

필요악 '증정보' 들 증기처럼 사라진다

제작단가의 5%가 증정보 비용... 도서정보 전문지, 도서관 기능 강화돼야

출판사에서 발행한 책들 가운데 대략 5~10% 정도는 '증정보'의 이름으로 시장의 사정권에서 사라져버린다. 저자와 홍보를 위한 '필요악'의 성격을 띠는 증정보는 출판사의 '기회비용'일 수밖에 없다. 그러나 책도 상품이므로 이제 좀더 엄밀한 증정보 관리가 필요하다라는 인식이 확산되고 있다. IMF로 구매력은 현격하게 떨어지고 있지만 증정보는 제자리걸음을 하고 있어 그 부담은 출판사가 떠맡을 수밖에 없기 때문이다.

발행부수 적은 학술서는 증정보수 통제

증정보는 크게 세가지 성격으로 나뉜다. 필자용, 언론홍보용, 기타 기증요청에 따른 것 등이다. 현재 대부분의 출판사들은 필자에게 초판의 10~20권을 기증한다. 증판본은 전혀 기증하지 않는 경우도 있지만 대체로 1권에서 10권까지 주기도 한다. 저작권 계약을 체결할 때 증정보수를 명시하기도 있지만 대부분 구두로 결정한다. 서울대출판부는 저자 인세의 2%를 증정보로 책정하고 있다.

신문·방송·잡지 등 언론매체에 뿌리는 증정보는 출판사의 성격과 내부방침에 따라 적게는 5권에서 많게는 100권까지 천차만별이다. 초판으로 500~1000부를 발행하는 서울대출판부는 일간지에만 5권을 증정한다. 서광사·일지사·예경·열화당 등 학술전문 출판사들은 30권을 넘지 않는다. 발행부수가 워낙 적을 뿐만 아니라 제작비·도서정가 등이 높기 때문에 증정보 부수를 통제할 수밖에 없다.

반면 문예물·일반교양서를 펴내는 출판사들은 증정보에 인색할 수가 없다. 광고를 제외하고는 언론이 불특정 다수의 잠재적 구매자들에게 책을 홍보할 수 있는 거의 유일한 수단이기 때문이다. 초판으로 3천~5천부를 발행하는 이들 출판사들은 50~100부를 언론매체에 기증한다. 특히 일간지의 경우 책의 성격에 따라 동일한 책을 2~3권씩 담당자에게 보내기도 한다.

각 출판사들의 언론매체 의존도가 높은 것은 우리나라 독자들의 도서입수행태에서도 드러난다. 97년도 '국민독서실태조사'에 따르면, 일반성인이 책을 구입할 때 정보원은 신문·잡지의 광고·서평이 29.5%로 가

출판사에서 발행하는 책 가운데

5~10% 정도는 저·역자 기증용,

홍보용으로 시장의 사정권에서

사라진다. 언론사나 대학교수에게도

올며 거저먹기로 증명하지만, 정작

수요를 맡아줘야 할 지역 도서관에서

기증을 요청하는 경우도 많다.

책은 거저 얻을 수 있다는 생각이

바뀌고 전문지·도서관 기능이

강화돼야 한다는 지적이다.

장 많았다. 사무직 노동자의 42~43%가 평소 신문·잡지에 실리는 광고나 서평을 관심 있게 본다고 응답했다. 사무직 남성 66.9%, 사무직 여성 79.9%가 광고나 서평을 보고 그 책을 구입한 적이 있다고 응답해 광고나 서평의 구매유발 효과가 비교적 큰 것으로 나타났다.

필자나 언론매체에 증정하는 외에 각 개인이나 단체의 요청에 따라 기증되는 책도 적지 않다. 출판사의 기증대상에서 제외된 지방신문·특수전문지·기업사보·지역방송 등에서 기사화를 조건으로 기증을 요청하는 경우는 비일비재하다. 또한 중앙 일간지의 경우, 담당기자가 바뀌거나 관리소홀로 책이 분실되면 이미 기증된 책을 다시 요청하기도 한다. 심지어 한 출판사의 책이 크게 기사화되면 문화부장·편집국장·논설위원 등 고위직 언론인들이 추가로 증정보를 부탁하는 경우도 있다.

그 외에 대학교수들이 교재검토용으로 책을 기증받으려는 성향이 높다. 효형출판의 송영만 대표는 "대학교수들이 교재로 채택 하겠다면서 기증을 요청하는 경우가 많다. 그러나 출판사의 이미지를 훼손할 우려가 커서 대부분 거절한다"고 전한다.

하지만 출판사들은 필자관리나 인간적인 관계 때문에 올며 거저먹기로 기증할 수밖에 없는 실정이다. "교수 가운데 책이 꼭 필요해서 요청한다면 기증해도 아깝지 않지만, 개인적인 욕심 때문에 기증받기를 원하는 경우는 불쾌하다. 그러나 현실적으로 거절하



홍보용 기증도서는 대부분 발송대행업체 '여산통신'을 통해 전달된다.

기가 쉽지 않다." 일지사 김봉수씨의 말이다.

출판사의 입장에서 가장 불편한 것은 도서관의 기증요청이다. 국공립 도서관은 대부분 자체예산으로 도서를 구입하고 있다. 문제는 지역도서관이나 대학도서관 등. 창작과 비평사의 김이구 편집국장은 "지난해 지방자치제가 실시된 후부터 지역도서관에서 공문을 띄워 기증을 요청하는 경우가 부쩍 늘었다"고 말한다. 예경의 한병화 대표에 따르면, 신생대학의 도서관에서 장서수를 채우기 위해 기증을 부탁하는 사례도 많다.

기증본 발송비용도 만만찮아

이처럼 여러 형태로 기증되는 책들은 적게는 50부에서 많게는 300부를 넘기도 한다. 대체로 초판부수의 5~10% 정도가 무가로 새나가는 것이다. 여기에 더해 기증본을 발송하는 비용도 출판사가 떠맡아야 할 부담이다. 기증본은 인편이나 우편으로 보내는 경우도 있지만 신간홍보용 기증본은 대부분 발송대행업체를 통해 전달된다.

현재 언론매체에 보내는 신간기증본의 80~90%는 발송대행업체인 여산통신(대표 조철현)이 맡고 있다. 여산통신의 대행료는 등기우편요금에 부가세 10%를 추가한 요금. 대략 500g이 나가는 단행본 1권의 발송료는 1520원에 부가세 152원이 가산된 1670원. 시공사의 경우 기증본 발송으로 우편요금·발송대행료를 합쳐 1개월에 50만원의 비용이 발생했다고 한다. 각 출판사들은 제작비용과 발송료를 합쳐 대략 제작원가의

5%를 증정보의 비용으로 추산하고 있다.

기증본의 효과에 대해서는 출판사들마다 평가가 엇갈린다. 보림의 박상용 주간은 "광고비에 비해 홍보용 기증본에 들어가는 비용은 크게 부담이 되지 않는다"며 "광고 외에 매체에 접근할 수 있는 길은 홍보용 기증본밖에 없으므로 인색하지 않을 것"이라고 한다. 반면 세계사의 김중길 차장은 "실제 구매층이 기증받기 때문에 그만큼 구매력이 떨어질 수밖에 없다. 기증본은 홍보를 위해 필요악이긴 하지만 필요 이상으로 책을 양산할 우려가 있다"고 지적한다.

내실 있는 출판문화를 정착시키기 위해서는 책에 대한 인식변화와 도서관의 기능이 중요하다는 지적이 높다. 문화과학지성사의 채호기 주간은 "책에 대한 인식이 변해야 한다. 책은 거저 얻을 수 있다는 생각을 버려야 할 것"이라고 말한다. 창작과비평사의 김이구 편집국장은 도서관에서 양서구입에 대한 투자를 늘리고 사회적으로 '좋은 책 선정작업'을 활성화하면 양서출판의 밑거름이 될 것이라고 전망한다.

한편 대중매체에 대한 의존도를 줄이는 대신 권위 있는 도서정보 전문지의 기능을 강화해야 한다는 지적도 있다. 보리의 남우희 편집장은 "현재 독자에게 책을 알릴 수 있는 통로가 제한되어 있다. 알찬 도서정보지가 정착되면 홍보용 기증본의 거품도 많이 빠질 것"이라고 내다본다.

— 박천홍 기자