

불황의 메커니즘이 낳은 기획부재의 한해

감각·상업적인 책들이 주류... 의욕적 기획 차단하기도

올 한해 출판계의 상황은 그야말로 출구가 보이지 않는 총체적 난국이었다. 불황의 여파는 출판기획에도 영향을 끼쳐, 예년과는 다른 몇가지 경향을 낳았다. 올해 출간된 책들의 경향은 단적으로 '경박단소(輕薄短小)'로 지칭된다.

'경박단소'로 요약되는 출판경향

무게가 있고 오래도록 두고 가치를 인정 받을 만한 책보다는 감각적이고 즉시적이며 단시일에 상업적인 이익을 노리는 책들이 주류를 이루고 있다.

그 첫번째 유형이 3S(섹스, 스캔들, 센세이션)를 표방한 책들이다. 유명 여배우의 누드집 같은 선정적인 것이 다시 등장하고, 시류에 편승한 정치소설이나 자서전들이 대거 쏟아졌다. 이밖에 스포츠신문의 가십거리로나 족할 이야기들로 독자들을 유혹하는 책도 적지 않게 나왔다.

출판사 나름으로는 틈새시장을 노린 책들로 주로 건강서나 외국어, 컴퓨터 등 실용서들이 다양화했다는 것도 두드러진 경향이다. 또 하나 빼놓을 수 없는 것은 이미 다른 분야에서 웬만큼 지명도를 가지고 있는 사람들의 자전 에세이가 많이 출간되었고 그것이 베스트셀러에 올랐다는 사실이다. 특히 주 고객층인 20-30대 초반의 여성독자를 겨냥한 에세이가 많아진 것이 중요한 특징이다.

한편, 올해 출판시장에서는 90년대 들어서 드물지않게 등장했던 밀리언셀러가 사라졌다는 사실도 주목해야 할 현상이다. 교보문고 조사과의 위성계 대리는 "책의 질이 낮은 대형 베스트셀러의 출현이 바람직한 양상인가는 논외로 하더라도 《토정비결》이나 《무궁화꽃이 피었습니다》와 같은 밀리언셀러가 우리 시장에 큰 활력을 준 것은 부인할 수 없다"고 밝힌다. 아울러 지난해의 《나의 문화유산 답사기》 같이 출판의 한 흐름을 형성할 정도의 새로운 기획이 선보이지 않은 점도 시장을 맥빠지게 하는 한 요소였다는 것. 한마디로 올해 출판시장에는 이른바 '물건'이 없었다는 얘기다.

올해 나온 책들이 보여주는 이러한 경향을 살펴보면 출판사들의 기획방향에 불황의 메커니즘이 속속들이 배어 있음을 알 수 있

불황이 출판사의 의욕적인

기획을 차단하기도 했지만

역으로 기획부재의 출판경향은

독자들을 책으로부터

등돌리게 해 불황을 가속화하는

결과를 초래했다는

지적이다. 불황과 기획부재의

상호작용의 고리를 끊기 위해서는

능동적인 출판의지를

회복하는 것이 최우선 과제다.

다. 사계절 출판기획부의 강윤재씨는 무엇보다 대부분의 출판사들이 책을 내는 횟수가 줄어들었음에 주목해야 한다고 지적한다. "출판계 전체적으로 자금회전이 잘 안되니까 자본력이 부족한 출판사로서는 당장 자금압박 때문에 책을 내는 횟수가 줄어들 수밖에 없다"는 것이다. 책을 내는 횟수가 줄어든 것은 그만큼 출판사의 기획이 다양화할 수 없다는 말이다.

불황의 메커니즘

가령, 한 출판사가 한달에 3종의 책을 펴냈다고 할 경우 '돈이 될 만한 것'과 '오래도록 읽힐 만한 것' 등 다양한 책을 낼 수 있겠지만, 한 권만 낸다고 했을 경우 어떤 책을 내겠느냐는 것이다. 출판도 사업이고 살아남아야 하니까 당연히 '돈이 될 만한 책'으로 귀결될 수밖에 없다. 그러나 그것이 성공하면 재투자가 가능하겠지만 우리의 시장상황이 또 그렇지 못하다. 악순환은 반복되고 결국 시장에는 '상업적 효과'를 노린 책만 남게 된다. 자본의 논리에 의해 '악서'가 '양서'를 구축한 결과다.

출판사의 기획 마인드가 위축된 것도 빼놓을 수 없다. 제작비는 상승하고 반품은 늘고 자금회전은 어렵다. 시장은 공급과잉 상태이고 수요는 한정돼 있으니 출판사들의 기획이 아무래도 공격적이기보다는 수세적일 수밖에 없다. 따라서 새로운 것을 기획하기보다는 안전한 것, 시장성이 어느 정도 예상되는 것으로 출판사들의 기획이 몰리는



불황의 여파로 출판계 기획도 위축됐다. 사진은 한 출판사의 기획회의 모습.

것은 당연한 일이다. 한 책이 잘 나간다면 우르르 몰려가 모방출판하는 우리 출판계의 관행도 여기서 비롯된 것이다.

기획분야의 전문인력 부재도 문제로 꼽힌다. 기대를 모으며 등장했던 기획위원제나 기획집단 등이 별다른 실효를 거두지 못하고 있으며, 기획파트를 따로 독립시켰던 출판사도 운영상의 문제로 기구를 축소, 편집부와 통합시킨 예가 비일비재하다.

한편, 그나마 기본 종수를 갖추고 있고 스테디셀러도 몇 권 갖추고 있어 사정이 좀 나을 것으로 생각되는 중견 출판사들의 역할부진을 올 출판계 기획부재의 요인으로 꼽는 사람도 적지 않다.

출판계 구조 조정의 계기될 듯

어차피 "하루 벌어 하루 사는" 영세한 출판사에 대형기획을 기대하는 것은 무리다. 그러나 사정이 좀 나은 대형출판사에서 장기적인 안목이 돋보이는 무게있는 기획으로 출판의 빈약함을 메우고 출판계 흐름을 선도해나가주기를 기대할 수밖에 없는 실정이다. 그러나 그런 예를 꼽기가 쉽지 않다. 기대를 모았던 출판사마저 지나치게 상업적으로 돌아선 것이 아닌가 하는 의구심마저 불러일으키게 해 안타까움을 샀다.

이에 대해 들녘 출판사의 장익순 기획실장은 "출판계 내부의 역량을 결집해서 불황을 적극적으로 타개해나갈 명실상부한 권위를 지닌 출판계 중진들의 노력이 아쉽다"고 말한다.

불황과 그 여파로 인한 기획부재의 현상에 대해 많은 출판인들은 "불황이라는 진흙밭에서 출판사들이 각개약진하면서 서로 다투며 제살을 파먹는 상황"이었다고 진단한다. 불황이 출판사의 의욕적인 기획을 차단하기도 했지만, 역으로 새로운 것이 없고 알팍한 데로만 흐른 출판경향은 독자들을 책으로부터 등돌리게 하거나 독서경향을 감각적이고 즉시적으로 길들여 불황을 가속화하는 결과를 초래했다는 것이다. 불황과 기획부재의 상호작용의 고리를 끊기 위해서는 출판사들이 불황이라는 상황에 끌려다닐 것이 아니라 이를 반전시킬 수 있는 주체적이고 능동적인 출판의지를 회복하는 것이 최우선이라는 게 일반적인 의견이다.

한길사의 김언호 사장은 "우리나라에서 출판을 하는 것이 애당초 힘든 일"이라고 전제하고, 불황이 공급과잉의 우리 출판계의 구조조정기로 작용하는 계기가 될 수도 있다고 강조한다.

출판계가 불황을 타개하기 위해서는 해결해야 할 과제가 한둘이 아니다. 그러나 기획의 측면에서 본다면, 출판사들이 문화를 선도하고 독자들의 독서경향을 이끌 만한 리더십을 갖추어야 한다는 원칙의 회복이야말로 불황극복을 위한 최선의 방법이다.

—박남정 기자