역사교육의 현장으로 나선 서점가 이벤트

여름철 특수에 보이지 않는 판매 경쟁…각종 특설코너로 독자 끌기

출판 서점계의 말을 빌리면, 책이 가장 많이 팔리는 날은 단연 5월 5일이다. 그리고 또 하나, "가을은 더 이상 독서의 계절이 아니다". 이제는 여름이나 겨울이 가장 독서하기 좋은 계절이라는 분석이 출판 서점계의 지배적인 상식이다. 그래서 서점에서는 여름에 더 많은 이벤트나 특설 코너를 마련한다. 특히 올해는 해방 50돌이라는 의미를 더욱 높여주는 기획 이벤트를 마련해 서점이 역사교육의 현장으로 자처하고 나섰다는 점도 특징이다.

8·15에 집약된 서점가 이벤트

"지금은 조그만 서점들도 거의 대부분 에어콘 시설을 갖추고 있지 않습니까? 게다가 서가가 개가식으로 되어 있어 고생스러운 여행지보다 서점에서 한여름 피서를 즐기는 사람이 많아졌습니다. 또한 여름에는 학생들이 방학을 맞아 공부에 대한 부담이 적고 그만큼 여유도 생겨 서점을 찾는 손님이 많아졌습니다."

여름이 독서의 계절로 자리잡는 배경에 대한 교보문고 위성계 대리의 설명이다. 종로서적 김남식 계장의 의견 또한 별반 다를 바 없다.

"가을을 독서의 계절이라고 보는 시각은 농경사회의 세태를 반영할 뿐 현대사회에서는 이런 말이 성립되지 않는 것 같습니다. 농경사회에서 추수를 끝낸 후부터 겨울 추위가 몰아치기 전까지의 기간에는 별로 할 일이 없어 한가한 시간이 많았고, 춥지도 않고 덥지도 않은 기후가 계속돼서 독서하기에 제격이었습니다. 하지만 현대에 들어서면서 그 기간은 여행하기에 딱 알맞은 시기 아닙니까?"

일반적으로 서점의 비수기는 6월과 10월, 11월이다. 이 시기는 학생들의 참고서 구입도 뜸하고 학생들의 시험기간과 맞물려 있어 서점이 한산해진다고 한다.

한편 대전의 대훈서적 김필수 기획실장은 "서점 전체 매출액의 40%를 차지하는 학습참고서를 제외하고 일반 단행본의 판매량만을 추산하면 5~6월, 9~11월이 비수기"라고 설명한다. 즉 각 서점마다 정도의 차이는 있으나 7월부터 상승한 판매량이 9월에 떨어져서 12월에 다시 상승한다는 것.

여름철 시장의 판매량이 20~30% 정여름철 도서 판매량이 높은 만큼 각 서점들간의 보이지 않는 경쟁은 장마전선보다 더 치열하다. 독자 서비스와 독자 끌어들이기의 한 방

> **여름철 도서판매량이 높은 만큼 서점가의 보이지 않는 판매경쟁은 치열하다. 올해는 특히 '광복 50돌'이라는 역사적 사건과 맞물려 있어 서점들마다 이벤트와 특설매장 준비에 한창이다. 또 광복 50주년 기념전 대신에 여름 특별강좌나 추리소설, 성풍속사 관련도서 코너 등 특이한 매장을 마련해 독자를 끌어들이는 서점들도 있어 눈길을 끈다.**

법으로 서점에서는 각종 이벤트를 마련하고 있는데 올해는 각 서점들의 이벤트가 8·15의 역사적 사건에 집약되어 있다. 서울의 교보문고, 종로서적, 부산의 영광도서 등 대형서점에서 올 여름에 준비한 8·15 관련 기획전시회는 해방 이후 반세기 동안의 우리네 삶을 책을 통해 살펴볼 수 있는 계기를 마련해준다.

교보문고는 '광복 50주년 기념 한국 근대 풍물사진전'을 15일까지 가진 바 있는데, 32점의 사진과 함께 ≪사진으로 보는 조선시대≫(조풍연 해설, 서문당)를 10% 할인판매해 독자들로부터 인기를 끌기도 했다. 또한 '광복 50주년 관련서 모음전'을 8월 31일까지 여는데, 연대별로 100여종의 소설을 전시한다. 또 중고생, 대학생, 군경, 일반인을 대상으로 '광복 50주년 기념 4개부문 독후감'을 모집한 교보문고는 8월 21일 오후 2시 교보빌딩 10층 대강당에서 수상자들에 대한 시상식을 갖는다.

종로서적은 '역사로 살펴본 8·15 광복 50주년 기념자료전'을 8월 30일까지 연다. 150종의 자료를 마련한 이번 전시회를 통해 해방 전후의 격동기와 그 이후의 삶을 반추하도록 한다는 것이 기획의도. 이와함께 종로서적에서는 오는 10월 말까지 '역대 베스트셀러 전시 및 작가 사진전'을 계획하고 있는데, 1년에 가장 많이 팔린 책을 각 연도별로 50종씩 추려서 전시한다.

부산의 영광도서는 매장이 아닌 부산역 전시관에서 '책으로 본 광복 50년전'을 8월 21

사진은 종로서적의 '역사로 살펴본 8·15광복 50주년 기념자료전' 특설매장.

일부터 30일까지 연다. 이 전시회는 교과서, 시집, 사전, 잡지 등 4개 분야 도서 1만여종을 전시하는데, 시대별 특징을 알 수 있도록 책을 선정할 계획이다.

영광도서 대표 김윤환씨는 "올해 해방 50돌이 갖는 특별한 의미를 독자들에게 전달하고 싶다"면서 "당초 서점에서 전시회를 열 계획이었지만 부산에 피서객들이 많이 모인다는 점을 감안해 독자를 찾아가는 서점의 변화상도 보여줄 겸 부산역에서 전시회를 갖기로 했다"고 말한다.

추리·성풍속사 코너 등 특설매장도

한편 광주의 일신문고는 광복 50주년 기념전 대신에 독자 서비스 차원에서 특이한 이벤트를 기획해서 눈길을 끌고 있다. 일신문고가 마련한 이벤트는 8월 31일까지 계속되는 여름특별강좌. 정보데스크부에 근무하고 있는 신윤정씨는 "시인 문병란씨와 소설가 박호재씨가 담당하고 있는 문예연구반을 비롯해서 정보통신반, 영어반, 일어반을 개설해 지역 독자들로부터 호응을 얻고 있다"면서 "지역사회에서 각 분야 전문가를 찾아 강의를 맡겨놔서인지 그 호응도가 더 높은 것 같다"고 말한다.

이밖에 각 서점마다 특설 코너를 별도로 마련해 특정분야 도서안내를 겸하고 있는데, 여름의 대표적인 코너로는 단연 추리소설이나 공포소설 코너를 꼽을 만하다. 하지만 대부분의 서점이 마련한 올 여름 공포·추리소설 코너는 그리 화려하지 않다. 많은 신간이 선을 보인 것에 비해 판매량은 예년에 미치지 못하고 있어 서점측에서는 "이제 공포 추리물이 퇴조하는 현상이 아니겠느냐"는 추측까지 하고 있다. 반면에 대훈서적에서 마련한 성풍속사 관련도서 코너처럼 특이한 매장에는 사람들이 꽤나 많이 몰리고 있어 차별성 있는 특설코너의 기획이 필요함과 더불어 독서성향의 변화도 실감케 한다.

그럼에도 불구하고 도서 여름시장이 바람직한 방향으로만 흐르는 것은 아니다. 앞에서도 지적한 것처럼 여름시장의 주고객이 학생으로 전체 도서 구매객의 60% 정도에 이르고 있다는 것은 우리나라 독자층이 매우 얇다는 사실을 반증해주고 있기 때문이다.

김남식씨는 "서점 판매량이 계절별로 들쭉날쭉한 것도 일반인들은 독서를 하지 않고, 학생들만이 방학기간이나마 이용해 간신히 책을 읽을 수 있는 풍토에서 생긴 이상현상"이라면서 "독서교육이 없는 상황에서는 어쩔 수 없이 가을이 아닌 방학 때가 독서의 계절이 될 수밖에 없을 것"이라고 말한다.

서점에서 잘 팔리는 책도 계절별로 차이를 보이는데 겨울에는 무겁고 진지한 책, 여름에는 가볍게 읽을 수 있는 문예물이 잘 팔린다고 한다.

교보문고 위성계대리는 여름철에 판매되는 책의 특징을 '부피가 얇은 책'이라 단정하면서 올해만이라도 광복 50주년이라는 역사적 의미를 되새길 수 있는 진중한 독서를 권장한다.〈이성수〉