

한 손에 들고 다니기 좋은 고급교양물 확산

예술·인문·문학 등 다양한 분야에서 새롭게 선보여

반짝 빛을 발하고 사라져가는 대중가수처럼 화려하게 등장하여 베스트셀러로 각광받다가 오래지 않아 단명하고 마는 책들이 넘쳐나고 있는 세대 속에서 문고형식의 책들이 활기를 띠고 있어 눈길을 끌고 있다. '문고판을 발행한 출판사는 경제적 곤란을 겪게 된다'는 출판계 상식을 깨고 생명력 있는 책들을 지속적으로 출간하여 독자들의 사랑을 받고 있는 이들 출판사는 '좋은 책은 반드시 팔린다'는 평범해보이는 사실을 새삼 확인시켜주고 있다.

독창적 기획 통해 전형 탈피

89년에 《조문화》(인병선 지음)를 시발로 하여 현재 176권까지 출간한 대원사(대표 차민도)의 '빛깔 있는 책'이 올해 2백종을 넘어서 전망이다. 전통문화에 관한 책이 모두 전문서적뿐이라는 사실에 주목하여 '우리 고유 문화를 대중에게 보급한다'는 기획 의도에서 출발했고 '대원사는 팔기 위해서 책을 만드는 것이 아니다'는 말이 나돌 만큼 주위로부터 회의적인 평을 들어야 했던 이 시리즈는 개발비만 15억원이 들었다. 그러나 정작 대원사측은 독자들에게 자사의 이미지가 확고히 인식되기에 이르렀고 판매량이 늘어나는 추세라며 느긋한 태도를 보이고 있다.

"남들이 안 다룬 분야·내용을 찾아 자체적으로 선행연구 과정을 거침으로써 한권 한권에 신중을 기하고 있다. 사진이 많이 들어가는 까닭에 제작에 어려움이 많지만 가장 힘든 점은 역시 저자 섭외다."

기획부터 출간까지 권당 1년 반에서 2년이 소요되며 그 대부분을 원하는 바의 원고를 받아내는 일에 쏟게 된다는 것이 조은정 편집장의 설명이다. 해마다 기획을 다양화하여 《안동 하회마을》(임재해 지음)과 같이 특정 지역을 찾아가거나 《불교 목공예》(박찬수 지음)처럼 대중의 관심 밖에 있는 예술세계를 소개하기도 한다. 대원사가 이처럼 긴 시간동안 외길을 걸어올 수 있었던 것은 '좋은 책을 만들면 그 진가가 언젠가는 꼭 나타나게 된다'는 믿음을 공유했기 때문이다.

열화당(대표 이기웅)은 94년 9월부터 '미술문고'를 펴내고 있는데 현재 20권까지

값싸고 작은 책이라는

문고본 전형을 탈피하여

고급스럽고 접근이 쉬운

책이라는 새로운 이미지를

창출하면서 문고본 발행에

전기가 마련되고 있다.

좋은 책은 판권기한을 넘기도록

생명력을 잃지 않는 책이라는 신념은

'최선을 다한 책은 반드시 진가가

나타난다'는 믿음과 잇닿아 있다.

출간했다. 간단한 정보와 사진들로 구성되어 있던 과거 미술관련서들의 한계를 극복하고 대중에게 쉽게 다가갈 수 있는 책을 기획한 것이 미술문고의 출발점이었다. 올해 40권까지 출간한다는 목표로 활발한 준비작업을 벌이고 있으며 앞으로 매년 15권에서 20권 가량을 출간하여 1백권 이상 출간한다는 장기적인 계획을 세워두고 있다.

"미술을 책에 담았으면 그 책 자체에서 미술을 느낄 수 있어야 한다는 점을 강조한다. 책 자체가 하나의 미술작품이 되어 한다는 생각에서 표지 제작부터 심혈을 기울인다."

'내용에 맞는 형식'을 강조하는 편집부의 노동환씨(미술문고 담당)는 양장본과 반양장본의 중간 성격을 가진 고급스런 표지를 제작하기 위해 몇달에 걸쳐 시행착오를 반복하는 연구기간을 거쳤다는 사실을 털어놓는다. 필자선정에 있어서도 전문적인 지식과 재기발랄한 필력을 동시에 갖춘 인물을 찾기 위해 노력한다는 열화당은 미술문고 외에도 '20세기 미술운동 총서'를 기획하여 지속적으로 출간하고 있어 미술관련 문고판 발행에 주력하고 있는 모습이다.

시공사(대표 전재국)는 프랑스 갈리마르 출판사에서 발행한 '디스커버리 총서'를 번역 발간하여 독자들에게 신선함을 선사하고 있다. 본문의 3분의 2 가량을 컬러로 화려하게 제작하여 풍부한 시각 자료를 제공하고 있는 이 시리즈는 전문적인 내용을 알기 쉽게 접근하는 동시에 깊이를 잃지 않아야



고급한 교양물을 일반대중이 읽기 쉽게 작은 크기로 꾸민 시리즈들이 앞다투어 선보이고 있다.

한다는 균형 감각을 최우선시한다. 당시 비슷한 부류의 문고판을 찾아볼 수가 없어 시장조사가 불가능했기 때문에 기획단계부터 '모험'이라는 시각이 지배적이었으나 현재는 '성공'이라는 평가를 스스로 내리고 있을 만큼 판매에 호조를 보이고 있다.

편집부의 유혜선씨(디스커버리 총서 담당)는 "다른 책과는 달리 도서대여점의 영향을 전혀 받지 않고 있다. 애장용 도서로서 좋은 결과를 낳았다"고 말해 문고본의 전형을 탈피한 것을 성공의 비결로 꼽는다. 작고 예쁜 책을 좋아하는 젊은 독자층의 기호변화에 민첩하게 대응했다는 설명이다. 4월초, 8월 중순, 연말에 각각 10권씩 출간하여 올해 총 50권을 넘어서 예정이며 향후 3년에 걸쳐 100권까지 펴낸다는 장기적인 출간계획을 세워놓고 있다.

새로운 '문고 시리즈'

사회과학 분야에서 한울(대표 김종수)이 '시민을 위한 작은 책'이라는 이름의 문고본을 펴내고 있는데 현재 총론격인 《한국 시민사회의 이해》(최장집 외 지음)에 이어 《지방화와 지구화, 그리고 시민운동》(이시재 외 지음)을 내놓았다. 국내 시민운동의 활성화를 도모한다는 취지 아래 1백권을 목표로 지속적으로 출간할 계획이며 올해 안에 여섯권이 더 나올 예정이다.

문학 분야도 솔(대표 임양목)이 '한국명작 소설총서'를 기획하여 박경리, 박완서,

조세희 등의 작품집을 문고본 형태로 출간하는 등 활발한 움직임을 보이고 있다.

당대(대표 김종삼)에서 '당대문고'를 기획하여 자전적 소설인 《저녁노을》(슈테판 헤르린 지음)을 제1권으로 펴냈으며 내달초에 참교육실천위원장 이진경씨의 산문집과 재독음악가 윤이상씨의 평전을 연이어 출간할 계획이다. '당대문고'의 특징할 만한 점은, 문고본임에도 불구하고 장정을 고급스럽게 하드커버로 제작했고 세련된 디자인으로 표지를 꾸몄다는 점이다.

책값 또한 권당 5천원으로 책정하여 일반 A5신판 소설책과 큰 차이가 없다. 지금까지 '싼 값으로 고급정보를 제공하는 것'을 장점으로 내세웠던 문고본 발행도 독자 취향의 고급화에 맞춰 변화하고 있는 것이다.

예술, 교양, 문학, 실용, 사회 등 각 분야에서 값싸고 작은 책이라는 문고본에 대한 기존 사고로부터 탈피하여 고급스럽고 접근이 쉬운 작고 예쁜 책이라는 새로운 이미지를 창출함으로써, 80년대에 접어들면서 단행본에 밀려 사양길에 접어들어 채산성이 낮다는 이유로 출판사와 도소매상 모두에게 줄곧 푸대접을 받아오던 문고본 발행이 새로운 전기를 맞고 있다.

—한동림 기자