

출판N

2022.11. Vol.38

nzine.kpipa.or.kr

커버스토리 | '출판 디자인'의 오늘과 내일

아름다운 책의 기준을 말한다
출판 디자인 교육의 역할
책의 만듦새를 고려한 디자인
출판 디자인 실무자를 위한 조언

정책zoom

[2022 제3회 열린포럼] 변화하는 출판문화산업,
지역에서 미래를 말한다
2022 독서 콘퍼런스

출판가 핫&콜

<그림책 더미 데이>를 통해 본 한국 그림책
시장의 선진적 면모
MZ세대를 사로잡는 슷폼 콘텐츠의 비밀

인사이드

[1인 출판사 인터뷰] 달달박스 이현정 대표
이것은(이) 우리의 손이다
하비에르 마리아스:세르반테스의 땅에서 다시
태어난 셰익스피어

해외리포트

2022 프랑크푸르트 국제 도서전 스케치
나라 밖 우리 옛 책, 어디에 있을까?
리베르(LIBER), 스페인 국제 도서전 리뷰

Now
Next
News
Network

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



<출판N> 웹진
http://nzine.kpipa.or.kr



+ 커버스토리	‘출판 디자인’의 오늘과 내일	
	아름다운 책의 기준을 말한다	1
	· 정재완(북 디자이너, 영남대학교 시각디자인학과 교수)	
	출판 디자인 교육의 역할	6
	· 권오경(서울출판예비학교 교수)	
	책의 만듦새를 고려한 디자인	10
	· 박진범(디자인공중정원 대표)	
	출판 디자인 실무자를 위한 조언	15
	· 심우진(산돌연구소장)	
<hr/>		
+ 정책zoom인	[2022 제3회 열린포럼] 변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말하다	20
	· <출판N> 웹진 제작처 정리	
	2022 독서 콘퍼런스	31
	· 한국출판문화산업진흥원 문화진흥본부 독서문화팀	
<hr/>		
+ 출판가 핫&쿨	<그림책 더미 데이>를 통해 본 한국 그림책 시장의 선진적 면모	43
	· 김상일(도서출판 키다리 대표, 그림책협회 이사(출판사분과장))	
	MZ세대를 사로잡는 숏폼 콘텐츠의 비밀	49
	· 김소연(더에스엠씨 콘텐츠연구소)	
<hr/>		
+ 인사이드	[1인 출판사 인터뷰] 달달박스 이현정 대표	54
	· 이우리(작가, 세종사이버대학교 문예창작학과 교수)	
	이것은(이) 우리의 손이다	61
	· 지다울(출판공동체 편양 에디터)	
	하비에르 마리아스:세르반테스의 땅에서 다시 태어난 셰익스피어	67
	· 송병선(울산대학교 스페인중남미학과 교수)	
<hr/>		
+ 해외리포트	2022 프랑크푸르트 국제 도서전 스케치	72
	· 김흥기(임프리마 코리아 에이전시 본부장)	
	나라 밖 우리 옛 책, 어디에 있을까?	81
	· 옥영정(한국학중앙연구원 고문헌관리학전공 교수)	
	리베르(LIBER), 스페인 국제 도서전 리뷰	87
	· 김정하(그린북 에이전시 에이전트, 번역가)	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김흥기, 류영호, 백창민 발행일 2022년 11월 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 없는 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

[‘출판 디자인’의 오늘과 내일] 아름다운 책의 기준을 말한다

정재완(북 디자이너, 영남대학교 시각디자인학과 교수)

2022. 11.

모두에게 아름다운 책은 없다. 아름다운 책이 무엇이나고 ‘누구’에게 묻느냐에 따라 다른 답을 듣는다. 우리가 손꼽는 아름다운 책은 ‘누구’의 관점으로 고른 것이다. 그리고 그것은 무수히 많은 아름다운 책 중 하나일 뿐이다. 아름다운 책에 관심 있는 누구라도 이 글을 읽으면 좋겠지만, 읽지 않아도 전혀 상관없다. 왜냐하면 아름다운 책의 기준에 대해 쓴 이 글은 고작 누가 어떤 요리를 맛있게 먹었냐는 문제와 별반 다르지 않기 때문이다.

출판 생태계의 다양성

책은 엄격하고 관습적인 구조를 가지면서도 동시대와 호흡하는 유연함을 지닌 매체다. 북 디자인이 과거의 어느 장면을 단지 재현한다거나 현재의 새로움을 내세우는 데에만 그친다면 온전한 아름다움을 획득하기란 불가능에 가깝다. 좋은 책, 아름다운 책을 만들고자 하는 출판인과 디자이너의 의지는 오래 전부터 출판 현장에 존재했다. 화가와 문인이 장정(裝幀) 활동을 하던 20세기 초중반에도 그랬고, 직업 북 디자이너가 등장한 1970년대 중반 이후에도 그랬다. 1980년대 단행본 베스트셀러 시장의 확대로 인해 책 표지 디자인에 공을 들이던 노력은 지금까지도 이어진다. 출판 현장에서 디자인의 역할은 점점 더 중요해진다. 편집자는 아름다운 책으로 다가가기 위해 출판사 안팎의 디자이너들과 협업하면서 고군분투한다.

2000년대 후반부터 독립출판물과 아트북이 쏟아져 나왔다. 이미 1980년대부터 작품집이나 미술 도록으로 제작되던 독특한 인쇄물들이 있어왔지만, 저렴하고 접근이 쉬운 소량 제작 기술 덕분에 독립출판의 양상은 사뭇 달라졌다. 기존과 다른 저자(아티스트, 디자이너)와 독자가 많이 등장했고 대안적 유통 방식이 형성되었다. 어느덧 언리미티드 에디션, 서울 퍼블리셔스 테이블 등 아트북 페어나 독립출판 페어가 더 이상 출판의 주변을 배회하지 않고 중심으로 파고들었다. 책에 대한 과감한 상상과 특유의 에너지가 가득 끌어안고서 말이다.

대중성을 중요시하는 상업출판과 소수의 수요층에도 반응하는 독립출판의 서로 다른 특성을 생각했을 때, 출판 생태계의 다양성이란 결국 이 모두를 포괄하는 것이다. 그러나 최근 아름다운 책에 대한 논의가 상업출판 결과물보다는 독립출판이나 아트북 중심으로 이루어지고 있다는 점은 분명하다. 그러나 이를 두고 한국 출판 전체의 균형을 염려할 것은 없다. 독립출판과 아트북의 전위적이고 급진적인 시도가 상업출판 현장을 자극하는 촉매가 되는 긍정적인 측면을 보는 편이 좋겠다.

북 디자이너와 그래픽 디자이너

미술관이나 대기업을 클라이언트로 상대해온 그래픽 디자이너의 화려한 개인기는 어느덧 출판 현장에 깊숙이 침투했다. 책을 디자인하는 디자이너가 많아지면서 흥미로운 점은 북 디자이너와 그래픽 디자이너가 어떻게 다른가 구분하는 것이다. 이런 구분이 별 의미 없다고 생각할 수 있지만, 둘 사이에는 어느 정도의 간극이 존재한다. 쉽게는 ‘책만’ 디자인하는 사람과 ‘책도’ 디자인하는 사람 정도로 그 차이를 이해할 수 있다. 좀 더 파고들면 책은 독자성과 완결성을 갖춘 매체로 존재하고, 그래픽은 본체의 외부를 맴도는 광고 수단으로 존재하기 때문에 생기는 간격으로 볼 수 있다. 디자인이 책을 광고하는 수단일 수는 있어도 광고가 북 디자인의 궁극은 아니다. 화려한 그래픽만이 북 디자인의 지향점은 결코 아니다.

갈수록 디자이너의 자의식이 지나치게 강조된 책을 자주 보게 된다. 내용에 아랑곳하지 않고 형식적 아름다움만 추구하는 책을 보면 자신을 과시하고 싶어 하는 디자이너의 조금증이 느껴진다. 이런 신중하지 못한 작가주의적 태도는 출판 디자인의 퇴보 현상에 지나지 않는다. 성급하게 아름다움을 정의하는 디자이너의 오만함 때문에 결국 책이 괴상해지는 일은 없어야 하지 않을까. 북 디자인이 무조건 낮설고 새로워야 한다는 강박으로부터 자유로워지는 것도 필요하다. “아름다워지려고 열심히 애쓰는 아름다움이야말로 가장 거슬린다.”¹⁾ <네덜란드 베스트 북 디자인>의 디렉터 유스트 엔스헤데(Just Enschedé)의 말은 날카롭다.

이런 면에서 책이라는 매체로 한정되는 북 디자이너는 확실히 확장성이 적어 보인다. 만약 북 디자이너가 직업적 확장성을 고민해야 한다면, 그것은 그래픽 디자이너의 역할을 나누어 갖는 것에 그칠 것이 아니라 더 나아가 텍스트와 이미지의 관계를 더욱 치열하게 파고들어서 동시대와 호흡하는 책의 가치를 모색하는 것이 필요하지 않을까 생각한다. 북 디자인은 결국 책이라는 본체와 한 몸이다. 아름다운 책에 대한 고민은 여기서부터 시작된다.

아름다움의 발견

북 디자인의 가장 작은 단위라고 할 수 있는 폰트는 책의 전체 인상을 좌우한다. 디자이너는 폰트의 크기, 글자 사이 간격, 낱말 사이 간격, 글줄 사이 간격을 조절하면서 지면에 고유한 회색도와 질감을 만들어 낸다. 잘 읽혀야 한다는 대원칙 아래에서도 타이포그래피의 미세한 조절 방법은 무궁무진하다. 원고의 성격에 따라서 독자의 읽는 속도와 호흡이 다르기 때문이다. 간혹 본문에 장식적인 제목용 폰트를 사용하기도 한다. 절대적으로 아름다운 폰트란 없다. 디자인 맥락에 적절하게 반응하는 것이 좋은 폰트다. 이미지가 중심이 되는 책에서도 타이포그래피는 중요하다. 텍스트의 짜임새와 완성도가 지면에

아름다움을 보낸다. 좋은 이미지와 훌륭한 편집, 섬세한 인쇄·제본에도 불구하고 타이포그래피가 험거우면 아름다운 책이 될 수가 없다.

폰트를 잘 골랐다고 해서 고민이 끝난 것은 아니다. 책의 판형과 판면을 어떤 비례로 만드느냐는 텍스트와 이미지가 제자리를 찾느냐 그렇지 못하느냐를 결정짓는 중대한 운명적 문제다. 판형의 50% 정도를 판면으로 설정하던 과거의 상식을 벗어나 어느덧 70% 정도의 판면 비율을 잡기도 한다. 그만큼 여백이 좁아지는 것이다. 책의 판형이 작아지면서 판면의 비율 또한 변한 것인데, 여백이 좁아지는 현상이 꼭 작은 판형이기 때문만은 아니다. 좁은 여백은 지면의 날렵함을 보여주고 심지어 3mm 남짓의 아슬아슬한 여백은 제본 기술의 정교함을 드러내는 장치가 되기도 한다. 여백 하나만으로도 얼마든지 신선한 감각을 드러낼 수 있다.

여기에 더해 단락의 양 끝을 맞출 것인지 오른 끝을 흘릴 것인지를 결정하는 것도 쉽지 않다. 보통의 경우, 디자이너는 균일한 글자 간격을 연출하기 위해 오른 끝을 흘리려고 하고, 편집자는 안정감 있는 독서를 위해 관습적인 양끝 맞추기를 선호한다. 어느 것이 더 좋은 정렬 방식인가를 단정 지을 수는 없다. 하지만 1980년대의 사진 식자술 시대에 비하면 오늘날에는 오른 끝 흘리기를 하기에 기술적으로 수월해졌음이 분명하다. 기술은 디자이너가 다양한 시도를 할 수 있도록 도와주었다. 그것이 비록 선택받지 못하더라도 말이다.

차례(Contents)와 찾아보기(Index)를 확대해서는 안 된다. 차례와 찾아보기는 표지에서 본문으로 이어지는 다리(Bridge)와 같다. 다리가 없거나 허술하다면 기분 좋게 책 안으로 들어가기 어렵다. 차례는 책 한 권의 정보 디자인이고, 찾아보기는 텍스트의 선형성을 벗어나 책을 입체적으로 조망하도록 해주는 하이퍼링크 장치다. 차례와 찾아보기가 없다면 책은 두꺼운 종이 더미이자 글자들의 무덤(정말로 무덤이다.)에 불과하다. 본문 디자인과 표지 디자인에 온 힘을 쏟아부은 디자이너는 거의 막바지에 이르러 부속물이라고 부르는 차례와 찾아보기를 디자인한다. 중요한 결정은 이미 내려진 상태라서 디자이너의 몸과 마음이 느슨해질 때이지만 아직 긴장의 끈을 놓아서는 안 된다.

표지 디자인의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않지만 표지만이 유일한 디자인인 것처럼 여겨서는 안 된다. 눈에 띄는 표지도 좋지만 시간이 흐를수록 마음에 와닿는 웅숭깊은 표지 디자인이 더 아름답다. 맥락 없는 과도한 후가공은 눈살을 찌푸리게 만든다. 표지 디자인의 가장 중요한 미덕은 명쾌함이다. 표지는 간결하고 선명한 목소리를 내는 것이 좋다.

앞선 설명에도 불구하고 책이라는 것이 표면의 매끄러운 그래픽만으로 탄생하는 것은 결코 아니다. 디자이너의 손을 떠난 디지털 데이터는 진짜 책이 되기 위해 인쇄와 제본 과정을 반드시 거쳐야 한다. 북 디자이너의 제작 경험치는 책의 완성도를 결정짓는다. 인쇄된 색과 농도가 적당한가. 부피와 무게가 주는 느낌이 좋은가(두껍고 가벼운 책을 손에 쥐었을 때의 기쁨이란!). 쉽게 펼쳐지는가. 책장은 잘 넘어가는가. 견고한가 등등. 제작에 관한 내용만으로도 수천 자의 원고를 써야 하겠지만, 이 글에서는 중요성만 강조하려고 한다. SNS에 등장하는 책 사진은 언제나 우리 눈을 속이려고 들지만 실물 책은 솔직하다. 책을 감상할 때에는 시각 못지않게 촉각이 중요하다.

이 글에서 말하는 아름다운 책에 대한 기준은 그동안 만들어진 책과 많은 디자이너의 진술을 통해서 내가 발견한 장면과 생각을 정리한 것에 불과하다. 아름다움은 어떤 유형으로 이미 존재하는 것이 아

니라 ‘발견’하는 것이다. 발견한 것들이 모여 아름다움을 정의하고 끊임없이 갱신해나가는 것이다.

상(賞)

‘아름다운 책’이라는 용어가 자연스러워지고 이에 대한 논의가 시작된 것은 십 년이 채 되지 않은 것 같다. 이제까지 출판 관련 협회, 언론사, 서점 등에서는 매해 북 디자인이 좋은 책을 선정하거나 디자이너에게 공로상을 수여하는 전통을 이어왔다. 다만 이런 선정과 수상 제도가 기존 상업출판의 범위 안에서만 다뤄졌다는 점은 한계라고 생각한다. 다양해진 동시대 출판 현장의 이슈를 담아내지 못하는 기존의 수상 제도는 이제 시야를 확장할 필요가 생긴 듯하다. 세계의 아름다운 책 시상 제도의 담론 아래에서 ‘한국에서 가장 아름다운 책’ 제도가 마련된 것도 그런 시대적 분위기를 반영한다.

아름다운 책에 대한 심사 기준을 논할 때 기존 상업출판물의 상대적 불리함을 배려하자는 의견이 꾸준히 제기된다. 2020년부터 2022년까지 ‘한국에서 가장 아름다운 책’에 선정된 책 30종 중 13종이 아트북이다. 한 해에 출간되는 상업출판물 종 수를 생각하면 아트북의 선정 비율은 낮지 않다. 아름다운 책에 관한 논의에서 미술 도록이나 아트북이 유리한 것은 해외의 선정 목록에서도 예외는 아니다. ‘가장 아름다운 프랑스 책’을 운영하는 줄리앙 마냐니(Julien Magnani)의 말이 눈에 띈다. “모든 책이 미술관 도록이나 아트북처럼 일종의 럭셔리 아이템일 필요는 없다. … 일반 도서도 일반 독자를 위해 잘 디자인되어야 한다. 이것은 정치적 관점인 동시에 우리로서 가능한 한 꼭 도달하고 싶은 디자인 유도 피아이기도 하다.”²⁾ 심사위원 에티엔 로비알(Étienne Robial)도 의견을 덧붙인다. “책의 경제적인 측면도 고려 대상이다. 책은 출판 비용과 상업적 현실이 균형을 이루어야 그 가치가 더욱 빛을 발한다. 이런 기준에서 보면 프랑스 정부의 제도적 지원을 받아 만든 책은 편법을 쓰는 것이라 할 수 있다. 궁극적으로는 모든 책이 균형을 이루어야 한다.”³⁾ 비싸고 특별한 책보다는 일반 독자가 접근할 수 있는 보통의 저렴한 책에서 아름다움을 발견하기 위해 신경을 쓴다는 점은 주목할 만하다. 하지만 이런 의견은 어디까지나 아름다운 책에 대한 논의의 과정이 풍성할 때 가능한 일이다. 치열한 토론 끝에 선정되는 아름다운 페이퍼백은 가치가 있지만, 사정을 헤아려 적절하게 배려하는 정도로 선정되는 아름다운(?) 페이퍼백에는 타협만이 남는다. 그것은 아름다움이 아니다.

어쩌면 우리가 경계해야 할 것은 아름다운 책에 대한 논의의 축이 지나치게 시각적인 부분에만 방점이 찍히는 것은 아닌가 하는 점이다. 왜냐하면 아름다운 책은 내용과 형식이 조화를 이뤄야 한다는 지극히 상식적인 발언이 여전히 유효하기 때문이다. 책은 결국 내용에서부터 출발한다. 여기서 내용이란 문자로 쓰인 텍스트뿐만 아니라, 그림이나 사진 이미지도 포함한다. 내용을 아름답게 담아낸 기획 편집과 매력적인 물성을 지닌 한 권의 입체물 그리고 많은 사람이 쉽게 접근할 수 있는 복제된 결과물이 책이다. 책의 시각적인 아름다움에만 사로잡혀 그 이면의 사정을 살피지 못한다면 그것은 껍데기만 보고 수박을 고르는 것과 다를 없다. 껍데기의 아름다움은 어디까지나 추측이다. 아름다울 것이라는 추측과 기대일 뿐이다.

사람이 하는 일

책에 대해 이야기하면서 책만 바라보는 것은 아무래도 바보짓이다. 출판은 사람이 하는 일이다. 아름다

운 책을 정의하려는 욕심을 잠시 내려두고 출판 노동 현장을 잠시 살펴보자. 가령 노동과 인권을 다루는 책을 만드는 과정에서 정작 출판 종사자의 노동력이 착취당하거나 인권이 무시당한다면 그 책은 아무런 쓸모가 없는 것이다. 모름지기 아름다운 책에 대해서라면 책을 만드는 과정의 아름다움 또한 중요하다. 책은 결국 사람이 만드는 것이고, 사람이 읽고 보는 것이다. 노동을 착취하면서 만들어진 책은 아무리 보기 좋다 하더라도 아름다운 책이 될 수 없다. 누군가의 영혼과 건강을 빼앗으면서 만들어진 책은 아름답지 않다. 책을 만드는 사람이라면 의사소통의 단절, 결정자의 횡포, 디자인 비용 미지급, 협력 업체 노동 착취 등에 대해서 들은 바도 많고 할 말도 많을 것이다. 책의 아름다움에 대해 고민하려면 출판 노동 현장의 구조적인 문제들을 차근차근 풀어가려는 노력이 동시에 필요하다. ‘어떤출판연구회’ 김영글의 글을 옮겨 본다. “책을 만드는 일이 누군가의 독보적인 재능이나 의지로만 가능한 일은 아니라는 사실, 1인 출판사든 대형 출판사든 여러 사람의 손을 거쳐야만 책이라는 사물이 타인에게 건네져 읽힐 수 있다는 사실 말이다.”⁴⁾

아름다움이라는 추상적 단어에 집착할 필요는 없다. 저자와 출판사와 독자와 디자이너의 상호 교감 속에서 우리는 자연스럽게 책의 아름다움을 발견할 수 있을 것이다. 책에 대해서만큼은 솔직해져야 한다. 이것을 망각하는 순간 그동안 우리가 천착해왔던 아름다운 책은 물거품이 되어 버릴 것이다. 북 디자인이 쌓아온 다채로운 검들이 한순간에 불품없이 납작해져 버릴 것이다.

-
- 1) 「네덜란드 베스트 북 디자인」, 계간 <GRAPHIC> #19 아름다운 책이란 무엇인가, 2011년, 8쪽.
 - 2) 「가장 아름다운 프랑스 책」, 계간 <GRAPHIC> #19 아름다운 책이란 무엇인가, 2011년, 17쪽.
 - 3) 「가장 아름다운 프랑스 책」, 계간 <GRAPHIC> #19 아름다운 책이란 무엇인가, 2011년, 19쪽.
 - 4) 김영글, 「굳이 하는 일」, 『어떤 계약』, 어떤출판연구회, 2022년, 33쪽.



정재완(북 디자이너, 영남대학교 시각디자인학과 교수)

홍익대학교 시각디자인과 졸업 후 정병규 출판디자인과 민음사 출판그룹에서 북 디자이너로 일했다. 현재 사월의눈에서 사진책 디자인을 도맡고 있으며 영남대학교 시각디자인학과 교수로 재직하고 있다. 거리 글자에 대해 관심을 가지고 학생들과 함께 타이포그래피와 북 디자인을 공부한다.

jjwan@yu.ac.kr
 인스타그램: @jjwan
 www.jjwan.net

[‘출판 디자인’의 오늘과 내일] 출판 디자인 교육의 역할

권오경(서울출판예비학교 교수)

2022. 11.

역사적으로 출판은 물성을 가진 것에서 다양한 매체로 진화해왔다. 이러한 변화의 과정에 많은 이들이 책의 위기를 오랫동안 말해왔다. 필자는 다변화되는 환경 가운데 출판 매체가 어떤 방식으로 확장되든, 출판 디자인에서의 글자 디자인을 보는 감각, 텍스트를 시각화하는 감각, 무엇이 좋은 디자인인지 보는 눈의 감각같이 문자 언어에서 시각 언어에 이르게 하는 고유한 본질은 변하지 않고 각 디자이너 안에 내재해 있다고 믿는다. 출판 디자인 교육은 시대가 요구하는 작업의 ‘도구’이자 디자이너가 내면의 본질적 감각을 출판 매체라는 외적 물성으로 표출할 수 있도록 도와주는 역할을 해야 한다. 그러기에 출판 디자인의 시작 지점인 근본적인 발상 훈련부터 숙련된 기술에 이르기까지, 디자인의 본질을 놓지 않는 교육을 지향해야 하며 동시에 시대가 요구하는 기술적 태도를 갖게 해야 한다. 이것이 출판 디자인 교육의 역할이다.

출판 디자인과 출판 디자이너

출판 디자이너는 디자인의 재료로 건네받은 텍스트를 읽으며 책의 판형과 모양, 본문과 표지의 만듦새를 상상한다. 그 상상에는 텍스트에 속한 단어, 단어의 연결이 만들어 내는 의미 구조에 대한 디자이너의 감정적, 시지각적 기억이 영향을 미친다. 이는 텍스트의 자극으로 무의식 속 기억 흔적에 있던 것들이 의식 위로 올라와 시지각적 기억의 형태로 표면화되는 것이다.

원고를 읽을 때 디자이너의 내면에는 감정적, 인지적 자극이 동시에 일어난다. 감정적 경험은 대부분 디자이너가 지각할 수 있는 수준 아래에서 일어나며, 대체로 감정은 인지보다 앞선다. 내면에 일어나는 감정은 원고를 읽어 가는 순간마다 변화를 경험하고 그 변화는 디자인의 초기 형태인 시안 스케치가 되어 표면화될 수 있다. 감정의 과정은 지속적인 변화 속에 있기 때문에 원고를 읽는 순간마다 다른 감정으로 시각화될 수 있다.

인지적 자극 또한, ‘시각적 사고’를 통해 책 디자인으로 표면화될 수 있다. 언어를 표상하는 것은 디자

이너가 그 언어에 대해 지각한 개념을 시각적으로 형상화한 등가물이며, 이러한 지각적 경험에 대해 루돌프 아른하임(Rudolf Arnheim)은, 우리가 대상을 대할 때 지각의 법칙에 따라 지각 카테고리를 적용함으로써 구조를 파악할 수 있다고 말한 바 있다. 즉, 언어를 통해 지각된 대상은 지각 카테고리 적용된 상태에서 연구자의 기억에 머물러 있게 되고, 텍스트라는 자극을 통해 책 디자인의 시각적 요소로서 드러난다.

다른 디자인과 차별되는 출판 디자인만의 고유성 중 하나는 내용이 녹아 있는 ‘흐름’을 갖는 면들의 집합체라는 것이다. 텍스트가 본문으로 시각화되면, ‘쪽’을 이루는 면들이 앞과 뒤의 관계 속에 영향을 주고받으며 선형 혹은 비선형으로 흐른다. 면들이 모인 본문 덩어리는 표지에 의해 감싸이며 표지는 텍스트를 상징하는 복합체로서 시각과 촉각을 자극하며 독자와 만난다. 이처럼 복합적 디자인 과정의 양상 속에 텍스트와 디자인 간의 관계적 고유성을 드러내는 출판 분야는 디자인 교육 과정 또한 그리 간단하지 않다. 텍스트를 이해하고 디자이너만의 상상으로 이성과 감정을 통합하여 시각화하는 복잡한 과정이기 때문이다.

이 글에서는 필자가 재직 중인 서울출판예비학교 교육 시스템을 살펴보면서 출판 디자인 교육의 일면을 바라보고자 한다.

서울출판예비학교의 출판 디자인 교육 과정

서울출판예비학교의 출판 디자이너 과정은 텍스트를 책이라는 시각적 형태를 가진 것으로 구현하기 위한 ‘기술, 지식, 경험, 발상 교육’을 포함한다. 강사진은 출판 디자인 세부 분야의 오랜 경험과 지식을 지닌 전문가들이다. 이들은 디자인 기초와 발상, 타이포그래피, 색채, 본문과 표지 디자인, 제작 등 교육이 필요한 각각의 분야에서 학생들이 충분한 학습이 가능하도록 짧고도 긴 호흡을 갖는 다채로운 커리큘럼을 갖추고 있다.

출판에서 디자인을 시작하기 위한 원재료인 책의 내용을 다루는 편집자와 만들어진 책을 소비자와 만날 수 있게 하는 마케터가 있듯이 디자인 분야만으로는 온전한 출판 절차를 이해할 수 없기 때문에 출판 편집자 과정과 출판 마케터 과정과의 책 협업 프로젝트 진행, 다양한 관련 분야 특강 참여 등으로 학생들은 출판 관계성 및 출판 교양을 학습한다. 더불어, 디자인 작업 과정에서 발현될 수 있는 정서적 영향에도 주목하며 구성원들 간의 교감에 관심을 두고 상담과 소통을 통해 내적 정서와 영감들을 풀어내는 노력을 한다.

level 5	편집디자인 작업 실행 편집디자인 계획 수립 편집디자인 고객 요구 분석	출판물 구성요소 결정 편집 콘셉트 결정 출판 원고 분석	
level 4			
level 3	편집디자인 인쇄 감리 드로잉 이미지 편집디자인 사진 이미지 편집디자인 편집디자인 소프트웨어 활용 편집디자인 시안 제작 편집디자인 자료 관리	편집용 애플리케이션 활용 편집 레이아웃 작업 편집 자료 활용	편집의 이해 마케팅의 이해 출판 비평 실습 의사소통능력 대인관계능력
level 2			실무자 초청 특강
구분	편집디자인	편집	출판 교양

출처: 2022년 제18기 서울출판예비학교 교육 발표회 자료집

출판 디자이너 과정은 6개월간의 교육 후 출판사에 취업하여 실무 디자이너로 첫발을 내딛게 하는 것을 목표로 하며, 더 나아가 출판 디자인 분야의 전문인으로 성장시키는 것을 지향한다. 각 개인은 교육 과정 중 최선의 디자인 작업물을 만들어 포트폴리오로 구현하고 이를 교육 발표회에서 선보임으로써 출판사 관계자들과 면대면 소통의 시간을 갖는다.

서울출판예비학교 교육의 특징은 실무 디자이너를 양성하기 위한 현실적인 교육 과정을 중심으로 한다는 점이며 그 외에 발상과 디자인 기초 훈련, 협업을 통한 소통의 훈련 등 현장에서 부딪치는 디자인 과정에서의 문제들을 해결하기 위한 방안을 찾게 도와주는 수업들로 구성되어 있다.

한편 서울북인스티튜트(Seoul Book Institute, 약칭 SBI)는 서울출판예비학교 외에 ‘재직자직무향상과정’을 운영하고 있다. 이는 실무 디자이너에게 실질적으로 필요한 교육 과정을 운영함으로써 디자이너가 실무를 진행하면서 풀어야 하는 디자인적 문제의 답을 찾을 수 있도록 돕는다.

출판 디자인 교육의 비전과 역할

앞에서 살펴본것처럼, 출판 디자인 교육 과정에서는 감정과 인지 능력이라는 상반된 요소들이 모두 필요하다. 즉, 디자인 교육의 근본적인 바탕은 ‘지성’과 ‘본능’을 동시에 담을 수 있게 하는 것이다. 앙리 베르그송(Henri Bergson)이 “본능의 흔적을 발견하지 못하는 지성은 없으며… 지성의 가장자리로 둘러쳐져 있지 않은 본능도 없다. 실제로는 모든 구체적 본능은 지성과 혼합되어 있고 모든 실제적 지성에는 본능이 침투하고 있다.”라고 했듯이, 마치 서로가 양 끝에 위치한 것처럼 보이는 둘을 분리하지 않고 섞어서 영롱한 빛을 뿜을 수 있게 해야 한다. 즉, 학생들에게는 시각적으로 표현하는 감각적 본능

이나 책 디자인에 필요한 도구나 지식을 익히는 이성이 동시에 필요하며 이들은 함께 어우러져 교육 커리큘럼에 녹아있어야 한다. 따라서 근본적인 감각 훈련과 시대의 필요를 담는 기술적 훈련이 출판 디자인 교육 과정에 동시에 포함되어야 한다.

디자인적 감각을 발상과 방법론적 훈련을 통해 성장시키고, 이것을 동시대가 요구하는 '도구'를 통해 효과적으로 구현하게 해주는 교육이 현장에서 일할 학생들의 실질적 필요에 부응하는 교육의 역할이라고 믿는다. 이를 위해 출판 디자인 전문 교육 기관이 필요하며, 이 과정에서 '이성과 감성', '감각과 인지'가 서로 조화를 이루며 교육에 녹아 있는 양상이 이상적인 출판 디자인 교육의 모습일 것이다.

참고문헌

제18기 서울출판예비학교 교육 발표회 자료집, 2022

권오경, 안병학, 「시지각 패턴으로 바라본 책 표지 디자인의 추상 그래픽」, 기초조형학연구 22권 6호, 2021

앙리 베르그송, 『창조적 진화』, 황수영 역, 아카넷, 2005

루돌프 아른하임, 『예술심리학』, 김재은 역, 이화여자대학교 출판부, 1992

제니퍼 로빈슨, 『감정, 이성보다 깊은』, 조선우 역, 북코리아, 2015

권오경(서울출판예비학교 교수)

구미대학교 교수를 역임하였으며, 『반하는 건축』으로 '디자인이 좋은 책' 대상을 수상했다.

gwonchang12@gmail.com

[‘출판 디자인’의 오늘과 내일] 책의 만듦새를 고려한 디자인

박진범(디자인공중정원 대표)

2022. 11.

텍스트가 지니고 있는, 또는 설명할 수 있는 이미지들을 적당한 사각형 안에 될 수 있는 한 많이 집어 넣는다. 그리고 하나씩 하나씩 필요 없거나 성격이 불분명한 것들을 덜어내 나간다. 비슷한 것을 이야기하고 있는 이미지들 가운데 의미를 가장 잘 내포하고 있는 것들만 남겨두고 나머지는 모두 지운다. 그리고 마침내 책을 잘 설명할 수 있는 것들이 남겨져 있을 때 비로소 디자인은 시작된다. 디자인은 아무것도 없는 상태에서 무언가를 채워 넣는 것이 아니라 불필요한 것들을 덜어내면서 단순하고 편리하게 만들어가는 과정이다.

만듦의 자세

책이라는 하나의 물성은 작가, 번역가, 편집자, 디자이너 등 많은 사람들이 각자의 위치에서 제 몫을 다했을 때 완성된다. 그중에서도 시각적인 부분을 담당하는 디자이너의 자세가 상당히 중요해졌다. 자신이 추구하는 디자인의 성향을 물씬 풍기는 개성이 뚜렷한 디자이너들도 많이 생겨났다. 그렇지만 여기서 한 번 정도 우리는 고민을 해봐야 한다. 독일의 유명한 타이포그래피 디자이너인 얀 치홀트(Jan Tschichold)는 “책이 품은 의미가 크면 디자이너는 자신을 드러내지 말아야 하고 내가 디자인했다는 혹은 내 작품을 만든다는 태도를 보이면 안 된다.”라고 말했다. 즉, 북 디자인은 전에 없던 새로운 것을 만들겠다고 나서는 이들을 위한 것이 아니란 이야기이다. 다른 디자이너들은 어찌 생각할지 모르겠지만, 텍스트가 갖는 의미와 문체가 전부 다른데 개성이 너무 뚜렷한 디자인을 통해 디자이너 스스로가 주인공이 되어버리면 안 된다는 얀 치홀트의 생각에 필자는 동의한다.

만듦의 시작

작가가 몇 개월, 혹은 몇 년에 걸쳐 탈고한 원고의 형태는 오로지 텍스트로만 이루어져 있다. 그것은 누구나 아는 사실이다. 이러한 원고들은 나름대로의 성격을 지니고 있다. 마음을 울리는 아련한 원고도 있고, 인생의 지혜를 알려주는 스승 같은 원고도 있으며, 때론 아주 사납고 공격적인 원고도 있다. 이런 각각의 성격을 지닌 텍스트들은 스스로 말하고자 하는 스토리의 분량 또한 매우 다르며 읽혀야 할 공간, 시간, 대상자들이 모두 다르다. 즉 만듦새에 있어 고려해야 할 것들이 상당히 많다는 이야기이다. 그렇기 때문에 디자이너들은 시작 단계에서 많은 것들을 고민한다. 어찌 보면 그 시작 단계가 북 디자인의 전 과정 중 절반 이상을 차지한다고도 말할 수 있다.

만듦새를 고려할 때 가장 중요한 것은 텍스트를 어떻게 하면 읽는 사람들에게 친절하게 보이게끔 하느냐는 것이다. 디자이너가 받아든 텍스트를 읽는 대상자가 누구인지 파악하는 것이 먼저라는 말이다. 젊은 사람들을 대상으로 하는 책과 나이 드신 분들을 대상으로 하는 책은 처음 접근함에 있어서부터 고려가 필요하다. 이때 글자의 크기와 행간을 통해 편안하고 수월하게 글을 읽어나갈 수 있게 해야 할지 아니면 어느 정도 변화를 꾀해도 될지를 결정한다. 또한 본문 중간중간에 어려운 단어들의 부연 설명인 각주가 포함되어 있을 때 찾아보기 편하면서도 글의 흐름이 끊기지 않도록 세심히 신경을 써야 한다. 도판이 들어가는 경우에는 본문의 해당 설명이 나오는 부분에서 크게 벗어나지 않아야 한다.

간혹 서점에서 책을 살펴보다 보면 이런 기초적인 것들을 무시한 채 오로지 예쁜 옷만 곱게 차려입은 책들이 있다. 그중엔 타이포그래피에 대한 이해를 충분히 한 후 행해지는 실험적인 것들도 포함되어 있지만, 일부는 맹목적으로 독특하게 보이고 싶은 욕심에 굉장히 불친절하게 만들어진 책들도 보인다. 그리고 책을 읽다 보면 유독 글을 읽는 데 어려움이 느껴지는 책들이 존재한다. 위에서 언급한 내용들에 소홀한 책들이란 뜻이다. 가장 기초적인 것들이 체계적이고 정확하게 자리 잡고 있어야 비로소 그 다음, 책이 어떻게 보여질 것인가를 고민할 수 있다.

어떻게 보여질 것인가?

책의 크기(판형)는 원고의 분량, 장소, 독자의 성향에 따라 결정된다. 손으로 책을 집었을 때의 감각도 고려하여 원고의 분량이 적으면 보통 사륙판(128mm×188mm)과 같은 작은 판형으로 결정하고, 원고의 분량이 많아 책이 너무 두꺼워질 우려가 있으면 신국판(153mm×224mm)이나 그것보다 더 큰 판형으로 결정한다. 판형이 사륙판, 신국판과 같은 크기로 결정되는 이유는 우리가 보통 사용하는 국전지에 인쇄하여 추후 재단했을 때 종이의 여분으로 버려지는 부분을 최소화하기 위함이다.

책이 읽힐 장소 또한 판형을 결정하는 데 있어 중요한 요소이다. 예를 들면 시집이나 에세이 같은 책들은 보통 지하철이나 공원 또는 야외로 나가 자연과 더불어 부담 없이 읽을 수 있도록 작고 가볍게 만드는 것이 보통이다. 책을 들고 다니는 데 있어서 수월할 수 있도록 접근해야 한다. 몇 년 전부터는 이러한 이유로 소설이나 인문학 분야의 책들을 손바닥만한 포켓용 문고판 판형으로 만들어 인기를 끌기도 했다. 분량이 많은 책들이 읽혀야 할 장소가 앞서 말한 곳과 크게 다르지 않다면 출판사와 디자이너는 분권을 고려하기도 한다.

이렇게 책의 판형이 결정되면 비로소 책은 옷을 입기 시작한다. 옷을 입기 위해 반드시 고려해야 할 사항이 있는데, 글의 성격이나 책이 놓일 위치를 제대로 파악하고 있어야 한다는 것이다.

“권위 있는 시사회 같은 자리에 참석해야 하는데 알록달록한 평상복을 입으면 곤란하고, 편하고 활동적이어야 할 자리에 드레스 같은 옷을 입으면 불편하지 않을까?”

몇 년 전 한국출판인회의의 SBI(Seoul Book Institute)에서 강의를 할 때 학생들에게 자주 했던 이야기이다. 책도 사람처럼 자기가 가야 할 곳을 명확히 알고 옷을 입어야 한다는 말이다. 북 디자인도 패션처럼 유행이 있다. 어떤 특정 방식의 디자인의 책이 베스트셀러에 오르면 그 뒤로 그 책과 콘셉트가 비슷한 책들이 비슷한 방식의 옷을 입고 등장한다. 때론 제목조차도 굉장히 비슷하게 만들어낸다. 출판계에 몸담고 일하는 20년 동안 솔하게 많이 봐왔다. 최근 SNS에서 이 부분을 꼬집는 유저의 게시물에 몇백 개의 댓글이 달린 것을 보았는데 모두 상당한 피로감을 느끼고 있었다. 같은 위치에 놓여 마치 유니폼을 맞춰 입은 듯한 모습으로 개성 없이 자리하고 있는 책들은 오랜 기간 심사숙고해서 그 책들을 집필한 작가에게도 굉장히 미안한 일이 아닌지 관계자들은 다시 한번 생각해봐야 할 일이다.

이렇듯 책이 놓일 위치가 정해지면 책의 문체가 주는 성격과 독자층에 따라 기본이 되는 컬러가 정해진다. 그리고 정해진 컬러를 기반으로 따뜻함이나 차가운 느낌으로 때론 강하고 어두운 느낌으로 이미지와 더불어 디자인된다.

여기까지 진행되면 보통 디자이너의 머릿속에선 어느 정도 레이아웃 구성은 마친 셈인데 이때부터 고려해야 할 것은 디자인을 찍어낼 종이와 후가공을 결정하는 일이다. 후가공 기술은 20년 전 출판계에 몸담았을 때보다 상당히 다양해졌다. 하지만 그에 비해 출판시장이 매년 불황이라는 기사가 쏟아지면서 출판사들은 종이를 사용하거나 후가공을 사용하는 데 있어 소극적으로 변해 갔다. 후가공이라 함은, 금박, 은박 또는 에폭시 등으로 책의 입체감을 더욱 돋보이게 만드는 작업을 말한다. 후가공을 통해 인쇄로는 표현하지 못할 부분을 보완하거나 시장에서 더욱 경쟁력 있는 모습을 갖추게 한다. 그렇지만 부적합한 후가공은 책의 만들어진 모양새를 오히려 떨어뜨릴 수 있기 때문에 후가공의 성질을 잘 아는 것도 중요하다.

얼마 전 후배 디자이너로부터 엠보싱(종이의 원하는 부분에 열을 가해 종이 표면이 볼록하게 올라오도록 하는 방법)을 하고 싶는데 노하우가 있느냐는 질문을 받았다. 엠보싱을 할 때 표지 종이를 두꺼운 걸 쓰면 효과가 두드러진다. 엠보싱은 열에 의해 종이가 늘어나면서 올라오는 것이기 때문에 종이가 얇으면 올라오다 찢어진다는 한계가 있다. 또 한 가지 예로, 은박을 사용할 때 검정색 바탕에 유광 은박을 사용하면 검정색 바탕이 은박에 비쳐 전체적으로 어둡게 보이기 때문에 은박을 사용한 효과를 100% 보기 어려울 수 있다. 이렇듯 책의 완성도를 높이기 위해서는 무엇이 효과적인지, 그 효과를 얻기 위해 어떤 방식을 채택해야 하는가를 잘 알아야 한다.

출판시장에 불황이 시작되면서 가장 아쉬운 부분 중 하나를 꼽자면 책을 만졌을 때 손으로 느낄 수 있는 종이의 질감을 살린 책들이 많이 사라졌다는 점이다. 디자인 초창기 때엔 지금보다는 시장이 비교적 나아서인지 표지를 찍을 종이를 다양하게 선택했고 또한 종이 위에 코팅(오염을 방지하고 종이를 보호하기 위해 무광 또는 유광의 얇은 비닐을 입혀주는 방식)을 하지 않아도 출판사에서 큰 거부감이 없었다. 그런 이유로 책에 맞는 종이의 질감을 선택하여 독자들에게 전달해주는 즐거움이 있었다. 시각

적인 부분과 더불어 촉감까지 전달해주는 이런 부분들이 차츰 소극적으로 변해가고 있다는 건 디자이너에게도 독자에게도 참으로 아쉬운 일이다.

만듦의 완성도

매년 연말 즈음이 되면 한 해를 마무리하는 차원에서 출판계에서도 많은 이벤트를 진행한다. 한 해 동안 좋은 책을 많이 출간한 출판사 혹은 좋은 책을 기획하고 편집한 관련자를 선정해 상을 주기도 한다. 잘 만들어진 책을 선정해 수상을 하기도 하는데, 수상한 책들의 심사평을 훑어보면 지금껏 언급한 모든 부분이 적절하게 잘 어우러졌다는 의견이 많다. 정리하자면 아래와 같다.

- 정보를 전달해야 할 명확한 대상의 독자들에게 친절한 텍스트의 모양새
- 책이 읽힐 장소와 책이 놓일 위치를 정확히 파악한 책의 형태
- 텍스트의 감성을 잘 품고 있는 시각적 이미지
- 책이라는 물성의 본질이 되는 종지와 후가공의 이해도

이러한 것들이 하나도 소홀함 없이 처음부터 잘 짜인 설계도대로 진행되어 마무리되어야 비로소 텍스트를 품고 있는 책이라는 입체적 물성의 만듦새가 완벽에 가까워진다.

마치며

몇 개월 전부터 SNS를 개설해 그간 해온 작업물을 올리며 포트폴리오를 만들어가고 있다. 그러면서 자연스럽게 책을 읽는 사람들이 북 디자인을 바라보는 시각에 대해 많이 알 수 있는 기회들이 생겼다. 최근 여성층 독자들이 주를 이루면서 출판시장은 그들을 타깃으로 예쁘고 발랄한 디자인을 많이 출간하였다. 이러한 현실을 반영하듯 작업할 때도 그런 디자인을 요구받는 경우가 많아졌다. 하지만 놀라운 점은 우리가 책을 만들면서 ‘이런 방식은 독자들이 안 좋아할 거야.’ 또는 ‘이런 표현은 좀 거부감이 들지 않겠어?’라고 우려했던 부분을 독자들은 생각보다 잘 받아들인다는 점이다. 뿐만 아니라 독자들은 디자인에 대해 다양성을 요구하고, 그들 스스로 활발하게 의견을 나누며 이치에 맞는 비평도 한다. 잘 만들어진 책은 그들이 먼저 알아본다.

끝으로 책을 만드는 디자이너로서 또 좋아하는 작가의 책을 기다리고 있는 많은 사람들 가운데 한 명의 독자로서, 책은 유행에 편승된 형태로 만들어져서는 안 되며, 시류를 따르지 않은 모습으로 더욱 견고하게, 견고한 만큼 또 오랜 시간을 그들의 서가에서, 내 서가에서 자리를 잡길 희망해본다.



박진범(디자인공증정원 대표)

대학에서 시각디자인을 전공하였고 문학동네 미술부팀장을 거쳐 현재 디자인공증정원 대표로 있다. 2014년 한국출판인회의가 선정한 올해의 북 디자이너로 선정된 바 있다.

kajue@naver.com

인스타그램: @design_jungwon1201

[‘출판 디자인’의 오늘과 내일] 출판 디자인 실무자를 위한 조언

심우진(산돌연구소장)

2022. 11.

모르는 사람에게 글로 조언을 하기란 여간 까다로운 게 아니다. 하지만 필요할 때도 있다. 그래서 써보기로 했다. 먼저 ‘누구’를 위한 글인지부터 생각해보았다. 청탁받은 주제의 제목을 보니 ‘실무자’다. ‘실무’를 사전에서 찾아보니 ‘실제의 사무’란다. 도움을 받지 못했다. 회사에서의 경험을 떠올려보니, 직무와 실무로 나누어 말할 때가 많았다. 직무는 직책상 맡는 일이고, 실무는 상황상 맡은 일이다. 일본어 사전을 찾아보니 직무는 일반적인 업무 영역이고 실무는 눈앞의 구체적인 일이다. 예를 들어 편집자가 편집을 하면 직무고 북 디자인을 했다면 실무다. 편집자가 편집을 하면 직무고 저자를 설득하여 힘든 계약을 성사시켰다면 실무다. 그러니 실무를 위한 조언은 그 업에 대한 전문적이고 깊이 있는 이야기라기보다는 눈앞의 목적을 달성하기 위한 실용적 잡기(雜技, 잡다한 놀이의 기술이나 재주)에 가깝다. 지금껏 국내외 유수의 가문을 찾아다니며 집안 대대로 내려오는 잡기를 수집해왔으나, 아쉽게도 후계자 책봉에 실패하여 그 핵심을 이곳에 시원하게 누설기로 한다.

갑자기 생기거나 바뀌는 일의 기분

일이란 미꾸라지처럼 항상 계획을 빠져나간다. 갑자기 툭 튀어나오는 일에는 딱히 담당자가 없다. 먼저 발견한 사람, 현장에서 가장 가까이 있는 사람, 매우 성실한 사람, 그나마 덜 바쁜 사람, 멍청한 사람 등이 처리한다. 실무라는 게 그렇다. 못하면 욕을 먹고 잘하면 은근슬쩍 내 일이 된다. 실무 비중이 커질수록 나의 전문성이 떨어지는 것 같고 앞날이 부예진다. 정작 자기 일은 못하고 잡기만 느는 기분이다. 이 회사에서 일을 계속해야 할지 고민이 커진다. 이럴 때일수록 직무와 실무의 비중을 꼼꼼히 따져야 한다. 직무의 비중이 크면 어느 정도의 실무는 불가피한 것이니 적당히 즐기면 되지만, 실무의 비중이 크면 변수가 지나치게 많다는 뜻으로 시스템을 정비해야 한다. 특히 소통 체계나 의사 결정 과정이 합리적이지 않을 수 있다. 이 글은 정상적인 실무 환경을 전제로 한다.

얼마 전 평화롭던 우리 집에 이런 일이 있었다. ‘끼야악-’ 방에서 아내의 숨 가쁜 비명이 들리더니 제법 큰 쥐 한 마리가 유유히 방을 빠져나와 주방 쪽으로 달아나 종적을 감췄다. 아파트 9층에서 벌어진

일이다. 생각할 겨를도 없이 방문을 모두 닫고 기어들어갈 곳을 모두 차단한 후 숨어 있을 만한 곳을 하나둘 뒤졌다. 추적 끝에 도망쳐버렸지만 덕분에 들어왔던 구멍을 찾았다. 쥐는 사라졌지만 쥐잡기 실무는 이제부터였다. 아파트 관리소장은 반드시 쥐를 생포해야 한다는 입장이었다. 서식하며 다른 집을 가도 문체고 쥐약을 먹고 벽 속에서 죽어도 문제라는 것이다. 우리 아파트에 이런 일은 처음이라며 단호했다. 하지만 쥐는 잡히지 않았고 주방 벽 속을 부지런히 나돌며 쓱쓱서걱 서걱서걱 짹짹 소리를 냈다. 소리가 보인다고 할까. 적나라했다. 급상승하는 망상과 스트레스 속에서 우리는 쥐가 언제부터 난입하기 시작했는지를 알아야 했다. '이럴 때는 쥐똥을 찾아야 해.' 나도 모르게 떠올랐다. 단 한 군데에 있었고 찰지게 윤기가 흐르는 상태였다. 얼마 안 됐구나. 근거를 찾으니 조금씩 마음도 가라앉았다. 안정을 찾은 아내는 의연하게 대응한 남편의 존재를 뒤늦게 깨닫고 고맙단 말을 전한다. 세상 쓸모없다고 생각했던 군대 쥐잡기가 25년 만에 아버지의 실무로 부활했다.

계획한 일을 잘 해내는 능력은 중요하다. 또한 측정하기도 쉽다. 반대로 예상하지 못한 일을 해결하는 능력도 중요한 시대다. 그러나 순발력과 임기응변은 잡기로 치부하는 경향이 강하다. 잡기의 성과를 측정하여 연봉에 반영한다는 회사는 못 들어봤다. 그렇다면 잡기의 명예 회복을 위해 더욱 그럴듯한 말로 바꿔주자. 오늘 하고 싶은 말은 창의력이다. 다양한 경험에 기반을 둔 발 빠른 창의력은 실무력의 원천이다. 실무의 존재와 중요성을 인정할수록 갑자기 튀어나온 일을 대하는 자세는 '또 왔니?'가 아니라 '어서 와'가 된다. 영양소로 치면 단백질이다. 열심히 운동만 한다고 반드시 근육이 붙는 것은 아니고 적절한 단백질 섭취도 병행되어야 한다. 직무와 실무는 운동과 단백질처럼 상호 보완적인 관계 속에서 노력이 결과를 맺게 만든다.

실무의 극비, 품앗이

어려울 때마다 빠지는 덩어리 하나가 혼자서 끄떡대는 거다. 정성껏 문제를 넣고 품어서 부화시킨다고 할까. 실제로 일을 잘하는 사람은 잘 부탁한다. 잘 부탁한다는 것은 부탁할 사람(믿을 만한 사람)이 충분히 있다는 것이다. 그 말은 언제나 자기도 부탁을 받았을 때 응해야 하는 품앗이 관계라는 뜻이다. 빚을 지고 갚으며, 플러스-마이너스-제로를 지향하는 관계가 실무적 인간관계의 핵심이다. 그러려면 주고 받는 것(give and take)이 필요하다. 먼저 쥐야 받을 수 있다. 물론 회수율은 떨어진다. 책 10권을 빌려줬는데 3권만 되돌아왔다. 이 상실감이 크게 느껴질 수도 있지만 회수 시기는 내가 정할 수 없기 때문에 항상 마이너스로 보이기 마련이다. 게다가 은근슬쩍 내 책상에 꽂아 놓고 가버리는 부지불식간의 회수도 있다. 그러니 정확한 회수율은 헤아리기조차 어렵다. 세상엔 단 것만 쪽쪽 빼먹는 체리 피커도 있지만 부지불식간에 복리로 갚는 사람도 있다. 결국 정산은 죽을 때 하는 것이니 정확히 알 수 없지만 동서고금의 현자가 말하길, 베푸는 삶이 남는 장사라고 한다.

출판 디자인 실무의 시작

찾아보면 어딘가에서 내가 필요한 정보를 공유하는 사람들이 있다. 뒤집어 말하면 나와 비슷한 상황에서 어려움을 겪는 사람이 여럿 있다는 것이다. 어지간한 출판 디자인 팀은 이미 유튜브에 있다. 마음에 드는 채널 몇 개만 구독하며 1.5배속으로 훑는 정성만 들여도 충분히 좋아질 수 있다. 그래도 안 되면 관계자 서너 명만 알아 두어도 카카오톡으로 상당 부분을 해결할 수 있다. 정보가 부족해서 못하는 시

대는 아니다. 정작 실무의 발목을 잡는 건 선명하지 않은 범위다. 밑도 끝도 없이 망망대해 같은 일이라고 생각하니 즐기기보다는 줄이거나 피하고만 싶다.

따라서 앞서 말했듯 실무의 적당량을 파악해서 직무와의 비중을 맞추는 것이 좋다. 일이 넘치면 몸도 망치고 효율도 떨어져 모두에게 손해니 노사가 함께 고민해야 한다. 그래야 비로소 낫선 것을 거부하는 본능을 잠재울 여력이 생긴다. 실무에서 가장 큰 어려움은 그걸 내 일로 받아들이는 일이다. 여기에 적잖은 에너지(각오)가 필요하므로 여유가 있어야 한다. 그렇게 시작한 실무가 숙련기를 거쳐 직무가 되면 멀티플레이어가 될 수 있다. 다양한 포지션을 소화할 수 있다는 것은 개인적으로도 조직적으로도 꽤나 유용한 옵션이다. 그러니 출판 디자인 실무도 차근차근 단계를 밟는 것이 좋다. 크기가 작은 것부터 시작해서 여러 쪽이 있는 것으로 차근차근 난이도를 올려보자.

예를 들면 작은 명함 하나부터 시작하는 거다. 예전에는 인쇄소에 직접 발주를 해야 했지만 요즘은 웹 페이지에서 온라인으로 손쉽게 주문한다. 중요한 것은 ‘내가 재미있을 것’이다. 너무 잘하려고 하면 안 된다. 처음이므로 결코 잘될 수 없기 때문이다. 게다가 명함 디자인의 난이도는 꽤나 높다. 좁은 공간에 보기 좋게 정보를 넣기란 의외로 어렵다. 적당히 숨을 곳조차 없어 기본기가 적나라하게 드러난다. 그러니 잘하려고 하면 싫어지기 마련이다. ‘하다보면 늘겠지’ 하는 자세가 딱 좋다. 그러다 재미가 붙으면 온갖 디자인이 선생으로 보이며 세상이 나한테 말을 걸어온다. 무관했던 세상과 이어지면 실력은 알아서 는다. 그렇게 실무는 일상을 관찰하며 삶의 외연을 넓혀주는 기폭제다.

일상의 레이아웃, 사진 찍기

사진은 화면을 보며 적당한 시기에 셔터를 누르면 찍힌다. 중요한 것은 적당함의 조건이다. ① 피사체가 적당한 위치에 있고, ② 초점을 원하는 지점에 맞추고, ③ 외곽에 불필요한 사물이 들어왔는지 확인한다. 적당한 위치를 찾는 그리드 중 대표적인 것이 삼분할 원칙(Rule of thirds)이다. 삼분할 원칙이란 화면을 가로 세로 각각 3등분하는 그리드 위에 피사체를 맞추는 것이다. 예를 들어 바다를 배경으로 선 사람을 찍는다면, 세로선 위에 사람이 오도록 맞추고 가로선 위에 수평선이 오도록 맞추면 안정적인 구도가 나온다. 대부분의 스마트폰 카메라에도 있는 기능이다. 초점은 깊이를 만들 때 쓴다. 주변을 아웃포커스하면 초점에 집중하기 쉽다. 여기를 봐달라는 메시지를 매우 뚜렷하게 전할 수 있다. 외곽에 불필요한 오브제를 빼는 것도 집중하기 위함이다. 결국 사진 찍기는 ‘선택과 집중’이라는 일의 원리이자 디자인의 원리를 몸으로 익히는 좋은 도구다. 바쁜 와중에 옆에서 말을 걸어오고 전화까지 올리는 상황에서도 흔들리지 않을 만큼 ‘선택과 집중’을 몸에 익히면 디자인을 못하는 것이 오히려 힘들다.



(좌) 삼분할 원칙을 표시한 화면, (우) 삼분할 원칙을 적용하여 찍은 사진

출판 디자인의 시작, 글자

글자를 다루는 일을 타이포그래피라고 한다. 출판 디자인 실무를 즐기려면 타이포그래피에 관심을 가져 보는 것도 좋다. 글씨 쓸 일을 조금씩 늘리는 게 좋다. 수첩에 메모를 하거나, 포스트잇에 몇 자 적어서 감사의 마음을 전하는 습관을 들이거나, 매일 밤 일기를 쓰는 것도 좋다. 펜도 다양한 것을 써보는 게 좋다. 비싸지 않아도 된다. 연필, 볼펜, 수성펜, 만년필 등 종류도 많다. 펜을 고르면 수첩도 고르기 좋다. 핵심은 역시 종이다. 잉크가 퍼지는 맛 또는 잉크가 종이에 올라타는 정도, 펜과의 마찰 지수를 느끼면 재미있다. 이런 조건에 따라 글자의 모양도 달라진다. 혹시 만년필을 택했다면 잉크도 골라보자. 세상에 얼마나 많은 파란색이 있는지 경계 된다. 카카오톡의 테마나 바탕화면을 바꾸듯 폰트를 바꿔보는 것도 소소한 재미다. 적잖은 기분전환이 된다. 웹에서 멋진 폰트를 보면 저장해두거나 마음에 드는 폰트를 볼 때마다 사진으로 찍어두는 것도 좋다. 폰트 이미지를 올리면 어떤 폰트인지 알려주는 폰트 검색 서비스도 있기 때문이다.

그렇게 글자의 흥을 알게 되면 폰트를 고르는 재미도 늘고 안목도 좋아진다. 같은 폰트도 작게 썼을 때와 크게 썼을 때 느낌이 크게 달라진다. 마치 20살 적 나의 얼굴과 40살 적 얼굴의 차이만큼 다르다. 그런 게 보이기 시작하면, 디자이너들이 왜 그리 폰트에 집착하는지 이해하게 된다. 그렇게 내가 좋아하는 폰트가 무엇인지 아는 것이 1단계다. 그러나 출판 디자인에서 쓰는 폰트는 독자를 고려해서 골라야 하기 때문에 취향만 내세울 수는 없다. 따라서 대화가 필요하다. 1단계를 거치지 않으면 여기서 막힌다. 함께 대화하며 현 상황에 걸맞은 폰트를 고를 수 있게 되면 2단계에 들어선 거다. 그러다 어느새 나만의 판단으로 폰트를 고르고 디자인을 할 수 있게 된다면 3단계다. 왜 이렇게 했는지에 대해서도 담담히 말할 수 있다면 더할 나위 없다. 디자인 과정에는 의외로 대화가 많이 필요하다. ‘나는 작업으로 말한다.’라는 말은 0.01%의 디자이너만 부릴 수 있는 허세다.

독학의 정석, 구체적으로 따라 하기

포토샵이나 일러스트레이터, 인디자인 등의 그래픽 도구를 가볍게 익혔다면, 마음에 드는 작업을 그대로 따라 해보는 것만큼 좋은 학습은 없다. 예를 들어 멋진 책 표지를 발견했다면, 이미지를 바탕에 깔고 그대로 따라 그릴 수 있다. 어차피 연습용일 뿐이니 표절 걱정은 안 해도 된다. 따라 하기는 목표를 구체적으로 한정하기 때문에 시작과 끝이 명료해서 좋다. 그만큼 진도도 뚜렷하게 보이니 조금만

열심히 해도 금세 성과가 보인다. 그것도 어려우면 비슷할 정도까지만 따라 하면 된다. 그 정도만 해도 내가 할 수 있는 것과 할 수 없는 것을 뚜렷하게 알게 된다. 이때부터 자신을 객관적으로 보게 되므로 매우 중요하다. 내가 할 수 없는 것이 무엇인지 구체적으로 알았다면 남은 건 시간 문제다.

일을 구체적으로 만드는 것, 즉 큰일을 작은 일로 쪼개는 것은 어려운 일을 쉽게 해내는 좋은 방법이다. 웹에 쓸 배너를 디자인해야 한다면 이미 있는 것 하나를 골라 그대로 따라 한다. 여러 번 반복한다. 하나를 만들 때 걸리는 시간을 재어본다. 나는 '이 정도의 일을 이 정도의 수준으로 하는 데 이만큼의 시간이 걸린다.'라고 말할 수 있는 능력을 '견적력'이라고 한다. 자본주의적 인간의 기본 소양이다. 누군가 '언제까지 가능해요?'라고 물었을 때 언제까지라고 정확하게 답하면 모두에게 두터운 신뢰를 얻을 수 있다.

맺는 말

실무는 음식으로 치면 후식이나 간식, 삶으로 치면 취미나 여가와 닮았다. 핵심은 아니지만 잘게 흩어져 이곳저곳 틀어진 삶의 균열을 부지런히 메우는 살림꾼이다. 세상은 계획대로 흘러가지 않는다. 애당초 계획은 세상의 흐름대로 만들지도 않는다. 오히려 세상의 영향을 받지 않겠다는 강력한 의지 표명이다. 그러니 계획은 늘 틀어지기 마련이고 틈틈이 바꿀 수밖에 없는 운명이다. 실무는 그런 유연함을 뜻한다. 물론 재차 강조하지만 실무의 전제는 뚜렷한 직무다.



심우진(산돌연구소장)

산돌연구소(<https://www.sandoll.co.kr>)의 소장을 맡고 있다. 타입 디렉터이자 그래픽 디자이너이다.

simwujin@gmail.com

인스타그램: @simwujin

변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말하다

2022 제3회 열린포럼

〈출판N〉 웹진 제작처 정리

2022. 11.

지난 10월 20일 한국출판문화산업진흥원에서 개최한 ‘2022 제3회 열린 포럼 〈변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말하다〉’가 유튜브 생중계로 진행되었다. 지역서점 및 출판을 통한 지역출판문화 활성화 등에 대해서 논의하는 자리로 마련된 이번 포럼은 세명대학교 디지털콘텐츠창작학과 김기태 교수가 사회를 맡았다. 발제자로는 김영건 동아서점 대표와 김형면 교보문고 유통사업본부장, 권오준 대구문화예술진흥원 예술인지원센터 센터장, 박정현 이지스퍼블리싱 마케팅 팀장이 참석했다. 2022 제3회 열린 포럼은 지난 8월 발표된 출판문화산업진흥 5개년 계획의 핵심 슬로건인 ‘모두를 위한 책, 어디에나 있는 책, 미래를 향한 책, 책을 위한 정책 거버넌스’ 중 ‘어디에나 있는 책’과 관련된 전략 수행 방안을 주제로 한 발제자들의 발표와 더불어 사전 등록된 질문에 대해 답변하는 형식으로 진행되었다.



발제 1. 지역문화의 허브로 재탄생하는 지역서점

- 지역서점이 지역문화의 중심이 될 수 있는 실질적 방안 탐구

김영건 동아서점 대표

한국출판문화산업진흥원

2022 제3회 열린포럼
변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말한다

지역문화의 허브로 재탄생하는 지역서점

김영건(속초 동아서점 대표)

2022 제3회 열린포럼
변화하는 출판문화산업,
지역에서 미래를 말한다

발제 1 지역문화의 허브로 재탄생하는 지역서점
지역서점이 지역문화의 중심이 될 수 있는 실질적 방안 탐구

김영건
동아서점 대표

첫 번째 발제자로 나선 동아서점 김영건 대표는 동아서점의 사례를 바탕으로 ‘지역서점이 지역문화의 중심이 될 수 있는 실질적 방안 탐구’ 주제를 발표하였다. 김영건 대표는 속초라는 지역의 특성을 속초의 현대사와 연관시켜 알아보고, 동아서점이 속초에서 어떻게 문을 열게 되었는지, 또 속초라는 지역에서 어떻게 자리매김해 왔는지에 대한 이야기로 발표를 시작했다. 이어 동아서점이 2015년을 기점으로 진행한 리뉴얼이 지역 문화 발전과 관련하여 어떠한 의미를 가지고 있는지에 대한 이야기를 전했다.

먼저 속초라는 지역이 한국 전쟁과 밀접한 연관이 있음을 설명했다. 이북 지역으로 구분됐던 속초를 되찾게 된 후, 수산업 도시로의 발전을 이룬 속초는 생필품과 아이들의 교육을 위한 문구용품이 필요했다. 이러한 상황 속에 동아문구사가 개점하였고 주로 학용품을 판매하던 동아문구사에서 잡지가 판매되었다는 점에서 동아서점의 첫 시작을 동아문구사로 본다고 말했다. 이후 지역 내 책의 수요가 늘어남에 따라 서점으로 업종을 변경하며 동아서점이 되었고, 속초 최초의 서점으로 본격적인 영업을 시작했다. 잡지와 참고서를 주로 판매하던 출판사 ‘학원사’의 대리점을 맡으며 성장한 동아서점은 1대 대표인 김종록 대표의 건강 악화로 인해 2대 대표 김일수 대표가 맡게 되었고, 현재는 3대 김영건 대표에게까지 이어지게 되었다.

김영건 대표는 정보화 시대로 접어들면서 매출이 하락하던 동아서점의 폐업을 고민하다가 2015년 리뉴얼을 결심했다. 리뉴얼을 통해 동아서점은 매장의 크기를 키워 주차장을 확보하였고, 동시에 내부 정리를 진행한 서점은 쾌적한 공간으로 탈바꿈했다. 또 단행본의 비율을 크게 늘려 단행본 중심의 서가

를 꾸렸고, 자체 큐레이션을 통해 모든 책을 직접 선별하여 서점 고유의 정체성과 서점이 속한 지역의 특색이 녹아들 수 있도록 했다. 아울러 다양한 기획 전시를 통해 독자들이 책을 접할 수 있는 기회를 제공하고, SNS로 독자들과 소통을 하기 시작했다. 이 밖에도 서점 운영자의 단행본 저술과 출간, 속초의 콘텐츠를 담은 소품 제작, 지역의 명소를 소개하는 도슨트 역할 등 서점을 매개로 한 다양한 활동을 이어가고 있다. 김영건 대표는 여러 가지 행사를 진행하며 겪게 된 문제점들에 대해서도 언급하면서, 지역서점을 이어 나가기 위해 계속해서 고민해나가는 중이라며 발표를 마무리했다.

Q. 지역서점도 사실, '지역'만 빼면 그냥 오프라인 서점과 크게 다를 것이 없을 수도 있다고 생각하는데요. 그럼에도 불구하고, '지역서점'만이 가지고 있는 매력, 강점이 무엇이라고 생각하시나요? 또 약점이 있다면 무엇이고, 어떻게 보완하면 좋을까요?

우선 지역서점의 정의에 대한 설명이 필요하다. 지역서점이라는 단어가 혼재되어 사용되고 있다고 생각하기 때문이다. 첫 번째로, '행정구역에 따른 지자체별 인증제도에 따른 지역서점'이라는 정의가 있다. 이는 도서 납품이나 지자체 주도의 행사와 사업을 위해서 필요한 정의이다. 두 번째로는 '서울 또는 수도권을 제외한 지방에 위치한 서점'이라는 의미이다. 마지막으로, '어떤 지역의 상징, 또는 거점이 되는 서점'이라는 의미가 있다. 이 경우에는 충분한 장서량을 갖추어 시민들의 편의를 제공해야 하고, 역사와 업력이 있어야 하며, 해당 지역민을 위해 문화 활동을 제공해야 한다는 기준들이 갖추어져야 한다.

Q. 지역서점이 지역문화의 허브가 되는 것이 중요하다고 생각하는데요. 여러 독서 문화 프로그램을 운영하고 있는 도서관과 비교하여 '지역서점'이 어떤 차별화를 가질 수 있을까요?

서점은 누구나 책을 최초로 구입할 수 있는 장소이다. 일반 고객뿐만 아니라 도서관 또한 서점에서 책을 구입한다. 도서관이 책을 구비하는 방식에는 사서의 수서와 이용자들의 희망도서 신청이 있는데, 도서관 장서의 질 향상이 그 지역의 문화를 풍요롭게 만드는 공공재로서 역할을 한다는 점에서 직접 책을 살펴보고 구매할 수 있는 서점이 각 지역에서 중추적 역할을 해야 지역 도서관도 건강하게 존속할 수 있다. 또한 도서관은 문화 행사를 진행하는 부분에 있어 많은 시간이 드는 반면, 지역서점은 발 빠르게 추진할 수 있다. 서점이라는 공간이 출판사와 작가, 독자 모두와 대면하고 소통하는 공간이라는 점에서 봤을 때, 도서관과 서점이 각자의 장점을 이용한 협업을 하면 어떨까, 하는 생각도 해보았다.

발제 2. 지역서점/출판 지속가능성을 위한 거점 물류 구축

- 지역서점 도서 공급의 지속가능성 확보를 위한 지역거점 물류체계 구축 방안 제언

김형면 교보문고 유통사업본부장

2022년 제3회 열린포럼

지역서점/출판 지속가능성을 위한
거점 물류 구축

교보문고 유통사업본부장

KYOBO
교보문고

2022 제3회 열린포럼
변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말한다

김형면
교보문고 유통사업본부장

발제 2 지역서점/출판 지속가능성을 위한 거점물류 구축
지역서점 도서 공급의 지속가능성 확보를 위한 지역거점 물류체계 구축 방안 제언

‘지역서점/출판 지속가능성을 위한 거점 물류 구축’을 주제로 발표에 나선 김형면 교보문고 유통사업본부장은 서두에 우리나라 국민 전체 독서량이 2015년 기준 0.8권, 2021년 기준 0.4권이라는 데이터를 언급하며 국민들의 독서 저변 확대를 위해 거점 물류가 활성화되길 바라는 마음을 전했다.

김형면 교보문고 유통사업본부장은 “2021년 대한출판문화협회 출판 시장 통계에 따르면 국내 도서 시장의 규모는 약 4조 3천억 원이다. 문화체육관광부에 정식 등록된 출판사가 8만 개, 교보문고와 거래한 출판사가 16,480개, 거래 매입처가 8,334개, 한국서점조합연합회에 가입된 서점의 수가 2,528개다.”라고 밝혔다. 이어서 “약 5,000종이 넘는 도서를 37개의 배본사로 가져와 거래를 한다. 택배 약 2,000건, 직거래 약 200건, 수급 약 20건, 지역 총판 300건이 모여 서점 2,528곳에 배본을 하게 된다. 배본사/지역 총판에서 수많은 서점으로 도서를 공급하고, 서점에서는 하루 종일 도서를 받아야 하며, 여러 서점에 각각 배송을 해야 하는 구조 속에서 중복 물류 비용이 발생한다. 또, 배송이 늦거나 배본이 안 되는 서점은 판매 기회 손실이 발생하고 도서 포장 시 종이 패드 및 밴딩 처리로 과도한 쓰레기가 발생하게 된다.”라며 비효율적 구조에 대해 설명했다. 이를 해결하기 위해서 유통 단계의 최소화, 지역서점에 대한 공급 및 입고의 단일화, 중복 배송 최소화로 총 물류비 절감, 공급 속도 개선, WMS(창고관리시스템), TMS(운송관리시스템), OMS(주문관리시스템) 등과 같은 유통관리 시스템 개선이 필요하다고 강조했다.

이어서 일본과 교보문고의 거점 물류센터의 실제 구축 사례를 발표했다. “일본의 출판 시장 규모는 약

12조 4,000억 원으로, 지속적으로 감소하는 추세이다. 일판(닛판)과 동판(토한)이 주축을 이루고 있으며 약 11만 개의 출판사 중 일판과 동판이 각각 약 3,700개의 출판사와 9,300개의 서점을 관리하고 있다. 일판과 동판은 도서 주문부터 분류, 배송, 반품, 대금 정산까지 일괄적으로 처리하며 전체 시장의 70~80% 정도의 점유율을 가지고 있지만 주문 후 공급까지 2~3일 정도 소요된다.”라며 일본의 현황을 전했다. 한편 일본의 출판사는 신간을 대량 출고한 후 밀어내기 방식으로 진행하는데 이는 결국 많은 반품을 야기하게 된다며 문제점을 짚어내는 것도 잊지 않았다.

교보문고의 경우, 거점 물류센터인 ‘제1 물류센터’와 ‘제2 물류센터’를 통해서 8,334개의 매입처와 37개의 배본사에 일괄로 책이 들어온다고 설명했다. 제1 물류센터는 일 30만 권, 온라인 발송 처리는 일 6만 권 정도의 입출하를 처리할 수 있고, 제2 물류센터는 온라인 전용으로 일 6만 권, 전체적으로 12만 권을 처리할 수 있도록 설계된 구조임을 전했다. 세부 구조에 대해서는 “교보문고의 시스템은 최신 SCM과 POS 시스템을 통해 도서 주문, 재고, 매출, 추천도서, 베스트셀러의 정보를 공유할 수 있다. 서점의 특성에 맞게 안전 재고와 적정 재고를 자동으로 산정하여 발주와 재고 관리가 가능하다. 도서 판매로 인해 안전 재고 이하로 떨어진 도서는 자동 발주가 실행된다. 신간은 지역별/분야별 판매 기준에 따라 수요 예측을 통해 서점에 자동으로 분배된다. 배송관리 시스템으로 도서의 배송 진행 상태를 실시간으로 확인하는 것이 가능하다.”라고 설명했다.

마지막으로 지역거점 물류체계 구축 방안에 대한 이야기를 했다. 김형면 본부장은 “39개의 교보문고 점포가 약 1,700개의 지역서점에 서적을 공급하고 있다. 복잡한 유통 단계의 최소화, 중복 도서 운송 물류비 절감, 전국 1일 배송권 실현, 지역서점 도서 입고 단일화, 반품 최소화, 최신 기술 적용 거점 물류센터 구축을 이루기 위해서는 도서의 입출고, 보관, 분류 작업을 통해 빠르게 지역서점에 주문 상품 일체를 공급하는 ‘지역거점 물류체계’가 필요하다.”라고 전하며 이를 위해서는 물류센터를 다섯 개의 권역으로 구분해야 함을 강조했다. 덧붙여 배본사를 통해 각 거점에 도서들을 가져다 놓고 각 거점에서 지역서점으로 배분하는 방식이 도입돼 원활한 물류체계 속에서 국민들의 독서 저변 확대가 이루어졌으면 좋겠다는 기대를 전했다. 이어 “사람은 책을 만들고 책은 사람을 만든다.”라는 말과 함께 책은 누구나, 어느 곳에서나 쉽게 살 수 있어야 함을 강조하며 발표를 마무리했다.

Q. 지역서점 도서 공급 물류 체계에 문제가 있다는 것은 알고 있지만 개선이 쉽지만은 않을 것 같은데요, 실제로 개선되기 위해서는 국가 또는 관련 단체들의 어떠한 노력이 필요할까요?

출판사가 좋은 책을 만들어내고 좋은 정보값을 만들어주면 서점은 큐레이션을 해서 독자들에게 전달하도록 가교적인 역할을 해야 한다. 한국출판문화산업진흥원은 지역서점에서 쉽게 책을 주문하고 받을 수 있도록 출판유통통합전산망 고도화에 힘써야 한다. 또한 정부는 지역서점의 활성화를 위한 예산을 마련해야 한다.

Q. 지역서점과 온라인 서점의 공생이 가능하다고 생각하시나요?

교보문고는 온오프라인 서점의 시너지를 가장 잘 내고 있다고 생각한다. ‘바로드림’, ‘바로배송’ 등 온

라인에서 책을 주문하고 오프라인 매장에서 수령하는 형태와 오프라인에서 주문한 책을 집에서 받아 볼 수 있는 구조가 특히 시너지를 내고 있다. 실제로 교보문고와 한국출판문화산업진흥원에서는 ‘북 토크’를 통해 서점에서 책을 보고 구매할 때는 온라인으로 집에서 책을 받아보는 형태의 사업을 진행했었다. 온·오프라인 서점의 공생은 필연적이라고 생각한다.

발제 3. 지역문화관광 콘텐츠, 지역출판 성장 견인

- 지역문화관광과 지역출판 콘텐츠 연계 방안 제안

권오준 대구문화예술진흥원 예술인지원센터 센터장

한국출판문화산업진흥원

2022 제3회 열린포럼
변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말하다

지역문화관광과 지역출판 연계 방안

(재)대구문화예술진흥원 예술인지원센터장 권오준

2022 제3회 열린포럼
변화하는 출판문화산업, 지역에서 미래를 말하다

발제 3 지역문화관광 콘텐츠, 지역출판 성장 견인
지역문화관광과 지역출판 콘텐츠 연계 방안 제안

권오준
대구문화예술진흥원 예술인지원센터 센터장

권오준 대구문화예술진흥원 예술인지원센터 센터장은 대구의 사례를 들어 ‘지역 문화관광과 지역출판 콘텐츠 연계 방안’에 대해 발표했다. 먼저 휴양을 위한 자연환경 관광, 문화재와 문화유산 중심의 관광, 도시의 쇼핑과 문화예술 콘텐츠 등을 위한 도시 중심의 관광 등 다양한 형태의 관광을 소개한 뒤 도시 중심의 관광, 그중에서도 골목상권을 중심으로 발표했다.

권오준 센터장은 도시가 관광으로 성공을 이루기 위해서는 최소 10가지 이상의 매력적인 요소가 있어야 한다고 도시의 상업적 공간, 골목상권을 중심으로 MZ세대의 기호와 트렌드를 통해 예술 활동, 독립출판, 독립서점들이 어떻게 기능하며 생존하고 있는지 대구의 사례를 들어 설명했다. 대구는 최근 온라인 채널 물류 시스템과 배달 서비스가 급성장하고 있으며, 오프라인 위주의 소비활동이 온라인으로 옮겨갔다고 전했다. 소비자의 경험치 상승이 소비 트렌드를 변화시키고 있는 요즘, 문화적 감성과 가치

의 유무에 따라 소비가 이루어지고 있다는 것이다. 팬데믹 이후 가속화된 흐름을 보면, 오프라인 활동의 제약으로 온라인 소비가 중장년층까지 확장되었고 유튜브, 인스타그램 등 소셜미디어의 사용 증가에 따라 취미와 취향을 탐색하는 시간이 증가했다고 밝혔다.

이어서 이커머스와 배달 서비스의 급속한 성장에서 비롯된 오프라인 공간의 트렌드 변화를 설명했다. 덧붙여 “단순히 먹고 사는 행위 등 소비자의 기능적 편익에 대한 충족은 오프라인보다 온라인이 경쟁 우위에 있다. 온라인은 수많은 데이터를 기반으로 개인 맞춤형 상품을 추천하고 있다. 이로 인해 온라인과 유사한 편익을 제공하는 전문 소매점은 가장 큰 폭의 점유율 하락을 기록하고 있다. 오늘날 오프라인 공간은 기능적 편익을 넘어 공간만이 줄 수 있는 ‘경험적/감각적’ 편익을 제공하지 못하면 생존이 불가할 정도가 되었다.”라고 전했다.

또한 2019~2020년 SNS에서 국내 여행지와 상권에 대해 언급된 표현의 내용과 횟수 분석 결과를 보면 소비자들이 ‘가깝고 편한 곳에서 산책하듯 소비’하는 경향을 보이고 있음을 알 수 있으며, 이는 골목상권의 성장과 연관이 있다고 권오준 센터장은 설명했다. 취향 기반 라이프스타일이 소비 트렌드를 결정하고 있는 것이다. ‘나로서의 나’를 중시하는 소비 특성은 ‘내가 좋아하는 것’, ‘재미있고 새로운 것’, ‘좋은 시간을 보낼 수 있는 곳’, ‘감성적 소비가 가능한 곳’을 찾아다니게 하고, 콘셉트와 콘텐츠로 개성을 표현하고 만족스러운 시간을 제공하는 공간, 나를 표현할 수 있는 가치를 제시하는 공간이 각광 받기 시작했다고 전했다.

또한 방문을 결정하는 요인이 변하면서 개성 없는 오프라인 공간이 맞이한 위기에 대해서도 언급했다. 과거에는 지역을 정한 후 그 안에서 공간을 선택했다면, 현재는 공간이 먼저 사람을 끌어들이고 공간에 맞춰 지역이 결정된다는 것이다. 과거에는 공간이 공급자적인 관점에서 주로 조성이 되었는데, 현재에는 고객가치 중심으로 접근이 되며, ‘어떤 콘셉트와 콘텐츠를 담을 것인가?’, ‘고객에게 전달하고자 하는 경험은 무엇인가?’, ‘어떤 형태로 소비를 이끌어낼 수 있는가?’ 등이 공간을 조성하는 중요 가치가 되었다고 설명했다.

권오준 센터장은 20, 30대가 찾는 상권 결정 트렌드 세 가지를 1) 이색 가게가 들어올 수 있는 골목인지, 2) 대중교통으로 방문이 용이한지, 3) SNS에 올릴 만한 먹거리 또는 볼거리가 있는지로 정리했다. 그리고 세 가지 요건을 중심으로 대구의 골목상권에 대해 이야기했다. 대구 골목상권 활성화 중장기 사업으로 발표된 3단계 골목상권 지원 계획에 따라, 콘셉트와 콘텐츠가 있는 개성 있는 공간이 모여 골목상권을 만들면 2030세대에게 주목받게 되어 골목상권들이 도시의 매력적인 관광 요소를 만들 수 있을 것이라는 생각을 전했다.

골목상권들이 도시의 매력적인 관광 요소가 된 사례로는 대구 중구의 북성로를 소개했다. 북성로는 지역 예술인들의 공동체 활동이 활발한 곳으로 문화예술지원사업, 도시재생사업, 관광활성화사업 등 공적 재원을 활용하여 자생력을 갖추기 위한 활동을 하고 있는 공간이다. 북성로는 일제 강점기에 걸출한 예술인이 배출되기도 했고 근대 예술의 중심지였으며, 광복 이후 공구 철물 거리가 자연 조성되며 장인과 기술자들이 줄줄이 모이게 된 거리였다. 이후 2010년 전후 방천시장을 중심으로 활동하던 청년 예술가들의 상당수가 북성로로 활동 지역을 옮기게 되었고, 예술인들이 협동조합·사회적기업의 형태로 문화공간을 조성하며 자생력을 높여오게 되었다고 설명했다. 가장 최근에는 공구 거리에 빈티지 감성의 힙한 공간들이 늘어나 힙스터족의 성지로 변신했다고 밝혔다.

이어서 북성로의 상권을 소개했다. 독립서점 THE POLLACK(더폴락)은 독립출판물, 지역 인디뮤지션의 앨범, 굿즈 등을 판매하고 있으며 카페와 2층의 목공예 작가 공방 그리고 문화공간 '설아' 3개의 개별 공간으로 구성되어 있다고 설명했다. 또한 북성로에는 이곳을 중심으로 활동하는 공연, 시각예술, 문학, 스트리트 댄스 등 다양한 분야의 예술가들의 커뮤니티가 활발하고 협업 프로젝트가 많으며, 자체적으로 북성로 활성화, 특히 관광으로 연계시키기 위한 노력을 하고 있음을 강조했다. 또한 북성로, 향촌동, 수창동 등 근대 골목과 관련한 지역 예술인들의 아카이빙, 도큐먼트 등의 책들이 제작 및 판매되고 있다고 첨언했다.

권오준 센터장은 지역 문화관광과 지역출판을 연계할 방안에 대해서도 언급했다. 도시의 문화관광은 개성 있는 골목상권과 매우 밀접하여 지역서점과 출판물의 문화적 이미지 전달에 중요하게 작용한다고 설명했다. 복합 문화공간, 핫플, 카페 등에서 많이 접하는 독립출판물과 독립잡지의 상당 부분에서 지역의 공간을 소개하기 때문이다. 다음으로는 보존 가치가 있는 지역, 골목상권과 정책사업 간 연계 및 시너지가 창출되도록 지원하는 방안을 제안했다. 도시재생사업으로 공간을 조성하고 문화예술 지원사업을 통해서 독립출판, 공연 등 콘텐츠 제작을 장려하고 관광활성화사업으로 마케팅을 한다면 도움이 될 것이라고 구체적인 방안을 제시했다. 이와 유사한 사례로 대구의 무영당을 소개했다. 무영당은 소실 위기에서 극적으로 보존에 성공한 최초의 민족 자본 백화점으로, 8개의 다양한 분야의 청년예술가 팀이 입주하여 프로그램을 기획하고 운영 중이다. 무영당은 대구시가 공간을 매입한 후 위탁한 대구도시공사와 예술인협동조합 '내마음은콩밭'에서 시민참여형 소규모 도시재생 리빙랩사업 "어반그레이트" 공모를 진행하였고 이를 통해 예술인 단체들이 선정되어 이룬 결과물인 것이다.

권오준 센터장은 골목상권 내 공간 확보부터 조성·콘텐츠 기획·마케팅까지 일련의 과정을 기록하는 백서 형태의 출판물을 통해 공간의 가치를 높이고 홍보에 활용할 수 있도록 지원하는 방안에 대해서도 설명했다. 독립서점과 출판물의 장점으로 비정형적 다양성을 갖춘 점, 감성적·정서적 소유욕을 자극하는 점, 소량 생산에 따른 소장가치를 높이며 '보는 책'으로 제작이 용이한 점, 개성을 중시하는 MZ세대 트렌드의 취향에 적합하다는 점 등을 내세웠다.

발표를 마치며 권오준 센터장은 독립서점뿐만 아니라 관련 행사의 지원을 통해 독립출판물의 유통과 시장의 한계를 해소하고, 지역의 독립출판과 독립서점이 지속 가능하도록 뒷받침된다면 더욱 도움이 될 것이라고 제안했다.

Q. '지역문화와 관광 그리고 지역서점의 연계'를 위해서는 지자체의 협력이 필요합니다. 그러나 협력 관계를 유지하는 것이 쉽지 않을 것 같은데, 협력을 위해 신경 써야 할 구체적이고 실질적인 요소는 어떤 것들이 있을까요?

.....

대구 사례로, 발표에서 언급한 무영당이라는 곳이 있다. 철거 위기가 있었지만, 지자체가 공간을 매입하고 기획과 운영을 청년 예술인들에게 맡겼다. 현재 시작 단계이긴 하나, 좋은 출발이라고 생각한다. 예술인들은 창의적이고 청년들은 많은 아이디어를 가지고 있으며 트렌드를 잘 읽는다는 점이 장점이다. 지자체나 지원 기관에서 봤을 때, 현장의 변화 속도는 점점 빨라지는데 정책과 행정은 이에 맞추기가 쉽지 않다. 정책이 현장을 이끌기란 쉬운 일이 아니다. 어떠한 분야든 현장의 생태 변화에

따라 적절한 제도를 순발력 있게 만들고 지원하는 것이 무엇보다 중요하다고 생각한다.

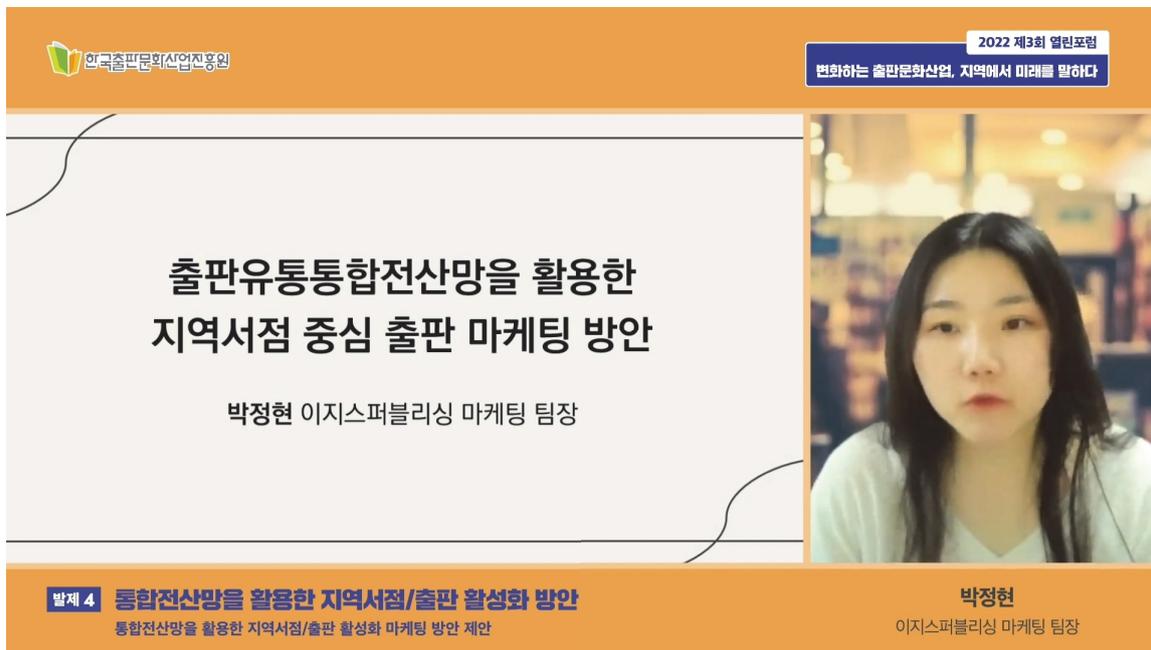
Q. 실제로 대구문화예술진흥원에서 진행하고 있는 지역출판과의 연계 사례가 있을까요?

대구문화예술진흥원에서 운영하고 있는 '아트랩범어'는 지하철 역사 내에 조성된 지하상가이다. 처음부터 상가는 아니었지만, 이를 어떻게 활용할지에 대한 논의가 많았는데 예술 거리로 조성을 해보자는 제안으로 만들어지게 된 공간이다. 조성된 지 10년 정도 되었는데, 위치와 공간의 활용도가 떨어지고 방치되어 있었다. 이를 개선하기 위해 지역의 독립서점을 찾아가 지역의 독립출판물과 서점들을 소개하고 이 공간에서 판매가 이루어질 수 있도록 함께 해보자는 제안을 했다. 이후 독립서점 더플락이 맺고 있는 15개의 협의체와 협의하여 큐레이션과 공간 연출을 부탁했다. 아직은 출발 단계이지만 앞으로 지역과 공간을 적극적으로 살려보고 싶다는 생각을 가지고 있다.

발제 4. 통합전산망을 활용한 지역서점/출판 활성화 방안

- 출판유통통합전산망을 활용한 지역서점 중심 출판 마케팅 방안

박정현 이지스퍼블리싱 마케팅 팀장



마지막으로 박정현 이지스퍼블리싱 마케팅 팀장은 '출판유통통합전산망(이하 '통전망')을 활용한 지역서점 중심 출판 마케팅 방안'을 주제로 발표했다. 박정현 팀장은 통전망은 일원화된 데이터를 바탕으로 각자가 필요한 정보를 얻을 수 있기 때문에 출판사나 서점에 이르기까지 다양하게 활용이 가능하다고 소개했다.

가장 먼저 출판사 실무자가 활용하는 통전망에 대해 마케팅에 활용할 수 있는 부분을 이지스퍼블리싱의 사례를 들어 이야기했다. 담당 편집자가 책으로 나올 원고를 마감하고 인쇄를 위한 프로세스를 진행하면 보도자료인 메타데이터를 작성하게 되는데, 이때 기본 정보를 통전망에 등록하고 저장하는 과정을 설명했다. 메타데이터 준비와 통전망 자료 등록이 완료됐음을 관련 부서에 알리면 마케팅팀과 영업 부서에서 보도자료를 확인한 후 유통사로 데이터를 전달하고, 온라인 서점에서는 도서의 메타데이터를 서점 MD나 PD와의 소통 없이도 등록할 수 있다. 통전망을 활용하면 별도의 미팅 없이 온라인 서점에 책을 등록할 수 있다는 것이다. 박정현 팀장은 출판사 실무자들에게 통전망 정보 등록은 자사의 책을 통해 도움을 받을 수 있는 독자들을 위한 정보를 등록하는 과정이며, 단순히 메타데이터 등록을 넘어 각 부서의 협업을 통해 진심을 전하는 과정이라고 설명했다. 뿐만 아니라, 통전망 등록을 통해 온라인 서점에 바로 메타데이터를 등록할 수 있다고 전했다.

통전망에 출판사가 등록하는 정보는 70가지가 넘으며 상품의 기본 정보를 통해서 실물 책의 견적은 물론, 저자/기여자에 대한 정보, 발행이나 배본 여부 또한 등록할 수 있음을 소개했다. 또한 책의 정보 중 테마를 기준으로 주제어와 키워드를 입력할 수 있는데, 이를 통해 지역서점에는 책 분류에도 도움이 될 수 있다고 덧붙였다. 뿐만 아니라 책의 표지 이미지, 책등 이미지, 상세 이미지 등 각종 홍보에 도움이 될 만한 자료를 입력할 수도 있으며 추후에 수상 정보를 비롯한 각종 부가 자료를 출판사에서 추가로 등록할 수도 있다고 전했다.

박정현 팀장은 출판사 실무자가 바라보는 지역서점에 대해 ‘지역과 책을 기반으로 새로운 책을 발견하고 사람들과 소통하며 문화를 체험할 수 있는 곳’이라고 말했다. 그리고 지역서점들의 통전망 활용에 도움을 주기 위하여 예시로 가상의 지역서점을 설정하고 이곳이 통전망을 어떻게 마케팅에 활용하는지 설명하였다. 우선, 통전망을 통해 새로운 책이 있는지 살펴보고, 테마를 설정하여 어떤 책들이 나오고 있는지, 독자들에게 필요한 책이 무엇인지에 대한 정보를 얻는 방법을 소개했다. 출판사에서 제공하는 카탈로그 외에도 필요한 정보를 담은 카탈로그를 출판사에 요청할 수 있어서 이를 활용한다면 서점을 방문할 독자들에게 도움을 줄 수 있다고 강조했다. 검색을 통해 찾고 싶은 출판사의 홈페이지 또는 SNS를 확인할 수도 있고, 출간 예정 도서 알림 서비스를 통해 독자가 도서를 찾기 전에 미리 큐레이션하여 소통의 기회를 만들 수도 있다고 설명했다.

이어서 통계를 이용한 마케팅도 언급했다. 통전망에서는 판매 통계를 통해 서점의 매출 현황 파악이 가능하데, 주제별 판매량 통계 또한 볼 수 있어서 어떤 주제의 서적이 많이 팔리는지 확인할 수 있다. 주제 분류별 판매량 순위로 특정 분야의 책 안에서 어떤 책의 판매량이 높은지 확인이 가능하기 때문에 독자들의 수요를 파악하여 도서를 입고하는 데 참고할 수 있다고 전했다. 추가로, 지역서점 가입자에 한해 지역 내 판매 비율 확인이 가능하다는 사실과 주제 분류별 판매량 통계로 베스트셀러와 스테디셀러를 확인하여 서점 마케팅에 적용시킬 수 있는 방법에 대해서도 설명했다.

마지막으로 “통전망의 정보와 통계는 출판사와 소통할 수 있는 작은 단계”라고 말했다. 출판사에 연락하면 다양한 도서 정보와 카탈로그 요청이 가능하니 필요한 정보, 또는 제안하고 싶은 것이 있다면 출판사의 문을 두드려달라고 당부했다. 박정현 팀장은 출판사와의 소통을 통해 더 좋은 방법을 찾아낼 수도 있고 통전망 또한 모두가 원하는 방향으로 발전시킬 수 있을 것이라는 기대와 함께 “출판산업 활성화를 위해 같은 길을 걸으며 함께 길을 낼 수 있을 것”이라고 전하며 발표를 마무리했다.

Q. 통전망을 통해 지역서점과 출판사가 연결될 수 있는 방법이 있을까요?

.....

먼저 업무적으로 어떤 정보를 원하는지 소통해야 한다. 통전망을 통해 얻은 정보를 바탕으로 추가적으로 원하는 내용이나 함께 하고 싶은 일에 대해 논의해야 한다. 검색을 통해 출판사의 연락처를 찾지 못했다면, 통전망의 출판사 정보 검색을 통해 SNS, 홈페이지 등으로 연락을 하고, 출판사의 마케터들과 함께 방법을 찾아가면 된다.

- >> 2022년 한국출판문화산업진흥원 제3회 열린 포럼 영상 다시 보기
- >> 2022년 한국출판문화산업진흥원 제3회 열린 포럼 자료집 바로 가기

〈출판N〉 웹진 제작처 정리

2022 독서 콘퍼런스

영상매체 시대, 변화하는 독서

한국출판문화산업진흥원 문화진흥본부 독서문화팀

2022. 11.

한국출판문화산업진흥원은 9월 23일(금) 대한민국 독서대전이 열린 원주에서 <2022 독서 콘퍼런스>를 개최했습니다. <2022 독서 콘퍼런스>는 원주시립중앙도서관 강당에서 진행되었으며, 한국출판문화산업진흥원 유튜브 채널에서 생중계되었습니다. 올해 독서 콘퍼런스의 주제는 “영상매체 시대, 변화하는 독서”로, 독서 문화를 이끄는 작가, 편집자 등 출판 관계자들을 모시고 진행되었습니다. 다양한 융복합 콘텐츠가 제작되는 시대의 흐름 속에서 각자의 다양한 독서 경험에 대하여 이야기를 나누며 독서 가치에 대한 공감대를 형성했습니다.

독서 콘퍼런스는 박준 시인의 “작가의 독서, 모두의 책 읽기” 기조 강연으로 시작했습니다. 첫 주제 토론 “확장된 독서 세상, 디지털 매체”는 한소범 한국일보 기자가 사회를 맡고, 김시형 그린북 에이전시 대표, 신주영 변호사, 이경희 SF소설가가 패널로 참여했습니다. 두 번째 주제 토론 “마이너한 취미 생활, 우리가 책을 읽는 이유”는 김선영 펀드 출판사 대표가 진행을 맡고, 사공영 유유출판사 편집자, 장슬기 사계절출판사 편집자, 최현우 시인이 패널로 참여했습니다. 각 세션별로 유의미했던 내용을 정리해서 소개해 드립니다.

[기조 강연] 작가의 독서, 모두의 책 읽기

박준: 2008년 계간 실천문학 등단, 저서 『계절 산문』, 『당신의 이름을 지어다 며칠은 먹었다』 외 다수



Q. 글을 쓸 때 표현하기 위해 노력하는 것, 다른 시들의 표현을 이해하기 위해 하는 것이 있는지 궁금합니다.

저는 글을 쓸 때 자연스럽게 표현하려고 노력합니다. 마치 언어생활같이 구술과 문자의 방식이 조금 다르지만 제가 좋아하는 시들을 보면 자연스러운 시구의 시들이거든요. 예를 들어 윤동주 시인의 「서시」만 생각해 봐도 ‘죽는 날까지 하늘을 우러러 한 점 부끄러움이 없기를 잎새에 이는 바람에도 나는 괴로워했다.’라는 문장에는 예술적이거나 현학적 혹은 인위적 표현이 아무것도 없습니다. “죽는다, 하늘, 우러르다, 잎새, 일다, 바람, 괴롭다”처럼 평범하고 자연스러운 단어들로 이루어져 있는데, ‘윤동주의 「서시」는 왜 좋지? 윤동주의 「서시」를 읽으면 어째서 그 젊은 시인의 서늘한 기운이 느껴지지?’ 하고 궁금해 하는 것이 제가 시를 읽는 방법입니다. 그리고 다른 사람의 시를, 다른 사람의 표현을 이해하는 방법입니다. 무언가 읽으면 내 마음속에 물음표가 하나 생기는데 이것을 느낌표로 바꾸지 않고 정의하지 않습니다. 이것이 제가 다른 문학 작품을 읽을 때 갖게 되는 자연스러운 마음입니다. 저는 앞으로 좋은 시를 쓰면서 또 좋은 모습을 보여드리겠습니다. 감사합니다.

[주제 토론 1] 확장된 독서 세상, 디지털 매체

진행: 한소범(한국일보 기자)

패널: 김시형(그린북 에이전시 대표)

신주영(변호사, 드라마 <이상한 변호사 우영우> 에피소드 원작 『법정의 고수』 저자)

이경희(작가, SF소설가)



좌측부터 이경희, 신주영, 김시형, 한소범.

한소범

먼저 IP, 즉 지적 재산권의 측면에서 얘기를 나눠볼 수 있을 것 같습니다. IP는 ‘one source multi use’라는 설명 그대로 하나의 소스에서 파생한 여러 가지 유형의 콘텐츠를 활용한다는 건데, 여기서 ‘one source’는 출판물이었습니다. 출판물로 성공을 거두면 이후 영화나 게임 등 2차 창작으로 이어졌는데 요새는 흐름이 바뀌었다고 하더라고요. 책으로 출간이 돼서 성공을 거두기 이전 단계의 원고, 시나리오 축약본이나 아이디어 수준에서 콘텐츠가 생산이 된다고 하는데 먼저 이경희 작가님의 이야기가 궁금합니다.

이경희

예전에는 책이 기준이 돼서 책이 영화가 된다는 느낌이었다면 지금은 아이디어나 기획 혹은 원고 단계에서 이미 많은 검토나 협의들이 이루어지고 그걸 통해서 영화화도 빨리 이루어집니다. 심지어는 책이 출간될 때 따지에 영상화 확정이라고 적혀서 나가는 경우도 있습니다. 그런 경우에는 아직 이게 책으로서 검증이 되기도 전인데 벌써 영화로 만들어질 정도로 큰 잠재력을 가지고 있다고 판단할 수 있지요.

어떤 경우에는 애초에 동시 기획되기도 합니다. 영화, 소설, 게임 등이 처음부터 동시에 기획이 돼서

영화의 소설 버전을 써주면, 영화가 개봉될 때 책을 같이 내겠다는 식으로 기획하기도 하고요. 이런 경우 장점도 있고 단점도 있는 것 같습니다. 소설로서의 묘미를 100% 살리지 못하는 게 단점이고, 반대로 그만큼 확장성이 좋기 때문에 대중적으로 쉽게 읽히는 게 장점이라고 할 수 있겠습니다. 또 여럿이 작업을 하니깐 더 좋은 이야기가 나오기도 하는데, 기본적으로 이야기산업의 트렌드가 워낙 빠르게 변하다 보니 빠르게 영상화되고, 빠르게 매체를 전환해서 다양하게 확산될 수 있도록 많은 업계에서 노력을 하는 것 같습니다.

한소범

작가님께서서는 영상화가 결정되기 전에 책으로만 출간하는 것으로 간주하고 작업을 하신 경험과 영상화를 염두에 두고 집필을 하신 경험이 모두 있다고 들었는데요. 그렇다면 두 가지 경우, 집필 상황에서의 차이가 분명히 있을 것 같습니다.

이경희

‘작품이 소설로는 괜찮지만 영화가 되려면 인물이 더 필요하다’라거나 ‘지금 스토리로 가면 제작비가 어느 정도 소요될 것 같은데 생각하는 프로젝트의 크기는 그것보다는 제작비가 적었으면 좋겠다. 그래서 장면을 덜어내거나 배경을 바꿀 수는 없을까?’라는 이야기를 전달받는 경우가 있습니다. 아무래도 여러 매체로 확장하는 걸 염두에 두면 그만큼 제약이 많아지는 것 같습니다.

신주영

제가 쓴 이야기는 사실 작가로서 쓴 이야기가 아니라 에세이였습니다. 에세이가 갑자기 <이상한 변호사 우영우> 드라마의 원작이 된 거죠. 한 동아일보 기자님이 ‘이제는 잘 짜인 소설이나 웹툰이 드라마로 되는 게 아니라 감동을 줄 수 있는 에세이라도 IP 다각화가 가능하다.’라는 내용으로 칼럼을 하나 쓰셨는데요. 돌이켜보면 그 책을 쓸 때 이런 생각을 했었던 것 같아요. ‘내가 법정에서 있었던 일을 드라마 처럼 처음부터 다 써본다.’ 이런 생각으로 법정에서 변론하는 과정을, 제 머릿속에 있는 대로 썼는데요. 그중 『법정의 고수』 책에 「높고 단단한 벽, 그리고 계란들」이라는 내용을 세 챕터에 걸쳐서 굉장히 길게 썼는데, 드라마 장면 중 부칙 하나를 가지고 싸우는 장면이 실제 제가 변론 때 경험했던 장면입니다.

3년 만에 『법정의 고수』가 드디어 드라마로 만들어졌을 때 많은 것들이 바뀌었습니다. 단순히 캐릭터만 바뀐 게 아니라 드라마적인 요소가 들어가 너무 재밌지만 ‘이건 『법정의 고수』가 아니구나.’라는 생각을 했어요. 제가 쓴 이야기에는 변론이 굉장히 치열했지만 드라마는 캐릭터 자체가 주는 재미가 강조되었다고 할까요. 그래서 ‘이렇게도 양립할 수 있구나.’ 하고 생각했습니다. 제가 드리고 싶은 말씀은 드라마는 원작을 가지고 그대로 만드는 것이 아니라, 영감을 받은 작가, 또 거기에 많은 스태프들이 모여 만든 것, 그러니까 집단 창작물이라는 생각을 하게 됐습니다.

한소범

IP를 갖는 형태가 꼭 픽션일 필요도 없고 책으로 된 출판물일 필요도 없다는 걸 두 작가님의 경험담을 통해서 알게 됐는데요. 그럼 에이전시의 입장에서는 지금 변화하는 상황 속에 저희가 있다고 봐야 하는 걸까요?

김시형

매일매일 변화가 많이 일어나고 가속화되고 있다는 걸 느끼는데요. 저희 작가님 중에 전삼혜 작가님이 『붉은 실 끝의 아이들』이라는 장편을 쓰셨어요. 안예은이라는 뮤지션의 〈난파〉라는 곡을 듣고 영감을 받은 것이 소설을 쓴 계기였어요. 그래서 저는 각자의 창작물이 마치 하이퍼텍스트처럼 서로 연결 고리를 만들 수 있다고 생각해요. 이미 서로 창조하고 있고, 창작 자체가 서로의 영역을 굉장히 빠르게 넘나들고 있어서 출판이 어떤 고유의 영역을 지키는 때는 이미 지나갔다는 것을 느꼈습니다.

그리고 에이전시로서 작가님들을 대리하면서 여러 가지 사업을 하는데 처음에는 출판 계약을 더 많이 할 줄 알았어요. 하지만 이제는 우리가 갖고 있던 출판사의 개념이 확장됐고, 출판사 또한 엄청나게 변화하고 있지만 반대로 다른 업종에 있는 업체들이 출판과 미디어로도 많은 변화를 시도하고 있습니다. 많은 업체들이 종합 미디어 사업 분야에 출사표를 던지고 있고, 옛날에는 문어발 미디어 그룹이라고 폄훼되었지만 이제는 너무 당연한 것이 되어가고 있습니다. 따라서 IP를 가지러 오시는 분들 자체가 처음부터 그분들이 쓰는 주 업종의 저작물만 가지러 오시는 것이 아닌 상태가 된 것입니다.

한소범

저희가 굳이 출판물을 경유해서 이야기를 향유할 필요가 없다고 하면, 어디까지를 우리가 독서로 봐야 할까요? 물성을 지닌 종이책조차도 플랫폼의 일부가 된다면 웹소설을 읽는 것도 당연히 독서가 될 거고, 오디오북을 듣는 것도 독서일 수 있을까요? 요새는 채팅형 소설이라고 해서 채팅창을 내리면서 보는 소설도 있던데 그것도 독서일 수 있는지요? 독자 개인으로서 생각하기에 어디까지가 독서의 범주에 포함이 되는 것일지가 이어지는 고민인 것 같습니다.

이경희

제가 어렸을 때는 ‘만화책을 보는 게 독서냐’라는 얘기를 했습니다. 하지만 지금 만화책을 보는 것은 누구나 독서라고 생각을 하는 시대가 됐죠. 계속 확장되고 있고, 웹소설을 읽든 오디오북을 듣든 그런 것도 당연히 독서라고 생각합니다. 『드래곤 라자』라는 소설이 특이한 건, 책이 100만 부 이상 팔리며 그 책을 읽은 사람의 일부가 이 작가의 팬이 되었기 때문이에요. 처음에는 연재형의 긴 호흡을 가지고 대여점에 적합한 소설로 썼지만 차기작으로 갈수록 그 형식을 바뀌어나가면서 플랫폼의 틀을 넘어서는 소설로 썼단 말이죠. 그러면서 그 독자들이 플랫폼의 정형화된 규격을 벗어난 소설을 따라오면서 읽게 되고, 더 다양한 형식의 소설을 접하게 됐다고 생각합니다. 저도 그런 사람 중에 하나고요. 그러니까

저는 웹소설 플랫폼이 커졌을 때 플랫폼 안에서도 다른 형식의 소설들로 넘어가거나 확장될 수 있는 가능성이 있다고 생각합니다. 그래서 고정되지 않고 좀 더 확장해서 다양한 형식들을 시도할 수 있는 그런 기회가 주어지면 좋겠어요.

신주영

드라마나 영화는 작가의 입김이 굉장히 적은 분야인 것 같아요. 소설처럼 텍스트만 있는 경우에는 독자들이 작가하고 1대 1로 오로지 그 작가의 생각만을 따라가게 되는 거죠. 저도 어렸을 때 책으로 『쥬라기 공원』을 너무 재밌게 읽다가 영화로 보고는 ‘이게 뭐야’ 이런 적이 있습니다. 아마 다 느끼시는 걸 텐데 드라마나 영화가 나쁘다는 의미는 아니고 단지 텍스트만 있는 경우에는 굉장히 내구성이 좋고 또 독자들에게 엄청난 자유를 주는 것 같아요. 상상할 수 있는 자유. 만약 지금 <이상한 변호사 우영우> 드라마를 본 뒤에 제 『법정의 고수』를 읽는 사람들은 책의 주인공을 생각하면 배우 박은빈을 떠올릴 것 같아요.

영화나 드라마는 감독이나 편집하신 분들이 의도한 대로 같이 느끼고 집단적으로 감동을 받지만, 독서 같은 경우에는 오로지 작가가 의도했던 것, 작가가 심어놨던 곡선을 따라가면서 반전을 느끼고 작가의 호흡과 같이 하는 부분이 있어요. 이미 영상화된 경우에는 향유하는 것이 유리하고, 플랫폼의 경우 다른 사람들과 함께 이야기할 수 있는 부분이 좋지만, 작가와 호흡을 같이 한다거나 사유를 따라가기를 원한다면 텍스트만 읽는 것이 독자들에게는 더 중요하다고 생각합니다.

김시형

저도 아이 둘을 키우면서 독서하는 양태를 보면 눈을 동그랗게 뜬 경험이 있습니다. 아이들은 책을 읽을 때 당연히 종이책만 읽지 않습니다. 웹소설도 읽고, 웹툰도 보고 하는데 거기서 끝나는 게 아니라 굿즈로 제작되어 나온 굉장히 예쁜 종이책을 사거든요. 되게 입체적으로 읽는다고 생각을 했습니다. 그래서 저는 ‘이제는 독서가 끝나거나 출판은 끝났나?’ 혹은 ‘다른 시대로, 세대로 넘어가나?’라는 생각이 ‘그냥 진화하는구나!’라는 생각으로 바뀌었습니다. 전혀 익숙하지 않았는데 아이들이 소비하는 동시에 굉장히 적극적으로 창작하는 것을 보면서 독서의 진화가 맞다는 생각을 했습니다. 저희 어머니가 저를 보면 또 놀라겠죠. 그리고 저는 30명의 작가가 쓰는 글을 정말 열심히 읽어야 되기 때문에 차에서도, 샤워할 때도 책을 읽어야 되니까 오디오북이 절실하거든요. 저도 그런 종류의 필요인데, 접근성 측면에서 보면 시각장애인이거나 청각장애인도 굉장히 다양하게 독서하실 수 있게 됐잖아요. 저는 독서가 엄청난 진화를 했다고 말하고 싶습니다.

한소범

독서의 개념이 많이 변화하고 있다는 것을 체감하고 있는 것 같습니다. 오디오북을 듣는 것도 독서고, 심지어 영화를 보는 행위까지 독서라고 하면 종이책의 존재 가치와 그 의미는 무엇인가에 대한 질문이 남거든요. 그럼에도 불구하고 디지털 매체 시대에 종이책을 읽는다는 그 행위의 의미는 무엇일까요?

김시형

저는 『책에 갇히다』라는 앤솔로지를 추천 드렸는데 그 책에 모든 것이 사라지고, 전기가 없을 때 인간은 어떻게 책을 읽을 것인가 하는 여러 가지 실험의 얘기들이 나옵니다. 그런 시대가 왔을 때 종이책이 있어야 되지 않을까요? 제가 출판업에 종사해서 그런 것이 아니라 정말 종이책은 그 물성을 갖고 있기 때문에 어떤 순간에도 필요한 존재가 될 것 같습니다.

신주영

책, 드라마, 만화 그리고 영화 이렇게 시각적인 매체들이 많이 있는데 책을 제외하고는 다 집단 창작물 이잖아요. 책이라는 것은 접근에서도 자유롭고 저는 책을 안 읽어도 언젠가는 읽겠다는 생각으로 구입해서 어디에라도 놔두거든요. 진짜 언젠가는 들춰봐요. 그럴 때 너무 행복하거든요. 그러니까 책은 앞으로 계속될 거라고 생각합니다.

이경희

저는 꼭 종이책은 아니더라도 편집자가 붙어서 책을 만들고 정제된 언어를 조율하고 또 깊게 고민해서 내놓는다는 측면에서 전통적인 방식으로 출판되는 책이 아직까지는 다른 매체들에 비해서는 좀 더 공을 들인 매체라고 생각합니다. 정제된 글로 정리해서 작가 한 명이 쓴다는 것은 굉장히 독자적인 작업이라고 생각합니다. 또한 내가 차분히 내 감정이나 마음을 들여다보고, 글로 남기고, 다른 누군가에게 전한다는 측면에서 아까 기조 강연에서도 언급되었지만, 나의 내면을 타인에게 전달하는 데 있어서 아직까지는 정제된 글을 오랜 시간 공들여서 전하는 책이 그나마 손실이 가장 적고 잘 전달되는 매체라고 생각합니다.

한소범

전기가 끊겼을 때에도, 아포칼립스 시대에도 읽을 수 있는 것이 사실 또 책이기도 하고요. ‘나에게 독서란 무엇이고, 나는 앞으로 어떻게 종이책을 향유할 것인가’ 이런 질문을 남겨놓는 시간이 아닌가 싶습니다. 앞으로도 독서 가치에 대해서 얘기할 수 있는 자리가 더 많아졌으면 좋겠습니다. 감사합니다.

[주제 토론 2] 마이너한 취미 생활, 우리가 책을 읽는 이유

진행: 김선영(핀드 출판사 대표)

패널: 사공영(유유출판사 편집자)

장슬기(사계절출판사 편집자)

최현우(작가, 시인, '시요일' 기획위원)



좌측부터 최현우, 장슬기, 사공영, 김선영.

김선영

올해 독서 콘퍼런스 주제는 “영상 매체 시대, 변화하는 독서”입니다. 영상이 범람하는 시대에 책은 조금씩 대중의 관심에서 멀어지고 있는 듯도 한데요. 독서를 취미의 영역으로 봤을 때 요즘은 많은 여가 시간을 스마트폰이나 OTT 플랫폼에 빼앗기고 있는 것도 사실이죠. 하지만 그럼에도 불구하고 새롭게 책을 읽어내고자 하는 움직임도 많이 있는 것 같습니다. 크고 작은 규모의 독서 모임이 늘고 있기도 하고요. 지역의 도서관이나 작은 서점들이 다양한 프로그램으로 독서의 거점 역할을 해주고 있기도 합니다. 그리고 출판사에서도 독자를 만나고 독자를 늘리는 방법을 모색하고 있죠. 사공영 편집자님부터 각자 진행하시고 있는 독서 관련 활동들을 차례로 들려주시기 바랍니다.

사공영

유유출판사는 전체 구성원이 5명인 작은 출판사입니다. 아시겠지만 출판사는 책을 내고 나면 책을 알리기 위해서 정말 여러 가지 활동을 합니다. 그런데 팬데믹이 지속되는 동안은 가장 흔히 했던 북토크나 독자와의 만남 같은 행사들을 할 수가 없었습니다. 그래서 가급적이면 대면 접촉 없이 할 수 있는 북클럽, 출판사 서포터즈, 커뮤니티 서평단 같은 것들을 조금 더 자세히 들여다보게 되었습니다. 그것은 반대편에 독자가 있어야만 할 수 있는 일이라는 생각이 들었거든요. 그분들이 계속해서 저희 유유

출판사의 책을 즐겁게 읽어주시기만 한다면 저희는 기꺼이 출판사가 독자에게 제공할 수 있는 여러 가지 혜택들을 찾아보고 싶었고, 또 다양하게 제공해보고 싶다는 생각을 하게 되었습니다. 이를 통해 평소에 독자님들이 어떤 요구들을 하셨는지를 떠올려보게 됐고, 독서가 언제 풍성해지고, 언제 만족스러워지는지 등의 생각들을 하게 됐던 것 같아요.

독자들은 ‘책 한 권을 제대로 읽었다.’ 이런 생각이 들었을 때 독서가 풍부해진다는 느낌을 받는 것 같습니다. 또 독서 모임들을 통해서 다양한 감상들을 접하게 되었을 때, 저자나 번역가가 강연하는 자리에 직접 와서 이 책을 내가 생각하지 못한 세세한 부분들까지 조금 더 깊게 짚어줄 때, 그리고 책을 기획하거나 만든 편집자가 ‘이 책은 이렇게 기획되었습니다.’ 하는 이야기를 듣고 ‘내가 참 좋은 책을 읽었구나.’ 하고 동의하게 될 때 독서가 조금 더 만족스러워지고 풍성해진다고 느꼈습니다. 그래서 그 방식들을 전부 다 취합해 보기로 마음을 먹었고요. 그것을 전부 다 합해서 만든 것이 저희가 지금 운영하고 있는 책 구독 모델입니다.

장슬기

사계절출판사가 꿈꾸는 문화는 자연스럽게 책을 읽는 이가 있고, 책을 권하는 이가 있고, 그리고 책을 만드는 이가 있는 문화입니다. 그래서 제일 오랫동안 해왔던 독서 권장 프로그램 중 하나가 ‘책 읽는 가족’입니다. 어린이와 청소년 책을 온 가족이 같이 읽는 거죠. 보호자와 어린이·청소년 독자가 같이 읽으면 반드시 다른 지점에서 감동을 느끼게 되어 있거든요. 이번 콘퍼런스의 주제처럼 코로나19가 저희를 미래로 끌고 왔다고 생각해요. 어린이·청소년들이 플랫폼을 접하는 것이 자연스럽게 이루어졌고, 굉장히 빠르게 디지털화되는 것 또한 학교 교육과 이어져 왔기 때문인데요. 코로나19 시대에 새롭게 어린이·청소년들과 교육 현장에 계신 분들께 책을 권하는 방법으로 생겨난 것이 어린이 북클럽 ‘당당’입니다.

처음에는 우리가 원하는 건 자발적 독자인데 권장자가 신청하게 되는 프로그램이다 보니 걱정을 했습니다. 지금은 한 달에 한 번 운영하는데 17기로 1년이 넘었고, 이 친구들이 온라인 강연 중에 스피커를 꺼놓지 않고 작가 강연을 들어도 전혀 진행에 방해가 되지 않을 정도의 몰입도를 가지고 있고요. 주로 어린이들이 질문한 내용을 가지고 강연이 진행됩니다. 독자들의 질문에 ‘나는 이렇게 생각한다.’라는 식의 답변 위주로 진행이 되고, 보호자분들의 피드백을 받아보면 굉장히 신기할 만큼 자발적으로 진행이 된다고 하세요.

북클럽을 하면서 느낀 점은 독자들이 다른 사람의 생각을 굉장히 궁금해 한다는 거예요. 독서 행위는 혼자 하는 건데 모여서 이야기하고 싶은 욕구가 상당히 강해서, 사회적 거리 두기가 심해질수록 성인 독자층에서도 온라인 모임이 많이 생겼습니다. 다른 사람이 쓴 걸 읽으면서 표현 욕구가 굉장히 강해지기 때문에 어쩌면 내 얘기를 하고 싶어서 읽는 건지도 모르겠다는 생각이 들 정도였어요. 그래서 ‘책을 매개로 서로 얘기를 나눌 수 있었으면 좋겠다.’ 정도의 목적을 가지고 시작했는데 제법 의미 있게 진행이 되고 있다고 봐요. 사실 어린이·청소년 책을 만들면서 서평단에 책을 제공하지 않는 건 용기가 필요한 일이었는데 건강하게 잘 진행되고 있다고 생각합니다.

저희가 앞으로 해나가고 싶은 것은 성인, 일반 독자님들께 ‘함께 책 읽기’를 권하는 것입니다. 플랫폼을 도입하는 것은 이미 굉장히 많은 출판사에서 좋은 예를 보여주고 있습니다. 때문에 우선은 독자층이 한정돼 있다고 오해하는 어린이·청소년 문학의 장르적 재미 같은 것들을 느낄 수 있도록 어린이 문

학을 읽는 성인 독자 북클럽이라든지, 또 권장자가 주요한 역할을 하는 청소년 문학 분야의 특수성을 고려하여 권장자를 대상으로 한 북클럽 등을 생각하고 있습니다. 그리고 성인에서는 인문학을 시작으로 해서 지금 우리가 살아가는 시대에 관심을 많이 가지시는 자발적 독자들을 모아보는 등 이런 다양한 궁리들을 하고 있습니다.

최현우

저는 국내 최초 시 전문 애플리케이션 ‘시요일’이라는 앱의 기획위원회를 담당하고 있습니다. 제가 하는 역할은 큐레이션을 통해서 시 구절을 제공하는 역할입니다. 시요일이라는 앱은 일종의 시 전용 전자책 애플리케이션이에요. 시를 좋아하시는 분들은 경험해보셨을지 모르겠지만 트위터나 SNS로 시 구절을 공유하고 소비하시는 분들이 꽤 많은데, 전문적으로 플랫폼화 했다고 생각하시면 좋을 것 같습니다. ‘시를 읽으시나요?’ 하고 물어보면 보통 대부분의 독자 분들께서 ‘시가 너무 어려워요.’라는 말씀을 많이 하십니다. 시요일 앱의 장점 중 하나는 현대시가 어떻게 보면 고도로 아카데미화돼 있는 부분도 있을 것 같아 최대한 대중적으로 접근하기 위해서 기획위원들이 시를 선별하고 있습니다.

특징 중에 하나는 시요일 앱이 큐레이팅을 디지털화했다는 것입니다. 처음 시집들을 데이터베이스화할 때 여러 시인들이 모여서 이것을 단순히 본문이나 제목에 들어가 있는 특정 단어만 검색에 걸리게 만든 게 아니라 키워드화를 시켰습니다. 예를 들어서, 이별 혹은 배고픔 등의 단어를 넣어 검색을 하면 시 본문에 그런 텍스트가 없더라도 주제로 묶여 키워드화된 시들이 자동 검색되게 됩니다. 이것 정리해서 볼 수도 있고 시를 누르면 그 시인이 쓴 시집으로 바로 접속할 수도 있기 때문에 일종의 자동화된 큐레이팅을 보실 수 있다는 생각이 듭니다. 그리고 시 구절들이 앱 안에서만 있는 게 아니라 온라인 사이트, 온라인 서점에 배너 형식으로도 제공이 되는 것으로도 알고 있습니다. 그렇게 다양한 채널로 시 구절을 접하면, 처음 시를 읽으시는 분들이 나중에도 시를 보게 되고 또 시집을 찾게 되는 효과를 낼 수 있으리라 생각합니다.

김선영

디지털 매체의 핵심인 앱인데도 추천하는 사람의 주관성이 들어간다고 하시니 추천하는 것도 사람의 일이라는 생각이 듭니다. 시가 아무리 추천을 해도 달력을 보면서 마음까지 읽어주지는 않으니까요. 그래서 개인 맞춤형으로 좋은 책을 골라주는 것도 중요하지만 고른 책을 스스로 큐레이팅하는 것에 대한 고민도 생겼습니다. 어린이 출판사에서 독서 프로그램을 운영하시는 장슬기 팀장님께 여쭙보고 싶은데, 좋은 책을 고를 수 있는 눈을 키워주는 일이 어떻게 보면 어린이 독서 운동의 시작일 텐데요. 아이들을 위해서 교육 현장에서 어떤 부분을 더 노력해볼 수 있을까요?

장슬기

어린이·청소년을 1차 독자로 정하고 있다고 해도 큰 카테고리 안에서는 다 문학일 텐데요. 제일 방해가 됐었던 건 ‘교육’이라는 말이 아닐까 하는 생각이 들기도 해요. 교육을 목적으로 어떤 책을 권하는 건 아니니까요. 하지만 학교 현장에서도 굉장히 노력하시고 있습니다. 이를테면 2018년도부터 도입된 ‘한

‘학기 한 권 읽기’ 같은 경우는 ‘온 책 읽기’라고도 하는데요. 청소년들이 물리적으로 책을 읽을 시간이 없으니까 학교에서 책을 읽는 시간을 주고, 교사와 함께 책에 대해서 얘기하고, 학급 아이들끼리 같이 읽는 등 책을 충분히 읽는 활동을 진행하고 있어요. 초반에는 교과서 수록 도서들을 읽는 쓸림 현상이 당연히 있었지만 해를 거듭할수록 관련 연수를 통해 교사 분들이 일단 독자가 되려는, 부단하게 좋은 권장자가 되려는 노력을 많이 하시고 있다는 생각이 들었어요. 그리고 어린이들이 습관적으로 학교에서도 읽고, 집에서도 읽는 문화를 만들어주는 것은 학교나 사회가 해줘야 되는 일인 것 같습니다.

사실 좋은 책을 고르는 안목을 키우려면 많이 읽는 것 말고는 뚜렷한 방법이 없는 것 같아요. 자기가 어떤 책을 좋아하는지 알려면 읽어보는 수밖에 없고, 사회와 가정과 학교 현장과 도서관 이런 곳에서 우리가 읽는 문화를 만드는 것이 먼저인 것 같습니다. 자기 취향을 확실히 알기 위한 어떤 탐험 같은 것들을 해볼 수 있도록 기다려주는 것 그리고 양질의 책을 만드는 것, 그래서 마침내 ‘내가 좋아하는 책은 이런 거구나.’ 하고 찾았을 때 다양한 선택지를 줄 수 있는 역할을 편집자들이 하는 것. -물론 1차적으로 작가님들이 해주시는- 그런 것들이 있지 않을까 싶어요.

김선영

자연스럽게 쓰는 사람에 대한 이야기로 넘어가 볼까 해요. 요즘은 읽는 사람은 없고, 쓰는 사람만 있다는 이야기도 하는데요. 그만큼 스마트폰 애플리케이션이나 뉴스레터 같은 플랫폼으로 자기 창작물을 쉽게 발행할 수 있어서 이용하는 분들이 많은 것 같습니다.

사공영

뉴스레터 시대가 온 것을 보고 출판사에서 ‘우라도 어떻게 하면 뉴스레터를 만들어 볼 수 있을까’ 하는 생각을 했고, 그러면서도 구독자들이 열지 않고, 읽지 않고, 삭제하는 뉴스레터도 너무 많다고 생각을 했는데요. 출판사 뉴스레터니까 당연히 또 ‘책 광고이거나 책 소개겠지’ 하는 예상을 깨보기로 했습니다. 그래서 독자의 공부를 돕는 책을 만들어보자는 생각을 했습니다. 말씀드린 것처럼 독자 중에 아주 많은 분들이 책을 만들고 쓰는 사람들이라고 생각했고, ‘그 사람들이 어떻게 하면 나도 온라인 서점에 베스트 셀러 상위에 올라갈 수 있지? 어떻게 하면 문화부에서 글을 쓰는 기자님들이 내 책을 발견하게 할 수 있지? 어떻게 하면 제작자와 잘 소통해서 내가 생각하는 예쁜 책을 만들 수 있지?’ 이런 것들을 정말 궁금해 한다고 생각했습니다. 또한 책이라는 것 하나를 둘러싸고 일하는데도 서로의 이야기를 잘 모른다고 생각을 했습니다. 많은 사람들을 돕는 게 결국은 재미있게 책 만들고, 좋은 책을 만드는 방법이라고 생각했기 때문에 보름에 한 번 그분들을 찾아가서 인터뷰를 통해 저희가 대신 물어보기로 했습니다. 그렇게 인터뷰를 정리해서 보내는 게 저희가 올해 발행하고 있는 ‘보름유유’고 현재도 발행되고 있습니다.

최현우

어떻게 보면 박준 시인님께서 말씀하셨지만 ‘읽는 사람은 결국에는 쓰는 사람이 될 수도 있겠다. 그리고 모든 쓰는 사람은 결국 읽는 사람이었다.’라는 말이 맞는 것 같은데, 비단 글쓰기 분야에서만 일어

나는 일은 아닌 것 같습니다. 유튜브도 그렇고, 1인 미디어를 창작하는 분들이 많아지기도 했고요. 기술도 발달해서 내가 갖고 있는 생각, 나의 콘텐츠들을 밖으로 표출할 수단들이 많아진 게 아닌가라는 의미에서 본다면 읽는 사람과 쓰는 사람을 이분법적으로 구분하는 게 과연 맞을까라는 생각이 조금 들기는 합니다.

물론 출판물이라는 형식을 가지고 사람들에게 어떤 상품으로서 판매가 될 때는 그만큼의 상품성을 생각해야겠지만, 창작자 입장에서는 본인 스스로 그것들에 대해 판단하기는 어려운 면이 분명히 있는 것 같습니다. 그래서 안목을 키우기 위해서라도 좋은 읽기를 해야 한다는 게 제 생각입니다. 텍스트를 전달하는 서사의 특징과 영상이 전달하는 서사의 특징이 다른데 영상은 텍스트적인 서사 방법이라기보다는 이미지가 주는 서사 방법에 더 가까운 게 아닌가라는 생각을 합니다. 그런 면에서 텍스트가 주는 서사의 흐름들을 제대로 즐기고 느끼기에는 영상이 책을 대체할 수는 없겠다는 생각도 듭니다. 물론 창작자로서 이런 생각을 할 수도 있는 거겠지만요.

그래서 저한테 독서는 교육이라든지 누군가가 권해서 하는 그런 게 아니라 오락의 일종이라고 늘 생각해요. 오락은 나 자신의 어떤 흥미나 나의 재미를 위해서 하는 것이지 내 삶에 반드시 도움이 돼야 되고, 교훈이 남아야 하는 것은 아니라고 생각을 합니다. 저도 누군가한테 독서를 강권할 때, 이를테면 큐레이션이나 독자 분들에게 책을 추천할 때 이 책을 해석해서 '이런 부분이 좋아요.'라는 얘기를 하게 되다 보니까 자꾸 교훈적인 것들만 찾는 방식으로 독서를 하게 되더라고요. 그래서 최근에는 '이 책을 읽으실 때는 이렇게 해보세요.'라는 쪽으로 책 추천을 많이 하게 되는 것 같아요. '책이라는 매체를 어떻게 즐길 것인가도 우리가 같이 얘기해야 하지 않나?'라고 창작자 입장에서 생각의 문자도 해 보았습니다.

김선영

책을 만드는 사람들의 이야기와 창작자의 이야기까지 들으셨습니다. 여전히 우리는 마이너한 취미생활이라고 하지만, 이렇게 책을 쓰고, 또 만들고, 그리고 같이 읽고 싶어 합니다. 아무리 미디어의 시대라도, 그럼에도 불구하고 책을 읽는 이유들에 대해서 조금씩 더 생각해 보시면 좋을 것 같습니다. 보다 나은 독서 문화를 정착시키고 발전시키기 위해서, 모두가 노력하는 사회가 되길 바랍니다. 감사합니다.

- >> 2022 독서 콘퍼런스 하이라이트 영상 다시 보기
- >> 주제 토론1 영상 다시 보기
- >> 주제 토론2 영상 다시 보기

〈그림책 더미 데이〉를 통해 본 한국 그림책 시장의 선진적 면모

김상일(도서출판 키다리 대표, 그림책협회 이사(출판사분과장))

2022. 11.

여름 기세는 한풀 꺾였으나 한낮에는 여전히 태양이 맹위를 떨치던 9월 중순 어느 날. 서울 지하철 홍대입구역 인근 청년문화공간JU동교동 5층 니콜라오희에는 하루 종일 사람들로 북적였다. 3년 가까이 ‘코로나19’라는 어두운 터널을 지나온 터라 생경한 풍경이다. 약 40여 개의 상담용 책상이 오와 열을 맞춰 흠을 짝 채웠고 연단 쪽 책상에는 책자들이 짝 놓여 있다. 그 앞으로는 29개의 책상마다 두세 명이 마주 앉아 진지한 대화를 나누고 있다. 흠의 양쪽과 뒤쪽에 도열해 있는 80여 개의 의자에는 순서를 기다리며 대기자들이 앉아 있다. 입시 상담회, 아니면 취업 상담회라도 열린 것일까?

“이미지는 주목을 끌지만 스토리 완결성이 떨어지는 것이 아쉽네요.”

“개연성이 약하지만 이미지가 독특해서 독자에게 어필할 여지는 꽤 있어요.”

그렇다. 작가와 출판사 편집자 간의 대화다. 작가들의 얼굴에는 기대와 흥분의 표정이 역력하다. 다소 시끌벅적한 분위기가 시장 같지만 그림에도 그 속에 질서정연함이 있으며 대화는 열의에 차 있고 배려가 넘친다. 그림책협회가 주최한 그림책 축제의 현장, 이름하여 2022 그림책 페스타 〈그림책 더미 데이〉의 현장 스케치 모습이다. 〈그림책 더미 데이〉는 기성 또는 예비 작가들이 미출간 그림책 원고를 출판사 편집자들에게 선보이며 작품에 대한 의견을 구하고 출판의 기회를 모색하는 행사다. 출판사는 새로운 작가를 발굴하고 자기 출판사에 맞을 만한 작품을 만날 수 있는 기회다. 위의 사례처럼 원고에 대한 평은 출판사에 따라서 비슷한 듯 다르다.



편집자의 눈에 띈 작품은 현장에서 출판 계약을 제안받을 수 있다.

기존에 출판을 목적으로 창작된 그림책 원고가 공개되고 제출되는 각종 행사가 없었던 것은 아니다. 전시회, 품평회, 졸업 발표회, 공모전, 투고 등 다양한 경로를 통하여 작가들은 출판의 문을 두드린다. 그러나 이번에 그림책협회가 주최한 <그림책 더미 데이>는 여러 면에서 이전에 이뤄지던 같은 목적의 행사들과는 사뭇 다르다.

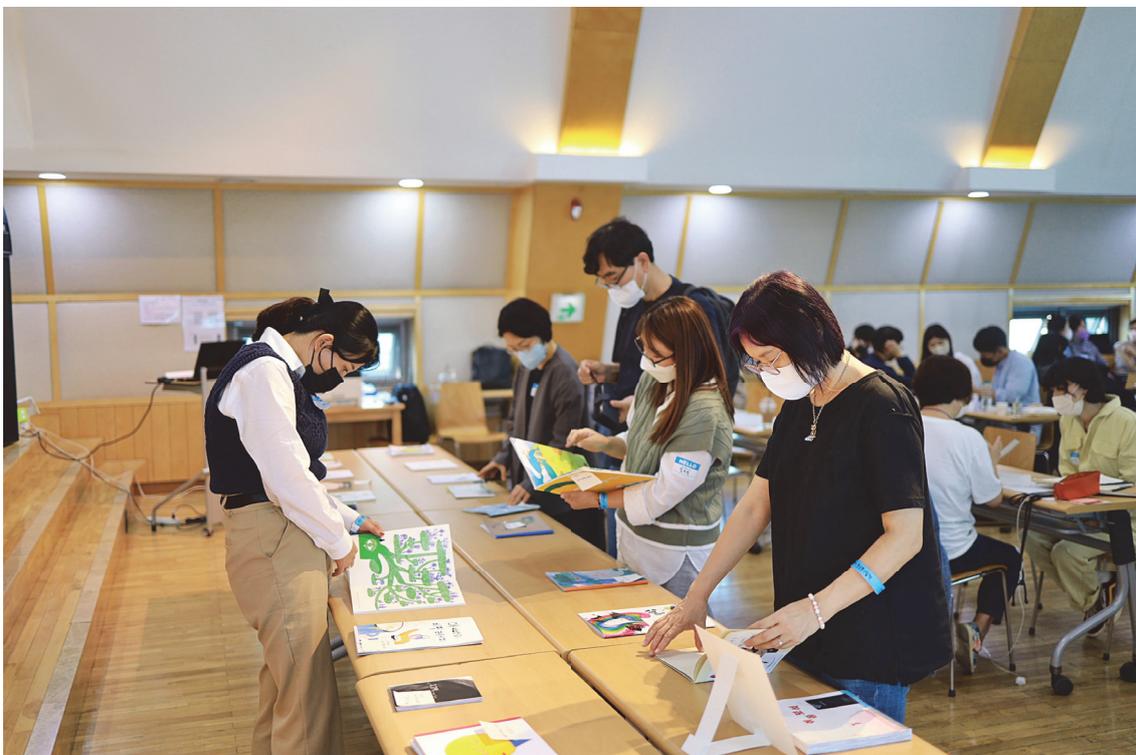
무엇보다 규모가 그렇다. 작가 약 110여 명, 출판사 대표 또는 편집자 50여 명이 한자리에 모였다. 행사 진행자, 한국출판문화산업진흥원 등 기관 관계자, 언론사 기자들까지 하면 어림잡아 200여 명이 행사에 참석했다. 출판 계약을 목적으로 이렇게 많은 작가들과 출판사 편집자들이 한자리에 모인 대규모 행사는 최소한 국내에서는 전례가 없던 것으로 안다. 해외에서도 이런 사례를 찾아볼 수 있을까? 출판할 권리를 사고파는 마켓이라는 점에서 이와 비슷한 프랑크푸르트도서전, 런던도서전, 파리도서전, 볼로냐아동도서전, 서울국제도서전, 동경도서전 등의 도서전은 출판사 간 저작권 거래는 물론이거니와 부수적으로 도서 홍보, 판매를 목적으로 한다.

그럼에도 굳이 이번 <그림책 더미 데이>의 모형을 찾는다면 볼로냐아동도서전(이하 볼로냐도서전)이 되겠다. 일반적으로 도서전 현장에서 그림책 작가들이 포트폴리오나 그림책 원고(더미북)를 들고 출판사 부스를 찾아다니며 즉석 상담을 요청하는 모습을 심심찮게 발견할 수 있다. 일부 출판사들은 상설 상담 데스크를 마련하기도 한다. 그러면 그 앞에는 수십 명의 작가들이 순서를 기다리며 대기한다. 즉석 만남의 특성상 상담 시간은 길지 않지만 좋은 씨앗을 만났다면 출판사에서 추후 정식 상담을 제안할 것은 분명하다.

볼로냐도서전 역시 견본시(見本市)로서 출판사 간 저작권 거래가 주요 목적이다. 하지만 다른 도서전과는 분위기가 조금은 다르다. 어린이 출판 관련 세미나, 전시, 심포지엄, 작가와의 만남, 강연 등의 다채로운 행사가 열리고 세계적인 권위의 아동문학상인 안데르센상 수상 후보자와 아스트리드 린드그렌 추모문학상(ALMA) 수상자가 발표된다. 더불어 한 해 동안 전 세계에서 출간된 어린이책 가운데 각 분야 최고의 작품을 선정하고 그 작가들에게 라가치상을 수여한다. 1966년부터 2022년까지 지속되어 온 라가치상은 ‘그림책계의 노벨상’이라는 별칭으로도 불리며 볼로냐도서전을 세계적인 어린이 도서 축제로 이끈 원동력이라고 평가할 만하다.

이렇듯 볼로냐도서전의 포트폴리오 품평 상담이 이번 <그림책 더미 데이> 기획의 모티브가 되었음은 명확하다. 하지만 <그림책 더미 데이>는 100명이 넘는 작가와 50여 명의 편집자들이 온전히 원고의 출판 계약을 목적으로 하는 비즈니스 상담회라는 면에서 볼로냐의 현장 즉석 품평과는 사뭇 다르다. ‘그림책 더미’는 그림책 출판을 위한 원고라는 점은 명백하지만 사전에는 없는 말이다. ‘더미(Dummy)’는 모형이란 뜻이 있는데, 언제 어디서부터 시작되었는지 모르지만 그림책 출판계에서는 그림책 형식과 형태를 갖춰 만든 원고를 이르는 말로 통용된다.

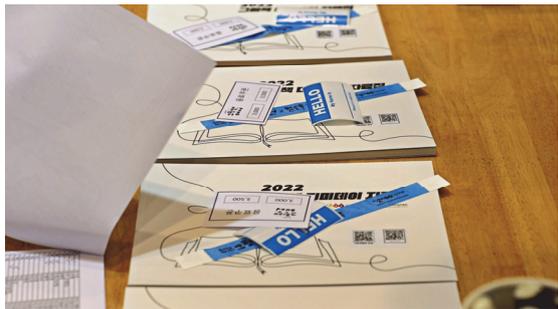
대부분의 출판 원고가 글로써 창작된다면 그림책 원고는 글과 그림이 어우러진 것이어야 한다. 종종 글 원고와 함께 그림에 대한 표현, 아이디어를 글로 설명해 놓기도 하지만 글로만 된 그림책 원고는 출판 검토 대상으로서는 경쟁력이 현격히 떨어진다. 그래서 그림책 작가들은 판형, 쪽수를 정하여 그림을 그리고 일부 또는 전체 채색까지 마쳐 포토샵이나 인디자인 같은 프로그램을 이용해 글과 그림을 배치하고 표지까지 완성하여 가제본 형태의 책자를 만든다. 이것이 그림책 더미이다.



전시된 더미북들을 작가, 편집자들이 살펴보고 있다. 이날 작가들은 상담용과 전시용으로 더미북 두 가지를 준비했다.

그림책 창작은 시퀀스의 창작이라고 말하기도 하는데, 보통은 본문 30~32쪽으로 구성되며 연속되는 15~16컷에 표현하고자 하는 바를 완성한다. 그래서 그림책 작가들은 실제 더미를 만들기 전 단계로 영화에서 쓰이는 스토리보드(또는 콘티) 형식으로 글과 그림을 구성하는 과정을 거친다. 종종 상세하게 구현된 스토리보드는 그 자체로서 초고, 원고로 검토되어 출판 계약이 성사되기도 한다. 하지만 스토리보드 형식을 종이에 출력했다고 해서 그림책 더미라고 하지는 않는다.

위의 두 경우 모두 편집자에게는 출판 가능성을 가늠하기에 좋은 원고 상태임에는 말할 것도 없다. 하지만 출판 계약이 성사되었다고 창작이 완료되었음을 의미하지는 않는다. 심중팔구 이때부터 작가는 지난한 수정과 보완의 과정을 거치는 일을 하게 되는 것이 다반사다. 종국에 원고가 마감이 되었다고 해서 작가의 역할이 끝나는 것은 아니다. 그림책은 다른 분야의 책보다 훨씬 더 많은 디자인 요소들이 관여되고 판형, 인쇄 용지, 접지 방식, 후가공, 제본 등 여러 물성이 기획에 포함되는 매체이다. 따라서 편집과 디자인, 제조의 과정에서도 작가가 직간접적으로 참여하는 경우가 비일비재하다. 그러므로 그림책 더미는 미완의 상태로 수정과 보완의 숙명적 과정을 감내할 것을 전제로 한 그림책 초벌 원고라고 정의할 수 있다. 물론 정답은 없다. 더미의 품질이 매우 높다고 판단된다면 바로 출간될 수도 있겠으나 이런 완벽한 더미를 만나는 경우는 드물다.



(좌) 상담을 기다리며 대기 중인 예비 작가들
(우) 참가 출판사와 작가들의 소개 및 연락처 등이 담긴 자료집이 제작되어 배포되었다.

이런 태생적인 특성을 가진 그림책 미완성 원고 110여 개를 한자리에 모아, 평을 하고 계약 가능성까지 논해야 하는 자리이니만큼 <그림책 더미 데이>의 기획은 많은 것들을 고려한 사전 기획을 거쳐야 했다.

기성 작가이든 예비 작가이든 작품들은 완성도, 작품성, 시장성, 대중성 등 여러 면에서 품질의 편차가 꽤 크다. 이는 당연히 예상되는 사안이며 출판사 편집자들은 공감하는 바이다. 따라서 작품의 품질에 대한 정선(精選)의 필요성이 있다. 그래야 행사의 결실인 출판 계약의 성공률이 높아지기 때문이다. 그러나 어느 정도 수준을 갖춘 더미만 대상으로 하자면 그 '어느 정도 수준'에 대한 공정한 기준과 선정의 프로세스가 있어야 한다. 이 기준을 정하는 일은 매우 어려울 뿐 아니라 현재로서는 그걸 수행할 평가 조직을 구성하지 못했다. 따라서 참가에 대한 제약을 없애고 가능한 한 많은 작가들에게 기회를 주는 것으로 기획했다. 이로써 참여 신청한 작가들은 200명에 달했고, 시간과 공간의 제약 때문에 선착순 130명의 작가가 참여하는 것으로 확정되었으며, 당일 최종 112명이 참여하였다.

이번 행사 기획에서 가장 어려웠던 점은 출판사와 작가의 매칭 규칙을 기획하는 것이었다. 참여 출판사는 29개사로 확정되었고 작가의 작품에도 편차가 있듯이 출판사 격차도 존재한다. 규모, 업력, 출간 종수, 시장 점유율, 인지도 등 일반적으로 선호하는 출판사, 상대적으로 그렇지 않은 출판사가 있을 수밖에 없다. 따라서 작가가 출판사를, 출판사가 작가를 선택함에 있어 규칙이 없다면 이렇게 많은 작가와 출판사들이 참여하는 행사가 원활하게 진행될 수 없다. 당초 모든 상담을 블라인드 매칭으로 하여 작가들이 제비뽑기 방식으로 출판사를 뽑아 완전히 균등한 기회를 제공하려 했으나 최소한 상호가 원하는 매칭을 해주어야 한다는 논의가 있어 다음과 같이 3차에 걸친 매칭 로직이 설계되었다.

1차에서 작가가 선호하는 출판사를 최대 5개까지 선택하게 하고, 2차에서 출판사가 작가 중 5명을 선택하게 하는 것이다. 그리고 마지막 3차에서 출판사의 선택을 받은 작가가 출판사를 2개까지 선택하게 했다. 얼핏 복잡해 보이지만 작가와 출판사 모두에게 크게 쓸림이 생기지 않도록 설계함으로써 행사가 원활하게 진행될 수 있었다.

〈그림책 더미 데이〉 당일 오전에는 참여 출판사의 편집자들끼리 자기를 소개하고 명함을 교환하는 등 네트워킹 행사가 간단히 치러졌다. 삼삼오오 인연이 있던 사람들도 있었지만 판권에서 이름으로만 알아오던 면면들을 현장에서 대면하며 인사를 나누는 시간도 전례가 없던 일이었다. 오후부터는 본격 출판사-작가 상담이 이뤄졌다. 작가들은 12시부터 속속 행사장에 도착했고 왁자지껄한 분위기는 자못 흥분된 축제의 현장 그대로였다. 1회 상담 시간은 15분씩, 출판사당 19~20회 상담을 진행했으니 당일 이뤄진 총 상담 횟수는 약 600여 회에 이른다. 작가별로는 5~6회 상담 기회를 가졌다. 오후 7시까지 딱 채워 모든 일정이 무탈하게 마무리되었다.



15분마다 29회의 상담이 동시에 진행되어 총 600회가 넘는 더미 품평 상담이 진행되었다.

작가와 출판사 편집자들이 모두 퇴장하고, 행사장을 꽉 채웠던 책상과 의자들을 정리한 후 단상에 올라 뿔뿔히 흩날리는 바람을 바라보면서 행사를 처음 기획하던 어느 날을 잠깐 떠올렸다.

‘두고 원고 채택률이 10%도 안 될 터인데, 출판사들이 참여할까?’

‘두어 달 동안 더미북을 만들어서 참여할 작가가 50명은 될까?’

생각은 기우에 그쳤고, 행사를 마치고 여러 입을 통해 전해 들은 평가는 대체로 후했다. 다소 고단한 여행길에 얻은 노독과도 같은 피로감은 행사 성공과 함께 사라졌다.

최근 몇 년 사이 대한민국 전국 방방곡곡에서 그림책 관련 전시회, 낭독회, 강연, 원화전, 공연, 마켓, 체험 등의 문화행사가 끊이지 않는다. 그림책 독자는 전 연령대로 확장 중이고, 그림책의 본산이라 할 유럽에서 한국 작가들은 크게 인정을 받고 있으며, 그림책은 출판 수출 시장에서 저작권 수출 분야 상위권을 달리고 있다. 그림책과 관련된 이러한 현상들은 선진국에서 주로 볼 수 있는 모습이다. 최근 우리의 그림책 소비 양상이 세계의 그림책 시장을 선도하는 미국과 유럽의 여러 국가들, 캐나다, 호주, 일본 등과 다르지 않다는 것은 여러 가지 시사점을 준다.

문화산업이 발전함에 있어 수요가 먼저인지 공급이 먼저인지는 잘 모르겠다. 그림책 시장에 더 많은 작가들이 진입하고 좋은 그림책이 점점 더 많이 출판되어 독자들을 만족시키면, 독자들은 더 자주 그림책을 찾고 향유할 것이다. 그리고 그림책 시장은 출판 시장 전체에서 점점 더 입지가 넓어질 것이며, 재능 있는 창작자들은 더 많이 그림책 출판의 문을 두드릴 것이다. 이는 그림책을 내는 출판사들이 염원하는 선순환 시장의 모습이다.

〈2022 그림책 더미 데이〉는 여러 시사점들을 남기고 첫 막을 내렸다. 2막, 3막도 계속 열려 한국 그림책 시장의 성장에 기여하길 희망한다. 그림책협회가 예상을 뛰어넘는 규모의 큰 행사를 성공적으로 치를 수 있었던 데에는 한국출판문화산업진흥원의 지원도 큰 몫을 했음을 밝힌다.



김상일(도서출판 키다리 대표, 그림책협회 이사(출판사분과장))

1994년에 잡지사 기자로 출판계에 입문하였으며, 아동출판계로 옮겨 어린이책 편집, 교육용 CD 타이틀 기획, 해외 출판 저작권 구매 업무를 했다. 2000년부터 IT 기업에서 교육 사이트 서비스 및 디지털 콘텐츠 기획을 하다가 2004년에 키다리출판사를 창업하였다. 〈2022 그림책 더미 데이〉의 행사 기획과 진행을 총괄했다.

popos31@naver.com

MZ세대를 사로잡는 숏폼 콘텐츠의 비밀

김소연(더에스엠씨 콘텐츠연구소)

2022. 11.

흔히들 숏폼 콘텐츠(short-form contents, 이하 '숏폼')는 롱폼 콘텐츠(long-form contents, 이하 '롱폼')의 짧은 버전이라고 생각한다. 긴 호흡의 영상을 재가공해 만들거나, 이를 준비하는 과정에서 생겨난다고 여겨서다. 사실 숏폼에서 '짧음'은 전제일 뿐, 전부가 아니다. 2000년대 초반 커뮤니티를 중심으로 인기를 끈 gif 파일 형식의 애니메이션부터 단편 영화나 드라마까지, 그 종류를 나열하자면 끝이 없다. 다행히도 디지털 시장에서 숏폼은 매우 간단하고 명확하게 정의된다. 소셜 미디어를 통해 제작 또는 유통되는 1분가량의 세로형 영상. 이 글에서 이야기할 숏폼 또한 여기에 해당한다.

그간 스냅챗, 틱톡 등 특정 소셜 미디어 플랫폼만의 전유물로 여겨졌던 숏폼이 주류로 떠올랐다. 유튜브가 쇼츠를, 인스타그램이 릴스라는 '숏폼 플랫폼'을 새로이 출범하며 나타난 변화다. 이 대형 플랫폼이 보유한 크리에이터들이 숏폼으로 영역을 넓혀가고, 새로이 진입하는 크리에이터가 생겨나면서 트래픽도 증가했다. 사람이 모이는 곳에 돈이 모인다는 말처럼, 숏폼을 마케팅 수단으로 활용하는 기업과 브랜드가 늘고 있다. 새로운 형식과 똑똑한 방향으로 자신들만의 영역을 구축하고 있는 사례를 살펴보자.

유튜브 코리아×NCT 댄스 챌린지 #NeoSeoulChallenge

숏폼을 가장 빠르게 활용한 콘텐츠 형식 중 하나가 '댄스 챌린지'다. 국내에서는 2020년 지코가 신곡 〈아무노래〉를 발매할 당시 하이라이트 안무를 활용한 짧은 댄스를 선보인 것을 시작으로, 신곡 홍보의 필수 요소가 됐다. 댄스 챌린지의 성공이 곧 음원 판매 실적으로 이어지며, 3분을 훌쩍 넘었던 곡의 길이까지 '따라 하고 따라 부르기 쉬운' 2분 내외로 줄어드는 추세다.

유튜브 코리아는 쇼츠라는 플랫폼 차원에서 대형 아티스트와 협업하는 댄스 챌린지를 대대적으로 진행한다. BTS, 에스파, 청하에 이어 올여름 NCT127과 함께한 'NEO SEOUL CHALLENGE(네오 서울 챌린지, #NeoSeoulChallenge)'는 한 달이라는 시간 동안 '축제'를 테마로 했다. 한 곡의 킬링 파트를 주제로 했던 댄스 챌린지의 성공 공식을 타파하고, 기존 발매곡 〈영웅(英雄; Kick It)〉, 〈Cherry Bomb〉 2곡과 신곡 〈질주(2 Baddies)〉를 묶어 챌린지 3개의 시리즈화를 시도했다.



콘텐츠 상단에 이모지를 삽입해 댄스 챌린지 참여를 유도한 유튜브 코리아 쇼츠, NCT127의 #NeoSeoulChallenge
(출처: 유튜브 코리아)

챌린지 호흡이 길어진 만큼, 시청자들의 참여를 유도하는 장치를 곳곳에 심어 놓았다. 영상 상단에 이모지를 삽입해 어려운 댄스 동작을 쉽게 따라 할 수 있도록 했고, 챌린지 참여자를 대상으로 아티스트 팬미팅 기회를 제공했다. 또한 실제 챌린지 기간 중에 팝업 스토어 'Neo Seoul Club'을 운영하여 온·오프라인을 뛰어넘는 전방위적인 확산을 도모했다. 그 결과 60여 명이 넘는 크리에이터가 챌린지에 참여했으며, 일반 사용자의 참여 콘텐츠는 약 13만 건을 기록했다. 해당 챌린지를 담은 프로모션 영상은 미국 뉴욕 타임스퀘어, LA 메리어트, 일본 도쿄 시부야 등 해외에서 옥외 광고로도 송출됐다.

롯데리아 유튜브 채널 <버거가게>

브랜드가 소셜 미디어 채널을 운영하는 목적은 분명하다. 콘텐츠를 통해 소비자와 접점을 만들고 이를 관리하여 브랜드를 각인하기 위함이다. 그러기 위해서 콘텐츠는 실제 소비자에게 자주 노출될 만큼 접근성이 있어야 할 뿐 아니라, 다시 찾아볼 만큼 매력적이어야 한다. 롯데리아는 이런 목적으로 일찍이 공식 유튜브 채널 <버거가게>를 통해 콘텐츠를 발행해왔다. 장수 기업이 가진 올드한 이미지에서 벗어나 주요 이용 고객인 MZ세대의 취향에 맞추기 위해 다양한 시도를 해왔는데, 최근 솜품을 활용한 행보는 특히나 주목할 법하다.



롯데리아는 유튜브 채널 <버거가게>에서 메이트의 실제 사연을 녹인 숏폼 드라마 콘텐츠를 연재 중이다.(출처: 롯데리아)

1분이 채 안 되는 세로형 웹드라마 <버거가게에서 살아남기> 시리즈는 실제 롯데리아 메이트가 업무 중 겪은 사연으로 만들어진다. '단골 손님 유형'이나 '배달 요청 상황' 등 누구나 공감할 만한 내용에 예능적 요소를 심어 구독자 대비 높은 조회 수와 인터랙션('좋아요'와 댓글)을 자랑한다. 이 같은 흥행에는 콘텐츠 호흡이 짧다는 특징도 한몫했다. 기존 웹드라마처럼 30분가량을 집중할 필요가 없고, 이전 시리즈를 학습하지 않아도 되기 때문이다. 햄버거, 감자튀김 등 롯데리아 주력 제품의 노출이 적어 '광고적 성격'도 도드라지지 않는다. 홍보에만 집중하기보다는 시청자의 놀이터를 만들어 브랜드의 대세감을 확보하겠다는 전략이다.

TVING 인스타그램 릴스

영화, 드라마와 같은 롱폼을 서비스하는 OTT 플랫폼도 숏폼을 활용하고 있다. 주로 자신들이 보유한 콘텐츠를 재가공하여 2차 콘텐츠를 선보이는 방식을 선호한다. 넷플릭스, 왓챠, 웨이브, 쿠팡 플레이 모두 저마다 소셜 미디어 채널을 운영하고 있는데, 티빙의 경우 인스타그램 릴스를 꾸준히 발행 중이다.



티빙에서 제공하는 콘텐츠를 숏폼 형태로 가공한 2차 콘텐츠 예시(출처: 티빙)

릴스에 게재할 수 있는 영상 길이는 15초에서 최대 90초다(2022년 6월 업데이트 기준). 1분 30초라는 제한된 시간에 영화와 드라마를 가장 인상 깊게 노출하는 데는 두 가지 방법이 있다. 첫 번째는 예고편과 같이 기대를 불러일으키는 축약 형태이고, 두 번째는 가장 자극적인 하이라이트를 집중적으로 보여주는 것이다. 형식은 크게 다르지 않다. 가로형 영상을 세로형 틀에 배치하고, 상단의 여백에는 후킹한 제목이나 설명을 삽입해 시청자의 이해를 돕는다.

또 다른 형태도 있다. 서로 다른 콘텐츠에서 각각 유사한 소재를 추출해서 하나의 콘텐츠로 합치는 방식이다. 예컨대 티빙에서는 <우리들의 블루스> 한지민, <스물다섯 스물하나> 김태리, <너는 나의 봄> 서현진, <술꾼 도시 여자들> 정은지의 반 묶음 헤어 스타일링을 한 컷에 보여주는 인스타그램 릴스를 게시했다. 또한 극중 야구선수로 분한 <18어게인> 위하준, <도깨비> 정해인, <여신강림> 정건주, <응답하라 1994> 유연석을 조합하는 형태의 인스타그램 릴스를 게시하기도 했다. 기존 콘텐츠에서는 언뜻 지나쳐가는 장면이지만, 합쳐지고 반복되면 시청자는 이를 '새로운 콘텐츠'로 인지한다. 단편적이고 말초적인 자극은 곧 본 콘텐츠에 대한 관심과 궁금증으로 이어진다. 이미 본 콘텐츠를 시청한 이들에게는 '이런 장면이 있었나?' 하고 다시금 콘텐츠를 재생하게 되는 트리거(trigger)가 되기도 한다.

지금까지 살펴본 바와 같이 소셜 미디어 콘텐츠는 철저히 수요와 공급의 원리로 움직인다. 시청자가 반응하는 콘텐츠가 살아남고 유통되며 이것이 또 기업과 브랜드의 마케팅 수단으로 활용된다. 그런 맥락에서 볼 때 숏폼의 성장은 '기대된다'라는 서술로는 부족하다. 2021년 이미 디지털 광고 시장의 규

모가 전체 광고 시장 점유율의 과반을 차지했고, 그간 주요 디지털 영상 광고 플랫폼으로 꼽힌 소셜 미디어가 이제 숏폼으로 영역을 넓혔다. 한 해를 마무리하고 다음 해를 맞는 시점, 숏폼은 디지털 영상 광고 시장의 판도를 어떻게 바꾸어 갈까? 소셜 미디어를 변혁할 모멘텀이라는 수식에 걸맞은 변혁을 이끌어낼까? 그 귀추가 주목된다.

the **SMC**

김소연(더에스엠씨 콘텐츠연구소)

뉴미디어 기업 더에스엠씨그룹 산하 더에스엠씨 콘텐츠연구소 소속으로 소셜 미디어 콘텐츠와 밀레니얼 Z세대 트렌드를 연구한다. 『숏폼 콘텐츠 모니터링』의 공저자이며, 경제경영서적 베스트셀러 『콘텐츠 모니터링』의 기획, 편집을 담당했다.

soykim@thesmc.co.kr

[1인 출판사 인터뷰]

달달박스 이현정 대표

코로나19 시기에 더욱 빛난 출판사

이루리(작가, 세종사이버대학교 문예창작학과 교수)

2022. 11.

책이 출간되기까지는 긴 시간과 많은 과정이 필요하다. 1인 출판은 기획부터 편집, 마케팅, 영업 등 다방면의 업무를 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 들어보고자 한다.

끝이 보이지 않아 막막했던 코로나19 시대에 온라인 그림책 시사회, 브랜딩 이벤트, SNS 라이브 방송 등 활발한 활동으로 더욱 빛난 출판사가 있다. 달달박스의 이현정 대표는 작가이자 출판사 대표로서 독자들을 만나는 것에서 멈추지 않고 다양한 문화 행사를 열며 다른 출판사와의 협업도 망설이지 않는다. 이어 올해에는 꾸준한 독서 활동과 다양한 문화 행사를 만날 수 있는 독서문화 플랫폼 '마들렌플러스'를 만들었다. 아이디어를 현실로, 위기를 기회로 바꾸며 변화무쌍하고 오색찬란한 행보를 보이고 있는 달달박스의 이현정 대표를 만났다.



안녕하세요! 작가이자 세종사이버대학교 문예창작학과 교수 이루리입니다. 오늘은 코로나19 시기에 더욱 빛난 출판사, 달달북스의 이현정 대표님을 모셨습니다! 우선 본인 소개를 부탁드립니다! 이현정은 누구인가요? 작가인가요? 출판사 대표인가요?

어쩌다 보니 ‘무지개 물고기’처럼 여러 직함을 가진 사람이 되어 버렸네요. 돌아보니 저는 이제껏 상당히 변화무쌍한 삶을 살았습니다. 이름만 해도 부모님이 주신 ‘이현정’이라는 이름 외에 기획사 시절 ‘이비단’이라는 이름을 썼고, 외국에서 도서관을 할 때는 ‘달리’, 2020년 출판사 창업 이후로는 ‘이달’이라는 이름을 쓰는 등 이름만 몇 개가 되네요. 활동 영역도 넓은 편인데, 20년 경력의 어린이책 편집자이자 기획자이고요. 15년 남짓은 작가로, 10년 남짓 활동가로, 최근 3년은 출판사 대표이자 작가로서 활동하고 있습니다.

그럼 달달북스는 어떤 출판사인가요? 설마 작가님 자신의 책만 출간하는 출판사인가요?

그러면 안 될까요? 달달북스라는 출판사를 열 때, 한 작가가 자기 세계를 온전히 보여주는 출판사면 어떨까 하는 생각으로 출판사 창업을 한 게 맞습니다. 기획자이기도 하고 편집자이기도 한 탓에 그동안 내고 싶었던 책의 기획 아이디어 노트가 10권쯤 되는 상태였고, 썼거나 쓰다 만 원고도 풀더 하나에 차곡차곡 쌓여 있었습니다. 『세상에서 가장 힘이 센 말』을 2012년에 모 출판사에서 출간한 뒤 교과서에 수록도 되고 판매도 잘 되었지만, 작가로서 브랜드를 가지지 못했습니다. 그래서 2020년 해당 도서가 절판되는 상황에서 과감하게 달달북스라는 출판사를 창업하게 됐어요. 달달북스는 ‘설마’ 하신

그대로 '이달'이 내고 싶은 책만 내는 회사가 맞습니다. 때문에 달달북스는 '이달'이 쓴 책과, '이달'이 기획한 책만 낼 생각입니다. '설마' 했는데 '설마'가 독자를 잡겠조?

코로나19와 함께 출판사를 시작하면서 첫 책을 내고 '날마다 라이브'를 진행하셨다고 들었습니다. 도대체 날마다 라이브는 무엇인가요?

페이스북 기반으로 사람들과 소통하다가, 출판사 창업을 하며 인스타그램으로 소통을 시작했습니다. 인스타그램은 30대 이상 여성들에게 열린 플랫폼이었고 무엇보다 소통의 방식이 굉장히 섬세하고 따뜻한 측면이 있었습니다. 처음엔 그 방식이 낯설고 두려운 마음이었으나, 수개월 동안 첫 책의 출간을 준비하면서 인스타그램을 통한 여러 독자와의 소통에 빠져들었고 무엇보다 라이브의 묘미에 반해 버렸습니다. 결정적인 사건은 '사월이네(@april_bookreview)'를 통해 책 소개를 하고 판매하기로 한 프로젝트였습니다. 당연히 사월 님이 라이브를 하실 줄로 알고 있다가, 방송 직전에 저보고 직접 하라고 하셔서 얼마나 당황했는지 모릅니다. 다행히 1시간 동안 달달북스 책들을 설명하는데, 300여 명이 응원과 격려를 쏟아주시고 4권 세트가 2분 만에 완판되어 너무나 기뻐했습니다. '아, 줌으로 책을 소개하는 것도 좋지만 라이브도 라이브의 맛이 있구나!'라는 사실을 깨달은 순간이었습니다. 하지만 한편으로 '전문 방송인도 아닌, 내가 감히?' 하는 망설임이 있었습니다. 정작 라이브 300방을 해야겠다고 작심한 것은 실은 올 2022년 초였습니다.

아하! '사월이네'가 대표님을 방송인으로 만든 셈이로군요! 한편 그림책 '꿀시사회'는 신간 그림책 마케팅의 새로운 길을 열어 주었습니다. '꿀시사회'를 모르는 분들을 위해 '뉴북나우 꿀시사회'가 무엇인지 설명해 주시겠어요?

'꿀시사회'는 영화 시사회처럼, 독자들에게 신간 그림책의 맛을 보여드리는 행사입니다. 매월 20일 전후의 수요일과 목요일 밤 9시에 열리고 대략 90분 동안, 5개 출판사 혹은 5명의 작가님을 모시고 각 15분의 책 소개를 듣는 자리입니다. 10년 남짓 활동가로 일하면서, 독자들이 작가님의 생각을 궁금해 한다는 것을 알게 됐고 작가와의 만남이 쉽지 않다는 것을 알게 됐습니다. 또한 작가들도 독자의 이야기를 듣고 싶어 한다는 것어요. 그래서 출판사와 작가, 독자와 서점, 활동가, 도서관 관계자가 모두 참석할 수 있는 행사를 기획하면 좋겠다는 취지로 공리를 시작했고 코로나19로 줌이 활성화되면서 '유레카'를 외쳤죠. 꿀시사회는 2021년 6월에 첫 회를 시작했고 2022년 11월에 18개월 차 행사가 진행될 예정입니다.

그렇군요! 줌을 비롯한 온라인 미팅은 코로나19가 바꿔놓은 우리 삶의 방식으로 자리를 잡은 것 같습니다. 그런데 '꿀시사회'가 자리를 잡자 대표님은 '사심가득 브랜드전'을 시작하셨지요? 도대체 '사심가득 브랜드전'은 무엇이고 또 왜 시작하신 거지요?

정말 제가 많은 일을 벌이긴 했네요. 맞습니다. 꿀시사회를 반년쯤 운영하다 보니 출판사 브랜드가 보이고 출판사의 개성이 독자에게 전달이 된다면, 책 한 권 한 권의 만남이 아니라 출판사 브랜드를 보고 책을 사는 독자가 많아질 수 있겠다고 생각했습니다. 결정적인 계기는 독자들의 피드백이었습니다.

풀시사회에서 출판사가 소개하는 ‘이달의 신간’을 통해 새롭게 출판사를 알게 됐다는 피드백들이었는데
 요. 문제는 해당 출판사들이 규모는 작지만 이미 10년 이상의 연차를 가진 중견 출판사들이라는 거였
 어요. 그동안 브랜드로 독자들에게 어필되는 회사들이 주로 대형 출판사였다는 사실이 충격이었습니다.
 그래서 출판사 브랜드, 출판사의 대표들이 독자와 가까워지는 방법을 고민하던 끝에 ‘사심을 가득 담
 아’ 출판사 ‘브랜드’를 알아보자는 취지로 행사를 기획하게 되었지요.

그러니까 사심가득 브랜드전은 출판사의 브랜딩을 돕는 프로그램이군요! 그런데 인터넷을 검색하면 ‘달
 달묘책’이라는 희한한 세트 그림책을 발견할 수 있습니다. 이것도 대표님의 작품이지요? 달달묘책은 어
 떤 취지로 시도하셨나요?

아, 그 세트가 희한한가요? 저는 한 번도 제 책만 잘 팔면 된다는 생각을 해본 적이 없어요. 달달복스
 에서는 주로 제가 쓴 책이나 제가 기획한 책만 내다보니 다양성이 부족한 게 사실입니다. 출판사로는
 이달 작가만의 색깔을 추구한다면, 활동을 통해서는 다양한 색깔의 책이 어우러지는 세상을 꿈꿨던 것
 같습니다. 그래서 달달복스와 주제 면에서 가장 공통점이 많고 함께 묶어 판매하면 좋겠다는 판단으로
 토끼섬 출판사 대표님께 제안했습니다. ‘달달복스와 토끼섬의 책을 세트로 판매해 보면 어떨겠느냐?’고
 요. 우리는 그 프로젝트에 들어가는 비용이나 품에 대해 고민하지 않았어요. 둘 다 독자를 만나는 이벤
 트만으로 충분한 가치가 있다고 생각했어요. 그래서 달달&묘(토끼)책이라는 제목에 ‘달달한 묘책으로
 아이들에게 말의 힘과 나 자신을 소중하게 여기는 마음을 길러주세요’라는 중의적 의미를 더해 세트를
 기획하게 되었답니다.



(좌) 달달묘책 행사로 호기심정원에서 어린이 독자들과 작가와의 만남을 가지고 있다.



(우) 인천 마,쉬 서점에서 이달 작가가 토끼섬 출판사의 신간을 소개하고 있다.

아! 그 묘가 '토끼 묘' 자였군요! 이번에는 '낭독의 여왕'이라는 프로그램에 대해 여쭙고 싶습니다. 사실 여왕이라는 표현 때문에 제가 살짝 속상했거든요. 낭독의 여왕은 어떤 프로그램인가요?

'낭독의 여왕'에서 중요한 부분은 사실 '낭독'이죠. '여왕'이라는 단어에 빛을 비추면 안 될 것 같습니다. 양주동 시인의 <어머니의 마음> 아시죠? 어버이날에 항상 불리는 곡이잖아요. 이 노래의 제목은 '어머니의 마음'이지만 내용에는 '어버이의 사랑 지극하여라' 하여 어버이, 아버지와 어머니를 다 일컬었죠. 그런 겁니다. 낭독의 여왕에서 중요한 것은 '여왕'이 아니라 '낭독'이고 그래서 대회 홍보물에는 '남녀노소 가르지 않고'라는 표현이 있습니다.

'낭독의 여왕'의 본질은 그림책이 낭독 장르라는 것을 드러내고 싶었습니다. 꼴시사회로 우리는 그림책을 읽어줄 때의 감동이 아주 크다는 것을 배웠고 늘 작가님이나 출판사 대표가 읽어주었습니다. 그래서 '낭독의 여왕'은 독자가 그림책을 읽어볼 기회를 제공하는 데 취지를 두었던 것입니다. 그동안 출판사와 작가의 무대를 만들었다면 '낭독의 여왕'은 독자가 그림책을 마음껏 낭독하며 사랑할 수 있는 무대이고 그 무대를 통해 작가님과 출판사가 자신의 책이 얼마나 사랑받는지를 보실 수 있게 하려고 만든 행사이지요. 소개에 대회라고 써 붙였지만 실은 꼴시사회와 마찬가지로 즐기는 자리로, 또 하나의 축제를 표방하기 위해 만든 행사입니다. 이제 이루리 대표님도 도전해 주실 거죠?

그렇다면 저도 기꺼이 도전하겠습니다! 그리고 대표님은 마침내 독서 플랫폼 '마들렌플러스'를 만드셨죠? '마들렌플러스'는 어떤 회사인가요?

플랫폼이 출판사를 하는 예는 있지만, 출판사가 플랫폼을 하는 건 처음 들어보셨을 거예요. 네이버가 출판사를 할 수는 있죠. 저는 '네이버처럼 큰 플랫폼이 왜 출판사를 할까?'라고 생각을 해본 적이 있어요. 그러다 거꾸로 '출판사가 네이버 같은 플랫폼을 한다면?'이라는 질문을 던졌습니다. 그래서 달달북스가 감히 주식회사 마들렌컴퍼니를 만들고 마들렌플러스라는 플랫폼을 연 겁니다. 애초에 독자와 출판사, 작가가 서로를 더 깊이 사랑하는 데 도움이 될 만한 행사를 기획해서 모두가 즐기는 자리를 만드는 게 목적이었으니 당연히 플랫폼으로 확장해야 초심을 잃지 않고 지속할 수 있다고 생각했습니다. 달달북스 혼자 잘 먹고 잘사는 게 아니라, 우리가 살아야 내가 살 수 있다는 믿음으로요. 마들렌플러스는 그림책을 좋아하는 독자들을 위한, 어린이책을 사랑하는 독자들을 위한, 실제로 책을 사 줄 부모들을 위한 플랫폼입니다. 꾸준한 독서 활동이 가능한 곳이자 다양한 문화 행사를 한 곳에서 만나볼 수 있는 플랫폼을 지향합니다. 애써 찾지 않아도 내가 원하는 책과 관련된 행사와 문화 상품을 모두 살 수 있는 곳, 삶에 플러스가 되는 곳이라는 모토로 다양한 콘텐츠를 만날 수 있는 플랫폼을 만들고 싶습니다!



마들렌플러스의 격월간 행사인 '남독의 여왕'에서 독자들의 그림책 낭독 대회를 줌으로 진행하고 있다.

마들렌플러스는 정말 대단한 독서 플랫폼이군요! 앞으로 또 어떤 일을 계획하시나요? 대표님의 미래가 궁금합니다!

저도 저의 미래가 궁금합니다. 근데 이 말이 왜 힘이 되죠? 최근에서야 저의 정체성이 무지개 물고기, 변태(變態)의 여왕이라고 이해하게 됐습니다. 변화무쌍, 오색찬란! 아마도 저의 미래는 변화무쌍, 오색 찬란할 것 같습니다.

‘어떻게 변화무쌍하고 오색찬란하면 좋을까?’에 대한 고민의 결과로 하반기에는 마들렌상점을 마들렌플러스 사무실에 오픈할 예정입니다. 그래서 송파 백제고분로에 위치한 사무실을 중심으로 강남, 송파, 강서, 하남 지역 인근 독자님과 오프라인으로 자주 만나려고 합니다. 이 사무실을 연 뒤에는 필리핀 세부와 베트남, 태국에 순차적으로 해외 지점을 열 계획입니다. 그런 준비의 과정으로 ‘케이100스쿨’이라는 모임을 만들었고 현재 회원 61명으로 운영하고 있습니다. 2022년 11월 필리핀 세부의 세부 시립 도서관과 제휴를 맺고 세부 시빅커피숍과 콜라보로 전시를 시작할 예정인데요. 이후 다양한 콘텐츠를 함께 제작하고 순차적으로 서점도 오픈할 예정입니다. 우리 작가들이 해외 어디를 가더라도 환영받고 사랑받을 수 있도록 마들렌플러스를 향후 5년 안에 세계적인 체인으로 만드는 것이 목표입니다. 변화무쌍, 오색찬란에 딱 어울리는 방향이죠?

많은 질문에 열정적으로 인터뷰에 응해 주신 이현정 대표님, 고맙습니다.

달달북스 이현정 대표는 『세상에서 가장 힘이 센 말』 등을 쓴 작가이자, 온라인 그림책 시사회인 '꿀시사회', 브랜딩 이벤트인 '사심가득 브랜드전' 등을 발명한 마케팅 혁명가이며, 책 문화 플랫폼인 '마들렌플러스'의 대표다.



이루리(작가, 세종사이버대학교 문예창작학과 교수)

서른 살에 그림책을 만나 서평가, 번역가, 편집자, 작가 그리고 세종사이버대학교 문예창작과 교수가 되었다. 지금도 국내외를 넘나들며 그림책의 행복을 널리 전하고 있다. 대표작으로는 『까만 코다』와 『내게 행복을 주는 그림책』이 있다.

yrury@yrurybooks.com

www.facebook.com/yonghoo.jeong

이것은(이) 우리의 손이다

이름, 몫, 자리에 관하여

지다울(출판공동체 편양 에디터)

2022. 11.

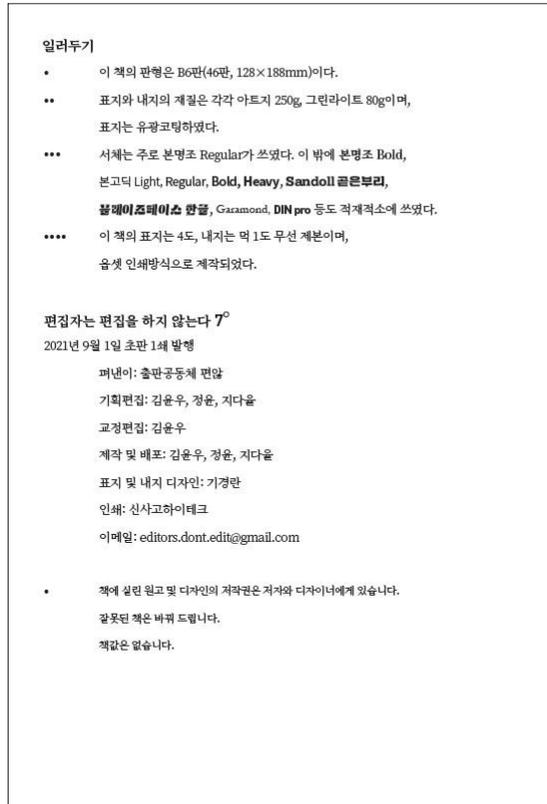
이름 잃은 이들의 이름, 무명 혹은 익명

궁금했다. 짧은 기간 출판사에 다니면서, 그리 많지 않은 책을 만들면서, 부조리한 게 너무도 많은데, 유독 하나가 궁금했다. 내가 만든 책엔 왜 내 이름이 들어가지 않을까? 판권면엔 당연히 저자의 이름이 있고, 발행인의 이름도 있다. 역서라면 역자의 이름도 있다. 심지어(?) 인쇄인의 이름도 있다. 그런데, 담당 편집자인 내 이름이 없다. 디자이너의 이름도 없고, 마케터의 이름도 없다. 책에 간여한 사람이, 정녕 저자와 발행인과 (역자와) 인쇄인뿐이란 말인가?

이름을 기입하려는 건, 분명히 욕망이다. 이러한 욕망이 분명 망가뜨린 것들이 있을 것이다. 그릇된 명예욕에 휩싸여 자신을 망치고 주변을 망가뜨린 사례들이 분명 많을 것인데, 당장 떠오르진 않는다. 이것이야말로 그러한 사례가 너무나 많다는 방증일까? 아무튼, 고작 종이 한쪽에 이름 하나 넣는 데 어떤 해악이 따른다면, 발행인의 이름으로 인한 그것이 클까, 편집자인 나의 이름으로 인한 그것이 클까. 나는 그냥, 욕망의 파워게임에서 진 것이다.

물론 지면상의 문제로 '모든' 이름을 다 적을 수는 없는 노릇이다. 이는 '얼마나' 적을 것인가, '누구를' 적을 것인가의 문제다. 복잡한 이해관계가 많을 것이고, 어쩌면 단순히 타성일지도 모르겠다. 그런데 후원자들의 이름을 십여 쪽에 걸쳐 일일이 적은 책들을 떠올려 보라. 이들의 이름은 중요하고 우리의 이름은 중요하지 않은가?

이것저것 불만이 많았던 나는, 역시나 불만이 많았던 동료들과 자주 신세 한탄을 했다. 그리고 불평만 하기 싫었던 우리는 뭐라도 해보기로 마음먹었다. 잃어버린 이름을 찾기 위해 할 수 있는 일이란 무엇일까. 고민 끝에 잡지가 떠올랐다. 적혔던 이름들이 아닌 적히지 않았던 이름들을 위해 우리만의 판권면을 만드는 일. 일단 그것이 하고 싶었고, 할 수 있다고 믿었다.



〈편집자는 편집을 하지 않는다〉 7호 판권면

우리부터 선택해야 했다. 어떤 이름을 사용할지. 누구는 실명을 그대로 썼다. 아무런 탈이 없는 사람도 있었고 소속 회사에서 불이익을 당한 사람도 있었다. 누구는 가명을 만들었다. 포털에서 ‘랜덤 이름 생성기’를 돌렸다. 성별도, 연령도 가능할 수 없는 이름들이었다. 이 밋밋하고 평평하고 아무것도 아닌 이름들로 인해 다시 태어난 기분이었다. ‘앞으로 어떻게 살아야 할까’라는 생각으로 나는 조금 설레기도 했던 것 같다. 그로부터 5년이 흘러, 무명을 피하기 위한 익명이었던 ‘지다울’이란 이름이 이제는 나의 소중한 이명(異名)이 되었다.

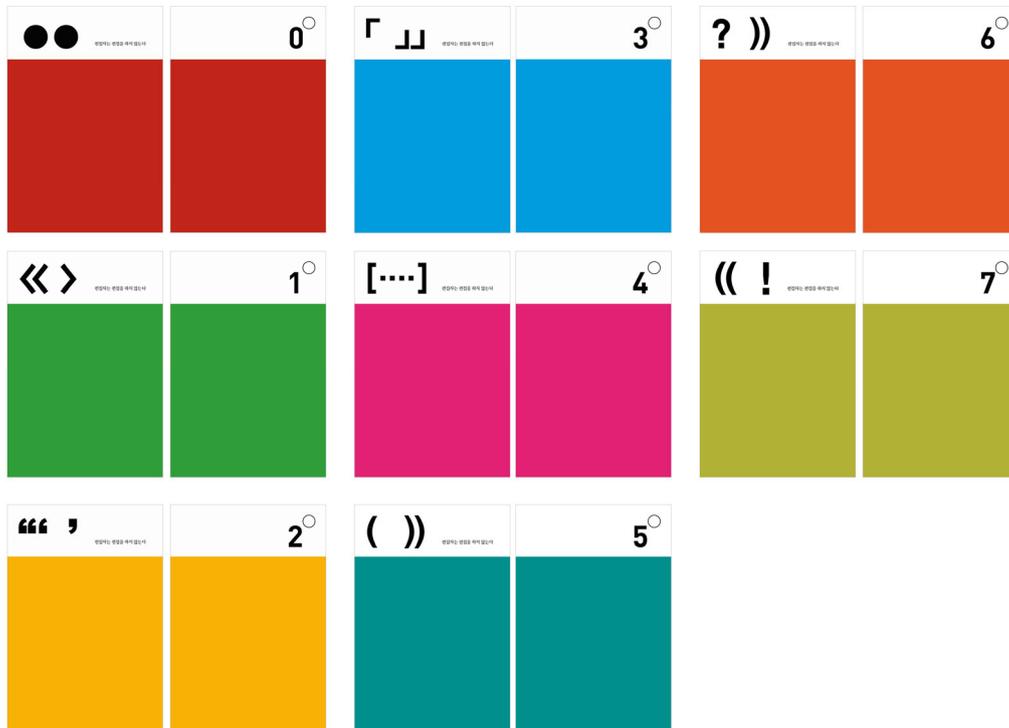
출판공동체 편얏은, 그렇게 시작되었을지도 모른다.

뭣 없는 이들의 뭣, 목소리

그래서 출판공동체 편얏은 5년간 무엇을 했는가. 무엇을 시도했고, 또 어떻게 실패했는가. 성공한 적은 없는 것 같고 다만 더 낮게 실패하기만을 바랐는데, 이걸 어느 정도 달성했을까? 우리에게 절실했던 것은 ‘결과로서의 좋은 책’이 아니라 ‘과정으로서의 좋은 출판’이었는데, 과연 우리는 잘 해온 것일까?

일단, 〈편집자는 편집을 하지 않는다〉(이하 〈편얏〉)라는 제호의 이 잡지는 반년간지다. 가격은 없다. 이 정도 분량, 이 정도 품질에 무료라니? 그것도 5년 넘게 계속 만들고 있다니? 의아하다는 반응과 아주 약간의 걱정 섞인 조언들이 있었다. 아주 당연하고 바라던 바였다. 모든 게 상품이 되어 버린 이 넓아

빠진 구세계에서 무가지(無價紙) 하나 정도는 있어도 괜찮잖아, 라는 심정. 잡지를 계속 만드는 한, 앞으로는 가격은 없을 것이다.



〈편집자는 편집을 하지 않는다〉 0~7호

0호는 창간 준비호였고, 1호부터 7호까지 호수별 주제는 다음과 같다. 편집자/디자이너/비평/출판 노동 3부작(예비 출판인-출판 노동-탈출판)/서점. 그리고 최근 1년 남짓 만에 8호를 온라인판으로 발행했다. 주제는 '∞(무한대, 우리의 팔자)'. 이처럼 여러 주제로 '편얹'을 발행했으나 여기서는 4호부터 6호까지 이어졌던 출판 노동 3부작에 대해서만 짧게 언급하고 싶다(참고로 잡지의 거의 모든 콘텐츠는 홈페이지에 있으니 관심 있으신 분들께서는 방문해 주시기를 바란다. 저작권자의 허락을 받은 콘텐츠는 모두 게재하였다.).

이 기획은 무려 1년 반이 걸린 (모두가 생업이 있으니 여기에만 매달린 건 물론 아니지만, 그래도 틈틈이 만든 반년간지를 세 개 호나 할애했다는 의미에서) 나름 장기 프로젝트였다. 우리가 계속 고민했던 노동에도 당연히 전사(前史)는 있을 것이고, 언젠가 벗어나는 순간도 있을 터였다. 그 순간들을 담고 싶었다. 기획이 얼마나 성공했는지는 모르겠고 그리 중요하지 않을지도 모른다. 4호를 준비할 때 진행했던 '예비 출판인의 밤'이라는 행사에서 만난 당시 편집자 지망생이 이제 3년차 편집자가 되어 〈편얹〉에 기고한 순간 앞에서는. 5호에 실린 「1년 후, 1374089」이라는 글이 여전히 출판계 관련 단톡방에서 종종 언급되는 순간 앞에서는. 누군가 다른 출판 관련 잡지에 비해 〈편얹〉은 노동자의 목소리를 많이 실어서 너무 좋다고 말해 준 순간 앞에서는. 그저 과분할 뿐이고 더 열심히, 더 잘하고 싶을 따름이다.

‘민주주의는 몫 없는 이들의 몫’이라고, 자크 랑시에르(Jacques Rancière)가 말했다던가? 그 말을 따라, 그리고 조금 바꾸어 나는 몫 없는 이들의 목소리를 찾고 싶다고 감히 말한다. 그걸 ‘몫소리’라고 부를 수는 없는 걸까? 어디 가서 하소연할 곳도 없는 사람들의 이야기, 할 말이 없는 게 아니라 들어 줄 사람이 없어서 그저 담아 두고만 있는 말들, 마음들. 거기에 소리를 입히고 활자에 실어 나르는 일 이야말로 우리의 몫이 아닐까? 여기서 가야트리 스피박(Gayatri Chakravorty Spivak)을 호명하고 싶지는 않는데 자꾸만 그가 떠오른다…… 서발턴(subaltern)*은 말할 수 있는가? 없다. 그럼 우리는 무엇을 듣고 말할 수 있으며, 또 무엇을 말해야 하는가.

그리고 다시, 책은 무엇일까, 무엇이어야 하며 또 무엇일 수 있을까. 요사이 자주 되뇌는 하나의 명제이다. “책은 개체가 아니라 공동체다.” 철학자 고병권 선생이 쓴 『북클럽 자본』이 작년에 한국출판문화상 편집 부문을 수상했는데 그때 고 선생이 개인 SNS에서 한 말이다. 오랫동안 공동체 활동도 많이 했고 커뮤니티즘 관련한 책도 많이 썼지만 저 책들을 쓰면서 특히 더 기획자, 편집자, 디자이너, 마케터와의 관계를 깊이 생각해 봤다고 한다. 책은 저자만의 것이 아니라 공동의 것이라는 깨달음, 하나의 책은 n개의 작품이라는 깨달음을 얻었다.

전적으로 공감하고 나 역시 언제부턴가 생각해 왔던 사실이다. 그런데 저 말을 저자 아닌 사람이, 가령 나 같은 사람이 한다면? 많은 작가들은 콧방귀를 끼거나 분개할 것이고 대부분은 별로 신경조차 쓰지 않을 것이다. “책이 네 거라고? 어디 감히.” “아니요, 선생님. 우리 거라고요.” “뭐라는 거야, 참 나.” “…….” 어디선가 한 번쯤 들어 봤음 직한 대화. 하지만 점점 사라지기를 바라는. 어쨌든 나는 이렇게 믿고 있고 앞으로도 이렇게 일할 것이다. 그리고 그렇게 생각하는 사람들과 일하고 싶다. 책은 너만의 것이 아니라 우리의 것이라고 믿고 말할 수 있는.

자리 없는 이들의 자리, 우리

그리하여 책은 그리고 출판은 우리의 자리다. 우리가 머물다 만나고 또 헤어져 흐를 수 있는. ‘편얹’을 수식하면서 ‘편얹’이 지향하는 ‘출판공동체’라는 표현은 이런 함의를 담고 있다. 출판을 통해 만났고 출판하며 만남을 유지하지만, 출판이 전부는 아니며 전부어서도 안 된다고 동지들 역시 믿고 있을 거라 나는 믿는다. 어쩌면 출판은 구실일 뿐일지도 모른다. 우리에게는 과정이 중요하므로 목표와 결과에 매몰되어서는 안 된다. 언제 어느 때고 방점은 ‘출판’이 아니라 ‘공동체’에 찍혀야 한다.

그래서 우리는 기회가 있을 때마다 놀 자리를 마련했다. 대담, 세미나 등등도 준비해 보았지만 아무래도 ‘펼파’가 제일 ‘놀자판’이 아니었을까 싶다. ‘편얹 파티’의 준말인 ‘펼파’는 일종의 출판기념회인데, 편얹 편집진과 필자 그리고 독자(읽지 않은 비독자도 환영!)가 모여 함께 어우러지는 자리이다. 이곳에서 우리는 술을 마시며 노고를 치하했고 또 술을 마시며 새로운 기획을 도모하기도 하였다(어쨌든 술은 참 많이도 마셨다.). 그놈의 코로나 때문에 꽤 오래 중단되었는데, 이제 슬슬 다시 추진해 볼 참이다.

최근에 런칭한 언론·출판인 에세이 시리즈 “우리의 자리”에 대해서도 잠깐 언급하고 싶다. 나는 이 시리즈를 ‘기레기’라는 오명이 자연스러워진 언론인들, 늘 불황이라면서도 스스로 그 길을 선택하여 걷고 있는 출판인들의 이야기를 듣고 싶어 기획했다. 육먹어 싸더라도 그들의 역할은 여전히 중요하니까. 구조적인 문제로만 탓을 돌리기엔 개개인이 지금도 고군분투하고 있으니까. 언제까지고 이들을 비난하고

조롱해봤자 나아지는 것은 없다. 그럴수록 우리가 사는 세상은 더욱 빠르게 망가질 것이다. 소명할 건 소명하고 반성할 건 반성해야 한다. ‘그리고, 그래서, 그럼에도, 이제는 다 함께 나아가야 한다’고 나는 시리즈 중 한 권인 『박정환의 현장: 다시, 주사위를 던지며』의 ‘편집자 코멘터리’에 적었다(다른 두 권의 제목은 『손정빈의 환영: 영화관을 나서며』와 『고기자의 정체: 쓰며 그리며 달리며』이다. 앞으로 언론인뿐 아니라 출판인들도 망라하여 시리즈를 이어 갈 생각이다.).

이름 없는 이들의 이름, 묵 없는 이들의 목소리를 위한다고 해놓고 언론인과 출판인들의 이야기를 들겠다? 그들이 과연 우리 사회에서 이름이 없는가? 아니면 목소리가 없는가? 이러한 비판이 있을 수 있고 나 역시 우려하고 있다. 아직 갈 길이 먼데 고작 이 정도 와 놓고 자리 없는 이들의 자리를 자처해서 안 된다. 하지만 감히 그리고 용감히, 그렇게 되고 싶다고 다짐한다. 앞으로 더 고민해 보겠다.

누군가는 물었다. 왜 계속하느냐고, 어떻게 계속할 수 있느냐고. 나는 답했다. 계속해보기 위해서 계속한다고. 아무리 애를 써도 미처 적히지 못한 이름들을, 발화되지 못한 목소리들을 그리고 자리 잡지 못한 자리들을 우리는 끝내 모를 것이다. 그 끝내 모름이 우리를 계속하게 만드는 것 아닐까. 아무리 애를 써도 계속해 볼 수밖에 없다.

+ 이것은(이) 우리의 손이다

얼마 전 사진을 한 장 찍었다. 우리는 사진을 잘 찍지 않는데, 특히 얼굴을 보이고 싶어 하지 않는다. 여기서 길게 말할 수는 없지만, 또 따로 말할 기회도 없다고 생각되는데, 개인적으로 작가뿐 아니라 대부분의 사람들의 ‘얼굴 전시’에 대해서 다소 회의적이다. 에마뉘엘 레비나스(Emmanuel Levinas)가 말한 의미에서, 우리의 얼굴에는 이름이 자리할까? 빈자, 고아, 과부, 나그네처럼. 돌아볼 필요가 있는, 귀 기울일 필요가 있는. 그럴 리가. 지난해 어쩌다 언론사 인터뷰를 하면서 사진을 찍을 때 우리는 우리의 책으로 얼굴을 가렸다. 어쩌면 우리의 얼굴은 우리의 책이었을까? 그나마 돌아볼 만한, 귀 기울일 만한.

이번에는 우리의 손을 찍었다. (이 글이 나왔을 때는 이미 끝났겠지만) 제14회 언리미티드 에디션 참가를 위해 우리는 ‘인물 사진’을 제출해야 했지만, 이번에도 역시 우리는 얼굴 아닌 초상(肖像)을 찾았다. 바로 우리의 손, 노동하는, 교섭하는, 위로하고 격려하는, 우리의 손. 이것이야말로 처음이자 끝, 모든 것이며 아무것도 아닌 것이 아닌가. 책이 결과라면, 손은 과정이겠지. 그리고 우리의 책을 보고서야 누군가는 겨우 우리 손을 볼 짬이 날 것이다. 그리고 다시, 이제야 우리의 책이 궁금한가?



우리의 손

* 서발턴(Subaltern)이라는 용어는 이탈리아의 사회주의자였던 안토니오 그람시가 사회의 하층 계급을 지칭하기 위해 사용했던 말이다.(출처: <https://www.hani.co.kr/arti/culture/religion/670776.html>)

편안 함

지다울(출판공동체 편안 에디터)

오랫동안 '시 쓰는 기자'가 되고 싶었으나, 끝내 시도 기사도 쓰지 못했다. 지금은 출판공동체 편안에서 책을 만들며 저널리즘스쿨 & 공부공동체 오도카니를 운영하고 있다.

editors.dont.edit@gmail.com

https://www.instagram.com/editors_dont_edit

하비에르 마리아스: 세르반테스의 땅에서 다시 태어난 셰익스피어

송병선(울산대학교 스페인중남미학과 교수)

2022. 11.

하비에르 마리아스, 현대 스페인 문학의 대표자

현대 스페인 문학을 대표하는 작가 하비에르 마리아스(Javier Marías)가 일흔한 살이 되기 일주일 전인 올해 9월 11일에 폐렴에 걸려 마드리드의 키론 병원에서 세상을 떠났다. 그는 16편의 소설을 썼고 5편의 단편집을 발표한 소설가이자 <엘 파이스> 신문의 칼럼니스트였으며, 로렌스 스톤의 『트리스트럼 샌디』를 비롯해 윌리엄 포크너, 블라디미르 나보코프, 존 애쉬베리 등의 작품을 스페인어로 옮긴 번역가이기도 했다. 또 그는 자기가 '출판인'이라고도 말했는데, 그것은 그가 레돈다 왕국(Reino de Redonda)이라고 명명한 출판사를 운영하며 자신이 항상 관심을 보였던 몇몇 작가들의 책을 출판하고자 했기 때문이다.

하비에르 마리아스는 1990년대에 『새하얀 마음』과 『내일 전쟁터에서 나를 생각하라』를 출판하면서, 세계 문학계의 주목을 받게 되었다. 그를 세계적 작가의 반열에 올려놓은 작품의 제목 '새하얀 마음'은 셰익스피어의 『맥베스』의 2막 2장에서 맥베스 부인이 하는 말이며, '내일 전쟁터에서 나를 생각하라'는 『리처드 3세』의 5막 3장에 나오는 말이다. 여기서 알 수 있듯이, 마리아스는 셰익스피어를 좋아했으며, 심지어 셰익스피어 작품의 등장인물이라고 해도 과언이 아니다. 그는 똑똑하고 현학적이며 강박적이고 지적이며, 확실한 자기 세계를 갖고 있고, 오만하며 때로는 냉담하고 뻔뻔스러우며 복수심에 불탄다. 그런 심리적 배경 때문에 20세기와 21세기 초의 위대한 소설가가 된 그는 셰익스피어의 양아들, 혹은 "세르반테스의 땅에서 다시 태어난 셰익스피어"라고 불린다.

하비에르 마리아스의 작품은 영어, 프랑스어, 독일어, 한국어, 러시아어를 비롯한 46개 언어로 번역되었으며, 전 세계적으로 8백만 부 이상이 팔린 것으로 추정된다. 이것은 마리아스의 작품이 대중성과 다소 거리가 있다는 점을 생각한다면 놀라운 수치이다. 그리고 스페인 비평상(스페인, 1993), 로물로 가예고스 상(베네수엘라, 1995), 페미나 외국문학상(프랑스, 1996), 더블린 국제문학상(아일랜드, 1997), 넬리 작스 문학상(독일, 1997), 몬델로 문학상(이탈리아, 1998), 그린차네 카보우르 상(이탈리

아, 2000), 미겔 델리베스 문학상(스페인, 2003), 유럽 문학상(오스트리아, 2011), 노니노 국제문학상(이탈리아, 2011), 포르멘토르 국제문학상(스페인, 2013) 등을 받았다. 2008년 4월에는 스페인 왕립 학술원 종신회원이 되었다.

2003년 노벨 문학상 수상자인 존 쿿시는 “하비에르 마리아스는 유럽 최고의 현대 작가 중의 하나”라고 말했으며, 살만 루슈디는 그를 “위대한 작가”라고 평했다. 또한 W. G. 제발트는 “나는 그의 훌륭한 글과 그의 집념, 그리고 정확성에 즐거운 충격을 받았다”라며 감탄을 금치 못했다. 그리고 오르한 파묵 역시 “노벨 문학상을 받아야 할 사람 중에 하비에르 마리아스가 으뜸”이라고 말하면서 그에게 존경을 표했다. 독일의 저명한 비평가인 마르셀 라이히-라니츠키는 “하비에르 마리아스는 생존 작가 중에서 가장 위대한 작가 중의 하나이다. 그에 버금가는 생존 작가를 언급하려면, 아마도 가르시아 마르케스밖에는 없을 것이다.”라며 극찬을 아끼지 않았다.

여기서 알 수 있듯이, 하비에르 마리아스의 작품은 외국의 유명 문인들의 찬사를 한 몸에 받았고, 스페인보다는 외국의 중요한 문학상을 더 많이 받았다. 이것은 아마도 스페인 내에서 그가 여러 논쟁을 일으켰기 때문일 것이다. 대표적으로 2012년에 스페인 문화부가 수여하는 ‘국가 소설상’의 수상자로 결정되지만, 그는 국가가 개입한 모든 상은 받지 않겠다면서 그 상을 거부했다. 그러나 이런 사건이 있었다고 해서 스페인에서 마리아스의 작품이 부정적으로 인식되고 있는 것은 아니다. 몇몇 문학 그룹에서 문제를 제기하긴 하지만, 마리아스는 이미 오래전부터 스페인에서 가장 많이 팔리고 가장 높이 평가받는 작가 중의 하나였다.

하비에르 마리아스의 삶과 작품들

하비에르 마리아스는 1951년에 스페인의 유명한 철학자 훌리안 마리아스와 작가이자 번역가인 돌로레스 프랑코의 아들로 마드리드에서 태어났다. 마리아스는 어린 시절을 미국에서 보냈다. 그의 아버지가 공화주의자로 고발되는 바람에 프랑코 독재 체제 아래에서는 대학에서 강의할 수 없었고, 그래서 미국 대학에서 일하며 생활비를 벌어야 했기 때문이다. 이후 하비에르 마리아스는 스페인으로 돌아와 마드리드의 콤플루텐세 대학교에서 철학과 문학을 공부하고, 영국 문학을 전공했다. 1971년에 그는 파리에서 일 년을 보내고서 첫 번째 소설 『늑대의 영토』를 출간했다. 1983년부터 2년 동안은 영국 옥스퍼드 대학교와 미국 보스턴의 웰즐리 대학교에서 스페인 문학 교수로 강의했다. 그리고 스페인으로 귀국해 콤플루텐세 대학교에서 번역학 교수로 일하면서 창작 활동과 번역 작업을 병행했다.

첫 작품부터 하비에르 마리아스는 당대의 스페인 소설을 신랄하게 비판한 목소리 중의 하나였다. 이것은 그의 모든 작품에서 감지되는데, 그는 불확실한 상황과 심리적으로 복잡한 인물을 등장시켜 작품을 전개하면서, 치밀하고 새로운 문학 형식을 탐구한다. 그의 작품은 일상의 삶에 바탕을 두지만, 문화적 지시물이 많이 등장하고, 그것은 대부분 영어권 문학과 관련된다. 첫 번째 소설 『늑대의 영토』는 미국을 배경으로 삼고 있다. 이 작품은 1950년대와 1960년대 미국 할리우드 영화를 기릴 뿐만 아니라, 윌리엄 포크너와 허먼 멜빌, S. S. 반 다인에 대한 오마주이다. 이 소설은 당시 스페인 문학의 전통, 즉 사실주의와 지역 색채를 단호하게 거부하면서, 스페인이 아닌 외국에 자신의 문화적 혈통을 두고서, 프랑코 정권이 외치던 애국주의와 교훈적이고 투쟁적인 문학을 배척했다.

남극대륙 탐사를 다루는 『수평선 횡단』(1973)은 예술적 도발자인 조지프 콘래드와 윌리엄 제임스를 전면에 부각하고, 증언의 의무감에서 해방된 창의력이 문학에서는 중요하다는 것을 밝힌다. 이런 관점은 『시간의 군주』(1978)에서도 확인된다. 이 작품은 세 개의 단편소설과 한 편의 에세이, 그리고 한 편의 희곡으로 이루어져 있지만, 작가는 이것을 ‘소설’이라고 정의하면서, 진실과 시간의 의미를 풍부한 창의력으로 통합한다. 『세기』(1983)는 프랑코 독재 정권 이후의 가장 흥미로운 소설 중의 하나로 평가받는다. 여기서 마리아스는 실험적 문체를 유지하면서 한 국가의 부침을 이야기한다. 국가 이름은 언급되지 않으며, 등장인물의 이름이나 경치 묘사로도 확인은 불가능하지만, 내전 묘사로 볼 때 그곳이 스페인이라는 것을 알 수 있다. 여기서 그는 엄숙하면서도 해학적인 바로크 문체를 사용하면서 1900년에 태어난 모호한 인물의 운명을 통해 20세기 스페인의 영광과 불행을 비유적으로 반추한다.

셰익스피어의 존재가 느껴지는 『모든 영혼』(1989)에서도 부드러운 풍자와 사색적인 문체는 반복된다. 이 소설에서 작가는 옥스퍼드 대학에서 보낸 2년이라는 기간을 회고한다. 이 작품도 좋은 평을 받지만, 하비에르 마리아스는 『새하얀 마음』(1992)에 와서야 진정으로 국제적으로 인정받는 작가로 자리를 잡는다. 이 소설에서 자신의 과거를 조사하는 일의 위험성에 대해 이야기하고 있는데 그것은 반드시 숨겨져 있어야 할 것이 발견될 수도 있기 때문임을 보여준다. 이 소설로 그는 스페인 문학 비평상을 탄다. 그리고 『내일 전쟁터에서 나를 생각하라』(1995)는 텔레비전 극작가로 일하는 빅토르 프란세스의 삶에서 지울 수 없는 결과를 가져온 끔찍한 사건을 이야기한다. 이 작품은 마리아스의 명성을 다시 한번 확인시켜줌과 동시에 그의 작품이 대중에게 수용될 수 있음을 보여주었다. 이 소설은 로물로 가예고스 국제문학상을 비롯한 여러 국제문학상을 받았다.

1998년에 마리아스는 자기 자신을 화자로 등장시키는 『시간의 검은 등』을 출간한다. 그는 이 작품이 자서전이나 회고록이 아니라 소설이라고, 그래서 가짜 소설이라고 규정한다. 이후 그는 ‘내일 당신 얼굴’이라는 제목의 3부작을 발표한다. 1부는 2002년에 『열병과 투창』이라는 제목으로, 2부는 2004년에 『춤과 꿈』으로, 3부는 2007년에 『독, 그림자 그리고 작별』로 출간된다. ‘내일 당신 얼굴’은 주로 전쟁의 기억을 다루며, 따라서 스페인 내전이 이야기의 중심을 이룬다. 반면에 2011년에 발표한 『사랑에 빠지기』에서는 마드리드가 주요 공간으로 설정되고, 세상의 그 어느 곳에서도 일어날 수 있는 보편적인 이야기가 다뤄진다. 2014년에는 두 개의 불행과 하나의 행복한 결말로 이루어진 『나쁜 것은 이렇게 시작한다』를 출간한다. 이 작품은 한 여자의 불행, 어느 ‘더러운 나라(이 나라는 스페인을 지칭하며, 동시에 이 작품에 등장하는 인물의 이름이다.)’ 그리고 사색적이고 이기적인 관객의 행복을 이야기한다.

2017년에 마리아스는 『베르타 이슬라』를 발표한다. 이 소설에서 베르타 이슬라는 토마스 네빈손이라는 첩자와 사랑에 빠져 결혼한다. 이 작품은 우리가 스스로 운명을 결정할 힘이 없다고 말하며, 대부분 우리의 판단 근거를 의문시한다는 점에서 충격적이다. 그러면서 첩보 활동과 관련된 드라마나 첩자라는 직업의 도덕적 판단을 다루지 않고, 대신 부정적인 상태, 즉 기다림과 불확실성, 무의미와 무지, 환멸과 자기기만에 관심을 보인다. 그의 마지막 소설은 2021년에 발표한 『토마스 네빈손』으로, 베르타 이슬라의 남편인 토마스 네빈손의 관점에서 새로운 모험을 이야기한다. 토마스 네빈손은 다시 비밀정보부에서 일하면서 스페인의 북서쪽에 있는 도시로 이동한다. 그의 임무는 10년 전에 ETA(바스크 독립을 주장하는 무장 테러 단체)와 IRA(아일랜드 공화국군)의 테러에 참여했던 스페인계 아일랜드 사람을 찾아내는 것이다. 이 작품은 수단과 목적, 커다란 악을 어느 정도 피해야 하는지, 악을 규정하는 게 얼마나 힘든지에 대해 사색하면서, “전체와 무, 치열한 삶과 죽음, 공포와 신앙심 사이에는 거의 거리가 없

다.”라고 지적한다. 이외에도 마리아스는 단편집 『여자들이 잠잘 때』(1990)와 『내가 죽을 운명이었을 때』(1996)를 비롯해 신문 칼럼 모음집도 여러 권 출간했다.

철학적이고 명상적이며 심오하지만, 풍자와 유머가 담긴 작품들

하비에르 마리아스의 작품은 대부분 철학적이거나 명상적인 주제를 다루면서, 작중 인물들의 심리를 심층적으로 분석한다. 그리고 서사적 일탈, 즉 말하고 설명하다가 옆길로 새는 경향을 보여준다. 이 세 가지 특징이 마리아스 문학의 변치 않는 신조인 것 같다. 다시 말하면, 그는 뜻하지 않거나 황당한 죽음과 같은 충격적인 사건을 제시하면서 작중 인물들이 행동하게 한다. 그러고는 가능한 결과, 즉 각자의 행동이 초래할 윤리적 반향을 아주 정밀하게 살핀다. 또한 그는 한 인물의 죽음과 그 결과 그리고 그의 죽음과 공범 관계를 이루는 사건과 사실뿐만 아니라, 우리의 비판력이 상실되어 일어나는 것에도 집중한다.

그의 작품은 심각하고 진지하며 긴 호흡으로 읽어야 하지만, 작가는 익살과 유머와 풍자를 통해 지루하게 만들지 않는다. 그의 작품처럼 마리아스의 실제 삶에서도 그의 유머러스함을 엿볼 수 있는데, 바로 마리아스가 죽는 날까지 자신이 레돈다 왕국의 왕이라는 사실에 자부심을 느꼈다는 것이다. 그런데 레돈다 왕국이 무엇일까? 영국의 은행가 매슈 다우디 실은 첫째 아들이자 이후 환상 소설가가 되는 매슈 핍 실이 태어난 해인 1865년에 영국 연방의 앤티가 바부다에 있는 바를로벤투 제도의 무인도, 레돈다 섬을 사서 왕국 수립을 선포했다. 그리고 나서는 빅토리아 여왕에게 레돈다 왕의 작위를 간원했고, 여왕은 가공의 왕의 칭호를 주었다.

이후 작가였던 매슈 핍 실은 군주 칭호를 동료 작가인 존 고스워스에게 넘겨주었고, 고스워스는 작가 존 윈 타이슨에게 양도했는데, 그는 1990년대에 왕위를 포기하면서 모든 권한을 하비에르 마리아스에게 넘겨주었다. 그것은 마리아스가 고스워스를 『모든 영혼』의 등장인물로 포함한 것에 대한 포상이었다. 마리아스는 『시간의 검은 등』에서 자기가 어떻게 레돈다 왕국의 왕이 되었는지 설명한다. 그 섬을 통치하도록 선택된 하비에르 1세는 귀족 칭호를 예술과 관련된 여러 사람에게 부여했다. 그렇게 페드로 알모도바르는 ‘전율’의 공작, 에두아르도 멘도사는 ‘긴 섬’의 공작, 프랜시스 포드 코폴라는 ‘메갈로 폴리스’의 공작, 조지 스타이너는 ‘지로나’의 공작, 움베르토 에코는 ‘전날의 섬’의 공작, 밀란 쿤데라는 ‘아마코드’의 공작 그리고 W.G. 제발트는 ‘현기증’의 공작 작위를 받는다.

마리아스가 이 왕국의 왕임을 자랑스럽게 여겼다는 사실은 아마도 현실의 불확실성 혹은 믿을 수 없음과 관련해서 이해될 수 있을 것이다. 그의 작품에서는 어떤 정보도 직접적이지 않기에 항상 의심의 여지를 남기며, 따라서 진실을 안다는 것은 불가능하다. 진실은 절대 선명하지 않으며, 다른 수많은 것과 뒤엉켜 있고, 그 어떤 작중 인물에 대해서도 분명한 윤리적 판단을 하기란 불가능하다는 사실을 보여준다. 마리아스는 풍자와 해학을 이용해 이런 현실의 불확실성을 일관되게 보여준다. 다시 말해, 그의 작중 인물은 자기가 보는 것뿐만 아니라, 다른 사람이 생각하고 느끼고 행동하리라고 상상하는 것을 추측하고 해석하면서 무거운 철학적 주제를 진지하면서도 가볍게 다룬다.

하비에르 마리아스의 유머는 올해 5월에 있었던 인터뷰에서도 잘 나타난다. 그의 명성에 대해 어떻게 생각하느냐는 질문을 받자, 그는 이렇게 대답한다. “내 경우 일어나야만 할 일은 대부분 이미 일어났어

요. 난 불평할 수 없어요. 행운아였거든요.” 그는 자기 작품들이 문학사에 남을 것이며, 수많은 도서관과 셀 수도 없이 많은 독자의 상상 속에 있을 것임을 알고 있었다. 그래서인지 이렇게 덧붙였다. “사후의 명성은 오늘날 아무 의미도 없어요. 수많은 작가가 죽자마자 즉시 망각의 세계로 들어가니까요.” 그러나 그가 죽었다는 소식을 듣자 전 세계가 슬픔에 빠져 애도하는 걸 보면, 그건 그의 경우가 아닐 거라고 감히 말할 수 있을 것이다.



송병선(울산대학교 스페인중남미학과 교수)

현재 울산대학교 스페인중남미학과 교수로 재직 중이다. 지은 책으로 『보르헤스의 미로에 빠지기』, 『가르시아 마르케스』 등이, 옮긴 책으로 『픽션들』, 『알레프』, 『거미여인의 키스』, 『내일 전쟁터에서 나를 생각하라』, 『사랑에 빠지기』 등이 있다. 제11회 한국문학번역상을 수상했다.

avionsun@ulsan.ac.kr

2022 프랑크푸르트 국제 도서전 스케치

김흥기(임프리마 코리아 에이전시 본부장)

2022. 11.

3년 만에 정상화된 세계 최대의 책 축제

팬데믹으로 인해 지난 2019년을 끝으로 사실상 멈췄던 프랑크푸르트 국제 도서전(Frankfurter Buchmesse)이 3년 만에 마침내 정상화되었다! 올해로 74주년을 맞이한 2022 프랑크푸르트 국제 도서전(이하, 2022 FBF)이 지난 10월 19일부터 23일까지 닷새간 독일 프랑크푸르트 메세(Messe Frankfurt) 전시장에서 개최되었다. 코로나19로 인한 방역과 검역 등으로 자유로운 왕래가 불가능했던 참가자들과 방문자들이 드디어 3년 만에 그 거대하고 웅장한 메세 광장을 자유롭게 거닐면서 세계 최대의 책의 축제를 마음껏 음미할 수 있게 된 것이다.



2022 FBF가 열린 메세 전시장 전경 ©Terry S.

이번 74주년 프랑크푸르트 국제 도서전에는 전 세계 95개국에서 4천여 업체의 93,000명의 출판 관계자들이 참가하였고, 약 87,000명의 일반 방문객들이 전시장을 찾았다. 하지만 전체 참가자들과 방문객들의 숫자를 합쳐 평균 30만 명 이상을 기록했던 팬데믹 이전 2019년까지의 평균 규모에 비하면 올해 전체 방문 인원이 절반으로 줄어든 것도 사실이다. 특히 올해는 도서전 기간 동안 메세 내 몇몇 전시관들이 보수 공사에 들어가며 옹기종기 모여 있던 3홀과 4홀, 6홀과 포럼 홀만을 개방했는데, 많은 방문객이 한꺼번에 몰리는 걸 보면서, 오랜만에 책에 대한 사람들의 뜨거운 관심과 성원을 고스란히 느낄 수 있었다.

2022 FBF의 공식 슬로건은 'TRANSLATE, TRANSFER, TRANSFORM'이었다. 즉, 지식과 정보, 아이디어는 번역되어 전파되고 변신해야 한다는, 팬데믹의 시대를 뒤로 하고 새롭게 기지개를 켜는 출판문화의 부활에 초점을 맞추었다. 2021년에 소규모로 진행했던 FBF의 구호가 "RE:CONNECT"였다면, 이제는 서로 다른 문화적 배경을 지닌 사람들끼리 서로의 나침반이 되어주면서, '책'이라는 형식뿐만 아니라 머물러 있는 것이 아니라 영상과 예술의 광범위한 분야로 뻗어가고 있는 출판의 위상을 재건하기 위한 노력으로 풀이된다. 특히 'TRANSFORM'의 개념은 문학과 지식이 그 사회와 문화에서 어떻게 변신하고 적응하여 변화를 일으킬지를 생각해볼 수 있게 하는 중요한 화두가 되었다.



2022 FBF 전시장 입구 ©Terry S.

하지만 2022 FBF에는 아직도 국가별로 여전한 팬데믹 우려에 아시아 지역의 편집자들과 에이전트들, 출판인들이 대거 불참했다. 중국은 국가의 지원을 받은 대규모 공식 부스를 제외하고 현지에서 참여한 관계자들은 거의 없었으며, 우크라이나를 침공한 러시아관도 아예 자취를 감췄다. 하지만, 도서전에 참

석한 다수 참가사 관계자들은 그동안 ‘줌 회의’를 통해서만 답답하게 교류하던 것을 넘어서 직접 만나 인사하고, 다양한 현안들을 더 효율적이고 직관적으로 현장에서 이야기를 나눌 수 있어서 비로소 만족하고 안심이 된다는 분위기였다. 또한 단순히 ‘줌 회의’를 통해 책과 콘텐츠, 저작권을 교류했던 행위가 얼마나 단절적이고 비효율적인가에 대한 각성을 이야기한 관계자들도 눈에 띄었다.

올해의 주빈국 스페인과 한국 참가 현황

팬데믹 이후 최초의 프랑크푸르트 도서전 주빈국이자 30년 만에 다시 주빈국이 된 스페인은 ‘Spain, Overflowing creativity!(스페인, 넘치는 창의력으로!)’라는 슬로건으로 다채로운 행사를 가졌다. 70명 이상의 스페인 작가와 삽화가, 번역가, 편집자 등이 주빈국 행사를 위하여 참석했으며 30개 이상의 크고 작은 행사를 통해 스페인 문학과 문화의 역동적인 면면들을 세계에 다채롭게 선보였다. 스페인 현지에서는 스페인어뿐만 아니라 카탈루냐어, 갈리시아어, 바스크어 등으로 동시에 책이 출판되는 경우가 일반적이며, 전 세계 5억의 인구가 이 언어들을 모국어로 사용하고 있으므로 그 다양성의 잠재력은 무궁무진하다고 할 수 있다. 이번 주빈국 행사에서는 이런 스페인의 문화적 다양성을 표현하려는 다양한 노력이 인상 깊게 펼쳐졌다.

특히 1990년대부터 지금까지 전 세계를 사로잡았던 베스트셀러를 쓴 스페인 작가들, 카를로스 루이스 사폰(Carlos Ruiz Zafón)과 알무데나 그란데스(Almudena Grandes) 그리고 노벨 문학상에 가장 근접했던 하비에르 마리아스(Javier Marías) 등 최근에 안타깝게 사망했던 거장들을 추모하면서 이들의 문학적 발자취를 음미하는 행사들이 가장 눈에 띄었다. 한편으로, 이번 주빈국 행사에서는 스페인어가 영어 다음으로 국제 무대에서 가장 많이 통용되는 언어임에도 불구하고 프랑스어로 번역된 작품의 수가 스페인어 번역 작품보다 많다는 현실에 대한 자성과 범정부적 해결책을 모색하는 모습 등도 인상적이었다.



올해의 주빈국 스페인 포럼관 ©Terry S.

한국도 3년 만에 프랑크푸르트 도서전에 공식 전시관을 오픈했다. 대한출판문화협회와 한국출판인회의, 한국문학번역원을 중심으로 6.1홀에 한국관(Korean Pavilion)을 마련해서 약 24개 한국 출판사들이 참여하는 종합 부스를 마련했다. 올해의 콘셉트를 ‘집’으로 설정한 한국관은 팬데믹 이후 편안하게 쉬

면서 소통할 수 있는 공간이라는 개념을 표현하여 현지 방문객들에게도 좋은 평가를 얻었다. 한편 KOTRA(대한무역투자진흥공사) 또한 별도로 참여하여 K-웹툰과 코믹스, 굿즈 전시관을 마련하여, 캐릭터 등 출판 파생 저작권 수출과 상담을 활발히 펼쳤다. 한국출판문화산업진흥원은 한국 전자출판관을 운영하여 한국의 대표적인 전자출판 콘텐츠 소개에 집중했다.

노벨 문학상 그리고 주요 동정들

프랑크푸르트 도서전 개최 약 2주 전에 스웨덴의 스톡홀름에서 프랑스 작가, 아니 에르노(Annie Ernaux)의 노벨 문학상 수상 소식이 전해졌다. 스웨덴 한림원은 개인적 기억과 집단적 관습 간의 갈등과 공존의 문제를 자전적 필치로 예리하게 그려 냈기에 82세의 노작가 아니 에르노를 노벨 문학상 수상자로 선정하였다고 밝혔다. 아니 에르노는 119명의 역대 노벨 문학상 수상자 중 17번째 여성 작가이다. 2014년 파트릭 모디아노(Patrick Modiano)의 수상 후 8년 만에 프랑스 작가의 수상이었는데, 이 소식에 프랑스관은 매우 고무된 분위기였다. 특히 프랑스 내에서도, 유럽 전역에서도 현존하는 최고의 작가로 평가받는 모디아노와 에르노의 주요 작품들을 모두 출간해오고 있는 프랑스 최대 문학 출판사, 갈리마르 출판사(Éditions Gallimard) 부스는 도서전 내내 방문객들이 가장 많이 붐비는 공간이었다. 또한 현지 프랑크푸르트 호프 호텔에서 아니 에르노의 노벨 문학상 축하 파티가 성대하게 열리기도 했다.

Annie Ernaux
La femme gelée

Annie Ernaux
L'événement

Annie Ernaux
Passion simple



국내에도 출간된 2022 노벨 문학상 수상 작가 아니 에르노의 작품들

파키스탄계 영국인 작가인 모신 하미드(Mohsin Hamid)는 신작 장편소설 『최후의 백인(THE LAST WHITE MAN)』의 독일 두몽(Dumont) 출판사 현지 출간에 맞춰 열린 FBF 개막 기자 간담회의 기조 연설자로 나서서 그의 작품 세계와 현시대를 바라보는 작가의 자세에 대해 밝혔다. 5편의 장편소설을

발표한 모신 하미드는 부커상에 두 번이나 최종 후보에 올랐으며, 현재 가장 노벨 문학상 수상이 유력한 작가 중 한 사람으로 평가받고 있다.

모신 하미드는 이분법과 편견이라는 주제를 ‘갈등’으로만 풀어내지 않고 적절한 풍자와 특유의 사실적인 플롯으로 완성도 높게 그려낸다. 신작 『최후의 백인』은 백인이었던 주인공이 어느 날 잠에서 깨어나니 흑인으로 변한 모습에 당황도 잠시, 마치 전염병처럼 사람들이 모두 흑인으로 변하기 시작하는 세상의 혼돈 속에서 백인으로 남은 단 한 사람의 인물을 설정하여 ‘편견’에 대한 묵직한 화두를 깊은 상상력으로 풀어낸 소설이다.



작가 모신 하미드와 프랑크푸르트 도서전 CEO 유르겐 부스(Juergen Boos) 그리고 도서전 관계자들

한편, 전 세계 명문 에이전시들이 기획한 대표 작가들의 신작 저작권 계약들이 활발히 있었던 4.2호의 에이전시 센터(Literary Agents & Scouts Centre) 또한 오랜만에 개최된 이번 FBF에서 가장 문전성시를 이뤘던 핫 플레이스였다. 배우 톰 행크스가 오랫동안 구상해서 발표한 데뷔작 장편소설 『또 다른 걸작 영화의 탄생(THE MAKING OF ANOTHER MAJOR MOTION PICTURE MASTERPIECE)』, 미국 14개 출판사가 경합을 펼친 끝에 랜덤하우스에서 출간하기로 정해진 팝의 여왕 비욘세의 어머니 티나 노울스(Tina Knowles)의 에세이 『여성 가장(MATRIARCH)』, 최근 비극적인 테러 사건이 있었던 부커상 수상 작가 살만 루슈디(Salman Rushdie)의 신작 소설 『승리의 도시(VICTORY CITY)』, 케임브리지 대학교 경제학과 장하준 교수의 논픽션 신작 『식용경제학(EDIBLE ECONOMICS)』 그리고 쿠엔틴 타란티노 감독이 관객 입장에서 집필한 영화 분석집 『영화 고찰(CINEMA SPECULATION)』 등 다양한 화제작들이 저작권 판권 시장에서 관심을 끌었다.



2022 FBF 전시장 풍경 ©Terry S.

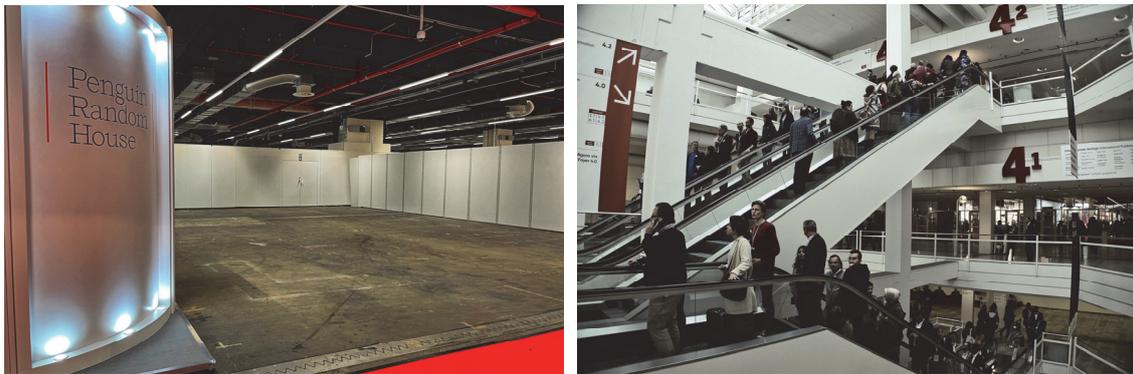
어수선하고 부족했던 분위기

프랑크푸르트 국제 도서전이 3년 만에 정상 개최되었다는 사실 자체만으로 큰 의미를 둘 일일지도 모른다. 하지만 오랜만에 열린 오프라인 박람회여서인지 주최 측의 준비 부족과 부실한 관리, 어수선한 분위기 등에 대해서 짚고 넘어가야 할 부분들이 있어 보인다. 2019년까지 매년 열렸던 프랑크푸르트 도서전의 전체 일정 참가 입장료에는 도서전 동안 프랑크푸르트 시내의 대중교통을 무제한 이용할 수 있는 시즌 교통 티켓의 기능도 포함되었었다. 하지만 이번 2022 FBF의 입장료는 2019년 이전에 비해 2배 이상 인상되었음에도 이 교통 기능이 빠져서 참가자들을 불편하게 했다.



2022 FBF 메세 전시장 외부 광장 ©Terry S.

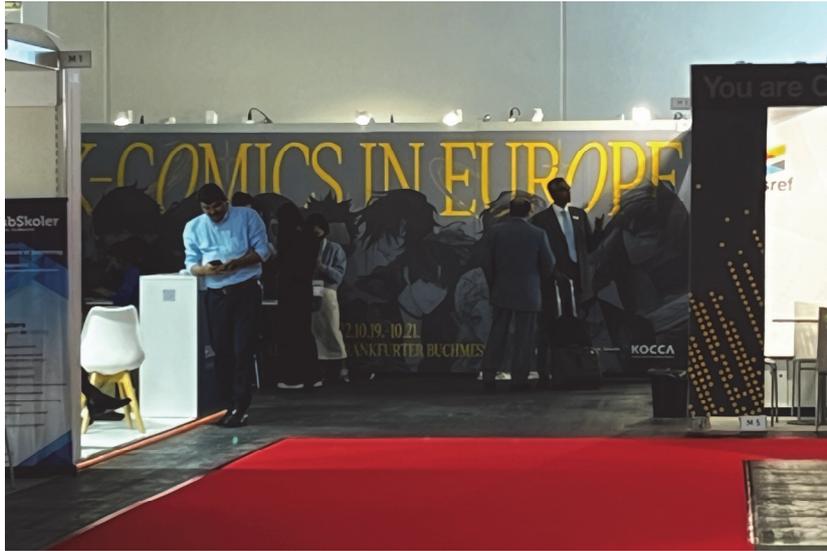
티켓이 비싸진 만큼 서비스와 볼거리가 예전에 비해 나아졌는지 또한 상당한 회의감이 드는 대목이다. 세계 최대 국제 모터쇼의 개최 장소이기도 한 메세 프랑크푸르트 전시장은 1~3층의 초대형 전시 공간을 갖춘 11개의 전시홀로 구성되는데 전시홀 이동에 셔틀버스가 운행될 정도로 큰 규모를 자랑한다. 기존에 열렸던 FBF는 세계 최대의 도서전이라는 이름에 걸맞게 7개에서 8개의 전시홀을 모두 써야 할 정도로 규모가 컸었지만, 이번 2022 FBF는 약 3개의 전시홀의 80% 정도만 사용하는 등 규모가 매우 축소되었다. 직접 현장에서 체감하기로는 예전에 비해 1/3 수준으로 도서전이 작아진 것처럼 보였고, 심지어 도서전에서 가장 큰 규모를 자랑하던 펭귄-랜덤하우스 그룹 부스나 아셰트 북그룹 부스들도 평년에 비해 확실히 작아졌던 점이 눈에 띈다.



(좌) 펭귄-랜덤하우스 부스 옆의 웅물스럽게 비어 있는 전시 공간
(우) 도서전 내내 인파가 몰리면서 악명 높았던 4홀의 유일한 에스컬레이터 ©Terry S.

도서전 주최 측의 준비 부족도 눈살을 찌푸리게 했다. 4홀과 6홀에 모든 인터내셔널 전시홀을 집적시키다 보니, 에스컬레이터가 중앙에 단 하나만 있던 4홀에서는 개장 시간 내내 줄을 한참 서야 탈 수 있을 정도로 인파가 몰렸다. 카페나 식당, 화장실, 휴식 공간 등도 평년에 비해 터무니없이 부족하여 항상 긴 줄을 서야만 이용할 수 있는 형편없는 장면이 펼쳐졌다. 또한 갑자기 취소한 참가사들 때문인지, 담당자가 아예 없거나 중간중간 빈 부스들이 상당히 많았고, 특히 일부 구역에는 카펫 작업도 없이 공사를 하다 만 듯한 공간들도 그대로 방치되어 세계 최대 도서전이 맞는지 의구심이 들었다.

한국의 전시 부스들 또한 K-문화의 위상에 걸맞게 일부러 찾아오는 외국 방문객들은 꾸준했지만, 도서전 현장 전체에서 보자면 중앙이 아닌 인적이 드문 외진 곳들에 몰려 있었다. 반면에 중국이나 인도, 중동의 일부 부국들은 방문객들이 거의 찾지 않는데도 불구하고, 인터내셔널 전시관(영미를 제외한 모든 나라들)뿐만 아니라, 사람들이 가장 많이 찾는 영미 전시관의 한 가운데 대형으로 한껏 치장하여 전시 시설을 꾸렸다. 대한민국이 이제 세계적인 콘텐츠 강국으로 부상했는데도 불구하고, 위치 선정에서부터 부실한 하드웨어 관리를 보여준 이런 부분들은 관계자들이 복기하고 개선할 필요가 있어 보인다.



찾기 힘들 정도로 구석에 위치한 K-코믹스 부스 ©Terry S.

완전 정상화가 기대되는 2023 FBF

아마 이번 프랑크푸르트 도서전 참가를 준비했던 상당수 한국 관계자들에게 모두 비슷한 고민과 우려가 있었을 것이다. 마스크를 얼마나 챙겨야 할지, 현장에서 마스크를 쓸지 말지, 오랜만에 만나는 친한 해외 담당자들과 인사는 예전처럼 해도 되는지 혹은 다른 에티켓이 있는지 등등. 하지만 실제 인파가 가득한 FBF 현장에서 오랜만에 해외 지인들을 직접 만나보니 이 모든 걱정은 완전한 기우였다! 그런 고민을 했는지조차 기억이 나지 않을 정도로 반가웠고, 매순간의 만남들은 즐거우면서도 중요했다. FBF 기간은, 팬데믹 때문에 그동안 정적으로만 흐르던 사고와 업무 패턴이 이 복잡하고 바쁜 거대한 공간 속에서 비로소 다시 본격적으로 움직이기 시작하는 느낌을 울울이 느낄 수 있는 귀중한 시간이기도 했다.



2022 FBF 전시장 풍경 ©Terry S.

내년 2023년의 프랑크푸르트 도서전은 지금보다 훨씬 큰 규모에, 아마 코로나19 이전 평년의 분위기를 거의 회복할 수 있을 것으로 전망된다. 하지만 세계 최대의 자동차 행사인 프랑크푸르트 국제 모터쇼가 급격한 산업 변화로 유명무실해진 것처럼, 빠르게 변화하는 콘텐츠 트렌드로 인해 책의 위상은 분명히 흔들리고 있고, 2010년대 중반부터 FBF 또한 서서히 축소되는 방향으로 선화하고 있었다는 점도 상기할 필요가 있다.

참가사들이 지금과 비슷하거나 더 줄어들 여지도 있겠지만, 앞으로도 신선한 콘텐츠 정보가 유통되는 시장으로서 FBF의 기능은 지금처럼 항상 중요할 것이라는 점은 명백하다! 세계적인 출판사와 연관 단체들, 명문 에이전트와 스카우터들은 70년 전처럼 한결같이 같은 패턴으로 참석하여 지식과 정보를 교류하고 세계 문화의 트렌드세터 역할을 계속하게 될 것이다. 한국도 한발 빠르게 해당 시즌에 화두가 되는 세계의 출판 트렌드를 예상하고 전략적으로 영리하게 대응할 수 있는 역량을 키워서 그저 참가에 의의를 두는 변방이 아닌, 중앙 무대 한복판에서 다른 국가들과 어깨를 나란히 하고 영향력을 떨칠 수 있는 문화 선진국으로 도약할 수 있기를 기대해본다.

김홍기(임프리카 코리아 에이전시 본부장)

5만 권이 넘는 원고와 기획서를 서가와 하드 디스크에 보관 중이며 지금도 늘어나고 있다. 이들 중 출판되어 빛을 본 원고들도 있고, 여전히 잠자는 원고들도 있다. 더 많은 원고를 세상에 공개하여 독자들이 마주할 수 있도록 노력 중이다.

terrykim@imprima.co.kr

나라 밖 우리 옛 책, 어디에 있을까?

옥영정(한국학중앙연구원 고문헌관리학전공 교수)

2022. 11.

나라 밖 우리 옛 책의 조사는 왜 필요한가?

고전적(古典籍), 고서적(古書籍), 고서(古書) 등으로도 불리는 옛 책은 선조가 남긴 지적 자산의 결정체이며, 수많은 세월 동안 기록의 전통을 이어주는 역할을 수행했다. 학문을 가장 높은 가치로 여겼던 선현들의 삶의 방식은 현재 우리가 볼 수 있는 수많은 옛 책을 통해서 실체화된 것이다. 우리 문화를 세계에 널리 알릴 수 있는 대표적인 유산 중의 하나가 기록문화유산이고 출판 인쇄는 기록문화유산의 보급 확산을 위한 수단이자 결과물로서 인류문명사적인 가치가 있다. 2022년 현재 유네스코 세계기록유산에 등재된 16개의 기록유산 중에 <훈민정음>, <조선왕조실록>, <해인사 대장경판>, <직지심체요절>, <조선왕조 의궤>, <동의보감>, <유교책판> 등이 모두 출판 인쇄와 깊은 관련이 있는 것만 보아도 알 수 있다.

한국의 옛 책, 즉 고서(古書)에 대한 연구는 국내뿐만 아니라 국외의 소장본에 대해서도 활발히 진행되고 있다. 연구 초기에 일부 연구자들에게만 알려졌던 국외 한국 고서의 소장 유무가 체계적이고 본격적인 조사를 통해 실체화된 것은 비교적 최근의 일이다. 막연하게 일본이나 중국, 북미, 유럽 등지에 소장되어 있을 것으로 여겨졌던 일련의 한국 고서들은 조사와 목록·해제집을 통해서 정확한 수치와 규모가 조금씩 드러나기 시작하였다. 그중에는 한국에서의 유출 경위가 의심되어 환수 대상 목록에 포함해야 할 것이 있는가 하면, 문화 교류의 산물이거나 혼란기에 외국 수집가들이 수집해 간 것으로 지속적인 연구가 필요한 전적도 상당수다. 국외 소장처에 직접 방문하여 연구하는 인력이 점차 증대되면서 한국에 없는 유일본이거나, 학술적 가치가 매우 높은 희귀본이 해외에 다수 있는 것으로 밝혀졌다. 가까운 거리의 일본을 비롯하여 북미의 각급 대학도서관이나 문고 등에서 발견된 희귀서가 바로 그러한 사례다. 그러나 이러한 한국 고서의 소장 정보 역시 해당국의 목록에 의지해야 한다는 것은 안타까운 일이다. 현재까지 연구자들의 노력으로 어느 정도 추산은 되고 있으나, 여전히 소장처와 그 규모를 정확히 파악하기 힘든 경우가 많이 있으며, 또한 전혀 예상치 못한 국가에서 한국의 고서가 발견되기도 한다.

이러한 상황에서 20여 년 전부터 국립문화재연구원, 국립중앙도서관 등 몇몇 기관을 중심으로 1차적인 정리와 목록 작업이 이루어지고 있다는 사실과 특히 최근의 국외소재문화재재단의 조사 활동으로 얻어진 성과는 앞으로의 심층적인 연구를 위한 바탕이 되므로 그나마 다행스러운 일이다.

나라 밖 우리 옛 책의 현황

1) 일본

일본은 국외 국가 중에서 가장 많은 수의 한국 고서를 소장하고 있는 국가다. 그 소장의 경위 또한 근세의 일제강점기에 유출된 전적을 비롯하여 멀리는 조선시대의 임진왜란, 고려시대 대장경의 전래까지 소급될 정도로 그 소장 고서의 형성 원인과 수집된 종류의 스펙트럼이 다양하다. 일본은 일제강점기 초기부터 한국의 소장 고서에 대한 목록과 해제를 집중적으로 진행한 바 있다. 이렇게 정리된 다수의 도서들이 해방 이후 일본에 소장된 것으로 여겨지고 있다.

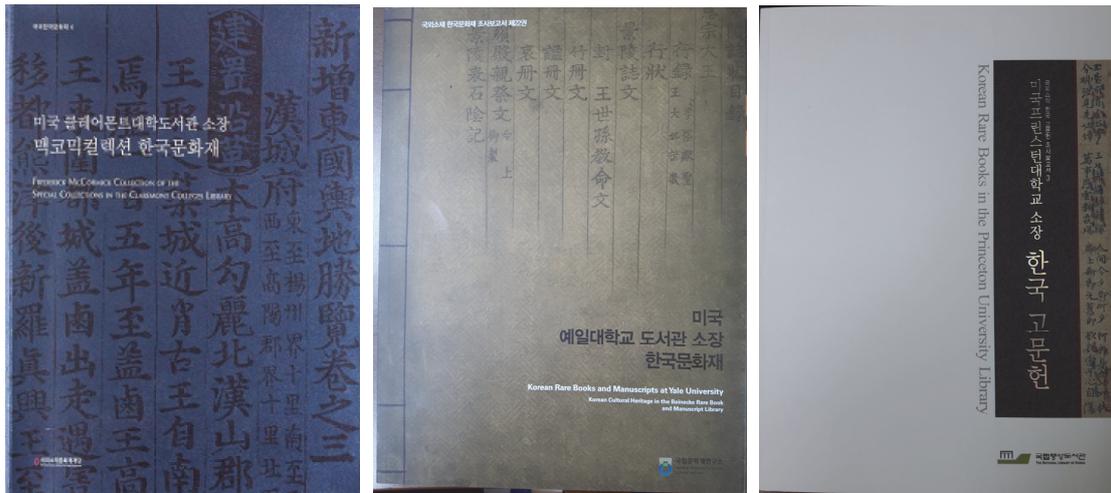
필자가 확인한 바로는 일본 각지의 소장처 중에서 46개처 이상이 목록이나 해제를 작성한 것으로 파악된다. 각 기관에 있는 한국 고서들은 많은 경우 목록이나 연구를 통해 그 존재가 알려져 있는 상태이다. 하지만 한국본을 특별히 분류하지 않고 중국서 한적으로 취급하여 목록에 기재한 경우에는 각각의 항목을 일일이 대조하여야만 확인이 가능하다. 때문에 이러한 목록상의 난점으로 인해 발견되지 않은 다수의 고서가 있다.

특히 최근에는 도쿄의 사립 도서관인 세이카도문고와 와세다대학교 도서관, 교토의 교토대학교 도서관 등이 국외소재문화재단으로부터 지원을 받아 본격적으로 조사되기도 하였다. 세이카도문고의 경우 이전까지 한국 전적이 약 100종 정도만 있는 것으로 알려졌다. 그러다가 재단에서 2016~2017년 2년에 걸쳐 진행한 실태조사 결과 639종, 총 3,467책에 이르는 한국의 고전적이 소장되어 있음이 밝혀지게 되었다. 그동안 세이카도문고의 한국 전적이 제대로 파악되지 못한 이유 중 하나는 고서 목록이 간행된 일제강점기에 한국 전적은 일본서로 취급되어 ‘국서(國書, 일본서)’에 포함되거나 중국서인 ‘한적(漢籍)’에 수록되었고, 일부분만 항목으로 구별했을 뿐 별도의 한국본 목록의 간행이 이루어지지 않았기 때문이다.

세이카도문고에 소장된 한국 전적의 유입 경로는 정확히 알려져 있지 않지만 문고에 포함된 기노우치 쥬시로(木内重四郎, 1866~1925)의 장서가 한국 고서를 다량 포함하고 있다는 점에서 약간의 실마리를 찾을 수 있다. 교토대학교 부속도서관 가와이문고의 가와이 히로타미(河合弘民)는 1907~1915년 사이 조선에 거주하면서 조선의 고서를 수집한 바 있다. 오사카부립도서관 소장 「한본문고(韓本文庫)」의 원소장자였던 사토 로쿠세키(佐藤六石) 역시 1906~1910년 조선에 체류하면서, 게이오대학교 와타나베문고의 와타나베 킨조우(渡辺金造)도 1906~1908년 조선에 체류하는 기간 동안 조선의 고서를 수집하였다.

2) 북미

북미 지역(미국과 캐나다)에 현재 소장되어 있는 한국 고서의 양은 수치로 비교하였을 때 일본에 이어 두 번째로 많은 규모이다. 현재 확인된 대표적인 소장처는 하버드대학교의 옌칭도서관, U.C.버클리대학교 동아시아도서관, 미국의회도서관, 컬럼비아대학 도서관 등이다. 최근에 프린스턴대학, 예일대학, 클레어몬트대학 등에 대한 조사가 진행되었으며 목록집이 간행되었다. 이 중에서도 가장 많은 고서를 소장하고 있는 하버드대학 옌칭도서관은 한국관을 별도로 설치하여 12만여 권의 단행본과 900여 종의 정기 간행물을 소장하고 있다. 이들 도서 가운데 귀중본으로 분류된 도서는 4천여 종이며, 대부분 1910년 이전에 간행된 것으로 한국에 없거나 희귀한 고서들이 상당수 포함되어 있다.



근래에 발간된 예일대학, 클레어몬트대학, 프린스턴대학 도서관 소장 한국 고서 목록

3) 중국

중국이 소장하고 있는 한국 고서는 중국의 일부 도서관과 한국의 학자, 조선족 학자들을 중심으로 본격적으로 발굴되어 소개되었다. 대표적인 소장처로는 북경대학교 도서관, 중국국가도서관, 남경도서관, 중국제2역사당안관, 항주대학교, 절강도서관 등이 있다. 최근에는 국외소재문화재재단의 주관으로 상해도서관과 복단대학 도서관의 한국 고서가 발굴되었다. 특히 상해도서관에서 세종 10년(1428)에 간행된 경자자본(庚子字本) 『자치통감강목』 59책 완질이 발견되어 큰 화제가 되었다. 또한 동북 3성의 대학교에도 다수의 한국 고서가 소장되어 있는 것으로 알려져 있으며, 한국과의 지리적 위치와 역사적인 관계 등을 고려해 볼 때 향후 더 많은 소장처와 전적이 추가로 발견될 것으로 판단된다.



중국 상해도서관, 복단대학 도서관 소장 한국 고서 목록

4) 대만

대만에 소장된 한국 고서는 대표적으로 대만 국립중앙도서관, 국립고궁박물관 등에 소장되어 있는 것으로 확인되었다. 이에 대해서는 박현규(1989, 1990, 1991) 교수에 의해 일찍이 소개된 바 있으며, 2009년 한국의 국립중앙도서관에서 조사를 거쳐 목록이 제작된 바 있다.

5) 카자흐스탄

카자흐스탄의 한국 고서는 현재 카자흐스탄 국립도서관에 소장되어 있는 것이 2007년 국립문화재연구원의 조사에 의하여 확인되었다. 이 조사 작업은 별도의 목록으로 출간되었으며, 학계에 보고되었다. 지리적으로 상당한 거리인 데다가 문화적 교류가 적었던 여타의 요소를 고려할 때, 카자흐스탄에 한국 고서가 소장되어 있다는 사실은 많은 점을 시사해 준다. 즉 기존에 일반적으로 논의되어 왔던 해외 국가 외에도 한국의 고서가 소장된 국가 및 소장처가 존재할 수 있다는 사실이다. 따라서 각 기관 및 국가에 대한 개개의 학술조사도 중요하지만, 각 국가의 주요 도서관 간 정보 공유와 한국학 및 한국어학과와의 연계 네트워크를 구성한다면 더 다양한 제3국에서의 한국 고서가 발굴될 수 있을 것으로 보인다.

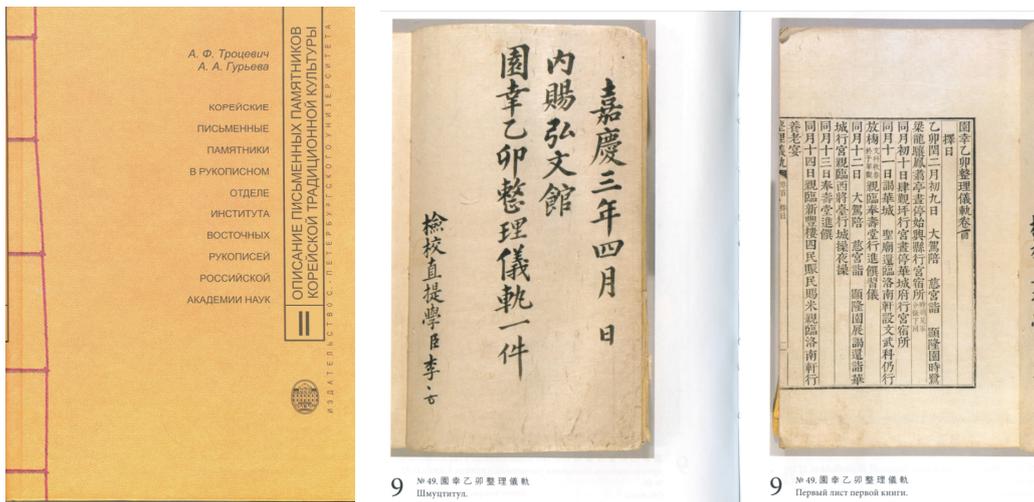
6) 유럽

프랑스는 유럽에 있는 국가 중에서 가장 많은 한국 고서를 소장하고 있는 나라이다. 일반적으로 프랑스에 소장된 한국 고서는 세 가지 경로를 통해서 유입된 것으로 알려져 있다. 첫 번째는 1866년 프랑스 선교사와 교인을 탄압한다는 명분하에 강화진을 포격해 국지전을 벌였던 병인양요 때 약탈한 서적이다. 당시에 퇴각하는 프랑스 군대가 외규장각을 불태우고 소장 서적을 본국으로 이송한 자료들이다. 이 자료들은 대부분 왕실의 귀중서 및 유일본들이며 그 소장 경위가 합법적이라 볼 수 없기 때문에 많은 논란이 있었고, 그중 외규장각의 의례는 대여 형식으로 한국에 돌아왔다. 두 번째는 프랑스의 박물관학자인 에밀 기메(Émile Guimet)에 의해 수집된 한국의 고서들로서 현재 파리에 있는 기메박물관에 소장된 한국 고서들이 그것이다. 세 번째로는 초대 프랑스 대사였던 빅토르 콜랭 드 플랑시(Victor Collin de Plancy)에 의해 수집된 한국 고서들로서 그의 수행원이자 학자였던 모리스 쿠랑(Maurice Courant)에 의해 『한국서지』라는 이름으로 목록 및 해제가 이루어진 바 있다. 이 수집 한국 고서에는 가장 오래된 금속활자본인 ‘백운화상초록불조직지심체요절’, 일반적으로 ‘직지’라고 불리는 서적 역시 포함되어 있다. 프랑스에 있는 자료는 현황 파악이 거의 이루어지고 개별 목록이 작성되기도 하였지만 종합적인 목록 해제집이 작성될 필요가 있다. 일부 자료는 마이크로필름이나 복사본으로 국내에서도 확인이 가능하다. 위에서 언급된 각각의 도서들에 대해서는 일찍이 많은 학자들에 의해 조사되어 목록이 제작된 바 있으며 일본이나 미국, 중국을 제외한 여타 국가에 비해, 특히 유일본과 귀중본이 많으므로 지속적인 연구가 병행되어야 할 것이다.

영국에 소장된 한국 고서는 현재 런던도서관과 대영도서관, 대영박물관, 케임브리지대학 도서관 등지에 소장되어 있는 것으로 확인되고 있다.

러시아에 소장된 한국 고서는 현재 상트페테르부르크대학교 도서관과 동방학연구소 등에 소장되어 있는 것으로 확인되고 있다. 이미 100여 년 전부터 조선의 서적과 문화에 대한 연구 전통이 있었던 국가이

기에 현재 파악된 것보다 더 많은 수의 고서가 산재해 있을 가능성이 있다. 러시아에 소장된 한국 고서는 국내에서는 최근에 국외소재문화재재단에서 현재까지 조사되어 목록화된 바 있으며, 러시아에서는 각 소장처별로 별도의 목록과 해제가 제작되었다. 이 해제서와 소장처에 대한 소개는 러시아의 한국학 연구자에 의해 학계에 소개된 바 있다.



상트페테르부르크대학교 동방학연구소에서 발간한 한국본 고서에 대한 해제서(『Описание письменных памятников корейской традиционной культуры』(한국 전통 문화의 기록유산의 서술 II))의 표지와 본문

그 밖에 독일, 덴마크, 스웨덴, 오스트리아 등지에도 한국 고서가 소장된 것이 확인된다. 독일에 소장된 한국 고서는 괴팅겐대학교 도서관과 함부르크민속박물관 등지에 소장되어 있는 것으로 확인되고 있다. 이에 대해서는 1993년 문화재관리국에서 별도의 목록을 제작한 바 있으며, 2009년에는 국립중앙도서관의 주관하에 괴팅겐대학교 도서관에 소장된 일부 한국 고서에 대한 목록이 제작되었다.

국외에 소장된 한국 고서 중에는 국가 유산적 가치가 높은 조선 전기 이전 간인본(刊印本), 유일본 및 희귀본 등이 포함된 경우가 많다. 또한 저명한 인물의 수택본(手澤本)은 전통시대 서적의 유통 및 교류를 확인할 수 있는 자료로서 가치가 있으며, 출판인쇄사, 문학사와 사상사 연구에 도움을 줄 수 있는 희귀 간본, 필사본들은 학술적 연구 자료로서 국내소장본과 비교 검토하는 작업도 필요하다.

이 글에서는 전체적인 국외의 한국 고서 현황을 중심으로 살펴보았는데 각 소장처마다 가치 있는 귀중본에 대한 개별적 검토가 좀 더 깊이 있게 다루어지면 좋을 것이다. 이를 통해서 보다 깊이 있는 각 분야의 연구자들이 세부적인 연구와 조사가 이루어진다면 국외 한국 고서의 발굴 조사 연구에 더욱 긍정적인 발전이 있을 것이다.

참고문헌

- 국립중앙도서관 편, 『국외소재 한국 고문헌 수집 성과와 과제』, 2009.
- 국외소재문화재재단 편, 『중국 상하이도서관 소장 한국전적문화재』, 2015.
- 국외소재문화재재단 편, 『미국 클레어몬트대학교도서관 맥코믹컬렉션 한국문화재』, 2014.
- 국외소재문화재재단 편, 『러시아와 영국에 있는 한국전적1, 2, 3』, 2014.
- 국외소재문화재재단 편, 『중국 상하이도서관 소장 한국전적문화재』, 2015.
- 국외소재문화재재단 편, 『중국 푸단대학교도서관 소장 한국전적문화재』, 2015.
- 국외소재문화재재단 편, 『일본 세이카도문고 소장 한국전적문화재』, 2018.
- 국외소재문화재재단 편, 『일본 와세다대학교도서관 소장 한국전적문화재』, 2020.
- 모리스 쿠랑 原著·이희재 翻譯, 『韓國書誌-修訂翻譯版』, 一潮閣, 1997.
- 박현규, 「중화민국 국립고궁박물관에 소장된 한국 고서적에 대한 분석」, 『중국어문학』18권 1호, 1990.
- 옥영정, 「해외 소장 한국본의 정리 현황과 과제」, 『해외 한국본 고문헌 자료의 탐색과 검토』, 2012.8.
- 옥영정, 「오사카부립 나카노시마도서관 소장 한국본의 현황과 특징」, 『일본 오사카부립 나카노시마도서관 소장 한국 문화재』, 2014.
- 이진명, 「프랑스 국립도서관 및 동양어대학 도서관 소장 한국학 자료의 현황과 연구 동향」, 『국학연구』제2집, 2003.
- 윤충남, 「하바드 연경 도서관 한국학자료의 현황과 전망」, 『국학연구』제2집, 2003.
- 이태진, 『왕조의 유산 - 외규장각도서를 찾아서』, 지식산업사, 1994.
- 코바코바 울리야나, 『『한국기록문화유산의 서술』소개』, 『문헌과 해석』 50호(2010.봄).
- 황위주, 「중국소재 한국 고문헌 정리의 현황과 과제」, 『대동한문학』제18집, 2003.
- 후지모토 유키오, 「일본 소장 한국학 자료의 현황과 연구 동향」, 『국학연구』제2집, 2003.



옥영정(한국학중앙연구원 고문헌관리학전공 교수)

옛 책을 다루는 서지학 연구자로서, 한국 고인쇄문화의 올바른 이해와 복원을 통하여 새로운 의미를 찾는 데 많은 관심을 두고 있다.

gabinja@aks.ac.kr

리베르(LIBER), 스페인 국제 도서전 리뷰

김정하(그린북 에이전시 에이전트, 번역가)

2022. 11.

지난 10월 5일부터 7일까지 스페인 바르셀로나 그란 비아(Gran Via)에서 개최된 리베르(LIBER-Feria Internacional del Libro) 도서전은 올해로 40주년을 맞는 뜻깊은 행사였다. 리베르 도서전은 스페인의 공식 국제 도서전으로, 스페인 마드리드와 바르셀로나에서 매년 개최 장소를 바꿔가며 열린다. 보통 홀수 해에는 마드리드에서, 짝수 해에는 바르셀로나에서 개최된다. 올해 바르셀로나 도서전의 장소는 새롭게 지어진 그란 비아로 유럽에서 손꼽히는 크고 현대적인 디자인을 자랑하는 장소인데, 2013년 프리츠커상(The Pritzker Architecture Prize)을 수상한 일본의 건축가 이토 도요오의 건축물이다. 도서전이 진행된 장소는 밝고 환한 분위기로, 도서전의 활기찬 열기를 담아내기에 충분히 건축과 도서가 조화롭게 어울렸다.



2022 리베르 도서전 행사장 입구

올해 도서전이 대내외적으로 표방한 특별한 의미는 올해로 도서전이 40주년을 맞는다는 점이었다. 리베르 도서전은 1983년 마드리드의 크리스탈 궁(Palacio De Cristal)에서 처음으로 개최된 이래 스페인어권 최고의 권위 있는 도서전으로 발전하면서 명실상부한 스페인어 도서 및 출판 산업의 최고 장터로 자리를 잡은 것이다.

주지하듯이 스페인어는 영어 다음으로 많은 인구가 사용하는 언어이다. 유럽의 스페인을 비롯해 대서양 건너편의 라틴 아메리카와 미국의 라티노(latino)가 스페인어를 사용한다. 동일한 언어를 사용하는 인구가 대서양으로 나뉘어져 있는 것이다. 이러한 지리적 조건과 함께 정치·경제적인 요인으로 두 지역의 출판 산업은 1980년대 이전까지 교류하고 합류하기보다 개별적이고 독자적으로 발전해왔다. 스페인은 1975년에 프랑코 총통 시대가 종말을 고할 때까지 완전한 출판의 자유를 확보하지 못하고 있었기에 라틴 아메리카 출판 시장에 진출하기가 쉽지 않았다. 한편 라틴 아메리카는 지리적 광대함과 교통 인프라 미비로 대륙 내에서 인적·물적으로 자국의 경계를 넘어서는 교류가 쉽지 않은 상황이었다. 그런데 프랑코 사후 스페인이 안정적으로 민주화를 이행하고 1982년 사회당 정부가 들어서면서 언론 출판의 자유를 보장받게 되자 상황은 달라지기 시작했다.

이러한 시대적 변화에 맞춰 스페인 출판계는 라틴 아메리카 출판계를 아우르는 도서전을 기획하기에 이르렀고, 1983년 처음으로 리베르 도서전을 개최하게 된 것이다. 리베르 도서전 이전에는 스페인어권을 아우르는 도서전이 존재하지 않았다. 스페인 출판계는 이 도서전을 활용해 라틴 아메리카 작가와 저자를 자국의 출판 시장에 소개하는 한편 자국 도서의 라틴 아메리카 진출 통로를 확보했다. 라틴 아메리카 출판계 역시 스페인과 유럽으로 진출하는 동시에 대륙 내 다른 국가의 출판계와 교류하는 기회로 이 도서전을 활용했다. 즉 멕시코, 아르헨티나, 베네수엘라 등 라틴 아메리카의 주요 출판계가 이 도서전을 통해 교류하고 시장을 확대할 수 있게 된 것이다. 그동안 자국 내에서만 운영되던 각국의 출판 산업은 리베르 도서전을 통해 자국 시장 규모의 수십 배에 이르는 대규모의 스페인어권 출판 시장을 창출할 수 있게 되었다. 그리고 이것은 스페인어권 작가와 저자의 지명도와 명성을 스페인어권 영역 밖으로 알리는 데에 결정적인 역할을 하게 된다.

그러나 동일 언어권 내에서의 공동 시장 운영은 시간이 지나면서 출판사들의 국적성을 약화시켰다. 이제 스페인어권 출판계에서 스페인과 라틴 아메리카가 구별되지 않는다. 독립적이고 독자적으로 재정과 편집을 운영하면서 자국의 출판 시장만을 시장으로 삼았던 각국의 출판사들은 이제 7, 8개의 다국적 출판 그룹에 편입되었다. 그리고 지역적 특성을 고려한 독자성은 유지하지만, 거시적으로 거대한 스페인어권 출판 시장의 틀 속에서 운영 방향을 잡고 나아간다.



2022 리베르 도서전 행사장 내부 모습

호르헤 루이스 보르헤스(Jorge Luis Borges)의 작품을 출간했던 아르헨티나의 대표적인 출판사인 에메세 출판사(Emecé Editores)는 이제 플라네타(Planeta) 그룹 내의 출판사로 전환되었고, 가브리엘 가르시아 마르케스(Gabriel García Márquez)의 『백년의 고독』을 출간했던 아르헨티나의 수다메리카나(Sudamericana) 출판사는 펭귄랜덤하우스 그룹의 계열사가 되었다. 거대 출판 그룹에 속한 출판사의 도서는 스페인의 마드리드와 바르셀로나, 멕시코시티, 콜롬비아의 보고타, 칠레의 산티아고, 아르헨티나의 부에노스아이레스 등에서 동시에 출간되는 경우가 많다. 출판사의 입장에서는 스페인어권 전 시장을 동시간대에 커버할 수 있고, 독자 입장에서도 자기 지역에서 다른 지역의 독자와 동시간대로 도서를 접할 수 있는 환경이 만들어진 것이다. 그러나 거대 다국적 자본 출판이 지닌 문제점 또한 있을 것이다.

리베르 도서전은 처음의 기획 의도대로, 출판인 중심의 전문가 도서전으로 계속 발전하고 있다. 올해 도서전에는 출판 및 에이전트 관계자가 60여 개 국에서 8,500명이 참가하여 300여 개의 전시관에서 저작권 거래, 정보 교환이 이루어졌다. 도서전 기간 동안 55개의 주제가 다루어진 각종 세미나에서는 130명 이상의 발표자들이 출판계의 새로운 혁신, 지속성, 마케팅, 디지털 사업의 모델 등 출판 산업의 새로운 도전에 관한 주제로 토론을 이끌었다.



2022 리베르 도서전 토론장, 행사장 모습

리베르 도서전이 초창기에 성공적으로 안착되면서, 1987년 멕시코의 과달라하라 도서전(Feria Internacional del Libro de Guadalajara)이 출범하였다. 이 도서전은 전문가 중심의 도서전을 표방하는 리베르 도서전과 달리 독자와 대중에게 다가가는 도서 축제를 목표로 하고 있다. 매년 수십만 명의 시민이 이 도서전에 입장하며 수백 회 규모로 개최되는 출판 기념회, 작가와 저자 행사를 통해 작가를 만나는 기쁨을 누린다.

범스페인어권의 대표적인 두 도서전을 간략하게 비교하면, 출판 관계자들과 저작권 담당자들, 도서관 사서들, 작가들, 에이전트들이 중심이 되어 책과 관련된 전문 종사자들이 주로 참가하는 리베르 도서전과, 수백 개의 저자 사인회, 출판기념회 등 작가와 독자들 중심의 행사 위주로 이루어지는 과달라하라 도서전으로 대별된다. 따라서 스페인어권 출판 산업과 관련된 정보를 원한다면 스페인 리베르 도서전으로, 스페인어권 저자의 행사를 보기 위해서는 과달라하라 도서전으로 가면 된다.

스페인 출판협회장(Federación de Gremios de Editores de España)이며 도서전 조직위원장인 다니엘 페르난데스(Daniel Fernandez)는 “40년을 이어오면서 리베르 도서전은 계속 활기를 띠고 있고 스페인어권 출판 분야의 만남의 장으로 찬란한 미래를 지니고 있다. 마케팅의 새로운 모델, 지속가능한 영역으로서의 출판 시장 등 다양한 분야의 토론이 벌어졌다. 특히 주빈국으로 도서전을 빛낸 콜롬비아의 노력과 수고에 감사를 표한다.”라고 이야기했다. 또한 한 나라의 가장 중요한 문화 산업은 출판 산업이라는 점을 상기시키며 소설, 수필 등 일반적인 서점을 채우고 있는 책들과 교과서, 가판대에서 팔리는 책들, 코믹 그리고 특히 어린이·청소년 문학의 중요성에 대해 이야기했다. 어린이·청소년 문학의 지속적인 성장이야말로 더 밝고 가능성 있는 미래에 대한 희망의 지표라고 덧붙였다.

리베르 도서전도 주빈국 제도를 운영하고 있는데, 올해는 서울국제도서전의 주빈국이기도 했던 콜롬비아가 주빈국으로 참가하였다. 콜롬비아는 이번 도서전의 주빈국으로서 다양하고 풍부한 문학 자산의 세계화와 팬데믹 이전 수준으로 문학 작품의 수출을 회복하기 위해 여러 행사를 선보였다. 그중 『백년의 고독』으로 우리에게도 사랑받는 작가인 가브리엘 가르시아 마르케스의 노벨 문학상 수상 40주년을 기념하는 북토크가 인상적이었다. 그 외에도 눈길을 끈 전시관은 스페인 문학상 중 가장 중요한 문학상인 역대 세르반테스상 수상 작가들의 작품 전시, 그리고 2021년 최고의 편집상을 받은 작품 전시가 눈에 들어왔다.



(좌) 주빈국이었던 콜롬비아 전시관, (우) 2021년 최고의 편집상 수상작 전시관

또한 이번 도서전에서 관심을 끌었던 행사 중 하나는 리베르상 수상식이었다. 리베르상은 책의 세계와 관련된 다양한 인물들과 단체들의 노고를 격려하는 상으로, 올해의 수상자는 작가이며 편집자인 페레 힘페레르(Pere Gimferrer), 작가 솔레닷 푸에르톨라스(Soledad Puértolas), 스페인 국영 라디오 기자 이그나시오 엘게로(Ignacio Elguero), 영화 <양귀비꽃 씨가 들어간 레몬 빵(Pan de limón con semillas de amapola)>, 발렌시아의 라몬울 서점 그리고 마드리드의 이사벨 여왕 도서관이다. 작가와 출판 편집자, 영화, 서점, 도서관 등 출판과 관련된 다양한 관계자들의 수고와 노력을 인정해준 결과로 보인다.

수상자 중 특히 우리의 눈길을 사로잡는 것은 서점이 수상자로 선정되었다는 점이다. 유럽이 우리나라와 다른 점이기도 하지만, 스페인 역시 서점이 많다. 전국을 커버하는 대형서점인 카사 델 리브로(Casa del libro)와 그 외에 바르셀로나에서 출발한 대형 서점 라 센트랄(La Central)이 있지만, 각 도시마다 고유의 서점들이 자신만의 색깔을 갖고 문을 열고 있다.

다음 도서전은 2023년 10월 4일부터 6일까지 마드리드에서 열리고 폴란드가 주빈국으로 참가할 예정이다. 폴란드는 여러 해 전부터 도서전에 참여해 자국의 도서 홍보에 많은 노력을 기울여왔다. 스페인 출판계는 2022 프랑크푸르트 도서전 주빈국 행사를 위해 2000년 이후 출판된 도서 100권을 선정하여 집중 홍보했다. 또한 리베르 도서전 40주년 기념과 프랑크푸르트 도서전의 주빈국 참여가 스페인 출판 문화 산업의 새로운 장을 열게 되는 기회라고 이야기하면서 프랑크푸르트 도서전에 대한 큰 기대를 표했다.

책은 책을 읽는 독자 개인의 차원을 넘어 개인이 속한 공동체에도 지대한 영향력을 행사한다. 책을 읽는 시민이 많아야 그 사회가, 더 나아가 국가가 건강할 것이라는 추정은 당연하다. 그런데 이번 도서전 기간 중 이를 구체적으로 증명하는 이야기가 나왔다. 스페인의 저명한 출판사인 칼란드라카(Kalandraka)의 편집장인 호세 바예스테로스(Xosé Ballesteros)는 다음과 같이 말했다. “서점이 적은 곳에서 극우의 표가 더 많이 나왔다는 통계가 독일에서 나왔고 스페인에서도 같은 현상이 일어났다.” 극우는 나쁘고 극좌는 좋다는 정치적 판단의 문제가 아니라, 시민 사회가 사고의 균형을 잃고 있는가 아닌가의 문제인데, 도서와 독서는 단순히 문화적인 현상뿐 아니라 정치 현상에도 영향을 줌으로써 인간 삶의 모든 면과 밀접한 관계를 갖고 있다는 점을 나타나고 있음을 보여준 것이다.

김정하(그린북 에이전시 에이전트, 번역가)

한국외국어대학교와 스페인 마드리드 콤플루텐세 대학교에서 스페인 문학을 공부했다. 스페인어권의 어린이 청소년 문학 기획과 번역을 하고 있다. 옮긴 책으로 『난민 소년과 수상한 이웃』, 『운하의 빛』, 『루이스캐럴 읽기 금지』, 『최연소 탐조대원이 되었습니다』 등이 있다.

estela88@hanmail.net

출판
N