안을 할 생각이다. 일요일 오후 두 시간 정도는 제일 친한 친구 두세 명과 함께 우리 집에서 함께 놀면 어떨겠냐고. 그리고 함께 책을 읽으면 어떨겠냐고. 가정에서도 친구와 함께 책을 읽고 방학에는 손과 발로 책을 읽을 수 있게 해주면 좋을 것 같다.

사서 교사가 없는 학교는? 대부분의 청소년이 머무는 학교에는 학교도서관이 있지만, 그곳을 지키는 사서 교사가 없는 경우가 많다. 사서 교사는 청소년이 주체가 되어 책을 읽을 수 있는 기반을 마련해 줄 수 있다. 학생에게 독서의 길을 제공하기도 한다. 학교도서관과 더불어 학교 밖 청소년에게도 책을 읽을 수 있는 공간과 도움을 줄 전문가를 두는 일이 시급하다. 물론 사서 교사가 오롯이 정답이 될 수는 없다. 하지만 학교와 학교 밖 전문가의 경험을 공유하는 장이 활발해진다면 훨씬 더 진지하고 세련된 청소년 독서활동이 전국 곳곳에서 나타나리라 생각한다. 지금도 멋진 모습이 많이 발견되고 있다. 다만 여전히 그렇지 못한 학교나 여건이 안 되는 학교 밖 공간이 훨씬 많이 존재한다는 것이 문제다. 전문가가 청소년에게 영향력을 지닌 사람으로서 독서가 수단이 아닌, 책 자체가 목적이 될 수 있도록 노력해 준다면 청소년에게 책을 읽히려는 고민과 걱정은 조금 덜어지지 않을까 싶다. 언젠가는 청소년이 독서에 너무 몰입하여 책이 생활을 방해하는 것이 문제가 되는 고민을 해 보길 기대한다.

---

### 황왕용(광양백운고 사서 교사)

사서 교사로 13여 년간 근무했다. 청소년을 이해하려고 노력하지만, 오롯이 이해하지는 못한다. 학생에게 배우는 입장이다. 학교에서 학생과 독서상담을 하고, 라디오를 진행하고, 그림자 인형극을 제작하며, 독서여행을 자주 떠난다. 때로는 학생에게 장미꽃과 책을 선물하는 낭만 사부다.

## [오늘의 청소년과 독서] 독일의 어린이와 청소년 독서인구 분석

장성준(언론학박사, 독일 라이프치히대학교 박사과정, 자유기고가)

2020. 10.

### 시작하며

독일에서는 다양한 방식으로 어린이와 청소년을 위한 도서 읽기교육을 실시한다. 대표적으로 독일 연방 정부 기금지원으로 운영되는 (도서)읽기재단(Stiftung Lesen)의 활동이 있다. 이 단체는 연방/주정부기관은 물론 기타 단체와의 협력을 통해 읽기 프로젝트를 시행한다. 어린이와 청소년을 위한 연령별/주제별 도서목록을 제공하고 시의성 있는 신간 어린이도서를 추천하며 (도서)읽기촉진을 위한 연구 활동을 수행한다. 지역차원의 읽기교육도 있다. 일례로 라이프치히에서는 국제도서전이 개최되는 3월 말을 시작으로 시내 서점에서 어린이/청소년을 대상으로 낭독회가 열리기도 하고, 어린이집과 저학년 학교에서도 독서프로그램을 진행한다. 이외에도 지역 출판사와 종교단체, 미디어능력프로젝트 사업 등이 어린이와 청소년을 대상으로 각종 독서프로그램을 운영하고 있다.

학교와 시민단체, 정부까지 참여하여 어린이와 청소년에게 독서를 장려하고 있는 독일의 모습을 보며 한 가지 궁금한 것이 생겼다. 과연, 독일에는 어린이/청소년 독서인구가 많을까?

### 어린이/청소년 도서시장 개괄

독일의 어린이/청소년 도서는 독일 출판계에서 대중소설에 이어 두 번째로 큰 시장을 형성하는 분야다. 2017년 16.3%의 시장점유율을 기록했던 어린이/청소년 도서는 2018년 16.6%, 2019년 17.2%로 점유율이 증가했는데, 판매순위 1위인 대중소설은 2017년 31.9%, 2018년 31.5%, 2019년 30.9%로 점차 감소하고 있다. 그 결과 2019년 기준 어린이/청소년 도서가 전년 대비 4.6%의 매출 증가를 기록하는 동안 대중소설 시장은 0.8%나 감소했다. 2020년 상반기 코로나19로 인하여 독일 도서시장이 위축(2019년 상반기 대비 8.3% 하락)된 상황임에도 불구하고 유일하게 어린이/청소년 도서 매출만은 3.6% 늘어난 것으로 나타났다(대중소설 7.5% 하락).

표 1. 항목별 2019년 상반기 대비 2020년 상반기 매출 증감률

(단위: %)

어린이/청소년 도서	+3.6	사회과학, 법학, 경제	-7.4	안내서, 실용서	-13
포켓북	-6.3	인문학, 예술, 음악	-8.1	오디오북	-20.6
자연과학, 약(의학), 정보학, 기술	-6.4	하드커버, 소프트커버	-8.2	여행	-31.8
대중소설	-7.4	입문서	-9		

출처: Börsenverein des Deutschen Buchhandels(2020.07)

2019년의 어린이/청소년 도서의 장르별 매출비율은 어린이(11세 이하)도서 26.8%, 그림책 24.2%, 청소년(12세 이상) 도서 15.4%, 놀이/교재 11.9%, 어린이학습서/배움-그림책 10.8%, 낭독/동화/전설(설화)집/노래책 5.5%, 미취학 아동 도서 5.2%, 전기 0.1% 등의 순으로 집계되었다. 매출비율을 살펴보면 청소년에 해당하는 장르보다는 어린이를 위한 도서가 더 많이 팔리는 형태로 분석된다. 어린이/청소년 도서를 장르별로 구분하여 2018년 대비 2019년 매출액을 비교하면 놀이/교재(9.2%), 어린이학습서/배움-그림책(8.5%), 그림책(8.4%), 낭독/동화/전설(설화)집/노래책(1.8%), 미취학 아동 도서(0.7%) 등 다섯 가지는 2018년 대비 성장을 기록한 반면, 청소년(12세 이상) 도서(-1.3%), 어린이(11세 이하) 도서(-2.8%), 전기(-9.3%) 등은 매출이 감소했다(괄호 안은 2018년 대비 증감률). 출판 유형에 따른 어린이/청소년 도서 매출비율은 CD/오디오북이 40.1%, 하드커버/소프트커버 18.9%, 페이퍼백 8.9% 등이다(기타 유형 32.1%). 2018년 시장점유율을 기준으로 출판사 중 Carlsen(어린이/청소년/일본만화/만화/그래픽노블)이 11%, Ravensburger(유아 도서, 그림책/낭독/동화책, 그림 그리기/공작책, 낱말 맞추기/퀴즈, 어린이학습서, 미취학 아동 도서, 어린이 문학)가 9.5%, Oetinger Verlagsgruppe(연령별 도서, 유아 도서, 첫 도서키트, 어린이학습서, 오디오북, 놀이책)가 7.5%, Arena(어린이/청소년 문학, 어린이학습서, 놀이/오락, 전자책, 오디오북)가 5.2% 순으로 상위 판매를 기록하고 있다.

## 어린이/청소년 도서행태 조사결과

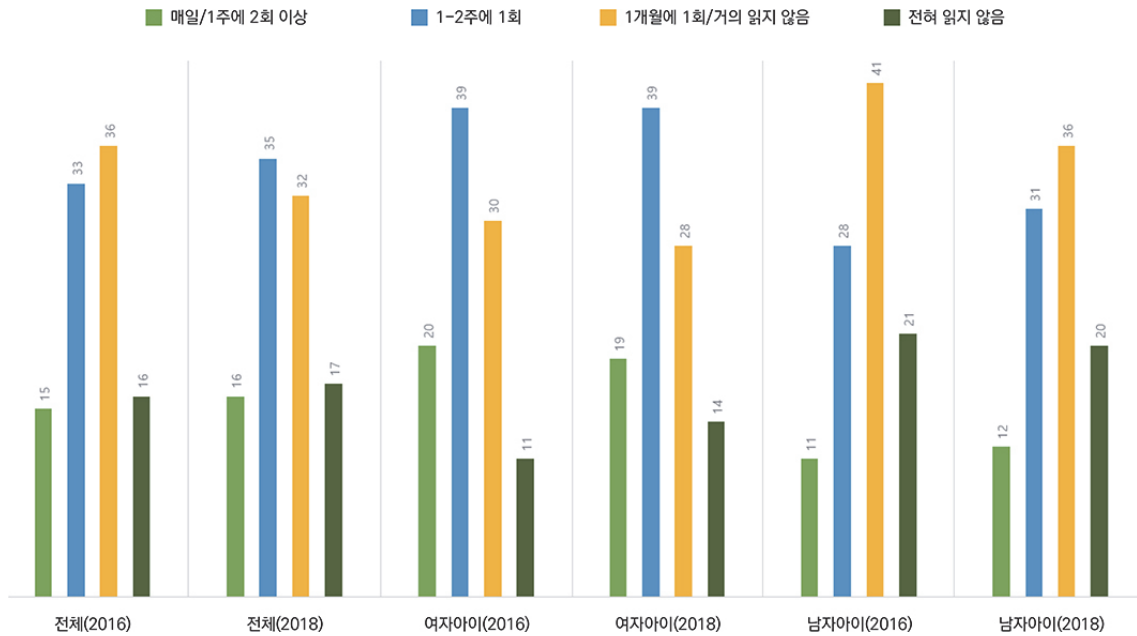
mpfs(남서부미디어교육연구협회)는 정기적으로 KIM-Studie(Kinder, Information, Medien), JIM-Studie(Jugend, Information, Medien)를 통해 어린이와 청소년의 매체이용행태를 조사한다. 2년마다 발행되는 KIM-Studie는 6-13세 어린이, 연례보고서인 JIM-Studie는 12-19세 청소년<sup>1)</sup>을 대상으로 자료를 수집하며, 발행연도마다 편차는 있지만 약 1,200~1,400명이 자료조사에 참여한다. 본고는 KIM-Studie와 JIM-Studie에 수록된 내용 중 도서이용 조사자료를 근거로 현재 독일 어린이/청소년의 독서이용행태를 소개하려 한다.<sup>2)</sup>

1) 12-13세 연령대는 KIM-Studie와 JIM-Studie에서 공통적인 조사대상이지만 본문에선 편의상 전자는 어린이, 후자는 청소년으로 지칭함.  
2) 본문은 2017년과 2019년에 발행된 KIM-Studie 2편과 2007년에서 2020년까지 발행된 JIM-Studie 14편의 보고서 중에서 인용하였음.



그림 1. 6-13세 어린이의 독서행태 조사결과

(단위: %)

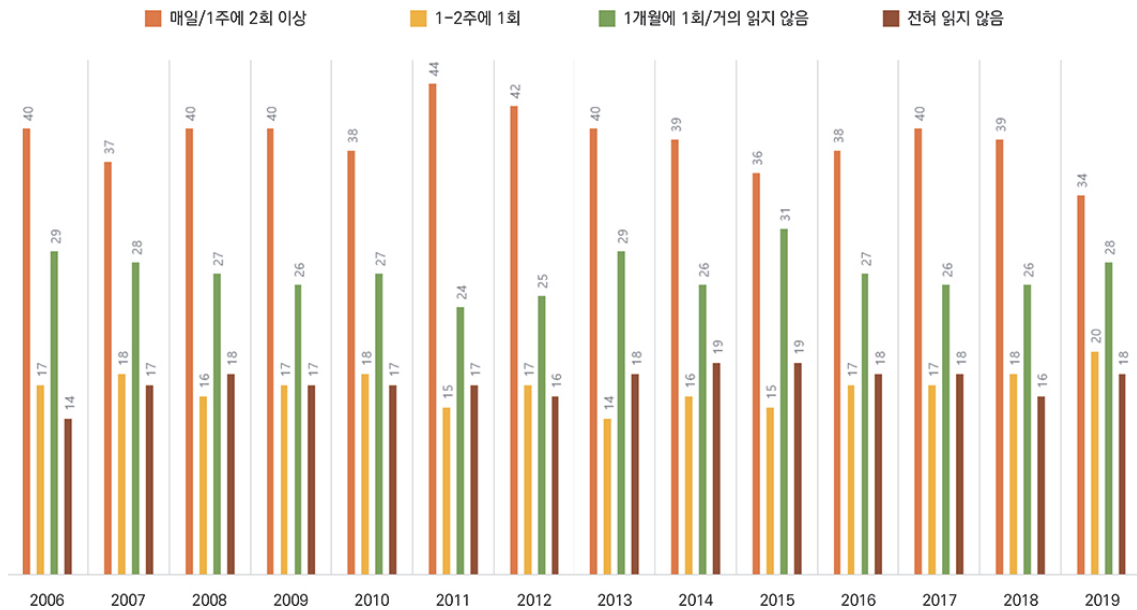


먼저 6-13세 어린이의 독서행태 조사결과 2018년 기준 ‘매일/1주에 2회 이상’은 16%, ‘1-2주에 1회’가 35%, ‘1개월에 1회/거의 읽지 않음’은 32%, ‘전혀 읽지 않음’은 17%로 2016년과 비교하여 큰 변화가 없었다. 연령으로 보면 ‘매일/1주에 2회 이상’은 8-9세가 18%로 어린이 중에서 가장 높고 12-13세가 12%로 제일 낮으며(6-7세 15%, 10-11세 17%), 독서를 전혀 하지 않는 비율은 6-7세가 26%로 가장 높다(12-13세 17%, 8-9세 13%, 10-11세 12%). 한편 2018년 ‘매일/1주에 2회 이상’으로 응답한 비율은 여자아이(19%)가 남자아이(12%)보다 높고, 독서를 전혀 하지 않는 비율은 남자아이(20%)가 여자아이(14%)보다 높다. 2016년과 비교했을 때 여자아이 중 매일/1주에 2회 이상으로 독서를 자주 한다고 응답한 비율은 1%p(20%→19%) 하락했지만 남자아이는 1%p(11%→12%) 상승했고, 독서를 전혀 하지 않는다는 응답에서는 남자아이(21%→20%)의 비율이 감소한 것과 달리 여자아이는 증가했다(11%→14%).

다음으로 살펴볼 자료는 12-19세 청소년의 독서행태 조사결과다. 어린이 대상 조사보다 장기적으로 연구가 진행되었기에 관련 자료를 자세하게 살펴보도록 한다.

그림 2. 연도별 12-19세 독서행태조사 결과(2006-2019년)

(단위: %)

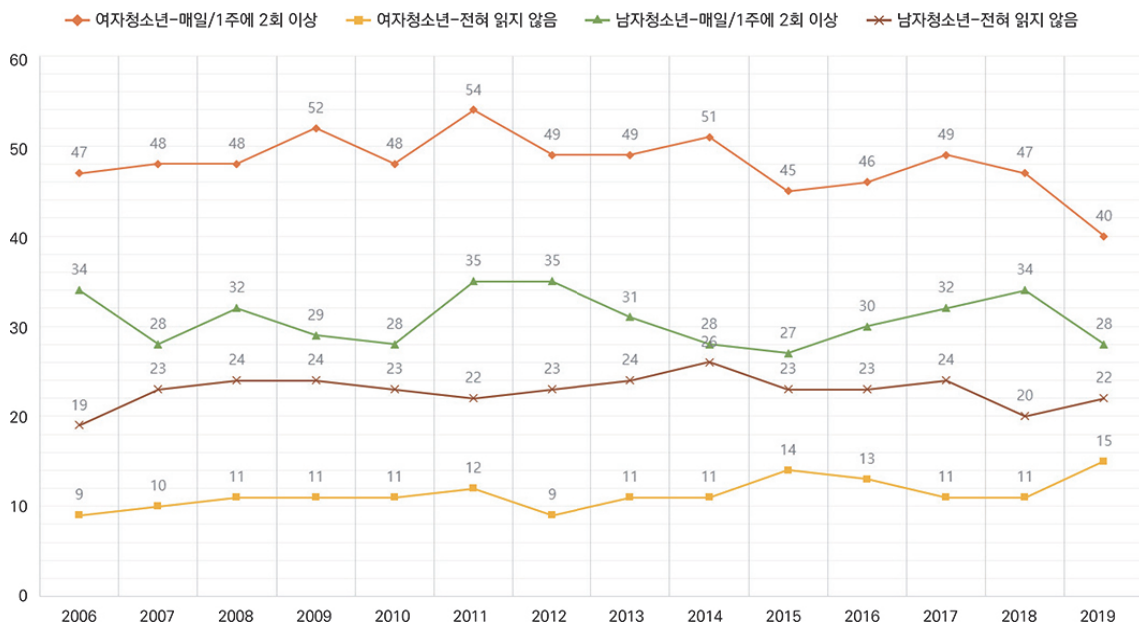


첫째, 12-19세 청소년들이 얼마나 자주 책(인쇄도서, 교과서/교재제외)을 읽는지 조사한 결과 2019년 '매일/1주에 2회 이상'이 34%, '1-2주에 1회'가 20%, '1개월에 1회/거의 읽지 않음'이 28%, '전혀 읽지 않음'이 18%로 집계되었다. 2018년 조사결과와 비교했을 때 '매일/1주에 여러 번'은 5%p(39% → 34%)가 하락한 것과는 달리 '1-2주에 1회'(18% → 20%)와 '1개월에 1회/거의 읽지 않음'(26% → 28%), '전혀 읽지 않음'(16% → 18%)은 각각 2%p씩 증가했다. 한편, 2006-2019년까지 각 응답의 평균은 '매일/1주에 2회 이상'이 39.07%, '1-2주에 1회'가 16.78%, '1개월에 1회/거의 읽지 않음'이 27.07%, '전혀 읽지 않음'이 17.28%로 계산되었다. 평균을 2019년의 응답비율과 비교하면 '매일/1주에 2회 이상'은 5.07%p, '1개월에 1회/거의 읽지 않음'은 0.93%p 낮고, '1-2주에 1회'는 3.22%p, '전혀 읽지 않음'은 0.72%p가 높다. 독서에 대한 충성도가 높은 청소년의 비율은 감소하고 비정기적/간헐적 독서 비율이 상대적으로 증가하는 추세로 변화하는 것으로 보인다.

둘째, 12-19세 청소년의 성별에 따른 독서행태를 비교한 결과 여자청소년이 '매일/1주에 2회 이상' 독서를 한다고 응답한 비율은 40%로 나타난 데 반해 남자청소년은 28%로 조사되어 성별에 따라 12%p의 차이가 발견된다. 반대로 '전혀 읽지 않음'으로 응답한 비율은 여자청소년 15%, 남자청소년이 22%로 남자가 높았다. JIM-Studie가 처음 발행된 1999년 조사결과(2000년 발표)에 따르면 여자 청소년은 1년에 평균 62권, 남자청소년이 58권으로 여자청소년이 남자청소년보다 독서량이 많은 것으로 조사되었는데, 이와 관련하여 좀 더 자세하게 관련정보를 제공하기 시작한 것은 2006년 조사결과 부터다. 당시 응답에 따르면 여자청소년 중 '매일/1주에 2회 이상' 독서를 한다고 응답한 비율은 47%로 남자청소년의 34%보다 13%p 높았고, 여자청소년 중 '전혀 읽지 않음'으로 응답한 비율은 남자청소년(19%)의 절반 수준인 9%에 불과했다.

그림 3. 성별에 따른 '매일/1주에 2회 이상'/'전혀 읽지 않음' 문항의 응답비율 비교(2006-2019년)

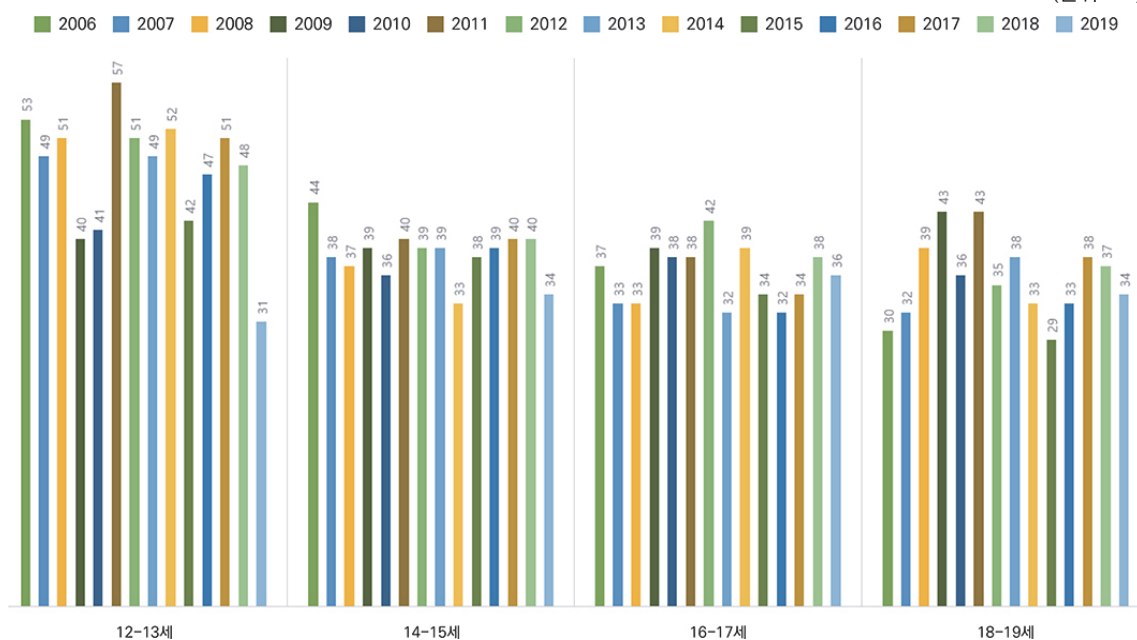
(단위: %)



2006년부터 2019년까지 수집된 조사결과에 따르면 '매일/1주에 2회 이상' 독서를 한다는 여자청소년의 응답은 2011년 54%까지 상승했으나 2019년 현재 조사가 시작된 이래 최저치인 40%까지 하락했다. 남자청소년은 2011년과 2012년에 35%로 최고치를 기록한 이후 감소와 증가를 거듭하다가 2019년에는 2018년 대비 6%p가 감소했다(34%→28%). 여자청소년의 2006-2019년 '매일/1주에 2회 이상'의 응답비율 평균은 48.07%로 남자청소년의 30.78%보다 17.29%p 높았고, '전혀 읽지 않음'으로 응답한 비율의 평균은 11.35%로 남자청소년 평균인 22.85%의 절반 수준에 그쳤다.

그림 4. 연령별 '매일/1주에 2회 이상'의 응답비율 비교(2006-2019년)

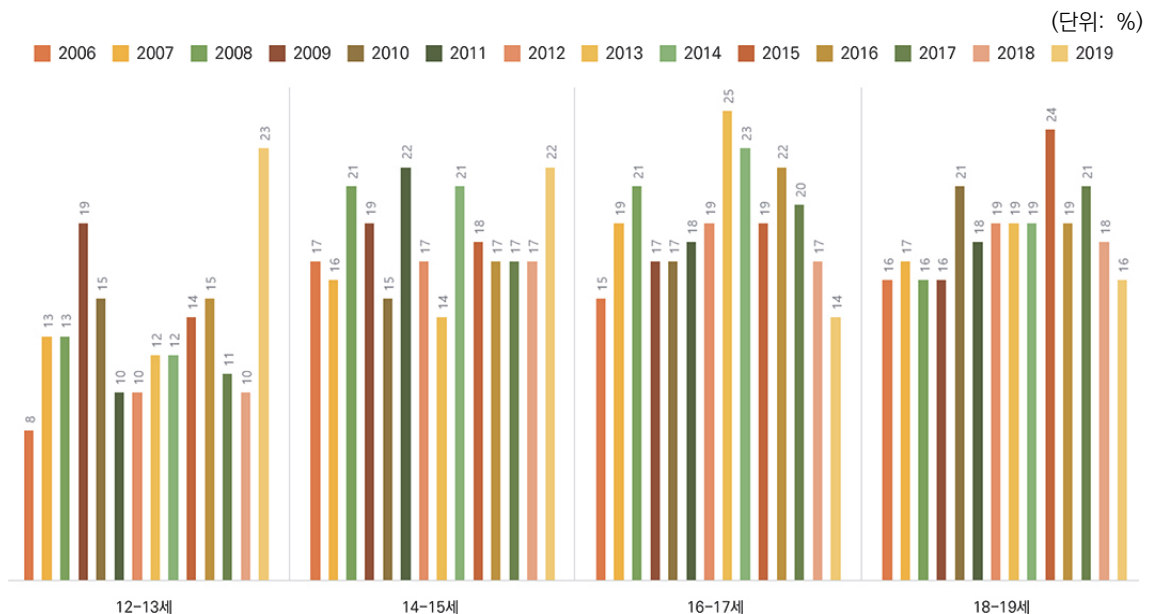
(단위: %)



셋째, 12-19세 청소년의 연령을 세분화하여 '매일/1주에 2회 이상'의 응답비율을 비교한 결과 2019년 16-17세의 응답이 36%로 가장 높았고, 12-13세가 31%로 가장 낮았다(14-15세 34%, 18-19세 34%). 2006-2019년의 조사결과에 따르면 12-13세와 18-19세의 '매일/1주에 2회 이상' 응답비율은 연도별로 편차가 크지만 14-15세와 16-17세는 상대적으로 변동이 적다. 일례로 12-13세의 도서구매는 2006년-2008년, 2011-2014년, 2016-2018년 등 2~4년 주기로 높아지다가 1-2년간 급락하는 패턴을 보이는데 이 경향은 18-19세의 연도별 구매량 증감과 유사하다. 이 현상은 14-15세, 16-17에서도 유사하게 측정되지만 이 두 연령대는 변동폭이 상대적으로 작다. 12-13세와 18-19세의 사례처럼 연도별 증감이 완연하게 측정되는 경우 베스트셀러나 유명작가의 신규작품출판 등의 이슈가 작용해 일시적으로 판매가 증가하는 현상이 나타났다고 판단된다. 이런 점을 고려할 때 12-13세와 18-19세는 상대적으로 시장요인에 영향을 많이 받는 것으로 해석된다. 한편 2006년부터 2019년까지 해당 문항의 연령별 응답비율 평균은 12-13세 47.28%, 14-15세 38.28%, 16-17세 36.07%, 18-19세 35.71%의 순서로 나타나 연령이 높아질수록 독서에 대한 충성도가 감소하는 경향이 발견되었다.

연령별로 '전혀 읽지 않음'이라고 응답한 비율을 비교한 결과 2019년 기준 12-13세가 23%로 가장 높았고, 16-17세가 14%로 제일 낮았다. 해당 문항에 대한 12-13세의 응답 비율은 2006년 관련 조사가 시행된 이후 역대 최고치인 반면 16-17세에서는 최저치다. 12-13세와 14-15세의 2019년 '전혀 읽지 않음'의 응답은 전년도와 비교하여 각각 13%p(10%→23%)와 5%p(17%→22%)의 큰 폭으로 증가했지만, 16-17세와 18-19세에서는 각각 3%p(17%→14%)와 2%p(18%→16%)가 감소했다. 2006년부터 2019년까지의 12-13세의 해당 문항 응답 비율 평균이 13.21%임을 고려할 때 2019년의 독서 이탈 현상은 이례적이다. 한편 같은 기간 동안 '전혀 읽지 않음'에 응답한 비율의 다른 연령대 평균은 12-13세 13.21%, 14-15세 18.07%, 16-17세 19%, 18-19세 18.5%로 나타났다.

그림 5. 연령별 '전혀 읽지 않음'의 응답비율 비교(2006-2019년)



넷째, 독일 청소년의 진학유형에 따른 독서행태를 비교한 결과 2019년 기준 ‘매일/1주일에 2회 이상’ 독서한다고 응답한 비율은 일반계학교 재학생이 38%, 전문학교/직업학교 재학생이 28%로 나타났다. 도서를 ‘전혀 읽지 않음’으로 응답한 비율은 각각 15%와 23%로 나타났다. 2006년의 첫 번째 보고서부터 일반계학교 재학생 중 ‘매일/1주일에 2회 이상’에 응답한 비율이 전문학교나 직업학교 재학생보다 높게 측정되고 있다. 2006-2013년 전문학교 재학생 중 ‘매일/1주일에 2회 이상’ 도서를 읽는다고 응답한 비율의 평균은 26.38%, 같은 기간 직업학교 재학생은 그보다 높은 33.25%로 조사되었지만 둘 다 일반계학교 재학생의 49.50%와 비교했을 때 크게 낮은 수치를 기록했다. 한편 같은 기간 동안 ‘전혀 읽지 않음’ 문항에 응답한 비율은 전문학교 재학생이 평균 34.13%로 가장 높았고 직업학교 재학생 평균도 19.13%로 집계된 것과는 달리 일반계학교 재학생은 그에 크게 못 미치는 9.38%에 불과했다.

표 2. 진학유형별 독서행태 비교

(단위: %)

	전문학교				직업학교				일반계학교			
	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
2006	30	17	27	28	36	14	36	14	50	19	24	7
2007	27	17	28	28	31	19	31	19	49	18	25	8
2008	26	17	25	32	34	15	30	21	48	16	25	11
2009	20	16	27	37	35	19	27	20	52	16	25	7
2010	22	12	30	36	29	19	32	20	48	17	25	10
2011	32	9	25	34	37	14	29	20	52	17	21	11
2012	30	14	22	34	30	18	33	19	51	18	21	10
2013	24	10	21	44	34	13	33	20	46	15	27	11
평균 (1)	26.38	14	25.63	34.13	33.25	16.38	31.38	19.13	49.5	17	24.13	9.38
2006-2013년 전문학교+직업학교 합계 평균					29.81	15.19	28.50	26.63				
2014	조사되지 않음, 2015년부터 전문학교+직업학교, 일반계학교로 조사											
	전문학교/직업학교				일반계학교							
	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
2015	30	12	33	26	41	17	29	13				
2016	31	13	28	28	42	20	27	11				
2017	28	15	30	27	48	17	23	12				
2018	29	18	30	23	47	18	23	12				
2019	28	17	31	23	38	22	25	15				
평균 (2)	29.2	15	30.4	25.4	43.20	18.8	25.4	12.6				
전체평균	29.67	15.14	28.95	26.33	47.08	17.69	24.62	10.62				

\* ① 매일/1주일에 2회 이상, ② 1-2주에 1회 ③ 1개월에 1회/거의 읽지 않음 ④ 전혀 읽지 않음

2015년 조사방식이 변경된 후 전문학교/직업학교 재학생의 독서행태조사결과는 이전과 크게 달라지지 않았지만 일반계학교 재학생의 조사결과는 상대적으로 변화가 컸다. 전문학교/직업학교 재학생의 2015-2019년의 응답비율 평균을 살펴보면 ‘매일/1주일에 2회 이상’이 29.20%(29.81%), ‘1-2주에 1회’가 15%(15.19%), ‘1개월에 1회/거의 읽지 않음’이 30.4%(28.50%), ‘전혀 읽지 않음’이 25.4%(26.63%)로 나타나 2006년-2013년의 평균과 비슷한 수준임을 알 수 있다(괄호 안은 2006-2013년 평균). 반면 일반계학교 재학생의 경우 2015-2019년과 2006-2013년의 응답비율 평

균을 비교해보면 ‘매일/1주일에 2회 이상’이 6.3%p(49.50%→43.20%)감소했고, 불규칙한 독서활동인 ‘1-2주에 1회’와 ‘1개월에 1회/거의 읽지 않음’이 각각 1.8%p(17%→18.8%)와 1.27%p(24.13%→25.4%) 증가했다. ‘전혀 읽지 않음’도 3.22%p(9.38%→12.6%) 늘어난 것으로 나타났다. 전문학교/직업학교 재학생의 독서행태는 시대 흐름에 별다른 영향을 받지 않았지만 일반계학교 재학생의 독서행태는 2015년을 기점으로 증감변동이 두드러진다. 2006-2013년 일반계학교 재학생의 ‘매일/1주일에 1회 이상’ 응답비율의 증감은 1~5%p 수준에 그친 것과 달리 2016년에는 같은 항목에서 42%를 기록한 다음 2107년 48%, 2018년 47%로 증가한 이후 2019년 38%로 급감한 것이 좋은 사례다.

## 맺으며

최근 독일 시장동향을 보면 어린이/청소년 대상 도서시장은 성장하고 있다. 그런 반면에 어린이/청소년 대상 조사를 살펴보면 정기적 독서활동에 높은 빈도 또는 큰 충성도를 보이는 응답수치는 감소하고 산발적 독서활동 및 독서기피와 관련된 수치는 두드러지게 증가하는 특이현상이 전개되고 있다. 어린이보다 청소년의 독서활동에서 이탈하는 경우가 늘어나고 있고, 청소년 중 독서인구비율이 상대적으로 높았던 여자청소년의 독서활동이 급감했다. 적극적으로 독서활동을 하는 남자청소년의 비율과 독서를 전혀 하지 않는 비율이 거의 비슷하게 측정되는 현상도 강화되고 있다. 또한 전문학교/직업학교에 진학한 학생보다 독서량이 많은 것으로 측정되었던 일반계학교 재학생의 독서량도 감소해 진학 유형에 관계없이 하향평준화하는 현상이 관측되고 있다. 도서시장은 확대되고 있지만 독서량은 감소하는 현상은 어떻게 설명할 수 있을까.

이와 관련하여 독일서적상협회가 지난 7월에 발표한 독서구매행태 조사결과가 인용 가능할 것으로 보인다. 이에 따르면 2019년 독일도서시장규모는 2018년보다 1.7%(91억 3,400만 유로→92억 9,100만 유로) 성장했지만, 도서구매자 수는 3.5%(2,990만 명→2,880만 명)가 감소했다. 도서구매자 1인당 평균도서구매 수가 2018년 12권에서 2019년 12.3권으로 증가하여 시장성장이 관측되었는데, 이러한 경향이 어린이/청소년 도서시장에서도 적용되어 시장은 성장하지만 전체 독서량은 감소하는 것으로 해석할 수 있다. 또한 mpfs의 조사에 따르면 어린이/청소년이 최근에 읽은 도서가 해리포터 시리즈, 워피키드, 마법의 동물학교 등의 특정 도서에 치중되어 있다는 점도 고려해야 한다. 2~3년을 주기로 큰 폭의 증감을 보이는 ‘매일/1주일에 2회 이상’의 응답은 베스트셀러 시리즈 신간 출시 주기와 유사하기 때문이다.

이런 연유에서 현재 관련 기관과 단체의 고민은 깊어지고 있다. 이들은 어린이/청소년 독서행태의 편중된 상황이 도서시장 다양성에 미치는 영향, 독서량 감소원인 등을 분석하여 어린이/청소년이 다시 독서활동을 할 수 있도록 여러 방법을 모색 중이다. 하지만 이러한 일련의 노력이 현재 진행되고 있는 어린이/청소년의 독서이탈현상을 막아낼 수 있을지는 미지수다.

## 참고자료

Börsenverein des Deutschen Buchhandels(2020.07). Das Buch in Zeiten von Corona - Perspektiven für den Markt. [URL] [https://www.boersenverein.de/fileadmin/bundesverband/dokumente/presse/digitale\\_pressemappen/WIPK\\_2020\\_Digitale\\_Pressemappe\\_v2.pdf](https://www.boersenverein.de/fileadmin/bundesverband/dokumente/presse/digitale_pressemappen/WIPK_2020_Digitale_Pressemappe_v2.pdf)

mpfs (2007-2020). JIM-Studie. [URL] <https://www.mpfs.de/studien/?tab=tab-18-1>

mpfs (2017). KIM-Studie. [URL] [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2016/KIM\\_2016\\_Web-PDF.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2016/KIM_2016_Web-PDF.pdf)

---

**장성준(언론학박사, 독일 라이프치히대학교 박사과정, 자유기고가)**

중앙대학교 언론학박사. 현재는 문화 간 커뮤니케이션을 연구하고자 라이프치히 대학 박사과정에 재학 중이다. 독일의 출판정책과 미디어정책과 관련하여 국내기관에 기고하고 있다. 저서로는 『소셜 미디어와 사회참여』, 『다문화 사회에서의 미디어역할(공저)』가 있고 국내에서 커뮤니케이션 및 출판 등의 분야에 관한 논문을 다수 발표하였다.

## [오늘의 청소년과 독서] 중국 청소년이 친구에게 추천하는 도서는?

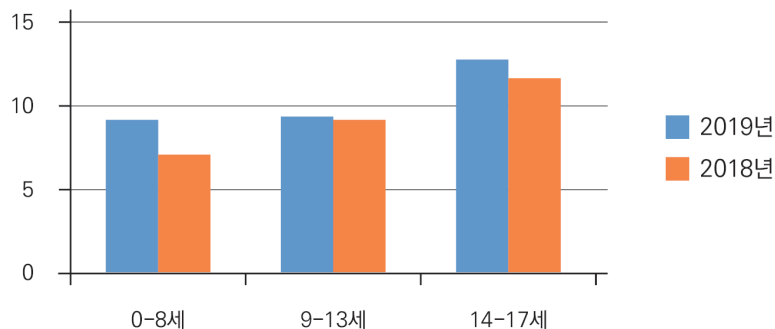
김택규(숭실대학교 중어중문과 겸임교수)

2020. 10.

2019년 4월 20일 발표된 중국 전 국민 열독조사(全民閱讀調查) 결과에 따르면 2019년 중국 성인 1인당 연간 종이책 열독 권수는 4.65권으로 2018년의 4.67권보다 소폭 줄어들었고 전자책 열람 권수는 2.84권으로 역시 2018년의 3.32권보다 0.48권 감소했다. 하지만 이 조사는 ‘독서’가 아니라 ‘열독’이라는 개념을 이용해 인터넷을 매개로 하는 디지털 읽기 행위까지 포괄하는 방식이어서 이른바 전 국민 ‘종합열독률’은 2018년 79.3%에서 2019년 81.1%로 상승했다는 결론이 나왔다. 특히 오디오북 청취율이 대단히 높아서 2019년 전 국민의 30.3%가 오디오북을 들었으며 그중에서도 미성년자 청취율은 34.7%로 전년 대비 8.5%나 상승한 것으로 나타났다.<sup>1)</sup> 역시나 중국에서도 휴대폰과 인터넷이 날이 갈수록 읽기 행위의 주요 매체가 되고 있는 것이다.

그런데 이 조사는 말미에서 교재를 제외한 중국 미성년자의 1인당 연간 종이책 열독 권수를 따로 집계하여, 2019년 만 14~17세 청소년의 해당 수치가 12.79권으로 성인의 4.65권을 압도적으로 능가했다고 강조했다.

중국 미성년자 1인당 연간 독서권수



1) 2019년 한국의 국민독서 실태 조사에 따르면 한국의 2019년 오디오북 청취율은 성인 3.5%, 학생 18.7%에 불과했다.



그렇다면 위 조사의 분석처럼 중국 청소년은 한국만큼이나 과중한 입시 부담하에서도 상대적으로 풍부한 독서 생활을 누리고 있는 것일까? 2019년 한국 국민 독서실태 조사에서 유사 연령대의 한국 고등학생이 1년에 겨우 8.8권의 종이책을 읽는 것으로 나타난 것을 감안하면 양적으로는 어느 정도 그렇다고 볼 수 있으며 이것은 중국 청소년을 둘러싼 거시적 환경 변화와 직접적인 관련이 있다.

중국 통계국의 데이터에 의하면 2019년 중국의 국민 1인당 가처분소득은 30,733위안(한화 약 522만원)으로 전년 대비 8.9% 증가했고, 1인당 소비 지출은 21,559위안(한화 약 367만 원)으로 전년 대비 8.6% 증가했다. 이처럼 중국은 부의 축적과 소비력이 지속적으로 상승하고 있으며 이로 인해 국민의 문화비 지출도 점차 증가하여 청소년 독서에 유리한 경제적 환경이 마련되었다.

이와 함께 청소년의 부모 대다수가 '70후(70년대생)'와 '80후(80년대생)'인데, 이들은 엄격한 가족계획의 영향으로 대부분 자식이 한 명뿐이어서 각자의 부모와 함께 청소년 자녀 한 명을 지원하는, 일명 '4·2·1' 가족 구조를 형성하고 있다. 따라서 '00후(2000년대 생)'인 오늘날 중국 청소년은 과거보다 더 나은 경제 조건 아래 태어나 더 많은 어른의 관심을 한몸에 받고 있는 것이다. 게다가 그들의 부모는 중국 개혁개방 이후 일명 '가오카오(高考, 전국 대학 신입생 모집 통일 고사의 준말로 과거 한국의 학력고사에 해당한다)'의 부활과 확대의 수혜 세대로서 상대적으로 교육 수준이 높고 교육 방식도 더 민주적이기 때문에 오늘날 중국 청소년은 과거보다 훨씬 더 개방적이고 자주적인 가정환경에서 자라고 있는 게 사실이다.

하지만 그렇다고 해서 연간 12.79권이라는 양적 수치가 중국 청소년 독서 현황을 온전히 대표하지는 못한다. 분명 중국 성인의 세 배에 가깝고 한국 고등학생보다 45%나 많은 양이기는 하지만 결코 그것이 독서의 질적 깊이나 다양성까지 담보해주지는 못하기 때문이다.

이런 우려를 제기하는 까닭은 역시 중국이 일원적인 사회주의 국가이고 교육 정책과 정규 커리큘럼에도 그 일원성과 사회주의 이데올로기가 깊이 반영되어 있기 때문이다. 더구나 한국과 마찬가지로 입시의 성패가 여타 교육 목표를 압도하는 상황이기 때문에 부모는 청소년의 학교 정규 교과목 학습에 관심을 집중할 수밖에 없고, 또 그에 따라 청소년에게 관련 '필독 도서'를 읽으라고 권장한다. 따라서 중국 청소년의 독서 범위는 근본적으로 제한될 수밖에 없는 것이다.

실제로 중국 인터넷서점 당당닷컴이 2020년 발표한 청소년 독서 상황 보고서에 의하면 중국 청소년의 70.6퍼센트가 부모의 권유에 따라 책을 구입하는 것으로 나타났다. 그중 초등학교 고학년생의 비율은 88.2%, 중학생은 66.4%, 고등학생은 68.9%였다. 나이가 많아질수록 비율이 낮아지기는 하지만 어쨌든 부모의 주관적 의지가 청소년의 독서 성격을 크게 좌우하고 있는 것이다. 더군다나 중국 부모들이 자녀 독서에 대해 갖는 지지도는 자녀가 초등학교 고학년생인 경우에는 96.93%인데 반해, 중학생은 78.57%, 고등학생은 63.64%로 계속 낮아졌다. 자녀의 학년이 높아질수록 독서가 성적에 안 좋은 영향을 미칠까 우려하는 것이다.

그렇다면 중국 부모들이 청소년 자녀에게 권하는 필독서는 어떤 것일까? 이에 대한 객관적 조사 결과는 찾아보기 어렵지만 추측하는 것은 어렵지 않다. 위에 보이듯 자녀의 공부와 입시를 가장 중시하는

중국 부모들의 성향을 고려하면 아무래도 가능한 한 정규 교과목, 특히 ‘어문(語文)’ 과목 성적과 연관되는 도서를 제일 먼저 권할 것으로 여겨지며, 실제로 서점에는 초·중·고 필독서를 표방하고 명문교 교사가 추천하는 영가의 청소년 보급판 시리즈가 산더미처럼 쌓여 있기 때문이다. 그렇다면 그런 시리즈를 출판사와 교사는 무슨 근거로 ‘필독서’라고 표방하고 추천하는 것일까? 그 근거는 중국 교육부가 제정한 「의무교육 어문과정 표준」(義務教育語文課程標準)에 부록2로 첨부된 「교과 외 도서에 관한 건의」(關於課外讀物的建議)에서 찾을 수 있다.

중국 의무교육은 아직까지 초등학교와 중학교, 9년 과정에 해당하며 「의무교육 어문과정 표준」은 해당 과정의 기본 성격과 단계별 교육 목표, 실시와 평가 원칙을 담고 있다. 그리고 그 부록인 「교과 외 도서에 관한 건의」는 “학생들이 9년간 읽어야 할 교과 외 읽기 자료의 총량이 적어도 400만 자 이상”이어야 한다고 규정하고 여기에는 “학생들이 읽기에 적합한 각종 도서와 잡지가 포함된다”고 설명하면서 아래와 같이 그 예를 제시했다.

**동화**

『안데르센 동화』, 『그림 형제 동화』, 『허수아비』(예성타오[葉聖陶], 1916), 『요술호리병박의 비밀』(장텐이 [張天翼], 1958) 등

**우화**

중국 고금의 우화와 『이솝 우화』 등

**이야기**

고사성어 이야기, 신화 이야기, 국내외 역사 이야기, 각 소수민족의 민간 설화 등

**시, 산문**

루쉰의 『아침 꽃을 저녁에 줍다』(1927), 빙신(冰心)의 『뭇별·봄물』(1923), 국내외 동요와 동시 등

**장편문학 고전**

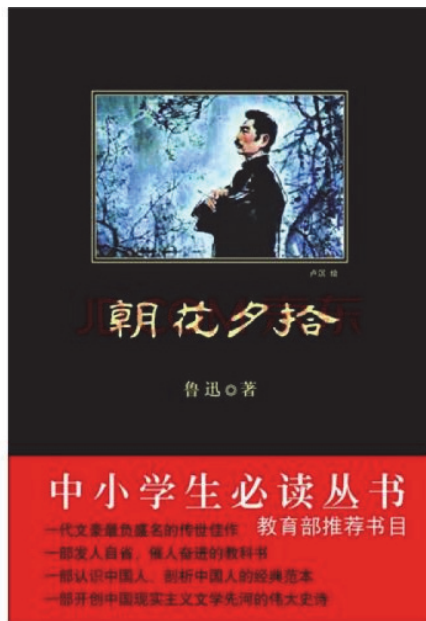
『서유기』, 『수호전』, 라오서(老舍)의 『낙타상자』(駱駝祥子, 1939), 루야오(路遙)의 『평범한 세계』(平凡的世界, 1991), 『로빈슨 크루소』, 『강철은 어떻게 단련되었는가』 등

**현대문학 작품**

아동문학 작품을 비롯해 교사가 국내외 각종 우수 문학 작품 중에서 선택해 추천

**과학 보급, 과학 소설 작품**

줄 베른의 과학소설 시리즈, 각종 역사 문화 도서와 전기 그리고 자연과학과 사회과학 상식을 소개하는 대중 도서 등. 어문 교사가 각 과목 관련 교사와 상의해 추천 가능



중국 청소년 필독서인 루쉰의 수필 『아침 꽃을 저녁에 줌다』와 장톈이의 동화 『요술호리병박의 비밀』

위 내용은 「의무교육 어문과정 표준」 2020년 개정판에 실린 것을 번역한 것이다. 말하자면 거의 최신 정보에 해당하는데도 동화부터 과학 소설까지 어느 항목의 추천 도서 목록도 진부하지 않은 것이 없다. 동화는 기본적인 서양 고전 동화 2종과 반세기 이상 된 중국 동화 2종이 전부이고, 장편소설은 중국 사대기서 중 2종, 소련의 사회주의 소설 1종 그리고 근현대 중국 리얼리즘 소설이며 가장 새로워야 할 현대문학과 과학 보급물은 아예 구체적인 제목도 제시하지 않고 현장 교사의 선택에 맡기고 있다. 결론적으로 위 추천 도서 목록의 가장 큰 문제는 가장 새로운 것이 1991년 작일 정도로 대단히 시대에 뒤떨어져 있다는 점으로 보인다. 하지만 더 큰 문제는 목록을 대부분 국내 도서와 사회주의 이데올로기에 부합하는 책으로만 채운 것이다.

교육 당국의 공식 추천 도서 목록이 이렇게 진부하고 편협하니 당연히 이 목록을 기본 틀이자 원칙으로 삼아 청소년 독서를 지도하고, 책을 출판하고, 자녀에게 필독서를 권해 구매해주는 교사와 출판사와 가정에게 심각한 영향이 가지 않을 수 없다. 그 영향은 담당닷컴의 청소년 독서상황 보고서에 제시된 한 대조표에서 여실히 드러난다. 아래는 중국 부모가 청소년 자녀에게 추천하는 도서 15종과 청소년이 친구에게 추천하는 도서 15종의 목록이다.

순위	부모	청소년
1	『창가의 토토』(명작동화)	『해리 포터』(영미 소설)
2	『신기한 스쿨버스』(학습동화)	『홍루몽』(중국 고전)
3	『사랑의 교육』(명작동화)	『독자』(다이제스트 잡지)
4	『파브르 곤충기』(학습)	『환성』(중국 판타지)
5	『삼국지』(중국 고전)	『소시대』(중국 판타지)
6	『10만 개의 왜 그럴까?』(학습)	『최소설』(장르소설 잡지)
7	『살롯의 거미줄』(명작동화)	『어린 왕자』(명작동화)
8	『유별난 카메라』(명작동화)	『중국문화 기행』(인문 에세이)
9	『그림 형제 동화』(명작동화)	『청년 다이제스트』(다이제스트 잡지)
10	『서유기』(중국 고전)	『다빈치 코드』(영미 소설)
11	『어린 왕자』(명작동화)	『사기』(중국 고전)
12	『중국사 오천 년』(학습)	『늑대 토템』(중국 현대 장편)
13	『강철은 어떻게 단련되었는가』	『물거품의 여름』(중국 로맨스)
14	『안데르센 동화』(명작동화)	『서유기』(중국 고전)
15	『수호전』(중국 고전)	『연을 쫓는 아이』(영미 소설)

위의 두 목록 중 서로 일치하는 도서는 단 2종, 『어린 왕자』와 『서유기』뿐이다. 모두 교육부 추천 목록 틀에 부합하지만 환상성이 강한 스토리라는 공통점이 있기 때문에 청소년의 추천 목록에 포함됐을 가능성이 크다. 하지만 그밖에는 일치하는 도서가 없으며 불일치하는 나머지 각 13종의 성격 또한 대단히 판이하다. 우선 부모의 추천 목록은 교육부 추천 목록과 일치하거나(『수호전』 포함 세 종) 그 틀에 완벽히 부합한다(『창가의 토토』, 『살롯의 거미줄』 등은 출간된 지 20년 이상 된 명작동화로 별도의 교육부 추천 도서 목록의 단골손님이며 그 외에는 모두 정평이 난 스테디셀러 학습물이다). 그리고 전체 15종 중 『수호전』, 『삼국지』, 『강철은 어떻게 단련되었는가』를 제외하고는 전부 초등학교 고학년과 중학생 저학년 대상 도서여서 부모가 자녀의 학년이 높아질수록 독서를 별로 권장하지 않는다는 사실을 재확인할 수 있다.

한편 청소년 추천 목록은 진부함과 편협함을 벗어나 그들의 현대적인 취향을 반영하여 대단히 흥미롭다. 첫째, 짧은 에피소드와 도서 요약이 주 내용인 다이제스트 잡지 2종이 포함된 것은 청소년의 짧은 독서 호흡과 실용주의를 시사한다. 둘째, 『환성』, 『소시대』, 『물거품의 여름』, 장르소설 전문 잡지 『최소설』은 중국 청소년 사이의 웹소설과 미디어셀러 독서 습관을 보여준다. 모두 영상화된 웹소설과 그 작가의 오프라인 연재 지면이기 때문이다. 또 셋째로 『다빈치 코드』와 『해리 포터』는 청소년의 서구 베스트셀러 선호를, 넷째로 『중국문화 기행』과 『늑대 토템』과 『사기』는 그들의 인문학적 관심이 섬세한 에세이와 다채로운 스토리가 만날 때 발현된다는 점을 보여준다.



중국의 다이제스트 잡지 「독자」와 「청년 다이제스트」



중국의 장르소설 전문잡지 「최소설」과 판타지 소설 『환성』

어쨌든 위의 두 추천 도서 목록의 상이함은 일차적으로 독서를 바라보는 부모와 청소년의 다른 시각에서 비롯되었으며, 그 상이성을 더욱 심화시킨 요인은 청소년 독서에 대한 중국 교육 당국의 진부하고 편협한 기본 관점이라고 말할 수 있다. 따라서 중국 교육 당국은 청소년이 건전하고 합리적이며 국제화 시대의 조류에 부응하는 성인으로 성장하기 위해 그들에게 필요한 지식이 무엇인지, 또 청소년이 선호하는 지식 내용과 형식에 관해 더 열린 관점으로 접근할 필요가 있다. 아울러 더 새롭고 다양하며 깊이 있는 도서 커리큘럼의 모범을 제시해야만 한다. 마지막으로 어문 교과 평가의 체계 안에 도서 관련 항목을 세심하면서도 적극적으로 재배치해야만 부모와 청소년이 과중한 입시 부담 속에서도 조금이나마 독서에 관심을 쏟을 수 있을 것이다.

---

**김택규(송실대학교 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.

## 출판계 근로환경 개선을 위한 열린 포럼

### 2020년 제1회 열린 포럼

2020. 10.



한국출판문화산업진흥원은 9월 15일(화) “출판계 근로환경 개선을 위한 열린 포럼”을 온라인 생중계 개최했다. 박태근 알라딘커뮤니케이션 도서팀장이 사회를 맡았고, 한국출판문화산업진흥원 김수영 원장의 개회사로 포럼이 시작됐다. 각 강연 발제자로는 서울북인스티튜드의 이옥란 책임교수, 퍼블리셔의 김세나 대표, 언론노조 서울경기지역 출판지부의 김원중 사무국장, 도서출판 길벗의 한필훈 이사, 책문화콘텐츠연구소의 박찬수 대표가 참여했다.

포럼에서는 그동안 어느 누구도 문제 삼지 않았던 출판계 근로환경과 노동현실을 여과 없이 드러내며 이를 개선하기 위한 방안을 논의했다. 포럼은 온라인으로 진행되었기 때문에 개최 전 사전등록을 통해 미리 참가자 신청을 받았으며, 300여 명의 인원이 신청하여 참가했다. 또한 댓글창을 통해 여러 질문을 받았고, 발제 후에는 질의응답 시간을 가지며 출판계 근로환경 개선에 있어서 다양하고 의미 있는 이야기를 나누었다.



김수영 한국출판문화산업진흥원 원장의 개회사

## [발제1] 우리에게 '출판의 언어'가 필요하다

이옥란(서울북인스티튜드 책임교수)

첫 번째 발제를 맡은 이옥란 책임교수는 익명의 편집자가 작성한 설문지를 중심으로 출판계 근로환경 개선에 대한 논의를 시작했다. 이옥란 책임교수는 최근 1년 동안 온라인으로 진행되고 있는 이 설문조사의 선택항목인 '남기고 싶은 말'에 "안 보여요, 내 미래가" 등 239건의 응답이 있었으며, 그 안에는 친밀감과 안도감을 포함한 강렬한 메시지가 담겨있다고 전했다.

이옥란 책임교수는 출판계 연봉 공개(익명의 설문지) 데이터가 출판산업이 5.5년 차의 종사자가 연봉 3,000만 원으로 일하는 산업임을 나타낸다고 설명하며, 1~2년 차의 직원이 5~6년 차의 빈자리를 메꾸고 있는 것은 아닌지, 10년, 20년 차의 베테랑들이 해야 할 일이 있지 않은지 질문을 던졌다. 이와 함께 현재 출판계 근로환경 문제는 단순히 연봉 인상이나 창업이 정답이 아니라는 점을 강조했다. 마지막으로 모두가 되어 모두를 향해 말하자, 당사자가 하자, 모두를 향해 귀를 열자, 문제를 만들자, 해결책을 고안하자, 풀 수 있는 문제부터 풀자고 제언하며, 문제를 드러내야 해법도 가능하다고 덧붙였다.

## Q & A

발표 자료 가운데 편집자 비중이 높는데, 이와 관련해서 교수님께서서는 편집자보다 마케터의 비율이 높아질 것으로 예상하시지는 않나요?

정확한 응답을 드리기는 어려울 것 같으나, 그렇게 되지는 않을 것 같습니다. 이유는 규모가 작은 출판사에는 마케터가 없는 경우가 많고, 홍보마케팅 업무의 경우에는 편집자가 많이들 담당하고 있기 때문입니다.





이옥란 서울북인스티튜드 책임교수

## [발제2] 외주 출판노동 현실과 정책 지원 방향

김세나(출판전문가 연결 플랫폼 퍼블리언서 대표)

김세나 대표는 출판프리랜서의 노동상태에 대해 출판 전문인력의 위기가 찾아왔음을 가감 없이 전했다. 외주 출판노동환경이 10여 년 전과 크게 다르지 않으며, 노동시장의 불안정성을 가장 큰 문제점으로 들었다. 이러한 노동시장에서 외주 인력은 인맥과 경력 의존도가 높으나, 이것만으로는 적절한 일거리를 찾는 데에 어려움이 있음을 설명했다. 또한 불공정한 계약 역시 큰 문제임을 밝히며, 출판사와 일을 할 때마다 계약서를 쓰는 외주노동자는 23%에 불과했다고 전했다. 이에 더해 출판사의 시스템도 함께 지적했는데, 마감 중심 노동과 프리랜서가 근로자라는 인식이 약하다는 것, 업무 범위가 불분명하다는 것을 예로 들었다. 일을 지속적으로 받아야 하기 때문에 부당에 응할 수밖에 없는 현실, 프리랜서의 경력, 학력, 실력 등을 따지지 않고 관행에 따라 작업비 단가를 낮게 잡는 것 또한 문제로 꼽았다.

이를 개선하기 위한 방안으로는 '표준화된 계약서' 사용이 가장 시급하다고 말했다. 불평등한 관계를 타개해야 하며, 계약서에 프리랜서에게 불리한 관행의 내용을 바꿀 방안을 마련해야 한다고 전했다. 또한 작업비 표준 단가와 지급일, 작업비 체불에 대한 관리감독이 필요하다고 설명했다. 이는 제도 안에서 충분히 가능하다는 점을 강조하며 프리랜서에 대한 사회 안전망 구축과 지원이 요구된다고 제언했다. 또한 지속적인 출판프리랜서에 대한 연구도 반드시 필요하다고 강조하며, 지원제도가 바뀌더라도 우리의 인식이 바뀌지 않으면 문제 개선이 쉽지 않을 것을 시사했다. 이와 함께 프리랜서 스스로도 본인의 권리를 지키려는 노력이 필요하다고 덧붙였다.

## Q & A

출판 외주노동의 가장 큰 문제점은 출판사 내에서 상시적으로 필요한 인력을 점점 외주화하는 상황인 것 같다고 하셨는데, 소위 유연화 되어 가는 출판노동, 외주화 되어 가는 출판노동에 대한 근본적인 대책은 없을까요?

그 부분은 출판계뿐만 아니라, 채용과 노동현실에서 어쩔 수 없이 받아들여야 하는 문제인 것 같습니다. 다만 속도가 얼마나 빠르냐가 문제인 것 같고, 이 안에서 발생하는 문제는 제도적으로 보완을 해야 하며, 제도가 따라주지 않으면 많은 문제가 야기될 것이라고 생각합니다. 하지만 출판계에서는 이에 대해 개선을 하려 하지 않는 것이 저는 문제라고 생각하고, 지금이라도 빨리 문제점과 이를 개선할 방안에 대해 함께 논의하고 노력한다면 그로 인한 변화를 더 좋은 방향으로 받아들일 수 있지 않을까 생각합니다.



김세나 퍼블리셔 대표

### [발제3] 그럼에도 우리는 여전히, 출판계에서 미래를 꿈꾸고 싶다

김원중(언론노조 서울경기지역 출판지부 사무국장)

세 번째 순서로 가장 현장 가까이에서 활동해오며 상황을 지켜봐 온 김원중 사무국장이 발제를 이어나갔다. 김원중 사무국장은 저임금 구조의 문제점에 대해 설명하며, 가중되는 업무량에 비해 연봉이 절망적이라는 등 어려움을 호소하는 목소리가 다수라는 점을 밝혔다. 임금 체불과 부당해고에 대해서는 당사자가 커리어에 문제가 생길 것이 두려워하여 문제를 제기하지 못 하는 경우가 다수 존재한다고 했다.

또한 저임금 문제는 외주노동에서 더욱 심각하다고 전했다. 외주노동자가 받는 임금을 시급으로 책정해 보면 최저임금에 미치지 못하는 경우가 대다수였고, 계약서를 작성하지 않거나, 작성하더라도 작업비 지급에 대한 사항이 명백하지 않아 출간 이후에도 작업비를 받지 못하는 경우 또한 많다고 설명했다. 이와 함께 성희롱, 성폭력과 같은 사건이 지금도 일어나고 있음을 이야기하며, 이에 대한 해결방안이 시급하다고 강조했다. 규모가 큰 출판사든 작은 출판사든 체계가 잡혀 있지 않다는 점 또한 문제점으로 지적했으며, 혼자 배워나갈 수밖에 없는 시스템은 장시간 업무로 이어지며, 이는 직원을 갈아 넣어서 책을 만드는 것과 다르지 않다고 전했다. 특히 잘 나가는 회사를 따라 하는 사장이 많은데, 이는 잘못된 방법이며, 행복하게 일할 수 있는 노동자가 좋은 책을 만든다고 설명했다. 마지막으로 이러한 문제점의 유일한 해결책은 귀와 마음을 열고 소통하는 것이라고 강조했다.



김원중 언론노조 서울경기지역 출판지부 사무국장

#### [발제4] 어떤 출판사의 '좋은 일터' 전략

##### 한필훈(도서출판 길벗 이사)

한필훈 이사는 발제를 시작하며 출판의 핵심은 구성원 스스로 잠재력과 창의성을 발현할 수 있도록 적절한 환경을 조성하는 것이며, 이는 경영 전략이라고 힘주어 말했다. 구성원 스스로 성장하고 싶다는 내적 동기를 잃지 않도록 하는 것이야말로 출판사 경영진이 해야 할 일이라는 것이다. 이와 함께 자기 결정 능력, 유능감, 성장감을 일 속에서 갖는 것, 사내 동료 간에 좋은 관계를 갖는 것 등의 중요성을 강조했으며, 합리적 보상 시스템의 중요성 또한 빼놓지 않았다.

합리적 보상 시스템의 첫걸음으로는 복리후생제도를 들었는데, 여기서 가장 중요한 것은 먼저 법을 잘 지키는 것이라고 이야기했다. 근로기준법, 남녀고용평등법, 육아휴직, 가족돌봄휴직 등을 아무런 눈치 보지 않고 사용할 수 있는 문화가 조성되어야 함을 우선적인 과제로 들었고, 근속자 포상 및 휴가와

역량에 따른 연봉 책정 등을 덧붙였다.

한필훈 이사는 이처럼 좋은 제도를 운영하는 데에는 리더의 역량이 중요하다고 강조했다. 경영진과 리더의 주관적인 판단보다는 구성원과의 솔직한 대화가 더 필요하다는 설명이다. 이는 구성원에게 경영진에 대한 신뢰와 안정감을 심어줄 것이라고 이야기했다. 이러한 노력이 있다면 회사와 함께 개인 또한 성장할 것이며, 좋은 인재를 두고 출판사들이 치열하게 경쟁할 것이라고 한필훈 이사는 전망했다.

## Q & A

길벗출판사가 좋은 일터, 행복한 일터를 만들고자 하는 노력이 놀랍습니다. 이와 함께 외주편집자, 외주디자이너에 대한 보상시스템은 어떻게 운영하고 계신지 궁금합니다.

잘하고 있는 것은 많지 않습니다. 다만 계약서는 철저하게 작성하고 있습니다. 업무 내용은 정확히 규정하고, 출간 전에 작업비를 지급하고 있습니다. 잘하려 노력하지만 많이 부족합니다. 한 가지 시도하고 있는 것은, 프리랜서와 협의해서 연구원이라는 제도를 운영하고 있습니다. 쉽게 말하자면 출근하는 외주노동자입니다. 월급처럼 급여를 지급하고, 직무에 안정적으로 함께할 수 있도록 노력 중입니다.



한필훈 도서출판 길벗 이사

### [발제5] 출판사 조직문화와 근무환경의 인과관계

박찬수(책문화콘텐츠연구소 대표)

마지막 순서로 박찬수 대표는 출판계에서 꺼내기 힘들었던 주제를 꺼낸 것만으로도 대단한 것이라는 말로 발제를 시작했다. 출판산업이 위기이며 성장 가능성에 의문을 제기하지만, 이는 산업 자체보다는

업무환경에 대한 문제가 아닌가 질문을 던지며, 위기 극복하는 데 있어서 메타데이터를 활용하는 것이 가장 중요하다고 제언했다. 또한 직원은 경영자가 어떤 생각을 할까, 경영자는 직원이 어떤 생각을 할까 등의 이해관계를 다루지 않았기 때문에 근로환경에 어려움이 있을 수밖에 없었으며, 먼저 서로에 대한 관계를 이야기해야 한다고 강조했다.

이와 함께 업계에 허리층 중간관리자가 부재하다는 점을 가장 큰 문제점으로 짚었으며, 이는 업계 노동자의 불균형을 초래한다고 설명했다. 업무 매뉴얼의 부재 또한 문제점으로 들었다. 상사의 직관이 아닌, 확실한 매뉴얼에 의한 관리와 결정이 필요하다는 설명이다. 또한 경영자가 근로계약, 노동법을 공부해, 직원들과의 공감대를 형성하는 것이 필요하다고 이야기했다. 마지막으로 출판계가 맞은 위기는 내부의 문제이며, 목소리를 내고 공론화시켜 하나씩 바꿔 나가야 한다고 강조했다.

## Q & A

제작이나 관리 분야의 성과 평가 및 측정은 논의가 덜 되고 있는데, 이런 부분에 대한 고민은 없었나요?

제작 분야에서도 당연히 평가가 이루어집니다. 제가 사계절이나 한림에 있을 때도 매뉴얼이 정확하게 있었습니다. 이는 길벗도 잘하고 있는 부분인데, 먼저 편집장과 디자이너, 제작자가 각각 사고를 내는 빈도수를 체크하고 분석합니다. 이를 토대로 반복적 제작사고가 어느 시스템 과정에서 발생하는지 보고, 이를 더 이상 발생하지 않도록 합니다. 제작사고가 일어난 이유에 대해 공감하고 보완해나갑니다. 이러한 부분에 있어서 위에 언급했던 출판사와 같이 확실한 매뉴얼 필요합니다.



박찬수 책문화콘텐츠연구소 대표

## 전체 질의응답

Q. 편집자 한 명이 어느 정도의 업무량이 감당해야 하는지 궁금합니다. 즉 적정 업무량에 대한 기준이 있어야 이런 논의가 발전적으로 진행될 수 있을 것 같습니다.

### A. 이옥란

물리적으로 다루는 콘텐츠 분량을 감안해야 이야기를 할 수 있을 것 같습니다. 우선 편집자라면 원고를 다루는 물리적 시간 필요하고, 편집 업무를 출판물을 기획하는 단계에서 시작할 수도 있고, 원고가 완성된 상태에서 책임편집 공정을 진행하는 상태에서 시작할 수도 있고 상황에 따라 다릅니다.

한 출판사를 예로 들면 편집자 한 명이 연간 네 권 내외의 책을 제작합니다. 여기에는 새로운 기획, 저자 관리 업무 등이 있을 수 있습니다. 번역물 관리 업무의 경우에는 기획이나 저자 발굴 및 관리에 있어서는 업무량이 낮을 수 있겠죠. 이 모든 것을 종합해야 편집자 한 명이 연간 몇 권의 책을 만들어야 하는가에 대해 이야기할 수 있을 것 같습니다.

하지만 최근 현장에서 일하는 편집자의 이야기를 들어보면 위의 업무 외에도 홍보마케팅 업무까지 가중된다고 합니다. 보도자료 이후 카드뉴스 작성, 홍보영상 제작, 저자와의 만남, 신간 홍보 기획까지 말입니다. 또한 계속해서 나오는 신간들로 비추어 볼 때 한 달에 한 권씩 책을 만드는 편집자도 있다고 합니다. 하지만 이는 과하다고 생각하고, 위에서 예로 든 출판사의 경우처럼 네 권 내외가 적당한 것 같습니다.

Q. 김세나 대표님은 외주 프리랜서들이 스스로 목소리를 내야 한다는 의견을 주셨고, 퍼블리랜서라는 업체를 통해서 프리랜서 간의 소통을 듣고 있는 것으로 아는데, 프리랜서들의 공동이익을 위해 활동하는 협동조합 형태가 있을까요? 프리랜서들이 개별로 생계를 유지하는 게 우선일 수밖에 없는데, 장기적으로 근로환경 조건 등을 개선하기 위해 외주 프리랜서가 공동으로 모일 수 있는 방법과 모였을 때 함께할 수 있는 사업은 무엇이 있을까요?

### A. 김세나

먼저 프리랜서 공동의 이익을 위해 활동하는 협동조합은 없는 것 같습니다. 보통은 삼삼오오 모여서 의미 있는, 편한 공동체로서 목소리를 내는 경우가 많습니다. 프리랜서가 공동으로 어떤 활동을 할 수 있을지에 대해 제 생각을 말씀드리자면, 그들이 각자의 전문분야를 가지고 출판의 외형을 확장할 수 있는 새로운 프로젝트를 시도해볼 수 있지 않을까 합니다.

책을 내는 것과 같은 기존의 출판이 아닌, 다른 산업을 출판과 연계하여 새로운 사업을 하는 것입니다. 실제로 이러한 문의가 퍼블리랜서에도 많이 들어옵니다.

이와 같은 새로운 프로젝트를 프리랜서가 많이 했으면 좋겠다고 생각하는 이유는 돈뿐만 아니라, 이러한 활동을 통해 자신이 할 수 있는 전문영역의 새로운 시도를 해볼 수 있고, 이는 프리랜서의 자존감으로도 연결되기 때문입니다. 출판사에서 맡기는 일만 하다 보면 일에 대한 욕구와 자존감이 자연스럽게 하락할 수 있는데, 새로운 활동을 꾸준히 함으로써 프리랜서 스스로 자존감을 회복할 수 있지 않을까 생각합니다.

Q. 프리랜서로서 부당한 처우나 상황에 처했을 때 출판노조를 통해 자문이나 도움을 받을 수 있는

지, 체불기업에 대한 관리감독과 관련해서 노동법의 기본적인 부분을 지키지 않는 기업을 여러 선정 사업에서 배제하는 제도에 대해 출판노조가 앞서 활동한 것으로 알고 있는데, 자세한 내용이 궁금합니다. 마지막으로 출판계의 노동환경이 유독 열악한 것인지, 유사한 업계와 비교해 어떠한지 궁금합니다.

#### A. 김원중

노동조합 조직 대상 중에 외주노동자가 포함되어 있습니다. 이와 관련해 연말까지 추진하고자 하는 게 출판계 외주노동 표준계약서입니다. 현재 예술인권리보장법에 의해서 예술인이 고용보험 법 안으로 들어가려는 움직임이 있습니다. 하지만 이에는 문학만 포함되어 있고, 출판은 포함되어 있지 않아 출판에 종사하는 많은 외주노동자가 사각지대에 몰리고 있습니다. 이러한 상황에서 저의 바람은 많은 외주노동자가 이왕이면 노동조합으로 힘을 모아서 함께하는 것입니다. 기본적인 자문이나 상담은 당연히 가능하고요. 저희 노조로 연락 주셔도 되고, 서울시 같은 경우는 지역구별로 노동자 지역센터가 설립되어 있으니 그곳에서 무료로 상담 및 자문을 받을 수 있습니다.

체불기업 관련해서는 근로기준법에 체불기업 기준이 있습니다. 그 기준에 따라 체불기업으로 분류가 되면 세종도서 추천에서는 배제되는 제도가 마련되어 있습니다.

열악함에 대해서는 어떤 업계를 대상으로 삼아야 하는지는 모르겠으나, 출판과 연계되어 있는 인쇄업과 같은 경우에는 현재 노조를 운영하지 못 하는 상황이기도 했고, 여러 가지 소음이나 유해한 것이 많기 때문에 굉장히 열악합니다. 어느 업계를 특정하지 않더라도 출판계가 대부분의 중소기업과 비교했을 때 열악하고 환경이 안 좋다고 말씀드릴 수 있을 것 같습니다.

Q. 초창기 창업 시 집중해야 할 경영 전략이 궁금합니다. 이후에 길벗처럼 성장하는 과정에 있어서 생애주기에 대해 부탁드립니다.

#### A. 한필훈

어려운 질문이네요. 창업 초기에 중요한 것은 일정한 매출 성장과 수익을 유지하면서 어떻게 지속 가능하게 갈 것이냐에 대해, 베스트셀러는 시장에서 주는 혜택이고 이를 상수로 잡고 갈 수는 없습니다. 만약 일 년에 열 권의 책을 낸다면, 손익분기점을 넘기는 책은 몇 권일 것이라는, 손익분기점에 미치지 못할 책은 몇 권일 것이라는, 기대 이상의 수익을 주는 책은 몇 권일 것이라는 예상과 전략이 필요한 것 같습니다. 이를 매년 업데이트하며 꾸준히 성장해나가는 것이 중요하다고 생각합니다.

Q. 이번 발제를 통해서 길벗은 정말 잘 해나가고 있다는 인상을 받았는데, 이러한 것을 기업에 경영 전략, 선의로 이루어지는 시스템으로 더욱 더 강력하게 업계 전반에 확산시킬 수 있는 제도적, 또는 문화적인 방법은 없을지 궁금합니다.

#### A. 한필훈

초원의 잔디가 다 없어져 가는데 우리 울타리만 잘되는 것은 행복한 일이 아닙니다. 당연히 출판계 전체가 발전해야죠. 단도직입적으로 말씀드리자면 정책당국과 경영자의 각성이 필요합니다. 경영자가 근본적인 틀을 만들어야 좋은 사람이 와서 좋은 성과를 내며 일할 수 있습니다. 출판계 발전을 위해서 정책을 집행하는 분과 경영자는 개별사 매출과 수익에서 출판산업 전체를 골

고 가고 있는 사람들로 시선을 돌려야 합니다. 출판산업의 경쟁력은 콘텐츠의 질에 있고, 이를 만드는 사람은 작가, 번역자와 같은 창작자, 그리고 편집자, 마케터, 디자이너와 같은 출판노동자입니다. 따라서 경영자와 정부가 할 일은 출판노동자가 좋은 콘텐츠를 만들 수 있도록 좋은 환경을 조성해주는 일이라고 생각합니다.

Q. 유연문화, 과업문화, 위계문화가 비단 기업 내 경영자와 노동자 사이에서만 벌어지는 문제는 아닌 것 같습니다. 출판계 전체를 아우르는 진흥원과 개별출판사, 진흥원과 노동자 사이에서도 문화적인 이야기가 체계적으로 나누어져야 한다고 생각합니다. 이런 의미에서 출판계 근로환경과 관련하여 진흥원 측에서 힘을 실어서 진행해줬으면 하는 것이 어떤 것이 있을지 말씀 부탁드립니다.

**A. 박찬수**

첫째로는 민간단체의 역할이 중요합니다. 출판산업이 성장하려면 민간이 잘해야 합니다. 예를 들어 도서정가제도 맥락이 비슷합니다. 프랑스는 도서정가제가 법으로 되어 있으나, 일본과 독일은 민간이 합의해서 지키고 있습니다. 이와 같이 궁극적으로 출판생태계를 얼마나 건강하게 할 것인지에 대한 핵심포인트는 민간단체의 역할, 경영자들의 역할, 종사하는 구성원의 역할과 지지 등이 병행되어야 한다는 것입니다. 이에 유연성, 복지 등도 포함됩니다. 또한 출판산업이 전체 산업의 중추적 역할을 한다는 인식을 만들어야 하며, 이러한 역할을 진흥원에서 해야 한다고 봅니다. 진흥원은 좀 더 큰 틀에서 독자를 만들어내는 독서운동이나, 미흡한 제도를 보완하는 과정에서 일관성 있는 정책을 펼친다면 좋을 것 같습니다.





## 출판유통통합전산망의 기대 효과

---

이중호(한국출판콘텐츠 대표)

2020. 10.

국내 출판산업계에서는 2019년부터 출판유통 선진화를 위해 출판계, 유통업계, 정부(문체부, 출판진흥원)가 함께 참여하는 '출판유통정보화위원회'를 구성하여 업계의 다양한 의견수렴을 통해 가칭 '출판유통통합전산망' 구축사업을 진행하고 있다.

국내에서는 통합전산망 구축사업에 관한 관심과 우려가 공존한다. 하지만 보다 효율적인 시스템이 필요하고 스마트 공급체인 구축을 위해 상품 정보와 거래 데이터 교환을 표준화하고 있다. 또한 출판유통과 마케팅에 빅데이터를 활용하는 디지털 사업은 글로벌 출판시장에서 4차 산업혁명과 뉴노멀(New Normal) 시대의 필수적인 사업이다.

### 사업 추진 배경과 필요성

과거에도 국내 출판유통/물류환경을 개선하고, 상호 간에 신속하고 투명한 도서 정보교환을 위한 시스템을 구축하려는 노력과 시도가 몇 번 있었으나 큰 성과는 없었다. 이는 국내 출판계와 서점계는 도서 공급체인 속에서 협업과 정보교환 표준의 필요성에 대한 인식이 부족하기 때문이다. 그렇기에 아직도 출판사는 신간 정보를 제공하기 위해 엑셀에 서지정보 항목을 작성해 유통사(서점)에 메일로 전송하거나, 직접 유통사 SCM 시스템에 접속하여 수작업으로 데이터를 입력한다. 이는 데이터 유효성이 낮아지고, 중복입력으로 인한 고비용/저효율 상황이 지속적으로 발생하는 원인이 된다.

예를 들어 <그림 1>과 같이 약 3,000개의 출판사가 2,000개의 서점에 위의 방식으로 신간 정보를 제공하고 도서 주문 데이터를 상호 교환할 경우, 매년 약 6백만 건의 복잡하고 비효율적인 거래 관계가 발생할 수밖에 없는 것이다.

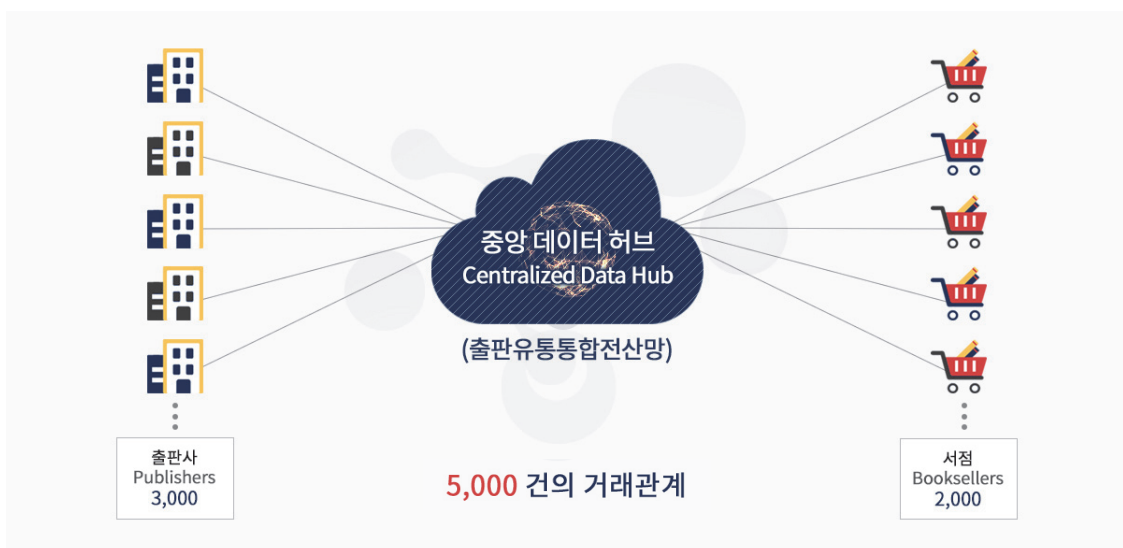
〈그림 1〉 국내 도서정보 및 수·발주 데이터 교환 현황



반면 〈그림 2〉와 같이 출판 공급체인의 중심에 데이터를 표준화하고, 허브 기능을 수행하는 클라우드 유통정보 플랫폼을 활용하면 출판사는 중복입력 없이 단 한 번의 입력으로 서점, 유통사, 도서관 등에 풍부한 메타데이터를 신속하고 정확하게 전달할 수 있다. 또한 서점이나 유통사(도매상)는 도서를 온라인으로 전자주문(EDI)할 수 있게 된다. 이는 기존 6백만 건의 복잡한 거래 관계도 5천 건으로 줄일 수 있는 효과가 있다.

이렇게 출판유통통합전산망은 국내 도서유통 환경개선과 함께 출판물의 스마트 공급체인(Smart Supply Chain) 혁신을 구현하는 통합 플랫폼의 역할과 기능을 수행할 것이다.

〈그림 2〉 출판유통통합전산망(BNK) 구축 필요성



출판선진국에서는 출판계, 서점계, 유통계가 공동으로 중앙 데이터 플랫폼(독일(MVB), 프랑스(CLIL), 네덜란드(CB), 캐나다(BNC), 일본(JPO) 등)을 구축하여 운영 중이다. 특히 도서정가제를 유지하고 있는 유럽 국가 대부분은 도서정가의 고시와 변경(재정가) 등을 통합 플랫폼에서 서점과 실시간 연계할 수 있도록 관리하고 있다.

## 주요 시스템과 기능

출판유통통합전산망 구축을 위해서는 여러 가지 서브 시스템 개발과 외부 시스템 연계가 필요하다. 그렇기 때문에 출판유통정보화위원회에서는 출판사와 유통사(서점)에서 필요로 하는 다양한 시스템 개발과 연계를 위한 프로젝트를 단계적으로 추진하고 있다. 그중 핵심이 되는 몇 가지 주요 시스템과 함께 통합전산망 구축과 관련된 시범사업 현황, 그리고 전략적 협력관계를 소개하고자 한다.

## 메타데이터 관리시스템

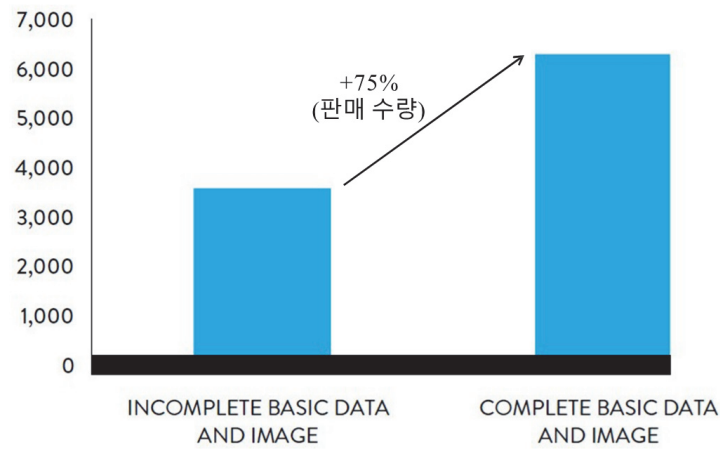
### 도서 메타데이터의 중요성

먼저 도서 메타데이터는 책에 대한 정보를 의미한다. 전통적으로 우리는 도서에 대한 정보를 '서지정보'라는 용어로 사용해 왔으나, 디지털 온라인 시대에 접어들면서 콘텐츠나 정보 상품에 대한 정보를 표현할 때 '메타데이터(metadata)'라는 용어를 일반적으로 사용한다.

이러한 메타데이터는 전 세계적으로 도서 판매나 책의 발견에 있어 더욱 더 중요해 지고 있다. 특히 과거에는 오프라인 서점에서 책의 실물을 보고 구매를 결정하는 독자가 대부분이었으나, 이제는 온라인에서 메타데이터를 보고 책을 구매하는 독자가 늘어나고 있다. 온라인 도서 판매 비중이 높지 않은 독일(19%), 프랑스(20%)와 같은 나라에 비해 인터넷을 통한 판매 비중이 50%를 넘은 국내에서는 도서 메타데이터의 중요성이 더욱 강조될 수밖에 없다.

메타데이터는 책의 발견과 더불어 도서 매출에도 영향을 끼친다. 세계적인 출판시장 조사기관 '닐슨(Nielsen)'은 2016년, 메타데이터가 도서 판매에 끼치는 영향을 조사하여 발표했다. 그 결과를 살펴보면 도서 메타데이터가 매출 증대에 상당히 놀라운 정도로 강력한 영향을 주고 있다는 것을 확인할 수 있다. 특히 영국과 미국 도서 중 각각 상위 10만 종을 대상으로, 출판유통시장의 메타데이터 사용과 이에 따른 판매량을 비교 분석한 보고서에 따르면, <그림 3>과 같이 완전한 기본 메타데이터를 가지고 있는 도서가 그렇지 않은 도서보다 종(ISBN)당 평균 판매량이 약 75% 더 높은 것으로 나타났다.

〈그림 3〉 메타데이터와 판매량 상관관계

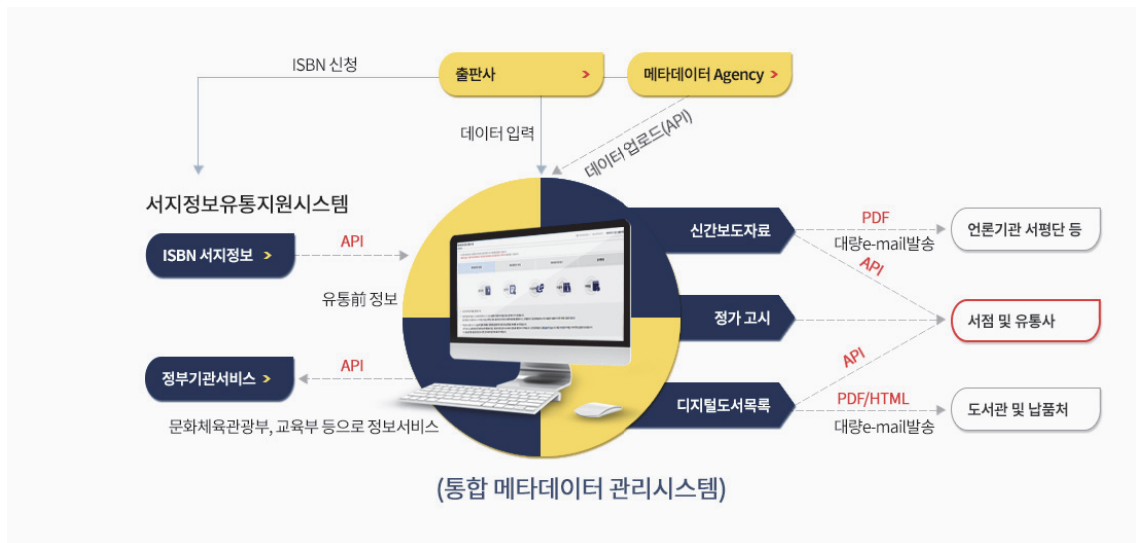


출처: David Walter, Metadata Study, *The Importance of Metadata for Discoverability and Sales*, 2016

### 메타데이터 관리시스템 기능

이번 통합전산망의 메타데이터 관리시스템 개발은 각기 다른 도서정보 유형과 흩어져 있는 출판유통정보를 국제표준 메타데이터 체계를 기반으로 연계·통합하고 제공하는 것이 기본 방향이다. 〈그림 4〉에서 볼 수 있듯이 메타데이터 관리시스템은 출판사가 ISBN을 신청할 때 입력한 데이터를 자동으로 불러와 중복입력할 필요가 없으며, 출판사가 신간 정보를 한 번 입력하면 모든 서점과 유통사의 시스템(SCM/POS)에 신속하게 전달된다. 입력한 도서 메타데이터는 신간 보도자료 및 카탈로그 자동 생성기를 통해 PDF나 HTML 포맷으로 저자, 언론기관, 서평단 등 출판사가 원하는 곳에 이메일로 전달할 수 있다.

〈그림 4〉 통합 메타데이터 관리 및 연계 개념도



## 도서 판매통계시스템

판매통계시스템의 기본적인 기능은 소매점의 도서 판매데이터를 수집 및 분석하여 서비스하는 것이며, 이에 필요한 판매데이터 수집은 대형 온·오프라인 서점, 중소형 서점을 포함한 모든 소매 서점에서 이루어진다.

최근 교보문고, 예스24, 알라딘 등 온·오프라인 대형서점이 도서 판매데이터를 제공하기로 합의했고, 이들의 SCM 시스템과 연계 작업이 진행 중이다. 또한 중·소형 서점의 판매데이터는 현재 한국서점조합연합회가 운영 중인 서점ON 시스템과 연계하여 개별 서점의 POS 시스템(소형 서점에 무료로 설치해 주는 보급형 POS 포함)을 통해 판매데이터를 수집할 예정이다.

각 서점과 소매점에서 수집한 도서 판매데이터를 통해 아래와 같은 여러 통계 데이터와 보고서를 산출할 예정이며 <그림 5>와 같이 판매통계시스템의 사용자 화면에서 볼 수 있게 된다.

### 베스트셀러 보고서

옵션선택(주제별, 형식별, 발행 날짜별, 가격 범위별) 후 결과 제공(전체 순위, 이전 순위, 순위 변동에 대한 표시)

### 단일 ISBN 보고서

단일 ISBN 주별 판매(해당 도서의 주간판매량), 단일 ISBN 다중 시장 판매(해당 도서의 선택한 기간 동안 시장별 판매량) 중 선택 후 후자에 대한 옵션선택(판매 채널, 기간), 결과 제공(판매일, 전체 도서 수, 정가, 판매량, 판매 매출 등)

### 다량 ISBN 보고서

ISBN 목록을 사용하여 검색하는 기능(다량의 ISBN 보고서 작성), 판매 채널의 기간별 판매현황을 비교하거나 특정 기간의 여러 판매 채널에 대한 판매현황 비교 기능

### 판매 채널 비교 보고서

판매 채널을 선택한 후 옵션선택(출판사별, 유통채널별, 주제별, 콘텐츠 유형별, 기간별) 후 판매량에 대한 결과 조회 기능

### 시장점유율 보고서

시장점유율 유형을 선택(출판사, 유통사, 주제 분야, 콘텐츠 유형)한 후 옵션선택(콘텐츠 유형, 주제 분야, 기간) 후 시장점유율에 대한 결과 조회 기능

〈그림 5〉 도서 판매통계시스템 화면

기간별 판매통계

통계 데이터는 일간으로 집계됩니다.

기간범위: 2020-08-01 ~ 2020-09-21 (9세, 7월전, 30일전, 90일전)

유통사:  전체  예스이십사  서점온  교보문고  알라딘

항목:  금액  부수  중수 판매구분:  합계  판매  취소

합계		매장		PC온라인 판매		모바일 판매	
금액	부수	금액	부수	금액	부수	금액	부수
3,372,225,622 원	383,553 부	1,983,287,867 원	224,684 부	695,491,723 원	79,272 부	693,446,032 원	79,597 부
판매 3,373,160,542 취소 934,920	판매 383,614 취소 61	판매 1,983,756,337 취소 468,470	판매 224,715 취소 31	판매 695,681,943 취소 190,220	판매 79,284 취소 12	판매 693,722,262 취소 276,230	판매 79,615 취소 18

일간별 판매통계

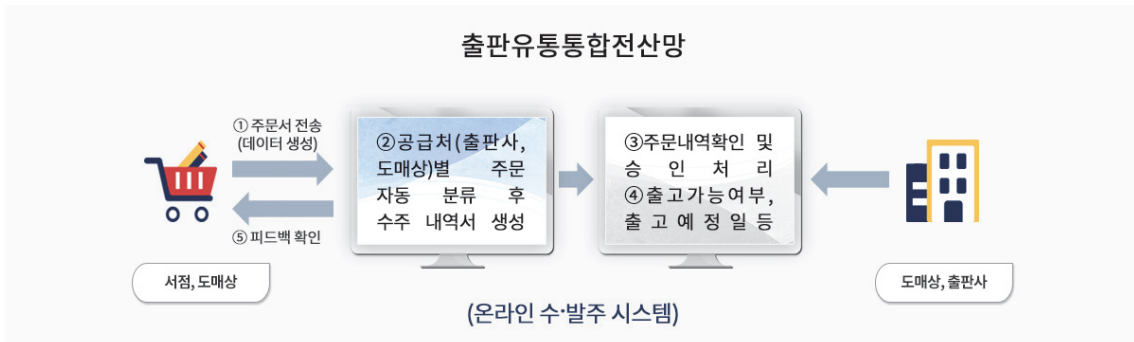
날짜	판매구분	합계		매장		PC온라인		모바일	
		금액	부수	금액	부수	금액	부수	금액	부수
2020-08-01 (토)	판매	63,058,790	7,189	38,020,476	4,784	11,845,144	1,394	13,193,170	1,511
	취소	25,200	1	0	0	0	0	25,200	1
	합계	63,033,590	7,188	38,020,476	4,784	11,845,144	1,394	13,167,970	1,510
판매	71,296,910	8,079	38,978,050	4,451	14,971,850	1,784	17,347,010	1,844	

새롭게 개발한 판매통계시스템에서 중요한 것은 서점 판매통계정보의 익명성을 철저하게 보장하여 데이터베이스에 수집한 통계 데이터를 경쟁사의 개별 분석에 절대 노출하지 않는 것이다. 전체 산업과 분야별 판매 분석을 위한 용도로만 사용하기 때문에 경쟁사에 판매정보가 노출될 염려가 없는 것이다. 특히 국내의 경우, 제공 정보 보안에 대해 출판산업에 참여하고 있는 민간 업체의 신뢰도가 낮아 그간 참여가 부족한 경향을 보였다. 따라서 철저한 익명성 보장과 정보 보안은 판매통계시스템의 핵심 기능이 되어야 한다.

### 전자 수·발주시스템

출판유통통합전산망 구축에 있어서 출판사와 서점이 가장 관심을 두고 있는 것 중 하나는 도서 수·발주시스템이며, 이는 표준화된 전자 데이터 혹은 문서(EDI)에 의한 주문 자동화라고 설명할 수 있다. 이 부분에 있어서 전자 주문을 통해 팩스 주문으로 발생하는 비용을 줄이는 동시에, 표준화된 정확한 데이터 유효성을 확보하는 것이 중요하다. 또한 출판사와 도매상을 통해 서점 공급 도서의 사전출고정보(Advanced Shipping Notice)와 서점과 유통사의 POS/SCM 연계도 필요하다.

〈그림 6〉 전자 수발주시스템 운영 개념도



좀 더 고도화된 전자 수·발주시스템을 구축하기 위해서 표준화된 메타데이터와 거래처 정보를 기반으로 서점과 도매상의 주문을 자동화하고, 출판사 자체 혹은 위탁 물류센터와 도매상의 입·출고 데이터를 출판사의 경영관리시스템(ERP)과 연계하여 업무 효율성을 높일 수 있도록 지원할 예정이다.

또한 거래처(공급처/배송처) 정보는 신규 업데이트가 중요하기 때문에 출판사, 서점, 유통사, 도서관 등 거래처 정보 표준화와 함께 통합관리(기본정보, 연락처, 휴폐업 여부 등)시스템이 필요하다.

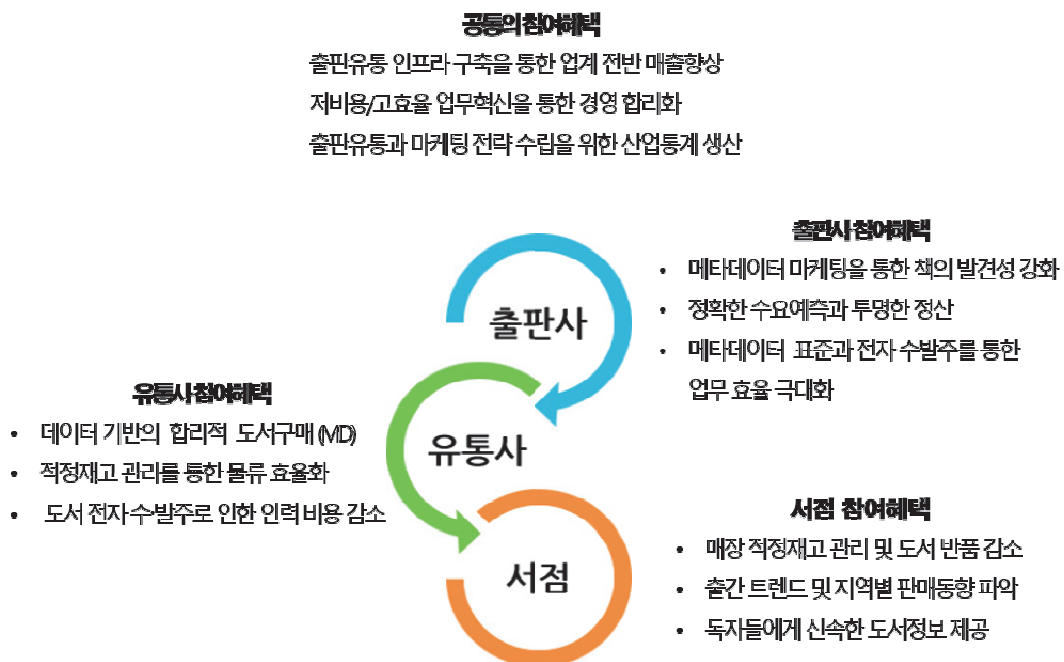
## 기대효과 및 참여혜택

국내 출판유통 시장에는 아직 해결해야 할 비합리적인 거래 관행이 존재한다. 또한 일부 출판사와 온·오프라인 서점 그리고 유통사 간의 투명하지 못한 거래로 불신이 누적되어 온 것도 사실이다. 그렇기 때문에 출판유통통합전산망 구축을 통해 과거의 비효율적인 유통구조 개선과 함께 도서 공급체인 인프라를 혁신해야 하며, 이를 통해 출판 생태계 이해당사자는 매출 증대, 경영혁신 등의 기대효과를 노려야 한다.

앞에서도 잠깐 언급했지만, 이러한 중앙 시스템을 통해 출판계가 얻을 수 있는 가장 중요한 편익 중 하나는 도서의 '메타데이터'를 기반으로 출간 전부터 다양한 채널로 책을 홍보할 수 있다는 것이다. 예를 들어, 신간 출간 전에 시스템에 입력한 메타데이터를 활용해서 보도자료를 자동으로 생성하고 블로거, 언론인, 독자, 사서 등에게 제공할 수 있다는 것이다. 물론 출판사는 이미 출간한 도서도 다양한 형태로 디지털 카탈로그를 제작하여 도서관, 학교, 기관 등에 홍보할 수 있다.

또 다른 주요 혜택으로는 그동안 전화, 팩스, 이메일 등으로 수주해 오던 도서 주문을 전자 수·발주(EDI)로 신속하게 처리할 수 있게 되는 것이다. 이를 통해 출판사는 불필요한 업무를 줄이고 본연의 업무인 독자 마케팅에, 유통사는 도서 판매나 매장관리에 더 집중할 수 있을 것이다. 이 밖에도 시스템 구축을 통한 기대효과와 참여혜택이 굉장히 다양해 전부 말하고 싶지만, 몇 가지만 요약해 <그림 7>로 정리했다.

<그림 7> 출판유통통합전산망 기대효과 및 참여혜택



## 출판사 시범운영과 유통사 업무협약

한국출판문화산업진흥원에서는 1단계~2단계 사업을 통해 개발된 메타데이터 관리시스템과 주제분류 시스템 테스트, 개선사항 의견수렴을 위해 몇몇 출판사와 함께 출간된 도서의 메타데이터를 입력하여 보도자료와 디지털 카탈로그를 제작해 보는 시범운영(Closed Beta Test)을 추진했다.

아래 24개 출판사를 선정하여 6월 17일 사업설명회를 시작으로 1주일(7월 7일~14일)간 소그룹 단위로 도서 메타데이터 및 주제분류 입력 교육을 실시했으며, 교육 후 출판사별로 메타데이터를 입력하는 시범운영을 진행했다.

### 참여 출판사 명단

휴머니스트	길벗	백도씨
김영사	미래엔	어크로스
문학과지성사	퇴움출판	따비
쌤앤파커스	이다복스	천재교육
학지사	월북	돌베개
미디어창비	다산복스	열화당
이퍼블릭	바람의아이들	청미
커뮤니케이션북스	흐름출판	책세상

시범운영을 통해 출판사들이 입력한 도서 메타데이터는 9월 17일 기준으로 약 2,200종이다. 9월 23일에는 간담회를 개최하여 메타데이터를 입력하면서 도출된 개선사항에 대해 출판사의 의견을 수렴하여 3단계 사업과 전산망 운영에 반영하기로 했다.

또한, 최근 한국출판문화산업진흥원은 국내 대표 유통사인 (주)교보문고, 예스이십사(주), (주)알라딘커뮤니케이션과 '출판유통 선진화 기반 마련을 위한 업무협약'을 체결했다. 9월 18일(금) 오전에 열린 협약식은 김수영 한국출판문화산업진흥원장과 박영규 교보문고 대표이사, 김석환 예스24 대표이사, 최우경 알라딘 대표이사 등 관계자 20여 명이 참석한 가운데, 컨퍼런스하우스 달개비에서 개최되었다.





한국출판문화산업진흥원과 국내 대표 유통사는 협약을 통해 ▲출판유통통합전산망 운영을 위한 상호 협력체계 구축(도서유형별 메타데이터 표준화, 주제분류체계 구축 등), ▲출판 관련 통계서비스 기반 마련(도서 판매데이터 제공 등), ▲구축된 출판유통통합전산망 활용에 적극 참여 등을 상호 간에 약속했다. 이번 업무협약은 국내 대표 유통사가 한국출판문화산업진흥원과 함께 출판유통통합전산망 구축 사업 추진에 적극 참여하고 협력하겠다는 뜻을 밝힌 자리로, 출판유통 선진화 기반 마련에 크게 기여할 것으로 기대된다.

현재 통합전산망은 주요기능 개발을 완료하는 등 2단계 사업종료를 앞두고 있으며, 3단계 시스템 기능 고도화 및 최종 테스트를 마무리한 뒤, '2021년 상반기 출판사 시범운영'을 시작으로 하반기부터 본격 운영될 예정이다.

---

#### **이중호(한국출판콘텐츠 대표)**

미국에서 MBA(경영정보시스템) 졸업 후 웅진북센에서 경영기획실장, 미래사업본부장으로 근무했으며(1995~2012), 미래출판전략연구소 소장을 거쳐(2013~2015) 현재는 (주)한국출판콘텐츠 대표이사로 재임 중이다.

현) 한국출판콘텐츠 대표이사, 대한출판문화협회 상무이사(전자출판), 대통령소속 도서관정보정책위원회 위원

## 코로나 시대, 새롭게 주목받는 취미: 독서

---

진영균(교보문고 브랜드관리팀 과장)

2020. 10.

코로나19 유행 후, 사람들의 독서량이 오히려 늘었다는 소식을 종종 접한다. 쇼핑몰에서는 책꽂이, 독서대와 같은 독서 용품 판매가 늘었고(“코로나19 집콕’에 독서 열기…전자책 단말기 인기’ <연합뉴스> 9월 8일 자), 교보문고는 상반기 책 판매가 전년 대비 약 8.6%(판매 권수 기준)가 신장한 것으로 나타났다. 8월 이후 코로나19 재유행으로 인해 도서 판매 변화에도 조정이 있을 것으로 보이나, 즐길 수 있는 취미 활동으로 ‘독서’가 새롭게 주목받고 있는 것은 분명하다.

전통적으로 가장 보편적인 취미 활동이었던 독서는 그동안 수많은 여가활동에 자리를 내주었다. TV, 인터넷, 스마트폰, 넷플릭스와 유튜브까지 새로운 매체가 등장할 때마다 취미 활동에서 독서의 점유율은 점점 낮아졌다. 특히 스마트폰의 등장은 책 시장이 아예 없어지는 게 아닌가 싶을 정도로 파급력이 엄청났다. 그렇기 때문에 전통적인 시장을 파괴하고 비대면 산업과 4차 산업혁명을 앞당길 것이라는 전망이 우세한 코로나 시대에 책 시장이 선방하는 것은 일종의 아이러니다. 또한 이번 코로나19 사태를 통해 책 시장의 발전 가능성을 발견한 것도 사실이다.

집에서 넷플릭스를 시청하며 음식을 시켜 먹고 홈트(홈트레이닝)를 하는 생활이 지겨워진 시점에 책을 들었다는 것은 굉장히 의미심장한 행동 변화이다. 이 소중한 분들이 계속 독서 시장에 머물 수 있도록 생활 곳곳에 여러 장치를 마련하는 것이 현 출판·서점업계의 과제이다.

### 전체 분야별 리뷰(1~8월 기준)

8월까지 기준으로 신장률이 오른 분야를 살펴보면 가정생활, 유아, 아동, 소설, 시/에세이, 취미/스포츠, 역사/문화, 인문, 정치/사회, 경제/경영, 과학, 기술/공학, 컴퓨터, 취업/수험서, 요리, 건강, 예술, 자기계발, 초등/중고등학습 등 거의 모든 분야인 반면, 신장률이 떨어진 분야는 종교, 만화, 여행, 외국어 분야로 손에 꼽는다.

〈2020년 기준 분야별 판매 신장률〉

분야	2019년 대비 신장률 (1~8월 기준)	분야	2019년 대비 신장률 (1~8월 기준)
가정/생활	18.6%	과학	46.7%
유아	12.5%	기술/공학	14.9%
아동	29.4%	컴퓨터	13.8%
종교	-0.8%	취업/수험서	3.9%
소설	13.6%	요리	1.5%
시/에세이	2.3%	건강	11.2%
만화	-4.9%	예술	4.7%
취미/스포츠	9.4%	여행	-55.5%
역사/문화	16.0%	외국어	-7.9%
인문	15.1%	자기계발	24.0%
정치/사회	35.7%	초등학습	30.9%
경제/경영	31.5%	중고등학습	23.4%

분야별로 간단히 리뷰하자면,

**가정생활** 분야는 학교 수업이 온라인수업으로 전환되고 아이가 학교에 가지 않는 생활이 길어지면서, 육아나 자녀 학습법을 알려주는 책이 인기를 끌고 있다. 분야 전체가 전년 대비 18% 신장하는 동안 자녀교육서는 27.3%가 신장해 **가정생활** 분야의 신장을 이끌었다.

**유아**와 **아동** 분야 중 코로나의 영향을 많이 받은 분야는 **아동** 분야였다. 유아의 경우 『구름빵』 작가 백희나가 아스트리드 린드그렌상을 수상하며 분야 판매를 소폭 올렸고, 집에 있는 시간이 많아진 초등학생들은 아동 동화와 만화를 선택했다. **초등/중고등학습** 역시 온라인 개학이라는 초유의 사태를 맞이 하면서 학습서 판매량이 크게 늘었다.

**소설** 분야는 상반기에는 코로나19 사태를 연상케 하는 알베르 카뮈의 『페스트』가 인기를 끌어 8월까지 올해만 20만 부의 판매고를 올렸다(『끝없는 팬데믹 공포...『페스트』 벌써 20만 부 팔렸다』 <매일경제> 9월 7일 자). 올해는 한국소설 또한 큰 인기를 누렸는데, 특히 청소년소설 판매가 전년 대비 두 배를 넘었다. 집콕생활이 길어지며 청소년층이 재미와 교양을 위해 청소년소설을 택했을 것이라 평가된다.

**시/에세이** 분야의 경우 전년도와 비슷하게 ‘나’를 키워드로 한 에세이가 여전히 강세이며, 최근 연예인이 낸 에세이가 인기를 끌고 있다.

**취미/스포츠** 분야는 반려식물, 반려동물, 홈인테리어, 퀴즈/퍼즐/스도쿠와 컬러링/스티커북 등 집에서 할 수 있는 각종 취미 활동과 관련된 서적의 판매가 늘었다.

**역사/문화**와 **인문** 분야는 TV 예능 프로그램에서 책이 소개되면서 분야 전체 판매량이 올랐다.

8월까지 엄청난 신장률을 보인 **정치/사회** 분야는 코로나19로 인해 갈수록 사회가 불안정해지자 분명한 정치색을 띤 책이 인기를 끌었다. 일명 '조국백서'와 '조국흑서'라 불리는 책이 해당 분야에서 대결 구도를 보이며 판매고를 올리고 있고, 다른 책들도 뚜렷한 정치사회관을 보이며 인기몰이에 나서고 있어 해당 분야 역시 출판계에서 핫한 분야가 됐다.

**과학** 분야 역시 TV프로그램에 소개된 책이 상반기 베스트셀러에 오랫동안 올라 있었고, 여기에 코로나19가 심각한 상황에 이르면서 『바이러스 쇼크』, 『바이러스 폭풍의 시대』와 같은 책의 판매가 급증하기 시작했다. 자녀교육에 대한 관심으로 『이상한 수학책』, 『수학의 쓸모』 등 수학 교과 관련 도서 또한 전에 없는 신장세를 보였다. 과학 분야는 전년 대비 46.7% 신장해 각 분야 중 가장 높은 신장률을 보였고, SF소설과 함께 역대 최다 판매량을 기록했다.

**기술/공학과 컴퓨터** 분야의 신장은 코로나19 사태와 직접적인 연관은 없는 것으로 보이며, 매년 두 자릿수의 신장세를 보였던 **취업/수험서** 분야는 상반기까지만 해도 역신장하다가 하반기 들어 회복하는 추세를 보이고 있다. 취업과 각종 국가고시가 늦춰지는 상황으로 인해 해당 분야의 판매도 줄었던 것으로 보인다.

집콕생활로 인해 **요리** 분야의 판매가 신장할 것이라는 기대가 있었지만, 그 효과가 크지 않은 것으로 보인다. 반면 **건강** 분야에서는 사람들의 건강한 식사에 대한 관심이 크게 상승하고, 전통적으로 여름철에 강세를 띠는 다이어트, 홈트레이닝 관련 책의 판매가 4월부터 폭발적으로 증가해 **건강** 분야의 상승세를 주도했다.

**종교** 분야는 코로나19로 인한 예배 축소와 온라인 종교활동으로 분야 판매량이 예년에 비해 줄었고, **만화** 분야는 제작년부터 하락하던 추세가 올해까지 이어지고 있다.

**여행** 분야는 코로나19로 인한 타격을 가장 크게 받은 분야다. 해외여행을 준비하면서 체계적으로 정리된 가이드북을 구매하던 독자의 비중이 컸던 만큼, 해외여행 자체가 막히면서 판매량이 급감한 것은 당연한 수순이었다. 봄이 되고 날씨가 풀리면서 책을 통해 대리만족을 얻을 수 있는 여행 에세이와 국내여행 가이드북 판매량이 올랐다. **여행** 분야 베스트셀러는 해외여행에서 국내여행서로 대부분 교체됐다.

아래 **여행** 분야 내 중분류 판매 점유율을 살펴보면(매년 1~8월 기준), 국내여행과 함께 테마여행과 지도 분야 판매량이 크게 늘어난 것을 확인할 수 있는데, 이러한 책 또한 주말여행, 자전거여행, 국내여행지도와 같은 국내여행 위주의 책이다. 최근 코로나19로 인해 새롭게 떠오르고 있는 호캉스, 캠핑 등 테마를 주제로 한 국내여행서는 시장에서 성장 기회가 될 수 있는 하나의 요소이다.

기준년도	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
국내여행	5.9%	6.4%	5.1%	5.2%	14.0%
해외여행	78.3%	79.1%	80.0%	77.4%	49.2%
여행에세이	6.9%	6.5%	6.0%	8.6%	17.5%
테마여행	4.7%	4.1%	5.0%	5.1%	12.7%
지도	4.2%	3.9%	3.9%	3.7%	6.6%

외국어 분야도 여행 분야와 마찬가지로 해외여행 수요가 줄어들면서 외국어학습에 대한 수요도 줄어들었고, 이는 해당 분야 판매량 감소로 이어졌다.

## 코로나19와 부(富)에 대한 관심 증가

작년과 올해 베스트셀러 시장의 가장 큰 변화는 바로 자기계발과 경제경영 분야의 책이 대거 진입했다는 점이다. 상반기 베스트셀러 2위에 자기계발 분야의 『하버드 상위 1퍼센트의 비밀』이 올랐고, 4월 중순부터 8월 초까지 베스트셀러 1위 목록을 살펴보면 『더 해빙』- 『김미경의 리부트』- 『부의 대이동』 순으로 자기계발- 자기계발- 경제경영 분야 순이다. 2019년과 2020년 8월 월간 베스트셀러 10위를 비교해보면(아래 표), 2019년 10위 안에 해당 분야는 4위 『90년생이 온다』(경제경영)가 유일했으나 올해 10위 안에 무려 6종이나 올랐다.

순위	2019년 8월 10위		2020년 8월 10위	
	도서명	분야	도서명	분야
1위	반일 종족주의	정치/사회	돈의 속성	경제/경영
2위	추리 천재 엉덩이 탐정. 8	어린이	부의 대이동	경제/경영
3위	여행의 이유	시/에세이	한번도 경험해보지 못한 나라	정치/사회
4위	90년생이 온다	경제/경영	김미경의 리부트	자기계발
5위	흔한남매. 1	어린이	트바로티 김호중	시/에세이
6위	설민석의 삼국지. 1	인문	더 해빙(The Having)	자기계발
7위	유럽 도시 기행. 1	인문	존리의 부자되기 습관	경제/경영
8위	설민석의 한국사 대모험. 11	어린이	주식투자 무작정 따라하기	경제/경영
9위	직지. 1	소설	아몬드	소설
10위	천년의 질문. 1	소설	흔한남매. 5	어린이

그간 1위에 오른 자기계발서나 경제경영서를 살펴보면 ‘무엇인가를 갖고 있다(Having)’는 느낌만으로 부를 얻을 수 있다는 메시지를 담거나, 코로나19로 촉발된 변화하는 시대에 자신을 리부트해야 한다는 메시지, 다시 넘쳐나는 유동성에 달려 환율과 금의 상관관계를 잘 지켜봐야 한다는 메시지 등 코로나 사태와 무관하지 않은 책이 대부분이다. 당사는 3월 중순 당시 경제경영 분야 베스트셀러 20위에 오른 책 중 7종이 제목에 ‘부자’ 혹은 ‘부’가 키워드로 포함됐다고 발표한 바 있는데, 최근 종합 베스트셀러 상위권에서 그 현상이 심해졌다.

재테크 서적이 지금과 같은 호황을 누리던 시기가 2006년~2007년이였다. 당시 전년 대비 32.1%, 75.1%의 신장률을 보이던 재테크 분야의 서적은 2008년 금융위기를 맞아 마이너스 신장률을 보이다가 2018년에 들어서야 2007년의 판매량 수준을 회복했다. 반면 경제전망 서적은 금융위기 이후인 2009년, 세계경제에 대해 부정적으로 전망하는 책으로 호황을 누리 44.7% 신장률을 보였다(이후 유

행한 트렌드 서적이 해당 분류에 속해 경제경영 분야의 시장을 키웠다).

여기서 한 가지 엿볼 수 있는 것은 경제경영 분야는 경제호황기에는 재테크 서적이 인기이고, 경제위기 상황에선 경제전망 서적이 대세라는 점인데, 이번 코로나19 사태에서는 그 공식이 완전히 깨졌다는 것이다.

## 코로나, 코로나, 코로나!

출판시장에도 유행에 따라 동일한 콘텐츠가 쏟아져 나와서 옥석을 가리기 힘들어질 때가 있다. 2005년 오쿠다 히데오의 『공중그네』 이후 일본소설이 쏟아져 나온 2000년대 하반기, ‘힐링’ 에세이 열풍이 거세게 분 2010년대가 그랬다. 요즘 ‘코로나’ 이슈도 마찬가지다. 서점 매대를 살펴보면 너무 많은 책이 제목이나 부제목에 ‘코로나’라는 키워드를 달고 나와서 오히려 무슨 책을 골라야 할지 헷갈리고 결국 고르기를 포기하게 된다. 지금과 같은 위기 상황에서 이를 활용해 동시대 최고의 이슈를 출판으로 풀어내며 슬기롭게 극복하려는 출판사들의 노고는 존경스럽다. 하지만 서점은 이 출판사들의 소중한 책을 어떻게 독자에게 전달할 것인가를 고민하는 존재이다. 그런 점에서 현재 ‘코로나’ 타이틀을 달고 나오는 수많은 책이 오히려 독자의 선택을 방해하는 요소가 될 수 있다는 사건을 덧붙이고 싶다.

하반기에도 코로나19 상황은 지속될 것이고, 오프라인서점을 찾는 독자 역시 여전할 것이다. 출판사들도 미뤄뒀던 출판물을 하나둘씩 풀어낼 것으로 예상된다. 감염자 수가 늘고 줄에 따라 책 판매에도 변화가 있겠지만 적어도 조금씩 나아질 것이라는 희망은 있다. 게다가 앞서 말한 것처럼 사람들이 책을 읽기 시작했다는 긍정적인 신호도 있다. 진부한 표현이지만 위기 속에서 기회를 종종 발견한다.

코로나19 이후에 출판사와 서점의 모습이 어떻게 바뀔지 상상하기는 힘들지만, 지금 최대한 논의해야 하는 것은 분명해 보인다. 업계에서 참여하게 논의하고 있는 도서정가제 개정도 하반기에 예정돼 있다. 현재 한국출판문화산업진흥원은 책의 생산과 유통을 통합 관리하는 것을 목표로 ‘출판유통통합시스템’을 구축하는 중이다. 부지런히 시도하고, 치열하게 논의하는 그 노력이 코로나19 이후에 좋은 결실을 맺었으면 하는 바람이다.

---

### 진영균(교보문고 브랜드관리팀 과장)

교보문고 브랜드관리팀 과장. 2007년 교보문고 입사 후 현재까지 언론홍보 분야의 업무를 담당하고 있으며, 출판이나 독서트렌드를 찾아서 언론사에 제공하는 일을 주로 하고 있다.

[서점 다이어리 9]  
한 종의 책을 100권씩 팔아보겠다고 마음먹었다

김준태(도시여행자X다다르다 대표)

2020. 10.



여행 서점 <도시여행자> 전경



<다다르다> 전경

서점의 첫출발, 여행 서점 <도시여행자>

2011년 10월, 대전의 고즈넉한 골목 한편에 작은 공간을 열었다. '지역 여행을 안내하는 여행자 카페'와 '복합 문화 공간'을 표방하며 지역 주민과 교감을 시작했다. 동네 곳곳에 숨어 있는 사람들의 이야기를 듣고 전하는 라디오 역할부터 주민과 여행자가 한 곳에서 어울리는 사랑방 역할을 톡톡히 했다. 대전은 화려하지는 않아도 소박하고 잔잔한 빛을 내는 사람과 공간이 많았는데, 그들의 이야기를 묶어 전달할 사람이 부족했던 것 같다. 서점을 연 동네는 옛 충남도청과 시청을 비롯해 관공서가 위치해 유동인구가 많았던 동네다. 시간이 흘러 관공서는 신도시로 이전하며 원도심에는 공동화 현상이 일어났지만, 임대료가 낮아진 틈을 타서 문화예술 창작자가 골목 곳곳 숨겨진 공간에 자리를 잡기 시작했다. 서울 대학로에 가지 않아도 연극을 볼 수 있는 소극장과 곳곳에 숨어 있는 인사동만큼 매력적인 갤러리, 인디뮤지션이 꾸준히 공연을 올리는 라이브 클럽을 비롯해 직접 만져보고 구입할 수 있는 화방과 필방, 문구점에는 학생들과 창작자들의 발길이 끊이지 않았다. <도시여행자>도 책과 문화 콘텐츠 기획을 통해 지역에 작은 영감을 전하고 싶은 마음이었는데, 이 동네에 책방이 필요하다고 느껴 복합 문화 공

간에서 서점으로 확장했다.



대전 독립서점 지도(2018년 11월 기준)

전국 곳곳에서 대전으로 오는 여행자를 주로 만났지만, 대전에 살면서도 동네를 자세히 들여다볼 기회가 없어 지역을 잘 알지 못했던 주민과의 만남도 의미가 있었다. 지역에서 창작 활동에 힘쓰는 예술가의 작업실에서 이야기를 나누고, 공간과 골목을 구석구석 여행하다 보면 동네가 새롭고 낯설게 느껴졌다. 아주 먼 곳으로 여행을 떠났을 때의 감정처럼 익숙했던 일상이 다르게 보이기 시작했다. 이처럼 ‘여행’을 매개로 사람과 교감하다 보니 자연스럽게 여행 서적과 독립출판물로 공간을 채웠다. 서울에서는 <유어마인드>를 비롯한 몇몇 독립서점이 생겨나며 스스로 창작하고 책을 만들어 유통하는 문화가 확장하고 있었는데, 지역에도 독립 문화를 향유할 수 있는 공간이 필요했다. 서점의 형태를 갖춘 것도 이즈음이었었는데, 어떻게 알았는지 독립출판 작가로부터 입고 요청 메일을 수복이 받아 마음이 푸근해졌다. 지역 독자에게 작가의 다양성을 전달하는 데에 보탬이 되고자 입고 요청을 쉽게 수락한 편이었는데, 시간이 지나며 위탁받았던 책의 정산이 늦어지며 작가와의 관계가 소원해지기도 했다(이러한 이유로 2017년부터는 독립출판물을 위탁판매하지 않고 전량 매입해 작가의 부담을 덜어주기 위해 노력했다).

여행 모임을 비롯한 취향 모임과 독서 모임을 통해 지역 커뮤니티가 형성되었고, 이따금 작가를 직접 마주할 수 있는 북토크 프로그램도 기획했다. 이후에는 ‘지속 가능한 여행 페스티벌’을 모토로 <시티페스타(CITY FESTA)>를 기획하며 ‘여행 서점’으로의 역할을 확장했다. 해마다 지역에서 시민과 함께 고민할 수 있는 질문을 던지며 주제를 바꾸고, 지역을 새롭게 해석하고 함께하는 이에게 영감을 불어넣는 축제이다. 살고 있는 도시의 삶을 다르게 바라볼 필요가 있다고 느꼈기 때문에 ‘지속 가능한 축제’가 될 수 있도록 자원봉사와 먹거리, 홍보 부스를 없애고 마을 지도를 만들어 배포했다. 덕분에 약 3,000여 명 이상의 관객이 방문하는 축제로 성장할 수 있었다.





여행 페스티벌 <시티페스타> 동네 지도

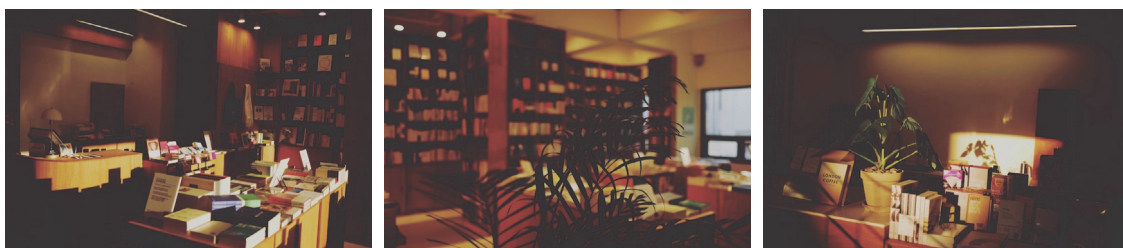
## 공간의 퇴거와 시민 자산화

2018년 8월, 계약 만료를 앞두고 건물 관리인으로부터 세 통의 내용증명을 받았다. 월세를 두 배로 올려달라는 요구를 거절했더니 공간에서 퇴거하라는 통보를 한 것이다. 새로운 공간을 찾아 서점을 다시 만들어야 한다는 생각은 상상조차 하지 못했다. 하지만 건물주와의 협상이 원만하게 이루어지지 않아 공간과의 이별을 받아들이기로 했다. 당시 같은 건물에 상주하던 세입자 열일곱 팀이 순차적으로 쫓겨나는 일이 있었다. 결국 비어 있는 공간을 채운 예술가와 창작자는 악덕한 부동산 시스템을 이기지 못하고 다른 동네로 내몰리게 된다는 것을 깨달았다. 이대로 서점 문을 닫을 수 없다는 생각이었지만 마땅히 여유 자금이 있었던 것도 아니었다. 다른 지역에서도 '집단 내몰림 현상'으로 공간을 잃은 사람의 이야기가 여럿 들려왔고, 이들은 마땅한 대안 없이 영업을 중단하는 경우가 대부분이었다.

이런 내몰림 현상을 극복한 사례도 있었다. 영국 리버풀에서는 100년 넘는 빵집이 문을 닫는 상황에서 시민이 함께 돈을 모아 빵집 운영을 위한 협동조합을 만들었다. 우리나라에서도 최근 경기도 시흥 월곶과 전남 목포를 중심으로 이러한 움직임이 보이고 있다. 시민이 함께 힘을 모아 공간을 운영할 수 있는 기반을 마련하기 시작한 것이다. 다른 지역의 사례를 참고하고 용기를 내 단골손님에게 함께 돈을 모아 건물을 매입하자고 제안했다. 개인 또는 회사가 건물을 소유하는 것이 아니라, '마을'의 형태를 띤 특수 목적 법인을 만들어 건물을 매입하고, 서점은 이에 합당한 월세를 지불하고 싶다고 했다. 구체적으로 서점의 건물주와 세입자를 모집하는 공지를 올렸고, 한 달 동안 50여 명과 함께 약 1억 6천5백만 원의 매입 비용을 마련했다. 원도심 내의 건물을 통째로 매입하기에는 부족한 금액이었지만

서점이 가진 공공성을 확인하고 한 단계 나아가는 과정을 경험했다. 결국 '시민 자산화'를 통해 건물을 매입하는 것은 실패했지만, 다음 서점 공간을 준비하는 데에 큰 힘이 되었다.

## 서점 <다다르다>



서점 <다다르다> 내부

기존 <도시여행자> 서점이 여행 서점의 콘셉트를 가졌다면, 새로운 공간에서의 서점은 다른 형태로 독자를 만나고 싶었다. 서점에서의 경험을 토대로 깨달은 지역에 꼭 필요한 이야기는 '다양성의 공존'이었다. 서점 <다다르다> 이름에는 '우리는 다 다르다'와 '우리는 어딘가에 다다른다'라는 중의적인 의미를 담았다. 지역의 다양한 삶이 표현되기를 바라는 마음이었다. 또한 대전을 떠나지 않고도 다양한 문화를 즐길 환경이 필요한데, 전반적인 산업이 서울을 중심으로 이루어지기 때문에 콘텐츠가 매우 부족했다. 그렇기 때문에 콘텐츠를 기획하는 입장에서 더 더욱 모든 것이 서울에서 이루어지는 사회 구조에 질문을 던지는 역할을 하고 싶었다.

대전에는 19개의 대학교가 있어 청년 인구가 30% 내외로 젊은 도시에 속한다. 서점에서는 주로 대학생과 사회 초년생 손님을 만난다. 어떤 책을 구매했는지 기록하고, 일상 대화를 꼼꼼하게 살피면서 대화 주제를 확장하고, 읽을 만한 책을 권하기도 한다. 책을 골라주는 서점원 역할과 함께 사람과 사람을 연결하는 커뮤니티 매니저의 역할도 하는 것이다. 3개월 단위로 열리는 독서 모임에서 책을 매개로 생산적인 대화가 오가는 경험을 제공하고, 비정기적이지만 기획전과 북토크를 통해 작가와 직접 만날 수 있는 자리를 마련하기도 한다. 독립서점 중심의 독서 문화는 새로운 공동체를 형성하며 개인과 지역이 함께 성장할 수 있는 효과를 일으킨다.

<다다르다>는 약 6,000명의 느슨한 독서 공동체와 약 70명의 단단한 독서 공동체가 함께한다. 서점 방문을 통한 마일리지 적립과 서점 소식을 주기적으로 받기 원하는 이들은 느슨한 독서 공동체로, 시민 자산화 투자와 3개월 단위로 열리는 독서 모임에 참여하는 이들은 단단한 독서 공동체로 묶고 있다. 나아가 창작 공동체를 통해 출판물을 만드는 공간을 준비하고 있다. 지난해 출판물 앞둔 예비 작가와 독자를 위해 '독립출판 학교'와 '독립출판 마켓'을 여는 <도시산책> 프로젝트를 기획했다. 앞으로도 서점 생태계와 함께 출판 생태계가 원활하게 이루어질 수 있는 프로젝트를 진행하고 싶다.

## 영수증 서점 일기



영수증 서점 일기

<다다르다>는 독서량이 많은 독자보다는 독서의 즐거움을 알아가는 독자에게 도움이 되는 서점이다. 읽고 싶은 책이 가득한 독자는 책을 선별하는 큐레이션 역할이 필요하지 않을 수 있다. 오히려 일상에서 독서 습관을 갖지 못한 분, 이제 독서의 즐거움을 알아가는 분에게 재밌는 책을 발견하는 기쁨을 전할 수 있다. 가볍게는 세 가지의 키워드를 듣고, 세 권의 책을 골라준다. 최근 읽었던 책이나 좋아하는 작가, 관심사, 버킷 리스트, 꿈, 감정 중에서 세 가지의 키워드를 듣고 도움이 될 만한 세 권의 책을 골라준다. 대화의 공통분모를 마련하기 위해 애쓰는 편인데, 책을 추천받는 사람의 표정을 바라볼 때가 가장 즐겁다.

하루에도 수많은 신간이 쏟아지기 때문에 서점원이 모든 책을 읽고 골라줄 수는 없는 환경이다. 그렇기에 한 방법으로 서점을 자주 방문하는 분의 취향과 독서 기록을 살피며 서평을 귀담아들었다가 다른 독자분에게 전달하기도 한다. 이외에도 좋아하는 문장을 서점에서 일어난 일과 함께 영수증에 기록한다. 2017년 3월부터 꾸준히 써왔는데, 예상치 못한 곳에서 텍스트를 만나는 즐거움인지 많은 분이 '영수증 서점 일기'를 기다리는 눈치다. 게으름과 맞서 싸워 이길 때만 일기를 바꾸는데, 최근에는 기다리는 분들 덕에 사흘에 한 번씩은 바꾸려 노력 중이다.



“하루하루가 어떻게 흘러가는지 속도를 체감할 수 없는 요즘, 반복되는 공간에서의 서점 업무로 풀리지 않는 숙제를 들고 어떤 선생님을 만나야 해답을 찾을 수 있을지 고민 중이다. 도서정가제 폐지를 눈앞에 두고 이런 독립서점의 존재가 유의미할까. 도서정가제가 실시되는 순간, 겨우 지역에 문화를 만들고 있는 독립서점은 삼시간에 사라질 확률이 높다. 겨우 오프라인에서의 문화 활동과 독서 커뮤니티를 통해 지역사회의 선순환을 고민하다가도, 문화 감수성이 없는 이들이 만들어내는 정책의 파도에 휩쓸려 떠내려가는 기분이다. 열악한 환경 속에서 지역을 들여다볼 마음의 여유도 사라져 무언가

를 하려다가도 포기하는 마음이 더 크다. 이게 지금껏 살아왔던 삶과는 다르기 때문에 서점의 미래를 비롯해 내 삶을 예측하는 데 어려움을 겪는다. 구체적인 그림을 그리다가도 아주 작은 종이에 겨우 스케치를 하는 느낌이랄까.”

- 서점 일기 “다정함을 잃지 않는 것” 중에서

“슬픔과 외로움의 경계에서 감당하지 못할 감정으로 가득 찬 사회에 살아가고 있다. 『느낌의 공동체』, 『정확한 사랑의 실험』에 이은 세 번째 산문집은 시대의 슬픔을 기록하고, 슬픔을 어루만지는 역할을 한다. 서로의 ‘결여’를 교환하는 것이 사랑이라는 관계에 대한 고찰 외에도, 커뮤니케이션에 무능한 사람들이 빠지게 되는 권력에 대한 집착, 유행어를 통한 세대 관찰 등 문학 작품 이외의 세상 전반을 고찰하는 저자의 ‘정확한’ 시선을 통해 우리는 더욱더 깊어진 신형철 평론가의 생각과 문장을 만나게 된다.”

- 서점 일기 “믿음, 소망, 사랑을 나누는 서점원이 될 거예요.” 중에서

“‘밀리언 셀러’가 아니라, ‘헌드레드 북스’를 목표로 한다. 한 독립서점에서 백 권의 책을 팔면 어떤 일이 벌어질까. 서점의 큐레이션을 믿고 책을 구매하는 단단한 독자층이 형성되어야만 가능한 이야기지만, 출판사가 초판 양을 점점 줄여가는 시대에 조금이나마 탄력을 받아 중쇄를 찍어낼 수 있지 않을까. 약 1,500-2,000부의 책을 초판으로 찍어낸다는 가정에서, 전국의 약 20개의 독립서점이 초판본 100권을 각각 판매한다면 출판사와 작가의 삶이 보다 지속 가능한 삶으로 바뀌지 않을까. 그 사이에서 독자와 서점은 단단한 관계를 만들어가며 지속 가능한 비즈니스로 성장할 수 있지 않을까. 그런 의미에서 서점 <다다르다>는 한 종의 책을 100권씩 팔아보겠다고 마음먹었다. 아직 100권이 팔린 책은 나오지 않았지만, 앞으로 나올 책이 기대가 된다. 100권이 팔렸을 때는 곧장 작가님께 소식을 전할 건데, 서점에서 사랑받은 만큼 북토크를 제안할 계획이다. 공간에서 사랑받은 책 이야기를 통해 작가를 서점에 초대할 수 있는 좋은 기회가 되기도 한다. 인지도가 높지 않더라도, 각 서점마다 사랑받는 작가가 나오면 좋겠다. 생각만 해도 즐겁고 재밌다.”

- 서점 일기 “독립서점에서는 어떤 책이 잘 팔려요?” 중에서



서점원 김준태

---

**김준태(도시여행자X다다르다 대표)**

서점원이자 기획자이다. 로컬 콘텐츠를 만드는 '도시여행자'의 공동 대표를 맡고 있다.

책을 골라주는 서점원도 멋진 직업이지만, 사람과 사람을 연결하는 커뮤니티 매니저에 가깝다고 느낀다. 짧은 대화로 서로의 삶을 풀어내며 교감하고 있는데, 책을 통해 사람을 연결하는 방법이 효과적이다. 가치 있는 삶을 살아가는 사람을 많이 만나고 싶다. 책과 서점을 통해 동네마다 즐거운 일이 가득하면 좋겠다. 그 사이에 우리가 하고 싶은 일을 하면서, 사회적 역할을 충분히 해내며 살면 좋겠다.

## [책과 공간 1] ‘독서 공간’의 미학 - 강릉책문화센터

---

2020. 10.

같은 책도 어디서, 어떻게 보느냐에 따라 시각과 관점이 달라진다. 불편하게 쫓기듯 읽은 책은 하나도 기억에 남지 않고, 편안한 공간에서 여유롭게 읽은 책은 더 많이, 가슴 깊이 기억에 남는 법이다. 책 읽는 공간의 중요성이 대두됨에 따라 최근 지자체와 기업체를 중심으로 책 읽는 공간 조성이 각광받고 있다. 올해 7월에는 문화체육관광부가 주최하고 한국출판문화산업진흥원이 주관해 조성한 강릉책문화센터가 개소 소식을 알렸다. 현재는 코로나19 바이러스로 인해 잠시 휴관하고 있지만, 더욱 보강된 모습으로 다시 만날 날을 기다리고 있다.

### 강릉 지역 도서·출판문화의 비전을 짓다

바다와 숲이 어우러진 아름다운 힐링 도시 강릉에 올해 또 하나의 힐링 공간이 조성되었다. 지난해 한국출판문화산업진흥원이 운영하는 ‘2019년 책문화센터 구축 사업’에 강릉시가 제1호 책문화센터로 선정된 덕분이다. ‘책문화센터 구축 사업’은 한국출판문화산업진흥원이 지역 거점 책 문화센터를 구축하고, 독서문화의 거점 마련과 지역 출판 및 독서문화산업의 발전을 도모하기 위해 마련한 사업으로, 지자체 1곳을 선정하여 책문화센터로 리모델링 설계 및 시공비를 지원하는 사업이다. 독서·출판·도서관 등 전문가로 구성된 심사위원회가 보다 꼼꼼하게 서류, 현장, 종합심사를 통해 사업 이해도와 시설 입지조건, 성과 관리, 활성화 계획 등을 검토하여 책문화센터 구축 지자체를 공모 및 선정한 것이다.

그리고 올해 7월 1일, 강릉시민에게 책과 함께하는 시간을 보낼 수 있도록 도서 이용 서비스와 다양한 독서·출판문화 체험 기회를 제공하고 싶다는 강릉시청의 바람을 담은 강릉책문화센터가 제1호 책문화센터로 지정되어 강릉시 청사 내 2층에 개소했다. 강릉책문화센터는 주말과 국가공휴일, 명절연휴를 제외한 평일 오전 9시부터 오후 6시까지 운영되며, 전 연령층이 읽을 수 있는 다양한 눈높이의 따끈따끈한 신간 도서들 위주로 비치되어 있다. 도서는 강릉시립도서관에서 발급받은 1개의 회원증으로 강릉책문화센터를 포함한 강릉시에서 운영하는 10개 도서관의 도서를 공유(대출)하는 상호대차 서비스를 실시하고 있다. 도서관 차량이 매일 10개 도서관을 순회하며 신청된 책을 부지런히 싣고 날라 시민들이 원하는 책과 다양한 책을 하루라도 더 빨리, 더 많은 사람이 공유할 수 있도록 애쓰고 있는 것이다. 코로

나19 거리두기가 2.5단계로 격상됨에 따라 강릉책문화센터도 휴관에 들어갔다. 책문화센터를 방문했다 헛걸음하는 시민들을 위해, 강릉시립도서관에서 도서예약 대출서비스를 실시하고 있다. 홈페이지에서 도서예약을 신청하고 강릉책문화센터나 가까운 도서관을 찾아가면 1:1로 책을 대출할 수 있다. 어떤 날에는 100권에 가까운 책이 예약되기도 하는데, 코로나19도 강릉시민들의 독서 열기를 막기엔 역부족인 듯하다.



강릉책문화센터의 입구(벽면서가) (사진 출처: 강릉책문화센터 제공)

## 친근함에 매료된 강릉시민들

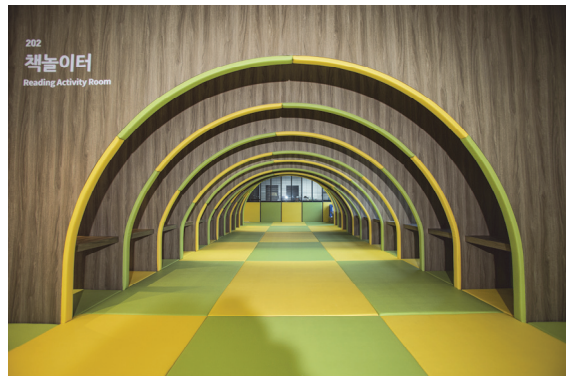
강릉책문화센터의 개관 이후 책이 배경이 되는 공간에서의 다양한 시간과 만남이 자연스럽게 이루어지고 있다. 책문화센터는 오롯이 혼자만의 독서를 위한 시간이 되기도 하고, 친구 또는 모임을 만들어 지적 교류를 나누는 장소가 되기도 하며, 바쁜 일상에서 벗어나 책과 함께 커피 한 잔의 여유를 즐기는 힐링타임 장소가 되기도 한다. 개소된 지 약 2달 밖에 되지 않았음에도 불구하고 강릉책문화센터는 '친근함'을 컨셉으로 다시 찾고 싶은 도서관으로 자리매김하며, 꾸준히 강릉시민의 도서 인구 상승에 기여하고 있다. 2016년에는 매년 독서 진흥에 앞장서는 지자체 한 곳을 선정해 책 읽는 도시로 선포하고 국내 최대 규모의 시민 참여형 독서박람회를 개최하는 '2016 대한민국 독서대전'의 개최지로 선정되기도 하며, 독서 인구 증진에 앞장섰다.

강릉책문화센터의 첫 번째 친근함은 내 집, 내 방 같은 편안한 인테리어에서 나온다. 책과 함께 놀고, 쉬며 책이 일상에 스며들 수 있도록 공간을 조성해 이용객의 마음을 사로잡았다. 책문화센터에 들어서

면 내 집 같은 편안함으로 높은 집중력이 발휘되는 북라운지와 책놀이터를 마주한다. 책놀이터에는 아이들의 호기심을 끄는 집 모양의 어린이 독서공간이 마련되어 있어서 도서관을 불편해하는 어린 자녀, 조카와 방문하기에도 좋다. 시청 1층 로비에서 2층 책문화센터 입구로 이어지는 벽면서가는 강릉책문화센터의 시그니처이자 이용객들이 가장 좋아하는 공간이다. 서가 앞쪽 계단에는 방석이 마련되어 있어서 잠시 쉬었다 가기도 좋지만, 자연스레 책 한 권 들고 앉게 되는 마성의 장소다. 벽면서가의 알록달록한 책들을 배경으로 남기는 인증샷은 강릉책문화센터를 즐기는 또 하나의 방법이다.

두 번째 친근함은 강릉책문화센터에서 진행하는 도서·출판 프로그램이다. 어린아이부터 어른까지 누구나 글을 쓰고 출판 할 수 있다는 인식을 전제로 프로그램이 참여 및 진행되기 때문에 남녀노소 모두 친근하게 책문화센터를 찾는 하나의 계기가 되었다. 덕분에 강릉시 청사 내에 책문화센터가 들어서며 '공공기관은 삭막하다'라는 인식의 변화가 개선되고 있다. 시민들이 자유롭게 건물을 드나들면서 자연스레 삭막한 공간에서 활기가 띄는 공간으로 탈바꿈한 것이다.

강릉책문화센터 업무를 담당하는 김지은 주무관은 “강릉책문화센터는 꼭 책을 읽지 않고 공간을 둘러 보기만 해도 든든하고 위안이 되는 힘을 가졌다”고 말한다. 인식의 변화는 물론, 김 주무관 스스로가 민원 업무 처리를 좀 더 여유롭게 진행할 수 있는 마음의 여유가 생기는 기분 좋은 변화를 현장에서 몸소 체험하고 있다는 것이다. 최근 지자체나 기업에서 책 읽는 공간을 별도로 조성하고 있는데, 근로자 개인의 마음 안정과 회사의 업무 효율이라는 두 마리 토끼를 동시에 잡은 격이다.



북라운지와 책놀이터 (사진 출처: 강릉책문화센터 제공)

## 한 권의 과정을 담은 공간

강릉책문화센터는 책을 읽는 공간뿐만 아니라 출판을 위한 기초 과정을 습득할 수 있는 웹툰강의실과 컴퓨터교육실, 출력·코팅·제본을 통해 책을 만드는 POD실, 녹음실 등을 갖춘 도서·출판복합문화공간이다. 글을 쓰고, 편집하고, 출판하여 한 권의 책으로 소비자를 만날 때까지의 모든 과정을 누구나 쉽게 배울 수 있다. 1인 출판과 독립출판사 등 초기 출판 창업자들이 부담 없이 장소를 사용할 수 있도록 출판창업보육실과 작가레지던스실도 마련되어 있는데, 이곳을 이용하는 창업자들과 작가들이 창작활동을 하며 시민들이 참여할 수 있는 도서·출판 프로그램을 운영할 예정이다.

현재 운영 중인 프로그램으로는 수강생이 직접 쓴 원고를 바탕으로 디자인 및 출판교육을 수강하고 출



판과정까지 직접 참여해 보는 ‘시민출판프로그램’, 지역에서 활동하는 작가 3명의 그림을 엮서로 제작하여 관내 도서관, 숙박시설, 카페, 서점 등에 비치하고, 시민 및 관광객들이 쓴 글을 모아 책으로 출판하는 ‘강릉은 모두 작가다’ 프로그램이 있다. 코로나19로 거리두기가 격상됨에 따라 원활한 진행에 다소 어려움이 있지만, 프로그램을 통해 만들어진 결과물은 연말에 출판기념회를 통해 강릉책문화센터 내에 전시하여 많은 사람이 함께 관람할 수 있도록 공유할 예정이다. 이 외에도 출판을 위한 기초 과정을 습득할 수 있는 웹툰 교육, 작은학교 문집 만들기, 그림책 만들기, 오디오북 만들기 등 다양한 독서·출판 프로그램이 진행될 예정이다.

현재 강릉책문화센터는 코로나19 바이러스로 잠시 휴관 중이지만, 하루빨리 바이러스가 물러가고 강릉책문화센터에 꿈과 희망의 웃음이 가득 찰 날이 손꼽아 기다려진다.



웹툰강의실



작가레지던스실



POD실



강릉은 모두 작가다 프로그램 엮서  
(사진 출처: 강릉책문화센터 제공)

## 강릉책문화센터 추천 도서

### 진짜 멋진 할머니가 되어버렸지 뭐야 (달, 김원희)



부산에서 평범하게 살고 있는 김원희 할머니가 세계 여행을 다니며 다양한 사람들과 인연을 맺고 일어나는 이야기들을 담은 책입니다. 책문화센터에는 이들이 멀다고 오시는 할머니가 계십니다. 손에 진 꼬깃꼬깃한 메모지에는 읽고 싶은 책의 제목이 백백하게 적혀있습니다. 신청한 책이 언제 도착하는지 자주 전화를 주시는데, 이상하게도 귀찮기보다는 친근하게 느껴집니다. 할머니의 이러한 모습이 세계 여행은 아니지만 김원희 할머니와 닮아 있습니다. 할머니도 얼마 전에 이 책을 빌려 가시더라고요 ^^

책에서 할머니의 모습은 누구나 꿈꾸는 할머니의 모습입니다. 저도 어려서는 여행 다니기를 참 좋아하고 나이가 들어서 우아하게 여행 다니는 노년의 모습을 꿈꾸던 젊은이였는데 여행은커녕 하루하루

살아내기 급급한 불혹의 워킹맘이 된 지금 이 책을 보고 다시금 생각하게 됩니다.

‘김원희 할머니도 그런 시기를 보냈겠지요?’, ‘나도 멋진 할머니가 될 수 있을까?’

김원희 할머니의 마음을 닮는다면 늙어가는 것도 즐겁고 괜찮을 것 같습니다. 멋진 할머니가 되기 위해서 오늘도 열심히 살아야겠다는 설렘과 긍정적 마인드가 솟아나는 비타민 같은 책입니다.

### 이별이 오늘 만나자고 한다 (문학동네, 이병률)

이병률 시인이 3년 만에 내놓은 신작이 가을 은행 같은 표지와 함께 출간되었습니다. 책문화센터에 들어올 책의 목록을 만들면서 다양한 책을 접해봅니다. 요즘은 심리학이나 자기개발서 같은 책들에 비해 시집의 출판 빈도수가 현저하게 낮습니다. 많이들 좋아하는 작가이기도 하지만 위와 같은 이유로 더욱 반갑게 다가옵니다. 그의 언어는 마음 한구석 묵혀 두었던 감정을 조용히 꺼내어 어루만져 주는 부드럽고 강한 힘이 있습니다.

위에서 추천한 <진짜 멋진 할머니가 되어 버렸지 뭐야>와는 또 다른 방법으로 위로를 얻게 되는 책입니다. 코로나19로 인해 마음껏 누리지 못하는 가을날, 어디론가 떠나는 여행 대신 이러한 책들과 시간을 보내는 것도 나쁘지 않으리라 토닥여 봅니다.

문학동네시인선 145 이병률 시집  
이별이 오늘 만나자고 한다

[에세이]

## 출판 마케터가 정보와 영감을 얻는 하루 루틴

구환희(교보문고 도서 MD)

2020. 10.

“음악 스트리밍 서비스 TOP 100:  
시대에 뒤쳐지지 않으려면 남들이 지금 무엇을 듣는지도 수시로 확인 필요.”  
(『마케터로 살고 있습니다』 중)

나는 2000년대 말 지금의 회사에서 사회생활을 시작했다. 10년 차를 살짝 넘긴 출판 마케터였던 2019년 12월, 내 MD 경력에서 절대적 지분을 차지한 ‘2010년대 10년의 시간’을 회상해 보았다. 회사 안에서 일하고 회사 밖에서 책 읽은 것만 기억이 났다. 이는 출판 마케터로서 결코 바람직한 일이 아니다. **출판 마케터를 포함한 모든 마케터는 세상의 이슈와 대중의 관심사를 초밀착 모니터링하고 실시간 흡수해야 하기 때문이다.**

특히 출판은 역사가 긴 전통 산업인 동시에 세상의 목소리에 가장 빠르게 반응하는 첨단 산업이다. 새로운 사회적 현상이 나타나면 가장 먼저 나오는 것이 ‘책’이다(올해 봄 이후 쏟아져 나온 수많은 코로나 관련 서적을 생각해 보자). **책을 잘 만들고 많이 팔려면 빠르게, 넓게, 깊게 알아야 한다.** 그런데 마케터이면서 도서 MD인 나는 국내 점유율 1위 음원 사이트의 연간 1위 곡을 몰라서 ‘배 어디서 타다 오셨어요’라는 말을 들은 적 있다. 결말까지 본 마지막 드라마는 <신이라 불리운 사나이>(2010)다. 조금 다른 이야기지만 배달 어플을 이용해 본 적도 없다.



그게 바로 나다

‘내가 읽고 있는 책 밖에, 내가 일하고 있는 사무실 밖에는 재미있는 것도, 알아야 할 것도 너무 많다.’ 이 사실을 늦게나마 깨달은 것이 다행이다. 이 글은 지난 잃어버린 10년(?)을 되풀이하지 않기 위해 일과표에 넣기로 한 다짐의 기록, 혹은 많이 파는 마케터에게 필요한 ‘문화 감성/지성’을 높이는 하루 루틴 기획안이다. 그리고 ‘올해의 마무리’보다는 ‘내년의 준비’에 초점을 맞춰 세 달 일찍 세우는 2021년 새해 계획이다.

### #1 (토요일에는) 신문을 읽겠다.



방문에 붙여 놓았던 ‘초타야’ 기사

‘하루 24시간 휴대폰과 컴퓨터로 접하는 게 신문 기사인데 무슨 소리지?’ 싶을 것이다. ‘종이신문’ 읽기를 말한 것이다. 포털 사이트, SNS, 인터넷 커뮤니티에서 접하는 기사는 이미 한 번의 편집과 선별 과정을 거쳐 노출된 뉴스다. 반면, **종이신문을 1면부터 마지막 면까지 차례대로 훑으면 보다 전체적이고 균형감 있는 기사 읽기가 가능하다.** 남들은 그냥 지나쳐도 나에게만은 의미 있는 기사를 발견할 수 있다.

나도 신문을 구독하지는 않고 토요일에만 세 종류의 일간지를 편의점에서 사서 읽는다. 도서관 정기 간행물실 이용도 추천한다. 주말판은 내용이 풍부하고 논점과 시각도 다양하다. 무엇보다도 북색선이 있다(「한겨레」는 금요일이다). 이때 책 광고도 참고한다. 최근 책을 낸 저자의 인터뷰를 주말판에서 자주 볼 수 있다. 토요일 아침 모바일 서점 실시간 베스트에 낫선 책이 올라와 있으면, 모 신문에 기사가 실린 영향일 때가 많다.

연말 ‘올해의 책’ 결산도 흥미로운 이야기거리를 제공한다. 같은 지면에서 ‘올해의 영화’, ‘올해의 음반’ 특집을 진행하지는 않는 것을 보면 책·출판을 챙겨주는 건 신문밖에 없다.

## #2, #3 (겉핥기라도) 웹툰, 웹소설을 보겠다.

‘성장’과 ‘젊은 독자’. 현재 출판·콘텐츠 업계에서 이 단어가 기사에 사용되는 유일한 산업은 웹툰과 웹소설이다. 모바일로 먼저 소비된 웹툰과 웹소설이 단행본으로 묶여 서점에서 폭발적인 판매를 보이는 경우도 자주 목격한다.

종이책을 다루는 입장에서 이러한 성공의 요인이 무엇일까 궁금했다. 감이라도 잡아 보고자 처음으로 도전(?)해 본 웹소설은 문법이 낯설어 계속 읽어 나가기가 쉽지 않았다. 웹툰은 웹소설보다는 조금 더 친숙했다. 다만 인기작을 다 읽기는 어려웠다. 이동 시간이나 자투리 시간을 이용해 **매주 대표작 위주로 한 작품씩 보고, 새로운 월요일이 되면 끊고 다음 작품으로 넘어갔다.** 그러다가 재미가 붙어 업데이트 시간에 맞춰 보게 된 작품도 있었다. 한동안 중단했던 이 ‘1주 1편’ 감상을 다시 시작하려 한다. 이번에는 웹소설까지 추가해서.

이렇게 초반부만 읽으면 재미없지 않을까? 하지만 지금 독자가 열광하며 읽는 것이 무엇인지 파악하는 것이 목적이라면 이 또한 나름 괜찮은 방식이다.

#### #4 (하이라이트만이라도) 드라마를 보겠다.



『보건교사 안은영』 책으로 볼까, 드라마로 볼까. 정답은 언제나 '둘 다'.

위 <신이라 불리운 사나이>의 예로 알 수 있듯이 나에게 드라마는 '백지'나 다름없는 영역이었다. 외국 드라마는 더 심각하다. 하지만 **책 관련 일을 한다면, 특히 문학 분야 담당자라면 드라마를 보지도 읽지도 않아야 한다.** 본편보다 재미있는 PPL, 책 광고가 많다. 특히 드라마 대본집, 포토에세이, 소설은 팬들의 인기 소장템이다. 물론 최고의 드라마는 원작 소설이 있는 드라마다.

꼭 책 판매와 연결하지 않더라도, 글로벌 폐인을 양산하는 대세 드라마가 지닌 스토리와 연출의 힘은 언제나 한 수 배우고 싶다. 하지만 문제는 최소 열여섯 시간 이상 들여야 하는 전편 정주행은 부담이 크다는 것이다. 어떻게 해야 하나 고민하던 찰나, 출퇴근길에 유튜브 하이라이트로 드라마를 즐긴다는 팀 동료의 생각이 떠올랐다. 고민이 해결됐다. 이제는 “<대장금>이 요리 드라마지?” 같은 말을 하지 않을 것 같다.

#### #5 (퇴근 길 버스 안에서는 스마트폰을 끄고) 영화를 보겠다.

직장 생활을 시작하면서 맞이한 가장 큰 변화 중 하나는 영화를 보는 횟수가 급격하게 줄어든 것이다. 집이든 극장이든 영화가 시작하면 얼마 지나지 않아 잠이 쏟아졌다. 자연스럽게 영화와 멀어졌다. 그러다 소설 분야를 맡으면서 다시 영화와 친해져야 할 필요가 생겼다. 소설 원작을 영화로 옮긴 작품이 많기 때문이다. 스크린 셀러라는 말이 있다. 언젠가 2010년대 판매 데이터를 뽑았을 때, **직전 동기간 대비 영화 개봉 후 판매가 20배 이상 증가한 원작 책도 있었다.** 또한 영화는 문학, 음악과 함께 가장 오랜 역사를 지닌 예술, 대중문화의 한 장르이기도 하다.

올해 초, 지난 10년 동안 놓쳤던 2010년대 영화를 챙겨 보기 시작했다. 영화는 한국영상자료원 앙케이트 '사사로운 영화 리스트', 국내외 영화 매거진이 선정한 올해의 영화, 주요 영화제 수상작, 좋아하는 평론가의 추천작, 지인 추천작 중에서 골랐다. 회사가 파주이기 때문에 유달리 긴 퇴근길을 보내기 위한 최선의 선택이었다.

## #6 (국내외 최신) 음악을 듣겠다.

**KMA 제17회 한국대중음악상 WINNER**  
 한국대중음악상 Korean Music Awards  
**2020**

올해의 음반	백예린
올해의 노래	잔나비
올해의 음악인	김오기
칭따오 올해의 신인	sogumm
최우수 록 음반/노래	잠비나이(JAMBINAI)
최우수 모던록 음반	검정치마
최우수 모던록 노래	잔나비
최우수 메탈&하드코어 음반	메썬드
최우수 팝 음반/노래	백예린
최우수 댄스&일렉트로닉 음반/노래	LIM KIM
최우수 랩&힙합 음반	C JAMM
최우수 랩&힙합 노래	E SENS
최우수 알앤비&소울 음반	서사무엘(Samuel Seo)
최우수 알앤비&소울 노래	Jclef
최우수 포크 음반/노래	천용성
최우수 재즈&크로스오버-재즈 음반	김오기
최우수 재즈&크로스오버-크로스오버 음반	블랙스트링
최우수 재즈&크로스오버-최우수 연주	배장은 리버레이션 아말가메이션
공로상	김수철
선정위원회 특별상	서울레코드페어

2020년 한국대중음악상 결과

“BTS가 다섯 명이야? 왜 책이 다섯 권이 나왔지?”

지난 6월 방탄소년단의 노래 가사를 담은 책 『GRAPHIC LYRICS』 시리즈(전 5권)가 나왔을 때 회사에서 들었던 말이다. 곁에서 ‘서점 직원이라면 대표적 문화 아이콘 그룹의 멤버가 몇 명인지는 아는 게 좋지 않을까?’ 생각했다. 하지만 나도 몇 년 전 이벤트 배너에 ‘OOH-AHH하게’라는 말이 왜 들어간 건지 이해하지 못 했던 기억이 떠올라 말을 아꼈다.

음악은 항상 듣지만 최신 음악을 잘 몰랐다. 우습지만 몇 년 전 ‘마케터라면 멜론 1위 곡 정도는 알아라’라는 동료의 말을 듣고 그래야 하는구나 했다. 지금은 표지에 등장해 잡지를 완판시키는 아티스트가 누구인지 정도는 안다. 일 년 중 결과가 가장 궁금한 시상식 중 하나는 ‘한국대중음악상’이다. 최근에는 플레이리스트에 빌보드 싱글차트를 새롭게 추가했다.

음악 업계에 있어서는 부정적 현상일 수 있지만, 음악은 접근성이 좋다. 언제 어디서든 어떤 곡이든 들을 수 있다. 음악 듣기는 책 읽기와 함께 하기에 더 어울린다. 그리고 무라카미 하루키 소설을 읽는데 그 안에 소개된 음악을 모른다면 확실히 느낌이 살지 않을 것이다.

#### #7 ('공부 7 vs 휴식 3' 비중으로) 유튜브를 보겠다.

요즘 초등학생은 네이버나 구글이 아닌 유튜브에 검색한다. 이는 잘 알려져 있는 사실이다. 관심 주제를 유튜브 영상을 이용해 무료로 공부하는 사람도 많다. 유튜브는 독서 몰입을 방해하는 방해자일까? 하지만 이와 함께 출판 시장에서 유튜브(유튜버)의 영향력은 갈수록 커지고 있다. 베스트셀러 목록에서 유튜버가 추천했거나, 유튜버가 광고했거나, 유튜버가 쓴 책의 비중이 높아지는 것과 비례한다. 서점 MD도 매일 아침, 전날 베스트셀러 상위권에 신규 진입한 책이 보이면 유튜브에서 화제가 되었는지 먼저 검색해본다. 특히 경제경영, 자기계발 분야에서 이러한 경향이 두드러진다. 다른 분야도 이를 따를 것이다. 지금 '저자와 독자'의 관계는 '스타와 팬'의 관계와 유사해지고 있다. 스타, 즉 인플루언서가 유튜브로 몰리고 있으니 자연스러운 결과다.

내가 유튜브에 들어가면 알고리즘은 주로 '지금 외국에서 난리 난 OOO 반응 TOP 10' 같은 썸네일의 영상을 자동 추천한다. 앞으로는 유튜브 알고리즘이 책으로 뭉기에도 좋은 양질의 지식 교양 콘텐츠를 보여줄 수 있도록 구독 목록을 정비할 생각이다.

#### #8 (지금처럼 계속) 라디오를 듣겠다.



KBS 라디오 한민족방송 <문화 공감>



코로나19가 내 삶의 질을 높이는 데 조금이라도 기여할 줄은 몰랐다. 감염병 위기가 본격적으로 고개를 들기 시작한 2월, 질병관리본부 브리핑과 코로나 뉴스 속보를 듣기 위해 집에서 하루 종일 KBS1 라디오(97.3MHz)를 틀어 놓았다. 그리고 어느덧 속보보다 정규 프로그램을 집중해서 듣게 되었다. 지금은 본방송을 못 들으면 다시 듣기로 챙겨 듣는다.

라디오에서 말은 줄이고 음악이나 많이 틀었으면 좋겠다는 사람이 많다. 하지만 나는 반대로 말이 많고 정보가 쉴 새 없이 흘러 다니는 편이 좋다. 편안하다. 그리고 **똑똑한 사람의 이야기를 들으니 나까지 똑똑해지는 기분이 든다.** '게스트'가 라디오의 핵심인 이유다. DJ 혼자 처음부터 끝까지 끝어가는 프로그램은 많지 않다. 스튜디오에 매일 수많은 초대 손님이 다녀가는데, 그들은 자신 분야의 최고 전문가이다. 라디오를 들으면 그전에는 세상에 있는지도 몰랐던 전문가의 지식과 언변을 짧은 시간 동안 효과적으로 훑칠 수 있다.

책과 연관성도 매우 높다. 책 소개 전문 프로그램도 있고, 책 소개 코너를 고정으로 운영하는 프로그램도 있다. 그 외 많은 프로그램의 인기 초대 손님은 화제의 신간을 낸 저자다. 저자의 소개를 직접 듣다 보면 그 책을 읽고 싶다는 마음이 들 때가 많다.

애청 프로그램 중 하나만 추천한다면 《문화 공감》을 꼽고 싶다. 요일별로 매일 다른 장르의 문화, 예술 작품을 소개한다. 국악, 미술, 공연, 뮤지컬 등 평소 거리감을 느꼈던 분야에 친근감을 가지는 계기가 되었다. 지금도 이 글을 쓰면서 듣고 있다. 초대손님이 무려 김오키다.

## #9 (세상에 재미있는 것이 많아도) 책을 읽겠다.



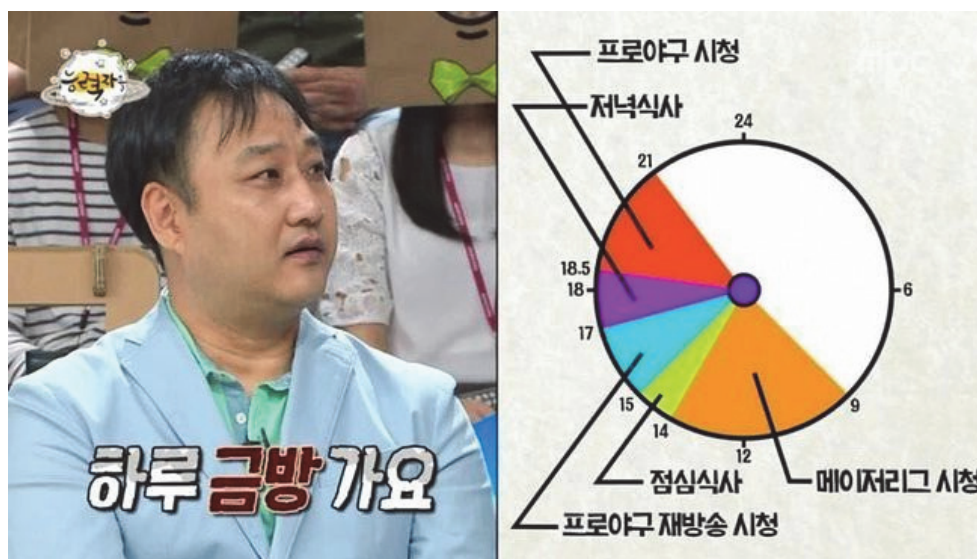
퇴근 후 책 읽는 시간

책을 빼놓을 수는 없다. 가장 기본적이고 중요한 루틴이다. 책을 읽지 않고 '내용'이 아닌 '정보(저자 정보, 판매량, 화제성 등)'만으로 실행하는 기획과 영업의 한계는 뚜렷하다. 나는 담당 분야인 소설과

함께 비즈니스 분야를 주로 읽는다. 소설은 다시 한번 한국소설, 외국소설, 세계문학, 장르문학으로 나눈 뒤 비즈니스서와 함께 다섯 개 카테고리의 책을 번갈아 읽는 편이다. 이 패턴의 회전속도가 점점 느려지는 것 같다. 상기한 것처럼 세상에는 책 외에도 재미있는 것이 너무 많기 때문이다. 독서를 '하긴 해야 하는데 잘 안 하게 되는' 다이어트와 비슷한 것으로 느낀 적 있는 것은 나만 경험한 것은 아닐 것이다. 그럼에도 **출판인이 전문성을 강화하는 가장 본질적인 방법**이 무엇인지 생각할 때, 그 답을 내리는 건 어렵지 않다. 게다가 세상에는 아직 읽지 않은 재미있고 좋은 책이 너무 많다.

## #10 (셀프 연재하듯) 기록을 하겠다.

다양한 정보와 지식을 습득하는 것에서 멈추면 조금 아쉽다. 이를 **자신만의 언어로 옮겨 정리하면 머리에 더 분명하고 오래 남는다**. 인스타그램, 블로그, 브런치, 유튜브, 개인 메모장까지. 채널은 어디든 좋다. 장문이든 한두 문장이든 분량 또한 중요하지 않다. 생각의 정제를 거쳐 나온 글을 꾸준하게 기록하는 것이라면. 지금 내 계획은 그동안 미뤄왔던 최애 작가와 책 목록을 만드는 것이다.



일관성 있는 하루 루틴

영화, 웹툰, 드라마야 재미있으니 보는 것이고, 음악은 좋으니까 듣는 것이지 숙제하듯 챙겨 보고 듣는 사람이 있을까? 글을 쓰면서 이 생각이 머리를 떠나지 않았다. 반대로 (출판) 마케터가 위 루틴을 잘 즐길수록 더 잘할 수 있는 직업이라면, 그만큼 매력적인 일이기도 하다. “당신은 ‘덕업일치’를 이루었나요?” 지금 같은 공간에서 일하고 있는 서점 동료에게 물어보고 싶다.

사상 초유의 감염병 위기와 사상 최악의 장마를 지나 이제 2020년의 한 분기만을 남겨 두고 있다. 지금은 미래를 예측하는 것이 굉장히 어려운 시대다. 앞날에 대해 확신할 수 있는 것은 ‘확신할 수 있는 것은 없다’라는 사실 하나뿐이다. 하지만 사전에서 ‘자비심’이라는 단어가 사라지지 않는 한, 2021년은 올해보다 최소 1그램 이상은 나은 시대가 되어야 한다는 작은 희망을 가져본다. **더 밝아질 새해에 더**

재미있게 일하기 위한 나만의 루틴을 당장 만들어 보자. 지금 시도하고 바로 그만두더라도, 아직 새해가 아니니까 작심삼일 예외가 가능하다.

---

#### 구환희(교보문고 도서 MD)

교보문고에서 도서 MD로 일하고 있다. 현재 담당 분야는 소설이다. '먹방'을 보면 먹고 싶은 것처럼, 읽으면 뭐라도 읽고 싶은 욕망이 싹트는 '책방' 장르의 글을 쓰려고 한다.

## [해외통신/스웨덴] 2020년 예테보리 도서전 온라인 참관기

---

이유진(프리랜서 번역가)

2020. 10.

올해로 제35회를 맞은 스웨덴 예테보리 도서전(Bokmässan, Bok och Bibliotek)은 지난 9월 24일부터 27일까지 도서전 홈페이지(<http://bokmassan.se>)에서 비대면 온라인 형태로 열렸다.

### 단순한 도서전을 넘어 북유럽 최대 문화행사로

예테보리 도서전은 매년 9월 말 스웨덴 제2의 도시 예테보리에서 열리는 북유럽 최대의 도서전이며 북유럽 출판시장 종사자에게는 가장 중요한 연례행사이다. 또한, 해마다 특정한 주제와 프로그램을 바탕으로 문학과 예술의 힘을 실감하는 축제의 자리이자, 출판뿐만 아니라 민주사회 발전과 독서의 관계, 표현의 자유 같은 주요 사회문제에 초점이 맞춰지는 토론과 대화의 장이기도 하다. 1985년 5,000명의 방문객을 기록한 도서관 관계자 전용 소규모 박람회로 시작된 예테보리 도서전에는 통계에 따르면 매년 약 85,000명의 교사, 사서, 독자가 방문한다.

예테보리 도서전 특징은 세미나 프로그램이다. 다양한 주제의 세미나 프로그램을 제공하는 도서전은 예테보리 도서전이 세계에서 유일하다고 해도 틀린 말이 아니다. 지난 35년 동안 다양한 지역의 주빈국, 작가, 학자, 노벨상 수상자, 정치인, 사상가가 낭독과 강연과 대담과 토론에 참여했다. 따라서 예테보리 도서전에서는 스웨덴뿐만 아니라 세계적으로도 중요한 주제와 정치적 쟁점이 토론장에 오르며 다양한 의견 역시 개진된다. 매년 문화부 장관을 비롯한 스웨덴 정부 장관들과 원내 정당 국회의원이 도서전 세미나에 참여해 새로운 제안을 제시하기도 하며, 공공 교육기관 및 교육 관련 비영리단체, 지방자치단체 등도 직접 부스를 설치해 참여하기도 한다. 작가를 비롯한 출판시장 관계자가 독자를 만나는 것처럼, 주요 언론사와 각종 예술, 문화, 사회단체 역시 도서전에 참가해 활동 홍보와 소통에 노력한다.

### 온라인 개최라는 새로운 시도

코로나19로 인해 예테보리 도서전은 역사상 처음으로 온라인 개최를 시도했다. 사무국이 온라인 개최

를 공식 발표한 5월 말까지 일부 스웨덴 대형 출판사의 참가 불가 결정이나 스웨덴 출판인 협회 및 북유럽 독립 출판인 협회가 사무국을 공개 비판하는 등, 개최에 부정적인 전망이 종종 보도되기도 했다.

결국 도서전 사무국은 올해 도서전을 취소하는 대신 출판사 및 출판시장 관련 업계 참여자와 협력해 무료 온라인 개최라는 새로운 시도를 선택했다. 올해 도서전에서는 보니에르와 누슈테츠를 비롯한 대형 출판사뿐만 아니라, 세계 최대의 컴퓨터 축제 드림핵, 스포티파이 같은 IT 관련 업체부터 스웨덴 앙립 도서관과 교원노동조합에 이르는 여러 공공기관과 직능단체도 주요 협력사로 함께하기로 했다.

### 도서전의 스트리밍 플랫폼 ‘도서전 플레이(Bokmassan Play)’

올해 도서전에서는 150여 개 대담과 토론 프로그램을 생방송으로 중계할 스트리밍 플랫폼을 ‘도서전 플레이(Bokmässan Play)’라는 이름으로 선보였다.

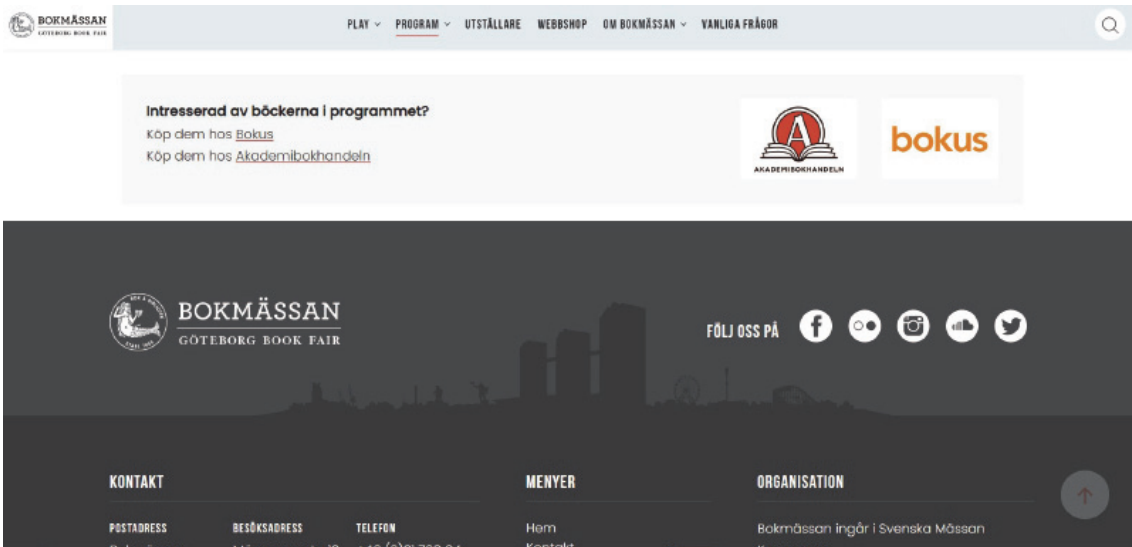
기존의 도서전 홈페이지는 도서전 세부 프로그램 일체를 중계하는 플랫폼 형태로 바뀌었으며, 스트리밍 서비스는 스웨덴 주요 일간지인 〈아프톤블라데트〉, 〈엑스프레센〉, 〈예테보리스-포스텐〉, 〈스벤스카 다그 블라데트〉와의 협력하에 진행했다. 이 플랫폼에서 도서전이 열리는 4일간의 모든 세부 프로그램을 실시간이나 다시보기 서비스로 관람할 수 있다. 실시간 보기에는 별도의 등록과 로그인이 필요 없었으나, 다시보기 서비스를 이용하려면 사용자 등록과 로그인이 필요했다. 다시보기 서비스는 올해 12월 31일 까지 제공될 예정이다.

150여 개에 달한 대담과 토론 프로그램은 예테보리를 포함한 스웨덴 3대 대도시인 말뫼와 스톡홀름을 비롯해 뉴욕의 스웨덴 총영사관, 요하네스버그, 케이프타운 등지에 설치한 여러 스튜디오에서 청중 없이 진행되었다.

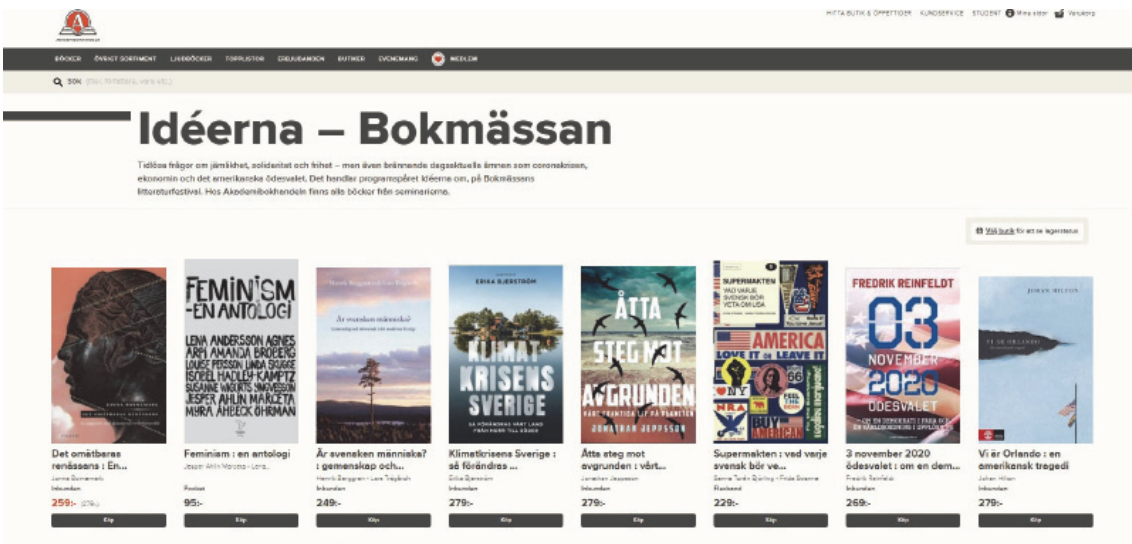


도서전 플레이를 강조한 예테보리 도서전 공식 홈페이지(<https://bokmassan.se>)

이번 도서전은 온라인으로 진행했던 만큼 현장 도서 구매를 할 수 없었다. 하지만 도서전의 핵심 구성원인 작가와 출판사와 방문 독자에게는 도서전이 책을 팔고 살 수 있는 중요한 자리이기 때문에 도서전은 스웨덴 대표 프랜차이즈 서점인 '아카데미부크한델른'과 양대 인터넷 서점 중 하나인 '부쿠스'를 올해 공식 도서 판매 협력 업체로 선정했다. 도서전 플레이 플랫폼에서는 모든 세부 프로그램에 해당 주제의 책을 살 수 있는 링크가 같이 제공되어 온라인 방문자가 프로그램을 보면서 바로 관련 도서를 구매할 수 있었다.



도서전 프로그램에 제공된 도서 구매 링크



아카데미부크한델른 홈페이지 내 도서전 프로그램 관련 도서 구매 안내 페이지

매년 도서전은 유럽 출판 에이전트와 관련 기업을 위한 허브이자 북유럽 문학의 최대 시장인 동시에 수많은 국가의 기업과 대리점이 북유럽 시장에 대한 권리를 판매하는 자리이다. 하지만 올해는 온라인 개최로 인해 사무국이 참가사 명단만 도서전 홈페이지에 게재하는 것으로 오프라인 센터 개설을 대신했다. 올해에도 참가사 명단에는 국내 출판시장에서도 익숙한 살로문손 에이전시, 알란데르 에이전시, 코펜하겐 리터러리 에이전시, 오슬로 리터러리 에이전시를 비롯한 북유럽 주요 출판 에이전시와 보니에르, 뉴슈테츠 등의 스웨덴 주요 출판사가 일부 포함되었다.

## 올해의 주제와 주요 프로그램

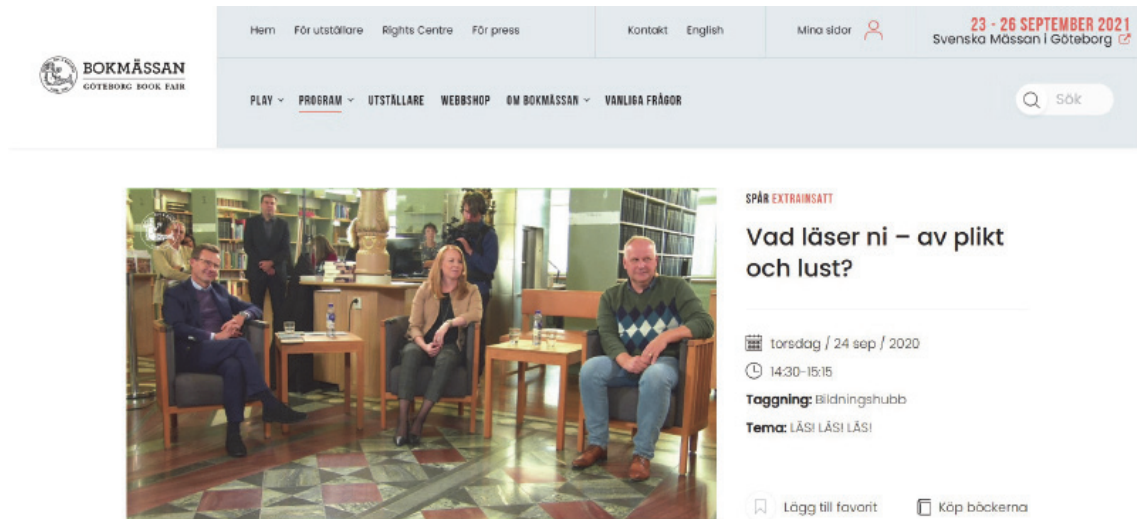
해마다 출판과 사회 전반에 관련된 특정 주제가 등장하는 예테보리 도서전은 올해도 독서진흥과 디지털 문화라는 두 가지 주제와 함께, 학교와 도서관에 대한 현안을 논의하는 <교양 허브>(Blidningshubb)(9월 24-25일), <문학 축제>(Litteraturfestival)(9월 26-27일)라는 두 가지 주요 프로그램을 중심으로 진행되었다. 그 외 예테보리 청소년 문화 체육 공간 보니에르호프스(BonnierHoops), 스웨덴 노동자 교육 협회(ABF)의 성인교육 무대(Folkbildningsscenen), 학제 간 학문 포럼인 연구자 광장(Forskartorget), 국제적 이슈와 개발 협력 관련 사회단체와 출판사가 주관하는 글로벌 광장(Globala torget), 예테보리 비영리 문학 관련 협회 예테보리 문학회관(Göteborgs Litteraturhus), 스웨덴 전국교원노동조합(Lärarnas Riksförbund)의 교사 무대(Lärarscenen), 시를 위한 공간(Rum för Poesi), 번역을 위한 공간(Rum för Översättning), 스웨덴 교회(Svenska kyrkan) 자체 프로그램 <이 사람을 보라>(Se människan) 같은 도서전 내부 연례행사 역시 진행되었다.

### 주제(1) - 독서 진흥(LÄS! LÄS! LÄS!)

독서 진흥이라는 올해 주제는 언어와 독서를 민주사회의 초석으로 조명했는데, 이는 독자의 시각, 청각, 촉각을 이용하는 모든 형태의 독서를 포괄하면서 독서에 대한 욕구를 강조했다. 독서 진흥은 글과 그림과 구술 형태의 스토리텔링 그리고 아동과 노년층을 비롯해 독자 전반이 서로에게 큰 소리로 책을 읽어주는 실천을 강조한다. 이러한 주제의 틀 안에서 관람객은 개인과 사회의 발전을 위한 독자와 교양 증진을 두고 노력하는 작가, 독자, 정치인, 교사, 연구자 등을 만날 수 있었다. 이 주제에 관한 행사는 올해 창립 20주년을 맞은 스웨덴 독서진흥운동협회(Läsörelsen)를 비롯한 여러 협력 파트너가 함께 마련했다. 독서 진흥을 주제로 9월 25일 30분간 진행되었던 대담 <독서와 교양>(Läsning och bildning)이 눈에 띄었다. 이 대담에서는 스웨덴 양대 교원노동조합 위원장과 대학 총장, 유명 작가 등이 사회에서 권력과 영향력을 가진 사람이 문학을 읽어야 하는 이유에 대해 의견을 나누었다.

또한, 도서전 사무국과 독서진흥운동협회의 초청을 받은 스웨덴 여덟 개 원내 정당 대표와 장관을 비롯한 정치인이 <정치인 여러분은 무슨 책을 읽습니까? - 재미를 위해 그리고 읽어야 해서(Vad läser ni - av plikt och lust?)>라는 독서에 관한 디지털 세미나를 국회 도서관에서 개막 행사로 진행하기도 했다. 이 세미나에 대해 에드만 대표는 “스웨덴의 가장 저명한 정치 지도자들이 책과 문학의 중요성을 논의하기 위해 만나는 것은 다른 사람의 독서를 고무할 수 있다. 또한 문학, 책, 그리고 독서에 관한 대화를 준비하고 유지하는 일에 도서전이 얼마나 중요한지를 보여준다. 독서와 언어는 우리 민주

주의에 결정적이며 독서진흥운동협회와의 협력과 문해력 향상에 대한 노력에 매우 감사한다”고 말했다. 엘리사베트 레슬레고드 독서진흥운동협회 회장은 “정당 지도자들이 우리에게 독서가 무엇을 의미하는지 말해주는 데 귀중한 시간을 할애하기로 선택한 것은 멋진 일”이라고 말했다.



“정치인 여러분은 무슨 책을 읽습니까? - 재미를 위해 그리고 읽어야 해서(Vad läser ni - av plikt och lust?)”를 주제로 진행된 국회 도서관 세미나 모습

## 주제(2) - 디지털 문화

디지털 문화라는 주제는 기술 발전이 인류에게 제공한 무한한 가능성에 초점을 맞추었다. 선택할 수 있는 디지털 형태가 많을수록 더 많은 사람이 나이, 신체적 상황, 능력과 무관하게 다양한 형태의 서사와 오락을 경험할 수 있는 것이다. 이 주제는 게임, e스포츠, 교육, 다양성, 포용과 관련된 이슈를 강조하고 학부모와 교사, 주제에 관심 있는 대중을 대상으로 했으며, 다양한 서사 형식과 이러한 서사 형식의 제작자와 소비자의 만남 등, 올해 도서전 초점을 디지털 문화에 맞추기도 했다.

디지털 문화 주제와 관련된 행사 중에 <게임-세상을 더 낮게 하는 초경계 문화(Spel-)>라는 제목의 대담이 있었는데, 디지털적 요소가 뇌에 미치는 영향을 연구하는 신경과학자와 여성 및 논바이너리 게이머 단체 피메일 레전즈(Female Legends) 대표, 드림핵의 북유럽 시장 마케팅 책임자가 게임을 통한 세대 간 갈등 해소와 사회통합, 이를 통한 각종 과제 해결 방안 등을 다룸으로써 흥미를 불러일으켰다. 대담에는 스웨덴의 69세 월드 오브 워크래프트 게이머이자 트위치 스트리머 “Jenyfear”가 원격으로 참여하기도 했다.





SPÅR DIGITAL KULTUR - TALKSHOWSTUDION

**Spel - en gränsöverskridande kultur som förbättrar världen**

lördag / 26 sep / 2020  
15:00-16:00

**Taggning:** Barn och ungdom, Digitalisering, Samhälle och debatt, Skola

**Temat:** Digital kultur

〈게임-세상을 더 낫게 하는 초경계 문화〉 주제로 진행된 대담 모습

## 주요 프로그램 1 - 교양 허브

도서전은 출판사 및 협력 파트너와 함께 올해 스웨덴 신간 출판물을 바탕으로 하는 두 가지 주요 프로그램을 진행했다.

〈교양 허브〉라는 프로그램은 9월 24-25일에 진행했는데, ‘우리 시대의 교양이란 무엇인가?’라는 문제 의식을 시발점으로 민주주의, 디지털화 및 교육에 초점을 맞춘 프로그램이었다. 〈교양 허브〉는 동시대 교양에 대한 문제를 탐구하는 70여 개의 세부 프로그램으로 구성되었으며, 올해 도서전의 두 가지 주제인 독서 진흥과 디지털 문화 역시 이 프로그램에 포함되었다. 이 프로그램에는 교사, 교육기관 관계자, 사서 외에도 주제에 관심 있는 일반 독자까지 대상으로 포함되었다. 또한, 디지털 문화, 민주주의, 교육, 내일이라는 키워드를 중심으로 스튜디오 대담을 진행했고 교양과 관련된 현대적 이슈를 심도 있게 파고들면서 학교와 도서관이라는 교육현장의 가장 첨예한 이슈를 부각하기도 했다. 이와 관련된 대담은 〈청소년에게 힘을 주는 책들(Böcker som ger unga kraft)〉과 〈도서관의 민주주의적 사명(Bibliotekens demokratiska uppdrag)〉이 대표적이었다. 전자는 2020년 1월 유엔 아동권리협약이 정식으로 스웨덴 법이 됨에 따라 아동의 사회 구성원으로서의 존중과 법적 권리가 법제화된 상황에서 책이 아동과 청소년에게 어떤 역할을 할 수 있을지에 대한 대담이었다. 후자는 도서관을 민주주의의 사회 기반 시설로 여기며, 도서관 발전 방향 설정과 동시대 난제에 대한 도서관의 대비 방안을 중심으로 교양, 도서관, 사회 발전에 대해 나눈 대담이었다.



SPÅR DEMOKRATIN

## Böcker som ger unga kraft

fredag / 25 sep / 2020

11:30-12:00

Taggning: Barn och ungdom, Bibliotek, Bildningshubb, Skola

Lägg till favorit

Köp böckerna

〈청소년에게 힘을 주는 책들〉 주제로 진행된 대담 모습

## 주요 프로그램 2 - 도서전 문학 축제

9월 26-27일에 진행된 도서전 문학 축제는 크라임타임(범죄소설 특별 프로그램), 뇌, 동시대, 사상, 삶, 문학 살롱이라는 6개 세부 주제 프로그램으로 구성되었다.

문학 축제는 작가 인터뷰, 교양 과학, 자서전, 대중소설, 범죄소설에 이르는 대담을 포함한다. 문학제에는 스토리텔러, 탐사 보도 언론인, 연구자, 정치 평론가가 참여했으며, 이들 동안 스웨덴 유명 프로그램 사회자가 올해 주목받는 작가와 나누는 70여 개의 대담을 실시간으로 제공했다. 뉴욕의 스웨덴 총영사관과 함께 살만 루슈디, 조너선 사프란 포어, 재클린 우드슨을 비롯한 여러 영미 작가가 스웨덴 언론인과 비대면 온라인 대담을 나누기도 했다. 〈지구를 구하는 방법 - 한 번에 한 끼씩(How to save the planet - one meal at a time)〉이라는 제목으로 진행된 대담에서 포어는 지구 온난화 원인으로 꼽히는 고기 위주 식습관을 바꿈으로써 지구를 구하는데 동참할 것을 제안하는 자신의 최신작 『우리는 기후다: 아침식사에서 시작되는 지구 구하기』(We Are the Weather: Saving the Planet Begins at Breakfast)를 바탕으로, 인류가 어떻게 지구를 고기와 유제품 같은 동물 생산물을 위한 거대한 농장으로 바꿔놓았는지 뿐만 아니라, 어떻게 우리가 한 번에 한 끼씩 고기 위주 식습관을 환경친화적 식습관으로 바꿀 수 있는지에 대해서 설명했다.



**SPÅR HJÄRNAN**  
**New York-studion:  
 Jonathan Safran Foer**

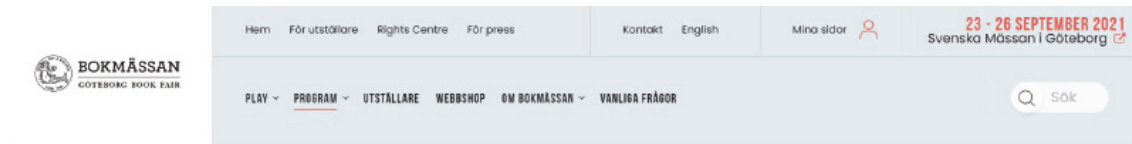
söndag / 27 sep / 2020  
 16:45-17:15

**Taggning:** Klimat och hållbarhet,  
 Litteraturfestival, Populärvetenskap,  
 Samhälle och debatt

Lägg till favorit    Köp böckerna

조너선 새프란 포어의 대담 <지구를 구하는 방법>

세부 주제 프로그램 <동시대>에는 최근 스웨덴 문단에서 기후 위기나 에코테러리즘을 작품 소재로 삼아 화제가 된 여러 소설가가 참여해 눈길을 끌었다. 이들은 픽션에서 기후 위기를 어떻게 그리는지, 기후 위기라는 중대한 문제를 재미 위주의 대중문학에서 다룰 수 있는지 등을 대담 <문학 속의 기후 위협(Klimathotet i litteraturen)>을 통해 나누었다.



**SPÅR SANTIDEN**  
**Klimathotet i  
 litteraturen**

söndag / 27 sep / 2020  
 12:00-12:30

**Taggning:** Klimat och hållbarhet,  
 Litteraturfestival

Lägg till favorit    Köp böckerna

<문학 속의 기후 위협>

한편 올해 예테보리 도서전은 벨라루스 작가이자 노벨문학상 수상자인 '스베틀라나 알렉시예비치'와의 생방송 인터뷰로 막을 내렸다. 이는 현재 벨라루스에서 특히 두드러지고 있는 표현의 자유를 억압하는 상황과 관련된 것이었다. 이 인터뷰에서는 표현의 자유가 민주주의의 초석이라는 전제하에 문학을 비롯한 예술 창작자의 표현의 자유와 시민 전체의 자유 사이에는 어떤 관계가 있으며, 작가가 현재의 추세에 어떤 영향을 미칠 수 있는가라는 질문이 주로 다루어졌다.

## 남아프리카 공화국의 예테보리 도서전 참가 3개년 계획

원래 올해 도서전의 주빈국으로 선정되었던 남아프리카 공화국은 2022년 도서전의 주빈국으로 다시 선정되었다. 올해 봄 코로나19가 확산되기 시작했을 때 남아프리카 공화국 국립 도서관과 예테보리 도서전 간의 협업은 활기를 띠고 있었다. 올해 도서전에 상당수의 남아프리카 공화국 초청인사가 스웨덴을 방문할 예정이었으나, 코로나19로 인해 온라인 비대면으로 도서전 형태가 바뀌면서 기존의 협업은 중단되었다. 이후 재개된 협업은 3년 기한 계획으로 더욱 발전하고 있다. 남아프리카 공화국은 2021년 도서전에는 해외 참가국으로, 2022년 도서전에는 주빈국으로, 2023년 도서전에는 아동 및 청소년 문학에 대한 새로운 투자 틀 안에서 참가할 계획을 세웠다. 도서전과의 협업 파트너는 이전과 같이 남아프리카 공화국 국립 도서관이며, 관련 예산은 남아프리카 공화국 문화부의 소관이다.

1950-1960년대에 일련의 스웨덴 작가는 남아프리카 공화국을 방문해 당시 백인 정권의 인종차별 정책과 이에 저항하는 남아프리카 공화국 문인에 대한 세계의 관심을 불러일으켰다. 오늘날 스웨덴과 남아프리카 공화국은 여러 문화 분야에서 협력하고 있다. 2015년 다언어 사회인 남아프리카 공화국 아동들의 언어와 문해력 발달에 노력하는 남아프리카 공화국의 독서 운동 비영리단체 PRAESA(Project for the Study of Alternative Education in South Africa)는 2015년 스웨덴 문화부의 아스트리드 린드그렌 기념상(Astrid Lindgren Memorial Award (ALMA))를 수상하기도 했다. 올해 도서전에서는 아만다 린드 스웨덴 문화부 장관과 나티 음테트와 남아프리카 공화국 문화부 장관이 문학과 독서에 관한 대담을 나누면서 11개의 공식 언어를 사용하는 남아프리카 공화국 같은 국가, 그리고 단일 공식 언어와 5개 소수 언어를 사용하는 스웨덴 같은 국가에서 독서 진흥 운동의 중요성을 강조했다.

## 디지털 시대를 적극적으로 고민했던 도서 축제

이번 예테보리 도서전은 북유럽 국가 전역의 애서가를 위한 디지털 플랫폼인 부크메산 플레이에 작가와 독자가 모인 자리가 되었다. 장거리 이동이 어려운 상황에서 자연스럽게 초점은 스웨덴 작가와 올해의 스웨덴 출판사에 있었으나 디지털 진행 형태를 통해 루슈디, 포어, 우드슨 같은 작가가 비대면으로 참가하기도 했다.

올해의 도서전에서 가장 눈에 띄었던 것은 역시 새로 개발된 온라인 스트리밍 서비스인 부크메산 플레이였다. 4일간 운영된 부크메산 플레이에서는 스웨덴의 유명 프로그램 진행자가 진행한 140여 개의 디지털 스튜디오 대담이 실시간으로 방송되었다. 여기에는 총 440명의 작가, 연구자, 언론인, 전문가가 참여했다. 에드만 대표는 지난 8월 도서전 프로그램 공개에서 올해처럼 격동적인 시기에 도서전은 독서와 문학, 사회 발전에 관한 대화가 그 어느 때보다도 의미 있음을 확신한다고 말했다.

엑스트림 프로그램 책임자 역시 도서전 세미나 프로그램은 스웨덴 공공 담론의 초석임을 강조하며, 부크메산 플레이와 미디어 파트너와의 협업을 통해, 도서전이 사회적 이슈에 관심이 있는 스웨덴 전국의 사람들에게 다가갈 수 있는 기회를 역설했다.

비대면, 물리적 거리 두기, 온라인의 가속화와 함께 새로운 표준 시대로 들어서는 지금, 2020년 예테보리 도서전은 며칠 후 역시 사상 최초 온라인으로 진행될 서울국제도서전에게, 디지털 시대의 독서

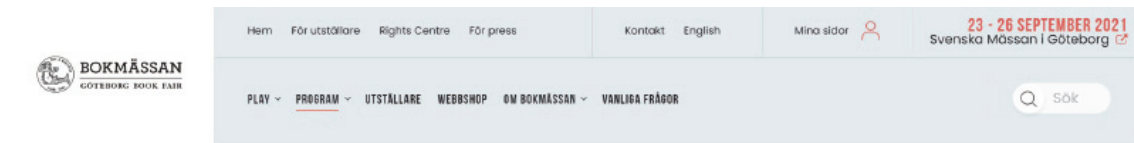
진흥을 통한 문해력 및 교양 함양과 민주주의 사회의 발전 모색, 온라인과 오프라인의 경계를 넘나드는 스토리텔링 경험 같은 동시대의 보편적인 공공 문제를 적극적으로 고민했던 도서 축제로서 앞으로 참고할 수 있는 점을 적절하게 남겨준 것으로 보인다.



SPÅR DEMOKRATIN  
**Bokmässans invigning**

torsdag / 24 sep / 2020  
08:45-09:00  
Taggning: Bildningshubb

Lägg till favorit



SPÅR DEMOKRATIN  
**Bokmässans invigning**

torsdag / 24 sep / 2020  
08:45-09:00  
Taggning: Bildningshubb

Lägg till favorit

스톡홀름 사진미술관에서 있었던 에드만 사무국 대표와 린드 문화부 장관의 도서전 개막식 연설



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

**이유진(프리랜서 번역가)**

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

글로벌마켓 리포트

## [미국] 번역도서, 3%의 문제

오픈 레터 북스 발행인 '채드 포스트' 인터뷰

안성학(KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 10.

### 미국에는 왜 번역도서가 없을까?

이 질문은 곧 “미국에는 왜 번역도서가 출간되지 않을까?”로 되물어진다. 통계를 보면 미국에서 매년 출간되는 도서 중 약 3%의 도서가 영어로 번역되어 출간되는 해외도서라고 한다. 이 비율은 지난 10여 년간 약간의 등락은 있지만 거의 일정하게 유지되어 와 출판 관계자 사이에서는 “3%의 문제”라고 불린다.

### 그렇다면, 미국인들은 다른 나라의 책은 읽지 않을까?

꼭 그렇다고 할 수는 없다. 왜냐하면, 이 3% 중에는 미국 베스트셀러 차트에서 1위를 차지하면서 번역도서가 미국 독자에게도 인기를 끌 수 있음을 보여주었던 스웨덴 작가 스티그 라르손(Stieg Larsson)의 밀레니엄 시리즈 『여자를 증오했던 남자들 (The Girl with the Dragon Tatto)』도 있기 때문이다. 신경숙의 『엄마를 부탁해』와 한강의 『채식주의자』 또한 미국에서 인기를 끌었고, 한국의 웹툰이 미국에서도 인기를 끌고 있으니 그저 미국 독자 탓으로 돌릴 수만은 없다.

그렇다면, 다시 원래 질문으로 돌아가서, 왜 미국은 해외 번역도서를 출간하지 않는 것일까?

### 수익성이 없다.

이익 추구를 기본 목적으로 하는 사업체인 출판사로서는 다른 여느 기업과 마찬가지로 수익성을 따져 출간 도서를 기획하고 선정한다. 영리 사업체이니 더욱이 당연한 일이다. 그러니 미국 대형 출판사는 인지도가 높고 마케팅이 수월한 국내 작가를 선호한다. 해외 작가라도 미국 내에서 높은 인지도를 가

졌다면 서로 경쟁하여 출간한다. 꼭 해외 작가라는 이유로 무시하는 것은 아니다.

## 전문성과 이해력 부족

미국 출판 관계자는 도서를 수출하는 건 익숙하지만, 해외도서를 수입하는 데는 익숙하지 않다. 사실이 문제는 미국 산업의 전반적인 현상이기도 하다. 비영어권의 많은 출판 관계자는 영어로 원고를 읽고 평가하는 데 익숙하다. 하지만 미국 출판사에는 비영어권 언어를 다룰 인원이 없고, 있을 이유도 없다. 많은 미국 출신 베스트셀러 작가의 작품이 해외로 팔려나가고 있으니, 이들은 자신의 작품이 기존 베스트셀러와 어떻게 관련되어 있고 잘 팔릴 수 있을지 해외 에이전시나 출판사에 어필만 잘하면 된다. 반대로, 해외도서가 미국 독자에게 어떻게 받아들여질지, 잘 팔릴지를 판단하기는 쉽지 않다.

해외 작가는 대부분 에이전시를 통해 도서 소개나 샘플 번역본 등을 제공하는 형식으로 해외 출간을 진행한다. 이렇게 제공되는 샘플 번역본은 미국 출판 관계자와의 언어 장벽을 해소하고, 이들이 도서 내용을 이해하는 데 많은 도움을 준다. 하지만, 출판사 측이 출판 결정을 내리는 데 중요한 요소인 '미국 내 성공 가능성과 수익성'에 대한 확신이나 근거를 제시하지는 못한다.

해외 인지도가 낮은 작가는 조건이 더 좋지 않다. 미국 현지 작가처럼 각종 온/오프라인 홍보 활동을 하기도 힘들고, 거기에 비싼 번역 비용까지 부담으로 얹어진다. 그리고 무엇보다 중요한 점은, 미국 내에서도 출간할 수 있는 작가의 작품이 넘쳐도록 많다.

이런 이유로 수많은 해외의 베스트셀러 및 좋은 도서가 미국 내에서의 수익성을 기대할 수 없다는 단순한 이유로 외면되고 만다. 그러다 어느 한 작품이 인기를 끌면 그 작가의 다른 작품을 들여온다. 물론 영향력 있는 에이전시나 관계자가 추천해 이뤄지는 경우도 있다.

## 번역도서 전문 출판사

지난 10여 년간 미국 내에서는 번역도서를 출간하는 영리/비영리 출판사가 많이 생기고 있다. 유로파 에디션스(Europa Editions), 오픈 레터 북스(Open Letter Books), 딥 벨럼 출판(Deep Vellum Publishing), 트랜짓 북스(Transit Books) 등이 다양한 해외 작품을 미국 독자에게 선보이고 있다. 성공적이었던 스티그 라르손의 『여자를 증였한 남자들 (The Girl with the Dragon Tattoo)』의 영향일 수도 있겠지만, 결과적으로 많은 번역 전문 출판사가 다양한 해외도서를 번역 출간하고 있는 것은 매우 긍정적인 현상이다.

Europa in the World

### Across the Globe

Discover Europa's titles & authors by continent

Europa Editions is dedicated to bridging cultural divides by introducing fresh international voices into the North American and British marketplaces. Explore our diverse catalog by region and take in what the world has to offer.

Continent	Titles	Authors
North America	30	
Europe	159	
Asia	19	
South America	7	
Africa	7	
Australia	13	

유로파 에디션즈(Europa Editions) 웹사이트

SIGNUP SEARCH

**OPEN LETTER**  
LITERARY TRANSLATIONS FROM THE UNIVERSITY OF ROCHESTER

f t i CART (0)

ABOUT BOOKS + SUBSCRIBE FIRST 25/50/75/100 NEWS DONATE

# RAMAYAN MAYAMAR CHAMAR'S CHAMAR'S

NEW & FORTHCOMING

오픈 레터 북스(Open Letter Books) 웹사이트

이러한 번역도서 출판사가 미국에서 출판되는 번역도서의 86%를 출간하고 있다. 나머지 14%의 번역도서를 빅5 출판사가 출간하는 것이다. 결국, 빅5를 통한 번역도서는 미국 전체 출판 도서의 0.3%를 조금 넘는 수에 불과하며, 이런 이유로 미국 내 대다수 번역도서를 출간하는 중소 번역도서 전문 출판사를 주목해야 한다.



## 오픈 레터 북스 발행인 채드 포스트와의 인터뷰

뉴욕주 로체스터에 있는 로체스터 대학교(University of Rochester)에서 운영하는 번역도서 전문 출판사 오픈 레터 북스(Open Letter Books)는 지난 2007년 설립된 이후 매년 10여 권의 번역도서를 출간하고 있다. 이 출판사의 발행인 채드 포스트(Chad Post)와 화상 인터뷰를 진행했다.



채드 포스트의 트위터 이미지

### Q: 본인 및 오픈 레터 북스에 대해 소개 부탁드립니다.

저는 이전에 델키 아카이브(Dalkey Archive Press)에 있었고, 2006년 오픈 레터 북스를 시작하기 위해 로체스터 대학교로 왔습니다. 오픈 레터 북스는 로체스터 대학교의 문학 번역 학과 소속으로, 석사과정에 있는 학생들이 강의와 인턴십을 통해 도서를 번역하고 출판할 수 있도록 도와주고 있습니다. 또한, 학사 과정에 있는 학생을 위한 문학 번역 자격증 과정도 운영하고 있습니다.

2007년부터 매년 10-12권의 번역도서를 출간하고 있으며, 현재 모두 115권을 출간했습니다. 스페인어 도서가 대다수를 차지하고 있지만, 이외에도 다수의 북유럽 국가 작품과 한국어 도서가 있습니다. 매년 한국어 도서를 최소 한 권씩 출간할 예정입니다. 저희는 대학 출판사인 관계로 상업적인 도서보다는 학술, 문학적으로 우수한 작품을 위주로 출간하고 있습니다.

### Q: 3% 프로젝트에 관해 설명해 주시겠어요?

지난 2008년에 영어로 번역된 해외도서를 독자가 쉽게 접할 수 있도록 알리고 리뷰하기 위해 웹사이트를 만들었습니다. 처음에는 제가 번역 데이터베이스를 운영하다가, 이후에는 출판사가 출간된 번역도서를 입력하고 저는 리뷰만 하고 있습니다. 이번 팬데믹 이후에는 출간된 번역도서가 없는지 지난 6개월간 입력된 자료가 없습니다.

미국 내에서 출간하는 도서의 약 3%가 번역도서입니다. 하지만 이 또한 과장인 것 같습니다. 왜냐하면, 이 3%에 외국어 교육 도서가 포함되어 있기 때문입니다. 이 프로젝트를 처음 시작할 당시인 2008년에는 1년에 360권의 번역도서가 출간되었습니다. 지금은 신생 출판사인 트랜짓 북스(Transit Books), 뉴 베슬 프레스(New Vessel Press), 딥 벨럼(Deel Vellum), 레스트리스 북스(Restless Books), 커피 하우스 프레스(Coffee House Press) 등도 번역도서를 출간하고 있는데, 아마존 크로싱이 가장 많은 번역도서를 출간하고 있습니다.

이렇게 번역도서 출판사가 생기는 것을 보면 시장은 있다고 봅니다. 다만, 두 배로 늘어난 번역도서 수가 번역도서 독자 수보다 증가율이 높습니다. 이로 인해 출판사 입장에서는 번역도서에 대한 경쟁이 치열해지고 있고, 인세도 더 올라가고 있습니다. 번역도서를 좋아하는 독자는 보다 다양한 선택을 할 수 있죠. 그래서 이제는 마케팅에서도 단지 특정 국가 도서라는 이유만으로 판매할 수 없고, 작품의 장점이 있어야 합니다.

번역도서를 읽는 독자가 늘어나는 것은 매우 고무적인 일이지만, 이러한 독자는 여전히 적습니다. 특히 팬데믹으로 인해 서점이 문을 닫은 상황에서 서점 홍보가 판매가 큰 영향을 미치는 저희로서는 타격이 매우 큼니다.

**Q: 온라인 판매는 어떤가요?**

주로 소셜 미디어나 리뷰 사이트를 통한 온라인 매출이 도움이 됩니다. 주로 같은 그룹 사람이나 서점이 독자를 끌어들이죠. 아마존 매출은 저희 수익의 40%를 차지하는 주 수입원입니다. 자세한 자료는 없지만 대부분 리뷰를 통한 매출로 알고 있습니다. 예를 들어, 서점을 통한 판매가 주로 ‘책 표지가 좋아서’ 라던가 ‘출판사의 충성도가 높아서’라는 데에 비해, 아마존 독자는 \$10 한도 내에서 프로모션으로 판매하는 도서의 판매량이 높습니다. 저희는 돈을 들여서 그런 방식으로 프로모션을 할 수 없기 때문에, 주로 소셜 미디어나 독립 서점을 통해 판매합니다.

**Q: 디스커버리 문제와 관련해 질문 드립니다. 번역도서 독자는 어떻게 도서를 알게 되나요?**

어심토티 저널(Asymptote Journal)과 리트허브(LitHub)를 비롯한 문학 관련 사이트가 번역도서를 홍보해 주고 있습니다. 뉴욕 타임스(New York Times)와 NPR(National Public Radio)도 많은 도움이 되죠. 번역도서 독자는 대부분 같은 사이트를 공유하는 같은 부류의 사람입니다. 소셜 미디어 인플루언서도 좋은 방법입니다. 다만 이들은 팔로워는 많지만, 번역도서를 잘 모른다는 단점이 있죠.

**Q: 길어지는 팬데믹 상황 속에서 출판사는 살아남을 수 있을까요?**

재정적인 여력이 있는 빅5 출판사와 기관의 지원과 기부를 통해 운영되는 비영리 출판사는 관철을 겁니다. 저희도 대학으로부터 재정적인 지원을 받고 있으며, 기금 조성과 도서 판매를 통해 나머지 재정을 해결하고 있습니다. 문제는 재정적 여력이 없거나, 비영리 단체처럼 재정적 지원을 받지 못하는 중소 영리 출판사입니다. 이들은 보통 일 년에 10-20권의 번역도서를 출간해 그 수익으로 사업을 이어가는데, 올해 출간을 미뤘거나 판매가 저조해 내년쯤 되면 이 팬데믹의 여파를 알 수 있을 것입니다.

**Q: 정부 지원은 어떤가요?**

예술 활동을 지원하기 위해 기부금을 활용하는 비영리 단체인 NEA(National Endowment for Arts)가 많은 도움이 됩니다. 또한, PEN-America에서 운영하는 PEN/Heim 번역 기금도 번역가가 책을 번역하고 출판사가 책을 출판하는 데 많은 도움이 됩니다. 하지만 전반적으로 문학에 지원되는 자금 지원 시스템이 제대로 되어 있지 않습니다. 전에는 기금의 40%가 문화 관련 기금이었는데, 지금은 4%로 줄어들었습니다. 각 시와 단체에서 기금을 조성하고 있지만, 우선순위에서 밀리고 있죠. 그래서 몇몇 출판사는 해외 지원금을 이용합니다. 아마존이 문학 파트너 프로그램으로 매년 \$1M(12억)을 지원하고 있지만, 전반적으로 미국에서의 지원은 그리 많지 않습니다.

**Q: 어떻게 하면 미국 내에서 번역도서가 3% 이상 출판될 수 있을까요?**

출판하는 도서 숫자보다는 독자를 확보하는 게 더 중요하다고 생각합니다. 얼마나 많은 잠재 독자가

있는지 파악하고, 어떻게 하면 그들을 끌어들이 수 있을지 궁리해야 합니다. 일본 애니메이션과 만가 독자가 문학 독자보다 훨씬 많습니다. 그들을 어떻게 끌어들이지 방법을 찾는 것도 중요하겠습니다.

**Q: 도서는 어떤 방식으로 선택하나요?**

많은 에이전시가 작품을 홍보합니다. 일반적으로 많은 언어로 번역된 도서를 선택하게 됩니다. 흔히 말하기를 '도서가 여섯 개 언어로 번역되지 않았다면 출판을 고려하지 않는다'라고 합니다. 그래서 만약 한국어 도서가 외국어로 번역된 적이 없으면 전혀 고려하지 않습니다. 하지만 그 도서가 독어, 불어, 스웨덴어 등 최소 여섯 개 언어로 번역이 되었다면 출판을 고려합니다. 상업적으로 이미 증명된 도서를 찾는 거죠. 저희 같은 경우는 제공된 번역 샘플을 보고 결정하기도 해요.

**Q: 번역도서를 출판하는 데 있어서 국내도서와 다른 점이 무엇일까요?**

대부분은 같다고 봅니다. 다만, 출판사마다 차이는 있지만, 저희 같은 경우 편집을 많이 하는 편입니다. 번역에 있어서 다양한 이론이 있습니다. 하지만 번역은 대상 독자가 이해할 수 있게 되어야 합니다. 필요하다면 윤문 작업과 현지화 작업을 해야죠. 원문 내용과 그 나라 문화를 해치지 않는 선에서, 자연스러운 흐름을 위해 윤문 작업을 심하게 할 때도 있습니다. 한 예로, 저희가 진행하고 있는 스페인어 도서 번역가는 등장인물 이름을 영어로 번역해서 쓰기를 원합니다. 이게 이론상으로는 맞죠. 하지만 저희는 작품 전체의 흐름상 원래 스페인어 이름을 유지하는 게 낫다고 판단해 기존의 스페인어 이름을 사용하고 싶다고 했습니다.

일반적으로 작가와 번역가, 편집가가 같이 소통하며 작업을 하는 게 도움이 됩니다. 다만, 작가가 영어를 모르는 경우나 번역가와 편집가에게 위임한 경우, 또는 작가가 사망한 경우는 편집가와 번역가가 알아서 판단해야 하지요. 몇몇 동유럽 국가 작품은 편집과정을 제대로 거치지 않은 경우도 있어서 이 경우는 거의 재제작에 가까운 편집을 할 때도 있습니다.

**Q: 한국 도서를 출간한 적이 있나요?**

네. 배수아의 『A Greater Music(에세이스트의 책상)』과 『North Station(북쪽 거실, 올빼미의 없음)』, 하성란의 『Bluebeard's First Wife(푸른 수염의 첫 번째 아내)』와 『Flowers of Mold(곰팡이 꽃)』 등 모두 네 권을 출간했습니다. 데보라 스미스(Deborah Smith)와 제넷 홍(Janet Hong)이 번역했습니다. 그리고 몇몇 작품이 현재 출간 진행 중입니다. 계속 더 출간할 계획입니다. 한국 작품 인기가 올라가는 바람에 저희도 몇 작품은 판권을 사는 데 실패했습니다. 얼마 전에는 배수아 작가의 다른 작품을 놓쳤죠. 전에는 한강의 『Vegetarian(채식주의자)』을 출간하지 않기로 하고 판권을 사지 않기로 결정한 적도 있는데 말입니다. 그때는 그 작품이 이렇게 성공할 줄 몰랐죠. 하성란 작가의 『Flowers of Mold(곰팡이 꽃)』는 작년에 아주 잘 팔린 작품이었어요. 지난 6월에 출간된 『Bluebeard's First Wife(푸른 수염의 첫 번째 아내)』도 좋은 리뷰를 받고 있습니다. 독자가 젊은 여성 작가 작품에 관심이 많아요.

**Q: 한국 출판 관계자와 일한 경험을 말씀해주시겠어요?**

대부분 한국문학번역원(Literary Translation Institute of Korea)과 일했습니다. 한 5년 전쯤에 한국에 갔었는데, 거기서 편집자분들을 만났죠. 도움이 많이 되었습니다. 다음 달부터는 제가 번역원의 번역과정 학생 작품을 편집하게 됐어요. 이 기관에서 발행하는 잡지 『Korean Literature Now』와 번역가를 통한 정보가 많이 도움이 됩니다. 올해처럼 도서전이 없는 경우는 이런 정보가 더 중요한데 말입니다. 몇몇 에이전시도 아주 활발히 정보를 전달해 주고 있습니다.

**Q: 마지막으로 해외 출판을 위해 도움이 될 만한 의견 부탁드립니다.**

번역가가 더 자발적으로 나서서 에이전시 같은 역할을 해야 한다고 생각해요. 번역가가 그 작품에 대해 가장 잘 아는 위치에 있으니까요. 도서 설명서나 웹사이트 정보만으로는 작품을 선택하기 힘들거든요. 에이전시나 번역가가 미국에 있다면 더 도움이 되겠죠. 저희 같은 경우 번역가인 제닛 흥이 캐나다에 있었어요.



[글로벌마켓 리포트]에서는 미국·유럽·아시아 등 아홉 개 나라에서 활동하고 있는 'KPIPA 수출 코디네이터'가 현지 출판 시장 정보를 매월 정기적으로 수집하여 전합니다. 보다 더 자세한 리포트는 '출판수출지원-글로벌수출동향' 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

 [출판수출지원 바로가기](#)

글로벌마켓 리포트

## [일본] 2020년 상반기 일본 전자출판시장 동향

강소영(KPIPA 수출 코디네이터)

2020. 10.

코로나19 확산 사태를 계기로 일본 출판업계의 디지털 대전환이 더욱 가속화하고 있다. 대형 출판사는 디지털 기술을 기반으로 일하는 방식과 조직을 혁신하고 새로운 비즈니스 모델과 플랫폼을 개발하여 출판업의 지형을 바꾸고 있다. 또한 전자화에 반대하거나 소극적이었던 일부 출판사와 작가의 인식도 바뀌어 유명 작가의 작품이나 구간이 전자판으로 출간되는 사례도 늘고 있다. 독자에게서도 변화를 감지할 수 있다. 지하철에서 문고를 읽는 대신 스마트폰을 스크롤하며 전자책을 읽는 사람이 눈에 띄게 늘고 있다. 잡지 판매 부수와 독서 인구 감소로 인해 오랜 침체 속에 빠져있던 일본 출판계가 디지털 기술을 기반으로 새로운 성장 동력을 마련한 것이다. 이번 보고서에는 종이 출판물의 부진을 완벽히 메우며 출판 산업 성장을 견인하고 있는 일본 전자출판시장의 주요 움직임을 모아봤다.

### 일본의 대형 출판사 결산 발표

#### 디지털과 판권 수입이 일본 출판사들의 이익을 큰 폭으로 끌어올려

지난 5월 일본 양대 출판유통업체 중 하나인 토한(TOHAN)이 제73기(19.4.1.~20.3.31.)의 결산 결과, 창업 이래 최초로 경영적자를 기록했다고 발표한 가운데 쇼가쿠칸을 비롯한 일본 대형 출판사는 이와 상반된 결과를 내놔 눈길을 끌었다.

비슷한 기간 쇼가쿠칸의 사업 실적은 총 매출이 977억 4,700만 엔(전년 대비 0.7% 증가), 경상이익은 55억 7,700만 엔(同 26.8% 증가), 당기이익은 39억 2,600만 엔(同 11.6% 증가)로 매출과 이익이 모두 증가하였다. 쇼가쿠칸의 총 매출 중 출판이 거둔 매출은 497억 1,000만 엔으로 전년 동기 대비 8.8% 감소하였으나 광고와 디지털, 판권 수입이 모두 증가하면서 전년도 실적을 상회하였다. 그 중에서도 디지털 수입은 전년 동기 대비 21.1%가 증가한 248억 5,400만 엔으로 잡지 매출액 207억 200만 엔(同 9.8% 감소)을 뛰어넘었다.

KADOKAWA는 총 매출이 2,046억 5,300만 엔으로 전년 대비 1.9% 감소하였으나 영업 이익은 무려 198.7%나 증가해 80억 8,700만 엔을 기록했다. 그중 전자서적과 잡지 매출은 각각 KADOKAWA 창업 이래 역대 최고치를 갱신했다.

작년 결산에서 당기 순이익이 전년 대비 4배나 증가했다고 발표한 슈에이샤는 올해 결산에서도 『귀멸의 칼날』을 비롯한 코믹스의 판매 호조와 디지털 및 판권 수입의 증가에 힘입어 총 매출이 1,529억 400만 엔(전년 대비 14.7% 증가), 당기순이익은 209억 4,000만 엔(同 112.0% 증가)을 거뒀다고 발표했다. 이들 3社보다 앞서 지난 2월에 결산을 발표한 코단샤 역시 총 매출 1,358억 3,500만 엔(전년 대비 12.7% 증가), 당기순이익 72억 3,100만 엔(同 152.9% 증가)이라는 21세기 들어 최고 성적표를 내놨다. 코단샤의 총 매출 중 광고 수입이 59억 2,600만 엔(同 18.4% 증가), 사업 수입이 613억 7,000만 엔(同 38.5% 증가)에 달했는데, 그중 디지털 관련 수입이 465억 엔(同 39.2% 증가), 국내 판권 81억 엔(同 36.5% 증가), 해외 판권이 66억 엔(同 39.5% 증가)을 차지했다. 이처럼 해마다 종이책과 잡지 매출은 줄어들고 있지만, 디지털과 판권 수입이 일본 출판사의 든든한 수익원이 되고 있다.

### 출판과학연구소, 2020년 상반기 종이+전자 출판시장 동향 발표

상반기 종이+전자출판시장은 2.6% 증가한 7,945억 엔, 그중 전자출판은 28.4% 증가

일본 출판과학연구소는 지난 7월 2020년 상반기(1~6월) 종이책과 전자출판물 판매금액(추정)을 발표했다. 올 상반기 종이책 매출은 전년 동기 대비 2.9% 감소한 6,183억 엔, 전자출판물은 28.4% 증가한 1,762억 엔으로, 종이책과 전자책을 합친 총 매출은 전년 동기 대비 2.6% 증가한 7,945억 엔으로 집계됐다. 종이책 매출이 소폭 감소한 것에 반해 전자출판이 30% 가까이 증가해 출판시장 전체로는 플러스 성장하였다.

종이책(서적+잡지) 매출을 살펴보면 서적이 전년 동기 대비 3.0% 감소한 3,517억 엔, 잡지가 2.9% 증가한 2,667억 엔이다. 상반기에 긴급사태 발령으로 전국의 많은 서점이 휴업하고 서적과 잡지 발행을 연기하거나 중지한 출판사가 속출하며 송품 수가 대폭 감소하였다. 한편 『귀멸의 칼날』(슈에이샤) 등 올 상반기 히트작이 많았던 코믹스는 전년 동기 대비 30%나 증가하여 잡지 매출 감소분을 상쇄했다. 전자출판시장은 전자코믹이 전년 동기 대비 33.4% 증가한 1,511억 엔, 전자서적이 15.1% 증가한 191억 엔, 전자잡지가 17.8% 감소한 60억 엔으로 집계됐다. 전자출판 시장점유율은 전자코믹이 전년 동기 대비 3.2% 증가한 85.8%, 전자서적이 전년 동기 대비 1.3% 감소한 10.8%, 전자잡지가 전년 동기 대비 1.9% 감소한 3.4%를 차지했다.

#### 2020년 상반기 종이+전자출판물 추정판매금액 (일본출판과학연구소)

연도	2019년 1~6월 (억 엔)	2020년 1~6월		점유율(%)	
		(억 엔)	전년동기대비(%)		
종이	서적	3,626	3,517	97.0	44.3
	잡지	2,745	2,667	97.1	33.6
	합계	6,371	6,183	97.1	77.8
전자	전자코믹	1,133	1,511	133.4	19.0
	전자서적	166	191	115.1	2.4
	전자잡지	73	60	82.2	0.8
	합계	1,372	1,762	128.4	22.2
종이+전자 합계		7,743	7,945	102.6	100.0

## 전자코믹, '스고모리(巣ごもり)' 수요로 33.4% 증가

일본출판과학연구소에 따르면 2020년 상반기(1~6월) 전자출판 시장규모는 전년 동기 대비 28.4% 증가한 1,762억 엔으로 전자코믹이 전년 동기 대비 33.4% 증가한 1,511억 엔을 거두어 전자출판시장의 성장을 견인했다. 전자코믹시장은 2018년 4월 해적판 사이트 만화촌이 폐쇄한 이후 정규 전자서적 사이트나 어플리케이션이 순조롭게 성장을 지속하면서 큰 폭의 신장세가 이어지고 있다. 특히 올 상반기에는 『귀멸의 칼날』(슈에이샤), 『진격의 거인』(코단샤)을 비롯해 히트작의 신작이 쏟아진 데다가 긴급사태 발령 기간 동안 '스고모리(巣ごもり)' 수요가 급증한 것에 힘입어 전년 동기 대비 30% 이상이라는 폭발적인 신장세를 기록했다.

트렌드를 살펴보면 이세계물(異世界物)이 작년에 이어 계속해서 인기를 끌며 하나의 장르로 정착하는 분위기로, 이세계물과 판타지물에 주력한 출판사의 매출이 코믹 출판사 중에서도 상대적으로 신장 폭이 컸다. 또한 텔레비전 애니메이션으로 방영되면서 대히트를 친 『귀멸의 칼날』(슈에이샤)처럼 애니메이션이나 드라마로 영상화된 작품이 전자코믹 스토어에서도 높은 매출을 기록했다. 반면 BL, TL, 성인물 장르는 여전히 순조로운 판매 흐름을 유지하고 있으나 시장점유율은 하락세이다. 이는 Apple과 Google의 표현규제가 매년 엄격해지면서 관련 출판사에서 대중성 높은 코믹스의 라인업을 강화하고 있기 때문으로 보인다.

또한 긴급사태 발령 기간 동안 스고모리 수요로 사용자가 급증하자 전자코믹 스토어 업계의 할인 캠페인 및 서비스 경쟁이 날로 격화되고 있다. 최근 'LINE망가'를 제치고 업계 1위의 오른 '픽코마'의 '기다리면 무료', '회차별 판매' 등과 같은 판매전략은 다른 전자코믹 스토어에도 확산되는 분위기다. 각 스토어마다 타사와 차별화를 꾀하기 위해 특정 출판사와 협력하여 인기 콘텐츠를 독점 선공개하는 전략을 취하기도 한다. 지난 3월 쇼가쿠칸의 '망가원'과 하쿠센샤의 '망가Park'가 상대방의 독점 콘텐츠를 상호 게재하는 독특한 시도로 큰 주목을 받았다. 이 외에도 전자코믹 스토어는 무료 보기 체험 확대, 정액제로 인기 종이만화잡지 최신호를 온라인으로 동일하게 볼 수 있는 서비스, 포인트 환원 등 다양한 판매 전략과 할인 캠페인을 전개해 독자 마음을 사로잡고 있다.

## 전자서적 전자화 종수의 증가로 완만한 성장세

상반기 전자서적의 시장규모는 전년 동기 대비 15.1% 증가한 191억 엔. 코로나 사태로 오프라인 서점의 휴업이 이어지고 도서관도 문을 닫자 자숙기간 동안 전자서적을 이용하는 독자가 급증했다. 전자화에 반대하거나 소극적이었던 일부 출판사와 작가의 인식도 바뀌어 전자서적 종수도 급증하고 있다. 긴급사태가 발령됐던 4월 이후부터 히가시노 게이코, 모리 에토, 미야베 미유키, 미나토 카나에 등 그동안 전자서적화를 불허했던 인기 작가의 일부 작품이 전자서적으로 출간됐고 이제까지 전자화를 하지 않는다는 방침을 유지했던 타카시마샤가 지난 5월부터 자사 출판물의 전자화를 개시했다. 이와나미쇼텐은 이번 달부터 이와나미 신서 중 100개의 타이틀을 선정해 「이와나미 신서 클래식 100」이라는 브랜드 전자판 신서를 출시한다. 최근 종이판과 전자판을 동시에 출간하는 출판사가 증가하고 있는 가운데

산마크숏판과 카와데쇼보신샤는 종이책, 전자책, 오디오북을 동시에 발매하고 PR를 강화하는 전략으로 눈길을 끌고 있다.

전자서적 스토어 'BookLive!'의 2020년 상반기 장르별 판매 랭킹을 살펴보면 소설·문에 부문에서는 웹소설 연재 사이트 '소설가가 되자'에 발표된 이세계물이 다수 랭크인했다. 『나의 행복한 결혼』 등 여성에게 인기가 높은 라이트노벨 작품도 높은 순위를 기록했다. 비즈니스서와 실용서 부문에서는 『FACTFULNESS』을 비롯해 『미움받을 용기』, 『메모의 마력』, 『사피엔스 叟史』 등 종이책으로 많이 판매된 작품이 전자판으로도 많이 팔렸다. 특히 작년에 이어 1위를 차지한 『FACTFULNESS』의 경우 종이책보다 전자판을 먼저 발매하는 디지털 퍼스트 성공사례로 주목을 받기도 했다. 그 외에 잡지 미계재 촬영분을 담은 그라비아 아이돌 디지털 오리지널 사진집과 한국 아이돌 그룹의 디지털 포토매거진도 인기가 높았다.

전자서적 스토어 시장점유율은 아마존재팬의 'Kindle스토어'가 압도적으로 높은 가운데 최근 당 사이트에서 대규모로 세일을 단행한 PHP연구소, 치쿠마쇼보 등이 큰 반향을 얻었다고 전해진다. 또 다른 전자서적 스토어인 'BOOK ☆ WALKER'에서는 KADOKAWA의 문고와 라이트노벨 10,000종 이상을 정액제를 이용해 무제한으로 읽을 수 있는 서비스를 개시했다. 전자서적의 무제한 읽기 서비스는 아마존의 Kindle Unlimited 서비스도 있지만, 아직 일본 콘텐츠는 한정적이기 때문에 'BOOK ☆ WALKER'의 시도가 전자서적시장에 어느 정도의 영향을 미칠지 귀추가 주목된다.

## 임프레스종합연구소 「전자출판산업 조사 보고서 2020」 발표

### 전자출판시장 규모, 2024년에는 5,669억 엔에 달할 것으로 예측

지난 8월 임프레스종합연구소는 「전자출판산업 조사 보고서 2020」을 발표했다. 이 보고서에 따르면 2019년 전자출판시장 규모는 전년 대비 22.9% 증가한 3,473억 엔으로 5년 뒤인 2024년의 시장규모는 2019년의 1.5배에 해당하는 5,669억 엔에 달할 것으로 예측됐다. 또한 모바일(스마트폰, 태블릿) 사용자를 대상으로 전자출판물 이용률(전자잡지 포함)을 조사한 결과, 유료 전자출판물 이용률은 전년 대비 0.2% 증가한 20.0%로 집계됐다. 한편 '무료 전자출판물만 이용하고 있다'는 답변은 24.7%로 지난해보다 0.8% 증가했다. 유료 전자출판물 이용률은 전년도에 비해 모든 연령대에서 증가했으며 유료 전자출판물 이용률이 가장 높은 연령대는 30대로 조사됐다. 반면 무료 전자출판물 이용률이 가장 높은 연령대는 10대로, 연령대가 높아질수록 무료 전자출판물 이용률은 떨어지는 경향을 보였다. 유료, 무료를 불문하고 전자출판물을 이용하고 있다고 응답한 사람을 대상으로 이용하고 있는 전자책 스토어와 애플리케이션을 조사한 결과 'Kindle스토어'가 26.2%로 1위를 차지했고, 'LINE망가'가 25.0%로 2위, 카카오재팬의 '픽코마'가 15.1%로 3위, 슈에이샤의 '소년 점프 플러스'가 14.4%로 4위, '라쿠텐Kobo'가 13.6%로 그 뒤를 이었다.

## 도서관에서는 전자서적 대출 건수 급증

코로나19 확산사태로 도서관에서는 전자서적 대출 실적이 3개월 연속 대폭 증가하고 있다. 2012년부터 전자서적 대출서비스를 운영하고 있는 오사카시립중앙도서관의 경우 3월부터 7월까지 전자도서관



액세스 건수가 전년 동기 대비 세 배에서 일곱 배로 급증했다고 한다. 전국의 초·중·고가 일제히 휴교에 돌입하고 도서관이 문을 닫은 지난 3월의 대출 건수는 6,696건(전년 동기 2,001건)이었다. 긴급사태 발령이 해제된 후인 6월엔 무려 1만 4,436건(전년 동기 2,044건)을 기록했다. 이렇게 전자서적 대출 이용자 수가 급증한 반면 이 도서관의 전자서적 장서 수는 약 6,200종에 불과해 종이책 장서 수의 227만 권에 비해 한참 뒤처지는 것으로 조사됐다.

## 코로나 사태로 코미케는 취소, 일부 전자서적 스토어에서는 동인지 작품을 전자화하는 사업 전개

2020년 5월에 예정되었던 일본 최대 규모의 동인지 즉매회 ‘코믹 마켓’(통칭: 코미케)이 코로나 사태로 인해 사상 최초로 취소되었다. 이렇게 동인지 즉매회가 잇달아 취소되자 ‘BookLive!’와 ‘BOOK ☆ WALKER’ 같은 일부 전자서적 스토어에서 작가와 협력하여 동인지 작품이나 개인출판물을 전자화하는 사업을 시작했다.

## 네이버와 카카오. 일본 전자코믹 어플리케이션 시장에서 1위를 다투

글로벌 앱 조사업체 앱애니에 따르면 지난 7월 카카오의 ‘픽코마’가 지난 7월 네이버의 ‘LINE망가’를 누르고 월간 기준 애플 앱스토어와 구글 플레이스토어 일본 어플리케이션 마켓에서 비게임 부문 통합 매출 1위에 올라섰다. 지난 2016년 4월 출시된 ‘픽코마’는 일본 전자코믹 후발주자로 출발했음에도 불구하고 ‘기다리면 무료’, ‘회차별 구매’ 등 차별화된 서비스로 매년 두 배 이상 가파른 성장세를 보이고 있다. 네이버의 ‘LINE망가’는 지난해 1월부터 올해 6월까지 1년 반 동안 1위를 유지하다가 지난 7월 처음으로 ‘픽코마’에 1위 자리를 내줬다. 최근 점유율 1위 자리를 놓고 었치락뒤치락 경쟁을 벌이고 있는 양사는 일본 현지 업체 인수를 통해 점유율 확대에 나서고 있다. 네이버웹툰은 지난 6월 국내 웹툰 제작사 와이랩(YLAB)의 일본 지사인 와이랩 재팬(YLAB JAPAN) 지분 25.21%를 32억 원에 사들였고 카카오 역시 같은 달 412억 원에 KODOKAWA의 지분 2.7%를 인수하기도 했다.



[글로벌마켓 리포트]에서는 미국·유럽·아시아 등 9개 나라에서 활동하고 있는 ‘KPIPA 수출 코디네이터’가 현지 출판시장 정보를 매월 정기적으로 수집하여 전합니다. 보다 더 자세한 리포트는 ‘출판수출지원-글로벌수출동향’ 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

 [출판수출지원 바로가기](#)

## 출판N Vol.15 2020.10

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.