

본격문학 출판의 지형도 달라진다

대중지향적전략으로 승부해

문학출판사 사이의 과당경쟁도 우려돼

최근 이룸, 생각의나무, 해냄 등에서 본격문학 작품집이 활발하게 출간되고 있다. 이에 비해 문학출판의 대표적인 창작과비평사, 문학과지성사, 민음사는 상대적으로 주춤해 보인다.

과거와는 달리 전업작가가 많아지면서 인세나 광고에 대한 작가의 관심이 부쩍 높아지고, 창작과비평사나 문학과지성사 같은 이른바 문학출판 '베이스캠프'의 색깔이 약화된 점이 그 원인으로 지적된다.

최근 본격문학 출판에서 변화의 조짐이 나타나고 있다. 이런 조짐은 주로 소설집이나 장편소설 출간에서 두드러진다. 오랫동안 우리 문학출판의 대표격으로 자리잡아온 창작과비평사, 문학과지성사, 민음사 등에서 소설집이나 장편소설을 출간하는 것이 상대적으로 주춤한 반면, 생김지 2~3년 안팎인 신생 출판사들이 본격문학 작가의 소설집이나 장편소설을 활발하게 출간하고 있다. 최근 본격문학 작가의 작품집을 활발하게 펴내는 출판사는 이룸, 생각의나무, 해냄 등이다. 이밖에 1990년대 초에 출발한 열림원이나 작가정신에서도 꾸준히 본격문학 작가의 작품집을 출간하고 있다.

시장변화 이끄는 신예 문학 출판사들

이룸의 경우 지난 1998년 출발한 비교적 젊은 출판사임에도 불구하고, 박범신의 《외등》, 윤대녕의 《사슴벌레여자》, 배수아의 《나는 이제 네가 지겨워》, 하성란의 《삿뽀로 여인숙》 등 중견에서 젊은 작가들까지 국내유명작가들의 작품집을 속속 선보여 그 이름값을 높이고 있다. 거기에 황석영의 《아들을 위하여》, 박남준의 《별의 안부를 묻는다》 등 산문집도



틈틈이 펴내고 있다.

생각의나무도 1998년 출발했다. 생각의나무에서는 윤대녕의 《많은 별들이 한곳으로 흘러갔다》, 배수아의 《그 사람의 첫사랑》, 이순원의 《순수》, 김 훈의 《칼의 노래(전2권)》, 송혜근의 《이태리 요리를 먹는 여자》 등을 비롯해 최근 전경린의 장편소설 《난 우리로 만든 배를 타고 떠도네(전2권)》까지 심심치 않게 본격문학 작품집을 출간하고 있다.

해냄의 경우는 지난 1994년 조정래의 《아리랑(전10권)》을 펴낸 이후 이순원의 《아들과 함께 걷는 길》, 박범신의 《킬리만자로의 눈꽃》, 배수아의 《심야통신》, 윤대녕의 《달의 지평선》, 박창호의 《소년, 소녀를 만나다》, 강규의 《나의 아름다운 빵집》, 박상우의 《청춘의 동쪽》, 구효서의 《악당 임격전》, 방현석의 《당신의 원편》 등 꾸준히 본격문학 작품을 출간

해오고 있다.

작가정신은 <작가정신 소설향>이라는 이름 아래 최근 작가들의 짧은 장편을 한권씩 출간하고 있다. 이응준의 《전갈자리에서 생긴 일》, 함정임의 《아주 사소한 중독》, 하성란의 《내 영화의 주인공》 등이 이 시리즈에 포함돼 있다.

한편 본격문학을 좀 색다른 방향에서 접근하는 출판사도 있다. 본격문학 소설가나 시인들의 산문집만을 꾸준히 묶어내고 있는 마음산책이 대표적이다. 고종석의 《코드 훔치기》, 구효서의 《인생은 지나간다》, 김영하의 《굴비 낚시》 등이 마음산책에서 펴낸 산문집들이다. 마음산책은 기존 작가들의 산문에 전혀 다른 방식으로 접근하고 있다. 기존의 산문이 작가가 이미 발표했던 글을 묶어 출판하는 것이 보

통이었다면, 마음산책에서 나오

는 산문집은 기획자가 주제를 정해 작가에게 청탁하는 식으로 씌어진 산문이다. 이런 산문은 독자들에게 꾸준한 인기를 얻고 있다. 물론 작가의 인지도가 인기에 한몫하는 것도 사실이다.

대중지향적인 편집, 마케팅으로 차별화

이는 이제 작가들이 더 이상 자신들의 작품을 출간하는 데 본격문학 출판사만을 고집하지 않는다는 사실을 입증하는 예들이다. 이룸의 경우는 본격문학 출판사이긴 하지만 자음과모음이라는 판타지 대중소설로 이름을 날리던 출판사의 자회사고, 생각의나무나 해냄은 주로 비소설 분야의 책들이나 실용서를 많이 내는 출판사다. 게다가 생각의나무나 해냄의 도서목록에는 이용범이나 김진명 같은 이른바 베스트셀러 대중소설작가들의 작품도 포함돼 있다. 본격문학 작가들 입장에서 보면 좀 더 대중에게 가까이 갈 수 있는 출구로서 이들 출판사에서 책을 낸다는 예측도 가능하다.

생각의나무 김환기 기획부장은 이에 대해 "요즘처럼 전업작가들이 많은 상황에서 작가

들은 아무래도 인세에 신경을 쓸 수밖에 없지 않느냐”며 대중적 인지도가 높은 출판사에서 본격문학 작품이 출간되는 현상을 설명했다. 생각의나무에서는 종합출판사로서 문학의 자리도 그만큼 중요하기 때문에 본격문학 작가들의 작품을 내고 있다고 한다. 생각의나무의 경우 본격문학을 책으로 출간할 때 “대중지향적인 면에 노력을 많이 한다”고 김환기 부장은 덧붙였다. 편집에서도 속표지와 삽화를 넣는가 하면 활자크기도 독자가 편안하게 글을 읽을 수 있도록 조절한다고 한다. 광고도 생각의나무에서 내는 다른 책과 마찬가지로 한다는 것. 이런 대중지향적인 면이 작가들로서는 그들을 사랑하는 본격문학 독자들에게 비난 받을 여지도 있을 수 있다. 그러나 출판사로서는 좋은 작품을 더 많은 독자에게 알리기 위한 노력이라고 김부장은 역설한다. 말하자면 작가나 출판사나 문학과 대중성이라는 두 마리 토끼를 잡으려는 노력인 셈이다.

해냄의 정귀숙 편집장은 본격문학 작품을 출간할 때 가장 먼저 고려하는 것이 대중성만은 아니라고 설명한다. 그 작가가 얼마나 자신만의 개성이 있느냐가 가장 먼저 고려된다고 한다. 해냄은 본격문학이나 대중문학을 굳이 구분짓지는 않는다고 밝힌다. 다만 어떤 작가의 어떤 작품을 어떻게 마케팅할 것인가는 그 작가와 작품에 따라 달라질 수 있다고 말한다. “사실 본격문학 작품의 판매율은 그리 높은 편은 아니다. 출판의 방향이나 출간 자체에 의미를 두는 경우도 많다”고 본격문학 작품 출간의 어려움을 토로하기도 했다.

그러나 이들 출판사의 본격문학 작품집 출간이 아직은 출판사 쪽의 적극적인 기획으로 이뤄지는 것은 아니다. 우리나라 출판사와 작가들은 ‘인연’으로 얽혀 있는 경우가 많고 그 관계가 출간 여부를 결정하는 경우가 많다. 또한 이들 출판사에서 작품집을 출간하는 작가들을 살펴보면 윤대녕, 전경린, 하성관, 김영하 등 본격문학권에서 그 인기가 검증된 작가들이 대부분이다. 출판사 쪽에서는 이들의 검증된 인기를 등에 업으려다 보니, 인기작가들

을 유치하기 위해 선인세나 광고비 책정 면에서 기존의 문학출판사보다 더 좋은 조건을 제시하게 된다. 반면에 작가들 쪽에서는 이들 출판사의 마케팅과 기획을 신뢰하고 작품을 맡기는 경우도 있다.

신인작가의 작품집을 출간하는 것은 이들 출판사로서는 모험일 수 있다. 그렇다고 이들에게 신인작가의 작품집 출간의 의지가 전혀 없는 것은 아니다. 실제로 생각의나무에서는 최근 2000년 동아일보 신춘문예로 등단한 신예작가 조민희의 첫 작품집 《논리 하트》를 내기도 했다. 생각의나무 김환기 기획부장은 이에 대해 “신예작가와 함께 커나가고 싶다”고 밝히고, “앞으로도 출판사의 손익에 상관없이 좋은 작품을 펴내고 좀더 많은 사람들에게 알리기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

높은 선인세, 광고비 과다지출 등 부작용도 있어

창작과비평사 김이구 편집장은 이런 현상에 대해 “민음사가 최근 들어 작가들의 작품집 출간에 주춤하긴 하지만 창작과비평사나 문학과지성사 등은 달라진 것이 없다. 과거에도 전예원, 문예마당, 푸른숲 등에서 작가들이 작품집을 낸 예가 있어 새삼스러울 것은 없다”고 말했다. 창작과비평사의 경우만 해도 황석영의 《손님》, 은희경의 《마이네리그》 등을 출간하면서 예년과 다를 바 없는 상태를 유지하고 있다고 밝혔다. 창작과비평사의 경우 내부 검토 절차를 거쳐 중견과 젊은 작가를 적절히 안배해 한 해 열린 정도 퍼낸다고 한다. 김편집장은 “창작과비평사나 문학과지성사가 그 많은 작가들을 다 수용하지 못하기도 하고 문단의 지향 자체도 개별화돼 신생 출판사에서조차 작품집이 나오는 것”이라며 “이들 출판사가 본격문학 출판을 하고 있는 만큼 그들만의 색깔을 만들어가는 것이 중요할 것”이라고 충고했다.

문학과지성사 윤병무 편집장은 “본격문학에 대해 관심을 기울이고 활발하게 출판을 시도하는 것은 반가운 일”이라고 말했다. 문학과지성사의 경우 다른 시리즈물과 균형을 맞

추기 위해 시집이나 소설집 출간 분량이 암묵적인 내규로 정해져 있다고 밝히고, 문학출판시장이 다양화된다는 것은 수요와 공급이 원활해진다는 측면에서 고무적인 일이라고 말했다. 윤편집장은 또 “과거의 작가들이 문학을 삶으로 선택하는 것이었다면, 요즘 작가들은 인세나 광고 같은 부분까지 관심을 기울이는 것이 사실이고 그것을 현실적으로 인정해야 할 것”이라며 “다만, 작가들을 유치하기 위해 출판사들이 지나치게 높은 선인세를 지급하거나 광고비를 과다지출하는 등 과당경쟁하는 것은 피해야 할 것”이라고 지적했다.

후발주자로 이제는 확고히 문학출판사로서 자리 잡은 예로 문학동네를 꼽을 수 있을 것이다. 문학동네는 주로 신세대 작가들의 작품집을 활발하게 펴내며 문학출판사로서 자기 위치를 다진 바 있다. 문학동네 정홍수 편집장은 “신생 출판사들이 문학출판시장 자체를 바꾸고 있다는 의견은 아직 시기상조”라고 지적하고 “문학시장이 좁고 기존의 문학출판사가 작가들의 작품을 다 수용하지 못하기 때문에 일정한 시간격차와 ‘틈’이 있는데, 이들 출판사는 아직 이 격차와 틈을 활용하고 있는 것이라고 봐야 할 것”이라고 진단했다. 정편집장은 또 “기존의 본격문학 베이스캠프들의 색깔이 약화돼 작가들로서는 이제 어느 출판사냐는 크게 중요하지 않게 됐다”고 말하고, “전업작가들이 많이 생긴 것도 문학출판이 다양화한 원인”이라고 분석했다.

이렇게 다양한 출판사에서 본격문학 작품을 출간하는 데도 여전히 대형서점의 문학코너 판매대에는 기존 본격문학 출판사들의 책이 많이 진열돼 있다. 앞에서 언급한 출판사들의 작품집은 그리 많이 눈에 띄지 않는다. 아직까지 우리나라 독자들은 인지도가 높은 문학출판사에서 나온 유명작가의 작품에 더 눈길을 주기 때문이라는 게 서점관계자의 설명이다. 문학출판시장 자체는 크게 변화하고 있지 않다는 반증일 것이다. 앞으로 후발주자로서 본격문학 작품을 출간하는 출판사들의 귀추가 주목된다. —김장근기자