

출판자본과 문화권력에서 자유로워야 한다

전문가들이 제시하는 위기 타개책...

감동과 상상력 회복한 새로운 문학 기대해

“자본의 장단에 넘어가지 마라”

최재봉 | 《한겨레》 문화부 기자

연초에 소설가 김주영씨는 후배들로부터 회갑 기념 소설집을 헌정받았다. 30, 40대의 대표적 작가들이 자신들의 작품 하나씩을 모아 펴낸 이 책은 그 자체로 아름다운 풍경이었다. 책을 내고 출판 기념회를 겸한 저녁 자리가 마련됐다. 그 자리에서 주인공인 김주영씨가 후배 작가들에게 한 말이 잊혀지지 않는다. “정상”의 자리에 올랐다고 교만해지거나 인기에 연연해하지 말아라. 언제까지나 정상에 머물러 있을 수 있는 것도 아니고, 인기란 허무한 것이다. 무엇보다 여러분이 지금 서 있는 자리가 저변의 수많은 ‘비인기’ 작가들 덕분임을 잊지 말아라. 그들에게 미안하고 감사한 마음을 가져라.”

현재 한국문학의 위기를 가져온 요인으로 나는 ‘스타 시스템’을 들고 싶다. 다른 모든 분야와 마찬가지로 문학 역시 대중에게 다가가야 하고, 그러기 위해서는 상업적 고려가 없을 수 없겠지만, 90년대 한국문학은 상업주의 쪽으로 지나치게 나아갔다. 그리고 그 상업주의의 두드러진 양상이 대중문화에서와 같은 스타 시스템의 발동으로 나타났다.

90년대 문학은 적어도 겉보기로는 매우 화려하고 은성했다. 그때그때 스타급 작가들이 나타나 전체 문학 판도를 이끌어난 것이 90년대 문학 출판계의 모습이었다. 언론의 스포트라이트도 몇몇 인기 작가에게만 집중됐다. 그 그늘에서 나머지 대다수의 비인기 작가들은 좌절하거나 분노했다.

출판자본과 언론 그리고 작가, 이 3자가 제휴해 마련한 ‘잔치’에 독자들 역시 관심을 보이고 호응하는 듯했다. 무언가 먹고 구경할 만한 게 있는 것처럼 보였던 것이다. 그러나 몇 번씩이나 실망을 거듭하게 되자 독자들은 이제 ‘그들만의 잔치’를 믿지 않게 됐다. 아무리 인테리어를 그럴 듯하게 하고 홍보를 열렬히 해도 더 이상 손님이 들지 않게 됐다. 독자들은 영리한 것이다.

같은 이야기를 다시 해보자. 이른바 스타급 작가들은 출판자본을 상대로 자신을 지켰어야 했다. 자본이 부추기고 꼬드킨다고 그 장단에 넘어가 깨춤을 춰서는 안되는 일이었다. 90년대 작가들을 보면, 나는 고교 시절 죽어라 흡사당한 끝에 대학에 갈 때쯤 해서는 용도폐기되고 마는 ‘초고교급 투수’들을 보는 느낌이 든다. 그들은 분명 재능을 지녔으나, 그 재능을 낭비하고 말았다. 그 과정에서 평론가들이 제 몫을 하지 못한 것은 물론, 심한 경우 출판자본과 결탁해 작가들을 망가뜨리는 데 일조했다.

늦었지만 이제라도 관행을 바꿔야 한다. 문학은 장기 레이스다. 출판사와 언론, 그리고 무엇보다 작가들 자신이 두루 작가를 아끼고 지켜야 한다. 그들이 청룡기 서울예선에서 최선을 다한 끝에 산화하게 만들지 말고, 올림픽 드림팀의 국가대표로서 금메달을 딸 수 있도록 해야 한다.●

“위기극복의 견인차는 비평이다”

이희환 | 문학평론가

‘문학의 위기’는 새삼스런 일이 아니다. 위기를 먹고사는 것이 문학이며 그 때문에 역설적으로

문학의 위세가 가능했다. 우리의 근현대문학사가 곧 위기를 자양분으로 숙성하는 문학의 존재론적 조건을 잘 보여준다. 하지만 시기와 상황마다 ‘문학의 위기’를 초래한 원인들은 다양할 것이다. 정치적·사회적 금압이 문학의 자유로운 상상력을 억압할 수도 있으며 사회경제적 미성숙과 맞물려 문화적 제조건이 열악한 탓에 문학의 저변이 위축될 수도 있다. 문화적 유산의 빈곤과 시민정신의 미성숙을 탄탄하던 문학사기도 있었다. 그러나 뒤늦게 근대에 들어선 우리는 이 모든 열악한 조건과 위기를 오히려 발판 삼아 문학의 질적 양적 성과를 축적해왔다.

그러나 지금의 ‘문학의 위기’는 이와는 다른 원인, 정반대의 조건 속에서 파생했다. 정치적·사회적 억압 대신에 이완이, 사회·문화적 열악과 미성숙이 아닌 풍요와 난숙이 오히려 지금 문학을 위기 아닌 위기 속에 몰아넣고 있는 것이다. 많은 논자들이 이미 말한 바지만, 90년대 이후 자본의 전지구화와 아울러 국내에서도 형식적 민주화가 이뤄지면서 문학이 놓인 존재론적 조건이 변하지 않을 수 없었다. 생산보다는 소비를, 금욕보다는 쾌락을, 집단 대신에 개인을, 의미 대신에 이미지를 표나게 기호(嗜好)하는 시대적 분위기의 변천. 이 급속하면서도 지속적인 시대적 변천 속에서 문학은 과거의 관성으로 가다가 무너지거나 날렵한 문화상품으로 대량 복제돼 판매되다가 이제는 식상해진 것 아닌가.

바닥을 한참이나 치고 있는 문학의 위기를 벗어나기 위해서는 그 누구보다도 시인, 작가들의 고투가 요구된다. 더욱 고도화된 시대의 위기를 자양분으로 성숙해야 할 문학의 운명. 이를 온몸으로 감당하는 자세가 절실한데, 비평가들이라고 예외가 아니다. 작금의 문학의 위기는 사실 비평의 직무유기 내지는 부화뇌동 탓이 크다. 참

다운 문학과 거품 문학을 준별하고 시대의 위기와 징후를 포박할 이론을 정립하며, 날로 상업화·기업화해가고 있는 언론, 잡지, 출판, 유통 구조와도 앞장 서 치열하게 싸워야 하는 것이 이 시대 비평의 더욱 무거워진 책무다. 비평이 이 책무를 감당해야만 천박한 이미지 속에서 갈등을 느끼는 독자들이 문학과 재회할 것 아닌가. 작가, 비평가, 독자들이 다시 문학의 너른 마당에 모여 미국 같은 시대의 위기를 함께 살아낼 때에만, 문학은 전화위복의 가능성을 겨우 붙잡을 수 있을지 모른다. ●

문학출판, 그 모순의 최전선에서

정홍수 | 《문학동네》 편집장

K형, 오랜만입니다. 저는 그때나 이제나 마냥 그렇게 있습니다. 형이 글쓰기만으로 가장 노릇을 감당하기로 한 다음, 가끔 지나가며 던지던 말이 떠오릅니다. 만명 정도의 독자만 가질 수 있으면 좋겠다고. 실제로 형의 독자는 만명쯤 되지 않았을까요. 그러나 계속 그러리라고 믿기에는 이것 저것 도무지 자신이 없었던 게지요. 사오년 전이니까, Z모뎀 어찌구 하면서 PC통신으로 송고하는 걸 형이나 나나 큰 기술로 알 때지요. 종이책이라는 말이 어디 있었습니까. 뭐, 저야 별로 기술면에서 나아진 것도 없습니다. 인터넷으로 이것저것 볼거리를 구경하기는 합니까만. 그런데 체감온도의 차이는 으스스합니다. 새삼스러울 것도 없는 얘기지만, '문학출판'이라는 말에 담겨 있는 형용모순 따위를 모르는 사람은 이제 아무도 없습니다. 제가 서 있는 출판 현장에서는 더하지요. 문학 역시 필사적으로 팔아야 하는 책 상품이라는 걸 한시라도 잊을 수 없으니까요. 형이야 이제 자리를 떠났지만, 작가들은 또 어떨까요. 몇몇 작가들의 얘기를 들어봤지만, 전자책이 타게책이 되리라고 믿는 분들은 없습니다. 앞이 보이지 않는 대로, 지금까지처럼 그냥 열심히 쓸 수밖에. 어떤 이들은 요즘의 독자는 리더(reader)가 아니라 유저(user)의 자리로 옮겨가 버렸다고 하는데(여기서 유저는 사용가치의 사

용자가 아니라 이용자 개념이겠지요), 그렇다면 이런 자기 인식의 재바른 순발력이 대안의 모색에 출발점이 될 수 있을까요. 물론 이런 인식의 대안성이 한쪽으로는 종이책의 역사성과 물질성을 새롭게 복원하고 활자매체의 특성을 창조적으로 격려하려는 데 있는 만큼, 논의의 소중함에는 이견이 있을 수 없습니다. 그러나 정말 으스스한 것은 이런 논의가 공식화되면서 은연중 당연시되고 있는 '문학'과 '독자'의 배제입니다. 앞서 형용모순이라고는 했지만, 문학출판은 사용가치와 교환가치, 그 모순의 긴장 속에서만 의미를 갖고 스스로를 추동할 수 있는 것 아닐까요. 문학의 자율성은 한갓 미망일지 모르지만 그 미망의 아우라를 통해 우리 삶의 꼴을 행복하거나 고통스럽게 성찰하는 일은 출판산업의 논리만으로 포기할 수 있는 영역은 아닐 겁니다. 무엇보다도 출판은 우리 삶 속에서 탕진돼야 할 '문화적인 무엇'에 기대어 스스로를 키워오지 않았나요. 그 탕진의 가치를 높이는 것은 정보와 처세의 적절한 실용화 못지않게 중요한 일입니다. 독자는 시장의 소비자이면서 동시에 문학의 원초적 생산자입니다. 시인과 작가의 비판적 창조성은 그들의 것이 아니라 우리 속의 그 무엇입니다. K형, 당신의 소설을 좋아했던 만 명의 독자는 아직도 우리 곁에 있습니다. 문학출판 환경의 급격한 변화는 자칫 하나의 질서(혹은 무질서)를 수락하도록 강요하고 있는지도 모릅니다. 만명의 독자는 그 시장의 일원화 요구에 저항하는 상징적 항체입니다. 다양한 개성의 다양한 목소리를 그들과 이어주는 일, 평범한 원칙의 자리를 생각해보는 오늘입니다. ●

감동과 상상력 회복이 선결과제

한기호 | 한국출판마케팅연구소 소장

최근 한 대형서점 분야별 점유율에서 소설이 차지하는 비중은 4%로, 경제·경영서 비중인 85%의 절반에도 미치지 못한다. 이를 단순하게 국내 소설과 국외소설로, 다시 본격소설과 대중소설로 절반씩 나누면 국내 본격소설이 차지하는 비

중은 1%에 불과하다. 그 중에서도 몇몇 베스트셀러 소설의 시장 지배가 도를 넘어선 것을 고려하면 이미 국내 본격소설은 시장구조 자체에서 끝장났다고 볼 수 있다.

그렇다고 소설 자체가 추구하는 정신이 필요 없다는 이야기는 절대 아니다. 인간이 극히 미소한 양일지라도 몸 안에 비타민이 없으면 생존할 수 없듯, 소설이 없는 세계를 살아간다는 것은 생각할 수조차 없다. 앞으로도 소설 자체가 소멸하는 일은 절대 없을 것이다. 하지만 소설은 매체환경의 변화에 맞춰 장르 자체의 변형을 겪지 않고서는 소설의 '맛'을 유지할 수 없게 됐다.

지금은 인간의 기억에만 의존하던 문자 이전의 시대와 서사가 중시되던 문자의 시대를 넘어선 디지털문명의 시대다. 이미 독자들은 '읽는 사람'(reader)이 아니라 단지 '사용자'(user)일 뿐이다. 그들이 일상생활에서 주로 추구하는 것은 실용과 쾌락이다. 하지만 소설은 이 둘을 만족시키기에는 너무나 경쟁력이 떨어진다.

그러나 현실은 어떤가? 자기 존재의 불안에서 벗어나지 못하는 사소설, 과거를 도식적으로 되돌아보며 반성마저도 기계적으로 해대는 후일담 소설, 불륜을 페미니즘으로 포장한 소설, 주제와 사건이 천편일률적인 역사소설, 어른의 내면을 유아화하는 동화스타일의 우화소설에만 머물러 있다. 네트 세대의 감성에 부응하려는 소설들은 대부분 영화를 보면서 스토리를 옮겨놓은 것처럼 보인다. 어느 작가의 최근 세대소설은 마치 연대별 주간지를 일기설기 엮어놓은 것 같다. 그럼에도 이런 작품마저 언론은 '스크린쿼터'를 보장하듯 대서특필하기에 바쁘다.

종이책에서 망해버린 작가들이 디지털 공간으로 장소를 옮기면 다시 문학이 만개할 것처럼 착각하고 있지만, 이런 일이 아무 반성 없이 지속되는 한 소설의 생존을 위한 어떤 노력도 백약이 무효다. 이제 소설, 나아가 문학이 전망을 가지려면 작가들은 감동의 구조와 상상력을 회복해 흡인력 있는 문학을 생산해야만 한다. 그러나 작가들이 가슴 떨리게 하는 소설을 쓰려하기보다는 자신을 단순가공자로 격하시키는 행태를 일삼는 작금의 분위기를 볼 때 당분간 한국에서 문학의 희망을 이야기하기는 정말로 어려울 것 같다. ●