

김기연
카툰기자 연인환

〈느낌표〉의 변화에 주목한다

지난 해 출판계에는 굵직굵직한 뉴스가 많았다. 백 년 가까운 전통을 자랑하는 종로서적의 부도, 출판정론지 〈출판저널〉의 휴간, 그리고 파주출판문화정보산업단지의 입주 시작, 도서정가제를 법적으로 보장하는 출판및인쇄진흥법의 제정 등이 모두 지난 해 있었던 일이다. 하지만 출판인들에게 가장 큰 충격의 체감을 안긴 것은 TV 프로그램 〈느낌표〉의 독서 캠페인이 불러온 베스트셀러 독식 현상이었다. ‘느낌표 브랜드’라는 말이 생길 정도로 이 캠페인은 출판계의 핫이슈가 되었는데 이를 두고 이해 당사자들의 찬반양론이 끊이지 않았다.

전체적으로 출판시장의 파이를 크게 하고, 독서인구의 저변을 확대했다는 긍정적인 평가를 내리는 사람도 있고, 인간 정신의 산물인 책을 지나치게 상품화하고 신간과 외서를 제외한다는 선정 원칙이 출판사들의 번역서와 신간 기획 의지를 꺾는다는 비판의 목소리도 적지 않았다. 또한 선정 도서의 대량 인쇄 및 제본으로 제작 쪽에서 타출판사 책이 부하가 걸리고 일방적인 ‘양서 만들기’로 독자들에게 편향된 독서의식을 심어준다는 우려의 목소리도 있었다.

방송 매체에 의한 독서 캠페인이 일반 독자들에게 많은 영향력을 미쳤다는 사실은 통계에서도 나타나고 있다. 문화관광부와 한국출판연구소가 함께 펴낸 《2002년 국민 독서실태 조사》를 보면, 〈느낌표〉와 〈TV, 책을 말하다〉 같은 TV 독서 관련 프로그램을 시청한 적이 있는 국민이 설문 응답자의 68퍼센트에 육박했고 프로그램에 소개된 책을 읽었다는 응답자도 50.6퍼센트나 됐다. 이는 ‘책’이라는 아이템이 방송에서도 충분히 시청자들의 눈과 귀를 붙잡을 수 있다는 사실을 증명하는 것으로 반가운 통계 수치가 아닐 수 없다.

기자는 2003년 1월 느낌표 첫 선정 도서가 어떤 책이 될지 주목했던 사람 중 한 사람이다. 그것은 〈느낌표〉가 그 위상과 영향력에 적합한 방향 전환을 모색할 시점에 와 있다는 것을 느꼈기 때문이다. 다행스럽게 〈느낌표〉는 올해부터 도서 선정 기준을 쇄신해, 신간과 번역서까지를 이달의 책 선정 대상에 포함시켰다. 그것은 다행한 일이 아닐 수 없다. 신간에 대한 일정한 관심은 시장의 기능을 정상적으로 활성화하는 것이다. 외서에 대한 관심 역시 우리 출판의 내적 경쟁력을 높이는 데 도움이 된다. 〈느낌표〉는 바뀐 선정 기준을 적용해 올해 첫 선정 도서로 황대권의 《야생초편지》(도솔출판사)를 결정했다. 메이저출판사의 책이 아니라는 점, 그리고 스타급 저자의 저서가 아니라는 점에서 우선 긍정적인 평가를 할 수 있을 듯하다. 〈느낌표〉가 공영방송의 공중파 프로그램으로서 사회적 순기능을 담당하고 일반 독자들 나아가 시청자들에게 사랑을 받기 위해서는 그러나 아직도 개선되어야 할 부분이 많다. 아직까지 공개하고 있지 않은 도서 선정 경위나, 구체적인 기준 등이 투명하게 공개되어야 할 것이다. 시청률을 의식한 지나친 오락화 또한 경계해야 함은 물론이다. **김기연**