

# 在外韓人들이 즐겨 찾는 한국의 책

## 기독교 관련서적이 주종 이뤄...고국과의 문화적 연대감 조성

해외에 거주하는 한인교포들이나 기업체 상주직원이 즐겨 찾는 것은 국내의 베스트셀러소설과 에세이류, 고국의 음식을 만드는 데 필요한 요리서적이 주종을 이룬다. 잡지로는 여성지와 시사지가 비교적 많은 부수가 소화되는 편이며, 학술서적의 경우는 한인들보다는 오히려 외국인 연구자들이 더 많이 찾는다. 그러나, 이들 도서를 모두 합친 것보다 더 많은 물량을 차지하는 것은 기독교 관련 도서들로, 교포사회가 차츰 안정되기 시작한 80년대 중반 이후 미국을 중심으로 꾸준한 성장을 거듭해 왔다. 현재 미국에는 크고 작은 한인서점들이 대략 7, 80곳에 이르는데, 교민 집단거주지역인 뉴욕 시카고 로스앤젤레스 워싱턴 샌프란시스코 등지에 몰려 있다.

해외거주 교포들은 과연 우리글로 된 책을 얼마나 읽을까. 이 물음에 답할 정확한 통계나 자료는 전혀 없다. 다만 이들에게 책을 공급하는 도매상들의 어림잡작 정도가 그나마 금근증을 풀이줄 유일한 단서가 된다. 한 도매업체의 대표는 “재미교포를 2백만명으로 추산했을 때, 1년에 최소한 한권 정도가 읽히지 않겠느냐”고 한다.

신문이나 방송매체를 통해서만 교포들이 국내사정을 이해한다고 생각하기 쉽지만, 결코 적지 않은 책을 매개체로 그들은 모국과의 문화적 연대감을 공유하고 있는 것이다. 예를 들어 「동의보감」이란 베스트셀러 소설을 서울의 한 독자가 읽고 있는 같은 시간에, 뉴욕의 한인교포 역시 허준의 일대기를 읽으며 커피를 들이킨다. 걸프전의 「실황중계」를 안방에서 지켜보는 시대에 서울시내 대형서점의 베스트셀러 목록과 뉴욕 한인서점의 그것이 일치하는 게 무슨 특별한 일이나는 반문도 가능하지만, 각기 다른 장소의 한민족이 책으로 연결되는 것이 쉽게 지나칠 일만은 아니다.

### 교포사회 안정되면서 출판물 수요 늘어

해외한인들에게 읽히는 책은 크게 두가지로 나뉜다. 한글로 인쇄된 국내출판물과 외국어로 된 한국에 관한 국내출판물(Trade Book)이 그것으로, 수출용 도서의 경우는 한국을 알고자 하는 외국인과 학자들도 읽지만, 한글과 한국에 익숙치 못한 교포 2세들에게도 인기가 높다. 반면에 이민 1세대들이나 유학생, 그리고 기업체의 상주직원이 주로 찾는 것은 한글로 된 국내출판물.

국내독자들이 즐겨 읽는 베스트셀러 소설과 에세이류, 고국의 음식을 만드는 데 필요한 요리서적이 그들이 원하는 단행본이며, 잡지는 여성지와 시사잡지들이 주종을 이룬다. 간간이 팔리는 학술서적은 비교적 수요가 적은 편이지만, 한국학 관련서의 경우 일본의 수요가 상당하며, 이들 도서를 합친 것보다 더 많은 물량을 차지하는건 단연 기독교 관련서적.

이 책들은 속칭 대학천으로 불리는 동대문 일대 도매상이나, 기독교 관련서적 공급처에서 선편과 항공편으로 보내져 교포들이 운영하는 한인서점에서 팔려나가는데, 교포사회가 차츰 안정되기 시작한 80년대 중반이후 꾸준한 성장을 거듭해왔다.

교포들의 수나 책 수출의 물량면에서 가장 많고 다양한 분야의 책이 공급되는 미국에서,

국내출판물이 유통된 역사를 거슬러올라가면 뉴욕의 고려서점(대표 최응표)과 반드시 만나게 된다. 소규모로 유통되던 국내출판물의 본격적인 도입을 시도한 곳이기 때문이다. 이대 앞에서 문학서림을 운영했고, 신태양사와 경향신문 출판국에서 출판에 종사했던 전문인 출신의 최응표씨가 79년에 개장한 이 서점의 성장과정은 한인서점의 발생요인과 배경을 한눈에 살피게 한다.

한인 밀집지역을 판매지역으로 삼은 고려서점은 한림출판사(대표 임인수)와 삼성출판사(대표 김봉규)로부터 단행본과 전집물을 공급받아 판매하기 시작했고, 특히 한인교회를 중심으로한 전집물의 월부판매에 성공해 불과 2, 3년만에 자리를 굳혔고, 현재는 35번가에 두군데의 점포를 두고 있는 동부지역 최대의 한인서점으로 손꼽힌다. 이런 식으로 생겨난 한인서점의 수는 크고 작은 곳을 합쳐 대략 7, 80곳에 이르며, 교민들이 집중된 뉴욕·시카고·로스앤젤레스·워싱턴·샌프란시스코 등지에 몰려있다.

경제적 안정 속에서 고국에 대한 향수와 함께 2세들의 자녀교육에 관심을 쏟게 된 이들의 독서성향을 연령별로 살펴보면 그들의 특색있는 관심을 파악할 수 있다. 다수는 아니지만 20대는 아무래도 감수성을 만족시킬 수 있는 시집을 선호하며, 30~40대는 시사성이 강한 월간지를, 50대는 한국의 근·현대사를 다룬 역사소설과 같은 것을 즐기고 있으며, 60대 이상의 노년층에서는 미국사회에 적응하기 위한 간단한 영어회화책과 종교도서를 구입한다고 한다.

### 매장면적 1백평 넘는 한인서점도

이들 교민들이 이렇게 다양한 종류의 책을 읽기 시작한 것은, 불과 몇년전의 일. 외로움을 달래려고 몰려든 한인교회에서 우리글로 된 성경과 찬송가를 읽던 한인들이 아이들을 위해 아동전집을 사다가, 결국엔 생활의 여유가 생겨 단행본과 잡지를 읽게 된 것이다.

“이민 초기에 가발공장이나 야채가게를 하며, 생활에 급급했던 교민들이 어느정도 안정되자 문화적 소외감을 극복하기 위해 베스트셀러나 인기작가의 작품들을 보게 된 것입니다. 잡지나 신문에서 얻는 정보와 다른 종합적이고 체계화된 문화현상을 알고자 했다고 봐야 합니다. 따라서 판매장소도 잡화점에서 전문적인 한인서점의 형태로 바뀌었습니다. 그 가운

데는 매장면적이 1백평이 넘는 곳도 여럿 됩니다.”

한인서점에 단행본을 가장 많이 공급하는 진명서적의 최선호사장은, 아울러 정보의 빠른 교환에서도 단행본이 읽히는 원인을 찾는다. 즉 한국의 주요 일간지가 같은 날 교포들에게 읽히고 있어, 신문에 실린 신간안내나 서평을 접한 독자들의 신간을 보고자 하는 욕구가 생겨났다는 얘기다. 또 한인서점들의 수가 크게 늘어나 마진이 거의 없는 줄 알면서도 이들이 경쟁적으로 항공편을 이용, 단 하루만에 독자에게 책을 전달해주고 있다.

잡지의 경우엔, 주부층을 독자로 하는 여성지가 대중을 이루며, 남성들은 관심이 많은 시사잡지를 즐겨 읽어 「신동아」 「월간 조선」 등인 남성지로 불리기도 한다. 여성지 가운데서도 주부대상의 「주부생활」과 같은 것이 잘 팔리는 이유는, “미혼여성엔 이미 우리글을 모르는 2세대”이라는 분석이 가능하다. 이밖에도 국내에서 교육을 받다가 이민을 간 청소년들은 눈에 익은 국내에서 출판된 학습참고서를 보기도 한다.

### 가격은 국내정가의 2~4배 받아

학술서적은 교민들보다는 해외 도서관과 연구기관에 상당량이 공급된다. 특히 일본의 경우엔 재일동포가 독자층은 아니지만, 한국학을 연구하는 일본 학자들에게 한국학 관련서가 거의 빠짐없이 보내지며, 그 수요는 한국의 3배에 이른다고 한다.

“일본에서 한국의 일반 단행본을 구하기란 참 어려운 일입니다. 그래서 유학생들은 방학기간을 이용해 책을 구입하러 오기도 하고, 인편을 통해 구입하기도 합니다.”

일본 메이지대학에서 일본문학을 전공하는 이충성씨는, “동경에 ‘은영당’과 ‘고려도서’란 한국서점이 있지만 규모가 적고 비치된 도서가 빈약하다”고 전한다. 재일동포의 수가 상당한데도, 미국과 달리 일본에서 국내출판물이 읽히지 않는 것은, 우선 이들 가운데 많은 수가 이미 우리글을 잊어버렸고, 굳이 한국인임을 밝히려 들지 않으려는 데 까닭이 있으며, 공식적인 유통경로를 통하지 않고서도 거리가 가까워서 도서구입이 용이하기 때문이다.

한편 재미교포들에게 가장 널리 읽히는 기독교 관련서적은, 단행본보다 훨씬 오래전에 읽히기 시작했다. 이민생활의 외로움을 달래고, 그 사회에 동화되기 위해 교회라는 장소로

모인 이들에게 한글로 된 성경과 찬송가는 필수품일 수밖에 없었다. 그러다가 요즘엔 경건서적인 기독교교양서적과 간증도서, 그리고 설교집 등의 수요가 급격히 늘고 있다. 그래서 한인서점들은 거의가 매장의 절반 가량을 기독교 도서들로 채우고 있으며, 기독교 서적만을 다루어 판매하는 전문서점이 로스앤젤레스에만도 대여섯 군데나 된다.

이런 국내출판물들의 주요 공급처가 서울의 대형서점에서 대학천의 도매상들로 옮겨간 것은 약 5년전부터인데, 국내 소매서점과 같은 가격에 책을 구입할 수 있어서다. 한인서점의 주인들은 이들을 통해 주문을 하기도 하고, 1년에 두세차례씩 직접 방문해 필요한 도서를 구하기도 한다.

단행본 도매상과의 거래는 대개 이렇게 이루어진다. 먼저 한인서점에서 구입할 도서의 목록을 작성해 주문서를 보내면, 도매상은 책을 골라 포장작업까지를 하고, 오퍼상에 의뢰해 선박과 항공편으로 공급하게 된다. 또 수출업 허가가 있는 업체인 경우엔, 선적까지를 책임지며, 결제방식은 대개가 원화결제를 원칙으로 하고 있다. 보통 한달에 세번 정도의 거래가 이뤄지는데, 20일에는 시사잡지가, 25일에는 아동물과 미혼 여성지·문학물이, 그리고 30일에는 주부잡지에 베스트셀러들이 섞여서 보내지며, 한달에 한번씩 선박을 이용하기도 한다.

선박으로 보낼 때, 뉴욕까지는 40일 정도가 소요되며, 로스앤젤레스에는 20일 후에 도착하는데, 항공편의 이용이 흔하지 않았던 예전에는 한달씩 걸리는 운송기간 때문에 7월호 잡지의 표지를 8월호로 바꿔 보내는 해프닝도 비일비재했다고 한다.

이렇게 한인서점에 전해진 도서의 가격은 책에 표시된 정가의 2배에서 많게는 4배까지 새 가격이 매겨져 판매된다. 도매상에서 정가의 30% 가량을 할인 받지만, 운임료와 통관료 등이 붙게 되고, 그곳 서점의 마진이 계산된 액수인 것이다.

#### 재외한인들과의 문화적 연대감 구축

단행본과 잡지를 주로 공급하는 진명서적은, 현재 10여군데의 한인서점에 책을 공급하고 있는데, 연간 10만부 정도를 판매하고 있다. 한편 국내출판물뿐 아니라 한국을 소개하는 트레이드 북을 출판해 수출하는 한림출판사의 주신원부사장은 “연간 20만부 가량의 판매고



미국 로스앤젤레스의 코리아타운 전경.

를 올린다”면서, “트레이드 북은 교포 2세들에게 유용하게 읽힌다”고 강조한다.

범문사(대표 유익형)는 주로 학술서적을 각국의 국립도서관과 한국학 연구가 활발한 대학연구기관과 도서관에 공급한다는데, “기술서나 참고서를 제외한 거의 모든 신간을 납품하고 있다”는 것이 수출부 임재춘부장의 설명이다.

외국으로 보내지는 도서의 절반이 넘는 기독교 관련서적은 종로5가의 기독교문사와 국내에 두곳, 미주 지역에 세군데의 직영서점을 운영하는 생명의 말씀사가 대부분의 물량을 소화한다.

미국내 중·소형 한인서점 80여곳과 거래하면서 로스앤젤레스(81년) 시카고(88년) 워싱턴(91년)에 지점을 개설한 생명의 말씀사는 2천여개의 한인교회가 구축되면서 형성된 시장을 개척해 상당한 성과를 거둔 것으로 보인다. 문서선교라는 차원에서 계속 영업망을 확대할 예정인데, 다른 지역에 비해 상대적으로 낙후된 시카고지점은 설립후 3년간 줄곧 적자상태지만, 교회가 많고 여러 측면에서 형편이 좋은 워싱턴지점은 좋은 반응을 얻고 있다. 최홍식국장은, “지난 85년을 기점으로 목회자와 신학생 위주의 독자층이 확대돼 일반인들의 비율이 높아졌다”고 전한다. 이곳과는 달리 기독교문사는 주문업무에 치중하고 있다. 신간은 항공편으로, 나머지 도서와 교회용품류는 선박편을 이용하는데, 70부 들이 박스 150개가 들어가는 컨테이너 2, 3개를 한번에 선적한다. 이

때 1Kg당 3불의 운송료가 지급되며, 서부지역보다 동부지역은 두배의 기간이 걸려 그만큼 주문이 뜸한 편이다.

이렇게 운송된 책들이 팔려나가는 한인서점 가운데 매장규모와 거래물량을 따지면, 약 20여 군데가 활발한 운영을 하고 있는데, 대부분 교포들이 밀집한 지역에 위치하고 있으면서도, 지역이 넓은 사정으로 인해 우편판매와 곳곳에 흩어져 있는 편의점과 잡화점에 책을 공급하는 중간도매의 역할도 병행하는 것이 이들의 공통적인 특징. 지역별로는 뉴욕에 3곳, 로스앤젤레스에 8곳, 시카고에 2곳, 이외에 워싱턴과 샌프란시스코 등지에 개설돼 있다.

약 20여만명의 교포들이 살고 있는 뉴욕에는 ‘뉴욕 종로서적’ ‘고려서점’ ‘교보문고’가 대표적인 한인서점으로 알려져 있다. 85년 5월 개장한 뉴욕 종로서적(대표 김가일)은, 1매장과 2매장으로 나뉘어 있는데, 합쳐서 약 2백5십평 정도의 매장에 2만종 35만권의 도서를 구비하고 있다. 미국의 3대 도시 가운데 하나인 시카고에도 ‘한국서적’과 ‘생명의 말씀사’가 있으며, 1백평쯤되는 한국서적은 이형용씨가 88년 인수해, 회화 및 한글익히기 교재, 그리고 종합·여성지를 판매하면서, 신간안내지를 자체 제작해 독자관리를 하고 있다.

가장 많은 교민과 교회가 있는 로스앤젤레스에는 모두 8개의 한인서점이 여러 지역에 분포돼 있는데, ‘정음사’와 ‘문화서적’ ‘동아서적’ ‘고려원’ 등 한국의 출판사와 직·간접으로 관계된 서점들이 몰려 있는 것이 다른 지역

과 구분되는 특징이다.

이들 한인서점들은 그 지역에서 우리 문화를 담은 ‘책’이란 집적물을 교민들에게 중개한다는 사명감과 자부심으로 서점을 운영하고 있다. 다시말해 경제적 안정을 찾은 이민 1세대들의 고국을 향한 향수와 미국인이 돼가는 2세대들의 정신을 지탱시켜준다는 것이다. 그러나 근래에는 무리한 할인 등 과도한 경쟁을 벌이는 문제가 생기고 있고, 이 서점들이 베스트셀러 위주의 도서만을 주로 취급해 독자들의 지나친 편식을 강요하는 경향도 있어, 어느 정도의 방향수정이 필요한 것으로 보인다. 게다가 재외한인들의 독자수는 점차 줄어들 것이라는 공통적인 의견이다. 한글을 모르는 2세, 3세들로 세대교체가 이루어지고 있고, 역이민 사례가 빈번하게 일어나고 있으며, TV의 녹화물을 더 선호하는 비디오세대들로 인해서다. 또한 국내출판사들의 재외한인 독자를 전혀 염두에 두지 않는 무책임함도 시정해야 할 문제점으로 남는다.

자생적으로 생겨난 시장을 관리하지도 못한다면 결국엔 미주지역의 교민들도 재일동포들처럼 우리 출판물을 멀리할 것은 뻔한 일이다.

“미주지역의 독자들도 그렇지만, 연변의 많은 조선족들의 시장 역시 관심을 갖고 개발해야 할 시장”이라는 박은주사장(김영사)의 말처럼, 국내시장의 비좁음만을 탓할 것이 아니라, 재외한인들과의 문화적 연대감을 복돋을 시장 개발에 관심을 기울여야 할 때다.

— 최태원 기자