

독자가 궁금하다

파주 출판도시
아시아출판문화정보센터

2018.10.04. — 06.



제5회 파주 에디터스쿨
READER, WHO R YOU?

제5회 파주 에디터스쿨 ‘독자가 궁금하다 Reader, Who R You?’

이번 제5회 에디터스쿨의 화두는 ‘독자’로 정했다. 너무나 새로운 유형의 독자들이 트렌드를 이끌고 독서의 문화적인 저변을 바꿔놓고 있다. 이들 독자는 유튜브, SNS를 비롯한 최첨단 자기표현 도구를 활용해 유행을 만들고 자신이 읽고 싶은 책에 대한 의견을 밝힌다. SNS의 ‘여론’은 마치 지능을 가진 집단지성처럼 “옳고” “바람직하고” “그렇듯한” 것들을 관철시키고 그들이 보기에 “시시하고” “별 볼 일 없는” 것들은 집요하게 응징하고 내던져버린다. 우리가 책의 가치라고 믿었던 많은 것들이 바로 이 “시시함”에 속한 채 빛을 잃어가고 있으며, 고개를 가웃했던 것들이 사람들을 열광시키는 문화적 코드로 세팅되고 있다. 그 역전 현상의 중심에 바로 독자가 있다. 우리는 독자가 궁금하다. 이들이 주로 어떤 사람들인지, 그들의 인생관, 경제적 여건, 연령대, 성별 등을 비롯해, 그들이 책에 대해 취하는 태도, 시장을 바라보는 관점, 독자들의 네트워크 등 모든 것이 궁금하다.

그리하여 이번 에디터스쿨은 ‘독자가 궁금하다’라는 호기심을 잡다하고 세세하게 채워주는 자리를 마련했다. 독자가 모이는 곳에서 업을 삼는 사람들, 그 자신이 파워 독자이면서 트렌드의 중심에 있는 사람들, 독자이자 저자인 사람들, 편집자였지만 독자로 돌아선 사람들, 저자로서 독자의 변화를 지켜보는 사람들, 동네책방을 운영하며 독자에게 예민하게 대응하는 사람들, 독자 입장에서 디자인하는 디자이너들, 마케터들 등을 다양하게 모셔서 그들의 진솔한 이야기를 들어보는 자리를 마련했다. 또한 해외에서 새로운 독자의 출현과 관련해 소중한 정보를 줄 발표자들을 함께 초청했다.

김언호

출판도시문화재단 이사장

The 5th Paju Editor School Reader, Who R You?

The theme of the 5th Paju Editor School is ‘Reader.’ Recently, new types of readers have emerged who are setting the trend for the publishing industry and transforming the cultural foundation of reading. These new readers make most of the latest tools of self-expression including YouTube and other social networking services in order to give their opinions on which books they’d like to read. Those creating the ‘public sentiment’ on the social networking services function like collective intelligence to accomplish what is ‘right’, ‘advisable’ or ‘plausible.’ At the same time, they resolutely punish and discard what they regard as ‘trivial’ or ‘insignificant.’ Many qualities formally believed to be the values of books have lost their brilliance in the midst of this ‘triviality’, while things that used to bewilder us now serve as new cultural codes that many people feel enthusiastic about. At the center of this reversal phenomenon are readers. We’re curious about readers. What kind of people are they? We’d like to learn more about them: their outlook on life, financial circumstances, age and gender as well as their attitude towards books and perspective on the publishing market, as well as the network shared among them.

Under the title Reader, Who Are You?, this year’s Paju Editor School offers an opportunity to satisfy our curiosity about readers in an extensive and detailed way. There’ll be speakers from various backgrounds – those who make a living in a place where readers gather, those who are avid readers themselves and thus set the publishing trend, those who are both readers and writers, editors who have gone back to being readers, writers who observe changes in readers, owners of small bookstores who respond sensitively to the needs of readers, designers who take readers into consideration, and marketers. In addition, speakers from different corners of the world will share valuable information about the emergence of new readers.

Kim Eoun-ho

Chairman of Paju Editor School 2018
Chairman of Bookcity Culture Foundation

프로그램 개요

- 기간: 2018년 10월 4일(목)~10월6일(토), 3일간
- 장소: 파주출판도시 아시아출판문화정보센터
- 주제: 독자가 궁금하다
- 구성: 기조강연, 세션별 개별 강연
- 초청 규모: 5개국 19명

날짜	시간	내용
10/4(목) <1일차>	12:30~13:00	개회식 김언호 이사장 개회사
	13:00~14:00	특별 강연 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』 정문정 작가
		세션1. 새로운 독자에 대한 신인류학적 탐색
	14:30~15:10	-박권일, 문화비평가
	14:30~17:00	15:30~16:10 -박태근, 알라딘 MD
		16:20~17:00 -신현창, 책과생활 대표
		<사회> 김정연 서평가
	13:00~14:30	특별 강연 미국, 티나 조던 Tina Jordan, 뉴욕타임스 에디터
		세션2. '세계의 독자들은 안녕한가'
	14:50~15:30	-일본, 『삼가 아립니다, 책이 안 팔립니다』 누카가 미오 Mio Nukaga 작가
10/5(금) <2일차>	14:50~18:00	15:40~16:20 -영국, 조세핀 미첼 Josephine Mitchell, Granta 출판사 에디터
		16:30~17:10 -대만, 구진룬 Kam Loon Woo, Linking Publishing 편집장
		17:20~18:00 -프랑스, 뱅상 쇼보 Vincent Chabault 파리 데카르트대학(제5대학) 사회학 교수
		<사회> 안희곤 대표, 사월의 책
		세션3. 분야별 '책 잘 사주는 예쁜 독자' 감별법
	10:00~12:20	10:00~10:40 -과학, 문창운 마케터(『우울할 땐 뇌과학』, 푸른숲)
10/6(토) <3일차>		10:50~11:30 -인문, 박주란 편집부 팀장(『내가 정말 좋아하는 농담』, 김영사)
		11:40~12:20 -에세이, 김지향 편집장(『Blonote』 『당신과 함께라면 말이야』, 달)
		<사회> 장동석 인문팀장, 바다출판사
	14:00~15:30	특별 강연 김하나 작가 / 브랜드라이터 『내가 정말 좋아하는 농담』, 『힘 빼기의 기술』 저자, 예스24 팟캐스트 '책읽아웃 - 김하나의 측면돌파' 진행자
	16:00~18:00	16:00~16:40 -사회과학, 김소영 편집국장(『개인의자 선언』, 문학동네)
		17:00~18:00 -문학, 박혜진 편집자(『82년생 김지영』, 민음사)
		<사회> 김희진 편집장, 반비 출판사

Program Overview

- Period: 4th~6th October 2018
- Venue: AsiaPublicationCulture&InformationCenter, Pajubookcity, Korea
- Title: Reader, Who R You?
- Composition: Keynote speech and a sectional lecture
- Invitation: 19 people in 5 countries

Date	Time	Contents
Day 1 October 4(Thu)	12:30~13:00	Openning Remarks Eoun Ho, Kim (Pajubookcity Culture Foundation Chair Man)
	13:00~14:00	Keynote Speech Mun Jung, Jung (Author of 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』, South Korea)
		Session 1: A Neo-anthropological Search for New Readers
	14:30~15:10	-Kwan Il, Park (Culture Critic, South Korea)
	14:30~17:00	15:30~16:10 -Tae Geun, Park (MD at Online Bookstore 'Aladin', South Korea)
		16:20~17:00 -Heon Chang, Shin (CEO at Bookstore 'Book and Life', South Korea)
		<Moderator> Jung Yeon, Geum (Book evaluation, South Korea)
	13:00~14:30	Keynote Speech Tina Jordan (Editor at 'New York Times' Book Review, US)
		Session 2: Global Readers Today
	14:50~18:00	14:50~15:30 -Mio Nukaga (Author of 『삼가 아립니다, 책이 안 팔립니다』, Japan)
Day 2 October 5(Fri)		15:40~16:20 -Josephine Mitchell (Editor at 'Granta', UK)
		16:30~17:10 -Kamloon Woo (Editor at Linking Publishing, Taiwan)
		17:20~18:00 -Vincent Chabault (Professor of Sociology at Paris Descartes University, France)
		<Moderator> Hee Gon, Ahn (CEO at Aprilbooks, South Korea)
		Session 3: How to Identify the Most Ideal Readers
	10:00~12:20	10:00~10:40 -Science Chang Woon, Mun (Marketer of 『우울할 땐 뇌과학』 at Prunsoop, South Korea)
Day 3 October 6(Sat)		10:50~11:30 -Humanities Joo Ran, Park (Editor of 『내가 정말 좋아하는 농담』 at Gimmyoung, South Korea)
		11:40~12:20 -Ji Hyang, Kim (Editor of 『Blonote』 『당신과 함께라면 말이야』 at Dal, South Korea)
		<Moderator> Dong Suk, Jang (Head of the humanities department at Badabooks, South Korea)
	14:00~15:30	Keynote Speech Hana Kim (Author of 『내가 정말 좋아하는 농담』, 『힘 빼기의 기술』 & Brandwriter, South Korea)
	16:00~18:00	16:00~16:40 -Social Science So Young, Kim (Editor of 『개인의자 선언』 at Munhak, South Korea)
		17:00~18:00 -Literature Hye Jin, Park (Editor of 『82년생 김지영』 at Minumsa, South Korea)
		<Moderator> Hee Jin, Kim (Editor at Banbi, South Korea)



정문정 작가

디지털 세대를 유혹하는 채널 별 콘텐츠 제작법

『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』의 저자 정문정은 대학내일 前 디지털미디어 편집장으로, 잡지 콘텐츠를 거쳐 브랜드 저널리즘 기반의 SNS 디지털 콘텐츠를 만들었다. 급변하는 미디어 환경 속에서 영 타겟 독자에게 어필하는 콘텐츠를 만들며 느낀 점과 콘텐츠 제작자가 꼭 익혀야 할 태도와 기본기를 설명한다.

‘무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법’의 작가 정문정은 대학내일 前 디지털미디어 편집장으로, 잡지 콘텐츠를 거쳐 브랜드 저널리즘 기반의 blog 콘텐츠, facebook과 youtube 용 디지털 콘텐츠를 만들었다. 그가 급변하는 미디어 환경 속에서 영 타겟

독자에게 어필하는 콘텐츠를 만들며 느낀 점을 알려주고, 콘텐츠 제작자가 꼭 익혀야 할 태도와 기본기를 설명한다.

Moon Jung, Jung

Author

How to make appealing contents of the channels for the digital generation

Jung Moon-Jung, who authored How to Cope Rude People with a Smile, is the chief editor of digital media at Daehaknaeil, and has made contents for magazines and blogs based on brand journalism and the digital contents for Facebook and YouTube. Ms. Jung shares her experiences that she had making contents that appeal to the young target readers in this

ever-changing media environment, and explains the basic attitudes and skills expected of the content makers today.



박권일, 문화비평가

유튜브가 좋지만 책도
가지고 싶어!

월간 『말』 기자, 『자음과 모음』 편집위원, 국정홍보처
주무관을 거쳐 문학학자로 활동하고 있다.
저서로는 『소수의견』, 『88만원 세대』 등이 있다.

‘오늘의 독자’는 어떤 사람일까? 참 어려운
질문이다. 여러 층위에서 상이한 답이 가능한
물음이기도하다. 나의 관심 영역에 비추어,
이렇게 답하려 한다. 오늘의 독자란 이렇게
말하는 사람들이라고. “유튜브가 좋지만 책도
가지고 싶어!”

책이 ‘굿즈(goods)’가 되는 것은 피할 수
없다. 일말의 냉소나 자조 없이, 나는 그렇게
말하고 싶다. 또한 ‘묵묵히 책을 사 읽는
교양인’이라는 독자의 스테레오타입 또한 오늘날
현실에 통하지 않는다고 생각한다. 세상이
바뀌었으니까.

“옛날이 좋았지”라고 한탄하시는 분들이
많다. 나 역시 제법 옛날사람(42세)이기에
심적으로 충분히 이해가 간다. 책의 경쟁매체가
적었던 시절, 교양에 대한 갈망이 컸던 시절,
책은 지금보다 조금 더 숭고한 느낌이었다. 책을
읽는 건 그 자체로 칭찬받는 행동이었다.

그런데 지금은 좀 변한 것도 같다. 여전히
독서는 모종의 당위이긴 하지만, ‘정보와 지식
획득’의 절대적 경로는 더 이상 아니게 되었다.
이를 테면 요즘 20~30대만 해도 인강(인터넷
강의)을 통해 단시간에 많은 정보를 뇌에 때려
넣은 경험을 공유하고 있으니까.

나는 이번 강연에서 ‘표현대중’, ‘주목경쟁’,
‘체험사회’ 같은 개념을 통해 사회변화를 꿰어낸
다음, 그 중심에 있는 사람들이 바로 오늘의
독자라고 주장하고자 한다. 사실 이들은 우리
자신이기도 하다. 책은 사라지지 않겠지만
대충대충, 주먹구구로 책 만들어도 살만했던
시절이 다시 오지 않는다는 것도 분명하다. 좋고
나쁨, 옳고 그름을 판단하는 건 각자의 몫이다.

Kwon-Il, Park

Cultural Critic

I like YouTube, but I love books as well.

Who are the “readers of today”?

That’s a very tricky question. There
may be answers to the question
from various perspectives. From my
perspective, I would like to answer
that question like this. Readers
of today are those who say.. “I like
YouTube, but I love books as well.”

It’s inevitable for books to become
‘goods’. I am sure about this, without
slightest hesitation. And I do not
think the stereotyped definition of
a reader who, as a ‘cultured person’,
silently continues to buy and read
books is no longer relevant today.
The times have changed.

There are many who lament this
change, missing ‘those old good
times’. I do emotionally understand
them because I myself am a middle-
aged man like them. When there
were less competing media to
books, and when there was a higher
aspiration for culture, books felt
a little nobler than today. Reading
books was considered a laudable
act itself.

But things have somewhat
changed. Reading books is still
considered an appropriate act to do
today, but it’s not an absolute path
anymore in terms of ‘acquiring
information and knowledge’.
Through the Internet classes, the 20
& 30-somethings of today share the
experience of instantly cramming as
much knowledge as possible.

In this lecture, I tried to see through
the changes of today employing the
concepts of the expressive public,
competition for attention, society
for experience and the like. I think
readers of today are those who stand
at the center of these changes. As a
matter of fact, they are ourselves as
well. Books may not disappear, but
gone are the days when we satisfied
ourselves with the books that were
clumsily edited and published.
Judging it right or wrong, good
or bad, I will leave you with that
question.



박태근, 알라딘 MD

눈에 보이지 않는 독자를 본다고 믿는 일

출판사에서 편집자로 일했고, 지금은 온라인서점 알라딘에서 인문MD로 일합니다. '편집자를 위한 실험실' 연구원으로 출판계에 필요한 이야기를 전하며, 여러 매체에서 책을 소개하는 목소리를 냅니다.

온라인 서점에서는 눈에 보이지 않는 독자에게 책을 판다. 전에 없던 일이지만 어느새 20여 년에 이르렀으니, 이제 실제로 보이지 않아도 볼 수 있는 방법들을 찾거나, 실제와 달라도 이렇게 보인다고 믿는 태도가 형성될 수밖에 없고, 실제로 얼마나 부합하느냐에 상관없이,

앞선 내용을 토대로 독자에게 책을 권하는 현실이다.

이 엉뚱한 일이 어떻게 새로운 독자와 만나는지 살펴보고자 한다.

Tae Geun, Park

MD at Online Bookstore 'Aladin'

Believing that we see the unseen readers

Online bookstores sell books to the invisible readers. This brand-new sales channel has already existed for the last two decades, and we find ourselves always trying to figure out the methods of seeing these invisible ones, sometimes believing we see

them in a way that may not be always true. We therefore, regardless of how it is close to the truth, recommend books to readers based on such unreasonable judgment.

I look into how this situation develops through the encounter with the readers.



신헌창, 책과생활 대표

동네서점은 어떻게 독자의 마음을 얻는가

서점 <책과생활>을 운영하고 있다. 오프라인서점에서 경험한 독자를 나눠 줄 것이다.

인류의 역사는 장구한 '책 안(못) 읽는' 역사였다. 동네서점(혹은 독립서점)은 어떻게 독자와 더더욱 최근 모바일 문화가 압도적인 환경에서 만나고 있는가. 동네서점을 찾는 독자들은 책은 정보와 지식 전달이라는 전통적인 누구이며 이들은 어떤 책을 찾고 있는가. 역할마저도 위협받고 있다. 그런 가운데

Heon Chang, Shin

CEO at Bookstore 'Book and Life'

How do neighborhood bookstores win people's heart?

The history of mankind has been a long no-(or incapable of) book-reading history. The present situation dominated by the mobile culture is even threatening the traditional roles of books of delivering information and knowledge. In this situation, how

do our neighborhood (or independent) bookstores connect with people? Who are those who visit such bookstores and what books are such readers looking for?



티나 조던

티나 조던은 문학출판계에서 잘 알려진 에디터이다. 초창기에는 “연예 주간”의 장기 편집자로, 그리고 시리우스XM을 거쳐 지금은 <뉴욕타임스>의 편집자로 있다.

만약 『뉴욕 타임스 서평북 리뷰』에 좌우명이 있다면 다음과 같을 것이다: ‘우리는 가장 중요한 출판물에 대한 리뷰를 작성한다. 도서가 좋은 의미로 또는 나쁜 의미로 중요하건 간에.’ 지난 수십 년간 이는 문학 및 진중한 논픽션에 해당하였을지 모른다. 하지만 오늘날 『더 타임스』지는 대중적인 논픽션 및 장르 픽션(로맨스, 미스터리, 스릴러, 공상과학 소설, 판타지 및 공포)도 동등한 대우를 받아야 한다고

믿는다. 또한 본지는 새로운 세대의 독자들이 더는 예전처럼 주로 리뷰를 통해 책을 찾지 않는다는 것을 깨닫고 소셜미디어(페이스북, 트위터 및 인스타그램)를 통해 항상 새로운 시도를 하고 있다. 이를 통해 기존의 출판물 및 신간에 대한 사람들의 관심을 끌고자 한다.

Tina Jordan

Editor at New York Times

The New York Times Book Review does not have a motto, but if it did, it might be, “We review the most important books being published, whether they are importantly good or importantly bad.” In decades past that might have meant literary fiction and serious nonfiction, but these days The Times understands that popular nonfiction and genre fiction — romance, mysteries, thriller, science fiction, fantasy, horror — should be accorded the same respect. The newspaper also realizes that

newer generations of readers do not find their books primarily through reviews, which used to be the case, so we use are constantly experimenting with social media — Facebook, Twitter, and Instagram — to draw people’s attention to both new books and old.



누카가 미오

‘책이 팔리지 않는다’는 일본의 출판업계에서 소장파 작가가 가져야 할 생각

1990년 생 유토리 세대. 일본대학교 문예학과를 졸업, 2015년 『외톨이』로 제16회 쇼쿠칸문고 소설상을 받으며 데뷔. 『옥상의 윈드넉츠』로 제22회 마쓰모토 세이초상을 수상했다.

스마트폰, SNS, 유튜브가 있으면 더 이상 책은 필요 없을까?

소설가는 지금 이 상황에서 무엇을 해야 하는가. 소설을 쓰는 것만으로 괜찮을까. 책을 쓰는 사람도, 편집하는 사람도, 파는 사람도 모두가 이구동성으로 ‘책이 팔리지 않는다’고 말하게 된 일본의 출판업계.

1996년을 정점으로 종이 책의 판매는 계속 감소하고 있으며 출판사와 서점의 수도 매년

줄고 있다. ‘작가로서 살 것이다. 작가로서 죽을 것이다. 죽어서도 작가로 존재하고 싶다.’ 그렇게 되기 위해 무엇이 필요한가. 많은 작가들이 이 물음과 싸우고 있다. 그 속에서 소장파 작가들이 지금 생각해야 할 것은 과연 무엇인가.

Mio Nukaga

Author

‘Books don’t sell today’ is the notion that the Japanese younger writers in Japan should have.

With smartphones, social networking services and YouTube, would books be ultimately unnecessary?

What do writer should do in this situation? Should they be satisfied with simply writing novels? All of those engaged in Japan’s publishing circles including writers, editors and bookstores say “book don’t sell today”.

After having reached its peak in 1996, the sales of paper continue to decrease, and the number of publishers and bookstores also continues to go down. “I will live as a writer, I will die as a writer, and I

wish to exist as a writer even after I die.” What is needed to be like this? Many writers of today struggle with this question. In this situation, what is the younger generation of writers expected to do?



조세핀 미첼

접시 돌리기: 문학잡지 및 출판사 내부

영국 Granta 잡지사의 에디터이며, 스페인서적도 번역하고 있다. Granta 잡지사는 매년 새로운 테마를 선정하고 4가지 이슈를 선별해 발간하고 있는 영국의 Young한 출판 및 잡지사이다.

조세핀 미첼은 그란타 출판(Granta Publications)의 내부적 운영을 소개한다. 그란타 출판은 런던에 기반을 둔 문예지 및 출판사로서 이 두 가지 역할을 수행하는 데 있어 다양한 도전과제를 직면하고 있다.

종이책 및 온라인 시장의 독자와 어떻게 소통할 것인가? 우리의 전략이 시간의 흐름에 따라 어떻게 변화되어 왔는가? 소셜미디어와 디지털 출판이 점점 강세를 보이고 페이스북 및 구글과 같은 디지털 경쟁사들이 물리적 광고 수익을 위협하고 있는 상황에서 현대의 출판사는 어떻게 적응할 수 있을까?

조세핀 미첼은 국내외적으로 그란타의 독자층을 사로잡고 확장하기 위한 사회적 캠페인의 방법을 설명하고 전 세계적으로 10개의 에디션에 가진 문예지가 직면한 독특한 과제에 관해서도 이야기할 예정이다.

독자에게 다가가기 위한 효과적인 캠페인은 이제 맞춤화되고 구체적이어야 한다.

그란타의 소셜미디어 및 홈페이지를 통한 여름 캠페인 중 하나인 “일본을 읽는 여름(A Summer of Japanese Reading)”은 현대 출판사가 어떻게 이러한 이슈를 해결할 수 있는지 보여줄 것이다.

Josephine Mitchell

Editor at Granta Publication

Spinning Plates: Inside A Literary Magazine and Publishing House

Josephine Mitchell will offer an introduction to the internal workings of Granta Publications, a London-based literary magazine and publishing house. As both a magazine and a publisher, the company faces a range of challenges.

How do we engage with readers, both in print and online, and how have those strategies changed through time? As social media and digital publishing becomes more prominent and physical advertising revenues are challenged by digital rivals like Facebook and Google, how can a modern publisher adapt?

Mitchell will describe the methods used in social campaigns to engage with and enlarge Granta's readership, both domestically and

internationally, and will describe the unique challenges faced by a literary magazine, with ten international editions across the globe.

Any effective campaign to reach a readership must now be both personalised and specific, and a case study of one of Granta's summer campaigns over social media and Granta.com, 'A Summer of Japanese Reading', will offer insight into how a modern publisher can tackle these issues.



구진륜

헤로도토스 선생, 감사합니다.
'소역사'에서 '대역사'로
'대역사'에서 '전체 역사'로
'개인사'에서 '전세계사'로

구진륜은 대만의 가장 큰 출판사 Linking Publishing에서 편집장으로 일하고 있다.

출판은 도박판이다. 책을 선정하고 기획하는 일은 판돈을 거는 것과 같다. 논리적인 안목과 판단력을 가늠하는 시험대라고 할 수 있겠다. 하지만 이 도박판의 승패는 어떻게 알 수 있으며, 판돈의 옳고 그름은 어떻게 결정할 수 있을까?

우리는 보통 독자와 시장 반응, 판매량을 편집자의 판단 근거로 삼는다. 하지만 과연 이 세 가지 요소가 책의 성패나 편집자의 능력을 판단하는 기준이 될 수 있을까? 이것은 늘 사후에 결정된다. 왜 독자가 결정할 문제라고 반문하지 않는가?

우리는 편집자로서 독자의 선택을 이끌어냈는지, 우리 스스로 독자층을 발굴했는지, 또는 시장반응에 의지했는지 아니면 끊임없이 새로운 테마를 만들어 독자층을 확대시켰는지 스스로에게 물어야 한다.

답은 바로 당신, 전세계 독자 여러분에게 달려있다.

Kamloon Woo

Editor at Linking Publishing

Thank You, Mr. Herodotus.
From 'Little History' to 'Great History' to
the 'Whole History', and from 'Personal
History' to the 'Whole World History'

Publishing is a gambling. Selecting and planning a book is like betting money. It's a test bed for judging the logical insight and judgment. Nevertheless, how can we know the chance of winning in this game and judge the right and wrong of the placed money?

We generally use the readers, market response and sales as the bases for an editor's judgment. But can these factors be the ultimate yardstick of judgment in terms of the success of a book or the editor's capability? These are always determined after the work. Shouldn't these be determined by the readers?

We should ask ourselves whether we as editors drew our readers' choice, tried to find the readers, simply relied on the market response, or expanded the range of readers by continuously creating new themes.

The answer is up to you, readers of the whole world.



뱅상 쇼보

프랑스의 출판산업: 어떤 독자를 위한 어떤 시장이 있는가?

뱅상 쇼보는 파리 제5대학 사회학과 교수이다. 소비자사회학, 문화사회학, 도서산업의 사회학을 연구하며 가르치고 있다. 저서로는 『소비의 생태학』이 있다. 2018년 젊은 평론가상을 수상했다.

에디터 스쿨 2018에서 뱅상 쇼보는 프랑스의 출판 시장에서의 흐름과 독자들의 행위와 출판 산업의 요소들과 어떤 연결고리를 갖고 있는지 살펴보고자 한다. 기술적인 발전과 독자층의 변화를 고려하면 우리는 세 가지에서 독자와의 연결고리를 관찰 해 볼 수 있을 듯 하다. 이 연결고리를 통해 우리는 독자를 개발해야 한다.

연결된 독자 개발

첫째는 책에 대한 정보와 소셜네트워크의 발전 관계, 둘째는 온라인 서점 그리고 셋째는 자가출판 플랫폼에서의 독자와 저자의 관계를 살펴보아야 한다.

편집인의 문화적 권위

현 출판시장의 정체의 극복은 비단 기술적인 관점에서의 도전을 필요로만 하는 것이 아니다. 해결은 독자의 세대변화를 감지 하는데 있다. 스크린문화(현대 디지털 문화)는 언론산업을 불안정하게 만든다. 오늘날 뉴스는 소셜네트워크를 통해 그 내용의 진실여부에 대한 점검 없이 읽혀지고 있다. 현재 언론과 저널리즘은 권위와 정당성을 상실했다. 출판업계는 권위, 정당성 그리고 문화적인 힘을 지켜야 한다.

Vincent Chabault

Professor of Sociology at Paris Descartes University

The publishing industry in France: which market for which readers?

At Paju Editor School 2018, my object is to talk about French book market and publishing sectors linked to reading practices. Considering that technological developments and transformation of readership, we observe a very interesting period.

The development of “connected readers”

This connection or connectivity is observed in three activities about book and reading:

- Information about books and the development of social networks;
- Online bookstores;
- Reading and writing on self-publishing platforms

The cultural authority of editors

Screen culture has destabilized press industry. Today, news is read on social networks without news's quality controlled. The risk is to take an active part of fake news. It is about reader generations. Therefore, press and journalism lost authority and legitimacy. Publishing industry must keep it: authority, legitimacy, cultural power.



문창운 마케터

사전 마케팅으로 각광받고
있는 ‘크라우드 펀딩’ 이것만은
알고 가자!

1인 출판사의 마케터로 시작하여 중견 출판사의
사재기 동원 인력으로 인생을 낭비하다 마침내 푸른숲
입사. 용케도 9년간 근무 중.

크라우드 펀딩을 이용하는 주 연령층과
성별은?

어떤 프로젝트는 대박, 어떤 프로젝트는
쪽박. 그 이유는 무엇일까?

혹시 크라우드 펀딩 시작하고 클레임 걸리면
어떻하죠?

펀딩에서 굿즈는 어떤 효과가 있나요?

또 어떤 굿즈들이 반응이 좋은가요?

출판사 담당자가 크라우드 펀딩이라는 큰 벽
앞에 섰을 때 알아야 할 실무적인 궁금증과
해결책을 제시한다.

Chang Woon, Mun

Marketer at Prunsoop

What are the main age groups and
gender of using crowdfunding?

Some projects are big and some
projects are small. What is the reason?

What if we start crowding and we
get a claim?

What's the effect of good money?

What other goodies are good for you?

What do you think publishers
should know when they're standing
in front of a big wall called
crowdfunding?

The person in charge of publishing
informs you of the problem solving
and practical questions regarding
crowdfunding.



박주란, 편집부 팀장

내가 정말 좋아하는 책

2001년 출판 편집자에 입문하여, 현재 김영사의 실용 및 자기계발팀에서 근무하고 있다.

평범한 편집자의 책 만들기, 그리고
직업으로서의 편집자.

항상 새로운 원고, 새로운 저자와 함께
일을 하기에 모든 책은 나름대로의 기억을
남긴다. 오랫동안 편집자로 일하면서 특별한
책으로 남아있는 『내가 정말 좋아하는 농담』이
출판되기까지 저자 섭외의 과정부터 집필 및
편집 등 진행 과정을 상세히 소개한다.

또한 편집자라는 직종에 종사하는
직업인으로서 생겼던 자연스러운 질문과
딜레마에 스스로 어떻게 답해왔는지 이야기한다.

예술가와 일하는 회사원으로서의 고민,
상품으로서의 책을 대하는 자세, 저자와
디자이너, 마케터 등 함께 일하는 사람들과의
관계, 어떤 직업인으로 살 것인가 등 평범한
편집자이자 직업인으로서 공감할 수 있는
이야기를 전할 예정이다.

Joo Ran, Park

Editor at Gimmyoung

Books that I Like Most

An ordinary editor's book making.
And editor as an occupation.

As editors encounter new writings
and new writers every day, every book
gives unique memories of their own
to the editors.

The book '*The Jokes that I Like Most*'
is one of the books that I loved most
over my long career as an editor, and
the lecture is a detailed explanation
on the whole process until it was
born, including contacting the
author, writing, and editing.

The lecture also tells about how
I have answered the questions and
dilemmas that naturally rose to me
as an editor.

It will also deliver my stories about
the agonies that I had as both an
artist and a worker, attitudes toward
books as a commodity, relationships
with the authors, designers and
marketers, and thoughts about how I
should lead my career as an ordinary
editor and worker.



김지향 편집장

재미와 의미라는 두 마리 토끼, 그 어려운 걸 우리가 해냅니다

활자 사이에서 벌어지는 사람들의 ‘일’을 좋아한다.
그 광경을 때로는 기웃거리기도 하고 때로는
참견하기도 하는 것을 나의 ‘일’이라고 여기고 있다.
이런저런 출판사를 거쳐, 지금은 문학동네출판그룹 달
출판사에서 여전히 기웃거리고 참견하며 지내고있다.

독자와 작가의 거리가 대폭 줄어든, 어떻게 보면
독자와 작가와의 구분이 사라진, 소위 ‘누구나
작가가 될 수 있는 시대’에 접어들었다. 이제는
‘텀블벅’ 등의 플랫폼에서 크라우드 펀딩을 통해,
콘텐츠만 갖고 있다면 누구라도 책을 만들고
배포할 수 있게 되었다. 이렇게 ‘독립출판’의
형태로 발간되는 책들은 대체로 ‘에세이’들이다.
에세이는 다른 분야에 비해 분명, 진입장벽이
낮다고 봐도 좋을까.

자신의 이름으로 된, ‘책’이라는 물성을
가진 매개로 출간하고자 하는 욕구는 점점 더
늘어나고 있고, 그 꿈을 마음에 품는 것에 그치지
않고 현실화하고자 하는 ‘독자이자 작가’들이
많아진 탓이다. 한 권의 책에 담아내기에는,
자신이 가진 생각과 내면의 목소리만큼 손쉬운
소재도 없으니까. 또한, 분량이 길고 서사가
복잡한 글에 비해 짧은 호흡의 콘텐츠를
소비하고자 하는 시대의 변화에 따른 요구

타이기도 할 것이다. 이렇듯 책이라는 미디어를
생산하는 자와 향유하는 자는 그 경계를
유연하게 넘나들고 있다.

그런 만큼 출판사에는 자신의 이야기를
출간하고자 하는 투고 원고가 하루에도 몇
통씩 쌓인다. 그렇게 새롭게 발굴된 신인
작가에서부터 이미 검증된 기성 작가, 그리고
글을 쓰는 업을 가지진 않았지만 자신만의
콘텐츠를 가진 전문가 등등이 모두 함께
불가피하게 경쟁하며 공존을 도모해야 하는
것이다.

그렇다보니, 매일매일 눈만 뜨면 새책이
신간 매대를 비집고 올라오는, 그야말로 에세이
홍수의 시대. 쏟아지는 신간들 속에서, 재미와
의미 두 마리 토끼를 잡기란 얼마나 어려운
일인가. 그 어려운 걸 훌륭하게 해내는 작가들은
어떤 고민을 하고 또 했을까. 그 사이에서
편집자의 역할은 무엇일까.

Ji Hyang, Kim

Editor at Dal

Fun and Substance: Killing Two Birds with One Stone

We live in a new age in which the
border between writers and readers
has become significantly narrow
and almost obscure, and everyone
can become a writer. Now anyone
who has contents can have a book
published and distributed through
crowd funding using such platforms
as tumblbug. The books published in
the form of ‘independent publishing’
are mostly ‘essays’. The area of
essays seems to have a relatively low
barrier to entry.

The desire to have a book, which
is a tangible medium, published in
his/her own name continues to rise
and the number of ‘reader and writer’
individuals who aspire to realize
their long-cherished dream has
significantly increased. A book may
be the most handy means to carry
and deliver his/her own thoughts and
voices. And, this may reflect the trend
of the times in which people prefer
short and speedy writings than long

and complicated ones. Therefore, the
border between those who create the
media called books and those who
enjoy them has become more flexible
than ever before.

Today, publishing houses have to
cope with an overflow of manuscripts
everyday that are sent by those who
wish to publish their own stories. In
this circumstance, writers, both new
and established, and professionals
who are not writers but have stories
to tell in their specific fields have to
inevitably compete each other and
find ways to coexist.

In this age when we see a flood of
new books stacked over the bookstore
shelves everyday, it may be difficult
to deliver both fun and substance
together. I wonder how many days
the writers who succeeded in fun and
substance should have agonized to
accomplish it, and what role an editor
should take in this situation.



김하나 작가 / 브랜드라이터

어쩌다 이 자리에 왔을까요

『내가 정말 좋아하는 농담』, 『힘 빼기의 기술』 저자,
에스24 팟캐스트 '책읽아웃 - 김하나의 측면돌파'
진행자

광고회사 카피라이터로 일하다 프리랜서로 전향한 뒤, 업무인 곳 없이 많아진 시간 덕에 다양한 경험을 하게 되었다. 그 덕분인지 어느 날부터가 나름대로 세상을 바라보는 시각이 생겼다는 느낌이 들었고, 그렇게 세상을 바라보자 점점 더 재미있어졌다.

그것이 점점 더 골똘해져 그 생각을 나누고픈 마음이 들던 어느 날 노트북을 열고 원고를 쓰기 시작했다. 우연과 행운이 겹쳐 첫 책을 내게 되었고, 그로 인해 나는 출판계 언저리에 진입한 모양이다.

이후로 칼럼을 쓸 기회가 생겨 꾸준히 글을 썼더니 두 번째 책을 내게 되었다. 열걸레 삽화도 그렸다. 그리고 나니 나는 어느새 짧은 글을 쓰는 사람이 되어 있었다. 그러자 짧은 수필을 써보라는 제안을 받았고 그것을 계속 썼더니 수필집인 세 번째 책이 나오게 되었다. 그것을 기회로 이곳저곳에 말할 일이 많아졌다.

팟캐스트 진행을 맡았고 라디오 고정 게스트가 되었다. 삽화와 글을 곁들여 네 번째 책도 펴냈다.

지금 나는 이곳저곳에 칼럼을 쓰고 삽화를 그리고, 팟캐스트를 통해 작가를 인터뷰하고 책을 소개하고, 라디오에서 책 이야기를 하고, 또 본업인 브랜딩도 하고 있다.

직업이 무엇이냐는 질문에 대답하기가 곤란하다. 세 번째 책을 내기 전까지는 작가라는 말이 그렇게 어색했는데, 다섯 번째 책을 쓰고 있는 지금은 아니라고 할 수도 없을 것 같다.

책을 쓰고 책과 작가를 소개하고 책을 홍보하는 일도 내 일의 중요한 부분이 된 터라, 그에 대해 이야기를 나눠볼까 한다.

Hana Kim

Author & Brandwriter

How Did I Come Here Now?

After changing to a freelancer from working as a copywriter at an ad company, I came to experience a lot of things thanks to much free time. This change made me feel I have my own perspective to see the world, and then the world came to me as more interesting than before.

As I increasingly wanted to share my thoughts with others, I one day opened my laptop and began to write some writings. Thanks to a combination of coincidence and luck, my first book was born and I joined at least the edge of the publishing world.

Since then, I had continuous opportunities to write columns, which resulted in my second book. Now, I unknowingly became a person who writes short writings. So people asked me to write short essays, and my third book was born out of these essays that I had written since then.

After this, I became a lot busier,

hosting a podcast and talking as a regular guest on a radio program. During that time, I was able to publish my fourth book that contains illustrations and writings.

At the moment, I write columns and draw illustrations for diverse media. And I also interview writers and introduce their books on the podcast and talk about other books on the radio, while continuing branding work which still is my major business.

So I a little hesitate when people ask me what my occupation is. Before my third book, I felt very awkward telling them I was a writer, but now that I am working on my fifth book, I can't tell them I am not one anymore.

As writing books and introducing writers and their books have become part of my business now, let me talk about my experience I have had so far.



김소영 편집국장

설계자들 – 안다고 달라지는
일은 없겠지만 애쓰면 조금은
달라질지도

2001년 출판 편집자에 입문하여, 현재 김영사의 실용
및 자기계발팀에서 근무하고 있다.

작가, 편집자, 디자이너, 마케터, 서점의 노력.
이에 더해 SNS 홍보와 유명인사의 추천.
그럼에도 ‘운칠기삼’일지 모른다는 막연한
불안과 막연한 분노 속에서 애쓰다고 달라지는
일은 아무것도 없는 것이 아닐까 생각하는 순간
조금씩 올라가는 독자들의 반응.

『개인주의자 선언』은 이 책을 기획하고
편집하고 마케팅하던 이들에게 ‘독자들이
어떤 것들에 반응하는가’를 다소 직접적으로

알게 해준 책이었다. 여전히 안다고, 애쓰다고
달라지는 일은 아무것도 없을지도 모른다는
불안감 속에서도 애쓰는 방향을 바꾸면 달라질
수 있을 거라는 믿음을 주었다고 할까. 그런
점에서 이 책의 사례를 되짚어보는 것은
개인적으로도 중요하고 의미 있는 일이었다.

So Young, Kim

Chief editor at Munhak

Designers – Knowing may not change
much, but efforts will make a little
difference.

The efforts by writers, designers,
marketers and bookstores. And
publicity on SNS and celebrities’
endorsements added to such efforts.
Readers’ interest and response that
increase slowly but noticeably due to
these efforts that are made together
with the expectations for a luck
amidst vague worries and anger.

‘Declaration for an Individualist’
was a book that enabled those who
planned, edited and marketed
the book to understand ‘how the
readers respond to what’ more or
less directly. The book may have

given us the belief that, despite the
worries that efforts will all be in
vain, changing the way of making
such efforts will make a difference.
In that sense, thinking back about
the book’s case will be important and
meaningful.



박혜진 편집자

독자 표현의 시대

2011년 민음사 편집부 입사. 2015년 <조선일보> 신춘문예 문학평론 당선. 문학잡지 <릿터> 책임 편집자이며 주요 편집 도서로 『한국이 싫어서』, 『82년생 김지영』, 『딸에 대하여』 등이 있다. 2018년 젊은 평론가상을 수상했다.

독자들의 독서 행위는 어디서부터 시작돼 어떻게 끝날까?

누군가의 한 줄 평을 읽는 데에서 시작해 누군가가 읽을 한 줄 평을 쓰는 것으로 끝나는 SNS 시대의 독서는 우리 시대 독서의 풍경을 바꾸고 있다.

문학 편집자에게 이 변화는 가능성이자 희망이다.

본 강의에서는 표현 하는 시대의 독자와 독서에 대해 이야기해 본다. 축소하는 독자가 아니라 팽창하는 독자, 줄어드는 독서 시장이 아니라 부풀어 오르는 독서 시장에 대해 상상해 본다.

Hye Jin, Park

Editor at Minumsa

The Age of Expressive Readers

Where does the reading activity of readers start and how does it end?

In the age of the social networking service in which people read one-sentence texts and write one-sentence reviews for others, reading is changing the reading scenes of our times.

To a literary editor, this change is both a possibility and hope.

This lecture looks into the readers and reading activity in the age of expressive readers and also explains readers that expand rather than diminish and a book market that becomes larger than smaller.



강연듣고 스탬프 받아주세요!

제5회 에디터스쿨 스탬북 사용 설명서

하나, 강연을 듣고 티켓을 데스크에 보여주고 에디터스쿨 스탬프를 받는다.

둘, 스탬프가 찍힌 스탬북을 데스크에 인증하고 해당칸에 있는 상품을 받는다.

해당상품은 수량에 따라 조기에 소진될 수 있습니다.