

출판

N

Vol.52

2024.03-04

nzine.klipa.or.kr

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



Young Adult

베스트셀러로 보는 청소년 책 출판 동향 | 청소년의 독서 습관, 어떻게 만들까 | 해외 영어덜트 출판은 어떻게 성장하고 있는가

새로운 한국 문학의 통로, 세종학당 | 문화산업공정유통법안의 현황과 쟁점 | 영원한 출판주의자 범우(汎友) 윤형두 선생

일본 서점가의 새로운 유행 '공유형 서점'이 뜬다 | 인공지능 시대에도 여전히 사라지지 않을 번역가 | 소전서림(素磚書林), 황보유미 관장



<출판N> 웹진
<http://nzine.kpipa.or.kr>



+ 커버스토리	청소년 독자가 출판 시장의 미래다	
	베스트셀러로 보는 청소년 책 출판 동향	1
	· 최지은(교보문고 유아·청소년 도서 MD)	
	청소년의 독서 습관, 어떻게 만들까	8
	· 박상률(청소년 문학가, 시인)	
	해외 영어덜트 출판은 어떻게 성장하고 있는가	12
	· 임하림(저작권 에이전시 Rights People 팀장)	
<hr/>		
+ 출판탐구	새로운 한국 문학의 통로, 세종학당	18
	· 안혜신(세종학당재단 학당기획팀 차장)	
	문화산업공정유통법안의 현황과 쟁점	23
	· 이승민(성균관대학교 법학전문대학원, 법학박사(행정법))	
<hr/>		
+ 출판계 이모저모	영원한 출판주의자 범우(汎友) 윤희두 선생	29
	· 윤세민(경인여자대학교 영상방송학과 교수, 한국출판학회 고문)	
<hr/>		
+ 해외동향	일본 서점가의 새로운 유행 ‘공유형 서점’이 뜬다	37
	· 이상훈(<동아일보> 도쿄 특파원)	
<hr/>		
+ 인사이드	인공지능 시대에도 여전히 사라지지 않을 번역가	41
	· 김보람(번역가)	
	[인터뷰] 소전서림(素磚書林), 황보유미 관장	46
	· 김세나(퍼블리셔 대표)	

발행인 김준희 편집인 박찬수 편집위원 김세나, 김흥기, 류영호, 백창민 발행일 2024년 3월 18일

발행처 한국출판문화산업진흥원 주소 54866 전북특별자치도 전주시 덕진구 중동로 63 대표전화 063-219-2700 E-mail nzine@kpipa.or.kr 홈페이지 www.kpipa.or.kr

기획/편집 출판정책연구실 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.

[청소년 독자가 출판 시장의 미래다] 베스트셀러로 보는 청소년 책 출판 동향

최지은(교보문고 유아·청소년 도서 MD)

2024. 03-04.

청소년은 우리나라에서 가장 책을 많이 읽는 독자다. 의외라는 반응이 나올 수 있지만, 2021년 진행된 문화체육관광부의 <국민 독서실태 조사>에 따르면 청소년의 독서율은 성인의 2배였다. 교육 과정 연계의 영향도 있겠지만, 꾸준히 읽는다는 것이 쉽지 않기에 감히 기특하다고 말해본다.

다가오는 3월 신학기는 청소년이 가장 책을 많이 읽는 시기다. 3월이 되면 신간을 소개하는 출판사 담당자들의 방문이 잦아지고 청소년 분야의 매출 역시 급상승한다. 청소년 분야의 성수기, 이번 신학기에는 어떤 책이 청소년들에게 가장 많은 선택을 받을 수 있을까? 청소년 분야의 데이터를 리뷰하며 시장 동향을 살펴보겠다.

청소년 책의 정의

‘청소년 책’이란 무엇일까? 저자가 청소년일 수도, 독자가 청소년일 수도 있지만 서점 MD로서 만나는 청소년 책들은 주로 중학교 2학년 정도의 청소년 독자를 타겟으로 하는 책이다. 청소년 책의 평균 페이지 수는 약 230페이지로, 성인 단행본에 비해 얇다. 공부라는 본업이 있는 학생들이라 읽을거리의 부담을 줄이기 위해 다소 짧게 구성하는 것이 일반적이다.

청소년 책의 다른 특징이 있다면 다양한 분야를 포괄한다는 점이다. 온라인 서점에서 청소년 분야를 살펴보면 문학, 교양, 비즈니스 등 성인 단행본 분야 전부가 청소년 분야의 하위 분류로 들어가 있다. 독자의 연령대에 따라 난이도만 조금 낮춘다면 어떤 분야의 책도 청소년 책이 될 수 있다.

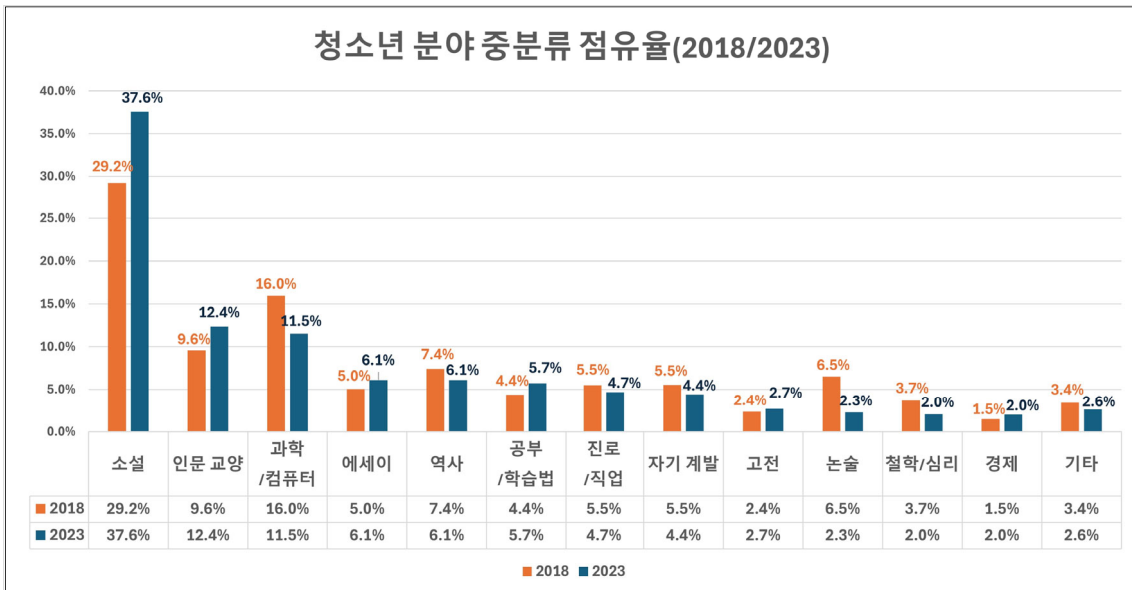
청소년 책이 일반 단행본과 차이를 보이는 부분이 ‘난이도’라면 굳이 ‘청소년 책’이라는 분류가 있어야 하느냐고 반문할 수도 있다. ‘청소년 책’은 유·아동 시장과 비슷하게 부모들이 자녀들에게 더 많은 독서를 유도하기 위해 방법을 모색하며 시장이 형성되었고, 책의 ‘발견성’을 높이기 위한 출판사들의 마케팅이 한몫했으리라 생각한다. 청소년 매대에 놓인 같은 책이라면 ‘수학 이야기’보다는 ‘청소년을 위해 쉽게 쓴 수학 이야기’가 더 눈길을 끌 것이다.

청소년 책 시장의 특징

청소년 분야는 아직 파이가 작은 틈새시장이지만, 점차 독자적인 시장으로 발전하고 있다. 2023년 출간된 신간은 약 1천 종으로, 5년 전에 비해 45%나 증가했다. 매출 규모도 2배 이상 늘어났으니 청소년 분야를 출판하는 출판사라면 미래의 매출을 기대해 볼 만할 것이다.

이 시장의 제일 큰 특징은 구매자와 실제 독자가 다르다는 점이다. 청소년 소설의 실제 독자는 청소년이지만 구매자는 부모님이나 선생님 등 청소년의 보호자들이다. 인터넷교보문고의 청소년 분야 주요 구매 연령층은 40대로, 아이들을 위해 도서를 구매하는 어른들이 많은 것으로 보인다. 일반 구매자를 제외하면 청소년 분야 책을 가장 많이 구매한 회원은 중·고등학교 관계자이다. 책이 꾸준히 잘 팔리려면 어른과 청소년 두 독자층의 눈에 띄어야 하는 점이 어렵기도 하다.

청소년 책의 실구매자인 이들에게 선택받기 위해서는 주제, 난이도, 교과 연계, 신뢰성 등 여러 조건이 충족되어야 한다. 이 중 구매에 가장 결정적인 영향을 주는 조건은 '기관의 추천'이다. 2023년의 청소년 분야 베스트셀러 100종 중 기관 추천도서가 42종이었다. 청소년 시장은 교사 모임 혹은 기관의 추천도서가 베스트셀러를 장악하는 '추천도서 시장'으로도 볼 수 있다.



출처: 인터넷/모바일교보문고

청소년 분야의 가장 큰 파이를 차지하는 분류는 '소설'이다. 5년 전에도 29%로 점유율 1위였지만, 현재는 점유율이 8%p 올라 규모가 훨씬 커졌다. 5년 전의 베스트셀러를 보면 '소설'에 해당하는 도서들은 대부분 교과 과정에 연계된 학습서에 가까운 책들이었다. 반면 2023년은 학습서보다 소설 단행본들이 눈에 띈다. 자기주도학습, '한 학기 한 권 읽기', 고교학점제 등 교육 과정이 교과서를 수동적으로 읽는 것에서 교과서 밖의 단행본을 능동적으로 찾아 읽는 것으로 변화한 영향이라고 볼 수 있다.

‘소설’ 다음으로는 ‘인문교양’ 분류가 큰 파이를 차지하고 있다. 5년 전만 해도 청소년 교양서는 『그러니까 이게, 사회라고요?』(박민영, 북트리거, 2017), 『최진기의 교실 밖 인문학』(최진기, 스마트북스, 2016)과 같이 다양한 주제를 한 번에 다루는 책들이 주를 이뤘다면, 현재는 한 주제를 뽐족하게 다루는 교양서들이 많이 출간되고 있다. 주제 면에서는 2023년엔 환경·생태계, 심리학, 미디어 리터러시(Media literacy)에 대한 책들이 인기를 끌었다.

어떤 책들이 많이 읽힐까?

앞서 말했듯이 청소년 분야는 ‘추천도서 시장’이라, 시간을 통해 검증된 구간이 베스트셀러 상위권을 꾸준히 차지한다. 미디어 이슈 혹은 성공적인 마케팅으로 반짝할 수는 있지만, 순위가 유지되려면 결국 이 책이 좋은 책이라는 많은 독자들의 후기가 중요하다. 양질의 리뷰가 곧 책의 생명력이 되는 셈이다. 이렇게 한번 베스트셀러에 오른 책은 쉽게 자리를 내어주지 않는다. 최근 3개년 청소년 분야 베스트셀러를 살펴보면 2년 연속 TOP20에 오른 책들이 16종이다. 3년 연속 TOP100에 오른 도서는 37종으로, 분야 전체 매출의 약 16%~20%인 적지 않은 매출 비중을 차지해왔다.

2021~2023년 청소년 TOP100 및 3년 연속 베스트셀러 매출 점유율

구분	2021	2022	2023
청소년 TOP100 매출 점유율	31.7%	33.7%	35.4%
3년 연속 베스트셀러 매출 점유율	19.7%	18.9%	16.4%

출처: 인터넷/모바일교보문고

이 베스트셀러에는 어떤 공통점이 있을까? 복합적인 이유가 있겠지만, 최근 3년, 그리고 과거 5년 전 베스트셀러에 오른 책들을 살펴보면 크게 4가지로 나눌 수 있었다. **(1) 기관/학교 등 추천도서 반열에 올랐거나, (2) 이름 있는 문학상 수상작이거나, (3) 유명한 작가가 낸 신간인 경우, 그리고 (4) 직접적으로 교육 과정에 연계된 책들**이다. 높은 판매를 기록한 책의 상당수가 이 범주 안에 들어왔다.

2018년, 2021~2023년 청소년 분야 베스트셀러

순위	2018	2021	2022	2023
1	시간의 역사 (스티븐 호킹, 까치)	이토록 공부가 재미있어지는 순간 (박상혁, 다산북스)	세계를 건너 너에게 갈게	이토록 공부가 재미있어지는 순간
2	한국문학 명작선 소설 세트 (한국언어문화연구원, 한우리북스)	페인트 (이희영, 창비)	체리새우: 비밀글입니다	그대들 어떻게 살 것인가 (요시노 겐자부로, 양철북)
3	국어 교과서 작품 읽기: 중1 세트 (김아란 외 5, 창비)	체리새우: 비밀글입니다 (황영미, 문학동네)	이토록 공부가 재미있어지는 순간	세계를 건너 너에게 갈게

순위	2018	2021	2022	2023
4	아몬드 (손원평, 다들링)	세계를 건너 너에게 갈게 (이꽃님, 문학동네)	순례 주택 (유은실, 비룡소)	체리새우: 비밀글입니다
5	강성태 66일 공부법 (강성태, 다산에듀)	아몬드	페인트	죽이고 싶은 아이
6	시간을 파는 상점 (김선영, 자음과모음)	공감 능력UP 감정카드 (한국콘텐츠미디어 (부설)한국진로교육센터, 한국콘텐츠미디어)	죽이고 싶은 아이	어른이 되기 전에 꼭 한 번은 논어를 읽어라 1 (판당, 미디어숲)
7	국어 교과서 작품 읽기: 고등 세트 (오연경 외 1, 창비)	기억 전달자	가짜 모범생 (손현주, 특별한서재)	가짜 모범생
8	곰브리치 세계사 (에른스트 H. 곰브리치, 비룡소)	시간을 파는 상점	최강의 실험경제반 아이들 (김나영, 리틀에이)	슈퍼리치보다 해피리치를 꿈꿔라 (한지우, 미디어숲)
9	모모 (미하엘 엔데, 비룡소)	환경과 생태 좀 아는 10대 (최원형, 풀빛)	기억 전달자	오백 년째 열다섯
10	감정카드: 감정표현 놀이 (한국콘텐츠미디어 편집부, 한국콘텐츠미디어)	독고슴에게 반하면 (허진희, 문학동네)	공감 능력UP 감정카드	순례 주택
11	기억 전달자 (로이스 로리, 비룡소)	죽이고 싶은 아이 (이꽃님, 우리학교)	아몬드	최적의 공부 뇌 (이케가야 유지, 포레스트북스)
12	한국단편소설40 (김동인 외 3, 리베르)	한국단편소설40	오백 년째 열다섯 (김혜정, 위즈덤하우스)	페인트
13	정답을 넘어서는 토론학교 과학 (가치를꿈꾸는과학교사모임, 우리학교)	곰브리치 세계사	출출 (문경민, 문학동네)	당연하게도 나는 너를 (이꽃님, 우리학교)
14	4차 산업혁명 새로운 직업 이야기 (이랑, 드림리치)	모모	한국단편소설40	오백 년째 열다섯 2: 구슬의 무게
15	식탁 위의 세계사 (이영숙, 창비)	식탁 위의 세계사	세계시민이 된 실험경제반 아이들 (김나영, 리틀에이)	너만 모르는 진실 (김하연, 특별한서재)
16	갈매기에게 나는 법을 가르쳐준 고양이 (루이스 세풀베다, 바다출판사)	이런 수학은 처음이야 (최영기, 21세기북스)	시간을 파는 상점	기억 전달자
17	4차 산업혁명 미래 직업카드 (한국콘텐츠미디어 편집부, 한국콘텐츠미디어)	구덩이 (루이스 새커, 창비)	식탁 위의 세계사	어른이 되기 전에 꼭 한 번은 논어를 읽어라 2
18	나의 첫 젠더 수업 (김고연주, 창비)	알로하, 나의 엄마들 (이금이, 창비)	환경과 생태 좀 아는 10대	구미호 식당
19	미쳐야 공부다 (강성태, 다산에듀)	우아한 거짓말 (김려령, 창비)	구미호 식당3: 약속 식당 (박현숙, 특별한서재)	아몬드
20	국어 교과서 작품 읽기: 중1 소설 (김미영 외 1, 창비)	시는 인문학을 먹고 산다 (한지우, 미디어숲)	한 컷 한국사 (조한경, 해냄에듀)	고요한 우연 (김수빈, 문학동네)

* 기관/학교 등 추천도서, 이름 있는 문학상 수상작, 유명한 작가가 낸 신간, 교육 과정에 연계된 책들
출처: 인터넷/모바일교보문고

(1) 기관/학교 등 추천도서

기관/학교 등의 추천도서로 선정된다면 시간이 조금 걸려도 판매가 보장되곤 한다. 추천의 주체가 이미 검증되었기에 독자들도 이를 통해 좋은 책을 편하게 선별할 수 있다. 대표적으로 사서, 교사, 독서활동가 등 전문가들이 활동하는 독서문화 플랫폼인 '책씨앗'이 있다. '책씨앗' 추천도서로 선정되었다는 소식이 들리면 출판사 담당자들은 갖가지 SNS에 포스팅을 올리며 '믿고 읽을 수 있는 도서'임을 적극 홍보한다. 교양서의 경우 다양한 시민적 가치들을 제시하는 책이 주로 선정되며, 문학의 경우 청소년들이 공감할 수 있는 주제에 올바른 가치관을 형성할 수 있도록 도와주는 책들이 주로 선정된다.

2018년까지만 해도 베스트셀러에 오르는 추천도서들은 주로 해외 고전 문학이었지만, 최근에는 국내 작품들이 눈에 띄게 많아졌다. 청소년 문학에서 활동하는 저자들이 늘어 해외 못지않은 퀄리티를 보여주는 문학 작품이 늘었고, 우리 청소년들에게 익숙한 배경을 사용하는 점이 인기 요인이다. 『체리새우: 비밀글입니다』, 『가짜 모범생』, 『고요한 우연』 등 국내 작품들의 가장 큰 특징이 '국내 정서에 맞는' 학원물이라는 점이다. 끝없는 학업, 나와 '우리' 속에서 고민하는 청소년들에게 위로로 건네는 이야기로 청소년들에게 큰 인기를 끌고 있다.

(2) 이름 있는 문학상 수상작

'창비', '문학동네'와 같이 청소년 분야를 오래 출간해 온 출판사들의 신간은 출간 즉시 많은 관심을 받는다. 두 출판사는 자체적으로 '청소년 문학상'을 시상하는데 브랜딩이 잘 되어 있어 '문학상 수상작'이라는 타이틀만으로도 마케팅 효과를 볼 수 있다.

특히 '창비'에서 시상하는 창비청소년문학상은 정말 좋은 작품만 대상에 선정하는 것으로 알려져 더욱 신뢰도가 높은 편이다. 김려령 작가의 『완득이』(2008), 손원평 작가의 『아몬드』(2017) 등의 수상작을 배출했고, 기준을 충족하는 작품이 없다면 대상작이 없기도 하다. 이렇게 출간된 수상작은 추천도서 목록에 바로 등장하고 수상 작가의 차기작 역시 큰 관심을 받게 된다.

'문학동네'의 문학동네청소년문학상도 눈여겨볼 만하다. 얼마 전엔 제14회 문학동네청소년문학상 대상 수상작 후보나 작가의 『네임 스티커』(2024)가 출간되었는데, 출간 즉시 청소년 분야 베스트셀러에 오르며 눈길을 끌고 있다. 복잡한 청소년의 심리를 자연스레 그려냈고, '다름'을 대하는 우리 사회의 태도를 잘 나타내 교훈적인 메시지 또한 잘 담고 있다. 올해 꾸준한 판매를 이어갈 것으로 보여 앞으로가 더욱 기대되는 책이다. 제8회, 제9회 문학동네청소년문학상 대상 수상작인 『세계를 건너 너에게 갈게』와 『체리새우: 비밀글입니다』는 최근 3년 연속 베스트셀러 상위권에 나란히 머물고 있다. 아직 초반이지만 올해도 높은 판매 추이를 기록하고 있어, 2024년 베스트셀러에도 등장할 것으로 예상된다.

(3) 유명한 작가가 낸 신간

스테디셀러 시장답게 청소년 분야에서는 저자의 인지도가 굉장히 중요하다. 특히 '소설' 분류는 구간이 큰 파이를 차지하고 있어 국내 신간은 쉽게 순위권이 들지 못하는 경우가 많다. 그럼에도 불구하고 큰

크리트 순위권을 뚫고 신간을 낼 때마다 순위권 상위에 등장하는 작가들이 있다. 대표적으로 이꽃님 작가, 김혜정 작가가 있다.

이꽃님 작가는 『세계를 건너 너에게 갈게』(2021)로 제8회 문학동네청소년문학상 대상을 수상했다. 처음으로 책에 흥미를 갖게 해주었다는 다수의 리뷰가 작성되어, 독서 입문용으로도 추천되는 책이다. 이꽃님 작가는 참신한 설정과 흡입력 있는 전개로 ‘민고 읽는 이꽃님’의 이미지를 구축하였고 이어 출간한 『죽이고 싶은 아이』(우리학교, 2021), 『당연하게도 나는 너를』(우리학교, 2023)도 뛰어난 작품성으로 베스트셀러에 안착했다.

김혜정 작가는 어린이 동화와 청소년 소설을 활발히 오가며 활동하고 있다. 『열세 살의 걷기 클럽』(사계절, 2023), 『오지랴 도깨비 오지랴』(다산어린이, 2023) 시리즈로 어린이 분야에서 입지를 넓히고 있고, 청소년 분야에서는 『오백 년째 열다섯』(위즈덤하우스, 2023) 시리즈로 스테디셀러에 자리매김했다. 이들과 같이 꾸준히 청소년 분야에서 활동하는 작가는 그만큼 믿음을 주고, 곧 독자가 읽게 만든다.



『세계를 건너 너에게 갈게』, 『오백 년째 열다섯』

(4) 교육 과정에 연계된 책들

5년 전인 2018년의 청소년 책 리스트를 살펴보면, 대부분이 직접적으로 교육 과정에 연계된 책들이다. 『국어 교과서 작품 읽기: 중1 세트』, 『국어 교과서 작품 읽기: 고등 세트』와 같이 제목에서부터 교과서에 수록된 작품을 모은 책이란 것을 알 수 있다. 그러나 교육 과정이 책 한 권을 온전히 소화할 수 있도록 유도하는 방향으로 변화함에 따라 ‘청소년 문학’의 존재감이 커지게 되었고, 단순히 교과서에 수록된 작품을 모아 두기만 한 책들은 자연스럽게 순위가 하락하게 되었다.

위 분류에 들지는 않지만, 빼놓으면 아쉬운 도서가 있다. 바로 지난해 대박을 터트린 『그대들 어떻게 살 것인가』이다. 만화 분야에서 『슬램덩크』(이노우에 타케히코(井上雄彦), 대원씨아이, 1992) 시리즈가 터졌다면 청소년 분야에는 이 책이 있다. 미야자키 하야오(宮崎駿) 감독의 복귀작 「그대들은 어떻게 살 것인가」의 모티브가 된 도서로 유명세를 타며 판매가 급상승했고 결국 청소년 분야 온라인 연간 베스트

트셀러 2위까지 차지했다. 다들 잘 몰랐겠지만 놀랍게도 이 책은 청소년 분야이다. 영화와는 전혀 무관한 내용이라, 영화를 생각하고 구매한 독자들은 조금 당황스러울 수 있겠다. 하지만 인생론에 대한 고전이라 청소년부터 어른까지 한 번쯤 읽어볼 만한 책이다.

출판 기획의 변화

청소년 분야의 시장이 확대되며, 기획 단계부터 청소년을 타깃으로 제작되는 책들이 많아졌다. 『10대를 위한 총균쇠 수업』(김정진, 넥스트씨, 2023), 『환경과 생태 쫓 아는 10대』, 『최강의 실험경제반 아이들』과 같이, 인문교양부터 경제까지 아우르는 다양한 주제의 교양서가 출간되고 있다. 과거 교과서 수록 문학, 역사, 과학책들 위주였던 베스트셀러에 비하면 현재 출판 기획이 굉장히 다양화된 것을 알 수 있다. 특히 교양서의 경우 교사 혹은 교수진들이 최근 교육 과정에 맞춰 청소년 친화적인 내용으로 책을 구성한다. 성인 단행본에 비해 인터뷰, 퀴즈, 일러스트 등 이해도를 높이기 위한 부록이 많고 편집 형태도 비교적 다양한 편이다. 이러한 방향으로 출간된 책들은 청소년들이 다양한 진로를 모색하고 사회적 감수성을 기르는 데 도움을 주고 있다.

‘한 학기 한 권 읽기’ 등 독서 과업 중심의 교육은 출판 시장에 활력을 불어넣었다. 교과서에 수록되지 않아도 독자에게 발견될 수 있는 기회가 만들어진 것이다. 앞으로는 청소년들이 더욱 주체적으로 책을 접하고 읽을 수 있도록 독서문화를 형성하는 것도 중요해졌다. 단순히 독후 활동지를 작성하고 끝나는 것이 아니라, 청소년이 능동적으로 참여할 수 있는 콘텐츠가 많아져야 할 것이다. 청소년이 심사위원으로 참여하는 공모전이나, 작가와의 만남, 직업 체험 연계 등 출판 시장과 독서 교육 현장이 더 넓은 폭으로 확대되길 바란다.

우리는 책을 통해서 더 넓은 세상을 알아간다. 특히 청소년기에 책은 조금씩 세상을 구축해 나가는 그들에게 중요한 역할을 맡고 있다. 독자에게 조금 더 조심스럽고 다정하게 다가가는 청소년 책의 매력을 많은 사람이 알았으면 좋겠다. 이제 막 책과 가까워지려는 이에게도 청소년 책을 읽어 보길 권한다. 청소년들이 좋은 책을 더 많이 발견할 수 있도록 이번 신학기에도 열심히 찾아보겠다.



최지은(교보문고 유아·청소년 도서 MD)

교보문고에서 MD로 재직 중인 5년 차 서점인이다. 현재 유아/청소년 분야를 담당하고 있다.
cje9531@kyobobook.co.kr

[청소년 독자가 출판 시장의 미래다] 청소년의 독서 습관, 어떻게 만들까

박상률(청소년 문학가, 시인)

2024. 03-04.

요즘 지하철에서 책 읽는 사람을 발견하기는 상당히 어렵다. 남녀 할 것 없이 모두 '스마트폰'에 코를 박고 있다. 작은 스마트폰에 영화, 스포츠, 게임, 드라마, 음악 등등 없는 게 없는 세상인데 누가 책을 들고 다니겠는가. 신문과 문고본을 들고 다니면서 자투리 시간을 활용하던 시대는 옛말이다. 스마트폰이 생겨나고 그에 맞춰 e-book이 나타나니 문고본은 진즉 사라져 버렸다. 영화와 TV가 나왔을 때만 해도 어른들은 아이들이 책과 더 멀어질까 염려하곤 했다. 컴퓨터와 인터넷 세상이 열리고, 보고 들을 수 있는 것들이 모두 손안에 들어온 스마트폰이 나올 줄 알았다면 예전의 염려는 귀여운 수준이다. 책과 멀어질 이유가 점점 많아지는 세상에서 아이들에게 독서의 중요성을 아무리 강조한다고 무엇이 달라질 수 있을까 의문이 들기도 한다.

인간에게 책 읽기는 본능이 아니다. 학습하지 않고서는 저절로 자발적인 책 읽기에 이를 수 없다. 엄마 배 속에 있을 때 읽어주는 책 이야기는 본능적으로 들을 수 있지만, 스스로 찾아 책을 읽는 것은 본능이 아닌 훈련과 연습을 통해 습관화해야만 가능하다. '언어' 역시 본능적인 '말'이란 소리를 통해 학습하긴 하지만 '독서'라는 행위는 책에 대한 호기심 없이 습관화하기 힘들며 이는 부모가 억지로 심어줄 수 있는 것이 아니다. 억지로 책을 권한다고 책을 붙들고 있는 아이들은 많지 않다. 자발적인 독서를 기대하긴 더욱 어렵다. 나이가 어리면 어릴수록 책을 강요받기 시작하면 오히려 거부감을 느낀다. 자아와 여러 세상이 분리되기 시작하는 청소년기에는 자기 성취 욕구와 개성이 강해지면서 본능적이고 습관적인 학습이 되어 있지 않은 책 읽기는 더욱 거부하기 쉽다.

청소년기의 특징은 또 있다. 항상 새로운 것에 먼저 눈길이 간다는 것이다. 아이들은 금세 새로운 기기에 적응하고 환호작약한다. 특히 영상 분야의 새로운 기기들과 거기에 실린 내용물은 눈이 부시다 못해 눈알이 핑핑 돌 정도이다. 청소년은 특유의 습득력으로 빠르게 변화하는 매체에도 쉽게 적응한다. 청소년이 보고 듣는 영상은 현란하며, 입체적이고, 자극적이다. 특히 숏폼, 릴스처럼 길이가 짧은 영상은 어른들이 보기에 도저히 내용이 가늠이 안 되고 따라가기도 버겁지만, 청소년들은 이런 영상에 쉽게 눈을 빼앗긴다. 청소년들이 좋아하는 게임의 내용이나 화면을 보자. 가히 청소년이 빠져들 만하다. 재미있는 눈요깃거리들이 스마트폰이라는 휴대전화기에 다 들어가 있다. 스마트폰 하나만 있으면 몇 시간씩 놀 수 있는데, 이런 세상에서 책을 읽겠는가.



그렇다면 어떻게 해야 할까. 책 읽는 일을 본능처럼 습관화할 수 있는 방법이 있을까. 첫째, 어른들이 먼저 스마트폰을 내려놓고 좋은 독자가 되어야 한다. 어릴 적부터 책 읽기를 습관화하려면 책을 읽으라고 강요해서는 안 된다. 우선 어른들부터 손에 있는 스마트폰을 내려놓고 책을 들고 있는 모습을 보여주어야 한다. 청소년을 '위한' 시혜적 독서가 아니라 청소년과 '함께'하는 공존의 관점에서 책을 읽어야 한다. 이 말은 집 안 벽에 책이 가득하다는 말이며, 책에 노출되는 것만으로도 아이들의 독서 습관에는 상당히 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 예전에는 집마다 거실에 책장을 설치했고 이를 빨리 채울 전집류가 많이 팔렸다. 세계적으로 유명했던 어떤 백과사전 회사는 책 케이스와 표지만 팔아 책장을 가득 채우게 했다는 우스갯소리도 있었다. 책이 이처럼 장식용으로라도 자리를 차지할 수 있었던 것은 책을 바라보는 사회적 시선이 지금보다 더 '부유'했기 때문이다.

둘째, 책과의 물리적 거리를 좁혀야 한다. 휴대성을 강화하는 것도 방법이 될 수 있다. e-book이 활발해지고 있지만 스마트폰 안에 있는 한, 책으로 가는 길에는 SNS 등 장애물이 너무 많다. 출판계는 책과 독자들이 가까워질 수 있는 방안을 모색해야 한다. 무엇보다도 책의 휴대성을 감안해야 한다. 휴대하기 좋았던 작은 책인 문고본이 사라진 게 아쉽다. 책과 관련해 나라가 해야 할 일, 독자가 해야 할 일도 많지만, 출판계는 무엇보다도 청소년들의 손에 책을 많이 접하게 하면 좋겠다. 시장의 흐름과 수요의 문제도 무시할 수 없겠으나 청소년들이 휴대폰보다는 휴대책을 많이 접하게 한다면 더 '스마트'해질 수 있지 않을까.

셋째, 스스로 좋은 책을 구분하도록 기다려 주어야 한다. 어릴 적 독서하는 습관이 만들어졌다면 다음으로는 나쁜 책, 좋은 책에 대한 기준을 정해 주지 않는 것이다. 어떤 책이든 읽다 보면 독자 스스로 좋은 책과 나쁜 책을 구분할 수 있게 된다. 나쁜 책이라 해도 반면교사 역할을 할 테니 아이들이 스스로 판단할 때까지 지켜보면 그만이다. 책을 통해 읽는 근육이 단단해졌을 때, 교차 점검하고 의문을 가지고 여러 정보를 꿰뚫을 수 있는 능력을 갖추게 된다. 더 나아가 생각의 수준과 깊이가 확장된다.

이와 관련한 예로 미국의 뉴잉글랜드 음악원의 러셀 셔먼(Russell Sherman) 교수의 교육법이 있다. 그는 피아노를 전공하는 학생들에게 책을 통한 상상력 근육을 키워냈다. 학생들에게 책, 잡지 등 다양

한 책을 읽는 것에 그치지 않고 자신이 고른 단어를 활용해 문장까지 만들도록 한 것이다. 피아노 연주를 위해서는 현란한 손가락 기능만 훈련하는 것이 아니라 악보를 다르게 해석하여 연주하는 것, 상상력을 연주에 불어넣는 것이 필요하다고 생각했기 때문이다. 책을 읽지 않으면 생각할 수 없고, 생각하지 않으면 글을 쓸 수가 없다. 또 글쓰기의 바탕인 책 읽기가 없다면 가치 지향은커녕 몰가치적으로 살아가게 된다. 책은 자신과 세계를 발견하게 해준다. 자신의 세계를 발견해 나가는 시기인 청소년기에 책 읽기가 무엇보다 강조되는 이유다. 그러기에 나는 “나쁜 책은 없다.”고 말하며, “사람만이 책을 읽는다.”고 말한다.



인간은 성장을 멈추는 순간 늙는다. 그래서 인간은 죽기 전까지 성장해야 한다. 근육이 자란다고 성장하는 게 아니다. 자기 머리로 생각하며 판단을 할 수 있어야 남에게 함부로 휘둘리지 않을 수 있다. 그러기 위해서는 책을 읽어 자기 생각과 세계를 갖추어야 한다. 인간은 자기만의 세계를 언어로 구성하고 이를 확장시키며 성장한다. 언어는 책에 쓰여 있다. 여러 상황을 하나로 꿰 수 있는 능력은 단어와 단어, 문장과 문장의 사이를 헤집고 다니면서 잠자고 있는 뇌의 세포들을 깨우는 데서부터 시작한다. 청소년이 억지 성장, 계몽과 교훈의 강박에서 벗어나 스스로 성장할 수 있도록 ‘책’이라는 기회를 주는 것이 중요하다.

게임을 비롯한 각종 영상물은 극단적인 소재나 자극적인 화면을 제공하면서 인간을 더욱 ‘무감각’하게 한다. 인간은 감성과 지성이 균형 있게 발전했을 때 제대로 서게 된다. 감성적 측면에서 ‘무덤덤’한 인간은 자칫 바닥으로 쳐져 매사에 흥미를 잃어 적극적인 삶의 자세를 보이지 않는다. 느끼게라도 한 줄한 줄 읽으면서 영상이 제공하지 못하고, 게임이 보여주지 못하는 복잡한 감정선을 스스로 따라가게 하는 게 중요하다. 책 읽기의 묘미를 터득해야 책이 손에 쥐어진다. 다른 매체가 주지 못하는 책만의 고유한 장점을 맛본 이만이 다시 책을 찾는다. 인간은 단순히 의사소통만 하며 살지 않는다. 책이 손에 잡히지 않는 이유를 다시 한번 생각해 보자.



박상률(청소년 문학가, 시인)

시집 『국가 공인 미남』(실천문학사, 2016), 『길에서 개손자를 만나다』(천년의시작, 2020), 소설 『봄바람』(사계절, 2017), 『개념전』(시공사, 2021), 수필집 『쓴다,, 또 쓴다』(특별한 서재, 2020), 『꽃잎 떨어지는 소리 눈물 떨어지는 소리』(해냄출판사, 2021), 동화 『도마 이발소의 생선들』(시공주니어, 2010), 『개밥상과 시인 아저씨』(시공주니어, 2022) 외 다수의 책을 출간했다. 소설 『봄바람』은 우리나라 청소년 문학의 물꼬를 튼 작품으로 여겨지고 있다. 2018년 아름다운작가상을 수상했다.

moosan@hanmail.net

[청소년 독자가 출판 시장의 미래다] 해외 영어덜트 출판은 어떻게 성장하고 있는가

임하림(저작권 에이전시 Rights People 팀장)

2024. 03-04.

하나의 장르로서 'YA 문학'

지난 수십 년 동안 꾸준히 성장해 온 YA(영어덜트, Young Adult) 소설은 해외 도서 시장의 주요 부문을 차지하며 현재 출판산업에 중요한 장르 중 하나로 자리매김했다. 다양한 주제와 장르의 탐험을 통해 청소년뿐만 아닌 성인 독자들의 사랑을 받으며 그 문화적 영향력을 인정받고 있는 YA 문학은 어떻게 성장해 온 걸까?

YA라는 용어의 시작은 1960년대 미국에서 만 12세부터 18세 주요 독자층을 대상으로 출간된 청소년 소설을 구분 지으며 사용되기 시작했다. 당시 YA 소설은 사회적 문제, 청소년들의 도전과 고민에 관한 주제가 일반적이었다. 그러다 2000년대에 들어서면서 출판사들은 성인 독자층의 성장을 위해선 청소년 독자층의 확보가 절실하다는 점을 깨닫고, 본격적으로 청소년 대상의 마케팅을 시작하게 된다. 서점들은 YA 문학 전용 구역을 마련하고 YA 소설을 전면에 전시하면서, 청소년들이 그들만의 장르를 발견하고 탐색할 수 있도록 만들었다. 온·오프라인 서점 공간을 적극 활용한 가시성 확보는 YA가 해외시장에서 자리 잡을 수 있었던 가장 기본적인 요건 중 하나였다고 여겨진다.



반스앤노블(Barnes&Noble) YA 섹션(출처: Patch.com)

다채로운 주제와 정서적 공감에 집중

J. K. 롤링(J. K. Rowling)의 『해리포터(Harry Potter)』(블룸즈버리 퍼블리싱, 1997), 스테파니 메이어(Stephenie Meyer)의 『트와일라잇(Twilight)』(리틀, 브라운앤컴퍼니, 2005), 수잔 콜린스(Suzanne Collins)의 『헝거게임(The Hunger Games)』(스콜라스틱, 2008) 시리즈의 연이은 성공으로 YA 소설은 하나의 주요 장르로 주목받기 시작하고, 이러한 작품들이 영화나 TV 시리즈로 확장되면서, 더 넓은 독자층을 구축하게 되었다. 그 결과 출판사들은 새로운 YA 독자층의 욕구를 충족하기 위한 다양한 시도를 지원하기 시작했다.

YA 독자층의 새로운 세계에 대한 지속적인 호기심은 작가들이 주제와 장르를 규정하지 않고 좀 더 자유롭게 창작할 기회를 마련해주었고, 출판사들 또한 새로운 소재와 구성에 대해 개방성을 갖고 받아들여지게 되었다. 그로 인해 기존 소설들에서 청소년을 주인공으로 다루기 어려워했던 성 소수자의 정체성 고민, 성적 학대, 자살의 문제들을 주저하지 않고 전면에서 내세워 보여주기 시작했다. 제이 아셔(Jay Asher)의 『루머의 루머의 루머(Thirteen Reasons Why)』(펍컨북스, 2009)는 청소년 소설 속에서 자살을 묘사한 것에 관한 논쟁을 일으켰고, 폭력 및 정신 건강에 대한 이슈, 그리고 그에 대한 예방과 개인의 책임이라는 고민을 던져주기도 했다. 메리디스 루소(Meredith Russo)의 『내가 너의 여자라면(If I Was Your Girl)』(맥밀런, 2016)에서는 성 소수자의 어려움, 정체성의 발견, 새로운 관계 형성과 수용의 여정 등을 주제로 다루면서 10대 트랜스젠더의 눈으로 성 소수자의 경험을 표현했다. 이런 혁신과 다양성은 YA 소설의 기본정신이 된다 해도 과언이 아니며, YA가 꾸준히 성장해 올 수 있었던 핵심이라고 할 수 있다.



왼쪽 위에서부터 시계방향으로 『루머의 루머의 루머(Thirteen Reasons Why)』, 『내가 너의 여자라면(If I Was Your Girl)』, 『태양을 너에게 줄게(I'll Give You the Sun)』, 『두 사람 다 죽는다(They Both Die at the End)』, 『내가 사랑했던 모든 남자들에게(To All the Boys I've Loved Before)』

새로운 도전과 주제의 다양성 안에서도 YA 소설만의 공통된 특징을 찾아볼 수 있다. SF(Science fiction), 판타지, 로맨스 등 장르를 불문하고 YA 소설들은 독자들이 공감할 수 있는 감정에 집중한다. 청소년들이 겪고 있는 내면의 고민과 혼란에 대한 감정들을 있는 솔직히 표현해 주고, 그 감정들의 중요성을 그대로 인정해 주는 것으로 독자들과의 공감대를 지켜나가는 것이다. 서정적이고 예술적 표현으로 인정받는 『태양을 너에게 줄게(I'll Give You the Sun)』(다이얼프레스, 2014)의 작가 젠디 넬슨(Jandy Nelson), 상상력 넘치는 배경 속에서 현대적 주제에 깊이 파고드는 『두 사람 다 죽는다(They Both Die at the End)』(하퍼콜린스, 2017)의 애덤 실베라(Adam Silvera), 그리고 『내가 사랑했던 모든 남자들에게(To All the Boys I've Loved Before)』(사이먼앤슈스터, 2014) 등을 쓴 따뜻하고 감각적인 YA 로맨스 대표작가 제니 한(Jenny Han)의 작품들은 독자들에게 어떠한 교훈이나 숨어있는 메시지를 전달하려고 노력하지 않는다. 다양한 인간관계의 복잡성과 그 속의 사랑, 절망, 그리고 개인적 성장 이야기에 감정적인 깊이를 불어넣은 진솔한 표현으로 독자들의 이목을 끌고 공감을 불러일으킨 것이다.

독자 맞춤형 플랫폼을 활용한 YA 마케팅

소셜 미디어 및 다양한 플랫폼의 활용은 YA 시장 확장에 큰 역할을 한다. 인스타그램의 책 관련 커뮤니티를 지칭하는 '북스타그램(#Bookstagram)'은 독자들이 스스로 자신의 계정에서 책에 관한 내용을 공유하고 책 사진과 함께 리뷰, 추천 멘트를 게시하며 그들만의 커뮤니티를 자연스럽게 구축하도록 만든다. 이는 인스타그램이라는 플랫폼 안에서 독자들이 자유롭게 책에 대한 의견을 나눌 수 있는 하나의 마케팅 놀이터가 된 것이다. 출판사들은 이를 활용해 적극적인 마케팅 방법으로 대규모 팔로워를 보유하고 있는 인플루언서들과의 협업을 통해 더 많은 독자층에게 쉽고 빠르게 새로운 작품을 소개하기도 한다.

인플루언서와의 성공적인 도서마케팅 협업 사례 중 하나로는 카렌 M. 맥매너스(Karen M. McManus)의 YA 소설 『누군가는 거짓말을 하고 있다(One of Us Is Lying)』(델 퍼블리싱, 2017) 캠페인을 꼽을 수 있다. 델 퍼블리싱은 인기 있는 북튜버(책 관련 콘텐츠에 중점을 둔 유튜버)들에게 미리 소설 복사본을 제공하고 출간 전 그들의 채널에서 리뷰를 올려 도서에 대한 기대감을 높였다. 북스타그램을 통해 감각적이고 매력적인 콘텐츠로 독자들에게 다가갔으며, 책과 관련된 특정 해시태그를 만들어 인플루언서와 독자들이 자기 생각, 질문 및 반응을 공유하도록 장려했다. 작가 또한 소셜미디어에서 독자와 활발하게 소통했다. 작가의 주도적인 토론과 Q&A 세션 참여는 더 많은 독자들에게 영향력을 확장하는 효과를 가져왔다. 이렇게 소셜미디어 플랫폼의 전략적 활용은 한 작품의 성공만이 아닌 작가의 이름이 다양한 대중에게 도달할 수 있게 했으며, 더 나아가 작품의 TV 시리즈 제작은 물론 작가의 후속 작품들이 계속해서 성공해 가는 데 크게 기여했다.



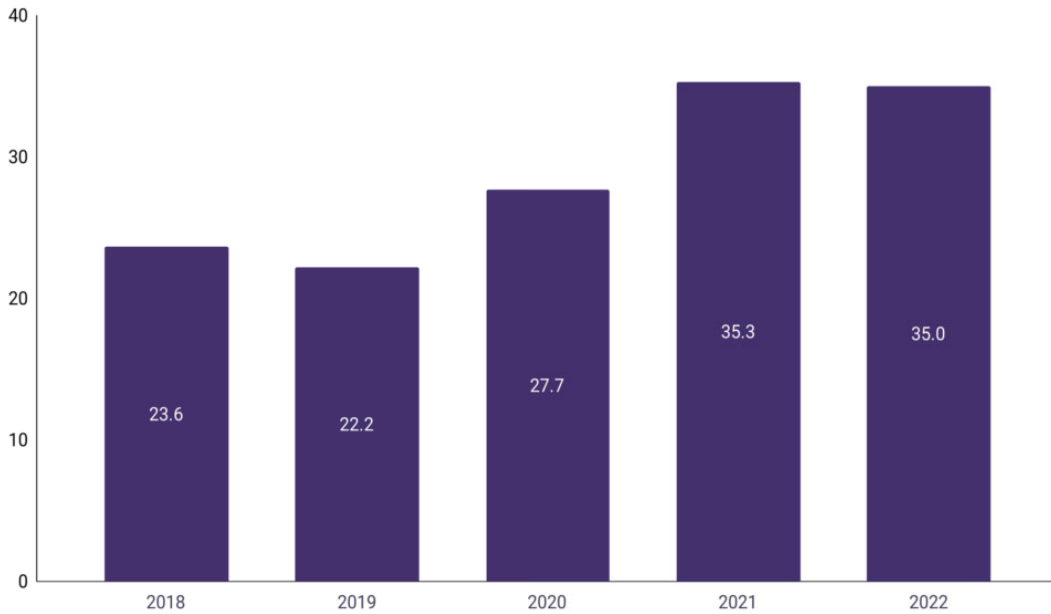
북톡(#BookTok) 도서 마케팅 예시(출처: WHNT.com)

또한, 틱톡(TikTok)은 최근 YA 시장에서 가장 영향력 있는 홍보 수단으로 활용되고 있다. 북톡(#BookTok)은 틱톡에서 가장 인기 있는 해시태그 중 하나가 되었고, 2022년 12월 기준으로 조회수 942억 회를 기록했다. 이 해시태그는 2020년 말에 등장했으며, 북톡 비디오는 독자들이 책을 추천하고 리뷰하며 문학과 관련된 창의적인 콘텐츠를 공유하고 생각을 표현하는 모습을 자주 담고 있다. 영국 출판협회(Publisher Association)의 조사에 따르면 YA 독자들의 약 50% 이상이 북톡을 통해 새로운 작품을 발견하는 데 도움을 받았다고 밝혀질 정도로, 북톡이 도서판매와 독서 트렌드에 미치는 영향은 상당히 크다고 할 수 있다. 북톡의 성장은 온라인 안에서만이 아닌 오프라인 시장의 변화도 주도하며, 출판사와 서점에서도 북톡과 연계된 마케팅을 통해 YA 독자들과 더 가까이 소통하고 있다.

이렇게 꾸준히 발전된 YA 시장은 자연스레 10대 대상을 넘어 20~30대 독자층으로 확장되고 있다. 2023년 1월 기준 국제 출판산업 데이터 분석기관인 워드레이티드(WordRated) 통계에 따르면, YA 도서의 약 51%가 30세에서 44세 독자에 의해 구매되었으며, 이 중 약 78%는 해당 도서를 직접 읽기 위해 구매했다고 응답했다. YA 소설에 내포되어 있는 ‘처음’을 경험하는 것에 대한 설렘, ‘두려움’과 ‘고민’이라는 키워드는 다양한 연령대로부터 공감대를 얻었고, 이러한 보편적인 감정들의 솔직하고 직설적인 표현은 성인 독자들에게도 신선하고 매력적인 경험이 되었다. 최근에는 더 다양한 주제와 복잡한 이야기의 구성이 도입되고, YA 작품의 독자층이 청소년을 넘어 광범위한 독자층으로 확대되면서 새로운 지평을 열고 있다. 이러한 다양성과 폭넓은 독자층을 겨냥한 표현들은 YA 문학을 더욱 풍부하고 다채롭게 만들어가고 있다.

연도별 YA 도서 판매량

(단위: 백만 부)



출처: 워드레이티드(WordsRated)

다양한 도전을 통해 더욱 진화할 YA 시장

지난 5년 동안 지속적인 성장을 이어온 YA 시장은 현재 전 세계적으로 113.4억 달러의 가치를 가지고 있다. YA 소설의 판매는 2018년 이후로 48.2% 증가했으며, 2022년 말 기준 매년 3500만 부가 판매되고 있는 것으로 조사되었다. YA 시장은 앞으로도 연간 3.5% 성장이 예상되며, 5년 후에는 130.2억 달러의 가치에 도달할 것으로 예상된다. YA 시장은 출판 시장에서 가장 빠른 성장이 예측되는 장르다. YA 시장은 세대를 초월하여 독자들에게 인상적인 경험을 선사하는 문학적인 예술로 자리매김하였고, 계속해서 진화해 나가고 있다.

이제 YA 소설은 단순히 청소년 문학이라는 한계를 넘어섰다. 해외 YA 시장의 성장은 국내 YA 출판 시장에도 활기를 불어넣고 국내 작가들의 성장을 위한 중요한 토대가 되어 한국 출판 시장을 동반 성장시킬 것으로 예상된다. 이를 위해 출판사들은 국내 YA 시장의 한계를 스스로 제한하지 않는 것이 중요하다. 작품 하나의 큰 성공을 추구하는 것보다 먼저 다양한 이야기들을 시장에 소개함으로써 독자들의 선택의 폭을 넓히고, 그 과정에서 독자의 욕구를 유기적으로 이해하는 것이 시작점이 되어야 할 것이다. 출판사들의 적극적인 지원과 도전정신이 한국 YA 시장의 성장과 발전을 주도하길 기대한다.



임하림(저작권 에이전트)

영국 저작권 에이전시 Rights People의 아시아 담당 팀장으로 그림책부터 YA 소설까지 영미권의 다양한 작품들을 아시아 시장에 소개하고 판권 계약 진행을 도와주는 일을 하고 있다.

Harimy@rightspeople.com

새로운 한국 문학의 통로, 세종학당

안혜신(세종학당재단 학당기획팀 차장)

2024. 03-04.

한류, 일시적 현상에서 일상의 문화로

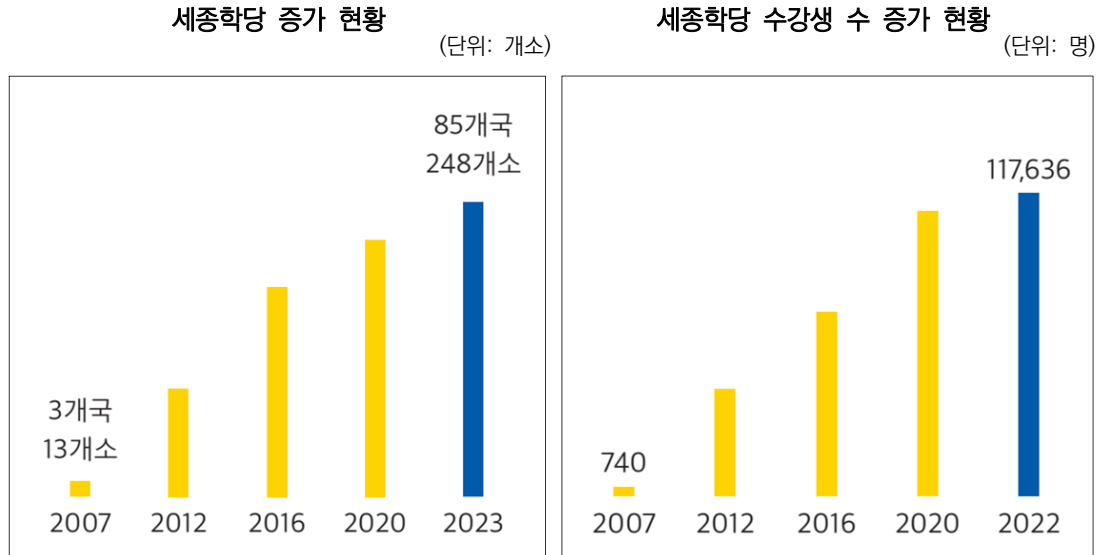
미국 인터넷을 강타한 한국 냉동 김밥 열풍은 숏폼 플랫폼인 '틱톡'에서 시작되었다. 영상이 게시된 지 20일 만에 1100만이 넘는 조회수를 기록하며 큰 인기를 얻자, 사람들은 각자의 김밥 먹방과 시식 후기, 맛있게 먹는 나만의 비법 등을 숏폼으로 제작해 올리기 시작했다. 이에 힘입어 미국 초대형 할인점인 '트레이더 조(Trader Joe's)'에서는 2023년 8월 초 김밥 판매를 시작한 지 약 2주 만에 완판을 기록했다. 이후 500여 개의 트레이더 조 매장에서는 '사재기'에 '오픈런'까지 이루어지고, 일부 온라인 커뮤니티에는 "제발 그만 좀 사가라. 매일 사러 가는데 날마다 품절"이라는 하소연이 올라올 정도라고 한다. 영화 <라이스보이 슬립(Riceboy sleeps, 2022)>의 주인공이 점심에 김밥을 싸 왔다고 인종차별을 당하자, 김밥을 쓰레기통에 버리고 샌드위치를 싸 달라고 부탁하던 디아스포라의 인종차별 서사는 냉동 김밥의 인기 덕분에 이제 옛말이 되었다.

세종학당 누적 수강생 70만 명 돌파

K-팝으로 시작된 한류열풍은 이제 음식, 드라마, 영화, 게임 등 다양한 분야로 확대되어 가고 있다. 이런 한류열풍 덕분에 한국어와 한국 문화에 대한 관심이 크게 늘어나면서 전 세계적으로 한국어를 배우고자 하는 사람들도 크게 늘어나고 있다. 인기 아이돌이 해외에서 공연을 하면 외국 팬들이 한국어로 된 노래를 떼창 하거나, 한국 드라마 명대사를 줄줄 외우는 건 기본이다. 심지어 한글날에는 트위터나 인스타그램 등을 통해 수천 건의 비둘기같은 한글 손 글씨 인증사진이 줄지어 올라오기도 했다. 세계적인 학습 앱 '듀오링고(Duolingo)' 내 한국어 다운로드 수는 중국어를 제치고 7위를 기록하여 가장 빠르게 성장하는 언어 중 하나로 자리매김하고 있다.

세계 경제의 불안과 코로나19의 확산 속에서도 한국어와 한국 문화에 대한 세계인의 관심은 사그라지지 않았던 모양이다. 외국인을 대상으로 한국어와 한국 문화를 보급하는 세종학당(King Sejong Institute) 수강생 수의 증가는 이러한 현상을 그대로 반영한다. 2007년 몽골 울란바토르에서 시작된 세종학당은 2023년 85개국 248개소로 확대되었고, 2022년 기준 오프라인 세종학당의 수강생 수는 117,636명으로

로 전년 대비 44% 확대되어 비약적인 증가세를 기록하였으며, 누적 수강생 수는 702,000명에 달해 초창기 대비 160배의 성장을 보였다. 전 세계적인 한국어 학습 수요 증가 추세를 고려하더라도 이러한 세종학당의 양적 확대는 주목할 만하다.



출처: 세종학당 안내지(2023. 6. 기준)

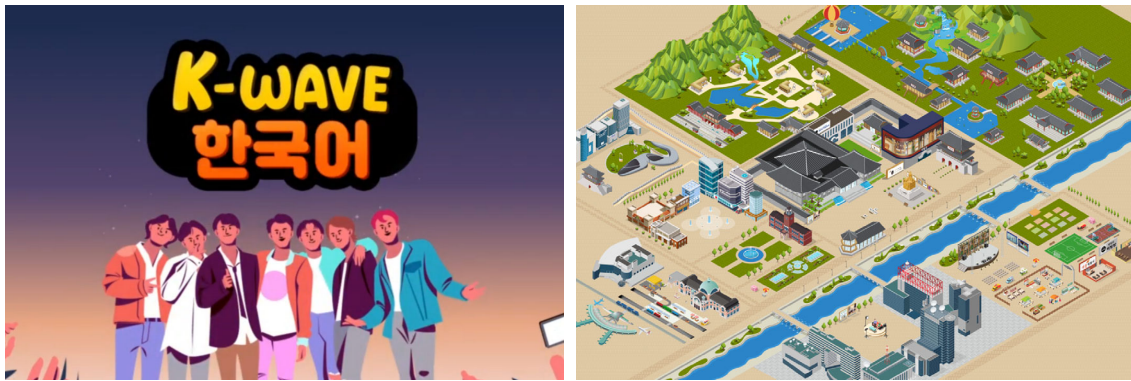
한국어·한국 문화 보급 대표 브랜드 세종학당

세종학당은 해외에서 제2언어 또는 외국어로 한국어를 공부하고 싶은 외국인에게 한국어와 한국 문화를 알리는 보급기관이다. 2013년 세종학당 100개소 돌파를 기점으로 공공기관으로 지정되었으며, 2016년에는 해외 한국문화원과 한국교육원에서 제공하는 한국어 강좌까지 ‘세종학당’으로 브랜드 통합되면서 명실공히 한국어와 한국 문화 보급의 대표 브랜드로 성장하였다. 세종학당은 첫째, 국외 한국어 교육을 통한 한국 문화의 확산과 둘째, 문화 상호주의 관점에서의 교류를 통한 국가 간 협력 확대, 셋째 국제적인 언어·문화 교류 확대를 통한 언어와 문화 다양성 실현에 기여하는 것을 목적으로 한다.

이러한 세종학당을 지원하기 위해 설립된 세종학당재단(King Sejong Institute Foundation)은 국외 한국어·한국 문화 보급기관 ‘세종학당’ 지원을 총괄하는 본부로, 외국어 또는 제2언어로서의 한국어·한국 문화 보급을 효율적으로 수행하기 위하여 2012년 10월 설립되었다. 세종학당재단은 국어기본법 제19조의2에 근거하여 국외 한국어·한국 문화 학습 수요에 적극 대응하고, 세종학당을 통해 한국어와 한국 문화가 전 세계에 퍼져나갈 수 있도록 세종학당을 든든하게 지원하고 있다.

세종학당재단은 세종학당 운영을 위해 먼저 신규 세종학당의 지정과 세종학당 운영을 위한 예산 및 행정 처리, 현지 수요를 고려한 맞춤형 사업을 지원한다. 현지 세종학당에는 전문 교육을 받은 교원을 파견하고, 현지 한국어 교원 양성 과정을 통해 현지 교원을 배출함으로써 학습자 수요에 적극적으로 대응하고 있으며, 이러한 세종학당의 교원을 대상으로 교원 연수센터에서 매년 재교육을 통해 전문성을 강화하고 있다.

또한 수준 높은 한국어 교육을 제공하기 위하여 교재와 콘텐츠 보급에도 주력하고 있다. 기본 교육과정인 세종 한국어 및 회화 기반 실용 한국어뿐만 아니라 현지 학습자 수요를 고려한 여행, 비즈니스 등 특별 교육과정도 제공한다. 다양한 교육과정에 따른 교재와 콘텐츠는 다국어로도 번역되어 현지 학습자에게 제공되므로 한국어 학습에 높은 접근성은 세종학당의 강점 중 하나이다. 이러한 강점은 온라인 세종학당을 통해 그 진가를 발휘한다. 세종학당 학습자 외에도 한국어를 공부하고 싶은 외국인 누구나 한국어를 배울 수 있도록 세종학당재단에서는 온라인 학습 플랫폼인 온라인 세종학당을 운영한다. 또한 누리 세종학당에서는 한국어 학습자와 교원을 위한 각종 자료를 무상으로 제공하고, K-컬처를 활용한 한국어 학습 콘텐츠를 제공하여 한류 팬 및 한국어 학습자가 쉽게 접근할 수 있도록 지원한다.



(좌) K-wave 한국어 학습 콘텐츠(출처: https://youtu.be/dLK5ed20dEQ?si=SFv5_PZq04Y1j__p)

(우) 메타버스 세종학당 캠퍼스(출처: <https://zep.us/@ksif>)

2023년 정식 운영을 시작한 메타버스 세종학당에서는 시간과 공간의 제약 없이 한국어로 자유롭게 소통할 수 있으며, 메타버스를 활용한 말하기 수업도 제공하고 있다. 현지에서 한국어를 배우고자 하는 세종학당의 수강 대기자 수가 8천 명에 육박하고 있는 상황(2023년 3월 기준, 7,840명)을 고려할 때, ‘온라인 세종학당 및 메타버스 세종학당’은 한국어 학습에 대한 진입장벽을 낮추는 중요한 기반이 되고 있다. 2023년 온라인 세종학당 수강생 수는 88,332명에 달하였으며, 메타버스 세종학당의 경우 연간 151개국에서 75,869명이 방문하였다. 파라과이에서 ‘메타버스 세종학당’을 이용한 루지아 씨는 “메타버스로 한국어를 연습하는 게 재미있다. 덕분에 K-컬처에 대해 더 알고 세계에서 온 사람들이랑 대화하면서 좋은 시간을 보냈다.”라며 만족감을 드러냈다.

이처럼 현지 학습자들의 한국 문화에 대한 높은 관심도를 고려하여, 전 세계 세종학당에 문화프로그램 운영을 지원한다. 한국 문화 해설과 체험을 결합한 고품질 문화교육 프로그램인 세종문화 아카데미를 통해 2022년 기준, 22개국 41개소에서 전문문화 프로그램을 제공하여 24,223명의 수강생이 참여한 바 있다. 아울러 국내 대학 및 전문기관과 협력해 K-팝, 태권도, 영화, 드라마, 국악 등 다양한 분야의 전문가와 문화 인턴을 파견하여 문화강좌를 제공한다. 이러한 문화교육 과정과 프로그램은 매년 학습자 만족도 조사에서 90점 이상을 기록할 정도로 학습자들의 뜨거운 반응을 얻었다.

학습자를 넘어 한국어·한국 문화 전문가로

세종학당 학습자들은 한류에 대한 호기심을 넘어 매우 다양한 학습 동기를 보인다. 전체 세종학당 수강생의 과반수가 학문, 취업 등의 목적으로 세종학당을 찾았다. 세종학당 학습자가 한국어 교원, 예술 전공, 한국 기업 취업, 현지 대학 한국어 전공 등 한국 전문가로 성장하는 사례가 증가하면서 한국어는 더 이상 한류의 소비 차원이 아닌 학습자의 새로운 꿈과 비전을 여는 디딤돌이 되는 것이다.

특히 세종학당 학습자 중 일부는 현지에서 한국어 통·번역가로 활동하면서 한류 콘텐츠의 소비자가 아닌 생산자로서 변모를 꾀하고 있다. 『구름빵』(한솔수북, 2019)으로 유명한 백희나 작가를 좋아한다는 홍콩의 아동문학가 판밍주(Poon Ming Chu) 씨는 자신의 책을 한국어로 직접 번역해 한국 어린이들에게 소개하고 싶어서 세종학당을 찾았다고 한다. 헝가리 엘테 대학교(Eötvös Loránd University)의 빈체 테레즈(Vince Terez) 영화학과 교수는 헝가리 독자를 위한 한국 영화사 책을 집필하는 것이 꿈이다. 1998년 문학동네 신인상 당선작 「중세의 시간」을 개작한 「슬픈 어항」(김숨)의 스페인어 번역가 마리벨 카바예로(Maribel Caballero) 씨는 “앞으로 김애란 작가의 소설을 번역하고 싶고, 언젠가 세종학당이 있는 라스팔마스 대학(Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)에서 한국어 번역 강의로 해보고 싶다.”며 당찬 포부를 밝혔다. 이제 세종학당은 언어를 배우는 곳만이 아닌 문화이해로 확장을 경험하게 되는 공간이다.



2023 세종학당 학습자 사례집(출처: 세종학당재단 온라인 자료실)

한국어와 한국 문화를 알아가면서 자신의 꿈을 발견하고 새로운 인생을 찾은 수강생들을 통해 세종학당은 새로운 꿈의 통로가 되고 있다. 70만 명에 달하는 누적 수강생은 우리 문화에 대한 잠재 수요자로, 더 나아가 현지 한국 문화 전문가로 성장하는 자원이 될 것이다. 이들의 가슴 벅찬 행보를 기대하며 응원한다.



안혜신(세종학당재단 학당기획팀 차장)

교육학 박사. 다문화교육과 국제문화교류에 관심을 가지고 재외동포재단과 (재)예술경영지원센터를 거쳐 현재 세종학당재단 학당사업본부 학당기획팀에서 세종학당 사업 기획을 담당하고 있다.

anovelist@ksif.or.kr

문화산업공정유통법안의 현황과 쟁점

이승민(성균관대학교 법학전문대학원, 법학박사(행정법))

2024. 03-04.

다시 도마 위에 오른 문화산업공정유통법

최근 이른바 ‘문화산업공정유통법’ 제정이 화두가 되고 있다. 유정주 의원과 김승수 의원이 2020년 12월과 2022년 11월에 각 법안을 발의하였고, 작년 3월에 국회 문화체육관광위원회(이하 문체위)에서 대안으로 「문화산업의 공정한 유통환경 조성에 관한 법률 제정안」이 통과되었다. 이 법안은 같은 해 6월에 법제사법위원회(이하 법사위)에 회부되어 전문위원의 검토보고서도 제출되었으나, 7월에 법사위가 문체위 요청에 따라 위 법안을 반려하여 현재 문체위에서 다시 논의가 진행 중이다. 학계와 산업계에서는 이 법안에 대한 우려를 여러 차례 표했는데¹⁾, 현재 법안이 소관 상임위원회에서 재논의 중이기 때문에 법안의 내용이 추후 달라질 가능성이 있기는 하지만, 일단 작년 3월에 통과된 문체위 대안을 중심으로 법안의 쟁점을 몇 가지 언급하고자 한다.



문화산업공정유통법안의 제정 근거

이 법안은 이른바 ‘검정고무신 사태’가 배경이 된 것이다. 즉, ‘검정고무신’의 그림 작가가 불리한 저작권 계약을 맺었다가 법적 분쟁에 휘말려 사회적 논란이 되었는데, 이 과정에서 문화산업에서의 공정한 유통환경 조성 또는 상생협력을 법제화하자는 움직임이 발생한 것이다. 이에 문화상품과 관련하여 현장에서 발생하는 여러 불공정행위들을 유형화하여 이에 대한 강제력 있는 금지 및 제재 규정을 도입하는 것이 이 법안의 취지이다.

문화산업공정유통법안의 주요 내용 및 쟁점

이 법안은 법의 적용범위를 정하기 위한 몇 가지 핵심 개념을 정의하고, 10가지 유형의 금지 행위에 대해 규율하고 있으며, 그 위반에 대해 각종 제재를 부과하는 체계로 구성되어 있다.

먼저, 위 법안 제2조는 문화산업법 제2조 제1호 및 제2호의 “문화산업”과 “문화상품” 개념을 그대로 사용하고 있다. 이에 의하면 문화산업은 영화, 비디오, 음악, 게임, 출판물, 방송, 만화 등 제반 콘텐츠를 비롯하여 문화재, 대중문화예술 등에 관한 모든 산업을 포괄하고, 문화상품은 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성과 같은 문화적 요소가 내재되어 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화와 서비스 및 이들의 복합체를 의미하는 것이므로 이 법안에 따른 규제 범위는 무척 넓어진다. 이는 진흥법제인 문화산업법의 정의를 규제법제에도 그대로 인용함에 따라 발생하는 문제이다.

그리고 법안 제5조 내지 제7조는 상생협력에 관한 규정을 두고 있고, 제12조는 표준계약서에 관해 규정하고 있으며, 제13조 제1항 및 제2항은 10가지 유형의 금지행위를 규정하고 있다. 이는 한국콘텐츠진흥원이 발주하여 (주)케이디앤리서치가 제출한 <2021년 콘텐츠산업 10대 불공정행위 실태조사(2021. 9. 15.)> 연구보고서에서 정리한 10가지 불공정행위 유형을 그대로 반영한 것으로(문체위 수석전문위원 검토보고(2023.02) 참조) 아래 표와 같다. 이러한 금지행위 규정을 위반할 경우 법안 제15조 및 제16조에 따른 시정명령 및 이행강제금, 제20조 내지 제22조에 따른 형사처벌 및 과태료가 부과될 수 있다. 그러므로 금지행위의 내용이 무엇인지가 중요한 의미를 갖게 되는데, 이에 대해서는 그 실증성과 중복 규제 측면에서 우려가 제기되고 있다.

10대 불공정행위 유형

구분	연구 내용
(1) 제작활동 방해	정당한 이유 없이 제작방향의 변경, 제작인력의 지정·교체 등 문화상품 제작업자의 제작활동을 방해하는 행위 (사례) 투자배급사, 방송사 등이 공동제작이 아닌 경우에도 제작사의 권한이나 감독권을 침해하여 개입하는 경우
(2) 문화상품 수령/유통 거부	정당한 이유 없이 문화상품의 수령을 거부 또는 반품하거나 수령한 문화상품의 판매를 거부하는 경우 (사례) 연재하던 웹툰 작가에게 매출이 나오지 않는다는 이유로 강제 연재 종료를 요구하는 경우, 게임제작사로부터 게임을 수령한 퍼블리셔가 별다른 이유 없이 게임 출시를 보류하고 유통하지 않는 경우

구분		연구 내용
(3)	납품 후 재작업 요구 및 미보상	문화상품을 납품한 후에 이 문화상품의 수정·보완 또는 재작업을 요구하면서 이에 소요되는 비용을 보상하지 아니하는 행위 (사례) 유통업자가 주문하면서 제작한 일러스트, 스토리 등에 대하여 무리하게 수정을 요구하거나, 수십 회가 넘는 수정작업에 대한 대금을 지급하지 않는 행위
(4)	기술정보 강제 양도	문화상품 관련 기술자료 및 정보의 제공을 강요하거나 유용하는 행위 (사례) 온라인 게임 공급업체가 게임 제공을 위한 소스코드 및 운영매뉴얼 일체를 무상 양도하도록 콘텐츠 제공 계약서에 명시
(5)	판촉·유통 비용 전가	판매촉진에 소요되는 비용 또는 합의하지 아니한 가격할인으로 인한 비용 등을 문화상품제작업자에게 부담시키는 행위 (사례) 영화관, 공연장, IPTV 등의 유통업체가 무료초대권, 반값 할인 행사와 같은 판촉활동에 소요되는 비용을 제작업자에게 과도하게 부담시키는 경우 및 계속해서 판매관계로 감소하는 유통비용을 지속 부담시키는 경우 등
(6)	자기계열사 상품과의 차별 취급	자기 또는 자기의 계약회사가 제작한 문화상품을 다른 문화상품 제작업자가 제작·공급하는 문화상품과 차별하여 취급하는 행위 (사례) 제작·배급·상영으로 이어지는 수직계열화로 인한 스크린 독점문제, 방송사가 자사 투자작품에 한해 프라임 타임에 재방송하여 타 제작사의 방송진입을 제한하는 경우 등
(7)	특정 결제방식 등 강요	문화상품 유통업자가 특정한 문화상품 판매대금 결제 방법, 가격, 조건 등을 부당하게 지정·제한하거나 강요하는 행위 (사례) 구글, 애플의 인앱 결제방식 강제 등
(8)	현저히 낮은 대가 책정	문화상품 제작에 통상적으로 지급되는 대가보다 현저히 낮은 수준으로 대가를 정하거나 공급계약에 명시된 대가를 정당한 이유 없이 감액하는 행위 (사례) 애니메이션의 낮은 광고수익을 이유로 방영권료를 편당 제작비 대비 10% 미만으로 책정하는 관행, 계약서를 작성하지 않고 견적서만 받은 뒤, 일이 끝나자 견적서보다 낮은 금액의 계약서를 작성하는 단가 후려치기 행위
(9)	문화상품 사재기 및 구매 강요	판매순위에 관한 정보를 왜곡시킬 목적으로 스스로 제작 또는 유통하는 문화상품을 직접 구매하거나 제3자로 하여금 구매하게 하는 행위 (사례) 대량구매 방식으로 음악차트 순위, 게임인기 순위를 조작하는 관행
(10)	지식재산권 양도 강제 및 무상 양수 등	지식재산권의 양도를 강제하거나 무상으로 양수하는 행위 또는 통상적인 거래 관행에 비추어 현저히 낮은 수준으로 지식재산권의 사용으로 인한 수익을 분배하는 행위 (사례) 엔터테인먼트에서 소속 작곡가의 저작권과 저작인격권을 회사가 영구히 행사한다는 계약 강요, 주요 유통사가 2차 저작권(부가판권) 관련 수익 및 권리에 있어 우월적, 독점적 지위를 요구하는 경우

문화산업공정유통법안에 대한 우려

1. 규제 실증주의의 측면

모든 규제는 그 도입에 앞서 규제의 필요성이 인정되어야 한다. 규제의 필요성은 시장의 실패가 있는 경우에 인정될 수 있으며, 실증적이고 면밀한 상태조사를 통해 확인되어야 한다. 시장의 실패가 확인되더라도 규제의 수단과 방법이 적절해야 한다.

이번 법안의 경우, 위에서 언급한 (주)케이디앤리서치의 연구보고서가 근거로 언급되어 있고, 이 외에 다른 실증적 근거는 찾기 어렵다. 위 연구보고서에서는 불공정행위를 10가지 유형으로 정리한 다음, 프리랜서들로부터 이러한 불공정행위를 경험한 적이 있는지에 대해 조사하였는데, 87%가 불공정행위를 경험했다고 답변했다. 그리고 조사 결과 답변된 유형은 법안 제13조의 금지행위 규정에 그대로 반영되었다.

그러나 이 조사는 이번과 같은 포괄적인 규제 법안의 근거가 되기에는 미흡한 점이 있다. 유형별로 살펴보면 다음과 같다.

먼저, (7) “특정 결제방식 강요”는 구글, 애플과 같이 앱 마켓 생태계를 지배하는 글로벌 빅테크 기업들의 시장지배적 지위 남용행위의 결과일 뿐, 국내 문화상품 유통업자의 행위와는 관련이 없다. 그리고 (1) “제작활동 방해”, (6) “자기계열사 상품과의 차별 취급”은 주로 방송산업에서 발생하는 행위여서 방송통신위원회(이하 방통위)의 소관 사무이며, 스크린 독점의 문제는 시장지배적 지위 남용행위의 문제로서 공정거래법의 규율 대상이다. (4) “기술정보 강제 양도”, (9) “문화상품 사재기 및 구매 강요”, (10) “지식재산권 양도 강제, 무상 양수 등” 또한 전형적인 불공정거래행위로서 공정거래법의 적용 대상이다.

한편, (2) “문화상품 수령/유통 거부”, (3) “납품 후 재작업 요구 및 미보상”, (8) “현저히 낮은 대가 측정”은 규제 대상으로 삼는 것에 매우 신중할 필요가 있다. 그런데 상기한 연구보고서에서는 프리랜서들을 상대로 설문지에 불공정행위 유형을 열거해 두고 해당 경험이 있는지 묻는 식으로 조사를 했다. 그러다 보니 자신이 받은 대가가 불충분하다고 생각한 프리랜서들이 각 행위 유형들을 보고 자신도 그러한 불공정한 일을 겪었다고 답변한 것인데, 이러한 상황에서 87%라는 답변은 오히려 낮은 것일지도 모른다. 프리랜서들에게 진정으로 불공정한 상황이었는지를 판단하기 위해서는 일정 규모 이상의 표본을 확보하여 이들의 창작물 또는 저작물이 제대로 제작·완성된 것인지를 확인하여야 한다. 그렇지 않고서 프리랜서의 87%가 불공정행위를 ‘경험’했다는 점에 큰 의미를 두고 이를 규제의 근거로 삼아서는 안 되는데, 그럼에도 불구하고 이러한 실제적인 조사는 이루어지지 않았고, 관련 기업들의 입장으로 청취되지 않았다.

문화상품의 경우에는 주관적인 측면이 많기 때문에 불량품 여부가 객관화되기 어려워 분쟁이 많은 것은 사실이지만, 이를 정부가 일방적으로 법적 규제를 통해 금지하거나 개입하는 것은 시장의 왜곡을 가져올 수 있기 때문에 기본적으로는 시장경제와 사적 자치에 맡기는 것이 바람직하다. 이 과정에서 정부가 할 수 있는 역할은 계약서 작성과 증빙자료 수집·정리를 교육·지원하는 것이며, 서면계약서 교부를 법으로 강제하는 방안을 추진할 수 있을 것이다.

마지막으로 (5) “판촉·유통비용 전가”의 경우도 신중을 기할 필요가 있다. 판촉비용 전가를 함부로 규율하여 발생한 피해는 이미 대규모유통업법의 사례에서 발견할 수 있다. 대규모유통업법 제11조는 판촉행사의 요건과 절차를 매우 엄격하게 정하면서 대규모 유통업자가 50% 이상의 비용을 부담하도록 강제하였고, 다만 납품업자가 자발적으로 요청하여 다른 납품업자와 차별화되는 판촉행사를 진행하려는 경우, 즉 ‘자발성’과 ‘차별성’이 있는 경우에만 예외를 인정하고 있다. 그러나 공정거래위원회(이하 공정위)는 자발성과 차별성 요건을 매우 엄격하게 해석하여 심지어 대규모 유통업자가 판촉비용의 대부분을 부담한 사건에서도 관련 절차 위반을 인정하고 제재를 부과하였고, 이는 대법원에서 그대로 인정되었다(대법원 2020. 5. 14. 선고 2018두52044 판결).

이러한 공정위와 대법원의 입장은 판촉행사의 큰 위축을 가져왔는데, 특히 다수의 유통기업들이 ‘코리아 세일 페스타’와 같은 국가 차원의 행사에 불참할 수밖에 없는 상황이 되었고 여기에 코로나 팬데믹까지 겹치자, 공정위는 「대규모유통업에서의 거래공정화에 관한 법률 제11조 적용 가이드라인」(2020. 6.)을 제정하여 자발성과 차별성 요건을 넓게 해석하기에 이르렀다. 이는 애초부터 함부로 규제하지 말아야 할 대상에 대해 현실에 맞지 않는 규제를 했기 때문인데, 이번 법안이 시행되면 공정위의 승소에도 불구하고 공정위 스스로 입장을 완화할 수밖에 없었던 촌극이 문화산업에서 다시 발생할 수 있다.

2. 중복 규제의 측면

‘검정고무신’ 사건은 잘못된 저작권 계약 관행에 의한 것인데, 이러한 경우는 예술인권리보장법에서 이미 불공정행위로 다루고 있으며, 저작권법도 개정 논의가 진행 중이다. 게다가 이번 법안에는 정작 서면계약 체결을 강제하는 내용은 없고 공정위와 방통위가 관장하는 다른 법에 이미 존재하는 온갖 금지행위 규정들만 모아 두고 있다. 특히, 공정거래법과의 중복은 심각한 수준이다. 문체부도 그 소관 법률인 문화산업법, 콘텐츠산업법, 음악산업법, 출판법, 만화진흥법, 대중문화산업법, 영화비디오법 등에 각종 불공정행위 금지조항을 이미 다 마련해 두고 있다. 이러한 상황에서 이중, 삼중으로 규제 법안을 만들 이유가 없다.

또한, 이번 법안은 문체부의 전문규제를 창설하고 있다. 그런데 경제규제 분야에서는 일반법인 공정거래법이 제정되어 있고 공정위가 일반경쟁규제기관으로 활동하고 있다. 이러한 상황에서 전문규제를 창설하기 위해서는 해당 산업분야에 대규모의 투자를 수반하는 공익설비가 투입되거나 자연독점이 발생하는 등의 특수성이 있어야 하고, 전문규제기관의 전문성과 우월성이 담보되어야 한다. 나아가 전문규제를 창설하는 것은 공정거래법과 같은 일반경쟁법이 갖추지 못한 사전규제를 시장지배적 사업자에게 부과하기 위한 목적인 경우가 많은데, 이번 법안처럼 불공정거래에 대한 금지행위와 같은 사후규제를 위해 전문규제를 창설하는 것은 매우 이례적이다. 이러한 금지행위 방식의 사후규제 관할권 창설은 필시 일반경쟁규제기관과 사이에서 중복 규제를 낳을 수밖에 없다.

중복제재 방지 조항을 마련하더라도 한계가 있는데, 예컨대 전기통신사업법 제54조의 중복제재 금지조항이 있지만 방통위와 공정위는 하나의 사안에 대해 그 규제 목적과 대상 행위가 다르다면서 별도의 제재를 부과한 사례가 있었고 법원 또한 이러한 중복제재를 그대로 인정하였다(서울고등법원 2014. 10. 29. 선고 2012누22999 판결). 게다가 중복제재 여부는 조사가 이루어진 이후에 판단되는 경우가 많아서 중복제재 방지 조항만으로는 중복조사까지 예방하기는 어렵고, 행정조사기본법의 공동조사 제도 또한 실제에서는 거의 활용되고 있지 않다.

이상에서 살펴본 것처럼 ‘검정고무신’ 사건을 현재와 같은 전례 없이 강력하고 포괄적인 규제 법안의 근거로 삼는 것은 정당화되기 어렵다. 또한, 위 법안에 대해서는 법사위 전문위원과 방통위, 과학기술정보통신부가 중복 규제 우려를 지적하였는데, 그에 앞서 과연 이와 같은 규제의 필요성이 있는 것인지, 그 수단이나 방법이 적절한 것인지 의문이 든다.

* 웹진에 실린 글의 내용은 한국출판문화산업진흥원의 의견과 다를 수 있습니다.

-
- 1) 최단설현, “문화산업공정유통법(안)의 의의와 법리적 검토”, 전파통신과 법포럼 세미나 발표자료, 2023. 9. 11.
권남훈, “‘검정고무신법’은 갑질 해법일까”, <매일경제>, 2023. 10. 11., <https://www.mk.co.kr/news/contributors/10847663>
홍대식, “문화산업공정유통법안은 ‘검정고무신사태’ 방지법이 아니다”, <법률신문>, 2023. 10. 18., <https://www.lawtimes.co.kr/opinion/192211?serial=192211>
이규호, “문화산업공정유통 관련 법안 검토”, 한국미디어정책학회·정보통신정책학회 세미나 발표자료, 2023. 11. 8., <https://www.youtube.com/watch?v=1AW4yG-zVgw> 등



이승민(성균관대학교 법학전문대학원, 법학박사(행정법))

서울대학교 법학과(학사) 및 동 대학원(석사, 박사), Harvard Law School(LL.M)을 졸업하였으며, 사법연수원 36기로 전 법무법인(유) 울촌 변호사를 거쳐 현재는 성균관대학교 법학전문대학원 부교수로 역임 중이다.
seungminlee@skku.edu

영원한 출판주의자 범우(汎友) 윤희두 선생

윤세민(경인여자대학교 영상방송학과 교수, 한국출판학회 고문)

2024. 03-04.

필생의 출판주의자 범우(汎友) 윤희두 선생이 지난 연말 12월 3일 홀연히 떠나시며, 영원할 것 같았던 당신의 출판 외길을 멈추셨다. 고인은 한평생 출판의 길을 가면서도 잡지인, 고서가, 수필가, 연구자, 교육자 등으로 폭넓은 행보를 보이셨다. 물론 그 모든 행보는 그의 순전한 '책 사랑'에 기반을 두고 있다. 고인과 필자와의 인연은 출판잡지 전공의 대학원 후배이자 제자로 만난 1991년 봄에 시작되었다. 이후 33년간 고인은 제 삶의 선배요 스승으로서 지대한 영향을 주셨다. 지금도 '윤 교수'보다는 '윤희'이라 다정히 부르시며 곁에 계실 것만 같은데, 홀연히 떠나시니 그 황망함을 이룰 수가 없다. 고인의 일생과 책 사랑, 출판관, 그리고 필자와의 특별한 추억을 돌아보며 범우 윤희두 선생을 기리고자 한다.



범우사를 설립한故 윤희두 회장

범우 윤희두의 출판 일생

범우 윤희두는 일제 강점기인 1935년 일본 고베에서 태어난 뒤 1944년 아버지의 고향 여수 앞바다의 돌산으로 와서 청소년 시절을 보낸다. 순천농림학교(현 국립 순천대학교)를 졸업한 뒤 상경하여 동국대학교 법학과에 입학한다. 학비 문제로 휴학하던 중인 1956년부터 월간 <신세계>, 1961년 민주당 당보 <민주정치>에서 기자로 일하기도 했다.

뒤늦게 1963년 동국대학교 법학과를 졸업한 뒤 1966년 그의 출판 인생인 ‘범우사’를 세운다. <신세계>, <치계>(치과계 전문잡지), <다리> 등의 잡지사 주간직을 거치는 가운데 새롭게 단행본 출판을 직접 배우며 출판의 길로 들어선다. 특히, 정치적 암흑기였던 1971년 초에 촉발된 <다리>지 필화사건 이후로 그는 본격적인 단행본 출판의 길을 걷게 된다. 마침내 출판인으로서 그의 필생 역작인 ‘범우사’를 창립해, 올곧은 출판의 길을 평생 걸어온 것이다.

범우(汎友)는 “친구를 널리 좋아한다.”는 뜻으로, 1967년 12월에 양주동 등 당시의 명사 및 정치인들의 수필을 모은 『사향의 염』을 첫 출판물로 펴냈다. 창립 초기에 김대중의 『내가 걷는 70년대』(1970), 김동길의 『길은 우리 앞에 있다』(1972) 등 군사정권이 지배하던 당시 사회를 냉철히 비판하는 서적을 펴내 판매금지 조치를 당하는 수난을 겪기도 하였다.

이후 가급적 많은 서적을 펴내자는 종합 출판을 지향하여 웬만한 동서양의 고전은 모두 출판하였다는 평가를 받는다. 1976년 『자유에서의 도피』(에리히 프롬(Erich Pinchas Fromm))를 1권으로 ‘범우사상신서’를 간행한 것을 비롯하여 ‘범우에세이문고’, ‘범우생활신서’, ‘범우소설문고’를 펴내기 시작하였다. 1977년에는 중·고등학생을 대상으로 한 ‘범우사르비아문고’를 펴내 1988년 150권으로 완간하였다. 이어 1979년 ‘범우오뚜기문고’, 1980년 ‘범우비평판 세계문학선’ 시리즈, 1985년 ‘범우문고’, 1988년 청소년을 대상으로 한 ‘범우피닉스문고’, 1990년에는 『세일즈맨의 죽음』을 1권으로 ‘범우희곡선’ 시리즈 등을 펴냈다.

대표적인 출판물로는 법정 스님의 『무소유』(1999), 지두 크리슈나무르티(Jiddu Krishnamurti)의 『자기로부터의 혁명』(1982), 루이제 린저(Luise Rinser)의 『잔잔한 가슴에 파문이 일 때』(1999), 헤로도토스(Herodotos)의 『역사』(1996) 완역판, 제이스 조이스(James Joyce)의 『제임스 조이스 전집』(전 6권, 1989), 천혜봉의 『한국전적인쇄사』(1990) 등이 있다. 범우사의 대표 정기간행물로는 1992년 3월에 창간한 월간 <책과 인생>이 있다. 또 범우는 직접 수필가이자 출판연구자로서 『사노라면 잊을 날이』(1987), 『책의 길 나의 길』(1990), 『한 출판인의 자화상』(2019), 『지나온 세월 속의 편린들』(2006)을 비롯한 에세이와 『출판물 유통론』(1994), 『눈으로 보는 책의 역사』(1997), 『한국 출판의 허와 실』(2002), 『한국 출판미디어의 제문제』(2008) 등 출판 관련 연구서 및 저서 20여 권을 내기도 했다.



『무소유』, 『잔잔한 가슴에 파문이 일 때』

한편, 범우는 출판 사업을 통해 얻은 수익금을 출판인재 양성 및 출판문화 발전을 위해 투척해 온 것으로 유명하다. 1991년 당시 1억 원의 기금을 조성하여 '범우출판장학회'를 설립, 해마다 출판인재에게 장학금을 수여해 오고 있다. 2003년에는 범우출판문화재단을 설립해 우리 출판문화 발전을 위한 든든한 역할을 해오고 있다. 또한 그 자신이 출판계의 큰 일꾼으로 나서 한국출판협동조합 이사장, 한국출판문화진흥재단 이사장, 대한출판문화협회 회장, 한국출판학회 회장 등을 역임하였다. 출판계 발전에 기여한 공로를 인정받아 한국출판문화상 네 차례, 대통령 표창, 보관문화훈장, 국민훈장 석류장 등을 받았다.

범우의 출판관 및 출판론

범우의 출판 인생은 철저히 자신의 출판 경험과 철학을 기반으로 하였다. 또 그 밑바닥에는 그의 뚜렷한 '출판관 및 출판론'이 자리한다. 여기서 그가 평생 천착해 온, 출판인으로서의 믿음과 철학을 입증하는 그의 '출판관 및 출판론'은 크게 세 가지를 소개한다.

첫 번째는 '자전거(自轉車) 출판론'이다. 이는 일본의 저명한 출판학자 시미즈 히데오(清水英夫)의 이른바 원조 '출판 자전거론'을 차용하여 출판 현장에 활용한 것이다. 자전거는 페달을 계속 밟아야 쓰러지지 않고 앞으로 전진한다. 그렇듯이 출판사도 되든 안 되든 계속 책을 내야 한다는 것이다. 책을 내지 않으면 서점에 책을 채울 수 없고 결국 출판사도 쓰러진다는 것이다. 자전거 타기식 같은 출판 경영을 '자전거 조업'이라고도 하는데, 여기서 자전거는 자력으로서 페달을 밟는 '자조(自助)'를 의미하기도 한다.

두 번째는 '과수식(果樹式) 출판론'이다. 이것은 과수원을 재배하는 것과 같이 온 정성을 다하여 책을 만드는 데 최선을 다한다는 의미다. 과일나무를 몇 년간 정성껏 가꾸어 오랫동안 그 열매를 수확하듯이, 철저한 기획과 제작 과정을 거쳐 수명이 긴 출판물을 만들어 내자는 것이다. 즉, 장기간에 걸쳐 온갖 정성을 다해 숙성시킨 아이디어를 '책'이라는 구체적인 공공의 재화로 탄생시켜 가는 특정한 과정과

자세를 강조하는 이론이다. ‘자전거 출판론’이 경영상의 노력이라고 한다면, 이것은 기획과 편집의 노력이라 할 것이다.

세 번째는 ‘비석식(碑石式: 기념비) 출판론’이다. 수익을 내는 것과는 인연이 멀 수 있으나 기념비적인 출판을 하자는 것이다. 경영적인 성공은 기대하기 어려워도 오랜 세월이 지난 뒤에도 그 가치가 녹슬지 않는 불후의 명작을 발굴하고 출판하자는 것이다. 즉, 당장의 이익이 아닌 몇십 년, 몇백 년이 지나서도 기억되고 향유될 수 있는 고전(古典)이 되리라 예상하고 출판에 임하는 가치 지향의 출판론이다.

실히, 그는 이런 출판관 및 출판론에 입각해 자신의 출판 활동을 스스로 실천해 왔다. 그는 출판계에 입문하고 나서 또 책이 귀했던 1960~1970년대까지는 ‘자전거 출판론’ 방식에 따라 출판 활동을 폈다. 이후 1980년대부터 출판을 둘러싼 환경과 상황이 변함에 따라, 그는 과일을 수확하듯 정성스레 출판하는 ‘과수식 출판론’(1980년대), 그리고 돈벌이는 안 되지만 이 사회에 꼭 필요한 책을 만드는 ‘비석식 출판론’(1990년대 이후)을 주창하며, 또 그대로 이를 자신의 실제 출판과 출판 교육에 이어갔다.

이런 원칙 속에서 범우사의 책이 만들어져 왔고, 이것은 우리 출판계의 성장과정과 지향점을 함축적으로 설명한다 해도 과언이 아닐 것이다. 범우의 이런 출판관 및 출판론이야말로 ‘범우사’란 출판사의 오늘을 있게 한 근간이자 존재가치를 말해준다고 하겠다. 무엇보다 출판인으로서의 체질화된 이념이 밑바닥에 흐르고 있는 절대적 가치의 상징이 되고 있다. 범우의 이 고집스러운 출판론인 ‘자전거 출판론’, ‘과수식 출판론’, ‘비석식 출판론’은 오랜 세월 묵묵히 그의 의지와 열정으로 굳게 추진되어 오늘날 한국 출판계에 우뚝 선 금자탑을 이룩한 것으로 보아야 할 것이다.

운명 전 몇 해 전까지 그는 “이젠 고속도로를 달리면서 완급을 조절하며 주위를 살피고, 때로는 느긋하게 옆길로도 빠져 보는 ‘선택적인 자동차 출판론’을 실행해 볼 작정”이라고 말하곤 했다. 범우사의 회장으로 아직 일선에 있던 당시 그는 자신의 ‘선택적 자동차 출판론’을 여유 있게 서서히 가동 중이었다.



故 윤형두 회장의 빈소

범우의 특별한 ‘책 사랑’

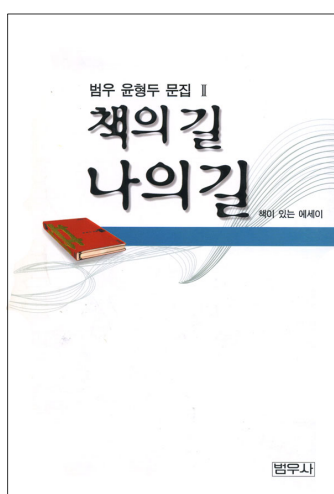
범우의 ‘출판 일생’, ‘출판관과 출판론’은 그의 순수하고 한결같은 ‘책 사랑’에서 비롯되었다. 그는 자신이 책을 짓는 저술가요 출판인인 동시에 출판을 이론적으로 연구하는 출판학자로서 책과의 인연을 인생 절대적 만남으로 여기며 책 사랑을 펼쳐 왔다 해도 과언이 아닐 것이다. 「책의 미학」이라는 그의 수필에서 보면, 그와 같은 함의가 하나의 명명(命名)으로 선언되고 있다.

“책은 역사요 또한 과학이다. 오늘날 문명의 이기를 우리에게 선사한 기반이며 원동력이다. 또한 책은 과거와 현재와 미래를 잇는 핏줄 같은 다리다. 오늘도 갓 출간된 신간을 손에 들고 한없는 환희에 잠긴다. 이 책 한 권이 그 얼마나 오랜 잉태 속에서 탄생한 소중한 산물인가. 책은 진주요 에메랄드다. 그리고 세상의 빛이요, 인류의 님이다.” - 「책의 미학」, 『책의 길 나의 길』(1990), 57~58쪽

그러면서, “책은 나에게 있어서 존재다. 책이 없었으면 나는 눈 뜬 장님이 되었을 것이며, 귀먹은 병어리가 되었을 것이다.”라고 단언해 마지않는다. 당연히 그의 좌우명 또한 ‘책’에 고정되어 있다. “책과 더불어 꾸준하게 한 길을” 선택한 인생관을 엿볼 수 있는 까닭이다.

그는 또 「책은 영원한 친구」 제하의 수필을 통해 책의 존재와 가치에 대해 이렇게 얘기한다.

“책 속에는 무한한 진리가 있으며 행복이 있으며 살길이 있다고 하듯, 책 속에서 지식과 지혜를 터득하고 즐거움을 맛보며 위안을 얻고 또한 삶을 영위했다. 책과 더불어 50년, 그래서 인생은 살 만한 것인지도 모르겠다. 책은 배신하거나 양탈을 부리거나 거짓말을 하거나 실망시키지 않는다. 책은 자기가 가진 그대로를 인류에게 준다. 언제나 손닿는 곳에 두면 눈으로 다가와 마음에 스민다. 책은 사람들의 오랜 친구며 또한 영원한 친구다.” - 「책은 영원한 친구」, 『책의 길 나의 길』(1990), 220쪽



윤형두, 『책의 길 나의 길』

필자와의 인터뷰 당시, 범우는 자신의 책과의 인연과 사랑을 이렇게 소개했다.

“책과 맺은 인연은 나에게 모든 것을 안겨주었습니다. 지식과 재산, 명예와 지조를 지키는 일까지 어느 것 하나 빠뜨리지 않고 나에게 주었습니다. 또 모든 괴로움과 부족함과 외로움을, 책은 그때그때 내 서재와 사무실과 심지어 호주머니 속에서 기다리고 있다가 내게서 사라지게 해 주었죠. 그러한 잡독이랄까 난독하지 않았던들 오늘의 나는 형성되지 않았으리라 봅니다. 나아말로 독서의 혜택으로 국가와 민족에 대한 사랑에 눈뜨게 되었고, 또 무엇인가 쓰지 않으면 견딜 수 없는 갈증으로 시와 수필도 쓰게 되었습니다. 실로 책은 나에게 삶이요, 스승이요, 믿음입니다.” - 범우 윤희두

출판학 연구와 출판학회 발전을 이끌다

범우는 출판은 물론 출판의 역사와 상황, 환경 등에 관심을 두었고, 구체적으로 공부하기 시작했다. 자연스럽게 출판 연구자의 길로도 들어선 것이다. 특히, 그의 출판 인생에 최고의 선배이자 스승이라 할 남애(南涯) 안춘근 선생을 만나고부터 범우의 출판 향학과 연구의 열은 더욱 뜨겁게 타오르기 시작했다. 당시 아무도 관심 갖지 않았던 ‘출판학 연구’를 위해 안춘근 선생을 중심으로 동호인(연구자) 9명이 1969년 출판학회를 출범시킨 이래 오늘날의 한국출판학회와 출판학 연구가 성립되기까지는 범우의 출판학과 출판학회에 대한 특별한 애정과 후원이 든든한 뒷받침이 되었다. 한국출판학회가 문화부(현 문화체육관광부)의 학회 사단법인체로는 국내 최초로 정식 등록되었는데, 범우는 당시 결정적인 역할을 해낸 장본인이기도 하다.

그는 출판학회 회장으로 재임하면서 우루과이라운드(UR) 협약 및 세계무역기구(WTO) 체제하에서 출판시장 개방의 문제와 국제저작권의 문제, 그리고 출판유통의 과학화와 현대화 문제 등 급속히 변모하는 출판 환경의 예민한 현실 문제들을 출판업계는 물론 출판학계의 공동 관심사로 끌어와 함께 고민하게 하였다. 또한 그는 국제 출판학 세미나의 창립총회를 서울에서 개최한 이후, 한·중·일 3국을 순환하며 개최되는 국제 세미나(국제출판학술회의)를 정착시킴으로써 한국의 출판학을 국제화하는 데에 헌신적으로 기여했다. 오늘날 2년에 한 번씩 국가별로 순환해서 개최되고 있는 이 국제출판학술회의는 국가 간의 학술 교류뿐만 아니라 출판 환경에 대한 상호이해와 국제적인 문화교류의 장이 되고 있다.

범우의 삶과 교육의 영향

범우 윤희두는 진정한 교육자이기도 하였다. 당신이 그 누구보다도 치열히 임했던 인생 역정과 출판의 경험을 고스란히 후진들에게 교육을 통해 나눠 주곤 했다. 특히 출판기획, 출판경영, 출판유통에 관한 범우 선생의 강의는 후진들에게 값진 교훈이 되었다. 중앙대학교 신문방송대학원을 위시해 동국대학교, 경희대학교, 서강대학교, 연세대학교 등의 출판 관련 대학원에서 20여 년간 끊임없이 펼친 범우 선생의 출판학 강의는 후진들에게 살아있는 경험이자 교훈으로 아로새겨지곤 했다.

특히 가장 오랜 기간 강의에 임했던 중앙대 신문방송대학원 출판잡지 전공과정을 거친 200여 명은 그의 대학원 직접 후배로서 특별한 제자이기도 하다. 이들 중에는 출판사를 경영하는 전문 출판인들이 대부분이지만, 것처럼 강단에 서는 교육자들도 적잖게 배출되었다. 교육자로서의 범우는 출판인으로서

의 해박한 실무경험을 바탕으로 늘 꼼꼼한 강의 준비와 열성적인 교육으로 제자들에게 살아있는 교훈과 감동을 선사하곤 했다. 그 교훈과 감동을 통해 제자들은 인생의 새로운 전환점을 마련하기도 했다. 필자 역시 그 중의 한 사람이다.

범우 윤형두 선생과 필자와의 첫 만남은 1991년 3월 초 중앙대학교 신문방송대학원 출판잡지 전공의 첫 수업이었다. 당시 나는 기독교잡지인 <빛과소금>의 편집장으로 재직하면서 출판잡지 관련 전문적인 학문 연구를 위해 막 입학한 신출내기 대학원생이었다. 그리고 대학원 첫 수업으로 전공과목인 '출판유통론'의 초빙교수로 나선 분이 범우 선생이셨던 것이다.



후진들에게 지대한 영향을 미친 범우 윤형두 선생과 필자

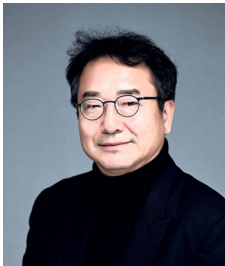
첫 수업이었던 만큼 범우 선생은 자신과 교과목에 대한 자세한 소개 및 신입생에 대한 당부의 말씀, 더불어 우리 수강생들과 정겨운 대화의 시간을 가졌던 것으로 기억한다. 신기하게도 나는 그분을 보며, 또 그분의 말씀을 들으며 내가 대학원에 진학한 목표를 새삼 굳추세울 수 있었다. 범우 선생이야말로 내가 생각해 왔던 표상의 본이셨기 때문이다. 신입생들이 돌아가면서 '대학원 입학 소감과 앞으로의 각오'에 대해 밝혔는데, 당시 나는 이렇게 발언했던 것으로 기억한다.

“대학원 수업에서 범우 윤형두 교수님을 뵈은 것은 제게 큰 영광이자 또 도전으로 다가옵니다. 윤형두 교수님의 말씀을 듣고 제가 대학원에 온 목표와 인생 목표가 더욱 확고해졌기 때문입니다. 그것은 윤 교수님의 현재 모습을 그대로 제가 쫓아가고 싶다는 것입니다. 첫째, 출판 전공의 연구자 나아가 교수가 되는 것입니다. 둘째, 좋은 책을 발행하는 출판인이 되는 것입니다. 셋째, 좋은 책을 쓰는 저자가 되는 것입니다. 결코 쉽지 않은 목표지만, 윤형두 교수님을 표상 삼아 열심히 쫓아가도록 해보겠습니다!”

그로부터 33년이 흐른 오늘, 나는 감히 범우 선생께 견줄 수는 없지만 비슷하게 쫓아가고 있다고는 자부하고 싶다. 출판을 전공하는 연구자로 교수로, 또한 몇 권의 저서를 갖고 있고 늘 좋은 글과 책을 쓰고자 하는 열망을 갖고 살아가고 있으니 말이다. 범우에게 이런 인상을 받고, 또 범우의 삶과 교육의

영향으로 새로운 결심을 하게 된 이가 어디 필자뿐이겠는가. 참 고마울 뿐이다. 아마도 범우 윤희두 선생은 하늘나라에서도 여전히 책과 더불어 있으리라. 그러면서 이 세상 사람들의 책 사랑을 꾸준히 살 펴보시리라.

* 이 글은 필자가 고인과의 생전 인터뷰 내용, 그리고 그의 자전적 여러 수필집 내용을 기반으로 작성되었습니다.



윤세민(경인여자대학교 영상방송학과 교수, 한국출판학회 고문)

월간 <빛과소금> 편집장, 도서출판 두란노 기획홍보실장, KBS/JTBC 시청자위원 및 방송패널, 한국간행물윤리위원, 교육부 국어교과서 심의위원, 서울시 지역서점위원회 위원장, 한국출판학회 회장 등을 역임했다. 출판, 방송, 영화, 문화예술, 자기계발 관련 평론 및 강연 활동을 한다. 저서로 『미디어 문해력의 힘』(유아이북스, 2023), 『열린 소통, 성공 대화』(글로벌콘텐츠, 2023), 『역사와 문화로 읽는 출판과 독서』(시간의물레, 2014), 『한국출판산업사』(한울, 2012), 『미디어원론』(나남, 2003), 『현대출판론』(세계사, 1997) 등이 있다.

zangysm@naver.com

일본 서점가의 새로운 유행 '공유형 서점'이 뜬다

이상훈(《동아일보》 도쿄 특파원)

2024. 03-04.

일본 도쿄의 서점거리, 진초보(神保町)

일본 도쿄 진초보(神保町)에는 세계 최대 고(古)서점 거리가 있다. 1913년 대형 화재로 찢터미가 된 폐허에 간다(神田) 여고 교사였던 이와나미 시게오(岩波茂雄, 일본 지성의 상징으로 불리는 이와나미 문고의 그 이와나미다.)가 열었던 헌책방이 성공을 거두며 현재 약 180개 이상의 헌책방이 자리를 잡았다. 이후 최근 몇 년 동안은 새로운 형태의 서점이 생겨나기 시작했는데, 바로 '공유형 서점'이다. 공유형 서점이란, 매달 일정액을 내고 서점 안에 있는 책장 한 칸을 빌려 운영하는 것으로 책장마다 판매자가 다르다. 소규모인 데다 대중적인 베스트셀러와는 거리가 멀어 큰 수익을 기대하긴 어렵지만 나만의 서점을 운영한다는 의미가 있어 흥미를 끈다.

대표 공유형 서점, '네코노혼다나(猫の本棚)'

도쿄에서 가장 대표적인 공유형 서점으로 '네코노혼다나(猫の本棚)'를 꼽을 수 있다. 진초보역 좁은 골목길을 따라 걸어가면 파란색 가게가 나오는데 '고양이의 서가'라는 서점 이름에 맞게 고양이 입간판이 책방 앞에 놓여 있다. 내부에 들어가면 세 벽을 둘러싼 170여 개의 책장이 눈에 들어온다. 책장마다 이름표가 붙어있는데 이름도 내용도 모두 다르다. 서점 가운데는 별도로 책을 전시할 수 있는 팝업 테이블과 그 위로 큰 상들이 눈에 띈다. 공간을 실내디자인 및 실내장식으로 꾸미는 공간플래너 출신인 점주와 일본의 유명 영화감독 히구치 나오후미(樋口尚文) 씨가 함께 오래된 소품들을 어렵게 구해 꾸며냈다고 한다. 히구치 감독의 영향인지 영화 관련 책장도 많았다. 검열과 터부에 저항하는 문제작 <감각의 제국>(1976년) 같은 작품으로 일본 영화사에 한 획을 그은 오시마 나기사(大島渚·1932~2013) 감독 장서 코너를 마련해 주목받기도 했다.

'네코노혼다나'는 가입비 1만 1,000엔(약 10만 원)에 매달 이용료 4,400엔(약 4만 원)을 내면 책장 하나에 3개월 이상 빌릴 수 있다. 책장에 붙은 이름표만큼이나 책장을 채운 개성도 다양하다. 본인이

읽었던 책, 추천하는 책뿐만 아니라 손님에게 전하는 메모, 액자, 인형 등 소품도 놓여 있다. 신간이나 베스트셀러는 보기 드물고 오롯이 주인의 성향과 취향이 담긴 책장이다. 평범한 이름부터 영화감독, 배우, 소설가 등 유명인까지 다양한 사람들이 작은 서점을 채우고 있다.



일본 도쿄 진보초에 자리한 공유형 서점 '네코노혼다나'의 입구(좌)와 내부(우) 모습

점점 퍼져나가는 '공유형 서점' 인기

도쿄에서 성공한 공유형 서점 열기는 지방까지 번지고 있다. 지난해 8월 <요미우리> 신문에서는 일본의 옛 수도 교토에 문을 연 '코모레비(こもれび)' 서점이라는 공유형 서점을 소개했다. 70㎡ 규모의 서점에는 40개 안팎의 책장에 각 주인이 진열해 놓은 책이 꽂혀 있다. 월 임대료는 2,000~3,500엔 정도로 진보초보다는 조금 저렴하다. 매출액의 90%는 책장을 빌린 주인이, 10%는 가게가 가져가는 구조다.

일본 수도권 치바시에 있는 '이토나미(いとなみ) 서점 2.5'도 공유형 서점이다. 도저히 가게가 있을 것 같지 않은 주택가 골목길에 있는 8㎡ 규모의 초소형 가게다. 책장 25개를 놓고 각 책장의 주인들이 자신이 고른 책을 꽂아 두었다. 요양병원에 입원하게 된 93세 할아버지가 집안에 넘치던 소설을 이곳에 내놓은 뒤 '93세 책방'이라는 간판을 붙이기도 했다. 지역 내 소셜네트워크서비스(SNS)에서 입소문이 퍼지면서 나만의 책장을 갖겠다는 사람들의 신청이 쇄도했다. 애초 20개였던 선반을 5개 늘렸지만, 여전히 대기자들이 많다고 한다.

서점 소멸 위기 속 새로운 발견

세계적으로 '독서 왕국'이라 불리는 일본도 한국과 비슷하게 책 읽는 인구가 갈수록 줄고 있다. 인터넷, 스마트폰, OTT 등 책을 대체할 만한 것들이 늘어나고 있을 뿐만 아니라 코로나19의 여파와 아마존닷컴 등 온라인 쇼핑이 늘어나며 오프라인 서점도 사라지는 추세다. 1990년대까지만 해도 전국에 2만 2,000개가 넘었던 일본 서점은 2022년 8,600여 곳으로 약 60%가량 줄었다. 진보초 역시 10년

전에 비해 고서점이 30%가량 줄었고, 특히 지방 서점들은 경영난을 이기지 못하고 잇따라 문을 닫고 있다.

깊어지는 서점 소멸 위기 속에서 공유형 서점은 새로운 발견이다. 물론 공유형 서점이 갈수록 규모가 작아지고 있는 일본 도서 산업을 부흥시킬 수준은 아니다. 책장을 빌릴 주인들도 여기서 돈을 벌겠다고 욕심을 갖고 달려드는 사람은 거의 없다. 다만 재테크, 자기계발서 등 일본에서도 ‘팔리는 책만 팔리는’ 현상이 강해지는 가운데, 개성 강한 독서 문화를 만들어 보고자 하는 사람들이 늘어나며 새로운 유행으로 번지고 있다. 공유형 서점은 특히 코로나19가 어느 정도 잠잠해지기 시작한 2022년부터 일본 전국에서 본격적으로 퍼지며 도쿄에만 10곳 넘게 생겼다. 공유형 서점 정보를 제공하는 홈페이지가 등장했고 주요 신문과 TV에서도 연일 소개되고 있다.

취향을 공유하는 공간으로

공유형 서점은 단순히 책을 사고파는 공간을 넘어선다. 서점이나 도서관 기능을 넘어 ‘내가 읽던 책을 나누고, 타인이 공유해준 책을 접한다.’는 새로운 공유 경험이 더해졌다. 책장 주인마다 자신만의 책장을 만드는 재미와 이를 보는 이용객들 사이의 취향 공유가 어느 순간 소통으로 이어진다. 과거 헌책방과도 차별화되었다. 공유형 서점은 다 읽은 책들을 자신의 이름(때로는 익명이지만)을 걸고 소개한다. 라디오에서 음악을 소개하는 DJ와 비슷하다고나 할까. 책을 매개로 자신의 취향으로 관계가 형성되는 공간을 함께 체험하는 것이다. 대중성과는 거리가 있지만 공유형 서점 마니아들은 오히려 이렇게 숨어 있는 취향 공유를 매력으로 꼽는다.

이런 인기를 반영하듯 인스타그램을 비롯한 SNS를 중심으로 공유형 서점은 입소문을 타고 있다. SNS를 통해 서점의 팬들은 새로운 혹은 비슷한 취향을 ‘발견하는 재미’를 업로드하고, 책장 주인은 ‘나만의 서점’을 공유하며 자신의 ‘지식 즐기기 자랑’을 하기도 한다. 이는 자연스레 책방 주인들의 교류 모임으로 이어졌다. 많은 공유형 서점에서 책방 주인들이 어떻게 하면 책을 많이 팔 수 있을지도 논의하지만 주인 각자의 책장 콘셉트와 지향점을 공유하고 자신이 좋아하는 책 이야기를 나누는 ‘책 마니아 모임’을 갖는다. 책을 보는 서로의 관점을 나누며 자신이 소개한 책에 대한 손님들의 반응을 공유하고 이야기를 주고받는다.

대형 서점에 가면 수십만 권의 책이 손님을 기다리고 있는 것 같지만, 실제로는 대형 출판사들이 큰 자본을 들여 펼치는 마케팅 무대에 더 가깝다. 발간 후 1~2개월 안에 승부를 보지 못하면 구석 책꽂이에 1, 2권만 남기고 대부분 반품되는 게 현실이다. 수량은 많아 보이지만 실제로 차분히 책을 읽어 보며 고를 만한 여유는 느끼기 어렵다. 그나마도 대형 서점에서 책 판매 공간은 줄어들고 커피숍, 문구 판매장, 스마트폰 판매장 등이 서점 안에서 점점 덩치를 키우고 있다. 이 정도면 책이 조연이고 커피와 문구가 주연이라고 해도 과언이 아니다.

하지만 공유형 서점의 주연은 여전히 ‘책’ 그 자체다. 공유형 서점의 가장 큰 장점은 ‘나도 모르는 나의 흥미’를 탐험할 수 있다는 점이다. 나온 지 오래돼 상업 서점에서 잊힌 책도, 절판된 지 오래돼 그런 책이 나왔는지조차 잊힌 책도 취향이 맞는 주인을 만나면 책장 한 편을 차지할 수 있다. 나와 비슷한 취향을 가진 주인이 꾸민 책장을 만나면 계속 그 책장을 찾게 되지 않을까. 물론 수익적인 면에서

공유형 서점이 갖는 한계점은 분명히 있지만 서점의 본질인 '책'에 집중하고 사람들의 '취향 존중'과 '다양성'을 교류하는 장소로서 공유형 서점이 갖는 의미를 생각해 볼 수 있다. 책을 통해 취향을 공유하고 다차원 소통이 이뤄지는 공유형 서점이 기존 서점, 도서관과 함께 새로운 책 향유 공간이 될 수 있을지 기대된다.



이상훈(〈동아일보〉 도쿄 특파원)

대학에서 영문학과 정치외교학을, 대학원에서 저널리즘을 전공했다. 2003년 기자를 시작해 문화부, 경제부 등을 거쳤다. '책의 나라' 일본에서 틈만 나면 서점을 찾아 더듬더듬 일본어책을 읽는 재미에 빠졌다. 한국과 일본의 경제 현실을 비교 분석한 『브로큰 레버리지』(책들의정원, 2024)를 썼다.

sanghun@donga.com

인공지능 시대에도 여전히 사라지지 않을 번역가

김보람(번역가)

2024. 03-04.

특출나게 잘하는 것도, 특별히 좋아하는 것도 없던 학창시절, 커서 뭐가 되고 싶냐 물으면 '행복한 사람'이라고, 그거 말고 장래희망이 뭐냐고 물으면 '장래희망을 갖는 것'이라고 심드렁하게 대답하던 내게도 마침내 번역가라는 꿈이 생겼다. 그렇게 물어보던 장래희망이 드디어 생겼다는데 웬일인지 주변 사람들은 여전히 고개를 가웃했다.

“미래에 사라질 직업 1위가 번역가라던데!”

때는 하필 토론토 대학교 제프리 힌튼(Jeffrey Hinton) 교수의 연구진이 딥러닝의 초기 형태인 새로운 학습 알고리즘을 제안한 2004년이었다. 이를 계기로 인공지능을 향한 관심이 재점화되었고 언론에는 '미래에 대체될 직업'과 '유망한 직업'에 관한 기사가 쏟아져 나왔다. 걱정 많은 어른들은 학생들에게 우리 세대는 반드시 전도유망한 직업을 선택해야 한다고 심각한 얼굴로 조언했다. 소심한 나는 번역가가 되고 싶다는 말을 몇 번 꺼내 보지도 못한 채 대학생이 되었고, 회사를 거쳐 드디어, 결국엔, 어쨌든, 번역가가 되었다. 이미 구글 번역, 네이버 파파고 등 AI 번역 서비스가 시장에 나와 있던 2017년이었다. 그때도 여전히 AI에 대체될 직업 순위에는 번역가가 빠지지 않고 이름을 올리고 있었지만, 마침 2017년에 인공지능과 인간이 벌인 번역 대결에서 인간이 완승하면서 번역가의 미래를 낙관하는 목소리에 조금 힘이 실렸다. 역시 AI 번역은 멀었다고 강 건너 불 보듯 하던 나는 2023년이 되어서야 밥그릇 걱정을 하기 시작했다. 작년에 한국어가 서툰다는 일본인이 파파고 번역기를 활용해 한국 웹툰을 번역하여 번역상을 받았고, 챗GPT(ChatGPT)가 서른 시간 만에 집필했다는 책이 출간되었다. 예전에는 파파고나 구글 번역기의 성능이 번역가를 위협할 정도는 아니었으나, 생성형 AI인 챗GPT나 딥엘(DeepL) 번역은 다르다고 했다. 별거 있겠냐 하는 안일함과 별거면 어떡하나 싶은 두려움에 미루고 미루다 챗GPT를 사용해 보기로 마음먹었다.

챗GPT 대화창에 영문 소설의 한 단락을 넣으면서 (나보다 잘하면 어떡하나 싶어) 얼마나 떨렸는지 모른다. 실시간으로 쫓르륵 뱉어내는 번역문을 읽던 나는 매끄러운 문장에 혁, 하고 놀랐고, 관계사절 독해를 잘못한 부분을 발견하고 휴, 하고 안도했다. 묵은 체증이 내려가듯 속이 땡 뚫리는 기분이었다. 조금 가벼워진 마음으로 “너 여기 틀렸대요~” 하고 지적했더니 세상에, 곧장 번역문을 수정하는 게 아닌가. 구글 번역이나 파파고는 틀리든 맞든 몇 번을 반복해도 똑같은 결과가 나오는데, 챗GPT는 그

자리에서 새로운 정보를 처리하고 학습하는 게 가능했다. 오역도 한 군데뿐이었는데, 그 문장조차 자연스럽다는 점도 놀라웠다. 기존의 AI 번역 서비스는 오역이면 한눈에 봐도 번역문이 부자연스러워서 굳이 원문을 비교할 필요조차 없었으나, 챗GPT의 번역문은 그냥 읽어서는 오역인지 아닌지 알기 어려웠다. 몇 년 사이 엄청난 발전을 이루었다는 사실을 부인할 수 없었다. 그러나 이후 문단을 추가해 가며 성능을 확인해 보니 마음대로 원문을 생략하거나 없는 내용을 추가하는 경우가 더러 있었다. 자연스러운 문장을 쓰기 위한 챗GPT의 비법(?) 가운데 하나인 것 같았다. 드문드문 보이는 오역, 원문에 충실하지 않은 번역을 보면 아직 문학 번역에 쓸 수준에는 한참 못 미쳤다. 내친김에 이번에는 내 역서의 원문을 발췌해 챗GPT에게 번역을 시켜본 뒤, 내 번역문과 비교해 보기로 했다.

“And yet, my growing belly ensured I could not hide in routine forever. By February, I had to re sew buttons to widen my skirts.” - 『흐르는 강물처럼』(셸리 리드(Shelly Read), 김보람 옮김, 다산책방, 2024)

챗GPT	그럼에도 불구하고, 내 증가하는 복부로는 나는 영원히 루틴에 숨을 수 없게 되었습니다. 2월에는 내 치마를 넓히기 위해 단추를 다시 봐야 했습니다.
번역가	그러는 동안에도 배는 속절없이 불러왔다. 판에 박힌 듯 뻘한 일상에서는 불러오는 배를 언제까지나 감출 순 없었다. 2월이 되자 단추를 옆으로 옮겨 달아야 할 만큼 치마가 작아졌다. (p.158)

위 문장에서 챗GPT의 번역문에 오역은 없지만, 편집자가 본다고 생각하니 내가 다 아찔했다. “챗GPT 선생님, 혹시 번역기 돌리셨어요?”라고 물으며 두 번 다시 작업을 맡기지 않을 것만 같다. 다음 비교 예문을 하나 더 보자.

“People often fall for the illusion that they can perform a difficult feat after seeing someone else accomplish it effortlessly. How many times have we replayed Whitney Houston’s “And A-I-A-I-O-A-I-A-I-A will always love you” in our heads, thinking that it can’t be that hard to hit that high note? Or attempted to create a soufflé after watching someone make one on YouTube? Or started a new diet after seeing those before and after pictures?” - 『씹킹 101』(안우경, 김보람 옮김, 흐름출판, 2023)

챗GPT	사람들은 종종 다른 사람이 어려운 일을 손쉽게 해내자는 환상에 빠지곤 합니다. 휘트니 휴스턴의 "그리고 A-I-A-I-O-A-I-A-I-A 난 항상 너를 사랑할 거야"를 듣고, 그 높은음을 내기가 그렇게 어렵지 않겠지 라고 생각해 본 적이 몇 번이나 있었나요? 혹은 YouTube에서 누군가가 수플레를 만들어내는 것을 보고 우리도 시도해 보거나, 비평 후의 모습을 보고 새로운 다이어트를 시작해 본 적이 몇 번이나 있었을까요?
번역가	어려운 일을 수월하게 해내는 사람을 보면 우리도 할 수 있다는 착각에 빠지기 십상이다. 아이유의 〈좋은 날〉이 한창 유행하던 시절, ‘이 정도 고음쯤이야 나도 낼 수 있을 것 같은데’라고 생각하며 후렴구에 나오는 이른바 ‘3단 고음’ 구간, ‘아임 인 마이 드림-이-임(I’m in my dream)’을 머릿속으로 수도 없이 불러 보지 않았는가? 아니면, 식당에서나 먹던 ‘폭탄 달걀찜’을 집에서도 쉽게 만들 수 있다며 요리법을 가르쳐 주는 유튜브 영상을 보고 따라 해본 적이 있는가? 비포어/애프터 사진들을 보고 혹해서 새로운 다이어트를 시작해 본 적은? (p.31)

『씹깅101』은 미국에 사는 한국인 저자가 영어로 집필한 도서로, 저자로부터 한국인 독자들이 이해하기 쉽도록 예시를 바꾸는 등 적극적으로 의역해 달라는 요청을 받고 작업했다. 챗GPT의 번역문을 확인한 다음, 한국 문화에 맞는 예시로 대체해 더 자연스럽게 번역해 달라고 주문했지만, 저자의 섬세한 요청 사항까지 반영해 주진 않았다. 뒤이어 소제목의 번역을 보면, 같은 원문을 번역한 게 맞는지 싶은 의문이 들 정도로 결과물이 다른데, 둘 중 하나가 오역해서가 아니라 두 언어의 서로 다른 특성 때문이다. 영어는 명사 중심의 언어지만, 한국어는 서술어 중심의 언어라 그렇다. 예를 들어 ‘Nice words for nice words’라는 표현을 우리말로 옮긴다면, ‘좋은 말에는 좋은 말’보다 ‘가는 말이 고와야 오는 말이 곱다’라고 번역할 때 훨씬 말맛이 산다.

“Illusion of Knowledge”

챗GPT	번역가
지식의 환상	팔로 메주를 쏜다고? (p.33)

“Curse of Knowledge”

챗GPT	번역가
지식의 저주	아는 게 병 (p.279)

‘Illusion of Knowledge’를 ‘팔로 메주를 쏜다고?’라고 번역한 이유도 마찬가지다. ‘Illusion of Knowledge’ 쪽지에는 누군가의 주장을 듣고 처음에는 얼토당토않은 소리라고 생각하더라도 그럴싸한 설명이 덧붙으면 금세 신뢰하게 된다는 내용이 뒤따른다. 챗GPT처럼 ‘Illusion of Knowledge’를 ‘지식의 환상’이라고 옮기면 세부 내용을 쉽게 짐작하기 어렵지만, ‘팔로 메주를 쏜다고?’라는 쪽지 제목을 보면 ‘헛소리에 관한 얘기가 나오겠거니’하고 어감과 내용을 예상할 수 있다. 그러나 사전의 특별한 요청이 없었더라면 나도 ‘Illusion of Knowledge’를 ‘팔로 메주를 쏜다고’라고 옮기지 않았을 것이다. 또 명사형으로 직역하듯 번역하는 편이 더 어울릴 때도 많다. 그러면 대체 어찌란 말이냐고? 최선의 번역은 상황에 따라 다르므로 저자-번역자-편집자 간에 소통이 중요하고, ‘Illusion of Knowledge’를 ‘지식의 환상’, ‘안다는 착각’, ‘팔로 메주를 쏜다고?’ 등 뭐라고 번역할지에 대해 번역자가 고민하는 과정이 중요하다는 말이다.

나는 번역할 때 못해도 예닐곱 번의 수정을 거친다. 초고 작업을 할 때는 당장 번역하는 문장과 직전 문장에만 집중할 뿐 다음을 궁금해하지 않으려고 애쓴다. 나도 모르게 상상의 나래를 펼치다가 영향을 미칠까 봐 그렇다. 지그소 퍼즐(Jigsaw Puzzle)을 맞출 때처럼 한 번에 한 조각씩 들쭉날쭉한 홈에 꼭 맞는 다른 조각을 찾는 데만 집중하는 것이다. 초고를 마치고 전체적인 윤곽이 드러나면, 그때부터는 글의 흐름을 타며 문장을 다듬는다. 저자의 의도를 놓치지 않으면서도 잘 읽히게끔 글을 고친다. 완성된 그림을 떠올리며 비뚤비뚤한 퍼즐 조각을 반듯하게 맞추고, 잘못 끼워 놓은 조각의 제자리를 찾아가는 과정이다. 이렇게 하면 시간은 좀 걸리더라도 오역을 줄일 수 있고, 행간에 숨은 의미를 찾으며 글맛을 살리는 번역문을 쓸 수 있다. AI 번역은 몇 년 사이 놀랄 만큼 발전했고, 번역하는 속도는 인간이 감히 넘볼 수도 없는 수준이지만, 문학 작품 속 토씨에 녹아 있는 저자의 의도까지 전달하려고

애쓰는 번역가의 수고를 시가 따라잡지는 못할 것이다.

그렇다면 챗GPT를 온라인 사전이나 검색 포털 사이트처럼 도구로 활용하는 건 어떨까? 책을 번역하다 보면, 문장을 독해하는 시간보다 그에 필요한 정보를 검색하는 데 더 많은 시간이 들기도 하는데 그럴 때 챗GPT를 활용할 수 있다면 작업 시간이 대폭 줄어들 것 같았다. 다양한 방식으로 다양한 정보를 요청해 본 결과, 챗GPT는 단순히 정보를 취합하는 수준을 넘어서서 사용자의 요구에 맞게 브리핑하듯 정보를 제공했다. 이렇게만 보면 훌륭한 비서가 따로 없지만, 문제는 원문의 내용을 덜거나 없는 내용을 덧붙여서 그럴듯한 번역문을 만들어 낸 것처럼, 진위가 가려지지 않은 정보를 가공해 스토리를 만들기도 했다는 점이다. 게다가 출처도 제공하지 않았다. 하물며 학교 과제를 제출할 때도 출처가 불분명한 참고 자료를 가져다 쓰지 않는데, 내 이름이 찍힐 역서에 이런 정보를 갖다 쓸 순 없는 노릇이다. 참고할 배경지식을 찾는다면 모를까 중요한 정보를 챗GPT에게 물어볼 일은 없어 보였다.

마지막으로, 번역의 품질을 결정하는 요소로 열정을 빼놓을 수 없다. 시간과 공을 들일수록 결과물은 나아지지만, 받는 품삯은 적어지는 작업이기에 그렇다. 『논어』에 나오는 “지지자불여호지자, 호지자불여락지자(知之者不如好之者, 好之者不如樂之者)”라는 구절은 AI와 인간의 번역 실력 겨루기에도 적용할 수 있을 것이다. 공자가 말했듯 아는 자는 좋아하는 자보다 못하고, 좋아하는 자는 즐기는 자보다 못하다. 그리고 ‘열렬한 애정을 가지고 열중하는 마음’은 인간의 것이다. 마음이 없는 AI에게 열정을 바랄 수는 없다. 책을 번역하는 과정에는 생각 없이 퍼즐 조각을 맞추는 단순함, 조각이 맞물려가며 그림이 드러날 때의 짜릿함, 등장인물이 꿈속까지 따라올 정도의 몰입감, 몰랐던 사실을 깊이 있게 알게 될 때의 만족감, 적절한 표현을 넣어 문장을 다듬어나갈 때의 순수한 즐거움이 있다.

그중에서도 나는 문장을 다듬는 마지막 과정을 특히 좋아한다. 내가 고민한 흔적을 너무 티 나지 않게 그러나 혼자 만족할 수 있을 만큼은 문장에 담을 수 있어서다. 예를 들자면, 나는 원문에 나오는 ‘she’를 무조건 ‘그녀’라고 번역하지 않는다. ‘그녀’라고 쓸 때도 있지만 아예 생략하거나 이름을 적거나 ‘그’ 혹은 ‘그 여자’라고 표현하기도 한다. 말로 할 때 ‘그 여자’라고는 해도 ‘그녀’라고는 말하지는 않으니까 입말의 맛을 살리고 싶은 문장이라면 그렇게 적는 것이다. (그러나 편집 단계에서 ‘그녀’로 수정된다고 해서 토를 달거나 불만을 품진 않는다!) 다른 예로, ‘worker’를 ‘노동자’나 ‘일꾼’으로, ‘Labor Day/May Day’를 ‘노동절’로 옮긴다. ‘품삯을 받고 일하는 사람’이라는 담백한 의미의 표현으로 충분할 때 ‘시키는 대로 부지런히 일하는 사람’이라는 수동적 의미를 지닌 ‘근로자(勤勞者)’라는 표현을 쓰지 않으려는 것이다. 그러나 시대적 배경이나 상황을 고려했을 때 ‘근로자’라는 표현이 더 정확할 수 있고, 그럴 땐 망설이지 않고 사용할 것이다.

프랑스의 소설가이자 번역가였던 발레리 라르보(Valery Larbaud)는 번역을 “말의 무게를 다는 일”이라고 표현했다. 이 저울의 수평을 맞추려면 고려해야 할 요소가 너무나 많다. 말의 뉘앙스, 문화, 어원, 발음, 음절 수의 차이 등 일일이 셀 수 없을뿐더러 그 차이는 아주 미묘할 때가 많다. 다섯 번 고쳐 쓴 문장을 여섯 번째 고쳐 쓰며 고민할 수밖에 없는 이유다. 때로는 멀미 날 만큼 고되기도 하지만, 문학 번역 작업의 꽃이기도 하다. 나는 이러한 과정을 거친 글과 그렇지 않은 글에는 분명한 차이가 있다고, 또 이런 고민을 할 수 있는 건 번역을 향한 애정을 가진 인간뿐이라고 믿는다.

일하는 순간이 가장 평화롭고 자유롭다고 느낄 때마다 이른바 ‘덕업일치(德業一致)’를 이뤘다는 생각이 들어 마음이 부뚱하다. 어스레한 방 안, 모니터와 마주 앉으면 세상의 모든 소음과 근심이 사라지고 텍

스트와 나만 남는다. 마음만 먹으면 말 한마디 없이 하루를 보낼 수 있을 정도라 아주 가끔은 동료가 있으면 좋겠다 싶기도 한데, 챗GPT를 쓰고 있으니 말동무가 생긴 것 같아 입꼬리가 살짝 올라갔다. 물론 앞에서 말했듯 챗GPT의 번역이나 출처 모를 정보를 내 번역문에 가져다 쓸 일은 없을 것이다. 그러나 중국어로 적힌 사용 설명서를 읽어야 한다면 나는 주저하지 않고 AI 번역기를 실행할 것이다.

딥엘은 챗GPT보다 더 뛰어나다고들 하는 걸 보면 AI 번역 기술은 이미 상당한 수준임이 틀림없고, 단순한 번역에 사람 손이 필요하지 않은 날은 이미 도래했는지도 모른다. 적어도 기술 번역 분야에서 이미 보편화한 MTPE(Machine Translation Post Editing) 방식이 출판 번역의 한 분야로 자리 잡을 날은 머지않은 듯하다. 문학 작품이 아니라 실용서 등 정보 전달이 주목적인 책이라면 충분히 가능하다. 그러면 감수를 전문으로 하는 번역가가 생길 수 있고, 책을 만드는 시간과 비용이 줄어들면서 외서 출간이 늘 수도 있다. 결과적으로 다양한 유형의 번역 일감이 생길지도 모른다. 어떤 형태로든 변화는 찾아올 것이고, 이를 막을 길은 없다. 아무리 외면하고 반대해도 내일의 태양이 떠오르는 것처럼. 그러나 텔레비전과 전자책의 등장으로 라디오와 종이책이 소멸하지 않았듯 번역가라는 직업도 사라지진 않으리라 믿는다.

오늘도 나는 향긋한 초의 심지에 불을 붙이고, 연필로 밑줄을 그어가며 종이책을 읽는다. 빠르고 간편하게 소비할 문장이 아니라 오래도록 간직하며 음미하고 싶은 문장을 쓰고 싶다는 마음으로, 오늘도 나는 퍼즐 조각의 모퉁이를 닦도록 만지작거린다.

참고 문헌

인공지능, 세 번째 봄이 왔다, <서울신문>, 2016. 4. 20., <https://www.seoul.co.kr/news/2016/04/20/20160420500144>
'인간의 완승'...싱겁게 끝난 AI와 번역대결, <한국경제>, 2017. 2. 21., <https://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2017022161341>



김보람(번역가)

국제관계학을 전공한 뒤 비영리 민간단체와 대기업에서 일했다. 지금은 전문 번역가로 활동하며 글맛이 살아 있는 번역을 하기 위해 노력하고 있다. 옮긴 책으로 『힐빌리의 노래』(J. D. 밴스, 흐름출판, 2017), 『씹킹 101』(안우경, 흐름출판, 2023), 『흐르는 강물처럼』(셀리 리드, 다산북스, 2024), 『할아버지와 꿀벌과 나』(메리디스 메이, 흐름출판, 2019) 등이 있다.

kimboram@live.co.kr

https://www.instagram.com/boram_translator

[인터뷰] 소전서림(素磚書林), 황보유미 관장 흰 벽돌로 둘러싸인 책의 숲에는 그것이 있다

김세나(퍼블리셔 대표)

2024. 03-04.

2020년, 청담동에 유료 멤버십 도서관이 생겼다는 소식이 전해지자 콧대 높은 실험이자 파격적인 시도라며 모두 신기해했다. 부산 F1963 도서관, 최인아책방 등 한국에서 책 공간을 구독하는 모델이 처음은 아니었지만, 어쨌든 전형적인 도서관과는 다른 모습에 사람들은 호기심을 느끼면서도, 한편으로는 각자가 지닌 독서에 대한 통념으로 조금은 불편한 시선을 보내기도 했다. 그러나 4년이 지난 지금, 누군가의 우려가 무색할 정도로 소전서림(素磚書林)은 여전히 건재했고, 수많은 문인이 함께하고 싶은 공간으로 거듭났다. 그동안 어떤 마음과 방식으로 책의 숲을 굳건히 지켜온 걸까. 소전서림의 이야기가 궁금해졌다.



소전서림(素磚書林)

‘흰 벽돌로 둘러싸인 책의 숲’이라는 이름처럼 참으로 아름다운 도서관입니다. 이 공간은 원래 갤러리였는데 도서관으로 바뀌었다고 들었습니다. 그림 대신 책으로 공간을 채우게 된 계기가 있을까요? 게다가 특별히 ‘문학도서관’으로 말이죠.

소전서림은 소전문화재단으로부터 후원받고 있는데요. 김원일 재단 이사장님은 원래 기업인이셨는데, 대표직을 사임하고 갤러리를 지어야겠다고 생각하고 리움미술관, 교보타워 등을 설계한 세계적 건축가이자 마리오 보타(Mario Botta) 건축사무소에서 함께 일했던 다비데 마쿨로(Davide Macullo)에게 의뢰하여 이 건물을 만들었어요. 그래서 층고가 4.9m로 높아요. 갤러리를 오픈하고 나서 전시도 두 번 개최했습니다. 그런데 ‘문학 덕후’이셨던 이사장님이 사임하고 가장 많이 했던 일이 독서였대요. 특히 문학을 통해 기업 일을 하셨을 때 접하지 못했던 인간들의 세계를 접하면서 ‘인간이 문학을 읽는 것이 가장 좋은 행위다.’라고 생각하셨다고 해요. 그래서 문학은 물론 좋은 책을 읽는 문화가 퍼지길 바라면서 갤러리를 문학도서관으로 바꾸기로 결심한 거죠. 저는 사람들에게 소전서림이 도서관임을 각인시키기 위해서, ‘소전서림’ 앞에 항상 말하는 수식어가 ‘문학도서관’입니다. 그렇게 2020년 2월 22일에 소전서림이 문을 열었고, 지금은 자연스럽게 사람들에게 문학을 권하는 공간이 되었죠.



소전서림 황보유미 관장

도서관 공간으로 리모델링하면서 무엇을 중요하게 생각했나요?

처음 갤러리였을 때 여긴 아무것도 없이 그냥 하얀 벽뿐이었어요. 작품만 걸면 됐으니까요. ‘화이트 큐브’였다고 보면 돼요. 소전서림 개관 당시는 여기저기서 책 관련 공간들이 한 차례 유행이 지나갔을 무렵인데, 특히 북카페에서는 책이 전시용인 경우가 많았어요. 일상에서 책을 볼 수 있는 공간이 많아지는 건 당연히 좋았는데, 책이 들러리가 되는 경우가 많은 게 아쉽더라고요. 그래서 ‘절대 책이 장식용이 되게 하진 말자.’라는 생각으로 접근했어요. 그래서 건축사사무소 원오원아키텍츠(101 architects) 최욱 소장님께 리모델링을 의뢰드릴 때, 첫 번째 요구 사항이 책이 중심이 되는 공간을 만들어달라는 거였습니다. 그래서 서가에 손이 닿는 부분까지만 책을 보관할 수 있게 했고요. 물론 사서가 책을 꺼내

줄 수도 있지만 도서관에 오신 분들이 직접 꺼내 읽을 수 있게 만들었던 거죠.

그리고 읽는 행위를 지속하는 데 가장 최적의 공간을 만들어야 한다고 생각했어요. 그래서 가구들, 특히 의자에 신경을 많이 썼습니다. 세계적 건축가들이 설계한 의자, 명성 있는 가구 브랜드의 의자들을 도서관에 넣었고 콜렉티브 디자인 그룹 'ar3(이정형, 임지수, 최병석)'와 '리딩 체어(Reading chair) 프로젝트'를 통해 함께 만든 의자들은 의자 본연의 기능에 충실하면서도 재미 요소를 더했죠. '다이스 체어(Dice Chair)'는 앉는 사람의 무게 중심에 따라 주사위 돌 듯 움직이며 앞뒤로 기울어져요. 그네 디자인으로 소음이 발생하지 않게 만든 '스윙 체어(Swing Chair)', 말을 타듯 올라탈 수 있는 거위 모양의 '구스 체어(Goose Chair)'도 그렇고요.



구스 체어

아르텍(ARTEK), 핀 울(Finn Juhl), 칼한센앤선(CARL HANSEN & SON), 카시나(CASSINA), 프리츠한센(Fritz Hansen) 등 세계적으로 사랑받는 브랜드 의자도 있더라고요. 비싼 의자라서 저도 잠시 앉아봤습니다.(웃음) 의자뿐 아니라 조명도 신경 많이 쓰신 거 같아요.

네, 빛을 직접적으로 쏘기보다는 은은하게 흘러나와 안온한 분위기를 만들려고 했어요. 천장 조명을 한번 봐보세요. 창호 사이로 나오는 달빛 같지 않나요?(웃음)

그래서인지 지하인데도 들어오자마자 따듯한 분위기더라고요. 공간에 관한 고민과 더불어 한정된 공간에 어떤 책을 배치해야 할지도 고심하셨을 듯합니다. 도서관 큐레이션은 어떻게 진행하셨나요?

건축사무소에서 서가를 디자인한 후, 서가에 책이 얼마나 들어갈 수 있는지 대략 계산해 주셨어요. 그걸 참고하여 각 분야 도서 전문가들에게 양서를 골라 달라고 부탁했습니다. 문학은 장은수 편집문화실 협실 대표, 김영준 열린책들 편집이사, 박혜진 비평가, 서효인 시인, 이현우 서평가, 철학 분야는 철학

아카데미, 역사 분야는 백영란 역사책방 대표, 과학은 이명현 과학책방 ‘갈다’ 대표, 예술은 강영희 보안책방 운영자 등이 참여했어요. 그 결과 문학을 중심으로 인문, 철학, 예술 관련 서적까지 일부 포함하여 3만여 권 정도 소장하고 있습니다. 원래 도서관은 장서를 서가 공간의 70% 이하로 맞추고 있는데, 저희는 개관 후 4년이 지난 현재 거의 80~90%까지 차 있는 상태예요.



소전서림 예담(‘예술 이야기를 나누는 곳’이라는 의미로 만들어진 공간)

양서, 그러니까 ‘좋은 책’의 기준은 사람마다 다르잖아요. 소전서림이 생각하는 좋은 책은 무엇일까요?

정의하기 쉽지 않은데, 저희가 생각한 양서는 ‘오랜 시간을 통해 살아남을 수 있는 책’이에요. 시대를 초월하여 인간의 삶에 도움이 되는 책, 즉 ‘고전’이라 할 수 있죠. 그래서 이미 시간이 검증해준 책들 위주로 소장하고 있어요.

그런 기준이라면 신간을 들일 때 더 많이 고민하실 거 같아요.

네, 굉장히 보수적으로 접근합니다. 저희 도서관에도 신간을 소개하는 코너가 별도로 있는데요. 여기서 저희가 눈여겨보는 작가들의 신간은 웬만하면 다 소개해요. 하지만 여기 소개되는 것과 책을 입고하는 것은 별개 문제예요. 미래 고전으로서 살아남을 책이라고 판단하는 책들만 소장합니다.

소전서림이 유료 도서관이잖아요. 개관 당시 연회비 66만 원이라는 사실에 많이들 놀라워했고, 그래서 ‘도서관의 공공성’ 관련 이슈가 있었던 걸로 기억해요. 도서관은 불특정 다수가 공평하게 비용 부담 없이 지식과 정보에 접근할 수 있어야 한다고 보기 때문이죠. 도쿄 롯폰기 분키츠(文喫, Bunkitsu) 서점이나 도쿄 모리타워의 멤버십 도서관 ‘아카데미 힐스(Academy Hills)’처럼 해외에는 유료로 운영되는

책 공간이 많지만, 우리나라에서는 이런 모델이 생소하다 보니 다소 의아하게 보는 시선도 초기에는 있었던 거 같습니다. 어떻게 생각하시나요?

네, 소전서림이 한국에서 땅값이 가장 비싸다는 청담동에 생기다 보니 강남 특유의 지형적 상징성과 결부되어 초기에는 약간 왜곡된 시선으로 보시는 분들도 있었어요. 하지만 소전서림은 공공도서관이 아닌 민간도서관이고, 세금으로 운영되는 게 아니다 보니 인건비, 운영비 등을 충당하기 위해서는 당연히 수익을 내야 해요. 그래야만 공공도서관과 달리 차별화된 경험들도 제약 없이 제공할 수 있고요.

한편으로는 최적의 환경에서 책을 읽을 수 있게 신경을 많이 썼는데 정작 독서에는 관심이 없고 가구나 소품 사진만 찍으러 사람들이 마구잡이로 와서 독서 분위기를 해치는 걸 막고 싶기도 했습니다. 어느 정도 제약을 두고 싶었던 거죠. 그리고 무엇보다 소전서림이 오래 자생할 수 있었으면 했어요. 그게 이사장님의 바람이기도 했고요. 단순히 후원금만으로 운영된다면 한계가 있잖아요. 우리가 사라져도 소전서림은 남아서 문화애호가들과 오랫동안 책을 통해 성장하길 원하는 거죠. 그래서 유료화한 겁니다.

현재 이용료는 어느 정도 되나요?

2024년 3월 현재 기준 반일 이용권(3만 원)을 구매하면 방문할 수 있습니다. 연간 회원권 가격도 코로나19 팬데믹 이후 도서관을 좀 더 대중화하기 위해 10만 원으로 낮췄어요. 연간 회원은 1일 3시간 소전서림을 이용할 수 있고 독서회나 낭독회, 강연 등도 할인가로 참여할 수 있습니다. 사람들이 책 읽는 문화에도 돈 쓰는 것을 아깝게 생각하지 않았으면 해요.

개관 당시 <경향신문> 인터뷰를 진행한 적이 있는데, 그때 기자님이 이런 조언을 해주셨어요. “유료 이용에 동의한다. 그러나 1년에 한 번쯤은 문학을 사랑하는 마음으로 소전서림을 경험하고 싶지만, 그 3만 원도 없어서 내지 못하는 사람들을 위한 배려도 있었으면 한다.”라고요. 너무나 소중한 이야기였어요. 그래서 프리 데이(Free day)를 만들어서 그런 분들이 올 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

따뜻한 마음이네요. 소전서림 이용자는 대략 얼마나 되나요?

이용자들이 좀 더 편하게 입장할 수 있도록 소전서림 전용 앱을 개발했어요. 앱을 통해 가입한 회원은 1,800여 명 되고, 아직 가입하진 않았지만 앱을 다운로드한 회원 수는 훨씬 많아요. 저희는 이런 분들도 잠재적 회원이라고 생각하죠. 그래서 그들을 유입할 수 있는 일종의 장치로, 행사가 있을 때 일반권(일일권)을 판매하기도 해요. 한번 경험해보면 ‘여기 정말 괜찮은 책 문화 공간이구나.’ 생각하게 되고, 그러면 연간 회원도 더 늘어날 거라고 기대하고 있습니다.

저도 소전서림 앱을 다운로드해서 들어가봤는데요. 소장 도서 검색도 할 수 있고 이용자 수와 예약(입장) 가능 수가 한눈에 나와 있어서 편리해 보이더라고요. 최대 50명까지만 입장 가능한 걸 보고, 말씀하신 대로 최적의 독서 환경을 위해 노력하고 있는 게 보였어요. 소전서림을 사랑하고 찾는 이들은 주로 어떤 사람들인 거 같나요?

주로 차분하게 혼자 책 읽는 걸 즐기는 사람들이 옵니다. 얼마 전에 재밌는 이야기를 들었어요. 요즘 카페에서 일하거나 책 읽는 분들이 많잖아요. 그런데 한국 카페는 외국 카페와 달리 무조건 다 음악이 나온대요. 반면에 소전서림은 편안하고 고급스러운 분위기에서 조용히 책을 읽을 수 있어서 좋다고 하더라고요. 그리고 굉장히 다양한 연령대가 찾아오고요. 최근에는 젊은 커플들도 많이 오더라고요. 각자 조용히 책 읽으면서 데이트하는 게 참 멋지지 않나요? 좋아 보였어요.



소전서림 황보유미 관장

소전문화재단의 목표가 “독서를 통해 지극히 좋은 상태에 도달하게 한다.”인데, ‘지극히 좋은 상태’는 무엇이라고 생각하나요?

나이 들면서 우리가 가져야 할 목표 같긴 한데, 내 마음 안에 다툼이 없는 상태가 아닐까 싶어요. 그런데 다툼이 당연히 없을 수는 없고, 인간은 원래 ‘욕망덩어리’인데 책을 통해서 이를 다스려가는 상태라고나 할까요. 타인은 물론 자신과의 싸움도 있잖아요. 고전을 통해 이런 상대를, 자기 자신을 이해할 수 있는 거죠. 소전서림은 그 길을 함께 가보자고 제안하는 거고요.

그 길을 함께 가기 위해 소전서림에서는 작가, 출판사, 독자와 함께 다양한 프로젝트도 하고 있더라고요. 특히 저는 ‘이 계절의 소설’ 프로젝트가 인상적이었어요.

‘이 계절의 소설’ 프로젝트도 다음 시즌이면 벌써 1년이 되네요. 이 프로젝트는 소전서림의 회원이 매달 선정하는 ‘이달의 소설’ 세션과 분기별 평론가들이 선정하는 ‘이 계절의 소설’로 나뉘어 진행됩니다. 저희가 ‘이달의 소설’ 선발대 독자들에게 매달 한 권씩 1년에 12권의 신작 장편소설을 발송해요. 독자들은 신작 장편소설 10~20여 종 중 자신이 선정한 작품을 읽고 다음 달까지 100자 정도의 짧은 감상문과 점수를 부여하는데, 해당 작품이 미래에 고전이 될 것인지 가늠하는 ‘고전지수’가 선정 기준이에

요. ‘고전지수’는 ① 주제의 보편성, ② 구성의 탁월함, ③ 문체의 예술성, ④ 인물, 사건의 문제성과 새로움, ⑤ 다양한 해석이 가능한지 5개 항목에서 점수를 매기는 거예요.

‘이 계절의 소설’은 그 계절에 주목할 만한 장편소설을 고르고, 다양한 비평과 논의를 한 다음 이를 독자들에게 소개하는 프로젝트입니다. 평론가 6인이 온라인 독서모임 플랫폼 ‘그믐’에서 실시간 좌담을 진행해요. 공유된 신작 장편소설 목록에 대한 인상평과 트렌드에 관한 토론이에요. 저희는 책 읽기 좋은 환경을 만드는 것과 동시에 오늘날의 고전이 나오기 위해서는 비평 담론의 장(場)이 필요하다고 생각하고 있습니다.



소전서림의 책 읽기 모임 ‘소전독서회’ 2024년 1월~2월 겨울방학 시즌 도서

작가 후원도 열심히 하시는 걸로 알고 있습니다.

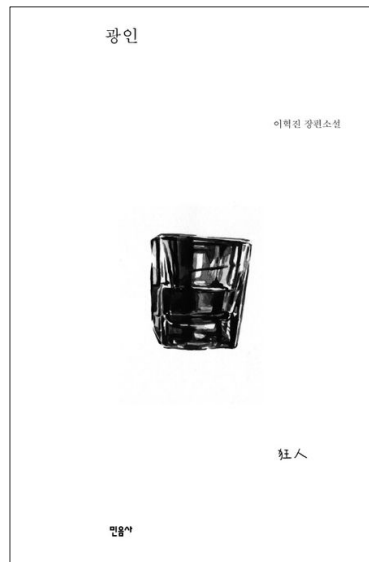
네, 다른 곳과는 차별화된 지점이죠. 작가에게 실질적인 도움이 되고 싶어서 ‘문학과 친구들’ 측, 상주 작가 후원을 시작했어요. 장편소설을 쓰는 조건으로 작가에게 매달 150만 원씩 창작지원금을 드려요. 500만 원 이내로 취재비도 지원하고, 장편소설 제출 시 특별 고료도 지급해요. 작가님이 요청하시면 전문가 멘토링도 지원하고요. 이렇게 작품을 쓰는 데 집중할 수 있는 환경을 만들어주는 거죠. 작품 집필로 자기 삶을 영위할 수 있도록요. 상주 작가 1기는 도서관에서 집필 작업을 하셨고, 지금은 본인이 원하는 공간에서 하세요. 또 재단에서 강원도 홍천에 작가를 위한 ‘인문학 레지던스(Residence)’도 만들고 있어요. 2026년 완공이 목표인데, 상주 작가로 선정되면 독채 빌라에서 지내며 숙식과 생활비를 지원받게 됩니다.



‘문학과 친구들’ 상주작가: 박현옥(『듣는 사람』, 현대문학, 2022), 양선형(『스나크 사냥』, 문학과지성사, 2014)

‘문학과 친구들’ 지원 사업을 통해 나온 작품이 있나요?

첫 사례가 2023년 11월에 출판사 민음사에서 출간된 이혁진 작가의 『광인』이에요. 700여 쪽 분량의 장편이에요. 현재 저희 소전문화재단 출판사인 ‘소전서기’를 통해 출간 예정인 장편소설도 몇 작품 대기하고 있어요.



이혁진, 『광인』

특별히 단편이 아닌 장편에 방점을 찍고 지원하는 이유는 무엇인가요?

숏폼 시대이다 보니 책도 덩달아 얇아져요. 인간을 인간답게 하는 건 긴 이야기성, 그러니까 구술성인데, 우리가 스스로 그 능력을 퇴화시키고 있는 것은 아닐까 고민했고 긴 호흡을 통해서만 전달할 수 있는 삶, 인간의 진실성이 있다고 보기 때문입니다.

북아트갤러리(Book Art Gallery)는 소전서림이 ‘북아트’ 장르를 폭넓게 소개하고, 문학과 미술이 결합된 의미 있는 북아트 작품을 전시하기 위해 설립된 공간이라고 들었습니다. 문학이 지닌 다양한 표현 방법의 가능성을 선보이고 대중들이 문학과 더 많은 접점을 만들어 갈 수 있도록 어떤 시도를 하고 있나요?

소전서림 장서는 문학이 70% 정도로 가장 많고, 20% 정도가 예술 서적들이에요. 그만큼 문학과 예술이 중심인 거죠. 위대한 문학 작품들은 당대 예술, 철학 등을 바탕으로 혹은 긴밀하게 소통하면서 만들어졌습니다. 저희는 문학도서관이지만 문학뿐 아니라 예술, 철학 등을 함께 읽어 나갈 수 있는 구조를 만들고 싶어요. 북아트갤러리도 그 연장선에 있습니다. 예술가가 문학 작품을 자기만의 해석을 바탕으로 예술, 주로 미술로 보여준 사례가 많아요. 그걸 책으로 묶어서 수공으로 아름답게 보여줘서 책 자체가 아트(Art)라고 할 만큼 아름다운 책도 있고요. 활자가 아닌 그림으로도 문학을 즐길 수 있는 거고, 저희는 그게 문학 읽기의 확장이라고도 생각해요.

북아트갤러리에서는 주로 고전문학과 그림을 연계하여 특색 있는 전시를 진행하고 있어요. 단테(Dante)의 신곡 북아트전, 돈키호테(Don Quixote) 북아트전, 앨리스(Alice) 북아트전에 이어 최근에는 박태원의 소설 『소설가 구보씨의 일일』(소전서가, 2023)을 주제로 ‘구보(仇甫)의 구보(九步)’ 전시가 있었어요. 소설 속 주인공이 거닌 경성 거리를 따라 산책하듯 책 내용과 삽화를 큐레이션 하여 보여줬어요. 앞으로도 문학과 예술을 결합한 방식으로, 예술에 관심 있는 대중을 문학 독자로 넘어올 수 있도록 계속 노력할 거예요.



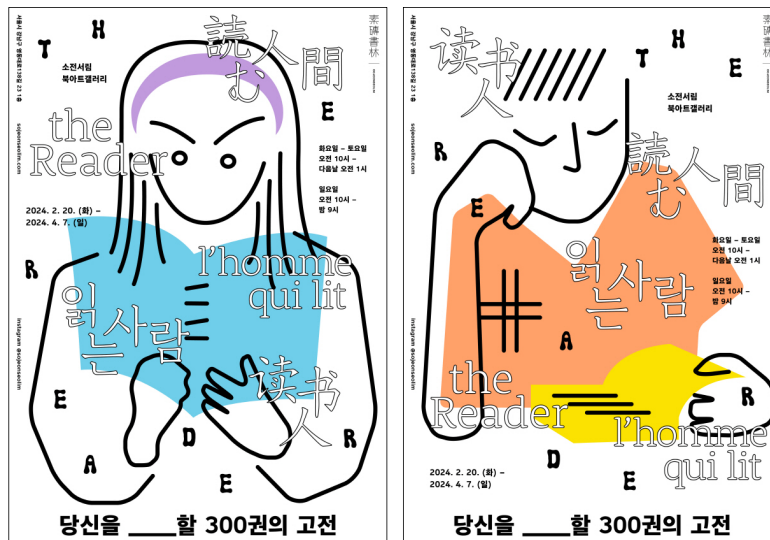
박태원, 『소설가 구보씨의 일일』

그동안 소전서림을 운영하면서 가장 기억에 남는 순간이 언제였는지 궁금해요.

저희가 코로나19가 한창이던 시절에 개관했거든요. 지금 생각하면 오프라인 공간에 사람이 안 오는 게 너무 당연한데, 그땐 우리가 방향을 제대로 못 잡아서 그런 줄 알고 고민이 많았어요. 팬데믹이 끝나고 이전과 다르게 사람들이 밀려오는데 그때 정말 기쁘더라고요. 물론 도서관이 무조건 사람이 많아야 좋은 건 아니지만, 그래도 어쨌든 사람들이 와서 책을 읽어줘야 도서관이 가장 빛난다고 생각해요. 그리고 작가님들이 일부러 시간 내어 찾아주시고, 오고 싶은 공간이라는 말을 들었을 때 부듯하더라고요. 그렇게 문학을, 책을 좋아하는 사람들이 소전서림으로 모여들면 좋겠습니다.

소전서림의 요즈음 고민은 무엇일까요?

앞서 말했듯이, 흥천에 문인들을 위한 인문학 레지던스를 준비하고 있는데요. 물리적인 공사도 잘 마쳐야겠지만, 공간을 채울 다양한 프로그램도 기획해야 하거든요. 우선 흥천이 산골이기 때문에 작가님들만 딱 모셔두고 집필하라고 하면 작가님들도 굉장히 힘들어해요. 고립되는 거니까요. 그래서 소전서림의 회원들도 함께 이용할 수 있는 북스테이(Book Stay) 등도 구상하고 있습니다.



‘읽는 사람 : 당신을 ___할 300권의 고전’ 포스터

그리고 올해 ‘읽는 사람’ 캠페인을 시작했어요. 캠페인은 더 많은 사람이 문학을 가까이하고 나아가 문학을 주제로 자유롭게 이야기 나눌 수 있는 장을 마련해 보자는 취지에서 시작되었어요. 첫 시작으로 북아트갤러리에서 ‘읽는 사람 되기’ 전시를 하고 있습니다. 국내 독자들을 위한 300권의 고전 리스트를 중심으로 다양한 방법의 읽기를 제안하는데요. 북마스터(Book Master)와 함께하는 도슨트(Docent) 프로그램부터 고전 도서를 한눈에 보면서 ‘나만의 서기’를 완성해가는 프로그램, 희귀 고전 북아트 코너, 14권의 고전소설을 직접 소개하고 같이 읽기를 제안하는 ‘이달의 고전’ 코너 등을 잘 운영해서 독자들이 자신만의 독서 이유와 방법을 찾아갔으면 해요. 또 올해 처음으로 서울국제도서관도 나갈 예정이라 어떻게 하면 잘 준비할 수 있을지 고민하고 있습니다.



북마스터와 함께 읽는 고전 섹션: 오후 1시부터 6시까지 북마스터와 고전에 대해 이야기를 나눌 수 있다.

도서관을 시작으로 북아트갤러리에 이어 레지던스 설립까지! 소전문화재단의 세계관이 확장되는 느낌이에요. '소전(素磚) 유니버스(universe)'라고나 할까요.(웃음) 마지막으로 출판인들에게 하고 싶은 이야기가 있다면 부탁드립니다.

책이 여러 흥밋거리에 밀리고 있는 시대잖아요. 책 읽는 사람들이 줄어드는 환경에서 책이 성전처럼 모셔지는 것보다 일상에서 책이 더 자주 독자와 만날 수 있다면, 좀 더 응원할 수 있다고 봐요. 그래서 어떤 형태로든 다양하게 책을 소개하는 공간이 더 많이 생겨났으면 합니다. 소전서림 역시 좋은 책을 만들기 위해 고군분투하는 분들과 책을 지키고 있는 독립군의 심정으로 더 많이 연대하고 싶습니다. 책이 가진 힘을 믿고 사랑하는 모든 분께 응원을 보냅니다.

인터뷰 내내 소전서림 외벽에 층층이 쌓인 흰 벽돌 사이로 따스한 빛이 스며드는 기분이었다. 참고로 소전서림을 짓는 데 쓰인 벽돌은 건축가 페터 Zumthor(Peter Zumthor)가 쾰른(Köln)의 콜롬바 미술관(Kolumba Museum)을 지을 때 사용한 벽돌을 오마주한 제품이라고 한다. 콜롬바 미술관의 건축적 분위기를 만드는 데에 Zumthor의 부단한 수고가 있었듯, 소전서림도 문학과 예술을 감상할 수 있는 분위기를 만들기 위해 부단한 수고와 노력을 했으리라. 흰 벽돌로 둘러싸인 책의 숲, 이곳에는 책이 있고, 사람이 있고, 진심이 있었다.

황보유미(소전서림 관장)

서울에서 국문학과 불문학을, 파리에서 커뮤니케이션학을 공부했다. 파리 유학 시, 공연·예술 전문지 <월간객석>의 파리 통신원을 하며, 무용칼럼니스트로 활동했고, 이후 국립발레단, 문화체육관광부 산하 재단법인 예술경영지원센터 국제사업부에서 일을 했다. 2018년 소전서림의 인테리어 공사부터 시작해 현재까지 소전서림 관장으로 일하고 있다.

yumi@sojeonfdn.org

<https://sojeonseolim.com/>

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



감세나(퍼블리언서 대표)

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

booksseny@gmail.com

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

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

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

출판N

nzine.kpipa.or.kr