

“나이 지긋한 책벌레들 거의 없다”

서울에 미국책 서점 차린 지 다섯달째를 맞으며 갖는 몇몇 생각들

조승훈

동방서적 대표

책방을 하면서 제일 많이 듣는 질문은 “요새 베스트셀러가 뭐니까” 하는 것이다. 나는 가끔 그 질문에 발끈해서 이렇게 중얼거린다.

“여보세요. 맥에선 양복점에 가서 요새 제일 잘 팔리는 옷이 뭐냐고 물어서 옷을 사십니까? 맥에선 음식점에 가서 요새 제일 많이 팔리는 음식이 뭐냐고 물어서 주문을 하십니까?”

내가 귀국하여 책방을 하면서 아주 자주 들으면서도 미국에서는 듣지 못하던 고객들의 질문은 “이 책 최신판입니까?”이다. 나는 이 질문에 내가 귀국해서 책방을 경영한다는 것을 실감한다.

또, 이번 새학기에 교과서를 사려고 물러드는 대학생 고객들 시중을 들면서 나는 그중에 많은 학부모가 섞여 있고 때로는 학생을 동행하지 않은 채 어머니만 온 것을 발견한다.

내가 이제 막 받을 담은 한국 도서시장의 고객들이 말하는 소리요, 내가 개척해야 하는 시장의 풍경이다.

나는 60년대 초반 미국으로 유학을 떠나 지금까지 그곳에 살면서 12년째 책방을 경영하고 있다. 내가 경영하던 책방은 약 3만 타이틀과 500여 출판사와 정기적으로 거래를 하던, 샌프란시스코시내에선 아주 잘 알려진 중상규모의 서점인데, 보통사람들의 읽을거리를 주종으로 하면서 특히 소설과 시사문제에 관한 논픽션을 충실히 갖추고 있는 비교적 개성이 강한 책방이다.

내가 미국의 책방에서 취급하는 책들이 한국에서는 찾아보기 힘든데다가 수요도 상당할 것이란 판단으로 서울에 샌프란시스코 책방과 똑같은 매장을 계획하고 있던중 을지서적의 방용남사장의 후의로 을지서적에서 외국서적 수입코너를 열게 되었다.

본격가동 다섯달째로 들어선 현시점에서 내 매장과 인접한 국내서적 매장을 통해서 내가 느낀 한국시장의 인상과 조건, 문제점을 정리해 보는 것이 나에게 절대로 필요하고 또 독자들에게도 흥미로울 것 같아 이 글을 쓴다.

자신의 취향에 의한 책선택 드물다

내가 지금 하고 있는 일은 미국에서 출판된 책을 한국에 공급하는 것이다. 물론 수요·공급의 원칙을 따르는 것이지만, 이 시점에서는 가능한 한 많은 종류의 책을 들여와서 그 판매동향을 세심하게 관찰하고 있는 중이다. 그러다보니 시행착오가 적지 않아 애초의 생각과

계획을 재조정하기도 했는데, 예를 들자면 자유로운 해외여행이나 과소비 분위기에 편승해 수요가 상당하리라고 예측했던 각종 여행안내서, 요리책, 그리고 포도주 수집에 관한 책 등이 그렇다.

우리나라 서점의 매장에서 가장 인상적인 것은 고객들의 인상이다. 다들 화를 내는 것처럼 굳어있다. 그리고 또 하나는, 신발을 질질 끌면서 걷는 사람들이 의외로 많다는 것이다. 그러나 그것은 다 표면적인 것에 불과할 뿐이고, 정작 나에게 문제가 되는 것은 서울의 고객들이 내게 기대하고 있는 것과 내가 습관이 되어 있고 준비가 되어 있는 것이 전혀 다르다는 점이다.

우선 한국고객들의 책에 대한 개념이 나의 그것과 전혀 다르다. 한국에서는 책이 공부와 지나치게 긴밀하게 연결되어 있는 것 같다. 그래서 고객의 전공이나 직업분야의 전문성을 띤 책이 없으면 실망을 하고, 책이 있더라도 최신판 여부에 신경을 쓴다. 한걸음 더 나아가 한 권으로 자기가 당면한 과제를 다 해결해주는 참고서 같은 책을 찾는다.

다음으로 나를 곤혹스럽게 만드는 것은 한국고객들은 자기분야 외엔 전혀 호기심이 없다는 것이다. 미국책방에서는 고객들의 호기심을 끌 책들을 서가 여기저기에 전략적으로 전시한다. 그러면 며칠새 그 책들은 너털너털해질 정도로 고객들이 들춰거린다. 그러기 때문에 그런 책은 아예 출판사에서 전시용으로 무상공급을 받는데, 서울에서는 고객들이 그런 책을 만져보려는 커녕 쳐다보지도 않는다.

읽을거리에 대한 독특한 취향을 가진 ‘나이 든 책벌레’도 그리 많은 것 같지가 않다. 이 판단은 나의 매장보다는 우리나라 서적매장으로 부터 얻은 인상인데, 지나친 속단이기를 바라지만 다음의 두가지 이유 때문에 이런 판단을 내릴 수밖에 없다.

첫째, 주부가 찬거리를 마련하기 위해서 자주 장을 보듯 책벌레들도 며칠에 한번은 꼭 책방에 들러야 하는데, 그런 이들이 드물다. 한마디로 기대이하이다.

둘째, 고객들의 책선택이 자기 취향에 따르는 것이 아니라 타의에 의한 것이 경우가 많다. 현재 우리매장의 베스트셀러를 보면서 하는 말이다. 예컨대 토폴러의 「권력이동」(Power-shift), 그리고 프리드먼의 「앞으로 올 일본과의 전쟁」(Coming War With Japan) 같은 책은 아주 훌륭한 책이긴 하지만, 개개인의 취향에

우리나라 서점의 매장에서 가장 인상적인 것은 바로 고객들의 ‘인상’이다. 다들 화를 내는 것처럼 굳어 있다. 그러나 정작 문제가 되는 것은 서울의 고객들이 내게 기대하고 있는 것과, 내가 습관이 되어 있고 준비를 갖추고 있는 것 사이에 큰 격차가 있다는 사실이다.



조승훈씨.

의해 선택되는 읽을거리로 볼 수는 없다. 또 기라성같이 많은 작가중에서 유독 시드니 셸던이나 에릭 시걸 등만이 인기가 있다는 것은 고객들이 그들의 작품에 심취해 있기 때문이라고 보기가 힘들기 때문이다.

그러나 보람은 결코 적지 않다

호기심도 없고 책의 선택이 타율적인 반면에 책에서 다루는 소재가 심오한 경우 가격이나 내용의 난해함, 메시지의 眞否여하를 막론하고 나의 상상을 초월할 정도로 인기가 높다. 예를 들면 요즘 막 출판된 후쿠야마의 「역사의 종말과 마지막 인간」(The End of History and The Last man) 같은 것이 그렇다. 이것은 아마도 우리가 가지고 있는 문화적 전통과 학문을 숭상하는 일반적 경향 때문이다.

한국에서 대표적인 책방 하면 누구나 다 대형서점을 지적한다. 그러나 내가 보기로는 그것은 책방이라기보다 출판사의 전시장이다. 책방이란 책만 꽂혀 있는 곳이 아니라 고객이 원하는 책을 찾아 줄 수 있는 기능을 가지고 있어야 하고 그 책을 구할 수 있는 능력이 있어야 한다. 어느 책방을 막론하고 출판되는 책을 다 진열할 수 없다는 것을 감안한다면 이 기능과 능력은 더욱 절실해지는 것이다.

한걸음 더 나아가 책방이란, 특히 ‘좋은 책방’이란 고객들이 책을 찾기에 편리하게 진열이 되어 있어야 하고 책을 읽고 싶은 의욕을 만들어 주어야 하고 “세상에 이런 책도 있었

나”하는 생각이 들게끔 할 수 있는 책들이 군데군데 발견되어야 한다.

한국의 책방들이 과연 이런 역할들을 제대로 해내는지는 아무래도 의심스럽다. 무엇보다도 우리나라 사람들 성질 급한 셈 치고는 서가에 아무렇게나 꽂혀 있는 책을 불평없이 차분하게 훑어가는 모습이 신기하다.

다른 하나는 나에게 아주 심각한 문제이다. 미국에서는 저녁식사나 콘서트, 혹은 영화관람을 즐긴 사람들이 집으로 돌아가는 길에 서점에 들러 느긋하게 읽을거리를 고르는 즐거움을 찾는데, 서울에서는 그런 곳에 가기 위해서 만나는 장소로 책방을 찾는다는 것이다. 아무래도 거꾸로 된 기분이 든다.

그러나, 어쨌든 많은 보람을 느끼고 있는 것이다. 내가 책방을 운영하는 방식이 다소 생소해서 나에게 불평하고 통명스럽게 굴던 고객과 명함을 교환하게 될 때면, 천거한 책을 기꺼이 들고 나가는 학생을 보면, 얼굴도 모르는 지방고객에게서 책을 잘 받아 보았다는 감사의 전화를 받을 때면, 내가 서울에 와서 하는 일이 참 잘된 일이라고 여겨진다.

내 일이 잘되어 앞으로는 다음과 같은 소리를 제발 안듣게 되었으면 하는 것이 나의 목표이며 소원이다.

“우리학교에선 교수님들 외국에 나가실 때마다 책을 사서 오시게 돈을 드리지 않습니까?”

어느 대학도서관장의 자랑스러운 말이다.