

부산에서 바라본 지역출판미디어 산지니 사례

강 수 걸*

I. 들어가며

필자가 출판활동을 하는 부산은 출판보다 부산국제영화제로 유명하며 서울에서 KTX로 2시간 거리에 위치한 도시이다. 부산에서 산지니란 출판사를 2005년 2월에 창업하면서 지역에서 출판창업 및 운영이 얼마나 어려운 길인가를 스스로 자문한 기억이 있다. 지역 출판사를 경영하면서 계속 어려움에 부딪히고 있지만, 만 5년이 지난 이 시점에서 그동안 생각을 한 번 정리한 것이다.

먼저 대한민국 헌법은 국민의 권리로 출판의 자유를 규정하고 있다.

제21조 ① 모든 국민은 언론·출판의 자유와 집회·결사의 자유를 가진다.

② 언론·출판에 대한 허가나 검열과 집회·결사에 대한 허가는 인정되지 아니한다.

③ 통신·방송의 시설기준과 신문의 기능을 보장하기 위하여 필요

* 산지니 출판사 대표

한 사항은 법률로 정한다.

- ④ 언론·출판은 타인의 명예나 권리 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하여서는 아니된다. 언론·출판이 타인의 명예나 권리를 침해한 때에는 피해자는 이에 대한 피해의 배상을 청구할 수 있다.

1987년 6월 항쟁의 결과물로 탄생한 현행 헌법은 20년 이상 지속되고 있다. 한국사회에서 전두환 5공화국의 청산은 언론과 출판을 급속히 성장시키는 계기로 작용했다. 특히 출판은 5공화국 기간 동안 출판사의 등록을 허용하지 않았던 것을 1987년 10월 19일부터 다시 허용함으로써 2천5백94개의 출판사(서울 1726, 그 외 868)가 1990년 5월 기준으로 5천3백84개의 출판사(서울 4201, 그 외 1183)로 급증하였다. 한국사회에서 민주주의의 진전에 따라 그동안 억압되었던 사상의 자유를 구현하기 위한 몸부림이 인문사회과학 출판의 홍수로 이어졌다. 1986년에 대학을 들어간 필자도 학교 앞 사회과학서점에서 다양한 책에 문혀 학교생활을 보내었다. 억압적 정치 환경에도 부산에서는 사회운동의 일환으로 ‘친구출판사’가 만들어져 베트남 학생운동을 다룬 『사이공의 흰옷』이 전국적으로 판매가 되면서 부산출판을 다른 지역에서 기억하게 하였다. 그러나 90년대 소비에트의 붕괴와 학생운동의 약화는 사회과학서점의 소멸로 이어졌고 지역에서 유의미한 출판행위가 사라지는 계기로 작용하였다.

예외적 경우도 있었다. 1991년 대구에서 만들어진 녹색평론은 잡지를 중심으로 단행본을 전국적으로 판매한 경우다.(지금은 녹색평론이 서울에서 출판 활동을 하고 있다. 김종철이라는 문학평론가의 혼이 들어간 환경운동적 출판 행위를 하고 있는 경우로 이에 대해서는 객관적 평가가 필요하다.) 그리고 서울을 제외한 지역에서 문학잡지를 중심으로 하는 문학출판이 소규모로 생겨나고 또 사라져갔다. 한편 1997년 외환위기는 각종 규제 철폐로 인해 출판사 설립이 등록제로 변경이 이루어지면서 2000년대 1인 출판이 가능할 정도로 양적 팽창의 계기가 되었다.

II. 부산지역의 출판현황

부산일보 문화부 기자들이 함께 쓴 『신문화지리지』(2010년 5월 산지니 발간)에 나오는 부산지역 출판에 대한 글을 인용하는 것으로 전반적인 부산지역의 출판현황을 파악하고 그다음에 지역출판사 앞에 놓여있는 과제들을 하나씩 검토해보자.

무려 960여 곳. 부산 16개 구·군에 등록된 출판사 숫자다. 이렇게 많은가 싶어 각 구·군의 등록현황을 몇 번씩 확인했다. 맞다. 그런데 의문이 든다. 부산에서 그렇게 많은 책들이 만들어지는가? 여기에는 시선의 꽤 큰 굴절이 필요하다. 현재 부산지역에서 책이 얼마나 만들어지는지 정확히 알 수 있는 곳은 없다. 문화관광부, 국립중앙도서관, 대한출판문화협회를 비롯해 구·군청 등 각종 기관을 통해 봐도 지역별·출판사별 출판 집계는 이뤄지지 않는다는 답변만 듣게 된다. 부산지역 출판계 몇몇 인사에게 문의한 결과 부산에서 그나마 지속적으로 책을 만들어 내는 곳은 손가락으로 꼽을 정도란다. 해성, 작가마을, 전망, 열린시, 말씀, 세종출판사, 푸른별, 산지니, 비온후, 빛남썬이 그들이 추천한 출판사들. 사실 국내에서 매일 쏟아지는 수백 종의 책 가운데 부산 출판사의 것은 찾아보기 힘들다. 참고로 대한출판문화협회는 전국 2만 7천여(문화관광부 2007년 12월 기준 자료) 출판사 중 90% 이상이 1년에 책을 한 종도 내지 않은 것으로 추정하고 있다. 출판사 숫자가 많은 것은 출판업이 신고 업종이라 특별한 시설이나 규모에 대한 검증 없이 사업자 등록이 가능하기 때문이며, 특히 인쇄업을 하는 이들이 출판업을 함께 신고하는 경우가 상당수인 것이 현실이다. 당연히 대부분 출판사들은 영세성을 면치 못하고 출판에 대한 뚜렷한 목적의식도 없다 보니 무실적의 출판사가 난립하게 되는 것이다. 인구 360만 명의 대도시에 출판사다운 출판사가 고작 10여 곳이라는 게 부산 출판의 현주소인 것이다. 지역 출판계는 “한마디로 위기”라고 한탄한다. 부산 출판이 위기인 것은 먼저 독서문화의 전반적인 퇴행에 따른 시장 침체가 근본 원인이다. 부산 시장만으로는 비전이 없는 것이다. 전국을 대상으로 해야 하는데 그러기에는 유통에 따른 비용 부담이 만만치 않다. 부산의 산지니출판사 강수걸 대표의 말이다. “가령 정가 1

만 원의 책을 발간할 경우, 서울의 출판업체에 6천 원에 넘긴다. 출판업체는 그 책을 6천500원에서 7천원 사이에 각 서점에 넘긴다. 정가의 5-10% 정도 금액이 출판사에 주는 유통대행 수수료인 셈이다. 거기다 재고를 보관할 창고도 운영해야 한다. 그런 물류비가 또 정가의 5-10%를 차지한다. 결국 전국을 대상으로 할 경우 지역 출판사는 정가의 10-20%를 추가로 치러야 하는 것이다.” 사정이 그렇다 보니 지역의 영세한 출판사들은 전국의 대형 서점 진출은 업무를 내지 못하게 되고, 어쩔 수 없이 지역 서점과의 직거래를 선호하게 되는 것이다. 지역 출판사가 전국을 대상으로 하는 큰 출판사로 나서지 못하는 것은 그런 이유가 크다. 문제는 지역 서점의 상황도 어렵기는 마찬가지라는 것. 현재 부산시서점조합에 가입해 있는 부산지역 서점은 250여 곳. 하지만 교보문고 등 서울의 대형 서점들이 잇따라 부산에 진출하면서 부산의 향토서점들은 점점 설 곳을 잃어가고 있고, 그 영향은 지역 출사들에게도 그대로 옮겨지는 현실이다. 해결책은 없는 것일까? 지역 출판계에서는 다양한 방안이 제시되고 있다. 출판사들의 오랜 염원인 도서정가제야 국가적 차원에서 해결할 문제고, 지역에서는 최근 새롭게 제기되는 것이 부산출판기금 조성이다. 일정한 기금을 모아 그것으로 지역 우수도서를 선정, 지원하는 제도를 수립하자는 것이다. 우수도서 선정에 따른 논란의 여지가 있지만 충분히 검토해볼 문제다. 도서출판 해성의 김성배 대표는 “부산문화재단의 설립으로 좋은 조건은 만들어진 셈이다. 관 주도의 소액다건의 나눠주기식 관행이나 단체 위주의 지원금 할당보다는 지역 출판과 독서 활성화를 위해 집중적이고 지속적인 기금 조성이 이뤄져야 한다”고 목소리를 높였다. 김 대표는 그 밖에도 ‘노인 독서 운동’, ‘1사(社) 1책 읽기 운동’ 등도 전개할 것을 제안했다. 부산의 공공도서관들이 자료 구매 시 지역 출판사의 책을 일정 정도 의무적으로 구매케 하는 방안도 조심스레 나오고 있다. 한국도서관협회 부산협의회에 따르면 부산에는 현재 공공·대학·전문 도서관이 모두 80여 곳 있는데, 이들 도서관이 지역에서 나오는 책들을 소화해준다면 지역 출판계에 큰 활력이 될 수 있을 것이라는 이야기다. 산지니 강수걸 대표는 “일본에는 지자체 공공도서관들이 해당 지역 출판사의 초기 출판분 중 일정 부분을 의무적으로 구입하는 규정을 도입한 후 지역 출판사가 급증한 것으로 알고 있다”며 “부산에서도 시나 교육청에서 그와 같은 규정을 만들어 지역 출판을 활성화시킬 필요가 있다”고 밝혔다. 상황은 열악하지만 그 속에서도 묵묵히 책을 만들어 내는 출판사가 부산에도 분명 있다.

2001년에 설립된 미디어줌. 직원이 모두 10명인 작은 회사지만 해마다 5-10종의 책을 내고 있다. 이 출판사의 박미화 대표는 “열악한 여건에서 악전고투하고 있다. 출판사도 제대로 된 책을 만들어 내야 하겠지만, 잘못된 현재의 출판 유통 관행이 먼저 상당부분 개선돼야 한다”고 말한다. 힘겨운 상황이지만 제도적 지원이 이뤄진다면 출판업도 충분히 가능성이 있다는 믿음에서다. 여하튼 부산에서도 책은 만들어지고 유통되고 읽힌다.

1. 지역출판미디어의 과제 1: 유통

지역에서 출판을 하다 보면 가장 어려운 일 가운데 하나가 유통이다. 익히 알려진 출판사의 책이나 베스트셀러는 전국 어느 서점에서나 환영받는다. 그렇지 않은 책은 잘해야 한두 권, 그마저도 거절당하기 일쑤다. 이런 현상은 작은 서점일수록 두드러진다. 서점에 책이 공급되었다고 해도 독자들의 눈에 잘 띄는 매대에 책을 진열해 놓는 경쟁에서 지역출판사는 밀릴 수밖에 없다. 정기적으로 서점을 방문하여 자사 출판물을 관리할 수 있는 영업사원을 두기 힘들기 때문이다. 서점에 출판사의 인지도를 높이려면 최소 한 달에 2~3종의 신간을 출간해야 하고, 이것이 어느 정도 팔려야 그나마 영업사원 한 명이라도 둘 수 있다. 이 모든 것이 지역 출판사로서는 쉽지 않은 일이다.

‘2009 한국출판연감’에 따르면, 2003년부터 2007년까지 서울의 서점은 474개에서 380개로 줄었다. 광주는 197개에서 116개, 대전은 192개에서 121개로 각각 줄었다. 이 가운데 작은 서점들의 상황은 더욱 심각하다. 2003년 914개이던 전국의 10평 미만 서점이 2007년에는 138개로 급감했다.

이처럼 전국의 작은 서점이 연평균 200개 가까이 사라지는 데 반해 2004년 전체 도서시장(2조 3,485억 원) 매출의 15.9%를 차지하던 인터넷 서점의 매출은 2008년에 전체 시장(2조 5,840억 원)의 31.9%로 크게 늘었다. 오프라인 서점 가운데서도 교보문고와 같은 큰 서점 하나의 시장 점유율이 17.3%를 차지할 정도로 양극화가 심해졌다.

필자가 「지역서점이 살아야 지역경제도 지역문화도 산다」(서점신문 1010년 4월 9일 제231호)는 글에서 말한 것처럼 한국의 출판유통은 온라인 서점의 급성장과 오프라인 서점의 몰락으로 표현되는 소수 과점화에 직면하고 있다. 이런 현실은 미래의 한국독자들에게 한국출판의 괴멸로 나타날 것이다. 지역서점들의 몰락은 지역문화를 죽이는 일이다. 지역서점들이 건재해야 지역경제가 살고 지역문화에 투자도 한다. 온라인 서점에서 독자들이 구매하는 이유는 완전한 도서정가제가 안 되고 있기 때문이고 할인 및 마일리지를 용인하기 때문이다. 이를 개선하는 것이 지역출판사와 지역서점이 살아날 수 있는 방법이다.

단기적으로 지역출판사가 전국적으로 유통을 하려면 하나의 총판에 일원화를 통해 유통 리스크를 줄여야 한다. 직거래 서점수의 최소화는 발행부수를 줄이고 제작비용을 최적화하는 시발점이다. 전국의 모든 서점과 위탁거래를 하기보다 필요할 경우 현금거래를 하는 것도 힘이 약한 지역출판사에게 꼭 필요한 부분이다. 전국적으로 존재하는 유통의 구조를 먼저 인정하고 지역의 거점서점과 지속적으로 협력을 모색해야 한다.

2. 지역출판미디어의 과제 2: 출판미디어로 독자와 소통하기

먼저 미디어는 표현수단임과 동시에 전송수단을 가리킨다. 인터넷의 등장으로 출판미디어는 책이라는 전송수단을 넘어 더 확장된 전송수단을 획득하게 되었다. 과거라면 라디오와 텔레비전의 사업영역이던 오디오 콘텐츠와 동영상 콘텐츠가 디지털 기술의 급속한 발전에 힘입어 출판미디어의 사업영역으로 전환되고 있다.

한편 콘텐츠란 다양한 매체에 의해 전달되는 텍스트를 일반적으로 가리킨다. 여러 콘텐츠 가운데 출판콘텐츠는 독자의 문제를 해결해주는 지식의 형태를 취하고 있다. 책이라는 공간에 한정된 지금까지의 출판방식을 ‘공간의 출

판'이라고 한다면 다른 미디어와 자유자재로 결합하고 분리하는 앞으로의 출판방식을 '흐름의 출판'이라고 정의할 수 있다.

공간의 출판이란 공간적 구획을 통해 내부와 외부로 확고하게 가르며 작동하는 폐쇄적인 출판시스템을 말한다. 특히 흐름의 출판에서 출판은 일방향의 표상적인 미디어여서는 안 된다. 출판미디어는 다양한 종류의 활동이 결합되어 콘텐츠를 함께 생산해내는 쌍방향적 생성의 미디어야 한다.

출판콘텐츠의 생산, 유통, 소비 패러다임이 급속히 변화되고 있다. 변화의 방향을 요약정리하면 다음과 같다. 첫째는 쌍방향성 변화이며 둘째는 다양성 변화이며 셋째는 장기성 변화이다. 이런 변화는 지역출판인들에게 온라인에서 적극적인 블로그 활동과 오프라인에서 독자와 만나는 활동의 중요성을 환기시킨다. 그것은 소수의 대규모 자본으로 과점화가 급속히 진행되고 있는 한국출판 현상 속에서 생존을 위협받고 있는 지역출판사가 위기를 극복할 수 있는 또 하나의 방법이다. 산지니의 경우를 예를 들면 지역에 있는 인문학 카페 『백년어서원』에서 매달 저자와 독자가 만나는 시간을 정기적으로 가지고 있으며, 블로그를 통해 온라인 독자들과 소통하고 있다.

3. 지역출판미디어의 과제 3: 지역사회와 연대 및 소통

무엇보다 지식산업의 핵심 주체인 출판사들의 내부에서 발상의 전환이 요구된다. 지금까지 출판사는 책만 잘 만들어내면 경쟁력이 있었다. 그러나 앞으로 출판사는 콘텐츠를 생산, 유통, 소비하는 중심거점이 되어야 한다. 다시 말하면 출판사는 책을 펴내는 곳이기도 하고 서점이기도 하며 도서관이기도 하고, 미디어이기도 하고, 지역문화 창달의 커뮤니티이기도 해야 한다는 말이다. 지역에 존재하는 작은 도서관과 결합하고 공공도서관 사서들과 소통에 적극적으로 나서야 한다. 그리고 지역의 신문과 방송 등 지역 언론과 인적, 물적으로 결합하여야 한다. 서울과 달리 부산에서는 이런 활동이 수월한 편이다.

산지니의 경우 지역의 미디어 종사자를 저자로 결합하여 출판한 경험이 많은 편이다. 하지만, 조금 더 전략적으로 바라보며 의식적으로 결합하고자 더 노력하여야 하는 과제도 있다. 또한 지역정부에 정책적인 제언을 통해 지역정부가 출판정책을 만들도록 계속 촉구해야 하는 과제도 있다.

4. 지역출판미디어의 과제 4: 출간목록의 업데이트와 적극적 홍보

출간 목록 만들기는 출판사의 장점을 최대한 살리면서 출판사의 신뢰와 명성을 쌓는 과정이며 효과적인 생존과 단계적인 성장의 길을 여는 과정이다. 김학원(휴머니스트 대표)은 『편집자란 무엇인가』라는 책 11장 도서목록을 어떻게 개발하고 확장하는가에서 한국출판에서 소홀히 평가되고 있는 출간목록의 중요성을 논리적으로 정리하고 있다. 목록 만들기가 왜 필요한가를 정의하면 아래와 같이 요약 정리할 수 있다.

- ① 출판사의 브랜드 가치를 높일 수 있다.
- ② 저자 섭외에서 경쟁적인 우위를 가질 수 있다.
- ③ 일정 수준 이상의 원고를 잡을 수 있다.
- ④ 서점의 진열과 홍보, 판매, 수급에 유리하다.
- ⑤ 비용, 투자의 효율성을 높일 수 있다.
- ⑥ 충성도가 높은 고정 독자층을 확보할 수 있다.
- ⑦ 안정적인 경영, 예측 경영이 가능하다.
- ⑧ 기획, 편집, 홍보, 마케터의 전문성과 경쟁력을 갖춘다.
- ⑨ 편집장의 브랜드 가치를 높인다.

산지니의 경우도 출간목록을 만들어 메일로 발송을 하기도 하고 오프라인 독자에게 제공을 하기도 한다. 물론 책 만들기에라도 시간이 부족하여 출간목록

은 분기에 한 번씩 업데이트를 하고 있었다. 올해 들어 출간목록의 전략적 중요성에 출판사 식구들이 인식을 같이하고, 지난 5월에 체계적으로 정리된 목록을 만들기도 하였다.

III. 마치며

기존질서에서 불이익을 받는 집단이 변화를 주도해 기존의 게임법칙을 바꾸려고 노력해야만 한다. 특히 세상의 변화는 중심이 아니라 약한 고리인 변방에서 일어나지 않았다. 지역출판미디어도 서울중심의 출판을 극복하기 위해 더 적극적으로 노력해야 할 것이다. 끝으로 일본의 성공한 지역출판미디어의 공통점은 산지니를 비롯한 지역출판미디어의 나아갈 방향에 참조가 될 것이다. 첫째, 창업이념과 원칙을 지킬 것. 둘째, 틈새시장을 찾아 공략할 것. 셋째, 가능한 일과 불가능한 일을 냉정히 판단하고 대응할 것. 넷째, 사람과 그 인연의 소중함을 잊지 말 것.