

출판N

2023.12. Vol.50

nzine.kpipa.or.kr

커버스토리 | 특별 대담

2023 출판시장 결산과 트렌드 예측

정책zoom인

국립중앙도서관의 과거, 현재 그리고 미래
지역출판 활성화, '교육'이 키워드다

출판가 핫&쿨

당신은 '책맹'입니까?

2차적저작물작성권을 둘러싼 출판산업계
쟁점들

인사이드

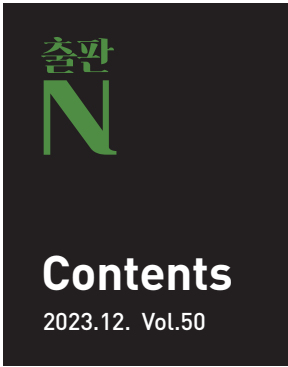
[작지만 강한 출판사를 만나다] 이다 김현우
대표

해외리포트

피오르 바닷가 마을이 세계적 문학이 되다
일본 출판유통 개혁에 시동 건 '복셀러즈앤
컴퍼니'

Now
Next
News
Network

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



<출판N> 웹진
<http://nzine.kpipa.or.kr>



+ 커버스토리	특별 대담	
	2023 출판시장 결산과 트렌드 예측 · <출판N> 편집부	1
+ 정책zoom	국립중앙도서관의 과거, 현재 그리고 미래 · 조혜린(국립중앙도서관 고문헌과장)	15
	지역출판 활성화, '교육'이 키워드다 · 김정명(신구대학교 미디어콘텐츠과 겸임교수)	22
+ 출판가 핫&쿨	당신은 '책맹'입니까? · 민정홍(EBS PD)	28
	2차적저작물작성권을 둘러싼 출판산업계 쟁점들 · 정지우(문화평론가 겸 변호사, 작가)	36
+ 인사이드	[작지만 강한 출판사를 만나다] 인다 김현우 대표 · 김세나(퍼블리셔 대표)	41
+ 해외리포트	피오르 바닷가 마을이 세계적 문학이 되다 · 장은수(편집문화실험실 대표)	53
	일본 출판유통 개혁에 시동 건 '북셀러즈앤컴퍼니' · 백원근(책과사회연구소 대표)	62

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김흥기, 류영호, 백창민 발행일 2023년 12월 14일

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

기획/편집 출판정책연구팀 디자인/제작 (주)늘품플러스

* 본지에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.

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

[특별 대담]
2023 한국 출판시장 결산과 트렌드 예측

〈출판N〉 편집부

2023. 12.

2023년이 얼마 남지 않은 가운데, 〈출판N〉은 올 한 해 출판시장 동향과 내년 출판 트렌드를 전망해보기 위해 출판계에서 활발하게 활동하고 있는 패널들을 모시고 ‘특별 대담’을 주최했다. 이번 대담에서는 출판계의 불공정 계약과 저작권 침해 문제부터 생성형 AI의 등장, 업마켓 소설의 강세, 마케팅 톨로 전략해버린 ‘편당의 비편당화’까지 다양한 주제들로 담론이 펼쳐졌다. 올 한 해 출판계를 뒤흔든 이슈들을 점검해 보고, 이러한 흐름이 2024년에도 이어질 것인지 대담을 통해 이야기를 들어보자.

일시: 2023.11.15.(수)
진행: 백원근(책과사회연구소 대표)
참석: 김성신(출판평론가)
김세나(퍼블리셔 대표)
박태근(위즈덤하우스 출판본부장)



백원근 책과사회연구소 대표, 김세나 퍼블리셔 대표,
김성신 출판평론가, 박태근 위즈덤하우스 출판본부장(왼쪽 상단부터 시계 방향)

Part1. 2023년 한국 출판계 이슈

올해 출판계 이슈는?

백원근 올해 한국 출판계에는 정책적으로 다양한 이슈가 있었다. 2023년에 한국 출판계와 출판시장에 있었던 주요한 이슈는 무엇이라고 생각하는지 말씀 부탁드립니다.

박태근 올해는 서울시 마포구의 작은도서관 폐관 정책과 플랫폼P(마포출판문화진흥센터)의 운영 문제를 비롯해 진중문고 예산 삭감으로 인한 폐지 우려 등 출판산업 정책과 관련된 이슈들이 독자와 출판사 등에 밀접하게 닿아 구체적으로 영향을 미친다는 것을 새삼 실감한 한 해였다.

김성신 2023년의 가장 큰 이슈는 출판계와 문화체육관광부(이하 문체부) 간의 갈등이라고 생각한다. 문체부에서 서울국제도서전 수익금 누락 및 세종도서 사업 방안을 지적해 조치가 취해지기도 하였는데, 이러한 정책적인 갈등은 내년까지 영향을 미칠 수 있다고 생각한다. 정책적인 이슈 외에는 고(故) 이우영 작가의 '검정 고무신' 사태와 인터넷서점 알라딘의 전자책 해킹 사건으로 인해 대두된 불공정 계약·저작권 침해 문제가 있다. 이 두 가지는 출판산업에 직접적으로 영향을 미치는 굉장히 심각한 문제이다. 따라서 향후에는 이러한 문제가 일어나지 않도록 법적·제도적 장치가 마련되고 있는지 계속해서 반성적인 성찰이 필요하겠다.

김세나 앞서 언급된 이슈 외에도 대학도서관 장서 폐기, 공공·학교도서관 성교육 도서 검열, 서울국제도서전 '오정희 작가 논란', 작은도서관 예산 삭감, 출판 도서 지원 관련 예산(국민독서문화증진) 삭감, 지역서점 활성화 예산 삭감 등 올해는 특히 출판계에 암울한 소식이 많았다. 그리고 알라딘뿐 아니라 서울도서관에서도 전자책 서버가 해킹되는 일이 있었는데, 이런 사건들은 출판의 근간을 흔들고 책 만드는 사람들에게 불안을 안겨주는 아주 심각한 문제라고 본다. 한편 문화적인 측면에서는 올해 이슈로 『슬램덩크』(다케히코 이노우에(井上雄彦), 대원씨아이) 열풍을 눈여겨볼 만하다. 영화 개봉 두 달 만에 단행본 100만 부 판매를 넘길 만큼 대단한 인기가 있었고, 특히 3040 남성 독자층의 힘과 팬덤 문화를 잘 보여주는 사례였다. 뿐만 아니라 수년 전부터 대본집·각본집의 인기가 계속 이어지는 것을 봤을 때 이제 책이 하나의 콘텐츠를 더 깊이 있게 즐기고 소장 욕구를 채우는 '굿즈'로서의 역할로 발전하고 있는 게 아닌가 싶다.



백원근 책과사회연구소 대표

생성형 AI가 몰고 온 출판계 소용돌이

백원근 사회 전반으로 챗GPT(ChatGPT), 구글 바드(Google Bard) 등 생성형 AI 활용이 확산되면서 출판계에서 관련된 책이 많이 출간되기도 했다. 향후 AI가 출판산업의 다양한 부분에 어떻게 영향을 미칠지, AI 시대에 출판 분야는 어떻게 적응해야 하는지, 관련된 책들에 대한 반응은 어땠는지 등 AI와 관련된 이야기를 들어보겠다.

김세나 국내에서 올해 초 처음으로 챗GPT가 쓴 책 『삶의 목적을 찾는 45가지 방법』(스노우폭스북스)이 출간되었는데, 집필부터 교정교열, 책 표지 디자인까지 AI가 도맡아 했다는 사실이 알려지면서 호기심에 사본 독자들이 많다. 또한 한국어가 서툰 일본인이 네이버 번역 AI인 ‘파파고’의 도움으로 한국문학번역원의 번역상을 수상해 논란이 일기도 했다. AI 활용은 빠르게 진화하여 지금은 번역부터 디자인, 일러스트, 창작 등 출판의 전반적인 부분에서 AI를 활용하는 사례가 흔해졌다. 그러다 보니 AI를 활용하여 만든 콘텐츠는 표절 위험도 심각해서 AI가 출판 생태계를 위협하고 있다는 지적도 함께 나오고 있다. 이에 일자리 불안을 느끼는 이들도 있는데, AI가 일자리를 빼앗아 갈 것이라는 주장에는 동의하기 어렵다. 상대적으로 중요도가 떨어지는 단순 작업은 AI로 대체되겠지만, 출판은 각 과정이 매우 섬세하다. 결국 전체 작업을 총괄하는 ‘메타 인지’ 부분에서 인간의 역할이 더 중요할 것이기에 너무 불안해하지 않아도 된다고 본다. 다만 AI를 잘 활용할 줄 아는 프리랜서와 그렇지 않은 프리랜서 간 작업량이나 노동 시간, 결과물의 질적 측면에서 격차가 더 커질 수밖에 없기 때문에 개인은 이를 더 잘 대비해야 할 테고, 출판계에서도 윤리적·제도적으로 잘 준비해야 할 듯하다.

김성신 히든브레인연구소에서 생성형 AI를 통해 저자 100명이 100권의 책을 동시에 출간하는 대규모 프로젝트를 진행한 사례가 있다. 일차적으로는 출판계의 확장성을 잘 보여줬다는 평이 있지만, 우려되는 부분도 있다고 느꼈다. 지금까지는 저자가 책을 통해 자기 자신을 드러내고, 독자들의 신뢰와 팬덤을 기반으로 여러 가지 방면에서 지적 산물을 만들어왔다고 생각한다. 그런데 AI를 활용해 누구나 책을 쓸 수 있는 세상이 온다면 책의 가치는 어떻게 될 것인지, 책을 쓴 저자에 대한 신뢰는 어떻게 쌓아야 하는지에 대한 의문이 생기게 된다. 다시 말해서 너무 많아지면 가치는 휘발된다는 것이다. 그래서 지금은 챗GPT 등 AI를 활용한 다양한 책들이 나오고 있지만 조만간 독자들은 AI를 활용했다는 사실만으로는 특별한 가치가 있다고 판단하지 않을 것이다.

박태근 올해 챗GPT 관련 도서가 100종 이상 출간되었다. 이러한 기술 이슈에 있어서 한국 출판계가 책으로써 굉장히 빠르게 대응하고 있다는 점이 주목할 만한 것 같다. 그런데 출판산업에 있는 많은 분들은 당장의 생존이 시급하다 보니 아직까지는 AI와 거리감이 있다. 지금은 이 기술을 여기저기에 활용해보고 있는 시기인 것 같다. 예컨대 외서를 기획하는 단계에서 AI 번역을 통해 책 전체를 번역해보는 경우가 많아졌다. 그리고 교재 등 지식을 전달하는 책을 만들 때는 교정교열 단계에서 문장을 보는 것만큼이나 내용이 합치하는지 확인하는 작업도 중요한데, AI를 통해 굉장히 빠른 속도로 이 일을 해내고 있다. 이렇게 작은 부분부터 출간까지 다양하게 AI가 활용되고 있는 상황이지만, 이에 대해 뭐가 옳고 그른 건지는 잘 모르고 있기 때문에 서로가 AI를 어떻게 쓰고 있는지, AI로 무엇을 하고 있는지 활용 사례를 많이 공유해야 할 필요가 있다. 그리고 우리 사회가 맞이하게 될 총체적인 기술 변화에 있어서 출판산업에 필요한 기술은 무엇인가 따져봐야 한다고 생각한다. 즉 우리에게 필요한 기술을 커스터마이징(Customizing)해서 사용할 수 있어야 한다는 것이다. 출판사 규모에 따라 기술 도입에도 격차가 생길 수 있을 터라, 업계 전체에서 필요한 기술의 내용이 무엇인지, 이를 어떻게 개발하고 공유할 것인지에 대한 고민과 대응이 필요하

다고 생각한다.

백원근 무엇보다도 생성형 AI라는 사회적 관심사에 부응하는 출판시장의 새로운 기회를 만들었다는 점에서 의미가 있는 것 같다. 출판산업에서의 활용 단계는 아직까지 초입 단계이지만 앞으로도 변화에 맞춰서 콘텐츠로 잘 만들어내는 것이 중요하겠다. 또 새로운 기술을 활용하며 생기는 정보 격차의 문제는 향후 검증된 기술이나 방법이 나타나면 그것을 작은 출판사에서도 활용할 수 있도록 보급되어야 한다는 시사점도 있는 것 같다. 한편, 국제적으로는 AI의 역할과 기능에 대해 규제적인 관점에서 규율을 강화하는 작업들을 하고 있다. 결국 사회의 질서를 판단하는 것은 사람이기 때문에 사람에게 도움이 되는 방향으로 활용하기 위한 노력이 계속될 것이라고 생각한다. 하지만 AI의 저작권 침해에 대한 문제 등은 화근이 될 수 있는 소지가 있어서 앞으로 주의해야 할 부분이 아닌가 싶다.



김세나 퍼블리셔 대표

주목해야 할 출판 마케팅 사례는?

백원근 최근 주목해야 할 출판 마케팅 사례나 새로운 동향은 무엇인가?

김세나 ‘올해 마케팅 트렌드’라고 꼽아 말하긴 어렵지만, 최근에 특히 역주행 도서들이 꽤 많았다. 물론 과거에도 방송이나 신문에 특정 도서가 언급되면 역주행하는 사례가 있었지만 요즘에는 출판사에서 수소문 해도 이유를 알 수 없는 경우가 많아졌는데, 이제는 유튜브 등 매체가 다양해져서 모든 대중이 아는 파워 인플루언서가 아니더라도 마이크로 인플루언서의 영향력이 꽤 크기 때문이다. 최진영 작가의 『구의 증명』(은행나무, 2015)이 바로 그 대표적인 사례 아닐까. 2020년부터 판매량이 꾸준히 늘더니, 올해 1분기에는 5만 부가 팔리고, 현재 총 15만 부 이상 팔린 걸로 알고 있다. 요즘 독자들은 최대한 시간과 노력을 덜 들인 검증된 선택, 실패하지 않는 선택을 하고 싶어 한다. 따라서 독자 스스로의 감이나 스스로 재밌어 보이는 책을 고르기보다 내가 믿을 만한 사람, 즉 그 사람이 구독자가 적은 유튜브일지라도 나와 취향이 겹치고 가치관을 공유하는 사람의 선택을 믿고 구매하는 것이다. 그래서 서점 마케팅보다는 이러한 ‘믿을 만한 사람’의 추천, 즉 입소문이 더 중요해지고 있다. 그러니 출판사에서는 홍보 계획을 세울 때, 유명인이 아니더라도 해당 도서와 핏(fit)이 잘 맞는 채널을 활용해야 할 것이다.

김성신 출판과 책에 대한 대중적 영향력을 연예인이나 인플루언서 등 유명인사가 아니라, 출판산업 내부

자(출판인)가 직접 가질 수 있다면 그것이 가장 바람직할 것이다. 올해 교유서가에서 신입 마케터 두 분이 유튜브로 직접 나서며 재미있는 진행과 완성도 높은 콘텐츠 편집으로 인지도를 쌓기 시작했다. 이전에도 흐름출판의 박대리 등 출판인의 정체성을 가진 마이크로 인플루언서들이 등장해 의미 있는 성과를 보여주었다. 이런 것이 작은 사건들 같지만, 멀리 보았을 때 굉장히 큰 의미가 있다는 생각이다. 이제 출판계 내부에서 출판 인플루언서들을 직접 생산할 수 있다는 가능성이 보이기 시작했다는 측면에서 그렇다. 출판계 뿐 아니라 도서관계, 서점계 등 책을 중심에 두고 있는 여러 공공기관이나 산업계가 모두 이런 상황을 주의 깊게 보면서 그 성과를 공유할 필요가 있다고 생각한다.

박태근 올해의 출판 마케팅 사례 중 가장 기억에 남는 건 ‘공간 경험’이다. 최근 문학동네에서 무라카미 하루키(村上春樹) 작가의 신간을 출간하면서 성수동에 팝업스토어를 내어 ‘하루키 스테이션’을 진행했다. 그리고 위즈덤하우스에서는 피크닉이라는 공간에서 류이치 사카모토(坂本龍一) 전시를 진행했다. 그런데 이러한 ‘공간 경험’ 마케팅은 충분한 자본과 컨설팅이 필요하기 때문에 작은 단위의 도서에서는 진행하기 어려운 부분도 있다. 다만 지금 한국에서 가장 힘찬 장소들에서 운영되었다는 게 책과 저자에 대한 독자들의 매력을 높이고 판매를 증가시키는 데 큰 역할을 했다고 생각한다. 두 번째는 ‘펀딩의 비편당화’이다. 도서 펀딩은 초기에 작은 출판사의 좋은 책을 지원한다는 의미로 시작되었는데, 이후 책을 출간하기 전 일종의 예약 판매 같은 방향으로 진행되다가 지금은 인터넷서점 사이에서 경쟁 마케팅 톨로 활용되면서 출판계 10위권 안에 있는 대형 출판사들도 펀딩을 진행하고 있다. 펀딩의 목표 금액도 크지 않아서 펀딩 그 자체보다는 그로 인한 홍보 효과를 노리는 것이다. 사실상 ‘단독 예약 판매’처럼 진행되고 있는 지금의 유명무실해진 펀딩이 독자들에게 꾸준히 긍정적인 반응을 얻을지 의문이다.

김성신 각 인터넷서점에서 진행되는 도서 펀딩에 대해 한 가지 짚고 싶은 부분이 있다. 어떤 출판사가 한 서점에서 도서 펀딩을 진행하면, 다른 서점에서는 그 책을 진열하지 않는 관례가 있다는 이야기를 듣고 굉장히 충격을 받았다. 서점의 기능을 망각하고 있다는 생각이 들었다. 책은 판매하는 ‘상품’이기도 하지만, 동시에 사회적 공공성을 가지고 있는 특별한 존재다. 그래서 면세도 받고 공공도서관에서 무료로 빌려볼 수도 있는 것 아닌가. 즉 책에는 공공재로서의 본질이 있다는 것에 대해 사회적 합의가 있는 것이다. 서점 간의 경쟁과 마케팅이 사회적 공공재를 다룰 만한 수준인지 다시 점검할 필요가 있다. 출판사와 서점이 단순히 돈벌이가 아닌 파트너십을 가지고 서로의 경영 철학에 대해 다시 한번 생각해 보았으면 한다.

백원근 도서 펀딩을 출판사와 인터넷서점 간의 협업 이벤트 정도로만 생각하기 때문에 그에 대해서 별도로 문제의식이나 비판적인 사고를 하지 못한 측면이 있는 것 같다. 서점의 이야기가 나온 김에, 유통에 관해서도 혹시 덧붙일 말씀이 있다면 부탁드립니다.

박태근 최근 오픈마켓의 대표 주자인 쿠팡의 매출이 알라딘을 넘어서는 출판사들이 속속 생겨나는 상황이다. 이 사실은 이후의 출판 마케팅이나 유통·판매에 분명히 영향을 미칠 것이라고 생각한다. 출판사들은 현재 서점의 추천 역할이 유튜브 등 외부 채널을 통한 마케팅보다 작다고 느끼고 있다. 오픈마켓의 매출은 증가하고 있는데 출판계가 서점에 갖게 되는 기대치가 낮아지고 있다는 것은 서점의 입장에서 굉장히 심각하게 받아들여야 할 문제라고 생각한다.

김세나 그래서 요즘 출판사에서 마케터를 추천해달라며 필수 요건처럼 “쿠팡 유통을 할 줄 아는 사람이 있으면 좋겠다.”라는 이야기를 한다. 출판 마케팅의 경험이 전혀 없어도 쿠팡에 적극적으로 대응할 수 있는 사람을 원하는 것이다. 그런데 지금처럼 쿠팡의 영향력이 지나치게 커지다 보면 점차 출판 유통 구조

에 심각한 문제가 생길 수도 있지 않을까 우려스럽기도 하다. 일반적으로 꿈는 쿠팡의 장점은 빠른 배송과 더불어 무료 배송·무료 반품인데, 인터넷서점에서는 무료 반품이 불가능한 시스템이다. 그래서 쿠팡의 이러한 편의성에 독자들이 익숙해진다면 책을 조금 읽다가 반품하는 일도 비밀비재할 테고, 동네서점은 더 어려워지고 출판사 재고 처리 문제까지 자칫 책을 만들고 파는 사람들이 더 힘들어질 수도 있을 듯하다.

김성신 말씀하신 것처럼 인터넷서점에 쿠팡처럼 무료 반품이 가능한 시스템을 기대하는 건 사실상 산업 기반 자체를 부정하는 것과 다를 바가 없다고 생각한다. 책은 기본적으로 경험재이기 때문에 파본과 같은 물리적 하자가 없는 이상 무료 반품이 본질적으로 불가능한 성격의 상품이다. 모두가 읽고 반품하기를 반복한다면 출판산업이 존립할 수 없단 의미이다. 책의 무료 반품이 가능하도록 만드는 시스템 그 자체에 문제가 있다고 생각한다.



김성신 출판평론가와 박태근 위즈덤하우스 출판본부장

Part2. 출판 분야별 동향과 2024년 트렌드 예측

자기계발 분야와 업마켓 소설의 강세

백원근 올해 『세이노의 가르침』(세이노, 데이원)이 압도적으로 많이 팔린 책이었다. 이 책을 필두로 자기계발서 분야 인기의 배경이 무엇이었는지, 이러한 흐름이 내년에도 이어질 것인지 짚어보는 시간을 가져보자.

박태근 자기계발서 분야의 인기는 내년에도 지속될 것이라고 본다. 우선 올해 압도적인 판매량을 보여주었고, 또 독자 커뮤니티가 형성되어 서로의 경험을 공유하고 공부로 이어가는, 확산되는 문화가 있었기 때문이다. 지친 마음을 위로하고 돌보는 방향보다 각자도생의 세상에서 나를 지키며 나만의 돌파구를 찾으려는 독자들의 적극성이 확인된 상황이라 봐야겠고, 마침 이들에게 필요한 일침 그리고 세상에 휘둘리지 않는 삶의 자세를 전하는 일종의 ‘구루(Guru)’가 연이어 등장했다는 점도 주목할 부분이다. 이들의 성공담 그리고 이로부터 이어지는 태도를 지나 구체적인 실천 영역의 책들로 흐름이 이어지지 않을까 예측해본다.

김성신 자기계발서 분야는 사회의 불안 요소가 커졌을 때 인기를 얻는 경향이 있어 내년에도 이 분야의 인기가 지속될 것이라고는 보지만, 구체적으로 어떤 주제의 책들이 인기를 얻을지는 예측하기 어렵다. 그런데 가령 『세이노의 가르침』처럼 대형 베스트셀러가 나왔을 경우에는 이전의 책들과 다른 어떤 특징이 있는

지 생각해보아야 한다. 일단 제목에서 오는 압도적인 뉘앙스와, 출간 전부터 이미 SNS를 통해 충분한 신뢰를 구축했다는 점이 눈에 띈다. 그리고 ‘과거에 인정받던 사회적 권위’가 대중들이 책을 선택함에 있어서 더 이상 중요한 요인이 되지 않는다는 것을 알 수 있었다. 즉, 과거에는 교수, 의사 등 저자의 직업이 중요했다면 지금은 ‘천억 원이 있는 사람’으로 바뀌었다는 것이다. 독자들의 이런 성향이 내년 출판 기획에 발 빠르게 반영되겠지만, 장기적으로 이런 방향으로 가는 것이 옳은지는 점검해볼 필요가 있을 것 같다.

김세나 SNS 발달로 자기의 삶을 타인과 비교하는 분위기 속에 부와 성공에 대한 현대인의 욕망은 계속 커질 테니, 이를 자극하는 자기계발서도 꾸준히 읽힐 것이다. 다만 이전과 조금 다른 양상이 보인다. 『세이노의 가르침』은 어찌 보면 흡수저 출신의 끈대라고 할 수 있는 사람의 이야기인데 왜 독자들이 열광하는지를 살펴보면, 이제는 어떤 대단한 능력을 갖춰 엄청난 노력으로 성공한 이야기보다 ‘평범한 사람인데 나도 따라 하면 저 사람처럼 부자가 될 수 있다.’라는 메시지에 대중이 더 귀담아 듣는 게 아닐까 싶다. 올해 출간된 송희구 작가의 『나의 돈 많은 고등학교 친구』(서삼독)도 비슷한 사례이다. 『서울 자가에 대기업 다니는 김 부장 이야기』(서삼독, 2021)에 이어 나온 이 책은 소설이지만, 나보다 나은 것 없었던 친구가 성공하게 된 이야기를 듣는 방식이 자기계발서와 유사해 남성 독자들이 유독 많이 읽었다. 이렇듯 소위 ‘잔 지식’을 주는 책들이 자기계발서 분야에서 인기를 얻을 것으로 보인다.

백원근 소설 분야에서는 ‘힐링 소설’이라고 불리는 책들이 여전히 대세인데, 앞으로도 이 인기가 유지될까? 소설 분야의 앞으로의 전망에 대해서는 어떻게 생각하는지 말씀 부탁드립니다.

김성신 『달려구트 꿈 백화점』(이미에, 팩토리나인, 2020), 『불편한 편의점』(김호연, 나무옆의자, 2021), 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』(황보름, 클레이하우스, 2022) 등의 작품을 우리가 보통 ‘힐링 소설’이라고 칭한다. 그런데 지금처럼 이 장르를 협소하게 규정한다면, 이미 거듭 소비된 상황에서 인기가 지속되기는 어렵다고 볼 수 있다. 그러나 최근 대두되고 있는 ‘업마켓 소설(순문학의 문학과 장르문학의 대중성 그 사이에서 양쪽의 장점을 잘 결합한 작품)’로 확장하여 규정한다면 이 분야의 시장이 더욱 확대될 가능성도 있다고 생각한다. 『불편한 편의점』이 영국 등 해외에 수출되고 좋은 반응을 얻으면서 이 분야의 책은 한국이 잘 만든다는 국제적인 평판이 만들어졌다. 그리고 이런 점은 저작권 수출 추이를 통해서 검증되고 있다. 그렇기 때문에 ‘힐링 소설’이라는 범주로 쉽게 소비하지 말고, ‘업마켓 소설’이라고 범주를 확장해서 이 분야의 책들이 더 양성하게 생성되고 소비될 수 있게끔 해야 한다. 더 나아가 장르문학의 재능 있는 작가들이 이 시장으로 유입되고, 이 시장이 더 발전할 수 있도록 출판계에서 생산적인 시스템을 만들면 좋겠다.

박태근 한편으로, 소설 안에서 장르를 규정하는 것이 무의미한 상황에 이르렀다는 생각이 든다. 순문학과 장르문학의 구분조차도 허물어진 상황이고, 작가들도 그러한 규정에 스스로를 가두지 않고 글을 쓰기 때문에 소설 내의 경계가 없는 상황인 것이다. 독자 중심으로 생각해봐도 과거에는 동시대성을 보여주는 작품을 상당수의 독자가 읽었다면, 최근에는 가장 인기가 높은 작가일지라도 10만 부 판매도 어려운 상황이 되었다. 즉, 다품종 소량 생산에 접어들며 출판사 입장에서 ‘메가 셀러’가 나오기 굉장히 어려운 구조가 된 것이다. 그리고 예전처럼 작가들이 등단이나 문학상을 통해서 데뷔를 하는 것도 아니기 때문에 작가를 찾아야 하는 방법은 훨씬 넓어졌는데, 그 결과에 대한 보상은 기대보다 적어졌다. 이러한 소설 시장에서 출판사들이 그나마 안정적인 방법으로 시도하고 있는 것은 ‘영상화’이다. 전통적인 맥락에서 책을 출간해왔던 출판사들보다 오히려 영상화를 중심으로 소설을 개발하는 출판사들이 베스트셀러를 많이 출간하고 있다. 그리고 실제로 사전에 영상화되어 있는지 여부가 독자들에게도 책에 대한 선호도나 구매를 결정하는

데 있어서 영향을 미치고 있다. 이 때문에 시나리오 작가나 방송 작가들이 출판사와 기획해 펴낸 책들이 시장에서 좋은 평가를 얻고 있기도 하다. 전통적인 방식으로 소설을 내온 출판사들도 새로운 출구와 전략을 적극적으로 찾아나서야 할 것이다.



백원근 책과사회연구소 대표

분야별·키워드별로 알아보는 2023 트렌드와 2024 예측

백원근 올해는 포스트코로나 시대가 되면서 여행서가 많이 활성화됐고, 만화 분야도 반응이 좋았다. 그에 반해 주식과 관련된 책들 즉, 코로나19 팬데믹 시절에 많이 팔렸던 경제경영서는 하락하는 경향이 있었다. 2023년 출판시장의 트렌드, 2024년의 예측에 대해 말씀 부탁드립니다.

김세나 작년부터 올해까지 꾸준히 출간되고 있는 주제인데, 내년에는 ‘돌봄 문제’를 다룬 책들이 더 본격적으로 나오지 않을까 싶다. 예전에는 주로 장애인, 아동, 노인 등 사회적 약자만을 ‘돌봄’의 대상으로 생각했는데, 앞으로는 누구나 돌봄의 대상이 될 수 있다는 인식이 확대될 것으로 보인다. 올해 베스트셀러였던 『김미경의 마흔 수업』(어웨이크북스, 2023), 김혜남 작가의 『만일 내가 인생을 다시 산다면』(메이븐, 2022)도 넓게 보면 나를 돌보는 책이라 할 수 있다. ‘돌봄’이라는 키워드 안에서 인문서나 에세이, 소설 등 분야도 다양하게 확장되고, 세부 주제도 심리·정신분 아니라 체력, 경제 등으로 더 넓게 다뤄지지 않을까. 또한 과학서의 인기 역시 내년에도 이어질 듯하다. 예전에는 자연과학을 전문으로 공부했던 사람들이 과학책을 구매했다면, 이제는 독자층이 일반 대중으로까지 확대되고 있다. 방송이나 언론, 영화에서 과학을 소재로 많이 다루기도 하고, 유튜브 등을 통해 기초 과학 지식 정도는 접한 바 있기에 호기심이 생긴 것이다. 그래서 대중에게 과학이 이제는 전문 지식이라기보다 책을 통해 더 깊이 알고 싶은 교양의 영역으로 넘어간 듯 보인다. 베스트셀러였던 『물고기는 존재하지 않는다』(룰루 밀러(Lulu Miller), 정지인 옮김, 공출판, 2021), 『문과 남자의 과학 공부』(유시민, 돌베개, 2023)이 대표적인 사례다.

김성신 조금 더 보태자면, 과학 분야에서 독특하고 좋은 작가들이 많이 등장한 것 역시 시장이 확대되는 배경이 아니었나 싶다. 즉 내용과 형식이 함께 상승효과를 만들어가고 있는 것이다. 또 다른 축으로는 의사인 저자들도 내년에 대거 등장할 것 같다. 이미 의사로서 책을 잘 쓰는 저자들도 많고, 동아시아 출판사에서 ‘히포크라테스’라는 의학 전문 분야 브랜드를 만들기도 했다.

백원근 꼭 교양과학 분야뿐만 아니라 전체 분야에 전반적으로 그러한 경향이 보이는 것 같다. 유튜브로 활동하면서 지명도를 갖게 된 저자들이 낸 책들이 그러하데, 이들이 출간한 책은 쉽게 풀어 쓴 덕에 판매도 많이 된다. 유튜브나 SNS를 통해 매체 환경이 바뀌며 과거의 전통적인 저술이나 창작과는 달리 일상의 영역에서 말하듯 풀어쓴 책들이 전체 장르로 확산되고 있는 것 같다.

김성신 불확실성으로 인한 불안감이 극심한 시대다. 앞이 보이지 않고 예측도 불가능하다. 이 시대를 살아가는 대부분의 사람들이 밝고 긍정적이기보다는 어둡고 비관적인 느낌으로 미래를 전망한다. 앞서도 언급한 것처럼 자기계발서에 독자의 관심이 집중되는 사회적 배경이 있는 것이다. 2023년의 베스트셀러 최상위 10권 중에서 『세이노의 가르침』, 『김미경의 마흔 수업』, 『원씽』(게리 켈러·제이 파파산(Gary Keller·Jay Papasan), 비즈니스북스, 2013), 『퓨처 셀프』(벤저민 하디(Benjamin Hardy), 상상스퀘어, 2023), 『역행자』(자칭, 웅진지식하우스, 2022)까지, 무려 5권이 자기계발서였다. 인문서로 분류되긴 하지만 10위권에 들어온 『문과 남자의 과학 공부』, 『만일 내가 인생을 다시 산다면』, 『도둑맞은 집중력』(요한 하리(Johann Hari), 어크로스, 2023) 역시 다수의 독자에게 자기계발의 목적으로 소비되는 책들이다. 그러니까 ‘자기계발’이라는 키워드가 압도적이라는 의미다. 이런 추세가 내년에 급격하게 바뀔 것이라고 생각하지 않는다. 이런 현상이 생성된 사회적 환경이 달라지 않을 것으로 보기 때문이다. 2024년 역시 자기계발 분야 혹은 자기계발의 코드를 가진 인문 교양서들이 압도적일 것으로 전망한다.

박태근 말씀하신 『도둑맞은 집중력』의 화제에 대해 덧붙이고 싶다. ‘집중력’이라는 키워드를 좀 더 넓게 보면 중독과 연결해서 당연한 현실을 살필 수 있겠다. 그것이 주의든 집중이든 돈이든 쾌락이든 그야말로 모든 것을 중독 상태에 두고자 하는 상황이다 보니 이에 대한 고민이 이어진 상황인데, 누적 판매 10만 부에 다다른 『도파민네이션』(애나 렘키(Anna Lembke), 흐름출판, 2022)을 함께 꼽을 수 있겠고, 노화와 건강 맥락으로 보이는 책이지만 『당신도 느끼게 나이 들 수 있습니다』(정희원, 더퀘스트, 2023)의 화제도 같은 궤에서 설명될 수 있겠다. 한편 최근 몇 년 동안 사회과학 분야가 하강세였다. 한동안 상승을 주도하던 페미니즘, 젠더 관련 도서 시장이 최고점에서 내려와 안정세로 접어들었고, 장애와 비인간 등 새로운 주제는 영글어가는 중이다. 2024년 4월에는 총선이 있는데 워낙 갈등이 심한 정치 상황이라 현실 정치 관련 도서들을 통해 각 진영에서 적극적으로 다음 모색을 발언할 것으로 보인다. 이 자체를 좋다 나쁘다 평가할 건 아니지만, 이 과정에서 꼭 짚어야 할 한국 사회의 쟁점과 전망이 잊히지 않고 논의되기를 바란다.



박태근 위즈덤하우스 출판본부장

한국 책의 해외에서의 성과

백원근 지금까지 내수 시장 이야기를 했다면, 이번에는 올해 한국 책의 해외 번역출판 및 저작권 수출 성과에 대한 이야기를 나눠보자.

박태근 한 번 열린 문은 쉽게 닫히지 않고 한 번 열린 길 위에는 무언가 흐르기 마련이라는 이야기가 맞춤형 올해였던 것 같다. 부커상(The Booker Prize) 인터내셔널 부문에 지난해 박상영, 정보라 작가에 이어 올해에는 천명관 작가가 『고래』(문학동네, 2004)로 최종 후보에 올랐고, 몇 해 전 같은 상을 이미 수상한 한강 작가는 올해 프랑스에서 메디치상(Prix Médicis)을 수상했다. 수상작 『작별하지 않는다』(문학동네, 2021)는 프랑스 페미나상(Prix Femina) 외국문학 부문에서도 최종 후보에 올랐다. 마지막으로 정보라 작가의 『저주토끼』(래빗홀, 2023)는 전미도서상 번역 부문 최종 후보까지 올랐다. 수상과 무관하게 이런 소식이 매해 이어지는 상황 자체가 무척 반갑고 또 이어나가야 할 대목이겠다.

김성신 말씀하신 것처럼 다양한 작품이 해외 문학상 후보에 이름을 올렸다. 박상영 작가의 『대도시의 사랑법』(창비, 2019)도 국제 더블린 문학상(International Dublin Literary Award) 1차 후보(롱리스트)에 올랐고, 러시아어권에서는 김애란 작가의 『바깥은 여름』(문학동네, 2017)과 정이현 작가의 『상냥한 폭력의 시대』(문학과지성사, 2016)가 야스나야 폴라나 문학상(Yasnaya Polyana Literary Award) 해외문학 부문 후보에 올랐다. 또 손원평 작가의 『프리즘』(은행나무, 2020)은 일본 서점대상 번역소설 부문 2위에 올랐다. 이와 함께 『메리골드 마음 세탁소』(윤정은, 북로망스, 2023)의 저작권 수출도 의미 있는 성과로서 거론하고 싶다. 영미권 출판사 펭귄랜덤하우스와 무려 20만 달러의 선인세를 받고 계약했다. 최저의 계약금으로 한국 문학 작품의 저작권이 팔리던 시절은 이제 옛 이야기가 된 것이다. 2023년 올해는 세계 출판시장에서 대한민국 문학이 작품성과 상업성 양쪽 모두에서 최고의 가치를 인정받은 한 해였다.

김세나 올해 해외에서 한국 문학 작품에 대한 호평이 이어지고 있다 보니, 한국 문학에 관한 세계적 관심이 크다. 그래서 해외 도서전에 나갈 때 판권 수출을 위해 적극적으로 샘플 번역과 제안서를 만들어 가는 출판사들도 늘고 있다. 처음부터 해외 진출을 염두에 두고 출간하는 사례가 많아진 만큼 더 적극적인 번역 지원이 필요하겠다. 무엇보다 국내 독자층이 지금보다 단단해져야 한국 문학의 지속적인 발전이 있을 테니 이를 위해 출판계가 함께 노력해야 하고, 특히 문학 분야의 정부 지원이 축소되지 않길 바란다.

백원근 언급하신 작품들 외에 신경숙의 『바이올렛』(문학동네, 2001)도 전미도서비평가협회상 번역문학 롱리스트에 올랐다. 수상 불발은 아쉬운 대목이지만 후보작에 오른 것만 해도 대단한 성취다. 지난해 영국에서 출간된 백세희 작가의 에세이 『죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어』(흔, 2018)도 출간 6개월 만에 10만 부가 팔렸다. 올해는 그림책 분야에 이어 한국 문학의 국제 무대에서의 성과가 일거에 꽃핀 해였다. 학습 만화에서 점화된 한국 도서의 해외 진출이 이제는 문학과 비문학 분야에서 고르게 약진하는 것은 고무적인 현상이다. 그래서 갈수록 해외 진출을 염두에 둔 출판 기획과 저작, 편집이 요구되는 것 같다. 한편으로 이웃 나라 일본의 서점계를 보면 기노쿠니야(Kinokuniya) 서점이 41개, 츠타야(Tsutaya) 계열 서점이 23개의 해외 매장을 각각 운영한다. 해외 현지에서 한국 책의 원서와 번역서를 중점 비치하고 현지 도서도 함께 판매함으로써 한국 문화의 매력을 '직접 판매' 방식으로 알릴 수 있도록 정부와 업계가 함께 고민했으면 한다.



백원근 책과사회연구소 대표와 김세나 퍼블리셔 대표

Part3. 책 생태계와 2024년 전망

독자를 늘리기 위한 현실적인 방안 강구되어야

백원근 앞서 Part1과 Part2에서 출판계에 대한 이야기부터 출판시장에 관한 이야기까지 의미 있는 이야기를 많이 해주셨다. 그런데 이 산업을 떠받치는 게 바로 국민의 독서력이다. 며칠 전 통계청에서 사회조사 발표했는데 2021년에는 13세 이상 독서율이 45.6%였는데, 올해 발표한 것은 48.5%로 2.9%p 증가했다. 그나마 바닥을 찍고 이제 독서율이 올라가기 시작한 것인가 싶어 안심이 되는 부분도 있지만, 아직까지도 두 명 중에 한 명은 책을 읽지 않고 있는 상황이다. 더욱이 평균 독서량이 15.2권에서 14.8권으로 약간 감소하기도 했다. 독서율이나 독서량이 곧바로 책 판매와 직결되는 것은 아니지만, 지금 출판계에서는 어떻게 하면 MZ세대를 애독자 혹은 생애독자로 만들 수 있을까 하는 고민이 있는 것 같다. 쉽지 않은 이야기이지만 앞으로 어떻게 해야 젊은 세대들에게 독서 친화적인 환경이 만들어질 수 있을지 방안이 있다면 말씀 부탁드립니다.

김성신 ‘책 안 읽는다, 독서율이 낮아지고, 독서량이 줄어들었다...’ 이런 출판계의 부정적인 구호들이 언론이나 방송을 통해 무한 반복되고 있는데, 이게 독자들에게 실효성이 있는가 하는 의문이 든다. ‘남들이 다 하는 Must Have Item’이라고 소개해도 선택할까 말까인 지금의 대중들이 이전 아무도 안 읽는다는 책이라는 것을 굳이 찾아 읽을까? 그런데 사실 한국이 출간 종수로는 전 세계에서 7~8위를 할 정도의 출판 대국이다. 그런데도 한국인은 한국의 출판산업과 출판문화 등에 대해 자부심이 없다. 한국의 출판산업이 독자들에게 지난 수십 년 동안 계속해서 부정적인 신호만 보내고 있기 때문이다. ‘한국인들이 책을 읽지 않는다.’는 식의 낡은 캠페인이 오히려 역효과를 만들고 있는 건 아닐까 생각해봐야 한다. 이제는 국민 모두가 대한민국의 출판산업에 대해 자부심을 가질 수 있도록 독서와 책 읽는 사람에 대한 긍정적이고 건강한 신호를 보내야 할 때라고 생각한다.

김세나 사실 종이책을 많이 안 읽는 거지, 대중들이 읽기를 예전보다 하지 않는 건 아니다. 우리가 독서율을 높인다고 할 때, 전통적인 종이책만 한정해서 생각해서는 안 된다. 앞으로는 태어날 때부터 디지털 세대인 아이들이 독자가 될 텐데, 이들을 책과 출판계로 끌어오려면 디지털 독서에 대해서도 고민이 더 필요하다. 최근 ‘인터랙티브 콘텐츠(interactive contents)’도 늘고 있다. 채팅형 소설을 보면 독자가 직접 참여하여 주인공과 대화를 나누기도 하고, 작가와 소통하여 결말을 바꾸기도 하는데, 적극적인 소통을 통해

독자들이 스스로 책을 만들어가는 것이다. 알파세대가 지금은 출판계의 주요 독자층이 아니기 때문에 이들의 성향과 문화를 크게 신경 쓰고 있지 않지만, 앞으로 이 세대를 출판계로 불러오려면 이들이 즐겁게 독서할 방법을 계속해서 고민해야 한다. 그리고 최근 도서관들이 여러 이유로 많이 폐관되고 있는데, 아이들이 책을 경험할 수 있는 공간이 점차 없어지면 독서율을 높이기 절대적으로 힘들다. 당장에 눈에 보이는 성과에만 집중하지 않고 미래의 대한민국을 이끌 인재에 투자한다는 마음으로 정책이 수립되면 좋겠다.

박태근 작년에 20대의 소설 독자들을 만나 이야기를 들어본 적이 있었는데, ‘헤비 리더(heavy reader)’라고 불릴 정도로 책을 많이 읽는 분들임에도 대부분 종이책을 구매하지 않고 전자책이나 도서관을 이용해 독서를 하는 분들이었다. 그 이유는 대부분 경제적인 요인 때문이었다. 이 부분은 출판계에서 어찌할 수 없는 부분이기도 하지만, 이렇듯 독서율이라는 것에는 책을 소비해서 읽는 독자와 대여해서 읽는 독자가 혼재되어 있기 때문에 출판사에서도 책 판매를 위한 독자 설정에 대해 고민이 필요할 것이라고 생각한다.

김성신 이제는 종이책 기반, 즉 제조업 기반의 출판산업이 그 다음 차원의 산업으로 진화되어야 한다는 시대적 사인이 나오고 있는 게 아닌가 싶다. 종이책의 형태가 아닌 언어 기반의 모든 콘텐츠에 출판이 관여하게 된다면, 출판산업이 지금보다 훨씬 거대해지고 발전할 수 있는 가능성도 분명히 있다고 생각한다. 당장의 고통은 크겠지만 이 고통을 통해 메타모포시스(Metamorphosis), 즉 변태의 과정을 거쳐 다음 단계의 산업구조가 되면, 출판산업이 미디어산업의 중심이 될 것이라고 생각한다.

백원근 각 나라마다 차이는 있지만 디지털 출판의 비중이 커지고 있는 상황인데, 출판시장에서의 대응력은 다른 분야에 비해서 크게 못 미치고 있는 것 같다. 독자들의 수요에 비해 공급망이나 적절한 콘텐츠의 개발이 늦다는 생각이 들고, 이에 따른 판매 촉진을 위한 여러 활동들도 아직까지 많이 부족한 상황이 아닌가 생각이 든다. 앞으로 디지털 환경에서 각종 기사나 정보에 시가 책 관련된 것을 자동으로 추천해주거나 연결해주는 시스템이 개발이 되어서 책의 소비가 확장되면 좋겠다. 해외의 사례를 보면 틱톡의 ‘북톡(BookTok)’ 서비스가 상당히 인기여서, 영국출판협회에서 작년에 20대 전후의 사용자에게 설문조사를 했더니 응답자의 절반 가까이인 48%가 북톡에 소개된 책을 보러 서점을 방문했다고 응답했다. 반스앤노블에서는 북톡에 소개된 책들을 전용으로 판매하는 진열 코너를 만들기도 했다. 결국 이렇게 새롭게 등장하는 매체들을 잘 활용해서 종이책 판매에 대한 노력이 총량적으로 더 커져야 하겠다는 생각이 든다. 작은 출판사에서 개별적으로 유튜브나 SNS 활동을 하기 어렵다면 공적 자원을 통해 영향력 있는 책 추천 플랫폼을 만들어 책 문화를 확산시켜 나갈 수도 있겠다.



김성신 출판평론가

미리 살펴보는 2024년 출판 생태계 전망

백원근 2024년 달력을 보니 1월에 고(故) 김대중 전 대통령 탄생 100주년이, 4월에 국회의원 총선거, 7~8월에는 파리 올림픽 그리고 11월에는 미국 대선이 있다. 그리고 유통 분야에 있어서는 대기업에서 오프라인 서점 진출을 제한하는 생계형 적합업종 5년 한도가 2024년 10월에 끝난다. 그래서 서점계에서 다시 연장할지 여부에 따라 유통시장이 재편될 가능성도 있을 것 같다. 내년에도 원가 비용 상승이나 소비자들의 구매심리 위축 등으로 인해 출판계가 녹록지 않을 것이라는 우려도 있다. 내년도 시장 전망을 어떻게 보시는지, 이 위기에 어떻게 대응하면 좋을지 총괄적으로 이야기를 들어보고 싶다.

김성신 현재 피부로 느끼고 있는 출판산업에 대한 정부의 지원이나 정책에 대한 아쉬움은 내년에도 고스란히 재현될 것이라고 예상한다. 대신 출판계 자체의 위기감을 내부적으로 많이 공유하고 많은 출판인이 함께 고통을 겪으면서 결속할 수 있는 계기가 되길 기대한다. 결국 긍정적 변화는 외부가 아니라 내부에서 함께 만들어내는 것이다.

박태근 내년에도 올해와 대동소이할 것이라고 예측해 본다. 특히 메가 셀러가 줄어들고 있는 상황에서 10만 부 판매 도서도 줄어들고 있기 때문에 내년의 인기 도서 경향성을 예측하기도 힘들다. 출판 생태계의 진화와 발전을 위해서는, 출판계가 출판계만 보지 않아야 한다고 생각한다. 출판산업은 여타의 문화산업과 관여되거나 인접한 경우가 많은데, 다른 산업과의 협업과 소통을 통해 시야를 더 넓히고 함께 목소리를 높여 새로운 국면을 도모해야만 앞으로 나아갈 수 있다고 생각한다.

김세나 2022년 부커상 후보에 올랐던 박상영 작가가 블러썸크리에이티브 소속사와 전속 계약을 체결한 바 있다. 블러썸크리에이티브 소속사는 연예기획사가 만든 계열사인데 한국 최초의 작가 매니지먼트 회사로 김영하, 김중혁, 김초엽, 김금희, 장류진, 천선란, 편혜영, 배명훈, 조예은 등 여러 작가가 소속되어 있다. 최근에는 단순히 출판사와 작가를 연결하는 일을 넘어 직접 출판에 참여하고 있는 것으로 알고 있다. 또한 최근 손원평 작가는 『아몬드』(다들링, 2023)를 창비와 계약 연장하지 않고 새로 출간하면서 “저작권 침해를 겪은 작가가 대형 출판사 도움 없이 책을 만들어낼 수 있다는 것을 보여주고 싶었다.”라고 말한 바 있는데, 이런 사례가 시사하는 바가 뭘지 출판계가 이제는 정말 진지하게 고민해봐야 할 시기라고 생각한다. 한편 최근 젊은 세대들이 즐기는 웹소설, 영화, 드라마, 애니메이션, 게임 등이 결국에는 스토리 기반의 콘텐츠 아닌가. 원천 콘텐츠로서의 역할을 충실히 해나갈 수 있도록 IP 사업과 연계하여 출판이 제조업을 넘어 콘텐츠 기업으로서의 무한한 가능성을 확장해가야 할 것이다. 그리고 마지막으로 현실적인 이야기 하나만 덧붙이고 싶다. 결국에는 책 만드는 사람이 행복해야 산업 자체도 잘 돌아가지 않을까. 지금은 각자도생의 시대이기에 정보를 얻기 힘든 1인 출판사나 작은 출판사들이 어려움을 토로하고 있다. 그래서 함께 모여 경험을 공유하고 다른 출판사의 사례를 들을 기회가 더 많이 만들어졌으면 한다.

백원근 내년을 전망하고 어떻게 준비할 것인지에 대해 나눌 이야기가 많을 것이다. 무엇보다 책 생태계의 지속 가능성을 높이기 위해 정부 및 공공 영역과 산업계의 거버넌스 구축이 소망스럽다. 출판산업 지형 변화를 반영한 새롭고 담대한 모색과 실천이 있기를 바란다. 또 시대가 바뀌고 독자들의 생각이나 의식이 계속 바뀌고 있는데 출판계가 그에 맞춰서 변화의 흐름을 잘 따라가고 있는지 성찰이 필요하다. 그리고 내년에는 제4차 독서문화진흥 기본계획이 발표되고 실행될 텐데, 출판시장의 문제가 아니라 우리 사회 각 분야에서 독서 친화적인 환경이 조성되고, 책을 읽고 이야기를 나누며, 책을 읽지 않는 사

람들도 읽는 계기를 만들어줄 수 있도록 역할을 하면 좋겠다. 늘 아쉬움과 희망이 교차하는 연말연시인데 대담을 통해 출판시장과 출판문화가 새로운 비전을 갖고 발전하는 데 도움이 되었기를 바라며 대담을 마친다.



백원근 책과사회연구소 대표, 김세나 퍼블리셔 대표,
김성신 출판평론가, 박태근 위즈덤하우스 출판본부장(왼쪽 하단부터 시계 방향)

* 웹진에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.

〈출판N〉 편집부

국립중앙도서관의 과거, 현재 그리고 미래

조혜린(국립중앙도서관 고문헌과장)

2023. 12.

국립중앙도서관 탄생에서부터 지금까지

국립중앙도서관은 대한민국의 지식을 모으고(수집), 담고(보존), 잇는(후대 전승) 국가 대표 도서관으로서, 대한민국의 지식문화 유산을 전승하고 국민의 지적인 삶을 풍요롭게 하며 국가 및 사회의 문화 발전에 이바지할 것을 사명으로 하고 있다. 2023년 11월 현재 소장 장서는 1,400만 종 이상에 달하며, 온라인 자료 또한 1,868만 종으로 국내 최대 규모를 자랑하고 있다. 1945년 국립도서관 개관 당시의 장서가 28만여 종이었던 데 비하면 78년 만에 약 50배의 규모로 증가한 셈이다.

국립중앙도서관은 1945년 10월 15일 서울 중구 소공동에서 국립도서관으로 개관하였다. 당시 이재욱 관장과 박봉석 부관장의 전격적인 리더십하에 조선총독부도서관의 장서와 시설을 승계하여 성공적으로 도서관 문을 열 수 있었다. 해방 당시 남아있던 한국인 직원들은 불과 16명. 열악한 상황 속에서도 그들은 일본인들로부터 도서를 보호하기 위해 '도서수호문헌수집위원회'를 구성하고 밤낮으로 서고를 지키는 등 일사불란하게 움직였다. 1945년 9월 29일, 도서관 명칭을 국립도서관으로 결정하고 휴일도 없이 개관 작업에 매진한 결과, 해방일로부터 정확히 두 달 만에 개관할 수 있었던 것이다.

현재 법으로 정해진 납본 제도가 처음 시행된 것은 1965년이다. 1963년 「도서관법」이 처음 제정되면서 국립도서관은 국립중앙도서관으로 개칭하고, 동법 시행령에 의해 1965년 3월 26일부터 납본 제도를 시행하였다. 국내에서 발행 또는 제작된 모든 자료를 국립중앙도서관에 의무적으로 제출해야 하는 이 제도는 2016년 8월부터 국제표준자료번호를 부여받은 온라인 자료에도 확대 적용되고 있다.

1974년에는 소공동에서 남산으로 이전하고, 1988년 지금의 자리인 서초구 반포동으로 이전하여 신축 개관하였다. 1990년부터 국제표준자료번호 제도를 운영하기 시작했으며, 1991년 「도서관진흥법」에 의해 문교부에서 문화부로 소속이 변경되어 오늘에 이르고 있다. 소속 기관으로 2006년 국립어린이청소년도서관, 2013년 국립세종도서관을 차례로 개관하여 도서관 서비스를 보다 전문화하여 체계적으로 제공하고 있다.



국립중앙도서관 본관 전경



국립어린이청소년도서관, 국립세종도서관 전경

국가 대표 도서관으로서 국립중앙도서관의 역할

현재 국립중앙도서관은 문화체육관광부 1차 소속 기관으로 「도서관법」상 국가를 대표하는 도서관으로 자리매김하고 있다. 동의보감, 조선통신사에 관한 기록, 동학농민혁명 기록물 등 유네스코(UNESCO) 세계 기록유산을 3종 보유하고 있으며, 고문헌을 국내에서 가장 많이 소장하고 있는 도서관으로서, 국가장서의 과학적 보존 및 전승을 위해 2008년 11월부터는 국제도서관연맹(IFLA, International Federation of Library Associations) 보존·복원(PAC, Preservation and Conservation) 한국 센터로서의 역할도 수행하고 있다.

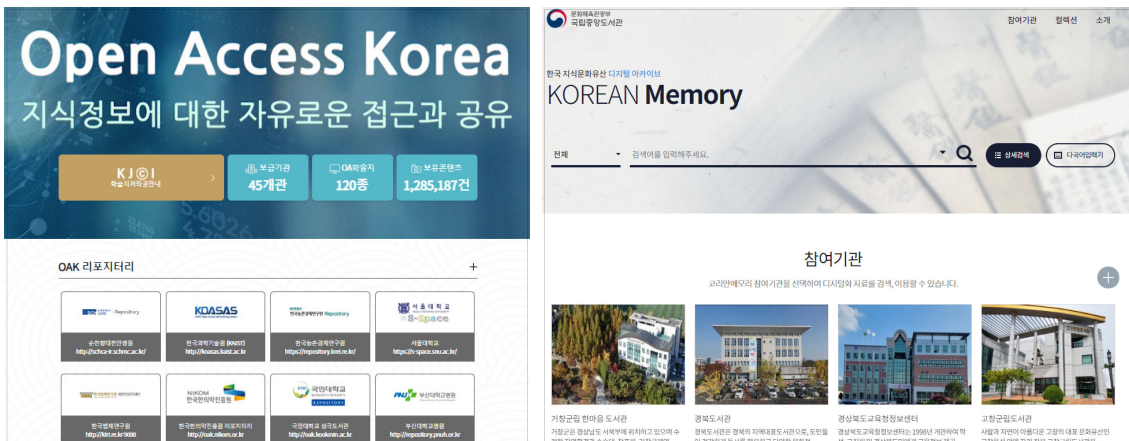
「도서관법」 제19조~제23조에는 국립중앙도서관의 설치, 업무, 도서관 자료의 납본, 온라인 자료의 수집 등이 성문화되어 있다. 국립중앙도서관의 업무는 1. 종합 계획에 따른 관련 시책의 시행, 2. 국내외 도서관 자료의 수집·제공·보존 관리, 3. 국가 서지(書誌) 작성 및 표준화, 4. 정보화를 통한 국가문헌 정보체계 구축, 5. 도서관 직원의 교육 훈련 등 국내 도서관에 대한 지도·지원 및 협력, 6. 외국 도서관과의 교류 및 협력, 7. 도서관 발전을 위한 조사 및 연구, 8. 「독서문화진흥법」에 따른 독서 진흥 활동을 위한 지원 및 협력, 9. 그 밖에 국가를 대표하는 도서관으로서 기능을 수행하는 데 필요한 업무(법 제20조)로 규정되어 있다.

국립중앙도서관은 그 기본적인 기능으로서 납본을 통한 국내 자료의 망라적인 수집과 국가서지 발행 이외에도, 「도서관법」에 규정된 바와 같이 다양한 업무를 활발히 추진하고 있다. 대표적인 사업을 소개 하면 다음과 같은 것이 있다.

국가 도메인 웹사이트와 웹에서 유통되는 자료 등 소멸되기 쉬운 우리나라 웹자원을 수집·보존하는 웹자 원 아카이빙 ‘오아시스(OASIS, Online Archiving & Searching Internet Sources)’, 근현대 고신문 (1883~1960)의 디지털 원문 검색이 가능한 ‘대한민국 신문 아카이브’, 지식정보에 대한 자유로운 접근과 공유를 위해 오픈엑세스 확산을 선도하는 ‘OAK 국가 리포지터리(Open Access Korea Repository)’, 전국 문화 기관 및 단체·개인 등이 보유하고 있는 지식 자원의 수집·보존 및 디지털화를 통해 국가공동체 의 집합적 기억으로서 국가 디지털 장서를 구축하는 ‘코리안 메모리(Korean Memory)’, 국내 주요 전 자도서관이 소장한 디지털 콘텐츠의 공유 및 공동 활용을 위해 디지털 원문 중심의 통합검색 서비스를 제공하는 ‘국가전자도서관’ 등이다.



웹자원 아카이빙 ‘오아시스’와 ‘대한민국 신문 아카이브’ 초기 화면

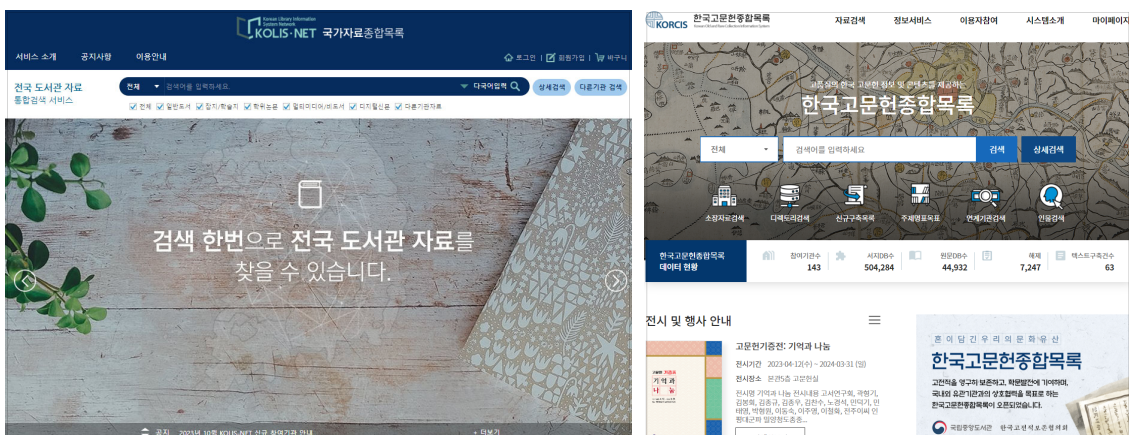


‘OAK 국가 리포지터리’, ‘코리안 메모리’ 초기 화면

또한, 도서관 직원의 교육 훈련 등 국내 도서관에 대한 지도·지원 및 협력 업무도 빼놓을 수 없다. 1946년 4월 1일 우리나라 최초의 사서 교육 기관으로 설립된 조선도서관학교의 뒤를 이어 현재 국립

중앙도서관은 국내 유일의 사서 교육 훈련 기관으로 자리매김하고 있다. 「도서관법」 제20조 및 동법 시행령 제11조, 「공무원인재개발법」 제4조에 의거하여 전국 도서관의 사서 직원 연수를 담당하는 전문 교육 기관으로 지정된 국립중앙도서관은 2020년 ‘공무원 교육훈련기관 종합진단 우수기관’으로 대통령 표창을 수상한 바 있으며, 매년 17,000명 이상의 전국 사서들을 대상으로 교육을 실시하고 있다.

뿐만 아니라 전국 공공도서관 및 전문도서관 등 2,000여 개관이 참여하여 공동 목록을 작성하고 전국 도서관에 소장된 자료를 통합 검색할 수 있는 ‘국가자료종합목록(KOLIS-NET)’, 한국고전전보존협의회 등 국내외 고문헌 소장기관 140여 개관이 참여하여 서지DB와 원문DB 등을 제공하는 ‘한국고문헌종합목록(KORCIS, Korean Old and Rare Collection Information System)’, 다른 도서관의 소장 자료를 이용할 수 있도록 해주는 ‘책바다’ 상호대차 서비스, 하나의 도서관 이용증으로 전국 어디서든 도서 대출 서비스를 제공받을 수 있는 ‘책이음’ 서비스, 국내 도서관 간 협력을 통해 웹상에서 신속·정확하게 지식정보를 제공하는 협력형 온라인 지식정보서비스(Collaborative Digital Reference Service) ‘사서에게 물어보세요’, 「저작권법」 제31조에 의거하여 국립중앙도서관 소장 자료를 디지털화하고 인터넷을 통해 국내외 협약도서관에 제공하고 있는 ‘국가지식자원공유서비스(2023년 11월말 5,104개관 참여)’ 등 국내 도서관에 대한 협력 체계를 구성하여 운영하고 있다.



‘국가자료종합목록’, ‘한국고문헌종합목록’ 초기 화면

이처럼 국립중앙도서관은 다양한 협의체를 구성하여 전국 단위의 협력 네트워크를 운영함으로써 전국 도서관에 대한 지도·지원 및 협력을 활발히 수행하고 있다. 이러한 국내 협력은 외국 도서관과의 교류 및 협력으로도 이어져, 우수한 한국의 도서관 문화를 해외에 전파하고 있다. 최근 K-팝을 비롯한 음악, 문학, 미술 등 다양한 분야에서 한류 붐이 조성되면서 특히 한국 자료에 대한 관심이 더욱 고조되고 한국학에 대한 연구가 활성화되고 있다. 이런 상황에서 더욱 각광을 받고 있는 국립중앙도서관의 국제 교류·협력 사업은 다음과 같은 것이 있다.

먼저, ‘한국자료실(WOK, Window on Korea)’ 설치 사업이다. WOK는 해외 주요 도서관에 한국자료실 설치에 필요한 서가, 컴퓨터, 열람용 책상과 의자, 안내판 등 2만 달러 상당의 비용과 한국 관련 자료, 한국어 학습 교재, 비도서 자료 등 3,000여 종의 자료를 제공해 주는 사업이다. 한국자료실이 설치된 해외 도서관을 통해 한국과 한국 도서관에 대한 관심과 이해가 높아지고 있으며, 나아가 한국

학 및 한국 문화 확산의 기반이 조성되는 효과를 거두고 있다. 이 사업은 2007년부터 실시하기 시작하여 2023년 말 현재 러시아, 이란, 베트남, 엘살바도르 등 29개국 36개관에 한국자료실 설치를 지원하였다.

다음은, 문화 분야의 공적개발원조(ODA, Official Development Assistance) 사업의 일환으로 2006년부터 실시하고 있는 ‘문화동반자(Cultural Partnership Initiative)’ 사업이다. 주로 아시아와 아프리카의 저개발국 도서관 사서들을 대상으로 국립중앙도서관 업무에 대한 실무 중심 연수를 통해 도서관 전문 지식과 선진 기술을 전파하고, 한국 문화 체험과 한국어 학습 기회를 제공하는 프로그램이다. 2023년에는 베트남, 필리핀, 카자흐스탄의 국립도서관 사서 3명이 참가하였고, 지금까지 23개국 62명이 참가하여 한국의 도서관과 문화, 한국 관련 정보 서비스 확산에 기여하고 있다.

또한, 해외 한국학 진흥 기반 강화의 일환으로 2005년부터 개최하고 있는 ‘해외 한국학 사서 워크숍’에서는 매년 20여 명의 한국학 사서들을 초청하여 1주일 내외의 도서관 연수를 진행하고 있다. 한국 관련 지식정보와 참고정보원 검색법 등의 도서관 연수와 한국 문화에 대한 이해 증진을 통해 한국학 발전과 한류 확산에 기여하고 있다. 2023년 현재 미국, 캐나다, 프랑스, 일본 등 36개국 258명이 참가하여 북미 한국자료위원회(CKM), 동아시아도서관협의회(CEAL), 유럽 한국학자료 전문가 네트워크(ENKRS) 등과 유기적으로 연계되어 한국학 사서들의 글로벌 네트워크 형성에 기여하는 시너지 효과를 거두고 있다.



2022년 ‘문화동반자’ 연구발표회(좌), 2023년 ‘해외 한국학 사서 워크숍’ 참가자들 모습(우)

그밖에, 외국 도서관과 자료 교환을 통해 한국 관련 외국 자료를 수집하고 해외 도서관에 한국학 연구 자료를 지원하고 있다. 특히 한국 및 교류국 관련 자료와 정부간행물 등 국내 발간 자료를 해외 교류처 87개국 246개 기관에 연간 10,000여 종을 배포하여 한국 관련 정보를 전 세계에 확산하고 있다.

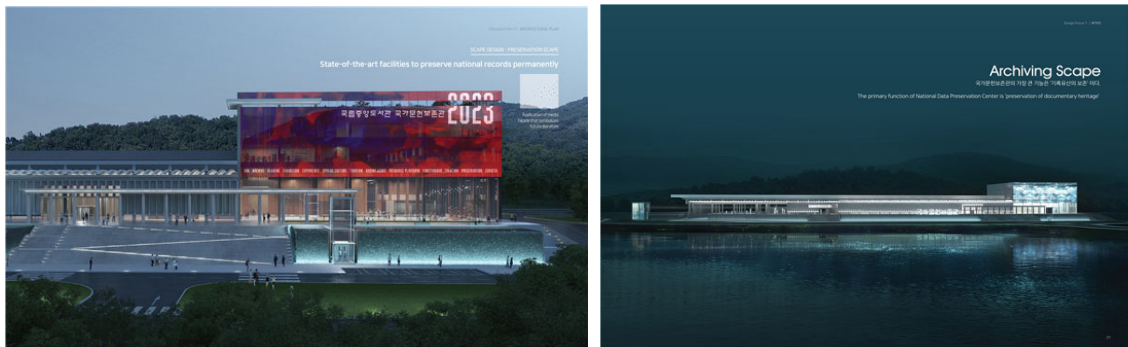
디지털 시대, K-도서관의 미래를 위한 과제

이상으로 K-도서관의 핵심으로서 국립중앙도서관의 과거, 현재에 대해 국립중앙도서관의 업무를 중심으로 살펴보았다. 국립중앙도서관은 국내 도서관에 대한 지원과 협력뿐 아니라 국외 도서관과의 교류·협력을 통해 K-도서관의 가치를 입증하고 그 진수를 전파해왔다. 인공지능과 로봇, 챗GPT(ChatGPT)

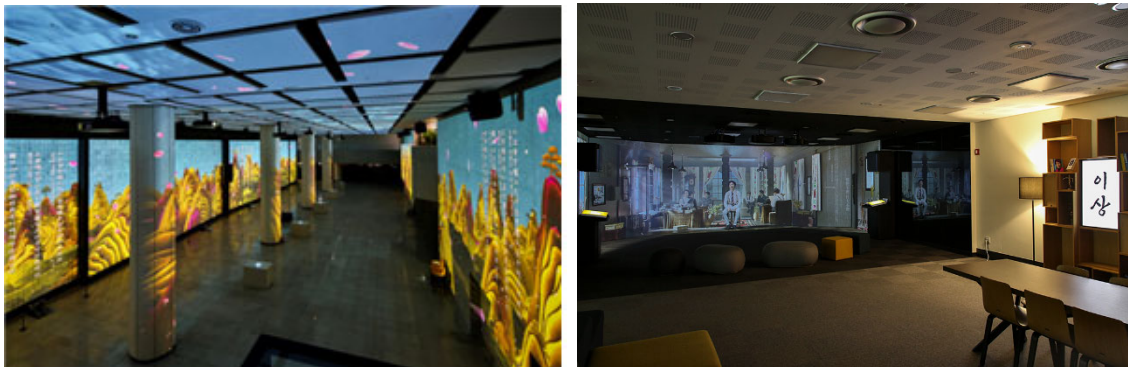
등 첨단 신기술의 등장으로 디지털 대전환 시대를 맞이하고 있는 지금, K-도서관의 밝은 미래를 위해 개관 78돌을 맞이한 국립중앙도서관의 당면 과제를 전망해 보고자 한다.

먼저, 국가문헌보존관의 건립이다. 국립중앙도서관은 국내외 도서관 자료의 보존 관리(「도서관법」 제20조)라는 국가 도서관으로서의 보존 책무를 수행하는 최종 거점의 역할을 수행해야 한다. 현재 보존 서고가 포화 상태에 이른 국립중앙도서관은 새로운 국가문헌보존관을 구상하여 2028년 개관을 목표로 건립을 추진하고 있다. 새 수장고는 2018평창동계올림픽 유산인 국제방송센터(IBC, International Broadcast Center)를 활용하여 부지면적 145,287㎡, 연면적 31,196㎡ 규모로 건립될 예정이다. 이곳에는 향후 30년간 약 1,300만 종의 자료를 수장할 수 있다. 국가문헌보존관은 국가 문헌의 영구 보존 활동 외에 집적된 자료를 활용한 도서관 서비스와 전시, 교육, 문화 프로그램 등을 운영하며 지역 생활 여건 및 활력을 높이게 될 것으로 기대된다.

둘째, 도서관 소장 자료와 첨단 기술을 접목한 신기술 융합 콘텐츠 개발이다. 국립중앙도서관은 2021년부터 '실감서재'와 '지식의 길'에서 다양한 인터랙티브(Interactive) 기술과 프로젝션 맵핑(Projection Mapping)을 통해 '실감 콘텐츠'를 공개한 바 있는데, 지난 10월에는 본관 1층의 1,224㎡(천장고 6.3m) 공간 전체를 '열린마당 실감체험관'으로 구성하여 'K-문학의 재발견: 관동별곡'과 작가 이상을 딥페이크(deepfake) 기술로 재탄생시킨 '작가와의 만남'을 선보였다. 2024년에도 실감 콘텐츠라 불리는 신기술 융합 콘텐츠를 지속적으로 확대 개발하고, 문화체육관광부 실감형 체험관 조성사업에 선정된 공공도서관에도 콘텐츠를 지원할 예정이다.



국가문헌보존관 국제 설계 공모전 당선작



'열린마당 실감체험관' - 'K-문학의 재발견: 관동별곡'(좌), '작가와의 만남(이상)'(우)

마지막으로, 국립어린이청소년도서관에서는 2019년 12월에 발표된 ‘인공지능(AI) 국가전략’에 의거하여 어린이에게 독서 흥미를 심을 수 있는 ‘인공지능 기반 독서 활동 지원 로봇(Read to a Robot)’ 서비스 개발을 추진하고 있다. 2022년부터 광주과학기술원(GIST) 주관으로 어린이 독서 활동 지원 로봇 개발 R&D(Research and Development) 사업을 진행 중이며, 이 로봇은 2024년에 시범 운영될 예정이다. IT 강국인 대한민국 도서관에서 선도적으로 시를 활용한 로봇을 통해 어린이들의 독서 흥미를 높이고 정서적 안정과 자신감을 향상시킬 수 있을 것으로 기대된다.

참고 사이트

OAK 국가 리포지터리(Open Access Korea Repository), <https://oak.go.kr>
국가자료종합목록, <https://nl.go.kr/kolisnet>
국가전자도서관, <https://dlibrary.go.kr>
국립세종도서관, <https://sejong.nl.go.kr>
국립어린이청소년도서관, <https://nlcy.go.kr>
국립중앙도서관, <https://nl.go.kr>
국립중앙도서관 사서 교육, <https://edu.nl.go.kr>
대한민국 신문 아카이브, <https://nl.go.kr/newspaper>
사서에게 물어보세요, <https://nl.go.kr/NL/contents/N30502000000.do>
오아시스(Online Archiving & Searching Internet Sources), <https://nl.go.kr/oasis>
책바다 및 책이음 서비스, <https://books.nl.go.kr>
코리아 메모리, <https://nl.go.kr/koreanmemory/>
한국고문헌종합목록, <https://nl.go.kr/korcis/>



조혜린(국립중앙도서관 고문헌과장)

1988년 11월 국립중앙도서관 사서로 입사하였다. 국립어린이청소년도서관 정보서비스과장을 거쳐 현재 국립중앙도서관 고문헌과장으로 재직 중이다. 2020년부터 국립중앙도서관의 역사를 연구하는 ‘국립중앙도서관사 연구회’를 이끌고 있다. 번역서로 『문헌세계의 구조: 서지통정론 서설』(네모토 아키라(根本彰), 한국도서관협회, 2003)와 『도서관, 기록관, 박물관의 연계·협력: 라키비움과 지식기반 만들기』(이시카와 데쓰야(石川徹也) 등, 한울엠플러스, 2021, 공역)가 있다.

soonish@korea.kr

지역출판 활성화, ‘교육’이 키워드다

김정명(신구대학교 미디어콘텐츠과 겸임교수)

2023. 12.

지역출판의 정체성을 다듬어온 시간들

지역은 언제나 변방이다. 그러나 각 지역에서 활동하고 있는 출판인들은 그 안에서 나름대로 지역을, 출판을 지키기 위해 애를 써왔다. 2013년에 소수의 지역출판 잡지사들이 모여서 지역출판 활동을 시작한 지 벌써 10년이라는 시간이 지났다. 이들은 지역출판의 중요성을 스스로 찾았고 2015년 국회세미나를 거쳐, 2017년 제1회 제주 한국지역도서전을 기점으로 활동의 폭을 넓혔으며, ‘한국지역출판연대’라는 명칭으로 올해 부산에서 제7회 부산수영 한국지역도서전까지 개최하며 ‘지역출판’의 중요성을 널리 알렸다. 현재는 대구의 대구출판문화협회, 춘천의 춘천지역출판연대, 부산의 출판문화산업협회, 충북 괴산의 책문화네트워크 등 지역 곳곳에서 책생태계 관련자들의 모임이 지속적으로 생기는 추세로, 이들은 지역에서 중앙과의 연결을 모색하며 다양한 활동을 이어가고 있다.

그러나 이들의 움직임에는 한계가 있다. 바로 지역이라는 것. 아무리 애써도 서울 수도권이 아닌 지역이기 때문에 관심과 자원 그리고 지원은 중요한 핵심에서 멀어져 있고, 그래서 늘 변방이라는 것을 몸으로 느낄 수밖에 없다.



한국지역도서전 포스터 및 지역출판에 관한 도서

지역출판 정책의 부재

‘지역출판진흥조례’가 제정된 지자체는 총 7곳이다. 2017년 제주도에서 제1회 한국지역도서전이 개최된 후, 2018년 국내 최초로 제주도에서 ‘지역출판진흥조례’가 제정되었다. 이후 2019년에는 광역자치단체 중 부산, 대구, 경북, 서울과 광주에서 지역출판진흥조례가 제정되었고, 기초자치단체 중에서는 2023년 8월 여수시에서 처음 제정되었다. <표 1>에서 볼 수 있는 것처럼 ‘독서문화진흥조례’나 ‘지역서점활성화조례’에 비해 제정 현황이 훨씬 미치지 못하고 있는 실정이다.

각 조례에는 지역출판 진흥사업 등의 조항에 지역출판 전문인력양성 사업에 대해 기재되어 있지만, 아직까지 각 지역에서 조례에 따라 지역출판 전문인력을 양성하기 위해 노력하고 있는 곳은 아쉽게도 없었다. 많은 사람들이 지역출판의 중요성에 대해 공감하면서도, 아직까지는 생산적인 논의가 부족한 것이 그 원인이라 할 수 있겠다. 그나마 다행인 것은 대구의 경우이다. 대구는 지역출판진흥조례와 지역서점활성화조례를 2019년에 일부개정해 통합했다. 이 부분에 있어서도 애초에 지역출판진흥조례와 지역서점활성화조례가 따로 제정되고 위원회도 따로 만들어질 필요가 없었다는 점에서 아쉬운 부분이 있다. 지역출판과 지역서점은 같은 책생태계에서 함께 호흡하며 상호협력 및 지원을 하는 존재이기 때문이다.

〈표 1〉 출판 관련 조례 현황

단위: 개(%)

지역출판진흥조례		지역서점활성화조례		독서문화진흥조례	
광역	기초	광역	기초	광역	기초
6(35.3)	1(0.4)	17(100)	72(31.9)	17(100)	137(60.6)

* 교육청 조례 및 시행규칙 제외

자료: 국가법령정보센터, 자치법규정보시스템 검색을 통해 구성(2023년 10월 1일 기준)

또한, 제1차 출판·인쇄문화산업 진흥발전계획(2003~2007)부터 제5차 출판문화산업 진흥계획(2022~2026)까지 20여 년간 ‘지역’과 관련한 추진 과제는 늘 계획에 있었으나, 제대로 실행된 적도 ‘인재 양성’에 관한 정책적 추진 과제도 없었다는 점에서 아쉬움이 남는다. 가장 최근에 수립된 제5차 출판문화산업 진흥계획에도 지역출판 기반 조성 및 지원 과제가 있지만, 가장 기본적인 지역출판산업 육성이나 지역 인재 양성을 위한 교육 지원에 대한 내용은 보이지 않는다(<표 2> 참조).

〈표 2〉 출판문화산업 진흥계획 중 ‘지역’ 관련 추진 과제

	정책	정책 과제	‘지역’ 관련 추진 과제
제1차	산업 기반 구축 정책 효율성 제고 지식정보화	지방 출판문화 육성	- 지방 출판산업 육성 - 서점의 현대화, 정보화 사업 지원
제2차	지식산업 인프라 구축 지식문화 네트워크 형성 국민 참여와 균형 발전	출판문화 균형 발전	- 지역문화 관련 우수 기획 출판 지원 - 우수 지역문화 소재 도서 및 지역출판 도서 선정 - 지역별 도서전 개최
제3차	출판콘텐츠 경쟁력 강화 선진 유통 환경 조성 해외 진출 활성화 신성장동력 발굴	우수 출판콘텐츠 제작 활성화	- 지역출판산업 육성
제4차	출판콘텐츠 투자 활성화	지역핵심거점별 출판 인프라 구축	- 거점별 출판 인프라 확충 - 북비즈니스센터 설립 및 단계적 확대 추진 - 출판산업 지원 기관 운영
	출판콘텐츠 수요 확대	독서문화진흥 기본계획에 따른 독서운동 추진	- 지역독서공동체 조성
제5차	어디에나 있는 책	지역출판 활성화	- 지역출판 기반 조성 및 지원 - 지역문화관광 연계

출처: 한국출판문화산업진흥원(2018), <지역출판문화산업 육성 및 진흥 방안 연구>, 48쪽, 한국출판문화산업진흥원(2021), <제5차 출판문화산업진흥계획 수립을 위한 조사연구>, 88쪽을 참고로 수정

이와 같은 지역출판 정책의 부재 속에서도 ‘지역출판물’에 대한 지원 정책은 조금씩 생겨나고 있다. 한국출판문화산업진흥원의 ‘2023년 우수출판콘텐츠 제작 지원 사업’에서는 선정 시 ‘지역출판사 우선 쿼터제’^{*}를 적용하고 있다. 또한 ‘2023년 지역출판산업활성화 지원 사업’은 전국의 출판, 독서 관련 단체 및 지방자치단체 산하기관(단, 서울·경기·인천 지역 제외)이 대상이었으며, 사업 내용은 지역출판사업활성화 프로그램으로 도서 발간, 행사 개최, 전시관 운영, 공모전 운영, 독서모임 리더 네트워크 운영, 출판·인쇄학교에 지원하는 것이었다. 지방자치단체 중에서는 2023년에 전주가 책의 도시를 표방하며 지역출판사의 자생력을 높이기 위해 ‘전주도서관 출판 제작지원 공모사업’에서 5개 작품을 선정해 출판 제작지원금 600만 원과 도서 홍보 등을 지원했으며, 대구출판산업지원센터에서도 ‘대구 우수출판콘텐츠 제작지원 사업’을 통해 우수 도서 8편을 선정해 편당 500만 원(저작상금 1백만 원/출판사 제작 지원금 4백만 원)을 지원했다.

* 선정 편수의 30%(약 42편) 이상은 1인 또는 지역출판사(출판사신고필증상 주소지가 서울·경기·인천 이외 지역에 소재한 출판사), 청년(저자 또는 출판사 대표) 응모작에서 선정

지역출판과 출판교육

한편 지역에서 출판에 입문하려는 사람들을 위한 교육 기반 조성과 지원이 절실히 필요하다. 필자는 지역출판사를 운영하는 지인들에게 직원 채용을 어떻게 하는지 질문한 적이 있었다. 그때 직원이 있는 출판사들은(직원이 없는 지역출판사가 상당수다.) 지인 소개 등으로 채용을 한다는 대답이 돌아왔다. 지인 찬스(?)로 직원을 채용하며, 직원들은 별도의 교육 없이 경험을 통해 출판을 배우고 있는 것이다. 뿐만 아니라 지역출판인의 재교육도 어려운 실정이다. 서울까지 와서 세미나를 듣거나 교육을 받는 것이 부담이기 때문이다. 이러한 현실적인 문제들로 지역에서 출판교육을 받은 직원을 채용하는 것은 어렵다.

지역에서 출판교육을 지속적으로 담당하고 지원하는 곳도 찾아보기 어렵다. 대구출판산업지원센터는 2022년, 책마을해리와 전주 출판학교는 2023년 출판과 관련한 교육을 진행하였다(〈표3〉 참조). 대구출판산업지원센터의 교육 프로그램이 2022년에서 멈춘 이유는 한국출판문화산업진흥원이 위탁 관리를 철수하면서 폐강되었기 때문이다. 책마을해리 역시 2023년에는 한국출판문화산업진흥원의 사업자 공모지원으로 참여해 일시적인 지원으로 운영되었다. 전주에서 개최된 출판학교는 지역출판 활성화 일환으로 〈2023 전주책페스티벌(독립출판 북페어)〉 행사가 개최되었고, 그에 따른 출판교육 프로그램으로 진행되었다.

〈표 3〉 지역에서 진행한 출판교육 커리큘럼

대구출판산업지원센터(대구) 6주(총 12강)	책마을해리(고창) 3일(7강)	전주 출판학교(전주) 8주(8강)
<ul style="list-style-type: none"> - 출판콘텐츠 창작과 창업 과정 - 출판기획의 이해와 출판콘텐츠 기획 - 편집디자인/교정교열 - 출판사 사무관리/원가계산 등 - 출판 철학/출판 환경 - 온라인 마케팅 전략 - 사업계획서 작성법 - 지속적인 인쇄출판하기 	<ul style="list-style-type: none"> - 로컬출판기획 - 로컬 매거진의 이야기 발굴과 편집 - 저작권 이야기 - 로컬서점, 지역문화연계 마케팅 사례 - 글로벌 기획확장성, 수출계약 사례 - 로컬탐사와 기획 - 로컬콘텐츠 기획 사례 	<ul style="list-style-type: none"> - 출판문화의 이해와 챗GPT시대의 출판 - 출판기획 - 편집의 기술 - 보도자료와 출판 홍보 - 인쇄 및 제작 - 저작권 기초 - 출판물 마케팅 - 잡지 만드는 법

책마을해리가 ‘로컬’을 중심으로 진행한 ‘지역출판학교’의 커리큘럼은 ‘지역’을 강조한 출판교육의 좋은 예이다. 올해 초에 한국지역출판연대에서 지역출판 교육의 필요성을 인지하고 고창의 책마을해리에서 진행했으면 좋겠다는 이야기가 나왔었는데, 이후 책마을해리가 사업에 지원해 선정되어 출판학교를 성공적으로 진행한 것이다. 짧은 일정이었지만 지역의 출판사, 잡지, 서점 관계자들이 지역출판에 대한 교육을 진행했다. “로컬 출판의 주체들이 기획, 콘텐츠 제작, 편집, 디자인, 제작과 유통, 해외 확장 가능성, 저작권에 대한 직접 교육을 해 이해를 높인다.”는 것이 이 교육의 핵심이었다. 지금까지의 출판교육은 지역에서 출판을 하고자 하는 사람들을 타깃으로 한 교육은 부족했는데 이번 ‘지역출판학교’가 그러한 교육이었다고 할 수 있다.

이외에 지역에서 이뤄지는 출판교육으로는 광주의 ‘창비 편집자학교’, 부산의 ‘지역출판워크숍 B-Lab’ 등을 찾아볼 수 있다. 창비 출판사는 2022년에는 부산에서 2023년에는 광주에서 창비 편집자학교를

개강해 12주간 12강으로 진행하였다. 또한 부산에서는 부산콘텐츠코리아랩의 주최로 지역출판워크숍 B-Lab을 2017년부터 2019년까지 3년간 운영했으며, 이후 지원이 없어서 자체 예산으로 2021년까지 2년 동안 ‘내책마련’이라는 이름으로 교육을 진행했으나 더 지속적으로 이어지지는 못했다. 이처럼 지역 출판교육은 단기간, 일시적인 것으로 끝나버린다. 특히 제주도의 경우는 지역출판교육에서 거의 소외되고 있는 지역으로도 보인다. 출판에 관심이 있는 학생이 몇 년 동안 한국출판인회의의 ‘서울북인스티튜트(Seoul Book Institute)’ 강의를 듣고 싶어서 제주도에서 서울까지 올라와 도전을 하는 경우도 봤다.

지역출판을 위한 맞춤형 교육 프로그램 개발과 지원 필요

‘지역 균형 발전’은 어느 정권에서나 언급되었다. 이는 지역과 서울 수도권이 불균형하다는 것을 이미 인정하고 있는 것이리라. 출판은 특히 그렇다. 그러나 ‘지역 출판인쇄 교육의 현실과 개선’이라는 주제를 들었을 때, 꼭 지역만이 문제일까라는 생각도 들었다. 지역출판뿐만 아니라 출판교육에 대한 개인적인 제안을 하고 싶다.

먼저, 출판학도가 아니더라도 지역대학과 지역출판의 연계를 통해 학생들이 출판교육과 연결될 수 있지 않을까 생각한다. 출판교육과는 조금 다르지만 일본의 야마구치대학(山口大学)의 경영학과에서는 지역서점과 산학연계 프로젝트를 실시하고 있다. 지역서점은 학생들이 책을 큐레이션할 수 있는 기회를 제공하고, 수업에서 지역출판계의 특강을 실시한다. 출판 전공은 아니지만 학생들이 출판을 이해하고 활용할 수 있는 수업을 함께 진행하는 것이다. 이런 것을 우리나라에서도 진행할 수 있지 않을까 싶다. 각 지역의 대학에서 지역출판에 대한 교육 커리큘럼을 몇 과목을 개설해서 운영하거나, 관련 과목에서 지역출판사 혹은 지역서점 등과 연계하는 프로젝트 수업이 진행된다면 조금은 마중물이 되지 않을까 싶다.

두 번째로는 찾아가는 맞춤형 지역출판 교육이 필요하다. 지역에는 출판교육 프로그램을 담당할 수 있는 강사 인프라는 많지 않다. 이왕이면 한국출판문화산업진흥원에서 출판·인쇄·서점 등 각 분야의 교육 커리큘럼과 강사 풀(pool)을 준비하고, 분기별로 지역에 직접 찾아가 교육을 진행한다면 지역에서도 출판교육을 받을 수 있는 기회가 많아질 것이다.

세 번째로는 온라인 교육의 활성화이다. 코로나19 팬데믹으로 인해 많은 세미나가 온라인으로 송신되었으며, 지금도 이어지고 있다. 온라인 송신 전에는 주로 서울에서 개최되었기 때문에 세미나 하나를 듣기 위해서 서울까지 와야 했는데, 온라인으로도 송신되는 덕분에 지역에서도 출판 관련 세미나를 들을 수 있게 되었다. 교육의 접근성이 향상된 것이다. 그보다 더 이상적인 것은 출판교육을 위한 온라인 플랫폼이 개발되는 것이다. 출판교육을 위한 온라인 플랫폼이 있다면 지역에서 출판교육에 대한 접근성은 더욱 향상될 것이다. 한국콘텐츠진흥원은 온라인 교육 플랫폼인 에듀코카(Edukocca)를 운영하고 있다. 에듀코카는 누구나 가입만 한다면 콘텐츠와 관련한 다양한 온라인 교육 프로그램을 선택해서 배울 수 있다. 이처럼 출판계에도 온라인 교육 플랫폼이 지속적으로 운영된다면 지리적 제약 없이 이용이 가능할 것이다.

마지막으로 지역출판의 상황에 맞는 교육을 할 수 있도록 책마을해리의 ‘지역출판학교’와 같은 사업에 지속적인 지원이 더 많이 필요하다. 이러한 사업을 통해 지역출판계에 있는 사람들이 지역에서의 출판 경험을 살리고, 차별화된 지역만의 특성을 커리큘럼에 잘 반영한 지역출판 교육이 이루어질 수 있을 것이다. 겨우 지역출판학교 커리큘럼을 만들어서 개강을 했는데 이듬해에는 지원 여부조차 모르는 여건

속에서 일시적인 것으로 끝나기에는 아쉬움이 남는다. 여기에는 지방자치단체의 역할도 중요하다. 지역 출판진흥조례의 조항에 있는 것처럼 지역인재 양성을 위한 노력을 해야 한다.

2019년 <출판N>에 지역출판에 관한 이야기가 실렸다. 신중현 학이사 대표가 마지막 부분에 적은 내용을 4년이 지난 지금 다시 강조하고 싶다. “원하면 전국 여러 지역에서 출판교육을 받을 기회가 생기고, 지역출판사와 지역서점의 상생 방안이 마련되고, 지역 소재를 기반으로 한 우수 콘텐츠를 선정하고, 지역출판물 유통센터와 공동마케팅을 할 수 있는 기구가 생겨서 맘껏 일할 수 있기를.”

교육은 백년지대계(百年之大計)라 했다. 백년 앞을 내다보는 계획인 것이다. 그렇다면 출판교육의 시작은 백년 이후까지 업계에서 활동할 수 있는 인재를 키우는 것이며, 지역에서 출판교육이 제대로 되지 않으면 지역출판의 소외와 불균형은 계속될 것이다. 인재 양성에 소홀하거나 관심이 없는 업계는 미래를 보지 않는 것이라 생각한다. 출판계에서 인재 양성에 대한 관심이 없다면 출판계에서 활동할 사람들이 없어지는 것이고 출판의 미래는 암울할 것이다. 교육은 그 산업의 미래이며, 지역출판 교육은 지역의 미래이기도 한 것이다.

참고문헌

내책마련 2기, <https://blog.naver.com/edit4you/221746012483>
신중현, “지역 문화 분권, 지역 출판이 답이다”, <출판N>, Vol.3(2019.01.)
창비 편집자학교, <https://www.changbi.com/NewsDetail?newsid=6332>
책마을해리, <https://harrybook.kr/>
책 실험실 B-lab, <https://blab.modoo.at>
한국출판문화산업진흥원(2022), <출판산업 구조변화에 따른 인력양성 체계 마련 연구>
한국콘텐츠진흥원(2022.12.), 콘텐츠산업 2022 결산 2023 전망 세미나
한국콘텐츠진흥원 에듀코카, <https://edu.kocca.kr>



김정명(신구대학교 미디어콘텐츠과 겸임교수)

일본추오(中央)대학교 대학원에서 마케팅을 전공했으며, 신구대학교 미디어콘텐츠과와 서일대학교 미디어출판학과에서 출판 및 콘텐츠마케팅 관련 과목을 강의하고 있다. 한국출판학회의 이사, 일본출판학회의 정회원이며, 한국지역출판연대의 학술이사로 활동을 하고 있다. 주요 저서로는 『지역출판과 독서문화』(카모마일북스, 2020)와 『한국 출판산업의 이해』(공저, 북코리아, 2021), 『책은 똌이 아니다』(공저, 꿈꿀권리, 2015) 등과 번역서 등이 있다.

jmkim0102@hanmail.net

당신은 ‘책맹’입니까?

민정홍(EBS PD)

2023. 12.

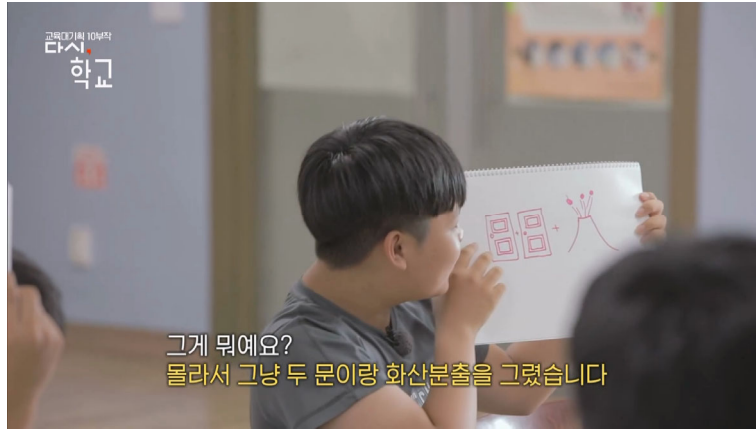
2019년의 일이다. 수도권 한 중학교에 가서 중학교 3학년인 학생들과 간단한 실험을 하고 인터뷰를 했다. 조금 긴 문장으로 된 글자가 많은 글이긴 했으나 아이들의 답변은 뜻밖이었고 놀라웠다. “읽기 싫다, 재미없다, 힘들다.” 정도의 반응은 예상했지만, 꽤 많은 아이가 “귀찮다.”라고 답했다. 3줄이 넘는 긴 글을 주면 어떻게 하나는 아우성을 들으며 진땀을 빼야 했다.

2021년 <당신의 문해력 플러스> 방송을 제작할 때 20~60대의 성인들을 대상으로도 간단한 실험과 인터뷰를 진행했다. 많은 분이 2019년의 중학교 아이들과 비슷한 반응을 보이며 이렇게 이야기했다. “글을, 글자를 읽어야 할 필요가 있냐? 요새 누가 책을 읽냐? 이제는 유튜브 보면 된다, 유튜브가 너무 좋다. 책은 굳이 필요가 없다.”

글이란 그리고 책이란, 하얀색 종이와 검은색 글자로 된 숨 막히는 무언가가 되어 버렸다.

‘문해력’의 시작

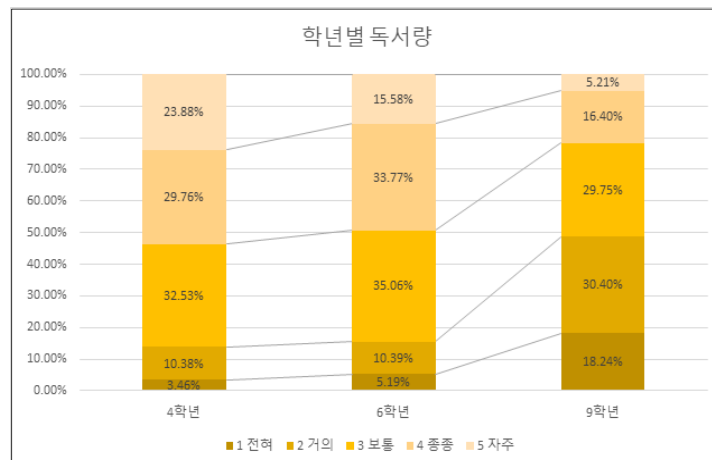
<당신의 문해력> 방송을 어떻게 시작하게 되었냐는 질문을 받으면 항상 “이 이야기는 우리 교실에서 시작되었다.”라는 답을 했다. 2018년 우리 교육과 학교에 대한 10부작 다큐멘터리를 기획하고 제작하면서 전국의 여러 초·중·고등학교를 다니며 실제 학교 현장을 들여다보았고 많은 교사와 학생들을 만났다. 당시 “학생들이 교과서를 읽지 못하거나 이해하지 못한다.”라는 얘기를 듣고 ‘설마 그 정도일까.’라고 생각했지만, 생각보다 더 심각한 수준이었다. 읽지 못하거나 읽기를 힘들어하거나 아예 읽지 않으려 하는 아이들이 태반이었다. 당시 전국 중학교 3학년 2,405명을 대상으로 한 문해력 테스트 평가 결과, 27%가 적정 수준에 미치지 못했으며 11%는 초등학생 수준이었다. 이러한 현상을 어떻게 해석해야 하나, 원인은 무엇일까, 어떤 해결책을 제시할 수 있을까 하는 깊은 고민에 빠졌다. 그때 찾아낸 개념이 ‘문해력’이었다. 그리고 당시 만든 다큐멘터리가 <교육 대기획 다시, 학교 - 교과서를 읽지 못하는 아이들>이다. 문해력을 전면에 내세운 최초의 문제 제기였고 대안 제시였다.



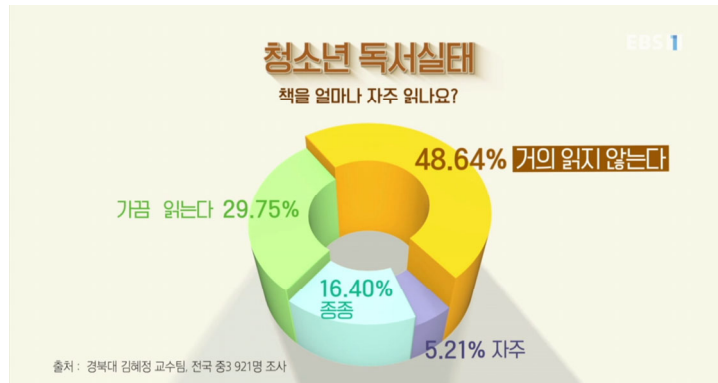
문해력 캠프에 참가한 중학교 2학년 학생이 '두문분출'의 뜻을 모르다며 '두 개의 문과 화산 분출'로 표현했다.
(출처: EBS <교육 대기획 다시, 학교>)

'책맹(冊盲)인가?'라는 질문

<당신의 문해력>을 진행하면서 우리 사회의 문해력 실태를 확인하고 드러내는 작업은 필수적이었다. 그 실태를 생생히 보여주어야만 이 문제의 심각성과 중요성을 알 수 있었기 때문이었다. 하지만 우리 사회의 문해력 수준을 실증할 수 있는 자료는 거의 없었다. 그래서 대형 설문 조사와 테스트들을 직접 만들고 실행했다. 성인 문해력 테스트, 대학생 글쓰기 분석(전국 24개 대학 1,033명), 중학교 3학년 문해력 및 어휘력 테스트(전국 29개 학교 2,405명), 초등학교 3학년·초등학교 5학년·중학교 3학년 독서실태 설문 조사(전국 17개 학교 1,365명) 등을 진행했다. 독서실태 설문 조사 결과는 예상을 했지만 역시 놀라웠다. 학년이 올라갈수록 '전혀 읽지 않거나, 거의 읽지 않는다.'에 답한 비율이 높아지며, 반대로 '종종 읽거나 매우 자주 읽는다.'에 답한 독자의 비율은 급격히 낮아졌다. 중학교 3학년의 경우 '독자 : 비독자'의 비율이 역전하며 49%가 책을 거의 읽지 않는다고 답해 중학생 독서실태의 심각성을 보여주었다.



출처: EBS & 경북대학교 김혜정 교수팀, 청소년 독서실태 조사, 2021



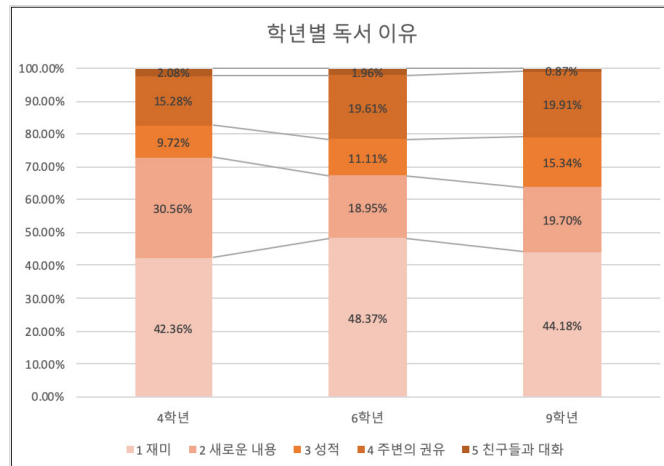
출처: EBS & 경북대학교 김혜정 교수팀, 청소년 독서실태 조사, 2021

당시 경북대학교 김혜정 교수팀과 조사를 진행하며 ‘책맹’이라는 단어를 사용했다. 책맹은 ‘aliteracy’를 번역하면서 온 말로, 글을 읽을 수 있지만 자발적으로 책을 읽지 않는 상태를 뜻하고 일종의 현대판 문맹과 같음을 표현하는 단어이다. 인디애나 대학교 래리 미컬레키(Larry Mikulecky) 명예교수가 ‘능력 있는 독자가 정기적으로 비독서를 선택하는 현상’을 지적하면서 이를 ‘aliteracy’라고 표현하였고, 국내 학계에서 ‘aliteracy’를 본격적으로 언급하기 시작한 것은 2000년경이었다.

당시에도 무척 정확한 용어라 생각하며 스스로에게도 질문을 던져보았었다. “나는 책맹인가 아닌가?, 정말 읽기를 즐겁게 하고 있는가?”를 말이다. 그리고 긴 시간 동안 유아부터 중·고등학생은 물론 청장년층과 노년층까지 다양한 연령대의 이들을 만나 읽기와 문해력에 관해 묻고 답을 들으면서 이 질문은 지속해서 남아 있었고 더 강력한 질문도 하게 되었다. “이제 읽기 능력은 필요가 없는가? 우리는 책 읽는 능력을 스스로 버리려는 것인가?”를.

늘 좋다고 말해오던 독서의 힘, 새롭게 바라보기

이번 다큐멘터리 시리즈를 준비하면서 가졌던 가장 큰 고민은 ‘독서와 읽기에 대한 새로운 이야기가 과연 어떤 것이 있을까?’였다. 독서가 나쁘다고 이야기하는 경우는 찾아보기 힘들다. 모두가 책이 좋고 그리고 독서가 필요하다고 하면서도 실제로 독서를 즐겨하고 열심히 하는 사람은 많지 않다. 더구나 독서에 관해 이야기한다고 하면 대부분 뻔하고 진부하다는 느낌이 먼저 든다. 여러 고민 끝에 내린 결론은 ‘읽기’를 중심으로 이야기한다는 것이었다. 어찌 보면 당연한 귀결이기도 하였다. 새로운 시대라고 불릴 법한 ‘책맹’의 흐름 앞에, 읽는 걸 당연하게 바라보지 않는 것에서 시작하기로 했다. ‘읽는다는 것’에 대한 근본적인 질문을 던지며 ‘읽기는 어떻게 가능한가, 읽기가 힘든 이유는 무엇인가, 유독 나만 이렇게 어려운가, 왜 이렇게 읽기를 싫어하게 되었나?’에 대해 뇌과학과 인지 심리학, 대단위 설문 조사와 실험, 연령별 심층 인터뷰를 통해 5천 년 동안 인류가 발전시켜 온 ‘읽기’에 대한 답을 찾아보 고자 하였다.



출처: EBS & 경북대학교 김혜정 교수팀, 청소년 독서실태 조사, 2021

그리고 또 다른 원칙은 책에 재미와 흥미를 느끼고 가질 수 있도록 제작한다는 것이었다. 2021년 청소년 독서실태 조사 결과, 독자 집단의 경우는 독서 이유에 대한 질문에 학년과 상관없이 ‘책이 재미있기 때문’이라는 답변 비율이 가장 높으며, 비독자 집단의 경우는 학년과 상관없이 ‘부모님과 선생님이 읽으라고 하시기 때문’이라는 답변 비율이 가장 높게 나타났다. 비독서의 원인으로 주로 스마트폰 사용이나 학업 등으로 인한 시간 부족을 꼽았지만, 실제 그 내막을 살펴보면 ‘재미없음(지루함)’이라는 것이 핵심이고 책에 대해 흥미를 잃은 것이 중요한 원인이었다. 따라서 독서 환경을 어떻게 구성해주느냐, 재미를 어떻게 느끼게 해주느냐가 필수적이라 생각했고 <책맹인류>는 그 지점을 구체적으로 살펴보고자 했다.

또한 삶 속에서 실제 해볼 수 있는 방법을 제시하고자 했다. 누구나 독서가 좋은 거라 말은 하지만 실천하지 않는다는 것은 독서가 절대 쉽지 않기 때문이다. ‘읽기, 독서가 뭐 그렇게까지 대단한가? 대단히 어려운가?’라고 생각하지만 실제로는 그렇지 않다. 읽기가 쉽다면 왜 1년간 한 권도 읽지 않은 성인이 52.5%나 되겠는가? 가능한 세대별로 조금이라도 더 필요성과 관심을 가지고 실생활에서 해볼 방법들을 제시하고자 했다. ‘책을 읽읍시다!’라고 강요하는 것이 아니라, 세대별로 책과 읽기를 통해 즐겁고 행복한 경험을 느껴볼 수 있는 구체적인 방법을 고민했다.



문화체육관광부의 ‘2021년 국민실태조사’ 결과에 따르면 만 19세 이상 성인 가운데 1권 이상 책(교과서, 학습참고서, 잡지, 만화를 제외한 일반도서, 전자책, 오디오북)을 읽은 사람의 비율은 47.5%에 불과했다.(출처: EBS <책맹인류>)

‘책맹인류’의 실천할 수 있는 읽기를 위하여



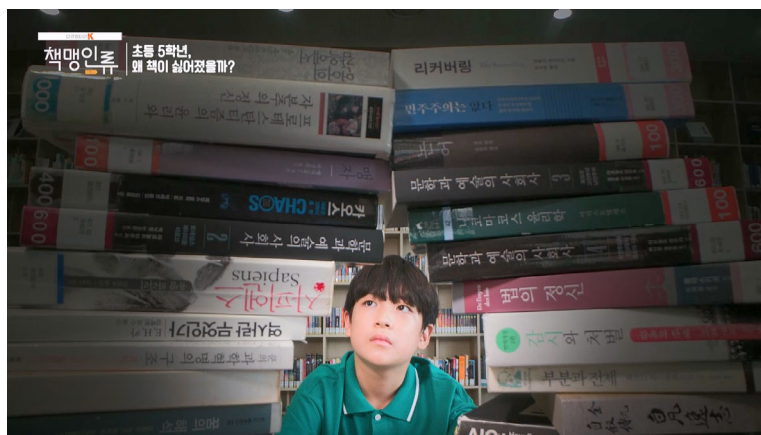
읽기를 중심으로 문해력과 독서에 관한 이야기를 포괄적으로 다룬 총 10부작의 <책맹인류>는 다양한 세대와 주제를 아우르도록 구성했다.(출처: EBS <책맹인류>)

<책맹인류>의 1부 ‘읽기의 과학’에서는 읽기 연구에 대한 세계적 권위자 마크 세이덴버그(Mark Seidenberg)와 국내 최고의 연구진들이 총출동한다. 시각과 청각이 읽기와 어떻게 연결되는지, 난독증은 어떻게 해결할 수 있는지, 읽기를 통해 배경 지식과 창의력이 어떻게 키워지는지가 과학적인 실험을 통해 밝혀진다. 책으로 보던 읽기의 의미를 국내 최초로 영상으로 확인할 수 있다.



1부 ‘읽기의 과학’에서는 과학자이자 과학 커뮤니케이터(communicator)인 이정모 선생이 프리젠티어(presenter)로 출연하여 더욱 쉽고 편하게 내용을 전달해 주었다.(출처: EBS <책맹인류>)

2부 '초등 5학년, 왜 책이 싫어졌을까?'는 읽기 동기에 대한 심리 분석 및 실험 다큐멘터리이다. 독서 습관을 들이기 위해 가장 많이 하는 독후감 숙제, 보상 제도와 같은 것들이 왜 아이들에게 독서 흥미를 잃게 만드는지를 알 수 있다. 무엇보다 독서가 '재미'가 아니라 '공부'라고 인식하게 하는 한 아이들은 결코 책을 들지 않을 것임을 느낄 수 있다.



소위 '권장 도서' 중에는 아이의 학년보다 더 높은 읽기 수준을 요구하는 책들도 많아서 아이들의 흥미를 더 떨어뜨리기도 한다.(출처: EBS <책맹인류>)

3부 '나는 왜 읽지 않는가?'는 20대부터 60대 이상까지 성인들이 왜 책을 읽지 않는가에 대한 답을 찾아본다. 보통 책맹의 원인을 개인의 나태함이나 불성실함으로 생각하기 쉽지만, 그렇지 않음을 알 수 있다. 대규모의 인류학적 탐구를 통해 책맹이 우리 사회의 구조적인 문제와 연관되어 있음이 드러난다.

4부와 5부는 근원적인 해결책을 찾기 위한 노력이다. 4부 '코로나 키즈, 말하지 않는 아이들'은 코로나 19 이후 의사소통의 문제를 겪는 아이들을 위한 해결책을, 5부 '문해력 교과서'는 혼자서 도저히 교과서를 읽을 수 없는 초·중등학생들을 위한 우리 교육 현장의 현실적 개선 방안을 담았다. 읽지 않는 아이들에게 "왜 못해?" 하고 묻는 것이 아니라 아이들이 책을 좀 더 읽기 쉽게 만드는 방법을 제시하고자 했다. '책맹'은 혼자 노력해서 해결할 수 있는 수준의 범위를 넘어선 사회현상이라고 생각했다.

6부~8부는 읽기를 통한 행복한 경험을 쌓아가는 과정이다. 6부 '온 국민 독서챌린지 함께 읽어 볼까요?'에서는 전국 각지에 만들어진 다락방에서 10분간 책을 읽게 함으로써 그간 잊고 있었던 독서를 더 쉽게 경험해 볼 수 있도록 '책다락' 캠페인과 부모와 아이가 함께 책을 읽는 '가족북클럽' 캠페인을 벌였다. 7부 '강아지에게 책 읽어주는 아이들'은 책 읽는 것을 싫어하는 초등학교 아이들이 강아지에게 책을 읽어주면서 읽기 능력 향상은 물론, 행복한 기억을 통해 책에 대한 긍정적인 인식을 가질 수 있도록 했다. 8부 '내 인생의 독서 처방전'은 60대 이상 노년층을 타겟으로 독서를 마음의 위안과 심리치유를 할 수 있는 좋은 도구로 제안했다. 책 읽는 사회, 책 읽는 가족을 통해 책 읽는 문화를 아주 자연스럽게 만들어 나가려는 방안이었다.



인천의 한 초등학교에서 12주간 진행한 프로젝트에 7명의 초등학생이 참여했다.(출처: EBS <책맹인류>)

9부 '도서관은 살아 있다'와 10부 '세계 읽기 전쟁'은 세계 각국이 문해력과 독서율 저하를 해결하기 위해 어떻게 접근하고 있는지를 중심으로 우리가 나아가야 할 방향을 살펴보았다. 특히 도서관이 단순히 조용히 책을 읽고 공부하는 공간이 아니라 새로운 커뮤니티의 장이자, 사람들을 모으고 활동하게 하는 공간으로서의 방향의 전환이 필요함을 다른 나라의 변화를 통해 느낄 수 있었다.

세계적인 언어 심리학자 마크 세이덴버그는 다음과 같이 얘기했다.

“책맹은 사회적, 문화적인 문제입니다. 과거에는 읽는 법을 배우지 못해서였지만, 지금은 우리의 관심을 사로잡는 다른 많은 것이 생겼기 때문이죠. 지난 10~15년 동안 복잡한 텍스트에 대해 어려움을 겪는 사람들은 더욱 늘었습니다.”

전 세계적으로 독서율은 떨어지는 추세다. 그 원인에 대해서 추정할 뿐 정확히 무엇 때문이라 하기는 어렵다. 독서율 저하가 스마트폰을 비롯한 디지털 기기 때문이라 생각한다고 해서 그런 디지털 기기 없이 미래를 사는 것은 불가능하다. 다만 다음의 두 가지는 기억해야 할 것이다.

첫째, 읽지 않아도 관촬율지에 대해 진지하게 고민해 보아야 한다. 보이지 않기에 인지하지 못할 뿐 글을 읽지 못하는 행위가 구성원 간의 이해, 소통, 발전 등 사회의 근간을 흔드는 심각한 '재난'의 원인이 될 수 있다. '읽기'는 피상적이거나 선택의 영역이 아닌 삶에 직결되는 문제이다. '사흘', '심심한 사과', '유아차' 등 우리 사회의 소통 문제를 드러낸 이 사건들의 원인으로 꼽힌 것은 문해력이었다. 왜 같은 글을 읽고 이렇게 다르게 이해하고 생각하는 것일까? 글을 읽고 쓰는 능력인 읽기 능력이 이런 차이를 가져올 수 있다는 것은 과거에는 생각지 못했던 일이다. 과연 미래 사회라고 해서 읽기를 안 하고 살 수 있을까? 읽기는 비단 '읽는 것'에서 그치지 않는다. 타인과 대화하고, 의견을 나누고, 새로운 것을 배우는 전 과정에 작동하는 '상호작용의 요체'이다.

둘째, 읽기 능력은 타고나지 않는다. 시각이나 청각과는 달리 후천적인 능력이다. 그것은 배우고 익혀야만 가능하다. 그래서 좋아질 수도 있고 나빠질 수도 있는 것이다. 전 세계가 문해력 교육에 힘쓰고 있는 이유가 바로 그 때문이다. 읽기는 인간의 시각적 능력, 음운 인식 능력, 어휘력, 배경 지식, 추론 등이 모두 동원되는 '기적의 협업'이다. 이토록 놀라운 능력을 우리는 매 순간 아무렇지도 않게 해내고

있다. 그렇게 열심히 무언가를 읽어내고 있는 우리 자신을 스스로 대견스럽게 생각해도 된다. 그리고 좀 더 잘 읽어내기 위해 조금씩 노력해야 한다. 인지 심리학, 학습 심리학 용어 중에 '바람직한 어려움 (desirable difficulty)'이라는 말이 있다. 시간과 노력을 들여 무언가에 도전함으로써 학습이 이뤄지고 단단해진다는 것을 의미한다. 너무 쉽게 느껴지면 아무것도 새로 배울 수 없고 오히려 어렵게 느껴지기 시작하면 좋은 징조라고 한다. 읽기도 마찬가지 아닐까. 오늘 한 페이지, 한 줄 더 읽으려는 노력이 필요하다.



민정홍(EBS PD)

2004년 EBS(한국교육방송공사)에 입사, <딩동댕 유치원>, <스페이스 공감>, <다큐프라임 다시, 학교> 등 다양한 프로그램을 연출했다. <당신의 문해력>, <문해력 유치원>, <당신의 문해력 플러스> 등 문해력 시리즈를 공동 기획하고 연출하여 우리 사회에 '문해력'이라는 새로운 화두를 던지며 동시에 현실적인 해결책을 제시하였고, 최근 <책맹인류> 10부작을 방송했다.

minpd@ebs.co.kr

2차적저작물작성권을 둘러싼 출판산업계 쟁점들

정지우(문화평론가 겸 변호사, 작가)

2023. 12.

최근 콘텐츠계의 핵심 화두, 2차적저작물작성권

2차적저작물작성권이 최근 콘텐츠 업계에서 계속하여 큰 논란이 되고 있다. 그 이유는 무엇보다 2차적 저작물 자체가 무척 흔해졌기 때문일 것이다. 웹소설이 웹툰으로, 웹툰이 영화로, 게임으로 만들어지는 일들은 너무나 흔해서 애초에 콘텐츠 제작 당시부터 2차적저작물 창작을 당연히 염두에 두는 경우가 많아졌다. 그밖에도 문화 교류로 인한 번역물의 범람, 창작이 쉬워진 환경에서 팬덤의 원작을 기반으로 한 재창작물, 각종 미디어에서 행하는 원저작물의 요약 영상 등이 모두 2차적저작물작성권과 밀접하게 관련되어 있다.

특히, 2차적저작물 제작이 중요한 이유는 원저작물보다 더 큰 수익을 내는 사례가 흔해졌기 때문이다. 출판물의 한계 등으로 적은 수익밖에 내지 못한 소설이 영화화되면서 천문학적인 수익을 낼 수도 있다. 어렵다는 이유로 원작의 도서는 별로 팔리지 않았지만, 그 도서를 잘 요약한 영상은 수십만 조회수를 기록하며 큰 광고 수익을 가져다주기도 한다.

2차적저작물작성권이 논란이 되는 건 이런 현실과 무관하지 않다. 2차적저작물이란 원작에 기초하여 새로운 창작성을 더하여 만들어진 작품이나, 원저작물 없이는 태생 자체가 불가능한 작품이다. 따라서 저작권법에서도 2차적저작물작성권 자체를 원저작물을 창작한 저작자의 권리로 부여하고 있다. 그런데 일종의 배보다 배꼽이 더 커지는 불균형한 일들이 콘텐츠 생태계에 일어나면서, 과연 그러한 권리를 함부로 양도받는 걸 허락해야 하는가 하는 문제에 관심이 모아지고 있는 것이다.

더군다나, 항상 그렇진 않지만 콘텐츠 창작자들은 큰 규모의 제작사나 출판사에 비해 열악하거나 절박한 지위에 있는 경우가 많다. 특히, 아직 데뷔하지 않은 작가나 간신히 경력을 이어가지만 유명세를 얻지 못한 창작자 등은 제작사나 출판사 등 앞에서 '을'의 위치가 되는 경우가 매우 흔하다. 그렇다 보니, 데뷔할 수 있는 기회를 얻거나 경력을 이어갈 수 있게 해주는 것 자체가 무척 소중하여 불공정한 계약에도 이의를 제기하지 못하고 서명을 하는 경우가 적지 않다.

‘2차적저작물작성권의 완전한 양도 혹은 포기’는 그런 점에서 매우 신중하게 이야기될 필요가 있다. 제작사와 출판사 입장에서의 투자 비용도 고려해야 하고, 또 사인(私人) 간의 거래를 어디까지 국가나 법이 개입할 것인지도 문제가 될 수 있다. 최근 이와 관련하여, 공정거래위원회는 아무리 사인 간의 거래라 할지라도, 불공정행위에 해당하여 금지될 수 있는 거래행위라는 측면에서 의견을 내렸다. 이에 대해 더 자세히 살펴보자.



카카오엔터테인먼트의 거래상 지위 남용에 관하여

공정거래위원회는 2023년 9월 15일 주식회사 카카오엔터테인먼트(이하 ‘카카오’)에 대해 거래상 지위 남용을 하였다고 의결하면서 과징금 5억 4천만 원을 부과했다. 구체적인 의결 내용을 보면, 카카오는 “공모전 당선 작품을 원저작물로 하는 2차적저작물을 작성할 수 있는 권리를 포괄적·독점적으로 부여 받는 거래 조건”을 설정·유지하여서는 안 되고, “공모전 당선 작품 또는 당선 작품의 현지화 작품을 원저작물로 하는 2차적저작물을 해외 지역에서 작성할 수 있는 권리와 관련하여 작가로 하여금 자신에게 제시한 조건보다 유리한 조건을 다른 사업자에게 제시하지 못하도록 하는 거래 조건”도 설정·유지하여서는 안 된다는 것이다.

그 근거를 살펴보면, “웹소설 시장에서는 최종 유통 채널인 플랫폼사가 관련 산업 생태계의 최상단에 위치”하게 되고, 작가 등은 “플랫폼사에 의존할 수밖에 없는 거래 관계가 형성되기 쉽다.”는 점을 명시하고 있다. 또한 대다수 작가들의 수입이 높지 않은 점 등을 고려해보면, 콘텐츠 제작을 주관하고 유통하는 기업의 영향력이 지배적이라는 점을 꼽는다. 기타 상황을 고려했을 때 카카오와 작가 사이의 지위상 격차가 상당히 크다는 점을 중요한 전제로 삼은 것이다.

특히, 2차적저작물작성권은 저작자에게 주어지는 권리로서, 저작자가 주체적으로 그 권리를 행사할 수 있어야 하는데, 사실상 그러한 권리를 박탈당한 점도 중요한 근거였던 것으로 보인다. 2차적저작물작성

권은 저작권법에서 저작자에게 보장한 권리임에도 불구하고, 사실상 그러한 권리를 행사도 못한 채 권리 주체로서의 권리를 박탈당한 것이라 본 것이다.

공정거래위원회의 해당 의결이 의미 있는 이유는 사실상 '저작권법'에서는 2차적저작물작성권의 양도나 포기에 대한 규정이 따로 없기 때문이다. 그래서 창작자와 플랫폼이든, 작가와 출판사든 사실상 '사인 간의 개인적인 거래'로 보아 두 권리 주체가 '합의'만 하면 아무런 문제가 없다고 볼 소지가 있었다. 그러나 저작권법에 설령 관련 규정이 없다 할지라도, '독점규제 및 공정거래에 관한 법률'로 2차적저작물작성권을 둘러싼 개별 계약 관계가 규율될 수 있다는 점을 명확히 알려준 의결이었던 셈이다.

출판사는 2차적저작물작성권 계약을 작가에게 강제할 수 있는가

한때 논란이 됐던 '구름빵' 판결과 비교해보면, 위 공정거래위원회 의결의 의미를 더 명확히 알 수 있다. 당시 『구름빵』(백희나, 한솔수북, 2004) 그림책과 관련하여, 법원은 작가가 출판사에 『구름빵』의 캐릭터를 포함한 일체의 저작물 및 저작권을 양도한 것으로 보았고, 그러한 양도 계약이 '유효'하다고 인정하였다. 반면, 이번 공정거래위원회는 작가들이 카카오에 비해 의존적이고 취약한 지위에 있다는 점을 인정하여, 설령 저작권 중 하나인 2차적저작물작성권을 양도하는 계약을 체결하였다 하더라도 그러한 계약이 '무효'라고 본 셈이다.

특히, '구름빵' 판례에서 법원은 당시 작가가 신인이었던 점을 감안하여, 작가가 작품이 잘 팔리지 않아 수입이 적을 수 있다는 위험을 고려하여 출판사와 매절 계약을 맺은 것이고, 그에 따라 저작권을 모두 양도하는 것이 불공정한 계약이 아니었다고 판단하였다. 즉, 작가가 스스로 '위험을 피하기' 위해 매절 계약을 맺은 측면을 중시한 것이다. 이 경우 작가는 출판사와 대등한 주체로 전제되었다. 반면, 이번 '카카오' 의결에서는 오히려 신인 작가들이 취약한 위치에 있으므로, 저작권을 양도하는 계약을 맺는 것이 합리적인 것이 아니라 강요된 것에 가깝다고 판단하였다. 즉, 이 경우에는 작가가 애초에 '울의 위치'에 있었다는 측면을 중시한 것이다. 이 경우 작가 출판사와 대등하지 않고 취약한 위치에 있는 것으로 전제되었다.

어떻게 보면 비슷할 수 있는 상황을 두고 과거 법원은 신인 작가의 합리적인 판단이라고 본 반면, 최근 공정거래위원회는 어쩔 수 없이 강요된 판단에 가깝다고 본 것이다. 물론, 이는 '구름빵' 사건의 경우에는 단순히 하나의 출판사인 경우였고 카카오 사건의 경우에는 영향력이 상당한 플랫폼이었다는 점에서 다른 판단이 내려진 측면도 무시할 수 없을 것이다.

그럼에도 불구하고, 카카오에 대한 공정거래위원회의 의결은 출판계와 창작 생태계에 경각심을 준 면이 있다. 경우에 따라서는 상대적으로 우월한 위치에 있는 출판사 등이 작가에게 2차적저작물작성권 양도 계약을 요구할 경우, 공정거래법에 따른 '불공정행위'에 해당될 소지가 있다. 이에 대한 최종 결정은 대법원이 하는 것이라 할지라도, 보통의 사업가 입장에서는 공정거래위원회의 의결도 상당한 부담으로 작용하고 쉽게 결정을 뒤집기 어려운 게 현실이기 때문이다.

물론 모든 출판사가 작가와의 관계에서 반드시 우월한 지위에 있는 것은 아니고, 개별 계약에서 작가가 다른 측면에서 더 좋은 조건(가령 높은 인세 등)을 제시하고 2차적저작물작성권을 양도하는 식으로

계약 조건을 조절한다면, 그것이 반드시 불공정한 행위로서 무효라고 단정할 수는 없다. 저작권법은 2차적저작물작성권도 양도할 수 있도록 규정하고 있고, 어디까지나 사인 간의 거래에서 그런 협의 자체가 불법은 아니기 때문이다.

따라서 개별 계약에 따라, 작가가 강요받을 정도로 열등한 지위에 있는가 아닌가에 따라 결론은 달라질 것이다. 이 문제는 어찌 보면 지극히 상식이 정답인 문제이기도 하다. 작가와 출판사 등이 서로 동등한 지위에서 공정한 계약을 맺으라는 것이다. 특히, 어느 한 쪽이 우월한 지위를 이용하여 상대방에게 은근히 불리한 조항을 강요하는 식으로 계약이 맺어진다면 그런 계약을 '무효'로 만들 수 있다는 것이다. 그러니 설령 내가 우월한 위치에 있더라도, 공정한 거래 관행에 합치하게 서로가 윈-윈(Win-Win)할 수 있는 계약을 맺어야 한다는 거래에서의 '양심'을 놓지 말라는 경고이기도 하다.



향후 2차적저작물작성권과 관련된 논의의 미래

과거에는 저작권에 대한 인식이 높지 않았고, 특히 2차적저작물작성권에 대해서는 거의 미미한 수준의 인식만 있었던 반면, 최근에는 저작권에 관한 전반적인 인식이 매우 높아지고 있다. 특히, 2차적저작물은 많은 창작자들이 창작을 하면서 기대하는 범주에 포함된다. 소설을 쓰는 작가도 언젠가 자기 작품이 영화화될 수 있다는 가능성을 생각하고, 인문학 책을 쓰는 작가는 번역 출판물, 때론 에세이가 드라마로 각색되거나 시가 굿즈로 제작될 수 있는 가능성도 염두에 두기도 한다. 무엇보다 2차적저작물에 해당하는 오디오북 등은 거의 모든 책에 적용되고 있는 상황이므로, 2차적저작물과 출판은 떼려야 뗄 수 없는 관계가 되고 있다.

따라서 통상 출판 계약에서 중요한 것은 종이책과 전자책의 인세 비율, 재계약 조건 정도로 여겨졌지만, 앞으로는 2차적저작물과 관련한 점도 매우 중요한 계약 조건으로 자리 잡아 갈 수밖에 없다. 만약 이에 대해 작가의 인식이 다소 부족하다면, 출판사 입장에서도 해당 부분이 무엇인지 명시적으로 설명

하고 계약 조건을 협의해야 할 의무가 있다고 볼 수 있을 것이다. 특별한 경우가 아닌 한, 다양한 개인인 작가보다는 업무에 전문적인 출판사가 관련 사항을 더 잘 알고 있는 게 일반적이고 더 우월한 위치에 있는 경우도 많을 수 있기 때문이다. 따라서 자칫 '불공정행위'가 되지 않으려면, 계약 단계에서 2차적저작물과 관련하여 최대한 상호 이익이 되는 방향으로 공정하게 합의하는 과정을 거칠 필요가 있을 것이다.

출판문화의 번영은 결국 작가와 출판사의 상생에서부터 시작된다. 서로를 위한 공정한 계약과 이익이 무엇인지 함께 고민하고 나아가야만, 건전한 출판생태계도 자리 잡을 수 있다. 2차적저작물은 그러한 건전한 문화와 생태계에서 점점 더 중요한 화두가 되고 있다.



정지우(문화평론가 겸 변호사, 작가)

본명은 정찬우로, 문화평론가 겸 변호사이다. 쓴 책으로 『분노사회』(이경, 2014), 『인스타그램에는 절망이 없다』(한겨레출판사, 2020), 『우리는 글쓰기를 너무 심각하게 생각하지』(문예출판사, 2021), 『이제는 알아야 할 저작권법』(마름모, 2023) 등 이십여 권이 있다. 법무부 법무심의관실 및 IP 로펌에 재직하였고, 현재는 한국저작권위원회 감정인 및 로컬랩 법률사무소 대표로 있다.

jiwoo9217@gmail.com

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

<https://lawnculture.modoo.at>

[작지만 강한 출판사를 만나다]
인다 김현우 대표
좋은 사람들과 고운 책을

김세나(퍼블리셔 대표)

2023. 12.

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.

2015년 20~30대 번역가, 편집자, 마케터, 북디자이너 등 12명이 주축이 되어 노동 공유 독립출판 프로젝트로 시작한 '인다'. 잘 알려지지 않은 고전이나 재조명할 가치가 있는 텍스트를 발굴해 꾸준히 번역하여 출간하고 있는 출판사다. 내가 인다를 오래전부터 눈여겨봤던 이유는 언젠가 인다에 참여했던 한 편집자의 말이 기억에 오래 남았기 때문이다. “혼자서는 웬지 모르게 용기가 안 나잖아. 동료들과 함께라면 할 수 있을 거 같아서.” 그 용기는 지금 어떤 모습일까. '인다스럽다'라는 말이 있을 정도로 분명한 취향으로 꾸준히 유의미한 행보를 보여주고 있는 인다를 찾아가 보았다.

인다는 각자의 노동력과 자본을 품앗이하며 독립출판 프로젝트로 시작했는데, 김현우 대표님도 처음부터 발기인으로서 함께하셨나요?

네, 맞아요. 인다는 저와 박솔·최성웅·이주환 님이 번역가로서, 장지은·김준섭·김보미 님이 편집자로서, 김영수 님이 마케터로서, 최성경·김마리 님이 디자이너로서 함께 시작했어요. 노동 공유는 사실 달리 말하면 무보수로 노동력을 제공하는 거였고, 그중 저를 포함하여 형편이 되는 사람들이 따로 출자금을 좀 냈었죠.

당시 “각자가 3년 동안 투자한 노동력 및 자본은 오직 책에 대한 인세 1%로 특정 시기 이후에 보상 받는다.”라고 계약서에 명시하고, 모두 동의하에 출자금을 받은 걸로 알고 있어요. 출자금도 그렇고 노동력도 사실 똑같이 투여할 수 없잖아요. 프로젝트마다 성격이 다르기도 하고, 시간적 여유가 있는 사람이 아무래도 더 많이 참여할 수밖에 없으니까요. 그런데 각자의 양심에 맡기며 업무량과 돈을 환산하지 않고 모두 동등하게 가져가는 게 좀 신기했죠. 이후 시간이 꽤 흘렀는데, 무엇이 달라졌고 지금은 어떻게 운영되고 있는지 궁금해요.

우선 제가 3기 대표인 셈인데(1기 대표 최성웅, 2기 대표 최성경), 제가 대표직을 맡기 직전인 2018년 봄에 인다가 재정적으로 위기에 직면했어요. 그 상태로는 도저히 유지할 수 없었고, 어쨌든 지분을 나눈다는 건 책임도 나눠서 져야 한다는 의미이기에, 2기로 넘어가면서부터 이전 계약 관계는 다 말소시켰습니다. 적자였지만 책임을 전가하지 않고 대표가 오로지 책임지는 걸로 하고, 참여자들에게 동의서를 받았어요. 그렇게 정리가 된 상태로 제가 회사 대표가 된 거죠.

저희가 처음 인다를 협동조합이나 주식회사 형태로 만들었어야 했는데, 개인사업자로 했거든요. 가장 실수한 부분이에요. 개인사업자이다 보니 나중에 지분 구조를 설정하는 데 어려움이 많았어요. 현재 저희가 해외 진출을 하기 위해 저작권 에이전시를 주식회사로 만들었는데, 이 회사를 인다 출판사와 합병할 예정이에요. 그래서 합병 이후 인다를 주식회사 형태로 전환할 때 주식 배분 배당률을 기존 동료들과 협의하는 단계에 있습니다.

원래 인다는 전원 합의 방식으로 의사결정을 해왔잖아요. 10여 명이 넘는 동료들의 의견을 한데 모으고 협의하는 일이 쉽지 않았을 거 같아요.

지금은 좀 달라졌죠. 생각해보면 그 시절이 참 좋았어요. 2016년 봄에 인다 책이 처음 나오기 시작했는데, 그때는 전반적으로 출판 시장에 책을 만들겠다는 에너지가 지금보다는 좀 더 많았던 듯하고, 그래서 저희처럼 어떤 면에서 무모하게 시도해도 재미있게 봐주시는 분들이 많았던 것 같아요.

그런데 어쨌든 지속적으로 출간을 하고 회사가 유지되려면 출간 주거나 마케팅 등이 중요하잖아요. 사이드 프로젝트로 회사 밖에서 책을 만들거나 처음 어떤 책들을 낼지 결정할 때는 전원 합의 방식이 용이했는데, 책을 좀 속도감 있게 내려고 하니 쉽지 않았어요. 출판사 일을 전적으로 맡아서 할 사람들이 필요했고, 그래서 몇몇 동료가 원래 다니던 직장을 그만두고 인다로 완전히 들어온 시기가 2017년이예요. 그러면서 그때 회사 내에서 의사결정을 하는 사람들과 바깥에서 자기 일을 하면서 의견을 내는 사람들의 간극이 벌어지기 시작했죠. 그 시기에 수익도 나고 그랬으면 모두 즐겁게 일했을 텐데, 수익도 안 나고 회사 내부 동료들은 출판사를 유지하기 위해 힘이 들고, 외부 동료들은 의사결정 과정에서 멀어지는 느낌이 드니 거리감이 생기고 했죠. 그래서 2018년 전체적으로 조정하는 시기를 거쳤습니다.



김현우 대표

그런 변화 속에서 3기 일다가 시작되었군요. 어떤 이유에서 김현우 대표님이 대표직을 맡게 되었나요?

저는 당시에 해외 유학 중이었기에 그런 과정에 크게 휩쓸리지 않았는데요. 저는 저희가 하는 일이 참 즐겁고 좋은 결과물을 계속 내면서 하는 의미 있는 일인데 이대로 그만두기에는 너무 아까웠습니다. 여러 이유로 운영이 어려워지니 ‘그럼 네가 한번 해볼래?’ 해서 제가 대표를 맡게 되었죠. 사실 저는 번역가로 참여하기만 했지, 출판에 대한 경험은 전혀 없는데 어쩌다 보니 지금 이렇게 출판사를 운영하고 있네요. (웃음)

현재는 출판만 하고 아카데미는 운영하지 않는 거죠? 이전에 좋은 강사 분들을 모시고 꽤 잘 운영했던 걸로 기억해서 아쉬움이 있어요.

2017년 서교동으로 사무실을 이전하면서 강의도 함께 할 수 있는 공간도 만들었죠. 제가 철학 전공자라 문학 분야에는 문외한에 가까웠는데, 외국 시를 번역하는 프로젝트가 중요했기 때문에 이 작업이 어떤 의미와 가치가 있는지 말해줄 사람들이 필요했고, 작가님들께서 엄청 많은 도움을 주셨어요. 백은선, 서대경, 문보영, 임솔아 작가님 등 그렇게 관계를 맺기 시작한 분들과 저희 책을 좀 재미있게 봐주시는 분들 중심으로 아카데미 수업을 제안드렸고, 실제로 잘되었어요.

하지만 아카데미는 수익보다는 인다를 알리는 브랜딩 차원에서 진행했기에 이윤이 많이 남진 않았어요. 그때 도움 주셨던 분들에게 감사해서 강사료도 정확하게 지급하려고 했어요. 입금도 개강일 바로 다음 날 바로 해드리고요. (웃음) 그런데 어느 날 아카데미에 에너지를 너무 많이 쓰고 있다는 걸 깨달았어요. 아카데미 관련 일은 최성웅 대표가 주로 많이 진행했었는데, 그도 많이 지쳤을 거예요. 자기는 번역가로 좋은 책을 소개하고 싶어 참여하고 회사를 만들었는데, 출판보다 강의를 더 많이 하고 있는 형편이었으니까요. 그래서 출판에 더 집중하자는 마음으로 아카데미의 비중을 줄이게 되었습니다.

그래도 기대하셨던 바는 이론 거 같아요. 아카데미를 통해 인문과 문학을 사랑하는 ‘찐 덕후’ 독자들도 많이 만났고 그들에게 인다라는 브랜드도 충분히 알렸으니까요. 그 원동력을 바탕으로 비록 작은 신생 출판사지만 내로라하는 여러 저자와 책도 만들 수 있었으니까요. 그럼 출판에 집중하게 되면서 인다에 근로자로 소속되어 일하시는 분들이 따로 계신 거죠?

네, 3명이 상주 편집자로 근무하고 있습니다. 회사가 유지되려면 이윤을 창출해야 하는데, 그래도 좋은 책을 만든다는 이유로 수익이 좀 덜 나더라도 혹은 수익이 나지 않을 걸 알면서도 출간하는 출판사들이 꽤 있잖아요. 인다 역시 저희 정체성을 유지하기 위해서 매출과 손익분기점 등을 정확한 수치로 판단해서 책을 기획하진 않아요. 이걸 어디까지 유지할 수 있을지 늘 고민되긴 하지만, 그렇게 해야 만들고 싶은 책을 조금 더 잘 만들 수 있지 않을까 생각하고 있어요.

‘출판계 위기’라는 말은 늘 있었지만 이제는 정말 출판사들의 지형 변화가 조만간 강제적으로든 자발적으로든 일어날 거라고 봐요. 대형 출판사는 IP 사업이든 뭐든 결합해서 더 커지려고 할 테고, 저희처럼 소규모 출판사는 스튜디오 형태로 갈 수밖에 없습니다. 그러니까 본인들의 정체성을 분명하고 날 서게 만들어서 유통하는 방식으로 기획해야 합니다.

인다가 스튜디오 형식으로 다른 출판사와 협업한 사례가 있나요?

한국 문학을 해외에 소개하는 에이전시 프로젝트를 진행하면서 문학과지성사나 난다 등과 느슨하게 협업하고 있고, 최근에는 풍월당에서 만든 한국 가곡집을 저희가 편집과 디자인을 맡기도 했어요.

그렇군요. 인다 3기 체제에서 가장 큰 변화는 무엇이고, 그 변화에서도 여전히 지키고자 하는 가치가 있다면 무엇인지요?

제가 대표를 맡고 나서 확실히 달라진 건 인다의 색깔은 분명하게 하되 종합출판사 형태로 간다고 결정한 점이네요. 인다에서 내년부터는 어린이책과 그림책 등 마니아뿐 아니라 전 연령대를 포괄하는 책이 나올 거예요. 그게 저희 브랜드를 보여줄 수 있는 스펙트럼이라고 생각하는데, 그러려면 제일 중요한 조건은 고용을 유지하는 겁니다. 1인 출판사 대표님들을 뵈게 되면 제가 항상 하는 말이 “직원을 꼭 채용해서 동료와 함께하세요.”입니다. 일단 함께 일하는 감각이 좋은 것도 있고, 1명보다 2명일 때 할 수 있는 일이 훨씬 더 많아지거든요. 저희가 해보니까 2~3명이 늘어나면 할 수 있는 일이 2~3배는 게 아니라 5배, 10배 이렇게 늘더라고요.

독자를 세밀하게 타깃팅 해서 책을 내도 요즘 같이 불안정한 분위기에서 그게 성공하길 기대하긴 위험 요소가 많거든요. 그래서 출판에서 다른 방식의 작업들이 좀 필요하다고 봐요. 그래서 저희는 종합출판사 형태로 가는 것과 해외에 한국 콘텐츠를 유통시키는 것, 이 두 가지를 목표로 움직이고 있습니다. 그러려면 인다의 색깔을 꾸준히 보여줄 수 있는 동료가 회사에 계속 있어야 하는데, 사람이 자주 바뀌면 애초에 그 작업이 불가능하죠. 합을 맞추며 오래 함께 일하고 싶어요.

그래서 지금은 이전처럼 완전히 전원 합의 방식은 아니더라도 구성원들이 하고 싶은 기획은 실현할 수 있게 해주려고 노력해요. 그 조건에서 매출보다는 저자가 우리와 한 번 더 계약해서 작업할 수 있으면 성공이라는 기준으로 작업하고 있습니다. 저자나 번역자가 이 편집자랑 한 번 더 일하고 싶다고 느꼈으면 해요. 두 번 하면 첫 작업의 경험을 딛고 더 나은 결과를 만들 수 있으리라 기대하고요. 그래서 그런 지속성 혹은 연속성을 확보하는 게 중요하고, 오래 지속되면 자연스럽게 인다의 정체성이 생기지 않을까 기대하고 있습니다.



인다의 동료들과 함께

인다에서는 서평지 <교차>도 만들었어요. 연 2회 발행하면서 학술서를 중심으로 국내외 여러 분야의 책을 다룬 10여 편의 서평을 매호 수록하는데, 창간과 동시에 종간 일정까지 미리 정해두셨더라고요. 출판사에서 서평지를 만든 계기가 궁금합니다.

한국에 탁월한 연구자가 많고, 그들의 글을 좀 더 많은 사람이 읽으면 좋겠다는 갈망이 계속 있었어요. 한국 특히 인문학 연구자들이 외국어로 된 텍스트를 어마어마하게 많이 읽고 소화한 다음, 한국 상황이나 외국 기준에 맞춰서 작업해요. 그런데 한국어로 쓰기 때문에 우리가 소화한 레퍼런스(reference)와 그 결과인 논문과 단행본 작업을 해외에서는 알기 어렵습니다. 그게 너무 큰 공적 자원의 상실이라고 보는데, 어쨌건 연구자는 사회가 키우는 거라고 보고요. 그들이 계속 힘을 얻으면서 작업할 수 있는 조건이 무엇일지 생각해보니 '좋은 필자를 발굴하고 그 필자들이 좀 더 대중적인 이야기를 할 수 있으

면 좋겠다, 그다음에 본인의 학술적인 능력을 담아서 책을 내고, 그걸 번역해서 해외로 수출하면 좋겠다.’로까지 연결된 거죠. 그러면 좀 더 한국 학술 장의 외연이 넓어지지 않을까요?

그래서 대중적인 글쓰기를 해볼 수 있게 만들어야겠다 싶었어요. 필자도 발굴해야 하고 저희랑 호흡을 맞출 수 있는지도 미리 살펴야 하는데 어떻게 하면 이 두 가지를 동시에 할 수 있을까 동료들과 함께 고민했더니, 서평지가 나오더군요. 6호까지 내겠다고 정해둔 건, 한 호를 내면 얼마가 손해일지 대강 계산해보니 6호까지는 우리가 감수할 수 있겠다 싶어서입니다. 한 호 낼 때마다 500만 원 정도의 손해를 예상했는데, 3,000만 원 정도는 투자할 수 있겠더라고요. (웃음)

대부분 서평지를 만드는 주된 목적인 좋은 책을 알리고 싶어서인데, <교차>는 저자 발굴, 즉 서평을 쓰는 주체인 필자에 방점이 찍혀 있군요. 어찌 보면 그게 다른 서평지와 차별점이라고 생각하고요. ‘인다’스러운 생각이고, ‘인다’스러운 시도라고 봅니다. (웃음)

필자에게 청탁을 드릴 때도 독자가 그 서평을 읽고 남는 게 서평을 쓴 사람이어야 한다고 말씀드려요. 이미 좋은 책이라고 선정됐고 책 관련하여 호평이든 비판이든 눈이 밝은 독자는 다 알아볼 수 있어요. 오히려 더 나아가 그 필자가 쓴 다른 글을 찾아보고 싶게 만드는 게 저희가 서평지를 만드는 이유와 맞닿아 있고 더 의미 있는 일이지요. 저희가 번역서는 많이 냈지만 국내 저자와의 작업은 많지 않아서, 사전에 대중서 형태로 책 작업을 하려면 어떤 호흡으로 만드는 게 가능할지 연습해보는 거죠.



<교차> 1~4호

논문과 단행본의 문법은 다르잖아요. 논문에 익숙한 연구자들에게 대중적인 글을 요청할 때 노하우가 있나요?

더 많은 독자를 만나야 하니 무조건 이해하기 쉽게 쓰라고만 할 수는 없는 것 같아요. 사실 그 글을 쓰시려고 하는 분의 의지에 달려 있다고 할까요. 다만 커뮤니케이션의 첫 단추를 끼울 때 최대한 예의 바르고 정중하게 저희가 하고 싶은 이야기를 많이 합니다. 그걸 얼마만큼 수용해주는지 보고 ‘이 책은 어디까지 할 수 있겠다.’ 가능해서 그때그때 맞추어요.

서평지 필자는 주로 어떻게 찾으시나요?

김영옥(불문학), 박민아(과학기술학), 최화선(종교학), 박동수(사월의책 출판사 편집장) 기획위원 네 분이 함께해주고 계십니다.

다른 출판사 편집장님이 기획위원을 맡아주시는 것도 특색 있고 참 좋은 인연이네요. 일다가 여러 출판사 사람들의 공동체로 시작해서인지 좀 더 개방적인 분위기라 자주 응원하게 됩니다. (웃음)

사월의책 박동수 편집장님을 모시게 된 건 전반적으로 출판계의 최근 이슈들에 능통하시기도 하고, 또 저희가 ‘편집자를 위한 철학 독서회’라고 하는 모임을 하고 있는데, 이 독서회에 박동수 편집장님도 함께 하고 있죠. 참여자 절반가량이 민음사에서 <한편>이라는 서평지를 만드는 편집자들이기도 합니다. <한편> 이랑 <교차>가 나오기 전부터 있었던 모임이고, 박동수 편집장님이 기획위원으로 함께해주시면 최적이겠다 싶어서 제안드렸는데 흔쾌히 수락해주셔서, 그 덕분에 책이 균형감 있게 만들어지고 있다고 생각해요.

훗날 인문교양서나 학술서를 번역해서 수출하는 것까지 염두에 두고 출간해야 하니 쉽지만은 않은 작업이네요. 최근 한국 소설이 부커상 후보에 오르면서 한국 문학에 대한 세계적 관심이 뜨거운데요. 한국 시단에서 중요한 작품을 발표한 동시대 시인 12명의 작품 2편씩을 각각 영어, 프랑스어, 독일어, 일본어로 번역하여 내놓은 ‘줄줄 프로젝트’도 참 의미 있어 보여요.

저희가 그동안 외국 시를 많이 번역해서 출간했어요. 그러다 보니 반대로 한국의 좋은 시를 외국에 소개하고 싶은 마음도 크죠. 좋은 시집을 내는 작은 출판사들은 국내에 많이 있으니까 변별력을 좀 가져야겠다 싶기도 했고요. 알 만한 시인들에게 출간을 제안하면 “다른 출판사와 현재 두 권 정도 계약되어 있어서 3~4년쯤 후에나 해줄 수 있다.”라고 말씀하세요. 그런데 그건 저희에게 너무 먼 미래거든요. 그래서 무엇을 제안하면 부담스럽지 않게 매력적으로 느끼실지 많이 고민한 결과가 ‘줄줄 프로젝트’입니다. 처음에는 2개 국어 정도로 생각하고 준비했는데 하다 보니 좀 더 다양한 외국 독자에게 가 닿게 하고 싶은 욕심이 나더군요. 시인 12명 정도가 되면 앤솔로지(anthology)로 묶어도 괜찮겠다 싶어서, 시집 서점 윌트앤시니컬을 운영하는 유희경 대표님을 찾아가 추천을 부탁드렸어요.

‘줄줄 프로젝트’를 접한 해외 출판사들 반응이 궁금합니다.

저희가 샘플북을 만들어서 작년(2022년) 프랑크푸르트 도서전에 들고 갔어요. 일단 재미있다고 하시면서 관심을 많이 보이시더라고요. 그런데 한편으로는 예상치 못한 반응도 이어졌어요. “그런데 소설은 없니?” 하는 거죠. 해외에서는 시집이 수입과 수출의 대상이 아니라는 인식을 접한 거죠. 그래서 현재는 소설 번역저작권을 수출해보고자 임경선 작가님, 조예은 작가님과 협업하고 있어요.

일다가 번역을 바탕으로 하는 에이전시 역할도 함께하면서 출판도 시너지 효과가 나는군요. 얼마 전 독일에 다녀오신 것도 ‘줄줄 프로젝트’ 때문인가요?

저희가 독일의 35세 이하 한국 문학에 관심 있는 번역가를 대상으로 올해(2023년) 제1회 번역 대회를 열었어요. 3월에 개최해서 9월까지 지원받아 심사해서 지난주에 베를린에서 시상식을 했습니다. ‘줄줄 프로젝트’의 연장선이고 반응도 좋아서 이제 정기적으로 베를린에서 행사를 진행하기로 했어요. 그러면 저희가 1년에 최소 시인 두세 분 정도 독일어 샘플을 양산할 수 있고, 내년 봄에는 소설 분야로 확장해보려고요. 그렇게 수상작 샘플로 해당 출판사는 독일에 홍보할 수 있고, 저희는 판매할 수 있는, 선순환 시스템을 만들고자 해요. 몇 년 내로 파리와 런던에서 개최하는 게 현재 장기적인 목표입니다.



독일에서 열린 제1회 번역 대회

아무래도 해당 언어권 번역가들이 직접 작업하면 글맛을 더 살릴 수 있으니 좋네요.

우리도 외서를 번역할 때 출판사에서 판권을 사서 한국인 번역가를 찾아서 번역을 의뢰하지, 외국에서 번역이 다 되어 있는 걸 확보해 출판하진 않잖아요. 그런데 지금 한국 문학 번역 지원 사업은 납품하듯이 좋은 번역을 보내고 거기서 선정되어 출간으로 이어지는 경우가 많거든요. 그런데 한국 문학이 더 폭넓게 번역되고 많이 소비되려면 그 언어권 사람이 직접 번역하게 만들고 그들의 언어와 리듬으로 소개해줘야 해서, 그런 채널을 좀 만들고 싶었어요. 또 그런 사람들끼리 교류할 수 있게 자리를 마련해보고 싶기도 했어요.

한편 K-콘텐츠, 즉 한국 문학이 세계로 뻗어 나가기 위해 우리 출판계에 어떤 노력이 필요할까요?

최근에 한강 작가님도 프랑스 메디치(Prix Médicis) 외국문학상을 받으셨잖아요. 제가 만나본 해외 출판인들은 그럼 “포스트(post) 한강은 누군데?” 하고 물어봐요. 선정하고 싶은데 샘플이 많지 않습니다. 그들이 검토하고 선택할 만한 샘플이 아주 많아져야 하는데 말이죠. 번역 지원 사업을 통해서 많이 생산되지만 그것보다 훨씬 더 많아야 해요.

그리고 정보라 작가님과 안톤 허 번역가님처럼 서로 호흡이 잘 맞는 작가와 번역가가 계속해서 함께 작업하면서 시너지를 낼 수 있는 환경도 필요해요. 수출하겠다는 목표가 분명한 작품은 그렇게 짝을 지어 작업할 수 있게 하는 거죠. 한국보다 외국 출판은 호흡이 길어요. 예를 들어 완역 원고가 들어가는 출간되는 데 보통 한 18~24개월 걸립니다. 책이 한 권 나오고 나서 판매하거나 유통할 수 있는 시간도 그만큼 길죠. 한국 출판계가 그런 관점에서 선제적으로 좋은 번역가들에게 좋은 작가를 소개하는 시스템을 만들었으면 합니다.

인다는 국내서보다는 번역서가 많은 편인데, 번역가를 섭외하고 함께 작업할 때 양질의 콘텐츠를 만들기 위한 노하우가 있나요?

편집자가 해당 언어를 구사할 수 있으면 가장 좋은 조합이겠지만, 그렇지 않은 경우가 많잖아요. 완충장치, 그러니까 오역을 검토할 수 있는 팀을 잘 구성하는 게 가장 좋은 방법이지만 현실적으로 쉽지 않죠. 번역가가 집중해서 작업을 잘했다는 전제하에, 아주 어려운 책도 편집자가 충분히 시간을 들여 읽으면 굉장히 많은 오역을 발견할 수 있다고 봅니다. 결국 편집자의 역할이 중요해요.



최근 출간작 『겨울 간식집』(박연준 외, 2023), 겨울 간식을 테마로 한 소설집이다.



『MBTI 테마소설집』 시리즈, 『여름 기담』 시리즈

요즘 읽다가 독자 대상으로도 신선한 시도를 의외로 잘하더라고요. MZ세대에게 MBTI는 하나의 트렌드였는데, 이다에서 그런 흐름에 발맞춰 최초로 MBTI 소설집을 기획하고, 또 2023년 서울국제도서전에서 제공한 굿즈 ‘반려돌’과 ‘MBTI 책갈피와 돛자리’가 독자들에게 큰 인기를 끌었죠. 최근에 나온 『여름 기담』(2023) 시리즈의 표지와 판형도 센스 있었어요. 저는 책이 아니라 일본 카레 상품인 줄 알았답니다. (웃음)

다 저희 편집자들 아이디어죠. 기존에 내던 책들이 대체로 무채색 톤이었는데, 한국 문학 팀이 합류하면서 외연도 넓어지고 새로운 기획도 많이 하고 있어요. 기발한 제안을 많이 해요. 제가 이제는 “부끄러워하지 않겠다.”라고 팀원들에게 말했어요. (웃음) 단 두 가지는 꼭 이야기해요. “새로운 책을 할 때는 가장 멀리 가도 좋다. 대신 멀리 가면 그 사이를 채워야 한다.”라고요.

은유 작가님 인터뷰 산문집 『우리는 순수한 것을 생각했다』(2023)를 제외하고 지금까지 무조건 다 시리즈로 내고 있어요. 책끼리 연계되었으면 해서요. 『우리는 순수한 것을 생각했다』도 단행본이지만 저희 프로젝트를 연결하는 중요한 책으로 기획하게 되었습니다. 저희가 번역서를 내고 번역가들이랑 프로젝트를 할 건데 그들이 너무 안 알려져 있는 거예요. 다양한 번역가가 있다는 사실을 알리고 싶었어요. 독자에게는 다양한 실험을 계속하고 있는 집단으로 인식되었으면 하고, 연계성을 가지고 꾸준히 간극을 채워가면서 시리즈를 낼 테니, 독자가 그걸 즐겁고 재밌게 봐줬으면 좋겠어요.



2023년 서울국제도서전 이다 부스 전경



2023년 서울국제도서전 '여름 첫 책'으로 선정된 『우리는 순수한 것을 생각했다』 북토크 모습

마지막 질문이네요. 노동 공유 프로젝트로 시작한 인다, 새로운 출판 모델을 만들어간 유의미한 도전이었다고 봅니다. 비슷한 시도를 꿈꾸는 이들에게 해주고 싶은 말이 있나요?

동료끼리 의지해야 해요. 그 동료가 한 회사에서 매일 보는 사이면 더할 나위 없이 좋고, 그게 아니더라도 출판계에 참 좋은 동료들이 많아요. 책 한 권 한 권 만들 때마다 다 다른 경험을 하기 때문에 그 고유한 경험을 동료들과 자주 나누면 좋겠어요. 배울 수 있는 동료가 곁에 있다는 기분, 서로 느슨히 자극을 주고받는다라는 감각을 느끼며 책을 만들면 좋겠습니다.

인다가 만들어진 지 그렇게 8여 년이 지났다. '함께'라는 이름의 용기는 그 힘이 실로 대단해서 이제는 편집자라면 한 번쯤 들어봤을 법한, 그야말로 작지만 단단한 출판사로 발전을 거듭했고, 느슨하게 연결되었던 이들 역시 여전히 지금도 서로를 의지하고 있다. '좋다' 혹은 '곱다'라는 뜻을 가진 옛 우리말 '인다'처럼 좋은 사람들과 고운 책을 만들며.

김현우 대표
 인다 출판사 및 나선 에이전시 대표이다.
 itta@itta.co.kr
 페이스북: www.facebook.com/ittapublishing
 트위터: www.twitter.com/ittapublishing
 인스타그램: www.instagram.com/itta_publishing
 포스트: https://post.naver.com/editeur_itta



김세나(퍼블리랜서 대표)

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

booksseny@gmail.com

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

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

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

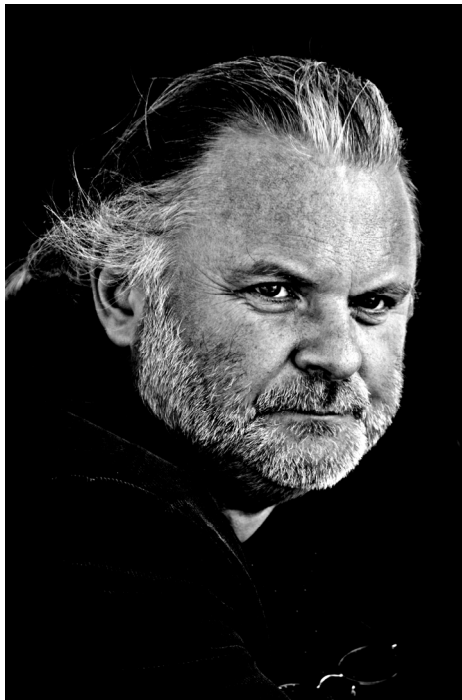
피오르 바닷가 마을이 세계적 문학이 되다

장은수(편집문화실험실 대표)

2023. 12.

2023 노벨 문학상 수상 작가… ‘현대극의 대가’ 온 포세

2023년 노벨 문학상은 노르웨이 작가 온 포세(Jon Fosse)에게 돌아갔다. 스웨덴 학술원(Swedish Academy)은 “말할 수 없는 것에 목소리를 부여한 작가”라고 선정 이유를 밝혔다. 그의 작품은 우리 삶에 필연적으로 존재하는 어떤 여백, 아무리 애써도 해명 불가능한 미지, 사람들 사이에서 몹시 부대껴도 절대 해소되지 않는 고독 등을 다룬다.



노르웨이 작가 온 포세(문학동네 제공, ©Tom A. Kolstad)

포세는 말한다. “‘사이’라는 말이 내 극 작품에 가장 자주 나오는 말이다.” 이때의 사이는 그의 희곡에서 대사 도중에 또는 대사와 대사 중간에 걸려 있는 긴 침묵을 뜻하지만, 우리 안에 본래부터 존재하는 말더듬, 즉 설명할 길 없는 기이한 감정에 부딪쳐 언어의 길이 끊어지는 순간을 뜻하는 뜻도 하다. 작품을 읽어보면 알겠지만, 포세는 드러난 언어를 통해 말하지 않고, 문장 사이 여백을 통해 더 많이 이야기한다.

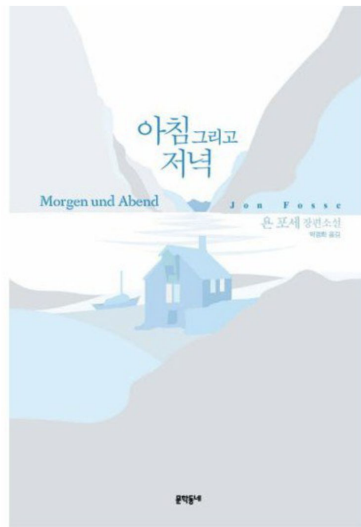
그가 걸로 다루는 것은 노르웨이 소시민들이 겪는 사랑과 이별, 상실과 죽음, 가족 간 갈등과 번민 같은 일상의 사건들이다. 그러나 포세가 진정으로 보여주려는 것은 그 흔하디흔한 사건들 사이에서 희미하게 드러나는 존재의 비의(祕義), 우리 삶의 순간순간에 초월적 의미를 불어넣는 경건함과 숭고함 등이다. “저에게 글쓰기는 일종의 경청입니다. 내가 무엇을 듣고 있는지는 모르지만, 듣고 있습니다!” 한마디로, 포세는 우리 실존의 깊은 비밀을 극도로 절제되고 압축된 언어를 통해 표현한다.

포세는 흔히 사무엘 베케트(Samuel Beckett), 해럴드 핀터(Harold Pinter) 등을 잇는 현대극의 대가로 불린다. 그는 노르웨이 특유의 연극 전통인 헨리크 입센(Henrik Ibsen)의 심리극을 계승하는 한편, 이를 베케트의 부조리극과 결합한 미니멀리즘 연극을 통해 인간 삶의 본질적 의미를 탐구해 왔다. 『어느 여름날』(1999), 『이름』(1995), 『가을날의 꿈』(1999) 등 그의 희곡은 50여 개 언어로 번역돼 전세계 곳곳의 극장에서 매년 수백 회 공연되고 있다. 또한 그는 특정 단어나 문장을 반복하는 리듬 넘치는 산문 문체를 통해서 덧없고 연약한 인간의 비밀을 한 꺼풀씩 벗겨가는 소설가로도 유명하다.

소시민의 삶을 통해 그려낸 문학의 언어

포세는 1959년 노르웨이 서부 해안의 소도시 헤우게순의 퀘이커교도 집안에서 출생했다. 한 인터뷰에서 포세는 말했다. “나는 끊임없이 바다를 바라보며 자랐다.” 한적하고 고요한 바닷가, 외따로 떨어진 오래된 집은 포세 작품 전체에서 반복해서 등장하는 풍경이다. 작품 속 인물들처럼 그는 바닷가 마을에서 태어나 공연을 위해 이 도시 저 도시로 떠돌던 시기를 제외하면 그곳에서 평생 글을 써 왔다. 자기가 온전히 속한 세계, 즉 원형의 고유한 풍경이 있는 작가는 행복하다. 세상 미로에서 길을 잃고 헤맬 때마다 언제나 그곳으로 되돌아가 다시 시작할 수 있는 까닭이다. 프랑스 철학자 가스통 바슐라르(Gaston Bachelard)는 시인의 언어가 자라나는 이러한 장소를 ‘혼의 풍경’이라고 불렀다. 다시 말해, 좋은 작가가 되려면 자기 몸과 마음의 고향을 혼의 풍경으로 가꾸어 내야만 한다. 장소에 관한 내적 탐구 없이 문학이 위대함을 얻는 건 너무나 어렵다.

포세는 언뜻 무국적의 글쓰기를 추구하는 듯 보인다. 이름도, 직업도, 전기적 배경도 없이 인물들은 대부분 ‘그 남자’ 또는 ‘그 여자’로 표기되고, 남성 중심인물 흔히 ‘아슬레’란 이름이 붙어 있다. 언뜻 보면, 포세는 인물의 디테일을 중요시하지 않는 듯하다. 그러나 그 인물들은 대부분 포세가 나고 자란 노르웨이 서부 지역의 소도시와 해안가 마을에서 살아간다. 국경 없이 세계를 떠도는 코스모폴리탄(Cosmopolitan)이 아니라 지역 풍경에 완벽히 녹아들어 있는 평범한 소시민들이다. 『아침 그리고 저녁』(2000)에 나오는 주인공 ‘요하네스’처럼 그들은 탄생부터 죽음까지 피오르 해안가를 떠나지 않는다.



『아침 그리고 저녁』

포세는 말한다. “해변의 바에서 들려오는 소리, 가을의 어둠, 좁은 마을길을 걸어 내려가는 열두 살 소년, 바람, 피오르를 울리는 장대비, 불빛이 새어 나오는 어둠 속의 외딴집, 어쩌다 자동차 한 대가 지나가는 소리 등이 내 작품의 토대다.” 고립감과 외로움이 짙게 느껴지는 풍경이다. 그러나 포세는 노르웨이 해안 마을 어디서나 흔히 보일 법한 외로움의 풍경을 인간 전체의 내적 고독을 드러내는 상징적 공간으로 변화시킨다. 포세 작품의 장소나 인물은 지역적이거나, 그 안에서 그들이 보여주는 사유와 감각은 보편적이다.

그의 작품은 인생의 이면에서 역동하는 근원적 불안에 집중한다. 불안은 구체적 삶에서 오지 않고, 인간 실존의 조건에서 생겨난다. 낯선 이 세상에 홀로 던져져 무의미의 나락 속에서 해마다 스러지지 않을까 하는 불안, 이 삶이 공허하다는 건 알겠으나 어떻게 해야 할지 도무지 알 수 없다는 내적 불안 말이다. 이러한 불안 탓에 포세 작품의 인물들은 심지어 가족이나 연인과 함께 있을 때조차도 ‘홀로’라고 느낀다. “고립은 삶의 필수 요소이다. 조용한 삶을, 특별한 사회적 삶을 살아갈 수 없으면 나는 글 쓰는 작업을 할 수 없을 것이다.”

위대한 작가들은 모두 고향의 풍경과 언어를 문학의 언어로 구현한다. 또 이러한 고유 언어가 있을 때 문학의 영토에 이름을 남기고, 세계적 주목을 얻을 수 있다. 포세의 작품은 광대한 바다가 불러일으키는 눈부신 경이, 그 숭고한 감정 속에서 자각하는 인간의 미소함, 외따로 떨어진 오두막이 가져오는 고립감, 떠들썩한 교류 없이 묵묵히 운명을 견인하며 살아가는 사람들 등으로 이루어진 혼의 풍경을 담고 있다. 지구의 변방을 벗어나지 못한 채 자연에 의지해 살아가는 이들의 고통과 슬픔을 현대인의 보편적 내면 풍경으로 승화하면서 그 안에 감추어진 구원의 가능성을 탐구한 것이다.

흥미롭게도 포세는 오슬로 지역의 표준 노르웨이어가 아니라 고향의 언어, 즉 서부 노르웨이어 지역에서 쓰는 신노르웨이어로 글을 쓴다. 약 55만 명만 사용하는 이 소수 언어로 글을 쓰는 최초의 작가이기도 하다. 포세는 산문시에 가까울 정도로 단어와 문장의 배치, 즉 소리, 리듬, 흐름 등에 극도로 신경을 기울인다. 그는 신노르웨이어 특유의 ‘언어적 울림’을 활용해서 고유한 예술 언어를 구축한다. 달

리 말하면, 그는 신노르웨이어의 단테(Dante)와 같다. 포세는 신노르웨이어를 문학의 언어, 철학의 언어, 신학의 언어로 승화했다.

포세는 단어의 위치, 각 단어를 발음하는 방식 등을 예민하게 조정함으로써 일상의 흔한 경험이나 공허한 대화를 독특하고 고유한 형태로 바꾼다. 그는 말하지 않고도 깊은 뜻을 주고받는 침묵의 화법, 단어와 문장의 반복으로 문장에 리듬을 일으키는 수법 등 우리에게 언어를 사용해서 일상을 기록하는 새로운 방법을 알려준다. 그에게 이러한 화법의 원형을 보여준 것도 고향 사람들이다. 포세는 말한다. “내 고향은 무척 조용하다. 사람들은 말을 많이 하지 않는다. 그들이 무엇인가를 말할 때는 아이러니로 가득하다. 그들은 자신들의 감정을 직접 표현하지 않는다. 그런 곳에서 성장했다는 것이 나의 언어와 많은 관련이 있다.” 다른 위대한 작가들처럼, 그 역시 모어를 깊게 탐구해 거기에 세련과 풍요를 더했을 뿐이다.

그의 문장에 음악성을 불어넣은 것은 록 음악에 빠져들었던 10대 초반의 경험과 고향의 파도들이다. 끝없이 밀려들었다가 멀어지는 파도로부터 그는 똑같거나 비슷한 단어나 문장의 반복을 통해 리듬을 이룩하는 법을 배웠다. “일고여덟 살 때 나는 혼자 배를 타러 나갈 수 있었다. 어두워질 때 배를 타고 본 이 풍경, 이 해안가 경험이 나는 소리처럼 느껴진다.” 이때의 풍경, 이 이미지는 포세의 작품에 반복해서 등장하는 남성 화자 아슬레의 원형 경험을 이룬다. 여러 작품에서 그는 마음의 안정을 찾지 못한 채 틈만 나면 조각배를 띄워서 바다로 나간다. 포세의 대표작 『어느 여름날』에서 그는 폭풍우 치는 바다로 배를 몰아갔다가 다시는 돌아오지 않는다. 포세의 문장들은 아슬레가 듣는 바다의 목소리, 존재의 근원에서 들어오는 기이한 소리를 변주한 것이다. 도중에 자주 끊어지면서 침묵으로 돌아가는 특이한 대화, 마침표 없이 한없이 이어지는 문장, 단어의 의미 전달보다 단어와 단어의 관계를 보여 주는 데 치중하는 화법 등은 파도 소리를 모방하기 위해 생겨난 결과다.

“아 아 저기 저기 아 아 아 저기 아 그리고 아 우 그렇게 아 에 아 에 아 싹싹 아 웅웅 아 오래 된 강 굽이굽이 이 아 에 아 이에 아 에 물이 에 아 그리고 에 우 아 모든 것은 그래 자 자 아 자 고르게 자 목소리 그리고 저 끄찍한 소리와 압박 에 아 에 것처럼 차가운 단절 아 아 매듭 돌 돌아가 아 그리고 아 앞으로 그렇게 모든 일은 일어난다.”

- 『아침 그리고 저녁』에서

이처럼 포세는 한 아이가 태어났다는 사실을 전달하기보다 그 순간 들려오는 우주의 소리를 응집해 표현하는 데, ‘이야기와 언어를 음악처럼 다루는 데’, ‘언어를 통해 음악에 존재하는 여러 분위기와 역동성을 만들어 내려고 시도’하는 데 더 신경 쓴다. 포세는 말한다. “텍스트는 존재해야 하며, 의미하지 않아야 한다.”

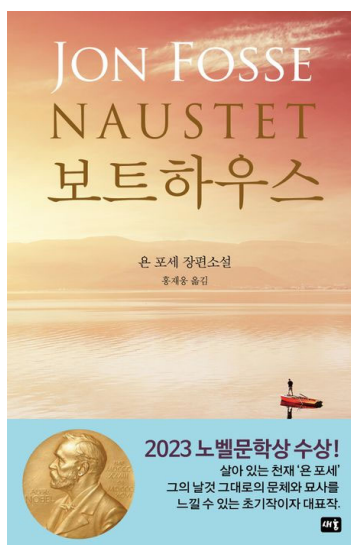
세계의 진짜 목소리, 우리가 정녕 인생에서 알고픈 것은 드러난 단어 속엔 존재하지 않는다. 그것은 보이는 세계 너머에 희미하게 반짝인다. 이 때문에 포세는 알 수 없는 것 속에 존재해야 한다고, 아직 알지 못하는 사물이 내는 목소리에 귀 기울여야 한다고 말한다. 한 편의 시로 들릴 만큼 독특한 포세의 산문은 그 기울어진 귀의 고투(苦闘)가 빚어낸 산물, 즉 끊김과 이어짐, 정지와 반복을 통해서 단어의 간격을 벌려서 거기에 존재의 의미가 깃들도록 하려는 노력의 결과이다. 따라서 포세의 작품을 읽는다는 것은 인물들과 함께 이러한 사물의 음악을 체험하는 일이다. 그의 작품은, 우리가 음악을 들을 때처럼, 소리에 겹쳐 있는 미지의 느낌, 정서, 사유 등을 그 자체로 즐기려 할 때 제대로 감상할 수 있다.

포세의 문장 곳곳에 깃든 공백은 삶의 의미에 성찰로 채워진 총명한 여백, 언어로 연주하는 긴장과 이완의 리듬에 담긴 인간 존재의 의미이기도 하다. 한 사람의 인생에는 타인이 함께 겪을 수 없고, 언어가 도저히 가 닿을 수 없는 공백, 즉 부조리가 있음을 포세에게 알려준 것은 '죽음'이다.

일곱 살 때 주스를 가지러 지하실 창고로 갔다가 돌아오는 길에 포세는 얼음에 미끄러져 넘어졌다. 그때 포세는 깨진 병 조각에 동맥을 찔려 거의 죽을 뻔했다. 아주 이른 시기에 죽음과 마주쳤던 경험은 포세의 문학적 행로에 큰 영향을 끼쳤다. “나는 외부에서 나 자신을 보고 있었다. 그만큼 나는 죽음에 가까이 가 있었다. 이런 관점, 이런 거리, 지금 되돌아보면 나는 그때부터 이미 작가였음을 알 수 있다.” 포세는 이 부조리 경험의 의미를 이해하기 위해서 아주 어렸을 때부터 시와 소설에 빠져들고, 기타와 바이올린 등 악기를 연주했다.

청소년기에 했던 연주 경험을 반영한 작품이 소설 『보트하우스』(1989)다. 이 작품의 중심인물은 서른이 넘는 한 히키코모리(사회생활을 거부하고 장기간 집안에만 틀어박혀 있는 사람을 일컫는 단어) 남자다. 어머니의 집 다락방에 얽혀사는 그는 외출도 하지 않는다. “나는 더 이상 밖에 나가지 않는다.” 청소년기에 함께 밴드를 했던 ‘크누텐’을 지난여름 길에서 우연히 마주친 후, 그는 알 수 없는 불안에 휘말려 밖에 나가지 못하게 되었다. 작품은 주요 사건 없이 화자가 자신의 불안과 그로 인한 고통을 기록하는 내용으로 이루어져 있다. 크누텐과 어릴 적 보트하우스에서 함께 보낸 시간, 밴드에서 함께 연주한 시절 등 화자의 내적 독백이 이어지는 가운데, 음악 교사로 자리 잡은 크누텐과 허송세월하는 화자의 삶이 빛과 어둠처럼 대비된다.

우리는 이 작품에서 끝내 불안의 정체를 알 수 없다. 그러나 자신의 삶을 둘러싼 이유 모를 불안을 파헤치기 위해 세계와 접촉을 끊은 채 스스로 고립을 선택한 자아, 불안에 저항하고 죽음을 유예하면서 한없이 문장을 토해내는 글쓰기의 독특한 운동을 만날 수 있다. 일찍이 프랑스 철학자 자크 데리다(Jacques Derrida)는 이야기했다. “말할 수 없는 것은 글로 써야 한다.” 글이 멈추지 않고 계속해서 쓰이고 있다는 사실 자체가 우리를 구원한다.



『보트하우스』

거장이 되기까지의 여정

포세는 1983년 소설 『빨강, 까망』으로 데뷔했다. 마침표 없이 쉼표로만 전체가 이어지는 특유의 문장, 단어와 문장의 반복을 통해 드러나는 강박관념, 의식과 무의식을 넘나드는 사유 등을 통해 인간 삶의 공백과 여백을 탐구하는 포세 작품의 주요 특징은 이미 초기 작품부터 선연히 드러난다. 포세는 말했다. “나는 구전 전통에서 파생된 화자가 되면 안 되고, 작가가 되어야 한다고 느꼈다. 내가 생각한 작가는 글쓰기의 육체, 즉 글쓰기의 물질성을 뜻했다.”

데뷔 이후 10년간 소설가로 활약하던 포세는 돈을 벌기 위해 1992년 첫 번째 희곡 『누군가 온다』를 집필한다. “1992년 늦가을, 나는 처음으로 ‘그’와 ‘그녀’가 나오는, 그리고 그사이 연출 지문이 들어가는 형식의 글을 쓰기 위해 자리에 앉았다. 나는 연극의 규칙에 대한 지식도 없이 그 작품을 거의 단숨에 써 내려갔다.” 이 작품에서 그는 시와 산문으로 표현할 수 없었던 것, 말과 침묵을 이용해 인간관계를 본질적으로 표현하는 데 가장 적합한 형식으로 희곡을 발견했다고 말했다.

1994년 『그리고 우리는 결코 헤어지지 않을 것이다』가 베르겐 국립극장 무대에 오르면서 포세는 본격적으로 극작 활동을 시작했다. 그를 헨리크 입센 이후 가장 많이 공연되는 노르웨이 극작가로 만든 ‘극적 황홀경’의 출발이었다. 이후, 그는 연극 무대에서 작가로 활약하면서 때때로 『멜랑콜리아 I-II』(1995~1996), 『아침 그리고 저녁』, 『저 사람은 알레스』(2003) 등을 발표하면서 소설 작업을 병행해 간다.



『멜랑콜리아 I-II』, 『저 사람은 알레스』

1998년 포세의 첫 번째 희곡 『누군가 온다』가 프랑스 낭트에서 무대에 오른 후, 갑자기 그는 유명해지기 시작한다. 1999년 『어느 여름날』, 『가을날의 꿈』, 『겨울』로 이어지는 ‘계절 3부작’을 발표해서 단숨에 프랑스, 독일, 영국 등 유럽 무대에서 높은 평가를 받은 것이 계기가 되었다. 『어느 여름날』은 북유럽 연극상을, 후속작 『이름』은 유럽에서 희곡 작가에게 주는 최고의 상에 속하는 네스트로이 상(Nestroy Prize)을 받았다. 이 작품들에서 인물에 특정한 정체성을 부여하지 않은 채, 여러 작품에 반

복해서 쓰는 포세 작품의 특징이 선연히 나타나기 시작했다. 『어느 여름날』에서 바닷가의 낡은 집에서 남편 아슬레가 바다에서 실종된 날을 회상하는 여자는 『가을날의 꿈』에서 나오는 여자와 거의 같은 인물이다. 『가을날의 꿈』에서 여자는 오래된 집을 얻어서 남자와 함께 살다 남자가 갑자기 세상을 떠나는 사건이 벌어진다.

포세는 비인칭의 글쓰기를 시도한다. 그의 작품에서는 주인공의 이름, 직업, 나이 등이 모두 명시되어 있지 않고, 인물의 과거 또한 독백이나 대화를 통해서 슬쩍 드러날 뿐 특별히 설명되지 않는다. 포세는 말한다. “나는 노동자 또는 회사원으로서 그들의 삶에 관해 쓰지 않는다. 나는 인물에게 이름과 직업, 그리고 전기적 배경을 만들어 주지 않는다. 나는 그 남자 또는 그 여자로서의 인물을 원했다.” 그가 주목하는 것은 한 사람이 인생에서 겪는 여러 가지 사건들의 의미가 아니다. 그는 인간 전체가 필연적으로 마주할 수밖에 없는 삶의 공백을 탐구한다. 그것은 이름과 지위와 사건을 지워도 여전히 우리에게 남아 있다. 우리는 그것이 무엇인지 알지 못하나, 그것 없이는 살 수 없다. 그래서 아슬레는 사랑하는 연인과 살림을 꾸려 행복하게 살면서도, 때때로 바다의 목소리를 들으려 쪽배를 타고 물결에 몸을 싣는 것이다.

『어느 여름날』은 홀로 남은 아내가 창밖의 바다를 내다보면서 떠나간 남편을 회상하는 형식으로 이루어져 있다. 그녀는 도무지 들을 수 없었던 아슬레의 속말, 홀연히 사라진 그의 삶이 남긴 의미를 한없이 되씹는다. “내 평생/하나의 질문과도 같았어/하나의 외침과도 같았어/우린 서로를 발견했고/우리가 서로를 발견한 것처럼/그렇게 갑자기/우리 서로를 떠나야 했어/하지만 그게 인생이지.” 만남과 이별, 사랑과 죽음, 상실과 그리움, 공허와 외로움 등을 피할 수 있는 사람은 없다. 아슬레처럼, 또 그의 아내처럼 우리는 누구나 불현듯 이러한 질문, 자기 안에서 들려오는 외침과 마주친다. 근원의 질문과 외침은 우리를 불안에 빠뜨리고, 우리의 삶은 그로부터 뿌리째 흔들린다.

남편이 남긴 지울 수 없는 흔적, 그 의미를 거듭해서 성찰하는 여자의 존재는 우리가 인생에서 무엇에 집중해야 하는가를 암시적으로 보여준다. 진짜 삶은 떠들썩한 세간의 사건이나 시끄러운 수다 속엔 존재하지 않는다. 어느 날 존재를 찾아든 근원적 불안을 질문 삼는 내적 여행을 두려워하지 않는 사람만이 진정한 삶에 이를 수 있다. 포세는 이를 “밝게 빛나는 어둠”이란 역설의 언어로 압축한다. 성찰은 삶의 피할 수 없는 어둠을 무의미의 나락으로 떨어지게 하지 않고 진실의 빛으로 변화시킨다.

한 줄기 빛을 탐구하는 작품 세계

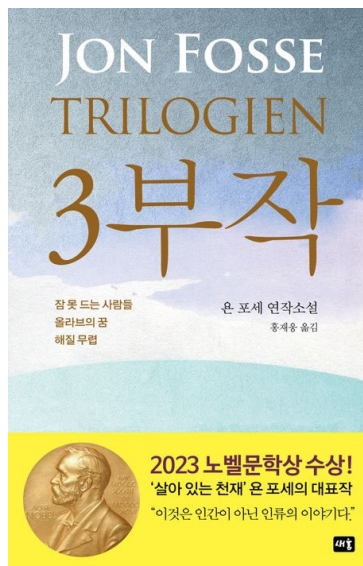
2012년 포세는 갑자기 희곡 작업을 멈추고, 소설로 돌아가기로 결심한다. 그는 오랫동안 취해 있던 알코올 중독에서 벗어나서 술을 끊고 가톨릭으로 개종한다. 퀘이커교도 집안에서 태어나서 어린 시절부터 그를 사로잡았던 영성 체험이 다시 그를 사로잡는다. 포세는 말한다. “글을 잘 쓸 수 있을 때 두 번째 침묵의 언어가 생겨난다. 이 침묵의 언어가 모든 걸 말해준다. 이야기는 아니지만 그 이면에 있는 무언가, 즉 조용한 목소리가 말하는 것을 들을 수 있다.” 이 조용한 목소리가 처음 실체를 드러낸 작품이 『3부작』(2014)이다. 『잠 못 드는 사람들』(2007), 『올라브의 꿈』(2012), 『해 질 무렵』(2014)으로 이루어진 이 연작 작품은 오래전 노르웨이를 배경으로 바이올린 연주자 아슬레와 아내 알리다의 영원한 사랑 이야기를 그려내고 있다. 『어느 여름날』에서와 마찬가지로, 이 작품에서도 포세는 알리다의 회상이라는 형태를 통해 존재와 부재의 이중주를 시도한다.

이 작품은 비 오는 밤 아무도 받아주지 않는 가운데, 아슬레와 알리다가 아이를 낳는 장면에서 시작해서 수십 년의 시간을 가로지르면서 사랑의 영원성, 예술의 신비 등을 그려낸다. 알리다를 두고 도시로 나갔던 아슬레는 사람들의 오해를 받아 어이없이 살해당하지만, 그의 목소리, 연주 소리 등은 영원히 알리다 곁에 남아 있다.

“모든 것이 고요해지고 오직 바다가 가볍게 철썩이며 뱃전에 출렁이는 소리만 있을 뿐이다, 출렁임 그리고 철썩임 그리고 거의 다 탄 장작에서 나는 타닥거림, 그리고 알리다는 그녀를 감싸 안는 아슬레의 팔을 느낀다 그는 속삭임으로 내 소중한 사람, 내 유일한 사람, 그건 당신이야, 영원히 당신이야, 라고 말한다, 그리고 그는 그녀를 꼭 안고 그녀의 머리카락을 쓰다듬는다, 그러자 그녀가 당신은 영원히 내 소중한 사람이야, 라고 말한다, 그러자 그녀의 귀에 아기 시그발의 평온한 숨소리가 들려오고 아슬레의 평온한 숨소리가 들려온다 그의 온기가 그녀 안으로 스며드는 것을 느낀다 그리고 그녀와 그는 평온하게 숨을 쉰다 모든 것은 잔잔하고 잔잔한 움직임이 있다 그녀와 아슬레는 똑같이 잔잔하게 움직인다 모든 것이 고요하며 믿을 수 없을 만큼 파랗다.”

- 『3부작』에서

알리다는 바람이 불고, 파도가 칠 때마다 신비하게도 아슬레의 숨소리, 목소리를 듣는다. 사랑은 보이지 않아도 존재한다. 삶에서 소중한 가치들도 마찬가지다. 그것은 부재의 형식으로만 존재하며, 우리는 그 침묵의 언어에 귀 기울이려고 부단히 애쓸 때 비로소 거기에 다가갈 수 있다. 포세의 작품은 우리에게 이를 잘 알려준다.



『3부작』

은 포세의 대표작은 아직 번역되지 않았다. 7부 1,400쪽에 이르는 『셴톨로지』(2019)이다. 이 작품은 아슬레라는 이름을 공유하는 두 화가의 일생을 교차해서 보여준다. 도플갱어처럼 속 닳은 두 사람은 모두 예술을 꿈꾸지만, 그 인생은 빛과 어둠, 성공과 실패로 극명하게 나뉘어 있다. 삶과 죽음, 패배와 성취, 절망과 희망, 좌절과 일어섬 등 실존적 질문과 씨름하는 두 화가를 통해서 포세는 인생이란 빛과

그림자를 함께 바라볼 때, 즉 모든 모순된 관계를 하나로 묶는 영적 온전함을 지향할 때 비로소 구원 받을 수 있다고 말한다.

삶이란 냉대와 배신으로 얼룩진 오욕의 연속이고, 누추하고 추악한 고통의 악순환이다. 게다가 우리는 아슬레처럼 항상 존재의 결핍, 근원적 고독에 시달린다. 이러한 삶에서 포세는 만연한 어둠에 지지 않는 한 줄기 빛을, 영혼의 평화를 탐구한다. 한 문학 비평가는 말한다. “포세가 소설을 말할 때 사용하는 핵심 단어가 평화다. 일이 일어나고, 사람이 죽고, 이혼하나, 그 안에는 진정한 평화가 깃들어 있다.” 『셍톨로지』와 함께 노르웨이 피오르 해안 마을에서 언어의 어부가 건져 올린 존재의 평화를 맛볼 날을 기대한다.



장은수(편집문화실험실 대표)

읽기 중독자. 출판평론가. 서울대학교 국어국문학과를 졸업했으며, 민음사에서 오랫동안 책을 만들고, 대표이사를 역임했다. 현재 편집문화실험실 대표로 주로 읽기와 쓰기, 출판과 미디어 등에 대한 생각의 도구들을 개발하는 일을 한다. 저서로 『출판의 미래』(오르트, 2016), 『같이 읽고 함께 살다』(느티나무책방, 2018) 등이 있으며, 『기억 전달자』(로이스 로리(Lois Lowry), 비룡소, 2007), 『고릴라』(앤서니 브라운(Anthony Browne), 비룡소, 2008) 등을 우리말로 옮겼다.

일본 출판유통 개혁에 시동 건 ‘북셀러즈앤컴퍼니’

백원근(책과사회연구소 대표)

2023. 12.

일본을 대표하는 대형 서점 체인인 ‘기노쿠니야(Kinokuniya) 서점’, 한국에도 잘 알려진 츠타야(Tsutaya)를 운영하는 ‘컬처 컨비니언스 클럽(CCC, Culture Convenience Club)’ 그리고 일본을 대표하는 출판 도매업체인 ‘일본출판판매(이하 닛판(日販))’가 공동 출자한 ‘북셀러즈앤컴퍼니(BOOKSELLERS & CO.)’가 2023년 10월 2일 설립되었다. “서점이 주도하는 출판유통 개혁”을 기치로 내걸고 일본 출판유통업계 강자들이 모인 것이다. 언뜻 보기에는 강력한 경쟁 관계인 기노쿠니야와 츠타야가 왜 공동 사업을 모색하는지, 그에 더해 출판사와 서점 간 직거래 확대를 가장 경계해야 할 최대 도매업체가 왜 이러한 새로운 비즈니스에 적극 동참하는지 납득하기 어려울 수 있다.



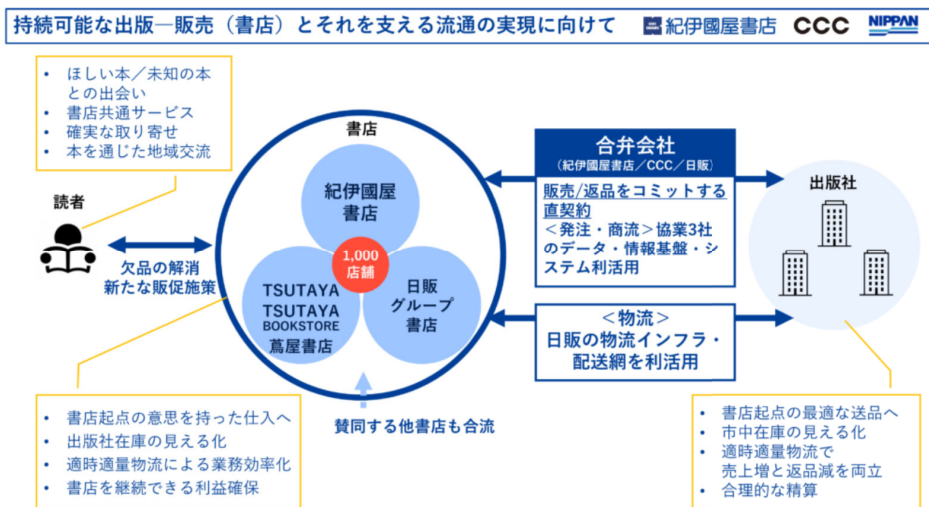
이 회사의 가장 큰 목표는 서점의 주도로 출판사와 직거래 유통을 확대하는 데 있다. 북셀러즈앤컴퍼니는 창립 취지에서 “거리의 서점이 존속하고, 보다 많은 사람들이 독서 습관을 키우며, 책을 통한 지식과 문화의 접점이 지속되는 풍요로운 미래를 서점 스스로의 힘으로 개척해 나가겠다.”고 밝혔다. 서점의 지속 가능성을 높이겠다는 것이다. 그런데, 이 뒤편한 문장 속에는 일본 서점계의 절박함이 담겨 있다. 실제로 일본 서점의 숫자는 지난 20년간 약 45%나 줄었다.* 그 결과로 일본 지방자치단체 가운데 26%에는 서점이 한 곳도 없다.

* 출판계에서 운영하는 일본출판인프라센터 및 서점마스터관리센터 자료에 따르면, 일본의 서점 수는 2003년에 20,880개이던 것이 2022년에는 11,495개로 55%가량 대폭 줄었다. 다만, 서점 매장의 총 규모는 대형 서점이 증가하면서 2003년의 109만 평에서 2022년의 112만 평으로 서점의 규모가 오히려 확장되었는데, 2013년에 132만 평으로 정점을 찍은 이후에는 감소 추세에 있다. 일본 서점의 평균 매장 규모는 132.7평으로 한국(101.2평, 2022 출판산업실태조사)보다 31.1% 큰 편이다.

‘잡고서저(雜高書低)’라 하여, 출판산업에서 잡지 매출이 더 많고 도서의 매출 비중은 낮았던 일본의 출판 시장 구조는 2016년에 잡지 시장의 규모가 도서 시장의 규모보다 작아지면서 변곡점이 찾아온다. 즉, 1980~1990년대에는 잡지 시장이 폭발적으로 성장하며 3대 2의 비율로 잡지 시장이 도서 시장보다 더 컸으나, 인터넷이 대중화된 1990년대 말부터 잡지(특히 주간지) 시장이 급전직하(急轉直下)로 몰락한 것이다. 이로 인해 그간 잡지 배본 시스템에 얽어 도서 상품을 저렴하게 출고하던 양대 도매업체(닛판, 도한) 주도의 출판유통 시스템은 이제 종언을 예고하고 있다. 한때 40% 이상이던 반품률(2022년에는 32.6%)도 잡지 중심, 반품이 가능한 위탁 판매 중심의 유통 관행이 낡은 양적 성장 시대의 산물이다. 한국과 달리 대형 체인 서점이든 아마존재팬 등의 인터넷 서점들이든 주로 양대 도매상을 통해 거래하던 일본의 출판유통 방식에 변화가 불가피해진 것이다.

북셀러즈앤컴퍼니는 기존 도매상을 대신해 서점이 주체가 되어 출판사와 직거래하며 매입량을 결정하는 새로운 직거래 관계 구축을 목적으로 탄생했다. 도매상이 ‘갑’이던 유통 구조를 바꾸겠다는 것이다. 출판사와 직거래를 원하는 서점들을 대표해서 개별 출판사들과 직거래 계약을 체결하고 해당 출판사의 출판물(도서와 잡지)을 받아 서점에 공급한다는 것이다. 이에 따라 사업에 참여하는 대형 도소매 3사의 시스템과 판매 데이터, 서점계의 노하우를 살려 ‘판매 기회 상실을 최소화하는 적정 매입’을 지향한다.

한 걸음 더 나아가 서점 구매자와 객단가를 키우기 위해 판매 촉진 기획을 공동으로 실시하고, 서점 공동 앱의 개발 등 서점계를 아우르는 서비스에도 적극 나선다는 계획이다. 3사의 판매 데이터를 연계하여 인공지능(AI)을 활용해 수요 예측 시스템을 개발할 구상도 가다듬고 있다. 초기 자본금은 5천만 엔(약 4억 3천만 원)이며, 3사의 출자 비율은 기노쿠니야 서점 40%, CCC 30%, 닛판 30%이다. 대표이사 회장에는 기노쿠니야 서점의 다카이 마사시(高井昌史) 회장이, 대표이사 사장에는 기노쿠니야 서점의 미야기 요시타카(宮城剛高) 경영전략실장이 각각 취임했다. 사장에 취임한 미야기 요시타카는 기노쿠니야 서점 신주쿠 본점 근무에 이어 쿠알라룸푸르, 뉴욕, 시드니 등 주요 해외 지점의 지배인을 12년 이상 경험한 40대의 젊은 서점인이다.



지난 6월에 발표된 사업 기본 계획. 지속 가능한 출판-판매(서점)를 위한 유통 실현을 위해 기노쿠니야 서점, CCC, 닛판 그룹 산하 서점 등 약 1천 개 이상의 서점이 출발 시점부터 참여하여 출판사와 직거래하며, 닛판의 물류 시스템을 활용한다는 방안이 담겼다.

출판사와 상생하는 서점 주도의 유통 구조 개선

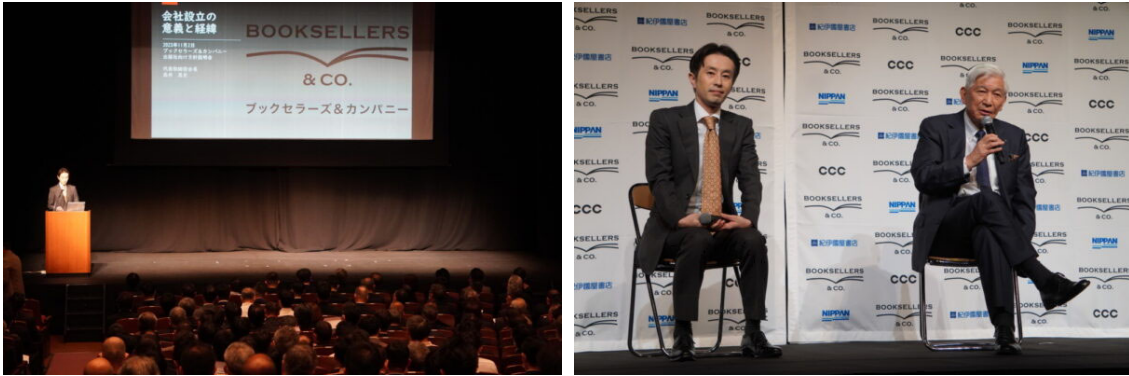
북셀러즈앤컴퍼니 설립 발표 1개월 만인 11월 2일, 도쿄 시부야의 '기노쿠니야 사진시어터 다카시마 야'에서 열린 출판사 대상의 사업 설명회에는 출판인 293명이 참석하여 사업에 대한 일본 출판계의 뜨거운 관심을 실감하게 했다. 이 자리에서는 다카이 마사시 회장의 인사말에 이어, 미야기 요시타카 사장의 회사 방침에 대한 설명과 질의응답이 이루어졌다.

다카이 마사시 회장은 “북셀러즈앤컴퍼니가 출판사에 전하고 싶은 메시지는 크게 세 가지이다. 첫째는 서점과 출판사의 직거래, 둘째는 합리적인 물류의 실현을 위한 협력, 셋째는 서점 부흥(활성화)을 위한 지원이다.”라고 운을 떼었다. 북셀러즈앤컴퍼니에 참여하는 기노쿠니야 서점, 츠타야, 닛판 그룹 직영 서점을 합하면 약 1천 개 점포인데, 현재 일본 내 서점 매출액의 약 20% 이상 되는 규모이다. 이 정도의 '규모의 경제'로 직거래를 통한 매입 부수 결정, 주목 도서에 대한 1천 개 서점의 일괄 매절 구매 그리고 다양한 공동 사업으로 서점 매출 증대와 반품 감소를 기한다면 출판사에도 분명히 이점이 있을 것이라고 말했다. 출판사와 서점이 상생하는 방식으로 현금 흐름이 건전화되는 구조를 만들자는 제안도 덧붙였다. 출판사와 서점이 팔고 싶은 책을 적시에 판매하고, 인기 신간이 대형 서점 위주로 배분되던 문제를 해소하며(재고 공유), 근년 들어 물류 경비 상승에 따라 예상되는 유통 대란의 우려를 해소하기 위해서라도 출판사들의 적극적인 동참이 필요하다고 호소했다.

이어서 미야기 요시타카 사장은 회사의 설립 목적, 제공하고자 하는 핵심 가치, 비즈니스 모델에 대해 설명했다. 그는 북셀러즈앤컴퍼니가 '새로운 도매 회사'가 아니라고 분명히 말했다. 기존의 출판유통을 개혁하여 출판사와 서점의 이익을 최대화하고, 종래의 도매 위탁 구조에서는 불평등하게 취급을 받았던 소형 출판사와 지방 출판사와도 함께 하겠다는 것이다.

공동 사업에 참여한 3사가 종전에 각자 해오던 사업과의 차이점은 크게 두 가지다. 하나는 북셀러즈앤컴퍼니가 직거래 서점들의 대표로 나서서 출판사와 직접 계약을 맺고 거래 조건과 매입 수량을 결정하는 것인데, 여기에는 서점의 각오가 필요하다. 이제는 서점도 물류비 부담을 해야 하기 때문이다. 서점 스스로 매입 부수를 정하고 매입한 출판물을 최대한 판매하여 반품을 줄이는 것이 중요하다. 이렇게 함으로써 서점의 이익 증가와 직결된다. 천덕꾸러기 신세가 된 잡지 배송의 효율화, 기노쿠니야와 츠타야의 해외 매장 활용 등을 포함한 서점의 자구 노력이 경영 개선과 연결되도록 하는 구상도 세우겠다고 했다. 또 다른 한 가지는 서점과 계약 출판사들이 쌍방향적으로 연결되는 환경을 만드는 것이다. 이를 위해 출판사의 생각과 의지를 서점 매장에 그대로 전달하기 위해 정례 모임을 물론이고 체인점의 범주를 초월한 '오리지널 판매 기획', 권역별 참가 서점의 커뮤니티 구축에 나서겠다는 것이다.

결국 사업의 핵심은 거래 모델을 어떻게 만들 것인가에 달려있다. 북셀러즈앤컴퍼니에서 제안하는 두 가지의 거래 모델은 계약 출판사의 모든 도서를 대상으로 하는 '판매 연동'(포괄 계약) 모델과 스테디셀러 등 일부 출판물에 대한 '반품 제로'(매절 매매 계약) 모델이다. 이런 거래 방식을 통해 적어도 사업 3년차에는 '판매 연동' 모델을 전체 거래 서점의 매입량 중 절반 이상이 되도록 하고, 전체 거래액의 최소 10% 이상은 '반품 제로' 모델 거래로 매절 계약을 확대한다는 계획을 제시했다. 필요에 따라 기존의 도매 위탁 거래도 유연하게 병행한다.



2023년 11월 2일, 출판사 대상 사업 설명회 장면(좌), 초대 대표이사 사장과 회장(우)

물류는 종전의 방식대로 닛판을 그대로 활용하는데, 북셀러즈앤컴퍼니에서의 닛판은 도매상으로서가 아니라 거래 실적에 따라 수수료를 받는 방식의 물류 대행업체와 같은 역할을 한다. 출판 도매 물류의 어려움이 가중되는 상황에서 닛판의 수익 모델은 불가피한 최선책이다. 규모가 작은 서점들의 경우에도 매출 향상과 반품률 축소, 서점 마진율 30% 달성이라는 목표 달성에 동참하려는 의지가 있는 곳이라면 그 규모에 관계없이 참여할 수 있다는 것이 미야기 요시타카 사장의 설명이다. 다만, 북셀러즈앤컴퍼니의 거래 모델에서는 매입이나 물류 측면에서 일선 서점의 책임도 따르게 된다. 따라서 먼저 사업의 주체인 3사(기노쿠니야, 츠타야, 닛판)가 가시적 성과를 내는 것을 바탕으로 참여 서점을 늘리겠다는 복안이다.

일본 출판유통계의 최신 동향

북셀러즈앤컴퍼니 설립에 참여한 3사는 일본 출판유통에서 강력한 엔진 역할을 하는 곳으로 역동적인 기업 활동이 두드러진다. 최대 출판 도매업체인 닛판그룹홀딩스(日販GHD)와 컬처 컨비니언스 클럽(CCC)은 지난 10월 1일, 합자회사인 엠피디(MPD)의 사명을 '컬처 익스피리언스(Culture Experience)'로 바꾸고 프랜차이즈 사업과 도매업을 통합한 공동 사업 회사를 출범시켰다. 츠타야가 전국적으로 펼치는 프랜차이즈 사업과 도서 및 문구·잡화, 트레이딩 카드, 엔터테인먼트 상품의 유통과 판매를 일원화시킴으로써 고객에게 새로운 공간과 독서 경험을 선사하고, 점포 이익률 개선과 프랜차이즈 개혁을 통해 새로운 점포 모델을 제시하겠다는 목적이다. 특히 지역 내 교류를 증진시키는 커뮤니티 센터로서 '새로운 시대의 체험형 서점'을 만들어 건강한 삶을 지원하는 웰니스(wellness) 사업과 이벤트, 팝업 사업 등 새로운 유형의 비즈니스에 도전한다고 밝혀 앞으로의 행보가 주목된다.



Culture Experience 好きが、生きる。

컬처 익스피리언스 로고

한편 출판 도매회사 닛판이 대형 거래처인 편의점에 대한 잡지 배송을 중지하기로 한 가운데, 또 다른 도매회사인 도한이 이를 승계하기로 하여 출판계와 편의점업계가 안도하는 분위기다. 닛판은 전국 편의점 체인인 로손(LAWSON) 및 훼미리마트(Family Mart)에 대한 잡지 배송을 2025년 2월 이후에는 하지 않는 것으로 지난 9월에 합의했다. 3만 개에 이르는 대규모 거래처이지만, 잡지 판매량은 대폭 하락하고 운송비는 계속 상승하는 상황에서 편의점에 대한 출판 물류는 더 이상 채산성이 맞지 않는 사업이 되었기 때문에 내려진 결정이다. 지난해 닛판의 편의점 유통사업 부문의 적자만 32억 엔(약 288억 원)이었다. 이에 따라 닛판의 서점 배분도 어려워지는 것 아니냐는 우려까지 제기되었으나 그렇지 않은 것으로 확인되었다.

전국에 출판물을 배송하는 운임은 닛판의 경우 130억 엔(약 1,170억 원), 출판 도매업계 전체로는 300억 엔(약 2,700억 원) 수준의 규모다. 현재의 도매 유통 구조를 지속하기 위해서는 도매회사의 적자로 전가될 수밖에 없는 운송비를 출판사도 부담해야 한다는 것이 도매업계의 강력한 주장이었다. 이러한 여건에서 닛판은 북셀러즈앤컴퍼니에 참여하여 기존 도매상 역할을 통한 도매 거래 이익에 더해 물류 대행 수수료 수입을 얻는 새로운 모델에 도전하게 되었다.

한편, 츠타야는 지난 10월 27일, 말레이시아 쿠알라룸푸르의 중심지에 카페형 대형 서점 매장을 열었다. 인근 지역에서 일하는 직장인, 외교관, 글로벌 비즈니스 종사자들에게 '새로운 워크 스타일'을 제안하는 서점으로서 영어, 중국어 등의 도서와 문구·잡화를 판매한다. 이로써 츠타야는 중국(10개), 대만(11개) 점포에 이어 말레이시아(2개) 매장을 포함해 총 23개 해외 매장을 운영하게 되었다. 일본 서점계 해외 진출의 선두 주자인 기노쿠니야 서점은 이미 미국(21개), 싱가포르(6개), 인도네시아(2개), 말레이시아(1개), 태국(3개), 캄보디아(1개), 호주(1개), 대만(3개), UAE(2개), 필리핀(1개) 등 10개국에 41개의 매장을 운영하며 현지 언어와 일본어 도서를 판매하고 있다. 시장 포화와 축소기에 접어든 일본 국내 매출에 비해 훨씬 견실한 실적을 해외에서 올리고 있다. 해외 매장을 단 한 곳도 개척하지 않고 국내 시장에만 안주하는 국내 서점 기업에서는 경각심과 질투심을 가져야 할 소식이다.

참고문헌

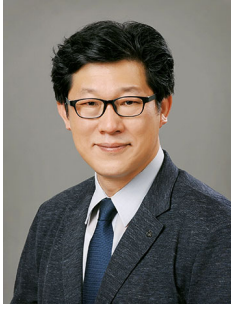
公益社団法人 全國出版協會·出版科學研究所, 『2023出版指標年報』

〈文化通信〉第4708號(2023.10.10.), 第4713號(2023.11.7.), 第4714號(2023.11.14.)

<https://www.bunkanews.jp/article/350840>

<https://www.bunkanews.jp/article/356605>

<https://www.bunkanews.jp/article/357355>



백원근(책과사회연구소 대표)

책과사회연구소 대표, 한국출판학회 상임이사, 출판도시문화재단 실행이사, 일본출판학회 정회원으로 활동한다. 일본의 책 『서점은 죽지 않는다』(이시바시 다케후미(石橋毅史), 시대의창, 2013), 『책을 직거래로 판다』(이시바시 다케후미, 한국출판마케팅연구소, 2017), 『책의 소리를 들어라』(다카세 쓰요시(高瀬 毅), 책의학교, 2017), 『우리 시대의 책』(크레이그 모드(Craig Mod), 마음산책, 2015) 등을 번역했으며, 일본 매스컴업계 주간신문 <문화통신>에 '서울통신'을 연재한다.

bookclub21@korea.com

출판
N