

출판계를 움직이는 텔레비전의 힘

독서관련 텔레비전 프로그램이 베스트셀러 순위 뒤흔들어

최근 MBC <느낌표>와 KBS <TV, 책을 말하다>에 방영된 책들이 잇달아 베스트셀러에 등극하면서 출판과 독서문화에 미치는 텔레비전의 위력을 새삼 실감케 하고 있다. 전문가들과 출판인들은 이들 프로그램이 인문학술서에 대해선 그리 효과를 발휘하지 못한다는 입장이고, 프로그램 제작진은 단순히 판매로만 따지지 말아달라고 부탁한다. <느낌표>의 경우 책을 지나치게 가볍게 취급하는 경향이 있다는 불만도 나왔다.

최근 각 방송사마다 독서관련 프로그램을 제작해 방송하고 있어, 멀기만 했던 텔레비전과 책이 상당히 가까워진 느낌이다. 이 프로그램에서 다룬 책들은 일주일에 수십권에 이른다. 특히 프로그램 방영 후 해당 책이 눈에 떨 정도로 판매가 신장돼 출판계에서 반기는 분위기다.

EBS의 <책과 함께 하는 세상>이 2000년 늦가을 문을 연 후 일부 제작진과 사회자가 교체되는 변화가 있었지만 큰 무리 없이 지금까지 이어지고 있으며, 지난해 초 KBS가 의욕적으로 시작한 <TV, 책을 말하다>도 지속적인 시청을 상승 끝에 안정권에 접어들면서 방영 10개월째를 맞고 있다. 이에 MBC도 지난해 10월, 매주 화요일 밤 12시 30분부터 40분간 내보내는 독서프로그램 <행복한 책읽기>를 마련했다. 케이블방송으로는 매경TV의 <즐거운 만남 TV 속의 책>이 경제경영 및 트렌드 도서 위주로 꾸준히 책을 소개하고 있으며, 전문적인 독서프로그램은 아니지만 MBC의 오락프로그램 <느낌표>의 '책책책, 책을 읽읍시다' 코너에서도 캠페인 형식으로 한권의 책을 집중적으로 소개하고 있어 세간에 화제를 모으고 있다.

전문가들은 우선 이들 독서프로그램이 인지도 높은 학자가 진행자로 나서 저자와 담화하는 식의 고리타분한 틀을 벗어나 진행방식

을 다채롭게 꾸미고, 시청자들의 눈길을 끌 만한 영상정보도 많이 제공하는 등 텔레비전 매체의 특성을 적절히 활용하고 있다는 점을 높이 사고 있다.

오락프로그램의 책소개 파급 효과 엄청나

최근 사람들의 관심은 김중미씨의 장편동화 <앵이부리말 아이들>(창작과비평사)의 출판 시장 석권에 쏠려 있다. 창비측은 이 책이 매주 토요일 밤 10시에 시작하는 <느낌표>에 7주 연속 대대적으로 소개되면서 이 기간 동안 11만부가 팔려나갔다고 밝혔다. 텔레비전에 나오기 전인 지난 2000년 12월 <창비아동문고> 시리즈로 나온 어린이판이 1만부를 가깝스로 넘어섰다는 점(어린이책 시장에서는 이 정도면 많이 팔린 편이다)과 비교하면 그 영향력이 엄청나다.

이유는 다음과 같이 분석된다. 우선 이 프로그램이 일반 교양프로그램이 아니라 황금시간대에 방영되는 오락 프로그램의 한 코너라는 점이다. 그리고 유명 개그맨들이 대거 등장해 직접 거리로 나가 시민들과 인터뷰하는 등 충격을 기술했다는 점에서 기존 교양 프로그램과는 판이하게 다르다. 이 프로그램을 기획·제작하고 있는 김영희 PD는 "신생 프로그램이라 인지도가 낮은 상태에서 이 정도를

기록한 걸로 봐, 다음 번부터는 1주일에 10만부 정도로 예상할 수 있다"고 밝혔다. 현재는 <앵이부리말 아이들>에 이어 공지영의 <봉순이 언니>(푸른숲)가 2주째 방영되고 있다. 김PD는 책 한권을 너무 오랫동안 소개하는 것이 아닌가, 앞으로 어떤 책들을 소개할 예정인가, 좀더 많은 책을 소개할 생각은 없는가, 이 코너가 얼마동안 유지될 것 같은가 등등의 질문에 다음과 같이 차레대로 답했다.

"책 소개 프로그램이 장수하기 위해서는 재미있어야 한다. 여러권의 책을 소개하면 텍스트 위주로 갈 수밖에 없고 그러면 재미가 없어진다. 책 한권을 4~5주 정도에 걸쳐 소개할 것인데 사실 그것도 짧다고 생각한다. 책은 '가난' '여성' '노동' 등 우리 사회의 현안을 대중들이 부담없이 자연스럽게 접근할 수 있는 쉬운 책들로 선정한다. 도서 선정은 '책읽는사회만들기운동본부'에 의뢰하고 있다. 앞으로 4~5년은 끌고 갈 생각이다."

김PD는 또 결다리로 소개하는 책들이 1주에 10권 정도 된다고 말한다. 실제로 <오페라의 유령>(문학세계사)은 잠깐 소개됐는데 소설 분야 베스트셀러에서 곧장 1위로 뛰어 올랐다고 밝혔다.

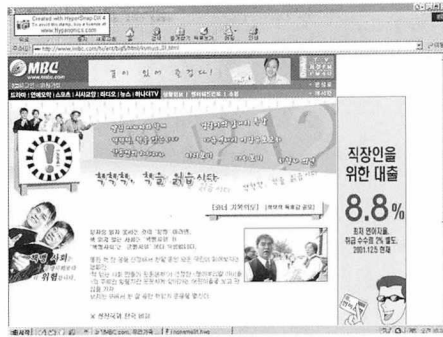
인문사회과학 도서는 효과 미미해

이 밖에 텔레비전 덕을 본 책으로 <다이고로야 고마워>(오늘의책)와 <연탄길>(삼진기획)을 들 수 있다. 둘 다 <TV, 책을 말하다>에 소개된 책들이다. <다이고로...>는 지난해 4월 출간돼 초판 3천부도 소화하지 못했는데 5월 <책을 말하다>에 테마북으로 방영되면서 지금까지 약 9만부가 팔려나갔다. 오늘의 책의 문정신 편집장은 "휴먼드라마란 점이 방송에서 잘 부각되면서 대중, 특히 10대 시청자들의 감성을 자극한 듯하다"고 말한다.

<연탄길>은 이웃들의 정겨우면서도 눈물나는 내용들을 골라 담은 책으로 <책을 말하다> 제작진이 지난해 4월부터 점찍어뒀다가 연말에 맞춰 방송을 내보냈다. 삼진기획 허유행 편집장은 정확한 부수를 밝히지 않았지만

“방송 5일만에 몇만부가 팔렸다”고 전한다. 휴먼드라마를 많이 찾는 연말분위기와 맞물려 판매효과가 몇배로 증폭된 것이다. 아직 ‘추운 겨울’이 두달 이상 계속될 것으로 봐 이 책은 최소 10만부 이상 더 팔려나갈 것으로 예상된다.

반면 인문사회과학 도서 출판사들은 방송의 덕을 크게 보지는 못하는 편이다. 민음사의 《소유의 종말》, 궁리의 《희망의 이유》, 한길사의 《지상의 아름다운 책 한권》, 바다출판사의 《The Blue Day Book》, 학고재, 돌베개 등 많은 출판사들의 책이 소개됐지만 약간의 상승효과만 봤을 뿐이다. 민음사의 《소유의 종말》을 담당하던 편집자는 “방송 나가기 전 이미 1만부 이상 나갔고, 현재까지 총3만부가 나갔다고 밝혔다. 궁리의 이갑수 대표는 텔레비전에 소개된 책들의 효과가 “신문에서 크게 다뤄줄 경우와 비슷한 정도”라고 평가한다. 위낙 시장 규모가 작아 같은 양이 판매되더라도 피부로 느끼는 감이 틀린 시집의 경우는 예외다. 김춘수 시인의 시집 《겨울 속의 천사》(민음사)는 방송에 나간 다음 1만부가 팔렸는데 김시인이 출판사에 전화를 걸어 “내 시집출판 평생에 최고 판매부수인 것 같다”며 기뻐했다고 한다.



출판과 독서문화에 미치는 TV의 힘이 날로 커지고 있다. 사진은 MBC <느낌표>와 KBS <TV, 책을 말하다>의 인터넷 사이트 초기화면.

독서문화의 저변확대에도 일조해

많은 적든 이 책들의 판매효과에는 서점의 마케팅도 한몫하고 있다. 영풍문고와 반디앤루니스는 <책을 말하다>에 방영된 테마북일 경우 그 다음날부터 매대를 따로 마련하고 방송을 녹화해서 틀어주는 등 텔레비전 프로그램을 적극 활용하고 있는데, 실제로 이 곳에 사람들이 가장 많이 몰린다고 한다.

<책을 말하다>의 오진산 책임프로듀서는 독서프로그램의 효과를 판매에만 제한시켜서 보지 말아달라고 요구한다.

“독서 프로그램을 이렇게 본격적으로 제작한 경우는 한국 방송역사상 유례가 없다. 예전에는 방송국 사람들 눈치보느라 정신 없었는데, 요즘은 목에 힘주고 다닌다. 시청률 때문이다. 또 우리는 책의 신간홍보 효과가 떨어질

때면 ‘밀줄’을 쳐둔다. 그래서 그 책의 생명력을 늘리는 방안을 강구하고 있다. 또 특정 주제의 책을 다루면 그 주제와 관계된 단체에서 교육교재로 활용하는 등 독서 인프라를 구축하는 역할도 충분히 해내고 있다.”

출판계 인사들은 <책을 말하다>를 위시한 독서 프로그램에 대해 인문학술서에선 효과를 발휘하지 못한다고 실망하는 기색이면서도, 한편으로는 “이런 고급 프로그램이 장기적으로 성숙·성장해나갔으면 좋겠다”는 입장을 보였다. 반면 MBC의 <느낌표>에 대해서는 “일단은 좋은 일이지만, 그런 살풀이식의 독서를 통해 과연 고도의 문화적 행위인 독서를 몸에 배게 할 수 있을지는 의문이다”는 비판도 제기했다. —강성민기자

www.ISTORY.biz

자서전, 회고록, 자전 · 인물 에세이

대한민국 최고수준의 전문가가 집필 또는 출판에 도와 드리겠습니다

서울 영등포구 여의도동11-11한서빌딩1105호
전화 : 784-5559, 4447 팩스 : 784-4404
E-mail: top@istory.biz

나의 이야기 - 자서전 집필 · 제작 전문 출판사
ISTORY아이스토리
.....