

출판N

2023.06. Vol.44

nzine.kpipa.or.kr

커버스토리 | 출판계 인력난, 이대로 괜찮은가?

그 많은 편집자는 어디로 갔을까?

카타스트로피 시대, 인력난으로 붕괴 중인 출판
제작 인프라

젊은 출판인을 늘리는 방법

정책zoom

[도서정가제를 말한다: 도서관계] 도서정가제는
책생태계의 외피

예술가의 인권과 자유를 위하여

출판가 핫&쿨

출판 1번지 마포에서 벌어지는 일

우리에게 종로서적은 무엇이었을까

인사이드

[작지만 강한 출판사를 만나다] 클레이하우스

윤성훈 대표

오에 겐자부로의 삶과 글들

해외리포트

'2023 아시아 어린이 콘텐츠 축제', 사자의 도시
싱가포르에서 열리다

'착한 변화' vs '검열', 고전 수정에 대한 엇갈리는
시선

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	출판계 인력난, 이대로 괜찮은가?	
	그 많던 편집자는 어디로 갔을까?	1
	· 신동해(웅진씽크빅 단행본사업본부장)	
	카타스트로피 시대, 인력난으로 붕괴 중인 출판 제작 인프라	6
	· 공병훈(협성대학교 미디어영상광고학과 교수)	
	젊은 출판인을 늘리는 방법	12
	· 표정훈(출판평론가·작가)	
<hr/>		
+ 정책주인	[도서정가제를 말한다: 도서관계] 도서정가제는 책생태계의 외피	17
	· 이용훈(도서관문화비평가, 한국도서관사연구회 회장)	
	예술가의 인권과 자유를 위하여	23
	· 박성혜(한국예술종합학교 연구교수, 예술인권리보장위원회 위원)	
<hr/>		
+ 출판가 핫&쿨	출판 1번지 마포에서 벌어지는 일	27
	· 김송이(<<경향신문> 기자)	
	우리에게 '종로서적'은 무엇이었을까	31
	· 류위남(서울역사박물관 학예연구사)	
<hr/>		
+ 인사이트	[작지만 강한 출판사를 만나다] 클레이하우스 윤성훈 대표	37
	· 김세나(퍼블리셔 대표)	
	오에 겐자부로와 삶과 글들	48
	· 임인택(<<한겨레> 기자)	
<hr/>		
+ 해외리포트	'2023 아시아 어린이 콘텐츠 축제', 사자의 도시 싱가포르에서 열리다	54
	· 김태현(한국출판문화산업진흥원 케이북콘텐츠팀)	
	'착한 변화' vs '검열', 고전 수정에 대한 엇갈리는 시선	60
	· 장수정(<<데일리안> 문화스포츠부 기자)	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김흥기, 류영호, 백창민 발행일 2023년 06월 08일

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.

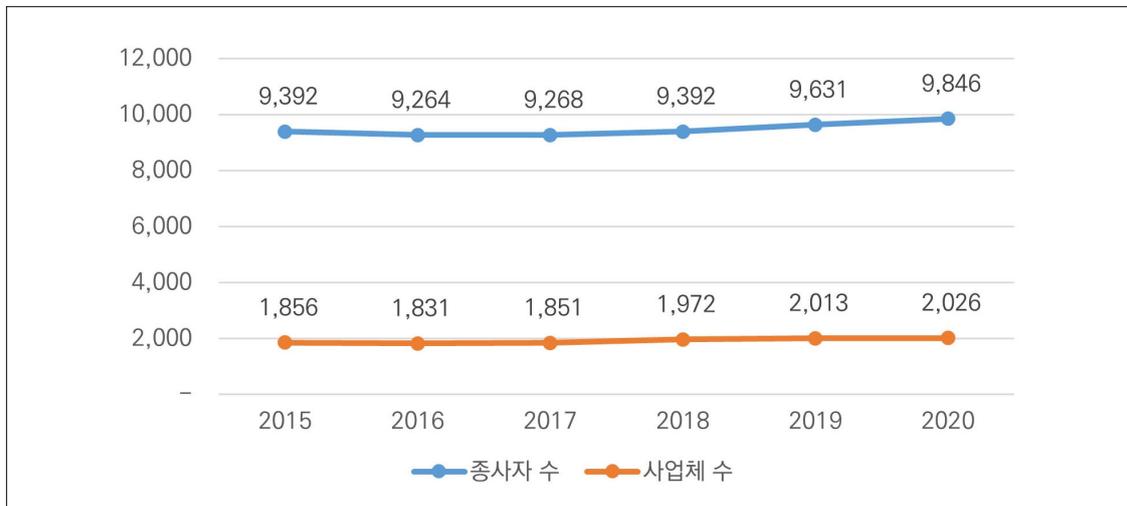
[출판계 인력난, 이대로 괜찮은가?] 그 많던 편집자는 어디로 갔을까?

신동해(웅진씽크빅 단행본사업본부장)

2023. 06.

어디 안 갔다. 옆자리를 보라. 거기 잘들 있다. 출판통계로 봐도 그렇다(통계는 또 그렇다). 전체 종사자 수엔 큰 변화가 없는 것으로 나온다.

일반서적 출판업 종사자 및 사업체 추이(2015~2020년)



출처: KPIPA 출판산업 동향

그렇다면 모든 팀장들이 입에 달고 사는 바로 그 말, “도무지 뽑을 사람이 없어”는 어디에 근거한 것일까? 나는 왜 1년 내내 에디터, 마케터, 디자이너를 면접 보는 걸까? 그동안 연락이 없던 사람들이 갑자기 전화해서, “동해 씨, 좋은 사람 진짜 없어?”를 묻는 일은 도대체 언제 끝나는 걸까? 출판계의 이 ‘인간 증발’ 괴담엔 정말 실체가 있는 걸까?

〈출판N〉은 지난번엔 ‘출판계 노화 현상’에 대해 써달라고 하더니 이번엔 구인난을 특집으로 잡았다(비슷한 주제로 잘도 두 번씩이나). 나는 착실하게 자료를 뒤져보았다. 마침 〈출판산업 구조 변화에 따른 인력양성 체계 마련 연구〉(한국출판문화산업진흥원, 2022)라는 좋은 보고서가 있다. 이 자료에 따르면, 우선 단행본 업계는 돈을 많이 못 번다. 일반서적 출판노동자의 평균 매출은 교과서·학습지 출판이나 전자 출판에 비해 낮으며, 조금씩 하강 중이다. 모두가 이직을 꿈꾼다고 한다. 〈2015 출판노동 실태조사 보고서〉에 따르면, 출판노동자의 평균 재직 기간은 3.1년이며, 73%가 이직을 고려하고 있다고 한다. 이직을 생각하는 주요 이유는 임금 불만(49.5%), 경영 불만(44.1%), 노동 시간이나 업무 강도 불만(42.3%)이다. 놀라운 것은 1~3년 차 직원 중에서 ‘이직을 고려하지 않는다’라는 응답은 한 건도 없었다는 점이다. 고용 불안 요인 1순위로는 출판 시장의 전반적 위기를 꼽고 있는데(46.1%), 특히 업계 사정을 잘 알게 되는 5~6년 차의 경우에는 이 위기를 더 크게 생각하고 있다고 한다(55.7%).

나는 정말 착실한 사람이기 때문에, 아직 도망가지 않은 젊은 에디터와 마케터들을 앉혀놓고 이런저런 질문을 던졌다. 커피 한 잔에 어쩔 수 없이 끌려 나온 그들의 이마에선 ‘아니 그걸 몰라서 물어?’라는 태양권이 작열했다(아아 내 눈). 그들의 이야기는 이렇다.

“아니 뭐 저희도 알아요. 제 스펙으로 어디 삼성전자 이런 델 꿈꾸는 건 아녜요. 사실 책을 좋아하기도 하고, 책 만들고 팔고 그러는 건 매력이 좀 있죠. 그래서 SBI(서울북인스티튜트) 이런 데에 들어가려고 애쓰기도 하고, 어찌어찌 이 바닥에 들어와서들 있는 거죠. 근데 이게 참 그렇잖아요. 앞날이 잘 안 보여요. 연봉 작은 것도 그렇고, 많이 나아졌다고는 하지만 일부 대감집이나 그런 거고. 연봉이 그런데, 복지 같은 건 어떨겠어요. SNS로는 다들 좋은 것만 자랑하니까 그런 얘기 들으면 흔들리긴 하죠. 이게 계속 그러니까 주위에 좀 푹푹한 친구들은 ‘어디 다른 데 없나’ 늘 레이더를 켜뒀어요. 그리고 이젠 ‘에디터’ 이런 게 천지뽀까리잖아요? 리더나 밀리서재, 폴인 같은 데에 가도 에디터잖아요. 꼭 교정지 싸 들고 퇴근하지 않아도 에디터가 될 길이 더 생긴 거죠. 마케터들도 이젠 홍보 에디터라고 할 수 있고, 게다가 마케터는 다른 업계로 빠지기도 훨씬 쉽고. IT 쪽에서 에디팅 경력자들 뽑는다니까 좀 기대도 되고. 아무튼 이래저래 맘 붙이기가 쉽지 않아요. 본부장님 때는 드라마 〈아들과 딸〉 ‘후남이’랑 비슷했던 거 아녜요? 막 난로에 손 녹여가며 교정 보고. 아닌가? 아무튼 지금은 불안도, 유혹도 많아요.”

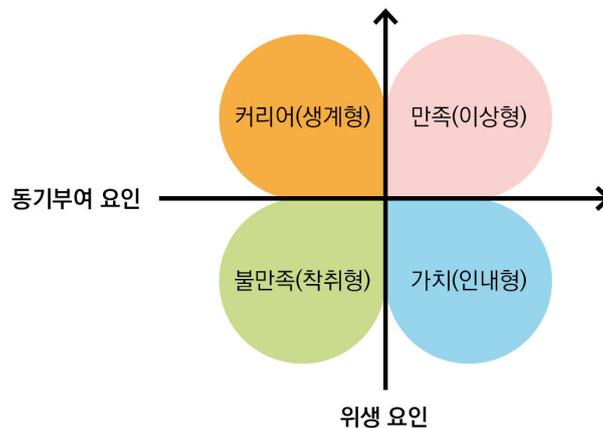
즉, 출판이 커리어의 종착역이 아니라 시발역, 혹은 환승역으로 바뀌고 있다는 얘기였다.

프레더릭 허즈버그(Frederick Herzberg)는 『직무동기 이론(The Motivation to Work)』에서 재미있는 주장을 한다. 사람이 어떤 일에 불만을 갖는 것과 만족하는 것은 별개의 이야기라는 것이다. 스트레스가 없다고 행복한 건 아니듯이, 사람은 일에 대해 불만/만족이라는 두 개의 척도를 각각 가진다는 것이다. 그는 이것을 위생 요인(hygiene factor)과 동기부여 요인(motivation factor)이라고 부른다. 이런 비대칭은 비타민의 결핍이나 자녀 양육에서와 비슷하다. 부족하면 탈이 나지만, 넘친다고 완전히 이르는 건 아니다. 만족하려면, 불만이 없는 것만으로는 안 된다.

허즈버그가 위생 요인(즉 열심히 일하는 걸 방해하는 것들)으로 꼽은 것은 지휘 체계(꾼대들), 대인 관계(얄미운 애들), 임금(소금보다 짠 것), 회사 정책(고장 난 신호등), 행정 체계(개미지옥), 복지(존재하지 않는 것), 고용 안정(양자(量子) 형태로 존재하는 것) 등이었다. 이것들이 잘 해결되면 그제야 ‘일 좀 할 수 있겠네’ 정도의 마음가짐이 된다. 반면 (직원들이 일에 미치게 한다는) 동기부여 요인은 성취

(다른 평행우주의 내가 해냈을지도 모르는 것), 자기 완성(그 우주의 내가 56억 7천만 년 후에 이루는 것), 일에 대한 만족감(개만 아는 어떤 감정), 주위의 인정(그래도 내가 버티게 해주는 힘) 등이 있다.

허즈버그의 이론으로 출판계를 대강 나눠본다면 아래와 같은 그림이 나오지 않을까 싶다. 개인적인 느낌으로는, 우리나라 출판계는 과거 가치형 출판에서 현재 커리어형 출판으로 이동 중인 것 같다. '단군 이래 최대 불황'이 업계의 모토가 되었을 정도로 열악했던 형편에서 출발해, 지금은 상위 출판사들의 경우에는 인접 업계 회사들과 비교해도 그리 나쁘지 않은 위생 요인을 갖추고 있다고 본다(물론 예나 지금이나 돈을 많이 번 경영자야 늘 있겠지만, 지금은 출판노동자들의 관점에서만 보자). 물론 여전히 조건도 좋지 않은 회사들도 많고, 소수지만 둘 다 만족스러운 회사들도 있을 것이다. 다만 지금 대다수 출판노동자들은 아주 열악했던 조건에서는 약간 벗어났지만 여전히 정신적으로는 더 허탈해진 그런 상태가 아닌가 싶다. 한마디로 "우리가 돈이 없지 가오가 없냐" 하고 외치던 상황에서, 돈은 약간 생겼지만 '가오'는 사라지고 있는 게 딱 지금의 상황이 아닌가 싶다.



이는 출판계가 노동 조건 향상과 직업 비전 제시라는 이중 과업에 실패한 결과다. 국가 경제 규모와 의식 수준이 약진하면서 말도 안 될 정도로 열악했던 환경들은 좀 개선됐을지라도, 젊은 출판인들이 업계에 남아 있기 위해선 따로 비전이 필요하다. 이전에는 열악하나마 고 연차의 에디터, 마케터, 디자이너 등이 누적된 경험치와 업력을 바탕으로 10년 뒤의 내 모습을 직장 안에서 어느 정도 그려볼 수 있었다(적어도 스스로 '에이스' 라인에 있다고 생각하는 사람은). 하지만 지금 출판계에서는 그런 실력파 선배들을 찾아보기가 힘들고, 젊은 피는 수혈되는 만큼이나 곧바로 출혈되는 아슬아슬한 현상유지 상황에 있다. 똑똑하고 야심 있는, 그래서 예전 같으면 새로운 '에이스'가 되어 미래의 간부 직원이 되었을 젊은 피들은 더 이상 출판사 내부에서 미래를 찾지 않는다. 배짱 있고 행동력이 있으면 베스트셀러 공식을 알자마자 창업해버리고, 좀 더 신중한 타입이라면 일단은 회사를 다니면서 기회를 엿본다. 대부분은 업계 내 이직을 계속하면서 조금씩 연봉을 올려간다. 그러니 젊은 출판인 입장에서는 미래의 나를 맡길, 믿을 만한 회사가 안 보인다. 이렇게 조직이 비전을 제시하지 못한다면 직업 특성으로 비전을 제시하면 어떨까? 한번 해보시기 바란다. 좋은 책을 만드는 보람 따위를 입에 올렸다가 태양권을 직관하게 될 것이다.

그러니까 “요즘 쓸 만한 편집자가 없다”라는 팀장들의 투정은 통계로는 잡히지 않는 문제 때문이다. 다 어디로 간 것은 아니고, 당신 회사에 없을 뿐이다. 있었다더라도 자꾸 나가니 1년 내내 사람을 뽑는 기분이 든다. 들어와서 가만히 잘 다니는 팀원에 대해서 스위치가 꺼지기 때문에, 실력이 좋았는데 갑자기 나가버린 후배에 대해서만 자꾸 되새기게 된다. 잘하는 친구들이 회사 안에 진득하게 들어앉아 있는 게 아니라, 언제고 나가려고 업계의 언저리를 맴도는 느낌이다. 후배들에겐, 좋은 싫든 선택지가 늘었(거나 그런 것 같은 느낌이 생겼다. 가진 것에 만족하기보다는 조금이라도 나은 곳을 찾아 떠도는 요즘 문화도 한몫을 한다. 평생 직업이 없어지기도 했지만, 1차 직업조차도 확정되는 데 많은 시간을 요하는 듯하다. 3년 차가 됐다고 포기하고 출판계에 눌러앉지 않는다, 이젠.

뭐 그것도 좋다고 생각한다. 야심만만하고 추진력 있는 신진들이 새로운 터전을 닦아서 젊은 출판사들을 키워나간다고 생각하면 가슴이 부푸는 것 같다. 우리 회사에 젊은 피가 없더라도 그게 대수인가. 나만 고생하면 된다. 어디에선가 좋은 요목들이 자라나면 산은 늘 푸를 것이다.

그렇지만 희망은 희망일 뿐이다. 지독한 공급 과잉 상황에서 대부분의 1인 출판사들은 험난한 시기를 보내고 있다. 처음 펴내는 책들 중에서 중박 이상이라도 빨리 나오지 않으면 골목길 1인 사장 카페의 운명에 처하기 십상이다. 도서정가제라도 흔들리는 날이면 소규모 출판사들은 쓰나미를 맞게 된다. 골목 카페가 폐업하더라도 음료 업계엔 별 타격이 없겠지만, 도제식으로 공들여 가르쳐온 작은 출판계에 선 인재의 손손실이 된다. 열심히 가르쳐서 ‘좀 쓸 만해진다’고 하는 5년 전후의 인력들이 계속 업계를 떠나게 되면 그 후에 들어오는 신입 직원들은 허리가 비어버린 기이한 업계를 마주하게 될 것이다.

사람의 재능이란 무작위로 부러지는 경향이 있다. 부잣집에서 태어난다고 다 경영학을 좋아하지 않듯이, 이상할 정도로 책과 글을 좋아하는 사람이 어디서고 1% 정도는 태어나는 것 같다. 과거엔 직업이라는 게 무슨 천직 같아서, 작가나 학자를 꿈꾸는 사람들이 여의치 않을 때 출판계로 들어와 평생 자신의 재능을 바치기도 했다. 재능 있는 사람이 업계에 들어와서, 그 재능을 통해 사회에 부가가치를 주고, 그 대가로 자신의 생계를 해결하는 선순환. 1990~2000년대 인내형 출판기에는 오히려 직업 비전 측면에서는 안정적인 느낌도 있었다. 하지만 이제 도제식으로 수련된 편집과 마케팅, 디자인의 업력이 저평가되고 환금되지 않는 시기, 할 수 있는 모든 것이 외주화되고 발 빠른 기획과 감각만이 평가받는 시대엔 안정적인 승진-보상 체계가 작동하기 어렵게 됐다. 텍스트에 끌리는 취향을 타고난 사람이 꼭 출판사나 학계, 문단에 들어오지 않고도 평생 취향을 갈고닦을 수 있게 된 것 역시 중장기 위협이다.

업계의 재생산에 필요한 재능을 발견해 업계 안으로 흡수해 고정하는 두 가지 인센티브가 ‘업무 환경’과 ‘비전’이다. 재능 있고 용감한 편집자, 마케터, 디자이너, 제작자의 재능을 활용해 좋은 책을 만들고 그에 걸맞은 대가를 돌려주지 못하는 회사는 점차 경쟁력을 잃게 될 것이다. 업계 전체로 보면, 기존 회사 밖에서 이들이 1, 2차 도전 후 실패했을 때에도 그들의 재능과 경험을 회수할 방법이 있어야 한다. 한두 번 도전만으로 판을 떠나는(출판) 일이 없도록 어느 정도의 안전장치가 있어야 한다. 과거 웅진이 시작했던 임프린트 제도는 이제 여러 곳에서 안착한 것으로 보인다. 그러나 여전히 수가 너무 적고, 모회사에 근무했던 능력자들에게만 차레가 간다. 최근 출판계 선배 한 분은 출판 기획 기금의 가능성에 대해서도 이야기하셨다. 창업 즉시 대박을 친 후배는 파주출판단지의 세제 혜택을 많이 봤다고도 한다. 어차피 업계의 모든 곳에 떡이 돌아갈 수는 없을 것이다. 적어도 도전해볼 생각이 있는 미래 세대에게는 이 업계가 ‘뭔가 해볼 만하다’라는 느낌을 주어야 한다. 젊은 승부를 장려하는 에어백들이 좀 더 촘촘하게 짜여 눈에 잘 보일 필요가 있다.

나는 더 이상 '좋은 책 만들기'가 우리 출판계의 모토가 되어서는 안 된다고 생각한다. 좋은 회사가 좋은 상태의 사람을 만들고, 그 사람이 괜찮은 책을 만들 것이다. 초점은, 사람이다.

신동해(웅진씽크빅 단행본사업본부장)

2001년 얼떨결에 출판계에 입문했다. 학술서 편집을 시작으로 인문사회, 경제경영, 자기계발 분야에서 고배와 감로를 배부르게 마셨다. 똑똑하고 너그러운 동료들과 책 이야기하는 재미로 산다.

rudra47@wjtbn.net

[출판계 인력난, 이대로 괜찮은가?] 카타스트로피 시대, 인력난으로 붕괴 중인 출판 제작 인프라

공병훈(협성대학교 미디어영상광고학과 교수)

2023. 06.

출판생태계의 카타스트로피 진행

‘카타스트로피(catastrophe)’는 그리스어로서 도저히 따라갈 수 없을 정도의 파멸적, 또는 급격한 변화를 뜻하는 말이다. 미디어산업으로서의 출판생태계는 4차 산업혁명과 정보통신기술의 영향을 결정적으로 받는 분야이다. 이에 따라 출판산업에서 ‘출판’과 ‘출판사’의 개념 자체가 질적으로 변화하였다. 전통적인 출판산업은 출판사와 저자 그리고 서점 등의 주요 행위자들이 의도적으로 설계하고 통제하는 단선적이며 폐쇄적인 규칙에 따라 운영되었다. 그러나 디지털 기술 혁신 환경에서 출판산업은 새롭게 출현한 다양한 참여자들이 자유롭고 유연하게 연결된 상태에서 활동을 벌이는 가치 네트워크(value network)의 생태계로 진화되어 왔다.

국내 출판산업의 인력 수급 변화는 2010년 이후부터 지속적이며 급격하게 진행되는 현상이지만, 이는 세계적인 고용 형태의 변화와도 관련된다. 미국 노동청(USDOL, U.S. Department of Labor)에 따르면 미국 근로자들은 38세에 평균 10개에서 14개의 직업을 가질 정도로 직업을 자주 바꾸고 있다고 보고된다. 국내에서도 ‘긱 노동자(Gig Worker)’가 증가하면서 크몽, 탈잉과 같은 지식 거래 플랫폼의 등장으로 그때그때 필요로 하는 인력을 쉽게 찾아서 전문 지식과 노동력을 활용할 수 있다. 이는 ‘긱 노동’이 상시 업무가 아닌 홈페이지 디자인, 광고물 제작 등 프로젝트 성격의 업무에 대해서 매우 높은 효율성을 보이고 있기 때문인 것으로 보인다. <출판산업 구조 변화에 따른 인력양성 체계 마련 연구>(2022)를 살펴보면 이미 국내 출판계에서도 단행본 한 권 작업 시 자사 인력 2.3명, 외주 인력(아웃소싱) 1.7명을 투입하고 있다. 출판 외주 작업으로 진행되는 업무는 교정, 교열, 번역, 편집 디자인 등 단기 계약에 의해 진행될 수 있도록 모듈화가 되어 있는 상황으로, 출판산업과 긱 노동의 결합은 한층 강화되는 추세이다.



출판산업의 인력 고용과 노동 현황

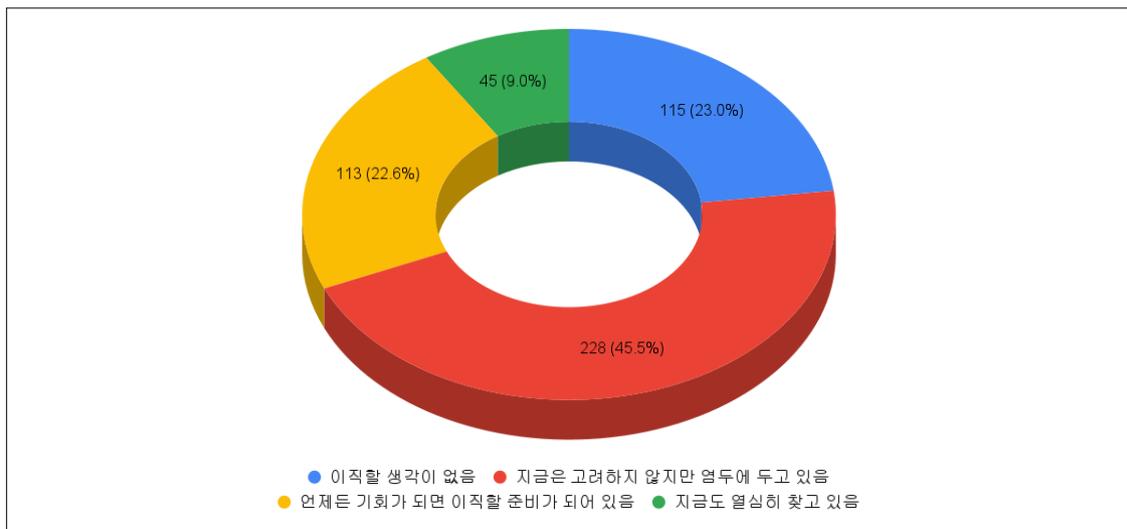
출판산업의 인력 문제와 제작 인프라의 문제는 인력 현황과 경영성에 관련하여 살펴볼 필요가 있다. 고용노동부의 <중장기 인력수급전망>(2022)에 따르면 2030년까지 생산 가능 인구의 증가 폭은 크게 둔화되는데 특히 청년층 비중이 낮아지고 장년층 이상 비중은 크게 높아질 것으로 전망하며, 그 정점은 2025년으로 예상하고 있다. 전체 노동 시장에서도 청년층의 비중 감소, 전문가 수요의 불균형이 이루어질 것이라고 전망하고 있으며 이에 근거하여 디지털 전환의 필요성을 제기하고 있다. 그런데 제조업인 인쇄 및 관련 산업은 지속적으로 감소하나, 출판업이 분류되어 있는 정보통신업은 다른 양상을 보여준다. ‘서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업’은 2013~2018년에 큰 감소세를 보이던 2018년부터 미미하게나마 증가하기 시작하고 있다.

문화체육관광부의 <2020년 기준 콘텐츠산업조사>(2022)에 기반하여 출판업 소분류별 종사자 수를 비교하면 2020년 현재 일반서적 출판업(종이매체 출판업)은 9,846명, 교과서 및 학습서적 출판업은 15,243명, 인터넷/모바일 전자출판 제작업은 2,495명이 종사하고 있다. 더 구체적으로 살펴보면 일반서적 출판업은 연평균 종사자 수가 2.4% 증가하였고, 매출액은 4.5% 증가하였으며, 교과서 및 학습서적 출판업은 연평균 종사자 수가 1.4% 감소하였고, 매출액은 3.4% 감소하였다. 인터넷/모바일 전자출판 제작업은 연평균 종사자 수가 4.3% 증가하였고, 매출액은 16.4% 증가하였다. 인터넷/모바일 전자출판 제작업이 투입된 인력 대비 경영 성과가 가장 높다. 전자책 출판사의 경우 전체 매출액 규모는 작지만, 1인당 평균 매출액이 가장 많으며 지속적으로 성장하는 추세라는 의미이다. 한국출판문화산업진흥원의 <2020 출판산업 실태조사(2019 기준)>(2021)에서 밝힌 매출 증대를 위한 중점 추진 사항으로 기획력 강화 32.7%, 신규 저자/콘텐츠 발굴 강화 27.9%로 가장 높은 반면, 직원의 전문성 강화 및 자율성 부여는 4.2%로 조사된 맥락이 여기에 있다.

전국언론노동조합 출판노동조합협의회가 발간한 <2015 출판노동 실태조사 보고서(2014년 기준)>에 따르면, 출판노동자의 평균 재직 기간은 3.1년이며, 77%가 이직을 고려하고 있는 것(지금은 고려하지 않지만 염두에 두고 있음 45.5%, 언젠든 기회가 되면 이직할 준비가 되어 있음 22.6%, 지금도 열심히 찾고 있음 9.0%(소수점 둘째 자리에서 반올림))으로 나타난다. 이직을 고려하는 주된 원인으로는

임금(49.5%), 경영 방향(44.1%), 근로 시간, 업무 강도 등 기타 근로 조건(42.3%), 승진 및 경력 관리(25.3%), 인간관계(19.8%) 등의 순으로 조사되었다. 경력 1~2년 차는 '임금'이 67.6%로 가장 높았으며, 3년 차는 '근로 시간, 업무 강도 등 기타 근로 조건'이 53.8%, 10년 차 이상에서는 '경영 방향'이 45.3%로 응답되었는데, 이처럼 경력에 따라 이직을 고려하는 주원인이 조금씩 다른 양상을 보이고 있다. '이직을 고려하지 않는다'라는 응답은 1~3년 차와 15년 차 이상에서 단 1건도 없었는데, 이는 신입 출판노동자와 경력이 많은 출판노동자에게 고용에 대한 불안이 높다는 것으로 해석되는 대목이다.

출판노동자의 이직 고려 여부에 대한 답변



주: 소수점 둘째 자리에서 반올림

출처: 전국언론노동조합 출판노동조합협의회, 2015 출판노동 실태조사 보고서(2014년 기준), 2015.

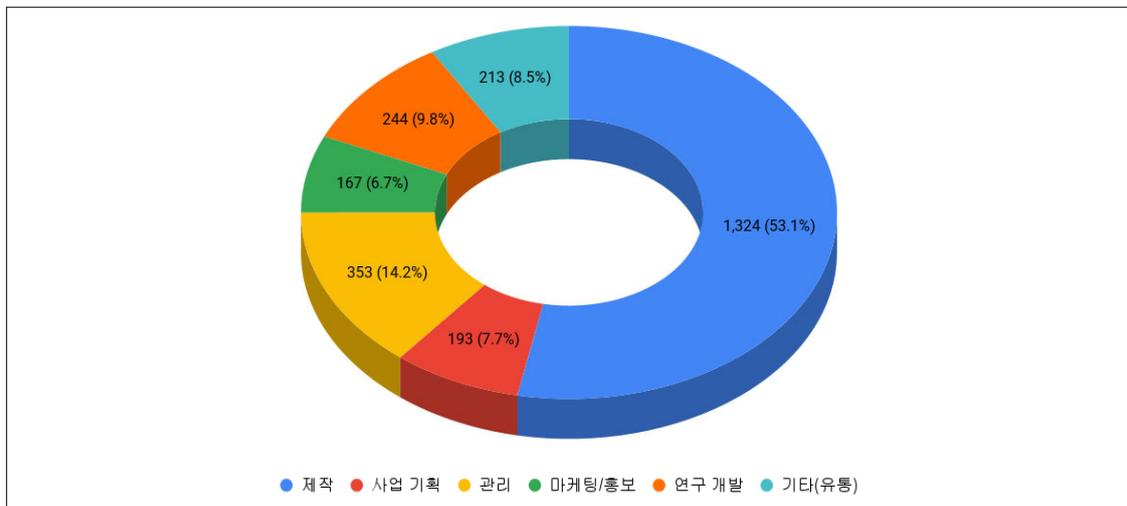
고용 불안은 출판계의 노동 현황과 관련된다. 출판노동자들 중 72.7%는 주 1회 이상 연장 근로를 경험했다고 응답하였으며, 주 5회 이상이라고 응답한 사례도 6%에 달했다. 한편 연장 근로를 하지 않는 경우는 27.3%에 불과하였고, 연장 근로에 대한 보상을 받지 못하는 경우가 74.7%에 달하고 있다.

전자책과 오디오북의 인적 출판 인프라 현황

앞서 언급했듯 <2020년 기준 콘텐츠산업조사>(2022)에 의하면 인터넷/모바일 전자출판 제작업은 2,495명이 종사하고 있으며, 연평균 종사자 수가 4.3% 증가하였고, 매출액은 16.4% 증가하였다. 1인당 평균 매출액 또한, 종이책 출판에 비해 가장 높으며 지속적으로 상승하는 것으로 분석된다. 이는 인터넷/모바일 전자출판 제작업이 투입된 인력 대비 경영 성과가 종이책 출판에 비하여 높다는 것을 의미한다. 학력 부분에서도 인터넷/모바일 전자출판 제작업의 종사자가 가장 높으며, 연령대 구성비로도 20대와 30대 비율이 가장 높다.

직무별로 살펴보면 제작이 1,324명으로 가장 많으며(53%), 사업 기획 193명, 관리 353명, 마케팅/홍보 167명, 연구 개발 244명, 기타(유통) 213명인 것으로 조사된다. 전자책 제작 방식별 제작 비율은 자체 제작 58.4%, 외주 제작 41.6%였으나, 전자책 전문 출판사의 경우 자체 제작 비율이 94.2%인 것으로 분석된다. 이는 전자책 전문 출판사에서 전자책 제작이 중요한 직무로 인식되고 있음을 보여주고 있으며, EPUB(Electronic Publication) 코딩, 그래픽 작업 등 ICT(Information & Communications Technology) 기술 역량을 자체적으로 보유하고 있다는 것을 시사한다. 그러나 최근에는 콘텐츠 기획, 판매 관리, 콘텐츠 마케터에 대한 인력 수요가 증가하고 있는데, 이 경우에도 콘텐츠 제작 능력을 보유하는 것을 조건으로 제시하고 있다. 대부분의 출판사가 전자책과 웹툰, 웹소설을 함께 다루는 사례가 많아짐에 따라 전자책 전문 출판사를 ‘웹 콘텐츠 출판사’라고 정의하는 것이 적절하다고 판단된다.

인터넷/모바일 전자출판 제작업의 직무별 종사자 수 비율



출처: 문화체육관광부, 2020 기준 콘텐츠산업조사: 승인통계용, 2022.

온라인 취업 포털 ‘사람인’에서 제공하는 기업 소개에 따르면, 대표적인 오디오북 플랫폼인 ‘윌라’를 운영하고 있는 ‘인플루엔셜’의 직원 수는 2022년 현재 89명으로 2015년 77명 대비 12명이 증원된 상황이다. 그러나 2022년도 입사자는 23명이고 퇴사자가 26명으로 이직 비율이 전체 인력의 25~30% 수준이라는 사실은 인력 운영이 안정적이지 않다는 점을 보여준다. 2019년에는 글로벌 오디오북 기업인 ‘스토리텔’이 국내에 진출하여 오디오북 시장에 대한 기대가 고조되었다. 하지만 2022년을 기준으로 볼 때 오디오북 시장이 기대만큼 빠르게 성장하지 못하고 있어 불안정성을 품고 있다.

종이책 출판사의 경우 자사 출판물을 기반으로 한 오디오북 사업으로의 영역 확장이 웹툰/웹소설 사업에 비해 수월한 편이며, 오디오북 제작 외주 업체들을 활용할 경우 별도의 인력을 채용하지 않아도 된다는 장점이 있다. 그러나 최근 오디오북 제작 품질의 고급화, 예능화 경향이 나타남에 따라 제작 비용의 증가라는 어려움이 있으며 웹툰/웹소설 시장에 비해 시장성장률이 저조하다는 한계가 존재한다.

오디오북 분야 직군별 채용 사례(윌라의 운영사인 인플루엔셜, 네이버의 자회사인 오디언소리, 웅진씽크빅)를 살펴보면 오디오북 인력은 콘텐츠 분야, 기술 분야, 운영 분야로 구분된다. 콘텐츠 측면에서는

종이책 출판과의 콘텐츠 연계성이 높은 편으로, 종이책 출판사 편집자 경력이 오디오북 에디터 채용의 자격 요건으로 제시된다. 콘텐츠 분야는 콘텐츠 제휴 및 기획 경력이 자격 요건으로 제시된다. 기술 인력은 오디오 콘텐츠 제작과 관련된 '오디오북 엔지니어'가 대표적이다. 운영 담당자는 서비스 기획, 데이터 분석, 서비스 운영 등 전반적인 업무를 담당하고 있으며, 각 부서 간 협업을 이끌어내는 역량으로서 유연한 커뮤니케이션 능력과 주도적이고 긍정적인 태도를 요구받는다.

출판 제작 인프라를 위한 정책과 방안

현재와 미래의 출판생태계의 제작 인프라를 위한 정책과 방안은 출판 교육을 통한 '인적 인프라'와 출판산업 구성원을 위한 '지식 인프라'로서 구분하여 접근할 수 있다. 이와 관련하여 제5차 출판문화산업진흥 계획(2022~2026)은 '미래를 향한 책'을 전략이라는 관점에서 출판 인력 양성 산학 협력 지원, 대학별 출판 분야 전문 인력 양성을 위해 다양한 정책을 제시하고 있다. 구체적으로 살펴보면 산업계 전문가 매칭을 통한 산학 연계 멘토링 과정 운영, 출판 교육 과정 체계화 및 플랫폼 구축, 웹소설 시장 확대와 타 장르 확장 가능성을 고려한 맞춤형 교육 과정 신설, 출판 수출 환경 변화와 현장 수요를 반영한 수출 전문 인력 양성 교육 지원 등의 정책이 있다.

최근 한국의 출판생태계는 전통적인 종이책 출판에 기반하여 진행되던 출판 관련 대학과 대학원 그리고 공공과 민간 출판 교육 기관의 교육의 질적인 변화가 요구되는 상황이다. 출판생태계의 인력과 지식 인프라에 대한 공공의 적극적 정책과 더불어 학생과 재직자, 창업자 등을 대상으로 하는 교육 기관과 출판산업 현장 그리고 ICT와 콘텐츠산업의 연계와 협업의 중요성이 제기된 것이다.

이와 관련된 다양한 해외 사례들을 살펴보면 해외에서는 교육과 지식 인프라에 대한 정책과 방안이 매우 구체적이며 현실적으로 진행되고 있다는 사실을 알게 해준다.

독일의 출판 교육은 취업 희망자 대상 출판 교육과 재직자를 위한 추가 교육으로 구분된다. 취업 희망자들은 3년간의 직업 교육을 받고 상공회의소(Industrie Und Handelskammer, IHK)에서 주관하는 시험을 통과해야 출판사와 서점에 취업할 수 있는 자격을 부여받는다. 재직자를 위한 출판 교육 기관으로는 뮌헨에 위치하고 있는 '미디어 아카데미'가 있는데, 온라인 교육과 대면 교육이 함께 시행되고 있으나 온라인 교육 과정의 개설 비율이 대면 교육의 2배에 달하고 있다. 경영학, 리더십, 커뮤니케이션, 온라인마케팅, 프로젝트 관리 등 실제적인 출판사 경영에 필요한 교육들이 다양하게 개설되고 있으며, 독립적으로 존재해온 전문 직무 영역을 통합하는 교육이 특징적이다.

캐나다 서부에 위치한 밴쿠버의 명문 학교인 사이먼 프레이저 대학교는 학부생을 대상으로 하는 인쇄 및 디지털 출판학부 부전공 과정을 운영하고 있다. 부전공을 인정받기 위해서는 하위 부문 과목에서 최소 12학점(C- 등급 이상), 상위 부문 과목에서 최소 16학점을 이수해야 한다.

뉴욕대학교 출판 단기 과정(Summer Publishing Institute, SPI)은 6주 과정으로 운영되었으나, 2022년을 기준으로 4주+2일 과정으로 기간이 단축되어 운영되고 있다. 이 교육에서 중점으로 두는 부분은 '디지털 강조(Digital Emphasis)'와 '기술 구축(Skill Building)'이다. 디지털 강조라는 관점에 따라 모든 디지털 전략과 플랫폼에 중점을 두고 학생들이 오늘날 미디어에서 성공하는 데 필요한 핵심

기술과 전문 지식을 개발한다.

한편 에머슨 대학교의 문예출판학과 학부 과정 또한 문학과 출판이 융합된 출판 교육으로서 웹소설과 웹툰이 출판과 연계되는 국내 IP 비즈니스 트렌드와 관련하여 중요한 참고가 된다. 이 교육 과정에서는 글쓰기, 출판, 문학 연구의 공생 관계를 활용한 융합적인 교육을 실시하며, 학생들은 이 과정을 통해 자신의 목소리를 찾고, 재능을 연마하며, 진화하는 현 문학계에서 성공하는 데 필요한 기술과 지식을 공유하는 경험을 갖게 된다.

해외의 사례에서 살펴보았듯, 국내의 출판 제작 인프라를 위해서는 출판산업 인력의 양적 및 질적 제고를 목표로 신(新) 산업 맞춤형 전문 인력 양성의 비전을 지닐 필요가 있다. 우선, 출판 분야 우수 인력 유입 및 경력 개발을 위한 인프라 확충을 위해서는 경력 단계별 교육 및 인증 체계 구축, 대학(원)과 출판업계 간 산학 연계 활성화, 출판 인력 역량 진단 및 평가 체계 개발, 교육 접근성 및 개방성 확대를 위한 온라인 교육 도입 등의 과제가 요구된다. 또한 신(新) 산업 맞춤형 전문 인력 양성을 위해서는 변화된 출판 환경을 반영한 직무별 전문 교육 프로그램 개발 운영, 커뮤니케이션 교육을 통한 소통 및 협업 역량 강화, 프로젝트 기반 교육을 통한 문제 해결 역량 강화, 콘텐츠 생산자로서의 크리에이티브 역량 육성, 빅데이터, 인공지능 등 ICT 활용 혁신 융합 역량 육성 등의 과제가 요구된다.

참고문헌

- 공병훈, 출판산업 구조 변화에 따른 인력양성 체계 마련 연구, 2022.
고용노동부, 중장기 인력수급전망, 2022.
문화체육관광부, 2020 기준 콘텐츠산업조사: 승인통계용, 2022.
문화체육관광부, 5차 출판문화산업 진흥 계획 수립을 위한 조사연구(2022~2026), 2021.
한국출판문화산업진흥원, 2020 출판산업 실태조사(2019 기준), 2021.
한국출판문화산업진흥원, 2021 출판산업 실태조사(2020 기준), 2022.
전국언론노동조합 출판노동조합협의회, 2015 출판노동 실태조사 보고서(2014년 기준), 2015.



공병훈(협성대학교 미디어영상광고학과 교수)

협성대학교에서 미디어영상광고학과 교수로 재직하고 있다. 서강대학교 신문방송학과에서 앱(App) 가치 네트워크의 지식 생태계 모델 연구에 대한 박사 논문을 썼다. 주요 연구 분야는 미디어 비즈니스, PR, 지식 생태계이다.

hobbits84@gmail.com

<https://www.youtube.com/@hobbits84>

[출판계 인력난, 이대로 괜찮은가?] 젊은 출판인을 늘리는 방법

표정훈(출판평론가·작가)

2023. 06.



일의 네 가지 측면 - 보상, 능력, 재미, 의미

우리에게 일이란 무엇인가? 우리는 왜 일을 하는가? 첫째, 경제적 보상 곧 돈 때문이다. 시쳇말로 우리는 먹고살기 위해 일을 한다. 더 풍족한 삶을 살기 위해 일한다. 보다 안정적인 노후를 준비하기 위해, 자산을 축적하기 위해 일한다. 가족을 부양하기 위해 일한다. 나의 노동 시간과 질, 성과에 합당한 경제적 보상이 주어져야 나는 더욱 열심히 일할 수 있다. 더 많은 보상을 기대하며 더 많은 성과를 내기 위해 애쓴다.

둘째, 능력이다. 내가 할 수 있는 일, 나아가 내가 잘 할 수 있는 일을 한다. 물론 처음부터 잘하는 경우는 드물다. 어느 분야에서 천부적 재능을 타고 나는 사람도 있겠지만 극히 드물다. 능력과 경험을 쌓아가면서 자기 계발에 힘쓰며 일을 한다. 그렇게 능력이 쌓이고 전문성이 높아지면서 경제적 보상도 높아진다. 어느 분야에서 점차 능력을 인정받게 되면 그에 따른 자부심, 자기 존중감도 높아진다. 능력 있는 사람으로 인정받는 것은 즐거운 일이다. 일의 보람, 나아가 사는 보람을 느끼게 된다.

셋째, 재미다. 능력을 발휘하여 돈을 버는 것이 일의 전부라면 그 얼마나 삭막할 것인가. 내가 하는 일에서 언제나 재미를 느끼지는 못하더라도 적어도 가끔은 재미를 느낄 수 있어야 한다. 돈을 받는 경제적 보상의 재미 외에 일 자체에서 느끼는 재미다. 함께 일하는 사람들과 협력해가면서 뭔가 새로운 일을 기획하고 만들어 구체적인 성과를 내는 과정 자체에서 누리는 재미다. 그야말로 일을 성사(成事)시키는 재미다. 프로 야구 선수는 입에서 단내가 나도록 힘들게 훈련하지만 홈런 칠 때, 안타 칠 때 누리는 재미를 양보하기 싫을 것이다.

넷째, 의미다. 내가 하는 일이 다른 사람들에게 뭔가 도움이 되고, 이 세상에 작든 크든 기여를 한다는 보람이다. 가치라고 바꿔 말해도 되겠다. 내가 하는 일이 의미가 있고 가치가 있다는 느낌은 중요하다. 환경미화원은 공공장소를 깨끗하게 유지하여 사람들이 보다 건강하고 쾌적하게 살아갈 수 있도록 돕는다. 번역가는 외국어로 쓰인 책을 우리말로 번역함으로써 우리 사회의 지식 영토를 넓힌다. 단연 의미 있고 가치 있는 일이다.

그런데 이렇게 보상, 능력, 재미, 의미를 두루 갖춘 일이 과연 있을까? 그런 일을 하는 사람이 있을까? 빌 게이츠(Bill Gates)나 스티브 잡스(Steve Jobs), 일론 머스크(Elon Musk)라면 또 모르겠다. 신기술로 세상과 사람들의 삶을 바꾼다는 의미, 세계 시장을 석권하며 쌓은 엄청난 부(富), 해당 분야를 선도하는 남다른 능력, 신기술 개발과 사업에 몰두하는 재미까지. 그러니까 그들은 빌 게이츠고 스티브 잡스이며 일론 머스크다. 대부분 사람들은 그럭저럭 보상과 능력 측면이 충족되는 일을 하면서 살아간다. 재미를 느끼고 의미를 누릴 때도 있지만 그건 그냥 일종의 덤이다.

기본을 지키며 존중하고 배려하기

그렇다면 출판이라는 일, 일로서의 출판은 어떠한가? 돈, 경제적 보상 측면에서 출판은 안타깝지만 매력적이지 못하다. 2019년 말에 ‘북에디터(bookeditor.org)’에서 이뤄진 출판계 익명의 설문조사에 따르면 평균 연봉 약 3,060만 원, 특근 수당과 상여금 등을 뺀 평균 월급 약 244만 원, 신입 사원 평균 연봉 약 2,400만 원이었다. 연봉 6천만 원 정도가 최고 수준으로 나타났다. 조사 대상 집단을 정밀하게 기획, 설계하지 않고 자발적 참여로 이뤄진 조사이기에 이 수치를 전적으로 신뢰하기는 힘들다 하더라도, 출판계의 전반적인 상황을 짐작하게 해주기는 충분하다 할 것이다.

출판이라는 일이 보상 측면에서 상대적으로 열악하다는 사실은 이미 잘 알려져 있다고 할 수 있다. ‘누가 그걸 몰라서 출판계에 들어오나?’인 것이다. 하루아침에 전반적인 업계 연봉 수준을 높일 수도 없는 일이고, 결국 한계 안에서나마 보상 체계를 보다 합리적으로 공정하게 운영하는 것이 중요하다. 예컨대 ‘근로기준법’, ‘남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률’ 등을 정확하게 준수하고 육아 휴직, 가족 돌봄 휴직 등 제도를 최대한 충분히 보장하는 것이다.

이에 더하여 능력과 실적에 따라 연봉을 보장하고 적절한 방식으로 포상(褒賞)하는 것도 중요하다. 직원들에게 자기 계발이나 재충전 기회를 제공, 보장하는 것 역시 필요하다. 연봉 수준이 높지 않아도 이러한 보장에서 만족을 느끼는 젊은 출판인들이 제법 있다. 회사가 자신을 존중하고 배려한다는 느낌을 갖는다는 것이다.

어쩌면 이것은 기본 중의 기본이다. 기본을 지키는 것이 중요하다. 예컨대 연봉에 퇴직금이 포함된 불법마저 아주 드물지 않다는 현실은 반드시 개선되어야 할 것이다. 출판은 다른 사업과 다르게 문화적 의미를 지닌다는 점에서 자부심과 보람을 느낀다는 출판인들이 많다. 문화 발전에 기여한다는 자부심이기도 하다. 출판업을 시작한 동기에도 그런 자부심이 포함된 경우가 많다. 그러한 자부심과 보람이 진정 가치를 발휘하려면 법과 규정, 제도부터 철저히 지킬 필요가 있다.

‘인간적으로’보다는 ‘업무적으로’

직원 숫자가 많지 않은 출판사가 다수다. 그러다 보니 ‘인간적으로’ 친하게 지내야 할 것 같은 분위기가 만들어지기도 한다. 이른바 회식 자리도 찾아질 수 있다. 그러나 출판사든 그 어떤 직장이든, 직장은 각자의 전문성을 살려 성과를 내는 곳이다. 요컨대 ‘인간적으로’가 아니라 어디까지나 ‘업무적으로’ 활동해야 하는 곳이다. ‘인간적으로’ 나아가 ‘가족적으로’ 잘 어울려 지내야 한다는 생각을 출판사 대표나 선임자가 스스로 버리는 게 좋다고 본다.

각자 맡은 분야의 전문성과 경험을 쌓아나가고, 성과를 내기 위해 최선을 다하며, 선배로서 업무상 조언과 도움을 주는 것 외엔 불필요하다. 같은 출판사에서 일한다고 해서 ‘한 식구’인 것도 아니고 ‘동지(同志)’인 것도 아니다. 업무 측면 외에는 서로 간의 거리를 존중하는 게 좋다.

이 점에서 나이 든 세대와 젊은 세대의 인식 차이가 제법 커 보이기도 한다. ‘출판은 사람과 사람이 어울려 하는 일인데 서로 한 식구처럼 뭉쳐야지!’라고 생각하는 나이 든 세대에 비해, 어디까지나 일로 만난 관계는 일에 그쳐야 한다고 생각하는 젊은 세대의 차이이다. 나이 든 세대가 바뀌어야 한다고 본다.

신임자에게 업무를 철저히 가르치던 한 출판사 대표를 떠올려본다. 그 분은 이렇게 말했다. “저 친구가 나하고 평생 같이 일할 리 없고 언젠가는 다른 출판사로 옮기거나 창업을 하겠지요. 그럴 때 적어도 이 출판사에서 일을 제대로 배웠다는 걸 자랑스러워할 수 있으면 좋겠습니다. 다른 출판인들이 ‘저 출판사에서 일한 사람은 신뢰가 간다’고 여기면 더 좋겠고요. 그래서 가급적 철저히, 꼼꼼하게 가르치려 합니다.” 이런 것이 바로 출판인의 자존심, 자부심이 아닐까 한다. 아마도 그 신임자는 회사와 함께 자신이 성장한다는 것을 느꼈을 것이다.

일방적 지시가 아니라 합리적 설득과 설명

출판 관련 교육 기관에서 소정의 과정을 이수하고 출판계에 입문하는 사람들이 예전보다는 늘어났지만 여전히 출판계는 일하면서 배우는 경우가 많다. 시쳇말로 ‘맨땅에 헤딩하기’식이거나 일종의 도제(徒弟) 식인 것이다. 그러다 보니 선임자가 신임자에게 일방적으로 지시하거나 주입시키는 경우도 많다. 설명하고 설득하며 가르치기보다는 자신의 경험에 따른 방식을 무작정 지시하는 것이다. 왜 그렇게 해야 하는지 합리적 설명과 설득 없이 일방적으로 이루어지는 업무 지시를 젊은 세대가 과연 납득할까?

선임자의 경험과 노하우를 체계적으로 익힐 수 있도록 출판사 자체 업무 매뉴얼을 분야별로 정리해놓는 것이 가장 바람직하겠지만, 그것이 현실적으로 어렵다면 적어도 업무 과정에 대한 일방적 지시가

아니라 합리적 설득과 설명이 필요하다. ‘내가 해봐서 아는데’라는 식으로는 젊은 세대를 납득시킬 수 없다. ‘나를 따르라’는 일방적 리더십으로는 젊은 세대를 이해시킬 수 없다. ‘왜 따라야 하는지’, ‘왜 그렇게 해야 하는지’ 근거를 설명할 수 있어야 한다.

그러자면 선임자는 후임자 혹은 신입자를 자신의 경험과 노하우를 나누는 파트너로 대해야 한다. 이런 저런 자질구레한 일을 시키며 소모하는 하급자로 대해서는 안 된다. 창의성과 유연한 사고, 새로운 관점, 다양한 아이디어가 반드시 필요한 출판 일에 상명하복(上命下服)식의 관계와 조직 문화는 금물이다. 선임자와 후임자 모두 각자 의견을 내고 생각을 나누고 발상을 공유할 수 있는 열린 소통과 상호 존중의 조직 문화가 선택이 아닌 필수다.



어디까지 일해야 하는지 분명히 하자

출판 일은 어디까지가 한 사람의 업무 범위인지 불분명한 경우가 많다. 책 한 권에 대해 기획부터 저자·번역자 섭외, 계약, 편집, 제작, 마케팅, 홍보 등등까지 한 사람이 전 과정을 책임지는 경우가 많다. 더구나 요즘엔 카드뉴스를 만들거나 홍보용 영상물을 만들기도 한다. 이른바 굿즈를 기획·제작하기도 한다. 북 토크나 저자 강연, 사인회 등 행사도 기획·진행해야 할 때가 있다. ‘편집자는 만능인인가?’ 하는 생각이 들 때가 많다. 편집자 5명이 일하는 출판사라면 마치 ‘1인 출판사 5개’가 움직이는 것 같다.

한 사람의 출판인이 출판의 모든 과정을 깊이 이해하는 것은 중요하며 필요하다 하겠지만 모든 과정을 다 책임지며 다 잘해내야 하는 것일까? 그 모든 과정을 성공적으로 해내야 능력 있는 출판인이며 그렇지 못하면 무능력한 출판인일까? 물론 속속들이 다 잘 알고 다 잘해내면 좋겠지만 그것이 일반적인 기준이 되어야 하는 것일까? 젊은 세대 입장에서는 자신이 책임져야 하는 업무의 범위, 전문성의 범위와 직무의 한계를 설정하는 것이 중요하지 않을까? 도대체 무슨 일을 어디까지 해내야 하는 것인지 애매하고 모호한 상황이 답답하지 않을까?

‘나 때는 그거 한 사람이 당연히 다 했어! 하나라도 더 배우려고 애썼지. 출판이라는 게 본래 그런 거야!’ 행여 이런 생각을 하는 선임자가 있다면? 한 사람이 모든 일을 다 잘할 수는 없다. 상대적으로 강

젊을 지닌 업무 분야에서 전문성을 쌓을 수 있도록 배려할 필요가 있다. 모든 걸 다 잘해야 한다고, '만능 출판인'이 되어야 한다고 알게 모르게 강요하는 분위기가 없지는 않은지 되살필 일이다.

문화와 관행, 자세를 바꾼다는 것

'젊은 출판인을 늘리는 방법'이라는 글 주제를 처음 접했을 때 참으로 막막했다. 덜컥 원고 청탁에 응해놓고 후회가 밀려왔다. 사실 무슨 뾰족한 방법이 있겠는가. 설령 그런 게 있다 한들 내가 그걸 어떻게 알 수 있단 말인가. 답답한 마음에 연배 높은 한 출판인에게 물어보았다. "힘들고 돈도 잘 되지 않는데 왜 출판을 해오셨습니까?" 우문(愚問)에 대한 현답(賢答)은 다음과 같았다.

“우연이라면 우연하게 출판계에 발을 들여놓게 됐어요. 어려움이 많았지만 하다보니까 일도 손에 익고, 어떤 의미에선 마치 무(無)에서 유(有)를 만들어내는 것처럼 세상에 없던 책을 탄생시키는 일이잖아요. 또 책이라는 매체는 참 자유롭거든요. 세상에 같은 책이 하나도 없잖아요. 그 재미와 보람으로 견뎌온 것 같아요. 책 한 권 한 권이 탄생할 때마다 그야말로 산고(産苦)를 치르잖아요. 막상 책이 나오고 나면 고통은 다 잊게 되고…. 또 새 책을 기획하고.”

다시 일의 네 가지 측면, 보상, 능력, 재미, 의미를 생각해 본다. 위의 출판인은 재미와 의미를 강조한 셈이다. 충분한 보상까지 따른다면야 좋겠지만 그것이 당장 현실적으로 어렵다면, 젊은 출판인들이 능력과 전문성을 기르면서 재미를 누리고 의미를 찾을 수 있는 조건과 환경을 만드는 것이 최선은 아닐지라도 차선이 되지 않을까.

그것은 일터로서의 출판사의 전반적 문화와 관행을 바꾸고, 선임 출판인들이 스스로 자세를 바꿔나가는 일이기도 하다. 결코 쉬울 리 없다. 젊은 출판인들이 점점 줄어든다는 것은 우리 출판이 젊은 세대 독자들과 점점 멀어진다는 뜻이기도 하다. 어렵더라도 바꾸지 않으면 미래는 없다.



표정훈(출판평론가·작가)

서강대학교에서 철학과를 전공했다. 한양대학교 기초융합교육원 특임교수를 역임하였으며, 한국예술종합학교 서사창작과, 건국대학교 문화콘텐츠학과 강사를 역임했다.

[도서정가제를 말한다: 도서관계]
도서정가제는 책생태계의 외피
구성 부문들 간 상호 이해와 연대로 지켜야 한다

이용훈(도서관문화비평가, 한국도서관사연구회 회장)

2023. 06.

더 이상 도서정가제 논란을 하지 말아야

또 다시 도서정가제를 유지할지 말지를 논의하는 시간, 이미 논란이 뜨겁다. 그런데 책을 어떻게 판매하면 좋을지에 대해서 이렇게 크게 논란이 되는 게 참 신기하다. 오죽하면 대통령실이 올해 초 국민제안 토론의 첫 주제로 다른 사안들을 제쳐두고 도서정가제를 선정했으니 말이다. 책값이 물가에 반영되는 것도 아닐 텐데, 우리 사회에서 이렇게 민감한 주제인 줄 미처 몰랐다. 사회적으로 관심이 많다고 하니, '무관심한 것보다는 좋은 일이지'라고 생각해야겠다.

결론부터 말하자면 매 3년마다 이런 논란, 이제 그만하자. 공공 영역에 속한 도서관의 입장에서는 어떤 제도든 한 번 만들어지면 오래 지속되는 게 좋다. 그러니 3년마다 도서정가제가 유지되느니 마느니, 할인율을 얼마로 한다니, 경제상 이익을 주느니 마느니 하는 이런 논란은 도서관 현장의 활동에 적지 않은 지장을 준다. 2014년 11월 21일부터 시행된 도서정가제에 따라 그동안 할인 구매가 가능하던 곳에서 제외돼 도서정가제를 적용할 수 있게 된 과정에서 이미 도서관들은 도서를 정가로 구매하는 것에 대해 동의하고 인정했다. 그 이후로 이런저런 어려움들이 없지는 않았지만, 이제 정가(여전히 10% 할인이 있기는 하지만)로 구매하는 일이 자리를 잡았다.

다만 처음부터 경제상 이익에 관한 사항이 명확하게 정리가 되지 않은 채 시행되면서 도서관 현장은 여러 혼란을 겪었다. 그래서 공공 소비자 입장에서 경제상 이익을 제공할 수도 있다는 모호한 사항을 삭제해 줄 것을 요청하기도 했다. 최근 관련 법 개정에서 공공도서관에 대해서는 경제상 이익을 제공하지 않도록 해 공공도서관 현장에서 행정 처리가 더 명확해진 것은 다행이다. 법률 개정 과정에서 일부 반대 의견이 있었지만 그래도 공공도서관만이라도 경제상 이익 제공 대상에서 제외된 것은 큰 틀에서 바람직한 방향으로의 개정이라고 생각한다.

도서정가제 논의에서의 도서관 위치

도서정가제 논의와 관련해서 가장 기본적인 관점은 도서관과 출판사, 서점, 저자와 독자 모두 책과 독서생태계(이하 책생태계) 구성 부문으로 서로 긴밀하게 엮여져 공존해야 하는 관계라는 사실을 인정하고, 각자의 이해와 이익을 넘어서 생태계를 유지하고 확장하는 데 연대해야 한다는 것이다.

그런 관점에 근거해서 도서관은 책생태계를 지탱하는 데 필요한 최소한의 생존 기반이 되는 공정하고 안정적인 공적 소비자가 되어야 한다. 출판시장은 온전히 개인 독자로만 생명을 유지하기 어려운 구조다. 시장 규모가 크지 않으면서도 전형적인 다품종 소량 생산 구조이다. 또한 모든 책은 각자의 고유성을 가지고 있어 다른 책으로 대체할 수도 없다. 즉, A 작가의 책을 B 작가 책으로 대체하는 것이 거의 불가능한 시장이기 때문에 온전히 시장경쟁 논리로만 작동되지 않는다. 이런 특성을 가진 출판시장이기에 전체 시장 상황과 함께 책 하나하나가 독립적으로 시장 안에서 살아갈 수 있는 구조를 마련해야 한다. 국민의 독서율이 급격히 낮아지고 있는 상황에서 독자층이 적은 분야의 책들을 온전히 시장 기능에만 맡겨두는 것은 사회 전반에 부정적인 결과를 가져올 수 있다. 수많은 지식과 정보, 상상의 결과물이 꾸준히 만들어지고 사회 속으로 유입되어 개인이나 사회 발전에 도움이 되도록 하기 위해서는 우리 사회에 필요한 내용을 담고 있는 책이 계속 출판될 수 있도록 최소한 판매가 보장되어야 하고, 도서관들이 그런 역할을 맡고 있다.

도서관은 「도서관법」 제2조에서 규정한 기본 이념, 즉 ‘국민의 정보기본권 신장과 사회의 문화발전에 기여하여 지식문화 선진국을 창조하는 데 중요한 기반시설 중 하나’이며 ‘국민의 자유롭고 평등한 접근과 이용을 위해 도서관의 공공성과 공익성을 보장’하는 데 적극 노력해야 한다. 그런 노력의 일환이 책생태계를 온전히 보존하고 성장시키는 것이어야 하고, 도서정가제를 단단하게 지키는 것이 그 방법 가운데 하나다. 그러기 위해서 도서관에 필요한 것은 충분한 자료구입비다. 하지만 우리나라 도서관이 처한 현실은 결코 긍정적이지 않다. 자료구입비는 턱없이 부족하고 도서를 구입하는 행정 절차는 경직되어 있어 도서관의 자율과 전문성이 개입할 여지가 너무 적다. 최근에는 도서관 입장과 상관없이 대중인기에 영합한 방법들이 더해져 도서관과 사서들이 책생태계가 온전히 유지, 성장하는 것에 긍정적 관여를 하기 어려운 상황이다.

공공도서관 자료구입비 현황

여러 도서관 중 공공도서관의 도서 구입 여력만 살펴보자. 2022년 말 기준 1,182개 공립 공공도서관의 2022년 자료구입비 예산액은 1,066억여 원(2021년도 결산액은 약 1,116억 원)이다. 1개 도서관은 약 9,006만 원(2021년도 결산액은 약 1억 1천만 원) 정도다. 2022년도 도서 평균 정가가 18,312원(도서정가제에 따른 10%까지 할인을 전제로 하면 16,480원)이니, 산술적으로 전국 모든 공공도서관이 구입할 수 있는 도서 수는 약 647만여 종으로 1관당 약 5,465종 정도다. 2022년도 신간 발행 종수가 55,250종이니 대략 10% 정도만을 구입할 수 있는 것으로 추정할 수 있다. 이 정도의 신간 구입으로 다양한 시민들의 요구를 충분히 만족시키는 건 정말 어렵다.

2014년부터 2021년까지 공립 공공도서관의 자료구입비와 연간 구입 장서 등의 상황을 살펴보면 아래의 <표>와 같다. 도서정가제 대상이 된 2015년은 2014년에 비해 예상 구입 권수에서나 실제 1관

당 구입 장서 수에서 큰 감소가 있었고, 이후에도 2014년 수준을 회복하지 못하고 있다. 매년 공공도서관이 꾸준히 증가한 영향도 있겠지만, 도서정가제도 분명 영향을 주고 있다고 분석할 수 있다. 도서관계는 2014년 말 도서정가제 대상이 되어서도 도서관의 공공성을 유지하려면 반드시 20~30% 이상의 자료구입비 증액이 필요하다고 주장했다. 대통령 선거나 총선 때에도 도서구입비 대폭 증액을 촉구하기도 했다. 그러나 도서관 자료구입비를 책임져야 하는 정부나 지방자치단체, 교육청에서는 이러한 도서관의 요구를 수용하지 않았다. 결국 도서관 입장에서는 여전히 충분하지 못한 자료구입비 상황에서 도서정가제를 통한 책생태계 활성화에 각고의 노력을 하고 있지만 제대로 성과를 내기는 정말 어려운 실정이다.

〈표〉 공립 공공도서관 자료구입비/장서 구입 현황(2014~2021년)

연도	2014년	2015년	2016년	2017년
(A) 도서관(권)	911	957	989	1,022
(B) 자료구입비(백만 원)	75,155	77,564	88,084	98,245
(C) 1관당(만 원)	8,250	8,105	8,906	9,613
(D) 신간 발행(종)	47,589	45,213	55,074	53,795
(E) 평균 가격(원)	15,631	14,929	18,249	17,263
(F) 예상 구입 수(권)	7,540	6,032	5,423	6,187
(G) 총 구입 장서(권)	6,623,314	5,761,862	6,362,306	6,987,658
(H) 1관당 구입 장서(권)	7,270	6,021	6,433	6,837
(I) 신간 구입 비율(%)(추정)	15.3	13.3	11.7	12.7
연도	2018년	2019년	2020년	2021년
(A) 도서관(권)	1,073	1,110	1,149	1,184
(B) 자료구입비(백만 원)	103,080	108,199	109,603	111,076
(C) 1관당(만 원)	9,607	9,748	9,539	9,381
(D) 신간 발행(종)	56,809	58,635	59,192	58,454
(E) 평균 가격(원)	17,746	17,606	17,606	18,312
(F) 예상 구입 수(권)	6,015	6,152	6,020	5,692
(G) 총 구입 장서(권)	7,427,521	7,366,799	7,052,775	6,946,171
(H) 1관당 구입 장서(권)	6,922	6,637	6,138	5,867
(I) 신간 구입 비율(%)(추정)	12.2	11.3	10.4	10.0

주: (A), (B), (G)는 국가도서관통계시스템의 각 연도별 데이터(단, 사립 공공도서관 제외)
 (D), (E)는 대한출판문화협회 출판통계 각 연도별 데이터(단, 만화 제외)
 (C)=B/A. (F)=C/E(단, 2014년은 (E)의 70%, 2015년 이후는 도서정가제 적용 90%)
 (H)=(G)/(A), (I)=(H)/(D)×100

2021년도 72개 주요 출판 기업의 매출액이 약 4조 2,300억 원 정도라고 한다. 그렇다면 그중 국립 공공도서관 자료구입비가 차지하는 비중은 어림잡아 3% 정도 수준에 그친다. 여기에 학교나 대학도서관 등을 포함한다고 해도 전체 출판시장에 도서관이 차지하는 비중은 그리 크다 할 수 없다. 이런 상황에서 도서관의 공공성이라든가 공적 소비자로서의 역할을 잘 하기를 바라는 것은 어불성설이다. 도서관정가제와 관련해서 이러한 도서관의 사정을 살피는 것이 우선이 되어야 한다. 출판계는 물론 서점계, 저자와 독자 등 모든 유관 부문들이 다 같이 살피고 고민해야 한다. 공적 소비자로서의 도서관의 도서관 구입 능력이 강화되어야 더 유연하고 구성 부문 모두가 더 나은 이익을 얻을 수 있는 기회가 만들어질 수 있다.

도서관정가제에 대한 도서관의 인식

사정이 이렇다 보니 도서관 입장에서는 도서관정가제 대상이 되기 이전에 저가 입찰로 책을 살 수 있었던 때를 돌아보게 되는 것이 당연한 일일지도 모른다. 그런 중에 경제상 이익까지도 포기해야 하는 상황이 더해져 도서관정가제에 대한 도서관계 인식이 좋을 수는 없다. 2023년 3월 14일 열린 <도서관정가제 영향 평가 및 개선방안 연구> 공개토론회에서 연구를 맡고 있는 책과사회연구소 백원근 대표가 2023년 2월 13~24일까지 진행된 이해관계자 설문조사 결과를 밝혔다.

그런데 도서관 관계자(235명)는 이해관계자 여섯 그룹(저자, 출판사, 서점, 전자책 사업자, 도서관, 독자(구매자)) 가운데 현 도서관정가제에 대해서 가장 부정적(74.5%)으로 평가했고 필요성에 대해서도 가장 부정적(71.1%) 입장으로 나타났다. 지난 3년간(2020~2022년) 장서 구입이 감소했다는 비율도 무려 70.2%에 이른다. 도서관정가제가 영향을 미쳤다고 인식하는 경우도 77.9%에 이를 정도로 도서관계에서는 도서관정가제에 대해 부정적이다. 3년마다 재검토하는 현 법률 규정은 유지되어야 한다(54.5%)라는 의견이 약간 많은 반면, 종이책 할인은 확대해야 한다는 데 73.6%가 동의하고 있다. 의외의 조사 결과는 공공도서관에 대한 경제상 이익 제공 제한을 학교와 대학도서관으로 확대하는 것에 대한 의견이 47.2%로 현행 유지 39.1%보다 다소 높게 나타난 것이다. 설문 시 경제상 이익 제공의 이전 환원, 즉 도서관에도 경제상 이익을 주어야 한다는 항목이 있었다면 어떤 결과가 나왔을까는 의문이다. 전자책에 대해 별도의 도서관정가제 조항이 필요하다는 데 도서관 관계자는 65.1%가 필요하다고 생각하면서도 전자책 할인 허용 비율은 확대하는 것에 강한 동의(74.9%)를 표했다.

3년 전 2020년 도서관정가제 재검토 당시, 문화체육관광부가 민관협의체의 합의안에 대해 재검토를 통보하자 출판계를 비롯한 여러 단체가 '도서관정가제 사수를 위한 출판·문화계 공동대책위원회'를 꾸려 강력 대응에 나선 적이 있다. 당시 위원회에 참여한 36개 단체 가운데 도서관계를 대표하는 한국도서관협회도 참여했었는데, 3년이 지난 지금 왜 도서관 현장은 도서관정가제에 대해 부정적 입장이 되었을까? 이에 대해서 도서관 자체적으로도 그 원인이나 이유를 찾아볼 필요가 있겠다.

도서관 입장에서의 바람직한 도서정가제 논의를 위한 제안

도서관계가 도서정가제에 대해 부정적 입장을 가지고 있는 상황에서 시민들의 정보기본권 신장과 함께 책생태계의 건실한 성장을 지원하는 도서관의 공적 소비자로서의 역할을 충실히 수행하기 하도록 하기 위해서 어떻게 해야 할까?

우선 3년 전 도서정가제 사수에 함께 나섰던 도서관계에 근래 도서정가제에 대해 부정적 입장이 늘어난 것은 아무래도 지난 몇 년 동안 도서관계와 출판계 사이에 벌어진 갈등 때문일 수 있다. 갈등은 상호 이해와 신뢰가 부족했기 때문에 생겼다. 책생태계 안에서 서로 갈등하고 경쟁하고 이익을 다투어서는 안 된다. 우리의 경쟁 상대는 바깥에 있다. 미디어 시장과 다양한 여가 산업이 경쟁자이고, 생성형 인공지능까지로 발전한 디지털 시대 그 자체가 경쟁 상대다. 책생태계 구성 부문들은 다 같이 큰 어려움을 겪고 있다. 이럴 때일수록 각자도생이 아니라 연대해, 심지어 경쟁 상대와도 협업할 각오로 생태계를 유지하고 확장해 나가야 한다. 그럴 때 책생태계를 보호하는 외피가 바로 도서정가제가 되어야 한다.

그러니 생존의 외피인 도서정가제를 두고 내부 구성 부문들끼리 갈등하지 말고, 이제부터는 서로 더 긴밀하게 소통하고 대화하면서 이해를 넓혀 가야 한다. 일상적으로 소통하면서 부문 간 갈등 요소를 사전에 해소해야 한다. 최근 대한출판문화협회가 <도서관 자료구입비 적정성 산출 및 증액 방안 연구>를 수행하고, 4월 17일에 홍익표 국회 문화체육관광위원장과 공동으로 '도서관 자료구입비 증액을 위한 국회 토론회'를 개최해 구체적 방안을 제시했다. 이런 작업을 왜 도서관계와 함께 하지 않았을지 궁금하지만, 일단 앞으로 국회에서 실질적인 도서관 자료구입비 증액 방안이 빠르게 마련되길 바란다. 그렇게 된다면 도서정가제의 안정적 유지에 큰 도움이 되리라 생각한다.

구성 부문 간 상호 이해와 연대를 위해서는 각자 자신의 역할을 수행함에 있어 독자성과 부문의 특수성이 인정되어야 한다. 사서들이 전문성과 직업윤리를 바탕으로 스스로 필요한 도서를 선정하고 두루 이익이 되는 방법으로 도서를 구입해 서비스할 수 있도록 도서관의 자율을 인정하고 신뢰해 주길 바란다. 최근에 도서관이 구입할 도서를 선정하고 적절한 절차로 구입하는 것에 대한 여러 도전이 있다. 그런 외부적인 압력은 책생태계 안에서 도서관의 건실한 존립에 결코 바람직하지 않다. 도서관 스스로 책생태계에 도움이 되는 도서를 선정하고 구입하는 방안을 강구할 수 있도록 다른 부문들의 이해와 지지가 필요하다. 그렇게 해 줄 것이라 기대한다.

다시 강조하건대, 책생태계 구성 부문들 간 상호 이해와 신뢰, 강력한 연대가 모두에게 이익이 되고 생태계를 성장시키는 가장 확실한 방법이다. 도서정가제 논의 과정에서부터 이러한 믿음이 구체적으로 작동하기를 바란다. 그리고 도서관계도 스스로가 책생태계의 핵심 구성 부문이라는 것을 인식하고, 도서정가제 문제에 당당하고 적극적인 태도로 논의에 참여하고 주도해나갈 것을 기대한다.

* 웹진에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.



이용훈(도서관문화비평가, 한국도서관사연구회 회장)

40여 년간 여러 유형의 도서관에서 사서로 일했고 한국도서관협회에서 일하기도 했다. 현장에서 은퇴한 후에는 한국도서관사연구회에 참여해 우리나라 도서관 역사 찾기를 하고 있다. 관련한 책을 전문적으로 출판하는 한국도서관사연구회 부설 도연문고 대표로도 활동 중이다. 또한 책임는사회문화재단 활동에도 참여하고 있다. 도서관 분야에 대한 전반적인 관심을 가지고 비평하는 도서관문화비평가로도 활동하고 있다.

blackmt@hitel.net

페이스북: @yonghun1

예술가의 인권과 자유를 위하여

박성혜(한국예술종합학교 연구교수, 예술인권리보장위원회 위원)

2023. 06.

최근 사망한 만화가 故 이우영 작가의 <검정고무신> 사태로 문화체육관광부가 '예술인권리보장법' 위반과 불공정 사례에 대해 전수조사를 실시하기로 했다. 예술인과 창작자의 권리와 명예 보호를 위한 '예술인권리보장법'에 대해 자세히 알아본다.

예술인권리보장법이란?

예술인권리보장법이란 무엇일까? 얼핏 들으면 잘 모르겠다는 생각이 들 수도 있다. 사실 이 법의 정식 명칭은 '예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률'이다. 긴 제목만 살펴보면 예술가의 지위와 권리를 보호해준다는 이야기인데, 이러한 법이 있다는 것은 역설적이게도 그 동안 예술가가 보호를 받지 못했다는 것을 방증하는 셈이다. 현실은 슬프게도 그렇다. 이 법은 예술가들이 의당 누려야 하는 표현의 자유를 침해 받으면서 이에 대한 방어와 보호의 필요성이 대두되어 마련된 법이기 때문이다.

예술인권리보장법은 제정법이다. 제정법이란 존재하지 않았던 법을 입법기관인 국회에 제안해 만들었음을 의미한다. 그러면 이 법은 왜 요구되었을까? 그 배경은 지난 2016년 대한민국 문화예술계를 강타한 블랙리스트 사태에 기인한다. 박근혜 정부가 작성한 명단 속 예술가들을 의도적으로 예술 창작 지원 제도에서 제외시키고, 방송이나 영화와 같은 매체에 등장하거나 참여하는 것에 제재를 가하고, 출판 등 다양한 문화예술계에서의 예술 창작 활동을 제한하거나 배제를 강요한 사건이다. 21세기 대한민국 한복판에서 상식적으로 이해가 안 가는 일이 버젓이 행해졌다. 정부가 주도적으로 진행한 문화예술 블랙리스트 사건은 문화예술인들은 물론 시민들에게도 커다란 충격을 준 사건으로, 박근혜 전 대통령 탄핵의 동력이었던 광화문 촛불 집회의 발화점 중 하나로도 작동했다. 이에 문화예술인들이 제안한 재발 방지와 대책 마련에 의해 제정된 것이 예술인권리보장법이다.

그렇다면 이 법의 내용은 무엇일까? 간단하게 풀이해 보면 문화예술인들이 온전하게 예술에 전념할 수 있게 하자는 취지이다. 딱딱하고도 전문적인 법률 언어로 뒤범벅이 된 법률안을 들여다보는 사람들은

극소수이고 또한 대부분의 법률이란 것이 그 내용을 살펴보면 의당 당연하고 지당한 말씀뿐이라 상식 선에서 도덕과 질서를 지키면서 살면 무탈하게 잘 살 수가 있다. 마찬가지로 예술인권리보장법도 당연히 지켜져야 할 내용들이 열거되어 있다.

그중 가장 중요한 것 하나가 '표현의 자유'이다. 대한민국 헌법 제22조제1항에는 "모든 국민은 학문과 예술의 자유를 가진다.", 제2항에는 "예술가의 권리는 법률로써 보호한다."라고 명시되어 있다. 그런데 놀랍게도 그동안 헌법에서 표현의 자유를 보장하고 있으면서도 어떻게 보호할 것인가에 대한 법안은 부재했다. 아마도 너무 당연한 것이니 상식과 도덕적 관점에서 판단과 구현이 가능한 것이라 간주되었나 보다. 의당 맞는 말이다. 하지만 이 당연한 상식과 민주주의의 기본 원칙을 무시되고 심지어 대항할 수 없는 국가 폭력의 형태로 발생했을 때 대한민국 국민을 어떻게 보호해야 하는가에 대한 법률은 존재하지 않았다. 이에 대한 대안과 방법의 구체성을 가지고 있는 것이 바로 예술인권리보장법이다. 따라서 이 법안은 표현의 자유를 침해하는 다양한 행위들을 금지하는 내용을 담고 있다. 또한 예술가의 주체적 권리와 지위를 보장하면서 창작 활동에 대한 전반적인 활동을 저해하는 것들을 방지함에 목적을 두고 있다.

예술 창작 활동의 인정

예술인권리보장법의 의미 중 주요한 점은 예술 창작 활동에 대한 제도적 인정이다. 대한민국에는 많은 법들이 존재한다. 문화예술과 관련된 법률들도 매우 다양하다. 문화예술 창달에 관한 다양한 법안들도 존재한다. 예를 들면 문화재 보존과 문화예술 관련 공공재인 도서관과 미술관 건립과 육성, 출판과 방송에 관한 법안, 문화예술 교육에 관한 관련 법안 등등 헤아리기 어려울 정도로 많고 내용 또한 다양하다. 그런데 정작 그 모든 문화적 자산을 양산하는 예술가, 즉 '사람'에 대한 법률은 부재했다. 예술이 예술가라는 '사람'의 창작 활동에 기인한 것임을 보면 그 많고 유구함을 자랑하는 건물, 시설, 작품, 육성 제도에 관한 법률만 존재했다는 것이 무척이나 아이러니하다. 다행히 2012년부터 시행되기 시작한 예술인복지법이 사람에게 초점을 맞춘 국내 최초의 법안이라고 할 수 있다. 이후 장애예술인에 관한 법률이 시행되었고, 그다음 마련된 법이 예술인권리보장법이다. 그리고 이 법에서는 예술가가 행하는 다양한 창작 활동을 인정하고 그 과정에서 파생될 수 있는 불평등과 불합리, 불공정을 방지하면서 성평등한 예술 환경을 조성하는 데 목적을 두고 있다. 따라서 예술인권리보장법의 제1조에서는 그 목적을 다음과 같이 명시하고 있다.

이 법은 예술 창작과 표현의 자유를 보호하고 예술인의 노동과 복지 등 직업적 권리를 신장하며, 예술인의 문화적·사회적·경제적·정치적 지위를 보장하고 성평등한 예술 환경을 조성하여 예술 발전에 이바지하는 것을 목적으로 한다.

그중에서도 중요한 것은 바로 "예술인의 노동과 복지 등 직업적 권리를 신장"한다는 부분이다. 예술가를 직업으로, 창작 활동을 노동으로 인정하면서 의당 가져야 하는 예술가들의 권리를 명시했다는 점이다. 예술 활동을 일종의 노동으로 인정한 법안으로, 이에 따른 정당한 보수와 창작 과정에서의 보호와 조치가 가능해진다. 이 법에서 노동은 객관적으로 판단하고 근거를 마련하기 위해 계약서 체결 여부에 근거를 두고 있으며, 창작 과정에서 벌어질 수 있는 모든 계약들을 범주에 두고 있다. 이와 더불어 예술 교육은 물론 예술가라면 의당 받아야 하는 보호와 권리를 모두 보호함을 지향한다.

예를 들면 최근까지도 예술가들은 직업적으로 자영업자로 분류되었다. 명색이 ‘프리랜서’라서 공식적으로 모두 “갑”이다. 자신의 창작 활동 여부를 자율적으로 선택할 수 있는 직군이기에 창작 작업에서의 불공정은 법률적으로 존재하지 않았다. 하지만 이와는 별개로 예술인권리보장법은 예술 창작 과정 그리고 예술인이라는 신분만으로도 창작의 표현, 작업 진행, 교육 및 전수 기타 여러 과정에서 자신의 예술적 권리를 보장받을 수 있고 불공정에 대응할 수 있다. 그야말로 예술인권리보장법은 국민이면 의당 보장되어야 하는 직업적 권리를 법률로 보장하고자 제정한 법이다. 기본적인 표현의 자유는 물론이거니와 불공정한 관행이 이제는 시정되고 개선될 수 있다.

물론 예술인 스스로 자신의 권리를 보장받을 수 있게 문제제기를 하고 행동할 수 있는가는 현실적으로 많은 어려움이 따른다. 그러나 예술인권리보장법 시행을 통해 압도적으로 수직적인 관계에 놓인 예술가 개인이 그동안 이의제기가 어려웠던 문화예술계의 풍토에서 목소리를 낼 수 있게 되었다. 즉 예술 창작 활동은 가난한 직업이고 예술가들이 고상하여 현실적 이해관계를 따지지 않는다는 식의 고정관념과 관행이라 묵인되었던 불합리한 사례들에 반문하며 스스로 자신의 권리를 찾을 수 있게 된 것이다.

성희롱·성폭력에 대한 보호 조치 가능

한편 예술인권리보장법에서 중요한 부분을 차지하고 있는 것 중 하나가 성평등한 예술 환경 조성에 관한 내용이다. 이 법안에서는 예술인들의 모든 활동에 걸쳐 건전한 성평등 문화 조성을 저해하는 행위들을 금지하고 있다. 지금까지 발생한 성폭력은 피해자의 신고와 고발에 의해 민법이나 형법에 의해 다루어졌다. 하지만 그보다 수위가 다소 낮은 성희롱은 제재를 가할 방법이 전무했다. 문화예술 분야에서 이러한 일이 발생하더라도 이를 처벌하거나 해결할 수 있는 법적 조치가 어려웠다. 일반적으로 성희롱은 ‘직장 내 성희롱 방지’라는 취지로 직장 내에서 취할 수 있는 행정적 인사 조치 및 징계의 내용을 취하고 있다. 그러나 예술가들은 대부분이 프리랜서, 자영업자이기 때문에 ‘갑’과 ‘갑’의 일이라는 이유로 처벌 근거를 마련하기 힘들었다. 하지만 예술인권리보장법은 성희롱에 대한 방지와 제재를 목적으로 하고 있고 처벌이 가능해 문화예술인에 대한 성희롱도 처벌이 가능하다. 즉 예술가라면 누구나 직장 내 성희롱 관련 조치와 유사한 처벌 및 관리가 유효하다.

그동안 문화예술계에서 다양한 형태의 성희롱이 발생해도 해결할 수 있는 방법을 찾기가 어려웠다. 물론 최근 예술가들에게 건전한 성 인식과 문화예술계 전반에 걸쳐 양성평등에 대한 문화가 보편화되고 있다. 하지만 그럼에도 불구하고 발생하는 문제에 대해서 해결책이 전무했다는 점에서 이에 대한 개선과 처벌에 대한 법적 근거의 필요성이 대두되었다. 이에 예술인권리보장법이 마련됨으로 인하여 약자를 보호하고 바람직한 성평등 문화 조성을 위한 토대 구축이 가능해졌다.

어떻게 문제를 해결하는가?

표현의 자유와 불공정, 성평등에 위법한 행위가 발생했을 때 어떻게 해당 문제를 해결할 수 있을까? 이러한 사건들이 실제로 발생했다면 예술인들 개인이 해결하기에는 너무 어려운 게 사실이다. 이를 위해 정부는 예술인권리보장위원회(법안에서 명명한 정확한 명칭은 ‘예술인 권리보장 및 성희롱·성폭력 피해구제 위원회’)이다를 올해 초에 조직해 신고의 체계성을 구축하고 운영안을 마련했다. 그중 가장

핵심적인 내용은 바로 ‘조사권’이다. 문제가 발생하면 신고를 할 수 있고 신고가 접수되면 문화체육관광부(이하 문체부)는 자체적으로 조사를 수행할 수 있다. 문체부는 이 법안의 효력 발생과 맞춰 2022년에 예술인을 보호하는 전담 조직인 예술인지원팀을 신설했다. 홍보와 인력이 부족해서인지 아직은 많이 알려져 있지 않다. 권리 침해 행위 신고는 문체부와 한국예술인복지재단 홈페이지를 통해 가능하다. 일단 접수가 되면 조사를 수행하여 사실 관계를 확인하고, 이에 대한 조치를 예술인권리보장위원회에 안건으로 회부하여 사건을 다룬다.

신고 접수된 사건을 예술인권리보장위원회에서 직접 다루면서 다양한 행정 조치 및 시정 명령을 문체부 장관에게 건의하고 이를 장관이 명령하는 형태이다. 조치의 내용으로는 과태료 부과, 재정 지원 중단 및 배제가 가능하다. 그러나 행정적 제재와 벌금이라는 처벌 수위가 다소 낮다는 한계가 존재한다. 무엇보다도 가장 큰 타격은 문화예술인이라면 가장 순수하고 모범적이라는 사회적 지위의 훼손과 명예의 손상이 아닐까 싶다. 또한 관련 분야에서의 평판과 윤리적 타격이라는 상징성도 존재한다. 다른 분야도 마찬가지겠지만 소문과 평판이 중요한 부분을 차지하고 있는 곳이 문화예술 분야임을 상기한다면 그리고 해당 분야가 좁고 관계자들 간의 협업과 교류가 많다는 점을 감안하면 나름 의미가 있다.

거듭 밝히지만 이 법의 궁극적 목적은 예술인들의 직업적 권리를 보호하고 건전한 성평등 문화를 조성하는 것이다. 시작과 배경에서도 알 수 있듯이 국가 권력도 예술가의 표현의 자유를 침해해서는 안 된다. 그것은 이미 헌법에 명시되어 있는 기본권이다. 다시는 블랙리스트 사태가 발생하지 말아야 한다는 취지를 강조한 것이며, 모든 문화예술인들의 당연한 권리를 보호하고 인권을 신장한다는 취지가 담긴 법이다. 하지만 무엇보다도 중요한 것은 법률로 강제하거나 규제하는 것보다 기본적 상식과 질서를 견지하면서 스스로 통제하고 건전한 문화를 만드는 것이다. 결과물도 중요하지만 그 결과를 만드는 사람도 중요하고, 그 과정 또한 도덕적으로나 윤리적으로 상식을 지키면서 진행해야 한다는 취지이다. 그러한 문화가 존속해야 진정한 문화 강국이고 가치 있는 예술을 행하는 것이기 때문이다.



박성혜(한국예술종합학교 연구교수, 예술인권리보장위원회 위원)

발레리나 출신으로 무용에 관한 이론 연구와 비평 활동을 주로 한다. 국립현대무용단 선임연구원, 무용이론 박사, Post-Doc 과정을 거쳐 현재 한국예술종합학교 한국예술연구소 학술연구교수로 재직 중이다. 예술 작업에 집중하다가 ‘예술하는 사람’에게로 관심이 확대되어 문화예술 정책에 관심을 가지게 되었다. 예술인 고용보험 제정 관여를 시작으로 예술인권리보장법 TF팀 위원을 거쳐 현재 문화체육관광부의 예술인권리보장위원회 위원으로 활동하고 있다. 본업은 항상 예술적 글쓰기인 비평 활동이라고 여기고 있으며 예술과 노동에 관한 다양한 정책과 제도 논의, 담론 생성에 관심이 있다.

gissell@naver.com

출판 1번지 마포에서 벌어지는 일

김송이(〈경향신문〉 기자)

2023. 06.

서울 마포구는 늘 출판의 중심지 역할을 해왔다. 작가, 출판사, 디자이너, 일러스트레이터, 인쇄소 등 책을 만드는 데 필요한 노동과 시설은 마포 일대에 집약돼 있다. 수많은 사람을 거쳐 세상에 나온 책들이 널리 읽힐 수 있는 동네책방과 도서관이 잘 조성된 곳도 바로 마포이다. 마포가 가꿔온 문화 자본, 책의 생태계는 부러움의 대상이 되곤 했다.

하지만 최근 그 생태계에는 균열이 생기기 시작했다. 책의 보금자리인 도서관에서도, 책을 만드는 마포 출판문화진흥센터(플랫폼P)에서도. 시민들은 공통적으로 마포구의 일방적 행정이 책을 겨냥하고 있다고 말한다.



지난 5월 18일 마포구청 앞에서 열린 플랫폼P 정상화 촉구 기자회견에서 조현익 플랫폼피입주사협의회 대표가 발언하고 있다.(플랫폼피입주사협의회 제공)

작은도서관 폐관·축소 논란

균열은 지난해 작은도서관을 둘러싸고 시작됐다. 지난해 10월 27일 마포구는 서강도서관과 작은도서관 8곳의 수탁기관 선정 결과를 발표했다. 하지만 열흘 뒤인 11월 7일에는 앞선 결과를 거스르는 일이 진행된다. 박강수 마포구청장의 지시에 따라 ‘효율적 운영 및 예산 절감’을 위해 작은도서관을 동문고에 카페형 독서실 시설을 접목한 공간으로 직영 전환하는 방안을 검토한 것이다. 이에 작은도서관이 폐관될 것이란 소식이 전해지면서 마포구청 홈페이지 내 민원 코너에는 항의 글이 이어졌다.

논란이 일자 마포구청은 다음날 작은도서관 폐관 방침이나 독서실 전환은 전혀 사실이 아니라는 내용의 보도 자료를 냈다. 작은도서관의 운영 효율성과 주민 편의를 높이기 위한 ‘기능 재설계’라고 했다. 보도 자료에 따르면 구청은 “도서 열람·대출 등 작은도서관의 기능은 유지하되 스터디카페 같은 공간을 추가하고 야간 시간대에도 무료로 공부할 수 있는 장소도 함께 제공할 것”이라고 밝혔다. 작은도서관의 이용자 수가 적어 예산 사용의 효율성이 떨어지니 기능을 재설계하여 세금을 효율적으로 쓰겠다는 것이었다. 구청의 해명에도 시민들의 걱정은 사그라지지 않았다. 효율을 앞세워 작은도서관에 스터디카페 기능을 더하겠다는 발상이 문제였다. 시민들은 새로운 기능이 작은도서관 고유의 기능을 해칠까 우려했다.

작은도서관은 약 10평 이상 규모에 1,000종 이상의 장서와 6석 이상의 열람석으로 이뤄진다. 직접 신발을 벗고 작은도서관에 발을 내디디면 이곳이 단순히 조용히 책 읽는 공간에 그치지 않는다는 점을 알 수 있다. 누구나 눈치 보지 않고 들를 수 있는 곳. 의자나 마룻바닥에 앉아 편히 쉬어가고 남녀노소 상관없이 서로 책을 추천할 수도 있는 곳. 작은도서관은 한 마디로 동네의 사랑방 역할을 한다. 작은도서관에서 그림책을 읽어주는 ‘이야기방’이나 어린이를 위한 창작 작업실 ‘모야’ 같은 프로그램이 활발하게 이뤄지는 이유도 이 때문이다.

작은도서관을 취재하며 만났던 마포구민들은 “작은도서관이야말로 책을 매개로 사람이 사람을 만나고, 세상을 만나는 곳”이라고 입을 모았다. 이들은 공공도서관이라는 공간이 단순 독서실이나 스터디카페와 다르다는 것을 몸소 체감하고 있었다. 그렇기에 정숙한 분위기에서 공부하는 스터디카페의 목적과 기능이 작은도서관이라는 사랑방을 위축시키리라 생각한 것이다. 도서관과 학습 공간의 차이를 구분하지 않은 채 합쳐버리는 ‘기능 재설계’는 폐관에 버금가는 가치 축소를 의미했다.

마포중앙도서관장 파면

일단락되는 듯 보였던 작은도서관 폐관·축소 논란은 최근 마포중앙도서관장 파면 사건으로 다시 불거졌다. 지난 4월 7일 송경진 마포중앙도서관장이 갑작스레 직위 해제됐다는 소식이 전해졌다. 곧이어 한 달이 채 지나지 않은 지난 3일 송경진 마포중앙도서관장의 징계 결과가 나왔다. 결과는 파면이었다. 파면은 공무원이 받을 수 있는 징계 중 가장 높은 수위에 달한다. 징계 이유는 성실·복종·품위 유지의 의무를 위반했다는 것이었다. 송 관장은 지난해 11월 4일 본인의 페이스북 계정에 구청의 도서관 예산 삭감과 작은도서관 운영 방침 변경을 비판하는 글을 게시했다. “예산 30%를 삭감하라는 지시도 이해할 수 없지만 위·수탁 협약 체결이 다 끝난 작은도서관들을 독서실로 전환해서 동문고에서 운영하라는 지시는 더 이해가 안 간다”는 내용과 ‘2023년도 세출예산 요구 현황’ 자료를 함께 올렸다.

이를 두고 징계를 결정한 인사위원회는 송 관장이 “사실 관계와 다른 내용을 게시하여 보도케 함으로써 불특정 다수의 주민 및 국민들로부터 마포구청장의 작은도서관 운영 검토 방향에 대해 불신과 오해가 생기도록 했고 (중략) 마포구 행정에 대한 신뢰를 실추시켰다”라고 판단했다. 송 관장이 지적한 ‘예산 30% 삭감 지시’는 타부서와 중복 사업이 있어 예산 조정을 지시한 것이고, 작은도서관 운영 방침도 확정 사실이 아닌 내부 검토 사안에 불과한데 이를 송 관장이 대외적으로 공개했다는 것이다.

이에 비판 의견을 SNS에 올린다고 징계를 내릴 수 있느냐는 비판이 나왔다. 구청과 주민들 간 오해는 송 관장의 페이스북 게시 글에서 비롯된 것이었을까. 송 관장이 인사위원회에 회부됐다는 소식이 나온 직후 지난해 작은도서관 논란 당시 꾸려졌던 ‘마포구립 작은도서관을 지키는 사람들’은 징계 반대 연서명과 함께 성명서를 낸 바 있다. 이들은 성명서에서 “구청장은 마포구립 작은도서관의 동문고·독서실 전환을 시도했고, 플랫폼P를 일자리 센터로 전환하려 하고, 작년 작은도서관과 관련된 사실을 SNS에 언급했다는 이유로 송 관장을 직위 해제했다”면서 “주민 의사에 반하는 도서관과 출판문화 정책을 철회할 것”을 요구했다.

주민들은 폐관이 아니더라도 동문고에 스터디카페를 더한 기능을 검토했다는 사실 자체를 일방적 행정이라고 받아들이고 있었다. 작은도서관이 왜 필요한지, 개선이 필요하다고 느끼는지를 구청에서 물어온 적이 없었기 때문이다. 예산 삭감을 우려한 배경도 당선 전부터 도서관 예산에 비판적이던 박강수 구청장의 행보에 있었다. 박 구청장은 지난해 2월 당선 전 <마포랭큐뉴스> 등 본인이 창간한 매체에 “주민 혈세 도서관 만든 마포구청장, 구민에게 사과해야”라는 제목의 칼럼을 게재했다. 마포중앙도서관이 애초 예상보다 큰 적자 폭을 기록하고 있으며, 매년 수십억 원씩 적자가 가중됨에도 당시 마포구청장이 적자 감소 노력을 하고 있지 않다는 내용이었다. 주민들은 ‘예산 효율화’라는 명목으로 내부 검토가 실현되지 않을까 우려했다.

플랫폼P 용도 변경 논란

균열은 출판 공간으로도 옮겨갔다. 2020년 홍대입구역 경의선 책거리에 자리 잡은 마포출판문화진흥센터(플랫폼P)의 향후 운영 방향이 출범 3년 만에 불투명해졌다. 플랫폼P는 이제 막 창업을 시작한 출판사와 소규모 창작인들을 지원해 온 공간이었다. 선발한 입주사를 대상으로 저렴한 임대료에 공유 사무실 공간을 대여해주고 전문적인 교육을 제공했다. 출판인, 편집자, 작가, 디자이너, 사진작가 등 출판의 한 축을 담당하는 다양한 직종이 모여 있어 자연스러운 네트워킹이 가능했고 시너지가 났다. 옆 사람과 언제든지 협업이 가능하고 성공담이든 실패담이든 노하우를 공유하는 것에도 거리낌이 없었다. 플랫폼P가 단순 공유 오피스가 아니라 출판인 인큐베이터 역할을 하는 이유다.

문제는 마포구가 지난해 플랫폼P의 위탁 운영 계약을 정식으로 하지 않으면서 시작됐다. 기존 위탁 운영사와의 계약은 지난해 연말에 만료 예정이었지만 마포구는 기존 업체와도, 새로운 업체와도 정식 계약을 맺지 않았다. 다만 기존 운영사와 계약을 3개월 연장하고, 이후 다시 올해 연말까지 9개월 단위 계약을 맺었다. 오는 7월이면 계약 기간을 마치는 1기 입주사들의 자리가 비워지는데도 새로운 입주사 모집 준비 또한 이뤄지지 않았다. 나아가 입주 자격도 갑작스레 ‘마포구에 1년 이상 거주한 주민’으로 제한되면서 논란이 빚어졌다.

입주 자격 제한의 근거는 ‘구비로 운영되기 때문에 구민이 혜택을 봐야 한다는 것’이다. 박 구청장은 지난 3월 마포구의회 본회의에서 “입주 구성원 중 마포구민은 26%에 불과한 센터에 국비와 시비의 지원은 전혀 없이 연간 10억 원이 넘는 운영비가 구비로 투입되고 있다”면서 “출판 분야에 한정해 운영하기에는 효율성과 형평성이 다소 떨어진다”고 말한 바 있다. 이에 대해 플랫폼P 입주사들은 “마포 구민과 전국의 출판 창작자를 갈라치기 하는 것”이라고 비판한다.

사업자 대표가 마포구민이 아니더라도 입주사들은 마포구에 사업자 등록을 내고 마포구청에 센터 임대료와 세금을 내왔다. 이들의 활동 반경 또한 플랫폼P를 중심으로 그려진다. 업계 사람들과의 미팅도, 교육 세미나도 플랫폼P가 위치한 홍대입구역 근방에서 진행되고, 그렇기에 이들은 전국의 출판인을 마포구로 유입시키는 요인이 되기도 한다. 플랫폼P가 처음 만들어질 당시 목표로 했던 것도 바로 이런 모습이었다. 당시 마포구는 “출판·디자인 산업의 회복을 위한 지렛대 역할 강화”를 목표로 삼았다. 서울시가 2010년 마포 일대를 ‘디자인·출판 특정개발진흥지구’로 지정했던 것을 봐도 플랫폼P는 출판 진흥을 위해 장기간 준비된 디딤돌이란 것을 알 수 있다.

1기 입주사들은 이제 곧 플랫폼P를 떠나 이곳에서 그린 비전을 각자의 방식으로 펼쳐나갈 것이다. 이들의 영향력이 보다 커지고, 그 덕에 후배 입주사들도 빛을 볼 수 있도록 마포구가 앞장서 스케일업을 지원할 적기이다. 그러나 마포구는 3년 만에 계획을 선화해 조만간 공간을 개편하겠다는 입장이다. 플랫폼P의 탁월한 위치성을 더 많은 구민들이 공유하겠다는 것이다. 별도의 논의 없이 구청의 청년일자리사업 참가자 15명이 플랫폼P 공유 공간에 입주한 것도 같은 맥락이었다. 플랫폼P에 창업지원센터 기능이 추가될까 짐작할 뿐 구체적인 개편 방향과 시점은 입주사들과 공유되지 않고 있다.

논란의 양상은 매번 비슷했다. 구청은 효율화라는 핑계로 본 기능에 다른 기능을 추가하는 것을 검토한 뒤 반발에 부딪히면 ‘폐관이나 용도 변경이 아니다’라고 해명했다. 물론 작은도서관이든, 플랫폼P든 발전을 위해서라면 내부 검토가 이뤄질 수도 있다. 하지만 세 가지 사건을 겪은 시민들은 그 검토가 일방적이란 점을 지적한다. 작은도서관과 플랫폼P를 실제로 이용해 온 이들은 어떤 기능을 더한다고 해서 반드시 시너지가 나지 않는다는 것을, 때로는 ‘일석이조’가 독이 된다는 것을 알고 있다. 시민들은 효율을 떠나 본래의 가치를 이해해달라고 말한다. 공적 사랑방으로서 작은도서관이 갖는 의미를, 출판 동지로서 플랫폼P가 갖는 의미를 이해하면 효율이라는 잣대로 잴 수 없는 가치가 보일 것이라고 말한다.

책이 만들어지고 읽히고 또 그것이 반복되는 생태계는 단순 이용자 수나 예산 같은 숫자로는 드러나지 않을지 모른다. 하지만 당장 눈에 보이지 않지만 서서히 쌓여 공유되는 것이 문화다. 시민들은 책과 문화의 중심지로 손꼽히는 마포의 명성이 머지않은 미래에도 이어지길 바라며 목소리를 내고 있다.

김송이(〈경향신문〉 기자)

〈경향신문〉 사회부 사건팀에서 기자로 일하고 있다. 사람들이 제각각 살아가는 모습을 찾아 듣기 위해 고군분투 중이다.

songyi@khan.kr

우리에게 ‘종로서적’은 무엇이었을까

류위남(서울역사박물관 학예연구사)

2023. 06.

대한민국이 붉은 열기로 가득 찼던 2002년 월드컵 기간 중에 발생한 종로서적의 부도는 많은 문학과 지식인들의 탄식을 자아내던 사건이었다. ‘사상 최초’라는 타이틀을 장식하며 연일 지면과 화면을 가득 메운 월드컵만 아니어도 사회적 관심을 모아 종로서적을 살릴 수도 있었을 것이라고 안타까워했다. 그 뜨거운 열기 속에서 감히 ‘안 할 말로 그까짓 축구공이 어느 골대로 몇 번 들어간들 무슨 상관이라.’라며 종로서적의 몰락을 ‘한 시대의 종언’이라고까지 표현하였다. 우리에게 종로서적은 과연 무엇이었을까.

서울역사박물관에서는 매해 다양한 역사적 층위를 가진 종로의 역사문화 콘텐츠 중 하나를 선정하여 조사·연구하고 있는데, 작년의 주제가 바로 ‘종로서적’이었다. 우리는 종로서적이 가진 서점사적인 의의와 종로 일대의 출판문화의 역사성을 조사했다. 또한 사람들이 그토록 추억하는 종로서적에 대한 ‘집단 기억’을 기록하기 위해, 종로서적의 옛 종사자나 출판 및 서점계의 사람들을 만나 이야기를 듣고, 일반 시민들에게도 종로서적에 대한 이야기와 자료를 공모하였다.

그 결과, 종로서적 자체가 20세기 한국 서점문화의 대표적인 공간으로서 많은 사람들에게 비슷하게 기억되고 있다는 사실을 알게 되었다. 그것은 종로서적이 다른 아닌 ‘종로’라는 공간에 자리했다는 것에서 가지는 의미가 컸다. 종로서적의 장소성은 ‘종로’가 개화기 이래의 서점 및 출판사의 집결지이며, 동시에 1970년대 이후부터 카페, 학원, 학사주점 그리고 시위 현장에 이르기까지 젊은 열기가 가득했던 청년들의 거리라는 역사적 공간성에서 상당 부분 비롯된 것이기도 할 것이다.

거창한 제목으로 글을 시작하였지만, 수많은 사람들 각각의 경험과 기억, 추억에 담긴 그들의 ‘종로서적’이 무엇이었는지 답하기는 어려운 일이다. 다만, 그들이 그토록 그리워하는 종로서적에 대해 몇 가지 공통된 기억의 키워드를 중심으로 그들의 이야기를 빌려 답을 대신하고자 한다.

제일 크고 현대적이고 전문적인 최초의 서점, 종로서적센터

많은 출판·서점계 관계자들은 이전의 종로서관(1949~1963)을 완전히 탈피하고 1963년에 새로 개점한 종로서적센터를 ‘서점 현대화의 선두주자’였다고 평가했다. 인조 대리석을 깬 바닥, 상들리에 설치, 알

루미늄 간판과 같은 현대식 인테리어뿐 아니라, 여성 판매원의 공개 채용, 유니폼 착용, 주제별 도서 진열 방식과 안내 표지판, 매장 내 클래식 배경음악과 도서 포장지 사용 등이 종로서적센터에서 처음 시도됨으로써 한국의 서점 산업은 새로운 단계로 올라설 수 있었다.

그 당시에는 그렇게 큰 책방이 없었어요. 그냥 조그마한 동네 책방들이었는데, 들어가면 그냥 책을 사야지, 서서 책을 보고 그런 게 전혀 안 됐었어요. 조그마한 책방에 와서 주인이 있는 데서 책을 다 보고 올 수 없잖아요. 그런데 종로서적은 자유롭게 책을 볼 수 있고, 클래식 음악이 항상 은은하게 나오고... - 전 종로서적 예술부 직원, 조명자



종로서적센터(1973년 5월, 서울역사박물관 제공)

대한성서교회 건물에 있던 종로서적센터의 모습으로 2층에 네온사인 간판이 눈에 띈다. 대한기독교서회 건물은 신축 준비 중이고, 지하철 1호선 종각역이 생기기 이전의 모습이다.



(좌) 종로서적센터 앞 종로2가 풍경(1973년 5월, 한치규 촬영, 서울역사박물관 제공)
지하철 1호선 공사가 한창이다.



(우) 종로서적의 도서 포장지로 포장한 책(1980~1990년대, 박상준·이인순 제공)
종각(보신각)과 김홍도의 <서당>이 그려진 종로서적의 도서 포장지

새로운 독서문화를 이끌었던 책의 백화점, 종로서적

종로서적은 도서·출판의 사회적 인프라가 전체적으로 부족했던 1950~1980년대 상황에서 도서관이나 정보 센터의 역할을 일부 맡았으며, 서점 전문인을 양성하고, '전산화' 이전의 상황에서 출판사, 일반인, 대학 등을 위한 종합 서적 정보를 제공했다. 또한 다양한 마케팅 전략적 차원에서 개최했던 도서전시회, 작가와의 대화, 시즌에 맞는 도서특별전 등의 이벤트를 통해 새로운 독서문화를 이끌었다.

제 첫 부서가 문학이었어요. 그 당시만 해도 컴퓨터가 없었으니까 책 정보를 100% 다 외워야 했거든요. 예를 들어서 손님이 책 문의를 할 때 제목을 말해주는 게 아니라 예를 들어 어떤 시 내용을 얘기해줘요. 그럼 그 시가 들어 있는 책을 찾아줘야 하는 거죠. 그리고 많은 손님들이 저희한테 물어봐요. 어떤 책 추천해달라고. 그러니까 지금으로 말하면 북 마스터 같은 거예요.

매장 진열은 매장 담당자 고유 권한이었어요. 당시에 신생 출판사 작품 중 하나가 재밌어서 문학 코너 열세 군데에나 깔았는데 그게 대박이 난 거죠. 출판사가 아니라 우리들이 베스트셀러를 만든다는 자부심도 있었어요. - 전 종로서적 문학부 직원, 신영옥



(좌) 종로서적 문학부 “금주의 베스트셀러” 코너(1992년, 이철지 제공)

(우) 이문열 작가의 『어둠의 그늘』 출간 이후, “작가와의 대화” 모습(1981년 9월 26일, 조유성 제공)

“작가와의 대화”는 작가들을 초청하여 독자와 저자를 이어주는 종로서적의 서점문화를 압축적으로 보여주는 대표적인 이벤트이다. 1977년부터 매달 진행하여 박완서, 박범신, 조세희, 신경숙, 이병주, 조정래, 이문열, 이외수, 김동길, 박노해, 이호철, 마광수, 은희경 등 약 150명의 작가들이 참여했다.

“작가와의 대화”의 진행 방식은 아주 간단해요. 사회자가 작가를 짧막하게 소개하는 게 시작이에요. 두 번째는 작가가 본인 얘기를 조금 해요. 그리고 세 번째는 참여한 독자와 작가의 문답이에요. 종로서적 안에 포스터를 붙여서 홍보했어요. 신문에 기사도 많이 났죠. 종로서적에는 클래식 음악 방송이 있었기 때문에 그 사내 방송에서도 알려주고, 다음 달은 누구라는 것도 홍보하죠.

- 전 종로서적 내서부 계장, 조유성



(좌) 종로서적에서 발행한 계간지 <종로서적>(조유성 제공)
 계간 <종로서적>의 발간은 종로서적을 홍보하면서 독자의 요구를 수용하여 매출 상승을 도모하는 마케팅 전략의 일환이기도 했지만 도서와 관련한 다양한 정보를 제공하고 선별한 좋은 책에 대한 전문가의 서평을 실어 문화 잡지로서의 위상도 확보하였다.

(우) 종로서적 안내 브로슈어에 소개된 다양한 서비스(1987년경, 전세영 제공)

자랑스러웠던 직장, 종로서적

옛 추억을 말하는 종로서적 관계자들은 하나같이 그 시절 종로서적이 단순히 책이라는 상품을 사고파는 곳이 아니라 그들의 시대를 상징하는 문화 공간으로 여겼고, 그곳에서 보냈던 삶을 자랑스러워하고 그리워했다.

책을 좋아했지만 생활이 어려웠던 나로서는 종로서적이 최고의 직장이었다. 봉급도 받고 책도 마음 놓고 볼 수 있었으니 누구도 부러울 사람이 없었다. 종로서적은 직원 복지도 수준급이었다. 구내식당은 무료인데도 종로 거리에서 최고의 맛을 자랑했고, 사원들이 자발적으로 사우회를 조직하자 회사는 축구반, 탁구반, 기타반, 합창반, 무용반 등 취미활동을 전액 지원했다. 사원들의 교육 또한 철저했다. 강만길, 김동길, 한완상, 황필호 교수 등 저명인사를 초청해 당시 사회적으로 민감한 이슈를 주제로 정기적인 특강을 열었다. 봄가을에는 전 직원이 체육대회와 나들이를 통해 종로인으로서의 결속력을 다지곤 했다. - 전 종로서적 직원, 출판 칼럼니스트 김영수

우리가 만나던 그곳, 종로서적

종로서적이 우리나라 최대의 서점으로서 얼마나 큰 의미를 가지고 있는가 하면 전시관 현장에서 관람객들에게 받은 종로서적에 대한 설문지에는 가장 불성실한(?) 작성본에서조차도 “종로서적에 대한 기억을 적어주세요.”라는 첫 질문에 대해 ‘만남의 장소’, ‘약속 장소’라는 글씨가 휘갈겨져 있었다. 문학 작품에서도 약속 장소로 종로서적이 등장한다.

토요일 저녁의 종로서적 입구는 누군가를 기다리는 사람들로 빼곡했다. 그들은 어디선가 자신의 이름이 들려오기를, 혹은 자신도 누군가의 이름을 외칠 수 있기를 소망하며 인파로 가득한 종로 거리를 좌우로 두리번거렸다. 기다리던 사람이 누구든, 친구이든, 애인이든, 가족이든, 그들이 나타나면 사람들은 환한 표정으로 웃으며 총계를 내려갔다. 종로서적 입구에 서서 목을 빼고 늦게 오는 친구를 기다려본 사람은 그렇게 친구나 애인을 먼저 만나는 사람이 얼마나 부러운지 알 것이다. - 『네가 누구든 얼마나 외롭든』(김연수, 문학동네, 2007)

1960~1970년대 문인과 예술가의 거리였던 서울시 종로구 관철동은, 세련된 레스토랑과 술집, 카페, 전자오락실, 디스코 클럽 등 식당과 오락 시설이 들어서던 1980년대 초부터 대학생들이 몰려드는 젊은이의 거리가 되었다. 이 관철동의 주요 약속 장소 중 하나가 종로서적이었다. 종로서적은 1층이 젊은이들의 약속 장소로 애용되자 1층 18평 가운데 8평 정도를 차지하던 잡지·아동서적 매대를 없애버리고, 약속을 하고 기다리는 사람을 위해 메모판을 달아주었다는 신문 기사(〈조선일보〉 1983.2.23.)도 났다. 1980년대 1층 잡지부에서 일하던 여직원은 메모판으로 전하기 어려운 것들을 전해주기도 했다고 한다. 지금으로서는 상상하기 어려운, 삐삐도 핸드폰도 없던 시절의 이야기였다.

1층이 실 틈 없이 북적였어요. 청춘들의 만남의 장소였거든요. 제가 1층 잡지 코너에서 근무하면서 엇갈린 만남의 가교 역할을 많이 했죠. 쪽지 전달부터 해서 케이크 전달도 해봤어요. - 전 종로서적 1층 잡지부 직원, 김옥숙



종로서적 1층 잡지부의 여직원들(1983년, 김옥숙 제공)

종로서적은 1963년 (재)개업 당시부터 서울에서 가장 큰 서점 중 하나였고, 1990년대까지 계속 성장하며 규모를 키웠다. 종로서적의 사업 범위는 단지 도서의 판매에 그치지 않았으며, 각종 문화 사업까지 확장되었다. 종로서적은 당시 대형서점이 시도할 수 있는 거의 모든 기획과 전략을 수립·실천함으로써 1960~1990년대 '지식문화의 상징'이 되기도 하였고, 종로라는 공간에 위치함으로써 여러 세대에

걸친 사람들의 추억과 기억에 공통된 '장소성'을 가진 공간이기도 했다. 그래서일까, 2002년 종로서적의 부도 소식은 많은 이들의 안타까움을 자아냈다. 종로서적의 몰락은 단순히 어느 한 서점의 폐점이 아닌 그들이 품고 있던 문화와 추억, 기억의 상실과도 같았기 때문이다.

종로대로의 뒷골목에서 발굴된 조선시대 전기의 집터와 골목길을 그대로 보존하여 만든 공평도시유적전시관(서울역사박물관의 분관)은 2019년에 개관한 이후부터 해마다 종로의 역사문화콘텐츠를 하나씩 조사·연구하고 기획전시를 통해 그 성과를 공개하고 있다. 다가오는 7월 20일에는 작년에 조사하였던 '종로서적'을 주제로 하여 〈우리가 만나던 그 곳, 종로서적〉 전시를 개최할 예정이다. 이 글 역시 2022년 종로서적 조사연구보고서를 기초로 작성한 원고임을 밝혀둔다.

류위남(서울역사박물관 학예연구사)

현재 서울역사박물관에서 공평도시유적전시관의 기획전시와 조사·연구를 담당하고 있다. 〈1904, 입체사진으로 본 서울풍경〉, 〈서울은 소설의 주인공이다〉, 〈서울살이와 집〉 전시를 기획하였다.

ryuwn@seoul.go.kr

[작지만 강한 출판사를 만나다]
클레이하우스 **윤성훈 대표**
행운은 우연히 오지 않는다

김세나(퍼블리셔 대표)

2023. 06.

책이 출간되기까지는 긴 시간과 많은 과정이 필요하다. 1인 출판은 기획부터 편집, 마케팅, 영업 등 다방면의 업무를 개인이 해내야 한다는 어려움이 있지만, 개인 창업으로서 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.

지난 4월 런던도서전 한복판에 게시된 영국 대형 출판사 블룸스버리(Bloomsbury Publishing)의 월페이퍼를 보고 한국 출판 관계자들은 반가운 마음에 웃음 지었다. 황보름 작가의 『어서 오세요, 휴남동서점입니다』(2022) 영문판 표지였기 때문이다. 한국에서 전자책으로 먼저 입소문을 탄 뒤 종이책 출간을 통해 20만 부 이상 판매된 도서였기에 잘 알려진 책이다. 그런데 이 책을 낸 곳이 당시 1년도 채 되지 않은 신생 출판사, 게다가 1인 출판사였다니! 지금까지 분야 1위 도서만 9종, 총 판매 부수 120만 부를 훌쩍 넘긴 베스트셀러 기획자가 독립하여 만든 출판사였다. 그는 어떻게 출판사를 운영하고 있을까. 파주 명필름 카페에서 클레이하우스 윤성훈 대표를 만나보았다.



대표님이 제 예상보다 젊어서 살짝 놀랐어요. 출판 경력이 어떻게 되시나요?

2009년부터 편집자로 일했으니, 14년 정도 된 거 같아요. 저는 웅진지식하우스에서 신입 시절을 보냈습니다. 현재 지와인 출판사를 운영하고 있는 김보경 대표님이 당시 웅진지식하우스에서 절 뽑으셨죠. 정말 운이 좋게도 6년 정도 함께할 수 있었는데, 편집자로서의 기본 소양은 모두 김보경 대표님께 배웠습니다. 거기서는 주로 소설이나 에세이 등 문학 편집을 하다가 인플루엔셜과 다산북스로 오면서 분야를 확장했습니다. 짧게 있었지만 인플루엔셜에서는 경제경영서를, 다산북스에서도 처음에는 경제경영서를 하다가 이후에는 인문서를 맡았어요. 인문 팀장을 제일 오래 하긴 했네요.

여러 분야를 다양하게 경험하셨네요. 일부러 분야를 바꾸신 걸까요?

제 의지로 그랬다고보다는 다 회사에서 시켜서 그렇게 된 거죠. 이를테면 다산북스에서도 사실 처음에는 경제경영서 편집자로 일했는데, 대표님이 어느 날 갑자기 제가 경제경영 분야와 맞지 않는다면 인문 팀장을 하라는 거예요. 이제 좀 경제경영 분야에 적응도 하고 이 분야 저자들과도 가까워졌는데, 갑자기 인문 분야를 맡으라고 하니 당황스러웠죠. 그런데 지나고 보니 대표님 말씀이 다 맞았어요. 모든 게 대표님의 큰 그림이었고, 실제로 인문 분야에서 더 좋은 성과가 났어요. 이처럼 그동안 다녔던 회사에서 여러 기회를 주셨기에 다양한 분야의 도서를 탐색해볼 수 있었고, 저한테 뭐가 더 잘 맞는지 알게 된 거 같아요. 그리고 성향상 저는 하나를 깊게 탐구하는 스페셜리스트(specialist)가 아니라 두루두루 알게 조금씩 좋아하는 제너럴리스트(generalist)여서, 다양한 분야의 책을 출간하는 게 저한테 더 맞았던 거 같아요.

일반적으로 1인 출판사로 시작하는 경우 분야를 한정해놓는데, 클레이하우스 출간 목록을 보면 전 분야를 아우르는 거 같았거든요. 종합출판사로 운영하게 된 것도 여러 분야를 다양하게 해본 경험과 관련이 있는 거네요. 근로자로 일하시다가 직접 출판사를 운영해야겠다고 언제 결심하게 되었나요?

편집자로 일하며 막연하게 생각한 적은 있지만, 진지하게 고민하게 된 건 다산북스에서 팀장을 맡은 지 3~4년 차 정도가 되었을 때인 거 같아요. 너무 빨리 관리자로서의 역할을 요구받는다느 느낌도 들었고, 회사에 다니면서 해볼 수 있는 건 상당 부분 해봤다는 생각도 들었습니다. 무엇보다 김선식 대표님께 비즈니스로서의 출판에 대해 A부터 Z까지 다 배운 게 가장 결정적이었던 것 같아요. 실제로 다산북스 출신의 성공한 창업가가 굉장히 많습니다. 출판인 후배들을 진정으로 위하고 직원들의 성장을 위해 교육과 지원 등을 아끼지 않은 김선식 대표님께 이 자리를 빌려 깊이 감사드리고 싶어요.

그리고 편집자로서 저는 머리로만 생각했던 가설을 현실에서 실제 적용해보고 내 가설이 맞았는지 틀렸는지 검증해본 후에 성공률을 조금씩 높여가는 게 제일 재밌었는데, 큰 회사에서 할 수 있는 건 한계가 있다고 느꼈습니다. 가령 제가 책을 쓰는 것도 하나의 실험인 거죠. 전자책으로 먼저 출간된 책을 종이책으로 펴내는 거나 잘 안 팔렸던 책을 개정해서 출간하는 것도요. 그런데 100명 이상의 직원이 타고 있는 배에서의 실험은 윤리적으로 나쁜 행위일 수도 있습니다. 여러 사람이 걸려 있으니까요. 그런데 저 혼자 하면 상관없죠. 제가 판단하고 제가 책임지면 되니까요. 그래서 상업적인 논리에 철저히 맞는 것도 하고, 가끔은 실험적인 시도도 다양하게 해보고 싶은 마음에 독립하게 되었습니다.

내로라하는 편집자들도 막상 출판사를 차리면 저자 섭외부터 좀 막막한 감이 있잖아요. 그런 두려움은 없으셨나요?

사실 회사 다닐 때는 창업 준비를 많이 못 했어요. 제가 팀장을 넘겨줘야 하는 상황이고 사업계획서를 작성하는 연말연시여서 최소한의 좋은 라인업을 남아 있는 팀원들을 위해 준비해두고 싶었습니다. 그래서 클레이하우스를 창업하고 제 책이 처음 나왔고, 두 번째 책은 외서였어요. 세 번째는 원고가 없어도 출간할 수 있는 다이어리북이었죠.

다만 한 가지 믿을 구석은 있었는데 김수현 작가님이 『나는 나로 살기로 했다』(2016년 초판 발행)의 계약 기간이 끝나면 개정판을 클레이하우스에서 출간하겠다고 힘을 보태주셨어요. 그리고 사실 편집자 출신은 서점 영업이나 마케팅에 대한 막막함이 있는데, 이 부분은 웅진에서 만난 마케터인 신동익 팀장님이 전적으로 도맡아서 진행해주셨습니다. 거래처 계약, 공급률 협상, 물류회사 선정 등 신동익 팀장님 덕분에 전체적인 시스템 구축이 비교적 초기에 자리를 잘 잡을 수 있었습니다.

창업하고 가장 어려웠던 점은 무엇인가요?

제가 큰 회사만 다녀서 너무 당연히 누려왔던 것들이 사실은 당연한 게 아니라는 걸 깨달았습니다. 책이 나오면 전 당연히 신간 매대에 진열되고, 그다음은 자연스레 분야 매대에 진열된다고 생각했어요. 그래서 항상 책은 서점에 이렇게 누워 있다는 사실이, 어쨌건 매대에 다 깔리는 게 저한테는 너무 당연했거든요. 그런데 창업하고 나서 보니 저희 책이 신간 매대에 잠깐 있다가 바로 서가에 꽂히더라고

요. 저희가 일일이 영업을 해야만 진열되는 거죠. 지금도 서점 관리가 가장 힘든 거 같아요. 그나마 전 직장에서 마케팅과 관련한 다양한 경험을 할 수 있었고, 공격적인 판매비를 책정한 경험도 있었기에 마케팅 비용을 집행하는 것에 대한 두려움은 없었습니다. 또 마케팅 실무는 모르는 게 너무 많았는데, 앞서 말했듯 다행히 처음부터 신동익 팀장님이 함께해주셔서 많은 도움을 받을 수 있었어요.



2022년에 진행했던 송년회 모습.

클레이하우스의 저자, 역자, 외주 편집자, 디자이너 등이 한자리에 모여 즐거운 시간을 가졌다.

‘클레이하우스’라는 이름은 어떤 의미로 지으신 건가요?

랜덤하우스랑 좀 비슷한 거 같아요. ‘랜덤(random)’이 ‘무작위로, 닥치는 대로’의 뜻이잖아요. 그게 좀 추상적인 표현이라면, ‘클레이(clay)’는 좀 더 구체화된 상징이에요. ‘점토, 찰흙’을 의미하는데 흙은 뭐든지 될 수 있으니까요. 특정 분야 출판사 느낌이 안 나게 하려고 했어요. 어떤 책을 낼지 한 분야에 가두지 말고 어디로든 확장할 수 있는 이름을 찾으려고 했습니다. 인터뷰에 오기 전에 재미 삼아 챗 GPT에 클레이하우스가 출판사로서 좋은 이름인지 물어봤어요. 창조성과 유연성이라는 의미를 담고 있어서 좋은 이름이래요. (웃음)

일하시면서 챗GPT를 많이 활용하는 편이신가요?

저는 제한적으로만 활용해요. 은근히 영어로 이메일을 쓸 일이 많은데, 제가 영어로 마음대로 쓴 다음에 이 말을 제대로 고쳐달라고 요청하면 자연스러운 문장으로 고쳐주더라고요. 지금은 그 정도로만 활용하고 있습니다.

2021년에 창업하시고 현재도 1인 출판사이신가요?

최근에 1명 채용했어요. 올해 1월 2일에 첫 출근을 했습니다.

축하드립니다. 클레이하우스에서 나오는 책들이나 마케팅 규모로 보면 1인 출판사라고 예상하기 어려웠거든요. 그간의 행보를 보면 대형 출판사와 작은 출판사의 장점만 뽑아서 효율적으로 책을 내고 있다고 느꼈습니다. 대형 출판사와 1인 출판사를 모두 경험해본 입장에서 작은 출판사의 장단점이 무엇이라고 생각하시나요?

저는 이전에 회사 다닐 때보다 지금이 일을 더 편한 방식으로 하는 거 같습니다. 큰 회사는 회의와 컨펌 과정이 굉장히 많은데, 지금은 그냥 제가 결정하면 끝이잖아요. 프로세스 자체가 굉장히 심플해서 효율적이예요. 물론 대형 출판사는 집단지성의 힘을 활용할 수 있는 장점도 있지만, 그게 과하면 오히려 소모적이고 비효율적이죠. 클레이하우스에서는 그런 과정이 없어서 대부분의 의사 결정이 빠르고 효율적으로 진행돼요. 여러 단계의 검증 과정이 필요한 게 아니냐는 질문도 많이 받고, 그 말이 틀린 것도 아니지만, 사실 출판은 누군가의 인사이트로 끌고 가는 면이 좀 더 큰 거 같아요. 또 책이 적게 나오기 때문에 출간하는 모든 책에 100% 힘을 쏟을 수 있고, 마케팅 자원을 투자할 수 있어요. 큰 출판사에서는 내부 경쟁에서 살아남은 전략 도서 위주로 마케팅 계획이 세팅되거든요.

작은 출판사의 최대 단점은 정보의 부재예요. 큰 회사에 있을 때는 그냥 가만히 앉아 있기만 해도 온갖 정보들이 들어와서 업데이트가 되는데, 여기서는 비교적 사람을 많이 만나는 편인데도 확실히 회사 다닐 때보다는 정보량이 적어서 많이 노력하지 않으면 금방 뒤처질 수도 있겠다는 위기감이 들어요.

창업하자마자 1년도 되지 않은 시점에 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』로 엄청난 ‘대박’을 터뜨렸습니다. 이 책은 어떻게 베스트셀러가 된 걸까요?

당시 밀리의 서재에서 ‘이런 책이 있는데 클레이하우스는 소설 출판은 안 하시죠? 그래도 그냥 가볍게 한번 봐주세요’ 하고 제안해왔어요. 저도 소설을 출간할 생각은 딱히 없었는데, 읽다 보니까 작품이 너무 좋은 거예요. 리뷰를 보면 전자책을 먼저 읽은 독자들이 종이책으로 출간해달라고 요청하고 있었고, 소설 시장 트렌드에도 딱 맞는 책이었어요. 그래서 소설을 출판하지 않겠다는 고집을 바로 꺾었죠. 그런데 기대했던 것보다 훨씬 더 많은 독자들이 이 책을 읽어줬어요. 정말 운이 좋았다고 생각해요.

제가 열심히 한 건, 그래도 초반부터 마케팅에 굉장히 많은 돈을 썼어요. 저희 회사 규모에서 할 수 있는 마케팅 활동은 다 한 것 같아요. 사실 그렇게 광고를 해도 망하는 경우가 많은데, 이 책은 노출이 될 때마다 반응이 왔어요. 그러니까 저희 입장에서는 그냥 좋은 원고가 있었고, 실력 있는 일러스트 작가님과 디자이너 실장님께 의뢰해서 표지를 예쁘게 만들었고 그리고 마케팅에 돈을 쓴 거죠. 특히 서점 이야기이고 책 이야기니까 ‘책을 좋아하는 사람들이 모여 있는 서점에 돈을 쓰면 되겠다’ 싶어서 서점 광고를 많이 했어요. 그러면서 원래 전자책을 읽었던 사람들의 입소문에 새롭게 종이책을 읽은 사람들의 입소문이 더해져 장기 베스트셀러가 될 수 있었습니다.



(좌) 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다.』 표지

(우) 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다.』는 사서와 교사가 직접 선정한 ‘책씨앗 2022-2023 최고의 책’에 선정되었다.

작은 출판사가 마케팅 비용을 많이 쓰기가 사실 어렵잖아요. 기준이 있을까요?

기본적으로 모든 책에 어느 정도까지는 다 써요. 그런 다음 반응이 없으면 일정 비용까지만 쓰고 멈추고, 반응이 있는 책에는 계속 더 씁니다. 미리 제가 선불리 판단하지 않아요. 저희는 상업적인 관점에서 최소 3,000부는 초판 인쇄를 하는데, 어쨌든 이 정도 초판 부수를 소화하려면 마케팅 비용을 어느 정도 쓸 수밖에 없어요. 그래서 저희 출판사는 다른 1인 출판사보다 BEP(Break-Even Point, 손익분기점)이 높은 편인 거 같아요. 1만 부 팔았어도 적자인 책도 있죠. 사실 제가 일을 그렇게 배워서 다른 작은 출판사처럼 하는 방법이 뭔지 잘 몰라요. 그냥 팔리는 책은 없다고 생각하거든요. 적절한 마케팅 행위가 있어야, 1만 부 팔 책을 3만 부 팔 수 있고, 3만 부 팔 책을 10만 부 팔 수 있다고 믿습니다. 그래서 더 공격적으로 투자하는 거 같아요. 매출 대비 판매비를 대략 15~20%는 쓰는 거 같습니다. 인건비 등 들어가는 공통비가 적기 때문에, 그 돈을 아껴서 마케팅 비용에 쓰는 거죠. 당연히 저희 방식이 정답은 아니고, 전략적 선택의 문제 같아요.

그래도 어쨌든 지금까지 분야 1위 도서만 9종, 총 판매 부수는 120만 부를 훌쩍 넘긴 베스트셀러 기획자로서 베스트셀러를 만드는 비결이 있을 것 같은데요?

모든 독자는 어떤 책을 읽으면 그 다음 읽을 책을 찾습니다. 기획자가 해야 할 일은 바로 그 다음 책을 기획하는 거지요. 쉬운 예를 들어볼게요. 『창문 넘어 도망친 100세 노인』(요나스 요나손(Jonas Jonasson), 2009)을 재미있게 읽은 독자들을 위해 그 다음에 읽을 책으로 『오베라는 남자』(프레드릭 배크만(Fredrik Backman), 2012)를 출간하는 거죠. 이런 식으로 대부분의 베스트셀러에는 계보가 있어요. 그 계보를 이해하고 지금 인기 있는 책을 읽은 독자가 다음에는 어떤 책을 읽을지 예측하는 것이 상업 출판 기획의 핵심이라고 생각해요.

다른 책을 따라 하라는 게 아니라 그 독자들이 읽을 만한 다음 책을 떠올리라는 의미예요. 그런데 일반적으로 출판사에서는 이런 방식보다는 저자가 원하거나 편집자의 취향에 기대어 기획하는 경우가 더 많은 거 같아요. 이제는 독자가 좋아하는 책을 기획하는 방식으로 사고방식을 약간 전환하면 어떨까 싶어요. 대단히 창의적이거나 독자의 마음을 꿰뚫어볼 필요도 없는 일이에요.

그리고 기획 단계에서부터 어떤 마케팅 플랜으로 이 책을 타깃 독자와 만나게 할 건지 고민할 필요가 있어요. 최초의 마케팅 마중물을 염두에 두고 도서를 기획하면, 어떤 책을 내고 어떤 책을 내면 안 되는지 더 명확히 판단이 설 거예요. 지금 제가 하는 이야기는 제가 예전에 다산북스에서 팀장님으로 모셨던 포레스트북스의 김선준 대표님께 배운 내용입니다.

처음에야 자본금을 가지고 시작하니 마케팅 비용을 어느 정도 쓸 수 있겠지만, 그렇게 투자한 결과가 좋지 않았다면 이후에는 비용을 쓰기가 쉽지 않잖아요. 어떻게 보면 클레이하우스도 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』가 잘 되었기에 이후 책에도 투자할 수 있었다고 보는데요. 그래서 한편으로는 창업 직후 1~2년이 참 중요하지 않나 싶습니다.

네, 제가 하는 방식의 출판에서는 창업 초창기가 참 중요하다고 봐요. 그때 적자가 나더라도 어쨌건 이 출판사의 존재를 저자나 서점에 알려야 자리를 잡을 수 있거든요. 이익 관리는 나중에 하면 되는 거고, 처음에 시작하는 출판사는 인지도를 높이고 영향력을 가지는 게 우선이 되어야 합니다. 이런 생각은 인플루엔셜 문태진 대표님께 배운 거예요. 상업 출판사라면 저자에게도 서점에도 '이 출판사는 그래도 홍보에 신경을 쓰는 회사네' 하고 인지되어야 파트너로 인정받을 수 있거든요. 사실 대부분의 저자도 출판사에 가장 바라는 것이 바로 마케팅이에요. 세상에 나온 줄도 모르고 사라지는 책이 얼마나 많아요. 제가 저자라도 책이 나왔는데 출판사에서 아무것도 안 하고 있으면 너무 싫을 거 같아요.

클레이하우스가 마케팅에서 중요하게 생각하는 부분은 서점 쪽일까요?

일단 지금까지 돈을 쓴 걸로 따지면 그런 거 같은데, 요즘 제일 중요하게 생각하는 건 사전 마케팅이에요. 어떻게 하면 대기 독자를 출간 전에 미리 만들 수 있나 생각해요. 그래서 전자책으로 먼저 출간하거나 텀블벅 같은 크라우드 펀딩도 눈여겨봐요. 장기적으로는 모든 책을 '전자책 선 출간' 할까 고민 중이기도 해요. 전자책이나 텀블벅 등에서 검증을 받은 책만 종이책으로 출간하는 방식도 생각한 적이 있어요.

종이책이 안 팔릴까 봐 전자책 발행을 고민하던 출판사들이 몇 년 전까지만 해도 있었는데, 출판 환경이 많이 바뀐 것 같습니다. 대표님 역시 전자책 독자와 종이책 독자는 엄연히 다르다고 보시는 거죠?

그것도 그렇고, 책은 원래 입소문으로 파는 거잖아요. 그래서 출판사에서 서평 이벤트도 많이 하고요. 책을 무료로 수십 권씩 제공하는 게 다 입소문을 위한 거잖아요. 독자들이 책을 읽고 온라인 서점에 리뷰도 쓰고 SNS에 포스팅도 하길 바라는 마음으로 서평 이벤트를 하는 건데, 이 역할을 전자책, 특히 구독제 플랫폼에서 해주는 거 같아요. 심지어 무료도 아니에요. 그리고 공짜로 받아서 읽은 책보다 자신들이 직접 돈을 지불하고 읽은 책에 대한 애정이 훨씬 더 높고 진정성도 있어서 의도했던 입소문도 더

잘 나는 거 같아요. 그러니 안 할 이유가 없는 거죠. 이처럼 저는 전자책 선 출간이 종이책 판매를 막는 게 아니라 오히려 훨씬 더 증폭시켜준다고 생각해서 특히 소설 분야에서는 적극 활용하고 있습니다.

또 책을 만들면서 중요하게 생각하는 게 있나요?

독자가 완독할 수 있게 만들려고 노력해요. 잘 읽히는 책으로 만들기 위한 과정에 에너지를 많이 씁니다. 요즘에는 표절 이슈가 많아서 저작권 부분도 신경을 많이 쓰고 있어요. 그리고 최근에 생긴 중요한 기준이 있어요. 국내 독자에 한정하지 않고 글로벌 독자를 염두에 두고 기획을 하고 원고를 살펴봅니다. 세상이 바뀌었어요. 이미 드라마나 영화, 음악 같은 경우는 진작 K-콘텐츠 시대가 열렸지만, 출판은 그렇지 않았거든요. 하지만 지금은 아시아는 말할 것도 없고, 영미권이나 유럽에서도 잘 되는 책이 많아요. 그들이 이제 한국 책을 찾기 시작한 거죠. 『죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어』(백세희, 흔, 2018)가 영국에서 10만 부 팔렸다고 하잖아요. 한국 도서가 세계 시장에서 기회가 더 많아질 거라고 봐요. 그래서 세계 시장까지 염두에 두고 책을 내야겠다고 더 강하게 생각하게 됐어요.

이번 런던도서전에서 깨닫고 오신 거군요?

영국 블룸스버리 출판사에서 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』를 부스 메인 도서로 엄청 크게 세팅해 준 거예요. 그걸 현장에서 딱 보는데, 진짜 런던까지 출장 온 보람이 있더라고요. 덕분에 이 책은 이미 많은 국가에 수출되었는데, 런던 도서전 이후에도 계속 해외 여러 국가에서 연락이 오고 있어요. 그리고 저희 출판사에서 『비가 오면 열리는 상점』(유영광)이라고 6월에 나올 책이 있는데, 이것도 텀블벅에서 2,000만 원 정도 펀딩된 기대작이에요. 아직 출간도 안 됐는데 벌써 6개국(폴란드, 포르투갈, 이탈리아, 일본, 대만, 러시아)에 판권 수출이 되었어요. 출간도 되지 않은 책을 영문 샘플 번역도 하고 영문 프로포절(Proposal) 자료도 만들어, 저희 책 수출을 도와주시는 에이전시에 보내는 등 사전에 노력을 많이 했습니다. 대만에서는 심지어 7개 출판사에서 오퍼를 하는 등 경쟁이 정말 치열했어요. 그리고 폴란드 수출이라니! 뭐랄까, 신인 작가의 첫 책이 국내 출간도 되지 않았는데, 이렇게 판권 수출이 이뤄지는 걸 보니 정말 감회가 새롭더라고요. 한국 출판의 위상이 얼마나 높아졌는지 몸소 느꼈습니다.



(좌) 2023 런던도서전 블룸스버리 부스에 전시된 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』
(우) 왼쪽부터 윤성훈 대표, BC에이전시 이승주 님, 블룸스버리 에마 허드만(Emma Herdman) 편집장

대표님께서 저자로서 2021년 『나는 도망칠 때 가장 용감한 얼굴이 된다』라는 책을 냈는데요. 출판 기획자로서 도망의 기술에 관해 책을 쓴 게 좀 새로웠어요. 출판업계 이야기가 아니라 일반 대중을 타겟으로 한 책이었던 말이죠.

전 평소에도 설레발을 잘 치는 편이라, 그 책도 엄청 잘 될 줄 알았어요. 한 10만 부 팔 줄 알았죠. (웃음) 에세이처럼 개인적인 이야기도 전하면서, 다양한 철학과 문학 콘텐츠에서 오늘을 살아내는 현대인에게 꼭 필요한 삶의 기술을 발견한 책인데, 영미 인문서나 자기계발서에는 이런 책이 많거든요. 그런데 국내 저자가 쓴 도서는 이렇게 혼합 장르가 많지 않아서 한번 도전해봤죠. 쓰면서 진짜 재밌었고, 팔릴 줄 알고 광고도 좀 했습니다. 그런데 결과는… 제 기대가 과했던 거죠.

왜 안 팔렸다고 생각하세요?

아무도 이 책을 기다리지 않았거든요. 저자인 저만 기다렸다고 할 수 있죠. 이때는 앞서 말한 사전 마케팅을 전혀 하지 못했어요. 그냥 책 내고 서점에 광고한다고 해서 되는 게 아닌데 말이죠. 그리고 몇 년 전만 해도 이런 종류의 책은 카드뉴스를 만들어 포털에 노출하는 식으로 광고하면 판매로 연결이 잘되었어요. 그런데 제가 창업하던 그 시점부터 이런 식의 마케팅 효과가 확 떨어지기 시작한 거 같아요. 그래도 한국출판문화산업진흥원의 우수출판콘텐츠 지원금도 받고, 4개국 판권 수출도 하고, 재판도 찍어서 손해 보진 않았습시다. (웃음)

카드뉴스 마케팅이 이제는 왜 효과가 없어졌을까요?

처음에는 카드뉴스가 콘텐츠로 인식됐다면, 지금은 광고인 게 너무 드러나서 그런 거 같아요. 포털의 인터페이스 변화로 점차 그 영향력이 줄어든 거 같기도 하고요. 그래서 이제 그 문법대로 반복해서는 안 된다는 걸 깨달았습니다. 유명 유튜버 등 이미 팬덤이 있는 작가의 책 말고는 판매가 다 안 된다고들 얘기하는데, 그게 또 확장성이 떨어져서 팬들 사이에서만 소비되고 끝나는 경우가 많거든요. 어떻게든 돌파구를 찾아야 하는데, 사실 저도 요즘 가장 고민되는 지점이에요. 저희가 경험으로 터득한 성공 공식들이 1~2년만 지나도 가치가 없어져서 계속 다른 돌파구를 찾지 않으면 금방 뒤쳐질 것 같은 두려움이 항상 있어요.

마케팅 비용도 제가 아까 많이 쓴다고 자신 있게 얘기했는데, 가성비가 점점 떨어져요. 광고 효과가 점점 떨어진다는 느낌을 받으니깐 ‘내가 언제까지 이렇게 할 수 있을까’ 하는 생각도 좀 들어요. 제가 오늘 얘기했던 많은 내용도 저의 원칙이고 제 경험에서 우러나온 출판사 운영 방식이긴 하지만, 이것 역시 시장의 변화에 따라 계속 수정해 나가야겠죠.



출판 환경이 너무 빠르게 변하고 있어서 따라가는 게 쉽지 않다고 다들 말씀하시더라고요. 언젠가 출판사 창업을 하고 싶은 분들에게, 특히 출판사 근로자로 일하고 있는 후배들에게 해주고 싶은 말이 있다면 부탁드립니다.

저도 정말 출판으로 먹고살 수 있을까 하는 고민을 굉장히 오래 했던 거 같아요. 그래서 6~7년 차까지만 해도 전직 시도를 하곤 했었죠. 출판계를 떠나고 싶어서 발버둥 치던 시절이 분명 있었습니다. 그런데 단순히 책을 좋아하는 것에서 좀 벗어나서 이 일을 비즈니스로 보기 시작하면서 세계관이 바뀌었어요. 책도 수많은 사람이 소비하는 하나의 상품임을 인정한 순간부터 돌파구가 좀 보였던 거 같아요. 아무리 좋은 책이라도 읽는 사람이 없으면 아무 의미가 없잖아요. 책이 읽히기 위해 뭘 해야 하는지 관심을 가지기 시작했고, 그걸 잘 가르쳐줄 수 있는 사람과 조직을 찾기 시작했습니다.

사실 모든 비즈니스의 본질은 소비자의 문제나 용건을 해결해주는 거거든요. 그런 비즈니스 관점에서 출판 일을 하니, 저자나 편집자가 아니라 독자들의 마음이 보이기 시작했고, 그렇게 독자들에게 사랑받는 책을 하나씩 출간하면서 조금씩 길이 트였던 거 같아요. 제 경험이 그러하니 저는 비즈니스 시선으로 출판업을 보고, 그것을 배울 수 있는 사람과 조직을 찾으라는 이야기를 가장 먼저 해주고 싶어요.

그리고 출판에 대한 열패감에 빠져 있거나 자조적인 사람들과는 거리를 두고, 대신 근거 있는 낙관주의로 무장한 사람들과 함께하는 시간을 많이 만들면 좋을 거 같아요. 누구나 자주 만나고 어울리는 사람들에게 많은 영향을 받기 때문에, 나 자신을 그런 환경에 둘 수 있도록 노력하는 거죠. 또 끈대처럼 보이는 선배일지라도 노하우를 많이 물어보세요. 다들 신나서 자기가 아는 모든 것을 알려주려고 할 거예요. 저도 그럴 거고요. 눈치를 채셨겠지만 제가 이 인터뷰에서 제 노하우인 척 이야기한 것도 다 앞서 실명으로 언급한 훌륭한 출판 선배님들이자 대표님들께 배운 거예요. 그러니 출판에 욕심 있는 분들이라면, 더 적극적으로 다가가고 배워서 자신만의 영역을 공고히 만들어 가면 좋겠습니다.

겸손함과 자신감 사이를 적절히 오가는 윤성훈 대표를 보며, 1인 출판사인 클레이하우스가 왜 작은 출판사로 보이지 않았는지 알 수 있었다. 멋진 분들에게 잘 배우고 좋은 동료들 만나서 성과를 낼 수 있었다고, 지금 역시 주변 사람들 덕분에 좋은 작품을 만나 운이 좋았다고 그는 이야기했지만, 그걸 ‘우연’이라고 생각하는 사람은 그 말고 아무도 없을 듯하다. 운도 준비된 사람만이 받을 수 있는 신의 선물 같은 거니까. 인터뷰에 다 담을 수는 없었지만 그의 이야기 곳곳에서, 그가 신의 선물을 받을 자격이 충분해 보였다. 오랜 시간 배우고 익히고 실행해본 ‘노력’이라는 이름으로.

윤성훈 대표

웅진지식하우스, 인플루엔셜에서 편집자로 일했고, 다산북스 콘텐츠개발본부 수석팀장을 지냈다. 지은 책으로 『나는 도망칠 때 가장 용감한 얼굴이 된다』가 있다.

books@clayhouse.kr

<https://www.instagram.com/clayhouse.inc/>



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

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

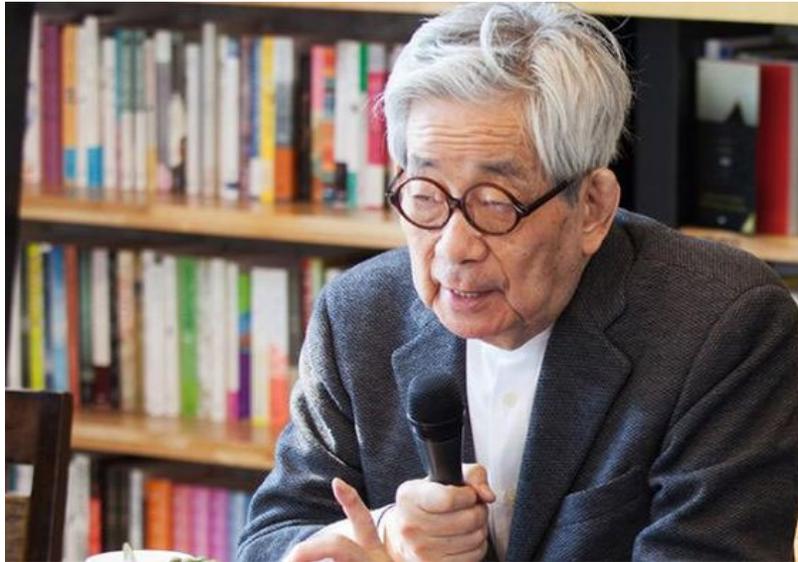
<https://www.facebook.com/publilancer>

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

오에 겐자부로(大江健三郎)의 삶과 글들

임인택(〈한겨레〉 기자)

2023. 06.



2015년 오에 겐자부로 방한 당시 모습(출처: 문학동네)

지난 3월 13일 오후 국내 미디어가 일제히 3월 3일 노환으로 별세한 일본인 작가 오에 겐자부로(大江健三郎, 1935~2023)의 굵직한 소식(부음 소식)을 전하면서 어느 매체에서도 다루지 않았던 ‘일화’가 있다. 이 일화는 오에 겐자부(오에 겐자부로)가 일본에 두 번째 노벨문학상을 안겨줬던 작가이자 아시아의 실천적 지성인이라는 두 가지의 의미를 대번에 가장 적확히 설명해주는바, 오에 겐자부(오에 겐자부로)의 삶과 자장(磁場)을 이해하기 위해서라면 반드시 짚어야 할 장면이라 하겠다.

한 세대 전 오에 겐자부(오에 겐자부로)가 표명한 노벨문학상 수상 소감이 바로 그것이다. 그가 “현대인이 처한 곤경의 혼란스러운 모습이 현실과 신화의 응축으로 형성되는 상상의 세계를, 시적 힘과 함께 창조하는 작가”라는 스웨덴 학술회의의 평가와 함께 노벨문학상을 받은 때는 1994년이다. 당시 그는 일본에 최초의 노벨문학상(1968)을 안겨준 『설국』(1948)의 작가 가와바타 야스나리(川端康成, 1899~1972)의 수상 소감을 비판하며 자신의 문학관과 세계관을 드러낸다. 이 수상 소감은 오에 겐자부(오에 겐자부로)의 일관된 생

의 응축이자 여생의 예고이기도 하다.

“(…) 솔직히 말하자면, 저는 26년 전에 이 자리에 섰던 같은 나라 사람보다 71년 전에 저와 거의 같은 나이로 이 상을 받았던 아일랜드 시인 윌리엄 버틀러 예이츠(William Butler Yeats)에게 더욱 정신적 친근감을 느낍니다. (…) 만일 가능하다면, 저는 예이츠의 역할을 배우고 싶습니다. 현재 문학이나 철학으로가 아니라 전자공학이나 자동차 생산 기술에 의존해 그 힘을 세계에 알리는 우리나라의 문명을 위해서. 또한 가까운 과거에 그 파괴를 향한 광신이 국내와 주변국 사람들의 이성을 짓밟은 역사를 가진 나라의 구성원으로서. 이와 같은 현재를 살고 있고, 이와 같은 과거에 새겨진 고통스러운 기억을 지닌 자로서 저는 가와바타와 한목소리로 ‘아름다운 일본의 나’라고 말할 수가 없습니다. (…) 개국 이후 120년의 근대화를 거친 현재의 일본은 근본적으로 애매모호함의 양극으로 분열되어 있습니다. 그 애매모호함에 의한 깊은 상흔을 지닌 소설가로서 저는 살아가는 것입니다. (…) 이 애매모호한 진행은 아시아에서 침략자의 역할을 하도록 그들을 내몰았습니다. (…) 더욱이 아시아에서 일본은 정치적 측면은 물론이고 사회적, 문화적으로도 고립되었습니다.” - 『아버지의 여행가방: 노벨문학상 수상 연설집』 中

전문가들의 설명대로 오에 겐자부로의 수상 소감 제목조차 가와바타 야스나리의 수상 소감 제목인 ‘아름다운 일본의 나’를 패러디한 ‘애매모호한 일본의 나’였다. 일본의 자폐성을 신비로 포장하는 인식을 비판하며 그 양가성을 정확히 인지할 때 일본의 실상이 이해된다는 비판적 논리는 일본인 작가로서 고스란히 자신을 향하는 칼날이기도 하다. 이 자기비판의 연결성을 오에 겐자부로는 생애 마지막 순간까지도 배반하지 않는다, 아니 자국이 표변하고 극우화할수록 더 버렸다 해야겠다. 노벨문학상 수상으로 일왕이 주려던 문화훈장을 거부했다는 일화는 어찌 보면 그로선 지극히 당연한 것이나, 일본 내에서 그가 감수했을 곤경과 위험은 가늠도 쉽지 않다. ‘살해 위협도 당했다’라고 한 줄 쓰고 말 일이 아닌 거다.

오에 겐자부로는 1935년 1월 일본 시코쿠 에이메현 산간 마을에서 출생했다. 그가 이 지역에 위치한 오세국민학교 5학년에 재학 중일 때 일본은 제2차 세계대전 연합군에 항복했고, 중학교에 입학할 즈음에는 전후 민주주의 헌법이 시행됐다. 윤상인 전 서울대학교 교수(아시아언어문명학부)는 오에 겐자부호가 “태평양전쟁 시절에는 남 못지않은 ‘군국 소년’이었다고 솔직한 적이 있다”고 지적한다. 한때나마 일본인의 전형성을 내면화하며 자랐던 얘기다. 이때의 감각과 이후의 변화가 어떻게 진행됐는지는 그의 초기 단편에서 엿볼 수 있다.

고등학교 때 문예활동을 거쳐 1954년 도쿄대학에 진학하며 오에 겐자부로의 정체성은 본격적으로 확립되고 발현된다. 여러 요인이 있겠지만 두 가지를 빼놓을 순 없겠다. 자신의 대학 불문과 은사인 와타나베 이치오(1901~1975)가 첫 번째다. “나는 인생과 문학에서 와타나베의 제자”라고까지 말했던 오에 겐자부로는 소설가로서 변경(邊境)에서의 보편화 방식과 가치를, 지성인으로서 위마니즘(humanisme, 인간중심주의)을 그에게 배웠다고 말한다. 와타나베 가즈오(渡辺一夫)로도 불린 그의 은사는 제2차 세계대전 말기 정세 분석과 함께 군부를 비판한 일기를 남기되 적발되지 않기 위해 프랑스어로 썼고, 공산주의에 우호적이었다고 알려져 있다. 오에 겐자부로는 불문과 재학 중인 1958년 단편 「사육」으로 아쿠타가와상을 받으며 화려하게 문단에 이름을 알렸다. 당시까지 최연소 수상 기록이었고, 이는 1999년 히라노 게이치로(平野啓一郎)가 장편 『일식』으로 수개월 더 젊은 23살 수상자로 분류되기까지 깨지지 않았다.

두 번째는 지적장애를 가진 첫째 아이(1963년생)와의 만남이다. 빛을 뜻하는 ‘히카리(ひかり, 光)’로 이름 지은 사내아이가 작곡가가 되어 순수의 음악을 지향하게 되었으나 아버지인 자신은 “히카리의 음악에서 울부짖는 어두운 영혼의 목소리를 들어야 했다”고 노벨문학상 수상 때 슬회한 바 있다. 슬픔을 치유하고 화해시키는 예술에 대한 헌신을 ‘다짐’하면서 말이다.

오에 겐자부로는 30편가량의 장편소설, 10편이 넘는 중단편집, 40편가량의 논픽션·에세이, 그밖에 평론, 극본 등 장르를 아우른 전방위적인 작가로 활동해왔다. 전후 평화 재건, 원폭 피해 고발, 천황제 및 헌법 9조 수정 반대와 같은 국내외 정치 이슈는 물론, 첫째 아들을 통해 더욱 깊게 들여다볼 수밖에 없던 장애, 공생, 환경, 종교와 구원 등 참여한 현대 시사를 문학과 삶의 주제로 끌어안았다.

최연소 다니자키 준이치로상 수상작으로, 안보투쟁에 나섰던 남성을 주인공 삼아 국가의 폭력을 비판한 장편 『만엔 원년의 풋볼』(1967), 장애아의 부모로서 감당하게 되는 삶을 성찰해낸, 결과적으로 26년 만에 일본에 가져다준 두 번째 노벨문학상 수상 작품이라고 해도 무방할 『개인적인 체험』(1964) 등 오에 겐자부로의 대표작은 그의 초기 작품 일부에 지나지 않는다. 제2차 세계대전 말 일본군의 만행을 고발한 책으로 일본 극우들이 2005년 소송을 제기한 논픽션 『오키나와 노트』(1970), 국제 반핵 회의와 원폭 생존자를 취재한 『히로시마 노트』(1965) 등도 대표작으로 손꼽힌다. 특히 이 작품들은 ‘행동하는 지성인’으로 거듭나는 시발점이기도 하다. 오에 겐자부로의 2014년 말이다.

“일본의 (모순적인) 현실을 가장 명확히 보여주는 것이 오키나와 문제입니다. 현재 일본 내 미군 기지의 70%가 오키나와에 집중되어 있습니다. 미국과 강화조약을 맺을 때 오키나와를 일본에서 제외하고, 오키나와의 기지를 미국에 넘겨준 것입니다. 그래서 평화조약에 의해 오키나와는 버림받은 것입니다. 당시 대학생이었던 저는 일본이 왜 오키나와를 잘라버렸는지를 공부하고 싶었습니다. 당시는 소설을 쓰려는 때였기 때문에 (이후) 출판사(이와나미 서점)에서 돈을 받아서 오키나와에 여행을 가 책(『오키나와 노트』)을 쓰게 되었습니다. 그리고 비슷하게 공부를 해 히로시마에 대해서도(『히로시마 노트』) 썼습니다. 이것이 지금까지 이어진 제 일의 출발점입니다.”

『히로시마 노트』 취재 내용은 그가 “부끄럽”게도 “도망”치려고 했던 아이 히카리의 문제를 다시금 직면하도록 만들기도 했다. 그가 “나는 많은 문학을 읽고 생각하지만 모든 것의 바닥에는 히카리와 히로시마가 있다”고 고백했던 이유다. 1970년대 들어 활발해진 해외 작가들과의 교류 때도, 1980년대 후반부터 한국 작가들과 만날 때도 히카리의 이야기는 늘, 중요한 꼭지였다.



『히로시마 노트』, 『오키나와 노트』

오에 겐자부로 작품이 한국에 소개된 건 1960년대 후반부터다. 소설가 황석영은 2005년 8월 일본에서 이뤄진 그와의 대담에서 자신이 “전후 일본 근현대 문학을 처음 접한 세대”라며 “일본 작품은 자유당 정권 때는 전혀 소개되지 않다가 4·19 이후 한일 관계가 개선되면서 한꺼번에 고전부터 현대까지 번역돼 소개됐다”고 말했다. 이후에도 당시 접한 “전후 일본 문학의 신선한 충격”을 곱씹곤 했다. 황석영이 10대 후반 읽었다던 단편 「사육」, 장편 『짓밟히는 싹들』(근래 번역서는 『새싹 뽑기, 어린 짐승 쓰기』, 사회에서 배제된 감화원 아이들을 주인공으로 한 오에 겐자부로의 첫 장편, 1958) 등을 쓴 오에 겐자부로는 이후 1970년대 김지하 시인 구명을 위해 단식 투쟁에 나서고, 한국의 민주화, 일본의 반우경화에 적극적으로 힘을 보태며 국내 지식인들과 깊이 교우한다.



2023년 3월 3일 노환으로 별세한 일본의 노벨문학상 수상 작가 오에 겐자부로(좌)와 한국 작가 황석영(우). 2005년 7월 <한겨레>가 주최한 광복 60주년 기념 대담을 일본 도쿄 세타가야구 오에 겐자부로의 자택에서 나누고 있다.(출처: <한겨레> 자료 사진)

그가 한국과 주고받은 영향을 소설에 국한하는 건 거인의 발만 붙잡고 거인을 보았네 마네 떠드는 격이다. 오에 겐자부로는 2000년대 들어 당시 일본 정부의 평화헌법 개정 시도를 저지하고자 결성한 지식인 그룹 ‘9조의 모임’으로 활동하고, 원전, 역사 교과서 개정, 야스쿠니 신사 참배, 독도 소유권 등의 거의 모든 이슈에 단호히 개입했다. 2014년 ‘9조의 모임’ 활동 당시 김영호 경북대학교 명예교수와 나눈 대담에서 그가 전한 메시지는 명료하다.

“아베는 지금의 평화헌법 체제를 미국의 강요에 의한 ‘나쁜 레짐(체제)’이라고 보고 전쟁 전의 ‘아름다운 레짐’으로 되돌아가려 하고 있습니다. 아베가 전전 체제를 아름답다고 본다면 반성이나 사죄는 없는 거지요.”

“일본은 중국을 침략했고 한국의 땅과 사람을 일본의 것으로 만들었습니다. 아시아에서 일본이 저지른 일에 대한 속죄가 전혀 이뤄지지 않았습니다. 적어도 전쟁을 기억하고 있는 우리들은 평생 아시아에서 일어난 일을 기억하고 속죄해야 한다는 게 제 생각의 근본입니다. 그 정신이 평화헌법 9조에 표현된 것입니다.”

이러한 메시지들은 2000년대 들어 한국에서 종종 이뤄진 강연, 대담 등을 통해서도 보다 적실하게 대중에게 공유되어 왔다. 그러던 2015년, 오에 겐자부로는 절필 선언을 한다. 당시 그의 나이는 팔순으로 소설을 한 권 쓰기 위해 5년 정도는 몰두해야 하는데, 그보다 ‘9조의 모임’ 활동, 즉 여생을 반전 평화 운동에 전념하는 일이 더 낫다고 보았기 때문이다.

다시 문학으로 돌아가 보자. 오에 겐자부로는 일본 현대문학의 흐름을 셋으로 나눈 바 있다. “다니자키 준이치로(谷崎潤一郎), 가와바타 야스나리 등 세계로부터 고립된 문학, 아베 고보(安部公房), 오오카 쇼헤이(大岡昇平) 등 세계문학에서 배워 세계로 되돌려주고자 한 문학, 무라카미 하루키(村上春樹), 요시모토 바나나(본명은 요시모토 마호코(吉本真秀子)) 같은 대중문화의 감수성으로 무장한 문학”(윤상인 전 교수). 오에 겐자부로는 물론 두 번째에 속한다. 말하자면 3세대가 도래한 지점에서 그는 “일본 문학계에서 가장 큰 문제는 출판 저널리즘(광고나 서점 판매방식 등)이 대량으로 팔리는 책을 중심으로 움직인다는 것”이라며 “젊은 작가들이 이런 흐름에 저항해 정말 읽을 가치가 있는 소설을 쓰는 결의를 할 것인가에 일본 문학의 앞으로의 가능성이 달려 있다”(2005년 황석영과의 대담)라고 말하기도 했다.

2010년대, 2020년대 일본의 문학세계는 어떠한가. 오에 겐자부로의 부고는 일본 출판사 고단샤(講談社)에 의해 열흘이나 지나 알려졌다. 겸손한 삶의 양식 탓이었으나, 역사적 퇴행을 거듭하는 근래의 일본 사회에서 그가 느꼈을 무력함, 불가항력적 침잠을 은유하는 듯 보이는 것도 사실이다.

부고 뒤 이도흠 한양대학교 국문과 교수는 대학 초청 강연에서 본 오에 겐자부로의 인상을 소개하며 “완벽한 인간, 참 지식인에 가장 근접한 분”이라고 이야기했으며, 이명원 문학평론가(경희대학교 교수)는 “전후 일본의 양심이라 칭할 수 있을 작가”로 “아베 2기 정권의 등장 이후 저항의 뜻에서 글쓰기를 중단한다고 선언한 바도 있었는데, 삼가 명복을 빌 수밖에 없게 되었다. 한국과 일본의 정치권 모두에서 불고 있는 동조 우경화의 현실을 보니, 안타깝기 짝이 없다”라고 언급했다. 또한 민주사회를위한변호사모임(민변)의 첫 여성 회장을 역임했던 정연순 변호사는 “소설보다 평화주의자, 독재와 폭력에 반대했던 양심적 지식인, 선천적 뇌장애를 가지고 태어난 아들을 돌보면서 그조차도 계기로 삼아 인간의 본질에 대한 끊임없는 질문을 던지면서도 동시에 이해하고자 하는 노력을 결코 멈추지 않았던 ‘사람’으

로 오래오래 존경의 대상으로 남는 분”이라며 추모했다. 이 외에 페이스북만 보더라도 오에 겐자부로와의 접점을 회고하거나 추모하는 한국인들의 세계는 넓고 다종하다. 그가 국내에 남긴 자취일 것이다. 하물며 한국분이겠는가. 미국 신문 〈뉴욕 타임스〉는 “노벨상 수상자이자 전후 일본을 비평한 자(Nobel Laureate and Critic of Postwar Japan)”라는 제목으로 국내의 어지간한 부고 기사보다 긴 오에 겐자부로의 ‘오비추어리(Obituary)’를 발행했다.

오에 겐자부로의 상징이기도 했던 등근 안경테는 장 폴 사르트르(Jean-Paul Sartre)와 제임스 조이스(James Joyce) 등에 영향을 받은 것으로 알려져 있다. 안경 너머 그가 한평생 집요하게 바라보던 세상을 이제는 세상 건너편에서 지켜볼 수밖에 없게 됐다.



임인택(〈한겨레〉 기자)

〈한겨레〉에 2003년 입사했으며, 현재 문학을 담당하고 있다.
imit@hani.co.kr

‘2023 아시아 어린이 콘텐츠 축제’, 사자의 도시 싱가포르에서 열린다

김태현(한국출판문화산업진흥원 케이북콘텐츠팀)

2023. 06.

서울 정도의 크기에 인구 5백만 명을 조금 웃도는, 적도 근처의 더운 섬나라 싱가포르. 공용 언어가 무려 4개로 영어, 중국어, 말레이어, 타밀어가 대중교통과 공공장소마다 사이좋게 쓰여 있다. 한때 영국의 식민지였고, 중국인이 많으며, 말레이시아에서 분리된 데다, 같은 영국 식민지였던 인도 출신도 많이 거주하기 때문이 아닐까 한다. 서로 다른 언어만큼 종교 또한 다양해 십자가와 불상, 히잡과 터번이 섞여 있는 모습이 낯설지 않은 나라가 바로 싱가포르다.



다양한 문화권의 사람들의 화합을 다룬 싱가포르 홍보 영상(싱가포르 창이국제공항 라운지)

하지만 각기 다른 언어와 종교 때문에 다툼이 발생하는 일은 좀처럼 보기 어렵다고 한다. 싱가포르의 다양한 인종, 종교, 전통이 섞인 가운데 서로의 존재에 기대어 하나 되기를 선택한 나라이기 때문이다. 싱가포르 하면 떠오르는 ‘머라이언(Merlion, 사자 머리에 물고기 몸을 가진 조형물)’ 역시 서로 다른 문화권 속에서 다툼 없이 상징으로 삼을 만한 것으로 협의하여 결정했다는 이야기가 있을 정도이다. 마실 물도 확보하지 못해 이웃 나라에서 사야 할 정도로 가진 자원은 없지만, 국민 소득은 아시아 최고인 나라도 싱가포르. 그 배경에는 교육과 사람에 대한 투자가 뒷받침되었다고 하겠다.

올해 방문한 아시아 어린이 콘텐츠 축제(Asia Festival of Children’s Contents, 이하 AFCC)에서 싱가포르의 책에 대한 자세를 조금이나마 엿볼 수 있었다. 국내에는 잘 알려지지 않은 AFCC는 싱가포르 도서 위원회(Singapore Book Council, 이하 SBC)가 주관하고 국립도서관(National Library Board)이 개최하는 행사로, 한국 작가들이 본격적으로 방문하게 된 것은 최근의 일이다. 16층 규모의 거대한 국립도서관 건물은 책으로 가득 차 있고, 시내에 분관도 여러 곳 있다고 했다. AFCC 메인 행사장으로 올라가는 엘리베이터 안에서 다양한 연령대의 사람들이 열람실로 보이는 곳의 넓은 책상에 앉아 여유롭게 책을 읽는 모습을 볼 수 있었다.



(좌) AFCC 메인 행사장, (우) PLAZA 전시 및 행사 부스

SBC는 본래 독립 자선 단체로, 1968년 싱가포르 국립도서개발협의회(National Book Development Council of Singapore, NBDCS)를 통해 설립되었다. SBC는 창의성, 상상력, 독창적 사고, 공감 능력을 개발하여 ‘상상-국가(Imagine-Nation)’를 건설하는 것을 목표로 한다. 따라서 SBC의 프로그램 들은 창의적인 글쓰기, 읽기, 일러스트레이션, 번역 및 스토리텔링에 중점을 두고 있다.

그런 SBC가 2000년 아시아 아동 작가 및 일러스트레이터 콘퍼런스(Asian Children’s Writers & Illustrators Conference, ACWIC)로 시작한 행사를 2010년 본격적으로 AFCC로 탈바꿈하여, 올해로 14회째를 맞이했다. AFCC는 싱가포르 국립 번역 위원회뿐만 아니라, 영국의 아트 펀드, 한국, 미국, 프랑스의 대사관, 독일, 대만, 중국의 문화/어학 기관 등 해외 단체의 지원을 받아 운영되고 있다. 이제는 운영 체제가 안정적으로 자리를 잡았는지 행사장마다 관계자들, 자원봉사자들까지 너그러운 여유로움이 가득했다.



(좌) 프로그램 북, 2023년 주제 'PLAY!', (우) 프로그램 직후, QR 코드로 관객의 피드백 의견을 받고 있다.

올해 AFCC의 주제는 'Play!(놀이/재생/연주)'였다. 별다른 설명이 필요하지 않은, 고개를 끄덕이게 만드는 주제 선정이었다고 생각한다. 'Lit up!(불 붙여!, 2022년)', 'Reimagine, Rebuild, Reignite(다시 상상해, 다시 만들자, 다시 붙여, 2021년)', 'Voyages(여행, 2020년)'. 최근 AFCC가 선정한 주제이다. 팬데믹 상황으로 침체에 빠져 다소 의기소침했던 어린이 콘텐츠를 활성화하기 위한 취지였다고 생각한다.

AFCC는 어린이와 청소년을 위한 양질의 아시아 이야기 창작, 개발 및 감상을 장려하고 지원하기 위해 매년 5월 마지막 주 목요일~일요일 개최를 기본으로 진행된다. 콘퍼런스 프레젠테이션, 패널 토론, 마스터 클래스, 워크숍, 강의 및 무료 공개 프로그램 라인업으로 4일간 프로그램이 꽉 차 있다. 일반 참가객 외에도 300~400여 명의 전 세계 각지에서 모여든 전문가와 마니아가 모여 이루는 분위기는 화기애애할 수밖에 없었다.

주요 연사로는 작가, 일러스트레이터 외에도 번역가, 편집자, 출판사 담당자, 학자, 교사, 사서, 학부모들이 참여한다. 이처럼 AFCC는 다양한 실무자들이 만나 배우고 기술을 연마하며 문화 간 협력 개발 기회를 주고받는 아시아의 독특한 행사이다. 올해는 110여 명의 연사가 AFCC에 참여해서 다양한 이력을 바탕으로 각 분야의 활동 내용을 공유했다.



2023 AFCC에 참여한 한국의 이억배 작가(좌), 이지원 작가(우)의 프로그램 모습

한국에서는 올해 작가 2명이 연사로 참여했다. 『비무장지대에 봄이 오면』(사계절, 2016), 『봄이의 여행』(이야기꽃, 2019), 『솔이의 추석 이야기』(길벗어린이, 2017) 등의 그림책으로 유명한 이억배 작가

와, 폴란드어 전문 번역가 겸 큐레이터 이지원 작가가 각각 3개의 프로그램에 참가했다. 이역배 작가는 전통과 추억, 목적 있는 글쓰기, 형식과 스타일 실험에 관한 대화를, 이지원 작가는 이미지의 언어, 번역가의 역할, 세계 문학 독서의 이유에 대해 참가자들과 심도 깊은 대화를 나누는 시간을 가졌다. 질문과 관심이 끊이지 않는 시간의 연속이었다.

올해 AFCC의 '초점 국가(Country Of Focus)'는 베트남이었다. 지난 14회 행사 동안 필리핀을 시작으로, 말레이시아, 인도, 중국, 일본, 인도네시아, 싱가포르, 미얀마, 태국, 올해 베트남까지 아시아의 여러 나라들이 초점 국가로 AFCC를 찾았다. 대한민국은 2025년 싱가포르와의 수교 50주년을 맞이하여 초점 국가로의 참여를 제안받고 현재 논의 중에 있다.



2023 AFCC의 초점 국가였던 베트남의 부스(좌), 베트남의 아동 도서 시장 소개 모습(우)

초점 국가는 해당 국가의 어린이 콘텐츠 및 시장 현황 등에 관해 소개할 기회를 갖는다. 의무 사항은 아니지만, 자국 콘텐츠를 전시할 수 있는 작은 부스도 꾸밀 수 있다. 또한 주제나 상황에 따라 여러 활동을 할 수도 있으며, AFCC 기간 중 하루는 '초점 국가의 밤' 행사를 진행할 수 있다. 올해 토요일 저녁에 진행된 행사에는 싱가포르의 문화공동체청소년부(Ministry Of Culture, Community And Youth) 장관도 방문했는데, 이 자리에서 베트남은 번역된 아동도서 출시회를 가졌다. 베트남 역시 올해가 싱가포르와의 수교 50주년이 되는 해여서 초점 국가 제안을 받았다고 한다. 한편 내년에는 초점 국가를 따로 정하지 않을 예정이라고 SBC 측은 밝혔다.

싱가포르 서점에서도 다중 언어 국가의 면모를 살펴볼 수 있었다. 내가 방문한 곳은 일본의 대형 글로벌 서점인 '키노쿠니야(Books Kinokuniya Worldwide)'의 싱가포르 Bugis Junction 지점이었다. 키노쿠니야는 '준쿠도(Junkudo)'와 마찬가지로 해외 진출에 열을 올린 일본의 대표 서점 브랜드이다. 서가의 도서 분류는 크게 3개 언어(영어, 중국어, 일본어)로 나뉘어 있었다. 일본의 콘텐츠가 다양한 이유도 있겠지만 일본 브랜드의 서점이기 때문에 서가에 일본어 서비스가 제공된 것이라 하겠다. 이처럼 여러 언어가 공용어이기에, 일반적으로 장르, 연령뿐만 아니라 언어까지도 기본적인 분류의 대상이 될 수밖에 없는 시장이 싱가포르 도서 시장이다. 하지만 싱가포르에서 연간 600권 이상의 도서를 발간한다는 한 출판사 대표는, 싱가포르에서는 보통 같은 도서의 영문판과 중문판을 함께 내느냐는 질문에 '그렇지 않다'라고 답했다. 책에 따라 대상 독자를 나누어 생각한다는 취지였다.



(좌) 영문과 중문으로 구분된 싱가포르 서점, (우) 싱가포르 관련 어린이 도서

자국의 고유 문자가 있으면 책의 범위가 커질 수 있겠다는 생각은 절반은 맞고 절반은 틀리다. 같은 언어라도 유럽 프랑스와 캐나다 퀘벡에서의 프랑스어처럼 지역에 따라 다른 느낌을 갖게 되는 경우도 있기 때문이다. 사용 범위가 더 큰 언어권의 문자를 받아들인다면 더 큰 문화의 유입도 가능하리라는 생각을 하게 된다. 하지만 언어에 따른 문화의 고유한 정서는 아무래도 자국의 고유 문자를 따라가기는 어려울 것 같기도 하다. 어린이 도서 코너에서는 캐릭터 관련 도서들이 주를 이뤘는데, 싱가포르의 기원과 역사에 대한 책이 영문판이라는 것이 나오서는 아이러니하게 보였다.

출판 콘텐츠를 해외에 판매하기 위해 출판 저작권 설정 계약을 할 때, 보통 발간 언어뿐만 아니라 발간 지역도 함께 정한다. 같은 도서라 할지라도 지역을 한정하면 같은 언어판으로도 여러 시장에 판매할 수 있기 때문이다. 이미 번역된 언어라면 새로운 시장에 도서를 발간할 때 그 지역에 맞게 약간의 감수 정도만 거치면 되기 때문에 부가적인 번역료가 발생하는 새로운 언어권 발간보다는 진출이 쉬울 것이다.

아시아 국가이기에 한자도 익숙하지만, 영어를 기반으로 하고, 중국과 이슬람 문화가 이질적이지 않게 섞인 낯선 나라 싱가포르. 단, 비싼 물가와 다양한 규제들(경고판에 적혀 있던 지하철 내 음식물 취식 시의 벌금 안내는 더운 날씨에도 서늘하게 만든다.), 그리고 사시사철 더운 날씨는 익숙해지기 쉽지 않을 것 같았다. 그래도 카야 잼 토스트와 우리 입에 맞는 맛있는 음식은 이를 충분히 보상하고도 남는다. 다양한 문화가 낯설지 않은 싱가포르에서는 지금 이 시간에도 무역과 금융 못지않게 수많은 도서와 교육 콘텐츠들이 서점과 도서관, 대학들에 차곡차곡 쌓이고 있다.



싱가포르 서점 내 아시아 문학 코너, 언제나 반가운 한국 도서도 눈에 띈다.

김태현(한국출판문화산업진흥원 케이북콘텐츠팀)

‘착한 변화’ vs ‘검열’, 고전 수정에 대한 엇갈리는 시선

장수정(〈데일리안〉 문화스포츠부 기자)

2023. 06.

1980년대 사회적 약자 또는 소수자에 대한 차별적 언어 사용 등에 저항하기 위해 미국에서 활발하게 전개됐던 ‘정치적 올바름(Political Correctness, PC) 운동’이 고전 작품들에도 영향을 미치고 있다. 완성도는 물론, 소수자나 약자에 대한 표현과 묘사 등 콘텐츠를 평가하는 기준이 점차 섬세해지면서, 과거 독자들을 만났던 고전들까지 다시금 평가를 받는 것이다.

최근 영미권 최대 출판 그룹인 하퍼콜린스(HarperCollins)가 애거사 크리스티(Agatha Christie)의 작품 일부 표현을 삭제하거나 수정했다. ‘명탐정 에르퀼 푸아로’와 ‘미스 마플’ 시리즈에 담긴 일부 인종 차별적 표현을 아예 삭제하거나 다른 단어로 바꿔 다시 독자들을 만나게 한 것이다. “‘흑인 하인’이 침묵이 필요할 때 소리 없이 웃었다”라는 문장에서는 ‘흑인’이라는 단어가 삭제됐으며, 『스타일즈 저택의 괴사건』(1920)에서 푸아로가 한 등장인물에게 “유대인”이라고 표현한 부분이 사라졌다. 작품 내에서 한 여성을 ‘집시 유형’으로 표현한 부분은 ‘젊은 여성’으로 바뀌었으며, 여성 캐릭터의 상반신을 ‘검은 대리석’에 빗댄 표현 또한 지워졌다. 이 외에도 1964년에 발표된 『카리브 해의 미스터리』에서 미소 짓는 호텔 직원의 치아를 ‘사랑스러운 하얀 치아’라고 표현한 부분도 삭제됐다. 성난 인도인 판사에 대해 ‘인도인의 기질’이라고 설명한 부분은 ‘그의 기질’로 바꿨고, ‘원주민’이라는 단어 대신 ‘현지인’이라는 단어를 사용했다.

영국 작가 이언 플레밍(Ian Fleming)이 1953년부터 출간한 ‘007’ 시리즈도 개정판으로 독자들을 만나고 있다. 첫 작품인 『007 카지노 로얄』(1953) 출간 70주년을 맞아 올해 봄 ‘007’ 개정판이 출간된 가운데, 이 작품 역시도 인종차별적 단어와 함께 일부 표현들을 수정했다. 흑인을 비하하기 위해 사용했던 ‘니그로(negro)’라는 단어가 수정 또는 삭제됐다. 『007 죽느냐 사느냐』(1954)에서 본드가 뉴욕 할렘가 나이트클럽에 들어가 스트립쇼에 흥분하는 흑인들에 대해 “돼지처럼 숨을 헐떡이며 끔찍한 소리를 들을 수 있었다”고 묘사한 부분 역시 개정판에서는 다른 표현으로 바뀌게 됐다. 최근까지도 이언 플레밍의 ‘007’을 원작으로 하는 영화가 제작돼 전 세계적인 인기를 끌며 수십 년이 넘는 세월 꾸준히 대중들의 사랑을 받는 작품이지만, 그럼에도 지금의 독자들을 만나기 위해선 변화가 불가피했던 것이다.

최근 이처럼 고전 작품을 다시금 독자들에게 선보이는 과정에서 과거 흔히 사용되곤 했던 표현들을 수정하는 사례가 찾아지고 있다. 앞서서 영국 아동문학 작가 로알드 달(Roald Dahl)의 작품들이 재출간 되는 과정에서 차별이나 폭력적인 언어를 수정한다고 밝힌 바 있다. 영화로도 만들어져 대중들에게 익숙한 『찰리와 초콜릿 공장』(1964) 속 ‘똥똥하다’는 뜻의 ‘팻(Fat)’이 이번 개정판에서는 ‘거대한(enormous)’으로 바뀌었으며, 『마틸다』(1988)에 등장하는 악역 트런치볼 선생에 대해서도 생물학적 성별을 의미하는 ‘피메일(female)’ 대신 사회적 성별을 뜻하는 ‘워먼(woman)’이라고 썼다.



『찰리와 초콜릿 공장』 표지, 영화로 제작된 <마틸다> 포스터

이는 최근 콘텐츠들에서 추구하는 방향성과도 무관하지 않다. 그간 꾸준히 ‘PC주의’를 표방하던 디즈니(Disney)는 자신들이 1898년에 선보였던 애니메이션 <인어공주>를 실사화하는 과정에서 주인공 아리엘 역에 흑인 가수 겸 배우 할리 베일리를 캐스팅했다. 흑인 배우가 아리엘을 연기하는 것은 이번이 처음이다. 이러한 분위기는 할리우드 전반에도 팽배하다. 지난해 9월 공개된 영화 <피노키오>에서는 요정 역을 흑인 배우가 연기한 바 있으며, 지난달 개봉한 영화 <피터팬 & 웬디>의 텅커벨 또한 흑인 배우가 맡아 연기했다. 이 외에도 마블 스튜디오가 흑인 히어로의 활약을 담은 <블랙팬서>로 전 세계 관객들의 호응을 끌어내고, <이터널스>에서는 청각 장애인 배우를 히어로로 내세우는 등 할리우드에서는 소수자를 전면에 배치하는 것을 중요한 가치로 삼고 있다.

다만 <인어공주>처럼, 원작이 있는 경우 더 큰 반발에 부딪히기도 한다. 원작 속 캐릭터의 인종을 바꾸는 것에 대해 “이는 원작을 훼손하는 것”이라는 반발이 이어지는가 하면, “다양성은 다른 작품에서 추구하라”라는 요구도 이어졌다. ‘과도한’ PC주의가 남긴 폐해라고 말하기도 한다. 할리우드 등 주류 영화계에서 백인 배우를 우선 기용하는 것을 뜻하는 ‘화이트 워싱(white washing)’에 빗대어, 다양성을 위해 유색인종을 무리하게 등장시키는 ‘블랙 워싱(black washing)’이 대세가 되었다며 비꼬는 반응들도 이어지고 있다. 그럼에도 디즈니는 일부 팬들의 만족감이 아닌, 다른 선택을 통해 자신들의 방향성을 보여주고 있다. 흑인 공주는 <공주와 개구리>의 티아나 공주 한 명뿐이었던 디즈니의 역사를 뒤집고 ‘다양성’을 넓히는 선택을 통해 자신들이 어느 가치에 방점을 찍고 있는지를 분명하게 보여준 셈이다.

2차 창작물이 아닌, 원작 자체를 수정하는 최근의 출판계에는 더욱 큰 반발이 이어지고 있다. 문학계는 물론, 사회 각계각층의 인사들이 나름의 의견을 표명해 격렬한 논쟁을 끌어내기도 한다. 최근 『찰리와 초콜릿 공장』을 비롯한 로알드 달의 작품이 수정된다는 소식에 영국 작가 살만 루슈디(Salman Rushdie)는 자신의 SNS에 “이것은 터무니없는 검열”이라는 의견을 게재했다. 리시 수낙(Rishi Sunak) 영국 총리도 작품 수정에 반대하는 의견을 내렸으며, 카밀라(Camilla) 영국 왕비는 한 행사에서 작가들을 만나 “표현의 자유나 상상을 제한하는 사람들에게 방해받지 말라”라고 말하기도 했다. 이에 출판사 측은 “최근 논쟁을 들으면서 로알드 달 작품의 특별한 힘을 다시 확인했다”고 말하면서 로알드 달의 표현을 그대로 살린 ‘로알드 달 클래식 컬렉션’도 함께 출간하겠다고 밝혔다. 수정판과 원작 버전을 함께 출간해 양쪽 의견을 가진 모두에게 선택권을 제공한 것이다.

물론 과거에도 고전 작품들의 일부 표현이나 메시지 등이 논란의 대상이 되곤 했다. 대표적으로는 마크 트웨인(Mark Twain)의 1884년 작품 『허클베리 핀의 모험』이 있다. 소년 허크와 도망친 노예 짐이 뗏목을 타고 미시시피 강을 모험하는 과정을 그린 이 소설에는 흑인 비하 표현이 수차례 쓰여 대중들의 비난을 받았다. 한때는 미국 사회 내 인종차별 문제를 꼬집었다며 호평을 받기도 했으나, 추후 평가가 뒤바뀐 사례다. 이 작품과 함께 미국의 고전 소설 『앵무새 죽이기』(1960)가 지난 2017년 미국의 일부 고등학교 교과서에서 퇴출된 바 있다. 인종차별을 아이의 눈으로 담아내며 호평을 받았지만, 최근의 대중들에게는 이 책에 담긴 일부 표현들이 불편함을 유발한다는 평을 받은 것이다. 인종차별적 단어로 알려진 ‘니거(nigger)’라는 표현이 무려 50번 넘게 실린 이 책은 결국 ‘학습에 적합하지 않다’는 평가를 받게 된 셈이다.

결국 이 같은 사례들은 수정 대상이 된 표현들이 ‘지금도 틀리고, 그때도 틀렸다’는 것을 말해준다. 그때는 미처 알지 못했거나, 또는 지금처럼 기준이 엄격하지 않아 용인된 것뿐이라는 뜻이다. ‘원작 보존’을 주장하는 이들을 향한 ‘잘못된 표현을 수정하는 것이 잘못된 것이냐’라는 일각의 항변도 충분히 납득이 가능하다.

다만 이 같은 표현을 수정, 삭제하면서 아예 ‘지워버리는’ 것이 ‘과연 옳은가’에 대한 질문은 여전히 남아있다. 과거의 작품을 현대의 기준에 맞춰 평가할 수 없으며, 무엇보다 이러한 사례들이 독자들에게 주어진 평가의 기회조차 박탈하는 것이라는 지적도 이어진다. 독자들이 작품을 있는 그대로 받아들여 직접 판단하는 것 또한 고전을 읽는 하나의 이유이기도 하다는 것이다. 과거의 작품들이 당시 시대상을 들여다보는 기능도 한다는 것까지 고려한다면, 논란이 되는 표현들을 지워버리는 것은 과거 분명하게 존재했던 차별 또는 혐오마저 지우는 일이 될 수도 있다. ‘원작을 보존해야 한다’는 주장이 ‘해당 표현에 대한 동의’를 뜻하는 것이 아닌 이유이기도 하다.

무엇보다 대다수의 고전들이 ‘원작자의 동의’를 받을 수 없다는 것도 수정 및 삭제를 반대하는 이유가 되기도 한다. 물론 해당 작품에 대한 저작권을 가진 출판사들이 추진하는 개정판인 만큼, 법적인 문제에서는 자유로울 수 있다. 다만 그럼에도 작가의 동의를 받아 수정이 진행되는 현대 작품들과 달리, 창작자의 뜻과 무관하게 이뤄지는 수정은 결국 지금의 독자들 입맛에 맞춘 ‘임시방편’에 그치는 작업이 될 수도 있다는 것이다. 영국 작가 필립 풀먼(Philip Pullman) 또한 앞서 로알드 달의 사례를 지켜보며 “저자의 동의 없이 (원작을) 수정하는 것보다 절판하는 것이 낫다”라는 의견을 전한 바 있다.

물론 출판계에도 거세게 부는 PC주의가 막을 수는 없는 흐름이 된 것은 사실이다. 국내에서도 최근

이금이 작가가 장편소설 『유진과 유진』(2004), 『너도 하늘말나리아』(1999), 『소희의 방』(2010), 『숨은 길 찾기』(2014)의 개정판을 내놓으면서 외모에 대한 불필요한 묘사나 가부장제의 잔재를 실감케 하는 호칭 등을 수정했다. “남자 애가”, “여자 애가”라는 표현부터 바깥 외(外) 자를 쓰는 외가·외삼촌과 같은 가족 호칭을 바로잡으면서 독자들의 높아진 감수성에 부응했다. 『유진과 유진』에서 이성 친구와의 스킨십을 고민하는 주인공에게 “세 번은 거절해야 한다”라고 조언하는 문장을 아예 지우기도 했다.

출판사는 『너도 하늘말나리아』의 개정판을 소개하면서 ‘달라진 시대 의식, 성인지 감수성 적극 반영’이라고 표현했으며, 이금이 작가 또한 ‘작가의 말’에서 “2007년에 한 번의 개정 작업을 거쳤으니 정확하게 하자면 이번 책은 재개정판”이라고 설명하면서 “그사이 변화한 농촌 환경이나 개선된 인권 의식, 성인지 감수성 등을 다시금 살펴보고 반영할 수 있어 다행이고 기쁘다”고 해당 작업에 대해 만족감을 표했다. 이는 유연한 태도를 통해 과거의 독자가 아닌, 지금의 독자들과도 소통하며 책의 생명을 연장한 긍정적 사례가 됐다.



『유진과 유진』, 『너도 하늘말나리아』의 개정판 표지

앞서 『찰리와 초콜릿 공장』을 개작한 업체는 로알드 달의 작품을 넷플릭스에 판매하기 위해 신중하게 수정 과정을 거쳤다는 입장을 전했다. 넷플릭스는 지난 2018년 로알드 달 스토리 컴퍼니와 로알드 달의 작품을 바탕으로 3년간 애니메이션 프로그램을 제작할 수 있는 계약을 맺었다. 이처럼 과거의 작품들이 지금의 대중들을 만나기 위해서는 시대적 감수성에 맞는 적절한 변화가 수반돼야 하는 경우도 늘어날 것이다.

이제는 국내외를 막론하고 출판업계 종사자들의 고민도 더욱 섬세해질 필요가 있다. 고전 수정을 둘러싼 갑론을박들이 차별에 대한 감수성을 길러주고, 나아가 앞으로 이어질 작품들 또는 수정의 여지가 남은 작품들에게 긍정적인 영향을 주고 있음을 부정할 수는 없다.



장수정<<데일리안> 문화스포츠부 기자

<데일리안>에서 대중문화 전반에 대해 다루고 있다. 새로운 시선에서 대중문화를 바라보며 독자들과 소통할 수 있도록 노력하고 있다.

jsj8580@hanmail.net

출판
N