

실천지식인에 대한 작은 기록

조상호 지음 《한국언론과 출판저널리즘》



조상호 사장.

“출판을 통해 어떤 권력에도 꺾이지 않는 정의의 강처럼 한국 사회의 밑바닥을 흐르는 힘의 주체들을 그려보

고자 했다.”

나남출판 조상호 대표가 20년 전 출판에 뛰어든 이유다. 그는 이를 실현하기 위해 독재에 저항한 해직기자·해직교수·제적생 등 ‘거리의 언론인’을 규합하기 시작했다. 이들이야말로 제도교육의 껍질 속에 안주하고 있는 출판계의 구조를 깨뜨릴 수 있는 힘을 갖고 있다고 믿었기 때문이다.

그리하여 “당당하게 현실을 온몸으로 부딪치며 이겨내 역사의 좌표를 공론장에 제시하는 소수의 실천적 지식인”과 함께 한국 사회를 인식하는 작은 기록을 시작했다. 방향은 ‘산출되지 않은 권력’을 행사하며 권언(權言) 복합체의 권력에 안주하는 제도언론을 대신하는 출판의 언론기능을 수행해 출판저널리즘을 꽃피”울 지점을 향했다. 20

년 세월이 흐른 지금 그는 한국 출판저널리즘의 최고봉을 세웠다. 《한국언론과 출판저널리즘》은 그가 걸어온 궤적을 바탕으로 한국 출판사의 뒤안길을 더듬는 ‘작은 기록’인 셈이다.

언론탄압 속에서 출판의 역할 조명

한국출판 소사(小史)와 언론이 사회비판 기능을 제대로 하지 못할 때 출판이 수행한 언론기능을 사회과학 출판을 중심으로 분석한 이 책은 먼저 한국 언론과 출판의 개념부터 설명한다. 출판이 지식사회학으로 받아들여지는 과정을 제시하고 이를 통해 한국에서 출판저널리즘이 태동하는 모습을 보여 주고 있다. 나아가 출판의 언론 기능을 살핀다. 매스미디어의 한 축을 차지하는 책의 특성과 사회적 비판적 기능을 점검한 것이다. 뉴저널리즘과 출판의 언론기능 끝에는 출판이 나아갈 길을 사례로 보여주는 장을 마련했다. 〈한국 출판저널리즘 역사〉는 우리의 출판산업이 “사회경제적 기반이 다져진 60년대 이후”부터 본격적인 성장기였던 70년대, 신군부의 언론통제가 극심했던 80년대, 그리고 민주화의 요구로 수요가 폭발적으로 늘던 87년 이후의 상황을 상세하게 보여준다.

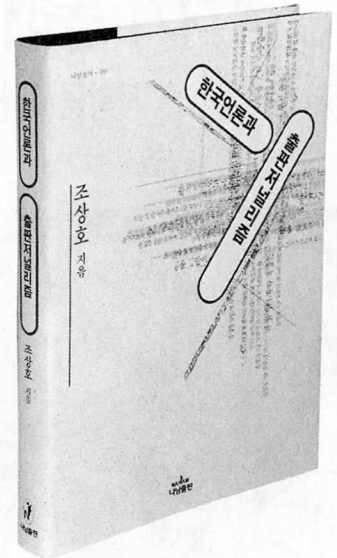
그러나 그가 정말로 하고 싶은 이야기는 유신시대부터 신군부로 이어지는 언론탄압

속에서 출판이 복무한 역할을 조명하는 것이다. 그가 ‘거리의 언론인’을 거론한 것도 같은 맥락이다. 〈박정희 정권 시기의 언론상황〉을 시작으로 그는 “군정은 신문의 무게중심을 보도에서 교양·계몽·오락으로 변화시킬 것을 강권함으로써 신문을 잠지화하고 기관지화하는 데 주력하였다”고 규정한다. 또한 언론의 기업화에 대한 비판의 목소리가 터져나오기 시작한 것에 주목한다.

이러한 대항적 분위기가 고조되면서 ‘자유언론실천운동’이 전개됐지만, 한편으로 해직기사를 양산하는 결과를 빚었다. 그렇지만 70년대는 사회비판적 출판이 등장하는 시기였다. 신군부는 출판에 대해 강력한 규제정책을 폈지만, 송건호·이영희로 대표되는 사회비판적 언론출판운동의 태동을 촉발해 결국 ‘지식인과 출판의 구조변동’이 시작된 것이다.

출판과 학술운동의 연계

80년대는 사회비판과 출판운동을 특징짓는 다양한 사례를 보여준다. 이념서적의 출판이 허용되면서 사회과학출판이 활성화됐지만, 금서 또한 속출했다. 그러나 출판운동의 분화가 가속되면서 영역은 넓어졌고, 서점이 문화공간으로 자리잡아갔다. 또한 학술운동과 출판운동이 서로 연계하는 양상을 가져왔다.



그는 “80년대 사회비판적 출판은 주된 독자집단이 대학에 집중돼 있었고, 따라서 대학가 서점들이 중요한 문화공간으로 자리잡았다. 또한 사회과학 분야의 소견연구자들이 집단적으로 출판에 저자·역자·기획자로 참여함으로써 출판운동과 학술운동의 연계가 이루어졌다”고 분석했다.

그는 “‘의도되지 않은’ 개인·집합적 행위의 결과가 출판, 특히 사회과학출판에 어떤 영향을 주었는가를 추적하기 위해 글을 썼다고 밝혔다. 그렇다면 70~80년대 출판의 구조변동을 중점적으로 다루고 있는 《한국언론과 출판저널리즘》 자체가 ‘의도하지 않은 결과’인 셈이다. 그 스스로가 ‘실천적 지식인’과 함께 출판을 무기로 현장 한가운데서 있었기 때문이다. 〈오완진〉

나남출판/B5/452면/25,000원

풍부한 경험 바탕으로 한 출판전략서

한기호 지음 《희망의 출판》



다 년 간 출판영업현장을 뛰 어 다니며 풍부한 노하우를 쌓은 한국출판 마케팅 연구소 한 기호 소장

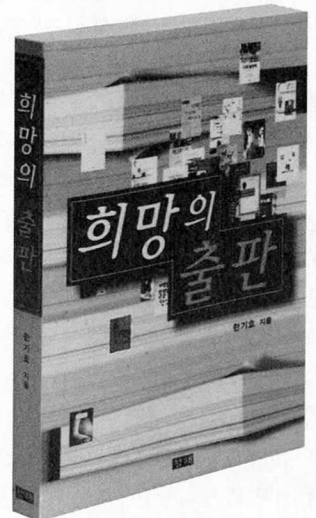
이 사회학적 개념을 도입한 출판전략서 《희망의 출판》을 펴냈다. 출판의 진정한 모습은 무엇인가 묻고 있는 이 책은 왜 글을 쓰는가, 독자가 책에서 얻으려는 것은 무엇인가

등의 근본적인 질문부터 어떤 책이 팔리는가, 어떻게 팔아야 하는가, 시대와 가치 개념의 변화에 따라 독자가 원하는 책의 변화, 전업작가는 어떤 기획을 갖고 글을 써야 하는가 등 출판의 전반적인 양상을 분석해 비판하고, 아울러 방향을 제시하고 있다. 나아가 출판시장의 흐름을 꿰뚫는 다양한 방법과 미디어 시대를 관통하는 종이 책의 운명을 논하고 있다.

《출판저널》의 연재시리즈 〈마케팅 캠프〉의 필자이기도 한 저자는 이 책에서 ‘희망의 출판을 위한’ 제언부터 시작한다. 현재 출판물의 절대적 위치를 차지하고 있는 종이책에서 출판의 희망 찾기가 그것. ‘책 대

책’을 집중 분석해 출판상품의 제조과정, 투자분석, 대중시장의 공략법도 제시한다. 그는 “출판문화 시장이야말로 새로운 ‘피’를 계속 수혈해 줘야만 시장이 활성화될 수 있다”며 장기적인 안목을 갖고 “당장 활용 가능한 실용적 지식만을 중시하는 풍토를 근본적으로 개선해 ‘자전거 조업’에서 벗어나야 한다”고 역설하고 있다.

또한 출판을 살리기 위해서는 시장을 바로 볼 수 있는 ‘눈’을 길러야 한다고 충고한다. “출판시장에는 일정한 흐름이 있다”고 보고 책을 만드는 만큼 “어떻게 팔 것인가”를 고민해야 한다고 충고한다. 현장 중심의 사례를 통해 영업의 타이밍, 대중심리 읽기, 사회변동과 출판, 독자의 기회와 출판 등을 설파하고 있다. 그 연장선에 일본·미국의 베스트셀러와 우리 출판시장을 대비해 면밀히 분석한 자료를 놓는다. 결국 그의 주장은 “통합된 시각의 마케팅 전략을 수립하는 것



이 중요하다”는 것에 모인다. 풍부한 경험과 이론을 바탕으로 한 이 책은 불황의 터널을 빠져나갈 현실적인 방법과 우리 출판산업이 나아갈 길을 제시하고 있다. 〈오완진〉

창해/A5신/376면/12,000원