



## ‘변화’ 읽으면 위기 해법 보인다

(재)한국출판연구소(이사장 윤청광)는 2003년 12월 16일 ‘불황기의 출판시장, 해법은 없는가’ 라는 주제로 출판포럼을 가졌다. 이번 포럼은 1997년 IMF 지원체제 이후 ‘최대 불황위기’ 를 맞고 있는 출판계를 위한 대안 모색의 자리로 편집자는 물론 영업, 유통업 등 출판계 각 분야 전문가들이 두루 참석해 눈길을 끌었다. • 윤청광 이사장의 사회로 시작된 포럼에서는 한기호(한국출판마케팅연구소 소장) 씨가 주제발표를 맡고, 김경배(한국출판영업인회의 부회장), 김종수(한국출판협동조합 이사장), 손재완(영풍문고 대표), 이중호(북센 물류사업본부장), 진성민(대한출판문화협회 기획담당 상무이사), 허연(매일경제 문화부 기자) 씨가 불황탈출 해법을 개진했다.



한기호 씨는 불황기 출판시장의 해법을 찾기 전에 1997년 IMF 지원체제 시기와 오늘의 출판시장의 차이점을 설명했다. 특히 "IMF 구제금융을 받은 1997~1998년과 청년실업률이 사상 최고라는 2003년의 출판시장을 비교해 보니 서로 닮은꼴"이라는 교보문고의 분석은 잘못되었다고 지적하면서 "무조건 과거와 같다고 하지 말고 데이터를 통해 시장의 변화를 읽고 전략을 찾자"고 주장했다. 그가 볼 때 현재의 독자들 환경 자체가 과거와 뚜렷하게 다르니 환경 변화부터 제대로 파악해야 한다는 것. 가령 같은 명예퇴직이라도 1997년 시기의 명예대상은 50세 이상이었다면 현재의 명예대상은 30대까지 내려갔으며 명예대상자들이 명예 신청에 신중한 자세를 보이고 있다는 게 그의 주장이다. 그는 출판계가 이렇게 변화된 독자의 환경을 읽어낼 수 있어야 비로소 성공할 수 있다고 강조했다.

한씨가 지적한 변화는 10가지로 구분된다. ▶평생직장 개념이 사라지고 '평생직업' 개념이 등장했으며 ▶당장의 임금보다 가능성을 키워줄 직장을 원하는 이들이 늘어났고 ▶전직을 하더라도 개인의 경험을 극대화하고, 기존의 인간관계를 최대한 활용하면서 꾸준히 상향 이동하는 직장인들이 늘어가고 있다는 것이다. 그는 또 ▶"지금의 대중은 한 마리의 생선에 집착하기보다 고기잡는 법을 터득해 평생 먹을 수 있는 방법을 알아가려 한다"면서 구체적으로 실천할 수 있는 매뉴얼을 담은 책, 한 가지 화두를 명쾌하게 설명하는 책들이 성공한 이유도 여기 있다고 덧붙였다. 이밖에도 ▶생계형 창업 대신 인생을 즐기고 경영하기 위해 창업을 택하는 사례가 많으며 ▶과거에는 직장과 일을 삶의 전체로 보았으나 지금은 여가생활이나 가족관계를 중시하는 풍토로 바뀐 점, ▶'나'가

'주인공'으로 거듭나는 '열정의 시대'가 가고 '쿨cool'의 시대가 왔다는 점도 변화의 키포인트로 들었다. 이러한 사회적 변화가 출판시장에까지 번져 독자들은 《칭찬은 고래도 춤추게 한다》, 《설득의 심리학》, 《메모의 기술》과 같은 책들을 참고해 능력을 갖추어야 하는 상황까지 맞이하게 됐다는 게 그의 분석이다. 이밖에 ▶다양한 가치관을 수용하려는 욕구가 커졌고 ▶산업구조 변화로 인해 총체적인 불안감이 극대화되고 ▶'느림'을 찬양하는 현실도피형 개인이 형성되었다는 것도 변화로 거론됐다. 이런 분석과 함께 그는 개인의 변화에 집중하고 있는 출판시장의 변화를 면밀히 검토하는 눈부터 길러야 불황에서 탈출할 수 있다고 밝혔다. 예컨대 1997년 직후에는 창업정보제공 수준의 책이 큰 흐름을 이루었지만 지금은 조기 실직이나 노후에 대비한 준비를 '강요'하는 책들이 크게 유행하고 있다는 것이다. 그런 점에서 출판계는 늘 변화하는 문화코드를 읽을 수 있어야 한다는 주장이다. 1998년의 경우 영화 분야에서는 <편지>, 드라마에서는 <용의 눈물>이 성공했다면 지금은 <대장금>처럼 어떤 위기라도 이겨내는 주인공이 등장하는 드라마가 유행하고 출판분야에서도 고미숙의 《열하일기, 웃음과 역설의 유쾌한 시공간》 같은 독특한 관점의 책들이 사랑받는 시대라는 걸 잊지 말라는 것.

한씨는 불황해법으로 다섯 개의 안을 내놨다. 첫째는 완전 도서정가제의 도입이다. 도서정가제를 없앨 경우 오히려 문화적 다양성이 상실된다는 것이다. 둘째는 시류에 영합하지 않고도 안정된 수요가 확보되는 시장을 창출해야 한다는 것이다. 한씨는 공공도서관과 학교도서관의 활성화를 들면서 이를 위해서는 양서를 선정

• (재)한국출판연구소 윤정광 이사장



• 한국출판협동조합 김종수 이사장



• 한국출판마케팅연구소 한기호 소장



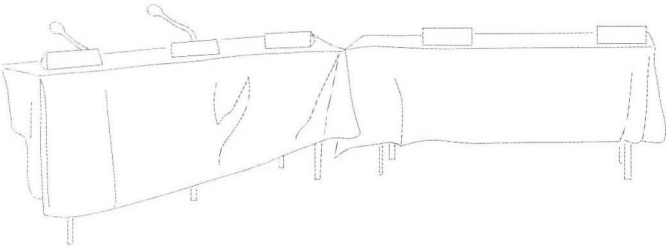
• 매일경제 문화부 허연 기자



• 북센 물류사업본부 이중호 본부장



• 영풍문고 손재완 대표



하고 이를 도서관에 의무적으로 구비할 수 있게 하는 정책적, 사회적 시스템이 갖춰져야 한다고 말했다. 셋째는 근원적 수요를 자극하는 책을 만드는 것. 이를 위해서는 세상의 변화를 이해하면서 유망한 저자와 장르를 발굴하려는 자세, 독자의 욕구 발견에서부터 상품완성에 이르는 사이클 간격을 단축해야 한다고 강조했다. 그는 또 우리 아동 출판의 획기적인 발전이 1980년대 우리 사회의 민주화에 기여했던 소장 출판인들에 의해 이루어졌던 것처럼 그들이 이제는 미지의 영역으로 남아 있는 청소년 출판이나 시니어 출판의 활성화에도 신경을 써야 할 시점이라고 덧붙였다. 넷째는 '전문인력의 양성'인데 한씨는 출판경영자들이 경력자 유치에 혈안이 되기보다 협력공체로 인력채용을 한 후 출판아카데미 등과 공동교육을 실시해 고급 신규인력 유치를 적극 모색해 볼 필요가 있다고 강조했다.

이날 토론자들은 한기호 씨의 주제발표에 다른 의견을 개진하기보다는 각 분야에서 일하며 느낀 바를 털어놓는 방식으로 불황해법을 모색했다. 이들의 공통된 의견 중 하나는 출판계가 어려움을 극복하려면 상설토론회장이나 공동의 매뉴얼, 노하우를 공유할 수 있는 장을 형성해야 한다는 것. 김중수 씨는 유럽에서는 책장사를 "밀지는 장사"로 정의하지만 독일은 예외적으로 오랫동안 출판분야에서 국가적 이익을 창출하고 있다면서 독일의 출판 정신과 인프라가 어떤지를 살피면서 토론할 수 있어야 한다고 말했다. 진성민 씨 역시 비석형, 투망형, 투기형, 농부형 출판 등 다양한 형태의 특화된 출판 노하우를 공유하는 장이 마련되기를 바랐다. 그리고 이를 통해 같은 역사책을 만들어도 자기 색깔을 갖고 만들 수 있는

해법들을 찾아야 한다고 덧붙였다. 허연 기사는 "다른 분야에 비해 출판 분야에는 과학적 마케팅이 부족한 것 같다"면서 인지이론이며 진화생물학 등 마케팅 이론을 접목시켜 보다 적극적인 소비자 마케팅 기법이 도입되어야 한다고 말했다. 특히 허연 기사는 일부 도서전인 경우 출판사 직원들이 우르르 몰려가 도서전 팸플렛만 잔뜩 챙겨오는 식의 참가행태가 지속되고 있다며 편집자들의 프로정신을 강조해 공감을 샀다. 국내 필자개발은 물론 우리나라 출판계가 북한까지 포함해 국제마케팅을 시도할 수 있을 것이라고 새로운 안을 제시했다.

주제발표자 한기호 씨는 한국출판의 담론이 결코 일본에 뒤지지 않는다고 생각한다면서 출판계 담론이 확대되면서 현실을 읽을 수 있는 눈을 키워 콘텐츠 개발 욕구를 현실화해야 불황탈출이 가능할 것이라고 토론을 정리했다.

이번 포럼은 2003년 들어 출판불황이 심각해졌다는 진단 아래 마련된 것. 실제로 출판계는 불황과 함께 출판계 빈익빈 부익부 현상까지 깊어져 지식산업의 토대가 오히려 부실화되고 있다는 우려를 낳고 있다. 그런 점에서 이번 포럼은 시의적절한 것으로 평가되지만 각 분야별 실체적 해법이 구체적으로 드러나지 않아 출판사들이 도입할 수 있는 장치가 적었다는 점에서 아쉬움을 남겼다. **한**

취재 김정연 기자 · 사진 박신우 기자