

# 출판N

2022.08. Vol.35

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

## 커버스토리 | 문학 3.0의 시대

신춘문예에 대한 의심스러운 시선들  
문학 주류 권력의 소멸  
2022 문예지의 부활

## 정책zoom

첫발 내딛은 공공대출보상제도, 논쟁에서  
협약까지

## 출판가 핫&쿨

2022년 오늘, 대필 작가와 그 세계  
시인 김지하가 남긴 것

## 인사이드

[1인 출판사 인터뷰] 마인드빌딩 서재필 대표  
[인터뷰] 『아몬드』 100만 부 판매 돌파, 손원평  
작가

## 해외리포트

독립 서점의 영웅이 된 미국 반스앤노블  
[글로벌 출판 동향] 고(高)물가 시대, 스페인 출판  
시장의 위기

Now  
Next  
News  
Network

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



<출판N> 웹진  
<http://nzine.kpipa.or.kr>



<b>+ 커버스토리</b>	<b>문학 3.0의 시대</b>	
	신춘문예에 대한 의심스러운 시선들	1
	· 유성호(문학평론가, 한양대학교 국문과 교수)	
	문학 주류 권력의 소멸	5
	· 이의성((주)리디 일반도서팀 제휴 파트장, 안티에그 시니어 에디터)	
	2022 문예지의 부활	11
	· 차경희('고요서사' 대표)	
<hr/>		
<b>+ 정책zoom</b>	첫발 내딛은 공공대출보상제도, 논쟁에서 협의까지	16
	· 신재우(뉴시스 문화부 기자)	
<hr/>		
<b>+ 출판가 핫&amp;쿨</b>	2022년 오늘, 대필 작가와 그 세계	20
	· 임재균(한국대필작가협회 회장)	
	시인 김지하가 남긴 것	24
	· 진달래(한국일보 기자)	
<hr/>		
<b>+ 인사이드</b>	[1인 출판사 인터뷰] 마인드빌딩 서재필 대표	29
	[인터뷰] 『아몬드』 100만 부 판매 돌파, 손원평 작가	37
<hr/>		
<b>+ 해외리포트</b>	독립 서점의 영웅이 된 미국 반스앤노블	43
	· 정나영(네브라스카 주립대학교 교수, 작가)	
	[글로벌 출판 동향] 고(高)물가 시대, 스페인 출판 시장의 위기	50
	· 박민재(KPIPA 스페인 수출코디네이터)	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김홍기, 류영호, 백창민 발행일 2022년 8월 11일

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.

[문학 3.0의 시대]  
**신춘문예에 대한 의심스러운 시선들**  
신춘문예는 과연 몰락하는가?

---

유성호(문학평론가, 한양대학교 국문과 교수)

2022. 8.

### 몰락인가? 건재인가?

청탁 주제가 '신춘문예의 몰락'이다. 첨예한 하강적 변화를 함축하는 '몰락'이라는 판단이 신춘문예의 영향력이나 파급력에만 제한된다면 어느 정도 수긍될 만하다고 생각된다. 예전에 비해 신춘문예 당선자나 당선작이 화제에 오르는 일이 거의 없는 데다, 당선작보다는 후속작 검증에 의해 빼어난 문단 구성원으로 승인되는 흐름이 강해진 것을 보면 '몰락'까지는 아니더라도 '위상 약화'는 분명해 보인다. 당선만으로도 솔한 화제를 부렸던 지난 시절의 신춘문예를 떠올린다면 그다지 작지 않은 변화라고 할 수 있겠다. 하지만 그와는 정반대로, 예비 신인들의 열망이나 언론 매체들의 지속성으로만 본다면 그러한 진단은 현장감을 전혀 모르는 오진으로 몸을 바꾸게 된다.

아직도 우리나라는 새해가 밝으면 어김없이 신춘문예 당선작들이 종이신문의 지면을 가득 채운다. 해마다 치러지는 관성적 행사일지라도 그때마다 심한 열병을 앓는 신춘문예주의자들도 여전하다. 나이와 학력과 계층과 젠더를 막론하고 남몰래 설레는 마음으로 매해 연말을 보냈을 이들의 존재야말로 여전히 신춘문예가 건재하고 있음을 알려주는 또렷한 지표일 것이다. 이처럼 누군가에게 강렬한 매혹과 절망을 동시에 선사하는 신춘문예는 신인 등용문으로서의 각별한 위상을 여전히, 아직도, 가까스로 견지하고 있는 셈이다.

### '등단' 제도의 변화

보통 '등단'이라고 할 때 그 기준은 작품의 첫 발표 시점을 말한다. 그 방식은 신춘문예처럼 현상 모집 같은 경우도 있고, 명망가에 의한 추천도 있고, 아예 작가 스스로 단행본을 내면서 등장하는 경우도 있다. 실제로 소설 쪽에서는 신문이나 잡지를 통하지 않고 바로 장편소설로 등장하는 사람들이 꽤 많다.

물론 ‘등단’이라는 것은 미(未)등단자를 전제로 하는 개념이고, 비유적으로 말하면 어떤 ‘단(壇)’에 올라 선다는 뜻이다. 그러니까 단상이 있고 단하가 있을 수밖에 없다. 그 표현에는 단상에 먼저 오른 사람들이 단하의 지원자들에게 단상으로 올라와야 동등한 자격을 부여하겠다고 말하는 제도적 완강함이 숨겨져 있다. 그러니 신인들로서는 단에 오르기 위해 얼마나 고심참담하겠는가.

사실 등단 제도는 한국 문학만의 기현상이기도 하다. 그리고 보니 신춘문예나 추천제는 우리나라 고유의 것이기도 하고 그 지속성도 벌써 한 세기를 넘어서고 있다. 이런 제도의 순기능은 묻혀 있는 유능한 신인들을 발굴해내는 데 있고, 역기능은 자기 사람들끼리 선호도가 생긴다든가 또 뽑아준 분에게 너무 귀속되어 개성을 잃는다든가 하는 데서 생겨날 것이다. 물론 이러한 등단 제도에 균열을 가하는 사례도 여럿 있었다. 1980년대에 시인 박노해는 <시와 경제>라는 동인지를 통해 활동하다가 『노동의 새벽』을 내면서 정식 시인이 되었고, 시인 장정일은 아예 동인지 활동도 하지 않고 있다가 『햄버거에 대한 명상』이라는 단행본 시집을 내면서 시인이 되었다. 당시로서는 파격이었지만, 이제는 흔히 발견되는 유형이 되었다. 그렇게 다변화한 실례들이 경쟁의 장에 들어와 신인 발굴과 발견과 성장에 크게 기여할 수 있다는 점에서 이러한 현상은 권장할 만한 것이다.

매체들도 등단 방식이나 규모를 다양하게 가지고 있는 듯 보인다. 등단 제도를 인색하게 운영하여 신인을 정예적으로 뽑는 곳도 있고, 등단 제도를 아예 없애버렸거나 창간 때부터 재생산 제도를 두지 않는 곳도 있고, 너무 많은 이들을 양산하는 쪽도 있고, 또 선발 방식을 다양화하는 곳도 엄연히 있을 것이다. 2017년에 명망 있는 저널인 <21세기문학>에서 등단 제도에 대해 문제를 제기하고 20년간 유지해왔던 신인상 제도를 폐지한 적이 있었다. 그 이유는 현행 등단 제도가 줄 세우기, 파벌 조장을 강화하는 등 부정적 기제로 작동하고 있다는 것이었다. 그 대신 좋은 작품을 발굴하여 게재하는 것으로 등단을 갈음하겠다는 취지였다. 이래저래 등단 제도는 순기능과 역기능이 대칭적으로 존재할 수밖에 없는 불가피한 양면성을 가진 것 같다.

또한 매체들이 지역으로 수평적 확장을 하면서 그동안 주류 저널이 행사해왔던 독점적 권력으로부터 등단 과정이 진화했다는 점도 부가할 수 있을 것이다. 1990년대 후반에서 2000년대 초반 사이에 많은 문예지가 전국적으로 생겨나고 이를 통해 지역 문인들이 상당수 배출되는 흐름이 생겨난 것이다. 물론 여전히 신인들이 후속 활동의 어려움을 호소하는 것을 보면, 등단 숫자는 많은데 그 규모를 흡수할 만한 필드는 좁아 보이는 것이 사실이다. 그러나 일부 역기능이 있더라도 그러한 폐단을 조정해가야지 등단 제도 무용론을 말하는 것은 무책임하다. 절충해서 말한다 해도 이러한 등단 제도는 다양하게 존재하는 것이 맞다. 폐단을 일반화하여 폐지하자는 것은 지나친 이상론이고, 현실적으로 조건에 맞게 예비생들을 제도권으로 끌어들이 좋은 기회와 위상을 부여해가야 할 것이다.

그런가 하면 선자와 피선자 사이의 종속적 위계에 대해 걱정하는 분들도 많다. 다양한 에피고넨(Epigonon)이나 박수부대(Claque)의 출현이 아닌가 하는 우려일 것이다. 그러나 식민지 시대에 정지용의 추천으로 등단한 작가들이 처음에는 모두 정지용을 따라했지만 결국 정지용에게서 벗어나 독자적인 세계를 이루어간 사례도 있다. 그러니 어쩌면 한국 문학의 저류에 흐르고 있는 강렬한 등단 욕구야말로 한국 문학을 지탱해주는 중요한 저변의 힘일 것이다. 따라서 이런저런 신춘문예의 폐단에도 불구하고 우리로서는 각 언론사들이 이 제도를 폐지하지 말고 계속 운영해주기를 바라게 되는 것이다.

## 신춘문예의 명과 암

아닌 게 아니라 신춘문예가 언론사의 도움으로 지속되지 못하고 폐지된다면 문학 지망생의 숫자는 현저하게 감소될 것이다. 당선작들이 여러 차례 표절 시비를 겪기도 했지만 다수는 문학을 향한 젊은이들의 역량과 열정을 환하게 보여주면서 한국 문학의 수원으로서의 굳건한 전통을 이어가고 있다. 물론 신춘문예 당선작들 자체에도 문제가 없지는 않다. 도전과 모험을 하기보다는 고전적 주제와 방법을 줄곧 활용하고 있기 때문이다. 이는 신춘문예가 톡톡 튀는 실험성이 있는 작품보다는 두루 모양새를 안정되게 취하고 있는 모범생 같은 작품을 줄곧 뽑는다는 관행을 응모자들이 의식한 결과일 것이다. 그 외에도 우리 시대가 그동안 정치성 및 실험성의 과잉을 반성하고 문학 본유의 고전적 통찰력이나 서정성으로 회귀하는 보편적 현상을 신춘문예 역시 반영한 것으로 볼 수도 있을 것이다. 이렇듯 신춘문예가 지향하는 ‘모범 답안 증후군’은 변함없이 지속되어갈 것이다. 시의 경우, 알맞은 길이(지나친 단형이나 장형은 기피된다)와 단아하게 짜인 시상(난해시나 문맥 소통이 불편한 계열 역시 기피된다), 소통이 편안한 보편적 상징에 얽매는 것이 그 공통 경향이다.

생각해보면 신춘문예라는 관행이 한 해의 문학적 흐름과 방향을 적시하는 역할을 하기에는 여전히 미흡한 한계를 안고 있을 것이다. 앞서 말했듯이, 지원자들은 자신의 독자적 미학을 소신껏 펼치기보다는 일종의 모범 답안을 만들어 심사 위원에게 부담을 주지 않으려는 기획을 하게 되고, 당선하고 나서야 비로소 자신의 새로운 좌표를 세워갈 것이기 때문이다. 모범생들을 통해 학교의 현실을 진단할 수 없듯이, 신춘문예 당선작들을 통해 한 시대의 흐름을 모두 다 들여다볼 수는 없을 것이다. 그만큼 신춘문예는 문단으로 나오기 직전 일종의 자기 은폐의 제의적 성격을 가지고 있음을 부인하기 어려울 것이다. 하지만 이러한 지적은 신춘문예의 부정적 징후에 대한 우려일 뿐이고 여전히 신춘문예의 순기능은 장려되어야 할 것이다. 이 모든 것이 신춘문예의 치명적 한계이자 그 무엇과도 바꿀 수 없는 매력일 것이기 때문이다.

## 인문적 통찰과 새로운 혁명

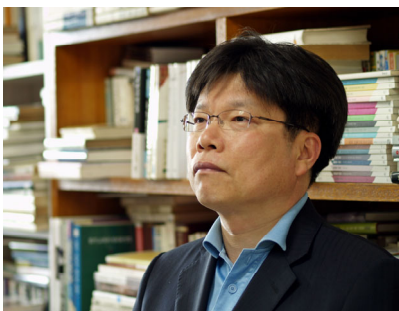
다시 청탁 주제를 보니 “신춘문예의 몰락: 신인 작가에게 절대적으로 불리한 한국 문단의 구조적 현실”이다. 등단 제도를 뚫고 나온 신인들에게 ‘문학이란 무엇인가?’ 하는 난제가 기다리고 있음을 감안한 주제일 것이다. 우리가 잘 알고 있듯이 한국 문학은 해방 후 세대와 전후 세대를 거쳐 산업화, 민주화, 정보화 단계를 지나, 이제 완전히 새로운 조건을 갖춘 시대로 진입해가고 있다. 외연적으로 고도성장을 이루었고 세계 문학으로서의 가능성도 높아졌다. 하지만 표절, 사재기, 미투, 권력 등을 키워드로 하는 부조리는 줄어들지 않았다. ‘코로나 팬데믹’으로 인한 온라인 디지털 시대의 자연스러운 확장이 새로운 구술 문화의 가능성을 높이기도 했지만, 여전히 전통적인 도제 방식을 고수하는 문학 시장도 완강하게 유지되고 있다. 이러한 장단점의 활력이 각종 장르와 플랫폼들의 활력과 맞물리면서 한국 문학은 더욱 다양한 장르 확장, 문학 소비 형태의 변화를 치러갈 것이다.

지난 연대 내내 우리 사회를 뜨겁게 달구었던 탈(脫)근대 담론들은 한국 문학의 엄숙주의와 계몽성에 일정한 반성적 계기를 부여하였고 문학 권력을 해체하고 재구성하는 데 핵심적 기반을 제공하기도 하였다. 그와 동시에 이러한 담론은 우리 문학에서 가장 중요한 요소이자 자질이었던 삶의 비극성에 대한 천착과 공동체 차원의 사회적 전망을 하나하나 지우는 폐단을 키워나갔다. 심지어는 문학을 통한

인문적 통찰이 가장 낮은 방식으로 내몰리기까지 하였다. 1990년대 이후 꾸준히 심화된 이러한 미학적 근시성은 이제 우리에게 문학의 대안적 가능성에 대한 깊은 사유를 요청한다. 말할 것도 없이, 이는 후기 자본주의의 구조 속에서 문학이 어떻게 개별화된 감각과 대중문화적 감염을 뛰어넘어 새로운 언어에 다다를 수 있는지에 대한 미학적 대망과 관련된다. ‘문학이란 무엇인가?’ 하는 난제에 대한 우회적 답변이 될 것이다.

여전히 신춘문예의 유효성은 남아 있는가? 신인으로 등장했다 하더라도 주류 편입의 욕망에 비해 그 성취가 너무 요원하기만 하지 않은가? 어렵게 등단한 신인들은 어떤 문학을 어떻게 지향해야 하는가? 이러한 질문의 연쇄에 답하기 위해 여러 차원의 논의를 이어가야 할 것이다. 여러 번 강조했듯이, 신춘문예를 비롯한 신인 등단 제도는 더욱 자연스러운 변이 형태를 갖추어가면서 한국 문학의 저변을 넓혀가는 데 순기능을 발휘할 것이다. 등단 이후 작가들은 말할 것도 없이, 앞으로 펼쳐질 가혹한 자기 쇄신과 확장 노력의 너비와 깊이에 의해 그 평가를 받으면서 자기 위상을 얻어갈 것이다. 이미 많은 문인들이 존재하고 있고, 새로운 발굴도 물리적으로 어려워진 시대이다. 신인들의 무대가 비좁아 보이는 것은 어쩔 수 없다 하더라도, 당선작의 분위기를 고스란히 확대 재생산하는 원환(圓環)에 갇히지 않고 다양한 상상력과 사물의 비의(祕義)를 투시하는 구체적인 형상화 능력을 갖춘다면 자신을 작가로 뽑아준 어떤 힘과 방향에 대한 응분의 보상을 수행하리라 생각하게 된다.

사르트르는 『문학이란 무엇인가?』에서 세 가지 문제를 던진 바 있다. ‘글을 쓴다는 것은 무엇인가?’, ‘왜 글을 쓰는가?’, ‘누구를 위하여 글을 쓰는가?’ 점점 혼자가 되어가면서 사실은 모두 ‘그들’이 되어가는 우리에게, ‘그들’에 편입되지 않으면 여전히 불안해지는 시대에, 여전히 작가의 실존적 지남(指南)으로 다가오는 전언이 아닐 수 없다. 또한 롤랑 바르트는 규범 언어를 위반하는 텍스트가 최고의 희열(bliss)을 생산한다고 하였다. 신인들이 그러한 실존적 지남과 새로운 희열을 결속하는 방향으로 나아가 불리한 시장의 조건들을 함께 극복해가기를 소망해본다.



유성호(문학평론가, 한양대학교 국문과 교수)

한양대학교 국문과 교수. 저서로 『서정의 건축술』, 『단정한 기억』 등이 있으며, 대산문학상 등을 수상했다.  
annieun@hanmail.net

## [문학 3.0의 시대] 문학 주류 권력의 소멸

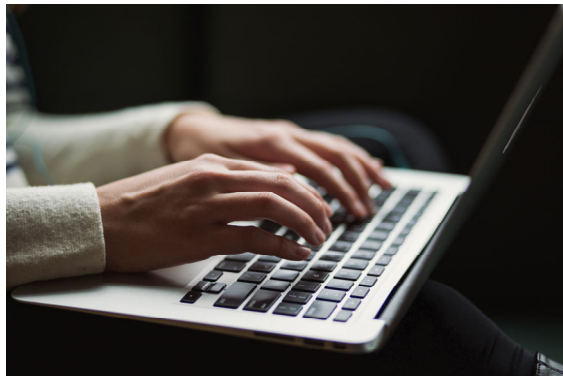
---

이익성((주)리디 일반도서팀 제휴 파트장, 안티에그 시니어 에디터)

2022. 8.

지금으로부터 약 3년 전이었던 2019년 당시, 펀딩 커뮤니티 플랫폼인 텀블벅에 새로운 프로젝트가 등록됐다. '잠들면 나타나는 비밀 상점, 「주문하신 꿈은 매진입니다」라는 제목의 소설로, 저자로 보이는 '글쓴이 A'는 책을 집필하게 된 동기와 함께 대략의 시놉시스를 공유하며 사람들의 후원을 모집했다. 낯설면서도 신비한 콘셉트의 소설에 사람들은 반응하기 시작했고 후원자들 사이에서 입소문을 타며 당초 목표로 했던 100만 원을 훌쩍 넘긴 1,800여 만 원으로 성황리에 후원이 종료됐다.

이미 베스트셀러에도 오른 바 있는, 그래서 지금은 모두가 다 아는 책 『달려구트 꿈 백화점』의 시작은 이처럼 단출했다. 텀블벅을 통해 독자들이 직접 선택한 「주문하신 꿈은 매진입니다」는 『달려구트 꿈 백화점』의 제목과 함께 리디에서 전자책으로 선출간되며 인기몰이를 시작했고, 그해 서점가 전역을 강타하며 저자 이미예를 단숨에 스타 작가의 반열에 올렸다. 거대 출판사를 통한 출간도 아니었고, 엄청난 마케팅에 힘입은 결과 또한 아니었다. 저자의 면면 또한 흥행했던 전작이 있는 기성 작가가 아니었을뿐더러 공모전에 입상한 전력도 없는, 이제 막 집필을 시작한 신생 작가였기에 당시 『달려구트 꿈 백화점』의 흥행은 기존 문학 시장에 적지 않은 충격을 가져왔다.



독자가 원하는 이야기는 시대에 따라 늘 변모해왔다. 그 변화 속에서 자신만의 독특한 문법과 서사로 독자들을 만족시키는 이에게 기회는 자연스럽게 따라온다. 이미 그런 시대를 우린 살고 있다. ©unsplash.com

물론 이와 유사한 사례가 출판계에 전무한 일은 아니었다. 백세희 작가의 『죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어』도 2018년경 텀블벅과 독립출판으로부터 촉발된 도서로 서점가를 장악하다시피 하며 유례없는 흥행을 거둔 바 있다. 전작이 없던 신생 작가와 무명 출판사의 합작품이라는 점에서 암묵적으로 통용되던 출판계 흥행 공식을 깨뜨린 것이다. 당시는 에세이라는 장르가 커다란 주축으로 자리매김한 시기이기도 했다. ‘힐링’과 ‘소확행’의 트렌드가 도서 시장에도 영향을 미치면서 높은 문턱 없이 일상의 경험과 감정을 솔직하고 편안하게 풀어낸 에세이에 사람들은 열광했다. 『죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어』는 이 같은 시대의 흐름과 조응한 결과로 에세이 열풍의 한 축으로 자리매김할 수 있었다.

그러나 에세이 장르와 달리 소설 부문에서 주류 밖에서 새로운 스타 작가가 등장했던 사례는 거의 전무하다시피 했다. 가벼운 에세이와 달리 진성 독자들이 주류를 이루는 소설 시장에서 기성 문학 출판이나 공모전을 거치지 않고 사람들의 관심과 지지를 이끌어내기로 거의 불가능에 가까웠기 때문이다. 그러나 이미에 작가의 『달려구트 꿈 백화점』은 그 한계를 깨며 자신의 이야기에 반응하는 독자들을 불러 모았다는 점에서 기존 문학계에 시사하는 바가 적지 않았다. 주류 문학에 부여된 정통성과 그것으로부터 비롯된 힘이야말로 신진 작가들을 불러 모으는 동인임과 동시에 독자들에게도 유효한 마케팅력이며, 이렇게 만들어진 선순환이야말로 기존의 권력을 공고히 만드는 동력이었지만, 그 정통성의 힘에 의문이 제기된 셈이다. 혹은, 그것이 유일한 길이자 통로라고 생각했던 모두의 믿음에 균열이 생겼다.

## 독자들과의 직접적인 접점을 만드는 디지털 플랫폼

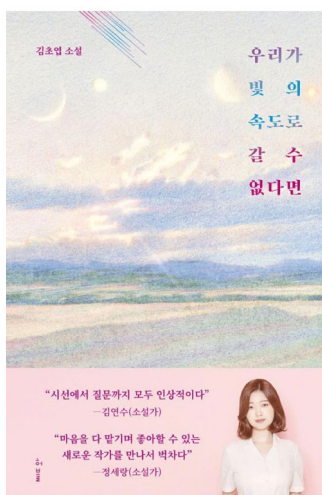
과거 새로운 신진 소설가가 탄생하기 위해서는 신춘문예를 통한 등단이 필수였다. 이를 위해 작가들은 신문사가 주최한 공모전에서 입상을 해야 했다. 그러나 앞서 언급한 이미에 작가의 사례는 이 같은 단일한 길 외에 다른 길을 통해서도 같은 목적지에 도달할 수 있다는 사실을 증명했다. 10대부터 20대까지 아우르는 새로운 독자들을 타겟으로 한 웹소설 생태계를 포함하여 텀블벅과 브릿G를 비롯한 다양한 플랫폼의 출현과 가세는 작가가 자신만의 작법과 영향력을 통해 독자들에게 직접적으로 이야기를 발신할 수 있도록 돕고 있다. 기성 문단의 선택을 받아야 독자들과의 대면이 가능했던 과거와 달리, 텍스트 기반의 다양한 디지털 매체들의 출현은 기성 주류 문학에 집중된 권력을 약화시키는 효과로 이어지고 있다.

기존의 주류 문학 시장을 지탱해 온 독자들의 이탈 역시 이와 무관하지 않다. 10대와 20대 독자들이 웹소설과 웹툰을 비롯한 다양한 디지털 매체에 흡수되는 사이, 기존의 문학 주요 소비층이 30대와 40대로 이동하면서 종전의 문학 소비량이 가파르게 줄고 있기 때문이다. 문학을 소비하는 형태 또한 종전의 중·장편에서 점차 단편 위주의 분량으로 재편되면서 중량감과 파급력 또한 이전과 비견하기 힘들어지고 있다. 이 같은 흐름의 변화 속에서 사실상 기성 주류 문학 작가들 역시 새로운 독자층에 유효한, 시의적절한 트렌드를 반영하지 못하면서 종전의 파급력을 기대하기 어려워졌다. 권력은 결국 공급은 물론 주요 소비자의 수요를 통해 확보되기에, 주류 문학을 소비해 온 독자들의 감소 추세는 기성 주류 문학의 시장성을 위협하는 요인이 되고 있다.



## SF 소설을 필두로 한 장르 문학을 소비하는 새로운 독자들의 등장

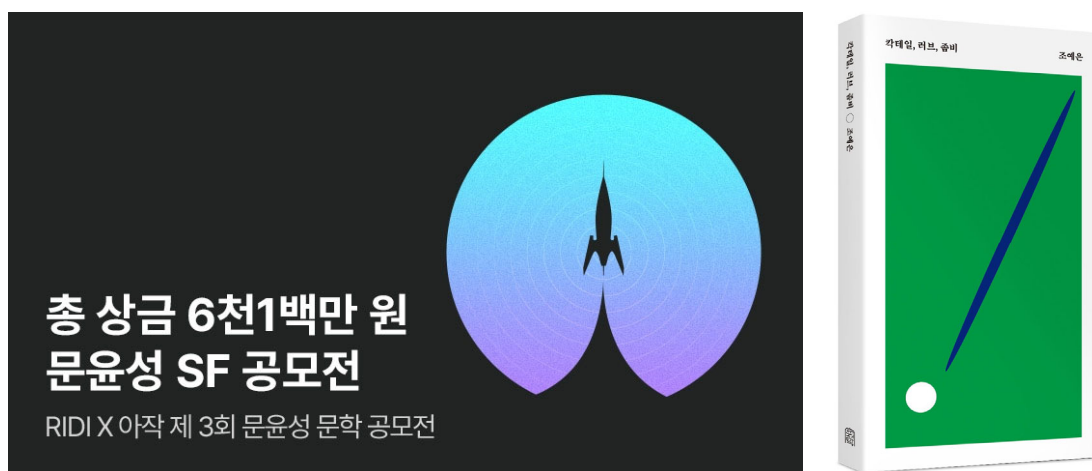
그럼에도 가장 근본적인 요인을 꼽는다면 기성 주류 문학을 소비하던 독자들이 점차 이탈함과 동시에 새롭게 유입된 독자들이 장르 문학에 시선을 돌리고 있다는 점이다. 과거 하위 문학으로 평가절하 당했던 장르 문학이 젊은 독자들의 지지와 함께 주류 문학으로 발돋움하며 문학의 탈중앙화 흐름에 속도를 더하는 요인이 되고 있다. 일부 마니아들만의 문화로 일컬어지던 장르 소설은 지금 SF 소설을 필두로 독자들을 결집시키며 해마다 큰 성장세를 보이고 있다. 지난 10년간 SF 소설 시장이 5.5배가량의 성장을 거듭해오고 있다는 통계와 함께 독자들의 연령대 또한 20대가 주류를 이룬다는 사실은 SF 소설의 성장성을 뒷받침한다. 온라인 주요 서점 통계에 따르면 SF 소설 시장의 20대 점유율은 1999년~2009년 3.5%에서 2010년~2019년 19.3%로 상승했다는 점을 확인할 수 있다. 중심 독자가 40대 초반으로 이동 중인 전체 도서 시장에서 20대가 밀집된 분야는 SF 소설을 제외하곤 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 문학 시장에서 20대 독자들의 존재는 앞으로의 시장성을 가능해볼 수 있는 척도라는 점에서 이 같은 결과는 SF 소설을 위시한 장르 문학의 시장성과 잠재성에 긍정적인 지표로 볼 수 있다.



2019년 발표된 『우리가 빛의 속도로 갈 수 없다면』으로 김초엽 작가는 일약 스타덤에 오름과 동시에 한국형 SF 소설의 지평을 열었다는 평가를 받았다. ©허블

이 같은 변화는 2019년에 출간된 『우리가 빛의 속도로 갈 수 없다면』에서부터 본격적으로 감지되기 시작했다. 김초엽 작가는 이 작품으로 ‘오늘의 작가상’과 ‘젊은 작가상’을 받으며 기존 SF 소설과도 차별화된, 동시에 2030 여성 독자들에게 유효한 문법을 탄생시켰다. 출간 직후 15만 부 이상 판매되며 베스트셀러에 오르면서 대중성 또한 증명해냈다. 신진 작가가 기성 문학계에서 이 정도의 판매량을 기록하기란 거의 불가능에 가까웠다. 또한 김초엽의 등장과 함께 정세랑과 천선란, 문목하, 심너울 등 신진 작가들의 작품 흥행은 장르 문학으로 새로운 작가들을 유입시키는 또 다른 동력이 되고 있다.

이러한 젊은 독자층의 세를 통한 선순환은 앞서 언급한 대로 문학기 주류 권력의 해체와 직결된다. 20대 독자들을 만족시킬 수 있는, '새로운 이야기'를 공급할 수 있는 젊은 신진 작가들의 필요가 증대됨에 따라 이를 모집하는 다양한 주체들이 등장하고 또 주목받고 있기 때문이다. 종전엔 주류 문학 바깥에서 꾸준히 독자들을 모으던 출판사들이 SF 소설을 비롯해서 다양한 장르 소설을 주로 출판하며 본래의 기능과 역할에서 조금 더 확장하여 신진 작가들을 보다 적극적으로 발굴하고 있다. 출판사 아작을 비롯해서 허블, 알마, 고즈닉이엔티 등은 범대중적인 이야기보다 '자신만의 개성을 담은' 이야기와 작가들을 찾고 있다. 안전가옥과 리디, 그리고 밀리의 서재 역시 그 연장선상의 플랫폼으로서 기존 출판시장에 국한된 활동을 넘어 영화와 드라마, 웹툰의 원작이 되는 소설들의 원천 IP를 확보하고 있기 때문에 현 출판시장에서 다양한 주체들이 부상하고 있는 형국이다.



(좌) SF 전문 계간 문학 잡지 <어선 테일즈>를 전개하고 있는 아작은 SF 소설 독자들에게 친숙한 장르 소설 전문 출판사다. 'RIDI X 아작 문운성 문학 공모전'을 주최하는 등 새로운 작가들을 발굴하며 독자들에게 새롭고 재기발랄한 소설을 연이어 출판하고 있다. ©리디

(우) 안전가옥은 '모든 이야기들의 안식처'라는 슬로건으로 다수의 SF 소설을 비롯한 장르 문학을 전개하고 있다. 『칵테일, 러브, 좀비』의 조예은 작가를 비롯해서 신진 스토리 작가를 계속해서 발굴하며 새로운 이야기의 수급과 공급에 매진하고 있다. ©안전가옥

## 독자와의 연결로부터 힘과 권력이 창출되는 시대

독자들이 몰리는 곳에는 작가와 독자 그리고 출판 사이의 선순환이 만들어진다. 과거 순문학이 주류를 이루던 당시에도 이와 동일한 선순환이 있었으나 그 권력이 이른바 주류 문학이라 일컬어지던 중앙으로 편입됨으로써 기회의 통제와 제약이 뒤따를 수밖에 없었다. 그러나 문학의 소비 주체와 형태가 빠르게 변화하고 있는 지금, 독자들의 지지와 함께 SF 소설이 주류로 부상하게 되면서 기성 주류 문학에 집중된 힘이 다수의 공급자와 작가 모두에게 분배되고 있다. 이를 보여주는 것이 신규 독자층의 유입과 증대, 이를 기반으로 한 새로운 출판사의 유입이라고 할 수 있으며 가장 중요한 신진 SF 작가들의 연이은 등장이야말로 기존 주류 문학과 명확히 대비되는 지점이기도 하다. 김보영과 두나, 배명훈 등의 중견 작가들에 이어 김초엽과 정세랑 작가 등의 작품이 유명세를 타기 시작하면서, 심너울, 천선란 등 신인들의 첫 작품들 또한 주목을 받으며 흥행을 이어나가는 지금의 SF 문학의 모습은 주류 문학과 달리 장르 문학 시장의 건강한 흐름을 고스란히 보여준다고 할 수 있다.



(주)리디에서 전개하고 있는 SF 소설 단편선 중  
 심너울 작가의 『달에서 온 불법체류자』는  
 위지웍스튜디오를 통해 영상화가 예정되어 있다. ©리디

결국 작가의 장르적 실험이 독자에게 유효하게 가닿고, 출판이 이러한 독자와 작가 사이의 접점을 더욱 긴밀하게 연결하면서 그 파급을 연이어 일으켰을 때 비로소 한 장르의 건전한 지속 가능성이 생겨난다. 성장이 둔화된 문학 출판 시장에서 작가로, 또한 출판사로 살아남기가 힘들어졌다고는 하지만 빠르게 급변하는 시대에서 새로운 생태계는 이미 구축되고 있다. 자신만의 확고한 독자층과 그들이 원하는 새로운 이야기를 연결하는 다양한 주체들이 등장하며 오히려 이야기의 다양성은 전보다 더 다채로워지고 있다.

혹자는 문학의 위기를 말하지만, 냉정하게 말하면 문학의 위기는 출판사나 기성 주류 문학의 문제일 뿐 독자, 혹은 소비자의 입장에서는 시대 변화에 따른 자연스러운 현상일 뿐이며 이 또한 현시대의 문제의식을 반영한 결과라고 할 수 있다. 신춘문예를 통해 등단했다고 해서 독자층의 지지로 이어지는 것도 아닐뿐더러 이후 지속적인 작품 활동에 매진할 수 있으리란 보장 또한 점차 사라지고 있는 지금, 일부 유명 작가들을 제외하고 이름만으로 책을 팔 수 있는 시대는 이미 저물고 있다고 해도 과언이 아니다. 동시에 주류 문학의 변방에 존재하는, 펀딩 플랫폼에서 독자들로부터 지지를 얻은 소설이 서점가를 장악했다는 사실이 시사하는 바는 크다. 새로운 시대에서 힘과 권력이 독자들로부터 비롯된다는 사실을 받아들여야 앞으로의 기회 또한 어떻게 찾아야 할지를 가늠해볼 수 있기 때문이다.

결국 중요한 건, 작품을 구매하는 소비자들의 기대를 파악하고 요구에 부응해야 한다는 단순한 사실이다. 그것을 성공적으로 써 내려간 작가에게 그리고 그것을 출판하여 효과적으로 독자들에게 알린 출판사에 권력은 주어진다. 다만 그것 또한 잠시 머무르는 것일 뿐 그 지속성은 독자와의 밀접한 접점을 계속 유지할 수 있어야 앞으로도 유효할 것이다. 애당초 문학의 속성 자체가 시대의 변화에 따른 시대 정신을 반영해야 하지만, 그것을 넘어 독자에게 장르적 재미까지 제공해야 하는 장르 문학의 경우 독자와의 소통이 더욱더 중요할 수밖에 없다. 그런 맥락에서 힘의 지속성을 담보하는 권력은 독자에게 이미 이양되었다고 할 수 있지 않을까. 이에 더해 일방향을 넘어 쌍방향 간의 직접적인 소통과 시너지야말로 문학 3.0 시대를 관통하는 대표성이라고 정의할 수 있을 것이다.



---

**이의성((주)리디 일반도서팀 제휴 파트장, 안티에그 시니어 에디터)**

평일에는 (주)리디 일반도서팀 제휴 담당자로 근무하며, 주말에는 문화 예술 커뮤니티 플랫폼 '안티에그' 시니어 에디터로 출판 및 문학과 관련한 다양한 글을 발행하고 있다.

eesung82@gmail.com

[www.instagram.com/eesung82](http://www.instagram.com/eesung82)

[www.instagram.com/antiegg.kr](http://www.instagram.com/antiegg.kr)

[문학 3.0의 시대]  
**2022 문예지의 부활**  
그들만의 리그를 버리고 오직 독자들을 위해서

---

차경희(‘고요서사’ 대표)

2022. 8.

“5년 전부터 시작된 문예지의 쇠신이나 새로운 문예지 창간을 독자로서, 중계자로서 지켜보았다.”  
는 말과 함께 “좋은 문학 작품을 소개하고 발표할 기회를 마련하는 고전적, 전통적 문예지의 기능을 수행하면서도 오랫동안 있어 온 문단 내 문제들에 대한 대안을 마련하고자 하는 고민에서 여러 새로운 문예지들이 나타난 것 같다.”<sup>1)</sup>

이 말은 2020년 10월 14일, 문예지 <에픽(Epic)> 창간 기자간담회에서 편집위원으로서 내가 했던 말이 실린 기사를 재인용한 것이다. 간담회에서 받았던 질문이 구체적으로 생각나지는 않지만, 아마 대다수 문예지들이 사라지거나 변화하는 흐름에 대한 의견을 한 기자가 물어왔고 이에 답했던 것 같다. 이 대답에서 ‘중계자’를 ‘(문예지를 판매하는 상인으로서의) 중개자’의 의미로 발언했던 기억이 있지만, 당시 <요즘 소설 이야기>라는 팟캐스트에서 문예지의 작품들을 소개하는 일도 하고 있었으니 ‘중계자’의 역할을 수행하던 때도 맞겠다.

2015년 말부터 지금까지 작은 문학 서점에서 문예지를 사고팔고, 나름 충실한 독자로서 문예지를 읽고, 팟캐스트 진행자로서 문예지의 작품을 소개하고, 편집위원으로서 문예지를 만드는 일을 두루 해왔다. 아주 가끔은 문예지에 글을 싣기도 했으니 문예지와 관련된 대부분의 행위에 참여했다고 할 수 있는데…… 사실 “문예지”라는 것에 대해 나름의 분석이나 성찰을 해본 적이 있는가?라고 자문하면 ‘그렇다’라는 답을 내놓기는 힘들다.

그럼에도 만약 ‘문예지는 누구를 위해 존재하는가?’라고 누군가 묻는다면, 경험을 바탕으로 내놓을 수 있는 첫 번째 답은 이것이다. 문예지는 (우선적으로) 창작자(필자)를 위해 존재한다. 이 답은 이 글을 청탁받을 때 제안받은 주제 “2022 문예지의 부활: 그들만의 리그를 버리고 오직 독자들을 위해서”와 배치됨을 알고 있다. 다시 앞서 인용한 말로 돌아가자. “오랫동안 있어 온 문단 내 문제들에 대한 대안을 마련하고자 하는 고민에서 여러 ‘새로운 문예지’들이 나타난 것 같다.” 이 글을 기자 간담회에서 모

호하게 언급했던 내용을 구체화하는 방향으로 전개하면서, 문예지가 궁극적으로 누구를 위한 것인지 살펴보려 한다.

## 새 문예지의 잇따른 출현

문학 서점을 운영하면서 의식하지 않아도 문예지를 둘러싼 변화를 체감할 수 있었다. 2015년 10월에 서점 문을 열었으니 이제 막 <악스트(AXT)>가 창간된 뒤였다. 1년 후쯤 <릿터(Littor)>가 창간됐다. 두 잡지 다 문학 출판사에서 새로 만든 잡지로, 격월로 출간되는 발행 주기나 얇고 감각적인 디자인의 생김새까지, 그 내용을 살피지 않더라도 기존의 계간 문예지와는 확연히 구분되는 모습으로 등장했다. 내용도 기존 문예지와 달랐다. 작가의 인터뷰를 주요하게 신거나(<악스트>), 단편소설보다 짧은 소설을 앞쪽에 두기도 하고 유명인의 독서 생활을 인터뷰하여 이목을 끌었다(<릿터>).

출판사가 창간한 문예지만 독자의 관심을 끈 것은 아니었다. 시인들이 모여 만든 <더 멀리>(2015년 창간)는 서점에 들어오면 곧잘 품절됐다. 원색의 표지에 간결한 내지 디자인, 그야말로 ‘독립출판물’임을 한눈에 알 수 있었던 이 잡지는 등단·비등단 작가 구분 없이 글을 싣고 그 구성 또한 다채로워서 읽을 거리가 풍부했다. 대구에서 생겨난 <영향력>(2016년 창간)의 저력도 무시할 수 없었다. 우리 서점 기준으로 판매가 활발하진 않았지만 ‘키친 테이블 라이팅 계간지’라는 부제에 맞게 등단 여부와 상관없이 묵묵히 써온 필자들을 발굴해내는 데 한몫을 했다고 본다.

<영향력>은 출간 전 크라우드 펀딩을 통해 안정적 판매량을 확보했는데 펀딩 제목 중 재미있는 말이 있었다. “괴테도 실패한 문예지 만들기”라는 카피였는데, <영향력>의 소개에도 괴테에 대한 언급이 있다. “신 살의 괴테가 상당히 힘을 쏟아 만든 문예지 <프로필레엔(PROPYLÄEN)>(1798~1800)도 3년 동안 단 300부만 팔렸다고 합니다.” 괴테가 문예지를 만들던 때와 지금 국내 상황을 비교하는 데에는 우리가 있을 수 있지만, 대문호 역시 문예지를 만들려 했고 판매가 성공적이었다고 할 수 없는 현실은 지금 우리나라의 문예지 출간 환경과 크게 다르지 않을 것이라 생각한다.

그럼에도 새로운 문예지는 계속 생겨났고, 생겨나고 있다. 시, 산문 잡지 <베개>(2017년 창간), 문학과 타 예술 장르의 결합을 시도하는 <토이박스>(2018년 창간), 밀레니얼 세대를 대상으로 작품의 시각적 구현에도 집중한 <언유주얼>(2019년 창간), 약 100년 만에 복간된 문예지 <백조>(2020) 등 2016년 전후로 생겨난 문예지나, 동인지 즉, 문학 작품을 담고 있는 잡지들은 휴간과 폐간을 결정하는 가운데에서도 그 흐름을 이어가고 있다. 이와 동시에 사전 펀딩을 통해 출판 자금을 모으거나 작은 서점들과 협업하여 홍보 이벤트를 진행하는 등 자구책을 펼치고 있다. 이쯤 되면 의문이 들 수밖에 없다. 판매가 낙관적이지 않음에도 도대체 왜? 무엇을 위해 문예지가 계속해서 창간되는 것일까?

## ‘지면’을 둘러싼 권한, 어디로 어떻게 이동했는가

이제 “오랫동안 있어 온 문단 내 문제들에 대한 대안”에 관한 부분을 이야기할 차례다. 새로운 문예지의 출현은 기존 문예지들의 쇠신 시기와 맞물려 있다. 청탁 권한을 지닌 편집위원들이 문단의 권력을 독점하고 있다는 비판, 문단 내 성폭력 등 고질적 문제들에 대한 자정 작용이 제대로 이루어지고 있지

않다는 날카로운 목소리들이 2015년 이후 거세졌다. 이에 따른 움직임으로 계간지 <문학동네>와 <문학과 사회>는 편집위원을 교체하기도 했다. <문학과 사회>의 편집동인(편집위원)이 전원 30대로 바뀌었다는 사실은 이례적인 일로 보도되기도 했다. 창비의 경우 젊은 작가들로 기획위원을 꾸려 문학 플랫폼이자 새로운 종이 잡지 <문학 3>을 창간했다.

기존 계간지들의 쇄신 방향이나 창간 문예지들의 대안적 모델을 보면 비슷한 점이 있다. 편집위원이나 기획위원 체제는 유지하되, 그 권한을 다음 세대 혹은 새로운 주체로 이동시켰다는 점이다. <문학과 사회>나 <에픽>이 편집위원을 구성할 때는 등단 작가나 평론가 외의 인력을 편집위원에 포함시킴으로써 새로운 시선을 더하려고 시도했고, <자음과 모음>은 2019년 여름부터 객원 에디터 제도를 운영하며 지면을 개방하는 개념을 도입했다. 한편 <릿터>의 경우에는 문학팀 편집자들이 기획, 청탁, 편집의 역할을 모두 직접 수행함으로써 주목을 끌고 있다. 그런데 흥미로운 사실이 있다.

월간 문예지들은 대체로 ‘편집위원제’의 신설 등을 통해 그간 편집주간 혹은 편집장의 개인작업으로 이루어져 온 편집·기획을 보다 객관적이고 짜임새 있게 운영해 나가려는 추세다.<sup>2)</sup>

<한겨레>의 1989년 7월 6일자(데이터베이스 등록 기준) 기사를 보면 당시 문예지의 개편이나 창간에 대해 다루면서 “‘편집위원제’ 신설을 통해” 객관성을 추구했다는 점을 언급하고 있다. 1980년대 후반에도 문예지를 둘러싸고 큰 변화의 흐름이 있었는데 이때도 권한이 옮겨가는 방식으로 개혁이 이루어졌다는 점을 알 수 있다. 오히려 지금과는 반대 방향으로의 이동이었다는 게 흥미롭기도 하고 모순적으로 느껴진다. 결과적으로는, 문예지의 많은 영역을 결정하는 주체가 바뀌는 것만으로는 문단 권력에 대한 문제들이 해결되지 않았다는 사실을 알 수 있다. 권력이 분산되는 듯 보였지만 시간이 지나 다시 한쪽으로 무게가 실린 것이다.\*

\* 2015년에 이르러서는 오히려 굳어진 편집위원 체제에 대해 비판들이 생겨난 셈인데, 이는 편집위원의 권한을 견제할 수 있을 만한 구조가 마련되지 않았다는 데에 한계가 있었다고 생각한다. 편집위원의 역할이나 임기에 대해 어떤 고민이나 쇄신이 있는지는 아마 문예지 내부마다 그 사정이 달랐을 것이다.

문예지는 곧 지면이다. 다소 문제를 축소해서 보는 면이 있겠지만, 지면에 대한 청탁권, 지면을 통한 (일부) 비평의 권한 등이 권력의 핵심 문제로 이어져온 것 아닐까. 물론 모든 작가들이 청탁에 목말라하는 것은 아니며 평단의 호명을 대단히 환영하지 않을 수도 있다. 하지만, 당연한 말이겠지만, 작가들은 지면을 통해 작품을 발표함으로써 독자에게 가 닿을 수 있다. 작품이나 작가에게 독자를 얻는 것 이상으로 중요한 일이 또 있을까? 독자에게 닿으려면 ‘문예지 게재’라는 관문을 통과해야 한다. 문예지를 거치지 않고 공모를 통해 단행본을 바로 출간할 수 있는 경우 등도 있지만, 한국 문학 작가에게는 문예지에 작품이 실리고, 읽히고, 더 많은 작품을 발표할 수 있는 기회를 얻어 첫 책을 출간하게 되는 길에 오르는 것이 여전히 중요하다.



## 지면의 확장, 개방적 구단 혹은 리그의 증가

앞의 질문을 다시 떠올려 보자. 판매가 희망적이지 않음에도 문예지가 생겨나는 이유에 대해. 결국은 ‘편견 없는 기회의 확장’을 위해서라는 답을 내리고 싶다. 기본적으로 등단·비등단의 경계를 지우고 여러 필자의 글을 소개한 많은 독립문예지들, 어느 정도 투고작 게재에 적극적인 모습을 보인 〈문학3〉, 〈에픽〉, 웹진 〈비유〉(2017년 창간), 게스트 에디터 제도를 도입함으로써 필자의 외연 확장을 모색한 〈자음과 모음〉 등의 시도는 긍정적으로 평가해야 한다고 본다. 소위 말하는 ‘등단 작가’의 영역에서 벗어나 청탁 대상 자체를 틀 짓지 않았다는 점에서 말이다. 문예지에 작품을 게재하는 것은 일회성으로 끝날 수도 있겠지만 이를 통해 작가의 작품이 더 발표되고 읽힐 기회를 얻게 되기도 한다.

다른 사례를 좀 더 보자. 〈베개〉의 경우 청탁 작품을 심기도 하지만 출간 전 투고의 문을 열어두고 자체적인 심사를 통해 게재작을 선정한다. 이다음 단계도 중요하다. 〈베개〉는 문예지를 출간하는 한편, 〈베개〉에 작품을 실었던 필자들을 포함시킨 산문선을 사이사이 출간하기도 하고, 최근에는 ‘베개 시인선’을 잇따라 출간하고 있다. 새로운 시인선을 출간하며 독자들의 지지를 받고 있는 출판사 아침달의 사례도 참고할 만하다. “아침달의 모토는 ‘등단이라는 장벽과 별개로 좋은 원고를 세상에 소개하기’. 좋은 원고를 캐널 방법을 고민하다가 김소연 시인의 제안으로 큐레이터 제도를 도입했다.”<sup>3)</sup> 아침달은 큐레이터 제도에 대해 “권력 구조가 묻어나는 편집위원 대신 사용하는 호칭이다. 출간 여부를 결정하고, 원고에 특히 애정을 보인 큐레이터가 조력자로서 저와 소통한다.”<sup>4)</sup>고 밝히기도 했다. 큐레이터 제도를 통해 아침달에서는 등단·비등단 구분 없이 시 작품을 선별하고 시집을 출간한다.

1호로 그치긴 했지만 아침달은 시인선 출간 이전에 〈일상시화〉라는 시 문예지를 먼저 발행하기도 했다. 문예지 출간이 당장의 이익을 낳기는 힘들겠지만, 문예지를 통해 인연을 맺은 필자들의 단행본을 자사에서 출간하는 것으로 이어가는 모델은 출판사로서 이익일 수 있다. 〈에픽〉을 발행하는 다산북스는 〈에픽〉 창간 이후 ‘오늘의 젊은 문학’ 시리즈를 만들어 국내 문학 단행본을 새롭게 출간하고 있다. 〈언유주얼〉 역시 문예지 발행과 단행본 출간을 함께 진행 중이다. 큰 문학 출판사들의 웹진 또한 출간 예정 도서의 사전 연재 기능을 수행하고 있다.

어떤 문예지든 편집위원들의 고민은 한결같을 것이라 생각한다. (나를 포함한) 편집위원들은 ‘소중한 지면을 어떤 좋은 작품으로 채울 것인가?’에 초점을 맞추고 기획이나 청탁을 수행할 것이다. ‘좋은 작품’을 고르는 기준에 자신의 이익을 반영하는 사람도 있을 수 있다는 점을 간과할 수는 없다. 그럼에도, 좋은 글을 쓰지만 충분히 소개되지 않은 작가에게 지면을 할애하는 게 문예지의 중요한 역할이자 기능이라 생각한다. 문예지가 늘어나는 만큼 다채로운 작가군이 소개될 가능성이 높아진다.

온·오프라인을 막론하고 문예 지면이 늘어나고 있는 현재, 정부의 지원은 여전히 아쉽고, 자본력이 없는 소규모·독립출판사의 경우 유지가 쉽지 않은 상황이지만 그럼에도 계속해서 지면을 늘리려는 움직임의 목적에는 ‘다양성’의 추구가 있음을 말하고 싶다. 문예지에 감각적 디자인이나 흥미로운 이야기거리를 기대하는 독자도 물론 있겠지만, 독자는 무엇보다 ‘좋은 글’을 갈망하는 존재라 생각한다. 지금의 문예지는 견고했던 필자 영역을 허물어가면서 신선한 작품을 실어 나르는 방향으로 나아가고 있다. 그리고 그 끝에는 좋은 문학을 원하는 독자가 있는 것이다.



- 
- 1) 문학잡지 “에픽” 창간! 픽션/논픽션, 순수문학/장르문학 간 장벽을 허무는 ‘내러티브 매거진’, 김보건, <뉴스페이퍼>, 2020.10.14.
  - 2) “문예지 창·복간 봇물…독자확보 치열 / ‘작가세계’ 등 2년 새 6종…연말께 2종 또 나와”, 조선희, 한겨레, 1989.07.06.(데이터베이스 등록 기준)
  - 3) “기성 시인과 신인의 콜라보…독립 출판사 ‘아침달’의 성공 비결은?”, 이설, <동아일보>, 2019.07.08.
  - 4) 상동.



---

#### 차경희(‘고요서사’ 대표)

해방촌 문학 서점 ‘고요서사’ 대표. 계간지 <에픽>의 편집위원으로 활동하고 있다.

[goyo\\_bookshop@naver.com](mailto:goyo_bookshop@naver.com)

[instagram.com/goyo\\_bookshop](https://www.instagram.com/goyo_bookshop)

## 첫발 내딛은 공공대출보상제도, 논쟁에서 협의까지

신재우(뉴시스 문화부 기자)

2022. 8.

지난 4월 저작권법 일부개정안이 국회에 발의되었다(더불어민주당 김승원 의원 발의 - 의안번호 15055호). 공공도서관이 시민들에게 무료로 대출하는 책에 대해 이용료를 산정해 저작권자들에게 보상해야 한다는 내용으로 출판계와 도서관계가 오랜 기간 상반된 입장을 고수해오던 이른바 “공공대출보상제도”가 다시 수면 위로 올라오게 되었다.

관련 발의에 대한 출판계와 도서관계의 입장 차이는 여전했다. 저작자와 출판업계에서는 도서관 대출에 따른 매출 영향, 즉 독자에게 무료로 대출함에 따라 도서 판매의 기회를 잃는다는 이유로 이를 “당연한 요구”라며 반겼지만, 한국도서관협회를 비롯한 도서관계는 도서관의 공공성 훼손을 이유로 법안 발의를 쉽게 납득하기 어렵다는 입장을 보였다.

한국도서관협회, 공공도서관협의회, 국공립대학도서관협의회 등은 4월 25일 저작권법 일부개정법률안 발의에 대한 공공도서관협의회 성명서를 발표하며 보다 적극적인 대응에 나섰다. 이들은 “최근 논란이 되고 있는 소위 공공대출보상제도라 불리는 국민의 자유로운 도서관 이용을 저해하는 제도를 적극 반대”한다며 이로 인해 도서관의 자료구입비에 실질적으로 제한이 더 커질 것이고 대출 중단 또는 축소 사태도 발생할 수 있음을 우려했다.

### 5년 전에서 한 발짝도 나아가지 못했다… 공공대출보상제도가 뭐길래?

‘공공대출보상제도’는 이해관계자들 사이에서는 오래된 이슈지만 일반 대중에게는 관심에서 먼 사안이다. 독자는 물론 도서관 이용자조차 이에 대해 생소하다.

공공대출보상제도는 공공도서관 등이 소장하는 도서 등을 공중에게 대출할 때 그 도서 등의 저작자와 출판자 등이 보상을 청구할 수 있는 권리라고 정의할 수 있다. 출판계에서 주장하는 제도 도입의 근거는 책을 도서관에서 무료로 대출함에 따라 저작권자에게 손실이 발생한다는 것이다. 아직까지 제도화되

지 못했기 때문에 저작권자와 출판사 사이의 지급 비율이나 지급 방식에 대해서는 확정된 개념이 존재하지 않는다. 대출 빈도에 따른 지원 비용 분배부터 도서관을 통한 지급 등 다양한 방식이 논의되고 있는 실정이다.

### 출판계는 찬성, “더 많은 대화가 필요하다는 의견에는 공감”

법안 발의에 대해 출판계 관계자들은 크게 반겼다. 출판계에서는 “공공도서관의 사회적 기능을 인정하지만 도서 대출 수가 많아지면 책 판매량에 영향을 끼친다”고 생각해 제도의 필요성을 언급했다. 그렇다고 해서 “공공도서관이 해적 행위를 한다”고 보는 것은 결코 아니라는 의견이다.

공공대출보상제 논의에 참여하고 있는 한국출판인회의는 도입에는 찬성하지만 “더 많은 대화의 시간이 필요하다”는 사실에도 공감했다. 이와 동시에 이들은 제도 도입이 저작권 차원에서 중요하다는 입장이다. 한국출판인회의는 공공대출 보상금이 금액적으로도 중요하지만 “창작자들과 저작자들이 저작권법에 의해 제한을 받고 있다”며 “저작권을 인정받고 보상받는 차원”에서 도입이 필요하다고 주장한다.

공공대출보상제도에 찬성하는 출판계 관계자도 “출판계에서는 도서 구입비나 도서관 예산을 가지고 보상을 지급하자는 게 아니”라고 다시 한번 강조했다. ‘보상금을 국가가 관련 예산으로 지원할 수 있다’는 법안의 내용을 바탕으로 “추가 재원을 마련해 저작자들을 지원”하는 것이 이들이 생각하는 제도의 요지다.

이들은 도서관의 대출에 따른 보상금 지급에는 국가 예산 지원이 필수적이라는 공통된 입장을 보였다. 기존의 도서 예산을 사용해 “아랫돌을 깨서 윗돌을 대는 식”이 아닌 별도 예산으로 제도를 뒷받침해야 한다는 것이다.

공공대출보상제도 도입으로 신진 작가, 동화책 작가, 작은 출판사 등에 도움이 된다는 주장도 나온다. 한 중소 출판사를 운영하는 대표는 시장에서 한두 달 사이 사라지는 신인 작가들의 책이 도서관에는 비치돼서 꾸준히 대출될 수 있는 상황을 언급하며 “정기적인 작가 지원에도 순기능이 있을 것”이라고 말했다.

이처럼 출판계와 출판 관련 단체는 큰 틀에서 제도 도입에 찬성하는 입장이지만 세부적으로 의견이 나뉘는 지점도 존재한다. 현재 논의에 참여하고 있는 한국작가회의와 한국출판인회의는 물론 대한출판문화협회까지 분배 비율부터 예산 등 내부적으로도 조율이 필요한 부분이 있다는 것에 공감하고 있다.

### 도서관계, 지원 찬성하지만… “도서관 통한 지원 필요한가”

도서관계에서 공공대출보상제도 관련 논의를 이끄는 것은 한국도서관협회다. 남영준 한국도서관협회장은 “문제는 도서관에 예산을 주는 게 아니”라며 “예산을 지급할 거라면 도서관을 통해서가 아니라 작가나 출판사에 직접 지원을 하는 게 맞다”고 반박했다.

도서관 측은 “지원 반대가 아니라 도서관과 보상 문제를 논의하는 것에 반대한다”는 입장이다. 이들은 “도서관 대출 데이터나 지표를 활용해 지원하는 것”에는 동의하지만 이를 “도서관을 거쳐 지원해야 한다”는 제도의 방향에 의문을 표하고 있다.

남 회장은 이를 위해 작가 지원을 위한 개별 법안 마련을 대안으로 제시하며 “작가와 출판사에 대한 지원을 반대하는 것은 결코 아니”라고 강조했다.

입장문을 통해 “도서관 대출이 저작자와 출판사에 재산적 손실을 입히고 있다는 주장은 아무 근거도 없는 막연한 추측에 불과하다”고 밝힌 도서관계는 도서관 대출로 인한 손실 주장에 대한 적극적인 반박도 이어갔다. 남 회장은 “우선 도서관 대출 시스템이 출판계에 도움이 된다는 2019년 한국저작권위원회 자료가 이미 나와 있다”고 말했다. 해당 자료에 따르면 응답자들은 1년간 평균 60권의 도서를 대출했고, 20권을 구입하고 있으며 대출한 도서와 동일한 도서 10권, 동일한 작가의 다른 도서 6권을 구입했다. 이에 도서관 측에서 “도서관의 대출이 도서의 판매를 감소시키는 것이 아니라 새로운 판매를 촉진하고 있음을 실증적으로 확인시켜준다”고 설명하고 있다. 또한 “도서관은 신진 작가를 발굴하고 잘 팔리지 않는 책까지 사서 구비하기 때문에 기본적으로 출판계에 중요한 인프라라고 생각한다”고 밝혔다.

이외에도 도서관계는 공공대출보상제도에서 대출 횟수에 비례해 지원금을 준다면 작가 사이의 ‘빈익빈 부익부’가 가중될 수 있음을 우려하고 있다. 이에 출판계에서는 제도를 이미 도입한 유럽 국가들처럼 지원금에 상한선을 둔다면 신진 작가와 중소 출판사에도 지원금이 돌아갈 것이라고 주장하지만 도서관계는 회의적인 입장을 보이고 있다.

해외 작가의 도서에 대한 보상금 문제도 도서관 측의 또 다른 고민이다. 도서관 측은 “공공대출보상제도가 도입되면 해외 작가에게도 보상금을 지급해야 할 수도 있는데 그렇게 된다면 문제가 더 복잡해진다”고 밝혔다.

## 대화로 풀어야 할 제도의 완성, 정부의 적극적인 지원도 필요

핵심은 결국 대화다. 쟁점마다 서로 다른 의견으로 대립하는 도서관계와 출판계의 갈등은 서로 대면하고 의견을 주고받는 과정에서 풀어나갈 수 있다. 공공복지 영역인 도서관과 산업 영역인 출판계 사이에 존재할 수밖에 없는 입장 차이를 서로가 직접 확인할 시간이 필요하다는 의미다. 도서관 측이 제기한 해외 작가 보상금 문제에 대해 출판계에서는 외국인 저자는 법안 적용 대상에서 제외할 수도 있다는 입장을 밝히는 등 이처럼 논의와 타협을 거치면 해결할 수 있는 문제도 존재한다.

대화의 장은 지난 4월부터 열리고 있다. 한국출판인회의, 한국작가회의, 한국도서관협회는 지난 4월 회의를 열고 처음으로 서로의 견해를 직접 확인하는 시간을 가졌다. 이후 한국도서관협회는 각 출판 단체를 방문해 각자의 견해를 들어보는 시간을 갖기도 했다.

대화의 기회에 대해서는 양측 모두 긍정적인 반응을 보이고 있다. 한국출판인회의는 “회의를 통해 서로의 입장을 확인할 수 있는 기회가 됐다”며 향후 모임에 대한 기대감을 보였고 한국도서관협회 또한 “이번에 논의가 시작된 것을 계기로 터놓고 얘기할 수 있게 된 것은 긍정적”이라는 의견이다.

8월에는 기존의 3개 단체가 아닌 6개의 단체로 확대한 회의도 갖는다. 대한출판문화협회를 비롯해 한국문인협회와 도서관 단체 한 곳이 추가로 참여할 계획이다.

한편, 정부의 기조에 관해서도 재확인할 필요가 있다. 주목할 점은 윤석열 대통령이 지난 대선 당시 대한출판문화협회를 통해 공공대출보상제도를 적극 검토하겠다고 밝혔다는 것이다. 이재명 당시 더불어민주당 후보도 공공대출보상제도 도입을 검토하겠다고 밝힌 만큼 제도 도입은 정치권을 통해 이미 여러 차례 약속 받은 사안이지만 윤 대통령은 취임 이후 아직 공공대출보상제도에 대한 방향성을 제시하지 않았다.

이에 대해서 “정치권에서 공공대출보상제도를 일회성 이슈로 활용하려는 것 아닌지 의심스럽다”는 의견도 있다. 법안 발의를 계기로 대화의 물꼬가 트인 것은 좋은 일이지만 이후 제도적 논의나 정치권에서의 고민이 부족하다는 지적이 잇따른다.

앞서 관계자들의 증언을 통해서도 확인할 수 있듯이 공공대출보상제도는 아직까지 미완의 제도다. 제도의 구체적인 형태도 완성되지 않았고 내부자들 사이에서도 하나의 제도를 완성하지 못했다. 이 때문에 4월에 첫발을 내디딘 공공대출보상제도는 논의부터 제도 확립까지 앞으로 오랜 기간의 숙고가 필요하다. 도서관계와 출판계 모두 이번 기회를 계기로 삼아 제도에 대한 심도 있는 논의와 구체적인 사안에 대한 분석에 심기일전하고 있다. 8월부터 다시 이어질 논의는 다가올 우리 도서 산업의 큰 변화를 위한 시작이 될 전망이다.



---

**신재우(뉴시스 문화부 기자)**

책을 쓰고 싶었지만, 책에 대해 쓰고 있는 사람. <뉴시스>에서 출판과 문학을 담당하고 있다. 코너 ‘신재우의 작가 만세’를 연재 중이다.

shin2roo@newsis.com

## 2022년 오늘, 대필 작가와 그 세계

---

임재균(한국대필작가협회 회장)

2022. 8.

### “어쩌다 대필 작가가 되었습니까?”

대필 작가가 된 이유를 묻는 질문에 나는 신이 난다. 회사 입사 지원 동기를 묻는 것과 같은 이 질문에 식상한 답변보다는 대필 작가의 대단한 역사적 사명을 들어 온갖 미사여구로 입문 동기를 포장하고 싶은 욕구와 충동을 느낀다. 하지만 대필 작가를 선택한 가장 근본적인 이유는 하나의 직업으로 돈을 벌기 위함이라는 답변에는 변함이 없을 것이다.

경제학의 아버지인 애덤 스미스는 그의 저서 『국부론』에서 인간을 합리적이고 이기적이라고 규정했다. 빵집 주인이 빵을 굽는 이유는 이타적이라서가 아니라 자신의 이익을 위해서라고 설명했듯이 대필 작가가 남을 위해 책을 쓰는 이유 역시 빵집 사장의 목적과 같이 ‘자기 이익을 위해서’라고 설명할 수 있다. 그게 정직한 답변이다. 신입사원의 회사 지원 동기가 회사 오너와 회사를 위해 뼈를 묻는 열사봉공의 자세로 한 몸 바쳐 회사를 부흥케 하는 것이 아니라, 당장 돌아올 카드 값과 월세를 내기 위한 월급을 받기 위함과 같다. 빵집 사장이 인류의 배고픔을 해소하기 위하여 빵을 만들려는 것이 아닌 것처럼 말이다.

그런데 생각해보니 뭔가 좀 부족하다. 그냥 이렇게 말하면 인사 담당자와 기자들은 좋아하지 않는다. ‘MSG’라고 부를 무엇인가가 필요해 보인다. 단순히 ‘돈 벌기 위해서 대필 작가를 시작했다’라는 답변은 후추가 빠진 곰국처럼, ‘소고기 다시다’가 빠진 미역국처럼 싱겁다.

그러니 답변을 좀 더 추가하자. 그래! 대필 작가가 된 이유는 빈곤에 처한 가족의 생계와 4차 산업혁명에도 존재하는 직업에 대하여 몇 날 며칠 식음을 전폐하며 고민하다가 “유레카!”를 외치며 ‘대필 작가’를 직업화한 것이라고 말이다. 그래서 스파이크 존즈 감독과 호아킨 피닉스 주연의 〈그녀(Her)〉라는 영화도 나와 있지 않느냐고 답변해준다. 기자들의 눈이 반짝인다. 그래도 뭔가 좀 부족하다. 살을 좀 붙이자. 대필 작가가 된 이유에 대하여 ‘음성적으로 일하는 대필 작가의 직업적 양성화와 함께 대필 작가의 권익 보호를 위한 기관을 만들고 있다’라고 말이다. 이제 좀 그럴싸해 보이는 답변이 되었다.

대필은 불법이 아니냐는 공격적인 질문에 대항할 논리도 나름 세워졌다. 현대미술의 거장 앤디 워홀과 제프 쿤스도 작품을 창작할 때 개념만 설명하면 조수들이 그 개념대로 그들의 그림을 그려줬고, 그 그림은 앤디 워홀과 제프 쿤스의 이름으로 고가에 팔려나갔다. 우리나라에서는 조영남 씨가 그런 미술 작업을 하다가 대작 작가에게 고소를 당했다. 1심 유죄, 2심 무죄, 대법원 무죄 판결 기사를 보니, 대필 작가 역시 원저자의 핵심 개념을 듣고 열심히 대필을 해줘도 그것은 범죄나 불법이 아니라고 보면 된다고 설명한다. 대필은 무죄다. 이제 논리도 확실해졌다.

자, 그럼 대필 작가가 된 이유에 대한 명확한 답변이 세워졌다. 그럼 이제부터 열심히 돈을 벌어야 한다. 하지만, 열심히 일을 해도 돈이 안 들어온다. 이런저런 이유로 원고료를 안 준다. 대필을 의뢰한 저자는 돈 대신 자신이 심혈을 기울여 그린 그림이 내게 줄 원고료보다 비싼 거니 오히려 감사히 받으라고 한다. 다른 저자는 4차 산업혁명 시대에 돈을 대신할 암호화폐를 줄 테니 감사히 받으란다. 언젠가 부자가 될 기회를 준 것이란 설명과 함께. 그 그림은 집 창고에서 먼지가 쌓여가고 있으며, 받은 암호화폐는 폭락장 속에 상장폐지가 되거나 관리회사 오너의 USB에 담겨 도주 물품 속에 들어가 버렸고 블록체인 시스템 어딘가에 비밀번호와 함께 도주자의 은닉 재산이 되어 등등 떠다니고 있을 것이다.

이쯤 되면 신나지 않는다.

### “작가라는 선천적 사명, 대필 작가라는 후천적 소명”

우리는 민족중흥의 역사적 사명을 띠고 이 땅에 태어났다고 하지만, 대필 작가라는 후천적인 소명에 대해서는 여전히 대중에게 미지의 존재일 수밖에 없다. 단단한 캔 뚜껑 속의 음식이 맛있어도 뚜껑을 열어 그 맛이 기가 막히다고 자랑할 수 없는 존재가 대필 작가다. 설령 출판기념회에 대필 작가 명의로 화환이라도 보낸다면 그 출판기념회는 의혹투성이 썩대밭이 되기 마련이다. 대필 작가는 그야말로 그런 ‘숨어야 할’, ‘숨겨야 할’, ‘지워져야 될’ 이름이자 아마존 오지의 원주민처럼 낯선 대상이었다.

이런 대필 작가라는 직업 세계의 금기에 도끼를 들었다. 대필 작가로 얼굴을 드러내며 ‘대밍아웃(대필 작가+커밍아웃)’을 시도한 지 벌써 7년째다. 내 직업에 부끄럽지 않기 위해서다. 양복 명장이 지하실에서 비밀리에 양복을 만드는 것을, 유명 요리사가 요리를 비밀리에 만드는 것을 상상할 수 없듯이 대필 작가로 활동하며 생각해보니 대필 작가가 음식에서 곰팡이 같이 글 꼴을 피워낼 이유를 찾을 수 없었다. 어차피 출판의 60%가 대필 작가의 손을 거친다면, 출판 분야 60%는 대필 작가가 활동할 수 있는 시장이므로, 나는 이 시장에서 주인이 되면 될 일이다. 한국대필작가협회(이하 ‘대필작가협회’)를 설립한 이유가 여기에 있다. 대필 시장이 커질수록 대필 작가로 점점 유명세를 탈 것이라는 생각은 적중했다.

그렇다. 적중은 했다. 그런데 안 좋은 쪽으로 적중했다. 초창기에 만연했던, 대필이 불법이라는 인식 때문에 그쪽으로 유명세를 탔다. 숙제나 논문 대필을 하는 협회라고 말이다. 특히면 걸려 오는 기자들과의 전화 인터뷰는 다음 날 음성 변조로 뉴스에 실리거나 주부들이 보는 아침 방송에 가십성으로 보도되어 유명해졌다. 교도소 수감자들이 책 좀 써달라고 편지도 보내왔다. 일간지에 대서특필된 사건의 주인공 같은 분들도 책을 쓰자고 연락이 왔다. ‘대필’이라는 직업적 문구 때문에 억울한 고발을 당하고

무혐의로 끝나거나, 경찰 조사도 받았다. 3년 전 일이다. 그 처참한 심경은 이루 말할 수 없다. 어찌 되었든 유명해졌으니까 받는 고난이라 생각한다. 조사관 앞에서 영문도 모른 채 내 일의 3년 치 집필 내역과 계좌를 털어내야 했던 불명예스러운 조사는 아직까지도 트라우마로 남아 있다.

연세가 많은 정통 문단의 작가님들은 큰 충격을 받았다고 고백하셨다. 대필 작가가 얼굴을 드러내면 안 된다는 금기가 깨졌으니 말이다. 우리와 다르게 미국에서는 대필 작가가 직업의 한 분류이며 대필 작가는 책 쓰기 전문가 1급 작가로 분류된다. 오바마 대통령의 연설문 대필 작가 존 파브로가 있었고, 트럼프 대통령의 대필 작가 토니 슈워츠가 있었으며, 힐러리 클린턴 여사의 회고록을 써준 대필 작가는 3명이나 있었고 모두 권당 50만 불 이상 받는 작가들이었다. 유명작가이지만 모두 얼굴을 드러내고 다닌다. 이런 논리를 앞세워 대필작가협회를 설립했다. 하청 일용직 노동자 취급을 받던 대필 작가는 이제 서서히 수면 위로 모습을 드러내고 있다. 대필작가협회 설립 이후 역대 연봉을 받는 대필 작가도 탄생했다. 너나없이 대필 앞에서 평등해지며 대동단결을 이뤄낸다. 대중들이 여전히 모르는 내용들이다.

## 전에 없던 직업이라서 오히려 할 만하다

앞서 신나지 않다고 말했다. 그것은 돈 때문이다. 그럼에도 신나는 대필 작가들이 더 많다. 물론 종종 원고료가 정산이 안 될 때는 신나지 않을 것이다. 하지만 신나지 않던 일들은 조금씩 사라지고 있다. 표준화된 계약서, 표준화된 계약 체결, 대필 작가의 수준 향상, 대필 작가들의 단결 그리고 여러 매체들의 관련 기사 보도로 원고료 미지급 같은 행태는 조금씩 사라지는 중이다. 글 대신 빵을 팔았다면 벌써 부자가 되었겠지만 대필 작가는 빵을 만드는 빵집 주인이 아니라 책을 쓰는 대필 작가다. 의뢰자들의 책은 즐기게 팔렸다. 유명해졌다. 가끔씩 떼인 원고료만 생각하면 속이 쓰린 것 빼고는 괜찮다. 모든 의뢰자들이 다 그런 것은 아니다. 계약서대로 원고료를 지급하고 기대 이상의 보너스와 떡값까지 챙겨주는 분들도 있다. 대필 작가를 존중하는 업체, 출판사들도 많다. 이런 분들의 책과 원고는 더 신경이 쓰인다.

대필작가협회는 대필 작가들의 처우 개선을 위해 힘써 주는 의뢰인들과 좋은 관계를 유지하려고 한다. 과장을 조금 섞어 말하자면 조만간 선거판, 정치판의 중요한 아이템인 자서전과 회고록은 대필 작가의 협력 없이는 선거기획사에서 더 이상 아름답게 쓸 수 없을 것이다.

대필 작가는 전에 없던 직업이라서 오히려 할 만한 일이다. 이미 있는 직업이라면 새로운 길을 만드는 게 힘들었을 것인데, 길이 없으니 그냥 험난한 들판을 지나가며 길을 만들면 된다. 내친김에 인터넷 예능에도 불러주는 대로 뛰어다니고 있다. 대필 작가를 음지의 곰팡이처럼 어둡게 여기는 인식을 바꾸고 싶다. 이제 7년 차, 걸음마를 시작한 대필작가협회의 역할에 대하여 빨간 띠를 두른 강성 노조 같은 모습 대신 어디에나 존재하는 대필 작가의 명랑한 모습을 보여주고 싶었다. 특히 대필 작가들 중 자신의 직업적 정체성 문제로 고민하던 분들이 관련 예능을 보고 직업적 정체성을 찾았다는 응원과 연락을 많이 받고 있다.

대필 작가는 자본주의에 최적화된 직업이다. 출판시장에서 오로지 실력으로 살아남아야 하는 직업으로 수명도, 평판도, 시장에 달려 있다. 따라서 빨간 띠를 둘러매고 투쟁하고자 하지 않는다. 대신 책 쓰기



로, 출판으로 의뢰자를 빛나게 해주는 역할로 소명을 다할 뿐이다. 요리사가 요리를 잘하면 되듯이, 양복장이가 양복을 잘 만들면 되듯이. 대필 작가는 책 쓰기로 말하면 된다. 2022년부터는 더 이상 가면과 음지 뒤에 숨지 말자. 시대가 바뀌었다. 먼저 숨으면 지는 거다.



---

**임재균(한국대필작가협회 회장)**

다시 태어나도 대필 작가를 하고 싶은 사람.

작가를 만드는 작가, 대필 작가, 한국대필작가협회 회장으로 현직에서 일하고 있다.

[ghostwriterkorea@gmail.com](mailto:ghostwriterkorea@gmail.com)

[www.instagram.com/ghostwriter\\_kr](http://www.instagram.com/ghostwriter_kr)

## 시인 김지하가 남긴 것

진달래(한국일보 기자)

2022. 8.

그림을 좋아하는 청년이었다. 부모님의 반대에 부딪혀 미술대학은 가지 못했지만, 어깨너머로라도 그림을 배우고 싶어 선택한 게 미술대학 옆 미학과였다. 허나 삶은 항상 제멋대로 길을 내기 마련이다. 시대의 울음에 그는 펜을 들었다. 모든 것을 내놓고 시를 썼다. 그렇게 청년 김영일(金英一)은 시인 김지하(金地下)가 됐다.

「타는 목마름으로」, 「오적」 등의 시로 1970년대 저항문학의 상징이 됐던 김지하 시인이 향년 81세로 지난 5월 8일 강원도 원주 자택에서 타계했다. 그의 부고는 나라 안팎의 탄식을 자아냈다. 한 시대가 저물었구나. 그를 사랑했던 이, 그가 안쓰러웠던 이, 그와 반목했던 이, 그에게 실망했던 이. 모두가 그랬다. 복잡한 관계 속에서 응어리 맺힌 것이 있다면 풀자고 만든 49재 추모식(6월 25일)을 찾은 수많은 사람들을 보면서 다시 한번 느낀다. 그의 존재를 한마디로 정리하기엔 그 자리가 너무 커다랄다. 김지하는 우리에게 무엇인가.



5월 9일 강원 원주시 연세세브란스기독병원 장례식장에 마련된  
故김지하 시인의 빈소에 고인의 영정이 놓여 있다.(출처: 뉴스1)

## 타는 목마름으로 외친 민주주의

1941년 전라남도 목포에서 태어난 고인은 강원도 원주에서 소년기를 보냈다. 소년이 처음 거리에 나선 것은 서울대학교 미학과 재학 중에 벌어진 1964년 한일회담 반대 시위였다. 시위 참가로 인해 4개월간 옥고를 치르고 나왔다. 사회 변화에 대한 젊은이의 열망은 꺾이지 않고 더 강해졌다. 대학 졸업 3년 후인 1969년에 시 「황톳길」, 「녹두꽃」 등을 발표하면서 등단했다. 그의 시는 척박한 이 땅의 현실에 항거하는 정신, 그 자체였다. 그때 김지하라는 필명을 처음 만난다. “황톳길에 선연한 / 찢자욱 찢자욱 따라 / 나는 간다 애비야 / 네가 죽었고 / 지금은 검고 해만 타는 곳 / 두 손엔 철삿줄 / 뜨거운 해가 / 땀과 눈물과 메밀밭을 태우는 / 총부리 칼날 아래 더위 속으로 / 나는 간다 애비야...” 시 「황톳길」의 첫머리만으로도 처절한 싸움을 밀고 나가는 뜨거움을 느낄 수 있다.

‘김지하’ 이름 석 자를 널리 알리게 된 것은 1970년 5월 <사상계>에 판소리 가락을 빌려 쓴 300행이 넘는 시 「오적」을 발표하면서다. 그해 일어난 정부 고위층의 스캔들과 와우아파트 붕괴 사고 등의 책임을 권력층에 묻는 내용이었다. 재벌, 국회의원, 고급공무원, 군 장성, 장·차관 등 당시 권력층을 을사 오적에 비유한 신랄한 비난으로, 그는 정권에 눈엣가시가 된다. 결국 잡지 <사상계>는 폐간되고 그는 반공법 위반 혐의로 재차 투옥된다.

고난은 여기서 끝나지 않았다. 1974년 전국민주청년학생총연맹(민청학련) 사건의 배후자로 지목돼 긴급조치 4호 위반 혐의로 결국 사형 선고까지 받게 된다. 당시 프랑스 철학자 사르트르와 보부아르, 미국의 양심으로 불리는 언어학자 노엄 촘스키 같은 해외 지식인들도 김지하 구명운동에 참여해 그의 이름이 세계에 알려지게 된다. 덕분에 이듬해 풀려나지만, 출옥 직후 인혁당 사건 조작을 고발하는 글을 언론에 발표했다가 다시 구속됐다. 1980년 형집행정지로 석방되기 전까지 그는 감옥에서 30대를 보냈다. 그 시기에 제3세계 노벨상이라 불리는 로터스상 특별상도 수상하고, 누구나 한 번쯤 들어보고 읽어 봤을 시 「타는 목마름으로」(1975)도 발표한다. “신새벽 뒷골목에 / 네 이름을 쓴다 민주주의여 / 내 머리는 너를 잊은 지 오래 / 내 발길은 너를 잊은 지 너무도 너무도 오래 / 오직 한가닥 있어 / 타는 가슴 속 목마름의 기억이 / 네 이름을 남몰래 쓴다 민주주의여 (...) 타는 목마름으로 / 타는 목마름으로 / 민주주의여 만세”

## 민중문화의 뿌리를 세우다

김지하의 등장은 시위 문화의 새바람이기도 했다. 1960년대 초반 학생운동 중심이던 민주화 운동은 교문 밖으로 나가며 구호를 외치다 공권력에 밀리는 일이 전부였다. 굴욕적 한일회담 합의문에 반대하는 시위는 달랐다. 소위 민족적 민주주의 장례식이란 이름으로 문화행사처럼 시위를 끌어가는 그 중심에 김지하가 있었다. “시체여! 너는 오래전에 이미 죽었다. 죽어서 썩어가고 있었다. 넋 없는 시체여! 반민족적 비민주적 민족적민주주의여!”로 시작하는 그의 글은 시위대를 단결시키는 문학의 힘을 보여줬다. 그와 긴 세월을 함께 한 동지들은 그때의 김지하를 “정치학과 중심의 데모가 문화와 접목이 되는 데 결정적 역할을 했다.(유홍준 한국학중앙연구원 이사장)”, “물고기가 물을 만난 것 같이, 자신의 예술적 생각을 시위를 할 때 그대로 표현했다.(이부영 자유언론실천재단 이사장)”고 회고했다.

김지하는 1970, 80년대 민중문화 운동을 선도한 인물이기도 하다. 그는 1960년대 중반부터 탈춤이나 풍물 또는 민요나 판소리 같은 우리의 전통예술의 중요성에 눈을 떴다고 알려졌다. 대학가에 탈춤과 마당극이 널리 퍼지고 그것이 민주화 운동과도 연결되는 데 결정적 역할을 했다. 1990년대까지도 탈춤이나 풍물 동아리 등이 이른바 ‘운동권 동아리’로 불렸던 이유의 시작에도 그가 있었던 셈이다. 1970년대 초 농촌계몽극 「진오귀굿」과 「소리굿 아구」 등을 쓰거나 지도하는 등 민중연극의 새 지평을 연 극작가이기도 하다.

## 생명사상에 천착한 시인

그의 말년은 생명사상을 빼곤 설명할 수 없다. 감옥이라는 한계 상황이 그를 ‘생명’이라는 화두에 처음 눈뜨게 했다. 동학을 비롯한 한국 사상의 맥락 속에서 자신만의 생명담론을 만들어갔다. 특히 탈냉전 시대가 도래했음에도 한반도에서는 분단, 이념 대결, 지역 대결 등의 갈등이 계속되는 상황에 느낀 염증이, 그를 삶의 본질로 더 이끌었으리라 짐작된다. 그의 생명사상은 중국에 환경과 생명을 한데 묶은 사상이 됐고 문학으로 표현됐다. 최근 공개된 그의 미공개 시 8편에서도 그런 사상을 엿볼 수 있다. “뜨겁고 / 붉은 사랑이로라 / 이 늙음 / 아니 부끄러지면 / 절벽 위 / 꽃 꺾어 / 고이 바치리 / 뜨겁고 / 붉은 / 어허, 사랑이로라” 사람과 만물에 대한 사랑을 담은 시 「헌화」는 연애 같은 사랑이 아니라 존경과 존중의 마음에서 우러나는 사랑을 노래한다.

그 스스로도 자신은 “살기 위해서” 문학을 한다고 말했다. 생명의 소중함을 강조하는 표현일 테다. 2002년 한국일보에 기고한 ‘나는 왜 문학을 하는가’라는 제목의 글에서도 김지하는 “시는 내게 있어 죽음이 가득한 이 세상과 이 녀의 지옥에서 삶과 사람과 살림을 가져올 하나의 활인기”라고 말한다. “나는 왜 문학을 하는가?”라는 자문에 “한마디로 말하자. 살기 위해서다. 어찌 살려 하는가? 이 길! 나의 시, 나의 삶으로 가는 이 흰 그들의 길! 우주 저편으로까지 이어지는 이 흰 그들의 길에 서는 것”이라고 자답한다. 이런 맥락에서 2018년까지도 신작 시집 『흰 그늘』과 신작 산문집 『우주생명학』을 출간하는 등 생의 끝자락에서도 펜을 놓지 않았다.

## 갈등의 서막, 위태로운 말년

시인 김지하의 모든 세월이 지지와 찬사를 받았던 것은 아니다. 결정적 사건은 1991년 발생했다. 민주화를 요구하는 청년들의 분신이 잇따르던 당시 이를 ‘죽음의 굿판’에 비유한 글을 쓴 게 화근이었다. 죽음을 막아보겠다는 취지로 “젊은 벗들, 역사에서 무엇을 배우는가”라는 제목의 기고문을 조선일보에 냈으나, 그 결과는 민주화 세력과의 절연이 돼버렸다. 그의 글은 운동권을 ‘혁명을 위해서 사람의 목숨 조차 도구로 쓰는 집단’으로 몰아가는 데 악용됐다. 결국 진보 성향 문인 단체인 민족문학작가회의가 김지하를 제명했고, 진보 인사들과의 사적 만남조차도 끊겼다. 배신자로 몰린 본인 역시 예상치 못한 파국을 맞고 정신과 치료를 받는 등 힘겨운 시간을 보냈다.

10년 뒤 <실천문학>을 통해 문제의 기고에 대한 유감 표명도 했으나 그를 바라보는 시선을 1991년 이전으로 완전히 되돌릴 순 없었다. 오히려 2012년 박근혜 당시 새누리당 대통령 후보를 지지하면서 ‘변절자’로 또 다시 집중 포화를 받았다. 그의 갈지자 행보는 이후로도 종종 벌어졌다. 일각에서는 7년

가까운 수감 생활과 고문 후유증 등으로 몸과 마음이 아팠던 김지하 시인의 상황을 헤아려야 한다고 그를 대변한다. 국가폭력 피해자로 합리적 사고를 할 수 있는 건강 상태가 아니었다는 항변이다. 그럼에도 불구하고 거목이 쓰러진 자리는 표가 많이 났고, 함께 무너진 기대의 크기만큼 진해지는 쓸쓸함을 줄일 길은 없었다.

## 그의 죽음 앞에서 다시 읽는다

다만 그 불화도 죽음 앞에선 뜨겁지 못했다. 49재 추모제가 열린 서울 천도교 대교당에 모인 400여 명이 4시간 가까이 그를 회고하는 시간을 가졌다. 추모위원만 250명이 넘었다. 여기엔 시인 신경림, 소설가 황석영, 김우창 고려대학교 명예교수 등 진보진영 문화계 인사들이 대거 이름을 올렸다. 소위 '죽음의 굿판' 칼럼 이후 시인과 결별했던 가톨릭 함세웅 신부도 참석을 망설이다 "죽음을 화해의 과정"이라는 생각으로 이날 추모사를 직접 읽었다. 시기를 나눠 고인을 평가해야 할 것 같다는 생각에서다. 그 칼럼의 반박문을 썼던 시인 김형수도 2001년 직접 민족문학작가회의 사무실로 찾아와 사과를 건넨 고인을 회고하며 "김지하 시인의 그림자 뒤에 엮드려 울다"라는 제목의 추모사를 발표했다. "내가 김지하 시인의 부음을 듣고 막막한 것은, 위대한 역사적 인격 하나를 잃었다는 사실에, 그 많은 후학을 남긴 스승이 '나머지 사람들'의 '섬김'을 못 받았다는 사실에, 그 장엄한 생애가 국가폭력으로 만신창이가 되어서 말년을 너무 적막하게 보냈다는 사실이 마구 겹쳐온 까닭이다.(김형수 시인 추모사 일부)"



6월 25일 오후 서울시 종로구 천도교 대교당에서 열린 김지하 시인 추모문화제에 임진택 명창, 한국 화가 김봉준, 함세웅 신부, 이부영 자유언론실천재단 이사장, 미야타 마리에 전 <중앙공론(中央公論)> 문예지 편집장 등이 참석했다.(출처: 뉴스시)

고인의 모든 글을 수용할 수는 없지만 그렇다고 모든 행적을 외면할 수도 없다. 그저 흘러보내기엔 우리 안에 남은 김지하가 너무 많은 까닭에 천천히 되새겨 보는 것이 남은 자의 업이 아닐까 한다.

---

**진달래(한국일보 기자)**

국어국문학을 전공했지만 문학이 어려워 도망치듯 학창시절을 보냈다. 돌고 돌아 결국 기자로 문학을 다시 만났다. 애증의 관계지만 그래도 문학이 회복의 힘이라고 믿고 일한다.

# [1인 출판사 인터뷰]

## 마인드빌딩 서재필 대표

### 마음과 경험이 모여 책이 되는 곳

---

2022. 8.

책이 출간되기까지는 긴 시간과 많은 과정이 필요하다. 1인 출판은 기획부터 편집, 마케팅, 영업 등 다양한 업무가 개인이 해내야 한다는 어려움이 있지만, 개인 창업으로서는 비교적 접근성이 좋기 때문에 1인 출판에 도전하는 움직임이 많아지는 추세다. 1인 출판에 대한 관심이 커진 만큼 그에 대한 궁금증이 많을 터. <출판N>에서는 [1인 출판사 인터뷰]를 통해 1인 출판사가 전하는 가감 없는 그들의 출판 도전기를 들여보고자 한다.

벽돌은 얼핏 보면 딱딱하다는 인상만을 줄 수 있지만, 벽돌이 만들어지는 과정을 살펴보면 그렇지 않다는 것을 알 수 있다. 어떤 색, 어떤 질감, 어떤 모양의 벽돌이 될지는 만드는 사람의 정성과 취향에 따라 달라지고, 그 뜻과 마음이 담겨 탄생한 벽돌이기에 더욱 견고하고 흔들림 없는 형태를 유지할 수 있게 되는 것이다. 이처럼 작가의 꿈과 편집자의 의지가 담긴 굳건한 책을 만들어내는 출판사가 있다. 서재필 대표가 운영하는 마인드빌딩은 새로운 도전을 두려워하지 않고 다양한 형식과 형태로 책에 날개를 달아준다. 폭넓은 주제의 이야기를 다루지만 마인드빌딩만의 색깔로 덧칠한 벽돌은 그래서 더 특별하다. 마인드빌딩의 서재필 대표가 빚어내는 출판 이야기를 들어보자.

<출판N>에 마인드빌딩의 서재필 대표님을 모시게 되어 영광입니다. 웹진 독자분들에게 소개와 인사말 부탁드립니다.

안녕하세요. 마인드빌딩의 경영책임자 서재필입니다. 종종 <출판N>의 인터뷰 기사들을 보게 되는데, 막상 제가 당사자가 되니 많이 쑥스럽습니다. 늘 작가, 편집자의 보조자 역할로 살다 보니 그런 것 같기도 합니다. 2018년에 마인드빌딩을 창업해, 현재 총 40종의 도서를 출간한 상태이며, 그중 한국출판



문화산업진흥원의 '세종도서 선정·구입 지원 사업'에 3종, '중소출판사 출판콘텐츠 창작 지원 사업'에 2종이 선정되었습니다. 한편 『LIVE 철학』은 2020년 제1회 '한국출판문화산업진흥원 출판원천콘텐츠 다중활용 지원 사업'에 선정되어 교양 웹툰으로 만들어지기도 했습니다. 지금까지 운 좋게도 꾸준히 책을 만들어 가고 있습니다.



마인드빌딩 서재필 대표,  
조카가 그려준 그림에 출판사의 첫 책  
『자존감 초등미술』의 임은지 작가가 완성도를 더했다고 한다.

마인드빌딩은 2018년 설립되어 에세이, 인문, 자기계발 등 다양한 분야의 도서를 전하고 있습니다. 특히 '마음의 벽들이 켜켜이 쌓이는 곳'이라는 출판사 소개 문구가 인상적인데요. 마인드빌딩 출판사가 추구하는 목표는 무엇인가요?

출판사에 10년을 다녀 보니, 매년 다른 콘텐츠를 다룬다는 것이 지루하지 않아서 참 좋았습니다. 아쉬운 점은 수명이 짧고 타인의 생각을 상품으로 만들다 보니, 만드는 사람의 마음이 아픈 순간들을 마주하게 된다는 것이었어요. 나는 없고 숫자만 있는 공허함, 내가 만들었는데 내 것 같지 않은 순간을 맞닥뜨리게 되었습니다. 그 순간을 어떻게 하면 기쁨과 모험의 순간으로 변하게 할 수 있을까를 많이 고민했던 것 같아요. 매일 반복되는 일상이 여행 같으면 좋겠다는 생각을 했고, 그 생각으로 처음에는 마인드빌딩을 '반복적인 일상을 특별하게 만드는 방법'을 연구하는 곳이라고 정의했습니다.

출판은 리스크 관리가 핵심이더라고요. 마인드빌딩이 오롯이 리스크 관리를 잘하는 회사가 되면 좀 오래 살아남을 것이라는 생각을 했어요. 그런데 이 리스크의 정의를 매출이라는 숫자로 정한다면 지금까지 겪었던 여러 가지 어려움을 해소할 수 없을 것 같았어요. 그래서 '어떻게 책을 만들면서 기쁠 수 있을까?'로 리스크 개념을 새롭게 정의했습니다. '어떤 콘텐츠를 만들어 돈을 벌까'가 아닌, '어떤 콘텐츠라도 숫자에 얽매이지 않고 작가의 꿈과 편집자의 의지가 결합되는 순간'을 만나고 싶었습니다. 그 순간을 담은 공간이 '마인드빌딩'이었어요.

책을 쓴 사람과 만드는 사람들이 책을 완성하면서 최소한 불행하지 않고, 함께 목표를 만들어 달성하고, 편집자와 저자가 모두 어느 정도 만족하는 수준까지 책을 만들면 1차 리스크는 해소된다고 설정했



어요. 그런 과정을 거친 책을 세상에 내놓으면 최소한 제작비는 건질 수 있다는 판단을 했습니다. 그러다가 고안한 문구가 ‘마음의 벽돌이 썩어 낀 곳’이에요. 소개 문구에서 마음과 벽돌을 연결한 이는 전적으로 마인드빌딩의 편집자라는 것을 꼭 말씀드리고 싶어요.(웃음)

“1t의 이론보다 1g의 경험을 공유한다는 마음으로, 읽는 사람들의 마음과 만드는 사람들의 마음에 한데 모일 수 있는 책을 만들고 있습니다. 우리 모두의 경험으로 ‘마음의 벽돌이 썩어 낀 곳’이 되기를 바랍니다.”

**출판계의 상황이 어려운 만큼 개인으로서 출판사를 차리기까지 고민이 많으셨을 거 같아요. 모든 일이 그렇듯, 현실과 이상의 괴리도 분명 있으시리라 짐작됩니다. 처음 출판사를 차리기로 결심하셨을 때의 이상과 출판사를 운영하시며 느끼신 현실에는 어떤 차이가 있으신가요?**

저는 출판사에 오기 전에 7년 8개월 동안 제약회사에 다녔습니다. 그러다 출판사에 다니는 대학 동기의 연결로 어쩌다 출판계로 입문하게 되었습니다. 회사 내부에서 다양한 업무를 했어요. 관리, 영업, 마케팅, 제휴, 디지털 사업, 신사업을 담당했습니다. 생각해 보면 회사가 준 선물은 참 셀 수 없이 많았어요. 저는 그 선물을 “독한 선물”이라고 생각해요. 예방접종 같은 것이라고 해야 하나요. 참 고마운 회사이고, 사장님이었습니다.

약 10년 만에 동업으로 출판사를 시작했습니다. 출판사는 매우 실적이 좋았지만, 동업자와는 생각이 많이 달라서 아쉽지만 쿨하게 지분을 정리했습니다. 그리고 출판계에 입문한 지 13년 만에 마인드빌딩을 아주 작게 시작했습니다.

왜 저의 입사와 퇴사 이야기를 하는가 하면, 출판은 다양한 기능적인 지식이 필요하며, 제가 변하듯 늘 변화가 필요한 업이라는 것을 말씀드리고 싶어요. 2006년의 출판은 제게 마냥 신선했다면, 2022년의 출판은 생존과 다양성을 찾는 모험이 가득한 스타트업 같다고 느껴요. 10년간 직원으로 배운 디테일을 버려야 했습니다. 다행히 저는 2년간의 동업을 통해서 약간의 시각 교정을 받을 시간이 있었습니다. 열심히 일한다고 잘 되는 것이 아니라는 것을 그 기간에 배울 수 있었습니다.

마인드빌딩 창업 초기에는 현금의 흐름에 집중했습니다. 출판사는 스타트업이라고 생각해요. 새로운 아이템을 발굴하고 짧은 시간에 가치 교환을 통해 현금을 확보해야 하거든요. 또 출판은 사장이 투자자가 되는 투자 사업이라고 생각합니다. 투자자 입장에서 자금을 어디에 투입해서 그 다음 아이템의 투자 가능하도록 하는 초기 설계가 중요한 것 같습니다. 초기 세팅이 잘못되면 자금 압박으로 나머지 전반적인 출판 프로세스가 꼬이게 되는 것 같아요. 의외로 작은 출판사는 큰 출판사보다 초기 자금력이 핵심입니다. 혼자 일하다 보면 긴장감이 떨어지거나 판단력이 흐려지거든요. 그 긴장감을 현금 흐름으로 세웠어요. 2,500만 원을 통장에 넣고 모든 자금의 마지노선이라고 정했습니다. 급여는 1년 동안 한 푼도 가져가지 않는다고 생각했습니다. 1년 동안은 투자 단계라고 설정했고, 콘텐츠의 투자 방향을 계속 다듬었습니다. 다만 소규모이다 보니 어쩔 수 없이 겪는 문제로 좌절하기도 했습니다. 직원 구하기도 힘들고, 일이 뒤죽박죽 섞이기도 하고, 일정이 다 틀어지기도 했습니다.

그래서 두 가지에 집중하기로 했습니다. 첫 번째는 현금 흐름에 따른 투자 아이템에만 집중하는 것, 두 번째는 잘하는 일 외에는 모두 외부 책임자를 두는 것입니다. 이 두 가지가 돈의 흐름을 통해 책을 만드는 시간을 확보하고, 일 잘하는 사람을 찾아 완성도를 높이는 작업이라고 생각했습니다. 복잡한 일을 잘하는 사람보다, 복잡한 일을 단순화하는 사람이 사장이더라고요. 세상엔 많은 사람과 기능이 존재하고, 그 많은 재주와 능력을 찾고 다듬고 응원하는 일이 새로운 판이라는 생각을 합니다. 늘 그렇듯 누구에게나 시작은 필요하더라고요. 그래서 출판사라고 하는 것 같습니다. 그래서 다양한 시도가 필요하고, 다양한 인재가 등용되는 길을 만들어볼 용기를 내어 봅니다. 저도 누군가에게 독한 선물을 줄 수 있기를 바랍니다.

**최근 마인드빌딩에서 출간된 작품의 소재가 성교육, 연예기획사, 창업, 공감 등 무척 다양한데요. 대표님의 관심사, 취향이 반영된 결과일까요? 마인드빌딩에서 작품을 선정하는 기준이나 가치 등 책 출간이 결정되기까지의 과정이 궁금합니다.**

마인드빌딩은 다양한 주제를 다룬다기보다, 모든 주제를 두 가지 방향성에 의해 판단하고 출간합니다. 콘텐츠는 딱 두 가지라고 생각하고 바라보는데요, ‘어떤 인사이트를 줄 수 있는가’와 ‘어떻게 경험할 수 있을 것인가’입니다.

가령, 게으름을 탈출하는 주제인데요, 첫 번째는 전문가 집단의 인사이트로 게으름이 어떻게 생기고, 습관은 뇌과학적으로 어떻게 반응하게 되며, 일반적으로 어떤 방향으로 갈 것이라고 얘기하죠. 두 번째는 저희가 낸 『게으른 사람이 쓴 게으름 탈출법』처럼 나와 비슷한 사람의 경험을 따라가며, 그 과정에 집중하고, 공감하고, 변화를 수용하게 되는 스토리를 구성합니다. 평범한 사람의 눈높이에 맞는 다양한 경험을 제공하는 책이라고 생각하시면 될 것 같습니다. 출판이 접근하기 쉬운 사업이 될수록 이런 두 가지 경향은 더 두드러질 것이라고 생각합니다.

특히, 우리나라처럼 쉽게 글을 쓸 수 있는 플랫폼과 글쓰기 도구들을 제공하는 환경에서는 더욱 빨라질 것이라고 생각해요. 신생 출판사 입장에서는 두 번째 방식으로 살아남아서 첫 번째 방법으로 이동해야 된다는 절박함이 있습니다.

최근에는 그림책 『나팔꽃 수영장』 출간을 앞두고 있습니다. 주변에서 이제 그림책에도 손을 댄다고 말이 많았습니다. 망한다고요. 하지만 도전하려고 합니다. 출판은 말 그대로 각자의 판을 만들어내는 것이니까요. 누군가는 이미 그 판에 있지만, 저는 그곳이 처음이니까 새롭게 접근할 수 있지 않을까요.

**2021년에는 문학 브랜드 ‘달로와’를 론칭하시고 왕성한 활동을 이어가고 계십니다. 소설을 테마로 한 별도의 브랜드를 설립하신 이유가 있을까요?**

큰 뜻은 없었습니다. 제가 그래도 국문학과를 나왔고, 시인이 되고 싶었던 기억을 다 잊지 않고 있었는데, (지금은 ‘달로와’의 일본권 소설을 기획하고 번역하는) 당시 편집자와 의기투합하여 하루 만에 만든 브랜드입니다. 제가 아침마다 시집을 한 권씩 읽는데요, 어느 날 시에서 본 문구가 ‘달로 와요’였어요. 편집자가 거기서 ‘요’를 빼니, ‘달로와’라는 근사한 이름이 되더라고요. 그래서 그때부터 소설을 찾기

시작했어요. 소설을 사랑하는 편집자를 믿고 따르기로 한 거죠. 그의 눈이 예사롭지 않았거든요.

제가 그 편집자에게 입사 제안서를 보낼 때, 1년에 두 권은 번역을 할 수 있게 해준다는 약속을 했습니다. 그는 번역가가 꿈이니, 제가 그 일을 돕다 보면 좋은 소설을 발견하고 훌륭한 번역가도 되겠다 싶었습니다. 그는 이제 직원은 아니지만, 직원보다 더 단단하게 연결된 동료입니다. ‘달로와’의 로고 디자인도 편집자의 지인이 도와주었습니다.

이렇듯 ‘달로와’에는 꿈의 뒷면을 볼 수 있는 콘텐츠가 가득하길 꿈꾸며 진행 중입니다. 아래는 편집자가 정리한 ‘달로와’ 소개 글입니다. 읽으며, 참 멋지다는 생각을 했습니다. 여전히 이익이 나지 않는 브랜드이지만요…

“2021년에 론칭한 ‘달로와’는, ‘살아가는 데 꼭 필요한 것은 아닐지라도 반복되는 일상 속에서 없어서는 안 되는 것, 세상 속에서 점점 잊혀가는 것들에 대한 이야기’를 펴내는 마인드빌딩의 문학 브랜드입니다. ‘달로와’는 화려하거나 극적인 전개로 펼쳐지는 태양 같은 이야기들을 뒤로하고, 사람들이 크게 주목하지 않는, 달의 뒷편에 있는 인물들과 그들의 삶을 조명합니다. 속도가 빠르고 자극적인 이야기들로 가득한 요즘, 그와 반대되는 곳의 사람들에게는 반드시 그들만의 안식처가 필요할 테지요. 그들에게 안식처가 되어줄 만한 책들을 꾸준히 펴내어, 태양 빛에 지친 그들이 우리의 책을 읽을 때마다 ‘달로 와’ 편히 쉴 수 있도록 하자는 것이 달로와의 모토입니다.”



마인드빌딩의 책들은 종이책뿐 아니라 전자책, 오디오북, 큰글자도서로 출간되어 독자들을 만나고 있습니다. 특히 오디오북의 경우 녹음 시설, 전문 인력 등 부차적인 비용이 들어 대형 출판사에서도 쉽게 시도하지 못하는 것으로 알고 있습니다. 이토록 다양한 형태의 책을 출간하시게 된 배경과 이유는 무엇인가요?

출판은 다양한 사람들이 함께 만들어 가는 가내 공업이라는 말씀을 드리고 싶습니다. 다양한 잠재력을 가진 콘텐츠를 다채롭게 만들어서 세상에 노출해야 한다고 생각합니다. 출판의 본질인 원천 콘텐츠로 여러 가지 시도를 끊임없이 해야 할 시기인 것이죠. 결국 기본으로 돌아가는 길이 출판의 경쟁력이라고 생각합니다. 한국출판문화산업진흥원의 제작 지원 사업으로 오디오북을 열심히 만들 수 있었고, 중

이책과 전자책을 동시 출간하는 것을 목표로 진행하고 있습니다. 사실 다양한 수익원이 필요한 출판의 시대가 왔습니다. 다양한 수익을 만들지 못하면 살아남기가 힘든 시기인 것 같습니다.

책, 전자책, 오디오북, 웹툰, 웹 강의, 펀딩 콘텐츠 등 진행할 수 있는 방향을 정리하고 그 방향에 맞는 저자를 찾아서, 콘텐츠를 세밀하게 만들어야 한다고 생각합니다. 『진짜 게으른 사람이 쓴 게으름 탈출법』은 하반기에 리디에서 웹툰으로 출시되며, 『피곤해서 결혼했더니』는 짧은 웹드라마로 제작 중입니다. 연말까지는 ‘클래스 101’ 같은 플랫폼에 론칭할 수 있는 강의 기반 콘텐츠를 만들고 싶습니다. 기존의 일반 출판 유통을 통하지 않고 팔 수 있는 콘텐츠를 만드는 것이 올해 목표이기도 합니다. 새로운 형식과 형태에 대한 도전은 출판사가 좌우로 퍼덕거리며 날 수 있게 해주는 원동력이라고 생각합니다.

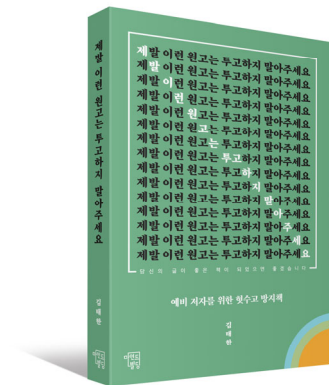
**위의 질문과 이어지는 내용입니다만, 다양한 장르의 책, 다양한 형태의 책을 출간하시며 각각 다른 요구를 가지고 있는 독자들을 만나셨으리라 생각합니다. 장르별, 형태별로 독자들이 원하는 책은 어떤 책이라고 생각하시나요?**

장르별, 형태별로 독자층이 있겠으나, 세밀하게는 잘 모르겠습니다. 독자들이 좋아하는 방법이 딱 정해져 있다면 출간하기가 수월할 텐데요. 다양한 분야의 책을 접하다 보면 오리무중으로 빠질 때가 더 많은 것 같습니다. 그래서 저는 장르별, 형태별로 분류하기보다는 기본적인 장르의 문법을 따르되 단순화된 세 가지 기준으로 콘텐츠를 판단합니다.

바로 캐릭터, 스토리, 실용성입니다. 장르별로 다른 의미일 수 있지만, 그 장르에서 표현되는 방식의 정의를 대입하더라도 그 주제에 맞게 살아 움직이는 캐릭터가, 자기만의 스토리의 힘을 보여줄 때 독자는 움직이기 시작합니다. 그리고 장르마다 다른 실용성이 공감력을 확장 시킨다고 생각합니다. 디지털 콘텐츠 시대일수록 스토리의 힘은 더 강력해지는 것 같습니다. 잘 결합된 캐릭터+스토리+실용성은 진정성을 가장 잘 표현할 수 있어서 브랜드로도 확장되는 것 같습니다. 마인드빌딩에서 출간된 책들을 분석해보아도 이에서 크게 벗어나지 않고 있습니다.

**그동안 출간하신 책들의 제목을 읽노라면, 절로 공감과 웃음이 지어집니다. 「너는 참, 같은 말을 해도」, 「데이트가 피곤해 결혼했더니」, 「제발 이런 원고는 투고하지 말아주세요」, 「똥글똥글하게 살고 싶어서」 등 독자들에게 말을 거는 듯한 제목이 인상적인데요. 책의 구매를 부르고 독자들의 눈길을 끄는 책 제목을 정하는 대표님의 비결이 있을까요?**

일부러 인상적으로 지었다기보다는 내용을 가장 잘 드러내고, 책 내용을 지금까지와는 다른 해석으로 표현하는 언어를 선택하다 보니 그렇게 되었습니다. 책의 제목은 최대한 그 책의 결에 따라 정하려고 했습니다. 결을 정할 때, 뉴스에서 게이트 키핑의 시간을 갖듯 원고가 들어오면 3개월 정도는 묵히는 시간을 갖습니다. 책과 약간의 거리를 두는 물리적인 시간, 발효의 시간이 지나면 그 책만의 결이 생기더라고요. 저와 동료에게 자주 하는 질문이 있습니다. ‘나는 이 책을 위해 무엇을 할 수 있지?’ 저는 책의 입장에서 책의 이름을 정하기를 좋아합니다. 개별적인 책을 위해 봉사하는 마음이 깊어지면 ‘힘이 잘 빠진, 책이 화내지 않는’ 제목이 나옵니다.(웃음)



마인드빌딩의 책들, 『너는 참, 같은 말을 해도』, 『데이트가 피곤해 결혼했더니』, 『제발 이런 원고는 투고하지 말아주세요』, 『똥글똥글하게 살고 싶어서』

마인드빌딩 출판사는 올해로 4년째에 접어들었습니다. 길지 않은 시간 동안 한국 작가의 책뿐 아니라 번역서까지 많은 책을 출간해오셨는데요. 1인 출판사로서 지금까지 달려오실 수 있었던 원동력은 무엇이라고 생각하시나요?

저는 제가 배경이 되면 좋겠다는 생각을 많이 합니다. 직장생활의 10년 이상을 관리자의 역할로 살아보니, 꿈이 있는 사람을 돕는 일이 저의 핵심 역량이라는 생각을 많이 합니다. 책을 쓰느라, 그 책을 편집하느라, 디자인하느라, 마케팅하느라 고군분투하는 모습을 보면서 더 느끼게 되는 것 같습니다. 좋은 콘텐츠를 가진 사람들을 발굴해서 그들의 꿈이 이루어지도록 돕고, 그 꿈이 이루어지면 저절로 돈으로 가치 교환이 이루어질 것이라고 생각합니다. 좀 낭만적이지만 의외로 수익성 있는 콘텐츠인지를 판단하기에는 참 좋은 방법이라고 믿고 있습니다.

‘과연 저 콘텐츠를 위해, 혹은 저 사람을 위해 얼마를 투자할 수 있을까?’라고 늘 묻게 됩니다. 외부의 재능 있는 영미권 기획자와 일본어권 기획자, 내·외부 편집자, 외부 디자이너, 용지업체 책임자, 인쇄소 등과 느슨한 연대를 통해 책 만드는 일을 프로세스화하고 있습니다. 관리 요소가 많지만 다양한 재능과 의견을 채택하다 보니 여러 가지 형태의 책을 내게 된 것 같습니다. 국내 미등단 작가의 소설도 출간 진행 중에 있으며, 인스타그램 작가의 작품도 2종 준비 중입니다.



마인드비딩 서재필 대표의 명함. 대표라는 명칭 대신 경영책임자라고 적혀 있다.  
서재필 대표가 스스로 정의한 본인의 업무라고 한다.

**마인드비딩이 앞으로 독자들의 마음에 쌓을 벽돌은 어떤 모양을 하고 있을까요? 앞으로의 계획과 목표에 대해 말씀 부탁드립니다.**

단단한 돌 같은 출판 기업이 되면 좋겠다고 생각했습니다. 그런데 최근에 벽돌이라는 문구가 조금 답답하게 느껴진다는 생각도 했습니다. 유형의 물성을 생각하게 만든다는 한계성이 있어서요. 앞으로는 작가들과 정기적으로 소통할 수 있는 출판사가 되면 좋겠습니다.

책을 쓰는 사람들과 만드는 사람들이 함께 고민을 얘기하는 가상의 공간을 만들고 싶습니다. 가상 자산이 오고 가는 작품을 만들고 싶습니다. 아직 역량이 부족해서 가상에서라도 우주로 나가는 출판사가 되면 좋겠습니다. 그 반대로 고서점처럼 지극히 아날로그적인 종이책 출판사가 되기도 싶습니다. 극과 극은 늘 일치하더라고요.

개인적으로는 책은 늘 똑같지 않고, 새로워야 하는 까다로운 상품이라서 오래도록 출판하고 싶습니다.

---

#### **Interviewee. 서재필(마인드비딩 대표)**

7년 8개월을 제약회사(한미약품)를 다니다 어쩌다 출판사로 이직했다. (주)북이십일 마케팅본부장 및 디지털마케팅본부장, 넥서스출판사 이사 및 스몰빅미디어 이사, 행성B 출판사 대표를 역임하였다. 출판은 한 편의 공연이고, 스타트업이라고 생각하며 늘 모험에 나서는 중이다. 창업 이후 시집 1,000권을 읽는 것이 목표인데, 566권 남았다.

sjaePil@gmail.com

<https://www.facebook.com/beyond21>

## [인터뷰] 『아몬드』 100만 부 판매 돌파, 손원평 작가

---

2022. 8.

감정을 잘 느끼지 못하는 한 소년이 가족, 친구들과 특별한 관계를 쌓으며 겪는 변화를 그린 성장기. 손원평 작가의 첫 책이자, 최근 100만 부 판매를 돌파한 『아몬드』의 이야기다. 2016년 제10회 창비 청소년문학상을 수상하고, 2020년에는 아시아권 최초로 일본 서점대상 번역소설 부문을 수상한 『아몬드』는 한국뿐 아니라 미국, 스페인, 일본 등 20여 개의 나라에서 마치 ‘아몬드’처럼 딱딱하게 굳어 있던 독자들의 마음을 녹여내고 있다. 베스트셀러 작가이자 영화감독으로 직업의 경계를 넘나들며 창작 활동을 하고 있는 손원평 작가. 『아몬드』 출간 후 5년, 독자들의 마음에 부드럽게 넘실대며 순항하고 있는 그녀를 만나 이야기를 들어봤다.



© cine21



얼마 전 작가님의 첫 책인 『아몬드』가 국내 판매 100만 부를 넘겼다는 기쁜 소식을 들었습니다. <출판N> 웹진 독자들에게 소개와 인사 말씀 부탁드립니다.

안녕하세요. 저는 손원평이라고 합니다. 『아몬드』라는 소설을 썼고요, 그 밖에도 여러 편의 글을 썼습니다. <출판N> 웹진 독자들에게 인사드리게 되어 반갑고 기쁩니다.

영화감독으로서 여러 영화들의 각본을 쓰시고 연출을 하시다가, 2016년에 소설 『아몬드』로 제10회 창비청소년문학상을 수상하시며 작가 활동을 시작하셨습니다. 소설을 쓰시게 된 계기가 있으셨을까요? 『아몬드』를 통해 독자들에게 어떤 메시지를 전하고 싶으셨는지도 궁금합니다.

작가가 되는 건 저의 가장 오래된 꿈이었어요. 초등학교 때 처음 작가가 되고 싶다고 생각했으니까요. 사실 어렸을 때 책 읽는 걸 좋아해서 그렇게 생각했던 것이고, 그 후 사춘기를 거치면서는 다시 꿈 없는 평범한 10대 시절을 보내긴 했어요. 직업적으로는 영화를 먼저 선택했지만 둘의 공통점인 ‘무언가를 창작한다’라는 게 제 적성과 소질에 맞았나 봅니다. 영화를 하면서도 늘 소설을 습작해왔으니까요.

작품을 쓸 때 저는 쉽게 정의할 수 있는 메시지를 겨냥하지는 않습니다. 『아몬드』에 대해 작가로서 드릴 수 있는 말은 저는 그저 감정이 없는 소년이 겪는 성장 이야기를 썼다는 사실뿐이에요. 개인적으로는, 작가는 질문을 던지는 사람이지만 메시지를 전달하는 사람은 아니라고 생각합니다. 오히려 제 작품을 통해 어떤 의미를 발견하는 독자들의 리뷰를 보면 제가 더 감사하고 숙연한 마음이라고 말씀드려야겠네요.



『아몬드』 100만 부 기념 특별판 표지

『아몬드』는 지금까지 미국, 스페인, 일본 등 20여 개국으로 번역 수출됐고, 2020년에는 아시아권 최초로 일본 서점대상의 번역소설 부문에서 수상했습니다. 최근에는 ‘출판 5년 만에 국내 판매 100만 부 돌파’라는 기록을 세우기도 했습니다. 빠르게 바뀌는 출판 시장 속에서 『아몬드』가 꾸준히 독자들에게 사랑받는 이유는 무엇이라고 생각하시나요?



이 질문도 꾸준히 받는 질문이기는 한데요, 저의 가장 진솔한 대답은 “그 비결이나 원인은 저도 잘 모르겠습니다.”입니다. 100만 부가 출판 시장에선 정말 엄청난 의미이지만 『아몬드』가 출간 당시 바로 베스트셀러에 오른 건 않았어요. 5년이라는 시간에 걸쳐 천천히 길게 순항했던 것 같아요.

누구나 가지고 있는 감정이라는 보편적인 소재를 조금 특별하게 풀어냈다고 봐주시는 분들이 계신 것 같기는 합니다. 그저 운이 좋았던 거라고, 좋게 봐주신 독자들에게 정말 깊이 감사하다는 말씀을 드릴 수밖에 없습니다.

『아몬드』에 이어 장편소설 『서른의 반격』으로 올해 일본 서점대상 번역소설 부문에서 다시 한 번 1위를 차지했습니다. 국내뿐 아니라 해외, 특히 일본에서 큰 인기를 얻고 계신데요. 작가님이 쓰신 이야기들에는 문화적 특수성을 넘어서 보편성이 있기 때문이라고 짐작됩니다. 작품을 쓰실 때도 이를 염두에 두는 편이신가요? 해외 독자들도 작가님의 작품에 푹 빠져 읽을 수 있는 이유는 무엇일까요?

저는 작품을 쓸 때 독자를 거의 고려하지 않습니다. 독자를 무시한다는 뜻이 아니라, 그저 제가 가장 만족하는 문장과 이야기를 만드는 것에 집중합니다. 그것이 제가 소설을 쓰는 이유이기도 하니까요. 반면 영화를 만들 때는 완전히 반대의 과정을 거치죠. 모든 장면과, 각 장면의 구성 요소 하나하나를 ‘관객’이라는 존재를 의식하고 고려하면서 만듭니다. (각자 다른 방식이라는 점에서 둘 다 참으로 매력적인 작업이지요.)

해외 독자가 『아몬드』를 좋게 봐주신 비결도 사실 잘 모르겠어요. 제가 독자라면 오히려 이유를 꼽을 수 있겠지만 저는 작품을 쓴 사람일 뿐이라, 늘 그저 감사한 마음뿐입니다. 그런데 해외 독자평을 찾아 봐도 인상적으로 본 장면이나, 언급하는 후기가 한국 독자와 그렇게 다르지 않아요. 언어를 넘어서 보편적인 정서가 전달되는 게 참 신기하게 느껴집니다.



손원평 작가의 작품들, 『위풍당당 여우꼬리』, 『서른의 반격』, 『프리즘』

청소년 소설인 『아몬드』, 어린이 동화인 『위풍당당 여우꼬리』, 일반 소설인 『서른의 반격』, 『프리즘』 등 다양한 연령대의 독자층을 아우르고 계신데요. 각 연령대별로 글을 쓰시며 특별히 신경 쓰시는 부분이 있다면 말씀 부탁드립니다.

위에서 말씀드렸듯 글을 쓰에 있어 저는 독자의 반응을 많이 고려하기보다는 그저 ‘이 이야기가 나 스스로의 마음에 드는 재미있는 이야기가 됐으면 좋겠다’라는 마음을 가지고 임합니다. 그래서 각각의 작품과 작품 속에 등장하는 인물들에 맞춰 그때그때 다르게 쓰게 됩니다. 어쨌든 이젠 제가 글 쓰는 작업을 꽤 오래 했기 때문에 얻게 된 하나의 습관 혹은 작업 방식인지도 모르겠네요.

등단은 30대 후반에 했지만, 사실 대학 졸업 무렵부터 저는 다양한 인물들이 나오는 글들을 꼭 써왔어요. 그러다 보니 저도 모르게 훈련이 된 부분이 있겠죠? ‘독자에게 어떤 메시지를 전달할까’는 잘 생각하지 않아요. ‘이왕이면 재미도 있고 의미도 있는 글을 쓰자, 되도록 다양한 인물과 이야기가 나오는!’ 이 정도가 제 모토인 것 같습니다.

**영화감독과 작가라는 두 가지 분야에서 활동하고 계십니다. 영화감독으로서의 활동이 작가로서의 활동에 어떤 영향을 미치는지, 두 직업을 병행하는 데에 어려움은 없으신지 궁금합니다.**

이야기를 창작한다는 점은 같지만 영화감독의 일과 소설가의 일은 정반대의 지점에 서 있다고 생각해요. 영화는 기획 단계에서부터 ‘다수의 인간관계와의 협업’에서 시작해 ‘더 큰 규모의 관객’을 만나는 것으로 끝나고, 소설은 ‘나와 작품의 일대일 관계’에서 시작해 ‘각각의 독자와 일대일로 맺는 관계’로 끝나게 되니까요.

‘창작’이라는 공통점과 ‘전혀 다른 과정’이라는 큰 차이가 제겐 매력으로 느껴져요. 여름에 겨울이 그리고 겨울에 여름이 그리운 것처럼, 영화를 하고 있을 땐 혼자서 쓸 수 있는 소설을 쓰고 싶고, 소설을 쓸 땐 여러 사람과 협업하는 영화가 다시 그리워진답니다. 그만큼 두 가지 다 참 매력적인 일입니다.

**작가님의 소설 『아몬드』와 영화 <침입자>, 두 작품 모두 사라졌던 가족이 되돌아오는 것을 소재로 합니다. 하나의 소재를 가지고 두 개의 이야기를 만드신 이유가 있나요? 또한 이야기를 화면으로 그려내는 것과 글로 쓰는 것에는 어떤 차이가 있을까요?**

<침입자>는 기획에서 개봉까지 정말 오래 걸렸는데요, 처음 기획하던 때가 『아몬드』를 집필하던 때와 비슷한 시기였어요. 그 당시 쓴 모든 작품이 출산과 양육, 가족과 성장 등의 테마가 등장하던 때였지요. 비슷한 시기에 비슷한 물감을 가지고 여러 개의 그림을 그렸는데 그림이 전부 다 비슷하면 재미가 없으니 밝은 그림, 어두운 그림, 복잡한 그림 등을 그렸다고 봐주시면 될 것 같아요.

이야기를 화면으로 그려내는 건 여러 사람과의 협업의 결과이고 관객을 대상으로 하기 때문에 많은 이야기와 회의가 오갑니다. 글을 쓰는 건 작가의 내밀한 지점을 그대로 옮길 수 있는 단순성이 있는 반면 혼자이기 때문에 고군분투해야 하고요. 앞서 밝혔듯 둘 다 아주 매력적인 작업 과정을 거치지만 둘 다 엄청난 창작의 고통을 수반하지요!

평소 귀 기울이고 있는 관심사가 있으신가요? 주로 어디서 글 소재를 얻고 영감을 받으시는지 궁금합니다. 어떤 이야기를 세상에 전하고 싶으신가요?

글쎄요. ‘인간을 인간답게 만드는 건 무엇인가’ 그리고 ‘사람과 사람 간의 관계와 성장’, 이 정도가 제가 창작자로 늘 관심을 갖는 부분입니다. 그런데 모든 창작자가 마찬가지로 아닐까요. 밝히고 보니 너무 평범한 말 같지만 사실입니다, 하하. 창작자로서 ‘제 작품이 재미도 있고 의미도 있는 이야기였으면 좋겠다’라고 생각합니다.



손원평 작가의 신간 『튜브』

최근 신간 『튜브』가 출간되었습니다. 웹진 독자들에게 『튜브』가 어떤 이야기인지 간략한 소개와 함께 앞으로의 계획에 대해 말씀 부탁드립니다.

『튜브』는 ‘실패한 내 인생도 다시 떠오를 기회가 있을까’라는 카피 문구에서 알 수 있듯이 모든 일에 실패한 한 남자가 스스로의 작은 노력으로 다시 일어서는 이야기입니다.

앞으로의 계획이라면 계속해서 성실하게 차근차근 작업해나가는 게 저의 소박하고도 절실한 계획과 목표입니다. 이제 본격적인 여름이 시작됐는데요, <출판N> 웹진을 보시는 모든 분들, 지치지 마시고 시원한 여름, 기쁨 가득한 여름 되시기를 바랄게요. 고맙습니다!

---

### Interviewee. 손원평(작가)

서울에서 태어났다. 서강대학교에서 사회학과 철학을 공부했고 한국영화아카데미 영화과에서 영화 연출을 전공했다. 2001년 제6회 <씨네21> 영화평론상을 받았고, 2006년 제3회 과학기술 창작문에 공모에서 「순간을 믿어요」로 시나리오 시놉시스 부문을 수상했다. 「인간적으로 정이 안 가는 인간」, 「너의 의미」 등 다수의 단편영화 각본을 쓰고 연출했다. 첫 장편소설 『아몬드』로 제10회 창비청소년문학상을 수상하여 등단했다. 두 번째 장편소설 『서른의 반격』으로 제5회 제주4·3평화문학상을, 『아몬드』, 『서른의 반격』으로 일본 서점대상을 수상했다. 이외 장편소설 『프리즘』, 『튜브』, 소설집 『타인의 집』 등이 있다.

## 독립 서점의 영웅이 된 미국 반스앤노블

정나영(네브라스카 주립대학교 교수, 작가)

2022. 8

미국의 독립 서점은 반스앤노블(Barnes & Noble)의 등장으로 일종의 빙하기를 맞이한 바 있다. 반스앤노블이라는 대형 체인 서점의 등장으로 그 많던 미국의 동네 서점들이 소리 소문 없이 사라져 간 것이다. 당시에는 그 누구도 독립 서점과 대형 서점의 공생을 예상할 수 없었다. 독립 서점을 사랑했던 독자들에게까지 미운털이 박힌 대형 서점 반스앤노블이 독립 서점의 영웅이나 친구가 되는 것은 기대하기 어려운 일이었다.

그랬던 독립 서점과 반스앤노블이 이제는 공생하며 서로를 응원하고 있다. 반목을 거듭하던 독립 서점과 반스앤노블은 이제 해피엔딩을 맞이하게 된 것일까. 실제로 독립 서점을 비롯한 출판 업계가 최근 반스앤노블을 지지하고 있다. 반스앤노블은 이제 도서 시장 패러다임의 변화를 이끄는 주인공이 되고 있기 때문이다. <뉴욕 타임즈(New York Times)> 베스트셀러 목록에 네 권의 책을 올린 에이전트 제인 디스탈(Jane Dystel)은 “반스앤노블의 폐업은 재앙이 될 것입니다. 그들이 없으면 출판 산업이 망할 것 같아 두렵기까지 합니다.”라고 말했다(Harris, 2022). 한때 독립 서점에 위협적인 존재였던 반스앤노블에 그동안 어떤 변화가 있었던 것일까.



반스앤노블의 전경(출처: <https://www.nytimes.com/2022/04/15/arts/barnes-noble-bookstores.html>)

## 공동의 적: 아마존

독립 서점을 대표하는 미국 서점 협회는 1990년대에 반스앤노블을 상대로 반독점 소송을 제기했다. 1917년 맨해튼의 독립 서점으로 출발한 반스앤노블이 십만 권이 넘는 서적을 판매하며 베스트셀러 판매를 위해 할인을 하고 출판사들로부터 다른 서점보다 낮은 가격에 서적을 납품받았기 때문이다(Harris, 2022). 반스앤노블은 수많은 도서와 할인된 가격 등을 갖춘 기업형 서점 운영으로 도서 시장에 무한경쟁을 불러일으켰다. 과도한 경쟁으로 시장 상황은 점차 열악해졌고 독립 서점들의 파산이 계속되었다. 반스앤노블은 거대한 경쟁자일 뿐 아니라 건전한 도서 판매 환경을 저해한 존재로서 독립 서점과 일부 독자들의 적개심을 불러일으켰다.

독립 서점들을 상대로 승승장구하며 서점가를 장악해 나가던 반스앤노블은 그러나 어느 순간 시장에서 도태되기 시작했다. 한때 미국 50개 주 전역에 600개의 지점을 내고 많은 독자와 작가 그리고 출판사를 독점하던 반스앤노블 앞에 대형 온라인 서점 아마존이 등장한 것이다. 1995년부터 책을 판매하기 시작한 아마존은 반스앤노블이 시장을 장악했던 바로 그 전략을 이용했다. 더 큰 폭의 할인과 300만 권에 이르는 대량의 도서를 제공하며 오히려 더 진화한 전략을 펼쳤다. 미국 서점 협회에 따르면 2021년 미국 출판사들의 판매 수익 중 76%는 종이책에서 발생했다. 그리고 이 종이책의 절반 이상이 아마존에서 판매된다(Harris, 2022).



공동의 적 아마존(출처: <https://www.bbc.com/news/technology-61297322>)

아마존은 도서 시장의 생태계를 바꿔 놓았다. 소비자는 이제 온라인으로 쉽게 책을 구매하고 집에서 받아볼 수 있게 되었다. 빠르고 편리함. 시장은 아마존의 이러한 편의성에 순식간에 매료되었다. 책을 사는 일을 편리한 소비 활동으로 바꿔 놓았던 반스앤노블을 찾는 소비자마저 이제는 눈에 띄게 줄어들었다. 아마존의 시장 지배력이 급격히 커지면서 반스앤노블의 수익은 지난 7년간 지속적으로 감소했을 뿐 아니라 매장 수가 절반으로 줄어들었다. 2012년에 71억 달러에 이르던 수익은 2018년에는 37억 달러로 떨어졌으며 이는 2000년 이후 가장 낮은 수준이었다. 그해 2월, 그들은 10분의 1에 달하는 직원을 해고해야 했다. 반스앤노블이 파산의 문턱에 다가선 것이다(Buckley & Deveau, 2020).



## 인디 서점으로 변신한 반스앤노블

그렇게 도서 시장의 뒤꼍으로 사라지는 줄 알았던 반스앤노블이 재등판을 알렸다. 매출 하락세를 거듭 하던 반스앤노블은 최근 매출 증가와 비용 감소를 보이고 있다. 팬데믹으로 오프라인 사업이 더욱 어려움을 겪었던 지난 2년간 반스앤노블은 다른 서점과 마찬가지로 서점에서 낭독회, 저자 사인회 등의 마케팅 활동을 할 수 없었고 카페 매출도 부진을 면치 못했다. 그럼에도 불구하고 2021년에 반스앤노블은 팬데믹 이전인 2019년에 비해 3% 매출 신장을 기록했다. 이 중 도서 판매는 14%까지 증가했다(Harris, 2022). 이 같은 반전은 2019년 여름, 헤지 펀드인 엘리엇 어드바이저(Elliott Advisors)사가 반스앤노블을 6억 8,300만 달러에 인수하며 시작되었다(Buckley & Deveau, 2020).

엘리엇 어드바이저사는 가장 먼저 서점 업계의 지략가로 평가받는 제임스 던트(James Daunt)를 CEO로 영입했다. 던트는 영국 최대의 서점 체인인 워터스톤즈(Waterstones)를 파산 위기에서 구해낸 입지전적인 서점 사업 전문가였다(Harris, 2022). 죽어가는 서점을 살려내는 그의 이론은 매우 간단하고 명료했다. 서점이 규모에 관계없이 독립 서점처럼 움직여야 한다는 것이다. 그는 어느 서점이든 그 지역에 오랫동안 뿌리내린 독립 서점처럼 지역의 특성과 취향에 맞는 책과 상품을 팔아야 한다고 생각했다. 그는 이러한 방식으로 워터스톤즈를 구해냈고 반스앤노블을 같은 방식으로 이끌고 있다.



반스앤노블의 CEO, 제임스 던트

(출처: <https://www.bloomberg.com/news/features/2020-03-04/barnes-noble-wants-to-be-more-like-an-indie-bookseller>)

던트가 이끄는 반스앤노블은 시장을 지배하는 거대한 경쟁자인 아마존이 소비자에게 결코 줄 수 없는 것에 주목했다. 바로 지역 소비자들이 서점에 들러 우연히 좋은 책을 발견하는 묘미를 느끼게 하는 것이다. 이를 위해 반스앤노블은 지역의 인디 서점이 되기로 했다. 그들은 실제로 여느 인디 서점과 다름

없는 환경과 기능을 갖추어 나가고 있다. 우선 뉴욕에 위치한 본사 사무실에서 전국 단위로 하던 도서 주문을 이제는 각 지역의 매장 관리자가 수행한다(Raath, 2021). 어떤 책을 얼마나 주문할지를 지역 주민들과 손님들의 취향을 가장 잘 아는 매장 관리자가 결정하는 것이다. 눈에 잘 띄는 창가나 각 구역의 입구에 책을 진열하기 위해 출판사로부터 받던 수수료도 없었다. 독자가 원하지 않는 책을 눈에 띄게 진열하고 팔리지 않으면 반품하던 과거의 악습을 없애기로 한 것이다. 이제 반스앤노블에서는 지역 소비자에 대해 잘 아는 직원들이 직접 판매할 책을 주문하고 홍보할 수 있게 된 것이다.

또한 오롯이 책에 집중한 상품 구색을 갖추려고 노력했다. 서점에서 파는 상품이라고는 기대하지 않을 건전지, 스타킹, 선글라스 등을 파는 일은 더 이상 하지 않겠다고 선언한 것이다. 아마존을 따라잡기 위해 뛰어난 전자책 사업에도 다시 투자해 오디오북을 통합하고 새로운 버전의 기기를 출시하며 온라인 부문의 매출도 팬데믹 이전 수준보다 35% 증가했다(Harris, 2022).

이제는 촌스럽게 느껴지는 보수적인 인테리어에도 손을 댔다. 카펫을 새로 깔고, 벽에 페인트를 다시 칠하고, 가구와 집기류도 더 세련된 것들로 바꾸고 재배치했다. 대대적인 리모델링을 거친 반스앤노블은 주민들이 모여드는 새로운 장소가 되어가고 있다. 반면 값비싼 뉴욕 본사의 사무실은 포기했다. 회사의 구조 조정으로 본사 직원을 줄이고 본사의 사무실 공간을 줄여 비용을 낮춘 것이다(Harris, 2022).



반스앤노블에서 책을 읽는 독자들(출처: <https://www.bloomberg.com/news/features/2022-03-28/bookstores-tap-nostalgia-for-borders-barnes-nobles>)

던트가 이끄는 반스앤노블은 중앙집중화, 표준화, 효율성 추구 등 수십 년 전에 그들을 도서 시장의 거물로 만들었던 오래된 운영 모델을 폐기했다. 이들은 거대하지만 둔하지 않고 세심하게, 그리고 유연하게 독자들의 기대에 부응하며 진정한 서점으로서의 공간과 기능, 그리고 커뮤니티로서의 역할을 되살리고 있다. 그리고 소비자들은 이런 노력에 응답하고 있다. 지역의 소비자들 다시 찾아들면서 매출과 수익이 증가하고 시장 점유율이 다시 높아지고 있는 것이다.



## 독립 서점의 부흥에 기여하다

파산을 목전에 두던 오프라인 대형 서점의 성공적인 귀환은 온라인 일색인 시장에서 놀라운 뉴스가 아닐 수 없었다. 더욱 놀라운 것은 반스앤노블의 성공과 함께 독립 서점의 부흥도 시작되었다는 점이다. 바야흐로 미국 서점 시장의 르네상스가 다시 도래한 것이다. 미국 내 독립 서점의 수는 실제로 늘어나고 있다. 하버드 경영대학의 라이언 라파엘리(Ryan L. Raffaelli) 교수에 따르면 1995년에 아마존닷컴이 등장하면서 급격히 감소했던 독립 서점의 수는 2009년 이래 다시 증가하기 시작해 2009년 1,651개에서 2018년 2,470개로 증가했다. 라파엘리 교수는 이런 현상을 “독립 서점의 새로운 부활”이라고 불렀다(Raffaelli, 2020).

아마존의 시장 지배력이 커지면서 출판사와 독립 서점은 반스앤노블의 생존을 응원하고 있다. 인디 서점으로서의 새로운 변신을 시도하는 반스앤노블이 아마존으로 인해 사라지고 있던 서점 사업과 문화를 되살릴 것으로 기대하고 있기 때문이다(Ryan, 2022). 특히 독자들에게 새로운 발견의 기회를 제공하는 측면에서 반스앤노블은 작가와 출판사에게도 중요한 기회가 된다. 전국에 600여 개에 달하는 대형 인디 서점이 다양한 책들을 소개한다고 생각해보라. 출판 시장에 이만한 기회는 더 없을 것이다.

반스앤노블의 이러한 노력은 주변 독립 서점들에도 기회가 되고 있다. 사람들은 다시 책을 발견하고, 읽고, 소통하는 매력에 빠져들게 되었다. 그리고 이들은 주변의 독립 서점으로도 흘러 들어가고 있다. 오프라인 도서 시장의 전반적인 매출 증가 또한 모두에게 호재가 아닐 수 없다. 또한 시장을 이끌고 있는 반스앤노블이 시도하는 인디 서점으로서의 전략적 요소들이 많은 서점들에게 전수되며 전략적 롤 모델이 되고 있기도 하다.



서점에서 아이와 자유롭게 책을 읽고 있는 독자

(출처: <https://www.bloomberg.com/news/features/2022-03-28/bookstores-tap-nostalgia-for-borders-barnes-nobles>)

## 독자를 위해 서점이 본연의 모습으로 돌아가야

반스앤노블 변화의 핵심은 아마존이 줄 수 없는 ‘발견의 기쁨’에 있다. 이를 위해 그들은 서점 안팎에 많은 전략적 변화를 시도하고 있다. 이렇게 서점 본연의 기능을 되살리려는 반스앤노블의 노력은 도서 시장 전반에 부흥의 기운을 불어넣었다. 독립 서점이 증가하는 데에 반스앤노블의 이러한 노력이 기여한 바 또한 적지 않다. 그러나 온라인 서점이 제공할 수 없는 서비스만으로 반스앤노블이라는 거인을 온전히 되살릴 수 있을지에 대해서는 이견이 적지 않다. 매출과 수익이 증가하기는 했으나 여전히 재무적인 우려가 존재하는 것도 사실이다.

그러나 소비자들은 분명 오프라인 서점으로 돌아오고 있다. 이는 보다 장기적인 추세가 될 것으로 예상된다. 팬데믹으로 고립을 경험한 독자들은 이제 다시 서점으로 나와 책들 사이를 걷고, 책을 발견하고, 다른 이들과 소통하며 단순히 책을 구매하는 것이 아닌, 지역 사회와 연결되고 싶어 한다. 빠르고 편리한 책의 구매 과정은 더 이상 소비자들을 매혹하지 못하는 듯하다. 이러한 소비자들의 변화에 부응하고 그들을 만족시키기 위해 오프라인 서점은 앞으로도 변화를 거듭하게 될 것이다. 그 변화에 대한 해답을 반스앤노블이 찾아 나서기 시작했고 그 뒤를 수많은 독립 서점이 따르고 있다. 이제 서점 본연의 역할로 돌아오고 있는 서점들과 그런 서점에서 다시금 ‘발견의 기쁨’을 누리고 싶어 하는 독자들이 아마존이 장악한 시장의 생태계를 어떻게 변모시킬지에 귀추가 주목된다.



워싱턴 D.C.의 독립 서점, 솔리드 스테이트 북스(Solid State Books)

(출처: [https://www.washingtonpost.com/goingoutguide/how-do-indie-bookstores-compete-with-amazon-personality--and-a-sense-of-community/2019/02/21/5ba69206-313f-11e9-86ab-5d02109aeb01\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/goingoutguide/how-do-indie-bookstores-compete-with-amazon-personality--and-a-sense-of-community/2019/02/21/5ba69206-313f-11e9-86ab-5d02109aeb01_story.html))

## 참고자료

- Harris, E. A. (2022, April 15). How Barnes & Noble went from villain to hero. *The New York Times*. Retrieved July 20, 2022, from <https://www.nytimes.com/2022/04/15/arts/barnes-noble-bookstores.html>
- Raath, R. (2021, February 9). Will Barnes & Noble's next chapter be its last? *Forbes*. Retrieved July 20, 2022, from <https://www.forbes.com/sites/johnkotter/2021/02/09/will-barnes--nobles-next-chapter-be-its-last/?sh=32ecf7523d3e>
- Buckley, T., & Deveau, S. (2020, March 4). Barnes & Noble's new plan is to act like an indie bookseller. *Bloomberg*. Retrieved July 20, 2022, from <https://www.bloomberg.com/news/features/2020-03-04/barnes-noble-wants-to-be-more-like-an-indie-bookseller>
- Ryan, T. (2022, April 20). Has Barnes & Noble turned the page? Retail Wire. Retrieved July 20, 2022, from <https://retailwire.com/discussion/has-barnes-noble-turned-the-page/>
- Lange, A. (2022, March 29). A bookstore revival channels nostalgia for big box chains. *Bloomberg*. Retrieved July 20, 2022, from <https://www.bloomberg.com/news/features/2022-03-28/bookstores-tap-nostalgia-for-borders-barnes-nobles>
- Raffaelli, L. R. (2020). *Reinventing retail: The novel resurgence of independent bookstores*, Harvard Business School.



---

## 정나영(네브라스카 주립대학교 교수, 작가)

미국 네브라스카 주립대학교의 교수로 유통과 상품 기획을 연구하고 강의하는 학자이다. 미국의 소상공업에 대한 경험을 담은 『오래된 작은 가게 이야기』를 저술하였으며 『팬덤 경제학』 등을 번역하였다.

teresajny@gmail.com

<https://brunch.co.kr/@teresany>

## [글로벌 출판 동향] 고(高)물가 시대, 스페인 출판 시장의 위기

---

이민재(KPIPA 스페인 수출코디네이터)

2022. 8.

벌써 6달째 계속되는 러시아의 우크라이나 침공으로 인해 에너지 가격이 상승하고 식료품 공급 위기가 이어지는 등 유럽 경제의 악재가 끊이지 않고 있다. 스페인도 이러한 상황에서 예외가 아니다. 지난 3월, 스페인 국립통계연구소(INE)가 잠정 집계한 물가 상승률은 무려 9.8%로 1985년 5월 이후 가장 높은 수치를 기록했다. 객관적 수치가 이러하니 체감으로 느끼는 물가 수치는 더욱 높게만 느껴진다. 식료품, 의약품과 같은 생활필수품은 물론이거니와 외식비, 여가생활비, 각종 공산품 등 모든 품목의 가격이 올라 시쳇말로 ‘월급 빼고 다 올랐다’라는 말이 실감된다.

그렇다면 이런 고(高)물가 시대가 스페인 출판 시장에 미치는 영향은 어떠한가?

가격이 눈에 띄게 오른 시장의 다른 품목과 달리 의외로 도서의 가격 상승폭은 매우 미미하다. 스페인 국립통계연구소가 지난 4월 발표한 자료에 따르면 스페인 도서의 가격 상승폭은 문학 도서 1.4%, 비문학 도서 0.7% 상승으로 전체 물가 상승률에 훨씬 못 미쳤다. 또한 소장용이 아닌 실용성을 강조한 포켓 도서의 경우 가격 상승이 거의 없었다.

도서가 다른 품목들보다 현재 경제 악재의 영향을 덜 받기 때문은 결코 아니다. 유럽의 여러 국가들처럼 스페인 역시 제지의 원자재 가격 상승과 공급 부족으로 최근 몇 개월간 종이책 출판 위기가 여러 번 대두된 바 있다. 현지 여러 자료들을 종합해볼 때 출판용 제지 가격은 최근 약 15~30% 상승한 것으로 짐작된다. 게다가 지난해 하반기부터 가장 많이 오른 품목 중 하나인 자동차 연료 가격 및 유통 비용 역시 출판 시장에 직격타이다. 당연한 말이지만 출판된 도서를 서점에 보급하기 위해선 유통 비용이 많이 소요되기 때문이다. 이렇게 상황이 안 좋은데도 스페인 출판사들이 소비자 가격을 최대한 유지하는 이유는 따로 있다.

우선 첫 번째는, 도서를 구매하는 소비자의 심리적 마지노선을 깨지 않기 위해서이다. 스페인 독립출판사 씨셀리(Cicely)의 발행인 디아나 씨는 이 심리적 마지노선을 20유로(한화 약 2만 7천 원)라고 설명한다. 도서 가격이 20유로를 넘기는 순간 소비자가 구매를 망설이게 된다는 뜻이다. 실제로 스페인 출

판인 조합연맹(FGEE)이 공개한 스페인 도서 평균 가격은 20유로 미만으로 최근 5년간 상승률도 매우 적은 편이다.

### 최근 5개년(2015-2019) 스페인 도서 평균가

	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
도서 평균가	€ 14.52	€ 14.74	€ 14.66	€ 13.96	€ 14.15
전년비 상승률	+1.6%	+1.5%	-0.5%	-4.8%	+1.4%

\* 자료원: 스페인 출판인 조합연맹(FGEE) 보고서

이런 소비자의 심리적 마지노선을 깨지 않고 싶어 하는 것은 서점가도 마찬가지이다. 소비자들이 도서의 높은 가격 때문에 구매를 망설이는 순간, 당연히 서점의 매출도 줄어들기 때문이다.

이어서, 아직까지 스페인 출판 시장의 가격 상승률이 높지 않은 또 다른 이유 중 하나로 스페인이 시행하는 도서 정가제를 꼽을 수 있다. 스페인에서는 2007년에 발효된 스페인 도서 출판에 관한 법률(Ley 10/2007, de 22 de junio)에 의거, 모든 도서는 소비자 판매가를 정하여 그 가격을 책의 겉표지에 인쇄 표기하여야 하며 책의 판매는 표기된 정가의 95%에서 100% 내에서만 해야 한다. 즉, 최대 할인 폭을 5%로 제한한 것이다. 책의 정가를 표지에 인쇄 표기해야 하다 보니 이미 인쇄된 책의 가격을 최근 시장 상황이 급변하였다 하여 쉽사리 바꾸기도 어렵다.

한편, 각 출판사별 사정이 있기도 하다. 예를 들어, 특정 주제나 마이너한 시장을 공략하는 도서를 주로 다루는 독립출판사나 소규모 출판사들의 경우 물가가 올랐다고 도서 가격 상승을 감행하기가 어려운 측면이 있다. 한정적인 소비자를 타깃으로 하기에 자칫 선부른 가격 상승이 이 한정적인 소비자들의 지갑마저 닫는 역효과를 불러일으킬 수 있기 때문이다. 성소수자와 관련된 주제의 도서를 전문적으로 다루는 출판사 도스 비고떼스(Dos Bigotes)의 관계자 알베르도 로드리게스는 장기적이고 안정적인 독자 확보를 위해 우선은 현재의 물가 상승을 일시적인 것으로 보고 최대한 출판사 마진을 줄이는 쪽으로 버티는 중이라고 밝혔다.

이렇게 출판사에서 가격을 고수하는 경우, 어쩔 수 없이 인쇄 비용을 최대한 아끼는 수밖에 없다. 더 저렴한 가격의 종이를 찾고 표지 두께를 줄이는 식이다. 하지만 이런 자구책을 시행하기에 중소 출판사의 고충은 대형 출판사보다 더욱 크다. 출판사 까비탄 스윙(Capitan Swing)의 발행인 다니엘 모레노 씨는 종이의 절대적인 수량이 부족한 것이 아니라 더 유리한 가격에 판매하기 위해 원자재 납품 회사들이 가격을 담합하거나 판매량을 제한하고 있으며 구매를 많이 하는 대형 출판사에는 좋은 가격으로 납품하면서 오히려 중소 출판사에는 높은 가격으로 판매한다고 어려움을 토로했다. 이러한 상황에서 인쇄 비용을 줄이는 단기적 자구책을 뛰어넘어 장기적인 관점에서 친환경적인 소재로 자체 인쇄소를 운영하는 중소 출판사 에라따 나뚜라에(Errata Naturae)와 같은 곳도 생겨나고 있다.

그러나 쉽게 끝날 것 같지 않은 유럽의 여러 경제 악재들로 당분간 고(高)물가 상황은 지속될 것으로 보인다. 이러한 상황에서 늦어도 올 하반기부터는 스페인 서점가의 도서 가격도 결국 대폭 상승할 수

밖에 없을 것이라는 전망이 지배적이다. 도서 가격 상승이 직접적으로 독자의 구매욕을 줄어든게 하는 것은 맞지만 현재 물가 상승이 도서에만 한정된 것이 아니라 거의 시장의 모든 재화와 서비스에 일어나고 있는 점이라는 데서 더 큰 위기론이 대두된다. 생활필수품의 가격이 모두 오르는 상황에서 여가 생활을 위한 도서는 구매자의 우선순위에서 밀릴 가능성이 매우 높기 때문이다. 게다가 이런 상황이 지속된다면 중소 독립서점과 출판사들의 줄폐업으로 이어질 가능성이 있어 스페인 출판 시장의 우려는 그 어느 때보다 큰 상황이다.

그렇다면, 대안으로 디지털 출판물 비율을 높이면 어떨까?

현재 도서 가격 상승의 주요 원인이 되고 있는 종이 원자재 가격 상승과 유통 비용 상승을 모두 만회할 수 있는 가장 좋은 방안은 바로 전자책, 오디오북과 같은 디지털 출판물의 비율을 높이고 독자들을 이쪽으로 끌어들이는 방법일 것이다. 문제는 스페인은 디지털 콘텐츠의 불법 공유 비율이 매우 높은 국가로 특히 이 중에서도 도서의 불법 무료 다운로드 비율이 가장 높다는 데 있다.

스페인 출판인 조합연맹(FGEE)이 지난해 조사하여 발표한 <디지털 콘텐츠의 소비 습관 및 불법 다운로드 현황> 자료에 따르면 가장 많이 불법 무료 다운로드한 콘텐츠는 '도서'로 약 33%의 소비자가 불법으로 디지털 출판물을 접한 경험이 있다고 답했다. 26%인 영화나 25%를 기록한 음악보다도 더 높은 수치이다.

#### 스페인 개인 소비자의 2020년 디지털 콘텐츠별 불법 다운로드 현황

도서	영화	음악	신문	축구 중계	드라마	비디오게임	잡지	악보
33%	26%	25%	25%	23%	21%	20%	18%	5%

- 표 안의 비율은 해당 콘텐츠를 불법(무료)으로 접해본 경험이 있다고 답한 개인의 비율임

\* 자료원: 스페인 출판인 조합연맹(FGEE) 보고서

현실이 이러하니 디지털 출판물로 콘텐츠를 선회한다고 해도 출판사의 이익이 보장되는 상황이 아니며 현재 가장 어려움을 겪고 있는 중소 독립출판사의 경우, 오디오북 등 초기 비용이 많이 소요되는 콘텐츠로 판매 방향을 전환하기도 쉽지 않은 형편이다.

비록 어려운 상황이지만 본격적인 엔데믹 분위기와 더불어 지난 4월 세계 책의 날을 기점으로 도서 관련 오프라인 행사가 성대히 개최되며 더 많은 독자들을 확보하기 위한 노력도 지속되고 있다. 올 5월 27일 스페인 왕비의 개회사로 시작되었던 스페인 최대 도서 축제, 마드리드 도서 박람회는 21세기 들어 가장 큰 규모로 개최되었다. 축구장 약 120개가 들어설 수 있을 만큼 큰 규모를 자랑하는 마드리드 시내 대형 공원 레티로(Retiro)에서 야외 행사로 열렸던 이번 도서 박람회에는 총 378개의 스탠드가 세워지고 400개의 회사와 기관이 전시자로 참가했다. 개최에 따른 총 예산은 138만 유로(한화 약 18.5억 원) 수준이다.



과연 출판사들의 마진을 줄이고 인쇄 비용을 낮추는 자구책을 통한 도서 가격 상승 억제와, 기관과 국가가 주도하는 대형 도서 행사들이 고(高)물가로 지친 시민들의 발길을 계속해서 서점가로 이어지게 할 수 있을지는 계속해서 지켜봐야 할 것이다.

**출처:** 스페인 출판인 조합연맹(FGEE) 보고서 및 현지 언론 종합

**〈글로벌 출판 동향〉 출처**

[https://www.kpipa.or.kr/export/businessView.do?board\\_id=140&article\\_id=130643&pageInfo.page=&type\\_id=&search\\_cond=&search\\_text=%EC%8A%A4%ED%8E%98%EC%9D%B8&list\\_no=14](https://www.kpipa.or.kr/export/businessView.do?board_id=140&article_id=130643&pageInfo.page=&type_id=&search_cond=&search_text=%EC%8A%A4%ED%8E%98%EC%9D%B8&list_no=14)

---

미국·유럽·아시아·중남미 등 13개국에서 활동하고 있는 'KPIPA 수출 코디네이터'의 **[글로벌 출판 동향]** 보고서 중 일부를 공개합니다. 보다 더 자세한 내용은 아래 바로가기 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

 [글로벌 출판 동향 바로가기](#)

출판  
N