

서점문화론의 맹점과 잘못된 기대

그 낭만적 인식과 현실의 괴리를 다시 생각한다

李重漢

서울신문논설위원 · 출판평론가

서점은 지금 우리에게서 대단히 소박한 인식 속에 있다. 어떤 의미에서 소박한 것인가. 마치 60년대의 이미지를 그대로 유지하고 있다는 의미이다. 나오는 책도 별로 다양하지 않고 도시의 큰 거리 중앙로터리 근처에 있고, 언제나 한번 들르면 이즈음 신간이 무엇인지를 한눈으로 알아볼 수 있었던 것이 바로 60년대의 서점풍경이다. 이 기억을 그대로 가지고, 지금도 서점은 서점주의 독자의 요구가 교류된다.

우선 독자의 느낌을 보자. 서점은 들어가서 좀 한가해 보여야 할 것 같다. 얼마쯤 느긋하게 이 책 저 책 만져도 보면서, 살까 말까를 궁리해 보는 시간이 자연스럽게 존재되어야 서점답다는 생각을 한다. 그리고 주인과도 한두마디 잡담 같은 것을 하는 관계가 되도록 낮아져 있는 게 바람직하다. 신간들 역시 어느정도 무엇이 나오고 있는 지, 내가 살 것은 아니지만 점검해 보는 일은 중요하다. 책은 꼭 사서 읽는 것만이 중요한 것이 아니라, 나와 별로 관계없는 영역의 책들이라도 冊題와 목차들을 훑어보는 것으로 지식의 흐름을 파악해 두는 것이 더 크게 유용할 수 있기 때문이다.

그러나 이제 이렇게 할 수 있는 서점은 없다. 하라 말라에 아직도 승부가 나 있지 않은 대형 서점마저도 이렇게 한가하게 들어가 책을 볼 여유는 없는 것이다. 거기에도 마치 사람들은 만원버스처럼 들어차 있다.

신간이라는 것도 그렇다. 하루에도 수십종 이상씩 새책이 쏟아진다. 서점공간이 좁으니까, 사흘만 지나도店頭에서 교체목록에 들어가야 할 책이 또 수십종이 넘는다. 1주일만 지나면 신간이 구간이 되는 것이 아니라 아예 찾을 수도 없이 된다. 그러니 독자에게서 지금 서점은 “서점을 들른다”라는 문화적 행위를 할 수 있는 곳이 아니다. 마치 공중전화대나 또는 셀프서비스 햄버거 가게쯤보다도 못한, 피할 수 없는 용도가 있을 때 급하게 밀고 들어가 보는 곳일 뿐이다.

서점을 들른다는 일의 문화적 의미

서점의 입장은 또 무엇인가. 임대 땅값조차 만들어주지 못하는 상품이 책이다. 때문에 그나마 전시하는 책은, 책의 내용이 문제가 아니라 단지 유통이 빠르고 마진율이 높은 것만을 점두에 내놓을 수밖에 없는 것이다. 학습참고서·사전류·잡지 그리고 베스트셀러들이 그것이다. 이들중에서 혹시 同種異本인 책이 있

게 되면 이것은 더 분명하게 마진을 많이 주는 판본을 팔 수밖에 없어진다. 마진율이 많아진다는 것은 제품원가가 낮다는 것을 뜻하고 제품원가가 낮은 것은 어떤 이유에서도 제품이 부실하다는 것을 뜻하지만, 이를 굳이 따져볼 겨를도 없는 것이 서점의 운영상태이다.

서점운영이 가능한 책이란 또 무엇인가. ‘책의 문화’의 전통적 권위를 유지해주는 책들은 물론 아니다. 그저 유행처럼 지나가는 책이 아니면 기능적 필요에 부응하는 책들일 수밖에 없다. 결국 서점은 책의 문화를 전파하고 유지하는 구조의 한부분으로서가 아니라, 보통 상행위 속에서의 단지 하나의 산매상 채널일 수밖에 없고, 이 점에서 보자면 가장 수요가 낮은 제품을 다루게 되는 불행한 업종일 수밖에 없다.

이렇게 되니까 서점은 서점대로 불평과 불만이 있게 마련이다. 대형서점이 나타날 때도, 마진율이 적을 때도 어쩔 수 없이 시비를 걸게 된다.

책을 사는 사람들에게 대한 서비스도 쉽지 않다. 운영도 안되는 처지에 종업원 대우를 해 줄 수 없고, 대우가 불가능하니 서점종업원을 구할 수도 없게 된다. 적정규모의 창고를 가질 수는 더더욱 없고 따라서 출판사가 책을 보내 주는 것이 오히려 부담이 될 뿐이다.

단적으로 “5천원은 되는 정가에 30% 마진율로 팔리는 베스트셀러”일 때 오늘의 서점은 이를 팔아줄 수 있다는 경영적 평가를 들은 일이다. 이 기준에 보면 오늘의 서점은 한 달에 1권쯤 팔리는 7천원짜리 책은 전시할 수도 없게 된다. 마찬가지로 2천원 미만짜리 문고본도 반가운 책일 수는 없다.

이런 상황과 조건의 서점을 가지고 우리의 책의 문화는 과연 책을 수요자에게 제대로 전달할 수 있는가. 이런 질문을 좀 본격적으로 해야 할 것 같지만 또 모두들 잠잠히 있다.

왜 그러저러 지나게 되는가. 나는 이것이 바로 우리사회가 진정으로 책의 문화에 대한 가치인식이 없는 증거라고 보고 있다. 무슨 책이든 좀 팔리고 있으면 출판과 서점은 여하간 존재하는 것 아닌가라고 느끼고 있는게 분명하다. 그리고 간혹 어떤 책 한권을 개별적으로 구하지 못할 때가 있기는 하지만, 구하지 못했으면 못한대로 이력저력 넘어갈 수도 있다. 넘어갈 뿐 아니라 애써서 한권 구해 보았다고 누가 진지하게 보여주는 것도 아니다. 서점이 작

이제 우리의 도서전달체계를 위한 새

형식과 단계가 무엇인가를 좀

절실하게 연구해야 할 때에 있다고

보인다. 지금처럼 끌고 간다면

출판사는 출판사대로 서점은 서점대로

그 끝이 더욱 축소될 수밖에 없다.

‘쾌적한 문화공간으로서의 서점’을

희망하는 것이 잘못일 수는 없으나,

그것이 이제는 가능치 않다는 것도

인정해야 한다.

아직든 말든, 책이 잘 전달되든 말든, 이것이 정치나 경제나 사회적 삶에 어떤 영향도 주는 것은 아니다—이런 문제이므로 굳이 나서서 따져볼 대상도 아닌 것으로 있는 셈이다. 그래서 사회적으로 전달이 되는 부분은 ‘서점의 생존권’이라는 개념뿐이다. 보다 많은 소형서점이 살아야 하므로 대형서점이 개설되는 것은 어딘가 모순이 있는 것 같다. 더욱이 그것은 ‘대기업자본’이 아닌가. 이런 측면만이 눈에 띈다.

그러나 이런 현실에 얼마나 큰 문화적 몽매함이 담겨 있는가를 이제는 좀 본질적으로 들여다볼 때가 되었다고 생각한다.

책 생산과 소비의 특별한 구조

책의 생산과 소비는 특별한 구조를 가져야 한다. 무엇보다 책의 소비는 어느 나라에서나 국민이 개별적으로 구입하는 것으로 이루어지는 것은 아니다. 미국이나 일본인의 가계부에서도 국민이 직접 살 수 있는 책은 베스트셀러 정도이다. 쉽게 말하는 교양서들, 특히 ‘좋은 책’ 들은 지금도 어디서나 국민이 직접소비자는 아니다. 그러면 어떻게 하는가. 이 지루하고 기초적인 상식을 여기에 다시 적어야 한다는 것조차 창피한 일이지만, 그러나 적지 않고 말할 수는 없으므로 또 써 본다. 이렇게 된다.

책의 1차소비자는 공공도서관 또는 학교도서관이다. 도서관이 책을 사서 국민에게 빌려준다. 그저 빌려주는 것이 아니라 버스에 싣고 동네마다 찾아가서 빌려주는 ‘모빌 라이브러리’가 바로 공공도서관 형태이다. 그리고 나서 베스트셀러 경우엔 별도로 페이퍼백판을 만든

다. 공공도서관에 넣은 하드바운드판을 기다려서 보는 것이 답답한 국민들은, 좀 썩 판으로 직접 사서 보라는 방법이다.

이것 말고도 북클럽제도라는 것이 있다.

이 클럽의 회원이 되어 있으면 새책이 나오기 1년전부터 책의 안내를 볼 수 있다. 반년전부터는 예약도 받는다. 이 예약은 또 할인을 받을 수 있다. 출판사가 판매를 약속받은 책이고 북클럽을 통해 공급하는 책이므로 영업비를 크게 줄일 수 있다. 이 비용만큼 깎아 주면 되는 것이다.

우편판매라는 것도 있다. 일반판매의 30%이상이 미국의 경우 우편으로 판매된다. 이 경우 우송료는 독자의 부담이다. 물론 책에 따라 할인가가 있을 수 있으나, 할인한 값과 우송료가 상대되는 것이 아니라 별도로 표기되어 계산된다.

큰 서점들은 또 책을 찾아주는 에이전시 같은 역할을 함께 한다. 주문을 받고 주문받은 책을 출판사에 연락해서 우편발송을 가능케 해준다.

페이퍼백으로 만든 책들은 또 어떻게 파는가. 이 책들은 티놓고 대중성을 가진 책이므로 대중이 있는 현장으로 가서 팔게 마련이다. 슈퍼마켓, 기동 신문판매대, 열차역이나 공항의 코너, 그리고 약국과 스낵점에서 팔게 된다.

이 모든 채널을 다 거치고 나서 찾는 것이 서점이다. 서점은 그러니까 책의 전달구조에서 중심적 거점이 아니라 상징적 거점이다. 컴퓨터 PC온라인으로 주문이 가능해진 오늘에는 대형서점마저도 책의 중계역할을 굳이 할 필요가 없어졌다. 이 PC온라인은 지금 서울에 앉아서도 미국의 전지역 어느곳에 있는 책의 거점이든지를 다 연결해서 판매가 가능한 모든 책들을 살 수가 있는 단계에 왔다.

이렇게 되니까 서점들은 이제 새로운 형태를 만들기 시작했다. 신간을 중심으로 운영하는 체제는 이미 부서졌다. 비디오·오디오를 함께 팔고 고본점을 같이 하는 책의 최종적 복합잡화상 같은 형식으로 가고 있는 것이다.

가장 구식형식의 서점이 상존하는 일본만 해도 그 기본형식은 크게 바뀌었다. 그 대표적인 변형이 郊外서점. 도시의 도심에 차를 세울 수 없는 오토드라이버 독자를 위해 교외로 20~30분쯤 나가서 있는 주차장 보유 서점을 뜻하는 것이다. 지역서점은 또 지역문화와 문고판 중심이다. 일본의 주된 국민적 서적 전달체계

일이 좋아 일을 찾아 즐기는

최병윤 부장의 하루

는 출간된 좋은 책을 가능한 한 빠뜨리지 않고 사들이는 학교도서관이 담당한다.

그러므로 “서점에 가서 신간을 좀 고른다”라는 문화행위는 오늘의 구조에서 일상적인 것이 아니라 아직 남아 있는 고급 문화행위의 한상징적 표현일 뿐이다. 이 역할에 부응하는 것이 곧 ‘서점문화’인 것이다. 다시 말해 어느 때보다도 더 문화적 양식으로 변화된다는 뜻이다.

“책을 읽되 내손으로 사서 읽으라”

그러나 우리에게서는 이 기능과 역할은 설명되지 않는다. 국가와 교육은 말끝마다 “책을 읽으라”라고 하긴 한다. 하지만 이는 “책을 읽되 내돈으로 사서 읽으라”와 같다. 내돈이나마 책을 사러가면 있는가. 그렇지도 않다.

서점은 도심으로부터도 밀려나고, 남았다 해도 면적은 좁아질 수밖에 없다. 좁아진 면적에 전시할 수 있는 책은 그 면적한도이다. 얼마나 좋은 책이 얼마나 새로 나왔느냐와는 아무런 관계가 없다. 그리고 다른 어떤 전달 채널도 없다. 그러니 서점은 또 버티고 있을 수 있다. 오늘날 전달될 수 있는 책은 그러므로 서점주가 감각적으로 정할 수 있다. 신간 첫주에 몇 권이라도 팔릴 것 같지 않은 책은 서점주 판정에 의해 곧 출판사로 반품된다.

독자들은 또 어떻게 되는가. 늙은 독자들은 이제 가려고 해도 가지를 못하는 곳이 서점이다. 그나마 서점공간에는 젊은이들이 들어차 있다. 최근 개장한 대형서점에는 서점공간을 좀 고급화해서 바닥에 카펫을 깔 곳이 있는데, 이렇게 되니까 젊은이들은 덜씩 주저앉아 편하게 책을 본다. 서가 바로 앞에 앉아서 보니까, 뒤에 서 있는 사람은 책을 뽑아 보기도 힘들게 된다.

이에 대한 반응이 또 재미있다. 서점은 “책을 읽지 마시오”라고 써 붙이게 된다. 한 언론이 이를 또 공격한다. “서점이 책읽기를 제한하고 있다.” 답답한 일이다. 이 읽기는 실상 책을 고르기 위한 읽기가 아니라 그 자리에서 처음부터 끝까지 완독을 하는 읽기를 뜻한다. 그러니 서점은 완독을 금지할 수밖에 없어진다. 다 읽고 나면 누가 책을 사는가.

과연 우리에게 지금 서점은 있는가라는 질문을 좀 정식으로 해볼 필요가 있다. 물론 서점은 있다. 그러나 간헐되고 있는 모든 책을 어디에선가 찾아낼 수 있는 전달체계로서의

서점은 있다고 말하기 어렵다.

좋은 책일수록, 그리고 책의 문화를 웅변해주는 책일수록, 그러한 책은 어느 나라에서나 1천권 이상 팔기는 어렵고 또 이 책 팔기도 2년이나 3년쯤 걸리게 마련이다.

이런 책은 간혹 어느 특별한 서점에서 높은 서점에 귀중하게 꼽혀 있다. 이런 책을 사지는 않치만 가끔 서점엘 들러서 만져보는 재미라는 것이 있기는 하다. 이런 재미가 있는 곳을 우리가 ‘서점’이라고 한다면, 이런 서점도 물론 우리에게 지금 있다고 말하기 어렵다.

최근 수입되는 도서들만 보아도 그들도 상당한 실리적 변화를 하고 있다. 30달러쯤 되는 책들은 책 한권마다 비닐포장을 하고 있다. 살 사람만 사라는 뜻이다.

도서전달체계 혁신의 근본적 발상전환

출판사와 서점은 이제 우리의 도서전달체계를 위한 새 형식과 단계가 무엇인가를 좀 절실하게 연구해야 할 때에 있다고 보인다. 현 상태대로 그대로 끌고 간다면 출판사는 출판사대로 서점은 서점대로 그 끝이 더욱 축소되는 방향으로 갈 것이기 때문이다. ‘쾌적한 문화공간으로서의 서점’을 회망하는 것이 잘못일 수는 없으나 이제 그것이 가능하지 않다는 것을 인정하는 것이 현명한 것이다.

책의 정보는 데이터베이스를 통해서 PC라인과 연결돼야 하고, 보다 많은 책은 직판의 형태를 가져야 한다. 대중적 책들만이 결국 서점 속에 있게 될 것이지만 이것도 조만간 더 세분화될 수밖에 없을 것이다.

이 속에서 대표적 대형서점은 또 신간만이 아니라 구간본들로 수용해야 할 것이다. 그리고 좋은 책들의 전달은 도서관과 같은 집단적 기능으로 전환할 수밖에 없는 것이다.

‘서점’이 어휘는 무척 낭만적이며 문화적이긴 하다. 그렇다 해도 해야 할 일은 철저히 기능적인 것이다. 해야 할 기능을 하지 못할 때 그것은 작아지고 소멸될 수밖에 없는 것이다.

한마디 더. 최근 새롭게 도서공급기구에 대한 관심이 출판계에서 커지고 있다. 그러나 공급기구가 공급이 되어질 마지막 거점이 분명하게 있어야 가능하다. 그렇다고 했을 때 현존 서점이 공급의 대상이라면 대형공급기구의 의도 자체는 무의미하게 될 것이다.

아침 8시.

그는 어김없이 출근해 있습니다.

— 술이 좋아 과음한 다음날은 빼고 말입니다.

그리고 30분동안은 하루의 일과를 메모합니다.

월요일은 8시 30분부터 월요간부회의를 주재하여 그 주간의 현안과 관련된 과제와 문제를 풀어갑니다.

그의 하루는

작업진행현황을 구석구석 빈틈없이

확인하는 일부터 시작합니다.

그러니 진행중인 일의 내용과 과정을

구슬깨듯 줄줄이 챙길 수밖에요.

직원들은 그런 그와 맞닥뜨리면

호랑이 만나는 것 같다고 합니다.

그는 아무리 쉬워보이는 원고일지라도

세 번쯤은 훑어보아야 판면구상을 합니다.

그는 정말 일이 좋아 일을 찾아 즐기는가 봅니다.

그의 하루는 정녕 종일토록

이런 마음으로 가득한가 봅니다.

그와 일 이야기를 해보면

시원시원할 것입니다.



컴피아트가 하는 일

- 편집 / 교과서 · 참고서 · 전문지 · 각종사전 · 어학교재 등
- 교열 · 교정 / 새로 개발한 '한글맞춤법 software'를 활용하므로 정확 무오합니다.
- 디자인 / 표지디자인 · 텍스트디자인 · 일러스트레이션 · 레터링 등
- 제작대행 / 조판 · 제판 · 인쇄 · 제본 등 책의 제작공정을 대행관리하여 납품해드립니다.

컴피아트의 시설

- 편집입력기 15대
- 영문 전용입력기 2대
- 레이저 프린터 2대
- 인화지 및 필름 출력기 1대
- 영문 전용 출력기 1대

지식산업의 파이오니어



서울특별시 종로구 견지동 87-1
TEL : 732-8274 · 738-8622
FAX : 739-9356