

수익성 있는 틈새시장 찾기

다시 읽는 ... 시리즈와 '흔빛문고'

한기호 · 한국출판마케팅연구소 소장

종이책은 결국 종말을 고할 것인가? 일찍이 맥루한이 테크놀로지 결정론적인 시각에서 “활자의 원리가 지배적이었던 시대가 이미 과거의 것이 되어가고 있으며, 인쇄물에 기초한 문명은 이제 죽은 것이나 다름없”기 때문에 일렉트로닉 미디어 시대에는 활자형 인간, 또는 활자문화로부터의 결별이 이뤄질 것이라고 선언한 이후, 출판매체와 출판산업의 운명에 대한 논의가 지속돼왔다.

그 논의에는 아예 종이책은 사라질 것이라는 시각, 종이책은 지배적인 위치를 유지하면서 더욱 발전할 것이라는 시각, 종이책과 전자서적이 서로 보완 혹은 경쟁하면서 공존해나갈 것이라는 시각 등 세가지 유형이 있다. 맥루한의 주장이 제기된 후 35년이 지났음에도 종이책은 그 나름대로 발전을 계속해왔으며 전자책 또한 발전을 거듭해왔다.

책읽기를 통해 길러지는 상상력

아직도 전자출판이 종이를 밀어낼 것이라는 시각이 사라진 것은 아니지만 종이책의 ‘급사’를 주장하는 사람은 없는 듯하다. 오히려 전자책은 종이책의 장점을 최대한 살리는 방향으로 발전해왔다. 매사추세츠공대(MIT) 미디어연구소에서 개발중인 ‘최후의 책’은 기존의 전자서적에 비해서는 혁명적으로 발전한 것이지만 이 책이 지향하는 것은 ‘인쇄매체와 똑같은 모습의 전자매체’다.(한겨레신문, 1999.3.15)

이것은 “딱딱하고 접히지도 않는 액정화면이 아니다. 종이처럼 얇고 유연하며 제본돼 있는 ‘책’이다. 단지 내용이 원하는 대로 자유자재로 바뀐다. 사이버서점에서 《이상한 나라의 앨리스》를 내려받으면 동화책이 되고, 《경제학원론》을 내려받으면 교과서가 된다. 한편짜리 도서관인 셈이다. 동영상도 구현되어 한쪽 페이지에서는 글씨를, 다른 쪽 페이지에서는 비디오 영상을 볼 수 있는 이런 류의 전자책을 개발하려는 시도가 다양하게 이뤄지고 있다.

대학입시가 무시험 전형으로 바뀌면서 중·고교 학교 현장에서는 ‘성적 때문에’라도 책을 읽지 않을 수 없게 됐다. 문학작품에 대한 본원적 수요는 증대되게 마련이며 이 영향은 초등학교까지 파급될 것으로 보인다. 두 출판사의 기획은 그런 면에서 시기적절했다.

이 사례만 보더라도 종이책만의 장점은 분명하다. 따라서 종이책의 위거나 소멸과 같은 비관론은 이미 의미를 잃어버렸다고 볼 수 있다. 종이책과 전자책과의 상호 보완 내지 상호협조, 혹은 상호공존이 대체적인 시각일 수밖에 없는 데, 그렇더라도 종이책의 장점을 극대화하기만 하면 새로운 시장을 창출할 수 있는 기회가 되기도 한다.

백과사전처럼 값이 비싸고 보관이 용이치 않은 영역에서는 불가피하게 전자서적이 승리하게 될 것으로 보이지만, 유아·아동이나 10대를 위한 책, 문학서적이거나 예술서는 앞으로 종이책이 절대적인 위치를 계속 차지할 수밖에 없을 것이다. 특히 상상력을 무한대로 키워주는 문학서적은 화면만으로는 보기 어려울 것이기 때문에 앞으로도 발전을 계속할 것이다. 다만 영상세대에 맞게 책을 새롭게 만들어야 수요가 보장된다는 점이다.

더구나 하나의 아이디어로 막대한 이익을 창출할 수 있는 벤처기업이 산업의 중심으로 떠오르고 있다. 이 기업들은 창의력 있는 사람을 필요로 한다. 그런데 그 창의력은 문학작품과 같이 무수한 상상력의 나래를 펼 수 있는 책읽기를 통해서 길러진다. 이제 인간은 단지 살아남기 위해서라도 읽어야 할 책이 있게 되는 셈이다.

도서출판 맑은소리는 지난해 11월부터 초등학교 고학년에서 중·고생까지를 대상으

로 한 ‘다시 읽는 ...’ 시리즈를 기획했다. 한국 근·현대 소설문학 중에서 명작만을 골라 독자들이 문학적 상상력을 풍부하게 키워줄 수 있는 작품들만을 골랐다. 이 시리즈 가운데 황순원·김동리·이효석·김유정·나도향·현진건·이상 등의 책이 이미 출간됐으며, 올해말까지 20권을 펴낼 계획이다.

이 시리즈는 철저하게 영상세대의 책 소비 유형에 맞게 제작됐다. 문고판의 틀을 깬 변형신국판, 두툼한 책을 벗어난 각권 140면 내외의 가벼운 부피, 원색에 길들여진 영상세대의 감각에 맞는 원색 삽화, 단순하면서도 눈에 띄는 편집 등이 도입됐다. 아직 광고를 하지 않는 등 적극적인 프로모션을 시작하지 않았는데 먼저 펴낸 책은 1만부 가까이 판매됐다.

지난해 12월부터 출간되기 시작한 도서출판 다림의 ‘흔빛문고’는 이보다 더 철저하게 독자를 배려한다. 흔빛문고에는 이문열의 《우리들의 일그러진 영웅》을 비롯해 황순원의 《소나기》, 김유정의 《봄봄》, 김동리의 《농구화》 등이 포함된다. 이 시리즈는 어려운 낱말에 대한 설명을 상세하게 해 쉽게 읽어 나갈 수 있는데, 생존해 있는 작가의 책은 아예 문장구조나 낱말을 바꾸기도 한다. 예를 들어 《우리들의 일그러진 영웅》은 애초에 초등학생을 염두에 두고 쓴 작품은 아닌데도 이 소설의 일부가 초등학교 교과서에 실리면서 초등학생으로부터 수요가 발생했다. 그러자 그들을 위해 ‘다시 쓴’ 것과

같은 효과를 내는 작업을 통해 그들의 소비를 촉진한 것이다. 이 책은 이미 1만부를 제작했으며 점차 수요가 늘어나고 있다.

2002년부터 대학입시가 무시험 전형으로 바뀌면서 중·고교 학교 현장에서는 ‘성적 때문에’라도 책을 읽지 않을 수 없게 되었다. 더구나 “좋은 책을 들고 다니는 것부터 점수화하기로 했다”는 발표까지 있는 마당에 뛰어난 문학작품에 대한 본원적 수요는 증대되게 마련이며 이 영향은 초등학교까지 파급될 것으로 보인다. 두 출판사의 기획은 그런 면에서 시기적절했다고 본다.

구매력 측정이 가능한 세분시장 찾아야

시장은 무수한 세분시장으로 나뉜다. 그 세분시장 중에서 남들이 이미 선점하지 않은 틈새시장을 찾아낼 필요가 있다. 그러나 그런 시장이 발견된다 해도 구체적인 상품을 펴낼 수 있는 접근 가능한 영역이어야 하며, 투자 효율이 있을 정도로 규모가 있어야 하며 구체적인 구매력 측정이 가능해야 한다. 그러나 갈수록 10인 100색으로 소비가 개성화돼가는 시대에 출판시장에서 독자적인 별개의 마케팅 활동을 실행할 수 있을 정도로 수익성과 가치가 보장되는 세분시장을 찾아내기란 쉬운 것이 아니다. 따라서 근본적인 수요가 예상되는, 본원적 수요가 있는 시장으로 접근할 수 있어야 한다.

위의 두 사례는 전통적인 출판관의 입장에서 보면 다소 가벼운 출판행위로 여겨질 수도 있다. 이 같은 출판행위는 독자들의 수준에 지나치게 영합함으로써 타깃독자들의 독서력 자체를 떨어뜨릴 수도 있기 때문이다. 그러나 새로운 미디어와 ‘피터지’ 경쟁을 해야 하고 본원적으로 책 소비를 ‘기피’하려는 독자들을 일단 책읽기의 영역으로 유인하고, 나아가 확산하기 위해서는 불가피하게 선택해야 할 방법이기도 하다. ❖

