

고령이나 약시(弱視)인 독자들을 위해 활자의 크기를 키우는 등 가독성을 높여 보기 쉽고 읽기 편하도록 만든 책이 대활자본(大活字本, large print edition)이다. 급속한 고령화와 복지사회화의 물결 속에서 선진국 출판계에서는 대활자본이 이미 적지 않은 비중을 차지하고 있다. 대활자본은 현재까지 미국에서 약 2만 4천종, 일본에서 1,221종 정도가 출판됐다. 일본 대활자본의 상징적 존재인 (주)대활자(대표 市橋正光, www.daikatsuji.co.jp)의 창립 5주년을 계기로 이를 살펴보자.

일본은 현재 50세 이상 인구가 39%, 2010년이 되면 65세 이상 인구만도 22%에 이를 것으로 보이는 세계 최고의 고령국이다. 또한 약시 인구도 20만명, 준약시 인구도 1백만명 이상이다. 이런 환경에서 일본은

최근 몇 년 사이 베스트셀러 소설, 지도, 문고, 사전 등을 중심으로 대활자본을 매우 활발하게 출판하고 있다. 활자 크기를 키우는 만큼 페이지수가 늘어나 가격이 비싸지게 마련이지만, 대활자본의 활성화 추세는 고령화사회가 성숙할수록 더욱 두드러질 전망이다.

고령층과 약시자를 위한 대활자본 반응 좋아

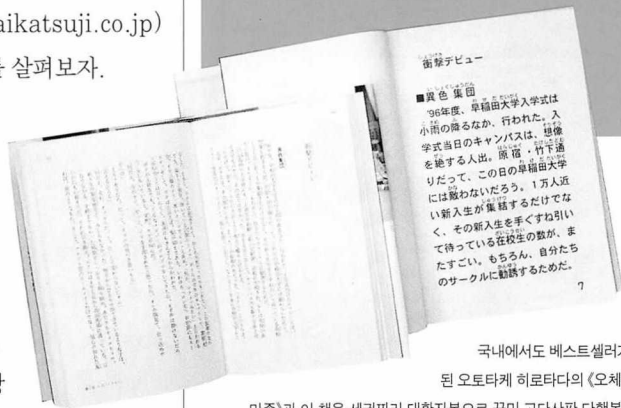
지도 분야의 선구자인 인문사는 1999년 말 《큰 활자 지도로 도쿄를 산책하자》(1/7000 축척)를 문고판보다 약간 큰 판형인 신서판(新書版)으로 발행해 1년간 20만부 이상 판매함으로써, 비슷한 지도책들에 비해 5배 정도의 판매고를 기록했다. 그후 쇼분샤(昭文社)의 《대활자 수도권 도로지도》 등 지도책의 대활자본 분야에 지도 전문출판사들이 참여하면서 일반 지도와 여행 가이드북이 속속 간행되고 있다.

문고 분야에서는 <이와나미(岩波) 문고>를 페이지 그대로 1.2배 확대한 <와이드판 이와나미 문고>가 대표적이다. <고단샤(講談社) 문고> <분춘(文春) 문고> <신초(新潮) 문고> 등 다른 문고본 시리즈에서도 이런 경향은 확대되고 있다. 또 대형 출판사들의 주니어용

주류시장으로 부상하는 일본의 대활자본 출판

고령층과 약시자 위한 잠재시장 개척해

백원근 | 한국출판연구소 선임연구원



국내에서도 베스트셀러가 된 오토타케 히로타다의 《오체불만족》과 이 책을 세권짜리 대활자본으로 꾸민 고단샤판 단행본.

신서판 시리즈는 이와나미(1979년 창간), 고단샤(2000년 창간), 치쿠마쇼보(筑摩書房, 1987년 창간) 등 본래 고교생 정도를 독자층으로 설정해 약간 큰 활자를 사용하는데, 뜻밖에도 40대 이상 중장년층이 주 독자층으로 자리잡고 있다. 외국어 사전 분야에서 권위가 있는 산세이도(三省堂)는 지난 3월 <대활자 사전> 시리즈 6종을 출판하기도 했다.

잠재수요 개발 방안으로 주목할 만해

한편, 지난 2월 (주)대활자에서 발행한 컴퓨터 입문서 《눈이 불편한 사람을 위한 컴퓨터 길라잡이》는 활자의 사방 크기가 7밀리미터(22포인트)나 되는 눈깔사탕 만한 본문체인데, 약시자인 저자의 체험을 그대로 살려 편집됐다. 5천부 이상 판매되고 있는 이 책은 약시자보다는 오히려 고령자들에게 호평받고 있다고 한다. 대활자본 전문의 (주)대활자사는 지난 8월로 창업 5주년을 맞이한 일본 대활자본의 상징적 출판사이다. 작고한 창업자 이치하시 마사하루(市橋正晴)는 오랫동안 도서관에 근무했던 약시자로서 1970년대 이래 신체장애인 등의 '독서권'(讀書權) 확보운동으로 유명한 인물이기도 하다. 현재까지 <대

활자문고> 시리즈 24종을 비롯해, 스테디셀러·베스트셀러 소설, 점역(點譯) 가이드북 등 총 44종을 출판했다.

이 출판사의 특징은 약시자를 주 독자층으로 설정해 22포인트 크기의 굵은 고딕체를 표준으로 본문을 제작하는 데 있으며, 양보다는 질을 우선시해 정성들여 제작한 전체 도서를 100개의 특약서점 등을 이용해 서점 판매(복지 코너) 위주로 각종 복지시설과 도서관 등에 납품한다. 이 회사의 노력에 힘입어 전국 공공도서관의 절반 가까이에 '대활자본 코너'가 만들어지기도 했다. 주문형 출판 체제도 지난 4월부터 운영중이다. 서체, 활자 크기, 조판형태, 용지, 장정까지 독자가 자유롭게 선택해 주문할 수 있는 시스템이다. 이에 비해 사회복지법인 '사이타마 복지회'는 연평균 30종의 고령자용 대활자본(14포인트)을 도서관 상대로 세트판매한다. 1980년부터 현재까지 총 730종의 도서를 종당 5백부씩 한정판으로 발행해왔다.

우리나라에는 몇 종의 종교도서를 제외하면, 아직까지 대활자본이 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 고령화사회를 맞이해 잠재수요와 부가가치가 갈수록 커지고 있는 대활자본의 세계. 디지털 시대 출판의 화두이기도 한 동일 콘텐츠의 다중활용(원소스 멀티유스 출판)이나 복지사회, 삶의 질 향상에 기여하는 측면에서 출판계의 적극적인 관심이 요구된다. 틈새시장은 잠재수요를 발굴해 나가는 출판계의 역량과 직결되기 때문이다. ■