

## 새로운 종이책 개념 제시한 '파트워크형 출판'

〈지성자연사박물관〉의 예

한기호 | 한국출판마케팅연구소 소장

지난달 말, 한국출판인회의가 주최한 〈인터넷시대의 출판, 어디로 가나〉라는 제목의 세미나에 많은 출판인들이 참석했다는 소식이다. CD-ROM이 출판을 주도할 것이라던 분위기가 바로 었그제 같고, 지금은 또 온통 e-북 세상이라고 아우성인데, 벌써 미래의 전자출판은 웹사이트를 통해 전자우편·게시판·경영정보시스템·인사 및 회계관리 등의 업무를 처리하는 새로운 기업통신망인 인트라넷을 이용한 화면책(Screen Book Publishing), 단일자료 다품종 생산이라는 OSMP(One Source Multi Product), 가전제품이나 팜파일럿, 이동전화기 같은 컴퓨터 기능을 지닌 탈(PC)출판의 세가지 방향으로 나아갈 것이라는 예측이 나오고 있다.

생소한 이름으로 된 새로운 유형의 전자책이 연속해 등장하는 것도 혼란스러운데, 아날로그 매체인 책의 팩트(fact)에 대한 이해가 충분하지 못한 한 발표자의 어설픈 발표가 그 자리에 참석한 출판인들을 더욱 혼란스럽게 만든 모양이다. 그의 발표문에 따르면, 인터넷의 등장으로 출판물의 콘텐츠는 단순정보전달과 계층별 정보전달의 단계를 거쳐 현재 테마별·계층별 정보전달의 단계에 도달했는데, 앞으로 인터넷 베이스 파트워크(Internet Base Partwork) 맞춤형 형태로 변화해 나갈 것이다. 그러나 이런 유형의 책은 이미 종이책에서도 하나의 커다란 흐름으로 자리잡아 가고 있다

### 일본에서 출간된 '파트워크 맞춤형' 책

일본에서 최근 새롭게 인기를 끌고 있는 '파트워크 맞춤형' 출판(이를 주간 단위로 발행된다 해서 'Weekly book', 백과사전을 쪼개 퍼낸다 해



서 '분책 백과' 라고도 한다)이 바로 그 단적인 예인데, 고단샤(講談社)에서는 《일록(日録) 20세기》《지구여행》《라 뮤즈》《주간 세계의 박물관》《동경 1주간》 등이, 소각칸(小學館)에서는 《주간 미술관》《플라워 오아시스(Flower Oasis)》 등이 출간됐다.

《주간 미술관》은 너무 무거운 느낌이 나는 집과 알맹이가 없는 특집으로 구성되는 기존 잡지의 틀을 깨는 새로운 방식의 잡지다. 당연히 이 잡지의 출간은 생활환경과 시대의 변화 때문에 가능했다. 모두 50권 예정으로 창간됐는데, 창간 부수가 50만부다. 《주간 세계의 박물관》은 공부한다는 느낌을 배제하고 동네 전람회장을 찾아간 듯한 친근한 느낌의 잡지를 지향했는데, 창간 45만부가 매진돼 증쇄에 들어갔을 정도다. 20세기의 각 연도를 각기 한권의 책으로 정리한 《일록 20세기》는 창간부수가 71만 5천부였다.

일본의 한 기획자는 《창(創)》4월호에서 이같은 유형의 후속기획은 자신의 머릿속에 산더미처럼 쌓여 있다고 말했다. 동일한 주제의 내용을 정선해 작은 부피의 값싼 책으로 연속적으로 펴내, 독자들이 출퇴근의 지하철 등 언제 어디서나 생생한 이미지 사진과 함께 편리하게 읽을 수 있도록 만든 이같은 책은 벌써 전세계 독자들에게 큰 인기를 끌고 있다.

지성사의 〈지성자연사박물관〉 시리즈는 바로 이런 개념의 단행본이다. 이 시리즈로 이미 간행

된 《뱀》과 《상어》(이상 최 윤)는 다리 없는 동물인 뱀과 '바다의 폭군'으로 알려진 상어에 대한 모든 수수께끼를 파헤친 책이다. 100여점의 컬러 사진을 실은 일종의 도감이자 뱀과 상어에 대한 '모든 것'을 정리한 백과사전이다.

이 출판사는 박쥐·버섯·복어·개구리에 대한 책들을 이어서 출간할 예정이다. 이미 출간된 책만으로도 시장성은 확실하게 확인됐지만, 콘텐츠가 원활하게 생산되지 못하는 열악한 여건 때문에 후

속작업을 발빠르게 진척시키지 못하고 있을 뿐이다.

### 디지털 장점 흡수한 새로운 종이책

이런 개념의 책은 프랑스의 플라마리옹사가 펴낸 〈ABC daire〉 시리즈(창해에서 금년에 번역출간 예정)가 충분한 가능성을 보여줬다. 이미 100여권이 출간된 이 시리즈는 미술·고고학과 문명·역사·문학·문화유산·생활의 지혜·과학·자연·스포츠 등에 대한 단일 주제를 한권의 책 안에 간략한 개요와 80여 항목의 사전식 설명을 생동감 있는 영상사진과 함께 제시하고 있다. 이런 출판이 바로 일종의 파트워크형 출판인 셈이다.

놀랍게 발달한 디지털 테크놀로지를 활용해 종이책의 가능성을 키우는 사례는 이미 이 연재에서 여러 차례 언급했다. 파트워크형 출판은 바로 디지털 정보의 최대강점을 종이책으로 흡수한 전형적인 사례다. 앞으로 디지털로만 유통되 다시 펴 하는 정보도 있을 것이며 그런 분야에 진출해 기업의 규모를 키울 수도 있을 것이다. 그러나 무협지·추리소설 등 킬링타임용 소설을 e-북으로는 50만권이나 판매했지만, 국내의 한 인기작가의 소설로는 단지 수십권밖에 팔지 못했다는 한 전자책 회사 담당자의 생생한 고백을 지금 우리는 상기할 필요가 있지 않을까?●