

“출판은 더이상 정보전달 매체 아니다”

다품종 소량생산, ‘한국적 출판’ 만이 살아남는 길

이중환

서울신문 논설위원·출판평론가

1995년 한국출판의 최대과제는 아마도 모두들 서점개방이라고 생각할 것이다. 그러나 나에게게는 이렇게 간명하게 생각하는 것이 오히려 추상적으로 보인다.

단도직입적으로 말해서 서점체인이 들어온다고 치자. 하지만 한국시장에까지 오는 외국 의 틀잡힌 유통채널이 혼자 벌먹기도 힘든 한국식 소형서점을 하려고 하지는 않을 것이다. 그렇다면 대형서점을 할 것인가. 그렇게 하기도 어렵고, 또 그렇게 해야 할 이유도 없다고 생각하는 것이 옳을 것이다. 왜냐하면 실상 대형서점도 현재수준 이상의 시장성을 갖고 있는 것은 아니기 때문이다.

매체 복합의 새 차원 맞은 서점·출판계

그렇다면 어떤 접근이 이루어질 것인가. 멀티미디어적 서점체인 같은 형식을 취할 것으로 보아야 한다. 이미 미국에서 생겨나고 있는데 서점옆에 붙은 작은 독립공간으로 주로 CD나 CDI를 파는 전자출판서점이 현단계의 형태이다.

이 형태의 판매거점은 그러니까 꼭 출판영역의 서점류라고 볼 수도 없다. 물론 전자출판물에 연관된 ‘인쇄된 책’도 팔기는 할 것이다.

그러므로 대형서점으로서의 진입은 음반 유통쪽을 더 눈여겨 볼 필요가 있다. 세계 최대 규모의 음반 체인망 기업인 타워 레코드가 4월에 강남역에서 대형 레코즈점을 개장하도록 되어 있다. 버진메가 스토어도 준비를 끝내고 있다. 이들은 우선 3백평 규모에 10만종쯤의 CD와 뮤직비디오를 전시한다는 계획을 갖고 있다. 그러나 바로 이런 거점이 앞으로 아주 쉽게 복합화할 것으로 보아야 한다. 그 이유는 자명하다. 매체 자체가 복합화되고 있으므로, 매장도 복합화할 수밖에 없는 것이다. 여기서 대고, 만약 인쇄된 책은 별도로 인쇄된 책만 파는 서점에서 팔아야 한다는 주장을 하고 싶다면 오산이다.

올해만 지나면 또 뒤이어 출판개방의 해가 된다. 이때 역시 출판이란 인쇄된 책만을 내는 것을 말한다고 할 수도 없을 것이다.

왜 이 이야기를 길게 나열하고 있는가. 우리의 현안은 지금 서점개방 정도의 문제가 아니라 이것을 지적하기 위해서다.

출판은 지금 전세계적으로 기로에 서 있다 기보다는 새 차원을 맞고 있다.

출판이 산업의 범주에 들어갈 수 있었던 것은 대량생산 대량공급이라는 형식을 가질 수 있었기 때문이다. 여기서 중요한 것은 생산이나 공급의 부분이 아니다. 이 생산을 소화해주는 대량의 소비자, 즉 독서대중이 있어야 산업화가 이루어진다.

그동안에는 독서대중이 있었다. 오늘날 가장 결정적인 변혁은 바로 이 독서대중이 책으로부터 떨어져나가고 있다는 것이다.

이는 두 갈래에서 이중적으로 이루어진다. 하나는 책보다 더 쉽고 감각적이며 재미있고 편리한 대중매체가 뉴미디어라는 이름으로 나타나고 있다는 것이다. 컴퓨터게임도 그것이고, 비디오도 그것이며, 디지털과 송신기술이 합세하고 있는 CATV의 확대도 그것이다. CATV는 또 곧 위성채널들과 연결된다. 이 매체의 변화는 독자들에게서 책의 의미를 앗아간다고보다는 우선 수용시간을 가져간다.

사람들이 책의 권위를 무시하는 것은 아니다. 그러나 우선 이런저런 것들을 먼저 보게 되고, 이것들 보기에 시간도 모자라는 상태가 되는 것이다. 이 경우, 컴퓨터게임도 이겨낼 수 있는 재미있는 책이란 무엇인가. 그것을 만들면 될 것 같지만 이 역시 정답은 아니다. 컴퓨터게임보다 재미있는 책이란 곧 책이 아니라 오락도구일 뿐이기 때문이다.

또 한 갈래는 멀티미디어적 생산이라는 것. 아예 책을 그저 멀티미디어적 기획속에서 하나의 부분적 도구로 쓰고 있다는 사실이다. 최근 예로 마가렛 미첼의 ‘바람과 함께 사라지다’의 속편 ‘스칼렛’이 있다. ‘스칼렛’은 후속 TV드라마 장사를 위해서 씌어졌다. 소설을 출판한 것이 아니라, 선전프로그램으로서 소설이 선택된 것이다. 엄격히 따지자면 이런 경우에 소설 ‘스칼렛’이 소설책인가를 물어야 한다. 물론 우리가 이 ‘스칼렛’을 번역했다. 이런 작업을 바로 ‘블럭버스터 작업’이라고 부른다.

이 블럭버스터 현상에서 유념해야 할 일이 바로 출판의 이미지다. 출판물이란 고귀한 정신과 사상의 상징이라는 이미지때문에 그동안 사회적 존중을 받아왔다.

이 이미지때문에 각종 지원이나 후원을 받을 수 있었고, 또 지금도 ‘독서하는 국민’이라는 캐치프레이즈를 들고 다닐 수 있는 것이다.

그러나 우리의 출판현실은 그동안 부지불식



멀티미디어시대의 한국출판은 한국인의 특성을 내세운 출판으로 승부를 걸어야 한다. 사진은 지난해 프랑크푸르트전시회.

간 고귀한 정신으로서의 출판을 축소시켜 왔다. 그저 오락과 흥미로 읽는 책에 매달려 왔다. 이제는 거의 대부분의 책들이 이 경향속에 묻혀 있다.

이때문에 뉴미디어와의 대결에서 어느날엔가 갑자기 완패할 수 있다. 독서대중은 특별한 의식이 없는한 무심히 뉴미디어 대중으로 변할 수밖에 없는 것이다.

한국출판이 살아남는 방법

이에 대한 한국출판계의 대응은 무엇인가. 이것이 진실로 이 시점의 문제인 것이다.

그러므로 95년 한국출판계의 가장 중요한 과제는 한국적 시점이란 전체에서 CATV의 시작이라고 할 수 있다.

CATV 원년은 ‘지금 글세, 그제 될까’라는 느낌속에 있다. 하지만 이 느낌은 잘못된 것이다. CATV가 지금 중요한 것은 TV의 연장선상에 CATV가 있다는 것이 아니다. CATV는 뉴미디어의 침범이라는 역할로서 의미를 갖는다. CATV를 매개로 해서 위성방송이나 인터넷과 같은 전세계의 전산망이 조직되어 가고 있다. 그러고나서 CATV 전체를 아날로그에서 디지털시스템으로 바꾸면 이것이 새 단계의 매체가 되는 것이다.

이 매체속에서 출판은 그 자신의 역량 대부분을 내주게 된다. 즉 출판이 정보와 사상의 매체였다면 그중 정보의 부분은 이제 출판의 것이 아니다.

그리고 출판의 불행은 여기서 시작된다. 그동안 출판의 자본력은 바로 출판의 정보전달

부분에서 마련됐기 때문이다. 돈이 되는 부분은 뉴미디어에게 내주고, 돈이 되지 않는 사상의 부분만 갖게 되는 출판은 산업적으로 완전히 다른 차원으로 출판의 대가를 받아내야만 한다는 새 명제 앞에 서게 된 것이다.

무엇으로 출판의 값을 받아낼 수 있는가. 산업속에서 쓰는 말에 다품종 소량생산이라는 것이 있다. 또 질적으로 높은 수준의 고품·회귀품을 만드는 일도 모든 산업분야에서 변함없이 해오는 일이다.

출판 역시 이 방법으로 살아남아야 한다. 사실상 선택의 여지도 없는 것이다. 그렇게 살든가, 아니면 뉴미디어로 넘어가든가 하는 양자택일의 시점이 다가오는 것이다.

최근 일본출판계에서는 현재 매출액중 5%를 차지하고 있는 만화가 2030년에는 30%가 될 것이라 자료가 나온 게 있다.

그런가하면 출판이 오락산업의 일부가 되어가면서 자연스럽게 세계차원의 다국적대기업의 손안에서 새롭게 상품화되고 있다는 리부도 있다.

이 새 상품 경향으로서의 출판이야말로 이제는 한국출판사의 것일 수가 없다. 직접 만들고 직접 들어와서 직접 팔게 될 것이다.

한국출판은 이 세계화의 추세속에서 한국출판의 특수성이 무엇인가를 찾아야 한다. 이 세계시장단위의 게임에서 우리가 팔 수 있는 것은 오직 한국만이 만들 수 있는 한국적 출판물일 수밖에 없는 것이다. 현안문제를 좀더 포괄적으로 파악하고 이해하는 작업이 시급한 것이다.