

연구서 2011-06

디지털 시대의 읽기문화 쟁점과 전망

박진우 · 김예란

한국언론진흥재단
Korea Press Foundation



디지털 시대의 읽기문화: 쟁점과 전망

연구서 2011-06

책임연구 박진우 (한국언론진흥재단 선임연구위원)
공동연구 김예란 (광운대학교 미디어영상학부 교수)
외부원고 한보희 (연세대학교 강사)
소영현 (연세대학교 연구교수)
윤상길 (인천대학교 연구원)
정수영 (성균관대학교 연구교수)
보조연구 임소영 (KAIST 석사)

발행인 이성준

편집인 선상신

발행일 2011년 11월 30일 초판 제1쇄 발행

한국언론진흥재단

100-750 서울특별시 중구 태평로 33 프레스센터 12층

전화 (02) 2001-7892 팩스 (02) 2001-7890

www.kpf.or.kr

편집·제작 / 커뮤니케이션북스(주)

121-869 서울특별시 마포구 연남동 571-17 청원빌딩 3층

전화 (02) 7474-001 팩스 (02) 736-5047

www.commbooks.com

이 책에 실린 내용은 본 재단의 공식 견해가 아닌 필자의 연구 결과임을 밝힙니다.

© 한국언론진흥재단, 2011

ISBN 978-89-5711-316-5

책값은 표지에 있습니다.

차례

01 서론 ... 1

1. 문제 제기 및 연구 목적 ... 1
2. 연구의 구성 ... 7
3. 연구 방법 ... 10

02 근대 사회의 출현과 읽기의 경험: 읽기에 대한 미디어 철학적 성찰 ... 14

1. 읽기: 마음과 사물의 이중 분절 ... 16
2. 읽기란 무엇인가 ... 17
3. 세계의 가독성: 세계는 어떻게 읽기의 대상이 되는가? ... 19
4. 읽기는 '타자(Autre)'의 읽기다 ... 20
5. 읽기의 대상(상징과 기호적 사물)의 존재 방식인 부정성 ... 28
6. 디지털, 또는 0과 1 사이 ... 29
7. 이야기 또는 존재론적 세미오시스 ... 31
8. 읽기, 또는 0과 1 사이를 잇기 ... 38
9. 읽기는 매체-되기(being media)다 ... 40
10. 읽기의 소산인 지식은 단순히 사물의 재현이 아니다 ... 40
11. 앎은 사람이 그것에 관해 선천적 면역결핍증을 앓고 있는 질병이다 ... 43
12. 인간을 이중화된 존재로 구성하는 간극('타자'): 읽기와 지식의 동근원성 ... 45
13. 읽기와 읽기 관행: 타자라는 무의식적 차원에 접근하기 ... 47

03 근대 한국의 읽기의 '경험'과 '실천'의 의미 ... 55

1. 읽기, 무엇이 문제인가: 근대, 계몽, 책, 독서 ... 55
2. 읽기의 역사적 변천 ... 58
3. 독서법의 변천사와 그 의미 ... 62
4. '읽기의 경험과 실천'의 사회적 의미 ... 69
5. 21세기 매체 환경 변화와 읽기의 미래: 전자책의 가능성과 새로운 독서법 ... 79

04	국내 읽기문화의 현황: 국민 독서실태 및 미디어 소비 행태 ... 81
	1. 국민 독서실태 조사에 나타난 읽기문화의 현 단계 ... 82
	2. 미디어 수용자 조사에 나타난 읽기문화의 현 단계 ... 91
	3. 요약 ... 98
05	디지털 시대의 스마트 미디어와 읽기 문화: 수용자 심층 인터뷰 ... 101
	1. 디지털 읽기의 환경과 조건 ... 102
	2. 디지털 독자란 누구인가? ... 104
	3. 무엇을 어떻게 읽는가? ... 110
	4. 요약 ... 129
06	디지털 시대의 읽기 환경: 전자책의 출현과 보급 ... 131
	1. 전자책 시장의 기본 구조 ... 132
	2. 해외의 전자책 시장 동향 ... 134
	3. 국내의 전자책 시장 동향 ... 147
07	해외 사례 연구: 일본의 읽기문화진흥 정책과 그 결과 ... 162
	1. 일본의 신문 및 출판 시장 현황 ... 163
	2. 읽기문화진흥법을 둘러싼 현황 및 전개 ... 166
	3. 읽기문화 환경의 변화 ... 181
	4. 일본 전자출판 시장의 전망 및 과제 ... 187
08	결론 및 정책적 제언 ... 193
	1. 연구 결과의 요약 및 토론 ... 193
	2. 디지털 시대의 읽기문화와 미디어 리터러시 ... 196
	3. 정책적 함의 ... 203

표 차례

〈표 1-1〉 심층 인터뷰 참가자 현황 ...	11
〈표 4-1〉 여가시간 활용 비중 ...	86
〈표 4-2〉 지난 1주일간 모바일/소셜 미디어를 통한 인터넷 뉴스의 이용 경로 ...	94
〈표 4-3〉 지난 1주일간 방송 뉴스의 시청 방식 ...	96
〈표 6-1〉 세계 전자책 시장 규모 및 성장 추이 ...	136
〈표 6-2〉 전자책 시장의 주요 사업자 동향 ...	138
〈표 6-3〉 국내 전자책 시장 규모 및 성장 추이 ...	148
〈표 6-4〉 국내 전자책 서비스 모델 ...	152
〈표 6-5〉 국내 전자책 시장의 주요 사업자 현황 (2011년 6월 현재) ...	154
〈표 6-6〉 국내 전자책 전용 단말기 현황 ...	157
〈표 6-7〉 전자 출판의 연관 산업에 대한 영향 ...	160
〈표 7-1〉 일본의 신문 발행 부수 및 보급도 ...	164
〈표 7-2〉 신학습지도요령 해설서에 명기된 '신문'의 수 ...	170
〈표 7-3〉 국어 과목 학습 해설서에 나타난 '신문' 교육의 사례 ...	171
〈표 7-4〉 제5회 〈NIE 효과 측정 조사〉 개요 ...	178
〈표 7-5〉 일본의 신문·통신사의 전자 미디어 진입 현황 (조사대상 87개사) ...	183
〈표 7-6〉 일본의 전자출판 시장 현황(인터넷 경유) ...	185
〈표 7-7〉 2009년 휴대전화, PHS에서의 전자출판물 구입률 현황 ...	185
〈표 7-8〉 2009년 디바이스별 전자출판물 구입률 현황 ...	186
〈표 7-9〉 2010년 구입한 전자출판물 장르 현황 별 전자출판물 구입률 ...	186
〈표 7-10〉 2010년 월 평균 전자책 이용에 지불한 금액 ...	186
〈표 7-11〉 전자책에 대한 인지도 조사 ...	188
〈표 7-12〉 전자책 및 전자책 단말기에 대한 의견 ...	189
〈표 7-13〉 종이책의 종말과 전자책의 시대 도래 전망에 대한 의견 ...	190

그림 차례

- 〈그림 4-1〉 연도별 국민 평균 독서율 변화 추이 ... 83
- 〈그림 4-2〉 연도별 국민 평균 독서량 변화 추이 ... 84
- 〈그림 4-3〉 전자책 단말기 이용 유형 ... 88
- 〈그림 4-4〉 학생의 독서량과 부모의 독서 관심도 ... 89
- 〈그림 4-5〉 공공 도서관 이용률 변화 ... 90
- 〈그림 4-6〉 하루 평균 미디어 이용시간 변화 추이 ... 92
- 〈그림 4-7〉 지난 1주일간 읽은 인터넷 뉴스의 이용 경로 ... 95
- 〈그림 6-1〉 전자책 시장 구조 ... 132
- 〈그림 6-2〉 미국의 전자책 판매 현황(2002~2009년 3/4분기) ... 137
- 〈그림 6-3〉 아마존의 'win-win'형 전자책 비즈니스 모델 ... 140
- 〈그림 6-4〉 전자책 산업이 인접 산업과 맺는 관계 ... 146
- 〈그림 6-5〉 전자책 관련 인접 산업과의 협력 관계 ... 146
- 〈그림 6-6〉 국내 전자책 콘텐츠 시장 규모 ... 150
- 〈그림 6-7〉 국내 전자책 시장 전망 ... 151
- 〈그림 7-1〉 전자책에 대한 인지도 조사 ... 188

01

서론

1. 문제 제기 및 연구 목적

디지털·스마트 미디어 시대로의 이행이 본격화되고 있다. 그 속에서 읽기와 쓰기, 나아가 올바른 읽기문화의 조성이 필요하다는 사회적인 요구는 날이 갈수록 커지고 있다. 이러한 시대적인 상황에서 이 연구는 새로운 읽기문화 조성을 위한 정책적 대응을 어디에서부터 시작할 것인지를 검토하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 우선 새로운 매체 환경에 주목할 것을 제안한다. 읽기 문화 진흥을 위한 정책적인 노력은 과거 ‘책’이라는 매체에 보다 친숙해질 것을 요청한 독서문화 진흥 캠페인부터, 날로 쇠퇴하는 종이신문을 읽을 것을 권유하는 사회적인 노력에 이르기까지 오랜 역사를 가지고 있다. 그렇지만 현재의 디지털·스마트 미디어 환경은 과거와는 또 다른 패러다임에서 문제에 접근할 것을 요구한다. 이 연구는 바로 이를 향한 첫걸음에 해당한다.

이 연구는 국내 읽기문화의 상황과 그 제도적인 토대에 대한 기초적인 점검이다. 이것은 역사적인 작업임과 동시에 미래 지향적인 작업이며, 또 사회적인 작업임과 동시에 문화적인 작업이기도 하다. 더불어 교육적인 과제이자

동시에 산업적인 과제이기도 하다. 이와 같은 ‘교차로’에 서서 읽기문화를 둘러싼 현 단계의 다양한 역사적·사회적·문화적·제도적·산업적인 측면을 살펴보는 것이 바로 이 연구의 직접적인 목표이다. 구체적으로는 다음 세 가지 세부 과제를 통해 진행될 예정이다.

첫째, 여기서는 우선 읽기와 쓰기 그 자체의 역사와 존재 방식에 대한 근원적인 재성찰을 수행해 보겠다. 즉 ‘읽기’의 의미를 역사적·사회적인 거시적 맥락 속에서 검토하는 것을 출발점으로 삼고자 한다. 이는 변화하는 매체 환경이 시민들의 읽기와 쓰기의 실천(practice) 양상에 어떤 변화를 끼치고 있는지에 대한 기본적인 인식은 여전히 부족하기 때문이다. 따라서 이 문제에 대한 성찰은 디지털 시대의 읽기문화가 현재 어느 지점에 위치해 있고, 또 앞으로 어떤 방향으로 나아갈 것인지에 대한 장기적인 역사적 검토의 출발점이기도 하다.

둘째, 이 연구는 읽기문화 진흥의 과제를 넓은 의미에서 ‘미디어 교육’의 맥락 속에 위치시키고자 한다. 미디어 교육에 대한 관심은 우리 사회에서도 이제는 낯설지 않다. 1980년대 중반 이후 언론사들의 주도로 신문을 교육 현장에서 활용하는 프로그램-‘신문 활용 교육(NIE)’-이 도입된 이후, 미디어 교육 활동은 현재 각급 학교 및 시민사회를 통해 다양한 수준에서 활발하게 진행되고 있다. 교육의 폭과 깊이, 그리고 대상 매체 역시 1990년대부터 나날이 확대되어 왔다. 그것은 방송을 시작으로, 영화를 포함한 각종 영상 매체에 대한 교육 현장 및 시민사회 영역의 관심 증대, 나아가 2000년대 이후 인터넷을 통한 읽기 및 쓰기의 교육에 대한 새로운 관심으로 점차 확대되어 나갔다. 그런데 외연상의 확대에도 불구하고, 이 과정에서 정작 미디어 교육의 기초적인 문제인 ‘읽고 쓰기’의 영역 그리고 ‘리터러시(literacy)’의 가장 기초적인 형태인 매체를 통한 읽기에 대한 관심은 갈수록 저조해 지는 역설적인 결과가 나타난다(cf. Potter, 2011). 책과 신문을 둘러싼 읽기 영역에서의 위기 상황에 대한 의식은 바로 이러한 현실

의 반영이자, 동시에 그 결과이기도 하다. 이 연구가 다루는 읽기문화 관련 논의들은 궁극적으로 변화하는 매체 환경에서 미디어 교육의 새로운 패러다임을 구체화시키는 정책 과제들을 제기하는 것을 목적으로 삼는다.

마지막 셋째는 디지털 시대와 읽기문화의 관련 양상에 대한 새로운 학술적·정책적 관심을 환기시키는 것이다. 디지털 시대의 미디어는 이른바 ‘전통적’ 미디어와는 동일하면서도 서로 다른 ‘미디어 논리(media logic)’에 의해 작동한다(Dahlgren, 1996). 그렇기에 디지털 미디어에 대한 독해(literacy)의 능력을 갖추는 일은 시대적 관점에서도 또한 교육적 관점에서도 대단히 중요한 문제이다. 말하자면, ‘디지털 미디어 리터러시’를 갖추는 것은 과거 문자 그 자체를 읽고 쓸 수 있는 능력을 지칭하는 ‘리터러시(literacy)’ 본래의 의미 층위를 큰 폭으로 확장시킨다. 따라서 미디어 리터러시에 있어 미디어(텍스트)를 분석하고 이해하는 ‘읽기(reading)’의 차원과 미디어(텍스트)를 제작하는 ‘쓰기(writing)’의 차원이 모두 중요한 고찰 대상으로 부각된다(cf. Buckingham, 2004, 19쪽). 이 연구가 다루는 ‘디지털 미디어 리터러시’의 여러 차원들은 바로 이러한 관점에서 디지털 시대에 걸맞은 새로운 읽기문화 창출을 위한 토대를 마련하기 위한 것이라고 하겠다.

물론 이러한 연구 목표를 달성하기 위해서는 몇 가지 잊지 말아야 할 전제들이 있다. 그것은 무엇보다도 읽기와 그 대상인 여러 매체들- 고전적인 읽기의 대상인 책은 물론, 신문과 잡지, 나아가 디지털 시대의 각종 전자 플랫폼을 통한 콘텐츠 모두가 포함된다-의 상호 관계를 규정하는 사회적 형태에 관한 것이다. 읽기의 내용과 형식을 규정하는 여러 가지 제도 혹은 특정한 행위의 총체들은 새로운 기술의 출현에 따라 많은 변화- 때로는 급격한 쇠퇴, 때로는 공존(共存)의 모색-를 겪고 있다. 앞서 언급한 대로 이 연구는 디지털·스마트 매체의 출현에 따른 읽기 경험의 급격한 전환을 염두에 두고, 이에 따른 새로운 변화의 양상들에 우선 주목한다.

하지만 이 연구는 스마트 매체가 반드시 책이나 신문, 잡지와 같은 오랜 인쇄 텍스트의 운명을 좌우하고 또 그것을 전적으로 대체할 것으로 가정하지는 않는다. 또 대체가 자연스럽다거나 바람직하다는 사고와는 완전히 거리가 멀다.

읽기의 대상은 오랫동안 손으로 쓰이거나 인쇄되었던 텍스트들이었다. 서양의 고대 세계에서 그것은 건축물의 형태로 현현되었다. 그래서 빅토르 위고(Victor Hugo)는 노트르담 성당을 일컬어 “돌로 된 성경”이라고 표현하였다. 손으로 쓴 텍스트나 인쇄 텍스트는 건축물의 상징적 기능의 상당 부분을 대체하였다. 하지만 그것이 읽기의 형식과 관습 자체를 바꾸지는 못하였다. 마찬가지로 오늘날 점차 대세가 되고 있는 전자책이 인쇄된 책을 누르고 일반화시킨다고 하여도, 그것이 인쇄된 책들을 우리 습관에서 완전히 내몰 것으로 기대하기는 아직은 힘들다. 움베르토 에코의 표현대로, “구텐베르크와 그의 발명품이 하루아침에 코덱스(Codex)의 사용을 폐지하지 못했고, 코덱스 역시 볼루멘(Volumen; 두루마리 책)이라고 불리는 파피루스 두루마리의 교류를 중단시키지 못했듯이, 관행과 관습은 공존하게 마련”이다(Eco & Carrière, 2011, 370쪽). 여기서 ‘가능성’의 영역을 확장하는 것만큼 우리에게 유용한 일은 없을 것이다.

“사실 문제는 다른 것이다. 그것은 화면을 통한 독서가 지금까지 우리가 책장을 넘기며 접근해 왔던 것에 어떤 변화를 가져올 것인지 아는 것이다. 이 새로운 작고 하얀 책들로 인해 우리는 무엇을 얻을 것인가? 또 무엇을 잃을 것인가? 잃게 될 것, 그것은 아마도 해묵은 습관이리라. 책을 숭배의 제단에 올려놓는 문명이 책에 부여한 모종의 신성함이리라. 하이퍼텍스트의 개념에 의해 필연적으로 흔들릴 수밖에 없는 저자와 독자 간의 어떤 특별하고도 내밀한 관계이리라. 책으로 상징되는 ‘완결성’의 개념이요, 따라서 어떤 종류의 독서 관행들이리라. 로제 샤르티에(Roger

Chartier)는 콜레주 드 프랑스(Collège de France)에서의 첫 강의에서 이렇게 선언했다. “답화들과 그것들의 물질성 사이에 뗫어져 있던 기존의 관계를 파괴함으로써, 디지털 혁명은 우리가 글과 결부하고 있는 행위와 개념에 대한 근본적인 재검토를 강요하고 있습니다.” 그리하여 아마도 심각한 변화들이 일어나겠지만, 우리는 그 충격에서 다시 일어서게 되리라.”(위의 책, 370~371쪽)

새로운 기술 혁명은 이미 진행 중이다. 이러한 상황에서 책이나 신문과 같은 것은 과연 무엇일 수 있는가? 그것을 읽는다는 행위는, 또 이러한 행위를 장려하고 진흥하기 위한 대책을 모색한다는 것은 과연 어떤 의미를 가지는가? 우리들의 책상 위에, 인류가 자신을 글로 표현할 수 있게 되었을 때부터 축적해 온 각종 앎과 지식의 형태들이 책의 형태나 인쇄 신문의 형태로 제공된 것을 놓고, 그것을 차분히 읽어 내려간다는 것은 어떤 문화적인 기능을 수행하는 것일까? 이 과정은 단지 망각과 소멸의 위협으로부터 안전하게 그 내용을 보존하는 매개체라는 인쇄 매체의 가장 ‘단순한’ 기능을 넘어서는 어떤 것을 상징한다.

역사학자이자 하버드 대학 도서관장인 로버트 단턴(Robert Darnton)은 책의 역사와 미래에 대한 자신의 저술 속에서 전자책에 대한 열망과 이에 대한 이중적인 감정을 구체적으로 서술한 바 있다(Darnton, 2011). 그에 따르면 전자책이란 그저 종이에 인쇄된 내용을 전자 장치 속의 전기 신호의 형태로 바꾸어 놓은 것이라는 의미를 넘어서, ‘볼륨’의 양적 한계를 극복할 수 있는 새로운 가능성을 지닌 것이다. 그것은 무엇보다 다양한 정보의 네트워킹 시스템을 적극적으로 활용함으로써, 책의 근본적인 존재 의의를 다시 되새기려는 노력이라고도 말할 수 있다. 그가 보기에 18세기 계몽주의의 원동력은 결국 이런 유형의 ‘지식욕’이었다. 이는 근본적으로 책의 등장이 지식의 공공적 유포와 민주적 활용을 목적으로 하는 것이었음을 환기시킨다.

동시에, 이러한 작업은 변화하는 현대 문화의 양상들을 보다 적극적으로 고려하는 작업을 시급히 요청한다. 읽기문화와 미디어 교육 모두를 시야에 넣는다면, 현대의 매체 환경과 여러 가지 문화적 변화의 양상 가운데 특히 이 변화의 일차적인 ‘수혜’ 대상이기도 한 청소년 및 젊은 층(20~30대)의 경험 양상의 변화에 우선 주목해야 할 것이다. 실제로 이러한 변화의 과정은 인터넷이 처음 출현하였던 1990년대 중반에도 한 차례 제기된 바 있다. 인터넷의 출현은 인터넷 사용을 둘러싼 ‘보호주의적 관점’에 따른 공적인 논의를 교육 현장에 적극적으로 도입하였던 측면이 있다(Carrie, et al., 2011). 이는 우선 미디어 그 자체에 대한 이해를 증진시킴으로써 수용자들이 “미디어의 영향에 저항할 수 있는 힘을 가질 수 있게 하는 방법”이며, “이 과정에서 아이들은 합리적인 소비자가 될 것이고, 미디어를 한 발짝 떨어져 ‘비판적’으로 볼 수 있게” 될 것을 기대하는 일이다(Buckingham, 2004, 29쪽). 그리고 스마트 미디어의 출현과 같은 보다 빠른 속도의 변화의 시대에 새로운 매체의 출현을 넓은 의미의 미디어 교육 과정에 통합시키는 과제는 한층 시급히 요구되고 있다.

이상의 논의들을 바탕으로 이 연구는 읽기문화의 위상을 재정립하고 디지털 시대라는 맥락 속에 이를 재정립해 보고자 한다. 그리고 양자의 결합을 통한 읽기문화 진흥의 새로운 제도적·실천적 패러다임을 창출하고자 시도한다. 이를 통해 그것이 교육 현장이나 시민사회 활동 속에서 신문을 비롯한 다양한 읽기 및 쓰기의 매체들의 중요성을 강조할 수 있는 중장기적 정책 수립의 출발점이 될 수 있기를 기대한다.

2. 연구의 구성

이 연구는 대략 다음과 같은 순서로 진행될 예정이다.

서론 및 문제 제기에 이어, 2장에서는 먼저 동서양의 읽기문화 전통과 역사 그리고 근대 사회의 성립 이후 ‘읽기’의 실천(practice)을 둘러싼 개념의 변천 과정을 역사적으로 살펴보겠다. 이 같은 역사적 탐구는 현재의 읽기 환경이 처해 있는 역사적 구조를 점검하고, 새로운 매체를 통한 읽기 실천의 등장이 가져온 사회적 변화의 계기들을 살펴보기 위한 예비적인 작업이다.

우선 고대 문명의 등장 이래 근대 사회에 이르기까지 서양에서 나타난 읽기의 두 가지 유형을 살펴보겠다. 그리고 이에 부여되는 역사철학적 위상의 재검토를 통해, 오늘날의 읽기문화가 가진 시대적인 의미를 재구성해 보고자 한다. 우리가 ‘읽기’라고 부르는 인간의 (실천) 행위는 크게 두 가지 차원으로 나뉜다. 하나는 ‘형식적 읽기’로 문자를 말소리로 바꾸는 행위를 말하며, 다른 하나는 ‘내용적 읽기’ 즉 일반적으로 독해 또는 해석 능력으로 불리는 것이다. 앞의 것은 순전히 언어적이고 형식적인 기술이지만, 뒤의 것은 언어 외적인 사고와 지식의 내용들에 맞닿아 있는 능력을 지칭한다.

이는 근본적으로 읽기와 지식(앎)의 차원에 대한 존재론적 접근이다. 발터 벤야민(Walter Benjamin)의 ‘이야기(narration)’ 이론과 언어/매체 이론은 우리가 ‘디지털’이라고 부르는 현존재-이는 문명, 사회의 차원에서 언어와 매체(media)의 차원에 이르는 포괄적인 것이다-에 대한 해석에 적용될 때 많은 쟁점들을 새롭게 제기한다. 여기서는 읽기와 앎/지식의 차원을 구성하는 요소들을 규명함으로써, 읽기가 인간의 삶과 행위 그리고 앎과 지식을 실현하는 근원적인 세미오시스(semiosis)의 차원에 위치하고 있음을 지적한다. 이러한 철학적이고 원리적인 시도는 전체 연구의 구성에 비추어 ‘읽기문화’를 통해 실현하고자 하는 ‘읽기’라는 사회적 행위가 가질 수 있는 잠재력과 구체적인 쟁점들의 범위를 큰 틀에서 살펴보는 것이라 하겠다.

3장에서는 한국의 전통 시대와 근대 이행기 이후의 읽기와 읽기문화의 문제를 다룬다. 여기서 다루는 내용은 전통 시대의 읽기의 여러 형태들이 20세기의 근대 이행기에 새롭게 도입된 형태들과 상호 결합하는 양상들이다. 음독과 묵독, 정독과 다독, 발췌독과 통독이 진행된 역사적 변천 과정은 곧 한국의 근대문명 도입 과정에서 나타난 개인주의화의 과정에 다름 아니었다. 서양의 사례에서 읽기와 독서의 체험은 보다 많은 대중들에게 각기 다른 형태의 읽기의 관습을 형성시켜 왔다. 이러한 관점에서 접근할 경우 계몽사상의 등장과 사회적 변혁(예컨대 종교개혁 혹은 프랑스 대혁명)의 상관관계는 보다 선명하게 드러난다(cf. Chartier, 1998). 간단히 말해, 서양의 근대 문명 형성 과정에서 지식과 매체, 그리고 ‘읽기’의 실천은 시민계급-혁명-계몽-독서 문화라는 일련의 문화적 요소들로 조합되어 왔다고 해도 과언이 아닐 것이다. 그런 면에서 근대 한국의 사례와 일본의 사례, 그리고 서양의 사례는 대단히 큰 차별성을 가지고 있다. 하지만 그럼에도 동아시아의 근대화 과정에서 동일한 사고의 모델 적용은 나름의 의미를 가진다. 일본의 사례는 상상적 공동체-독서국민-독서문화라는 보다 직접적이고 명확한 주체 형성의 역사적 과정에 해당한다. 이에 비해 근대 한국의 사례는 근대-독서 공동체-개인-수양의 유형에 속한다고 말할 수 있다. 이와 같은 역사적·비교적 탐색이 3장의 주된 내용을 이룬다.

다음으로 4~6장은 오늘날 한국의 읽기문화의 상황을 인식하기 위한 실증적인 검토의 장이다. 4장에서는 『국민 독서 실태 조사』와 『언론 수용자 조사』의 최신판을 토대로, 국내의 독서 및 활자매체 수용의 실태를 계량적으로 살펴본다. 이는 현재 국내의 매체 이용 실태(독서인구 역시 ‘책’이라는 형태의 매체 수용자 집단으로 간주할 수 있다)를 수치화된 지표를 통해 평가하기 위한 것이다. 반대로 5장은 매체 수용 실태에 대한 질적인 접근을 위한 것이다. 이 장에서는 스마트 미디어를 통한 전자 책읽기에 이미 익숙한 소수의 독자 집단을 대상으로 한 심층 인터뷰 내용을 다룬다. 이를 통해

인쇄 매체에서 스마트 미디어를 통한 디지털 읽기로의 전환이 본격화된 현재의 시점에서 젊은 층을 중심으로 나타나기 시작한 새로운 매체 수용의 실태, 그리고 이와 관련된 읽기 행위의 공적인 차원을 보다 심층적으로 살펴보고자 한다. 이어 6장에서는 국내외의 전자책(e-book) 시장의 현황과 발전 전망에 대하여 검토한다. 전자책 시장은 스마트 미디어(특히 태블릿 PC)의 등장과 더불어 콘텐츠 유통의 새로운 플랫폼으로 각광받고 있다. 이 연구에서 주목하는 것은 특히 그것이 시장에서 어떤 형태로 자리 잡게 될 것인가인데, 이는 디지털 시대의 읽기문화의 인프라의 변동과 직결된 중요한 주제이기 때문이다.

이어 7장에서는 읽기문화진흥을 위해 현재 진행되고 있는 다양한 해외 사례들 가운데 일본의 경험을 다룬다. 일본은 2005년 이후 「활자문화진흥법」과 「독서문화진흥법」의 제정, 그리고 2011년에 발표된 『사람과 지역과 국가의 미래를 키우는 독서환경의 실현을 위하여』 보고서¹⁾ 등을 통해 국가 차원에서의 읽기문화 진흥정책을 본격적으로 추진하고 있다(김기태, 2007; 박동숙·이경숙·정수영, 2010). 하지만 여기서 일본이 중요한 또 다른 이유가 있다. 일본은 2000년대 초반의 모바일 문화 등장과 전자책(e-book) 산업의 활성화를 통해 디지털 시대의 읽기문화의 변화에 대하여 전 세계에서 가장 먼저 고민하였고, 이에 대한 나름의 해답을 제시한 대표적인 사례이다. 그런 면에서 그 ‘해답’의 주요 내용의 점검은 물론, 그것의 성과에 대해서도 가능한 범위에서 살펴보는 작업은 반드시 필요하다 하겠다. 7장의 내용은 2005년에 제정되었던 – 그리고 같은 시기 국내에서도 많은 주목을 받았던 – 「활자문화진흥법」의 내용 자체보다는, 그 법의 제정 이후 일본의 읽기문화 환경에 나타났던 실제적인 변화와 그 의미를 추적한 것이다. 구체적으로 「활자문화진흥법」은 일본의 출판 산업, 신문 산업, 그

1) 일본 문부과학성, 〈국민의 독서 추진에 관한 협력자 회의〉(日本 文部科學省, 国民の読書推進に関する協力者会議) 보고서, 2011년 9월 2일 발표.

리고 방송 및 통신 산업의 협동을 강제하였고, 또 이 문제에 대한 학교와 시민사회의 협력을 유발하였다. 그것의 구체적인 과정은 새롭게 읽기문화 진흥 정책을 고민하는 우리에게도 많은 시사점을 제공한다고 판단된다.

이상의 논의들을 바탕으로 이 연구의 결론인 8장에서는 요약과 함께 새로운 읽기문화 진흥 정책의 수립에 필요한 정책적인 제언 사항들을 다루어 보고자 한다. 여기서의 논의는 앞의 7장과 연속되지만, 동시에 구체적인 정책적 과제를 도출한다는 차원에 보다 중점을 둔다. 더불어 2000년대 이후 국내에서 진행되었던 다양한 읽기문화 진흥 정책의 함의를 되짚어 보는 기회 역시 가지려고 한다. 디지털 미디어 환경이 진전하는 속도가 급격한 만큼, 그 동안 읽기문화를 다루는 정책적 대응은 속도가 다소 뒤쳐지는 면이 없지 않다 하겠다. 특히 (종이)신문 활용 교육-NIE (Newspaper in Education)-중심으로 진행되어 왔던 국내의 읽기문화 진흥 정책에 대해서는 비판적인 검토가 필요할 것이다. 즉 종이신문 읽기를 중심으로 조직된 국내의 미디어 교육과 연계되어 있는 읽기문화 진흥 정책의 그동안의 성과 역시 종합적인 고찰의 대상이라 하겠다. 더불어 그것은 궁극적으로 디지털·스마트 매체들을 포함한 포괄적인 미디어 교육의 활성화와 관련되어 있음을 주장하고자 한다.

3. 연구 방법

이 연구는 크게 문헌 연구, 심층 인터뷰, 그리고 사례 분석으로 이루어져 있다. 이는 각기 연구의 구체적인 내용과 직접적인 관련이 있다 하겠다.

첫째, 이 연구의 초반부에서 전개된 읽기의 역사적·사회적 의미에 대한 학제적 탐구는 문헌 연구를 통해 이루어졌다. 여기에는 동·서의 '읽기' 개념의 역사적 변천과 사회적 의미(전근대 및 근대), 근현대 한국 사회의 '읽기' 개

〈표 1-1〉 심층 인터뷰 참가자 현황

성명	성별	연령	직업	전공 분야
A	28	여	예술행사 기획직 근무	전산, CT
B	28	남	박사 과정	경영, CT
C	27	남	박사 과정	언론정보, CT
D	30	여	언론사 기자	언론정보, CT
E	28	여	언론사 기자	언론정보, CT
F	31	남	연구기관 근무	음악, CT
G	28	남	석사 과정	언론정보, 정치
H	28	남	IT업체 근무	전산, CT
I	28	여	석사 과정	전통문화, CT
J	31	남	석사 과정	전산, CT

념의 역사적 변천과 사회적 의미, 현대 사회의 문화적 변동과 읽기/쓰기의 지위 변화, 그리고 읽기/쓰기의 행위(practices)와 ‘미디어 리터러시’를 둘러싼 개념적인 재인식 등의 내용이 다루어졌다. 읽기의 개념과 실천을 설명하는 동서양의 ‘고전’적 저술들과 주제와 관련된 신역사학(New History)의 주요 연구 성과들이 특히 중요하게 다루어졌다.

둘째, 읽기문화 진흥과 미디어 리터러시 교육에서 제기되는 정책적인 쟁점들, 그리고 국내에서 전개된 NIE 활성화 추진 전략에 관한 논의를 위해서는 2000년대 이후 한국언론재단 및 한국언론진흥재단, 한국신문협회, 그리고 관련 공공 기관 및 정부 기관(문화부 등)에서 간행된 정책 자료들을 광범위하게 활용하였다. 더불어 전자책(e-book)과 관련된 현황 및 산업적 쟁점 검토를 위해 관련 분야의 연구서, 자료 및 각종 보도 자료들을 광범위하게 활용하였다.

셋째, 연구 과정에서 심층 인터뷰 방법 역시 사용되었다. 심층 인터뷰는 총 10명을 대상으로 삼았다(〈표 1-1〉 참조). 인터뷰 참여자들은 주로

대학에서 언론학, 사회학, 예술/예술경영, 정보학, 인문학을 전공한 후 관련 분야의 연구원으로 일하거나 대학원에 진학하여 학문 활동, 작품 제작, 예술 행사 기획 등의 활동에 임하는 20대 중반~30대 초반의 남성 6명과 여성 4명이다.

인구사회학적인 차원에서 이들은 경제적 위상이나 교육 수준을 기준으로 중상위층에 속한다. 그리고 이들은 생산과 소비를 아우르는 각종 유형의 미디어들에 대한 접근 및 활용에 있어 상당한 수준의 지적·물적인 소양과 능력을 갖춘(준)전문가 집단이기도 하다. 디지털 테크놀로지에 친숙한 자연과학 또는 공학 전공자들과 달리, 이들은 디지털 테크놀로지를 인문학, 예술, 사회과학적인 사고 안에서 성찰하고 이용하는 습관을 오랫동안 길러 왔다. 또 개인 노트북은 물론이고 아이폰을 비롯한 스마트폰, 아이패드 등의 스마트 기기를 을 무리하지 않아도 순조롭게 이해하고 구입·사용·평가하며 또 비판적으로 인식하고 있었다. 그럼에도 자신이 디지털 기기, 서비스, 콘텐츠를 적극적으로 이용하거나, ‘얼리 어답터’로서 빨리 반응하거나, 또는 흔히 일컫는 ‘애플 뺑’과 같이 특정 브랜드를 열광적으로 수용한다는 인식을 가지고 있지 않았다. 즉 이들은 열광적인(또는 맹목적인) 디지털 소비자가 결코 아니다. 중요한 것은 이들이 디지털 플랫폼을 통한 읽기 및 쓰기 문화에 비판적인 거리를 유지하면서, 자신의 경험을 성찰적으로 조정하고 실천해 나간다는 점이다.

이렇게 특정한 유형의 이용자 집단을 선정한 이유는 다음과 같다. 우선 디지털 읽기가 대중적으로 보편화된 현상이 아니며, 그것을 가능케 하는 스마트 기기 역시 일반적으로 사용되기 보다는 젊고 교육수준이 높은 도시인들에 의해 주로 사용되는 현실을 감안해야 하였고 때문이다. 따라서 글을 많이 읽고 노동과 여가에 활용하는 집단에 집중할 수밖에 없었으며, 해당 전공분야의 전문가, 그리고 디지털 문화에 친숙한 20대 그리고 30대 초반 연령대의 집단에 집중하게 되었다. 사회적으로 상층부에 위치하는 고급 이용자들을 통해 디지털 모바일 시대의 읽기문화의 선구적인 모습을 살펴봄으로써, 현

재까지도 여전히 ‘신생(emergent)’ 문화라고 할 수 있는 디지털 읽기(digital readership)의 초기 양상을 보다 선명하게 파악하고 또 이해해 보고자 하였다. 이를 바탕으로 향후 보다 다수 사회구성원들 사이에서 일반적으로 향유될 수 있는 대중문화로서의 디지털 읽기의 미래를 전망해 볼 수 있다.

인터뷰는 인터뷰 참여자의 편의에 따라 서울 시내 도심지역에서 총 6회- 집단 인터뷰 5회, 개인 인터뷰 1회-에 걸쳐 진행되었다. 반 구조화된 질문지를 활용하여 인터뷰를 진행하였으며, 참여자의 동의를 얻어 녹취되었다.

02

근대 사회의 출현과 읽기의 경험: 읽기에 대한 미디어 철학적 성찰

한보희¹⁾

“책을 읽을 수도 없다.” 이 표현과 대구를 이루는 다른 표현은 “사는 것이 힘들고 감옥 같다”는 것이었다. 도대체 책을 읽는다는 것은 무엇인가? 어쩌서 ‘읽을 수 없다’는 것이 ‘감옥에 갇힌 것 같은’ 느낌을 주는 것일까? 읽는다는 것은 간단히 말해 언어적 공동체에서 숨 쉬며 살아간다는 것이다. 따라서 “읽을 수 없다”는 것은 언어적 공동체에 들어설 수 없다는 것, 그런 공동체 바깥에 내팽개쳐졌다는 것, 상징적 세계에서 살아갈 힘과 자격을 상실할 위기에 처해있다는 것을 뜻한다. 그가 놓여있는 언어적·정치적 공동체 ‘바깥’은 해방의 공간이 아니라 “외롭고, 답답한”, “감옥 같은” 폐쇄 공간이다. 읽을 수 없는 자는 ‘바깥에 갇혀 있는’ 자인 셈이다(이러한 주장의 배경에는 모든 사람이 읽을 수 있다는 것과 세계가 ‘읽을거리로서의 세계’가 되었다는 전제가 깔려 있다). ‘바깥에 갇힘’- 그것은 조르조 아감벤(Giorgio Agamben)이 ‘호모 사케르’의 장소인 ‘예외 상태’(state of exception)라 부른 것을 떠올리게 한다. 예외(exception)라는 말의 어원인 라틴어 ‘excipere’

1) 연세대학교 대학원 비교문화 협동과정 강사.

는 “바깥에”(ex-) “붙들려 있다”(-capere)이다. 이제부터 살펴보겠지만, 읽기는 바로 이 ‘바깥’- 부정성의 자리-에서 발원하는 욕망이며, 그 바깥에 처하는 끔찍한 체험과 상관적이다.

슬라보예 지젝(Slavoj Žizek)은 라캉을 인용하며, 인간에게는 두 개의 생명이 있다고 말했다. 하나는 육체의 생명이고 다른 하나는 상징계의 생명이다. 따라서 죽음에도 두 개가 있다. 육체적 죽음과 상징적 죽음.²⁾ 이러한 문제 틀에서 보았을 때, 자연적 생명을 파괴함으로써 상징계적 생명을 부활시키려는 절박한 시도는 대단히 역설적인 (자기) 구원 행위로 보인다. 더 이상 읽을 수조차 없게 되었을 때, 그는 자신을 읽혀져야만 할 어떤 것, 즉 상징으로 승화시켜야 했다. 하나의 생명을 버림으로써 다른 생명을 살리는 희생적 제의가 하나의 장소에서 일어난 사건이었다. 거기서 우리는 예수의 ‘십자가에 못 박힘’(crucifixion)과 유사한 것을 본다(비록 예수라 말할 수는 없지만, 그는 예수와 마찬가지로 호모 사케르로서 죽어갔으며, 그가 속했던 정치 공동체에 치명적인 ‘스캔들(scandale)’이 되었다). 또한 거기서 우리는 “읽는다”는 행위, 혹은 “읽기”라는 사태가 인간 존재에 갖는 중량과 심도를 예감할 수 있다.

읽기는 지극히 일상적인 행위이나 그 뿌리는 인간이라는 이중적 존재의 구성적 간극(gap)- 모순적이고 마찰적이며 비극적인 ‘사이(間)’-에

2) 인간을 이처럼 ‘이중적 존재’로 보는 시각은 사실 라캉에게 고유한 것이 아니며, 프로이트가 의식과 무의식을 인간 정신의 양극적 구조로 표명했을 때 처음 나타난 것도 아니다. 장 자크 루소(Jean-Jacques Rousseau)의 사상에 나타나는 ‘자연인과 시민(homme naturel et citoyen)’의 구분에서부터, 칸토로비치(Ernst Kantorowicz)의 왕의 두 신체(The King's Two Bodies) - 자연적 신체와 정치적 신체(Natural Body and Political Body), 그리고 이에 대한 조르조 아감벤의 이론적 변안들 - 즉 ‘조에(Zoé, 자연적 생명)와 비오스(Bios, 정치체인 폴리스에서의 삶)’ 사이의 ‘호모 사케르’에 이르기까지, 인간을 규정하는 양극적이고 이중적 힘의 갈등이야말로 어쩌면 성 아우구스티누스 이래로 서구적-기독교적 인간 및 역사 세계 이해의 정수가 바로 저 ‘이중적 존재로서의 인간’이라는 문제 틀 속에 농축되어 있다고까지 말할 수 있다.

닿아있다. 자연과 문명, 자연인과 시민, 조예와 비오스, 존재와 언어 등등의 이원일위(二元一位, dyad)인 인간이라는 존재의 모순적 중핵이 “읽다”라는 사태에 응결돼있는 것이다.

1. 읽기: 마음과 사물의 이중 분절

베이컨에서 카알라일에 이르기까지 사상가들은 인간을 ‘도구를 사용하는 자(Homo faber)’로 정의했다. 그러나 인간의 두뇌는 그의 도구가 아직 원시적인 것이었을 때도 충분히 발달되어 있었다. 어째서 인간은 처음에 도구를 만들어냈는가? 그 목적은 공리주의적인 것이 아니라 상징적인 것이었다. 물건 만들기에 앞서서 마음의 작용이 선행한다. 루이스 뎀포드(Lewis Mumford)가 말했듯이, “인간은 무엇보다 마음을 만들고, 자기를 지배하고, 설계하는 동물이다”. 도구를 디자인하기 전에 인간은 자기 자신을 디자인함으로써 언어와 의식(儀式)과 사회를 만든다는 것이다. 그렇지만, 우리가 일반적으로 따르는 과정은 ‘생심견물’이 아니라 ‘견물생심’이지 않은가. 마음은 저절로 생겨나 스스로 형태 짓지 않고, 어떤 사물과의 접촉 혹은 대상과의 관계에 의해 형태지어진다고 말하는 것이 자연스럽지 않은가. 그런데 어떤 사물이 그렇게 보이는 것은 순전히 그 사물의 속성에서 비롯되는 것만은 아니다. 그렇다면 마음(心)과 사물(物) 중 어떤 것이 먼저인가, 어떤 것이 독립 변인이고 어떤 것이 종속 변수인가? 여기서는 변증법적 매개 관계가 작동한다. 견물, 즉 사물과의 접촉은 비로소 마음에 형태와 생기를 부여하지만, 그때 마음이 짓는 것은 단순한 사물의 인지(認知, cognition)가 아니라 마음과 관계하는 상관적 대상을 통한 자기 인지를 수반하게 된다. 그것은 반성적 재인지(recognition)이다. 사물에 그 근거를 두고 있으나 그 자체가 사물은 아닌 대상, 그것에 인간의 마음이 들어

있는 대상—이 특별한 사물이 바로 부정적 존재로서의 기호 또는 상징이며, 읽기란 바로 그런 부정성의 존재들로 이뤄진 세계와의 접촉이자 구성 행위이다. 그리고 그런 세계의 일원인 상징적 존재로 살아가려는 힘은 자연적 욕구(need)가 아니라 인간적인 열망, 즉 욕망(desire)이다. 말을 물가로 끌고 갈 수는 있지만 물을 마시게 하지는 못한다. 읽기도 마찬가지다. 읽기는 읽으려는 욕망의 발기 없이는 이뤄지지 않는 정신의 성교(intercourse)와도 같다. 그리고 읽기의 욕망은 발기와 마찬가지로 대상을 보고 느끼는 것에서 시작되지 저절로 일어서지는 않는다. 하지만 성욕 자체는 대상이 아니라 주체에서 연원한다는 점 또한 분명하다. 읽기와 그 대상의 관계도 이와 같다.

2. 읽기란 무엇인가

‘읽기’라는 개념은 일관된 것이 아니다. 보통은 개인의 행위를 (또는 사람들의 일반적 행위를) 표현하는 말로서의 문자 언어를 눈을 통해(읽는 동안의 눈의 움직임, saccade) 또는 촉감(점자언어)으로 수용하는 행위를 포함한다. 이때 의미와 정보의 획득이 행위의 가장 중요한 기능이다. 읽기는 ‘의미를 알아내는 행위’이다. ‘무엇인가를 읽어낸다’는 행위 자체는 모든 문화에 공통적이지만, ‘무엇을 읽고 또 어떻게 읽을 수 있는가?’하는 물음에 대한 답은 우리 각자가 속해 있는 어떤 공동체에 기반을 두고 있다. 우리는 그러한 공동체를 ‘읽기, 또는 해석의 가능성의 지평을 제공하는 코드’라고 불러볼 수 있다. 이러한 해석의 코드는 결코 고정되어 있지 않으며 그 일관성을 확정할 수도 없다. 때문에 이 코드와의 접촉인 ‘읽기’에 관한 정의도 다양하며 은유법적으로 표현할 수밖에 없다.

통일된 ‘읽기’의 개념 정의가 불가능하므로, 다양한 문화 그리고 각각의

고유문화에 맞는 방법에 따라 다른 정의가 내려질 수밖에 없다. 우리는 인간이 언제, 어디서, 어떤 이유로 읽기 시작했는지 알지 못한다. 누군가 역사 속에서 읽기가 어떻게 시작되었는지 묻는다면, 그 질문은 또 다른 여러 질문과 연결되어 있기 때문에 답을 찾기란 어려운 일이다. 가령 다음과 같은 ‘읽기’의 용례를 보자.

연인들은 어두운 밤 은밀한 침실에서 사랑하는 애인의 신체를 읽는다.
심리학자들은 환자가 꾸 낸선 꿈들을 스스로 읽도록 도와준다. 하와이의 어부들은 바닷물에 손을 담그기만 해도 조류의 흐름을 읽을 수 있다. 농부들은 하늘을 올려다보며 그날의 날씨가 어떠하리라는 것을 읽는다.

책을 읽는 독자와 더불어 이들 모두는 공통된 능력을 갖고 있다. 그것은 어떤 **상징을 알아보고 거기에 의미를 채워 넣는 능력**이다. 다양한 ‘읽기’의 행위들 중 몇 가지는 어떤 지식을 전제로 하여 실행된다. 바로, 읽히는 내용들을 각기 어떤 목적 하에 만들어진 상징체계라는 것이다. 악보라든지 교통 표지판 같은 것들이 그 예다. 또 신에 의해 만들어졌다는 전제도 있다. 예를 들면 거북이 등딱지의 결을 읽는다든가 밤하늘의 별자리를 읽는 행위들이 그에 속한다. 그밖에 다른 종류의 읽기는 누가 정해놓은 것이 아니라 순전히 우연의 소산이다.

어쨌거나 분명한 것은, **상징에 의미를 부여하고 그것을 읽고자 하는 주체**는 바로 **그것을 읽는 사람**이라는 점이다. 그는 스스로 어떤 대상물이나 장소나 사건 속에서 의미를 획득한다. 그는 의미를 해독하기 위해 상징의 체계에 스스로를 맡긴다. 우리 모두는 우리가 누구이며 어디에 있는지를 파악하기 위해서 우리 자신뿐만 아니라 우리를 둘러싼 세상을 ‘읽는다.’ 우리는 이해하기 위해서 혹은 이해를 위한 준비 작업으로 읽는다. 그것은 인간이라는 존재에게 불가피한 일이다. 읽기는 숨을 쉬는 행위만큼이나 인

생의 본질적인 기능이다(Manguel, 2000, 14~15쪽).

이처럼 다양한 ‘읽기’가 가능한 것은 우리가 읽는 대상이 결코 사물 자체가 아니라 해석된 사물, 주체의 욕망이 투여된 사물들이기 때문이다. 그렇다면 왜 세계는 ‘읽을 수 있는, 또는 읽어야 할 대상들의 세계- 기호적 우주- 가 되었는가?

3. 세계의 가독성: 세계는 어떻게 읽기의 대상이 되는가?

세계를 ‘읽는다’는 것은 우선 그 자체로서의 세계를 ‘읽는다’는 것을 전제하며 그렇게 잃어버린 세계를, ‘실패 놀이(포트-다, Fort-Da)’를 하는 프로이트의 손자처럼, 되찾는 놀이가 바로 ‘읽기’이다.³⁾ ‘읽기’는 ‘읽기-찾기’이며, 그때 되찾게 되는 세계, **사라져 버렸다(가)(포트 Fort, gone; 갔다)** (욕망의) 실에 끌려 **되돌아온(다 Da, (t)here; (저기)여기, 있다)** 세계- 의미 있는 세계-에는 기존의 객관적 세계에서는 없었던 무엇이 묻어 있다. 그것은 **주체(의 자리로서의 그리움)**이다. 바로 그런 방식으로 세계는 비로소 주체와 유관한 세계- 의미와 욕망의 세계-가 된다.

그런 방식으로, 그저 냉정한 사물들의 세계는 나르시즘적 애착의 대상이 되며 인생이라는 의미론적 생명 현상의 조건이자 대상- 거주지-으로 변모한다. 그것은 세계가 ‘이중체(二重體, double)’로 분절되는 것이며,

3) 프로이트의 유명한 ‘포트-다’ 놀이에서 아이는 실패를 던지고(Fort, gone), 그것을 다시 제 앞으로 끌어들여온다(Da, there/here). 그런데 끌려온 실패, 즉 없던 것이 있게 된 이 실패에는 있는 것만 있는 게 아니다. 거기에는 ‘없는 것’도 있게 된다. 즉 되돌아온 실패는 ‘없음을 그 안에 내장한 있음’이다. 이것이 현-존재(Dasein)의 속내이다. 그는 자기 안에 없음을 가진 있음, 즉 죽음을 내장한 생명- 바로 거기서 우리는 언어의 비밀을 본다- 으로서의 현존재인 것이다. 그렇다면 없는 게 그냥 없지 않고 ‘**없는-있는 것**’(허구적 사실)이 되었을 때 무슨 일이 발생할까? ‘읽기’라는 독특한 인간 행위가 발생한다(cf. Freud, 1997).

이는 사람이라는 동물이 인간이라는 이중체-의식적 주체는 그 한 부분이다-로 분절되는 것과 거울상을 이룬다. 이러한 ‘이중 분절-세계의 이중화와 인간의 이중화’-의 구조는 개인의 형성과 사회의 형성에 공히 적용되는 동형적 구조이다.⁴⁾

요컨대, 읽기는 주체화의 과정이며 이러한 주체화를 통해 큰 타자로서의 사회적 권력이 실체화된⁵⁾다. 읽기의 한편에 해석의 실행자로서의 주체가 등장하고 다른 한편에 거울상처럼 타자로서의 권력이 해석의 코드로 등장한다.

4. 읽기는 ‘타자(Autre)’의 읽기다

이 글은 ‘읽기(reading)의 역사’와 ‘지식(knowledge)의 역사’의 상관성에 대한 물음에서 시작되었다. 얼핏 둘 사이의 상관성은 분명한 것처럼 보인다. 가령 다음과 같은 일반적 통념을 살펴보자.

지식의 세계에 접근하는 출입구와도 같은 읽기에의 욕망과 읽을 수 있는 능력을 제한해 지식을 통제함으로써 권력의 독점과 지배의 안정을 꾀하

4) 대상관계 학파의 논의를 참조해볼 수 있다. 멜라니 클라인(Melanie Klein)은 프로이트의 무의식적 환상이나 상징과 같은 근본적인 개념들을 확장, 변화시킨다. 프로이트는 무의식적 환상을 현실 원리가 확립된 이후에, 쾌락원리가 계속 작용하면서 나타나는 후기의 산물이라고 본 반면, 클라인은 무의식적인 환상이 그들의 초기 정신 안에 편재해 있으며 모든 아이들의 인식과 대상관계에 역동적 영향을 끼친다고 보았다. 어린 아이들은 대상을 식별하는 순간부터 실제 대상과 환상 대상 모두와, 특히 환상 대상과 관계를 맺는다. 아이들은 자신의 무의식적 환상을 놀이와 학교 활동 등 모든 활동을 통해 상징적으로 표현한다. 상징은 모든 환상과 승화의 토대가 되며 주체와 외부 세계 및 일반적 현실과 관계 맺게 하는 기초가 된다. 예를 들어 ‘지식욕’은 어머니의 몸을 탐구하고자 하는 내적인 소원이며 세계를 탐구하는 지식 추구의 근원이 된다. 여기서 상징은 이 둘 사이를 연결해 주는 도구이며, 읽기의 대상은 그러한 환상적 대상으로서의 상징이다.

려는 시도는 읽기라는 인간의 본성을 억압하지 않고서는 이뤄질 수 없는 데, 인간들은 이러한 억압에 끊임없이 저항할 것이므로, 반드시 실패하고 말 것이다. 지식은 읽기와 더불어 점점 더 많은 인간들의 보편적 권리와 능력 그리고 향유의 대상이 되며, 그에 따라 지배와 복종이라는 위계적 권력 현상은 평등한 인간 관계 속으로 소멸되어 갈 것이다. 요컨대, 읽을 수 있는 능력이 보편화될수록 지식의 생산과 유통이 보편화되고 이러한 지식의 보편화는 사회의 민주화로 이어진다— 불합리한 차별과 위계가 철폐되고 개인들의 사이의 자유로운 의견 및 지식의 교환과 평등한 상호협력 네트워크가 형성된다.⁵⁾ (Condorcet, 2002)

더 많은 사람들의, 더 폭넓은 읽기는 더 풍부한 지식의 가능성을 제공하며, 이러한 읽기와 지식의 보편화는 더 자유롭고 평등한(민주화된) 세상을 약속한다는 이 ‘읽기의 역사에 대한 진보주의적 가설’은 과연 자명한 것일까? 과연 사태가 그렇게 단순한 것일까? 읽기는 정말 인간의 타고난 본성(nature)인가? 그 전에, 도대체 ‘읽기’란 무엇인가? ‘지식’이란 무엇인가? 능력이나 권력 등 인간의 ‘사회적 힘’은 도대체 무엇이고, 그것은 지식이나 읽기와 어떤 관계가 있을까?

프란시스 베이컨의 단순하면서도 강력한 언명처럼 “지식은 힘(권력)”이고 읽기가 지식의 기초를 놓는 것이라면, 세상은 오래 전에 읽기와 쓰기

5) 더불어 다음과 같은 콩도르세의 말로 이러한 생각을 보충해볼 수 있다. “결국 인쇄소가 민중의 교육을 모든 정치적·종교적 속박에서 해방시키지 않았는가? 전제정이 모든 학교를 침범하는 것은 다 헛된 것이다. 전제정이 엄격한 기관들을 통해 어떤 오류가 인간 정신에 영향을 끼치며 어떤 진리가 보호되어야 하는가를 결정하는 것도 다 헛된 것이다. 대학 교수가 민중에게 도덕을, 그리고 청소년들에게 철학과 과학을 교육하는 것은 단지 이중적인 전제정의 유지에 호의적인 교의만을 전달하는 것이므로 이것 역시 다 헛된 일이다. 인쇄소는 아직 독립적이고 순수한 계몽의 빛을 보급할 수 있다. 모든 사람들이 침묵과 고독 속에서 자유로이 책을 통해 받아들 수 있는 교육은 완전히 타락할 수 없다. 언론이 인쇄물들을 쌓아놓을 수 있는 한 모퉁이의 자유로운 땅이 존재하는 것만으로도 충분하다”(Condorcet, 2002, 102쪽).

에 종사하는 계층 즉 지식인들의 지배에 놓여 있었어야 할 것이며 지식인들 사이에서라도 자유롭고 평등한 관계가 형성되었어야 할 것 같다. 그러나 역사상 지식 계층에 의해 지배된 사회가 거의 없었으며, 역대의 지배자들은 문인 계급을 자신의 휘하에 두었을 뿐 그 자신이 문인 계급의 일원인 경우는 드물었다. 왕과 통치자가 읽고 쓰는 능력을 갖추거나 또 학문에 조예가 깊었는지 여부와 상관없이, 지배와 통치가 곧장 지식(文)의 세계와 일치하지는 않았다. 백성(民)의 지배자는 지식(文)에 대해서도 지배자였지 지식이나 지식계급의 일원은 아니었던 것이다. 또한 식자층과 지식 사회야말로 권위적 지배와 복종의 가장 원형적인 모습을 간직해 왔다. 지식의 전수 과정인 교육은 선생과 학생 사이의 위계를 기본구조로 삼고 있으며 이는 지금도 변하지 않고 있다.

사실 지배자(해석의 궁극적 코드)의 ‘예외자적(exceptional) 성격’은 지식(文)의 세계, 지식에 대한 읽기의 관계, 그리고 지배 권력과 지식 간의 관계 등등에 하나의 실마리를 제공한다. 왜냐면 읽는다는 것은 읽어야 할 어떤 것 속에서, 자연스런 감각을 통해서는 인지되지 않는 어떤 타자적인 것의 작동을 읽는다는 것을 뜻하기 때문이다. 먼저, 다음과 같은 사태를 살펴보자.

“다음의 기묘한 예에서 알 수 있듯, 읽기에는 우리의 오감과 마찬가지로 신비롭고 독특한 면이 있다. 존스는 그리스 문자 읽기를 배웠는데 아직 말을 배우지 못했다. 앤드로폴리스는 어려서부터 그리스 말을 하면서 자랐지만 글자는 배운 적이 없다. 앤드로폴리스에게 온 그리스어 편지를 존스가 읽어주었다. 존스는 글자를 읽을 수는 있지만 이해하지는 못한다. 앤드로폴리스는 듣고서 이해는 하지만 글자는 모른다. 이 경우 과연 누가 읽은 것일까? 답은 둘 다이다.” (Fischer, 2003, 14쪽)

읽기는 문자를 말소리(音聲)으로 변환하는 능력(‘글자를 소리 내어 읽기’; 기호를 음성으로 변환하는 능력)과 말소리를 이해하는 능력(‘듣고서 이해하기’; 음성을 관념으로 변환하는 능력)이 결합될 때 가능해지는 현상이다. 둘 중 하나가 결여되면 읽기는 불가능하다. 첫 번째 ‘눈’으로 보고 ‘입’으로 소리 내어 읽는 것은 쉽게 배울 수 있지만, 두 번째 읽은 것, 즉 말을 이해하는 과정은 훨씬 더 어렵고 그 범위나 단계도 훨씬 넓고 다층적이다. 가령 초등학생도 프랙탈 기하학에 관한 책을 눈으로 보고 입으로 읽을 수 있지만, 극히 예외적인 천재가 아니라면 그것을 제대로 ‘읽었다’고 말할 수는 없을 것이다. 제대로 ‘읽었다’는 것은 일정 정도의 이해 수준에서 도달했다는 뜻인데, 그러기 위해서는 관련된 지식이 상당히 온축돼 있어야 하기 때문이다. 첫 번째 단계의 읽기와 구별되는 이 두 번째 단계의 읽기 능력을 ‘독해’라고 부르도록 하자. 독해는 텍스트의 내용과 관련된 경험이나 지식이 없이는 성립하지 않는다. 읽기는 순전히 언어적이고 형식적인 기술이지만, 독해는 언어 외적인 사고와 지식 내용들에 닿아있는 능력이다. 앞의 것을 형식적 읽기(문자를 말소리로 바꾸는 능력), 뒤의 것을 내용적 읽기(독해 또는 해석 능력)라고 불러보자.

1) 형식적 읽기 능력과 구어의 문자화

형식적 읽기 능력은 아주 어린 연령에서도 습득 가능해서, 언어마다 차이가 있겠지만, 빠르면 4~5세의 아이부터 습득할 수 있는 기술이다. 그러나 것처럼 쉽다는 것이 형식적 읽기 기술이라는 현상 자체가 아주 단순하고 간단한 사태라는 것을 뜻하지는 않는다. 만약 그랬다면 수 만년에 걸친 인류의 역사에서 읽기 기술—이는 문자를 전제한다—이 그토록 뒤늦게 나타났다는 사실을 설명하기는 어려울 것이다. 2만2천 년 전 라스코와 몇몇 동굴에 벽화를 남겼던 호모 사피엔스는 그로부터 1만7천년이나 지난 기원전3천년 경에 와서야 문자(읽기)를 갖게 되었다. 형식적 읽기 기술에

문자가 전제된다는 것은 분명하다. 하지만 읽기 기술은 문자보다 더 나중에 나타난다. 가령 페니키아의 결승문자는 소리 내어 읽힐 목적으로 만들어진 것이 아니었다. 최초의 문자들은 읽기 위한 것이 아니라 메시지를 남기고 전달하기 위한 신호였다. 그것은, 일반적인 예상과는 달리, **내용적 독해가 형식적 읽기에 선행한다**는 점을 가르쳐준다. 소리 내어 읽기는 **구어가 문자화**되면서 나타나기 때문이다. **구어의 문자화**는 가령 오랜 문자의 전통을 갖는 중국의 경우에도 20세기 백화문에 들어와서 나타났고, 한국의 경우 15세기 세종대왕이 한글을 창제하면서 비로소 나타났다. 서양은 알파벳의 탄생 이후에 구어의 문자화에 따른 문자 읽기가 비교적 일찍 나타났지만, 이러한 읽기나 쓰기 능력이 사회 전체로 확대되는 것은 18세기 이후 근대에 이르러서였다.

2) 내용적 읽기 능력과 ‘식스 센스’

여기서 우리가 중요하게 생각해야 할 것은 독해 또는 **내용적 읽기**(당연히 쓰기가 전제된다)라는 현상 뒤에 숨은 타자의 발현이며, 이때 문자는 타자(우리가 읽는 것을 쓴 자)의 **흔적**이고 읽기란 그 **흔적으로부터 타자를 현상시키는 행위**를 가리킨다. 그래서 『읽기의 역사』의 저자인 스티븐 로저 피셔(Steven Roger Fischer)는 읽기를 ‘6번째 감각(六感, sixth sense)’, ‘초감각’이라고 말하고 있다.

“고독, 버림받은 사랑, 일상의 조용한 절망들을 쫓아내는 읽기는 우리의 친구이자 위안이다. 사르트르처럼 책에서 진리를 발견하기도 한다. 한편의 책이 약속하는 탈출구 혹은 구원을 껴안는 사람들도 있다. 디킨스의 카퍼필드가 “언제나 유일한 위안”이었다고 고백하듯, 어린 시절의 읽기는 평생을 같이 하는 소중한 순간으로 생생하게 살아남는다. (...) 지구 최초의 유기체는 자신의 종(種), 성(性) 및 의지를 전달할 수 있는 원

시적 조직으로 진화했다. 지금 인류는 언어의 한계, 시공간을 뛰어넘고
자 이 놀라운 초감각에 기대다. 읽기가 바로 그것이다.” (Fischer, 2011,
452~453쪽)

읽기의 능력은 오감의 신체가 아니라 신체 외적인 것에 의지해 비(非)
물질적인 것을 감지하고 관계할 수 있는 능력- 정신- 에 기반을 둔다. 읽
기의 이러한 특수한 성격이 읽기를 종교와 이데올로기의 기나긴 역사에
접속시킨다. 간단히 말해, 읽기는 종교의 탄생과 결부된 현상이며 읽기 그
자체가 종교적 현상이고 사회적 존재의 가능성의 조건이다. 읽기의 능력
은 인간을 시공간을 초월한 어떤 공동체- 우리가 ‘사회’라고 부르는 실제
적 허구- 의 일원으로서 활동하게끔 만든다. 다시 말해, 모든 읽기의 배후
에는 어떤 무의식적 종교성이 자리 잡고 있다.⁶⁾ 읽는다는 것은 믿는다는
것과 상관성을 가지며, 그렇지 않다면 그것은, 앞서 예시한 존슨의 그리스
어 편지 읽기의 경우처럼, 그 자체로는 아무 것도 아닌 발성일 뿐이다. 여
기서 ‘믿는다’는 믿는 어떤 것, 즉 믿음의 구체적 내용과 대상과 관련되는
게 아니라, 일차적으로는 ‘믿는다’는 바로 그 행위, 또는 그러한 마음의 구
조 자체의 발생과 관련된다. 다시 말해, 믿음이라는 마음의 형식 자체가 곧
읽기의 발생과 동시적이며, 읽기 행위 자체와 상동적 구조를 갖는다는 애
기다. 이것은 또한 종교와 밀접한 또 하나의 인간 현상, 즉 정치와 권력이
언어나 읽기와 어떻게 관련되는지에 대한 실마리를 제공한다.

6) 20세기의 유명한 예언자인 에드가 케이시(Edgar Cayce, 1877~1945)는 자신의 예언을
‘리딩(reading; 읽기)’이라고 불렀는데, 이는 케이시 자신이 미래의 사태나 영적인 진리를, 지
어낸 것이 아니라 단지 ‘보고 읽었다’는 뜻에서 쓴 용어이지만, 기실 인간의 모든 읽기 행위
속에 내재된 초월적 측면이 이런 용례에서 잘 드러난다고 보아도 좋을 것이다. 요컨대 모든
읽기는 초월적 읽기이다.

3) 6번째 감각과 초월적인 것(부정성)

드라마 〈뿌리 깊은 나무〉의 마지막 장면에서 한글의 반포를 막으려는 밀본의 수장인 정기준은 죽어가면서, 세종 이도에게 이렇게 말한다.

정기준: (···) 가끔 그런 생각을 하지. 집에서 기르는 개를 보면서, 저 개가 내 말을 알아들으면 얼마나 좋을까. 당신의 글자는 위정자와 지배층에 그렇게 이용될지도 모른다. 무릇 백성은 어리석어 보이나 지혜로서 속일 수 없다 했다. 허나 그 말은 어찌면, 오히려 어리석기 때문에 속일 수 없는 것인지도 모른다. 지혜가 없는 산이나 바위를 속일 수 없는 것처럼. 헌데 너의 글자로 지혜를 갖게 된 백성은 속게 될 것이다. 더 많이 속게 될 것이고 이용당하게 될 것이야. 사람의 말을 알아듣는 개새끼처럼. 세종: 그래, 그럴 수도 있겠지. 허나 그들은 결국 그들의 지혜로 길을 모색해나갈 것이다. 그리고 매번 싸우고 또 싸우려 할 것이다. 어떤 때는 이기고 어떤 때는 속기도 하고, 또 어떤 때는 지기도 하겠지. 지더라도 어쩔 수 없다. 그것이 역사니까. 또 지더라도 괜찮다. 수많은 왕족과 지배층이 명멸했으나 백성들은 이 땅에서 수 만년 동안 살아왔으니까. 또 싸우면 되니까.

정기준: 이제 주상의 말이 맞기를 바라는 수밖에···. (드라마 〈뿌리 깊은 나무〉 中)

이 대화에는 ‘읽는 존재’로서의 인간이 처하게 되는 위기-위험이자 동시에 기회-의 성격이 잘 묘사돼 있다. 역사(history; 이야기)라는 것은 ‘읽는 존재’가 ‘읽을 수 있는 세계’에서 살아가는 드라마의 다른 이름일 것이다.

헤겔은 식물을 가리켜 내장(內藏)을 외부에 두고 있는 동물이라고 말한 적이 있다. 그런 비유를 고쳐 써 보자면, 인간은 인지적 신경 기관(뇌)의

일부를 신체 외부에 두고 있는 동물이라고 할 수 있는데, 이때 신체 외적인 혹은 신체 초월적인 외뇌(外腦)와 뇌를 연결해주는 외적 신경계가 바로 문자와 기호이며, 문자라는 테크놀로지는 오늘날 하드디스크와 데이터베이스, 외장형 서버의 원형으로 간주될 수 있다. 읽기가 타자를 현상시키고, 타자를 알현하는 것이라는 사실은 읽기가 바로 이런 외뇌와의 접속이라는 뜻이며, 읽기의 역사는 이 외뇌의 성장 및 강화 과정과 동시에 생각될 수 있다는 뜻이다.

그런 맥락에서, 읽기는 읽히지 않는 것(타자)의 읽기이며, 모든 읽기는 읽히기에 저항하는 것들에 대한 읽기이기도 하다. 읽기는 그러한 역설적 작용을 통해서 읽은 것들 안에서 외뇌의 주체인 타자의 작동을 가능케 한다. 우리가 신, 왕, 지배자, 또는 지도자, 또는 선생(교육자) – 어떤 신비로운 것의 권위자, “안다고 가정된 주체”(Lacan) – 라고 부르는 것은 바로 그 타자(Autre)의 자리, 예외 상태(state of exception)에 위치한 자들이다. 그런데 타자적인 것이 읽기의 궁극적 대상이라면, 읽기의 역사적 변동과 지식의 역사적 변동은 이 타자적인 것과 주체의 관계의 변동이라는 하나의 공통 지반 위에서만 함께 논의될 수 있지 않을까? 그렇다면 읽기의 양식은 종교나 정치 권력의 변동과도 본질적인 상관성을 갖는다고 할 수 있지 않을까? 인간이 그냥 자연이 아니라 언어로 구성되는 정치공동체(polity)라는 상징계를 살아가는 동물이라면 – 다른 모든 동물들과 달리 가족이 아니라 옷을 입고 살아가는 것처럼 –, 이 상징계적 정치공동체를 살아가는 인간에게 있어 상징계와의 접속 및 상징계의 내적 운행, 즉 읽기는 인간으로서 살아가기와 결국 같은 말이라 해야 할 것이다.

5. 읽기의 대상(상징과 기호적 사물)의 존재 방식인 부정성

상징(symbol)은 자연적인 신호(sign)들과 어떻게 다른가? 상징은 즉자적 반작용을 불러오게끔 하는 완전한 신호가 아니다(오늘날 ‘정보’라 불리는 것들은 사회와 문명 안에서 이 자연적 ‘신호’와 비슷한 어떤 것들을 재(再) 도입한다고 벤야민은 지적했다⁷⁾. 그것은 사회나 문명을 ‘하나의 자연’(혹은 ‘정글’)로 받아들이는 태도를 함축한다. 상징은 그 어원이 말해주듯 ‘깨어진 신호’이며, 채워 넣거나 다른 무언가를 가져다 끼워 맞춰야 할 어떤 결핍 혹은 메시지에 공백을 가진 기호이다⁸⁾. 그것은 호랑이의 발자국을 본 사슴의 위기 대처 행동이나 신체적 반응 등과는 다른 질을 띠는 반응을 불러일으킨다. 우리는 이러한 반응을 비로소 ‘읽기’라고 부를 수 있다.

읽기는 상징에 대한 반응이며, 더 근본적으로는 사물을 상징으로 변환시키는 적극적인 능력이자 행위이다. 우리가 무언가를 ‘읽는다’는 것은 단순히 수동적인 사태가 아니라, 적극적이고 능동인(하이데거적 의미에서의) 기투(projection)이다. 그것은 우리 앞의 존재자를 ‘있는 것’과 (지금 여기 있지는 않지만, 즉 부재하지만) ‘읽어내야 할 어떤 것’으로 – 있었던 것(과거)의 흔적이자 있을 것(미래)의 징후로서 – 이중화시키며, 그러한 이중화의 틈새에 인간이라는 현존재를 주체·종속체(subject)로서 위치

7) “우리는 시민계급의 완전한 지배와 더불어 – 이러한 지배의 가장 중요한 수단 중의 하나는 (고도로 발달된 자본주의 하에서의) 신문이다 – 새로운 의사소통의 형식의 등장을 보게 되었다. (...) 이 새로운 의사소통의 형식은 소설의 경우보다 이야기에 더 위협적이고 더 도전적인 자세를 취하고 있다. (물론 그것이 소설에도 위기를 불러오고 있는 것은 마찬가지이긴 하지만 말이다). 지금까지 언급한 이러한 새로운 의사소통의 형식은 바로 정보(information)이다”(Walter Benjamin, “이야기꾼과 소설가”; Benjamin, 1983, 172쪽).

8) 상징(symbol)이라는 말은 내던져(-ballein) 쪼개어진 것을 다시 맞추는(sym-) 행위에서 나온 말이다. 상징이 증표(token)란 뜻을 갖는 것은 어떤 물건을 던져 쪼개어진 파편을 지니고 있다가 나중에 짝을 맞추어보는 관습에서 비롯되었다고 한다. 상징적 행위, 우리 앞에 던져진 것을 끌어와 다시 맞추는 행위를 잘 이해하지 않으면 비극이 시작된다.

시킨다. ‘읽기’는 현존재의 존재론적 행위이며, 이러한 행위들로 구성되는 이야기(역사)이다. 읽기는 이야기를 통해 하나의 생명을 다른 생명과 잇는 행위라는 점에서, 사람이라는 동물이 자신을 기호작용(세미오시스)로 변환시키는 행위이다. 괴테는 이렇게 말했다. “영원함은 모든 곳에서 흔들린다. 그리고 만물은 존재에 참여하기 위하여 비존재가 된다”. 인간의 읽기란 그 ‘비존재가 되기’의 가장 독특한 형식이다. 우리는 이런 인간의 ‘존재에의 참여’를 우리 시대의 가장 중요한 경향- 디지털 되기(being digital)-에서 발견할 수 있다.

6. 디지털, 또는 0과 1 사이

디지털은 0과 1로 이루어진 세계이다. ‘예/아니오(yes/no)’, ‘통과/멈춤(go/stop)’, ‘깜/빡’ 등. 그러나 디지털은 0과 1의 이분법적 세계는 아니다. 흑과 백의 삭막한 추상 공간이 아니다. 점멸(點滅)하는(깜/빡) 별들이 모여 저마다의 사연을 가진 무수한 별자리들을 이루듯이, 그 별자리들이 모여 무한한 우주의 그림(星座, constellation) 속으로 우리를 빨아들이듯이, 디지털은 손끝에서 눈앞으로 현실보다 더 현실 같은(hyper-real) 세상을 가져와 펼쳐 보인다. 오늘날 디지털은 창(Window)이 아니라 눈 그 자체가 되어가고 있다. 어떤 텔레비전 광고 카피가 우리를 대신해 고해성사한다. “신이여, 용서하십시오. 컴퓨터 화면에 눈을 빼앗겨버렸나이다.” 이것은 꿈인가, 새로운 현실인가? 허깨비인가, 허깨비 같은 또 하나의 실재인가?

무신론자에게 신은 허깨비이다. 신앙인에게 신은 현실보다 더한 현실이다. 그렇다면 디지털은 우리에게 무엇을 요구하고 있는가? 신앙고백인가, 냉철한 회의주의인가?(그런데 이 질문은, 고작 0과 1의 이분법에 머물러 있다. 다시 말해, 그것은 디지털의 디지털다움(the digital)에 대해서는

아직 사유를 시작하지도 못하고 있다).

별의 점멸 뒤에 무엇인가 있다. 캄캄한 밤하늘이? 별자리의 전설과 성좌의 코스몰로지(cosmology) 앞에 혹은 그 이전에 무언가 있다. 인간이? 기껏해야 점멸하는 두 숫자의 조합과 연산에 불과한 어떤 것(digital)이 하나의 거대하고 변화무쌍한 세계, 의미로 충만한 우주(the digital)가 되기 위해서 보이지 않는 어떤 손- 아니 손들이, 차라리 몸들이라고 해야 할 어떤 것- 의 신비로운 움직임이 있다. 진흙을 인간으로 변모시킨 조물주의 숨결 같은 힘, 그것은 어쩌면 ‘인간’이라는 이름의 캄캄한 밤하늘이 아닐까? 이 캄캄한 밤하늘의 몸뚱이를 더듬어 그토록 깊은 인간의 침묵으로부터 무언가를 듣기 전에는 우리는 아직 디지털적인 것(the digital)에 말하지 못한다. 디지털 테크놀로지를 디지털적인 것, 보다 정확히 말해 의미로 충만한 디지털 세계로 만드는 것은 인간이라는 이름의 캄캄한 밤하늘이기 때문이다. 그것이 사실이라면, 우리는 어떻게 이 깊은 어둠으로부터 인간과 디지털 세계의 비밀을 동시에 부각시켜 볼 수 있을 것인가? 인간이란 이러저러한 것이라고 규정하는 형이상학적, 인간학적 공론들을 반복하고 되새김질할 것인가? 디지털 테크놀로지의 기술적 특성들과 이 특성들이 인간의 감각과 사회적 구성에 미치는 영향들을 샅샅이 조사해 거대한 목록을 작성할 것인가? 전혀 다른 뿌리에서 나왔고, 모르긴 해도 상이한 관심사를 향해 자라고 있는 것 같은 이 두 작업을 무슨 수로 연결해볼 것인가? 우리는 차라리 “이야기”라는 화두, 혹은 나침반을 가지고 새로운 우회로를 개척해보려 한다. “디지털은 이야기다!” 막연하고 선정적인 슬로건에 불과한 것일까? 그렇지 않다는 믿음에서 우리는 출발한다. 왜냐하면 인간이란 인간이라는 이름의 이야기이며, 디지털 테크놀로지란 (다른 모든 테크놀로지와 마찬가지로) 이야기하는 사물이기 때문이다. 우리가 그것에게 말을 시키고 그것 또한 우리에게 말을 거는, 마법에 걸려 살아있는 듯 움직이는 사물들 말이다. 이제 우리가 첫 번째로- 그리고 마지막까지- 넘어야 할 질문은 이것이다. 도대체 이야기란 무엇인가?

7. 이야기 또는 존재론적 세미오시스

‘이야기(Iyagi)’가 무엇인지 모르는 한국인은 없다. 그러나 이야기가 무엇인지 아는 사람도 만나보지 못했다. 비유컨대, 사정은 이러하다. 물고기만큼 물을 잘 아는 생물은 없다. 그러나 물고기는 물을 모른다. 이제 우리는 물고기가 물에 대해 생각하기 시작하듯, 것처럼 어렵게, 그만큼 불가능함에도 불구하고, 이야기에 대해 생각하고 말해보려 한다(그런데 이것은, 벌써 또 하나의 이야기가 아닌가).

할머니가 겨울 긴 밤 손자 손녀를 무릎에 앉히고 들려주는 것… 아득한 옛날, 까마득히 먼 나라, 가장 기이한 풍물과 가장 우스꽝스러운 사람들의 삶을 화롯불 앞으로 가져다주는 것, 우리 모두가 어리던 날들과 어쩌면 인류의 유년기 전체를 지배한 상상력의 뼈와 살들. 그것을 우리는 이야기라고 부른다.

그 이야기가 어디서 왔는지, 누구에게서 시작되었는지 우리는 알고 있는가? 할머니의 할머니의 할머니? 아버지의 아버지의 아버지? 그 핏줄의 계보 꼬트머리에서 꿈이나 하늘에서 내려온 사람을 만나게 되더라도 놀라지는 말자. 이 거슬러 오름의 끝, 즉 시작이 필요하니까. 시작하기 위해서 끝이 필요하듯이, 끝내기 위해서는 시작이 필요하다. 이것은 기원이 아니라 단지 이야기의 경제일 뿐이다. 혹은 그 이야기의 시작이 마을을 지나치던 이방인의 입일 수도 있고, 동구 밖을 떠도는 거지나 미치광이의 웃음일 지도 모른다. 그러나 그들은 바람과 같은 존재들이 아닌가.

이처럼 이야기의 기원을 찾으려는 시도는 벽에 부딪히기 마련이다. 하지만 이야기가 기원을 갖고 있지 않다는 말은 정확하지 않다. 우리는 모두 이야기의 기원을 알고 있다. 다만 더 이상 그것을 믿을 수 없을 뿐이다. 모든 이야기는 그 안에 자신의 기원을 담고 있다. 이야기의 기원은 이야기가 이야기하는 그것과 분리되어 있지 않은 것이다. “호랑이가 담배 피우던 시

절에...”로 시작하는 그 이야기들은 바로 호랑이가 담배 피우던 시절에 시작된 것이다. 또 이야기는 이야기가 이야기하는 것과 동근원적일 뿐만 아니라 이야기하는 사람과도 동근원적이다. 이야기의 기원은 우리 앞에서 이야기하는 바로 그 사람의 입 이외에 다른 것이 아니라는 말이다. 이야기는 이야기하는 자와 이야기 듣는 자를 이야기가 전하는 세계 속으로 빨아들이는가 하면, 이야기 속의 세계를 세계라는 이야기 속으로 풀어놓는다. 마치 피비우스의 띠처럼.

결국 인간은 이야기하는 인간인가? 인간은 인간에 대한 이야기이라고 이야기 식으로 대꾸할 수 있을 것이다. 어쨌든 우리는 이야기의 고고학이 왜 불가능한지를 알고 있다. 고고학- 그것은 시간의 지층에 대한 분석이리라- 이 할 수 있는 것은 이야기의 이야기다움이 아니라 그저 이야기의 흔적과 요소들에 불과하다. 인체를 분해해 생명을 발견하지 못했듯이, 과거와 시간을 분해해 역사를 발견하지 못하듯이, 이야기를 분석하여 이야기다움의 진실을 알아내는 것은 불가능하다.

한 독일인이 말한다. “당신들이 말하는 ‘이야기(Iyagi)’란 ‘에어젤룽(Erzählung)’이로군요. 발터 벤야민은 ‘에어젤러(Erzähler; 이야기꾼)’와 ‘소설가’를 비교하는 한 글에서 당신들이 ‘이야기’라고 부르는 것의 역사와 운명에 대해 깊은 통찰을 보여준 바 있지요. 사실 이야기하기(story-telling)의 전통이 없는 나라와 민족이 어디 있겠습니까? 역사(History)란 이미 하나의 이야기(Story)인걸요. 저는 당신들이 ‘이야기’라고 부르는 것을 신화, 전설, 민담 등등을 묶어 부르는 총칭적 용어(generic term)로 이해합니다.” 물론 그렇다. 이야기란 스토리, 스토리텔링이다. 하지만 이건 어떤가?

아낙네들이 우물가 빨래터에 모여서 늘어놓는 것이 빨랫감만은 아니었다. 시어머니에 대한 험담과 자식 자랑, 건너 마을 노처녀의 방탕한 행실에 대한 뒷말, 남편의 게으름에 대한 불평, 성생활·임신·출산·육아 등 여자의 몸이 거쳐 가는 특별한 경험에 대한 오래된 지식들, 살림살이를

추스르는 온갖 지혜들, 베갯머리에 나누었던 은밀한 속닥거림까지. 남정네들이 사랑방에 모여 앉아 던지는 것도 화투장만은 아니었다. 농사일의 세목과 가축을 기르는 기술들, 과도한 소작료에 대한 불만, 나라의 정책과 관리들의 비리, 동네의 대소사, 집안을 다스리고 마누라를 즐겁게 하는 비결들 등. 사람들이 모이는 곳에는 어김없이 이야기가 있다. 이야기는 경험 이 교환되고, 지식이 전달되고, 생활의 신산함이 풀려 나오고, 공동의 작업들이 계획되고 결정되는, 요컨대 크고 작은 모든 사회적 장(場)들을 형성하는 에테르 같은 것이다. 그 이야기들은 정치적이고 경제적이고 윤리적이고 종교적이며, 그 모두에 앞서 일상적이고 구체적이다. 하여 때로 이야기의 그 일상성과 구체성이 정치와 경제, 종교와 윤리를 뒤섞고 뒤엎기도 한다. 때문에 우리는 이야기의 일상적 편재성 다음에 이야기의 민중성과 이데올로기 등에 대해 말하지 않으면 안 된다. 위반하고 전복하는 욕망의 힘이며, 어느 순간 그렇게 웃자란 욕망의 가지들을 자르고 제한하는 형식 의의이기도 한, 바로 이야기의 생활력(生活力)에 대해서 말이다.

지금 우리는 신화나 전설, 민담 등 온갖 스토라-텔링과 허구(fiction)의 한적한 세계와는 전혀 다른 이야기의 공간에 머물고 있다. 사회가 개인과 집단의 행위들로 채워져 있다면, 그것들을 의미 있는 총체로 만드는 것은 항상 이야기이며, 이 커다란 이야기를 무수한 작은 파편들로 쪼개고 갈라치는 것 또한 ‘이야기들’이다. 세상은 이야기라는 소음-우렁차고 위협적인 것에서 거의 침묵에 가까운 미세한 것들에 이르기까지-으로 가득 차 있다. 사람이 사는 곳에서는 침묵조차도 이야기의 한 대목이 되지 않으면 안 된다. 마치 단어와 단어를 분절하는 휴지(休止), 문장과 문장 사이의 띄어쓰기 공간처럼 말이다.

어떤 이는 이런 ‘이야기들’을 거대한 혹은 작은 서사들(grand/small narratives)이라고 부르고 싶은 유혹을 느낄지도 모른다. 그렇다, 이야기란 내러티브, 이데올로기적 내러티브일 것이다. 바흐쾰에서, 구조주의 서

사이론, 리오타르와 푸코에 이르기까지 서사나 담론(discourse)에 관한
 술한 이론과 연구들은 이야기가 무엇이고 어떻게 작용하는지에 관해 많은
 조언과 가르침을 줄 수 있을 것이다. 하지만 이야기가 내러티브나 담론과
 는 또 다른 얼굴을 가지고 있음을 보여주는 다음과 같은 상황을 생각해보
 도록 하자.

코피가 터져 울며 들어오는 아이를 보고 화들짝 놀란 어머니가 다그친
 다. “어쩌다 그랬는지 이야기해 봐!” 아이가 뼈죽이며 입을 연다. 코흘리개
 아이의 이야기는 밑도 끝도 논리도 없다. 울먹임이 중간 중간 끼어드는 이
 하소연은 정황에서 또 다른 정황으로 제멋대로 건너뛰다 갑자기 끝나버린
 다. 아이는 이야기를 늘어놓다가 애초의 놀람도 아픔도 잊어버리고 금세
 다른 데로 관심을 돌려버리는 것이다. 그러나 어머니는 아이가 잊어져 다
 친 것인지, 아랫마을 아이에게 맞은 것인지, 염소 뿔에 반힌 것인지 그 사
 정을 분간해 낸다. 어떻게 그런 일이 가능한가? 여기서 말하고 있는 것이
 아이의 입만은 아니기 때문이다. 께죄죄한 아이의 행색, 미묘한 표정들,
 영성한 손짓발짓도 말을 하고 있다. 이 모든 유형·무형의 말들이 모여 하
 나의 이야기를 이루는 것이다. 이야기에 참여하는 것은 이처럼 우리가 통
 상 언어라고 부른 것만이 아니다. 시각, 청각, 촉각, 그 외의 모든 지각들이
 함께 참여하지 않는다면, 그리하여 이야기가 오로지 언어적 사태로만 환
 원되어버릴 경우, 이야기는 지휘자와 악보만 남은 오케스트라처럼 공허
 한 것이 되고 말 것이다. 그뿐이 아니다. 어머니는 아이의 영성한 이야기
 사이로 자신의 이야기를 끼어 넣음으로써 이야기를 의미 있는 사건으로
 완성시킨다. 어머니의 역할은 오케스트라의 관객 이상이다. 마치 판소리
 의 고수(鼓手)처럼, 달래고, 다그치고, 맞장구치며 아이의 이야기를 끌어
 내는 어머니는 단지 듣는 자가 아니라 또 하나의 화자(話者)인 셈이다.
 (사실 이야기 상황에서 우리가 단순히 청자(聽者), 청중이라고 잘못 부르
 고 있는 사람들은, 이 어머니와 마찬가지로 화자의 역할을 수행하고 있다.

이야기는 언제나 주고받고, 오가는 중에 이루어지지 일방적으로 하달되거나 보고되는 것은 아니다) 결국 어머니의 요구에 따라 아이가 행하고, 이 둘 사이에서 이루어지는 ‘이야기’란 화행적 사건(speech-act)이고 복합적인 쌍방향 커뮤니케이션이며, 그 이상이기도 하다. 왜 그 이상이라고 말하는가? 좀 더 깊이 들여다보면 이야기는 화행 이론이나 일반적인 커뮤니케이션 이론이 접근하기 힘든 영역으로 개방되어 있음을 알게 되기 때문이다.

우리는 앞의 상황에서 두 개의 이야기가 합류하는 것을 보았다. 아이의 이야기 그리고 추임새의 형태를 띤 어머니의 이야기. 하지만 이 이야기 상황을 의미 있게 완결되는데 기여하는 또 다른 이야기들이 있다. 보이지도 들리지 않는 이 ‘소리 없는 이야기들’이란 무엇인가? 바로 어머니와 아이라는 관계가 함축하는 모든 사연의 기억들이다. 베르그송이 ‘무의지적 기억(la mémoire involontaire)’이라고 부른 어떤 작용을 통해, 이야기는 이전에 이 두 모자 사이에 있었던 술한 이야기들을 조연자와 참견자로 이 마당에 불러 모은다. 둘 사이에 누적된 이야기들을 알지 못하는 타인은 어머니의 자리에 데려다 놓아도 결코 아이의 이야기를 완성시키지는 못할 것이다. 그런데 무의지적 기억이란 작용을 통해 소리 없이 참여하는 이 이야기들은 어머니와 아이 개인의 사적인 경험들의 총체으로 제한되어 환원될 수 있는 것만도 아니다. 왜냐하면 지금 여기로 소환되는 것은 경험 그 자체가 아니라 이야기들, 이야기가 된 경험들이기 때문이다. 개별적 체험들은 그 두 모자(母子)의 것이겠으나 이 체험을 기억 혹은 ‘경험의 이야기’로 만드는 힘은 그 모자에게로 환원되거나 귀속되지 않는다.

지금의 어머니가 낳 때부터 어머니였던 것은 아니다. 그녀는 어머니가 ‘된 것’이다. 어머니는 어떻게 어머니가 되었는가? 그녀가 아이를 낳았다는 그 사실이 그녀를 곧장 어머니로 만들어주는가? 혹은 새끼를 낳은 모든 암 짐승들에게 흐른다는 어떤 본능의 힘이 그녀를 어머니로 만들어주었는가? 그럴지도 모른다. 그러나 분명한 것은 출산과 본능이 그녀를 ‘이야기

하는 어머니'로 만들지는 못한다는 사실이다. 어머니답게 이야기하고 이야기 듣는 지금의 그녀를 만든 것은, 의식하든 그렇지 못하든, 그녀가 보고 들었던 무수한 어머니 이야기들이다. 이때 '어머니 이야기'란 어미다움에 관한 도덕적 교설이나 의무의 담론들이 아니라, 말 그대로 어머니가 행하는 모든 이야기들이다. 요컨대 어머니를 낳는 것은 과거와 현재의 다른 어머니들이다. 마치 이야기를 낳는 것은 언제나 다른 이야기들이듯이 말이다. 고로 이런 진술이 성립한다. 여기 이 아이와 이 어머니 사이에서 이뤄지고 있는 이야기는 아이와 어머니 사이에 벌어졌던 무수한 이야기들의 차이 있는 반복이다. 하나의 이야기는 이처럼 다른 이야기들과 '무한한 그러나 무제한적이지는 않은(infini but not indefini)' 연결의 망(網) 속에 자리한다. 그것을 이야기의 상호텍스트성(inter-textuality)이라고 불러도 좋다. 중요한 것은 이야기가 이처럼 존재론적 차원에서 역사적 운동을 한다는 점이다.

지금까지 든 몇 가지 용례들 속에서 이야기-말하기/듣기, 쓰기/읽기, 보여주기/보기 등의 쌍으로 이루어진 하나의 소통과정인 존재론적 세미오시스-의 기본적 성격을 추려낼 수 있을까? 무리한 일이다. 이야기는 신화, 전설, 민담, 스토라텔링이고 그것만은 아니며 픽션이거나 논픽션의 서사이고 또 그것만도 아니다. 일상적인 발화들에서 고도로 체계적인 담론에 이르기까지 우리가 이야기라고 부르지 못할 언어적 실천은 없다. 심지어 우리는 '말도 안 되는 이야기'라는 표현을 쓴다. 이야기는 논리와 법도에 어긋나고, 일정한 의미에 미달하는 말들조차 포괄한다. 또 이야기는 언어적이거나 비언어적인 유형·무형의 복합적 쌍방향 커뮤니케이션이며 그런 모든 커뮤니케이션들의 심층에, 가능성의 조건으로 자리하는 어떤 존재론적 바탕(ontological plane)이다. 세계는 일어나는 모든 것이며 사실들의 총체이지만, 사물들의 총체가 아니라면-비트겐슈타인의 명제를 조금 비틀어-우리는 다음과 같이 말할 수도 있을 것이다. "이야기 공

간 속의 사실들이 세계이다.” 환연컨대, 세계는 이야기된 세계이며 이야기하는 세계이다.

이제 우리는 처음의 비유로 돌아온 것 같다. 이야기는, 물고기에게 물이 그리하듯이, 우리를 감싸고 있다. 그것은 우리 안으로 끊임없이 빨려 들어오며 조금은 달라져 우리 밖으로 내뱉어진다. 물고기에게 물이 단순한 환경이 아니듯이, 이야기는 우리가 그것 없이도 그럭저럭 지낼 수 있는 선택적 환경이 아니다. 이야기를 단순히 매체나 매체 형식이라 할 수는 없는 것은 이 때문이다. 물고기, 적어도 살아있는 물고기와 물을 분리해서 생각하는 것이 어리석은 것과 마찬가지로 인간을 이야기와 분리해서 생각하는 것은 오류이다. 오직 죽음만이 우리를 이야기에서 벗어나게 할 것이다. 한술 더 떠서 이렇게 말해볼 수도 있다. 죽음 너머에서 우리가 더 이상 우리가 아니라면, 이야기 바깥에서 우리는 더 이상 인간이 아닐 것이다. 사실 죽은 자들조차도 이야기의 마법적 자장에 붙들려 있다. 인류학자들은 모든 사회에서 이야기라는 상징적 교환의 장터에 첫 거래를 하러 오는 자는 거의 언제나, 죽은 조상들이라고 보고한다. 뒤집어 말하자면, 이야기의 이 한없는 시공간 속에서는 누구도 죽을 수가 없다. 최후의 한 인간의 독백조의 이야기가 끝나기 전까지는. 혹시 누가 알겠는가? 그 마지막 인간의 숨이 끊어진 후에도 이야기는 남아 그 한없는 떨림에 공명할 새로운 존재자와 조우하게 될는지.

어떤 이는 이런 말들이 지나친 과장이며 허풍이라고 여길지도 모른다. 혹은 ‘이야기’라는 용어가 너무 은유적이고 신비적으로 쓰이고 있으며, 그런 미분화(未分化)된 - ‘덜떨어진’ - 학문 이전의 용어를 가지고는 어떤 지적 작업도 불가능하다고 불만을 터뜨릴지도 모르겠다. 맞는 말이다. ‘이야기’는, 아마도 디지털 세계가 근대의 체계적 분과 학문들에게 그렇게 하고 있듯이, 우리의 지적인 - 즉 개념적이고 분석적이고 논리적이고 체계적인 - 사고를 시험대에 올려놓고 뒤흔드는 것 같다.

이와 같은 ‘이야기의 존재론’에 따를 때, 디지털(the digital)은 이야기하
기의 한 방식이며 존재하기의 한 방식이라는 점이 사실이다. 그러나 이 말
을 “모든 것이 이야기일 때, 디지털 또한 이야기이다”라는 뻔한 말장난
(tautology)과 어떻게 구별할 것인가? 디지털이 이야기라면 그것은 도대
체 어떤 이야기인가?

앞서 물고기가 물을 사유하는 일의 불가능성에 대해 말했었다. 우리가
지금까지 한 이야기도 바로 그러한 조건 하에 이루어진 것이다. 그것은 이
이야기라는 어떤 실체에 ‘대한’ 사유, 객관적 지식을 산출하는 대상적 인식이
아니었다. 고로 이 ‘이야기의 존재론’은 이야기에 대한 메타 담론이 아니라
는 점에서, 이야기 이론이 아니라 그저 ‘또 하나의 이야기’라는 점을 감수
하지 않으면 안 된다. 실은 어떤 것도 메타 이야기가 될 수 없다. 데리다의
유명한 공식에 따르면, 이야기 바깥은 없는 것이다. 허나 애써 데리다를
찾아 나서지 않아도 좋다. 우리말의 어법을 존중할 때 그리고 그 말을 쓰
며, 그 말들 속에서 살아온 사람들의 어떤 집단적 삶·사유- 철학 이전(以
前)이며 철학 너머인- 에 기댈 때, 이야기에 ‘대해서는’ 오직 이야기가 있
을 뿐이다. 이처럼 이야기를 객관적으로 대상화할 수 있는 인식론적 위상
- 이른바 ‘아르키메데스의 점’- 이 존재하지 않으며, 그것이야말로 이야
기의 본질적이고 존재론적인 성격이라면(따라서 그것은 이야기로서의 세
계 혹은 세계라는 이야기의 본질적 성격이기도 할 것이다) 이제 우리는 디
지털에 대해서도 지금까지와는 다르게 생각하지 않으면 안 된다.

8. 읽기, 또는 0과 1 사이를 잇기

가장 먼저 검토해 보아야 할 것은 디지털을 매체(media)로 이해하는 우리
의 사유 습관이다. 앞서 물고기에게 물이 매체일 수 없는 것과 마찬가지로,

이야기는 단순히 매체나 매개 형식으로 이해되어서는 안 된다고 지적한 바 있다. 이야기로서의 디지털 또한 마찬가지이다. 그런데 도대체 매체가 무엇인가? 다시 물어보자. 우리는 매체라는 말로 무엇을 지칭하는가, 혹은 매체라는 말로 어떤 일을 하는가? 뒤집어 말하자면, 매체라는 말은 우리에게 어떤 일을 하는가? 요컨대, 매체라는 말은 어떤 사태를 야기하고 있는가?

매체는 서로 떨어져있는 둘 혹은 그 이상의 개체 사이를 이어주는 무엇이다. 가령 우리는 언어를 사람과 사람을 이어주는 끈, 즉 매체라고 말한다. 이러한 커뮤니케이션 모델은 언어에 앞서, 오가는 언어의 양편에, 의도를 가진 발화자, 메시지의 기원이자 소유주로서의 인간 주체가 존재한다는 착각을 불러일으킨다. 다시 말해 언어는 이 주체가 자신의 뜻을 전달하는 ‘도구’라는 생각을 떨쳐내지 못한다. 매체라는 사물의 양편에 존재하는 자립적 주체- 그 중 한편은 능동적이고 다른 한편은 수동적이다- 도 이 두 주체 사이에 존재하는 언어는 끈이다. 그러나 그 끈의 진동이 있기 전에 인간은 존재하지 않았다. 언어의 끈과 다른 언어의 끈들 사이의 매듭이 인간이다. 이때의 언어는, 발생되고 씹어지는 언어뿐만이 아니라 회화의 언어, 음악의 언어, 건축의 언어, 몸의 떨림과 행동의 양태가 만들어내는 신체의 언어 등등의 모든 상징을 포함하는 것이며, 이러한 상징이 인간과 접속돼 상징 행위로서의 인간이 될 때, 우리가 ‘이야기’라고 부른 것이 탄생한다.

혹시 나는 “의미 있는 것 바깥은 없다, 왜냐하면 그것은 무의미한 것이기 때문이다”라는 단순한 동어반복을 하고 있는 것이 아닐까? 이야기란 “의미화 하는 실천”(signifying practice)을 뜻하는 것인가?- 그럴지도 모른다. 이런 의심은 우리를 곤장 가장 깊은 심연, 즉 사람과 사람 사이(人間)에로 인도한다. 이야기가 사람과 사람 사이, 인간(人間, man-between), 즉 매체라면 우리는 매체가 사람보다 선행함으로 알아야 한다. 사람은 인간, 즉 매체와 더불어서만 사람이기 때문이다. **사람(人)이라는 동물이 아닐로그러면, 사람과 사람 사이, 즉 인-간(人-間)은 디지털이다.** 그것은 아

날로그의 단순한 번역이 아니라 아날로그 전체를 1로 표기하기 위해 0이라는 무-존재의 비(非)아날로그적 차원-를 도입한 것이기 때문이다.

9. 읽기는 매체-되기(being media)다

오랫동안 인간은 **표상하는 동물**로 간주돼 왔다. 하지만 인간 이외의 다른 동물들이 표상 능력을 갖고 있지 않다고 말할 수 있을까? 인간 이외의 동물들, 더 나아가 모든 개별적 생명체들은 각각 자신의 유적인 세계 표상을 갖는다. 뒤집어 말하자면, 어떤 개체의 탄생은 그 나뭇의 세계 표상에 근거한다. 즉 개별적 생명체들의 특수한 생명 형식이야말로 그 생명체만의 세계 표상이 육화된(realize) 것이다. 이들은 그것을 바탕으로 환경을 자기의 생존에 유리하게 변형시키고, 또 것처럼 자기 나뭇의 환경에 맞추어(적응하여) 살아간다. 개미에게는 개미의 세계 표상이 있다는 것을 개미의 행태를 통해 식별할 수 있다. 이것은 개미가 개미에게 맞는 방식으로 세계를 ‘읽고’ 있으며, 세계와 세계 속에서의 자기에 대한 정확한 ‘읽’을 갖고 있다는 것을 뜻한다. 그렇다면 동물의 표상과 인간의 표상은 어떻게 다른가? 인간은 세계 표상에 대한 표상-반성적 표상-을 갖는다. 왜 인간에게 그런 일이 나타났을까? 왜 다른 동물들의 표상은 신체에 묻혀 있고(embedded) 신체와 하나가 되어 작동하는데, 인간은 그러한 표상을 탈구해(dis-embedding) 재현된(re-presented) 표상을 갖게 되었을까?

10. 읽기의 소산인 지식은 단순히 사물의 재현이 아니다

동물들은 어떻게 살아야 하는지 ‘알고 있다.’ 그러나 인간은 이미 본능의

방식으로 몸에 내재된 그러한 앎을 (읽어)버렸기 때문에, 쉽게 말해 더 이상 어떻게 생존할지 알지 못하는 자리에 놓여 있기 때문에, 언어와 문자로 구성된 ‘지식’이라는 독특한 영역에 들어서게 됐다. 읽기란 바로 이 언어와 문자로 구성된 지(知)의 영역에서의 생존 행위이다. 사슴은 호랑이의 발자국을 보고 그 의미를 곧장 파악하는 읽기의 능력을 가졌다. 인간에게도 그러한 능력이 있기는 하다. 하지만 인간은 그 이상의 것, 그와는 다른 것을 읽어내는 독특한 능력을 (사슴과 공유하는 읽기의 능력을 퇴화시킨 대가로) 갖게 되었다. 그것이 바로 상징 읽기의 능력이며, 인간의 모든 지식은 바로 상징적인 본성을 갖는 지식이지 동물들의 본능적 앎이 아니다.

인간은 자기가 하는 일은 알지 못한다. 앎이라는 것의 본성 때문이다. 또한 이 앎의 본성은 인간의 본성이기도 하다. 앎의 본성은 무엇인가?

앎은 곧 권력이라고 말했던 베이컨은 자기가 한 말 이상으로 옳았다. 앎과 권력은 동근원적이며 동일한 위상—메타-피지컬이라는 기이한 지점—에 자리한다. 앎에의 의지는 권력에의 의지이고 힘에의 의지이다. 인간은 가장 나약하고 취약한 동물이지만—인간의 아이를 생각해보라—바로 그 때문에 가장 강력한 동물이 될 수 있었다. 인간이 앎이라는 비자연적이고 초자연적 차원—반성적·재귀적(reflective) 차원⁹⁾—을 열지 못했다면 인간이라는 종은 결코 존속할 수 없었을 것이다. 그러니까 인간만 지닌 저 앎의 차원은 맹수의 이빨이나 발톱, 강인한 근육처럼 자연의 일부이지 어떤 초자연적 신성의 것들이 아니다. 비록 그것이 비자연적인 것처럼 보이기는 하나, 그래도 역시 자연의 일부이다(이때 주의해야 할 것은 우리가 인간의 자유—바로 거기서 이성과 오성이라는 것이 자라나는—와 대비시켜 자연이라고 부르는 어떤 이미지가 결코 자연의 전부는 아닐 뿐더러, 자

9) 이때 반성적, 재귀적이라 함은 무표적인 것(즉자적 동일)과 유표적인 것(대자적 동일) 사이, 다시 말해 동일과 ‘동일’ 사이에 끼어드는 부정성(비동일의 중성적인 것)의 차원의 작동을 가리킨다.

연에 대한 올바른 이미지도 아닐 수 있다는 것이다).

동물들은 앎(知)과 함(行)이 일치한다. 그들의 함은 곧 그들의 앎의 표현이며 그들의 앎은 그들의 함에 내재한다. 그들의 지식은 그들의 신체와 행동이며 그들의 법은 그들의 습성이다. 인간은 이와 달리 함과 앎이 분리돼 있다. 인간들은 하지 못하는 것도 알며, 알지 못하는 것도 한다. 인간의 앎이란 본질적으로 함과 분리된 것이며, 행위의 차원에 놓여 있는 신체와도 떨어져 있는 것이다. 앎과 함, 지식과 행위, 이론과 실천의 통일은 그 본성상 불가능하며 바로 그 불가능성이 인간의 앎과 이론의 조건이다. 물론 그 간격을 좁히려는 노력이 필요하겠지만 칸트 식으로 하나가 다른 하나를 향해 영원히 점근선적으로 접근하는 것 같은 방식으로는 곤란하다. 카시러나 하버마스 같은 이성주의자들의 오류도 거기 있다. 문제는 앎과 함의 간격을 좁히는 데 있는 것이 아니라, (함과 구분된) 자율적 앎이라는 것의 환상적 성격을 깨닫는 데 있다. 앎과 함은 구분되는 것이지만, 그런 앎 또한 결국 함의 차원에서 속한다. 문제는 그 함의 차원이 동물적, 물리적 함과는 다른 함의 차원- 함 없는 함(爲無爲)으로서의 사유와 상상-이기는 한데, 우리가 그 함의 차원을 알 수는 없다는 것뿐이다. 가령 스피노자의 ‘제3종의 인식’ 같은 것이 주어지지 않는 한 말이다.

이 인간적 함의 차원을 가리키는 독특한 앎이 있으니 바로 반성, 성찰, 사변(speculation) 등등이 가리키는 것이 바로 그것이다. 이 재귀적 앎에서 앎은 자신의 메타적 환상을 버리고 자신에 대한 앎으로 회귀한다. 주의할 것은 이 반성의 차원과 초자아에 의한 자기 검사를 구분하는 일이다.

이러한 논의는 **생명 일반과 인간 생명의 특수성을 동시에 사유해야 한다**는 과제로부터 나온 것이다. 지식의 한 대상으로서의 생명이 아니라 지식을 생산하는 반성적 생명(주체)에 대해 사유해야 한다. 조르조 아감벤은 **대자화된 생명**으로서의 법-노모스인 법은 정치체(polity)의 본질적 영역이다-이 있으려면 주권권력이라는 예외자의 자리가 확보돼야 한다

고 말했다. 이 예외자의 자리가 바로 얇의 욕망이 발현하는 자리이고 보편성의 가능성의 조건(아르키메데스의 점)이며 읽기의 욕망이 발현하는 간극이다. 얇의 과정이란 바로 그러한 궁극의 지점에 도달하려는 욕망의 분투이며, 우리가 ‘읽기’라고 부르는 것은 바로 그 궁극적 지점- 찰스 샌더스 퍼스(Charles S. Pearce)는 이런 것을 ‘궁극적 해석체’라 불렀으며 여기서 기호와 지식은 다시 존재로 탈바꿈 하는데, 바로 그런 교차의 지점을 가리키는 용어가 ‘습관(habit)’이다- 과의 끊임없는 교신이다. 역으로 말하자면 그 궁극적 지점, 예외자의 자리에 위치하는 ‘순수한 무’는 읽기라는 관념적 잉여의 활동 없이는 자신의 활동성을 얻지 못한다. 읽기란 바로 그런 무의 현행화- 형태화- 를 가져오는 활동이며 세미오시스를 생동케 하는 동력인 것이다.

11. 얇은 사람이 그것에 관해 선천적 면역결핍증을 앓고 있는 질병이다

형이상학은 이데아론이고, 이데아론은 이데올로기(이데아+로고스)이며, 이데올로기는 관념론이다. 형이상학은 관념론이다. 근대철학은 고대 그리스 관념론에서 유래한 합리론과 경험론(과학)을 통해 중세 신학을 극복하고자 했다. 낭만주의 이래로 합리론이 아니라- 이미 르네상스 시대에 한번 각광을 받았던- 그리스 예술이 재조명됐고, 돌아온 계시철학(신학)과 신화 등을 통해 근대 관념론 자체가 극복 대상이 되었다. 형이상학을 넘어서려는 노력은 이데올로기를 넘어서려는 노력이고 관념의 자율성을 폐기하려는 노력이다. 칸트는 관념과 실체에 자리를 배정하고 판단력이라는 가교를 놓아주는 중립적인 입장을 취했고, 헤겔은 논리학을 통해 이데아와 현실 사이의 관계- 모든 이성적인 것은 현실적인 것이며 모든 현실

적인 것은 이성적인 것이라는 헤겔의 말은 관념은 현실이며 현실은 관념이라고 번역할 수 있으며, 그 둘은 각각인 채로 삶의 차원(훗설의 ‘생활세계’)에서 통일돼 있다. 단 ‘統一’이 아니라 시차적 이행인 ‘通一’이다—를 최종적으로 정리하고자 했다. 니체와 하이데거는 脫형이상학을 자신의 철학적 기획으로 삼았다. 모두 다 ‘관념 비판’ 기획이다. 이런 맥락에서 보자면, 그것은 결코 변방에 자리한 덜떨어진, 오염된 철학이 아니라 근대 사유기획의 첨단이자 고갱이에 속한다. 그것이야말로 청년 헤겔파로 자신의 철학적 이력을 시작한 마르크스에게 있어서 서구 철학과 정치(학)의 오랜 위계적 이분법의 오류를 끝장낼 도전의 이름이었다. 그런데 프랑스혁명이 이들 모두에게 외상적 사건이었음에 주목할 필요가 있다(그리스까지 포함하자면 ‘민주주의’ 자체가 바로 그런 외상적 사태이다). 왜 관념론적 사유에 민주주의 혁명이 그토록 외상적인 것일까? 바로 위계적 이분법을 무화시키는 민주주의의 평등 이념 때문이다. 이 평등의 이념이 관념에게 가져올 허무주의—피지컬에 대한 메타-피지컬의 우위가 사라지는 정도가 아니라 메타-피지컬 자체가 허상으로 폭로될 수 있다. 니체의 “신은 죽었다”에서처럼—와 무정부주의 때문이다. 민주주의의 평등 앞에서 관념의 권위는 동화 속 왕의 휘황한 의상처럼 허깨비이고 한낱 놀이에 불과한 것으로 드러날 테니까 말이다. 동화 ‘벌거벗은 임금님’에서 왕의 나신을 폭로하는 고발자가 ‘아이’인 것은 절대 우연이 아니다. 물론 그 아이의 폭로가 전적으로 인간과 민주주의의 미래일 수는 없다. 우리는 놀이를 끝낼 수 없고 때로 진지하게 그 놀이에 임해야 하기 때문이다. 그 놀이 바깥에서 인간이 사라져버릴 위기—문화적으로뿐만 아니라 생물학적으로도—에 처하므로, 우리는 아직도 이 脫형이상학, 脫신학(脫종교), 脫신화, 脫관념론, 脫이데올로기, 脫(주권)권력의 기획을 끝낸 것이 아니다. 그것은 마치 頓悟한 자가 평생 漸修해야 하는 것에 비유될 수 있다. 미리 선포된 脫이데올로기, 뉴 에이지로 흐르는 과학주의, 초월성을 배제하는 실용

주의(pragmatism), 즉자적 실증주의(positivism) 등등의 사이버 해결책에 속아선 안 된다. 우리는 어느 때보다 신화적이고 관념적인 시대에 살고 있는지도 모른다. 사이버 스페이스를 생각해보라. 그것은 관념의 생동하는 덩어리가 아닌가.

12. 인간을 이중화된 존재로 구성하는 간극(‘타자’): 읽기와 지식의 동근원성

읽기와 지식의 상관성—이를테면 ‘읽어야 지식이 늘어난다’는 말—은 언뜻 자명해 보이지만, 읽어서 얻게 되는 지식(표상지식; *conceptive knowledge*)과 행함으로써 체득되는 지식(체득지식; *perceptive knowledge*)은 같은 것이 아니다. 후자의 지식은 읽기와는 무관하거나 읽기와 적어도 인과적인 관계를 맺지는 않는데, 인류는 오랫동안 이런 (읽기와 상관없는) 경험적 체득 지식을 삶의 주요 부분으로 가져왔고, 또 오늘날에도 삶에 핵심적 중요성을 갖는 지식들을 읽기와는 다른 경로를 통해 배우거나 전달하고 있다. 그런 지식들은 보고 배우거나, 직접 해봄으로써 자득하거나, 본능적으로 이해하고 실행할 수 있는 것들이다—몸으로 하는 대부분의 행위나 감각적 앎들이 그러한 지식에 속한다. 한편 책이나 그 밖의 무언가를 ‘읽음으로써만’ 늘어나는 지식이 있다면—그런 류의 지식이 있음을 누구나 안다—, 이때 ‘지식은 읽어야 늘어난다’는 앞서의 명제는 사실상 동어반복에 지나지 않는다. 그것은 ‘(읽음으로써 알게 되는) 지식은 읽어야 늘어난다’는 말이 되기 때문이다. 두 지식 사이에는, 그 둘이 밀접하게 붙어있는 경우에조차도, 깊은 심연이 감추어져 있다. 이는 지식의 주체가 다르기 때문이다. 체득지식의 주체가 몸이라면, 표상지식의 주체는 정신이며, 그 둘은 한 개인에 있어서조차 마치 종이의 앞면과 뒷면처럼 ‘공존은 할 수 있을

지라도 통약은 되지 않는' 두 측면을 이룬다. 요컨대, 몸으로 아는 것과 머리로 아는 것이 다른 것은 우리 인간의 몸과 머리(정신 또는 마음)가 다른 기원과 성질을 갖기 때문이다.

비유컨대 사정은 이렇다. 라디오에서 방송이 나오지 않는다면 원인은 크게 둘로 나누어진다. 라디오 기기 자체가 고장 났거나, 아니면 방송국에 문제가 생겼거나 둘 중 하나다. 아주 단순화해 말해도 된다면, 개별적 인간은 바로 그 라디오와 같다. 정상적으로 작동하는 라디오는 방송국의 전파를 수신해 음파로 바꾸는 기기이다. 다소 우스꽝스럽게 칸트를 변용하자면, 방송국 없는 라디오는 맹목적 사물이요, 라디오 없는 방송국은 공허한 전파이다. 덧붙여야 할 사실은 이런 것이다. 인간의 경우에 있어서, 라디오에서 나오는 방송 소리에 해당하는 언어적 활동은 수신이자 동시에 송신 행위이며, 라디오는 외부에 방송국이라는 실체를 갖지만, 인간 라디오의 언어 활동과 내용을 주재하는 방송국은 라디오 외부 어디에도 실체로서 존재하지 않고 각 라디오마다 고유한 내용과 질을 갖는다는 점이다. 극단적으로 말해, 모든 인간 라디오는 각자 고유한 방송 프로그램과 편성표를 갖는다.

표상지식의 차원에서 말한다면, 권투에 대해 더 많이 아는 사람이 권투 시합에서 승리한다는 보장은 전혀 없다. 하지만 체득지식의 차원에서 보자면, 권투 시합에서 승리한 자는 권투에 대해 더 많이 안다(더 많은 체득지식을 가졌다)고 해도 좋다. 이처럼 표상지식과 체득지식이 다른 것이지만 두 종류의 지식이 완전히 별개인 것은 아니다. 가령 더 많은 표상지식—이를테면 권투선수의 체력이나 기술 향상, 경기 운영 방식이나 전략 등—이 동일한 권투 선수의 경기력을 월등히 향상시킬 수 있는데, 이 경우 우리는 표상지식이 체득지식 쪽으로 투여되었다고 말할 수 있다. 또한 그러한 표상지식의 향상은 과거의 경기 경험과 같은 체득지식이 표상지식 쪽으로 이전됨으로써 이루어지기도 한다. 이런 사례를 통해, 표상지식과 체득지

식이 결합될 수 있고, 더 나아가 몸과 마음, 육체와 정신 사이에 피드백(교통)이 일어날 수 있음을 알 수 있다. 언어와 기호는 바로 그런 결합(교통)의 매체이다. 언어와 기호는 몸이 속한 실정성의 영역과 마음이 속한 부정성의 영역 양쪽에서 나타나는데, 소쉬르의 시니피앙(소리)과 시니피에(개념)는 그러한 두 측면에서의 언어의 나타남에 해당한다—시니피앙과 시니피에는 별개이지만 떼어놓을 수도 없는데, 소쉬르는 이를 종이의 앞면과 뒷면에 비유했다. 이는 언어(기호)와 인간이 동일한 구조를 갖는다는 점을 말해준다.

13. 읽기와 읽기 관행: 타자라는 무의식적 차원에 접근하기

이런 맥락에서, 화행이론가들이 발화 내용과 발화 행위를 구별했듯이, 내용과 관련된 읽기와는 다른, 읽기 관행에 대한 사회적·역사적 시각이 필요하다. 그것은 매체의 기술적 특성에 따른(적합하고 용이한) 매체 사용 행태가 매체 내용과는 별도의 차원에서 끼치는 사회적 영향력과 인간에 대한 역(逆)방향의 투사적 힘에 주목한다. 이를테면 “사람은 책을 만들고 책은 사람을 만든다”는 경구는 이렇게 다시 쓸 수 있다. 사람은 책(미디어)을 만들고, 책(미디어)은 책이라는 미디어에 적합한 태도와 관행들을 일반화시킴으로써, 역방향으로 사람을 변화시키면서 이전과는 다른 새로운 인간을 만들어낸다. 하지만 보다 중요한 것은 읽기를 둘러싼 관행과 관습 또한 그것의 변동이 지닌 정치적 무의식의 차원에 주목하는 것이다.

발화 행위의 특정한 형식은 같은 발화 내용에 대해서도 다른 의미 해석의 가능성을 만들 수 있다. 가령 “결혼해줘”라는 발화 내용을 연인이 고백을 통해 전달할 때와 코미디언이 무대에서 객석에 앉은 한 익명의 여성에게 말할 때, 발화 상황과 맥락의 차이는 발화 내용이나 그에 대한 반응 전

체에 완전히 상이한 효과를 낳는다. 이는 사람들이 발화 내용만이 아니라 발화의 특정한 방식이나 잘 지각되지 않는 **발화의 무의식적 맥락** 또한 해석의 내용으로 삼는다는 것, 다시 말해 발화뿐만 아니라 발화행위도 ‘읽는 다’는 것을 뜻한다. 이러한 무의식적 읽기가 보통 ‘관행’, ‘관습’, ‘습관’이라는 이름으로 이뤄진다. 그렇다면, 이러한 관행의 변화, 읽기와 관련된 테크놀로지와 관습의 변화는 어떤 역사적 의미를 갖는가? 우선 인쇄문화와 프랑스 혁명 사이의 관계에 대한 논술들을 살펴보자.

역사학자 로제 샤르티에는 『프랑스 혁명의 문화적 기원(Les origines culturelles de la Révolution française)』의 한 장(章)인 “책이 혁명을 만들었는가?: 프랑스 대혁명과 출판 및 독서문화”에서 책이 혁명을 만들었는지를 묻는다.

(…) 로버트 단튼(Robert Darnton)에 따르면, 앙시앵 레짐 기의 마지막 20여 년 동안에 유통량과 폭력성이 점차 증가하였던 비판적이고 고발적인 문학 작품들의 대규모 확산은 군주제의 근본이 되는 신화를 확실히 손상시키고, 군주제의 신화를 표현하는 의례들을 조롱하고, 프랑스인들을 스스로 전제군주제와 부패한 국가의 희생자들로 여기는 데 익숙하도록 만들어, 군주제의 표상을 심각하게 변형시켰다. 따라서 ‘계몽철학 서적’은 그 의도가 어떠했든지 간에 어쩔 수 없이 혁명적인 단절을 만들어낸 ‘이데올로기의 실제적 침식’을 발생시켰을 것이다. 단튼에 따르면, “정치 pamphlet들은 군주제가 전제정치로 타락했다는 단일한 주제에 대해서 여러 다양한 모티브를 보여주었다. 그들은 혁명을 요구하지도 않았고, 1789년을 예측하지도 않았으며, 군주제를 파괴할 수도 있는 정치·사회적 부패들에 대해 더 깊은 토론을 하려고 하지도 않았다. 그러나 부주의하게도 그들은 백성들의 눈에 군주제를 정당하게 보이도록 했던 신화들을 축소시켰고, 그들의 상징을 탈신성화(désacralisation)하여 다가올 사

건들을 준비한 셜이다(Robert Darnton, “A Clandestine Bookseller in the Provinces”, 47쪽)”. 따라서 신랄하고 모독적인 금서의 확산과, 왕을 국민들이 사랑하고 존경하도록 보장해왔던 신념 체계의 소멸 사이에는 깊은 연관이 있었다(Charnier, 1998, 129쪽).

그리고 그는 책이 혁명을 만들었다는 통념을 다음과 같이 뒤집어 놓는다.

그러나 이러한 견해가 아마 독서가 가지고 있지 않았을 힘과 효용을 독서에 부여하는 것은 아닐까? (...) 처음에 우리가 제기했던 문제의 용어를 뒤집어서, 책과 계몽사상을 만든 것이 혁명이라고 주장할 수는 없을까? 다시 말해서, 혁명을 준비하고 알리기 위해서 선택된 다양한 작가들과 저작들을 만들어낸 것은 혁명이라는 사건이 아닐까? 혁명이 계몽사상을 회고적으로 구성하는 방법과 수단은 다양하다.

볼테르와 루소를 ‘대가(grands hommes)’라고 추앙한 혁명 기간의 영웅 추대식(...) 자유의 순교자들과 철학자들의 흉상을 연결시킨 혁명력 2년의 축제의 찬양문에서도 혁명에 합법성을 부여하기 위한 회고적 모색이 나타난다. (...) 혁명력 2년의 『상퀼로트의 알파벳 혹은 공화국 교육의 기본 요소들』은 다음과 같은 질문과 응답을 제시하였다.

질문: 자신들의 저작으로 혁명을 준비했던 사람들은 누구인가?

답: 엘베시우스, 마블리, 루소, 볼테르, 프랭클린.

질문: 당신은 이 위대한 사람들을 뭐라고 부르는가?

답: 철학자들.

질문: 그 말은 무슨 뜻인가?

답: 현자, 인류의 친구.

한마디로 말해서, 책을 ‘만든’ 것은 혁명이었으며, 그 반대가 아니다. 왜냐

하면 어떤 저작들이 혁명의 기원으로 미리 계획되고 예감되었다는 의미를 부여한 것은 혁명이었기 때문이다. (위의 책, 140~141쪽)

다음으로 샤르티에는 읽혀진 책의 내용보다는, 그가 ‘탈신성화’라고 부르는 독서 관행의 변화와 그 뒤에 숨은 정치적 무의식의 변동 양상에 주의를 돌린다.

그러나 책이 혁명을 만들었다는 사실이 우리가 처음에 제기했고 지금 다시 공식화하는 다음의 문제들을 무효로 만드는 것은 아니다. 절대군주제와 협동적으로 조직된 사회와 급작스런 단절이 가능하며 수용 가능한 것으로 만든 지적·감성적 변화들에서 인쇄 저작의 유통은 어떤 위치를 차지하는가? 더욱이 ‘철학서적’들에 의해서 엄청나게 제시된 비평적이고 고발적인 표현들도 그들이 아주 다양하다는 측면에서, 사람들의 독서방식을 심오하게 변화시킨 업적들을 우리가 강조해야 하지 않을까?

‘레제레보루션’의 가설은 18세기 후반에 독일에서 이미 논의되었다. 이 가설에 따르면, 전통적인 관행과 구분되는 새로운 독서 방식이 여러 형태로 나타났다. 텍스트의 수는 많아졌으나 지속되는 것이 적어짐에 따라 독자들은 변덕스러워졌고, 또한 근본적으로 독서가 개인적인 공간에서 발생하는 조용하고 개인적인 행동이 되어버려 독서가 개인주의화되었고, 점차 독서의 권위와 성스러움을 잃어버려 독서의 종교성을 상실하였다. 예전에는 책을 공유하고 존경하였던 데 반하여, 이제 독서는 더욱 자유롭고 일상적이며 비판적인 독서 방식이 나타났다.

논의할 가치가 있고 실제로 많은 논쟁이 있었던 이 가설은, 논란에도 불구하고 18세기 프랑스의 독서 관행의 변화를 적절하게 설명해줄 수 있다. 18세기 초에서 1780년 사이에 책의 생산이 3~4배가 증가하고, 독자들이 책을 사지 않고도 책을 읽도록 하는 제도가 대중화하고, 잠시 나타났다 사라지는 팸플릿(월간 잡지, 정치 비방문, 시사적인 팸플릿)들의 유통

도 증가하면서, 더 이상 책을 권위적인 것으로 생각하지 않는 새로운 독서 방식이 널리 퍼졌다. 18세기 말에 작가나 화가가 주로 선택한 주제는 야밤에 농가에서 가장이 성경을 읽어주는 모습인데, 가장이 모든 가족들에게 큰 소리로 읽어주는 모습을 묘사한 것은 이러한 독서 관행이 사라진 것을 아쉬워함을 표현하는 한 방법이었다. 학식 있는 엘리트들이 좋아하는 이상적인 농민에 대한 표현에서, 공동체가 다 함께 한 사람이 읽는 것을 듣는 공동체의 독서 행위(lecture communautaire)는 곧 책의 권위가 존중되는 세계를 의미하였다. 이런 신화적인 독서 모습은 분명히 전형적으로 만족할 줄 모르며, 태만하며, 회의적인 도시인들의 독서 방법에 대한 비판이었다.

다시 한 번 메르시에(Mercier)를 인용하자면, 그는 문화의 변화를 예리하게 인식하였다. 그의 진단은 외견상 모순되어 보인다. 한편으로 그는 열중하며 신중하고 끈기 있게 읽는 독서 방식이 사라진 것을 개탄하였다. “파리에서는 어느 누구도 두 권 이상 분량의 저작들을 읽지 않는다. (...) 우리의 훌륭한 조상들은 16권짜리 소설을 읽었으며, 밤에만 독서를 했던 것은 아니다. 그들은 흥분하여 예절, 덕행, 고대 기사의 전투에 심취하였다. 우리는 앞으로 거실의 벽난로 화열 가리개 앞에서나 읽게 될 것이다.” 다른 한편으로, 메르시에에는 독서가 모든 사회적인 관행들 속에 침투하였으며, 독서가 가장 일반적인 습관이 되었기 때문에, 독서 방식이 책에 대해 그 형식을 바꿀 것을 강요하였다고 주장하였다. “소책자에 대한 열광이 15년 전에 크게 유행하였던 여백이 많은 책들을 대체하였다. 예전에는 매 순간마다 페이지를 넘겨야 했다. 사람들이 구입한 책은 백지였지만, 그것은 책을 사랑하는 사람들을 즐겁게 했다. (...) 이제 유행은 바뀌었다. 모두가 소책자를 찾는다. 이와 함께 우리의 아름다운 시들이 다시 인쇄된다. 이 소책자는 걷는 동안의 무료함과 여행의 지루함을 달래줄 수 있도록 주머니에 넣을 수 있다. 하지만 동시에 사람들은 확대경을 가지고 다녀야 했다. 왜냐하면 글씨가 너무 작아서 잘 보려면 확대경이 필요했기 때문이다.”

결국 그럴듯하면서도 모순된 메르시에의 주장은 같은 생각을 반영한다. 독서가 일상생활의 가장 평범한 상황에 집중투자 하면서, 그리고 사람들이 금방 읽고 버릴 내용의 책들을 열심히 구입하게 되면서, 독서는 책 속에 오랫동안 내재해 있던 종교적인 요소들을 잃어버렸다. 이러한 방식으로 독자와 텍스트 사이에는— 권위를 존중하지 않으며 새로움에 매혹되거나 실망하기도 하며 특히 신앙과 단체가입에 우호적인 경향이 사라지는— 새로운 관계가 생겨났다. 새로운 독서 방식은— 대규모로 그리고 관행의 직접성에서— ‘사적인 개인에 의한 이성의 대중적 사용’이라는 칸트의 관행에 따르는 것이다. 따라서 문제의 핵심은 우리가 지나치게 그 영향력을 과대평가한 ‘철학’ 서적의 내용이 아니라, 독서의 새로운 형태에 있다. 독서의 대상인 텍스트가 종교적·정치적 질서와 전체적으로 부합할지라도, 새로운 독서 형태는 예전의 표상을 기초하는 복종과 권위의 연계로부터 자유로워져서 비판적인 태도를 발전시켰다. 그런 의미에서, 독서 관행의 변화는 훨씬 더 광범위하게 일어난— 역사가들이 일반적으로 탈신성화(désacralisation)의 과정으로 분류하였던— 변화들 가운데 한 부분에 불과하였다(위의 책, 141~144쪽).

이제 이러한 탈신성화의 의미를 읽기의 존재론적이고 역사적인 차원에서 재검토해볼 수 있는 다른 역사적 사례 연구를 통해 생각해보자.

이탈리아의 역사가 카를로 진즈부르크(Carlo Ginzburg)의 『치즈와 구더기: 16세기 한 방앗간 주인의 우주관』은 16세기 이탈리아 동북부 프리울리 지방에서 방앗간을 운영하던 메노키오라는 인물의 이단 재판 서류를 분석해, 선진적 엘리트들이 저술한 텍스트에 대한 ‘읽기’와 문자화되지 않는 ‘민중 문화’ 사이의 기묘한 상관성을 파고든다.

메노키오는 삼위일체와 그리스도의 신성, 마리아의 처녀성, 교황과 교회의 권위를 부정했을 뿐만 아니라, 하느님과 성령, 그리스도, 천사 그리고 인간까지도 모두 혼돈 속에서 창조되었다는 우주 생성론을 주장한다.

태초에 모든 것은 흙, 공기, 물, 불이 뒤섞인 혼돈이었고 이 혼돈으로부터, 마치 우유에서 치즈가 만들어지듯, 물질 덩어리가 형성되어 구더기가 나타나는데 그것이 바로 천사라는 식의 주장이었다(이 책의 제목인 〈치즈와 구더기〉는 그런 메노키오의 우주관을 요약한 것이다). 그는 또한 당대의 성직자들이 실천적 도덕 교사가 되어야 할 직분을 망각한 채, 직책을 남용해 농민들을 착취하고 있노라고 비난하기도 한다. 당대에는 이단적이었으나 지금에 와서는 오히려 상식에 가까운 메노키오의 이 반종교적인 우주관과 사회 변화에 대한 합리적이고 평등주의적인 열망 등은 대체 어디서 연유한 것인가? 당대의 급진적 사상가들의 책을 읽고 감화된 때문인가? 진즈부르그는 메노키오의 사고가 독자적인 것이되 개인적인 차원의 것은 아니며, 심층적인 차원에서 지속돼 온 민중 문화에 의해 뒷받침된 것이라고 주장한다.

“메노키오가 읽은 텍스트와 그가 그것을 흡수하여 이단 심문관들에게 언급한 방식의 간극은, 그의 사상을 특정한 책으로 환원하거나 거슬러 올라갈 수 없다는 것을 보여준다. 그의 사상은, 한편으로는 비교적 상당히 오래된 구비 전통에서 그 원인을 찾을 수 있으며, 다른 한편에서는 종교를 도덕 차원으로 환원하려는 경향이나 관용(tolleranza) 등 인문주의 소양을 갖춘 여러 이단 집단(gruppi ereticali)들이 실천에 옮긴 일련의 주지(主旨, motivi)를 연상시킨다. 그러나 이것은 단지 외양상의 이분법에 불과하며, 실제로는 뚜렷한 구분이 불가능한 통합된 문화(cultura unitaria)를 반영한다. 비록 메노키오가 교양인들과 어느 정도는 간접적으로 접촉하였다고 할지라도, 종교적 관용을 옹호하는 메노키오의 주장이나 사회를 급진적으로 변혁하려는 희구는 독창적이며, 외부로부터 영향을 수동적으로 받아들인 결과로 보이지는 않는다. 그의 주장과 희구의 근원은 모호하여 파악이 거의 불가능한 오랜 농민 전통(tradizioni contadine)의 층위에 놓여 있다.” (Ginzburg, 2001, 46쪽)

“메노키오는 침묵을 통해 마지막 순간까지 이단 심문관들에게 자신의 생각은 고립된 생활과 독서를 통해 형성되었다는 사실을 강조하려고 하였다. 그러나 이미 살펴보았듯이, 메노키오는 구전 전통에서 유래된 요소들을 출판된 서적들에 투사시켰던 것이다.” (위의 책, 322쪽)

메노키오는 당대의 급진적 엘리트들의 저술에서 자신의 그것의 일부였던－의식했든 그렇지 못했든－오랜 민중 문화의 메아리를 듣고 거기에 반응했다는 얘기다. 그렇다면 이제 메노키오가 ‘공범들의 이름을 대라’는 이단 심문관들에게 고문을 당하면서 반복했던 말, “오직 제 스스로 읽었을 뿐입니다”의 뜻을 다시 생각해보자.

읽는다는 것은 무의식(잠재적 민중 문화)과 의식(외현적 텍스트)의 만남이며 접속 행위이다. 그것은 침묵하는 실재와 표현된 표상들의 대면이며 ‘스스로 읽었다’는 메노키오의 말은 바로 그러한 대면의 장소, 진리의 자리에 그가 입회했음을 뜻한다. 우리가 읽기를 ‘타자의 현현 또는 알현’이라고 말할 수 있는 것은 그 때문이다. 그리고 그 타자는 신이나 왕이나 아버지거나 아니라, (그런 것들로) 물화된 민중의 부정적 주체성이다. 우리는 퍼스의 ‘궁극적 해석체(interpretant)’－마지막에 읽는 자 또는 읽기의 최종 심급－라는 개념을 통해 이를 기호론적으로 다시 써볼 수도 있을 것이다. 하지만 일단 여기서 못 박아 두어야 할 것은 ‘읽기 관행’의 거대한 변동은 테크놀로지의 마술이 아니라, 하나의 정치체, 집합적 의식의 자기 대면을 통한 자기 지양의 한 단편이며 징후라는 사실이다. 읽기 관행의 변동은 바로 타자의 자리에서 일어난다. 더 많은 사람들이 더 적극적으로 읽기에 참여하는 이 ‘히스테리’적 시공간은 실재와 상징 사이의 재(再)조율이 일어나는 인식론적 공간이며, 인간들이 서로와 관계 맺는 조직 방식의 변화가 일어나는 정치·사회적 시간이다.

03

근대 한국의 읽기의 '경험'과 '실천'의 의미

소영현¹⁾

1. 읽기, 무엇이 문제인가: 근대, 계몽, 책, 독서

책이 본래 널리 읽히는 것을 목적으로 만들어졌던 것은 아니다. 책은 기록 해서 남겨야 할 것들을 담고 있는 보존 용기에 가까웠다. 일상생활을 위한 지혜든 정신적 성찰의 결과물이든 정치적 지배 원리의 집적이든, 책의 본래 기능은 보존에 있었다. 책을 접할 수 있는 대상이 폭넓지 않았으며, 크게 확장될 필요가 없었던 것은 책의 기능에 대한 인식 차이에서 비롯된 것이다. 물론 책의 내용이 널리 전파되지 않았다고 말하려는 것은 아니다. 가령 낭독 혹은 음독의 형태로 지속되어온 읽기 경험은 책에 보존된 내용을 널리 확산할 수 있는 계기였으며, 따라서 보존 기능과 책에 담긴 콘텐츠의 확산 기능이 반드시 분리되어 있었던 것도 실질적으로 분리해서 생각해야 하는 것도 아니다.

그럼에도 기억해야 할 것은 읽기에 대한 인식 변화가 가져온 것이 탈위계적, 탈계급적 혁명에 가까운 것이었다는 점이다. 종교개혁이 상징하는 바, 교회 혹은 교회를 대표하는 권위적 존재가 아니라 신과 직접 만날 수

1) 연세대학교 국학연구원 인문한국(HK)사업단 연구교수.

있다는 인식이 종교에 대한 전혀 다른 접근법을 마련했던 것과 마찬가지로, 전달되는 내용을 소리로 혹은 일상 경험으로 받아들이는 것이 아니라 신분적 차이나 위계적 구도와 무관하게 책에 담긴 콘텐츠와 개별적·직접적으로 만날 수 있다는 인식의 전환은 신분 체계의 전면적 변혁 즉 사회 시스템에 대한 새로운 변혁을 야기할 수 있는 것이었다. 읽기 경험의 혁명성은 이러한 맥락에서 말해질 수 있다.

문자와 그 기록물인 책이 사회에 통용되는 권력의 근원적 동력임을 새삼 강조할 필요는 없을 것이다. 문자와 책의 위험성을 알리는 단적인 역사적 전거로 ‘문서갱유’를 떠올려 보아도 좋을 것이다. 언어의 기록물인 책을 아무나 만들 수 있었던 것도 아무나 볼 수 있었던 것도 아니다. 중국, 한국에 이어 구텐베르크의 발명으로 명명되는 인쇄술의 발전이 책의 유포와 새로운 독자 대중의 등장에 엄청난 영향을 끼쳤음을 익히 알고 있다. 두루마리에서 코덱스로, 인쇄물에 뒤이어 전자 커뮤니케이션의 발전에 이르기까지 언어를 기록하는 기술의 진보는 출판과 독서 문화에 전면적인 변화를 가져왔다. 새로운 기술의 등장과 그 변화 속도는 점점 빨라지고 있다.

그러나 출판과 독서 문화를 두고 정치경제적, 사회문화적 변화와 무관한 과학기술 발전이 변화의 추동력이었다고 이해하는 것은 곤란하다. 인쇄술의 발전이 책의 등장을 설명할 수 있는 유일한 근거도 아니다. 동서양을 막론하고 최고 권력자의 허락 없이는 책을 함부로 만들 수 없었다. 가볍지 않은 제작 비용 또한 개인이 함부로 책을 출간하거나 소유하기 어려운 구조가 유지된 큰 이유 가운데 하나였다. 출판은 자본과 기술의 결합이자 그 결과물이다. 그런 이유로 대개 국가 차원의 관리와 운영이 이루어질 수밖에 없었다. 출판문화의 발전은 곧 독서문화의 새 장을 여는 계기였다고 해야 하는데, 실제로 출판문화의 비약적 발전 이전까지 뚜렷한 독서문화는 없었다고 보아도 과언이 아닐 것이다.

인쇄술의 발전이 야기한 신세계에 대한 경탄은 동서양이 다르지 않았

다. 그러나 예기치 못했던 세계 앞에서 알 수 없는 불안에 사로잡혔던 것 또한 사실이다. 가령, 서양에서 구텐베르크가 인쇄술을 발명한 즈음에 1471년, 이탈리아 고전주의자 니콜로 페로티(Niccolo Perotti)는 프란체스코 구아르네리오(Francesco Guarnerio)에게 다음과 같은 편지를 보낸 바 있다.

“친애하는 프란체스코, 난 최근에 우리가 살고 있는 시대를 칭송하지 않을 수가 없네, 최근에 독일에서 온 새로운 인쇄기계 때문에 말이야. 손으로 썼다면 여러 사람이 1년이 걸려서 썼을 양을, 한 사람이 한 달 만에 인쇄를 하는 것을 봤네… 그런 걸 보고 났더니 단시간 안에 아주 많은 책이 생겼으면 하는 바람이 생겼어. 그러면 가난해서 책을 못 사는 일이 없어질 걸세… 그렇지만 난 세상 일이 내가 바라는 것과 매우 다르다는 것을 알아. 이제 사람들이 원하는 건 뭐든지 인쇄할 수 있으니까 사람들은 종종 가장 좋은 것이 무엇인지 생각하지 않고 그냥 재미삼아 글을 쓴다네. 잊힐 만한 것, 모든 책에서 지워지는 게 나올 만한 것을 말이지. 뭔가 가치 있는 것을 쓴다고 할 때도 그것을 비꼬고 망쳐놓지. 그런 책은 없는 게 나야. 그런데 수천 부를 찍어서 온 세상에 거짓을 퍼뜨린단 말일세.”
(Darnton, 2011, 15~16쪽에서 재인용).

북송(北宋)의 소식(蘇軾)이 〈이군산방기(李君山房記)〉(『경진동과 문집사략』 권 53)에 실린 다음과 같은 대목에서 확인할 수 있는 것은, 흥미롭게도 쉽게 볼 수 있는 책이 발간되기 시작한 중국에서도 반응이 다르지 않았다는 점이다.

“진한(秦漢) 이래, 책을 저술하는 사람들이 점점 늘어났다. 종이와 문자가 날이 갈수록 간편해져, 이에 따라 책도 점점 많아지고 세상에 전하지

않는 것이 없게 되었다. 그런데도 학자들이 점점 엉망이 되는 것은 도대체 어찌된 일일까. 나는 한 노유 선생이 이렇게 중얼거리는 것을 들은 적이 있다. 내가 젊은 시절에는 『사기』와 『한서』를 읽고 싶어도, 이를 쉽게 구할 수 없었다. 운 좋게 그것을 볼 수 있게 되면, 모두 직접 그것을 손으로 써서 밤낮을 가리지 않고 소리 내어 읽으며 오직 다 읽지 못할까 두려워할 뿐이었다. 최근에는 상인들이 다투어 이를 간행하여, 제자백가의 책이 매일 만 장이나 전하고 있다. 이로써 필자들은 책을 쉽게 손에 넣을 수 있게 되었다. 그러니 그 문학이나 학술이 당연히 옛 사람들의 몇 배에 이르러야 할 것이다. 그런데 오늘날 과거 시험을 준비하는 젊은 선비들은 모두 책을 쌓아 놓기만 한 채 읽지도 않고, 근거도 없는 담론만 펼치고 있다. 이는 또 어찌된 일일까.” (大木, 2007, 21쪽에서 재인용)

표면적으로는 탄식에 가까운 이 불안의 정체는 무엇일까. 사실상 책의 폭넓은 소통/유통은 세계에 예상치 못한 변화를 가져올 것임에 대한 예기의 불안이 아닐까. 전근대와 근대를 막론하고 새로운 지식을 접하고 수용할 수 있는 가장 보편적 방법이 독서였으며, 따라서 책에 대한 식견이 있는 이들은 독서가 세계를 변혁시킬 수 있는 도화선이 될 수 있음을 알고 있으며 따라서 인쇄술의 발명은 단지 기술의 진보가 아님을 알고 있었던 것이다.

2. 읽기의 역사적 변천

독서와 관련이 없는 위대한 직분인, 보존하고 기억하기 위한 필사과업을 부여받고 있던 수도원적인 모델이, 책을 지적 노력의 목표이면서 아울러 도구로 만든 스콜라학적인 독서모델로 대체된 것이다(Charrier & Cavallo, 2006, 45쪽).

독서가 특수한 계층과 영역을 중심으로 한 행위로부터 보다 폭넓은 대상과 영역에서 다양하게 이루어진 상호작용이 된 과정을 역사적인 순차적 변화로 이해하는 것은 도식적인 접근의 위험성이 있다. 그럼에도 긴 역사적 안목에서 보자면 독서의 일반화, 대중화는 대체적으로 부정하기 힘든 움직임이었다.

동서양을 막론하고 독서 행위는 문자 해독(literacy)과 밀접한 상관성을 가지고 있었다. 책을 만날 수 있는 주체가 소수의 귀족층, 상류계급의 범위를 넘지 않았다. 사실상 근대 이후가 되어서야 문자 해독이 가능한 소수를 중심으로 이루어졌던 독서 행위가 문자 해독률의 급격한 상승과 함께 폭넓은 대상에 의해 행해질 수 있는 일상화된 행위가 될 수 있었다. 이러한 변화와 함께 독서에 보다 본격적으로 문자로 이루어진 기록물 혹은 텍스트에 대한 전문적인 독해와 비판적 검토라는 의미가 부가되었다. 이러한 역사적 변천 과정을 거치면서 읽기의 스펙트럼은 매우 다양해졌다. 본격적으로 이루어지는 전문적 검토로부터 킬링 타임용 오락행위에 이르기까지 읽기 행위의 의미를 획일적으로 이해하는 것이 무의미하거나 불가능한 지점에 이르기 되었다.

읽기 경험을 둘러싼 경험 가운데 주목해야 할 한 가지 사실이 소수 엘리트층 중심으로 한 행위에서 보다 폭넓은 다수 대중에게 열린 경험이 되었던 점이라면, 다른 하나로 이와는 대척점에 놓인 변화를 거론할 수 있다. 음독에서 묵독으로의 변화라는 표현이 단적으로 말해주는 것처럼, 읽기 경험은 단지 문자를 눈으로 읽는 것만을 의미하지 않았다. 앞서 언급했듯이, 책은 접하기만 어려운 물건이 아니라 만들기도 보관하기도 어려운 물건이었다. 그리스, 로마 시대 이후로 기나긴 중세의 시기를 거친 서양에서는 귀족층이, 보다 안정적인 동양에서는 왕이 주로 책을 만들고 보관할 수 있는 권한을 가지고 있었다. 소극적 의미의 도서관 역할을 할 수 있는 공간이 마련되고 유지될 수 있는 물적 토대가 미약했으며 그런 공간이 존재할

가능성도 매우 낮았다. 왕이나 소수의 귀족층에게나 가능한 것이었다. 그들이 운영하는 공간이 어떤 책으로 채워졌을지는 미루어 짐작이 가능하다. 좀 더 본격적인 실증을 통해 보충되어야 할 문제이기는 하지만, 대체로 읽기 경험이 폭넓게 확산되는 과정이 책의 종과 유에서 다양함을 마련하는 계기가 되었을 것임을 부정할 수는 없다.

도서관의 역할을 했던 공간이 많지 않았다는 사실은 역설적으로 그 공간이 단지 책의 보관만을 목적으로 존재하지 않았음을 말해준다. 실제로 책을 직접 만들거나 살 수 없었으나 책 혹은 책에 기록된 것들에 관심이 많았던 이들은 대여 형태의 읽기 경험에 대한 기록을 남기고 있다. 이때 도서관 혹은 유사-도서관은 소규모 모임의 중심이 되는 장소로서의 역할을 수행했다. 친목 모임을 가능하게 한 공간이기도 했으며 보다 본격적으로는 학술적인 담론이 만들어지고 유포되는 장소이기도 했다.

말하자면 책이 있는 공간은 단지 책을 보관하는 것에 그치지 않고 책을 중심으로 사람이 만나는 교통지의 역할을 하고 있었다. 보다 폭넓은 의미에서 책의 소통과 유포, 소유가 가능해지자 책에 대한 이해에 변화가 생겨났다. 책을 매개로 한 친교의 중요성을 소홀히 하지 않으면서도 책과의 개별적 만남의 중요성을 인식하기 시작했다. 깊은 성찰과 비판적 인식은 개인적인 읽기 경험으로부터 나올 수 있는 것이었다. 이에 따라 친교를 위한 만남의 장소에서 대화를 통해 이루어지던 책에 대한 논의가 점차 개인적인 시공간에서 이루어지는 정신적 교감으로 이동해갔다. 읽기 경험이 갖는 사회적 친교의 의미가 점차 축소되고 개별화되어간 것이다. 이는 읽기 경험이 대중화되었던 과정과는 다른 측면에서 다루어져야 할 문제이다.

두 변화의 계기를 설명하기 위해서는 책이 팔고 사는 물건으로 이해되기 시작한 점을 논의하지 않을 수 없다. 책이 팔고 사는 물건으로 이해되기 시작한 것은 근대적 교환 논리가 확립되면서부터다. 사회적인 친교 모임의 중심지 역할을 하곤 했던 공간이 국가의 서고나 엘리트 개인의 서고에서

서점이나 출판사로 이동해간 사정은 이러한 변화와 연동해 있다.

책이 팔고 사는 물건이 되기 위한 조건으로서 인쇄술의 발달과 출판문화의 형성을 언급하지 않을 수는 없다. 책이 단 하나밖에 존재하지 않았던 시대 즉 필사 이외에는 책의 유포가 불가능했던 시절로부터 텍스트를 복제할 수 있는 기술의 발전은 책의 소통과 유통에 엄청난 변화를 가져올 수 밖에 없었다. 제작비용은 말할 것도 없거니와 제작 기간이 엄청나게 단축될 수 있었으며 이에 따라 더 많은 책을 더 많은 독자에게 소개할 수 있었다. 특정한 소수 이외에 불가능했던 장서가 대중화된 것도 이러한 현상과 무관하지 않다.

물론 사적인 장서가 가능해진 근대 이후로 장서가 경제력의 과시이자 외면적 교양을 의미했던 측면도 없지 않다. 그러나 팔고 사는 물건이 된 이후로 책은 그간 읽기 경험에 노출되기 쉽지 않았던 존재들, 즉 여성이나 하층 계층에게도 접근 가능한 경험이 될 가능성을 열어주었다. 당연히게도 새롭게 등장한 독자층을 염두에 둔 책의 발간이 폭넓게 이루어지게 되었다.

아울러 지적해두어야 할 것은 읽기 경험을 역사적으로 일방향적인 움직임이었다는 판단을 비판적으로 수용해야 한다는 사실이다. 긴 역사적 안목에서 역사적 변화를 포착할 수 있는 것은 분명하다. 그러나 사실상 국가, 민족, 인종, 젠더, 사회적 환경까지 포함해서 읽기 행위의 성격을 규정하는 것은 거대한 역사적 흐름만은 아니다. 문자 해독률뿐만 아니라 종교적 차이, 근대화의 시기와 수준의 차이는 읽기 문화에서 커다란 시간적 낙차를 가져왔다. 시공간적 차이를 고려하는 것에 덧붙여 가령, 낭독, 음독 등으로 이해되어야 하는 읽기 경험의 다층적 측면을 포착하기 위해서는 읽기 경험을 둘러싼 미시적 차원의 특성들이 세심하게 고려되어야 한다. 해석 공동체나 독서 공동체, 독서법 등에 대한 관심을 소홀히 다루어서는 안 되는 이유가 여기에 있다.

3. 독서법의 변천사와 그 의미

동서양을 막론하고 책 전체를 통독하는 독서법이 책의 등장과 함께 시작되었을 만큼 오랜 역사를 가지고 있지는 않다. 오히려 책 한권을 통독하는 독서법은 책에 저자의 권위가 부여되었던 근대 이후에나 일반화되었다. 독서의 중요성이 근대 이후에만 강조되었던 것은 아니지만 독서가 전 국민, 나아가 전 세계인에게 중요하게 다루어진 것은 근대 이후이다. 근대적 진보와 경쟁 논리는 민족과 국가에 대한 개념을 만들어냈으며 진보 이념을 내면화하면서 민족 간, 국가 간 경쟁에서 살아남기 위한 절체절명의 수단으로 새로운 지식의 수용이 적극적으로 강조되었다. 독서가 특정 계급에 허용되었던 취미 활동이나 정치 활동을 넘어서서 근대 이후로는 근대인이 되기 위해 갖추어야 할 덕목으로 고평되었다.

1) 정독에서 다독으로

(1) “파리에서는 모두 책을 읽는다. … 모든 사람, 특히 여성들은 주머니에 책 한 권씩을 넣고 다닌다. 사람들은 마차에서도, 산책길에서도, 극장의 막간에서도, 카페에서도, 목욕탕에서도 읽는다. 부인, 어린이, 장인, 견습공은 카페와 공방에서 읽고, 일요일이며 가족들이 현관 앞에 나와 앉아서 읽는다. 제복을 입은 종복들은 뒤편에 앉아서, 마두는 마부석에서, 병사는 보초를 서면서 읽는다.”

(2) “책 읽는 사람은 남녀를 불문하고 책을 손에 든 채 기상하고 취침하며, 식사할 때도 책을 손에서 놓지 않는다. 일할 때도 옆에 놓아두고, 산보할 때도 가지고 다닌다. 일단 시작한 독서는 끝날 때까지 잠시도 중단하려 하지 않는다. 그뿐이 아니다. 그들은 책의 마지막 쪽을 읽고 일어서

자마자 당장 다른 책을 찾아 걸신들린 것처럼 이곳저곳을 기웃거리고 다닌다. 그들이 화장실이나, 책상 앞이나 기타 여러 장소에 있거나 할 때, 자기의 취미에 맞거나 입을 만한 책을 우연히 발견하면, 찻사게 펼쳐 들고는 책에 환장한 사람처럼 게걸스럽게 읽어낸다. 어떤 애연가도, 커피 애호가도, 포도주 애주가도, 도박광도, 독서에 굶주린 사람들이 책에 집착하는 것만큼 파이프나, 와인 병이나 게임기나 커피 테이블에 애착을 갖지는 않을 것이다.”²⁾

18세기부터 영국에서는 기와공이 점심시간에 지붕에 앉아 신문을 읽었고, 프랑스에서는 모든 사람이 책을 읽었다고 한다. 몇 년 지나지 않아 독일에서도 독서 열풍이 불었음이 기록에 남아 있다. 생전 들어보지 못한 질병이 발생하여 빠르게 번졌는데, 처음에는 개별적으로 감염된 책벌레였지만 곧 집단적으로 감염되는 ‘독서 전염병’이 되었다는 것이다. 현대에 와서 이 질병을 ‘독서 혁명(reading revolution)’으로 불렀다. 이런 세속적 변화는 정독(intensive reading)에서 다독(extensive reading)으로의 전환을 의미했다. 물론 동서양을 막론하고 독서의 민주화는 한 세기나 더 지난 이후에 이루어졌다.

근대적 인쇄술의 획기적 발전 이전에 대개 읽기는 정독의 형태를 취했다. 책이 많지 않았고 접근성도 용이하지 않았기 때문에 특정한 텍스트를 대상으로 한 반복적인 읽기가 이루어질 수밖에 없었다. 단순한 읽기에 그치지 않고 책을 암송하는 경우가 많았으며 그 과정에서 텍스트를 깊이 흡수하고 자기의 것으로 만들게 되기도 했다. 이것이 정독의 유용성이라고 해야 한다. 대표적인 정독의 대상이었던 책이 서양에서 성경이었다면 동양에서 유교 경전이었다. 정독은 단지 지적인 만족에만 그치지 않고 정치

2) 라인하르트 비트만(Reinhard Wittmann), “18세기 말에 독서혁명은 일어났는가”(Chartier & Cavallo, 2006, 468~469쪽에서 재인용).

적 윤리로부터 생활 규범에 이르는 지식의 내면화에 유용한 방법이었다고 할 수 있다.

당연하게도 인쇄술이 산업화에 힘 입어 비약적으로 발전하고 나서 다양한 책이 만들어질 수 있었는데, 읽기에 관해서 말하자면 정독 방식이 여전히 중요하면서도 새로운 읽기 방식이 등장하게 되었다. 다양한 책을 한꺼번에 필요한 만큼만 보는 방식도 중요한 읽기 방식 가운데 하나로 등장한 것이다. 자신의 관심사를 두고 출간된 책을 모두 찾아보는 방식의 읽기는 대중적인 읽기 방식은 아니다. 학자의 대표적인 읽기 방식이 다독이라 해도 과언은 아닐 텐데, 이를 통해서 확인할 수 있듯이, 본래 다독은 학자적 읽기에 더 가까웠다. 다양한 책이 등장한 이후로 동서양을 막론하고 읽기에 대한 열풍이 불었는데, 이때 새롭게 대두된 읽기 방식이 다독인 것이다. 이런 과정을 거치면서 다독은 엘리트에서 대중에게까지 이르는 보편적 읽기 경험으로 자리 잡게 된 것이다. 물론 보다 세부적으로 들여다보면 정독과 다독 사이에 둘을 결합한 형태의 독서법이 자리를 마련하고 있었다.

다독의 시대를 연 계기로 소설과 정기 간행물의 등장을 언급하지 않을 수 없다. 먼저 소설의 등장은 독서를 매니아적인 행위로 고양시키게 된다. 본래 책 속에서 깊이 빠져들어 현실과 책의 세계를 구분하지 못하는 지경에 이르게 되는 것은 대개 소설 읽기 경험의 결과이다. 등장인물과의 동일시, 서사 전개에 따라 함께 울고 함께 우는 방식은 이른바 정독 형식의 읽기가 아닐 수 없다. 그러나 동시에 소설 독자는 유사한 서사적 패턴을 가진 다양한 서사물을 읽기 대상으로 삼으며 무차별적 다독을 실행하기도 한다. 종교적 경전을 말할 것도 없거니와 철학서, 정치사회적 이론서들이 대개 정독의 대상이 된다면 실용서와 오락물은 다독의 대상이 되는 편이다. 물론 그 가운데에서도 읽기 경험을 무한정으로 반복하게 하는 다독 경험을 가능하게 해준 것이 소설이라고 할 수 있다.

“그러나 지금은 실제로 이전의 것보다 새롭고 보편적이고 전파력이 더 강한 독서 유행이 독일뿐 아니라 전 유럽으로 확산되어, 신문과 계급을 가리지 않고 모든 사람을 끌어들이고 있으며, 기존의 다른 독서유행을 거의 압도하고 있다. 바로 신문과 정치 팸플릿을 읽는 유행이다. 독서 유행치고는 아마도 예전에는 없었던 압도적인 위세를 떨치는 것 같다. (...) 섭정과 장관을 비롯하여 아래로는 나무 베는 인부와 마을 선술집의 농부에 이르기까지, 화장대 앞의 귀부인에서 부엌의 하녀에 이르기까지 모든 사람이 신문을 읽고 있다. 그들은 신문 배달부가 오는 시간을 계산하고 있으며, 우편행량을 개봉할 때 제일 먼저 가져가지 위해 우체국으로 몰려가기도 한다. ... 취미가 고상한 귀부인은 차 클럽에 나가기 전에 적어도 <모니터르(Monteur)>, <저널 드 파리(Journal de Paris)>, <가제트 데 라이텐(Gazette de Leide)> 최신호는 읽어야 한다.” (Reinhard Wittmann)(Chartier & Cavallo, 2006, 497쪽에서 재인용)

1792년 프리메이슨의 간부인 라고츠키(K. S. Ragotzky)가 남긴 기록에 따르면, 독자들이 선호한 대표적 읽을거리는 사실 정기 간행물이었다. 일상적 뉴스에 대한 관심, 정치, 교회, 문학, 경제 사건의 저널리즘 정보에 대한 관심이 독서 대중의 경계를 뛰어 넘고 있었다. 더구나 그들은 신문이 전달하는 새로운 소식을 일방적으로 전달받는 것에서 나아가 적극적인 비판을 제기했으며 다양한 공간에서 토론을 벌이곤 했다. 테리 이글턴(Terry Eagleton)이 비평의 기능을 두고 언급한 바 있듯이, 경계 없는 대상에 대한 자유로운 토론의 분위기가 비평의 성숙을 가져오게 되었다. 읽기 경험이 그것에서 그치지 않고 쓰기와 비판하기의 성숙을 가져온 것이다.

요약컨대, 이러한 조건과 환경의 역할 속에서 읽기는 정독과 다독의 적절한 배합을 통한 고유의 영역을 마련해 가고 있었다. 가령 권위적이고 학구적이던 독서가 근대 이후로 정서적이고 개인적인 경험으로 바뀌게 되었

는데, 새로운 읽기 경험은 주위 환경과 사회로부터 고립된 개인의 정열과 읽기를 통해 의사소통을 하고 싶은 갈망 사이에서 움직였다고 해야 한다. 정서적으로 고립된 독자가 통감하는 고독감과 자기 익명성은 읽기 경험 덕분에 동호인들로 이루어진 공동체에 자신이 속해 있다는 의식으로 보상 받게도 되었다. 이런 읽기 경험은 이전보다 훨씬 더 집중적인 경험이지 결코 확산적 경험은 아니었다. 다독의 거대한 흐름 속에 정독의 가치가 재구성되고 있었다고도 할 수 있다.

2) 발췌독에서 통독으로: 유서(類書)와 비망록

독서가 개인적 활동이었던가의 여부만큼 독서를 둘러싼 우리의 상식을 혼돈스럽게 하는 대목은 저자 혹은 저작권 개념이 형성되기 이전의 독서법이 서로 다르다는 사실에 있다. 물론 전근대와 근대의 점점 지대 혹은 이행기라 명명할 수 있는 시기에는 다양한 양상의 독서법이 공존하고 있었다고 해야 한다. 그 가운데 특기할 만한 사항으로 근대 이전 지식인들의 독서 행위를 들 수 있다. 근대 이전의 지식인들에게 독서는 읽는 것만이 아니라 베끼는 것을 의미했으며 요약, 축약, 발췌를 근간으로 하고 거기에 비평적 해석을 담는 방식까지 포함한 것이었다. 특히 근대적 서구 사상의 중요 유통 경로로 책을 들 수 있다면, 이때의 책은 원전이기보다는 번역본이거나 혹은 축약·편집본일 가능성이 높았다. 가령, 이수광의 『지봉유설』이나 이익의 『성호사설』은 중국으로부터 수입한 서적의 발췌문이자 비평적 주석집의 대표라고 할 수 있다. 여러 문헌에서 발췌한 지식을 편집한 형태의 문헌인 ‘유서(類書)’가 서양의 문물(문화) 소개에 선구적 역할을 했음은 잘 알려진 사실이다(강명관, 2007, 139~140, 203쪽).

유서(類書)와는 다른 형식이지만, 발췌독 가운데 하나로 서양에서 유행했던 비망록을 들 수 있다. 서양에서 한때 사람들이 책을 읽으며 자기만의 비망록을 만들었던 바 있다. 비망록을 습관적으로 쓰기 시작한 것은 대

략 12세기부터였고, 르네상스 시기 말기는 비망록의 전성시대라 할 수 있다. 16세기에는 에라스무스 등의 유명한 저작자는 물론 서적상과 출판업자들이 비망록의 가능성을 더욱 확장하면서 법률, 교육, 신학 등의 분야에서 발췌한 구절을 모아 책을 만들어냈고, 이후 출판 장르로서 자리를 잡기도 했다. 물론 비망록의 역사가 내내 지속되었던 것은 아니며, 빅토리아 시대에도 성행했다가 점차 자취를 감추었다.

오늘날의 감각과 달리 비망록은 책을 읽는 이라면 누구나 손에 들고 있던 보편적 도구였다. 비망록은 책을 읽다 뜻 깊은 글귀를 보면 언제든지 노트를 펼쳐 적절한 제목 아래 베껴 적고 일상생활을 바탕으로 한 자신의 견해도 덧붙이는 형식으로 구성되었는데, 프랜시스 베이컨이나 벤 존슨, 존 밀턴, 존 로크 같은 유명인의 전유물이 아니라 근대 영역 전역에 퍼져나가 평범한 독자의 일상이 되었다.

비망록을 쓰는 습관은 당시 독자들의 독특한 읽기 방식과 관련되어 있었다. 오늘날의 독자들은 비록 그렇게 하지 않는다고 하더라도 책의 전체를 이야기의 흐름에 따라 처음부터 끝까지 따라가면서 읽는 것을 독서로 여기는 경향이 있으나, 근대 초기의 영국 독자들은 조금씩 읽다 말다 하거나 이 책에서 저 책으로 건너뛰며 읽었다. 텍스트를 쪼갬 뒤 자신의 비망록 속 여러 부문에 나누어 옮겨 적으면서 텍스트를 전혀 새로운 모습으로 재구성했던 것이다. 베낀 그것을 다시 읽고 거기에 다른 발췌문을 더하면서 또 다른 모습으로 재구성하는 방식을 반복하곤 했다. 흥미로운 것은 유서나 비망록 형식의 발췌독에서 읽기와 쓰기가 분리되지 않고 하나로 합쳐진다는 점이다. 손과 눈을 모두 사용한 것이 독서였던 것이다.

비망록에 대한 연구는 책을 읽었던 독자와 그들이 읽었던 책의 목록 등 구체적 문화적 관습으로서의 독서법이 갖는 의미에 대한 단서를 제공해준다. 무엇보다 세계를 해석하는 방법에 대한 가능을 가능하게 한다. 이는 말하자면 비망록으로 구현되었던 독서법이 야기한 독서 경험이 의미하는

바에 대한 접근을 가능하게 한다(Darnton, 2011, 223~237쪽).

(1) “우리가 먹은 고기는 위장에 통째로 있는 동안은 짐이 되지만, 곧 그 형태가 바뀌어 마침내 힘과 영양분이 된다. 책을 읽는 것도 마찬가지다. 여러 작가의 책에서 얻은 것들을 통째로 남겨두려 하면 안 된다. 그러면 우리의 것이 되지 못한다. 그것들을 소화시키고 섞이도록 해야 한다. 그렇게 하지 않으면 머릿속만 그것들로 가득할 뿐 정작 이해하는 것은 아무 것도 없게 된다.”

(2) “너무 많은 책을 공부하려 해서는 안 된다. 그러면 본류에서 벗어나 판 길로 새고, 머릿속만 너무 가득 차 더 중요한 일을 할 수 없게 된다. 지혜를 얻고자 한다면 가장 효과적인 방법은 자주 읽는 것이다. 격언, 속담, 지혜로운 이야기, 현명한 연설...역사 속 여러 사건에 관해 서술하는 엠블럼, 전략, 판단, 문장 등을 자주 읽는 것이다.” (위의 책, 242~3쪽에서 재인용)

로버트 단톤이 비망록의 구절들을 구체적으로 인용하면서 분석한 대목은 독서에 대한 당시의 정의와 독서 경험의 의미를 포착하는 데 유용하다. 윌리엄 드레이크(William Drake)라는 1640~1660년 사이 영국의 정치이자 탐독가에 대한 분석을 통해 단톤은 독서를 “소화 과정, 즉 책에서 정수를 뽑아내어 자신에게 흡수되게 하는 과정”으로 이해했다(위의 책, 243쪽). 여기서 독서는 학식을 쌓는 것을 목적으로 하지 않는다. 독서는 더 나은 사람이 되게 하는데 도움이 되어야 하는 것으로 이해되고 있었고, 따라서 비망록에 기록해야 할 가장 중요한 독서물은 속담과 우화였다.

말하자면 여기서 독서는 결코 사색을 이끄는 것이 아니며 지혜를 얻을 수 있는 통로 또한 아니다. 오히려 행동과 판단을 위한 지침을 얻기 위해,

세속적 성공을 위해 적극적으로 활용되는 것이 독서였다. 이에 대한 드레이크의 분석서를 토대로 한 단턴의 논의는 흥미롭다. 어떤 세계에 대한 구성이나 기록도 남기지 않았음에도 불구하고 드레이크의 비망록이 세계에 대한 인식을 뚜렷하게 보여주고 있다는 것이다. 견고한 흠스주의를 재료로 해 쌓아올린 “완전히 마키아벨리적인 이론”으로, 그것이 정치를 다시 어떤 “새로운 지적, 정치적 문화”라는 반석 위에 올려놓았음을 보여주었다고 본다. 읽기는 형태와 무관하게 세계를 이해할 수 있는 통로임을 말해주고 있는 것이다.

이런 까닭에 비망록을 통한 읽기 경험과의 상관성 속에서 새로운 읽기 경험이 등장하고 있었다고 말하는 것도 가능하다. 비망록 읽기에서 자유로웠던 이들이 많지 않지만 독자로서의 몽테뉴는 학문적 독자의 태도와 매우 다른 것이었다. 그는 자신이 읽은 비망록을 보관하지 않았고 베끼거나 수집하려 하지도 않았다. 기억을 위해 발췌하거나 인용구를 기록하지 않으면서 책의 맨 끝에 자신의 의견을 적어 넣는 방식을 택했다. 이런 의미에서 몽테뉴는 학문적 독서 규칙과 자세를 거절한 독자였다고 할 수 있다. 그는 절대로 밤에 독서하지 않았고 앉아서도 독서하지 않았다. 체계적 독서를 거부했고 실용과도 거리를 둔 채 독서를 했다. 몽테뉴의 방식을 통해 비망록을 중심으로 한 일기에서 어떻게 새로운 읽기 경험이 만들어지는가를 유추해볼 수 있다. 부분적인 책읽기가 아니라 책을 전체로서 읽는 방식, 통독을 거친 후에 책에 대한 감상과 비평을 남기는 일, 이전과는 전혀 다른 읽기 경험이며 개성을 강조하는 독서법이 등장하고 있었다고 해야 한다.

4. ‘읽기의 경험과 실천’의 사회적 의미

독서 문화의 형성 요인에 대한 고찰이 중요하다면 그보다 더 중요한 것은

독서 문화 내부에서 생겨난 변화에 대한 고찰이다. 롤랑 바르트(Roland Barthes)를 따로 언급하지 않더라도 우리는 텍스트와 그에 상응하는 독자 개념에 익숙한 편이다. 저작(work) 개념이 텍스트(text)로 해체되는 동안 독자의 위상이 동반해서 상승했다고 말할 수도 있다. 저작에 대한 비판적 고찰 즉 유기적 완결체로서의 저작의 성격에 대한 비판적 고찰이 진리의 담지체로서의 저작의 권위를 해체하게 되었다. 저작과 진리의 상관성에 관한 신화도 깨지게 되었다. 저작이 저자의 것이라는 믿음, 저작 안에 저자가 수용자에게 전달하려는 진리가 담겨 있다는 믿음, 그런 것들에 대한 재고가 이루어졌다.

저자의 개념 변화는 당연한 수순으로 독자의 개념 변화를 이끌었다. 독자 역시 진리를 일방적으로 전달받는 존재에서 텍스트를 구성하는 존재로서 새롭게 인식되기 시작했다. 다양하게 재구성될 수 있는 열린 텍스트 개념에 입각해서 독서 역시 그때그때 새롭게 의미를 생성하고 재구성할 수 있는 역동적 작용으로 이해되기 시작했다. 그 역방향의 인식 변화가 연동해서 이루어졌다. 독자에 대한 인식 변화가 책, 저자, 독서 행위 행위에 대한 전혀 다른 접근법을 가능하게 했다. 이후로 독서는 특정한 행위와 공간, 습관이라는 구조적 틀 속에서 구체화되는 실천으로 이해되어야 한다. 독자 공동체, 독서 전통, 독서법을 둘러싼 조건에 세심하게 관심을 기울여야 하는 것은 이런 이유에서이다.

1) 사례 1: 시민계급, 혁명, 계몽, 독서 문화

오랫동안 책이 권력의 비인격적 의지를 전하는 권위주의적 매체로 간주되었던 것은 익히 알려진 사실이다. 책이 국가와 교회 권력, 엘리트 계급을 통해 부과되는 사회적 규율을 마련하고 유지하기 위한 필수 요소로서 이해되어 왔던 것이다. 그런데 근대적 개인이 등장한 이후로 즉 혁명과 개혁 등의 다양한 계기들에 의해 책과 권력의 상관성에 새로운 관계망이 부여

되고 형성되었다. 단적으로 말하자면 대중을 중심으로 한 독서가 가능하게 되었다. 대중이 독서를 위한 시간을 확보할 수 있었고 책을 살 수 있는 경제적 여유도 생겨났다. 다양한 책을 구매하고 또 읽으면서 읽기 경험은 단지 개인을 규율하는 기능에서 벗어나 개인의 각성을 불러올 수 있게 했다. 읽기 경험이 해방의 경험으로 이해되었으며 그리하여 읽기를 통한 사회적 힘도 비축할 수 있었다.

말하자면 읽기 경험은 개별적으로는 정신적, 지적 시야를 넓혀주었다고 할 수 있다. 개별 주체를 사회적 상상 속에서 놓인 시민으로 재배치했다고 할 수 있으며, 이에 따라 개별 주체의 영역을 넘어서 활동에 대한 실천력을 강화할 수 있었다. 책이 담고 있는 콘텐츠가 시민문화 형성의 원동력이 된 것이다.

이런 의미에서 근대를 전후한 읽기 경험은 ‘유익한’ 읽기라 명명할 수 있다. 실제로 계몽사상은 신·구문화의 매개로서 ‘유익한’ 읽기를 널리 보급했다. 가령, 라이프치히나 함부르크에서 보급되기 시작한 독서 경험은 계몽사상의 독일적 개념을 널리 보급하는 데 있어 결정적 역할을 수행했다. 영국의 『스펙테이터(Spectator)』, 『태틀러(Tatler)』나 『가디언』 등의 ‘교훈적 주간지’를 모델로 한 이들 발행물들은 특히 부르주아의 ‘덕행’과 긍정의 부박한 생활양식과는 전혀 다른 계몽운동의 문화적 이상을 널리 고양시켰다. 이 잡지들은 교훈성을 전달하는 한편 거기에 오락성을 가미해서 당대의 세속적 정보를 전파하는 데도 힘썼다. 이에 따라 사회에도 유용한 동시에 개인의 도덕성을 향상시키기도 하는 이들 매체를 읽는 것은 부유한 상인에게도, 청운의 뜻을 품은 학생에게도, 정숙한 부인에게도, 충직한 관리에게도 윤리적 의무였을지언정 무의미한 쾌락의 대상이 되지는 않았다.

이런 전략은 특히 여성 독자 사이에서 효과를 가져왔다. 여성 독자가 뚜렷한 영역을 마련하면서 등장하기 시작한 것이다. 경제적 부를 획득함으로써 시민계급의 딸이나 부인이 책을 구입할 수 있는 가능성이 더 커졌

으며 무엇보다 책을 읽을 수 있는 시간적 여유를 더 많이 가질 수 있었다. 부르주아의 등장과 그 궤를 같이 했던 잡지들은 당연하게도 여성 독자들을 배려하는 읽을거리를 제공했는데, 대개 그것은 ‘여성을 위한 도서’와 같은 서평 혹은 책 소개서였다.

물론 새로운 독서 주체인 여성이 근대적 개인으로 각성되기를 요청했던 것은 아니다. 엄밀하게 말하자면 여성의 각성은 ‘가정에서의 본분’이라는 틀로 제한된 것이었다. 여성의 교육에 대한 강조는 한계를 가진 것이었다. 그렇다고 여성들의 독서가 여기에만 한정되지는 않았다. 정기 간행물로는 독서욕이 전부 충족될 수 없었던 여성들은 여행기, 우화, 가정소설 등을 읽으면서 지적 갈증을 해소했다. 청소년 교양교육도 이와 비슷한 방식으로 이루어졌다. 여성에게와 마찬가지로 청년 세대에게는 집중적 독서 교육이 실시되었다. 사회에 진입하기 위해 필요한 지식을 전달하는 내용들이 채워져 있었다.

여성과 청년 세대에 대한 인식이 충분히 근대적이었다고 하기는 어렵지만, 그럼에도 ‘유익한’ 독서의 의미를 과소평가할 필요는 없다. 이 ‘유익한’ 형태의 독서는 텍스트의 읽기에만 한정되지 않았다. 개인의 성숙의 길잡이로서의 역할을 수행하는 동시에, 사회적 주체로서 성장할 수 있는 계기를 마련해 주었다. 시민계급의 여론을 배경으로 가령 ‘독서조합’과 같은 제도적 뒷받침을 통해, 시민계급의 사회적 정체성을 구체화 시킬 수 있었고, 사회 변혁을 위한 소통과 성찰 지향적 경험으로 이해되어 갔다.

당연하게도 새로운 독서법의 등장은 새로운 조직 형태를 만들어냈다. 새롭게 부상하는 부르주아 계급의 특성을 반영하기도 했던 바, 그 조직형태는 두 가지 형태로 운영되었다. 하나가 영리적 대여도서관이었고 다른 하나가 비영리적 독서조합이었다. 영국, 프랑스와 마찬가지로 독일에서도 두 조직에 의해 독서혁명의 가속화될 수 있었다. 라인하르트 비트만(Reinhard Wittmann)에 따르면 상업적 대출도서관의 전성기는 유럽 전역

에서 1750년대에 시작되었다. 1780년대와 1790년대에는 중소 도시와 지방 촌락 대부분에 규모는 작지만 적어도 1개 이상의 대출도서관이 운영되었다.

프로이센의 오라니엔부르크 같은 작은 읍에서도 우체국장이 1,200권 이상을 대출했으며 약간의 돈을 받고 100여 종 이상의 신문을 열람시키고 있었다. 사회적, 경제적, 지리적 이유로 독서조합에 소속되지 않았던 사람들도 약간의 돈과 의지가 있다면 얼마든지 다양한 읽기 경험을 할 수 있었다. 그들은 대개 부르주아나 귀족층만이 참여 할 수 있는 독서조합에 참가 할 수 없는 대중들, 학생, 견습공, 소녀, 부인, 가정교사, 사병, 점원 등이었다.

19세기 초부터는 대출 도서관이 독서조합을 압도하게 되었다. 이 변화는 문해수용이 개별화되고 익명화되었음을 반증하는 것이다. 친교를 위한 서클에서 행하는 문학 토론이 현실 도피의 수단이기도 하고 사회적 지위 향상의 수단이기도 한 고립된 개인적 독서 형태에 자리를 물려주게 된 것이다.

2) 사례 2: 상상적 공동체, 독서 국민, 독서 문화

근대적 읽기 경험을 음독에서 묵독으로 정리하고 있는 나가미네 시게토시(永嶺重敏)의 『독서국민의 탄생』을 통해 동양의 읽기 경험이 갖는 국가적·사회적 의미를 확인할 수 있다(永嶺, 2010). 이 책에서는 개인의 등장과 묵독(默讀)의 등장이 깊은 상관성을 가지고 있음을 밝힌다. 서양의 경우와 크게 다르지 않으면서도 음독과 묵독의 단절점을 강조하고 있다고 해야 하는데, 그것은 동양에서의 새로운 읽기 경험이 전통의 단절이라는 문맥 즉 근대라는 문맥과의 상관성 속에서 이해되어야 한다는 사실을 시사한다.

이행기로서의 메이지 30년대 독서 문화의 변용 과정을 활자 미디어의 유통, 투어리즘(tourism), 독서 장치의 보급이라는 관점에서 분석하고, 그 과정의 귀결로서 ‘독서국민’의 탄생을 제시하고자 한 나가미네 시게토시의 연구에 따르면, 독서는 이른바 ‘상상적 공동체’의 형성을 가능케 한 중

요한 기제였다. 특히 ‘상상적 공동체’는 지역적 위계와 차이를 무화시키고 하나의 통합된 독서문화를 형성하는 과정에서 형성되었다고 할 수 있다.

따라서 나가미네 시게토시가 던지는 첫 번째 질문은 ‘도시-지방’이 인쇄 매체를 ‘동시에’ 접하게 된 시기와 연관된다. 인쇄 매체를 수많은 시공간적 위계를 넘어선 곳에서 동시적으로 접하기 위해서는 중앙의 활자 미디어가 유통될 수 있는 지리적 범위가 확장되어야 하며 무엇보다 유통속도가 확보되어야 하기 때문이다. 출판물 유통의 속도와 양, 철도 간선망의 확대 양상, 출판 유통업의 규모 등에 주목한 것은 그러한 이유에서인데, 한국의 경우에도 그리 다르지 않은 경로로 독서 문화의 형성 메커니즘을 유추해볼 수 있게 한다는 점에서 유용하다.

일본에서 잡지와 서적의 유통망이 확장되는 과정을 살펴보자. 하쿠분칸(박문국)이 메이지 28년(1895년)에 3대 잡지 『태양』, 『소년세계』, 『문예구락부』를 창간한 후로 경이적인 발행 부수를 기록하게 되었고, 그에 따라 지방 독자의 개척 가능성도 열리게 되었다. 구체적으로는 대형 중개점이 등장하기 전부터 전국 주요서점에 직접 배급, 수금하는 방식의 잡지 배급망이 구축된 것이다.

한편, 서적의 경우에는 도쿄와 오사카 양대 도시를 중심으로 지방의 서적 판매도 이루어지게 되었다. 도쿄가 소설을 중심으로 한 서적 판매를 담당했다면 오사카를 중심으로는 강담소설(講談小說), 아카홍(赤本),³⁾ 실용서 등 대중용 서적을 전국적으로 공급했다. 도시와 지방의 차이를 극복하면서 ‘동시적’ 유포를 가능하게 한 것은 판매 방식이었다. 오사카를 중심으로 한 실용서 공급은 철저하게 통신 판매 방식으로 이루어졌다.

같은 시기(1950년대) 한국의 경우에는 특정한 출판사의 경향을 중심으로 공급 방식에 차이가 있었는데, 박문서관 류의 출판유통 방식과 최남선

3) 에도(江戸) 시대의 草双紙의 일종으로, 그림 위주의 어린이용 동화책을 지칭하였지만, 점차 ‘저속한 책’을 뜻하게 되었다.

식의 출판유통 방식이 존재했다. 지방 서점까지 납품하는 방식이었고 대개 통신 판매로 이루어졌다. 대규모의 출판 시장이 형성될 수 없었고 출판 문화가 뚜렷하게 형성될 수 없었던 한국적 상황이 통신판매 방식을 적극적으로 채택하게 했다.

중개점을 통한 독서 문화의 유포와 함께 주목할 만한 독서 지원활동으로 독서회와 순회 문고 등을 들 수 있다. 메이지 40년대(1960년대)에는 주요 신문사들이 지방 독자 지원활동으로 독서회 사업을 발전시켰다. 독서회 사업은 서적의 우송 대출, 서적 구입 중개, 독서 상담, 출판 정보의 제공, 기관지 발행 등을 통해 독서지원 활동을 통합적으로 조직했다. 신문사를 중심으로 한 독서회 사업 외에도 출판사와 도서관을 중심으로 한 순회 문고도 기억해둘 필요가 있다. 이러한 사업을 통해 지방 독자들이 독자 정체성을 확보할 수 있었으며, 중앙 활자 미디어의 수용자로서 재구성되는 과정을 거칠 수 있었던 것이다. 신문사를 통한 지원 활동 역시 우리의 출판 문화에서도 그대로 반복되는 바이다. 순회 독서회 등의 경우도 교통수단이 닿지 않는 지방 곳곳에 책 혹은 책이 담고 있는 계몽적 사상을 전달하기 위한 유용한 통로로 활용되고 있었다.

구체적으로 지방 독자의 독서에 대한 요구는 정확한 출판 정보, 출판물의 안전하고 확실한 입수, 독서 상담 세 가지로 압축되었는데, 출판사 측 서평을 신뢰하기 어려웠기 때문에 지방 독자의 요구는 양질의 출판물에 대한 정보를 제공받고자 하는 것으로 모아졌다. 이런 요구에 부응할 수 있는 제도적 기반이 도서관이었다. 지방 독자들의 불만은 도서관 서비스에 대한 요구로 이어지는 것이었다. 지방 독자들에 의해 거리적, 시간적 제약, 독서 상담과 참고 도서에 대한 경시, 목록의 부실 등에 대한 도서관 비판이 이루어졌는데, 이는 도시 지역 중심의 공공 도서관에 대한 문제 제기였다. 도시와 지방의 간극을 극복하기 위해서 말하자면 전 국민을 하나의 독서 문화로 묶기 위해서 반드시 필요한 과정이었던 것이다.

3) 사례 3: 근대, 독서 공동체, 개인, 수양

근대인이 마련해야 할 덕목으로서의 독서라는 명제와 관련해서 독서법의 변화를 다층적 차원에서 구분해서 다루어볼 수 있다. 책 혹은 독서의 역사를 고찰해 온 많은 학자들이 지적한 바 있듯이 근대 이전의 독서가 소리를 내어 읽는 방식이었다면 개인의 발견이 이루어지는 근대 이후로 한 개인이 자신의 눈으로 책을 읽는 방식이 독서의 본령으로 자리 잡게 된다(前田, 2003). 이는 앞서 살펴본 일본의 경우와 마찬가지로, 한국에서도 전통적인 읽기 경험과의 단절을 통해 획득되었다.

(1) “전기수(傳奇叟)⁴⁾는 동문 밖에 살고 있다. 언과폐설을 구송하는데 『숙향전』, 『소대성전』, 『심청전』, 『설일귀전』 등이다. (...) 읽는 솜씨가 훌륭하기 때문에 주위에 사람들이 많이 모여든다. 가장 긴요해서 꼭 들어야 할 대목에 이르면 문득 소리를 멈춘다. 그러면 그 다음 이야기를 듣고 싶어 다투어 돈을 던져주었다.” (조수삼, 「기이」, 『추재집』 권 7)

(2) “끓주린 때에 책을 읽으면 소리가 배에 낭랑하여 그 이치와 취지를 잘 맛보게 되어서 배고픔도 느끼지 못하게 되고, 둘째, 차츰 날씨가 추워질 때 읽게 되면 기운이 소리를 따라 유전하여 체내가 편안하여 추위를 잊을 수가 있게 되며, 셋째, 근심·걱정으로 마음이 괴로울 땐, 눈은 글자에 마음은 이치에 집중시켜 읽으면 천만 가지 생각이 일시에 사라지게 되고, 넷째 감기를 앓을 때에 책을 읽으면 기운이 통하여 부딪힘이 없게 되어 기침 소리가 갑자기 그쳐버리게 된다.” (이덕무, 「이목구심서」, 『청장관전서』 권 50)

(3) “무릇 글을 읽을 때에는 높은 소리로 읽는 것이 좋지 않다. 소리가 높

4) 조선 말기에 직업적으로 사람들에게 소설을 읽어 주던 사람을 지칭함.

으면 기운이 떨어진다. 눈을 딴 데로 돌려도 안 되니, 눈이 딴 데에 있으면 마음이 딴 데로 달아난다. 몸을 흔들어도 안 된다. 몸이 흔들리면 정신이 흩어진다. 무릇 글을 읽 때에는 착란하지 말아야 하고 중복하지 말아야 하며 너무 급하게 하지 말아야 한다. 너무 급하게 하면 조급하고 사나워서 맛이 짧다.” (홍대용, 「담헌서」 외집 권 1)⁵⁾

그간 살펴보았듯이, 읽기의 역사는 서양 혹은 근대 이후의 일본과 크게 다르지 않았다. 소수자에 의한 읽기에서 폭넓은 대중들의 읽기로 경험의 폭이 확대되었다. 라틴어 문화권이 그러했듯이 한자 문화권이었던 동양에서는 한문을 읽을 수 있는 이들의 수가 극히 적었으며 문맹률이 높았고 문자를 읽고 쓰거나 의미를 해석할 수 있는 사람이 많지 않았다. 읽기의 경험은 한정된 책을 대상으로 하면서 개별적으로 이루어질 수밖에 없었다. 당연하게도 정독의 형식을 취하고 있었고 반복적인 읽기가 이루어졌다. 물론 이 경우도 소리를 내어 글을 읽었고 자신의 목소리를 직접 듣는 방식의 읽기가 이루어졌다.

다른 한편으로 문자를 해독할 수 있는 사람이 다른 사람들에게 글을 읽어주는 방식의 독서 즉 낭독이 있었다. 실제로 그 비율이 얼마나 되었는지 확인하기는 어렵지만 근대 이전에 전문적으로 책을 읽어주는 사람인 전기수(傳奇叟)가 있었으며, 이는 근대 초기에도 다른 형식으로 여전히 잔존하고 있었다. 이들의 경험은 독서를 그저 개인의 차원에서 이루어지는 경험으로 치부하기는 어렵다는 사실을 말해준다.

근대 초기 대규모로 이루어진 집단적 독서의 대표적 양상으로 신문종람소(新聞縱覽所)의 ‘종람(縱覽)’과 시중의 소설 구연을 들 수 있다. 신문종람소는 일반인들에게 개방된 개인문고 혹은 소규모 도서관으로 ‘서적종람

5) 안용 (1), (2), (3)은 천정환(2003, 110~111쪽)에서 재인용.

소' '신문잡지종람소' 등의 다양한 명칭으로 불렸다. 1900년대 이후 지방 도시들을 중심으로 지역유지와 일부 서적 관련 기관들이 종람소 설립에 나서서, 지역민들의 독서 욕구를 충족시키고자 했다. 안창호 같은 운동가는 직접 종람소를 운영하기도 했으며, 현공렴, 고유상, 김기현, 정희진 등과 같은 근대 초기의 대표적 서적·출판 관련업자들이 종람소 설립 운동에 직접 참여했다. 신문종람소의 '독서' 공동체는 1920년대 이후 경향 각지의 독서회, 청년회 및 야학으로 연결되며, 신문·잡지를 돌려 읽는 관행은 1930년대에 도 지속되었다. 전통사회의 음독과 공동체적 독서가 근대에 이르러 다양한 계몽운동에 의해 더욱 성행했던 것이다(천정환, 2003, 112~113쪽).

한편, 독서와 개인의 수양의 상관성은 근대 전후를 막론하고 매우 긴밀했다. 인용문 (2)와 (3)이 보여주는 바, 음독의 형식이든 묵독의 형식이든 독서는 보편적으로 인격 수양을 위한 길로 이해되고 있었다. 근대 이후로 여기에 독서에 대한 부가적 의미가 덧붙었다고 할 수 있는데, 한편으로 독서, 읽는 행위를 통해 '아는' 국민을 만드는 과정이 강조되었다. 즉 독서가 국가 통합을 위한 기제로 활용되었다.

다른 한편으로 개인의 수양을 위한 독서는 인문적 교양의 습득과 자기 규제·처세를 위한 도구로 의미의 분화를 겪게 되었다. 근대 이후로 책에 대한 관심의 상당 부분을 차지했던 동력은 교양에의 열망이었고 그것은 종종 처세술에 대한 관심으로 흘러갔다. 특정 시기로 한정할 수 없는 교양·처세 관련 책의 출간이 출판 시장의 상당부분을 차지해 왔음은 주지의 사실이다.

현재에는 국가 통합 기제로서의 의미가 점차 멀어지고 책에 대한 관심이 개인의 수양·교양·처세로, 전문적 지식의 습득과 관련된 것으로 모아지고 있으며 종종 이 관심은 분화된, 세속화된 관심을 전환하고자 하는 인문학적 열망에 의해 통합과 분화의 이중국면을 지속·반복해 왔다고 할 수 있다.

5. 21세기 매체 환경 변화와 읽기의 미래: 전자책의 가능성과 새로운 독서법

“책의 부피를 늘리는 것이 아니라 피라미드처럼 여러 층이 정렬된 구조를 만드는 것이 가능하다고 생각한다. 가장 위층은 주제를 간결하게 설명하고, 페이퍼백으로도 만들 수 있게 한다. 그 다음 층은 맨 위층의 논의에 대한 다른 측면들을 다각도로 잡아 풍성하게 구성한다. 이야기처럼 순차적으로 정렬하는 것이 아니라 맨 위층에 맞추어 각각 독립된 단위로 정렬한다. 세 번째 층은 가능한 한 여러 종류의 기록문서가 차지할 것이다. 네 번째 층은 과거의 학문이나 여러 논의들에서 발췌한 이론이나 역사 기록이 들어갈 수 있다. 다섯 번째 층은 교육학적인 면을 담아서 학급 토의, 강의 요강, 강좌 자료집을 위한 여러 제안들로 구성하는 것이다. 여섯 번째 층은 독자의 보고서, 저자와 편집자 사이의 대화, 독자들의 편지로 담아서 점점 많은 논평을 제공할 수 있게 한다.” (Darnton, 2011, 133쪽)

로버트 단턴은 전자책에 대한 열망을 인용문과 같이 구체화해서 서술한 바 있다. 전자책에 대한 그의 인식은 그저 페이퍼 인쇄물을 전기 신호로 바꾼다는 의미를 넘어서서, 볼륨의 한계를 극복할 수 있는 전자책의 가능성을 새롭게 가늠한다는 점에서 주목할 만하다. 다양한 정보의 네트워킹 시스템을 적극적으로 활용함으로써 책의 근본적인 존재 의의를 다시 되새기려는 노력으로도 해석된다. 18세기 계몽주의의 원동력이기도 했던 지식욕, 즉 근본적으로 책의 등장이 지식의 공공적 유포와 민주적 활용을 목적으로 하는 것이었음을 다시 환기하고 있는 것이다.

그가 지적하고 있듯이, 이러한 형식의 책은 단지 ‘전자-책’이기보다 전혀 새로운 형식의 책의 출현을 상상하게 한다고 해야 하는데, 당연하게도 이런 책의 출현은 새로운 독자와 읽기 형식의 등장을 예기한다고 해야 한

다. 그가 지적하고 있듯이 “어떤 독자들은 최상층의 이야기를 빠르게 훑어 보는 것으로 만족할지 모른다. 다른 사람들은 아래로 내려가면서 읽고 싶어 할 수도 있다. 어떤 특정 주제에 대해 더 깊게 내려가 주제를 뒷받침하는 에세이와 기록문서들을 계속 찾아나갈 수 있다. 또 어떤 사람들은 예상치 못한 방향으로 나아갈 수 있다. 자신의 관심거리에 맞는 연결고리를 찾아가거나 자료를 자신만의 구조에 맞도록 재구성해나가는 것이다. 각 경우마다 적당한 텍스트를 인쇄하고 리더기의 사양에 따라 제본할 수 있다. 컴퓨터 스크린은 견본을 추출하고 검색하는 데 소용되는 반면에 집중적으로 오랜 시간 독서할 때는 전통적인 코텍스 같은 종이책으로 읽는 것이다 (위의 책, 133~134쪽).” 독서의 방식은 예상치 못했던 방향으로 진전되어갈 것이며 방사형으로 분화되어갈 것이다.

현재 전자책의 실체는 사실상 로버트 단턴의 상상력에까지 가닿지 못하고 있는 것이 사실이다. 그럼에도 종이책을 그저 기호로만 옮긴다는 의미에서의 전자책이 아니라, 전자와 책이 만난 새로운 비전을 제시하고 있다는 점에서 종이책과 전자책의 공존을 가능하게 할 제안이라 해야 한다. 인쇄 기록물을 ‘전부’ 전기 신호로 바꾸고 인쇄 기록물의 보관 장소, 제작, 유통 등에 드는 비용을 줄이는 것에서 전자책의 가능성을 발견하고자 하는 현재의 출판업자들에게 경고의 메시지를 전하고 있다고도 할 수 있는 바, 그의 제안에 주목할 필요가 있다.

04

국내 읽기문화의 현황: 국민 독서실태 및 미디어 소비 행태

지금까지의 논의를 통해 읽기문화의 근간을 이루는 ‘읽기’의 철학적 의미, 그리고 동·서양에서의 역사적 경험의 변천 과정을 간략히 살펴보았다. 여기서부터는 본격적으로 우리 시대 읽기문화의 현황을 점검해 보고자 한다. 이는 크게 두 가지 부분으로 나뉜다. 하나는 국민 독서 실태에 대한 간략한 점검이며, 다른 하나는 국내의 미디어 소비 현황을 인쇄 매체 중심으로 살펴보는 것이다. 이와 같은 점검은 현재의 미디어 환경-‘독서 환경’ 역시 그 속에 포함된다-에서 읽기라는 실천 행위의 현 실태를 대략적으로나마 살펴보기 위해서이다. 더불어 이 장은 양적인 분석으로서, 이어질 질적 고찰을 위한 예비적인 검토의 성격을 가진다.

하지만 이 연구에서는 여러 가지 현실적 제약으로 인해 독자적인 서베이를 수행하지는 못하였다. 따라서 문화체육관광부가 주도한 『국민 독서 실태 조사』, 그리고 한국언론진흥재단이 실시한 『미디어 수용자 조사』 결과를 바탕으로, 논의와 관련된 몇 가지 사실들을 확인하고 쟁점들을 도출하는 작업으로 대신하도록 하겠다.

1. 국민 독서실태 조사에 나타난 읽기문화의 현 단계

2011년 2월 8일자로 공개된 문화체육관광부의 『2010년 국민 독서실태 조사』 결과에는 한국 사회의 읽기 관습과 실천의 현 실태를 보여주는 몇 가지 중요한 계량적인 지표들이 담겨 있다.¹⁾ 이는 크게 독서율, 독서량, 독서시간, 독서환경, 그리고 전자책 이용 실태에 관한 내용들로 구분할 수 있다.

1) 독서율

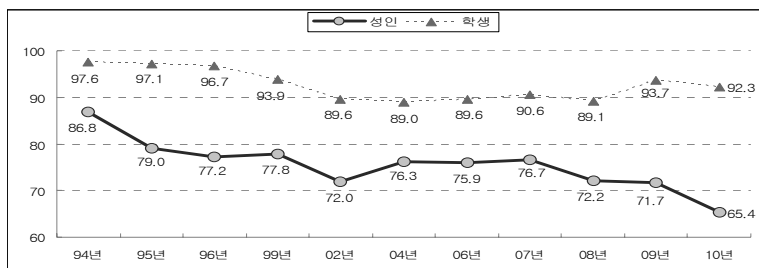
조사에 따르면 우리 국민들(성인 기준)의 평균 독서율은 65.4%였다. 65.4%라는 독서율 수치는 성인 10명 중에서 2010년 1년 동안 일반 도서(만화, 신문, 잡지 제외)를 1권이라도 읽은 사람이 6.5명이라는 뜻이다. 이 수치는 2009년 71.7%와 비교하여 6.3% 포인트나 대폭 하락한 것이다. 또한 2010년은 독서율이 처음으로 60%대로 하락한 해이기도 하였다.

연도별로 살펴보면 성인들의 평균 독서율은 1990년대 이래 지속적으로 하락하고 있다. 1994년 평균 86.8%였던 국민들의 독서율은 1995년에 70%대로 처음 떨어진 이래 2002년에는 72.0%로까지 하락하였다. 2003~2004년 독서율이 다시금 회복되는 추세를 보여주었지만, 2008년 경제위기 이후 다시 급격히 낮아져서 2010년에는 65.4%까지 추락하였다. 학생 독서율은 1994년 97.6%에 달하였지만 2002년 89.6%로 대폭 하락하였고, 2009년 이후로는 다시 90% 이상의 높은 수치를 보여주는 등, 성인과는 차별적인 양상을 보여준다(〈그림 4-1〉 참조).

1) 이 연구는 문화체육관광부가 한국출판연구소에 의뢰하여 실시한 것으로, 전국의 만 18세 이상 남녀 1천 명을 대상으로 가구 방문 개별 면접을 실시하고 또 전국의 초·중·고교생 3천 명을 대상으로 학교 방문 자기 기술 조사를 행한 것이다. 조사는 2010년 11월~12월에 이루어졌으며, 표본 오차는 95% 신뢰 수준에서 성인 $\pm 3.1\%$, 학생 $\pm 1.8\%$ 이다.

〈그림 4-1〉 연도별 국민 평균 독서율 변화 추이

(단위: %)



* 자료: 문화체육관광부 (2010b, 37쪽)

2010년 초·중·고교생의 평균 독서율은 92.3%로, 2009년의 93.7%보다 약간 줄어들었지만 그럼에도 비슷한 수준을 유지한 것으로 조사되었다. 각 급 학교별로 세분화해 보자면, 초등학교생의 독서율은 97.6%, 중학생은 89.6%, 고등학생은 98.8%이었다. 초등학교생의 독서율이 가장 높았지만 중학교부터 수치가 급격히 떨어지는 양상은 예년과 크게 다르지 않았다. 학년이 올라갈수록 학업에 투자되는 시간이 많아지고, 그에 비례하여 독서율은 낮아지는 것이 일반적인 추세이기 때문이다. 단지 2010년에는 중학생의 독서율이 고등학생의 독서율보다 오히려 더 낮게 나타난 것이 특별히 눈에 띈다 하겠다.

그렇다면 독서량의 감소와 관련하여, 무엇이 책 읽기를 가로막는지에 대한 자기 인식을 살펴볼 필요가 있다. 조사에 따르면 응답자들은 성인이건 학생이건 모두 “일·공부 때문에 바빠서”, 그리고 “독서 습관이 부족해서” 책을 많이 읽지 못한다고 응답하였다. 또한 성인의 과반수 이상인 56%가 “책 읽기가 생활화 되어 있지 않다”고 대답하였으며, 학생들의 절반 정도인 49%는 “본인의 독서량이 부족하다”는 점을 스스로 인식하고 있었다. 이는 궁극적으로 독서의 생활화 자체가 국민들의 삶 속에 충분히 뿌리 내리지 못하고 있는 현실을 보여주는 단면이다.

2) 독서량 및 독서 시간

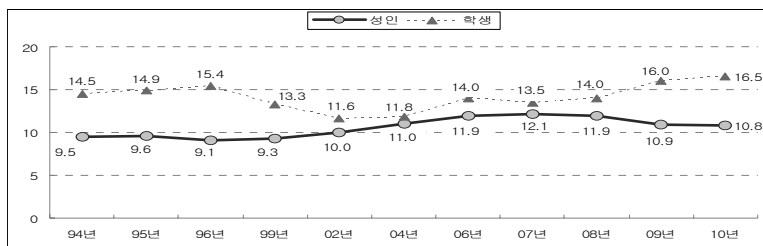
2010년 성인 1명의 연 평균 독서량은 10.8권으로 나타났다. 2009년의 10.9권과 비슷한 수준이다. 그러니까 독서 인구는 줄어들었지만, 독서하는 사람의 평균 독서량 자체는 증가한 셈이다(2009년 15.3권, 2010년 16.6권). 그럼에도 2006~2007년에 기록한 최고 수준에는 여전히 미치지 못하고 있다. 학생들의 경우 연 평균 독서량은 16.5권이였다. 2008년 14.0권, 2009년 16.0권에 이어 지속적인 증가세를 보여준다. 초등학생의 경우는 29.5권으로, 1994년과 비교하여 4.1권이 증가하였다. 중학생과 고등학생은 각각 12.4권과 7.6권으로 전년도와 비슷한 수준이었다.

독서자와 비독서자를 모두 포함하여 계산한 성인 평균 독서 시간은 평일 31분, 주말 32분이였다. 이는 지난 2009년(평일 28분, 주말 29분)에 비해 소폭 증가한 수치이다. 학생들의 경우, 평일 독서 시간은 41분으로 조사되었다. 초등학생은 57분, 중학생 36분, 고등학생 30분이였다. 주말 독서 시간 평균은 48분이었는데, 초등학생 65분, 중학생 43분, 고등학생 36분이였다. 학생들의 독서 시간 역시 2009년에 비해 소폭 감소한 것이다.

또한 지난 1년 간 단 1권이라도 책을 읽은 성인 독자는 1인당 월 평균 9,800원을 지출하였으며, 학생들의 한 학기(3~8월) 도서 구입비는 일반

〈그림 4-2〉 연도별 국민 평균 독서량 변화 추이

(단위: %)



* 자료: 문화체육관광부 (2010b, 40쪽)

도서 3만 원, 참고서 6만 8천 원이었던 것으로 조사되었다.

3) 여가시간 활용과 읽기 활동

지금까지 살펴본 내용은 독서량과 시간에 대한 절대 수치였지만, 국민들의 독서 실태를 보다 종합적으로 살펴보기 위해서는 아무래도 전체 여가 시간의 활용 패턴과 그 속에서 독서가 차지하는 상대적인 비중을 가늠해 보는 작업이 필요할 것이다. 2010년의 조사 자료에 의하면, 성인의 경우 여가 시간에 가장 많이 하는 활동은 'TV 시청'이었다. 그 뒤를 '인터넷 서핑', '수면/휴식', '운동', '모임/만남', '집안일'이 이었다. '책 읽기'와 '신문·잡지 읽기'는 각각 7위와 8위로서 전체 여가 활동 시간의 4.5%와 4.3%에 불과하였다. 이처럼 책과 신문·잡지의 읽기 실천이 뒤쳐진 원인에 대하여 응답자의 41.3%가 "읽기 습관이 형성되어 있지 않고", 또 "일이 바빠서 읽을 시간이 없어서"라고 답변하였다.

초·중·고 학생들의 경우에도 여가시간 활용의 1위는 'TV 시청'이고 2위는 '인터넷 서핑'이었다. 성인들과 달리 '게임'이 다음 순위를 차지하였다. 그리고 TV-인터넷-게임이 전체 여가시간 중에서 차지하는 비율은 거의 절반에 육박하였다(초등학생 46.4%, 중학생 55.8%, 고등학생 52.9%). 더 불어(대체로 휴대폰이나 디지털 재생 기기를 이용하는) 음악 듣기와 휴대폰 이용 시간을 합쳐 보면, 한국의 학생들은 여가 시간의 약 2/3를 각종 디지털 미디어 소비에 보내고 있다는 결론을 내릴 수 있다. '책 읽기'는 전체 여가시간에서 차지하는 비율이 초등학생 10.1%, 중학생 4.4%, 고등학생 3.6%에 불과하였고, '신문·잡지 읽기'는 사실상 순위권 안에 들지도 못하였다. 이처럼 성인들은 물론, 특히 학생들이 읽기 활동에 투자하는 시간은 지극히 미미한 수준에 그치고 있음을 알 수 있다.

〈표 4-1〉 여가시간 활용 비중

(단위: %)

순위	성인	순위	초등학생	순위	중학생	순위	고등학생
1	TV시청 28.7	1	TV시청 24.4	1	TV시청 23.0	1	TV시청 21.9
2	인터넷 12.7	2	인터넷 11.2	2	인터넷 17.6	2	인터넷 19.8
3	수면/휴식 9.5	3	게임하기 10.8	3	게임하기 15.2	3	게임하기 11.2
4	운동 6.9	4	책읽기 10.1	4	음악듣기 9.5	4	음악듣기 10.7
5	모임/만남 5.6	5	음악듣기 8.3	5	휴대폰 6.1	5	수면/휴식 6.1
6	집안일 4.9	6	휴대폰 5.6	6	수면/휴식 5.3	6	영화보기 5.7
7	책읽기 4.5	7	취미활동 5.5	7	책읽기 4.4	7	휴대폰 4.8
8	신문/잡지 읽기 4.3	8	운동 5.1	8	영화보기 3.6	8	책읽기 3.6
9	음악듣기 3.4	9	만화책읽기 3.7	9	취미활동 3.0	9	운동 3.2
9	게임하기 3.4	10	수면/휴식 3.5	10	운동 2.1	10	모임/만남 2.3

* 자료: 문화체육관광부 (2010b, 48쪽)

4) 전자책 이용 실태

국민 독서 실태 조사를 통해 국민들의 전자책(e-book) 이용 실태에 관한 조사도 함께 이루어졌다. 이에 따르면 2010년 한 해 동안 성인들 가운데 11.2%가 전자책을 이용해 본 적이 있는 것으로 나타났다. 이는 2009년보다 2배 증가한 수치이지만, 그럼에도 여전히 성인 독서인구 10명 중 1명을 약간 넘는 수준에 불과한 것으로, 아직은 전자책이 대중들에게 본격적으로 다가서지 못하고 있음을 보여준다.

연령별로 살펴보면, 특히 젊은 층의 전자책 이용 경험이 대폭 상승한 것으로 나타났다(20대 21.5%, 30대 16.5%, 40대 7.1%, 50대 3.2%, 60대 1.7%). 그리고 10대 학생 계층의 전자책 이용 경험율은 43.5%로 성인 전체 평균의 약 4배에 이르렀다. 학생들 중에서도 중학생 및 고등학생의 전자책 이용률이 48%에 달하는 등, 이 연령대를 중심으로 전자책 이용이 급

격히 활성화되고 있었다.

장르별로 살펴보면 성인들의 경우 문학도서(33.9%)의 이용률이 가장 높았다. 다음으로는 실용도서(30.4%), 만화(26.8%), 교양도서(22.3%) 순으로 다양한 분야와 장르의 전자책을 이용하고 있었다. 반면 중고고생들의 경우 문학도서(50.1%)와 만화(43.4%)의 이용률이 가장 높았으며, 초등학교생의 경우에는 어린이 소설(47.1%), 만화(학습용)(43.4%), 만화(오락용)(38.1%)의 이용률이 높게 나타났다.

이용하는 전자책 단말기 유형에 대한 조사 결과도 눈에 띈다. 전자책을 이용하는 사람만을 대상으로 할 경우, 성인들이 이용한 단말기는 대부분 '데스크톱 컴퓨터'(67.0%)였으며, '휴대폰/스마트폰' 14.3%, '노트북 컴퓨터' 10.7%, '개인휴대 단말기(PDA)' 3.6%, '태블릿 PC' 2.7%였다. 그러니까 아직 전자책 독서의 2/3은 고정된 컴퓨터 시스템을 통해 이루어지고 있으며, 각종 휴대용 전자책 단말기의 이용이 급속히 늘어나고 있음을 알 수 있다. 학생들의 경우, 주로 이용하는 전자책 단말기는 '데스크톱 컴퓨터'(43.2%), '휴대폰/스마트폰'(25.5%), 'PMP(휴대용 멀티미디어 플레이어)'(13.7%)의 순이었다. 여기서도 '데스크톱 컴퓨터'의 비중이 여전히 높긴 하지만, 그럼에도 불구하고 각종 휴대용 단말기를 통한 전자책 이용이 성인 층의 경우보다 더욱 활성화되어 있었다.

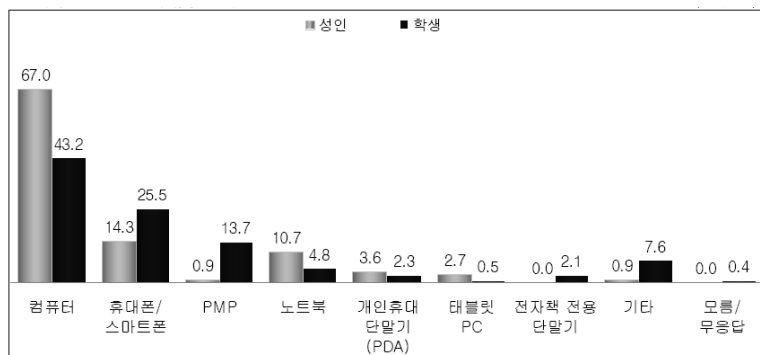
5) 독서 환경의 변화

읽기에 투입되는 사회적 자원의 효율성이라는 차원에서, 독서 환경의 개선은 전체적인 독서 실천 장려 및 읽기문화 조성에 있어 대단히 중요한 의미를 가진다. 2010년 국민 독서 실태 조사에서도 이 점을 고려하여, 가정과 학교, 직장 그리고 공공시설(공공도서관)을 중심으로 독서 환경 개선에 대한 조사가 실시되었다.

먼저 가정의 독서 환경을 살펴보자. 이는 자녀의 독서에 대한 학부모의 관

〈그림 4-3〉 전자책 단말기 이용 유형

(단위: %)



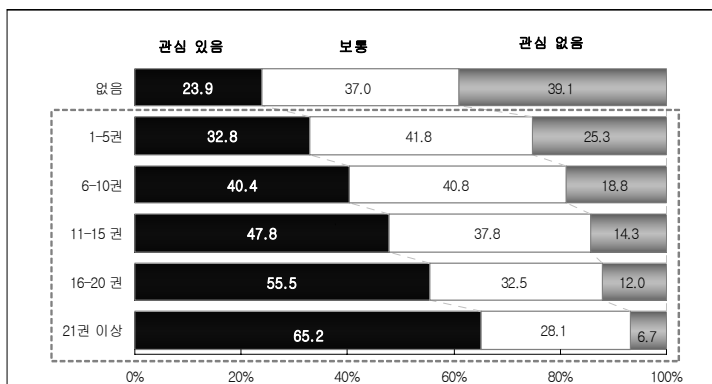
* 자료: 문화체육관광부 (2010b, 72쪽)

심도가 자녀의 독서 습관 형성에 그만큼 중요한 영향을 미치고 있기 때문이다(신문·잡지 읽기의 경우에도 이와 동일한 전체가 성립한다). 조사에 따르면 부모의 독서에 대한 관심도와 학생의 평균 독서량은 서로 비례하여 높게 나타나고 있었다. 예컨대 한 학기당 독서량이 21권 이상인 학생의 경우 “부모님이 자신의 독서에 관심을 보인다”는 응답이 65.2%로 나타난 반면, 독서량이 전혀 없는 학생의 경우 같은 문항에 대한 응답 비율은 23.8%에 불과한 것으로 나타났다.

또한 학생들의 경우, 학교에서의 독서 환경 역시 독서량이나 독서 시간과 밀접한 관련을 가지고 있었다. 초·중·고교의 약 55%가 현재 1교시 수업 전에 학교 재량으로 ‘아침 독서’를 실시하고 있는데, 이 학교에 재학하는 학생들의 한 학기 독서량은 20.3권이었던. 이는 ‘아침 독서’를 실시하지 않는 학교에 재학하는 학생들의 독서량 11.8권보다 2배 가까이 많은 수치이다. 결국 ‘아침 독서’와 같은 형태로 학교 차원에서 학생들의 독서를 지도하고 이를 장려하는 것이 학생들의 독서량 증대는 물론, 장기적으로 책 그리고 신문·잡지를 포괄하는 읽기 습관을 형성시키는 데 매우

〈그림 4-4〉 학생의 독서량과 부모의 독서 관심도

(단위: %)



* 자료: 문화체육관광부 (2010b, 54쪽)

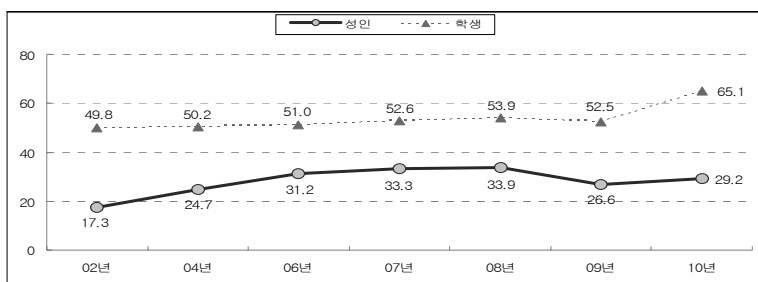
긍정적인 역할을 한다는 의미이다.

하지만 학교에서의 독서 및 읽기 교육 현실은 여전히 미흡한 것이 사실이다. 현재 초·중·고 학교에서의 독서 권장 활동이 이루어지는 곳의 비율은 전체의 54.5%에 불과하고, 학교에서의 독서 지도 내용 또한 ‘독후감 쓰기’(65.8%) 위주의 단편적인 것이었다. 게다가 “독서 지도가 전혀 없었다”는 비율도 13.4%로 나타나고 있었다. 반면 학생들의 학교 도서관 평균 이용률은 77.9%로 역대 최고 수준이었다. 학교 급별 학교 도서관 이용률은 초등학생 86.5%, 중학생 75.5%, 고등학생 71.9%로, 학년이 올라갈수록 도서관 이용의 빈도는 낮아지고 있었다.

직장에서의 독서 및 읽기 환경 역시 대단히 열악한 상황이다. 2010년 조사 결과, 직장에 도서관이나 도서실이 설치되어 있다는 응답자는 전체 직장인(632명) 중 5.9%(37명)에 불과하였다. 다만 직장에 이러한 시설이 설치되어 있는 직장인의 시설 이용률은 83.8%로 매우 높게 나타났으며, 이들의 연 평균 독서량도 12.9권으로 일반 성인 독서량 평균인 10.8권보다 높게 나타났다.

〈그림 4-5〉 공공 도서관 이용률 변화

(단위: %)



* 자료: 문화체육관광부 (2010b, 75쪽)

공공 도서관의 이용 역시 주목할 필요가 있다. 지난 1년 동안 각종 공공 도서관을 이용한 경험이 있는 성인은 전체의 29.2%로, 2009년의 26.6%보다 2.6% 포인트 증가한 것으로 조사되었다. 이는 2006~2008년 동안 최대 33.9%에 달하였던 이용률이 급감한 이후 점차 회복세를 보여주는 것이기도 하다. 학생들의 공공 도서관 이용률은 65.1%로 사상 최대의 수치를 보여 주었는데, 2002년의 수치가 49.8%에 그쳤던 것과 비교하여 15.3% 급증한 것이다. 특히 초등학생의 이용률은 2002년 54.3%에서 2010년에는 71.5%로 무려 18.1% 포인트 증가하였는데, 이는 방과 후 체험학습 등의 형태로 도서관을 방문하고 독서를 장려하는 활동의 빈도가 높아진 것과 관련이 있는 것으로 파악된다. 학교 급별로는 초등학생(71.5%), 중학생(64.0%), 고등학생(59.9%)로서, 여기서도 학년이 높아짐에 반비례하여 빈도가 낮아지는 현상이 계속되었다. 공공 도서관의 이용 목적은 성인의 경우 ‘독서 및 도서 대출’이 60.6%로 가장 높았으며, ‘공부·학습 목적’이 30.1%였다. 학생들의 경우는 ‘독서 및 도서 대출’이 53.8%로 가장 높았고, ‘시험공부’와 ‘학교 숙제’가 각각 34.7%와 5.6%로 그 뒤를 이었다.

2. 미디어 수용자 조사에 나타난 읽기문화의 현 단계

다음으로는 미디어 수용자 조사 자료를 통해 드러난 국내 읽기문화의 단면을 간략히 살펴해보도록 하겠다. 여기서 자료로 삼은 것은 한국언론진흥재단이 수행한 『2011 언론 수용자 의식조사』이다. 이 조사는 미디어 환경 변화에 따른 이용자의 행태 및 인식 변화를 추적하기 위한 목적에서 1984년에 처음 시작된 이래, 2011년에 벌써 16번째 수행되었다. 이와 같은 장기적인 조사는 그 자체로 1980~2010년대에 이르는 기간 동안의 미디어 환경 변화가 이용자들의 미디어 이용 행태와 인식에 어떤 변화를 가져왔는지 추이를 짐작할 수 있도록 만들어 주는 유용한 자료라 하겠다.²⁾

2011년의 조사에서는 예년과는 다른 몇 가지 새로운 변수들이 도입되었다. 이는 변화하는 미디어 환경에 부응하기 위한 것으로, 이용자 관련 설명 변수를 강화하여 신문 이용자 프로파일을 분석한다든지, 또한 특별 섹션으로 ‘소셜 미디어’ 부분을 기획하여 이용자가 인터넷 상의 인적 네트워크를 이용하는 방식 및 이에 따른 미디어 콘텐츠 이용 양상 등을 다룬 것 등이 포함된다.

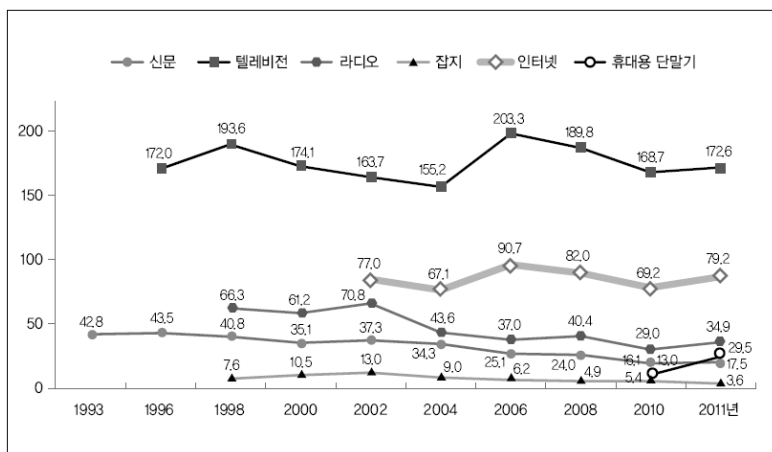
1) 하루 평균 미디어 이용 시간

이 조사에 따르면 만 18세 이상 우리 국민의 지난 1주일간 하루 평균 미디어(신문, TV, 라디오, 잡지, 인터넷, 휴대용 단말기 등) 이용 시간은 총 337.3분이었다. 이는 2010년의 301.4분보다 35.9분이 증가한 수치이다.

2) 2011년의 조사는 2011년 9월 5일부터 10월 20일까지 35일 동안 진행되었고, 전국의 만 18세 이상의 인구 5,000명을 조사 대상으로 삼았다. 조사 대상의 표집은 16개 시도에 상주하는 추계 인구 수를 기준으로 제곱근 비례배분 후 다단계 층화집락표본을 추출하는 형태로 이루어졌다. 가구 방문을 통한 일대일 대인 면접의 방식으로 조사가 진행되었고, 여기에서 구조화된(structured) 질문지가 사용되었다. 통계 처리상의 표본 오차는 $\pm 1.4\%$ (95% 신뢰수준)이었다.

〈그림 4-6〉 하루 평균 미디어 이용시간 변화 추이

(단위: 분)



* 자료: 한국언론진흥재단 (2011, 23쪽).

미디어 별로 이용 시간을 비교해 보면, 2011년에는 특히 휴대용 단말기의 이용 시간 증가가 두드러졌다. 2010년 13.0분에 불과하던 수치가 2011년에는 29.5분으로 2배 이상 늘어난 것이다. 이만큼 극적으로 늘어나지는 않았다고 해도, 기존 매체들의 거의 대부분—신문(2010년 16.1분, 2011년 17.5분), TV(2010년 168.7분, 2011년 172.6분), 라디오(2010년 29.0분, 2011년 34.9분)—이 소폭 증가하는 모습을 보여주었다. 그리고 인터넷은 2010년 69.2분에서 2011년 79.2분으로 큰 폭의 증가세를 보여주고 있다. 잡지만이 2010년 5.4분에서 2011년 3.6분으로 감소하였다.

2) 신문 이용 행태와 신문 읽기

신문의 경우 신문 열독률은 44.6%였는데, 이는 2010년의 52.6%보다 8% 포인트 하락한 수치이다. 사실 신문 열독률 자체는 2002년부터 지속적인 하락 추이를 보여주고 있는데, 2002년 82.1%에서 2010년 52.6%로

낮아졌으며 마침내 2011년에는 50% 이하로 추락한 것이다. 이 점은 곧 오늘날의 디지털·스마트 매체 환경에서 신문이라는 전통적인 ‘읽기’ 매체가 처한 커다란 위기 상황을 대변해 주고 있다 하겠다.

그런데 2011년 조사에서는 몇 가지 중요한 특징들이 함께 나타나고 있었다. 우선 신문 기사의 이용 경로가 대단히 다양하였다는 점이다. 20대의 경우 지난 1주일간 신문 기사를 이용했다는 응답자가 91%에 달해 다른 연령대와 비교하여 가장 높게 나타났다. 40대와 50대는 인터넷보다는 종이 신문을 읽는 형태로 뉴스를 접하는 비율이 높았다.

우선 지난 1주일간 ‘신문’³⁾ 기사를 읽은 경로를 복수 응답으로 묻은 결과, ‘PC를 통한 인터넷’으로 이용한다는 응답이 51.5%로 가장 높게 나타났다. 그리고 종이 신문이라고 응답한 사람은 44.6%, 스마트 미디어를 통한 인터넷으로 이용한다는 응답자는 19.5%였다. 신문 기사를 읽은 적이 없다는 비율도 23.5%에 달하고 있었다. 뉴스를 소비하는 매체의 다양화는 이렇듯 수치로도 표면화되고 있었는데, 특징적인 것은 종이 신문을 접하는 비율이 이제 PC 혹은 모바일 기기를 통한 소비의 비율보다 훨씬 적은 상태였다.

연령별로 살펴보면, 20대와 30대의 경우 ‘PC를 통한 인터넷’으로 뉴스를 소비하는 비율이 각각 83.5%와 75.9%로 대단히 높게 나타났다. 이는 이들 연령대의 ‘종이 신문’ 이용 응답률이 각각 31.2%, 42.9%에 머물렀던 것과는 대조적이다. 그리고 18~29세의 (조사 시점 기준) 지난 1주일간의 신문 기사 이용률은 91.0%에 달하였다. 곧 이들 연령층이 여타 연령층과 비교하여 뉴스를 대단히 많이 소비하고 있으며, 또 PC나 모바일 기기들을 뉴스 소비에 훨씬 자주 그리고 친숙하게 사용하고 있다는 점을 보여준다.

3) 이 조사에서 ‘신문’은 무료신문을 포함한 ‘종이 신문’만을 가리킨다.

〈표 4-2〉 지난 1주일간 모바일/소셜 미디어를 통한 인터넷 뉴스의 이용 경로 (단위: %)

구 분		사례수	매일 이용했다	5~6일 이용했다	3~4일 이용했다	1~2일 이용했다	전혀 이용 안했다	모름/ 무응답
모바일 애플리 케이션 뉴스	전 체	(5000)	6.4	2.0	3.4	4.0	84.2	0.0
	18~29세	(1017)	16.3	5.7	7.4	7.8	62.8	0.0
	30 대	(1006)	9.0	2.5	6.5	7.4	74.6	0.0
	40 대	(1067)	4.5	1.4	2.4	2.6	89.1	0.1
	50 대	(896)	1.3	0.3	0.7	1.7	95.8	0.2
	60대 이상	(1014)	0.3	0.0	0.0	0.2	99.5	0.0
소셜 미디어 를 경유한 뉴스	전 체	(5000)	2.8	0.9	2.5	5.1	88.6	0.1
	18~29세	(1017)	7.7	2.9	7.5	12.8	69.0	0.2
	30 대	(1006)	3.7	0.6	3.4	7.5	84.7	0.0
	40 대	(1067)	1.7	0.6	0.7	3.3	93.6	0.1
	50 대	(896)	0.3	0.3	0.5	1.6	97.3	0.1
	60대 이상	(1014)	0.2	0.0	0.1	0.1	99.4	0.2

* 자료: 한국언론진흥재단 (2011, 33쪽).

3) 인터넷 뉴스 이용

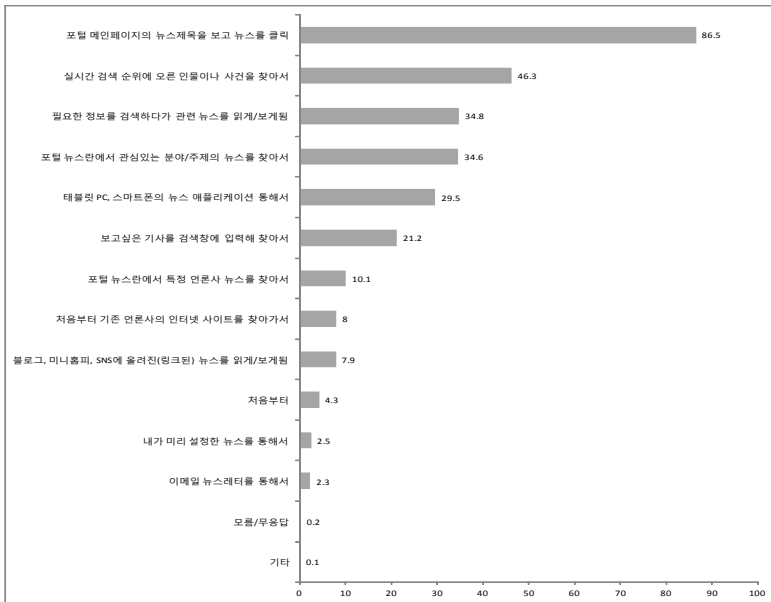
인터넷을 통해 신문사, 방송사, 인터넷 신문사 등이 제공하는 뉴스의 이용 여부를 질문한 결과, 전체 응답자의 56.2%가 ‘이용한다’고 응답하였다. 하지만 18~29세 연령대는 90.8%가 ‘이용한다’고 응답한 반면, 60대 이상은 9.2%만이 ‘이용한다’고 응답하였다. 이는 연령대 별로 인터넷 뉴스 이용의 차이가 두드러진다는 점을 보여주고 있다.

(1) 지난 1주일간 읽은 인터넷 뉴스 이용 방법

보고서는 지난 1주일간 읽은 인터넷 뉴스의 이용 방법을 복수 응답으로 조사한 결과를 공개하였다. 이에 따르면 이용자의 86.5%가 ‘포털 메인 페이지

〈그림 4-7〉 지난 1주일간 읽은 인터넷 뉴스의 이용 경로

(복수 응답, 단위: %)



* 자료: 한국언론진흥재단 (2011, 32쪽).

의 뉴스 제목을 보고 뉴스를 클릭해서' 이용한다고 응답하였다. 그리고 '태블릿 PC, 스마트폰의 뉴스 어플리케이션을 통해서'라는 응답도 29.5%로 나타나고 있었다는 점 역시 주목할 만하다 하겠다. 하지만, 지난 1주일간 인터넷에서 주로 이용한 언론사(뉴스 제공자)의 뉴스가 무엇인지에 대한 질문에는 44.5%가 '기억나지 않음'이라고 답변하기도 하였다.

(2) 지난 1주일간 모바일을 통한 인터넷 뉴스의 이용 경로

모바일 기기를 통한 인터넷 뉴스 이용의 주요한 경로에 대한 질문에서, 응답자들의 64.8%가 '태블릿 PC 또는 스마트폰의 인터넷 포털의 경우해서 읽었다/보았다'고 응답하였다. 이는 곧 모바일 환경에서도 뉴스 이용의 주

〈표 4-3〉 지난 1주일간 방송 뉴스의 시청 방식

(복수 응답, 단위: %)

구 분	사례수	정해진 편성 시간에 맞춰서 TV 수상기로 시청	정해진 편성 시간에 맞춰서 DMB로 시청	방송사 홈페이지 의 실시간 서비스를 통해 시청	방송사 홈페이지 의 다시보기 를 통해 시청	P2P 사이트에 서 다운로드 후 시청	IPTV의 다시보기 를 통해 시청	인터넷 방송을 통해 시청	지난 1주일 동안 이용 하지 않음
전체	(5,000)	92.6	1.8	1.5	0.7	0.7	0.8	5.6	4.4
18~29세	(1,017)	80.9	2.4	2.6	1.3	0.8	1.3	10.8	12.3
30 대	(1,006)	91.2	2.9	1.8	0.8	1.1	0.8	7.9	4.3
40 대	(1,067)	93.8	2.8	1.3	0.8	1.1	0.4	4.8	3.5
50 대	(896)	99.0	0.9	1.3	0.7	0.4	0.9	3.3	0.6
60대 이상	(1,014)	98.8	0.1	0.4	0.0	0.0	0.4	1.1	0.7

* 자료: 한국언론진흥재단 (2011, 107쪽).

된 통로로 포털 사이트를 활용하고 있다는 점을 보여준다. ‘언론사 뉴스 어플리케이션을 통해 읽었다/보았다’는 응답은 10.5%, 그리고 ‘언론사 웹사이트를 경유해서 읽었다/보았다’는 응답은 7.6%에 그쳤다.

(3) 모바일 애플리케이션/소셜 미디어를 경유한 뉴스 이용 경로

모바일 애플리케이션 뉴스나 소셜 미디어를 경유한 뉴스의 경우는 ‘전혀 이용하지 않았다’는 응답이 각각 84.2%, 88.6%로 나타남으로써, 이러한 이용 방식이 아직 활성화되지는 않았음을 보여준다. 그럼에도 불구하고 20대 이용자들은 다른 연령대와는 두드러진 차이를 보여주었다.

4) TV 뉴스 이용 행태

조사에서는 방송(TV) 뉴스의 이용 방식과 행태 역시 다루어졌다. 이에 따르면 대다수 응답자들은 방송 뉴스를 ‘정해진 편성 시간에 맞춰서 TV 수상기로 시청’한다고 밝혔다(92.6%). 하지만 20대는 여타 연령대와는 다른, 보다

다양하게 분화된 양상을 보여주었다. 방송 뉴스를 '정해진 편성 시간에 맞춰서 TV 수상기로 시청'한다는 비율이 80.9%로 여타 연령대보다 낮게 나타났다. 이 점은 예능의 경우 76.4%, 드라마의 경우 68.7%로 마찬가지였다. 특히 방송 뉴스를 포털 사이트의 동영상 서비스, <아프리카> 등의 개인 채널, 블로그나 카페에서의 링크를 통해 '인터넷 방송'의 형태로 시청한다는 비율이 10.8%로 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

5) SNS 이용 행태

이 조사에서 특징적인 것은 스마트 미디어의 확산과 더불어 SNS(Social Networking Service, 이하 SNS) 이용의 폭발적인 증가라는 새로운 변화를 미디어 이용 행태 조사에 반영한 것이었다. SNS의 이용 여부를 묻는 질문에 대하여 전체 응답자의 74.1%가 '이용하지 않는다'고 답하였다. 이는 아직 SNS가 전 세대를 아우르는 매체로 자리 잡은 것은 아님을 보여준다. 40대 연령층의 SNS 이용자 비율은 14.0%, 50대는 6.2%, 그리고 60대 이상은 1.2%에 불과하였다. 그렇지만 18~29세 응답자의 69.5%가 '이용한다'고 응답하였으며, 30대의 37.0%가 SNS를 이용한다는 점을 확인할 수 있었다. 곧 SNS의 이용 양상은 연령대별로 극도로 분화되어 있다고 말할 수 있다.

SNS의 이용 목적에 대하여 복수응답을 실시한 결과, 이용자 대부분은 SNS를 지인과 일상을 공유하는 데 사용하는 것으로 나타났다. '지인에게 메시지 보내기'가 62.9%로 가장 높은 응답률을 보여 주었으며, '지인의 메시지 공유하기'(45.3%), '나의 일상사 알리기'(40.2%) 등이 그 뒤를 이었다. 한편 '정보 검색하기'(28.9%), '내 의견을 제시하기'(13.3%), '뉴스 및 시사 문제 점검하기'(12.3%) 등은 이보다 낮게 나타났다.

또한, SNS 이용자의 42.4%는 SNS를 통해 뉴스를 '읽은 적이 없다'고 응답하였으며, '1~5회 읽는다'는 응답자의 비율도 40.9%였다. 하지만 '6~10회'(9.2%), '11~20회'(2.8%), '21회 이상'(4.7%) 읽는다는 응답 비율은

상대적으로 낮은 편이었다. 또 SNS에서 언론사 및 기타 뉴스 제공자들의 뉴스를 업로드하거나 링크한 빈도에 대한 질문에서도 ‘올리거나 링크한 적이 없다’는 응답이 87.2%로 대다수를 차지하고 있었다.

3. 요약

지금까지 살펴본 실증적 데이터들은 현재 국내의 읽기문화의 현 단계를 점진함에 있어 몇 가지 중요한 정보들을 제공해 준다. 이 정보들을 바탕으로 향후 구체화되어야 할 주요한 고민의 지점을 요약해 보도록 하겠다.

첫째, 매체환경 자체의 변화의 흐름은 읽기문화에서 점점 가시적으로 드러나고 있다는 점이다. 활자문화가 영상문화로 이행하고 있다는 지적이 나온 지 20년 만에, 시민들의 미디어 소비와 독서 실태 변화는 문자(텍스트)와 영상모드를 동시에 포괄할 수 있는 새로운 키워드인 ‘디지털’로 수렴되고 있다. 이 점은 특히 디지털·스마트 미디어를 자유롭게 다루고 또 그만큼 자주 사용하는 젊은 층(10대에서 30대까지)을 중심으로 가시적으로 드러나기 시작했다. 실증 조사 결과에 나타난 우리 국민들의 독서율이나 독서량은 평균적으로 그다지 떨어지지는 않았다. 하지만 전통적 의미의 ‘활자로 인쇄된 책’을 읽는 시간, 그리고 신문·잡지와 같은 인쇄매체 이용에 소비하는 시간 자체는 나날이 줄어들고 있다. 이 점은 여가시간 활용에서 과거 독서 및 인쇄매체 이용에 소비되던 시간의 상당 부분이 TV·인터넷·휴대폰 이용으로 옮겨갔다는 사실을 통해서도 확인할 수 있다. 종이신문으로 대표되던 ‘뉴스’의 소비 형태 역시 더 이상 인터넷이나 스마트 플랫폼의 중개를 통하지 않고서는 소비되지 못하는 상황에 이르렀다. 이는 곧 변화한 현실을 출발점으로 삼아, 읽기 환경의 전체적인 진화 양상에 맞는 정책적 대응의 필요성을 강하게 시사한다.

둘째, 앞서 언급한 관점에서 읽기문화 진흥- 여기에는 독서 진흥 그리

고 신문읽기 진흥이 모두 포함된다- 정책은 보다 전략적이고 미래 지향적인 총체적인 고찰의 대상으로 부상하고 있다는 점이다. 특히 모든 시민들이 접근 가능하도록 개방되어 있으며 시민들의 읽기 실천에 보다 친화적인 공적 인프라의 구축이 시급한 과제로 제기된다. 2010년 문화체육관광부가 수행한 조사에는 일반적인 실태 조사와 더불어 정부 차원의 독서 진흥 정책에 대한 시민들의 평가 항목이 함께 들어 있다. 이에 따르면, 독서 진흥 방안에 대한 의견으로 가장 많이 제기된 것이 바로 정부와 지방자치단체가 사회적인 독서 장려를 위해 “도서관 증설 및 장서량 확충”에 적극 투자해야 한다는 것이었다(32.8%). 다음으로는 “독서 진흥 예산 확대”(18.7%), “언론의 책/독서 관련 정보 제공의 확대”(16.5%)가 지적되었다. 이는 바로 읽기문화의 진흥을 위해서는 우선 읽기에 보다 친화적인 인프라가 조성되어야 하며, 이는 궁극적으로 정부를 포함한 공공 섹터의 책임이라는 점을 강조한다. 독서 문화의 경우 핵심적 인프라인 도서관 시설 및 장서 관련 정책이 선행되어야 한다. 이러한 인프라의 구축은 시민들의 읽기에 대한 보편적 접근권(accessibility)을 높인다는 차원에 놓여 있는 문제이다. 종이신문이나 스마트 미디어를 통한 읽기문화 정책을 추진하는 과정은 이와는 달리 ‘공공시설’의 설립과 같은 정책이 필수적으로 요구되지는 않는다. 하지만 ‘뉴스’를 읽고 소비하는 과정은 곧 시민들이 공적인 의제에 자발적으로 참여하고 토론하는 것을 통해 민주주의의 구체적인 모습을 구성해 나가는 핵심적인 단계임을 고려해야 할 것이다. 독서 및 읽기 진흥 정책의 우선순위에서 가장 높은 것은 역시 읽기에 보다 친화적인 ‘환경의 조성’이다. 그런 면에서, 읽기문화 진흥 정책은 곧 시민들의 뉴스에 대한 보편적인 접근권을 보장하는 차원의 것이라는 점에 대한 심화된 인식이 필요하다 하겠다.

셋째, 각급 학교 차원에서 독서 및 읽기 환경의 조성이 무엇보다 시급하다는 점에 대한 인식을 가질 필요가 있을 것이다. 앞서 언급한 문화체육

관광부(2010)의 조사에서도 이는 적극적으로 표출되었다. 학교에서의 읽기 환경 조성의 시급함을 지적한 의견이 전체 응답자의 45.2%를 차지하였으며, ‘읽기의 생활화’를 위해서 독서 교육, 읽기 교육을 강화해야 한다는 의견 역시 38.4%에 달하였다. 뒤를 이어 독서 및 읽기 프로그램의 개발·보급이 시급하다는 의견이 31.1%, 나아가 ‘소외계층 지원’이라는 측면에서 “소외 지역을 찾아가는 독서 문화 프로그램”의 필요성을 언급한 의견이 동시에 대두하였다. 읽기문화 진흥의 차원에서 이는 향후 새로운 정책적 프로그램으로 시급히 전환될 필요가 있는 과제들이라 하겠다.

05

디지털 시대의 스마트 미디어와 읽기 문화: 수용자 심층 인터뷰

이 장에서는 디지털 모바일 미디어 환경에서 읽기 문화의 변천이라는 문제를 심층 인터뷰를 통해 접근한다. 읽기의 문제는 구체적으로 읽기의 사회적·역사적·문화적 환경은 어떠한고, 독자란 누구이고, 또 읽기의 테크놀로지는 어떻게 구성·활용되며, 나아가 읽히는 대상은 무엇이고 그것을 읽는다는 행위는 어떤 의미를 가지는가에 대한 문제가 총체적으로 결합된 것이다. 그런 의미에서 읽기는 환경－이용자(주체)－미디어 테크놀로지－콘텐츠(대상)－행위와 효과의 영역으로 구분하여 설명될 수 있다. 물론 이용자를 대상으로 한 심층 인터뷰 분석은 그 ‘대상’인 현상을 정확하게 기술하거나 사실 관계를 밝히는 것 보다는, 해당 사안에 대한 사람들의 ‘인식’을 알아보는 데에 더욱 효과적인 방법론이다. 따라서 이 장에서 제시되는 내용은 그것의 실제 여부의 진술이 아니라 개인에 의해 체험된 실제와 그에 대한 이용자들의 인식이다. 디지털 시대의 읽기와 관련된 사람들의 생각과 태도, 활용의 경험들을 이해하는 과정에서 이 논의는 디지털 시대의 읽기를 통해 형성되는 개인적 정체성, 체험으로서의 디지털 읽기 문화, 디지털 읽기의 사회적 함의 등에 관한 문제로 나아갈 수 있을 것이다. 그런 면에서

이 장은 앞서 진행된 양적인 연구를 보충하면서, 미디어 환경이 급변하는 현 단계의 읽기 문화의 여러 양상들과 그 의미를 되새겨 볼 수 있는 논의의 장이라 하겠다.¹⁾

1. 디지털 읽기의 환경과 조건

국내에서 디지털 읽기가 본격화된 것은 스마트 기기가 도입되기 시작한 2009년부터라고 할 수 있다(본서 6장 참조). 물론 이전에도 해외 인터넷 서점인 아마존에서 보급한 <킨들(Kindle)>을 PC에 다운로드 받아 전자책(e-book)을 읽을 수 있었지만, 이것은 매우 미미한 수준이었다. 따라서 <킨들>을 비롯한 전자책 리더(단말기)가 상당히 보급된 서구 사회에 비해, 적어도 책에 있어서는, 디지털 읽기가 상당히 뒤늦은 수준이라 하겠다. 즉 디지털 단말기의 확산 속도는 급작스럽지만, 여전히 종이책이 출판 산업의 대세를 잡고 있다고 볼 수 있다. 그럼에도 인터넷 미디어를 통한 뉴스 및 정보 읽기는 국내의 인터넷 브로드밴드와 IT의 보급이 세계 최고의 수준인 만큼 어느 나라에 비해 빠르게 보급되어 일상 속에 이미 깊숙이 자리 잡고 있다. 이와 같은 맥락에서 종이 신문의 ‘위기’를 경고하거나 책의 종말을 예언하는 담론들이 뒤섞여 쏟아지고 있는 실정이라 하겠다.

디지털 읽기는 당연히 새로운 디지털 혹은 스마트 기기라는 물적 기반으로 출발한다. 새로운 기기를 사용하게 되는 과정에는 사회적 영향이 강하게 작용한다. 물론 스마트 기기를 구입하게 되는 것이 개인적인 필요나 호기심에서 발동된 것이지만, 이러한 필요와 호기심은 그 사회적인 관계나 역할 안에서 생성되는 측면이 강하기 때문이다. 그렇지만 인터뷰의 참여자

1) 심층 인터뷰의 수행 방법과 대상 등에 관한 방법론적 사항들은 본서의 1장에서 미리 언급하였다.

들은 맹목적으로 디지털 유행을 쫓아가는 율리우스 현상의 추종자들은 아니었다. 자신의 태도와 가치관과 더불어 디지털화하는 사회의 흐름을 관찰하고 체험하고 이해하고 평가하고 싶은 지적 욕구를 크게 표출하였으며, 막상 사용하고 난 후에 그것이 자신의 생활방식에 맞지 않는다고 판단될 때는 사용을 중지하는 경우도 자주 보여주었다. 그리고 무조건 유행을 따라가기보다는 자신의 경제적 합리성과 노동의 효율성을 위해 사용 속도와 정도를 자율적으로 조정하는 모습도 함께 나타났다.

‘IT 강국’이라 일컬어지는 한국에서는 디지털 읽기의 기술적, 물적 조건이 풍부한 것에 비해, 읽기의 대상인 콘텐츠 조건은 매우 열악한 형편이다. 이것이 바로 인쇄 도서의 ‘재매개’ 형태인 전자책 그리고 종이 신문의 ‘재매개’ 형태인 디지털 뉴스를 포괄하는 콘텐츠 영역의 산업적 조건에 해당한다. 국내의 전자책 출간이 아직 미약한 단계에 처해 있는 현실에서 전자책 독서는 주로 해외 도서를 중심으로 진행되고 있었다. 인터뷰 참여자 대부분이 지적하듯이, 국내 도서의 전자책은 관심이 갈만한 책이 아니거나 굳이 읽을 만한 가치가 느껴지지 않는 성격의 대중서가 대부분이다. 대신 전공 공부나 일을 위해 해외도서가 다급하게 필요할 경우, 상대적으로 저렴한 가격으로 즉각 받아볼 수 있는 전자책을 이용하게 되는 것이다. 또한 다양한 시청각 모드를 활용한 전자책이 활발하게 개발되어, 단지 도서의 대응으로서 전자책을 참고하는 것이 아니라, 새로운 책으로서 전자책을 즐기는 문화가 가능한 것도 주로 해외 전자책에 해당된다.

뉴스 소비에 있어서는 인터넷 포털을 통한 뉴스 소비가 가장 대중적으로 행해지고 있지만, 언론사가 각자 개발, 보급하는 모바일 애플리케이션도 상당히 많이 사용되고 있다. 예컨대 ‘뉴스 강(強)’ 이용자에 해당하는 인터뷰 대상자 G의 경우, 영국과 미국을 중심으로 한 영어권 언론사의 애플리케이션까지도 활발히 이용하는 형태로 글로벌화된 뉴스 소비의 양상을 보여 준다. 언론사의 모바일 애플리케이션은 기존의 인터넷에서 보는 온라인 버전에 비

해 “광고가 없어 깔끔하며”(G와의 인터뷰), 인터넷 혹은 무료 네트워크인 와이파이(WiFi) 접속이 어려운 상황에서도 쉽사리 이용할 수 있다는 장점들을 가지고 있다는 것이다. 이로써 책이나 뉴스에 있어 공히 품질 좋은 콘텐츠가 간편하고 빠르게 제공되는 환경이 디지털 읽기를 활성화하기 위한 전제 조건이라는 사실을 확인할 수 있었다.

이렇게 볼 때 디지털 읽기의 환경과 조건으로서 사회 전반의 디지털화에 따른 개인적/집단적 관심과 필요의 증가, 지식과 정보의 지구화 및 그에 대한 대중적 접근과 활용의 증대, 디지털 읽기를 실질적으로 이끄는 테크놀로지 및 서비스 산업의 활성화, 콘텐츠 개발 및 개선 등이 대단히 중요한 요건으로 작용함을 알 수 있다.

2. 디지털 독자인 누구인가?

인터뷰를 통해 나타난 디지털 독자의 유형에서는 ‘개인적 취향’ 등 후천적으로 구성된 문화자본과 직종·직업 등 사회적 활동에 관련된 사회적 역할 요소가 두드러진 반면, 가족이나 계급, 연령 및 성별 등의 요소들은 그다지 뚜렷하게 나타나지 않았다. 그러나 이 분석 내용을 일반화하는 것은 매우 위험하다. 이것은 물론 인터뷰 집단 자체가 학력, 계급, 연령 등에서 상당히 균질적인 상위 이용자 집단으로 한정되었기 때문이다. 예컨대 ‘젠더 디바이드(gender divide)’ 현상이 이번 인터뷰에서는 그다지 크게 나타나지 않았는데, 그 이유들 중 하나로 인터뷰 대상자 집단 자체가 사회적·문화적·경제적 자본에 있어 성별 차이를 극복할 수 있을 정도로 균등하게 높은 집단이었다는 사실이 도사리고 있음을 간과할 수 없을 것이다. 따라서 디지털 독자의 사회 구조적 이해를 위해서는 대규모의 다양한 대중 집단을 대상으로 한 분석이 필수적으로 요청된다. 그렇기에 이 연구는 사

회적으로 일상화된 디지털 읽기 문화를 보는 대신, 초기 이용자를 중심으로 생성 수준에 있는 디지털 읽기 문화의 현재를 짚어가고 이를 통해 미래의 디지털 읽기의 모습을 전망하는 성격을 지닌다.

전술한 대로 본 인터뷰에서 만난 디지털 독자는 대학원 학생, 연구원, 기자 등 이른바 ‘전문 인력’들이다. 이들에게서 나타난 특징은 첫째, 이들이 단지 갑자기 생겨난 ‘디지털’ 독자가 아니라는 점이다. 이들은 본래부터 책과 신문 등 인쇄 미디어를 많이 읽고 소비하는 ‘독자’들이다. 인터뷰 대상자 G는 영상과 음악의 형태를 띠고 있는 대체로 오락적인 성격의 디지털 콘텐츠와는 달리, 문자 형태를 띤 전자책은 원래 그 영역에 관심이 있고 해당 미디어를 소비하는 사람들이 애용할 수밖에 없다는 자신의 의견을 강조한다. 왜냐하면 음악과 영상의 경우, 이전에는 집에 구비된 텔레비전 수상기를 통해서만 볼 수 있던 드라마라 할지라도 모바일 디지털 기기의 보급으로 인해 DMB 등을 통해 언제 어디서든 소비할 수 있기 때문이다. 즉 오락형 동영상 콘텐츠에 대한 이용 욕구와 모바일 스마트 기기가 상호 촉발적인 효과를 낳는다. 반면 책의 경우, 원래 독서 인구는 드라마나 음악 향유 인구에 비해 소수이다. 원래 책을 별로 안 읽는 사람들이 전자책이라는 콘텐츠가 이용 가능해 졌다고 해서 안 보던 책을 갑자기 보게 되지는 않는다. 책의 경우 모바일 스마트 기기와 반드시 상호 촉발을 낳지 않을 수 있다. 그러니까 책이라는 콘텐츠에 대한 욕구의 지속성이 기술의 발명과 혁신이라는 변수보다 더 큰 영향력을 지니는 것으로 이해할 수 있다. 또한 아날로그 시대의 작가로부터 모바일 환경에서 발달하는 가벼운 소설류에 이르기까지 해당 영역에 대한 풍부한 문화 자본이 디지털 읽기에 있어서도 중요한 자원으로 활용되고 있다. 아날로그 책의 시대로부터 형성된 혼종적인 문화자본이 디지털 읽기로 재 매개되고 있다고 말할 수 있다.

Q: 고전적인 글쓰기는 굉장히 제도적인, 사다리 타야 하는, 이런 게 많잖

아요. 앱으로 이렇게 한다든가, 인터넷에 올린다든가 그러면 훨씬 자유롭게 느껴지나요?²⁾

I: 네.

Q: 어떤 제도적인 걸림돌 같은 게 없고?

I: 그리고 ‘쇼트(short)’ 문학 보다는 ‘장(長)’ 문학 쪽 더 많이 적합한 것 같아요.

Q: 어떤 점에서?

I: 예를 들면 라이트 노블(Light Novel) 같은 경우에는 찰떡찰떡한 문체랑 또 캐릭터 위주의 글쓰기, 그런 게 살짝 현대적인 성향이 있잖아요. 그런….

Q: 일본 거, 그런 것도 많이 읽으세요?

I: 많이는 안 보고.

Q: 좋아하는 작가 누구예요? 재밌는 사람 많이 알 거 같아.

I: 어슐러 르귄(Ursula K. Le Guin).

Q: 르귄. 재미있겠다. 저 한 번도 안 읽어봤고, 작가 이름만 알아요.

I: 보르헤스.

Q: 아, 잘 맞겠다.

I: 보르헤스의 글이 전자책과 잘 맞는 것 같아요.

이런 점에서 적어도 현재 20대 이상 연령층에게 있어 ‘디지털 독자’란 아날로그 시대의 인쇄 책 단계에서부터 형성된 독서층의 연장으로 이해될 수 있다. 전자책 독자 집단이 사회적으로 창출된다고 보기는 어렵고, 이전의 인쇄 책 독자층이 디지털 단계로 재 매개되는 방식으로 연속성을 띠고 있는 것이다.

2) 이하, 연구진의 질문 사항은 ‘Q’로 표기하고, 답변은 인터뷰 대상자 별로 표기한다(약호는 1장 3절 참조).

둘째, 기기 구매에 있어서는 디지털 독서는 개인의 노동, 직종 및 일상 생활 방식과 긴밀한 관계를 맺고 있었다. 이것이 바로 디지털 독서가 일반 계층이나 오락 콘텐츠를 위주로 한 디지털 모바일 기기 이용과 구분되는 특징이다. 후자가 삶의 오락적이고 부수적인 요소로 향유되는 반면, 전자 는 생활방식의 사회적 변화, 즉 디지털화에 따라 개인이 적응해나가야 하는 필요의 성격이 크기 때문이다. 예컨대 각 개인들이 기기 구입과 이용에 있어 보이는 적극성의 정도는 그들의 직업 및 전문 영역과 밀접한 관계를 가지고 있다. 미디어 아트 전공생인 F는 자신의 작업을 위해 새로 출시되는 디지털 기기들을 거의 모두 “일단 사용해 보는 것”을 원칙으로 하고, 실제로 출시된 거의 모든 기기와 모델을 빨리 구입하고 지속적으로 변경해 나가고 있었다. 마찬가지로 민간 미디어 아트 연구소 연구원인 A는 개인적으로는 디지털 콘텐츠에 그다지 적극적이지 않음에도 불구하고, 직장에서 많은 국내외 자료들을 빨리 접하고선 자신의 업무에 활용하기 위해서 직장에서 제공받은 스마트 기기들을 이용하고 있었다. 철학도면서 인디밴드 드러머이자 작사·작곡 활동을 병행하는 J는 음악을 만들고 홍보하기 위해서 반드시 첨단 IT 기기와 서비스를 이용해야만 하였다. 하지만 그에겐 희귀한 철학 논문들을 인터넷을 통해 부지런히 찾아 읽는 일도 못지않게 중요하였다. 또 아이패드로 전자책을 읽을 뿐 아니라 앞으로 멀티모드 전자책을 만드는 작가가 되기를 희망하면서 실제로 지금도 전자책 제작 활동을 하고 있는 I는 매우 적극적인 전자책 독자이자 저자로서 생활하고 있다. 미래의 잠재적 저자의 입장에서 볼 때, 작가로 등단하기까지 매우 엄격한 진입 장벽들이 존재하고 경쟁도 그만큼 치열한 전통적인 출판 영역에 비해, 전자책은 신생 분야인 만큼 20대 미래 작가들에겐 충분히 도전 가능한 세계로 간주되고 있었다.

Q: 책을... 전자책 디자인을 하게 된 계기는 어떤 건가요? 생산자적 입장을 여쭙 봐야 할 것 같은데.

I: 그게 보통, 소설이나 만화 같은 건 먹고 살려면 뭔가 등단 같은 걸 해야 되잖아요. 근데 그 길이 막혀 있다고나 할까. 소규모의 아마추어 그런 사람한테는 그게 힘드니까 차라리 앱으로 뚫어보자, 앱으로는 개인 출판이 가능하잖아요. 셀프 퍼블리싱(self publishing)으로.

이와 더불어 한층 흥미로운 세 번째 특징, 즉 동일한 개인 독자이면서도 이들에게는 새로운 읽기의 감성, 감각, 행동의 습관이 새로이 ‘생성’되고 있는 측면에 대하여 언급하지 않을 수 없다. 역동적이고 시각과 소리를 함께 활용하는 멀티 모드의 책들이 전자책의 고유한 감성적 특성으로 존중된다. 이것은 인쇄된 책과 전자책의 이용 분석 연구에서 흔히 전자책이 편리성과 활용성 등과 같은 기능적 장점들을 두드러지게 보여주는 대신, 종이책의 질감이 주는 따뜻함과 같은 감성적인 충족 효과는 낮다고 지적한 기존 연구(Shin, 2010)와는 대조적이다.

우선 종이책은 손에 실제로 쥐고 책장에 누적된다는 소유의 기쁨을 준다면, 이것은 종이책의 부피의 팽창과 개수의 누적으로 구현되는 것이다. 이에 비해 전자책은 실제로 손에 잡히지 않을 뿐만 아니라 항상 눈으로 확인 가능하도록 실재로 현존하지는 ‘비물질성’ 때문에 소유의 실재감을 주지 못하리라는 예측이 있다. 그러나 전자책 애용자들에 의하면, 전자책 리더의 책꽂이에 배열된 전자책들의 이미지가 이들을 소유하고 멋지게 진열한 느낌을 주며, 이런 점에서 멋진 종이책 컬렉션을 가진 것에 못지않은 소유의 기쁨을 준다고 한다(I와의 인터뷰). 또한 편리성에 대해서도 상이한 감각이 형성되는 것으로 보인다. 종이책의 경우 이들을 다수 가지고 다니며 어디서나 골라보는 것이 불가능하지만, 아이패드 하나만 있으면 자신의 모든 책장을 다 지고 다니며 그 때 그 때 골라볼 수 있는 재미를 가볍게 즐길 수 있다. 이것은 책을 ‘자연스럽게’ 집어 들고 아무 페이지나 펴볼 수 있는 종이책을 ‘편하다’고 느끼고 컴퓨터를 조작해야 하는 과정을 ‘불편하다’고 느끼

는 아날로그 독자와는 구분되는 디지털 독자만의 ‘편안함’이다. 이렇듯 디지털 환경에서 아날로그와 디지털에 대한 상이한 가치 체계가 공존하고 서로 교통하고 있음을 알 수 있다. 모든 것이 디지털화하리라는 기술 결정론적 내지는 혁명론적 관점이 설명력을 잃게 되는 지점이라 하겠다.

그렇다면 넷째, 개인으로서의 디지털 독자인 과연 어떠한가? 항상 일관된 모습을 보이는 것만은 아니다. 정치학 전공 석사과정 학생인 G는 자료는 디지털로 광범위하게 검색하고 수집하며 뉴스는 다양한 디지털 애플리케이션을 활용하지만, 책과 논문을 읽는 행위에 있어서는 종이 자료에 ‘집중’하는 고전적 독자의 모습을 보여 준다.

G: 저는 논문 같은 건 특히 최대한 집중을 해서 읽어야 하니까... 그래서 프린트해서 읽는 게 훨씬 집중도 잘 되고 그렇죠. 제일 큰 이유는 컴퓨터로 뭔가를 읽으면 자꾸 딴 짓을 하게 되어서... 그제 제일 큰 이유인 것 같아요.

Q: 그러니까 하이퍼링크로 딴 데 간다는?

G: 네. 뭐 전혀 생산적이지 않은 딴 짓을 하게 될 때도 있고, 또 다른 경우엔 논문을 하나 검색하게 되면 논문 검색도 꼬리에 꼬리를 물고 이것저것 이어지잖아요.

Q: 맞아요.

인터뷰 대상자 G는 논문 파일 등 문자화된 형태의 정보를 네트워크를 통해 적극적으로 이용하지만, 여러 매체에 산만하게 접속되는 인터페이스를 통해 이들을 읽는 대신 자신의 집중도를 높을 수 있는 방식으로 매체 이용을 스스로 통제하고 있었다. 즉 원하는 자료를 검색해서 다운로드 받은 다음에는 출력을 해서 줄을 그으며 읽는데, 이렇게 해야 “제대로 읽는 맛”이 나기 때문이라고 한다. 따라서 그는 이 자료를 읽는 동안에는 인터

넷과 같은 네트워크에 접속하지 않는 것을 자기 원칙으로 삼고 있다.

요컨대 디지털 독자를 ‘새로운 이용자 집단’이라는 단위로 획일화하여 구분하는 것은 상당 부분은 무용한 시도라는 것이다. 동일한 디지털 독자라 하더라도 그것이 뉴스인지 책인지와 같은 콘텐츠 성격과 주위 환경, 그리고 읽기의 목적에 따라 선호도는 달라지기 마련이며, 독자들은 각각의 상황에 맞게 자신의 읽기 방식을 다양하게 응용 변주하고 있었다. 디지털 독자란 새로 등장한 ‘신인류’는 결코 아니다. 한 개인이 때로는 아날로그 독자로서 종이책을 읽고 있지만 다른 경우에는 디지털 독자로 행동할 수 있다. 이렇듯 아날로그 환경에서부터 체득된 읽기의 감각과 기억 그리고 문화 자본의 상호작용을 통해, 끊임없이 새로운 환경에 선별적으로 유연하게 적응해 가며 읽기를 구현(actualisation)하는 행위가 이루어지는 것이다. 이렇게 구현된 읽기의 형태는 바로 디지털 읽기의 핵심을 이룬다. 따라서 디지털 독자를 이해함에 있어 오늘날 디지털 읽기문화의 저변에 작동하고 있는 역사적 연속성과 문화적 혼종성의 문제를 다시금 중요하게 고려할 필요가 있다.

3. 무엇을 어떻게 읽는가?

디지털 읽기를 특징짓는 주요 요소들 중의 하나는 ‘과연 무엇을 읽는가’, 즉 읽기의 대상 문제이다. 앞서 기술했듯이 인터뷰에 참여한 이들은 모두 광범한 자료를 전문적인 식견을 가지고 적극적으로 활용하는 경향을 지녔다. 언론 매체들과 SNS 채널들을 통한 뉴스의 일상적 소비는 물론이고, 업무상 이들은 국내외의 전문 자료를 온라인을 통해 빨리 접하고 읽지 않을 수 없는 환경 속에 있기 때문이다. 디지털 읽기의 대상은 정보적이고 시의성과 정규성이 강조되는 뉴스 영역과 전문성, 체계성, 누적성이 강조되는 지식의 영역으로 구분할 수 있다. 다음에서는 두 개 영역들에서 행해지는 디

지털 읽기의 특징을 살펴보도록 하겠다.

1) 디지털 뉴스 읽기

디지털 뉴스 읽기의 가장 두드러진 특징으로는 첫째, 모든 인터뷰 참여자들에게 뉴스는 종이신문보다는 인터넷을 통해 이용하는 것이 일반화되어 있었다는 점이다. 이들에게는 아침에 일어나서 포털 사이트를 통해 주요 뉴스를 훑어보는 것이 오래 전부터 습관이 되어 있었는데, 이제 스마트폰의 보급과 함께 스마트폰으로 가장 먼저 뉴스를 접하고, 또 종일 틈새 시간들마다 뉴스를 접하고 있었다. 그러나 종이 신문과 인터넷 뉴스에 대한 평가는 상이하였다. 포털 사이트에서 주요 언론사의 뉴스를 포괄적으로 볼 수 있다는 점이 장점으로 거론되기도 하였지만(F와의 인터뷰), 이와는 반대로 인터넷이나 모바일 애플리케이션을 통해 자신이 관심을 가진 뉴스만을 선별적으로 골라 볼 수 있다는 장점을 언급하는 경우도 있었다. 한편 종이 신문의 경우 일단 지면에 실린 뉴스에 전면적으로 노출이 되므로 자신의 편향에 무관하게 어쨌든 사회적인 이슈를 접할 수 있다는 점이 장점인 반면, 인터넷에서는 자신의 선택에 따라 뉴스 편식을 하게 되는 경향이 있다는 단점을 지적하기도 하였다.

C: 저는 지금 문화기술대학원 박사 과정에 재학 중이고요, 지금 사용하고 있는 스마트 기기는 주로 스마트폰이고(…) 또 맥북을 사용하고 있는데, 제가 애플을 좋아하는 사람인가요? 그런 것 같은데. 뉴스 같은 경우는 사실, 솔직히 말씀드리면, 대학 때 어느 순간 이후로 뉴스를 끊기 시작해서 뉴스를 사실 안 봤어요. 한동안. 신문도 안 보고, 인터넷 뉴스도 아예 안 봤고요. 그런데 이제 달라진 점이 스마트 기기를 이용하기 시작하면서 뉴스를 다시 보기 시작한 편이거든요. 왜냐하면 사실 좋았던 게, 일반 신문 보게 되면 솔직히 분량 상 정치면이 너무 많고, 경제면도 너무 많

고, 제가 좋아하는 말랑말랑한 뉴스, 문화 뉴스 같은 건 사실 볼 게 없었고 양도 되게 적어서 (...) 되게 뉴스 편식이 심하기 때문에, 기존 뉴스는 니즈를 채워주지 못했는데, 스마트폰 같은 경우는 제가 보고 싶은 뉴스만 골라볼 수 있고요. 네이버 같은 데서도 말랑말랑한 것만 볼 수 있기 때문에 더 이용을 많이 하게 되더라고요. 그 때부터 다시 뉴스를 보는 편입니다. 그리고 뉴스는 네이버 같은 걸로도 많이 보고, 침대에 누워서 아이폰에 있는 조선일보 앱, 그런 것들 이용해서 그냥 원하는 카테고리, 문화면이나 연예면 쪽을 많이 보고 있습니다. (...) 또 언론사 뉴스 말고도 블로그 뉴스 같은 것들을 더 선호하는 것 같아요. 왜냐하면 당연히 제가 좋아하는 뉴스 취향이 말랑말랑하기에, 블로그 뉴스가 더 재미있는 게 많고, 또 가까이 볼 수 있는 것 같아요.

단순화의 문제가 있지만 대체적인 입장을 요약한다면, 인터넷 뉴스에서는 매체 포괄성과 내용 및 주제 선별성이 두드러지는 반면, 종이 신문에서는 매체 한정성, 내용 및 주제 포괄성이 강조된다고 볼 수 있다. 그리고 이에 따라 상반된 평가가 제시되었다. 그러니까 스마트폰의 이용이 뉴스를 더 많이 읽도록 영향을 미쳤다는 의견이 대부분이었다. 나아가 종이 신문은 거의 읽지 않았으나, 스마트폰을 사용하면서 뉴스를 접하게 된 경우도 종종 발견되었다. 특히 기존의 포털 사이트나 언론사 제공 뉴스뿐 아니라, 블로그를 비롯한 소셜 미디어가 중요한 뉴스 채널로 활용되고 있었다. 대부분의 인터뷰 참여자들은 아침에 눈을 뜨자마자 혹은 24시간 언제나 뉴스를 쉽게, 자주, 많이 접하고 있다고 말하고 있었다.

E: 가장 기본적으로는 SNS를 통해서 지인들에게 뉴스 피드라든가 내가 관심 있어 하는 부분에 대한 정보를 짹짹하게 보고, 거기서 링크를 통해 내가 관심 있어 하는 부분에 대해 좀 더 집중적으로 아이패드로 찾

아본다든가, 아니면 SNS에서 제가 관심 있어 하는 분야에 대해서 정보를 제공해 주는 곳 있잖아요. IT에 관심이 많아서 블로터닷넷(bloter.net)이라든가 매셔블(mashable) 같은 그런 사이트에 집중적으로 들어가서 보는 경우도 있고요. 약간 시간이나 목적에 구애받지 않으면 시간 때우기 용으로 보는 거는 주로 포털이나 뉴스 피드이고 (...) 목적이 있는 것은 제가 아까 말씀드렸던 대로 정보가 특화된 사이트죠. 그게 아카이브라면 아카이브라 할 수 있겠죠.

Q: 그렇게 24시간 쓰신다는 얘기는 특정한 장소나 구애받지 않는다는 얘기죠?, 이동할 때나 아님 (...)

E: 전혀 구애받지 않죠.

셋째, ‘시공간-기기-플랫폼-채널-서비스-뉴스 콘텐츠’의 연쇄가 매우 정교하게 조합되는 경향이 발견되었다. 종이 신문이 유일한 미디어였던 때에는 언론사가 유일한 선택의 대상이었다. 하지만 온라인 뉴스가 발전하면서 해당 뉴스를 접하는 경로가 종이 신문인지 온라인 뉴스인지, 그리고 온라인 뉴스 안에서도 인터넷 포털인지 언론사의 온라인 사이트인지 아니면 블로그 등의 개인 미디어를 통한 이용인지가 논점이 되었다. 이제 모바일 스마트 기기가 발전하고 소셜 미디어가 활성화되면서 ‘시공간-기기-플랫폼-채널-서비스-뉴스 콘텐츠’를 상황과 목적에 따라 미세하게 조율하는 경향이 나타나게 된 것이다. 예를 들어 인터뷰 대상자의 경우, 뉴스의 형성-연성의 정도, 할애할 수 있는 시간, 이용할 수 있는 기기에 따라 뉴스 소비 방식의 조합이 결정된다.

H: 저도 말씀드린 것처럼 어떤 것을 읽느냐에 따라서 기계 자체를 다르게 선택하니까. 저 같은 경우에는 집에 있을 때는 텍스트를 읽기 위해서는 폰이라든지 이런 건 거의 안 켜는 편이고요. 책으로 보는 편이에요. 책

으로 보고, 노트북으로 그냥 인터넷 뉴스 같은 것 살짝 보는 정도? 집 안에서는 그런데, 일단 집 밖에 나서면 내가 얼마만큼 챙길 수 있느냐에 따라 약간 달라지거든요.

Q: 챙긴다는 게 책을 얼마나 가지고 나갈 수 있느냐 하는 문제인가요?

H: 네. 책이 갖고 다닐 무게가 될 만하면 종이책을 하나 들고 나가고. 또 이동 중에는, 짧게 이동해야 하는 경우, 이동 간격(term)이 5분 정도면 그냥 폰으로 보는 편이에요. 폰으로는 뉴스 같은 거를 제일 많이 보고요. 트위터도 많이 보고. 그리고 간격이 5분이 아니라 20분 정도 된다면 책을 꺼내서 보고. (...) 어떤 목적으로 보려고 하느냐, 텍스트를 보려고 하느냐에 따라서 기계를 다르게 선택하는 편이거든요. 그래서 만약에 뭔가 메시지 같은 거, 인스턴트 메시지라든지 그런 짧은 정보만 얻기 위해서라면 아이폰으로 하는 게 제일 낫고요. 아이폰으로 트위터 하면서 간단하게 어떤 이슈가 있다 훑어보고 (...) 기사 따라가서 살짝 훑어보고 끝내는 정도라고 하면 아이폰으로 가장 많이 하고요. 신문 같은 것도 아이폰으로 보는데, 지금 말씀하신 것처럼 저도 약간 아날로그를 더 좋아하거든요. 그냥 신문사 사이트나 포털에 나와 있는 것처럼 나열된 것보단, 실제 신문을 그대로 스캔해 가지고 올려놓은 게 있어요. 그걸 클릭해서 아날로그 식으로 넘겨보는 걸 더 좋아해요.

대체로 가벼운 뉴스를 짧은 시간 안에 훑어볼 때는 스마트폰을, 진지하게 정독하기 위해서는 인터넷 포털이나 자신이 정기 구독하는 종이 신문을 이용하는 습관을 발견할 수 있다. 이것은 스마트폰의 작은 인터페이스 때문에 오랜 시간 집중해서 볼 수 없다는 단점과 함께, 이동성과 휴대성이 뛰어나기에 분초 단위의 짧은 시간에서도 빨리 접속하여 가벼운 뉴스를 수월하게 읽을 수 있다는 편리성의 장점이 결합하여 생겨난 뉴스 소비의 새로운 문화적 형태라고 볼 수 있다.

넷째, 스마트 기기에 한정지을 때, 품질 좋은 뉴스 애플리케이션을 이용

한 글로벌 뉴스 소비의 문화가 발전하고 있었다. 뉴스에 적극적인 관심을 가진 일부 인터뷰 참여자들 중에는 언론사 별로 제공되는 모바일 애플리케이션을 다운로드받아 활용하는 모습을 보여 주었다. 모바일 애플리케이션이 가지는 장점은 와이파이 접속이 어려운 상황에서도 애플리케이션 이용이 가능하다는 환경적 요인, 일부 언론사의 경우 인터넷 버전과는 달리 광고가 없으므로 온전히 뉴스만을 볼 수 있다는 인터페이스 품질 요소가 고려되었다. 접속 가능성과 같은 기본적인 물적 필요와 상업적인 환경에서 탈피한 ‘품격 있는’ 뉴스 읽기 환경을 추구하는 질적 요구를 모바일 애플리케이션이 나름대로 충족시켜 주고 있기에 나타나는 현상으로 보인다.

G: 어플리케이션으로 저는 많이 보고, 제일 많이 보는 거는 <프레시안> 어플리케이션을 제일 많이 보고, 또 외국 거는 <가디언> (...) 이게 이유는 다 있어요. <프레시안>은 원래 관심 있는 언론사라서. 좋은 기사가 많이 나온다는 생각도 있지만 그것보다는 인터넷 <프레시안>을 보면 광고가 엄청 많아요. 근데 어플리케이션으로 보면 광고가 없어요. 정말 딱 기사 텍스트만 볼 수 있어요. 그래서 그게 좋고요. 또 스크랩이 딱딱 되고. 그래서 <프레시안>은 주로 앱으로 보고요. <가디언>은 새벽 3시건 4시건 자기가 설정을 하면 알아서 밤에 하루치 기사를 짹 업데이트 해 줘요. 그래서 인터넷 접속을 안 한 상태에서도 버스건 지하철에서건 볼 수 있어요. 그러니까 다른 언론사 어플리케이션, 예컨대 BBC나 뭐 이런 데는 그 순간에 3G건 와이파이건 접속되어 있어야 볼 수 있는 건데, <가디언>은 그렇지 않은 거죠. 다른 데도 그 기능이 있는데 제가 못 찾은 걸 수도 있지만, 여하튼 전 <가디언>은 그냥 새벽에 업데이트되어 하루 동안 어쨌든 아무 때나 볼 수 있어서 좋은 것 같아요.

다섯째, 위의 인터뷰에서도 나타나 있듯이 모바일·스마트 미디어 테

크놀로지의 발전은 뉴스 소비의 탈경계화와 글로벌화를 촉진한다. 정치학 전공생인 만큼 뉴스와 시사에 관심이 많은 G의 경우엔, 기자와 홍보전문가들이 빠른 뉴스를 접하기 위한 목적에서 사용하는 업데이트된 뉴스를 즉각적으로 제공받을 수 있는 프로그램인 〈스크랩마스터〉를 이용하고, 영국의 〈가디언〉지와 〈인디펜던트〉, 그리고 AP 통신 등 해외 주요 언론사와 통신사의 스마트폰 애플리케이션을 이용하고 있었다. 이런 경우 영어 실력을 높이기 위해서라는 이유도 작용하지만, 뉴스를 신속하게 업데이트하여 직접 접할 수 있다는 체험적 요소가 가장 중요한 장점으로 자리 잡고 있었다. 그렇기에 인터뷰 대상자 G는 〈프레시안〉의 애플리케이션과 〈가디언〉지를 선호하는 품격 있는 모바일 언론의 대표적인 형태로 손꼽았다.

마지막 여섯째, 이렇듯 이동성과 감각적 다양성이 강조되는 환경과 문화의 변화에 발맞추어 새로운 형태의 뉴스 콘텐츠 개발의 요청이 제기되었다. 기존의 종이신문 뉴스 기사를 그대로 스마트 기기에 옮겨 담아놓는 식이 아니라, 스마트 인터페이스의 장점을 활용한 고유한 기사 형식이 필요하다라는 것이다. 그것은 시각적 특성, 하이퍼링크를 이용한 연결성, 상호작용성의 강화를 의미한다. 이것은 뉴스에 있어서도 마찬가지다. 단지 기존의 종이신문 기사가 〈아이패드〉로 그대로 옮겨가는 것이 아니라, 새로운 인터페이스에 알맞도록 재구성되는 과정이 필요하다는 것이다.

H: 일단 아이패드 같은 경우는 약간 좀 다르게 쓰거든요. 〈킨들〉이랑 확실히 다르게 쓰는데, 〈킨들〉에는 우리나라 책은 없잖아요. 그래서 그거는 외국 서적인데 아직 번역이 안 되어 있는 거, 그리고 내가 꼭 보고 싶어서 산 것들을 보는 용도로 쓰는 게 〈킨들〉이에요. 〈킨들〉로는 확실히 외국 책밖에 안 봐요. 그 다음에 잡지 같은 거는 약간 엔터테인먼트적인 요소가 섞일 경우가 많으니까, 인터랙티브한 콘텐츠가 있으면 아이패드 앱

으로 보게 되요. 이런 앱들은 요즘 인터랙티브하게 나오는 게 많으니까요. 최근에 본 잡지 애플리케이션 중에 〈씨네 21〉 앱이 있는데, 그거 진짜로 보면 볼수록 확실히 잘 만든 것 같아요. 1호에 ‘오달슬로우’라고, 영화 배우 오달수가 나와서 랩 하는 게 있거든요. 그거 보시면 진짜 진짜 대박!

Q: 그러니까 동영상도 같이 되기에 아무래도 보기 편하고 신나는 거겠죠?

H: 신문에는, 제가 보기에는 그게 안 들어가도 상관없다고 보거든요. 동영상도 꼭 나올 필요는 없는데. 그런데 잡지 같은 경우에는 쓸 게 많은 게, 일단 영화 잡지니까요. 영화 예고편 같은 건 바로 볼 수도 있고요, 밑에 평가도 달리고 또 그걸 바로 볼 수가 있고, 여하튼 여러 가지로 활용 용도가 훨씬 더 많다고 봐요. 잡지는 그냥 오프라인 종이 잡지로 나오는 것 보다는 〈아이패드〉로 훨씬 더 많은 정보를 얻을 수 있고 더 빨리 얻을 수 있고, 그러면서도 훨씬 저렴하거든요. 그래서 〈아이패드〉 용으로 잡지를 보는 편이에요. 저 같은 경우엔 어떤 거를 보느냐에 따라서 다르게 보는 것 같아요. 저한테 지금 제일 맞는 것을, 맞다고 생각되는 걸 골라서 보는 거죠.

E: 이제까지 인상적이었던 디지털 콘텐츠의 하나가 아이패드로 본 〈중앙일보〉 콘텐츠였거든요. 아이패드로 〈중앙일보〉 콘텐츠를 볼 때는 인터페이스가 달라요. 신문은 그냥 텍스트의 나열과 한 편의 사진들로 구성되는 게 일반적이라면, 〈중앙일보〉 애플리케이션은 처음엔 사진의 나열이고 그 중에서 마음에 드는 이미지로 넘어가면 그 안에 텍스트가 부가적으로 들어가 있는 형태로 나와 있었어요. 처음엔, 그러다 보니까 아이패드는 다른 조그만 스마트 디바이스에 비해서 가독성이라든가 안정성 측면에서 나온 게 사실이고, 또 그 스마트 디바이스 안에서 기존 신문의 읽기에 익숙한 사람이라도 편하게 다가가갈 수 있었던 것 같아요. 이미지 중심으로 접근을 할 수 있게 했기 때문에 쉽게 읽혀졌던 것 같고요. 그런 식의 변화는 좋은 것 같아요.

가용 미디어와 서비스가 많아지고 콘텐츠가 다양해지는 환경에 대해 이용자들은 자신을 무차별적으로 노출시키지 않는다. 훨씬 자율적인 방식으로 이러한 환경 변화에 대응하는 것이다. 그들은 보편적으로 작동하는 객관적 조건으로서의 디지털 스마트 환경을 자신의 생활 방식, 가치관, 습관에 따라 개인화한 형태로 전유한다. 이러한 환경과 개인, 테크놀로지 와 문화의 상호작용 안에서 디지털 읽기에 대한 개인의 고유한 감각, 태도, 행위 양식이 형성되는 것이다. 이러한 실천이 누적되고 사회적으로 공유 되면서, 사회·역사적으로 특수한 형태의 디지털 뉴스 읽기의 문화가 형성된다. 본 인터뷰에서 드러난 디지털 뉴스 읽기의 문화의 특징으로서는 환경-테크놀로지-콘텐츠의 미시조정, 탈경계화와 탈국경화, 직접성과 신속성의 강화, 고품질의 디지털 뉴스에 대한 요청, 멀티 모드의 상호작용적인 뉴스 소비 감각 등이 제시되었다.

2) 디지털 책읽기

디지털 책읽기와 관련하여, 인터뷰에서는 뉴스 영역에서보다 더욱 다양한 디지털 독서의 방식들이 제시되었다. 특히 책, 적어도 고전적인 종이책 과 스마트 테크놀로지는 개인에 따라 일치하지 않는 양상을 드러냈다. 책을 읽던 시간이 스마트폰을 통해 SNS를 이용하거나 동영상상을 소비하는 시간으로 대체된 경우가 있는가 하면, 아이패드와 같은 태블릿 PC를 가지고 수많은 책의 파일 운반이 매우 용이해진 상황에서 디지털 읽기가 더욱 활성화되는 측면도 적지 않게 있었다.

D: 저는 일단 아이패드를 쓰지 않고요, 스마트폰 중에서 아이폰만 쓰고 있어요. 저는 집이 인천이에요. 그래서 출퇴근 시간이 굉장히 길어요. 기본적으로 한 시간 반 정도. 왕복하면 최소 세 시간 이상이 되기 때문에, 항상 출퇴근 시간을 어떻게 보내느냐가 저한테는 제일 관건이거든요. 근

데 스마트폰을 구입하고 나서 제일 많이 썼던 것이 바로 그거예요. 스마트폰을 쓰기 전과 달라진 게, 제가 작년[2010년] 9월에 아이폰으로 바꿨는데, 그 전에는 출퇴근 시간에 항상 책을 읽었어요. 이렇게 뭔가 종이로 된 텍스트를 갖고 다니면서 읽었는데, 스마트폰이 생기고 나서는 종이 텍스트를 거의 안 읽게 되는 것 같아요. 실질적으로 많이. 요즘은 트위터나 페이스북에 애들이 뭐 글 올린 거 있나 보든가, 아님 뉴스피드를 계속 확인해 보고, 그러죠 뭐. 아니면 드라마 다운받아서 출퇴근 시간에 보거나. 여하튼 텍스트는 원래는 출퇴근 시간에 읽다가, 이젠 안 읽게 되는 것 같아요.

스마트 환경에서의 책읽기 문화는 적극적인 대체와 단절의 양상들로 구분되어 나타난다. 예를 들어 D에게 스마트 기기가 제공하는 동영상 오락은 책읽기를 대체하였다면, G의 경우는 책 읽기를 고수하기 위해 필요에 따라 네트워크로부터 스스로를 분리시킨 후 자신의 내면에 잠기는 단절 행위로 나타났다.

G: 일단 그때 막 리포트를 쓰고 있었는데, 뭔가 갈수록 스마트폰이건 제가 본 적은 없지만 스마트 TV이건 아님 아이패드도 그렇고 모두가 인터넷에 상시 접속이 가능한 환경이 조성되면서 (...) 아까도 뭐 ‘코넥티드 TV’라고 말씀하셨는데, 뭐든 게 다 ‘코넥트’되어 있으니까 저같이 집중력을 가지는 게 쉽지 않은 사람에겐 신경이 너무 많이 분산되는 거 같아요. 그래서 읽는 행위를 할 때는 ‘디스코넥티드 컨디션’이 훨씬 효율도 좋고, 집중도 잘 되는 거 같아요. 대학원생들이 다 논문을 읽잖아요? 요새는 대학원생들이 논문을 아이패드로 읽는 경우들이 되게 많더라고요. 물론 여러 가지 이유를 들면서, 뭐 환경적인 이유로 종이를 막 더 뽑지 않아도 된다는 이야기도 하고, 저도 해 봤는데, 아이패드는 아니고 컴퓨터로 논문을 읽어봤는데, 그거랑 프린트해서 읽는 게 아직까지는 관성 때문인지

몰라도, 지금까지처럼 종이로 읽는 게 여러 모로 훨씬 좋은 것 같아요.

Q: 어떤 좋은 점이 있는 것 같아요? 다른 연구 논문들을 보면 감성적인 요소랄까, 종이가 확실히 뭔가 그윽하고 그런 (…)

G: 네. 저는 근데 제일 좋은 거는 어쨌든 논문 읽을 뭉치를 한 서너 편씩 프린트해서 열람실이나 어딘가에 딱 들어앉아 읽을 때, 정말 이 저자와 내가 이렇게 딱 일 대 일로 마주하고 있구나 하는 느낌으로 읽을 수도 있고 (…) 그러니까 컴퓨터를 통하면, 뭔가 다른 미디어를 한 번 더 거치는 느낌이랄까요?

둘째, 전자책의 경우에 어떠한 콘텐츠가 주로 선택되는지의 문제는 중요하다. 우선 어떠한 전자책을 읽도록 결정하도록 만드는 가장 큰 요인이 무엇인가, 즉 이용 가능성에 대한 질문에서 여러 인터뷰 참여자들이 손꼽은 사항은 대체로 국내 전자책보다는 해외 전자책을 주로 이용한다는 점이다. 이 현상은 여러 각도에서 설명될 수 있다. 우선 국내 전자책은 대중 소설이나 실용서 등에 한정되는 경우가 많아서 그다지 읽고 싶은 책이 없는 편인데, 해외 전자책은 훌륭한 콘텐츠가 많다는 것이다. 또한 경제적인 요인이 주요한데, 해외 도서를 종이책으로 주문·구입하는 일은 상당한 정도의 시간과 비용을 요한다. 따라서 그보다 저렴하고 즉각 받아볼 수 있는 전자책이 선호되는 것이다. <킨들> 등과 같은 공식화된 채널을 통해 전자책을 구입하는 경우에는 종이책보다는 저렴하지만 그럼에도 상당한 비용이 들게 되지만, 해외 전자책 파일의 다수가 인터넷에 유포된 경우가 많으므로 이들을 무료로 접하는 다운로드 문화가 전 지구적 차원에서 활용되고 있었다. 반면 국내 책은 주로 종이책을 구입하는 양상을 보인다. 흥미로운 점은 여전히 자신이 좋아하는 책은 종이책을 구입하여 소유하고 싶어 하거나, 같은 값이라면 종이책을 선호할 정도로 종이책에 대한 애정이 여전히 지속되고 있는 현실이다. 또한 서점에 산책을 나가 책 구경을 하

며, 그때그때 필요나 관심에 따라 만화, 잡지, 책을 구입하는 일이 여전히 즐거운 일로 향유되고 있다.

셋째, 디지털 양식으로 글을 소비하는 과정에서 개인마다 다양한 방식들이 활용되고 있다. 이는 곧 종이책과 전자책이 존재 가치와 사용 가치에 있어 각자의 독자성과 차별성을 지니고 있음을 의미한다. 우선 종이책은 그 고유한 깊이와 정감을 지니는 감성적 요소, ‘종이’라는 물질적 형태를 갖추어 소유와 보존의 충족감 요소, 집중적인 읽기에 유용하다는 기능적 요소가 강조되었다. 특히 읽기라는 경험의 차원에서 볼 때 마지막 요인이 흥미로운데, 종이책은 컴퓨터나 태블릿 PC로 읽을 때와는 달리 네트워크로부터 완전히 절연된다. 이러한 타 매체/서비스로부터의 단절 상황이 오히려 책에 집중할 수 있는 조건을 제공하므로, 진지한 책을 몰입해서 읽기 위해서는 종이책을 선호하고, PC 모니터로 볼 수 있는 자료일 경우에도 출력해서 읽는 사례가 상당수 발견되었다.

H: 네. 그게 일단 (...) 아날로그식 배치가 디지털에서 토픽에 따라서 쭉 나와 있는 것보다는 훨씬 더 좋더라구요. 전체적으로 한 번씩 다 훑어보게 되잖아요. 어떤 이슈가 있는지 한 면 한 면씩. 그래서 저는 그게 더 좋아서 그렇게 해서 보고, 만약에 책 같은 걸 봐야한다 그러면 또 달라요. 책이라는 게 간단하게 ‘인사이트’에 해당하는 지식을 얻는 차원이 아니라, 뭔가 깊이 들어가서 생각을 더 많이 해야 되는 거잖아요. 그럴 때는 말씀하신 것처럼 ‘디스커벤티드’ 된 게 좋아요. 폰으로는 거의 안보고, 전자책 같은 거나 아니면 진짜 그냥 책을 들고 다니면서 보거든요. 전자책 같은 거는, 예전에는 아이패드로 봤는데, 말씀하신 것처럼 연결되어 있으면 안 돼요. 딴 거를 계속 보게 돼요. 인터넷에 연결돼 있으면 인터넷 들어가게 되고, 트위터 하게 되고, 페이스북 하게 되고, 그래서 못 하겠더라고요. 그래서 그거 대신 <킨들>을 갖고 다녀요. <킨들>이 훨씬 가볍기

도 하고, 여하튼 보다 보니까 그게 훨씬 괜찮더라고요. 거기서는 인터넷이 되어 있어도 할 게 없으니까요. 그래서 그냥 책만 보게 되요. 전 책을 보는 때는 거의 출퇴근 할 땐데요. (...) 이동하는 도중에 짬이 조금 났다 그러면, 아이폰으로 트위터를 하든지 등등. 거기서 긴 텍스트는 안 읽고요. 아님 아예 일부러 저장을 해 놓았다가 노트북이라든지 조금 더 큰 기계로 읽는 식으로 하고 있습니다.

한편 전자책은 종이책의 자손이 아닌, 완전히 독자적인 신매체이다. 전자책은 시청각 (혹은 전망컨대 촉각과 후각까지), 정지 영상과 동영상이 어우러진 멀티모드 콘텐츠로 인지되고 있었다. 따라서 동일한 책의 내용과 형식이 종이책으로부터 전자책으로 그대로 옮겨지는 것이 아니라, 전자책 고유한 역동성, 다감각성, 상호작용성을 갖춘 새로운 콘텐츠로 생성되어야 한다는 인식이 지배적이었다.

Q: 읽기와 관련하여 모니터를 열심히 읽다보면 자기 능력이 어떤 부분이 좋아졌다, 어떤 감각이 새로 개발된 것 같다, 내가 이런 능력이 있다니, 뭐 그런 것은 없었나요?

B: 몇 가지를 동시에 보게 된다?

A: 멀티태스킹?

B: 혹은 링크를 따라가는 거요. 어떤 책에서는 여기서 언급하여도 작가가 세 줄 만큼 설명해 주지 않으면 딱 그 정도만 알고 넘어가는데, 지금은 링크를 걸어 놓거나 아니면 바로 검색할 수 있거나 하는 좋은 점이 있어요. 다만 나쁜 점은 다음 페이지로 넘어가면서 그 전의 것을 잊어버리는 것 같은 느낌이 든다는 거 정도. 근데 막 접하게 되는 지식 분야나 카테고리 확실히 말도 안 되게, 제가 알고 있는 것보다 너무 넓어지고 있어서 허덕거릴 정도의 경험을 하게 되는 것 같아요. 책 한권으로는 도저히 감당할 수 없는 정도니까요.

C: 그래서 같은 책을 보더라도 이것도 일종의 전자책이라면, 저널 즉 학문적 저널을 보더라도 퍼블리시 된 게 있고, 또 모든 게 다 링크를 통해서 이어져 있잖아요. 그런 걸로 똑같은 논문이나 하나의 연구 결과를 읽음으로써 확실히 시야가 넓어지기는 하는데, 그럼에도 불구하고 원래 원본이 갖고 있는 내용이 계속 넘어가고 또 넘어가다 보면 어느 순간 점차 사라지게 되는 것 같은 느낌을 주게 되요. 지식이 넓어지긴 하는데, 그만큼 얇게 넓어지는 것 같은 느낌?

A: 맞아요.

C: 장점은 넓다는 거고, 단점은 좀 얇다는 것?

A: 알기도 하고요.

B: 얇아진다는 게 과도기여서 그런 것 같기도 해요.

일반적으로 종이책은 문자 텍스트의 복잡하고 단선적 논리성이 강조되는 내용을 담기에 적합한 반면, 전자책은 인터랙티브하고 다방향 연결이 활성화된 하이퍼텍스트적인 감각이 중시된다. 따라서 종이책에서는 이론서나 소설 등이 주요하다면, 후자에서는 이미지와 운동성이 강조되는 여행책자, 잡지, 판타지, 장르소설 등이 각광받을 것이다.

E: 저도 처음에 그렇게 생각을 했었는데, 단순히 오프라인에 있는 텍스트와 이미지를 그대로 온라인으로 옮겨 놓은 게 전자책이 아니라는 생각을 요즘은 좀 많이 하거든요. 아이패드 애플리케이션 같은 것을 보면 전자책인데 종이책에서는 절대 구현할 수 없는 이런 온라인 감수성, 디지털 기술적 측면 같은 게 많이 구현되어 있거든요. 왜냐하면 제가 이 부분을 보다가 정보를 바로 찾아볼 수 있다든지, 3D 그래픽 같은 게 나와서 좀 더 생동감 있게 콘텐츠를 볼 수 있다든지, 여하튼 디지털 속에서만 가능한 요소들이 들어 있다는 점이 있겠죠. 그러니까 오프라인 책보다는 디지털로서의 측면, 그것이 어떤 특징을 구현하느냐가 중요할 것 같아요.

H: 그래서 뭔가 새로 나왔다 하면 다 사거든요. 최근에 앨 고어(Al Gore)가 <our world>라는, 환경오염에 관한 책을 아이패드용 앱을 통해 냈거든요. 근데 그 경우는 그냥 책의 개념이라기보다는 약간 더 나아간, 전자책을 위한 책을 만든 거였어요. 거기서는 이제 텍스트도 있긴 하지만, 실제 보여주려는 거는 좀 더 엔터테인먼트 적인 요소가 강하다고 할까요. 멀티미디어의 형태로 지금 환경오염이 어떻게 진행되고 있는지를 보여줘요. 미국 지도가 들어 있는데, 책 속에 나오는 미국 지도를 확대해서 보면 갑자기 지도가 전체 화면을 채우면서 그 지역의 환경오염이 어느 정도 인지를 상세히 보여주는 그런 식이죠. 그래서 시간이 지날 때마다 환경오염이 어느 정도 진행되었고, 사람들이 전기를 얼마나 많이 쓰고 있고, 풍력이나 전기 발전은 어느 정도인지, 그리고 앞으로 얼마나 더 나빠질지를 알려주는 식이에요. 확실히 전자책을 보니 그냥 텍스트로만 봤을 때보다는 다가오는 게 더 커요. 그런 식으로 확 바뀔 수 있을 것 같기도 해요.

넷째, 전자책의 매체적 변형 및 응용 가능성(versatility)이 폭넓게 활용되고 있었다. 디지털 텍스트는 오디오 북으로 전환하기 수월하다. 예를 들어 인터뷰 대상자 F는 텍스트 파일을 음성파일로 전환하여 운전할 때 자동차에서 들곤 한다. 시간을 절약하며 책을 ‘들을’ 수 있는 방식을 고안한 것이다. 이렇게 이용자 개인의 변형 작업을 통해 종이책과 오디오북을 가르는 고전적인 분류가 손쉽게 해체되는 한편 모포시스적인 전자책이 탄생한다.

F: 지금은 갤럭시 탭으로 보고요. 예전에 중학교 때부터 계속 PDA를 사용했었어요. PDA로 책을 보니까 저한테 훨씬 집중이 잘 됐어요. 그런데 지금은 아예 나뉘져 있죠. 일반적으로 제 전공에 관한, 수업 준비 같은 일에 필요한 서적 같은 경우에는 종이책을 구입하고요. 그리고 항상 운전을 하고 다니기 때문에 책을 볼 수가 없어서, 그 때는 소설이나 그런 거를

전자책으로 사요. 그러면 오디오북이 되거든요. 그렇게 그걸 그냥 차에 다 꽂아놓고 들어요.

Q: 많아요? 콘텐츠가?

F: 그냥 PDF 파일을 집어넣으면 프로그램이 자체적으로 그걸 읽어주게 되어 있어서요. 그래서 갤럭시 탭에서 어떤 책을 구입해서 스피커 버튼을 누르면 그걸 전부 짝 읽어주는 형태로 되어 있어요.

다섯째, 디지털 읽기가 여전히 신생 문화임에도, 그 저변에는 아날로그 책 독서의 시기부터 이어져 오는 문화적 기억이 뿌리 깊게 자리 잡고 여전히 중요한 힘을 발휘하고 있다. 여기서 문화적 기억이란 어렸을 때부터 보고 체험하며 배운 지식과 감수성, 그것이 누적되며 형성된 개인적 취향과 습관, 그와 연관되어 가정과 학교로부터 교육받은 소양과 능력, 즉 문화자본을 모두 아우르는 것이다. 이들의 바탕 위에서 디지털 리터러시가 개인적 혹은 구조적 요인에 따라 선별적으로 획득되며, 궁극적으로는 아날로그와 디지털을 포괄한 총체적 의미에서 디지털 읽기가 발휘되는 것으로 이해할 수 있다.

Q: 혹시 인터넷 논객으로 쭉 보는 필자들도 있으세요? 블로거라든지, 가서 뭐라고 썼나 하고 본다든지 하는?

I: 주로 진중권 씨 트위터.

Q: 트위터는 그렇게 읽는 걸로는 사용을 하시나 보네요?

I: 네. 사람들 생각이 그래서. 그리고 아는 분들 중에 SF 작가들 트위터가 리스트로 있거든요.

Q: 판타지 문화에 가까우신 것 같아요. 여러분이 다 그렇게 얘기를 해주셔서. 판타지 소설 외에 문학을 일단 좋아하시는 거죠? 우리나라 작가 좋아하시는 분 계세요?

I: 강점기 시대 소설. 이상이나 김유정이나 박태원.

Q: 굉장히 고전적인? 굉장히 스코프가 신기해요. 무슨 문학 교육을 따로 받으셨나요? 학교 때도 수업을 듣고 이런 것도 없고요? 박태원, 김유정 소설을 읽는다는 건 그냥 어쩌다보니 이렇게 해서 읽게 된 거예요? 모더니즘 계열의 우리나라 소설들. 어떻게 접하시게 되셨어요?

I: 어, 근데 그건 고등학교 때 배운 거 아니에요?

Q: 그래도 고등학교 때 배운 건 더더군다나 싫어하게 되잖아요.

I: 그 시대 문화를 살짝 동경하는? 그런 게 있으니까요.

마지막으로, 디지털 리터러시의 관점에서 현재의 디지털 읽기 문화를 검토할 수 있겠다. 이론적으로 디지털 리터러시는 읽기, 비평, 쓰기 등 소비와 생산이 어우러진 활동으로 흔히 정의된다. 또한 개인적인 독서 뿐 아니라 집합적인 교환과 공유가 활발한 네트워크의 형태로 발전하리라는 낙관론이 제시되어 왔다. 예컨대 리빙스톤은 소비 위주의 아날로그 리터러시와는 달리, 디지털 리터러시는 그 강한 상호작용성과 참여성의 성격 때문에 읽기 뿐 아니라 비평과 연계된 글쓰기 활동과 연관한 멀티모드 콘텐츠 유통 등의 ‘생비자(prosumer)’적 활동을 촉진할 것으로 전망한 바 있다(Livingstone, 2010). 그러나 본 연구의 인터뷰에서 살펴본 바로는 참여자들 대부분은 디지털 기기로는 읽기를 주로 하는 것으로 나타났다. 국내 인터넷 이용자의 절반 이상이 운영하고 있는 블로그를 운영하지 않는 경우도 있었고, 블로그를 가지고 있다 하더라도 개인의 정보 수집 및 보관 용도로 이용하는 것이 주된 목적이었다. 디지털 리터러시 이론들이 전망하는 능동적 이용자보다는, 폭넓은 자료에 적극적으로 접근하여 집중해서 읽고 기억과 이해, 성찰에 몰두하는 해석적 능동성을 발휘하는 모습이 두드러졌다. 전자책을 직접 제작하는 조차도 글쓰기는 아날로그와 디지털 두 가지 방법을 병행하고 있었다.³⁾ 전자책의 경우 그는 내용, 글쓰기, 이미지

구성의 복합적인 작업을 한꺼번에 진행하되, 챗터 별로 친구들과 나누어 진행하는 협업 방식을 취한다. 하지만 I가 독자가 되어 다른 전자책이나 종이책을 읽을 때는 항상 종이와 펜으로 메모를 한다. 디지털은 언제든 사라질 수 있는 위험성이 있다는 생각에, 그 역시도 ‘믿을 수 있는’ 실질적인 물질성을 지닌 종이와 잉크를 선호하는 것이다. 그 외의 인터뷰 참여자들은 타인들에게 공개하는 것보다는 자신만을 위한 기록에 만족하는 편이었다.

G: 저는 일단은 읽는 걸 많이 하고, 읽는 것도 주로 종이로 봐요. 저도 책을 되게 ‘더럽게’ 보는 편이에요. 신문은 빨간색 플러스펜 들고, 일반 단행본은 연필 들고 밑줄이고 동그라미고 막 하고, 그 옆에 생각나는 것 다 쓰고, 그렇게 해도 그걸 다시, 뭐 컴퓨터로 정리하고 이런 일은 흔치 않은 것 같아요.

Q: 친구들이랑 얘기를 하니까.

G: 예. 그게 좀 많고, 아니면 같이 얘기하기 위해서 읽는 책이라면 아예. 그런 상황이면 옆에 메모지를 놓고 긴히 할 얘기는 써서 가겠죠. 아마도 그럴 것 같고, 인터넷으로는(…) 요새는 보통 인터넷으로 읽은 〈프레스인〉 기사나 아님 다른 좋은 기사를 읽으면, 그걸 페이스북에 퍼다 놓기는 하죠.

Q: 그게 아카이빙 장소예요?

G: 지금은 그런 것 같아요. 그렇게들 많이 하고, 또 다른 사람들이랑 공유하는 거는 그게 제일 많고요.

Q: 혼자 저장하는 거는?

G: 혼자 저장하는 거는 저도 블로그를 한 번 해 볼까도 했었는데, 하진 않

3) 인터뷰 대상자인 I는 어려서부터 고전학을 전공하신 아버지의 영향을 받아 대학에서 한국 전통문화를 전공했다. 그리고 현재는 문화기술학(CT)을 대학원에서 전공하며 전자책 제작자로 활동 중이다. 그는 디지털 신문 아카이브를 즐겨 읽고, 고전소설에서부터 SF 판타지에 이르기까지 매우 폭넓은 범위에서 독서하기를 즐긴다.

아요. 왜냐면 저는 한글 파일로 혼자서 이렇게 일기랄까, 단상 같은 거 적는 걸 별로(…).

F: 제가 보기에 중요한 글 같은 건 아예 개인 데이터베이스화를 하고요. 데이터베이스화 할 수 있는 프로그램을 구입해 가지고, 매년 그걸로 데이터베이스를 만들어요. 그리고 웹상에 올리는 거는 별로 좋아하지 않아요. 남들이 그걸 보는 것도 좋아하지도 않고요. 그리고 싸이월드는 초반에 좀 하다가 아예 관 뒤 버렸고요. 그건 그냥 친구들한테 안부 묻는 그런 용도? 트위터는 처음에 나왔을 때 했다가, 너무 쓸 데 없는 글들이 많아서 안하게 되고, 페이스북은 마크 주커버그는 물론 내 주위 사람들에게 괜히 나에 관한 정보를 주는 게 싫어서 있기는 한데 사용하지는 않아요. 그리고 블로그에도 많은 정보를 올리지는 않고, 제 생각도 올리지 않고, 제가 하고 있는 어떤 일들에 대한 것만 올려요. 모든 것은 다 개인적으로 보기 위해서이고, 웹상에 잘 올리지는 않아요.

마지막으로, 종이로 읽고 쓰기를 애호하는 미디어 연속성의 맥락에서 인터뷰 참여자들은 전자책에 대한 애호에도 불구하고 종이책은 영원하리라고 단언하고 있었다. 그 이유에 대한 질문에서 이들은 각각 페이지를 자유롭게 옮겨 다니며 읽을 수 있는 ‘코덱스’ 형태가 가지는 ‘우수성’을 지지하는 입장, 아름다운 양장본과 같이 종이책이 일종의 수집품으로서의 미학을 지니게 되리라는 입장, 어떤 매체든 기술결정론자들이 예언하듯이 선부르게 역사적으로 사라지지는 않을 것이며 더구나 가장 역사가 오래된 매체라고 할 수 있는 책이 멸종하기는 힘들 것이라는 역사적 입장, 그리고 디지털 IT는 어쨌든 언제든지 날아갈 수 있는 불안한 것이기에 안전한 ‘물질성’과 ‘현존성’을 지닌 종이책이 여전히 필요하다는 매체론적 입장 등을 다양하게 표출하고 있었다.

4. 요약

지금까지 살펴본 인터뷰 내용을 바탕으로 디지털 읽기의 방식과 대상, 그 특징과 그것의 사회문화적 함의를 요약해 보자면 다음과 같다.

첫째, 우선 인쇄 매체와 전자 매체는 상호 보완적인 관계에서 읽기의 영역을 구축하고 있는 것으로 보인다. 이것은 전자책 내지 스마트 기기가 종이책을 대체하리라는 식의 ‘대체론’이 매우 성급하고 편협된 판단임을 보여준다.

둘째, 읽기의 대상과 기기 조합에 있어서, 일상생활의 의례화된 습관 및 시공간적 조건이 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 읽기가 항상적으로 가능해진 상황에서는 이동 시간과 이동 교통수단의 미세한 차이에 따라 읽기의 대상과 방식이 미시적으로 조정되고 있었다. 이러한 미시 조정의 능력이 바로 오늘날 디지털 독자의 역량으로 이해될 수 있을 것이다.

셋째, 전자책과 모바일 애플리케이션을 이용한 읽기의 감각은 기존 종이책 읽기를 위한 감각 ‘대신’ 행해지는 것이 아니라 오히려 새로운 감각으로 생성되고 있다. 자신이 소유한 책을 잡고 조용히 묵독하는 즐거움은 여전히 향유되고 있는 반면, 전자 공간에서 파일 형태로 다운로드 되는 멀티모드의 콘텐츠를 보고 만지는 식으로 상호작용하는 즐거움은 새롭게 경험되는 전자책의 즐거움의 요소일 것이다. 이런 점에서, 본 연구의 인터뷰 참여자들은 종이책으로 읽는 방식으로 생애 첫 독서를 시작한 세대이지만, 전자책을 통해 생애 첫 읽기를 경험하는 현재 유년기 및 아동기 세대가 성장했을 때 과연 어떠한 책읽기의 감각, 즐거움, 가치를 향유하게 될지는 향후의 지속적인 연구를 통해 설명되어야 할 대상일 것이다.

아울러, 이상의 인터뷰 분석 결과에 기초할 때 디지털 환경에 적합한 새로운 형태의 콘텐츠 개발은 시급한 과제로 제기된다. 이것은 내용과 형

식 두 측면 모두에서 그러하다. 해외 서적의 경우 전자책의 소비가 활발한 편이지만, 국내 서적들의 전자책 소비가 소극적인 이유는 아무래도 읽을 만한 전자책 콘텐츠가 부족하기 때문이다. 또한 뉴스와 책에 있어서 상호 작용성, 멀티모드성, 역동성과 변형 가능성을 확장한 새로운 콘텐츠의 개발이 시급하다. 더불어 근본적으로는 독자의 소양, 감수성, 능력을 증진하기 위한 읽기의 교육이 필요하다. 이것은 본 인터뷰 참여자들이 적극적인 디지털 독자인 동시에 어렸을 때부터 가정과 학교에서 인문예술 교육과 책 읽기 및 글쓰기의 경험을 풍부하게 누렸고, 그로부터 자연스럽게 디지털 독서에 안착했다는 사실에서 입증된다.

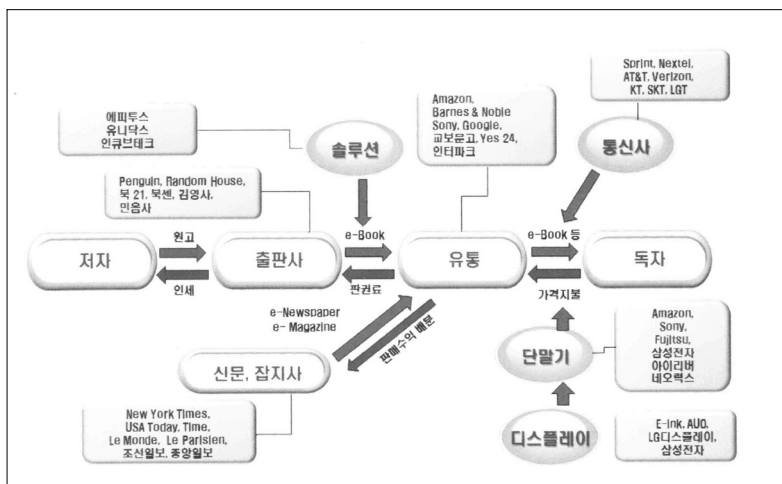
06

디지털 시대의 읽기 환경: 전자책의 출현과 보급

디지털 시대의 읽기 환경을 살펴보는 데 있어 반드시 검토해야 할 대상은 스마트 미디어일 것이다. 이 장은 그 중에서도 (스마트 미디어를 통해 구현되는) 전자책(e-book)¹⁾의 보급 및 활성화 현황을 간략히 검토해 보고자 한다. 그렇지만 스마트 미디어의 수많은 형태 가운데 전자책은 아직도 우리의 일상 속에 완전히 자리 잡은 영역은 아니다. 그럼에도 디지털·스마트 미디어 시대의 읽기를 논의하기 위해서는 그것의 기본적인 ‘플랫폼’에 해당하는 전자책 관련 시장의 구조와 주요 현황에 대한 이해가 필수적이다. 더불어 오는 2015년부터 초·중·고교의 전체 교과서가 ‘전자 교과서’로 대체될 것이라는 정책이 발표된 상황에서, 이 분야에 대한 기본적인 이해가 없이는 향후의 읽기문화 진흥 관련 쟁점들을 논의하기는 점차 불가능해 지고 있다. 그런 의미에서, 이 장에서는 전자책을 둘러싼 국내외의 현황과 쟁점을 통해 디지털 시대의 새로운 읽기문화의 토대를 살펴보고자 한다.

1) 이하 본문에서는 ‘전자책’과 ‘e-book’이라는 용어를 필요에 따라 병행 사용하되, 혼란을 줄이기 위해 가능한 한 ‘전자책’으로 용어를 통일하겠다.

〈그림 6-1〉 전자책 시장 구조



* 자료: 산은경제연구소(2009); 이웅준 외(2010).

1. 전자책 시장의 기본 구조

기존 출판 시장이 제작시장과 유통시장으로 양분되는 데 비해, 전자책 시장은 하드웨어(즉, 단말기) 및 솔루션 업체, 유통(distribution) 업체, 콘텐츠 업체의 3개 시장으로 분리되어 있다. 그리고 전자책의 장점들을 모두 구현하기 위해서는 이러한 하드웨어 및 솔루션, 유통, 콘텐츠의 세 가지 구성 요건이 모두 충족되어야 한다(박지희, 2001, 29~34쪽). 그 밖에도 디스플레이, 통신, 미디어 등 다양한 분야가 이와 관련되어 있다.

먼저 콘텐츠 부문은 저작자, 출판사, 신문사 등이 해당되며, 콘텐츠를 제작하여 직접 유통하거나 유통업체에 제공한 후 판권료 수익을 획득한다. 대형 출판사들은 직접 전자책 콘텐츠를 제작·유통하기도 하나, 다수의 중소 출판사들은 유통업체에 도서 원본 파일을 제공하고 판권료 수익을 획득하는 방식으로 전자책 사업에 참여한다. 솔루션 업체들은 콘텐츠를 전자책 포맷으로 전

환하고 이를 읽을 수 있는 뷰어(viewer)를 제공하는 등의 역할을 수행한다. 한편, 유통 부문은 전자책 콘텐츠를 모아 개인(B2C) 또는 기관(B2B) 등에 제공하는 역할을 수행한다. 서점, 단말기 제조사, 포털 등 다양한 사업자들이 진출하고 있는 가운데, 통신사는 무선망을 유통 업체에 제공함으로써 독자가 무선망을 통해 콘텐츠를 다운로드할 수 있도록 해 준다. 단말기는 전용 단말기와 범용 단말기로 구분된다. 전용 단말기는 전자책에 특화된 단말기로서 아마존의 <킨들(Kindle)>, 소니의 <PRS> 등이 대표적이며, '전자 종이(e-paper)'를 채용한 것이 특징이다. 그 밖에 아이폰, 아이팟 터치, 닌텐도, PC, 최근의 아이패드 등과 같은 스마트 미디어 기기들은 전자책 기능이 부가된 범용 단말기에 해당한다(이용준 외, 2010, 113~114쪽). 현재 시장에서 전용 단말기와 범용 단말기 가운데 무엇이 더 성공적이라고 일률적으로 단언하기는 힘들다. 특정 국가나 계층에 따라 선호하는 단말기가 다른 것이 현실인데, 다만 국내의 경우 아직 전자책 보급이 초창기인 측면을 고려한다면 전용 단말기보다는 아이패드 같은 범용 단말기(태블릿 PC 등)에 대한 선호도가 조금 높게 나타나고 있다.

그런데 전자책 시장의 구조를 이해함에 있어 전통적인 인쇄 매체인 종이책 산업의 가치 사슬(value chain)과는 차별적인 전자책 산업의 특징을 염두에 둘 필요가 있다. 전자책 산업의 가치 사슬은 전자적 정보의 흐름을 활용하며, 또 콘텐츠 생산에 누구나 쉽게 접근할 수 있다는 매체 특성을 반영하고 있기 때문이다. 기존 종이책 산업에서는 각 산업 주체들이 특정 역할에 국한되어 있던 반면, 전자책 산업에서는 한 사업자가 복수의 역할을 동시에 수행하는 일이 빈번하다. 온라인 도서 판매업에서 시작해 대형 온라인 마켓을 형성한 아마존의 경우, 자사의 전용 전자책 단말기인 <킨들>을 바탕으로 전자책 출판, 그리고 콘텐츠의 제작은 아니지만 출판사에서 제작된 콘텐츠를 전자책 포맷으로 변환하고 여기에 DRM(Content Management System) 등의 관리 기술을 적용시키는 새로운 '출판' 업무, 나아가 전자책의 유통까

지 모두 직접 맡아 운영하고 있다. 전자책 산업의 가치 사슬 내에서 복수의 역할이 가능해지면서, 대형 출판업체와 전자책 기술 제공업체들도 영향력 강화를 위해 기존의 역할 외에도 유통 등의 영역으로 사업을 확장하고 있다.

전자책 산업의 가치 사슬에서의 또 한 가지 특징은 서로 다른 영역의 업체 간 제휴가 빈번하다는 점이다. 이는 기존 가치 사슬 상에서 하나의 역할을 맡고 있었던 업체들이 전자책 산업 내의 여타 영역의 사업자와 제휴함으로써 전자책 산업 내에서의 영향력을 확대하기 위한 것이다(이용준 외, 2010, 116~117쪽). 다시 말하자면, 현재 전자책 산업의 가치 사슬 상의 특징인 한 사업자의 복수의 역할 수행은 지배적인 비즈니스 플랫폼이 되고자 하는 차원에서 수반되는 시장 행위라고 이해할 수 있다.

2. 해외의 전자책 시장 동향

1) 개관

1991년 소니 〈북맨〉, 1993년 NEC의 〈디지털북〉, 1998년 누보미디어의 〈로켓E북〉 등, 전자책 단말기의 보급은 이미 1990년대 초반부터 시작되었다. 하지만 당시에 이 시장이 실패하였던 이유는 비교적 명확하다. 기존의 종이책 출판사들의 부정적인 태도, 표준화의 미비, 전용 단말기의 부재, 오프라인 또는 유선 통신망을 통한 콘텐츠 구입의 제한으로 인한 제약이 가장 중요한 원인이었다. 그렇지만 2007년 아마존 〈킨들〉의 성공 이후, 글로벌 기업들과 국가들의 관심이 증대되면서 각국이 사활을 걸고 전자책 산업에 뛰어들고 있다.

치열한 경쟁이 심화되고 있는 오늘날, 전자책 시장은 구글, 소니, 아마존, 야후와 같은 세계적인 기업들을 필두로 한 대자본이 글로벌 시장을 선도하고

있다. 특히 아마존은 시장에 가장 먼저 진출하였던 소니의 약점인 콘텐츠 부족 문제를 해결함으로써 전자책 시장에서 가장 선도적인 업체로 부상하고 있다. 2009년 미국의 전자책 전용 단말기 시장에서 아마존이 65%, 소니가 35% 정도를 점유하고 있다. 소니의 경우 네트워크 기능 미비 및 콘텐츠 다양화 부족으로 그동안 어려움을 겪었지만, 최근 구글과의 협력을 통해서 60만권 이상의 콘텐츠를 확보함으로써 아마존의 라이벌로 다시 부상하고 있다. 타 온라인 서점을 통해서도 콘텐츠의 다운로드가 가능한 소프트웨어의 업그레이드 계획도 가지고 있다. 여기에 미국 최대 오프라인 서점 체인인 반즈앤노블의 전자책 시장 진출로 아마존, 소니, 반즈앤노블의 3강 구도가 형성되고 있다. 더 나아가 2010년 애플이 태블릿PC <아이패드>를 내놓으며 전자책 시장 진입을 선언하면서 경쟁 구도가 한층 복잡해지는 양상이다. 애플은 <아이패드>가 컬러 화면인데다 컴퓨터로도 사용할 수 있고 애플의 다양한 애플리케이션을 활용할 수 있다는 점을 내세우면서, 기존 아마존 <킨들>의 아성에 도전하고 있다.

2) 시장 규모

전자출판 산업은 대표적인 미래 친환경 녹색 성장산업으로 그 중요성이 점점 증대되고 있다. 전 세계 전자책 시장은 2014년까지 82억 6천만 달러 규모로 성장할 것이 예상되며, 연평균 성장률은 27.2%에 달하는 빠른 속도일 것으로 전망되고 있다. 세계에서 가장 큰 전자책 시장인 미주권은 아마존의 <킨들>과 각종 스마트폰 등의 전용 및 범용 전자책 단말기 보급이 확대되면서 시장 전체를 견인하고 있다. 미주권 다음으로 큰 전자책 시장인 일본은 휴대전화와 같은 범용 전자책 단말기를 중심으로 시장이 성장하고 있다(김정명, 2010, 238쪽).

아마존 <킨들>이 전자책 단말기 시장을 장악해 나가면서 미국의 전자책 시장 규모도 매년 폭발적으로 증가하였다. 2009년 1분기 매출액은 약

〈표 6-1〉 세계 전자책 시장 규모 및 성장 추이

(단위: 백만 달러)

권역별	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률 (09~14)
세계	1,224	1,631	2,191	2,477	3,006	3,790	5,048	6,532	8,262	27.2%
북미	796	976	1,209	1,588	2,005	2,488	2,984	3,447	3,890	21.5%
유럽	30	68	117	146	194	292	519	837	1,257	53.8%
일본	168	243	327	358	394	454	529	626	746	15.8%
중국	11	21	41	51	67	102	157	224	304	42.9%
아·태	82	170	311	349	424	561	885	1,225	1,585	35.3%
남미	26	52	94	103	123	162	257	360	480	36.0%

* 자료: PwC, Global Entertainment and Media Outlook, 2009-2013; 김정명(2010, 239쪽)

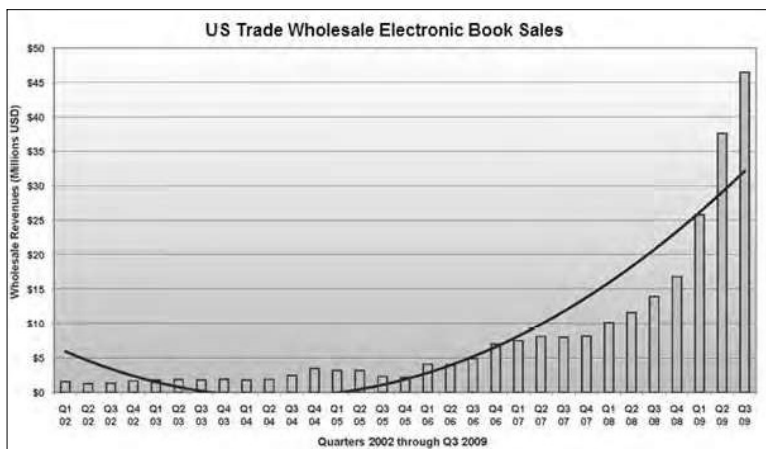
2,600만 달러 수준으로, 전기 대비 약 53.6%의 성장세를 보였고, 전년 동기 대비로는 130%가 넘는 성장세를 보여 주었다. 2분기에도 매출액 성장세는 약 3,700만 달러 정도의 매출로 1분기에 비해 45.7%, 전년도 동기 대비로는 약 224%라는 성장세를 보이고 있다. 3분기에도 매출액 기준으로 약 4,600만 달러의 시장 규모를 보여 주었는데, 이는 전년 대비 235% 성장한 것이었다(KT경제경영연구소, 2009, 6쪽). 미국의 전자책 단말기 시장 규모를 살펴보면, 미국의 단말기 시장 규모는 주요 사업자들의 전자책 단말기 신규 출시를 계기로 규모를 급격히 확대시켜 왔음을 알 수 있다(이상훈 외, 2010, 96쪽).

3) 주요 플랫폼과 서비스 현황

플랫폼이라 하면 다양한 종류의 재화나 서비스가 생산·유통되는, 특히 주요 기술을 중심으로 하는 공동 기반을 의미한다(McGrath, 1995). 플랫폼을 구분하는 방법에는 여러 가지가 있겠지만, 가령 거워(Gawer, 2009)는 그

〈그림 6-2〉 미국의 전자책 판매 현황 (2002~2009년 3/4분기)

(단위: 백만 달러)



* 자료: 이상훈 외 (2010, 92쪽)

영역에 따라 ‘내부 플랫폼(Internal Platform)’, ‘공급 사슬 플랫폼(supply Chain Platform)’, ‘산업 플랫폼(Industry Platform)’으로 구분한다. 안재현 (2011)은 플랫폼의 구성 범위에 따라 ‘제품 플랫폼(Product Platform)’, ‘소프트웨어 플랫폼(Software Platform)’, 그리고 ‘비즈니스 플랫폼(Business Platform)’으로 구분한다. 이 장에서의 플랫폼 개념은 ‘비즈니스 플랫폼’에 해당하는 것이다. ‘비즈니스 플랫폼’은 포드 자동차와 같은 ‘제품 플랫폼’이 나 OS나 표준 애플리케이션 등으로 이뤄진 ‘소프트웨어 플랫폼’에 포함된 기술적 요소뿐 아니라, 창의적이고 남이 모방하기 어려운 사업 방식의 중요성이 강조된 개념으로서, 기존의 제품 혹은 서비스 플랫폼에 비즈니스 모델이 부가된 플랫폼을 지칭한다(안재현, 2011, 128~129쪽)

〈표 6-2〉 전자책 시장의 주요 사업자 동향

기업	내용
아마존	전자책 열풍을 주도한 〈킨들〉 출시. 2009년 현재 미국 전자책 단말기 시장에서 〈킨들〉의 비중은 65%에 이릅니다
소니	전자책 단말기 리더와 전자책 서점 〈소니 커넥트〉를 통해 1만여 종의 전자책 콘텐츠를 제공하는 서비스 실험 중
애플	애플은 모바일 태블릿 PC형태의 〈아이패드〉를 출시, 국제적인 출판 그룹과 함께 〈iBook Store〉를 개설하고 전자책 시장에 본격 진출, 새로운 강자로 급부상
구글	전 세계의 책을 인터넷으로 검색하는 〈디지털 도서관〉 프로젝트 수행, 서적 검색 엔진 〈구글 북서치〉 출범
NTT DoCoMo	모바일 소설을 200만 부 판매하고 이를 또 다시 종이책으로 출간하여 100만 부 넘게 판매
야후	〈열린 도서관 프로젝트(Open Library Project)〉 발표, 영국 국립 문서 아카이브, 미국 캘리포니아 대학도서관, 어도비, HP, 유럽 문서 아카이브 네트워크, 뉴욕의 프릴렝거 아카이브 등 참여 예정

* 자료: 이용준 외 (2010, 132쪽)

(1) 아마존 〈킨들〉

아마존의 〈킨들〉은 그간 시장 형성의 단초를 찾지 못하던 전자책 시장에 성공적으로 진입해, 오늘날 전자책 시장의 성장을 이끌고 있는 견인차 역할을 수행하였다. ‘전자책 시장의 아이팟’이라는 〈킨들〉의 별칭처럼, 아마존은 애플이 음원 시장에서 적용하여 시장을 평정할 때 사용한 비즈니스 모델을 연구하여 이를 전자책 시장에 적용하였다. 즉 이미 보유하고 있는 방대한 콘텐츠 자원을 기반으로 ‘콘텐츠-단말기 연계형 비즈니스 모델’을 도입한 것이다. 또한 미국 Sprint Nextel의 EV-DO망을 임대하여 MVNO(무선망 임대사업) 방식으로 전자책 콘텐츠를 무선 네트워크를 통해 소비자들에게 제공하는 독특한 서비스 방식, 그러니까 휴대 전화의 데이터 통신요금을 이용자를 대신해 부담하는 방식을 택한 것이 〈킨들〉의 주요한 성공 요인으로 분석되고 있다(이용준 외, 2010, 136쪽; 佐々木, 2010, 6쪽). 그 밖에는 전

자 종이(e-paper)를 사용함으로써 눈의 피로도를 덜어주는 동시에 전력 소모를 줄인다는 점, 그리고 발매 당시 약 9만 종- 2010년 3월에는 42만 종으로 증가하였다- 에 육박하는 풍부한 콘텐츠에 대해 종이책의 약 1/3 가격으로 접근 가능하게 만든 경제적 저렴함, 또 기기 사이의 동기화(同期化)를 자동화시킴으로써 구매한 전자책을 윈도우 운영체제(OS)에서 작동하는 PC용 응용 프로그램에서도 읽을 수 있게 만들어 놓았다는 점 등이 보통 거론된다. 달리 말하자면, 많은 베스트셀러와 독자들이 알고 싶어 하는 책을 갖추고 이러한 책을 빠르고 간단하게 손에 넣을 수 있도록 최적의 기기를 사용하게끔 만들어 독자들이 기분 좋은 환경에서 읽을 수 있는 토대(플랫폼)를 제공하였던 것이 바로 성공의 핵심적인 포인트라는 것이다 (佐々木, 2010, 4~8쪽, 17쪽).

이렇듯 2007년 11월, 아마존은 전용 단말기 <킨들>을 통해 침체되어 있던 전자책 비즈니스에 신성장의 계기를 마련하였다. 그리고 디자인과 인터페이스에 대한 개선 요청을 반영해 2009년 2월에 출시한 <킨들 2>는 두 달 만에 30만대 이상의 판매고를 기록하였다. 2009년 6월에는 화면 크기를 키운 신형 전자책 단말기 <킨들 DX>를 출시하였는데, <킨들 DX>는 <킨들 2>의 화면보다 2배 이상 큰 화면과 내장 PDF 리더 및 대용량의 스토리지(3,500권 저장 가능, <킨들 2>의 경우 1,500권)를 탑재함으로써, 기존 도서 시장 외에 신문 시장과 교과서 시장 진입이 가능해진 것으로 평가받고 있다(이용준 외, 2010, 136쪽).

현재 미국의 전자책 단말기 시장의 60% 이상을 점유하고 있는 <킨들>은 2009년 이후 지속적인 가격 인하를 단행하고 있다. 또한 반즈앤노블을 비롯한 경쟁사들이 특정 기기에 한정하지 않고 전자책을 읽을 수 있게끔 지원하고 나섬에 따라, 초기의 단말기 폐쇄 정책, 즉 구입한 콘텐츠를 킨들을 통해서만 읽을 수 있도록 제한하는 전략을 수정하였다. 2009년 전자책 스토어인 <Barnes & Noble eBookstore>를 오픈한 반즈앤노블은 아마존이 제공하

〈그림 6-3〉 아마존의 'win-win'형 전자책 비즈니스 모델



* 자료: 이용준 외 (2010, 139쪽).

고 있는 33만 권에 비해 두 배 이상 많은 서적을 제공할 뿐만 아니라, 아이폰이나 블랙베리를 비롯한 스마트폰은 물론 MS 윈도우와 Mac OS를 탑재한 대부분의 노트북 및 PC와도 호환성을 갖춘 전자책 콘텐츠를 마련한 바 있다. 2009년 10월에는 전용 단말기인 〈누크(Nook)〉를 출시한 바 있다. 아마존은 이에 대하여 2009년 3월 〈아이폰〉과 〈아이팟 터치〉에서도 킨들용 콘텐츠를 다운받아 구독할 수 있도록 〈Kindle for iPhone〉을 내놓았다. 2009년 4월에는 아이폰용 전자책 소프트웨어인 스타자(Stanza)의 제작 업체인 렉스사이클(Lexcycle)을 인수했고, 곧바로 5월이 되면 킨들스토어를 아이폰과 아이팟에서도 최적화된 상태로 이용할 수 있는 일련의 단말기 개방 정책을 단행하였다. 2009년 11월에는 〈PC용 킨들〉을 공개했는데, 〈PC용 킨들〉은 전용 단말기인 〈킨들〉 없이도 MS 윈도우 PC에서 아마존 전자 콘텐츠를 구입하고 다운로드할 수 있도록 지원해 주는 소프트웨어이다.

〈그림 6-3〉은 아마존의 ‘윈-윈(win-win)’형 전자책 비즈니스 모델을 도식화해 본 것이다. 이 그림이 보여주듯이, 아마존은 혁신적인 노력을 통해

성장이 정체된 시장에 나타나는 캐즘(chasm)을 극복하고 주변 이해 관계자들이 모두 이익을 볼 수 있는 소위 ‘윈-윈’의 수익 구조를 마련하였다. 이러한 구조는 비록 합종연횡의 경쟁 구도이지만, 그 속에서 경쟁자들이 상생할 수 있는 건전한 생태계의 기초를 마련하였다는 평가를 받고 있다(이용준 외, 2010, 139쪽).

(2) <아이패드>의 등장

그렇다 해도 아마존이 기존의 종이책 출판사들의 부정적인 태도를 완전히 불식시킨 것은 아니었다. 왜냐하면 <킨들>은 플랫폼 확장의 방편으로서 출판사에서 도매로 높은 가격에 책을 구입한 뒤 낮은 가격에 판매함으로써 그만큼 손해를 보았고, 이에 따라 출판사로부터 ‘하드커버 시장의 가격을 파괴한다’는 반발을 사고 있기 때문이다. 하드커버 시장을 유지하기 위해 전자책 출판을 종이책보다 늦추는 방식으로 대응하는 출판사도 나타났다. 출판사들은 과거 메이저 음반사들이 애플의 <아이튠(iTunes)>에게 제압당해 힘을 잃어갔듯이 자신들도 <킨들>에게 제압당할지 모른다는 위기감을 가지고 있었다(佐々木, 2010, 37쪽).

이러한 배경에서 <킨들>과 달리 전자책 기능만이 아니라 텔레비전이 나 잡지, 신문 그리고 웹 서핑이나 메일 확인까지 동시에 할 수 있는 범용 기기인 애플의 태블릿 PC <아이패드>의 등장은 <킨들> 이후의 전자책 비즈니스 플랫폼에 큰 폭의 변화를 가져오게 되었다. 애플이 아마존의 도매계약 전략을 뒤집은 대리인 계약 전략을 취했기 때문이다. 아마존은 도매가격을 정해두고 소매가격은 소매업자들이 알아서 자유롭게 정하는 도매(wholesale) 계약 방식으로 전자책 시장에 진출한 데 반해, 애플은 전자책을 판매하는 대리인이 되어 수수료를 30% 받는 방식을 취하였다. 이에 애플로부터 대리인 계약을 제안 받은 미국 6대 출판사들 대다수는 2010년 1월 말에 열린 <아이패드>의 기자 발표회에서 애플과 협력 관계를 맺겠다

는 데 서명하였다. 그리고 6대 출판사 중의 하나인 맥밀런(Macmillan)은 아마존에게도 대리인 계약으로의 전환을 요구한 바 있다(위의 책, 53~56쪽). 그 결과, 아마존 역시 대리인 계약 체제로 전환함으로써 전자책 비즈니스 플랫폼에도 일정한 수정이 가해졌다.

과거 아마존은 전자책에서 손해를 보는 대신 <킨들> 단말기를 팔아서 수익을 올리는 방법으로 비즈니스를 전개해 왔지만, <아이패드>라는 경쟁자가 나타나 대리인 방식으로 방향이 바뀌자 이제는 전자책에서 이익이 나지만 <킨들>의 점유율은 떨어지는 현상이 발생하였다(위의 책, 60쪽). 이렇게 애플의 <아이패드> 공습으로 인해 <킨들>의 점유율은 떨어지는 상황에 직면하여, 2011년 11월 아마존은 전 세계 태블릿 PC 시장의 70% 이상을 점유하고 있는 <아이패드>에 대항하는 태블릿 PC인 <킨들 파이어>를 출시하였다. <킨들 파이어>는 미국 아마존 본사가 지난 11월부터 판매하기 시작한 안드로이드 태블릿 PC이다. 화면 크기는 7인치 급이고, 운영 체제로는 구형 안드로이드를 탑재했다. 캔 어코드 지뉴이티는 보고서를 통해 아마존 <킨들 파이어>가 2011년 4/4분기 들어서 전 세계 태블릿 PC 시장의 15.3%의 점유율을 기록할 것이라고 전망하였다. <킨들 파이어>의 판매량 증가에 따라 <아이패드>의 점유율은 2011년 4/4분기에 53.2%까지 떨어질 전망이다. 그동안 태블릿 PC 시장에서 이같이 빠르게 퍼진 안드로이드 태블릿 PC 제품이 없다는 점을 생각하면 <킨들 파이어>의 파급력을 알 수 있다. <킨들 파이어>에는 모바일 기기에서 흔히 볼 수 있는 카메라도 없을 뿐 아니라, 화면 크기는 7인치에 해상도는 1024×600에 불과하듯 성능 좋은 모바일 프로세서가 탑재된 것도 아니지만, 기존 안드로이드 계열의 태블릿 PC(599달러)에 비해 훨씬 저렴한 가격인 199달러를 내세워, 기존 전자책 시장에서의 플랫폼 지배력을 유지하고자 노력하고 있다(오원석, 2011).

(3) 오픈 플랫폼으로서의 〈구글 북스〉

2009년 5월말 뉴욕에서 열린 북 엑스포(Book Expo)에서 세계적인 검색 업체 구글은 오프라인 출판사가 신간 디지털 버전을 소비자와 직접 거래할 수 있는 프로그램 도입을 추진하였다. 구글은 〈아이패드〉 등장 이전까지 〈킨들〉의 가장 강력한 경쟁자였던 〈소니 리더(Sony Reader)〉뿐만 아니라 모바일 폰을 통해서도 읽기가 가능한 150만 개의 ‘버블릭 도메인(public domain)’ 서적－저작권이 소멸된 저작물－을 제공하고 있다. 인터넷 이용자들은 구글에서만 전체 전자책 콘텐츠의 약 20% 정도를 찾아낼 수 있고, 구글을 통해 아마존과 반즈앤노블의 온라인 서점 사이트에 접속하면 종이책은 물론 전자책도 구입할 수 있는 상황이다.

구글은 2009년 2월 초에 휴대폰을 통한 〈Google Mobile Book Search(GMBS)〉 서비스를 개시했다. 2004년부터 제공되고 있는 도서 검색 서비스인 〈구글 북서치〉는 2009년 현재 약 1,000만 권의 도서 본문 검색이 가능하고, 검색된 도서나 전자책을 바로 구매할 수 있을 뿐만 아니라, 저작권이 소멸된 퍼블릭 도메인 도서의 경우 무료로 다운로드하고 인쇄할 수 있다(한국콘텐츠진흥원, 2010). 방대한 자료, 쉬운 접근성, 낮은 진입 장벽 등 여러 가지 장점을 갖고 있는데 반해, 아직 GMBS는 수익모델이 없는 상태 이긴 하다. 그럼에도 이것은 전자책 시장에 큰 파장을 불러올 것이다.

2009년 가을, 〈아이패드〉와 〈킨들〉에 정면 승부하여 전자책 플랫폼을 석권하겠다는 의도에서 구글은 그 해 열린 프랑크푸르트 도서전에서 〈구글 에디션(Google Edition)〉이라는 새로운 유형의 서비스 제공 사실을 발표하였다. 웹 사이트를 통해 전자책을 판매하는 서비스로서, 스마트폰이나 컴퓨터, 전자책 리더(reader) 등을 포함한 다양한 기기를 통해 구입한 책을 읽게 해 주는 것이다(佐々木, 2010, 53~56쪽).

〈구글 에디션〉은 두 가지 측면에서 기존의 전자책 플랫폼에 대한 크나큰 도전이라 할 수 있다. 첫째, 〈킨들〉이나 〈아이패드〉가 전자책 판매와

구독 시스템, 기기까지 수직적으로 통합하고 있는 데 비해, 구글의 크롬 운영 체제와 안드로이드 그리고 책 검색은 오픈 플랫폼이라는 점이다. 각각의 회사가 만든 전자책 리더로 시장에 참여하거나 전자책 판매 사이트를 만들어 참여하는 것도 가능하다. 많은 기업들은 더 많은 비즈니스 기회를 얻을 수 있게 되기에, 참여할 기업이 늘어날 가능성 또한 대단히 높다(위의 책, 67쪽). 아직 구글 이북(e-book) 프로젝트의 핵심 사항인 구글과 개발 디지털 소매상 간의 매출 발생 시의 분할 비율은 알려지지 않고 있고, 또한 얼마나 많은 서점 파트너들이 구글과 손잡게 될지도 불분명하다. 그럼에도 미국 서적상협회(American Booksellers Association)는 이미 미국 내 200개 이상의 독립 소매상들이 여기에 가세했다는 소식이 전해준 바 있다(이재구, 2010). 둘째, <구글 에디션>이 아마존이나 애플을 능가하는 요인을 이미 갖추고 있다는 점이다. 즉 제공할 수 있는 전자책 콘텐츠가 월등히 많다. <킨들>이 발매 후 3년이 지나 겨우 40만 종을 갖췄지만, <구글 에디션>은 시작할 시점에 이미 40~60만 종을 구비하였고(佐々木, 2010, 66쪽), 또 퍼블릭 도메인 서적 및 각종 ‘미야’ 저작물—저작권자를 찾을 수 없는 저작물—들의 디지털 작업을 마친 것도 2009년까지 약 1천만 권에 육박하고 있다(Darnton, 2011).

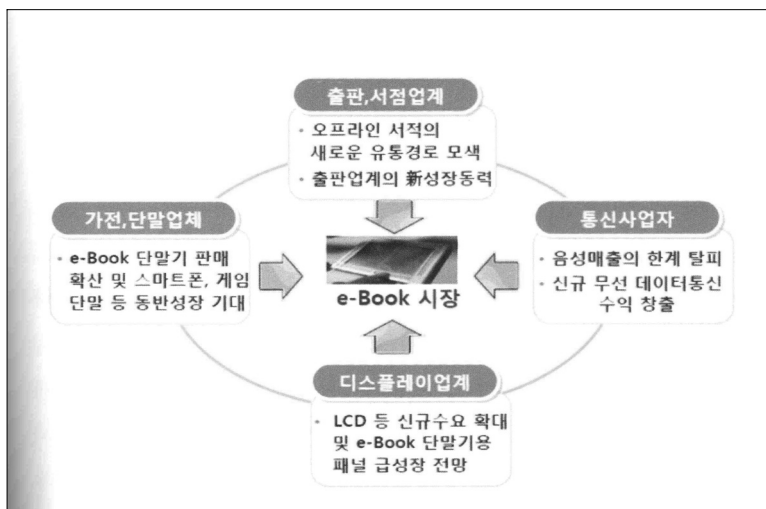
하지만 구글도 지금까지와 전혀 다른 비즈니스 모델로 전자책 판매 시장에 참여한다는 점에서 부담을 느낄 수밖에 없다. 많은 디지털 서적 구매자들은 기존의 오랜 거래 관계를 가진 서적 소매상과의 경험을 통해 확립된 충성심을 가지고 있다. 반면 구글의 소매상 경험은 광고를 팔아본 것이 고작이다. 구글은 이미 <구글 에디션>이라는 별도의 전자책 스토어가 필요하지 않다고 말하는 일부 메이저 서적상들의 저항에 부딪치고 있다. 캐나다 토론토의 <코보>와 전자책 판매 협정을 맺은 대표적 오프라인 서점인 보더스의 대표이사 마이클 에드워즈는 “나는 그들의 콘텐츠를 밀어주면 어떤 이득을 얻을지 알 수 없다. 특히 그 액수가 전체 매출의 일부에 불

과하기 때문”이라고 말한다. 그럼에도 자체적인 이북 스토어를 열 수 없는 일부 소형 독립 서적상들은 <구글 에디션>이 디지털 마켓 플레이스로 통하는 문을 열어줄 것으로 기대하고 있다. 개별 소매 서적상들은 구글의 기술을 사이트에 설치해 전자책을 팔고, 해당 매출액의 일부를 받게 된다. 출판업체의 반발로 인해 지연되고 있으며 앞으로 또 다시 지연될지 모를 구글의 구글 이북 스토어 <구글 에디션>의 출범은 이렇듯 많은 면에서 종이책이 디지털 책으로 전환하는 과정의 핵심적인 단계를 예고하고 있다(이재구, 2010).

4) 여타 미디어 산업과의 연관 관계

아마존 <킨들>의 성공 사례가 보여 주었듯이, 전자책 산업은 단순한 단말기 제조 뿐 아니라 LCD, 무선 데이터, 유통 및 솔루션, IPTV 등 연관 산업의 동방 성장의 동력으로 작용할 수 있다. 실제로, 아마존의 <킨들 DX>는 대용량 스토리지를 탑재하여 기존 도서 시장 외에 신문 시장과 교과서 시장으로의 진입을 시도하고 있다. <킨들 DX>는 현재 미국 내 주요 신문 사업체들인 <뉴욕 타임스(NYT)>, <워싱턴 포스트(The Washington Post)>, <보스턴 글로브(The Boston Globe)> 등과의 제휴를 확대하고 있다. 또한 주요 교과서 출판업체인 와일리(Wiley), 피어슨(Pearson), 센게지 러닝(Cengage Learning)과 제휴를 맺고, 프린스턴(Princeton) 대학 등 미국 내 6개 주요 대학에서 시범 서비스를 진행하였다. 전자책 외에도 37종의 일간신문과 28종의 유명 잡지, 1,500여 블로그 등의 부가 콘텐츠를 이 플랫폼을 통해 제공받을 수 있다. 이러한 부가 서비스는 모두 유료인데, 블로그의 경우에는 무료 제공에서 0.99달러까지, 또한 1달러에서 1.99달러까지로 범주가 구분된다. 만약 이용자가 이를 월 단위로 구독할 경우 최저 5.99달러에서 최고 14.99달러까지 차등화 된 가격대별 서비스를 제공할 수 있다(이용준 외, 2010, 137쪽).

〈그림 6-4〉 전자책 산업이 인접 산업과 맺는 관계



* 출처: 이용준 외, 2010, 195쪽

〈그림 6-5〉 전자책 관련 인접 산업과의 협력 관계

Google (콘텐츠)	SONY (단말기)	구글이 디지털화한 자유이용저작물 총 50만 권을 소니에 제공
Apple (단말기)	Verizon (통신)	버라이즌은 애플에 대한 협력을 검토, 사이먼앤 슈터스 등의 출판사들은 10만 편 이상의 콘텐츠를 애플에 제공
BARNES&NOBLE (콘텐츠)	PIN (단말기)	반즈앤노블은 블랙베리에서 사용 가능한 무료 전자책 리더 애플리케이션을 출시
HEARST corporation (콘텐츠)	PLASTIC LOGIC (단말기)	허스트는 신문·잡지에 최적화되고 광고도 넣을 수 있는 단말기로서 터치스크린을 채용한 '플라스틱로직리더'를 유력한 후보로 선정

또한 단말기 사업자가 직접 MVNO가 되어 터미널-애플리케이션 플랫폼을 구축하는 사례도 증가하고 있다. 아마존이 대표적인데 <킨들> 본체에 탑재된 <아마존 위스퍼넷(Amazon Whispernet)>을 통해 콘텐츠를 용이하게 다운로드 받을 수 있다.

한편, 이미 지적인 바와 같이, 여러 분야의 사업자들 간의 제휴가 활발해짐에 따라 아마존이 독점적으로 장악하고 있었던 전자책 시장의 지형도에도 새로운 변화가 예고되어 있다. 2009년 2월 소니가 구글과의 제휴를 통해 총 50만 권의 무료 도서를 제공하기로 결정한 데 이어, 2009년 4월에는 반즈앤노블도 블랙베리의 제조사인 RIM과의 제휴를 통해 약 6만권의 도서를 제공하는 전자책 서비스를 시작하겠다고 발표하였다. 이렇듯 전자책 시장 내에서는 이종업체 간의 협력을 통한 새로운 경쟁 구도가 형성되고 있다. 소니가 구글과 전략적 파트너십을 체결한 가장 큰 이유는 콘텐츠 부분의 강화 때문이다. 소니는 이 제휴를 통해 아마존에 비해 강력한 콘텐츠 라인업을 구성하고 이를 무료로 제공함으로써 서비스 차별화 전략을 시도하였다. 소니는 구글이 제공하게 된 퍼블릭 도메인 도서 50만 권을 포함해 자사 리더기를 통해 총 60만 권의 책을 무료로 제공할 수 있게 되었는데, 이는 아마존 킨들의 24만 5천 권보다 약 2배가 넘는 분량이다.

3. 국내의 전자책 시장 동향

1) 개관

국내의 전자책 시장은 2000년을 전후해 다수의 업체가 처음 생겨남으로써 시작되었다. 하지만 당시에는 아직 콘텐츠 공급이 제대로 되지 않아서 시장 형성에 많은 어려움을 겪었고, 국내 전자책 시장의 성장도 오랫동안 정체 상태였다. 2007년 말에 미국의 인터넷 서점 아마존이 전자책 단말기 <킨

〈표 6-3〉 국내 전자책 시장 규모 및 성장 추이

(단위: 억 원)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	연평균 성장률 (2009~13)
e-book	825	1,235	1,278	1,323	1,975	2,891	3,250	5,838	32.3%
전자 사전	1,220	2,100	2,400	2,542	2,597	2,613	2,518	2,681	11.3%
모바일 북	208	265	279	247	533	929	1,315	2,024	38.4%
전문 지식 /학술논문	127	192	214	248	251	264	270	282	12.1%
오디오북	72	115	118	104	122	139	142	165	12.6%
기타디지털 출판	941	1,203	1,262	1,322	1,430	1,492	1,528	1,678	8.6%
합 계	3,393	5,110	5,551	5,786	6,908	8,328	9,023	12,568	20.6%

* 자료: 김정명 (2010, 240쪽).

들>을 출시한 이후, 미국 시장에서의 판매 증가세가 호조를 보임으로써 다시 금 주목받게 되었다.

국내의 디지털 콘텐츠 시장의 규모는 (조사를 처음 시작한) 2003년에 5조 7,721억 원을 기록한 이래 연평균 14.1%의 높은 성장률을 보여주고 있다. 전체 디지털 콘텐츠 산업에서 전자책 분야가 차지하는 비중은 2008년을 기준으로 0.4%에 불과하며, 또 그 비중 역시 지속적으로 감소하고 있는 것이 현실이다(한국소프트웨어진흥원, 2009). 이처럼 국내의 전자책 시장이 정체에서 벗어나지 못하고 있는 것은 B2B 시장을 중심으로 구성되어 있을 뿐, B2C 시장을 아직 제대로 열지 못했기 때문이라는 시각이 지배적이다. 국내 시장에서는 전자책 전용 단말기 개발 등의 기술적인 측면에서는 활기를 보여주고 있지만, 아직 소비자에게 적극적으로 다가서지는 못하고 있다(김정명, 2010, 241쪽).

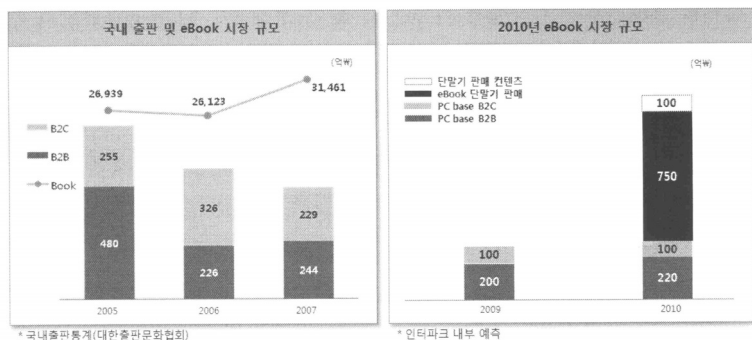
그럼에도 확실히 2010년 국내 전자책 시장의 여건은 과거보다 훨씬 좋아진 편이다. 불법 복제, 전송권 이슈, DRM 정책 이견 등으로 전자책 사업에 소극적이던 출판사들이 적극적으로 시장에 뛰어들기 시작했으며, 전자책 단말기나 콘텐츠 유통 사업 분야에 대한 대기업의 진출도 가속화되고 있다. 또한 전자 종이(e-paper)를 사용하지 않고 성능도 떨어지며 네트워크 기능도 없던 과거의 전자책 단말기 대신 전자 종이(e-paper)를 사용하는 최첨단 신제품이 출시되면서 전자책 단말기 자체에 대한 소비자들의 기대감도 한층 높아지고 있다. 또 온라인 유통사 중심의 유통 구조가 시장 확산에 걸림돌이 되고 전자책 콘텐츠의 불법 유통으로 출판·저작권자들이 불안해하던 과거와는 달리, 콘텐츠 사업자 중심의 시장 구조가 서서히 조성되어 가고 있다. 전자책의 불법 유통을 근절하기 위한 다양한 제도적인 장치도 마련되고 있다. 이 외에도 Wi-Fi나 MVNO(무선망 임대사업)를 통한 통신비 절감 방안도 구체화되고 있다. 이러한 주변 여건들 모두에서의 개선이 향후 국내 전자책 시장의 미래를 밝게 보는 근거가 되고 있다.

2) 시장 규모

국내 전자책 시장은 도서관을 대상으로 판매되는 B2B 시장 위주로 이루어져 있으며, 전체 시장 규모 역시 2009년 현재 약 1,300억 원 정도에 불과하였다. 하지만 이는 2002년에 비해 4배 이상 성장한 것이다. 또 B2C 시장이 살아난다면 엄청난 성장력을 보일 것으로 예상되고 있다. 2009년부터 국내에서도 전자책 전용 단말기가 출시되기 시작했으며, 2011년 이후 각급 학교에서 전자 교과서의 도입이 본격적으로 논의되고 있는 상황에서, 국내 전자책 시장의 성장은 시간문제라는 낙관적 견해도 결코 적지 않다.

초기의 전자 출판은 산업적 논리에서 시작되었기 때문에 소비자들을 도외시한 개발이 주를 이루었다. 때문에 낮은 효용성과 높은 가격, 콘텐츠의 부족 등이 이어지며 실패를 경험하기도 했다. 이러한 대표적인 실패 사

〈그림 6-6〉 국내 전자책 콘텐츠 시장 규모

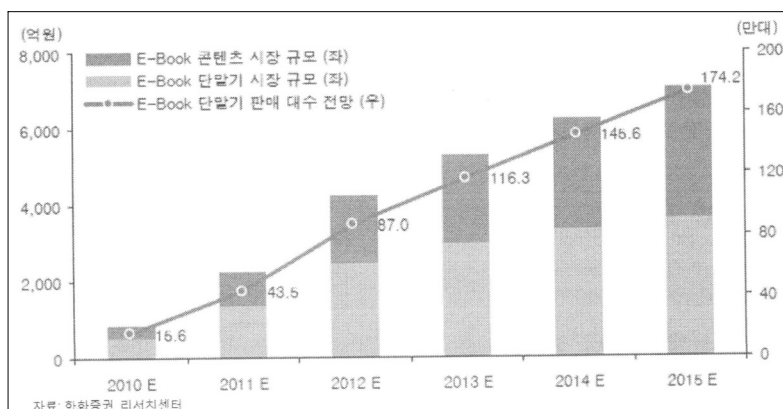


* 자료: 이상훈 외 (2010, 94쪽).

레로는 〈북토피아〉가 있다. 〈북토피아〉는 120여개의 출판사들이 공동 투자한 회사로 한 때 전자책 분야의 1위 기업이었다. 하지만 투명한 정산을 행하지 못하고 경영 부실, 자본 영세성 등의 요인이 겹치면서 파산하고 말았다. 투명하지 않은 경영이 출판사들의 불신을 낳은 것은 물론, 더 본질적으로는 제품 및 서비스가 독자들의 기대에 여전히 미치지 못하였기 때문이다(김정명, 2010, 240쪽).

초기의 실패를 넘어서 국내 전자책 시장은 다양한 서비스 모델을 발전시켜 왔다. 대표적인 것이 전자책을 언제 어디서나 어떤 내용이라도 원하는 단말기를 통해 볼 수 있는 〈U-book〉 모델이다. 〈U-book〉은 국내의 대표적인 전자책 서비스 모델로서, 인터넷이나 모바일을 통해 전자책을 구매하고 이를 유선 컴퓨터와 모바일 매체에서 통합 관리하는 형태이다. 아마존의 〈킨들〉 모형보다 앞선 서비스로 평가되기도 한다. 〈U-book〉 서비스 모델의 특징은 콘텐츠를 기반으로 어떤 단말기에서도 책을 볼 수 있도록 한다는 점이다. 그러나 이 모델은 네트워크를 기반으로 하고 있어 데이터 요금과 책 본문을 최적화해서 표현하지 못한다. 따라서 이를 통해 단

〈그림 6-7〉 국내 전자책 시장 전망



* 자료: 이상훈 외 (2010, 94쪽).

순한 콘텐츠들만이 활성화되거나, 아니면 성인물 콘텐츠 서비스의 전유물이 되어 버렸다. 이에 따라 통신업체들은 새로운 형태의 전자종이 단말기를 매개로 기존의 통신 모듈이 결합된 새로운 〈U-book〉 서비스를 기획하고, 여기에 네트워크, 3G, Wibro, Wi-Fi 등 다양한 통신 모듈을 결합시킬 방법을 검토하고 있다. 또 국내의 전자책은 만화, 잡지 등에 대한 정액제 서비스가 주로 이용되고 있다. 만화의 경우 종량제 다운로드 서비스, 장르 문학의 경우는 정액제 서비스가 주를 이루고 있으며, 추후 종량제와 정액제가 결합된 새로운 서비스 모델을 준비 중이다.

또한 현재의 전자책 서비스는 저작권 확보와 콘텐츠 제공자들에 대한 동의를 여전히 얻지 못한 일부 불법적인 요소들을 포함하고 있다. 새로운 형태의 서비스 모델에서는 콘텐츠 제공자들과 서비스 이용에 관한 협력이 해결되어야만 한다. 〈킨들〉과 같이 전자책 전용 단말기, 콘텐츠, 통신망이 결합된 새로운 모델에서는 전자책 구매 시점부터 서비스 단말기의 범위 및 차별적인 가격 정책을 사용하는 새로운 비즈니스 모델이 필요하다. 이런 관점에서 보면

〈표 6-4〉 국내 전자책 서비스 모델

서비스	콘텐츠	업체	단말기	파일포맷	요금제
U-book	전자책 전자잡지	북토피아 지니소프트 교보문고	PC 노트북 휴대폰 Wince지원 단말	XML EPUB	종량제
mobile book	전자책 전자잡지	지니소프트 교보문고 인터파크 모바일	VM지원 휴대폰단말	EPUB TXT	종량제 정액제
web service	전자책 전자잡지 전자저널 멀티동화	교보문고 바로북 조은커뮤니티	PC 노트북 넷북	PDF EPUB XML SWF	종량제 정액제

* 자료: 성대훈 (2009).

새로운 디바이스로 각광받고 있는 애플의 〈아이패드〉는 전자책 시장을 변화시키고 새로운 전자책 서비스 모델을 정립하는 중요한 수단으로 기능하고 있다 하겠다(이상훈 외, 2010, 93~95쪽).

이와 같이 2010년을 전후로 국내 전자책 시장에 대해 낙관적인 전망이 계속되고 있다. 초기의 실패를 넘어서기 위한 다양한 시도가 계속되는 중이지만, 그럼에도 비약적으로 성장하고 있는 미국에 비해 국내 시장 규모는 여전히 크지 않는 것이 현실이다. 2011년 5월, 미국의 전자책 판매량이 (양장본과 보급판을 모두 합친) 종이책의 판매량을 넘어서는 단계에 접어든 것에 비해, 국내의 경우 전자책 매출액은 종이책 매출액의 극히 일부에 불과하다. 2011년 5월 현재 전자책을 가장 많이 판매하고 있는 교보문고의 경우에도 전자책 매출액은 종이책 매출액의 2% 안팎이다. 2011년 교보문고의 전체 매출액 약 5,000억 원 가운데 전자책 매출은 100억 원 정도에 그치고 있다. 이는 종이책 100권이 팔리는 동안 전자책은 3~4권 정도 팔리는 데 불과하

다는 뜻이다. 사정은 〈비스킷〉을 출시하는 등 전자책 판매에 보다 적극적인 인터파크의 경우도 마찬가지이다(남경옥, 2011).

3) 주요 사업자

콘텐츠 업체와 유통업체, 그리고 하드웨어 업체로 삼분되어 있는 전자책 산업에서, 분야별 주요 사업자들이 복수의 역할을 수행하는 특유의 산업적 가치 사슬을 고려할 때, 2010년대 한국의 전자책 시장은 미국과 비슷하게 대형 서점 등 유통사 중심으로 주도되고 있다. 2011년 6월 현재, 국내 전자책 산업은 개별 출판사가 전자책 제작과 유통을 직접 하는 방법(웅진씽크빅, 삼성출판사 등), 몇몇 출판사들이 모여 설립한 유통 에이전트가 전자책 유통을 대리하는 방법(e-KPC, 한국이퍼브 등), 전자책 제작을 유통사에 맡기고 이후 유통을 유통사가 관할하는 방법(교보, 인터파크 등)으로 크게 나누어 살펴볼 수 있다. 그리고 이 중에서 시장을 주도하고 있는 것은 교보문고이다(이근, 2011).

(1) 콘텐츠 사업자

한때 활발히 활동하였던 〈미지로〉, 〈에버북〉 등과 같은 전자책 제공업체들이 2003년을 전후로 사업을 접음에 따라 이 분야의 사업성은 전반적으로 침체되었다. 하지만 인터넷 서점들이 전자책 시장에 뛰어들게 되면서 더디게 상승하던 시장 분위기가 2006년부터 확연히 달라졌다. 이 시점을 기해 전자책 제작 업체들 또한 서서히 증가세를 보여주기 시작하였다.

단행본 출판 부문 국내 1위인 〈웅진씽크빅〉은 2010년 3월 전자책 사업에 본격적으로 진출했다. 이들은 2011년 6월 현재 약 650종의 전자책 콘텐츠를 출시한 상태이다. 그리고 2011년 말에는 약 900여 종, 2012년까지는 모두 1,500종의 전자책을 출시할 예정이다. 국내 신간의 경우 2010년 10월부터 저자의 사전 동의를 받아 종이책과 전자책을 처음부터 함께 출

〈표 6-5〉 국내 전자책 시장의 주요 사업자 현황 (2011년 6월 현재)

기존서점	전자책 포털 업체	포털 사이트	하드웨어 제조사 (단말기업체)	이동통신사 및 대기업 (모바일)	이동통신사 및 대기업 (태블릿PC)
교보문고	지니소프트(U-paper)	네이버	삼성	삼성전자-SKT '갤럭시S'	애플 아이패드(아이북스)
모비북(북센)	조은커뮤니티 (eBook21.com)	다음	LG디스플레이	KT - '아이폰'	삼성전자 갤럭시탭(리더스허브)
인터파크	한솔인티큐브	구글코리아	북큐브네트웍스	LG - '옵티머스'	SKT(T-store)
예스24	모아진	누리미디어	네오렉스	팬택 - '시리우스', '미자르', '베가'	KT 아이덴티티탭(북북카페)
알라딘	바로북(아이작가)	한국학술정보	아이리버		아이스테이션 배디
	신영미디어		넥스트파파루스		
	북도피아		서전미디어텍		
	북큐브네트웍스		(해외)아이폰/아이패드		
	우리전자책				
	웅진그룹 (㈜ 오피엿) 예스				

* 자료: 이근 (2011).

간하고 있다(최준호, 2011). 한편, “전자책은 무료 콘텐츠”라는 인식이 점차 사라지고 콘텐츠도 고급화되어 가는 추세인데, 로맨스나 무협지 등 접근이 쉽고 무료였던 전자책 콘텐츠에서 비즈니스와 경제, 자기 관리, 인문·사회, 외국어 분야에 이르기까지 콘텐츠의 폭과 범위 또한 매우 다양해지고 있다(문혜원, 2011).

전자책 제작(출판) 업체는 2007년 34개사에서 2009년에는 127개사로 273%로 증가하였으며, 전자 출판 관련 업체는 2007년 105개사에서 2009년 230개사로 119%가 증가하는 등, 사회적인 관심은 지속적으로 커지고 있는 추세라고 말할 수 있다(문화체육관광부, 2010). 그러나 아직도 상당수 출판사들은 유통 불안, 수익 감소 우려 등의 이유로 전자 출판에 소극적 입장이다.

(2) 유통 사업자

2000년대 초 닷컴과 IT 열풍의 붕괴와 함께 좌초하고 말았던 전자책 시장

은 2006년 인터넷 서점이 전자책 분야에 뛰어들면서 분위기가 완전히 일신되었다. 교보문고는 2006년 온라인 서점 교보문고 홈페이지에 디지털 콘텐츠만을 특화시킨 <제노마드>를 오픈하고 전자책과 오디오북을 판매하기 시작했다. <제노마드>는 초창기 PDF 방식의 전자책 솔루션 기술을 가지고 있는 유니닥스사와 협력했다. 또한 국내 최대 인터넷 서점인 <예스24>는 2007년 <북토피아>와 업무 협약을 맺고 본격적인 전자책 서비스를 시작했으며, 종이책과 전자책을 동시에 보여줄 수 있도록 검색 시스템을 개편하기도 하였다. 2006년에는 통신사로서는 처음으로 KT가 전자 도서관 및 전자책 판매 사이트인 <북티(BOOKT)>를 오픈하여 운영하였다. 아마존 <킨들>이 등장한 이후 해외에서 전자책 시장이 폭발적으로 성장하자, 전자책 콘텐츠를 제공하기 위한 출판사 간의 합종연횡도 다시 이루어지기 시작하였다.

아마존의 한국시장 진출에 대항할 만한 국내 전자책 시장의 선도적인 사업자는 교보문고이다. “한국의 아마존닷컴”을 목표로 하고 있는 국내 최대(온·오프라인) 서점인 교보문고는 2011년 6월 현재 총 83,000권에 이르는, 국내 최대 숫자의 전자책 타이틀을 보유하고 있다. 83,000권은 국내에서 출간된 단행본 전자책의 총 60%에 가까운 수치다. 성장률도 가파른 상승세를 보여주고 있는 것으로 평가되고 있다. 2011년 상반기까지의 전자책 판매는 전년 동기 대비 730% 성장했다. 아마존의 <킨들>과 유사한 교보문고의 독자적인 전자책 단말기도 조만간 출시될 계획이다(최준호, 2011). 교보문고 측은 매월 1천 종 이상의 전자책을 신규 등록하고 있으며, 2011년에 접어들어 이 분야의 일일 평균 매출액이 전년보다 약 3배 정도 늘어났다고 밝혔다. 그 외에도 <예스24>, <인터파크>와 같은 온라인 서점들이 전자책 콘텐츠를 판매하고 있지만, 아직 종이책 시장에는 크게 못 미치고 있다(권명관, 2011).

(3) 단말기 사업자

2000년대 이후 국내에서도 전자책 단말기를 출시하기 위한 경쟁이 치열하게 전개된 바 있다. 한 때 국내에서는 이키온, 이북솔루션스, 한국전자북, 가산전자, 삼성전자 등 10여개 업체가 난립한 적도 있었지만, 2003년을 전후로 대다수 회사가 파산하거나 아니면 단말기 사업에서 손을 뗐다(이용준 외, 2010, 99쪽). 오늘날 국내 전자책 시장은 〈바로북〉, 〈예스24〉, 〈드림북〉, 〈인터파크〉, 〈한국전자북〉과 같은 사업체들로 인해 단말기 보급과 콘텐츠 개발 분야에서 활기를 되찾고 있다. 대기업 쪽에서는 LG전자가 전자책 전용 단말기를 해외 시장에 납품하기 시작했고, 삼성전자는 전자책 전용 단말기 〈파피루스〉를 출시하기도 하였다. 또한 중견 기기제조 업체인 네오릭스와 아이리버가 각각 〈누트〉와 〈스토리〉라는 이름의 전자책 리더를 출시하기도 하였다(김정명, 2010, 4쪽).

그럼에도 단말기 시장이 본격적으로 활기를 띠기 시작한 것은 2007년 아마존 〈킨들〉의 성공의 영향 때문으로 볼 수 있다. 대표적으로 네오릭스의 〈누트 2(NUUT 2)〉, 삼성전자의 〈SNE-50K〉, 아이리버의 〈스토리(Iriver Story)〉가 2009년에, 삼성전자의 와이파이(Wi-Fi) 탑재 전자책 단말기인 〈SNE-60〉이 2010년 초에 출시되었다.

2011년 11월 아마존이 전 세계 태블릿 PC 시장의 70% 이상을 점유하고 있는 〈아이패드〉에 대항하는 태블릿 PC인 〈킨들 파이어〉를 출시함으로써, 국내 전용 단말기 사업자들은 큰 도전에 직면한 상황이다. 물론 전 세계적 차원에서 〈킨들 파이어〉의 시장 확대에 따른 〈아이패드〉의 점유율 하락이 눈에 띄지만, 정작 속이 타는 쪽은 사용자를 매혹할 만한 장점이 없는 국내 안드로이드 태블릿 PC다. 왜냐하면 국내 전자책 시장을 이끌고 있는 단말기는 전용 단말기가 아니라 스마트폰과 태블릿 PC이기 때문이다(유재준, 2011; 남해현, 2011).

삼성전자는 2011년 들어 〈갤럭시탭 10.1〉과 〈갤럭시탭 8.9〉 등 성

〈표 6-6〉 국내 전자책 전용 단말기 현황

국내 전자책 전용단말기 현황

제조사	삼성전자	LG이노텍	아이리버	네오릭스	서전미디어텍
모델명	SNE-60K	BISCUIT	STORY2	NUUT2	B-612
단말기 이미지					
제휴 유통사	교보문고 텍스토어 textore.com	인터파크	교보문고	독자적 유통망 nuutbook.com	북큐브
가격	36~42만 원	30만 원대 후반	31~33만 원	29만 9천 원	35만 2천 원
크기	가로: 119.5mm 세로: 171mm 두께: 16.3mm	가로: 124mm 세로: 200.5mm 두께: 10.7mm	가로: 127mm 세로: 203.5mm 두께: 9.4mm	가로: 178mm 세로: 136.6mm 두께: 13~19mm	가로: 128mm 세로: 205mm 두께: 10.9mm
무게	315g	300g	284g	290g (Battery제외)	290g
해상도 (디스플레이)	600*800 (6인치)	600*800 (6인치)	600*800 (6인치)	600*800 (6인치)	600*800 (6인치)
용량	2G (사용자 영역 1.5G)	4G 내장 메모리	2G	내부: 1GB (사용자 공간: 512MB) 외부: SD Card (Up to 8GB, SDHC Up to 16GB)	RAM: 128ME F-mem: 2GE
지원파일	PDF, EPUB, TXT	PDF, EPUB, TXT, HWP, DOC, PPT, XLS	PDF, EPUB, TXT, DOC, PPT, XLS, HWP	News, Book Format: NZN(Neolux 자체 포맷), EPUB, PDF, TXT	XML
이미지/음원	JPEG, BMP 등 MP3, wave	JPEG, BMP 등 MP3, wave	JPEG, BMP 등 MP3, wave	JPEG, BMP 등 MP3, wave	JPEG, BMP 등 MP3, wave
네트워크	Wi-Fi (3G의 경우 KT와 협업 중)	3G	Wi-Fi	Wi-Fi	Wi-Fi
기타	현재는 교보문고 모델이나 오픈 디바이스로 전환할 계획	독립 디바이스	오픈 디바이스	독립 및 오픈디바이스 병행	오픈 디바이스
DRM	유통사마다 다름				

출처: 한국전자출판협회

* 자료: 이용준 외 (2010, 234쪽).

능에 초점을 맞춘 태블릿 PC 제품군을 쏟아냈지만, 시장의 반응은 아직까지는 폭발적이지 않다. 여기서 <갤럭시탭 10.1>이 사용자를 끌어들이기 위한 서비스가 없다는 점이 가장 큰 문제점으로 지적되고 있다. <아이패드>처럼 독창적인 콘텐츠를 제공해 시장을 선점한 것도 아니고, 아마존처럼 강력한 서비스도 갖고 있지 않다는 것이다. 이 같은 문제는 안드로이드 4.0(아이스크림 샌드위치)으로 운영 체제를 업그레이드 한다고 해서 해결될 수 있는 것도 아니다. 따라서 삼성전자를 포함해 LG 전자나 모토로라 모빌리티, HTC 등 안드로이드 태블릿 PC 제조업체가 아마존과 같은 서비스를 제공할 수 있는지 자문해 보아야 한다. 만약 아마존을 제외한 안드로이드 태블릿 PC 제조업체가 이 같은 서비스를 직접 내놓을 수 없다면, 결국 해법은 구글의 움직임에 달린 것으로도 볼 수 있다(오원석, 2011).

4) 여타 미디어 산업과의 연관 관계

전자책 산업이 국내의 연관 산업에 미친 영향을 출판업계와 디스플레이 업계, 신문·잡지업계, 서점업계, 통신업계로 각각 나누어 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 출판업계에 미치는 영향을 보면, 완전 대체가 아닌 전자책과 종이책의 공존이 예상되며, 종이책 판매와의 시너지 효과도 기대된다고 할 수 있다. 전자책과 종이책의 불완전한 대체 관계로 인해 두 시장이 공존하는 형태는 당분간 지속될 것이며, 그 대체 속도도 점진적일 것으로 예상된다(이용준 외, 2010, 193쪽). 어찌 보면, 로버트 단턴의 지적대로 전자책은 종이책을 대체하는 역할이 아닌 보완하는 역할을 수행할 수 있을 것이다(Darnton, 2011, 134쪽).

둘째, 디스플레이 업계에 미치는 영향을 보면, 전자책 시장의 성장이 국내의 디스플레이 업계에 가져다 줄 수혜는 미미할 것으로 전망된다. 전자책 단말기 원가 중에서 가장 큰 비중을 차지하는 전자 종이(e-paper)의

경우 현재 해외 업체들이 주도하고 있어 국내 업계의 직접적인 수혜는 없을 것이기 때문이다. 국내에 지금 출시되어 있는 전자책 단말기들도 모두 <e-ink>로부터 전자종이를 조달한다. PVI(e-ink의 모회사), AUO(Sipix의 모회사) 등 대만 업체들이 바로 이 분야의 핵심 기술을 보유하면서 시장을 주도하고 있기에, 향후 전자책 시장 성장 수혜는 바로 이들 업체에 집중될 전망이다(이용준 외, 2010, 196쪽).

셋째, 전자책을 통한 뉴스 콘텐츠 서비스²⁾가 하나의 가능성을 제시하고 있지만, 그것 역시 아직은 성공 가능성이 높다고 말하기는 힘들다. 국내 전자책 시장에 대한 전망은 미국의 전자책 단말기 시장 성공을 기준으로 2010년까지만 해도 낙관적인 전망이 주류를 이루고 있었다. 이런 전망에 따라 언론사들도 전자책 사업 참여에 적극적인 의사를 표명하였다. <교보문고>는 중앙 종합 일간지 및 경제지를 중심으로 한 7개 매체를 월 이용료 5천~8천 원에 서비스 하고 있고, <인터파크> 역시 비슷한 조건으로 언론사들과의 서비스 계약을 추진하였다.

<조선일보>는 전자책 콘텐츠 물을 출범시키기도 하였고, <중앙일보>도 전자책 공동출자 법인의 설립에 참여함으로써 콘텐츠 제공 기회를 점차 확대하고 있다. 또 <한국경제>는 2009년 6월 단말기 <누크>를 통해 신문 구독 서비스를 시작한 데 이어, 2010년 2월에는 삼성전자 단말기에서 교보문고 플랫폼으로도 창구를 확대하였으며, 4월에는 인터파크 <비스킷>을 통한 신문 구독 서비스 역시 오픈하였다(최진순, 2010; 이상훈 외, 2010, 97~98쪽).

하지만 <아이패드> 등 태블릿 PC의 등장과 함께 전자책 단말기 시장에 대한 거의 모든 전망들이 급속히 변화하고 있다. 전자책 기반의 뉴스 서비스의 경우 현재 서비스가 초기 단계이며, 또 전자책 단말기를 통해 신문을

2) 전자책 전용 플랫폼을 통한 뉴스 서비스만을 지칭한다. 따라서 <아이패드>나 <아이폰> 등 스마트 플랫폼을 통한 뉴스 제공 서비스는 이 논의에서 제외된다.

〈표 6-7〉 전자 출판의 연관 산업에 대한 영향

구분	현황 및 전망
출판 업계	<ul style="list-style-type: none"> - 전자책과 종이책의 공존과 점진적 대체 - 불법복제 리스크 있으나, 음반시장처럼 급격한 붕괴 가능성은 낮음 - 종이책 판매와 시너지 효과 창출 가능, POD등 신규수의 창출 기회
디스플레이 업계	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 디스플레이 업계의 직접적 수혜는 없음 전망 - 대만 디스플레이 업계에 전자책 시장 성장의 수혜 집중 예상 - 국내 업체들의 전자종이(e-paper) 연구·개발 촉진 기대
신문잡지 업계	<ul style="list-style-type: none"> - 전자책 단말기 등 휴대 기기가 새로운 미디어 플랫폼으로 부상 - 원자재, 인쇄비, 운송비 등의 절감을 통한 수익성 개선 기회 - 내용 구성, 광고 등에 있어 신문·잡지 업계의 통제력 약화 가능성
서점 업계	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 서점의 비중 확대 추세 강화 - SNS, 커뮤니티 등과 결합해 특정 분야의 전자책을 판매하는 전문화된 서점 출현 가능
통신 업계	<ul style="list-style-type: none"> - MVNO 활성화와 데이터 수익 증대

* 자료: 이용준 외 (2010, 193쪽).

보고자 하는 이용자들의 이용 의향이 높지는 않은 것을 감안하면, 뉴스 콘텐츠의 서비스 여부와 그 형태에 대해서는 여전히 신중한 검토와 개발이 필요한 상황이라 하겠다. 그 외에도 전자책 리더를 위한 신문 콘텐츠의 디지털 전환 및 표준화의 문제, 그리고 전자책과는 달리 매일 콘텐츠를 전송해야 하는 신문의 경우에 야기되는 통신 관련 사항들의 문제도 제기되고 있다. 주요 일간지의 경우, 전자책 플랫폼 사업자들과 유료 서비스를 전제로 한 시험 서비스를 운영하고 있고, 위의 쟁점들에 대한 논의 역시 함께 진행하고 있는 것으로 알려지고 있다. 하지만 전자책 단말기 시장 전망 자체가 비관적이고, 〈아이패드〉나 〈갤럭시탭〉처럼 전자책 전용 단말기보다 기능 면에서 우위에 있는 태블릿 PC들의 출시로 인해 전자책 콘텐츠 서비스 자체는 그 주요한 서비스로서의 지위에 오르는 것은 어려울 것이라는 전망이 지배적이다.

넷째, 서점업계에 미치는 영향을 보면, 인터넷 서점의 비중이 확대되는 추세가 강화될 것으로 예상된다. 인터넷 서점의 도서 판매 시장 내 비중은 가격 경쟁력과 전자상거래 활성화에 힘입어 2002년 9.7%에서 2008년 31.9%까지 확대되었다. 전자책 시장의 성장은 이러한 추세를 더욱 강화할 것으로 예상되고 있다.

다섯째, 통신업계에 미치는 영향을 보면, MVNO 사업을 통한 데이터 수익 증대가 기대된다. 수익 정체에 직면해 있는 통신업계의 입장에서 음성매출 중심의 수익 구조에서 탈피, 데이터 수익 증대가 가능하다. 과거 국내의 전자책 콘텐츠 시장은 기존에 공공기관을 중심으로 활성화되었던 전자 도서관의 수요가 2004년 이후 감소되면서 B2B시장의 침체 상황이 나타났다. 출판사들이 연합하여 만든 북토피아 등에서 SKT나 KTF를 통해 전자책을 공급하려는 시도가 있었으나, 콘텐츠 이용 시에 관련되는 무선 데이터 요금 등의 부담으로 시장 활성화에 제약이 있었다. 우리나라 전자책 단말기는 아마존의 <킨들>과 같은 제품보다 기능 면에서 앞서 있다는 평가를 받았지만, 정작 콘텐츠와 결합할 수 없어 이러한 모형이 국내에서는 어려움을 겪고 있었다(KT경제경영연구소, 2009; 이상훈 외, 2010, 97쪽). 그런 면에서 전자책은 국내 MVNO 사업의 첫 사례로서, 향후 다양한 분야로 MVNO가 확산되는 계기가 될 전망이다.

07

해외 사례 연구: 일본의 읽기문화진흥 정책과 그 결과

정수영¹⁾

읽기문화진흥 정책과 관련하여 이 장에서 참조하고자 하는 해외 사례는 일본이다. 일본은 2005년 이후 「활자문화진흥법」과 「독서문화진흥법」이 제정되고 이후 본격적인 정책 집행에 돌입하는 등, 국가 차원에서의 읽기문화 진흥 정책이 추진되는 대표적인 국가이다(김기태, 2007; 박동숙 · 이경숙 · 정수영, 2010). 더불어 일본은 2000년대 이후 모바일 문화의 등장과 전자책 산업의 독자적인 활성화를 통해, 디지털 시대의 읽기문화의 변화에 대하여 선구적으로 고민하고 대응하였던 여러 가지 경험들을 축적하고 있다. 이는 새롭게 읽기문화진흥 정책을 고민하는 우리에게도 많은 시사점을 제공할 것이다.

1) 성균관대학교 신문방송학과 BK21사업단 연구교수.

1. 일본의 신문 및 출판 시장 현황

1) 신문

일본신문협회(日本新聞協會)의 조사에 의하면, 2009년 10월 현재 일본 국내 신문 발행 부수는 모두 5,305만 부(전년도 대비 97.8%)이다. 발행 형태별로 보면 조간신문의 총 발행 부수는 약 3,440만 부로 전년도와 큰 변화가 없었지만, 조·석간 세트는 약 1,473만 부(전년도 대비 93.7%), 석간은 약 123만 부(전년도 대비 89.3%)로 감소 추세이다. 이는 경비 절감을 위해 석간 발행을 종료한 신문사가 늘고 있기 때문이다. 하지만 일본 신문의 발행 부수는 여전히 세계 최고 수준으로서, 세대 당 평균 0.95부의 신문이 보급되고 있다. 오랜 기간에 걸쳐 전국적으로 구축되어 온 신문 배달망에서 기인하는데, 전체 신문 발행부수의 94.7%가 정기구독 및 호별 배달을 통해 판매되고 있다(日本新聞協會, 2011; 電通総研, 2011).

비디오리서치(ビデオリサーチ)의 〈전국신문종합조사(J-READ)〉에 의하면, 2009년 조간신문 열독 빈도는 일주일 간 ‘매일 읽는다’는 응답이 68.2%, ‘전혀 읽지 않는다’는 응답이 8.1%였다. 일본신문협회의 〈2009 전국 미디어 접촉/평가조사〉 결과에서도 매일 조간신문을 읽고 있다는 응답이 62.7%, 읽지 않는다는 응답이 9.1%로 나타났다. 이처럼 높은 구독률은 신문에 대한 일본 국민의 높은 신뢰도를 의미한다. 다매체 다채널이 현실화 되고 있지만, 일본 신문은 저널리즘 기구로서의 사회적 위상과 신뢰에 기반하고 있다고 평가받고 있기 때문이다. 하지만, 2009년도의 신문 구독 현황 조사 결과를 2004년도의 동일 조사 결과와 비교했을 때, 전체적으로 약 5.0% 감소했으며 감소폭이 큰 것은 20대 여성과 15~19세 남성이다(電通総研, 2011). 직장이나 진학 등을 이유로 단독 세대를 이루고 있는 젊은 세대들이 신문을 정기 구독하기보다 인터넷을 통해 뉴스와 각종 정보를 습득하는 비율이 높아지고 있기 때문으로 분석되고 있다.

〈표 7-1〉 일본의 신문 발행 부수 및 보급도

구 분	발행 부수2)**				보급도	
	합계	조·석간 세트	조간	석간	부수별 구독 인구	세대 당 구독 부수
전국 발행부수	50,352,831	14,727,162	34,399,779	1,225,890	2,52명	0.95부
조석간별 발행부수	65,079,993		49,126,941	15,953,052		

* 자료: 日本新聞協會 홈페이지 (2009년 10월 조사).

일본 신문사의 수익 구조를 보면, 판매수입이 50%를 넘고, 광고 수입은 30%를 넘지 않는다. 그리고 신문지면에서 광고가 차지하는 비율이 40%를 넘지 않는다(日本新聞協會 인터넷 홈페이지 참조). 일본 신문의 발행부수 및 구독을 변화와 수익구조를 함께 고려하면 두 가지 해석이 가능하다. 하나는 일본 신문의 주요 고객은 광고주가 아니라 독자이기 때문에, 높은 광고 의존율에서 기인할 수 있는 상업주의적 속성과 이로 인해 발생할 수 있는 신문의 질적 저하에 대한 우려는 그다지 크지 않다는 것이다. 또 하나는 광고수입이 아닌 구독료에 의존하는 경영 구조 하에서는 독자들의 신문 이탈 현상이 구독료 수입 감소로 직결되기 때문에 신문 독자 마케팅이 시급한 과제로 떠오르고 있다는 것이다. 따라서 일본에서의 신문 독자 마케팅은 오프라인 신문의 높은 구독률을 적극적으로 활용하기 위해 오프라인 신문의 질적 수준과 독자들의 신뢰도를 새로운 매체와 기술에 전이시켜 가면서 ‘독자 친화적 서비스’를 지향하는 것에 중점을 두

2) 전국 발행 부수의 ‘합계’는 조·석간 세트를 1부로 산출한 것으로 조·석간 세트 발행신문 40개, 조간 단독발행신문 67개, 석간 단독 신문 14개, 합계 121개 신문의 발행 부수이다. ‘조·석간별 부수’는 세트 부수의 조·석간을 각 1부로 계산하고, 조간 단독신문, 석간 단독신문 발행 부수를 합산한 수치이다.

고 있다는 것이 특징적이다(電通總研, 2010).

2) 출판

일본의 출판 시장은 ‘일본어’라는 지역 언어(local language)의 특성과 제약에도 불구하고, 1960년대 이래 자국민들이 출판물을 중심으로 교양 및 오락을 향유하면서 독자적인 출판문화를 형성해 왔다. 그리고 일본은 현재 세계적인 출판 대국의 위상을 유지하고 있다. 하지만 1990년대를 정점으로, 이후의 출판 시장은 정체기로 들어섰다. 1995년 가을부터 PC와 휴대전화 보급이 확대되고, 미디어 이용자들이 게임이나 음악 전송 서비스에 대한 접속 시간과 비용 지출을 증가시키면서 활자 이탈 현상 및 출판 시장의 위기가 감지되기 시작했다(藤竹, 2005).

2009년 일본의 출판시장 규모는 1조 9,356억 엔(전년도 대비 4.1% 감소)으로, 1988년 이래 처음으로 2조 엔을 넘지 못했다. 내역을 보면 서적 8,492억 엔(전년도 대비 4.3% 감소), 잡지 1조 864억 엔(전년도 대비 3.8% 감소)이며, 판매 부수는 서적 7억 1,781만 부(전년도 대비 4.5% 감소), 잡지는 22억 6,974만 부(전년도 대비 6.9% 감소)로 집계되는 등 감소 추세이다. 출판사의 수 역시 감소하고 있으며, 일본 독자들의 독서율 역시 감소하고 있다. 2009년도 종합 독서율은 75%(2008년 79%)로 조사되었고, 잡지는 61%(2008년 63%), 서적 48%(2008년 58%)로 나타났다. 서적의 독서율 감소 폭이 크게 나타났다(電通總研, 2011).

한편, 2010년은 ‘전자출판(電子出版) 원년’으로 일컬어지며 주목받고 있다. 2월에 대기업 출판사 31사가 참가하는 ‘일본전자서적출판사협의회(日本電子出版社協會)’가 설립되었으며, 3월에는 총무성, 문부성, 경제산업성에 의한 ‘디지털 네트워크 사회에서 출판물의 이용 활용의 추진에 관한 간담회(デジタル・ネットワーク社会における出版物乗リ活用に関する懇談会)’가 개최되었다. 여기에 5월에는 〈아이패드〉(애플), 8월에는 일본

어 대응 <킨들>(아마존), 11월에는 <Reader>(소니), 그리고 12월에는 <GALAPAGOS>(샤프) 등의 전자책 단말기가 연이어 발매되면서, 전자책 관련 콘텐츠 전송 서비스가 본격적으로 시작되었기 때문이다(矢口, 2011).

이처럼 일본 출판업계가 장기적인 정체기에서 헤어 나오지 못하는 가운데 출판 비즈니스 모델이 파괴되는 것은 아닌가라는 출판업계의 위기감 속에서, 지금까지 출판업과 관계없었던 사업자들이 새로운 비즈니스 기회를 찾아 출판 시장에 적극적으로 진출하는 움직임을 보여주고 있다. 하지만, 일본에서는 전자책 단말기 개발이 비교적 빠른 시기에 이루어졌음에도 불구하고 미국이나 다른 국가에 비해서 전자책의 보급이 그다지 활발하다고 보기는 어렵다.

2. 읽기문화진흥법을 둘러싼 현황 및 전개

신문 대국이자 출판 왕국이며 독서를 세계 1위로 알려져 있는 일본에서도 국민 독서량이 줄고 활자문화 이탈현상이 심각해지고 있다는 우려가 오래 전부터 제기되어 왔다. 이는 급변하는 미디어 환경 변화와 밀접한 관계가 있다. 첫째, 다매체 다채널 시대에 접어들면서 인터넷이나 영상 미디어 등이 독서 시간을 잠식해 가고 있으며, 특히 전자게임, 비디오(VTR), 디지털 미디어 등에 의해 젊은 세대의 활자문화 이탈 현상이 두드러지고 있다는 것이다. 둘째, 대형 마트, 외식문화 등 경제 논리에 의해 동네 서점이나 작은 책방들이 생활 주변에서 점차 사라지고 있으며, 시중에서 판매되는 휴대용 문고판들조차 대체로 1,000엔(약 1만 원)대를 넘어가면서, 서민들 사이에서 독서가 고급 취미로 바뀌고 있다는 것이다. 일본 정부는 매년 줄어드는 독서량 그리고 활자 문화 이탈 현상에 의해 일본 국민의 독해력 저하 현상이 발생하고 있다고 진단하고, 일본 국민의 독서 시간을 확대하고 독

서 문화를 고취하기 위해 「독서문화진흥법」 등을 제정하고 지식문화 진흥 사업을 위한 정책 마련에 역점을 두고 있다(이연, 2008). 현재 일본에서는 지식 문화 및 읽기문화 진흥을 위해 제정된 관련 법률, 그리고 해당 법률을 근거로 설치된 공공기관 등에서 읽기문화 진흥을 위한 다양한 활동을 기획·진행하고 있다. 신문 읽기 진흥은 그 일환으로서 중요한 자리를 차지하고 있다 하겠다.

1) 읽기 진흥 관련 주요 법률 및 정책

‘공익재단법인 문자·활자문화진흥기구(公益財団法人 文学・活字文化推進機構)’³⁾는 읽기문화진흥에 관한 일본 정부 정책의 중심적 역할을 수행하고 있다. 문화와 역사의 기반이라고 할 수 있는 일본어를 심층적으로 이해하고 표현력과 사고력을 지닌 인재를 육성하는 것이야말로 건전한 민주주의 발전을 위한 필수조건이며, 그 열쇠는 문자 및 활자문화의 진흥과 보급에 있다는 취지에서 설립된 기구이다. 일본 정부가 제정한 「어린이 독서활동추진에 관한 법률」(2001), 「문자·활자문화 진흥법」(2005) 등을 토대로 하여 활자 문화 진흥을 위한 종합적인 정책을 추진하고 있다. 설립 당시에는 민간기구로 출범하였으나 2011년 11월 11일을 기점으로 공익재단법인으로 전환되었다.

「어린이의 독서 활동 추진에 관한 법률(子どもの読書活動の推進に関する法律)」은 어린이의 독서활동 추진에 관한 기본 이념을 정하고, 국가 및 지방공공단체의 책무를 밝히며, 어린이의 독서활동 추진에 관해 필요한 사항을 정한 것이다. 어린이 독서 활동 추진에 관한 시책을 종합적이고 계획적으로 추진하여 어린이의 건강한 성장을 도모할 목적으로 2001년 12월 12일에 법률 제154호로 제정되었다. 어린이(18세 이하)의 독서 활동은

3) 영문 명칭은 ‘Characters Culture Promotion Organization’이다.

어린이가 말을 배우고 감성을 갖고 닦아 표현력을 높이며 창조력을 풍부하게 만들어 인생을 보다 깊이 있게 살아갈 수 있는 힘을 체득하기 위해 반드시 필요한 것이라는 사실을 고려하여, 모든 어린이가 모든 기회와 모든 장소에서 자주적으로 독서 활동을 할 수 있는 환경을 적극적으로 정비하고 추진해야 한다는 것을 기본 이념으로 한다.

「문자·활자문화 진흥법(文字·活字文化振興法)」은 문자·활자문화 진흥을 종합적으로 추진하기 위해 국가 및 지자체의 기본 책무를 정한 법률이다. 국회의원 286명으로 구성된 ‘활자문화 의원 연맹’의 주도로 법안이 상정되어 2005년에 제정되었다. 이 법의 기본 골자는 어린이들이 학교 도서관을 자유롭게 이용하고 직장인들도 자유롭게 공공 도서관을 이용할 수 있도록 독서 환경을 정비해야 한다는 것이다. 학력이나 독해력, 인간의 경쟁력은 ‘독서와 국어의 힘’에 의해 나오는 것이며, 인간은 말로써 느끼고 말로써 생각하고 말로써 이해할 수 있기에 풍부한 언어능력 구사 없이는 진정으로 풍요로운 삶을 살기 어렵지만, 국가와 지자체의 재정상 ‘활자’를 중심으로 한 독서 환경이 평탄하지 않다는 진단을 토대로 독서 환경 정비를 추진하기 위한 것이다. 이 법률과 관련하여 주목할 것은 문자·활자문화 진흥을 위해 신문이 중요한 역할을 담당한다는 것이다. 일본 가정의 대부분이 신문을 정기구독하고 있기 때문에 신문 읽기를 통해서 문자 및 활자 문화를 진흥할 수 있으며, 가족들 간에 토론할 수 있는 공통의 화제도 제공할 수 있다고 보고 있다(이연, 2008). 2008년 6월 일본 국회는 ‘국민 독서의 해에 관한 결의(国民読書年に関する決議)’를 채택하여 「문자·활자문화 진흥법」 시행 5주년인 2010년을 “국민 독서의 해”로 지정하였으며, 이를 토대로 관련 단체 및 신문사 등에서는 각종 캠페인이나 프로젝트를 진행하였다.

(1) 학교에서의 NIE 도입: 신학습지도요령

일본의 초·중·고교에서 활용되는 ‘신학습지도요령(新学習指導要領)’은 각 학교에서 신문 읽기를 지도해야 한다고 명시하고, 다양한 교과목에서 활용하도록 하였다. 이는 NIE 실시 20년의 성과로서 교사들이 확신을 가지고 NIE 활동에 참여할 수 있는 계기가 되었다고 평가받고 있다. ‘신학습지도요령’은 2011년도부터 초등학교, 중학교, 고등학교에서 순차적으로 전면 실시에 들어갔다. 초·중·고교의 학습지도요령 총칙 “교육과제 편성의 일반 방침”에는 다음과 같이 기술되어 있다.

학교에서의 교육활동을 실시함에 있어 각 학교에서는 아동·학생들의 살아가는 힘을 배양하는 것을 지향하고 창의력을 살린 특색 있는 교육활동을 전개하는 가운데, 기초적이고 기본적인 지식 및 기능을 확실하게 습득하도록 하고, 이것을 활용하여 과제 해결에 필요한 사고력, 판단력, 표현력 기타 능력을 배양함과 동시에, 주체적으로 학습할 수 있는 태도를 키우고 개성을 살린 교육에 충실해야 한다. 이 때 아동·학생들의 발달 단계를 고려하여 아동·학생의 언어활동을 충실화하며, 가정과 연계하여 학생의 학습 습관을 확립할 수 있도록 배려해야 한다.⁴⁾

즉 ① 기초적이고 기본적인 지식과 기능 습득, ② 이러한 능력을 활용하여 문제 해결에 필요한 사고력, 판단력, 표현력 육성, ③ 주체적으로 학습하고자 하는 의욕과 학습 습관 확립, ④ 언어활동의 충실화로 집약할 수 있다. 이 중 ①~③은 의무교육의 목표로서 학교교육법 30조 2항(2008년 시행)에 명기되어 있는 내용과 동일하며, 학력의 3요소로 자리매김 되어 있다. ④의 언어활동은 학습활동이나 논리적 사고, 커뮤니케이션, 감성·정서 기반으로서 각 교과목에 도입되어 있다(총칙 “지도계획 작성 등에서

4) ‘NIE-教育に新聞を’ 홈페이지(<http://nie.jp/>) 참조.

〈표 7-2〉 신학습지도요령 해설서에 명기된 '신문'의 수

초등학교	국어	사회	이과	생활	가정	도덕	종합	특활	계		
	19	15	2	1	1	1	2	2	43		
중학교	국어	사회	미술	가정	도덕	종합	특활	계			
	15	6	1	1	1	3	5	32			
고등학교	총칙	국어	지리	공민	공예	정보	상업	종합	특활	영어*	계
	1	5	10	3	1	8	7	1	5	15	56

* '영어'는 주로 영자신문을 지칭함.

배려해야 할 사항”).

여기서 학습의 기본이라 할 수 있는 ‘학습 의욕’이 학력을 구성하는 하나로 인정받았다는 것과 각 교과목에서 ‘언어활동’을 중시하고 있다는 것은 NIE 효과와 중첩된다. 신문 기사에 대한 감상이나 의견을 기술하고 표명하는 것, 신문을 비교하면서 읽는 것 등과 같은 NIE 활동은 ‘신학습지도요령’이 중시하는 논술이나 리포트 등을 통한 언어활동 그 자체이며 사고력, 판단력, 표현력의 육성으로 이어지기 때문이다. 실제로 ‘신학습지도요령’의 개정에 참가했던 관계자에 의하면 ‘NIE의 유효성’이 높은 평가를 받았으며, 지도요령 내에서 ‘신문’이 중요한 위치로 자리매김되었다는 것이다.

초·중·고교에서 활용되는 ‘신학습지도요령’의 키워드는 크게 두 가지로 정리될 수 있다.

첫째, 초등학교와 중학교에서 사용되어 왔던 해설서 ‘지도 내용의 정리 방법과 중점 두기’에서 제시하였던 “교재 등을 정밀하게 선택한다”는 기술이 삭제되었다. 새로운 교육 목표를 달성하기 위한 수업 시간을 늘리는 한편, 기초적이고 기본적인 지식과 기능을 확실하게 정착시키고 활용하기 위한 학습 활동 속에서 교과서를 활용하는 것뿐 아니라 다양한 교재를 적극적으로 양적으로 충실화할 필요가 있다고 기술하고 있다. 문부성에 의하

면, 이는 “교과서에서 시작하여 교과서로 끝나는 교육이 아니라, 교과서를 기본으로 하면서 다양한 교재를 활용하는 효과적인 지도 방법이 필요하며, 그러한 다양한 교재 중에서도 신문이 중요한 위치를 점한다”는 말로 설명되었다.

둘째, ‘신학습지도요령’에서 직접적으로 기술되어 있지는 않지만, 변화하는 정보화 시대에 미디어의 특성을 이해하고 정보를 정확하게 독해하며 활용하는 힘이 필수적이라는 측면에서 리터러시 육성이 중요한 교육 테마로 제시되어 있다. 예를 들어, 초·중·고교의 각 학습 해설서의 국어 과목에서는 ‘신문’이 국어 교육인 동시에 미디어와 정보 리터러시 교육의 일환으로 명기되어 있다. 그 사례는 다음과 같다.

〈표 7-3〉 국어 과목 학습 해설서에 나타난 ‘신문’ 교육의 사례

-
- 의문시되는 것을 조사해서 보고하기 위해 문서로 적고 이것을 학급 신문 등에 활용하는 언어활동 (초등학교 3, 4학년 – 쓰기)
 - 편집 방법이나 기사 쓰는 방법에 주의하여 신문을 읽는다 (초등학교 5, 6학년 – 읽기/언어 활동 사례)
 - 필요한 정보를 수집하는 방법은 필요한 정보가 있는가 없는가, 책의 제목이나 목차, 색인 등으로 판단하거나 신문의 지면 구성 등을 토대로 필요한 부분을 찾아서 읽는 등, 각각의 자료 특성을 살려서 읽어야 한다 (중학교 1학년 – 읽기/해설)
 - 신문이나 인터넷, 학교 도서관 등을 활용하여 얻은 정보를 비교한다 (중학교 2학년 – 읽기/언어활동 사례)
 - 논설이나 보도 등에 담겨있는 정보를 비교하여 읽는다 (중학교 3학년 – 읽기/언어활동 사례)
 - 정보를 수집하고 분석하여 자신의 생각을 정리하거나 심화한다. 정보는 서적이나 문서 등의 인쇄물, 신문, 잡지, TV 라디오 등의 매스미디어, 혹은 인터넷을 통해 접할 수 있다. 정보를 분석한다는 것은 수집한 정보를 정확하게 이해하고 그 요소를 명확하게 밝히며 정보의 옳고 그름, 적당함과 그렇지 않음을 음미하여 필요한 것을 적절하게 정리하는 것이다 (고등학교 – 국어 표현)
-

(2) 언어능력 검정(言語力檢定) 실시

OECD가 15세 이상 학생을 대상으로 실시한 국제학습도달도조사(PISA) 결과, 일본인의 독해능력이 2000년 16위에서 2003년에는 14위, 그리고 2006년에는 다시 15위로 하락하여 교육계에 큰 충격을 주었다. 이에 '문자 활자 문화 진흥기구'는 과제문을 독해하는 것뿐 아니라 근거를 들어 자신의 의견을 논리적으로 표현하는 능력을 배양한다는 목적에서 '언어능력 검정'을 실시하기 시작했다⁵⁾.

'언어능력 검정(言語力檢定)'은 일본인의 언어능력 즉 읽기, 쓰기, 생각하기, 전달하기 등의 네 가지 능력의 향상을 위한 것이다. '문자·활자 문화 진흥기구'가 주최하며 도서의원연맹, 활자문화의원 연맹, 어린이의 미래를 생각하는 의원 연맹, 일본PTA 전국협의회, 전국학교도서관협의회, 일본도서교재협회, 교육가정신문사, 교육신문사, 전국사학신문, 일본교육신문사 등이 이 행사를 후원한다. 2011년 6월 현재, 초등학생을 대상으로 한 '5·6급', 중학생 이상을 대상으로 하는 '3·4급' 그리고 고도의 언어능력을 테스트하는 '2급' 검정을 실시하고 있다.

또한 교사 등 지도자 연수를 위해 '언어능력 향상을 위한 워크숍'을 개최하고 있다. 책이나 신문 등 활자 문화에 친숙하도록 만드는 독서 습관이야말로 언어활동을 배양하기 위한 기본이라는 전제 하에, 2009년에 전국 11개 지역에서 개최되었다. 그리고 학교나 학원, 교육관계 단체 및 행정기관, 회사 등에서 관련 연수를 희망하는 경우 강사를 파견하여 워크숍을 진행하고 있다. 강의 내용은 ① "지금 사회에서 요구되고 있는 언어의 힘"이나 "언어 능력을 배양하는 수업" 등을 주제로 한 강의, ② 언어능력을 배양하기 위한 질문하기나 수업 등의 실천과 연습, ③ 언어능력 검정 설명 등이 중심을 이루고 있다.

5) <http://www.gengoryoku.jp/about/index.html> 참조.

언어능력 검정을 위한 공식 교재도 독자적으로 발행하고 있다. “언어 능력 검정이란 무엇인가”, 그리고 “독해의 생각과 방법” 등 총 2부로 구성되어 있으며, 예제와 각 문제별 사고 방법과 읽기 방법 등을 해설하고 있다. 2011년 3월에 개정판이 출간되었다.

2) 읽기문화 진흥을 위한 관련 단체 및 신문사 활동

정부 정책과는 별도로 일본 내에서 이루어지고 있는 신문 읽기 진흥 활동의 대표적인 사례는 아무래도 NIE(Newspaper in Education)일 것이다. 일본신문협회가 1996년에 ‘NIE Foundation’을 발족하여 ‘신문 제공 사업’과 ‘연구·PR사업’을 각각 본격적으로 추진하기 시작하였으며, 1998년 3월 2일자로 ‘일본신문교육문화재단(신문재단)’을 설립함으로써 이들이 NIE 활동의 핵심 기구로 자리매김되었다.

‘(재)일본신문교육문화재단(日本新聞教育文化財団; 新聞財団)’⁶⁾은 언론 및 표현의 자유 보급, 사회성이 풍부한 청소년 육성, 그리고 신문 문화 발전과 계승을 목적으로 (사)일본신문협회가 기본 재산을 출연하여 1998년 3월에 발족한 재단법인이다. 일본신문박물관(뉴스파크), 신문 라이브러리 운영, NIE 추진, 신문 및 저널리즘 전반에 관한 연구 등을 수행하고 있다⁷⁾.

‘일본신문협회’는 홈페이지에 <읽어 두자(よんどく)> 라는 이름의 NIE 사이트를 운영하고 있다. 이 사이트에는 인기 개그맨이 등장하여 신문 읽는 법이나 신문을 읽고 이득이 된 것 등을 중심으로 사이트 방문자에게 이야기를 들려주는 형식의 코너가 운영되고 있다. 또한 전국종합 일간지, 경제 일간지, 그리고 지역 일간지 등의 주요 신문 기사를 별도로 소개하고 해

6) <http://www.nie.jp> 참조.

7) <http://newspark.jp/foundation> 참조.

설하는 코너도 마련되어 있다⁸⁾.

‘일본신문박물관’은 일본의 일간신문 발흥지인 요코하마(横浜)시에서 2000년 10월에 오픈되었다. 상설전시, 신문전시, 컴퓨터로 신문 제작 체험이 가능한 “신문제작공방”, 전국의 신문 열람이 가능한 “신문 라이브러리” 등이 있어 학생들의 단체 견학이 활발히 이루어지고 있다.⁹⁾ 이곳 3층에는 NIE 전국센터가 자리 잡고 있다. 센터에는 전국 각지의 NIE 실천보고서, 각 신문사가 작성·간행하는 NIE 관련 시청각 자료, 서적, 그리고 각 지역의 NIE 추진 조직들에 의해 진행되고 있는 여러 활동들이 소개되어 있다. 어린이와 학생들이 제작한 신문 전시 코너, 1일치의 전국 신문을 전시하여 동일 일자의 신문을 비교하며 읽을 수 있는 “신문 광장” 공간도 설치되어 있다.

2010년에는 주요 신문사들 역시 국민 독서의 해 관련 프로젝트를 활발히 주최하였다. 대표적으로 『요미우리신문(読売新聞)』이 진행 중인 ‘21세기 활자문화 프로젝트’를 들 수 있는데, 이들은 프로젝트의 일환으로 출판 관련 업계와 협력하여 ‘활자문화추진회의’를 발족하였다. ‘활자문화추진회의’는 각계의 전문 지식인이 추진위원회를 구성하여 전국 각지에서 포럼이나 토크쇼 개최, 대학 공개 강좌 및 책 읽어주기 교실 등의 사업을 기획·실시하였다. 신문 지면에는 활자문화의 현황, 장래 전망, 효용 등에 대한 다각적인 분석 및 검증, 특집과 연재기획 등이 게재되고, 인터넷 등을 통해 독자 의식·실태조사를 실시하여 활자문화의 조사 연구도 진행하고 있다. 이 프로젝트는 문부과학성, 문화청, NHK, 일본서적출판협회, 일본잡지협회, 독서추진운동협의회, 일본출판거래협회, 일본서점상업노동연합회, 출판문화산업진흥재단, 일본도서관협회, 전국학교도서관 협의

8) <http://www.readme-press.com> 참조.

9) <http://newspark.jp/newspark> 참조.

회 등이 후원한다. 그것 외에도 『아사히신문(朝日新聞)』은 ‘독서응원단’이라는 이름의 독자적이 캠페인을 진행 중이다.

3) NIE 활동 사례 및 효과 검증

일본에서의 신문 읽기 진흥은 읽기문화 및 독서 진흥 정책의 일환으로 시행되고 있으며, 이는 사회·문화적인 관점에 중점을 두고 있다. 특히 젊은 세대의 활자 문화 이탈 및 신문 이탈 현상은 신문 산업의 위축이라는 목전의 현실적인 문제뿐 아니라, 풍요로운 정신문화와 인간성, 언어 능력 구사 등을 토대로 한 건전한 민주주의 발달에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 우려가 제기되면서, 사회적·문화적인 차원에서 장기적인 국가적 쟁점으로 부상하고 있다. 일본신문협회와 각 신문사, 교육계가 협력하여 젊은 세대의 신문이탈 현상을 극복하기 위한 목적의 NIE 활동을 적극적으로 시행하고 있으며, 기타 독자 친화적인 서비스를 개발하여 운영하고 있다.

(1) NIE 활동 사례

먼저 〈일본신문교육문화재단〉은 크게 신문제공 사업과 연구·PR사업으로 나누어 NIE 활동을 적극적으로 지원하고 있다. 신문 제공 사업은 전국의 초·중·고교를 대상으로 NIE 실천 지정학교를 선정하여 이들에 대한 신문 구독료를 전액 보조하거나, 교사가 신문을 활용할 때 기자의 출장 수업을 지원하는 것 등이다. 해당 지역에 배달되는 모든 신문이 제공되기 때문에 신문을 비교하며 읽을 수 있으며, 아동과 학생들이 신문을 한 부씩 소지할 수 있다. 각 도·도·부·현(都道府県)에는 NIE 활동 추진 거점으로 NIE 추진협의회나 연락회를 설치하였다. 신문제공 사업은 1989년 9월 파일럿 계획으로 도쿄도 내의 초등학교 1개교, 중학교 2개교에서 시작되었으며, 2010년의 NIE 실천 지정학교는 전국 47개 도·도·부·현의 533개교에 이른다.

연구·PR사업은 크게 다섯 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 〈NIE 전국대회〉를 연 1회 개최하고 있다. NIE 실천 담당자, 교육 및 신문 관계자 참가하여 서로 정보 교환을 한다. 둘째, NIE에 관한 조사를 실시하고 해외 NIE 현황 시찰단을 파견한다. 셋째, ‘NIE 어드바이저’ 제도를 2004년 4월부터 시작하였다. 전국 각지의 NIE 추진협의회가 추천한 NIE 실천 경험이 풍부한 현역 교사를 ‘어드바이저’로 인정 등록하고, 해당 교사는 지역 및 전국의 NIE 활동 추진에 협력하도록 한다. 넷째, NIE 관련 출판물을 발행한다. 대표적으로 〈NIE 뉴스(NIEニュース)〉, 〈NIE 가이드북〉, 〈어서 오세요 ‘신문’에〉 등이 있다. 다섯째, ‘NIE 주간’을 설정하여 어린이들이 살고 있는 마을을 소개하는 “우리 마을 신문”을 전국에서 모집하는 경진대회를 개최하고 있다. NIE 주간은 NIE 활동의 홍보를 위해 2005년부터 매년 11월 첫 번째 월요일부터 1주일간으로 설정된다. 기간 중에는 전국 각지에서 NIE 관련 세미나, 공개 수업 등의 이벤트를 개최한다. 특히 “우리 마을 신문” 경진대회는 NIE 주간의 가장 주요한 행사이다. “우리 마을 신문”은 전국의 초·중·고교생이 각 지역의 화제 거리나 인물 등, 우리 마을의 주요한 모습을 소개하는 내용으로 제작되는 신문이다.

일본의 주요 신문사들 역시 독자적으로 NIE를 실천하고 있다. 『아사히신문』의 NIE 실천은 크게 네 가지로 분류된다. 첫째, 출판물 무료제공 활동이다. 학교 교사용 메일 매거진 ‘아사히 티처스 메일(Asahi Teachers’ Mail)’, 별책 특집인 ‘노노짱의 자유 연구’, ‘NIE 가이드북’ 등을 발행하여 무료로 제공하고 있다. 둘째, 교사를 위한 신문 강좌 및 이벤트를 정기적으로 개최한다. 셋째, 초·중·고교의 신청을 받아 『아사히신문』 기사를 각 학교에 파견하여 최신 뉴스나 기자의 업무 등에 대한 강연을 실시하고 있다. 넷째, NIE 교재용 신문을 초·중·고교, 전문학교, 단기대학 및 대학, 대학원에 할인 특별가로 판매하고 있다.¹⁰⁾

『요미우리신문』 역시 NIE 실천 교사를 위한 ‘즐겁게 배우는 NIE 가이

드북'을 발행하여 이를 희망하는 학교에 무료로 배포하고 있으며, 기사를 학교에 파견하여 사회 및 정치 동향, 환경, 복지, 스포츠, 취재 방법, 기사 작성 방법, 신문제작 방법 등을 소개한다. 희망하는 학교가 희망 날짜를 선택하여 사전 신청하면, 출장 수업이나 교직 경험이 있는 NIE 사무국 스태프를 NIE 담당 교원 연수를 위해 파견하여, 수업 계획에 맞추어 실천적인 신문 활용법을 지도하는 교원 연수를 진행하고 있다. 2000년 4월부터는 초·중·고 및 대학에서 『요미우리신문』과 영자신문 『데일리요미우리』를 활용할 경우 특별 할인가격으로 제공하고 있으며, NIE 관련 각종 이벤트로 'NIE 토요 살롱', '여름방학 모자(부자) 신문 교실' 등을 정기적으로 개최하고 있다. 'NIE 토요 살롱'은 매월 네 번째 토요일에 신문사 도쿄 본사에서 개최된다. 2009년 1월부터 시작되었으며, 『요미우리신문』사의 NIE 기획 디자이너가 진행을 담당한다. 매회 약 15명의 NIE 교사가 참가하여 NIE에 관한 정보를 교환하며 현장 기자의 취재 이야기 등도 소개된다. '여름방학 모자(부자)신문 교실'은 2010년 7월 25일 『요미우리신문』 도쿄 본사에서 초·중학생 학부모와 학생 약 200명 참가하여 진행되었다.¹¹⁾

『마이니치신문(毎日新聞)』은 신문을 교재로 활용하고자 하는 교사, 일반인, 학생을 대상으로 '신문 활용 실천교실'을 정기적으로 개최하고 있다. 참가비는 무료이다. 또 '기자와 학교와의 교류'라는 제목으로 NIE 실천 학교에 기사를 파견하고 있다. 학교가 희망하는 테마와 일정에 맞추어 정치, 경제, 국제, 사건, 스포츠, 과학, 환경 등 관련 전문기사를 파견하고 있다.¹²⁾

10) <http://www.asahi.com/shimbun/edu.html> 참조.

11) <http://www.yomiuri.co.jp/nie/index.htm> 참조.

12) <http://www.mainichi.co.jp/corporate/education> 참조.

① “신문을 읽고 사회에 관심을 갖게 되었다”

NIE 실천에 참가하기 이전과 이후에 아동/학생의 신문 열독 빈도(‘매일 읽는다’와 ‘가끔 읽는다’를 포함한 수치)는 이전 조사와 비교했을 때 초등학교생은 71.0%에서 80.1%로, 중학생은 64.7%에서 66.9%로, 고등학생은 60.0%에서 64.0%로 모두 상승했다. 또한 열독 시간이 ‘5분 미만’이라고 응답한 비율이 초·중·고교 모두에서 감소했다.

NIE 실천 이후의 아동/학생의 변화에 대해서는 약 75%의 교사가 ‘신문을 읽게 되었다’고 응답했다. 아동/학생의 열독 습관 변화를 교사들이 실감하고 있는 것으로 보인다. 또한 ‘기사에 대해서 친구나 가족과 이야기를 나누게 되었다’, ‘스스로 조사해 보는 태도가 생겼다’, ‘읽고 쓰는 일이 늘었다’, ‘생생하게 학습한다’는 항목에서 60% 이상의 교사가 아동/학생의 학습 태도 변화를 실감한다고 응답했다.

자주 읽는 신문 기사로는 초등학교생과 중학생은 실천 이전과 이후 모두 상위 6개 유형(만화, 라디오/TV, 스포츠, 일기예보, 사건/사고, 예능)이 동일했다. 하지만 NIE 실천 후에는 사회, 과학, 지리 등 사회생활과 관련 있는 기사를 읽는다고 응답한 비율이 증가했다. 고등학생도 이와 비슷한 경향을 보였지만, NIE 실천 후에는 상위 5개 유형의 기사에 사회면 기사들이 포함되었다. 또한 신문을 활용한 수업을 받고 관심을 갖게 된 것의 상위 순위에 ‘사건/사고’ 등의 사회, 정치 및 경제 분야가 포함되었으며, 환경 문제에 대한 관심도 증가한 것으로 조사되었다. 응답자 중 70% 이상의 초등학교생과 고등학생, 65% 이상의 중학생이 수업에서 시사 문제나 뉴스를 다루는 것에 대해 높은 평가를 하고 있으며, 또 이를 통해 사회문제에 대한 관심 역시 높아진 것으로 나타났다.

② 교사들의 향후 과제

교사의 신문 열독시간은 2005년도 조사와 비교했을 때 ‘5분 미만’, ‘5분 이상 15분 미만’, ‘15분 이상 30분 미만’이라는 응답이 증가한 반면, ‘30분 이상 60분 미만’, ‘60분 이상’이라는 응답은 감소했다. 신문 활용 교육의 어려움에 대해서는 ‘교재 연구를 위한 시간 부족’, ‘교재 지도 내용이 증가하여 신문 활용 시간 확보의 어려움’ 등과 같이 시간 부족을 지적하는 응답이 많았다. 하지만 신문 활용을 통해 기대되는 것에 대한 질문에는 ‘사회에 대한 관심이 높아짐’, ‘다면적인 시각과 사고방식의 체득’ 등이 높은 응답률을 보였다.

아동/학생이 정보원으로 주로 이용하고 있는 것은 TV, 신문, 인터넷이다. NIE 실천 이전과 이후를 비교했을 때, 신문에서 정보를 입수한다는 응답 비율이 증가했다. 이번 조사에서는 휴대전화를 설문 내용에 포함시켰는데, 학년이 올라갈수록 휴대전화를 포함한 인터넷 이용 비율이 증가하고 있었다. 그런 면에서 신문, TV, 인터넷 등의 미디어 특성과 차이점을 충분히 파악할 수 있도록 해야 한다는 것이 향후 과제로 떠올랐다.

③ 신문 기사가 대화를 촉진한다

신문 기사에 관해서 대화를 나누는 빈도에 대해서는 ‘자주 한다’, ‘가끔 한다’를 포함하여 NIE 실천 이전에는 초등학생이 56.1%, 중학생이 37.9%, 고등학생이 39.5%였다. NIE 실천 이후를 이전과 비교했을 때 신문 기사에 관한 대화 빈도가 어떻게 변화했는가에 대한 질문에 대하여, ‘거의 대화를 하지 않는다’고 응답한 비율은 초등학생이 42.6%에서 22.0%로, 중학생은 60.9%에서 43.1%로, 고등학생은 59.2%에서 52.2%로 각각 개선된 것으로 나타났다. 신문 기사가 주위 사람들과의 커뮤니케이션 계기가 되고 있으며 아동/학생의 커뮤니케이션 능력 육성에 도움이 되고 있음을 알 수 있다.

대화상대로는 NIE 실천 이전에는 초·중·고교생 모두 ‘가족’이 가장

많았지만, 실천 이후에는 중학생과 고등학생의 경우 ‘친구’가 ‘가족’보다 많았고, 초등학생 역시 ‘가족’과 ‘친구’의 차이가 줄었다.

④ 국어, 사회, 종합학습 시간의 NIE 실천

신문을 활용하고 있는 교과목이나 영역에 대해서는 초등학교에서는 ‘국어’가 가장 많았고 ‘사회’나 ‘종합학습’ 시간에 실천되는 비율이 높았다. 중학교에서는 ‘사회·지리·공민’, ‘종합학습’, ‘도덕’ 시간의 순으로, 고등학교에서는 ‘사회·지리·공민’, ‘국어’ 시간의 활용 빈도가 높은 것으로 조사되었다.

3. 읽기문화 환경의 변화

1) 신문의 온라인화

세계 최대의 발행 부수를 자랑하고 있는 일본에서도 신문 발행 부수가 감소하고 있으며, 광고수입 역시 해마다 감소 추세를 보이고 있다. 이 상황에서 일본의 신문사들은 젊은 세대의 신문 이탈 현상을 억제하고 또 정보화 및 다매체 시대 환경에 적응하기 위해서 TV나 잡지, 인터넷 등의 다양한 플랫폼을 활용하여 정보를 제공하는 ‘종합정보미디어’로서의 면모를 강화해 나가고 있다. 대부분의 신문사가 전자 매체에 대응하기 위한 내부 조직을 설치·운영하고 있다. 특히 각 신문사들이 주목하는 것은 인터넷이다. 일본의 신문사들은 1995년부터 인터넷 웹사이트로 뉴스 속보를 제공하기 시작했으며, 현재는 각 신문사별로 독자적인 인터넷 웹사이트를 통해 정보를 제공하고 있다. 복수의 신문사가 공동으로 웹사이트를 구축하는 경우도 있다. 하지만 인터넷 광고를 통한 수익 상승이 기대에 미치지 못하고 있어, 데이터베이스의 직·간접적인 유료화, 휴대전화에 의한 인

터넷 접속 정보 제공 등과 같은 부가 유료서비스 개발에 박차를 가하면서 새로운 서비스와 수입원을 개발하여 도입하고 있다(藤竹, 2005).

2008년은 종이 매체와 인터넷 매체를 동시에 활용하는 비즈니스 모델 구축의 시도가 본격적으로 등장한 해이기도 하다. 편집국의 웹 부문을 재편하고, 조직상 웹과 종이 신문의 편집 체제를 통합하여 ‘종합 편집국’을 설치하여 운영하는 추세가 확산되기 시작한 것이다. 대표적으로 『니혼게이지신문(日本經濟新聞)』은 계열사인 ‘디지털 미디어(デジタルメディア)’의 인터넷 사업 부문을 본사에 통합하고, 디지털 편성국, 그리고 전자신문 판매를 담당하는 제2 판매국을 신설하여 전자신문 개발 및 운영 주체로서의 역할을 담당하게 했다. 편집국에는 전자신문 편집본부를 새로 설치하였다. 이러한 조직 개편은 전자신문의 유료화 모델을 본격적으로 도입하기 위한 것이라고 말할 수 있다.¹⁴⁾

2010년 신문사 및 통신사의 전자 미디어 진입 상황을 살펴보자. 여기서 종이신문 지면의 이미지를 온라인상에서 표시하고 있는 곳이 34개사로 전년도에 비해 15개나 증가하였다. 또한 2009년 이후 인터넷을 통한 뉴스 제공을 무료에서 유료로 전환한 신문사도 증가하였다. 『요미우리신문』은 의료, 간병, 건강 정보 사이트 ‘yomiDR’을, 『니혼게이지신문』은 ‘니혼게이지신문 전자판’을 유료로 개설하였으며, 2010년 3월에는 『니혼게이지신문』이 PC나 휴대전화에서 열람할 수 있는 유료뉴스 사이트 ‘니혼게이지신문 전자판’을 개설하였다. 여기서는 일부 기사와 서비스만이 무료로 이용 가능하다. 월 정액 구독료는 오프라인의 『니혼게이지신문』(조/석간판)과 전자판 세트 구독일 경우 월 5,383엔, 전자판만 이용할 때는 월 4,000엔이다. 유료 서비스의 항목들은 기사 자동 수집과 보존, 검색 등에 이르기까지 이용자 필요에 맞추어 활용할 수 있다. 유료 회원 수는 2010년

14) 日本新聞協會 홈페이지(<http://www.pressnet.or.jp>) 참조.

〈표 7-5〉 일본의 신문·통신사의 전자 미디어 진입 현황 (조사대상 87개사)

구 분		2009	2010
인터넷	웹	87	87
	웹 상의 동영상	47	48
	RSS 전송	42	47
	메일	39	44
	블로그	38	41
	QR 코드	31	40
	지면 이미지	19	34
	외부 사이트 연계	13	23
	SNS	9	11
	팟캐스팅	10	8
콘텐츠 외부제공	휴대 단말기	69	66
	전광판 뉴스	45	43
	웹	30	37
	기타	28	25
기 타	데이터베이스	50	54
	CATV	35	32
	커뮤니티 방송	25	25

* 자료: 電通総研(2011), 『情報メディア白書2011』, 45쪽에서 재구성.

7월 현재 약 7만 명으로 알려져 있는데, 이 회사는 유료 회원이 30만이 되는 것을 목표로 삼고 있다. 또한 유료 구독자와의 계약은 신문 판매점이 아니라 『니혼게자이신문』 본사와 체결되는 것이기 때문에, 신문사로서는 전자판 구독료 수입이 늘어나는 것 못지 않게 독자 집단에 대한 정보 파악이 가능하다는 이점을 누리게 되었다.

2010년 1월에는 『키타니혼신문(北日本新聞)』의 ‘webub’이라는 유

료 전자신문을 개설했다. 『마이니치신문』과 『아사히신문』은 ‘킨들(Kindle)’용으로 영문 뉴스 전송을 시작했으며, 또 복수의 스포츠 신문사는 아이폰이나 아이패드용 유료 콘텐츠 전송 사업을 시작하였다. 2010년 7월에는 『아사히신문』이 소니, KDDI, 토판인쇄(凸版印刷)와 함께 전자책 전송 사업을 위한 기획회사를 공동 설립함으로써, 일본 국내 최대급의 전자책 전송 플랫폼 구축 프로젝트를 추진하고 있다. 같은 해 7월에는 또한 『마이니치신문』과 『니시니혼신문(西日本新聞)』이 소프트뱅크 그룹에서 아이패드, 아이폰용으로 신문과 잡지 콘텐츠를 전송하는 자회사인 ‘분(ビューン)’에 지분을 출자하여 이들과의 연계를 적극 도모하고 있다(電通総研, 2011).

영미권의 주요 신문사들이 온라인 신문 사업에 박차를 가하면서 비즈니스 모델을 적극적으로 모색하는 상황과 비교하여, 일본의 온라인 신문 사업은 완만하게 진행되고 있는 편이다. 이는 현재 5,000만 부 넘게 발행되고 있는 오프라인 신문이 여전히 수익의 중심이라는 점과 전자신문 발행에는 기존의 수익 모델과의 조정이 불가피한 과제로 남아 있기 때문이기도 하다.

2) 전자출판

일본의 전자출판(電子出版) 시장은 2007년경부터 본격적으로 성장하기 시작하였는데, 2009년 현재 일본의 전자출판 시장 규모는 약 574억 엔이다. 이는 전년도 대비 23.7% 늘어난 규모다. 2010년에는 애플의 <iBookstore>, 아마존의 <Kindle Store>, 그리고 기타 일본 국내 사업자가 시장에 진입하면서 전자출판 시장의 규모가 급격히 성장하였다. 그리고 오는 2014년이 되면 이 시장은 총액 1,300억 엔 규모로 확대될 것으로 예측되고 있다.

특히 모바일 전자출판 시장의 성장에 대한 기대감도 커지고 있다. 2009년 총무성 조사에 의하면 모바일 전자출판 시장은 약 500억 엔 규모

〈표 7-6〉 일본의 전자출판 시장 현황(인터넷 경유)

(단위: 억 엔)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
새로운 플랫폼 ¹⁵⁾	-	-	-	-	-	-	6
휴대전화	0,5	12	46	112	283	402	513
PC/PDA	17,5	33	48	70	72	62	55
계	18	45	94	182	355	464	574

* 자료: 電通總研(2011). 『情報メディア白書2011』, 62쪽에서 재구성.

〈표 7-7〉 2009년 휴대전화, PHS에서의 전자출판물 구입률 현황

(단위: %)

이용 상황	계		10대	20대	30대	40대	50대	60대+
유료만 이용	3,3	남	3,6	3,5	2,2	2,9	0,5	0,8
		여	7,2	7,1	3,5	3,4	1,4	0,0
무료만 이용	13,8	남	26,3	13,9	15,7	10,7	6,4	4,1
		여	28,1	17,9	13,1	12,1	9,3	5,2
휴대전화, PHS 소지, 하지만 전자책 이용한 적 없음	36,7	남	43,7	41,7	39,3	40,4	42,4	28,5
		여	33,3	37,2	35,9	35,2	28,2	20,9
소지한 휴대전화, PHS가 전자책 기능이 없음	27,4	남	12,0	20,0	16,8	21,4	22,2	27,6
		여	11,1	15,6	15,3	20,8	25,9	23,1
모르겠음	27,4	남	14,4	20,9	26,0	24,6	28,6	39,0
		여	20,3	22,2	32,2	28,4	35,2	50,7

* 자료: 電通總研(2011). 『情報メディア白書2011』, 63쪽에서 재구성.

15) '새로운 플랫폼': 스마트폰용의 모바일 마켓 전자출판 카테고리의 애플리케이션, 스마트폰/태블릿 PC등의 애플리케이션을 경유하여 구입한 전자책(e-book), 〈iBookstore〉나 〈Kindle〉 또는 이와 유사한 전자출판 전송 서비스, PC/스마트폰/전자북리더 등의 멀티 디바이스로 열람이 가능한 전자출판 전송서비스, PSP나 Nintendo DS 등의 게임기용 전자출판 전송 서비스.

〈표 7-8〉 2009년 디바이스별 전자출판물 구입률 현황

(단위: %)

디바이스	스마트폰계열	휴대전화/ PC 겸용	휴대전화	PC	기타 디바이스
비율	7.5	3.3	2.9	1.2	1.0

* 자료: 電通總研(2011), 『情報メディア白書2011』, 62쪽에서 재구성.

〈표 7-9〉 2010년 구입한 전자출판물 장르 현황 별 전자출판물 구입률

(단위: %)

구분	만화	취미, 실용 가이드	라이트 소설	만화 (Boys Love, Teens Love, 성인용)	비즈니스
PC	62.9	22.9	20.0	17.1	14.3
휴대전화	57.7	15.4	3.8	26.9	3.8

* 자료: 電通總研(2011), 『情報メディア白書2011』, 63쪽에서 재구성.

〈표 7-10〉 2010년 월 평균 전자책 이용에 지불한 금액

(단위: %)

금액	2~3백엔	3~4백엔	4~5백엔	5~7백엔	7백~ 1천엔	1천~ 1천5백엔	1천5백엔 이상
비율	8.5%	18.6%	11.9%	6.8%	13.6%	5.1%	5.1%

* 자료: 電通總研(2011), 『情報メディア白書2011』, 63쪽에서 재구성.

였는데, 이는 전년 대비 26.6% 증가한 것이며, 또 전체 전자출판 시장의 90%에 해당한다. 모바일 전자출판 시장의 90%는 만화 콘텐츠이다(電通總研, 2011).

전자출판 이용자들은 스마트폰으로 전자출판물을 구입하는 비율이 가장 높다. 이용 디바이스별로 전자출판물 구입률을 보면 스마트폰이 7.5%로 가장 높게 나타났다. 구입한 전자출판 콘텐츠는 만화(comic)가 PC용에서는 62.9%, 휴대전화에서는 57.7%로 압도적으로 많다. 한 달 동안 전

자출판에 지출하는 비용은 최저가격대인 200엔 미만인 30.5%로 가장 높고, 300~400엔 사이가 18.6%, 그리고 700~1천 엔 사이가 13.6% 순으로 조사되었다.

모바일에서의 전자출판 이용 현황을 보면 연령층별로는 젊은 층, 성별로는 여성 이용률이 높았다. 2009년의 온디맨드(On-demand) 서적 신간은 358종이었는데, 발행사는 문학, 불교, 법률 등의 전문 출판사가 대부분을 차지한다. 가격별로는 3,001~5,000엔이 30.4%로 가장 높았으며, 1만 엔 이상도 28.7%나 되는 것으로 집계되었다.

4. 일본 전자출판 시장의 전망 및 과제

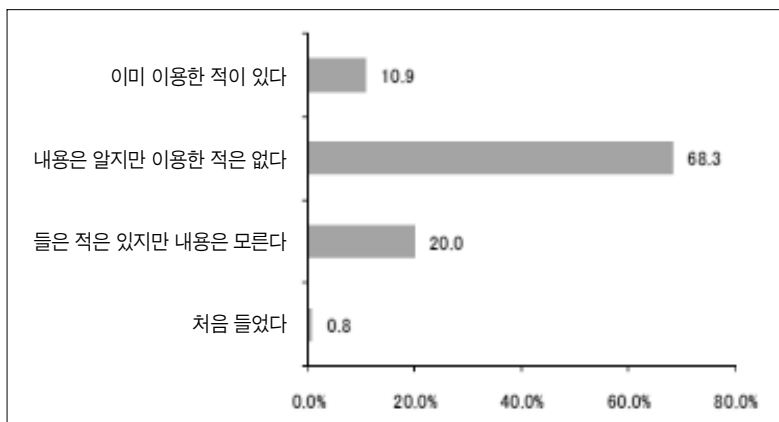
1) 전자출판에 대한 수용자 인식 조사

총무성의 '2010년도 신 ICT 이용 및 활용 서비스 창출 지원사업(新ICT利活用サービス創出支援事業)'의 일환으로 실시된 '전자서적 교환 포맷 표준화 프로젝트(電子書籍交換フォーマット標準化プロジェクト)'에서는 독서 경향과 종이책에 관한 인식, 전자책에 대한 인식, 인터넷 접속도 등에 대한 웹 조사를 실시하였다. 조사는 2011년 2월 4일부터 2월 7일까지 수도권과 한신 권역에 거주하는 15세에서 59세까지의 남녀를 대상으로 하였으며, 최종 분석에 활용된 유효 응답은 1,677건이었다(日本電子書籍出版社協会, 2011).

먼저 전자책에 대한 인지도는 '내용은 알고 있다'는 응답이 68.3%, '처음 들었다'는 응답이 0.8%로 나타났다. 전자책 이용 의향에 대해서는 '이용하고 싶다'는 응답이 38.2%, '이용하고 싶지 않다'는 응답이 35.8%였다. 현재 소지하고 있는 전자책 단말기에 대한 조사에서는 '하나도 없다'는 응답이 81.1%로 가장 높았으며, 전자책 단말기로 PC를 이용한다는 응답이 8.7%

〈그림 7-1〉 전자책에 대한 인지도 조사

(단위: %)



* 자료: 日本電子書籍出版社協会(2011), 〈総務省委託事業平成 22 年度 新ICT利活用サービス 創出支援事業-電子書籍交換フォーマット標準化プロジェクト調査報告書〉.

〈표 7-11〉 전자책에 대한 인지도 조사

(단위: %)

항목		비율
꼭 이용하고 싶다	8.8%	이용하고 싶다(합계) 38.2%
이용해도 좋을 것이다	29.3%	
별로 이용하고 싶지 않다	26.2%	이용하고 싶지 않다(합계) 35.8%
전혀 이용하고 싶지 않다	9.7%	
모르겠다	26.0%	

* 자료: 日本電子書籍出版社協会(2011), 〈総務省委託事業平成 22 年度 新ICT利活用サービス 創出支援事業-電子書籍交換フォーマット標準化プロジェクト調査報告書〉.

였다. 그 다음으로 스마트폰 5.8%, 휴대전화 3.6%, 아이패드 3.0%, 갈라파고스(샤프) 0.4%, 킨들(아마존), 리더(소니) 0.3% 순으로 나타났다.

전자책 단말기를 소지하고 있다고 응답한 응답자에게 전자책을 읽기

〈표 7-12〉 전자책 및 전자책 단말기에 대한 의견

(단위: %)

항 목	비 율
디스플레이의 화면 표시가 보기 힘들 것 같다	32.4
휴대전화(스마트폰 제외)로 충분하다	3.5
스마트폰(고기능 휴대전화)로 충분하다	6.9
PC로 충분하다	14.5
종이책으로 충분하다	45.6
종이책과 달리 책을 소유하는 만족감을 얻을 수 없다	34.1
종이책과 달리 책을 읽는 만족감을 얻을 수 없다	34.0
입수할 수 있는 전자서적의 수가 적을 것 같다	23.9
전자책 구입이 번거롭다	14.4
전자책 단말기의 조작이 번잡할 것 같다	13.2
책이 디지털화되는 것은 시대의 흐름이기 때문에 어쩔 수 없다고 생각한다	53.2
기타	8.9

* 자료: 日本電子書籍出版社協会(2011), 〈総務省委託事業平成 22 年度 新ICT利活用サービス 創出支援事業-電子書籍交換フォーマット標準化プロジェクト調査報告書〉.

위해서 소지하고 있는 단말기를 얼마나 사용하고 있는지에 대한 질문에서는 ‘거의 사용하지 않는다’는 응답이 51.1%로 가장 높았다. ‘월 1회’ 18.9%, ‘주1회’ 13.6%, ‘주 2-3회’ 9.5% 순이었으며, ‘매일 사용한다’는 응답은 6.9%로 가장 낮았다.

하지만 향후 전자책이나 전자책 단말기의 전망에 관한 의견을 묻는 질문에서는 ‘책이 디지털화되는 것은 시대 흐름이기 때문에 어쩔 수 없다’는 응답이 53.2%로 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘종이책으로 충분하다’는 응답(45.6%)과 ‘전자책은 종이책과 달라서 책을 읽는 만족감을 얻을 수 없다’는 응답(34.1%) 순으로 많았다.

기술이 발달하면서 종이책의 시대가 끝나고 전자책의 시대가 올 것이

〈표 7-13〉 종이책의 종말과 전자책의 시대 도래 전망에 대한 의견

(단위: %)

항 목	비 율	
매우 그렇다고 생각한다	5.5	그렇다고 생각한다 (합계) 30.4
그렇다고 생각한다	24.9	
별로 그렇게 생각하지 않는다	27.5	그렇게 생각하지 않는다 (합계) 32.5
전혀 그렇게 생각하지 않는다	5.0	
종이책과 전자서적이 공존할 것이라고 생각한다	34.6	
모르겠다/생각해 본 적 없다	2.5	

* 자료: 日本電子書籍出版社協会(2011), 〈総務省委託事業平成 22 年度 新ICT活用サービス 創出支援事業-電子書籍交換フォーマット標準化プロジェクト調査報告書〉.

라는 의견에 대한 생각을 묻는 질문에 대해서도 ‘그렇다’는 응답과 ‘그렇지 않다’는 응답이 서로 비슷하게 거의 절반씩을 차지하는 것으로 나타났다.

2) 전자출판 시장 전망 및 과제

출판대국인 일본에서도 종이책, 잡지, 신문의 매출이 해가 거듭하면서 감소 추세를 보이면서 전자책 비즈니스가 점차 주목받고 있지만, 사용성이 높고 일본어가 정확하게 표시되는 전자책 단말기는 충분하다고 보기 어렵다. 일본에서 보급되고 있는 전자책 콘텐츠는 아직 휴대전화용이 대부분이며, 전자책 전용 단말기를 위한 콘텐츠는 거의 보급되지 않고 있는 실정이다. 음악의 경우 디지털화가 이루어져도 최종 소비 수단은 아날로그와 크게 달라지지 않지만, 서적의 경우 디지털화되면 조작성과 표시 매체가 달라지고 최종 소비수단은 종이에서 전자 디스플레이로 변경되지 않을 수 없다. 전자책과 전자책 단말기를 적극적으로 이용하려는 이용자가 아직은 소수라는 조사 결과를 감안한다면, 일본에서는 여전히 종이책을 중심으로 전자책이 공존하는 형태가 오랜 기간 계속될 것이라는 분석이 지배

적이다(矢口, 2011). 향후 일본의 전자출판 시장 동향은 예측하기 어려우나, 전자책 콘텐츠를 다양한 플랫폼이나 단말기에서 이용할 수 있는 환경 만들기, 특히 일본어 전자서적 파일 포맷 및 교환 포맷의 표준화에 대한 논의가 계속되고 있다(植村, 2010). 또한 웹 2.0 시대에 걸맞은 새로운 콘텐츠 비즈니스로서의 가능성이 대두되고 있는 상황에서, 일본 고유의 출판 문화와 새로운 웹 문화가 충돌할 것이라는 예상도 조심스럽게 제기되고 있다. 이러한 상황에서 일본의 전자출판 시장의 미래에 관하여 몇 가지 흥미로운 전망이 제시되고 있다(コンテンツビジネス調査研究会, 2008; 電通総研, 2011).

첫째, 사이즈별 디스플레이 시장의 성장이다. 현재 판매되고 있는 전자책 단말기의 사이즈는 크게 두 가지다. 하나는 5인치 전후의 문고판 서적과 동일한 사이즈이며, 다른 하나는 잡지 콘텐츠를 편하게 볼 수 있는 10인치 전후의 사이즈다. 전자책 이용자의 특징이나 ‘니즈’를 감안하면, 화면 사이즈는 중요한 요소가 될 수 있다. 예를 들어, 일본에서 현재 20대 중반 세대(1986년 전후 출생)는 학생 시절부터 휴대전화의 3인치에 익숙하기 때문에 PC나 노트북 디스플레이(10-20인치 전후)는 크다고 느끼는 경향을 보인다. 즉 이 세대는 작은 화면으로 완결되는 전자책 콘텐츠에 친화적이다. 반면 PC와 인터넷에 친화성이 높은 세대(1976년 전후 출생)에게는 상대적으로 큰 사이즈의 디스플레이 화면에 익숙하다. 따라서 향후 몇 년간은 소비자가 받아들이기 쉬운 디스플레이 사이즈, 그리고 각각의 디스플레이 사이즈에 걸맞은 콘텐츠 형식과 내용에 대한 논의가 계속될 것으로 보인다.

둘째, 무료 비즈니스 모델의 가능성이다. 웹 문화가 일반화되면서 침투하기 시작한 무료 서비스에 대한 소비자의 기대와 전자책 비즈니스 모델을 어떻게 조화시켜 나갈 것인가가 중요한 쟁점이 될 가능성이 크다. 이러한 흐름 속에서 소비자가 유료 결제를 의식하지 않게 만드는 형태의 비즈

니스 모델과 함께 광고 모델 도입이 모색될 수 있다.

셋째, 자비 출판 형식으로 UCC가 활용될 가능성이다. 일본에서는 자비 출판이 상당히 활발하다. 출판업계에서는 자비 출판 시장을 추계 600억 엔 규모로 추정하고 있다. 전자책은 책을 출판해 보고 싶다고 생각하는 개인에게 좋은 환경을 제공할 수 있을 것이며, 이는 '서적판 UCC'라는 형태로 일본의 콘텐츠 시장 활성화에도 기여할 수 있을 것이라는 기대를 모으고 있다.

결론 및 정책적 제언

1. 연구 결과의 요약 및 토론

지금까지 이 연구는 읽기문화의 역사와 철학, 그리고 국내외 현황에 대한 여러 가지 쟁점들을 개략적으로 살펴보았다. 이 연구는 ‘읽기문화’의 현 단계를 규명하기 위한 다양한 시각들을 교차시키면서, 이를 복합적인 정책적 과제로 고찰해 보았다. 이를 통해 다음 몇 가지 측면에 대한 새로운 연구 과제를 제기할 수 있었다.

가장 먼저 살펴볼 내용은 읽기와 쓰기의 존재 방식에 대한 근원적인 재성찰이었다. 즉 ‘읽기’의 의미를 역사적·사회적인 거시적 맥락 속에서 재검토하는 것이었다. 현 시대의 미디어 환경은 시민들의 읽기와 쓰기의 실천 양상을 근본적으로 변화시킬 잠재력을 보유하고 있으며, 젊은 층을 중심으로 이러한 경향은 점점 현실화되기 시작하였다. 하지만 새로운 미디어 환경이 기존의 아날로그 종이 매체를 완전히 대체할 것이라는 전망으로 이어지지는 않는다. 어떤 형태로든 종이 매체와 디지털·스마트 매체의 이용이 병행하는 시기가 당분간 계속될 것이다. 이는 새로운 읽기문화 정책을 준비해야 하는 우리에게 대단히 큰 위기이자 기회로 작용한다. 디지털 시대를 맞이하여 읽기문화가 현

재 어느 지점에 위치해 있고, 또 앞으로 어떤 정책적 처방을 내릴 수 있는지에 대한 보다 근원적인 성찰을 가능하게 해 주기 때문이다.

2장과 3장의 논의를 통해 ‘읽기’의 근대 서양과 근대 한국(및 동아시아)에서의 읽기 실천이 가진 역사적, 사회문화적 위상을 새롭게 점검해 보았다. 여기서 확인한 점은 읽기와 사회적 지식의 관련성에 대한 새로운 인식이었다. 음독과 묵독, 정독과 다독, 발췌독과 통독이라는 읽기 실천의 역사적인 형태들은 그 자체로 서구화, 근대화 및 개인주의화의 과정과 직접적으로 결부되어 있다. 읽기는 지식의 사회적 차원을 구성하는 근원적인 세미오시스에 해당한다. 그리고 개별 사회에서 읽기와 독서의 체험이 어떤 형태로 구성되는지에 따라 근본적으로 각기 다른 대중적인 지식 형성의 경험, 그리고 각기 다른 사회적 변혁(근대화)의 결과를 낳고 있었다. 서양의 근대 문명 형성 과정에서 지식과 미디어(신문, 책), 그리고 읽기의 경험은 계몽주의 사상, 시민계급 주도의 근대 혁명, 그리고 개인 주체성과 감성을 중요시하는 독서문화의 등장과 체계적으로 관련된다. 국가가 미디어 발전과 읽기문화 형성을 주도하였던 일본에서는 국가라는 ‘상상적 공동체’ 속에서 ‘독서하는 국민’의 등장, 이것이 독서를 통한 근대적 지식의 추구로 이어지는 또 다른 형태의 근대성의 양상들이 발견된다. 마찬가지로 한국의 근대 역시 개인적 차원의 ‘수양’을 중요시하던 전통적 읽기 문화가 점차 개인주의화되는 과정에서 근대적인 문화적 감수성을 형성시켰으며, 독자적인 ‘실력’ 향상을 목표로 한 또 다른 ‘독서하는 국민’의 탄생을 가져왔다. 이러한 논의들은 곧 디지털 시대의 읽기문화의 양상들에 대해서도 새로운 형태의 역사적 과제 부여를 요구한다.

실증적 데이터 및 심층 인터뷰 결과를 토대로 현재 국내의 읽기문화에 점점 가시화되고 있는 변화의 흐름에 주목할 필요성이 한층 부각되었다. 활자문화와 영상문화의 대립이라는 사회적 이슈가 제기된 지 20여년이 지난 지금, 우리 일상 속의 읽기문화는 문자(텍스트)와 영상을 동시에 포괄하는 새로운 키워드인 ‘디지털 · 스마트화’로 수렴되고 있다. 이 점은 특히 디지털 · 스마트

미디어를 자유롭게 다루고 또 그만큼 자주 사용하는 젊은 층(10대에서 30대 까지)에게서 가장 크게 나타난다. 통계적으로 시민들의 평균 독서율이나 독서량 자체가 줄어들지는 않았다. 하지만 전통적 의미의 '활자로 인쇄된' 책 혹은 신문을 읽는 시간 자체는 급격히 줄어든 상황이다. 그 시간의 상당 부분은 TV · 인터넷 · 휴대폰 이용으로 옮겨갔다. 과거 '종이신문'으로 대표되던 뉴스 소비 역시 이제는 인터넷이나 스마트 미디어의 매개를 통하지 않고서는 더 이상 소비되지 못하고 있다.

또한 이용자들의 구체적인 읽기 실천 속에 각인된 경험의 양상에 대한 보다 상세한 고찰의 필요성이 제기되었다. 미디어 환경의 변화 속도는 대단히 빠르지만, 이용자들의 입장에서 지금의 읽기 환경 변화를 좀 더 '균형 잡힌' 시각으로 바라볼 필요는 여전히 크다 하겠다. 이들이 보기에 인쇄 매체와 전자 매체는 여전히 상호 보완적인 관계에서 읽기의 영역을 구축하고 있으며, 앞으로도 상당 기간 그러하리라는 것이다. 이것은 기술개발론 혹은 산업적 관점에서 제기하는 스마트 미디어와 디지털 텍스트가 인쇄 매체(책, 종이신문)를 전적으로 대체할 것이라는 주장이 아직은 성급한 것임을 알 수 있게 해 준다. 더불어, 일상 속에서 읽기의 구체적 형태를 실제로 결정하는 것은 일상생활의 의례적 습관 및 시공간적 조건이 어떤 대상과 어떤 기기와 조합되느냐에 따라 결정된다. 읽기가 항상적으로 가능해진 상황에서는 이동 시간과 이동 교통수단의 미세한 차이에 따라 읽기의 대상과 방식은 미시적으로 조정된다. 바로 이러한 미시적 조정의 능력이 오늘날의 디지털 독자의 역량이라는 사실을 고려할 필요가 있다 하겠다.

2. 디지털 시대의 읽기문화와 미디어 리터러시

국내의 읽기문화진흥 정책을 되돌아보는 과정에서 이 연구는 특별히 국내에서 지난 20여 년간 폭넓게 진행된 신문활용교육(NIE)의 성과와 한계를 짚어 보고자 한다. NIE는 국내에 도입된 이후 미디어 교육의 대표적인 영역으로 각광받아 왔다. 그 이유는 무엇보다도 신문이 학생들의 다양한 지적·정서적 발달에 깊은 영향을 끼칠 수 있는 ‘읽기’ 교육의 중요한 수단이기 때문이다. 그럼에도 불구하고, 오늘날 국내의 NIE 환경은 새로운 도전과 변화의 과제에 직면해 있다.

NIE를 둘러싼 논의들은 디지털 시대의 도래와 읽기문화진흥 정책의 향배를 둘러싼 새로운 학술적·정책적 관심을 환기하는 장이기도 하다. 디지털 시대의 미디어가 ‘전통적’ 미디어와는 서로 다른 ‘미디어 논리에 의해 작동한다고 한다면, 디지털 미디어에 대한 독해 능력의 문제는 대단히 복잡하고 새로운 과제를 우리에게 던져주기 때문이다. 곧 ‘디지털 미디어 리터러시’의 문제는 문자를 읽고 쓸 수 있는 능력을 지칭하던 이른바 ‘리터러시(literacy)’ 개념의 본래 의미 층위를 큰 폭으로 확장시킨다. 따라서 미디어 리터러시에 있어 미디어(텍스트)를 분석하고 이해하는 ‘읽기(reading)’의 차원과 더불어 미디어(텍스트)를 제작하는 ‘쓰기(writing)’의 차원을 함께 필수적인 고찰 대상으로 부각시킨다(cf. Buckingham, 2004). 하지만 인터넷을 중심으로 한 디지털 미디어 환경이 진전하는 속도가 급격한 만큼, 국내에서 그동안 읽기문화를 둘러싼 정책적인 대응은 여전히 인쇄매체 중심으로 구성된 측면이 없지 않다(cf. 김기태, 2011). 여기서는 신문에 대하여 집중된 정책적 지원을 궁극적으로 디지털·스마트 매체들을 포함한 포괄적인 미디어 교육의 활성화로 확장시키는 문제에 대해서도 간략히 언급해 보고자 한다.

1) 국내 신문사 NIE의 현실과 한계

앞서 언급한 대로 국내 신문사 중 20여 곳에서 정기 또는 부정기적으로 NIE 지면을 발간하고 있고, 이 중 4곳(『조선일보』, 『강원일보』, 『전북일보』, 『매일경제신문』)에서는 매년 NIE 작품 콘테스트를 개최해 독자들과 소통하는 기회를 갖고 있다. 이 외에도 교사와 학부모를 대상으로 한 NIE 연수와 워크숍 등을 열고 인터넷 웹사이트에 'NIE' 코너를 마련해 정보를 공유하는 등 NIE에 대한 이해를 넓히고 저변을 확대하는 데 노력을 기울이고 있다. 신문사가 이런 노력을 기울이는 이유는 물론 '독자 서비스'와 '미래 독자 유치'라는 목적 때문이다. 신문사에서 제공한 기사들은 단지 일회성 정보에 그치지 않고 독자의 지적 능력 향상을 도모할 수 있는 교육적 가치를 지니고 있다. 또한 인터넷과 모바일 디바이스들의 발달로 갈수록 종이 신문의 유료 독자 수가 줄어들고 있는 신문사 입장에서는 교육적 가치를 지닌 뉴스 콘텐츠를 개발하는 NIE의 주체로서 자리매김하는 것이 향후 신문의 수익 모델이 될 것이라는 기대 또한 숨기지 않는다.

하지만 일차적으로 신문 지면에 뉴스 콘텐츠의 교육적 가치를 짚어주는 NIE 지면이 게재되는 것에 대해서는 신문사 내부에서도 논란이 많다. 또 현장 교사나 학부모들 사이에서 신문사가 제공하는 NIE 지면이 그다지 큰 호응을 얻지 못하고 있는 것도 문제다. 더구나 신문사의 NIE가 독자들에게 주목을 받고 있는 이유가 완성도 있는 NIE 지면을 독자에게 서비스하고 있어서가 아니라는 비판 역시 만만치 않다. 한 연구는 대학 입시 등에 필요한 시사 정보를 NIE 지면을 통해 손쉽게 얻을 수 있으며, 입학사정관제 등 입시에 NIE 포트폴리오가 학생의 창의성과 진로를 위한 노력으로 좋은 평가를 받을 수 있는 것이 신문사 NIE가 관심을 끄는 주요한 이유라고까지 지적한다(이철우·문종대·안차수, 2010). 신문사 내부적으로도 NIE를 콘텐츠적인 가치보다는 수익 모델로 바라보는 시각은 신문사 내에 여전히 많이 남아 있다(박형수, 2011). 신문의 질적 제고와 기자 역량 강화를 위해 NIE 지면을 어떻

게 활용해야 할지에 대한 고민이 필요하다.

결국 신문사의 NIE에 대한 전면적인 재검토의 과정이 떠오른다. NIE 지면이 신문사가 출간하는 대학 입시용 교재가 되는 것은 바람직하지 않다. 누구나 뉴스를 이해할 수 있고 시사적인 현안에 대해 자신의 입장을 밝힐 수 있는 시민 교육의 방향으로 나아가야 한다. 신문사의 NIE도 이런 방향에 맞춰서 제작되려면 NIE의 개념에 대한 분명한 사회적 합의가 선행될 필요가 있다.

2) NIE의 효과에 대한 다차원적 인식의 필요성

NIE의 효과 역시 교과 학습의 직접적인 성과만이 아니라 개인의 자아 및 사회적 차원, 그리고 미디어 리터러시 차원으로 보다 세분화시켜 살펴볼 필요가 있을 것이다. 특히 지금의 미디어 환경을 감안할 때 미디어를 이용한 교육은 단순히 특정한 과목 수행에 대한 능률을 높여 성적을 올리는 것에만 매몰되어서는 안 된다. 미디어를 충분히 활용할 수 있고, 더불어 개인의 자신감 향상이나 가치관 형성 및 효율적으로 사회적 커뮤니케이션을 수행할 수 있는 능력을 키우는 데에 좀 더 주력하여야 한다. 개인 차원에서는 미디어를 이용하고, 정보를 수용하고 활용한 뒤 새로운 가치를 창출하는 능력의 배양이 있으며 건강한 자신의 정체성을 확립하고 사회상을 형성하는 것이 가능해진다. 또, 사회적 차원에서 다른 사람과 원활히 소통하며 다른 사람의 의견을 수용하고 관용적인 태도를 함양하는 것을 염두에 두어야 한다. 그럴 경우 NIE는 보다 직접적으로 읽기문화 진흥의 주요한 수단이자 계기일 수 있을 것이다.

따라서 NIE를 활용한 미디어 교육의 효과를 다차원적이고 입체적으로 구분한 뒤, 그에 따른 효과를 확인하고 그에 맞는 NIE 계획안을 재점검 할 필요가 있다. NIE의 효과는 학교 급별로 동일하지 않을 것이며 개인 단위에서도 학생들의 특성에 따라 특별히 더 효과를 보게 되는 영역이 상이할 것이다. 이러한 다차원적 효과를 통합하여 디지털 시대의 미디어 리터러시로 연계 할 수 있다. 그리고 이와 관련된 효과를 검증한 다음 단기·중기적으로 그에 맞는 구

체적인 정책적 지원 방안을 수립할 수 있을 것이며, 이 과정에서 확인된 효과를 바탕으로 NIE 활성화를 위한 장기적인 밑그림을 그릴 수 있을 것이다 (황유선 · 박진우 · 김위근, 2011).

3) 디지털 시대의 미디어 리터러시와 읽기문화: 개념과 쟁점

마지막으로 기존의 NIE 활동과 디지털 · 스마트 미디어 시대의 도래를 종합적으로 파악하기 위한 보다 진지한 검토가 필요한 시점이라 하겠다. 변화하는 미디어 환경에서 NIE는 필연적으로 이들 ‘뉴 디바이스’와 만날 수밖에 없다. 따라서 디지털 환경에 신문사들이 적응하는 과정에서 NIE 활동의 패러다임 역시 새롭게 구상되어야 한다. 과거의 오프라인 중심의 NIE 프로그램을 온라인으로 전환시키는 발상이 필요하며, 더불어 NIE의 대상 역시 과거의 학교 단위(초 · 중 · 고)에서 스마트폰과 SNS에 참여하는 시민들이라는 범위로 확장될 수 있을 것이다.

NIE는 궁극적으로 신문을 이용한 교육 활동이라는 점에서 미디어 교육의 범주에 속한다. 미디어 교육의 목표는 개인이 일상에서 겪을 수 있는 여러 가지 생활 상황 등을 극복해 낼 수 있는 사회적이고 문화적인 행동능력 향상에 기초가 될 수 있는 미디어 이용 능력을 키우는 것이다. 여기서의 핵심은 미디어에 대한 비판적 이해, 적극적 수용 능력, 창조적 참여능력, 인간성 함양을 위한 전인교육, 참여적 민주시민 등이다. 특히 미디어 교육을 통해서 문화 생산력을 증가시키고, 점진적으로는 정치적인 평가 능력까지 유도할 수 있다고 보고 있다(Buckingham, 2003). 그리고 읽기의 실천과 읽기문화는 이와 같은 미디어 교육과 리터러시 함양의 과제로 나아가기 위한 가장 기초적인 과제에 해당한다 하겠다.

‘미디어 리터러시’는 미디어 교육의 결과로서 기대될 수 있는 요소이며, 미디어를 통해 접하는 정보를 이해하고 활용하는 능력을 말한다. ‘리터러시(literacy)’라는 용어는 1970년대 서구 사회에서 유래한다. 당시 미국에서

는 교육학자 그리고 미디어 연구자들 사이에서 ‘텔레비전 리터러시’라는 개념이 처음 등장하였다. 그리고 지금까지도 북미에서는 일반적으로 ‘미디어 교육’이라는 용어보다 ‘미디어 리터러시’라는 용어를 즐겨 사용한다. 영국에서는 1980년대 후반 미디어 교육을 영어 교육 안에 통합시키려는 시도의 결과로 리터러시가 언급되기 시작한 바 있다(Fish, 1980; Bazalgette, 1992). 그러니까 언어와 문학을 가르치는 교육자들이 미디어에 대한 관심을 확장한 것이라고 말할 수 있다. 영국의 오프컴(Office of Communication)은 “미디어 리터러시란 다양한 맥락에서 커뮤니케이션에 접근하고 이해하며 창조할 수 있는 능력(the ability to access, understand and create communication in a variety of contexts)”이라고 정의한다(Buckingham, 2004, 68쪽). 이 중에서 접근 능력은 전자매체에 초점을 맞추면서 디지털 격차와 관련하여 가장 강조되고 있는 부분으로, 자신이 필요로 하는 미디어 콘텐츠 혹은 정보를 찾아 활용할 수 있는 능력이 된다. 유럽연합 집행위원회(Europe Commission)는 미디어 리터러시를 “접근(access), 분석(analyze), 평가(evaluation), 창의적 제작(creative production)”이라고 정의하기도 하였다(위의 책).

이처럼 전통적 개념에서의 리터러시는 읽고 쓰는 능력으로 문자 언어에 국한되었지만 현대 사회의 미디어 리터러시는 다양한 언어 형태(문자 언어, 영상 언어, 디지털 언어 등)로부터 우리에게 주어지는 자극을 이해하고 해석하며 나아가 활용할 줄 아는 능력을 지칭하는 용어로 확장되었다. 이는 현대 미디어가 요구하는 ‘새로운’ 리터러시가 인쇄매체를 통한 오랜 리터러시만큼이나 중요하다는 인식의 반영이다. 예컨대 버킹검은 다음과 같이 말한다.

“새로운 커뮤니케이션 미디어의 발전으로 인해 인쇄 언어의 지배가 결정적으로 약화되었고, 우리의 언어 사용법도 근본적으로 바뀌게 되었다. 그래서 오늘날의 리터러시는 불가피하고도 필수적으로 멀티미디어 리터러시이어야

한다고 주장하며, 이렇게 생각할 때 전통적인 형식의 리터러시를 가르치는 것은 더 이상 적합하지 않다.” (Buckingham, 2004, 69쪽)

디지털 사회의 도래와 관련하여, 새롭게 등장한 디지털 미디어는 다중적인 지능(multiple intelligence)을 요구한다. 그리고 미디어 리터러시는 커뮤니케이션 도구의 사회언어를 해독하고 부호화 하는 능력으로써 그 시대를 살아가는 데 기초가 되는 능력이며 또 지식기반 사회에서 일상적 삶을 성공적으로 수행하기 위한 중요한 능력 요인 중 하나로서 인식된다. 리터러시는 바로 이런 의미에서 복합적인 개념으로 정의되어야 하고 다수의 리터러시들을 포함시켜야 하며 ‘새로운 능력에 대한 개념’으로 정의될 필요가 있을 것이다(cf. Silverstone, 2009).

우선 디지털 시대의 미디어 리터러시는 인터넷에서 찾아낸 정보의 가치를 제대로 평가하기 위해 모든 사용자에게 요구되는 비판적 사고력을 의미하며, 컴퓨터를 통해 다양한 출처로부터 찾아낸 여러 가지 형태의 정보를 이해하고 자신의 목적에 맞는 새로운 정보를 조합해 냄으로써 올바르게 사용하는 능력이라고 볼 수 있다. 다양한 출처로부터 얻는 여러 형태의 정보를 이해하고 활용, 즉, 취사선택, 편집 및 가공하여 새로운 지식을 창출하는 능력과 지식 공유의 능력이기도 하며 컴퓨터 조작 기술이 아니라 모든 정보를 활용할 수 있는 능력에 초점, 즉, 지식 통합 능력이 디지털 리터러시의 가장 핵심이 된다. 이는 또 광의적 차원에서 ‘테크놀로지 리터러시’, ‘정보 리터러시’, ‘커뮤니티 리터러시’로 구분될 수 있다. 마찬가지로 컴퓨터 리터러시(조작 기술력), 정보 리터러시(정보 생성, 처리, 분석, 검색, 활용 등의 능력), 지식 리터러시(확보된 정보를 기반으로 지식을 창출하고 전달하는 정보 생산 능력) 등으로 구분하는 것이 가능하다. 기술적 영역에서의 언어능력으로 다양한 미디어의 조작 능력 및 기술적 이해 능력이라고 볼 수 있으며 문화적 능력으로써는 비판적 읽기 능력으로 미디어가 제시하는 의미에 대해 이해할 수 있는 능력이며, 사회적 능력으로써 사회와의 소통 능력이

고 문화생산 능력으로 미디어를 주체적으로 활용해 독특한 문화 및 커뮤니케이션 능력 소유하는 것이 된다. 정리 하자면, 다양하게 논의되고 있는 미디어 리터러시에 대한 세부 요소는 ‘미디어 접근 능력’, ‘미디어의 비판적 이해 능력’, ‘창의적 표현 능력’, ‘소통 능력’ 등으로 구분될 수 있다.

움베르토 에코: “그렇습니다. 진위 여부를 확인할 수 없는 어떤 정보를 다루는 법을 배워야 합니다. 바로 여기에 교사들의 딜레마가 있어요. 초등학생들이나 그 상급 과정의 학생들은 과제를 하는 데 필요한 정보들을 인터넷에서 얻곤 하는데, 그 정보들이 정확한지 아닌지도 모르면서 그리합니다. 사실 그들이 어떻게 알 수가 있겠습니까? 그래서 나는 교사들에게 충고하고 싶습니다. 학생들에게 과제를 낼 때 다음과 같은 조사를 시키라고요. 즉 제시된 주제에 대한 정보를 제공하는 열 개의 다른 출처를 찾아내어 그것들을 서로 비교해 보라고 하는 겁니다. 이런 식으로 하면 학생은 인터넷에 대한 비판 감각을 훈련함으로써, 아무 정보나 덩석덩석 받아들이지 않는 법을 배울 수 있습니다.” (Eco & Carrière, 2011, 73쪽)

이렇듯 미디어의 활용 영역은 단순히 ‘해독’ 차원에서 벗어나 미디어의 장점을 응용하고 개인의 유용한 교육 도구로서 쓰일 수 있게 하는 차원으로써 확장된 것이다. 그렇다면 읽기문화 진흥과 여기서 파생된 독서문화 진흥, 그리고 신문 활용 교육(NIE)의 과제는 중요한 공통점을 가진다. 읽기문화진흥과 미디어 교육을 통한 ‘미디어 리터러시’의 향상은 현재의 미디어 환경에서 이용자들이 갖추어야 할 보편적인 능력에 해당한다 하겠다.

NIE 활동과 그것의 효과에 대한 논의 역시 이처럼 디지털 시대의 NIE의 새로운 개념에 대한 사회적 합의의 문제와 직결되어 있다. 이는 NIE를 단순히 종이 신문을 이용한 학교에서의 교육 활동으로만 인식해서는 곤란하다는 것이다. 가능한 해답은 결국 NIE는 결국 종이신문을 포함한 뉴스와 정보를

다양한 미디어에서 접하고 이를 비판적으로 해독하는 ‘리터러시’의 일환으로서, 넓은 범위의 읽기문화라는 관점에서 바라보는 것이다. 더 나아가서는 이제 미디어 교육의 관점을 넘어서, 언론사들이 생산하는 뉴스가 소통되고 소비되는 다양한 차원으로 넓혀 나갈 수 있을 것이다(이정훈 · 이두황, 2011). 새롭게 출현하는 다양한 디지털 스마트 기기를 NIE와 미디어 교육의 대상으로 적극적으로 사고하는 새로운 정책적 프로그램의 마련이 시급한 과제로 제기될 것이다. 더불어 디지털 미디어를 활용한 NIE 교수법을 개발하고 이를 장려한 데에 정책적 지원 역량을 보다 집중시킬 필요가 있을 것이다.

3. 정책적 함의

지식정보사회에서 시민들의 삶의 질 향상과 국가경쟁력 제고를 위해서는 읽기문화 친화적인 환경의 조성, 그리고 이를 토대로 읽기 실천의 생활화가 핵심적인 과제로 부각되고 있다. 이를 위해서는 정책 당국 뿐 아니라 사회 각 분야의 관련 주체들의 다양한 노력이 추진되어야 한다. 연구를 마무리하면서 이에 대하여 다음 몇 가지 측면에서 논의할 수 있을 것이다. 첫째는 융합적 미디어 환경에서 스마트 기기를 통한 책, 신문, 잡지 그리고 멀티미디어 동영상 콘텐츠가 서로 결합되는 상황에서 ‘읽기’의 가치를 재조명할 수 있는 새로운 정책적 틀을 모색하는 것이며, 둘째는 이를 위한 공적 인프라의 구축, 그리고 셋째는 학교를 중심으로 한 새로운 교육 모델의 모색일 것이다.

1) 미디어 컨버전스 환경에서 읽기의 가치 재조명

- 책, 신문, 잡지, 방송 그리고 인터넷 멀티미디어 콘텐츠가 서로 결합되는 최근의 미디어 컨버전스 환경은 시민들의 콘텐츠 이용 패턴도 상당 부분 변화시킨다. 읽기문화 정책의 수립에서 우선 염두에 두어야 할 것은 바로

이러한 변화들이다. 이제 이용자들은 더 이상 책과 신문, 잡지와 방송의 소비를 과거와 같은 맥락에서 수행하지 않는다. 이 연구에서 다루어졌던 ‘디지털 독자’의 모습은 비록 시론적이지만, 새롭게 생성되고 있는 우리 시대의 읽기문화의 양상이라는 점을 부인할 수 없다. 따라서 융합적인 미디어 환경 속에서 ‘읽기’의 문제를 새롭게 제기하고 또 ‘읽기’의 사회적 의미와 가치를 도모할 수 있는 정책적 관점이 필요하다 하겠다.

- 이 연구에서 부분적으로 드러난 사실은 모바일 스마트 미디어에 친숙한 젊은 세대들일수록 읽기의 맥락과 내용이 과거와는 판이하게 다르다는 사실이다. 이들에게는 특정 스마트 플랫폼을 통해 모든 매체를 통합적으로 이용하는 패턴이 이미 보편화되어 있다. 곧 이들은 단일한 모바일 스마트 플랫폼을 통해 주어진 읽기 환경에 맞추어 책이나 신문, 혹은 잡지나 뉴스·정보 사이트를 선택적으로 활용하고 있다는 것이다.

- 전자책과 모바일 스마트 미디어를 이용한 읽기의 실천은 기존의 종이 매체 읽기의 감각이 변화한 것이 아니라, 오히려 새로운 형태의 ‘디지털 감각’으로 생성되는 측면이 강하다. 예컨대 자신이 소유한 책을 잡고 조용히 묵독하는 즐거움이 여전히 향유되고 있는 반면, 전자 공간에서 파일 형태로 다운로드 되는 멀티모드의 콘텐츠를 보고 만지는 식으로 상호작용하는 즐거움 또한 새롭게 경험되고 있다. 독자의 입장에서 특정한 매체의 소비가 어떤 감각 하에서 어떤 즐거움과 가치를 향유하는 일이 될 것인지에 대하여 지속적인 연구를 수행할 필요가 있다 하겠다.

- 젊은 층을 중심으로 한 ‘모바일·스마트 미디어 세대’에게 읽기문화를 보다 친근하게 만들기 위해서는 우선 현재의 디지털 환경에 적합한 새로운 형식의 콘텐츠 개발이 시급하다. 이는 내용과 형식 두 측면 모두에서 그러하다. 국내에서는 아직 전자책의 소비가 미흡하고, 또 스마트 미디어로 접할 수 있는 읽기의 대상이 지극히 한정되어 있다. 이것은 외국에서 전자책 시장이 본격적으로 성장하는 것과는 대조적이다. 이용자의 입장에서

는 아무래도 읽을 만한 전자책 콘텐츠가 여전히 부족하고, 또 디지털 미디어 이용에 따른 뉴스 소비의 편식성 문제도 크게 제기되고 있다. 책과 뉴스 뿐 아니라 여타의 멀티미디어 콘텐츠 분야에서 상호작용성, 멀티모드, 역동성과 변형 가능성 등을 확장한, ‘디지털’로서의 특성을 십분 구현한 새로운 콘텐츠의 광범위한 개발과 보급이 시급한 과제로 제기되고 있다.

2) 읽기문화진흥을 위한 공적 인프라의 구축: 읽기의 사회적 격차 해소

- 읽기문화진흥 정책은 보다 전략적이고 미래 지향적인 총체적 수단들을 고려해야 하며, 그 과정에서 공공 분야의 개입을 통한 인프라의 구축은 필수적이다. 공적 인프라는 모든 시민들에게 접근 가능하도록 개방되어 있으며, 또 시민들의 읽기문화에 보다 친화적인 형태로 구축되어야 한다. 2010년 문화체육관광부가 수행한 조사에서도 드러나듯이, 독서문화의 진흥을 위해서는 가장 먼저 공공 도서관의 신설 확충 및 이에 대한 적극적인 투자를 통해, 시민들이 일상적으로 이들 공간에 친숙해 지도록 만드는 작업이 필요할 것이다. 하지만 그 속에서 더 중요한 것은 이와 같은 공공시설을 이용함을 통해 읽기 실천에 보다 친숙해질 수 있는 계기를 만드는 것이다. 이를 통해 사회 전반에서 나타나는 읽기의 사회적 ‘격차(divide)’를 해소하고, 시민들의 읽기에 대한 ‘보편적인 접근권(accessibility)’을 높이는 문제이다.

- 오늘날과 같은 스마트 미디어 시대의 도래에도 불구하고, 전체 사회 차원에서 읽기의 사회적 격차의 문제는 여전히 해소되지 않고 있다. 책의 경우, 책을 읽는 사람은 보다 많은 책을 읽고 전혀 읽지 않는 사람의 비율 역시 꾸준히 증가하고 있다(연 평균 비독서 인구는 2007년 23.3%에서 2010년 34.6%로 늘었다). 이른바 ‘독서 양극화’ 문제를 해소하기 위해서는 향후 정부의 읽기진흥 정책이 비독서 인구, 즉 책을 멀리하거나 읽지 않는 사람들에게 보다 집중될 필요가 있다는 점은 충분히 지적될 만하다(문화체

육관광부, 2010b). 이는 신문이나 잡지와 같은 인쇄 매체들에게도 마찬가지로 적용된다. 신문의 경우는 미디어 환경 변화 속에서 독서 인구의 변화와 대단히 비슷한 양상으로 전개되고 있다. 뉴스 소비가 극단적으로 방송에 치우치는 사례는 날로 늘어가고 있으며, 인터넷과 스마트 미디어를 통해 ‘관심 있는’ 분야—주로 스포츠, 엔터테인먼트 등—의 뉴스만을 편식하는 사례 역시 점점 늘어나고 있다(한국언론진흥재단, 2011). 이것은 뉴스와 정보에 대한 접근성의 격차로 귀결될 수 있다. 책과 함께 신문과 잡지의 계기를 만들고, 어떤 매체를 이용하든 지식과 정보를 일상적으로 습득하는 경험과 즐거움을 확산시키는 방향으로 정책을 수립하고 추진해 나가는 것이 필요하다 하겠다.

- 종이신문이나 스마트 미디어를 통한 읽기문화정책을 추진하는 과정은 반드시 특정 시설물의 건립 등을 요구하는 일이 아니다. 뉴스와 미디어에 대한 정책은 곧 시민들이 공적인 의제에 자발적으로 참여하고 토론하는 것을 통해, 시민들이 민주주의의 구체적인 모습을 깨닫고 이에 참여하게 만드는 것을 핵심적으로 고려해야 한다. 그런 면에서 뉴스와 미디어에 대한 읽기문화의 조성은 모든 형태의 시민교육의 출발점에 해당한다 하겠다. 뉴스와 미디어에 대한 읽기진흥 정책의 우선 순위 역시 시민들이 보편적으로 뉴스에 접근할 수 있도록 만들고, 이에 대한 토론의 공간을 만드는 일에 집중해야 할 것이다.

- 공공 도서관으로 대표되는 공적 인프라는 이 과정에서 대단히 중요한 역할을 수행할 수 있다. 크게 보아, 우선 공공 도서관은 언론 시장 내에서 많은 대중들이 접근하기 어려운 다양한 신문, 잡지들을 안정적으로 접할 수 있는 유력한 공간이다. 더불어 최근의 ‘전자 도서관’ 환경 조성정책의 영향으로 공공 도서관은 인터넷 상에 존재하는 수많은 디지털 자료—각종 공공 및 민간 아카이브—를 대중들이 보다 손쉽게 이용할 수 있게 만들어 주는 중요한 장이기도 하다. 공공 도서관은 이러한 점을 심분 활용하여, 자

신들이 보유한 인쇄 미디어 및 디지털 아카이브를 어떻게 활용할 것인지에 대한 체계적인 노력을 기울일 필요가 있다. 이러한 과제를 수행하는 것 또한 미디어 교육과 읽기문화 조성을 위한 중요한 출발점이라 하겠다.

- 국민들이 정부나 지방 자치단체에 가장 바라는 독서진흥 정책은 ‘공공 도서관 증설 및 장서량 확충’, 그리고 ‘독서진흥 예산의 확대’를 위한 적극적인 노력이었다. 하지만 공공 도서관은 그 자체가 현대 사회의 지식·정보 네트워크 속에서 핵심적인 위치를 차지한다. 도서관은 동시에 NIE 활동이라든가 기타 여러 가지 미디어 교육 활동의 메카로 기능할 수 있다. 현재 국내의 미디어 교육 프로그램에서 신문이나 잡지가 차지하는 위상이 대단히 높다는 점을 고려하여, 공공 도서관이 대중들을 상대로 한 본격적인 NIE 및 미디어 교육의 주체로 나설 필요성이 제기되고 있다. 학교 교육의 범위를 벗어나는 일반인(특히 직장인, 가정주부 등), 그리고 소외계층이 보다 친숙하게 접근할 수 있도록 다양한 매체 읽기 활동, 미디어 교육 프로그램을 준비하고 직접 시행하는 작업을 구체적으로 준비해 나갈 필요가 있을 것이다.

3) 읽기문화진흥을 위한 사회와 학교 교육의 연계 프로그램 활성화

- 이 연구를 수행하는 과정에서, 읽기환경의 조성을 위해서는 무엇보다 학교 교육의 역할이 대단히 중요하다는 점을 확인할 수 있었다. 『국민 독서 실태 조사』에서도 응답자의 45.2%가 학교 차원의 읽기환경 조성의 시급함을 지적한 바 있다. ‘읽기의 생활화’를 위해서 학교를 중심으로 학생들 그리고 학부모들에 대한 독서 교육, 읽기 교육을 강화해야 한다는 의견이 38.4%에 달하였다. 이미 한국언론진흥재단을 비롯한 다수의 NIE 실천 기관에서 신문을 대상으로 다양한 읽기 프로그램의 개발·보급이 진행되고 있지만, 새로운 차원의 프로그램 개발은 여전히 시급하다 하겠다.
- NIE의 경우, 그 양대 주체인 신문사와 학교는 모두 각자 해결해야 할 과제들을 안고 있다. 신문사는 NIE를 보다 장기적이고 또 교육적인 관점에서

접근해야 하며, 학교 현장 역시 NIE를 일부 교사들의 ‘과외활동’ 수준보다는 나은 차원의 관심을 기울여야 한다. 디지털·스마트 미디어의 보급은 연구 과정에서도 드러났듯이 과거와는 완전히 다른 실천 관습을 지닌 ‘디지털 독자’의 출현을 가져오고 있다. 하지만 ‘디지털 독자’의 읽기 능력은 여전히 ‘아날로그’ 읽기 환경에 구속되는 측면이 강하며, 바로 이런 점에서 디지털 매체에 대한 ‘리터러시’ 함양의 교육적 과제는 여전히 우리에게 중요하게 제기되고 있다. 디지털 시대의 읽기문화진흥은 바로 이러한 매체 환경의 변화를 염두에 두고, 새로운 환경에서 독자들의 읽기 능력(리터러시)을 함양시키는 교육적 과제의 실현을 통해, 궁극적으로 디지털 환경에 부합하는 읽기 친화적인 문화를 창안하는 것을 목표로 삼아야 할 것이다.

- 이 연구의 과정에서 심층 인터뷰 대상자들의 대다수는 적극적인 디지털 독자이면서도, 동시에 어렸을 때부터 가정과 학교에서 인문·예술 교육과 책 읽기, 그리고 글쓰기의 경험을 풍부하게 누렸으며, 바로 그 이유 때문에 컨버전스 환경에서 자연스럽게 디지털 독자로 안착해 나갔다는 사실에 주목할 필요가 있다. 결국 매체 환경의 변화와는 무관하게, 오히려 변화하는 환경 때문에 더욱 더 근본적인 독자로서의 소양, 감수성, 그리고 읽기의 능력을 증진하기 위한 교육이 요청되는 것이다.

- 교육 프로그램의 수립에 있어 가장 중요한 점은 읽기의 올바른 방법에 대한 기초적인 교육을 제공하는 것이다. 이는 독서의 경우, 평소에 어떤 책을 읽어야 할지 ‘정보 부족을 느낀다’는 성인이 여전히 39.5%나 되고, 학생들은 학교와 선생님께 바라는 점으로 ‘좋은 책에 대한 소개 및 정보 제공’을 첫째로 꼽고 있다는 점에서도 드러난다. 이러한 문제는 사실 학교 교사 개인이 해결할 수 있는 것이 결코 아니다. 더불어 신문과 잡지를 포함한 미디어 교육의 영역에 이르면 문제는 더욱 복잡해진다. 어떤 매체를 어떤 방법으로 또 어떻게 비판적으로 읽을 수 있을지를 고민해야 하는 과제가 제기되기 때문이다. 이러한 문제에 대처할 수 있는 사회적 해결책의 마련에 시급히 나서야 한다.

참고 문헌

- 강명관 (2007). 『책벌레들, 조선을 만든다』. 서울: 푸른 역사.
- 권명관 (2011). 전자책이 종이책보다 많이 팔렸다는 것이 의미하는 바는? 『동아일보』. 2011년 2월 1일.
- 김기태 (2007). 『미디어 교육 진흥을 위한 법·제도 연구』. 서울: 한국언론재단.
- 김기태 (2011). 미디어 교육으로서의 NIE 활성화 방안. 제15회 미디어교육 전국대회 ‘미디어 교육으로서의 NIE 활성화를 위한 이론과 현장의 만남’ 발표문. 2011년 8월 17일.
- 김기태 · 권혁남 · 김양은 (2007). 『NIE 프로그램의 내용 분석 및 효과 검증』. 서울: 신문발전위원회.
- 김양은 (2009). 『디지털 시대의 미디어 리터러시』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김정명 (2010). 전자책 사용 실태와 이미지에 관한 연구: e-book 콘텐츠를 중심으로. 『출판잡지연구』, 18-1호.
- 남경옥 (2011). 한국 전자책 시장의 성장 가능성은? 『한국일보』. 2011년 5월 27일.
- 남혜현 (2011). 전자책 이용자 60%, 스마트폰 · 태블릿 사용. 『지디넷 코리아』. 2011년 1월 27일.
- 문연주 (2010). 일본의 전자출판 동향 및 출판산업구조의 재편. 『출판잡지연구』, 18권 1호, 257~276쪽.
- 문화체육관광부 (2010). 『전자출판산업 육성방안』. 2010년 4월.
- 문화체육관광부 (2010b). 『2010년 국민 독서 실태 조사』. 2010년 12월.
- 문화체육관광부 (2011). 『NIE 활성화를 통한 읽기문화 확산: 신문활용교육(NIE) 기본 계획』. 2011년 4월.
- 문혜원 (2010). “보고픈 책이 없다” … 전자책 시장 걸림돌. 『머니투데이』. 2010년 6월 5일.
- 박동숙 · 이경숙 · 정수영 (2010). 『글로벌 읽기문화 프로젝트: 신문 읽기문화 진흥 실태조사 및 읽기문화 진흥방안 연구』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 박지희 (2011). e-Book의 현황과 전망. 『정보통신정책』, 13-1호.
- 박형수 (2011). 신문사에서의 NIE 추진 실태 및 평가. 제15회 미디어교육 전국대회 ‘미디어 교육으로서의 NIE 활성화를 위한 이론과 현장의 만남’ 발표문. 2011년 8월 17일.

- 성대훈 (2009). 부활하는 이머징 마켓, 전자책(e-Book) 사업. 『DigiEco』, 2009년 6월호.
- 안재현 (2011). 미디어 생태계에서의 플랫폼 전략. in 김대호 외. (공저). (2011). 『미디어 생태계』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 오원석 (2011). ‘킨들 파이어’가 보여준 태블릿의 미래. 『Bolter.net』, 2011년 12월 9일.
- 유재준 (2011). 교보문고, 스마트폰-태블릿 PC로 전자책 시장 급성장. 『프라이م 경제』, 2011년 4월 21일.
- 이근 (2011). 전자책, 멀티미디어로 활로 모색. 『아이티 투데이』, 2011년 6월 15일.
- 이상훈 · 문성철 · 김경환 (2010). 『디지털 뉴스유통 DB 구축 및 e-Book 플랫폼 활용방안 연구』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 이연 (2008). 일본의 ‘문자 · 활자문화진흥법’을 통해서 본 신문읽기 진흥방안. 한국언론재단 읽기문화진흥 세미나 발표문.
- 이용준 · 김원제 · 최학현 · 최재표 (2010). 『전자책의 빅뱅』. 서울: 이담.
- 이재구 (2010). 세계 e북 시장 핵폭풍… 구글 에디션 이달 출범. 『지디넷 코리아』 2010년 12월 1일.
- 이정훈 · 이두황 (2011). 『디지털 시대의 뉴스 리터러시 향상 방안 연구』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 이철우 · 문종대 · 안차수 (2010). 『한국 NIE 실태분석과 개선방향』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 천정환 (2003). 『근대의 책읽기: 독자의 탄생과 한국 근대문학』. 서울: 푸른 역사.
- 최상희 (2003). 『NIE의 이해와 활용』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 최상희 (2009). 『고등학교 사회과 수업에서 신문 자료의 구성주의적 재구성』. 인하대학교 언론정보학과 박사학위논문.
- 최준호 (2011). 전자책에 자리 내 준 종이책, 고가 · 소장용 서적만 생존. 『중앙 SUNDAY』 223호, 2011년 6월 18일.
- 한국언론진흥재단 (2011). 『2011 언론수용자 인식조사』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국콘텐츠진흥원 (2010). 『2009 해외 콘텐츠 시장조사: 출판』. 서울: 한국콘텐츠진흥원.
- 황유선 · 박진우 · 김위근 (2011). 『NIE 효과 측정을 통한 정책방안 연구』. 서울: 한국언론진흥재단.
- KT경제경영연구소 (2009). 『미국 e-Book 시장의 현황과 시사점』. 서울: KT경제경영연구소.
- 大木康(오오키 야스시) (2004). 『明末江南の出版文化』. 노경희 (역). (2007). 『명말 강남의 출판문화』. 서울: 소명출판.

- 佐々木俊尚(사사키 도시나오) (2009). 『電子書籍の衝撃: 本はいかに崩壊し、
いかに復活するか?』. 한석주 (역). (2010). 『전자책의 충격』. 서울: 커뮤니
케이션북스.
- 永嶺重敏(나가미네 시게토시) (2004). 『「読書国民」の誕生: 明治30年代の活
字メディアと読書文化』. 다지마 테쓰오 · 송태욱 (역). (2010). 『독서국민의
탄생: 근대 일본, 책 읽는 국민을 만들다』. 서울: 푸른 역사.
- 前田愛(마에다 아이) (1982). 『近代讀者の成立』. 유은경 · 이원희 (역). (2003).
『일본 근대 독자의 성립』. 서울: 이룸.
- 植村八潮 (2010). 電子書籍交換フォーマットの現状と標準化. 『情報知識学会
誌』, Vol. 20, No. 4.
- コンテンツビジネス調査研究会 (2008). 『最新コンテンツビジネスのすべてが分か
る本』. 東京: 日本能率協会マネジメントセンター.
- 日本電子書籍出版社協会 (2011). 『総務省委託事業: 平成22年度新ICT利活
用サービス / 創出支援事業-電子書籍交換フォーマット標準化プロジェ
クト調査報告書』. 東京: (社)日本電子書籍出版社協会.
- 矢口博之(야구치 히로유키) (2011). 日本の電子出版の現況と展望. 『韓國出版
學會 2011 韓 · 日出版學術會議論文集』.
- 藤竹晁 (編). (2005). 『図説日本のマスメディア[第2版]』. 東京: 日本放送出版
協会.
- 電通総研 (2010). 『情報メディア白書2010』. 東京: ダイヤモンド社.
- 電通総研 (2011). 『情報メディア白書2011』. 東京: ダイヤモンド社.
- (財)日本新聞教育文化財団博物館 · NIE委員会 (2010). 『2009年度 N I E
効果測定調査結果報告』. 東京: (財)日本新聞教育文化財団博物館 ·
N I E 委員会.
- Bazalgette, C. (1992). Key Aspects of Media Education, in M. Alvarado & O.
Boyd-Barrett. (eds.). (1992). *Media Education: An Introduction*.
London: British Film Institute and The Open University Press.
- Benjamin, W. 반성완 (편역). (1983). 『발터 벤야민의 문예이론』. 서울: 민음사.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and
Contemporary Culture*. 기선정 · 김아미 (역). (2004). 『미디어 교육: 학습,
리터러시, 그리고 현대문화』. 서울: jnBook.
- Carrie, J. et al. (2009). *Young People, Ethics, and the New Digital Media: A
Synthesis form the GoodPlay Project*. The John D. and Catherine T.
MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. 권상희

- (역). (2011). 『뉴 디지털 시대 청소년 미디어윤리 교육: 굿플레이 프로젝트 종합』. 서울: 컴윈미디어.
- Chartier, R. (1991). *Les origines culturelles de la Révolution française*. 백인호 (역). (1998). 『프랑스 혁명의 문화적 기원』. 서울: 일월서각.
- Chartier, R. & Cavallo, G. (1997). *Storia della lettura nel mondo occidentale*. 이종삼 (역). (2006). 『읽는다는 것의 역사』. 서울: 한국출판마케팅연구소.
- Condorcet, J.-A. marquis de. (1795/1955). *Esquisse d'un tableau historique des progrès de l'esprit humain*. 장세룡 (역). (2002). 『인간 정신의 진보에 관한 역사적 개요』. 서울: 책세상.
- Dahlgren, P. (1996). Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Public, *Javnost-the Public*, 3(3), 59 ~ 72.
- Darnton, R. (2010). *The Case for Books: Past, Present and Future*. 성동규 · 고은주 · 김승완 (역). (2011). 『책의 미래』. 서울: 교보문고.
- Eco, U. & Carrière, J.-C. (2009). *N'espérez pas vous débarrasser des livres*. 임호경 (역). (2011). 『책의 우주: 세기의 책벌레들이 펼치는 책과 책이 아닌 모든 것들에 대한 대화』. 서울: 열린 책들.
- Fish, S. (1980). *Is There a Text in This Class?: The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Fischer, S. R. (2003). *A History of Reading*. 신기식 (역). (2011). 『읽기의 역사: 나는 읽을 때 살아 있음을 느낀다』. 서울: 지영사.
- Gawer, A. (2009). Platform Dynamics and Strategies: From Products to Service. in A. Gawer, (ed.), *Platforms, Markets, and Innovation*. Camberley, U.K.: Edward Elga Publishing.
- Ginzburg, C. (1976). *Il Formaggio e i vermi: Il cosmo di un mugnaio de 1,500*. 김정하 · 유제분 (역). (2001). 『치즈와 구더기: 16세기 한 방앗간 주인의 우주관』. 서울: 문학과 지성사.
- Freud, S. (1920). *Jenseits des Lustprinzips*. 박찬부 (역). (1997). 『쾌락 원칙을 넘어서』. 서울: 열린책들.
- McGrath, M. E. (1995). *Product Strategy for High-Technology Companies*. New York: Irwin Professional Publishing.
- Manguel, A. (1996). *A History of Reading*. 정명진 (역). (2000). 『독서의 역사』. 서울: 세종서적.
- Potter, W. J. (2011). *Media Literacy*. 5th edition. Los Angeles: Sage.
- Shin, D.-H. (2011). Understanding e-Book Users: Uses and Gratification Expectancy Model, *New Media & Society*, 13(2), 260 ~ 278.

Silverstone, R. (1999). Why Study the Media? 김세은 (역). (2009). 『왜 미디어를 연구하는가』. 서울: 커뮤니케이션북스.

NIE-教育に新聞を <http://nie.jp>

公益財団法人文学・活字文化推進機構 <http://www.mojikatsuji.or.jp>

(財)日本新聞教育文化財団: 新聞財団 <http://www.nie.jp>

(社)日本新聞協会 <http://www.pressnet.or.jp>

日本新聞博物館 (NEWSPARK) <http://newspark.jp/newspark>

日本電子出版社協会 <http://www.ebpaj.jp>

〈朝日新聞〉 <http://www.asahi.com/shimbun/edu.html>

〈讀賣新聞〉 <http://www.yomiuri.co.jp/nie/index.htm>

〈毎日新聞〉 <http://www.mainichi.co.jp/corporate/education>

〈産経新聞〉 <http://sankei.jp.msn.com/>

2010 한국언론진흥재단 간행물

• 2010년 자체연구

- 2010-01 글로벌 미디어기업과 미디어정책
- 2010-02 미디어 기업의 소셜 미디어 활용
- 2010-03 2010 국민의 뉴스소비
- 2010-04 신문광고비 형성변인과 결정요인
- 2010-05 한국의 인터넷뉴스서비스
- 2010-06 멀티미디어 뉴스 콘텐츠: 생산·유통·소비의 현황과 전망
- 2010-07 국제뉴스의 빈곤과 국가의 위기
- 2010-08 한국의 파워블로거
- 2010-09 뉴스미디어의 미래: 델파이 조사와 시나리오 기법을 통한 탐색
- 2010-10 디지털 미디어환경과 뉴스콘텐츠 유료화
- 2010-11 한국신문의 미래전략