

# 출판N

2023.07. Vol.45

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

**커버스토리 | 책동네 '근무제' 실험과 현주소**  
재택근무부터 탄력근무제, 초과노동까지...  
출판사 근무제의 현주소  
금성출판사의 4.5일제를 소개합니다  
제이펍의 하루 7시간 근무제 실험

## 정책zoom

[도서정가제를 말한다: 서점계] 도서정가제  
재개정을 바라보는 동네책방 운영자의 바람  
[2023 제2회 열린 포럼] 탄소 제로와 종이책의  
미래

## 출판가 핫&쿨

2023 서울국제도서전을 가다  
출판 시장에도 스며든 '세로 분봉'

## 인사이드

[작지만 강한 출판사를 만나다] 내일을여는책  
김완중 대표  
대구 인쇄 골목의 애환

## 해외리포트

[인터뷰] 해외 출판인에게 듣는다,  
영국 펄컨랜덤하우스 저작권 담당자 베스 우드

Now  
Next  
News  
Network

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



<출판N> 웹진  
<http://nzine.kpipa.or.kr>



<b>+ 커버스토리</b>	<b>책동네 ‘근무제’ 실험과 현주소</b>	
	재택근무부터 탄력근무제, 초과노동까지... 출판사 근무제의 현주소	1
	· 서민음(《아시아경제》 기자)	
	금성출판사의 4.5일제를 소개합니다	6
	· 김지희(금성출판사 플랫폼사업본부 마케팅팀 선임(팀장))	
	제이펍의 하루 7시간 근무제 실험	11
	· 송찬수(제이펍 실용서팀 팀장)	
<hr/>		
<b>+ 정책zoom인</b>	<b>[도서정가제를 말한다: 서점계] 도서정가제 재개정을 바라보는 동네책방 운영자의 바람</b>	17
	· 한상수(행복한책방 대표)	
	<b>[2023 제2회 열린 포럼] 탄소 제로와 종이책의 미래</b>	23
	· <출판N> 편집부	
<hr/>		
<b>+ 출판가 핫&amp;쿨</b>	<b>2023 서울국제도서전을 가다</b>	35
	· 양선아(《한겨레》 책지성팀 기자)	
	<b>출판 시장에도 스며든 ‘세로 본능’</b>	43
	· 박철웅(작가)	
<hr/>		
<b>+ 인사이드</b>	<b>[작지만 강한 출판사를 만나다] 내일을여는책 김완중 대표</b>	55
	· 백창민(북헌터 대표)	
	<b>대구 인쇄 골목의 애환</b>	72
	· 조현준(경운대학교 기초교육학부 조교수)	
<hr/>		
<b>+ 해외리포트</b>	<b>[인터뷰] 해외 출판인에게 듣는다, 영국 펍퀀랜덤하우스 저작권 담당자 베스 우드</b>	79
	· <출판N> 편집부	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김흥기, 류영호, 백창민 발행일 2023년 07월 13일

발행처 한국출판문화산업진흥원 주소 54866 전라북도 전주시 덕진구 중동로63 대표전화 063-219-2700 E-mail [nzine@kpipa.or.kr](mailto:nzine@kpipa.or.kr) 홈페이지 [www.kpipa.or.kr](http://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.

## [책동네 ‘근무제’ 실험과 현주소] 재택근무부터 탄력근무제, 초과노동까지… 출판사 근무제의 현주소

서민음(〈아시아경제〉 기자)

2023. 07.

직장인의 근무 형태는 코로나19 팬데믹 이전과 이후로 나뉘었다고 해도 과언이 아니다. 코로나19의 파장은 모든 업계에 크고 넓게 일었다. 사회적 거리두기가 일상이 되면서 많은 기업이 재택근무를 시행했고, 상황이 나아지는 정도에 따라 탄력근무제를 병행했다. 출판사도 예외는 아니다. 아무리 편집자가 지식 제단의 최전선에 있다고 해도 코로나19가 사람 가져가며 오는 것은 아닐 터. 길다면 길었던 수년간의 엄혹한 코로나19 시기에 편집자들은 책 짓기를 멈추지 않았고 그 양태는 꽤 다양했다.

“동료를 그 정도도 못 믿고 어떻게 일을 합니까. 업무에 지장이 없다면 어디에 있는 상관없습니다.”

코로나19 시기였던 지난해 A출판사의 대표가 직원들과의 타운 홀 미팅(town hall meeting) 때 전한 말이다. 코로나19로 인해 재택근무가 시행되던 당시 어느 직원이 해외로 나가 일과 휴식을 병행한 이른바 ‘워케이션(Work+Vacation, 휴양지에서 일하면서 휴식도 취하는 업무 방식)’을 감행한 상황을 두고 동료 직원은 대표에게 의견을 물었다. 해당 직원은 업무 태만이나 일탈로 간주하고 대표의 불호령을 예상했는지 모를 일이었지만 의외로 대표는 ‘그게 무슨 문제냐’는 식의 반응을 내놓았다. 업무 결과에 악영향이 없다면 근무 형태는 재량에 맡길 수 있다는 것이다. 해당 직원의 업무 능력이 특출나 대표가 두둔해야 하는 상황도 아니었다. 대표는 평범한 직원의 평범하지 않은 시도를 평범으로 간주했다. 해외근무가 특수한 경우이긴 했지만, 그런 기조가 이제는 사내 문화로 자리 잡아 A출판사는 현재도 재택근무를 허용하고 있다.

직원 수가 적은 출판사의 경우 전 직원이 재택근무를 유지하기도 한다. 2020년부터 대표 포함 3명의 직원이 재택근무를 이어온 B출판사 대표는 “오프라인에 함께 있으면 일을 신속하게 처리할 수는 있겠지만 우리 출판사는 본래 그렇게 일을 처리하지 않는다. 과하게 욕심내면 오프라인이라고 해도 안 될 것은 안 된다”며 “중요한 건 ‘우리는 어디까지만 하자’라는 내부 공감대 형성”이라고 말했다. 부가적으로 (임대료) 비용 절감 측면에서도 다소 도움이 된다고 귀띔했다. 다만 그렇다고 고민이 없는 것은 아니다. 월 3차례 대면 회의로 감당하기 어려운 부분이 있고, 향후 그 비중이 커질지 모를 일이기 때문이다. A

출판사 대표는 “서로 호흡하고 말과 행동을 나누며 한데 어울려 배우는 부분이 있는데 그건 아쉬운 대목”이라며 “이후 신입 직원이라도 들어오면 적응이 쉽지 않을 수 있는데, 이왕 그럴 바엔 아예 (전 직원 재택근무의) 정체성을 살려 지방에 거주하는 사람을 뽑을까 싶기도 하다”고 웃으며 말했다.



엔데믹 이후 재택근무 지속 여부는 해당 근무 형태를 바라보는 관리직의 시선에 크게 좌우된다. 어쩔 수 없이 재택근무를 시행해야 했던 시기 일부 출판사에서는 시야에서 벗어난 직원들을 통제하기 위해 촘촘한 보고를 강요했다. 메신저 지각 응답은 ‘딴짓’으로 의심받았고, 그럴수록 생생한(?) 업무 보고를 강요받았다. 한 편집자는 “편집 업무라는 게 글로 풀어냈을 때 알맹이가 없어 보일 수도 있다. 예를 들어 책 제목을 고심하느라 보낸 시간을 글자 그대로 적었을 때 관리자가 보기엔 시간 낭비로 생각할 수 있다. 보고를 위한 ‘글짓기’ 스트레스에 차라리 출근이 편하겠다는 생각을 했다”고 토로했다.

재택근무는 엔데믹 이후 많이 줄었지만 대다수 출판사가 탄력근무는 지속하는 모양새다. 사실 탄력근무가 코로나19 이전에 전혀 없던 것은 아니다. 여러 출판 관계자들을 만나 본 결과 코로나19 이전에도 다수 출판사에 탄력근무가 존재했다. 다만 임신, 양육 등 특수 상황에 한해 예외적으로 허용됐고, 대다수 직원도 그 예외를 본인의 상황에 확대 적용할 생각을 하지 않았다. 다만 코로나19를 겪으면서 탄력근무가 업계 일반으로 자리매김했고, 엔데믹이 선언된 현재에도 많은 출판사가 탄력근무제를 시행하고 있다.

하지만 완전 자율형 탄력근무제는 찾아보기 힘들다. 대부분 매일의 상황에 따라 자유롭게 근무 시간을 조정하는 완전 자율형보다는 ‘9 to 6’에서 앞뒤로 한두 시간씩 변화를 주고 이를 고정된 형태를 많이 이용하고 있었다. 개중에는 상대적으로 ‘8 to 5’와 ‘10 to 7’ 형태가 가장 많았고, 만족도도 높은 편이었다. 1시간의 변화는 생각보다 컸다. ‘10 to 7’을 선택한 어느 편집자는 “아침잠이 많은 편인데 한

시간 늦게 출근하면서 삶의 만족도가 많이 올라갔다. 출근 피크타임을 비껴가면서 출근 소요 시간도 크게 줄어들어 내 시간이 많아졌다. 퇴근이 늦어지긴 하지만 그전에도 칼퇴(정시 퇴근)한 경우가 많지 않아 크게 개의치 않는다”고 말했다. 다만 일부 편집자들은 “출퇴근 시간이 서로 달라 조금 부산해진 감이 없지 않다. 집중력이 흐트러질 때가 많다”고 불편함을 호소하기도 했다.

일각에서는 과도한 업무량에 탄력근무제가 무용하다는 의견도 존재한다. 고정적인 절대 업무량이 그대로인 상황에서는 유연 근무제가 있다고 해도 추가 근무가 불가피하다는 것이다. 실제로 적잖은 편집자가 낮에는 전화나 미팅, 행정 업무 등을 진행하고, 집중력을 요하는 교열교정 작업 등은 퇴근 후 일거리를 가지고 집에 가서 작업하는 경우가 많았다. 이런 업무 형태는 업력이 오래될수록 두드러지게 나타났다. 한 편집자는 “페이퍼(서류)와 행정 작업, 회의에 참석하다 보면 낮 시간이 금방 간다. 연차가 쌓여 직책이 높아져도 실무를 놓지 않는 경우가 많아, 본인 업무에 후배들이 들고 오는 일까지 봐줘야 한다. 결국 퇴근할 때 원고를 갖고 집에 가서 일하게 된다”고 말했다. 다른 편집자는 “직원들의 출퇴근 시간만 보고 워라벨(Work-Life balance, 일과 삶의 균형)이 잘 지켜진다고 생각하는 대표들이 일부 있다. 책이 만들어지는 과정을 머리로만 이해하고 직원들이 흘리는 피와 땀을 잘 모르는 경우가 있다”고 하소연했다.

여러 편집자들을 접한 결과 장르별로 업무 특성 차이가 엇보였다. 자기계발서나 실용서의 경우 당시 사회가 내포한 화두에 시의성 있게 대응하다 보니 마감에 쫓기는 경우가 많았다. 통상 마감 일정은 편집자가 정하지만, 내부 사정에 따라 조정되는 경우가 많았고 그에 따라 편집자 업무는 과중됐다. 시대의 화두에 따라 화제성 인물을 쫓다 보니 저자 필력이 뒷받침되지 않는 경우도 많다. 저자와의 논의를 거쳐 고쳐 쓰기를 반복하지만, 경우에 따라 편집자가 저자를 대신해 다시 쓰다시피 하는 경우도 적지 않았다. 한 편집자는 “어떤 책은 내게도 인세 지분이 있는 것 아닌가 싶은 경우도 있다”고 하기도 했다.

자기계발서나 실용서 등은 저자가 본업이 따로 있는 경우가 많아 일과시간 외 소통이 많은 것도 특징이다. 본업을 마치고 저녁 시간이나 주말에 집필을 하다가 편집자에게 의견을 구하거나 확인받는 일이 많아 편집자는 본의 아니게 추가 근무를 하게 되는 경우다. 이 역시 업력이 오래된 편집자들의 경우 대체로 어쩔 수 없이 감내해야 하는 일로 간주하는 편이었지만 젊은 편집자들의 경우 상대적으로 반발도가 높았다. 한 고참 편집자는 “젊은 편집자 중에는 일과시간 외에 오는 저자 연락에 답하지 않는 경우도 있다. 그래도 회사 차원에서 강요할 수 없는 노릇이라 난감할 때도 있다”고 말했다. 일정 규모를 갖춘 출판사의 경우 대체 휴무나 시간외근무수당이 존재하지만, 실사용에는 현실적 제약이 많다는 의견이 많았다.



문학 출판사의 경우에는 작품에 편집자의 개입도가 상대적으로 적어 관련한 스트레스도 상대적으로 적었다. 다만 문인들을 대하는 시간 할애와 정성적 에너지 소모는 다소 높은 모습을 보였다. 사실 편집자들을 통해 여러 사례를 수집하면서 문인들을 하나의 범주로 묶기에는 난해한 점이 많았다. 일단 업력에 따라 차이점이 었보였다. 소위 출판사 매출에 지분이 큰 문학 작품 담당 편집자의 경우 작가 관리에 많은 공을 들였다. 이른바 ‘창작의 고통’을 다스리기 위한 만남과 저녁 술자리가 잦았다. 다수의 고참 편집자들은 과거에 작가의 집안 경조사에 참가했던 일, 기획회의 날 외에도 수시로 술자리에 불려 나갔던 일 등을 전했다. 누군가는 편집자가 작가네 김장을 도왔다거나, 저자가 넉지시 내비친 필요에 관련 물건들을 사 들고 지방으로 달려갔던 출판계에 떠도는 전설(?)을 전하기도 했다. 부정적인 뉘앙스로 느껴질 법하지만 과거 저자와의 인간적인 유대가 중요했던 시대에는 그런 점점 형성이 편집자에게 무조건적인 ‘갑질’은 아니었다는 해석도 존재한다. 물론 문단 권력이라 불리는 이들에게 수시로 호출당하면서 술자리에서 불미스러운 일이 발생했다는 증언도 상존하는 것이 사실이다.

하지만 이른바 젊은 작가들의 상황은 다르다. 취재한 바에 따르면 편집자에게 개인적인 요구를 하는 경우 자체가 드물어졌다. 과거보다 훨씬 대등한 관계에서 업무 파트너로서 협업한다. 이런 경우 편집자들에게 사람보다 행사가 추가 근무를 부르는 요인이 된다. 문학상을 진행하는 출판사의 경우 준비 과정에 공이 많이 들어갔고, 자신이 속한 출판사 외에 다른 출판사의 행사에도 참석하는 경우가 많았다. 한 편집자는 “문학 특성상 출판사 소속 작가가 여타 출판사의 문학상을 받거나 각종 행사에 참여하는 경우 인사치레로 가는 경우가 많았다”며 “서울이든, 지방이든 한 달에 한 번 행사 다닌다는 말도 있었다”고 전한다. 다만 코로나19를 통과하면서 각종 행사 자체가 줄었고, 엔데믹 이후에도 자제하는 분위기가 었보인다. 한 고참 편집자는 “출판업 특수성으로 인해 시행이 어려웠던 것들이 코로나19로 어부지리로 작용한 것 같다. 행사 자체가 줄었고, 있다고 해도 필수 인원만 참석한다. 친목 도모를 위한 술자리도 거의 없어졌다”며 “일과시간 외 북 토크나 사인회도 대체 휴무를 제공하고 있다. 다른 업종보다 노동 환경이 좋다고 할 수 없으나 점차 나아지고 있는 것 같다”고 말했다. 그러면서 “사실 출판업은

업계 표준화가 약해 경우 차이가 좀 심하다. 그래도 법적으로 하자고 해서 초과근무 강요는 예전보다 줄고 있는 것 같다”고 부연했다.

출판사의 한 마케터는 “출판이 마감에 있는 업종이라 어느 정도 업무 압박이 있고, 행사가 많거나 책이 몰리는 시즌에는 압박이 좀 더 세진다”며 “야근수당, 주말수당, 대체 휴무가 존재하긴 하지만 무엇보다 너무 낮은 연봉 수준이 우선 해결해야 할 과제”라고 지목했다.

어느 주니어 편집자는 근무 형태보다는 그 외의 변화가 더 절실하다고 피력했다. 그는 “지식과 생각을 물성이 있는 책으로 만든다는 짜릿함이 있다. 여러 책을 작업하며 느껴지는 각기 다른 새로움이 좋다”면서도 “편집자가 고부가가치 노동자임에도 합당한 처우가 따르지 못하는 점이 안타깝다. 요즘은 좋은 기획보다 인플루언서 저자 섭외에 급급해하는 경우도 많고, 전반적으로 업계에 발을 들이는 사람이 줄어들어 물이 고이는 건 슬픈 일”이라고 토로했다.

---

#### 서민음(〈아시아경제〉 기자)

2017년 기자 생활 시작부터 줄곧 ‘책’을 다루고 있다. 책을 쓰거나, 짓는 사람과 어울리며 ‘세상만사’ 듣기를 즐긴다.

faith@asiae.co.kr

[책동네 ‘근무제’ 실험과 현주소]  
**금성출판사의 4.5일제를 소개합니다**  
금성의 ‘주 4.5일제’는 어떤 성과를 낳고 있을까?

김지희(금성출판사 플랫폼사업본부 마케팅팀 선임(팀장))

2023. 07.

**누군가의 질문, 누군가의 실행**

금성출판사는 2021년을 ‘제2 창업의 해’라고 이야기한다. 2021년을 맞이하며, 회사는 시대가 변화하는 것을 느끼고만 있어선 안 된다는 판단을 내렸고 ‘시대에 맞춰 변화하고 혁신하는 회사만 살아남을 수 있다’라는 경영 철학을 세웠다. 그리고 그 시작으로 오랜 전통에서 이룬 많은 양질의 학습 콘텐츠를 보유한 금성의 신(新) 성장 동력을 발굴하는 ‘플랫폼사업본부’를 결성하며 여러 산업 분야에서 다양한 경험을 해본 인재를 합류시켰다. 금성은 이후 1년 동안 많은 변화를 차곡차곡 실행해왔다. 새로운 기업 홈페이지를 선보이는가 하면, 본사 1층에 금성 역사관과 자율적으로 일할 수 있는 사내 카페 겸 업무 공간을 오픈했다. 또한 직제, 조직 개편을 통해 효율적이고 효과적인 협업 문화와 업무별 전문성을 강화하는 등 많은 변화를 도입하며 2021년을 보냈다. 그러던 와중 누군가 물었다.

“근무 시간을 줄이면 더 창의적이고 생산적인 결과가 나오지 않을까요?”



서울 공덕동 소재의 본사 건물 입구. 종종 카페로 오해한 분들이 들어오기도 한다.



금성출판사는 국내 대표 교육출판 기업이다. 학교와 가정에서, 유아에서 성인까지 모두 독자로 두며, 교과서부터 학습지·전집·사전 등에 이르는 여러 분야에 걸쳐, 종이책부터 AI 태블릿 학습기기를 아우르며 방대한 학습 서비스를 제공하고 있다. 하지만 우리 출판사의 역할이 단순히 학습 콘텐츠 혹은 서비스를 제공하는 것은 아니다. 금성은 2021년부터 ‘교육으로 세상을 바꿉니다’라는 출판사의 역할을 정의하고, 존재 이유를 마주하며 각자의 몫을 실행하고 있다. 앞서 언급했던 금성 역사관이 바로 그 전통과 가치를 집약한 공간이다. 역사관은 60여 년의 시간 동안 실행된 금성의 가치들을 기록하는 공간으로, 금성인이라면 누구든 자유롭게 이용 가능한 사내 카페와 열린 사무실을 역사관과 함께 배치시켰다. 오랜 역사 안에서 새로운 변화를 만들어 낸다는 것, 과거를 존중하되 새로운 가능성을 이야기한다는 것. 그리고 오랜 시간 금성의 역사를 만들어 온 사람들에게 존중과 감사를 표하는 것. 바로 이러한 경영진의 진심이 4.5일제 등 수많은 변화들에 고스란히 담겨 있지 않을까 생각한다.



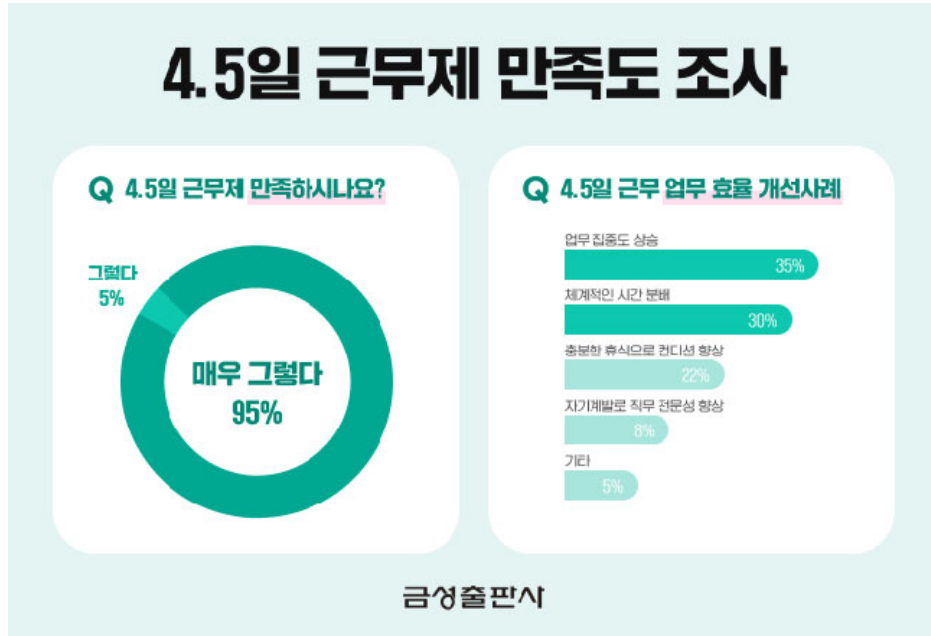
금성출판사 1층은 역사관, 사내 카페, 자유롭게 일할 수 있는 공간으로 구성되어 있다.

금성의 주 4.5일제는 2022년 3월 성공적으로 시작되어 2023년 6월 현재까지 단 한 차례의 예외 없이 시행되고 있다. 주 4.5일제 시행에 따른 급여나 복지 차감도 없다. 또한 업무 성격에 따라 지속적인 상주 또는 일정한 근무 시간이 필요한 경우에는 교대제를 시행했고, 금요일 오후에 근무한 직원에게는 대체 휴가를 제공하는 등 운영 사업, 직무의 특성 등을 고려해 4.5일제를 시행하고 있다. 누군가의 질문으로 시작되어, 누군가의 실행력으로, 누군가의 결단으로 가능해진 4.5일제로 인해 밝은 대낮에 퇴근하는 기쁨, 직장인이라면 누구나 아는 그 기쁨을 우리는 매주 누리고 있다. 그렇다면 과연 금성의 4.5일제는 어떤 의미들을 가질까?

### 풍요롭고 다채로운 평일 4시간의 가치

도입한 지 1년. 금성의 4.5일제를 어떻게 받아들이고, 어떻게 보내고 있는지에 대한 설문에 80%가 넘는 직원들이 답변을 해주었다. 당연하게도 4.5일제 도입에 대해 모든 직원이 만족했다. 4.5일제가 연차, 근속 연수, 성별, 직급 등과 무관하게 모두가 만족하는 제도임을 알 수 있었다. 또한 4.5일제 도입 후 직장 생활에 만족하고 있다는 비율 또한 99%로 나타났다. 필자를 포함한 팀원들 중 몇몇은 금요일마다 ‘퇴근 인증 샷’을 찍어 친구들과의 단체 방에 전송하기도 한다. 인증샷을 받아본 이들은 남녀불문

모두가 부러워했다. 매주 금요일 오후 1시에 퇴근하는 회사에 다닌다는 만족감과 자부심이야말로 4.5 일제가 금성인에게 끼친 가장 큰 영향이지 않을까 싶다.



직원들의 금요일 오후 시간 활용법 중 가장 높은 비중은 역시 취미생활과 휴식이 차지했고, 자기계발도 높은 비중을 차지했다. 4.5일제 도입으로 인해 피아노나 주짓수 같은 새로운 취미를 시작하기도 쉬워졌고, 한산한 시간에 미용실을 가거나 병원 진료, 은행, 부동산 업무 등 개인 업무 처리도 한결 용이해졌다. 금요일 오후부터 2박3일 여행을 떠나는 직원들도 많았다. 특히 4.5일제 도입은 육아와 업무를 병행하는 직원들에게 그 의미가 남달랐다. 몇 가지 인상적인 사연들을 소개하자면 아래와 같다.

“병원 진료, 아이들 학교, 학원 상담 등 처리해야 할 일들을 처리할 시간이 생겨서 ‘일하는 엄마’의 불편함이 줄어들었어요.”

“가사나 육아를 부부가 분담할 수 있는 시간이 더욱 효율적이고 안정적으로 변화했습니다. 상대적으로 부부간의 시간이 늘어나고, 가정생활의 만족도가 높아졌습니다. 자연스럽게 자녀를 한 명 더 낳고 싶다는 욕심도 생겼어요.”

“워킹 맘으로서 할 수 없었던 어린이집 하원을 일주일에 한 번이라도 할 수 있게 되어서 죄책감을 어느 정도 해소할 수 있게 되었어요.”

“아이가 기다리는 금요일이 되었어요.”

이렇듯 휴식부터 자기계발, 육아 등 다양하게 개인 시간을 보낸 후 월요일 출근이 한결 가벼워졌다는 통일된 의견은 4.5일제에 대한 금성인의 높은 만족도를 확인할 수 있었다. 그렇다면 2022년 3월 4.5일제 도입 이후 입사한 신규 직원들의 경우는 어떠한가? 필자는 면접에 참여할 때 “저희 회사 금요일마다 1시에 퇴근합니다”라며 함께 일해보고 싶은 지원자 분들에게 적극 어필하곤 했다. 2022년 3월 이후 입사한 직원들 중 4.5일 제도가 입사 결정에 도움이 되었느냐는 질문에 91%가 긍정적인 답변을

했다. 물론 4.5일제만이 유일한 입사 동기는 아니었겠지만, 좋은 인재의 채용에도 그 역할을 톡톡히 하고 있다고 생각된다.

## 0.5일의 휴식, 4.5일을 생산적으로 바꾸다

처음 누군가가 4.5일제를 이야기했던 그 순간으로 잠시 돌아가 보겠다. 주 4.5일제 도입으로 직원들이 더 많은 자유 시간을 갖게 됨으로써, 업무 집중도가 높아지고 업무 생산성을 향상시킬 수 있다는 것은 주 4.5일제의 중요한 가설이었다. 물론 많은 기업에서는 업무 시간이 줄어든 만큼 업무량이 줄어들기 때문에 동일한 결과를 이루기 위해 추가 인력 채용이 불가피할 것이라는 반대의 가설도 있을 것이다.

그러나 금성 직원들은 4.5일제 도입 후 “업무를 세밀하게 구성하고 실행하는 능력을 키우게 되었다”, “회의 시간을 효율적으로 쓰게 되었고 업무 집중도가 높아졌다”, “업무 속도가 빨라지고 능률적으로 일하다 보니 일이 더 재밌어졌다”, “명실상부 최고의 동기부여”, “월요일부터 목요일까지 밀도 있게 일하는 문화가 정착되었다” 등의 답변과 함께 96%가 업무 생산성이 향상되었다고 답변했다. 특히 10년 이상 근무한 직원들의 “4.5일제는 단순 복지가 아닌 직원들의 근무 태도를 근본적으로 변화시킬 수 있는 제도”라는 의견이 눈에 띄었다.

또한 4.5일제가 직원들의 만족도뿐만 아니라 업무 창의성과 생산성을 높여준다는 것을 정량적으로도 알 수 있었다. 앞서 언급한 4.5일제 도입을 주저하는 회사들의 가장 큰 걱정과 달리, 금성은 전체 업무량은 그대로 유지하면서도 본사 직원 수를 4.5일제 도입 이전과 동일하게 유지했다. 직원들의 “밀도 있게, 효율적으로 일하게 되었다”는 긍정적인 답변이 실제로 그러했던 것이다. 재무적 성과 또한 긍정적이었다. 4.5일제를 도입한 2022년의 당기순이익이 전년 대비 개선된 것이다. 0.5일의 휴식이 가져온 생산성과 창의성의 향상이 가져올, 앞으로의 성과가 벌써부터 기대되는 이유다.

## 결국 중요한 건 우리의 가치를 지키는 것

얼마 전 영화에서나 보던 ‘MR(혼합 현실) 헤드셋’ 출시 소식을 접했다. 그야말로 손가락만 까딱하면 많은 것들이 가능한 세상이 된 것이다. 변화는 쉼 없이 찾아오고 나에게 혹은 우리에게 새로운 것은 이미 새로운 것이 아닐 수도 있다. 동시에 나에게 새롭지 않은 것이 누군가에게는 낯선 것일 수 있다. 이러한 변화 속에서 결국 중요한 건 낯간지럽지만 결국 ‘사람의 가치’가 아닐까 생각한다. 물리적인 성실함이 아닌 그 사람 자체의 가능성, 능력에 대한 믿음을 전제로 회사가 근무 시간에 대한 통제를 덜 하면, 그 사람은 오히려 통제 아래에서보다 더 나은 결과를 가져온다는 믿음. 그 믿음으로 시작된 주 4.5일제의 성과 또한 결국 ‘사람의 가치’로부터 시작된 것일 것이다. 금성출판사는 바로 그 ‘사람의 가치’를 믿는 사람들이 모인 곳이라고 생각한다.

전국 각지의 공부방, 학원 등 다양한 형태로 아이들을 교육하는 3천여 명의 선생님들부터 본사에서 다양한 사업을 기획하고 운영하는 부서, 교과서를 편집하고 전국 학교 선생님들의 교수학습을 지원하는 부서, 변화하는 교과 과정에 맞춰 유아부터 중등까지 전 과목의 월별 교재를 제작·기획하는 R&D 부서, 시대적 변화에 맞춰 자사의 무수한 IP(Intellectual Property)로 새로운 사업을 구상하고 실현시키

는 플랫폼 부서, 그리고 이 모든 부서들을 지원하고 관리하는 경영관리 부서까지. 변화하는 금성 속에서 변하지 않는 것은 바로 교육출판업에 종사하는 사람들의 진심일 것이고, 그 진심을 향한 기업의 존중과 감사가 바로 4.5일제라는 하나의 제도를 가져온 것이라고 생각한다.

물론 4.5일제 도입 하나로 완벽한 회사가 될 수는 없을 것이다. 하지만 금성출판사가 지향하는 고유한 가치가 존재하고, 금성인들이 그 가치를 소중히 지키고 선명하게 지속하기 위해 노력하는 한, 앞으로도 금성출판사는 점점 더 좋은, 건강한 회사가 될 수 있을 것이라 생각한다. 또한 어느덧 금성인에게 문화로 정착된 '주 4.5일제'로 가능해진 많은 것들로 인해 모든 금성인이 행복하게 함께 나아갈 수 있기를 바란다. 오늘도, 내일도 '한 땀 한 땀' 즐겁게 일한 후 금요일 오후 1시에는 퇴근하면서 말이다. 언젠가는 주 4일제 도입도 가능하지 않을까? 기대와 함께 글을 마친다.



---

**김지희(금성출판사 플랫폼사업본부 마케팅팀 선임(팀장))**

2013년부터 다섯 개의 회사에서 마케팅, 영업, 홍보, 브랜딩 등의 업무를 수행하며 일해 왔다. 2021년 봄, 금성출판사에 플랫폼사업본부에 합류하여 매일 열심히 무언가를 기획하고 실행 중이다.

jihee.kim@kumsung.co.kr

## [책동네 ‘근무제’ 실험과 현주소] 제이펍의 하루 7시간 근무제 실험

송찬수(제이펍 실용서팀 팀장)

2023. 07.

“제이펍의 하루 7시간 근무제 실험”을 주제로 원고 청탁을 받고, 가장 먼저 든 생각은 ‘대놓고 제이펍 출판사를 홍보하는 글이 될 거 같은데? <출판N>의 커버스토리에 어울리는 글이 될까?’였다. 그럴 수밖에 없는 것이 아직은 시행하는 곳이 많지 않은 하루 7시간 근무를 제이펍은 2022년부터 시행하기도 했고, 원고 청탁 요청 중에 ‘이익공유제, 복지 등 제도 소개’란 문구도 포함되어 있었기 때문이다.

직접 경험했거나 속속들이 알고 있는 출판사가 많지는 않으나 복지가 좋다고 평판이 자자한 직전 출판사와 비교해도 절대 뒤지지 않는, 오히려 월등하게 나은 복지 제도를 제이펍에서 시행하고 있기에 칭찬 일색의 글이 나올 수밖에 없을 거라는 생각이 컸다. 그럼에도 원고 청탁에 응하기로 결심한 데는 두 가지 이유가 있다. 우선 입사 5년 차의 구성원 중 한 명으로서 제이펍에서는 편집자 개인의 역량을 마음껏 펼칠 수 있음을 소개하고 싶었고, 나아가 제이펍에서 시행 중인 제도들을 더 많은 곳에서도 도입하여 출판업으로 하는 우리들이 여러 측면에서 더 나은 삶을 누릴 수 있기를 바라는 마음에서다. 본문을 시작하기에 앞서 최대한 객관성을 유지하려고 하겠으나, 아무래도 주관적인 의견이나 생각이 많이 담길 수밖에 없는 주제인 점 미리 양해를 구한다.



제이펍 편집팀 사무실 입구

## 야근을 뿌리 뽑게 만든 야근수당

‘하루 7시간 근무’를 이야기하려니 야근과 야근수당(정확히는 시간외근무수당)이라는 키워드가 먼저 떠올랐다. 지극히 개인적인 경험이지만 업무 시간에 더욱 집중하게 된다는 점에서 통하는 부분이 있었으며, 일부 기업에서 별도의 야근수당 없이 포괄 임금제를 시행하거나 단축 근무에 주저하는 이유가 비슷하겠다고 생각했기 때문이다. 그러므로 야근에 대한 경험부터 이야기해 보려고 한다.

어느덧 16년 차 편집자가 되었지만, 사원 시절 기억이 생생하다. ‘월화수목금금금’이 될 정도로 주말 근무를 많이 했었고, 일주일에 하루 이틀 빼고는 야근을 하던 때였다. 업무량이 과하거나 야근을 강요당한 것은 결코 아니었다. 어디까지나 필자의 잘못된 업무 스타일 때문이었다. 업무 시간에 제대로 집중하지 못하는 바람에 주어진 업무를 끝내려면 야근이나 주말 근무를 해야 했던 것이다. 신입 시절부터 그렇게 습관을 들이다 보니 승진을 하고 후배 편집자들이 입사한 후에도 잘못된 습관을 고치지 못하고 야근을 일상으로 하곤 했다. 그러다 제이펍으로 이직한 후에야 야근하던 습관이 거의 사라졌다. 이유는 오직 하나, 야근수당이 지급되었기 때문이다.

“야근수당이 나오면 하던 대로 야근을 해야 하는 거 아니야? 오히려 더 해야지?”라고 이야기하는 지인도 있었다. 하지만 앞에서 이야기한 것처럼 야근을 일상으로 하던 시절, 야근의 주된 이유는 업무 시간에 제대로 집중하지 않았기 때문이다. 과거에는 해야 할 일을 주어진 시간에 제대로 끝내지 않았기 때문에 별 거리낌 없이 야근을 할 수 있었으나, 야근수당이 지급된다는 말을 듣자 덜컥 걱정이 앞섰다. 기존 방식대로 일을 하면 흔히 말하는 월급 루팡도 모자라서 야근수당까지 챙겨가는 몰염치한 직원이 될 수도 있겠다 싶었다. 그때부터는 오랜 업무 습관을 고치기 위해 주어진 시간에 집중하려고 노력했고 조금씩 개선하게 됐다. 나아가 업무 효율성을 높이기 위해 다양한 방법을 시도하기에 이르렀다. 현재는 마감 압박, 혹은 타이밍이 성패를 좌우하는 상황 등 부득이한 상황에서만 야근하고, 당연한 권리인 야근수당까지 당당하게 챙겨 받고 있다.

## 생산성 도구의 활용으로 부족한 시간을 메우다

업무 습관의 개선으로 업무 시간에 집중하게 되긴 했으나 여전히 시간이 넉넉하다고 생각되지는 않았다. 마케팅팀과 협업하는 방식이나 각종 진행 상황을 정리하다 보면 정작 원고를 볼 수 있는 시간이 한정적이었다. 그러다 떠올린 것이 생산성 도구의 활용이었다. IT 실용서를 만들면서 알게 된 다양한 생산성 도구들을 업무에 활용하여 기타 업무의 효율성을 높이면 원고 볼 시간이 조금은 더 확보할 수 있을 것 같았고, 이를 대표님께 적극적으로 제안했다. 이제는 제이펍의 전 직원이 도서별 진행 현황이나 아이디어 등을 기록하고 관리하는 ‘노션(Notion)’이나, 매일부터 업무 협업에 특화된 ‘구글 워크스페이스(Google Workspace)’를 도입한 것이 그 결과물이다.



‘노션(Notion)’, ‘구글 워크스페이스(Google Workspace)’ 로고

다만, 제이펍의 사례처럼 기존 방식을 버리고 새로운 도구를 업무에 도입하는 것은 추가 비용의 발생은 차치하더라도 결코 쉬운 결정이 아닐 것이다. 바쁜 업무 중에 새로운 도구의 사용 방법을 익혀야 하고, 기존 방식과 다른 방식에 오히려 혼란을 초래하여 의도와 달리 효율성이 저하될 수도 있기 때문이다. 그러므로 이런 도구의 도입은 ‘경쟁사에서 사용하니까’, ‘누가 좋다고 하더라’ 정도의 정보로 덜컥 도입하기보다는 기존 업무 방식을 충분히 고려해야 한다. 그리고 무엇보다 이 도구를 실제 업무에 사용할 구성원들을 충분히 납득시켜서 자발적이고 적극적으로 학습하고 활용할 수 있도록 참여를 이끌어내야 한다.

## 일할 시간이 부족해요! 7시간 단축 근무와 탄력 근무제

참고로, 제이펍은 필자가 입사한 2019년 이전부터 하루 근무 시간이 7시간 30분이었다. 9시에 출근하면 6시에 퇴근하는 건 동일하지만, 파주 출판 단지의 여건을 고려하여 점심시간을 1시간 30분으로 운용했다. 그러다 2021년부터 탄력 근무제를 도입하여 7시 30분부터 10시 사이에 자유롭게 출근할 수 있게 되었고, 2022년부터는 30분을 더 단축하여 하루 7시간 근무를 시행했다.

다시 본론으로 돌아와서, 다양한 방식으로 업무 효율성을 높이다 보니 하루 7시간 30분이면 충분하다 못해 때로는 시간이 남아도는 것처럼 느껴지기도 했다. 책을 만드는 일이 늘 새로운 기획 아이템을 찾아야 하고, 여러 책을 동시에 진행하다 보니 하루 업무량을 정하기 어렵지만, 목표를 세우고 일정을 관리한다면 불가능하지도 않다고 생각한다. 물론 조직에서 불합리하도록 과중한 목표나 업무량을 요구하지 않는다는 전제하에 말이다.

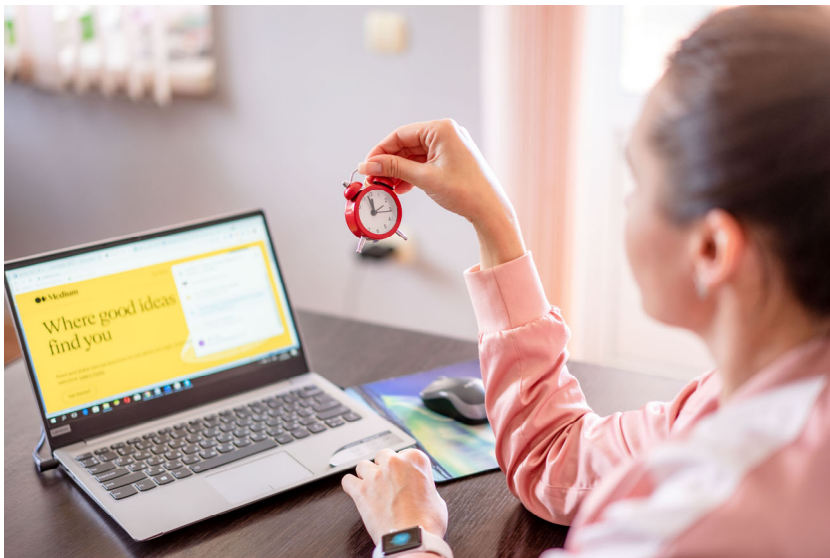


편집팀 사무실(실용서팀과 전문서팀 총 8명이 일하는 공간)

2021년 제이펍 입사 3년 차, 탄력 근무제 도입으로 파주와 서울 간 출·퇴근길은 조금 더 나은 상황이 되었으나 여전히 불편한 게 사실이었다. ‘1시간, 아니 30분만 더 일찍 퇴근하면 좋을 텐데’라는 생각이

들 무렵, 속마음을 읽으신 건지 대표님은 하루 7시간 근무를 예고했고 2022년 1월부터 하루 7시간 근무를 시행하게 되었다. 직원 입장에서는 무조건 환영할 일이었으나, 작지만 한 팀을 맡고 있는 입장에서는 실적에 대한 우려도 조금은 있었다. 그러던 어느 날 열심히 원고를 보던 막내 팀원이 “팀장님, 하루 7시간이 짧은 것 같아요. 원고 볼 시간이 부족해요.”라는 이야기를 했다. 막내 팀원이 입사한 지만 1년이 채 지나지 않았고, 7시간 근무를 시행한 지 얼마 되지 않았을 때다. 막내의 한마디로 팀 실적에 대한 우려는 씻은 듯 사라졌다. 저런 생각을 한다면 분명 그 짧게 느껴지는 시간을 극복하기 위해 효율을 높이는 방법을 고민할 것이고, 더욱 집중할 것이기 때문이다. 이제 2년 차가 되는 막내도 저런 생각을 하는데, 더 많은 시간 동안 책을 만들어 온 출판사 구성원 대다수도 같은 생각을 하고 짧아진 시간만큼 더 효율적으로 활용하기 위해 고민할 것이라는 생각이 들었다.

사실 필자 역시 하루 7시간 30분 근무일 때는 시간이 부족하다는 생각을 한 적이 거의 없었으나, 고작 30분 차이로 하루 근무 시간이 짧게 느껴졌다. 이유를 생각해 보니 점심시간 전후로 구분된 업무 시간 때문이라고 판단됐다. 탄력 근무제로 가장 빠른 시간인 7시 30분부터 업무를 시작한다면 점심시간까지 4시간 30분을 일하고, 점심시간이 끝난 후 다시 2시간 30분을 일하면 퇴근이다. 아무래도 업무에 집중하기까지 예열 시간이 필요하기도 하고, 식후 졸림 등의 이유로 잠시 방심하면 퇴근 시간이 되어 버리는 것이다. 다만, 이 사례의 경우 제이펍의 7시간 근무와 탄력 근무제와 결합됨으로써 발생하는 부작용 중의 하나일 뿐, 출근 시간을 조정하여 점심시간 앞뒤로 업무 시간을 적절하게 배치한다면 충분히 효율적으로 활용할 수 있을 것이다.



출처: Unsplash

단축 근무를 시행한 지 겨우 1년 6개월 정도가 지났고, 고작(?) 30분이 단축된 것이라 극적인 변화나, 장·단점을 판단하기에는 이른 것이 사실이다. 하지만 구성원 중 한 명으로서 한 가지 확실한 것은 개인 시간이 늘면서 회사에 대한 만족도가 상승했다는 것이다. 출판사뿐만 아니라 많은 직장인들의 애환 중 하나가 업무 이외의 일을 볼 시간이 없다는 점이다. 그런데 제이펍의 경우에는 출근 시간에 따라 가장 빠른 퇴근 시간이 4시이다. 4시면 병원을 방문하거나 문화생활을 즐기기에 충분한 시간이다. 또



한 제이펍의 매출 변화를 봤을 때 매년 꾸준히 성장 곡선을 그리고 있으며, 7시간 단축 근무를 시행한 2022년에는 전년 대비 145%라는 극적인 성장 곡선을 그릴 수 있었다. 물론 단축 근무와 성장률의 인과 관계를 증명할 수는 없지만, 좋은 복지 속에서 능동적으로 더 열심히 노력한 직원들이 있었기에 가능한 수치라고 생각한다.

문득 제이펍의 대표님이 야근수당 지급이나 단축 근무와 같은 복지를 시행하게 된 계기나 배경이 궁금해졌다. 그래서 대놓고 여쭙보았다.

“대표님, 단축 근무 시행은 어떤 계기로 시작하시게 된 건가요?”

“처음부터 단축 근무를 염두에 둔 것은 아니고요. … 파주 출판 단지에서 점심을 먹고 오려면 점심시간이 1시간으로는 빠듯하겠다는 생각에 점심시간을 1시간 30분으로 늘리게 된 거였습니다. 결국은 그것이 근무 시간 단축이 되었지만요.”

“추가로 30분을 단축하신 이유는요?”

“출판사도 야근 없이, 선진국의 기업이나 국내 근무 환경이 좋은 기업들처럼 근무 시간이 줄어들더라도 회사 운영에 문제가 없다는 것을 보여 주고 싶었어요. 복지 확대 차원도 있고요. 무엇보다 직원들도 그 시간에 맞춰 짜임새 있게 일할 거라고 믿었고요.”

“끝으로 하나만 더요, 야근수당은 왜 주시나요? 포괄 임금제를 하시면 더 이득 아닌가요?”

“일단은 직원들이 야근을 하지 않았으면 좋겠어요. 직장가 가정의 균형이 맞아야 건강하게 오래 제이펍에 다닐 거 아닙니까? 그럼에도 야근을 한다면 당연히 대가를 지급해야죠.”

대표님의 의도에 모든 구성원이 부합할지는 알 수 없다. 하지만 보통의 구성원이라면 이런 제도에 만족해하고, 만족스러운 삶은 ‘일’에도 긍정적인 영향을 미치지 않을까? 최근 팀장급 회의에서 대표님은 새로운 제안을 했다. 단축 근무를 없애고, 대신 4.5일 근무로 변경하는 안건이었다. 누군가가 제안한 것인지, 계속해서 근로 환경 개선을 고민하는 대표님의 판단인지는 모르겠으나 모든 팀장이 반기는 안건이었다. 2024년이면 제이펍의 하루 7시간 근무 제도가 더 나은 근로 환경을 위한 실험 중 하나로 사라지고, 4.5일 제도가 도입될지도 모른다. 과거 비비에서 핸드폰으로 넘어가는 즈음 시티폰이라는 것이 나왔다 사라진 것처럼.

## 기획한 도서가 베스트셀러가 되면 편집자도 성과급을 받을 수 있다고요?

‘하루 7시간 근무’ 이야기에 <출판N> 독자들도 제이펍이라는 출판사에 대해 조금은 관심을 가지게 되었을 것 같다. 단축 근무 외에도 제이펍에서는 스트레스 없이 일하는 조직을 만들고 싶어 하는 대표님의 작은 배려가 담긴 여러 가지 복지 제도가 있다.

제이펍의 가장 큰 장점 중 하나는 성과급 제도이다. 흔히 베스트셀러가 출간되면 출판사는 어느 정도 풍족한 수익이 발생하고, 담당했던 편집자에게는 작은 포상과 자기만족, 포트폴리오 한 줄 추가 정도로 끝난다. 하지만 제이펍에서는 기획한 책이 일정 부수 이상 판매될 시, 사전에 정한 비율로 책이 절판되기 전까지 인세와 같은 방식으로 산정하는 ‘기획 성과급’을 받을 수 있다. 기획한 책의 종수가 쌓이고, 많은 베스트셀러를 기획한다면 연봉 못지않은 수준의 성과급을 매년 받게 될지도 모른다. 꿈의 숫자지만 기획한 책이 100만 부 판매된다면 담당 편집자는 수억 원의 성과급도 받을 수 있을 것이다.

누군가는 “편집자만 좋은 회사네?”라고 이야기할 수도 있다. 하지만 제이펍에서는 모든 직원이 기획 성과급을 받을 수 있도록 작은 장치도 마련되어 있다. “C612”라는 브랜드가 바로 그것이다. 제이펍의 직원이라면 누구나 분야에 상관없이 기획안을 제출할 수 있고, 그 기획이 통과되어 출간되고 성과가 나오면 성과급을 받을 수 있다.



매달 선정하는 제이펍 자체 베스트셀러

또한 매년 초에 전년도의 영업 이익을 전 직원에게 공개하고, 영업 이익금의 20%를 모든 구성원에게 공평하게 나누어 준다. 즉, 베스트셀러가 많아질수록 회사의 영업 이익률은 높아지고, 결국 모든 구성원이 그 혜택을 받게 되는 구조다. 가끔 대표님과 술자리를 할 때 우스갯소리로, “대표님, 그런 제도 줄여서 사육을 지으시는 건 어떠세요?”라고 물으면 대표님의 답변은 한결같이 “같이 잘 먹고 살아야죠.”이다. 제이펍에 오래 다니고 싶은 구성원 중 한 명으로서 ‘이러다 회사 자금 사정이 어려워지면 어쩌시려고...’라는 우려가 되기도 하지만, 감사히 잘 받고 있다.

이런 굼직한 제도 이외에도 제이펍에서는 매년 창립 기념일과 근로자의 날에 재미와 의미 있는 선물을 나누고 있다. 이 역시 치열하게 고민한 듯한 흔적에 적잖은 감동이 밀려온다. 이런 감동을 오래도록 받으면서, 편집자가 받은 감동을 독자들은 책에서 받을 수 있도록, 더 많은 독자가 필요로 하는 실용적인 책을 만들기 위해 노력해야겠다.

---

#### 송찬수(제이펍 실용서팀 팀장)

컴퓨터를 좋아하고, 무엇인가 새로운 것을 만드는 것이 좋아 선택한 일이 컴퓨터 책 편집자였다. 그렇게 IT 실용서 편집자로 16년 차가 되었다.

cssong@jpub.kr

[도서정가제를 말한다: 서점계]  
도서정가제 재개정을 바라보는  
동네책방 운영자의 바람

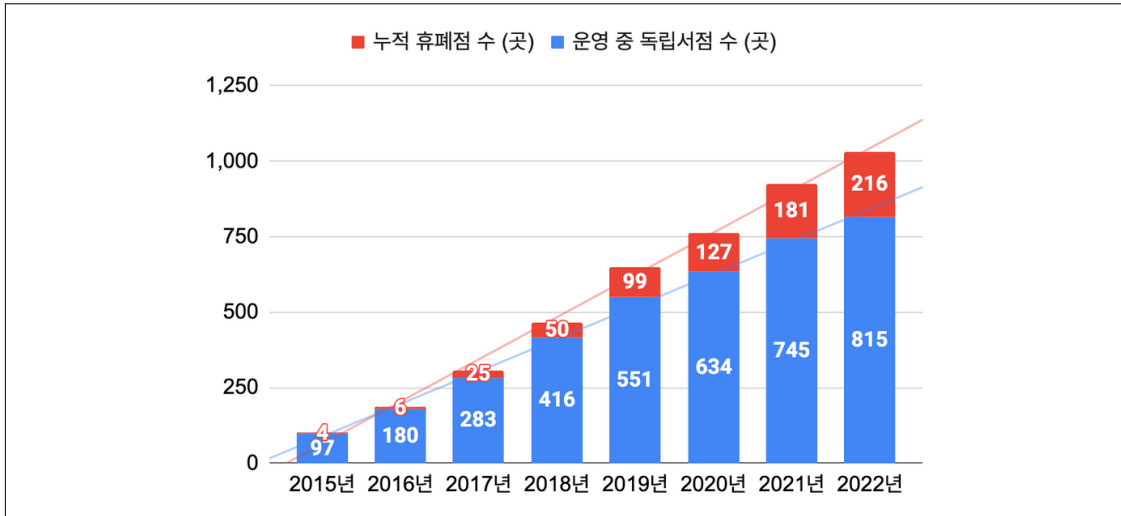
한상수(행복한책방 대표)

2023. 07.

동네책방을 시작한 지 7년이 되었다. 2014년 10월에 개정된 현행 도서정가제는 나에게 동네책방을 시작할 엄두를 내게 했다. 10% 이내의 가격 할인을 포함해 정가의 15%까지 소비자의 경제상 이익을 제공할 수 있도록 한 현행 도서정가제는, 발행일로부터 18개월 미만 도서는 19%까지 할인이 가능하고 18개월이 경과한 도서와 실용서·참고서, 도서관 등에서 구입하는 도서는 무제한 할인이 가능했던 이전의 도서정가제보다는 큰 진전을 이룬 제도였다.

독립서점 전문 조사 회사인 (주)동네서점([www.bookshopmap.com](http://www.bookshopmap.com))의 조사에 따르면 2015~2022년 8년 동안 새로 생긴 독립서점은 1,031개, 이 중에서 휴·폐점한 곳은 216개, 현재 운영 중인 곳은 815개에 달한다. 비록 새로 생긴 독립서점 중 20%가 넘는 서점이 휴·폐점을 해 안타깝지만 2015년 이후에 새로 문을 연 독립서점이 1,000개가 넘었다는 것은 분명 현행 도서정가제가 가져온 훈풍이라고 해석해도 무리가 없을 듯싶다. 서점 운영으로 먹고 살기가 결코 쉽지 않은 이 나라에서 800개가 넘는 독립서점이 씩씩하게 운영되고 있다는 게 실로 놀라운 일이란 생각이 든다.

전국 독립서점 증감 추세(2015~2022년)



출처: (주)동네서점

### ‘일물일가 원칙’을 보장하는 ‘완전 도서정가제’

동네책방 운영자들에게 서점을 운영하면서 가장 바라는 점이 무엇이냐고 묻는다면 아마도 대부분은 가장 먼저 ‘완전 도서정가제’를 꼽을 것이다. 온·오프라인을 망라해서 한 권의 책을 전국의 어떤 서점에서든 같은 가격으로 사도록 하는 ‘일물일가 원칙’이 보장되는 완전 도서정가제는 서점 운영자들이 간절히 바라는 소원이다. 책이라는 똑같은 제품을 할인받아 살 수 있는 상황에서 동네책방을 응원하는 소수 이용자의 선의에 기대서는 지속가능한 동네책방 운영이 요원하기 때문이다. 할인과 마일리지 적립에 더해 굿즈와 무료 배송을 앞세우는 인터넷서점을 마다하고 기꺼이 착한 구매를 해주는 서점 이용자들에게 미안한 마음도 크다.

도서정가제를 바라보는 이해당사자들의 의견이 분분하다. 특히 더 많은 할인을 원하는 소비자들의 요구도 역지사지의 마음으로 생각하면 충분히 이해할 수 있는 일이다. 그래서 완전 도서정가제는 정부가 획기적인 대안을 제시하지 않는다면 현실적으로 무망한 일이란 생각이 든다. 그런데 역으로 완전 도서정가제는 커녕 만약에 현재보다 개악된 형태로 도서정가제가 개정된다면 힘겹게 운영되는 서점 중 상당수는 문을 닫을 수밖에 없을 것이다. 이것은 협박이 아니라 엄연한 현실이다. 도서정가제 개악은 실질적으로 ‘가격 할인 제한 제도’라 할 수 있는 불완전한 도서정가제 환경에서 악전고투하며 겨우겨우 버티는 작은 서점들을 벼랑으로 밀어 넣는 일이다. 상상하기조차 두려운 그런 일이 일어나지 않기를 간절히 바란다.

이 글에서는 작은 서점의 운영자 입장에서 현실적으로 어려운 완전 도서정가제를 선언적으로 주장하기 보다는 2023년 도서정가제 재개정에서 반영되어 서점 운영에 도움이 될 수 있는 부분들을 제안하려 한다.

## 첫째, 도서관의 지역서점 이용 확대

2022년 12월 8일에 시행된 출판문화산업 진흥법 개정안에 추가된 내용 중 하나가 제7조의2(지역서점 활성화 지원 등) 조항이다. 법에는 다음과 같은 내용이 적시되어 있다. ① 국가와 지방자치단체는 다음 각 호의 요건을 갖춘 서점(이하 “지역서점”이라 한다)이 활성화될 수 있도록 정책을 수립하고 이에 필요한 지원을 하여야 한다. ④ 지방자치단체는 지역서점 활성화에 필요한 사항을 조례로 정할 수 있다. ⑤ 지방자치단체의 장은 교육감과 협력하여 관할 지역의 도서관이 도서를 구매하는 경우 지역서점을 이용하도록 독려하여야 한다.

이렇게 지역서점 활성화 지원 내용이 출판문화산업 진흥법에 포함된 것은 큰 의미가 있다. 이제 이러한 취지가 실효성을 갖도록 정부와 지방자치단체, 교육청의 적극적인 행정이 뒷받침되길 바란다. 지역서점 활성화 조례가 없는 지방자치단체에는 조례를 제정하도록 권고하고, 지역서점 인증제를 실시하지 않는 지방자치단체에도 인증제 실시를 적극 권고하길 기대한다.

공공도서관의 도서 구입 방식도 지역마다 천차만별이다. 도서정가제가 개정된 지 벌써 9년이 되었는데 아직도 입찰제로 도서를 구입하는 공공도서관이 적지 않다. 최대 10%까지만 할인할 수 있는 도서정가제가 실시되면서 도서 구입가가 똑같을 수밖에 없는데 행정 편의를 위해 입찰제로 도서를 구입하는 공공도서관의 행정 처리 방식은 지극히 불합리한 일이다. 실제로 이렇게 입찰제로 도서를 구입하는 경우 낙찰되는 업체는 도서 유통과 전혀 상관이 없는 업종인 경우가 비일비재하다. 공공도서관의 도서 구입이 지역의 책문화 발전을 위해 고군분투하는 지역서점에서 이루어지고, 지역서점은 소중한 공적 재원으로 지원받는 일의 엄중함을 가슴에 새기며 지역의 책문화가 활성화될 수 있도록 최선의 노력을 다하는 선순환이 이루어지면 좋겠다.

지역서점 인증을 받은 서점에서 공공도서관 도서를 구입해야 하는 지방자치단체를 대상으로 어떤 서점은 매년 수천만 원씩 도서를 납품할 기회를 갖지만, 1년에 단 한 권도 납품하지 못하는 서점도 적지 않다. 공공도서관 관할부서인 문화체육관광부에서 공공도서관의 도서 구입 방식에 대한 전수조사를 실시하고 출판문화산업 진흥법의 '지역서점 활성화 지원'의 취지에 맞게 운영될 수 있도록 적극적인 역할을 담당하길 바란다.

## 둘째, 학교도서관에 대한 경제상의 이익 제공 금지

2022년 12월 8일에 시행된 출판문화산업 진흥법 개정안 제22조 6항에는 “제5항에도 불구하고 국가, 지방자치단체, 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 따른 공공기관 및 「도서관법」 제4조제2항제1호에 따른 공공도서관에 간행물을 판매하는 자는 정가의 10% 이내의 가격 할인만 제공할 수 있다.”고 규정해 공공기관과 공공도서관에 추가적인 경제상의 이익(마일리지)을 제공하지 않도록 개정되었다.

초안에는 학교도서관과 대학도서관까지 포함하는 것으로 개정안이 상정되었는데 교육부의 강력한 반대로 난항을 겪다가 결국 학교도서관과 대학도서관은 경제상의 이익을 계속 제공하는 것으로 결정되었다. 사립대학이 많은 대학도서관은 논외로 치더라도 똑같은 공적 재원으로 운영되는 공공도서관과 학교도서관이 다른 처우를 받는 게 합리적으로 보이지 않는다. 올해 개정되는 도서정가제에서는 학교도서관도

공공도서관처럼 10% 이내의 가격 할인만 적용받고 추가적인 경제상의 이익은 제공받지 않는 내용이 꼭 들어가길 바란다.

실제로 이렇게 제공되는 마일리지는 학교에서 회계 항목으로 잡기 애매하기 때문에 여러 가지 문제가 발생할 수 있다. 일부 학교는 마일리지를 받지 않는 대신 도서 납품에 필수적인 마크(MARC, Machine Readable Cataloging)와 장비 작업비를 무상으로 해달라고 요구하는 경우도 있다. 추가적인 경제상의 이익은 개인 소비자를 위한 혜택이고 공공기관에는 맞지 않으니 학교도서관에 대한 마일리지 제공은 없애는 게 합리적이다. 현재 지역서점에서 학교도서관에 도서를 납품할 경우 얻는 수익률이 15% 내외이므로 마일리지 5%가 결코 적지 않다.

그리고 출판문화산업 진흥법 제7조의2 ⑤항에 명시된 것처럼 학교도서관의 도서 구입이 꼭 지역서점에서 이뤄질 수 있도록 교육청의 적극적인 독려가 이뤄지길 기대한다. 예전과 비교하면 지금 학교도서관에서 지역서점을 이용하는 빈도는 많이 늘었다. 바람직한 일이지만 아직도 지역서점이 아닌 유통업체나 인터넷서점에서 구입하는 경우도 적지 않으므로 관할 관청의 적극적인 역할이 필요하다. 전국 각지에 있는 서점들이 지역에 있는 학교도서관에 안정적으로 도서 납품을 할 수 있다면 지속가능한 서점 운영에 큰 힘이 될 수 있다.

### 셋째, '경제상의 이익' 범위 확대 - 택배비와 신용카드사 제공 혜택 포함

독자가 도서 구입으로 인해 생기는 이익에 대해서는 예외 없이 도서정가제에서 허용한 '경제상의 이익' 범위에 포함시켜야 한다. 대형 인터넷서점의 서비스는 날로 진화해 저녁에 주문한 책을 그 다음날 새벽에 받아보는 서비스까지 등장했다. 일정 금액 이상 구매 시 택배비도 무료이니 소비자 입장에서는 무척 편리하다. 최근에 여러 인터넷서점에서 무료 택배 서비스의 도서 구입비 기준을 1만 원에서 1만 5천 원으로 올렸는데, 3천 원 가까운 택배비를 감안한다면 이는 책 정가의 20%에 해당하는 비용이다.

이러한 서비스가 가능한 것은 인터넷서점의 무료 배송 비용을 도서정가제에서 허용한 '경제상의 이익' 범위에 포함시키지 않기 때문이다. 독자가 무료로 책을 받아보는 것은 도서 구입에 따른 이익이 분명하므로 택배비를 '경제상의 이익' 범위에 포함시키는 것이 상식적이다. 독자가 무료로 받은 택배비는 해당 독자가 쌓아놓은 마일리지에서 차감시키도록 해야 한다. 더불어 독자가 도서를 구매할 때 도서 판매자가 아닌 신용카드사 등 제3자가 추가로 제공하는 경제적 혜택도 '경제상의 이익' 범위에 포함시켜야 한다. 이것도 도서 구입에 따른 이익에 해당하기 때문이다.

법률상의 허점을 이용해 다양한 방법으로 도서정가제를 피해가는 편법들이 성행하는 상황이다. 원칙을 분명히 정하고 그 원칙에 위반되는 행위에 대해서는 단호한 조치를 취해야 한다.

### 넷째, 손상된 도서(리퍼 도서)의 제한적인 할인 판매에 대해

현행 도서정가제 아래에서는 리퍼 도서를 처리할 방법이 전혀 없다. 따라서 대부분 폐기할 수밖에 없어 안타까운 심정을 호소하는 출판사 관계자들이 많다. 서점에서 위탁판매제를 시행하는 한 생길 수밖에

에 없는 리퍼 도서를 잘라서 폐기하는 건 경제적으로나 환경적인 측면에서 볼 때 큰 낭비이다. 실제로 이 책들은 독자가 보는 데 아무런 지장이 없는 멀쩡한 책이다. 출판사에서 리퍼 도서를 줄이기 위해 많은 노력을 기울인다고 들었다. 그래도 뭔가 숨통을 트이게 해줄 필요가 있다.

지역서점에서 리퍼 도서를 할인 판매할 수 있도록 하는 방안을 제안하고 싶다. 출판사에서 리퍼 도서에 대해 스티커, 도장 등으로 별도 구분을 하여 판매를 희망하는 서점에 공급하면 된다. 이렇게 하면 서점의 수익에도 도움이 되고 저렴한 책 구입을 원하는 독자들에게도 호응을 얻을 수 있다. 독자들이 지역서점을 찾을 이유 하나를 더해주는 효과도 있다.

서점인들의 반대 의견이 높은 사안이라 다소 조심스럽지만 공인된 도서전이나 책 축제 행사장 등에서 출판사가 자사의 리퍼 도서를 제한적으로 할인 판매하는 방안에 대해서는 열린 자세로 허용하면 좋겠다. 리퍼 도서도 엄연한 출판사의 재산인데 특별한 행사장에서 자사의 책을 독자들에게 할인 판매하는 것도 못하게 하는 건 과도한 규제란 생각이 든다. 이렇게 하면 책 축제 활성화에도 도움이 되고 책 축제에 참여하는 출판사들에도 호응을 얻을 수 있을 것으로 기대된다.

## 결코 대체될 수 없는 매력적인 존재, 동네책방



행복한책방 파주점 외관 및 큐레이션 책꽂이 사진

작은 동네책방의 운영자로서 도서정가제 개정 방향을 바라보는 일은 절실할 수밖에 없다. 도서정가제에 영향을 받는 여러 이해당사자 중 하나로서 서점만이 가장 중요하다고 얘기하려는 건 아니다. 이해당사자들 모두 각자의 입장이 있을 터이고 나의 입장이 중요한 만큼 다른 상황에 있는 이들의 처지도 서로 돌아봐야 할 것이다. 그렇지만 서점은 생존과 직결된 문제이기 때문에 다른 이해당사자들과 처지가 다르다.

작은 책방을 운영하는 이들은 책을 좋아하고 책을 통해 만나는 사람들을 소중하게 여긴다. 비록 큰돈을 벌지는 못해도 오랫동안 책방을 운영할 수 있기를 소망하는 건 책방 일을 사랑하기 때문이다. 비록 공간은 작아도 책방이 지닌 가치나 의미는 크다는 사실을 알기 때문이다. 도서정가제는 전국의 작은

책방들이 그나마 유지될 수 있도록 돕는 최후의 보루이고 최소한의 환경이다. 전국 각지에서 각자의 개성을 뽐내면서 책을 사랑하는 독자들의 사랑방으로 자리 잡으며 우리의 독서생태계를 풍성하게 만드는 작은 책방들이 계속 존재할 수 있기를 바란다. 올해의 도서정가제 개정안이 작은 책방 운영자들에게 절망이 아닌 희망의 빛을 보여주길 간절히 소망한다.

서평가 조 퀴넌(Joe Queenan)의 독서 편력기인 『아직도 책을 읽는 멸종 직전의 지구인을 위한 단 한 권의 책』(위즈덤하우스, 2018)에 나온 문 담은 동네책방에 대한 헌사로 글을 마무리하려 한다.

“서점이 문을 닫은 바로 그때부터 우리 마을의 삶의 질은 서서히,  
그러나 돌이킬 수 없이 내리막길에 접어들었다고,  
마을은 드물고 귀하며 아름다운 그 무엇을,  
결코 대체될 수 없는 매혹적인 것을 잃었다.  
마을의 심장은 여전히 뛰고 있었지만 그 맥박은 이제 예전 같지 않다.”

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



---

#### 한상수(행복한책방 대표)

행복한책방 대표이자 동네책방을 다루는 월간지 <동네책방동네도서관>을 발행하는 사회적 기업 행복한아침독서의 대표이다. 저서로 『나는 책나무를 심는다』(한권의책, 2017)가 있다.

childlib@naver.com



## [2023 제2회 열린 포럼] 탄소 제로와 종이책의 미래

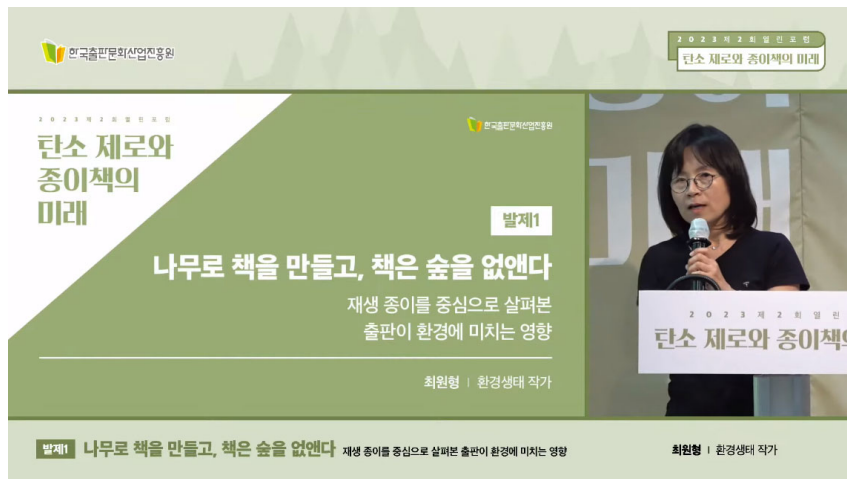
〈출판N〉 편집부

2023. 07.

한국출판문화산업진흥원은 지난 6월 8일 창비 서교빌딩 50주년홀에서 “탄소 제로와 종이책의 미래”를 주제로 ‘2023 제2회 열린 포럼’을 개최하였다. 이번 포럼은 기후 위기 시대에 출판업계에 요구되는 노력을 점검하고 친환경 출판의 대안을 찾기 위해 마련되었다. 포럼은 두 명의 발제자가 출판이 환경에 미치는 영향과 기후 위기 속 해외 출판계 대처를 주제로 각각의 발표를 진행했으며, 출판·디자인·언론·제지업계 등 각 분야의 출판 관계자와 기자가 토론에 참여하여 의견을 나누는 순서로 진행되었다. 문화일보 박동미 기자가 사회를 맡았고, 발제자로는 최원형 환경생태 작가, 김준수 클라우드나인 해외 기획실장이, 토론 패널로는 김보은 어라운드랩 대표, 성기태 한국제지협회 본부장, 이하규 에디시옹 장물랭 출판사 대표, 장수정 데일리안 기자가 참여하였다.

### 발제 1. 나무로 책을 만들고, 책은 숲을 없앤다

최원형 환경생태 작가



첫 번째 발제자인 최원형 환경생태 작가는 현재 인류가 마주한 환경과 출판이 환경에 미치는 영향에 대한 발표를 진행했다.

출판은 숲의 나무를 베어 종이를 만든다는 생각으로 인해 보통 환경에 악영향을 끼친다고 우려하는 경우가 많다. 실제로 종이 생산 과정에서 많은 나무와 물, 에너지가 소비되고 온실가스와 폐기물이 발생하기도 한다. 하지만 2012년 이후 전체 산업용지에서 인쇄용지가 차지하는 비중은 꾸준히 줄어들어 최근에는 전체의 1/5 수준이다. 게다가 버려진 종이의 96%가 재활용되며, 재활용 종이는 다른 재활용 품목보다 훨씬 질이 좋은 편이다. 종이책 제작 과정에서 천연 펄프를 어느 정도 사용할 수밖에 없기는 하지만, 이 또한 무분별한 벌목 대신 조림지에서 경작한 나무를 베어 생산한다. 따라서 종이는 굳이 EPR(Extended Producer Responsibility, 생산자책임재활용) 제도에 편입되지 않아도 이미 순환 경제가 작용하는 자원이다.

최원형 작가는 이처럼 종이책 출판이 반드시 환경 파괴와 직결되지는 않지만, 그럼에도 출판 산업 자체가 탄소를 줄이는 방향으로 선화하는 방법을 찾아야 한다고 강조했다. 단순히 종이만 환경친화적인 것이 아니라 벌목부터 폐기 후 재활용까지 출판의 전 과정이 친환경적으로 변화해야 한다고 하며, 재생지 등 친환경적인 제지를 사용하는 것이 큰 도움이 된다고 설명했다. 재생지 인증을 받으려면 그 종이의 생산 과정에서 재생 펄프가 40% 이상 들어가야 하는데, 이는 천연 펄프로만 종이를 생산할 때보다 최소 40%의 나무가 덜 베어진다는 뜻이라고 말했다. 또한 FSC(Forest Stewardship Council, 국제삼림관리협의회) 인증 라벨에 대한 설명도 덧붙였다. 산림에서부터 제품이 완성될 때까지 FSC의 인증을 받은 친환경적인 공정을 거쳐야만 이 라벨을 붙일 수 있는데, FSC 라벨을 받는 것은 생각보다 어렵지 않으며 환경에 대한 소비자들의 관심이 커지는 상황에서 FSC의 인증은 최선까지는 아니더라도 차선책이 될 수는 있다고 말했다.

한편 최원형 작가는 전자책과 비교하여 종이책이 더 환경 파괴적이라고 말할 수 없다고 밝혔다. 최근에는 펄프 생산을 위해 나무를 무차별적으로 베지 않으며, e북 리더기의 제작·사용 과정에서 배출되는 오염 물질도 있기 때문이다. 또한 수요를 예측하여 재고를 최소화하는 북펀딩 방식이나 POD(Publish on Demand, 주문 출판) 출판 방식을 소개하는가 하면, 출판사들은 재생용지 사용에 여전히 장벽을 느끼고 있으므로, 한국출판문화산업진흥원이 재생용지 출판의 플랫폼 역할을 하며 활력을 넣어 주기를 제안하며 발표를 마무리했다.

## 발제 2. 해외 출판계는 기후 위기에 어떻게 대처하고 있을까

김준수 클라우드나인 해외기획실장



두 번째 발제자 김준수 클라우드나인 해외기획실장은 한국 출판계가 본받을 만한 해외 출판계의 기후 위기 대책에 대해 발표했다.

출판의 탄소발자국(생산부터 폐기까지 배출하는 온실가스의 양)은 페이퍼백 한 권에 1kg 정도로, 빵 한 덩어리의 탄소발자국과 유사하다. 특히 제지 과정에서 많은 온실가스를 배출하며, 펄프 생산과 종이 제작 과정이 출판 탄소발자국의 86% 정도를 차지하고 있다. 김준수 실장은 전자책도 e북 리더기를 제작·사용하면서 온실가스를 배출하므로 일정량 이상의 전자책을 읽지 않으면 생각보다 그리 친환경적이지 않다고, 결국 종이와 가장 큰 문제이므로 종이에서 온실가스 배출량을 줄여야 한다고 설명했다.

다음으로는 영미권 단행본 시장을 중심으로 친환경 출판에 대한 노력을 설명했다. 영미 시장은 '펄프권덤하우스(이하 PRH)'를 포함한 5개 대형 출판사가 전체 시장의 80%를 차지하고 있다. 특히 PRH가 50%의 비중을 가지고 있어 중소형 출판사가 대다수인 한국 출판 시장과의 직접적인 비교는 어렵다. 그러나 영미권 출판계는 종이의 FSC 인증 문제를 거의 해결하였고, 전력·유통 과정에서 환경친화적 출판의 지속·확장을 시도하고 있다는 점에서 살펴볼 만하다고 이야기했다. 영미권 대형 단행본 출판사의 기후 위기 대응을 살펴보면, 먼저 종이 제작 과정의 비중이 탄소 배출량에서 절대적인 비율을 가지고 있다는 점을 인식하고 FSC·SFI(Sustainable Forest Initiative, 친환경적 산림 개발을 위해 기업·사유림 등에 부여하는 표시) 인증 용지를 100%에 가깝게 사용하고 있다. 제작 및 유통 과정에서도 미세 플라스틱의 사용을 줄이고 충전재 사용을 최소화하고 있으며, 배송에 기차 운송을 시도하거나 사무실에서 재생 가능한 전력을 사용하는 등 다양한 노력을 기울이고 있다. 이들은 모두 탄소 배출량 절감을 기업의 주요 과제로 설정하고 있는데, 이는 대기업이 가지는 의무로서 ESG(Environment·Social·Governance, 환경보호·사회공헌·윤리) 경영, SDGs(Sustainable Development Goals, 지속가능발전목표)를 실천하는 것으로 볼 수 있다.

한편 영미권의 중소형 출판사에서도 다양한 시도를 하고 있다. 미국 버몬트 주의 ‘첼시 그린(Chelsea Green)’ 출판사는 2022년 ‘첼시 그린 재단’을 설립하여 출판물 넘어 다양한 사람들이 지식을 교환하고 친환경적인 삶을 고심할 수 있도록 돕고 있다. 또한 서점 납품 시 반품이 불가한 대신 할인율을 높이는 ‘첼시 그린 파트너십 프로그램’을 진행하여 소매업체의 호응을 이끌어내면서도 폐기물을 줄이는데 성공했다. 김준수 실장은 이외에도 환경과 지속 가능 등을 테마로 책을 출간하거나 책을 POD·전자책으로만 판매하는 등 제작 사이클을 관리하고 별도의 유통 경로를 확보하는 독립 소형 출판사의 예시도 설명했다.

협회 차원에서의 대응도 소개했다. 영국 독립출판협회(IPG)는 유통 과정의 탄소 배출을 줄이기 위해 유통 과정의 단일화, 전기차를 사용한 친환경 운송, 플라스틱 포장지 제거 등 포장 개선, 인쇄의 현지화, 2040년까지 넷제로(Net Zero, 탄소 중립) 달성이라는 5가지 목표를 제시했다. 또한 국제출판협회(IPA)에서는 음식 등의 제품에 2009년부터 적용하고 있는 탄소성적표지제를 책에도 적용했다고 밝혔다. 이어 김준수 실장은 영미권 출판계에 기본으로 자리 잡은 친환경 출판의 12가지 조건에 대해 아래와 같이 설명했다.

1. 배포 지역에서 인쇄하는 현지 생산
2. 100% 재활용 및 FSC 인증 용지 사용
3. 책의 탄소발자국 계산
4. 에코디자인
5. 기업 내 환경 관리
6. 친환경 잉크와 토너 사용
7. 오프셋·디지털 인쇄
8. 전자 기기 독서
9. 인쇄 플레이트 및 마감
10. 인쇄 부수 결정 시의 재고 관리
11. 라이선스 관리와 무료 소프트웨어 사용
12. 에너지 소비 제어

영미권에서는 탄소 배출량 감소를 위해 전문 컨설팅 기업을 활용하는 경우가 많다고도 덧붙였다. 하지만 국내 출판계는 아직 탄소 중립 관점에서 미흡한 것이 사실이다. 국내의 교육출판사 상위 10개사, 단행본사 상위 10개사를 대상으로 친환경 출판에 대한 설문을 실시하였으나 그중 7개사만이 답변하였고, 에코 디자인을 고민하고 있다고 밝힌 곳은 2개사뿐이었다. 출판 과정의 전 주기 평가(LCA)나 탄소발자국 정보를 제공하는 곳은 없었으며, 탄소 배출 상쇄 활동을 하는 출판사 역시 단 2개사뿐이었다. 김준수 실장은 ‘그럼에도 책을 읽는 동안에는 쇼핑이나 운전 등 다른 활동을 할 수 없으므로 독서는 저탄소 활동’이라는 마이크 버너스-리(Mike Berners-Lee) 랭커스터 대학 교수의 말을 인용하며 발표를 마쳤다.

## 토론. 종이책은 정말 환경 파괴적일까?

패널: 김보은 어라운드랩 대표, 성기태 한국제지연합회 본부장, 이하규 에디시옹 장물랭 출판사 대표, 장수정 데일리안 기자



두 발제자의 발표 후에는 친환경 출판을 고민하는 패널 토론이 이어졌다. 토론에는 김보은 어라운드랩 대표(디자인 영역), 성기태 한국제지연합회 본부장(제지 영역), 이하규 에디시옹 장물랭 출판사 대표(출판 영역), 장수정 데일리안 기자(언론 영역)와 함께 앞서 발제를 진행한 최원형 작가와 김준수 실장이 참여했다.

### 김보은 어라운드랩 대표



먼저 김보은 어라운드랩 대표는 ‘생산과 소비의 매개자, 종이책을 대하는 디자이너의 고민’에 대해 발언했다. 스스로 만들어 낸 것들에 대해서는 스스로 환경적 책임을 다하는 자세가 중요하다고 밝힌 김보은 대표는 환경·사회적 책임에 있어 생산과 소비의 매개자인 디자이너가 자신의 선택에 따라 유의미한 결과의 차이를 만들어 낼 수 있다고 말했다. 그렇게 하려면 먼저 책이 만들어지는 공정을 정확히 이해해야 하고, 어떤 공정에서 폐기물이 얼마나 나오는지 또 작업 환경은 어떠한지를 확인할 수 있도록 공정을 직접 보는 감리 과정이 필요하다고 강조했다.

다음으로 중요한 자세는 재생용지 사용을 넘어 순환하는 책을 만드는 목표를 설정하는 것이다. 즉, 제작자는 제작한 책이 이후에 쉽게 재활용될 수 있도록 그에 대해 고민해야 한다. 친환경 잉크를 사용해 인쇄하고 후가공을 최소화하는 것이 그 예시이다. 디자인 과정에서 환경적 요소를 고려하는 것도 중요하다. 김보은 대표는 디자이너를 존중하되 서로 소통하면서 환경적 영향을 줄이는 방향으로 책을 제작하기를 제안했다.

그러한 생각이 담긴 책이 『제로의 책』(강현석 외, 뚝과뚝, 2022)이다. 이 책은 표지 자리에 대신 목차를 넣고 간지나 속지 등의 빈 페이지를 두지 않으며, 버려지는 종이의 양이 최소가 되도록 판형을 계획하고, 본문을 키우면서도 여백을 줄여 총 페이지를 줄였다. 종이는 표지와 내지 모두 고지율(폐지가 사용된 비율) 100%의 재생용지를 사용했다. 그 결과 1쇄 1,000권의 제작에 나무 18.4그루, 가정용 냉장고 12.5대의 연간 전력 사용량, 자동차 0.8대의 연간 탄소 배출을 절감했다. 그러나 한국은 재생용지의 종류가 다양하지 않고, 고지율 10~30% 정도의 재생용지만 제작되고 있다. 따라서 『제로의 책』과 같이 고지율이 높은 종이를 사용하려면 현재는 전량 수입에 의존하는 수밖에 없다고 밝혔다.

김보은 대표는 책 제작 과정에서 수많은 공정을 거치는 만큼 그 공정에서 어떤 것이 가장 환경적 영향이 적은지를 정량적으로 평가하는 것은 어렵기 때문에 이에 대한 논의와 연구, 정보 공개가 필요한 시점이라고 강조했다. 또한 자신이 디자인하고 제작하는 종이책이 거치는 공정·과정을 분리해 보고, 그 과정에서 좀 더 나은 선택을 할 수 있도록 고민하는 것이 디자이너로서의 환경적 책임일 것이라 밝히고 발언을 마쳤다.

## 성기태 한국제지연합회 본부장



다음으로 성기태 한국제지연합회 본부장은 ‘제지 공정에서의 온실 감축 현황과 한국 제지산업의 실태’에 대해 발언했다. 탄소 제로라는 큰 흐름을 제지업계는 두 가지 방향에서 접근하고 있는데, 하나는 생산 공정에서의 탄소 절감이며 다른 하나는 종이의 특성 자체이다. 제지업계에서는 폐기물 재생에너지를 사용하고 친환경 시설에 대한 투자를 다양화하여 2012년부터 2021년까지 14%의 온실가스를 절감하는 것에 성공하였다. 다만 이와 같은 시스템 변화에는 제지업계의 어려움도 존재했다. 조림사업에 상당 시간이 소요되어 국산 삼림을 사용하지 못해 펄프 대부분을 수입해야 하는 상황으로, 다른 방향에서 원가를 절감해야 하기 때문이다.

한국은 세계 7위의 종이 생산국인데, 이 중 87.4%가 재생지이며 펄프지는 인쇄용지나 화장지에 주로 사용하는 수준이다. 이는 한국이 삼림자원을 사용하기 어려워 종이 재활용 기술을 발전시켰기 때문이다. 재활용되지 않는 약 13%의 종이는 도서관, 사무실, 서류 등 폐기하지 않는 종이 혹은 재활용 불가능하거나 분리수거하지 않아 일반 쓰레기로 버려지는 것들이다. 또한 관념과 달리 제지업계는 더 이상 펄프를 얻기 위해 숲을 파괴하지 않으며, 조림지에서 사용량 이상의 목재를 재배하고 이산화탄소 흡수 능력이 떨어지는 오래된 나무를 세대 교체하기 때문에 오히려 지구온난화를 억제하는 것에 가깝다고 설명했다. 따라서 재생지만 친환경 종이인 것은 아니지만, 해외 사례를 볼 때 재생지가 펄프지보다 상대적으로 온실가스 배출량 감소에 더 기여하는 것은 사실이라고 밝혔다. 초창기 가격 문제 등 해결해야 할 문제는 있지만 국내 출판계에서도 재생용지 수요가 점차 확대될 것이며, 그렇게 되면 재생용지 공급도 늘어날 것으로 보인다고 덧붙였다.

따라서 종이책 출판은 재생용지의 비중을 높이고 제지 공정에서 화학물질의 사용을 줄이는 방향으로 나아가야 하는데, 재생용지 비중을 높이기 위해서는 관련 정책이나 수요·공급업체의 합의가 필요하다고 말했다. 또한 산업 특성상 제지업계는 화학물질을 많이 사용하는데, 화학물질의 사용량을 줄이고 중성지 등 오래 보존이 가능한 재생용지의 개발·생산이 필요하다는 말로 성기태 본부장은 발언을 마쳤다.

**이하규 에디시옹 장물랭 출판사 대표**



이하규 에디시옹 장물랭 출판사 대표는 '친환경 인쇄 소개: 제작 기법을 중심으로'를 주제로 발언을 진행했다. 먼저 친환경 출판을 하나의 커다란 시스템으로 인지해야 하는데, 책은 모든 제작 과정이 유기적으로 연결되어 있고 그 과정에서 지속적으로 탄소를 배출하기 때문이다. 이 중 실제로 책을 만드는 '에코 퍼블리싱' 단계에서는 잉크, 종이, 인쇄, 제본, 후가공 등 주로 물질적인 요소에 집중한다.

먼저 잉크는 그 구성 성분 중 대기·수질을 오염시키고 환경호르몬을 발생시키는 VOC(Volatile Organic Compounds, 휘발성 유기 화합물) 용제가 문제가 된다. 최근 친환경 잉크로 주목받는 콩기름 잉크는 VOC의 함유량을 줄이고 그만큼을 콩기름으로 대체한 것이다. 따라서 기화 과정에서 해로운 물질을 배출하지 않고 생분해 효과가 탁월하며, 탈묵이 기존 잉크보다 용이하고, 가격도 일반 잉크와 크게 다르지 않은 것이 특징이다. 그러나 콩기름 잉크 역시 일반 잉크보다 적은 양이지만 VOC 용제를 함유하고 있다. 그래서 현재 가장 친환경적인 잉크는 콩기름 잉크가 아닌 무용제(non-VOC) 잉크이다. 이는 환경에 영향이 덜할 뿐만 아니라 가격도 기존 잉크의 10% 정도 더 비싼 수준이고 작업자의 건강에도 좋지만, 사용량이 그리 많지 않은 편이다.

종이의 경우, FSC 인증 용지와 재생용지, 비도공지(종이를 보완해주는 물질을 첨가해 만든 인쇄용지)가 선택지가 될 수 있다. FSC 인증이 점차 기본이 되어 가는 추세에 따라 수입지는 물론 국산 인쇄용지도 어느 정도 FSC 인증을 마친 상태이며, 각 제조사 홈페이지에서 FSC 인증 용지를 찾아볼 수 있다. 재생용지의 경우 수입지는 좋은 질의 종이가 많지만, 국내 재생지는 다양성이나 고지율 등에서 아쉬운 측면이 있다. 하지만 재생용지는 그 특성을 잘 활용하면 디자인에 따라 더 풍성한 느낌을 만들어 낼 수 있다. 또한 생각보다 가격이 비싸지 않고, 일반 종이보다 두꺼워 낮은 평량을 사용해야 하기 때문에 제작비 절감에도 유리하다. 비도공지는 표면을 코팅하지 않은 종이인데, 탈묵 과정에서 코팅에 사용한 도공액이 잉크와 함께 탈락하지 않으므로 폐기물의 오염도가 도공지(비도공지를 더 하얗고 매끄럽게 만들기 위해 종이에 코팅 처리 후 인쇄적성을 높인 종이)보다 덜하다는 장점이 있다.

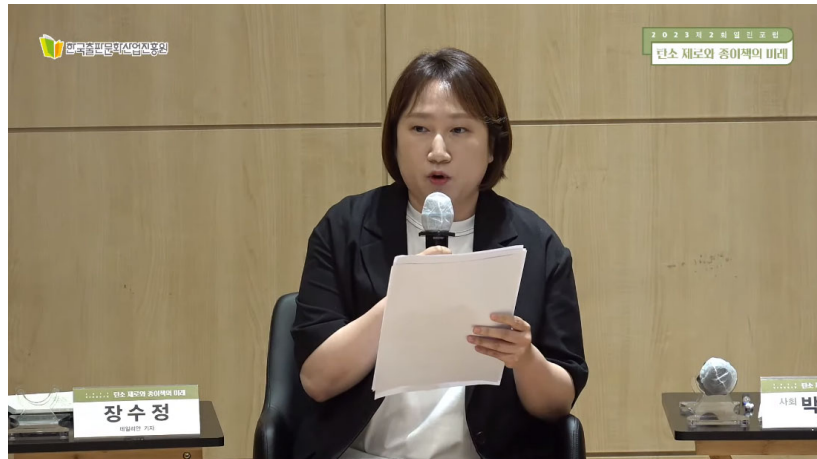
인쇄 영역에서는 탄소 중립적 업체를 선택하는 것이 가장 중요하다. 이하규 대표는 세 가지 친환경 오프셋 인쇄 방식을 함께 소개했다. 먼저 무습수 인쇄는 물과 기름의 원리를 이용하는 오프셋 인쇄에서 물을 실리콘 인쇄판으로 대체하는 방법으로, 산업 폐수를 만들지 않고 IPA(Isopropyl Alcohol, VOC의 일종으로 오프셋 인쇄에 사용하는 이소프로필알코올 습수액)를 사용하지 않아 작업자의 건강을 지킬 수 있다. 일반 오프셋 인쇄보다 선명한 망점을 구현할 수 있으므로 인쇄 품질이 더 좋으며, 품질 유지가 쉽고 작업 시간도 줄어들며 종이 이외의 원단에도 인쇄가 쉽다. 무알코올·저알코올 인쇄는 IPA를 대체하는 무알코올·저알코올 습수액을 사용하는 방법이다. 무습수 인쇄와 달리 실리콘 인쇄판을 제작하지 않아도 되지만, 환경에 따라 인쇄의 질이 달라지는 경향이 있으므로 제작자의 숙련도가 요구된다. 무현상 인쇄는 현상 과정이 필요 없는 인쇄판을 사용하는 것으로, 인쇄에 강알칼리성 현상액을 사용하지 않으며 세척 과정도 필요하지 않아 폐수가 발생하지 않는다. 다만 이 기법은 현재 제작소를 찾기 어렵고 비용이 많이 든다는 단점이 있다.

다음으로는 후가공 과정을 짚었다. 양장본에 사용하는 합지는 재생지이지만 양장본은 무선 제본보다 더 많은 공정을 요하기 때문에 탄소 배출량도 더 많다. 또한 표지를 코팅(라미네이팅)하면 제본 방식에 상관없이 표지 재활용이 불가능하지만, 표지를 코팅하지 않으면 표지를 뜯어내는 추가 공정 없이 책 전체를 재활용할 수 있다. 다만 이 경우 표지는 어두운 색을 사용하고 가급적 전체 바탕색을 깔지 않아야 한다. 그러지 않으면 표지 훼손이 잘 보이기 때문인데, 파본으로 인한 교환 요청도 탄소를 배출한다



는 것을 염두에 둔 선택이다. 마지막으로 이하규 대표는 현장에서는 수많은 친환경 인쇄 기법이 사용되고 있지만 이에 관심 없는 것은 출판계와 독자들이라고 꼬집었다. 따라서 친환경 공법에 꾸준히 관심을 가지고 이러한 방법을 시도한다면 얼마든지 저탄소 인쇄가 가능하다는 말과 함께 발언을 마쳤다.

## 장수정 데일리안 기자



마지막 토론자인 장수정 데일리안 기자는 “종이 줄이자” 외치는 시대, 위기의 ‘종이책’에 필요한 변화’에 대해 발언했다. 세계적으로 페이퍼리스(Paperless) 트렌드가 확산되고 전자책의 존재감이 커지면서 종이책에 대한 논의가 계속되고 있지만, 종이책만의 장점과 필요 자체에 대해서는 부정할 수 없다고 말했다. 종이는 조림지에서 나무를 경작하여 제조하므로 산림 자원 훼손과는 거리가 있으나, 책 제작 시 접착제나 잉크 등이 환경에 문제가 될 수 있으므로 지속가능성을 위해 종이책에도 변화가 필요하다. 그러나 재생용지, 공기름 잉크 인쇄 등 친환경 제작법은 비용과 공급의 문제로 확대되지 못하고 있다. 시장의 적극적인 변화를 위해 인쇄 과정에 드는 비용 지원뿐만 아니라 공공영역의 의무화를 통해 재생지 인쇄 시장에 활기를 불어넣어야 한다고 강조했다.

또한 책 표지 코팅, 후가공 디자인, 서체나 페이지 여백 등 디자인 영역에서 친환경적인 방향으로 선회할 필요도 있다. 코팅과 후가공 등 디자인이 독특한 책일수록 환경에 해를 끼칠 확률이 더 높아지기 때문이다. 에코 폰트를 사용하여 잉크 사용량을 줄이고, 가독성을 해치지 않는 선에서 여백을 줄여 종이 사용량을 줄이는 것도 저비용으로 친환경을 실천하는 방법이다. 유통 과정에서도 온라인 주문 배송 시 과대포장을 자제하고 반품률을 줄이는 것이 도움이 된다. 다만 표지를 코팅하지 않거나 재생용지를 사용한 책은 상처가 잘 나고 종이가 변색되기 쉬운데, 이 경우 반품률이 높아지므로 시도하기 어려운 면이 있다. 결국 친환경 출판에는 소비자의 이해가 동반되어야 한다며, 친환경 출판에 대한 소비자의 이해도를 높이고 실천을 끌어내기 위한 출판사 자체적인 노력이 필요하다고 전하며 발표를 마쳤다.

토론자들의 발언에 관해 앞서 발제를 진행한 최원형 작가는 재생지 공정의 열악한 노동 환경과 재생물

이 높음에도 종이 자원을 수입하는 한국의 현실에 대해 아쉬움을 전하며 기본적으로 출판인이라면 이 시대가 어디에 있는지 인지할 필요가 있으며, 출판물뿐만 아니라 우리의 삶 전반이 탄소 중립으로 향해야 한다고 강조했다. 또한 한국출판문화산업진흥원에는 친환경 출판에 대한 관심이 일회성으로 끝나지 않도록 끊임없이 포럼, 강연 등의 재생지에 대한 인지와 피드백의 장을 마련하고 당사자가 네트워크를 구축하는 자리를 마련해 달라고 전했다. 김준수 실장은 소비자 인식을 바꾸는 것만큼 스스로 환경을 위해 무엇을 하고 있고, 실제로 어디까지 진행되었는지를 아는 것도 중요하다는 의견을 밝혔다. 또한 이러한 담론을 계속 유지·발전시켜 나가야 하며, 출판사들이 이런 문제를 고민 없이 이행할 수 있도록 정책 변화나 제고가 필요할 것이라고 덧붙였다.

## 참여자 질의응답

### 친환경 종이책 제작에 대한 인쇄 제작 현장에서의 의견

최근 ESG 경영 등 인식의 변화로 친환경 종이를 요청하는 기업이 많지만, 업체에서는 이에 대해 쉽게 제안하는 것이 어렵습니다. 승인 절차의 복잡성, 제작 공정 관리, 관리 승인에 대한 비용적인 부분 등 실제 현장에서 FSC 인증을 받는 것이 쉽지 않기 때문입니다. 또 FSC 인증을 받으려면 인증 용지를 사용하는 것뿐만 아니라 인쇄의 모든 과정을 FSC 인증을 받은 업체에서 진행해야 하며, 따라서 재고 관리도 어려운 편입니다. 그래서 저희가 연간 제작하는 약 4,000만 부의 책 중 FSC 인증을 받는 책은 10만 부 내외인 것 같습니다.

재생용지는 많이 사용하고 있으나, 고객은 재생용지 사용 여부와 관련 없이 고품질의 인쇄물을 요청하는 경우가 대부분입니다. 재생용지에 대한 소비자의 인식이 개선되지 않았기 때문입니다. 그래서 고지율을 높이느냐, 정부의 고지율 기준점에 맞춰 색상이 잘 나오는 종이를 사용하느냐에 대한 문제가 있습니다.

일반인은 친환경적 요소보다 결과물의 품질을 더 많이 고려하기 때문에, 생산 중간에 있는 디자이너나 도서 기획자들이 친환경적 요소를 어필하면서도 결과물의 품질 면에서 소비자를 만족시킬 수 있어야 할 것 같습니다. 그 부분을 개선할 수 있도록 대한출판문화협회나 한국출판문화산업진흥원에서 재생지에 대해 홍보해 주시면 제작자도 고객에게 재생지를 제안하고 싶어지고, 재생지 사용자가 늘어나면 사회적 인식도 좋아져 전반적인 출판 과정이 친환경적으로 변화해 가지 않을까 생각합니다.

**Q. 재생용지를 사용하면 인쇄 색상의 질이 애매하다고 느낄 때가 있습니다. 재생용지에 인쇄할 때 그 질을 높일 수 있는 방법이 궁금합니다.**

**이하규** 작품에 어울리는 종이를 선택하면 재생지도 비싼 종이보다 더 좋은 결과물을 낼 수 있다고 생각합니다. 예를 들어 빈티지한 책은 중질지 등 재생용지를 사용하는 것이, 가벼운 여행 서적은 그 린라이트지를 사용하는 것이 효과가 좋겠죠. 재생용지라고 친환경적으로만 접근하기보다는 종이 선택 시 종이의 특징과 촉감, 발색 등을 총체적으로 고려하면 더 좋은 성과가 있을 것입니다.

**Q. 전자책은 탄소 절감을 위한 종이책의 대안이 될 수 있을까요?**

**김준수** 국가마다 전자책 시장의 점유율이 달라 확답은 어렵지만, e북 리더기 한 대의 탄소 배출량이 종이책의 탄소 배출량을 상쇄하기 위해서는 1년에 22~30권 정도의 책을 읽어야 한다는 연구 결과가 있습니다. 다만 이것은 유통 과정이나 전자제품 생산에 필요한 희소자원 채굴의 문제 등을 전부 계산한 것이 아니라 전력 사용과 폐기물 정도의 기본적인 정보로만 연구한 것이기에 정확하지는 않습니다. 전자책과 종이책 중 더 친환경적인 방법을 찾기보다는 친환경적 활동으로서의 독서 개념을 만들고 유지하는 것이 옳다고 생각합니다.

**장수정** 온라인서점에서 책을 주문하는 독자가 많은 특성상 종이책 유통 과정에서의 문제를 지적하는 분이 계십니다. 물론 이 부분에서는 전자책이 환경에 더 도움이 된다고 말할 수 있습니다. 하지만 책과 같은 크기의 배송 상자를 제작해서 에어캡 등 포장재를 절약하는 방식으로 유통 과정의 환경 오염을 줄이려고 노력하는 온라인서점도 있습니다. 이와 같이 다양한 분야에서 탄소 저감을 위한 노력이 이루어져야 하지 않을까 생각합니다.

**Q. 친환경적 관점에서, 종이를 제외한 다른 과정(제본, 인쇄, 후가공 등)에 관련된 출판계의 준비나 대응이 궁금합니다.**

**김보은** 출판 전 과정에서 친환경적인 방법을 사용하려고 노력하는지와 실제 시장에서 그 선택이 가능한지는 별개입니다. 상대적으로 쉽게 선택할 수 있는 공기름 잉크를 예로 들자면, 공기름 잉크마다 서로 다른 VOC 용제의 함량을 소비자가 모두 확인하기는 어렵습니다. 저도 친환경 잉크의 제조사에서 VOC 시험 성적표를 받아서 제품을 제작한 적도 있지만, 그러한 잉크를 취급하는 인쇄소를 찾는 것부터가 쉽지 않았습니니다. 다른 단계도 공정 하나하나 발품을 팔아 가며 친환경 업체를 알아내야 하는 실정입니다. 또한 제작을 전담할 수 있는 파주 일대의 대형 출판사와 달리, 충무로 등지의 제작 시스템은 각 공정을 나누어 가진 소상공인의 협업으로 이루어지기 때문에 시스템 중 일부를 교체하는 것이 어렵습니다. 더해서 영세한 작업장을 가진 분들의 작업 환경도 함께 고려해 주시면 좋겠습니다.

**이하규** 제작뿐만 아니라 전반적인 과정에도 관심 가져 주셨으면 좋겠습니다. 출판 과정의 기획과 감시·감독에서도 탄소 배출을 줄일 수 있습니다. 예를 들어 ‘소장각’이라는 출판사는 책의 생산뿐만 아니라 폐기 과정까지 전부 직접 검토하는데, 책을 단순 폐기하는 곳과 출판 폐기물에 맞는 적절한 절차에 의해 폐기하는 두 가지 폐기소를 직접 찾아 책을 처리하고 있습니다. 우리의 관심으로 시스템이 한 번 형성되면, 이 시스템을 통해 훨씬 쉽고 저렴하고 확실하게 탄소 배출 절감이 이루어질 수 있을 것입니다.

**Q. 친환경 종이를 사용하려 해도, 선택지가 좁고 고가의 수입지에 의존해야 하는 실정이라 포기하게 되는 경우가 많은 것 같습니다. 현재 국내 제지 회사의 친환경 용지 제작과 관련하여 어떤 새로운 움직임이 있는지 궁금합니다.**

**성기태** 출판 인쇄용지는 전체 종이 중 17% 정도를 차지하며, 그 비율도 연평균 4~6%씩 줄어드는 추세입니다. 그만큼 독서 인구가 준다는 얘기가 되겠죠. 정책이 요구하고 수요자가 원한다면 맞출 수 있지만, 책임 있는 대기업이 스스로 재생지 사용에 대한 조건을 거는 해외와 달리 국내 재생지 시장

은 주로 교과서 등 국소적인 분야에만 한정되어 그 규모가 크지 않습니다. 대량 생산 체계를 구축하여 안정화되기 이전에는 시설에 대한 투자와 인쇄에 대한 소비자의 요구 등 충족해야 하는 요소가 많습니다. 다만 프로세스가 만들어지고 이에 대한 당사자 간 합의가 이루어져야 시장이 좀 더 친환경적으로 변화한다는 데에는 동감하고, 그렇게 되어야 한다고 생각합니다.

**Q. 산업계는 오히려 친환경 제작법을 사용하지 않는 곳을 찾기 힘들 정도로 준비되어 있는데, 소비자나 독자는 그렇지 않은 듯합니다. 친환경 제작법을 알리는 것 이상으로, 읽는 데 문제없는 정도의 파손 도서를 소비자들이 소비하도록 설득하는 것이 중요한 것 같습니다. 종이책의 제작과 판매 과정에서, 이에 대해 최종 소비자인 독자를 어떻게 설득할 수 있을까요?**

**김보은** 저는 제가 디자인하고 제작하는 제작물에 친환경적 '제작 정보'를 전부 표기합니다. 어떤 친환경적 노력을 했는지, 어떤 종이를 어떻게 사용했는지 등을 표시하고, 표지를 코팅하지 않았거나 특수한 재생지를 사용했다면 그 의도와 특성도 자세하게 설명합니다. 이것은 다른 제작자가 제작할 때 참고할 수 있고, 또 아직 크기가 작은 친환경 출판·제작 방면에서 함께 정보를 나누며 크기를 확장하는 방법이 될 수도 있을 것입니다.

- >> 2023 한국출판문화산업진흥원 제2회 열린 포럼 영상 다시 보기
- >> 2023 한국출판문화산업진흥원 제2회 열린 포럼 자료집 바로 가기

---

〈출판N〉 편집부

## 2023 서울국제도서전을 가다

양선아<<한겨레>> 책지성팀 기자)

2023. 07.



6월 14일부터 18일까지 진행된 '2023 서울국제도서전'에서  
관람객들은 독립출판사들과 아트북 출판사들의 책에 관심이 많았다.(출처: 대한출판문화협회)

국내 최대 규모의 책 축제이자 한국과 세계를 책으로 연결하는 플랫폼인 '2023 서울국제도서전'이 6월 14일부터 18일까지 서울 삼성동 코엑스에서 열렸다. '서울국제도서전'은 1954년 1회 도서전을 시작으로 지금까지 70년 동안 65회째 개최되었으며, 올해는 코로나19 방역 조치가 전면 해제된 뒤 처음으로 도서전이 열렸다.

## 지난해보다 참가사 3배 늘고, 관람객 30% 늘어

마스크를 벗고 일상으로 돌아온 만큼 도서전 참가사도, 관람객도 대폭 늘어 도서전은 성황을 이뤘다. 지난해보다 도서전 참가사가 무려 3배나 늘어 36개국 530개사가 참여했다. 참가사들은 책 전시는 물론이고 부대 행사, 강연 및 세미나, 현장 이벤트 등 약 170여 개 프로그램을 선보였고, 이 프로그램에 다녀간 연사만 200여 명에 달했다.

도서전 개막일부터 서울 삼성동 코엑스 A홀 앞에는 관람객들이 긴 줄을 섰다. 주말에도 행사장은 발 디딜 틈 없을 정도로 붐볐다. 엄마 손을 잡고 온 아이, 독서 동아리 멤버들끼리 왔다는 중년 여성들, 친구들끼리 온 젊은 대학생들 등 다양한 연령층의 사람들이 책을 둘러보고 이벤트에 참여하면서 도서전을 즐겼다. 이번 도서전에는 5일 동안 총 13만 명의 관람객이 다녀갔는데, 이는 지난해보다 30% 늘어난 수치다.

국내외 인사들도 대거 참여했다. 개막식 행사에는 윤석열 대통령의 배우자 김건희 여사가 참석했다. 김건희 여사는 축사에서 “문화의 힘은 참으로 위대하다. 더욱이 이 책의 힘은 그 위대함의 바탕이 돼준다”며 “우리의 도서가 전 세계에 더 많이 알려지고 세계 출판 시장을 선도할 수 있도록 저 역시 노력하겠다”고 밝혔다. 김건희 여사 외에도 박보균 문화체육관광부 장관, 윤철호 대한출판문화협회(이하 출협) 회장, 카린 판사(Karine PANSA) 국제출판협회장, 셰이카 보두르 빈트 술탄 알 카시미(Sheikha Bodour bint Sultan Al Qasimi) 샤르자 도서청 회장 등 다양한 인사들이 개막 행사에 참석했다.



주빈국 샤르자에서 마련한 샤르자 문화유산 연구소 밴드의 개막식 공연 모습(출처: 양선아 기자)



많은 관람객들로 붐볐던 2023 서울국제도서전(출처: 대한출판문화협회)

### ‘비인간, 인간을 넘어 인간으로 논휴먼(NONHUMAN)’을 주제로

이번 도서전의 주제는 ‘비인간, 인간을 넘어 인간으로 논휴먼(NONHUMAN)’이었다. 도서전은 인간을 중심으로 세상을 운영하다간 인류가 파국에 이를지도 모른다고 경고하며 ‘비인간’에 주목했다. 인간과 동물, 인간과 식물, 인간과 사물들 사이의 불평등으로 인해 기후 위기가 나타나고 있으니, 이제는 인류의 위기를 직시하고 인간 너머의 새로운 삶과 관계의 방식을 찾아야 한다고 관람객에게 말을 건 것이다. 지난해에 이어 올해도 유럽에서는 스페인이 4월부터 40도 넘는 폭염에 시달리고 이탈리아에서는 홍수가 나 막대한 피해를 입는 등 기후 위기가 현실화되고 있는 상황에서, 이번 도서전의 주제는 시의 적절했다는 평가를 받았다.

주제 전시장에서는 ‘비인간’이라는 주제에 맞춰 총 600권의 도서를 큐레이션했다. ‘사라지다’, ‘저항하다’, ‘가속하다’, ‘교차하다’, ‘가능하다’라는 동사 5개를 열쇳말(Keywords)로 제시하고 주제별로 관련 책을 전시했다. 관람객 이하나(33·서울 성동구) 씨는 “책 속 문장을 볼 수 있게 만들어놓은 점이 인상적이었다”며 “문장을 보니 읽고 싶은 책이 생겼고, 인간 중심주의에 대해서도 생각해볼 수 있었다”고 말했다.

개막식이 있었던 도서전 첫날엔 생태학자인 최재천 이화여자대학교 에코과학부 석좌교수가 ‘그들이 우리를 보고 있다’라는 주제로 기조 강연에 나서 눈길을 끌었다. 최 교수의 강연은 좌석 100석이 꽉 차고 강연장 바깥에서 서서 듣는 이들도 많을 정도로 인기였다. 최 교수는 이날 강연에서 “21세기 들어 와서 발생한 사스, 메르스, 코로나19는 전부 박쥐로부터 바이러스가 시작됐다”며 “원래 박쥐의 90% 정도는 열대 정글에 사는데 기후 변화로 온대 지방의 기온이 올라가면서 열대에 있는 박쥐들이 온대 지역으로 이동했고, 박쥐들이 숲에 사는 야생동물들에게 바이러스를 옮겼고, 인간은 그 야생동물들을 괴롭히다가 바이러스에 감염됐다”고 설명했다. 그는 넷플릭스 드라마 <오징어 게임>의 오일남 배우의 대사 “이러다 다 죽어”를 흉내 내며, 기후 변화에 우리가 당장 신경 쓰지 않는다면 코로나19 팬데믹 같은 상황은 계속 발생할 것이라고 경고했다.



생태학자 최재천 교수가 강연을 하고 있다.(출처: 양선아 기자)

이외에도 2002년 부커상을 수상한 『파이 이야기』를 쓴 얀 마텔(Yann Martel), 2016년 풀리처상을 수상한 『동조자』의 비엠타인 응우옌(Viet Thanh Nguyen), 올해 부커상 최종후보에 오른 『고래』(문학동네, 2004)의 천명관 작가 등 국내외 유명 작가들이 도서전을 찾아 독자들을 만나고 교감했다. 처음 한국을 찾은 작가 얀 마텔은 그리스·로마 신화 트로이 전쟁에 현대적인 상상력을 불어넣어 재해석한 새 장편소설 『선 오브 노바디(Son of Nobody·가제)』의 출간 예정 소식을 알렸고, 비엠타인 응우옌은 ‘아시아 디아스포라와 미국 문학’을 주제로 강연에 나섰다. 분야별 전문가들이 참여하는 주제 세미나에서는 ‘로봇-인간 돌봄 공동체’, ‘생성형 인공지능(AI): 인간의 비인간화’ 등 ‘인공지능’과 관련한 강연도 열렸다. 프랑스의 사회학자인 니콜라이 슐츠(Nikolaj Schultz)가 참여한 ‘병든 지구를 감각하고 생각하기’ 강연에서는 기후 위기 및 인류세와 관련한 이야기들이 논의됐다.



도서전에서 독자들을 만난 얀 마텔 작가(좌)와 천명관 작가(우)(출처: 대한출판문화협회)



## 올해도 돋보인 ‘한국에서 가장 아름다운 책’ 전시

강렬한 주황색 구조물에 저마다 독특한 디자인을 뽐내는 ‘한국에서 가장 아름다운 책(Best Book Design from Republic of Korea·BBDK)’ 10종이 도서전 한 곳을 차지하며 관람객의 시선을 끌었다. 올해로 4회를 맞은 ‘한국에서 가장 아름다운 책’ 공모전 수상작들이다. 출협이 주최하고 서울국제도서전에서 시상하는 ‘한국에서 가장 아름다운 책’은 전년도에 나온 책 가운데 책의 ‘물성’과 텍스트를 독자에게 제공하는 ‘독서 경험’을 잘 조합해 좋은 디자인으로 만든 책을 골라 선정하는 상이다. 수상작은 독일 북아트재단과 라이프치히도서전이 공동 운영하는 국제 북디자인 공모전 ‘세계에서 가장 아름다운 책’에 자동 출품된다.



‘한국에서 가장 아름다운 책’ 시상식이 열리고 있다.(출처: 대한출판문화협회)



‘한국에서 가장 아름다운 책’ 전시(좌)와 디자이너 토크(우) 모습(출처: 대한출판문화협회)

올해 수상작은 아카이빙북 『1-14』(이재영 디자이너, 6699프레스), 매거진 <them 2호>(인양 디자이너, them), 에세이 『각자 원하는 달콤한 꿈을 꾸고 내일 또 만나자』(김형진 디자이너, 세미콜론), 에세이 『뭐가 먼저냐』(정대봉 디자이너, 프레스 프레스), 약보집 <비정량 프렐류드> 외 1권(김형진·유현선 디자이너, 작업실유령), 시집 『사랑하는 소년이 얼음 밑에 살아서』 외 2권(나종위 디자이너, 시간의흐름), 에세이 『살라리오 미니모』(강문식 디자이너, 고트), 매거진 <유용한 바보들 issue 0>(오혜진 디자이너, 쎬제디시옹 & 르메곳 에디션), 그림책 『토끼전』(조선경 디자이너, 썸복스), 그림책 『할머니네 집 지킴이』(신건모 디자이너, 엔씨소프트) 등이었다.

올해 공모전 참가자는 역대 최대 규모로, 회사·개인 128곳이 188종의 책을 출품했다. 도서전 개막식에서 10종 가운데 대상격인 ‘한국에서 가장 아름다운 책’을 발표했는데, 『각자 원하는 달콤한 꿈을 꾸고 내일 또 만나자』가 수상했다.

### 아랍 문화 호기심 불러일으킨 주빈국 ‘샤르자’관

이번 도서전 주빈국은 ‘아랍에미리트’를 구성하고 있는 7개의 주요 토후국 중 샤르자였다. 샤르자는 1998년 아랍 세계문화 수도, 2014년 이슬람 문화 수도, 2015년 아랍 관광 수도, 2019년 세계 책 수도로 지정되는 등 문화에 강점을 갖고 있다. 샤르자에서는 매해 대규모의 문화 및 문학 행사도 개최된다. 도서전 입구에 마련됐던 주빈국관에는 샤르자 국왕의 인생을 담은 도서 『삶에서 삶으로: 셰이크 술탄 빈 무함마드 알 까시미 국왕』을 비롯해 『이야기의 벽』, 『나를 데려가는 길』 등 한국어로 번역된 아랍 도서들과 전통 의상, 장신구, 악기, 도서 등이 전시됐다.

샤르자관 앞에서는 샤르자에서 온 캘리그래피(Calligraphy) 전문가가 직접 아랍어로 이름을 써주는 행사가 진행됐는데 낯선 아랍 문화에 대한 호기심으로 많은 사람이 모였다. 캘리그래피 행사에 참여한 한은미(51·서울 구로구) 씨는 “독서 동아리 회원 3명과 함께 와 다양한 체험을 했다”며 “아랍 문화를 잘 몰랐는데 이런 경험을 할 수 있어 재밌다”고 말했다.



(좌) 2023 서울국제도서전 주빈국 샤르자(출처: 대한출판문화협회),  
(우) 아랍어로 이름을 써주는 행사(출처: 양선아 기자)

이외에도 가상현실(VR) 기기 등을 이용해 샤르자의 동물원을 구경할 수 있었고, 한국과 샤르자의 그림책 작가들이 참여한 디지털 아트 행사도 열렸다. 샤르자는 이번 도서전에서 11명의 작가, 지식인 및 전문가와 함께 시, 민화, 번역, 고고학, 고전문학, 아동문학 등 다양한 주제의 세미나를 열었다. 여성 출판 리더들이 업계 내 성 불균형에 변화를 이끌어 내기 위해 설립한 퍼블리시허(PublisHER)의 첫 한국 행사도 진행했다.

셰이크 파힘 알 카시미(H.E. Sheikh Fahim Al Qasimi) 샤르자 정부 대외관계 집행위원장 겸 서울국제도서전 샤르자 사절단장은 도서전 개막식 기조연설에서 “다른 문화에 대한 깊은 상호 존중과 이해를 바탕으로 다음 세대를 육성하기 위해서는 샤르자 고유의 유산을 보호하면서 교육, 문화 및 지식을 발전시키고, 점점 더 동질화되는 글로벌 문화 속에서 특별한 정체성을 바탕으로 혁신을 구축하고자 하는 비전이 필수적이다”라고 밝혔다.

### 개성 만점 출판사들 ‘반짝반짝’

국내 최대 책 축제인 만큼 대형 출판사뿐만 아니라 독립 출판사들까지 관람객의 눈길을 사로잡기 위해 분주한 모습이었다. 유명 작가들의 사인회가 여기저기서 열렸고, 각 출판사들은 개성 넘치는 디자인으로 각 부스를 꾸미고 다채로운 행사로 손님을 맞았다.

이번 도서전에서 가장 눈에 띄는 관은 대원씨아이가 마련한 ‘슬램덩크 단독관’이었다. 『슬램덩크』 주인공 공들을 배경으로 사진을 찍을 수 있는 포토존이 있어 많은 사람이 줄을 섰고, 오픈 1시간 만에 책이 1천 부 이상 팔려나갈 정도로 인기를 끌었다. 문학동네는 창립 30주년을 맞아 관람객들을 대상으로 ‘당신의 책을 알려주세요’라는 행사를 진행해 독자들이 좋아하는 문학동네 책을 종이에 써서 보관함에 넣도록 했다. 이 중 가장 많은 추천을 받은 책은 표지 등을 새롭게 바꾼 ‘리커버판’으로 재출간할 계획이다. 출판사 길벗스쿨은 아동 판타지 소설 『이상한 과자 가게 전천당』에 나오는 ‘전천당’으로 부스를 꾸몄다. 부스 앞에는 어린이들이 좋아하는 과자들을 놓았고, 판박이 스티커 붙이기 같은 체험형 이벤트도 벌였다. 길벗스쿨 관계자는 “소설 속 배경을 직접 체험할 수 있다 보니 어린이 독자들의 반응이 좋았다”고 전했다. 출판사 교유당은 출출한 관람객을 위해 소금빵을 준비해 인기를 끌었다.



대원씨아이가 마련한 ‘슬램덩크 단독관’(좌), 문학동네 부스(우)(출처: 양선아 기자)

독립출판사들의 차별화된 행사도 눈에 띄었다. 1인 독립출판사 아드헤는 독자들이 단어 하나를 고르면 시인인 대표가 그 단어를 주제로 즉석에서 시 한 편을 짓고, 타자기로 그 시를 쳐서 독자에게 선물하는 행사를 진행했다. 많은 사람들이 자신만의 '시'를 선물 받기 위해 긴 줄을 섰다. 독립출판사 굿프레스 부스에서는 웹툰 『며느라기』를 쓰고 그린 수신지 작가가 부스에서 직접 책을 팔고 있어 사인을 받으려는 관람객들이 많았다. 고양이를 키우는 '집사'들을 위한 책을 만드는 고양이 전문 출판사 야옹서가도 관람객들의 마음을 사로잡았다. 고양이 사진집에서 '고양이 말기 간호 임종 케어 안내서' 등 독특한 책을 만드는 출판사다.

## 도서전에 웬 먹거리가? '기후미식' 코너

넓은 전시관을 돌아다니다 배가 출출해지는 순간, 관람객들이 찾는 코너가 있었다. 바로 '기후미식' 코너. '기후미식' 코너는 건강한 농법을 지키고 실천하는 농부들과 인위적인 손길을 덜어내고 자연 그대로의 방법으로 식품을 만들고 있는 단체를 소개하는 자리였다. 또한 기후 변화와 토양·해양 오염으로 인해 자연에서 얻기 어려워진 식품을 대체하고, 지구에서 함께 살아가는 다른 생명과 공생하는 방법을 찾아 실천해나가는 브랜드를 소개했다.

이 코너에는 도시 양봉으로 채밀한 꿀, 버섯과 병아리콩으로 만든 식물성 치킨, 콩단백과 채소로 만든 참치 맛 수산물, '졸장벼'·'아동벼' 등 우리 토종 쌀 등과 같은 이색 음식 등을 만날 수 있었다. 식물성 치킨을 파는 '위미트(WEMEET)' 관계자는 "누구나 쉽게 식물성 대체육을 즐길 수 있게 하는 데 중점을 뒀다"고 설명했다.



'기후미식' 코너 위미트 부스(출처: 양선아 기자)

## 도서전 '옥의 티'... '오정희 홍보대사' 논란

참가사와 관람객이 느는 등 도서전이 성황을 이뤘지만, '오정희 소설가의 홍보대사 위촉'은 '옥에 티'로 지적됐다. 출협은 도서전의 홍보대사 격인 올해 '도서전의 얼굴'에 국내 소설가 오정희·김인숙·편혜영·김애란·최은영·천선란을 선정했다. 30대부터 70대까지 아우르는 6인의 여성 소설가들로 구성한 것. 그런데 홍보대사 가운데 오정희 소설가가 포함됐다는 소식이 알려지면서, 블랙리스트 이후, 한국작가회의, 문화연대 소속 문화예술계 인사 10여 명이 개막식 당일 서울 삼성동 코엑스 앞에서 오 작가의 홍보대사 위촉에 항의하는 기자회견을 열었다. 이들은 "오 작가는 박근혜 정부에서 블랙리스트 실행의 최대 온상이었던 한국문화예술위원회 핵심위원"이었다며 오 작가의 홍보대사직 해촉을 요구하고 출협과 문화체육관광부의 공개 사과와 재발 방지를 요구했다.

기자회견을 끝낸 뒤 송경동 시인 등은 개막식 행사장에 들어가려 했고, 그 과정에서 대통령실 경호처 경호원들과 충돌하다 문화예술인들이 결국 강제 퇴거당하는 일이 생기기도 했다. 이에 일부 작가들은 도서전 행사에 불참하는가 하면, SNS에서는 도서전 보이콧 움직임으로까지 이어졌다. 이런 분위기 속에서 오 작가는 16일 출협을 통해 홍보대사를 자진 사퇴했고, 출협은 보도 자료를 통해 "오 작가의 홍보대사 위촉과 관련해 책을 사랑하는 시민들과 저자, 출판사 등 여러분들에게 여러 가지 심려를 끼쳐 드린 점에 대해 사과드립니다"고 밝혔다. 출협은 또 "현재까지 논란이 계속 되고 있는 과거 박근혜 정부 당시의 블랙리스트 사건과 관련, 대한출판문화협회는 피해자들의 마음을 헤아리는 데 미흡한 점이 있었다"며 "시간이 흘렀지만 재발 방지를 위해 진실에 기반한 책임자 규명과 제도 개선이 이루어지도록 최선을 다하겠다"고 덧붙였다.



---

### 양선아(〈한겨레〉 책지성팀 기자)

사람, 책, 걷기 이 세 가지를 가장 좋아한다. 사람의 마음에 대한 관심을 바탕으로 『자존감은 나의 힘』(명주, 2013)을 썼고, 『나는 일하는 엄마다』(르네상스, 2013), 『고마워, 내 아이가 되어줘서』(북하우스, 2015)를 함께 펴냈다. 2019년 유방암을 진단받고 투병기 『끝장난 줄 알았는데 인생은 계속됐다』(한겨레출판사, 2022)를 썼다.

anmadang@hani.co.kr

## 출판 시장에도 스며든 ‘세로 본능’

박철웅(작가)

2023. 07.

‘디지털’이라는 단어는 어느새 낡은 말이 되어 버렸다. 어느 시절인지 애써 가늠하지 않아도 TV 광고에서 “돼지 털?”이라고 되묻던 할머니의 외침은 늙수그레한 세대나 기억하는 장면으로 남았다. 디지털이 사람들의 일상에 많은 변화와 충격을 가져다준 것도 사실이지만, 디지털이라는 개념 자체가 완전하게 새로운 무엇이 아니라는 것도 놀라울 뿐이다. 현대 사회에서 세대를 막론하고 이 디지털 세상을 마주하는 일은 생존의 필요조건이 된 지 오래지만, 아직 그 자체로 적응하기 어려워하거나 심지어 두려워하는 사람들도 존재한다. 이런 것에서 발현되는 사회현상을 흔히 ‘디지털 격차’라고 이야기한다. 차이도 다름도 아닌 격차라니. 제법 무서운 말이 아닐 수 없다. 특히 주류에서 멀어져 가는 나이에 접어들면 그 무서움이 현실이 되고 만다.

이런 디지털로 인한 격차 발생이 여러 사안에서 목격되지만, 가장 흔하면서도 유의미한 현상이 바로 ‘세로 본능’이 아닐까 싶다. 세로 본능이라는 말에는 다름 아닌 ‘모바일 퍼스트(mobile first)’의 세상이 되면서 모바일의 ‘폼팩터(form factor, 화면의 크기·비율·생김새 등을 이르는 말)’에 모든 주요 정보를 집어넣어야 한다는 이해가 작용했다. 지금 당장 자신의 핸드폰을 꺼내어 보면 아마도 99%가 가로가 좁고 세로가 긴 형태의 액정을 마주하게 될 테니까 말이다. 이런 모바일 폼팩터가 모든 정보의 프레젠테이션 기준이 되면서 ‘화면’이라고 칭하는 정보의 출력 바탕은 모두 위아래로 긴 세로 본능이 작용하게 되었다. 이처럼 우리는 TV와 영화 스크린에 익숙한 ‘가로의 시대’에서 모바일 위주의 ‘세로의 시대’를 맞이한 지 오래다.



삼성전자 '가로 본능2' 모델(출처: 삼성전자 글로벌 뉴스)

정보의 습득을 위한 인간의 인지 활동은 눈의 움직임에서 시작한다. 눈으로 사물이나 정보의 단서를 파악하고 뇌로 전달하여 각종 연상과 판단을 내리게 되는데, 사람의 눈은 저마다 차이가 있더라도 가로로 길게 찢어진 형태를 띤다. 이런 태생적이고 생리적인 탐구의 결과로 정보를 전달하는 매체, 즉 도서나 미디어 그리고 영상물들은 모두 가로가 긴 소위 '와이드 팬(wide pan)'의 형태로 진화하기 시작했다. 문자를 식자하는 방법이 가로로 이루어지는 어족(영어나 아랍어)과 세로로 써 내려가는 어족(한자 문화권)의 차이가 있을지라도 결국 정보의 습득은 좌에서 우로, 혹은 우에서 좌로 움직이는 안구의 운동에 의지한다.

이런 이유에서 '프레젠테이션 레이어(presentation layer)'라고 일컫는 각종 출력물은 가로가 대세였다. 각종 모니터와 수신기, 수상기, 사진 등 미디어는 물론 간판이나 광고물로 가로로 만드는 것이 상식인 시대가 수백 년, 아니 수천 년 지속되었다. 그러나 '디지털 혁명'의 총아인 '모바일 퍼스트' 시대가 되면서 가로의 대세는 세로 본능에 점차 자리를 내어 주었다.

### 세로 본능은 그저 문화적 유행이 아니다

여행지가 아니더라도 배경 좋은 지점에서 사진을 찍는 광경은 예나 지금이나 크게 달라진 것이 없어 보인다. 달라진 점을 굳이 찾자면, 카메라보다 스마트폰이 대세라는 것, 그리고 스스로 사진을 찍는 '셀카'가 많다는 점이 아닐까 싶다. 그래서 이전보다 사진 찍어주기를 부탁하는 '실례합니다' 소리가 덜 들리는 것도 사실이다. 그런데도 먼 배경을 사진에 담거나, 일행이 다수가 되면 누군가의 손을 빌리기 마련이다. 길을 가다가, 학생들이 다가와서 사진 한 장(?) 찍어주기를 부탁하고 스마트폰 터치 포인트를 알려준다. 나름 사진을 좀 찍어 보았다는 자부심으로 구도를 이리저리 잡아 '하나, 둘'을 외치는데, "잠깐만요. 아저씨" 하며 한 친구가 시급한 듯 만류한다. 약간 찌푸린 미간과 함께 요구 사항이 쑥 하고 들어온다. "아저씨, 세로로 찍으셔야지요."

손에 들린 스마트폰은 가로로 길게 잘 누워 있는데, 구도도 황금비율이고, 노출에 ISO까지 다 맞추어 주었는데, 문제가 '가로'라니. 당황스러웠던 그날이 떠오른다.



세로 본능(출처: pixels.com 무료 이미지)

기술 중심 기업이라고 하는 네이버, 카카오, 삼성전자 등은 일제히 ‘세로 영상’에 그야말로 꽂혔다. 스마트폰을 손에 쥔 채로 생활하는 MZ세대의 콘텐츠 소비 방식이 주요 마케팅 요소로 확산하면서부터다. 가로로 넘어서 세로가 ‘뉴 노멀(new normal)’로 자리 잡은 지 이미 오래일지도 모른다. 그 ‘오래’라는 기준이 무척 짧게 느껴지지만 말이다.

불과 몇 해 전이다. 기껏해야 10년 정도 지난 시절에 핸드폰의 ‘모바일 폼팩터’가 다양성의 극치를 이룬 적이 있었다. 작은 디짓(digit) 액정에서 화소가 향상되고 영상과 이미지가 지원되면서 모바일 기기 개발자들의 고민이 시작되었다. DMB(Digital Multimedia Broadcasting) 같은 방송 수신 기능을 탑재하면서 가로로 누워 있는 화면 비율을 어떻게 반영할 것인가 하는 문제였다. 전화기는 송신과 수신기를 이어주는 손잡이가 있는 형태로 태생부터 ‘길쭉이’인데, 눕혀서 보는 것이 맞는지 아니면 다른 방법이 필요한지가 한때 모바일 기술의 핫이슈가 된 적이 있었다. 그때 출시된 휴대전화는 ‘가로 본능’ 모델이었다.





‘가로 본능’ 모델(출처: 폰아레나)

옛날이야기가 아니다. 불과 2020년까지 ‘가로 본능’ 모바일 기기가 연구 개발, 출시까지 되었다. 이 마지막 시도가 시장에서 스스로 용퇴(勇退)한 LG전자의 유작 같은 ‘LG Wing’ 모델이었으니 불과 2년 남짓한 이야기다. 이것이 트렌드와 사용자 이용 양태의 급변을 견지한 예고편이었던지는 나중에 꺾맞추어진다. ‘가로 본능’의 퇴출과 LG전자의 퇴장이 마치 운명같이 느껴지는 점이다. 이처럼 ‘세로 본능’은 그저 새로운 세대의 소비 양태나 생활 특성 이외에도 기술 산업계에 큰 영향을 미치게 되었다.

현재 기술 시장을 선도하는 네이버나 카카오가 ‘세로 콘텐츠’를 만드는 것은 MZ세대의 UX, 즉 사용자 경험(User Experience)을 상품 개발에 투여하는 최근 ‘애자일(agile)’ 경영의 일면이라 할 수 있다. ‘세로 시청’이 모바일 세상뿐 아니라 디지털 기기 전반에 주류로 떠오르는 것은 대세에 따르는 발 빠른 대응이 있기 때문이기도 하다. 이미지와 영상이 콘텐츠의 주류인 모바일 플랫폼의 영향을 이해하고 반영한 결과다.

미국의 모바일 분석 스타트업 ‘사이언시야모바일(ScientiaMobile)’은 보고서에서 스마트폰 사용자의 82.5%가 스마트폰을 세로로 쥐고 동영상 사이트를 사용한다고 이야기한다. 가로 영상을 볼 때도 스마트폰을 돌리지 않고 작은 화면으로 시청하는 비중이 높다는 결과를 곁들인다. MZ세대가 유튜브·인스타그램 그리고 틱톡 등에서 영상과 댓글을 동시에 감상하는 문화가 퍼진 까닭이다. 광고도 웹툰도 블로그도 세로가 대세다. 시력이 좋아서인지 귀차니즘 때문인지는 가늠할 수 없지만 세로 본능은 이미 생활의 양태로 자리 잡았다. 현대 기술 기업들이 사용자 경험을 기반으로 새로운 서비스와 기술을 개발하고 진화시키는 일은 기업의 필수적인 생존 요소가 되었다. 이런 이유에서 세로 본능은 그저 새로운 세대의 특이한 생활 양상을 넘어 산업과 경제에 지대한 영향을 미치고 있다.

## 출판 시장에도 스며든 ‘세로 본능’

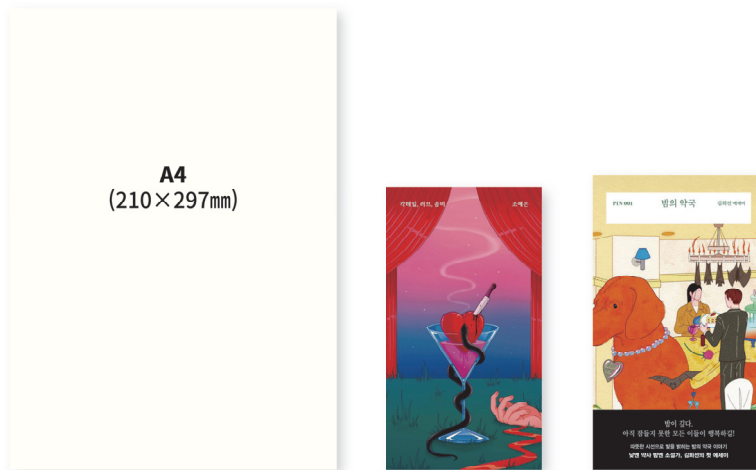
“이달 출간된 소설가 구병모의 신간 『파쇄』(위즈덤하우스, 2023)는 초콜릿 바처럼 폭이 좁고 기다란 형태다. 가로 109mm, 세로 187mm로 세로 길이가 가로의 두 배가량인 스마트폰 비율과 비슷하다. 성인 남성이 한 손으로 잡을 수 있는 아담한 크기. 가로가 짧다 보니 한 줄에 들어가는 글자 수는 20자가 채 되지 않는다. 부지런히 다음 줄로 눈길을 옮겨가야 하는 이 책은 일회성 이벤트가 아니라 이 출판사의 ‘주력 상품’이다. 이곳은 이 같은 판형을 시리즈로 만들어 앞으로 50권 이상 출간한다는 계획이다.”

- <조선일보>, 윤상진 기자, “몸집은 작고 키는 짝~ ‘세로 본능’… 요즘 책들, 스마트폰을 닮아가네”, 2023.3.30. 인용 -



신간 『파쇄』는 스마트폰(아이폰14pro 모델·71.5×147.5mm)처럼 가로보다 세로가 훨씬 길다.  
(출처: <조선일보> 윤상진 기자)

출판 시장에도 세로로 길쭉한 스마트폰 화면 폼팩터를 반영한 ‘세로 본능’이 파고들고 있다. 책 판형(版型)도 스마트폰의 폼팩터를 닮아가고 있다는 이야기다. 인용한 <조선일보>의 기사에 따르면 다양한 ‘세로 본능 출판 기획’이 쏟아지고 있다. 조예은 작가의 “쇼트 시리즈”(안전가옥)의 경우는 더 극단적인 세로 본능을 선보였다. 가로 100mm, 세로 182mm로 스마트폰의 폼팩터에 더욱 가까워졌다. 출판사 현대문학이 내놓는 “핀 시리즈” 역시 가로 110mm, 세로 190mm로 스마트폰과 유사한 모양이 되었다. 이외에도 민음사(쓴살문고), 유투출판(땅콩문고), 자음과모음(트리플) 등의 출판사에서 길쭉한 책들을 시리즈와 개별 단행본으로 시장에 내놓고 있다.



A4 용지 크기와 비교한 안전가옥의 “쇼트 시리즈”(100×182mm)와 현대문학의 “핀 시리즈”(110×190mm)

예전에도 ‘문고판(106×148mm)’ 같은 작은 책은 있었다. 그리고 더 축소된 ‘포켓 사이즈’ 책들도 한때 유행한 적이 있었다. 그러나 최근에는 몸집이 작으면서도 날씬한 책들이 나타나고 있다. 이 유행을 그저 가독성과 효율의 문제만으로 판단하는 것은 성급한 일이다. 정보 습득의 최적화된 방법이 세로로 길쭉한 형태의 프레젠테이션이 아니라는 것은 어느 정도 증명된 바가 있기 때문이다. 오히려 출판 시장의 ‘시장 논리’에서 출발한 궁여지책으로 생각되는 지점이 많다. 책이라는 것은 지난 세대가 새로운 세대에게 물려주는 지적 유산과도 같은 것인데, 최근 MZ세대의 경우 넘치는 정보와 더불어 각박한 경쟁 상황에서 책을 진득하게 들고 읽는 것이 매우 어려운 일이 된 것이 사실이다. 따라서 이 현상은 ‘문해력 논쟁’ 같은 소모적인 세대 갈등적 담론을 차치하고서라도, 최근 세대가 책 시장의 잠재 고객으로 자리 잡기 위해 그들의 생활 습관과 문화적 양태를 적극 반영해야 한다는 소비자 요구(Customer Needs)의 반영 결과로 해석하는 것이 더 자연스러워 보인다.

보통 책 한 권이 나오려면 200,000자 즉 200자 원고지 1,000매 정도는 있어야 했다. 그러나 요즘에는 그 절반인 100,000자 내외의 책이 기획되고 있는 현실이다. 이는 ‘오래 읽는 힘’이 떨어진 세대들에 맞추어, 웹소설과 웹진, 웹툰에 길든 독자들의 사용자 경험을 그대로 가져와 출판에 반영한 결과로 보인다. 즉 책의 총량은 줄어들지만, 책이라는 특유의 물질적 성향은 유지하는 교육지책의 고민이 보이는 지점이다. 한때는 ‘벽돌 책’ 같은 두껍고 정형적인 판형의 책들을 옆구리에 끼고 다니는 것이 유행이네 하던 시절이 있었지만, 이제는 그 부피의 총량 자체가 기피의 이유가 되어 버린 셈이다. 이런 시점에서 출판계도 시장의 논리에 맞추어 소비자의 요구를 무시할 수는 없었을 것이다.

그러나 이러한 유행이 지속될지는 미지수에 가깝다. 결이 다른 이야기지만 20년 전에 컴퓨팅 기술이 발달하며 각종 ‘디스크’와 ‘메모리’라는 저장매체가 발달하면서 “이제 곧 종이책은 사라질 것이다”라고 전망한 것은 보기 좋게 빗나가고 말았다. 첨단 기술과 문화적 변화가 많은 미디어 세계에 변화를 유도하게 되었지만, ‘종이책’을 ‘전자책’이 완전히 대체할 수 없다는 것은 이미 상식이 되었다. 보관 수명부터 보편적 정보 접근성에 있어서 아직까지 종이책은 매우 유용하기 때문이다. 이에 대해서는 언젠가 기회가 된다면 긴 이야기를 나누고 싶다. 이런 의미에서 출판 시장에서 ‘세로 본능’은 한철 유행하는 패션일 가능성이 높다는 생각이다. 그 이유의 중심에는 다름 아닌 ‘정보 습득의 최적화’의 유용성이 있다.

## ‘세로 본능’이 정보 습득 방법의 최적화는 아닐 수도

세로 본능을 단지 ‘사용자의 편의’라는 기능적 편의로 이해하는 것은 너무나도 단편적이다. 도리어, 기술적 한계에 따른 궁여지책이 소비자들을 길들였을지도 모른다는 의구심이 들기도 한다. 이미 정형화된 모바일 기기에 맞춘 프레젠테이션 화면의 비율을 고려해서 폼팩터를 개발하는 것이 가장 경제적이고 실용적이기에 사용자의 경험을 기술이라는 관성이 길들였다는 비판도 존재한다. 왜냐하면 세로 본능은 정보 습득에 있어서 최적의 방법이 아니기 때문이다. 정보를 습득하는 방법 중 편의와 효능 면에서는 가로 본능이 세로 본능을 현저히 능가한다. 이는 앞서 말한 눈의 모양이 세로보다 가로의 가동 범위와 유연성이 월등하기 때문이고, 이에 따른 정보 처리는 미디어 역사에서 이미 술한 실험과 반응이 진화되어 왔다.

지금부터 28년 전 정보와 미디어 세계에서 큰 변화가 시작된 바가 있다. 바로 신문의 ‘가로쓰기’ 정착이다. 이전에는 한자 문화권의 영향으로 우측 상단에서 좌측 하단으로 써내려 가는 ‘우중서(右縱書)’가 출판 미디어 활자 쓰기의 기본이었다. 그러다가 컴퓨터 조판 시스템을 도입하기로 한 신문 산업과 사회의 합의로 좌에서 우로 옆으로 쓰는 ‘좌횡서(橫書左)’로의 전환이 대대적으로 시작되었다. 개인적인 의견으로 이것이 한국식 ‘디지털 혁명’의 시초라고 생각한다.



가로쓰기 시대의 시작(출처: <조선일보>, <중양일보>)

이런저런 이유를 앞세워 단행본이나 신문은 세로쓰기를 고집했지만, 1990년대를 지나면서 그 고집을 꺾고 완전히 가로쓰기로 바뀌었다. 영화 자막은 2000년대에 들어서야 가로쓰기로 전환되었다. 때문에 이전 시대 영화가 재개봉되면 자막이 세로로 나오는 경우가 종종 있었다. 그러다가 ‘가로쓰기’가 완전 정복을 하게 된 이유는 다름이 아닌 ‘컴퓨터’, 즉 ‘디지털 세상’이 코앞에 다가와 생활의 모든 습관을 바꾸라는 엄청난 충동이 일어나고 있기 때문이었다.

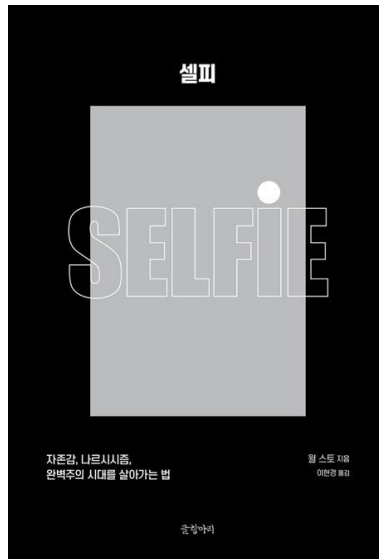
당시 정보 습득의 원류였던 책, 즉 출판도 그 변화에는 어쩔 수 없었다. 컴퓨터 사식 조판 시스템, 즉 CTS(computerized typesetting system)의 등장으로 혁신이 일어났다. 당시 조판 시스템의 독점적 위치에 있었던 미국의 IBM사의 CTS 시스템은 가로쓰기만 가능했고, 이를 세로쓰기로 변용하기 위해서는 엄청난 노력과 기술 그리고 비용이 필요한데, 한국은 아직 그만한 여력이 없었다. 하지만 일본은 최고의 경제 호황기에 내수와 Made in Japan에 경도된 사회여서 세로 조판 시스템을 자체 개발하기도 했다. 이 지점을 한국과 일본의 '디지털 격차'의 추격과 역전의 신호로 판단하는 사람도 있다. 구한말과 일본 개화기 상황의 정반대가 일어났다는 평가와 함께 말이다.

물론 미국의 컴퓨팅 시스템을 그대로 받아들이면서 부작용도 있었다. 한국어의 자연어 처리가 늦어져서 영어가 디지털 세상에 깊게 침투되었다. 그리고 한국 본연의 독자적인 기술을 구축할 겨를도 없이 기술이 종속된 경제 구조가 심화되었다. 이는 여전히 산업 경제의 숙제이지만, 가로쓰기의 도입은 사회에 확연한 생활 편익을 가져다주었다. 신문사에서는 같은 글자를 적은 지면에 할당할 수 있게 되었고, 눈의 방향과 맞아 가독성이 높아져 정보 습득의 시간 대비 성능이 좋아졌다. 무엇보다, 대세가 된 '가로형식'의 콘텐츠, 즉 디지털 콘텐츠를 바로바로 흡수하게 되었다. 아주 단편적인 예로 마이크로소프트(Microsoft)의 '파워포인트(PowerPoint)'가 많은 것을 이야기해 준다. '디지털'이라는 측면에서 본다면 한국이 글로벌 주류의 기준에 스며들 수 있었던 이유도 여기에서 근간을 찾을 수 있다.

### '세로 본능'은 '자존감'의 문화적 최면일 수도

세상의 흐름을 읽고 싶을 때 서점에 가곤 한다. 베스트셀러와 신간들을 쭉 둘러보노라면 뒤처져 있던 '감'을 느낄 때가 있다. 21세기, 특히 2020년 전후로 서점의 주류는 '자기계발서'가 아닌가 싶다. 20세기 말에는 '성공'이라는 단어가 표제에 들어 있다가, 어느새 '웰빙', '힐링'이 늘어서더니, 요즘은 온통 '자존감'이라는 단어가 펼쳐져 있다. '자존감'은 X세대의 학창 시절에는 사용하지 않던 단어였다. '자존심'과 '자신감'을 대비하며 이야기하는 경우는 있었지만, 돌이켜 보건대 '자존감'은 일상에 없던 단어였다. 처음에는 그냥 '자존심'의 다른 표현 정도라 여겼다. 'Self-esteem'이라는 표현으로 '스스로를 존중하는 감정'을 자존감이라고 하는 사전의 의미를 보고서야 차이를 인지하게 되었다. 존재의 어필을 자신에게(자존감) 하는지, 외부에(자신감) 하는지의 큰 차이가 있다.

영국의 작가이자 언론인인 윌 스토(Will Storr)는 자신의 저서 『셀피(Selfie)』(이현경 옮김, 글항아리, 2021)에서 자존감 열풍의 핵심을 '이상적인 자아에 대한 높은 기대감'이 있다는 점이라고 말한다. 윌 스토는 미국, 영국, 캐나다 대학들의 4만 개가 넘는 데이터를 분석한 심리학자들의 연구 결과를 들어 주장한다. 1989년부터 2016년의 사람들이 '완벽한 사람이 되는 것에 비정상적인 중요성'을 훨씬 많이 부여하고 있다는 것이다. 그래서 우리가 이상적 자아를 추구하는 완벽주의 시대에 살고 있다고 진단하고, 우리를 완벽주의자로 만드는 문화적 요인들을 근거로 자존감 열풍을 설명한다.



『셀피(Selfie)』

MZ세대는 이상적 자아를 추구하라는 문화적 압박을 더 많이 받고 있는지도 모른다. SNS 접속을 넘어 ‘셀피’ 중독자의 이야기가 윌 스톤의 책에서도 언급된다. 요즘 젊은 세대들은 계속해서 자기 얼굴 사진을 찍고, 스스로 점수를 매긴다. 수십만 장의 셀카 저장용 클라우드 이용료를 내고, 새벽까지 사진을 보정하곤 한다. 평범한 사람들까지 유명 인사들과 자신을 동일선상에 올려놓고, 스스로를 유명인과 비교하게 하면서 이상적 자아상을 추구하게 만든다. 또한 계속해서 SNS상에 나오는 모습처럼 완벽한 상태를 유지해야 한다는 생각을 갖게 한다. 이렇듯 우리 사회의 자기 자신에게 과도하게 집중하는 경향으로 인해 사람들이 더 극단화되고 있을지도 모른다.

이런 사회적인 현상으로 빚어지는 부작용을 방지하기 위하여 영국 의회에서 SNS에 몸매를 보정한 사진을 올릴 때 ‘보정된 사진’임을 명시하도록 하는 법안이 지난 2022년 발의되며 화제를 모았다. ‘디지털상 변형된 신체 이미지(Digitally Altered Images Bill)’라고 명명된 이 법안은 영국 보수당 하원 의원 루크 에반스(Luke Evans)가 발의했다. 인플루언서들이 SNS에 올리는 완벽한 몸매 사진에 젊은 세대가 영향을 받아 신체에 대해 잘못된 인식을 하게 되는 것을 바로잡자는 취지에서 비롯하였다.

자존감을 강조하는 것은 개인만의 문제가 아닐 수 있다. 허울만 그럴싸한 ‘신자유주의’는 사회적 고통을 개인의 낮은 자존감 탓으로 돌리게 만든다. 모든 차별적 요소가 사회의 구조적 폭력이라는 인식에 기인한다는 자각을 하는 것은 어렵다. 그저 개인의 문제에서 비롯한 것으로 간주하고 세대와 시대를 구분하여 혀를 꼰꼰 차는 것이 어른의 역할이 되었다. 신자유주의의 병폐를 특정 세대의 현상으로 가리는 것이 이 시대의 어른들이다. 신자유주의의 가장 부정적인 폐해는 사회적 고통을 우리 중 가장 취약한 사람들에게 집중시키는 경향을 수용하는 점이다. 산업재해 현장에서 ‘운행자’의 잘못을 이야기하는 정치인들은 ‘자유’를 강조한다. 정부든 기업이든 무언가 집단적인 유기체는 개인의 편이 될 수 없다는 인지에서 ‘스스로에 대한 책임’이 ‘완벽’이라는 강박으로, 그리고 그 강박은 ‘자존감’이라는 문화로 표출되는 것은 아닐까 싶다. 구조적 문제를 자신의 존재가 원인이라 생각하게 되는 것, 그것이 OECD 최고의 청년 자살률이 말하는 소리 없는 아우성이 아닌지 하는 생각이 든다.



셀피는 자존감의 표출이다.(출처: stockvault.net)

솔직히 '세로 본능'에 대한 글을 쓰면서, 삐딱한 시선으로 MZ세대를 점잖게 까보자는 생각도 없지 않았다. 디지털 기기 화면비의 변화가 플랫폼 기업과 하드웨어 제조사의 기술적 '한계'를 포장한 상술이고, 젊은 세대는 그 이유에 대한 감지도 없이 끌려가기만 한다고 생각했다. SNS 중독처럼 보이고, 모든 사진을 그곳에 업로드하기 위해 찍는 문화에도 혀를 끌끌 차기만 했다. 그러나 자료와 참고서적을 보면서 스스로 반성하게 되었다. 이 세상을 구축한 장본인, 지금의 '신자유주의' 같은 세계관을 방치한 방관자가 기성의 어른들이기 때문이다. 엉터리 구조를 만들어 놓고 넘치는 물질과 재화의 총량만 보면서, 도와달라는 그들의 목소리를 폄훼하며 무시했다. MZ세대의 마지막 발버둥이 '자존감'을 키워 스스로 살아남고자 하는 '세로 본능' 그리고 '생존 본능'이었을지도 모른다.

고전 명작에서 자아에 대한 탐구를 마친 철학자나 작가가 내어놓은 답은 단순해 보인다. 자존감이든, 신경증이든 고쳐야 하는 것이 아니라 여러 특성 중 하나일 뿐이라는 이야기다. 자아가 병에 걸린 것이 아니라 그 자체로 자기 자신일 뿐이다. 스스로의 마음에 일어나는 극단적인 완벽함과의 전쟁을 멈추고, 주변을 보아야 한다. 젊은 미래 세대들뿐만 아니라 이 '세로 본능의 시대'를 살아가는 모두가 그랬으면 좋겠다. 그러기 위해서는 어른들의 책임 있는 노력도 필요하다. 우선 젊은 세대들에 대한 '이해'와 지금의 고통은 너희들 탓이 아니라는 '위로와 응원'이 필요한 시간이다. 꼭 읽어야 하는 책은 세상에 없다. 그러나 아무것도 읽지 않고 세상을 살아가기란 참 어렵다. 무언가를 읽기 위해서는 기술 자본의 욕심에 길들여진 모습이 아닌 인간 그 자체로서의 탐구가 절실히 필요하다. 그래서 세로 본능 시대에서 책 읽기는 참 중요하다. 다음에 시간이 주어진다면 여전히 '책'이 필요한 이유를 나누고 싶다.



---

### 박철웅(작가)

1972년 만우절에 서울에서 태어나 연세대학교 노어노문과에서 문학을 만났다. IMF를 마주하고 전공과 상관없이 취업의 길에 들어서 글로벌 IT컴퍼니에서 비즈니스 디벨로퍼로 20년을 일했다. 강직성 척추염이라는 난치성 질환을 만나 사랑하는 아내와 잘 늙어가는 백수를 꿈꾸고 있다. 영화와 야구를 좋아하며 정치, 사회, 문화, 신변잡기의 잡문을 쓰면서 일상을 채우고 있다. 저서로는 시민 정치 후보 선거 르포타주 『원순 씨를 부탁해』(봄물출판, 2012)가 있고, 각종 플랫폼과 미디어에 칼럼을 기고 중이다.

jjanste@daum.net



[작지만 강한 출판사를 만나다]  
내일을여는책 김완중 대표

어제를 기억하고, 오늘을 보며, 내일을 여는 출판을 지향합니다

백창민(북헌터 대표)

2023. 07.

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.

출판사 대부분은 '도시'에 있다. 다들 도시에서 출판을 할 때 전라북도 장수 산골에서 당당하게 책을 펴내는 출판사가 있다. 투박한 듯 묵직한 메시지를 책으로 빚어내는 '내일을여는책'은 장수에서 어떻게 출판을 하고 있을까? 전라북도 장수로 찾아가 김완중 대표를 만나, 그 이야기를 들어보았다.

## 출판인 김완중과 내일을여는책

### '내일을여는책' 출판사를 어떻게 시작하셨나요?

장수에는 2013년 7월 25일에 내려왔어요. 그때는 발농사 반, 책농사 반을 하려고 내려왔죠. 그런데 워낙 가진 것 없이 시작해서 반반씩 하면 둘 중 하나도 제대로 못하겠더라고요. '발농사'는 수익이 나지 않아서 그나마 내가 잘할 수 있는 '책농사'에 집중해야겠다고 생각했어요. 서울에서 출판사를 다닐 때도 회사를 그만두면, 시골로 내려가자고 생각했거든요. 그 과정에서 '장수댁(김완중 대표의 아내)'이 큰 믿음을 줬어요. 철석같이 믿어주니, 없던 자신감이 생겨서 하게 된 출판사예요. 2013년에 귀촌했으

니까 돌아오는 7월 25일이면 딱 찬 10년이 되네요. 되돌아보면 기적 같습니다. 제 능력에 비해서 10년 동안 망하지 않고 출판을 하고 있는 게 기적이예요. 많은 사람의 도움과 염려 덕분에 출판을 하고 있어요. '가장 큰 재산은 사람이구나'라는 것을 절실히 느낀 시간이기도 했어요.

**'어제를 기억하고, 오늘을 보며, 내일을 여는 출판'**이라는 캐치프레이즈는 어떻게 지으셨나요?

'내일을여는책'은 제가 처음부터 직접 창업한 출판사가 아니예요(김완중 대표는 내일을여는책의 세 번째 대표다). 그래서 '내 꼴'로 채워야겠다고 생각했어요. 그 과정에서 지은 캐치프레이즈예요. 책은 과거와 현재와 미래를 담는 그릇이잖아요. 그런 역사성을 출판사의 지향으로 삼아야겠다고 생각했어요. 어느 날 잠을 자려다가 "어제를 기억하고, 오늘을 보며, 내일을 여는 출판"이라는 문구가 생각났어요. 그렇게 지은 문구예요. 내일을 열기 위해 중요한 건 오늘이죠. 오늘을 잘 살아야 내일도 있으니까요.

**내일을여는책 창업 전에는 어떻게 살아오셨는지 궁금합니다.**

뜨인돌 출판사에서 17~18년 정도 근무했어요. 그 전에는 수도권에 있는 신문사의 편집기자로 일했어요. 신문사는 여러 번 옮겼어요. 신혼여행을 다녀오자마자 회사에서 잘리기도 했죠. 광대 기질이 있어서 성우가 되려고 CBS 방송아카데미에 다니기도 했어요. 성우 과정을 수료할 즈음 한 선배가 편집국장으로 일하던 출판사(창공사)에서 함께 일하자고 제안했어요. 그게 계기가 되어 출판계에 입문하게 되었죠. 나중에 뜨인돌 출판사에서 일한 건 전 출판사 대표님 소개 덕분이었고요.

**'출판은 저널리즘'이라는 관점을 가지고 계시잖아요. 신문사에서 일한 경력이 출판을 '언론'으로 바라보는 계기로 작용하신 건가요?**

그런 영향도 없진 않겠지만, 평소에도 그렇게 생각해왔어요. 제가 84학번이거든요. 책, 특히 사회과학 서적을 통해 세상을 새롭게 바라볼 수 있었죠. 그래서인지 책은 메시지를 품어야 하고, 건강한 메시지를 담아야 한다고 생각해왔어요. 사람마다 출판을 바라보는 관점이 다를 거예요. 저는 '출판은 저널리즘'이라고 생각하는 거고요.



내일을여는책 김완중 대표(© 김완중 대표 페이스북)

2009년 한국출판인회의 올해의 출판인 ‘마케터상’을 받기도 하셨어요. 나중에는 뜨인돌 출판사에서 상무까지 하셨는데요.

‘마케터상’은 제가 마케팅을 잘해서 받은 상은 아니라고 생각합니다. 상 받을 때 수상 소감도 “제가 마케터상을 받음으로써 민폐가 될까봐 걱정이다, 나 같은 사람이 받아서 이 상의 권위가 추락하지 않을까 걱정된다.”라는 내용으로 말했어요. 뜨인돌 출판사 ‘상무’도 당시 저보다 연차가 많은 사람이 없어서 됐다고 생각해요. 뜨인돌의 창립 멤버는 아니지만, 창립 멤버라는 생각으로 일하긴 했어요.

마케터로 ‘정년퇴임’이 가능한 분이 아닐까 생각했거든요. 18년 동안 일한 출판사를 떠나 ‘귀촌’하신 이유가 있나요?

그만들 때 여러 말이 있긴 했어요. 열매가 무르익으면 떨어지듯, 그렇게 회사를 그만뒀죠. 뜨인돌 출판사에서 10년 차가 되었을 때 안식월을 한 달 받아 가족과 해외여행을 다녀왔어요. 가족여행을 다녀온 다음에 일주일 정도는 나 혼자 있게 해달라고 가족에게 양해를 구했죠. 그때 전라북도 무주에 있는 폐교(도예원)에서 멍 때리며 시간을 보냈어요. 그때 장수를 알게 됐어요. 직장을 그만두면 무주나 장수로 가야겠다는 생각을 처음 했어요. 회사를 그만두면서 장수로 귀촌했죠.

‘내일을여는책’은 지인의 출판사를 ‘인수’하신 거잖아요. 출판사를 새로 창업할 수도 있는데요. 처음부터 인수를 통해 창업하려고 하셨나요?

인수를 통해 창업할 생각은 없었어요. 내일을여는책은 황덕명 대표님이 1993년 5월 창업한 출판사에

요. <처음처럼> 같은 격월간 잡지를 내면서 교육에 대한 책을 주로 펴냈죠. 황덕명 대표님이 운영하다가 출판사가 어려워지자, 영업부장을 하던 분과 정병인 씨 두 사람이 의기투합해서 출판사를 넘겨받았어요. 내일을여는책 2대 대표가 정병인 씨입니다.

정병인 씨는 제가 좋아하고 존경하는 후배였어요. 여러 해 동안 정 대표가 내일을여는책을 이끌다가 강원도 태백으로 가게 됐죠. 정 대표가 출판 일을 접으면서, 얼떨결에 제가 넘겨받게 됐어요. 기존 출판사를 인수해 창업할 경우 그 출판사 브랜드를 활용할 수 있다는 장점이 있어요. '내일을여는책' 브랜드 이미지와 방향성은 좋아 보였어요. 참교육 1세대가 만든 교육 전문 출판사였고, 교육공동체를 지향한 곳이죠. 다만 제가 넘겨받을 당시 살아 있는(유통이 가능한) 책이 거의 없었어요. 저자 관리도 제대로 되지 않는 상태였죠. 그래서 출판사 이름만 살려서 '김완중이 하는 출판사'로 만들자고 생각했어요. 모든 기획 방향을 제가 하고 싶은 대로 하기로 마음먹었어요.



내일을여는책 2대 대표였던 고(故) 정병인 대표(© 김완중 대표 페이스북)

### 출판사를 넘겨준 정병인 대표님의 이야기도 궁금합니다.

정병인 대표는 출판계에서 오래 일하다가 '내일을여는책'을 인수해서 독립한 친구예요. 제가 뜨인돌 출판사에서 일할 때부터 친했어요. 동생이고 후배인데, 배울 점이 많은 친구였어요. 제 휴대폰에 저장된 이름이 "동선생 병인"이었어요. '동생'이자 '선생'이었죠. 출판 영업자 모임에서 만났는데, 일주일에 3일은 만나서 술 먹는 사이가 되었죠. 그 인연이 이어져 내일을여는책도 제가 맡게 됐어요.

서로 떨어져 지내도 명절이면 먼저 전화를 하는 친구였죠. 2022년 설 연휴 때였어요. 전화가 오지 않아서 이상하다고 생각했어요. 그때 삼표산업 양주 채석장에서 30만㎡ 토사가 붕괴하면서 매몰 사고가 났다는 뉴스를 봤어요. 느낌이 싸하더라고요. 중대재해처벌법이 적용된 1호 사건이었죠. 사고 피해자가 아니기만 빌면서, 안절부절 못하고 있었어요.

그때 정 대표의 조카에게 전화가 왔어요. ‘사고 소식 들었느냐’라는 연락이었어요. 그렇게 사망 소식을 접했어요. 4박 5일 동안 장례를 치렀죠. 사실상 상주(喪主) 노릇을 했어요. 정 대표가 출판 일을 그만 둔 지 오래돼서, 주변에 연락할 사람도 저밖에 없었어요. 후배의 상주 노릇이 쉽지 않더라고요. 장수택과 우리 아이들도 “삼촌, 삼촌” 하면서 따랐던 친구예요. 저희 아버지가 돌아가셨을 때보다 더 힘들었어요. 장례식이 끝난 다음에도 한동안 힘들었어요. 오늘의 나를 있도록 한 게 정병인, 그 친구 덕분이거든요.

## 지역출판

지역출판사 상당수는 지방에 있더라도 ‘도시’에 있습니다. 내일을여는책은 ‘도시’가 아닌 ‘시골’에 자리한 흔치 않은 출판사입니다. 말 그대로 시골 산촌에 자리한 ‘산골출판사’일 수 있는데요. 전라북도 장수 송학골에 자리 잡은 이유가 있나요?

특별한 이유는 없어요. 귀촌하기 전에 무주에 땅을 사두긴 했어요. 그런데 집을 지으려고 하니 땅만 있지, 건축할 돈이 없더라고요. 이사 오기 전에 귀농·귀촌을 준비하다가, 장수 ‘송학골마을’ 조성 소식을 접했어요. 무주는 집을 지어야 할 뿐 아니라 수도·전기·도로 같은 기반공사도 해야 했어요. 장수는 기반공사가 끝난 집을 분양받으면 되는 상황이었어요. 그래서 무주 땅을 포기하고, 장수 송학골마을로 오게 됐어요. 장수택의 강력한 추천도 있었어요.

서울과 지역(장수)에서 모두 출판사 경험을 하셨잖아요. ‘지역출판’이 갖는 장점과 단점을 각각 말씀해주세요.

‘단점’부터 말할게요. 장수라는 지역이 공간적으로 출판의 중심으로부터 떨어져 있거든요. 그래서 커뮤니케이션과 정보 교류가 제한적이죠. 대면하면서 주고받을 수 있는 정보가 많은데, 그런 정보로부터 차단되어 있어요. 솔직히 답답한 면이 있습니다. 저자 섭외만 하더라도 만나는 것 자체가 쉽지 않죠. 서울이나 수도권에 있으면 ‘당장 만나자’라고 말할 수 있는데, 장수에서는 그게 쉽지 않거든요.

지역출판의 ‘장점’ 역시 뚜렷해요. 서울에 있으면 다람쥐 쳇바퀴 돌 듯했을 거예요. 정보라는 게 안 들어도 되는 정보도 있거든요. ‘나만의 생각마당’이 주어진다라는 점이 가장 큰 장점이예요. 가만히 있는 것처럼 보이지만, 노는 게 아니거든요. 출판이 몸을 계속 움직인다고 되는 것도 아니고요. 미처 생각하지 못했던 것이 장수에 있으면서 쌓이더라고요. 공간과 시간적 여유가 있어서 가능하지 않았나 싶어요. 장수에 오지 않았으면 ‘뻘한 출판’을 했을 거예요. 트렌드에 강할 수 있지만, 트렌드에 매몰될 수도 있어요. 장수에 내려온 덕분에 유행에 끌려가는 출판이 아니라 ‘나만의 출판’을 다지고 구축하는 토대를 만들 수 있었어요. 단점보다 장점이 더 크기 때문에 10년 동안 버틸 수 있지 않았나 싶어요.



전라북도 장수에 자리한 내일여는책. 오른쪽이 별채다.(© 백창민)

대한민국은 ‘서울공화국’이라고 불립니다. 대한민국에 등록된 출판사가 10만 개를 넘어섰습니다. 그중 서울과 경기도에 80%에 해당하는 8만 개 출판사가 있고요. ‘출판사 창업’을 생각하는 지인이 있다면, 수도권 출판과 지역출판 중 어떤 방식을 권하시나요?

제 앞가림하기도 바쁘는데, 뭘 어떻게 권하겠어요. (웃음) 다만 출판을 한다면, 어떤 마음으로 출판을 하느냐에 따라 다를 거예요. 나에게 무엇이 맞는지가 중요하고, 그에 맞는 지역을 선택하는 게 답이겠죠. ‘지역’이 중요한 게 아니라 ‘나에게 어울리는 출판’이 무엇이냐가 더 중요할 거예요. 물론 지역도 중요하긴 합니다. 사람이 환경에 영향을 안 받을 수는 없으니까요.

**다른 지역출판사와 교류나 협업을 하시는지 궁금합니다.**

지역에서 출판을 하지만 몸만 지역에 있지, 솔직히 지역출판을 한다는 생각은 별로 없었어요. 그러다 보니 지역출판에 대한 소명 의식이 많지 않았어요. 지역출판사 모임에 대한 소속감도 처음에는 크지 않았죠. 지역출판사끼리 ‘교류’는 하지만, ‘협업’ 수준은 아닌 듯싶어요. ‘교류’ 자체가 ‘협업’일 수 있겠네요. 만나는 것 자체가 좋아요. 어떤 답을 얻지 못해도 공유하기 위해 만나기도 하잖아요. 좋은 일은 좋은 대로, 어려운 일은 어려운 대로 나눌 수 있죠. 지역출판사가 서로 멀리 떨어져 있지만, 멀게 느껴지지 않아요. 솔직히 서울에 있는 출판사는 ‘이웃’이라는 느낌이 들지 않거든요. 지역출판사는 동료, 이웃 같은 느낌이 들죠.

‘한국지역출판연대(한지연)’라는 모임이 있어요. 한지연을 통해 지역출판사를 만나요. ‘실질적 협업’보다 ‘심리적 협업’과 교류를 많이 합니다. 만나면 되게 반가워요. 매년 진행하는 ‘한국지역도서전’ 준비 회의를 위해 한두 달에 한 번씩은 만나요(2023년 한국지역도서전은 부산 수영구에서 9월 15일부터 17일까지 열린다.). ‘한국지역출판연대’는 지역출판사 대부분을 ‘이사’로 참여시키고 있어요. 회비를 더 걷기 위함이지요. (웃음)

**내일을여는책의 출판 키워드 자체가 ‘전국구’이긴 합니다만, 장수나 전라북도 지역 독자와 따로 소통하는 자리를 마련하시는지 궁금합니다.**

거의 없어요. 이 동네(송학골마을)에서도 ‘저 양반이 출판사를 한다더라’ 정도만 알 거예요. 장수나 전라북도 지역서점·도서관과의 교류나 협업 역시 못하고 있어요. 제가 내키지 않나 봐요. 지역에서 출판한다고 ‘나대고’ 싶지 않더라고요. 다른 지역에 가서는 열심히 활동하는데, 정작 우리 지역에서는 못하고 있어요. 제가 스스로 벽을 만들고, 잘 움직이지 않더라고요. 제가 티내며 활동하지 않는다고 해서 지역서점이나 도서관에서 불러주지 않는 점에 대해 섭섭함이 없느냐 하면 그건 또 아니에요. (웃음) 지역에서 활동을 넓혀가는 건 과제예요. 종이 제 머리를 못 깎는다는 말이 맞나 봐요. 동네에 있으면 동네사람과 나눌 수 있는 얘기가 따로 있잖아요. 동네에서 ‘일 얘기’를 하기 머쓱한 부분이 있어요. 정작 내 책 홍보는 잘 못하겠더라고요. 선전본부장님을 새로 모셨으니까 기대하고 있습니다. (웃음)

**‘내일을여는책’ 출판사 건물 바로 옆이 자택인가요? 직장과 주거가 하나인 ‘직주일체형’(職住一體形) 생활을 하고 계시는 걸로 보입니다. ‘생활공간’과 ‘업무공간’이 가까우면 장단점이 있을 텐데요. 어떠세요?**

집과 주변 공간이 출판사이자 사무실이에요. 집 바로 옆에 별채를 하나 마련하긴 했어요. 게스트룸이면서 주점이고, 제가 멍 때리는 곳입니다. 사실 ‘주거공간’ 외에 ‘업무공간’을 따로 마련할 상황도 아니었어요. 상황에 제가 맞춰야 했죠. 봄부터 가을까진 마당에 나와 노트북을 펼쳐 놓고 일해요. 일상과 업무를 나누기 어렵죠. 출판은 제게 ‘생활’ 그 자체예요. 그래서 공간 역시 그렇게 지내고 있어요. 일이 많아지는 게 싫어요. 이 나이에 일 벌려서 뭐하겠어요? (웃음) 일을 늘리기보다 줄여나갈 시점이죠.

다만 제가 없어도 출판사는 사라지면 안 된다고 생각해요. 하나의 출판사가 문을 닫으면, 회사 하나가 폐업하는 게 아니라 저자와 책으로 이어진 ‘네트워크’가 사라진다고 생각해요. 출판사는 ‘무형(無形)의 공동체’죠. 그런 출판사를 접는 건 무책임한 일이라고 생각합니다. 제가 없어도 출판사가 이어질 수 있도록 고민하고 계획하고 있어요. 앞으로 그런 준비를 해나갈 생각입니다. 송학골 집은 저랑 가족이 생활하는 공간이니까, 여기에서 내일을여는책의 지속가능성을 도모하긴 어려워요. 어떤 공간과 네트워크로 만들어갈지 얼마 전부터 고민하기 시작했어요.



내일을여는책이 자리한 장수 송학골마을(© 백창민)

## 인문사회 출판과 출간 도서

통일, 북한, 민주화 같은 사회적 이슈를 주제로 출판을 하고 계신데요. 인문사회 분야 출판의 매력에 대해 말씀해주세요. 또 어려움이 있다면 함께 말씀해주세요.

제가 출판하고 싶은 책을 낼 뿐이죠. 남들은 매력이라고 말할지 모르지만, 그저 원래 제 관심사를 책으로 다루고 있다고 생각해요. 제가 좋아서 할 뿐이지, 매력을 따질 게 있나요. 저는 사회적 이슈를 다루는 것이 어렵기보다 오히려 마음이 편해요. 제가 잘 모르는 문학이나 실용서는 어려웠을 거예요. 제가 좋아하는 주제로 출판하기 때문에 어려움보다 수월함이 더 많아요.

### 내일을여는책 '독자'는 주로 어떤 분들인가요?

저와 비슷한 분들이겠죠. 저와 비슷하게 세상을 보고 느끼는 분들이 있을 거예요. 어찌 보면 '같은 울타리'에 있는 분들이죠. 세상사에 대해 같이 비슷한 감정을 느끼고 함께 아파하는 사람들, 그 분들이 '우리 독자'예요. 생각과 느낌을 공유하는 분들과 책으로 소통한다고 생각해요. 출판이 메시지를 전하는 역할도 하지만, 사람들과 생각을 나누는 역할도 하거든요. 출판사가 던진 메시지에 공명(共鳴)하고, 그 방향을 함께 바라보는 분들이 우리 독자가 될 거예요. 저희 책은 불특정 다수, 많은 사람이 읽을 책이 아니에요. 그럴 능력도 없고요. 독자가 적더라도 저와 함께 호흡을 할 수 있는 사람들이 우리 독자다, 그렇게 생각해요. 그러려면 세상에 귀를 열고, 가슴을 열어야 하죠. 그 역할을 하는 것이 '출판'일 거예요. 내일을여는책은 사람들이 모일 수 있는 마당과 사랑방 역할을 할 뿐이죠. 다행인 건 사회적 이슈를 고민하고 행동하려는 분들이 의외로 많다는 점이에요. 그런 분들 때문에 우리 사회가 이렇게 지탱하는 거겠죠.



프린들 출판사에서 마케팅 담당자로 수백만 부 팔린 “노빈슨 시리즈”를 만져 보셨잖아요. 내일을여는책은 많이 팔리지 않더라도 ‘할 말을 하는’ 출판사를 지향하시는 듯합니다. 맞나요?

남들이 그렇게 볼지는 몰라도 ‘할 말을 하는 출판사’ 수준은 아니에요. 저도 먹고 살아야 하지 않겠어요? (웃음) 솔직히 제 성에 차진 않아요. 미련이 남긴 하죠. 때로는 제 자신이 비겁해보이고, 자괴감들 때도 있어요. 별로 팔리지 않을 책이지만, 책을 내지 않으면 제가 후회할까봐 출판하는 경우도 있습니다. 자꾸 세상과 타협을 하게 되면 핑계거리가 쌓일 수 있잖아요. 결국 제 자신에 대한 합리화로 이어질 수 있죠. 출판을 할수록 타성에 젖지 않을까 하는 두려움이 있어요.

독자 입장에서 볼 때 ‘내일을여는책’은 메시지 중심으로 밀고 나가는 ‘우직함’이 돋보입니다. 대표님은 내일을여는책의 ‘차별성’과 ‘강점’을 뭐라고 생각하세요?

차별성과 강점? 그런 거 없어요. 저자를 만날 때는 ‘저희는 이런 출판사다, 이런 책을 낸다’라고만 말씀드려요. ‘이러이러한 독자들에게 속 답답한 얘기를 하고 싶다, 작가님이 그 이야기를 풀어 달라’는 식으로 말씀드리죠. 제가 출판했거나 출간하려는 책 기획 리스트를 저자에게 보여드리면, 어떤 출판사인지 알아차리고 함께 해주셨어요. 주변에서 ‘내일을여는책만의 느낌과 향기가 있다’고 얘기는 하세요. 구체적으로 뭐라고 얘기는 안 하시더라고요. 뭐가 있긴 있나 봐요. (웃음)



지난 10년 동안 내일을여는책이 출간한 책(© 백창민)

**‘첫 책’은 출판사의 지향을 알려준다는 점에서 의미가 있는데요. 안재구 선생의 『끝나지 않은 길(전2권)』(2013)을 첫 책으로 내신 이유가 있나요?**

출판사를 넘겨받았을 때 원고가 준비되어 있는 상태는 아니었어요. 그 전부터 안재구 선생의 아들 안영민 기자를 알고 있었는데, 전라북도 장수에 내려가서 출판을 한다고 하니깐 안영민 기자가 걱정이 됐나 봐요. ‘우리 아버지 책을 내라’고 권해주더라고요. 심지어 그 원고는 다른 출판사와 계약을 하고 계약금까지 받은 상태였어요. 해당 출판사가 양해를 해줘서 내일을여는책 ‘첫 책’으로 낼 수 있었어요. 계약금도 일시불이 아니라 나눠서 드리기로 하고 냈죠. 책 편집과 디자인의 상당 부분도 안영민 기자가 도움을 줬어요. 주위에서 상을 차려줘서 낸 책이었죠. 이 책을 내면서 내일을여는책 ‘출판 방향’이 잡혔어요. 저에게는 ‘선물’처럼 온 책이에요. 제 꼴을 보고 주위에서 걱정이 많이 됐나 봐요. 책이 만들어져서 제게 왔죠. 내일을여는책의 ‘이정표’ 같은 책입니다. 안재구 선생 책을 계기로 여러 인연이 이어지기도 했어요.

**『개성공단 사람들』(김진향 기획, 강승환·이용구·김세라 구성, 2015)은 다른 출판사가 기피할 주제로 3만 부 가까운 판매량을 기록했습니다. 기획 단계에서 이 정도 판매를 예상하셨나요?**

『개성공단 사람들』이 내일을여는책의 대표도서가 됐죠. 기획 단계에서 이 정도 판매될지는 예상 못했어요. 예상했으면 이 자리에 안 있죠. (웃음) 사실 이 책은 답답해서 낸 책이에요. 우리는 먼 미래의 ‘막연한 통일’을 얘기하곤 하는데, 우리에게 이미 ‘통일된 공간’이 있었거든요. 그곳이 바로 ‘개성공단’이죠. 개성공단에서는 우리가 상상하지 못한 일이 벌어지고 있었어요. 그 이야기를 ‘정책’이 아닌 남과 북의 ‘사람들’에 초점을 맞춰 다루자, 그렇게 출발했어요. 정책이나 정부에 포커스를 맞췄다면, 논문집이나 학술서 느낌이 났을 거예요. 저는 에세이로 다루고 싶었어요.

기획하는 과정에서 카이스트 김진향 교수님과 연결됐어요. 사실 이 책이 많이 팔리는 데 출판사의 역할은 별로 없었어요. 저희는 책을 만드는 역할만 했죠. 김진향 교수님을 비롯해 작가 네 분이 팀을 이뤄서 원고 작업을 했어요. 김진향 교수님이 가장 큰 역할을 하셨죠. 기획이 너무 좋아서 잘 풀렸다고 해야 할까요. 사실 저자 분들이 전국을 돌며 발품을 팔아 쓴 책입니다. 책이 책으로 그치지 않고, ‘이야기거리’가 되었죠. 출판의 역할과 영향, 맛을 느끼게 해준 책이에요.

**『한국 민중항쟁 답사기』(이혜영, 2020) 책의 기획과 출간 과정이 궁금합니다. ‘광주·전남 편’ 이후 다른 지역 편은 어느 지역을 언제쯤 출간하시나요?**

이 책은 평소에도 생각해왔던 아이템이에요. 여행을 가면 관광지 위주로 지역을 둘러보잖아요. 하지만 그곳에는 오래된 문화유산뿐 아니라 우리와 동시대 역사도 있어요. ‘멀지 않은 역사’죠. 『나의 문화유산 답사기』(유홍준, 창비)가 먼 과거의 유물과 유적을 다룬다면, 『한국 민중항쟁 답사기』는 ‘우리 시대 역사’를 이야기합니다.

지역마다 크고 작은 현대사의 사건이 있어요. 아직 사라지지 않은 그 흔적과 역사의 현장을 우리가 가볼 필요가 있죠. 그런 생각으로 기획한 책입니다. ‘현재를 사는 사람들의 살아 있는 역사를 책으로 만

들어보자'가 책의 출발이었어요. 그 역사 안에서 우리가 지금도 살고 있으니까요.

'광주·전남 편'을 역사학자가 썼으면 딱딱했을 거예요. '답사기'에 맞는 유연함이 있어야 하는데, 다행히 이해영이라는 좋은 저자를 만날 수 있었어요. 문제는 첫 책이 너무 훌륭하게 나오는 바람에, 다른 지역 편 진행이 어려워졌다는 점이에요. 여러 가지 이유로 다른 지역 편이 언제 나올지는 장담할 수 없는 상황입니다. 다만 출간하기 위해 계속 애쓰고 있어요.

**사회적 이슈를 가지고 '성인'과 '어린이', '청소년' 독자를 대상으로 출판을 하고 계세요. 내일을여는책을 인수할 때부터 '성인'뿐 아니라 '어린이'로 독자를 확장할 계획이셨나요?**

장수에 내려올 때부터 '어린이 출판' 분야를 염두에 뒀어요. 처음부터 어린이 책 출판을 구상했어요. 단, 다른 출판사에서 많이 내는 '생활동화'는 승산이 없다고 생각했죠. 틈새시장으로 '인문사회동화'를 기획했어요.

다른 나라, 특히 유럽의 선진국은 노동조합(노조) 설립을 학교에서 배워요. 우리는 직장생활을 할 때도 노조를 잘 몰라요. '아이들이 파란 하늘, 맑은 물만 배워야 할까?'라는 문제의식이 있었어요. 인권, 노동, 평화, 학살이 우리 현실이고 역사예요. 그런 주제를 담아내는 동화가 있어야 한다고 생각했어요. 어린이 일상에서 이런 주제를 피해가지 말고 다루자는 생각이었죠. 단 '지식'이 아니라 '동화'로 엮어서 전달하려고 했어요.

인문사회동화 시리즈 출간이 쉽지는 않았어요. 처음 섭외했던 저자 10명 중 8명이 떨어져나갔어요. 막상 써보니까, 쉽지 않아서 두 손 든 저자가 많았죠. 난감해하던 차에 동화를 한 번도 써보지 않은 강다민 작가가 해보겠다고 나섰어요. "내일을여는어린이" 시리즈 첫 책인 『보신탕집 물결이의 비밀』(2014)은 그렇게 출간했습니다. '보신탕'은 우리에게 존재하는 '현실'이잖아요. 혐오만 할 게 아니라 정면에서 다뤄보자는 생각이었어요.

**내일을여는책 전체 책 중에 어린이 책이 종수로는 1/3이지만, 매출은 2/3를 차지한다고 들었습니다. 처음부터 이 정도 성과를 예상하셨나요? 포지셔닝 전략 차원에서 어린이 책 브랜드도 고려했을 법합니다. 어린이 책을 별도 브랜드로 따로 내지 않은 이유도 궁금합니다.**

어린이 책 분야 매출이 이 정도로 성장할 줄은 예상 못했어요. 시리즈를 열 권 정도 낼 때까지 판매는 거의 없을 거라고 생각했죠. 처음부터 '작은 시장'을 보고 시작했어요. 별도 브랜드로 어린이 책을 내지 않은 이유는 출판에 대해 원대한 꿈이 없었기 때문이에요. '성장'을 생각했다면 임프린트도 고려했겠죠. 앞으로도 별도 브랜드로 책을 낼 생각은 없어요. 그림책 분야를 내보라는 권유도 받았고 유혹도 있었지만, 굳이 저까지 나서서 그림책을 낼 필요가 있나 싶어요. 시장을 따라가지 말고 제가 하고 싶은 것만 하자고 생각 중이에요.

내일을여는책이 출간 예정인 기대작이 있으면 <출판N>을 통해 살짝 공개해주시죠.

윤미향 의원의 책이 7월에 나와요. 윤미향 의원은 말 그대로 ‘마녀사냥’을 당했어요. ‘위안부 운동’을 해왔던 사람들이 거의 ‘학살’을 당하다시피 했어요. 윤미향 의원이 가장 힘들어할 때 제안해서 책을 준비하기 시작했어요. 이걸 말이 안 된다고 생각했어요. ‘진실’을 책으로 엮어내야 한다는 생각으로 준비했습니다. 그동안 윤미향 의원이 너무 힘들어해서 책을 내지 못했죠. 그 책이 곧 나와요. 법원 판결도 대부분 무죄로 나와서, 7월 안으로 책을 낼 예정이에요. 이런 이슈에 출판사가 침묵하지 않고 움직여야 한다고 생각해요. 사명감을 가지고 책을 준비하고 있어요.

요즘 우리 출판은 ‘시장’에만 눈을 밝히고, ‘메시지’는 내지 않는 듯해요. 팔리는 책 위주로 안전하게 출판을 하려고 하죠. 어떨 때는 ‘출판사가 대체 뭐하고 있는 거냐’라고 생각할 때도 있어요. 시장을 누리기만 하는 상황은 아닐까요? 그래서 ‘출판은 언론’이라는 생각을 더 하게 되요. 소란스러운 세상에서 출판계는 왜 이렇게 조용할까요? 어찌 보면 출판도 우리 사회를 망치는 ‘공범’ 중 하나일 수 있어요. 우리는 언론과 출판을 함께 묶어 ‘언론·출판의 자유’를 얘기하잖아요. 언론사만 욱할 게 아니에요. 출판사는 다를까요? ‘기레기’가 아니라 ‘출레기’ 소리가 나올 판이에요. 잘하진 못하더라도 뭔가 하고 있다는 변명거리는 만들어야지 하는 마음으로 출판을 하고 있어요.

살아오면서 동료나 선배들에게 빛을 졌다는 부채의식이 있어요. 저를 포함해 많은 사람이 안락하게 지낼 때 엄혹하게 살아온 사람들이 있습니다. 제가 투쟁의 전선에 설 수는 없지만, 출판으로 제 역할을 하고 싶다는 생각은 있어요. 사회적 이슈를 다루는 인문사회 분야 출판을 하는 것도 책으로 스스로를 위로하고 싶은 게 아닐까 싶어요. 그런 점에서 ‘이기적인 출판’을 하고 있는 셈이죠.

## 출판 사업과 책 만들기 과정

기획은 주로 대표님이 하시나요? 대표님만의 기획 과정과 저자 섭외 노하우가 궁금합니다.

혼자 하다 보니, 제가 직접 할 수밖에 없었어요. 특별한 노하우는 없어요. ‘기획’이라는 것이 보이지 않는 무언가를 가져오는 게 아니잖아요. 기획은 제 생활이에요. 제가 살면서 느끼는 부분, ‘이런 이슈는 책으로 나와야 하지 않나?’라는 걸 기획하려고 해요. 출판이 생활이고, 생활이 출판이죠. 제 생활이 출판이라는 형태로 나올 뿐이에요. 트렌드를 좇지 않아요. ‘내일을여는책’이지만, 오늘에 집중해야 해요. 오늘을 잘 살아야 내일도 열 수 있어요. 기획도 그 과정이죠. 뉴스와 미디어를 보면서 공감하는 부분이 있으면, 책으로 묶어 보자는 제안을 하기도 해요. 특별한 기획 과정이나 노하우는 없어요.



내일을여는책 출판사 별채 안. 김완중 대표의 업무공간과 사랑방, 게스트룸으로 사용한다.(© 백창민)

**소규모 출판사 대표님 중에는 나이 들수록 '기획이 어렵다'라고 말씀하는 분들이 계세요. 대표님은 어떠세요?**

나이를 먹는다고 생각이 없는 건 아니에요. 내 생활, 내 나이에 맞는 기획을 하려고 해요. 왕성하진 않을 수 있어요. 나이가 들면 쓸데없는 생각을 더 많이 한다는 말도 있잖아요. 나이가 든다고 기획거리가 없지는 않을 거예요. 물론 시장에 맞지 않는 책이 나올 수는 있죠. 나이가 들면 물러설 줄 알아야 해요. 시장과 내 생각이 맞지 않을 때 오는 한계를 저도 느껴요. 주변에서는 이젠 자신감을 가져도 되지 않느냐고 하는데, 천만의 말씀이에요. 지금도 자신은 없어요. 늘 불안하고 제 스스로 능력 없음을 자주 느껴요. 옆에서 장수덕이 부추길 뿐이에요. (웃음)

**편집과 디자인은 '외주'를 주시는 걸로 알고 있습니다. 외주 작업을 맡기는 분들은 장수 가까이 계시나요? 아니면 수도권에 계신가요? 멀리 떨어져 있을 경우 커뮤니케이션에 문제는 없으세요?**

편집과 디자인 외주 작업을 하는 분들이 대부분 수도권에 있어요. 커뮤니케이션 문제, 물론 있죠. 5분이면 해결될 문제가 5일도 가요. 함께 머리를 맞대고 '이렇게 해보자, 저렇게 해보자'가 안돼요. 대면으로 단숨에 해결될 문제가 전화나 카카오톡으로 해결되지 않는 경우도 있어요. 그런 불편함은 있죠. 그런데 제가 출판을 하는 환경이 이러니, 어쩔 수 없죠.

출판사 판권은 이름을 안 쓰거나 쓸 경우 대부분 '실명제'잖아요. 판권에 아내 분의 이름을 실명이 아니라 '장수댁'이라고 쓰는 이유가 있나요?

특별한 이유는 없어요. 장인어른이 아내를 '장수댁'이라고 부르기 시작하더라고요. 그게 재미있어서, 저도 '장수댁'이라 부르게 됐어요. 본인도 싫어하지 않는 눈치였고요. 판권에 '장수댁'이라고 쓴 건 재미로 시작했어요. 아내도 좋아해요. 저희가 전에 함께 했던 '내일을여는오미자(내여자)' 명함에는 '실장'이 아니라 '실세(實勢)'라고 명함을 만들었어요. 말 그대로 실세여서 명함도 '실세'라고 짖어요. (웃음) 제 명함도 '대표'가 아닌 '대표노동자'라고 새겼어요. 제가 내일을여는책에서 출판 일을 가장 많이 하는 '노동자'이기 때문이에요.

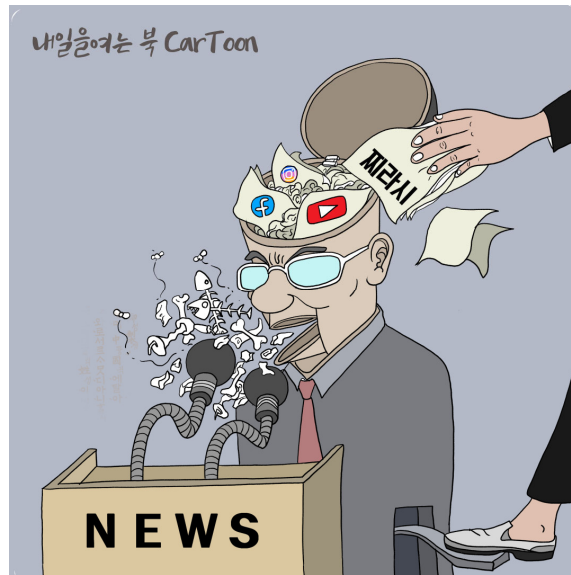
만평과 카툰을 통해 독자와 소통하는 홍보 전략도 독특해 보입니다. 최근 선전본부장으로 합류한 김휘승 작가님은 내일을여는책의 그림 작가이기도 하잖아요. '가족의 직원화'에 이어 '작가의 직원화'가 이뤄지는 듯합니다. 김휘승 작가님이 직원으로 '합류'한 배경도 궁금합니다.

김휘승 부장은 원래 귀농·귀촌 일을 했어요. 그림에 재능이 있어서 그리기 작업을 권했죠. 3년 전부터 서로 얘기를 나누다가, 의기투합해서 함께 일하게 됐어요.

내일을여는책은 온라인서점 매출이 대부분이고, 학교와 도서관 납품이 많은 걸로 압니다. 어떻게 책을 유통하고 홍보하는지 궁금합니다.

인터넷서점 매출과 학교와 도서관 납품이 '많은' 게 아니라 다른 분야 매출이 '적은' 거예요. 그게 요즘 고민이기도 해요. 마케팅과 홍보가 부족하다고 생각해요. 계속 숙제처럼 안고 가고 있어요. 송인서적이 부도가 난 다음에는 북센으로 일원화했어요.

어린이 책 매출 비중이 높은 이유도 '납품'이 많기 때문일 거예요. 납품뿐 아니라 '자연 판매'가 늘어나면 좋죠. 서점에서 자연 판매가 늘어나려면, 시장에서 통할 수 있는 책을 많이 만들어야 해요. 문제는 이 나이에 열심히 악착같이 하고 싶은 생각은 없다는 거예요. 그래서 또 문제죠. 언제까지 1인 출판사를 할 수는 없으니까, 제가 못하는 부분을 메워줄 사람을 찾아야 한다는 생각을 하고 있어요. 그걸 하려면 돈이 있어야 하는데, 결국은 또 돈이네요. (웃음)



내일을여는책 그림 작가이기도 한 김휘승 선전본부장의 만평(© 김휘승 작가)

내일을여는책을 제외하고 인상적으로 바라보는 출판사가 있다면요? 또 주목하는 출판인이 있다면, 어떤 분인지 여쭙고 싶습니다.

저를 제외하고 다 인상적이고, 부럽고, 존경스러워요. 솔직히 말하면, 전에는 몇몇 유명한 출판사를 따라하고 싶다고 생각했거든요. 근래 들어서는 그런 게 없어요. 다 부럽고 인상적이에요. 어쩌면 저렇게 좋은 책을 낼까, 전부 다 배워야 할 대상이에요. 저를 제외한 모든 출판사와 출판인이 동경의 대상이죠. 진짜 다들 잘하세요.

## 내일을여는책의 오늘과 내일

2020년 연매출이 3억 원 정도인 걸로 알고 있습니다. 연매출 성장 추이는 어떤가요? 이제는 '마이너스'에서 벗어나셨는지 궁금합니다.

'빛'은 아직 남아 있어요. '마이너스'를 해결할 수 있는 시절이 올까 싶어요. 농협 대출을 70살까지 갚아야 해요. 다행히 한 해만 놓고 보면, 연 회전은 되기 시작했어요. 연매출도 조금씩 나아지고 있어요. 이자와 원금도 착실하게 갚아나가고 있어요. (웃음)

2013년 7월 25일 장수에 귀촌하셨으니까, 올해 귀촌과 창업 10주년을 맞습니다. 귀촌과 출판사 경영 10년을 맞아 '자평'을 해주시죠.

그런 걸 생각하고 살지 않아요. 저에게는 '오늘'밖에 없죠. (웃음) 되돌아보면 기적 같아요. 사람 복이 참 많구나, 느끼며 살고 있어요. 좋은 분들이 주변에 있었고, 그 덕분에 여기까지 올 수 있었어요. 어

려울 때 사심 없이 도와준 분들이 많아요. 그 빛을 갚아야죠. 살림이 풀리면 다는 못 갚아도 평소에 술이라도 더 사고, 술 먹으면 택시비라도 짚어주고 싶습니다. (웃음) 내일을여는책과 10년을 함께 해준 분들에게 감사하다고 박수 쳐드리고 싶어요.

**새로운 10년을 맞아 어떻게 내일을 열어갈 계획인지 '구상'이 있다면 말씀해주세요.**

앞으로 제가 출판을 할 수 있는 시간은 길어야 10년 정도가 아닐까 생각하고 있어요. 새로운 10년은 지금부터 고민해야죠. 사람이든 집단이든 내일을여는책을 함께 이어갈 수 있는 토대를 5년 안에 마련하고 싶어요. 그래야 몇 년 정도 같이 일하면서 손발을 맞춰보고, 흥분하게 손을 댈 수 있지 않을까 싶어요. 출판사를 '성장'시키겠다가 아니라 어떻게 '지속'할 것이냐가 제 숙제예요.

**한국출판문화산업진흥원도 '지역출판' 활성화를 위해 애쓰고 있습니다. 지역출판을 위해 한국출판문화산업진흥원에 바라는 바가 있다면 말씀해주세요.**

사실 지역출판사 입장에서 가시적으로 눈에 보이는 건 없어요. 지역출판인으로서 '지역출판 지원 정책'의 존재감을 느끼긴 어려워요. 앓는 소리를 하자면, 지원 사업을 할 때 일정 비율을 할당해서 1인 출판사를 지원하기도 하잖아요. 그와 비슷하게 지역출판사에도 인센티브를 주거나 지원을 해주면 좋겠어요. 지역출판사에 '동기 부여'가 될 수 있을 거예요. 한국출판문화산업진흥원이 더篤심 있게 일하는 모습을 보고 싶습니다.

**장수(長水)에서 장수(長壽)하는 출판사가 되기를 기원합니다. 마지막으로 못 다한 말씀이 있으시면 해주세요.**

이렇게 말을 많이 쏟아냈는데, 여기서 더 얘기를 하라고 하면... (웃음) 장수에서 지난 10년 동안 버틸 수 있도록 도와준 많은 분께 감사해요. 그 빛을 다 갚진 못하겠지만, 조금이라도 갚을 수 있으면 좋겠어요. 앞으로 10년을 더 버틸 수 있을지 모르지만, 출판사의 방향성은 유지하고 싶어요. 그래서 누군가가 '내일을여는책'을 잘 이어갈 수 있기를 바랍니다. 제가 활동하는 동안 다른 사람이 낼 수 없는 책을 제가 마무리할 수 있으면 좋겠어요. 빛으로 넘겨드리고 싶진 않거든요. 끝으로 제 '꼬라지'대로 살 수 있으면 좋겠어요. 큰 꿈은 없어요. 지금이 좋아요.





내일을여는책 '대표노동자'를 자처하는 김완중 대표(© 백창민)

#### 김완중 대표

1965년생 뱀띠. 한국외국어대학교에서 스와힐리어과를 졸업하고, 여러 신문사에서 편집기자로 일했다. 창공사라는 출판사를 통해 출판계에 입문했다. 뜨인돌 출판사에서 18년 동안 마케터와 상무로 일했다. 2009년 한국출판인회의 올해의 출판인 '마케터상'을 받았다. 2013년 전라북도 장수로 내려왔다. 숨은 '실세' 장수댁의 격려를 받으며, 내일을여는책 '대표노동자'로 오늘을 열심히 살고 있다.

wan-doll@hanmail.net

<https://blog.naver.com/dddoll>



#### 백창민(북헌터 대표)

책을 좋아해 '책사냥꾼'이 되었다. 전자책 회사에서 사회생활을 시작해, 디지털과 아날로그 출판 분야를 넘나들며 일했다. 책생태계 중심으로 글쓰기, 말하기, 만들기를 하고 있다. 『세상과 도서관이 잇은 사람들』과 『도서관 그 소중한 역사』 책 출간을 준비하고 있다.

bookhunter72@gmail.com

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

## 대구 인쇄 골목의 애환

조현준(경운대학교 기초교육학부 조교수)

2023. 07.

### 구텐베르크에서 대구 남산동 인쇄 골목까지

구텐베르크의 금속 활자 발명은 귀족층을 중심으로 필사로 책을 유통하던 당시 유럽에 지식의 대중화를 가져다준 혁명적인 사건이었다. 그리고 600년 가까운 시간 동안 우리는 그 혜택으로 인해 '인쇄'가 된 무언가를 보며 다양한 방식으로 삶을 살아가고 있다.

대한민국에도 구텐베르크의 삶을 살아가는 사람들이 있다. 바로 '인쇄업'에 종사하시는 분들이다. 그리고 그분들은 이른바 '인쇄 골목'이라는 곳에서 함께 작업한다. 서울 충무로 인쇄 골목, 대구 남산동 인쇄 골목이 대표적이다. 이 글에서는 대구 남산동 인쇄 골목에 대한 이야기를 조금 해볼까 한다.

대구 남산동 인쇄 골목은 근대에서 시작하여 지금에 이르기까지 1세기 가까운 역사를 지니고 있다. 기록에 의하면 1906년 1월에 '광문사'가 국민 계몽을 위한 서적과 잡지를 출판, 발행한 것으로부터 출발한다. 대표적으로 『월남망국사(越南亡國史)』의 출판은 국채보상운동을 확산시키는 매개체가 되었고 일선 사립학교의 교재로도 사용되었다고 전해진다. 1910년대부터 해방까지는 대구의 인쇄업이 크게 확장되기는 하였으나, 일본의 자본과 기술력으로 운영되던 인쇄소가 많았다. 해방 이후에는 일본식 인쇄 기술과 자재 공급에 의존했던 기존의 방식을 버리고 근대식 인쇄 시설 도입과 독자적 기술을 개발하면서 본격적인 확장을 이루었다.

특히 1950년 국내에서 처음으로 활자 주조기를 제작한 것을 시작으로, 1968년 경북인쇄소에서 지방 최초로 자동 오프셋 인쇄기 1대와 자동 활자 주조기 3대를 도입하였다. 이때부터 업체 수가 급속도로 증가하였고, 인쇄 작업의 특성상 공정을 집약해 효율적으로 작업하기 위해 효율적으로 하기 위해 자연스럽게 인쇄 골목을 형성하기에 이른다. 경제 성장의 고도화와 함께 인쇄업 또한 호황기를 누렸지만, 2000년대 인터넷의 발달로 종이로 보던 정보는 스크린으로 넘어가게 되었다. 또한 인쇄 기술자 대부분의 연령대가 60대 이상이라는 점 그리고 무엇보다 인쇄 골목에 각종 재개발 사업이 계획되면서 지금까지 이르렀다.



(좌) 제본기와 제본기술자

제본기는 제본의 마지막 공정에 필요한 기계로, '인쇄의 꽃'이라고 불린다. 제본할 페이지가 정해지면, 그에 맞게 표지를 재단하고 책등과 종이를 풀로 붙여 완성품이 나온다.

작업 전에 책등에 글자가 제대로 들어갔는지 확인해야 한다.

우리가 서점에서, 혹은 책장에서 책을 만날 때 책등에 적힌 글자를 볼 수 있는 것은 바로 제본 때문이다.

(우) 1960년대 활판 인쇄기와 1970년대 탁상 인쇄기

대구 남산동 인쇄 전시관에 있는 인쇄기이다. 남산동에서 오랫동안 작업에 사용된 실제 인쇄기를 기증받아 전시하고 있다.

## 책장을 넘기는 소리 대신, 화면을 쓸어 올리는 시대

책 표지를 감상하고 첫 장을 넘길 때의 그 소리와 냄새를 혹시 좋아하는가? 책에 인쇄된 '글자' 이외에도 책은 우리에게 소리와 냄새로 다가온다. 그래서 책은 눈으로 글자만 읽는 것이 아니라, 눈과 귀 그리고 코를 자극하며 우리에게 다가온다. 독서의 즐거움은 오감의 즐거움이었다.

그러나 요즘은 북적한 지하철이든, 한적한 카페이든, 도서관이든, 책을 읽을 수 있는 공간 대부분에서 스마트 기기가 책을 대신하고 있다. 이런 풍경은 전혀 이상하지 않으며, 오히려 너무나 당연하고 평범한 모습으로 다가온다. 이런 이야기를 하면 벌써 고리타분한, 혹은 시대에 뒤떨어진 말을 하느냐고 면박을 줄 수도 있다. 맞는 이야기이다. 책 또한 전자출판의 길을 걸어가고 있으니 말이다. 21세기에는 구텐베르크를 어쩌면 구시대적 산물로, 혹은 시대의 한 단락을 장식하는 정도로 인식하고 있는 것인지도 모르겠다. 그 단락의 가운데 우리는 살고 있다.

대구 남산동 인쇄 골목에는 좁은 아스팔트 도로, 오래된 간판과 가로등, 작업을 하다가 중단한 지게차만 덩그러니 놓여 있다. 24시간 불이 꺼지지 않는 인쇄 골목의 불야성은 이제 기록으로만 존재하며 조금씩 흔적을 지워가고 있다. 스크린의 화면을 쓸어 올리는 만큼 대구 남산동 인쇄 골목의 페이지는 넘어가고 있다.



대구 남산동 인쇄 골목의 낮과 밤  
대구 남산동 인쇄 골목의 중심 골목이다. 낮과 밤이 그리 다르지 않다.

## 기록을 찍는 사람들, 대구 남산동 인쇄 골목

인쇄는 다른 의미로 기록이다. 사소한 전단지부터 두꺼운 책에 이르기까지 기록으로써 가치가 있으며, 이러한 기록은 삶의 과정이자 세상을 축적하는 하나의 방식이었다. 인쇄 기술이 발전하기 전에는 각수(刻手, 목판에 글씨를 새기는 장인)가, 그 후에는 인쇄 장인들이 그 자리를 대신했다. 그런데 정작 기록을 찍었던 사람들의 이야기는 기록된 적이 없었다. 더구나 대구 남산동 인쇄 골목은 100년 가까운 시간이 쌓여 있고, 그 안에는 수많은 역사적 사건과 사람들의 이야기가 있음에도 불구하고 기록되지 않았다. 멀리 있는 이야기가 아닌 바로 우리 곁에 있는 이야기임에도 불구하고 말이다.

인쇄 골목 작은 가게에서 우연히 옆자리에 앉은 어르신 이야기를 들은 적이 있다. ‘인쇄 골목 이거 우짜노...’ 한숨 섞인 푸념이 크게 들려왔고, 그 소리가 뇌리에서 떠나지 않았다. 그때부터 자연스럽게 인쇄 골목의 이야기를 기록하기 시작했다. 2년 동안 골목골목에 흩어져 있던 이야기를 담았고, 그 기록을 조금씩 쌓아가며 익숙해질 때쯤 『기록을 찍는 사람들: 대구 남산동 인쇄 골목』(산지니, 2022)을 통해 기록의 마침표를 찍을 수 있었다.

대구 남산동 인쇄 골목의 이야기를 담으면서 그저 지나쳤던 책과 종이 그리고 전단지가 새롭게 보이기 시작했다. 인쇄의 세부적인 공정들을 알 수 있었고, 지류(紙類)에서부터 제책(製冊)과 재단(裁斷)에 이르기까지 수많은 기계와 인쇄 장인의 손길이 들어간다는 사실도 알 수 있었다. 그리고 그 안에는 한 사람의 ‘삶’의 이야기도 있었다. 그중에서 가장 기억에 남는 이야기 하나를 소개하고자 한다. 지금의 대구 남산동 인쇄 골목을 가장 잘 보여주는 이야기가 아닐까 싶다. 15세에 인쇄 일을 시작해서 86세 된 지금까지 인쇄소를 떠나지 못하고 계시는 한 어르신은 이렇게 이야기를 전했다.

“기억에 남는 일이라… 기억에 남는 일은 딱히 없습니다. 왜냐하면 이 인쇄 일이 만날 똑같은 일의 반복이거든. 내가 찍어낸 물건을 내가 보관하고 있는 것도 아니고, 얼마 전에 기계를 없애면서 그나마 있던 물건도 싹 다 정리했거든요. 그리고 나는 그 안에 내용 같은 건 잘 몰라요. 인쇄만 했지 잘 몰라. 그래도 생각을 해보면 만날 똑같이 하루하루를 살았던 것 같습니다. 기계가 돌아가는 만큼이나 나도 열심히 살았고, 기계가 없으니 나도 그냥 이려고 앉아 있고, 뭐 그렇지요. 모르는 몰라도 오늘 이렇게 앉아서 이야기하는 게 기억에 많이 남겠네요.”



대양인쇄사 외관(좌)과 인터뷰 중인 대양인쇄사 남극채 대표(우)  
15세에 대구 남산동에서 인쇄 일을 시작하여 현재 86세까지 쉽 없이 인쇄만 해온 산증인이다.  
지금은 모든 인쇄 기계들을 처분하고 작업을 하던 공간에 나와 지인들과 시간을 보낸다고 한다.

### 대구 남산동 인쇄 골목 그리고…

지금은 종이 냄새와 커피 냄새가 함께 대구 남산동 인쇄 골목을 가득 메우고 있다. 젊은 층에서는 ‘남산동 인쇄 골목’이라는 말 대신 ‘남산동 카페 골목’으로 통한다. 그래서인지 인쇄업에 종사하시는 어른들 대부분은 이를 우려하고 낯설게 느끼고 있다. 익숙했던 장소에서 오랫동안 같은 일을 하며 삶을 영위했던 사람들에게는 서운한 일일 수도 있다. 시대는 늘 이렇게 새로움과 익숙함의 경계에 있는 게 아닌지 모르겠다. 자신이 살던 동네가 변한 만큼 자기 자신도 딱 그만큼 변한다고 누군가 말했던가. 변하지 않았던 인쇄 골목이 조금씩 변화하고 있는 만큼 인쇄 골목을 지키고 있던 사람들은 그 변화를 낯설게 느끼고 있다. 반면 젊은 층에서는 이 낯설음을 새롭게 받아들이고 있다.

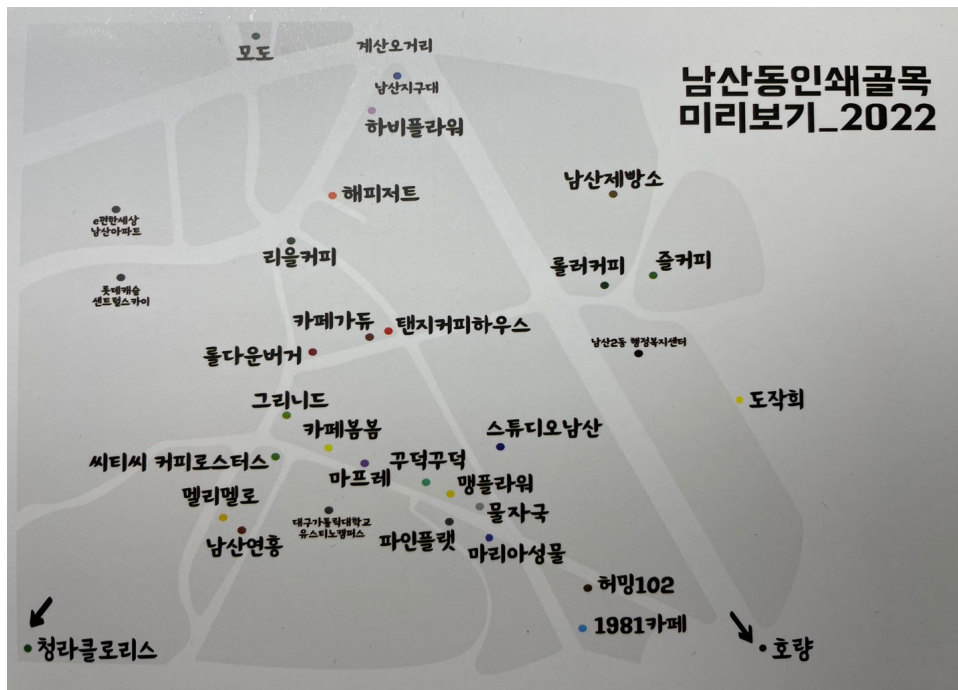
한편, 남산동 인쇄 골목과 관련하여 자주 받는 질문 중에 하나가 ‘어떻게 하면 인쇄 골목을 활성화시킬 수 있을까요?’이다. 대답은 총무로 인쇄 골목에 속했던 을지로를 늘 사례로 든다. ‘힙지로’라 불리는 을지로는 요즘 이야기하는 ‘뉴트로(‘새로운(new)’과 ‘복고풍(retro)’의 혼성어)’의 대표적인 장소이다. 과거 인쇄 골목의 모습과 현재의 트렌드가 잘 융합된 곳으로 알려지면서, 국내뿐만 아니라 외국인 관광객들

에게도 새롭게 떠오르는 관광 명소가 되어 가고 있다. 남산동 인쇄 골목 또한 을지로와 같이 새롭게 재탄생할 수 있을지도 모르겠다. 아니면, 지금 그러한 과정을 겪고 있는 것인지도 모르겠다.

인쇄 골목이 위치한 남산2동은 2000년대 중반부터 지속적인 재개발 압력을 받아왔다. 얼마 떨어지지 않은 위치에 동성로라는 대구에서 가장 큰 규모의 변화가 자리해 있고, 봉산문화거리나 약전 골목, 근대 골목 같은 문화적 가치를 지닌 거리가 가까이 있기 때문이다. 게다가 지하철 1, 2, 3호선이 모두 연결되어 있어 접근성이 좋기에 주거 공간이자 상업 공간, 나아가 문화 공간으로서도 매력적인 곳이다. 인쇄 골목이 자리한 남산2동의 땅값은 나날이 오를 수밖에 없었고, 이러한 상승은 당연히 재개발에 대한 욕망으로 귀결되었다. 불과 20년 전, 아니 10년 전까지만 하더라도 체감할 수 없던 현실이 이제는 바로 코앞에 도래한 것이다.

어쩌면 남산동 인쇄 골목이 사라진다는 사실은 이미 정해져 있는 운명일지도 모르겠다. 사업장을 물려 주고 싶어도 젊은 사람들이 인쇄업 자체에 진입하지 않는 상황에서 업체 종사자들의 고령화는 인쇄 골목의 소멸을 가속화하고 있다. ‘인쇄 골목 재개발’이라는 현수막은 인쇄 골목의 소멸을 예고하는 상징적인 표지처럼 보인다.

남산동 행정복지센터 옆에는 인쇄 전시관이 있다. 이곳만 덩그러니 남으면 어떡하지?



〈남산동 인쇄 골목 미리보기 2022〉

남산동 인쇄 골목 사이사이에 들어선 카페들이 적혀 있다. 카페 대표들이 인쇄를 활용하여 홍보용으로 제작한 인쇄물이다. 카페는 매년 증가하는 추세이며, 그만큼 인쇄소는 줄어들고 있다.

남산동 인쇄 골목과 남산동 카페 골목은 현재 공존하고 있다.

## 엮다, 묶다, 펼치다 그리고 닫다

책은 흠어진 무언가를 하나의 기준으로 엮고 묶는 작업이다. 작가는 그런 고민을 글자로 적는 직업이며, 그 고민의 완성은 글자를 묶음으로써 완성된다. 그렇다고 거기서 끝나는 것이 아니다. 완성된 글은 책이라는 이름으로 탄생하기까지 나름의 공정을 거쳐야 한다. 종이에 글자를 새기고, 그것을 엮고, 묶고 난 이후에야 독자들에게 펼칠 수 있는 기회가 주어진다. 그리고 그 펼친 책을 닫을 때까지의 시간은 자신과 타인을 그리고 세상을 이해하는 방식으로 마침표를 찍는다. 펼치고 닫는 과정은 각 개인의 몫이지만, 책이 우리 손에 들어오기까지의 과정, 즉 엮고 묶는 작업은 개인의 몫이 아니다. 그래서 그 과정이 늘 궁금했었고, 책을 펴내는 이번 작업을 통해서 그 과정이 얼마나 많은 전문적 지식과 손길이 필요한지 알게 되었다. 그걸 알게 될 때쯤, 엮고 묶는 작업이 조금씩 사라지고 있음도 알게 되었다. 오히려 더 풀어헤쳐질 수도 있고, 심하게는 없어질 수도 있다. 그럼에도 불구하고 엮고 묶는 작업은 가치가 있다. 인쇄되지 않은 기록, 대구 남산동 인쇄 골목을 거닐어 본다.

오랜 설득 끝에 인터뷰에 응해주신 한 재단소가 기억이 난다. 인터뷰를 마칠 때쯤 내부를 둘러보다 벽에 장식된 글귀가 머릿속을 맴돌아서일까. '주의 은혜로 종의 집이 영원히 복을 받게 하옵소서.'라는 성경 구절이었다. 그런데 '종의 집이' 아닌 '종이의 집'으로 보인 것은 어떤 이유 때문일까? 이 글을 쓰는 지금, 그 가게는 재개발로 인해 흔적도 없이 사라졌다. 대구 남산동 인쇄 골목의 '애환(哀歡)'은 어찌면 '환(歡)'에서 '애(哀)'로 가고 있는 것은 아닐까.



한국재단소 내부 사진

다양한 재단 기계가 돌아가는 가운데 인터뷰를 해주셨던 기억이 난다.  
이 글을 쓸 때 다시 찾아갔지만, 재개발 사업으로 인해 흔적도 없이 사라졌다.



---

**조현준(경운대학교 기초교육학부 조교수)**

문학 박사이며, 경운대학교 기초교육학부 조교수로 재직하고 있다. 저서로는 『나를 위한 글쓰기』(배영출판사, 2020), 『기록을 찍는 사람들: 대구 남산동 인쇄 골목』(산지니, 2022)가 있다. 국어학, 한국어교육, 글쓰기에 대해 연구하고 있다.

[jhjun@ikw.ac.kr](mailto:jhjun@ikw.ac.kr)



## [인터뷰] 해외 출판인에게 듣는다, 영국 펭귄랜덤하우스 저작권 담당자 베스 우드 한국 책 수출, 새로운 세대가 한국 문화를 발견하고 즐길 수 있는 기회

〈출판N〉 편집부

2023. 07.

지난 6월 열린 2023 서울국제도서전은 국내 최대 책 행사로, 한국뿐 아니라 해외 출판계 유명 인사들이 다수 방문했다. 해외 출판계 인사들은 한국의 책과 출판 시장에 대해 어떤 생각을 가지고 있을까? 한국의 출판 콘텐츠가 세계 무대로 영역을 점차 확대해가고 있는 최근, 한국 책만의 강점은 무엇이고 우리에게 필요한 준비는 무엇인지 해외의 저작권 담당자에게서 직접 들어보는 자리를 마련했다. 서울국제도서전에 처음 참여했다는 펭귄랜덤하우스의 저작권 담당자 베스 우드(Beth Wood)는 영국 도서의 판권을 세계 각국에 판매하고 있다. 평소 한국의 책과 대중문화에 관심이 많다는 베스 우드로부터 한국 출판계의 경쟁력과 전망에 대해 들어보자.



〈출판N〉에 영국 펭귄랜덤하우스 출판사의 저작권 담당자이신 베스 우드 님을 모시게 되어 영광입니다. 웹진 독자에게 소개와 인사말 부탁드립니다.

안녕하세요. 저는 영국 펭귄랜덤하우스 출판사에서 저작권 거래를 담당하고 있는 베스 우드라고 합니다. 영국 펭귄랜덤하우스에서 출간한 도서의 해외 번역 시장 진출을 담당하고 있으며, 특히 '빈티지(Vintage)'와 '트랜스월드(Transworld)', '마이클 조셉(Michael Joseph)' 부문을 관리하고 있습니다. 개인적인 이야기를 덧붙이자면 저는 학부 시절 한국어와 일본어를 공부했는데, 그 이후 현재까지 8년 넘게 한국 시장과 관련해 일을 할 수 있어 큰 행운이라 생각합니다.

2023 서울국제도서전 저작권 세미나에 연사로 참여하셨습니다. 영국의 출판 시장 현황에 대해 발표를 하셨다고요. 세미나를 듣지 못한 독자들을 위해 영국의 출판 시장 현황에 대해 간단히 설명해 주시면 고맙겠습니다.

2023 서울국제도서전에서 영국의 출판 시장에 대한 발표를 한 것은 정말 인상 깊은 경험이었습니다. 전체적인 데이터를 보면 영국의 출판 시장은 현황이 꽤 좋습니다. 대부분의 분야에서 전년 대비 성장세를 보이고 있죠. 소설 분야의 경우 지난 수년의 베스트셀러 소설들을 보면 몇 가지 테마가 부상 중임을 알 수 있습니다. 지난해는 기성 작가들이 좋은 성적을 거두었는데, 화려한 데뷔를 한 신규 작가들을 비롯해 다양한 작가들의 성적도 정말 좋았습니다.

반대로 논픽션 도서의 경우 2022년에 부진한 성과를 보였습니다. 음식(Food & Drink)이나 자서전 (autobiography), 전기(biography)와 같이 전통적으로 강세를 보였던 분야들이 어려움을 겪었습니다. 신간의 경우 코로나19 이전인 2019년과 비교하였을 때 동기 대비 하락세를 보였으며, 구간의 경우에도 상대적으로는 견실하였으나 지난 몇 년 동안 서서히 성장률이 감소하고 있는 상황입니다. 그럼에도 불구하고 자기계발 분야의 성적은 좋습니다. '영국 왕실'과 관련된 책들도 실적이 좋은 편이며, 해리 왕자의 회고록 『스페어(Spare)』의 경우 출간 첫 날 40만 권 이상이 판매되었습니다.

타 장르의 경우, 예술, 역사, 군사 분야가 좋은 모습을 보이고 있습니다. 아동 분야의 경우 톰 플레처 (Tom Fletcher) 작가와 블루이(Bluey, 호주의 유치원 애니메이션 TV 시리즈) 등을 중심으로 유아 도서와 그림책 부문이 2021년도 수준으로 강세를 보이고 있습니다. 어린이 소설의 경우에는 기존 인기 작가의 시리즈가 하향세를 보인 반면, 루이 스토웰(Louie Stowell) 작가의 『로키(Loki)』 시리즈와 같이 상대적으로 '신간'인 시리즈들이 등장하기도 했습니다. 청소년 부문도 꾸준히 성장하였는데, 북톡(BookTok)과 넷플릭스 시리즈를 통해 인기 작가들의 작품이 힘을 얻었습니다. 마지막으로 만화책 (Comic Strip Fiction)과 그래픽 노블(Graphic Novel) 분야도 앨리스 오스먼(Alice Osman) 작가의 『하트스토퍼(Heartstopper)』 시리즈를 중심으로 큰 성장세를 보이고 있습니다.

영미권 베스트셀러 순위를 살펴보면 펭귄랜덤하우스를 비롯한 메이저 출판 그룹의 자회사와 임프린트에서 출간된 책들이 주류를 이루고 있습니다. 반면에 최근 한국에서는 독립 출판, 1인 출판사 등 작은 규모의 출판사에서 나온 책들이 베스트셀러가 되는 경우가 늘고 있는 추세입니다. 이런 차이 역시 서양과 한국의 출판 시장이 다르기 때문에 생기는 것일까요? 한국 출판 시장에 대해 어떻게 생각하시는 지 궁금합니다.

아주 좋고도 어려운 질문이네요. 말씀하신 대로 영국 출판 시장은 주로 대형 출판사가 장악하고 있는 상태입니다. 영국의 독자들은 책을 고를 때 종종 인플루언서나 베스트셀러 목록 등을 참고하는데요. 영국의 대형 출판사는 마케팅·PR·디자인 등 각 분야에 큰 팀을 가지고 있습니다. 이는 에이전시가 출판사를 선택할 때 어떤 출판사가 소속 작가에게 가장 좋은 실적을 가져다줄지 판단하는 데 있어 중요한 요인이 됩니다. 그렇지만 저는 영국의 소규모 독립출판사들도 흥미롭고 전략적인 활동들을 많이 하고 있다고 생각합니다. 저는 번역 소설의 열혈 독자이기도 한데요, 제가 가장 좋아하는 몇몇 소설들은 소규모 독립출판사가 출간했습니다.

지난 수년간 한국 출판 시장과 관련해 일했음에도 아직 겉핥기 수준으로만 알고 있는 기분입니다. 서울국제도서전에 참여하면서 제가 알지 못했던 한국 출판 시장의 새로운 부분들에 관해서도 눈을 뜨게 되었죠. 한국 독자들에게는 당연한 소리겠지만, 한국의 웹소설 시장이 이렇게 큰 줄 몰랐습니다. 한국 출판사들과 대화를 하며 제가 가장 좋아하는 드라마와 웹툰이 웹소설을 원작으로 하고 있다는 점을 알게 되었고, 출판 시장의 다른 부분에 대해 들을 수 있어 정말 흥미로웠습니다. 제 개인적인 관점으로 보자면, 한국 시장은 아주 민첩하고 출판사 간의 경쟁이 치열합니다. 또, 표지 디자인은 한국 출판사들이 잘하는 분야 중 하나라고 생각합니다. 실제로 서울국제도서전에 참여해 부스를 돌며 정말 많은 표지 디자인에 매료되기도 했으니까요.

펭귄랜덤하우스의 책을 한국에 수출하는 역할을 하고 계신데요. 한국 서점에 가면 셀 수 없을 정도로 많은 수의 외서가 번역되어 독자들을 만나고 있는데, 정작 일반 독자들은 저작권이 어떻게 거래되는지 잘 모르는 분들도 많을 것 같습니다. 한국과의 저작권 거래는 주로 어떤 방식과 절차로 진행되나요?

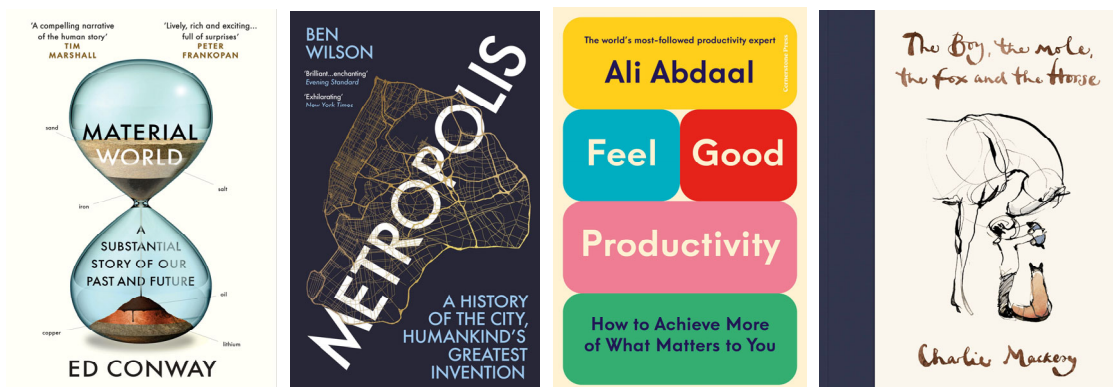
저작권 담당자마다 그들만의 번역서 제안 및 판매 방식이 있을 것이라 생각합니다만, 일반적인 관행도 물론 있습니다. 가령, 판매를 시작하기 전에 책 자체에 대해 생각하는 것이 중요합니다. 내가 판매하려는 이 책을 재밌게, 또는 독특하게 만드는 요인이 무엇인지, 엄청난 판매 기록이나 후기가 있는지, 혹은 저자나 책이 수상한 이력이 있는지 등을 생각해봐야 하고, 또 판매자로서 이 책이 해외 독자들에게도 매력이 있을지도 고려해야 합니다. 그 다음 이 책에 관심이 있을 만한 사람과 연락할 방법을 찾아야 합니다. 출판 산업에서 저작권 담당자들은 흔히 저작권 거래를 위해 국제도서전에 참여하는데요. 국제도서전 참여는 인적 네트워크를 확대하고 그 동안 교류가 없었던 에디터들을 만날 수 있는 좋은 기회이기 때문입니다. 연락할 수단을 찾았다면 책을 피칭하기 시작합니다. 판매하려는 책에 대해 지금까지 수집한 정보와 그 책이 잘 팔릴 만한 요인을 다시 한 번 생각해 보는 시간이지요. 이는 저작권 담당자의 중요한 역할 중 하나인데요, 에디터가 책을 읽고 싶게 만드는 방식으로 책을 소개하는 것이 중요합니다.

만약 여기까지 잘 진행이 됐다면 오퍼를 받고 본격적으로 협상에 들어갈 수 있습니다. 협상이 잘 마무리되고 로열티와 라이선스 기간에 대해 사전 동의까지 마쳤다면 저작권 소유주·작가·에이전트의 승인 단계로 넘어가 계약 관련 프로세스가 진행됩니다. 사실상 양 당사자가 법적 구속력을 갖도록 합의한 모든 조건을 반영하는 계약서가 작성되는 단계죠. 한국 시장에서는 운이 좋게도 훌륭한 에이전트들과 함께 일할 수 있었는데요. 그래서 이러한 과정의 많은 부분을 에이전트가 담당하고 저는 작가·에이전트에게 오퍼를 하기 전에 그 분들과 주기적으로 연락을 취하는 방식으로 일했습니다.

**펍권랜덤하우스에서 한국 독자를 타깃팅하는 책은 어떤 책들인가요? 또한 저작권 수출을 하시며 느끼신 한국 출판사 또는 독자들의 특징은 무엇인가요?**

영국 펍권랜덤하우스가 출간한 책들 중 한국 시장에서 성공을 거둔 작품들을 모두 나열하기는 어려우나, 몇 가지 공통된 특징은 있었습니다. 논픽션 분야의 경우, 에드 콘웨이(Ed Conway) 작가의 『물질 세계(Material World)』, 벤 윌슨(Ben Wilson) 작가의 『메트로폴리스(Metropolis)』와 같이 스마트하고 성찰적인 책들을 비롯해 알리 압달(Ali Abdaal) 작가의 『기분 좋은 생산성(Feel-Good Productivity)』과 같은 실용적인 자기계발서가 좋은 성적을 거두었습니다. 또 다른 성공작으로는 언어를 막론하고 제가 가장 좋아하는 작품인 『소년과 두더지와 여우와 말(The Boy, the Mole, the Fox, and the Horse)』이 있습니다. 이 책은 영국 안에서 엄청난 성공을 거두었으며, 독자들의 마음에 울림을 주는 보편적인 주제를 다룸과 동시에 굉장한 일러스트까지 갖춘 좋은 사례로 남았습니다.

소설 분야의 경우, 한국은 자국 출판 시장이 아주 견고하다고 봐도 무방합니다. 그래서 번역 소설이 힘을 쓰기 어렵죠. 전 세계 시장을 모두 상대하는 저작권 담당자로서 한국의 소설들이 영국뿐만 아니라 다른 시장에서도 성공을 거두는 것을 보고 놀라움을 금치 못했습니다. 한편 세계적으로도 유명한 영국의 인기 일러스트레이션 작가인 레이몬드 브릭스(Raymond Briggs)의 작품들과 스타급 배우들이 출연하는 영화로 제작되기도 한 『나의 경찰관(My Policeman)』 같은 영국 소설은 한국 시장에서 성공한 사례라고 볼 수 있겠습니다.



『물질 세계(Material World)』, 『메트로폴리스(Metropolis)』, 『기분 좋은 생산성(Feel-Good Productivity)』, 『소년과 두더지와 여우와 말(The Boy, the Mole, the Fox, and the Horse)』



레이몬드 브릭스(Raymond Briggs)의 『눈사람 아저씨(The Snowman)』, 『나의 경찰관(My Policeman)』 오리지널 표지와 영화 제작 기념 리커버 표지

반대로 영미권 독자들의 특징은 무엇이고, 영미권 독자들에게는 한국의 어떤 책들이 인기가 있을까요? 아쉽게도 영미권에서는 한국 책이 1년에 10권도 채 출간되지 않고 있습니다. 그 이유는 무엇이고, 영미권에 한국 책이 더 많이 소개되려면 한국 출판 관계자들이 어디에 초점을 맞추고 더 신경을 써야 할까요?

또 다른 좋은 질문이네요! 영국 시장에서 선방 중인 최근 논픽션 작품들을 살펴보면 영국 독자들이 사회적 이슈를 다루거나 실용적인 해결안을 제시하는 책들을 요구하고 있음을 알 수 있습니다. 출판 산업의 많은 전문가 분들이 말씀하셨던 것처럼, 사람들은 특정 문제를 해결하는 방법에 관한 책들을 예전에 비해 더 많이 읽고 있습니다. 가령, 올리버 버크먼(Oliver Burkeman) 작가의 『4,000주(4000 Weeks)』나 제임스 클리어(James Clear) 작가의 『아주 작은 습관의 힘(Atomic Habits)』은 코로나 19 기간 동안 눈에 띄는 판매량을 기록했으며, 그 기세는 현재까지도 이어지고 있습니다. 이처럼 불확실한 시대에 안정감을 얻을 수 있는 가이드나 인생 철학과 같은 내용을 다루는 책들에 대한 수요가 있는 상황입니다.

저는 앞서 영국 소설계에 있어 2022년도는 리처드 오스만(Richard Osman)이나 콜린 후버(Coleen Hoover) 등 유명 작가들에게 아주 좋은 해였다고 말씀드렸습니다. 하지만 로맨스 장르도 북톡이나 TV 방영을 위한 각색 등을 통해 특히 좋은 성장세를 보이기도 했습니다. 콜린 후버 작가를 비롯해 알리 헤이즐우드(Ali Hazelwood), 줄리아 퀸(Julia Quinn), 아나 황(Ana Huang) 그리고 에밀리 헨리(Emily Henry) 작가들이 그 덕을 보았죠. 또, 2022년도는 SF와 판타지 장르에 있어서도 스티븐 킹(Stephen King)이나 사라 J. 마스(Sarah J. Mass), R. F. 쿠앙(R. F. Kuang) 등의 작가들의 이름이 눈에 띄는 등 강력한 신간들이 출간된 해였습니다.

질문에서 집어주신 것처럼 아직까지 한국 책들 중 영미권 독자들을 위해 번역된 책들은 많지 않습니다. 이는 즉 번역된 한국 책을 읽고자 하는 독자들에게 주어지는 선택지가 아주 좁으며, 또 독자들이 어떤 분야에 특히 관심이 있는지 분석하기에 표본이 부족하다는 뜻이기도 합니다. 번역서가 적은 이유

로는 영미권 국가들이 최근에는 본격적으로 한국 문화를 접하게 되었기 때문이라고 생각합니다. 아이돌 그룹 BTS와 봉준호 감독의 영화 <기생충>이 세계적으로 대성공을 거두며 최근 들어 한국 문화가 제대로 알려지기 시작했죠. 또, 언어적 장벽도 이유 중 하나라고 생각합니다. 서부 유럽 시장과 달리 영국에서는 에디터가 스스로 성공적인 책들을 발굴하기 쉽지 않기 때문이죠. 그리고 한국어에서 다른 언어로 번역하는 전문 번역가들의 수도 적기 때문에 이들이 한 번에 말할 수 있는 분량에 한계가 있다고도 생각합니다. BTS와 다른 대중문화의 수출은 새로운 세대가 한국 문화를 발견하고 즐길 수 있는 기회라고 생각합니다. 저 역시도 영미권 국가 내에서의 변화를 느끼고 있기 때문에 앞으로 어떤 일이 일어날지 기대됩니다.

저작권 담당자로서, 한국에 방문하여 한국 출판 시장을 살펴보신 베스 우드 님의 전문가로서의 통찰과 조언을 듣고 싶습니다.

저작권 전문가로서의 경험에 비추어 보자면, 논픽션 분야의 경우 독자들은 전문 지식이나 해당 분야에 전문가인 저자를 찾는 경향이 있습니다. 예를 들면, 어떠한 책의 저자가 '왜' 그 사람인지, 다른 누구도 할 수 없는 그 저자만의 특별한 점이 무엇인지 궁금해합니다. 소설 분야의 경우에는 세부 장르마다 독자들이 원하는 것이 다르기 때문에 조금 더 어렵지만, 보편적인 주제를 다루는 책들이 일반적으로 독자들의 심금을 울리는 편입니다. 예컨대 배경이 되는 지역이 크게 다르더라도 영국의 독자들은 가족이나 사랑에 대해 이야기하는 책 속의 등장인물들에 쉽게 감정을 이입하죠. 한편, 소설과 논픽션 장르 모두 판매하려는 책이 엄청난 판매 기록이나 수상 이력, 또는 긍정적인 후기를 가지고 있다면 도움이 됩니다. 영화화나 TV 방영 예정이라는 소식이 덧붙여진다면 때에 따라 시너지 효과를 가져오기도 하겠죠. 많은 에디터들이 책의 출간에 앞서 왜 그 책이 성공할 수밖에 없는지를 보여주는 데이터를 찾고 있는 추세입니다.

또한 영국 시장에 한정된 이야기는 아닌 것 같습니다만, 스트리밍 플랫폼으로 인해 도서 시장이 점차 더 치열한 경쟁을 하게 되는 듯합니다. 넷플릭스나 아마존 프라임과 같은 기존 대형 스트리밍 플랫폼에 더해 신규 미디어 콘텐츠나 기타 플랫폼들이 무수히 등장하면서 소비자들의 관심을 여러 방면에서 빼앗아가고 있습니다. 그렇기 때문에 책들도 소비자들의 관심을 끌기 위해 흥미로운 주제와 눈에 들어오는 디자인, 마케팅, PR 등으로 더욱 무장해야 할 때입니다.

영국 블룸스버리 출판사(Bloomsbury Publishing)에 계약된 한국 소설 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』(클레이하우스, 2022)가 지난 4월 런던도서전에서 상당한 주목을 끌었습니다. 이 책은 한국에서도 2022년 가장 인기 있었던 대형 베스트셀러였는데, 내년에 영국에서도 번역되어 출간되면 현지 반응이 어떨지 개인적으로 어떻게 예상하시나요?

개인적으로 굉장히 좋은 반응을 얻을 것이라고 생각합니다! 놀라울 정도로 매력적인 전제와 기발한 제목 그리고 자국 시장에서의 성공이라는 배경이 있기 때문이죠. 앞서 언급한 바 있지만, 영국에서 한국 소설에 대한 관심이 급증하고 있는데, 현재 번역된 한국 소설이 거의 없기 때문에 한국 번역 소설을 찾는 사람들이 이 책을 꼭 읽지 않을까 생각합니다. 또, 영국 국내 서점들이 좋아할 만한 책이기 때문에 서점들의 긍정적인 반응이 이 책의 성공에 도움을 줄 것이라 봅니다. 서울국제도서전에서 이 책의

한국어판을 운 좋게 한 권 선물 받았는데, 빨리 읽어보고 싶습니다!

조금 개인적인 질문을 드리고 싶은데, 어떤 책을 주로 읽으시나요? 평소에 한국 책에도 관심이 많다고 들었습니다. 가장 인상 깊게 읽은 한국 작품은 무엇이었나요? 또한 기획자로서, 전문적인 하나의 독자로서 베스 우드 님이 기획한 여타의 작품들과 비교했을 때, 기존 한국 작품이 세계 주류 무대에서 인정받기 위해 필요한 조건이나 시스템 등에 대해 솔직한 의견을 편하게 들려주시기 바랍니다.

원하시는 답이 아닐 수도 있지만, 저는 모든 장르의 책을 좋아합니다. 제가 특별하게 읽지 않는 장르도 없는 것 같네요. 그래서 제가 번역 소설과 한국 번역 소설을 특히 재밌게 읽는다는 점(학부 시절 한국어를 공부하기도 했습니다만)은 그리 놀랍지 않을 것 같습니다. 올해 서울국제도서전에서 수많은 에디터들을 만났는데요. 제가 영국 펄컨랜덤하우스의 에디터들에게 보고할 훌륭한 책들을 피칭해주셨고, 모두 정말 놀라운 책들이었습니다. 그중 『비가 오면 열리는 상점』(유영광, 클레이하우스, 2023) 한 권을 받았는데, 시간이 될 때 꼭 읽어보고 싶습니다. 저작권 담당자로서 저는 일을 위해 계속 책을 읽어야 하기 때문에 단순히 재미를 위해 책을 읽는 시간을 내기가 어렵습니다. 하지만 그것도 그것대로 좋습니다. 최근 출간된 한국 소설 중 어떤 책이 가장 인상 깊었는지에 대한 질문은 저마다 독특한 개성과 우수함이 있기 때문에 답을 하기 어려운데요, 현재로서는 제 책장에 꽂혀 읽히기만을 기다리고 있는 한강 작가의 신작을 조만간 읽고 싶습니다.

기존 한국 작품의 해외 진출에 관련한 질문에 대해서도 답변을 드리기가 어렵습니다. 제 경험상 한국 소설을 새로운 독자들에게 소개하기 위해 노력하는 수많은 훌륭한 에이전트들이 있고, 이들이 꾸준히 새로운 기회와 길을 모색하고 있기에 결코 열정이나 경험 부족이 문제라고 생각하지 않기 때문입니다. 서울국제도서전에 참여해 이런 에이전트들과 그들의 책에 대해 환상적인 대화를 나눌 수 있었던 것은 아주 소중한 경험이었습니다. 수년간 한국 시장에 관심을 갖고 또 관련해 일한 사람으로서 영국 에디터가 한국 도서에 갖는 관심이 증가했다는 사실은 부인할 수 없습니다. 하지만 영국 시장과 한국 시장은 저마다 독특한 특성과 분위기가 있기 때문에, 한 시장의 베스트셀러가 다른 시장에서도 베스트셀러가 되리라는 보장은 할 수 없습니다. 이러한 차이는 세상을 흥미롭게 만드는 요소 중 하나이지만, 서로 다른 시장에 책을 진출시키려는 에이전트들에게는 독특한 도전이 될 수 있습니다.

마지막으로 <출판N> 웹진의 독자들에게 하시고 싶은 말씀이 있으시다면 부탁드립니다.

인터뷰를 읽어주셔서 감사합니다. 재밌었으면 좋겠네요. 제가 드린 모든 답변은 영국 출판 산업 종사자로서 겪은 개인적인 경험과 생각일 뿐임을 알려드리며, 다른 생각이나 느낌을 가진 분들도 당연히 있을 것이라 생각합니다. 올해 서울국제도서전에 참여한 것은 개인적으로도 중요한 이벤트였으며, 업계 전문가뿐만 아니라 일반 대중의 열광적인 반응을 볼 수 있어 정말 좋았습니다. 또, 제가 한국 대중문화와 책의 팬이라는 점은 놀랍지 않으실 텐데요, 코엑스 물을 구경하며(온라인에서 찾기 힘든 한국의 아이돌 그룹 원위(Onewe)의 음반을 비롯해 앨범 몇 개를 구입하기도 했습니다.) 즐거운 시간을 보낼 수 있었습니다. 또, BTS 데뷔 10주년 기념 활동 기간 동안 서울에 있을 수 있어 너무 좋았고, 서울 곳곳에서 일어나는 온갖 흥미로운 일들을 볼 수 있어서 즐거웠습니다. 올해 초 부산과 제주도를 여행할 멋진 기회도 있었는데요, 이번에는 서울 탐방을 비롯해 도서전에 참여할 수 있어 정말 좋았습니다.

**베스 우드(Beth Wood)**

영국 펭귄랜덤하우스의 저작권 담당자(Rights Manager)로, 자사 출간 도서 및 저자들을 번역 시장에 진출시키고 국내 신문 및 잡지에 발췌문을 게재하는 역할을 맡고 있다. 영국 SOAS 런던대학교(School of Oriental and African Studies in London)에서 한국어와 일본어를 전공했으며, 올해 처음으로 서울국제도서전에 참가하였다.

---

〈출판N〉 편집부

번역: 이은혜



출판  
N