

# 한국인의 독서문화와 출판산업의 대응 방안

기고\_ 정세일 (유펙러스연구소 연구위원)

〈2010 국민 독서실태 조사〉의 시사점

한국인의 독서문화 및 실태와 그 변화 추이를 살펴볼 수 있는 대표적인 독서지표조사가 있다. ‘책의 해’ 이던 1993년에 처음 시작되었고, 2008년부터는 국가승인통계로 지정받아 매년 진행되고 있는 〈국민 독서실태 조사〉가 그것이다. 최근 문화체육관광부는 〈2010 국민 독서실태 조사〉 결과를 발표하였다. 이 조사 결과는 국내 출판산업의 발전을 위한 의미 있는 시사점들을 제공해 주고 있다. 조사결과를 통해 도출할 수 있는 시사점은 크게 두 가지로 정리될 수 있다.

첫째, 독서소외계층에 대한 지속적인 지원을 통해 독서소외현상을 개선하고 보편적 독서접근권을 강화하여 출판산업의 경쟁력을 활성화하여야 한다는 것이다. 둘째, 종이책 중심의 독서방식이 전자책 중심의 독서방식으로 변화하고 있는 현실에 대응해 건전 생태계 구성을 위한 대응 모델이 시급히 마련되어야 한다는 점이다.

이와 같은 두 가지 시사점은 전혀 새로운 것이 아니다. 하지만 〈2010 국민 독서실태 조사〉는 이 같은 시사점들이 출판산업의 발전과 성장을 위해 대단히 중요하다는 점을 다시한번 확인시켜 주고 있다. 또한 이 조사는 이와 같은 두 가지 사항이 현실에서 구체적이고 빠르게 실천되고 구현되지 않으면 국내 출판산업의 경쟁력 강화가 어려울 수 있다는 경고를 함의하고 있다.

출판산업의 경쟁력을 좌우하는 보편적 독서접근권

〈2010 국민 독서실태 조사〉에서 우선적으로 도출할 수 있는 시사점은 국내 출판산업의 성장을 위해 성인의 독서소외 현상이 시급히 해소되어야 한다는 점이다. 독서소외란 보편적 ‘독서접근권’ 으로부터의 소외이며, 시민으로서 요구되는 적절한 독서접근에 장애 또는 불편을 경험하는 상황을 의미한다.

독서소외 개념과 비교될 수 있는 개념으로는 방송소외계층 개념이 있다. 방송소외계층의 방송접근성과 방송이용가능성을 높이기 위한 다양한 지원 정책을 추진하고 있는 방송통신위원회는 방송소외계층을 “방송 접근에 장애 또는 불편이 있거나, 시민으로서 요구되는 적절한 방송이용에 어려움이 예상되는 계층”으로 정의하고 있다. 국내에서의 독서소외 개념은 2000년대 중반 이후부터 일반화되어 사용되기 시작하였고, 문화체육관광부는 독서접근권의 확대를 위해 우수 도서 선정 및 지원 사업 등의 정책을 지속적으로 추진해 오고 있다. 국내의 독서소외현상이 심각할수록 우리나라 출판산업의 내수시장 구조가 취약할 가능성이 크다. 따라서 독서접근권의 보장은 출판산업의 경쟁력과도 직결되며, 출판업계의 독서소외 현상 완화를 위한 노력이 필요한 것도 이 때문이다.

독서소의 해소의 필요성 및 현황

<2010 국민 독서실태 조사> 결과 성인들의 연령, 거주지역, 직업에 따라 독서소의현상이 지속되고 있음이 재차 확인되었다. 이 조사에서는 연령, 소득수준, 직업 별로 연평균 독서율(1년에 일반도서를 1권이라도 읽는 사람의 비율)이 상대적으로 심각하게 낮은 계층들이 여전히 존재하고 있는 것으로 나타났다.

연령별로는 '60대 이상'의 독서소의현상이 심각한 것으로 조사되었다. 1995년 조사 이후 연령이 높을수록 연평균 독서율은 낮은 상황이 지속적으로 확인되어 왔다. 2010년 조사에서도 이 같은 경향을 동일하게 나타냈고, 특히 '60대 이상'의 연평균 독서율은 전년도 조사결과에 비해서도 크게 감소한 34.8%로 조사되었다. 이 같은 결과는 2010년 한 해 동안 '60대 이상' 인구의 65.2%가 일반도서를 한 권도 읽지 않았다는 것을 의미하는 것으로 이들 연령층의 심각한 독서소의 현실을 보여주는 결과라고 하겠다.



지하철 내에서 독서 중인 출판강국 일본의 노년계층

<2010 국민 독서실태 조사>에서는 '60대 이상' 연령층의 독서 장애 요인에 대해서도 분석하였다. 가장 큰 독서 장애 요인은 "책 읽는 것이 싫고 습관이 들지 않아서"인 것으로 나타났고, "독서의 필요성을 느끼지 못해서"가 두 번째로 높은 응답 비중을 나타냈다. 이 같은 결과는 '60대 이상' 연령층이 독서를 하지 않은 가장 큰 원인이 경제적이고 물질적인 환경의 열악함 보다는 사회제도적 측면과 심리적 동기 측면에 있다는 점을 알 수 있게 한다.

'60대 이상' 연령층이 독서를 하는데 있어 가장 큰 방해요인들은 '기능적 문맹(Functional illiteracy)' 개념과 연결하여 이해할 수 있을 것이다. '기능적 문맹'이란 글을 읽을 수 있지만

읽지 않으려 하거나 또는 읽고도 그 내용을 제대로 이해하지 못하는 것을 말한다. 새로 구입한 약품이나 전자제품 등에 설명서가 첨부되어 있지만, 이를 읽지 않으려 하는 경우가 '기능적 문맹'에 해당된다.

관점에 따라서 이 같은 '기능적 문맹'을 독서소의현상의 범위에 포함시키지 않을 수도 있다. 하지만 창의성과 상상력, 그리고 정제된 지식 및 정보의 보유정도와 활용능력이 개인과 공동체의 중요한 경쟁력으로 작용하고 있는 현실을 고려할 경우 '기능적 문맹' 또한 독서소의 범주에 포함시키고 이에 대한 개선을 위해 노력하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

이 조사에서는 읍면단위 거주자의 독서소의현상도 심화되고 있는 것으로 밝혀졌다. <2010 국민 독서실태 조사>에서는 대도시와 중소도시 거주자에 비해 읍면단위 거주자의 독서소의상황이 더욱 악화된 것으로 나타났다.

대도시 거주자의 연평균 독서율은 67.8%, 중소도시 거주자는 67.5%로 두 집단 사이에 큰 차이가 없었다. 하지만 읍면단위 거주자의 연평균 독서율은 41.2%로 대도시 및 중소도시 거주자와 큰 격차를 보였다. 또한 읍면단위 거주자의 연평균 독서율은 2007년 74.2%, 2008년 70.5%, 2009년 64.8% 등으로 지속적인 감소 추세가 나타났다.

읍면단위 거주자의 연평균 독서율이 지속적으로 감소하고 있는 상황은 이들 지역 인구의 고령화와 밀접한 관련성이 있는 것으로 보인다. <2010 국민 독서실태 조사>에서는 전체 연령층중 '20대 이하' 연령층의 연평균 독서율이 가장 높은 것으로 조사되었다. 그러나 읍면단위의 경우 대도시와 중소도시에 비해 '20대 이하' 연령층의 비중이 상대적으로 낮기 때문에 이 지역의 연평균 독서율 역시 낮게 나타날 수밖에 없는 것으로 해석된다.



읍면단위 지역민 여가생활의 중심인 노인복지회관

• 오피니언 한국인의 독서문화와 출판산업의 대응방안

한편 직업을 기준으로 할 경우 생산·판매직 및 자영업 종사자에게서 전년 대비 연평균 독서율이 뚜렷하게 감소한 것으로 나타났다. 직업별 전년 대비 연평균 독서율 변화를 살펴보면 생산/판매/자영업의 경우 두 자릿수 이상 크게 감소한 반면 관리직/전문직/사무직 종사자, 대학생, 전업주부, 은퇴/무직 등은 전년도와 비슷한 수준을 보였다.

연평균 독서율이 감소한 생산/판매/자영업의 경우 관리직/전문직/사무직 종사자, 대학생, 전업주부, 은퇴/무직 등에 비해 일하는 시간이 길거나 바빠며 일과 관련하여 독서의 필요성에 대한 동기 부여 정도가 부족한 것이 일반적이다. <2010 국민 독서실태 조사>에서도 우리나라 성인들의 가장 큰 독서장애요인은 ‘일이 바빠서’와 ‘필요성을 느끼지 못해서’인 것으로 나타났다. 따라서 얼마나 독서 가능 시간을 확보할 수 있는 직업인가 하는 점과 얼마나 독서의 필요성을 갖도록 하는 직업인가 하는 점이 직업별 연평균 독서율에 영향을 미치는 중요한 요인일 수 있다는 점을 유추할 수 있다.

전자책 독서 실태와 지속적인 비즈니스 혁신 현황

<2010 국민 독서실태 조사>는 한국인의 독서방식이 실제로 종이책 중심에서 전자책을 활용한 방식으로 조금씩 변화해 가고 있음을 알 수 있게 하며, 따라서 이에 대한 출판산업의 효과적인 대응방안 마련과 실천이 시급하다는 점을 확인할 수 있게 한다. 이 조사에서는 우리나라 성인의 연평균 독서율이 2007년 이후 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타난 반면, 전자책 이용 경험률은 대폭 증가하고 있는 것으로 나타났다. 조사결과 2010년 우리나라 성인의 전자책 이용 경험률은 11.2%였고 학생은 43.5%로 분석되었다.

한편 소득에 따라서는 전자책 독서에 이용하는 단말기 종류에 차이가 있는 것으로 조사되었다. 조사 결과 소득이 높을수록 ‘데스크톱 컴퓨터’ 보다는 ‘휴대폰·스마트폰’을 전자책 독서에 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. ‘데스크톱 컴퓨터’는 특정 공간에서만 독서를 가능하게 하는 고정형 단말기로 언제 어디서나 독서를 할 수 있게 하는 종이책에 비해 이동성 측면에서 경쟁력이 약하다. 하지만 스마트폰 등 휴대폰의 경우 종이책과 동일한 수준의 이동성을 제공하고, 무게와 부피 측면에서는 종이책을 능가하기까지 한다. 따라서 전자책을 서비스받을 수 있는 스마트폰의 보급이 확대되면 종이책 독서율은 보다 더 감소할 가능성이 크다. 따라서 국내 출판산업계는 종이책 독서방식의 지속적인 감소 가능성에 대응하여 출판방식과 출판사의 역할 및 기능을 혁신하여야 할 것이다.

세계 전자책 시장은 지속적으로 새로운 비즈니스 모델의 도입을 시도하며 빠르게 진화중이다. 플립보드(Flipboard)와 뉴스믹스(NewsMix) 등 SNS 기반 개인 맞춤형 온라인 잡지까지 등장하고 있다. 이 같은 서비스들은 페이스북과 트위터에 게재된 글 중 이용자가 관심을 가질 만한 콘텐츠를 엮어 잡지형태로 보여준다. 플립보드는 이 같은 장점으로 인해 2010년 아이패드용 최고 애플리케이션으로 선정되기도 하였다.

2004년부터 ‘디지털 도서관 프로젝트’를 통해 전 세계의 서적을 대상으로 디지털화 작업을 추진해왔지만 자체적인 전자책 단말기를 갖고 있지 않은 구글도 2010년 12월부터 본격적으로 전자책 시장에 진입하였다. 구글은 미국에서 먼저 자신들의 전자책 플랫폼 ‘e북스토어’를 오픈하고 상당수의 콘텐츠를 무료로 이용할 수 있도록 하고 있다.

개인 맞춤형 온라인 잡지 서비스  
‘뉴스믹스’와 ‘플립보드’

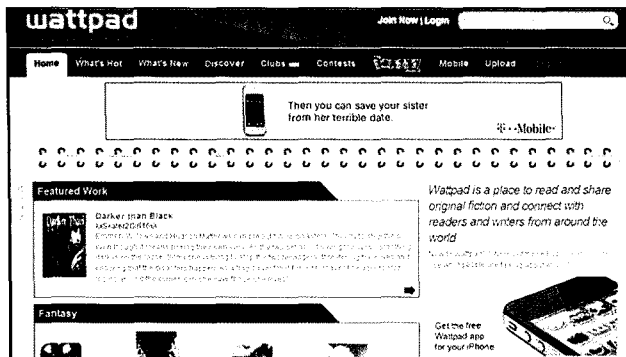


전자책의 1인 출판 시스템도 활성화되고 있다. 1인 출판 시스템의 활성화는 전자책 콘텐츠의 다양성 증가를 견인할 것으로 기대되고 있어 글로벌 전자책 콘텐츠 사업자들 또한 1인 출판을 지원하기 위한 전략을 적극적으로 추진하고 있다. 아마존은 1인 출판을 겨냥한 미니 전자책 섹션 '싱글즈(singles)'를 킨들스토어 내에 오픈하였다. 이 섹션은 잡지의 콘텐츠양 보다는 많고 일반적인 책의 분량보다는 적은 3만자(字) 분량 90페이지 내외의 전자책 콘텐츠를 겨냥한 것이다.



1인 출판 지원을 겨냥한 아마존 킨들스토어의 '싱글즈' 섹션

전자책 업계의 유튜브이자 오픈마켓으로 불리며 SNS의 기능까지 수행하는 왓패드(www.wattpad.com)도 누구나 전자책 콘텐츠를 만들어 올릴 수 있도록 지원하고 있다. 세계 최대의 전자책 커뮤니티 사이트 중 하나인 이 사이트는 전자책을 올리고 보는 것이 모두 무료이다.



전자책 업계의 유튜브로 불리는 '왓패드' 사이트

### 독서문화의 현실에 대한 출판산업의 대응 방향

지금까지 최근 공개된 <2010 국민 독서실태 조사>의 결과를 기반으로 국내 독서문화의 현실을 살펴 보면서 국내 출판산업의 발전에 도움이 될 수 있는 시사점이 무엇인지를 고찰해 보았다.

시사점은 크게 두 가지로 도출되었는데, 첫째는 연령, 거주지역, 직업 별로 존재하는 독서소외현상의 해소를 위해 국내 출판산업이 지속적인 관심과 지원을 기울여야 한다는 점이고, 둘째는 종이책 중심에서 전자책 중심으로 이동하고 있는 독서문화의 현실에 효과적으로 대응할 수 있는 혁신 전략의 마련과 실천이 시급히 요구된다는 점이었다.

먼저 독서의 중요성이 사라지지 않고 더욱 강조되고 있음에도 독서소외를 경험하고 있는 계층에 대해서는 독서에 대한 동기를 부여하고 흥미 있는 독서방법을 보급하며, 독서를 생활화할 수 있는 물리적 환경을 제공해 주는 것이 필요하다. 전국 광역자치단체 가운데 13개 시도는 독서문화진흥 조례를 제정하고, 독서문화운동을 적극추진 중이다. 또한 문화체육관광부와 중소기업청은 중소기업의 독서환경 개선을 위해 금년부터 시범사업으로 기업 30곳을 선정하여 직장 내 독서실 설치 및 우수교양도서 제공 등의 지원사업을 추진할 예정이다. 현재, 이 같은 독서소외현상 해소를 위한 노력은 지자체와 중앙정부에 편중되어 있는 상황으로 국내 출판산업계의 보다 적극적인 참여가 요구된다.

종이책 중심의 독서방법이 전자책 중심의 독서로 변화하는 상황에 대응하기 위해서는 출판사와 서점의 기능 및 역할이 혁신되어야 한다.

2010년 여름에 개최된 '제1차 한국디지털퍼블리싱포럼'에서는 국내 출판 전문가들이 참여한 가운데 전자책 시대의 출판산업의 위상에 관한 논의가 진행되었다. 이 포럼에서도 전자책 시대에는 출판사의 기능도 변화할 것이며, 오프라인 서점도 변화를 요구받게 될 것이라는 전망이 제시되었다. 그리고 전자책 시대의 출판사는 출판콘텐츠를 활용하여 다양한 OSMU를 창출하는 콘텐츠기획사로서로 전환되어야 할 것이라는 아이디어가 제안되었으며, 오프라인 서점의 경우 전자책 비즈니스와 함께 '에스프레소 북 머신(Espresso Book Machine)' 등의 도입을 통한 종이책의 POD 서비스강화가 필요하다는 제안이 이루어지기도 하였다. 국내 출판업계 역시 이 같은 혁신 방안에 대해 충분히 이해하고 있다. 따라서 곧 전자책 시대에 출판산업이 효과적으로 대응할 수 있는 성공모델이 도입될 수 있을 것으로 기대한다. 한 가지 강조할 것은 전자책 시대를 위한 출판산업의 대응모델이 출판사는 물론 저자와 독자 모두에게 이익이 되어야 한다는 점이다. 전자책 비즈니스가 출판사, 저자, 독자 모두에게 유익하고 이익이 될 때 진정한 출판산업 생태계가 성립될 수 있기 때문이다. ☞