

희망과 절망이 교차하는 '1인 출판'의 세계

시대 변화와 독자의 문화적 욕구 읽어내 틈새시장 공략

격변하는 시대상황에 보조를 맞추지 못하는 집단은 도태되게 마련이다. 출판도 마찬가지다. 권위에 안주하거나 변화를 두려워하면 시장에서 퇴출당하기 십상이다. 아무리 소규모라도 시대와 호흡을 같이 한다면 희망은 있다. 현재 우리의 소규모 출판사들은 비합리적 유통관행 속에서 고전하고 있지만, 독특한 기획과 마케팅전략으로 자생의 길을 걷고 있다.

'영세성'은 한국 출판산업의 구조적 특성으로 손꼽힌다. 여기에는 소규모의 영세한 출판사와 서점이 난립해 도서시장에서 북세동을 이루고 있다는 부정적 인식이 깔려 있다. 하지만 영세성은 뒤집어서 말하면 우리 출판시장의 '활력'과 '역동성'을 일컫는 말일 수도 있다. 21세기 출판의 한 형태로서 '1인 출판' 내지 '소규모 출판'에 주목하는 까닭이 여기에 있다.

차별화된 기획력이 1인 출판의 경쟁력

문예출판사 전병석 대표는 1인 출판의 준립근거로 출판공정의 전문화와 분업화를 꼽는다. "디지털화 추세에 따라 제작공정이 간편해지고 편집 및 배본·유통전문 대행업체가 활성화되고 있다. 굳이 대규모의 조직과 인력이 투입될 필요가 없다. 남다른 기획력으로 출판에서 자기실현이 가능한 조건이 갖춰졌다"고 말한다.

출판시장의 변화도 1인 출판의 실험을 위한 좋은 토양이다. 현재 출판시장은 자본과 인력이 풍부한 매머드급 출판사와 기획력으로 승부하는 소규모 출판사로 양극화되고 있다. '골리앗' 기업출판사에 맞서 생존해야 하는 '다윗' 소규모 출판사는 날렵한 몸체와 재빠른 상황판단으로 시장에 탄력적으로 적응하고 있다.

'십일월출판사'는 1인 출판사로서 시장에 성공적으로 '연착륙'한 경우다. 1998년 십일월출판사를 인수한 이용식 대표는 마케팅 전문서적에 승부를 걸고 있다. 지난 8월에 펴낸 《1분 테크닉》은 출간 1개월만에 재쇄를 찍을 정도로 독자의

반응이 좋은 편이다.

"출판업은 '진입장벽'이 낮은 산업 가운데 하나다. 하지만 시장을 제대로 읽지 않으면 살아남을 수 없다. 자본력 때문에 큰 욕심부리지 않고 기존 출판사들이 생각해낼 수 없는 독특한 기획력을 갖추는 것만이 생존의 지름길이다."

그의 사무실은 자동차 안이다. 그는 오전에 사무실에 들러 주문과 발송을 확인한 후 바로 각 서점을 돌면서 시장상황을 점검한다. 이동 중에는 차 안에서 휴대전화로 외주 거래처의 작업을 독려하기도 하고 새로운 기획안을 짜기도 한다.

20여년 동안 서점 영업자로 근무하면서 인맥을 쌓고 시장의 판세를 읽어왔던 이대표가 시장에 잘 적응한 예라면, '놀와'와 '리수'는 편집자 출신으로 시장에 진입한 경우다. '영업자가 독립하면 성공해도 편집자가 독립하면 고전한다'는 속설처럼 이들은 전근대적 유통관행 때문에 악전고투하고 있다.

놀와의 박현기 편집장은 "종이대·인쇄비·인세 등은 현금으로 지불하지만 서점에서는 보통 4개월 어음으로 수급하는 경우가 비일비재하다. 좋은 기획물에 재투자할 여력이 거의 없는 형편이다. 그러다 보니 생존이 화급한 문제다"고 어려움을 털어놓는다. 하지만 놀와는 《양화소록》《K2》 등의 교양물로 차별화된 이미지를 차분히 쌓아가고 있다.

올해 초 설립한 리수의 김현정 대표는 토털 마케팅의 중요성을 역설한다. 독자지향의 마케팅 전략에 따라 기획부터 홍보까지 책의 내용과

형식을 유연하게 적용하는 것이 생존의 관건이라는 것이다. "시장의 생리를 잘 몰랐던 것이 편집자로서 치명적인 약점이다. 유통관행과 거래처의 속성을 직시하고 변화하는 독자의 욕망을 읽어내는데 주력하고 있다"고 말한다.

인터넷 마케팅까지 선보여

리수는 새내기 출판사의 약점을 상쇄하기 위해 새로운 마케팅 전략을 개발하고 있다. '인터넷 마케팅'이 바로 그것이다. 인터넷 사이트를 돌면서 책의 성격에 맞는 사용자에게 전자우편으로 홍보자료를 발송해 맞춤 마케팅을 선보여 호응을 얻고 있다.

생산자 독점시대에서 소비자 주권시대로 출판시장의 패러다임이 바뀌고 있지만, 출판의 본령은 언제까지나 문화적 가치를 지키는 일이다. '현대실학사'의 정해림 대표는 편집자정신을 강조한다.

"출판은 기발한 아이디어로 승부해야 한다고 하지만, 이는 잘못된 말이다. 출판에서 아이디어는 10%뿐이고 나머지 90%는 편집자의 정성과 노력이다."

한국출판마케팅연구소의 한기호 소장은 1인 출판의 미래를 낙관적으로 점친다. 소비자의 욕구를 정확히 읽는 출판 전문집단이 경쟁력을 확보하리라는 것이다. "21세기는 조화와 통합을 지향하는 여성적 가치가 득세할 것이다. 이런 시대 변화의 징후를 간파해내는 전문가집단이 미래 출판을 주도할 것이다"고 예측한다. - 박천홍 기자