

새로운 기법으로 인문출판의 활로 찾는다

비주얼화 · 연성화 · 국내 필자 발굴 등으로 시장규모 키워나가

인문학과 인문출판은 한 배에 탄 운명공동체다. 인문학의 위기가 인문출판의 소비를 현저히 줄이는 결과로 나타난 것이 이를 입증한다. 이같은 위기를 타파하기 위해 출판계가 기울이는 노력은 다양하다. 학제간 연구, 대중적 글쓰기, 비주얼화 등 새로운 기획으로 인문학계에 활력을 불어넣고 있는 것이다. 그러나 아직 낙관하기는 이르다. 시장확대의 가능성은 높아졌으나, 기획을 뒷받침할 수 있는 여건이 아직 성숙해 있지 않기 때문이다.

1990년대 들어 국내에서도 '인문학의 위기'와 관련한 논의가 활발하게 벌어졌다. 이 논의의 핵심은 두가지 측면에서 조명됐다. 하나는 1970년대 이래 세계 자본주의가 복지국가의 틀을 깨고 철저하게 경쟁에 기초한 신자유주의로 전환한 여파가 IMF를 계기로 국내 인문학계에도 몰아쳤다는 점이고, 다른 하나는 디지털문화 확산으로 사회 전반의 지식·정보 의존도가 높아지면서 기존 인문학적 방법론으로는 이를 포괄할 수 없게 됐다는 점이다.

마케팅 기법 도입으로 독자에게 다가서

출판과 관련하면 전자는 인문출판 생산의 위기고 후자는 소비의 위기다. 이처럼 출판계와 학계는 긴밀하게 연결됐기 때문에 서로의 위기감을 강 건너 불구경으로 여길 수 없었다. 기초학문에 대한 경시, 인문학의 실용화, 각 영역 안의 고립된 연구 등 인문학의 위기를 형성하는 여러 문제들은 인문출판의 송통을 조이고 이는 다시 인문학 연구성과를 담은 출판행위를 원초적으로 봉쇄하는 악순환을 낳기 때문이다.

인문학의 위기가 출판에 가장 먼저 미친 영향은 인문출판의 소비가 현저하게 줄었다는 점이다. 수강인원 부족으로 과목이 폐강당하는 철학과 교수가 회한에 차 학생들로 가득했던 1980년

대 대학 강의실을 떠올리는 것처럼 출판계 역시 사회과학 전성기였던 80년대를 기억한다.

“이념의 시대가 사라지는 것과 동시에 영상세대가 등장했죠. 예전 같은 방식의 인문학서가 설 자리는 사라진 셈이죠. 또 도서관 등 출판하부구조가 우리에게 없다는 점은 치명적입니다. 인문출판의 위기는 생존의 차원에서 얘기돼야 할 정도입니다.”

신생출판사 끌리오의 박재환 사장은 인문출판이 놓인 현단계를 이렇게 분석하면서 소비감소의 한 원인으로 출판계가 젊은 독자의 변화를 제대로 읽어내지 못한 점을 지적했다. 굳이 마케팅의 설명을 빌어오지 않더라도 독자들이 인문출판에 원하는 방향이 예전과 많이 달라진 것은 사실이다. 독자들은 자신들의 관심사에 맞는 내용을 좀더 다양한 화보와 함께 친절하게 설명하는 책을 원한다.

“1995년 <그레이트북스> 시리즈를 펴내면서 인문서에 대한 독자들의 취향이 점차 비주얼쪽으로 움직인다는 사실을 깨달았습니다. 예컨대 전기시리즈인 <로로로총서>는 쉽게 읽을 수 있는 책이 아닙니다. 그래서 우리는 의도적으로 화보를 16면 이상 첨부하고 표지를 화려하게 만들어 젊은 세대들에게 접근하려고 노력했습니다.”

한길사 기획실 이승우씨는 자사의 인문학서

가 화려해진 이면을 이렇게 설명한다. 물론 그렇다고 해서 수요가 급격하게 늘어난 것은 아니다. 장기적인 안목에서 젊은 세대의 수요를 창출하기 위한 교육정책이다. 이런 인식 하에 인문출판에도 마케팅이 도입됐다. 하지만 마케팅 기법이 도입돼 90년대 후반 인문출판이 비주얼화·연성화되자, 인문학의 위기를 빙자한 상업주의가 아니냐는 비판도 제기됐다.

“물론 인문출판에 마케팅을 도입하는 일에는 일장일단이 있다고 봅니다. 하지만 중요한 것은 속알맹이라는 사실을 잊어서는 안됩니다. 현재 우리 사회를 이해하는데 반드시 필요한 인문학적 지식을 담아낸다면, 그 형식이야 별 문제가 안되겠죠. 오히려 독자들에게 친숙한 형식이라면 환영해야 할 것입니다.”

새물결 조형준 기획실장은 출판계가 디지털 사회의 특성에 민감한 독자들의 변화를 인정하는 바탕 위에서 그들의 관심사를 인문학적 틀로 담아내야 한다고 주장한다.

학제간 연구, 대중적 글쓰기 등 변화 일어

위기의 대안으로 학제처럼 출판계도 학제간 연구, 대중적 글쓰기, 우리 시각의 연구 등을 내세우는 것은 이상적이다. 이는 인문출판이 번역서 위주에서 국내 학자의 저서 위주로 점차 바뀌어가고 있다는 사실에서도 입증된다.

푸른숲은 부르크하르트의 《이탈리아 르네상스의 문화》을 펴낸 뒤부터 인문출판에 자신감을 얻고 국내필자로 눈을 돌리고 있다. 푸른숲 기획팀이 전력투구한 결과 재출간, 비싼 가격, 방대한 분량 등 다양한 악조건에도 불구하고 이 책은 5천부의 판매고를 올렸다. 이 책을 통해 푸른숲은 기획이 완벽하게 따라줄 경우, 국내 학자의 저서도 충분히 승산이 있다는 결론에 도달했다. 물론

출판사의 기획력을 높이는 방법도
인문출판의 위기를 극복하는 중요한 활동이다.
사진은 한 출판사의 기획회의 모습.



이 승산은 학제간 연구 등 인문학의 위기를 돌파하려는 학계의 노력과 함께 진행돼야 함은 물론이다.

하지만 번역서에서 얻은 자신감이 곧바로 국내 학자의 책으로 이어질지는 아직 미지수다. 1999년이 시작되자마자 《시간의 종말》을, 3·1절을 맞아 《난징대학살》을 펴내는 등 ‘적절한 타이밍’으로 인문출판에 접근했던 끌리오지만, 아직까지 국내 학자의 책은 엄두도 못낸다. 국내 학자의 경우, 장기간에 걸친 기획과 협의 과정을 거쳐야 하기 때문이다.

푸른숲이나 한길사처럼 상대적으로 큰 출판사라고 해도 아직까지 국내 학자의 연구서를 내는 일이 만만치는 않다. 한길사의 국내 인문학 시리즈인 <신인문총서>의 경우, 이삼성 교수의 《20세기의 문명과 야만》을 제외하곤 판매부수가 겨우 1~2천부에 불과하다. 그럼에도 많은 출판사들이 인문출판의 궁극적인 지향점을 국내 학자의 저서로 잡는 까닭은 인문출판이 지금 우리의 문제를 다뤄야 한다는 독자들의 요구를 더 이상 외면할 수 없기 때문이다.

소장학자들이 인문학의 위기에 대해 느끼는 문제의식과 출판사가 파악한 독자들의 변화가 비슷하게 전개된다는 점에서 인문출판의 새로운 가능성이 엿보이지만 문제점도 있다. 90년대 중반부터 변화하기 시작한 인문출판이 현재 부닥친 가장 큰 벽은 우리의 문제를 우리 시각에서 쉽게 풀어주는 국내 필자의 확보다. 이는 곧 인문학 생산의 문제다. 인문출판의 관심이 판매에만 마케팅을 적용하던 일에서 생산에까지 확장된다는 뜻이다.

“학술회의장이나 연구 발표회장 등을 다니며 끊임없이 필자를 발굴합니다. 가능성이 있다면 오랜 기간 대화를 나누며 출판사와 학자가 서로 공감할 수 있는 주제를 세밀하게 찾아냅니다. 이런 과정을 통해 학문적 질도 유지하며 독자가 원하는 내용도 담아낸 인문서를 출판하지요.”

기획을 담당한 출판사와 집필을 담당한 저자의 주장이 적절하게 뒤섞일 수 있는 필자를 찾는다는 푸른숲 선완규 인문사회과학 팀장의 주장에 한길사 이승우씨도 동의한다.

“필자를 찾게 되면 가장 잘 쓸 수 있는 분야를 택하라고 권합니다. 간혹 독자가 읽기에 너무 어렵다고 생각하면 고쳐 써달라고 부

탁하죠.”

기획이 따르는 글쓰기가 필요한 까닭에 출판사들이 눈독을 들이는 학자들은 대개 30~40대 소장학자들이다. 그들은 실제 글쓰기에서 많은 가능성을 보여준데다 주제와 글쓰기 방식에 대한 출판사의 요구를 쉽게 납득하는 편이다. 인문학에 대한 소장학자들의 위기의식과 독자변화에 따른 인문출판의 위기의식이 적절히 어울리면서 최근 들어 국내학자의 인문출판은 논문 중심에서 다양한 주제 중심으로 풍부해지고 있다.

공과는 고려해야겠지만, 최근 출간된 김용옥의 《노자와 21세기》나 작년 큰 호응을 받았던 김정일의 《공자가 죽어야 나라가 산다》의 성공이 출판계에서 주목받는 까닭도 여기에 있다. 우리 시각을 갖추고 다양한 학문분야의 논의를 끌어들이며 평이하게 논리를 전개한다면, 우리 인문출판의 가능성도 크다는 사실을 입증했기 때문이다.

출판계의 지속적 노력 필요

이런 까닭에 어려움은 있지만, 인문학의 위기가 오히려 출판계로서는 기회가 될 수도 있다. 새물결의 조형준 실장은 세대간의 문화적 단절을, 통합학문으로서 인문학의 입지가 좁아지게 된 한 원인으로 꼽는다. 그러나 조실장은 역설적으로 바로 이같은 차이에서 인문학적 대화를 나눠야 할 필요성이 나온다고 주장한다.

“급격한 사회변화가 단절을 낳았죠. 하지만 세대간에 서로 등을 돌릴 게 아니라, 서로의 문제에 대해 적극적으로 발언해야 합니다. 서로의 세계를 이해하기 위해 인문학의 틀이 필요한 것은 당연합니다. 인문학의 위기라는 아우성이 때로는 한가하게 들릴 수도 있는 까닭은 현재 우리가 겪는 엄청난 변화를 설명할 방법은 인문학밖에 없기 때문입니다.”

출판계가 인문학의 위기를 유행하는 담론으로만 여길 게 아니라 그 원인을 깊이 있게 분석한 뒤 그 틈새와 가능성을 탐색해야 할 필요성이 여기에 있다. 사회가 더 많이 변할수록 더 많은 인문학적 설명이 나와야 한다. 이것이 바로 학계와 문제의식을 공유한 출판계가 인문학의 위기에 대응하는 방식이다. - 김연수 기자