



# 재미가 없으면 의미도 없다

다르거나, 튀거나, 어쨌거나

김홍민 지음

2015년 6월 10일 출간 | 150\*210 | 328쪽 | 14,000원 | 분야> 비소설 > 한국 에세이 / 인문학 > 서지/출판 > 출판/편집

ISBN 978-89-97379-65-1 03810

# 1. 책 소개

**“광고할 자본도 없고 직원은 세 명뿐,  
그러나 우리는 우리만의 길을 간다!”  
출판 마케팅의 역사를 새로 쓰며 10년을 버틴  
장르문학 전문 출판사의 ‘야매로 살아남기’**

출간비용 마련을 위한 ‘독자 북편당’, 이웃 출판사와의 공동 출간, 자체 제작 장르문학 소식지 발행까지. 독특한 마케팅 실험과 독자들과의 연대로 주목받아온 북스피어 출판사의 김홍민 대표가 10년간의 출판 시장 횡단기를 책으로 담아냈다.

독자들이 나서서 본문 교정을 보고, 책 박스 포장이나 도서전 판매를 돕는가 하면, 쌈짓돈을 털어 신간 홍보비용까지 편당해주는 ‘사랑받는’ 출판사 북스피어. 그 인기의 비결은 책 본문에 깨알 같은 글씨로 암호를 숨겨놓거나 재미가 없으면 책값을 돌려주겠다며 미스터리 소설의 반전 부분을 묶어놓는 등, 책과 ‘놀이’를 연결하여 독자를 끌어들이는 재기발랄한 마케팅에 있다. 저자는 이 책을 통해 “재미가 없으면 의미도 없다”를 모토로 책과 독자의 재미난 만남을 주선해온 지난 10년간의 이야기를 유쾌하게 풀어냈다. 독자들의 열광적인 지지와 언론의 주목을 받았던 다양한 이벤트의 전말, 제목 짓기부터 판권 인쇄까지 독자들이 궁금해하는 출판의 속살, 흥미롭고 매력적인 장르문학 이야기까지. 책을 좋아하는 독자들이라면 즐겁게 읽어나갈 에피소드가 가득하다. 자본도 인력도 부족한 작은 출판사가 자기만의 방식으로 새로운 길을 개척해나간 이야기는 기존의 틀을 벗어나 새로운 판을 만들어보려는 모든 이들에게 용기와 지혜를 선사할 것이다.

**결국, 재미있는 것만이 살아남는다!**

**- 재미를 무기로 시장을 개척한 1인 출판사의 브랜딩 스토리**

‘재미가 없으면 의미도 없다’는 슬로건 하에 기상천외한 마케팅을 펼치는 출판사가 있다. 인터넷 서점과 작당하여 만우절 기념 페이크 도서를 만들거나 출판사 대표가 흰 러닝셔츠 차림으로 광고를 찍는 등 집값은 출판 동네에서 찾아볼 수 없던 황당무계한 이벤트가 주특기다. 북스피어 출판사의 김홍민 대표가 ‘남들이 하지 않는 것, 나만이 할 수 있는 것’을 찾아 즐기차게 모험을 감행해온 이야기를 담아 책을 냈다.

그는 출판사의 모든 활동을 ‘놀이’나 ‘즐거움 작당’처럼 만드는 일에 온 노력을 기울인다. 일단은 그래야 만드는 본인이 힘을 낼 수 있기 때문이고, 책을 떠나는 독자들이 점점 더 늘어나는 상황에서 독자들에게 책을 읽을 이유와 즐거움을 되찾아주기 위해서이기도 하다. 북스피어는 책에 뜬금없는 문구를 몰래 숨겨놓고 찾아보라거나, 소설을 오디오 드라마로 만들어보자거나 하며 책을 매개로 한 재미난 이벤트를 쉴 새 없이 벌인다. 다행히도 이런 이벤트를 벌여온 10년의 세월동안 그가 추구하는 재미와 의미에 호응해주는 독자들이 꾸준히 늘어났고 재기발랄한 이벤트들이 북스피어만의 색깔을 만들어주었다.

이 책은 기존의 틀을 벗어나 본인이 재미를 느끼는 방식으로 일을 설계하고 그 과정을 즐기며 사업적 생존전까지 사수해낸 영리한 인물의 이야기다.

## 독특한 출판사의 특별한 독자들

### - 소규모 출판사를 구원할 '지속 가능한 출판 모델'의 탄생

북스피어는 '개미 독자'들의 뜨거운 지지와 응원을 받는 출판사로 잘 알려져 있다. 신간 마케팅 비용 마련을 위해 독자들에게 크라우드 펀딩을 요청했던 '원기옥 이벤트'는 그 상징적인 사건이다. 독자들은 각자 유학 자금과 퇴직금, 쌈짓돈까지 털어 목표했던 5000만 원을 열흘 만에 모아 주었다. 편법에 눈 돌리지 않고 장르문학 한 분야만 꾸준히 소개해온 출판사의 노력에 뜨거운 응원을 보내준 것이다. 이는 그동안 북스피어가 각종 시시콜콜한 이벤트로 독자와 끊임없이 교감하며 '취향의 공동체' 이상의 연대를 구축해온 결과이기도 하다. 이들의 사례는 작은 출판사도 스스로 출판을 지속할 환경을 만들어낼 수 있음을 보여준 소중한 사례다. 소규모 출판사일수록 캐릭터를 가지고 꾸준히 독자를 모아가야 함을 보여주는 사례이기도 하다.

## 야매 출판인의 리얼 출판 버라이어티

### - 지도에 없는 새로운 길을 찾는 이들을 위한 유쾌한 참고서

저자는 이 책에서 체계적으로 출판을 배운 적이 없는 '야매 출판인'으로서 고군분투해온 지난 10년간의 경험담을 유쾌하게 풀어낸다. <한겨레>, <경향신문> 등에 기고했던 칼럼과 블로그 연재를 뼈대로 글을 다듬거나 새로 써서 묶어냈다.

1장에서는 지난 10년간 북스피어가 벌여온 황당 유쾌한 실험의 전말을 상세히 소개한다. 추리 소설의 사운폼으로 뜬금없이 헤어스프레이를 증정했다가 독자들의 비웃음을 샀던 '흑역사'를 거쳐, '독자들의 호기심을 자극할 만한, 책과 연관된 무언가'에 대한 고민을 담아 각종 전무후무한 이벤트를 만들어나갔던 이야기를 담았다.

2장에서는 '독자일 때는 몰랐던' 출판과 편집에 관한 이야기를 흥미롭게 풀어놓는다. 마감을 어기는 작가들 때문에 '수명이 단축되는 기분'으로 애를 태우거나, 좋은 책 제목을 찾지 못해 '빌어먹을'과 '젠장' 사이에서 타협하는 편집자들의 에피소드 등 안타까우면서도 슬며시 웃음이 나는 이야기가 가득하다. 책의 마지막 페이지가 4의 배수인 이유나 파본이 생기는 미스터리처럼 독자들이 잘 모르거나 궁금해하는 내용도 친절히 소개한다.

3장에서는 출판사를 설립하고 110여 종이 넘는 책을 펴내는 동안 오로지 장르문학 작품들만 소개해온 이유를 설명한다. SF나 판타지, 만화 같은 '사회적으로 폄박받아온' 책들에 대한 애정과 일관된 출간목록으로 독자들에게 색깔 있는 출판사로 인식되는 것이 작은 출판사의 살길이라는 생각이 그 바탕이다. 비트겐슈타인이 극찬한 하드보일드 소설의 대가 노버트 데이비스, 일본 추리 소설의 여왕 미야베 미유키 등 대가들의 이야기도 매력적으로 펼쳐 보인다.

4장에서는 다양한 출판 생태계를 위한 신사업정을 요구하고 나선다. 사재기나 과도한 선인세 경쟁 같은 출판계의 어두운 일면을 과감하게 드러내며 '치사해지지 말자'고 목소리를 높인다. 편법에 눈 돌리지 않고 체념하지도 않으면서 묵묵히, 힘껏 살아가겠다는 의지가 드러나는 부분이다.

출판에 관한 이야기들이지만 좌표도 없이 지도에도 없는 길을 가는 사람, 자기만의 길을 개척하기 위해 분투해본 사람이라면 깊이 공감할만한 이야기들이다.

## 필요한 것은, 약간의 뻔뻔함이다!

### - 방바닥을 뒹굴거리는 차세대 혁신가들에게 보내는 응원

희귀한 절판본이 랜덤으로 나오는 ‘미스터리 자판기’, 극한 상황에서 책 읽는 모습을 연출하는 ‘익스트림 리딩 대회’ 등 그의 번뜩이는 아이디어들은 대부분 TV를 보거나 방바닥을 뒹굴거리는 ‘자연 상태’에서 탄생한 것들이다. 지난 10년간 그는 떠오르는 생각들을 꾸준히 실행에 옮겨왔고 소소한 성공과 실패가 더 큰 도전에 필요한 근육을 키워주었다.

그가 담담하게 써내려간 출판 시장 횡단기는 ‘이런 걸 정말 해도 될까? 너무 엉뚱해 보이면 어떡하지?’ 하는 걱정에 재미있는 아이디어들을 마음속에만 간직하고 살아가는 사람들, 기존의 틀을 벗어나 자신만의 방식을 찾아가는 모험을 주저하는 사람들에게 새로운 도전을 위한 약간의 용기를 보태줄 것이다.

## 2. 저자 소개

### 김홍민

국어국문학과를 졸업하고 아웃사이드 출판사에서 사회과학 잡지와 단행본을 만들었다. 2005년 최내현 전 <딴지일보> 편집장과 함께 북스피어 출판사를 창업하고 지금까지 단 한 종의 예외도 없이 장르문학 작품을 출간해오고 있다. <경향신문>, <시사인>, <한겨레> 등 매체 칼럼을 썼고 다양한 기관에서 출판 관련 강의를 진행했다. SBS라디오 <책하고 놀자>에서 ‘책 만드는 김홍민의 어둠의 책방’ 코너를 진행하고 있다.

## 3. 책 속에서

‘이스터에그’ 같은 장난을 치는 걸 못마땅해하는 동종업계 종사자도 있었다. 정보 전달이나 판매면에서 ‘100만 부’쪽이 더 바람직하다고 조언해주는 동료도 분명 있었다. 그때마다 심사숙고해보았다. 하지만 책을 매개로 ‘장난’치는 걸 멈추지 않았다. 왜냐하면 대부분의 출판사들이 ‘엄숙하게’ 책을 만들고, 많은 책들이 ‘100만 부’라는 띠지를 두르고 출간되기 때문이다. 북스피어 하나쯤은 달라도 된다고 생각했다. 게다가 처음부터 의도했던 건 아니지만, 같은 작가의 책을 펴내도 “미스터리 거장, 마쓰모토 세이초”보다는 “감수성 폭발한 세이초 아저씨”라는 문구가 더 활발하게 공유되는 걸 보면서, 말하자면 북스피어의 방식을 좋아하는 독자들이 늘어나는 걸 보면서, 북스피어가 했던 일련의 장난들이 정신 나간 출판사의 치기로만 인식되지는 않고 있음을 확인할 수 있었다. -17쪽, <혁명은 재미있어야 한다>

1호를 시작으로 호외를 포함하여 8호까지 만드는 데 걸린 시간이 2년 하고 6개월. 스마트폰을 비롯한 각종 첨단 기기에 담긴 공짜 콘텐츠가 도처에 범람하는 요즘 같은 때에 이런 형식의 부록을 과연 독자들이 어떻게 생각할지 모르겠지만 내가 <르 지라시>에 공을 들였던 건 두 가지 이유에

서였다. 내가 하고 싶은 얘기를 눈치 보지 않고 마음껏 할 수 있는 채널을 만들고 싶다는 것, 책을 구입한 독자들에게 ‘책을 살 때 누릴 수 있는 작은 즐거움’을 주고 싶다는 것이다. (...) 이런 텍스트 외적 노력들이 조금씩 쌓이다 보면 언젠가 텍스트에 대한 관심도 자연스럽게 생길 거라고 나는 생각했다. -47~48쪽, <야매 장르문학 소식지의 탄생>

앞에서 언급했던 《이와 손톱》 결말 봉인본을 출간한 이후 나는 ‘독자들의 호기심을 자극할 만한, 책과 연관된 무언가를 만드는 것’을 마케팅이라 부르기로 했다. 아무리 출판을 들여다봐도 마케팅이 뭔지 모르겠으니까 멋대로 가져다 붙인 것이다. 제멋대로 정의하고 제멋대로 만들었다. 우연한 기회에 시작한 ‘북스피어 이스터에그’가 그 첫 번째 산물이다. (...) 약간 과장하자면 ‘북스피어 이스터에그’를 시작한 이후로 무슨 책을 만들지 고민하는 시간보다 책에 무슨 장난을 칠지 고민하는 시간이 더 길어졌다. 이러다가 “신성한 책에 장난을 치다니 정신 나간 출판사로군” 하고 조리돌림이라도 당하면 어쩌나 신경도 쓰였다. 하지만 계속했다. 만드는 내가 재미있었으니까. -94~95쪽, <야매 마케팅의 기원>

문학에 대해 논할 때 추리소설에 좀처럼 후한 점수를 주지 않는 것은 어느 나라나 마찬가지다. 다만 우리의 경우는 그에 대한 선입견이 좀 더 강하지 않나 싶다. 추리소설은 뭘 모르던 시절에나 읽는 (무익한) 책이라는 것이 대체적인 인식이라. 하지만 비트겐슈타인도, 헤밍웨이도, 카뮈도 추리소설을 읽고 영감을 얻었으며 굳이 그걸 숨기지 않았다. 모두가 추리소설을 읽을 이유는 없지만 추리소설 읽는 것을 무익 내지 해악으로 평가절하할 필요는 없다고 생각한다. -214쪽, <철학 천재가 감탄한 책>

결국 믿을 것은 자신뿐이다. 가진 거라곤 ‘믿을 것은 자신’이라는 믿음 하나뿐인 나 같은 인간은 처음부터 끝까지 스스로 선택한 길을 차근차근 걸어가는 편이 좋다. 건방지게 들릴지 모르지만 그것을 철학이라고 불러도 괜찮을 것 같다. 나의 철학은 ‘재미가 있으면 책으로 만든다’는 것이다. 여기서의 재미란 내가 느끼는 재미지 ‘다른 누군가가 재미있게 느끼겠구나’ 하는 재미가 아니다. -280쪽, <‘막돼먹은’ 출판사가 세상 어딘가 하나쯤 있어도>

## 4. 차례

프롤로그 | 앞으로도 쪽 이려고 살겠다는 다짐

### 1 일단은 재밌자고 벌이는 일들

- 책을 핑계로 잘 노는 법

- 1 혁명은 재미있어야 한다
- 2 결말이 궁금하지 않다면 책값 돌려드립니다
- 3 버려지는 띠지에 숨겨놓은 것
- 4 카라마조프가의 형제들이 주었던 깨달음
- 5 <마포 김 사장의 치명적 매력> 프로젝트의 전말

- 6 제정신을 내려놓고 책 읽는 사진을 찍어보자
- 7 다시 생각해도 기특한 공동 출간 프로젝트
- 8 야매 장르문학 소식지의 탄생
- 9 북스피어 독자 잔혹사
- 10 오밤중에 보물찾기
- 11 하루키 작가가 준 아이디어
- 12 나는 어쩌다가 이런 바보 같은 걸 만들게 되었나
- 13 와우북페스티벌에 임하는 자세
- 14 독자들이 빌려준 5000만 원
- 15 서점 안에 갇히다니, 꿈이 이뤄진 것 같겠다
- 16 일본으로 날아간 독자 원정대
- 17 내 인생의 한마디

**야매 리포트 1** 야매 마케팅의 기원 - 북스피어의 경우

## 2 독자일 때는 몰랐던 것들

- 몰라도 상관없는 업자의 고민

- 17 편집자는 대체 뭘 하는 사람인가
- 18 '다짜고짜' 투고는 옳지 않다
- 19 일본 유명 작가의 원고 마감 잔혹사
- 20 마감에 임하는 필자들의 태도
- 21 표지는 일단 눈에 띄는 것이 제일이지만
- 22 제목 짓기의 어려움
- 23 《갈리아 전쟁기》가 보여준 기획력
- 24 공모전을 노리는 분들께 드리는 팁 1
- 25 공모전을 노리는 분들께 드리는 팁 2
- 26 공모전을 노리는 분들께 드리는 팁 3
- 27 어렵도다, 한글 맞춤법이어
- 28 책의 마지막 페이지는 왜 4의 배수일까
- 29 대관절 파본은 왜 만들어진단 말인가
- 30 판권 페이지에 관하여

**야매 리포트 2** “우리는 좀 더 소심해져야 한다” - 정은숙 마음산책 대표 인터뷰

## 3 어쨌거나 내 취향대로

- 마포 김 사장의 장르문학 탐방

- 31 잘못은 우리 줏대에 있어
- 32 터무니없는 책들을 좀 더 부지런히 읽어왔더라면
- 33 라이트노벨에 주목해야하는 이유
- 34 SF는 공상과학소설인가
- 35 철학 천재가 감탄한 책
- 36 같은 책을 두 번 사지 말라는 배려

- 37 무엇을 써도 걸작을 만들어내는 터무니없는 작가
- 38 가족 환상이라는 벽을 깨고 싶었다
- 39 하루키 작가도 반한 '챌러 스타일'
- 40 아무도 흉내 낼 수 없는 괴이한 미스터리의 대가
- 41 누가 사람들이 신문을 안 읽는다 했나
- 42 판타지의 제왕을 만나러 가는 길
- 43 왜 한국의 추리소설이 발전해야 하는가

**야매 리포트 3** “쓰는 것 자체가 즐겁다” - 미야베 미유키 작가 인터뷰

#### 4 그러나 페어플레이 할 것

- 치사해지지 말자고 쓰는 이야기

- 44 아아 사람들아, 책 좀 사라
- 45 '막돼먹은' 출판사가 어딘가 하나쯤 있어도
- 46 자기계발과 오리발
- 47 역지사지란 얼마나 어려운 일인가
- 48 사재기는 '승부 조작'이다
- 49 취향과 베스트셀러
- 50 책도 안 팔리는 마당에
- 51 어디까지나 나는 그저 섭섭했을 뿐이다
- 52 '서점의 불황시대'에 각광받는 책방들

**야매 리포트 4** “매출 올리는 데 연연하지 마라” - 열린책들 온마담 인터뷰

에필로그 | 출판을 그만 두면

참고문헌

지면에 게재된 글 목록