# ‘읽는 책’에서 ‘듣는 책’으로

## 호황기를 맞고 있는 미국의 ‘오디오 북’ 산업

### 여행길에서 얻은 아이디어

출판계의 첨단분야로 손꼽히고 있는 오디오 북 산업. 간편한 오디오제품의 대중적인 보급에 따라 늘어나기 시작한 오디오 북의 수요가, 80년대 중반 이후 미국내에서 바야흐로 호황기를 맞고 있다고 최근 한 外誌는 전하고 있다.

현재 우리나라에서는 어린이를 위한 동화 녹음테이프와 맹인 대상의 테이프, 그리고 외국어교육 및 입시대비용 학습테이프 등 크게 세 종류가 제작판매되고 있다. 그러나 이들을 엄격한 의미의 성인용 오디오 북으로 볼 수 없다는 점에서, 아직도 국내에서는 이 분야에 대한 출판계의 관심과 투자가 낮다고 하겠다.

그러나 미국에서는 80년대 초반, 맥그로힐, 사이몬 앤드 슈스터, 밴텀社 등 세계적인 명성을 자랑하는 대출판사들이 오디오 북 산업에 적극 뛰어들면서 출판계와 서점가에서 오디오 북이 확고한 자리를 굳히고 있다.

外誌가 전하는 바에 따르면, 오디오 북 산업은 튼튼한 자본과 경험을 가진 대출판사 뿐 아니라 패기와 젊음을 자산으로 하는 群小회사들에게 특히 매력적인 분야로 떠오르고 있다. 이런 회사들은 출판사의 고유업무인 도서출판은 없이 순수하게 오디오 테이프만을 제작 판매한다는 점에서 특징적이다.

최근들어 급격히 사세확장을 꾀하고 있는 레코디드 북스(Recorded Books)社의 경우, 1979년 당시 34세였던 한 세일즈맨에 의해 창립됐다. 설립자 헨리 트렌트는 세일즈맨이라는 직업적 특수성으로 인해 많은 시간을 고속도로에서 보내야만 했다. 그때 좋아하던 라디오 드라마나 음악들을 녹음해서 즐겨 듣곤 했던 것이, 그가 이 분야에 뛰어든 계기가 됐다고 한다.

1983년 게이 데이어와 딕슨 데이어 부부에 의해 세워진 더컴 프레스(Dercum Press)社 역시 레코디드 북스社와 유사한 과정을 밟아 이룩됐다. 이들은 개인적인 용무로 펜실바니아주와 뉴 잉글랜드주를 정기적으로 여행하곤 했는데, “운전을 하고 있는 동안 누군가가 재미있는 책을 읽어 준다면 얼마나 근사할까?”라는 데서 아이디어를 얻어 직접 회사를 설립하게까지 되었다.

### 낭독 고전작품 시리즈가 인기

출판의 새로운 경지를 개척하는만큼, 오디오 북의 제작에는 많은 어려움이 따르기 마련.

“처음에는 모든 것이 간단할 것 같았다. ‘이 세상에는 수많은 연기자들이 있고, 연기자들은 모두 그럴듯하게 낭독을 할 수 있다. 그러니 연기자를 고용해 낭독을 시켜 녹음을 한 다음, 신문에 광고를 내고 주문을 받아 팔기만 하면 된다’는 생각이었다. 그러나 오디션 결과 대다수의 연기자들이 낭독에는 익숙치 않았다. 게다가 모든 사람들이 오디오 북을 좋아하는 것도 아니었다”고 레코디드 북스社의 트렌트사장은 설립당시의 고충을 말한다. 메릴랜드주의 작은 마을에서 한 낡은 농가의 이층을 빌려 어렵게 출발했던 이 회사는, 현재 해마다 60여건의 신제품을 내놓는 중견기업으로 발전을 이룩했다.

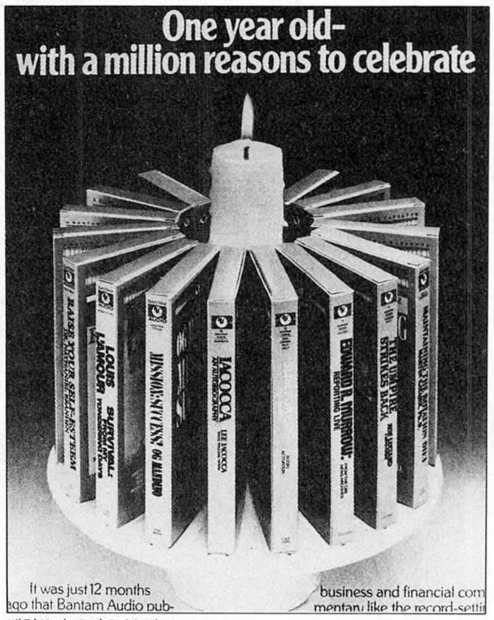
더컴 프레스社의 데이어 부부 역시 이 분야의 경험이 없기는 마찬가지. 그러나 이들은 철저한 사전조사에 따라 제작의 방향을 확실하게 잡고 출발했다.

“우리는 작품들에 대한 정보를 얻기 위해 거의 모든 장르의 서평들을 철저히 섭렵했다. 그리고 나서 전문가들에게 ‘당신의 전문분야에서 가장 훌륭한 작품은 무엇이며 그 이유는 무엇인가’라고 일일이 자문을 구했다.그 결과 미스테리와 SF소설 그리고 고전작품 쪽으로 제작의 방향을 잡게 됐다”고 그들은 말한다.

오디오 북 산업의 경우, 이처럼 주력상품의 방향을 잡는게 중요하다는 것이 이 분야 종사자들의 공통적인 견해이다. 더컴 프레스社의 경우, 현재 해마다 12종의 신제품들을 시장에 내놓고 있는데, 에드가 앨런 포의 「모르그家의 살인」과 엘러리 퀸 및 셜록 홈즈 시리즈 등이 좋은 반응을 얻어 확고한 기반을 잡게 됐다. 최근에 내고 있는 고전작품 시리즈도 좋은 반응을 얻고 있는데, 이중에서도 쉘리의 「프랑켄슈타인」은 문장 하나가 한 페이지를 차지하는 경우가 많아 낭독이 불가능하다는 것이 이제까지 전문가들의 일반적인 견해였다. 따라서 더컴 프레스社의 「프랑켄슈타인」은 원작의 맛을 훌륭히 살려내 오디오 북의 새로운 경지를 열었다는 호평을 받고 있다.

새롭게 성장하고 있는 업체 중 하나인 오디오 북 콘트랙터스(Audio Book Contractors')社는, 아동용 고전작품에 주력함으로써 시장에 파고든 경우. 설립자인 플로 깁슨은, 방송가에서 나레이터로서 쌓은 경험을 바탕으로 하여 비교적 수월히 사업에 뛰어든 예에 속한다. 이 회사는 「빨간 머리 앤」「블랙 뷰티」「이상한 나라의 앨리스」등의 테이프들이 베스트셀러를 기록하는데 힘입어 지난해에만도 세배의 성장률을 기록했는데, 전체 판매량의 85%가 도서관을 대상으로 하고 있는 점이 특징적이다.

**미국의 오디오 북 산업은 80년대 중반 이후, 특히 젊음과 패기를 주무기로 한 群小회사들 사이에서 매력적인 분야로 부상하고 있다. 현대문명의 利器를 이용한 오디오 북이 책과 독자 사이의 거리를 좁힐 수 있다고 관계자들은 주장한다.**



밴텀社의 오디오 북 광고

### ‘비디오 세대’에의 침투가 과제

미국에서 인기를 얻고 있는 또 하나의 오디오북 제작업체로 커버 투 커버 카세트(Cover to Cover Cassettes Ltd.)社를 꼽을 수 있다. 이 회사는 1983년 영국 BBC 방송국의 프로듀서였던 헬렌 니콜에 의해 설립됐다. 1986년 미국 애틀란타市에 지점을 설치하면서 본격적으로 미주시장에 뛰어든 커버 투 커버社는, 제인 오스틴, 디킨슨, 브론테 자매 등 문호들의 작품을 영국 굴지의 연기자들의 낭독으로 테이프에 담아 선풍적인 인기를 모으고 있다.

이 회사의 PR 및 마케팅담당 책임자 폴 세인저는, 수요자들의 비교적 좋은 반응에도 불구하고 미국시장에 적응하기가 쉽지 않다고 어려움을 말한다.

“영국인과 미국인의 취향에는 상당한 차이점이 있다. 영국이 자랑하는 여배우 페기 애쉬크로프트여사가 맨스필드의 작품을 낭독해도 미국인들은 별로 관심을 보이지 않는다”고, 그는 미국의 문화수준을 꼬집는다.

한편 그는 “장년층이 오디오세대라고 한다면 청년층은 비디오세대라고 할 수 있다. 청소년들의 경우 지나치게 TV의 화면에만 열중하는 경향이 있는데, 이러한 점이 오디오북 판매에 어려움을 주고 있다”고 지적하며, 앞으로 오디오 북 산업 성패의 관건은 비디오세대로의 침투에 달렸다고 강조한다.

한편 레코디드 북스社의 공동경영자인 알렉산더 스펜서는 “오디오 북이 단순한 편의를 위해 기존의 책을 대신하는 것은 아니다”라고 주장하며, 일부의 부정적인 견해에 대해 반박한다. 일부 인사들은 오디오 북으로 인해 종래의 독서행위, 즉 문장의 묘미를 하나하나 음미해가며 사색의 여유를 가질 수 있는 독서행위가 경시될지도 모른다고 경고해왔었다. 그러나 스펜서의 견해에 따르면, 오디오 북이란 기존의 책과는 다른 별도의 새로운 예술형태라는 것이다.

“작가의 목소리, 작품의 목소리를 대표할 수 있는 훌륭한 연기자로하여금 낭독케 함으로써 작가·작품·연기자 간의 동일화를 추구하며, 그 속에서 새로운 것을 창출해내는 작업이 바로 오디오 북의 제작이다”라고 스펜서는 말한다.

작품에 맞는 연기자를 선발하기 위해 해마다 4차례의 정기 오디션을 개최하고 있는 더컴 프레스社의 데이어 부부 역시, “오디오 북은 단순한 낭독의 녹음이 아니라 작가가 작품속에서 말하고자하는 바를 정확히 전달하는 것”이라는 견해를 나타낸다.

이처럼 오디오 북 업계 관계자들의 높은 자부심만큼이나 이 분야의 전망 역시 상당히 밝은 편이다. 레저인구의 증가와 함께 오디오북을 찾는 인구가 점점 늘고 있으며, 바쁜 생활에 쫓기는 샐러리맨층에서도 많은 인기를 얻고 있다. 특히 각 도서관으로부터의 수요가 눈에 띄게 증가하는 추세에 있는데, 이는 오디오 북이 독자를 책의 세계로 끌어들이는데 한 몫을 하고 있음을 나타내는 다행스런 증거로 분석되고 있다.

읽는 책이 아니라 듣는 책. 국내에서도 보다 많은 출판사들이 오디오 북에 관심을 돌려, 훌륭한 작품들을 귀로 들을 수 있는 날이 조만간 다가오길 기대해본다. —오애리 기자