

획일화된 사회에 대안의 목소리를 유포하는 '새로운 전위'

전문출판사의 고민과 희망으로 본 90년대 출판운동

무한경쟁에 들어간 90년대 출판계에서 출판운동을 벌이는 출판사들의 활동은 무모한 짓처럼 보인다. 하지만 이들은 지속적으로 가장 필요로 하는 사람에게 가장 필요한 내용의 책을 공급한다는 비전을 지녔다. 이제 안정권에 든 출판사에서 막 첫 책을 출간한 출판사까지 이 비전은 그 무엇보다 값지다.

1982년 경색된 출판행정 규제 속에서 《갈 마르 크스, 그의 생애 그의 시대》(평민사)가 납본필증을 받으면서 80년대 사회과학도서 붐이 시작됐다. 이 붐을 주도한 것은 출판을 사회운동의 연장선 상에서 본 사회과학 출판사들이었다. 하지만 87년 해금조치 이후, 금서 대부분이 출판되면서 역설적으로 사회과학도서 붐은 점차 그 기세를 잃어갔다. 1990년 4월 20일자 본지에 실린 문학평론가 김병익씨의 예측처럼 “새롭게 인식돼 온 이념들이 더 이상 새롭게 느껴지지 않을 것이며 금서 프리미엄도 더 가능하지 않을 것”이기 때문이었다. 당시 한계에 도달한 사회과학 출판사들의 잇따른 변신은 90년대 출판시장이 특정한 이념을 표방한 출판물에 결코 호의적이지 않을 것이라는 예측을 반증했다.

80년대적인 지향성과 90년대적인 다양성 결합

1998년 2월에 회사를 열고 그 해 5월 첫번째 책 《오래된 습관, 복잡한 반성》을 출간한 이후의 이일규 대표는 운동권 문화에 대한 반성적 고찰을 담은 이 책을 펴내고 다양한 충고를 들었다.

“시대가 변했는데 아직도 운동권 얘기냐, 가뜩이나 서점에서는 신생출판사를 외면하는데 이런 주제의 책이 팔리겠느냐 등등 많은 사람들이 진지하게 충고하더군요. 하지만 사람들의 걱정

을 들어도 그게 틈새시장처럼 보이고 크게 어려울 게 없다는 생각이 들더라고요.”

베스트셀러를 향한 무한경쟁이 벌어지는 90년대 후반의 출판계에서 사회과학 전문출판사를 꾸려나간다는 것은 쉬운 일이 아니다. 하지만 이 대표는 적어도 80년대 사회과학 출판사와 자신들이 어떻게 달라야 하는지 안다. 예컨대 그들은 재생산할 수 있을 정도만 상업성 있는 책을 선별해 출판한다. 대학언론 출신이 모여 만든 출판사라 대학가의 정서를 충분히 감지할 수 있었고 그래서 사회과학 서적에 대한 수요를 예측할 수 있었다는 얘기다. 실제로 《오래된 습관, 복잡한 반성》은 대학가에 큰 반향을 일으켰고 《신좌파의 상상력》 같은 경우는 대학가 베스트셀러로

자리잡았다. 이대표는 계속 덧붙인다.

“예전처럼 크진 않지만 여전히 사회과학서를 원하는 수요는 존재하는데, 기존 사회과학 출판사들은 그런 책을 만들지 않습니다. 우리 책이 베스트셀러가 되리라고는 생각하지 않습니다. 다만 대학가를 중심으로 조금씩 우리 책이 담은 메시지가 파급되기를 원하죠.”

특정한 이념적 목표를 가지고 출판하는 90년대 출판사들은 선배출판사들이 변신한 뒤의 공백기에 등장하기 시작했다. 1991년 격월간 《녹색평론》을 창간한 김종철 교수는 “이념의 시대가 지나갔다고 느꼈기 때문에 생태학적 세계관을 역설할 수 있는 출판운동을 시작해야겠다고 생각했다”고 말한다. 흔히 하는 말로 ‘거대담론’이 사라지면서 출판운동 자체도 미시적으로 분화했다. 1984년 여성운동을 지향해 만든 동인 ‘또하나의문화’가 정체성의 위기를 겪지 않고 90년대를 통과해 나온 동력도 여기서 비롯한다.

“90년대가 시작됐다고 해서 크게 변화한 것은 없습니다. 몇 발자국 앞서간다고 생각했죠. 여성운동의 경우, 아직도 미진한 부분이 많습니다. 따라서 출판물을 통해 여성운동의 언어를 유포한다는 우리의 생각이 변한 적은 없습니다.”

또하나의문화 유승희 대표의 말이다.

이들 출판사가 80년대 사회과학 출판사와 어느 정도 혈연관계를 가졌다면, 동성애전문 출판사인 ‘이연문화’는 욕망이 다양하게 변화한 90년대 정서에서 가능한 출판사다. 다른 출판사와



출판과 운동의 결합을 위해 반드시 필요한 것은 ‘동인 의식’이다. 90년대, 대안문화를 유포하고 있는 대표적인 출판사들은 동인 중심으로 출판아이템을 결정하고 있다.



80년대 출판운동과 비슷하게 90년대 출판운동의 당사자들 역시 먼저 운동으로 활동을 시작해 출판으로 영역을 넓힌 경우다. 사진은 위쪽부터 시계방향으로 또하나의문화 유승희 대표, 이후 이일규 대표, 이연문화 양지용 편집장.

비슷하게 '동성애자 인권연대'의 활동가들을 주축으로 출판운동을 시작한 이연문화는 올 6월 출판 등록해 8월 《역사 속의 성적 소수자》를 펴내면서 출판계에 뛰어 들었다.

“동성애자를 위한 책이 없었거든요. 있다 해도 흥미 위주였구요. 그래서 동성애자를 위한 문화를 제공하고 서로 연대해 교육할 수 있는 공간을 만들겠다는 생각에서 출판사를 차렸습시다.”

이연문화 양지용 편집장의 말은 80년대 중반 우후죽순처럼 생기던 사회과학 전문출판사의 설립취지와 흡사해 보인다. 아직도 '유포되지 않은 언어'가 남았기 때문에 운동 차원에서 출판사를 차렸다는 이들의 말은 80년대적인 지향성과 90년대적인 다양성을 함께 아우른다. 80년대와는 또다른 방식으로 출판이 운동과 결합하고 있는 것이다.

가장 큰 고민은 지속적인 판매

정체성이 뚜렷한 이들에게 가장 큰 고민은 판매다. 상업성과는 다른 차원이지만, 출판운동을 시작했다면 자신들의 출판물이 가능한 한 널리 읽혀야 하기 때문이다. 하지만 “그런 책이 1천부나 나가겠느냐?”는 냉소 어린 물음은 이들이 자주 듣는 말이다. 특성상, 광고에 투자할 수 없기 때문에 고민은 더해진다. 그러나 이 고민의 해결책은 의외로 간단하다. 지속적인 출판이 가능할 만큼만 판매하는 일이 이들의 최종 목표이기 때문이다. 그 지점을 이일규 대표는 “한 5천에서 6천부 정도 꾸준히 팔리는 것”이라고 말한다.

이를 위해 각 출판사는 다양한 방식의 모색을 시도한다. 녹색평론사와 또하나의문화, 인물과사상사처럼 특정이념을 뚜렷이 내세운 잡지를 통해 독자를 형성한 다음 단행본을 발간하는 방식이 일반적이다. 대안교육운동을 표방하고 1998년 8월 문을 열어 《학교를 넘어서》를 출간한 '민들레' 역시 중심축은 올 1월 창간한 격월간지 《민들레》다. 대안교육운동을 하던 사람들이 주축이 돼 설립한 민들레의 현병호 대표는 “《민들레》의 정기독자가 꾸준히 늘어나고 있어 독자들의 요구에 맞는 단행본이 출간되면 이제 안정이 될 듯하다”고 밝힌다. 강화로 이전한 대안교육 전문출판사 '내일을 여는책'은 잡지 《처음처럼》을 통한 독자 확보에 이어 새로운 방법을 모색 중이다. 황덕명 대표는 “수지는 반드시 맞춰야 한다. 하지만 상업적인 측면은 예전같지 않다. 그래서 한 살림공동체처럼 회원을 통해 재생산할 수 있는 기반을 확보하는 방법을 찾고 있다. 예컨대 관심있는 독자들에게 신간

안내문을 보내고 통신판매하는 방법이 있다”고 말한다.

아직 잡지 같은 매체가 없는 이후는 대학가 강연 활동을 통해 자사의 간행물을 홍보한다. 오는 22일 《신좌파의 상상력》의 저자 조지 카치아피카스를 초청한 까닭도 그 때문이다. 동성애 관련 문학을 토론하는 '현대문학회'란 모임도 주최하는 이연문화는 궁극적으로 문화집단 형태로 전환할 계획이다. 공동체를 통해 출판과 운동이 함께 움직이는 시스템을 구축할 생각이기 때문이다. 출판과 운동의 결합은 이들 출판사의 또다른 문제인 필자 확보를 위해서도 반드시 필요하다. 이런 점에서 동인을 주축으로 생산과 소비를 해결해 나가는 또하나의문화의 방식은 좋은 사례가 될 수 있다. 유승희 대표의 말처럼 “동인들과 함께 작업할 경우, 처음의 마음을 유지할 수 있는 좋은 의미의 검열이 가능하고 또문 대학 등 동인들이 참가하는 강좌를 통해 적극적으로 독자를 만들어 갈” 수 있기 때문이다.

궁극적으로 공동체를 통해 생산과 소비 해결

80년대의 출판운동과 달리 90년대 출판운동은 봄을 형성하지도, 베스트셀러를 터뜨리지도, 출간할 때마다 언론의 관심을 집중시키지도 않는다. 내일을 여는책처럼 그들은 경비가 적게 드는 지방을 찾아가기도 하고 이연문화처럼 사무실 없이 일하기도 하고 녹색평론처럼 문화적으로 소외된 지방도시에서 오히려 중요한 목소리를 내기도 한다. 각기 표방하는 지향점이 다양해지면서 상대적으로 소수를 향해 낮은 목소리로 말하지만, 이들 출판사가 80년대 선배출판사와 달리 안정감을 가지는 까닭은 그들의 책이 결코 많이 팔릴 책은 아니지만 꾸준히 나갈 책이기 때문이다.

“지금 주제에서 좀더 폭을 확대하면 팔리는 책도 나오겠다는 생각도 들지만, 그렇게까지 해서 팔아야 되겠느냐는 생각이 많습시다. 이제 자금회전은 되니까, 처음 생각대로 양질의 책을 꾸준히 내는 일이 더 중요합니다.”(유승희)

“부침없이 지난 7년간 1백50여 종의 책을 펴냈습시다. 이제 책을 각 서점에 깔아봐야 그대로 묶여 있는 것뿐이라는 생각이 듭니다. 어차피 우리 독자가 한정돼 있다면 직접 만나야 되겠죠. 그들만이 힘이니까요.”(황덕명)

이들의 말처럼 90년대 출판운동은 자신들의 약점이 어디에 있는지 정확하게 인식한 바탕에서 시작했다. 많이 팔리겠느냐, 시대가 바뀌지 않았느냐는 일반의 생각이 가진 틈새에서 시작했기 때문에 역설적으로 이들 출판사는 장기적인 비전을 세울 수 있다. 90년대 출판운동이 자신들의 고민을 희망의 근거로 바꿀 수 있는 까닭은 이 때문이다.

— 김연수 기자