

# 비밀주의 관행에 발목 잡힌 출판예고제

사전 도서홍보 차원에서 그치고 있어



지난 1998년 의욕적으로 도입된 출판예고제가 사전홍보제로 전락했다. 사진은 《송인소식》에 실린 관련내용.

도매상 송인서적에서 지난 1998년부터 시행해오고 있는 '사전주문제'가 현재 난항을 거듭하고 있다. 교보문고와 인터넷서점 YES24에서도 몇 달 전부터 출판예고제를 실시하고 있지만 출판사들의 참여도가 낮아 제대로 된 모양새를 갖추지 못하고 있다.

## 출판사, 서점 참여도 낮아

송인서적은 격주간 출판소식지 《송인소식》에서 사전주문을 위한 도서안내를 실시해왔지만 실제 사전주문은 거의 유명무실한 실정이다. 송인측의 시행제도 내용은 이렇다. 일단 출판사에서 출판예정도서에 대한 기초적인 정보를 최소 2주 전까지 보내고, 이를 《송인소식》에 게재하면 서점에서 각권을 검토하고 예상 주문내역을 송인측에 알려준다. 그러면 송인은 다시 각 출판사에 이 정보를 제공해 출판사에게 현실적인 제작부수를 결정하고 과학적인 마케팅을 추진할 수 있게 함으로써 유통의 혁신을 꾀하자는 취지다. 현재 3백여개 출판사가 참여하고 매호마다 10권 정도의 출간예정 도서가 소개되고 있지만, 실제 사전주문에 대한 피드백은 전혀 안되고 있어 원래 취지가 무색해지고 있다.

송인서적의 윤성기 관리이사는 "현재 출판예고제는 그럭저럭 되고 있지만, 사전주문은 서점측의 호응도가 거의 없다"며 "앞으로 출간홍보 쪽은 강화할 생각이지만, 이를 사전주문과 어떻게 연계시킬지는 구체적인 계획이 없는 상태"라고 밝혔다.

교보문고와 YES24의 경우 도매상이라는 유통단계가 없기 때문에 독자를 대상으로 한 출판예고제인 셈이다. 교보문고는 카테고리별로 분류해서 송인서적과 유사한 방식의 콘텐츠를 독자들에게 제공하고 있다. 교보문고가 이 제도를 처음 도입한 것은 지난 7월로 또 다른 판매경로를 만들기 위한 전략이었다. 이를 위해서는 도서 사전주문 결제시스템을 도입해야 했지만 이를 담당할 유지현씨의 말에 따르면 언감생심 어렵도 없었다.

"처음 1백여개 출판사의 의사를 타진했을 때는 호의적이였다. 그런데 실제 서비스에 들어가니 의외로 호응이 저조했다. 마감에 닥쳐 다행해야 겨우 문건을 주는 식이다. 급박하게 돌아가는 출판사들의 시스템 자체가 출판예고제라는 새로운 제도에는 맞지 않다."

유씨는 또 출판사들의 '비밀주의'와 신문 북색선의 '특종주의'가 출간예정도서에 대한 사전정보 누출을 원천봉쇄하고 있다고 말한다. "현재는 많이 없어졌지만, 처음에는 홍보전쟁이 참으로 대단했다. 출판사들이 언론의 홍보효과를 더 의식하고, 또 다른 출판사들에게 아이템을 빼앗길까 봐 망설인다"고 덧붙였다. 교보문고는 내년 초쯤 여기에 사전주문 결제시스템을 도입해 본격적인 사전주문제를 시행할 계획이다.

YES24도 지난 7월부터 출판예고제를 실

시하고 있다. 하지만 '출판동네'의 하위폴더에서 서비스하고 있어 눈에 잘 띄지 않는다. 서비스되고 있는 도서수도 아직 많이 부족하다. 그럼에도 도서사업본부 강병국 이사는 생각 외로 독자들 반응이 열렬하다고 전한다. "출판예정 도서의 제목이나 표지를 공모하는데 어떤 경우 2천명이나 몰릴 때도 있다"고 말한다. 물론 이것을 잠재구매층으로 산정할 수는 없다. 강이사는 인터넷서점에서 예약판매를 할 경우 몇가지 난점이 있다고 털어놓는다. "주문배송시 배송료를 받는데, 책 한권을 사기 위해 배송료를 지불할 독자는 많지 않다. 그리고 서점에 책이 깔리기 전에 미리 받아보는 이점도 있어야 하는데 출판사쪽에 도매상보다 하루 먼저 줄 수 있냐고 물어보면 난색을 표한다."

## 외국의 경우 최소 4~5개월 전에 사전홍보돼

이처럼 출판유통의 혁신과 출간 전 독자와의 커뮤니케이션을 통해 도서의 질을 제고하자는 취지의 사전주문제는 여러 가지로 난항을 겪고 있다. 출판칼럼니스트 표정훈씨는 외국 의 경우 출판예고제가 정착돼, 출간되지 않은 책이 아마존 베스트셀러 목록에 오르기도 한다고 지적한다.

"미국의 《뉴욕 타임즈 북리뷰》나 《키르쿠스 리뷰즈》의 경우 출간되기 4~5개월 전에 도서정보를 게재하고 있다. 그리고 출판사에서 가제본 상태로 각 언론사, 도매상, 에이전시에 책을 뿌린다. 이 가제본을 보고 권위에서 서평을 싣기도 한다. 책이 나오기 전이라도 그 책에 대한 평가가 완벽하게 이뤄지고 있어 사전구매도 가능해진다."

한국출판마케팅연구소 한기호 소장은 "출판사나 서점들이 사전주문을 위한 온라인 시스템에 익숙하지 않은 것"이 출판예고제의 발목을 잡는 원인이라고 분석했다. 서점과 도매상 그리고 출판사를 잇는 의사소통 시스템이 통합적으로 구성돼야 출판예고제가 가능할 것이라고 덧붙였다. —강성민기자