

‘공개’의 원칙 아쉬운 창작지원금

구설수란 사람들이 모이는 곳에서는 언제나 흘러나오기 마련이다. 관심이 높은 대상일수록 세인의 입에 오르내리기 쉽고, 그 일거수일투족에 쏟아지는 시선은 날카롭다.

문예지 원고료지원이 폐지된 후 지난해 처음 시행된 문학작품 창작지원사업의 경우도 지원도서 목록이 공개되면서 한동안 그 선정과정을 둘러싼 갖가지 잡음에 시달려야 했다. 그럼에도 불구하고 이러한 종류의 지원사업이 지닐 수밖에 없는 한계와 시행 첫해의 시행착오일 수 있다는 점이 ‘참작’되면서 별다른 문제없이 다음해의 결과에 기대를 모으게 했던 것이 사실이다.

그러나 올해의 창작지원사업 과정을 지켜보는 사람들은 대부분, 비록 직접적인 관련이 없다고 해도 실망스러움을 떨쳐버릴 수 없었을 것이다. 지난해의 구설수를 의식해서인지 올해는 공식적인 보도자료 한장없이 해당작가와 출판사에게 개별통지서를 보내는 선에서 마무리돼가고 있기 때문이다.

“지원신청방법이나 심의대상 작품집 요건, 지원 규모 등 사업내역은 작년에 비해 크게 달라진 것이 없다”는 판장 기관인 문예진흥원측은 총1백31개 출판사 4백10종의 창작집의 지원신청을 접수해 이들을 52개 출판사의 1백종을 선정했다고만 밝

히고, 선정 출판사와 작가·출판사 명단은 공개하지 않고 있는 상태다.

직접적인 이해관계에 있는 출판계와 문단에서는 이러한 ‘비공개’ 사업에 대해 우선 개인적인 불만을 표시하고 있지만, 더 심각한 문제는, 물론 좀더 지나면 소문에 의해서라도 대강의 윤곽이 드러나겠지만, 일련의 공공사업이 지켜야 하는 원칙이 간과되고 있다는 점이다. 그것은 특히 이 지원금의 성격상 더욱 철저히 지켜져야 할 ‘공개’의 원칙’이 아닌가 생각된다. 그야말로 가십성의 구설수가 아니라 발전적인 비판의 소리를 수렴하기 위해서라도 특히 보도자료는 필수적이다. 이른바 진보적 성향의 출판사와 작가들에 대한 배타적 자세, 장르별 불균형, 점수제에 의한 심사방식의 경직성 등 지난해에 지적됐던 문제점들이 어느정도 해소됐는지 궁금하다.

— 정소연 기자

출판저널

등록 제94호 / 1991년 11월 5일 발행

발행인 — 鄭鎭肅
 편집인 — 金炳翼
 인쇄인 — 李壹秀
 편집부장 — 康鐵柱
 기자 — 金芝媛 鄭素淵 崔兌源 鄭惠玉 朴南貞
 디자인 — 尹貞子 李明希
 사진 — 金弘鎭

업무차장 — 尹東鎬
 업무·광고 — 李義天 崔炳天 金允淳 金牧姬

등록 1987년 6월 9일 - 다 435
 대체구좌 010041-31-2826477
 발행처 - (재) 한국출판공회
 인쇄처 - 평화당인쇄주식회사
 전산사식 - 대한컴퓨터

출판저널 - 110-190 서울 종로구 사간동 105-2 출판문화회관 2층
 전화 732-1431~3
 FAX 722-1174

「출판저널」은 신문윤리강령 및 주간신문윤리실천요강을 준수합니다.

「출판저널」 편집서평위원

權亨彬 琴章泰 金光秀 金文煥
 金錫滿 金聖坤 金彥鍾 金榮漢
 金仁會 金鍾元 金治洙 金泰俊
 金泰賢 金泰亨 朴明淳 朴星來
 朴世熙 潘星完 邊衡伊 徐淵昊
 宋相庸 申福龍 慎鍾履 安秉永
 安輝滄 梁文吉 吳光洙 柳一相
 尹志寬 李康淑 李瑛薰 李光周
 李基相 李斗暎 李萬烈 李炳勳
 李相日 李勝羽 李元載 李重漢
 李鉅載 林煥堂 張必和 張會翼
 鄭丙圭 鄭爽鍾 鄭雲暎 鄭晉錫
 鄭鐵弘 曹南鉉 曹大鉉 崔鍾庫
 韓相震 韓勝憲 許碩烈 洪廷善
 黃鉉產 (가나다 순)

「출판저널」 정기구독안내

매월 5일·20일자로 발행되는 격주간「출판저널」의 정기구독제도를 안내합니다.
 * 본사의 지로용지로 11,000원(반년분) 또는 20,000원(1년분)을 송금하시면 입금된 날의 해당호부터 우송해 드립니다. 정기구독 예약은 반년분 또는 1년분 단위로 신청을 받습니다.
 * 본사의 지로 용지가 없으신 분은 전국 각 은행(농협 수협 축협 포함)의 A지로 용지에 본사 지로번호 3008669와 금액, 주소, 성명을 명기, 붙임하거나 또는 우체국 대체구좌 010041-31-2826477을 이용하십시오.

독자서평을 모집합니다

본지는 서평의 활성화에 보탬이 되도록, 독자들이 참여하는 「독자서평」란을 두기로 했습니다. 신간중에서 감명깊게 읽은 책, 값싸다고 생각되는 책을 서평의 형식으로 소개하는 글이 되겠습니다.
 원고분량은 책명과 저·역자명을 포함하여 2백자 원고지 7매 내외, 투고하시는 분의 주소·성명·직업 등을 첨가하여 본사 「독자서평담당자」 앞으로 우송해 주십시오. 투고된 원고는 소정의 심사를 거쳐 본지에 게재합니다. 수록된 서평에 대해서는 게재지와 소정의 원고료를 드리겠습니다.

공급 : 한국출판협동조합

서울 마포구 신수동 448-6
 716-5616~9, 716-5621~3

재미있는 책이야기

책을 가까이 하는 사람에게 신문의 출판란은 유효한 정보다. 최근 출간된 「신문소프트」(백옥인 외 지음, 정보성)에는 신문을 통해 책에 관한 정보를 적극 활용하는 방법도 소개돼 관심을 끈다. 다음에 그 일부를 발췌한다.

▲ 지식사회의 동향을 한눈에 볼 수 있다 신문의 박스기사는 대체로 화제의 책과 같은 국내, 국외의 책에 대한 소개 및 서평, 저자와의 인터뷰, 그리고 출판계의 전반적 동향, 독자들의 기호변화 등에 대한 심층기사를 실고 있다. 말 그대로 하나의 책에 대한 여러가지 각도에서의 정보를 압축시켜 모아놓은 것이라 할 수 있다. 게다가 몇몇 신문사에서는 이러한 박스기사에 들어가는 책들의 선정에 있어서 전문가들로 구성된 선정심의회를 둬으로써 단순흥미 위주보다는 책의 완성도와 지식사회에서의 영향력 등을 주요기준으로 하고 있다. 따라서 독자들에게는 이러한 박스기사가 자신이 보고 싶은 책을 선정하는 데 있어서 베스트셀러 집계표보다 유용한 정보가 된다.

▲ 버릴 것이 없는 출판관계기사 신문의 출판기사는 내용적으로 독자들이 독서를 하기 위해 필요한 도서 일람이나 서평과 같은 정보를 중심으로 하는 독자 독서페이지와, 주로 출판계의 소식을 중심으로 도서출판과 유통의 전반적인 변화를 기사나 단신의 형태로 다루는 면으로 구분된다.

독서페이지는 대개 신간안내, 서평, 내용요약, 화제의 책 등을 내용으로 한다. 대개의 경우 주1회 정도

출판관련 면							
신문	매경	한경	조선	한겨레	한국	동아	중앙
제목	출판	출판가	출판계	문화	출판	출판화제	출판가소식
수록일	목	부정기	금	토	금	화	일
면수	10-11	16	10	9	8	13	8

독서페이지 고정란							
신문	매경	한경	조선	한겨레	한국	동아	중앙
제목	새책, 책꽂이	독서페이지	서평	책, 독서	독서광장	책, 책들	독서페이지
수록일	일	월수	금	금	화	화	일
면수	10	17-16	10	10	12-13	12-13	8-9

독서페이지를 할당하는데 이러한 독서페이지 이외에도 수시로 서평이나 다이제스트 형태로 문헌목록, 내용 소개가 나오고 있다. 예를 들어 동아일보의 경우 ‘신간 5분다이제스트’(부정기, 10) ‘책과 함께’(금, 27) ‘스케치’(부정기, 10) ‘화제의 책’(화, 20) ‘동아서평’(화, 21), ‘전문서적’(화, 21)이 있다.

▲ 스스로 출판인이 되어 책을 상상 기획한다 신문의 출판관계기사에서 자신의 관심영역에 대한 정보를 얻고자 하는 사람에게는 일차적으로 각각의 서적에 대한 꼼꼼한 리스트업이 필요할 것이다. 이를 위해서는 무엇보다도 보다 많은 도서일람을 뽑아내고 축적하는 것이 중요한 일이다. 여기에서 서적광고는 매우 유

용한 데이터가 된다. 서적광고의 정량량은 기사의 정보량에 비해 적어도 2~3배는 크다. 게다가 서적광고

의 경우에는 책의 목차가 간단한 형태로나마 나와 있기 때문에 서점에서 직접 책을 보는 것보다도 비슷한 효과를 지닌다.

일단 기존의 여러 책에 대한 정보를 기초로 자신이 관심을 가지는 주제에 대한 책을 직접 출판사 사장이 되어 기획한다고 가정해보자. 먼저 책의 전체주제를 확정하고 이에 따르는 여러 항목의 소주제들을 분류하고 체계화시켜야 할 것이다. 이것은 곧 자신이 원하는 정보의 정확한 개념화와 정보분류의 기술을 높이는 훈련이 된다. 다음으로 자신이 책을 만드는데, 아직까지 나온 정보나 자신이 지니고 있는 자료로는 온전히 채울 수 없는 주제영역을 찾아내고 새로운 정보를 얻기 위해 노력해야

할 것이다. 이 과정은 자신이 수집한 정보의 내용을 평가하는 과정이라고도 할 수 있다.

▲ 출판스크랩 사례 매일매일 쏟아지는 각종 신문정보를 스크랩하여 잘 활용하고 있는 대표적인 사례를 검토해보자. J출판사에서 단행본 출판기획을 담당하는 L씨는 신문에 실리는 출판정보를 잘 활용하여 기획업무에서 커다란 성과를 올리는 대표적 사례이다. L씨가 매일매일 점검하는 일간지 기사는 ‘서평’ ‘단행본광고’ ‘출판계 소식’ ‘신간안내란’ ‘베스트셀러란’ 등이다. 그는 먼저 일간지에 실리는 신간 단행본 광고를 비롯한 모든 서적 관련 기사를 매일 체크한다. 이중 자료, 정보로서의 가치가 있다고 판단되는 기사는 일단 모두 잘라서 다섯가지 색깔로 구분된 크리어파일에 모아둔다. 다섯가지 색깔에는 L씨가 자신의 필요에 따라 구분한 신간정보, 베스트셀러, 경제경영 관련서적, 특별기획도서, 일반도서가 일주일 단위로 차곡차곡 모아진다. 그는 매주 월요일에는 일주일 단위로 오색 크리어파일에 모아진 자료를 꼼꼼히 검토하여 출판기획 스크랩부에 정리한다. 컴퓨터용지 폐지를 컴퓨터용지 바인더에 묶어 만든 스크랩북이 그의 손에서 훌륭한 기획자료집으로 변화되는 것이다. 그는 여기서 한걸음 더 나아가 이들 자료를 컴퓨터 데이터베이스에 입력하여 필요한 항목별로 언제든지 재분류하여 자유자재로 활용하는 경지에 이르렀다.