

출판마케팅의 극단적 상업주의를 우려한다

한기호씨의 '마케팅 캠프'를 읽고

윤백규 · 일신사 대표

한기호씨의 말대로 국가가 미래의 진로를 놓고 고심하고 있었다. 이때 혜성처럼 나타난 선지자가 바로 앤서니 기든스였다. 이젠 장사가 된다. 이번에도 바람을 잘 타야 한다. 원서가 나오자마자 '제3의 길', '좌파냐 우파냐' 하는 유행바람이 식기 전에 '시기'를 놓치지 말고 '적기'에 '발빠르게 대응'하면 10만부는 팔 수 있다. 그래서 결행했다. 대중들의 아픈 마음을 달래주는 화려한 표지. 철저한 언론플레이. 그리고 적기공급. 대중들이 목말라 할 때, 기든스는 바로 그 순간을 놓치지 않고 서점가에 등장했다. 참 잘했다. 그래서 '유능한 실력', '현기증나는 자본주의의 속도전', '순발력 있는 대응'이라는 찬사가 따라붙었다.

무리한 적기공급의 신화

한기호씨는 이같은 사례를 들면서 대중들의 욕구를 정확히 읽어내고 적기에 충족시켜주는 '능력'을 강조한다. 이 능력이 출판계가 어려운 시대에 살아남는 비결이라는 것이다. 그의 주장은 출판마케팅의 측면에서는 일견 타당할 수도 있다. 하지만 그 논리를 그대로 사회과학출판에 적용하기에는 무리가 따른다. 그가 말하는 비결은 한국사회의 온갖 병폐를 달고 올라서서 그 병폐를 재생산해내는 비결이다. 유행따라 바람따라 치고 빠지는 전술을 구사하면 때로는 폭발적 이익을 얻을 수 있는 것이 한국시장의 본질이다. 이러한 시장을 최대한 착취하는 비결을 설교하기 전에 뭔가 도덕적인 성찰을 해 볼 필요가 있지 않았을까? 그가 우려하는 독서대중의 원자화는 더이상 베스트셀러의 노예이기를 거부하는 주권선언으로 이해할 수는 없을까? 그의 주장을 나쁜 쪽으로 해석하면, 무리한 적기공급, 과대포장에 의한 대중기만, 그리고 비과학적인 마케팅 이론으로 요약할 수 있다.

학술도서가 적기에 공급되어야 한다는 주장을 무시할 수는 없다. 하지만 학술이라는 것이 적기에 황급히 공급할 만한 상품일 수 없다는 데에 문제가 있다. 그러지 않아도 사회과학출판은 시장논리에 따라 유행만을 좇아온 것이 우리의 현실이었다. 역설적으로 기든스 열풍은 이같은 현실이 극단화되어

이 글은 본지 지난해(제249호)에 실린 한기호씨의 <마케팅 캠프> "문제는 시기 놓치지 않는 발빠른 대응"에 대한 반론이다. 지식문화로서 출판과 자본주의산업으로서 출판의 간극에서서 어떤 평형감각을 지녀야 할지 생각해 하는 계기가 되길 바란다. <편집자>

나타난 사건일 뿐이다. 최근에 와서야 사회과학의 시장성이 급속히 쇠락하면서 오히려 사회과학은 제자리를 찾는 기회를 얻었다. 거품은 사라지고 알맹이만 남은 것이다. <전지구적 자본주의에 눈뜨기>나 <소련경제사>가 시기를 놓치고 나왔다는 것은 그만큼 유행에 초연한 학술 본연의 자세를 방종하는 것이 아닐까? 그런 판국에 한기호씨의 주장은 또다시 학술도서출판을 유행추수주의로 몰아넣자는 말처럼 들린다.

<제3의 길>이 20여일만에 번역되어 나온 것은 분명, 무리한 일이었으며, 결코 자랑할 일이 아니다. 기든스 정도 수준의 학자를 제대로 즉 가급적 치명적 오류를 피하면서 읽기 쉽게, 매끄럽게 번역하기 위해서는 최소한 1년이 걸리는 것이 정상이다. 선진국의 학술도서들은 원고심사, 교열, 서평 등의 오랜 검증과정을 거쳐 페이퍼백으로 일반 소비자의 손에 들어오기까지 3, 4년 정도 걸리는 것이 보통이다. 물론 원고 집필 기간은 더욱 오래 걸릴 것이다. 학술의 생명은 엄밀성에 있기 때문이다. 기든스 같은 대학자는 그같은 검증과정이 필요 없었지만, 적어도 그의 저술은 오랜 시간에 걸쳐 숙성된 경험과 학문의 결론일 것이 분명하다. 그러한 작품을 번역하는 데 최소한 1년의 기간을 요구하는 것이 기본적인 상식 아닌가?

대중기만에 입각한 극단적 상업주의

한기호씨의 주장은 몰가치적인 극단적 상업주의를 부추기는 것으로 해석될 소지가 크다. 그는 학술도서를 적기공급과 멋진 표지로 치장해서 대중의 욕구를 충족시키고 대중과 호흡하는 것이 어려운 시대에 살아남는 비결로 본다. 그말은 맞다. 하지만 그의

주장은 속도와 포장에만 일의적 가치를 부여하며 무의식중에 사회적 책임성을 폐기하는 것으로 해석할 수 있다. 그것은 한국출판문화 붕괴를 재촉하는 말쑥한 징조다. 모든 정신성은 사라지고 상업주의만 남는다.

상업주의가 나쁘다는 것은 아니다. 상업주의의 일변도로 나가는 것이 나쁘다는 것이다. 거기에는 책임도 윤리도 없다. 오로지 단시간에 '떠' 보겠다는 무한한 욕망만이 꿈틀거릴 뿐이다. "윤리도 도덕이고 학술이고간에 팔리는 책은 선점해서 많이 팔고 살아남는 게 최고다. 그게 진짜 능력이다"고 말하면, 할 말이 없다. 하지만 모든 문명이 그런 사람들이 득세하면서 멸망해갔다. 눈앞의 IMF사태도 따지고 보면 그 궁극의 원인을 바로 이같은 문화적 타락에서 찾을 수 있다. 검증되지 않은 외제 백신을 들여다 자기가 개발한 것처럼 정부에 팔아먹고 역대 연 구비를 챙긴 교수도 만약 그가 무사히 넘어 갔다면, 유능한 장사꾼이라고 칭찬할 것인가? 물론 아니겠지만 이렇게 해석될 소지가 크다. 요컨대, 그가 말하는 '대중과의 호흡'은 '대중기만'으로 해석될 소지가 크다.

그가 말하는 '살아남는 비결'에 대해서도 생각이 다르다. 한기호씨가 인정하지 않는 학술도서출판사들의 경영철학과 마케팅전략은 그들의 현실이다. 학술도서의 다품종소량 생산은 극단적인 경우, 신간을 600부 찍어서 5년 걸려 다 팔기도 한다. 1년에 100부씩 꾸준히 팔리는 학술도서를 1천종 보유하는 것

도 한 방법이다. 좀스럽지만 좋은 점도 있다. 경기를 별로 타지 않고 폐기도서거의 없다는 점이다. 게다가 일정 중수를 확보하면 부도나기도 쉽지 않다. 이들의 시장은 화려한 출판마케팅과는 약간 거리가 있는 다른 차원에 있음을 인정해야 한다.

어쨌든 수많은 베스트셀러출판사들이 명멸하는 와중에서도 이들은 일년에 신간을 수십종씩 출간하면서 당당히 버티고 있다. 초판 부수를 많아야 2천부밖에 못잡는 그들이 왜 안 망하고 버티는지 궁금하지 않은가? 한기호씨의 주장은 좀더 정밀한 증거자료로 뒷받침되어야 했다. '좀스러운' 방식을 추구하는 출판사들과 '회근한' 방식을 추구하는 출판사들의 성공과 실패의 가능성을 좀더 폭넓은 통계자료를 가지고 파악하면, 납득할 만한 결론이 나오지 않겠는가? 어쩌다 한번 성공했는지도 모르는 '회근한' 방식을 지나치게 일반화한 것은 아닌가?

비과학적 마케팅논리

나는 한기호씨에게 아무 유감없다. 그는 자신의 마케팅적 관점에서 어떤 한 측면만을 이야기했을 뿐이다. 그의 주장은 학술도서출판사들에게 좋은 자극제일 수 있다. 내가 문제삼는 사안들은 그의 본의가 아니었을 것이다. '생각의나무'에도 아무 유감없다. 오히려 생각의나무는 타의 귀감이 될 만한 눈부신 해안을 가지고 한국적 시장의 본질을 꿰뚫어 보았으며, 과감성과 추진력을 가지고 정확히 그 흐름을 올라탔을 뿐이다. 단, 그같은 흐름은 분명 우리 사회의 병폐이며, 그 병폐에 편승하고 확대재생산했을 수도 있다는 점에서 약간의 책임은 있다고 생각한다. 이 글을 쓰는 '나' 역시 이런 말을 할 자격이 있는지 의구심이 든다. 하지만, 웬지 모르게 엄습해 오는 공포와 답답한 가슴 어찌해야 좋을까? ♦

