

대형출판사의 흑인 독자대상 임프린트 설립 붐

미국 흑인출판시장의 변화와 대형출판사의 흑인 독자대상 임프린트 설립 붐

문·오프라인 흑인 독자대상 임프린트 설립 붐

글_허선

미국 사회의 구성원들이 다양해지면서 특정한 인종을 대상으로 한 출판시장도 확대되고 있다. 지난 10년간 미국의 흑인독자를 대상으로 하는 출판시장은 꾸준한 성장과 더불어 많은 변화가 있었다. 점차 강세를 보이는 흑인들의 소비성향과 맞물려 미국의 대형출판사들은 하나둘씩 흑인을 대상으로 하는 임프린트를 설립했고, 이로 인해 그동안 틈새시장에만 머물러 있던 흑인출판물은 다양화와 대중화를 맞이했다. 또한 흑인출판물은 미국 내 한정된 관심에서 벗어나 세계 여러 곳의 다양한 문화를 다루면서 국제적인 흑인문화를 형성하게 되었다. 여기에 온·오프라인으로 활발하게 진행되는 흑인 북커뮤니티의 활동은 흑인출판물에 대한 독자들의 흥미를 끌고 있다.

대형출판사의 흑인 독자대상 임프린트 설립 붐

미국 출판계는 진화의 길을 걷고 있는 흑인출판시장에 대해 관심과 이목이 집중되어 있다. 흑인문화에 관심을 가지고 있는 일반 독자나 흑인 독자들에게 요즘처럼 좋은 시절은 없는 셈이다. 이는 뉴욕 대형출판사들의 흑인 출판시장에 대한 활발한 움직임에서부터 소형출판사나 자가출판으로 출간된 '길거리문학'까지 그 어느 때보다 흑인 문학에 대한 관심이 높아졌기 때문이다. 특히 미국의 대형출판사인 발렌타인, 더블데이, 하퍼콜린스, 하이페리온 등이 흑인을 대상으로 하는 임프린트 설립에 앞장서고 있다. 발렌타인 북스는 주류출판사로서 처음으로 다양한 문화를 다루는 '원 월드'(one world)라는 임프린트를 출범시켰다. 이를 통해 베스트셀러 소설가 펄 클리지, 도널드 보글, 그리고 길거리 문학의 니키 터너 등 흑인 작가들이 인기를 끌자 할렘의 르네상스시대 동안 의사, 변호사, 사업가 등 사회적으로 성공한 흑인들이 모여 살았던 스

트라이버스 로우라고 불리는 할렘의 구역 이름을 딴 '스트라이버스 로우'(Strivers Row) 임프린트를 출범하였다. 여기에는 타주어나 버틀러, 트라비스 헌터 그리고 니첼 트램블 등의 작가들이 활동하고 있다. 더블데이 출판사는 할렘 르네상스 동안 할렘의 달빛 아래서 열심히 일한 많은 예술가들과 작가들을 상상하며 흑인 소설과 비소설을 다루는 '할렘의 달'(Harlem's Moon)이라는 임프린트를 시작했다. 하퍼콜린스는 아프리카 흑인 후예에 대한 주제나 테마를 중심으로 지적, 문화적, 역사적으로 중요한 견해를 담은 책들을 출간하는 '아미스타드'(Amistad) 임프린트를 설립했다. 이외에 S&S는 '블랙북스센터럴'(BlackBookscentral)라는 임프린트를 출범했다.

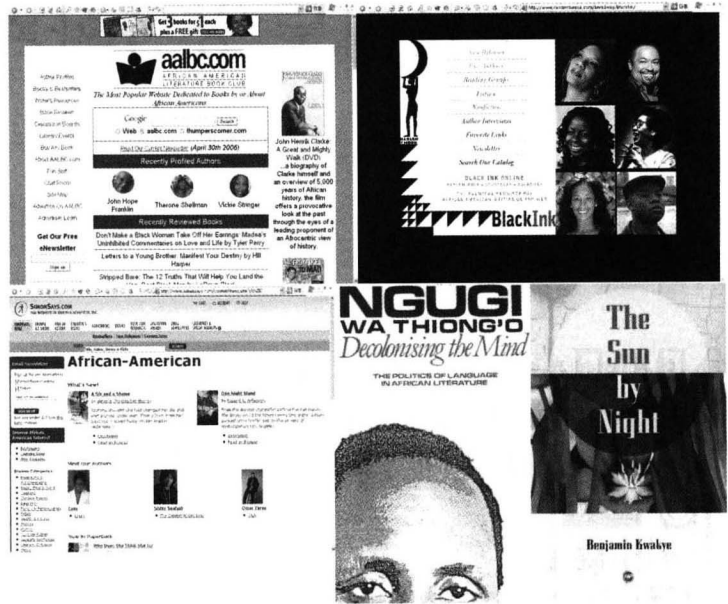
전 세계에 흩어져 있는 아프리카 사람들을 하나로 모으는 출판활동이 자리를 잡고 있다. 아프리카 월드프레스와 레드씨 프레스는 124종의 책을 출간하고 있는 한편 런던, 아프리카 북동부 홍해에 임한 에리트레아, 이집트 남쪽에 위치한 에티오피아, 아프리카 서부에 위치한 가나에 사무실을 두고 국제적으로 활동하고 있다. 이 출판사의 작가로는 《엔구기가 말하다 Ngugi Speaks: Interviews with the Kenyan Writer》의 케냐 소설가 엔구기 와 티옹오를 비롯하여 소설 《밤에 뜨는 태양 The Sun by Night》의 가나 작가 벤자민 쿠파키에, 세계화와 반테러리즘의 측면에서 바라본 이슬람 종교에 대해 쓴 이슬람 학자 알리 알라민 마즈루이 등 다양한 장르에 다국적 작가들이 포진하고 있다.

아프리카 월드 프레스와 레드씨 프레스를 세운 카사훈 케쿨은 뉴저지의 러거스 대학에서 사회학과 교수로서 아프리카 연구를 주도했다. 그는 미국 흑인을

대상으로 한 출판이 너무 가볍거나 심사숙고한 면이 부족한 점, 흑인 커뮤니티 등 질적으로 우수한 출판 조직망의 부재 그리고 흑인사회에 대한 이야기를 들려주는 출판사들의 부재 등의 문제를 제기하면서 출판을 시작했다고 한다. 이러한 시도는 흑인을 대상으로 하는 책을 출간하면 수요가 없을 것이라는 염려를 깨고 실질 구매자 그리고 인종과 나이 그리고 나라를 초월한 독자들을 새로이 창출하게 되었다.

카리부 북스는 노점상에서 시작하여 6개의 체인으로 성장한 흑인이 운영하는 출판사 겸 서점이다. 이곳은 흑인들을 책을 통해 교육시키고 자신들의 능력을 키우는데 도움을 주는 것을 목적으로 설립되었다. 길거리에서 그들의 소비자와 접하면서 사업을 일으킨 이 회사는 흑인서적에 대해 몸소 체험한 경험과 지식을 바탕으로 독자들이 어떤 것에 관심을 가지고 있는지를 정확하게 파악함으로써 출판에 적용하고 있다. 이 출판사에서 출간한 대표서적으로는 릭 위렌의 《목적이 이끄는 삶(The Purpose-Driven Life)》과 에이미 군텐의 《통치자들에게 대한 특례(The Exception to the Rulers)》 등이 있다. 카리부 북스는 서점을 통해 단지 책 이상의 것들을 제공하는데 여기에는 독자들을 위한 편의는 물론 독자와 저자와의 자연스러운 만남, 작가지망생들을 위한 워크숍을 통해 흑인 사회에서 계속적으로 불을 타고 있는 길거리 문학, 현대소설, 자가출판물 그리고 흑인고전물에 대한 독자들의 관심을 이끌어 나가고 있다.

미국흑인문학북클럽(AALBC: The African American Literature Book Club)은 소형출판사나 자가출판사에서 책을 구매하는 것으로부터 시작되어 지금은 웹사이트를 통한 책판매까지 하고 있는 흑인출판물 온라인 북 커뮤니티이다. AALBC를 운영하는 트로이 존슨은 단지 흑인 책들과 저자를 홍보하기 위해서 시작했으나 설립 즉시 많은 독자들의 관심을 받은 가운데 지금은 매달 30만 명이 넘는 방문자가 찾는 인기 온라인 커뮤니티가 되었다. 또한 흑인출판물 마케팅과 배급을 맡고 있는 저자&시인협회와의 협력으로 더 많은 책들을 홍보하고 판매할 수 있는 광대한 작가 콘텐츠를 확보



하고 있다. AALBC의 콘텐츠는 작가 프로파일은 물론 서평, 작가와의 온라인채팅 그리고 흑인출판물 베스트셀러 리스트를 포함하고 있다. 또한 이 사이트는 온라인 광고를 하는 자가출판사들에게 책의 홍보전략 마케팅에 꼭 필요한 구매자와 방문자의 성향과 메시지보드나 채팅보드에서 모집한 독자 정보를 제공하고 있어 큰 인기를 모으고 있다.

흑인출판시장은 왠지 우리에게만 멀게만 느껴지는 마켓으로 느껴질 수 있다. 하지만 그들이 취하고 있는 출판마케팅 전략을 살펴본다면 여러 면에서 벤치마킹할 부분이 많다. 세계 각 곳에 흩어져 있는 교포들을 대상으로 한 출판이라든가 외국에서 자라거나 거주하고 있는 한국 작가들을 모아 '한류'라는 이름으로 한 도서 출간은 생각해볼만 하다. 또한 기존의 온·오프라인을 보다 적극적으로 활용해 독자를 찾아가는 북커뮤니티로 발전시킬 수도 있을 것이다. 미국 흑인출판시장의 변화를 통해 우리 출판도 타깃 마케팅에 대한 좋은 점들을 배워볼 수 있지 않을까 싶다. **문인**

● 이 글을 쓴 허선은

서강대학교 언론대학원에서 출판물 전공했고 2003년 미국에서 PMA Publishing university 과정을 수료했다. 논문으로 《도서 및 저작권의 수출입에 관한 연구》 등이 있다. 평화출판사와 진선출판사에서 근무했으며 현재 미국출판마케팅협회 회원으로 활동했다. 현재 서울 삼청동길 입구에서 갤러리 진선(www.galleryjinsun.com)을 운영하고 있다.