

書評에 대하여

英國의 경우 下

대접 소홀한 小説 서평

현재 영국의 서평 주류는 신문에서 잡지로 옮겨가고 있다. 이런 경향에 박차를 가하고 있는 것이 '출판일 이전의 서평'(early reviewing)의 문제인데, 이 점에 대해서는 나중에 말하기로 한다.

서평 스페이스에 대해서 말하면, 이때문에 가장 큰 영향을 받는 것은 소설 서평일 것이다. 소설의 출판종수는 여전히 많다. 매년 출판종수의 제1위를 차지하는 것이 소설이며, 총출판종수의 1할이 더 된다. 또 소설에 대한 수요도 그만큼 많은데, 공공도서관의 대출책수의 75%가 소설이란 점으로도 그것을 잘 알 수 있다.

그럼에도 불구하고 소설 서평에 관한 한, 그 출판종수에 걸맞는 정도의 취급을 받지 못한다. 1974년에 시행한 신문서평 조사에 의하면, 게재된 서평의 가지수는 소설·전기·아동도서의 순으로 많았는데, 그것에 할애된 스페이스는 전기가 전체의 30%를 차지하고 소설은 17%에 불과했다. 스페이스만이 아니다. 게재된 서평의 위치도 지면의 가장 아래 쪽이나 가장자리에 밀어붙이거나 하여, 아무리 보아도 소설서평은 가볍게 다룬다는 생각이다. 이와같은 경향은, 독자가 참말로 요구하는 것을 문예담당편집자가 구태여 멀리 피하려 한다는 비판의 소리에도 이어진다.

소설 출판종수의 많음에 비하여 서평란은 축소되어 간다. 이러한 언벨런스에서 생긴 것이 소설의 종합서평이다. 4~5권 때로는 그 이상의 소설을 같은 사람이 같은 칼럼에서 논평하는 것이다. 이에 대하여「뉴 스테이츠맨」지의 소설서평을 담당하고 있는 제레미 트레그론은 다음과 같이 쓰고 있다.

“그들(서평가)은 8권에서 10권의 소설을 대충 읽고, 그중에서 3~4권을 골라내어 서평에 필요한 준비를 끝낸 뒤에 서평을 쓰기 시작한다(「뉴 스테이츠맨」의 경우는 약 1천자 분량). 잘되었다고 생각되는 소설은 마음껏 칭찬하고, 좋지 않은 것은 순문학의 新人인 경우는 부드럽게, 성공한 기성작가의 경우는 엄하게 다룬다.”

편법으로 등장한 '종합서평'

종합서평엔 몇가지 문제가 있다. 첫째로 종합서평을 쓰는 서평가의 사회적 지위가 다른 서평가의 그것보다 저급하다고 일반독자에게

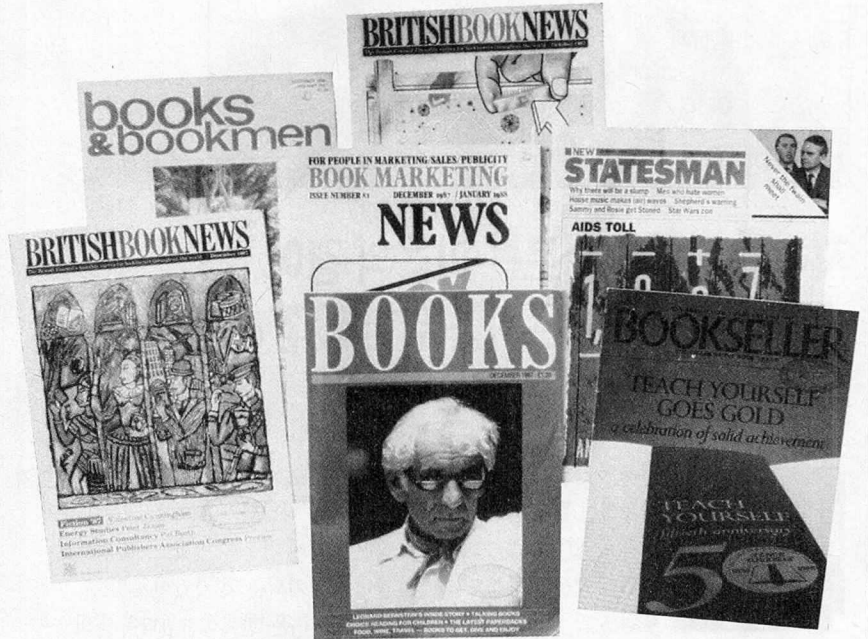
생각케 하고, 둘째는 서평가에게 대만과 거것을 길러서, 한편의 소설에 대해 언급할 수 있는 것은 겨우 두어 줄에 불과하다는 생각에서 소설을 충분히 읽지도 않고 서평을 쓰게 된다. 세째로는 전혀 읽어보지도 않고 책에 관한 선전문(blurb)의 한 부분을 그대로 옮겨 쓰는 경우도 있다는 것이다. 이런 경우야 원래는 표절이다. 그러나 종합서평의 특수한 성격과 서평가에 대한 동정심이 이것을 관대하게 보아준다.

그러나 종합서평에도 잇점이 없는 것은 아니다. 앞에 제레미 트레그론의 인문문에서도 시사된 것과 같이, 개개의 소설에 주어지는 스페이스에 유연성이 기대되기 때문에 잘 썼다고 생각되는 소설에는 단독서평 이상의 스페이스를 할애할 수가 있다. 즉 다루는 방법이 자유롭다는 점이 종합서평의 큰 잇점이며, 이것은 서평가에게 쓰는 기쁨을 준다.

그러나 종합서평이 소설서평의 가장 좋은 방법이 아니라는 것은 확실하다. 이상적인 것은 물론, 하나하나의 소설에 그에 합당한 서평가를 찾아내서 그에게 단독서평을 쓰게 하는 것이다. 서평가의 선택에는 소설 이외의 일반도서의 서평가를 찾는 것과 마찬가지로 주의를 기울여야 할 것이다. 그러나 단독서평이 반드시 가장 좋은 방법이라고도 말할 수 없다. 많은 新作小説 중에서 몇개를 고른다고 하면 아무래도 선택은 자의적으로 하지 않을 수 없고, 서평란은 체재로 보아도 좁은 스페이스에 짧은 단독서평이 각각 제목과 서평가의 이름을 넣어 서로 밀치락거리리는 모양은 보기에도 난잡하고 추악하다고까지 생각된다. 「타임즈 문예부록」이 그 본보기일 것이다.

페이퍼백은 거의 서평 안다뤄

다음은 페이퍼백(輕裝本)의 서평에 대하여 생각해 본다. 페이퍼백은 바야흐로 제2의 혁명기에 접어들었다고 해도 지나친 말은 아니다. 대량의 페이퍼백이 모든 분야에 걸쳐 출판되며, 독자도 하드백(重裝本)에 비교할 수 없을 정도로 많은 페이퍼백을 사서 읽고 있다. 또 많은 서점에서 이제 하드백의 10배의 스페이스를 페이퍼백을 위해 비워주고 있다. 이러한 상황에서 독자가 필요로 하고 있는 것은 당연히 페이퍼백의 정보-길잡이-이다. 그들은 사실 하드백의 서평은 거의 필요로 하지 않는다. 그것을 필요로 하는 것은



도서관이나 아주 소수의 독자 뿐이다. 오늘날에는 하드백의 소설을 산다는 것은 '마치 코담배와 같이 시대에 뒤떨어진 색다른 습관'이 되고 말았다.

그런데 서평의 세계는 그와같은 현실을 전혀 반영하고 있지 않다. 페이퍼백은 거의 서평에 오르는 일이 없다. 독자의 편에서 말하면, 리프린트의 엽가판 페이퍼백이 나올 때쯤에는 수년전에 나온 하드백의 서평 같은 것은 이미 잊어버리게 되는 것이 상식이다. 그런데도 어째서 페이퍼백의 서평이 실리지 않는단 말인가. 그보다는 신문이 신지 않으려 하는 것일까.

첫째로 생각되는 작은 이유는, 신문에 실리는 출판광고에 페이퍼백을 거의 신지 않는다는 점이다. 페이퍼백은 광고를 내지 않아도 팔린다는데서 출판사는 오로지 하드백의 광고에 힘쓴다. 그렇게 되면 자연 신문의 서평도 하드백에 역점을 두게 된다. 알곳은 현상이라 아니할 수 없다.

그러나 이것은 사소한 이유이다. 더 큰 이유는 다음 글을 보면 된다.

“신문에 있어서는 '새로운 것이 생명'이다. 오늘날 「데일리 텔레그래프」에서는 광고의 다과와는 관계없이 평균 8칼럼을 서평에 충당하고 있다. 그것은, 1주에 20권의 신간을 취택하면 리프린트물(페이퍼백)에 할애할 스페이스는 거의 남는 것이 없다는 것을 의미한다.”

서평은 책의 판매실적과

밀접한 관계를 가진다.

서평란이 책을 팔기 위해서 있는 것은

아니지만, 출판사는 서평을 책을 파는

하나의 중요한 수단으로 생각한다.

출판사는 또 서평 이외에

라디오·TV의 저자 인터뷰나

가십기사 등을 좋아하는 경향이

강해지고 있다.

책이 팔리는데 좋은 영향을 주기 때문이다.

신문의 사명은 독자에게 부단히 새로운 것을 제공하는 것이기 때문에, 신간서(하드커버)를 가장 우선한다는 것이다.

다음에 생각되는 한가지 이유는 서평가의 수입에 관계되는 일인데, 그들의 수입의 주된 부분이 서평한 책을 매각하는데서 오는 것과 관계된다. “서평가가 좋은 보수를 받는 일이 여간해서 없기 때문에, 이미 서평이 끝난 책을 팔아서 얻은 대금을 자기의 수입으로 할 권리는 서평가에게 충분히 있다 할 것이다”라고 스탠리 언윈은 「출판의 진실」에 쓴 적이 있다. 그렇지만 서평용 기준본을 판다는 것은 상당히 날자가 경과된 뒤라서, 적어도

출판일에서 3개월이 지나지 않으면 안된다는 것이 상식이다. 하여간 그들의 수입의 주요한 부분을 차지한다는 기준본 매각대금에 의한 수입이 책을 선정함에 있어서 값비싼 하드백을 고르게 한다는 것은 죽어 있을 법한 일이다. 페이퍼백은 물론 상품가치가 없는 것이다.

서점도 '출판일' 안지킨다

그런데 대개의 신문은 페이퍼백 서평에는 소극적이지만, 그 중에는 적극적으로 취급하려는 신문이 없는 것도 아니다. 「타임즈」가 그것인데, 영국을 대표하는 이 신문은 월1회 첫째 토요일을 페이퍼백 특집의 게재일로 정하고 있다. 「타임즈」의 문예담당편집자 이온 트레윈에 의하면, “목요일의 신간서평란을 침식하지 않는다”는 조건으로 페이퍼백 전용의 별도의 서평란이 마련된 것이라고 한다. 또 트레윈에 따르면, 리프린트의 페이퍼백을 다루는 잇점은 두가지가 있다고 한다. 하나는 古典을 다시 생각할 귀중한 찬스를 갖게 한다는 점과, 또 하나는 통상의 서평란에서 다루지 않았던 특수한 장르의 것, 예를 들면 서부극이나 로맨스물을 포함하여 모든 영역의 책을 커버할 수 있다는 점이다.

최근 특히 화제가 되고 있는 것이 출판일 이전의 서평(early reviewing)이다. 이것도 두가지 경우를 생각할 수 있다.

하나는 글자 그대로 출판일보다도 먼저 책의 서평이 신문에 게재되는 경우이다. 이것은 출판사와 신문과의 사이에 맺어진 신사협정, 즉 출판일 전에 서평을 게재해서는 안된다는 약속을 위반하는 것이다. 출판사가 서평용 기준본을 보낼 때 끼워 넣는 슬립에도 그것을 명기하고 있다. 서평은 물론 출판일에 게재하는 것이 가장 이상적이긴 하지만, 때로는 그 이전에 게재되어 못마땅할 때가 있다.

왜 그것이 못마땅하나 하면, 첫째 어느 한 신문이 그렇게 출판일의 서평게재를 어기면, 다른 신문이 같은 책을 서평으로 다루지 않는다는 것이다. 독자에게 늦는다는 인상을 주지 않기 위해서이다. 가능한 한 많은 신문에 서평이 실리기를 바라는 출판사로서는 못마땅한 일이다. 독자에게도 서평을 보고 서점에 갔는데 책이 없다면 유쾌할 수가 없다.

그런데 최근 서점은 출판일의 수주일 전에도 도착된 책을 정직하게 창고에 보관하는 일이 없다는 것도 확실하다. 포일서점(런던에서

가장 큰 서점)이나 W·H 스미스서점의 점두에는 배본과 동시에 곧바로 진열된다. 말할 필요도 없이 이렇게 안하기로 한 것이 출판사와 서점과의 약속이었는데, 지금은 이것을 지키지 않고 있다. 그것이 서평의 세계에서 벗어난 것이 출판일전 서평의 실상인 것이다.

출판사에 있어서 못마땅한 이런 종류의 서평은, 그러나 마땅치 않다고 해서 신문에 게재를 가하고 앞으로 일절 서평용 기준본을 보내지 않을 수 있으나 하면, 그것은 유감스럽지만 불가능하다. 그것은 스스로의 목을 조르는 것과 같기 때문이다.

가십기사와 인터뷰 기사

출판일 이전 서평 다음으로 문제되는 것은, 올바른 의미의 서평 문제라고까지는 말하기는 어렵지만, 신문에 실리는 책이나 작자에게 얽힌 여러가지 정보와 관계된 기사들이다. 가십기사라든가 특집 등, 요컨대 책이 뉴스로서 특히 대중지에서는 일시적 인기물과 같이 다루어지는 경우가 종종 있다. 이런 종류의 기사에서 흔히 발견되는 것은 ‘gutting’, 즉 내용의 요약이나 작품중의 흥미를 끄는 부분을 발췌하는 것이다. 게다가 많은 경우, 작자에 얽힌 흥미분위의 문장이 덧붙여진다.

이런 것은 신문의 성격으로 보아 당연히 생각할 수 있는 일이지만, 문제는 앞서의 서평의 경우와 같이 이런 기사가 출판일 전에 게재된다는 사실이다.

신문만이 아니라 다른 미디어, 예컨대 라디오나 텔레비전이 이같은 짓을 할 때가 있다. 작가와의 인터뷰 프로그가 그것이다. 그러나 서평과 인터뷰를 동일시할 수 있을 것인가라는 견해도 있다. 서평은 물론 그 책의 내용 소개와 평가를 주된 목적으로 한다. 그러나 텔레비전이나 라디오의 인터뷰는 작가의 잡다한 신변 이야기가 중심이어서, 거기서 책의 가치에 대하여 말하는 일은 없다. 작가의 면전에서, 더구나 많은 시청자 앞에서 책을 비판한다는 것은 불가능하다. 오히려 이와같은 인터뷰 프로그는 뒤에 이어지는 서평가의 갈 길을 준비하고, 신문에 서비스하는 것이라고 생각할 수 있다. 따라서 출판일에 실리는 책의 뉴스 가치가 손상되는 일은 조금도 없다는 것이다.

실제로 작가가 라디오나 텔레비전의 인터뷰 프로그에 출연해서는 안된다는 이유는 아무 데도 없다. 또한 출판사도 이와같은 인터뷰

서평란은 독자에게 재미있는 읽을거리를 제공함과 아울러 책의 교육적 기능을 평가하고 문화수준을 높이기 위한 캠페인 장소로 활용되는 것이 바람직하다. 오늘날 영국에서 가장 영향력 있는 서평가로 평가되는 오베런 위는 서평가의 역할을 명확히 인식하고 아무한테서도 영향을 받지 않는 자유로운 입장에서 서평을 쓴다. 그런 자세가 그를 단순한 서평가에 머물지 않는 사회적 존재로 부각시키고 있다.

프로, 신문에 실리는 서평 이외의 소개기사, 가십기사 등을 좋아하는 경향이 강해진 것도 확실하다. 책이 팔리는데 좋은 영향을 주기 때문이다.

오늘날 영국의 대부분의 책(대략 90%)은 출판일이 있든지 없든지 관계가 없다. 오히려 출판월(month of publication)로 하는 것이 훨씬 이치에 맞는다. 출판월의 최초의 날 이후라면 언제 서평을 실어도 괜찮다고 하는 것이다.

‘서평’과 ‘비평’의 차이

여기서 출판사의 편의주의, 즉 서평이 책의 매출실적과 관계가 없다면 돌아보지도 않고 차버린다는 것은, 출판사가 서평을 책을 파는 하나의 중요한 수단으로 생각하고 있음을 의미한다. 데이비드 할로웨이처럼 “서평란은 책을 팔기 위해서 있는 것이 아니다. 출판사 영업부의 보조원은 아니다. 서평란에서 다루어진 책이 서점에서 팔리든 안팔리든 문제가 아니다”라는 正論도 있으나, 역시 양자의 관계는 무시할 수 없다.

서평 자체가 책의 판매성적을 높이고 안높이고는 차치하고, 서평은 어디까지나 書評(review)인 것이며 批評(criticism)은 아니다. 비평은 전문적이고도 엄밀한 것이지만, 서평은 종합적인 것이다. 비평은 감정하고 분석하여 자리매김을 하는 것이지만, 서평은 즉각 그 자리에서 반응하는 것이다. 그와같은 서

평을 쓰는 서평란의 편집방법에는 네가지가 있다고 로널드 헤이먼은 말한다.

첫째는 독자에게 윤택히 재미있는 읽을거리를 제공하는 것, 둘째는 뉴스 밸류가 높은 책을 서평하는 것, 세째는 木馬를 넣어 두는 마구간과 같은 것으로 하는 것(작품은 實馬가 아니지만 소중하게 대접한다는 뜻-역주), 네째는 텔레비전이나 광고에 오염된 나쁜 교육에서 길러진 나태한 심성에 정면으로 맞서는 총탄으로서의 책의 역할을 평가하고 문화수준을 높이기 위한 캠페인의 장소로서 서평란을 이용하는 것이다.

이 네가지를 명확히 구분하기는 어렵지만, 네째의 방법이 가장 이상적이라 할 것이다. 여기에 첫째의 재미있는 내용이 첨가되어 책의 판매성적이 큰 폭으로 신장된다면, 이보다 더 좋을 수는 없다.

그래서 서평에는 권위라는 것이 필요하게 되었다. 서평의 권위라면, 오늘날 영국에서 가장 영향력 있는 서평가는 오베런 위라고 한다. 그 영향력 또는 권위가 어디서 왔는가 하면, 그가 서평가조합의 조합원같은 입장에서 서평을 쓰기 때문이다. 그는 이제까지 아무도 해내지 못한 서평가의 노동조건을 스스로 만들고, 그런 입장에서 자신감과 직절성(直截性)으로 서평을 쓴다. 자기의 역할이 무엇인가, 그리고 어떤 자세를 가져야 할 것인가를 명확히 인식하고 절대로 남에게 아첨하지 않는다. 그가 담당하는 「이브닝 스탠다드」의 주 1회의 서평란은 사실상 그 사람 개인의 것이라 해도 좋다.

이에 비해 다른 서평가는 어떤가. 소설 서평을 쓰는 사람은 다른 저명한 소설가이거나 아니면 팀의 한사람으로서 윤변제의 서평가이다. 앞에서 말했듯이, 이와같은 서평가는 신문 스타일에 좌우되는 수가 많다. 그런데 오베런 위는 경우는 절대로 그렇지 않다. 그는 아무한테서도 영향을 받지 않는 자유로운 입장에서 서평을 쓴다. 그것이 오베런 위를 단순한 서평가에 머물지 않는 사회적 존재로서 클로즈업시킨 이유이다.

이것을 보고 아다시피, 서평가가 그들의 행동을 좌우하고 제약하는 대상에서 스스로를 해방하는 것이 현대에서는 불가능하지 않게 되었다. 이렇게 함으로써 서평은 새로운 가능성 속에서 소생하여 그 권위를 회복할 때가 올 것이 틀림없다. — 이경훈 옮김