

# 논술이라는 이름의 유혹

## 논술과 출판 산업의 메커니즘



글\_ 강현철 독서평설 편집주간

### 논술 광풍에 휩싸인 사회

‘논술 광풍!’ 얼마 전 어느 일간지에서는 최근 우리 사회에서 일고 있는 논술 열기를 이렇게 표현했다. 광풍(狂風)이라, 생각할수록 절묘하게 뽑은 표제라는 생각이 든다. 정말 지금 우리 사회는 미친바람이 불고 있다고 할 정도로, 논술이라는 말이 엄청난 위력을 발휘하고 있다. 학생들은 학생들대로, 학부모는 학부모대로, 선생님들은 선생님대로... 교육이나 입시와 조금이라도 관련이 있다 싶으면, 모두들 논술이라는 놈이 휘두르는 칼바람에 휘청거리고 있는 형편이다.

세상이 변했다고 하지만, 아직도 우리 사회에서 학벌이 차지하는 비중은 남다르다. 여전히 좋은 대학을 나오는 것이 더 나은 미래를 보장받을 수 있는 결정적인 조건의 하나로 인식되고 있다. 이런 상황에서 논술을 잘해야 더 좋은 대학을 갈 수 있다고 꼬드기는데, 감히 그것을 외면할 수 있는 강심장이 어디에 있겠는가? 게다가 전 세계가 놀라워하는 교육열을 자랑하는 우리가 아니던가? 논술이 위장된 본고사에 불과하다는 비판이 거세게 일어도, 교육의 불균등을 조장한다고 날카롭게 소리 높여도, 그것이 대학 입학에 결정적인 영향을 미친다는데 어떻게 가만히 있겠는가? 너나 할 것 없이 논술이라는 이름만 들어도 중심을 잡지 못하고 흔들릴 수밖에.

### 논술, 그 참을 수 없는 유혹

한때는 학습지 업체나 학원들만이 논술을 선전 문구로 앞세웠는데, 언제부터인지 모르게 출판사들 역시 하나둘 그 대열에 발을 들여놓기 시작했다. 아니 최근의 현실을 살펴보면 출판사들이 논술 광풍을 더욱더 거세게 부채질하고 있는 것은 아닐까 하는 의구심마저 들지경이다. 하긴 거대 일간지들마저 논술 광풍에 사로잡히는 마당에, 거기에 비교할 수 없을 정도로 미약한 출판사들이 어떻게 그 위력을 이겨낼 수 있을까. 어떻게 보면 지금의 출판계에서 논술은 블랙홀과 같은 흡인력을 발휘하고 있다. 무엇이든지 그 세력권에 다가서기만 해도 깊숙이 빠져들기만 할 뿐, 그 손아귀를 벗어나기 힘든 듯하다.

더구나 이제는 출판계 불황이라는 말마저 심드렁하게 들릴 정도로 출판사들 형편이 어렵다는 게 새삼스럽지 않다. 몇몇 출판사를 제외한다면 온전한 수익 구조를 유지하고 있는 비율은 얼마나 될까?

그런데도 출판사들 간의 경쟁은 날이 갈수록 치열해지고, 거기에 비례하여 생산 원가는 끝을 모르게 치솟고 있다. 게다가 독자들의 요구는 감당하기 힘들 정도로 까다로워져 출판 고유의 영역마저도 그 경계가 무너지고 있다. 사정이 이러니 출판사들 입장에서야 조금이라도 시장에서 가능성이 보인다 싶으면 두 눈을 부릅뜨고 덤벼드는 게 당연하지 않겠는가! 지금은 논술이야말로 출판사들의 입맛을 당기는 최고의 먹잇감인 셈이다.

현 상황을 기준으로 해도 논술은 우리 출판계 상황에서는 적지 않은, 수천 억 원대의 시장 규모를 보이고 있다. 그것이 1~2년 안에 1조 원대를 넘어서 조만간 수조 원대에 이를 정도로 예상되고 있다. 물론 여기에는 출판만이 아니라 학원과 여타 학습물도 포함된 수치지만,

그렇다 하더라도 출판사들로서는 강한 유혹이 아닐 수 없다. 그러니 최근 어느 신문에서 '논술이 불황에 허덕이는 출판사들에게 르네상스가 되고 있다'고 말한 것도 결코 과장된 표현은 아니라 할 것이다.

지금은 우리 모두에게 친숙한 대형 출판사만이 아니라 그 이름도 낯선 소규모 출판사까지도 논술 시장에 발을 내딛고 있다. 어디 그뿐인가? 아예 논술만을 타깃으로 삼아 새롭게 등장한 출판사도 여기저기 눈에 띈다. 논술 시장이라는 새롭게 떠오른 사냥터에서 너나 가릴 것 없이 모두들 한 역할 하겠다는 속셈인 듯하다. 가히 논술을 둘러싼 출판계의 춘추전국시대의 도래라고나 할까.

혹 가까이 신문이 있다면 거기에 실린 광고들을 한번 살펴보자. 신문 광고에서 출판사의 비중이 높아지기 시작한 것은 어제오늘의 일이 아니다. 요즘은 출판사의 광고들 중에 논술을 앞세운 것들이 하루가 다르게 늘어나고 있다. 물론 거기에는 거대 언론사의 알파한 상술이 알게 모르게 영향을 끼치고 있긴 하지만 말이다.

실제 서점에 나가보면 논술 시장을 겨냥한 제품들이 얼마나 많고 다양한지 놀랄 정도이다. 흔히 고전이라고 일컬어지는 것에서부터 현대물에 이르기까지, 문학 작품에서부터 인문학과 사회학 그리고 자연과학 도서에 이르기까지, 단행본류에서부터 전집류에 이르기까지, 일반적인 읽기 자료에서부터 토론 및 논술 학습물까지... 시간과 공간을 넘어서고 분야를 가로질러, 마치 온갖 도서들이 논술이라는 용광로 속으로 녹아들고 있는 느낌이다. 논술의 대상이 될 수 없는 것은 세상에 하나도 없다는 우스갯소리도 나올 법한 현실이 아닐 수 없다. 심지어 유아물예까지 논술이라는 명함을 붙이는 현실이 지금 이 순간 우리 앞에 펼쳐지고 있는 것이다.

### 보다 먼 곳을 향한 시선으로

아무리 문화 사업이라고 해도, 출판사 역시 이윤을 남겨야 하는 조직이다. 최소한의 수익조차 내지 못하는 출판사는 제 역할을 다하지 못한 탓에 도태되어 마땅하다. 그러므로 많은 출판사들이 논술 시장을 겨냥하여 다양한 제품을 만들어내고, 거기서 대박의 꿈을 꾸다고 해서 비판할

이유는 조금도 없다. 도리어 좋은 제품만 내놓는다면 직간접적으로 도와주고 기운도 북돋워주어야 할 판이다.

그런데 논술 시장과 출판계를 바라보는 가슴 한구석이 답답하기만 한 것은 무슨 이유일까? 혹 논술 시장으로 달려가는 출판계의 활동이 우리의 출판 현실을 왜곡시킬 위험을 은연중에 품고 있기 때문은 아닐까?

출판과 교육이 떼려야 뗄 수 없는 관계라고는 하나, 출판이 교육 정책에 따라 이리저리 표류하는 느낌을 지울 수 없다. 가뜩이나 교육의 영향을 크게 받는 우리 출판계가 논술이라는 회오리바람 속에 또 한 번 기형적인 모양새를 띠게 되는 것은 아닌지 걱정스럽다. 다양성과 자율성이 제대로 힘을 발휘할 수 있을 때, 우리 출판계의 지형도가 균형 잡힐 수 있다.

한편 논술 시장을 둘러싼 지나친 경쟁이 질 낮은 제품을 낳을 수 있다는 우려도 지울 수 없다. 이미 예전에 나왔던 제품을 겉모습만 논술로 변모시켜 내놓는 경우도 눈에 뜨인다. 거기에 창의성과 자기 주도성을 평가하기 위해 도입된 논술이 모범 답안과 기술을 가르치는 예전 학습 참고서의 폐단을 밟고 있다는 비판도 조금씩 들려오기 시작한다. 또한 지나치게 수익에 급급하다 보니 출판이 아니라 장사를 하고 있다는 자조 섞인 목소리도 나오고 있다.

무엇이든 기본과 원칙을 지키는 게 가장 중요하다. 출판의 기본은 무엇이며, 어떻게 해야 바람직한 방향으로 나아갈 수 있는지를 우리 모두 고민해 보아야 할 때다. 시장 상황에 민첩하게 대응하는 것도 좋고, 수익을 위해 과감하게 도전하는 것도 좋다. 하지만 그보다 먼저 지켜야 할 도리가 있지 않을까? 출판은 보다 먼 시선으로 미래를 바라보는 자세를 견지해야 한다. 처음 출판계에 발을 들여 놓았을 때의 마음을 돌이켜본다면, 뒷날 후회하지 않을 결정을 내릴 수 있을 것이다. ■■