

읽는 맛 가미한 정보지도책 봄

글_ 백원근 (재단법인 한국출판연구소 책임연구원)

일본 출판계에 지도책 붐이 일고 있다. 예전부터 이용 목적별로 다양한 메뉴의 지도책을 선보이기는 했지만, 최근 지도책들을 보면 확실히 업그레이드된 정보와 재미로 무장되어 있다. 단순한 지리적 위치 표시에 머물지 않고 읽는 맛을 가미한 점이 특징이다. '그래픽 잡학사전'으로 명명해도 좋을 이런 지도책들은 1,000엔 안팎의 가격으로 독자들이 부담 없이 집을 수 있도록 기획됐다. 이를 두고 <아사히신문>(2005.11.16)은 "지도로 배우는 재미가 주목받고 있다"고 전한다.

작년 10월 지도책의 명가 쇼분샤社에서 발행한 <과연! 지도 군마群馬현>(なるほど知圖群馬)을 펴보면 "군마현에서 가장 많은 성씨는?"이라는 질문 뒤에 그 답으로 다카하시高橋가 제시된다. 지도와 함께 그 지방에 관한 각종 잡학 상식을 알 수 있도록 퀴즈가 실려있는 대목이다. 마치 텔레비전의 정보·잡학 버라이어티 쇼나 퀴즈 프로그램 같은 편제이다. 그래서 제목도 지도地圖가 아닌 지도知圖이다.

그 지방 출신 유명 시인의 활동무대를 탐방하는 특집, 약수터 위치를 알려주는 페이지, 심지어 결혼 비율이나 쓰레기 배출량에 대한 것까지 실려 있다. 사진과 일러스트레이션, 표를 많이 이용해 한눈에 정보를 파악하도록 배려했다. 지도는 없고 데이터나 해설이 대부분을 차지하는 페이지가 적지 않다. 쇼분샤에서는 2004년 가을에 발행한 도쿄판에 이어 전국 각지의 생활지도 시리즈를 펴내 좋은 반응을 얻고 있는 중이다.

이러한 정보형 지도책의 인기에 불을 붙인 것은 2002년 세이비도成美堂出版가 발행한 <오늘을 알고 시대를 아는 세계지도>(今がわかる時代がわかる世界地圖)이다. 매년 정보를 갱신하며 누계 50만 부를 판매했다. 세계의 분쟁지역 및 각국의 핵병기 보유량, 에너지 소비량, 프로축구 리그 일람표에 이르기까지 정치, 경제, 환경, 문화, 스포츠 등 68개 항목을 전체 분량의 절반에 걸쳐 비주얼하게 소개했다. 2005년판을 보면 이라크 정세와 미군의 전투 관련 특집 이외에, 각국 정상들의 연봉, 세계 은행 랭킹이나

맥도날드 점포수 등이 실렸다. 같은 타이틀로 출판된 <일본지도>도 27만 부를 돌파할 만큼 인기리에 판매중이다.

아사히신문은 이 지도책들이 잘 팔린 배경으로 야구와 축구 등 해외에서 활약하는 스타급 일본인들이 많아진 글로벌 시대를 맞아 귀에 익지 않은 외국 지명이 미디어에 자주 등장하고 있다는 점, 9·11 테러를 기해 세계 각국에 대한 관심이 높아진 점을 꼽는다.

한편, 쇼분샤판 <세계지도知圖>와 <일본지도知圖>는 각각 37만 부와 30만 부를 판매해 예상 밖의 히트를 기록했다. 쇼분샤판 세계지도에는 일본에 직항편이 있는 세계 주요 도시, 각국의 혈액형 분포 등 잡학 지식정보를 풍부히 담아 즐길 수 있도록 했다. "지도의 표현력을 최대한 살리되, 독자들이 평소에 뉴스 등을 이해하는 데 도움이 되도록 기획된 상품"이라는 것이 편집 담당자의 설명이다(<요미우리신문> 2005.1.19 인터뷰).

3.40대 독자층이 많은데, 교과서 이외에는 처음으로 지도책을 펴본다는 독자들이 많은 것을 보면 '지도의 딱딱한 이미지를 바꾼다'는 전략은 성공한 듯하다. TV 옆의 백과사전 역할을 하도록, 한눈에 알기 쉽게 감각적인 편집을 한 점이 장점이다. 특히 일반적인 지도책의 독자 구성비는 여성이 1할 정도에 지나지 않지만, 이러한 정보지도 분야에서는 4할 정도의 고객이 여성일 만큼 고른 독자층을 확보하고 있다.

✦ 역사지도부터 미래지도, 지진 피난 지도까지 다양

'지도 + 잡학정보' 방식이 아닌 지도의 형태로는 옛 지도와 오늘날의 지도를 비교한 역사지도가 있다. 진본사社가 다수 발행하고 있는 이 분야는, 지난 2003년 에도江戶 막부 개막 400주년을 계기로 에도시대 거리 산책이 유행하기 직전 연도에 발행된 <에도 도쿄 산보>가 8만 부 팔리며 주목을 받았다. 좌측 페이지에 에도시대 지도를, 우측 페이지에는 현재의 위치를 배치하여 대조하도록 편집했다. 눈으로 보고 그치는 것이 아니라 실제로 산책하

며 가이드북으로 이용할 수 있게 함으로써 역사와 건강에 관심이 많은 노년층에게 환영을 받은 것이다. 이 '고지도 라이브러리 도쿄 산책' 시리즈는 주요 역사구간별 별책이 속간되었다. 그리고 역사 소설의 무대를 그린 지도 역시 호평을 받았다. 이 외에도 테코쿠쇼 임帝國書院의 《지도로 보는 쇼와昭和시대의 동향》, APP컴퍼니의 《에도 메이지 도쿄 중첩지도》(DVD-ROM)도 호평을 받았다.

도심 재개발 러시로 매년 풍경이 바뀌는 대도시권 독자들을 위한 미래지도도 등장했다. 이를테면 《도쿄·수도권 미래지도》(成美堂出版), 《미래 간사이關西 원기왕성 지도》(大成出版社) 같은 책이다. 빌딩이나 도로의 건설계획 등이 실려 있어서 일일이 도시 계획 발표를 챙기지 못하는 시민들에게 도움이 된다. 마치 대규모 아파트 분양광고 전단지지를 보는 듯한 즐거움이 있다는 평이다.

지도출판의 호황세로 고무된 것은 지리교육계이다. 작년 2월 일본지리학회 발표한 세계인식에 관한 조사 결과, 전국의 고등학생과 대학생 중 이라크의 위치를 정확히 답하지 못한 비율이 40퍼센트나 되었다고 한다. 이처럼 지도를 보는 능력이 쇠퇴하고, 세계 정세의 급속한 변화로 지도의 유효기간이 짧아지는 가운데 진화된 지도책들이 대중적으로 인기를 끄는 것은 낭보라는 것이다.

일본은 지진의 나라답게 지진 관련 지도책도 많이 팔리고 있다. 《지진재해시의 귀가 지원 지도》를 베스트셀러에 올리며 지도책 기획력을 유감 없이 발휘한 곳은 역시 쇼분샤였다. 지진재해가 발생할 경우 도움이 될 만한 지도책이 필요하다는 발상에서 시작된 이 책은, 루트별로 주의해야 할 유리창까지 표시하며 현재의 상황이나 위치에서 어떻게 도심을 벗어나 교외에 있는 집까지 안전하게 걸어갈 수 있는지를 안내한 울트라 오리지널 가이드북이다. 방재의 날(9월 1일)을 겨냥해 작년 8월 첫 발간한 수도권판이 2개월 만에 51만 부를 돌파하자, 이를 4개 지역으로 세분화해 주변 지역의 화재 위험도, 건물 붕괴 위험도, 지반 강도 등 보행난이도를 추가해 만들었다. 위험한 간판, 블록 담장이나 물 마시는 장소, 벤치까지 표시돼 있다.

쇼분샤는 이제 GPS 시스템을 이용해 상대 휴대폰 소지자의 위치를 지도검색으로 표시해 주는 기능을 작년 말부터 새롭게 선보이는 등 지도출판에서 축적된 DB를 확장시킨 디지털 비즈니스 포트폴리오 구축에 나서고 있다.

인터넷과 카 네비게이션이 발달된 오늘날에도 일본 출판계에서 지도책이 인기를 끄는 데는 뛰어난 기획력으로 새로운 수요를 발굴한 점이 꼽힌다. 사회환경이 급변하면서 출판의 입지가 날로 좁아지는 듯하지만, 그럼에도 불구하고 '미래를 설계하는' 출판인들에게 시장 기회는 얼마든지 있다는 시사점을 주는 일본의 사례다. ■



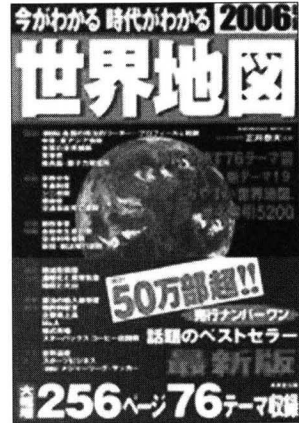
1-1



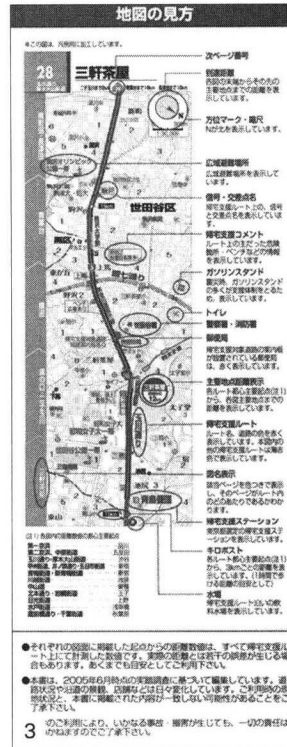
2-1



1-2



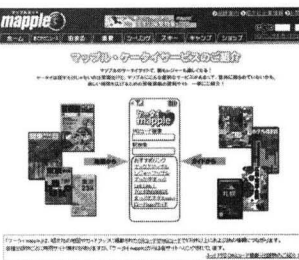
2-2



3



4-1



4-2

1. 쇼분샤의 '나루호도' (과연) 지도 시리즈.
2. 잡학적인 정보지도의 새 장을 연 세이버도(www.seibidoshuppan.co.jp)의 지도.
3. 쇼분샤가 펴낸 테마별 지도 중 하나로 대히트를 기록한 《지진재해시의 귀가 지원 지도》 시리즈. 쇼분샤(www.mapple.co.jp)는 일본의 대표적인 지도 전문 출판사로서 1,600여 종에 이르는 지도와 여행 가이드북을 출판했다. 일반적인 세계지도, 도시지도, 교통지도 이외에 산악지도, 대형 활자 지도, 영문지도, 테마별 지도(자름길 지도 등)가 인기를 끌며 465명의 직원을 두고 171억 엔의 매출을 기록하는 '한 우물 출판'의 성공 신화를 만들었다.
4. 축적된 DB를 이용한 쇼분샤의 여행·레저 지도정보 시스템과 휴대폰용 지도정보 서비스.