

행복을 건네주는 '작은 잡지' 소리 없는 바람

《샘터》·《좋은생각》·《작은이야기》 등 교양잡지 쏟아져

일반인들의 따뜻한 체험담을 담은 작은 잡지들이 이 겨울에 훈훈한 바람을 일으키고 있다. 손에 들고 다닐 수 있는 크기의 이 작은 잡지들은 생활 속의 작은 감동을 짧은 분량의 글에 담아 조금씩 나눠 읽을 수 있도록 만든 게 특징이다.

10여 종이 넘게 교양잡지가 성행

98년 현재 한국잡지협회(회장 허광수)에 등록된 교양지의 수는 모두 58권으로, 그 중 활발하게 발간되는 자그마한 판형의 교양잡지는 1970년 창간된 샘터사의 《샘터》를 비롯해 1991년 창간돼 90년대 교양잡지를 이끈 《좋은생각》(좋은생각사), 《리더스다이제스트》(리더스 다이제스트), 《삶과꿈》(삶과꿈) 등 모두 10여권 남짓이다. 하지만 최근 《마음을 열어주는 101가지 이야기》를 펴낸 이레출판사가 《작은이야기》를 창간하면서 교양잡지의 수는 점점 늘어가는 추세다.

1999년 1월호를 창간호로 내놓은 《작은이야기》는 《마음을 ...》의 주제를 그대로 월간지로 옮겼다. 이레출판사의 고석 사장은 “《마음을 ...》가 베스트셀러가 되는 시대 상황에 주목했다”며 “단행본과 동일하게 일화 중심의 감동적인 이야기를 통해 독자들에게 삶의 의미를 찾을 수 있도록 했다”고 밝혔다. 2월호의 필진을 보면, 서영은·안도현·구성애·김용택·장석남 등 문인들이 많은 비중을 차지했다. 하지만 일반인의 일화를 담은 ‘사랑의 씨앗들’, ‘희망의 씨앗들’ 등 짧은 이야기의 비중도 적지 않다. 원고지 10장을 넘지 않는 이들 글에 대한 독자들의 반응도 대단해 1월호는 10만부가 모두 소화됐다고 말한다.

최근에는 또 30년 가까운 전통을 가진 《샘터》가 혁신호를 내 화제가 됐다. 70년 창간된 《샘터》는 83년 가로쓰기 체제를 도입한 것외엔 큰 변화가 없었다가 이번에 그 틀을 크게 바꾼 것. 우선 국판에서 신국판으로 판형이 커졌고 디자인 역시 여백을 많이 두는 등 새로운 세대의 감각에 맞췄다. 그리고 무엇보다도 자꾸만 길어지던 글의 분량을 최근 추세에 맞게 줄인 데다가 도종환·정호승·김용택·신현림 등 젊은 필진들도 대거 확보했다. 샘터사의 김성구 상무는 “원래 《샘터》의 출발 자체가 근로청소년을 위한



90년대 이후 늘어난 작은 판형의 교양잡지들이 독자의 호응을 받고 있다.

짧은 글 위주의 교양지였다”며 “그간 《샘터》가 시대변화에 둔감하다는 얘기도 있었지만, 이번 혁신을 계기로 처음 창간할 때의 마음으로 돌아갈 수 있게 됐다”고 말한다. 워낙 많은 것이 바뀌어 70년대부터 《샘터》를 구독하던 연장자들은 낯설다는 반응도 있었지만, 대부분은 환영하는 분위기라고 한다.

감동을 담은 짧은 이야기

작은 잡지 붐이 일어난 것은 《좋은생각》이 널리 알려진 97년부터다. 《열린생각》(열린생각), 《좋은만남》(좋은미디어사), 《해피데이》(서울문화사) 등이 이즈음 창간되면서 작은 잡지의 숫자는 크게 늘었다. 이들 잡지는 독자들이 쉽게 공감할 만한 주제를 다룬다는 점에서 공통된 특징을 지닌다. 2월호를 보면, 《샘터》는 ‘순수, 아름다운 청춘의 비망록’을, 《좋은생각》은 ‘나의 두번째 사랑이야기’를, 《좋은만남》은 ‘이야기하고 싶은 이런 경험 저런 체험’을, 《해피데이》는 ‘내가 느낀 질투의 두 얼굴’을 특집으로 삼았다. 특집에는 대개 10장 안팎의 독자투고를 실는다. 주제가 이렇게 사람 사는 따뜻함을 지향하다 보니, IMF 경제한파가 찾아오면서 오히려 독자들이 부쩍 늘었다는 분석도 있다. 자신과 유사한 다른 사람의 경험을 통해 대리만족도 느끼고 자신의 삶도 되돌아본다는 말이다.

이는 유사한 성격의 단행본이 베스트셀러가 되는 현상과도 관련 있다. 실제로 교양잡지가 붐을 이루기 시작하던 1997년은 짤막한 이야기 중심으로 구성된 비소설이 베스트셀러에 오르던 때이기도 하다. 《작은이야

기》를 창간한 고석 사장은 “지난 해 프랑크푸르트 도서전에 갔다가 《마음을 ...》가 전세계 32개국에서 베스트셀러였다는 사실을 알게 되면서 월간지에 대한 확신을 가졌다”고 말한다. 즉 짧은 글을 통해 많은 것을 얻

으려는 독자들의 욕구는 전세계적인 추세라는 얘기가.

하지만 몇가지 문제점도 있다. 이들 작은 잡지들이 담고 있는 내용이 서로 비슷하다는 점. 제호를 제외하곤 타 잡지의 내용과 형식을 그대로 따라하는 잡지도 있다. 또 2월호만 해도 700시인이 3군데의 잡지에 글을 발표하는 등 필자들이 중복되는 경우도 많다. 이런 현상에 대해 한국잡지협회의 한 관계자는 “70년대 《샘터》가 교양잡지 붐을 일으켰을 때도 많은 유사 잡지가 창간됐지만 시간이 지나면서 자연스럽게 정리됐다”고 말한다.

교양잡지 붐은 지금 독자들이 어떤 형식과 내용의 책을 읽고 싶어하는지 가장 뚜렷하게 보여주는 하나의 지표다. 독자들은 자신이 ‘읽고 싶어하는’ 책을 사보기 때문이다. - 김연수 기자

90년대 작은 잡지의 선두주자 매달 20만부 이상 팔리는 《좋은생각》

90년대 후반 들어 작은 잡지가 부쩍 늘게 된 가장 큰 원인은 《좋은생각》의 성공 때문이었다는 게 일반적인 견해다. 현재 발행부수도 20만부를 웃도는 것으로 알려졌다. 창간 당시 대기업 홍보부에 있던 정용철 사장은 직장여성들이 책에 대한 욕구는 많지만, 시간은 부족하다는 사실을 알게 되면서 《좋은생각》을 창간하겠다고 결심했다. 모델은 바로 매일 성경의 일부분을 읽을 수 있게 만든 기독교 계열의 작은 잡지다. 이런 취지는 20여년 전 《샘터》가 창간될 때와 비슷하다. 즉 시간이 없는 근로자들에게 삶의 의미를 되찾아주는 짧은 글을 제공한다는 의도다.

하지만 처음에는 그다지 큰 호응이 없어 창간호인 1991년 1월호는 400권을 마스터 인쇄해 아는 사람들에게 겨우 나눠주는 정도였다. 처음 몇 년간은 매월 잡지를 출간하는데 주력해야 했다. 폭발적인 성장세를 나타내며 기존잡지들을 위협하기 시작한 것은 입소문이 널리 퍼진 96년에 이르러서다. 지



1991년 창간호.

금은 확고부동한 판매 1위. 독자들이 《좋은생각》을 선호하는 이유는 그 독특한 체제에 있다. 하루에 읽을거리를 2페이지 분량으로 구성해 한 달에 걸쳐 조금씩 읽게 했다. 읽을거리에는 발췌글, 독자투고, 금언, 생활상식 등과 함께 일기를 쓸 수 있는 자리를 만들었다. 그간 많은 유사지가 나왔음에도 이 분야에서 《좋은생각》이 독주하는 이유로 정 사장은 다른 후발 잡지들의 차별화 실패와 독자들의 보수성을 꼽는다. 독자적인 아이디어로 승부하지 못하고 비슷하게 만들면 다 같이 실패할 가능성이 높다는 것. 또 잡지들이 서로 엇비슷할 때, 독자들은 오래된 잡지를 선택한다는 것이다. <김연수>