

# 인터넷 독자서평, 지식인의 문화적 독점 깬다

출판사와 독자 연결하는 소통공간 역할 해...

사이버머니 · 도서상품권 노린 표절도 찾아

인터넷서점마다 독자서평이 인기를 끌고 있다. 인터넷서점 측이 독자서평을 보낸 독자들에게 상품권을 주거나 사이버 머니를 지급하기 때문이다. 서평자가 상품권이나 사이버 머니를 노리고 표절을 일삼거나 출판사 측에서 독자서평을 가장해 홍보를 하는 등 부작용도 있지만, 독자에게 정보를 제공하고 출판사와 독자의 커뮤니케이션을 가능케 하는 긍정적인 역할도 한다. 일부 서점 서평 담당자들은 독자서평이 새로운 문화로 자리잡을 것이라고 전망하기도 한다.

인터넷서점에서 책을 고르다 보면 어김없이 책마다 달려 있는 독자서평을 만날 수 있다. 어떤 책은 아예 독자서평이 단 하나도 올라 있지 않기도 하고 어떤 책은 3백여개의 독자서평이 올라 있기도 하다. 독자서평이 많이 올라 있는 것은 대개 베스트셀러인 경우인데, 그렇지 않은 경우도 종종 눈에 띈다. 몇몇 인터넷 서점은 독자가 책에 매기는 별표 점수도 함께 올려 독자들의 책에 대한 반응을 한눈에 살필 수 있게 한다. 물론 독자서평이 호평만 있는 것은 아니다. 책에 대한 날카로운 비판도 함께 실려 있어 어떤 책도 고르는 기준이 되기도 한다. 전문가 이상의 분석적인 글부터 간단한 메모 정도의 글까지 그 수준도 천차만별이다. 독자서평의 특성이 있다면 대체로 간결하고 '좋다, 나쁘다'의 판단기준이 명확하다는 것이다.

## 누구나 올릴 수 있지만 욕설 · 비방은 금물

알라딘은 개인 이메일 주소만 있으면 누구라도 독자서평을 올릴 수 있고 별표를 매길 수 있다. 독자서평을 20편 이상 올리는 사람에게 1만원권 도서상품권을 지급하고 한 달에 한번 좋은 독자서평을 선정해 따로 시상한다. 욕설이나 음담패설, 책에 대한 근거없는 악평 등으로 일관하는 글은 관리자가 검토해서 삭

제한다.

Yes24는 독자서평을 올리는 독자에 대해 누적포인트 제도를 시행하고 있다. 누구라도 원하는 책에 대해 서평을 올릴 수 있고 서평을 올린 독자에게는 전자쿠폰을 지급한다. 서평이 전혀 올라오지 않은 책에 대해 처음으로 서평을 올리는 독자에게는 따로 가산점을 준다. Yes24는 한주에 한번 각 분야별 주간우수작을 선정해 시상한다. 한달에 한번 테마서평 우수작도 시상한다. 테마서평은 서점에서 그 달의 주제를 정해주면 독자가 그 주제에 맞는 책을 골라 비평하는 것이다. Yes24는 또한 한 분야에서 꾸준히 수준 있는 독자서평을 올리는 독자에 한해 서평위원으로도 위촉할 계획이다. 다른 사이트의 글을 표절했다는 것이 확인되거나 욕설, 너무 많은 통신 은어로 채워진 독자서평은 삭제한다.

리브로의 경우 독자서평 1편당 사이버 머니를 500원씩 지급한다. 또 한달에 한번 성인 물과 아동물로 나눠 최우수작, 우수작, 가작을 선정해 총 1백만원의 상금을 서평자에게 나눠준다. 리브로도 역시 다른 사이트의 글을 모방하거나 욕설, 은어로 일관하는 독자서평은 걸러낸다. 사이버 머니를 모아 리브로에서 책을 살 수 있기 때문에 다른 서점에 올랐던 글을 리브로에 올리는 독자들도 더러 있다. 그

리나 똑같은 사람의 글이면 별다른 조치를 취하지는 않는다.

교보문고 인터넷서점은 다른 인터넷서점에 비하면 독자서평에 대해 엄격한 편이다. 객관적으로 어느 정도 수준이 되는 서평만 추려 독자서평란에 올린다. 독자서평을 선정하는 기준이 따로 있는 것은 아니지만, 개인적인 주장이나 주관적인 감정이 잘 드러나 있는 것을 주로 선정한다. 이렇게 올라온 서평에 대해서는 일주일에 10명을 선정해 각각 1만원씩 지급하고 한달에 1명을 선정해 상금 10만원을 지급한다.

## 독자에게 정보 제공, 출판사에는 시장조사자료로

각 인터넷서점의 독자서평을 관리하는 담당자들은 독자서평이 긍정적인 역할을 한다고 입을 모은다. 먼저 독자서평은 독자에게 책에 대한 다양한 정보를 제공한다. 비록 주관적인 것 하지만 다양한 관점과 수준의 독자서평을 접함으로써 독자는 다른 사람이 어떻게 책을 읽었는지 간접경험할 수 있다. 특히 어린이책에 대한 서평의 경우 부모들이 아이들에게 책을 읽히는 방법이나 아이들의 반응까지 자세하게 소개돼 있어 부모가 아이들 책을 고르는데 많이 참조하기도 한다.

출판사 입장에서는 다양한 독자 반응을 확인할 수 있다는 측면에서 긍정적이다. 출판사와 독자가 커뮤니케이션할 수 있는 기회가 그리 많지 않은 형편에서 독자서평 공간은 출판사와 독자가 가장 긴밀하게 만날 수 있는 장을 제공하기 때문이다. 또 독자들은 출판사에 직접 이야기하기 어려운 점도 독자서평에 올리는 경우가 많아, 독자의 불만도 쉽게 알 수 있다. 꼭 많이 팔리는 책이라고 독자서평이 많이

올라오는 것도 아니고 팔리지 않는 책이라고 해서 독자서평이 없는 것도 아니어서, 출판사는 이런 다양한 독자서평을 중요한 시장조사 자료로 활용하기도 한다. 독자와 서점의 동의를 얻어 독자서평을 홍보자료로 활용하는 출판사도 있다.

알라딘에서 독자서평을 담당하고 있는 이혜리씨는 이런 독자서평이 새로운 마니아 문화 자리잡을 가능성도 있다고 전망한다.

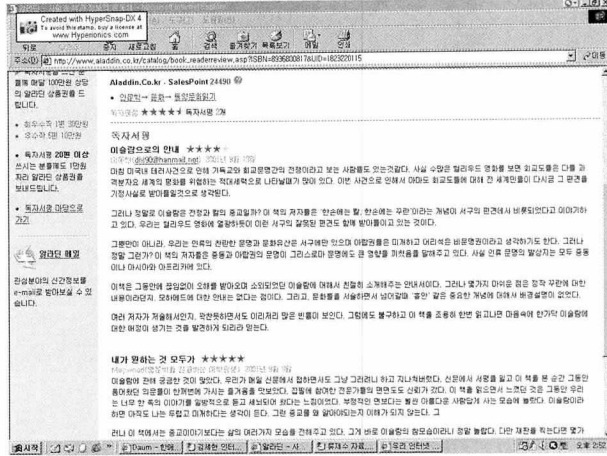
“특정 장르에 꾸준히 독자서평을 올리는 사람이 많다. 컴퓨터, 어린이, 판타지, 만화 등 각 장르에서 10~20편의 독자서평을 올리는 독자를 만날 수 있다. 그런 서평자들의 서평은 그 분야에 상당한 식견이 드러나기도 하다. 그런 사람들의 서평을 보고 좋은 구간을 발견하는 때도 더러 있다.”

**양식 없는 출판사, 독자서평 가장 책 홍보해**

물론 독자서평이 긍정적인 면만 있는 것은 아니다. 각 서점이 서평자에게 상품권이나 사이버머니, 상금을 지급하기 때문에 그것을 악용하는 독자들도 나타난다. 그 대표적인 경우가 모든 인터넷서점에 똑같은 서평을 올리는 경우다. 서점마다 조치하는 수준이 다르기는 하지만 그런 서평의 경우 대체로 삭제된다. 물론 같은 서평을 조금씩 바꿔서 올리는 독자도 있는데, 그럴 경우에는 서평관리자가 별달리 손을 쓸 수 없는 때도 있다. 다른 사이트의 서평을 베껴거나 신문이나 잡지의 서평을 그대로 옮기는 서평자도 있다. 일일이 다 확인하는 일이 쉽지 않지만 베꼈다는 것이 명확히 밝혀질 때는 이런 서평도 삭제된다. 이런 표절 서평 때문에 각 인터넷서점 서평 담당자들은 다른 인터넷서점을 방문해서 확인해야 하는 수고가 이만저만이 아니다.

표절을 방지하고 표절 사실을 확인하기 위해 리브로에서는 한달에 한번 우수작을 시상할 때 시상자 명단을 먼저 발표하고 일주일 뒤에 시상한다.

“‘서평꾼’ 들을 이용하는 것이다. 발표를 해 놓고 일주일 정도 기다리면 표절했을 경우 서



평꾼들이 알아서 검색하고 표절 사실을 알려 온다.”

리브로 서평담당자 최재경 과장은 웃지 못할 일도 소개한다. 다섯 개의 아이디로 서로 다른 책에 다른 문체로 서평을 올려서 혼자서 1백만원의 상금을 받은 독자를 만난 적이 있다. “그 독자에게 오히려 배웠다. 우리는 서평을 고르는 기준을 따로 마련해놓지 않았는데, 독자는 ‘쉽고 간결하고 대중적으로 써야 한다’는 나름의 독자서평 기준을 이미 파악하고 있을 정도였다”고 최과장은 말했다.

출판사나 지은이가 직접 서평을 올리는 경우도 있다. 이런 서평은 보도자료와 비슷한 내용이 많다. 물론 개인 아이디로 등록하기 때문에 보도자료와 일일이 비교해보지 않으면 잡아내기가 쉽다. 출판사나 지은이가 서평을 올렸다는 것이 확실히 밝혀질 경우에는 일단 삭제하고 출판사나 지은이에게 연락해서 경고하기도 한다. Yes24와 리브로는 아예 출판사 서평 코너를 마련해놓고 있다. 출판사가 직접 홍보할 수 있는 공간을 제공하는 한편 독자서평으로 올라오는 출판사나 지은이의 서평을 흡수하기 위해서다.

**공급자가 우월한 위치 아니라는 사실 방증해**

중앙M&B 출판팀 송미진씨는 인터넷서점의 독자서평판을 무척 꼼꼼히 본다 고 한다. 독자들의 반응을 알 수 있고 독자의 독서 흐름도 파악할 수 있기 때문이다.

몇몇 인터넷서점은 독자가 책에 매기는 점수도 함께 올려 그 책의 독자반응을 한눈에 살펴볼 수 있게 한다. 사진은 한 인터넷서점에 올라온 독자서평.

“쌍방향 커뮤니케이션이라는 인터넷의 장점을 독자서평에서도 발견할 수 있다. 무엇보다 실시간으로 독자반응을 알 수 있다는 것이 가장 큰 장점이다.”

호평이든 악평이든 일단 반응이 있다는 것은 그 책에 독자들이 많은 관심을 기울이고 있음을 보여주는 것이라고 송씨는 말한다.

문화과지성사의 윤병무 편집장은 “출판사 인터넷 사이트 게시판에 올라오는 서평보다는 인터넷서점에 올라오는 독자서평이 더 대중적”이라고 지적했다. 윤씨는 “의도적으로 악평을 하는 경우가 아니라면 출판사에 분명 도움이 될 것이다. 그러나 그것은 독자서평을 쓰는 사람의 역량에 달렸다”며 무분별한 독자서평 게재에 대해 비판적인 시각도 드러냈다. 또한 그는 “독자서평이 쌍방향 소통은 되지 않, 하나의 문화를 이룰 수 있는 가능성은 없어 보인다”고 말했다.

출판평론가 김갑수씨는 인터넷서점의 독자서평에 대해 매우 긍정적으로 평가한다. “다른 인터넷 사이트 게시판에 올라오는 글들에 비하면 아주 건강하고 진지하다. 자기 생각을 표현했건 다른 글을 짜깁기했건 나름대로 개성이 살아 있다. 직접적인 독자반응을 알 수 있기 때문에 실제 작가들도 독자서평을 의식하는 경우가 많다”고 말했다.

“독자서평은 공급자가 우월한 독점적 지위를 차지하는 시대가 끝났다는 사실을 방증한다. 이제 출판사나 저자, 지식인들은 자신이 정보를 독점하고 있다는 생각을 버려야 한다. 독자들은 이미 준전문가다.”

김씨는 “독자서평 같은 문화가 여러 분야로 확산될수록 우리 사회의 문화는 발전할 것”이라고 내다봤다. —김장근기자