기획특집 — 정보 사회에서 출판의 진로 모색

양적 팽창에 침식된 정보산업

Ⅰ. 들어가는 글

출판의 매체는 크게 단행본, 교과서, 잡지의 세 형태로 나눌 수 있다.

이 중 교과용 도서와 잡지는 나름대로의 특수성과 독자영역이 대체로 고정되어 있다는 점에서 매체로서의 위상을 지켜나가는데 큰 어려움이 없다. 하지만 단행본은 불특정 다수로만 정의되는 독자층을 대상으로 하는데다 각종 첨단매체와의 경쟁에서까지 고전을 면치 못하는 까닭에 상대적으로 열악함을 극복하지 못하고 있다.

더구나 1997년으로 예정된 출판시장의 전면개방은 그나마 명맥을 유지하는 데 애를 먹고 있는 대다수 출판사들에게 치명타를 입힐 것이 확실해짐에 따라 우리나라의 출판상황에 암울한 빛이 짙어지고 있다.

이 글에서는 위기에 봉착한 우리의 출판현황과 문제점을 총체적으로 점검해 보고, 뉴미디어로 상징되는 정보사회에 있어서 커뮤니케이션 수단으로서의 출판이 지금까지 누려온 매체로서의 위상을 회복하기 위해 나아가야 할 길은 무엇인지 살펴보고자 한다.

Ⅱ. 기원과 문화발전

맥루한은 "인류의 역사란 인간의 기능과 역할을 확대하기 위한 도구나 기술매체의 발달사"라고 하였다. 이 말을 좀 더 쉽게 이해하기 위하여 현대에 이르기까지의 매체를 발전단계별로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 문자를 손으로 써서 직접 전달하거나 사용했던 시대. 물론 문자의 발명 이전에도 새끼줄을 엮어 의사표시를 했던 키프스(quipus)나 조개껍질을 이용한 완편(wanpum)과 같은 단순한 의사전달수단이 존재하기도 했다.

둘째, 종이에 활자를 이용하여 정보를 기록하고 전달했던 인쇄매체 시대.

셋째, 음성이나 영상으로 정보를 신속하게 전기와 전파를 이용해 전달하는 전기·전파매체 시대.

넷째, 기존의 매체가 정보처리(컴퓨터)와 통신과 결합하여 종합적으로 구현되는 정보통신매체 시대.

그런데 이처럼 눈부시게 발전되어 온 매체의 역사에 비추어 볼 때, 출판은 아직도 제2단계인 종이와 인쇄술에 의한 정보전달의 수준을 크게 벗어나지 못하고 있다. 불과 1백년 미만의 짧은 역사를 가지고 있는 전파매체는 종래의 커뮤니케이션 형태와 사회체계에 엄청난 변화를 가져왔으며, 결국에는 인쇄매체가 오래도록 누려온 매체로서의 중심위치까지 빼앗고 말았다.

모든 지식과 정보의 창고로서 책을 애용해 온 독자들이 점차로 책을 외면하고 첨단화된 대중매체로만 눈길을 보내고 있는 것이다. 그렇다면 이러한 현상을 초래한 요인은 출판의 내부에서 찾아야 할 것인가, 아니면 전적으로 외부의 상황에서 비롯된 것인가?

이에 대한 해답은 그리 간단치만은 않을 것이다.

그것은 어쩌면 그 모든 외기상황의 도래를 제대로 파악하지 못하고 적절히 대응하지 못한 출판관련자 모두의 책임일 수도 있고, 정책적으로 다각적인 대책마련이나 환경조성에 힘쓰지 않은 외부의 어떤 요인 때문일 수도 있기 때문이다.

Ⅲ. 현황과 문제점

출판은 위에서 살펴 것처럼 오랜 역사와 전통을 가지고 있으며, 문화가치의 창조와 전승, 그리고 보존이라는 기능을 훌륭하게 수행하여 왔다.

산업분류상 종이·인쇄 등과 함께 제조업에 속하는 우리의 출판은 근대산업화 과정 이후 발행종수를 기준으로 한 양적인 면에서는 선진국에 결코 뒤지지 않는 괭창을 거듭해 왔다.

그러나 제작환경과 기술, 그리고 분배체계가 근대 이후에 급속함으로써 질적인 면에서는 비합리적이 발전되어 왔다고 할 수 없다. 그것은 출판의 생산주체인 출판사의 현황만을 점검해 보아도 여실히 증명된다.

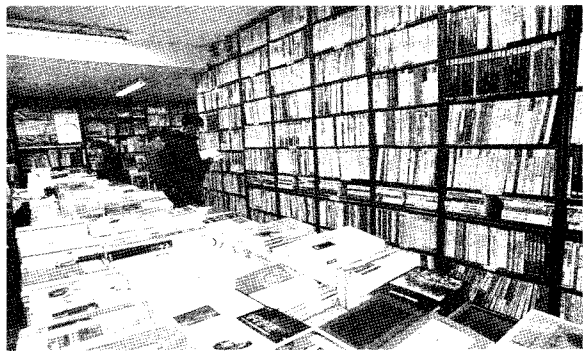
문화부 통계에 따르면 1986년도에 2천6백35개사이던 출판사의 수가 1991년도에는 6천7백99개사로 늘어났다. 출판등록자유화조치 이후 최근 4년 동안 2배 이상 증가하는 괄목할 만한 성장을 가져온 것이다.

그러나 그것을 십적별 출판사 추이로 살펴보면 심각한 문제점을 안고 있음이 드러난다. 우선 1991년도까지 등록된 6천7백99개의 출판사 중 지난 1년동안 책을 단 1권도 내지 못한 무실적 출판사가 무려 59.7%에 해당하는 3천7백62개사에 이르고 있다.

게다가 연간 10종 미만의 실적에 불과한 출판사가 전체의 30% 이상으로 나타나고 있어, 1백종 이상을 출판한 업체가 1%선에 머문다는 것과 비교했을 때 전체 발간종수면에서 출판사 간의 격차와 불균형이 얼마나 큰가를 알 수 있다.

한국출판연구소에서 실시한 '한국출판업 실태조사연구'에 따르면, 1990년 현재 우리나라 출판사들의 자산규모 역시 전체의 36.8%가 1억원 미만이며, 1억원대가 19.9%, 2억원대가 11.5%로 나타나 2억원대 이하가 전체의 68.2%를 차지한다.

그런데 10억원대 이상의 출판사도 14.9%로 나타나 출판사 간의 격차가 매우 심한 것은 물론, 다른 산업 분야와 비교해 볼 때 대체적으로 영세한 수준임이 드러난다. 그렇다면 많은 출판사들이 등록을 해놓고도 제대로 책을 펴내지 못하고 적절히 대응하지 못한 출판관련자 모두의 책임일 수도 있고, 정책적으로 다각적인 대책마련이나 환경조성에 힘쓰지 않은 외부의 어떤 요인 때문일 수도 있기 때문이다.



◇ 제작 및 분배·유통의 첨단화에 모든 출판계가 동참하여 능률적이고 합리적인 정보산업으로서의 출판시대를 열어나가야 한다

비효율적 경영, 열악한 제작기술 등이 출판의 낙후 초래해

문화성·영리성 조화 이룬 제작과정 첨단화 필요

문화부 통계에 따르면 1986년도에 2천6백35개사이던 출판사의 수가 1991년도에는 6천7백99개사로 늘어났다. 출판등록자유화조치 이후 최근 4년 동안 2배 이상 증가하는 괄목할 만한 성장을 가져온 것이다.

그러나 그것을 십적별 출판사 추이로 살펴보면 심각한 문제점을 안고 있음이 드러난다. 우선 1991년도까지 등록된 6천7백99개의 출판사 중 지난 1년동안 책을 단 1권도 내지 못한 무실적 출판사가 무려 59.7%에 해당하는 3천7백62개사에 이르고 있다.

게다가 연간 10종 미만의 실적에 불과한 출판사가 전체의 30% 이상으로 나타나고 있어, 1백종 이상을 출판한 업체가 1%선에 머문다는 것과 비교했을 때 전체 발간종수면에서 출판사 간의 격차와 불균형이 얼마나 큰가를 알 수 있다.

한국출판연구소에서 실시한 '한국출판업 실태조사연구'에 따르면, 1990년 현재 우리나라 출판사들의 자산규모 역시 전체의 36.8%가 1억원 미만이며, 1억원대가 19.9%, 2억원대가 11.5%로 나타나 2억원대 이하가 전체의 68.2%를 차지한다.

그런데 10억원대 이상의 출판사도 14.9%로 나타나 출판사 간의 격차가 매우 심한 것은 물론, 다른 산업 분야와 비교해 볼 때 대체적으로 영세한 수준임이 드러난다. 그렇다면 많은 출판사들이 등록을 해놓고도 제대로 책을 펴내지 못하는 이유는 무엇인가?

그것은 아마도 '책 만드는 일'과 '출판경영'을 너무 안이하게 생각한 탓과가 아닌가 여겨진다.

출판도 엄연히 영리를 목적으로 한 하나의 사업임에는 틀림이 없다. 그러나 생산되는 상품인 책은 문화적으로 가치가 있는 것이어야 한다. 따라서 출판을 업 없어 문화성과 영리성의 양면을 다 가지고 있는 사업이라고 하는 것이다. 그런데 경영자 중에는 문화상품인 책의 생산과 판매, 즉 제작과 분배의 실태를 모르는 사람들이 너무 많다. 반면에 출판의 본질적인 면에서의 문화적 인식보다는 처음부터 사업성 곧, 영리추구에만 매달리는 경우도 많이 있다. 다음으로 구체적인 발행종수의 현황을 살펴보면 우리나라 출판구조의 문제점은 더욱 여실해진다.

우리나라에서 한해 동안 발행되는 책의 종수와 양을 살펴보면, 1960년대까지 1천여 종 수준이었던 것이 1970년도 2천여 종으로 늘어났으며, 이후 급격히 늘어 1979년에 1만종을 넘었고, 1980년대에 접어든 후, 1990년대에 들어서는 4만여 종이 되었다.

발행부수도 1980년대에 1억부선을 돌파하자 1990년대에는 2억부를 넘었다. 이러한 성신량의 증가는 출판사의 수와 전체독자의 증가에 따른 것이며, 또한 1970년대 이후 다량의 출판이 출판의 생산·증신에서 정보나 서비스의 성신증심으로 산업구조가 변하게 되고, 그에따라 사회적 중심가치가 자본으로부터 정보로 이행해간다고 여겨하였다. 결국 정보가 중요한 자원이 되며 정보의 생산, 저장 및 분배가 중요한 활동이 되는 사회가 된다는 것으로, '정보사회'란 용어는 현대를 특징적·함축적으로 나타내 말인 것이다.

그렇다면 이 정보사회와 출판은 어떤 관계가 있는가?

현대의 중심산업이 된 정보산업은 있어서 출판은 정보의 제작과 제공을 주로 하는 정보생산업에 속한다. 그런데 문제는 출판이 날로 발전하는 다른 정보매체, 이를테면 라디오 전자·전파매체와의 경쟁속을때 폭발적인 증가추세에 있는 다량한 정보의 제공에 있어서 경쟁력을 갖추고 있는가 하는 점이다.

우리나라에 있어서 개인용 컴퓨터(PC)의 보급대수가 1990년에 50만대를 넘어선 데 이어 1991년에는 55만여대가 추가보급되어 지금까지 약 1백80만여대가 보급된 것으로 알려졌다.

그리하여 1993년에는 3백48만여대, 2천년대에는 1천만대로 각 가정당 1대 꼴로 될 것으로 예측된다.

그렇다면 우리의 출판 역시 전파정에 있어서 정산화의 추세에 발맞추어야하는 것은 물론, 종이 CD-ROM에 수록되어 시판되고 있다.

한편, 우리나라의 실정을 살펴보면, 급활자에 의한 조판도 서대를 벗어나 전산조판의 실용화 단계에까지는 이르렀으나 조판 및 편집, 인쇄의 전과정의 전산화는 아직 이루어지지 못하고 있다. 특히 비종이책에 대한 연구나 실용화는 아직 요원한 것으로 나이며, 그것의 가장 큰 요인은 앞에서 지적한 열악한 출판환경에 있음이 틀림없다. 같은 인쇄때제이면서도 신문은 종부한 자본 덕분에 제작은 물론 발송 및 검색에 이르기까지 첨단화가 이루어지고 있으나 일반 단행본 출판사들은 제작시설은 물론 자체 편집기조차 보유하고 있는 곳이 드물 정도로 현격한 대조를 보이고 있다. 따라서 첨단장비로 중무장한 외국출판사들이 우리의 출판시장에 진출하게 되면, 아직 기반이라, 출판 외적인 문제에 있어서 가장 큰 걸림돌은 역시 수요층인 독자의 빈곤과 비정상적인 유통구조라고 할 수 있다.

출판을 경영하려는 사람이 이러한 구조적 문제점을 분명하게 파악하지 못하고 요행만을 기대함으로써 출판업조차 하나의 투기업으로 전락시키는 것을 출판인 모두는 경계하지 않으면 안된다. 자본이 적으면 기획을 잘하여 질적으로 매우 뛰어나서 독자보 하여금 꼭 읽을 수밖에 없는 책을 내어 점차로 안정을 찾아가거나, 미개척 분야를 꾸준히 개발하여 전문화에 승부를 거는 것이 바람직하다.

그러나 그렇게 창의적인 기획과 일정한 기간의 확보를 위한 노력보다는 대개가 이미 남들이 개발했거나 잘 팔린다고 알려진 것을 중복하거나 심지어는 그대로 수동편집 내지는 인력에 의한 제작 및 보급에 젖어있는 우리 출판계가 순식간에 무너질 것은 불을 보듯 뻔한 일이다.

그래도 늦게나마 전자출판협회가 구성되어 하드웨어를 생산하는 관련업체와의 협조 아래 소프트웨어를 담당할 수 있는 출판사 육성에 관심을 기울이기 시작한 것은 다행이 아닐 수 없다.

제작 및 분배·유통의 첨단화에 전출판계가 동참하여 능률적이고 합리적인 정보산업으로서의 출판시대를 하루 빨리 여는 길만이 이후로 출판이 살아남을 수 있는 유일한 길이기 때문이다.

◇ 출판외적인 문제는 수요층인 독자의 빈곤과 비정상적 유통구조이다

Ⅳ. 정보사회 출판

현대사회를 일컬어 정보사회(information society)라고 한다.

다니엘 벨(D. Bell)은 이미 1970년대초에 앞으로의 사회는 지식이 중심이 되는 사회가 될 것이라고 예언하였다. 결국 정보가 중요한 자원이 되며 정보의 생산, 저장 및 분배가 중요한 활동이 되는 사회가 된다는 것으로, '정보사회'란 용어는 현대를 특징적·함축적으로 나타낸 말인 것이다.

그렇다면 이 정보사회와 출판은 어떤 관계가 있는가?

현대의 중심산업이 된 정보산업은 있어서 출판은 정보의 제작과 제공을 주로 하는 정보생산업에 속한다. 그런데 문제는 출판이 날로 발전하는 다른 정보매체, 이를테면 라디오 전자·전파매체와의 경쟁속을때 폭발적인 증가추세에 있는 다량한 정보의 제공에 있어서 경쟁력을 갖추고 있는가 하는 점이다.

우리나라에 있어서 개인용 컴퓨터(PC)의 보급대수가 1990년에 50만대를 넘어선 데 이어 1991년에는 55만여대가 추가보급되어 지금까지 약 1백80만여대가 보급된 것으로 알려졌다.

그리하여 1993년에는 3백48만여대, 2천년대에는 1천만대로 각 가정당 1대 꼴로 될 것으로 예측된다.

그렇다면 우리의 출판 역시 전파정에 있어서 정산화의 추세에 발맞추어야하는 것은 물론, 종이 기반이라, 출판 외적인 문제에 있어서 가장 큰 걸림돌은 역시 수요층인 독자의 빈곤과 비정상적인 유통구조라고 할 수 있다.

출판을 경영하려는 사람이 이러한 구조적 문제점을 분명하게 파악하지 못하고 요행만을 기대함으로써 출판업조차 하나의 투기업으로 전락시키는 것을 출판인 모두는 경계하지 않으면 안된다. 자본이 적으면 기획을 잘하여 질적으로 매우 뛰어나서 독자보 하여금 꼭 읽을 수밖에 없는 책을 내어 점차로 안정을 찾아가거나, 미개척 분야를 꾸준히 개발하여 전문화에 승부를 거는 것이 바람직하다.

그러나 그렇게 창의적인 기획과 일정한 기간의 확보를 위한 노력보다는 대개가 이미 남들이 개발했거나 잘 팔린다고 알려진 것을 중복하거나 심지어는 그대로 수동편집 내지는 인력에 의한 제작 및 보급에 젖어있는 우리 출판계가 순식간에 무너질 것은 불을 보듯 뻔한 일이다.

그래도 늦게나마 전자출판협회가 구성되어 하드웨어를 생산하는 관련업체와의 협조 아래 소프트웨어를 담당할 수 있는 출판사 육성에 관심을 기울이기 시작한 것은 다행이 아닐 수 없다.

제작 및 분배·유통의 첨단화에 전출판계가 동참하여 능률적이고 합리적인 정보산업으로서의 출판시대를 하루 빨리 여는 길만이 이후로 출판이 살아남을 수 있는 유일한 길이기 때문이다.

Ⅴ. 맺는 글-과제와 전망

어떤 원고로 무슨 책을 낼 것인가?

그리고 어떻게 그것을 알리고 분배해서 독자들로 하여금 많이 읽도록 할 것인가?

이러한 여러 과정과 목표를 효율적으로 이루기 위해서는 선택, 제작, 분배로 이어지는 출판의 전과정을 잘 조화시키고, 모든 분야의 업무를 통괄하는 면에서 일관된 조직과 운영이 뒤따라야 한다. 오직 경험과 느낌만을 내세우고 안이하게 출판을 경영하려는 자세는 더욱 출판을 낙후시키는 요인이 되며, 출판계 내외에 산재되어 있는 난제들을 해결하는 데도 악영향만을 끼칠 것이로 표출해서 책을 만들어 기존의 것보다 낮은 가격, 혹은 아예 덤핑으로라도 속전속결하려는 것이 예사이다. 이들에게는 출판에 대한 의식이나 사명감도 없고, 전문지식이나 직업의식도 찾아 볼 수 없다. 그러므로 잘 안된다고 판단되면 쉽게 그만두고 만다.

내년 1993년은 문화부에서 제정한 '책의 해'이다. 따라서 전국민의 독서의식을 함양하고, 세계최초로 금속활자를 만든 문화민족임을 일깨워줄 많은 행사들이 준비되고 있다. 그러나 아무리 그럴 듯하고 화려한 행사들을 기획하고 개최한다해도, 출판관련인들 스스로의 자구책 마련과 실천이 지속되지 않는 한 그것들은 한낱 일과성에 그치고 말 것이다.

또한 과거와 현재는 물론 먼 미래까지도 염두에 둔 정부차원의 정책적 배려와 적절한 지원이 이루어지지 않는다면 자생력이 약한 출판계는 스스로 일어설 힘을 잃고 말지도 모른다. 뜻있는 출판인들이 모여 출판의 선진화와 과학화를 위해 신도시 일산에 출판단지를 세우겠다고 하는데도 적절한 지원이 이루어지지 않아 애를 먹고 있다.

출판의 특수성에 비추어볼 때 한문적인 밀밭짐이 이루어져 산화의 조화를 이루어야 함에도 불구하고 일반대학의 커리큘럼에는 출판학이 눈에 띄지 않는다.

그나마 물모지나 다름없는 상황에서 학문으로서의 출판을 연구하려는 이들이 있음에도 관심을 가져주는 정치가나 경제인도 찾아볼 수 없다. 이러한 제반여건의 대내외적 보순들이 해결되지 않는 한 주체적인 문화의식의 토대 위에서 첨단 속의 출판문화를 꽃피우는 일은 어려울 수밖에 없다.

선진국에 의한 문화적 침탈을 막지 못하면 우리는 머지 않아 문화식민지의 국민이 될 수밖에 없을 것이다. 파란눈, 하얀 피부의 이방인들이 만든 소프트웨어와 일본인들이 만든 하드웨어를 통해 무표정한 모습으로 김소월의 '진달래꽃'을 들여다보고 있을지도 모를 우리의 후세들을 상상하는 일이 과연 기우일 것인가? 그런 불행한 사태가 상상에, 그치거나 아니면 현시로 나타나거나 하는 것은 오로지 현시대를 살아가는 우리 모두의 역할 여하에 달려있는 것이다.

김 기 태

(신방대학원 석사3기·출판전공)

성숙한 젊은이들—체이스컬트

92년 겨울 체이스컬트가 만난
정직한 젊은이들은
성균관대학교 동아리,「영상촌」입니다

「영상촌」은 성균관 대학교의 영화 동아리입니다.
좋은 영화를 함께 보고 소개하며 직접 만들기도 하며
영화에 대한 애정을 열정으로 바꿔나가는 진지한
젊은이들입니다.
92년 겨울, 이들이 체이스컬트를 입었습니다.
체이스컬트의 92년 겨울 카타로그의 모델이 되었습니다.
정직하게 잘 만들던 옷값이 비싼 이유가 없다는
체이스컬트의 철학에 공감했기 때문입니다.
트래디셔널의 신기한 멋과 새로운 의류문화를 추구하는
체이스컬트의 정신에 깊이 공감했기 때문입니다.

체이스컬트를 위한 정직한 모델이 되기를 원하는 학과나 서클은 연락주십시오.
체이스컬트는 입는 사람들은 "정직한 옷"이라는 생각에 공감하는 사람들입니다.
그래서 체이스컬트의 광고나 카타로그에는 직업 모델이 아닌 대학생들이 직접 등장합니다.
92년 겨울 시즌의 성균관대학교「영상촌」에 이어 체이스컬트 모델을 희망하는 서클이나 학과는 체이스컬트매장에 비치되어 있는 신청양식에 신청해 주십시오.
시즌 현동 지원비가 제공됩니다.

CHASECULT
THE SOFT TRADITIONAL

■ 체이스컬트 매장안내 ●서울 : 서초구에(02)520-7949, 역삼구에(02)563-6463~5, 강남동라구에(02)779-1129, 중구에 02-449-4158, 강서구에(02)3727-7196 (02)984-2211, 수서구에(02)400-8420 ●인천 : 부평 : 부평동 032-72-1700, 미추홀구에 032-615-5281, 연수구에(032)747-7901~9910, 인천 : 012-654-1109, 경기도 012-681-1740
●부산 : 경남 : 영상에(051)254-0845, 사상구에(051)246-9734, 부산진구에(051)21-0164 ●대구 : 경북 : 수성구에(053)755-1634, 중구에(053)815-1818 ●광주 : 전남 : 전라도에(062)223-8810, 동구에(062)42-6013, 북구에(062)84-9222 ●충남 : 충북 : 충남에(042)256-9423, 동구에(042)931-5218, 충북 : 청주에(0431)256-1721 ●경남 : 경북 : 경남에(055)295-0008