

# 유럽 도서시장의 새 중심 브뤼셀

## 유럽공동체 수도 되면서 문예부흥시대 도래 기대

이희재

번역가

EC의 수도로 결정된 인구 백만의 조용한 도시 브뤼셀이 공동시장의 주역으로서 변신을 예고하는 가운데 브뤼셀의 서점가도 새로운 문화중흥의 시대가 도래하리라는 기대에 부풀어 있다.

“시장이 전반적으로 확대되어가는 추세”라고 브뤼셀 제3의 서점 ‘트로피슴’의 공동창업자이자 지배인인 브리기트 드 메우스는 말한다. “브뤼셀은 문화적인 도시다. 많은 시민들이 진지한 책을 읽어준다.” 트로피슴의 성공은 최근 이 도시의 활기를 단적으로 말해준다. 처음 문을 연 지난 84년에 비해 매상이 무려 173%나 증가, 매년 25%의 빠른 성장을 보였다.

트로피슴은 브뤼셀의 두 서점과 프랑스의 두 출판사가 공동출자하여 세웠다. 1984년 브뤼셀 교외에서 서점을 운영하던 드 메우스와 자크 보뒤앵은 각자의 자원을 끌어모아 브뤼셀 도심에 서점을 내기로 합의했다. 각자의 협소한 서점공간으로는 만족 못한 두 사람은 문학과 사회과학, 기간적저들에 치중하는 “전문화된 일반서점”이 브뤼셀에 필요하다고 느꼈던 것.

여기에 프랑스의 미뉴 출판사와 쇠이유 출판사가 각각 25%의 주식을 사면서 합세, 트로피슴 서점은 브뤼셀의 광명소인 오페라 하우스와 그랑 플라스 사이의 한 19세기식 고색창연한 건물에 약 70평의 넓은 매장을 확보할 수 있었다. 프랑스의 출판계에선 서점과 출판사가 이런 식의 합작을 하는 것이 드문 일이 아니다.

‘트로피슴’이란 이름은 누보로망 작가 니탈리 사로트의 소설 제목에서 따왔는데 우리말로로는 ‘屈性’ 또는 ‘向性’이란 뜻이다. 그 뜻은 ‘자극에 대해 확실하게 반응하는 내적인 경향성’인데 드 메우스는 이를 “사람과 사람 사이에 떠도는 감지되지 않는 요소”라고 풀이한다.

서점은 처음부터 유리한 여건에서 출발했다. 서점이 들어온다고 하자 건물주인은 특별히 임대료를 내려 받았다. 두 서점이 기왕에 쌓아 올린 명성과 단골손님들의 뒷받침도 컸다. 트로피슴의 성공 덕분에 레스토랑과 미술서점들이 밀집한 주변상가도 르네상스를 맞이했다. 특히 관광구역이라는 입지조건 때문에 각종 안내책자에 빠짐없이 소개되었고 당국으로부터도 일요일 영업허가를 얻어냈다.

공용어가 불어와 플랑드르어인 벨기에에선 서점들이 언어별로 전문화되어 있다. 두 언어권의 책을 고루 비치한 서점은 드물다. 불어

전문서점인 트로피슴은 매달 선전목록을 갖고 브뤼셀을 찾는 프랑스의 출판사들에서 80%를 주문하고, 15%를 국내 출판사, 나머지 5%는 영어권 출판사에서 주문한다.

매장은 주제별로 6개로 나뉜다. 프랑스·벨기에 문학(메테르링크, 에드몽 자베…), 외국 번역문학(페터 한트케, 레이먼드 카버, 리처드 포드…), 철학·문학이론(자크 데리다, 발터 벤야민…), 미술(자코메티 에세이, 뒤샹과 다다 연구…), 사회과학(이슬람, 인종주의, 신유럽…), 대중소설(토머스 해리스, 제롬 샬린…). 그중 문학서가 전체 매상의 3분의 1을 차지한다.

트로피슴이 직원들에게 강조하는 것은 속도와 서비스다. 독자들이 특별 주문한 책은 늦어도 5일 안에 갖다놓는다. 이것은 프랑스 제일의 서점체인인 프낙도 따라오기 힘든 속도다. 프랑스나 영국과는 달리 가격규제가 없는 벨기에의 특수성을 이용, 지난 81년 프낙이 브뤼셀에 지점을 내면서 20%의 대대적인 할인공세를 퍼자(현재는 10%) 트로피슴을 비롯한 벨기에 서점들은 필사적인 자구책을 마련했다. 가령 트로피슴은 영업시간 연장, 학생·연인·학자가 구입하는 책에 대한 10% 할인, 전세계 어느 곳의 책이든 주문만 하면 별도의 수수료 없이 입수해주는 제도 등 획기적인 조치를 단행했다.

“도서관은 우리의 기동성을 알아주고 있다”고 드 메우스는 자랑한다. “전화 한 통화로 주문한 책을 편하게 받아보고 그 내용을 검토한 다음 그때 가서 구입 여부를 결정하도록 우리는 최대한의 서비스를 제공한다.” 각종 문헌들에 대한 정보제공도 트로피슴의 빼놓을 수 없는 자랑거리다. 서점 내의 컴퓨터는 불어로 출간된 모든 책들에 관한 최신 정보를 수록한 프랑스의 데이터베이스와 직접 연결되어 있다.

트로피슴은 각종 전시활동에도 적극적이다. 지난해의 브뤼셀 서점전시회에서는 EC 가입 1개국당 백권씩 해서 모두 12개의 ‘책 부대’들을 편성했다. 그것도 천원일물적인 산만한 취향이 아니라 나라마다 하나의 주제를 부여하여 영국의 페니미즘문학, 프랑스의 미식요리, 이탈리아의 미술서 등 참신하고 다채롭게 꾸며 독자들의 관심을 끌었다.

트로피슴은 극장에서 조그만 드라마 전문 서점을 운영하기도 한다. 이익을 생각해서라기보다 서점의 명성을 유지하기 위해서다. 아마



브뤼셀의 두 서점과 프랑스의 두 출판사가 공동출자하여 세운 '트로피슴'.

도 그런 명성에 가장 보탬이 되는 것은 석달에 한 번꼴로 서점측이 주관하는 원탁회의일 것이다. 한두명의 작가나 연문인을 사회자로 초빙, 출판사가 약 천명의 독자들에게 초청장을 보내 회의를 여는데 때로는 주요 일간지에 광고를 내기도 한다. 가령 ‘유명인들의 만남’이란 주제의 회의에는 「다뉴브」의 저자 클라우디오 마그리스, 위베르 리베, 피에르 부르디외 같은 저명한 문필가들이 참석했다.

아직 유럽 공동시장이 구체적으로 어떤 형태를 띠 것인지 불투명하다. 프랑스나 영국처럼 가격조정제가 채택될 것인지 아니면 완전한 자유경쟁체도가 도입될 것인지 등등 출판업계에 국한시키더라도 중요한 사항들이 아직 결정되지 않고 있다. 그러나 분명한 것은 트로피슴이 불확실한 미래 앞에서 겁을 먹지 않고 있다는 사실이다. 같은 불어를 공유하면서 프랑스라는 대국을 등에 업은 프낙이라는 괴물에 잡아먹히지 않고 당당히 살아남은 과거를 기억하고 있기 때문이다.

### 미국서도 폭발적인 명상서적 붐

미국은 인구비례당 심리상담가들의 수가 가장 많은 나라다. 개인주의가 발달한 탓에 그만큼 심리적 이상이 개개인에게 침투할 여지가 높은 것이다. 출판계에도 이른바 미국식 명상서적들이 속속 출현, 마음의 병으로 고생하는

많은 이들의 의지처가 되고 있다.

올해 들어 좋은 반응을 얻고 있는 책들은 다음과 같다. 「하루 24시간」(200,157부) 「일을 너무 많이 하는 여성을 위한 명상록」(199,713부) 「정신해방을 위한 언어」(123,393부) 「매일을 새롭게」(91,590부) 「웃자! 아니면 죽는다」(60,000부) 「여성의 용기를 위해」(52,000부) 「시금석」(51,740부) 「자유의 시간」(42,000부) 「사랑이 최고」(40,000부) 「단순한 생활」(37,736부). (91년 1월~9월)

이 행복책들만 있으면 언제든 위안을 받을 수 있다. 어느 서점엔가 든든 그런 류의 책들이 잔뜩 쌓여 있고 다들 불타나게 팔린다. 어떤 책은 30만부 이상 팔려 일부 출판업자들은 성경 다음으로 큰 시장을 형성하고 있다고 말할 정도. “마치 종교부흥이라고 일어난 것 같다”고 한 서점 주인은 말한다.

이런 책들은 매일 한 알씩 먹는 일종의 정신 영양제다. 날짜별로 설교와 격려의 말을 전한다. 하루의 특정한 주제로 시작되거나 파스칼이나 앤디 루니 같은 사상가의 경구를 인용하기도 한다. 하나같이 고무적인 말들로 가득차 있다. 뉴욕 맨허튼에서 비서로 일한다는 한 여성은 애독자의 한 사람으로 수시로 돌턴서점을 찾아 최신 명상서적이 나왔나를 살핀다. “전에는 출근길에 신문만 읽었지만 나쁜 뉴스들 때문에 기분이 언짢아 이 책들을 읽기 시작했다. 부정적인 것 대신 긍정적인 것을 읽으면 기분

전환에 도움이 된다.”

그 책들이 인기를 모으는 것은 경기침체, 공산주의의 몰락에 기인하는 것일지도 모른다는 해석도 나온다. “우리는 소용돌이치는 대변혁기에 살고 있다. 사람들은 매일같이 중심을 잡고 자신 있게 생활해야 한다”고 명상서적을 발간하는 벨런타인 북스의 체릴 우드러프는 말한다. 책을 사는 사람들은 주로 고등교육을 받은 여성들이다. “그들은 드라마보다는 PBS 공영방송을 시청하는 사람들이다.” 지난 85년 이래 그런 책들을 12종이나 간행한 플로리다 소재 헬스 커뮤니케이션社의 개리 사이들러 부사장의 말이다.

일부 정신과의사들도 물론 정신과 치료에 대신할 순 없지만 그 책의 효용가치를 인정한다. “현대에 사는 우리들의 심리적 안정을 위한 최소한의 조건은 융통성을 가져야 한다는 것이다. 서점에는 전문적인 정신과 의사가 쓰진 않았지만 사람들에게 그런 긍정적 효과를 줄 수 있는 책들이 많다. 혼자서는 긍정적인 생각을 하지 못하는 사람들이 많다.” 플로리다 주의 약물중독 치료전문의 사면 앨런 박사의 말이다.

명상서적의 효시를 이룬 것은 알콜, 약물 등 각종 중독에 빠진 사람들의 회복을 돕는 서적들. 80년대 초 미네소타 주의 헤이즐던 파운데이션 같은 출판사들은 그런 류의 책들을 꾸준히 펴내기 시작했다. 처음에는 서적거래상들의 반응이 신통치 않았다. 그러다가 87년 마약중독자였던 멜로디 비티가 쓴 「코디펜던트 노모어」(Codependent No More)가 회복치침서로는 처음으로 베스트셀러가 되어 현재까지 200만부가 팔렸다.

그 뒤로 하퍼, 밴텀, 벨런타인 같은 대형 출판사들도 이 분야에 뛰어들었지만 가장 성공한 출판사는 무명의 헬스 커뮤니케이션社다. 루스 피셀의 「기쁨의 시간」을 포함, 무려 9권의 성공작을 냈다. 이런 책들은 우직하리만큼 건강한 정신을 지향하고 최악의 경우에도 해를 끼치지 않는다는 것이 일부 심리학자들의 옹호론이다. 로스앤젤레스의 심리학자 매릴린 메이는 이렇게 말한다. “아무도 위안해주는 사람이 없으면 책에서라도 위안을 받아야 한다.”

### 일본작품 영역한 「영어문고」 인기

일본의 출판사가 일본작가의 작품을 영역한

「영어문고」가 일본 젊은이들 사이에 인기를 모으고 있다. 처음에 일본어 작품을 읽고 작가에게 호감을 가진 독자가 다음에는 그것을 영역판으로 읽어 자연스럽게 영어를 익히는 사례가 늘어나면서 학교 등에서도 영어교재로서 적극 활용하는 추세다.

「영어문고」를 6년 전부터 의욕적으로 출판해온 講談社 인터넷서널 편집국에 따르면 이제까지 나쓰메 소세키의 「붓짱」 등 일본 작품과 스콧 피체랄드의 「비오는 아침 파리에서 죽다」 등 외국 작가의 작품을 합쳐 모두 70종이 나왔다고 한다. 작년에 나온 무라카미 하루키의 「노르웨이의 숲」은 1,2권 합쳐 14만부 이상 팔리는 등 이 시리즈는 완전히 궤도에 올랐다.

“일반 영어책이 거의 양서 전문서점에만 비치되어 있는 데 반해 이 영어문고는 보통 서점에서도 갖다놓기 때문에 아무래도 쉽게 살 수 있다”고 담당 편집장은 말한다. 학습연구사에서는 「The Beauty of Japan」 「Sushi」 등 사진을 넣어 외국인에게 일본 문화를 소개하는 ‘일본문화 시리즈’를 간행하고 있는데 원래 일본에 관심을 가진 외국인을 위해 만든 이 책을 사서 영어를 공부하는 일본인들이 늘어나고 있다고 한다.

최근 들어서는 인기있는 청춘소설이 속속 영역되어 중고등학생들의 사랑을 받고 있다. 금년에 나온 인기만화가 오리하라 미토의 청춘소설을 영어로 옮긴 「Dreaming of Love」는 4만5천부 이상 팔렸다. 저자는 “중학교 고학년으로 올라가면서 영어가 지겨워졌다. 그때 이런 영역본이 있었으면 영어가 좋아졌을지도 모른다”는 자신의 경험담을 토로한다. 실제로 독자들이 보내온 편지 중에는 이미 아는 내용을 영어로 술술 읽다 보니 영어에 대한 자신감이 생겼다는 사연이 많다고 한다.

영어로 된 일본책을 영미인이 아닌 일본인이 읽는다는 것은 일종의 역설이지만 그것은 그만큼 일본의 국제화를 반영하는 일이기도 하다. 실제로 강담사는 영어문고의 성공에 자신을 얻어 아예 미국 현지에 지사를 설립, 본격적인 미국 시장 공략에 나섰다.

## 「출판사 경영관리 프로그램」의 이름을 현상공모합니다.

“컴퓨터를 드립니다”

저희가 준비한 최고의 제품이 귀하가 지은 최고의 이름으로 탄생하고자 합니다

아래의 프로그램 개요를 읽어보시고  
名品에 걸맞는 이름을 적어서 보내주십시오

### 프로그램 개요

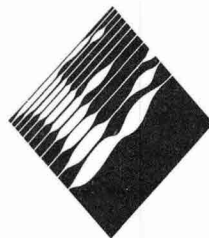
출판사의 재고, 매출, 매입, 영업관리와 회계, 인사급여, 각종 통계처리등 비교될 수 없는 탁월한 기능을 갖춘 종합경영관리 프로그램으로 3년간의 개발기간과 10여개 출판사의 전산화 성공을 바탕으로 선보일 저렴하고 사용이 쉬운 범용 패키지 소프트웨어.

# 현 상 공 모

최우수작 1명 : AT 컴퓨터  
우수작 2명 : 마우스  
가작 3명 : 디스켓 10장  
\* 당선된 작품의 소유권은 당사에 귀속됨.

### 응모요령

- 가) 응모자격 : 제한없음
- 나) 응모내용 : 한글 3~5자 또는 영문 7~8자 이내의 프로그램 「이름」과 간략한 「이름설명」
- 다) 성명, 직업, 회사명, 주소, 전화번호를 필히 기재
- 라) 방 법 : 우편엽서 또는 FAX
- 마) 마감일시 : 1991년 10월 25일(금) 오후 5시
- 바) 보내실곳 : 서울시 서대문구 충정로37가 32-11 (주)아이픽스 상품기획실  
팩스/02-393-5439  
전화/02-393-5437(代)
- 사) 발 표 : 1991년 11월 5일자 출판저널



출판사 프로그램 전문회사  
(주)아이픽스