



# 가브리엘 노프

러시아 도서평론지 <출판비평> 가브리엘노프 편집장

“우린 가장 나쁜 책도 선정, 공개한다”



매주 5만 부를 발행하면서 변혁기 러시아 출판시장을 리드해 가는 서평지 <크니쥬노에 아바즈렌니에>(출판비평).

출판연구자들의 모임 범우출판포럼은 지난 8월 러시아출판계를 방문하고, 모스크바화상출판대학에서 '2004한국-러시아출판학술세미나'를 개최해 양국 출판계에 대한 이해를 돕고 상호교류를 모색했다. 지난호의 러시아출판계 르포에 이어 러시아출판계를 변화시키는 출판평론가 인터뷰를 실는다.

한국에 <출판저널>이 있듯이 러시아에도 도서출판 평론지가 있다. 그 중에서도 우리가 방문한 <출판비평>은 1966년 창간된 러시아 최초의 서평신문(주간)이다. 현재 러시아에서는 신간이 나와도 우리와 같이 일간지에 책 광고를 하지 않기 때문에 독자들이 신간 정보를 얻을 수 있는 매체는 <출판비평>과 같은 서평지가 독보적이다. 서평지는 <출판비평> 외에도 두 가지가 더 발행되고 있다.

우리가 만난 편집장 가브릴노프 씨는 30대로 보이는 젊은 출판평론가. 러시아 남자치고는 자그마한 체구인데 히피 스타일의 머리에 자연스런 수염이며 화려한 제스처, 열정적인 말투가 편집자 특유의 자유분방한 매력을 물씬 풍기는 인물이다. 모스크바의 베체 출판사 편집장을 만나서도 같은 느낌이었는데 사회주의 후유증으로 긴장감이라고는 느껴지지 않는 보통의 러시아 사람들과는 다른 무엇이 이들에게는 보였다. 체제와 상관없이, 나라와 무관하게 '편집장' 들이란 상상력으로 번뜩이는 눈빛과 열정을 갖고 있는 부류들이었다.

매주 32면(신년 특집호 48면)으로 발간되는 이 서평지는 일반독자들을 위한 섹션과 출판종사자나 전문가들을 위한 프로섹션(PRO)으로 나누어져 있다. 일반독자섹션에는 우리 출판저널과 같이 신간소개, 저자 인터뷰, 이 주일의 베스트북, 도서비평 등이 소개되는 반면 전문가를 위한 프로섹션에서는 출판경영, 인쇄, 출판시장 등에 관한 노하우, 경험, 정보들을 다룬다.

"민영화가 이루어지고 출판시장이 경쟁체제로 들어가면서 출판사, 서점, 판매조직들이 자신들의 판매, 편집 전략을 노출시키기 꺼려합니다. 취재 협조가 잘 이루어지지 않아 전문가용 지면을 꾸미기 무척 어려웠죠. 하지만 역설적으로 경쟁체제에 들어가면서 출판종사자들은 마케팅 정보를 갈구하고 있습니다. 그걸 적절히 조화시키는 것이 우리 역할이지요."

러시아에서 독자들이 책에 관한 정보를 얻을 수 있는 채널은 서점에서 직접 확인하는 것이 70퍼센트, 서평지나 텔레비전 라디오,

인터넷 등을 통해 정보를 얻는 비율이 20퍼센트 정도. 최근 들어서는 지하철광고도 늘어나고 있다. 그러나 우리와 마찬가지로 사람들 사이의 구전효과도 막강하다고.

현재 <출판비평>에는 15명의 도서 선정위원(고정 선정위원 8명과 객원 선정위원 7명)이 있다. 이들이 1주일에 20권씩의 책을 읽어내고 있다고. 2001년부터 러시아 최초로 베스트셀러 목록을 선정하여 주목을 받기도 했다. 픽션과 논픽션 부분을 나누어 각기 10권씩 선정한다. 아직 대형서점들이 자체 베스트셀러를 뽑지 않고 있어 이 출판저널지의 베스트셀러 선정은 상당히 파격적이었다. 베스트셀러 목록만이 아니라 '가장 나쁜 책' 리스트도 공개한다. 출판사들이 로비나 항의 같은 것은 없었지 궁금했다.

"해볼 태면 해보라지요."

그의 답변은 잠시의 주저도 없다. 편집자로서의 자존심과 변화를 주도해 나가고 있는 그의 자긍심을 보여주려는 듯했다. 시장에서 이런 유의 매체 위력이 어떻게 형성되고 있는지를 느낄 수도 있게 해준다.

"러시아의 도서시장은 상당히 빠른 변화를 겪고 있습니다. 2000년부터 신문이나 잡지들 사이에 질적인 경쟁이 이루어지고 있죠. 독자의 시선을 끄는 기획들이 늘고 있고 컬러지면 도입은 물론 광고 효과를 높이기 위한 지질개선 등 많은 변신을 하고 있습니다."

현재 러시아의 일간지나 서평지류의 신문들은 대개 국영기업이다. 하지만 과거와 달리 독립채산제로 경영되고 있어 자체적으로 수입구조를 이루어나가야 한다. 과거 신문이 국가의 재정지원을 받고, 보급정책에 의한 안정적인 판매수입에 의존했다면 이제는 광고에 더 많이 의존하고 있다고.

"러시아에서는 출판사들이 아직 재정규모가 약하기 때문에 광고를 하지 못합니다. 저희 서평지의 광고주들도 출판사가 아니라 서점이나, 판매업자들이죠."

출판사가 광고를 한다 해도 기사로 취

급되는 책 선정에 영향을 미칠 수 있을진대 판매업자들이 광고주가 된다면 더 상업적 시비에 말려들지 않을까.

"그런 측면이 있겠죠. 그래서 저희가 프로라는 전문기 지면을 따로 두고 그쪽 지면을 통해 광고주들의 요구를 수용해 내고 있는 겁니다."

나름대로 광고 유치를 위한 지면의 상업화가 적극적으로 모색되고 있다는 이야기다. 출판평론가의 입장에서 그가 생각하는 좋은 책이란 무엇일까.

"책은 정보도 중요하지만 잘 팔려야죠. 잘 팔리는 것도 좋은 책의 필수 조건입니다."

이 젊은 편집자는 자본주의 역사가 오랜 나라의 편집자들보다 오히려 더 상업적 감각을 가지고 있는 듯하다.

"저희 매체 외에도 방송을 통해 책소개, 작가인터뷰, 출판시장 정보를 전달합니다. 그 외에 인터넷을 통한 책소개도 병행하죠. 종이매체로는 세밀한 정보를 엮고 그 콘텐츠를 텔레비전, 라디오, 인터넷 등을 통해 재활용하는 겁니다. 그렇게 함으로써 저희의 매체 위력을 높여나가는 거죠."

마지막으로 그는 러시아출판의 가장 시급한 해결문제로 전국적인 유통망의 해결을 꼽았다. 한반도의 77배나 되는 광활한 영토, 그것도 동시베리아의 전혀 개발되지 않은 지역으로 인해 모스크바나 페테르부르크 등 일부 도시를 제외하고는 독자들이 책에 관한 정보를 얻고 책을 고를 수 있는 환경이 되어 있지 않다는 것. 이를 위해 7억 달러의 예산을 들여 전국적인 도서정보 데이터베이스를 구축하는 등 다각적인 모색을 하고 있다고 했다.

하지만 가브릴노프 같은 영민하고 감각적인 편집자들과 예술과 책을 사랑하는 러시아독자들이 있는 이상 러시아의 출판시장은 당분간 더욱 역동성을 보여줄 것 같다. ☞

최옥선 | 신구대 출판미디어과 겸임교수