

〈출판저널〉이 2월호 특집으로 ‘청소년 출판’을 진행하면서 다시 확인한 것은 1318로 대표되는 청소년 세대를 위한 출판 아이콘이 절대적으로 부족하다는 점이다. 그럼에도 불구하고 여러 방향에서 감지되고 있는 기류는 ‘희망’ 쪽에 가깝다. 그 중의 하나는 대안교육 시스템이 사회 곳곳에서 실험중이거나 실험성공 리포트를 내고 있기 때문이고, 또 다른 하나는 출판계가 청소년을 타겟으로 한 출판에 ‘시장성이 있다’고 인정한 흐름이 발견되고 있기 때문이다.

지식산업의 싹틔줄로 얘기되는 출판은 시장경제 측면에서는 엄연한 제조업의 한 갈래에 속한다. 이익을 향해 기계를 돌리는 것이 제조업의 속성이라는 점을 감안한다면 손실을 감수하고서라도 기계를 돌리라고 주문할 자격은 누구에게도 없다는 명제가 여기에서 성립한다. 출판산업이 사회회원 내지 복지사업이 아닌 까닭도 여기에 있으며, 재단법인이 아닌 까닭도 여기에 있다. 그러므로, 청소년 출판이 활성화하려면 가장 중요한 것은 시장성이고, 시장이 형성될 수 있는 방향으로의 교육환경 변화라고 할 수 있다. 이를테면 아동출판물 시장이 급성장할 수 있었던 배경에 ‘자식에 대한 투자가 최고’이며, 그 투자를 실현가능하게 했던 수입이 창출됐던 것처럼 청소년기에 책을 많이 읽는 것이 일석이조라는 지적 공감대가 형성돼야 한다는 것이다. 기자가 판단하건대, 지금은 그런 인식의 싹이 트는 시기이다. 디지털과 아날로그의 진수를 맞볼 만큼 맞보았고, 국내적으로는 국제적으로든 가치관의 시소 게임이라는 것이 부화와 무관할 수 없다는 것이 입증됐기 때문에 누구나 다, 다중 앞에서는 진실한 인간을 외치지만 돌아서서는 ‘똑똑한 내 자식, 왕따 당하지 않고 밥 굶지 않을 내 자식’을 만드는 것을 살아 생전의 목표완수로 여기는 시대가 된 탓이다.

여기, 청소년 출판을 화두로 내 건 두 권의 책이 있다. 한 권은 한국출판마케팅연구소가 북페덱 시리즈 세 번째로 낸 〈청소

년출판〉이고 또 한 권은 한국출판인회의(회장 홍지웅)가 낸 〈청소년 교양도서 목록〉이다. 두 책의 가치는 서로 다른 방향에서 청소년을 위한 책의 방향을 진지하게 모색했다는 데 있는데, 전자는 청소년 책을 위한 담론을 모색했다는 점에서, 후자는 그 구체적인 텍스트 목록을 제공함으로써 청소년들에게 실질적인 가이드 역할을 하는 것이다. 이쯤 되면 청소년들이 ‘읽을 책이 마땅찮다’고 둘러대기도 뭇할 수밖에 없다.

기자는 이쯤에서 한 가지 짚고 넘어가고자 한다. 〈청소년 교양도서 목록〉은 책의 목록이 훌륭하기는 하지만 한국출판인회의 회원사에서 나온 책만 목록에 올림으로써 목록으로서의 가치를 떨어뜨린 측면이 있다. 더구나 이 책은 국민체육진흥공단으로부터 제작비를 지원받았다고 밝히고 있거니와 이런 대목 때문에라도 회원사 비회원사를 구별하지 않고 청소년을 위한 목록을 만들었어야 하지 않느냐는 질문을 가능하게 하는 것이다. 대한출판문화협회 역시 한국출판인회의와 마찬가지로 사단법인체이므로 마땅히 회원사의 이익을 창출하는데 역점을 두고 사업을 펼치는 것은 태생적으로 큰 모순이 없다. 그러나, 출판문화단체는 여타 분야의 사단법인체와 그 성격을 달리하는 데다 공익적 자금을 지원받는 경우는 그 자금의 출처가 국민의 세금에 기반한다는 점에서 더욱 그렇다. 한국출판마케팅연구소의 북페덱이 유가치인 데 반해 〈청소년 교양도서 목록〉은 무가치 아니냐는 반문이 있을 수 있으나 한국출판마케팅연구소는 이 책을 내는 데 있어 어떤 공익자금을 받지 않았다는 점에서 〈청소년 교양도서 목록〉의 경우와 다르다. 게다가 자칫하면 청소년 독자, 혹은 청소년에게 책을 사주는 사람들의 입장에서 볼 때 〈청소년 교양도서 목록〉이 이 나라의 대표적 청소년 도서 목록으로 여길 수 있는 가치판단의 오류를 낳을 수 있다는 것도 문제다.

〈청소년 교양도서 목록〉과 북페덱 시리즈를 펴낸 두 발행처에 격려를 보내면서 출판인들이 청소년 독서환경 개선을 위해 보다 거시적인 안목과 지혜를 발휘해 주기 바란다. 그런 시각이 전제될 때 청소년 도서 시장의 단순한 출판 장터에 머물지 않고 문화산업의 동력을 유지하면서 청소년들에게 정신적 닻이 될 수 있는 마당이 될 것이다. **유주**

임동헌 · 본지 주간

기자의 눈

청소년 출판 시장은 일반 장터가 아니다

