

편집자 책임 아래 시장보다 한 발 앞선 기획으로 승부하기



웅진닷컴 아동팀의 김공진 팀장과 그 팀원들은 아동팀답고 진지해서 웅진닷컴의 다른 부서도 이렇게 잘 굴러가려니 인정해도 될만하다는 믿음을 주기에 충분하다. 아동팀은 웅진닷컴의 단행본개발부 안에 소속된 유아, 아동, 만화, 성인 4팀 중 한 팀으로 팀원은 김공진 팀장을 포함해 5명이다. 아동팀은 초등학생 대상의 단행본을 내고 있는데 한 달에 2,3권 정도 출간한다.

“일반적으로 경영진과 편집장 선에서 기획이 이루어지고 편집자들은 단순 업무를 하는 출판사가 많지만 웅진은 창립 초기부터 편집자 중심으로 일해 온 대표적 출판사입니다. 저희는 신입사원일지라도 본인의 기획능력이 얼마나 갖추어져 있느냐 없느냐가 편집자로서의 자질과 발전에 결정적인 영향을 미친다고 생각합니다.”

기획물에 대한 편집자가 정해지면 담당자가 자기 책임하에 진행을 하고 팀장에게 보고하는 형식으로 일이 진행된다. 단권 단권에 대한 아이টে은 보통 편집자가 기획한 걸 가지고 진행하고, 외서는 담당자들마다의 역할구분이 이루어져 있다. 즉, 직원별로 창작물 저자 관리, 학습교양물, 과학 예술, 인문사회 개발, 경제 역사중심, 논술 등으로 나누어 가능하면 성향과 역량에 포커스를 맞추어서 진행하는 식이다.

웅진닷컴 아동팀의 대표 시리즈는 초등학교 저학년을 대상으로 한 <웅진 그림 동화>가 있고, 그 윗 단계 아동을 대상으로 한 <웅진 푸른교실>이 있다.

“<웅진 그림 동화>는 초등학교 1,2학년 대상으로 한 시리즈입니다. 유치원 아이들이 대체로 그림책 중심으로 보다가 초등학교 가면 갑자기 텍스트 중심의 책을 보면서

약간 혼란스러워 하는데 그림책으로서의 성격이 있는 동화적인 텍스트를 갖춘 <웅진 그림동화 시리즈>를 통해 책읽기의 맛을 알게 하자는 취지입니다.”

<웅진 푸른교실>의 대표적인 책으로는 황선미 씨의 《나쁜 어린이표》를 들 수 있으며 원유순의 《까막눈 삼디기》 등 4권까지 발간된 상태이다. 다섯 번째 책이 상반기 중에 나올 예정인데 이 책 역시 황선미 씨의 작품이다.

“어린이신문 중에 <굴렁쇠>라고 있습니다. 이 신문사에서 연재되고 있는 아이টে을 소개하는 우편물을 보내왔던군요. 우선 연재내용보다는 신문을 보고 상당히 신선했습니다. 여태까지 어린이신문들이 보여주던 한계를 벗어나 있었거든요. 그 신문에서 처음으로 동화를 연재하기 시작했는데 그게 《나쁜 어린이표》였어요.”

신문사에서 미리 보내준 원고를 읽고 내부적으로 반응이 좋아서 편집부의 한 친구가 황선미 작가에게 웅진에서 낸 책들 중에서 보여줄 만한 책과 편지를 써서 보냈는데 그걸 보고 책을 내자는 연락이 왔다. 그 당시만 해도 원고 100매로 책 한 권을 만든다는 개념이 안 서 있을 때였다.

“책마을 시리즈와 그림책 독자 사이의 잠재적 독자가 있었는데 출판사에서 다들 비껴간 것이죠. 그런데 저희는 원고를 몇 개 더 없어서 만들 수 있었지만 그러기에는 이 원고가 너무 아까운 거예요. 이 작품 자체를 부각시키는 게 좋겠다, 이 한 편으로 한 권을 만들 수 있는가 논의하면서 논쟁도 많고 이견도 많았어요. 그리고 작업을 하는 과정에 이견 되겠다는 감이 서더군요. 그림 이참에 시리즈를 만들어 보자 한 거지요. 1권부터 푸른교실 시리즈를 기획해서 낸 것입니다.”



웅진닷컴 아동팀의 김공진 팀장.



김공진 팀장과 기획회의중인 아동팀원들.



김공진 팀장은 어린이책의 편집은 텍스트와 그림, 이 두 가지를 어떻게 한 책 안에 안착시키느냐가 중요하다고 본다. 즉, 레이아웃의 중요성이 부각될 수밖에 없다는 것이다. 일반물은 기본 사양만 정해지면 별 변동이 없지만, 아동서는 거의 같은 비중 내지 비주얼의 비중이 상당히 높게 가야 하기 때문에 두 가지 부분을 조율하는 작업이 만만치 않다.

그림책은 상대적으로 그림이 완성되기까지의 디렉팅 작업이 어렵고 치열하다면, 어린이책은 완성된 그림을 가지고 텍스트와 조화시키는 후반부 본문 디자인 작업에 많은 신경과 노력을 요한다.

아 이 들 과 함 께 커 가 는 시 장

“386세대 학부모들, 나름대로 교육에 대한 입장과 주관이 있는 사람들이 아이들 교육에 직접 참여하면서 자연스럽게 아동시장이 커진 거죠. 그 연장선상으로 진단하면 저학년 대상의 창작물 시리즈가 한때 반응이 좋았거든요. 하지만 요즘은 오히려 많이 가라앉았습니다. 이제 꼭지점까지 왔다고 보는 것이죠.”

웅진닷컴 아동팀은 이제 저학년 시장이 포화상태에 다다랐다고 판단하고 고학년 창작동화 시장이 이전보다 나아질 것이라든가 기대감에서 책마을 시리즈 개정작업을 시도, 세계명작 완역 시리즈를 내고 있다. 점점 일반물 시장의 현상과 흐름이 아동시장에도 그대로 나타나고 있다고 판단하기 때문이다. 다원화되고 영역이 상당히 넓어지고 있으며, 과학뿐만 아니라 역사, 미술, 일반물에서나 보여지던 영역 구분이 아동물에서도 나타난다. 이렇게 지식정보서에 대한 새로운 흐름이 나타나고 있고 올해부터는 본격적으로 더 살

아나지 않을까 전망한다. 저학년 동화에만 휩쓸려 있던 사람들이 이제 지식정보서쪽으로 눈을 돌리고 있는 것이다.

양은 증대한 반면 서평 지면은 한정
웅진은 디자인을 외주로 내보내기도 한다. 세계명작 역시 전문 외주 교정·교열자에게 넘긴다. 제작부는 별도로 있으며 인쇄 감리는 내부에서 직접 간다. 책값은 팀장이 담당 마케터와 의견을 나누어서 제작단가 20퍼센트를 안 넘는 선에서 정하고 있다. 홍보는 메이저 언론사의 기자들을 직접 만나는 방식으로 하는데 고충이 많다. 아동물은 출간량이 늘어나고 신문사마다 서평지면이 제약되어 있기 때문이다. 그러다 보니 지면 경쟁이 치열할 수밖에 없다. 광고계획은 사업부에서 하고 구체적으로 지면이 서고 계획이 확정되면 해당 팀으로 넘어오는 식이다.

“박은봉 선생님의 《사진과 그림으로 보는 한국사 편지》가 좋은 평가를 받고 있어요. 기존에 나오고 있는 시리즈는 그 격에 맞게 좋은 작품을 발굴해 기본적으로 확대해 나가는 한편, 박은봉 선생님의 책처럼 지식정보서쪽에 집중적으로 노력을 해서 가지적인 성과를 내고자 합니다. 이제부터는 아이템 중심의 시장 주도가 이루어질 것이라고 봅니다. ‘키라’ 하면 아동 경제서의 대명사, 《나쁜 어린이표》 하면 저학년 창작시장의 대명사처럼 아이템이 그 출판사를 대표하는 현상이 대두하고 있습니다.”

김공진 팀장의 설명처럼 웅진닷컴의 아동팀은 대표 브랜드 개발, 대형 기획물 개발에 중점을 둘 계획이고, 그 아이템을 올리는 지식정보서에서 찾고자 한다. **▶**

취재 양선희기자 | 사진 박신우기자