

출판시장에서 주목받는 장르로 부상한 코믹 북

글_허선

1990년대만 해도 미국의 코믹 북 시장은 바닥에서 벗어나지 못하고 있었다. 저조한 판매량은 물론 새로운 소재나 질적으로 우수한 만화를 찾아보기 힘들었기 때문이다. 《스파이더맨》, 《X맨》과 같은 유명 만화를 출간했던 마블 코믹스가 파산했고 《슈퍼맨》, 《배트맨》 《원더우먼》 등 슈퍼 히어로 시리즈를 출간하는 DC 코믹스의 베스트셀러는 기대에 못 미치는 판매량을 기록하고 있었다.

많은 사람들은 코믹 북 시장 자체에 대한 존재 여부에 대해 의문을 가지기 시작했다. 그러나 2000년대로 들어서면서 시장 판도에 변화가 생겼다. 코믹 북에 대한 시각의 변화와 더불어 독자층을 넓혀갔고, 소형 독립출판사에서 출간되었던 코믹 북들이 대형출판사를 통해 출판되기 시작했다. 이러한 일련의 코믹 북의 진화는 기존 판매시장에도 변화를 불러일으켰다. 이제 미국 출판시장에서 코믹 북 시장은 더 이상 틈새시장에 머무르지 않고 출판시장에 떠오르는 주요 장르로 인식되면서 하루가 다르게 그 영역과 범위를 넓혀가고 있다.

코믹 북에 대해 달라진 인식

먼저, 세련된 즐거리로 이야기를 풀어나가는 그래픽 노블(Graphic Novel)은 코믹의 한 형태로 주로 장편에 속한다. 보통 길고 복잡한 이야기 전개로 원숙한 독자를 주 타깃으로 하고 있다. 새로운 작가층 등장은 미디어의 관심을 불러일으키면서 독자층을 넓혀가는 것은 물론 코믹 북에 대한 인식의 변화를 가져왔다. 세상에서 가장 영리한 아이, 《지미 코리건(Jimmy Corrigan, the Smartest Kid on Earth)》의 저자 크리스 웨어는 그래픽 노블로는 처음으로 영국의 주요 책 시상식에서 상을 받았을 뿐만 아니라, 코믹 아티스트로는 처음으로 이름 난 휘트니 뮤지엄 아메리카 아트 비엔날레 전시에 초대되기도 했다. 또한 베스트셀러 그래픽 노블

작가 닐 게이먼은 꿈의 신 연대기(The tale of Morpheus)를 다룬 시리즈물 《샌드맨 The Sandman》으로 그래픽 노블 인기에 불을 당겼다. 샌드맨은 1987년 시작되어 1996년까지 75개의 이슈와 더불어 10권의 책으로 출간되었는데 아직도 베스트 셀링 북 중 하나이다. 탄탄한 실력과 새로운 소재로 독자층에게 다가간 그래픽 노블의 등장으로 신문들과 잡지들은 서로 앞 다투어 코믹 북들에 대한 리뷰들을 실었고, 점차 단순한 소개에서 더 나아가 책들에 대한 주제, 내용, 작가나 아티스트에 대한 이야기를 다루기 시작했다. 이러한 변화는 저널, 메인 미디어 <Boston Globe>나 <New York Times> 등의 일요일판, 비평지 그리고 수많은 블로그에까지 이어지게 됐다.

다음으로 어릴 적 부모에게 혼나면서 코믹 북을 접하던 어린아이들이 이제는 자식을 둔 부모가 되어 코믹 북에 대해 긍정적으로 받아들이고 있다. 어릴 적 슈퍼영웅 시리즈물을 보고 비디오 게임을 했던 세대들은 카툰 네트워크를 보며 코믹 북을 즐기는 자신의 자녀 세대에게 코믹 북의 재미를 대물림하고 있다. 오래 곤주 포트랜드 소재의 파웰 북스에 근무하는 그래픽 노블 구매 담당자 게리 도나피는 어린 시절 《울트라맨》에서부터 《스피드 레이스》까지 TV에서 보여주는 모든 것을 섭렵하며 자라왔다. 당시 코믹 북을 실컷 사보고, 애니메이션(anime)을 빌려보는 것이 꿈이었던 그는 코믹 북은 하등 불필요하고 무용지물이라고 생각했던 그의 부모의 생각에 항상 불만을 품어왔다고 한다. 이제 어린 자녀를 둔 부모로서 그가 꿈꿔왔던 현실을 자녀와 함께 나누고 있다.

또한 장르의 다양성이 새로운 고객을 창출하고 있다. 예전에 슈퍼 영웅에만 치우쳐 있던 코믹 북 시장은 그래픽 노블과 같은 새로운 포맷의 시도와 망가와 애니메이션과 같은 외국의 영향으로 더 많은 독자들을 끌어내고 있다. 이러한 구별된 다양성은 성별, 나이, 취향

에 따라 더욱더 세분화되고 있다. 디즈니의 《마녀 시리즈》는 소녀 취향의 망가를 선보임으로써 미국 출판에 새로운 현상을 만들었고, 교육관련 출판사인 스쿨스페셜티 출판사는 인터넷 세대를 타깃으로 교육적 그래픽 노블을, 과학기술 출판사 존 윌리 & 선스는 세의 스피어의 고전들을 망가 스타일로 출간할 예정이다.

코믹 북 시장의 변화

미국의 코믹 북 시장은 점차 전통적인 잡지 모델에서 벗어나고 있다. 코믹 북의 황금시대라 불리던 1930~1950년 초의 탐정코믹이나 액션코믹에서 시작하여 《배트맨》 《슈퍼맨》과 같은 슈퍼 영웅물까지 잡지에 연재물로 실리던 코믹들이 한 권씩 날권으로 판매되는 형태로 변모하고 있다. 이는 한 번 보고 버려지던 일회용에서 벗어나 새로운 포맷으로 이동했음을 말한다.

이에 발맞춰 언제나 팔 수 있는 무언가를 찾는 출판사들에게 코믹 북의 포맷변화는 새로운 기회로 다가왔다. 먼저 랜덤 하우스, 사이먼 & 슈스터와 같은 뉴욕의 대형 출판사들은 빠른 속도로 코믹 출판 현장에 뛰어들었고, 하퍼 콜린스는 미국 도서시장에서 도교팝 망가의 배급을 맡게 되었다. 특히 하퍼 콜린스는 도교팝과 함께 그들의 베스트 셀링 청소년 소설들을 망가화할 것이라고 한다. 결국 이 놀라운 코믹 북의 포맷 변화는 코믹 북의 잠재적 판매를 흥미롭게 만들었을 뿐만 아니라 거의 모든 뉴욕의 주요 출판사들을 그래픽 노블 프로그램으로 이끌었다.

반면 대형출판사의 진출은 코믹 북 산업에도 큰 변화를 가져왔다. 동네 쇼핑몰에 하나 둘씩 있었던 코믹 샵들과 코믹전문 독립출판사들에게 대형출판사들의 코믹 북 산업 진출은 또 하나의 위기로 받아들여지고 있다. 그동안 어려운 가운데서 작가들을 양성해오던 독립출판사들은 자신들의 작가들을 하나 둘씩 잃게 되고, 그동안 겪지 못했던 여러 가지 법률문제로 복잡한 상황에 놓이게 됐다. 또한 동네 꼬마들의 아지트 역할을 톡톡히 해오던 코믹 샵들은 대형출판사들의 판매 전략에 따라 그들의 손님들을 대형마켓이나 체인서점으로 뺏기면서 이제 설 자리를 잃고 있는 실정이다.

뉴욕은 코믹의 나라



점차 좁아져만 가는 우리네 만화시장에 비해 미국의 코믹 북 시장은 새로운 작가 개발, 포맷의 변화 그리고 대형출판사들의 시장진출로 현 도서시장에서 가장 주목받는 장르로 자리 잡았다. 매년 미국 북엑스포에서 코믹 북 부스들이 특별 전시장으로 마련되고 관련 컨벤션의 규모는 해가 갈수록 커져 가고 있다.

최근 뉴욕에서는 코믹 컨벤션이 성공적으로 치러지면서 ‘뉴욕은 코믹의 나라(New York is comics country)’ 라는 말이 나오기도 했다. 이러한 배경에는 우선 독자들의 코믹 북에 대한 끝없는 애정과 지지를 손꼽을 수 있고, 다음으로는 업계의 변화를 두려워하지 않는 과감함이 자리하고 있다. ‘안된다, 어렵다’ 하며 지레 포기하기보다는 성숙한 만화시장의 토양을 위해 작지만 끊임없는 애정과 노력으로 지키고 키워 나간다면 우리네 시장도 성숙을 바탕으로 세계시장으로 뻗어나갈 날도 멀지 않으리라 본다. **이문**