

모 방송사 오락 프로그램의 독서 캠페인 코너에서 추천한 책들이 주요 서점 베스트셀러 목록을 석권 중이다. 책과 독서에 대한 관심을 제고한다는 측면에서는 일단 긍정적이다. 하지만 진행 방식이나 구성, 책 선정 기준과 과정의 투명성을 놓고는 평가하는 사람마다 의견이 다를 수밖에 없다. 최근에는 출판 및 독서운동 단체, 문화관광부, 모 신문사 등이 함께 대대적인 독서 캠페인을 시작했다. 지금까지 많이 봐왔던 그렇고 그런 독서 캠페인과는 다른, 지속적이고 효과적이며 내실 있는 캠페인이 되기를 바라는 마음은 출판인, 독서인이라면 누구나 마찬가지다.

독서캠페인은 투명한 도서선정이 생명

그런 마음으로 성공적인 독서 캠페인 사례로 널리 알려진 ‘하나의 책, 하나의 시카고’ (One Book, One Chicago) 운동을 살펴보자. 진행 주체는 시카고 도서관(Chicago Public Library)과 시카고 시 당국이다. 기본 목적은 시카고의 청소년 및 성인들이 같은 시기에 같은 책을 읽고 활발하게 토론해보자는 것이고, 넓은 취지는 시카고 지역 독서문화진흥이다. 시민 전체가 같은 책을 읽는다는 발상은 시애틀 도서관이 1998년에 시작한 ‘시애틀의 모든 시민이 같은 책을 읽는다면’ 캠페인에서 빌려왔다.

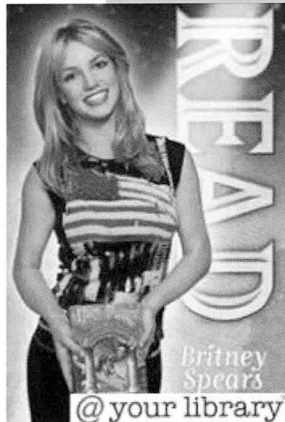
시카고 도서관측이 밝힌 대상 도서 선정 기준은 다음과 같다. 시카고의 보통 시민이 일상적으로 마주할 수 있는 일반적인 주제를 다룬 책. 영어 이외의 다른 언어로도 출간된 책. 도서관이나 서점을 통해 손쉽게 구할 수 있는 책. 성인뿐 아니라 청소년도 읽을 수 있는 책. 저자나 내용 등의 측면에서 가능한 한 시카고와 관련이 있는 책. 독서 토론 클럽, 저자 방문 행사, 연극, 영화, 전자책 등 다른 다양한 매체 및 행사와 연계시키기 좋은 책. 생산적이고 개발적인 토론을 이끌어낼 수 있는 책.

시카고 도서관 근무자 전원이 한권씩 추천해, 캠페인 담당자들의 토론 끝에 하퍼 리의 《앵무새 죽이기》를 선정했다. 앞서 제시한 모든 기준을 충족시키는 책은 아니지만, 대부분

도서관과 시가 주축이 된 미국의 독서캠페인

독서캠페인의 모범 ‘하나의 책, 하나의 시카고’ 운동

표정훈 | 출판칼럼니스트



도서관을 주축으로 전개되는 미국의 독서캠페인은 현지점에서 우리에게 시사하는 바가 많다. 사진은 인기 가수 브리트니 스피어스가 모델로 나선 ‘At Your Library’ 포스터.

의 기준에 적합한 책이었다. 2001년 8월 25일

을 캠페인 시작일로 잡고 시카고 지역 내 거의 모든 서점에 협조 공문을 발송, 책 수급 및 진열에서 《앵무새 죽이기》에 각별히 신경 써줄 것을 당부했다. 대부분 서점들이 적극적으로 응했음은 물론이다.

단순한 홍보 자료가 아니라, 《앵무새 죽이기》의 역사적인 맥락과 주제, 내용 등을 독자들이 쉽게 파악하고 토론하는 데 도움이 되는 독서 보조 자료도 만들었다. 결과는 대성공이었다. 앞으로 봄에는 전미 도서관 주간(올해는 4월 14일~20일)에, 가을에는 시카고 도서관 주간에 맞춰 연중 두차례 캠페인을 진행하기로 했다.

도서관의 가치와 역할 홍보하는 ‘도서관에서’

시카고의 사례는 특정 도서를 추천하는 캠페인일 경우, 투명하고 공정하며 설득력 있는 도서 선정 기준을 마련하고 이를 공개하는 것이 필요하다는 점을 보여준다. 또한 공공 도서관의 위상과 역할이 얼마나 중요한가를 보여준다. 이와 관련해 미국 도서관협회(ALA)가 2000년부터 5년에 걸쳐 전개하고 있는 ‘도서관에서’ (At Your Library) 캠페인이 눈길을 끈다. 이 캠페인은 21세기에도 더욱

중요해질 도서관의 가치와 역할을 국민들에게 널리 홍보하는 것을 목적으로 한다.

도서관 이용자 및 잠재적 이용자층(학생과 부모), 여론을 이끌고 정책 결정 과정에 영향을 미칠 수 있는 사람들(선출직 공무원, 각급 학교 고위 행정직 및 재단 이사진, 장년층 시민), 적극적인 협력을 이끌어낼 수 있는 사람 혹은 단체(영리 및 비영리 단체, 교사, 교수, 언론 매체) 등으로 나눠 캠페인을 전개한다. 구체적으로는 도서관의 역할과 중요성에 대한 강연, 캠페인 로고를 각종 상품에 부착하는 것, 각급 지자체의 도서관 예산 증액 여론을 형성하는 일 등을 추진한다. 인기 가수 브리트니 스피어스, 영화 캐릭터 E.T. 등이 포스터 모델로 나섰고, 특히 메이저리그 야구 경기 포스터에도 캠페인 로고와 함께 전미 도서관 주간 홍보 문구를 새겨넣기로 했다.

이런 미국의 사례를 보면서 이런 말을 떠올려 본다. ‘방송은 짧고 책과 도서관은 길다.’ 그럴 리야 없겠지만 우리 출판계가 TV나 라디오의 책 프로그램에 일회일비해서는 곤란하다. 방송도 좋고 캠페인도 좋지만, 도서 유통 체계 문제, 각급 도서관의 도서 구입 예산 문제 등 출판 인프라 차원의 해묵은 과제들은 아직도 해결을 기다리고 있다. “모든 사물에는 그 본과 말이 있고, 모든 일에는 그 시작과 마무리가 있으니, 먼저 하고 나중에 할 것을 알면 올바르게 참된 길에 들어섰다 하겠다”는 유교 경서 《대학》의 가르침을 되새겨봄직하다. ■