

‘백가쟁명 시대’ 돌입한 영어학습서 출판

영어학습서 시장 커지면서 단행본 출판사들 경쟁적으로 뛰어들어 ...
교양적 성격의 어학 실용서 개발에 초점 맞춰

한동안 어학전문 출판사들의 전유물로 인식됐던 영어시장에 단행본 출판사들이 경쟁적으로 뛰어들고 있다. 기존의 영어 학습법을 강도 높게 비판한 일련의 영어 학습서들은 이미 독자들의 폭발적인 지지를 받은 상태. 인터넷시대를 맞이해 영어시장이 더욱 확대될 것으로 예측되는 가운데 후발 출판사들이 새로운 기획으로 선발 출판사들을 위협하고 있다.

단행본 영어 학습서 시장이 ‘춘추전국시대’로 접어들었다. 출판사들이 속속 영어 시장에 뛰어들어 ‘백가쟁명’을 방불케 한다. 10여년 전만 해도 외국어 학습서는 어학 전문 출판사들의 전유물이었다. 단행본 출판사에게 어학 시장은 커다란 벽이나 다름 없었다. 수십개의 테이프가 포함된 전질로 승부를 보던 시절이라 초기 투자비용이 만만찮았기 때문이다.

단행본 영어 학습서시대 연 디자인하우스

단행본 영어 학습서 출판의 선발주자로는 디자인하우스·에디터·도솔을 꼽을 수 있다. 이들은 독특한 컬러를 지닌 ‘간판스타’를 보유하고 있다. 그래서 세곳은 공히 영어책 출판사라는 이미지를 갖고 있다. ‘부업’으로 시작한 영어 학습서 출판이 어느새 ‘본업’이 돼버린 것이다.

《꼬리에 꼬리를 무는 영어》(한호림)의 디자인하우스는 단행본 영어책 시대의 서막을 연 장본인이다. 전문잡지 《디자인》과 생활잡지 《행복이 가득한 집》의 발간과 비소설류 출판이 본업인데, 영어 교재 출판사로 여겨지는 것이 당혹스럽기도 하다. “영어책 출판사냐고 따지는 독자들이 있다. 영어책은 1년에 한두권만 내라고 혼수를 두는 독자도 있다.” 편집부 이영미 과장의 말이다. 사실, 《꼬리에 꼬리를 무는 한자》(한호림)를 포함한 실용어학서가 디자인하우스 목록에서 차

지하는 비중은 크지 않다. 또 다른 축인 아동 관련서와 여성 교양서의 비중이 훨씬 크다. 하지만 매출면에서는 실용어학서가 월등히 앞선다.

《꼬꼬무》 시리즈로 대표되는 디자인하우스의 영어책은 편집이 강점이다. 아울러 읽는 재미를 주는데 신경을 쓴다. 정보만 전달하는 단순한 학습서는 지양하고, 가벼운 내용도 사절이다. 사정이 이렇다보니 디자인하우스를 통해 영어책을 내는 일은 여간 까다롭지 않다. 이곳에서 실용어학서를 낸 저자는 다섯 사람에게 불과하다.

1만명선의 고정 독자 또한 디자인하우스 실용어학서의 든든한 원군이다. 고정팬들은 책이 나오면 무조건 구입한다. 출판사는 이들을 위해 영어 학습 사이트 윈글리시(winglish)에 연계된 칼럼을 책으로 묶을 계획이다. 이 책은 올 하반기 출간을 목표로 작업이 진행 중이다.

“우연한 성공은 없다”

에디터는 <영어의 바다> 시리즈의 기세를 이어갈 후속편을 준비하고 있다. 《영문독해》(가제)는 성인 대상 영어 학습서로 실력 배양을 도모하는 책이다. 지은이는 미국 펜실바니아대 부속고등학교 수사학 담당교사인 양규철씨다.

에디터 역시 창업 초기에는 영어와 무관했다. 세계사를 바꾼 인물이야기와 《제3제국의 흥망》(전4권) 같은 무게있는 책들을 펴냈다. 그렇지만

하광호씨의 <영어의 바다> 시리즈를 계기로 실용서 출판으로 방향을 바꿨다. 지금까지 펴낸 영어 학습서는 모두 10종인데, 이 중 하광호씨의 책이 7종이다. 에디터는 영어 단행본 외에 건강서적에도 관심을 기울이고 있다.

도솔은 ‘시원’으로 회귀한 경우다. 도솔은 영어 원서의 리프린트 출판부터 시작했다. 저작권 강화로 일감이 없어지자 단행본 출판에 뛰어들었다. 처음에는 자연과학과 인문 교양서에 치중했는데, <두번만 읽으면 끝나는> 시리즈의 성공을 기회로 펴낸 어학 서적이 15종에 이른다. 역시 ‘간판스타’ 배진용씨의 책이 절반을 넘는다.

<두번만 읽으면 끝나는> 시리즈의 성공은 우연히 이뤄진 것이 아니다. 배진용씨의 《영어회화 삼국지》와 《Jr. 영어공부 삼국지》가 거둔 ‘절반의 성공’과 시행착오가 밑거름이 됐다. 도솔의 영어책은 재미를 추구한다. 아울러 실생활에서 널리 쓰이는 실용어휘 습득에 초점을 맞춘다. 활자매체의 장점을 십분 살리면서 영어에 대한 직관력을 키워주는 후속편을 기획 중이다.

영어 학습서에서 자신감을 얻은 도솔은 출판 영역의 확대를 꾀하고 있다. 경영 체제서 출간에 힘을 기울이는 한편, 올해는 명상서적을 여러 권 펴낼 계획이다. 바야흐로 출판사의 이름값을 찾는 셈이다. 도솔은 ‘도솔천’에서 따온 이름이다.

후발주자들의 열기도 뜨거워

해냄·현암사·열린책들·사회평론 등은 후발주자다. 허나 열의만은 선발주자에 뒤지지 않는다. 해냄은 지난해 11월 펴낸 《영어공부혁명》(정철)의 호조에 고무돼 있다. 정해중 주장은 “타이밍이 잘 맞아 반응이 의외로 좋았다. 덕분에 종합출판의 한 갈래로 시작한 영어 단행본이 탄력을 받고 있다”고 말했다.



단행본 출판사들의 잇따른 참여로 영어 학습서 시장이 뜨겁다. 중급수준의 책을 먼저 개발하는 쪽이 유리한 국면을 맞이할 것이라는 게 출판계의 중론이다. 사진은 대형서점의 영어 단행본 학습서 진열대.

《형진이와 함께 떠나는 만원짜리 어학연수》(문형진)와 《성공을 클릭하는 신정원의 e-잉글리쉬》(신정원)가 탄력을 받아 출간된 책이다. 민병철씨의 《한글로 배우는 영어》(가제)도 준비 중이다. 정주간은 “학습서보다는 단행본 쪽으로 접근한다. 교양적 성격의 어학 실용서 개발에 초점을 맞춘다”고 기획방향을 밝혔다.

러시아문학 전문출판사로 잘 알려진 열린책들도 영어 단행본 출판에 뛰어 들었다. 이영수씨의 《문화를 알면 영어가 쉽다》와 《아다르고 어더른 영어》를 냈으나, 아직 ‘맛보기’ 단계다. 고단샤의 <파워 잉글리쉬> 시리즈의 한국어판을 펴내며 본격적인 시장 공략에 나선다. 이 시리즈는 지난해 일본에서 선풍적인 인기를 모았다. 일본인이 자주 범하는 실수를 중심으로 요령있는 영어 학습법을 전수하는 내용이다.

김영준 편집장은 “10년 전만 해도 단행본 영어 학습서 시장은 없었다. 좋은 시장이 생겼으니 참여하는 것은 당연하다. 준비를 많이 했으며 꾸준히 책을 낼 생각”이라고 말했다.

현암사는 영어 단행본 시장에 진작에 들어와 있었다. 안정효씨의 《가짜 영어 사전》에 앞서 박광희씨의 《영어병 10가지》(1994)를 냈다. 현암사의 영어 관련서는 새로운 학습법을 추구하는 것이 특징이다. 기존 영어공부 방법으로는 차라리 하지 않는 게 낫다는 메시지를 담았다.

형난옥 주간은 기회가 닿는대로 영어책을 낼 계획을 펴 력한다. “종합출판을 지향하는 출판사로서 어떤 분야도 도 의시할 수 없다. 영어학습의 문제점을 지적한 책의 발간을 통해 영어 학습문화를 바꾸고 싶다”고 말했다.

한편, 사계절은 1998년 12월 《영어의 패러다임을 바꿔라》(오세웅)와 《오세웅의 마인드맵으로 영어잡기》를 냈지

만, 영어단행본시장에서 발을 빼기로 했다. 박찬수 제작팀장은 “영어책은 손이 많이 간다. 영어에 쏟을 힘을 인문분야에 집중하기로 했다”고 이유를 밝혔다.

실용서적 잘 만드는 출판사도 가세해

경제·경영서 분야에서 강점을 보인 출판사들의 참여도 잇따르고 있다. 《영어단어 한개도 외우지 마라》(유소영)는 명진출판의 출사표다. 안소연 대표는 “시장이 확대돼 단행본적인 마인드로 충분히 승부를 낼 수 있다. 초급에서 중급으로 가는 징검다리 역할을 하는 책을 개발하겠다”며 의욕을 보였다.

<네오퀘스트> 시리즈에 주력하고 있는 김영사는 이 시리즈의 후속편과 새로운 아이템을 동시에 준비하고 있다. 《존의 일기》(가제)는 네오퀘스트 여섯째권으로 하루의 일상을 영어로 구성해 생활영어를 습득케 한다. 영한대역 시리즈로 《영어로 읽는 중국고전》(가제)을 6월에 출간할 예정이고, 어린이를 위한 영어책도 펴낼 계획이다. 도서출판 넥서스도 영어 단행본을 활발히 펴내고 있다.

단행본 출판사가 영어 학습서 시장에 속속 뛰어드는 까닭은 한마디로 장사가 되기 때문이다. 요즘 웬만한 인문·사회과학 서적은 초판을 소화하기가 버겁지만, 영어책은 잘 팔린다. 게다가 예전처럼 많은 자본을 투여하지 않아도 된다. 한권만으로도 승부를 걸 수 있기 때문이다.

그렇다고 모두가 풍성한 수확을 거둬들이는 것은 아니다. 성공 사례가 두드러져서 그렇지 실패하는 경우가 더 많다. 실패 요인으로는 안이한 자세가 지적된다. 도술의 최정환 대표는 “쉽게 생각하는 것이 가장 큰 문제다. 그냥 내면 되는 줄 안다. 기존의 학습서 방식을 어떻게 탈피하느냐가 관건”이라고 지적했다.

또, 초급수준에 맞춘 책이 대부분이기 때문에 중급수준의 책을 개발하는 쪽이 주도권을 쥌 것이라는 게 출판사 관계자들의 공통된 의견이다.

영어 학습서 시장에 진입하는 단행본 출판사들의 숫자는 계속 늘어날 전망이다. “인터넷 시대로 진입하면서 일반인들이 영어의 중요성을 뼈저리게 느끼고 있다.” 한국출판마케팅연구소 한미화 실장의 진단이다. 한실장은 “영어 학습서 시장은 열려 있다. 사람은 한번 새로운 습관을 들이면 옛날로 돌아가기 어렵다. 영어에 대한 압박감이 엄존하는 한 학습 교재와 차별화된 별도의 시장이 지속될 것”으로 내다봤다. — 최성일 기자