

# 출판계 여름 출간, 치열한 경쟁 예고

휴가철 겨냥한 소설, 대중교양서 위주

'대작' 발표는 뜸 들이기

일반적으로 6월은 출판사들의 움직임이 바빠지는 시기이다. 직장인들의 황금 휴가와 학생들의 방학이 있는 7-8월 여름시장은 일년 중 손꼽는 성수기이기 때문이다. 그러나 2002년 한·일 월드컵 이후 4년 만에 되살아난 '월드컵 신드롬'으로 인해 올해 6월 출판시장은 폭풍전야와 같은 고요함이 감돈다. 교보문고는 5월 대비 6월의 신간 입고율이 15% 감소했다는 통계를 전했다. 출판사들의 이같은 출간 기피 현상을 두고 출판영업인들 사이에는 늦여름에 일어날 '출판계 스타워즈론'이 조심스럽게 나오고 있다.

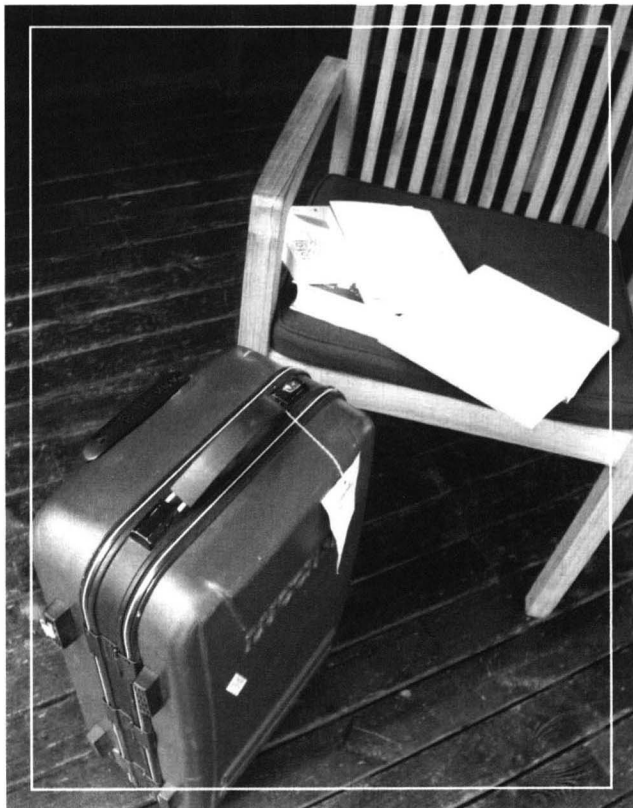
한 출판인은 "월드컵 시즌 동안 출판계 물밑 움직임이 심상치 않다. 이미 필름 편집, 교정이 다 끝나고 출간만 하면 되는 책들이 모든 진행을 멈추고 출간 시기 늦추고 있는 경우가 상당수 있다."고 전했다. 특히 우리나라의 16강 진출여부가 결정될 때부터 휴가철인 8월 말 까지 눈치 작전이 심할 것으로 예상하고 있다. 출판사 내부적으로도 신간 출시일에 서로 다른 양상을 보이는 경우가 있다. 한 출판사는 편집부의 강력한 주장에도 불구하고 경영진과 마케팅부서의 판단아래 출간시기를 늦추기도 했다.

보통 여름은 소설류가 강세를 보이지만 2004년부터 시즌별 유행도서의 경계가 무너지고 있다. 출판시장의 침체가 지속되면서 '언제나 불황이고 언제나 비수기'라는 인식이 늘어나고 있어 '시기별 호황 도서류가 명확하다'는 기본적인 출판계 속설에 이제는 구애받지 않는 실정이다. 하지만 출판사 마다 기대를 안고 야심차게 준비하는 '대작'들은 시장동향을 철저히 분석해 시기를 조절하는 편이다.

《영국 연인》《끓주린 여자》 등으로 국내에 알려진 중국 여성작가 홍잉의 신작을 준비중인 한길사의 강옥순 주간은 "학술서 위주로 책을 내고 있지만 여름 시즌을 겨냥해서 소설과 대중 교양서 출간에 중점을 뒀다"고 전했다. '카사노비스트'(카사노바의 그런 자유정신을 뒤따르는 사람)를 자처하는 김석희 선생이 카사노바의 자서전 가

운데 가장 중요한 장면만을 골라 옮긴 《카사노바 1~3》(원제: 《나의 인생 이야기》Histoire de ma vie)도 잇따라 출간할 예정이다.

휴가철을 맞아 모처럼 여유시간을 갖게 된 직장인들을 겨냥한 책들도 봄을 이룰 것으로 예상된다. 어학과 실용서 분야를 중심으로 10여 권의 책을 준비 중인 김영사는 《기업이 원하는 변화의 리더》등으로 인기를 얻는 작가 존 코터의 최신작을 비롯해 '인생전환'을 꿈꾸는 현대인들의 구미를 당기는 우화형 자기계발서를 준비중이라고 밝혔다. 김영사 편집부 김윤경 과장은 "메시지 형식의 우화형 도서는 출판사별 경쟁이 치열해 출간 전부터 기획서한 장만으로도 경쟁사 사이에서 소문이 무성할 정도"라고 말하면서 "그래도 독자층이 넓어져 너도나도 출간을 앞두고 있다"고 전했다. 이 밖에 해외 번역서 보다 인문, 역사서 등 국내저자의 저작들을 준비하는 김영사는 "월



드컵이 끝나고 다시 업무로 복귀한 직장인들을 위해 거부감 없이 읽히는 책에 주력할 예정”이라고 말했다.

21세기 북스 역시 자기계발서에 관심을 두고 있다. 《행복한 이기주의자》의 작가 웨인 다이어의 〈Pulling Your Own Strings〉를 번역한 《너만의 활시위를 당겨라》(가제)와 《느낌 좋은 첫인상: 그에게 끌리는 7가지 이유》을 출시 예정 중에 있다.

영화 개봉과 맞물려 초대형 베스트셀러로 등극한 소설 《다빈치 코드》의 인기 여파는 소설시장의 ‘팩션’ 열풍을 이어나갈 조짐이다. 여기에 TV 방영 인기에 힘입어 드라마 원작소설 들도 출간 경쟁이 확대 될 전망이다. 이와 관련 김영사는 〈오메가 스크롤〉이라는 팩션소설과 7월 방영 예정인 SBS 사극 “연개소문”의 원작 《오국사기》를 함께 선보일 예정이다.

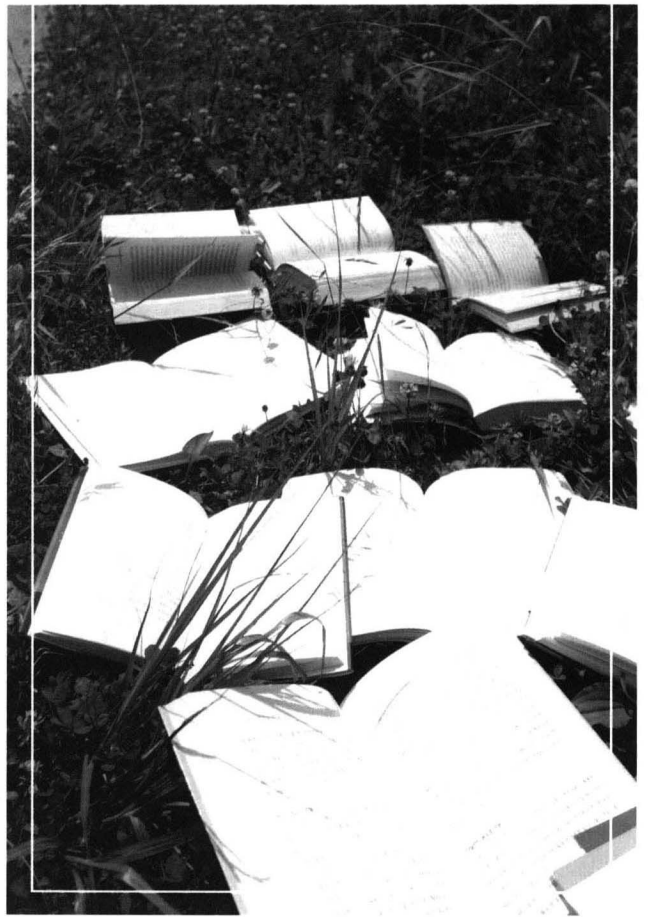
여름 방학 시즌에 현저한 판매 상승율을 보이는 분야는 역시 아동도서와 어학교재다. 방학이 시작되는 7월은 새로 기획되는 시리즈 도서의 시장진입과 인지도 올리기 위해 주력해야하는 시기로 주목되면서 아동물 출판사들의 관심이 집중되고 있다.

《마법천자문》으로 학습시장의 돌풍을 일으킨 아울북은 마법천자문의 12권 출시와 연계 한자 시리즈물, 토이북 형식으로 접근해 학습효과를 얻을 수 있도록 한 게임북 《매직큐 시리즈》를 기획중이다. 여름방학에 첫 선을 보이고 연말까지 50권을 출간할 것이라고 전했다.

비수기 대비 판매율이 50%나 신장하는 여름 방학에는 이지 학습, 에듀테인먼트를 표방하는 학습물이 강세를 지속할 전망이다.

어학교재 출판사들은 대학생들의 여름방학을 겨냥해 눈치작전이 한창이다. 지난 5월 토익문제 유형과 난이도가 대폭 변화되면서 토익교재를 출간하는 출판사들은 더욱 긴장하고 있다. 새로운 교재를 출시예정인 출판사 한 관계자는 “어학분야는 기본 10만 이상이 팔리는 규모가 큰 시장이다. 요즘 뉴토의 참고서들은 월드컵이 끝나기만을 기다리고 있는 실정이다. 시험제도가 바뀐 것도 원인 이지만 6월엔 수험생들이 전혀 책을 사지 않기 때문에 출간시기를 모두 미루고 있다.”고 전했다.

여름시장의 빅뱅을 예상하는 출판사들은 홍보 마케팅 전략에도 고심하고 있다. 자사의 도서라 할지라도 출시일이 명확치 않아 서점이벤트, 광고매체 선정 등 연계 마케팅 집행을 위해 시장 추이 변화에 한시도 눈을 뗄 수 없다. 다른 제품보다 시장에서의 우위 선점이 판매율에 큰



영향을 미치는 출판계로서는 홍보시기를 정하는 일이 가장 민감한 사항이기 때문이다. 열린책들의 김영준 편집장은 “어떤 책이 나올지는 마케팅 극비 사항이다. 기획하고 있는 책들이 예상시기에 나올 수 있을지가 의문”이라고 말했다.

반면 이같은 출간경쟁 기피현상과 달리 오히려 시장 변화에 따른 불황기나 잠정적 휴지기(비수기)에 새로운 책을 기획하는 출판사들도 눈에 띈다. 위즈덤하우스는 최근 《어린이를 위한 배려》를 출간하고 본격적인 마케팅에 돌입했다. 한 관계자는 “특별히 출간 시기를 조절하지 않는다. 오히려 경쟁이 뜸할 때, 비슷한 경쟁도서들이 출간을 쉬고 있을 때 낼 때도 있다. 그러면 생각보다 독자들 눈에 잘 띄는 경향도 있고 출간 사이클에 맞춰 홍보를 할 수 있어 좋다”고 전했다.

월드컵으로 인해 시기적으로 촉박하게 시장에 진입하는 책들은 독자들의 관심이 책으로 돌아오는 시간과 검증 기간까지 더해져 난항을 예고하고 있다. 이런 상황은 출판계 전체에도 영향을 끼친다는 분석이다. 한 출판영업인은 “월드컵 시즌을 지내고 출판계 매출이 선순환이 되려면 적어도 연말까지 시간이 필요하다.”고 전망했다. ■

취재 송보경 기자 | 사진 박신우 기자