

출판N

2021.07 Vol.23

nzine.kpipa.or.kr

커버스토리 : 국내 대학출판의 현황과 전망

대학출판, 어떻게 나아갈 것인가

서울대학교출판문화원 73년의 역사를 말하다

성균관대학교출판부 마케팅 전략

정책중인

출판 분야 창작자 맞춤형 표준계약서 설명회

출판가 핫&콜

[편집자 이야기] '기본'은 사각지대에 놓여 있다

책이 있는 공간의 지금

인사이드

사회적 콘텐츠가 된 "서울와우북페스티벌"과

문화기획자故 이채관

해외리포트

2021 런던 국제 도서전

프랑스의 안티 아마존 운동

Now
Next
News
Network

책문화의 현재와 미래를 그리는
매체로 다양한 목소리와 연대,
연결을 지향하는 출판 전문 매거진



<출판N> 웹진
<http://nzine.kpipa.or.kr>



+ 커버스토리	국내 대학출판의 현황과 전망	
	대학출판, 어떻게 나아갈 것인가	1
	· 김정규(사)한국대학출판협회 사무국장	
	서울대학교출판문화원 73년의 역사를 말하다	17
	· 곽진희(서울대학교출판문화원 출판실장)	
	성균관대학교출판부 마케팅 전략	13
	· 박정수(성균관대학교출판부 마케팅 팀장)	
<hr/>		
+ 정책zoom	출판 분야 창작자 맞춤형 표준계약서 설명회	19
<hr/>		
+ 출판가 핫&쿨	[편집자 이야기] '기본'은 사각지대에 놓여 있다	31
	· 조현주(흐름출판 편집팀장)	
	책이 있는 공간의 지금	36
	· 박사(북칼럼니스트)	
<hr/>		
+ 인사이트	사회적 콘텐츠가 된 “서울와우북페스티벌”과 문화기획자故 이채관	42
	· 이현진(사)와우책문화예술센터 대표)	
<hr/>		
+ 해외리포트	2021 런던 국제 도서전	47
	· 안성학(KPIPA 미국 코디네이터, 미국 파피펍 대표)	
	프랑스의 안티 아마존 운동	53
	· 강미란(KPIPA 수출 코디네이터)	

발행인 김수영 편집인 박찬수 편집위원 김홍기, 류영호, 백창민, 이영미 발행일 2021년 7월 8일

발행처 한국출판문화산업진흥원 주소 54866 전라북도 전주시 덕진구 중동로63 대표전화 063-219-2700 E-mail nzine@kpipa.or.kr 홈페이지 www.kpipa.or.kr

기획/편집 정책연구통계센터 디자인/제작 (주)늘품플러스

* 본지에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.

* 본지에 실린 글과 이미지는 한국출판문화산업진흥원과 필자의 동의 없이는 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

[국내 대학출판의 현황과 전망]
대학출판, 어떻게 나아갈 것인가
- 대학 학술출판은 국가경쟁력

김정규((사)한국대학출판협회 사무국장)

2021. 7.

1. 한국의 대학출판부는

1940년대부터 활동 시작

50여 개 대학출판부, 연간 1천여 종 출판

한국 학술출판의 한 축 담당

한국의 대학출판부는 1940년대 말에 서울대학교와 이화여자대학교에 출판부가 설치되면서 첫발을 내디뎠다. 초기 대학출판부들의 설립 목적은 소속대학 교수들의 연구 성과와 대학교육에 필요한 학술서 및 교재를 출판하여 이를 보급하는 일이었다. ‘학술출판’으로 명명될 수 있는 이러한 설립 목적은 현재까지 면면히 이어지고 있다. 2000년대부터는 패밀리 브랜드를 도입하면서 출판 분야를 교양도서까지 확장하기 시작했고, 저자와 독자도 학내 교수와 학생에 국한하지 않고 일반인에게 개방하여 대학과 사회의 가교 역할을 하고 있다. 또한 교육복지 증진과 지식·정보 격차 해소를 위해 장학금 지급, 소년소녀 가장 돕기, 교도소 재소자에 대한 교재 기증, 독서진흥단체를 통한 도서 기부 등 사회공헌에도 관심을 기울이고 있다.

한국의 대학에 설치되어 있는 출판 관련 부서는 2002년 78개 처를 정점으로 점차 감소하기 시작해서 2021년 6월 현재 약 50개 처가 활동 중이다(한국대학출판협회 가입 회원교는 47개 처). 출간도서는 10년간(2009~2018) 약 12,000여 종으로 같은 기간 국내 신간도서 종수 전체의 약 10%를 차지하고 있다. 이 중에서 대한민국학술원 및 세종도서 학술부문 선정도서는 10년간(2010~2019) 720여 종에 이른다. 이는 대학출판부가 한국 학술도서 시장에서 한 축을 담당한다고 볼 수 있는 수치다.

2. 대학출판부의 강점과 특색을 꼽자면

책을 연구 및 교육 매체로 인식

교수와 연구소 등 콘텐츠 생산집단과 커뮤니케이션 용이

대학별로 차별화된 기획물 선보이고 있어

일반적으로 대학출판인들은 책을 소비재로 보지 않고 교육매체, 즉 생산재로 인식한다. 한 학자의 연구 성과는 후속연구자를 위한 기초자료로, 학생들을 위한 교육자료로 활용된다. 또한 평생교육 시대를 맞이하여 일반인에게 전문지식이나 교양을 함양할 수 있는 콘텐츠로도 쓰인다.

한국에는 4년제 대학이 약 190개교, 전임교원 약 66,000명, 약 5,000개의 연구소가 있다(2020년 기준). 대학출판부는 공간적으로 이러한 교수 및 연구소에 대한 접근성이 좋으므로 외부 출판사보다 강점을 가지고 있다고 볼 수 있다. 이런 환경을 활용하여 대학출판부들은 각자 대학의 학문적 차별성이나 지역적 특성에 맞는 다양한 기획물들을 선보이고 있다.

종교 관련해서는 가톨릭대의 '가톨릭신학총서'와 침례신학대의 '종교개혁 500주년 기념 총서', 동국대의 '한국불교전서'를 들 수 있다. 특수교육 분야에서는 대구대의 '특수교육총서', '치료교육총서', 건강 관련해서는 단국대의 '대학병원 건강교실총서'와 서울대의 'Health+시리즈'가 있다. 지역학으로는 계명대의 '계명영남학총서'와 '낙중학총서', 경상국립대의 '지앤유 로컬북스'를 들 수 있다. 문화예술 분야로는 건국대의 '세계작가담구시리즈', 계명대의 '예술학총서', 경성대의 '경성대문화총서', 부산대의 '영화연구소 학술총서', 연세대의 '문학의 기본 개념', 영남대의 '민족문화자료총서' 등이 있다.

국제학 분야에는 고려대의 '동일본 대지진과 핵재난', 단국대의 '동양학 학술총서', 부산외국어대의 '국제지역문화연구총서'와 '국제관계연구총서', 서울대의 '미국학총서'와 '일본연구총서', 성균관대의 '동아시아학술원총서', 영남대의 '중국연구총서' 등이 있다. 그리고 인문사회 분야로는 계명대의 '한국학연구총서'와 '고문헌총서', 고려대의 '인문사회과학총서'와 '번역학총서', 이화여대의 '여성학총서', 충남대의 '시민사회연구 시리즈'와 '인지문화연구 시리즈', 영남대의 '인문학육성총서', 한국학중앙연구원의 'AKS 인문총서' 등이 있다. 한국방송대의 '아로리총서'는 교양문고이고, 한국외국어대는 외국어학 사전과 외국어 교육 교재가 백여 종에 이른다.

위의 총서 중에는 삼십 년 동안 꾸준히 이어져 100권 이상의 목록을 자랑하는 것도 있고, 최근에 론칭해서 시장의 반응을 기다리고 있는 것들도 있다. 하나의 총서가 하나의 정체성을 획득하고 스테디셀러로 자리 잡기 위해서는 경험이 풍부한 편집자들의 지속적인 열정이 필요하다. 다행스러운 것은 대학출판부에 10년, 20년 근무하며 묵묵히 교정지를 넘기는 편집자들이 다수 포진하고 있다는 사실이다.

한국대학출판협회 차원에서도 총서를 기획 중에 있다. 일본대학출판협회와 공동으로 추진 중인 가칭 '한일교류총서'다. 양국 협회 회원교의 우수도서를 저작권료 부담을 줄이면서 상호 번역해서 동북아 관련 학술연구 결과를 교류해 보자는 의도이다.

대학출판부들은 대학의 사회 참여 차원에서 고급교양서 시장으로 진출하면서 패밀리 브랜드(임프린트) 전략을 채택한 곳이 여럿이다. 대학에 대한 딱딱한 이미지와 지역성을 탈피하려는 의도가 깔려 있다.

현재 9개 대학출판부가 13개의 패밀리 브랜드를 운용 중이다. 경희대의 룩스문디, 계명대의 빛을 여는 책방, 단국대의 노스보스, 대구대의 열린길, 서울대의 스누북스, 울산대의 UUP/ 지혜의 바다, 충남대의 궁미디어, 한국방송대의 지식의 날개/ 에피스테메/ 책속에 지혜, 한국외대의 HUEBOOKs/ HUINE 이다.

대학출판부에서 출판해서 장안의 지가(紙價)를 올린 교양서로는 경상국립대의 『도시의 얼굴들』(허정도, 2018), 계명대의 『흥하는 도시 망하는 도시』(홍석준, 2019), 서울대의 『대항해 시대』(주경철, 2008), 충남대의 『이야기와 감동이 있는 일본문화 탐방』(장남호 외, 2013), 한국방송대의 『훌륭한 교사는 무엇이 다른가』(토드 휘태커, 2015) 등이 있다.



3. 대학과 대학출판의 환경, 자구책들

대학출판부 규모 매우 영세
 대학도 경영환경 갈수록 악화
 자구책 마련해도 한계 많아

대학출판부는 규모가 영세하다. 직원 수로 보면 10명 이상인 곳이 전체 50여 곳 중 10%, 4~9명이 50%, 4명 이하가 40%이다. 조직 운영은 학내의 한 부서로 운영하는 곳이 80%, 독립채산제 혹은 별도법인으로 운영되는 곳이 20%이다. 유통종수 500종 이상 되는 곳이 15%, 연매출액 10억 원 이상이 3곳이며 100억 원 이상이 1곳이다. 타 부서에 통폐합되는 곳이 꾸준히 나타나고 있고, 작년에는 코로나19 영향으로 대학이 온라인 수업으로 전환하면서 교재 매출이 톱 떨어졌다. 이러한 환경적 한계를 극복하기 위해 각 대학출판부들은 절치부심하고 있다. 그리고 이를 돕기 위해 한국대학출판협회 차원에서도 몇 가지 사업을 진행하고 있다.

첫째, 유통 사업이다. 협회 회원교의 도서를 모아서 하나의 출판사처럼 서점이나 기관을 상대로 마케팅을 하는 것이다(27개교 참여 중). 신간 규모가 커지기 때문에 교섭력이 강화된다. 각 대학출판부는 유통관리 업무를 줄일 수 있고, 독자나 소매서점들은 대학출판부 거의 모든 책을 한 곳에서 구할 수 있다는 장점이 있다. 전자책도 유통한다.

둘째, 홍보 부분이다. 매년 연말 협회가 ‘올해의 우수도서’를 선정하고 목록을 만들어 언론과 서점, 도서관에 배포한다. 2020년도 올해의 우수도서에는 총 18종을 선정했다. 그 가운데 고려대의 『국보 「겐지모노가타리에마키(源氏物語繪卷)」』(김수미, 2020)가 학술 부문 최우수도서, 한국학중앙연구원의 『한국학 학술용어』(이지원 외, 2020)가 대학교재 부문 최우수도서의 영예를 안았다. 그리고 7월 중에 협회 홈페이지가 새로 열린다. 독자들은 대학출판부에서 출판하는 모든 책을 각 대학별, 분야별로 쉽게 찾아볼 수 있을 것이다.



셋째, 전문인력 양성이다. 매년 국제세미나와 대학출판인 연수회를 실시하여 연구 및 실무 역량을 강화하고, 올해의 대학출판인상 시상상을 통해 실무자들에게 동기부여를 하고 있다. 2020년도 ‘올해의 대학출판인상’은 경북대 김용훈 기획편집실장(본상), 서울대 정승아 팀장(기획편집 부문상), 경희대 최선희 계장(마케팅관리 부문상), 방송대 전준섭 팀장(공로 부문상)에게 수여됐다.

그러나 이러한 노력으로 학술출판을 지켜내는 데는 한계가 있다. 대학 경영자들의 인식 개선과 정책당국의 지원이 필요하다. 대학 경영자들은 학술출판 혹은 대학출판을 수익사업으로 보는 경향이 있다. 그러나 이는 잘못된 시각이다. 대학출판부가 출판을 통해 대학의 본령인 연구와 교육, 생산된 지식의 보급을 위해 설립되었다는 점을 상기해볼 필요가 있다. 수익을 내지 못하더라도 학술적 가치가 있는 전문학술서를 대학출판부가 지속적으로 출판할 수 있도록 환경을 만들어야 한다.

그런데 대학도 어려움에 처해 있다. 10여 년째 계속되는 등록금 동결과 학령인구 감소로 인한 대학 간 경쟁 격화와 재정 압박에 시달리고 있다. 코로나19 사태로 인해 비대면 강의 역량을 제고하기 위한 지출도 감당해야 한다. 또한 교양 축소 및 전공 강화 정책, 강사로 절감을 위한 대형 교양 교과목 축소·폐지, 불법복제 성행, 비대면 강의 확산, 독서인구 감소 등 많은 지표들은 대학출판의 미래가 만만치 않다는 신호이다.

4. 학술출판, 경제재가 아닌 공공재로 관리해야

학술출판은 국가경쟁력

일본, 중국, 영국도 국가 차원의 정책적 지원

대학교육 차원에서 교육부도 고민 필요

현재의 상황을 방지할 경우 대학출판부의 학술출판 기능은 약화될 것이고, 학술출판은 상업출판사에 전가될 것이다. 그러나 상업출판사들이 재정적자를 감수하며 학술출판을 지속할 가능성은 많아 보이지 않는다. 일본은 2000년대 들어 대학출판부 설립 허가 기준을 대폭 완화했다. 이는 학술출판의 필요성이 증가한 탓도 있지만, 그간 대학출판부와 함께 학술출판의 한 축을 맡아 왔던 상업 출판사들이 경영 위기를 타개하기 위해 학술출판을 포기하거나 대폭 축소했기 때문이다.

이 시점에서 일본 정부는 왜 상업출판사 지원 정책 대신 대학출판부 설립 촉진 정책을 선택했을까? 이는 효율성과 공공성이 큰 요인으로 작용했을 것이라고 본다. 학술적 성과의 생산자와 소비자 대부분이 대학 안에 있는 만큼 학술출판 역시 대학출판부가 맡는 것이 효율적이다. 대학출판부는 학내기관이므로 출판과정에서 저자와 긴밀하게 협조할 수 있다. 또한 출판된 학술서를 대학 내외의 다양한 행정·연구 기관의 협력을 통해 확산시키는 데에도 강점이 있다. 그리고 대학출판부는 공적 기관이므로 예산집행이 투명하며, 수익이 발생할 경우 학술출판 비용으로 재투자할 수 있다. 선순환 체제 구축이 용이한 환경을 가지고 있는 것이다.

또한 일본 정부는 거시적인 차원, 즉 학술진흥과 학술출판 정책의 조화 또한 고려했을 것이다. 대학은 한 국가의 거의 모든 교육 정책이 실제로 집행되는 현장이며, 다양한 학술 정책들이 복합적으로 작용하는 공간이다. 따라서 학술진흥 정책의 일환인 학술출판 지원 관련 사업도 학내 사정을 잘 알고 있는 대학출판부가 맡는 것이 훨씬 효율적이라고 본다.

옥스퍼드대학 출판부는 연 매출이 1조 3,000억 원이라고 한다. 한국 대학출판의 현실에서는 꿈도 못 꿀 규모다. 그러나 옥스퍼드대학 출판부의 역사를 보면 인쇄출판 산업의 태동기인 16세기에 설립되어 업계 선발주자로서 선점효과를 누렸다. 또한 설립 이후 오랫동안 국왕으로부터 교재·학술서·종교서적의 독점적 출판권을 부여받아 안정적인 성장 기틀을 마련했다.

중국의 베이징대학 출판사도 마찬가지다. 현재 유한책임회사의 형태를 띠고 있지만, 설립 초기에는 '국가 단독 소유제 기업'이었다. 따라서 이 역시 설립 초기 단계부터 국가의 전폭적인 지원 속에서 규모와 출판 경쟁력을 높일 수 있었다. 이후 이 대학출판사는 중국의 개혁개방 및 경제성장과 궤를 같이하며 진행된 '대학 팽창' 특수를 누리며 고도성장을 이룩했다.

학술출판은 미국에서도 적자경영의 영역으로 본다. 학술서 출판으로 인한 손실은 당연히 발생하는 것이므로, 외부의 보조금과 지원금으로 이 손실액을 보전하여 출판의 지속가능성을 확보하는 것이 학술출판이라는 것이다. 이처럼 낮은 상업성으로 인해 공공성이 훼손되지 않도록 보호하고 육성하는 정책은 자본주의 체제에서는 반드시 필요한 것이다.

코로나19로 인해 교육, 특히 대학교육 환경이 요동치고 있다. 대면 수업에서 온라인 수업으로 축이 전

환되고 있다. 교육매체도 학술출판 방식도 변화할 수밖에 없다. 우리나라의 학술출판을 담당하고 있는 대학출판부들이 과거의 침체를 벗고 새롭게 도약할 수 있도록 정책당국이 나서야 할 시점이다. 학술출판이 국가경쟁력의 기반이 된다는 점을 직시하고, 학술도서를 공공재로 인식하여 출판을 담당하는 문화체육관광부뿐만 아니라 교육부도 지원정책을 고민해야 한다. 교육부가 직접 하기 어려우면 대학에 별도의 예산을 주거나 한국연구재단, 학술진흥재단 등을 통해 예산이나 인센티브를 지원하는 방안을 모색해 볼 수 있을 것이다.

참고한 자료들

박대현·양정모 외, “학술지원 저술성과 확산을 위한 대학출판조직 지원방안,” NRF ISSUE REPORT(한국연구재단, 2021. 7호).

한국교육개발원, 고등교육통계조사, [https://hi.kedi.re.kr/home/univ/school2\(2020\)](https://hi.kedi.re.kr/home/univ/school2(2020)).

한국대학출판협회, 『한국 대학출판 국제교류사』(한국방송통신대학교출판문화원, 2018).



김정규((사)한국대학출판협회 사무국장)

한국방송통신대 출판문화원에서 30여 년 출판기획자로 일하고 있다. <교수신문>에 북칼럼 ‘김정규의 책으로 보는 세상’을 기고 중이며, 지은 책으로는 동시집 『칭얼대는 파도』(필명 김효안) 등이 있다. 출판유공자로 문화체육관광부장관 표창, 국무총리 표창을 받았다.

jeongkyu@knou.ac.kr

[국내 대학출판의 현황과 전망]

서울대학교출판문화원 73년의 역사를 말하다

곽진희(서울대학교출판문화원 출판실장)

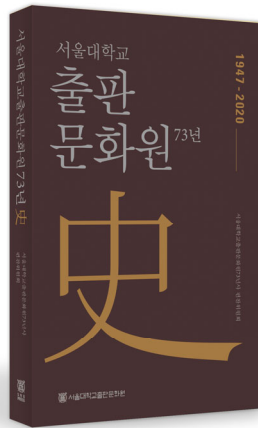
2021. 7.

지금도 기억 저편에 대학을 갓 졸업하자마자 설레는 마음으로 서울대학교출판문화원(이하 출판문화원)에 첫발을 내디뎠던 때가 주마등처럼 머릿속을 스치고 지나간다. 중·고등학교 시절 백일장에 나가 운 좋게 몇 번의 수상을 하고 교지 편집을 담당했던 경험만으로, 책을 만드는 일을 하면 행복하겠다는 막연한 동경심으로 시작된 나의 출판 입문은 그야말로 좌충우돌의 연속이었다.

그렇게 근거 없는 자신감과 호기심으로 출판에 몸을 담근 지도 어느새 36년이란 시간이 흘렀다. 나는 가끔 후배들에게 어떤 족적을 남겨야 출판을 먼저 시작한 선배로서 소명을 다했다고 할 것인가를 되짚어보곤 했는데, 그에 대한 해답을 주신 분이 지금은 은퇴하신 언론학자 차배근 교수님이다.

차 교수님께서서는 만날 때마다 내게 실장이 출판문화원의 역사를 정리하지 않으면 할 사람이 없다며 마치 숙제를 안겨 주시듯 말씀하셨다. 그때마다 ‘과연 내가 정리하는 것이 맞는 것일까?’, ‘40년 남짓 출판계에 몸담았다고 해서 출판문화원의 역사를 기록할 자격이 되는 것일까?’ 수없이 되뇌곤 했다. 그러던 중 우연히 당시 원장님이셨던 국문학자 정병설 교수님께서 서울대학교출판문화원사를 출간하자는 제안을 하시는 바람에 얼떨결에 시작하게 되었다. 그러니까 정병설 교수님께서 출판문화원사 출간에 마중물을 붓는 역할을 하신 셈이다.

물론 지나간 73년이란 시간의 자료를 모으는 과정에서, 망실된 서류를 찾고 흩어진 기억들을 하나하나 퍼즐 맞추듯 끼워 나가면서 출간하기까지 많은 어려움이 있었다. 그러나 정 원장님의 끊임없는 격려 덕분에 지금의 『서울대학교출판문화원73년사』가 세상 밖으로 나올 수 있게 되었다. 사람의 나이로 치면 망팔(望八)이 지났으니 73년이란 세월 동안 얼마나 많은 시행착오와 우여곡절이 있었을지는 먼지가 부영게 쌓인 빛바랜 서류 뭉치와 누런 원고 뭉치를 보면서 미루어 짐작할 수 있었다. 200자 원고지에 연필로 꼭꼭 눌러 쓴 어느 원로학자의 원고는 글쓴이의 학문적 고집이 읽혀질 만큼 힘이 실려 있었으며, 살짝만 건드려도 부스러질 것 같은 직원의 ‘신상조사카드’는 당시 직원들의 담당 업무와 직위를 알 수 있게 했다.



흥미로운 사실은 ‘직원 신상조사카드’ 란에는 기본적인 인적사항 외에도 친지 주소와 재산 상황을 알 수 있게 동산과 부동산, 보증인, 월수입 등이 적혀 있고, 주거지 위치를 알려주는 약도가 그려져 있다는 것이었다. 지금은 상상도 하기 힘든 일이다. 그랬다가는 회사가 갑질을 한다고 비난이 쏟아지는 것은 물론이고 자칫하면 사생활을 침해하는 일이라고 마스크를 타는 곤욕을 치를 수도 있을 것이다.

또한 출판문화원의 이사장은 설립 초기부터 지금까지 총장이 맡아 왔으나, 실질적인 운영은 지배인이라는 직위를 가진 실무자(류시부, 니혼대학 법학부 졸)가 직접 맡았던 것으로 파악된다. 지배인이라는 직위는 현재 출판계에서는 사용되지 않는 용어로 아마도 당시에는 편집이나 기획 업무보다는 영업에 관한 요구가 더 컸던 것 아닌가 싶다.

‘서울대학교출판문화원의 책은 우리 미래의 문화재’라는 슬로건 아래 국내 최초로 대학출판의 획을 그은 출판문화원은 대한민국의 현대사와 함께했다고 해도 지나침이 없다. 한국전쟁이 발발하기 3년 전인 1947년에 “서울대학교 교수의 학술연구와 대학 학사의 지원 및 출판문화의 향상 발전을 도모함을 목적으로 한다”는 취지하에 설립된 국립 서울대학교출판부는 『신세기(新世紀)의 원자세력(原字勢力)』(박철재¹⁾ 역, 1948년 11월)을 시작으로 대학출판의 신호탄을 올렸다. 이 책은 1937년 폴리처상을 받은 과학 저널리스트이자 작가였던 데이비드 디츠(David Dietz)의 원저인 *Atomic Energy in the Coming Era*(1945)의 번역서이다. 이는 당시 미국이 일본의 항복을 이끌어내기 위해 1945년 히로시마와 나가사키에 원자폭탄을 투하해, 전 세계적으로 원자핵 무기에 대한 공포심이 절정에 달했던 시기에 그 위력을 과학적으로 밝힌 책이라고 할 수 있다.

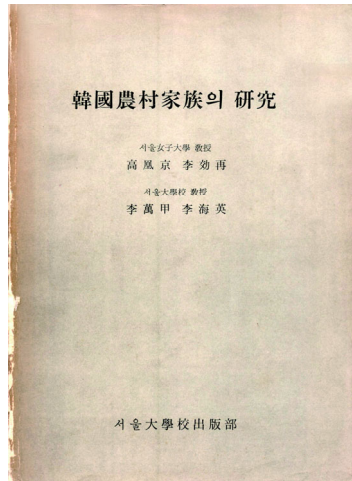
이후 오랜 시간 대학출판부의 움직임은 눈에 띄지 않다가 <동아일보>(1952년 5월 14일 자)에 “국립서울대학교에서는 외국 저명한 학술서적을 번역 출판하여 대학교재의 쇄신을 기하고자 금번 사계의 권위

1) 한국 최초의 과학행정가로, 서울대학교 물리학과 주임교수를 역임하고 정부 수립과 함께 1948년 문교부 관리로 들어갔다. 1955년 제네바 원자력 평화이용 국제회의 한국 측 수석대표, 원자력연구소장 등을 역임하면서, 건국 이후 초창기의 과학교육 발전에 기여하였다. 고무가 모든 물질 중에서 가장 탄성(彈性)이 큰 이유를 분자구조에서 규명한 것은 그가 남긴 업적 중 가장 큰 것이라고 할 수 있다.

교수를 망라한 출판위원회를 구성하였다고 한다”라는 기사가 실렸다. 바로 이것이 지금까지 이어져 오고 있는 원고심의 기구인 현재 출판위원회의 시발점이 된 것이 아닌가 한다.



신세기의 원자세력



한국농촌가족의 연구

서울대학교는 한국전쟁 휴전 이후 미국 정부의 지원을 받아 재건했다. 이즈음 슈나이더(Arthur E. Schneider)²⁾ 박사에 의해 1956년부터 대학 내 인쇄공장 설립에 대한 논의가 이루어지다가, 마침내 미국으로부터 원조를 받아 1962년 5월 출판부에 인쇄공장을 설립했다. 그러나 실질적으로는 활자 주조, 문선 케이스 정리 등 시설 확충이 이루어진 1962년 11월에 가서야 인쇄기를 가동하기 시작했다. 이는 1998년 활판인쇄가 종료될 때까지 1천 종³⁾의 도서를 발간함으로써 우리나라 학술 발전에 크게 이바지했다.

한편 서울대학교출판부가 독립법인으로 공식 출범한 것은 1961년이며, 독립법인체로 등기를 마친 후 처음 출간한 책은 『한국농촌가족의 연구』(고향경 외, 1963)이다. 출판부 설립 초기에는 논문집, 학술지, 연구서 등에서부터 고전 도서 영인에 이르기까지 다양하게 출판했는데, 1972년부터는 서울대학교 부설로 있던 한국방송통신대학의 교재 출판도 함께 진행했다. 그 작업은 1년에 두 번씩(1, 2학기) 1990년대 초까지 계속되었다.

1975년 서울대학교가 여러 군데로 흩어져 있던 단과대학들을 관악산 아래 종합캠퍼스로 이전해 오면서 대학출판부도 1979년 동승동 사옥에서 관악캠퍼스로 이전했다. 이후 1980년 ‘출판실’을 ‘출판부’로 명칭을 변경하고 1983년에는 한국대학 최초로 전산조판기를 설치하여 전산화 작업에 박차를 가함으로써

2) 슈나이더 박사는 미네소타대학 임학과 교수로, 1954년부터 1961년까지 7년을 서울대학교에 머물렀다. 미국은 제2차 세계대전 후 세계 재건 프로그램을 만들었는데, 미네소타대학은 한국과 일본의 대학 재건을 맡았다. 슈나이더 박사의 기록은 현재 미네소타대학 도서관에 소장되어 있으며, 서울대학교 기록관에 복사본 일부가 남아 있다. 서울대학교는 1961년 슈나이더 박사의 공로를 기려 명예 법학박사학위를 수여했다.(『서울대학교출판문화원73년사』, 2020, p.153 참조.)

3) 당시 김용덕(전 동양사학과 교수) 출판부장은 “1천 종 돌파는 우리보다 근대 대학의 역사가 훨씬 앞선 일본도 겨우 두 개의 대학출판부만 달성했다”고 말했다.(『서울대학교출판문화원73년사』, 2020, p.110 참조.)

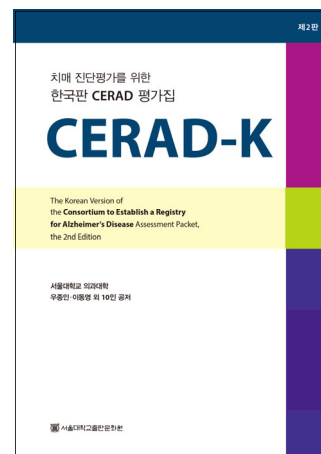
써 새로운 도약의 발판으로 삼았다. 그 사이에도 국제화 추세에 발맞춰 1982년에는 하와이대학출판부와, 1983년에는 워싱턴대학출판부와 공동으로 출판 및 판매를 모색하면서 외연을 확장해 나갔는데, 그 결과물이 *Postwar Korean Short Stories*(김중운)와 *Securities Regulations in Korea*(신영무)이다.

출판문화원은 관악캠퍼스로 이전해 오면서 학내구성원(학생, 교수 등)의 요구에 부응하기 위해, 그동안 인쇄 제작 납품에 주력해 오던 것에서 벗어나 학술출판을 전담하는 출판실과 인쇄소로 조직을 이원화함으로써 출판부에서 큰 비중을 차지하던 인쇄소 업무는 점차 축소되어 갔다. 1998년 활판인쇄가 종료되면서 출판문화원은 다시 한 번 전환점을 맞게 된다. 컴퓨터 조판을 도입하고 인쇄부문을 아웃소싱하기로 결정하면서 비로소 기획과 편집, 마케팅, 디자인, 홍보 등에 집중할 수 있게 된 것이다. 또 2009년에는 ERP 시스템을 도입하여 재고관리를 투명하게 하는 등 회계 시스템을 체계적으로 운영하고, 각 부서의 업무를 효율적으로 관리할 수 있도록 전산화를 이루었다.

2007년 지금의 자연과학대학 연구동 신사옥으로 이전하면서, 문화콘텐츠 기관으로서의 역할을 확대해 나가기 위해 2009년에 다시 '출판문화원'으로 명칭을 승격 변경하였다. 2010년에는 인터넷의 급격한 성장과 변화하는 출판시장에 발맞춰 네이버·다음 카카오와 e-콘텐츠를 제휴하여 새로운 플랫폼을 통해 독자에게 더 많은 양질의 정보를 제공하는 역할을 하기도 했다.

또한 세계시장 진출을 위해 2007년 출판문화원 주관으로 한·중·일 대학출판부협회 국제도서전을 개최하였으며, 해외 유통 전문 에이전시와 제휴를 통해 해외시장으로의 유통을 확대해 나가면서 국제화를 꾀하였다. 동시에, 일찍부터 전자 콘텐츠로의 진입을 서둘러 2021년 현재 600여 종의 전자책을 유통하고 있다. 이러한 발 빠른 대처는 코로나19의 확산으로 온라인 강의가 활성화됨에 따라 국내외 독자들로부터 큰 호응을 얻고 있다.

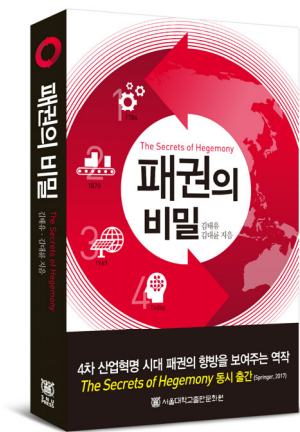
대학출판부의 특성상 채산성이 낮은 학술서 출판을 지속하기란 여간 어려운 일이 아니다. 특히 우수한 학술서는 채산성을 고려하지 않고 조건 없이 출판한다는 것을 기본 취지로 삼고 있는 출판문화원으로서 더욱더 어려움이 크다고 할 수 있다. 하지만 다행히도 치매진단 평가도구인 『세라드케이(CERAD-K)』(우종인·이동영 외, 2003) 종이책과 신경심리검사 평가결과를 자동으로 데이터베이스화하여 축적할 수 있게 개발된 앱(App)이 시장에서 큰 호평을 얻으면서 그 어려움을 해결할 수 있었다. 우리나라가 고령화 사회로 진입하면서 노년층의 인지장애가 심각한 사회문제로 대두됨에 따라, 2017년 정부에서는 치매국가책임제를 시행하였는데, 이때 치매검사 진료비를 국가가 지원하게 되자 세라드케이 검사자 수요가 급증하는 현상이 나타났다. 그 결과 판매가 크게 신장하여 수익 부분에서 큰 비중을 차지하게 된 것이다.



세라드케이(CERAD-K)

뿐만 아니라 수목 관련 교재와 4차 산업혁명 관련 전문가로, 유튜브 '패권의 비밀' 영상의 조회 수가 400만 건을 넘는 김태유 교수의 『패권의 비밀』(2017), 그리고 주경철 교수의 『대항해시대』(2008) 등 역사 분야 도서가 베스트셀러가 되면서 채산성이 낮은 학술서를 꾸준히 출간할 수 있는 기틀을 만들어 주고 있다.

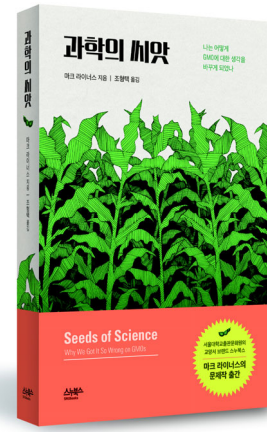
이외에도 출판문화원은 한류의 확산으로 한국어 교육 수요가 늘어남에 따라, 2015년부터 서울대학교언어교육원과 지속적으로 한국어 교재 개발을 진행하고 있다. 최근에는 전문 학술서 외에 지식을 공유할 수 있는 고급 교양서를 기획, 발간함으로써, 풍요롭고 깊이 있는 전문 지식의 대중화에 기여하기 위해 제2브랜드인 ‘스누북스’를 론칭하고, 환경운동가 마크 라이너스가 쓴 『과학의 씨앗』(조형택 역, 2020)을 출간하기도 했다.



패권의 비밀



대항해시대



과학의 씨앗

이처럼 출판문화원은 수의 창출만을 좇는 출판사가 아닌 대학 내 학술·문화기관으로서 학술도서 출판을 주된 영역으로 삼고, 국문·외국문 학술전문도서를 포함하여 다양한 총서와 각종 기획도서, 대학교재 등 지금까지 약 3,400여 종의 도서를 발간하였으며, 현재 약 2,200여 종의 도서(600여 종 전자책 포함)를 유통하고 있다.

특히 한국어 교재 시리즈, ‘미적분학’ 등 대학 교수 현장에서의 효율을 향상시키는 양질의 대학교재를 발간하기도 한다. 또한 SNULT, New TEPS 수험서 등 대학 현장에서만 활용할 수 있는 교재를 넘어, 학습 의욕을 가지고 있는 독자라면 언제 어디서든 활용할 수 있는 도서를 발간하는 데에도 힘쓰고 있다.

73년이란 긴 시간을 씬 없이 숨차게 달려온 출판문화원은 앞으로도 학술출판의 중심에 서서 과거를 기억하며 미래를 준비해 나갈 것이다. 또한 한국 대학출판의 선구자로서 사명감을 가지고 출간하는 모든 책이 미래의 문화재가 되어 우리의 후속세대에게 읽힐 수 있도록 최선의 노력을 기울일 것이다. 동시에, 학술계와 출판계가 필요로 하는 지식을 창출하고 최고의 지식을 전파해 나가는 데 선도적 역할을 할 것임을 밝히며 이 글을 마친다.



곽진희(서울대학교출판문화원 출판실장)

서울대학교출판문화원에 1986년 입사해 현재 출판실장으로 근무 중이다. 2019년 문화체육관광부 장관상을 수상했다.

edit@snu.ac.kr

[국내 대학출판의 현황과 전망]
성균관대학교출판부 마케팅 전략
- 변화하는 시대에 적응하기 위하여

박정수(성균관대학교출판부 마케팅 팀장)

2021. 7.

우리 대학을 비롯한 많은 대학출판부는 몇 해 전부터 비슷한 어려움을 겪고 있다. 대부분의 대학출판부는 대학 구성원들의 연구 성과를 바탕으로 학술도서를 발행한다는 설립 취지 아래 운영하고 있지만, 학술출판의 매출 부진과 이로 인한 경영악화로 대학출판부의 어려움은 매해 커지고 있는 실정이다. 많은 대학출판부는 매출 확대를 위한 교양도서 브랜드를 론칭하고 대중독자에게 다가설 수 있도록 노력해 왔다. 하지만 이러한 대학출판부의 시도에 대해 ‘대학출판부의 설립목적과 배치되는 것 아닌가?’, ‘교양도서까지 출간한다면 상업출판사와 다른 점은 무엇인가?’ 등 비판의 목소리도 적지 않았다. 비판의 목소리를 극복하기 위해 대학출판부에서는 ‘대학 구성원의 인식개선을 통한 직접지원 확대’를 생각하거나, ‘해외 유명 대학출판부와 같이 기부금을 통해 매출에 대한 부담에서 벗어나 학술도서를 발행’하는 등의 노력을 하고 있다.

하지만 대학출판부라고 해서 시대적인 흐름을 거스를 수는 없다. 대학출판부에 대한 인식개선과 함께 외부 지원을 기대하는 한편, 설립목적을 유지하기 위해 대학출판부 자체적인 노력 또한 필요하다. 대학출판부의 설립목적에 부합하는 학술도서도 발행하고, 안정적인 운영을 위해 매출을 기대할 수 있는 교양도서도 발행할 수밖에 없는 것이다. 현재의 대학출판부는 과거의 학술도서 전문 출판사가 아닌 일반 상업출판사와 똑같은 위치에 있고, 출판시장에서도 똑같은 경쟁관계에 있다. 경쟁관계라고 해서 상업적 출판을 지향하는 것은 아니다. 대학출판부는 상업출판사가 접근하기 힘든 영역의 학술도서는 매출과 상관없이 발행하고, 대학출판부만의 장점을 살려 학술적 영역에 근접하는 지식을 원하는 독자를 위한 교양도서를 기획하고 발행하기 위해 노력하고 있다.

대학교 내 홍보 강화

일반출판사에서 책을 펴내는 저자들 가운데 대학에 직을 두고 있는 경우가 적지 않다. 그들이 소속된

대학에도 대부분 대학출판부가 존재한다. 그럼에도 그들은 교양도서를 자신이 속한 대학출판부에서 출간하기보다는 대학 외부의 출판사에서 출간하는 경우가 많다. 대학출판부 구성원들은 불멘소리를 한다. ‘팔릴 만한 교양도서는 밖에서 출간하고, 판매를 기대하기 힘든 학술도서만 우리에게 출간해달라고 부탁한다’고 말이다. 하지만 모든 저자는 똑같다. 학술도서건, 교양도서건 자신의 저술활동의 결과물인 출간된 도서가 가능하면 많은 독자들과 만나길 원한다. 이러한 저자들은 ‘대학출판부에서는 도서를 출간해도 홍보나 판매활동에 소극적일 것이고, 내 책이 많은 독자들과 만날 수 있는 기회가 줄어들 것’이라고 생각한다. 그래서 판매 가능성이 높은 교양도서는 외부의 일반출판사에서 출간하고, 매출보다는 출간 자체가 목적인 학술도서는 접근이 쉬운 내부의 대학출판부에서 출간한다. 대학출판부에 대한 대학 구성원들의 이러한 인식은 그들만의 잘못은 아니다. 그동안 대학 구성원들에게 ‘대학출판부도 일반출판사 못지않게 좋은 책을 만들 수 있고 적극적으로 홍보할 수 있다’는 능력을 제대로 알리지 못했다.

성균관대학교출판부는 교내 홍보에 집중했다. 먼저 교내구성원을 대상으로 ‘우수도서지원사업’을 정기적으로 진행했다. 대학 구성원 대부분은 우리 대학에 출판부가 존재하는 것을 알고 있다. 하지만 그들은 대학출판부에 대해 ‘수업에 활용하는 교재만 출간하고 있다거나, 대학출판부에서 제작한 도서의 결과물은 우수하지 못할 것’이라는 편견을 갖고 있는 경우가 많다. 이러한 생각을 바꾸기 위해 선인세 형태로 수백만 원을 지원하는 조건으로 우수원고를 확보하기 위해 노력했고, 수년 동안 많은 우수원고를 확보하여 책으로 출간할 수 있었다. 물론 높은 금액의 선인세가 좋은 책의 기준은 아니지만, 저자들에게 대학출판부가 좋은 책을 만들기 위해 노력하고 있다는 시그널을 주기에는 충분했다. 또 ‘우리 대학출판부가 학술도서도 출간하지만 교양도서도 출간하고 있고, 일반출판사 못지않게 출간한 도서가 많은 독자와 만날 수 있도록 노력하고 있다’는 것을 알리기 위해 교내 홍보도 적극적으로 진행했다. 대학 구성원들이 지나는 곳곳에 플래카드, X배너, 홍보 포스터를 설치하여 대학출판부 도서를 직접 홍보했다. 교내 카페와 도서관 등 구성원들이 많이 찾는 장소에는 별도로 서가를 설치하고 대학출판부 발행 도서를 비치하여 홍보했다.



교내 X배너 홍보



교내 강연회



교내 게시판 홍보



교내 플래카드 홍보

교내 구성원을 위한 교내 강연회도 꾸준히 진행했다. 대학의 부속기관이라는 장점을 살려 비교적 지적 호기심이 높은 대학 구성원을 대상으로 출판부 저자를 활용한 다양한 교내 강연을 열었다. 이를 통해 출판부의 도서 홍보와 함께 교내 구성원들에게 출판부에 대한 인식을 제고할 수 있는 기회를 제공했다. 이러한 결과로 많은 교내 구성원에게 ‘우리 대학출판부가 일반출판사 못지않은 경쟁력을 가지고 있다’는 인식을 확대할 수 있었고, 교내 우수 저자 확보에도 도움이 되었다.

우수 저자 확보는 교양도서뿐만 아니라 학술도서 매출에도 도움이 된다. 학술도서 매출은 일반적인 판매로는 분명히 한계가 있다. 학술도서는 매출을 기대하고 출간하는 도서는 아니지만, 매출을 기대할 수 있는 이벤트가 있다. 대표적으로 한국출판문화산업진흥원에서 진행하는 ‘세종도서 우수학술(교양)도서’와 대한민국학술원에서 진행하는 ‘우수학술도서’가 있다. 학술도서를 출간할 때는 이러한 우수도서 지원사업에 선정되는 것을 기대하기 마련인데, 우수 저자 확보는 ‘우수도서’ 선정에 큰 영향을 미쳐 매출 확대에 도움이 된다. ‘우수도서’ 선정이 대학출판부의 직접적인 홍보활동 결과물은 아니지만, 교내 홍보를 통한 교내 구성원의 우수원고를 출간하여 얻은 성과라 할 수 있다.

구매력 높은 일부 동문들에게 특판 형태로 도서를 홍보하여 대량 판매하는 것도 매출에 도움이 된다. 특히 성균관대학교는 문헌정보학과와 사서교육원을 통한 교육활동이 활발하게 이루어지고 있다. 이러한 동문들에게 온라인홍보물을 메일로 홍보하기도 하고, 리플릿을 제작하여 배포하기도 한다. 이를 통해 출간한 도서를 관련 종사자에게 직접 홍보할 수 있고, 대학출판부도 학술도서뿐만 아니라 교양도서를 출간하고 있다는 것을 알릴 수 있는 기회가 된다.

교양도서 브랜드 론칭과 일반 홍보

대학출판부에 대한 편견은 대학 외부에서 더 크게 느껴진다. 교양도서로 대중독자를 위해 기획한 책을 출간했음에도, 발행출판사가 ‘OOO대학출판부’로 책이 출간되면, ‘이 책은 교재구나’, ‘이 책은 학술서구나’ 하고 책을 펼쳐 볼 생각도 하지 않는 독자가 많다. 서점 관계자들 또한 ‘OOO대학출판부 책이면 학술서적이니 별도로 매대에 진열하거나 홍보할 필요는 없겠구나’ 생각하는 경우도 많다.

이러한 편견을 깨기는 쉽지 않다. 결국 많은 대학출판부는 임프린트 형태로 교양도서 브랜드를 론칭했다. 성균관대학교출판부도 ‘사람의무늬’를 론칭해 현재까지 100종 이상의 교양도서를 출간했다. 이렇게

교양도서 출간으로 출판영역을 넓힌 대학출판부는 출판시장에서 일반출판사와 동등하게 경쟁해야 하는 위치에 서게 됐다. 출간 후 제한된 독자들에게 홍보하고, 판매 부문에서 크게 기대하기 힘든 학술도서와는 달리 교양도서는 대중독자들에게 적극적으로 홍보해야 한다는 과제가 있다. 이러한 교양도서를 홍보하기 위해 서점에 직접 광고를 진행하거나 이벤트를 통해 홍보하는 일반출판사와 비슷한 홍보를 진행한다. 최근에는 온라인(SNS, 유튜브 등) 홍보 및 대학출판부 홈페이지 회원들 대상으로 이벤트를 기획하는 등 홍보활동을 강화하고 있다.

특히 서울국제도서전, 와우북페스티벌 등에도 단독으로 참여하여 일반출판사와 똑같이 독자와 소통하기 위해 노력하고 있다. 온라인서점과 연계하여 서점의 독자들에게 도서를 홍보하며 강연회를 진행하기도 한다. 이와 함께 서울도서관, 종로구청 등 주요 도서관 및 독서활동에 관심 있는 기관과 이벤트를 기획하여 독자와의 만남을 강화하고 있다. 최근에는 코로나19 팬데믹으로 주춤하고 있지만, 독자와 저자가 직접 소통할 수 있는 저자강연회는 매년 평균 4~5회 이상 진행하며 홍보활동을 이어가고 있다.

교양도서브랜드 론칭 초기에는 ‘대학출판부에서도 교양도서가 나오나요?’, ‘대학출판부에서 출간한 도서면 학술도서 아닌가요?’ 하며 의아해하던 독자들도 있었다. 하지만 시간이 흐르면서 대학출판부에서도 좋은 교양도서를 출간하고 있다는 인식이 확대되고 있다.



서점 광고



서울국제도서전 참가



와우북페스티벌 참가



서울도서관에서 진행한 저자강연회



카페에서 진행한 저자강연회

해외 홍보

최근 SNS(페이스북, 인스타그램 등)를 통해 해외에서 도서구매 문의를 가끔 받는다. 특히 한국학 관련 도서에 대한 구매 요청이 많은데, 이를 위해 해외 홍보도 진행하고 있다. 출판부에서는 SNS를 통해 담당 사서나 연구자들과 소통하고 도서를 홍보하는 방법에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있다. 영문으로 된 홍보 책자를 제작해 해외의 한국학 연구기관이나 관련 학회가 열릴 때 직접 배포하기도 한다. 또한 변화된 시대에 맞게 영문으로 제작된 웹진 형태로 우리 도서를 직접 홍보하는 방안을 구상하고 있다. 하지만 해외 홍보는 대학출판부의 역량만으로 진행하기에는 한계가 있기 때문에, 도서 홍보를 위한 정부 지원 사업에 지원하여 도움을 받기도 했다. 최근 해외 판매업체를 통해 직접 판매되는 도서가 계속해서 증가하는 추세이다. 해외 판매가 매출에서 큰 부분을 차지하지는 않지만, 대학출판부 브랜드파워를 강화하는 데 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

독자층 확장

정보통신기술의 발달로 독자들이 원하는 콘텐츠도 급속히 달라지고 있다. 전통적인 형태의 종이책 콘텐츠에 비해 최근 e-Book, 오디오북 등의 전자책 콘텐츠에 대한 소비 욕구가 커지고 있다. 앞으로 정보통신기술에 익숙한 세대가 성장하면서 이러한 요구는 더욱 거세질 것으로 예상된다. 성균관대학교출판부도 전자책 제작 및 판매를 적극적으로 진행하고 있다. 특히 과거 불법복제에 대한 부담으로 꺼려하던 교재들도 전자책으로 제작하여 변화한 독자들의 요구를 만족시키기 위해 노력하고 있다.

우리 대학을 비롯한 국내 대학에는 많은 해외 유학생들이 있다. 이들을 대상으로 도서 판매를 확대하기 위해 기존 한국어로 출간하여 판매 중이던 유학생 대상 도서를 영어, 중국어 등으로 번역하여 출간을 준비하고 있다. 또 해외에 거주하면서 한국에 관심을 갖고 있는 독자들이 좀 더 쉽게 접근할 수 있도록 영어나 중국어로 된 전자책 판매도 준비 중이다. 앞으로도 독자들의 요구를 충족하고 기존 독자층을 넘어 더 많은 독자층을 확보하기 위해, 기획 단계부터 다양한 형태로 재생산할 수 있는 콘텐츠 개발과 마케팅 방안을 마련해 나갈 예정이다.

수신제가(修身齊家)

‘먼저 몸과 마음을 닦아 수양하여 집안을 안정시킨 후에 나라를 다스리고 천하를 평정한다’는 뜻의 ‘수신제가치국평천하(修身齊家治國平天下)’는 『사서삼경(四書三經)』 중 『대학(大學)』에 나오는 고사성어다. 성균관대학교출판부는 규모나 매출액 면에서 가장 큰 대학출판부는 아니다. 하지만 좋은 책을 출간하기 위해 누구보다 많은 노력을 기울이고 있다. 성균관대학교출판부가 생각하는 가장 좋은 마케팅은 무엇일까? 좋은 책을 출간하는 것이 가장 좋은 마케팅이라고 생각한다. 그렇다면 가장 좋은 책은 무엇일까? 우리 책을 찾고 읽는 독자들이 좋아하는 책이 가장 좋은 책이다.

독서인구 감소, 도서시장 불황 등 침체된 출판계의 이야기는 코로나19 팬데믹 이전부터 지속된 출판계의 반응이다. 책이 아니어도 재미있고 유익하게 즐길 수 있는 콘텐츠가 넘쳐나는 시대에 독자들에게 책을 소개하고 독서를 유도하는 것이 쉬운 일은 아니다. 하지만 불황 속에서도 매출이 오르는 사업은 있듯, 침체된 출판시장 속에도 독자들이 꾸준히 찾는 책은 있다. 몇 주 전 성균관대학교출판부 직원들은 ‘인공지능을 활용한 국내외 출판환경’에 대한 내부 워크숍을 진행했다. 독자들이 우리 책을 찾고 선택하기에 앞서, 우리가 먼저 변화하는 독자들의 눈높이를 이해하는 것. 그리고 한층 세밀하게 독자들에게 대해 분석하고, 매력적인 콘텐츠 개발을 통해 독자들에게 먼저 다가갈 새로운 독자층을 확보하는 것이 성균관대학교출판부의 마케팅 전략이다.



박정수(성균관대학교출판부 마케팅 팀장)

일반출판사에서 출판기획·마케팅 업무를 진행했고, 현재 성균관대학교출판부에서 마케팅을 맡고 있다.

pinkaha@skku.edu

출판 분야 창작자 맞춤형 표준계약서 설명회

출판진흥원과 문화예술위 공동 개최

2021. 7.

한국출판문화산업진흥원은 6월 23일(수) “2021년 출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회”를 개최했다. 허희 문학평론가가 사회를 맡았으며, 설명회는 1부와 2부로 나누어서 진행됐다. 1부에서는 협성대 미디어영상광고학과 공병훈 교수의 첫 번째 발제를 시작으로 한국작가회의 저작권위원회 김대현 위원장, 동화작가이자 어린이청소년책작가연대 저작권위원회의 유영소 위원장이 출판 분야 불공정 계약 실태발표를 진행했고, 이어서 2부에서는 세명대 디지털콘텐츠창작학과 김기태 교수와 법무법인 덕수의 임애리 변호사, 출판경영연구소 이승훈 대표가 불공정 계약 예방을 위한 표준계약서 등 교육을 진행했다. 이번 설명회에서는 그동안 불공정한 계약 관행을 유지해오던 실태를 살피며 문제점을 짚어볼 수 있었고, 창작자들이 표준계약서를 통해 공정한 계약을 맺는데 도움이 될 수 있도록 해주는 의미 있는 시간을 가졌다.

1부 불공정 계약 실태발표

출판 분야 불공정·불평등 계약 사례 및 문제점

공병훈 교수(협성대 미디어영상광고학과)


첫 번째 발제를 맡은 공병훈 교수는 <문학 분야 불공정 관행 개선을 위한 실태조사(2020, 한국문화예술위원회)> 결과를 바탕으로 출판 분야 불공정 불평등 계약 사례 및 문제점을 짚었다. 먼저 공 교수는 작가와 출판사/문예지와 독자의 문학 생태계 관점에 대한 연구를 설명했다. 연구는 문헌분석, 전문가 심층면접, 문학 창작자 설문조사, 문학 출판 관련자 심층면접으로 진행했다고 전하며, 그 결과 문학 분야 불공정 관행의 다섯 개 영역을 도출했다고 밝혔다. 다섯 개 영역 중 먼저 문예지 원고 게재 영역은 원고청탁, 원고료 지급, 구두청탁 등에 있어서 강압과 강요가 있는 유형이며, 두 번째 문학 도서 출판 영역은 신인 시기에 계약서 없이 구두로 계약을 진행할 것을 강압하는 유형임을 설명했다. 세 번째로 전송권과 2차 저작권 영역은 전자책 등을 계약할 시 계약에 대한 충분한 설명 없이 계약을 진행하거나

문예지에 게재된 작품에 대해 전송권과 2차 저작권 내용이 원고청탁서에 작성되지 않는 유형이라고 해설했다. 네 번째인 공모전과 문학상 영역은 문학상 공모 내용에 상금과 매절 계약, 저작권 등 정보가 없거나 충분히 제공하지 않는 유형이며, 마지막으로 불공정 관행에 대한 창작자 인식 영역에 대해서는 작가는 노동자라는 인식을 밝히고 노동조합의 필요성을 주장했다.

공 교수는 연구 결과에 대해 상세하게 설명하며 불공정을 해소할 정책적 제안을 아끼지 않았다. 그는 먼저 표준원고청탁서의 필요성을 강조하며, 원고료 액수, 원고료 지급일, 전송권과 2차 저작권에 관련한 세부 내용을 의무적으로 기재해야 한다고 전했다. 작가 교육에 있어서는 오프라인 교육과 언택트 교육 등을 상시적으로 진행해 작가들의 불공정 관행에 대한 인식을 높여야 한다고 제언했다. 또한 원고청탁이 소수 편집위원 등의 네트워크에 기반하여 진행된다는 점을 들어 폭넓은 작가를 대상으로 고려할 수 있도록 작가 데이터베이스 구축이 필요하다고 설명했다. 그는 절차적 공정성, 분배 공정성, 상호작용 공정성을 통해 문학 생태계가 협력하고, 투명성과 상호존중, 대화에 기초하여 더욱 성장해 나가야 한다고 전했다. 마지막으로 공 교수는 문학 생태계는 작가와 출판사/문예지 그리고 독자가 함께 형성하는 문학 공공의 장이며, 한국문학과 창작자의 미래는 공정하고 건강한 문학 생태계에서 꽃 피울 수 있을 것이라고 확신했다.

1부 : 실태발표

출판 분야 불공정·불평등 계약 사례 및 문제점



공병훈
협성대 미디어영상광고학과 교수

2021년 출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회

연구의 배경 : 변화의 진행과 불공정 관행 개선 요구

2020년 1월, 이상문학상 수상거부 사태 발발

2020년 1월초 김규희 작가의 <이상문학상> 수상 거부 사태
2021년 5월 정강명 작가와 아직 출판사 인세 누락 사태
[90년생이 온다의 임종택 작가의 웨일 북 인세 누락 소송
문학분야 문예지, 출판사 등의 불공정 관행 타파에 대한 사회적 요구 발생
창작자의 저작권과 권리를 비롯한 전반적인 예술인의 권리 문제가 수면 위로 떠오름

문학생태계 지형의 변화는 진행중...

스마트폰과 플랫폼 중심의 사용자 미디어 환경과, 콘텐츠 소비방식 본격화(웹툰, 웹소설)
성인 전자책 독서율은 16.5%, 연간 성인 12권 학생 5.6권을 읽는 수준, 웹소설 10세에서 59세 까지 거의 매일 이용하는 경우가 35.2% 수준
중단/서 중단 중요하게 생각지 않는 독립문학작 커뮤니티들과 새로운 창작자들의 독립문예 활동 활성화, 작가의 출판사 창업
4차 산업혁명과 새로운 문학의 창작과 유통, 소비의 시대 개막, 전송권과 2차 저작권 중요성

문학분야 불공정 관행개선 요구 제기

전통적 문인 활동의 모델은 약화되고 문예지와 문단, 출판사와 출판자본을 중심으로 문학 산업이 형성된 상황에서 문학 분야 불공정 관행 개선 요구가 제기됨
문학 생태계의 등단, 문학상, 문예지 게재, 단행본 출판, 2차 저작권 중심의 문예 제기

그러나 2018년 국내 문학출판은 9,701권으로서 3년 연속 꾸준한 증가세 소실(38.2%), 시(34.2%), 수필/산문(28.6%)의 비중을 보이고 있음
문학출판은 2020년 기준 신간종수 중 20.68%로서 가장 큰 비중을 차지함
출판사, 문예지와 창작자들 사이의 불공정 관행도 함께 증가하고 있다는 의미이기도 함

출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회 2021.6.23. 2

문화체육관광부
 한국출판문화산업진흥원
 한국문화예술위원회

첫 번째 발제를 맡은 공병훈 교수가 본격적으로 설명회를 시작하고 있다.

Q. 창작자 권리 보호를 위해 참고할 만한 해외사례에 대해 알고 싶습니다.

최근 흐름을 살펴봤는데, 나라별로 다른 것 같습니다. 미국 같은 경우는 온라인 해적행위 금지법이 있습니다. 웹사이트 운영자가 사용자가 업로드하는 모든 내용에 대해서 감시하고 저작권을 침해하는 사례를 가려낸다는 내용의 법률이 2011년에 발효된 점 등, 미국은 저작권 등록을 굉장히 중요하게 여기는 방침을 취하고 있습니다. 우리도 늦은 건 아닙니다. 영국이나 독일, 프랑스를 볼 때, 저작권 등록을 의무화한다거나 필수화하는 부분에서는 다소 비중이 약하다는 느낌을 받았습니다. 선진국에서

도 최근에 저작권 보호를 위해 여러 가지 활동을 하고는 있지만, 그보다는 사적 복제라든지 교육목적, 인용목적, 빅데이터 복제 등 허용 범위를 어떻게 할 것인가에 대해서 굉장히 많은 논의와 법률 제정이 이루어지고 있는 것을 볼 수 있었습니다. 저작권을 무조건 안 쓰게 하기보다는, 독일의 경우 장애인을 위한 저작권 보호 저작물에 접근할 수 있도록 개선했으며, 프랑스는 전자책 관련된 부분이 이슈가 되면서 새로운 법률과 제도를 신설하기도 했습니다.

전체적으로 해외사례를 볼 때 현재 미디어 기술적 환경이 급격하게 변하는 상황에서 선진국들이 적극적으로 대응하고 있는 것을 볼 수 있습니다. 또한 우리나라도 고민과 논의가 많이 이루어지고 있는데, 이러한 움직임에 대해 긍정적으로 기다리며 논의에 참여해야 합니다.

Q. 작가가 자비출판을 할 경우에 비용을 출판사에 지불하면 금액에 해당하는 만큼 책을 받을 수 있는데, 지원사업에 선정되어 상금을 받아 출판하는 경우 상금은 출판 지원금으로 출판사가 받고, 작가는 도서 한 권 정도밖에 받지 못하는 경우가 있습니다. 이런 경우 부당한 처우가 아닌지 궁금합니다.

세부적으로 지원 사업 상금 수여에 대해 알아볼 필요가 있습니다. 대표적으로 출판진흥원의 「우수출판콘텐츠 제작 지원」, 「중소출판사 출판콘텐츠 창작 지원」 등이 있는데요. 문의하신 분의 궁금증은 「중소출판사 출판콘텐츠 창작 지원」인 것 같습니다. 이 사업의 경우는 출판사를 지원하는 사업입니다. 만약 다른 공공기관이나 단체에 지원을 하더라도 출판 지원을 할 때 저작자에게 상금이 주어지는 것은 아닙니다. 따라서 상금과 별도로 저자와 출판사의 저작권 계약은 다른 문제가 됩니다. 그렇기 때문에 출판 지원금을 받아서 출판하는 경우 저작권자와 출판사가 계약을 맺을 때 관련 내용을 적시해놓습니다. 예를 들어 종쇄를 찍을 때마다 몇 권을 주는지와 같은 계약사항을 명시하는 식입니다. 이런 것이 명시되어 있지 않다면 몇 권을 줘야 하는 의무는 없습니다. 애초에 계약을 진행할 때 종쇄 때마다 몇 권을 받는다는 내용을 명확하게 하는 게 서로 간의 오해가 없을 것으로 생각합니다.

문학 분야 불공정 저작물 권리관계 및 피해사례

김대현 위원장(한국작가회의 저작권위원회)


김대현 위원장은 이상문학상 수상거부 사태, 아작출판사 사태 등 저작물 권리관계의 불공정 관행에 대해 설명하며 두 번째 발제를 시작했다. 김 위원장은 이러한 문제에 대해 출판계에서는 극소수 출판사의 일탈이고 예외라고 발표했으나, 사실 극소수의 사례가 아니라고 전하며, 관행적으로 이전부터 계속해서 발생하고 있는 행태가 아닌지 질문을 던졌다. 또한 문학 분야 불공정 관행 개선을 위한 실태조사에 따르면 상당수의 작가들이 불공정 관행에 따른 피해를 입어도 항의하지 못하고 있다고 전했다. 또한 매문에 대한 오래된 인식, 저작자와 출판사의 비대칭적 지위 등 불공정한 저작물 권리관계가 형성되는 이유를 설명했다. 이에 대해서는 문예지 원고 게재 과정과 단행본 출판계약 과정, 공모전 및 문학상 출품 과정의 피해사례를 상세하게 설명했다.

김 위원장은 문예지 원고 게재 과정의 피해사례로 서면청탁서 미작성 및 고료를 미고지하는 경우, 고료를 일방적으로 또는 발전기금 및 정기구독 명목으로 지급하지 않는 경우, 2차적 저작권 발생 시 저작권료를 지급하지 않는 경우를 꼽았다. 다음으로 단행본 출판계약 과정의 피해사례로는 인세를 지급하

지 않거나 판매 부수를 알려주지 않는 경우, 저자가 일정 부수를 구매하는 조건으로 계약을 진행하는 경우, 저작자의 동일성 유지권을 침해하는 경우, 2차적 및 부차적 이용허락 없이 별도의 저작물을 작성하는 경우, 저작권 양도 계약 이후 추가 보상 청구를 거절하는 경우 등을 꼽았다. 이어서 공모전 및 문학상 출품 과정에서의 피해사례로는 공모전 및 문학상 수상 시 저작권을 양도하는 조항을 삽입하는 경우(2차적 저작권 포함), 문학상 수상작 재수록 시 재수록료를 지급하지 않거나 추가 인세를 지급하지 않는 경우, 공모전에 작품 또는 기획 아이디어 제출 시 주최 측에서 도용하는 경우 등을 꼽았다. 김 위원장은 이에 대한 개선 방안으로 속히 표준계약서를 도입하고 서면 계약서를 작성하도록 해야 하며, 법령에 의해 불공정 관행을 규제해야 한다고 설명했다. 마지막으로 김 위원장은 작가가 불공정에 대응하고 움직여야 함을 강조하며 창작자들의 저작권 의식 함양이 필요하다고 전했다.

1부 : 실태발표

문학 분야 불공정 저작물
권리관계 및 피해사례




김대현
한국작가회의 저작권위원회 위원장

2021년 출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회

1. 저작물권리관계의 불공정 관행

- 최근 저작권 의식 수준이 확산되며 문학분야 저작권 이슈 증가
- 이상문학상 수상거부 사태 및 아작출판사 사태 발생
- <문학분야 불공정 관행 개선을 위한 실태조사에 따르면 상당수 작가들이 불공정관행에 따른 피해를 입어도 항의를 하지 못하고 있음
- 불공정한 저작물권리관계가 형성되는 이유
 1. 매문(賣文)에 대한 인식
 2. 예술의 자율성 논의
 3. 저작자와 출판사의 비대칭적 지위



문학 분야 불공정 권리관계를 설명하는 김대현 위원장

Q. 제 책이 북클럽에 올라가 있는 것을 수개월 전에 우연히 알게 되었습니다. 출판사에서 이에 대해 미리 고지를 받은 적이 없으며, 당연히 북클럽 사용 대가가 지불된 적도 없습니다. 이러한 상황이 출판계에서 흔한 경우인지, 저는 어떻게 대처해야 하는지 알고 싶습니다.

.....

흔한 상황은 아닙니다. 북클럽은 음원으로 치면 한 곡을 듣는 것이 아니라 정액으로 여러 곡을 실시간으로 들을 수 있는 것과 같은 구독서비스에 가까운데, 이는 전자책 이용 방식의 문제로 당연히 계약사항이고 합의사항입니다. 계약서를 살펴보고 이러한 조항이 삽입되어 있는지 확인을 부탁드립니다, 계약위반이라면 소송, 예술인 신문고 등 다음 단계로 나갈 준비를 해야 합니다.

Q. 출판계약 시 기재된 사항이 지켜지지 않은 경우, 원만하게 해결할 수 있는 실질적인 노하우를 알고 싶습니다.

.....

소송으로 하면 가장 간단하게 해결되겠지만, 어찌 됐건 인간관계적인 부분이기 때문에 굉장히 어려운

문제입니다. 저는 개인적으로 노하우가 있다기보다는 돌려서 말합니다. 보통 이런 상황에서 거짓말로 대응하는 매뉴얼을 가진 출판사는 많지 않습니다. 이때 좋지 않은 반응을 보이거나 답변을 미룬다면 신뢰관계가 깨진 것으로 생각하고 다른 출판사를 찾는든지, 소송과 같은 법적인 대응을 준비하는 게 근원적인 해결 방식이 아닌가 합니다.

아동문학 분야 불공정 계약 사례 및 개선 방향

유영소 동화작가(어린이청소년책작가연대 저작권위원회)

세 번째 발제를 맡은 유영소 위원장은 어린이 청소년 문학 분야에서 발생하는 불공정 계약 사례와 이에 대한 개선 방향을 논했다. 먼저 유 위원장은 어린이청소년책작가연대에서 작년 8월 진행한 '출판계약 중 불공정 조항과 개선 방향 설문'에서 작가 55명 중 1명을 제외하고는 모두 불공정 조항이 있어도 계약을 진행했다고 밝혔다. 유 위원장은 이에 대한 사례로 먼저 계약 존속 기간에 대해서 출간일을 정하지 않고 계약해서 3년 넘게 출간을 기다리지만 하고 있는 경우, 계약이 끝났는데 남은 재고를 팔겠다는 경우, 계약 기간을 10년으로 잡아 놓고 만료 시 자동연장을 하는 경우에 대해 설명했다. 이에 대한 개선으로 유 위원장은 지나치게 긴 계약 기간은 저작권법과 동일하게 3년으로 해야 하며, 자동연장 부분은 계약 종료 전 작가에게 고지하여 판단하도록 해야 한다고 전했다. 또한 계약 종료 시 재고 판매는 금지하거나 기간을 정해 판매해야 한다고 덧붙였다.

다음으로 저작권 사용료 불공정 조항 사례로 어린이책 인세 10%에서 글 작가와 그림 작가 몫을 배분하는 경우, 대량 납품 시 인세를 하향 조정하는 경우, 청탁 원고 작업 중 계약 파기 시 진행분에 대한 보상이 없는 경우 등을 짚었다. 이에 대한 개선 방향으로는 그림 작가 인세를 별도로 책정해야 하며, 대량 납품 시에도 정인세로 지급해야 한다고 전했다. 원고 진행 정도에 따른 보상금 지급 규정이 필요하다는 점도 시사했다. 전자책의 불공정 조항으로는 배타적발행권을 종이책을 만드는 출판권에 종속된 것처럼 계약을 강요하는 경우, 저작물 사용료를 일방적으로 결정하는 경우를 꼽았다. 이에 대해서는 배타적발행권 설정을 출판계약에 포함시킬지 작가가 직접 선택할 수 있어야 한다고 설명했으며, 저작물 사용료 책정과 방식 역시 작가와 논의해야 한다고 전했다. 2차적 저작물 작성권 관련 사례로는 2차적 저작물에 대해 의무적으로 계약을 하게 하는 경우, 2차적 저작물 저작권 사용료를 요구하는 경우 등을 꼽았다. 유 위원장은 의무 계약 관행에 대해서는 2차적 저작물에 대한 계약은 조정과 선택을 할 수 있는 특약사항이 필요하다고 설명했으며, 저작권 사용료는 작가의 몫이라고 밝혔다. 마지막으로 저작재산권 양도계약에 대한 불공정 조항으로는 존속 기간이 절판 또는 영구한 경우, 문학상에 대한 저작재산권 양도계약을 요구하는 경우를 짚었다. 이에 대한 개선으로는 존속 기간의 경우 계약 시 계약 기간을 설정할 필요가 있다고 전했으며, 문학상에 대한 저작재산권 양도계약은 금지해야 한다고 덧붙였다. 끝으로 유 위원장은 불공정 조항과 표준계약서에 대해서 작가의 의견을 듣고 이해하며 함께 정해 나가고 있는지 질문하며 발제를 마쳤다.

1부 : 실태발표

아동 문학 분야 불공정 계약 사례 및 개선방향



유영소 동화작가
어린이청소년책작가연대 위원장

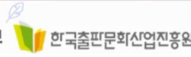
2021년 출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회

계약 존속 기간

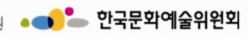
불공정 조항	개선 방향
지나치게 긴 기간	저작권법 3년
자동연장	계약기간 종료 전, 작가에게 고지하여 판단하도록
계약 종료 후 재고 판매	금지하거나 기간 정해 판매 (부수를 정확히 고지)



문화체육관광부



한국출판문화산업진흥원



한국문화예술위원회

유영소 위원장이 어린이 청소년 문학 분야 불공정 계약 개선 방향을 설명하고 있다.

Q. 동화의 경우 작가 인세 10% 안에서 글 작가와 그림 작가 인세를 나눕니다. 그래서 그림이 많은 경우 글 작가의 인세를 삭감하는 경우가 종종 있는데요. 글 작가와 그림 작가가 인세를 나누는 것이 불공정하다는 생각이 듭니다. 출판사 쪽에서 부담해야 할 부분을 10%라는 틀 안에서 글 작가에게 부담시키는 것을 어떻게 해야 할까요?

어린이책 작가들이 출판사에 지속적으로 개선을 요구하는 부분입니다. 그런데 큰 변화가 없어서 계속 노력해야 할 부분이라고 생각합니다. 개인적으로 얘기하자면 저 같은 경우에는 계약 기간이 끝나서 계약 연장에 대해 판단을 할 때 계약 당사자들이 연장을 결정했다면, 그때 10%를 요구하는 쪽으로 많이 이야기하고 있습니다. 그렇기 때문에 그러한 점에서 계약 존속 기간을 너무 길게 잡지 않고, 동일한 조건으로 자동연장되지 않는 계약을 하는 게 중요합니다.

Q. 6개월간 180만 원에 표지를 포함한 60페이지 그림 삽화를 요구받았습니다. 저작권은 출판사가 가진다고 하는데요. 서로 공평하게 어떤 식으로 출판계약을 맺어야 하는 건지 알고 싶습니다.

업무상 저작물을 작업한 창작자분의 질문이라고 생각이 되는데요. 사실 질문하신 회사 업무와 관련해서 공정한 페이와 같은 문제는 저작권료와는 좀 다른 범주의 질문으로 보입니다. 그럼에도 불구하고 아주 거칠게 이해해서 적절한 페이, 적절한 저작권료, 적절한 인세의 문제는 실제 그 일을 하고 있는 작가들이 얼마를 받고 있는지 알고 있어야 하는 문제입니다. 이를 통해 자신이 받을 적절한 수익을 스스로 정할 수 있어야 합니다. 개인적으로 포트폴리오를 준비하시기를 권유드립니다. 업무상 저작물이라 할지라도 창작자는 스스로가 분명하니까요. 분명히 저작권자로서 계약을 하실 때가 있으실 것이고, 저작권자로 계약을 하실 땐 문체부 표준계약서로 계약하시기를 바랍니다.

2부

불공정 계약 예방을 위한 표준계약서 등 교육

창작자가 유의해야 할 출판 분야 정부 표준계약서 활용 방안


김기태 교수(세명대 디지털콘텐츠창작학과)

올해 2월 고시된 표준계약서 개발 연구의 책임을 맡은 김기태 교수는 개선안 6종과 신규안 4종에 대한 주요 조항과 이슈를 설명했다. 먼저 개정된 출판권 설정계약서에 대해 저작권자와 출판권을 얻고자 하는 이용자 사이에 필요한 계약서 유형임을 밝히며, 출판권 존속 기간, 저작권 사용료, 2차적 저작물 작성권 등 개정된 주요 조항에 대해서 설명했다. 전자출판 배타적발행권 설정계약서에 대해서는 저작권자가 배타적발행권을 얻고자 하는 이용자에 대해 저작물의 배타적발행권을 설정하고, 발행사는 그 저작물을 디지털 발행물 형태로 만들어 판매하는 것을 약정하는 계약이라고 설명했다. 이와 함께 저작물 이용 방법 및 조건, 발행데이터의 권리 귀속 등 개정된 조항에 대해서 부연을 덧붙였다.

이어서 김 교수는 전자출판 배타적발행권 설정계약서에 대해서 종이책을 제외한 영화, 음반, 멀티미디어 등은 모두 배타적발행권으로 볼 수 있다고 전하며, 따라서 전자책 역시 배타적발행권이라고 밝혔다. 그는 배타적 이용, 배타적발행권 및 출판권의 존속 기간 등 개정된 주요 조항에 대해 상세하게 설명했다. 다음으로 저작재산권 양도계약서에 대해서는 계약 기간을 설정할 수 있도록 정해냈으며, 특약이 없다면 2차적 저작권이 출판사로 넘어가지 않도록 했다고 전했다. 이에 더해 양도 유효기간 및 지역, 저작인격권 등의 존중, 제3자에 대한 저작재산권의 양도 등 주요 조항에 대한 설명이 이어졌다. 이외에도 새롭게 추가된 오디오북 관련 배타적발행권 설정계약서, 유통 계약서, 제작 계약서 등의 표준계약서에 대해서는, 오디오북에 한해서만 사용할 수 있도록 한 계약서이며, 이외 내용은 기존 표준계약서와 동일하다고 전했다.

2부 : 표준계약서 등 교육

창작자가 유의해야 할 출판분야 정부 표준계약서 활용 방안



김기태
세명대 디지털콘텐츠창작학과 교수

2021년 출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회

[출판권 설정계약서] 주요 조항 설명

제6조 (출판권의 존속기간 등) <ul style="list-style-type: none">① 출판사가 보유하는 위 저작물의 출판권은 계약일로부터 초판 1쇄 발행일까지, 그리고 초판 1쇄 발행일로부터 ...년까지 효력을 가진다.② 저작권자 또는 출판사는 계약기간 만료일 ...개월 전까지 문서로써 상대방에게 계약의 종료 여부를 통보할 수 있으며, 이러한 종료 통보에 따라 계약기간 만료일에 이 계약은 종료된다.③ 제2항에 따른 종료 통보가 없는 경우에 이 계약은 동일한 조건으로 ...년까지 자동 연장되며, 이 경우 출판사는 자동 연장 이전까지의 저작권사용료를 정산하여야 한다.④ 출판사는 제2항의 계약종료 통보 기한 이전에 저작권자에게 제2항 및 제3항의 내용을 통지하여야 한다.	제7조 (완전원고의 인도와 출판 시기 및 반환) <ul style="list-style-type: none">① 저작권자는 ...년 ...월 ...일까지 위 저작물의 출판을 위한 완전한 원고 또는 이에 상당한 자료(이하 '원전원고라 줄임)를 출판사에게 인도하여야 한다. 다만, 부득이한 사정이 있을 때에는 출판사와 협의하여 그 기일을 변경할 수 있다.② 출판사는 저작권자로부터 완전원고를 인도받은 날로부터 ...개월 이내(이하 '출판일')에 위 저작물을 원래 목적대로 출판하여야 한다(특약이 없는 경우 9월 이내 출판일). 다만, 부득이한 사정이 있을 때에는 저작권자와 협의하여 그 기일을 변경할 수 있다.③ 위 저작물의 출판 후 출판사는 저작권자에게 원고(원회 포함) 등 인도받은 자료 일체를 즉시 반환하여야 한다. 다만, 저작권자와 출판사가 합의하여 반환하지 ...할 수도 있다.④ 제1항에 따른 완전원고에 대한 판단은 저작권자와 출판사의 합의에 따라야 하며, 합의가 이루어지지 않은 경우에 이 계약은 해제된 것으로 본다.
--	--

문화체육관광부 한국출판문화산업진흥원 한국문화예술위원회

2부 첫 발제를 맡은 김기태 교수가 표준계약서에 대해 설명하고 있다.

Q. 번역자와의 계약 시 표준계약서를 어떻게 적용하면 좋을지 문의드립니다. 국내 번역 계약은 통상 매절 방식이며 계약 출판사가 사업을 유지하는 한 만료 기간이 없는 경우가 대부분입니다. 기존 번역 된 종이책을 전자책으로 다시 출간하는 경우, 기존 번역 사용 가능 여부를 설명해주시면 좋겠습니다.

앞으로 계약에 임할 번역자나 출판사가 유념해야 할 사항인 것 같습니다. 우리는 흔히 저자(지은이)만을 저작자로 생각하는데, 저작자에는 역은이, 옮긴이(번역자)도 포함되며 동등한 위치에 있습니다. 따로 생각할 필요가 없습니다. 번역자 또한 동일하게 출판권 설정계약서를 체결할 수 있습니다. 번역하시는 분들도 앞으로는 출판권 설정계약서를 작성하시고 인세를 받으시면 됩니다. 이전에 계약을 해서 현재 불공정한 상황에 있다면 초과된 저작권 사용료를 적극적으로 요구를 하고, 정상적인 저작권 양도계약을 체결하시기를 바랍니다.

Q. 저작권 설정계약서와 저작권 양도계약서의 차이를 포함하여, 표준계약서로 계약 체결 시 유의점을 알고 싶습니다.

앞서 설명드린 것의 연장선상에서 답변드릴 수 있을 것 같습니다. 질문 내용은 아마 저작권 설정계약서가 아니라 출판권 설정계약서인 것 같습니다. 출판권 설정계약서는 계약서 내에서 정한 방법으로만 이용할 수 있는 라이선스입니다. 반면에 저작재산권 양도계약을 하게 되면 해당 기간 동안 해당 저작재산권 일체를 본인이 갖는 것입니다. 그러니까 출판권 설정계약을 하면 종이책을 출판해서 팔 권리 밖에 없습니다. 반면에 저작재산권 양도계약을 하면 본인이 이용하는 것뿐만 아니라 다른 사람에게 이용허락을 하고 대가를 받을 수도 있습니다. 이런 점에서 차이가 있습니다. 저작권자 입장에서는 저작재산권 양도계약이 매우 불리한 것이고, 출판권 설정계약은 조금 더 유리한 것으로 이해하면 좋을 것 같습니다.

출판 분야 불공정 사례 예방을 위한 관련 법령 교육


임애리 변호사(법무법인 덕수)

2부 두 번째 발제를 맡은 임애리 변호사는 저작권과 창작자의 권리에 대해 설명하며 발표를 시작했다. 임 변호사는 저작권법에서는 저작자를 저작물을 창작한 자로 규정하며 이러한 창작자에게 저작권을 주고 있다고 전했다. 이와 함께 저작인격권에는 공표권, 성명표시권, 동일성유지권이 있으며, 이는 계약을 통해 다른 사람에게 양도할 수 없다고 밝혔다. 또한 계약을 통해 양도할 수 있는 복제권, 공연권, 공중송신권, 전시권, 배포권, 대여권, 2차적 저작물 작성권 등 일곱 가지를 함께 설명했다. 이어서 임 변호사는 공동저작물의 권리행사와 관련해서는 공동으로 창작한 저작자와 상호 간의 합의가 없이는 저작인격권을 행사할 수 없다고 밝히며, 이는 저작권을 행사할 때 유의해야 하는 사항이라고 덧붙였다. 저작재산권의 양도와 이용허락에 있어서는 양도보다 이용허락이 저작자에게 유리하며, 따라서 계약서에 이에 대한 명확한 명시가 없다면 저작재산권 이용허락으로 본다는 판례가 있다고 전했다. 이와 관련해 이번 표준계약서에서는 양도인지 이용허락인지 정확히 명시하고 있음을 언급했다.

뒤이어 임 변호사는 출판계 불공정 계약에 관해 불공정 계약과 불리한 계약은 엄연히 다르며, 법에서 정한 요건을 갖추야 불공정 계약이 성립된다고 밝혔다. 또한 출판계 불공정 계약으로 유명한 매절계약을 설명하며, 저작권 양도가 아닌, 대가를 일괄지급하는 방식인 매절계약이라고 해서 무조건 작가에게 부당하거나 불리하다고 볼 수 없다고 전했다. 이와 함께 예술인 복지법을 근거로 예술인과 계약을 체결한 문화예술기획업자 등의 불공정 행위를 설명했다. 임 변호사는 이러한 불공정 행위를 사전에 방지하기 위해서는 문체부 표준계약서 외에 출판계 통합 표준계약서 등을 반드시 비교해봐야 한다고 강조했다. 마지막으로 임 변호사는 표절과 저작권 침해에 대해서 계약상대방이 아닌 제3자에 의한 것과 계약상대방에 의한 것으로 나뉜다고 설명했다. 또한 표절의 경우 저작권 침해인지 아닌지 모호한 경우가 많아서 실제 법원에서 인정되지 않을 때도 종종 있으며, 모든 창작적 요소가 보호받는 게 아니라, 콘셉트나 발상 같은 아이디어는 보호받지 못하고, 외부에 표현돼서 저작물로 인정받는 것만이 보호받을 수 있다고 전했다.

2부 : 표준계약서 등 교육

출판 분야 불공정 사례 예방을 위한 관련 법령 교육



임애리
법무법인 덕수 변호사

2021년 출판 분야 창작자 대상 표준계약서 설명회

발제 1. 저작권과 창작자의 권리

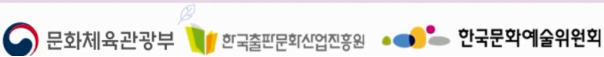
저작재산권의 양도와 이용허락, 출판권(배타적발행권)의 설정

저작권법 제45조 제1, 2항(저작재산권의 양도)
 저작재산권은 전부 또는 일부를 양도할 수 있다.
 저작재산권의 전부 또는 일부를 양도하는 경우에 특약이 없는 때에는 제22조에 따른 2차적저작물을 작성하여 이용할 권리는 포함되지 아니한 것으로 추정한다. 다만, 프로그램의 경우 특약이 없는 한 2차적저작물작성권도 함께 양도된 것으로 추정한다.

제46조 제1, 2항(저작물의 이용허락)
 저작재산권자는 다른 사람에게 그 저작물의 이용을 허락할 수 있다.
 제1항의 규정에 따라 허락을 받은 자는 허락받은 이용 방법 및 조건의 범위 안에서 그 저작물을 이용할 수 있다.

제57조 제1항(배타적발행권의 설정)
 저작물을 발행하거나 복제·전송(이하 "발행등"이라 한다)할 권리를 가진 자는 그 저작물을 발행등에 이용하고자 하는 자에 대하여 배타적 권리(이하 "배타적발행권"이라 하며, 제63조에 따른 출판권은 제외한다. 이하 같다)를 설정할 수 있다.

제63조 제1항(출판권의 설정)
 저작물을 복제·배포할 권리를 가진 자(이하 "복제권자"라 한다)는 그 저작물을 인쇄 그 밖에 이와 유사한 방법으로 문서 또는 도화로 발행하고자 하는 자에 대하여 이를 출판할 권리(이하 "출판권"이라 한다)를 설정할 수 있다.



불공정 사례 예방을 위한 법을 설명 중인 임애리 변호사

Q. 출판사가 폐업했을 경우 저작권은 어떻게 되나요? 저자나 번역가가 되찾을 수 있나요? 또한 폐업한 출판사가 저작권을 소유하고 있는 경우, 제3자가 재출판하려면 어떻게 해야 할까요?

.....

실제로 많이 부딪히는 문제지만 답변이 쉽지는 않습니다. 계약 내용을 보면 기한부 양도나 이용허락인 경우가 있습니다. 그럴 땐 계약을 해지하면 저작권자에게 권리가 돌아갈 수 있습니다. 그래서 계약 해지를 계약에서 정한 적법한 절차로 밟는데, 이때 폐업을 하면 송달이 안 되는 경우가 많습니다. 따라서 전자매체나 모든 수단을 동원해서 고지를 해야 하며, 이렇게 해도 안 되는 경우에는 공시송달 절차를 이용해야 합니다.

그런데 문제는 계약 해지를 통해서 저작권을 돌려받을 수 없는 경우입니다. 해지를 하게 되면 장래에 한해서 계약이 소멸하는 것이고, 소급적으로 무효가 되는 게 아니기 때문에 이미 저작권을 양도했다면, 계약 해지만으로는 저작권을 돌려받을 수 없습니다. 이런 경우에는 저작권이 출판사에 계속 남아

있게 되고, 개인사업자인지 법인사업자인지에 따라 다르긴 하지만, 저작자 입장에서는 계약 내용의 중요 부분에 착오가 있었다거나 사기로 양도를 했다거나 하는 사정을 주장해서 양도 조항의 무효를 제기할 수도 있습니다. 다른 방법으로는 재매입을 협상해볼 수 있습니다. 영구양도를 한 경우는 변수가 많다고 말씀드리고 싶습니다.

Q. 여러 작가가 함께 시리즈물을 집필했습니다. 대표 작가는 출판사와 인세 계약을 맺고, 다른 작가들은 대표 작가와 매절 계약을 했습니다. 그래서 대표 작가에게만 인세가 지급되고 있는데, 이런 계약은 법적으로 문제가 없나요?

물론 계약의 내용을 검토해봐야 하겠지만, 계약으로 대표 작가에게 분배권을 주는 것 자체가 법적으로 위법하다고 단정할 수는 없습니다. 그것은 계약상 대표 작가에게 참여 작가들이 일종의 저작권의 위임권을 준 것입니다. 대표 작가가 인세 전액을 받아서 분배할 근거가 계약에 있다면 문제 되지 않겠지만, 이 문제 자체는 계약을 체결할 때 구조상 참여 작가가 유리하지 않은 구조로 계약한 문제가 있다고 볼 수 있습니다.

시리즈물은 작품별로 저작권이 발생하므로, 이를 단독적으로 행사할 수 있고, 계약도 개별적으로 체결할 수 있는데, 출판사에서 선호하지 않는다는 이유로, 또는 대표 작가가 요구했다는 이유로 이런 계약을 체결했다면 본인이 출판사를 상대로 직접 인세를 청구하거나 다른 권리를 주장할 수 있는 권리를 스스로 포기한 것입니다. 그래서 이런 계약을 하기 전에 반드시 상담을 받아야 하고 가급적이면 시리즈물의 경우에도 전원이 당사자로 참여하거나, 개별 계약을 체결하시는 게 바람직하다고 생각합니다.

창작자 권리 보호를 위한 지원제도 안내

이승훈 대표(한국출판경영연구소)


이승훈 대표는 마지막 발제를 통해 창작자들이 권리를 보호받기 위해 이용할 수 있는 지원제도를 설명했다. 이 대표는 먼저 일반적으로 창작자와 출판계약을 하게 될 때 말로 하는 구두계약에서 여러 가지 문제가 발생한다고 밝혔다. 따라서 출판 계약서를 작성하는 것이 좋은데, 이때 상호 간에 합의한 내용을 작성하도록 해야 한다고 전했다. 이에 더해 이 대표는 문체부에서 만든 표준계약서는 보다 공정하고 중요한 내용을 살펴볼 수 있으며, 오디오북에 대한 계약 내용이 명시되어 있기 때문에 적극 활용하기를 추천했다. 또한 한국출판문화산업진흥원에서 출판 컨설팅을 진행하고 있음을 알리며 창업, 표준계약서, 제작 등 여러 가지 상담을 받을 수 있다고 전했다. 이어서 이 대표는 한국저작권위원회에서는 저작권 상담센터를 운영하고 있으며, 전화 상담, 방문 상담 등을 통해 최신 저작권 이슈가 반영된 상담사례들을 유형별로 제공받을 수 있다고 설명했다.

이 대표는 한국저작권위원회에서 저작권 분쟁에 대한 조정을 할 수 있다고 전하며, 혹 소송에 가야 하는 상황이라면 그 전에 분쟁 조정을 신청해보는 것도 하나의 문제 해결 방법이라고 말했다. 이외에도 콘텐츠분쟁조정위원회에서 분쟁 조정을 진행하고 있음을 밝혔다. 이 대표는 콘텐츠분쟁조정을 통해 제작자, 유통사업자, 이용자 등의 갈등과 분쟁을 해결할 수 있으며, 조정 전에 합의도 가능하다고 설명했다.

다. 이와 관련해 조정의 효력은 재판상 화해와 같은 힘을 가지므로 조정이 결정되면 더 이상의 소송은 할 수 없게 되기 때문에, 조정을 진행할 때는 본인의 의견이나 의사를 정확하게 피력할 필요가 있다고 전했다. 마지막으로 이 대표는 사전에 계약을 진행할 때 계약사항을 잘 확인해야 한다고 강조하며, 창작자가 부당한 대우에 가만히 있지 않고 적극적으로 나서서 해결해야 한다고 설명했다.

2부 : 표준계약서 등 교육

창작자 권리 보호를 위한 지원 제도 안내



이승훈
한국출판경영연구소 대표

5. 콘텐츠분쟁조정위원회 분쟁조정

조정의 효력 = 재판상 화해

콘텐츠산업진흥법

제33조(조정 효력) ① 조정위원회는 조정안을 작성한 때에는 지체 없이 각 당사자에게 제시하여야 한다.

④ 제3항에 따라 당사자가 조정안을 수락하고 조정위원회가 조정서를 작성하여 당사자에게 통보한 때에는 **그 분쟁조정 내용은 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다.**

- ✓ **조정 전 합의 (by 사무국 조사관)**
 조정에 들어가기에 앞서 서면 및 자료를 주고받으며 양측 주장 정리, 사실조사 및 내용 검토 후 조정 가능성 판단
 ▶ 합의되면 **조정 전 합의 (민사상 화해 계약)**
- ✓ **조정 회의 (by 조정부)**
 30인의 조정위원 중 해당 사건 관련 1~7인의 조정부를 구성하여 조정 회의 추진 및 조정안 도출
 ▶ 합의되면 **조정 성립 (재판상 화해 효력)**

창작자 권리 보호 지원제도를 안내하는 이승훈 대표

Q. 2차 판권 수수료는 보통 어떻게 책정합니까?

2차 판권이라고 하면 2차적 저작물에 대한 수수료, 수익 문제에 대한 질문인 것 같습니다. 판권은 출판권도 있지만 판매권의 약자로도 많이 사용하고 있습니다. 그래서 2차적 저작물이 무엇이냐에 따라서 수수료, 수익 배분이 달라질 수 있습니다. 수익 배분이라는 것은 결국 출판사나 에이전시가 대행을 한 수수료 명목이 될 것이고, 이 수수료가 어떻게 책정되는가를 많은 분들이 궁금해하시는데, 이는 기업비밀이기 때문에 알려져 있지 않습니다. 공식적으로 많은 분들이 소비자권장 가격처럼 정해져 있었으면 좋겠다고 생각을 하시지만 실제로 출판이라든가 2차적 저작물에 대해서는 각 당사자 간의 협의에 의한 조정이고 합의의 결과물이기 때문에 일률적으로 정하기는 어렵습니다. 다만 비공식적으로 수집한 자료를 토대로 말씀드리면, 일반적으로는 저자와 출판사 사이에서 2차적 저작물의 배분을 7(작가):3이나 5:5로 하는 경우가 많습니다. 또는 출판사가 더 많이 가져가는 경우도 있습니다. 어떤 출판사가 저자의 에이전시 역할을 했다면 이 부분은 수수료 배분, 즉 수익 배분이 충분히 가능하다고 보고 있고, 각자 기여한 역할에 따라 배분률이 달라질 수 있을 것 같습니다.

Q. 일반적으로 출판계약 시 수입금의 분배가 궁금합니다.

수입금이라고 하는 것은 인세를 말씀하시는 것 같습니다. 이 부분도 역시 기업비밀에 해당합니다. 대부분의 출판사는 이에 대해 알려주지 않습니다. 비공식적으로 집계한 내용을 말씀드리자면, 대략적으

로 종이책의 경우, 정가 대비 5~10%로 정하는 경우가 많고, 학술서의 경우에는 10% 이상으로 정하기도 합니다. 빈도수로 따져보면 6~8%에 많이 있다고 봅니다. 다만 이는 비공식적으로 제 주변의 지인들과 상담 결과에 따라 말씀드리는 것이지, 딱 정해져 있는 것은 아닙니다.

☞ 영상 다시보기 : 한국출판문화산업진흥원 공식 유튜브 채널

[편집자 이야기]
‘기본’은 사각지대에 놓여 있다

조현주(흐름출판 편집팀장)

2021. 7.

출판이 사업인 이상 궁극적인 목적은 영리추구다. 하지만 출판계에 종사하는 대부분의 사람들은 잘 만든 책이라고 할지라도 반드시 잘 팔릴 것이라는 확신은 없다. 그리고 못 만든, 아니 썩 잘 만들었다고는 할 수 없는 책 역시 안 팔리는 법은 없다는 것도 안다. 그래서 때때로, 아니 빈번히 ‘편집’은 무시 받고 홀대 받는다. 많은 이들은 오자를 잡아내려고 원고에 코를 묻고, 그림의 사이즈를 줄이고 늘리는 것을 몇 번이고 반복하고, 자간과 행간을 조절하는 숫자에 예민하게 반응하는 출판편집자의 다소 변태스러운(?) 집착을 이해하지 못한다. 일부는 이해하려 하지도 않는다. 그것이 뭐 대수냐며. 고치고, 고치고 또 고치는 편집자를 향해 심지어는 무능력하다고 수군대기까지 한다. 과정은 쉽게 잊히고 결과는 오래 각인된다.

『강인욱의 고고학 여행』의 첫 원고를 마주했을 때의 느낌은 강렬했다. 초원을 거침없이 내달리는 수백 마리의 야생마 무리를 보는 기분이었달까. 신비하고 웅장했다. 20개 남짓한 쪽지의 원고에는 일반인들이 평생을 살아도 경험할 수 없는 진귀한 내용이 가득했다. 문제는 각각의 원고가 하나같이 개성이 강하다는 것이었다. 또한 학술적이고 전문적인 내용도 많아서 전체적으로 상당히 딱딱했다. 내 목표는 이 책을 고고학과 에세이가 결합된 콘셉트의 대중적인 인문교양서로 만드는 것이었다.

가장 먼저 한 일은 전체적인 틀을 새로 짜는 것이었다. 나는 원고의 전체적인 구성을 재설계해 서사를 부여함으로써 원고가 드라마틱한 플로우(흐름)를 획득하게 했다. 희곡의 플롯을 떠올리면 이해가 쉬울 것이다. 순서를 재배치하고, 내용에서 불필요하다고 여겨지는 부분을 과감하게 삭제하고, 좀 더 덧붙였으면 하는 내용에 대해서는 저자에게 요청했다. 그런 과정을 통해 ‘강’으로만 일관된 원고는 ‘강, 중간, 약’과 같은 균형을 이루게 되었다. 한 권의 책에서 균형감은 굉장히 중요한데, 이는 독자를 완독으로 이끄는 핵심 요인이기 때문이다. 책을 읽기 위해서는 상당한 시간이 필요하다. 독자가 그 시간을 자칫 지루하게 느낀다면, 그에 대한 책임으로부터 출판편집자는 자유로울 수 없을 것이다.

‘고고학 여행’은 중의적인 의미를 담은 제목이었다. 전 세계를 돌아다니던 저자의 경험을 뜻하기도 했

지만, 나로서는 책을 읽고 난 독자 역시 그 여행에 동행한 듯한 느낌에 사로잡힌다면 어떨까 하는 욕심이 있었다. 혹은 도슨트를 대동하고 멋진 고고학 전시회를 관람한 기분이라도 들게 하고 싶었다. 저자가 직접 찍은 다수의 사진들을 편집하는 데에는 그런 아이디어가 상당히 많은 영향을 미쳤다. 하나의 그림을 두 페이지에 걸쳐 삽입하거나 한쪽 페이지의 귀퉁이에 위치시키거나 어두운 톤의 그림에 검정 배경을 배치한 건, 처음부터 끝까지 나의 편집적인 의도가 실린 것이다.



『깃털도둑』이라는 책은 2009년 영국의 자연사박물관에 침입해 299점의 새 가족을 훔친 19세의 천재 플루트 연주자 이야기를 다룬 논픽션이다. 이 책의 저자 커크 월리스 존슨은 희대의 절도 사건 이면에 숨어 있는 인간의 탐욕을 다루기 위해 광범위한 역사를 조사했다. 빅토리아 시대에서부터 월리스, 그리고 20세기 내내 전 세계를 휩쓸었던 깃털 밀매까지, 정말이지 매혹적인 이야기였다. 그러나 역사와 과학, 실화를 재구성하는 전체 원고의 양은 상당했다. 번역서였기 때문에 내용을 임의로 줄일 수도 없었다. 따라서 이 책은 번역 원고를 받은 순간부터 편집적인 기술을 고려해야만 했다.

전체 원고의 분량을 기준으로 총 몇 페이지에 달하는 책을 완성할 것인가를 결정할 때, 판형과 본문 디자인은 핵심 요소다. 흔히 국배판, 사륙배판, 크라운판 하는 것이 판형을 의미하는데, 대개 가로세로의 길이에 따라 정해진다. 『깃털도둑』은 일단 손에 쥐었을 때 독자들에게 크지 않다는 느낌을 갖게 하고 싶었다. 본문 역시 가능한 많은 양의 원고를 한 페이지에 넣으면서도 시원한 인상을 줘야 했다. 원고의 양을 줄일 수 없는 외서를 마주할 때, 출판편집자들은 대개 이런 난감한 상황에 처하곤 한다.

다양한 판형을 실험한 후 최종 결정을 하는 것은 출판편집자의 몫이다. 본문 디자인 역시 마찬가지다. 행간과 자간을 얼마나 벌릴지, 전체 행수를 몇 행이 되게 할지, 한 행에는 몇 글자가 들어가게 할지를 출판편집자는 숙고하게 된다. 이 디테일한 결정들은 책의 가독성과 직접적인 연관이 있기 때문에 본격적인 디자인 작업 전에 담당 출판편집자가 항상 해야 하는 필수업무다. 그러니 자간을 마이너스 5로

할지 7로 할지를 두고 고심하는 출판편집자를, 조금은 응원해주길. 본문을 인쇄할 종이를 선택하는 것도 출판편집자가 책이 어떤 형태가 되기를 바라는지에 따라서 상당히 달라진다. 본문이 400페이지가 넘어가는 책은 100그램짜리 종지와 80그램짜리 종지를 사용하는 것만으로도 큰 차이가 난다. 이 책은 샘플 종지로 가제본을 제작한 후 최종적으로 종이를 선택했다. 경험적으로 많은 데이터가 출판사 내부에 축적되어 있지만 새로운 분야의 책을 만들거나 새로운 종이를 실험할 때 출판편집자는 대부분 이런 방법을 쓴다.

『깃털도둑』의 저자 커크 윌리스 존슨은 칼럼니스트였다. 그는 우연히 알게 된 범죄 사건에 심취해 이 방대한 책을 저술했다. 책 속에 등장하는 모든 역사적 사실과 각종 데이터는 그가 인터넷을 뒤져 찾아냈거나 도서관의 자료들을 취합하고, 때로는 전 세계를 돌아다니며 직접 취재한 결과물이다. 그건 이 책의 팩트체크에 꽤 많은 시간을 할애해야 한다는 걸 의미했다. 이 책을 편집하는 동안 구글링을 얼마나 했는지 되짚어 생각해보면 신물이 날 정도다. 번역된 글과 원서를 대조하는 것에서 끝낸다면 그건 출판편집자로서의 직무 유기라고 할 수 있다. 출판편집자라면 책 속에 등장하는 데이터는 확실하게 검증해야 한다. 출판편집자는 오류 없는 명백한 정보를 독자에게 전달해야 할 책임이 있는 사람들이기 때문이다. 출판편집자가 책상에 앉아 인상을 잔뜩 쓴 채로 정체를 알 수 없는 외국 사이트를 들여다보고 있다면, 분명 그 일을 하고 있는 거라고, 앞으로 생각해주면 된다.

『깃털도둑』은 앞서 말했다시피 이야기의 소재나 주제는 분명 유니크하고 흥미로웠지만, 그렇다고 모든 독자들이 관심을 기울일 거라고 확신할 수는 없었다(자기가 좋아한다고 독자들 역시 좋아할 거라고 생각한다면, 그 출판편집자는 생각을 고쳐먹을 필요가 있다). 때문에 책을 더 많은 독자들에게 퍼트릴 수 있는, 소위 말하는 인플루언서들이 필요하다고 판단했다. 많은 출판편집자들이 이 일에 어려움을 겪지만 요즘에는 필요가 아닌 필수가 된 일이다.

이를 위해 출판편집자는 추천자에게 책의 가치를 제대로 전달해야 하고, 설득해야 한다. 사실 한 책의 추천사를 쓴다는 건 추천자 당사자에게도 부담되는 일이다. 그 책에 어느 정도 책임을 신는 일이기도 하기 때문이다(자기 책도 아닌데 책임을 져야 하는 걸 생각해보라). 이 책의 추천자 중 한 분인 한승태 작가(『고기로 태어나서』라는 기가 막힌 책을 쓰신 분이다)도 메일로 연락을 주고받았을 때 꽤 망설였었다. 당시 나는 이 책에 한승태 작가의 글이 꼭 필요하다고 여겼었고, 그래서 직접 만나 뵈기를 청해 책에 대한 많은 이야기를 나눴다. 그리고 나는 바라는 바를 이뤄냈다.

『오리진』은 현재의 인류가 누리고 있는 문명의 기원을 지구라는 행성의 구조와 연관 지어 살펴본 과학서이다. ‘워터스톤스’ 선정 2019년 최고의 과학책이라는 명성에 걸맞게 세계 각지에서 번역 출간되었다. 하지만 좋은 책이라고 아무리 이야기를 해도 독자의 손에 잡힐 가능성은 현실적으로 크지 않다. 이 세상에 좋은 책은 너무나 많다.

그래서 출판편집자는 책을 포장할 때 마법을 부릴 수 있어야 한다. 즉 출판편집자는 멋진 카피를 탄생시켜야 할 의무가 있는 사람들이라는 말이다. 번역서라고 해서 예외는 아니다. 원문의 의미를 왜곡하지 않는 선에서 독자가 호기심을 가질 만한 카피로 탈바꿈시키는 것 역시 출판편집자의 일이다. “유발 하라리의 『사피엔스』와 어깨를 나란히 할 책!”이라는 헤드카피는 많은 동료들이 “진짜 그럴 만한 책이야?”라는 질문을 하게 했던 문장이었다. 당연히 그럴 만한 책이다!



최근에 담당했던 소설가 윤고은의 『빈틈의 온기』는 출판편집자로서 많은 즐거움을 주었던 책이다. 흐름 출판에서 론칭한 국내 문학작가들의 산책집 ‘작가의 숨’ 시리즈의 첫걸음을 떼게 해준 뜻깊은 책이기도 하다. 나는 원고를 읽으면서 더 읽고 싶거나 궁금한 내용에 대해 항상 ‘더, 더, 더요’를 요청했는데, 출판편집자들은 저자를 특별한 사람으로 만들 수 있는 기술을 가지고 있다고 믿고 있기 때문이다. 출판편집자는 저자보다 원고를 더 잘 파악하고 있고, 그래서 그 내용들이 더 빛날 수 있도록 아이디어를 제시해주는 사람이라고 말이다. 이 책의 가장 앞부분에는 윤고은 작가의 내면에 머무르는 아홉 명의 윤고은이 등장한다. 한 에피소드에서 저자가 오늘은 몇 번 윤고은이 나온 날입니다, 라는 내용을 적었는데, 이를 보고 ‘본인 안에는 대체 몇 번까지 있는 건가요? 그걸 풀어볼까요?’라는 아이디어를 건넸다. 처음 이 제안을 했을 때 나보다 작가가 더 흥미로워했는데, 결과적으로는 책을 읽은 독자들이 그 내용을 통해 윤고은 작가에 대해 더 애정을 느끼게 됐을 거라고 생각한다.

...

이상 몇 가지만 정리해봤다. 출판편집자가 해야 할 주요한 일들이라고 생각되어 적었지만 이 밖에도 업무는 수두룩하다. 그 모든 일을 다 이야기하기에는 지면이 부족하다. 솔직히 말해, 출판편집자가 하는 일은 출판편집자라는 직업이 생긴 이후로 계속 그 범위가 넓어져 왔다. 지금에 이르러서는 멀티플레이어의 대표적인 직업군이 바로 출판편집자다. 그런데 왜 출판편집자에 대한 시선은 여전히 과거에 머물러 있는 건가?

요즘에는 출판편집자의 역량을 강화해야 한다는 이야기를 많이 듣는다. ‘급격하게 변화하는 시대의 흐름에 매끄럽게 올라타야 한다, 거인의 어깨에 올라 더 넓은 시야를 얻을 수 있는 것처럼 하루하루를 쪼개고 쪼개 자신을 연마해야 한다, 한 달에 스무 권 정도의 책을 읽고, 외국어 하나쯤은 능숙하게 해

야 하고, 분야와 나이, 성정에 제한을 두지 않고 그 어떤 저자를 만나더라도 유려한 말발과 풍부한 상식으로 무장해 포섭할 수 있어야 한다.’ 엄청난 능력을 갖고 있는 편집자가 탄생했다!

오해는 하지 않았으면 한다. 비꼬자는 게 아니니까. 솔직히 말하자면, 당연히 환영할 만한 일이다. 이런 능력을 겸비한 편집자가 많아질수록 편집자의 지평은 더 넓어질 게 틀림없으니까. 상상만 해도 기본 좋은 선순환이 이루어지지 않을까? ‘편집자’라는 직업이 책의 판권란에만 겨우 올라가는 숨은 노동자 취급을 받는 현실이 바뀔 수도 있지 않을까? 하지만 그렇다고 해서 본질을 놓칠 수는 없다. 토익 만점자라 하더라도 ‘편집’에 일류가 아니라면 그 사람은 결코 일류 편집자가 될 수 없다. 내 기준에(주관적인 기준이라는 점을 다시 강조한다) ‘편집’은 책을 만드는 가장 기본 중 기본이다. 기본을 제대로 하지 않는다면 아무리 화려한 수식어를 갖고 있는 책이라고 하더라도 결코 좋은 책이 될 수 없다.

문제는 출판편집자가 지닌 그 기본을 너무도 당연시하고 있다는 인식에 있다. 물론 출판편집자라면 당연히 갖춰야 할 능력이다. 그렇다고 해서 쉽게 얻을 수 있는 능력이라고 생각한다면, 그거야말로 잘못된 생각이다. 출판편집자가 오랜 시간에 걸쳐 경험을 통해, 또 자신의 노력을 통해 얻어 낸 결정체가 바로 그 기본적인 ‘편집’ 기술이다. 새로운 시대가 열렸고, 그에 맞춰 흘러가야 한다는 건, 출판편집자라고 해서 예외는 아니다. 봐야 할 것들은 너무나 많고 해야 할 일들은 점점 늘어난다. 이런 상황에서 ‘기본’은 사각지대에 놓여 있다. 하지만 우리는 알고 있지 않나. 짚으로 지은 집이 가장 먼저 날아가는 걸.

마지막으로 한 가지, 이 지면을 통해 이야기하고 싶은 것이 있다. 뜬금없기도 하고 다소 감상적이기도 하지만, 하고 싶은 이야기이기에 한다. 나는 내 주위의 출판편집자들에게 늘 경외감을 갖는다. 그들은 자기 삶의 대부분을 책에 헌신한다. 한때 활자들에 쫓기는 꿈을 종종 꾀 적이 있는데, 동료 편집자들도 그런 혹은 그와 비슷한 꿈을 꾸었다는 얘기를 들었을 때, ‘그래, 나만 과민한 게 아니구나’ 하고 안심한 적이 있었다. 책에 바치는 열정과 고민의 시간들을 그들과 함께하고 있다고 생각할 때면 묘하게도 몽클해진다.

불합리한 것들은 언제나, 어디에나 있었다. 그런 것이 앞을 막아선다면 깨부수고 앞으로 나아가야 하는 게 맞다. 그러나 그 전에 해야 할 것이 있다. 제대로 된 출판편집자가 되어야 한다는 것이다.

책의 가치를 판단하는 건 누구인가? 독자인가? 마케터? 디자이너? 다른 출판 동료들? 아니면 출판사의 대표? 무엇보다도 가장 먼저 책을 품어야 하는 건 그 책을 담당할 출판편집자여야 한다. 조금해할 필요는 없다. 불안해할 필요도 없다. 천천히 한 발짝씩 앞으로 나아가면 된다. 출판편집자는 인내의 또 다른 이름이라고 생각한다. 부탁인데, 함께 가자.

조현주(흐름출판 편집팀장)

흐름출판 편집팀장. 과학과 역사, 인문 에세이를 맡고 있다. 좋아하는 책은 원 없이 읽겠구나, 잘못된 로망을 갖고 출판계에 입문했다. 지금은 누군가가 좋아할 책을 만들기 위해 최선을 다하고 있다.

책이 있는 공간의 지금

박사(북칼럼니스트)

2021. 7.

오래된 이야기다. 한때 오만 군데 우후죽순 생겨나던 카페 체인점이 있었다. 커피가 맛있다고 하기는 어려웠지만 알록달록한 메뉴가 신기했고 늦게까지 하는 지점도 많아 종종 이용하곤 했다. 마침 동네에도 하나 들어왔는데 새벽 두 시까지 한다길래 책 한 권 담은 가방을 들고 슬리퍼를 끌고 갔다.

다른 카페도 마찬가지로였다. 딱히 책을 전시하는 것을 목적으로 하지 않아도 카페에는 책장이 종종 있었다. 몇 권 안 되는 책에서는 카페 주인의 관심사가 분명하게 드러났다. 카페 창업에 관한 책 일색인 카페도 적지 않았다. 가장 최근까지 카페 주인이 갖고 있는 관심사일 테니, 책이란 어쩌면 이리도 거울 같을까, 생각하며 슬며시 웃기도 했다. 이 커피 체인점 지점은 심지어 콘셉트가 서재였다. 벽을 따라 책장이 둘러서 있었다. 음료를 주문하고 자리에 가방을 놓자마자 자연스럽게 책장에 눈이 갔다. 어떤 책들이 있는지, 볼만한 책이 있는지 살펴볼 요량이었다.

그곳의 책장은 경이로웠다. 이전에도 이후로도 그 정도의 책 목록을 본 기억이 없다. 이곳에 꽃을 책을 선택한 이가 얼마나 책에 관심이 없는지 한 눈에 알 수 있었다. 듣도 보도 못한 낱고 알팍한 책들이 드넓은 책장을 가득 채우고 있었다. 어디선가 책을 킬로그램 단위로 사다가 채워 넣은 모양이었다. 서재를 콘셉트로 한 것은 지적인 분위기를 풍기고 싶어서였을 텐데, 그 책장에 꽂힌 책들은 정확히 반대의 메시지를 보내고 있었다.

이해한다. 양질의 책으로 가득 채워 넣으려면 예산이 많이 필요하다. 그렇다면 좀 더 예산이 덜 드는 인테리어를 선택했어도 좋았을 것이다. 한동안 “인테리어의 완성은 책”이었던 시절이 있었다. 까마득한 옛날얘기다. 요즘은 “책이 많으면 인테리어를 할 수 없다”는 의견이 대세다. 미니멀리즘의 선두에 섰던 곤도 마리아도 몇 권 없는 책을 책장에 거꾸로 꽂아두지 않던가. 책을 인테리어의 한 요소로만 생각하면 그렇다는 얘기다. 나는 그 카페의 책장을 망연하게 쳐다보며 이런 곳에 꽃을 책을 골라주는 일을 하고 싶다고 생각했다. 예산 문제로 고용될 수 없겠지만.

그러나 지금은 그런 곳을 찾아보기 힘들다. 큰 카페건 작은 책방이건 문화공간이건 소소한 소품을 파는 가게건 콘셉트가 있는 숙소건, 책을 몇 권이라도 비치한 곳을 둘러보면 거의 다 상당히 좋은 책을

갖추고 있다. 책을 고르는 사람도, 책이 놓인 공간을 찾는 사람도 책을 벽지 대응쯤으로 여기지 않는다. 책은 취향의 집합체다. 공간의 화룡점정을 맡는다. 출판업계는 시들어가고 책은 안 팔리고 독서인구도 줄어든다는데, 책이 여전히, 아니 오히려 더 분명하게 취향의 리트머스 역할을 한다는 게 한편으로는 신기하고 또 한편으로는 당연하다 싶다. 기쁜 일이다.

책이 중심이 되는 공간들이 사랑받는 것도 좋은 일이다. ‘책만으로는 안 되겠다’와 ‘책이 있으면 더 좋겠다’라는 다른 방향에서 출발한 두 가지 생각은 중간에서 만나 다채로운 변주를 이룬다. 이곳이 책방인지 공연장인지 카페인지 규정해보려는 시도는 무의미하다. “책이 있는 공간”이라는 폭넓은 공통점을 가지고 있을 뿐.

출판사, 책을 확장시키다

책을 만들어내는 것 이외의 다양한 활동이 필요해지면서 출판사에서 자신만의 문화공간을 가질 이유도 많아졌다. 책을 상시적으로 보여줄 수 있는 공간, 신간이 나왔을 때 저자와의 대화 등 다양한 이벤트를 할 수 있는 공간, 출판사의 콘셉트를 분명히 보여주고 앞으로 같이 할 사람들을 좀 더 쉽게 만날 수 있도록 돕는 공간. 책을 매개로 한 소통이 원활히 이루어질 수 있는 공간.

특히 카페는 소통 측면에서 장점이 많다. 책을 좋아하는 사람들이 카페를 자주 이용한다는 통계를 본 적은 없지만, 아마 그렇지 않을까. 경험상 카페에 오래 앉아 책을 읽거나 노트북을 들여다보는 이들은 책도 좋아할 확률이 높다. 출판사에서든 누군가 나와 비슷한 생각을 했나 보다. 출판사들이 만든 문화공간엔 유독 카페가 많다. 그러나 카페로 시작한 공간도 시간에 따라 성격이 변화해 왔다.

다산북스에서 만든 ‘다산북살롱’은 처음 만들었던 ‘다산북카페’의 진화형이다. 책 콘텐츠를 기반으로 한 활동이 자유롭게 이루어지려면 카페만으로는 한계가 있다고 판단한 출판사는 카페의 외연을 확대하는 의미에서 ‘살롱’이라는 이름을 가져왔다고 한다. 카페의 기능을 놓지 않으면서도 다양한 교육, 강연, 프로그램 등 더 많이 소화할 수 있도록 바꿨다.

‘카페꿈마’는 문학동네 출판사에서 만들었다. 이곳은 문학동네의 책을 비치하고, 문학동네에서 책을 낸 저자들의 북토크를 진행하고, 책을 읽기 좋은 분위기를 만들면서 지점을 확대해 왔다. 음료와 빵도 맛있어서 딱히 책을 좋아하지 않는 사람에게도 매력 있는 장소이다.

최근 ‘카페꿈마’는 한 단계 더 발전한 모습을 보여준다. 이제는 더 이상 문학동네의 이름을 붙이기 어렵다. 다른 출판사의 책도 다루기 때문이다. 특히 인천 송도 지점은 대형서점이 없는 지역의 서점 역할을 맡고 있다. ‘카페꿈마’의 최근 모습은 책 콘텐츠의 활용보다는 책 자체의 확산에 방점을 둔 느낌을 준다.

큰 출판사가 만든 공간이 큰 규모의 장점을 활용할 수 있다면, 작은 규모의 출판사가 할 수 있는 일도 분명 있을 것이다. ‘다크룸’을 운영하는 닷프레스는 사진책 전문 출판사다. 커피는 팔지 않지만, 책뿐 아니라 아티스트 다큐멘터리 DVD 등을 볼 수 있는 아카이브 룸이 있다. 이곳에서도 책 콘텐츠를 기반으로 한 아티스트 토크, 워크숍, 강연 등이 열린다. 전문 출판사가 가진 힘으로 좁지만 깊은 내용을 다루고 있다.

책 한 권 한 권이 지식이 담긴 그릇 역할을 한다면, 오랜 시간 책을 출간하며 자신만의 성격을 만들어 온 출판사는 지식의 레스토랑에 비교할 수 있지 않을까? 출판사에서 낸 카페의 가장 큰 장점은 그곳에서 낸 책들을 한눈에 볼 수 있다는 것이다. 독자에게도 좋은 일이다. 한 권의 책만으로는 짐작하기 어려웠던 가치와 뿌리를 한자리에서 보면 그만큼 시야가 넓어진 느낌이 든다. 그런 면에서 적지 않은 출판사 카페가 문을 닫은 건 참 아쉽다.

작은 책방의 다양한 가능성

동네 책방은 책이 있는 작은 보석 같다. 동네 책방이 있어서 좋은 점을 굳이 말할 필요는 없으리라. 동네 사람들이 멀리 나가지 않고도 책을 쉽게 바로 살 수 있다는 것이 가장 큰 장점일 테고, 그만큼 좋은 점은 좋은 책을 골라준다는 것이다. 매장은 책을 잘 아는 책방 주인이 엄선한 책으로 가득 차 있고, 주인에게 추천을 부탁하기도 비교적 쉽다. 사실 다양한 책이 구비되어 있는 대형서점이 책을 고르기에 더 좋을 것 같지만 경우의 수가 많을수록 선택은 더 어려워지는 법이다. 더구나 책 추천이 마음에 들어 단골이 된다면, 집 근처에 단단한 취향공동체를 가지게 되는 셈이다.

내가 우리 동네를 좋아하는 이유 중 하나는 그런 동네 책방이 여럿 있기 때문이다. '고요서사'를 지나 신흥시장 아래로 내려가면 '스토리지 북앤필름'이 있고, 더 내려가면 '책방남산'이 있다. 반대로 녹사평 쪽으로 내려가면 '별책부록'이 있다. 자주 가지는 못 하지만 종종 밤늦은 귀갓길에 '고요서사' 안에 모인 사람들의 웃음소리를 들으면 이 동네가 더 좋아진다.



해방촌 '고요서사'

작은 서점도 강의, 북토크, 워크숍 등의 프로그램을 운영한다. 다양한 형태로 책을 향유할 수 있다. 과산의 '숲속 작은 책방'의 경우는 숙박도 가능하다. 서점에서의 하룻밤은 쉽게 가지기 어려운 경험이다.

1층 서가에서 판매하는 책 사이를 산책하는 것도 좋고, 숙박하는 방에 비치된 책을 읽는 것도 좋다. 책과 그만큼 더 가까워진다.

‘서점 리스본’은 작은 서점 중에서도 활발하고 다양한 활동을 펼치기로 유명하다. 책으로 할 수 있는 모든 것을 시도하는 듯하다. 그날이 생일인 작가의 책만 따로 담아 ‘생일책’으로 내놓기도 하고, 귀여운 소품과 매칭해서 세트 상품으로 팔기도 한다. 매달 제목을 가린 ‘비밀책’을 보내주는 프로그램은 꽤 역사가 쌓였다. 밤의 독서실, 달리기 모임, 다른 서점을 소개하는 유튜브 등. 동시에 다른 서점들과 마찬가지로 강의, 워크숍, 독서모임 등도 상시로 연다.

한 가지 주제로 책을 모은 서점은 작은 공간을 좀 더 효율적으로 활용한다. 카페 겸 서점 ‘일일호일’은 건강에 관한 책만 모았다. 직접적인 건강 관련 서적 외에도 사회나 동물, 환경 등까지 포괄하는 폭넓은 ‘건강’ 개념에 기반한 곳이다. 물론 그곳에서 파는 음료와 음식도 마찬가지다. 그곳에서 멀지 않은 곳에 ‘역사책방’이 있다. 이름에서 알 수 있듯이 역사를 다룬 책을 중심으로 큐레이팅한다. 마침 역사적인 장소인 고궁에서 멀지 않으니 ‘역덕(역사덕후)’들에게는 은혜로운 곳일 듯하다.



카페 겸 서점 ‘일일호일’

주제를 한정하는 데서 더 나아가 단 한 권의 책만 다루는 ‘한권의 서점’도 눈여겨볼 만하다. 한 권의 책을 선정하고 그 책과 어울리는 제품을 함께 비치하는 방식으로 판매하는데, 서촌에서 몇몇 한옥스테이를 대여하는 ‘스테이플리오’에서 운영한다. 한옥스테이에도 책을 두어 독자와 만나는 면적을 늘리고, 저자의 강의뿐 아니라 선정된 책과 관련된 음악의 플레이리스트를 제공하는 등 책이 주는 경험을 확대한다.

작은 서점의 다양한 모색은 향유하는 입장에서는 좋지만, 그만큼 책 판매량이 유지할 수준에 못 미치

는 것인가 생각하면 안타깝기도 하다. 특히 관광지라 할 법한 동네의 작은 서점들은 매출과 상관없이 주말에 몸살을 앓곤 한다. 한때 한 매체에 “공짜로 구경할 수 있는 곳”이라고 소개되어 작은 서점들의 거센 항의를 받기도 했다. 작은 서점에서 책을 구경하고 주문은 인터넷 서점에서 한다는 이야기도 공공연하다. 서점 주인이 고심하여 고른 노동의 덕만 썩 빼먹는 셈이다.

도서관, 얼굴을 갖다

도서관의 변화도 인상적이다. 오랜 역사를 가진 전통적인 도서관도 이미 다양한 프로그램을 기획하며 독자에게 한 걸음 더 다가가려 애써 왔는데, 코로나19 시대에도 포기하지 않고 새로운 형식의 프로그램을 공리하는 모습이 사뭇 감동적이기까지 하다. 코로나19 상황이 지나가면 어떤 모습이 될지 기대된다.

기관의 특성을 잘 살린 전문도서관도 찾아보면 많다. 서울식물원에 있는 ‘식물전문도서관’은 식물에 관심이 있는 사람이라면 누구나 이용할 수 있다. 서소문성지역사박물관 내에 자리 잡은 도서관은 종교 분야뿐 아니라 역사, 예술, 인문, 문학 그리고 아동도서를 갖추고 일반 시민에게 문을 연다. 국가인권위원회에는 ‘인권전문도서관’이 있어 인권 관련 책뿐 아니라 인권영화를 관람하거나 각종 체험을 할 수 있는 기회를 준다.

책 읽는 도시를 지향하는 의정부에는 과학도서관, 음악도서관, 정보도서관 등 특화된 도서관들이 있는데, 그중 미술도서관이 눈길을 끈다. 미술관과 도서관을 하나로 융합하려는 시도로 만들어진 이곳에는 미술 전문 서가와 전시장, 예비 작가를 위한 오픈스튜디오 등이 한 건물 안에 어우러져 있다. 미술 장르 중에서도 신사실파는 섹션을 따로 구성하여 희귀자료를 갖추었다. 전문 장르 안에 또 전문 분야를 꾸린 셈이다. 국립현대미술관 같은 대형미술관 한편에 작은 서점이나 도서관이 마련된 경우는 많지만, 미술과 책이 이토록 대대적으로 만나는 건 흔치 않은 케이스다.

좀 더 좋은 독서 경험을 조성하려는 시도도 활발하다. ‘소전서림’은 유료 도서관이다. 적지 않은 금액의 일일권이나 회원권을 구입하면 문학과 문화예술 관련 책을 명품의자에 앉아서 볼 수 있다. 다양한 강의와 프로그램은 덤이다. 많은 사람이 방문하는 것보다 문학을 중심으로 한 좀 더 단단한 커뮤니티를 만들고 싶다는 마음으로 만든 곳이라고 한다.

책을 담은 개성 있는 공간이 많아지는 것은 책을 좋아하는 한 명의 독자로서 기쁜 일이다. 많은 이들의 도움으로 잊지 못할 한 권의 책을 만난다는 것도 큰 행운이지만, 책이 확장되는 자리의 즐거움도 만만치 않다.

더구나 ‘책듣는밤’이라는 낭독행사를 오래 해 온 나로서는 이런 공간이 없었다면 누릴 수 없었던 기회를 요긴하게 얻었다. 지금은 없어진 곳을 포함하여, 많은 공간에서 책을 낭독할 수 있었다. ‘고요서사’, ‘우주소년’, ‘길담서원’, ‘북촌마을서재’, ‘카페꿈마’, ‘서점 리스본’, ‘손목서가’, ‘책방모모’, ‘사진책방 고래’, ‘카페홈즈’, ‘퇴근길책한잔’, ‘강철개나리’, ‘종이배문고’, ‘책책’ 등등.



경의선 책거리

책이 공간을 채우는 콘텐츠로 주목받고 새로운 시도의 중심이 서게 된 역사는 짧다면 짧지만 길다면 상당히 길다. 적지 않은 시간 동안 책이 있는 공간이 변화 발전하는 것을 지켜보면서, 수많은 이들의 궁리가 정교해지는 것을 본다. 책은 무척 정적인 오브제로 보이지만 사실 꽤 역동적이다. 우리 모두를 변화시키니까.



박사(북칼럼니스트)

북칼럼니스트. <법보신문>, <더네이버>, <우먼센스>, <조선일보>에 서평 연재 중. KBS '김태훈의 프리웨이'에서 책을 소개하고 있다. 저서로는 『치킨에 다리가 하나여도 웃을 수 있다면』, 『은하철도999_너의 별에 데려다줄게』, 『고양이라서 다행이야』, 『빈칸책』, 『가꾼다는 것』 등이 있다.

catwings@gmail.com

사회적 콘텐츠가 된 “서울와우북페스티벌”과 문화기획자 이채관

이현진((사)와우책문화예술센터 대표)

2021. 7.



책 축제의 시작은 그랬다. 회사 사무실 한편에서 이채관 대표와 직원 두세 명이 모여 기획회의를 하고 있었다. 홍대 앞에서 축제를 만들어보자는 이야기를 나누는 중 우연히 나온 아이디어가 책이었다. 그는 직관적으로 ‘아! 되겠다’ 하고 생각했다.

홍대 앞에는 공연장, 클럽, 출판사, 갤러리를 비롯하여 당시로는 실험적인 공간인 대안공간까지 있었다. 편집자, 일러스트레이터, 예술가, 뮤지션, 기획자 등의 인적 자원 또한 홍대를 중심으로 모여 있었다. 홍대 앞에는 문화적 자산, 문화적 공간, 문화적 사람, 실험적 문화를 수용하려는 태도까지 모두 존재했다. '홍대 앞'이라는 공간이 엮어낸 지역정체성이 책 축제를 가능하게 한 것이다.

이전에 없던 축제를 기획하는 일은 쉽지 않았다. 2년에 걸쳐 마포구청, 한국출판인회의, 문화체육관광부, 일반 기업 등을 찾아다니고 설득한 끝에 첫 축제를 열 수 있었다. 2005년 9월 30일부터 나흘간 '거리로 나온 책, 함께 읽는 책, 우리가 쓰는 책'이라는 주제로 제1회 서울와우북페스티벌이 열렸다. 60여 곳의 출판사가 참여한 축제는 10만 명이 다녀갈 만큼 큰 호응을 얻었고 지상파 방송을 비롯한 여러 언론에 소개되었다.

1회에 이어 2회까지 많은 기관과 사람들이 함께 일을 했지만, 지원금을 마련하고 출판사 참여를 독려하는 등 가장 도움이 컸던 곳은 한국출판인회의였다. 제3회부터 서울와우북페스티벌조직위원회는 사단법인의 형태를 갖춰 독자적인 책 축제를 만들어가기 시작했다. 그렇지만 위태로웠다. 조직에 상근 인력을 꾸준히 유지하기가 어려웠기 때문이다.

그 무렵 2007년 사회적기업육성법이 제정되어 국가에서 사회적 기여도가 있는 사업과 관련한 회사나 단체를 만들면 '사회적 기업'으로 지정하여 다양한 지원을 하는 제도가 마련되었다. 이는 책을 통해 일상적인 문화예술 활동을 지향한다는 우리 목적에 부합했기에 사회적 기업에 신청했고, 2010년 서울형 예비사회적기업으로 선정되었다. 명칭은 사단법인 와우책문화예술센터로 바뀌어, 축제를 넘어 일상의 예술화·축제화를 모색하는 조직으로 거듭나려는 지향을 담아내려 했다. 조직의 전문적인 역량을 구축하기 위해서다. 2012년에는 사회적 기업과 전문예술법인으로 각각 선정되어 책·문화·예술을 통해 사회적 역할을 담당하는 기업으로 인정받게 되었다.

서울와우북페스티벌을 준비하며 먼저 하는 일은 슬로건을 정하는 일이었다. 이채관 대표는 문화기획에 있어 문제의식이 중요하다고 생각했다. 이벤트성 행사로 그치지 않기 위해 문제의식을 담아 축제의 방향을 제시하려는 것이었다. 초기에는 대중들의 관심을 끌 수 있는 주제를 중심으로 잡았다면, 해가 갈수록 그해의 이슈나 사회·문화적 의제를 반영해 왔다. 매년 슬로건이 시의적절하다는 평가를 받았는데, 일부 외부 자문을 받기도 하지만 주로 직원들 간의 치열한 논의를 거쳐 만들었다.



취향의 시대 포스터



멈춤을 가로지르다 포스터

서울와우북페스티벌은 전국의 북페스티벌로 번져갔다. 서울북페스티벌(현 서울지식이음축제), 파주북소리, 군포북페스티벌 등 전국 지역에 100여 개가 넘는 만큼 많은 축제가 만들어진 것이다.

이채관 대표는 다른 지역에서 책 축제 의뢰가 오면 축제를 대행하지 않고 서울와우북페스티벌의 모든 기획과 자료와 경험을 공유했다. 그는 책 축제가 곳곳에 많이 생기면 생길수록 좋다고 생각했다. 서울와우북페스티벌로 인해 홍대 주변에서 마포구 그리고 서울, 나아가 전국의 문화지형까지 바뀌었다.

이채관 대표는 인간의 삶을 더욱 풍요롭게 하는 작업인 문화기획이 '지역'이라는 구체적 맥락에서 이루어진다고 보았다. 그는 문화기획의 시작점을 지역자원을 살피는 일로 생각했다. 서울와우북페스티벌은 장소의 살핌을 통해서 만들어진 하나의 축제 모델이었다. '홍대 앞'이라는 지역자원, '지역정체성'에 기반한 새로운 모델로서의 '책 축제'를 만든 것이다. 서울와우북페스티벌은 해를 거듭하며 지역이 가진 자원을 세밀하게 살피 수많은 작가와 예술가, 100여 곳 이상의 출판사가 참여하는 서울의 대표축제로, 지역의 문화자산으로 성장해 왔다.

2014년 말 도서정가제가 개정되었다. 우리는 서울와우북페스티벌을 출판사나 외부기획자의 문화예술프로그램 위주로 기획되는 네트워크형 축제에서 내부기획이 강화된 콘텐츠형 축제로 전환하고자 했다. 그러기 위해서는 해외 북페스티벌처럼 문학축제로 만들 필요가 있었다. 2016년 한·불 상호교류의 해를 시작으로 한·영 상호교류의 해, 한·덴마크 상호교류의 해 등의 사업을 통해 국제문학교류를 이어 오다가, 지난해에는 테드 창, 피에르 르메트르, 이르사 데일리워드 등 해외의 유명한 작가들을 온라인으로 초청해 국제문학축제로 도약할 발판을 마련했다. 또 2015년부터 '상상만발책그림전'이라는 그림책 더미북 공모전을 통해 그림책 작가를 발굴해 지금까지 30여 권의 그림책이 출간되었다. 우리는 축제의 콘텐츠를 고민하고 새로운 시도를 계속하고 있다.

서울와우북페스티벌의 두 가지 큰 축은 실내외에서 이루어지는 문화프로그램과 거리도서전이다. 그중 거리도서전에 참여하는 출판사의 수는 도서정가제 이후 계속 줄고 있어 자구책을 마련해야 했다. 그 일환으로 1인출판사를 지원하는 릴레이강연회와 1인출판사를 위한 부스 등을 통해 작은 출판사들과 협력하고 인문사회과학출판인협의회에 부스를 제공했다. 서울독립출판축제를 서울와우북페스티벌 안에서 개최하게 하는 한편, 잔다리페스타, 인디음악페스티벌 등의 축제와 협력하여 장소를 공유하며, 공동 홍보와 협력 프로그램을 진행하는 등 지역정체성을 지키며 공간 활용도를 높였다. 그 결과 거리도서전의 부스는 몇 년간 조금 줄었고 휴게공간이 늘어 오히려 쾌적해졌다.



1인출판사 릴레이강연회



1인출판사 특별부스

2018년 10월에 열린 서울와우북페스티벌 한복판을 태풍이 관통하며 많은 출판사가 피해를 보았다. 출판사마다 일일이 찾아가 사과하고 보상했으나, 그해를 기점으로 많은 출판사가 거리도서전 참여를 포기했다. 15년간 서울와우북페스티벌의 상징이었던 홍대 앞 주차장 거리를 가득 메운 텐트 안 책과 사람들이 만들어내는 풍경의 유효기간이 다한 것이다. 2019년 출판사의 참여가 눈에 띄게 줄자 서울독립출판축제, 1인출판사 부스 외에 야외 전시, 야외 프로그램 공간 등을 과거의 몽골텐트가 아닌 새로운 방식으로 꾸며 분위기를 바꾸려 노력했다. 서울와우북페스티벌에 와서 책을 사는 즐거움을 누리던 사람들에게는 아쉬운 일이지만 서울와우북페스티벌의 커다란 한 축인 거리도서전은 더 이상 불가능해졌다. 2020년은 코로나19로 야외행사를 할 수 없었기에, 다른 축제들과 마찬가지로 서울와우북페스티벌은 자연스럽게 온라인으로 전환했다. 어찌 보면 코로나19가 서울와우북페스티벌의 방향을 바꿀 시간을 벌여준 셈이었다.

4월 즈음으로 기억한다. 서울와우북페스티벌에 초청이 확정된 해외작가와 주제를 물어보는 이채관 대표와 이야기를 나누었다. 작년에 이어 올해도 오프라인 행사와 거리도서전은 할 수 없고 앞으로도 불가능하니, 코로나19 이전 15회째 이어 온 홍대 앞 주차장 거리 축제를 다른 방식으로 전환해야 한다고 제안했다. 우리는 4월 말에 축제포럼 이후 논의를 이어가기로 했다. 그러나 다음날인 5월 1일 나는 그의 부고를 들었다.

우리나라 최초의 책 축제인 축제의 새로운 원형이 되었던 서울와우북페스티벌은 10월이면 홍대 정문 근처에서 상수역에 이르는 1.6km의 주차장 모든 면을 사용하여 축제공간이 되었다. 긴 주차장을 따라 다양한 책이 가득한 100여 곳의 '출판사 부스'가 있고, 아이들은 어린이책놀이터에서 북캐스터가 읽어

주는 책을 들고 공연을 보고, 어른들은 곳곳에 마련된 휴게공간에서 책을 읽고 쉬기도 하는 풍경이 매년 이어졌다. 몇 년 전 주차장 거리를 바라보며 이채관 대표가 하던 말을 떠올린다.

“주차장에 차가 사라지고 책으로 가득 채워진 자리에서 가을하늘을 즐기는 게 당연한 일이 되는 것. 이것이 축제가 지역의 문화적 자산으로 자리 잡아 가는 과정의 시작이다.”



서울와우북페스티벌 거리도서전 풍경

이제 서울와우북페스티벌을 어떻게 만들어갈 것인가는 남은 우리의 일이 되었다. 올해 열릴 17회 서울와우북페스티벌은 독자 중심의 축제, 콘텐츠형 축제, 국제문학축제로 전환하는 실험의 장이 될 것이다. 우리 뒤편으로 오롯이 남겨진 책 축제를 새로운 형식으로 계속해 볼 생각이다.

이현진((사)와우책문화예술센터 대표)

환경재단, 한국해비타트, 희망제작소를 거쳐 2014년 와우책문화예술센터에서 10회 서울와우북페스티벌을 시작으로 8년째 책 축제를 비롯한 문학행사, 문화예술교육 등의 일을 해 왔다.

hj.lee@wowcenter.or.kr

2021 런던 국제 도서전

London Book Fair 2021

안성학(KPIPA 미국 코디네이터, 미국 파피펄 대표)

2021. 7.

올해는 오프라인 진행을 기대했던 런던 도서전이 백신 수급의 지연과 델타 변이 바이러스의 출현으로 인해 지난 6월 21일부터 7월 1일까지 온라인으로 진행되었다. 모두 70여 개의 콘퍼런스와 세미나가 진행되었고, 작년보다 업무에 깊숙이 파고든 줌 미팅에 익숙한 참석자들은 주최 측에서 제공하는 미팅/네트워킹 툴을 이용해 부스에서 만나 진행하던 네트워킹과 저작권 관련 회의를 온라인 화상회의로 진행했다.

매년 5월에 열리던 미국의 북엑스포(BookExpo)도 없어진 때라 국제도서전의 필요성이 더욱 커진 시기이기도 했다. 이를 증명하듯 모두 70개 참여사 중 영국이 27개 사로 제일 많았고, 그다음이 11개 사가 참여한 미국이었다. 그리고 폴란드에서도 5개 사가 참여했다. 폴란드는 전 세계 IT 및 아웃소싱으로 꽤 오래전부터 떠오르고 있는 국가답게 출판 기술 개발과 유럽의 출판사를 대상으로 인쇄업이 활발한 나라이다. 그 외에 중국 등의 나라에서 4개 사가 참여했으며 한국에서는 한 회사만이 참여했다.

도서전에는 모두 2,441명이 등록했는데 이 중 48.5%인 1,183명이 영국, 220명이 미국이었으며, 인도가 77명, 중국이 68명이었다. 오프라인으로 진행되었던 2019년 1,700여 사가 참여하고 25,000여 명이 방문한 것과 비교하면 큰 차이가 난다(영국 <더북셀러> 7월 2일 자 기사).

이번 도서전의 운영을 맡은 앤디 벤트리스 이사(Andy Ventris)는 <더북셀러>와의 인터뷰에서 라이선싱과 브렉시트, 환경문제(Sustainability)가 가장 인기 있는 주제였다고 전했다. 라이선싱과 환경문제는 항상 관심 있는 주제였고, 브렉시트 또한 최근 몇 년간 런던 도서전에서 논의되어 오던 주제였다.

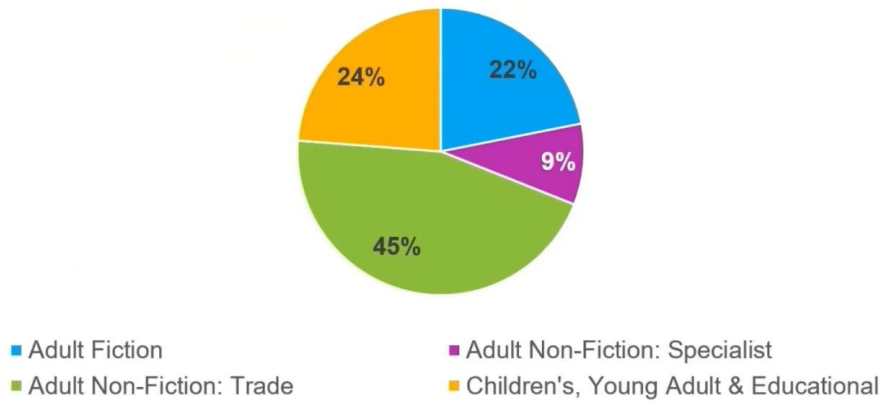
세미나와 콘퍼런스는 오프라인으로 진행되던 때와 비교해도 될 만큼 다양한 주제로 진행되었다. 모두 70여 개의 세션은 산업 분야의 다양한 이슈와 새로운 출판 기술 소개, 출판인과 작가, 번역가, 일러스트레이터를 위한 교육 및 정보 제공 등 다양하게 구성되었다. 이 중 눈에 띄는 몇몇 주제들을 살펴보면 다음과 같다.

영국 아동 도서 시장

닐슨IQ(NielsenIQ)의 어카운트 매니저 올리버 벨덤(Oliver Beldham)은 북스캔(Bookscan)의 종이책 판매 데이터와 설문 조사를 바탕으로 2020년 영국의 아동 도서 시장을 분석했다. 발표 내용에 따르면, 영국 출판시장의 54%는 성인 논픽션이 차지한다. 이어 두 번째로 큰 24%가 아동 도서 시장이다. 그리고 성인 픽션이 뒤를 이어 22%를 차지한다.

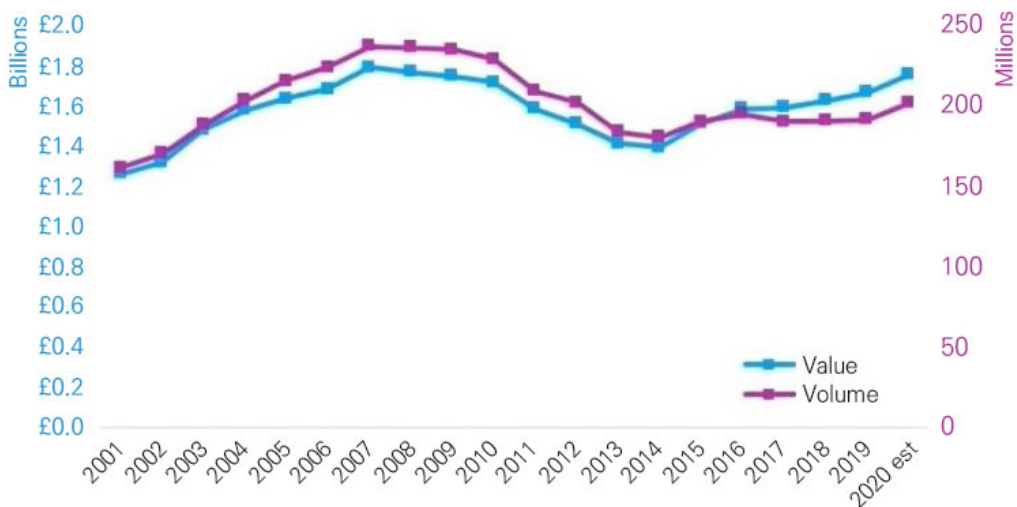
지난 2013년에서 2019년보다 202만 권이 더 팔렸고, 2008년 이후 최고인 17억 6천만 파운드의 매출을 올렸다. 특히, 봉쇄조치가 풀린 시기에는 2019년 대비 평균 310만 파운드의 매출이 늘어난 것으로 나타났다.

Children's value makes up around ¼ of the UK Print market in 2020



Source: Nielsen BookScan - TCM36

영국 성인, 아동 도서 매출 비중



2001-2020 영국 도서 매출 비교

또한, 2020년 출간된 7,000개의 ISBN을 살펴보면, 13%가 야생 생활에 관한 도서였고, 11%가 사람과 장소, 5%가 퍼즐, 그리고 과학기술과 성경이 각각 4%를 차지했다. 매출을 살펴보면, 사람과 장소 관련 도서가 12%로 가장 많이 팔렸고, 과학기술이 11%, 시 9%, 유머 7%, 자아 발견과 자존감 관련 도서가 7%를 차지했다.

브렉시트가 도서 판매에 미친 영향

영국이 유럽연합에서 탈퇴한 이후 영국과 다른 국가와의 도서 무역에는 어떤 변화가 생겼을까? 브렉시트는 지난 몇 년 동안 정치적 의제로 다루어져 왔지만, 브렉시트 이후 영국으로부터 도서를 수입하거나 영국으로 도서를 수출하는 기업들은 실질적인 변화를 겪었다. 이 문제를 논의하기 위해 유럽국제서점연합(European and International Booksellers Federation)의 이사 줄리 벨그라도(Julie Belgrado)와 가드너스 북스(Gardners Books LTD)의 세일즈 매니저 엘다 람버르티(Elda Lamberti), 아일랜드에서 서점 케니스 북샵(Kennys Bookshop)을 운영하는 토마스 케니스(Thomas Kennys), 그리고 스웨덴에서 영어 서적 서점(The English Bookshop)을 운영하는 얀 스미드(Jan Smedh)가 토론에 참여해 자신들이 겪은 경험을 공유했다.

스웨덴의 얀 스미드는 도서의 75%를 영국에서, 그리고 나머지 25%를 미국에서 수입한다. 그는 브렉시트 이후 영국에서 책을 수입할 때 세관 문제로 인해 배송이 하루 더 걸렸다고 한다. 또한 불규칙한 수입 일정으로 인해 정확한 배송일을 예측할 수가 없었다고 한다. 독자가 개별로 직접 수입하는 경우는 관세에 따른 가격 인상과 배송문제로 더 힘들었다고 한다. 그리고 그동안 무료로 받아왔던 리뷰용 도서의 경우, 새로 부과되는 관세를 수입 서점에서 떠안아야 해 더 이상 무료로 받아볼 수 없게 되었고, 앞으로 리뷰용 도서를 받을 수 있을지 의문이라고 그 고통을 전했다.

아일랜드에서 서점을 운영하는 토마스 케니스는 취급하는 80-90%의 도서를 영국에서 수입하고 있다고 한다. 이는 아일랜드의 작가들도 대부분 영국의 출판사를 통해 출간을 하기 때문이라고 한다. 브렉시트 전에는 하루 평균 30권의 도서가 영국에서 배송되어 왔는데, 브렉시트가 시작된 직후 첫 22일간 단 한 건의 배송만이 이뤄졌다고 한다. 이 문제는 다음 달인 2월이 되어서야 어느 정도 해소되었다. 하지만 배송은 여전히 평균 3-4일이 지연되었고, 불규칙한 일정으로 도서의 정확한 배송을 기대할 수 없게 되었다. 또한 초기에는 관세를 부담해야 하기도 했다고 한다. 고객들에게 책을 배송할 때 사용하는 박스도 영국에서 수입하는데, 이 가격도 30% 인상되어 지금은 다른 유럽국가에서 수입하는 방안을 알아보고 있다고 한다.

가드너 북스의 엘다 람버르티는 브렉시트 초기에 관세와 서류 문제로 많은 혼란이 있었고, 이로 인해 배송도 많이 지연되었다고 한다.

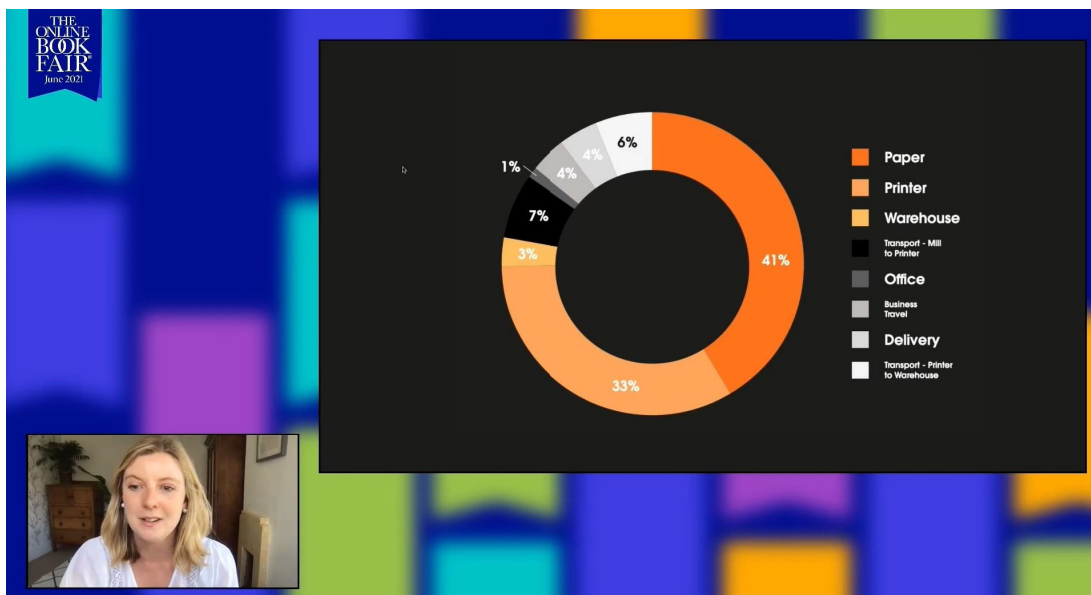
토론 참석자들은 모두 현재는 많이 나아졌다고 한다. 한창 어려울 때는 유럽 내 서점들이 서로 돕는 분위기가 형성되었다고 한다. 하퍼콜린스를 비롯한 영국의 출판사들이 느려진 배송 문제를 해결하기 위해 오히려 배송을 예전보다 빨리하고 있다고도 한다. 만약을 대비해 주문량을 늘린 이유도 있지만, 지금은 아이러니하게도 서점에서 독자에게 배송하는 시간이 더 빨라졌다고 한다. 하지만 독자들이 주문 다음 날에 책을 받는 일은 힘들어졌다고 한다.

현재는 코로나19로 인해 물량이 줄어들어 그 피해가 적지만, 상황이 정상화되면 다시 수입이 늦어질 수 있다고 우려를 표하기도 했다. 관세로 인한 비용 증가도 여전히 문제다. 아일랜드의 경우, 아일랜드 작가들이 영국이 아닌 본국에서 더 많은 책을 출간하기를 바라기도 했다.

지구 환경문제에 대한 출판계의 노력

지구 환경문제에 대한 출판사의 노력을 다룬 토론에는 케임브리지 대학 출판사(Cambridge University Press)의 조달 및 공급 담당 이사 겸 출판협회의 지속가능성 태스크포스 회장인 헬렌 그릭스(Helen Griggs)와 코건 페이지(Kogan Page)의 운영 담당 이사인 마틴 클롭스톡(Martin Klopstock), 펭귄랜덤하우스(Penguin Random House)의 사회 영향 담당 이사 시에나 파커(Siena Parker) 그리고 스프링어 네이처(Springer Nature)의 그룹 커뮤니케이션 담당 이사 씨아 셔러(Thea Sherer)가 참여했다.

펭귄랜덤하우스의 시에나 파커는 '2030 탄소중립 정책'에 관한 출판사의 계획을 발표했다. 우선, 출판에 관련된 분야 중에서 종이와 인쇄가 환경에 미치는 영향이 가장 큰 74%를 차지한다고 했다. 이외에는 운송과 사무 관련 분야가 차지했다.



영국 펭귄랜덤하우스 시에나 파커의 출판과 환경에 관한 발표

전 세계적인 2030 탄소중립 정책에 호응하기 위해 펭귄랜덤하우스도 2030년까지 탄소중립을 이행하는 것을 목표로 한다고 한다. 그러나 어떻게 할지는 아직 구체적으로 나와 있지 않다고 솔직히 밝혔다. 단 에너지 절약을 위한 회사의 노력은 이미 시작되었다고 한다. 이러한 노력의 일환으로 다음과 같은 10개 항목을 마련해 실천하고 있다고 말했다.

1. 환경친화적인 종이와 원자재를 사용한다.
2. 영국 법인은 2021년까지, 글로벌 그룹 전체는 2030년까지 직접적인 탄소발자국(Carbon Footprint)을 없앤다.
3. 도서와 작가, 브랜드를 통해 기후 악화 문제를 강조한다.
4. 모든 것을 재활용한다.
5. 반품된 도서를 커뮤니티에 재배포하는 데 사용한다.
6. 지속적으로 그리고 점진적으로 향상시킨다.
7. 전 세계 밸류 체인(Value Chain) 파트너들에게 보다 더 환경친화적인 원자재 사용을 독려한다.
8. 우리의 진행 상황을 공유한다.
9. 외부 전문가를 통해 우리의 활동을 점검받는다.
10. 산업 전반에 걸쳐 협력한다.

이 항목 중 '10. 다른 산업과의 협력'이 매우 중요하다고 밝혔다. 이는 문제 해결을 위해 가장 중요한 74%를 차지하는 종이와 인쇄 산업의 협업 필요성을 강조하는 것이다.

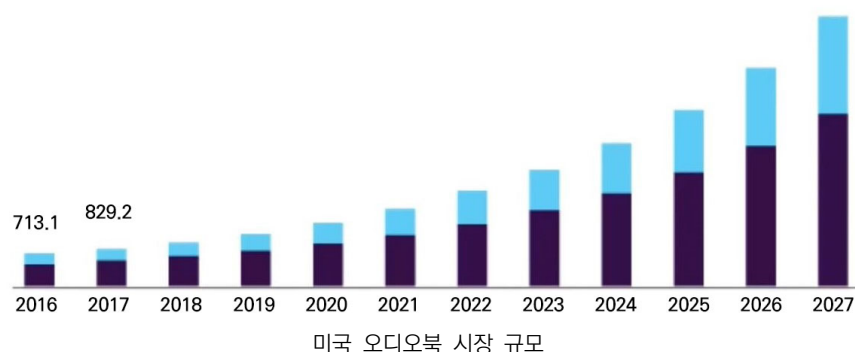
현재 전 사무실이 재생 에너지를 활용하는 방향으로 전환하고 있으며, ISO 14001을 받는다고 한다. 그리고 편집과 디자인 팀에 종이 관련 정보와 교육을 제공하고 있다. 또한 종이, 인쇄 회사와 협력하고 있으며, 항공 운송을 줄이기 위해 지역 인쇄를 실시하고 있다고 자신들의 노력을 공유했다.

AI가 읽는 오디오북

AI 음성 합성 기술을 바탕으로 한 오디오북 녹음 플랫폼 스피치키(Speechki)는 자신들의 기술을 소개했다. 영어 문학 컨설턴트 찰스 버먼(Charles Berman)은 발표를 통해, 현재 많은 출판사와 작가들이 시간과 경비 절약을 위해 음성 합성 기술을 이용한 오디오북을 만들고 있다고 했다. 물론 이 자료의 근거는 확실치 않다. 그러나 이 기술은 더 많은 출판사와 작가들이 하나의 대안으로 찾고 있는 방법이고, 이미 몇 년 전부터 오디오북 업계에서 일어나고 있는 현상이다.

AI and the Publishing Industry

U.S. audiobooks market size, 2016 - 2027 (USD Million)



그동안 지속되어 온 기술 개발로 인해 음성 합성 기술은 점점 더 향상되었고, 때로는 일반인이 구별하기 힘든 경우도 있다. 현재 출판 도서 중 5%도 안 되는 도서가 오디오북으로 출간되고 있다. 그러나 점점 더 커지고 있는 오디오북 시장의 잠재력을 보면, 적은 비용으로 빠른 시간에 오디오북을 제작할 수 있다는 'AI 오디오북'은 출판사나 작가 등 제작자들을 끊임없이 유혹하게 될 것이다.

물론 그 결과물에 대한 판단과 심판은 독자들이 한다. 전문 성우가 읽는 오디오북도 그 성우의 목소리나 읽는 방식, 발음에 따라 스토리를 이해하는 데 큰 영향을 준다. 그래서 오디오북의 독자평에 도서 자체가 아닌 내레이터에 관한 평이 상당히 많다. 이처럼 글자가 아닌 음성으로 책의 내용을 전달받는 독자들에게는 글을 읽어주는 사람의 역할이 크다. 이로 인해 누가 책을 읽느냐가 오디오북의 판매를 결정짓는 중요한 요소가 되기도 한다.

다른 한편으로는, 적지 않은 오디오북 이용자들이 정상 속도보다 빠르게 재생해 오디오북을 듣는다. 일부 사용자들에게 있어 오디오의 질은 아주 큰 문제가 되지 않을 수도 있다는 것이다. 이 경우 다른 포맷에 비해 상대적으로 비싼 오디오북의 제작비를 절감하여 보다 낮은 가격으로 제공할 수 있게 된다면 독자들에게는 오히려 득이 될 수도 있다.

...

앞서 소개한 주제 외에도 저작권을 주제로 한 세션에서는 저작권 판매 기술을 익히고 개발하는 방법과 협상력에 대한 발표가 있었다. 또한, 회계와 관련해 로열티와 세금, 로열티 명세서 등 재무 관련 사항에 관한 발표도 있었다. 번역 출판에 관해서는 아랍 문학의 유럽 진출에 관한 의견이 논의되었고, 사례 발표로는 아마존 크로싱을 통해 출간된 중국어 아동 도서에 관한 작가와 번역가의 발표가 있었다.

이번 런던 도서전은 팬데믹으로 인해 많이 축소되었거나 취소되었던 국제도서전의 주요 행사를 온라인으로 옮겨 놓는 데 성공했다. 영국 출판 잡지 <더북셀러(The Bookseller)>에 의하면 일부 기술 문제가 제기되긴 했으나 참석자들은 대체로 긍정적인 반응을 보였다고 한다. 이를 증명하듯 이 기간 저작권 판매도 약간 상승했다고 한다. 10월에 열릴 프랑크푸르트 도서전이 예정대로 오프라인으로 진행될 수 있도록 상황이 안정되길 바랄 뿐이다.

안성학(KPIPA 미국 코디네이터, 미국 파피펍 대표)

미국 아마존의 회사사인 오더블과 킨들 코믹솔로지에서 디지털 오디오북과 코믹북의 글로벌 콘텐츠 제작팀을 이끌었다. 한국의 도서와 웹툰, 웹소설을 미국시장에 번역 출판하는 파피펍(Poppypub)과 한국 도서 홍보 사이트 KLitReads를 운영하고 있다.

프랑스의 안티 아마존 운동

강미란(KPIPA 수출 코디네이터)

2021. 7.

대표적 퓨어 플레이어(Pure Player) 중 하나인 다국적 기업 아마존은 뭐든지 팔고 어디서든지 판다는 철학을 가지고 있다. 이는 소비자 입장에서 굉장히 편하다. 아마존에는 없는 물건이 없을뿐더러 클릭 한 번이면 본인이 어디에 살든 물건을 쉽게 구입할 수 있기 때문이다. 게다가 아마존의 유료회원 서비스인 “프라임(Prime)”을 이용하면 따로 배송비를 내지 않고도 소위 총알배송이 가능하다. 필요한 물건을 찾으려 시간을 허비하고, 몇 날 며칠 배송을 기다릴 필요도 없다. 그래서 프랑스의 아마존 이용자는 계속 늘어나고 있다. 무엇인가가 필요할 때는 아마존을 찾도록 한다는 아마존의 전략이 맞아 들고 있는 것이다.

아마존에서 ‘뭐든지’ 파는 물건 중에는 물론 책도 포함된다. 아마존에는 없는 책이 없을뿐더러 움직이지 않고도 오늘 주문하면 내일이면 받을 수 있으니 기다리는 수고도 덜 수 있다. 특히 주거지와 가까운 곳에 서점이 없는 이용자들에게는 정말 편리한 시스템이다. 서점에 직접 갈 수 있는 환경이라 할지라도 내가 원하는 책이 서점에 없을 수도 있고, 그렇게 되면 주문을 넣고 다시 찾으러 가야 하는데, 아마존에서는 검색과 클릭 한 번이면 이 모든 단계를 거치지 않아도 되는 것이다.

아마존의 아이러니

공영 라디오 ‘프랑스엔테르(France inter)’에 따르면¹⁾ 아마존의 책 판매량은 프랑스 총 도서 판매의 50%를 차지하고 있다. 따라서 아마존은 프랑스의 대부분 출판사에게 있어서 우수 고객일 가능성이 크다. 그러나 조금 아이러니한 점이 있다. 아마존은 프랑스 출판사들에게는 우수 고객이고, 프랑스 도서 판매 1, 2위를 다투는 곳이다. 하지만 정작 도서 판매로 벌어들이는 수입은 별로 없다는 점이다. 아마존 측의 철저한 비밀 유지로 인해 공식적으로 알려진 수치는 없으나 전문가들은 도서 판매를 통한 프랑스 아마존의 수입은 그리 많지 않은 것으로 예상하고 있으며, 어쩌면 손해를 보고 있을지도 모른다는 의견도 있다. 프랑스 아마존은 소위 ‘안티-아마존법’이라 불리는 2014년 7월 8일 도서정가제 및

1) <https://www.franceinter.fr/emissions/social-lab/social-lab-03-mars-2019>

배송비와 관련한 법 시행에 저항이라도 하듯 프라임 고객이 아니더라도 모든 책 상품 배송 비용을 상징적인 가격인 1센트(약 13원)로 하고 있다. 따라서 배송에 드는 비용을 아마존 측에서 부담하고 있다는 결론이 나온다. 또한 24시간 내 배송 등 빠른 서비스를 위해 대형 물류센터를 두고 있어, 건설 및 유지에 들어가는 비용 등까지 계산하면 책 판매로 거둬들이는 8-9%의 이익이 아마존 자체에는 큰 도움이 되지 않는다는 말도 일리가 있다. 물론 아마존이 진짜 돈을 벌어들이는 분야가 '아마존 웹 서비스'라는 것은 널리 알려져 있지만, 도서 판매에 대해서는 덤핑행위까지 하고 있는 이유는 무엇일까? 물론 전략적인 여러 이유가 있겠으나 가장 대표로 꼽을 수 있는 점은 프랑스 소비자들에게 '필요한 물건은 무엇이든 아마존에서 살 수 있고, 아마존은 이용이 편하다'라는 인식을 각인시키기 위한 것이라고 한다. 그래서 책 판매 덤핑을 감수하는 것이다.

아마존의 문제

없는 책이 없고, 배송비는 거의 무료니 많은 사람이 아마존을 통해 책을 구입하고 있다. 대형 서점 및 대형 마트 등과 경쟁하는 것도 힘에 부치는데 아마존이라는 다국적 대형 기업까지 진출해 일반 중소 서점이나 동네 서점의 사정은 더욱 어려워졌다. 이는 비단 서점만의 문제가 아니다. 앞서 말했듯 아마존은 출판사 입장에서는 책을 많이 팔아주는 우수 고객 중 하나다. 하지만 아마존의 총알배송에 따라 가려면 출판사 측에서도 큰돈을 들이며 빠른 배송을 해 줘야 하고, 그게 아니면 아마존 물류센터 이용비를 내야 하는데, 그 부담이 만만치 않다는 것이다. 그러니 아마존의 책 판매 덤핑에 출판사들이 감당해야 하는 고통도 이만저만이 아니다. 뿐만 아니라 빠른 배송을 위해 아마존 측에서는 유통 및 배송업체 측에도 큰 압력을 가하고 있는 것으로 알려졌다. 그러니 책 덤핑 때문에 출판사는 물론 유통업체, 리셀러 모두가 피해를 입고 있는 것이 현실이다.²⁾

아마존의 문제는 또 있다. 프랑스에서 세금을 덜 내기 위해 세율이 낮은 곳에 사업장을 두는 것으로 신고를 한다는 사실이다. 정작 프랑스에서는 높은 매출액을 내면서 세금은 적게 내고 있다. 반면 사업장을 프랑스에 두고 있는 대부분의 출판사와 서점은 일반 법인세가 적용되어 세금 부담이 크다. 아마존과의 경쟁도 어려운데 세금까지... 이렇게 프랑스 출판사와 서점들은 이중고에 시달리고 있다.

아마존은 절세 문제 외에도 과도한 물류창고 이용비 부과로 아마존을 통해 물건을 팔려는 출판사 등에 큰 부담을 주고 있으며, 이는 곧 환경오염으로까지 이어지고 있다. 아마존은 상품을 보관하고 구매자에게 배송하는 과정에서 수수료를 받는 시스템으로 운영되고 있다. 문제는 상품을 보관하는 데 드는 사용료가 꽤 부담이라는 점이다. NGO 기관인 '레자미드라테르(Les amis de la Terre)'와 프랑스의 경제 전문 프로그램 <카피탈(Capital)>의 공동 취재 결과에 따르면³⁾ 창고 1㎡의 한 달 사용료는 약 26유로, 6개월이 지나면 500유로, 1년이 지나면 1,000유로로 늘어난다. 따라서 조금이라도 이윤을 내려는 회사는 팔지 못한 물품을 반송하는데 또 돈을 쓰는 대신 새 상품이지만 파기하는 쪽을 택하는 것이다.

2) <https://actualitte.com/article/4709/tribunes/bye-bye-amazon-il-en-va-de-la-responsabilite-de-chaque-editeur>

3) <https://www.telereama.fr/television/scandale-des-invendus-amazon-aurait-detruit-trois-millions-de-produits-en-france-en-2018,n6086750.php>

뿐만 아니라 프랑스 아마존은 물류센터 직원들의 노동 환경에도 큰 문제가 있는 것으로 보인다. 프랑스 보건안전위원회(CHSCT)가 프랑스의 한 아마존 물류센터 직원을 대상으로 한 조사에 따르면⁴⁾ 빠른 서비스, 목표량 채우기 등을 위해 직원들이 과로에 시달리는 경우가 많다고 한다. 조사 응답자 중 44%가 이미 업무 스트레스 및 과로로 병원을 찾은 것으로 나타나 아마존의 업무 환경과 직원 복지에 큰 문제가 있는 것으로 보인다.

안티-아마존 운동

아마존으로부터 다른 경쟁업체를 보호하기 위한 수단 중 하나로 프랑스 정부에서는 도서정가제 및 배송비와 관련한 법인 소위 '안티-아마존법'을 만들었다. 프랑스는 1981년 8월 10일 81-766법에 따라 도서정가제를 시행하고 있다. 출판사에서 정한 가격이 책 뒤표지에 찍혀 있어서 이를 지키는 것이 원칙이나 서점에서 원한다면 5% 할인제를 적용할 수 있다. 그러나 정보통신의 발달로 인터넷 서점이 발달하고 아마존 등장으로 새로운 정책을 마련해야 했다. 1981년 법과 같은 선상에서 도서정가제를 유지하고 아마존의 도서 덤핑을 막기 위해 2011년 11월 11일부터 전자책 정가제가 실시되었다. 이후 일반 동네 서점도 지키고 프랑스 대형 서점(프낙 등) 및 유통업체를 보호하기 위한 일환으로 2014년부터 또 다른 법이 시행되고 있는 것이다. 이러한 안티-아마존법은 소비자들이 물리적으로 존재하는 서점에서 책을 샀을 때 이득을 보도록 하는 데 그 의미를 두고 있다. 즉 1981년 법에서 인정하고 있는 5% 도서할인제와 무료 배송비 서비스를 동시에 사용할 수 없도록 금지하고 있는 것이다. 따라서 인터넷으로 책을 구입하면 5% 할인율을 적용받지 못할뿐더러 배송비까지 내야 한다. 대신 인터넷으로 책을 주문한다고 해도 직접 서점에 가서 찾아올 경우 5%의 할인율을 적용할 수 있다. 현재 프낙(FNAC)과 같은 대형 서점에서는 이 시스템을 따르고 있다.

그러나 아마존은 이 법에 큰 타격을 입는 것 같지 않아 보인다. 앞서도 말했지만 무료배송이 불가능하니 배송료를 1센트로 하여 거의 공짜나 다름없이 운영하고 있는 것이다. 특히 서점에 가기 어려운 환경에 있는 소비자들은 계속해서 아마존을 이용할 수밖에 없다. 현재 대형 서점인 프낙은 아마존과의 경쟁하기 위해 배송비를 1센트로 하고 있다. 하지만 이는 대형 기업이기엔 가능한 이야기이고, 중소 서점에서는 배송비 부담으로 꿈도 꿀 수 없는 상황이다. 이에 2020년 이후 새로운 법안이 국회 심의 중에 있다. 인터넷으로 책을 주문할 경우 무조건 2유로에서 2유로 30센트를 배송비로 내도록 하는 법안이다. 문화부와 경제부 장관이 전자통신, 우편, 언론 배포 규제기관과 협력하여 배송 비용의 최소 금액을 부과하는 내용이다. 이 법안이 통과될 경우 새 책은 물론 중고책에도 반영될 예정이다.

시민 차원에서도 안티-아마존 운동은 활발하게 진행되고 있다. Jeannot se livre, bulledop, le souffle des mots 등의 많은 북튜버(booktuber)들이 아마존이 아닌 일반 서점에서 책을 사자는 운동을 벌이고 있는가 하면, 일반 시민 단체에서도 다양한 안티-아마존 시위를 벌이고 있다. 지난해 1월 아마존의 물류센터 건설에 반대하는 시위가 재무부 건물 앞에서 열렸고, 올해만 해도 낭트 등의 도시에서 시민들의 안티-아마존 시위가 열렸다. 아마존은 집까지 배송하는 서비스 외에도 지방 소도시나 작은 마을의 마트에도 '아마존 로커(Amazon lockers)'를 설치하여 무료 픽업서비스를 제공하고 있다.

4) <https://actualitte.com/article/19417/distribution/enquete-les-inquietantes-conditions-de-travail-chez-amazon-france>

이에 반해 지난해 12월에는 로트에가론(Lot-et-Garonne) 지역의 소도시 마트들을 중심으로 아마존 로커를 봉쇄하는 등 시민 단체들의 시위⁵⁾가 열렸다.

안티-아마존 운동은 아마존을 주요 고객으로 두고 있는 출판사에서도 진행되고 있다. 책을 통한 인간 관계의 형성 및 유지, 책 관련 업계의 전문성 확보, 윤리적인 기업 운영 등을 목표로 하는 50여 개의 출판사에서 아마존을 통해 책을 팔지 않기로 하며 보이콧 운동을 하고 있다⁶⁾. 이들이 보이콧 운동에 참여할 수 있었던 것은 함께 일하는 유통사가 직접 보이콧에 참여하고 있기 때문이기도 하다. 이에 대해 도서 전문 잡지 <악튀알리테(Actualité)>에 낸 성명⁷⁾을 통해 존 성시블(Zone sensible) 출판사 측은 다음과 같이 설명했다. 아마존의 덤핑, 절세, 열악한 근무 환경, 배송 관련 압박 등을 생각하면 더 많은 출판사에서 보이콧에 참여하면 좋겠지만 그러기가 힘들다는 것이다. 우선 많은 출판사의 주요 고객이 아마존이라는 점을 무시할 수 없다고 한다. 매출의 30-50%가 아마존에서 이뤄지고 있기 때문이다. 또한 아마존 측의 부당한 압력에도 불구하고 프랑스는 물론 외국에까지 자사의 책을 알릴 수 있다는 점도 쉽게 보이콧을 할 수 없는 이유이기도 하다. 결정적인 이유는 출판사가 직접 아마존과 거래를 하는 것이 아니라 대부분 유통사를 거친다는 점이다. 따라서 유통사에서 아마존을 리셀러로 선택하면 출판사 측에서는 큰 힘을 쓸 수 없다는 입장이다. 유통사에게도 어려움이 있는 것은 마찬가지다. 만일 아마존을 보이콧하는 경우 판매거부 등의 법적인 문제를 피해갈 수 없다는 점이다.

이렇게 출판사 및 유통사 측에서 해결하기 어려운 문제를 극복하기 위해 새롭게 떠오른 안티-아마존 운동 계획이 또 있다. 바로 ISBN 바코드를 책 표지에 찍지 않는 운동이다. 벨기에 출판사인 비 파라렐(Vie parallèles)에서 시작한 방법으로, 바코드를 책 겉면에 찍지 않아 아마존의 시가 찾아내지 못하게 하는 방법이다. 이를 통해 아마존에서 걸고넘어질 수도 있는 '판매거부' 등의 법적 책임을 피해 가며 보이콧을 하고 있는 셈이다.

이외에도 프랑스의 소비자들이 아마존이 아닌 다른 곳에서 인터넷 책 구입을 할 수 있도록 유도하는 제안⁸⁾도 마련하고 있다. 'l'alibrairie.com'은 중소 서점이 조합을 만들어 운영하는 인터넷 서점이다. 원하는 책을 검색하고 소비자가 살고 있는 곳에서 가까운 서점이나 잡지상에서 책을 받아볼 수 있도록 하는 시스템이다. 현재 이 조합 창고에 보관 중인 책은 약 30만 권이며 도서벽지가 아닌 이상 24시간 내에 픽업 장소에서 책을 받아볼 수 있도록 하고 있다. l'alibrairie.com 픽업 장소는 현재 약 2,500여 개인 것으로 집계되고 있다. 얼마 전부터는 집까지 배송하는 서비스도 제공하고 있다. 아마존과는 달리 직원들 모두가 정규직이고 성과에 따라 인센티브도 제공한다. l'alibrairie.com뿐만 아니라 파트너 픽업 장소 모두 프랑스 내에 거주지를 두고 있어 아마존과는 달리 정식으로 세금을 내고 있는 기업이기도 하다.

비슷한 시스템의 인터넷 서점으로 leslibraires.com도 있다. 새 책은 물론 중고책 및 전자책까지 판매하는 사이트이다. 인터넷을 통해서도 일반 서점에서 느낄 수 있는 분위기, 전문가의 조언 등을 경험할

5) <https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/lot-et-garonne/agen/fronde-anti-amazon-lot-garonne-reclamer-suppression-casiers-retraitdepots-grandes-surfaces-1902156.html>

6) <https://actualitte.com/article/4694/distribution/un-front-commun-contre-amazon-l-edition-se-revolte>

7) <https://actualitte.com/article/4709/tribunes/bye-bye-amazon-il-en-va-de-la-responsabilite-de-chaque-editeur>

8) <https://www.linfordurable.fr/entreprises/trois-bons-plans-pour-acheter-ses-livres-sans-passer-par-amazon-10721>

수 있도록 하는 것이 목표인 곳으로, 소비자가 살고 있는 곳에서 가장 가까운 동네 서점 및 독립 서점 등을 소개해주고 있다. 서점 수준, 사회적 기능, 납세 및 직원 복지 등을 고려하여 이 사이트에서 공식으로 인정한 서점의 상품을 구입할 수 있다. 현재 보유하고 있는 책의 양은 약 5백만 권 정도인 것으로 집계되고 있다.

이렇게 프랑스에서는 현재 정부 차원, 시민 차원의 다양한 안티-아마존 운동을 벌이고 있다. 물론 앞서 설명했듯 아마존은 이미 도서 판매에 대해서 덤핑을 하고 있기 때문에 프랑스의 모든 출판사에서 아마존에 판매를 하지 않겠다고 해도 아마존 쪽의 순이익에는 별 차이가 없을 것이다. 하지만 출판사와 유통사, 프랑스 독자들 모두가 아마존을 보이콧한다면 일반 서점들의 상황이 훨씬 좋아질 것이 분명하다. 이렇게 프랑스에서의 안티-아마존 운동은 비단 도서출판 관계자들만의 문제가 아니다. 모두가 함께 풀어가야 할 과제이다.

강미란(KPIPA 수출 코디네이터)

프랑스어 마장디 고등학교 교사, 라레유니옹 대학 강사 및 언어교육학 연구원, 번역가. 다수의 한국 만화를 프랑스어로 옮겼고, 프랑스어 소설과 그래픽노블을 한국어로 옮겼다.

출판
N