

# 독자들의 변화를 검허하게 수용하고 대처해야 할 때

'IMF때보다 어려운 상황'. 인쇄출판업자들의 한결같은 지적이다. 외환위기 이후 1999년부터 매년 큰 폭의 회복세를 보이다가 작년부터 성장이 둔화되어 올해에는 침체의 늪으로 빠지는 듯한 흐름을 보여주고 있어, 그 심각성이 더하다. 도대체 무엇 때문인가. 가장 큰 원인은 전반적인 국내, 국제경기의 침체에서 찾을 수 있겠으나, 사회문화적 요인도 간과할 수 없다. 간단히 말해 독자들이 변했다는 것이다.



우리 사회가 급격히 첨단영상시대로 접어들면서 독서인구가 감소하는 등 독서환경이 변화하고 있고, 그만큼 수용자의 중요성이 증가했다. 독자들의 영상매체 선호와 활자매체 외면현상으로 인해 인쇄출판분야에 위기상황이 초래되고 있는 것이다.

### 열악한 국민독서문화

국민독서실태조사결과(문화관광부·한국출판연구소, 2002)에 따르면, 성인 10명 중 3명은 1년 동안 단 한 권의 책도 읽지 않는다고 한다. 월 독서율에서는 성인의 54%만이 1개월 동안 한 권 이상의 일반도서를 읽은 것으로 나타난다. 이는 1999년에 비해 감소한 수치이다.

우리나라 성인의 연평균 독서량은 10권 정도이며, 독서시간은 평일 31분, 주말 29분 정도이다. 매체간 접촉시간을 비교해보면, 인쇄매체 접촉시간보다 TV, 비디오 등 영상매체 접촉시간이 많고, 인터넷을 중심으로 한 정보오락매체의 접촉시간이 크게 늘어났다. 또한 여가 때는 TV시청이 주류를 이루며, 책 읽기는 TV시청, 친구모임, 대화, 신문/잡지 읽기, 수면/휴식, 인터넷 다음으로 여섯 번째 비중을 차지한다.

성인들의 월평균 일반도서 구입비는 평균 9천원선이다. 여기

에 잡지 구입비까지 합치면 우리나라 성인들은 월평균 1만 1천 원 정도를 도서나 잡지 구입에 지출하는 것으로 집계된다. 또한 향후 문화생활비 중 지출을 늘리고 싶은 분야에 관한 질문에서는 도서/잡지 구입에 대한 계획이 문화관련 강습이나 공연관람에 비해 현격히 낮은 비중을 보이고 있다. 성인들이 출판사에 바라는 점은 '도서가격 인하'가 압도적이다.

이상의 내용이 우리나라 독서문화의 현주소이다. 그 어느 것도 희망적인 메시지를 포함하고 있지 않다.

### 미디어 소비행태의 변화

소비자들의 미디어 상품 이용은 그들의 수입만큼이나 자신들이 이용할 수 있는 시간에 영향을 받는다. 소비자의 소비행위 변화 또한 출판산업에 주목할만한 도전이 된다.

소비자들은 미디어와 엔터테인먼트 분야에 대해서와 마찬가지로 출판 콘텐츠에 많은 돈을 투자한다. 하지만 소비자들이 출판 콘텐츠를 향유하는 시간은 점차 줄어들고 있다. 출판물은 비디오나 TV 및 기타 레저산업에 비해 상대적으로 가격이 저렴하기 때문에 수요가 감소하지 않고 있다. 하지만 독자와 비독자의 구분은 강화되어가고 있는 실정이다. 또한 소비자들이 인쇄물을



소비자들은 그들의 실제적인 필요(needs)에 관한 정보에 집중적인 관심을 기울일 것으로 예상되고 있다. 소비자들은 자신들이 필요로 하는 정보를 공급되어진 것 중에서 선택하기보다는 능동적으로 찾아나서고 있다. 최근에는 전통적인 비즈니스 분야에서도 소비자의 기호에 알맞게 가공된 새로운 정보들을 지속적으로 공급하고 있다.

읽는데 투자하는 시간이 줄어들고 있다. 반면 온라인 미디어를 이용하는데 투자하는 시간은 늘어나고 있다. 독서는 다른 여가활동과 동일한 장소에서 동시에 이루어질 수 없는 활동이라는 점에 주의할 필요가 있다.

쇼핑활동의 변화 역시 인쇄신문이나 인쇄잡지의 수요에 대한 변화를 유발할 가능성을 가진 것으로 평가된다. 인터넷을 이용한 쇼핑형태의 확산은 인쇄신문이나 인쇄출판물의 수요가 감소하는 방향으로 영향을 미칠 것으로 예상된다.

이제 출판산업은 소비자 행위의 광범위한 변화에 직면해 있다. 새로운 엔터테인먼트분야 및 '인포테인먼트'(infotainment) 산업의 성장으로 인해 소비자들의 선택이 출판산업에서 이탈할 수 있는 가능성이 증가하고 있는 것이다. 소비자들이 선택할 수 있는 새로운 서비스들이 풍부하게 공급됨에 따라 심화된 경쟁은 인쇄출판산업 및 이와 관련된 소매체인 및 유통시장에 지출되는 소비자들의 비용과 시간이 감소할 가능성이 존재한다는 것을 의미한다.

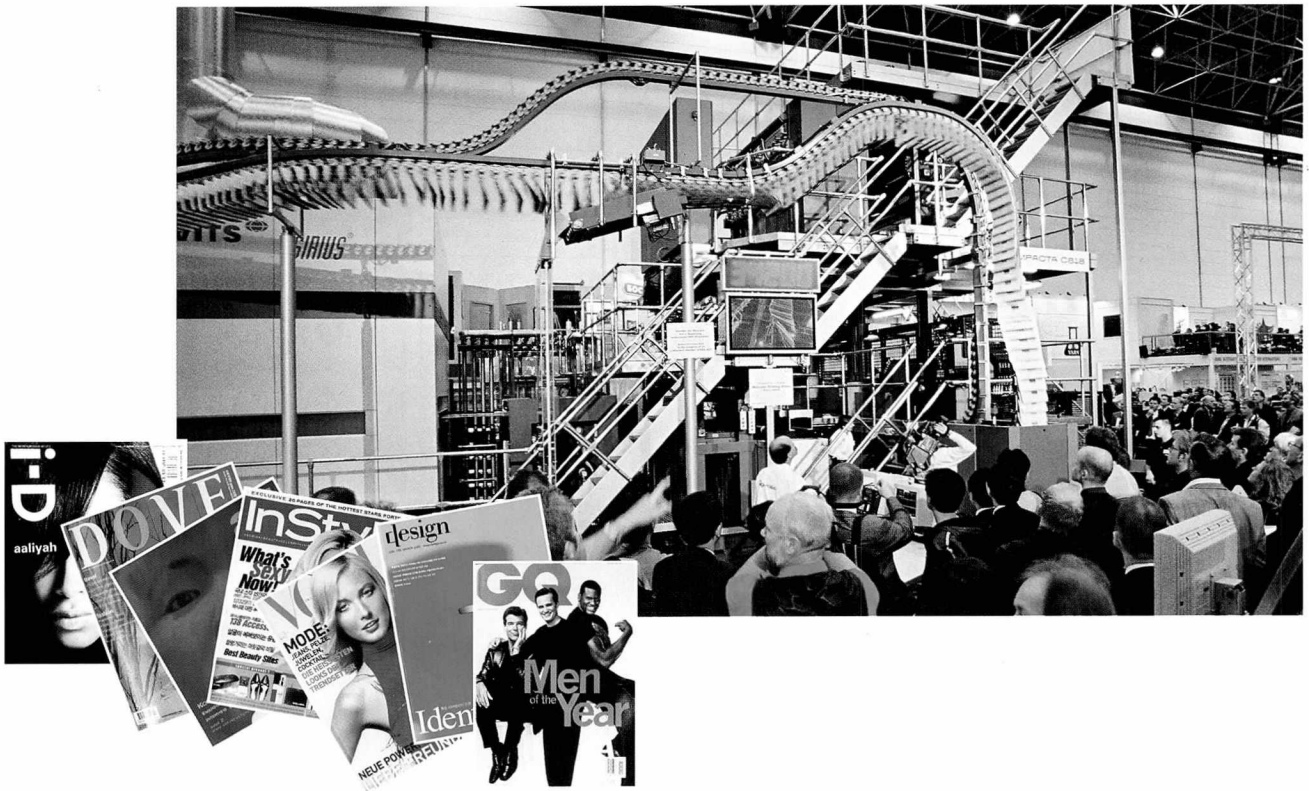
한편 소비자들은 그들의 실제적인 필요(needs)에 관한 정보에 집중적인 관심을 기울일 것으로 예상되고 있다. 소비자들은 자신들이 필요로 하는 정보를 공급되어진 것 중에서 선택하기보다는 능동적으로 찾아나서고 있다. 최근에는 전통적인 비즈니스 분야에서도 소비자의 기호에 알맞게 가공된 새로운 정보들을 지속적으로 공급하고 있다. 예컨대 법률회사는 자신들의 고객들에게 필요한 정보들을 맞춤형의 패키지 형태로 공급한다. 따라서 경쟁은 출판산업을 넘어서 다른 산업들과의 경쟁으로까지 확대된다. 또다른 예로, 경제에서 지식이 갖는 중요성이 증가함에 따라 학술분야나 비즈니스 분야의 출판 서비스와 콘텐츠에 대한 수요가 증가하고 있다.

현재의 자본주의 형태는 지식자본주의로 개념화되고 있으며, 경영분야에서는 지식을 혁신과 경쟁우위 확보의 원천으로 하고 있다.

#### 인구 구조의 변화와 따급효과

인구의 연령별 구조 변화 역시 출판산업의 패러다임 전환에 중요한 동력으로 작용한다. 현재의 연령별 인구 구조는 단기적으로는 출판산업에 유리하게 변화하고 있다. 현재의 신문이나 서적 등 출판 콘텐츠에 대한 수요는 연령이 높은 집단에 상대적으로 집중되고 있는 경향을 보이는데, 현재의 연령별 인구구조 역시 노령화되어 가는 추세를 나타내고 있기 때문이다. 하지만 노령화 사회로의 변화는 장기적으로 독서나 극장관람과 같은 레저산업의 활황을 몰고 올 것이며, 그에 따라 노령화 사회로의 이행은 출판산업에 위협요소로 작용할 것이다.

예컨대, 노령화 사회에서 신문이 직면한 문제는 기존의 신문들이 특정 연령층이 즐겨보는 신문으로 브랜드 이미지화된다는 점이다. 만약 젊은이들에게 특정 신문이 노년층이 즐겨 읽는 신문이라는 브랜드 이미지가 심어지게 되면, 그 신문은 온라인 상에서도 젊은 독자들을 구하기 어렵게 될 가능성이 크다. 이론적으로, 쌍방향 미디어는 위와 같은 연령별 수요구조를 탈피하여 새로운 세대들에게 어필할 수 있는 가능성을 제공한다. 하지만 오프라인 상의 브랜드 파워가 온라인 상에서도 영향을 미치기 때문에 그와 같은 이론적 가능성이 현실화되기는 어렵다. 오프라인상 1, 2위인 교보와 영풍문고의 온라인 판매가 업계 선두를 그대로 유지하는 것이 이를 반증한다.



서적 출판업자들은 현재의 수요 증가에도 불구하고 새로운 세대들이 독서하는 습관을 잃어버릴 것을 염려하고 있다. 노령화 사회로의 이행과 더불어 하나의 세대를 이루는 가족의 구성형태가 변화하고 있는 현상 역시 출판산업에 위협요소로 작용할 가능성이 크다. 현재 하나의 세대를 이루는 가족 형태는 급격하게 변화하고 있으며, 노인들만으로 가족이 구성된 세대형태와 부모가 존재하지 않는 형태의 세대들이 급격하게 증가하고 있다. 세대를 이루는 가족구성변화는 가장 먼저 신문산업에 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다.

현재 신문은 수요의 감소를 경험하고 있다. 전통적인 가족구성 형태가 해체되는 가운데 다양한 가족 형태가 대두되고 있는 현상이 신문수요의 감소에 일정 정도의 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다. 기타 도서출판에서도 이러한 현상이 노출되고 있는 실정이다.

### 영악한 독자들, 겸허한 자세로...

한편, 온라인시대를 맞이해 새로운 유통대안으로 떠오르며 논란의 화두였던 인터넷서점은 어떠한가. 1998년이래 꾸준히 가파른 상승 곡선을 그리던 인터넷서점들은 현재 암울한 터널을 지나고 있다. 인터넷 사용자의 폭발적인 증가라는 기반 위에 저렴한 가격과 다양한 온라인 마케팅을 무기로 인터넷 서점은 오프라인 서점을 위협할만한 존재로 부상했다. 작년까지만 해도 와우북을 포함한 예스24의 하루 매출이 14억원을 넘어설 정도였다. 모닝365와 인터넷 교보문고·알라딘 역시 하루 매출이 3~5억원을 기록했다. 그러나 현재 이러한 모습은 과거의 영광에 지나지 않는다. 출간된 지 1년 이내 책의 판매가를 제한하는 도서정가제가 실시된 데다 경기불황마저 장기화됐기 때문이다. 인터넷서점을 방문하고 온라인에서 책을 구입하는 독자 수도 급격히 감소했다. 이에 서점출판업계에서는 도서정가제의 필요성은

인정하나, 현재 서점·출판사·독자 그 누구에게도 혜택을 주지 못한 것으로 평가된다. 따라서 시행시기 등 좀더 치밀한 계획이 동반되지 못했음을 지적하지 않을 수 없다.

그럼에도 불구하고 도서정가제, 온라인 판매 등이 우리 출판산업의 진흥에 일조한다는 게 업계의 중론이다. 앞서 살펴본대로 출판업계에 대한 독자들의 요구사항 중 가장 큰 욕구는 도서 가격 인하에 대한 것이다. 인터넷서점 및 온라인판매가 활성화 되면 독자는 저렴한 비용으로 도서를 구입할 수 있고 출판사는 보다 많은 매출을 기대할 수 있게 될 것이다.

이러한 배경에서 인쇄출판산업은 소비자의 요구를 보다 정확하고 빠르게 이해할 수 있는 시스템을 구성해야 한다. 소비자의 요구를 보다 정확하고 빠르게 이해하는 것은 소비자에게 적당한 정보를 적당한 상황에서 적당한 시간에 제공하기 위한 필수적 요소이다.

오늘날 독자들은 꼭 필요한 정보를 능동적으로 추구하는 진취적인 성향을 가진다. 인터넷을 찾아보고, 서점의 매장에 들러 책을 리뷰한 다음 주문은 온라인에서 하는 '암체족'이다. 소소한 것 하나도 놓치지 않고 챙기는 영악한 '꾼'들이다. 이미 독자들은 변했고, 사회는 저만큼 나아가 있는데 인쇄출판업계만 이전의 룰을 고집해서는 안된다. 짝어내기만 하면 팔리는 시대는 지나간 것이다. 온-오프를 넘나들며 독서시장의 흐름을 꿰뚫어야 한다. 물론 시장의 흐름을 간파한다는 게 쉬운 일이 아니다. 갈수록 소비자를 읽어내기가 어려울 것이다. 그들은 이미 저만큼 앞서가는지도 모른다. 보다 낮은 자세에서 겸허히 되돌아볼 때다. 답은 언제나 문제 속에 들어있고, 근본적인 것에서 벗어나지 않는다.

정말이지, 어려운 때다. 허나 어찌랴. 원대한 이상과 꿈에 비해 실천은 언제나 웅색하고 초라한 법이거늘...

〈김원제 디지털 컬렉티스트·성균관대 강사〉