

# 서점가 '만산홍엽'으로 물들이는 띠지들

## 시각적 효과, 정보 제공 위해 제작... 자원낭비·환경파괴 등 문제점으로 지적되기도

기온이 뚝 떨어진 초겨울에도 책들은 춥지 않다. 울긋불긋한 치마를 한겹씩 더 껴 입고 있기 때문이다. 요즘 서점가는 띠지를 두른 책들로 마치 패션전시장을 방불케 한다. 만추의 만산홍엽이 그대로 서점에 옮겨온 듯하다. 이 띠지들은 추위를 피하거나 부끄러움을 감추는 일상의류와는 달리 자기현시욕이 강하다. 좀더 강한 색채, 좀더 자극적인 문안, 좀더 예쁜 자태를 뽐내면서 독자들의 눈길을 사로잡으려 하기 때문이다.

### 표지에서 담지 못하는 정보 제공

원래 띠지는 일본 출판문화의 영향이 크다. 일본책들은 문고본부터 값비싼 양장본까지 70~80% 정도 화려한 띠지가 입혀져 있다. 이에 비해 영미권의 책들은 띠지가 거의 눈에 띄지 않는다. 심지어 대중용으로 보급되는페이퍼백에는 표지의 날개조차도 없다. 예외적으로 프랑스의 미뉴(Minuit), 갈리마르(Gallimard) 등 몇몇 출판사에서 띠지를 부착하지만 간결하고 소박한 인상을 풍긴다.

우리나라의 띠지는 독자 수가 제한되어 있는 전문학술서보다는 주로 문예교양서·실용서 등 일반독자를 대상으로 한 책에서 활용된다. 제2의 표지라 할 수 있는 띠지는 대략 신문판의 1/3~1/4 크기. 주로 붉은색·노란색·파란색 계통의 밝고 화사한 색이 쓰인다. 때로는 형광색 등 별색을 사용해 시각적 효과를 극대화하기도 한다. 여기에 코팅을 입혀 손때 타는 것을 방지한다.

띠지의 제작 형태도 조금씩 다양화되는 추세다. 현암사의 《신그리스 신화》 띠지는 밀봉형으로 제작돼 본책과 특별제작 화보집을 끼울 수 있게 했다. 한편 '새로운 제안'에서 나온 《공짜 광고하기》는 띠지에 우편엽서를 만들어놓아 이채롭다.

띠지는 표지 하단에 놓이기 때문에 출판사명·저자명·가격·ISBN 등이 다양한 서체와 디자인으로 배치된다. 그 외에 수상기록, 외국에서의 판매실적, 한국출판의 의의, 추천사, 저자사진, 핵심본문의 인용 등 표지에서 미처 담아낼 수 없는 다양한 정보들이 담긴다. 독자에게 최대한 많은 정보를 알린다는 서비스의 일환이기도 하다.

특히 헤드카피는 찰나의 순간에 책 전체의 이미지를 각인시키기 위해서 자극적이고



독자의 시선끌기와 저렴한 비용으로 광고효과를 거둘 수 있다는 점에서 '띠지'를 활용하는 책들이 많아졌다.

선동적인 문구를 선호한다. 일반적인 신문광고와 마찬가지로 느낌표(!)가 들어가지 않은 문구가 거의 없을 정도다. '일본에서 250만부가 팔린 책!!!', '누구도 예감치 못한 공포소설의 블록버스터!' 등의 과장법부터 '짧은 만남, 긴 이별의 슬픈 비가!', '고독한 영혼들에게 바치는 따뜻한 감성의 노래!' 등 감수성에 호소하는 카피까지 다채롭다.

각 출판사에서 띠지를 제작하는 이유는 크게 두가지. 서점공간에서 독자들의 시선을 잡아끌게 하려는 목적이 가장 크다. 이는 우리나라 독자들의 성향과도 밀접한 관계가 있다. 대부분 독자들이 서점에서 책을 즉흥적으로 구입하는 경향이 강하기 때문이다. 따라서 서점에서 일단 독자들에게 '간택'되기 위해서는 화사하고 자극적으로 꾸밀 수밖에 없다. 하지만 최근에는 오히려 단출하고 소박한 책들이 더 쉽게 눈에 띌 만큼 띠지의 차별성이 사라져가고 있는 추세다.

띠지는 제2의 광고매체로 기획되기도 한다. 막대한 출판광고비를 지불할 수 없는 입장에서 저렴한 비용으로 광고효과를 낼 수 있기 때문이다. 특히 책에 대한 광고홍보 수단이 제한되어 있는 상황에서 직접 독자들에게 책의 정보들을 전달할 수 있다. 문예출판사는 시장에서 사장되거나 절판된 책들을 재간행할 경우에 한해 띠지를 씌운다. 신간처럼 기사화되거나 광고를 할 수 없기 때문이다.

요즘 서점가는 띠지를 두른 책들로 패션 전시장을 방불케 한다. 띠지는 독자의 시선을 끌고 책정보를 담기 위해 제작된다. 하지만 유통과정에서 천덕꾸러기 신세가 되며 자원낭비와 환경파괴의 요인이 되고 있다는 지적도 높다.

띠지는 표지와 마찬가지로 디자인·필름출력·인쇄·라미네이팅·제책 등의 제작단계를 거친다. 최종 제작단계에서 책에 띠지를 입히는 수작업이 추가된다. 제본소에서는 작업량이 많을 경우 외부인력을 동원해 작업하기도 한다. 작업기간도 1~2일 정도 지체된다. 하지만 대부분의 제책소들은 띠지제작에 대해 달가워하지 않는 편이다. 작업이 번거로울 뿐만 아니라, 외부인건비는 현금결제지만 출판사에서는 어음결제를 받기 때문이다.

띠지에 드는 제작비용은 높지 않다. 3천부를 기준으로 종이값부터 제책비용까지 합산했을 때 띠지 1개당 평균 40~50원이 든다. 정가 7000원인 단행본 1권에서 띠지가 차지

하는 비용은 0.5~0.7% 정도라는 계산이 나온다. 대개 제작부수보다 10% 정도 더 제작한다. 서점에서 교체하거나 재판을 찍을 때 쓰기 위해서다.

### 자원낭비, 환경파괴 등 문제점도

유통과정에서 띠지는 때로 천덕꾸러기 신세를 면치 못하는 경우도 많다. 복잡한 유통과정에서 띠지가 쉽게 손상되기 때문이다. 서점에 진열되었을 때 제목을 가리기도 하고 빠지거나 구겨지는 일이 흔하다. 대형서점의 경우 영업부 직원들이 띠지를 교체해 주기도 하지만 한계가 있을 수밖에 없다. 매장직원들도 환영할 리 없다. 교보문고의 한 매장직원은 "띠지는 찢어지기 쉽고 시간이 지나면 쉽게 더럽혀진다"며 "띠지가 보기 좋다면 바로 떼어버리기도 한다"고 전한다.

한편 독자들도 띠지에 대해 둔감하기는 마찬가지. 눈길을 끄는 효과는 있지만 책을 구입한 후에는 대부분 쓰레기통에 버린다. 종로서적에서 책을 고르던 회사원 임재모씨(31)는 "예전에 비해 요즘 책에는 띠지가 많이 씌워져 있다. 책을 산 후에는 대부분 버린다. 이것도 한편으로는 자원낭비라고 생각한다"고 말한다.

유통과정이나 독자들 손에서 버려지는 띠지들은 재활용이 불가능하다. 거의 대부분 코팅처리되기 때문이다. 따라서 환경오염의 가능성도 무시할 수 없다. "영미권에서는 재생용지가 많이 사용된다. 종이질도 좋고 가격도 낮기 때문이다. 그러나 우리나라에서는 단가도 높고 인쇄 질도 떨어져 대중화되지 못한 상태다. 우리도 이제는 환경친화적인 사고를 해야 할 때다." 세계사 윤현식 편집장의 제언이다.

띠지도 책을 이루는 중요한 부속품이다. 책을 더욱 돋보이게 하면서 독자들에게 좀더 풍부한 정보를 전할 수 있는 방안을 고민해야 할 것이다. 해법의 정해준 편집장은 "아직까지 띠지를 별 고민 없이 습관적으로 만드는 경향이 있다. 그러나 띠지 제작에도 세심한 배려가 필요하다. 근본적으로 띠지가 꼭 필요한지, 만일 필요하다면 어떤 방식으로 만들어야 할지 생각해야 한다"고 강조한다.

— 박천홍 기자