

중·저가 시리즈로 대중시장 공략을

'문지 스펙트럼'과 '한길로로'의 예

한기호 · 한국출판마케팅연구소 소장

일본출판노동조합연합회에서 펴내는 <출판 리포트>의 지난 3월호 특집 '출판불황을 추적한다'의 내용은 우리에게 시사하는 바 크다. 그 가운데 일본 출판노련 관계자들의 좌담 <출판노련의 상담창구를 통해서 본 고용상황의 격변>에 따르면 98년에 일본의 서적 반품율은 최초로 40%를 넘어선

41%를 기록했으며 신간에 서만 보면 '완전히' 80%를 넘어섰다. 이것은 영세 서점들의 도태가 이어지는 것과 자금난에 시달리는 신규 대형서점이 반품량을 늘리고 있기 때문이다. 이에 따라 몇몇 대형서점의 시장 과점화가 급속하게 진행되고 있다.

효율만 추구해 '빈곤의 악순환'

현재 일본 출판계의 최대 과제는 반품을 줄이는 것인데 '자전거 조업'적인 경영에서 탈피하려는 지적이다. '자전거 조업'적인 경영은 출판사가 매월 쉬지 않고 신간을 발행하여 도매점에 위탁지를 조건으로 책을 공급한 다음 입고된 책의 일정 부분을 미리 선지불 받아 자금난을 해결하는 것을 말한다. 신간 발행은 곧 자전거 페달밟기를 의미하는데 페달을 밟을 힘이 떨어지면 출판사는 곧바로 그 운명을 다하게 된다. 그나마 신생출판사는 이런 선지불 관행을 활용할 수도 없는 처지다. 도매상의 매출 상위 250개 출판사가 차지하는 비중은 80%나 된다. 나머지 3천여 출판사는 도매상의 입장에서 보면 고생만 될 뿐 이익은 매우 적기 때문에 경영 효율이 떨어진다.

우리 현실도 이와 별다를 것이 없다. 이러한 상황에서는 다양한 출판물이 간행돼야 출판문화가 부흥한다는 논리는 그 명백한 타당성에도 불구하고 현실적인 힘을 얻지 못한다. 출판경영자는 출판사 존립 자체를 걱정해야 하고, 출판노동자는 노동강도를 높여가며 신간 제작에 급급한 처지라 문화적인 측면을 고려하기 어려운 입장이다. 오로지 효율적인 면만 추구하다보니 '빈곤의 악



순환'이 이뤄지고 있으며 출판계에는 경쟁자가 살아남기 어렵다.

최근 대부분의 출판사들은 대중시장을 공략하기 위해 매니아를 몰고다니는 대중 저자의 책을 펴내기에 급급하다. 올 상반기에 등장한 베스트

셀러는 바로 이들 저자의 책이 대부분이다. 이런 식의 출판행위로 당장의 위기는 넘길 수 있겠지만 끊임없이 이런 행위만 반복할 수는 없는 일이다.

출판문화시장이야말로 새로운 '피'를 계속 수혈해줘야만 시장이 활성화될 수 있다. 그러나 짧은 시일 안에 대형 신인이 등장하는 것은 쉽지 않다. 출판물 생산자(저자)의 생산 관성이 즉각 변화하기 쉽지 않기 때문이다. 1929년에 대공황을 맞이한 미국출판 시장은 1933년 이후에야, 1990년에 버블이 붕괴된 일본은 90년대 중반 이후에야 초대형 베스트셀러들이 등장했다. 따라서 97년에 급작스럽게 IMF라는 달갑지 않은 손님을 맞이한 우리 출판시장도 앞으로 빠른 시일 안에 대형 신간이 연속적으로 등장하기는 어려울 것으로 보인다.

한편 책의 질을 높여 고급독자만을 대상으로 책을 펴내는 것만으로 출판사가 명맥을 유지하기는 어렵다. 고가의 수준 있는 책을 소비하는 계층은 한정돼 있을 뿐만 아니라 이미 안정된 생활을 누리는 사람은 책을 가까이 하지도 않는다. 따라서 출판사는 중·저가의 대중시장을 염두에 둔 출판물을 기획하는 데 중점을 두지 않을 수 없다.

두 시리즈의 안정적 지속은 대중의 취향을 질적으로 크게 향상시켜 '교양'과 '삶'이 조화를 이루는 데 기여, 출판기업에 긍정적 이미지를 형성했다. 그러나 아직 이런 기획시리즈가 확실한 브랜드로 자리하기엔 현실여건이 미숙한 상황이다.

문학과지성사의 '문지 스펙트럼'은 "우리 사회의 문화적·지적 풍토의 급격한 변화에 탄력적으로 대응하기 위해 기획된 (5천원대의) '문고' 시리즈다. 대중적 독자 취향의 질적 향상을 도모하고 독자들이 쉽게 접근할 수 있도록 다양한 성격을 포괄하는 비교적 적은 분량의 중간 독서물로서 우리 사회의 다양하고 복잡하게 뒤섞여 있는 여러 현상들을 일곱 개의 영역으로 폭넓게 조감"하기 위한 것이다. 곧 50권 돌파를 앞두고 있다. 이 중에서 <제즈를 찾아서> <책 밖의 어린 책 속의 아이> <소설 속의 철학> <록 음악의 아홉 가지 갈래들> <역사의 기억, 역사의 상실> 등 국내 저자의 책은 상업적으로도 어느 정도 희망적인 수준의 판매를 이뤘지만 전체적으로는 아직 확실한 자리를 잡지 못하고 있다.

'한길로로' 시리즈는 사상·철학, 문학, 예술, 과학·의학, 역사·일반 분야의 전세계 위대한 인물

의 생애와 사상을 입체적 자료를 통해 규명하는 독특한 서술방식의 평전 시리즈다. 독일 로블트 출판사에서 1958년부터 출간되기 시작해 현재까지 650여권이 나왔는데 독일에서만 2천만부 이상 판매됐다. 한길사는 원래 문고판이던 것을 97년부터 양장 제본의 형태로 펴냈는데 현재까지 40권이 나왔다. 이것은 번역비 등 초기 투자비용에 비해 국내의 수요가 많지 않아 9천원대의 양장 제본으로 제작된 것으로 볼 수 있다. 그러나 대부분의 책이 초판 발행에 머무는 등 확실한 시장진입이 이뤄지지 못하고 있다.



두 시리즈는 바로 중·저가로 대중독자를 염두에 둔 스테디셀러로 기획되었다고 볼 수 있다. 이같은 시리즈의 안정적 지속은 대중의 독자 취향을 질적으로 크게 향상시켜 '교양'과 '삶'이 조화를 이루는 데 기여할 수 있기 때문에 출판기업의 긍정적 이미지 형성에도 크게 기여한다.

교양과 삶의 조화

그러나 '교양'과 '삶'이 유리되고 '천민 상업주의'적 징후가 농후한 출판물이 판을 치는 상황에서 이만한 시리즈가 확실한 브랜드로 자리잡는 것은 쉬운 일이 아니다. 아직 우리 사회는 이같은 시리즈를 상업적으로 성공시킬 수 있을 만큼, 진정한 의미에서 대중적 욕구를 질적으로 향상시킬 만한 현실적 여건이 조성돼 있지 못하다.

출판인은 책을 제대로 펴내는 데 모든 역량을 경주해야겠지만 당장 살아남기 위해서는 교육제도, 도서관 정책, 기업 문화, 문화단체 등이 문화적 교양을 키우는 데 긍정적인 제도 혹은 기구로 거듭날 수 있도록 우선 발벗고 나서야 할 만큼 상황이 열악하다. 경쟁의 중요한 수단이 오로지 당장 활용 가능한 실용적 지식만을 중시하는 풍토를 근본적으로 개선하지 않는 한 앞으로 출판사가 '자전거 조업'적인 경영에서 벗어나기는 어려울 것이다.

한편 학자들도 상아탑이라는 내부적 공간에만 안주할 것이 아니라 변화하는 사회가 요구하는 다양한 지식, 당대 독자들이 소비하기 쉬운 형태의 글쓰기를 해줌으로써 좀더

폭넓은 책읽기의 영역으로 유인해야 한다. 교양과 삶의 조화를 이루는 책이 대중에게 폭넓게 읽히는 길만이 한 도둑의 편지(내용의 진위 여부를 떠나)가 온 나라를 뒤흔드는 어처구니없는 해프닝을 막는 지름길이라 믿는다. ❖