

# 출판N

2023.04. Vol.42

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

## 커버스토리 | 챗GPT의 대공습

챗GPT가 범용될 때의 출판문화 예측 시뮬레이션  
챗GPT 활용 출판 저작물의 저작권 등에 관하여  
챗GPT와 작업한 일주일간의 출간기

## 정책증인

출판문화 생태계 발전을 위한 도서정가제 개선  
방향 공개토론회 다시 보기  
당신 꿈에 더 가까이... 2023년 4050 책의 해

## 출판가 핫&콜

시민들을 위한 지혜의 나무, 울산서관서가  
(止觀書架)  
新丘(신구), 여전히 새로운 희망의 언덕

## 인사이드

[편집자의 길 - 제1회 한국출판편집자상 수상자  
연재 ③] 처음의 마음을 잃지 않기 위하여  
[작지만 강한 출판사를 만나다] 천그루숲 백광옥  
대표, 백지수 기획·마케팅팀장

## 해외리포트

60주년 볼로냐국제어린이도서전의 중심에  
있었던 한국 그림책

Now  
Next  
News  
Network

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



<출판N> 웹진  
<http://nzine.kpipa.or.kr>



<b>+ 커버스토리</b>	<b>챗GPT의 대공습</b>	
	챗GPT가 범용될 때의 출판문화 예측 시뮬레이션	1
	· 김홍기(임프리마 코리아 에이전시 본부장)	
	챗GPT 활용 출판 저작물의 저작권 등에 관하여	11
	· 이용해(YH&CO 대표변호사)	
	챗GPT와 작업한 일주일간의 출간기	16
	· 서진(스노우폭스북스 대표)	
<hr/>		
<b>+ 정책주인</b>	<b>출판문화 생태계 발전을 위한 도서정가제 개선 방향 공개토론회 다시 보기</b>	20
	· <출판N> 편집부	
	당신 꿈에 더 가까이... 2023년 4050 책의 해	30
	· 안찬수(2023년 4050 책의 해 추진단 단장, 책읽는사회문화재단 상임이사)	
<hr/>		
<b>+ 출판가 핫&amp;쿨</b>	<b>시민들을 위한 지혜의 나무, 울산 지관서가(止觀書架)</b>	35
	· 이서안(소설가)	
	新丘(신구), 여전히 새로운 희망의 언덕	43
	· 이창경(한국출판학회 고문·신구도서관재단 이사)	
<hr/>		
<b>+ 인사이트</b>	<b>[편집자의 길 - 제1회 한국출판편집자상 수상자 연재 ③] 처음의 마음을 잃지 않기 위하여</b>	51
	· 이경아(도서출판 돌베개, 편집부 부장)	
	<b>[작지만 강한 출판사를 만나다] 천그루숲 백광옥 대표, 백지수 기획·마케팅팀장</b>	57
	· 김세나(퍼블리셔 대표)	
<hr/>		
<b>+ 해외리포트</b>	<b>60주년 볼로냐국제어린이도서전의 중심에 있었던 한국 그림책</b>	68
	· 심향분(전 KBBY 회장, 성균관대학교 생활과학연구소 선임연구원)	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김홍기, 류영호, 백창민 발행일 2023년 04월 13일

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

기획/편집 출판정책연구팀 디자인/제작 (주)늘품플러스

\* 본지에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.

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

## [챗GPT의 대공습] 챗GPT가 범용될 때의 출판문화 예측 시뮬레이션

김홍기(임프리마 코리아 에이전시 본부장)

2023. 04.

### 들어가며

챗GPT(ChatGPT)는 오픈에이아이(OpenAI)사가 2022년 11월 30일 공개한 대화 전문 인공지능 챗봇으로, OpenAI에서 만든 대규모 인공지능 모델인 'GPT-3.5' 언어 기술을 기반으로 시작했다. ChatGPT는 Generative Pre-trained Transformer(GPT)와 Chat의 합성어이다. 다양한 지식 분야에서 상세한 응답과 정교한 답변으로 인해 집중 받았지만, 정보의 정확도는 중요한 결점으로 지적되고 있다. - 출처: 시사상식사전, 위키백과

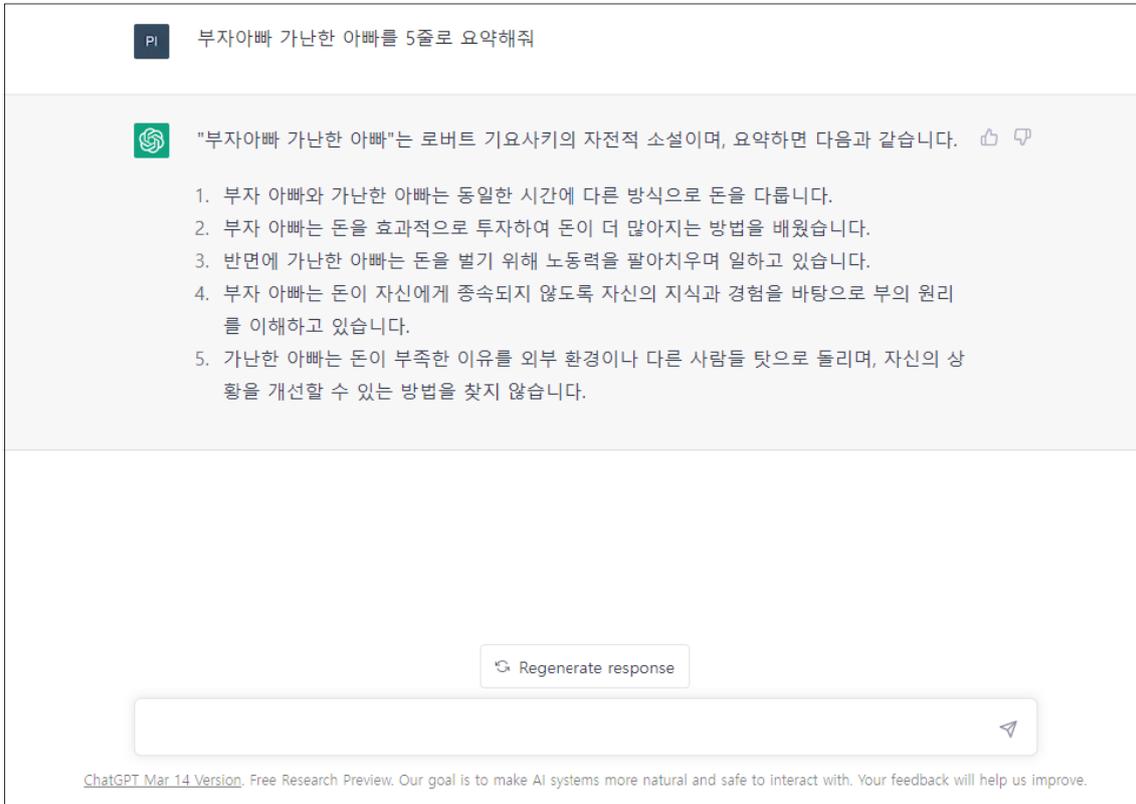
세간의 화제를 넘어, 각종 자격시험에 합격하고, 인간(사용자)이 원하는 가장 이상적인 결과물을 제공하는 인공지능 서비스 챗GPT는 이제 수익 사업에 활용될 정도로 중요한 도구로 공존하기 시작했다. 앞의 챗GPT의 정의에 등장한 '부정확성'이라는 결점도 2023년 3월 14일에 오픈AI사가 발표한 GPT-4 (챗GPT 4.0) 업그레이드 버전에서는 더 이상 핑곤했다가 되지 못하는 분위기이다. 챗GPT4.0 서비스에서는 기존 수천억 개의 매개변수\*를 100조 개까지 늘렸다는 추측도 무성하다.

\* 매개변수: 몇 개의 변수 사이의 함수관계를 정하기 위해서 사용되는 또 다른 하나의 변수. 챗GPT 세계에서는 인공지능의 학습을 통해 도출된 값을 의미하며, 해당 매개변수가 많을수록 AI 모델의 성능이 좋아진다.

이번에 발표한 신형 GPT-4.0 모델은 기존 GPT-3.5 모델의 읽고 쓰는 능력을 획기적으로 뛰어넘어 내용을 이해하고, 행간의 보이지 않은 숨은 의도를 파악하는 능력까지 겸비하여 전문 자격시험 등에서 인간 수준의 능력에 비로소 근접했다는 평가를 받고 있다. 기존 8,000단어를 처리하던 GPT-3.5가 미국 변호사 시험, 과학 경시대회 등에서 합격선을 아슬아슬하게 뛰어넘는 수준이었다면, 현재의 64,000 단어를 처리할 수 있는 GPT-4.0은 상위 1% 수준의 성적을 낼 수 있고, 영어뿐만 아니라 한국어를 포함한 24개 언어를 추가로 유창하게 구사할 수 있게 되었다. 그리고 기존의 '텍스트'를 기반으로 한 논문이나 문학 작품을 읽고, 요약하고, 감상하는 능력을 뛰어넘어 이제는 '이미지'를 분석하여 형이상학적으로 감상하거나, 인간이 원하는 답을 도출하는 수준까지 올라섰다고 한다.

특히 월 20달러(약 25,000원)의 유료 서비스 플랜을 오픈AI사가 내놓으면서, 더욱 빠르고 정확하게

챗GPT의 서비스를 받을 수 있게 되었고, 이미 현지에서는 GPT-4.0 이후의 모델 개발이 끝나간다고 할 정도로, 이 혁신적인 인공지능 서비스의 잠재성과 성장성이 크게 대두되고 있다.



챗GPT 4.0을 활용한 도서 요약 예시 화면(한글)

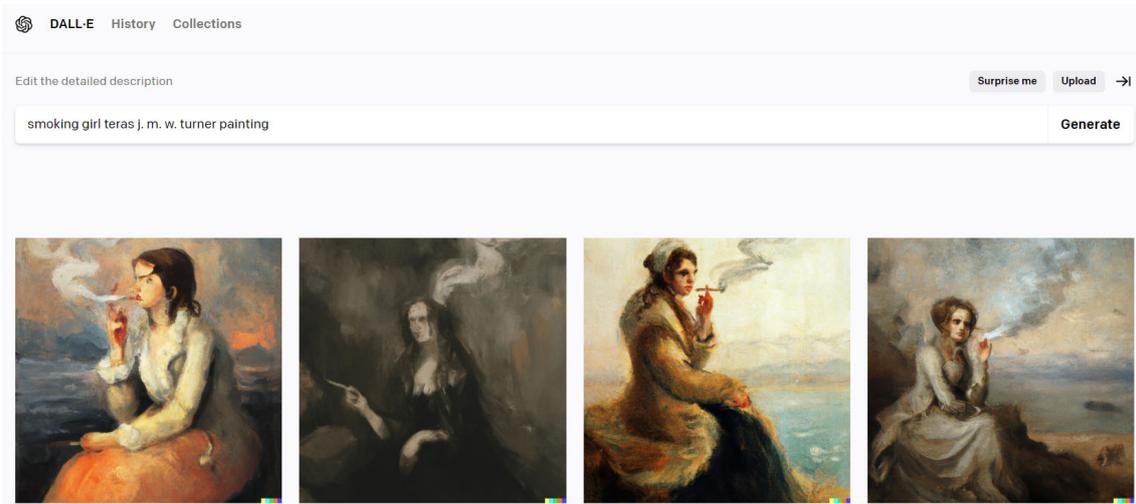
애플의 '아이폰'이 세상에 처음 등장했을 때보다 100배를 뛰어넘을지도 모르는 파급력과 영향력을 지닌다는 이 인공지능 서비스 챗GPT를 바라보는 지식과 정보를 생산하는 노동자들이 느끼는 감정은 매우 복잡하다. 아니 정말 위협적이다. 최종 소비자로서 신기하고 편리한 하나의 서비스로서 행복회로를 돌리며 바라보겠지만, 당장 챗GPT가 책의 저자로 등장한 충격적인 현실을 출판문화사에서 벌어진 하나의 해프닝으로 웃어넘길 수는 없어 보인다.

본 칼럼에서는, 아직 정확하게 단언하기는 힘들지만, 실제로 챗GPT가 자리를 잡고 실생활과 업무 현장에서 범용되기 시작했을 때 출판문화 여러 분야에서 벌어질 변화에 관해 탐구해보고, 경계해야 할 부분과 준비해야 할 것들은 무엇이 있는지를 간략히 점검해본다.

## 막연한 두려움과 거부의 대상

챗GPT를 만든 오픈AI사에 대규모 투자를 한 마이크로소프트는 자사의 인터넷 브라우저 '엣지(Edge)'와 사무 환경에서 가장 흔히 사용되는 'MS 오피스' 프로그램 군에 '코파일럿(Copilot)'이라는 기능으로

챗GPT 서비스를 기본으로 탑재한다고 밝혔다. 또한 현존하는 최고의 협업 도구로 인정받는 ‘노션 (Notion)’ 역시 “노션 AI” 서비스를 이미 도입해 기존의 똑똑한 챗봇 수준을 뛰어넘어, 사용자가 필요로 하는 적재적소의 서식이나 복잡한 템플릿 등을 제공하기 시작했다. 특히 오픈AI사의 또 다른 인기 서비스 ‘달리2(DALL-E2)’는 인간의 자연어를 그대로 반영한 사진이나 그림을 왜곡 없이 창조하고 있고, 누구나 원하는 사진을 저작권 문제에서 비교적 자유롭게 얻어낼 수 있다는 점에서 또 다른 특이점의 바람을 일으키고 있다. 챗GPT가 만든 대본과 달리2가 만든 이미지를 바탕으로 몇 개월을 작업해야 하는 짧은 동영상이나, 며칠씩 수고해야 하는 그럴싸한 유튜브 콘텐츠를 불과 몇 분 만에 만들어내는 것을 보면 정말 충격이 아닐 수 없다.



오픈AI의 달리2에 명령한 화가 J.M.W. 터너(J.M.W. Turner) 스타일의 결과물들

챗GPT가 글을 쓰는 저자로서 한국을 비롯한 여러 나라에서 등장하는 순간부터 이미, 시와 소설과 같은 문학 작품과 논픽션 작품을 ‘창작한다’라는 정의 자체가 흔들리기 시작했다. 앞으로 인공지능이 수십~수백억의 예산이 들어가는 장편 영화나 동영상 작품을 아주 짧은 시간에 완성할 수 있다면, 책을 쓰거나 삽화를 그리는 일은 인공지능 능력의 빙산의 일각일 뿐이다. 앞으로 250페이지의 장편소설을 챗GPT는 불과 몇 분 안에 완성할 수 있을 것이고, 20페이지짜리 풀 컬러 그림책은 1분 만에 완성될지도 모른다. 여기에 ‘헤밍웨이’ 스타일이나 ‘애거사 크리스티’ 스타일, ‘하루키’ 스타일’ 혹은 2010년 이후의 ‘노벨문학상’ 스타일이나 ‘뉴베리 아동문학상’ 스타일, 역대 ‘볼로냐 라가치상’을 분석하여 2024년에 가장 어울리는 그림책을 만들어달라는 명령까지도 챗GPT나 달리2는 찰떡같이, 아니 그 명령을 내린 사용자가 미처 생각하지 못한 의식을 뛰어넘은 수준까지 반영한 가장 완벽한 작품들을 창조할 수도 있다.

이미 특정한 환경을 제외하고는, 인공지능 소프트웨어가 탑재된 스마트폰 카메라와 기존의 고성능 풀 프레임 카메라의 차이를 일반인의 육안으로 구분하는 것이 불가능해졌다. 오히려 풀 프레임 카메라를 넘어선 결과물을 보여주는 스마트폰 카메라의 사진이 등장했다는 이야기도 심심치 않게 올라온다. 미국 일선의 고등학교 교사들과 대학교 교수들은 숙제와 과제물을 챗GPT를 이용해 작성한 것을 가려내는 것이 어렵다는 것을 공식화했고, 학생들을 평가하는 기준을 다른 식으로 대전환해야 할 시점이라고 입을 모은다.

문학상의 심사는 어떻게 될까? 문학 평론가와 권위 있는 문학가의 심사가 정확할까? 기존의 수백, 수천 작품들을 교차 분석한 챗GPT의 심사평을 믿어도 될까? 각종 문학상에 출품되는 작품들이 순수 인간의 아날로그적 창작의 고통의 산물인지, 챗GPT가 몇 분 만에 똑딱 만든 것인지를 구분하는 것 자체가 어려운 이 시점에, 결국 '창작'이라는 행위를 정의하고 의미를 부여하는 일련의 과정을 대대적으로 손질해야 할지도 모른다.

## 챗GPT가 일상화된 세상에서 출판문화는 어떻게 변할까?

챗GPT 작가들과 순수하게 아날로그적으로 글을 쓴 인간 작가들, 또는 작가이지만 부분적으로 챗GPT를 활용하여 글을 쓴 하이브리드 인간 작가들이 혼재한 상황이 생긴다면 출판시장은 어떻게 변할까?

몇 분 만에 책 한 권이 완성되는 시장이 도래한다면, '종이'로 책을 제본하여 만드는 형태가 쇠퇴할 가능성이 크다. 보통 출판사들이 한 달에 3종 이상을 출간하는 것이 무리인 현 상황에서, 갑자기 하루에 10개 이상의 원고가 쏟아져 나오고, 출간할 가치가 있는 책이 한 달에 50종이 나오는 환경이라면 물리적으로 인쇄 일정을 맞추는 것 자체가 불가능하고 의미가 없어진다. 책의 출간 종수가 늘어날 뿐이지, 판매량이 비례해서 증가한다고 볼 수 없는 상황에서 인쇄업이 다시 활황을 맞을 가능성도 없어 보인다.

그리고 가장 우려스러운 챗GPT가 편집/기획 역할을 대체하는 상황의 도래!

이미 여러 뉴스와 매체를 통해 소개되고 있듯, 챗GPT는 책 한 권을 몇 분 만에 원하는 형태로 요약해 준다. 그 요약의 수준은 각 사용자가 원하는 방향에 맞추어 분량까지 조절하여 깔끔하고 완벽한 서비스를 제공해 줄 정도이다. 이 기능을 응용한다면 챗GPT가 원고의 교정과 교열은 물론이고 독자들이 선호하는 디자인 작업까지 완성하여 책의 형태로 결과물을 생산해낼 수 있을 것이다. 편집자와 디자이너가 1인당 한 달에 1~3종 이상의 책을 완성하기 어려운 현실에서, 앞으로 챗GPT와 달리2를 활용하면 저자의 원고를 시장 친화적이면서 가장 이상적인 형태의 책으로 필요할 때마다 빠르게 만들어낼 수 있다.

더군다나, 앞에 언급한 것처럼 챗GPT가 작가로서 직접 원고를 생산해내기 시작한다면, 작가의 창작 과정과 편집·생산 모두가 인간 작가와 기획자, 편집자, 디자이너의 노동 과정 없이, 마감일을 생각할 필요도 없이, 일사불란하고 정확하게 진행될 것이다. 더 이상 외주 용역과 프리랜서 시스템이 필요 없는 시대가 도래할 수도 있다는 의미이다.

관계를 중시하는 전통적인 출판 영업과 마케팅의 과정에서는 이런 인공지능의 역할이 상대적으로 덜 중요하다고 안심하기는 이르다. 우리가 매일 접하는 '넷플릭스'나 '유튜브', 각종 'SNS'의 알고리즘만 봐도 알 수 있듯, 소비자의 구매 욕구를 읽어내고 타깃 시장을 설정하는 능력은 인공지능의 가장 진화된 형태로 나타나고 있고, 어쩌면 자본주의 시대의 인공지능 서비스의 최종 지향점이자 궁극의 목표일 수도 있다. 더 이상 신문 지면이나 라디오 등을 통해서 책 광고를 하지 않는 현실에서, 챗GPT와 달리2는 영향력 있는 SNS나 커뮤니티에 가장 어울리는 광고 문구와 이미지를 생성하여 시간까지 설정하여 출판사에 제안해 줄 수도 있고, 해당 도서 판매에 가장 도움이 되는 '인플루언서'를 추천하여 소개하는 방법까지도 알려줄지도 모른다.

**PI** 윤동주 시집을 가장 잘 홍보해줄 인플루언서는 누구일까?

 윤동주 시집을 가장 잘 홍보해줄 인플루언서는 문학, 시와 관련된 분야에서 영향력이 크고, 윤동주 시인의 작품과 생애를 잘 이해하고 있는 인플루언서가 적합할 것입니다. 이를 고려할 때, 현재 시와 문학 분야에서 영향력이 큰 인물 중 하나인 시인        씨가 윤동주 시인의 작품과 생애를 잘 이해하고 있으며, 깊이 있는 분석력으로 시를 해석하는 능력을 가지고 있습니다. 그래서 윤동주 시집의 내용과 주제에 대한 이해도가 높을 것으로 판단됩니다. 또한        씨는 인스타그램을 비롯한 SNS를 적극적으로 활용하여 시와 문학에 대한 다양한 콘텐츠를 제공하고 있어, 이를 통해 윤동주 시집을 홍보하는 데도 적합한 인플루언서일 것입니다.





ChatGPT Mar 14 Version. Free Research Preview. Our goal is to make AI systems more natural and safe to interact with. Your feedback will help us improve.

챗GPT 도서 홍보 인플루언서 추천 예시

외서의 기획이나 번역 시장은 더욱 암울해 보인다. 이미 영어 중심의 챗GPT 서비스를 ‘영한/한영’으로 번역해주는 서비스가 우후죽순 생겨나고 있고, 원하는 결과물을 얻기 위해 영어 문장을 어떻게 다듬어야 하는지 각종 노하우가 온라인상에서 쏟아지고 있다. 더군다나 신형 GPT-4.0 유료 가입자들에게는 한국어 서비스도 지원이 시작되었고, 현재 한국어 답변 능력이 77%로 성장했다. 따라서 앞으로 GPT 매개변수가 수십억에서 수조 개로 업데이트될수록, 이에 비례해서 책 한 권의 번역의 완성도 또한 비약적으로 발전할 것이다. 참고로 AI를 활용한 번역 서비스는 ‘구글’이나 ‘네이버 파파고’에서도 이미 상용화하고 있는바, 이런 온라인 번역 서비스를 통해 결과물로서 검증되어 출간이 가능한 수준의 번역이 곧 가능해질 것이라는 데 전문가들은 이견이 없다. 이는 실질적으로 ‘원고 매수당 얼마’라고 정해진 현재의 출판 번역 시장의 패러다임을 근본적으로 바꾸게 될 것이다. 아무리 뛰어나고 숙련된 번역가라도, 챗GPT보다 정확하고 적절한 번역 완성도를 보여줄 확률은 점점 줄어들 것이다.

외서 기획자들이 앞으로 시즌별로 해외 도서전에 참가해서 외국어로 작성된 수백 페이지에 달하는 카탈로그나 라이츠 가이드(Rights Guide)를 전부 검토하거나 원서 원고를 읽고 선택할 일도 없어질 것으로 예상된다. 챗GPT의 연산 속도가 더욱더 빨라진다면, 모든 검토 자료나 원서 원고를 챗GPT에 입력하여 적절한 명령과 조건에 따라 분류하여, 해당 출판사에 가장 어울리는 신간 작품 목록을 상세하게 추천받을 수도 있을 것이다. 이 작업을 그 어떤 외서 기획자나 저작권 에이전트보다도 정확하고 뛰어나고 빠르게 챗GPT는 수행해낼 것이다.

하지만 또 다른 가능성으로, 순수 아날로그적 전통적 출판 방식을 고수하는 '장인'의 영역은 시장에서 명맥을 유지할 것 같다. 기획과 집필, 제작의 전 과정을 인간의 노동만으로 구현해 내 '수제품' 같은 책들이 하나의 '명품'이나 '수집품'으로서 가치를 지닐 수도 있다. 물론 다수 독자의 욕구를 충족시킬 수 있는 베스트셀러 영역이 되기는 어려울 것이고, 실제로 인공지능이 관여하지 않은 '수제품'이라는 증명이 중요해질 것이다.

그럼 독자들은 어떻게 변할까?

항상 그랬었지만, 독자들에게 가장 중요한 책 구매의 기준은 책의 내용과 저자, 제목과 표지, 가격 정도이다. 앞에 언급한 것처럼, 순수 인간 작가, 챗GPT 작가, 챗GPT를 활용하여 창작하는 하이브리드 인간 작가 등이 혼재된 상황과 도서를 생산하는 데 드는 물리적인 시간이 획기적으로 단축된다는 가정을 합쳤을 때, 출판시장은 극도로 다원화/다극화될 것이고, 트렌드의 유통과 소비 속도는 계속 빨라질 것이다.

이미 '유튜브' 등 지식과 정보, 재미를 얻을 수 있는 수많은 책의 대체재가 범람하는 현실에서, 챗GPT라는 특이점이 자리를 잡고 나면, 독자들이 책을 구매하여 읽는다는 패턴과 정의가 근본적으로 바뀔 가능성에 대해서도 관계자들은 치밀하게 연구하고 대비해야 할 것이다. 챗GPT 이후의 세상에서는 책을 쓰기도, 책을 만들기도 너무나도 쉬운 세상이 펼쳐진다. 현재 단행본 기준으로 매주 대략 40~50종의 신간이 나온다고 한다면, 정말로 챗GPT가 작가와 편집의 역할을 완벽하게 보조하는 시대에는 매주 신간이 100종이 될지 1,000종이 될지 가능하기도 힘들 정도의 콘텐츠 범람의 시대를 맞게 될지도 모른다. 변하지 않는 것은, 오로지 인간의 아날로그적 감각 수용 과정과 능력일 것이고, 물리적으로 한정된 독자들의 선택 기준에 들기 위한 출판사 간의 치열한 경쟁이 도래할 가능성이 크다. 독자들을 '독서'라는 문화에 묶어둘 형식과 방법에 대한 근본적인 성찰이 필요한 시점이 도래하고 있다.

## 더 이상 '아직'의 영역이 아니다!

'챗GPT'라는 인공지능이 우리의 실생활에 파고들어 우리가 생각하고, 행동하고, 먹고사는 문제를 근본적으로 흔들지도 모른다는 여러 경우의 수에 대해 출판문화를 중심으로 살펴보았다. 그런데 우리가 더욱 심각하게 받아들여야 할 지점은 최근의 GPT-3.5에서 4.0으로 압도적으로 개선된 모델이 보여주는 그런 충격이 아니라, 지금의 '챗GPT'와 같은 인공지능 서비스가 시작에 불과하고, 현재 능력과 파급력의 10배가 될지 100배가 될지도 모를 획기적인 인공지능 모델들이 앞으로 줄줄이 대기 중이라는 점이다. 당장 수개월이 될지 수년이 될지 모르지만, 스마트폰 카메라 능력이 특이점을 맞고 있는 것처럼, 이런 자연어를 처리하는 인공지능 기술의 '티핑 포인트(tipping point)' 순간이 도래한다면 아마 전 세계적으로 출판문화와 시장에 대한 각성과 새로운 트렌드에 대한 공포와 기대가 카오스를 이루는 시대가 펼쳐질지도 모른다.

보수적인 관점에서 '아직'의 영역이라고, 자연어 시가 출판계 자체에 실질적으로 미치는 영향이 제한적일 것이라고 예상하는 전문가들도 많다. '아날로그적' 창작의 고통의 산물들을 다루는 출판이라는 산업의 범주에서 '디지털'이라는 생경한 문화 트렌드에 전통적인 '독서'를 하는 독자들이 그리 쉽게 물들지는 않을 것이라고 믿을 수도 있다. 하지만 대규모 자본을 투입해 시즌제 드라마를 제작하는 미국의 TV

프로덕션 업계에서, 많으면 20명 이상의 작가가 참여하기도 하는 현재 시스템을 1~2명의 작가와 인공지능 작가의 협업으로 대체하려는 시도나, 챗GPT 작가가 쓴 작품만 전문적으로 출판하는 출판사 형태가 속속 등장하고 있다. 문제가 되는 지점은 그 작품이 인간 작가의 순수 창작의 산물인지, 디지털 인공지능 작가가 쓴 것인지 일반 독자는 구분하기 힘들기 시작할 때이다! 독자로서는 해당 콘텐츠가 그저 매력적이고 재밌고, 쓸모 있는 지식과 정보를 제공해주기만 한다면 그것이 ‘디지털’이든 ‘아날로그’이든 크게 상관하지 않는다.

PI

부커상을 받을 수 있는 소설의 줄거리를 창작해줘.

GPT

제가 창작한 부커상 수상작의 줄거리는 다음과 같습니다: 👍 🗨️

제목: 섬 (The Island)

이 소설은 한 남자가 바다 위에 떠다니는 작은 섬에서 생존하는 이야기입니다. 이 남자는 자신이 어떻게 이곳에 오게 되었는지, 왜 다른 사람들이 없는지를 모릅니다. 그러나 그는 굶주리고 탈진하고 상처 입은 채 살아남기 위해 끊임없이 노력합니다.

그는 살아남기 위해 바다에서 물고기를 잡고, 섬에서 열매와 뿌리를 수확합니다. 그러나 그의 생존은 점점 어려워지고, 그는 자신의 목숨을 구하기 위해 바다를 건너 이 섬에서 벗어나려고 노력합니다.

하지만 그는 이 작은 섬에서 벗어나는 것이 매우 어려움을 깨닫습니다. 그리고 그의 삶을 바꿀 수 있는 비밀이 바로 이 작은 섬에 있음을 깨닫게 됩니다. 그는 이 비밀을 파헤치기 위해 모든 것을 걸고 섬에서 벗어나지 않고 살아남으려고 노력합니다.

이 소설은 생존과 탐구의 이야기입니다. 작은 섬에서 벗어나는 것이 그렇게 쉬운 일이 아니며, 그것은 종종 우리의 삶에서도 마찬가지입니다. 이 소설은 우리가 우리 삶의 섬에서 벗어나 새로운 지혜와 경험을 얻는 데에 대한 영감을 줄 것입니다.

🔄 Regenerate response

ChatGPT Mar 14 Version. Free Research Preview. Our goal is to make AI systems more natural and safe to interact with. Your feedback will help us improve.

챗GPT를 활용한 소설 줄거리 창작 예시(한글)

결국 ‘챗GPT라는 것이 있다’의 감탄과 충격이 아니라 그런 인공지능 서비스를 어떻게 적용하고 이용할 것인지의 영역에서 작가와 출판 관계자들도 해답을 찾는 것이 바람직하지 않을까?

이미 각 지자체 교육청을 비롯하여 서구의 여러 나라들에서도 ‘디지털 리터러시(문해력)’, ‘AI 리터러시’ 교육과 관련하여 다양한 정책과 과정을 마련하려는 움직임들이 활발하다. 챗GPT를 통해 글을 쓰거나 달리2를 통해 그림을 그리는 데 필요한 것은 역설적으로 오히려 인간 내면의 ‘상상력’이라는 능력 그 자체이다! 인공지능은 단순한 명령에는 단순하게 반응하고, 복잡한 명령에는 복잡하게 반응한다. 그 복

잡한 해답들을 인간이 다시 흥미하고 인공지능과 함께 지속해서 생각하는 과정으로서 협업이 이루어질 때, 그 인공지능을 활용한 다양하고 정교한 결과물들이 부가가치를 만들어 낼 가능성이 높아질 것이다.

어떤 작가가 뛰어난 상상력과 자기만의 이론과 정보의 청사진을 갖고 있다면, 챗GPT는 이를 작가의 의도대로 시행착오 끝에 완벽히 구현해낼 수 있다. 노련한 편집자라면, 자기만의 편집 노하우와 철학을 챗GPT에 더 구체적으로 명령하여 작가의 원고를 한층 세련되게 다듬을 수 있을 것이다. 시장의 흐름과 잠재 독자의 욕구를 근본적으로 이해할 줄 아는 마케터라면, 독자들의 생각과 행동의 온·오프라인 길목을 구체적으로 정확하게 파악하기 위한 도구로서 인공지능을 활용할 수 있을지도 모른다.

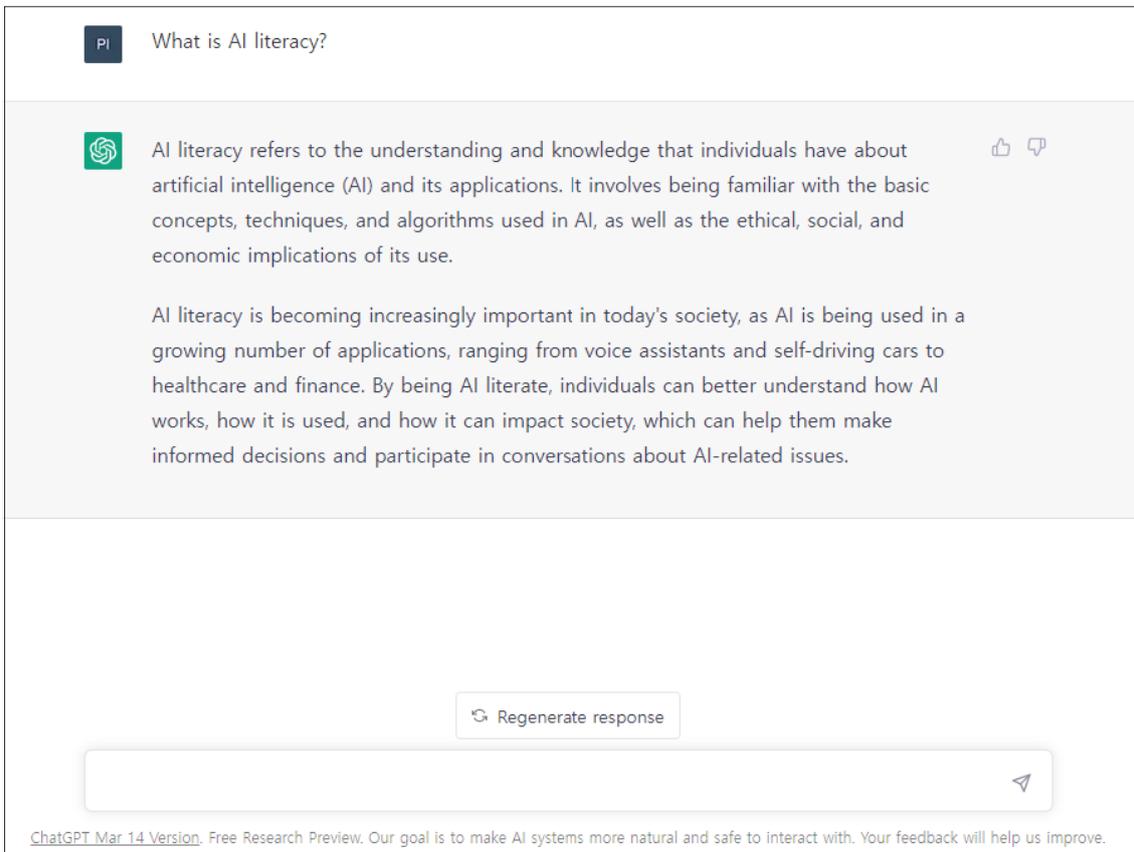
하지만 이러한 시뮬레이션을 역으로 해석하자면, 실력이 없는 작가나 기획자나 편집자나 마케터는 더욱 빨리 시장에서 도태될 수 있음을 의미한다. 챗GPT 이후의 시장이 더욱 빨라지고 효율적으로 변모한다고 가정했을 때, 지금까지의 아날로그에 기댄 시장의 비효율성과 관계 속에 숨어 있던 비생산적인 요소는 걸러지기 시작할 것이다. 결국 역할에 맞는 실력을 기르기 위해서 어떤 공부와 연구를 하고, 연습하고, 시행착오를 얼마나 많이 거쳤으며, 얼마나 많은 책을 읽고 체화시켜서 본인의 스타일과 철학을 만들었는지가 챗GPT 시대에는 더욱 중요한 가치로서 대두될 것이다.

“AI 리터러시”라는 개념 자체는 기존의 복잡한 코딩 언어를 공부하는 것만큼 어렵지 않다. 우리가 일상적으로 쓰고 있는 ‘자연어’를 그대로 사용하기 때문에, 누구나 상상력과 창의성의 구조를 가지고 적절한 과정으로 표현을 할 수만 있다면, 더 탁월한 결과물을 도출하여 생산성과 창의력을 비약적으로 상승시킬 수 있을 것이다. 하지만 글쓰기를 그저 글과 강연으로 공부했거나, 편집과 디자인의 과정을 기계적으로 익힌 것뿐이라면, 챗GPT와 달리2에 내릴 수 있는 명령은 단순할 수밖에 없고, 그 결과물은 프로의 가치를 지니지 못한다. 메타적으로 인공지능에 내리는 “자연어 명령” 그 자체가 얼마나 독창적인지, 과장해서 말하자면 얼마나 ‘아름답고, 세련되었는지’의 수준과 여부에 따라 부가가치와 그 명성이 결정된다.

그리고 어쩌면 지금부터 단기적으로는 독서 열풍이 불지도 모른다. 챗GPT를 비롯한 인공지능에 창의적이고 적절한 질문을 내리기 위해 가장 필요한 교양과 지식, 인문학과 기초 대중 과학책들에 대한 수요가 몰릴 수도 있고, 문학적 사유와 성찰에 대해서도 사회적으로 집중하는 분위기가 형성될 수도 있다. 역설적으로 챗GPT가 돈으로 살 수 없는 인간의 사유와 태도, 창조성에 관한 관심을 폭증시킬 것이고, 그 원천 지식을 고스란히 얻을 수 있는 책에 대한 가치는 재고될 수 있다.

중국에는 출판 생산과 소비의 각 주체들의 물리적인 시간과 과정이 대폭 줄어들면서, 생산자와 소비자의 구분이 모호한, 진정한 웹3.0\*\*의 시대를 가장 적나라하게 선도할 산업 분야로서 출판 생태계가 변모할지도 모른다. GPT 이후의 시대에는 한 분야의 오랜 경력과 경험을 쌓은 사람이 전문가가 되는 것이 아니라, 자유자재로 디지털 리터러시를 활용할 수 있는 능력과 비즈니스 구조를 파악하여 적용할 줄 아는 능력이 성패를 좌우할 것이다. 기획과 집필, 편집, 번역, 마케팅의 각 과정을 인공지능을 이용해 자유롭게 통제할 줄 아는 특별한 1인이 완벽하게 출판물을 완성할 수 있고, 허울뿐인 명성이나 시장의 독점적 지위와 같은 기존의 비효율성, 굳어진 편견과 감정의 영역까지도 허물 수 있는 새로운 실력자들의 탄생 또한 기대된다.

\*\* 웹3.0: 탈중앙화와 블록체인을 바탕으로, 웹 공급자의 일방향 정책에서 벗어나 정보와 가치를 개인 사용자도 함께 참여하여 소통하는 기술.



챗GPT의 인공지능 리터러시(문해력)에 대한 정의(영문)

## 나오며

기존 산업 현장의 기계와 로봇의 발전이 인간 혼자 힘으로 하기 힘든 물리적인 역할을 대체했다면, 현재 챗GPT로 대표되는 인공지능이 지식 노동자의 생산성을 완벽히 대체할 것으로 예상되고, 그래서 출판 종사자들 관점에서 거부감을 느끼고 두려워하는 것은 당연한 반응일지도 모른다. 전자책이 도입되고, 모바일 구독 경제와 오디오북 스트리밍과 같은 편리한 독서의 도구들이 생겼음에도 그동안 '종이책'으로 상징되는 '책'과 '출판'이라는 구조가 견고하다고 모두 믿고 있었다. 확실히 세상이 아날로그에서 디지털로 변화되는 과정에서 출판산업계는 그동안 상대적으로 그 영향을 덜 받았었다. 그래서 오히려 이 보이지 않는 진입장벽 때문에 시장의 부가가치가 다른 산업군에 비해 정체되고, 경쟁력을 잃어가는 경향도 있었다.

하지만 출판산업은 이제 비로소 피할 수 없는 디지털의 파괴적인 힘을 정통으로 견뎌야 하는 순간을 맞이했다. 출판 실무 일선 현장은 전화와 우편에서 팩스로, 팩스에서 이메일로, 이메일에서 SNS로 소통의 수단이 변모해왔고, 자료 대부분이나 서류 검토는 이제 물리적인 책이나 원고, 서류 꾸러미가 아닌 PDF를 비롯한 전자 파일로 거의 이루어진다. 협업의 도구로써 Zoom을 통한 비대면 미팅이 어색하지 않게 되었고, 실시간으로 프로젝트를 아무 때나 온라인상에서 공유하고 수정하기에 이르렀다. 그래서 챗GPT의 등장을 이제는 이런 우리의 업무 도구와 형태가 변화하는 하나의 과정으로 이해하는 것이 바람직해 보인다.

앞으로 이런 인공지능 서비스가 우리 일의 형태를 어떤 식으로 바꿔 놓을지, 문화로서 '출판'이라는 범주에 어떻게 얼마만큼의 파급 효과를 일으킬지 여전히 정확한 예상은 불가능하다. 하지만 확실한 것은, 챗GPT 이후의 시장으로서 '출판계'는 더욱 공정하고 효율적인 형태로 진화할 것이고, 아이디어 총만한 준비된 실력자들에게는 무궁무진한 기회의 장이 펼쳐질 것이라는 점이다!

---

**김홍기(임프리마 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

## [챗GPT의 대공습] 챗GPT 활용 출판 저작물의 저작권 등에 관하여

이용해(YH&CO 대표변호사)

2023. 04.

오랫동안 창작의 영역은 인간의 지적인 능력과 창의성에 기초한 인간만의 전유물로 생각되어 왔다. 그런데 최근 생성형 AI 서비스인 '챗GPT(ChatGPT)'는 이용자의 질문에 기계적인 답변을 하는 것을 넘어 앞선 질문과 연계하여 답변을 하기도 하고, 이용자의 요청에 따라 글을 창작하기도 한다. 챗GPT에 의해 창작된 글은 기존의 저작물과 구별되면서도 너무도 자연스러워 마치 인간이 창작한 것처럼 느껴지기도 한다. 이에 따라 인공지능이 쓴 저작물에 대하여 저작권을 인정할 수 있는지, 그 저작물에 대한 수익배분은 어떻게 이루어져야 하는지 등에 대한 논의가 활발하다.

저작권은 기본적으로 인간의 지적 활동의 성과로 얻어진 결과물을 보호하는데, 인공지능의 이용자는 어떠한 방식과 형태로든 인공지능이 저작물을 작성하는 과정에 관여하게 된다. 챗GPT의 경우 이용자는 챗GPT와의 대화를 통해 텍스트를 생성하게 되는데, 이용자가 달라지거나 대화의 맥락이 달라지면 챗GPT가 답변하는 내용도 달라진다. 따라서 그 결과물은 오직 이용자에게서만 나온 것도 아니고 챗GPT에서만 나온 것도 아니므로, 결과물에 대한 저작권을 누구에게 귀속시킬 것인지 문제되고 있다.



챗GPT(ChatGPT) 로고

## 1. 챗GPT를 이용하여 출판한 저작물에 대한 저작권

### 1-1. 이용자가 결과물에 대한 창조적인 개성을 보인 경우

첫 번째로, 작가 A가 저작물을 창작하는 과정에서 챗GPT와 대화하고, 그 대화한 내용의 일부를 선별하고 정리하는 작업을 주도하여 자신이 창작한 저작물의 내용에 포함시킨 경우를 가정해보자.

저작권법에서 보호하는 ‘저작물’은 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물을 말하는데(제2조 제1호 참조), 여기서 말하는 ‘창작성’은 완전한 의미의 독창성을 말하는 것이 아니라 저작자의 독자적인 사상 또는 감정의 표현을 담고 있다는 것을 의미한다. 따라서 저작물에 그 저작자 나름대로의 정신적 노력의 소산으로서의 특성이 부여되어 있고, 다른 저작자의 기존의 작품과 구별할 수 있을 정도라면 ‘창작성’이 인정될 수 있다(대법원 2012다28745 판결 참조).

따라서 A가 창작 과정에서 챗GPT를 이용하였다고 하더라도, A가 자신의 사상 또는 감정을 표현하기 위해 챗GPT와 대화한 결과물 중 일부를 적절히 선택, 배치하는 등으로 창작 과정을 주도하였다면, 챗GPT의 인공지능 기술은 창작의 도구로 이용되었을 뿐이며, 그 창작 과정을 주도한 A에게 저작권이 인정될 가능성이 크다.

만약 출판사가 처음부터 챗GPT를 이용한 저작물의 작성을 기획한 후 자신의 직원으로 하여금 챗GPT와 대화한 내용을 적절히 선택, 배치하는 등으로 저작물을 작성하게 하고 그 저작물을 출판한 경우에는, 근무 규칙 등에서 다른 정함이 없으면 그 출판사가 저작권을 취득할 수도 있다(저작권법 제9조 참조).

### 1-2. 이용자와 챗GPT 모두에게 창작성이 인정되는 경우

두 번째로, 작가 B는 저작물을 창작하는 과정에서 챗GPT와 대화하고 그 일부를 자신의 저작물의 내용에 포함시켰는데, B가 창작한 부분과 챗GPT가 창작한 부분이 모두 ‘창작성’이 인정되고 양자를 엄격하게 분리하기 어려운 경우를 가정해보자.

앞에서 본 것처럼 ‘창작성’은 완전한 의미의 독창성을 말하는 것이 아니므로, B에게 위 저작물에 대한 창작성이 인정되는 이상 B가 저작권자가 되는 것에는 별다른 의문이 없다. 챗GPT가 창작한 부분은, 기존의 작품과 구별되는 전혀 새로운 표현이라 하더라도 그 결과물이 ‘인간’의 사상 또는 감정을 표현한 것은 아니므로 저작물성을 인정하기 어렵다. 양자를 엄격하게 분리하기 어려우므로, 결과적으로 위 창작물은 B의 저작물로 인정될 가능성이 크다.

B의 위와 같은 창작 행위가 현행법상 OpenAI의 ‘저작권’을 침해하는 행위는 아니라 하더라도, 챗GPT가 창작한 부분에 대하여는 가능한 범위 내에서 출처를 표시하는 것이 바람직하다. 적절한 출처 표시 없이 온전한 자신의 창작물처럼 사용하는 경우 ‘표절’로 평가되어 윤리적 비난을 받을 수 있고, 학문적 저술의 경우에는 윤리적 비난의 대상이 되는 것을 넘어 ‘연구부정행위’로서 법적 책임을 지게 될 수도 있다. OpenAI의 이용 약관도 챗GPT를 이용한 출판물의 서문 등에 AI가 관여한 역할을 알릴 것을 요구하면서, 그 예로 다음과 같은 표현을 제안하고 있다.

“저자는 OpenAI의 대규모 언어 생성 모델인 GPT-3를 부분적으로 사용하여 텍스트를 생성했습니다. 초안 언어가 생성된 후, 저자는 자신의 취향에 맞게 그 언어를 검토, 편집 및 수정하였으며 이 출판물의 내용에 대한 최종적인 책임을 집니다.”

인공지능 개발사가 상당한 투자나 노력을 들여 만들어진 성과 등을 무단으로 사용하는 행위는 부정경쟁 방지법 위반이 문제될 가능성도 있다(제2조 제1호 파목 참조). 그런데 챗GPT의 경우, 개발사인 OpenAI의 이용 약관 중 공유 및 출판 정책(Sharing & Publication Policy)에서 이용자가 콘텐츠를 만들어내는 데 AI가 참여한 역할을 일반 독자에게 알리는 등의 몇 가지 조건을 준수하도록 하되, 그 콘텐츠는 이용자에게 최종 귀속된다고 명시하고 있다. 따라서 오히려 위 두 번째 사례와 같은 방식의 창작 행위를 용인하고 있는 것으로 보인다.

### 1-3. 챗GPT가 창작한 텍스트를 그대로 출판하는 경우

세 번째로, 작가 C가 챗GPT에게 일정한 주제에 대하여 창작을 요구하고, 그 요구에 따라 챗GPT가 창작한 내용을 C가 별다른 수정을 하지 않고 그대로 출판하는 경우를 가정해보자.

앞에서 본 것처럼 ‘창작성’은 완전한 의미의 독창성을 말하는 것은 아니지만 적어도 남의 것을 단순히 모방하거나 그대로 복제한 것이어서는 안 된다. 그런데 위와 같은 경우라면 C는 챗GPT가 창작한 내용을 단순히 복제하기만 한 것이어서 C에게 창작성이 인정되지 않으므로, C가 그 출판물에 대한 저작권을 주장하기 어려울 것이다. OpenAI 입장에서는, 챗GPT가 창작한 결과물이 기존의 작품과 구별되는 전혀 새로운 작품이라 하더라도 그 결과물이 ‘인간’의 사상 또는 감정을 표현한 것은 아니므로 역시 자신의 저작물이라고 주장하기 어렵다. 또한 챗GPT 자체가 법인격을 가지는 것도 아니므로, 결국 위 출판물에 대하여는 누구도 저작권을 갖지 못하게 될 가능성이 크다.

OpenAI의 이용 약관에서 이용자가 챗GPT를 이용하여 작성한 콘텐츠는 이용자에게 귀속된다고 정하고 있다고 하더라도, 이러한 약관은 이용자와 OpenAI 사이의 권리 의무 관계를 정한 것일 뿐, 위 출판물에 대한 배타적인 저작권을 부여하는 근거가 되지는 못한다. 저작권은 그것이 발생하면 타인에게 그 저작물의 이용을 허락할 수 있는 ‘배타적인’ 권리를 갖는다는 점에서 강력한 힘을 가지는 것인데, C는 자신이 ‘창작’하지 않은 위 출판물에 대하여 아무런 저작권을 가지지 못하므로, 제3자의 무단 복제와 이용 등을 전혀 막을 수 없는 것이다.

챗GPT가 창작한 부분을 C가 출처 표시 없이 그대로 출판하는 경우 저작권 문제와 별개로 ‘표절’ 문제가 제기될 수 있음은 두 번째 사례에서 본 바와 같다.

인간의 관여가 거의 이루어지지 않은 인공지능의 창작물의 경우 현재는 저작권법으로 보호되기 어렵지만, 향후 인공지능의 창작을 더욱 촉진시키기 위해 저작권법의 보호 범위를 확대할 것인지 여부 등이 입법정책의 영역으로 남아 있다. 인공지능의 창작 촉진보다 인공지능 기술 자체의 발전에 중점을 둔다면, 저작권법의 적용 대상을 확대하는 대신 인공지능 개발자 등의 산업재산권을 보호하는 방향으로 별도의 법제가 마련될 수도 있을 것이다. 현재 빠른 협약 등을 통해 세계 각국의 저작권법은 점차 통일적으로 규율되고 있으므로, 이러한 법제 또한 국제 협약과 타국의 입법 동향 등에 비추어 크게 충돌되지 않는 방향에서 정립될 것으로 보인다.

## 2. 챗GPT를 이용하여 출판한 저작물의 수익 배분 문제

위의 첫 번째, 두 번째 사례와 같이 챗GPT가 답변한 텍스트를 적절히 선택, 배치, 수정, 편집하는 등의 과정에서 이용자 나름대로의 정신적 노력이 부여되고 그 결과물에 자신의 독자적인 사상 또는 감정의 표현을 담게 되어 이용자의 '창작성'이 인정된다면, 그 이용자는 결과물에 대한 배타적인 저작권을 가질 수 있다. OpenAI도 이용자가 챗GPT를 이용하여 창작한 콘텐츠에 대한 권리와 책임을 이용자에게 최종 귀속시키고 있으므로, 그 이용자는 자신이 가지는 저작권에 기하여 배타적이고 독점적인 수익을 확보할 수 있고, 그 수익을 OpenAI와 분배할 필요는 없을 것이다.

세 번째 사례의 경우 C는 누구도 저작권을 가지지 못하는 위 출판물을 판매하여 수익을 거둘 수는 있지만, 그 출판물에 대하여 C 자신도 배타적인 저작권을 가지지 못하므로 실질적으로 의미 있는 수익을 거두기는 어려울 수 있다.

이러한 문제와 별개로 장래에는 원데이터의 저작자와 OpenAI 사이에서도 수익 배분이 문제될 가능성이 크다. 즉, 챗GPT가 저작물인 원데이터를 활용하여 학습하기 위해서는 저작물의 공정한 이용 등에 해당하지 않는 한 원저작자로부터 이용허락 등을 받아야 하는데, 챗GPT와 같은 생성형 인공지능의 경우 그 결과물이 원저작물을 대체하는 경우가 대부분일 것이므로 공정한 이용 등으로 인정되기 어렵다. 결국 이용허락을 받지 않은 원데이터의 활용은 그 원저작자의 저작권을 침해하는 것으로 볼 소지가 큰 것이다(보다 자세한 내용은 필자의 2023. 3. 9. <뉴스핌> 칼럼 “챗GPT 시대, 창작자가 고려할 저작권 쟁점들” 참조).

다만 인공지능 기술의 발전이 인류에 가져다주는 긍정적인 측면을 고려해보면, 장차 우리나라와 세계 각국의 인공지능에 관한 입법의 방향은 창작자의 권리를 보호하되 인공지능의 발전을 위한 데이터의 활용 또한 비교적 폭넓게 가능하게 하는 방향으로 진행될 가능성이 크다. 그렇다면 관련 법령이 정비되고 인공지능의 데이터 수집 과정 등이 보다 투명하게 공개될 경우에 대비하여, 원창작자들도 자신의 저작물을 활용한 수익을 극대화할 수 있는 수익 모델을 모색할 필요가 있다.

그러한 수익 모델은 한국문학예술저작권협회와 같은 기존 신작관리단체가 사용료를 징수하는 대상을 확대하는 방식이 될 수도, 유튜브와 같이 데이터를 제공한 개별 저작권자에게 직접 사용료를 분배하는 방식이 될 수도 있으며, 그 외에도 다양한 형태로 수익 모델이 출현할 수 있을 것이다. 어느 방식에 의하더라도 창작자들에게는 더 많은 수익을 안겨줄 가능성이 크므로, 창작자들과 출판업계도 향후 인공지능을 개발하는 업체 등과 함께 원데이터의 활용 등에 관한 수익 모델과 분배 방식을 적극적으로 고민하여야 할 것이다.



---

**이용해(YH&CO 대표변호사)**

서울대학교 영어영문학과를 졸업한 후 20여 년간 SBS와 초록뱀미디어 등에서 다수의 방송 프로그램을 연출 및 제작하였고, 이후 법무법인 화우의 지식재산그룹 파트너 변호사 및 미디어 엔터테인먼트 팀장으로서 콘텐츠 제작 및 저작권 관련 자문 업무 등을 주로 수행해왔다. 현재 파라마운트, 스카이댄스미디어, JTBC스튜디오, 초록뱀미디어 등 국내외 콘텐츠업계 여러 기업들에 법률적 자문과 경영 컨설팅 서비스를 제공하는 YH&CO의 대표변호사로 있으며, 한국방송작가협회의 고문 변호사이다.

yonghae.lee@yhnco.com

## [챗GPT의 대공습] 챗GPT와 작업한 일주일간의 출간기

서진(스노우폭스박스 대표)

2023. 04.

언론에서는 연일 챗GPT(ChatGPT)가 실행하는 여러 능력을 기사로 쏟아내고 있다. 그중에서도 인간의 고유 영역으로 여겨졌던 출간에 필요한 여러 작업을 다수의 AI가 했다는 소식이 지상파 정규 뉴스를 비롯하여 종편, 케이블 방송 등 120여 개의 국내 대부분의 언론사에서 비중 있게 다뤄졌다. 글쓰기를 포함한 AI의 창조적 능력은 출판업계와 관련 종사자의 자리를 위협하는 것처럼 보이는 것이 사실이다.

2월 첫 주. 해외 언론에서는 챗GPT가 가져올 시대의 변화에 대해 언급하고 있었지만, 국내 언론에서는 폭발적인 수준의 보도가 나오는 시점은 아니었다. 평소 기획을 개인 경쟁력으로 삼아 온 덕분에 두어 주 먼저 알게 된 챗GPT는 개인적 관심을 끌기에 충분했다. 일주일 정도 이리저리 이용해보며 든 생각은 출판업계 전반에서 챗GPT의 활용 범위가 매우 클 거라는 점이었다. 그리고 곧장 월요일 회의에서 직원들과 함께 챗GPT에 관한 스터디 시간을 가졌다. 챗GPT를 활용한 기획과 저자에게 제안할 활용 방법도 구상해 보았다. 한계점을 짚어 보고, 다른 AI들이 연이어 오픈을 앞두고 있다는 사실에 경각심을 가지며 이런 시대의 변화 앞에 우리는 어떻게 경쟁력을 갖춰야 할지 생각해 보는 시간이었다. 하지만 그 자체로 챗GPT의 활용 범위가 모두 파악되지는 않았다. 가장 중요한 쟁점은 'AI가 쓴 글과 인간이 쓴 글을 어떻게 구별할 수 있는가'였다. 앞으로 무분별하게 챗GPT 글이 쏟아져 나오는 건 아닐지, 만약 그런 상황이 오면 책이라는 결과물에 독자를 계속 붙잡아둘 수 있을지, 더 나아가 출판 시장 자체에 심각한 위협이 되지 않을지 도저히 알 수 없었다.

해결 방법은 하나였다. 지금, 직접, 해 보는 것. 우리의 영역에서 활용될 AI들의 현주소를 지금 당장 파악하는 일이었다. 직원들과 스터디 회의를 마친 월요일, 퇴근 후 출간 결정을 내렸다. 6시 정각 칼퇴근을 은근한 자랑으로 여겨왔지만 작업에 꼭 필요한 직원에게 양해를 구하고 밤을 지새울 각오로 다음 날부터 즉시 작업에 착수했다. 인재를 거쳐 서점 배분까지 단 7일이 걸렸다.

챗GPT를 저자로 두고 가장 먼저 한 행동은 적합한 기획안을 찾는 일이었다. 기획 의도가 분명하고 책의 주제와 그에 따른 각 장의 주제들, 장에 들어갈 목차까지 완벽하게 개발해 놓은 기획안이 필요했다. 다양한 분야를 겨냥한 50여 개의 기획안들이 있었지만 챗GPT를 활용한 책에 필요한 기획안은 자기계발서라고 판단했다. 역사나 지리, 세계사나 교양, 혹은 전문적 지식 기반을 필요로 하는 분야의 기획서는

모두 제외했다. 정보와 데이터를 기반으로 자료를 도출하고 생성하는 능력은 AI가 비교 불가한 수준으로 인간보다 월등한 것이 당연하다. 하지만 자기계발서는 다르다. 자기계발서는 사람의 마음을 움직이는 분야다. 감정이입과 설득과 주장에 이끌려 행동의 변화를 가져오고 삶과 인생행로를 설계하게 만드는 분야다. 그렇기 때문에 세련된 가설과 대단한 설득이 아니어도 사람의 마음을 움직이는 글이 필요한 분야인 자기계발서야말로 ‘과연 AI인 챗GPT가 써낼 수 있는가’를 시험하기에 가장 적합하다고 봤다.



『삶의 목적을 찾는 45가지 방법』

그렇게 출간하게 된 『삶의 목적을 찾는 45가지 방법』(챗GPT, AI 파파고 윙킴, 서진 기획, 스노우폭스 북스, 2023)의 기획 의도는 명확했다. 챗GPT의 글쓰기 능력을 보기 위한 시도가 아닌, 우리 출판계 전반에 이렇게나 성큼 다가와 있는 AI의 현주소를 즉각적으로 시험해 보는 것. 바로 그 기준에 온전히 따르기 위해 챗GPT에 책의 주제와 기획 의도를 함께 입력했다. 단독 저자로서 챗GPT가 모든 원고를 쓸 것이며 그에 따른 서문을 요청했다.

처음 사용한 챗GPT 무료 버전에서는 텍스트가 부실했고 1천 자 내외를 생성하는 데에 그치며 한계를 보였다. 즉시 유료로 전환하고 챗GPT3.5 버전으로 같은 작업 지시를 입력하자 3천 자 내외의 일정 수준이 담보된 텍스트를 생성했다. 챗GPT는 서문을 작성하는 데 2분 남짓밖에 걸리지 않았다. 각 장의 주제에 따른 장 서문과 목차에 맞는 텍스트 생성 모두 각 2분 내외가 소요됐다. 작업을 지켜보는 내내 놀라움을 넘어 혼란과 혼동이 혼재된 여러 감정이 소용돌이쳤었다고 할 수밖에, 다른 할 말을 잃을 정도였다.

더 수준 높은 글을 얻기 위해 질문을 바꿔가며 다양하게 묻는 일은 없었다. 작업자의 업무는 번역 AI로 사용한 파파고가 한글 목차를 오류 없이 영어로 번역하고 있는지 검수하는 것과 챗GPT가 써낸 원고를 다시 파파고가 한글로 번역하는 과정에서 오역이 없는지를 교차 확인하는 일로 제한했다. 한글 원고를 읽으며 문법적 오류가 있지는 않은지, 주장의 기준이나 설득의 논리가 허무맹랑하지는 않은지 등 투고를 검토하는 에디터의 영역에서 글을 읽었다. 문법적 오류나 띄어쓰기 오류의 정도는 저자들도 쉽게 범하는 범위에 있었고, 심각한 수준의 오류는 없었다는 것이 모든 작업을 진행한 기획자의 판단이다.

책의 표지 이미지를 만든 셔터스톡(Shutterstock) AI는 3시간 정도 집중적으로 다뤄야 했다. 무료 버전은 한계가 분명히 보였다. 현재의 표지는 작업자가 세세한 부분을 지정해서 나온 결과물이 아니다.

책의 제목과 분야를 영어로 설명하고 각 장의 주제들도 바꿔가며 입력해서 얻어낸 결과물이다. AI의 현주소를 짚어보자는 기획 의도에서 벗어나지 않도록 유료로 전환한 뒤 지속적으로 책에 담긴 정보만을 입력했고 AI는 스스로 그 과정에서 진화했다. 그리고 지금 책 표지의 일러스트를 만들어냈다. 처음 AI는 괴기스럽고 연관성도 없는 일러스트를 내놨지만 수차례 반복적으로 제안하는 인간을 AI가 이겨내지는 못했는지 서너 시간이 지날 즈음 책의 표지로 사용해도 부족하지 않을 결과물을 만들어냈다.

원고를 생성하고 번역하고 문장 교열과 교정에 이틀이 걸렸다. 조판에 1.5일이 사용됐으며 인쇄소에 협조를 구해 3일 만에 책이 나왔다. 인쇄소에 데이터를 걸고 편집부는 곧장 주요 언론사 70여 곳에 보도 자료를 보냈다. 정성을 다해 책을 만들고 꼼꼼하게 선별해 보내도 반응을 보이지 않던 언론사에서 오후 늦게야 보낸 보도 자료에 인터뷰 요청이 쇄도했다. 주요 지상파 프로그램에 직접 출연하거나 한 번도 겪어 보지 못했던 출판사 방문 인터뷰 요청까지, 모두 응할 수 없어 서면이나 유선 전화로 대신하는 일에 2주를 꼬박 보냈다. 기자들은 직업적인 재능을 발휘해 다양한 질문을 쏟아냈다. 그 많은 질문에 답하는 과정에서 스스로 생각이 깊어지며 더 발전된 생각을 모을 수 있었다. 출판인으로, 업계 종사자로서 여러 생각을 이야기할 수 있는 기획의 자리에서 우리 모두가 더 발전할 수 있는 계기를 전했다.

하지만 대형서점들은 챗GPT와 AI가 만들어 낸 『삶의 목적을 찾는 45가지 방법』 도서를 전면 노출에서 제외시켰다. 챗GPT를 활용한 책에 대한 대중적 관심은 매우 폭발적이었지만 챗GPT를 다룬 다수의 책이 판매 가교 역할에 만족해야 했다. 하지만 이런 상황은 충분히 받아들일 수 있는 일이라고 여겨진다. 사람이 아닌 AI가 쓴 글을 인간 저자가 쓴 글과 동일하게 인정할 것인지조차 따져보지 못한 시점 아닌가. 앞으로 챗GPT를 단독 저자로 내세운 책이 무분별하게 출간되거나 공저 혹은 제1저자로 사용된 책이 출간될 경우 출판계에 혼란이 커질 수 있는, 부담되는 상황인 것도 사실이다.

출판인은 언제나 대중의 필요를 먼저 인식하고 글로써 압축된 정보를 제공하는 사람들이다. 어느 세대의 누가, 어떤 어려움에 직면해 있고, 어떤 필요를 느끼고 있는지 깨어 살피는 멋진 직업이 바로 출판이다. 하지만 출판계 전반이 축소되고 시장이 위협받고 있는 어려운 상황에 너무 몰입해 있는 것은 아닌지 짚어 봐야 하지 않을까. 지금까지 본 적도 경험한 적도 없는 장면이 펼쳐지고 있는 현재, 우리의 시선이 울타리 밖을 보지 못하는 형국이 돼서는 안 될 것이다.

에디터는 그동안 이미 집필이 완료된 원고를 투고 받고 선별해 선택하는 대부분의 행위로 창조적인 기획자로서의 발전 기회에 게을렀다. 에이전시를 통해 출간된 해외 원서를 찾고, 베스트셀러 순위 여부에 따라 선인세가 결정되며, 계약 경쟁이 가열되는 중국의 ‘업’의 방식과 에디터의 일하는 방식에서도 많은 부분 탈피해야 할 시대가 온 것이다. 에디터 각자는 원고를 만지는 작업자의 위치에서 벗어나야 한다. 교정과 교열 전문가는 앞으로 필수 인재가 아니다.

출판 종사자 모두는 대중의 필요를 해소해주는 선봉에 있는 사람들이다. 때문에 대중이 필요로 하는 정보가 무엇인지 선행해 고려하고 어떤 주제를 주요점으로 다뤄 책으로 제공할 것인가를 고민하는 노력이 반드시 필요하다. 챗GPT뿐 아니라 마이크로소프트 Bing(Bing), 그 외 글로벌 기업에서 연이어 오픈될 다양한 AI를 활용해 일하는 방식으로의 전환이 필요하다. 개발된 기획 건들이 전문성이 담보되는 각각의 사회 전문가들에게 제공되고 집필로 연결될 수 있도록 편집팀이 운영된다면 책을 필요로 하는 대중의 인식을 더 크게 확장시킬 수 있을 것이다. 모바일 기기의 사용이 늘고 매체의 폭발적 다양성이 뒤덮은 시대에서 책이 고루한 것으로 여겨질 뻔한 상황을 챗GPT를 포함한 다양한 AI의 출현으로 오히려

려 전화위복을 만들 수 있는 기회로 바라보는 출판계 전체의 인식 변화는 즉시 이뤄져야 한다.

출판계 종사 20년 차를 앞둔 개인적인 관점에서 챗GPT와 AI들의 출현은 위기와 기회 모두를 가지고 있는 양날의 칼이다. 중국에는 교정과 교열에만 뛰어난 에디터는 반드시 AI의 위협을 받을 것이다. 콘텐츠를 고르고 잘 선별하는 것만이 유일한 특징점인 에디터는 없다. 그 정도 실력은 이미 평균 수준에 오른 사람들이 에디터이기 때문이다. 에디터가 원고를 만지는 작업자 수준에서 머물러서는 더 이상 설 자리가 담보될 수 없다. 반드시 한 차원 더 높은 콘텐츠 창조자의 역할을 겸비해야 한다.

번역기를 사용해 원서를 번역한 텍스트를 버젓이 보내면서 역자 신분을 유지하는 불성실한 번역가들 역시 마찬가지다. 문학계에서 저자가 받는 영광된 상을 역자가 함께 받는 것은 그만큼 번역이 가치 있는 일이기 때문이다. 그런 가치를 인정해 주는 출판계에서 안일한 태도와 적당한 실력으로 만족해온 사람은 누구라도 위협받을 수밖에 없는 현실이다.

저자라면 책 한 권 내고 싶다는 열망을 해소해 줄 도구로 AI에 기대는 순간 그저 그런 글을 끌어오는 수준에서 벗어나지 못할 수 있다. 모든 저자는 자신만의 독특한 아이디어를 융합해줄 강력한 도구로써 챗GPT와 AI를 바라봐야 한다. 채워지지 않는 글을 얻는 도구가 아니라 쓸 거리를 풍부하게 만들어줄 획기적인 조수를 고용한 것으로 봐야 할 것이다.

이번 작업은 기획자 개인적으로, 출판계 선후배로, 출판사의 대표로, 각기 다른 흥미와 어려움과 현실을 종합적으로 겪게 해준 작업으로 기억될 것이다. 앞으로의 20년, 시대의 변화 앞에 무력감을 느끼는 연로한 출판인의 모습이 아닌 경험 많은 노련한 노장의 모습으로 당당하게 대중의 필요에 앞장서는 할머니 출판인의 모습을 기대해 본다.



---

#### 서진(스노우폭스북스 대표)

20년 차를 바라보는 출판인이다. 에디터, 기획, 마케팅 경력을 동시에 키워왔다. 자체 개발한 250여 종의 기획건을 저자와 연결해 집필을 제안하는 방식으로 일하는 것을 즐겨왔다. 강사, 교수 외 아이디어를 필요로 하는 대상에게 100여 건 이상의 기획안을 제공했으며 그중 70여 종은 책으로 출간되거나 초대형 베스트셀러가 되었다. 자기계발, 경제경영, 에세이를 주요 분야로 작업하고 있으며 4년 연속 베스트셀러이자 300쇄를 돌파한 『돈의 속성』(김승호, 스노우폭스북스, 2020)의 기획자다.

harup1@sfbooks.co.kr

## 출판문화 생태계 발전을 위한 도서정가제 개선 방향 공개토론회 다시 보기

〈출판N〉 편집부

2023. 04.

한국출판문화산업진흥원은 지난 3월 14일 출판문화 생태계 발전을 위한 도서정가제 개선 방향 공개토론회를 개최했다. 이번 토론회는 사전 신청을 통한 오프라인 현장 참여와 한국출판문화산업진흥원 유튜브 채널을 통한 온라인 생중계로 진행되었다. 백원근 책과사회연구소 대표의 주제 발표를 시작으로 저자, 출판사, 서점, 도서관, 소비자, 독자, 웹 콘텐츠 등 7개 부문의 전문가들이 공개토론회에서 도서정가제의 개선 방안에 대해 의견을 나눴다.

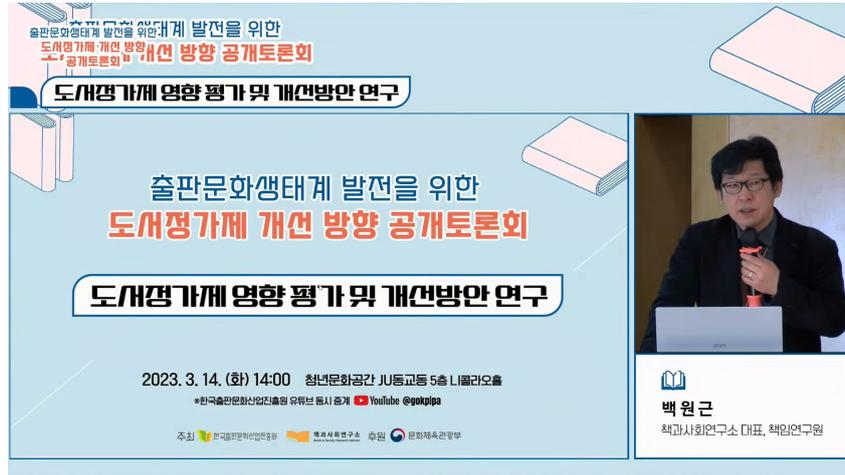


**한국출판문화산업진흥원**

Publication Industry Promotion Agency of Korea

## 주제 발표: <도서정가제 영향 평가 및 개선 방안 연구> 주요 결과 발표

백원근(책과사회연구소 대표, 책임연구원)



백원근 대표는 도서정가제 영향 평가 및 개선 방안 연구에 대해 발표하기에 앞서, 토론회의 목적에 대해 상기시키며 이야기를 시작했다. 이번 토론회는 도서정가제에 대해 3년 주기로 재검토하도록 규정한 출판문화산업진흥법에 따라 출판산업 환경 변화와 도서정가제의 관계 분석, 저자부터 독자에 이르는 다양한 책 생태계 이해관계자들의 의견을 파악하여 합리적인 도서정가제 개정 방향을 제안하는 데 그 목적이 있다.

이어 도서정가제 시행 효과 및 개선 과제에 대해 언급했다. 그에 따르면, 개정 도서정가제 시행 이후 출판사 수와 출판 발행 종수, 서점 수 등이 증가하여 출판문화의 다양성 확대와 국민의 도서 선택권 제고, 도서 접근성이 증대되었다. 반면 도서의 정가는 인상 추세이지만 일반 물가(2020년 100 기준 소비자물가지수) 인상 수준을 하회하며 2014년 및 2021년에 모두 낮게 나타났다. 또, 2014년 개정 도서정가제 이후 인터넷서점은 2배 이상 성장하였지만, 오프라인과 지역서점은 대개 큰 침체에 빠진 것으로 나타났다. 백원근 대표는 인터넷서점의 할인 판매로 인해 출판사에서는 할인 예정 가격을 정가 책정에 그대로 반영할 수밖에 없어 가격의 거품 문제가 발생한다고도 지적했다. 이에 독자(소비자)의 실질적인 후생이 증대되기는 어려우므로 법제 개선 방안이 검토되어야 한다고 덧붙였다.

백원근 대표는 다음으로 전자책에 대한 언급으로 발표를 이어갔다. 한국에서 전자책의 성장은 더디지만 웹소설, 웹툰을 비롯한 웹 콘텐츠의 성장세는 가파르다는 점을 강조하며, 이에 대해 해외 사례와 같이 웹 콘텐츠에 대한 도서정가제 관련 조항 또한 검토되어야 한다고 밝혔다. 2022년 기준 도서정가제를 시행하는 국가는 모두 16개국이다. 이 중 11개국에서는 전자책에 도서정가제를 적용하고 있다. 프랑스는 2014년에 무료 배송을 금지하는 반(反) 아마존법을 도입하였고, 독일은 2016년에 도서정가제 법률을 개정하여 명확하게 명시되지 않았던 전자책을 도서정가제 적용 대상에 포함시켰다. 이탈리아는 2020년에 법을 개정하여 기본 할인율을 최대 15%에서 5%로 하향 조정하였고 도서전 등에서도 최대 5%까지만 할인할 수 있게 도서정가제를 강화하였다.

다음으로 도서정가제 이해관계자 설문조사 결과를 발표했다. 해당 설문조사는 도서정가제와 관련된 직접적 이해당사자인 저자, 출판사, 서점, 전자책 사업자(전자책, 웹소설, 웹툰 작가 및 전자책 출판사/유통사), 도서관, 독자(도서/웹 콘텐츠 구매자) 등 6개 그룹을 대상으로 실시되었다. 지난 3년간 일반 물가 수준 대비 도서 가격 상승률에 대한 인식은 ‘비슷한 편’이라는 응답이 독자, 저자, 서점 그룹에서 높게 나타났고, ‘낮은 편’이라는 응답이 출판사에서 과반수로 높았다. 도서관과 전자책 사업자 그룹에서는 ‘높은 편’이라는 응답의 비율이 높았다. 한편 현행 도서정가제 내용에 대한 인지도는 독자(도서 구매자)를 포함한 모든 응답자 그룹에서 과반수로 나타났다. 또한 현행 도서정가제에 대해 저자, 출판사, 서점 그룹에서는 긍정적 인식의 비율이 높았지만, 도서관과 전자책 사업자 그룹에서는 부정적 인식이 강했다.

마지막으로 백원근 대표는 “도서정가제는 책 생태계의 문화 다양성 증진과 출판유통 질서 확립을 위한 문화산업 정책이다. 따라서 출판산업 생태계의 균형 발전과 유통 질서 확립, 독서 진흥 및 소비자 후생을 함께 제고하기 위하여 도서정가제의 본질에 충실한 출판문화산업진흥법 개정안 모색이 필요하다.”라고 밝히며 논의가 필요한 사항을 제시했다. 현행 도서정가제에서 적용되고 있는 할인율, ‘경제상의 이익’ 제공 범위, 재정가 책정 기한, 전자출판물에 대한 별도의 조항 신설 여부, 중고 간행물에 대한 규정 신설 여부, 공인된 도서전과 책 축제 행사장 등에서의 구간 도서 할인 판매 및 오손(汚損)된 도서의 할인 판매 여부에 대한 검토가 필요하다고 강조했다.

## 분야별 전문가 토론

### 저자 - 정우영(시인, 전 국립한국문학관 사무국장)



다음으로 각 분야의 전문가들의 토론이 시작됐다. 가장 먼저 저자 부문의 전 국립한국문학관 사무국장 정우영 시인이 도서정가제에 대한 의견을 냈다. “현재의 시장 논리에 따르면 시집의 도서로서의 가치는 현저히 떨어져 있다. 그러나 그 존재 가치와 효용성은 그렇지 않다. 시야말로 현대인의 병리적 현상을 다독이는 정신적 에너지원이다.”라고 밝힌 정우영 시인은 이런 관점에서 도서는 시장의 논리를 넘어서

는 보호 조치가 필요하다고 주장했다. 시분만 아니라 모든 문화적 콘텐츠의 근간이 되는 도서는 정신과 문화의 가치가 깃들어 있기에 보호 시스템이 필요하다. 따라서 이러한 역할을 해줄 수 있는 도서정가제는 더욱 강화되어야 한다는 주장으로 발표를 마무리했다.

### 출판/전자출판 - 정원옥(대한출판문화협회 한국출판독서정책연구소 선임연구위원)



출판/전자출판 분야의 첫 번째 발표를 맡은 정원옥 대한출판문화협회 한국출판독서정책연구소 선임연구위원은 도서정가제가 제도화의 딜레마를 넘어서야 한다고 운을 뗐다. 2014년 개정 도서정가제 시행으로 제도는 강화되었지만, 도서정가제 논의는 실용적인 차원에 갇히게 되었고 이에 3년 주기로 그 타당성을 입증해야 하는 사태가 벌어졌다. 정원옥 선임연구위원은 도서정가제가 본래 시장의 논리를 뛰어넘어 소비자 후생에는 반하는 제도라는 점을 상기해야 한다고 언급하며, 더 이상 시장의 논리에 갇혀서는 안 되며 본질이 가려진 지금의 모순적인 사태는 제도화의 딜레마라고 할 수 있다고 주장했다.

이어 도서정가제가 시장에 어떤 영향을 미쳤는지 그 타당성을 입증하는 것 또한 중요하다고 덧붙였다. 도서정가제를 중소서점과 작가 보호를 위한 제도, 이해관계자들 간에 이해를 조정해야 하는 제도로 바라보는 것은 이 제도를 너무 협소하게 이해하는 것이며, OECD 국가 중 도서정가제를 시행하고 있는 나라는 모두 “비영어권 출판 선진국”이라는 점에 주목할 필요가 있다고 밝혔다. 요컨대, 도서정가제는 세계 출판 시장을 지배하고 있는 영어권 국가들의 출판 자본과 유통 자본으로부터 자국의 언어와 학문, 문화를 보호함으로써 문화 다양성 가치를 증진하기 위한 저항선으로서 법제화된 것이라고 강조했다.

아울러 전자출판물에 어떻게 적용해야 할지에 대한 논의도 언급했다. 종이책을 전자책으로 발간하는 경우를 예외로 하더라도 웹툰·웹소설이 종이책으로 발간되고, 드라마와 영화로도 제작되며, 국경을 넘어 출판되는 사례가 많아지고 있기에 전자책은 종이책과 시장을 공유하지 않는다고 할 수 없다. 웹툰·웹소설이 해외로 수출되는 등 K-Book의 위상이 높아지는 상황 속에 도서정가제 강화에 대한 논의가 필요하다고 전했다.

## 출판/전자출판 - 박성경(한국출판인회의 전 유통정책위원장)



출판/전자출판 분야의 두 번째 발표로 박성경 한국출판인회의 전 유통정책위원장은 도서정가제로 인해 책의 다양성이 확대되었으며 서점의 숫자도 증가했다고 주장했다. 출판사의 증가는 출판이라는 콘텐츠 산업에 대한 관심이 커졌기 때문이기도 하지만 도서정가제로 인해 작은 출판사도 차별 없이 경쟁할 수 있게 된 것도 한 몫을 했다. 도서정가제는 또한 공정한 경쟁을 위한 장치가 되어, 전국 어느 지역에서도 동일한 가격으로 책을 구입할 수 있기 때문에 서점이 증가하며 서점계에 활력을 불어넣었다. 이로 인해 독립서점과 지역서점이 늘어나면서 독자가 서점을 찾는 일 또한 쉬워져 서점계가 활기를 되찾게 되었다고 전했다.

박성경 전 유통정책위원장은 도서정가제가 독자의 이익 또한 지켜주고 있다고 주장했다. 도서정가제 개정 전 2014년까지는 도서의 가격에 큰 폭의 정가 인상이 있었지만, 개정 후에는 소비자물가지수보다 낮은 인상 폭을 보여주고 있다. 이런 이익은 고스란히 독자에게 가고 있다고 봐야 한다고 전했다. 끝으로 도서정가제는 책이 어떤 내용을 담고 있는지가 책의 가치를 가늠하는 기준이 되도록 사회를 변화시켰다고 강조했다. 이에 대해 도서정가제는 출판사가 진정한 가치를 가진 책을 만들기 위해 노력하게 만들었고, 독자도 할인 폭이 아닌 진정한 가치로 책을 고를 수 있도록 만든 것이라고 설명하며 발표를 마무리했다.

## 서점 - 이정원(한국서점조합연합회 부회장)



이정원 한국서점조합연합회 부회장은 서점의 관점에서 바라는 도서정가제 개정 방향에 대해 이야기했다. 그에 따르면, 완전한 도서정가제만이 지역서점의 생존 버팀목이다. 현재 지역서점은 규모를 기준으로 중형서점, 일반적인 지역서점, 독립서점으로 나눌 수 있다. 이러한 서점의 변화는 2014년 개정 후 찾아왔다. 개정 이전에는 무제한 할인으로 인해 지역서점이 경쟁할 수 없는 환경이었고, 지역서점의 도서 가격은 흥정 대상으로 여겨졌다. 그러나 개정 이후에는 서점의 규모와 관계없이 문화 거점이라는 역할을 수행하며 독자들에게 다가가는 노력에 집중할 수 있게 된 것이다. 하지만 현행 할인 허용 정책으로는 지역서점의 생존에 한계가 있다고 이야기하며 완전 도서정가제를 강력하게 주장했다.

덧붙여 이정원 부회장은 도서의 무료 배송을 금지해야 한다고 언급했다. 현재 3,000원 이상인 배송료는 도서 가격의 약 20%에 해당하여 지역서점에서는 무료 배송이 불가능하지만, 대형 인터넷서점은 일정 구매액 이상의 도서 구매자에게 무료로 배송을 해주고 있다. 이는 도서정가제에서 허용한 '경제상 이익' 범위에 포함되지 않지만, 무료 배송으로 인한 실질적인 '경제상 이익'은 정가의 35%나 된다. 따라서 프랑스처럼 인터넷서점의 무료 배송을 금지해야 한다고 주장했다.

다음으로 학교도서관에 대한 마일리지 제공을 금지해야 한다는 의견을 냈다. 학교도서관에 제공하는 할인 이외의 마일리지를 공공도서관에 준해 금지하는 것이 타당하다는 것이다. 학교도서관의 예산 부족을 이유로 지역서점의 경제적 양보를 요구하는 것은 옳지 않고, 출판산업과 책 문화 발전을 이끌어온 지역서점을 보호해야 한다며 완전 도서정가제를 다시 한 번 주장했다.

## 도서관 - 오지은(서울도서관 관장, 공공도서관협의회 회장)



다음으로 공공도서관협의회 회장을 맡고 있는 오지은 서울도서관 관장은 도서관의 관점에서 도서평가제가 어떻게 개선되어야 하는지 설명했다. 도서관은 철저히 소비자의 입장이며, 출판문화계의 성장을 위해 지속적으로 이슈를 발굴하고 논의하여 협력 구조를 만들어야 한다고 주장했다. 오지은 관장은 변화의 방향뿐만 아니라 그 속도 또한 중요하며 단계적인 제도 적용도 이야기했다. 또 부분적으로 논의하기보다는 출판문화계 전체를 아우르는 논의와 병행하는 구조가 되어야 한다고 강조했다. 무엇보다 도서관이 출판생태계 활성화에 열린 마음으로 논의에 참석하여야 함을 여러 번 언급하며 독서문화 생태계를 뒷받침하고 있는 출판사, 서점, 도서관이 삼위일체가 되어 위촉되는 독서문화를 성장시킬 수 있도록 상생의 관점에서 논의하고 실행해 나갔으면 하는 바람을 전했다.

## 소비자 - 조윤미(미래소비자행동 상임대표)



조윤미 미래소비자행동 상임대표는 소비자의 입장에서 도서정가제 개선 방안을 이야기했다. 그에 따르면 도서정가제는 도서 가격을 제도적으로 통제하기 때문에 소비자의 권리를 원천적으로 막고 있다. 이를 개선하기 위해서는 책정된 가격의 거품을 제거해야 한다. 도서의 정가 책정 시 도서정가제에 의한 할인율 등을 고려하여 추가적인 가격 거품이 발생한다는 것이다. 조윤미 상임대표는 출판사가 정하는 소비자 가격의 거품을 원천적으로 제거하는 것으로부터 도서정가제가 시작되어야 한다고 지적했다.

추가로 유통의 특성에서의 불이익 역시 제거해야 한다고 덧붙였다. 제3자 할인은 명백하게 소비자가 가지고 있는 포인트나 제휴 카드 사용과 관련하여 축적한 사적 자산으로, 이를 도서 구입에 활용하는 것을 통제하는 것은 적절하지 않다. 반면 배송비는 도서를 판매함으로써 얻게 되는 판매점 이익의 한 부분이며, 어떤 형태로든 소비자에게 전가되는 비용이므로 배송료를 전체 할인율 허용 범위에 포함하거나 배송비를 별도로 책정하도록 하는 것이 타당하다고 설명했다.

조윤미 상임대표는 도서 할인율을 시장 상황을 고려하여 계층별로 세분화할 필요가 있다고 강조했다. 일반 할인율을 5%로 낮추는 대신, 도서 구매 취약계층 및 의무적 구매 필요성이 있는 계층에게는 마 일리지 포함 10%~15% 범위까지 할인율을 확대하는 방안이다. 또한 신규 도서의 판매점 유통 시점에서 12개월까지는 도서정가제를 적용하고 중고 서점에서의 유통을 금지하되, 이후에는 재정가를 하고 중고 서점에서의 판매도 가능하도록 함으로써 도서 구입에 대한 소비자의 부담을 완화해 줄 수 있다.

종이책 기반이 없는 전자출판물은 콘텐츠로서 출판 등록이나 이로 인해 발생하는 이익으로부터 배제하는 동시에 도서정가제 비적용 대상으로 고려해야 한다고 말했다. 단, 전자출판물이 종이책 기반 또는 이와 유사한 모든 종류의 출판 형태로 전환할 경우에는 출판 등록을 하고 즉시 도서정가제 적용을 받는 방안을 모색해야 한다고 주장했다.

## 독자 - 안찬수(책읽는사회문화재단 상임이사)



안찬수 책임이사(사회문화재단 상임이사)는 독자 분야의 대표로서 도서정가제에 대한 의견을 개진했다. 그는 “우리 언어와 문학, 출판과 도서관과 서점 그리고 독서문화를 살리는 최소한의 법적 기반이 도서정가제라고 생각한다. 도서정가제는 문화 다양성 확보와 책 문화의 가치 생성을 위해 꼭 필요한 제도이다.”라고 밝혔다. 이에 도서정가제가 강화되어야 한다는 주장과 함께 그 방안을 설명했다.

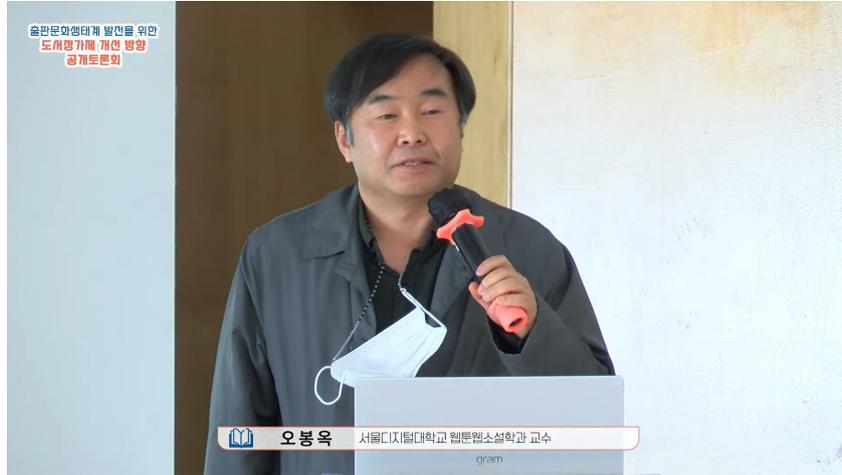
안찬수 상임이사는 현행 도서정가제의 “10% 할인, 5% 마일리지”라는 ‘가격 할인 제한 제도’를 ‘완전한 도서정가제’로 만들어야 한다고 주장했다. 2014년 개정 이후 무료 배송, 10% 할인, 5% 마일리지 적립 등 인터넷서점에서만 활용 가능한 판매 조건이 형성되었다. 이로 인해 오프라인 및 지역서점은 침체에 빠지게 되었으므로 앞으로 도서정가제는 온·오프라인 서점이 상생하는 방향으로 강화되어야 한다. 또, 시민의 독서권의 보장을 위해서 도서정가제 정착에 따른 도서관 자료구입비 확충이 반드시 필요하다. 아울러 도서전 또는 책 관련 행사에서의 도서 할인을 제한해야 하고, 도서 할인의 도움 없이도 도서 행사가 성공할 수 있도록 방안을 강구해야 한다고 강조했다.

### 웹 콘텐츠 - 성대훈(한국영상대학교 만화웹툰콘텐츠학과 교수, 웹툰랩 소장)



웹 콘텐츠 분야의 첫 번째 순서로 웹툰랩 소장을 맡고 있는 성대훈 한국영상대학교 만화웹툰콘텐츠학과 교수가 발표했다. 그는 웹툰과 웹소설은 도서정가제의 대상이 되어서는 안 되며, 이들을 위한 새로운 정책이 필요하다고 주장했다. 웹툰과 웹소설은 정보통신기술의 발달에 발맞춰 탄생한 이래로 새로운 창작 방식과 새로운 유통 방식으로 성공을 이뤄냈다. 새로운 형태의 유통 방식에 맞춰 성장해나갈 수 있는 웹 콘텐츠 산업의 특성에 맞는 자유로운 가격 제도가 필요하다고 강조했다.

## 웹 콘텐츠 - 오봉옥(서울디지털대학교 웹툰웹소설학과 교수)



웹 콘텐츠 분야의 두 번째 발표를 맡은 오봉옥 서울디지털대학교 웹툰웹소설학과 교수는 웹소설 시장의 플랫폼 특성상 플랫폼 간의 판매 가격이 다르기 어려우며 기성 작가와 신인 작가의 차이가 오프라인 시장에 비해 확연히 적다고 설명했다. 따라서 도서정가제의 취지가 중소서점과 신인 작가를 보호하는 것이라고 할 때, 웹소설 시장에는 현재의 도서정가제를 적용할 필요성이 적다고 주장했다. 또, 전자책은 종이책과 달리 대여, 구독 서비스가 자유롭기 때문에 종이책보다는 OTT 플랫폼과 더 낫아 있다고 덧붙이면서도 전자책이 종이책으로 출간되었을 경우에는 도서정가제 적용이 필요하다고 말했다. 오봉옥 교수는 새로운 형태로 발전해가는 전자책 시장을 종이책 시장의 법체계에 적용시켜 발전을 가로막을 이유는 없다는 주장과 함께 발표를 마무리했다.

>> 출판문화 생태계 발전을 위한 도서정가제 개선 방향 공개토론회 자료 내려 받기

---

〈출판N〉 편집부

## 당신 꿈에 더 가까이... 2023년 4050 책의 해

안찬수(2023년 4050 책의 해 추진단 단장, 책읽는사회문화재단 상임이사)

2023. 04.



2023년 4050 책의 해 엠블럼

### 2023년은 4050세대를 위한 책의 해

2023년 2월 15일(수) 출판문화회관(서울특별시 종로구)에서 '2023년 4050 책의 해'의 본격적인 시작을 알리는 출범식이 열렸다. 온라인으로 개최된 이날 행사는 '4050 책의 해' 사업 소개, 축사, 상징, 표어 및 포스터 공개, 주요 사업 계획, 질의응답 등의 순서로 진행되었다. 출범식에는 문화체육관광부(장관 박보균), 한국출판문화산업진흥원(원장 김준희)을 비롯해 대한출판문화협회, 서울특별시50플러스재단, 인문사회과학출판인협의회, 전국동네책방네트워크, 책과사회연구소, 책읽는사회문화재단, 한국도서관협회, 한국서점조합연합회, 한국작가회의, 한국출판인회의(가나다순) 등 4050 책의 해 추진단에 참여한 각 단체의 추진단원이 참여하였다.

'2023년 4050 책의 해' 사업은 지난 2018년에 문화체육관광부가 '책의 해'를 지정하여 추진한 데 이어, 2020년 '청소년 책의 해', 2021년 '60+ 책의 해'(고령층 대상), 2022년 '청년 책의 해' 등 매년 대상 연령층을 정하여 '책의 해'를 펼쳐 온 것의 연장선상에 있는 사업이다. 특히 '2023년 4050 책의 해'는 4050세대의 독서 환경 조성 및 독서 활동 지원을 통해 중년의 독서 문화 확산을 목적으로 한다. 책을 통해 4050세대의 인문적인 소양과 공동체 역량을 키울 수 있도록 프로그램을 기획하였으며, 4050세대 대부분이 바쁜 일상을 살아가고 있기에 '책의 해' 사업을 통해 사회적으로 소통을 확대하는 계기를 만들고자 한다.

우리나라 인구의 32.5%를 차지하는 4050세대는 한국 사회를 지탱하는 중요한 세대이다. 또한 책 읽기부터 디지털 콘텐츠까지 폭넓고 다양한 문화 소비 양상을 보이는 세대이기도 하다. 하지만 한편으로는 중년 스트레스 및 우울증 등의 개인적·사회적 문제가 생겨나는 시기이다. 독서의 측면에서 보면 급격하게 독서율이 줄어드는 때이기도 하다. '2023년 4050 책의 해' 사업은 이러한 중장년층이 다시 책과 가까이 할 수 있는 계기를 촉발하고, 앞으로 펼쳐나갈 삶을 책으로 응원하는 사업을 계획하고 추진할 예정이다.

### '당신 꿈에 더 가까이'... 4050세대의 길 찾기를 돕는 '책의 해'

이번 '4050 책의 해'의 슬로건은 '당신 꿈에 더 가까이'이다. 추진단은 이번 '책의 해' 사업을 통해 4050세대가 지난 삶을 돌아보고, 새로운 인생을 설계할 수 있도록 돕고자 한다. 4050세대는 사회에서 중추적 역할을 하고 있으면서도 이른바 '긴 세대'라고 불리며 상대적으로 주목받지 못하고 있다. 이에 추진단은 4050세대가 자녀 혹은 부모 세대가 아닌 자신을 위한 독서를 할 수 있도록 독서 환경을 조성하고, 4050세대 친화적인 독서 문화 프로그램을 운영할 예정이다.

엠블럼과 포스터 또한 편안한 분위기에서 책을 읽으며 새로운 시작을 준비하는 4050세대를 나타냈다. 포스터는 총 3종이 제작되어 이미 전국의 도서관과 서점, 그리고 관련 기관에 배포되었다. 새롭게 개편된 '책의 해' 공식 홈페이지를 통해 엠블럼과 포스터, 기존의 '책의 해' 사업에서 제작된 책 추천 사이트 '북틴넷'(청소년 대상) 및 '60book'(고령층 대상) 등 다양한 정보도 확인할 수 있다.



2023년 4050 책의 해 포스터

## 읽고, 쓰고, 이야기를 나누자

### - 중년의 삶을 돌아보고 앞으로의 삶을 준비할 수 있는 기회 마련

이번 '책의 해'의 대표적인 참여형 프로그램으로는 <작가와 함께하는 행복(BOOK)학교 3기>가 있다. 이는 하락하는 중장년 세대의 독서율을 높이기 위한 맞춤형 프로그램으로 4050세대의 창작 교실이다. 문학계에서 활발하게 활동하고 있는 4050세대 작가들이 직접 강사로 나서며, 4050세대가 자신의 삶을 담은 동화와 동시 쓰기를 통해 자신의 이야기를 자녀와 공유하고 서로 이해할 수 있는 기회가 될 것이다. 3월 중에 프로그램에 참여할 지역서점 10곳을 모집하여 6월부터 총 8주간 프로그램이 진행된다.

상대적으로 4050세대의 이용률이 낮은 공공도서관에서도 4050세대 맞춤형 독서 프로그램을 운영한다. <도서관 4050 중장년 독서 살롱>은 공공도서관에서 4050세대가 책을 함께 읽고 자유롭게 토론하며 창작물을 만들어 내는 프로그램이다. 사회, 경제, 문화 활동의 중심적인 역할을 하는 세대이지만 청년과 노인 세대 사이에서 다양한 문화 향유 및 여가 활동에 활발하게 참여하지 못하는 중장년층을 위한 맞춤형 프로그램이다. 지역의 공공도서관에서 중장년 이용자를 대상으로 독서를 통한 소통과 공감의 지속가능한 공동체를 개발 및 지원함으로써 사업의 지속성을 확보하고, 시범 사업 진행 후 우수 도서관의 사례를 확산할 계획이다. 공공도서관 10개관이 참여하여 6개월간 프로그램을 진행함으로써 4050세대가 도서관에서 자신의 삶과 관심사를 나누고 함께 성장할 기회를 마련하고자 한다.

<4050, 책에서 길을 묻다>는 4050세대가 마주하고 있는 다양한 문제를 다룬 책의 저자를 초빙하여 대담을 개최하는 프로그램이다. 대담 형식으로 해당 주제에 어렵지 않게 접근할 수 있도록 계획하고 있으며, '책의 해 유튜브' 채널(<https://www.youtube.com/@bookyearkorea>)을 통해 북토크를 아카이빙할 예정이다. 또한 '대한민국 독서대전'이나 '파주북소리' 등 외부 행사와도 연계할 계획이다. 동네책방에 모인 4050세대는 책 모임에 참여하여 해당 주제에 대해 함께 토론하게 된다. 이 프로그램은 동네책방 30곳이 참여할 예정이며, 특히 전국의 생활협동조합과 연계하여 캠페인도 연중 펼쳐나갈 예정이다.



<4050, 책에서 길을 묻다> 동네책방(좌), 독자(우) 모집 이미지

## 책 추천하고 선물하는 문화 조성

- <4050 추천도서>, <책과 생일-4050 CEO가 주도하는 독서복지>, <4050 책 추천 영상 챌린지>, <4050 책생태계 포럼> 등

4050세대에게 책을 추천하고 선물하는 문화를 조성하는 사업도 계획되었다. <4050 추천도서 50선>은 4050세대의 관심 분야 및 일상적인 주제에 대한 책을 추천하며, 이들 도서를 홍보하고 전시한다. 추천된 책은 동네책방 및 인터넷서점 등에 전시하고 독후감 공모 등의 이벤트도 향후 진행한다. 또한 책의 해 홈페이지를 통해 개별 이용자에게 책을 추천하는 온라인 서비스를 제공할 예정이다.

<책과 생일-4050 CEO가 주도하는 독서복지>는 4050세대가 운영하는 중소기업·사회적 기업에서 직원들에게 책을 선물하는 사업이다. 유아와 청소년을 위한 책 보급 사업은 있지만 직장인을 위한 책 보급 사업은 없다. 이에 <책과 생일-4050 CEO가 주도하는 독서복지> 사업은 4050세대 CEO가 독서진흥과 직원의 복지 향상을 위해 특별한 '생일 책'을 직원들에게 선물할 수 있도록 지원하여 이를 통해 직장 내 독서 문화를 뿌리 내릴 수 있는 계기를 만들어나가고자 한다. 총 30개 기업을 모집하여 증정식을 개최하고 연계 이벤트를 통해 직장에서 책 읽는 문화를 활성화하고자 한다.

<4050 책 추천 영상 챌린지>는 4050세대에게 책을 추천하는 1분 이내의 짧은 영상을 온라인 공간에 올리는 챌린지이다. 누구나 쉽게 참여할 수 있는 영상 챌린지를 통해 4050세대를 중심으로 서로 책을 추천하는 문화를 활성화하고자 한다. 남녀노소 누구나 참여할 수 있으며 특히 사회적으로 널리 알려진 명사들의 책 추천 영상도 제작할 예정이다.

이외에도 '책 읽는 4050'을 위한 공론의 장으로 <4050 책생태계 포럼>이 열린다. 4050세대를 둘러싼 책 생태계를 진단하고 독서 환경을 개선하기 위한 향후 방안을 제시하는 자리이다. 4월 1차 포럼(여는 포럼) '4050세대-책이 필요한 시간', 6월 2차 포럼(출판문화 포럼) '4050 독자를 찾아서', 8월 3차 포럼(독서 포럼) '4050 함께 읽다, 함께 꿈꾸다', 10월 4차 포럼(도서관 포럼) '4050을 품은 도서관 서비스의 진화' 등으로 진행할 계획이며, 이들 포럼은 '책의 해' 유튜브 채널을 통해 실시간으로 시청할 수 있다.

## 책과 함께하는 휴식과 놀이 문화 조성

- <4050 북캉스>, <홍보 캠페인> 등 체험 행사

4050세대가 지역의 문화 공간에서 숙박하며 책과 함께 휴식할 수 있는 <4050 북캉스>도 계획되어 있다. 서점이나 호텔 등의 공간에서 저자 만남 등의 프로그램과 전시 행사 등을 체험할 수 있도록 계획하고 있으며, 8월부터 10월까지 3회 행사를 진행하여 책을 통한 일상의 충전을 지원할 예정이다.

이와 함께 4050세대에게 책 읽기의 즐거움을 알리고자 4050세대 맞춤형 <홍보 캠페인>을 진행한다. '세계 책의 날' 및 '대한민국 독서대전', '파주북소리' 등 책과 관련된 각종 문화 행사에서 기념 행사를 개최하여 즐겁게 읽는 문화를 조성할 예정이다.

‘2023년 4050 책의 해’에 대한 더욱 자세한 내용과 공모사업 일정 등은 앞에서 언급한 공식 홈페이지에서 순차적으로 확인할 수 있다. 또한 추진단은 ‘2023년 4050 책의 해’에 동참하거나 후원하고자 하는 기관·단체·기업·개인의 참여를 환영한다.

### 4050세대의 새로운 책임기, 이제 시작합니다.

‘2023년 4050 책의 해’의 여러 사업들은 4050세대에게 책 읽기의 새로운 관점을 제시하고, 대면·비대면을 통한 홍보 캠페인을 연중 지속적으로 펼쳐 4050세대의 독서 활동 참여를 적극적으로 이끌고자 하는 활동이다. 아무쪼록 그동안 잊고 있었던 꿈과 새롭게 시작할 미래를 책 속에서 찾을 수 있기를 기대한다.

함께 읽고, 쓰고, 이야기하면서 나 자신과의 대화는 물론 주변 사람들과 공감하는 풍요로운 시간이 더욱 많아지기를 바란다. 작가, 출판, 도서관, 서점, 독서 등 책 관련 분야에서 활동하는 개인과 기관과 단체가 모여 펼치는 ‘2023년 4050 책의 해’ 사업에 많은 관심과 참여를 바란다.

#### 2023년 4050 책의 해 추진단 사무국(후원/참여 문의)

- 전자우편: [bookyearkorea@daum.net](mailto:bookyearkorea@daum.net)
- 유선: 070-4348-1155
- 홈페이지: [www.bookyear.or.kr](http://www.bookyear.or.kr)
- 주소: 서울시 종로구 동숭3길 40, 2층(동숭동, 일석기념관)
- 인스타그램: [www.instagram.com/bookyearkorea](https://www.instagram.com/bookyearkorea)



안찬수(2023년 4050 책의 해 추진단 단장, 책읽는사회문화재단 상임이사)

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

## 시민들을 위한 지혜의 나무, 울산 지관서가(止觀書架)

이서안(소설가)

2023. 04.

“어디 살아요?” “울산요.” “아, 그 공업도시? 아, 그 노잼 도시?”

1962년, 제1차 경제개발 5개년 계획에 따라 울산은 ‘특정공업지구’로 지정되었고 어느덧 60년이 지났다. 많은 이들은 울산에 대한 이미지를 공장과 굴뚝이 가득한 공업지구나 특정 기업의 이름으로 갖고 있다. 울산 안에서도 곳곳에 공업 발전을 기념하는 탑들이 있고, 무려 시민들의 축제 이름마저도 공업 축제였다. 산업 수도로 존재하며 발전이라는 큰 선을 만들어 왔으나 그 이면에는 그늘진 부분이 있었다. 울산은 생존을 위한 도시였다. 인간의 생존이 가장 중요했기에 강은 오염되어 악취가 났고, 공장에서 내뿜은 매연으로 도시의 색깔마저 잿빛으로 가득했다. 그래서일까, 주말이 되면 사람들은 울산을 벗어나 주변 도시에서 자연과 문화적 결핍을 해소하며 삶을 찾곤 했다.

공업도시로 된 지 40년이 지난 2002년, 울산에 획기적인 변화가 일어났다. 칙칙한 색만 가득하던 캔버스에 푸른색이 추가되었다. 녹색 공간에 대한 시민들의 염원과 한 대기업의 기부로 큰 규모의 도심공원이 들어선 것이다. 시민들이 숲속 공원에서 쉼의 혜택을 누리고 자연과의 공존을 시작한 것은 그즈음부터인 것 같다. 이후 태화강 조성사업으로 십리대숲이 단장되고 강이 살아나자, 철새들이 날아오고 태화강 상류에는 연어들이 돌아왔다. 오래전 떠났던 고래들도 무리 지어 찾아와 바다에서 춤추었다. 이를 시발점으로 시민들에게 자연과의 공존하는 삶을 안겨주었고, 울산은 공업도시에서 생태환경도시로의 전환기를 맞았다. 그리고 공업도시 지정 60년이 지날 무렵 숲속 공원에 심던 푸른 나무처럼 지혜의 나무인 ‘지관서가’를 시민들에게 선물로 안겨주며 정서적 안정과 함께 존재적 삶에 대한 사유를 피어나게 하고 있다.



### 1호점 울산대공원 지관서가 테마: 관계(Relationship)

오랜 시간이 걸렸지만 생존에서 삶과 공존 그리고 안팎으로 공명하는 사유로 발전하며 울산은 ‘바로 서서 너르게 바라보기’ 시작했다. 숲이 된 작은 나무들을 생각하며 또 다른 큰 숲을 이룰 다섯 군데의 지관서가를 돌아보았다. 제일 먼저 직장에서 가까운 1호점 울산대공원 지관서가로 자연스럽게 발길이 향했다. 때맞춰 꽃비가 내렸다. 줄지어 선 소나무 아래 수줍어하는 진달래의 향연이 울산대공원 지관서가를 에둘렀다. 숲속 산장에 들어선 듯 사람들은 저마다 책을 펼쳐 보며 깊은 사유의 시간으로 내달았다. 솔잎 가지에 맺힌 빗방울이 수정처럼 빛나는 시간이었다. 산 풍경을 바라보며 테라스에서 담소를 즐기는 사람들도 있었지만, 책의 세계로 깊숙이 침잠한 사람들을 보며 지혜의 숲에서 무엇을 건질지 궁금하기도 했다. 상쾌한 공기 탓이었는지도 모르겠다. 나도 오래전 읽었던 『팡세』(파스칼 블레이크, 이환 옮김, 민음사, 2003)를 다시 집어 들었다.

지관서가는 서가마다 테마가 있다. 울산대공원 지관서가의 테마는 ‘관계(Relationship)’다. 그래서인지 관계에 관련된 도서와 지관서가를 기획한 플라톤 아카데미에서 추천한 동서양 고전과 인생 테마 추천 도서들이 독자의 선택을 쉽게 도와주었다. 자신을 찾고 타자를 어떻게 바라봐야 할지는 우리의 주된 관심사다. 타인을 앎으로써 함께 공존할 수 있는 모색과 지혜를 철학 서적을 통해 배울 수 있을 것 같았다. 공원 산책을 통해 육체의 쉼을 얻고, 지관서가의 도서들을 통해 정신의 쉼을 얻을 수 있었다. 카페 운영 수익금이 사회적 취약계층의 일자리 창출에 사용되는 게 무엇보다 좋았다.

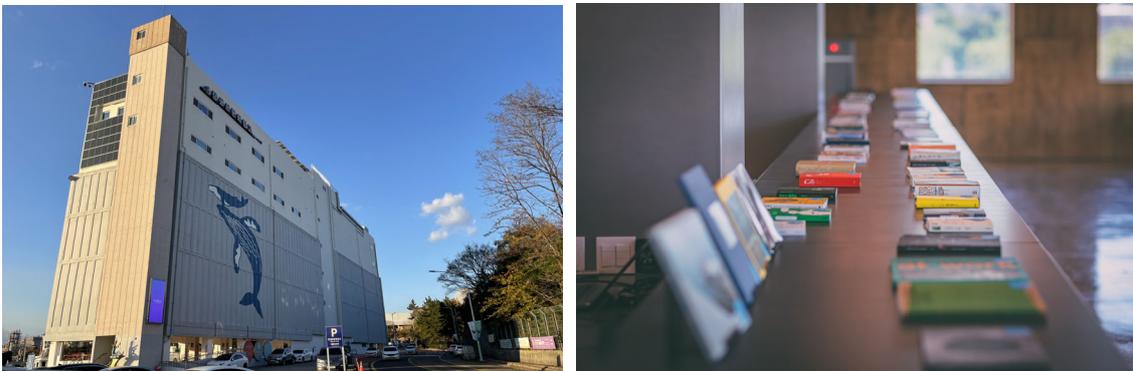


1호점 울산대공원 지관서가 내부 모습

## 2호점 장생포 지관서가 테마: 일(Work)

두 번째 방문지는 장생포에 있는 2호점 지관서가다. 나에겐 장생포 바다를 올 때마다 가슴을 비집고 들어오는 애환이 있었다. 처절한 밥벌이의 현장을 살갓으로 느끼기 때문이었다. 울산 사람들은 기억하고 있다. 아주 먼 옛날의 사라진 고래와 포경선을……. 고래 고기를 보관하기 위해 사용하던 냉동 창고와 물류 창고는 세월의 퇴락과 함께 버려졌다가 이제 복합문화공간으로 재탄생했다. 통창으로 바라본 장생포 바다에는 정박한 배들과 포구 건너편의 화학 공장들로 울산의 역사가 재생되고 있었다.

한때는 고래잡이로 사람들이 들썩였던 곳이었으나 고래를 볼 수 없는 여운을 고래박물관과 장생포 문화 창고의 지관서가에서 아쉽게나마 달랠 수 있었다. 지관서를 향해 바다의 진솔한 이야기가 밀물처럼 밀려들었다. 복합문화공간의 다채로운 행사 때문인지 지관서를 찾는 독자들 대부분이 가족들이었다. 어쩌면 아이들이 먼 옛날 고래들이 뛰놀던 바다를 그림책을 통해 만나게 될지도 모르겠다. 장생포 지관서의 테마는 '일(Work)'이다. 울산 산업 현장의 역동성과 포경선이 포구에 정박해 있던 그 시절의 대비를 지관서가에서 떠올릴 수 있었다. 바다가 점점 붉게 물들어갔다. 일몰의 바다를 바라보며 우리가 잃어버린 것들과 가지게 된 것들을 노동의 관점에서 되새겨본 시간이었다.



2호점 장생포 지관서가 외부 전경과 내부 모습



2호점 지관서가에서 바라본 장생포

### 3호점 선암호수공원 지관서가 테마: 나이 둘

어디를 가나 감추어져 그 은밀한 곳의 발견이 사람들을 놀라게 하는 공간이 있다. 선암호수 산책길을 걷다가 산길을 향해 쪽 올라가면 노인 복지회관 1층과 2층에 3호점 선암호수공원 지관서가 있다. 사람들은 선암호수에 놀라다가 감춰진 이곳에서 한 번 더 놀란다. 백발의 종업원이 지관서가에 처음 온 독자들에게 미소 지으며 친절하게 안내해 주었다. 이로 인해 마음이 더없이 편안해지면서 지식의 세계로 몰입할 수 있었다. 이곳 서가의 테마는 ‘나이 둘’이었는데 복지회관과 접목해 어른들의 문화 활동에 활력을 불어넣어 새로웠다. 그 활력은 ‘나이 둘’이라는 말이 주는 어감과 다르게 ‘살아 있음’이라는 메시지를 강하게 던지는 듯했다. 매일 책을 읽으러 오는 실버 세대들의 진풍경이 지관서가에서 펼쳐진다고 젊은 세대들이 오지 않는 건 아니다. 창가 자리를 독차지하는 건 언제나 젊은이들이다.

지관서가는 7명의 북 큐레이터들이 각 호점마다 인생 테마를 주제로 선별한 도서와 신간 도서를 특색 있게 배치한다. 색색의 실들이 전시된 뜨개질 코너와 독서 모임을 할 수 있는 공간들도 잘 갖추어져 있다. 창가에 앉으면 선암호수의 전경이 펼쳐지고 스마트폰이나 노트북을 언제나 충전할 수 있어 편리했다. 기기 사용의 편리함은 다섯 군데의 지관서가마다 동일했다. 책을 읽다가 마음에 와 닿은 문장이나 짧은 감상평을 원고지 카드에 적어 남긴 글들이 비치된 도서들 사이에서 활자들로 빛났다. 창을 통해 계절마다 변하는 자연을 바라보며 지혜의 나무에서 삶의 양식을 얻는 이들에게서 나이 둘의 여유가 한껏 느껴졌다.



3호점 선암호수공원 지관서가 내부 모습

#### 4호점 유니스트 지관서가 테마: 명상(Meditation)

4호점 유니스트(UNIST, 울산과학기술원) 지관서가 생긴 것은 작년 가을이다. 유니스트 학술정보관 1층 도서관 공간에 있다 보니 학생들이 많았다. 아직 시민들에게 홍보가 많이 되지 않아 비교적 여유로웠다. '비움의 공간, 연결의 시간으로'라는 안내를 따라 들어가 보았다. 미지의 행성으로 들어가는 기분이 들었다. 이 서가는 '명상'의 테마에 맞게 고즈넉한 여백의 공간 너머에 인문 도서들이 드러나지 않게 배치된 게 인상 깊었다. 비워진 그 사이에 드문드문 도서들이 있어 가볍게, 편하게, 다가갈 수 있었다.



4호점 유니스트 지관서가 입구(좌), 창가에 위치한 독립된 공간(우) 모습

가막뭇 물빛 아래로 봄별이 따스하게 내리쬐었다. 문장을 곱씹다가 언뜻 나뭇가지를 바라보니 새 둥지로 여긴 물체가 조심스레 움직였다. 산비둘기 크기의 이름 모를 새였다. 모든 고요를 끌어안은 듯 이름 모를 새도 마치 명상의 세계에 빠져든 듯 보였다. 창으로 들이치는 날빛을 등지고 새와 나는 오봇이 평온과 고요를 만끽했다.

창가 풍경을 따라가면 개인의 독립된 공간이 있다. 블라인드를 내리면 바깥과 차단돼 오롯이 책으로의 몰입을 가능하게 한다. 유니스트 지관서가에서는 매달 각 분야의 예술가나 석학들을 초청해 현장 강연이나 온라인 강연을 열고 있다. 올 3월에는 뇌 과학자 김대식 교수를 초청해 '인간과 기계의 공존: 챗 GPT와 함께하는 세상은 어떻게 달라질 것인가?'라는 주제로 온·오프라인 강연을 펼쳤다. 또한 지식 큐레이터가 진행하는 '책 읽는 저녁'이라는 독서 모임은 책을 좋아한다면 온라인으로 누구나 참여할 수 있었다. 오전 일찍 가막뭇의 물빛을 보고 지관서가에 들렀다가 밤늦게 가막뭇 둘레길의 가로등 불빛을 보며 돌아가는 발걸음은 왠지 부딪힘을 안고 돌아가는 듯 보였다.



4호점 유니스트 지관서가 내부 모습과 강연 모습(사진: 진호숙 작가)

### 5호점 울산시립미술관 지관서가 테마: 아름다움

마지막으로 방문한 곳은 울산시립미술관 입구에 자리 잡은 5호점 지관서가다. 이곳도 개장한 지 몇 달 되지 않았지만 시내 중심가에 있다 보니 울산시립미술관과 더불어 많은 시민이 찾았다. 울산시립미술관 지관서가의 테마는 '아름다움'이다. 시각예술의 아름다움이 지관서가의 인문학과 잘 어우러졌다. 미술관에서 나오면 바로 맞은편이라 시민들이 지관서가에서 휴식을 취하며 책을 읽고 있는 모습이 한가로웠다. 울산시립미술관과도 잘 어울리게 지관서가도 모던한 양식으로 건축돼 깔끔한 느낌이었다. 지관서가의 창으로 미술관의 전경이 보이고 옆으로는 옛날의 동헌 풍경도 훤히 드러났다. 1층과 2층에는 테마에 따라 송고와 열망, 예술가의 꿈 그리고 조화와 성찰, 예술가의 말 순서로 도서가 배치된 게 돋보였다. 현대미술관과 조화를 이루듯 도서를 추천해주는 키오스크도 비치돼 AI 기술로 어떤 도서를 찾아 읽어야 할지 모르는 사람들에게 가이드 역할을 톡톡히 해주었다.



5호점 울산시립미술관 지관서가

지관서가의 문화 콘텐츠는 다양하다. 우리 사회가 필요로 하는 지식의 범주를 열어 인문학을 기반으로 삶의 지표를 설정해 준다. 각 지관서가에서 펼쳐는 인문 활동은 강연, 북 토크, 클래식 콘서트 음악회 등 매년 새롭다. 카페와 굿즈(생활 소품)를 통해 판매한 수익금은 소외계층을 돕는 일로 환원하고 있다. 그뿐만 아니라 마니아들의 적극적인 참여 활동으로 SNS로 홍보에 앞장서며 지관서가가 나아갈 방향에 대해 의견을 항시 수렴하고 있어 인문학의 지평이 한층 확대될 전망이다.

2022년 울산은 ‘법정문화도시’로 지정되어 산업, 생태환경, 문화가 어우러진 도시로 발돋움하게 되었다. 지금 울산 시민들은 울산을 생태환경도시라 말하기를 주저하지 않는다. 다른 지역에서도 생태도시로 탈바꿈한 울산을 관광하러 오고 있다. 숨 가쁘게 달려온 산업의 중심지가 문화의 시너지로 날갯짓한다. 폐허가 된 마을, 희망이 없다고 생각한 황무지에서 묵묵히 한 그루의 나무를 심기 시작해 모든 사람이 심을 얻도록 숲을 이룬 어느 위대한 사람이 떠오른다. 장 지오노가 쓴 『나무를 심은 사람』(장 지오노, 김경은 옮김, 두레, 2018)의 열제아르 부피에처럼 지관서가를 통한 이 출발의 변혁이 울산뿐 아니라 전국으로 펼쳐나가리라 본다. 2023년 5월, 울산 북구 송정에 위치한 박상진 호수 공원에 6호점 지관서가가 개점을 앞두고 있다. 보도된 바로는 우리나라에 지관서가를 100군데로 확산할 예정이라고 한다. 울산에서 출발한 여정이 경북 예천에서도 지관서가가 올해 착공돼 문화적 인프라의 폭을 넓힌다고 하니, 기업의 사회 공헌을 향한 강한 의지를 엿 볼 수 있었다.

지관서가가 지향하는 공통의 가치와 공간적 특색에 어울린 지관서가의 독창적 프로그램들이 더욱 다채롭게 펼쳐진다면 시민들이 즐겨 찾는 곳이 될 것이다. 천혜의 경관, 예술적 인프라를 갖춘 곳이 울산이다. 태화강 십리대숲을 시작으로 수려한 자연이 주는 풍경에 지식의 보고를 갖춘다면 이보다 더 좋을 수가 없다고 본다. 미래 세대들이 이것을 보고 자랄 것이고, 우리 삶의 깊숙이 들어올 것이다.

앞으로 울산 곳곳에서 지관서가를 만나고 싶다. 2026년까지 울산 지역에 20군데의 지관서가가 들어선다고 하니 상상만 해도 설렌다. 노잼 도시가 아니라 이제는 전혀 다른 상황이 되었다.

“울산에는 뭐가 좋죠?”

“네, 수려한 자연을 배경으로 삼은 지관서가가 있어요.  
지관서가의 테마를 따라가 보면 절대 실망하지 않을 거예요.”

울산에는 지관서가가 있다고, 제대로 자랑하고 싶다.



---

#### 이서안(소설가)

서울과 울산으로 오가며 소설을 쓰고 있다. 2017년 경상일보 신춘, 2018년 목포문학상, 2021년 동아일보 신춘 중편소설에 당선되었다. 소설집 『밤의 연두』(문이당, 2019), 『그 섬에 코끼리가 산다』(북레시피, 2022)가 있다.  
tslee3000@empas.com

## 新丘(신구), 여전히 새로운 희망의 언덕

이창경(한국출판학회 고문·신구도서관재단 이사)

2023. 04.

오직 출판과 교육만을 생각하며 굳은 의지로 새로운 길을 개척해간 우촌 이종익 선생 탄생 100주년을 맞았다. 출판인으로, 교육자로 선생께서 살아온 삶의 궤적을 살펴보면 참으로 복이 많으신 분이라는 생각이 든다. 생전에는 무에서 유를 창조하는 새로움의 정신으로 좋은 책을 만들어 보급함으로써 인문적 가치를 세상에 구현하였고, 사후에는 후손들이 그 뜻을 받들어 더 널리 펼쳐가고 있으니, 이처럼 보람 있는 삶이 어디 있을까. 선생이 추구한 이상과 그 이상을 실현하기 위한 치열한 실천 정신은 오늘을 사는 우리 삶의 지표가 되고 있다. 선생과 같은 출판인이 있었다는 것은 우리 출판 역사의 자랑이며 우리의 행복이기도 하다. 지금도 선생의 뜻은 신구대학, 신구도서관재단에서 새로운 희망의 언덕으로 여전히 자라고 있다.



우촌 이종익 선생. 신구문화사와 신구대학을 설립하여 양서 출판과 전문인 양성에 힘썼다.

## 광복동 네거리, 책을 팔던 청년

선생께서 학업을 마치고 처음 직장을 잡은 것은 교직이었다. 흥천농업학교 국어 교사로 사회생활을 시작하였다. 해방 직후 시골 학생들과 보낸 짧은 1년간의 교사 생활은 삶의 방향을 결정하는 중요한 계기가 되었다. 일본 스가모 상업학교에 약 2년간 유학할 당시 학예사 편집사원으로 근무하면서 크게 깨달은 출판의 영향력과 흥천농업학교에서 절실히 느낀 교육의 필요성, 곧 출판과 교육은 둘이 아니라는 자각은 움직일 수 없는 굳건한 양대 축이 되었다.

흥천을 떠나 서울에 올라온 선생은 1948년 8월 인사동에 있었던 박문출판사에 입사하면서 본격적인 출판인의 길로 들어섰다. 당시 서점과 인쇄소를 함께 운영하고 있었던 박문출판사는 개화기 고(古)소설과 번안소설 출판으로 규모를 키웠고 이광수, 현진건 등의 문학 작품도 출간하였다. 입사 당시에는 양주동의 『국문학교전독본』(박문출판사, 1953)의 출간을 준비하고 있었다. 출판에 대한 철저한 기본을 다지는 중요한 시기였다.

1951년 봄, 박문출판사도 부산으로 피난길을 떠났다. 『이광수전집』을 준비하고 있었지만 여의치 않았다. 암담한 날의 연속이었다. 실의에 차 있을 수만은 없었다. 한 방안으로 박문출판사에서 간행한 이광수의 『무정』(1951), 김동인의 『젊은 그들』(1951) 등의 지형(紙型)을 빌려 자비로 출판하기로 했다. 출판사 이름은 '신구'였다. 부산 광복동 네거리에 책을 쌓아놓고 판매하기 시작하였다. 책은 불티나게 팔려 불과 며칠 만에 품절되었다. 선생의 나이 28세 때의 일이다. 피난지 부산에서 젊은 출판인의 의지로 신구라는 이름이 탄생한 것이다. 고달픈 피난 생활에서 새로운 희망의 언덕은 모든 사람의 꿈이었고, 가야 할 길이기도 했다.

## 1960년대 경이로운 발전, 이상의 실현

1953년 부산에서 환도한 후, 출판계도 전쟁의 상처를 씻고 새출발을 서둘렀다. 그해 10월 신구문화사도 정식 출판 등록을 하였다. 이 해 말에 등록된 출판사 수는 461개사였고 무실적 출판사도 89개사나 되었다. 총 발행 종수가 1,000종을 겨우 넘길 정도로 열악한 상황이었다.

선생께서 가장 활발하게 출판 활동을 펼친 것은 1960년대다. 선생의 나이 40대, 왕성하게 출판의 꿈을 실현하는 시기였고 신구문화사의 전성기였다. 창립 초창기 동화, 교과서, 국문학 이론서 등을 꾸준히 출판하여 인지도를 높여 온 신구문화사는 『한국시인전집』(1957) 발행을 출발로 전집시대를 이끌었다. 신구문화사에서 간행한 『세계전후문학전집』(1960), 『세계의 인간상』(1962), 『한용운전집』(1973) 등 총 19종의 전집 가운데 11종이 이 시기에 간행되었다. 대표 도서 중 하나인 『한국인명대사전』(1967), 『시조문학사전』(1966) 등도 이 시기에 간행되었다. 전집류 가운데는 9종이 문화공보부 우량도서로 선정되었고, 7종이 한국출판문화상을 수상하였다. 1960년대 중반에는 사옥도 확장하고 전국에 116개의 직영 지사를 설치하여 운영하였다. 신생 출판사로서 놀라운 발전이었다. 그만큼 신구문화사의 책이 보급되었고 그것은 독서로 이어져 지식과 정서의 자양분이 되었다는 것을 의미한다.



『한용운전집』은 한용운 선생의 사상과 문학을 집대성한 최초의 전집이다.  
1973년 경향양서출판문화상을 수상하였고 문화공보부 우량도서로 선정되었다.

### 우촌 선생의 출판 철학

선생은 어떤 자세로 책을 만들었는가. 선생이 내면에 간직하고 있었던 출판 정신은 무엇이었을까. 선생은 책이 가야 할 길, 도착 지점을 앞서 예측하고 실현하고 고뇌하는 출판인이었다. 또한 가치 있는 책을 만들기 위하여 여러 각도에서 치밀하게 현상을 분석하고, 여러 사람의 의견을 들어 반영하는 창의적인 기획자였다. 책의 진화에는 기술의 발전이 아니라 기획자의 창의적 사고와 편집 능력이 크게 작용한다. 출판인으로서 선생의 인격 안에는 강인한 문화주의와 철저한 상업주의가 공존하고 있었다. 이것이 신구문화사만의 가치 있는 책을 만들어낸 핵심 동력이었다.

선생은 책이 기본적으로 대중적인 지지를 받아야 한다고 생각했다. 곧 특정 계층이 아니라 일반인 누구나 가까이할 수 있고, 그것이 마음의 휴식과 정신의 양식으로 환원될 수 있는 것이어야 한다고 생각했다. 그러면서 출판의 지향점을 분명히 하고 있었다. 민족문화의 주춧돌이 되고 국민 정서의 계발에 도움이 될 수 있을 책을 간행하는 것, 그것이였다.

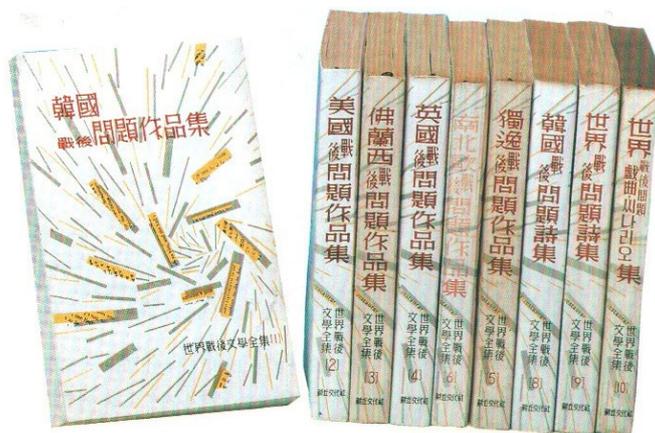
“지식이 많은 소수의 사람만이 읽을 수 있는 책도 아니고 대중의 호기심에 영합하는 책도 아닌 말하자면 민족문화의 진전에 주춧돌이 되면서 국민정서의 일반적인 계발에 도움이 될 책을 내자는 것입니다. 저자에 대한 책임과 독자에 대한 친절이야말로 출판인의 자랑스러운 사명이 아닐까 생각합니다.” - 1966, <출판문화> 12호, 제15회 서울시문화상 수상소감

### 새로움을 추구하는 창의 정신

책의 생명은 새로움에 있다. 새로움은 기획에서 출발한다. 선생은 현상을 진단하는 예리한 눈과 미래를 내다보는 기획자로서의 통찰력을 지녔다. 그래서 신구문화사의 책은 오랜 생명력을 지닌다. 1962년에 10권으로 완간한 『세계전후문학전집』은 이러한 신구문화사의 출판 정신을 보여주는 대표적인 책이다.

염무웅 교수가 “우리 나라 출판사(出版史)의 중요한 이정표가 되는 책”이라고 평한 이 전집은 전후 세계 각국의 문학 흐름을 대표하는 최신작들을 수록하고 있다. 일본어 번역판을 참고하지 않고 작품 선정에서 번역까지 우리의 힘으로 진행된 이 전집은 당시로서는 새로운 시도였다. 당대 대석학으로 구성된 초당적 편집위원, 백여 명이 넘는 번역진이 참여하여 공을 들였다. 이 전집의 기획에 참여한 이어령 교수는 전집의 가치를 이렇게 말하고 있다.

“60년대 이후에 문단에 데뷔한 문인들에게 가장 많은 영향을 미친 책이 바로 『세계전후문학전집』이었고 그러기 때문에 이 전집을 논의하지 않고는 한 시대의 문학사적 배경을 올바르게 진단할 수 없을 것이라는 논법이 가능해진다. 그러므로 『세계전후문학전집』을 기획 간행한 이종익 선생은 출판사 사장 이상의 이름으로 기억되게 될 것이라는 이야기다.”



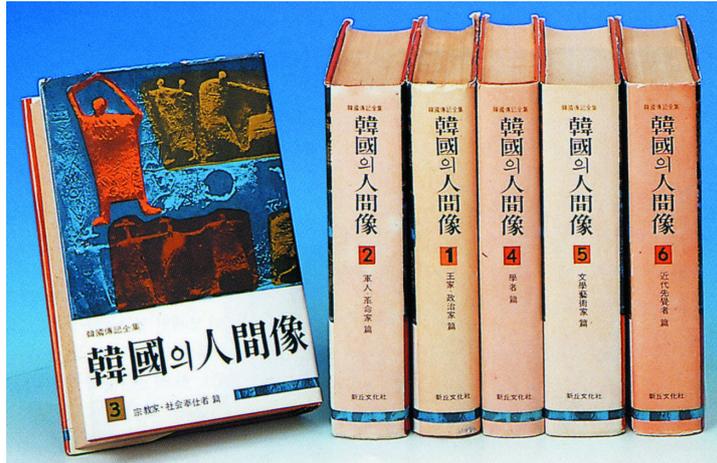
『세계전후문학전집』은 1960년대 문학을 공부하는 사람들의 필독서였다. 이 책을 읽고 문학의 꿈을 키웠다.

독자들의 반응도 선봉적이어서 이 전집 출간을 계기로 본격적인 할부 판매를 시작하게 되었다. 최근 이 전집의 편찬 배경, 수록 작품 경향 등에 관한 학계의 논문이 발표되고 있는 것을 보면 그 영향력을 짐작할 수 있다.

## 독자가 항상 먼저라는 생각

책은 활자 매체다. 이것은 책이 갖는 가장 큰 장점이면서 어려운 점이다. 그 장점은 독자가 내용을 이해하고 공감하는 데서 시작되고 완성된다. 독자를 책으로 이끄는 친절함 배려, 독자를 이해하고 독자를 존중하는 태도가 편집자의 선한 덕목이다. 선생은 독자의 입장에서 모든 면에 철저를 기했다. 편집자로서 한결같이 모든 책에 적용하고 있다는 점은 높이 평가되어야 할 것이다. 1965년에 간행된 『한국의 인간상』 편집에 참여한 이흥우 교수는 선생의 이러한 점을 상기한다.

“그가 책을 출판하면서 가장 강조하고 있는 것은 읽기 어려운 책을 만들지 말자는 것이었다. 독자를 위해야 한다는 한 가지 원칙에만은 절대로 양보함이 없었고 자신이 그 원칙을 실현하는 일에만 골몰하는 것 같았다.”



『한국의 인간상』은 신구문화사에서 한국의 역사를 정리하는 방법으로 기획된 첫 번째 출간 도서다.  
1965년에 한국출판문화상을 수상했다.

어려운 내용을 쉽게 표현하는 일은 1차적으로 저자의 몫이지만 이를 이끌고 보완하는 일은 독자와 더 가까이 있는 편집자의 역할이다. 그래서 책을 만드는 선생은 항상 독자의 곁에서 독자의 생각을 먼저 읽었다.

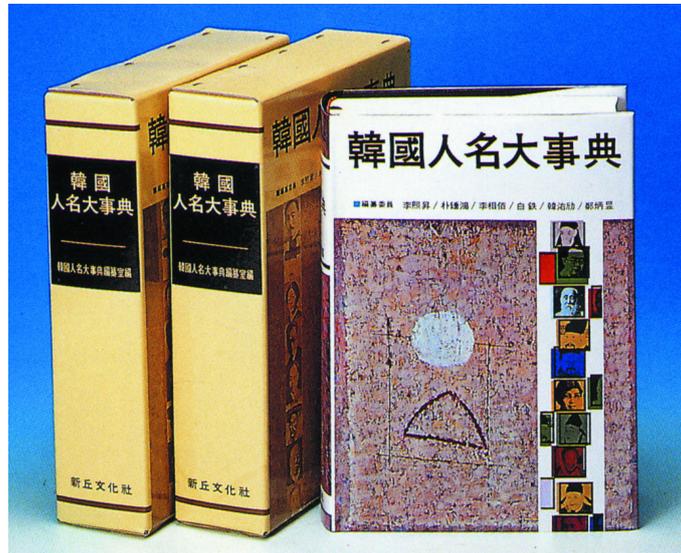
### 최고의 품질만을 고집하는 장인 정신

책의 내용, 디자인, 장정에서 최고의 품질은 책의 제작 과정을 철저히 확인하는 데서 나온다. 편집자로서 선생은 기획에서 유통까지 책의 모든 과정에서 완벽을 추구했다. 완벽함은 전문성이 우선이었지만 묻고 또 묻고, 확인하고 한 번 더 확인하는 철저함에서 출발한다. 그것은 시간이 걸리고 힘든 일이지만 독자에 대한 예의이며 책의 긴 수명을 약속받는 일이기도 했다. 어떤 때는 실무 담당자들을 많이 힘들게 하기도 했고 이종으로 경비를 낭비하는 때도 있었다. 신구문화사의 책은 생각하고 또 생각하는 성숙의 과정을 거쳐 독자와 만났다. 한때 신구문화사에서 편집을 담당했던 적이 있었던 염무웅 교수의 회고이다.

“내가 아는 한에서 이종의 사장은 출판의 기획에서나 심지어 조그만 광고 문안의 작성에서나 매우 신중하고 틈을 오래 들였다. 그는 수많은 사람들에게 자문을 구하고 그들의 의견을 예리하게 경청하였다.”

1962년에 착수하여 5년 만인 1967년 4월에 『한국인명대사전』이 간행되었다. 이 사전은 김민수 교수가 “이 방면의 사전으로서는 최초의 쾌거이거니와 그 레이아웃은 정교하여 특히 출판문화상으로도 추종을 불허하는 백미”라고 평가했듯이 신구문화사의 대표적인 출판물이다. 인물 선정, 내용 기술의 철저는 물론, 사진 자료 수집팀은 2년에 걸쳐 현지 촬영을 하였으며, 각 도서관, 유가족과 후손들을 찾아다녔고 각종 부록을 완벽하게 하기 위해 전력을 기울였다.

“제작에 있어서도 우리는 편찬실과 인쇄소에 각각 대표자 한 사람을 두어 끊임없이 연락을 취하면서 철저히 정확성을 기하고자 노력했다. 평균 10교를 거듭하는 동안 여러 차례 원고를 첨삭하였으며 조판이 진행되는 동안에 작고한 인물들을 계속 추가하였다.” - 『한국인명대사전』 간행사



『한국인명대사전』은 고조선부터 1966년 사이에 작고한 인물 1만 1천여 명을 수록하고 있으며 900여 점의 사진과 300여 점의 새로운 사진을 공개하였다.

### 인쇄 출판 전문인 양성의 기틀

이종익 선생은 친구문화사를 설립하여 책을 만들면서도 출판은 곧 교육이라는 생각을 잊지 않았다. 학교는 공간적으로 제약을 받지만 책은 무한으로 확장할 수 있다는 생각, 그 생각으로 책을 만들었다. 1974년 3월 친구대학교를 설립하고 초대 이사장으로 취임했다. 35년 전 스물다섯 청년 시절 꿈꾸었던 육영사업의 출발이다. 평소 선생의 삶의 태도였던 ‘무실역행(務實力行)’을 교육 이념으로 삼고, ‘성실, 정직, 근면’을 교훈으로 했다.

“언젠가 내가 학교에 찾아가 보니 그는 노동복을 입은 공사 감독이었다. 험준한 산등성이를 깎아 골짜기를 메워가면서 학교 정원 조경을 지휘하고 있었다. 일에 미친 사람 같았다.” - 생명의 전화 이사장 조향록 목사

산업사회에서 절대적으로 필요한 실무형 인재를 양성하는 것이 교육의 목표였지만 인쇄과와 사진과, 출판과를 개설하여 이 분야 인재를 육성하려 한 것은 양서 출판에 온힘을 쏟아온 선생으로서서는 절실한 문제였고 당연한 귀결이었다. 현재 학과명은 각각 그래픽커뮤니케이션과, 사진영상미디어과, 미디어콘텐츠과로 변경되었지만 정신은 그대로 살아 있다. 또한 선생은 교내에 인쇄박물관, 인쇄문화연구소를 설립하여 연구 기능을 확충할 계획을 갖고 있었으나 당대에 실현을 보지는 못했다. 현재 이승겸 총장은 교내에 우촌박물관을 개관하고 인쇄, 사진, 출판 코너를 별도로 마련하여 관련 유물을 전시하고 있다.



우촌박물관. 신구대학 우촌관에 있다. 민속품을 비롯해 출판, 인쇄, 사진 관련 자료를 전시하고 있다.

신구대학에서는 2001년 선생의 출판 정신 계승과 독서 운동 확산을 위하여 전교생을 대상으로 우촌독서대상 독후감 공모사업을 시작하였다. 또한 2004년부터는 전국 고등학생을 대상으로 확대하여 '전국 고교생 우촌독서대상'을 제정하여 운영하였다. 이 공모전은 한때 2천 명 정도가 응모하여 많은 호응을 얻었다. 재학생을 대상으로 한 사업은 지속적으로 이어져 2022년 22회를 개최하였고, 10여 년 계속된 고등학교 대상 독후감 공모는 중단된 상태다.

### 책과 독자를 잇는 신구도서관재단

2022년에 도서관 전문기업 ㈜이씨오(대표 이사영)에서 '책과 사람, 도서관을 연결하여 새로운 가치를 창조하는 문화재단'을 비전으로 신구도서관재단을 설립했다. 선생의 교육과 출판에 대한 뜻과 열정과 뜻을 이어받아 실천해 가는 것을 재단 운영의 좌표로 삼고 있다. 문화 발전에 도서관이 중추적 역할을 할 수 있도록 책과 사람을 잇는 독서 촉진 사업, 사람과 도서관을 잇는 도서관 활성화 사업에 매진하고 있다.

국내 최초로 도서관 사서가 중심이 되어 만들어가는 '더 북리스트', 도서관의 당면한 과제를 중심으로 미래 도서관이 나아갈 길을 제시하는 'K-FORUM' 개최, 품격 있는 도서관 전문 웹진 <THE LIVERY> 발간, 신구문화상 제정 운영 등 다양한 활동을 전개하여 도서관 활성화와 국민 독서 활성화에 적극 노력하고 있다.

## 다시, 그리운 우촌 선생

선생께서 활발하게 출판 활동을 한 것이 1960년대라면 벌써 60년의 세월이 흘렀다. 매체 환경도 크게 변화하고 책의 형태도 바뀌고 있다. 이제 검색의 시대도 끝나가고 인공지능 챗GPT가 많은 관심을 끌고 있다. 선생은 1966년 제15회 서울시문화상 수상소감에서 “버스 안에서도, 공원 벤치에서도 그리고 상인도, 가정주부도 모두 책을 읽는 광경이란 상상하기만도 가슴이 벅차오르는 일”이라고 했다. 그리고 이런 꿈같은 이상에서 출판에 대한 신념은 출발했다고 했다.

지금은 어떤가? 아이도, 학생도, 어른도 스마트폰에 집중하고 있다. 미국 문명비평가 웬델 베리(Wendell Berry)는 “지금까지 우리는 접속할 수 있는 방대한 규모의 정보 모음을 축적해왔다. 하지만 접속할 수 있다고만 해서 정보가 지식이 되는 것은 아니다”라고 했다. 책은 점점 멀어져가고 있다. 이 시대라면 선생은 어떤 시선으로 사회를 바라보고 어떤 책을 만드셨을까? 그래서 더 그리운 것일지 모른다.

\* 원고 내 인용 글은 『出版과 教育에 바친 열정』(우촌이종익추모문집간행위원회, 1992)을 참고하였음.



---

### 이창경(한국출판학회 고문·신구도서관재단 이사)

한양대학교 대학원 국어국문과에서 문학박사 학위를 취득하였다. 신구대학 미디어콘텐츠과에서 30여 년 출판을 가르쳐왔으며 한국출판학회, 출판문화학회 회장을 역임하였다. 현재 신구도서관재단에서 일하고 있다. 저서로 『함께 걷는 책의 숲』(신구문화사, 2022) 등이 있다.

lck19841104@gmail.com

[편집자의 길 - 제1회 한국출판편집자상 수상자 연재 ③]  
**처음의 마음을 잃지 않기 위하여**  
늘 질문하고 배우지만 여전히 모르는 것투성이입니다

이경아(도서출판 돌베개, 편집부 부장)

2023. 04.

### 편집자도 주 종목이 있습니다

편집자가 되겠다는 마음이 전혀 없던 제가 편집자의 길로 들어선 건 우연이었습니다. 솔출판사의 “나랏말씀” 시리즈를 편집할 사람이 필요하다는 말에, 학비를 벌겠다는 심산으로, 편집이 뭔지도 모르면서, 겁 없이 이 세계에 발을 들여놓았습니다. 그 당시 저는 석사학위를 받고 국내에서 박사과정을 밟을까 아니면 일본으로 갈 수 있지 않을까, 갈림길에서 타진 중이었습니다. 그렇게 들여놓은 길이 올해로 25년이 되었으니, 도끼자루 썩는 줄 모르고 앉아 있었나 봅니다. 학교에서 배운 지식만 믿고 덜컥 입사했지만, 아는 것보다 모르는 것이 많았고, 그런 저를 선배님들은 인내심(!)을 갖고 가르쳤습니다. 빨간 펜 선생님이 바로 그들이었습니다. 그렇게 가르침을 받아도 제가 낸 책은 실수투성이였고, 늘 참담한 반성과 다짐이 이어졌습니다.

책도 유행을 타고 편집자도 유행을 탑니다. 처음 출판사에 입사한 때는 한국 고전문학 관련 책들이 제법 인기를 끌었습니다. 이 분야에서 베스트셀러 작가도 나오고, 우리 고전을 읽는 분위기도 제법 조성되었습니다. 그리고 이후로 자기계발서, 경제경영서가 엄청나게 팔렸고, 요즘은 과학, 수학, 음악, 영화 등의 다양한 분야들이 ‘인문’이라는 한 단어에 뭉뚱그려진 인문 에세이가 대세입니다. 자연스럽게 한국학 편집자는 인기가 없습니다. 독자에게도, 또 회사에서도 그렇습니다. 그렇다고 쉽게 분야를 옮기기도 어렵습니다. 배운 게 도둑질이라서 그런 걸까요. 분야를 옮기는 건 참으로 어렵습니다. 그동안 한국한문학을 중심에 두고 조금씩 주변을 건드려 보고, 범위를 넓혔지만, 결국 제 주 종목은 한국한문학입니다.

‘편집자의 길’을 얘기하는 이 칼럼에서 생뚱맞게 주 종목 이야기를 서두로 꺼낸 이유는, 편집자마다 저마다의 길이 있고 색깔이 있는데, 요즘은 그 길이 열어지고 알아진다는 느낌이 듭니다. ‘인문’으로 억지로 묶인 분야 속에서 흥내를 낼 수 있고 어쩌면 잘될 수도 있지만, 심지가 없는 불은 곧 꺼집니다. 많은 길을 밟아 보고 경험해야 하지만, 그럼에도 불구하고 편집자에게는 자신만의 심지가 필요합니다. 그런데 이게 어디 편집자만 잘해서 될 일인가요? 답은 하지 않겠습니다.

## 살아 있는 책을 만들어서 좋습니다

책이 살아 있다니 좀 엉뚱한 이야기로 들릴 수도 있습니다. 하지만 제가 만든 책은 살아 있습니다. 저는 그렇게 느낍니다. 그래서 만들 때마다 많이 긴장합니다. 어디로 튈지 모르는 생명체입니다.

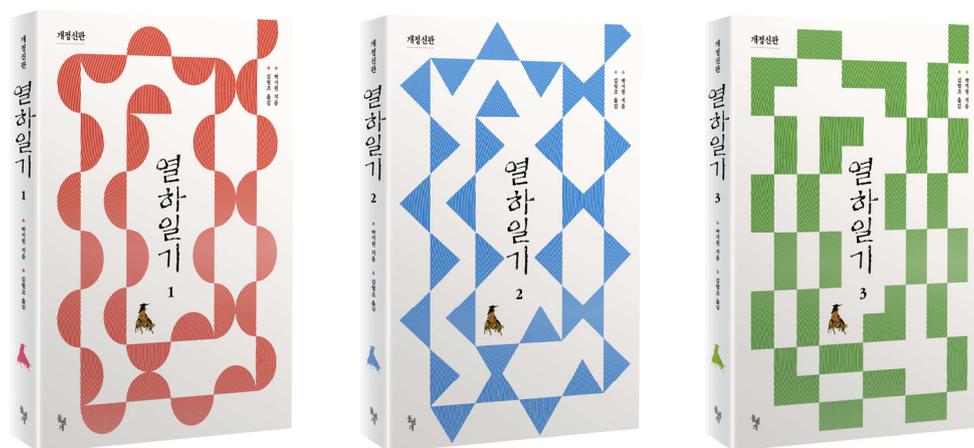
2018년에 출간한 『능호관 이인상 서화평석』(박희병, 돌베개, 2018)은 두 권으로 만든 능호관 이인상의 서화에 대한 비평, 분석집입니다. 돌베개에 입사한 해부터 박희병 교수님이 이 책을 준비 중이라는 말은 들었지만 제 담당이 아니라 흘러들었습니다. 이후 이 책은 자연스럽게 제 담당이 되었습니다. 하지만 원고는 여전히 집필 중이었습니다. 저자는 능호관의 서화가 발견될 때마다 그곳이 어디든 달려가고, 그 모든 자료들을 분류하고, 번역하고, 분석하고, 비평하는 작업을 계속 해 나갔습니다. 이러다가는 책을 못 내겠다 싶었습니다. 그렇게 묵혀 둔 원고가 20년 만에 책으로 나왔습니다. 초고 작성에만 3년이 걸렸고, 초고를 고치고 다듬고 보완하는 데 다시 3년이 걸렸습니다. 그리고 이 책의 최종고를 출판사에 넘긴 지 3년여 만에 책으로 출판되었습니다. 그러니 웬만한 단행본과는 비교도 할 수 없는 공력이 들어간 것입니다. 색인 작업에만 꼬박 한 달을 매달렸습니다. 이렇게 힘들게 탄생한 책은 롯데출판문화대상 제1회 대상 수상의 영광을 안았습니다. 하지만 문제는 그다음이었습니다. 책이 출간된 뒤 새로운 능호관의 서화가 발견되었고, 저자는 즉시 2쇄에 그 서화를 넣었습니다. 그리고 1쇄 출간 이후 발견한 새로운 사실들을 수정하기 시작했습니다. 본문의 면수도 늘었습니다. 한 달을 꼬박 매달린 색인 작업도 다시 해야 할지 모르는 아찔한 순간이었습니다. 이 책은 앞으로도 능호관의 서화가 발견되면 언제든지 변할 준비를 하고 있습니다.



『능호관 이인상 서화평석(1 회화, 2 서예)』

2009년에 김철조 교수님이 완역한 『열하일기』(박지원, 김철조 옮김, 돌베개, 2009)를 출간했습니다. 세 권으로 만들었고, 본문에는 역자가 직접 답사하며 찍어 온 중국의 사진들을 많이 수록했습니다. 정확한 번역과 생생한 도판에 힘입어 이 책은 초판 9쇄까지 찍고 2017년에 개정판을 내기도 쪽 스테디 셀러로 잘 팔리고 있습니다. 하지만 문제는 매쇄마다 발생했습니다. 역자는 매쇄마다 사진 교체를 요구했고, 심지어 새로운 <열하일기> 판본이 발견되면서 번역의 수정도 매쇄 요구했습니다. 이전의 번역이

틀린 것은 아니지만, 새로운 판본들과의 대조 결과 새로운 번역이 더 정본에 가깝다는 역자의 판단이라, 수정하지 않을 수 없었습니다. 문장 수정보다 더 큰 문제는 사진 교체였습니다. 책을 만드는 편집자는 압니다. 이미 출간된 책의 도판을 매쇄 교체하면서 판면의 레이아웃을 흐드는 것이 얼마나 큰일인지. 판면이 흔들리면 색인 페이지도 흔들립니다. 하지만 역자를 닦할 수는 없습니다. 오히려 존경스러웠습니다. 역자는 책을 출간한 이후로도 계속 중국 답사를 다녀왔습니다. 그리고 그때마다 새로 찍은 사진을 가져오셨습니다. 코로나19가 역자의 발을 묶지 않았다면 어쩌면 개정판인 지금도 이 책은 계속 도판 교체를 할지도 모릅니다. 책을 한 번만 사 보는 독자는 모르지만 편집자는 압니다. 이 책이 매쇄 어떻게 변했는지. 그래도 틀린 책을 파는 건 아니니 안심해도 됩니다.

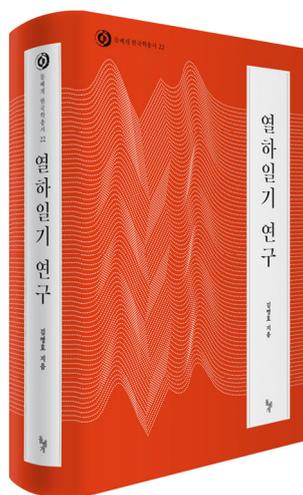


『열하일기(1~3)』

2022년 1월 10일 김명호 교수의 『열하일기 연구』(김명호, 돌베개, 2022)를 출간했습니다. 정확히는 수정증보판입니다. 이 책의 초판본을 처음 접한 건 대학원 입시를 준비하던 시절입니다. 중·고등학교처럼 참고서가 딱히 없는 터라, 어떤 문제가 나올지 몰라 이것저것 진학하려는 대학 교수님의 논문과 저서들을 섭렵하던 중 이 책을 읽었습니다. 무슨 전공서가 그리도 술술 읽히는지요. 읽는 데 아마 3일도 안 걸렸을 것입니다. 그리고 원하던 대학원에 입학해서 김명호 교수님을 처음 만났습니다. 까다로운 분이라 논문 지도교수 기피 대상 1호였지만, 하룻강아지 범 무서운 줄 모르고 덜컥 선생님께 배우겠노라 했습니다. 논문 원고는 가져가는 즉시 빨간 줄이 죽죽 그어졌습니다. 교정·교열까지 마친 제 글들을 보면서 ‘와! 정말 함부로 글을 쓰는 게 아니구나’ 하고 실감했습니다.

편집자가 되고 나서 선생님 책이 절판된 걸 알았습니다. 왜 더 이상 안 내시냐고 여쭙었더니 구식 활판 인쇄본이라 원고가 없다고 하셨습니다. 마침 선배 한 분이 스승의 날 선물로 이 책을 입력해서 드리자고 제안했습니다. 특별한 날이라고 챙기는 것 자체를 싫어하시는 교수님에게 맞춤 선물이었습니다. 물론 저도 기쁜 마음으로 한 부분을 맡아 입력했습니다. 그러고서도 20년 가까이 시간이 흐른 어느 날, 이 원고가 제게로 왔습니다. 원고를 보내시며 “이걸로 내 〈열하일기〉 연구는 끝입니다” 하시는 선생님 말씀에 가슴이 먹먹했습니다. 이 책의 서문에서 선생님은 ‘30대의 신진학자였던 당신과 시공을 초월하여 학문적 대화를 나누는 느낌’이라고 하셨습니다. 저는 이 책을 만들면서 좌충우돌 방황하던 저의 20대를 돌아보았습니다. 이 책은 초판의 논리가 더욱 보강되었습니다. 특히 32년간의 연구 성과가

본문 곳곳에 녹아 있고, 이 책을 집필하며 <열하일기>의 새 판본도 발견하셨습니다. 그리고 이 책은 앞으로 재쇄에도 변화가 있을 것이라 확신합니다. 늘 그래왔습니다.



『열하일기 연구』

세 분 저자의 책을 예로 들었지만, 이외에도 제가 만드는 책의 많은 저자들이 매쇄마다 최선을 다해 수정하고 또 수정합니다. 새로운 자료를 찾았다고, 이 문장이 앞의 문장보다 더 낫다고 수정하자는데 어떻게 마다할까요. 이미 출간한 책이라고 관심을 끄지 않고, 계속 애정을 갖고 수정하고 또 수정합니다. 그래서 저는 힘들지만 기쁘게 일합니다. 그리고 이렇게 살아 있는 책을 만들 수 있도록 최선을 다하는 저의 저자들에게 경의를 표합니다.

## 영당이 무게로 주는 상이 아니길 바랍니다

한국출판편집자상 금상 수상은 뜻밖의 영예이고 가문의 영광입니다. 과분하다는 생각에 내가 받아도 되는 상인가, 묻고 또 물었습니다. 그리고 저는 수상 소감으로 가장 먼저 저의 편집자 선배님들께 영광을 돌렸습니다. 지금의 내가 있기까지 몇 분의 선배님들이 앞서서 있었습니다. 그분들이 편집의 기본을 가르쳐 주셨습니다. 만약 이 상이 그 전부터 있었다면, 그분들이 받았어야 합니다. 제가 이 상을 받은 건 순전히 이 자리에 오래 앉아 있는 제 영당이 무게 때문입니다.

다른 분야도 마찬가지지만, 한국의 출판문화 또한 '계승'의 고리가 약합니다. 뛰어난 분이 많지만, 대부분 끝까지 현역 편집자로 뛰지 못하고 외주자로 지내거나 자기 회사를 차립니다. 그만큼 오래 자리를 지키며 책을 만들 여건이 마련되어 있지 않다는 말입니다. 그런 면에서 보면 전 행운입니다. 우리의 출판문화가 발전하기 위해서는 20대부터 60대까지 촘촘하게 현업에서 뛰는 편집자가 많아야 한다고 생각합니다. 일하는 내내 기댈 선배가 없다는 것이 많이 아쉬웠습니다. 그리고 안타깝지만 저 또한 그런 선배가 못 되고 있습니다.

예전에는 백발을 휘날리며 우리나라를 방문하는 일본의 편집자가 부러웠습니다. 현역으로 근무하고 은퇴했다는 그분들을 보며, 우리나라도 이럴 수 있을까 생각했습니다. 하지만 곧 그 생각을 고쳐먹었습니다. 우리는 그 대신에 역량 있는 편집자가 자기 회사를 차립니다. 그리고 자기만의 색깔로 뛰어난 책들을 만들어 냅니다. 고여 있지 않고 개척해 나가는 실력 있는 많은 편집자들이 그만큼 경영의 전선까지 확장해 나가고 있습니다.

한국출판편집자상 2회부터는 이런 편집자 사장님들, 그리고 실력 있는 외주자 분들이 이 상을 받을 후보로 추천되면 좋겠습니다. 이 상은 우리나라에서 처음으로 편집자만을 위해 제정된 의미 있는 상입니다. 그러므로 오래 자리를 지켰다고 해서 받기에는 과분한 큰 상입니다. 우리 출판계에는 실력 있는 편집자가 정말 많습니다. 이건 자랑입니다.

## 평생 질문하고 배우지만 여전히 실수투성이입니다

한문 원문을 일일이 번역문과 대조하던 어느 날, 제 모습이 독 짓는 늙은이 같다는 생각이 들었습니다. 잘하면 본전이요, 못하면 독박인 이 일을 목과 어깨를 망가뜨려가며 왜 이려고 있나 싶었습니다. 저는 언젠가 책을 만드는 '장인'이 되고 싶다고 말한 적 있지만, 사실 그건 욕심입니다. 그저 '기술자'로 남지 않겠다는 소망을 담은 말입니다. 끝없는 원전 대조, 방대한 주석과의 씨름, 줄지 않는 색인어 찾기 등 절대적인 시간이 들어가는 업무가 많지만, 그럼에도 불구하고 이 분야의 책을 꾸준히 잘 만들어 낼 수 있는 편집자는 필요하다고 봅니다. 정성껏 만든 책은 독자가 외면하지 않습니다. '넓지만 알지 않은, 깊지만 치우치지 않은' 책을 만들자! 이게 제 목표입니다.

하지만 목표는 높고 현실은 초라합니다. 책을 만들 때마다 새로운 배울 것들이 넘쳐납니다. 아마도 이래서 저는 저자가 못 되고 편집자가 되었나 봅니다. 제대로 책 한 권을 만들어 내려면, 저자만큼은 아니라도 그 언저리라도 달도록 관련 지식을 공부해야 합니다. 중국어 공부는 몇 년째 하고 있지만, 실력이 도통 늘지 않습니다. 지식의 바다는 넓고 깊습니다. 늘 공부하지만, 그래도 실수합니다. 완벽하게 만들어 내지 못합니다. 애써 저자 핑계를 대보지만, 결국 최종 책임은 편집자가 집니다. 이런 마음의 짐을 신영복 선생님의 글귀에 기대어 위로받습니다.

처음으로 하늘을 만나는 어린 새처럼, 처음으로 땅을 밟는 새싹처럼, 우리는 하루가 저무는 겨울 저녁에도 마치 아침처럼, 새벽처럼, 처음처럼 언제나 새날을 시작하고 있습니다. 산다는 것은 수많은 처음을 만들어 가는 끊임없는 시작입니다. - 『처음처럼』(신영복, 돌베개, 2016) 중에서

신영복 선생님은 저의 저자이기도 하고, 또 제가 제일 존경하는 분이기도 합니다. 선생님은 어느 인터뷰에서 한 사람의 일생을 평가하는 데 여러 가지 기준이 있지만, 가장 중요한 건 그 사람의 인생에 시대가 얼마나 들어와 있는가라고 하셨습니다. 그 시대를 정직하게 호흡하고, 시대의 아픔과 함께하고, 아픔을 외면하지 않는 것이 가치 있는 삶이라고 하셨습니다. 단지 편집자로 책만 만들어 내는 기술자가 아니라, 이 시대에 필요한 책이 무엇인지 끊임없이 궁리하고, 또 제대로 만들기 위해 늘 배우는 것이 편집자로 살아가는 가장 가치 있는 일이 아닐까 생각해 봅니다. 처음 원고 청탁을 받을 때 '고독한 편집자'를 쓰라고 들었지만, 딱히 고독하지 않습니다. 편집자만 고독한 건 아닐 겁니다. 고독한 미식가도 있습니다.



---

**이경아(도서출판 돌베개, 편집부 부장)**

1998년 2월 출판계에 들어와 솔출판사에서 편집을 배웠으며, 일빛출판사에서 편집과 제작을 겸하는 팀장으로 재직하였다. 이후 2003년 9월, 돌베개 출판사에 입사해 재직 중이다. 대표 작업 도서로 『열하일기(1~3)』(김철조 옮김), 『연암집(상·중·하)』(신호열·김명호 옮김), 『연암을 읽는다』(박희병), 『능호관 이인상 서화평석(1 회화, 2 서예)』(박희병), 『열녀의 탄생』(강명관), 『홍대용과 향주의 세 선비』(김명호), 『강의—나의 동양고전 독법』(신영복), 『담론—신영복의 마지막 강의』(신영복), 『노무현 전집(전7권)』(노무현), 『자본론 공부』(김수행), 『정보 백범일지』(도진순 교감) 등이 있다.

griumnim30@gmail.com

[작지만 강한 출판사를 만나다]  
천그루숲 백광옥 대표, 백지수 기획·마케팅팀장  
그곳에 출판사는 없었다

김세나(퍼블리셔 대표)

2023. 04

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 [작지만 강한 출판사를 만나다]를 통해 1인 출판사가 전하는 가감 없는 그들의 출판 도전기를 들어보고자 한다.

\* 본고에서 '1인 출판사'는 대표 포함 5인 미만의 출판사를 말함.

오래전부터 SNS로 몰래 '눈팅'해오던 곳이 있었다. 교육회사에서 출판 브랜드를 만들었나 싶을 정도로 수많은 강사의 책을 내고, 심지어 또 '왜 이렇게 재미나게 출판을 하는 거야' 싶었던 그곳! 정체가 궁금했던 천그루숲을 인터뷰하러 가는 길, 상수역 근처의 어느 골목, 그런데 출판사를 도무지 찾을 수가 없다. 주소는 분명히 여기가 맞는데, 도대체 어디지? 두리번거리다가 1층이 여기밖에 없으니, 똑똑, 일단 두드려봤다. 혹시 여기가 천그루숲 맞나요?



천그루숲 백광옥 대표

**2016년에 창업한 걸로 알고 있습니다. 백광옥 대표님은 천그루숲 창업 이전에도 출판 일을 하셨나요?**

**백광옥** 네, 1994년 5월에 '새로운제안'이라는 출판사를 4명이 함께 시작했어요. 그러다 2016년에 퇴사하면서 고민되더라고요. 이제 나이도 들고, 출판을 더 해야 하나 말아야 하나, 23년 정도 했으면 이제 그만둬야 하지 않나 싶었죠. 그런데 당시 몇몇 저자들이 그러더라고요. “출판사가 아니라 당신을 보고 계약을 한 거다, 그러니 이후 책들도 함께 했으면 좋겠다.” 그 말을 들으니 이게 또 운명인가 해서 8월부터 다시 1인 출판을 본격적으로 한 거예요.

**이전 출판사에서는 어떤 업무를 하셨나요?**

**백광옥** 저는 기획자이자 편집자로 출판 일을 시작했어요. 전공은 회계학인데, 좀 특이하죠? 대표가 되면서 관리 업무를 주로 했지만, 그러면서도 1년에 2~3종 정도는 계속 편집했던 거 같아요.

**천그루숲 창업 초창기부터 따님인 백지수 팀장님이 합류하신 건가요?**

**백광옥** 아니요. 출판이 장밋빛 미래를 그리며 가기에 약간 암울한 요소들도 있잖아요. 그래서 자신 없기도 했고요. 다만 제가 지금까지 해왔던 기획이나 편집, 책들이 진짜 내 힘으로 됐는지 조직의 힘으로 됐는지 한번 검증해보고 싶었어요. 그래서 1인 출판을 시작했던 거죠. 그때 백 팀장은 학생이었어요. 1인 출판을 하다 보면 책 만드는 것까지는 어떻게 하겠는데, 마케팅이나 홍보는 되게 어렵잖아요. 서점 영업은 도와주시는 분들이 있어서 가능한데, 홍보는 도저히 안 되겠더라고요. 특히 SNS 마케팅이 중요한데, 전 직장에서는 대부분 다른 친구들이 해줬던 거라 저한테는 쉽지 않았어요. 그래서 SNS 교육받

으러 다니고 그랬죠. 그렇게 배워서 막상 SNS를 할 줄은 알게 되었는데 디자인이 안 되잖아요. 한 번 올렸는데 백 팀장이 그걸 보고 '안 되겠다. 좀 도와줘야겠다' 해서 아르바이트로 디자인을 도왔어요.

그러다가 저희 책이 한 10~15종 정도 나왔을 무렵, 2년쯤 되었을 때 제안했죠. 마침 백 팀장이 졸업할 시점이어서 '내가 해보니 이 일이 진짜 괜찮다. 저자들과 어떤 미래를 그릴 수 있겠다' 싶어서 이야기했어요. "아빠랑 같이 한번 해볼래? 아빠가 잘 만들 테니 네가 한번 열심히 홍보해봐" 그랬더니 의외로 쉽게 알았다고 하더라고요.



천그루숲 백지수 기획·마케팅팀장

**대학 졸업 시점에 바로 합류한 거네요. 백 팀장님은 현재 기획도 함께 하시잖아요?**

**백지수** 대학교 4학년 때부터 학교 외 시간은 대부분 아버지 회사에서 보냈죠. 원래는 마케팅만 생각하고 아버지 제안을 받아들였어요. 그런데 와서 보니까 아무래도 출판을 좀 더 젊고 감각 있게 해야겠다 싶었고, 그게 비단 마케팅뿐만 아니라 기획 영역으로도 확장된 거예요. 젊은 저자들을 섭외하거나 시의성 있으면서 젊은 독자들이 좋아하는 주제를 기획하면 홍보까지 더 도움이 될 수 있겠구나 해서 기획 일을 시작했고, 2년 정도 된 거 같아요. 그렇게 현재는 6년 차가 되었네요.

**가족이 함께 일하면 좋은 점, 또 불편한 점도 있을 거 같아요.**

**백지수** 일단 저희는 역할 분담이 굉장히 선명하게 돼 있어요. 대표님은 책을 만드시는 역할이고, 저는 기획해서 목차까지 정리하고, 그 책을 잘 파는 역할을 하죠. 특히 대표님은 본인 경력을 살려 전문성을 갖춘 직무이고, 저는 젊은 감각을 잘 살릴 수 있는 직무라서, 둘의 화합이 좋아요. 또 저는 이게 제

회사라고 생각하니까 아무래도 다른 일반 직장인보다는 좀 더 열심히 하게 되죠. 대표님이 쌓은 저자들과의 신뢰가 저한테까지 오는 부분도 꽤 큰 장점이라고 봐요. 참고로 저희는 저자들과의 관계나 신뢰를 굉장히 중요하게 생각하는 출판사예요.

한편으로는 꼭 가족이어서라기보다 업무 방식의 차이 때문에 생기는 불편함도 있죠. MZ세대와 영포티(Young Forty)세대 간 차이라고나 할까요. 저는 효율성을 추구하는 세대인데, 대표님은 오래 이 일을 하셨으니 사람과의 관계를 좀 더 중요하게 생각하시죠.

**백광옥** 당연히 직원들이 대표 눈치를 많이 보겠지만, 의외로 대표도 직원들 눈치 보는 경우가 많잖아요. 그런데 백 팀장과는 부녀지간이니 그런 부분은 편해요. 또 제 경력이 꽤 되지만 그래도 나이가 있다 보니 디자인을 보는 눈이 좀 올드(old)할 수밖에 없잖아요. 그런데 백 팀장이 젊은 감각으로 채워주고 허심탄회하게 의견도 나누니까, 저자들이 되게 좋아하더라고요. 물론 백 팀장이 말한 세대 간 간극은 저도 많이 느껴요.

가족이 함께 사업체를 운영한다고 하면 어떤 편견을 가지고 보는 경우들이 있잖아요. 아무런 준비도, 역량도 없이 그저 가족이라서 함께한다면 ‘가우뭉’ 하지만, 천그루숲처럼 출판에 뜻이 있고 재능 있는 가족 구성원이 함께하는 거라면, 전 긍정적으로 봐요.

**백광옥** 보통 출판사 대표들이 실무를 하는 경우는 많이 없잖아요. 위에서 보고를 받고 의사결정을 하는 경우가 대부분인데, 저희는 아까도 이야기했듯이 서로의 업무 영역이 명확하다 보니 아무래도 가족 경영의 단점이 나오긴 어려운 구조죠. 다만 늘 긴장감을 가지고 경계해야 한다는 생각해요. 출판사의 규모가 커지고 직원들이 많아졌을 때 누군가는 불편하게 볼 수도 있으니까요. 제가 최대한 양보하고, 백 팀장이 직접 사람을 뽑아 자기와 파트너십을 맺게끔 하는 게 답이 아닐까 싶어요.

**백지수** 저희는 전형적으로 의사소통 구조가 톱다운(top down, 위→아래)이 아니라 완전 보텀업(bottom up, 아래→위) 형식이예요. 출판이 콘텐츠업이다 보니, 빠르고 유연하면서 또 트렌드에 밝아야 하잖아요. 그걸 젊은 사람들이 기획해서 위로 올리면 결정권자들이 이를 존중하고 판을 깔아줄 수 있는 문화여야 하는데, 2세 경영의 대부분 문제는 톱다운 형식이 너무 강해서인 거 같아요. 대표님과 제가 각자 역할 부담만 확실히 되면, 사람들이 흔히 우려하는 문제는 없을 거 같아요.

**백광옥** 제가 대표가 아니라 실무자라고 생각하시면 돼요. (웃음)

### 천그루숲 출판사명은 어떤 의미를 담고 있나요?

**백광옥** 출판에 처음 입문했던 20대 초반에 나름대로 개인적인 목표를 세웠어요. 기왕에 책 만드는 일을 시작했으니 책 1,000종은 한번 만들어봐야 하지 않나 하고 말이죠. 지금 보면 황당무계한 꿈이었죠. 여하튼 전 직장에서 한 600종 정도는 관여했던 거 같아요. 창업하면서 제 목표와 우리 조직이 가는 비전을 어떻게 연결시킬까 고민하던 찰나에, 한 시집에서 “한 알의 도토리가 모여 천 그루의 울창한 숲을 만든다”라는 구절을 발견했어요. 제가 만든 책 한 권, 한 권이 모여 울창한 숲을 이룬다는 의미입니다.

천그루숲에서 '도토리 군단'이라는 말을 많이 쓰더라고요.

**백지수** 출판사명이 천그루숲이니까 저희는 저자분들이랑 책을 '도토리'라고 불러요. 지혜의 도토리들을 하나씩 심어서 지혜의 숲을 만들겠다는 메시지인 거죠. 대표님이 출판사를 처음 만들면서 가장 중요하게 생각한 부분이 저자들 간 네트워크거든요. 저희 저자 대부분이 강사인데, 서로 성장할 수 있게 도와주는 구조가 되면, 우리가 특별히 뭔가를 하지 않아도 자연스럽게 관계가 유지될 거라고 봤어요. 그러다 보니 저자들끼리 주기적으로 술 모임도 생기고, 1년에 두 번씩 1박 2일 소풍을 가기도 해요. 도토리들이 서로 친해지고 자주 모이다 보니, 우스갯소리로 '도토리 군단이야?' 하게 된 거예요. (웃음)

강의 업계에서는 천그루숲 저자들끼리 친하게 지내는 걸로 좀 유명하더라고요. 저희랑 소풍 가고 싶어서 출간 계약하신 저자분도 실제로 계시고, 이 커뮤니티를 굉장히 좋게 봐주셔서 출판사의 아주 큰 자원이라고 생각합니다.

**백광옥** 우리 저자들이 다 젊고 보석 같더라고요. 그래서 연결해주면 서로 성장하는 데 시너지가 나지 않을까 했어요. 저자들끼리 나이에 상관없이 친해지고 서로 도움을 주고받으니 기쁩니다.



천그루숲 저자 모임 모습

처음부터 계획하에 강사들을 저자로 모신 걸까요?

**백광옥** 의도하진 않았어요. 지금 약 60종 정도 출간되었는데, 대부분이 저자의 첫 책이더라고요. 그런데 또 강사들이 우연히 많았어요. 그들끼리 커뮤니티가 끈끈해지니까 나중에는 그들이 계속 주변 강

사들을 소개해주는 거예요. ‘내가 여기서 책을 냈는데, 책 잘 만들었고, 이걸로 내가 이만큼 성장했어’ 하니까, 주변 강사분들이 ‘나도 거기서 책 내야겠다’ 하는 거죠.

**우연치고는 굉장한 행운이네요. 그래서 천그루숲이 국내 기획서가 많았군요. ‘생긴 지 얼마 안 된 출판사 같은데 번역서는 별로 없네?’ 하고 의아했거든요.**

**백광옥** 제가 창업하면서 세운 원칙이 하나 있었어요. ‘외서는 안 한다!’ 물론 외서가 몇 권 있긴 하지만, 그건 저희와 협업하는 기획자가 함께 만든 거예요. 투고 원고도 원칙적으로는 안 봐요. 저희가 강사들과 많이 만나니까 아무래도 트렌드에 좀 밝을 수밖에 없잖아요. 이런 게 내년에는 화두가 될 거라더라, 이런 거 괜찮은데 한번 해보면 어떨까, 하고 이야기 나뉘요. 예를 들어 내년 화두가 ‘돌봄’이라는 이야기가 나오면, 혹시 주변에 돌봄에 관해 관심 많은 사람이 없는지 물어요. 특히 요즘에는 백 팀장이 저희 기존 저자들보다 더 젊은 친구들과 만나면서 그분들의 동력을 끌어내더라고요. 책을 절대 안 낼 거 같은 사람도 가능성을 찾아낸다고나 할까요.

**원석 같은 저자를 찾아 발굴하는 일은 출판사들이 꼭 해야 하지만 이런저런 일에 치여 잘 하지 못하는 데, 커뮤니티를 통해 열심히 하고 계시는군요. 저자로서의 가능성은 어떻게 발견하시나요?**

**백지수** 기존에 책을 많이 냈던 저자들과 하는 기획은 제가 개인적으로 선호하지 않고, 콘텐츠가 있는데 출판은 생각지 못한 분과 함께하는 걸 재밌어 해요. 그래서 트렌드 관련 모임에 자주 나가 사람들을 자주 만나는 편이고, 그분들이 어떤 일을 했는지 SNS로 많이 찾아봐요. 이 사람이 해당 콘텐츠를 지속적으로 해왔는가, 또 얼마나 진정성 있게 이야기하는가, 그리고 앞으로 성장 가능성이 있는가, 이렇게 세 가지를 봅니다.

**책을 처음 써보신 분들의 책을 내는 게 쉽진 않잖아요. 강의를 좋아서 출간 계약은 했는데, 막상 책을 쓰려고 하니까 어려워하는 분들이 많을 거 같아요. 원고 받아내는 게 엄청난 능력이라고들 하잖아요. 초보 저자를 쓰게 만드는 특별한 비법이 있을까요?**

**백광옥** 아까도 낮에 저자분이 오셨는데, 저희는 어쨌든 계속 옆에서 응원해요. “할 수 있다. 원고의 퀄리티는 크게 생각하지 말고 A부터 Z까지만 한번 써보자. 여기서 멈추면 평생 책 안 나온다” 하면서 동기부여하고, 그래도 힘들어하면 백 팀장이 단체 카카오톡방을 만드는 거죠. (웃음) ‘나를 좀 강제해 줘’ 하는 저자들이 의외로 많아요. 어떻게든 책을 내고 싶은 욕심이 있는 분들이니까, 자기를 도와달라고 출판사에 많이 부탁하시더라고요. 클라우드에 원고 공유하고 “오늘은 이만큼밖에 못 썼어요” 하면 저희는 “내일은 분발하세요” 해요.

**백지수** 처음 기획 단계, 그러니까 책을 왜 써야 하는지, 천그루숲에서 왜 내야 하는지 설득하는 과정에서부터 저자와 친하게 지내려고 많이 노력해요. 개인적인 이야기도 나누고 하다 보면 그 사람이 어떤 욕망으로 이 책을 내고 싶은지가 보이거든요. 그걸 알면 중간에 설득하기 좋아요. 책을 쓰다 보면 어느 순간 동력을 잃을 때가 있잖아요. ‘내가 이걸 왜 시작했나. 당장 해야 할 일은 너무 많고. 이걸

통해 내가 얻는 게 뭐지?’ 하는 경우가 많은데 친분을 좀 쌓아놓은 상태라면 ‘이제 이것만 하면 뭘 할 수 있다’ 같은 설득이 먹히거든요. 제가 좀 집착적이예요. (웃음)

**개인적인 에너지가 많이 들어가는 일이기 때문에 주인의식과 열정이 없으면 그렇게 하기 어렵죠.**

**백광옥** 외서나 투고 원고라면 그만큼은 못할 거예요. 백 팀장이 이 사람이 어떤 사람인지 가능성으로 보고 하는 거잖아요. 인연을 맺은 사람이기에, 이 사람을 위해 우리도 최선을 다하자는 마음이 생기는 거죠.

**천그루숲은 큰 글자 책도 내더라고요. 작은 출판사에서 이렇게 큰 글자 책까지 계속 함께 내는 경우는 많이 못 본 거 같아요. 특별한 이유가 있나요?**

**백광옥** 처음에는 큰 글자 책에 좀 심드렁했어요. 도서관 납품용 아니냐, 그걸로 벌면 얼마나 더 벌겠냐 싶었죠. 그런데 우연히 기사를 하나 봤어요. 큰 글자 책이 노인뿐 아니라 시각장애인한테도 큰 도움이 된다고요. 평생 보지 못했던 책을 큰 글자 책 덕분에 흐릿하게나마 볼 수 있게 되었다는 그 기사를 보고, 꾸준히 함께 내고 있어요.

**제작비 부담은 없으신가요?**

**백광옥** 큰 글자 책을 대신 만들어주는 곳이 있어요. 데이터를 보내면 알아서 제작하고 납품해주기 때문에 출판사에서 품이 그렇게 많이 들진 않더라고요.

**저는 판형을 따로 만들어 각각 인쇄하는 줄 알았는데 대행업체에 통으로 맡기는군요. POD 출판 형식으로 말이죠. 오늘 또 하나 배우네요. 감사드려요. 큰 글자 책을 만드는 이유를 들어보니, 천그루숲이 하는 일에는 늘 ‘사람’이 있네요.**

**백지수** 대표님이 항상 저한테 강조하시는 게 있어요. 절대로 이 책을 마케팅하면서 저자가 상처받거나 혹은 실패하게 보이지 않았으면 좋겠다고요. 흔히 마케팅 측면에서 후킹(hooking)한 표현들 많이 쓰잖아요. 저도 마케터이다 보니 사람들의 눈길을 끌기 위해 조금 자극적으로 쓰고 싶을 때가 있어요. 솔직히 띠지에는 좀 더 세게 써도 되지 않나 싶은데, 대표님은 저자가 아무리 잘난 사람이어도 책 주제와 관련 없는 내용이면 넣지 못하게 하세요. 그러면서 늘 “이 책을 통해서 저자가 성장해야 우리도 성장한다” 말씀하시죠. 그래서 마케팅할 때도 저자의 가치를 높이는 쪽으로 집중하는 편이에요. 그런 마케팅이 장기적으로 저자는 물론, 독자들과도 신뢰를 쌓는다고 보고요. 그래서인지 저자분들도 벗어나지 않으세요. 가치를 높이는 방향으로 가야 한다고, 책 내는 과정에서 대표님이 항상 말씀하시거든요. 저자분들도 책 이외 다른 활동을 할 때도 그런 방향으로 가지 않아야겠구나, 한 번씩 더 인지하시는 거 같고, 그래서 저희 저자분들은 다 잘 되셨어요.

보통의 출판사라기보다 매니지먼트 같아요. 저자 브랜딩을 함께 해주시는 거잖아요. 우리 출판인들이야 책 내는 품에 비해 수익이 적으니까, 가끔 자조적으로 출판을 바라볼 때가 있잖아요. 하지만 여전히 대중에게 책의 힘은 커요. 저자가 책을 내는 과정에 자신의 정체성을 만들어 가는 데 천그루숲이 큰 도움이 되지 않았을까 싶네요. 자, 그럼 이제 바이더북 회사에 관해서도 들어보고 싶어요. 언제 만드신 거죠?

**백지수** 바이더북은 책을 2차 콘텐츠로 제작하는 회사예요. 2020년 8월부터 서비스를 시작했고, 책을 좀 더 쉽고 재미있고 가볍게 볼 수 있게 교육 영상으로 만들고 있어요.

책을 2차 콘텐츠로 만들어야겠다고 생각한 계기가 있나요?

**백지수** 책 한 권 만드는데 품이 많이 들잖아요. 편집자, 디자이너, 마케터 등 다들 고생하는데 시장에 내놓고 안 되면 확 사라져버리는 게 너무 아까웠어요. 내용이 분명히 좋은데 왜 안 팔릴까 싶을 때, 전하는 방식이 잘못된 건 아닐까 고민이 많았어요. 대표님은 항상 저한테 2차 저작권 활용을 잘 해보는 게 좋겠다고 해서, 원래도 오디오북이나 전자책에 대해서도 적극적이었거든요. 더 다양한 방법은 없을까 생각하다 보니 영상 만드는 것까지 나아간 거죠.

언젠가 데이터를 보니 서점에 판매되는 것만큼 도매상을 통해 B2B로 책이 꽤 나가더라고요. ‘대체 어떻게 나가는 거지?’ 하고 들여다봤더니 기업 교육용으로 책이 활용되고 있었어요. 우리 저자 중 강사가 많으니까 책을 강의로 만들면, 출판사도 저자도 수익성이 더 좋아지겠다 싶어서 바로 시도했어요. 감사하게도 저자분들이 다들 응원해주시면서 함께해주셨어요.

북 러닝(Book Learning)인 셈이네요. 다른 출판사들과도 협업하는 걸로 알고 있습니다만.

**백지수** 저희 책으로 영상을 만들어서 유통사를 통해 지금은 기업 교육도 하게 되었고, 이제는 이렇게 PD님도 고용해서 조금씩 사업 영역을 넓혀가고 있어요. 그 과정에서 다른 출판사 책들도 저희가 영상으로 제작해주게 된 거죠.

책의 요약본처럼 핵심만 골라서 저자가 이야기하는 방식이라고 생각하면 될까요?

**백지수** 맞아요. 그래서 이제 책을 책 자체로 생각하지 않고 콘텐츠 관점에서 자주 보려고 해요. 그러면 할 수 있는 것들이 더 많아지니까요.

2023년 1월에 라이터스룸(Writer's room)도 선보였는데, 어떤 브랜드인가요?

**백지수** 라이터스룸은 원래 영화계에서 쓰는 말이에요. 작가들끼리 모여서 시나리오에 관한 의견을 나누고 새로운 아이디어를 발굴하는 공간을 뜻하죠. 코로나19 팬데믹이 끝나갈 때쯤 독자들을 너무 만나

고 싶었어요. 대표님은 저자와의 관계를 가장 중요하게 여기지만, 저는 기획자 입장에서 독자 이야기를 듣는 것도 정말 중요하다고 생각하거든요. 독자가 관심 있는 주제는 제 예상과 달라서 우리가 미래 지향적으로 기획을 하려면 독자들과 친해져야겠다 싶었어요. 한편으로는 진정한 커뮤니티로서 선한 영향력을 가진 전문가 집단을 항상 꿈꾸거든요. 그게 천그루숲 저자들의 모임을 대변하기도 하고, 또 독자들한테까지도 확장됐으면 좋겠다고 생각했어요.

**그래서 이번에 출판사를 이전하면서 1층으로 오신 거군요.**

**백지수** 네. 라이터스룸에서는 저자끼리 티타임이나 술자리도 자주 하는 편이고, 2주에 한 번씩 저자와 독자 10명 정도가 모여서 ‘라이터스 디너’라는 행사도 해요. 와인도 마시면서 식사도 하고 책에 담지 못했던 내용, 혹은 좀 더 개인적인 이야기를 나누는 자리예요. 그걸 통해서 독자는 저자와 더 친해졌다고 느끼고 ‘찐팬’이 되는 거죠. 독자들도 이 행사를 좋아하지만, 저자분들이 굉장히 보람을 느끼더라고요. 사실 이렇게 가깝게 독자를 만날 일이 별로 없잖아요. 자기를 보러 멀리서 와주시는 분들을 보면서 ‘내가 이러려고 책 냈지’ 경험하시는 거 같더라고요. 그래서 이 공간도 출판사명이 아닌 라이터스룸이라고 간판을 낸 거죠. 출판사에 한정 짓고 싶지 않았거든요.

지난 주말에는 이곳에서 꽃꽂이 클래스도 했고, 다음 주에는 와인 클래스도 열어요. 최대한 할 수 있는 것들을 다양하게 실험해보고, 그런 실험들이 잘 되면 출판물, 더 나아가 다른 사업으로 확장될 수 있다고 봐요. 어쨌든 사람을 만나서 이야기를 듣고 그걸 콘텐츠화하는 게 제 일이니까, 이를 뒷받침하기 위한 공간과 브랜드가 필요했어요. 그게 라이터스룸이에요.

**실은 아까 오면서 출판사를 못 찾아서 한참 헤맸거든요. 쇼윈도만 얼핏 보고 출판사일 거라고 아예 생각을 못 했어요. 라이터스룸, 멋진 브랜드예요! 당장 대단한 수익으로 이어지지 않더라도 시너지 효과가 분명히 있을 거라고 봅니다. 출판 기획자로서의 삶, 제대로 즐기고 계신 거 같아요.**

**백지수** 출판기획자 일이 제 성향과 잘 맞아요. 일반적으로 기업은 고객층을 특정하고 그들을 대상으로 상품과 서비스를 만들잖아요. 그런데 저희는 매번 만드는 상품의 타깃도, 고객의 니즈도 달라서 지루할 틈이 없어요. 다만 답이 없기도 하니까 고민될 때도 많아요. 타깃에 따라서 성과가 다르니까 어렵죠. 하지만 책이 딱 나왔을 때 물성이 주는 즐거움도 되게 크고요. 저자들의 첫 책을 만들었을 때가 가장 즐거워요.

『당신은 이미 브랜드입니다』(김영옥, 천그루숲, 2022)는 제가 정말 아끼는 책인데, 저자가 4년 동안 알고 지냈던 분이었어요. 지금은 40만 유튜버인데, 영어 강사라서 그동안 영어책만 내셨어요. 무명 시절부터 성장해왔던 걸 계속 지켜보면서, 영어 관련된 이야기가 아니라 이 사람의 성장 과정, 어떻게 하면 콘텐츠 크리에이터로서 자기 이야기를 전하고 팬덤을 만들 수 있는가를 책으로 만들고 싶어서 제안했어요. 저자의 기존 콘텐츠와 완전히 다르게 접근해서 기획한 거죠. 그래서 만드느라 정말 힘들었어요. 하지만 출간되었을 때 그 부딪힘은 진짜 엄청났고, 그런 의미에서 기획자로서의 삶은 참 재밌고 행복해요.

출판에 미래가 없다 여기고 떠나는 분들도 많은데, 오랜만에 이런 이야기를 들으니 저까지 행복해지네요.

**백광옥** 활자를 만지는 사람들한테는 선한 영향력이 있어요. 상업적으로 버텼느냐 그렇지 못했느냐의 차이이지, 굉장히 매력적인 직업이에요. 저자들, 그러니까 현명하고 좋은 사람들을 항상 만날 수 있고 그런 분들과 만나서 진솔한 이야기를 나눌 수 있는 직업이 얼마나 될까요.

또 지금 1인 출판을 하시는 분들이 출판사에서 더 일하고 싶은데 그러지 못해서 나오는 경우가 의외로 많아요. 제대로 준비하고 기획력을 갖춰서, 살아남을 수 있을 정도의 아이템을 갖고 나온다면, 금전적으로도 충분히 괜찮은 업종이라고 봅니다. 특히 젊은 친구들한테는 진짜 한번 최선을 다해보라고 말해주고 싶어요.



왼쪽부터 천그루숲 백광옥 대표, 백지수 기획·마케팅팀장

#### 마지막으로 출판계 동료분들에게 하고 싶은 말이 있나요?

**백광옥** 책을 단순히 상품으로만 보지 말고 저자의 가치를 온전히 담은 콘텐츠로 잘 만들었으면 합니다. 사람들에게 오래 읽히도록 말이죠.

**백지수** 제가 지금까지 성장해온 배경에는 마케터 모임이 있거든요. 사수가 없어서 힘들었던 시절에 동료 2명과 함께 모임을 시작했고, 연대의 힘으로 제가 얻은 게 참 많아요. 그래서 힘들수록 우리가 만나서 서로 고민을 털어놓고 교류할 기회가 많았으면 합니다. 혹시 함께하고 싶은 마케터가 있다면, 저에게 메일 주세요.

제조업을 뛰어넘어 오늘날 출판사가 나아가야 할 방향이 있다면, 이런 모습이 아닐까. 미래의 출판사는 원천 콘텐츠로서의 책을 중심으로 다양한 콘텐츠를 만들고, 저자와 독자를 연결하는 커뮤니티여야 하지 않을까. 천그루숲, 그곳은 출판사였지만, 우리가 흔히 떠올리는 출판사는 아니었다. 그곳에 (보통의) 출판사는 없었다.

#### **백광옥 대표**

1994년 출판계에 들어와 첫 책을 만들었습니다. 이제 30년 차 에디터로서 천그루숲과 함께 새로운 변화를 만들어 가겠습니다.

[ilove784@naver.com](mailto:ilove784@naver.com)

<https://www.facebook.com/ilove784>

#### **백지수 기획·마케팅팀장**

도서출판 천그루숲에서 사람들의 고민을 해결해주는 책을 기획, 마케팅하고 있습니다. 종이와 더불어 책을 다양한 방식으로 전개하는 것에 관심을 가지고 있습니다.

[100jisu@gmail.com](mailto:100jisu@gmail.com)

<https://www.youtube.com/@100jisu>

[https://www.instagram.com/100\\_jisu](https://www.instagram.com/100_jisu)



---

#### **김세나(퍼블리언서 대표)**

출판 전문지 <기획회의> 편집자, 이색서점 '세렌북피티' 운영자를 거쳐, 현재는 출판 커뮤니티 '퍼블리언서'에서 출판하는 사람들을 연결하고 있다. 느슨하지만 다정하게.

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

<https://cafe.naver.com/publilancer>

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

<https://www.instagram.com/publilancer>

## 60주년 볼로냐국제어린이도서전의 중심에 있었던 한국 그림책

심향분(전 KBBY 회장, 성균관대학교 생활과학연구소 선임연구원)

2023. 04.



2023년 볼로냐국제어린이도서전이 3월 6일에서 9일까지 4일간의 일정으로 볼로냐전시장(the Bologna Fiere)에서 진행되었다. 올해 도서전은 60주년을 맞이하여 더욱 뜻깊은 행사였다. 코로나19 팬데믹으로 멈췄던 교류가 2022년에 이어 더욱 본격적으로 시작된다는 점에서도 작가와 출판인들의 기대감이 컸다. 많은 이들의 기다림만큼이나 이번 도서전 방문객은 28,894명으로 2022년에 비해 35%가 증가하였고 이는 역대 최고라고 주최 측은 발표하였다. 전시 기간 중 90개 국가의 참여로 1,456개의 전시가 선보였으며 325개의 행사가 이루어져 이는 팬데믹 이전인 2019년과 비교하더라도 25% 증가한 수치이다. 실로 놀라운 참여와 관심이 아닐 수 없다.

국제아동청소년도서협의회(IBBY·International Board on Books for Young People), BIB(Biennial of Illustration Bratislava), 아스트리드 린드그렌 추모상(ALMA·Astrid Lindgren Memorial Award) 등 국제 프로젝트들이 이루어지고 있는 기관 부스들을 통해 그간의 다양한 소식과 정보들이 활발하게 공유되고, 전시장 곳곳에서 세계 여러 나라 작가들의 참여로 이루어진 다채로운 국제 프로젝트의 전시가 이루어졌다. 이탈리아의 글 없는 그림책 공모전(SILENTBOOK CONTEST), 우크라이나 작가들의 그림전, 퀴틴 블레이크(Quentin Blake)의 90세 생일 기념 슛볼 그림 전시, 앤서니 브라운(Anthony Browne)의 할아버지전 등 곳곳에 다양한 볼거리가 준비했다. 예상보다 길어지고 있는 전쟁으로 인해

더 이상 그림책 작업을 하지 못하고 있는 우크라이나 작가들의 시선에 비친 ‘어린이’ 그림 전시는 마음이 숙연해지게 하는 반면, 퀸틴 블레이크 작가의 90세 생일을 축하하기 위하여 수많은 일러스트레이터들이 보내온 촛불 그림들은 절로 미소를 짓게 했다. 매핑 전시(Mapping exhibition)도 흥미로웠다. ‘매핑’은 예술가와 어린이 간의 관계성을 만들어내는 데 초점을 두고 2018년부터 시작되어 2023년 11월까지 진행되고 있는 유럽의 17개 국가의 대규모 협업 프로젝트이다.



퀸틴 블레이크 90세 생일 기념 촛불 그림 전시



이탈리아 글 없는 그림책 공모전(좌), 유럽 연합의 매핑 프로젝트 전시(우)

이렇듯 국경이 무색하게 세계 여러 나라 작가들이 참여하는 연합 프로젝트 전시들이 전시장 곳곳에서 크고 작게 열렸다. 물론 세계 여러 나라 국가관과 출판사 부스들도 트렌드를 읽을 수 있는 다양한 도서들을 볼 수 있도록 특색 있게 꾸며졌다. 간단한 다과와 음료를 대접하며 누구든 자유롭게 교류할 수 있는 즐거운 분위기를 연출하기도 하였다. 마스크로 가려진 얼굴만큼이나 소통의 단절로 답답해하던 지난 4년의 시간에 보답이라도 하듯이 그 어느 때보다 환하게 웃으며 반갑게 맞이하는 어제의 친구를 만나는 분위기였다.

올해 도서전에서는 세계 여러 나라의 출판인들이 협상 테이블에서 새로 준비된 책을 소개하며 하루 종일 미팅을 진행하는 동시에, 하나의 주제로 만나는 작가들 특유의 기법이나 표현 방식, 내용의 다양함이 돋보이는 전시와 이벤트들이 여기저기에서 이어지고 있었다. 출판인뿐 아니라 각기 다른 문화권에 있는 작가들에게 영감을 주고 서로의 활력이 느껴지는 장이었다. 단순히 책의 저작권을 사고파는 산업의 장을 넘어 어린이에게 책을 연결해준다는 일념으로 어린이책의 문학과 예술성을 높이기 위해 서로 대화하고 경험을 교류할 수 있는 공간을 제공한다는 목표로 세계 모든 국가와 지역의 독립 출판, 작가, 예술인들의 개별적인 참여도 환영한다는 의지가 여기저기에 묻어났다.

이러한 국제 교류의 중심부에서 한국의 그림책은 현대 세계 그림책의 흐름을 이끌고 있는 주류임에 틀림이 없었다. 볼로냐 올해의 일러스트 전시는 91개국 4,345명의 작가가 참여하는 역대 최대 규모의 참여로 치열한 경쟁이었다고 보고되고 있다. 21,725점의 그림이 접수되었고, 최종 후보 315점이 경합을 벌여 최종 79세트의 그림이 선정되어 28개 국가의 80명의 작가가 올해의 일러스트레이터로 발표되었다. 본 결과에 신아미, 문정인, 이경국, 김승윤 등 4명의 한국 작가가 이름을 올렸다.

뿐만 아니라 창의성과 예술성 측면에 선정 기준을 두고 있는 볼로냐 라가치상(Ragazzi Award)에 올해도 4종의 한국 그림책이 선정되는 영예를 안았다. 이지연 작가의 『이사 가』(엔씨소프트, 2022)가 픽션 부문, 미아 작가의 『벤치, 슬픔에 관하여』(스튜디오 움, 2022)가 오페라 프리마 부문, 김규아 작가의 『그림자 극장』(책읽는곰, 2022)과 5unday(글)·윤희대(그림) 작가의 『하우스 오브 드라큘라』(5unday, 2022)가 만화(중등, 만 9~12세) 부문 스페셜 멘션에 각각 이름을 올렸다. 국제 플랫폼에서 한국 작가들의 작업은 끊임없이 과감한 시도로 매년 새로운 작품들을 발표하며 놀라움을 선사한다. 백희나 작가의 2020 아스트리드 린드그렌 추모상 수상과 이수지 작가의 2022 한스 크리스티안 안데르센상(Hans Christian Andersen Award) 수상이 연이어 이루어지면서 한국 그림책은 세계의 주목을 받기에 충분한 시기에 있다. 이는 계속해서 우수한 작품들을 발표하고 있는 신진작가들의 활동들이 함께 이어지고 있어서 한국 그림책에 관한 기대감으로 한국 전시관을 찾는 이들의 진지함이 뜨겁게 느껴졌다.

올해 한국관에는 26개 출판사가 참가하였으며, 이외에도 개별적으로 참가한 출판사와 기관이 있다는 면에서 한국 출판인들의 참여도 뜨거웠다. 특히 한국출판문화산업진흥원은 그림책 전시관을 마련하며 이수지, 이기훈, 이지은, 권정민, 최덕규 등 대표 작가를 중심으로 한국 그림책 소개에 나섰다. 이들 작가들은 3일간의 짧은 일정 속에 작가 대담, 드로잉 퍼포먼스, 사인회, 낭독회 등 다양한 프로그램들을 소화하며 한국 그림책의 예술성을 알렸다. 여기에 국제아동청소년도서협의회 한국지부(Korean Board on Books for Young People) 즉, KBBY는 한국을 대표하는 작가와 신간 도서를 소개하는 영문 카탈로그를 배포하며 한국출판문화산업진흥원의 특별 전시 코너에 마련된 '주목되는 신간 그림책'들을 함께 알리는 데 힘썼다. 한편 세계 각국의 인사들을 한국 그림책 전시관에 초청하여 작가, 그림책 그리고 한국의 예술적 시도에 대해 열띤 이야기를 나누었는데 이들이 한국 작가들이 펼치는 예술적 시도에 흥미로운 질문을 던지고 진지하게 경청하는 모습이 인상적이었다.



한국관(좌)과 한국 그림책 전시관(우) 모습



권정민, 이기훈, 이수지, 이지은, 최덕규 등 그림책 작가들(좌), 이수지, 이기훈, 최덕규 작가와 함께 글 없는 그림책 작업 과정에 대한 대담(우)

볼로냐국제어린이도서전 주최 측의 초청으로 참가한 이수지 작가는 2022 한스 크리스티안 안데르센상 수상자로 단연 도서전의 주인공이었다. 이수지 작가는 이번 도서전의 전시 도록의 표지 이미지를 제작 하며 도서전의 얼굴을 장식하였으며, 개인 전시와 다양한 강연 일정을 소화하며 매일매일 전시장 안과 밖의 행사장에서 독자들을 만났다. 그녀의 작품은 내용에 따라 보는 형식도 달라진다. 판형, 종이, 보는 방향성, 접지면 등 책의 물리적인 특징은 그녀의 그림책 서사에 중요한 역할을 하는데, 이는 현지 독자들에게 아주 흥미로운 지점이었다. 성인을 위한 것이 아니라 어린이들도 충분히 즐길 수 있는 방식으로 예술적 시도가 이루어졌다는 점에서 그녀의 그림책은 더욱 차별화를 이룬다. 이러한 시도에 대한 그녀의 이야기를 듣기 위해 전시장 안과 밖 다양한 공간에 다양한 연령층의 독자들이 몰려들었다. 책방에서, 도서관에서, 미술관에서 어린 유아에서 학생, 사서, 교사, 연구자 등 다양한 만남이 이루어졌다. 이수지 작가는 독자들과의 반응을 보면서 한국 그림책이 지니고 있는 예술성의 수준은 세계의 중심에 있으며, 세계인들이 지니고 있는 그림책을 향한 예술적 갈증을 한국의 그림책이 해소시켜주고 있다는 것을 느끼게 된다고 말했다. 이제 우리가 할 일은 보다 다양한 교류의 장에 한국 그림책이 나아가 적극적인 목소리를 내야 한다는 것이다.

이러한 맥락에서 KBBY는 볼로냐국제어린이도서전의 중요한 주최측인 IBBY 이탈리아에 시각 언어로 이야기하고 있는 그림책을 통한 국가 간 교류를 제안하였다. 이에 그들은 너무나도 흔쾌히 수용하며

단발성이 아니라 꾸준히 지속 가능한 방식으로 그림책을 나누는 축제를 만들어 나가기로 약속했다. 이에 작은 출발로 2023년 11월 볼로냐의 중앙도서관인 살라보르사 도서관에서 그림책 축제를 통해 한국과 이탈리아 예술적 교류의 첫 포문을 열기로 하였다. 지역이 연결되고 도서관을 중심으로 확장되며 어린이, 책, 예술의 만남이 그림책을 통해 이루어질 신나는 축제 ‘그림\_책을 만나다(가제): 한국과 이탈리아’의 첫출발을 기대해본다.



볼로냐국제어린이도서전 내 이수지 작가 원화전(좌), 이수지 작가가 작업한 도록 표지(우)



로마 미술관(Palazzo delle Esposizioni)에서 독자들을 만난 이수지 작가

수많은 만남 속에 의미 있는 이야기를 주고받고 새로운 미래를 약속하며 2023년 볼로냐국제어린이도서전의 4일간의 짧은 일정은 마무리되었다. 2024년 볼로냐국제어린이도서전은 슬로베니아를 주빈국으로 4월 8일부터 11일까지 진행될 예정이다. 내년의 한국 그림책을 기대하며 전시장을 뒤로하였다.

#### 2023 볼로냐국제어린이도서전 올해의 일러스트레이터

<https://www.bolognachildrensbookfair.com/en/focus-on/illustrators/the-illustrators-exhibition/2023-winning-illustrators/10631.html>



---

**심향분(전 KBBY 회장, 성균관대학교 생활과학연구소 선임연구원)**

그림책 연구자이며, KBBY를 통해 한국 아동청소년문학의 국제화를 위한 국제교류 활동의 확장에 힘을 모으고 있다.  
shim1324@empas.com

출판  
N