

일본에도 전자출판의 열기 후끈

'97 도쿄국제도서전을 돌아보고

박준영

북포스트 에이전시 실장

일본서적출판협회와 8개 단체로 구성된 도쿄국제북페어 실행위원회가 주최한 도쿄 북페어 '97이 지난 1월 23일부터 26일까지 나흘 동안 일본 도쿄도의 아리아케(有明) '도쿄빅사이트'에서 열렸다. 지난해까지의 개최지였던 마쿠하리에 비해서 이번의 도서전 개최장소는 고가전차와 버스, 수상버스 등 다양한 교통편을 이용할 수 있고 도쿄 시내에서 35분 정도면 닿을 수 있는 곳이었다.

시내에서부터 바닷가에 위치한 전시장까지의 사이에는 여러가지 볼거리도 많았다. 최악의 지진이 닥친다 해도 끄떡 없을 만큼 튼튼한 '레인보우 브리지'는 일본의 최첨단 기술이 동원돼 안전성의 대명사로 불리는데, 국내 마스크의 집중조명을 받기도 했다. 또 후지텔레비전과 텔레콤센터, 선박과학관, 열대식물원, 각종 공원 등 최신 공법으로 건설한 건물과 시설들이 곳곳에 있어 시간만 잘 활용하면 알찬 여행을 즐길 수도 있었다.

7개 분야에 793개사 참가

이번 도쿄국제도서전에는 총 793개사(96년 446개사)가 단독 혹은 공동부스로 참가해 지난해보다 77%나 늘었다. 이 가운데 일본은 작년의 218개사에서 37% 증가한 300개사, 외국은 221개사에서 123% 늘어난 493개사가 참가했다.

우리나라에서는 지난해보다 1개사 줄어 대한출판문화협회·두산동아·금성출판사·웅진출판·진명출판사 등 5사가 단독부스로 참가했다. 이들은 홍보와 상담, 북페어 이전부터 진행되어 온 계약건의 마무리, 정보수집 등을 벌였다. '성과가 꽤 있었다'(웅진출판)는 반응과 '상담건수는 작년보다 늘었으나 결과는 두고 봐야겠다'(금성출판사)는 반응 등이 교차했다. 성안당 등은 별도로 제휴관계를 맺고 있는 일본출판사 부스와 공동전시해서 의욕적인 상담을 벌이기도 했다.

또 저작권에이전시의 활동도 활발했다. 한 에이전트는《우리 문화유산답사기 1·2》《춘향전의 통시적 연구》《한국 근현대농업사 연구》 등의 일본 수출계약을 체결하고《혼자서 갈 수 있는 세계의 책 시리즈 1~30》등 7타이틀의 한국어판 계약을 체결하거나

전체적으로 이번 도서전 역시 멀티미디어에 대한 출판사들의 뜨거운 관심을 보여줬다. 에이전트의 입장에서 볼 때 국내 출판인들이 상담에 대한 철저한 준비가 부족하고 시간개념이 없다는 등의 문제점을 들 수 있다.

'97 도쿄국제도서전 행사장 입구. 지난해보다 참가부스가 77% 늘었다.



확정짓는 성과를 올린 것으로 알려졌다.

이번 도서전에 대해 "멀티미디어와 전자책 관련회사에 할당된 면적은 늘었지만 역망있는 일반도서 출판사들의 참여도가 떨어져 최신 출판동향을 살펴보기에는 미흡했다"고 밝힌 청림출판 고영수 사장의 말은 이번 도서전의 특징을 요약하는 표현이기도 하다. 전자출판과 멀티미디어에 대한 뜨거운 관심과 열기는 대단했다. 숫적으로는 전체 참가출판사·단체 수의 10%에도 미치지 못했지만 전시공간은 전체의 4분의 1 가량이나 차지한 데서도 짐작할 수 있다.

전자출판업체 60여사는 제각기 다양한 장르의 제품과 첨단기술 홍보에 열을 올렸는데, '전자 출판·멀티미디어 페어'에 국한하지 않고 일반 종합출판사들까지 빠짐없이 대열에 가세한 듯한 느낌을 받았다. 멀티미디어 관련 부문의 괄목할 만한 성장은 출판된 각종 인터넷 홈페이지, 인공위성을 활용한 학습시스템, CD-ROM 잡지 등에서도 어렵지 않게 읽을 수 있었다.

이번 전시회에 참가한 국내 출판사의 한 전문가에게 전자출판에 대한 국내 전망의 의견을 물어봤다. "국내 CD-ROM 불법복제물의 범람 등을 감안하면 빨라야 2-3년 후에나 지금의 일본 같은 수준에 도달할



일본 출판사의 단독 부스. 멀티미디어와 전자책에 대한 관심이 뜨거웠다.

수 있을 것"이라는 반응을 듣고 실망하기도 했다.

상담에 임하는 국내 출판사들도 문제

일본 출판사와 국내 출판사의 상담을 주선하고 판권계약을 체결해 주는 일을 하고 있는 필자가 에이전트 입장에서 이번 도쿄국제북페어를 통해서 느낀 점 가운데 몇 가지 개선되었으면 하고 바라는 점도 있다.

첫째 '상담에 대비한 철저한 준비'가 부족

해서 상대가 궁금하게 여기고 질문하는 내용에 대해 답변하지 못하는 출판사가 많았다. 심지어 만나고 있는 출판사에 어떤 작품을 신청했는지조차 기억하지 못하는 출판사도 있었다.

둘째 '메모습관의 결여'다. 한 시간 동안 계속된 상담에서 단 한 자 메모하지 않은 국내 출판사 사장과, 대화 내용의 요점을 일일이 노트하던 일본 출판사와는 좋은 비교가 되었다. 셋째 '희박한 시간개념'이다. 어

‘양면의 얼굴을 지닌 동전’

고티에 랑그로사의 《주사위로 놀아요》

장익순 · 출판기획가

편 출판사 사장은 서울에서 약속한 시간을 어기고 부스에 나타나지 않아서 필자는 물론 일본측 에이전트, 시간을 내어준 일본 출판사 담당자가 함께 사고라도 난 게 아닌가 오히려 걱정하는 사태가 빚어지기도 했다. 또 다음 미팅을 위해서 정한 시각까지 일어나줘야 하는데도 불구하고 상담내용이 만족스럽지 못하다고 무작정 시간을 끄는 경우가 있어 안타까웠다.

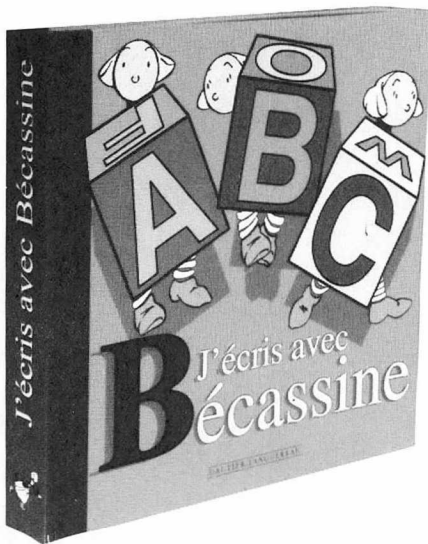
이번 도서전은 ‘자연과학서’ ‘아동도서’ ‘학습참고서·사전’ ‘전자출판·멀티미디어’ ‘편집제작 프로덕션’ ‘인쇄·제본’ 등 일곱가지 부문으로 나누어 진행됐다. 넓은 행사장 입구에서 나누어 주는 플로어 플랜만을 살펴보고 자신의 관심 분야나 특정부스를 짧은 시간에 신속하게 찾아내어 시간을 빼앗기지 않고 집중적으로 둘러보거나 상담할 수 있게 배려한 것도 특징적이었다.

북페어 개막일부터 시작된 전문 세미나(유료)는 다양하게 마련됐다. 출판 관계자를 상대한 ‘판권 트레이드의 실제(1)-전자출판의 경우’와 ‘판권트레이드의 실제(2)-만족스러운 계약을 체결하기 위해서(번역출판에서 해외잡지 제휴까지)’, 서점관계자를 대상으로 한 ‘서점에서 어떻게 멀티미디어 상품을 팔 것인가’와 ‘사람을 불러들이는 점포만들기’, 도서관 관계자를 대상으로 한 ‘인터넷을 이용한 검색 서비스’와 ‘도서관에서의 네트워크 정보와 저작권’ 등을 주제로 한 세미나가 있었다.

특별세미나로 ‘온라인 유니버시티 구상’과 ‘아동의 활자이탈을 방지하기 위해서’도 관심 있는 출판인들의 발길을 끌었다. 참가비를 받지 않은 공개 세미나는 ‘해외 인쇄의 현상과 장래 전망’ ‘파이롯 전자도서관 포럼’ ‘책을 말한다’ ‘팔리는 자비출판-무명저자가 세계를 바꾼다’ 등이 준비되어 관련 지식의 폭을 넓힐 수 있었다.

도서전 참가자들을 위한 섬세한 배려도 돋보였다. 입구에 들어서면 바로 다다르게 되어 있는 중앙통로 주변을 외국 출판사들에게 할애한 점, 널찍한 부스를 마련하지 못한 출판사나 조용한 곳에서의 상담을 원하는 출판관계자들을 위해서 VIP룸을 마련, 이용자들의 신뢰를 산 점 등에서 한일 두 나라 도서전의 차이를 느낄 수 있었다. ❖

새로운 출판물이 성공적으로 수용되면 그 출판물에 담았던 아이디어의 ‘변용성’은 이제 ‘전형’적인 것으로 이행되고, 그 토대 위에서 또다른 변용이 시작된다. 전형과 변용은 동전의 양면이고, 기획자는 그 양면의 얼굴을 지닌 동전 그 자체다.



‘기획’은 예견을 명확히 하는 데에서 출발한다. 예견함이란 미래에 있을 상황을 앞서서 지금 보는 일이므로, 기획한다는 것은 미래를 현재화하는 행위 바로 그것이다. 그러므로 기획을 잘하기 위해서는 앞으로 일어날 상황을 최대한 명료하게 그려내는 게 중요하다.

일의 경중에 따라 예상해야 할 미래 시간의 범주는 우주적인 겁(劫)의 시간부터 오늘 하루에 이르기까지 다양할 것이다. 일의 내용과 목표, 그에 연관되어 나타날 상황에 따라 선택한 시간 범주 동안에 일어날 상황을 최대한 명료히 하기 위해서는, 무수한 현상으로 드러나는 현재의 역사성에 대해 깊은 이해가 있어야 한다는 것은 당연하다.

‘전형(典型)과 변용(變容)’은 기획되어 나타난 현상들을 분석하고 이해할 때 드러나는 좌표계라고나 할까. 일년 동안 진행해온 <재미있는 기획산책>은 바로 이 좌표계를 동료 출판인들과 나누기 위한 시도였다. 독특한 출판물들을 소개하고 그 기획요소를 분석함으로써, 그 출판물이 어떤 기본적인 아이디어로부터 출발하여 하나의 완성된 작품으로 어떻게 우리 앞에 펼쳐지게 되었는지를, 역으로 거슬러가 본 것이다.

각 출판물의 독특한 완성도를 분석해 보면, 그것을 만든 기획 편집인의 사고과정과 손길을 느낄 수 있다. 기존의 출판물들에 대한 안목이 투철해야 자신의 아이디어를 독특하게 전개해 나갈 수 있는 능력이 생긴다.

다시 말해서, 전형에 대한 깊은 이해가 성공적인 변용을 낳는 것이다.

‘책’이란 그 전형성과 변용력이 융용되는 세계이며, ‘기획자’는 그 두 요소를 치열하게 설계하고 완결을 소망하는 형상력으로 책이란 공간을 주도하는 장인(匠人)이다. 적어도 이념적으로는 그렇다는 것이다.

하지만 현실 속의 우리 기획자는 많은 제약 아래 놓여 있다. 자신이 속한 출판사의 한계, 곧 투자 재정의 한계와 조직의 특성에 따른 마인드의 불일치 및 열약성, 나아가 우리나라 출판계의 전근대적인 구조적인 한계는 문화의 주요 생산주체여야 할 기획자들의 전문성에도 열망을 약화시키고 있다.

그러나 무엇보다 문제로 삼아야 할 것은 출판분야의 한 주제인 기획자 우리 자신일 것이다. 전형성을 닦기 위한 부단한 연구나

변용력을 만들기 위한 창의성의 계발에 혹시 게으르지 않는지 냉정히 자문해야 할 시점이다. 장인정신이 어느 때보다도 절실하다.

마지막 기획산책의 소재로 독특한 출판물을 소개한다. 고티에 랑그로 출판사가 1995년 10월에 출간한 작품으로서, 글을 처음 배우는 어린이들을 위해 만들었다.

제목은 《주사위로 놀아요》(J'écris avec Bécassine)이다. 16쪽의 단순한 그림책과 6개의 종이 주사위로 구성되어 있다. 주사위의 각 면마다 큼직한 알파벳이 하나씩 그려져 있어서, 그림책을 보며 주사위를 원하는 대로 배열하여 낱말을 익히도록 만들어져 있다.

종이 주사위 속에는 고무밴드가 장착되어 있다. 책 모양의 상자를 열면 접혀 있는 종이 주사위가 저절로 육각형 입체모형으로 뿔뿔이 되어 튀어나온다. 전형성을 이용하고 변용력을 최대한 융합한 아이디어 출판물이다.

하나의 새로운 출판물이 독자들에게 성공적으로 수용되면, 그 출판물이 실험했던 아이디어의 변용성은 이제 전형적인 것으로 이행되고 그 토대 위에서 또다른 변용이 시작된다. 전형과 변용은 그러니까 동전의 양면이다. 기획자는 그 양면의 얼굴을 가진 동전 그 자체이다. <끝>

