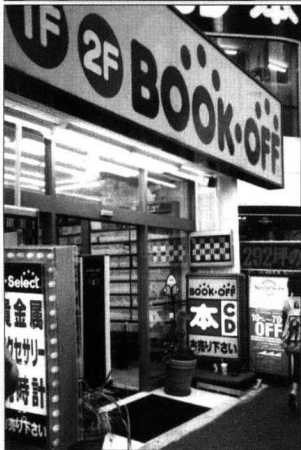




- 아빠들의 책 읽어주기 행사.
- 일본의 변창하는 신형 중고서점.



전국 각지에서 펼쳐지는 책 읽어주기 행사를 이끄는 지렛대 역할을 해오고 있다. 이들 독서 지도사들은 자원봉사 성격의 활동을 통해 전국 주요 서점(303개)이 정기 개최하는 '매월 넷째 토요일은 어린이 책의 날' 행사에서 어린이들에게 책을 읽어주는 등 각종 구연동화 행사장에서 주도적인 역할을 수행하고 있다. 책 읽어주기 이벤트는 서점 이용자를 늘리고 매출에도 긍정적 영향을 미친다고 한다. 독서 지도사 양성과정은 매년 100명 정원이지만, 매회 5대 1 내외의 경쟁률을 보일 만큼 자원봉사 활동이 뿌리내린 일본사회의 단면을 엿보게 한다. JPIC가 양성한 독서 지도사 1천 명은 독서운동의 상비군 역할을 하는 셈이다.

한편 젊은 아빠들도 그림책 독서운동 현장에서 활약하기 시작했다. 예를 들어 출판 관련 업종에 종사하는 30대 젊은 아빠 세 명이 발족시킨 '아빠의 그림책 프로젝트'는 매월 한 차례씩 서점을 순회하며 책 읽어주기 행사를 하고 있다. 또 이들은 휴대전화로 그림책 정보를 소개하는 일명 '아빠의 휴대폰 그림책 네비게이션' 프로그램을 9월 15일부터 시작했다. 여기에 소개된 책은 전국 체인점인 마루젠丸善서점의 협력을 얻어 별도 전시대에 진열된다. 아빠들의 육아참여와 독서운동의 최신 버전이다.

독서진흥에는 정부도 빠질 수 없다. 문화심의회는 독서활동 소위원회는 최근 초·중·고의 정규 교과목으로 '독서시간'을 신설하자고 제안했는데, 내년 초에 최종적인 정부방침이 결정될 예정이다. 정보사회에서 평생독서가 필요하다는 당위성과는 상반되게 어린 세대의 독서이탈이 심각해지는 현상을 교육제도적으로 제어하자는 움직임이다. 어린 시절의 독서습관 형성 여부가 평생의 독서활동을 좌우한다는 시각에서, 국어과목의 일부로서의 독서가 아니라 독립된 과목설정이 필요하다는 정책방향을 설정한 것이다.

가을은 '독서 마케팅의 계절'

'가을은 독서의 계절'이라는 고전적 표어는 야외활동이 많은 가을철의 출판물 매출액이 다른 계절에 비해 저조하기 때문에 생긴 것이라고 한다. 그럼 일본 출판계는 어떤 방식으로 독서를 마케팅하는가? 매년 가을이면 서점조합이 중심이 되어 시행하는 서점복권 발행사업은 재미난 프로모션 활동이다. 전국 서점에서 도서나 잡지 구매자들에게 구입량에 따라 복권을 배부하고, 추첨을 통해 도서상품권 등의 상품을 증정하는 형태이다. 이 같은 방식은 매년 봄에 개최되는 동경국제도서전 입장권(유료)을 서점에서 출판물 구매자 전원에게 무료증정하는 발상과 상통한다.

지난 9월 10일에는 '서점이 팔고 싶은 책 대상大賞'이 만들어졌다. 서점 현장 종사자들이 추천하는 최고의 책을 선정하여 전국적으로 판매하려는 의도이다. '서점 대상' 부문은 지난 1년간 발행된 국내 신간소설 가운데, '발굴 부문'은 발행일로부터 1년이 지난 기간도서 중에서 선정한다. 본래 이 상은 미국의 출판정보지 <퍼블리셔스 위클리>지가 주도하는 '서점원들이 가장 좋아하는 소설'에서 힌트를 얻었다고 한다.

이제는 우리에게도 잘 알려진 '아침 10분 독서' 운동이 출판시장에서 결실을 맺어가고 있는 것도 눈여겨볼 대목이다. 현재 초·중·고 약 1만 3천 개 학교에서 정규수업 시작 전에 시행중인 학교


독서운동에 맞춘 기획도서가 판매호조를 보이고 있는 것이다. 예를 들어, 카이세이사(楷成社)의 《아침 독서 학급문고 추천 세트》 주문이 상품홍보 직후 4천 세트를 넘어설 정도로 인기를 끌고 있다. 국내외 아동문학 25종씩을 골라 초등 중급용, 초등 상급용, 중학생용 등으로 분류해 책꽂이를 포함한 패키지를 만든 것이다. 아침독서 시행학교에 DM을 발송한 성과로, 평균 세트 가격 17만 원씩만 곱해도 7억 원의 매출을 거둔 셈이다. 출판사로서는 자사의 목록을 재활용하여 추가비용이 거의 들지 않았으며, 학급별 양서 비치에 고심하던 학교나 독자인 학생들의 수요에 잘 맞아떨어져 일석삼조의 효과가 거뒀다. 카이세이사는 위 세트물에 《디즈니 애니메이션 소설판》(30종)을 더해 아침독서 비실시 학교(약 2만 개)에도 DM영업을 강화한다는 계획이다.

책 도둑은 큰 도둑이다

장기간의 불황 탓인지 금년도 상반기 일본 포털 사이트들의 검색어 1위는 놀랍게도 ‘무료’가 차지했다. 공짜를 누가 싫어하겠는가미는, 예로부터 책 도둑은 도둑이 아니라는 말이 있음에도 일본쪽 사정은 그런 수준을 이미 넘어섰다. 지난 5월 시즈오카(静岡)현 경찰서에 절도 혐의로 체포된 27세의 한 청년은 중고서점에서 훔친 책 2만 5천 권을 다른 중고서점에 되팔아 무려 1억 원을 챙긴 것으로 밝혀져 충격을 주었다. 또 지난 1월에는 가와사키(川崎)시 중고서점에서 책을 훔치다가 적발돼 경찰을 뿌리치고 도망치던 중3 남학생이 철도 건널목에서 전철에 치여 사망하는 사건이 발생했다. 도난을 당했던 서점주인은 학생을 경찰에 신고해 죽음으로 몰았다며 주민들에게 비난을 받은 데다, 그 사건 이후에도 도난이 끊이지 않자 고심 끝에 폐업하고 말았다.

이처럼 신형 중고서점이 체인화되어 급증하면서, 신간서점이나 중고서점에서 책을 훔쳐 중고서점에 되파는 방식의 청소년 범죄도 덩달아 급증하고, 서점의 피해가 인내의 한계를 넘어서고 있다. 책의 도난피해는 이제 사회문제로까지 비화되고 있는 지경이다. 작년에 일본 경제산업성이 발표한 《서점에서의 도난실태 조사》에 따르면 서점당 연평균 도난 피해액이 2천만 원을 넘어섰는데, 도난자는 고등학생까지의 청소년들이 62퍼센트를 차지하고 있다고 한다. 각 서점들은 도난방지 시스템 도입을 서두르고 있고, 서점조합이 도쿄도에 대책을 요청하는 등 재발 방지에 분주하지만 완벽한 대응책 마련은 어려운 실정이다. 나고야(名古屋)의 지방 체인서점인 산요도(三洋堂)서점의 경우, 70개 점포의 연간 도난액이 16억 원에 달해 7억 원이나 되는 도난방지 시스템을 설치했을 정도이다. 그러나 중소서점에서는 이런 비용을 감당하기 어려운 형편이라, 일본출판인프라센터(JPO)의 IC 태그 연구위원회를 중심으로 출판계 전체의 도난방지 인프라 구축에 나섰다. 모든 신간에 IC칩을 부착하자는 것이다.

최근 들어서 출판계는 또 다른 고민에 봉착해 있다. 신형 도둑질 때문이다. 일본잡지협회는 지난 7월부터 카메라 부착 휴대전화를 이용해 도서나 잡지의 본문 촬영을 하는, 이른바 ‘디지털 도둑질’을 자제해 달라는 캠페인을 펼치고 있다.

이래저래 독서의 계절은 깊어가는데, 독자를 사로잡는 새로운 독자 마케팅으로 이 가을의 우리 출판계가 보다 풍요로워지기를 바란다. 

이 글을 쓴 백원근은 현재 (재)한국출판연구회 선임연구원으로 재직하고 있으며 일본출판학회 정회원으로 일본 매스컴업계 주간지 《文化通信》에 칼럼을 연재하고 있다. 2002년 일본 문화청에서 주최한 《동아시아 출판문화 심포지엄》에 한국 대표로 참여했으며 펴낸 책으로는 번역서 《출판광고》 등이 있다.