

“감각적인 목차구성으로 승부를 걸어라”

《맞아죽을 각오를 하고 쓴 한국, 한국인 비판》의 예

한기호 | 한국출판마케팅연구소 소장

얼마 전 연륜이 30년 정도 되는 학술출판사를 경영하는 출판인을 만났다. 그는 최근 힘들게 만든 책들이 팔리지 않아 고민이라 했다. 경우에 따라서는 6백쪽 이상 되는 책을 오랫동안 공 들여 만들어봤자 1백부도 팔리지 않는 경우도 생긴다는 것이다. 남들이 다 가벼운 책을 추구한다 해도 자신만은 진지해지자는 생각으로 일관했는데, 이제는 정말로 기획하는 것이 겁나고, 그래서 잠시 망설였더니 내년에 펴낼 원고조차 없을 정도로 엉망이 됐다.

최근의 출판경향은 교양서 시장이 대폭 축소하고, 전문서와 대중서로 양극화되고 있다. 보통 2~3만부는 팔려 출판사의 경영에 도움을 주기도 하면서 전문서와 대중서의 간극을 메워주며 책의 대중성을 키워나가는 교양서 시장의 몰락은 출판의 미래를 어둡게 만들고 있다.

갈수록 좁아지고 있는 교양서 시장

대학생들마저 담배·휴대폰·스포츠신문 등을 주로 끼고 다닌다. 그들은 인터넷에 나온 정보들을 적당히 짜집기해 리포트를 작성한다. 책이라고는 영어책이나 컴퓨터책, 영화잡지만 들고 다닌다. 일종의 엘리트 집단이랄 수 있는 이들마저 책읽기를 통해 자신의 세계를 넓혀가는 것이 아니라, 휴대폰이나 이메일 등을 통해 끊임없이 자신의 위치와 타자와의 관계를 확인하려 들면서 또래집단으로 뭉치려고만 한다. 이들의 정서에 부합하려는 수많은 상품광고가 대대적인 물결을 이루면서 책을 읽지 않는 것이 조금도 부끄럽지 않은 사회적인 분위기마저 조성됐다. 이런 풍조가 만연된 상태에서 교양서적이 팔리지 않는 것은 지극히 당연하다. 따라서 이런 시대에 ‘책의

시장성이 과연 유지될 것인가’라는 회의가 드는 것도 어찌면 당연하다.

그러나 문자문화의 소비를 통해 자신의 생각을 정확하게 표현하는 능력을 갖추지 못한 사람들은 미래사회의 ‘중추’로 자라날 가능성이 전혀 없다. 그렇다고 책의 문화를 대체하는 새로운 문화가 등장할 것으로 보이지 않는다. 일부에서는 인터넷을 통한 전자문화를 예로 든다. 전자문화는 그 나름의 장점이 있긴 하지만, 한번 소비하면 그 뿐인 수다가 난무하고 있어 대체로 ‘공공성’ 있는 표현을 기대할 수 없다. CD-ROM과 같은 매체가 옥석을 가리는 ‘공공성’을 확보하지 못해 시장성을 잃어가고 있는 것이 하나의 교훈이 될 것이다.

공공성이 부족한 문화에서 허우적거린 사람들은 결국 사회에서 도태될 것이 분명하다. 따라서 책의 문화는 미래에도 그 강력한 힘을 발휘할 것은 분명하다. 그러나 딱딱한 내용과 형식의 전문서만으로는 급속히 변하는 일상에서 길을 찾지 못해 불안에 떨고 있는 대중(주로 젊은이들)을 끌어들이 수는 없다.

문제는 포장이다

대중을 책으로 끌어들이는 부단한 노력이 필요하다. 그 중의 하나가 차례다. 《맞아죽을 각오를 하고 쓴 한국, 한국인 비판》(이케하라 마모루, 중앙M&B)과 《한국인을 말한다》(마이클 브린, 홍익출판사)는 IMF라는 재난을 스스로 끌어들이 수밖에 없던 한국인에 대한 비판이 대중의 큰 관심을 끌던 시기(1999년 1월초)에 동시 출간됐다.

이케하라의 책은 의도적인 비난으로 장식된 천박한 내용도 적지 않지만 브린의 책은 객관성이 돋보이는 책이다.

이케하라 책은 ‘염치없는 한국인들’ ‘무법천지 아, 대한민국’ ‘맞아죽을 각오로 쓴 한국·한국인 비판’ ‘한국의 미래는 과연 있는가’ 등의 장 제목과 <경제는 1만 달러, 의식은 1백 달러> <온상 속에서만 자라는 떡잎> <입으로만 찾는 의리> <새벽을 열지 못하는 닭> 등의 꼭지 제목으로 대중의 관심을 이끌어낸다. 브린의 책은 ‘사회가치’ ‘경제’ ‘정치’ 등의 장 제목과 <세 가지 기적> <이미지의 정체성> <한국인의 마음> <한국 사회와 사머니즘> <세대차이> 등의 꼭지 제목으로 전문서 냄새를 질게 풍긴다.

당연히 두 책의 상업적인 성과는 확연하게 차이가 났다. 그런 결과가 나온 것은 여러 이유가 있겠지만 차례의 포장(package)도 크게 작용한 것이 아닐까? 물론 일부에서는 책을 그렇게 경박(?)하게 만들라는 것이냐며 의의를 제기할 것이다. 대중이 책을 통해 일상생활의 현실성(리얼리티)만 추구하는 것은 아닌 이상 그렇게 가볍게 처신해서는 안된다는 비판에도 일정한 타당성이 있다.

하지만 대중은 좋은 책이나 완벽한 책에만 치우쳐서는 가벼운 일상성이 넘치는 세상을 제대로 살아갈 수가 없다. 어느 누구에게는 비록 약서일지라도 그 나름의 ‘사회적인 매력’은 있게 마련이다. 특히 현실과 동떨어진 교과서, 참고도서, 과제도서에 지친 학생들을 독서의 바다로 이끌어 내기 위해서는 책의 제목이나 차례에서 그 책을 읽으면 자신의 일상세계가 확 트인다는 느낌이 들도록 포장해야 한다. 그렇게 포장된 교양서들이 다양하게 출간될 때 전체적인 책 시장도 활성화될 수 있을 것이다.●

