

도서상품권 유통의 한 현상

지난 연말에 선물로 받은 도서상품권으로 책을 사기 위해 며칠전, 그나마 인천지역에서는 시설로나 규모로나 최상급 서점에 속하는 부평 한겨레문고에 들렀다가 몹시 불쾌한 경험을 했다. 마침 휴일이고 해서 아이를 데리고 나가 부자가 같이 책을 고른 것까지는 아주 즐겁고 좋았지만, 책값으로 도서상품권을 내밀자 예상치 않은 문제가 발생하더라는 것인데, 이야기인즉슨 이렇다.

① 새책이 생길 즐거움으로 들떠 있는 아이의 손에 책꾸러미를 들리고 계산대에서 책값 8천4백원을 지불하기 위해 도서상품권 두장을 내민다.

② 도서상품권을 받은 계산대의 여직원은 종이 쪽지에 불펜으로 무언가를 적고 도장을 찍고선 그 종이쪽지를 건네주며 "우리 서점에서는 도서상품

권 이용고객에게는 거스름돈을 주지 않고 있다"고 말한다. 그 종이쪽지에는 거스름돈 천6백원이 남아있다는 요지의 내용이 말 그대로 '유틸'로 적혀 있었다. 그런 종이쪽지를 몇장 더 모으거나, 아니면 현금을 보태 다른 책을 사야만 천6백원의 가치가 발휘될 수 있다는 이야기이다.

③ 당연히 항의한다. "그런 법이 어디 있느냐? 교환시 20% 이내 거스름돈은 환불해준다고 명시돼 있지 않느냐"고 그러나 돌아오는 대답은 간단하다. "사장님 지시"라는 것.

④ 생짜로 천6백원을 날리기 싫어 할 수 없이 현금을 보태 책 한권을 더 산다. 사정을 알 리 없 는 아이는 책 한권 더 생겨 즐겁지만, 아버지는 못내 불쾌한 기분을 떨쳐버리기 어렵다.

거스름돈을 현금으로 환불해주지 않아서 서점이 얻는 이익의 크기가 과연 어느 정도인지는 모르겠지만, 우리나라 서점들 아직도 멀었다는 느낌만큼은 확실해지지 않을 수 없다. 적극적인 고객 창출은커녕 제 발로 찾아오는 고객조차 불쾌한 경험을 안고 돌아가게 만들면서, 인건비·임대료 타령이나 하고 있으니 말이다.

도서상품권에만 국한해 볼 때도 문제는 적지 않다. 일선 가맹서점에서 이런 식으로 도서상품권 이용고객을 대한다면, 장기적으로 볼 때 장래가 결코 밝지 않다. 도서상품권을 사용하는 것이 오히려 불편하고 불쾌한데 누가 그것을 구입하고 선물하겠느냐는 것이다.

'내 서점의 당장의 이익'을 챙기는 것보다는 전체 독자집단의 후회를 늘리는 데 도서상품권 제도 운영의 참뜻이 있지 않은가 싶다.

—강철주 부장

출판저널

통권 제98호 / 1992년 1월 20일 발행

발행인 — 鄭鏞鏞
 편집인 — 金炳翼
 인쇄인 — 李壹秀
 편집부장 — 康鏞柱
 기자 — 金芝媛 鄭素淵 崔兌源 鄭蕙玉 朴南貞
 디자인 — 尹貞子 南明希
 사진 — 金弘鎮

업무차장 — 尹東鎬
 업무·광고 — 李義天 崔炳天 金允淳 金旻姬

등록 1987년 6월 9일 - 다 435
 대체구좌 010041-31-2826477
 발행처 - (재) 한국출판금고
 인쇄처 - 평화당인쇄주식회사
 전산사식 - 대한컴퓨터

출판저널 - 110-190 서울 종로구 사간동 105-2 출판문화회관 2층
 전화 732-1431~3
 FAX 722-1174

「출판저널」은 신문윤리강령 및 주간신문윤리실천요강을 준수합니다.

「출판저널」 편집서평위원

權寧彬	琴章泰	金光秀	金文煥
金錫滿	金聖坤	金珍鍾	金榮漢
金仁會	金鍾元	金治洙	金泰俊
金泰賢	金泰亨	朴明淳	朴星來
朴世熙	潘星完	邊衡尹	徐淵昊
宋相庸	申福龍	慎鍾寬	安秉永
安輝濤	梁文吉	吳光洙	柳一相
尹志寬	李康淑	李萬薰	李光周
李基相	李斗映	李萬烈	李炳勳
李相日	李勝羽	李元靛	李重漢
李姬載	林煒燮	張必和	張會翼
鄭丙圭	鄭爽鍾	鄭雲映	鄭晉錫
鄭鏞弘	曹南鉉	曹大鉉	崔鍾庫
韓相震	韓勝憲	許碩烈	洪廷善
黃鉉鎭			(가나다 순)

「출판저널」 정기구독안내

매월 5일·20일자로 발행되는 격주간 출판저널의 정기구독제도를 안내합니다.

* 본사의 지로용지로 11,000원(반년분) 또는 20,000원(1년분)을 송금하시면 입금된 날짜의 해당호부터 우송해 드립니다. 정기구독 예약은 반년분 또는 1년분 단위로 신청을 받습니다.

* 본사의 지로 용지가 없으신 분은 전국 각 은행(농협 수협 축협 포함)의 A지로 용지에 본사 지로번호 3008669와 금액, 주소, 성명을 명기, 불입하거나 또는 우체국 대계구좌 010041-31-2826477을 이용하십시오.

독자서평을 모집합니다

본지는 서평의 활성화에 보탬이 되도록, 독자들이 참여하는 「독자서평」란을 두기로 했습니다. 신간중에서 감명깊게 읽은 책, 값지다고 생각되는 책을 서평의 형식으로 소개하는 글이 되겠습니다.

원고분량은 책명과 저·역자명을 포함하여 2백자 원고지 7매 내외, 투고하시는 분의 주소·성명·직업 등을 첨가하여 본사 「독자서평담당자」 앞으로 우송해 주십시오. 투고된 원고는 소정의 심사를 거쳐 본지에 게재합니다. 수록된 서평에 대해서는 게재지와 소정의 원고료를 드리겠습니다.

공급: 한국출판협동조합

서울 마포구 신수동 448-6
 716-5616~9, 716-5621~3

재미있는 책이야기

세계는 점점 하나의 단일시장, 단일문화권을 형성하고 있다. 그것은 지구촌이라는 환상을 불러일으키기도 하지만 거대 다국적기업에 의한 제국주의문화의 종속이라는 부정적 영향을 낳기도 한다. 출판영역도 예외는 아니다. 오히려 의식하지 못한 채 우리의 의식전반은 문화적으로 종속돼갈 우려가 크다. 「지구촌이라는 환상」(아르망 마탈라르 지음, 김은정 옮김, 다민)은 그러한 경각심을 치밀하게 깨우치고 있다. 출판네트워크에 침투한 다국적기업의 영향을 분석한 다음의 글을 인용소개한다.

국제시장에 대량으로 판매된 최초의 출판물은 만화다. 1980년 9월 허스트그룹 소유의 킹 피처스 신디케이트사는 수많은 만화인물 중 하나인 '블론디' 15주년을 기념하면서 '블론디'가 15개국 언어로 번역되어 180개 신문에 팔렸으며, 55개국에서 하루 1억 5천만 독자가 읽었다고 회상했다.

「어린이 문고: 국적불명이 그들의 단골메뉴다」라는 제목의 책에서 브라질의 사회학자 R.A. 아말라는 다음과 같이 지적한다.

“국적불명의 절대다수의 책이름과 작품이 외국의 어린이문학에서 그 절정을 이룬다. 교재, 삽화, 신문, 인쇄물, 책표지 및 마무리에 이르기까지 모두가 외국 것이다. 한 예가 있다. 리오데자네로 갈레아오공항에 있는 서점은 다양한 출판물로 유명한데 1976년 7월 11일 153개의 어

린이용문고를 전시했다. 이중 겨우 13권만이 브라질내에서 해적판으로 인쇄된 것이고, 118권은 주로 일본, 스페인 및 영국에서 쓰고, 구성하고, 인쇄 및 제본한 것이다. 153권의 어린이문고 중 5권만이 브라질 작가가 쓰고 브라질에서 제작된 것이다. 만화책을 봐도 174권 중에 '모니카'와 '체블리나'만이 브라질작가 마무리 씨오 데 소우자에 의해 쓰여진 유일한 것이다.”

국제화의 기원이 2차대전 이전으로 거슬러 올라가는 만화의 뒤를 이어, 「리더스다이제스트」, 「타임」 및 「라이프」 같은 잡지가 외국시장, 주로 파시즘세력에 대항해서 투쟁할 필요가 있는 남미에 침투하기 위해 등장했다. 오늘날 「리더스다이제스트」는 14개 언어 41개 판으로 발행되며 100여개국에서 판매된다.

1960년대와 1970년대 사이 세계 경제의 거대한 다국적기업화의 물결로 그때까지만 해도 미국 고객에만 한정된 출판물행렬이 국제화를 겪어야만 했다. 이것은 오늘날 허스트그룹이 그들의 수많은 보급서는 말할 것도 없고, 「파퐁라 메카닉스」, 「좋은 집 가꾸기」, 「코스모폴리탄」을 스페인어판, 불어판, 포르투갈어판 및 다른 언어판으로 발행하고 있는 것이 그들의 성공을 대변한다.

다국적기업 잡지출판망은 거의 대부분 미국기업에 지배되는 반면, 서적 부문에서는 대부분 오래 식민

지세력들이 있다. 프랑스 출판회사인 아세뜨(Hachette)는 가령 튀니지, 모로코, 세네갈, 코트디부아르, 가봉, 카메룬, 콩고, 자이레 등 수많은 구프랑스 식민국가와 브라질, 아르헨티나, 레바논, 이집트 등에 영입소를 두고 있다. 설립연도가 250여년 되는 롱맨스(Longmans)같은 영국기업은 1972년 총매상고의 80%를 외국에서 벌어들였다.

베텔스만사 같은 독일기업도 뒤지지 않는다. 가령 이 기업은 “브라질의 부적절한 소매구조를 극복하기 위한 최선의 방향이자 남미 최대의 서적 보급회”인 Circulo do livro에 속한 브라질 최대의 출판사 아브릴과 제휴하고 있다. 대다수의 미국대형회사, 특히 존 와일리 가족그룹같이 학술·기술·과학서적을 출판하는 기업들은 그들이 일반적으로 고등교육에 지대한 영향을 끼치는 제3세계국들과 밀접한 관계를 맺고 있다. 맥그로힐 같은 기업들은 이런 높은 수준에 한정하지 않는다. 세계출판안내서에 따르면, 1970년에 이미 이들은 극동시장, 즉 싱가포르와 팔라렘푸르에서 초급·중급·기술교육교재를 각 민족언어로 출판했다. 인도에서는 지역 출판사인 타타와 합작으로 이 기업들은 같은 종류의 교재를 인도의 다양한 민족언어로 출판했다. 이들은 파나마에 지점을 개설하는 동시에 스페인계 미국인을 위해 미국교재를 스페인어로 번역하

는 작업에 착수했으며, 브라질에서는 심지어 1967년 브라질 교육청의 동의를 얻어 그들이 제작한 교재를 모든 교육수준에 의무적으로 사용하도록 했다. 실제로 맥그로 힐은 현재 18개국에서 18개국어로 서적 및 잡지출판에 관계하고 있다.

영여권 중앙아프리카 국가 안에서 취하는 다국적 기업의 출판정책을 비판하는 다른 학자의 글을 보자.

“다국적기업식 출판사들은 본질적으로 본국에서 행하는 기능과 별반 다르지 않은 기능을 가진다. 즉 그들은 과외교육과 단순히 읽는 즐거움은 도외시한 채, 서적은 교육과 동의어라는 사상을 강화시키는 모범적인 교육유형에 충당되는 작품들을 출판하는 것이다. 그래서 교양교육에 필요한 보충교재나 젊은층을 위한 책에 대한 투자가 거의 없다. 그런데 이런 책들은 독서습관을 기르고 서적시장을 확장하고 발전시키는 데 필수적인 역할을 수행한다. 다국적기업들은 어린이를 위한 교양교육자료나 서적도 도외시하는데, 그 첫째는 교양과 언어의 분열로 인해 잠재적인 독자층의 구매력이 약화되거나 존재하지 않음으로써 소규모 인쇄업체를 도와주거나 이익이 줄어들기 때문이며, 두번째는 다소 부분적이기는 하지만 교양과 언어의 분열은 엘리트나 다국적출판사에게 단기간의 관심만 제공하는 모범교재와 명성에 따른 출판물들과 관계가 있기 때문이다.”