

출판사 독자카드제, 어떻게 운영되나

소요비용 만만찮지만 장기적으로는 큰 도움... 독자들 기획참여 계기 될 수도

“표지 장정이 세련돼 호감이 간다. 그러나 책값이 너무 비싸다. 책값 책정이 과했다(내용은 신선하고, 독특했다).”

“글쓰기에 재능있다고 생각하지만 미리 포기한 친구가, 한마디로 ‘맛있는 소설, 글을 쓰고 싶은 욕망이 생겼다’고 했음.”

위 두 문구는 청하출판사로 도착된 독자의 엽서들에서 발췌한 것이다.

독자들의 관심은 이루 헤아릴 수 없이 세세하고 정감이 넘치며, 더 나아가서는 치밀하기까지 하다. 어느 면 몇째 줄에 오자가 있으며, 편집이 답답하다, 활자가 너무 크다(혹은 작다), 제목이 잘못 된 것 같다, 우표값 100원을 독자가 부담해야 한다는 것은 부당하다, 다음엔 이러저러한 책을 내달라는 등 말도 많은 것이 독자다.

팔리는 책의 실제 알 수 있는 독자카드

출판사들이 독자카드를 활용한 것은 오래전의 일이다. 지난 1959년 신구문화사에서 발행된 박목월시인의 시집「蘭·其他」에도 독자카드가 삽입되어 있을 정도이고 보면 그 역사가 만만치 않다는 것을 알 수 있다.

독자카드는 80년대에 들어와 고려원, 청하 등에서 활용, 사용이 보편화되었다. 현재 독자카드를 활용하고 있는 출판사들을 보면 푸른 숲, 서당, 예하, 혜진서관, 대원사, 미학사, 현암사, 나경문화, 문학사상사, 책세상, 등지, 박우사, 신구미디어 등이 있으며 이밖에 여러 출판사들이 이를 활용하고 있다.

독자인구 저변확대와 출판사 경영의 장기적인 안목에서 고정독자를 확보하려는 것이 주된 의도로 작용되고 있는 독자카드는 출판된 책과 출판사에 대한 독자들의 메아리로 들려오고 있다.

“책은 팔리는데 그 실체를 알 수가 없었다. 보통 1~2% 정도의 응답률을 보이고 있는 독자카드를 보면 책이 남자에게 더 인기가 있는지, 여자에게 더 인기가 있는지, 우리들이 독자들의 구미에 맞는 글을 게재하고 편집했는지를 알 수 있다. 그리고 더 나아가 다음에 출판할 책의 윤곽을 대강은 짐작할 수 있을 정도이다.”

청하출판사 사장이기도 하면서 작가인 장석주씨가 자신의 책에 대한 독자카드를 보고난 후의 견해이다.

독자카드는 보통 5~10종의 질문을 독자들에게 던지고 있다. 이 질문들을 보면 책을 구

출판사들이 독자카드를 활용한 것은

이미 오래전의 일이다. 출판사 경영의

장기적인 안목에서 고정독자 확보에도

일익을 담당하고 있지만 독자들은

나름대로 자신의 의견을 피력하는

매개체 역할을 해주고 있다.

독자카드를 바라보고 있는

출판사의 입장과 올바른 독자카드

활용에 대해 알아본다.

입한 동기, 편집내용에 대한 견해(표지장정, 제목, 글자 크기 등), 가장 좋아하는 작가(혹은 작품), 앞으로 읽고 싶은 책, 좋아하는 장르, 책을 잘 사는 계절, 편집자(출판사)에게 바라는 말, 가격은 적당한가 등으로 주객관식을 모두 활용해서 독자들이 의견을 충실히 개진할 수 있도록 꾸며 놓았다.

이외에 나경문화의 독자카드는 여타의 독자카드와 조금 색다른 면을 보이고 있다. 나경문화는 “좋아하는 SF 작가나 나경 SF에 바라는 말씀” “나경 SF회원으로 가입하실 의향”을 묻고 있어 독자카드만 봐도 나경문화가 SF도서를 전문으로 취급하고 있다는 사실을 암시해주고 있다. 이는 독자카드가 전문출판사의 홍보역할도 함께 하고 있다는 것을 의미한다.

연간 소요비용 적지않아

이 독자카드를 활용하는데는 그만큼 경영상의 부담도 따른다. 즉 엽서를 인쇄해야 하고 각 엽서를 일일이 책 사이에 끼워 넣어야 한다. 2도 색상의 엽서 1만부를 인쇄할 때 소요되는 비용은 대략 18만원 정도. 한장당 20원 정도의 비용이 필요한 셈이다. 또 1장의 엽서를 끼워 넣는 데 드는 인건비가 10원. 출판사의 책발행 부수가 적지 않은 것을 고려한다면 많은 돈이 필요하다. 이러한 사정은 독자카드를 활용하고 있는 모든 출판사에서 공히 나타난다. 또, 독자카드를 끼워넣는 비용 이외에도 독자들에게 보내는 선물을 제작하는 비용과 선물발송비용을 합하면 그 액수는 더 늘어나기 마련이다. 예하 출판사의 독자카드에는 “...이 카드를 보내 주시는 독자여러분께는 예하에서 만든 그림엽서는 물론 6개월에 한 번씩 정기적으로 도서안내 책자와 도서정보를 보내드립니다”라고



독자들이 보내온 독자카드

써어있는데 여기서 말하는 그림엽서와 도서안내 책자, 그리고 발송비용 등이 만만찮다. 청하출판사도 독자카드를 보내준 독자들에게 도서목록을 우송해주고 있는데 이러한 모든 비용을 감안한다면 연간 2천만원 정도가 소요된다고 한다.

서비스 차원에서 회원들의 주문도서에 할인을 적용해 주어야 하지만 현실은 그렇지 못하다고 한다. 출판사의 할인판매에 대해 서점업계에서 강하게 반발하고 있기 때문이라는 것이 출판사측의 얘기다.

독자카드제가 출판사에 유용한가 무용한가를 판단하는 문제는 그리 간단하지 않은 듯하다.

현재 독자카드제를 실시하고 있는 등지의 마정희씨(23, 편집부)는 청하의 장석주씨와 마찬가지로 독자카드의 유용성을 피력하면서 “우송되어 오는 독자카드가 보통 하루에 1백통 정도 된다. 여타 비용이 추가로 소요된다 하더라도 독자카드는 필요한 것 같다. 간혹 참고할 수 있는 자료가 있기도 해서 모든 자료를 컴퓨터에 입력, 분석할 예정”이라고 한다.

반면에 80년대 말까지 독자카드를 활용하다가 지금은 전면 폐지한 고려원의 경우는 이 의견과 사뭇 다르다. 고려원의 김은미씨(27, 언어문화팀대리)는 독자카드가 책에 대한 독자들의 관심을 알아볼 수 있다는 점을 인정하면서도 독자카드의 유용성을 부정하고 있다.

“광고나 기획에 아무런 영향을 끼치지 않는다. 또 가벼워진 독서 경향이 성행하고 책에 대한 애정이나 정열이 전과 같지 않아서 우송되어오는 독자카드수가 줄어들었다. 이 방법은 이제 독자를 끌어들이기에는 지나치게 고전적인 방법이다.”

김은미씨도 지적을 하고 있듯이 이를 활용하고 있는 대부분의 출판사에서 독자카드는 ‘고정독자 확보’라는 측면에서만 쓰여지고 있다는 것도 부정할 수 없다. 몇몇 출판사를 제외한 대부분의 출판사들은 독자들이 보내준 독자카드의 의견 중에 읽고 싶은 책, 지은이 등을 그냥 지나치기 일쑤라는 것이다.

독자의견 편집에 반영하는 계기 되길

76년에 처음 독자카드를 활용, 독자회원을 모집하고 있는 범우사의 경우는 독자카드실시의 모범을 보여주고 있다. 현재 확보된 회원수만 해도 2만여명이 넘는다. 범우사는 2명의 전담직원이 이들을 관리하고 있을 정도로 그 업무량이 방대하다. 윤형두사장은 “회원 관리에 연간 4~5천만원의 경비가 소요돼 부담이 많다. 하지만 손실보다는 이익이 더 많은 것 같다. 독자들의 의견이 그대로 기획에 반영되기도 한다. 베스트셀러에 끼지 못하는 책들도 1년이면 거의 소화되고 있는데 이러한 책들을 구입하는 사람중 회원들이 다수를 차지하고 있는 것으로 안다. 당장의 효과보다는 장기적인 안목에서 지구력을 갖고 회원들을 모집, 확충한 것이 이제와서 결실을 맺고 있는 것 같다”고 말한다.

서지학자 이종국씨(47, 대한교과서출판부장)는 독자카드에 대해 “독자와 출판사의 관계에 특별한 발전을 이룰 수 있는 계기를 마련해 줄 수 있지만, 이것은 출판사의 이익과 함께 독자가 출판물에 대한 기획에 참여할 수 있는 계기로 활용돼야 할 것”이라면서 다시 한번 독자카드의 제역할을 강조하고 있다.

—이성수 기자