

# 출판N

2022.03. Vol.30

[nzine.kpipa.or.kr](http://nzine.kpipa.or.kr)

## 커버스토리 :

**2021 국민독서실태조사가 말해주는 것**  
2021 국민독서실태조사의 조사 결과와 함의  
2021 국민독서실태조사와 아이들 독서교육  
책 읽는 사회가 되려면

## 정책zoom

[KPIPA 소식] 2022년 오디오북 제작 지원  
사업 소개  
전자책과 가상공간 서비스 확대하는 도서관

## 출판가 핫&쿨

[편집자 이야기] 출판사 편집자는 참 많은  
일을 합니다  
재개발에 직면한 헌책방 메카, 보수동  
책방골목

## 인사이드

[인터뷰] 낭만과 트렌드가 살아 숨 쉬는 곳,  
종이잡지클럽 김민성 대표  
열세 살 어린이 시인들의 봄, 여름, 가을, 겨울,  
다시 봄!

Now  
Next  
News  
Network

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



<출판N> 웹진  
<http://nzine.kpipa.or.kr>



<b>+ 커버스토리</b>	
2021 국민독서실태조사가 말해주는 것	
2021 국민독서실태조사의 조사 결과와 함의	1
· 백원근(책과사회연구소 대표)	
2021 국민독서실태조사와 아이들 독서교육	6
· 김은하(책과교육연구소 대표)	
책 읽는 사회가 되려면	10
· 이정수(동국대학교 미래융합교육원 초빙교수)	
<hr/>	
<b>+ 정책zoom</b>	
[KPIPA 소식] 2022년 오디오북 제작 지원 사업 소개	16
· 김소이(한국출판문화산업진흥원 미래산업팀 주임)	
전자책과 가상공간 서비스 확대하는 도서관	21
· 이재선(한국도서관협회 사무총장)	
<hr/>	
<b>+ 출판가 핫&amp;쿨</b>	
[편집자 이야기] 출판사 편집자는 참 많은 일을 합니다	26
· 이옥란(실용국어연구실 이다 대표)	
재개발에 직면한 헌책방 메카, 보수동 책방골목	31
· 김성일(해광고등학교 국어교사)	
<hr/>	
<b>+ 인사이드</b>	
[인터뷰] 낭만과 트렌드가 살아 숨 쉬는 곳, 종이잡지클럽 김민성 대표	38
열세 살 어린이 시인들의 봄, 여름, 가을, 겨울, 다시 봄!	42
· 박수경(구미오산초등학교 학생 책쓰기 동아리 '소담' 담당교사)	
<hr/>	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김홍기, 류영호, 백창민 발행일 2022년 3월 10일

발행처 한국출판문화산업진흥원 주소 54866 전라북도 전주시 덕진구 중동로63 대표전화 063-219-2724 E-mail nzine@kpipa.or.kr 홈페이지 www.kpipa.or.kr

기획/편집 출판정책연구팀 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.

## [2021 국민독서실태조사가 말해주는 것] 2021 국민독서실태조사의 조사 결과와 함의

백원근(책과사회연구소 대표)

2022. 3.

‘독서율 하락’은 더 이상 새롭지 않은 뉴스다. 그만큼 ‘독서 생태계의 사막화’가 만성화되었다는 뜻이다. 그런데 독서율 하락이 곧바로 출판시장 축소를 의미하는 것은 아니다. <국민독서실태조사>에서 ‘독서’의 범위는 출판시장 비중이 큰 교과서, 학습참고서, 수험서 등을 제외한 일반도서만을 포함한다. 또한 무료 웹소설을 읽는 것은 독서지만 출판시장 기여도는 낮다. 열성적으로 책을 많이 구매하는 독자가 있는가 하면, 도서관에서 무료로 빌린 책만 읽는 독자도 있다. 이처럼 독서율과 출판시장이 등가의 관계는 아니다. 하지만, 인구 감소가 사회 변화에 큰 영향을 미치듯이 책 읽는 독서인구의 지속적인 감소는 독서 생태계의 일부인 출판시장에 역기능을 초래할 수밖에 없다. 독서율 하락을 출판시장의 기반 축소로 해석하는 이유다.

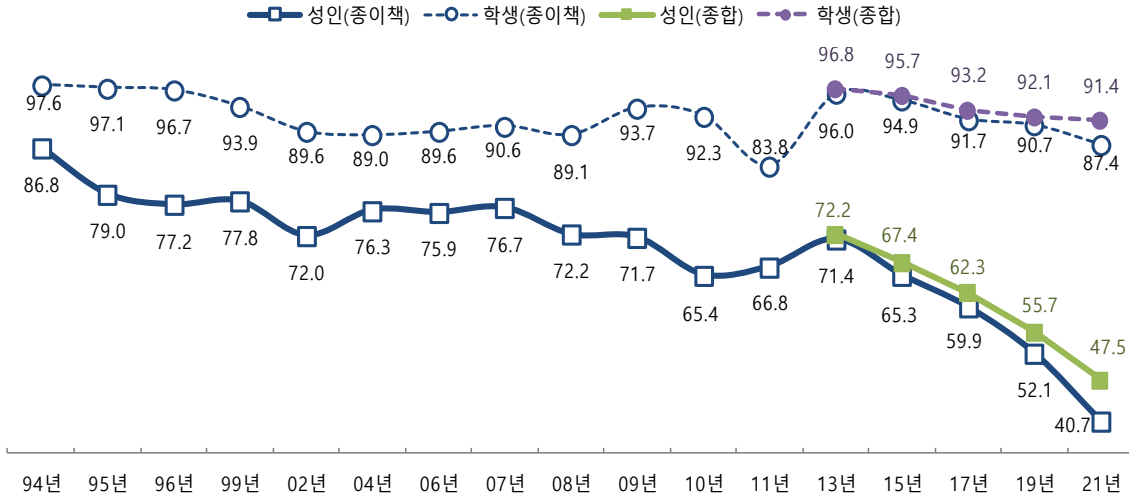
### 추락하는 독서실태와 출판문화의 위기

한국출판연구소의 조사 연구를 바탕으로 문화체육관광부가 발표한 <2021 국민독서실태조사>(2년 주기 조사)에 따르면, 종이책과 전자책(웹소설 포함), 오디오북의 연간 이용률을 모두 합한 성인의 ‘종합 독서율’은 2019년 55.7%에서 2021년 47.5%로 지난 2년 사이에 8.2%p 하락했다. 매체별 독서율(복수 응답률)은 종이책 40.7%, 전자책 19.0%, 오디오북 4.5%로, 직전 조사인 2019년에 비해 종이책이 11.4%p 감소하며 추락한 반면, 전자책은 2.5%p 증가하고 오디오북도 1.0%p 증가했다. 종이책 독서율 감소는 크지만 전자책과 오디오북의 증가는 더디다.

참고로 전자책은 2013년 조사부터, 오디오북은 2019년 조사부터 독서의 범위에 포함되었다. 매체 환경 변화를 반영한 2013년 이후의 변화 추이를 보면 종이책 독서율의 하락이 두드러진다. 2013년에는 성인 10명 중 7명(71.4%)이 적어도 1년에 한 권 이상 종이책을 읽었지만 2021년에는 10명 중 4명(40.7%) 수준으로 무려 3명이 증발했다. 지난 8년 사이 전자책과 오디오북까지 합한 ‘종합 독서율’은 72.2%(2013년)에서 47.5%(2021년)로 24.7%p 하락했고, 비종이책만 읽거나 듣는 독서율의 비중은 0.8%(2013년)에서 6.8%(2021년)로 증가했지만 여전히 종이책 중심인 독서 생태계의 좌표를 보여준다.

### '독서율' 변화 추이(성인·학생)

(단위: %)



그간 독서율 하락은 주로 성인의 문제로 여겨졌다. 하지만 이번 조사를 통해 초·중·고등학교 학생들의 독서율 하락 현상도 부각됐다. 초·중·고등학교 학생의 '종합 독서율'은 2013년에 96.8%이던 것이 2019년 92.1%, 2021년 91.4%로 하락 추세를 나타내고 있다. 특히 종이책 독서율은 2013년의 96.0%에서 하락을 거듭하며 87.4%까지 떨어졌다. 교과서, 학습참고서 이외의 일반도서를 전혀 읽지 않는 학생의 비율이 종이책 기준으로 평균 13%(초등학생 7%, 중학생 13%, 고등학생 18%)까지 증가한 것이다. 초등학생 시기부터 이미 비독자(非讀者)가 증가하는 현상이 뚜렷하며, 고등학생 10명 중 2명은 이미 비독자다.

종이책 독서율과 '종합 독서율'이 모두 50% 이하로 하락한 충격은 다른 독서 지표들에도 연동되어 나타났다. 읽지 않는 사람까지 포함한 연간 평균 독서량은 성인이 4.5권으로 2년 전보다 3.0권 감소했고, 초·중·고등학교 학생은 34.4권(초등학생 66.6권, 중학생 23.5권, 고등학생 12.6권)으로 2년 전보다 6.6권(초등학생 20.3권, 중학생 2.0권) 감소했다. 종이책만 놓고 보면 성인은 2019년 6.1권에서 2021년 2.7권으로 불과 2년 사이에 반토막이 났다. 초·중·고등학교 학생은 32.4권에서 2021년 24.8권으로 약 23%가 줄었다. 반면 전자책은 성인이 1.2권에서 1.5권으로, 초·중·고등학교 학생이 5.6권에서 8.2권으로 약간 증가하였지만 종이책 독서량 감소분을 채우기에는 미흡했다. 비독자를 제외한 성인 독서자의 연평균 종이책 독서량은 6.6권으로 2019년(11.8권)에 비해 44% 감소했고, 전자책과 오디오북까지 합한 '종합 독서량'도 9.5권으로 2년 전(13.5권)에 비해 약 30% 줄었다. 책을 읽는 사람의 숫자도 읽는 양도 대폭 줄어든 것이다.

또한 성인의 독서 선호도는 '좋아한다' 22.7%, '보통' 36.6%, '싫어한다' 40.7%로 2년 전 대비 '좋아한다'가 3.2%p 줄고 '싫어한다'가 11.4%p 증가하여 종이책 독서율 감소 비율과 일치했다. 연간 종이책 구입량은 전체 평균 1.9권, 구입자 기준 5.2권으로 2년 전 대비(전체 2.5권, 구입자 4.9권) 전체 평균은 줄었지만 구입자 기준으로는 증가했고, 전자책은 전체 평균(1.1권) 및 구입자 평균(6.6권)이 모두 증가했다. 코로나19 등의 영향으로 공공도서관 이용률은 성인 16.9%, 초·중·고등학교 학생 46.0%

로 2년 전보다 성인은 7.0%p, 학생은 14.8%p 감소했고, 학교도서관 이용률도 67.5%로 2년 전보다 15.3%p 하락했다. 초·중·고등학교에서 아침독서를 시행하는 학교의 학생들은 “학교 아침독서가 독서 습관에 도움이 된다”(60.2%)고 답했지만, 2021년 기준 시행률은 30.3%로(초등학교 72.1%, 중학교 11.1%, 고등학교 7.1%) 2013년의 69.6%에서 하락세가 이어졌다.

## 전자책, 웹소설, 오디오북 이용 실태

이처럼 매체 환경의 변화 속에서 전체 독서율이 줄어든 가운데, 독서에서 종이책의 영향력은 여전히 크고 전자책과 오디오북 이용은 점진적으로 증가하는 양상을 알 수 있다. 읽기를 싫어하는 사람이 늘었지만 읽기를 좋아하는 사람은 정기구독 등을 통해 더 많은 책을 읽는 ‘독서 양극화’의 심화도 코로나 19와 겹친 지난 2년간의 변화로 볼 수 있다.

이번 <2021 국민독서실태조사>에서는 성인 응답자를 대상으로 특별 문항 조사를 병행했다. 매체 환경 변화를 반영해 전자책, 웹소설, 오디오북 이용 실태를 상세히 물은 것이다. 종이책이 아닌 디지털 방식의 독서인 만큼, 연령별로 보면 20대의 이용률이 가장 높고 연령이 높을수록 이용률은 하락했다. 전자책, 웹소설, 오디오북을 이용하는 기기는 역시 스마트폰이 60.5%로 가장 많았고, 이어서 태블릿PC 20.9%, 노트북 11.4%, 데스크톱PC 5.4%, 이북리더기(전자책 전용 단말기) 1.7% 등의 순이었다.

이처럼 비종이책 독서 콘텐츠를 이용하는 이유는 ‘보관과 휴대가 편리해서’, ‘시간/장소에 관계없이 이용할 수 있어서’라는 응답이 공통적으로 높았고, 오디오북의 경우 ‘부담 없이 즐길 수 있어서’와 ‘다른 일을 하면서 동시에 이용할 수 있어서’라는 비율이 상대적으로 높았다. 또한 이들 콘텐츠를 이용하는 방식은 무료 이용과 유료 이용(구매, 대여, 정기구독)이 각각 절반 정도씩이었다.

최근 수년간 업체들의 활발한 광고마케팅에 힘입어 전자책과 오디오북의 유료 정기구독 이용자가 크게 증가했다. 그렇지만 전자책, 웹소설, 오디오북 이용자 중에서 유료 구독 서비스를 이용해본 적이 없는 경우가 40.2%로 가장 많았고, 1개월 무료 서비스만 이용한 경우가 25.1%, 현재 이용 중인 경우가 24.9%, 유료 구독 이용 경험이 있지만 현재는 이용하지 않는 경우가 9.8%였다. 성인 전체로 보면 현재 유료 전자책/오디오북 정기구독 이용자는 약 5% 정도로 추정된다.

성인 전자책/웹소설/오디오북 이용자 중에서 ‘각색/극화/요약한 오디오북’을 이용한 경험자는 15.9%였는데, 해당 콘텐츠 이용 이후 책 전체 내용을 담은 원작을 이용한 경험은 ‘오디오북 청취’(42.2%), ‘종이책 독서’(26.4%), ‘전자책 독서’(14.7%), ‘원작을 읽지 않음’(16.8%) 순으로 나타나 각색/극화/요약 오디오북이 원작 독서 체험으로 이끄는 데 중요한 역할을 한다는 점을 알 수 있다. 전자책/웹소설/오디오북의 개선 사항으로는 ‘다양한 종류의 콘텐츠 서비스’(37.5%), ‘종이책 콘텐츠의 전자책/오디오북 제공 확대’(17.7%), ‘콘텐츠 품질 개선’(15.5%) 순으로 나타나 출판계의 시장 참여 확대가 필요하다는 것을 보여준다.

## 출판시장 관련 문항의 결과

독서 분야 선호도에서는 매체 형태를 가리지 않고 '소설'의 비중이 압도적으로 높았다(성인은 종이책 26.5%, 전자책 45.4%, 오디오북 32.4%, 학생은 중·고등학생 34.0%, 초등학생[동화/소설] 22.9%). 무엇보다도 도드라진 특징은 '재테크, 부동산'의 약진이다. 이 분야는 종이책에서 소설과 수필에 이어 7.8%로 3위를 차지하여 '경제/경영'(6.2%) 분야를 앞지를 정도였고, 전자책에서 8위(3.8%), 오디오북에서도 8위(4.9%)에 올라 각각 15개씩인 독서 분야에서 크게 약진하며 출판시장에서의 높은 인기를 반영했다.

성인의 도서 구입처는 종이책의 경우 시내 대형서점(34.7%), 인터넷서점(32.9%), 동네 소형서점(12.3%), 대형 할인마트(5.7%), 중고책 서점(4.4%) 순으로 나타나, 2년 전보다 대형서점 이용자는 4.7%p 감소한 반면 인터넷서점과 소형서점은 각각 2.9%p와 3.3%p가 증가했다. 이는 코로나19 이후 독서 생활 변화를 묻는 문항에서 '인터넷서점 이용 증가'가 성인 13.1%, 초·중·고등학교 학생 35.0%로 크게 나타난 것과 일맥상통한다. 한편, 전자책 구입처는 인터넷 포털(35.0%), 인터넷서점(27.4%), 전자책 종합 사이트(13.9%) 순이었고, 오디오북은 오디오북 플랫폼(51.0%), 인터넷 포털(13.0%)의 비중이 컸다.

## 시사점과 과제

지난 2년 사이에 성인 독서율이 대폭 하락한 우리나라와 달리 다른 선진국들은 독서율에 큰 변화가 없거나 오히려 증가한 것으로 확인되었다. 미국의 퓨 리서치 센터(Pew Research Center)가 조사한 2020년 기준 미국 성인의 독서율은 77%로 2019년의 72%보다 오히려 증가했다. 일본의 요미우리신문이 조사한 2021년 일본인의 월평균 독서율은 47%로 전년도의 45%보다 증가했다(2021년 한국인의 월간 독서율은 40.8%로 추정).

그럼 외국과 달리 한국 성인의 독서율이 추락하는 원인은 무엇일까. 성인은 '일 때문에'(26.5%) 초·중·고등학교 학생은 '공부 때문에'(21.2%) 책 읽을 시간이 없고, '책 이외의 다양한 매체(스마트폰, 텔레비전, 인터넷, 게임 등)를 이용하느라'(성인 26.2%, 학생 23.7%), '책 읽는 습관이 없어서'(성인 9.7%, 학생 19.1%) 책을 멀리한다. 독서는 능동성과 집중력이 요구되는 매체 이용 방식인 데 비해 동영상 매체는 그 반대다. 이래저래 피곤한 삶을 살아가는 사람들이 수고스러운 읽기 대신 오락적인 즐거움이나 당장 필요한 정보를 손쉽게 얻을 수 있는 매체들을 선호하는 경향이 확연하다.

통계청의 <2021년 사회조사> 결과, 우리 국민의 주중 여가활동(복수응답) 중에서 동영상 콘텐츠 시청은 2017년 81.1%에서 2021년 88.9%로 증가했다. 또한 방송통신위원회가 조사한 <2020 방송매체 이용행태 조사>를 보면 스마트폰의 하루 평균 이용 시간이 2018년 96분에서 2020년에 115분으로 약 20% 증가했다. 텔레비전 수상기 이외의 매체(스마트폰 등)를 이용한 동영상 시청 시간도 2년 사이에 20분 증가했다.

독서율은 감소 추세이지만 성인 대다수는 독서의 유용성에 대해 동의한다. 책 읽기가 사회생활에 도움이 된다는 응답률이 10명 중 7명(67.8%) 정도였다. 구체적으로는 전문 지식의 습득, 세상에 대한 이

해와 통찰력 향상, 마음의 평안과 심리적 치유, 풍부한 정서와 감성 발달, 논리적·비판적 사고 기르기, 다른 사람과의 교감·공감 능력 향상, 창의력과 표현력 향상 등의 항목에서 모두 70%대의 유용성을 인정했다.

그렇다면 비독자를 독자로 변화시킬 수 있는 가능성이 여전히 남아 있는 것으로 볼 수 있다. 운동이 좋은 것을 알지만 하지 않는 사람들을 위해 생활체육 운동기구를 주거지 인근에 만든 정책이 성공한 이유를 살펴야 한다. 관건은 사회적인 독서 환경 조성 여하에 달려 있다. 독서 활동은 학력, 소득, 연령 수준 등이 크게 영향을 미치며, 이와 더불어 독서의 계기를 만드는 사회적 환경이 모두 직·간접적인 배경 요인으로 작용한다. 매스컴의 책 소개, 소셜미디어(SNS)와 셀럽(유명인)의 책에 대한 화제 등 독서 정보의 자극, 직장과 학교에서의 권장 도서, 대학의 독서인증제, 가족과 친구의 책 선물, 부모님과 선생님의 독서 권유나 책 소개, 독후감 공모 행사, 읽기 모임, 기업의 독서경영, 지자체의 지역화폐를 이용한 도서 구매 지원, 도서관에서 영유아에게 그림책 선물을 하는 북스타트 활동 등 다양한 층위의 활동들이 모이고 모여서 독서 친화적인 사회를 만드는 마중물이 된다. 한 권의 책을 읽고 재미를 느끼거나 감동하는 경험을 모두가 누리도록 보다 적극적인 계기를 마련할 때 독서열 제고는 물론이고 독서 환경이 풍요로운 사회가 될 것이다.



---

**백원근(책과사회연구소 대표)**

〈2021 국민독서실태조사〉, 〈2021 독서진흥에 관한 연차보고서〉 책임연구자이며, 현재 책과사회연구소 대표, 2022 청년 책의 해 추진단, 고양특례시 독서문화진흥위원장, 출판도시문화재단 실행이사, 한국출판학회 상임이사 등으로 활동한다. 〈한겨레〉에 ‘백원근의 출판 풍향계’를, 일본 주간신문 〈문화통신〉에 ‘서울통신’을 연재한다.  
bookclub21@korea.com

## [2021 국민독서실태조사가 말해주는 것] 2021 국민독서실태조사와 아이들 독서교육

---

김은하(책과교육연구소 대표)

2022. 3.

오해와 착각부터 풀고 시작하자. 매년 국민독서실태조사의 결과를 다루는 방법과 태도에는 묘한 기시감이 있다. 기사를 읽지 않아도 예측할 수 있다. “독서율 하락”, “독서율 또 떨어져”. 사실을 읽지 않아도 제목을 뽑을 수 있다. “읽지 않는 국민이 문제다.” 아직 설문지도 설계하지 않은 2023년 국민독서실태조사 결과도 예상을 많이 빚나가지 않을 것이다. 왜 그럴까? 표본에 뻘히 보이는 미래가 있기 때문이다. 60대 이상의 표본 비율은 이미 28.7%지만 몇 년 후면 1/3을 훌쩍 넘어선다. 모집단에 고령 인구가 늘어 표본을 점점 크게 차지하면, 한동안 독서율은 더 떨어질 것이다. 20대나 30대가 아무리 더 읽어도 이들의 인구 비율이 계속 낮아지기에, 표본의 평균을 높이기에 역부족이다. 평균 독서율로 긍정·부정을 결정한다면, 진 게임이다. 부정적인 뉴스만 남았다. 오해는 이렇게 ‘평균’으로만 판단하는 데서 비롯된다.

독서율이 평균적으로 하락하는 것은 전 세계적인 현상이다. 문제는 누가, 왜, 어떤 하강 곡선을 갖는가이다. 평균적으로 하락한다고 하니, 기성세대가 이 원인을 요즘 아이들과 청년들 때문으로 돌린다. 잘못된 착각이다. 기성세대에 비해 학생들이 읽지 않는다고 믿는데, 이는 사실이 아니다. 이번 결과에서도 확연히 드러났지만, 한국은 나이 든 사람이 읽지 않는 나라다. 한국만 그러냐고? OECD 국가 중에는 확실히 그렇다. 유독 한국만 그렇게 젊은 세대와 기성세대의 독서율 차이가 크다. 따라서 이 둘 간의 문해력 격차도 가장 크다. 성인에 비하면 학생들의 독서율은 지난 조사와 거의 비슷했다. 코로나로 인해 줄어든 학교 출석일 수와 도서관의 잦은 휴관에도 불구하고, 연간종합독서율이 0.7%p 하락한 수준이다. 통계적으로 유의미한 차이로 보기 어렵다. 성인의 8.2%p 하락에 비하면 놀라울 정도로 선방했다.

지난 27년간의 추이를 봐도 그렇다. 그사이 성인의 독서율은 반토막으로 곤두박질했지만, 학생의 독서율 하락은 -6%p로 별로 떨어지지 않았다. 읽지 않는 부모 세대가 아이들에게 읽지 않는다는 비난하고 있는 셈이다. 40대 이상 성인의 독서는 이 글의 범위를 넘어서기에 별도의 지면이 필요하지만, 학생의 부모가 이들과 가정의 독서 환경에 직접 영향을 미친다는 점에서 중요하다. 부모의 독서경험이 학생의 독서교육에 어떤 식으로 영향을 미치는지, 학교독서교육의 개선점과 어떻게 연결되는지는 뒤에서 정



리할 것이다.

평균으로 인한 두 번째 문제는 매우 상이한 특성을 가진 초등학생과 중학생, 고등학생이 ‘학생’이라는 덩어리로 파악되기에 생겨난다. 초등학생과 고등학생의 읽기 양상은 매우 다른데, 학생 평균의 결과로 뭉쳐놓으면 특성을 찾기 어렵다. 예를 들어, 초등학생은 평균 66.6권, 중학생은 23.5권, 고등학생은 12.6권을 읽었다. 학생의 종합독서율을 묻는 <문6>에 대한 기본통계표 406쪽을 재구성해서 살펴보면, 연간종합독서량이 21권 이상인 사례수 1,192명의 약 57%가 초등학생(682명)이고, 반대로 0권인 사례수 283명의 절반인 148명은 고등학생이다. 따라서 다독자의 특성은 초등학생의 응답이 과대 반영되고, 비독자의 특성은 고등학생의 응답이 과대 반영된다. 가장 많은 사례수를 차지하는 독서량 1~5권의 경우 약 80%가 청소년이어서, 이 범주에 해당되는 초등학생의 응답이 묻힌다. 특히 독서량이 적은 초등학교 고학년 아이들의 읽기 특성을 알아보는 건 매우 중요한데, 이 시기는 독서에 대한 흥미가 급격히 떨어지는 결정적 시기로 이후 청소년기의 독서빈도와 독서량 감소로 곧장 연결되기 때문이다.

독서량처럼 학교급별로 수치가 크게 벌어질 경우, 평균에서 함의를 얻기 어렵다. 국민독서실태조사는 2년마다 반복되기에 추이를 볼 수 있는 귀하고 고마운 자료인데, 독서교육 현장에 더 도움이 되려면 학교급, 성별, 특정 집단마다 독서에 영향을 미치는 변수들을 연구진이 통계적으로 분석해주어야 한다. 그래야 독서습관에 영향을 미치는 요인들 가운데, 어떤 요인이 특정 집단의 독서습관에 가장 큰 변인이 되는지 알 수 있다. 예를 들어, 잘 읽지 않는 여자 고등학생에게 독서동아리가 효과적이지, 읽기가 싫다고 응답한 남자 중학생들은 어떤 장르의 책을 선호하는지 등 다양한 변인에 대한 교차분석을 제공해야 한다. 이 문제는 성인의 경우도 마찬가지다. 보고서만으로는 읽지 않는 20대 남성의 특성이나 자주 읽는 60대 여성의 특성을 알 수가 없다. 변수들이 모두 조사되고 있는데 분석되지 않고 기본통계표에서도 구할 수 없다. 보고서에서 매번 아쉬운 점이다.

비슷한 문제가 학교의 독서교육 현장에서도 벌어진다. 학생의 독서실태를 한 덩어리의 평균으로만 바라보면, 아이들의 차이에 민감하게 대응하지 못한다. 교육과학기술부, 지역교육청, 단위학교가 만드는 하향식 독서교육 정책이 그런 경우가 많다. 교육청에서 정하고 학교로 내리거나, 학교 관리자가 교사에게 전달하는 독서 캠페인들이 좋은 의도에도 불구하고 성공을 거두지 못했다. 학생들의 독서습관, 문해력, 독서동기, 도서 접근성, 관심 주제나 활동이 다르고, 교사의 준비나 열정도 다르기 때문이다. 오히려 학생의 개별성과 차이를 고려한 학교독서교육은 성공을 거둔 일이 많았다. 교사모임에서 ‘아이들의 읽기 수준과 관심에 맞게’ 추려낸 추천도서나 독서 수업, 자율 독서동아리 활동은 현장의 반응이 높다. 이런 실천들은 오히려 상향식으로 올라가 핵심적인 독서교육정책을 만들어 왔다.

이번 조사의 마이크로데이터가 통계청에 탑재되지 않아 변인들의 상호관계를 알 수 없는 한계가 있지만, 주목할 만한 결과를 살펴보고 학교독서교육에 주는 제안점을 찾아본다. 결과를 보면 과거의 조사들에서 서서히 나타나고 있던 현상이 있는가 하면, 코로나로 인해 특별히 나타난 혹은 가속화된 현상도 있다.

첫째, 책을 읽는 환경으로써 가정이 학생들에게 더 중요해졌다. 과거의 조사에서도 초등학생에게 매우 강력한 요인이었지만, 이번 조사에서는 초·중·고등학생 관계없이 중요도가 높아졌다. 코로나로 인해 학생의 공부, 휴식, 여가, 의사소통, 사회적 상호작용이 주로 가정에서 이루어졌기 때문일 것이다. 이번 조사에서 집은 아이들이 책을 읽는 독보적인 장소 1순위다. 55.4%로 2019년 대비 무려 9%p 급증했

다. 독서 공간이 집이라는 점은 단순히 읽는 자리로서의 물적 공간만을 의미하지 않는다. 책의 선택부터 읽기까지의 전 과정이 가정의 상황과 직결된다는 뜻이다. 아이는 학교도서관이나 학급문고에 꽂힌 책보다 집에서 구할 수 있는 책에서 읽을거리를 고르게 된다. 읽자고 권유하거나, 좋아할 만한 책을 추천하거나, 책을 쉽게 구해주거나, 함께 읽거나, 읽다가 도움을 줄 수 있는 사람을 집에서 구해야 한다. 중·고등학생보다는 초등학생에게서 부모의 영향력이 매우 컸다. 초등학생은 독서의 계기 1순위가 '부모님이 권해서'였다. '스스로 읽고 싶어서'가 압도적인 1위인 중·고등학생과 매우 다른 양상이다. 특히 초등 남학생은 책 추천의 1순위도 '스스로가' 아니라 '부모'였다. 부모 세대가 독서의 가치를 높게 인식하고 규칙적으로 읽으며 독서 모델이 될 필요성이 코로나 이전보다 훨씬 절실했다.

조사에서 발견되었듯 아이들은 자신에게만 억지로 읽으라고 한다는 부모의 강압적인 독서교육에 가장 반감을 가졌다. 스스로 읽지 않는 성인이 아이에게 할 수 있는 독서교육 선택지라곤 "읽으라"는 말밖에 없다. 아이가 좋아할 만한 책을 어떻게 찾는지, 함께 읽기는 어떻게 할지 도움 받을 학부모 연수가 확대되어야 한다. 현재 초등 학부모 독서교육 연수가 저학년 부모들을 대상으로, 특히 그림책과 책 읽어 주기를 주제로 이루어지는 경우가 많은데, 본격적으로 줄글을 읽는 초등 고학년 학부모를 타깃으로 하는 연수가 필요하다. 자녀의 독서교육뿐 아니라 부모 세대 자신의 독서를 위한 연수도 마련될 필요가 있다.

둘째, 전자책 독서경험이 학생들에게도 확대되고 있다. 전자책의 독서율이 높아지는 추이가 코로나로 더 강화되었다. 비율이 높아진 점 못지않게 주목할 만한 점은 독자층의 연령대이다. 연령대가 낮아졌다. 전자책 독서율은 학교급이 높아질수록 늘어나는 경향인데, 이번 조사에는 이례적으로 중학생의 전자책 독서율이 30.6%에서 50.9%로 급증했다. 초등학생도 8.1%p나 상승했다. 전자책 독서율은 초등학생 48.9%, 중학생 50.9%, 고등학생 47.4%로, 학생의 절반은 전자책을 읽는 것으로 나타났다. 같은 기간 성인은 20대 청년층을 제외하고는 과거의 상승률과 비슷했다. 학생들의 전자책 독서율 급증은 학교의 영향이 큰 것으로 보인다. 2020년 코로나로 수차례 개학이 미뤄졌을 때, 교육부와 지역교육청은 발 빠르게 학생들이 학교도서관에서 발급받은 DLS(Digital Library System, 디지털자료실지원센터) 아이디로 전자도서관을 이용할 수 있도록 조치했다. 출판사들도 전자책과 유튜브 콘텐츠를 생산해서 수업용으로 활용할 수 있도록 허락했다. 전자책 구독서비스도 아동과 청소년 도서 콘텐츠를 강화했다. 'ZOOM'과 같은 화상회의 도구와 화면의 문자에 익숙해지듯, 지난 2년 동안 학생들과 교사들은 전자책을 빌리고 읽는 것에 심리적 저항이 낮아졌다. 코로나로 촉발된 이 흐름은 계속될 것으로 보인다.

학교도서관은 이제까지 종이책을 중심으로 수서를 해왔는데, 화상 수업을 계기로 전자도서의 수서를 본격화할 필요가 있다. 인기 있는 도서의 경우, 일반도서관의 전자책은 예약이 차고 대기가 길어서 이용하기 어려운 경우가 많다. 학교가 자체적으로 운영하는 전자도서관은 학교 안의 학생에게 서비스를 집중할 수 있는 장점이 있다. 온라인의 한 학기 한 책 읽기 수업이나 학생 독서동아리를 지원하기 위해서는 5~30권의 도서가 한꺼번에 필요하다. 이처럼 학교도서관은 일반 공공도서관과 달리 학교 교육과정과 연계하여 도서를 마련한다. 학교도서관에서 종이책을 찾는 방법을 가르쳐주는 것처럼, 전자책을 검색하고 이용하는 방법을 기존의 도서관 활용 수업에 포함할 필요가 있다.

셋째, 학생들이 책을 더 가까이하기 위해 학교에 바라는 점은 1위가 좋은 책 소개와 정보, 2위가 학급 문고의 확대, 3위가 학교도서관 이용 편리성이었다. 1~3위가 모두 '독서 진' 활동이라고 볼 수 있다.

다른 조사에서도 반복되는 1순위 결과가 책의 소개이다. 학교에서 교사가 아이의 읽기 수준과 관심에 맞게 개별화된 책 추천을 할 수 있으려면, 그들이 어린이 청소년 도서를 매년 최소 5권은 읽어야 한다. 교사들 가운데 학습자의 흥미를 고려하지 않고, 자신이 예전에 감명 깊게 읽었던 성인 책, 수준 높은 고전 작품들로 추천도서 목록을 만드는 경우가 있다. 아이들이 하나의 균질적인 집단이 아니기에, 무조건 통하는 한 권의 책은 없다. 아이들은 또래의 현재 삶을 다룬 최근의 책에 가장 반응이 좋다. 불과 5년 전에 호응이 좋았던 책이 지금은 심드렁한 반응을 일으키는 경우가 많다. 교사들은 어린이·청소년 문학을 읽는 소모임이나 교사연수를 통해, 추천 목록을 매년 업데이트할 수 있어야 한다.

아이들이 직접 책을 고를 수 있도록 온라인에서 책을 소개할 수 있는 사이트를 안내하는 것도 하나의 방법이다. 청소년의 경우, 2020 청소년 책의 해를 계기로, 청소년 책 추천 사이트 북틴넷(bookteen.net)을 만들었다. 청소년이 요청하는 주제의 책을 청소년에게 말하듯이 다양한 수준으로 소개하는 사이트다. 만 2년이 되었는데, 200가지가 넘는 큐레이션에, 사용자가 21만 명, 페이지뷰는 1천만 뷰에 달한다. 매일 300~600명의 방문자가 다녀간다. 이처럼 아이들 독자의 요구에 맞춰 아이들에게 책을 소개하는 서비스가 초등학교 버전으로도 필요하다.

이번 조사에서는 책 읽기의 장애 요인으로 ‘책읽기가 습관이 들지 않아서’와 ‘책읽기가 싫어서’를 분리해서 물었다. 이 결과가 흥미롭다. 학생 전체를 보면, 책 읽기가 싫다는 응답은 4순위인데, 비독자의 경우 1순위다. 비독자에게 우선순위는 스마트폰 거두기보다 책 읽기의 즐거움과 재미 경험하기임을 알 수 있다. 책 읽기가 습관이 들지 않았다는 응답도 약 20%다. 책 읽기가 싫지 않지만 읽기 행위를 시작하거나 유지하기 어렵다는 뜻이다. 이런 아이들에게는 아침 독서나 수업 독서처럼 규칙적으로 함께 묵독하는 시간을 갖는 것, 독서동아리를 통해 읽기 계기를 만드는 것이 효과적이다. MBTI 성격유형이 다르듯 ‘모든’ 아이들이 아니라 ‘어떤’ 아이들이 어떤 독서 특성이 있고 어떤 책과 어떻게 만났을 때 마음이 움직이는지 탐구하는 것이 우선이다. 그걸 알면 순간을 만들 수 있다.



---

**김은하(책과교육연구소 대표)**

작가·강사·연구자·기획자로 책과교육연구소(bookand.kr) 대표이다. 『영국의 독서교육』, 『독서교육, 어떻게 할까?』, 『처음 시작하는 독서동아리』를 썼다. 어린이와 청소년, 시민의 독서와 관련한 다양한 프로젝트를 기획하고 운영하고 있다.

literacykorea@gmail.com

## [2021 국민독서실태조사가 말해주는 것] 책 읽는 사회가 되려면

---

이정수(동국대학교 미래융합교육원 초빙교수)

2022. 3.

올 초 충격적인 일이 있었다. 문화체육관광부가 2년마다 실시하는 ‘국민독서실태’ 조사 결과를 발표한 것인데, 지난 1년간 성인의 종합 독서율은 47.5%, 연간 종합 독서량은 4.5권으로 2019년에 비해 각각 8.2%p, 3권이 줄어든 것으로 나타났다. 코로나19로 사람들이 대외활동을 줄이고, 재택근무나 재택 학습을 하였고 때문에 독서 활동이 늘어났을 것이라고 생각했기에 조사 결과는 의외였다.

2020년 코로나19로 공공도서관이 휴관했을 때 무인대출반납시스템인 스마트도서관을 비롯하여 사서들이 워킹 스루, 택배 및 예약 대출 등 다양한 방법으로 대출 서비스를 하였고, 비교적 안정적으로 운영한 2021년에는 종이책과 전자책의 대출이 모두 증가하였기 때문에 독서율이 증가할 것이라는 믿음이 있었다. 그러나 조사 결과는 지난 1년간 책을 한 권 이상 읽은 성인이 두 명 중 한 명이 되지 않는 수치로, 성인 독서율이 50% 미만인 것은 사상 초유의 일이다.

마침 작년에 조사한 <코로나19와 읽기 생활 변화> 보고서가 있어 읽어보았다. 코로나19 이후 우리 국민의 읽기 활동은 과거에 비해 전반적으로 증가한 것이 맞다. 청소년이나 대학생들의 디지털 매체 읽기가 증가하였고, 인터넷 서점 이용, 유튜브 등 책 관련 영상 이용, 인터넷 정보 및 오디오북, 전자책 이용, 온라인 독서 모임 등의 활동도 늘어났다. 그러나 코로나19 상황 속에서 평소에 독서 습관이 있었던 사람은 이전보다 더 많이 읽고, 읽지 않던 사람은 여전히 책을 멀리하는 독자와 비독자의 양극화 현상이 가속화되었다고 한다. 독서를 하지 않는 사람에게 코로나19는 읽기와 독서 활동을 더욱 위축시켰다. 예전에 농담처럼 앞으로 사람들은 읽을 수 있는 사람과 그렇지 않은 사람으로 나뉠 것이라는 말을 했는데, 그 말이 현실이 된 것 같아 씁쓸하다.

정부, 출판이나 서점계, 도서관 현장 모두가 독서 인구를 늘리기 위해 최선의 노력을 하고 있다. 대한민국 독서대전을 펼치고, 기초 지방자치단체마다 책 축제가 열린다. 지역서점 인증제나 북페이북 제도를 실시하고, 공공도서관은 인문 독서 프로그램을 비롯하여 독서회 활동도 적극적이다. 또한 민간 차원의 독서운동도 수십 년간 진행되고 있다. 그런데 독서율은 왜 하락하는가. 사람들이 책을 읽지 않는 이유로 디지털 환경에서 책을 읽지 않아도 웬만한 정보는 얻을 수 있는가 하면, 먹고살기 바빠서 책 읽

을 시간이 없어서라고 한다. 독서 진흥을 하는 사람들은 “유튜브 보는 것과 책 읽는 것은 정보의 신뢰나 깊이 측면에서 차원이 다르다”고 말하지만, 이미 넷플릭스나 유튜브에 젖어 있는 사람들에게 그 말은 쇠귀에 경 읽기와 같다.

매번 독서실태 조사 결과가 발표되면, 하락하는 독서율에 실망하며 지금까지의 독서운동에 어떤 문제가 있을까 되짚어 본다. 차라리 “책 읽지 말자”는 운동을 한다면 사람들이 청개구리처럼 책을 읽게 되지 않을까 하는 엉뚱한 생각도 한다. 예로부터 우리는 책을 사랑하고, 세계기록문화유산과 같은 훌륭한 기록물을 남긴 우수한 민족이므로, 몸 안에 잠재된 ‘책 읽는 DNA’를 살짝만 건드리면 될 것 같은데 안타깝지만 하다.

책 읽는 사회가 되려면 어떻게 하면 좋을까. 이 질문을 던지기 전에 왜 책을 읽어야 하는가라는 질문을 먼저 던져야 할 것 같다.

박태웅의 『눈 떠보니 선진국』은 우리나라가 진정한 선진국이 되기 위해서 사회가 어떻게 변신해야 하는지를 일러주는 책이다. 작년 7월에 우리나라는 공식적으로 선진국이 되었다. 스위스 제네바 본부에서 열린 유엔무역개발회의(UNCTAD)의 제68차 이사회에서 만장일치로 결의하여 선진국으로 진입한 것이다. 1964년 유엔무역개발회의가 설립된 이후 개발도상국에서 선진국으로 지위가 변경된 것은 대한민국이 처음이라고 한다. 대한민국이 어떤 나라인가. 일제 강점기를 거쳐 한국전쟁의 폐허로 한때는 아프리카의 국가보다 더 가난했다. 그런 나라가 이제는 GDP 10위, 군사력 6위의 위상을 자랑하고 BTS를 비롯하여 국제무대를 휩쓰는 영화 등 한류 문화의 우수성을 자랑하고 있다. 그런데 우리가 선진국이 되었다는 것을 체감하지 못하겠다는 사람이 적지 않다. 그것은 아마 급속한 경제 성장 이면에 우리 사회의 어두운 측면이 크게 느껴져서일 것이다. 저자는 우리가 진정한 선진국으로 나아가기 위한 여러 조건과 개선할 점을 제안하는데, 그중 중산층이 많아져야 한다는 것과 OECD의 실질문맹률에 근거하여 ‘어릴 때부터 책 읽는 습관을 갖게 하자’가 교육의 목표가 되어야 한다고 주장한다. 읽기, 듣기도 잘하고 상대방의 이야기를 확인하며 대화하는 교육을 통해서 토론까지 연결해야 한다는 것이다. 한국에서 토론이라고 하면 말싸움이 되고, 승패를 묻게 되는 것도 ‘듣기’ 교육의 부재 탓이라는 것이다.

중산층 얘기를 하니 기억나는 것이 있다. 미국이나 영국 사람이 생각하는 중산층의 기준은 대체로 사회적 약자를 돕고, 독선적으로 행동하지 않고, 불의에 대처하고, 정기적으로 비평지를 구독하는 것 등이었다. 그에 반해 우리나라는 부채 없이 30평 규모의 아파트를 소유하고, 월 급여 5백만 원 이상을 받으며, 중형자동차를 소유하고, 예금 잔고는 1억 원 이상인 사람을 중산층이라고 생각한다고 한다. 정신적인 풍요보다 물질을 추구하는 사회에서는 좋은 대학, 좋은 직장만이 삶의 목표가 될 것이다. 계층의 양극화와 불평등 심화가 이런 인식을 갖게 했는지 모르겠다. 가치관이 이러하니 정신의 부자가 되는 독서는 뒷전이고, 문해력은 떨어지고, 남의 이야기를 제대로 듣지 않고, 토론할 시간에 자기주장만 펼치며 타인을 조롱하는 경박한 행위마저 서슴지 않게 되는 것이다.

책 읽는 사회를 만드는 것은 우리 사회의 격을 올리고 품위를 지키는 것이다. 그렇게 되면 사람들이 꾸준히 책을 읽고, 다른 사람과 생각을 나누고 사고하는 힘을 키우며, 지식 공동체를 경험함으로써 탐구하고, 협력하고 상생하는 사회의 구성원으로서 성장할 수 있을 것이다.

그렇다면 책 읽는 사회를 만들려면 어떻게 해야 할까. 평소 생각한 점들을 이야기해보겠다.

먼저 독서정책의 추진체계를 정비하는 것이다. 공공도서관은 소장 장서와 정보를 기반으로 시민에게 서비스하는 기관으로 출판·서점과 긴밀하게 협력해야 한다. 그런데 문화체육관광부 조직도를 보면 미디어 정책국 산하에 출판인쇄독서진흥과가 있고 문화예술정책실에 소속된 지역문화정책관 아래 도서관정책기획단이 있다. 공공조직에서 같은 실국이라도 과나 팀이 다르면 간막이 행정 문제가 발생할 수 있는데, 이처럼 실국이 다를 경우 정책의 지향성이나 통합성 등 최상의 시너지를 낼 수 있을지 의문이다. 독서인구의 저변 확대를 위해서 출판인쇄독서진흥과는 도서관정책기획단과 실과 바늘처럼 한 조직에 소속되어야 한다.

서울시의 경우 서울도서관이 출판과 서점 지원 업무를 담당하고 있다. 이에 직원들의 불만이 없지 않았다고 한다. 그 이유는 도서관의 공공성과 출판과 서점의 상업성이 충돌하기 때문이라고 했다. 그러나 지향점의 상충 문제보다 출판·서점과 서로의 입장을 이해하고 지원책을 고민했으며 책문화생태계의 균형이 무너지지 않도록 노력하였다. 서울서점인대회를 개최하고, 서울형책방을 선정하여 지원하였으며 공공형책방인 서울책보고를 운영하여 새로운 책문화공간을 조성하였다. 출판이나 서점 대표들이 공공도서관 관장이나 사서들과 자주 만남으로써 시민을 위한 좋은 독서환경을 마련하기 위해 고민했다. 도서관과 서점, 저자와 독자의 경계는 점점 흐려지고 있다. 따라서 독서정책 조직도 재편되어야 할 것이다. 좀 더 욕심을 부리자면 저자-출판-서점-도서관-독자에 이르는 책문화생태계를 전담하는 조직, (가칭)지식문화청을 만들면 어떨까.



서울서점주간 포스터



서울책보고 입구

두 번째는 공공도서관 및 독서에 관련된 제도의 혁신이다. 장서 개발(Collection Development)은 공공도서관의 핵심 업무이다. 이는 당대의 모든 출판물을 수집하여 사람들이 이용하도록 하고, 후대를 위해 보존하기 위한 일이므로 보존과 이용의 두 마리 토끼를 잡아야 한다. 그런데 장서 구입 예산이 없어 인기도서조차 복본을 구입할 수 없으며, 지역 서점에서 도서를 공공구매하여도 매출에 크게 도움이 되지 않는다. 그런데 한번 이용자 입장에서 생각해 보자. 책을 많이 읽으려면 공공도서관에 가면 시간이 없거나 이미 대출되어 없다. 경제적 능력이 있다면 책을 사서 보겠지만 책값이 없어도 책을 읽고 싶은 기특한 이용자에게 책 읽을 기회를 주어야 하지 않겠는가. 그러니 중대형 공공도서관은 책의 보존 기능을 부여하고, 규모가 작은 생활밀착형 도서관은 이용자가 원하는 책을 복본으로 구입하게 하자. 그리고 일정 기간 후에는 자유롭게 폐기할 수 있어야 한다. 또 한 가지 문제로 도서 구입의 예산항목을 들 수 있다. 도서관 장서(종이책)는 예산항목이 자산취득비라서 재물이기 때문에 사서는 도서의 분실이나 연체를 관리해야 한다. 책의 폐기는 법에서 연간 7%로 제시하지만 폐기율이 높으면 불필요한 책을 샀다고 여기저기서 지적받는다. 지금까지 수십 년간 관행대로 행하던 제도를 정비하여 독자들에게 책 읽는 경험을 더 제공하고, 공공도서관은 소장 도서의 관리 책임 및 서고 부족 문제를 해결하는 등 행정의 효율성과 합리성을 제고할 때가 되었다.

세 번째 제안은 북스타트 독서운동을 통한 보편적 독서복지의 실현이다. 북스타트 독서운동의 주 대상은 영·유아지만 참여하는 사람들은 양육자와 책놀이 활동가까지 전 연령층이다. 따라서 북스타트는 모든 이를 위한 독서운동이라 할 수 있다. 현재 전국에서 북스타트에 참여하는 취학 전 어린이는 약 12만 명에 불과하다. 이를 전국 모든 지역에서 실시하여 보편적 독서복지를 이루어야 한다. 어려서부터 책을 읽는 습관을 키우면 읽기, 듣기, 말하기를 자연스럽게 배우고 사고력, 지구력, 창의력이 좋아지는 것은 두말할 필요가 없다.

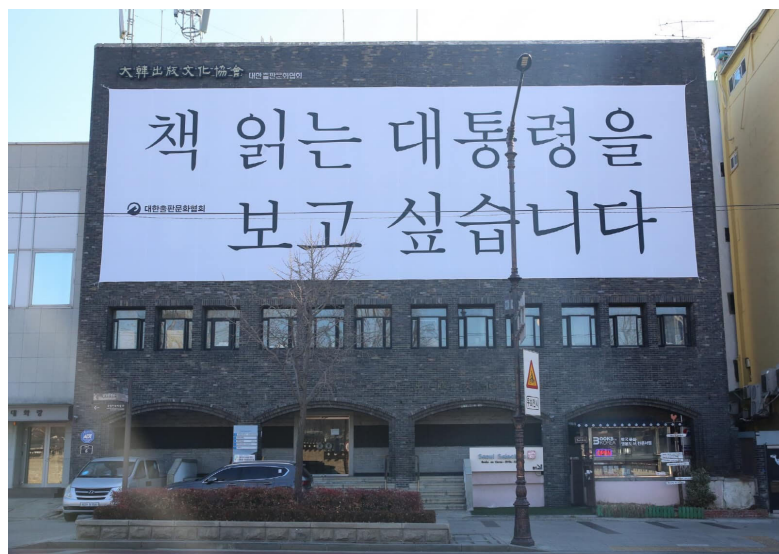
도서관 현장에서는 아이를 데리고 거의 매일 도서관에 오는 젊은 엄마들이 종종 눈에 띈다. 아이를 어린이집을 보내지 않고 도서관에서 매일 책을 보며 오전 시간을 보내는 분들도 계시다. 그런 분들을 유아열람실에서 자주 만나다 보면 아이들과 엄마들은 어느새 친구가 된다. 핵가족 시대에 조부모를 자주 만나지 못하는 아이에게 책 읽어주는 할머니는 조부모 역할을 하고 젊은 엄마들의 멘토가 되기도 한다. 도서관에서 아이들의 생애 첫 독서공동체, 엄마들의 육아공동체가 만들어지는 것이다. 아이는 어느새 한글을 깨치게 되고, 예의를 배우며 도서관에서 만나는 모든 이들의 사랑을 듬뿍 받으며 자란다. 이 아이들이 계속 책 읽는 습관을 유지할 수 있도록 북스타트 독서운동의 대상 연령을 확대해야 한다. 유치원, 초등학교에 가도 도서관 독서회에 꼬박꼬박 출석하는 아이들은 자연스럽게 자기주도 학습이 몸에 배어 있다. 엄마들은 또 어떤가. 아이들 ‘때문에’ 공공도서관을 찾았지만, 아이들 ‘덕분에’ 책을 읽게 되고, 동아리 활동을 한다. 책 읽는 엄마는 아이들의 양육 태도도 다르다. 초등학교 3, 4학년만 되어도 학원에 가야 한다고 독서회 활동을 중단하는 경우가 꽤 있지만, ‘책 읽는 엄마’들은 사교육을 많이 시키지 않는다. 대신 책을 더 많이 읽히고, 아이들이 스스로 학습하게 한다. 도서관에서 꾸준히 독서회 활동을 한 아이들이 학교에서 인문 영재로 뽑히고, 수시 논술을 훌륭하게 치러 좋은 대학에 입학하는 사례도 많이 보았다. 또한 엄마들도 성장한다. 매주 인문학 강의를 듣고 토론하면서 인문학 강사가 되기도 하고, 청소년 지도사로 활동하기도 한다. 이들은 도서관에서 책을 읽고 공부하다 보니 삶이 바뀌었다고 말한다. 이런 사례가 더 많이 나와야 책 읽는 사회가 될 것이다.



북스타트 책 읽어주기(출처: 북스타트코리아 <https://bookstart.org:8000>)

또한 가정에서의 독서교육이 더욱 강화되어야 한다. 알다시피 우리나라 사람들의 실질 문해력은 세계 꼴찌이다. 요즘에는 코로나19로 아이들이 등교하지 않고 디지털과 인터넷에 익숙해져 문해력이 심각한 수준이다. 한국교육과정평가원이 2021년 12월에 공개한 '경제협력개발기구(OECD)'의 '국제 학업성취도 평가(PISA) 연구보고서'에 따르면 한국 학생들의 읽기 영역 평균 학업성취도는 2009년 639.29점에서 2018년 515.72점으로 무려 123.57점이 하락했다. 학생들이 독서를 하지 않기 때문에 복합적 텍스트 읽기와 문제 해결적 읽기 능력이 현저하게 떨어지고 있다는 것이다. 이제는 '책 읽는 가족' 독서운동 캠페인을 더 적극적으로 펼치고, 대중매체를 통해 홍보하고 참여를 독려해야 한다.

최근에 대한출판문화협회 건물에 커다란 현수막이 등장했다. 대통령 선거를 앞두고 "책 읽는 대통령을 보고 싶다!"고 절절하게 호소하는 것 같다. 대통령이 되어서 책을 읽으라는 것이 아니라, 책의 가치를 알고 책을 읽어 온 훌륭한 대통령이 좋은 독서정책을 추진하기를 희망한다. 대통령뿐만 아니라 지방자치단체장, 정치인과 기업인들이 책 읽고, 토론하는 사회가 선진국이다. 사회지도층이 읽은 책을 사람들과 수시로 이야기하고, 함께 책 읽기를 권해야 한다. 책 읽는 사람이 진정한 리더가 될 수 있고, '책 읽는 사회'를 통해 성숙하고 단단한 사회로 나아갈 수 있다. '책 읽는 사회'를 만드는 것, 구호가 아니라 실행이다.



'책 읽는 대통령을 보고 싶습니다' 현수막





---

**이정수(동국대학교 미래융합교육원 초빙교수)**

한국경제신문 기자, 서대문구립도서관 관장, 서울도서관 관장, 숙명여자대학교 문헌정보학과 겸임교수를 역임했다.  
현재는 동국대학교 미래융합교육원 초빙교수직을 맡고 있다.

mariapia1004@gmail.com

[KPIPA 소식]

## 2022년 오디오북 제작 지원 사업 소개

- 출판진흥원 담당자에게 듣는 우리나라 오디오북과 시장  
그리고 지원사업 이야기

---

김소이(한국출판문화산업진흥원 미래산업팀 주임)

2022. 3.

한국출판문화산업진흥원은 2019년부터 <오디오북 제작 지원 사업>을 진행하고 있다. 이는 고품질의 오디오북 콘텐츠를 확충함으로써 오디오북 시장을 활성화하기 위한 사업으로 2021년 작년 한 해 선정해서 지원한 오디오북은 416종에 이른다. <오디오북 제작 지원 사업>은 어떻게 진행되고 있으며, 오디오북의 특징은 무엇인지 등 한국출판문화산업진흥원의 사업 담당자에게 들었다.

**안녕하세요. 간단한 자기소개 부탁드립니다.**

안녕하세요. 저는 한국출판문화산업진흥원(이하 진흥원) 산업지원본부 미래산업팀에서 <오디오북 제작 지원 사업>을 담당하고 있는 김소이 주임입니다. 2020년 9월부터 이 사업을 맡고 있습니다.

**아직 오디오북을 접해보지 못하신 분들을 위해서 오디오북에 대해 간단히 소개해 주세요.**

오디오북은 녹음 작업을 통해 콘텐츠를 테이프나 CD, 스마트폰, PC 등에 저장해서 듣는 책을 말합니다. 오디오북의 시초는 과거 영미 문화권에서 주로 시각장애인들을 위해 발행했던 ‘말하는 책(talking book)’이라고 할 수 있는데요. 이후 독서 시간이 부족한 직장인들을 위해 출퇴근하며 차에서 들을 수 있는 ‘녹음된 책(recorded book)’이 생겨나면서 귀로 듣는 책이 각광을 받기 시작했습니다. 과거에는 사람이 직접 텍스트를 읽어 녹음하는 방식으로만 제작했지만, 현재는 인공지능(AI) 음성합성 기술이 개발되어 고품질의 인공지능 보이스로 오디오북을 제작할 정도로 발전한 상태입니다.

## 오디오북이 영미권에서 출발한 것이군요. 우리나라 오디오북의 시작은 언제인가요?

우리나라의 경우, 2018년에 네이버가 오디오북 포털 사이트인 '오디언소리'를 인수하여 '오디오클럽'으로 서비스를 시작하면서부터 본격적인 오디오북 시장이 열렸습니다. 이후 2019년에 스웨덴 기업 스토리텔이 국내 시장에 오디오북 서비스를 오픈하면서 오디오북 전문 플랫폼이 점차 확대 되었죠. 참고로 현재 우리나라에는 오디오북에 대한 명확한 법적 개념은 존재하지 않습니다. 다만 출판문화산업진흥법 제2조(정의)의 전자출판물의 개념에서 '들을 수 있게 발행한 전자책'이라는 표현을 통해 오디오북이 전자출판물에 해당한다고 보고 있습니다.

## 오디오북의 장점은 무엇인가요?

가장 큰 장점이자 매력은 바로 멀티태스킹(multitasking)이 가능하다는 것입니다. 오디오북을 들으며 운전, 집안일, 산책 등을 할 수 있기 때문에 시간을 쪼개어 쓰는 바쁜 현대인들이 선호할 만하죠. 또, 시각장애인이거나 노년층처럼 일반인에 비해 정보 접근과 활용이 힘든 정보취약계층에게 오디오북을 통해 정보 획득의 기회를 제공할 수 있다는 것도 장점이고요. 종이책은 시간이 지나면서 훼손되거나 분실될 수 있는 데 반해 오디오북은 백업 기능을 통해 형태를 영구적으로 유지할 수 있다는 것도 장점으로 들 수 있습니다.

## 앞으로 우리나라 오디오북 시장의 전망이 어떠할지 궁금합니다.

오디오북 업계 관계자들 추산, 국내 오디오북 시장 규모는 약 300억 수준인 것으로 알려져 있습니다. 글로벌 오디오북 시장이 연 평균 24.4%의 성장을 보이고 있는데 국내 오디오북 시장도 비슷한 수준으로 꾸준한 성장세를 이어갈 것으로 예측됩니다. 실제로 코로나19로 인해 비대면 문화 활동의 수요가 증가하고, 스마트폰 및 인공지능 스피커 등 전자기기의 보급률이 높아지면서 오디오북 소비가 늘어나는 추세입니다. 또한, 시각 미디어인 비디오의 과잉으로 인한 눈의 피로감 때문에 오디오북을 찾는 분들도 늘고 있고요. 진흥원은 이러한 흐름에서 가장 중요한 게 바로 양질의 오디오북 콘텐츠 확충이라 판단하고, 좋은 책과 원고가 우수한 오디오북으로 제작될 수 있도록 <오디오북 제작 지원 사업>을 추진하고 있습니다.

## 말씀하신 진흥원의 <오디오북 제작 지원 사업>에 대해 소개 부탁드립니다.

이 사업은 고품질의 오디오북을 확충하여 우리나라 오디오북 시장을 활성화하려는 취지로 2019년에 시작됐습니다. 종이책이나 전자책에 비해 오디오북 제작 비용이 크다 보니 양서를 보유하고 있으면서도 오디오북 시장에 진입을 시도하지 못하는 출판사들이 상당히 많습니다. 이 사업은 그런 출판사들을 대상으로 오디오북 제작 실비를 지원하는 사업입니다. 2019년에는 42종, 2020년에는 362종, 2021년에는 416종을 선정하여 지원했으며, 올해도 작년과 비슷한 규모로 진행할 계획입니다.

## 한국출판문화산업진흥원이 선정한 오디오북



#어린이부터#성인까지#함께들어요

사업은 크게 두 가지로 나뉩니다. 기 출간되었던 도서를 선정하여 제작 실비를 지원하는 사업(오디오북 제작 지원 사업)과 오디오북 제작을 위해 창작된 원고를 선정하여 제작 실비 및 창작지원금을 지원하는 사업(우수 오디오북 콘텐츠 제작 지원 사업)인데요. 작년 대비 크게 달라진 점이 있다면, 두 사업 모두 올해 처음으로 재생 시간이 30~60분 정도 되는 짧은 분량의 오디오북 제작도 지원할 예정이라는 것입니다. 기존에 지원해 왔던 단행본이나 시리즈, 대하소설 외에 새로운 형식의 오디오북 제작을 지원함으로써 오디오북 제작의 한계를 넓히고, 오디오북 시장의 범위도 확대하고자 추진하는 사업입니다. 사업별 자세한 내용은 진흥원 홈페이지에서 공고문을 통해 확인하실 수 있습니다. 일정 및 규모 등에 관한 정보는 아래의 표에서 한눈에 살펴보실 수 있습니다.

### 오디오북 제작 지원 사업

\* 연 2회 진행

구분	일반 도서	대하소설	[신규] 짧은 분량(30~60분)
선정 시기	1차 및 2차 사업에서 진행	1차 사업에서만 진행	2차 사업에서만 진행
신청 대상 / 선정 규모	오디오북을 제작·유통하려는 출판사 / 연 400여 종 내외 선정		
신청 / 선정 종수	회차별 최대 신청 6종· 선정 3종으로 제한 ※ 연 최대 6종까지 선정 가능	최대 신청 2종· 선정 1종으로 제한	최대 신청 2종· 선정 1종으로 제한
지원 금액	1종당 400만 원 이내	1종당 4,000만 원 이내 ※ 1권당 400만 원씩 최대 10권까지 지원	1종당 1,000만 원 이내 ※ 1권당 100만 원씩 최대 10권까지 지원
접수 기간	1차: 3.2(수)~3.22(화) [21일] / 2차: 5.11(수)~5.31(화) [21일] 예정		
접수 방법	온라인 접수 시스템에서 신청: 진흥원 홈페이지→전자책바로센터→오디오북 제작		

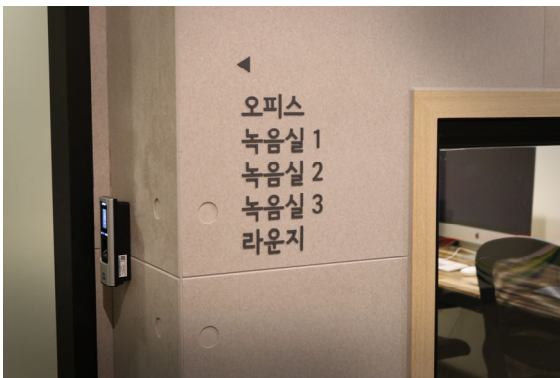
## 우수 오디오북 콘텐츠 제작 지원 사업

\* 연 1회 진행

구분	일반 콘텐츠	[신규] 짧은 분량(30~60분)
신청 대상 / 선정 규모	오디오북을 제작·유통하려는 출판사 및 작가 / 연 15종 내외 선정	
신청 / 선정 종수	최대 신청 3종 선정 2종으로 제한	최대 신청 2종 선정 1종으로 제한
지원 금액	1종당 1,000만 원 이내 ※ 제작 실비 700만 원 + 창작지원금 300만 원	1종당 1,200만 원 이내 ※ 1권당 제작 실비 100만 원+ 창작지원금 20만 원씩 최대 10권까지 지원
접수 기간	4.13(수)~4.26(화) [14일]	
접수 방법	온라인 접수 시스템에서 신청: 진흥원 홈페이지→전자책바로센터→오디오북 제작 ※ 작가 신청 시, 담당자 이메일로 신청서 및 서류 제출	

### 혹시 진흥원에서 오디오북과 관련해서 지원 사업 외에 더 노력하고 있는 점이 있을까요?

오디오북 제작 및 유통 관련 정보나 도움이 필요하신 분들을 위해서 진흥원 미래산업팀에서는 <KPIPA 디지털북센터 올댓오디오북> 플랫폼을 운영하고 있습니다. 이곳을 통해서 오디오북 제작사 및 유통사, 성우 등 각 분야 전문가의 정보를 확인하실 수 있습니다. 또한, 이 플랫폼을 통해서 서울시 마포구 신수동 소재의 <KPIPA 디지털북센터>에서 진행되는 각종 교육, 세미나 등에 참여하실 수도 있으며, 스튜디오를 예약하여 무료로 이용하실 수도 있습니다. 검색창에 'KPIPA 디지털북센터 올댓오디오북'을 검색해 보세요. ([www.kaudiobook.or.kr](http://www.kaudiobook.or.kr))





### 마지막으로 하고 싶은 말씀이 있으시면 남겨주세요.

딱딱하고 긴 글 끝에, 개인적인 한 말씀 드리자면 저는 '인간은 책 없이는 살 수 없다'고 생각하는 사람 중 한 명입니다. 인류가 이어져 온 것은 문자와 이야기 그리고 그것이 담긴 책 때문이라고 믿거든요. 이 세상에 책을 대체할 수 있는 것은 없기 때문에 아무리 기술이 발달해도 책은 사라지지 않을 것이며, 다만 시대의 흐름에 맞게 외형은 변화를 거듭해 나갈 거라고 생각해요. 그중 하나가 바로 이 오디오북일 거고요. 앞서 언급했던 것처럼 오디오북 시장의 규모가 해를 거듭하며 커지고 있기 때문에 머지않아 종이책이나 전자책을 찾는 독자만큼 오디오북을 찾는 독자들도 많아질 것으로 예상됩니다. 저는 오디오북 애청자로서, 그리고 이 사업의 담당자로서 그날이 조금 더 앞당겨질 수 있도록 진흥원에서 소임을 다하고자 합니다. 모두 코로나 피해 없이 건승하시길 기원합니다.

### 참고

〈오디오북 산업동향 분석 및 활성화 방안 연구〉, 한국출판문화산업진흥원, 2020  
〈중소기업 전략기술로드맵 2021-2023〉, 중소벤처기업부/중소기업기술정보진흥원, 2021

---

김소이(한국출판문화산업진흥원 미래산업팀 주임)

nael@kppa.or.kr

# 전자책과 가상공간 서비스 확대하는 도서관

## - 2022년 도서관 분야 달라지는 것들

이재선(한국도서관협회 사무총장)

2022. 3.

### 안전한 시설, 공공도서관

지난해 도서관은 코로나19로 인해 정부의 도서관 방역 지침에 따라 임시 휴관, 수용 인원 조정 등과 함께 신속하게 비대면 서비스로 전환했다. 한국도서관협회도 ‘코로나19 상황에 대한 도서관계 입장’을 발표하고 지역사회에서 공공도서관의 안전한 서비스 제공을 위해 노력해왔다. 올해도 가장 우선으로 안전한 공중시설을 제공하기 위해 노력할 것이며, 팬데믹으로 야기되는 외로움과 두려움, 불확실성과 같은 문제를 넘어서 일상으로 돌아오는 사회 회복에 기여하는 도서관이 될 것으로 전망한다.

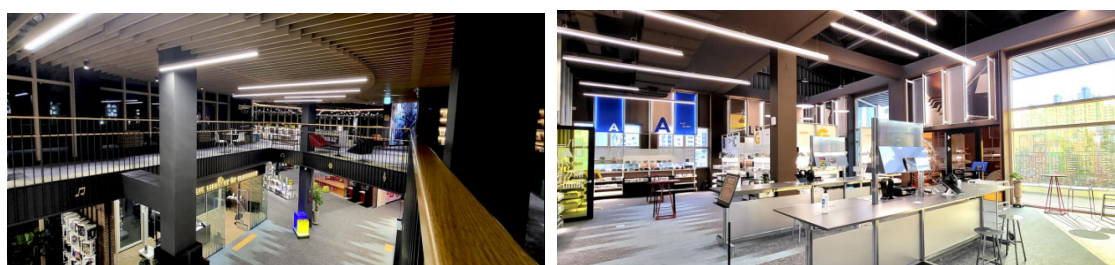
### 신규 도서관 41개관 건립, 공립 작은도서관 87개관 조성

올해 문화체육관광부는 총 예산 1,773억 원을 들여 공공도서관 147개관(1,679억 원)과 작은도서관 99개관(94억 원) 등 국민들의 생활문화 기반시설인 전국 도서관 총 246개관의 건립과 리모델링을 지원한다. 이 사업 중 공공도서관 신규 사업은 41개관(신축 22개관/리모델링 19개관, 293억 원), 계속 사업은 106개관(1,386억 원)이며, 공립 작은도서관 신규 사업은 87개관(신축 76개관/리모델링 11개관, 84억 원), 계속 사업은 12개관(10억 원)을 투입한다. 공공도서관 1관당 봉사인구 수는 4만 3천 명이 될 것으로 보인다. 또한 도서관 건립 및 리모델링을 위한 컨설팅을 제공해 보다 매력적인 문화 공간으로서 한층 가까이 주민들께 다가갈 수 있게 된다.

### 국가별 1관당 봉사 대상 인구 수

(단위: 명)

구분(연도)	한국(2020)	미국(2019)	호주(2019-2020)	독일(2020)	일본(2020)
1관당 인구 수	44,223	36,333	15,441	12,215	38,141



2021년도 건립 우수 사례 - 의정부음악도서관의 내부 전경과 음악 작업 공간

### 전년 대비 인쇄자료 증가율 감소, 전자책 대폭 증가

〈2021년 공공도서관 통계조사 결과보고서〉에 따르면, 공공도서관 소장 자료 중 인쇄도서와 비도서는 매년 증가하고 있으며 전자책은 2020년 67.4% 증가에 이어 작년에도 33.7%의 대폭 증가율을 보였다. 그러나 인쇄도서와 비도서, 연속간행물의 전년 대비 증가 비율은 감소하고 있다. 이러한 현상은 기존 서비스의 온라인 전환 후, 전자책, 오디오북 등 디지털 콘텐츠 서비스가 증가하면서 거리두기의 장기화에 적극 대처한 영향으로 보인다. 이용자의 온라인 자료 수요가 증가하면서 1관당 전자자료 수도 2020년 37,678종으로 2019년 28,760종 대비 31% 증가했다. 온라인 독서문화프로그램 운영은 770개관에서 18,096회를 운영해 440만여 명이 참여하였다. 이외에도 ‘도서관 길 위의 인문학’과 같은 서비스도 방구석 인문학, 랜선 인문학 등 온라인에서 만나는 프로그램으로 전환되었다. 이러한 현상은 올해에도 지속될 것으로 전망한다.

### 연도별 공공도서관 전체 소장 자료 수

(단위: 권, 점, 종, %)

구분	2016년	2017년	증감률		2018년	증감률		2019년	증감률		2020년	증감률		연평균 증감률
도서(인쇄)	98,823,835	104,965,121	6.2		110,329,315	5.1		115,074,631	4.3		118,544,873	3.0		4.7
비도서	3,821,681	3,962,023	3.7		4,109,934	3.7		4,186,905	1.9		4,232,275	1.1		2.6
전자자료	14,537,798	17,634,947	21.3		19,483,203	10.5		32,614,176	67.4		44,158,601	35.4		33.7
연속간행물	138,403	126,724	-8.4		119,950	-5.2		117,025	-2.5		113,708	-2.8		-4.7



대학도서관의 장서 구성에서도 전자책의 증가가 두드러지게 나타나고 있다. 교육부와 한국교육학술정보원이 실시한 <2021년 대학도서관 실태조사 결과 보고서>에 따르면 전자자료 구입비가 전체 자료 구입비의 70%를 상회한 반면, 종이책에 대한 대출은 42% 감소한 것으로 나타났다. 전자자료 구입비 비중의 상승은 지속적으로 증가해왔지만 최근 대학 수업이 온라인 강의로 전환되어 전자자료 이용이 증가한 것으로 보인다. 전자책의 경우는 2020년 55,515권에 이어 작년에는 82,145권으로 대폭 증가했다. 전자자료 구입 예산도 급속하게 바뀐 도서관 서비스 환경에서 학생과 연구자들의 편리한 이용을 위해 전자자료를 확충하고 빅데이터, AI 등 신기술을 활용한 서비스를 제공하기 위해 계속 확대될 것으로 전망한다. 또한 학교도서관에서도 전자책 대출이 폭증했다. 코로나19로 학교도서관 이용이 제한되자 전자책 대출이 이전 대비 10배 가까이 증가했다. 어릴 때부터 스마트폰 등 전자기기를 접한 세대의 전자책 대출이 대폭 증가한 것으로 보인다. 이에 사서교사들은 학생들을 위한 뉴미디어의 특성 이해와 활용 교육의 필요성을 인식하고 다양한 활동을 준비해 나아갈 예정이다.

### 대학도서관 전자자료 구입비

(단위: 백만 원, %)

구분	대학 수	자료 구입비(A)	전자자료 구입비(B)		기타자료 구입비(C)	
			금액	비율	금액	비율
4년제/대학원대학	256	227,938	165,115	72.4	62,824	27.6
전문대학	135	10,889	2,679	24.6	8,210	75.4
합계	391	238,827	167,794	70.3	71,034	29.7

### 공공도서관 1관당 1일 대출권수는 전년 대비 38% 증가

도서관 개관일이 2019년 294일에서 2020년 187일로 감소함에 따라 1관당 방문자 수도 76,431명으로 2019년 대비 69.5% 크게 감소했다. 1관당 1일 대출권수는 개관일 수가 줄어들어 결과적으로 38% 늘어났다. 사회적 거리두기를 지키면서 안심 대출, 승차 대출, 택배 대출, 우편 대출 등 기존 도서관 자료 이용이 끊김 없이 연결되도록 비대면 서비스로 신속한 전환이 이루어진 덕분으로 보인다.

### 공공도서관 이용 현황

(단위: 일, 명, 권)

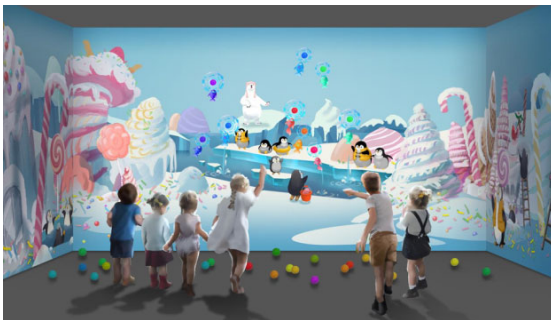
구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	증감률
1관당 연간 개관일 수	300	299	296	294	187	-36.4
1관당 방문자 수	279,248	261,103	253,465	250,804	76,431	-69.5
1일 평균 대출도서 수	413,737	423,520	429,477	454,997	629,553	38.3

## 국립중앙도서관 '실감서재', 이용자의 체험이 도서관을 바꾼다

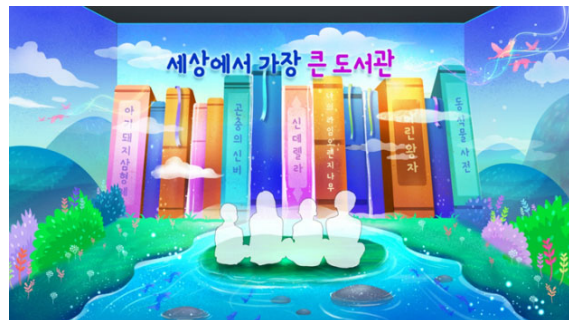
지난해 국립중앙도서관에서는 '온라인자료과'를 신설해 증가하는 전자자료의 수집 기반을 마련하고, 디지털도서관 체험형 전시실에서는 증강현실(AR)과 인공지능 기법을 활용한 '실감서재'가 눈길을 끌었다. 천만이 넘는 장서가 보존되고 있는 수장고를 3차원 영상으로 제작해 대형 화면으로 실감나게 제공한다. 국립어린이청소년도서관에서도 4차 산업혁명시대 실감형 독서 체험 환경을 위해 새롭게 조성한 증강현실 체험관을 개설하고 올해는 국내 최초로 AR/VR 기술을 혼합한 혼합현실(MR) 프로그램을 운영해 집에서 실감형 독서 콘텐츠를 즐길 수 있도록 'XR 책놀이' 애플리케이션을 배포한다. 또한 올해 6월 20일부터 23일까지 용산 드래곤시티에서 국제데이터위크(Int'l Data Week)를 기념하는 국제행사과 아울러 23일에는 오픈 액세스 코리아 국제컨퍼런스도 이곳에서 열릴 예정이다. 이를 계기로 오픈 데이터와 오픈 액세스 활동이 확산될 것으로 전망한다.



국립중앙도서관 실감서재 © 국립중앙도서관



'세상에서 가장 큰 도서관' 장면



3D 실감형 동화 구연 콘텐츠

## 메타버스 도서관 서비스 확산

지난 10월에는 2,700명에 달하는 도서관 사서들이 전국도서관대회·전시회에서 마련한 메타버스 튜토리얼을 통해 게더타운, 제페토, 로블록스, 인게이지 등 다양한 플랫폼을 활용한 도서관 구축을 체험했다. 한성대학교 도서관은 서울에서 처음으로 제페토 플랫폼을 이용한 메타버스 도서관 ‘한성 북니버스(Book-niverse)’를 개관했다. 이어서 서울 동대문구정보화도서관, 인천 수봉도서관, 의정부도서관 등 공공도서관에서도 시공간의 제약 없이 방문하고 견학하는 메타버스 도서관을 구축하여 서비스에 나섰다. 사서들이 초미의 관심을 보이면서 금년에는 메타버스를 활용한 도서관이 대폭 등장할 것으로 전망한다.



한성대학교 도서관 '한성 북니버스'



메타버스 동대문구정보화도서관

## 장소에서 공간으로 이동하는 도서관

도서관은 단순히 책을 읽고 빌리는 장소를 넘어, 모든 세대가 이용하는 전통적인 세대교차 공간이며, 지역사회가 원하거나 필요로 하는 서비스를 사실상 거의 제공할 수 있다. 도서관은 즉각적이고 개인화된 서비스를 바라는 21세기 이용자의 요구를 충족시키기 위해 공간의 가변성과 기술 도입을 중요시한다. 도서관 활동을 위해 자료실의 책들은 여전히 중요하고 가상공간의 전자자료도 중요하다. 금년에도 코로나19의 여파 속에서 이용 서비스 개선을 위해 디지털 서비스와 온라인 프로그램이 확대될 것이다. 스마트 기술을 매일 사용하는 이용자의 손끝에서 도서관의 가치를 증명하기 위해서는 미래를 내다보며 신기술을 도입하는 것뿐 아니라 다양한 기관과의 협력이 필요하다. 그중에도 서비스를 위한 전자자료 계약 등 출판계와의 협력은 무엇보다도 중요하게 될 것이다.

---

### 이재선(한국도서관협회 사무총장)

사서직 공무원으로 30년간 근무하고 명예퇴직 후 한국국제협력단(KOICA) 해외봉사단원으로 이집트 국립도서관 한국자료실에서 봉사활동을 했으며 현재 한국도서관협회 사무총장으로 재직 중이다. 문화체육관광부 도서관정책기획단장과 국립중앙도서관 자료관리부장을 역임했다.

jslee@kla.kr

## [편집자 이야기]

# 출판사 편집자는 참 많은 일을 합니다

이옥란(실용국어연구실 이다 대표)

2022. 3.

편집자는 참 많은 일을 합니다. 우선 한 권의 책이 만들어지는 미시적 공정으로 보면, 모든 단계에 그  
가 있습니다. 출판기획에서 편집제작, 홍보마케팅까지 일련의 과정에서 편집자가 일하지 않는 단계가  
없습니다. 일부 업무를 분담할 수는 있지만, 대부분의 편집자가 그 자신이 실무자인 동시에 프로덕션을  
총괄하는 프로젝트 매니저이자 팀 오퍼레이터로 일하도록 요구받는 것이 현실입니다. 그렇게 작업해야  
완결성을 갖춘 상품이 단기간에 제작될 수 있기 때문이죠. 우리에게는 이런 전제가 아주 자연스럽게  
받아들여져 있는 듯합니다. 이에 비해 '편집'에 대한 일반의 인식은 약간 회의적입니다. '편집? 그거 교  
정 아닌가? 저자가 원고를 주면 조판해서 잘못된 부분을 얼른 교정 본 다음에 인쇄 넘기면 되는 일 아  
닌가?' 아뇨! 아닙니다! 우리는 너무 많은 일을 하느라 이런 인식에 대응하기가 쉽지 않은 것 같습니  
다. 아니, 너무 급하게 일만 하고 있거나 편집이 무엇인가에 대해 별 생각을 하지 않고 있거나 혹은  
잘 모르고 있는 건 아닌가요?

### 협의를 편집: 출판의 '최소 단위'에서

완성원고로 책을 만드는 과정은 '협의를 편집'으로 '책임편집'이라고 부릅니다. 이 과정을 거쳐야만 상  
품으로 판매할 책이 만들어지죠. 그러니 출판의 최소 단위라고 부를 만합니다. 각 단행본에는 '책임편  
집자'라고 부르는 담당 편집자가 정해집니다. '출판사가 한 해에 몇 종의 책을 내는가?'라는 질문은 '책  
임편집자가 이 단위를 몇 번 반복하는가?'라는 질문과 다르지 않습니다. 책임편집자는 저자, 번역자 등  
의 저작권자, 디자이너, 조판 등 여러 사람이 참여하는 일련의 편집 작업 여러 건을 동시에 오퍼레이팅  
합니다. 여러 사람이 참여하되 일련의 작업에는 일관성이 요구되기 때문에 작업이 시작되어 끝날 때까  
지 책임편집자에게는 각별한 주의 집중이 필요합니다. 원고가 손에 있을 때만 일을 하는 것이 아닙니  
다. 슈퍼바이저의 역할을 해야 하는 것이죠. 1종을 완성하는 일련의 공정은 대략 다음과 같습니다.

편집기획 — 판면 설계 — 교정 — 제목 결정 — 표지 디자인 — 제작 — 보도자료/홍보

위의 과정에서 편집기획에 대해서만 언급하고자 합니다. 일반적으로 짐작하듯이 완성 원고를 받았다고 해서 바로 교정을 시작하는 것이 아닙니다. 책임편집을 맡게 되면 반드시 업무기획부터 해야 합니다. 이 단계에서 이루어지는 기획을 ‘편집기획’이라 합니다. 자, 이제 원고를 전방위 관점으로 살펴 최종적으로 완성할 ‘책의 상(象, 이미지)’을 떠올려야 합니다. ‘이 원고를 어떤 책으로 어떻게 만들 것인가?’를 궁리하는 것이죠. 형태와 물성만 말하는 것이 아니라, 일정의 계획만이 아니라, 독자의 독서 이유, 시장 상황, 매출 목표까지 고려하는 질문입니다.

사실 책임편집을 맡으면 편집기획서를 작성할 시간이 넉넉하게 주어지는 것은 아닙니다. 작업 기간은 ‘신간 발행예정일’이 정하는 것이다 보니, 매출에 기여하는 신간의 발행이 급한 상황에서 아우트라인만 정하고 바로 컴퓨터 교정이나 조판을 시작하는 예가 많을 것입니다. 그러나 본격적으로 작업에 들어가기 전에 책임편집자는 다음의 모든 항목을 점검해야 합니다. 디자인, 마케팅 등 다른 부서와의 협업이 필요할 때 명확한 커뮤니케이션 자료로 사용될 뿐만 아니라, 편집방향을 정함으로써 이후의 교정, 판면 발주, 제목 및 표지 결정, 제작 방식, 출간 전 홍보 준비 등을 빠르고 일관성 있게 할 수 있기 때문입니다. 일을 ‘잘하는’ 것에 앞서, 자신이 하는 일이 무엇인지 ‘아는’ 것이야말로 그 일을 제대로 감당하고 책임지는 바탕입니다.

아래의 숫자는 작성 순서를 나타내는 것이 아닙니다. 가장 먼저 원고를 검토한 후 시장 분석부터 시작하는 것이 좋습니다. 각 항목은 서로 유기적으로 선후 관계가 바뀔 수 있고, 다른 항목을 쓴 뒤에 고쳐 쓸 수도 있습니다. 개요나 출판의의는 가장 나중에 완성합니다.

## 편집기획서 작성하기

### ① 도서 정보

가제목, 저작자 이름, 원고의 분량, 목차, 예상 판형, 인쇄 및 제본 방식, 출판 분야, 발행 예정일, 예상 책값 등을 한눈에 볼 수 있게 제시합니다.

### ② 개요(콘셉트)

간결하게 책의 성격을 정리합니다. 카피를 여러 개 써두어도 좋습니다. ‘책의 상(象)’을 구체적으로 표현해 봅니다.

### ③ 출판 의의

‘우리 출판사에서 이 책을 왜 지금 출판하는가.’ 출판 의의가 잘 정리되어야 잘 준비되었다고 할 수 있습니다. 원고의 내적 맥락, 사회적 의의, 트렌드, 매출에서의 기대 등을 반영합니다.

### ④ 저작자 정보

기본 정보 및 특이점, 기 출간 도서 등. 발행 후 홍보와 관련된 요소이므로 가급적 세세하게 적어둡니다.

### ⑤ 구성안

목차 정리. 목차는 내용 지도. 장 제목, 소제목 등이 한눈에 들어오도록 정리합니다. 저자를 설득할 수 있다면 원고와는 다른 안을 제시할 수 있습니다.

⑥ 편집 방향

원고의 장점과 약점을 정리하되, 장점을 강화할 방법을 구체적으로 제시합니다. 독자 판단을 근거로 교정의 수준과 방향도 설정할 수 있습니다.

⑦ 책의 체재(안)

판형, 용지, 제책 방법, 쪽수

⑧ 시장 분석

기 출간 유사 도서를 분석합니다. 기획 방향, 독자의 평가, 장점 등을 분석하여, 차별화 요소를 구상합니다. 판매지수, 발행일 등 수치를 사용합니다.

⑨ 핵심독자 설정 및 독자 프로파일링

핵심독자, 확산독자로 구분하여 정리합니다. 특히 핵심독자를 구체적이고 명확하게 설정합니다. '이 독자는 누구인가', 신문 기사나 통계 자료 등을 제시합니다. 소구할 독자층이 확실할수록 책의 콘셉트도 명확하게 할 수 있습니다.

⑩ SWOT 분석과 포지셔닝

마케팅 전략. 원고가 아니라 '책의 상(象)'을 근거로 작성합니다. 강점(Strength)과 약점(Weakness), 기회(Opportunity) 요인과 위협(Threat) 요인을 시장조사 자료를 분석하여 정리하고, 신간의 시장에서의 지위를 판단합니다.

⑪ 판매 목표

연간 예상 판매부수, 초판 발행부수, 손익분기, 예상 가격

⑫ 편집 일정

발행일을 중심으로 고려하되 예비 시간을 두어 조정합니다. 전체 공정에 투입될 자원의 종류와 양, 투입 시점 등을 각 책임자와 논의하여 미리 공유합니다.

⑬ 홍보 마케팅 방안

판매 목표와 출간 전후 기본적인 마케팅 프로모션 계획을 유관 부서와 미리 협의하고 공유합니다.

혼자서 데이터 없이 작성하기는 쉽지 않습니다. 사내 데이터가 풍부히 공유되고 편집팀의 데이터가 쌓이고 관계자들과 긴밀히 접촉할수록 좋습니다. 그러나 그럴 수 없더라도 접근 가능한 기반 데이터를 찾아서 스스로 완성하면 됩니다. 편집기획서를 잘 준비하면 작업에 자신감이 생깁니다. 편집기획서는 판단의 근거가 되어줍니다. 그리하여 자신의 일이 어디에서 와서 어디로 가는지를 가늠하며 일할 수 있게 되죠. 자기 작업에 대해 세상에 말할 수 있습니다. 사내 커뮤니케이션을 효율적으로 할 수 있을 뿐만 아니라, 저작자 외 디자이너, 마케터, 교정자를, 또한 해야 할 일을 책임편집자가 관점을 가지고 일관성 있게 대할 수 있게 됨으로써 감정 노동도 줄일 수 있습니다. 상세한 편집기획서는 편집자 자신의 실무에서도 교정원칙을 세울 때, 제목을 정할 때, 제작사양을 정할 때, 특히 보도자료를 작성할 때 매우 도움이 됩니다.

## 출판기획의 지평이 넓어지고 있다

출판의 최소 단위, 협의의 편집 단계에서 편집자가 하는 일을 밝히기 위해 편집기획서에 대해 이야기해보았습니다. 책임편집자는 참 많은 것을 알고 참 많은 일을 합니다. 그러기에 책임편집자는 하나의 신간을 하나의 팀 프로젝트로 진행하는 관리자로서 슈퍼바이저라고도 할 수 있겠습니다. 업무 경험이 적은 신입이 해내기는 어려운 일이지만 초년부터 훈련하여 3년 차 이상이 되면 감각을 갖출 수 있도록 한다고 생각하면 좋을 것입니다. 자, 그런데 과연 편집자의 업무가 여기, 출판의 '최소 단위'에서 그칠까요?

우선 출판하기로 된 원고가 있어야 이 '최소 단위'가 수행될 수 있을 것입니다. 책임편집에 앞서 '원고' 만드는 일이 수행되어야 합니다. 바로 출판에 적합한 원고가 입고되기까지 저자를 발굴하고 출판 가능성이 있는 콘텐츠를 찾는 일, 원고를 현시점 출판에 적합하도록 저자와 함께 만드는 일로서 '출판기획'입니다. 이 역시 신입 연차에게 쉽지 않은 일이지만 현장에서는 연차를 가리지 않고 수행되는 것 같습니다. 초년시절부터 훈련이 시작되어야 할 것이고요. 편집기획을 잘할 수 있으면 출판기획도 잘할 수 있습니다. 다른 말로 책임편집 단계의 일을 모르면 출판기획이 쉽지 않습니다.

이때는 출판콘텐츠로서 저작물의 시장성에 대한 판단과 더불어, 법적 용어로서 '저작물'에 관한 이해가 필수적입니다. 출판사는 저작자에게 대가를 지불하고 저작물의 이용허락을 얻어야 출판을 할 수 있기 때문에 재산권의 범위 등을 정해 저작권 계약을 해야 합니다. 저자, 번역자, 삽화가, 사진가, 지도제작자 등 저작자 또는 저작재산권자는 저작권법이 정한 재산권을 행사합니다. 상품이 서적이면 배타적 발행권으로서 '출판권'을 설정 받습니다. 추가로 전자책이나 오디오북을 만들고자 하면 전송권 등 '공중송신권'에 대한 약정이 필요하고, 영화화한다든지 캐릭터를 만든다든지 할 때는 '2차적 저작물 작성권'을 협의해야 합니다.

백희나 작가의 그림책 『구름빵』 계약 관계가 법정에 올라 사회적 이슈가 되었고(작가 패소), 넷플릭스에서 선봉을 일으켰던 "오징어게임"의 계약 방식(선계약 후공급)으로 한국의 제작자와 배우 등이 흥행 인센티브를 받지 못한 예 등 수익 규모가 큰 저작물에 관한 사례가 많아지는 상황에서 출판사는 2차 콘텐츠 기획에서 수익 예측과 저작권에 대한 이해를 높일 수밖에 없습니다. 독일 등 여러 나라가 저작권의 양도계약에 법적 규정을 두어 신중하게 대처하고 있고, 우리나라에서도 저작자의 '추가보상청구권'을 인정하자는 취지의 법 개정안이 논의 중입니다. IT 기술의 발전과 매체 다변화로 출판사가 재산권자와 협의하여 다양한 2차 저작물의 권리를 보유하려면 계약실무자가 저작권법상의 권리나 계약서의 약정 내용을 잘 알고 적극적으로 움직여야 한다는 요구는 갈수록 높아질 수밖에 없습니다. 편집자는 참 많은 일을 해야 합니다.

## 편집자, 출판 프로듀서

단행본 출판의 전체 공정은 '출판의 최소 단위'를 포함하여 다음과 같이 이루어집니다. 물류와 판매, 영업을 제외한 전반에 '편집'이 있습니다.

출판기획 및 저자 발굴 — 저작권 계약 — 집필 관리 — 원고 확정 — 편집기획 — 판면 설계 — 교정 — 제목 결정 — 표지 디자인 — 제작 — 보도자료/홍보 — 유통

이런 과정을 잘 수행할 수 있도록 무엇이 뒷받침되어야 할까요? 우선 편집자 자신이 학습을 통해 축적한 교양과 안목, 판단력, 데이터베이스, 지식세계에 대한 이해가 근간이 될 것이며, 다년간 참 많은 일을 해낸 경력 편집자의 빛나는 얼굴은 그것을 표상한다고 할 수 있겠지요. 다음은 그런 편집자를 일하게 하는 시스템과 인프라입니다. 출판은 사람과 사람과 사람이 하는 일이죠. 그들이 구축할 세계의 토대가 되어줄 인프라에 관한 얘기는 언젠가 기회가 되면 이어보겠습니다.

여러 서점에 신간을 내보내고 계신, 고전 중인 출판시장을 배경으로 고전하고 계실 편집자님들께 저의 경의를 드립니다.



---

#### 이옥란(실용국어연구실 이다 대표)

19년간 편집자로 일한 뒤, 서울북인스티튜트의 서울출판예비학교에서 편집자 과정 책임교수로 일해왔다. 매년 6개월간 진행되는 이 직무 훈련 과정을, 예비 편집자 한 사람이 단행본의 책임편집자로 일하는 과정을 중심으로 하여, 본인의 역량을 알고, 기획에 대한 감각을 깨우고, 출판물의 조형성을 이해하고, 원고 내적인 맥락을 장악하고, 독자와 시장을 이해하고, 출판의 사회적 맥락을 종합적으로 이해함으로써 자기 비전을 가진 신입 편집자로 성장할 수 있도록 설계하였다. 현재까지 총 10개 기수, 240명을 전담하여 학생 선발부터 교육과 취업까지 교육과정 전반을 맡아, 현직 편집자 등 강사를 초치하여 교육과정 전반을 편성하고 다양한 워크숍과 강의, 협업, 견학을 기획하고 진행하였으며, 편집기획, 어문규범과 문법, 저작권 등의 강의를 담당하였다. 저서로 『편집자 되는 법: 책 읽기 어려운 시대에 책 만드는 사람으로 살기 위하여』(2019, 유유)가 있다.

nahni@naver.com

[www.facebook.com/ongnahnyi](http://www.facebook.com/ongnahnyi)

[www.instagram.com/sunjae.na.nya](http://www.instagram.com/sunjae.na.nya)



## 재개발에 직면한 헌책방 메카, 보수동 책방골목

김성일(혜광고등학교 국어교사)

2022. 3.

‘헌책’하면 여러분들은 무엇이 떠오르는가? 다들 학창시절에 한 번쯤은 참고서나 만화책을 사고 팔아본 경험을 떠올리거나 책장 한쪽에 꽂힌 낡은 헌책에서 나는 종이 냄새가 생각나는 사람들도 많을 것이다. 하지만 2000년대 들어 온라인 대형 서점 위주로 출판 시장이 재편되고 전자책의 유통 비중이 증가하면서 골목 서점들은 하나둘씩 사라져갔고, 어느새 헌책은 우리에게 ‘과거’의 추억이 되어가고 있다. 한국전쟁 이후 새 책에 대한 공급 부족으로 헌책의 수요가 폭발적으로 증가했던 1960년대, 각 시도마다 헌책방 밀집 지역이 본격적으로 생겨나기 시작했고, 고도의 경제성장과 독서 문화 붐이 일던 1980년대까지만 해도 서울의 청계천, 인천 배다리 거리, 광주 계림동, 대구 남산동 등 전국 각지의 헌책방 골목은 신학기와 주말마다 발 디딜 틈 없이 성행했다. 하지만 세월의 변화 속에서 이제는 대부분 사라지고 몇몇 헌책방만이 남아 명맥을 유지하고 있다. 그리고 어느새 헌책방 ‘골목’이라고 부를 수 있는 곳도 전국에 단 한 곳만 남게 되었는데 그곳이 바로 부산의 ‘보수동 책방골목’이다.



보수동 책방골목 전경

‘보수동 책방골목’은 한국전쟁 당시 피난 온 학교들이 보수산 기슭에 자리를 잡아 만들어진 노천교실의 통학로이자 배움에 목마른 학생들에게 양서 공급처가 되었다. 그리고 서편으로는 임시수도 정부청사와 국회의사당, 작전사령부를 지척에 두고, 남편으로는 국제시장을 끼고 있는 요충지로서 피란수도 부산의 역사를 고스란히 간직하고 있다. 또한 군부 독재 시절에는 보수동 책방골목에서 우리나라 최초로 책 관련 소비자 협동조합인 ‘양서협동조합’이 설립되면서 전국적인 화제를 일으킨 동시에 부산 민주화 운동의 세력 집결지 역할을 하였으며, 영화 변호인을 통해 잘 알려진 ‘부림사건’이 이곳에서 일어나면서 부산 민주항쟁의 중심지가 되기도 했다. 뿐만 아니라 보수동 책방골목 뒤편으로 뻗은 돌계단 세 곳과 축대 일대는 1930년대 축조된 것으로 일제강점기의 생생한 흔적이 지금까지 보존되어 관광 포토존으로 많은 시민의 사랑을 받고 있다. 이처럼 ‘보수동 책방골목’은 우리나라의 근대 역사 유산인 동시에 부산을 대표하는 문화명소로 그 가치를 인정받아 2019년에는 부산시에서 ‘미래유산’으로 지정하기도 했지만 세월의 변화와 재개발 위기 속에서 한때 백여 곳에 달했던 서점은 이제 서른여 곳 남짓 남게 되었다. 게다가 코로나 사태까지 겹쳐 시민들의 발걸음마저 줄어든 안타까운 상황이다.

이러한 상황 속에서 골목의 위기를 가속한 것은 아이러니하게도 자본 가치의 ‘상승’ 때문이었다. 경기 침체와 별개로 불어닥친 부동산 시장의 활황은, 남포동과 국제시장을 지척에 둔 지리적 이점으로 인해 보수동 책방골목의 부동산 가격을 뛰게 만들었다. 하지만 대부분이 건물 세입자이며 평균 연령대가 70대로 노령화된 책방골목 서점 주인들은 재개발에 속수무책일 수밖에 없었다. 재작년인 2020년에 책방골목 입구 오른쪽의 건물이 주거용 오피스텔 건축을 위해 철거되면서 여덟 곳의 서점 자리가 한꺼번에 사라진 이후, 최근에 책방골목 터줏대감 역할을 하는 서점 세 곳이 위치한 건물이 또다시 오피스텔 재개발을 위해 매각되는 일이 발생했다. 이제는 ‘책방골목’의 정체성이 한순간에 사라질지도 모르는 ‘존폐 위기’에 놓인 것이다.



보수동 책방골목 중앙 모습(돌계단과 축대)

누군가는 재개발 또한 사유재산 보호를 위해 마땅히 존중받아야 한다고 말한다. 그리고 온라인 서점과 전자책의 시대에 종이책의 가치는 이전과 같을 수 없다고도 한다. 모두 맞는 말이다. 하지만 보수동 책방골목이 부산의 문화유산으로 대내외적인 인정을 받아왔음에도 70년 역사 동안 단 한 번도 국가 차원에서 문화지구나 경관지구 설정 등을 시도하지 못하고 일반 상업지역으로만 분류되어 그 어떤 난개발에도 무방비일 수밖에 없으며 그동안 지자체에서 책방골목 개발 및 보존에 대한 가이드라인조차 마련해본 적이 없다는 사실을 안다면, 그리고 한번 사라진 책방골목은 되살릴 수 없으며 돈으로 대체할 수 없는 문화의 가치를 기억한다면 조금은 생각이 달라질지도 모른다. 또한 서점과 책의 가치는 어떠한가? 온라인 서점이 확대되는 만큼 성장하고 있는 것이 독립서점 시장이며, 정보를 습득하고 편리함을 추구하는 독서에는 전자책이 유용하지만 책장을 넘기며 문장을 사유하고 삶을 성찰하는 독서는 분명 전자책이 대체하기 힘든 종이책만의 고유한 가치일 것이다.

그동안 보수동 책방골목에서도 여러 차례 활성화 정책들이 나왔고, 다양한 도시재생 사업들이 진행되었으며 무수히 많은 분의 노력이 앞서 있었지만 어떤 방식으로 보수동 책방골목을 살리고 어떻게 헌책에 대한 독서 문화를 활성화시킬 것인지에 대한 고민의 정답을 행정적으로 찾기는 어려웠다. 본인 역시 인근 지역에서 태어난 부산 원도심의 토박이로서 학창시절 무수히 지나다닌 등갓길이자, 가족이며 친구들과 많은 추억이 깃든 보수동 책방골목에 대한 애착이 남달랐지만 선뜻 나설 기회는 없었다. 하지만 사범 대학 졸업 이후 교사가 되어 원도심으로 돌아온 이후 보수동 인근 고교에서 교편을 잡게 되면서 보수동 책방골목을 '교육'의 관점에서 생각하게 되었다. 그리고 보수동 책방골목의 한 식당에 들렀다가 우연히 '보수동 도시재생 동아리 주민 공모 사업' 포스터를 보게 되면서 이곳과 특별한 인연이 시작되었다.



2020 동주여자고등학교 『보수동 책방골목 와보시집』 전시회, 최대호 시인 초청 강연



단편영화 시나리오 회의 모습, 단편영화 촬영 현장

당시 포스터에서 눈길을 끈 것은 '사업'이란 딱딱한 단어가 아닌 교사에게 친근한 '동아리'라는 말이었다. 학생들의 독서 활동과 연계해 보수동 책방골목 동아리를 만들어 본다면 지역사회에도 보탬이 되고 국어 교육적으로도 의미가 남다른 것이란 작은 아이디어에서였다. 시작이 반이란 말처럼 일단 당시 재직 중이던 동주여자고등학교 방송실 마이크를 잡고 보수동 책방골목을 알리고 싶은 동아리원을 모집한다는 공지를 내보냈고, 1학년 학생 7명이 한걸음에 모이게 되었다. 그렇게 결성된 것이 보수동 책방골목 동아리 '에그리나'였다. 옛것을 그리워한다는 동아리 이름처럼 어떻게 보수동 책방골목을 아끼고 사랑할 수 있을지 학생들과 머리를 맞댔다. 국어 교사로서 가장 먼저 떠오른 것은 '문학'이었다. 하지만 학생들에게 생소할 수 있는 피란시절의 문학을 읽고 지역 문인들을 이해하는 것은, 자칫 주객이 전도될 수 있겠단 생각이 들었다.

어떻게 하면 누구나 친숙하게 문학 활동을 하고 보수동 책방골목을 가까이에서 이해할 수 있을까, 고민을 하고 있을 무렵 학생들의 매체 환경을 유심히 관찰했다. 그리고 학생들이 SNS에서 감성을 담은 짧은 시 문구에 익숙해 있으며 이것이 새로운 온라인 문학의 유행으로 자리 잡고 있음을 알게 되었다. 하상욱 작가의 이야기를 꺼내자 학생들과 문학 공감대를 형성하는 것이 어렵지 않았다. 그래서 시험이 끝난 후 국어 수업 시간에 보수동 책방골목에 관한 뉴스를 시청했고, 다함께 SNS 시 창작 활동을 하게 되었다. 동아리원들과 함께 시 원고를 모았고, 우리 손으로 한 자 한 자 필사해보자는 아이디어까지 나왔다. 이후 SNS 시인을 찾아보다 베스트셀러 『읽어보시집』으로 유명한 최대호 작가와 연락이 닿게 되었고, 멀리 수원에서 흔쾌히 부산의 학교로 와서 문예창작 강연까지 열게 되었다. 강연에서 작가는 책방골목 시집 제작에 참여를 약속해 주었고, 마치 한 편의 영화처럼 불과 몇 달 만에 작가와 고등학생의 콜라베이션 시집이 기획되었다. 그렇게 탄생하게 된 것이 『보수동 책방골목 와보시집』이었다.

SNS 문학의 무한한 잠재 가능성을 확인한 나는 학생들이 무엇보다 친숙한 매체인 유튜브로 눈길을 넓히게 되었다. 보수동 책방골목을 유튜브에 검색해보니 브이로그나 기록 영상은 찾기 쉬웠지만 책방골목의 풍경을 아름답게 담은 영상은 찾아보기 힘든 것이 눈에 띄었다. 때마침 영상 제작에 관심을 두고 관련 온라인 동호회 카페에 가입해두었던 것이 생각나서, 무작정 카페에 접속해 보수동 책방골목의 사진과 함께 꼭 이곳의 아름다운 풍경을 영상으로 담아보고 싶다는 글을 게시판에 썼다. 그리고 기적은 또 한 번 일어났다. 아이들과 작업을 해보고 싶다는 댓글이 수십 개가 달렸다. 기왕 찍을 거 짧은 단편영화가 낫다는 여론까지 생겨났고 서울에서 부산까지 오겠다는 아마추어 단편영화 촬영팀에서 연락이 왔다. 그렇게 해서 필무비의 차경훈 감독의 재능기부로 보수동 책방골목 역사상 최초의 청소년 단편영화 "책방골목에서"가 탄생했다. 6분 분량의 짧은 단편영화였지만 학생들의 순수한 마음과 재치 있는 연기에 지역사회와 언론의 반응은 뜨거웠다. 부산시에서는 공식 유튜브 채널을 통해 온라인 상영을 도와주었고 문화체육관광부와 시교육청에서는 SNS를 통해 홍보를 도왔다. "너희들 생기부(학교생활기록부)에 적히려고 한 거 아니니?"란 기자의 장난스러운 질문에 학생들은 "우리가 나서 후손에게 미래유산을 물려줄 수 있는 계기가 되면 좋겠다."라고 답했다. 아이들의 지역 살리기 활동은 전국 일간지 1면의 톱기사로 실렸고, EBS 지식채널e에 방영되기도 했다.



도시재생 함께읽길전 단체 사진, 뮤직비디오 촬영 현장



시집 제목 설문조사 모습, 시집 출판 전시회

이후에 마을 미술관과 캘리그래피 작가님의 도움으로 출판 전시회가 열리게 되었고, 활동들이 마무리되고 나니 어느새 2021년 새해가 밝았다. 그리고 보수동 책방골목 바로 위에 위치한 해광고등학교로 학교를 옮기면서 작은 욕심이 생겨났다. 즉흥적으로 이뤄졌던 도시재생 활동을 사전에 계획된 ‘프로젝트’로 진행해 보자는 조금은 당돌한 계획이었다. 하지만 학교의 교장·교감 선생님, 그리고 구청의 담당자분 모두가 이를 반겨주었고, 지자체와 학교가 뭉쳐 도시재생 교육협약 MOU를 맺고 탄생하게 된 것이 “책방골목 함께읽길” 프로젝트다. 한 학기 동안 보수동 책방골목을 주제로 독서논술 수업이 열렸고, 도시재생 작문, 독서력측정검사, 헌책방 연계 진로독서 활동, 도서관 책 기부 캠페인 등이 진행되었고, 문예 공모전 개최와 더불어 후속편 시집 제작으로 이어졌다. 그러면서 재능 있는 학생들이 나서, 보수동 책방골목 최초의 홍보 노래와 뮤직비디오가 탄생했다. 또한 미술 창작 동아리의 합류로 책방골목 미술 전시회도 함께 열리게 되었고, 보이지 않는 도움의 손길이 이어져 보수동 책방골목의 공사장 가림막은 미술 전시회의 작품으로 채워져 벽화 갤러리로 재탄생되기도 했다.

기존의 활동을 어느 정도 마무리하고 2학기가 되면서, 어떻게 학생들의 노력을 대외적으로 알리고 공감을 얻으면 좋을지 생각을 확장해 보았다. 그때 눈에 띈 것이 공모전이었다. 당시에 참여 가능한 부산시 주최의 공모전 총 3개에 모두 참여해 보게 되었다. 첫 공모전은 AI·블록체인 공모전이었다. 전공과는 동떨어졌지만 보수동 책방골목과 원도심이 지닌 문화적 가치가 무한하다고 생각했기 때문에 참가에 의미를 두고자 했다. 다행히 전문가 멘토와 함께 준비를 할 수 있었고 덕분에 과학적인 부분과 인문학적 부분을 융합하면서 아이디어를 방학 동안 다듬어 나갔다. 결과는 누구도 예상할 수 없었던 ‘대상’. 그것도 관련 스타트업 기업이나 사내 벤처 동아리팀, 전공자들과 경쟁해 얻은 성과였기에 더욱 믿

가지 않았다. 이후 학생들과 함께 참가한 부산시 유튜브 공모전에서 “누군가의 헌책이 당신만의 잇템?”으로 또다시 대상을 차지하고, 부산시 공공디자인 공모전에서도 공사장 가림막 벽화가 입상을 하면서 보수동 책방골목에 대한 대중들의 관심이 탄력을 받기 시작했다. 그리고 보수동 책방골목 보존을 위한 시민 포럼과 부산시 주관의 대책 회의가 열린 것이 불과 저번 달의 이야기다.



시·블록체인 공모전 메타버스 수상식 화면, 부산시 유튜브 공모전 대상 화면



책방골목 시민포럼, 부산광역시교육청 초청 방문

하지만 각계각층의 성원과 여러 시민의 관심에도 불구하고 보수동 책방골목의 재개발은 현재 진행형에 있고 여전히 골목은 존폐 위기에 놓여 있다. 아직까지도 많은 사람이 보수동 책방골목의 위기 상황을 모르고 있는 것 또한 사실이다. 과연 학생들에 의해 시작된 책방골목의 작은 기적은 실패인 것일까? 하지만 ‘성공’과 ‘실패’ 그 어떤 말에도 선뜻 동의하기가 어렵다. 학생들과 함께 그간 보수동 책방골목에서 함께했던 노력은 누구로부터 평가받기 위한 사업도, 시험도 아니었기 때문이다. 그저 꿈과 희망을 가지고 스스로가 좋아서 시작했던 일이고, 한 번도 일이라고 생각하거나 무언가 다른 것을 위한 수단으로 여긴 적이 없었다. 사회학자인 에리히 프롬은 이렇게 말한다. “인간은 끊임없이 자연에 대한 소유 가치를 갈구하지만 자연이 진정 아름다운 것은 존재 가치이다. 어떤 대상은 수단이 아닌 그 자체가 목적이 될 때 비로소 아름다운 것이다.”

잊지 말아야 할 점은 동아리를 사전에 해산했다라면, 공모전이 무모하다고 생각해 시도조차 하지 않았다면, 아무런 일도 일어날 수 없었다는 것이다. 기적은 ‘작고 사소한 것’에서부터 일어남을 명심하고 새로운 시도와 변화를 망설이지 말자. 그리고 결과를 먼저 예단하거나 평가하는 것을 삼가자. 당신이 지금 하고 있는 작은 노력 하나도, 진심에서 우러나온 행동이라면 모두 똑같이 소중한 값진 것이며

‘세상’을 바꿀 수 있는 계기가 될 수 있음을 명심하자. 보수동 책방골목의 기적을 위한 학생과 시민들의 노력은 지금 이 순간에도 계속되고 있다.



---

**김성일(해광고등학교 국어교사)**

해광고등학교 국어교사로 재직하며 보수동 책방골목 지키기에 관한 청소년 도시재생 교육 활동을 하고 있다. 현재 “책방골목 함께읽길” 프로젝트를 진행하고 있으며 2021 부산광역시 유튜브 콘텐츠 공모전과 부울경 SI 블록체인 아이디어 공모전에서 대상을 수상한 바 있다. 저서로는 『보수동 책방골목 와보시집(공저)』, 『보수동 그 거리(공저)』가 있다.

ksi6683@gmail.com

[www.instagram.com/busan\\_culture\\_spirit](http://www.instagram.com/busan_culture_spirit)

## [인터뷰] 낭만과 트렌드가 살아 숨 쉬는 곳, 종이잡지클럽 김민성 대표

2022. 3.

트렌드와 낭만을 모두 갖춘 매체가 세상에 있다면 그것은 단연코 잡지일 것이다. 매체의 진화에 따라 많은 것이 디지털화 되고 영상화 되었지만, 잡지는 여전히 가장 예민한 감수성으로 트렌드를 따라가며 옛 모습을 지키고 있다. 이러한 중에 '종이잡지클럽'이 젊은 세대의 시선을 사로잡고 있다. 구독 방식으로 운영되는 이곳은 모든 잡지를 한곳에서 볼 수 있는 전례 없는 곳이다. 또한 대교와의 협업으로 제주도에서 '세가방(세상에서 가장 큰 책방) 프로젝트'에 함께하며 잡지의 진흥에 힘 쏟고 있다. 잡지의 성지, 종이잡지클럽의 김민성 대표의 이야기를 들어봤다.



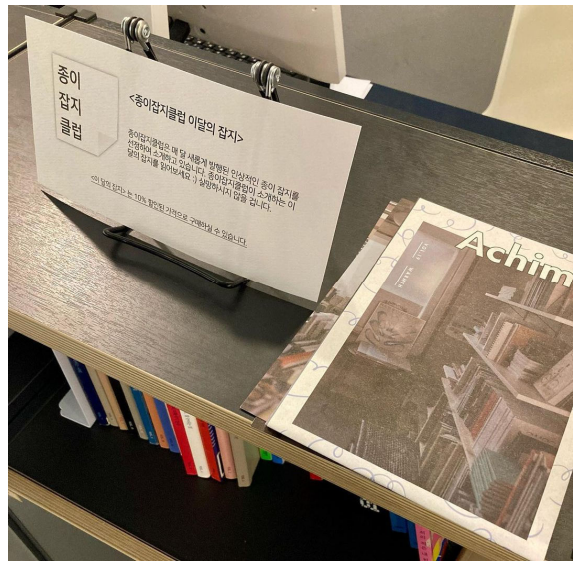
〈출판N〉에 김민성 대표님을 모시게 되어 영광입니다. 웹진 독자에게 소개 부탁드립니다.

안녕하세요, 저는 서울 합정과 제주에서 잡지 전문공간 종이잡지클럽을 운영하고 있는 김민성입니다. 뵙게 되어 반갑습니다.



종이잡지클럽은 국내에서 유일하게 회원제로 운영하는 잡지 전문공간인데요. 다양한 플랫폼이 넘쳐나는 시대에 종이 잡지만으로 공간을 구성한 계기가 있을까요?

다양한 플랫폼이 넘쳐나지만 여전히 사람들은 유의미한 혹은 유희를 위한 양질의 볼거리와 읽을거리를 찾고 있습니다. 종이 잡지는 황금기를 지난 이후 반복적으로 위기, 종말론이 거론되는 매체였습니다. 그러나 여전히 잡지를 만드는 사람들은 양질의 읽을거리를 제공하기 위해 매 호 최선을 다하고 있습니다. 그런 부분에서 동업자들과 잡지만 다뤄보자, 과거의 잡지가 아닌 지금의 잡지에 대해 다뤄보면 어떤 일이 벌어질까 하는 궁금증을 갖고 시작하게 되었습니다. 망해도 잡지 매체의 반복적인 위기를론을 탓하며 큰 자책을 하지 않아도 될 것 같다는 마음도 있었습니다.



종이잡지클럽은 일일, 계절(3개월), 반기(6개월) 회원권이 있으면 이용이 가능한 회원제 공간입니다. 또한 온라인으로도 운영되고 있는데요. 어떤 방식으로 운영되는지 설명 부탁드립니다.

말 그대로 오프라인 회원은 해당 기간 동안 종이잡지클럽을 무제한으로 방문해서 매장에 비치된 모든 잡지를 다 읽어볼 수 있습니다. 현재는 코로나19로 인해 온라인으로 전환되었지만 오프라인 회원 분들을 대상으로 '해외잡지로 Trend 읽기', '한 잡지 깊이 읽기' 같은 모임을 진행하고 있습니다.

온라인 회원은 매달 종이잡지클럽이 선정한 이달의 잡지를 좀 더 깊이 읽는 멤버십이라고 생각하시면 됩니다. 서울에 살지 않아도 매달 종이잡지클럽이 선정한 잡지를 한 권씩 받고, 리뷰와 발제문, 사전 질문이 포함된 뉴스레터를 통해 좀 더 깊은 열람을 유도합니다. 그리고 편집장님과 함께 온라인으로 매거진의 소감이나, 자신의 삶에 기인한 여러 이야기를 나누는 형태로 진행합니다.

종이잡지클럽은 굉장히 다양한 분야의 잡지를 다루는데요. 많은 종의 잡지를 독자들에게 어떤 방식으로 큐레이션 하시는지 말씀 부탁드립니다.

큐레이션 기준이 없다는 것이 종이잡지클럽의 큐레이션입니다. 개인적으로 큐레이션이라는 단어가 너무 과도하게 혹은 무척 과소하게 평가되고 있다는 생각이 듭니다.

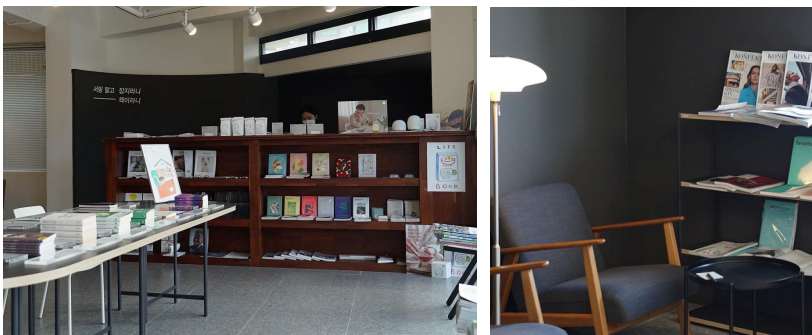
알고리즘화된 맞춤형 서비스가 디지털에서 이미 제공되고 있는데 오프라인에서 하는 큐레이션이 빅데이터에 기인한 맞춤형 서비스만큼 개인에게 와닿을 수 있을지 의문이고요. 그런 의미에서 큐레이션은 단순히 좋은 리스트를 고르는 것뿐 아니라 그에 대한 총체적인 연출과 접근 방식에 대한 노력을 수반한 고도화된 작업이라 봅니다.

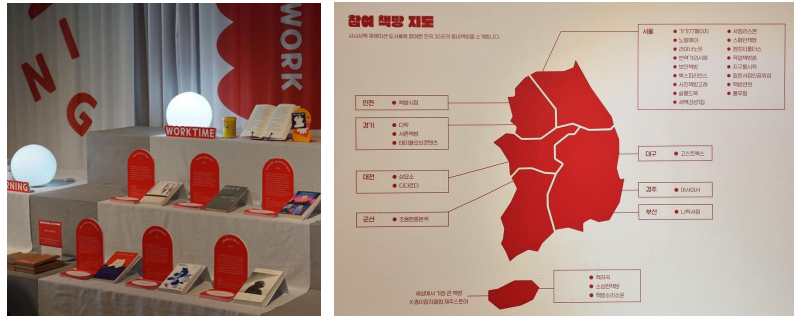
종이잡지클럽은 별도의 큐레이션을 하지 않지만 입고를 요청한 국내외 매거진을 큰 이슈가 없는 경우에 모두 입고를 하는 것을 원칙으로 삼고 있습니다. 또한 매장에 있는 매니저가 입고되는 잡지를 모두 읽는 것을 목표로 하고 있습니다.

다양한 매체에서 원하는 정보를 간편하게 얻을 수 있는 시대에 올드 미디어라고도 할 수 있는 종이 잡지가 계속해서 살아남고 확산해나갈 수 있는 힘은 무엇이라고 생각하시나요?

잡지라는 매체의 태동부터 현재까지를 돌아해보면 올드 미디어이지만, 반대로 현 시대에 잡지를 만들고 읽는 사람은 가장 젊고 예민한 사람들입니다. 그런 점에서 잡지는 여전히 젊음과 새로움을 추구해야 살아남을 수 있다고 생각합니다. 역설적이게도 황금기가 지난 매체이다 보니 편집과 디자인에 대한 자율성이 높아졌습니다. 기존의 경계를 무너뜨리는 다양한 아티스트가 등장하며 새롭고 흥미로운 잡지가 끊임없이 나오고 있습니다. 같은 맥락으로 젊은 독자들은 영상과 디지털 매체를 더 익숙하게 느끼기 때문에 잡지라는 매체를 무척 새롭고 낯선 매체로 인식합니다. 이런 새로움과 낯선 시선을 유지하기 때문에 계속해서 살아남는 것 같습니다.

사실 계속해서 살아남고 확산한다는 표현이 정확한지는 모르겠습니다. 이미 수많은 기성 잡지, 상업지를 비롯해 황금기와 시대를 대표하던 잡지들은 모두 역사 속으로 사라졌으니깐요. 반대로 잡지의 황금기를 겪은 매거진 키즈의 손에서 새로운 잡지들이 탄생하고 개척되고 있다고 표현하는 것이 좀 더 맞는 것 같기도 합니다.





종이잡지클럽과 대교, 제주 공공기관 간의 협업도 눈에 띄는데요. 어떤 배경에서 이러한 협업이 이루어졌는지 궁금합니다.

‘종이잡지클럽 제주 with 세가방’은 제주에 거주하고 계신 분에게는 서울에 가지 않아도 다양한 레퍼런스를 얻을 수 있는 공간을, 여행객에게는 여행을 시작하거나 마무리할 때 들러 생각을 정리하거나 구상할 수 있는 공방 라운지 같은 공간을 제공할 수 있길 바라며 만들게 되었습니다. 서울이 아닌 제주에서 만들게 된 가장 큰 이유는 영감의 과잉이라고 할 수 있는 서울에 내는 것보다, 지역에서 활동하고 있는 다양한 크리에이터, 아티스트, 대학생 등이 이용할 수 있는 지식 콘텐츠 공간을 운영해 보고 싶었던 마음이 컸습니다.

그동안 종이잡지클럽은 ‘세상에서 가장 큰 책방’이라는 뜻의 ‘세가방’ 프로젝트를 진행해왔습니다. ‘세가방’은 전국의 동네책방이 단순히 책을 파는 것을 넘어 동네 문화를 조성하는 크리에이티브 스토어가 되도록 돕는 대교의 사회 공헌 사업입니다. 책방별 역량 강화, 홍보 콘텐츠 지원, 팝업스토어와 콘퍼런스 개최 등 동네책방 간의 공유와 협력을 통해 독서 생태계 환경을 조성하며, 다양한 도서 및 독서 지원과 캠페인을 통해 많은 사람이 책을 더 즐길 수 있도록 책에 대한 유니크한 경험을 제공하고 있습니다.

그렇게 ‘세가방’ 프로젝트를 함께 진행하면서 오랜 신뢰를 쌓은 파트너사 대교에서 협업을 제안해 왔고, 대교와 제주 지역 기관들과 함께 제주 구도심 공간 내 문화 콘텐츠 제공을 위해 ‘종이잡지클럽 제주 with 세가방’을 오픈하게 되었습니다. 현재 ‘종이잡지클럽 제주 with 세가방’에서는 세가방 시즌3 파트너로 선발된 전국 30개 동네책방들의 큐레이션 서재를 만날 수 있으며, 매월 다양한 기획을 통해 리추얼 클럽 등의 프로그램이 진행되고 있습니다.

마지막으로 종이잡지클럽이 앞으로 나아갈 방향과 계획에 대해 어떤 고민을 하고 계신지 말씀 부탁드립니다.

매번 느끼는 감정인데요. 마음을 주는 것들에 대한 아쉬운 불평보다 사라졌을 때 느끼는 향망한 마음이 더 큼니다. 종이잡지클럽에 마음을 주고 있는 사람들을 위해 사라지지 않으려 애써보겠습니다.

# 열세 살 어린이 시인들의 봄, 여름, 가을, 겨울, 다시 봄!

박수경(구미오산초등학교 학생 책쓰기 동아리 '소담' 담당교사)

2022. 3.

2019년 4월, 구미오산초등학교에는 비밀기지가 생겼다. 그곳은 시를 쓰는 게 궁금한 어린이들이 들어가면 시인이 되는 곳이라고 한다. 그 비밀기지는 2014년부터 근무하는 학교마다 계속 비밀기지를 꾸려왔던, 그리고 아직도 꿈을 꾸며 살아가는 공지샘이 지키고 있다고 한다.

## 공지샘이 손바닥동시로 소개하는 소담 5기와 공지샘

<p><b>박기성</b></p>  <p>네? 네. 네?</p>	<p><b>이준우</b></p>  <p>시는? 다 썼어요. 제 마음속에 있어요.</p>	<p><b>복준현</b></p>  <p>선생님 첫사랑도 글씨를 무척 잘 썼는데. 지금 뭐 하고 있을까?</p>
<p><b>양승목</b></p>  <p>승목아, 태민이라 해서 미안. 이제는 안 그럴게.</p>	<p><b>1반 이가영</b></p>  <p>너는 벌써 다 했지. 어떻게 했을까? 매번 기대하게 돼.</p>	<p><b>2반 이가영</b></p>  <p>동글동글한 눈으로 나를 볼 때면 시를 많이 쓴 거 같아.</p>

<p><b>김가현</b></p>  <p>가현아. 가현아? 네 목소리가 듣고 싶어.</p>	<p><b>김나연</b></p>  <p>이건 비밀인데. 선생님은 아직도 가현이랑 나연이가 헛갈려.</p>	<p><b>김보은</b></p>  <p>이름만 같은 게 아니고 귀여운 볼, 웃는 모습도 조카랑 많이 닮았어.</p>
<p><b>민지윤</b></p>  <p>지윤아. 네 덕분에 웃어. 너만 보면 행복해. 그러니까 얼굴 보여줘.</p>	<p><b>손재협</b></p>  <p>네가 장난을 치면 왜 안 어울리지? 기타 치는 모습 때문인가?</p>	<p><b>공지섬</b></p> <p>권정생 작가처럼 마음이 따뜻해지는 글을 쓰게 될 거야.</p>

매년 봄이 오면 비밀기지에 들어 올 학생 책쓰기 동아리 어린이들을 모집하는 일을 시작한다. 학생 책쓰기 동아리를 모집하는 가정통신문을 들고 6학년 교실에 들어가서 시를 쓰는 동아리를 운영한다고 하면 다들 별 반응이 없다. 과학 시간에 그렇게 무섭던 선생님이 하는 동아리라니 별로 들어가고 싶지 않은 내색이 역력하다. 하지만 작가도 만나고 서점 나들이도 간다고 하면 조금 관심을 두다가 책을 보여주면 ‘우와’ 하는 어린이가 생긴다. 이때를 놓치지 않고 가정통신문을 나눠주고 3일을 기다리니 열한 장의 신청서가 들어왔다. 이 정도면 딱 좋다. 신청자가 너무 적으면 한 명당 써야 할 작품이 많아져서 부담된다. 그렇다고 신청자가 너무 많으면 우리만의 비밀기지가 소란스러워진다.

이제 어린이 시인들과 만날 준비를 해야 한다. 일단 큰 문구점으로 가서 시인들의 마음을 끌 만한 예쁜 시 공책과 필기도구를 사야 한다. 첫 만남에서 ‘와아’ 하는 소리가 나도록 고르고 또 고른다. 귀여운 캐릭터가 있는 공책과 불이 번쩍번쩍 들어오는 볼펜, 그리고 우리가 어떤 일을 해야 하는지 알려 줄 2020년에 나온 소담 4기의 시집! 이제 만날 준비가 다 되었다. 3월 24일! 그렇게 우리는 처음 만났다.



우리만의 비밀기지



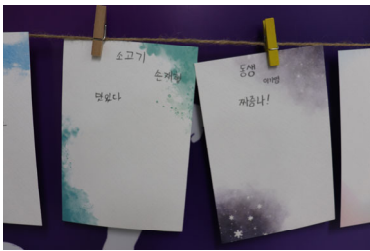
2019, 2020 추억



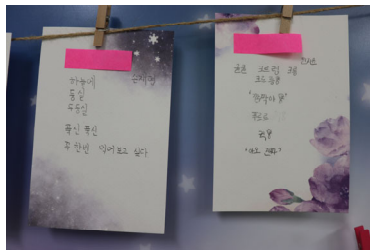
3월 24일 첫 만남

우리의 비밀기지는 매주 화요일과 목요일 아침 8시 30분에서 50분까지 문을 연다. 4월에는 시 읽기만 한다. 아직 시를 쓰려면 멀었다. 소담 3기의 『열세 살 내 인생』을 시작으로, 소담 4기의 『코로나19 종소리』를 읽으며 우리들의 이야기를 시로 풀어내어 시집을 만드는 것이 어떤 것인지 직접 만나야 한다. 그리고 나면 봄, 여름, 가을, 겨울에 나오는 어린이 시로 엮은 잡지인 『올챙이 발가락』을 읽고 각자 마음에 드는 시를 낭송한다. 공지샘이 보물 1호로 아끼는 시 책장에서 마음에 드는 시집을 골라 마음에 드는 시를 다섯 편 골라 읽고 시선집을 만들기도 한다. 이쯤 되면 시인들이 묻는다. “근데 우리 시는 언제 써요?” 이제 시를 쓸 준비가 되었다. “시 쓰고 싶어? 그럼 한번 써 볼까?”

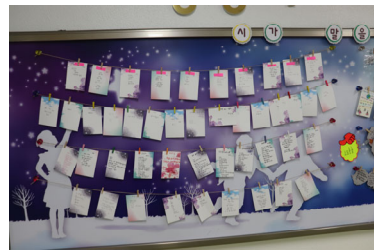
제일 먼저 쓴 시는 세상에서 가장 짧은 시다. 시에 관해 부담을 갖지 않으면서도 시의 특성을 이해하기에 안정맞춤인 활동이다. 그리고 시 제목을 비밀로 해서 써 보는 수수께끼 시 쓰기도 해본다. 주제를 잡아서 시를 쓰는 방법을 익히기에 좋은 방법이다. 서로가 쓴 시를 들려주고 시 제목을 맞춰서 하면 자기 작품을 낭송한다는 것도 잊고 제법 진지하게 낭송하고 제목도 잘 맞힌다. 그 다음부터는 이제 어린이 시인들의 판이다. “오늘은 뭐 쓰지?” 질문하면 맛있는 시를 쓰자, 세상에서 가장 무서운 시를 쓰자, 놀면 시가 잘 써질 것 같다면서 주문이 많아진다. 이렇게 5월을 보내고 나면 이제 첫 만남에 선물한 시 공책에 시가 한 편, 두 편 쌓이기 시작한다.



세상에서 가장 짧은 시



수수께끼 시



시로 꾸민 우리만의 비밀기지

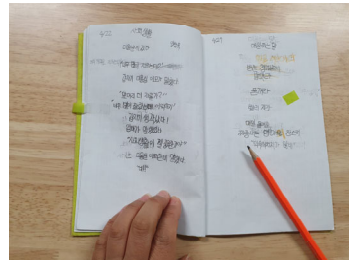
여름, 이제부터 어린이 시인들에게는 본격적인 창작의 고통과 만나는 시간이 온다. 처음에는 하루에 세 편도 쓰고, 수업 끝나고 “저, 시 썼어요.” 하고 자랑하던 시인들이 일주일이 지나고 나면 공지샘을 슬슬 피하기 시작한다. 가끔은 쓴 시를 읽고 또 읽어도 마음에 안 든다고 투덜거리기도 하고, 시 쓸 게 안 떠올라서 힘들다고 징징거리기도 한다. 그래도 우리는 매주 화요일과 목요일에 만나 자기가 쓴 시를 읽어주고 시를 쓴 친구들을 보며 자극을 받아 시를 쓴다.



우리는 소담 5기



시 공책



나의 시 쓰기

7월이 오면 이제 각자가 쓴 시를 다시 읽으며 다듬기 작업을 한다. 먼저 시인들이 쓴 시 중에서 책으로 엮을 작품을 열 편 정도 고르고 공기샘과 시 다듬기를 한다. 공기샘은 어린이 시인들이 쓴 시를 함께 읽으면서 시에 담긴 어린이들의 이야기를 듣고 그때 어떤 일이 있었는지, 그때 기분은 어땠는지, 그 순간에 어떤 말을 해 주고 싶었는지를 물어가며 시에 빠뜨린 이야기를 꼬집어낸다. 이렇게 읽고 다듬기를 여러 차례! 이렇게 해서 시가 완성되면 이제 시에 어울리는 삽화를 그릴 차례다. 예쁘게 나오게 하려면 테두리를 네임펜으로 진하게 그리고 어울리는 색연필로 정성껏 칠해야 한다. 그림 그리는 일이 힘들 만도 한데 시 쓰는 것보다는 쉬운 일이라 그런지 군소리 없이 열심히 한다.

이제 우리가 할 일은 두 가지만 남았다. 바로 시집 제목 정하기와 표지 작업! 보통 시집 제목은 대표 시 하나를 골라서 정하지만, 올해는 시집 제목을 공모했다. 열한 명의 시인들이 낸 의견 중에 가장 많은 표를 얻은 것은 우리가 함께 모여 시를 썼던 이곳을 표현한 ‘우리만의 비밀기지’였다. 이렇게 ‘우리만의 비밀기지’는 소담 5기의 시집 제목이 되었다. 그 다음은 표지 작업! 열한 명의 시인을 대상으로 공모를 했다. 세 명의 어린이가 표지 공모에 작품을 냈고, 그중에 아래의 작품이 책날개에 “표지 그림 복준현”이라는 이름을 넣게 되는 영광을 얻었다. 이제 우리가 할 일은 끝났다. 출판사가 우리 시집을 예쁘게 만들어주길 기다리기만 하면 된다.



표지안 1



표지안 2



완성된 표지

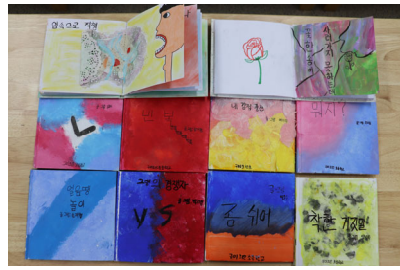
가을은 기다림의 계절이다. 가을에는 우리 각자의 마음속에 시를 예쁘게 담았다. 내가 쓴 한 편의 시를 골라 시그림책으로 만들기도 하고, 아주 작은 종으로 인쇄해 유리병에 담기도 하고, 색연필로 곱게 쓴 시로 열쇠고리도 만들었다. 이렇게 놀다 보면 드디어 기다리고 기다리던 ‘우리만의 비밀기지’가 책이 되어 온다. 책이 나온 날, 우리는 비밀기지에 모여 책을 보며 소리를 지르면서 서로에게 축하하는 시간을 가졌다.



시그림책 만들기



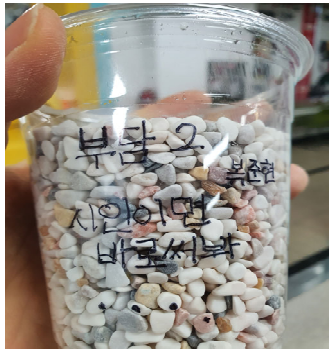
시그림책 만들기



시그림책



시 열쇠고리



시를 품은 쓰레기



인생 시

그리고 2022년 1월 10일, 도서실에 6학년 친구들과 선생님들을 모시고 출판기념회가 열렸다. 소담 5기의 봄, 여름, 가을, 겨울 이야기를 영상으로 보면서 손님들이 큰 박수로 응원해주었다. 보통의 행사에는 교장 선생님의 축사만 있지만, 어린이 시인들의 출판기념회에는 친구들의 축사가 있어 더욱 가슴 뭉클한 감동을 주었다. 능청스러운 어린이 시인들의 시 낭송은 힘든 일상에 지친 손님들에게 행복한 웃음을 선사하였다. 출판기념회를 마친 다음 날 아침, 전교생에게 시집을 각 교실로 직접 배달하면서 일 년간의 활동을 마무리하였다.



출판기념 선물



출판기념회



시집 출판기념 사진

\* 소담 5기 시 쓰기 봄, 여름, 가을, 겨울: <https://youtu.be/-waZlxWfxbS>

\* 소담 5기 2021년 활동 소감: <https://youtu.be/9qCdMGtXFx0>



『우리만의 비밀기지』는 열한 명의 어린이 시인들이 각자 자신의 열세 살 이야기를 담은 어린이 합동시집이다. 공지섬은 매년 시집이 출판되면 시집을 읽는 모든 사람이 시를 읽으면서 때로는 힘이 되고, 때로는 위로가 되고, 때로는 배움이 되는 시간이 되길 간절히 바란다.

다시 봄이 오면, 중학생이 된 소담 5기는 열네 살의 이야기를 시로 담을까? 구미오산초등학교에는 소담 6기가 ‘우리만의 비밀기지’에 모여 또 시를 쓰겠지.



---

**박수경(구미오산초등학교 학생 책쓰기 동아리 ‘소담’ 담당교사)**

박수경 선생님은 청주교육대학교를 졸업하고 2000년에 구미 산동초등학교를 시작으로 22년째 교사 생활을 하고 있어요. 동화 작가 홍기 선생님을 동료 교사로 만난 덕분에 삶을 가꾸는 시 쓰기로 책을 엮고 있어요.

tkfkd8523@naver.com

출판  
N