

## 도서정가제 절름발이 출발로 출판계 울상, 독자들은 정확한 정보 몰라 가우뚱

대한출판문화협회 등 출판문화계가 역점을 두고 추진해온 '출판및인쇄진흥법'이 지난 2002년 7월 31일 국회본회의를 통과한 데 이어 곧 확정될 시행령과 함께 오는 2월 27일 발효된다.

출판및인쇄진흥법의 골자는

- '문화관광부장관으로 하여금 3년마다 양서출판을 장려 지원하고 국제교류를 지원하는 진흥시책을 3년마다 수립, 시행' 토록 한 점
- '발행일이 1년 이상 되지 않은 도서에 대해서는 할인폭을 제한하는 도서정가제를 실시' 함으로써 선진국 형태의 출판시장 안정화 장치를 마련한 점(서점에서는 정가로 판매해야 하며 정보통신망-인터넷 서점 등을 이용할 경우에는 10퍼센트 이내 할인 가능)
- 시대변화에 따라 '전자출판물의 견본제출 방법을 다양하게' 한 점
- '베스트셀러를 만들 목적으로 사재기를 하거나 사재기한 것을 알면서도 베스트셀러 순위에 포함시켜 발표하는 것을 금지' 하는 등 사재기 근절에 대한 정부의 의지가 법조문에 포함됐다는 점 등이다. 또한 문화관광부장관을 비롯 시도지사, 시장 군수 구청장 등이,
- 불법복제 간행물과 유해 간행물을 수거 또는 폐기할 수 있도록 하고, 이러한 조치시
- 민간 단체의 협조 및 대행을 요청할 수 있도록 근거를 마련했다.

그러나 저자·출판·서점업계에서는 일부 할인판매가 가능토록 기형적인 도서정가제를 실시하는 것은 도서정가제 취지에 어긋난다며 '완전한 도서정가제'를 주장하고 있다. 이를 위해 저자·출판·서점업계는 공동의 특단대책 마련을 계속 추진중이다. 실제로 OECD 가입국가 대부분은 도서정가제를 도입, 출판문화산업을 보호하고 있는데 예외 조항을 두는 것은 법취지에 맞지 않는다는 주장이다.

한편 공정거래위원회는 위 법취지와는 관계없이 '도서정가제는 불공정거래행위'라며 할인판매 허용 가능성을 시사했다가 출판계의 강한 반발에 부딪치기도 했다. 이에 따라 공정거래위원회는 관련업계와의 협의를 거쳐 연차적으로 적용할 도서정가제 범위를 아래와 같이 확정했다. 그러나 관련 단체 및 업계가 헌법소원을 제기함에 따라 도서정가제를 축으로 한 출판및인쇄진흥법이 정착되기까지는 다소 시간이 걸릴 것으로 보인다.

출판및인쇄진흥법의 보다 구체적인 시행방법은 시행령에 규정될 예정인데 시행령은 1월 말 확정될 계획이다.

도서정가제와 관련 오프라인 서점, 온라인 서점, 출판계, 독자들의 반응을 신는다.

### 도서정가제 적용 범위

기간	적용 범위
2003. 1. 1.부터 2004. 12. 31.까지	모든 간행물(단, 발행일로부터 1년이 경과된 간행물은 제외), 일간신문
2005. 1. 1.부터 2006. 12. 31.까지	실용도서를 제외한 모든 간행물(단, 발행일로부터 1년이 경과된 간행물은 제외), 일간신문
2007. 1. 1. 이후	실용도서와 학습참고서Ⅱ(초등학생용 학습참고서)를 제외한 모든 간행물 (단, 발행일로부터 1년이 경과된 간행물은 제외), 일간신문

\* 상기 범위에 해당되는 도서인지 여부는 도서에 표시된 국제표준자료번호(ISBN)로 식별.

\* 실용도서\_성인용 자격증 수험서, 취미·여가활동 관련 도서로 국제표준자료번호(ISBN) 부가, 기호 제1행이 1인 도서를 말함.

\* 학습참고서Ⅱ\_초등학생용 학습참고서로 국제표준자료번호(ISBN) 부가기호 제1행이 6인 도서를 말함.

## 오프라인 서점과 온라인 서점의 반응

## 오프라인은 “완전한 도서정가제가 문화산업 살린다”

“온라인 서점에서는 할인을 하는데, 오프라인은 할인하지 않는 것을 폭리를 취하는 것처럼 오해하는 구매자들이 계세요. 그럴 때 좀 당황스럽긴 한데요, 현재 작은 서점들이 무너져가고 있는 건 꼭 온라인 서점 때문만이라고는 생각하지 않습니다. 변화하는 시장에 적극적인 대응을 하지 못했던 측면이 더 큰 것이겠죠.” <논장> 이재필 대표의 말처럼 IMF 이후 많은 서점들의 몰락은 냉정하게 말하면 ‘시장 논리’의 측면도 있었다. 오프라인 서점의 문제를 이제 더 이상 ‘정서’의 문제로 호소할 수만은 없는 것이다.

출판및인쇄진흥법 22조에 따른 도서정가제 시행에 대해 오프라인 서점의 반응은 대체로 ‘피부로 와닿지 않는다’는 쪽이다. 그러면서도 출간한 지 1년이 안 된 신간에 한정해 도서정가제를 적용하는 부분에 대해서 불만의 목소리를 숨기지 않는다.

“현재 베스트셀러 순위에 들어 있는 책을 보면 일 년 이내의 신간이 몇 권인가. 사실상 대부분의 할인 판매가 가능할 것이다. 완전한 도서정가제가 아닌 한은 별 의미가 없다.”

진술문고 김안재 차장은 결국 완전한 도서정가제가 시행되지 않으면 출판사는 책값을 올릴 것이고, 책값 상승분은 독자의 몫으로 돌아갈 것이라고 주장한다. 오프라인 시장을 뺀 게 아니라 온라인 서점만의 무기를 개발해서 새로운 시장을 창출하는 게 바람직하다는 게 대부분 오프라인 서점들의 의견이다. 그들이 바라는 것은 완전한 도서정가제의 전면 시행이다. 면대면 面代面 서비스를 강화하고, 독특한 이벤트를 하고, 유아 수유실을 늘린다거나 휴게 벤치를 확충하는 등 문화 공간으로서의 역할을 키워나가는 것도 하나의 자구책일 뿐이지 근본적인 문제해결은 아니라는 걸 오프라인 서점들도 잘 알고 있는 것이다.

## 온라인은 “출혈경쟁 끝내고 서비스 개발할 것”

출판및인쇄진흥법 제정에 따른 도서정가제 시행에 대해 가장 민감한 반응을 보이는 쪽은 온라인 서점업계이다. 진작 입법 예고가 되었던 것이고, 충분히 예견됐던 일이기 때문에 표면적으로 차분한 모습을 보이고 있는 온라인 서점들은 내부적으로는 도서정가제에 따른 대응책 마련에 부심하고 있다. 도서정가제 시행을 앞둔 1월 온라인 서점들의 매출은 오히려 급상승했다. 이는 정가제 시행 이전에 할인 혜택을 받고 책을 구입하려는 고객들의 주문이 쇠도하고 있기 때문에 빚어진 일시적 현상으로 보인다. YES24 주세훈 마케팅 팀장은 “소비자를 대상으로 재판매가격유지를 법적으로 강제한 것에는 이견이 있지만 시행이 확정된 이상 입법취지에 맞도록 노력하겠다”면서, “이를 계기로 온라인 서점업계 간의 출혈경쟁에 종지부를 찍고 양질의 콘텐츠와 고객서비스 강화에 집중할 계획”이라고 밝혔다. 알라딘 커뮤니케이션의 주환수 팀장도, “소비자들이 저렴한 가격으로 양서를 선택할 수 있는 권리를 침해하는 도서정가제에 반대한다”는 입장을 밝히면서 “가격경쟁력을 계속 보전할 수 있는 다양한 고객 서비스를 개발중”이라고 말했다. 온라인 업계는 물류 속도 개선, 다양한 유통 루트 마련, 배송료 할인, 책 내용을 직접 검토할 수 있는 동영상 소핑 도입 등 기존 고객들의 이탈을 막는 것은 물론 오프라인 고객들까지 포섭할 수 있는 다양하고 공격적인 마케팅으로 지속적인 매출 신장을 꾀한다는 방침이다.

도서정가제가 시행되면 온라인 서점과 오프라인 서점은 각각 이벤트와 서비스 개발에 주력할 것이 분명하다. 이러한 서비스 경쟁은 독자들에게는 일단 환영할 만한 일이지만 서점업계의 경영 악화를 가져올 경우 불똥이 출판계로 튕 가능성을 배제할 수 없다. 법 취지에 맞는 황금률이 어떻게 설정될지 귀추가 주목된다.

## 출판사와 독자 반응

## 출판사는 '관망 후 대책 마련', 독자는 "도서정가제가 뭐지요?"

출판및인쇄진흥법 시행이 코앞에 다가와 있지만 출판사나 독자들은 아직까지 도서정가제에 대한 구체적인 대응이나 입장들을 명확히 정리하고 있지 못한 듯하다.

출판계에선 법 제정을 앞두고 한바탕 논란이 일었다. 하지만, 법 시행을 앞둔 현재 출판사들은 특별한 대응책을 내놓기보다 2월 후를 주시하고 있는 상황이다. 온라인 서점의 점유율이 2001년 8퍼센트에서 지난해에는 15퍼센트를 차지하고 있는 상황에서 온라인 시장 자체를 부정할 수 없는 게 출판사의 현실이다. 하지만 소비자들의 입장을 감안해 건전한 가격형성을 위해선 일정한 선의 할인 외에 덤핑은 곤란하다는 입장이다. 또 우리나라 서적유통구조상 일원화가 이루어지지 않은 현실에서 예외조항까지 둔 도서정가제가 얼마나 실효를 발휘할지 의문이라는 것이다. 부분 시행 자체가 도서정가제의 붕괴를 불러올 것이라는 얘기이다.

아직 도서정가제와 관련해 온라인측으로부터 특별한 제의(?)는 없었다고 한다. 푸른숲의 이동훈 영업국장은 '무엇보다 법이 발효된 후 얼마나 지켜질지가 관건이다. 편법이 동원될지도 모른다. 법 발효 후 우려했던 상황이 현실로 드러난다면 출판계에서 한 목소리를 내어 강력한 제재를 가할 수 있도록 힘을 모아야 하지 않겠냐'는 의견을 내놓았다. 또 열림원의 김석현 영업과장은 '아직은 관망하는 중이다. 하지만 아무래도 2월이 되면 온라인 서점측에서 문제가 발생할 것이다. 그렇다면 대응책을 강구할 예정이다. 안타까운 것은 검증이 된 후 법이 시행되었으면 하는 것'이라 밝혔다.

독자들의 반응 역시 아직은 무덤덤한 편이다.

교보문고 회원관리 업무 담당자는 '문의도 많이 들어 오지 않는 상황이고, 그에 대한 구체적인 정보를 아는 독자도 없는 것 같다'며 도서정가제와 관련된 반응보다도 정보공지의 필요성을 말했다. 이같은 의견은 실질적인 독자들의 목소리를 통해서도 들려왔다. 평소 온라인을 서점을 자주 이용하는 조은영 씨(29·회사원)는 '신문을 통해 정보는 들었으나 구체적으로 어떤 이유에서 나온 얘기고, 어떤 조항들이 있는지 몰라 당황스럽다'고 말했고, '순간적으로 들었을 때는 할인혜택이 없어지는 것 같아서 솔직히 안 좋다'는 의견을 덧붙였다. 도서정가제에 대한 정보를 모르는 것은 평소 신문을 통해 책 정보를 얻고 있는 박혜영 씨(27·학생)도 마찬가지다. 평소 일반 서점을 주로 이용했던 박혜영 씨는 '독자들에게 일방적으로 통보하는 느낌이 든다. 그렇지만 책은 정가를 주고 구입해야 하는 상품이라는 생각에서 일반 서점을 이용하기 때문에 아무런 상관없을 것 같다. 진짜 책을 좋아하는 사람들은 책값이 아깝지 않다'고 말했다.

실제 도서정가제를 실시한다 해도 온라인 서점의 타격이 클 것으로 보이지는 않는다. 평소 인터넷으로 신간 예술서를 대량 구입한다는 한성민 씨(23·학생)는 공지를 봤지만 별다른 느낌이 없다고 말한다. 그는 '주로 젊은층이 온라인 서점을 이용하는 걸로 아는데 신간도서 할인이 안 된다고 해도 인터넷 문화가 일반화되었기 때문에 그 습관을 버리지 않을 것 같다'고 예상했다. 도서정가제 발표 이후, 2003년 1월 첫날부터 모든 도서의 할인이 금지된다고 잘못 인식한 구매자들이 책을 대량으로 구입했던 경우에서도 볼 수 있듯이 출판및인쇄진흥법에 대한 정확한 정보를 알고 있는 독자는 별로 없다. 그런 점에서 도서정가제 자체에 대한 의견수렴도 필요하나 실질적인 구매자인 독자들에게 도서정가제에 대한 구체적인 내용을 홍보해 주는 일이 급선무이다. **한민**

공동취재