

## 사회적 이슈 기획 도서

# 사회적 관심사의 확대재생산 기획해야

## ‘황우석 · 월드컵 기획’ …분명한 인식과 검증 필요

김성신 출판칼럼리스트

‘기획도서’라는 단어를 흔히 쓰곤 한다. 말하는 쪽도 쉽게 쓰고, 듣는 쪽에서도 어렵지 않게 뜻을 이해한다. 사실 오늘날 출판에 있어서 기획 없이 출간되는 도서는 한 권도 없다. 그런 면에서 생각하면 쓰임새가 좀 이상한 상용어이기도 하다. 아마도 저술가의 원고를 중심에 두고 출간이 이루어지기보다는, 출판사의 출간 목적과 출간 시기의 판단을 우선하며 그 기획에 맞추어 저술이 이루어진 책을 지칭하는 것이지 싶다. 다시 말해 출판기획자가 중심이 되어 트렌드와 당대의 사회적 이슈를 분석하고 이를 바탕으로 기획한 책을 ‘기획도서’라고 보면 되지 않을까. 그런데 때때로 ‘기획도서’라는 이 단어는 ‘시류에 영합하려는 출판사의 상업적 의도가 분명한 책’이라는 혐의를 받는 경우를 본다. 시간에 쫓겨 빨리 만들었으니 그만큼 함량은 부족할 것이라는 독자의 판단이다. 사실 이런 혐의는 우리 출판에 있어서만큼은 과히 틀리지 않은 부분이기도 하다. 우리 독자들은 그런 경우를 이미 여러 번 겪었기 때문이다.

대표적인 예가 ‘황우석 관련 아동서’의 경우가 되지 않을까 싶다. 황우석 신드롬이라 할만한 현상이 나타났을 때, 우리 출판사들은 너무나도 신속하게 대응했다. 2005년 6월부터 11월까지 불과 6개월 만에 쏟아져 나온 황우석과 관련된 아동기획도서들을 보자. 《소를 사랑한 아이, 황우석》(청개구리), 《세상을 바꾸는 과학자, 소년 황우석》(GMDBOOK), 《황우석의 꿈》(동서문화사), 《꺾이지 않는 황소고집, 황우석》(파란자전거), 《세상을 바꾼 과학자 황우석》(자음과모음). 이 같은 책은 이른바 ‘황우석 위인전’이라고도 부를 수 있는 것들인데, 이런 유사한 내용의 아동서 십여 종이 몇 달 사이에 한꺼번에 출간되었다.

과학저술가 김동광씨는 올 초 ‘이상한 나라의 위인전’이라는 글을 통해 “황우석 관련 어린이 책들은 황우석 자신이 쓴 《나의 생명이야기》(효형출판)의 내용을 중심으로 판박이처럼 똑같이 짜깁기 됐으며 일체의 검증 절차도 없었다”고 신랄하게 비판하기도 했다. 비단 황우석 관련서 뿐만 아니라 출판가에서는 이전에도 이런 일들이 여러 차례 반복되었다.

양식 있는 출판인이 많은 시간과 노력을 투여해 한 권의 책을 만들어 내고, 그 결과로 건강한 사회적 이슈를 생산해낼 만한 양서가 나오기라도 하면, 얼마 지나지 않아 어김없이 함량미달의 유사 기획도서들이 주위를 둘러싸고 독자들의 이목을 혼란시킨다. 이는 출판사의 상업지상주의의 결과라고 밖에는 따로 설명할 길이 없다. 한 서점은 올해 초 황 교수 관련 책들을 일정기간 다른 책으로 교환하거나 환불해주는 해프닝까지 벌였다. 이런 모습은 독자들이 우리 책에 대해 품은 혐의의 배경이 되어왔다. 양식 있는 출판인이라면 출간할 책을 고민할 때 분명한 기준을 세워야 할 것이다. 이미 촉발된 독자들의 관심을 다각도로 면밀하게 분석하여 더 높은 단계의 논의가 가능하도록 돕고, 더 많은 독자들이 지적 가치를 공유할 수 있도록 하는 일이 기획의 초점이 되어야 한다. 이런 상황에 대해 출판계 내부에서도 꾸준히 개선점을 찾아왔다. 그리고 그 성과는 최근 출간 러시를 이룬 월드컵관련 기획도서들에서 찾아볼 수 있지 않을까 싶다. 2002년의 경우에 비해서 여러 가지 면에서 개선된 점이 눈에 띄기 때문이다.

2002년 월드컵이 열리기 전까지는 아무도 우리 대표팀이 그렇게까지 좋은 성적을 내면서 모든 국민들을 열광에

빠뜨리게 만들지 아무도 예상하지 못했다. 출판계도 마찬가지였다. 이전의 월드컵시즌에 비추어 '출판 비수기' 정도로만 판단했다. 당연히 2002년 한일월드컵을 염두에 두고 미리 출간된 기획도서는 그리 많지 않았다. '누가 축구를 책으로 읽겠는가' 당시 출판인들의 대체적인 생각이었다. 하지만 우리가 4강에까지 오르자 상황이 반전되었다. 축구에 열광한 독자들을 겨냥한 기획도서들이 한꺼번에 쏟아져 나왔다. 축구의 역사를 설명하는 인문과학서부터, 축구로 인해 변화될 한국사회를 논하는 사회과학서까지, 선수들의 에세이에서부터 히딩크 감독의 리더십을 논하는 처세서까지, 예술서와 아동서까지, 출판사들은 놀라울 만큼 신속하게 월드컵과 축구에 관한 책을 기획했다. 이 중 많은 책들은 베스트셀러 목록에도 올랐다. 그러나 월드컵이 끝나고 불과 한 달여 만에 월드컵 관련 기획도서들은 일제히 베스트셀러 목록에서 빠졌다. 기획의 신속함이 줄속으로 이어진 탓이었다. 이후 뜻 있는 출판사에서 시간을 두고 충실하게 기획한 축구 관련 교양서들도 있었다. 하지만 이렇게 만들어진 고급의 축구관련 기획도서들은 수준이나 함량에는 상관없이 대체적으로 독자들의 주목을 끌지 못했다. 이슈에 단순 소비가 일어났던 것이다.

이슈란 사회를 구성하는 여러 집단들 사이에 이해와 관계성의 상이함으로 논쟁이 촉발된 사회문제를 뜻한다. 어떠한 사회문제가 있고 이에 대한 해결이 필요하다고 주장하는 집단이 있으면 이를 둘러싸고 반대집단과의 논쟁이 발생할 수 있다. 이러한 논쟁이 상당한 규모에 달하면 많은 사람들의 주목을 받게 되는데 이러한 문제를 이슈라고 한다. 오늘날 출판은 끊임없이 이슈를 생산해 내거나 생산된 이슈를 증폭시키려고 한다. 출판사에 있어 성공적인 이슈의 생산은 곧 상업적 성과로 이어지기 때문이다.

최근 출간된 월드컵관련 기획도서들이다. 박지성 선수의 자전 에세이 《멈추지 않는 도전》과 아드보카트 감독의 에세이 《모든 가능성은 열려 있다》(랜덤하우스중앙)같은 축구 관련 유명 인사들의 에세이집을 필두로, 축구에 대한 교양서라고 할 수 있는 《2006월드컵이야기》(문학사상사), 《한국축구 발전사》(살림), 《박지성 휘젓고 박주영 쓴다》(동아일보사), 《축구바보 탈출기》(매일경제신문사), 《투혼》(동아일보사)도 나왔다. 축구에 관한 대중적 관심이라는 시의성을 염두에 둔 기획임에는 분명하지만 충분

한 기획 스케줄을 가지고 만들었기 때문인지 대체적으로 출간의 이유가 분명하게 느껴진다.

아동서의 경우 2002년과 달리 매우 차분하다. 아동서 분야에서는 월드컵을 소재로 활용한 기획도서 자체가 별로 나온 것이 없다. 차범근씨의 딸이 번역했다고 해서 화제가 되고 있는 《공포의 축구단》(아이들판) 정도가 눈에 띈다. 이 책은 독일에서만 300만 부 이상 판매되었고 해리포터를 밀어내고 2년 가까이 아동문학 베스트셀러 1위를 기록했다는 책이다.

이번 월드컵관련 기획도서 중에서 눈에 띄는 분야는 문화 교양서가 아닌가 싶다. 《내면의 여백이 아름다운 나라 독일》(리수), 《고정희의 독일 정원 이야기》(조경), 《독일아리랑》(에세이), 《유시민과 함께 읽는 독일문화이야기》(푸른나무), 《독일문화읽기》(북코리아), 《독일 발견 베를린 감성체험 A to Z》(정보공학연구소) 등등 여러 권이 출간되었다. 에세이, 기행, 역사 등 다양한 형태로 표현된 글이지만 월드컵을 개최하고 있는 나라 독일에 대한 관심을 염두에 둔 기획도서라는 공통점이 있다. 이 책들은 대중적 관심사를 문화에 대한 순수한 지적 욕구로 전환하려는 의도로 기획했다는 점에서 매우 긍정적이다. 어린이 만화책인 《독일에서 보물찾기》(아이세움)도 같은 맥락으로 볼 수 있다. 이런 유형의 기획은 사회적 이슈의 확대재생산이라고 할만하다. 기대치에 비해 아쉬움이 없는 것은 아니나, 대체적으로 우리의 출판문화가 과거에 비해 개선되고 성숙되어 가고 있는 것도 분명하다.

사회적 이슈를 주제로 다양한 관점을 표방하는 기획도서들의 현황과 방향을 황우석과 월드컵관련 기획도서들을 예로 살펴보았다. 기획도서는 '단순히 책을 기획한다'는 차원에서 출판인들에게 이해되어서는 안 될 것이다. 또한 사회적 이슈의 단순 소비가 목적이 되어서는 안 된다. 책을 읽지 않는 사회에 대한 반성은 이런 생각에서부터 시작할 일이다. 출판인이라면 무엇을 위해 책을 기획해야 하는지에 대해 분명한 인식과 끊임없는 자기검증을 해나가야 한다. 한 사회의 궁극적인 발전에 기여하는 건 강한 사회적 이슈를 생산해 내고 이를 증폭시켜야 하는 기획도서의 역할에 대해 쉽 없는 성찰과 고민이 필요하겠다. ☞