

아동도서시장 판도변화 조짐 보인다

서점용 아동도서 꾸준한 신장세... 대형전집물사도 단행본 개발

‘어린이 책’ 하면 의례히 열린 스무권씩 묶인 전집이 제격이라는 고정관념은 70년대 들어 호전된 경제사정과 부모들의 극성 교육열에 힘입어서였다. 어느 가정에서든 아동용 전집 한질 정도는 쉽게 눈에 띄었고, 이 책들은 다분히 전시효과도 가졌었다. 당시의 아동 전집 시장규모는 상당한 것이어서, 현재 출판계에서 ‘재벌’로 불리는 대형출판사 거의가 아동용 전집물에 주력했던 출판사들이던 것만 봐도 짐작이 가능하다.

그러던 것이 80년대 중반을 분기점으로 전집물 일변도에서 탈피해 단행본 시장의 세확보 시기로 접어들었고, 현재 아동도서 시장은 7대3 정도의 비율로 전집물이 여전히 우세하지만, 단행본 시대를 구가하고 있는 것으로 보인다. 아직도 단행본 시장이 전집물에 비해 ‘밀리고’ 있는 형편인 것은 사실이지만 작년 한해동안 출판된 아동도서가 문학류와 학습참고서 다음 가는 순위를 차지한다는 통계수치로 따져볼 때 결코 ‘소규모’로 낮춰 볼 수는 없다. 물론 이 자료에서 신간이 재판이나 중복출판에 비해 상대적으로 소수라는 것은 문제가 된다.

어쨌든 전집물 일색에서 다양한 분야를 첫 번째 특징과 장점으로 꼽는 단행본으로의 전환이 이루어진 것은 독자들에게는 보다 가치수 많은 선택의 기회를 제공하고, 출판사는 기획의 다변화와 승부의 단기화를 이룰 수 있다는 점에서 환영할 만한 일인 셈이다. 게다가 아동용 단행본 시장의 활력은 곧바로 전집물 출판사들과 심지어 일반적인 성인대상의 도서를 출판해온 출판사들의 참여를 유발시켜 양질의 아동도서를 출판할 수 있는 기반을 마련하고 있다.

이렇게 아동도서 시장의 구조가 바뀐 이유에 대한 분석은 여러 각도에서 가능하다. 먼저 방문판매법 제정 이후 전집물 할부판매가 어느정도 위축되었고, 실구입자인 부모들의 책에 대한 안목이 차츰 변화됐으며, 독자인 아이들 역시 ‘세계명작’ ‘전래동화’ 류의 비슷비슷한 책에서 더이상 흥미를 갖지 못했기 때문이란 분석이다.

명랑소설·과기시리즈로 시장 확대

때맞춰 이른바 단행본 전문출판사인 몇몇 출판사들이 아이들의 흥미를 만족시켜줄 만한 책들을 펴낸 85년경부터 ‘서점용 아동도서’가 서점의 매장에서 본격적으로 팔려나가기

전집물 일색에서 다양한 장르를

소화할 수 있는 단행본으로

아동도서 시장의 판도변화가

일고 있다. 게다가 최근들어서는

전집물 출판사와 일반 단행본사들의

시장 참여가 급속도로 늘고 있어,

아동도서의 질적 향상에 기여하는

현상도 보이는데, 이같은 추세는

앞으로도 계속될 전망이다.

시작했다. 전집에 비해 부담이 적은 낱권의 단행본 가운데 가장 먼저 어린 독자들로부터 호응을 얻은 것은 ‘명랑소설’들. ‘별난 국민학교」「5학년 3반 청개구리」처럼 서양과 한국의 옛날 이야기가 아닌 바로 학교 생활이나 집안에서 벌어지는 일들이 내용인 책들이 ‘불티’나게 팔려 이 책들 가운데는 20만부에 가까운 판매고를 기록한 것도 있었다. 다음이 성교육동화로 「알고 싶어요」「12살의 봄」과 같이 어린이를 위한 성교육서가 유행의 흐름을 타는다면, 철학동화라는 부제를 단 「노마의 발견」이 베스트셀러로 진입하기도 했다. 그러다가 아동도서의 질적 저하라는 비판을 받기도 했던 ‘과기·공포 시리즈’가 아동 단행본 시장의 총아로 나서, 지난해까지 어린이 책의 대명사인 것처럼 여겨지기도 했다.

이렇게 명랑소설·성교육동화·공포·과기물로 이어진 유행의 흐름은 일단 방향수정이 이루어졌다는 게 출판계의 공통적인 의견. 종로서적이 집계한 지난 4월의 베스트셀러 목록을 살펴보면 확실히 흐름의 변화가 느껴진다.

「세상에서 가장 재미있는 이야기」(동쪽나라) 「아기참새 찌꾸」(국민서관) 「한국을 빛낸 100명의 위인들」(바하) 「디즈니의 언어공주」(과랑새) 「산수교과서 만화 3학년」(글수레) 「겨레의 인걸 100인 I」(송우) 「엄마의 산수II」(김영사) 「어린이가 지구를 살리는 50가지 방법」(현암사) 「톨스토이의 아주아주 작은 이야기」(유진) 「만화 명심보감 I」(우람)

이상의 목록에서 우선 짚어볼 것은 유행심리에서 아이들이 벗어나 다양한 관심의 영역을 보인다는 것이다. 따라서 출판사들 또한 막



서울시내 한 대형서점의 아동도서코너.

무가내의 따라하기 출판을 지양해 세분화된 장르의 책을 출판하고 있는 것이다. 굳이 요즘 아이들에게 ‘먹혀드는’ 분야를 꼽자면 위인들 이야기, 학습의 따분함을 만화로 중화시키는 학습만화 정도라고 보면 된다.

“아이들이 자꾸 새로운 장르의 책을 원한다. 이제 식상한 동화로 아이들의 눈을 묶어둘 순 없다. 예를들어 병원에 대한 호기심, 경제에 대한 궁금증 등을 풀어줄 책을 아이들은 끊임없이 요구하고 있으며, 출판사 역시 그들의 욕구를 충족시켜줄 기획 마련에 부심하고 있다”고 지경사 대표 김병준씨는 전한다.

단행본 시장의 확대가 이루어진 초기와 달라진 가장 큰 특징은 분야가 점차 세분화되고 넓어진다는 점. 동화 위주에서 탈피해 역사·경제·환경문제 등이 독자들의 관심사로 떠오른 것이다. 편집의 면에서도 단순한 틀의 반복이 아닌 개성 위주의 형태를 지향하고 있는데, 판형·지질·표지 등에서 참신함을 보여준다. 특히 일러스트레이션에 대한 출판사와 독자의 수준이 격상돼 전문 일러스트레이터들의 수적 증가와 작품의 질적 성장에도 단행본 시장의 확대가 기여한 점이 크다. 또 글자체 선택이나 급수 선택 등 편집의 기술을 살려 독자층에 걸맞은 책을 출판하게 된 것 역시 그렇다. 서점의 아동도서코너에서 전과 달리 눈에 띄게 바뀐 것은 책표지에 독자대상을 구분하기 위해 연령표시를 하고 있는 현상으로 0~2세, 3~4세 등으로 유아용 도서를 재차 구분 짓고 있으며, 국민학생용 도서도 저학년 고학년용으로 차별화시켜 독자의 선택을 손쉽게 도와주고 있다.

단행본 시장의 열기 속에서 문제점으로 지적되는 몇가지 사항 가운데 하나는 이들 출판사들이 국민학생용에 치중하고 있어, 상대적으로 유아용 도서가 침체된다는 점이다. 아무래도 ‘장사’가 되는 쪽에 몰리기 때문인데, 유아용 도서개발이 부진한 것과 동시에 장편동화보다 단편이 위축되고 있을 뿐더러 동시집의 경우 연간 50여종 발행을 넘기 어렵다고 한다.

그러나 무엇보다 큰 문제는 서점에서 군데군데 보이는 상업적인 면이 두드러진 출판물에 있다. 장정부터가 조잡한 것들로 TV에 방송되고 있는 개그프를 우격다짐으로 책으로 만든 것과 개그작가들의 별로 교육적이지 못한 내용으로 가득찬 책들이 그것인데, 이런 책들은 아이들의 호기심을 노린 알팍한 상흔의 증거가 확인하고, 그 눈에 띄는 상술에 아이들은 저항없이 선택 손을 내민다는 것이다. 반면에 탄탄한 기획력이 돋보이는 책들도 없진 않다.

전집·일반 단행본사 참여도 늘어

그런 책들을 살펴보면서 의외의 출판사가 아동도서를 출판하고 있는 것을 알게된다. 다 시말해 성인을 대상으로 한 도서를 줄곧 펴내온 출판사들이 대거 아동도서 시장에 가담하고 있는 사실이다. 현재 130여권의 국내 창작 동화를 엄선해 출판해온 창작과 비평사의 ‘창비 아동문고’나 ‘현암아동문고’(현암사) ‘분도후화’(분도출판사) 등은 벌써 10여년째 지속돼온 시리즈들이지만, 민음사·한길사 등 중견출판사들과 여러 성인전문 출판사들의 참

여가 요즘들어 더욱 활기를 띠고 있다.

그 가운데 미국동화 일변도의 번역에서 벗어나 프랑스·영국·스웨덴 등 유럽쪽의 동화를 엄선해 시리즈로 묶고 있는 민음사가 가장 적극적인 개발에 힘쓰고 있으며, 이밖에도 진선·햇빛·산하·대원사·고려원·집현전·신구미디어 등이 참여의 폭을 잔뜩 넓히고 있다.

이들이 펴내 독자들로부터 좋은 반응으로 얻고 있는 책들은 대부분 기획·편집·제작 면에서 높은 수준을 보여주고 있으며 눈이 높아진 독자들의 '구미'에 맞아 판매면에서도 상당한 실적을 거두고 있다. 민음사의 동화시리즈는 대학 영문과 교수진으로 구성된 번역진이 믿을 만한 번역을 해 우선 신뢰감을 주고 있고, 노포 신구미디어의 「사랑의 선물」(방정환) 「떡배단배」(마해송) 등도 독자들의 인기를 끌고 있다.

한편 일반 단행본사들의 적극적인 참여와 함께 전집물만을 펴내온 전집물 출판사의 시장 개척도 점차 그 발판을 다져나가는 중이다. 이들의 단행본 가운데는 베스트셀러로 기록된 것들도 꽤 되는데, 최근 국민서관이 어른과 아이가 함께 읽는 동화시리즈 첫책권으로 펴낸 「아기잠새 찌꾸」(곽재구)는 발매 한달만에 베스트셀러 수위를 차지하고 있고, 출판사측은 계속해서 소설가 임철우씨·김영현씨·송영씨의 창작동화를 펴낼 예정이다. 계몽사 역시 90년 11월부터 「또래와 토리」 시리즈를 자체 개발해 최근까지 20권을 선보였다. 일반 단행본의 중견 출판사들과 전집물 출판사들의 시장 '개입'에 대한 단행본 전문출판사들의 반응은 두가지로 나뉜다.

“고군분투해서 시장을 키워냈더니 막대한 자금력과 기획력을 갖고 덩벼들어 중소 출판사들의 ‘먹거리’를 뺏는다”는 부정적인 반응과 이들의 참여가 “당분간은 타격을 줄 것이지만 거시적으로 봐 아동도서의 질을 한단계 높이는 계기로 작용할 게 틀림없다”고 긍정적으로 보는 견해도 있다. 이 긍정적 시각은 요즘들어 아동도서 단행본시장이 과잉경쟁에 시달리고 있다는 것 자체도 소비자인 독자들에게 바람직한 방향으로 전개된다면, 즉 경쟁을 통해 수준 높은 양서출판이 가능해지면 문제가 안된다는 견해와도 맥을 같이 한다.

독자들에게는 선택의 기회를 안겨주고 출판사들은 다양한 기획을 통해 출판의 노하우를 축적시키는 계기를 가져다 준 아동도서 시장

의 단행본 열기는 전문출판사들 뿐 아니라 전집·성인용 출판사들을 끌어들이며 점차 고조될 전망을 낳고 있다. 더군다나 번역물 위주에서 창작물 위주로 경향이 바뀌고, 과기체험담이나 흥미끌기 출판행태에서 벗어나 교육적인 면이 강조되거나 건전하고 아름다운 이야기가 담긴 책들이 점차 정착 단계로 접어들어 희망적인 예측을 가능케 하고 있다. 뿐만 아니라 외국의 경우 전집물 시장은 거의 '전멸'하다시피 하고 있어 단행본 위주의 시장구조 개편은 불가항력이라는 게 한 아동도서 단행본사 사장의 귀뜸이다. 아닌 게 아니라 “미국은 물론 일본에서도 아동도서 전집은 흔치 않고 5년전 전집붐을 맞았던 대만도 현재는 단행본이 시장을 장악하고 있다”고 한다. 그래서 업계에서는 “국내시장 역시 5년후면 단행본이 수적인 우위를 점하리라”고 예측한다. 사실 전집물 출판사들은 몇년전부터 학습지 시장으로 발길을 옮기고 있다.

시장개방 대비 자정노력 기울일 때

“만화뿐 아니라 아동도서의 일본 침투는 알게 모르게 진척된 상태로, 미국의 대표적인 출판사들의 시장 공략도 진행중이라고 봐야 한다. 조만간 이뤄질 출판시장 개방에 따라 그 정도는 심화될 것으로 판단된다.”

예림당 나춘호사장의 지적처럼 본래에도 오랜 아동도서 단행본 출판에 시장개방은 적잖은 영향을 미칠 것으로 보인다. 그렇지만 외부적인 요인보다 선결돼야 할 과제는 내부에 있다.

“새로운 노력과 질적 향상을 꾀하기 위해 제작된 양질의 출판물 활기는 무척 바람직한 현상으로 파악된다. 문제는 이런 책들이 독자들의 눈에 띄게 할 방법을 찾는 일이다. 한구석에 처박혀 권할만한 것이 못되는 책들과 섞여 있다면 제 의도를 발휘하기 힘든 것이다. 따라서 양서와 그렇지 못한 책의 구분이 쉽게 가능하도록 하는 서점의 진열방식 등이 연구돼야 한다. 또 이들 도서의 추천방법도 강화해 독자들을 유도할 필요가 있다.”

판매의 차별화를 통해 시장의 자정을 유도해야 한다는 이중한씨(서울신문 논설위원)의 지적은 아동도서 출판계가 지금 당장 해야 할 과제 가운데 하나임에 틀림없다.

— 최태원 기자



푸른색 5월입니다.
달리니 달의 팔뚝이 느릿느릿처럼
대지는 생명의 열기로 가득 차 있습니다.
한술은 젊습니다. 그러나 선두를 거나 방망하지 않습니다.
추운 겨울이면 기쁨의 불꽃같은
더운 여름 아열대리 정자나 무아래서 특별한 그늘같은
그런 책에 만물을 기우하여
한술이 아니라 만물이 있습니다.



한술기획

한술에서 하는 일

출판기획 · 출판제작대행 · 광고기획 · 전자조판 · 디자인 · 원고는행 등

원고 은행

짚신도 짝이 있습니다. 짝을 찾으려면 중신아버가 필요하지요.

한술은 치밀하고 눈썰미 있는 중신아버입니다.

원고가 없어 출판을 못하시는 출판사, 원고는 있으나

성격에 맞는 출판사를 찾지 못하는 작가분

저희 한술이 아름다운 인연을 맺어드리겠습니다.

서울시 종로구 내수동 4번지 옥빌딩 706호(세종문화회관뒤) 전화 735-4997/ 722-3866 팩시 722-3866