

pajubookcity

출판도시문화재단

제4회

파주 에디터스쿨

에디터의 귀환

제4회 파주 에디터스쿨

에디터의 귀환

제4회 파주 에디터스쿨
에디터의 귀환

2017. 9. 18. 월. - 20. 수.

주최 : 출판도시문화재단

후원 : 문화체육관광부, 한국출판문화산업진흥원

제4회

파주 에디터스쿨

에디터의 귀환

특별강연,

세션 1. 한국 에디팅의 현주소를 묻는다

특별강연 장대익 / 서울대학교 자유전공학부 교수, 한국

책의 영토와 편집자

세션 1. 한국 에디팅의 현주소를 묻는다

강무성 / 루페 대표, 한국

발표 강무성 / 루페 대표
박영률 / 커뮤니케이션북스 대표
안희곤 / 사월의책 대표

사회 강성민 / 글항아리 대표, 파주 에디터스쿨 기획위원

나는 1985년 편집자로 일을 시작했다. 30년 넘게 실무자로 일하고 있으니 내가 봐도 드문 케이스다. 버티는 힘 외에 남다른 능력은 없는 것 같고, 어쩌다 보니 그렇게 됐지만, 본의 아니게 시간의 힘 때문에 얻게 된 발견과 질문이 몇 있다. 그것을 공유해서 참신한 머리들의 더 나은 분석과 답을 들을 수 있게 되기를 바란다. 그동안 출판 주변에 일어난 변화가 워낙 크고 광범위해서 다 짚어볼 수 없고, 여기에서는 기술적 상황 변화에 따른 책의 영토 변화, 그에 따른 편집자 역할의 변화라는 측면에 국한해서 살펴보기로 한다.

30년 만에 만난 출판의 드림월드

공교롭게도 내가 지나온 30년은 출판 역사에서 매우 중대한 변화의 시기, 특히 기술적 측면에서 너무도 극적인 변화가 이루어진 시기였다. 그 시작과 끝을 맞대어 비교해보면 도저히 믿을 수 없는 일이 벌어졌다. 단적인 예로 30년 전만 해도 ‘금속 활자’의 시대였다. 물론 끝자락이긴 했지만. 과장해서 말하면, 고려 말부터 800년간량 본질상 거의 변화 없이 야금야금, 느릿느릿 진화하며 이어져 오던 출판 프로세스가 30년 전부터 연속적인 쓰나미를 만난 것처럼 급변에 급변을 거듭해 이전과 전혀 다른 것이 되어 버렸다. 지금은 원고가 인쇄소로 바로 넘어가고, 심지어 인쇄가 없는 책까지 나오는 시대다. 그 변화를 만들어낸 것은 물론 컴퓨터 공학이다. 30년 전만 해도 ‘컴퓨터라는 게 있다’라는 것을 소문으로만 들었는데, 지금은 최고 사양의 컴퓨터이자 통신 장비인 스마트폰이 모든 사람의 손에 들려 있다. 그 변화를 요약하면, 출판 현장에서 부딪쳐야 했던 기술적 난관들, 이렇게 혹은 저렇게 편리해졌으면 좋겠다고 꿈꾸던 모든 것들이 해결되어 버린 세상이다. 적어도 기술적으로는 출판하기에 너무나 편리한, 끝없는 세상이 열린 것이다. 하지만 막상 출판하기 너무나 편리한 드림월드에서 도착하고 보니, 우리를 기다리는 것은 우울한 소식뿐이다. 출판은 계속된 불황에 허덕이는 사양산업이고, 독자는 계속 고령화되는 추세이며 젊은 독자는 더 이상 재생산되지 않고, 뉴미디어와의 경쟁에서 밀려

이제 책의 존재 이유 자체까지 의심받고 있다. 비유하자면, 온갖 첨단 설비를 갖춰 애써 꿈의 주방을 만들어놓고 나니 덜컥 위압 진단이 나와 요리할 일이 사라져버린 형국이다. 너무 심한 비유 같아도, 지금 당장 만들고 있는 책을 도대체 어떻게 독자의 손에 이르게 할지 고민하다 보면 허망함의 정도가 그보다 심하면 심했지 절대 덜하지는 않다.

책, 한때 만능이었던 물건

기술 변화는 책의 영토를 어떻게 바꿔놓았을까? 30년 전 책은 ‘만능’이었다. 지금은 구경조차 하기 어려운 전화번호부(한때 천만 부 이상도 발행)에서부터 가족 포갑에 금장을 두른 성경까지 모두 책으로 만들었다. 사실상 책으로 나오지 않는 것이 없었다. 책은 정보의 기록, 축적, 보존의 장치였으며, 신속하고 광범한 유포, 공유, 선전의 도구였으며, 숭배와 감상과 공감의 대상이었으며, 검색과 참조의 수단이었으며, 신뢰할 수 있는 지식과 진실, 진리를 담는 그릇이었고, 심지어 오락과 유흥을 담당하는 엔터테인먼트이기도 했다. 책이 왜 이렇게 팔방미인 노릇을 했는가에 대한 답은 의외로 간단하다. 난파를 당해 무인도에 떨어진 사람에게 도구라고는 주머니에서 나온 단검 하나밖에 없는 상황과 비슷했기 때문이다. 그는 그 단검 하나로 사냥부터 집짓기까지 모든 것을 할 것이다. 그 만능의 상황을 좀 고상하게 세 가지 단어로 바꿀 수 있다. 편리성, 필연성, 지향성. 그것을 만족하게 하는 것이 책이었다. 즉, 그렇게 하는 데 책이 가장 편리하고 효율적인 도구였기 때문이고, 책으로밖에 그것을 할 수 없었기 때문이고, 조건이 어찌 됐든 책으로 그것을 하고 싶은 욕망과 지향이 있었기 때문이다. 하지만 기술 환경의 변화는 그 세 가지 근간을 뿌리째 흔들어놓았다. 어느 날 무인도에 귀착 하나가 떠밀려 왔는데, 그 안에 총도 있고 도끼도 있었다.

만능이 아니지만 그래도 유능한 책

그러면서 책의 영토는 급속히 줄어들었다. 여러 종류의 콘텐츠가 더 편리하고, 더 필연적이고, 더 지향에 맞는 쪽으로 속속 넘어가면서 책은 많은 영토를 내어주어야 했다. 그런데 책을 만드는 우리는 그 변화를 빨리 감지하고 선뜻 필요 없는 영토를 내어주었을까? 그러지 못했다. 버틸 대로 버티다가 독이 무너지듯 코너에 몰렸을 때 늘 ‘수동적으로 당하는’ 식으로 하나둘씩 포기했다. 한 가지만 예를 들어보자. 검색을 전제로 한 콘

텐츠는 디지털 미디어만 한 것이 없다. 한국 최초의 CD롬 전자책 『성경 라이브러리』가 등장한 것이 1991년이다. CD롬이 급속히 대중화하는 상황에서도 한국 브리태니커 백과사전은 옹골차게 발간 작업을 계속하여 1994년 27권으로 완간하는데, 완간하자마자 부피만 큰 퇴물이 되어야 했다. 지금도 보이지 않게 그런 상황은 계속 벌어지고 있다. 다른 미디어에 더 적합한 콘텐츠가 계속 종이책으로 기획되고 출판된다. 아마도 시장의 결정적인 내태를 받기 전까지는 의식적으로든 무의식적으로든 기존의 영토를 포기하려 들지 않을 것이다.

책의 영토가 줄어드는 것은 과연 불행한 일일까? 그렇지 않을지도 모른다. 그동안 책이 담당해 왔던 수많은 일을 다른 미디어가 떠맡음으로써 책의 영토가 좁아진 것은 사실이지만, 역으로 이제 책은 책다운 일만 해도 되는, 책만의 고유한 가치를 발할 수 있는 새로운 영토를 재발견하고 있는 중일 수도 있기 때문이다. 그 영토는 분명히 전보다 좁겠지만 비옥한 영토가 될 수도 있다. 그 영토의 획정은 ‘능동적 포기’를 통해서 이루어질 수 있을 것이다. 분명한 것은 이제 책이 더이상 ‘만능’이 아니라는 것이다. 만능이 아니라고 해서 전혀 유능하지 않은 것은 아니다. 특정한 영역에서는 매우 유능하다. 앞서 말한 책의 팔방미인적 역할에서 우리가 축소하거나 버릴 것, 계속 붙잡고 가야 할 것은 무엇일까 생각할 필요가 있다. 여전히 중요하게 붙잡고 가야 할 부분은 아마도 정보의 기록, 축적, 보존의 장치, 숭배와 감상과 공감의 대상, 신뢰할 수 있는 지식과 진실, 진리를 담는 그릇이라는 역할이 아닌가 싶다. 다른 부분에 해당하는 콘텐츠들은 다음 질문들을 체로 삼아 걸러낼 수 있을 것이다. 책으로 만들어야 가장 편리한 콘텐츠인가? 책으로밖에 만들 수 없는 콘텐츠인가? 책으로만 만들고 싶은 콘텐츠인가?

편집자의 역할 찾기

지금 우리는 출판하기에 너무나 편리한 드림월드에도 도착해 있는데 그 영토는 예전보다 아주 좁아졌다는 이야기를 했다. 이 정도의 전제로도 새로운 편집자의 역할을 찾는 생각의 출발점으로 삼을 수 있다고 본다.

기술적 변화의 궤적을 모르는 사람은 우리가 누리고 있는 현재의 기술이 무엇인지 모르기가 쉽다. 어떤 고충들이 있었고 그것이 어떻게 해결되었는지를 모르기 때문이다. 그러나 그 궤적을 따라온 사람은 지금이 드림월드라는 것을 안다. 그 궤적까지 알아야 한다는 말이 아니다. 최소한 현재 무엇을 누리고 있는지는 알아야 한다는 말이다. 영토

가 넓었다는 사실을 알지 못하는 사람은 남은 영토의 절실함을 모르기가 쉽다. 그 남은 영토를 알면 책을 새롭게 정의할 수도 있을 것이다.

예를 들어보자. 남겨진 책의 영토 중 ‘신뢰할 수 있는 지식과 진실, 진리를 담는 그릇’이라는 부분에 초점을 맞춘다면, 편집자는 신뢰를 더 강화하는 방향, 즉 고도의 엄밀성과 정확성을 담는 방향으로 책을 만들게 될 것이다. ‘벽돌책’이 새삼스럽게 매력을 얻고 있는 것은 그것이 정확히 새로운 책의 영토 안에 있기 때문이다. 또 다른 영토 ‘송배와 감상과 공감의 대상’이라는 부분에 초점을 맞춘다면, 편집자는 사진집이라는 영역으로 눈을 돌려볼 수도 있을 것이다. 사진집은 우리 시장에서 죽어 있는 부분이다. 지금까지 그랬다는 말이다. 하지만 당장은 아니더라도 사진집이나 화집이 흥하는 시대가 반드시 올 수밖에 없다. 현재 인쇄 기술은 오리지널 사진의 품질을 거의 그대로 재현하는 수준에 이르러 있다. 사진은 전시장에 잠시 내걸렸을 때가 아니라 실물로 공유될 때 진정한 생명을 얻는다. 책이 그 일을 대신해 줄 수 있다. 책은 만질 수 있고 소유할 수 있다.

나는 편집자로 일하면서 한때 스스로 ‘편집자-엔지니어’라는 정체성을 부여했다. 8월에 만드는 책과 9월에 만드는 책이 전혀 다른 프로세스를 거칠 정도로 급변하는 기술 상황에 맞춰 저자와 독자 사이의 빈자리를 메꾸려고 몸부림을 해야 했고 그것을 정당화하기 위해 스스로 그런 정체성을 부여했는지도 모르겠다. 아마도 처음에 내가 되고 싶었던 것은 ‘지식 컨닥터’였던 것 같은데 역량 부족과 게으름 때문에 그렇게 되지는 못했다. 후배 편집자에게 조언할 처지는 아니지만, 예전과 매우 다른 편집자의 역할이 있을 것이니 부디 그것을 잘 찾아주시기를.

편집자들에게

박영률 / 커뮤니케이션북스 대표, 한국

편집자로 살기 힘든 시대입니다. 한때는 지식과 문화·기획 운영자로서 전망의 직업이었습니다. 그러다 정보기술에 밀리고 뉴미디어에 치이고 서점의 문 닫는 소식에 모골이 송연해지는 날들을 만나게 되었습니다. 이제 인공지능 스피커가 정보와 지식의 전달자로 등장하는 날이 며칠 남지 않았습니다. 그래서 묻지 않을 수 없습니다. 이 시대에 편집자라는 직업은 무엇을 할 수 있을까? 그들에게 내일은 있는 것일까?

자기 정체성을 스스로 물어야 하는 시대에 태어난 편집자

모든 직업은 자신의 정체성을 준비하고 있습니다. 직업을 선택하고 수행하는 것은 준비된 임무와 역할을 수행하고 권리와 보상을 얻는 것입니다. 그러나 드물지만, 직업의 명멸이 급하게 진행되고 그 결과 정체성을 다시 써야 하는 때가 있습니다. 혁명의 시대입니다.

정보기술 또는 미디어 혁명 시대 :

벨연구소가 트랜지스터를 만들고 세논이 정보이론을 발표한 것이 1948년이었습니다. 그 후 세상은 혁명의 소용돌이에 빠져듭니다.

쓰기 혁명 시대 :

네트워크와 하이퍼텍스트를 이용한 글쓰기가 시작되었습니다. 무한복제와 미디어 믹스, 비선형 글쓰기의 시대가 열렸습니다.

읽기 혁명 시대 :

인쇄된 글자가 아니라 전자로 표시되는 기호로 읽기 시작했습니다. 사람들은 훨씬 더 많은 내용을 전자, 문자, 이미지, 소리, 동영상으로 읽습니다.

책의 정체성 상실 :

책에서만 얻을 수 있었던 내용을 전자 미디어로 얻게 되었습니다. 더 많이, 더 빨리, 더 싸게, 더 쉽게. 그렇다면 책은 왜 존재하는 것일까?

편집자의 전망 :

책을 만드는 편집자의 앞날은 미디어 세계에서 책이 차지하는 위치와 같습니다. 책은 어디에 있는가? 어디로 가는가?

인공 지능 미디어 공간에서 일하는 편집자에게 다가오는 질문

기계가 인간처럼 생각할 수 있는가라는 질문에 대한 대답. 인간이 기계처럼 생각하면 기계는 인간처럼 생각할 수 있습니다. 기계가 인간을 닮자 인간이 기계를 닮습니다. 스스로 생각하는 기계가 스스로 말하고 쓰기 시작합니다. 편집자의 자리는 어디 있습니까?

선형 내러티브와 미디어 재매개 :

하이퍼텍스트와 뉴미디어의 올드미디어 재매개 세계에서 인과 법칙에 의한 선형 글쓰기의 역할은 무엇입니까?

물질과 신호 :

상징과 의미의 세계에서 물질에 포박된 문자와 인쇄의 광물성은 전자신호 시대의 순간성과 공존할 수 있습니까?

기억과 의식 :

확정된 상징체계인 기억과 생성하는 상징체계인 의식의 공존이 인간의 인지세계라면 이곳에서 책의 역할은 무엇입니까?

미디어 경쟁과 텍스트의 포지셔닝 :

이미지, 소리, 동영상과 텍스트는 디지털 네트워크 환경에서 어떻게 협업할 수 있습니까?

플랫폼 경쟁과 책의 포지셔닝 :

책은 구글, 유튜브, 페이스북, 인스타그램, 네이버, 카카오와 경쟁할 수 있습니까? 경쟁 우위점은 무엇입니까?

자기 정체성을 스스로 만들어 나가야 하는 시대에 태어난 편집자

편집자라는 직업은 재정의가 불가피합니다. 지금까지 우리가 만들던 책으로는 디지털 네트워크 시대의 텍스트, 인공지능 시대의 퍼블리케이션을 기획, 운용할 수 없기 때문입니다. 필요한 것은 미디어의 혼종과 플랫폼의 분업을 통해 텍스트를 설계하고 선택하고 구성하는 능력입니다.

종이책, 전자책, 오디오북 공존 시대에 편집자의 역할 :

텍스트는 인쇄되고 표시되고 들려집니다. 이야기는 기억되고 나타나고 실현됩니다.

인공지능 스피커와 콘텐츠 디렉터 :

생각하는 기계는 기계처럼 생각하는 인간의 요청에 즉각 대응합니다. 지식과 정보와 데이터의 벽은 무너집니다.

더 무거운 종이책에 대한 질문 :

강한 원심력은 더 강한 구심력을 요구합니다. 인간은 의미를 추구하고 의미의 출발점에는 자기가 있습니다.

미디어와 플랫폼의 선택과 균형 :

그 어떤 미디어와 플랫폼도 인간의 감각 균형과 생물학적 시간의 한계와 균형의 바깥에서 자신의 자리를 찾을 수는 없습니다.

편집자는 무엇인가? :

메소포타미아와 이집트의 서기, 서양 중세의 채색필사승, 구텐베르 시대의 타이포그래퍼와 헤밍웨이 시대의 편집자 맥스 퍼킨스가 그랬듯이 당대, 곧 디지털 네트워크 시대의 퍼블리케이션 문법을 만들고 익히고 운용하는 사람 또는 직업.

독자의 니즈와 원츠에 대해 미디어와 플랫폼의 재배치로 대답하는 편집자

미디어 신기술은 미디어의 내용과 형식을 바꿉니다. 새로운 미디어는 과거의 미디어를 자신의 메시지로 포섭하면서 저자와 독자에게 메시지에 대한 새로운 생산 방식과 소비 방식을 요구합니다. 지금 우리에게 당대의 미디어가 요구하는 것은 무엇입니까?

그들의 니즈와 원츠 :

지식에 대한 저자와 독자의 결핍과 충족 대상의 질과 양은 종래의 책에 대한 그들의 그것과 크게 다릅니다.

미디어 균형 :

텍스트는 이미지, 소리, 동영상, 실연의 재현과 함께 작동합니다. 분리와 결합의 판단과 기술이 편집자의 작업 분야입니다.

플랫폼 균형 :

책은 킨들, 테드, 유튜브, 구글, 네이버, 카카오, 인공지능 스피커 등과 항상 함께 나타납니다. 어떻게 운영하시겠습니까?

우리 시대에 독자가 원하는 것과 할 수 있는 것 :

인간은 무한을 생각할 수 있지만, 그것을 살아갈 수는 없습니다. 인간은 유한의 존재입니다.

물리학으로부터 생물학으로 시선 전환 :

기술혁명은 물리학의 문법으로 양을 상상하고 양의 폭발은 화학의 결과를 초래합니다. 그러나 인간은 생물이므로 생물학의 관점에서 변화를 수용해야 합니다. 하루 이십사 시간, 자고 먹고 쉬고 쓰고 읽고 듣고 보고, 그래 봐야 고작 백 년입니다.

편집자, 달라진 것과 달라지지 않은 것

안희곤 / 사월의책 대표, 한국

내가 출판에 처음 입문한 것은 1992년, 그러니까 올해로 정확히 사반세기를 채운 셈이다. ‘사반세기’라고 하니 나 자신 꽤나 늙어버린 느낌이지만, 60세가 넘어서도 여전히 현역으로 일하는 일본, 유럽의 노장 편집자들에 비하면 25년이라는 햇수가 그리 긴 시간도 아닌 듯하다. 하지만 최근 30년은 사회 모든 영역이 그러하듯이 출판에서도 많은 변화가 있었던 시간이다. 책을 만드는 일, 파는 일, 읽는 것까지 어느 것 하나 변하지 않은 것이 없다. 이런 시대를 살아온 것이 행운인지 불행인지 잘 모르겠지만, 우리 세대 편집자는 그만큼 편집자의 역할과 정체성에 대해 예민한 의식을 가질 수밖에 없었다. 그것은 “편집자란 누구인가?”라는 질문을 현재의 50대 출판인들만큼 자주 던진 사람들이 없는 것만 보아도 알 수 있다. 같은 입장에서 편집자란 과연 누구이며, 그들의 역할에서 달라진 것과 달라지지 않은 것은 무엇인지 다시금 생각해보고자 한다.

편집부 30년의 풍경

내가 출판에 입문하던 시기는 활판인쇄가 거의 끝나가고 컴퓨터 사진식자로 판을 짜던 CTS 방식이 대세를 이뤄가던 때였다. 활판과 지형(紙型)이 사라지고 ‘오프셋’이라 부르는 평판인쇄가 자리를 잡아가고 있었다. 편집부 풍경도 여기에 맞춰 바뀐 것이 당연했다. 활판인쇄 당시에는 판을 짜는 일이 디자이너도 편집자도 아닌 인쇄소 식자공에게 주로 맡겨져 있었고, 교정교열도 원고 단계만큼이나 ‘게라(galley)’라 부르는 초벌 교정쇄를 가지고 보는 단계가 중요했다. 인쇄소에서 교정쇄를 가져오면 빨간 펜으로 일일이 교정 부호를 표시해가며 교정을 보았다. 활자 조판의 특성상 글자가 옆으로 눕거나 엉뚱한 글자가 들어간 경우도 많았고, 문장을 통째로 고치는 일은 여간해서는 시도하기 힘들었다. 글자 하나가 낱 활자 하나에 대응했기 때문에 글자를 고치려면 지형을 가지고 뜬 연판(鉛版)에 구멍을 뚫어 다른 활자로 때우는 방식으로 해결했다. 글을 고친다는 것은 중대한 일이었다.

CTS(computer typesetting system)라 부르는 컴퓨터 조판 방식이 도입되자 편집부 풍경은 일시에 바뀌었다. 그와 함께 식자공 대신 ‘오퍼레이터’라 부르는 직군이 등장했는데, 이들이 종이 원고나 파일을 전용 컴퓨터로 조판해주면 그것을 가지고 교정을 보았다. 교정을 끝낸 각 페이지는 사진 인화를 하여 판을 만드는데, 그렇게 사진으로 인화한 것을 ‘사진식자’라는 뜻의 사식(寫植)이라 불렀다. 사식 시스템은 아직 불완전해서 없는 글자가 많았고, 그런 경우 편집자들은 식자의 획을 분리해서 글자 하나하나를 만들기도 했다. 뒤춤에 커터칼을 차고 3M 접착제를 뿌려가며 판을 붙이다가 글자 하나를 잃어버려 책상 아래를 더듬는 일이 다반사였다. 편집자들은 그렇게 만든 사진 인화지를 대지(臺紙) 또는 대장(臺狀)이라 부르는 판에 한 장씩 얹혀서 인쇄용 필름을 뒀다. 필름이 나오면 편집자들은 그것을 검판한 다음 ‘하리꼬미’라 부르는 터잡기 단계로 넘겼다. 지금은 DTP를 거쳐 CTP 단계까지 왔고 POD 방식의 즉석 제작까지 가능하게 되었다. 원고 검토 단계에서부터 완성된 조판을 인쇄소에 넘기기 직전 단계까지 편집의 전 과정이 컴퓨터 모니터상에서 이뤄지고 있고, 편집자는 제작과 관련된 자잘한 사항들에서 눈을 돌려 기획이나 원고 내용, 외형적 디자인의 연출 등에 좀 더 집중할 수 있게 되었다.

수공업가로서의 편집자

편집보다는 오히려 인쇄제작에 가까운 지난 30년의 이야기를 길게 늘어놓는 데는 나름의 이유가 있다. 편집자의 경험과 능력은 어떻게 구성되는가를 짚어보기 위해서다. 우리 편집자는 지식, 언어 등 추상적이고 관념적인 대상들을 다루는 데 익숙해 있는 나머지 편집을 정신적 노동의 측면에서만 보는 경향이 있다. 기획에서부터 마지막 홍보 단계까지 편집자의 일은 주로 지적 활동으로 이루어진다고 무의식중에 믿고 있다. 출판 자체가 지식산업이고 편집자가 이런 지식 생산의 중추를 이루고 있는 한 틀린 생각은 아닐 것이다. 그러나 편집자는 머리를 쓰는 일만큼이나 많은 일을 손끝으로 하고 있다. 나는 회사 편집자에게 “어찌 된 게, 무엇 하나라도 편집자 손을 거치지 않으면 되는 일이 없느냐”고 푸념을 늘어놓곤 한다. 교정교열과 같은 편집 본연의 업무는 물론이고, 디자인에서부터 인쇄 제작, 지긋지긋한 보도자료 쓰기까지 책을 만드는 과정에서 편집자가 관여하지 않는 부분이 없다. 이런 관점에서 한때는 편집자를 ‘프로듀서’에 비유하는 것이 유행이었다. 모든 물적, 인적 요소를 끌어 모아 하나의 완성된 작품을 만들어내는 연출가로 편집자를 정의한 것이다. 또는 단순 교정이나 하는 사람으로 보던 편집자 상

을 스스로 끌어 올려 ‘기획자’라고 부르기를 선호하던 때도 있었다. 그런다고 해봐야 사회적 지위나 연봉이 오른 것도 아닌데 말이다. 오히려 나는 모든 일을 손수 해내야만 하는 편집자의 피곤한 일상을 생각할 때마다 늘 독립 수공업자가 떠오른다. Artisan 또는 Craftsman이라 불리는 사람들, 이를테면 가구를 만들거나 수제 맥주를 만드는 양조기술자 같은 사람들 말이다.

내가 존경하는 원로편집자 가운데 일본 헤이본샤(平凡社) 편집국장을 지낸 류사와 다케시(龍澤 武)라는 분이 있다. 수십 권에 달하는 헤이본샤 백과사전을 편집 총괄한 분이다. 이분이 언젠가 내게 “출판은 본질적으로 코티지 사업이에요”라고 얘기한 적이 있다. 오두막에서 양초나 치즈를 손수 만들어 파는 일과 크게 다르지 않다는 말인데, 나는 이 말이 너무나 멋있게 들려서 여러 번 써먹었다. 비슷한 생각을 하는 사람이 많은지 이 얘기를 꺼낼 때마다 사람들은 나를 찬탄의 표정으로 쳐다보곤 한다.

확실히 출판 혹은 편집은 코티지 사업과 다르지 않은 듯하다. 재료 구입부터 포장까지 전 과정에 일일이 주인의 손이 가야 하고, 자동화된 시스템에서 대량생산할 수도 없다. 편집자들은 매일 텍스트와 씨름하고, 제목과 표지 카피를 쓸 때는 손으로 써보거나 입으로 수십 번을 발음하기도 한다. 글자 크기를 키웠다 줄였다, 책 무게가 적당한지 들어보는 등 하여튼 별짓을 다 한다. 그러나 이런 과정에서 편집자는 책의 물성만이 아니라 텍스트의 의미와 맥락 곧 콘텍스트에 깊이 개입을 한다. 책을 만드는 물리적 과정과 정신적 과정이 편집자에게서 하나로 결합하는 것이다. 그리고 바로 이 점 때문에 편집자가 단어나 텍스트를 대하는 태도는 저자 또는 독자의 태도와 확연히 다를 수밖에 없다. 편집자는 천근만근의 무게를 가진 실체로써 그것들을 대한다. 요즘은 편집자들의 이런 의식도 많이 흐릿해졌지만 말이다.

스페셜리스트보다 제너럴리스트

편집자를 독립 수공업자로 비유하다 보니 출판계에 유독 1인 기업이 많다는데 생각이 미친다. 소자본 창업이 가능하고 특별한 시설이 없어도 되는 아이디어 사업이라는 점만으로는 1인 출판의 존재를 다 설명할 수 없는 것 같다. 왜냐하면 그렇다고 해서 아무나 1인 출판을 할 수 있는 건 아니기 때문이다. 가끔 저자, 역자, 독립연구자 같은 사람들이 출판을 해보겠다고 1인 출판을 시작하는 경우를 드물지 않게 볼 수 있다. 그러나 1~2년 못가서 사업을 접는 경우가 대부분이다. 왜 그럴까? 앞서 말한 것처럼 책을 만드는 물

리적이고 정신적인 과정 전체에 대한 편집자의 밀착된 개입을 잘 모르기 때문이다. 편집자는 ‘직업적으로’ 죽으나 사나 이 일을 한다. 그렇게 해야만 책이 만들어진다는 것을 잘 안다. 그리고 이렇게 책을 힘겹게 만들어가는 과정에서 책을 잘 팔 수 있는 가능성도 차츰 구체화되고, 그럼으로써 하나의 ‘사업’으로 이어진다는 것도 잘 안다.

편집자에게 전문성이 있다면 이처럼 책을 만드는 전 과정에 대한 깊은 이해와 그것들 모두를 직접 실행할 수 있는 능력에 있지 않을까 한다. 그런 점에서 편집자는 확실히 전문가이기보다 제너럴리스트일 것이다. 저자처럼 글을 쓸 수 없고, 디자이너처럼 디자인을 할 수도 없으며, 기술자처럼 인쇄기를 직접 돌릴 수도 없지만, 모든 과정을 이해하고, 필요하다면 직접 실행할 수도 있는 사람들이 편집자들이다. 출판사 사장들이 출판은 사람이 전부라고 흔히 말하는 것이 괜한 말은 아니다.

여기서 재미있는 사실은, 이런 편집자의 역할을 훌륭하게 수행할수록 그 편집자는 보이지 않는다는 점이다. 잘 만들어진 책일수록 ‘편집’이라는 구성요소는 눈에 띄지 않으며, 그것을 만든 이의 노력도 드러나지 않는다. 이런 일들은 우리 일상사에서 흔하다. 손에 딱 맞춤해서 쓰기 좋은 도구는 일을 하는 동안 그 도구를 잊게 한다. 도구가 자꾸 의식이 된다면 그 도구에는 뭔가 문제가 있는 것이다. 마찬가지로 잘 만들어진 책의 교정교열 상태나 물성은 독자로 하여금 책을 읽고 내용에 집중하게 한다. 나는 이런 의미에서 편집자의 존재를 ‘보이지 않는 손’(invisible hands), 스페셜리스트보다 더 어려운 제너럴리스트로 정의하고 싶다.

변화의 위협 앞에서

서두에서 말했듯이 내가 출판을 처음 시작하던 90년대 초와 지금의 출판 환경은 너무나 달라진 것이 분명하다. 종이와 처음 발명된 것이 2세기 무렵이고, 목판 인쇄의 등장이 7세기, 구텐베르크 인쇄 혁명이 15세기인 것을 생각해보면, 책의 역사에서 혁명적이라고 할 수 있는 변화는 매우 천천히 일어났던 셈이다. 그런데 최근 30년간의 변화는 몇 세기를 압축한 듯하다. 말할 것도 없이 이 변화는 인터넷과 모바일로 대표되는 디지털 및 IT 기술의 발전 때문이다. 디지털 기술은 출판 내부의 작업 방식과 출판 외부의 환경을 함께 바꾸어 놓았다. 출판 내부의 변화는 출판 종사자라면 모두들 잘 알고 있는 부분이니 생략하기로 하고, 출판 외부의 변화를 짚어보자.

최근의 기술 발전에서 가장 눈에 띄는 것은 플랫폼 기업들의 등장이다. ‘플랫폼 자본주

의’라는 말이 등장했을 정도로 인터넷 및 모바일 플랫폼들은 사람들의 생활과 경제 활동의 중심이 되고 있다. 페이스북, 인스타그램 등 사용자들이 수평적으로 관계를 맺는 소셜미디어뿐 아니라, 소비자와 공급자를 연결해주는 아마존/우버/에어비앤비 같은 기업, 나아가 인터넷 세상의 입구 역할을 하는 OS와 웹브라우저도 대표적인 플랫폼들이다.

플랫폼은 특히 지식, 정보, 오락의 기회를 제공하고 사람들을 연결해주는 장(場)으로 기능함으로써 지금까지 이런 중개와 연결의 기능을 주로 맡아왔던 산업들에게 특히 위협이 되고 있다. 출판도 그 가운데 하나임은 물론이다. 출판의 입장에서 보자면 전통적으로 출판이 맡아왔던 지식과 정보의 생산 - 유통 - 소비의 과정이 플랫폼을 통해서 처리됨으로써 기존의 중심이 사라지고, 이용자들도 각자 분산된 방식으로 필요를 충족하게 된 것이다. (더구나 인공지능과 사용자 인식기술의 결합은 책 자체가 제공하는 지식의 순차적 연결이나 책을 추천해주는 도서관 사서의 역할까지 대신하고 있다.) 편집자의 역할이 기존의 분산된 지식들을 사회적 맥락과 연결시켜 주고 독자에 대한 지식 큐레이션을 하는 데 있었다면, 앞으로 이런 역할이 어떻게 유지되어야 할지 사실은 잘 모르겠다. 그럼에도 우리는 지금 편집자들만의 역할을 찾으려 애쓰고 있다.

아주 오래된 직업

작년에 사망한 움베르토 에코는 생전에 프랑스 언론과 가진 한 대담에서 “책은 그 자체로 완성된 발명품”이라고 말한 적이 있다. 망치, 수레바퀴, 가위가 그렇듯이 더 이상 개선할 필요가 없는, 발명이 끝난 도구라는 얘기다. 확실히 책은 너무 단순하기 때문에 오히려 수많은 기능을 가진 도구를 닮았다. 그런 점에서 책과 출판이 해왔던 역할을 플랫폼이 상당 부분 대신한다 하더라도 아직 알지 못하는 용도가 더 많이 남아있을지도 모른다. 단순한 것일수록 많은 일에 쓸 수 있고 수명이 긴 법이니까 말이다.

편집자도 마찬가지다. 영어에서 ‘editor’라는 단어는 좀 특이한 단어다. 동사 ‘edit’에서 파생된 것으로 막연히 짐작하는 사람이 많지만, 명사에서 동사가 거꾸로 파생된 경우다. (같은 사례로는 ‘doctor’가 있다.) 마치 편집이란 어떤 일정한 정의로 한정할 수 있는 특수한 활동이 아니라 편집자라는 사람들이 하는 그 모든 행위, 정확히 규정할 수 없는 활동임을 말해주는 듯하다. 그것이 무엇인지는 편집자 각각의 경험 반영마다 다를 것이다. 말하자면 100명의 편집자가 있다면 100가지 편집 방식이 있고, 그 가운데 누

구나 표준으로 삼으려는 모델과 전형이 나올 것이다. 편집자들은 이미 일상의 업무에서 이런 일을 하고 있는지도 모른다.

너무 지루한 얘기만 늘어놓은 듯해서 마지막으로 예전에 들은 농담 하나를 소개하며 이야기를 마치고자 한다. 판다곰 한 마리가 식당에 갔단다. 판다는 샌드위치 하나를 주문해 먹더니, 갑자기 총을 꺼내 사람들을 마구 쏜 후 식당을 떠났단다. 겨우 살아남은 직원이 떠나는 판다 등 뒤로 “도대체 왜!” 하고 외치자 판다는 동물백과 한 권을 획 던져주며 이렇게 말했단다.

“음, 저희는 이렇게 해야 한다고 배웠어요. 「판다: 몸집이 크고 흰털과 검은 털이 섞인 중국 원산의 곰과 동물. 먹고 쏘고 튀다(eats, shoots and leaves).」”

원래는 ‘죽순과 잎을 먹는다(eats shoots and leaves)’인데 쉽표 하나가 잘못 들어갔던 것이다. 편집자의 일이란 거의 사람을 살리는 일인지도 모른다.

특별강연,

세션 2. 세계의 '1인 출판(소규모 주제 출판)' 현황

특별강연 2 이영준 / 경희대학교 후마니타스 칼리지 교수, 한국

읽기를 생활로: 대만 독립출판의 모습

세션 2. 세계의 '1인 출판(소규모 주제 출판)' 현황

Lisa Liu(劉子華) / 남방가원문화사업유한공사 대표, 대만

발표 니시야마 마사코(西山雅子) / 『일본 1인 출판사가 일하는 방식』저자, 일본
 Lisa Liu(劉子華) / 남방가원문화사업유한공사 대표, 대만
 칼 프리츠캣(Carl Pritzkat) / Publishers Weekly 사업개발팀 부사장, 미국

사회 조성웅 / 유유출판사 대표

1. 대만 독립출판 소개

독립출판이란 무엇인가?

자신이 하고 싶은 일을 하고, 말하고 싶은 것을 말하고, 내고 싶은 책을 내는 것이다. '독립' 정신은 창조성과 독창성을 나타낸다. 대만의 독립출판 종사자의 스타일은 매우 뚜렷하다. 그들은 재단도 그룹도 아닌 출판사로서 명확한 브랜드 특징을 지닌다.

2. 대만의 독립출판은 어떤 것일까?

(1) 시간을 초월한 출판: 오래도록 사랑받아온 고전 작품이 독립출판사의 해석으로 어떻게 재탄생할까? 자원이 적은 독립출판사는 왜 고전을 출판하려고 하는가?

(2) 장애품을 뛰어넘은 출판: '출판은 하나의 사회 운동'이라는 개념으로, 독립출판이 책을 통해 만들어 낸 사회 개혁의 힘과 오랫동안 등한시되었던 하위문화 현상이 어떻게 출판을 통해 꽃피우는지를 보여준다.

(3) 미디어를 초월한 출판: 종이책과 다른 미디어와의 혁신, 다른 산업과의 범산업적 협력으로 '1+1>2'라는 읽기의 새로운 상상력이 발휘된다.

(4) 기존의 틀을 깬 출판: 출판의 한계를 깨고, 범 출판사적으로 협력한 '미드나잇 인 파리 계획'

(5) 가상과 실체를 넘어선 출판: 전자책과 종이책 간의 경쟁과 상호 보완관계, 미래 출판에 대한 다양한 가능성

(6) 규모의 한계를 깬 출판: 2011년 독립출판사는 '독서로 떠나는 여행'이란 주제의 전시회 공동 기획을 통해 타이베이 국제 도서전에 참가하며 규모의 한계를 깬다. 독립출판사뿐만 아니라 개인, 한 권의 책도 국제 규모의 도서 전시에 참여하여 독립출판의 다양한 면모를 보여주었다.

3. 타이베이 국제 도서전의 '독서로 떠나는 여행' 브랜드 구축부터 독립출판사 연맹 설립까지

2011년부터 일인출판(一人出版), 남방가원출판사(南方家園出版社), 두점문창결사(逗點文創結社)가 함께 '독서로 떠나는 여행'을 계획했고, 타이베이 국제 도서전에서 독립출판사에 속한 공동 부스를 설치했다.

또한 매년 하나의 주제를 선정하여 전시장에 맞는 디자인, '체험식 읽기'를 통해 많은 사람의 주목을 받으며 타이베이 국제 도서전의 상징이 되었다.

- 2011년: '독서공항'의 공항 대합실 컨셉으로 설계
- 2012년: '독서정거장'이라는 복고 정류장
- 2013년: '독서우주'의 우주와 우주선, 읽기의 다양한 가능성
- 2014년 '독서부락'의 목조부락, 순수 읽기의 즐거움
- 2015년: '독서술집'의 여행 가방과 술집, 1920년 파리의 전성기 재현
- 2016년: 독서 테이블의 대만식 전통 연회, 다양하고 즐거운 읽기 체험
- 2017년: 독서 미공의 마가릿(Magritte) 초현실주의, 현상의 착시를 넘어서고, 지식의 미공을 지나 생명의 출구를 찾음.

모든 주제는 '여행의 시작점'이라는 이미지를 가지고 있다. 홀로 책을 읽는 여정에는 반드시 독립출판이 함께한다. 읽는다는 행위로 모든 책은 하나의 여정이 된다. 실제 존재하는 장소든 상상 속에서만 닿을 수 있는 장소든 독립출판인들은 모든 여행이 독자의 기대를, 더 나아가 작가의 기대까지도 만족하게 하도록 최선의 노력을 다한다.

해마다 도서 전시회의 인파가 줄고 책 판매량이 부진한 가운데, 독립출판 부스는 매년 판매 기록을 갈아치우며 도서전의 꽃이 되고 있다. 2014년 매출액이 처음으로 100만 대만달러를 넘어서며 2015년 112만, 2016년 144만, 2017년 200만 대만달러에 달했다. 이 긴 시간 동안 우리는 대만 독립출판에 상품 판매의 통합, 읽기의 홍보, 시장 개척이 시급히 필요하다는 것을 알게 되었다. 이에 2015년 필자는 1인 출판사, 두점문창결사와 '독립출판연맹(The Indie Publishers Association of Taiwan)'이라는 NGO 단체를 조직했고, 다른 독립출판사들의 가입을 유도했다. 현재 30개가량의 대만 독립출판사와 4명의 독립출판인이 여기에 가입해 독립출판사가 자원을 공유할 수 있는 서비스 플랫폼

을 만들었다. 이 플랫폼을 통해 자원을 공유하고 통합하며, 다양한 활동 노출과 발행 루트를 통해 독자가 더 많은 중문 창작물을 보도록 하고 있다.

4. 남방가원출판사, 우리가 하고자 하는 것은 사고, 대화와 교류이다. 현재 우리가 하고 있는 것은 시대 기록, 문화 계승, 미래의 상상력 확대이다.

• 3개의 도서 시리즈:

- (1) 재현(Reappearance) HR: 당대 중문 창작, 기록 문학, 고전 재해석.
- (2) 문화 창작인 HC: 보도형 도서 시리즈, 문화, 예술, 사회, 공공의제 등 주제 토론.
- (3) 관망HW: 자유 도서 시리즈, 번역 작품 중심, 라틴 아메리카 문학, 아프리카 문학 장 기획

• 내용 특징 소개:

- (1) 인지와 심적 수양을 위한 읽기: 『금강경, 심경: 홍일대사수서(金剛經、心經: 弘一大師手書)』부터 『당하일념심:지착대사소지관관선석(當下一念心: 智著大師小止觀禪釋)』에 이르는 수양 읽기, 『마지막 러브레터(最後一封情書)』의 크로스오버 감성 읽기.
- (2) 역사와 인물에 대한 고찰: 『강위의 어머니(江上的母親)』, 『미동(迷冬)』를 통해 중국 역사 속에서 일어난 인물의 비극과 역사의 잔혹함을 알 수 있다. 『논밭의 엄마(水田裡的媽媽)』는 대만의 백 년 가족 역사 이야기를 통해 전쟁 후 농업 사회에서 공업화 사회로 변모하는 대만의 모습을 볼 수 있다. 1950년, 한국 전쟁의 영향을 받아 풍전등화에 놓였던 대만이 미국의 원조로 살아날 수 있었다. 이처럼 비슷한 점이 많은 대만과 한국은 냉전 체제에서 공동으로 발전하기 시작했다.
- (3) 세계와 트렌드 관찰: 9·11 이후 테러리즘과 그 추세에 대한 논의를 한 『테러시대의 철학: 위르겐 하버마스와 자크 데리다의 대화(Philosophy in a Time of Terror: Dialogues with Jurgen Habermas and Jacques Derrida)』, 영국의 불법 중국 이주노동자가 이민의 입체적 생명에 대해 본 『숨겨진 생산라인(Hidden Army of Labour)』, 유럽 생겐 조약에서 성산업에 종사하는 불법 근로자의 이야기 『보이지 않는 성산업(Invisible: Britain's Migrant Sex Workers)』, 영국 극우파 단체의 사상, 좌파가 극우파를 이해할 수 있는 연결고리 『분노의 백인: 영국 극우파에 대한 공격!(Angry White People: Coming Face-to-Face with the British Far Right)』, 예술의 환경 운동 참

여 방법을 보여주는 『생태에서 영속되는 예술 상상과 실천(Insights into the Eco-art of Britain)』, 소비는 하나의 사회 운동이다. 『바나나 전쟁과 공정무역(Fighting the Banana Wars and other Fairtrade Battles)』 등등.

5. 결론: 대중에서 소수로, 독립출판은 날로 중요해지고 있다.
그렇다면 독립출판의 미래는 어떠한가? 종이책의 미래는?
그리고 소규모 출판의 포지션은 어디일까?

(1) 소수화와 공동체화: 출판이 대중에서 소수로, 맞춤형으로 바뀌고 있다. 독립출판의 브랜드와 독창성이 중요한 부분이 되면서 소수 출판이 일부 사회 집단을 타깃으로 해 경영을 하는 것이 더욱 쉬워졌다. 독서회 등 활동을 통해 상호연결 및 상호작용을 만들어 낼 수 있기 때문이다.

(2) 소형 출판과 개인출판: 네트워크는 사회 집단 경영의 매개체이고, 개인은 바로 자체 미디어이다. 네트워크 콘텐츠와 네트워크 뉴스 내용이 생각의 통합, 편집과 포장을 통해 종이출판이 될 가능성이 있을까?

(3) 개인 출판이 보편화되면 루트, 판매, 독자가 매우 중요하다. 어떻게 확보할 것인가?

(4) 종이 출판 서적으로 디자인을 하면 혜택을 주어 수집품이 되도록 한다.

(5) 전자책과 종이책 출판: 대만의 전자책 가격은 종이책 정가보다 30% 싸다. 하지만 대만 신간의 최고 할인 폭은 약 21%로, 10%가량의 가격 차가 있어 전자책 발전을 저해한다. 전자책의 원가 지출을 줄이기 위해 종이책과 같은 판매 플랫폼이 필요하지는 않을까? 전자책과 종이책이 함께 발전하는 방법은 무엇일까?

(6) 출판 콘텐츠의 경우, 공상과학 등 허구적인 내용이 지속적으로 발전하는 것 외에 3가지 분야가 각광을 받고 있다. 첫째, 하위문화는 언제나 출판계의 좋은 소재였다. 둘째, 비허구 문학이 트렌드가 되고 있다. 셋째, 인문출판이 중요한 출판 분야가 되고 있다.

1인 출판의 바람이 불고 있는 미국과 그로 인한 예기치 못한 결과

칼 프리츠켓(Carl Pritzkat) / Publishers Weekly 사업개발팀 부사장, 미국

안녕하세요. 저는 칼 프리츠켓입니다. 미국 퍼블리셔스 위클리(Publishers Weekly)에서 일하고 있습니다. 퍼블리셔스 위클리는 1872년부터 미국 출판 산업의 기록을 출판해온 잡지입니다. 저는 퍼블리셔스 위클리의 비즈니스 개발부문의 부사장으로 신규 프로젝트나 디지털 사업을 총괄하는 업무를 맡고 있습니다. 또한, 독립출판사를 위한 웹사이트인 북라이프(BookLife) 운영을 책임지고 있습니다.

미국에서는 지금 1인 출판이 호황을 누리고 있습니다. 그리고 예상하지 못한 결과도 낳고 있습니다. 이 현상에 대해 제대로 논의하기 위해 먼저 “1인 출판”이 무엇인지 알아보겠습니다.

1인 출판이란 전문적인 기술을 가진 사람들을 모아 프로젝트를 이끌어 나가는 제작자에 가깝습니다. 이들은 보통 출판사, 제작사와 영구적으로 함께하지는 않습니다. 전문가들은 편집자, 디자이너, 프로그래머, 홍보담당자, 그리고 회계사의 역할을 합니다. 이들 중 상당수는 기존에 몸담고 있던 대형 출판사나 미디어 회사들이 감원, 감축했기 때문에 프리랜서로 돌아선 사람들입니다. 그리고 이들은 대부분 전문 기술을 보유한 젊은 인재들이고 디자인 및 제작 과정 간소화 또는 웹디자인 및 소셜미디어와 같이 몇 년 전에만 해도 존재하지 않았던 새로운 기술에 능숙한 전문가들입니다. 1인 출판사는 편집이나 디자인처럼 출판 과정에 필요한 작업 중에서 특정한 한 가지에 집중하는 것이 보통입니다. 지금 현재 가장 성공적인 1인 출판사는 자신이 쓴 책을 직접 출판하는 작가들입니다.

각자가 갖고 있는 열정이나 출판하는 방법이 무엇이든 1인 출판은 새로운 도구들 덕분에 활발해지고 있습니다. 책 제작용 웹 기반 디자인 소프트웨어가 널리 보급되면서 책의 표지 및 내부 디자인이 획기적으로 간편해졌습니다. 그리고 워드프로세싱 소프트웨어는 사용이 편리해지는 동시에 기능은 더욱 강화되었습니다. 전자 출판은 책을 만들고 유통하는 일의 어려움을 획기적으로 줄였습니다. 주문형 생산 기술로 인해 PDF 파일을 업로드하면 유통센터 네트워크를 통해 필요한 곳에서 책을 바로 인쇄할 수 있게 되

었습니다. 온라인 서점은 전 세계 수십억 명의 독자들에게 이렇게 출판된 책이 공급될 수 있도록 합니다.

이메일을 통해 저렴한 비용으로 관심 독자층을 발굴하고 넓혀나가는 일이 가능해졌습니다. 웹사이트로 인해 독자가 관심 분야를 구축하고 깊이 있게 발전시키기가 쉬워졌습니다. 이제는 소셜미디어를 통해 독자들의 일상생활과 대화에 함께 참여하는 것도 가능해졌습니다. 예를 들어, 킥스타터(Kickstarter)와 같은 크라우드 펀딩 사이트는 1인 출판업자가 독자를 투자자로 활용하는 플랫폼과 모델을 제공했고, 웹 및 앱 기반 신용카드 서비스는 판매 및 구독 서비스를 제공할 때 소규모 운영자도 손쉽게 신용카드로 결제를 할 수 있도록 만들었습니다.

또한, 출판사들이 비영리 운영을 함에 따라 미국 국립 예술기금(National Endowment for the Arts) 및 기타 정부 기구에서 지원금을 받을 기회가 열리기도 했습니다. 팀과 협업이 필요할 때는 전화, 비디오 컨퍼런스, 스크린 공유가 가능한 스카이프와 같은 유용한 무료 소프트웨어를 사용하면 됩니다. 이메일을 사용하면 파일 공유에 아무런 어려움이 없고 클라우드 기반 파일 공유로 인해 출판 프로젝트의 모든 단계에서 의견을 공유하는 것이 더욱 쉬워졌습니다. 이렇게 유용한 도구의 등장 덕분에 1인 출판은 미국의 출판업계에 막대한 영향을 주고 있습니다.

독립 출판된 책은 e-book 판매량에서 가장 큰 비중을 차지하고 있습니다. 5년 전만 해도 예측하지 못했던 일입니다. 독립 출판된 책은 계속해서 증가하고 있습니다. 2010년부터 2015년 사이에 독립 출판 도서에 부여된 ISBN은 375% 증가해 2015년에는 총 7십 2만 7천 개를 기록했습니다. 『그레이의 50가지 그림자(50 Shades of Grey)』와 같이 독립 출판된 책이 대형 출판사와의 계약을 통해 더 큰 상업적 성공, 그리고 문화적 영향력을 갖게 되는 경우도 있었습니다.

1인 출판은 상업적 성공뿐 아니라 다른 의미에서도 중요한 성공을 일구고 있습니다. 조 팬이 운영하는 1인 출판사인 브루클린 아트 프레스(Brooklyn Arts Press)는 2016년 내셔널 북 어워드(National Book Award) 시 부문에서 수상자로 선정되었습니다. PW에서 가장 인정받는 별점 리뷰에도 독립 출판된 책들이 종종 선정되고 있습니다. 불과 4년 전만 하더라도 전혀 없었던 일입니다.

무엇보다 가장 중요한 점은 1인 출판사는 전통적 출판의 문지기를 통과하지 않아도 되기 때문에 다양한 관점과 경험을 가진 이들이 목소리를 낼 수 있게 되었다는 것입니다. 라틴, 아메리카 원주민, 아프리카계 미국인, 레즈비언·게이·트랜스젠더·바이섹슈얼·퀴어

그리고 다양한 종교적 배경을 가진 사람들이 1인 출판의 성공에 힘입어 독자층을 확보해가고 있습니다.

그러나 이 성공이 미국의 문화에 미치는 우려되는 변화도 있습니다. 다양한 목소리와 함께 미국 문화에서 가장 추악한 주변부 문화가 득세하는 것입니다. 최근 버지니아주 샬러츠빌에서는 백인우월주의자와 네오나치가 모습을 드러내 미국을 충격에 빠트렸습니다. 이들의 확산 배경에는 1인 출판 산업의 성공이 있었고 1인 출판 업자들은 이 현상을 더욱 부채질하고 있습니다. 이러한 움직임을 악용하려는 극단주의 정치인들도 전통적 출판업에서는 문지기에 의해 목소리를 낼 수 없었지만, 지금은 1인 출판사의 지원을 받고 있습니다.

1인 출판업자는 독자와 직접적인 관계를 맺음으로 인해 혜택을 누릴 수 있지만 이러한 직접 관계로 인해 미국 문화가 점점 고립되고 양극화되는 경향도 있습니다. 자신이 듣고 싶은 목소리에만 귀를 기울이는 사람들이 점점 늘어나고 있습니다. 책을 사는 행위조차도 예전이라면 서점에 걸어 들어가, 책을 요청하고, 서가에서 책을 찾고, 책을 구매하는 과정에서 다양한 사람들과의 상호작용이 필요한 과정이었지만 이제는 이 모든 과정이 생략된 채 온라인에서 처리하는 고립된 행위가 되었습니다. 미국은 이로 인한 여파에 시름하고 있습니다.

그럼에도 불구하고 성공하고 있는 1인 출판 운영자의 예도 많이 있습니다. 문학계에서는 조 팬이 운영하는 브루클린 아트 프레스(brooklynartspress.com)가 신예 작가의 작품에 집중하고 있습니다. 브루클린 아트 프레스는 작가와 예술가에게 다양한 관점과 미적인 접근을 제공하며 다니엘 보르주츠키의 The Performance of Becoming Human은 내셔널 북 어워드 시 부문의 수상작으로 선정되기도 했습니다.

장르 소설 분야에서는 로맨스·에로틱 소설 작가 메리디스 와일드가 시작한 워터하우스 프레스(waterhousepress.com)가 대표적입니다. 이 출판사는 자신의 베스트셀러를 만들어낸 팀이 다른 로맨스 작가에게도 도움이 될 것으로 생각한 작가가 시작했습니다. 그래픽 노블 분야에는 이미 저명한 카툰작가인 스팅이트 트로트만이 운영하는 서커스 프레스(inoncircus.com)가 있습니다. 트로트만은 크라우드 펀딩 전문가로 자신의 책을 위해 킥스타터에서 50만 달러를 모았습니다.

넓은 의미로 본 논픽션 분야에서는 그레그 존슨이 운영하는 카운터-커런트 퍼블리싱(counter-currents.com)이 미국에서 추한 모습을 확산시키고 있는 정치적 의견을 내는 1인 출판사 중 하나입니다.

다양한 장르, 관점, 동기로 인해 1인 출판은 미국에서 계속 성장하고 있으며 그와 함께 편집자, 디자이너, 홍보담당자와 같이 고기능 참여자들의 역할도 점점 더 중요해지고 있습니다. 발표를 들어주셔서 감사합니다.

세션 3. 분야별 에디팅 트렌드

‘향후 10년 동안’을 전망한다

비소설·자기계발/에세이/경제·경영/과학

세션 3. 분야별 에디팅 트렌드 ‘향후 10년 동안’을 전망한다
비소설·자기계발/에세이/경제·경영/과학

혼종과 혼돈의 시대, 자기계발 서사와 미디어셀러의 변화

이연실 / 문학동네 비소설 팀장, 한국

발표 이연실 / 문학동네 비소설 팀장 (비소설·자기계발)
최해경 / 마음산책 팀장 (에세이)
김승욱 / 이콘출판 대표, (경제·경영)
임은선 / 휴머니스트 사이언스 팀장 (과학)

사회 장동석 / 바다출판사 인문팀장·출판평론가

올해는 제가 편집자가 된 지 만 10년이 된 해입니다. 향후 10년 동안의 출판계 트렌드를 예측할 능력이 있다면, 분명 앞으로의 10년은 지난 10년에 비해 덜 좌충우돌하며 더 현명한 선택을 내릴 수 있을 것입니다. 하지만 그것을 예단하는 일은 사실상 불가능합니다. 향후 10년간 제가 맡은 분야에서 출판계의 흐름을 예측해보라는 말 앞에서는 그저 막막해지지만, 그게 너무 무거운 과제라면 ‘나는 향후 10년 동안 어떤 책을 만들고 싶은가’에 대한 얘기로 풀어보라고 하신 기획자님의 이야기에 힘입어 이야기를 시작해보겠습니다.

우선 저는 미래의 10년을 조망하기에 앞서, 지난 10년 동안 한국의 비소설 시장에서 제가 어떤 책들을 만들었는지를 돌아보려 합니다. 얼마 전 동료 편집자와 농담을 하다가 우연히 잊고 있었던 재밌는 사실을 하나 떠올렸습니다. 최근 1년간 저는 유난히 회사와 퇴사에 관련된 책들을 많이 만들었습니다. 『아, 보람 따위 됐으니 야근수당이나 주세요』, 『실어증입니다, 일하기싫어증』, 『김과장 직장백서』, 『아직, 불행하지 않습니다』 같은 에세이, 교양서들이 모두 직장인과 관련된 책이었습니다. “거의 직장인 전문 편집자라고 해도 되겠는데요?” 동료의 말에 저는 웃으며 답했습니다.

“그러네요. 이렇게 한 주제에 저도 꽂히고 독자들도 흐름을 타서 읽어줄 때가 있나 봐요. 전에는 자칭 타칭 ‘장애인 인간승리’ 전문 편집자로 불린 적도 있었는데……”

무심히 답한 말이지만 실제로 그랬습니다. 판매 면에서 성과를 거둔 책도 있고 그렇지 않은 책도 있습니다만, 한때 저는 유난히 장애인의 이야기를 자주 책으로 만들었습니다. 두 눈의 안구가 없고 사지가 비틀린 소년 패트릭 헨리 휴스의 『나는 가능성이 다』, 자폐증 손자에게 보내는 전신마비 심리학자 할아버지의 편지 『마음에게 말걸기』, 110cm의 왜소증을 갖고 태어났으나 남다른 자기확신과 신념으로 면접관들을 사로잡으며 삼성그룹 인사팀에 들어가 일하고 있는 여성의 『불편하지만 불가능은 아니다』 등이 그렇습니다. 지난 시절, 어려움을 극복해낸 장애인들의 이야기는 우리들의 마음을 사로잡았습니다. 모든 것을 갖추고 출발 선상에 선다 해도 경쟁에서 밀려나고 퇴보하기

쉬운 판국인데, 명백하게 눈에 띄는 신체적 장애를 가진 사람들이 ‘그럼에도 불구하고’ 자신만의 길을 찾아내서 성공에 이르는 이야기들은 독자들에게 감동과 각성을 불러왔습니다. 『오체불만족』의 오토다케 히로타다, 『지선아 사랑해』의 이지선, 『허그』의 닉 부이치치 등 신체적인 장애가 결코 인생의 장애가 될 수 없음을 보여준 인물들은 언제나 출판계의 뜨거운 이슈로 떠올랐습니다. 그러나 최근에는 이런 장애인 성공 수기에 이목이 쏠리는 경우가 적어지는 듯합니다. 아니, 장애인들은 지금도 여러 사회적인 조건과 싸워가며 삶을 살아내고 있지만, 그 이야기들을 성공 서사의 관점에서 다루는 책들은 분명 줄어들고 있다고 생각합니다.

왜일까요? 저는 장애인들이 온갖 사회적인 편견을 딛고 결국 꿈을 이뤄내는 이야기는, 힘겨운 시절 ‘그럼에도 불구하고’ 우리가 믿고 싶었던 정의와 이상의 결정체였다고 생각합니다. 이러한 이야기들을 독자들에게 계속 송신한 저 역시도 장애인들의 역경과 그것을 넘어선 성공기를 통해 현실의 모순을 까발리고 그에 맞서는 숭고한 인간의 의지와 신념을 책에 담고자 했습니다. 아무리 신체장애가 있다 하더라도, 또 세간의 편견이 심하다 해도, 열심히 하면 누구나 꿈을 이룰 수 있다는 믿음, 나도 할 수 있다는 희망을 성공한 장애인들의 삶에서 찾고 싶었던 것이지요. 장애인 복지나 그들이 처한 사회적 조건에 대한 진지한 고민의 측면이라기보다 우리는 어쩌면 장애인들의 삶에서 ‘저 사람도 했는데, 나도 할 수 있다’는 ‘자기계발’적인 측면을 주로 읽어왔던 건지도 모르겠습니다.

그러나 최근 한국 출판계에서는 기존의 전통적인 자기계발 시장이 저물고 있는 것이 아니냐는 목소리가 나오고 있습니다. 전 세계적으로 2,800만 부가 팔려나갔고 한국에서도 밀리언셀러를 기록한 책 『누가 내 치즈를 옮겼을까』의 저자 스펜서 존슨이 2017년 7월 3일 별세하면서, 이것은 흡사 자기계발서 시장의 한 시대가 저물고 있다는 상징 같다는 분석도 있었습니다. 좀 더 거칠게 말하면, 한국의 자기계발서 시장은 사실상 몰락했다는 이야기까지 나옵니다. 실제로 교보문고 판매자료를 보면 불과 5년 전인 2012년 상반기 대비 2017년 상반기 자기계발서 판매량은 32%나 급감했다고 합니다. (김지훈 기자, <‘글로 배우는’ 자기계발 시대 저무나>, 한겨레, 2017. 8. 15).

지난 시대 우리는 서점의 자기계발서 매대에서 ‘독하게’ ‘미쳐라’ ‘누구누구처럼 살아라’ 같은 단호하고 ‘센’ 어구를 제목에 얹은 책들과 자주 맞닥뜨렸습니다. 지금으로부터 10년 전인 2007년에는 이런 자기계발서들의 백미와 같은 책 한 권이 나와 한 시대를 풍미하기도 했지요. 론다 번의 『시크릿』은 누구나 비밀을 알아내기만 한다면, 우주

의 기운을 내게로 모으기만 한다면, 구체적으로 상상하고 열심히 실행하기만 한다면 원하는 것을 모두 이룰 수 있다고 말했고 이 ‘비밀의 책’은 날개 돋친 듯 팔려나갔습니다. 그러나 경제 불황이 지속 되고 젊은 세대의 좌절이 거듭되면서, 이러한 믿음과 환상은 점점 희미해져 가고 있습니다. 안정이 사라진 시대, 단호하고 명백하게 말할 수 있는 진리들이 사라져가는 시대가 왔습니다. 사람들은 기존에 진리로 받아들여졌던 거대한 법칙과 화두들에 고개를 가우뚱하며 이의를 제기합니다. 그리고 내가 실질적으로 변화시킬 수 있고 보듬을 수 있는 작은 것들에 몰두합니다. ‘정리’, ‘심플’, ‘나’, ‘혼자’ 등의 화두가 비소설 시장의 키워드로 떠오르고 있습니다.

최근 제가 편집한 책들 가운데 독자들의 반응이 컸던 책들의 제목을 생각해보았습니다. 『라면을 끓이며』, 『버티는 삶에 관하여』, 『아, 보람 따위 됐으니 야근수당이나 주세요』, 『나는 내가 제일 어렵다』…… 어떻게 보면 희망이나 패기가 거세된 우울한 제목인지도 모르겠습니다. 실제로 책 출간을 준비하면서 어떤 이들로부터는 ‘제목이 너무 우울하고 시크하다’ 혹은 ‘대중에 호소하기엔 너무 소소한 제목이 아니냐’는 말을 듣기도 했으니까요. 이 책들이 향후 10년간의 트렌드를 전망하는 단초라고까지 말할 수는 없겠지만, 적어도 저는 이 책들을 만들고 독자들에게 알려 나가는 과정에서 앞으로 제가 독자와 교감할 수 있는 점점들을 발견했습니다. 독자들은 이제 이 팍팍한 현실 속에서 무조건적인 희망이나 용기를 인공 호흡해주길 바라지 않습니다. ‘나’를 둘러싼 세계가 품고 있는 절망과 슬픔에 정직하게 교감해줄 책들을 기다립니다. 아마 향후 10년 동안에도 세상이 극적으로 좋아지긴 힘들 것입니다. 그리고 독자들은 단순하고 영성한 논리로 희망과 가능성을 설교하는 책들에는 의구심을 먼저 품을 것이라고 생각합니다.

이 세션을 준비하면서 최근의 자기계발 분야 베스트셀러 상위권에 있는 책들을 훑어보았습니다. 『최고의 휴식』, 『매일 심리학 공부』, 『하버드 마지막 강의』, 『모든 관계는 말투에서 시작된다』 같은 제목들이 보입니다. 성공, 처세, 비법, 비밀의 키워드는 뒤로 밀려나고 휴식과 심리, 인간관계의 고민이 자기계발의 영역으로 들어왔습니다. 예전 같았으면 에세이나 인문 심리로 분류됐을 법한 책들입니다. 저는 이 흐름에 주목해야 한다고 생각합니다. 에세이와 자기계발서, 심리서와 자기계발서, 인문과 자기계발서의 혼종이 일어나고 있습니다. 자기계발의 정의가 바뀌고 있다고도 말할 수 있겠습니다. 예전에 자기계발이라 하면 자신의 사회적 지위, 업무적인 측면을 업그레이드하는 일로 인식되었지만, 이제는 내 삶과 마음을 고양시킬 수 있는 자기계발이 더 큰 호응을 받고 있습니다. 휴식이 자기계발이 된 시대입니다. 독자들은 이제 선각자나 선지자처럼 우리에게

호통치고 네 삶의 태도와 일머리를 통째로 바꾸라 호통치는 책들이 아니라 우리에게 소소한 물음들을 던지는 책들에 반응합니다. 더 열심히 살고 더 ‘빡세게’ 일하라고 말하는 책들이 아니라 내 감정과 상황에 조용히 공감해주는 책들을 읽습니다. 굳이 책을 찾아 읽어가며 더 자극받고 더 열심히 살라는 잔소리를 듣지 않아도 현대인들은 이미 회사에서, 일상에서, 온갖 매스미디어들로부터 질리도록 뉘달당하며 살고 있기 때문은 아닐까 그저 짐작해볼 뿐입니다.

최근 1년 동안 제가 ‘일을 더 잘하자’고 설파하는 책이 아니라 ‘직장인 개인의 삶과 마음’에 대해 묻는 책을 유난히 집중적으로 기획·편집한 것은 저 역시 편집자이기 전에 독자이고 노동자이며 직장인이기 때문일 것입니다. 그리고 향후 10년간 쪽 그럴 것이라 단언하긴 힘들지만, 저는 적어도 당분간은 저처럼 평범하게 일하고 살아가는 보통 사람들의 작은 이야기들의 조각을 찾아다닐 것 같습니다.

향후 10년간의 출판계 트렌드를 말할 때 장르에 관계없이 꼭 짚고 넘어가야 할 지점이 하나 더 있습니다. 바로 대중매체와 SNS의 영향력입니다. 제가 이 글을 쓰고 있는 시점에 교보문고 시.에세이 베스트셀러 Top10에는 소위 SNS 작가의 책으로 불리는 책들이 무려 네 권이 올라와 있습니다. 『언어의 온도』, 『아무것도 아닌 지금은 없다』, 『#너에게』를 비롯해서 <SNS 스타작가 한정판 스페셜 에디션 세트>라는 것도 자리하고 있습니다. TV 프로그램에 소개되거나 영화화된 단행본이 ‘미디어셀러’로서 종합베스트셀러 상위권을 점한 지도 꽤 오래되었지요. 이런 책들에 대해 이야기할 때, 우리 업계 사람들끼리는 대개 “그 책 읽어봤어?”로 시작해서, 독자들의 취향이 점점 너무 쉽고 가벼운 쪽으로 가는 게 아니냐 하는 우려로 우울하게 끝을 맺곤 하는 경우를 많이 보았습니다. 그러나 저는 SNS나 미디어 기반의 쉽고 잘 읽히는 대중적인 책들이 베스트셀러 매대를 점하는 것이 ‘옳은가 그른가’에 대해 논의하는 것은 사실상 의미 없어진 시대라 생각합니다. 다시 말하지만 오늘날의 대중독자들은 훈계의 대상이거나 책을 업으로 삼은 우리가 이상적인 방향, 원하는 방향으로 인도할 수 있는 존재가 아닙니다. 그들은 그저 지금 그들의 삶에서 가장 먼저 위로가 되고 도움이 될 만한 텍스트들을 직관적으로 찾아 읽을 뿐입니다.

대중 독자들이 결국 이 미디어와 SNS의 자장에서 벗어날 수 없다면, 저는 우리 출판편집자들이 미디어를 좀 더 영리하게 활용할 방법은 없을지 고민해야 한다고 생각합니다. 매스미디어와 SNS의 절대적인 영향력을 질투하면서 ‘쫓쫓, 어쩔 수 없는 일이지’ 혹은 ‘이번 복권 당첨은 또 어느 출판사가 되려나’ 하며 입을 삔죽이고 먼 산만 내다볼 것이

아니라, 기획단계에서부터 미디어들과 적극적으로 협업하여 보다 긍정적인 에너지와 큰 시너지를 낼 방도는 없을지 궁리해야 합니다. 책이 히트한 인터넷, 영상매체의 부가 상품이나 파생상품 중 하나가 아니라 ‘될성부른 콘텐츠’를 가장 구체적으로 담고 아름답게 편집된 상태로 소장할 수 있는 매체가 될 방법은 없을까요?

지금 한국의 술한 미디어셀러들은 벼락 맞듯이 만들어지고 느닷없이 소비됩니다. 그러나 저는 최근 10년간 ‘자기계발서의 정의’가 서서히 움직인 것처럼 ‘미디어셀러의 정의’ 또한 향후 10년간 서서히 바뀔 수도 있으리라는 예감이 듭니다. 특정 매체에 운 좋게 노출되어 급작스레 팔려나가거나 혹은 거액의 PPL 대가를 지불한 광고의 방식이 아니라, 해당 매체 제작진과 출판계가 일찌감치 콜라보하여 런칭 타이밍과 공개할 내용의 수위 등을 세밀하게 조율하는 것입니다. 책이 매스미디어의 히트작들을 허겁지겁 쫓아가고 그 인기의 일부를 수혜받는 형식이 아니라, 멀티콘텐츠로서 동시에 기획되고 책만이 엮을 수 있는 스토리를 뽑아서 가려 담은 새로운 ‘미디어셀러’의 탄생. 이것은 어찌 보면 예측이라기보다는 저의 희망일지 모르겠습니다만, 저는 다음 10년, 이렇게 책과 미디어가 대등하게 결합하고 소통하는 ‘미디어셀러’를 꿈꾸고 있습니다.

저자의 고유성을 지지한다

최해경 / 마음산책 팀장, 한국

안녕하세요. 이번 발표를 맡은 마음산책 편집자 최해경입니다. 제가 발표할 주제는 향후 10년 에세이 에디팅 트렌드입니다. 마음산책 출판사가 보편적 예가 될 수는 없겠지만 산문 분야에 주력해왔던 출판사로서 지난 출판 경험을 바탕으로 앞으로를 전망해보고자 합니다.

내게 서사란 시간의 축 위에서 ‘사건’, ‘진실’, ‘응답’이라는 기능소가 차례로 전개되는 담화의 구조물을 뜻한다. ‘인물에게 사건이 벌어지고, 그 사건을 통해 진실이 산출되며, 인물은 그 진실에 응답해야만 한다.’ 이 과정을 거쳐 인물은(그리고 우리는) 돌이킬 수 없어질 것이다.

-신형철, ‘사물성, 사건성, 내면성’, <보스토크> 4호

서사(narrative)라는 개념을 복기하면서 작가의 산문이야말로 서사의 진솔한 응집체이지 않을까 생각했습니다. 시적 화자나 소설적 화자가 아닌 작가 본연의 목소리는 허구가 없으므로 독자의 응답은 더욱 강해질 수밖에 없습니다. 생동감 넘치는 ‘사건’과 ‘진실’과 ‘응답’이 언제나 산문에는 존재합니다.

마음산책은 2000년 문을 연 이래 기획 개념이 돋보이는 문학서, 이야기가 담긴 예술서, 사유의 폭을 넓히는 인문서를 지향해왔습니다. 2000년대 들어 개인주의와 글로벌리즘의 확대, 영상매체의 발달로 한국 출판 산업은 양적 팽창을 거듭했고, 독자들은 좀더 다양한 개성과 색깔을 가진 새로운 감성의 책을 원했습니다. 마음산책은 창립 초기부터 독창적이고 유연한 마음산책만의 공간을 만들고자 했습니다. 그 시도 중 하나가 그간 문학 전문 출판사가 주력했던 시와 소설을 제외한 산문 출간에 주목한 것입니다. 물론 그전에도 한국 출판계에 산문집은 엄연히 존재해왔습니다. 대개 작가들의 시와 소설 외의 글을 엮은 것, 저명한 인사의 자전적인 이야기 등이 그것입니다. 하지만 부수적인 장르로 인식되던 기존의 형태를 벗어나 마음산책은 감각적인 기획 산문을 추구했습

니다. 작가가 한 주제로 쓴 전작 산문을 무엇보다 중요하게 여겼습니다. 소설이나 시 속에서는 미처 다 보여주지 못한 다양한 이야기들을 작가의 진짜 목소리로 듣는 묘미를 누릴 수 있기 때문입니다. 때로 잡문이라 일컬으며 문학적 영토에서 소외되기도 했던 산문의 이 부드럽고 파급력이 큰 형태의 스타일에 독자들도 완결된 형태로서의 문학 작품을 넘어선 쾌감을 느꼈다고 봅니다. 작품과 작가에 대한 호감으로부터 출발해서 호기심을 충족시키는 면도 있습니다. 작품에 드러나지 않는 작가의 자연인, 생활인으로서의 모습이 전면에 등장하는 것도 진진합니다. 창작자와 즉각적인 만남이 이루어지는 산문의 맛을 한껏 살린 것입니다.

구효서 소설가의 첫 산문집 『인생은 지나간다』(2000)의 경우 사물을 통해 인생을 되돌아보는 작가의 자전 이야기입니다. 작가의 소설에 등장하는 한 에피소드에서 사물에 관한 묘사를 인상 깊게 본 출판사에서 먼저 전작 산문을 제안했습니다. 항상 함께 있으면서도 별로 기억하지 않으며 살다가 불현듯 친근한 존재로 다가오는 사물들을 주제로, 이를테면 전화, 라디오, 도시락 등등으로 인생의 기억을 다정하게 호명해냅니다. 이 책은 독특한 주제와 깊이로 독자의 사랑을 받았고, 이후 작가의 인생과 함께해온 사람들에 관해 쓴 산문집 『인생은 깊어간다』(2006)로 이어졌습니다.

소설가 조정란의 산문집인 『조정란의 악어이야기』(2003)는 주목받는 신예 일러스트레이터 준코 야마쿠사의 그림과 작가의 자전적인 글이 어우러진 한국과 일본의 합작품입니다. 작가는 2001년 일본 <텔레비전 동경テレビ 東京>에서 25회에 걸쳐 방영된 <전설의 악어 제이크> 원작 텍스트를 바탕으로 ‘터닝포인트’를 상징하는 ‘제이크’라는 악어 캐릭터 성격은 고스란히 살리되 자신의 일상 이야기 속에서 그 의미나 주제를 확장하는 매우 특별한 작업을 시도하였습니다. ‘일러스트는 글에 수반되는 것’이라는 고정관념을 깨고 외국의 좋은 일러스트를 발굴한 후, 국내의 작가를 섭외하는 방식으로 진행된 신선한 기획이었습니다.

소설가 김연수의 첫 산문집 『청춘의 문장들』(2004)도 마찬가지입니다. ‘작가의 젊은날을 사로잡은 한 문장을 찾아서’라는 부제가 달린 이 산문집 역시 전작 산문입니다. “책을 읽다가 문득문득 목이 메어와 갈피를 덮는 일은 요 몇 년 새 얻은 버릇”이었다는 작가는 유년의 추억들, 성장통을 앓았던 청년기, 그리고 글을 쓰게 된 계기 등의 자전적 이야기들을 이백과 두보의 시, 이덕무와 이용휴의 산문, 이시바시 히데노의 하이쿠, 김광석의 노랫말 등 젊은날을 사로잡은 아름다운 문장들과 함께 들려줍니다. “삶을 설명하는 데는 때로 한 문장이면 충분하니까”라는 작가의 말에서도 알 수 있듯, 작가의 삶

속으로 선명하게 육박해 들어와 힘차게 공명한 문장들이 소개됩니다. 서른다섯 소설가로서의 김연수, 등단한 이래 그때까지 여섯 권의 소설책을 펴냈으며 2003년 유수의 문학상을 수상하며 문인으로서 절정기를 맞이하던 그의 러너스 피크(Runner's Peak)를 함께한 책으로 소설적 현장으로서 가치가 있습니다.

김소연 시인의 『마음사전』(2007) 같은 경우는 처음 시도되는 콘셉트로 마음산책의 상징적인 책이라 할 수 있습니다. 십 수 년 전부터 “마음 관련 낱말 하나하나에 밑줄을 긋고, 주석을 달며” 말해왔다는 저자는 『마음사전』에서 그간의 공력으로 마음의 낱말들을 찬찬히 들여다보고 펼쳐 보이며 헤아리기 힘든 마음의 빛깔을 보여줍니다. 태생이 ‘마음’에 관한 ‘사전’인 이 책은 1) 아무 데나 펼쳐서 봐도 좋을 스물여섯 장과 2) ‘틈’이라는 보너스 한 장에서 3) 300여 개의 낱말을 다루고 있습니다. 저자가 “마음의 곁들에 비한다면 마음을 지칭하는 낱말들은 너무도 부족하다”라고 했음에도 마음의 바탕을 이루는 희로애락애오욕喜怒哀樂愛惡欲과 그 언저리의 낱말과 사물들을 가만히 둘러보게 합니다. 늘 내 마음과 네 마음이 궁금한 사람에게 수만 가지나 되는 마음의 실마리를 찾게 해주는 책입니다. 시인의 감성과 직관으로 충만한, 오직 시인만이 쓸 수 있는 정제된 산문집입니다.

그 밖에도 마음산책은 박완서, 이승우, 하성란, 김영하, 김중혁, 정이현, 이기호 소설가 등의 산문과 황인숙, 김용택, 권혁웅 시인 등의 산문들을 꾸준히 내왔습니다. 작품 외로 작가를 이해할 수 있는 통로이자 자료로서의 유익성이 모두 존재하는 산문집들입니다. 작품 전후의 작가적 서사가 포함되어 있습니다. 이를테면 압축하고 함축하는 시 형식 외의 글을 통해 자유로운 상상력을 분출하고 정리할 수 있는 장을 제공하는 것, 작품 속 ‘화자’ 뒤에 숨어 있던 작가의 고유성을 함께 발굴해내는 작업 그리고 그 만남을 변주해 다음 책으로 이어지는 것이 마음산책 산문집이 추구한 방식이었습니다.

그러한 의미에서 보자면 다양한 영역에서 활동하고 있는 직업인의 산문들에도 매력이 살아 있습니다. 영화감독, 배우, 화가, 디자이너, 미술평론가, 번역가, 칼럼니스트, 셰프 등등 각자의 영역에서 성취를 이룬 저자의 산문집에도 주목했습니다. 자신의 일을 통해 세밀하게 드러나는 세계와 삶에 대한 태도가 명징하므로, 이는 독자가 가장 쉽게 공감할 수 있는 미덕이기 때문입니다.

그 저자만이 쓸 수 있는 고유성과 저자의 그 고유성을 돋보이게 할 출판사의 안목과 기획, 뒷받침이 함께하면 자연스럽게 독자와는 하나의 공동체가 형성된다고 생각합니다. 최근 출간한 『도쿄 일인 생활-부엌과 나/맥주와 나』(전2권)라는 산문집을 마음산책은

생활 산문의 범주에 넣었습니다. SNS상에서 유명세를 떨치는 저자는 도쿄에서 일인 생활을 이어가고 있는 분입니다. 물론 우리와 같은 평범한 일상을 영위하는 생활인이지만 저자가 자신의 하루하루를 가꾸어가는 방식은 남다른데다. 사실 음식 레시피와 부엌 살림살이 정보 등은 다양한 매체에서 범람하는 흥미 요소들입니다. 인터넷 창에 레시피만 검색해봐도 헤아릴 길이 없을 정도입니다. 그럼에도 이 산문집이 독자들에게 안착할 수 있었던 것은 저자의 고유성과 그 고유성의 집적물이 이 생활 산문집의 심미적인 형태로 구현되었기 때문이라고 생각합니다. 나의 생활을 잘 가꾸어감으로써 나날을 값진 것으로 만들어야겠다는 멋진 라이프스타일에 대한 독자의 바람, 욕구 등의 판타지가 개입했습니다.

그렇다면 과거와 현재를 토대로 미래의 산문은 어떤 형태의 에디팅이 가능할지 예상해보고자 합니다. 다문화 매체 시대 각기 개인 매체를 가지고 그것을 적극적으로 향유는 시각적 세대에게 책은 단순히 지식/정보/감동을 전달하는 매체가 아닌 생생한 라이프스타일의 하나가 되고 있습니다. 자신의 취향을 드러내는 액세서리면서 자신을 브랜딩하는 최적화된 도구입니다. 요즘 한창 붐을 일으킨 독립서점들의 예에서도 근래 트렌드를 살펴볼 수 있을 것 같습니다. 나를 만들고 나를 돋보이게 하는 것이라는 점에서 그것은 더욱 두드러지는 흐름이 되지 않을까 싶습니다.

일본의 동화 작가 사노 요코의 산문을 번역한 『사는 게 뭐라고』(2015)를 적합한 예로 들 수 있을 것 같습니다. 전 세계에서 40여 년 동안 꾸준히 사랑받은 밀리언셀러 『100만 번 산 고양이』의 작가이자 일러스트레이터지만 2015년 이전에는 한국에 두 권의 산문집이 소개되었던 터입니다. 동화에 비해 그다지 큰 호응 없이 절판되었습니다. 하지만 마음산책에서 이 책을 소개할 기회를 얻었고 그전의 책과는 다른 방식으로 접근했습니다. 한국 출판계에서는 얼핏 노년기의 산문으로 보일 수 있었으나 타의추종을 불허하는 특유의 독설은 자체로 엄청난 힘이 있었습니다. 마침 마스다 미리 등의 열풍에 힘입어 ‘센 언니가 귀땀해주는 인생 충고’라는 콘셉트를 잡았습니다. 물론 유머와 냉소, 거기에 인생의 통찰까지 더한 텍스트의 힘으로 독자에게 많은 사랑을 받았고, 이후 최근까지 일본 여성 작가의 번역 에세이가 트렌드를 주도해가기도 했습니다. 과거 일본 소설이 한국 출판 시장을 휩쓸던 때에 버금가는 열풍이었습니다. 이는 산문집의 메시지와 콘셉트까지 독자에게는 나를 드러내는 효과적인 수단이 된 것이라고 생각합니다. 이 흐름은 당분간 계속될 거라고 보입니다.

하지만 에디팅은 결국 독자의 눈높이에서 저자와 독자와 출판사가 ‘함께’ 공동체를 건

고히 건설하는 일입니다. 다시 『청춘의 문장들』 이야기로 돌아가야 할 것 같습니다. 2014년 출간 10주년을 맞이한 이 산문집은 그간의 엄청난 판매량뿐만 아니라 여전히 의미 있는 필독서로 거론되는 책이었던바 기념할 만한 시간을 가져보자 뜻을 모았습니다. 개정판을 염두에 두면서 진행되었지만 점점 단독 책의 형태를 갖추어갔습니다. 『청춘의 문장들』에서 10주년을 가로지르는 10개의 키워드를 뽑고, 저자는 그 키워드에 따라 새 산문을 집필합니다. 10주년 특별 인터뷰도 진행해 이를 책에 키워드별로 편집했습니다. 거기에 이 책과 함께 진짜 청춘을 지냈던 후배 소설가 김애란(『청춘의 문장들』을 펴낼 당시 서른다섯 살이었던 김연수 작가의 나이와 같은 나이의)의 발문을 더해 『청춘의 문장들+』라는 새로운 산문집을 내기에 이르렀습니다. 대개 산문집은 시간이 더해지면 본래의 신선함이나 새로움이 감해진다는 우려가 있지만(빠르게 바뀌는 세태를 민감하게 수용하고 반영하기에) 이 책은 오히려 10년의 시간을 거치며 독자와 함께 그 정체성을 곳곳이 지켜낸 특별한 예라고 볼 수 있습니다. 어쩌면 배가된 경우라고 할 수도 있지 않을까 싶습니다.

『청춘의 문장들』이 출간되고 10년이 지나는 동안, 나의 삶에도 수많은 손님들이 찾아왔다. 때로는 조금 더 오래 머물기를 바랐던 기쁨의 순간이 있었고, 때로는 내게서 빨리 떠나기를 바랐던 슬픔의 나날이 있었다. 어떤 기쁨은 내 생각보다 더 빨리 떠나고, 어떤 슬픔은 더 오래 머물렀지만, 기쁨도 슬픔도 결국에는 모두 지나갔다. 그리고 이젠 알겠다. 그렇게 모든 것들은 잠시 머물렀다가 떠나는 손님들일 뿐이니, 매일 저녁이면 내 인생은 다시 태어난 것처럼 환한 등을 내걸 수 있으리라는 걸.

『청춘의 문장들+』, 작가의 말에서

출간 뒤 진행한 이벤트도 뜻 깊었습니다. 독자, 저자, 출판사가 함께 산문집을 낭독해 녹음하는 행사를 가졌습니다. 이 오디오북 파일은 누구나 공유할 수 있도록 배포했습니다. 이 책 진행과 행사를 함께하면서 느낀 게 있다면 이런 것입니다. 산문은 결국 가장 인간적인 일, 산문집 에디팅은 그보다 더 인간적인 일이라는 겁니다. 너무나 많은 것들이 변했고 변하고 있지만 산문집을 만든다는 건 저자의 고유성이 최전선이라는 것, 개인 미디어가 있는 시대에 이 오리지널리티는 그 자체로 힘을 발휘하므로 저자의 콘텐츠를 기민하게 포착하고 무사히 안착할 수 있도록 출판사 차원에서 지원하는 일은 중요하다는 것입니다. 마음산책이 창립 초기부터 지켜왔던 방식, 한 저자의 고유성을 꾸준히 함

게하면서 몇 권의 책을 이후에도 아카이빙하는 형식입니다. 저자의 콘텐츠는 변주되면서 강화되고 독자는 그 독자성을 함께하고 있다는 경험과 함께 인간적인 의미 부여를 하게 됩니다.

현재 서점의 에세이 세부 분야를 살펴보았습니다. 한국에세이, 외국에세이, 명상에세이, 심리치유 에세이, 사진/그림 에세이, 여행에세이, 독서에세이, 예술에세이, 종교에세이, 사랑/연애 에세이, 노년을 위한 에세이, 자연에세이, 명언/잠언록, 일기/편지, 유머/풍자/우화, 포켓에세이, 작은 이야기 모음, 명사에세이 등등 분야는 무궁무진합니다. 또한 시사각각 사회의 흐름과 이슈에 따라 사랑받는 콘텐츠들이 만들어지곤 했습니다. 심리치유 에세이가 베스트셀러를 장악한 적도 여행에세이가 그 자리를 차지한 적도 있습니다. 물론 그것은 독자의 관심을 대변하는 지표이니 소중합니다. 하지만 그 흐름 안에서 지켜내야 할 것들도 있다고 생각합니다. 저자의 고유한 ‘서사’를 언제나 지원하고 개별 독자의 요구에 ‘응답’하면서 함께 공간을 만들어가는 경험을 우선한다는 점입니다. 거기에는 트렌드를 넘어선 기본 정신이 큰 방향으로 설정되어 있습니다.

산문집 에디팅은 책의 미래를 끊임없이 고민하는 가운데 계속되리라는 걸 압니다. 편집자로서 그런 고민을 더해가면서 산문집 에디팅의 ‘서사’는 더 단단해지고 풍부해질 거라는 사실도 오롯이 믿습니다.

경제·경영 분야의 향후 에디팅 트렌드

김승욱 / 이콘출판 대표, 한국

대학 졸업 전부터 인터넷 벤처기업을 다녔습니다. 벤처 붐이 꺼지면서 증권사에 팔려갔습니다. 거기서 대학(한양대 경영학과)을 마쳤고, 2년 정도 일하다가 다시 더밸류엔코라는 금융 벤처를 만들었습니다. 여러 목적이 있었지만, 주식투자 문화 개선과 금융교육이 가장 큰 목적이었습니다. 당시에는 투자를 가르쳐주는 정상적인 책이 별로 없을 때였습니다. 그 더밸류엔코와 문학동네가 2003년 이콘출판을 만들었고, 지금까지 160여 권의 책을 내면서, 아직 안 망했습니다. 15년 동안 계속 책을 만들었습니다만, 중간에 기업 부설 연구소 소장으로도 한 2년, 팟캐스트 <돈을 생각하는 시간>을 1년 정도 진행한 바 있습니다.

에디팅 트렌드?

경제경영 분야의 향후 에디팅 트렌드 라는 질문이 ‘서점의 경제경영 카테고리에 있는 베스트셀러가 될 책은 무엇인가?’를 묻는 질문이라면 답할 자신이 없습니다. 다만 제가 생각하는 경제 경영서의 변화에 대해서는 말씀드릴 수 있겠습니다. 먼저 경제 경영서란 무엇을 말하는 걸까요?

분야만 놓고 보자면 경영일반/경영이론/경영관리/경영전략/경제일반/경제이론/기업경제/각국경제/기업실무/마케팅/세일즈/유통/창업/재테크/금융/무역/운송/관광/호텔 등이 있습니다. 하지만 이걸로는 부족하겠죠?

경제 경영서에 대한 개인적인 정의

경제 경영서를 설명하고자 할 때, 쉽게 말해 광고를 팔 때 가장 많이 나오는 단어 중 하나는 ‘미래’입니다. 과거의 사건이나 경향 등을 바탕으로 현상을 정의하는 책. 또는 앞으로 다가올 미래를 예측하는 책, 미래에는 이렇게 될 것이라는 ‘가정’을 바탕으로 미래

에 필요한 전략을 알려주는 책이 경제 경영서에 많습니다. (『제3의 물결』, 『21세기 자본론』, 『4차 산업혁명』, 『축적의 시간』, 연말이면 나오는 많은 미래학 관련 서적 등) 이 책들의 독자는 특정 개인이 아니라 미래를 대비하는 모든 사람이겠죠. 사회 전반에 영향을 미치므로 ‘거시’적이라고도 하겠습니다.

‘미시’적인 것도 있습니다. ‘나’라는 사람에게 다가올 미래는 무엇인지, 지금 ‘나’에게 필요한 것은 무엇인지를 알려주는 책입니다. 전 인류를 대상으로 한 변화가 아니라 정해진 지역이나 산업, 내가 종사하는 직종, 직업, 심지어는 취미에 대해서도 이야기 할 수 있습니다. 분야별로 나눌 것이며, 같은 분야의 책이라 하더라도 미래에 대한 가정이나 예측, 전략에 따라 내용은 달라집니다.

앞으로 10년? 암울합니다.

그럼 이제 향후 트렌드를 논의하기 위해 그다움을 생각해야겠죠? 경제만 놓고 따져보면 사실 지금은 전세계적으로 정체기에 가깝습니다. 선두그룹은 길을 찾느라 바쁘고, 추격자들은 한계를 느끼고 있습니다. 테슬라 전기차. 될 듯 될 듯하지만 안 되고 있습니다. 지속적으로 돈을 수혈하고 있죠. 추격자들은 일단 관망하면서도 기술을 놓치지 않기 위해 노력하고 있습니다.

책도 그렇습니다. 어떤 식으로 세상이 변할 것이라는 게 확실하면 거기에 맞는 다양한 저술이 쏟아져 나옵니다만 지금은 딱 맞는 저작물 찾기가 어렵습니다. 물론 정확한 예견을 담은 책도 있을 것입니다만 아직은 사람들이 믿어줄 때가 되지 않았습니다. 해매며 연구하고 투자해야 하는 시간이 좀 필요합니다.

그래도 책은 나옵니다. 다만, 이용당하지는 않았으면 합니다.

책을 찾는 편집자의 노력은 계속될 겁니다. 그리고 꼭 트렌드를 파악하고 있어야 하는 것도 아닙니다. 항상 기본이 되는 분야와 원고, 책들이 있습니다. 어떤 새로운 분야에 대한 새로운 지식을 접하기 위해 책을 찾는 사람들, 예를 들어 투자에 입문하고자 하는 사람, 국제 경제에 막 관심을 가진 사람 등이 찾는 책은 이전부터 있던 지식을 쉽게 정리한 책입니다.

트렌드라는 사냥감을 잡기 위해 우리가 해야 할 일은 쫓거나 함정을 파고 기다리는 겁

니다. 그 사냥에서 누가 승리할지는 알 수 없습니다. 첫 사냥에 성공하는 ‘초심자의 행운’을 맞볼 수도 있고 지루한 추격에 지칠 수도 있습니다. 하지만 이 일에 재미가 있으면 편집자라면 부인할 수 없을 겁니다. 그래서 항상 책은 나옵니다.

마지막으로 당부의 말씀을 드리자면 편집자는 세상에 책을 내보내는 문지기입니다. 기왕이면 도움이 되는 물건을, 나무에게 미안하지 않은 물건을 내놔야겠죠. 이를 방해하는 분들이 가끔 있습니다. 저자 개인의 영달을 위해 책을 악용하는 경우죠. 세상의 모든 책의 첫 번째 독자인 편집자 여러분들이 거기에 속지 않았으면 합니다.

감사합니다.

앞으로 10년, 인공지능시대의 과학책

임은선 / 휴머니스트 사이언스 팀장, 한국

“종이책은 죽었다.”

2010년 8월, 세계적인 미래학자 니콜라스 네그로폰테((Nicholas Negroponte) MIT 미디어랩 교수는 ‘테크놀로지의 미래’를 주제로 한 컨퍼런스에서 5년 내에 종이책과 신문은 거의 사라지게 될 것이라고 그 소멸을 예고했다.⁽¹⁾ 2017년 현재 그의 예언이 맞았을까? 우리는 그 대답을 잘 알고 있다.

지난 10년 동안 한국의 과학 출판은 빠르게 성장했다. 과학 전문 출판사 외에도 1인 출판가를 포함한 다양한 출판사가 내놓는 과학책은 독자를 더욱 풍요롭게 만들었다. 정확한 수치는 조사되지 않았지만, 2000년대 초반 10여 개에 불과하던 과학 출판사의 수는 2017년 현재 과학책을 내지 않는 출판사를 찾는 것이 쉬운 정도로 빠른 속도로 늘어났다. 과학 전문 출판사를 표방하는 곳 역시 그 수가 크게 증가했다. 과학 출판 시장의 1퍼센트대 낮은 성장률에도 불구하고 과학책을 내는 출판사가 다양해진 이유는 무엇일까. 독자의 수요는 한정적이지만 취향은 점차 다양해지고 있으며, 인문학의 갈증을 어느 정도 해소한 독자들의 방향이 과학으로 향한 것도 그중 하나일 것이다.

기술이 발전하면 기술이 닿는 세계는 빠르게 성장하고, 닿지 못해 도태된 것들은 사라질 것이라고 생각한다. 네그로폰테의 예측처럼 현재 종이신문은 위기를 맞고 있지만, 종이책 시장의 경우 감소하던 매출의 추세가 조금씩 상승하는 등 위기를 넘어 다시 확장되려 하고 있다.⁽²⁾ 세계적인 미래학자도 볼 수 없었던 10년 뒤, 앞으로 과학 출판은 어떤 방향으로 나아가게 될까. 미래를 예측하는 좋은 방법 중 하나는 과거를 통해 되짚어보는 것이다.⁽³⁾

(1) 2010. 8. 13. 연합뉴스 / ‘네그로폰테 교수, 종이책은 죽었다’

(2) 2016. 6. 16. 사이언스타임즈 / ‘종이책 몰락 예측이 빗나간 이유’

(3) 한국의 과학 출판은 1990년대 말을 기점으로 크게 구분할 수 있는데, 편의를 위해 2000년을 기준으로 구분해 살펴보기로 한다.

2000년 이전

2000년 이전의 과학책은 국내서보다는 주로 해외서의 번역과 시리즈물이 많았다. 1970년대 후반에 시작된 과학 문고판은 주로 일본의 시리즈를 번역해 옮긴 것이었으며, 일본의 책을 베껴 국내 저자의 저술로 둔갑한 책들도 더러 있었다고 한다. 1970년대 출간된 전파과학사의 『현대과학신서』(1973년)를 시작으로 『블루백스』(1978년), 『과학선서』(1979년) 등은 한국 과학 출판의 시작이라고 봐도 될 만큼 많은 영향을 미쳤다. 학문에 대한 정보가 대중에게 알려지지 않았기 때문에 책의 분야나 저자의 개념보다는 과학책 자체를 읽는다는 의미에서의 과학책이 많았던 것도 특징이다.

이미 기획되어 검증된 시리즈를 가져와 책으로 펴내는 경우가 많았던 1970년대와 달리, 1980년대 말 김영사의 『재미있는 물리여행』, 『재미있는 수학여행』을 시작으로 과학을 쉽고 재밌게 배운다는 표어가 만들어지기 시작했다. 텔레비전 프로그램을 바탕으로 출간된 칼 세이건의 『코스모스』(1981년)는 스타 저자와 재미를 동시에 잡아 과학책의 지형을 순식간에 바꾸게 된다. 과학책=과학자라는 공식이 성립되며 1980년대 후반으로 접어들면서 아이작 아시모프, 스티븐 호킹, 리처드 도킨스를 통해 그 기반을 견고하게 다지게 된다. 국내 저자로는 『재미있는 수학여행』을 쓴 수학자 김용운과 TV 출연을 바탕으로 대중적 인기를 쌓은 물리학자 김정흠, 천문학자 조정철 등이 있다.

1990년도 이전의 과학책은 저작권의 개념이 약해 해외의 유명한 책을 그대로 출간했다면, 1990년대에 출간된 과학책은 유학과 학자의 소개나 유학생의 입소문을 통해 알려지거나 인터넷 아마존 베스트셀러 목록 상위의 책을 중심으로 정식으로 저작권 계약을 마쳐 국내에 번역 출간되기 시작했다. 주로 물리학과 생물학을 중심으로 한 책이 많았는데, 대다수의 과학 독자의 취향이 여기에 편중되었기 때문이다.

2000년 이후

국내 과학 출판 시장이 본격화된 것은 인터넷의 보급이 확대된 1990년대 후반부터라고 할 수 있다. 사이언스북스, 궁리, 동아시아, 승산 등 ‘교양 과학’을 표방한 과학 전문 출판사들이 이 시기에 만들어져 본격적으로 과학책을 펴내기 시작했다. ‘쉽고 재미있는 과학’의 키워드는 계속 이어져 괴짜 과학자 리처드 파인만의 『파인만 씨 농담도 잘 하 시네!』(2000), 『정재승의 과학 콘서트』(2003)가 베스트셀러에 올랐으며, 영화의 인기

에 힘을 입은 『뷰티풀 마인드』(2002) 등이 주목받기도 했다.

인터넷이 활성화되면서 과학이라는 키워드는 한정된 집단만이 공유하는 정보가 아닌, 누구나 자유롭게 공개된 정보를 이용할 수 있는 지식의 보고가 되었다. 그러면서 기존의 물리학은 이론물리학으로 더 깊어져갔고, 심리학의 관심이 확장되어 뇌과학으로, 생물학에서 세분화된 진화론과 확장된 진화심리학까지 다양한 과학 분야가 책으로 소개된다. 다양한 분야가 확대되면서 동시에 저자의 충성도 또한 높아져 2000년 이전의 명성을 이어가는 칼 세이건, 리처드 도킨스에 리처드 파인만, 제인 구달, 브라이언 그린, 미치오 가쿠 등이 더해져 과학서에서도 해외 저작권 경쟁이라는 새로운 트렌드를 만들어내기도 했다.

정보화 사회에서 공개된 정보는 독자들의 방향을 제시하기도 했지만 다른 한편으로는 누구나 저자가 될 수 있는 길을 열어주기도 했다. 학문적 특수성으로 교수나 정통 학자만이 과학책의 저자가 될 수 있었던 것과는 달리, 블로그와 웹진, 잡지 등의 기고를 통해 학위의 종류와 상관없이 과학적 소견을 제시하고 전달함으로써 정재승, 이은희 등 새로운 과학 저자가 탄생했다. 또한 과학과 문화 예술이 결합된 『명화 속 신기한 수학 이야기』, 『미술관에 간 화학자』, 『물리학자는 영화에서 과학을 본다』, 그래픽 노블과 과학이 만난 『로지 코믹스』, 『어메이징 그래비티』나 『김명호의 생물학 공방』처럼 일관된 서술이 아닌 다양한 형태로 과학적 지식을 담아내는 과학책이 등장하게 되었다. 최재천, 최무영 등 국내 과학계의 거목들도 자신의 연구를 바탕으로 한 대중을 위한 과학책을 집필하기 시작했고 젊은 과학자들도 여기에 힘을 보태 장대익, 이강영, 전중환, 김상욱 등 다양한 학문적 바탕을 가진 과학자의 책이 계속 출간되고 있다.

앞으로 10년 후, 과학 출판의 미래

인공지능, 4차 산업혁명 등의 키워드에 1차적으로 닿아 있는 과학 출판은 어떻게 달라질까. 인공지능 에디터의 등장으로 우리가 설 곳이 없어지는 상상은 잠시 접어두고, 발전된 기술을 통한 다양한 매체의 등장으로 저자를 찾을 수 있는 통로가 더 넓어질 것을 먼저 기뻐해도 될 것 같다. 지금까지는 과학 저자를 학교나 강연, 신문과 잡지의 연재나 논문, 블로그 등에서 찾았다면, 이제는 팟캐스트, 오디오클립이나 페이스북, 인스타그램 등 다수의 사용자를 거느린 새로운 매체로 그 방향이 확산될 것이다.

이미 출판은 빠른 변화에 발맞춰 다양한 SNS 채널을 책으로 만들어냈다. 동명의 인

기 팻캐스트를 책으로 만든 『과학하고 앉아있네』, 5억 뷰를 돌파한 해외 유튜브 채널 ASAP Science를 책으로 만든 『기발한 과학책』 등이 그것이다. 또한 저술에 소극적이었던 과학자들도 적극적으로 대중들과 소통하기에 나서 그림을 통해 이해를 돕거나 (『사이언스 빌리지』) 인터넷 포털 사이트를 통해 새로운 지식을 먼저 알리는 데에 주저하지 않는다(『울트라 소셜』). 새로운 매체가 등장하면 새로운 매체를 책으로 담는 노력이 새롭게 시작될 것이다. 다양한 분야의 확장도 기대할 수 있다. 인문학과 과학, 예술과 과학, 만화와 과학에 그치지 않고 과학과 실용, 취미와 과학 등 지식 외의 영역으로 확장해 살아 숨 쉬고 움직이는 과학책이 탄생할 것이다.

좋은 소식만 찾아오는 것은 아니다. 정보의 경계가 허물어져 전문가와 비전문가의 경계가 낮아지고, 인공지능의 발달로 한국의 출판사를 거치지 않고 해외에서 출판하는 책을 직접 구매해 바로 읽을 수 있는 시대가 곧 다가올 것이기 때문이다. 외서의 경우 최신의 과학을 우리의 언어로 바꿔 소개한다는 기존의 목적은 무용지물이 되고, 해외 저자와 출판사가 국내 독자와 번역 애플리케이션을 통해 직접 만나게 될 것이다. 물론 우리 또한 다양한 국내의 과학책을 해외의 독자들에게 바로 소개할 수 있게 된다.

앞으로 10년 뒤, 그때에도 책은 존재할 것이고 편집자도 (어떤 형태로든) 존재할 것이다. 과학 편집자가 해야 할 것은 다른 편집자와 다르지 않다. 외서에 의존하지 않고, 국내 저자를 발굴하며, 책을 완성도 있게 내는 것, 거기에 시대의 변화에 빠르게 대처하는 것 정도라면 너무 빠른 걸까. 책의 종말은 꾸준히 이야기되었고, 4차 산업혁명이 눈앞에 다가왔다는 말 또한 처음 등장한 것이 1948년이니 이 정도 빠른 것쯤은 눈감아주길 바란다.

세션 4. 분야별 에디팅 트렌드

‘향후 10년 동안’을 전망한다

인문/사회과학/만화/디자인

세션 4. 분야별 에디팅 트렌드 ‘향후 10년 동안’을 전망한다

인문/사회과학/만화/디자인

발표 김수한 / 돌베개 편집주간, 한국 (인문)
 김형보 / 어크로스 대표, 한국 (사회과학)
 강인선 / 거북이박스 대표, 한국 (만화)
 안지미 / 알마출판사 대표, 한국 (디자인)

사회 김희진 / 반비 출판사 편집장, 한국

전망이란 무엇인가: 잘 안 보이는 인문 출판의 ‘향후 10년’

김수한 / 돌베개 주간, 한국

군말. 이 글은 출판 관련한 데이터와 자료를 토대로 분석하는 태도를 취하지 않는다. 인문서 출판 현장에서 일하며 요즈음 둘러보고 생각한 것들을 이번 파주에디터스쿨 취지에 가깝게(?) 풀어놓으려 한다.

편집자 김씨는 “인문출판 트렌드 ‘향후 10년’을 전망한다”는 주제를 접하고 당혹스럽고 민망하였다. 그는 ‘전망’이란 인문 출판의 실천윤리이자 태도와 같다고 생각한다. 납득하기 어려운 일의 이해를 시도하고, 불가능한 사정의 가능성을 탐문하고, 보이지 않는 상황의 너머를 기웃거리는 일. 비록 사태가 부정적인 방향으로 흐르더라도, 그 실패로부터 잠재하는 방법과 교훈을 끄집어내려는 시도. 전망은 앞날, 향후를 묻는 일이 아니라 앞일, 주어진 상황을 찬찬히 둘러보는 행위일 것이다. 편집자 김씨는 오래전부터 근사한 전망을 품은 글을 쓰는 전망가(展望家)를 찾아왔다. 그런데 ‘향후 10년’이라니. 김씨는 ‘이 글을 끝낼 수 있을까’, 전망이 보이지 않는다.

편집자 김씨의 업계 지인들은 ‘어떤 책을 만들어야 하는지’ 한 치 앞이 보이지 않는다고 이구동성이다. 당장의 형편을 시름하고, 지속 가능한 출판을 의심한다. ‘전망이 보이지 않는다’는 말은 오늘을 알 수 없다는 말과 같겠다. 그런데 (다시 한번) ‘향후 10년’이라니. 역설적으로 전망이 꼭 필요한 상황이라는 요청의 말로도 들린다. ‘전망을 해보자, 전망대에 올라보자’는. 그러자 김씨는 전망이 ‘무엇을 할/알 것인가’라는 성찰을 수반한 ‘잠시/오늘 멈춤’ 행위라는 생각이 들었다. 그는 전망을 앞세우고 동네를 걷기 시작했다. 전망을 묻는 질문 앞에 느꼈던 당혹과 민망함이 즐거운 숙제로 여겨지기 시작했다.

10년 후 2027년. (이번 정권에서 개헌이 안 된다면) 21대 대통령 선거가 있고, 송해 선생이 만 100세가 되는 해. 그때도 지금처럼 직장인들은 아침저녁 피곤한 출퇴근길에 나설 테고, 삼성전자의 최신 스마트폰 광고는 요란할 테고, 소문난 맛집과 초대형 쇼펄 물에는 사람들이 북적일 거다. 그리고 아마도 편집자 김씨는 어느 날 텅 빈 서점에 앉아 있을 거다. 그때도 요즘처럼 김정은이 선뜻 이해하기 어려운 ‘낭비’를 하고, 유시민과 무라카미 하루키는 신작을 내놓고, 나영석은 새로이 ‘따분한’ 대박 프로그램을 찍고,

송강호는 또 다른 천만 관객 영화에 출연하고, 계속 동네서점이 늘고 4차산업혁명론은 목 전일까? 소수의 독자들은 여전히 책을 읽고, 출판 시장은 여전히 불황일 거라는 확신만 빼고는 모르겠다. 아, 최승호 PD가 MBC에 복귀하여 진행하는 <PD수첩>을 다시 보고 싶긴 하다.

편집자 김씨는 앞에 놓인 질문을 다시 읽어본다. “모든 게 변화하는 시대, 편집자들은 혼란스럽다. 어떤 책을 내야 할까, 가까운 미래에는 어떤 책들이 트렌드를 주도할까. 향후 10년의 전망을 들어본다. 초점은 현재가 아니라 ‘미래’다.” 어쩌면 편집자에게 미래는 현재보다 익숙한 나라다. 1년 후에, 5년 후에, 10년 후에 독자들이 찾을 책을 만들고 있기/싶기 때문이다. 특히 다른 분야에 비해 스테디셀러를 지향하는 인문 분야 출판은 10년 동안 읽힐 책을 지금 만드는 것이다. 한데 속도와 모방을 좇는 트렌드를 인문 출판이 주도할 수 있을까? 트렌드라 당겨 읽고 대세라 따라 부르는 시기적절한 베스트셀러는 있으나, 책이 트렌드의 중심이었던 시대는 지난 세기로 마감된 듯하다. 책을 읽어 트렌드세터가 될 수는 없을 터. 트렌드는 전망이 아니다. 다시 초점은 지금, 무엇이 변화하고 있느냐이다.

편집자 김씨는 10년 전에 어떤 책들이 주목받았나 찾아보았다. 가령 ‘2007 YES24 오늘의 책’ 200권의 리스트를 살펴보았다. 인터넷서점 MD들이 매주 편집회의를 통해 선정한 신간들이라 당시의 출판 시장 트렌드를 읽을 수 있겠다. 200권 중에 품질이 안 되고 2017 현재도 주문할 수 있는 책은 80권이다. ‘2007 YES24 네티즌 선정 올해의 책’ 후보 도서 120권의 목록도 보았다. 이중 현재 주문 가능한 도서는 63권이다. 이에 더해 2007년 연말 각 일간지에서 뽑은 올해의 책 선정도서도 살펴보았다. 상당 부분 겹치는 이 목록들에서 당시에 이슈를 선도했고 지금도 독자들에게 기억되는 인문·사회 도서는(2007년 출간도서 한정) ①『왜 세계의 절반은 굶주리는가?』(장 지글러 지음, 유명미 옮김, 갈라파고스), ②『지식③ 1·2』(EBS 지식채널e 지음, 북하우스), ③『생각의 탄생』(로버트 루트번스타인·미셀 루트번스타인 지음, 박종성 옮김, 예코의서재), ④『만들어진 신』(리처드 도킨스 지음, 이한음 옮김, 김영사), ⑤『슬럼, 지구를 뒤덮다』(마이크 데이비스 지음, 김정아 옮김, 돌베개), ⑥『인간 없는 세상』(앨런 와이즈먼 지음, 이한중 옮김, 랜덤하우스코리아), ⑦『88만원 세대』(우석훈·박권일 지음, 레디앙) 정도이다. ②는 지식의 감각적인 편집으로 호평을 얻은 방송 교양 콘텐츠의 출판화, ③은 경제 경영서나 과학·예술의 언어였던 창조성/상상력의 비법을 공개한 확장성 큰 하이브리드 교양서, ④는 진화생물학의 대가이자 최고의 논쟁적 지식인이 신과 ‘맞장 뜬’ 문제적 논증,

⑤와 ⑥은 미국 중간 저자들의 전 세계적인 취재와 집필 역량을 보여주는 사회·과학 본격 논픽션, ⑦은 세대 간 불균형이라는 키워드로 한국 20대 청년들의 삶을 논파한 책으로 (지금 읽어도) 새롭고 시의적인 기획들이었다. 세계 곳곳의 기아와 빈곤 문제의 해결을 호소하는 간절한 글쓰기 ①은 시작은 조용했으나 지금까지도 베스트셀러 순위를 오르내리고 있다.

10년 전 만들어진 책 가운데 주목을 받은 책의 약 60%가 품질/절판인데, 올해 출간된 책들이 2027년에도 독자들의 손에 잡힐 기대는 더욱 어둡다. 알다시피 신간 도서의 생애주기는 짧아져 대부분 출간 후 1, 2개월이 지나면 지면과 온오프 매대에서 사라지는 운명이다. 개중에 베스트셀러가 되어 몇 달을 통련하는 책이 있고, 책을 즐기는/탐하는 애서가들의 주목 도서가 되어 필독 목록에 오르는 책이 있고, 이슈가 생겨 다시 매대로 불려 나오는 책도 있다. 이도 저자의 팬덤이 없으면 점점 어려워진다. 책보다 쉬워 보이는 것들에 책 읽을 시간을 빼앗긴 시대에 스테디셀러는 점점 말라간다. 너무 많은 책들 사이에서 살아남는 책은 적고 스테디셀러는 희박해진다. 편집자 김씨는 스테디셀러가 전망의 목록이 아닐까 생각한다. 간신히 버티고 있는 것들, 천천히 바뀌는 것들, 꼬리에 꼬리를 무는 것들, 긴 파장을 일으키는 것들, 그런 전망을 담은 책들. 인문 출판은 지금 전망을 만들고 있나?

2017년에도 새로운 책들은 끊이지 않는다. 편집자 김씨의 서가는 새로 들어찬 책들로 꽉 찼다. 당장 읽지 못하는 책은 10년 동안 읽을 것 같다. 2017년 8월에 구입한 것 출간된 인문서들도 흥미롭다. 증발과 실종이라는 키워드와 사진으로 일본 사회를 훑는 탐사 보고서 『인간증발: 사라진 일본인들을 찾아서』(레나 모제 지음, 스테판 르멜 사진, 이주영 옮김, 책세상), 드디어 재발간 되어 반가운 ‘인문학적 에세이’의 전범이라는 『견기의 인문학』(리베카 솔닛 지음, 김정아 옮김, 반비), 사라진 직업인 사전 편찬자들을 인터뷰한 아날로그 예찬 『최후의 사전 편찬자들』(정철 지음, 사계절), 국경 너머에 사는 북한 사람들의 모습을 이방인의 눈으로 근접 취재한 『조선자본주의공화국』(다니엘 튜더·제임스 피어슨 지음, 전병근 옮김, 비아북), 신경외과 의사가 특별한 그림으로 그려낸 병원 속 사람들의 정밀한 기록 『병원의 사생활』(김정욱 지음, 글항아리), 젊은 인류학도가 몸으로 연구한 프로권투 체험 후기 『몸 투기: 사람들은 왜 굳이 때리고 맞아가면서 권투를 하는가?』(홍성훈 지음, 이학사), 퇴락과 반동의 물살 속에서 ‘보편적 가치’를 향한 성찰을 부여잡는 『다시, 일본을 생각한다』(서경식 지음, 한승동 옮김, 나무연필), 미국 백인 노동 하층민 출신 청년의 절박한 삶을 새긴 사회학적 회고록 『힐빌리의 노래:

위기의 가정과 문화에 대한 회고』(J. D. 밴스 지음, 김보람 옮김, 흐름출판), 현대 일본의 보수 세력과 지식인들의 분열증적 태도의 기원을 치밀히 비평한 『영속패전론: 전후 일본의 핵심』(시라이 사토시 지음, 정선태 외 옮김, 이숲)은 새로운 인문서 기획에 힌트와 재미를 준다.

인문+실용의 성격을 띠며 자기계발서처럼 읽힌 인문 교양서[예컨대 기시미 이치로의 『미움받을 용기』(인플루엔셜, 2014)와 채사장의 『지적 대화를 위한 넓고 얇은 지식』(한빛비즈, 2014)]의 대폭발 이래, 많은 인문 분야 편집자를 영문 모르게 만든 『자존감 수업』(윤홍균 지음, 심플라이프, 2016)의 효능은 인문 분야의 경계를 지우고 다양한 변주를 부르고 있다. 분량과 판형은 물론 서술의 스타일과 의도를 경량화한 ‘쏠살같은’ 작은 책들도 늘고 있다. ‘인문학 어벤저스’라 일컬어지는 저자들이 참여한 <알아두면 쓸데없는 신비한 잡학사전>(알쓸신잡, tvN)의 대박은 인문/지식 엔터테이너의 출현이 (해당 저자 책의 특수 말고) 출판과 어떤 방식으로 고리를 잇게 될지 궁금하게 만든다.

편집자 김씨는 며칠 전 서점에서 『레닌 전집』(아고라) 1차분 세 권을 만나고서 적잖이 놀랐다. 앞으로 120여 권이 될 ‘레닌 재구축 프로젝트’의 출발이란다. 지나간/도래할 전망의 유산을 정성 들여 그러모으는 기획. 아리스토텔레스 전집을 향한 큰 걸음을 내딛은 『정치학』(아리스토텔레스 지음, 김재홍 옮김, 길)은 또 얼마나 대단한가. 전망의 원석이랄 학술 고전을 깨는 지난한 수고. 『실크로드 세계사』(피터 프랭코판 지음, 이재황 옮김, 책과함께)처럼 전망의 두께를 실감케 하는 벽돌책들도 쌓여간다. 아마도 2027년 에도 인문 독자들은 지금과 같은 책들을 보게 될 것이다. 지난 8월 31일 자 신문들은 65세 이상 고령 인구가 처음으로 15세 미만 유소년 인구를 추월했다는 사실을 강조하며 통계청이 발표한 ‘2016 인구주택총조사 전수 집계 결과’를 전했다. 기존 독자는 늙고, 새로운 독자의 재생산은 어려워질 거다. 트렌드를 앞지르기보다는 자기 속도 유지가 인문서의 향후 10년의 주행법이 될 것이다.

편집자는 전망의 내용이 아닌 **전망의 형식**을 찾는 사람이다. 동소문에서 낙산공원으로 서울성곽을 따라 오르며 편집자 김씨는 종종 오래된 성벽을 쓰다듬는다. 서울성곽은 조선 태조 때 완공하고, 세종 때 대대적인 보수 확장을 하고(당시 한양 인구 10만 명이던 때 전국에서 약 32만 명의 인부를 동원하였고, 사망자만 872명에 달했다 한다), 숙종 때 재정비하고, 식민기와 한국전쟁을 거친 현대에 와서 새로 단장을 하였다. 이런 긴 역사를 크기와 색깔이 다른 돌과 상이한 축성법이 뚜렷하게 보여준다. 각기 다른 시기에 수많은 인부들의 땀으로 쌓았을 커다랗고 누런 돌, 작고 검은 돌, 중간치 허연 돌의 스킴

과 짜임이 느껍다. 시공의 편집술, 성곽은 돌로 만든 책 같다. 인문 출판은 지식의 성곽을 짓는 일. 어디에 두르고 어떻게 쌓고 누구와 찾아 읽을까. 현재는 오래 지속되고, 전망은 멀리 있지 않다.

10년의 전망? 10년의 의지!

김형보 / 에크로스 대표, 한국

발표를 준비하기 위해 사회과학 분야의 여러 편집자를 만나서 이야기를 들었습니다. 그 중 한 선배 편집자가 저에게 말했습니다. “당장 내년을 전망하기가 어려워. 그런데 10년의 전망은 너무 어려운 숙제 같은데. 사회과학 분야는 대표적으로 ‘전망’이 없는 분야 아닌가? 어디 가서 사회과학 책을 낸다고 하면 돌아오는 반응이 다 똑같아. 모두들 내게 ‘아이고, 많이 힘들겠습니다’라고 말해.” 그러고는 “전망보다 의지를 밝히는 건 어떨까? 시대가 이렇게 될 것이니 이런 책을 내겠다가 아니라, 앞으로 10년 동안 우리 사회에 필요한 사회과학 도서는 이런 책일 것이니 이런 책을 내겠다고 발표하는 게 더 낫지 않을까?”

10년의 전망이라는 말에 주눅 들었던 나에게 구원의 말씀이었습니다. 그래서 ‘당신은 사회과학 분야의 앞으로 10년을 어떻게 전망합니까?’라는 주최 측의 질문을 저에게 맞는 질문으로 바꿔보기로 했습니다. ‘당신은 앞으로 10년 동안 사회과학 분야에서 어떤 책을 내려고 하고, 그 이유는 무엇입니까?’ 이렇게 질문을 바꾸지 않으면 도저히 저의 역량으로는 발표문을 준비할 수 없었기 때문입니다.

따라서, 제가 이야기할 ‘10년의 전망’은 ‘10년의 의지’에 가까운 것입니다. 향후 사회과학 분야에 아래의 영역과 관련된 책들이 많이 나왔으면 하는 바람에 가까운 것이기도 합니다. 이 영역들에서 새롭고 다양한 모색이 이루어지고, 새로운 저자들과 독자들이 조우했으면 합니다. 신선한 지식과 사유, 관점이 공급되고, 이와 관련한 다양한 의제들이 설정되면 더 좋겠습니다.

1. 마이너리티, 공존의 지혜

지난 몇 년간 사회과학 분야의 가장 중요한 키워드는 ‘페미니즘’이었습니다. 리베카 솔닛, 루산 게이 등의 외국 저자들이 소개되어 스타로 떠올랐고, 이민경 등 새로운 국내 저자들이 발굴되었습니다. 독자들은 ‘우리에게 페미니즘의 언어와 계보가 필요’하다고

하며 적극적으로 책을 구매했습니다. 독자들의 적극적인 구매는 사회과학 분야의 시장 지형을 완전히 바꾸었고, 여기에 힘을 얻은 출판사들은 새로운 페미니즘 관련 도서들을 출판하며 독자들의 요구에 부응했습니다. 책이 시대의 문제를 호흡하고 보조를 맞추며 세상을 조금이라도 진보시키는데 어떻게 복무할 수 있는지를 보여주는 흥미롭고 기분 좋은 사례였습니다.

페미니즘 관련 도서가 각광받는 것은 우리 사회가 이 문제와 관련하여 많은 결핍이 있다는 것을 말합니다. 자연은 진공을 허락하지 않는다는 격언처럼 부족한 곳, 결핍이 있는 곳에서 ‘요구’가 생깁니다. 그동안 한국 사회에서 성평등의 문제, 사회적 약자로서의 여성의 문제에 대해 제대로 논의되지 않았다는 반증이기도 합니다.

논의가 부족한 결핍은 여성 문제 뿐만이 아닌 것 같습니다. 외국인 노동자, 성소수자, 장애인, 지역 등 한국 사회에서 충분한 관심과 논의가 결핍된 문제는 많다고 생각합니다. 경제가 발전하고 절차적 민주주의가 성숙해지면 좋아질 것이라고 생각했던 수많은 (경제나 민주주의 이슈에 비해) ‘작아 보이는’ 문제들이 오히려 점점 더 심각해지고 있습니다. 구별 짓고 따돌리는 배제의 논리, 소수자를 대상으로 한 공격적인 혐오의 논리가 더 강해지고 있습니다. 결코 작고 사소한 문제가 아니지만 20세기적 우선순위(경제가 발전해야, 민주주의가 자리 잡아야)에 밀려 외면했던 문제들에 다시 주목해야 할 때라고 생각합니다. 공존의 근거를 만드는 노력, 자신의 직접적인 삶의 현장에서 연결되는 이러한 ‘마이너리티들의 이슈’가 각광받는 시대가 될 것이라고 생각합니다.

2. 지구인의 지평

보통의 경우 흔히 국제문제라고 하면 국가 간의 갈등, 혹은 다른 국가에서 생기는 여러 문제들을 떠올립니다. 신문의 국제면을 채우는 뉴스들 말입니다. 그런데 한국 사람들은 그런 외국의 국제면을 가득 채우는 뉴스의 현장에 살고 있습니다. 세계의 화약고(?) 한 가운데 살고 있는 이들에게 ‘국제 문제’라는 것은 심각한 우리나라의 문제 말고는 상관 없는 ‘딴 나라’의 문제에 불과할 수도 있습니다. 어쩌면 우리는 우리가 감당할 수 없는 수준의 ‘국제적인 문제’를 이미 겪고 있기 때문에 눈을 돌려 ‘다른 국제 문제’에 대해 신경 쓸 겨를이 없는 것인지도 모릅니다. 물론 예외는 있습니다. 경제와 관련한 국제 이슈(신기하게도 금융보다는 산업, 테크 이슈에 훨씬 관심이 큼.), 혹은 다른 나라 기업이나 산업에는 관심이 큰 편입니다. 하지만 대부분의 국제 이슈에 대해서는 관심이 적

은 편입니다.

그런데 우리가 이런 긴장이 높은 지역에서 살고 있지 않았다면, 강대국들의 이해가 첨예한 지역에 살지 않았다면 세계는, 국제문제는 우리에게 어떤 의미로 다가왔을까 하는 생각을 해보았습니다. 전쟁 위험이 가득한, 강대국들과 북한에 의해 섬과 같은 고립된 곳이 아니었다면 세계를 바라보는 인식의 지평이 바뀔 수 있지 않을까 하는 상상을 해보았습니다. 뭔가 간지러운 느낌의 말이지만 ‘지구인’이라는 지평에서 바라본다면, 우리가 관심을 가지고 참여해서 함께 논의해야 하는 수많은 이야기들이 있지 않을까라고 생각해보았습니다. 출판인의 관점에서 다시 말하자면, 한국 출판에는 적극적으로 다루지 않은 수많은 영역의 ‘지구인의 문제, 세계의 문제’가 남아 있다는 것입니다.

십여 년 전, 월드컵 전 팀장으로 활동한 스타 저자인 한비아에 의해 한때 저개발 국가의 빈곤, 기아 이슈와 관련하여 관심이 일시적으로 고조된 적이 있습니다. 저개발 국가들이 겪고 있는 기아 문제와 교육 문제에 대한 관심이 커지며 이와 관련된 도서들의 판매가 당시에 일시적으로 늘었습니다. (물론 한비아 저자의 추천도서들에 국한되긴 했습니다만) 장 지글러의 『왜 세계의 절반은 굶주리는가』, 루츠 판 다이크의 『처음 읽는 아프리카의 역사』 등이 한비아의 추천으로 더 많은 관심을 받는 것을 보면서, 이 문제 역시 우리의 출판의 중요한 영역이 될 수 있다는 생각이 들었습니다.

그리고 이 문제들을 바라보며 서구의 눈과 언어가 아니라 우리의 눈과 언어로 이 문제와 관련한 책들을 펴낼 수 있어야 한다는 생각도 해보았습니다. 지구인들의 의제를 옆에서 구경하는 독자가 아니라 참여하는 독자, 지구적 의제에 자신의 생각과 언어로 이야기할 수 있게 돕는 우리의 책들이 출간되어야 할 것입니다.

3. 대안적 삶을 위한 모색

대안적 삶이라고 하면, 깨달음을 전제하고 현대 문명을 부정하며 자연과 영성의 발견을 주 테마로 하는 책이 먼저 생각날 수 있습니다. 『월든』이 떠오르거나 니어링 부부, 혹은 티벳과 선불교의 영적 스승들이 떠오를 수도 있습니다. 그런데 이런 이야기를 후배 편집자들과 나누다 보면, 전혀 다른 방향의 이야기들이 나오는 경우가 많습니다. 가령 이런 식이죠. 『사축일기』나 ‘약치기’의 만화들을 이야기하며 퇴사(탈(脫) 직장)를 하거나, 『작고 소박한 나만의 생업 만들기』(이토 히로시, 메멘토)를 이야기하며 고정된 직장이 없어도 먹고 살 수 있는 다양하고 실질적인 전략을 말합니다. 이들에게 하나의 직업으

로 하나의 인생을 설명하던 20세기적 삶의 양식은 더 이상 유효해 보이지 않습니다. [4년제 대학 입학 - 졸업과 취업 - 결혼 - 아파트 마련 - 자녀 교육의 성공 - 여유로운 노년]으로 이어지는 중산층의 소망은 더 이상 자신의 것들이 아니라고 생각하는 것입니다. 그렇다고 무작정 ‘헬조선, 더 이상 이 땅에서 희망은 없어’라며 태업을 선언하는 것도 아닙니다. 제가 보기에 이들은 ‘중산층의 20세기적 로드맵’은 포기했지만, 자신의 자리에서 최대한 단단한 삶의 터전을 일구며 행복해질 수 있는 구체적인 방법을 고민하기 시작했습니다.

최근 이러한 고민들은 사회과학 영역에서 다양한 책의 형태로 출간되고 있습니다. 이와 관련해서는 특히 일본 책들이 많이 눈에 띕니다. 『시골 빵집에서 자본론을 굶다』는 이윤을 남기지 않으면서도 지속가능한 삶의 양식에 대한 고민으로 이어졌습니다. 우에노 치즈코의 『비혼입니다만 그게 어쩔다구요』와 같은 책은 결혼과 가족관계에 대한 다른 생각을 제안합니다. 사회의 여러 문제에 관해서는 일본이 우리보다 먼저 경험하고 있는 일들이 많기 때문입니다. (노령사회와 가족 해체, 직장에서의 소외 등 일본의 사회 문제에 관한 이야기들은 주목할 것이 많습니다.) 일상을 단단하게 해주는 작고 실질적인 기술에 대한 요구를 담은 『일상기술 연구소』는 기존 자기계발서의 성공공식과는 무척 다릅니다. 그렇게 살면 성공이라 할 수 없는 것들이 개인의 삶의 서사에서 충분히 소중한 방법으로 의미를 가질 수 있다는 것을 증명하는 책인데, 독자들의 반응이 참 좋은 편입니다.

지금 여기에서의 대안적 삶을 모색하는 것. 깨달은 자에게 주어지는 것이 아니라, 하루하루를 열심히 살아가고 있는 이들의 고민을 담은 노력이 필요합니다. 다양한 영역의 삶의 방식을 고민하는 사람들을 발견하고, 그들의 삶의 방식이 우리 사회의 어떤 맥락 속에 놓여 있는지, 더 행복해지고 더 지속가능해지고 더 공존할 수 있는 방식이 무엇인지를 알려주는 책은 자기계발의 영역에서가 아니라 인문적 고민, 사회적 상상력의 과정 속에서 나올 수 있을 것입니다. 그런 의미에서 사회과학 영역의 고민이라고 해도 될지 모르지만, 우리는 새롭고 다양한, 그리고 무엇보다 다른 삶의 양식과 방법에 관한 책을 모색해야 합니다. 세상이 그렇게 바뀌고 있기 때문입니다.

이상으로 제가 생각하는 ‘나는 사회과학 영역에서 향후 10년 동안 어떤 책을 낼까’에 대한 발표를 마치겠습니다. 발표문을 쓰고 나니, ‘이 발표는 감히 내가 한다고 하면 안 되는 것이었어’라는 후회는 들지만, 개인적으로는 앞으로 어떤 고민을 더 심화시킬까를 정리한 시간으로 의미가 있었습니다. 감사합니다.

역동하는 만화 시장, 에디터는 무엇을 할 것인가?

강인선 / 거북이박스 대표, 한국

만화 소비시장은 출판에서 웹과 모바일로 이동했다. 한국 만화는 ‘웹툰’이 리드하며 만화 읽기와 유료결제 시스템의 세계 표준을 만들었다. 이제 ‘웹툰’은 만화의 또 다른 이름이다. 갈수록 침체되어가는 출판만화와 달리 역동하는 웹툰 시장을 들여다보고, 만화 에디터들은 이제 무엇을 할 것인지 생각해 보자.

웹툰이 리드하는 한국만화시장

뉴미디어 시대가 도래하면서 전통적인 만화 출판사의 위세는 한풀 꺾였다. 만화 편집자들도 ‘웹툰 PD’라는 명함으로 빠르게 갈아탄다. 만화가도 ‘웹툰 작가’로 불린다. 웹툰 플랫폼들이 우후죽순으로 늘어나며 천지가 개벽한다. 웹툰을 서비스하는 주요 플랫폼이 30여 개다. 소규모 플랫폼까지는 일일이 헤아릴 수도 없다. 웹툰이 한국만화를 견인한다. 한국 문화 수출상품의 중심에 섰다. 한국의 ‘웹툰’ 형식이 글로벌 만화시장의 기준이다. 댓글 피드백은 독자 간의 소통과 감상 공유를 제공한다. 모바일이 주는 실시간 구독, 이동성의 편리는 만화 독자를 무한확장한다.

만화창작 → 매체 게재, 출판 → 유통 → 2차 산업 활용



만화창작 → 웹 서비스 및 온라인 유통 → 출판 등 2차 산업 활용

<만화출판산업 구조의 변화>

만화 출판은 이제 2차 산업으로 물러나 앉았다. 1차 웹툰 플랫폼 연재, 2차 영화, 드라마, 게임, 머천다이즈, 출판. 이게 현실이다. 물론 어린이 만화나 학습만화, 번역출판 만

화와 작가주의 예술만화 등은 이 범주에 들지 않는다. 하지만 대부분의 만화가자는 이제 모바일 등 스마트 미디어에 최적화된 콘텐츠로 만화를 기획하고 제작한다. 종이 만화의 연출기법 대신 스크롤과 컷툰 연출을 익힌다. 펜을 내려놓고 태블릿으로 작업한다. 코믹 스튜디오, 클립 스튜디오 같은 소프트웨어를 자유롭게 활용한다. 이제 만화 에디터들도 간단한 툴은 대부분 다룬다.

해마다 ‘단군 이래 최대 불황’ 호소하던 만화는 2,000년 닷컴 열풍이 몰아치면서 디지털과 가장 빠르게 결합했다. 인터넷 포털 사이트 네이버와 다음이 웹툰을 무료 서비스 하면서 웹툰은 기존 만화 독자는 물론, 일반 대중에게 폭발적으로 확산했다. 주요 웹툰 플랫폼을 살펴보자.

네이버: 매주 181편 연재

다음: 매주 126편 연재

카카오페이지: 매주 80편 연재

레진코믹스: 매주 179편 연재

답툰: 매주 113편 연재

네이버웹툰	다음웹툰	레진코믹스	케이툰	카카오페이지	투믹스
폭스툰	탑툰	코미카	저스툰	코미코	배틀코믹스
미스터블루	피너툰	봄툰	북큐브웹툰	코믹통	마녀코믹스
스폰코믹스	레알코믹스	코믹GT	까만봉지	빅툰	조아라웹툰
엔씨코믹스	무툰	진코믹스	바로툰	뿌딩	조이코믹스
케이코믹스					

<웹툰 플랫폼 월간 트래픽 순위> 출처: 웹툰인사이드

레진코믹스의 유료화 모델이 성공하면서 웹툰 플랫폼들이 우후죽순으로 늘어났다. 카카오페이지는 1천만 명이 넘는 회원 유저를 타깃으로 다양한 장르의 웹툰, 웹소설을 쏟아냈다. 웹툰 플랫폼들은 ‘기다리면 무료! 미리 보면 유료!’ 전략으로 이익을 창출한다. 일부 작품은 종이책 베스트셀러 만화는 상상할 수조차 없는 막대한 수익을 올리고 있다. 하루 유료결제 수익이 8천만 원을 찍는 웹툰이 나온 건 시사하는 바가 크다. 연간 역대 이상의 수입을 창출하는 작가들도 속속 등장한다. 작가들의 원고료가 뛰면서 다양한 수

익 웨어 방식이 제시된다.

전문 만화편집자나 기획자가 아닌 콘텐츠 프로바이더들의 활약도 커졌다. 웹툰 플랫폼에 만화를 공급하는 공급자는 만화가, 만화 에이전트사, 만화 매니지먼트사, 출판사 등 다양하다. 편집자의 손을 거치지 않은 웹툰은 날 것 그대로 독자와 만나는 경우가 많다. 윗문과 교정, 교열을 제대로 하지 않은 거친 텍스트, 정제되지 않은 언어가 그대로 노출된다. 그러니 어색한 연출이나 부족한 그림, 고증과 정보 확인이 정확하지 않은 내용, 초반 설정과 일치하지 않은 스토리 전개 등의 문제도 발생한다. 섬세한 편집자의 손길보다 재미가 먼저다. 거기에 노골적인 성인 웹툰, BL 웹툰 등 아슬아슬한 수위의 웹툰도 매주 쏟아져 나온다. 과포화 상태의 한국 웹툰은 이렇게 무한 경쟁에 돌입했다.

중국 시장도 웹툰이 강세다. 콰이칸, 텐센트, 웨이보 등에서 웹툰 플랫폼을 오픈했다. 카카오페이지에서 연재한 <허니블러드>는 콰이칸에서 수출되면서 누적 95억뷰를 찍었다. 댓글 수만 130만 개다. 본격적인 유료 모델이 중국 웹툰 플랫폼에서 시작된 것도 호재다. 드라마, 영화, 출판 등 2차 판권 수익까지 기대한다면 어마어마한 수익 창출이 예상된다. 중국뿐만 아니라 일본의 코미코, 픽코마 미국의 타파스, 태피튼, 스팟튼, 프랑스의 데릴튼 등도 웹툰 플랫폼으로 언어권 만화소비시장을 확대하고 있다.

그런데, 최근 500억을 투자받은 웹툰 플랫폼이 몸집을 불려가다 갑자기 웹소설 서비스를 중단했다. 수익성을 따져보고 내린 결론이 아닐까? 돈이 되지 않는 콘텐츠는 존재 이유가 없는 거다. 웹툰 플랫폼 중에는 오픈한지 얼마 안 되어 서비스를 중지한 경우도 많다. 투자 유치가 안 되거나, 수익이 창출되지 않으면, 비전이 보이지 않으면 접을 수밖에 없는 게 현실이다. 웹툰이 대세라지만 불안하기는 마찬가지다.

만화 에디터, 이제부터 우리는!

기존 출판만화잡지에서 에디터는 담당 작가의 업무 파트너 역할을 했다. 작가를 서포트하고 작품을 관리하면서 히트작 만들기에 힘을 모았다. 스토리텔링과 그림 연출에 남다른 소양을 갖춘 에디터는 작가에게 큰 힘이 된다. 아이디어를 제시하고 스토리 진행 방향, 캐릭터 설정까지 의견을 개진했다. 그런데 ‘만화잡지 연재 후 단행본 출간’이라는 출판만화 시스템이 쇠락하면서 전문만화 에디터들의 역할이 축소되었다. 하지만 위기는 기회다. 시장은 여전히 탁월한 에디터를 필요로 한다. 쏟아지는 만화 콘텐츠를 에디팅할 인력만 있다면 해볼 만한 만화 비즈니스가 갈수록 늘어나고 있기 때문이다. 에디

터는 자신의 정체성을 파악하고, 어떤 일들을 수행해 나갈지 방향을 설정해야 한다. 스스로 능력을 한계 짓지 말아야 한다. 만화생태계의 변화를 예의 주시하면서 콘텐츠 에디터로서 다양한 시도와 도전을 계속해야 한다.

웹툰 열풍은 출판만화에도 영향을 끼쳤다. 웹툰 플랫폼에서 확장된 독자들이 이미 웹과 모바일로 소비한 만화를 다시 책으로 구매하며 소장한다. <미생>, <송곳> 등 현대 사회인의 공감을 끌어낸 작품들이 그렇다. 소장가치가 부여된 책의 아날로그의 감성은 여전히 유효하다, 독특한 컨셉을 가진 동네 서점이 다시 하나둘 오픈하고, 대여점이 사라진 자리에는 트렌디한 만화카페가 다시 뜬다. 돌고 도는 세상, 만화는 대중이 즐길 수 있는 가장 친숙한 문화 콘텐츠인 게 확실하다. 온라인의 끝엔 오프라인이 있다. 콘텐츠 에디터의 전문성과 혜안이 더욱 요구되는 시점이다. 작품 기획 단계부터 2차 사업 전개까지 전 과정을 컨트롤해야 한다.

이런 만화생태계의 변화 한가운데 서 있는 거북이북스도 고민이 많다. 만화전문 출판사로서 꾸준히 만화책을 만들며 다양한 모색을 하고 있다. 출판이 불황이라지만 그림책, 어린이 동화까지 그 영역을 확대했다. 어린이 책 타이틀은 거의 판권 해외 수출을 했다. 최근에는 만화 『보노보노』 시리즈, 동화 『꼬마 흡혈귀』 시리즈 발행을 시작했다. 다른 출판사에서 발행을 중도 포기한 작품이나 절판된 작품의 다시 살려냈다. 에디터들의 정성과 수고로움이 따랐다.

만화 출판과 함께 신작 웹툰도 꾸준히 기획한다. <아르미안 네 딸들>, <리니지>로 유명한 신일숙 작가의 신작 <카야>와 신인 향유 작가의 <세상에 끝에 서 있는 우리>를 카오페이지에 런칭했다. 웹툰 기획, 제작, 매니지먼트사로 이제 시작이다.

보편성과 낯설음의 사이에서 개념적으로 사고하기

안지미 / 알마출판사 대표, 한국

‘북디자이너’는 구체적으로 어떤 일을 하는 사람일까? 가끔 이런 질문을 받곤 한다. 책의 원고를 쓰는 작가도 그 책을 발행하는 발행인도 또는 그림을 그리는 일러스트레이터도 아닌 누구, 웬일인지 구체적이고 명확한 설명은 쉽지 않아 보인다.

데카르트의 유명한 명제처럼 인간이라면 누구나 생각하는 존재겠지만 특히 디자이너는 끊임없이 ‘새로운 생각’을 하는 것을 두려워하거나 멈추지 않는 사람이라고 대답하고 싶다.

얼핏 보면 디자인은 이미지, 형태 등 시각적 조형(그래픽)으로만 보이지만 음악, 미술, 문학 등 다양한 문화적 경험이 쌓여 디자인과 만나게 되는 것이다. 여기서 중요한 것은 치열하게 사고하지 않으면 다양한 문화적 경험을 디자인과 결합 시키기 대단히 어렵다는 것이다. 그래서 디자인은 특히 북디자인은 감각이 아니라 사고의 산물이라고 말하고 싶다. 디자인은 결국 사고의 과정을 결과물 즉 완성된 물성으로 얼마나 과감하게 극단으로 밀어붙일 것인가에 대한 기획이자 전략인 것이다. 사고와 분석, 통찰과 종합, 피드백과 논리의 일관성, 가치관에 대한 면밀한 검토를 통해서 얻어내는 종합적인 과정이자 결과이다. 디자인과 언어는 구조적으로나 논리적으로 밀접하게 연결되어 있다고 생각하기 때문에 서사, 기억과 인식, 운율, 리듬, 흐름 등 결국 언어를 매개로 즉 개념어로 디자인을 풀어내고 있다. 풀어내는 과정에서 디자이너의 인문학적 기반은 물론이고 물성으로 제현하기 위한 제작 과정에서 오는 수많은 기술 등 여러 차원에서 동시에 맞닥뜨리는 문제들도 해결해 나가야 한다.

알마(alma) 에센시아(esencia)

지난 봄, 당대의 가장 뛰어난 뉴턴 학자로 불리는 리처드 웨스트 폴의 아이작 뉴턴의 전기 『아이작 뉴턴(ISSAN NEWTON- Never at rest)』을 작업하면서 개념어로 떠올린 것은 ‘에센시아’다.

“영미권 최고의 역사서, 뉴턴의 모든 측면을 다룬 기념비적인 저작, 번역에만 꼬박 3년!” 이런 찬사에 전혀 손색없는 대작을 만나는 건 디자이너의 입장에서는 엄청난 특권이지만 또 한편으로는 커다란 부담으로 다가온다. 대부분의 작업 과정이 그러하듯, 한 동안은 세상에서 보고 느끼는 모든 감각과 이성이 아이작 뉴턴과 연결되는 경험을 했다. 이는 말하자면 끊임없이 모든 감각을 스캔하고 그것을 한 권의 책으로 시각화하기 위한 과정이다. 인류 역사상 가장 위대한 과학자로 불리는 뉴턴이 이룩해놓은 수많은 개념과 이론 등을 이미지로 치환하는 작업은 자칫 정보의 과부에 빠져 발상의 오류를 일으키기 쉽다. 세부적인 시각 구조를 만들기에 앞서 먼저 이 책이 가지는 가치에 대한 개념 정리가 필요했다. 결국 에센시아(esencia, 본질, 정수)라는 작업 개념어를 설정하고, 뉴미디어 시대에 오롯이 종이책만이 가질 수 있는 물성을 극대화해 소장욕구를 불러일으킬 수 있도록 한정판 제작을 결정했다.

시각적 장치는 최대한 단순하게 ‘색, 면, 기호’ 세 가지 요소로만 변형 반복해서 사용하기로 하고, 인쇄는 판화에서 흔히 사용하는 ‘실크스크린’ 인쇄를 채택했다(일반적인 오프셋 인쇄 방식에 비해 잉크의 두께를 자유롭게 조절할 수 있고 색상이 강하고 단순 명료하기 때문에 강렬한 시각적 효과를 얻어낼 수 있다). 그 밖의 다른 모든 디자인적인 요소 기호와 활자는 동판을 조각해 열로써 눌러 찍는 ‘박’으로 표현했다. 물성의 단단함과 단순함을 강조하기 위한 장치로, 책배, 책머리 등 모든 면을 표지종이 색과 동일하게 칠하는 작업도 거쳤다.

보이는 요소가 단순할수록 작은 오차라도 오히려 쉽게 드러나기 때문에 제작 공정은 더 까다롭고 어려웠다. 독자들의 감각에까지 그 섬세한 노력이 온전히 닿기란 대단히 어려운 일이다. 지난한 과정은 오로지 작업자의 땀으로만 남을 것이다. 300년 전의 인물인 아이작 뉴턴의 삶을 웨스트폴이 20년의 노력 끝에 완성한 것이 1982년이다. 그리고 2016년 6월, 그들의 놀랍도록 위대한 업적에 작은 점 하나를 보태고 싶었다. <이코노미스트>의 서평처럼 “뉴턴이 뿌듯해할” 또 하나의 책으로 남길 바라는 마음으로 작업했다.

알마 에센시아의 다음 작품으로 기획된 책은 문학이다.

구체적으로 작가를 밝힐 수 없지만, 죽기 전에 꼭 읽어야 할 책 1001권, 소설임에도 불구하고 마지막 챕터에만 무려 400여 개의 주석이 달리고 천 페이지가 넘는 대작, 실험적이고 파격적인 문장으로 정평이 나 있는 작품이다. 번역에만 꼬박 3년을 계획하고 있다.

알마(alma) 인코그니타(incognita)

테라 인코그니타(Terra incognita)-미지의 땅 미개척의 영역이라는 뜻을 가진-에서 차용한 개념어이다. 알마의 새로운 문학런칭을 알리는 개념어로 이만한 것이 없다고 생각했다. 이번 경우에는 개념어를 먼저 설정하고 오히려 개념어에 맞춰 기획을 이어가고 있다. 이미 견고한 성을 쌓고 있는 문학전문 출판사와 경쟁하지 않고 새롭게 이미 독창적이고 실험적인 작품세계를 구축하고 있는 작가를 찾겠다는 기획 의지가 담겨있다. “문학을 매개로, 미지의 세계를 향한 특별한 모험”이라는 슬로건 아래, 첫 작가로 소설가이자 극작가, 연출가, 전방위 아티스트로 활동 중인 오카다 도시키의 단편소설 집 『우리에게 허락된 특별한 시간의 끝』을 선택했다. 그는 새로운 언어 새로운 형식 새로운 상상력을 지닌 작가라는 평가를 받고 있다.

이렇듯 새로운 문학, 오카다 도시키의 책을 디자인한다는 것은 디자이너로서 대단히 흥미롭고 흥분되는 사건이기도 하다. 오카다 도시키의 작품을 처음 만난 건 여배우 코사마 사다코의 1인칭 시점으로 쓰인 소설 [여배우의 혼]과 [여배우의 속편]을 연극무대로 올린 2016년 1월의 21일, 한파가 몰아친 어느 겨울날이었다. 주연 배우로 출연한 이상홍 씨와는 2010년, 같은 전시에 작가로 참여했었다. 그때의 인연으로 연극을 보고, 다양한 예술 영역을 넘나드는 오카다 도시키에 대해 알게 되었다. 어찌 보면 순전히 우연이었는데, 시간이 흐를수록 공연의 여운이 강렬해지면서 오카다 도시키에 대한 호기심은 점점 더 커져갔다. 그러던 중 번역가 이흥이 씨의 도움으로 그의 첫 소설집이자 제2회 오에 겐자부로상 수상작인 <삼월의 5일간>의 초벌 번역을 읽기 시작했다. 기존의 관습을 벗어난 새로운 언어, 분석적인 시각을 통해 이야기를 영민하게 이끌어 가는 작가에게 빠져들었다.

이 소설은 2003년 3월, 미국이 이라크를 폭격한 날을 전후로 5일간 벌어진, 도쿄의 한 젊은 커플에 관한 이야기다. 특별한 이야기 구조나 사건이 없는 이 작품은 새로운 형식미와 개념의 확장, 전복으로 가득했다. 이 책을 출간하기로 결정하고 또 디자인을 진행하면서 머릿속이 복잡했다. 그의 작품처럼 여러 개념들이 충돌하면서 내는 불협화음을 온전히 시각 언어로 전하고 싶었다. 이처럼 완전히 새로운 스타일의 소설에 적합한 북 디자인이란 어떤 것일까? 언제나 디자인에 있어서 가장 어려운 점은 일정한 거리 두기다. 이것은 오랜 생명력을 갖기 위한 의도적 거리 두기이다. 지나치게 몰입하면 작가의 세계를 분석적으로 보지 못하고 그저 감상에만 치우치기 때문이다. 오카다 도시키에 대

한 자료들을 꼼꼼히 살펴보고 그가 즐겨 듣는다는 음악을 들으면서 외부에서 안으로, 서서히 진입하기를 모색했다. 오카다 도시키의 실험과 혁신에 걸맞은 새로운 시각 언어를 구현해내기. 결국 책의 물성을 연극 무대 공간으로 상정하고 활자(언어)와 이미지가 촘촘히 직조된 구조를 계획했다. [여배우의 혼]의 주연배우이자 시각예술가 이상홍과의 협업을 통해 활자와 활자 사이를 유영하는 드로잉을 적극적으로 활용했다. 독자들로 하여금 책을 읽는 행위가 마치 연극 공연을 감상하는 것과 유사한 특별한 체험으로 기억되게 하고 싶었다. 책의 얼굴인 표지에도 여러 장치들이 숨어 있다. 본문의 활자와 드로잉을 스티커로 만들어 표지의 비워진 여백을 채울 수 있게 한 것이다. 『우리에게 허락된 특별한 시간의 끝』이 독자로 하여금 이해한다기보다는 함께 공감하고 상상하고 참여한다는 개념에 더 들어맞았기 때문이다. 책을 소유한 이가 자신의 눈길과 손길이 닿는 곳에 자유롭게 개입하고, 책에 의미를 부여하길 바랐다. 그 누구의 것도 아닌 자신만의 책 한 권을 만드는 경험, 그 특별한 시간을 독자들에게 선물하고 싶었다.

이렇듯 작업 개념어를 설정하는 과정은 이외로 단순명료하다. 디자인을 위한 모든 훌륭한 재료는 이미 책 안에 다 들어있기 때문이다. 텍스트(작가)에서 읽어낸 정보를 토대로 하나의 주제를 정하고 이 단어는 텍스트에서 얻은 정보를 디자인적인 언어로 재해석하고 실현시키는 단서가 된다.

결국 이런 행위는 독자와의 소통을 이끌어 내기 위한 방법론 중에 하나의 예에 불과할 것이다. 소통(만남, 접점)을 위해서는 보편성을 획득해야겠지만 반대로 보편성을 찾기 위해서는 낯설을 끊임없이 찾고 인식해야 비로소 가능하지 않을까? 내게 있어서 책을 만든다는 것은 낯설과 보편성 사이에서 끊임없이 사고하면서 시간을 견디는 행위인 것이다.

발표자 소개

장대익 / 서울대학교 자유전공학부 교수, 한국

카이스트 기계공학과 학사 졸업 후 서울대학교 과학사 및 과학철학 협동과정에서 생물철학으로 석사와 박사 학위를 받았다. 영국 런던정경대학 과학철학센터와 다윈세미나에서 생물철학과 진화심리학을 공부했으며, 일본 교토대학교 영장류 연구소에서 침팬지의 인지와 행동을 연구했다. 미국 터프츠대학교 인지연구소의 진화철학자 대니얼 데닛 교수 밑에서 ‘마음의 구조와 진화’를 공부한 바 있다. 최근에는 진화론의 개념적 쟁점들과 사회성의 진화를 연구하고 있다. 지은 책으로 『울트라 소셜』, 『다윈의 식탁』, 『다윈의 서재』, 『다윈의 정원』, 『인간에 대하여 과학이 말해주는 것들』, 『쿤 & 포퍼: 과학에는 뭔가 특별한 것이 있다』, 『생명은 왜 성을 진화시켰을까』, 『종교 전쟁』(공저) 등이 있다. 『통섭』, 『침팬지 폴리티크』 등을 우리말로 옮겼다. (주)김영사의 『지식인 마을』 시리즈(총 40권)의 책임기획자로 참여했다. 2010년 교육과학기술부에서 수여하는 제11회 대한민국과학문화상을 받았다.

강무성 / 루페 대표, 한국

고려대학교 불어불문학부를 졸업했다. 대학문화사, 정신세계사 등에서 편집자 겸 디자이너로 일했다. 전자책용 폰트를 개발하는 투바이트폰트연구소 이사, 계간 <문화예술> 편집위원장, 열린책들 편집주간을 지냈다. 열린책들에서는 세계문학 앱의 기획, 개발과 전자책 사업을 총괄하기도 했다. 지금은 루페 대표로 일하고 있다. 짓거나 옮긴 책으로는 『자유라는 화두』(공저), 『빠빠라기』(번역) 등이 있다.

박영률 / 커뮤니케이션북스 대표, 한국

성균관대학교 신문방송학과를 졸업했다. 1988년 도서출판 정보성을 창업했으며 대표이사를 역임하였다. 2009년 출판산업발전유공자로 국무총리 표창, 국립도서관납본유공자로 문화체육관광부장관을 표창하였다. 현재는 커뮤니케이션북스, 지식의만드는지식, 학이시습, 지식공작소, 박영률출판사, 노마의 발행인이며 커뮤니케이션북스 주식회사의 대표이사이다.

안희곤 / 사월의책 대표, 한국

고려원, 김영사 편집장을 거쳐 세종서적(주)에서 편집장 및 대표이사를 역임했다. 2009년 사월의책 출판사를 설립, 대표 겸 편집자로 일하고 있다. 주로 철학서를 비롯한 인문

교양서를 출판하고 있다. 한국출판인회의 교육위원장 등으로 일하기도 했다.

이영준 / 경희대학교 후마니타스 칼리지 교수, 한국

연세대학교 국문과를 졸업하고 민음사 편집부에 입사해 편집장, 편집주간으로 일했다. 1997년 도미, 뉴욕대 방문학자로 있다가 이듬해 하버드대학교 동아시아문명학과에 입학, 김수영 연구로 석사와 박사학위를 받았다. 버클리의 캘리포니아 대학교, 하버드 대학교, 일리노이 대학교 어바나 샴페인에서 한국문학을 가르쳤으며, 현재 경희대학교 후마니타스 칼리지 교수로서 교양교육연구소장으로 재직 중이다. 하버드대학교 한국학연구소에서 발간하는 영문 문예지 <AZALEA>를 2007년 창간하여 지금까지 10호까지 펴내면서 편집장으로서 한국 문학을 영어권 독자들에게 소개하고 있다. 『김수영 육필시과 전집』(민음사, 2009), 김수영 시선집 『꽃잎』(민음사, 2016)을 편집해 발간했으며, 『Howling Plants and Animals』(Harvard Journal of Asiatic Studies, 2012), 『Sovereignty in the Silence of Language: The Political Vision of Kim Suyoung's Poetry』(Acta Koreana, 2015), 『꽃의 시학: 김수영 시에 나타난 꽃 이미지와 언어의 주권』 등의 논문과 한국 문학에 대한 다수의 평문을 발표했다. 『김수영 전집』을 새로이 편집해 2018년 봄에 발간할 예정이다.

니시아마 마사코(西山雅子) / 『일본 1인 출판사가 일하는 방식』저자, 일본

예술 잡지 및 아동 도서 출판인으로 일하다가 2014년부터 프리랜서 편집가로서 일하고 있다. 2015년 『1인 출판사가 일하는 방식』(가와데쇼보신사)를 출판했다. 이 책은 대만어, 한국어로 번역, 출판되었다. 현재 그림책 출판 및 서평을 집필하며 자신의 출판물 출시를 준비 중이다.

Lisa Liu(劉子華) / 남방가원문화사업유한공사 대표, 대만

남방가원출판사 총편집, 독립출판연맹 상무이사, <주대보> 총편집 등을 역임하였다. 저서로는 『북경798』로 북경798문화창원구를 소개한 책이다. 남방가원출판사는 본인이 창립한 소형출판사로 2008년부터 영상출판작품 및 도서 출판을 시작했다. 지난 9년간 남방가원의 도서는 대북국제도서전시회에서 대상, 금정상, 금첩상 등을 수상했다. 대만 <독립출판연맹> 발기인의 한 사람으로서 이 플랫폼을 통해 대만의 독립출판을 연결하여 열독을 보급하면서 세계 출판동호인과 교류를 진행하고 있다.

칼 프리즈캣(Carl Pritzkat) / Publishers Weekly 사업개발팀 부사장, 미국 퍼블리셔 위클리(Publishers Weekly)와 북라이프(BookLife)의 모회사인 'PWxyz'의 모든 신규 사업, 디지털 전략, 제품 개발 관련 업무 총책임자인 사업개발 부사장으로 서 활동하고 있다. 또한, 독립 작가들을 위한 PWxyz의 웹사이트 '북라이프'의 사장이다. 'PWxyz' 전에는 대화형 미디어 회사인 미디어폴리스(Mediapolic)의 공동 창업자로서 뉴욕 타임스, 비아콤, NPR, 소니, 존슨앤드존슨, 볼보 등을 대상으로 여러 프로젝트를 총괄하였다. UCLA에서 음악 학위를 취득한 그는 베르텔스만(Bertelsmann)에서 ECM 레코드를 관리하였다.

게 될 것이다. 그때 당신은 내가 만든 과학책을 한 권쯤은 읽게 될지도 모르겠다.” 대학에서 문학을 전공했고, 2002년 월드컵의 열기 속에서 교정지를 보기 시작했다. 도서출판 승산, 사이언스북스를 거쳐 휴머니스트에서 과학책을 만들고 있다.

김수한 / 돌베개 편집주간, 한국
이삿짐 대부분이 책인 편집자. 종이신문 읽는 맛을 좋아한다 생각의나무, 산책자(웅진씽크빅), 현암사에서 다양한 책을 만들었으며, 현재는 돌베개에서 일한다. 두고 읽고 볼 만한 에세이 혹은 논픽션을 찾고 있다.

이연실 / 문학동네 비소설 팀장, 한국
경희대학교 국어국문학과 졸업하고 2007년 문학동네 편집부 입사, 현재 문학동네 편집팀장으로 재직 중이다. 기획하거나 책임편집한 책으로 김훈의 『라면을 끓이며』, 허지웅의 『버티는 삶에 관하여』, 『나의 친애하는 적』, 스베틀라나 알렉시예비치의 『전쟁은 여자의 얼굴을 하지 않았다』, 김난도의 『천 번을 흔들려야 어른이 된다』, 양경수의 『실어증입니다, 일하기 싫어증』, 히노 에이타로의 『아, 보람 따위 됐으니 야근수당이나 주세요』, 서명숙의 『영초언니』, 김이나의 『김이나의 작사법』, 김용택의 『섬진강 이야기 전집』, 한창훈의 『내 밥상 위의 자산어보』 등이 있다.

김형보 / 어크로스 대표, 한국
웅진씽크빅에서 에디터로 출판 일을 시작하였다. 웅진씽크빅의 임프린트 웅진지식하우스 주간, 대표를 거쳐 2011년 어크로스를 창업하여 인문, 사회과학 분야의 교양서를 출간하고 있다.

최해경 / 마음산책 팀장, 한국
도서출판 열림원 문학팀에서 편집자 생활을 시작했다. 현대문학 출판사를 거쳐 마음산책 편집팀에서 일하고 있다. 한 사람의 독자와 편집자로서 무엇보다 즐겁게 책들을 읽고 만들고자 한다.

강인선 / 거북이북스 대표, 한국
한국 최초의 만화잡지 <보물섬> 기자로 만화 인생을 시작했다. <맹기> 편집장을 거쳐 <웁크>, <밍크>, <나인>, <오후>, <비주> 등 다양한 만화잡지를 창간했다. 만화캐릭터를 활용한 팬시 사업을 시도하고, 청강문화산업대학에서 만화창작과 겸임교수도 했다. 2005년 만화 전문 출판사 (주)거북이북스를 창립했다. 최근에는 그림책, 창작 동화까지 출판 영역을 확대했다. 지난해 웹툰비평 웹진 '유어마나(www.your-mana.com)'을 오픈했다. 연이어 오프라인 만화 갤러리 '유어마나 가게'를 오픈, 독립만화 작가들을 위한 터전을 다졌다. 다양한 책을 꾸준히 발행하면서 글로벌 웹툰 시장 진출에도 힘을 쏟는다. 늘 만화처럼 웃기고 행복한 '웃는 회사'를 꿈꾼다. 인생 또한 그렇다.

김승욱 / 이콘출판 대표, 한국
벤처기업 포스닥, 프리코스 부사장, 리딩투자증권 온라인기획팀 대리, 더밸류엔코 대표, VIP 투자자문 감사, KUDOS IR연구소 소장을 거쳐 현재 이콘출판을 운영하고 있다.

안지미 / 알마출판사 대표, 한국
Institut Supérieur de Communication et visuel PARIS에서 커뮤니케이션 디자인을 공부했다. 정병규디자인, 월간 GEO, 솔출판사, 문학동네를 거치면서 북디자이너로 활동하면서 다수의 인문 사회 예술 분야의 책을 디자인했다. 2003년 디자인-출판 스튜디오 <그림문자>를 만들고 『위바타-전쟁-그림-문자』, 『NY/Upset Newyork』, 『창백얼굴』, 『스티커프로젝트』, 『금지된 숲』 등을 냈고 2008년 뉴미

임은선 / 휴머니스트 사이언스 팀장, 한국
“과학은 어렵다. 쉽고 재미있게 행간을 한 번에 뛰어넘을 수 있는 이론은 없다. 하지만 가슴에 참을 인(忍)을 새기며 단계를 차근차근 밟아간다면 어느 순간 그 재미를 경험하

디어 작가 이부록과 함께 <UPSETPRESS>를 결성, 출판, 디자인, 뉴미디어, 공공미술 등 다양한 매체를 통해 시각 이미지 생산자로서 사회에 개입할 수 있는 영역을 꾸준히 탐구하고 있다.

2000년 『김구용문학전집』(도서출판 솔)으로 시사저널 선정 올해의 북디자인, 2003년 『세계민담전집』(황금가지)으로 한국백상출판문화상 등을 수상하였고, 2011년 한국간행물윤리위원회의 ‘디자인이 좋은 책’ 대상, 2012년 ‘디자인이 좋은 책’ 장려상을 받았다. 청계창작스튜디오(2008), 경기창작센터(2010), 메이크샵 아트스페이스(2012) 입주 작가로 선정되었다.

2013년에는 <중국에서 가장 아름다운 책> 심사위원으로 위촉되었다. 현재 알마출판사의 대표를 맡고 있다.



세션 1. 한국 에디팅의 현주소를 묻는다

세션 2. 세계의 '1인 출판(소규모 주제 출판)' 현황

세션 3·4. 분야별 에디팅 트렌드 '향후 10년 동안'을 전망한다