

요즘 20대, 뭐하고 놀까?

독서의 계절, “책책책! 책을 읽읍시다

글 | 이준형 한국광고주협회 콘텐츠기획팀 선임 wnsud542@kaa.or.kr



“책책책! 책을 읽읍시다”

2000년대 이전에 태어났다면 한 번쯤은 들어봤을 이 구호. 바로 추억의 주말 예능 ‘느낌표’(MBC)의 한 코너 제목이자, 당시 최고의 사랑을 받았던 개그맨 김용만과 유재석이 매주 힘차게 외치던 문장이다.

‘전국민 독서 프로젝트’를 내걸고 2001년부터 2004년까지 방영된 해당 코너는 그야말로 선풍적인 인기를 누렸다. 방송에서 소개되는 책들은 줄줄이 베스트셀러 반열에 올랐으며, 방영기간동안 무려 15개의 방송상을 수상하는 진기록을 세우기도 했다.

2025년, 그 전설의 예능이 21년 만에 다시 돌아왔다. MBC의 유튜브 채널 ‘14F 일사예프’를 통해 지난 2월 특집 방송 형식으로 업로드된 ‘2025, 책책책! 책을 읽읍시다’는 많은 시청자들의 향수를 자극했다. 댓글 창에는 “한 번만 하는 거였다니요. 장도연씨나 문상훈씨처럼 책 많이 읽는 연예인분 게스트나 MC로 모셔서 짹 짹 해주세요 제발...”, “기다리던 프로그램이에요 정규편성 해주세요” 등 반가움과 응원을 담은 댓글이 줄을 이었다.

볼 게 넘쳐나는 2025년에 20여 년 전 예능이 다시 돌아왔다. 그것도 요즘 감성과는 잘 어울리지 않아 보이는 ‘독서’를 주제로 한 예능이. 대체 왜 지금, 다시 책일까?

독서, MZ세대에게 ‘새로운 맛’으로 자리 잡다

독서가 MZ세대를 중심으로 ‘힙(Hip)하고 멋진 것’으로 인식되기 시작하면서, 하나의 메가트렌드로 자리잡았기 때문이다. 글자를 뜻하는 ‘텍스트’와 멋있고 개성 있다는 의미의 ‘힙’(Hip)을 합성한 ‘텍스트 힙’(Text-Hip)이라는 신조어까지 생겨났다. MZ세대가 독서를 멋있다고 여기는 이유는 단순하다. 활자로 된 글을 읽는 것 자체가 ‘흔하지 않은 행위’가 됐기 때문이다. 도심 한복판에서 피어난 꽃이 유독 눈에 띄는 것과 같은 이치다.

빠르고 자극적인 것만을 쫓는 시대에 지쳐버린 탓도 있다. 요즘 콘텐츠 시장은 그야말로 숏폼 전성시대다. 세대를 불문하고 1분 남짓한 짧은 영상 콘텐츠에 일상을 지배당하고 있다. 숏폼 영상은 짧고 강렬하지만, 정작 기억에 남는 건 적고, 보다 보면 시간만 훌쩍 지나가 있다. 영상을 보고 난 후에는 왠지 ‘허무하다’는 느낌마저 든다. 이런 시대에서 느린 속도로, 깊은 여운을 남기며 교양을 채워주는 독서가 매력적으로 보이는 것은 어쩌면 당연한 일이다.

실제로, 대학내일20대연구소의 조사에 따르면, 지난해 종이책을 읽은 Z세대는 81.1%, 전자책은 54.9%에 달하는 것으로 나타났다. Z세대 10명 중 8명이 독서를 실천하고 있다는 의미다. 문화체육관광부가 발표한 ‘국민독서실태조사’에서도 20대의 독서율은 74.5%로, 조사 대상 연령층 중 가장 높았다.

이러한 흐름은 국내 스타들의 행보에서도 뚜렷이 나타나고 있다. 배우 박정민은 직접 1인 출판사 ‘무제’를 설립해 책 기획부터 출간, 굿즈 제작, 홍보까지 도맡으며 출판계에 본격 뛰어 들었다. 특히 ‘듣는 소설 프로젝트’를 기획해 오디오북 제작에 나서는 등, 독서 문화 확산에 힘을 보태고 있다. 뿐만 아니라, 인기 아이돌 그룹 ‘아이브’(IVE)의 멤버 장원영을 비롯해 카리나(Aespa), 슈가(BTS), 아이유, 한소희 등은 SNS를 통해 최근 읽고 있는 책을 소개하는 등 독서 취향을 공유하는 움직임도 보이고 있다.

다양한 방식으로 독서 즐기는 MZ세대

독서가 MZ세대의 주요 트렌드로 자리잡았음을 명확하게 보여준 건 지난 6월 열린 ‘2025 서울국제도서전’이었다. 올해 개최된 서울국제도서전은 시작 전부터 뜨거웠다. 입장권이 온라인 예매 단계에서 전부 매진. 너무 많은 인파가 몰리며 안전 사고

사진 : @서울도서관TV ⇨





1



2



3

가 발생할 것을 대비해 현장 판매는 진행하지 않았다. 이번 도서전에는 5일간 무려 15만 명이 다녀갔다. 역대급 흥행 기록이다. 특히 전체 방문객의 약 70%가 2030세대 일 정도로 젊은 층의 참여율이 높았다. 전시장 안팎은 마치 뮤직 페스티벌 현장을 방불케할 만큼 활기가 넘쳤다.

책은 읽는 것이 아니라 체험하는 것

이번 도서전에서 가장 눈길을 끈 건 MZ세대가 독서를 즐기는 방식이었다. 이들에게 독서는 단순히 활자를 ‘읽는 것’을 넘어, 오감을 통해 ‘체험’하는 하나의 ‘놀이’로 자리 잡고 있었다.

도서전에서 줄이 길게 늘어선 곳들은 하나같이 특별한 독서 경험을 제공하는 ‘체험형 부스’였다. 특히 디자인 스튜디오 겸 출판사 오이뮤(OIMU)의 부스 앞은 하루 종일 인산인해를 이뤘다. 오이뮤는 ‘문장 선물’이라는 이름의 독서 체험 이벤트를 선보였다. 방문객이 키오스크에 ‘선물하고 싶은 단어’를 입력하면, 해당 단어가 포함된 책 속 문장을 책갈피 형태로 출력해주는 방식이다. 이 특별한 책갈피는 단지 종이에 적힌 글 이상의 의미를 지녔다. 누군가를 떠올리며 단어를 고르고, 예상치 못한 문장을 마주하는 순간은 책과의 사적인 연결을 만들어냈다.

흥미로운 점은, 많은 방문객이 책갈피 속 문장을 계기로 해당 문장의 출처가 된 책에 관심을 보였고, 실제 도서 구매까지 이어졌다는 것이다. 책을 매개로 한 감정의 교환, 그리고 문장에서 시작된 독서로의 확장은, 지금의 MZ세대가 책을 대하는 방식을 단적으로 보여준다.

책을 읽는 공간, 그 자체가 콘텐츠가 되다

책에 대한 관심은 자연스레 ‘독서 공간’에 대한 관심으로 이어졌다. 최근 SNS에서 화제가 된 도서관, 북카페 등을 살펴보면, 공통된 특징이 눈에 띈다. 단순히 책을 읽을 수 있는 공간이라는 기능적 요소를 넘어, 그 공간만의 고유한 감성 코드와 체험적 특색이 뚜렷하다는 점이다. MZ세대는 ‘무슨 책을 읽는가’ 만큼이나 ‘어떤 분위기와 감성

사진 1. 2025년 서울국제도서전 현장스케치(사진: @sibf_official)

사진 2. 오이뮤 부스, 문장선물 키오스크(사진: @oimu)

사진 3. 책바(사진: @Chaegbar)



서울야외도서관(사진: 서울시 제공)



청운문학도서관(사진: @hs.)

속에서 책을 읽는가'를 중요하게 여긴다.

서울 망원동의 '책 바'가 MZ세대 사이에서 핫한 이유도 거기에 있다. '책 바'는 밤 시간에만 문을 여는 독특한 운영 방식과 위스키와 책이라는 이질적 조합을 통해 북카페의 경계를 확장시켰다. 조용한 음악과 조도 낮은 조명 아래에서 책을 음미하고 술 한 잔을 곁들이는 경험은, 책을 단순한 지식의 매개체가 아닌 정서적 여유의 통로로 받아들이는 MZ세대의 감수성과 잘 맞아떨어진 다. 이 밖에도 고양이가 함께 머무는 한옥 북카페부터, 폭포 소리를 들으며 책을 읽을 수 있는 자연 친화적 북카페까지 다양한 콘셉트의 독서 공간이 MZ세대의 취향을 사로잡고 있다.

이에 공공 도서관도 변화를 꾀하고 있다. 서울시교육청이 운영하는 남산도서관은 산속에 위치한 지리적 특성을 살려, 책과 돛자리가 담긴 라탄 바구니를 자유롭게 대여할 수 있는 '숲속 북크닉' 프로그램을 운영 중이다. 자연 속에서의 독서를 제안하며, 도서관을 감각적이고 여유로운 문화 공간으로 탈바꿈시킨 사례다. 서울시가 주관하는 '서울야외도서관' 역시 시청 앞 서울광장, 광화문, 청계천 등 도심 곳곳에서 진행되며, 젊은 층 사이에서 이색 데이트 장소로 인기를 끌고 있다.

과시일지라도, 독서가 주목받는 건 반가운 일

다만, MZ세대의 독서 트렌드를 향한 비판도 있다. SNS를 중심으로 독서가 하나의 '유행'처럼 번지다 보니, 정작 책은 읽지 않고 표지만 찍어 올리거나, 감성적인 북

카페를 배경 삼아 인증샷만 남기는 경우도 적지 않다는 것이다.

그러나 작가들과 전문가들은 다른 시각을 제시한다. "책을 사는 행위 자체도 읽기의 일부"라는 말처럼, 책을 가까이 두려는 시도만으로도 긍정적인 변화가 시작됐다는 것이다. 하재근 평론가는 "문화예술 자체가 원래 허영의식이 아니겠는가"라며 "독서를 가까이하는 사람이 늘었다는 사실이 더 중요하다"고 강조했다.

목적이야 어찌 됐든, 그동안 줄곧 외면 받아왔던 '독서'가 주목받는 건 분명 반가운 변화다. 특히 활자보다 이미지와 영상에 익숙한 MZ세대에게서 비롯된 흐름이라는 점에서 더욱 의미 있다. 설령 시작은 SNS용 인증샷을 위한 연출이었다 하더라도, 언젠가 그 책을 펼치고 한 장씩 읽기 시작하는 순간은 찾아올 수 있다. 그렇게 조용히 누군가의 일상에 스며드는 책 한 권이 있다면, 지금 이 '유행'은 이미 유의미한 전환점을 만든 셈이다. 책이 다시 멋져 보인다는 것. 그것만으로도 지금의 변화는 결코 작지 않다.



필자 | 이준형

단국대학교에서 미디어 커뮤니케이션학을 전공했으며, 2024년 한국광고주협회에 입사해 콘텐츠 기획팀에서 근무하고 있다. 협회의 막내로서 MZ세대 및 마케팅 트렌드에 관한 콘텐츠를 기획·제작하고 있다.