

# 올해 잘 팔린 책들의 궁금한 뒷얘기

## 편집자가 쓰는 베스트셀러의 이력서

책 가운데는 특별히 독자를 유혹해오는 마력을 가진 책이 있다. 그 유혹의 정도가 하도 강렬해 독자를 가만히 놓아주지 못하는 책이 베스트셀러가 된다. 그런 책들은 어떻게 만들어지는가. 원고를 받아든 순간이라든가, 기획의 과정, 그리고 책으로 만들어 독자손에 떠나 보냈을 때 편집자에게는 뭔가 실감나게 와닿는 '예감'이란 게 있다. 올 한해동안 가장 많은 독자를 끌어모았던 책은 어떤 예감으로 베스트셀러를 예감했을까. 그 가운데 4권을 골라 그 책들을 직접 만들었던 사람들의 입을 통해 그 에 얽힌 흥미로운 이야기를 들어본다.

### 신명의 뒤켤에서 느끼는 낭패감 「학의 다리가 길다고 자르지 마라」

이 책이 장장 1년이 넘도록 베스트셀러의 자리를 지키고 판매부수도 50만여부나 되리라고는 거의 예상할 수가 없었던 일이었다. 워낙 책의 내용이 좋으니 잘하면 한 2만여부 정도는 가능하지 않겠는가 하는 기대를 하긴 했었지만 그 또한 쉬운 일이 아니겠기에 최선을 다한다는 생각으로 책을 만들었다. 그런데 결과는 대형서점 집계 74주 연속 베스트 1위의 자리가 아닌가.

이런 말이 어떻게 들릴지 모르겠지만, 이 책이 베스트셀러가 되고 우리 출판사의 전가족들이 신명이 나 있는 뒤켤에서 나는 적잖게 좌절감 같은, 이를테면 약간의 낭패감을 느끼고 있었다. 그것은 '베스트셀러가 우연에 의해서 나와서는 안된다' '필연에 의해서 탄생되어야

한다' '발전과 장래를 기약할 수 있으려면 그 필연의 열쇠를 획득해야 한다'는 평소의 소신 때문이었다.

결국 우리는 역으로 「학의 다리가 길다고 자르지 마라」가 베스트셀러가 된 원인과 배경을 추적해볼 수밖에 없었고, 이런 부끄러운 결과가 다시 되풀이되어서는 안된다는 생각을 하게 되었다. 우연에 의해서, 좀더 나쁘게 표현하면 소 뒷밭로 쥐잡는 식의 베스트셀러 출간은 출판사의 운명을 우연에 맡기는 결과가 되겠기 때문이었다.

우리의 결론은 장자의 세계를 접하고자 하는 사람들은 많았으나 현대인들이 그 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 만들어진 「莊子」가 없었다는 것이 그 첫번째 이유였고, 그 다음은 독자들에게 어필하는 제목을 붙였다는 사실로 정리되었다. 「학의 다리가 길다고 자르지 마라」는 말 그대로 해석하면 '무리하지 말고 순리대로 하라'는 뜻이겠지만 우리는 '역지 투성이인 현실-정치·경제·사회질서·도덕성·집단행포 등등-을 염두에 둔' 메시지 외에 뭔가 시원함을 느낄 수 있을 것이라는 기대를 했다. 이러한 우리의 판단은 주효했다. 識者층, 의식이 있는 사회지도층의 사람들이 「학의 다리가 길다고 자르지 마라」를 유행어처럼 쓰기 시작한 것이다. 그러나 베스트셀러가 된 이유가 어찌 이것뿐이겠는가. 베스트셀러가 될 조짐을 일찍이 감지하고 시기적절한 홍보전략으로 대처한 것 등 그 이유는 다양하고 복잡적이다.

어쨌거나 참으로 값진 베스트셀러가 아닐 수 없다. 적어도 우리 출판사에게는. 결국 우리는 이 한 권의 힘으로 적지 않은 재정적 손해를

감수하면서도 꼭 만들고 싶고 또 독자에게 읽고 싶은 책을 더 만들 수 있게 되었기 때문이다. 황근식 등지 대표

### 교정을 보디 말고 밤새워 읽은 소설 이은성의 유작장편 「소설 동의보감」

모 언론인사와 만난 자리에서도 역시 화제는 「소설 동의보감」이었다. 탄광촌을 지나가는 열차 속에서도 나는 어떤 노인이 이 소설의 인물 허준에 대한 찬사를 아끼지 않는 독후감을 옆 자리에서 짐짓 모른 채하면서 흐뭇하게 들었다.

얼마 전 영업부장은, 공문수학에서 어린이 글을 모집했는데 한 국민학생이 「소설 동의보감」을 읽은 글이 있더라는 소문을 전해주었다. 할아버지에서부터 손자에 이르기까지 이 소설이 광범위하게 독자층을 형성하고 있다는 이야기이다.

나는 광고 카페에 사용한 「소설 동의보감」에 큰 길이 있다"고 한 문안이 정당한 선전문구이기도 하겠구나 생각했다. 그러나 이 소설의 수효는 독자들의 감동의 전달이 이루어낸 결과이다. 사실 10만부쯤은 나가지 않을까 기대를 하였지만 우리들의 예측을 경중 뛰어넘어버렸다. 그럴 만한 것이, 이 소설을 교정 보던 윤석기씨는 교정은 나중에 보기로 하고 교정지를 집에 가지고 가서 다 읽고 말았다. 그녀는 아침에 출근을 했는데 눈이 충혈이 되어 있었다. 그만큼 이 소설은 독자를 사로잡는 간결하고 힘찬 문체가 특징이며 사건이 지리멸렬하지 않다. 수많은 격려의 전화가 오기도 했다.

어떤 외교관의 부인은 이 소설을 열번이나 읽었다고 하였다. YWCA에서는 이 책이 모든 청소년들에게 읽히기를 원했으며 출판기자단은 90년도 올해의 책으로 선정하였다. 특히 올해 시월의 문화인물로 허준이 선정되고 이 작품이 MBC 창사 30주년기념 특집드라마로 방영되면서 이 소설은 베스트셀러의 자리를 굳혔다.

친구들은 창비 25주년을 통해서 동의보감은 효자라니, 허준선생과 고 이은성선생이 지하에서 도왔다니 하는 덕담을 들려주는데 정말 그런가 하고 생각도 해본다.

한편 「소설 동의보감」이 일본어로 번역되고 있으며, 얼마 전에는 연변의 장백산문화번역사에서는 이 소설을 한문으로 번역해 보겠다는 의사를 보이기도 하였다. 더구나 영어 번역이 어려울 텐데 미국에서도 이러한 움직임이 있었다.

지난 봄 버스에서 일어난 에피소드 하나가 있다. 한 여성이 이 소설을 읽고 있었는데 그때 옆에 서 있던 남성이 그 소설 참 재밌죠 하고 말한 것이 인연이 되어 사랑을 얻었다는 말을 들었다. 하여튼 국내외로 화제가 되고 있는 이 소설로 창비는 문인들과 학자들이 모여 토론할 수 있는 자그마한 공간(사랑방)도 마련했지만 앞으로 더 좋은 양서를 만들기 위하여 노력하고 있다. 고희형 창작비평사 편집부장

### “그때 만약 만책에 社運을 걸었다면” 라즈니쉬의 ‘우주적 농담’ 배꼽

배꼽이 장기 베스트셀러가 된 데에는 우리

“ 표지디자인 때문에 고민하고 계십니까?  
독자들의 관심을 끄는 표지디자인을 원하십니까? ”

다물기획에는 출판인들의 노고의 산물인 좋은책이 독자와 만나는 것을 보다 쉽게 하기 위해 '읽기쉬운 책' '보기좋은 책' '선택받는 책' 만들기를 추구하는 재능있는 젊은이들이 모여 있습니다. 다물기획은 애써 만들어진 좋은책과 보다 많은 독자가 만날 수 있는 길을 찾는 디자인 전문회사입니다.

표지디자인·본문디자인·출판광고디자인  
다물기획 133-080 서울·성동구 응봉동 10-83  
TEL/292-4546/294-9639 FAX/294-6443

최고의출판제작전문업체



책을 소중히 생각하는  
사람이 좋은책을 만듭니다

마루벌이 책에 관한 모든 업무를 보다 체계적이고 합리적으로 처리할 수 있는 이유는 우수한 조직 구성원과 새로운 첨단 DTP설비를 도입·시행하고 있기 때문입니다. 따라서 마루벌의 독창적이고 신선한 디자인 결과는 좋은책을 만드는데 최고의 효과를 얻을 것입니다.

표지디자인·본문편집·출판광고·메뉴얼 제작



서울특별시 용산구 원효로 1가 40-6 Tel: 701-2391(대표) Fax: 701-2395 · 맥킨토시로 작성된 화일과 신문 출력서비스도 가능

출판사 나름대로의 철저한 기획과 노력하에 이루어진 결과가 아닌가 하는 생각이 든다. 날마다 행해지는 각 부서장들과의 기획회의. 그러니까 90년 겨울로 기억된다. 당시 방학철이 되면서 시장경기가 좋아지는 때를 대비하여 무언가 중점적으로 광고를 하고 투자를 해야 하는 시기에 놓여 있었다. 그때 대상에 올라온 것이 삶과 철학 시리즈의 하나인 「배꼽」과 장원의 총서 시리즈의 하나인 「서울 동키호테」였다.

각 부서장들의 의견이 치열하게 교환된 결과 독자층의 한정이 없는 「배꼽」이 결정되었다. 지금 생각해 보면 그때 만약 「배꼽」이 아닌 다른 책이 결정되었으면 어떤 결과가 나왔을까 하는 의문으로 웃곤 한다.

사실 「배꼽」을 접하기 전까지만 해도 나 자신 또한 라즈니쉬의 책은 한번도 읽어보지 않았다. 이전에 나온 책들 모두가 독자를 한정되었고, 그쪽 분야에 관심있는 사람들만이 읽을 수 있게끔 되어 있지 않았나 하는 생각이 든다.

장원의 「배꼽」은 우화에다 라즈니쉬의 사상을 축약한 코멘트가 달려 있다. 그 우화와 코멘트는 읽은이로 하여금 간단한 여유를 준다. 그리고 마음속에 쌓여 있는 앙금들을 해소시켜 줄 만한 웃음과 대화의 장을 열어주는 지혜를 제공해 준다. 향간에서는 라즈니쉬를 오도했다 느니, 상업적이라느니라라는 말이 있는 것 같은데, 사실 모 유명한 출판사에서 예전에 우화만을 엮어 펴낸 것을 보면 꼭 그런 것 같지만은 않다.

「배꼽」이 유명해진 것은 어려운 작가를 쉽게 접할 수 있게끔 노력한 전략에 있다. 제목을

정할 때도 영업·광고·편집쪽이 원고를 사전에 읽어본 후 각자 그 느낌대로 제목을 뽑아온다. 「배꼽」이란 제목은 영업쪽에서 뽑은 것이다. 작가가 고정독자에 한정되어 있으니 제목을 쉽게 하면 좋을 것 같다는 게 이유였다. 편집쪽은 「배꼽」의 부제인 「과녁을 향해 달리는 어리석은 인간을 위하여」를 내세웠는데 결국 부제로 쓰였다. 어쨌든 배꼽이 유명해진 결과 라즈니쉬의 코너가 서점에 신설되었고 그로 인해 타 출판사들이 펴냈던 라즈니쉬의 책들이 표지같이하여 재출간되었다. 결국 잠재워 있던 시장을 활발히 하는 데 한몫하지 않았나 하는 느낌도 준다. 가끔 압채 출판사들이 우리의 노력을 누워서 떡먹기식으로 똑같은 제목·편집으로 책을 펴내고 있는데 이는 여러 선의의 출판사들을 위해서라도 조치를 취할 예정이다.

출판업도 기업이다. 기업의 차원에서 마케팅 전략이라는 것이 절실하게 필요하다. 우리 출판업은 그 인식이 아직 미약한 것 같다. 나는 직원들에게 늘 말한다. 어떤 편견 없이 장사도 예술이라는 자신감하에 프로정신으로 일하고, 조병윤 장원 대표

### 아마추어들이 저지른 '작은 쿠데타' 신문활용의 매뉴얼 「신문소프트」

“이것은 쿠데타다.”

신문소프트는 이렇게 불리며 등장했다.

어디나 널브러져 있는 신문. 가끔은 길바다에 주저앉을 때 사용하는 엉덩이 깔개로, 때로는 짬뽕 먹고 그릇을 숨기는 덮개로, 한때는 칩간에서도 사용되었다던 화려한 용도를 가진

신문. 여기에 엄청난 정보량이 담겨 있음을 발견한 것은 기존 정보개념에 있어서 쿠데타였다. 요사이 신문은 200원의 정보전쟁이라는 표현이 오히려 무색해질 정도로 증경쟁이나 정보의 취합성, 신속성의 경쟁이 치열해지고 있다. 그러나 이러한 신문속에 웬만한 단행본과 맞먹는 정보가 담겨져 있다는 것을 깨닫는 독자는 그리 많지 않다. 신문을 읽고 자신의 정보로 활용할 수 있는 구체적인 방법을 제시한 것, 이것이 바로 신문소프트가 쿠데타라는 별명을 얻게 된 요체라고 본다.

책은 이렇게 만들어졌다. 각자의 영역에서 공부하고 일하던 7명의 사내들이 “만들어보자”고 모여 무려 8개월에 걸쳐 기획하였다. 이들은 경제학을 전공한 학교 선후배 사이라는 공통점만 있었을 뿐, 아무도 신문에 대해서 전공한 사람이 없었다. 원래 해당분야를 잘 모르는 사람이 앞뒤가리지 않고 무모하게 덤비는 법. 1년 동안 정리해온 신문을 일일이 자로 재고 내용을 분류하고 기사형태를 정리하였다. 또 이것들을 모아 조목조목 통계처리해서 도표로 만들었다. 완성된 원고는 3번이나 고쳐 썼고 짬뽕과 신문지라는 서문은 8번이나 고쳐 썼다. 책에 이름을 달아줄 때는 100개 이상의 후보를 놓고 열전을 벌였는데 막상 「신문소프트」라는 제목을 정해놓고서는 기획진 모두 책파는데 실패할 것이라고 생각했다. 제목이 기존 책들의 제목범위를 넘는다는 것 때문이었다. 그러나 우리는 이것을 과감히 채택하였다.

편집·디자인·홍보·영업 모두 지금까지 아무도 생각하지 못했던 창조적인 방법으로 해보자는 것이 도서출판 정보성 식구들의 공

통적인 생각이다. 그래서 아이디어가 항상 무궁무진하게 쏟아져 나온다. 이러한 탐구성도 쿠데타를 낳게 한 주요한 요인이 되고 있다.

한겨레신문에 신문소프트 광고가 나갈 때마다 전화를 받는다. “너무너무 재미있는데 누가 씁니까? 우리회사 것도 써 주실래요?” “정말로 그런 일이 있습니까?” “저는 신문소프트광고만 모은답니다. 이것만 모아서 책자로 만들 생각은 없습니까?” 항의도 온다. 시골에서 농사지으시는 한 할아버님이 우루과이라운드 때문에 고민하던 차에 신문소프트 광고를 보시게 되었다고 한다. 신문소프트에 그 내용이 있는 줄 알고 책을 사셨다고 했다. “읽어보니 맨 신문이야기 뿐이네유. 돈 물러줘유.” 고 답하는 전화도 온다. 영화공부를 이제 시작했다는 한 아가씨는 영화에 대한 정보를 어떻게 모아야 할 지 몰라서 난감했는데 신문소프트에 나오는 방법으로 신문을 정리했다 한다. 공부하는 데 도움이 많이 되어 친구들에게도 권한다고 한다.

책이 잘 팔리는 비결을 궁금해 하는 이들이 많다. 우리는 웃으면서 대답한다. 가장 열심히 일한다고 자부하는 이들이, 가장 파격적인 방법으로, 가장 멋지게 책을 만들기 때문이라고. 그리고 굳이 덧붙이자 하면 독자들이 좋아하는 책만을 만든다고 대답한다. 지금 「신문소프트」는 3개월만에 12쇄를 찍었다. 미래상품이라는 책도 새로 만들어서 세상에 내놓았다. 다른 정보서적들도 그 뒤를 기다리고 있다. 도서출판 정보성이 만든 책은 상식에 식상해져 있는 독자들에게 늘 쿠데타를 일으키며 다가갈 것이다. 김혜련 정보성 편집부

출판인쇄용지 공급전문

## (株)清原紙業

취급품목  
백상지·아트지·서적지  
종질지·신문용지·기타 특수지

출판에 필요한 양질의 종이를  
다량으로 구비, 신속하게 공급하고 있으며  
아울러 출판용지에 관한 상담도 해드립니다

서울특별시 마포구 용강동 494-14  
전화 : 704-0471~4  
FAX : 704-0474

## 出版企劃

〈번역·집필〉  
《全分野·全種別》

- 영·독·불·일·러시아어 번역
- 한·중 출판정보학회
- 한·중 번역저술학회
- 현대중국학술정보센터

代表 : 黃秉國

(前) 숙대교수·출판사 기획실장·중국학 전공)

서울 양천구 목동 Apt. 10단지 31동 앞  
전화 : 645-7052

다시 꾸미고 싶은  
표지디자인,  
〈미필적 고의〉에  
맡기십시오.

만족과 보람을  
되돌려 드리겠습니다.

디자인·전문·집단  
서울시 마포구 서교동 337-9  
한샘빌관 3층  
전화 325-5366(대)  
325-5363~5  
325-6484~5  
팩스 325-5362

## 출판제널

### 정기구독안내

10개월20호분·값18000원  
전화문의: 732-1431~3