

능동적인 도서 마케팅 시대, 상부상조相扶相助의 파급효과

북멘토 & 책 시사회



▲ 북로그, 프렌드샵과 함께 책 관련 커뮤니티의 활성화를 위한 교보문고의 북멘토.

‘이는 것이 병’이라는 말은 그저 말에 그칠 뿐이다. 이제 이는 것은 경쟁력이요, 정보력이다. 판매자는 알리고, 구매자는 알고 또 나누는 것만이 유통의 효율을 높일 수 있기 때문이다. 최근에는 종이 한 장, 자막 한 줄의 광고에서 벗어나 독자들이 직접 참여할 수 있는 능동적인 도서 마케팅이 활발하게 이루어지고 있다. 특히, 교보문고의 ‘북멘토’와 북토피아의 ‘책시사회’는 책에 관한 정보를 독자들에게 제공함으로써 결과적으로는 도서구매를 높이는 효과를 일으킨다는 점에서 비슷하다. 이들은 그러나 단순한 구매 촉진보다, 지적 정보를 공유하고 독서를 활성화하는 데 더욱 의미를 두고 있다.

● 도서 정보 커뮤니티 활성화의 또 다른 시도 북멘토

책 선정은 독자들의 오랜 고민이다. 수많은 서평과 가이드북이 존재하지만 독자들 스스로 구미에 맞는 책을 고르는 데는 한계가 있다. 그래서 베스트셀러를 선호하기 마련이다. 도서정보와 함께 추천 메시지도 함께 전하는 인터넷 교보문고 서비스 ‘북멘토’는 그런 점에서 의미가 크다.

북멘토(Book Mentor)는 책(Book)과 조연자(Mentor)의 합성어다. 말 그대로 책에 관해 조언하는 서비스다. 이미 인터넷을 통해 북로그와 프렌드샵 서비스로 회원들 간에 자유스러운 책 정보 공유가 이뤄지고 있지만, 그것에 더해 전문가들의 공간을 개설해 보자는 아이디어에서 북멘토가 비롯됐다. 이를 위해 작년 11월

말부터 서비스를 대표하는 이름을 공모했고 내부 투표를 거친 결과 회원 오모씨의 의견이 채택됐다. 현재까지 북멘토는 시인, 소설가, 연극배우, 교수 등 35명의 ‘공인된’ 전문가들을 섭외했다. 교보문고 인터넷사업본부 고객개발팀의 박용영 씨는 “현 단계에서 더 발전해 약 300여 개의 도서카테고리별로 최소 1명 이상의 북멘토를 두어 독자들이 세분화된 분야에서 전문적인 책을 추천받을 수 있는 통로를 마련할 계획”이라고 밝혔다.

북멘토들은 자신의 추천도서를 올리고, 그 책이 판매되면 대금의 일부를 마일리지로 돌려받을 수 있다. 또한 일반 회원도 북멘토가 될 수 있는데 그러기 위해선 프렌드샵의 독자 서평란에서 전문성을 인정받아야 한다.

이처럼 북멘토는 북로그, 프렌드샵과의 활발한 교류로 통합된 커뮤니티를 이루는 데 목적을 둔다. 박 씨는 “세 가지 시스템의 개별적인 활성화보다는 인터넷 교보문고가 책에 관한 하나의 커뮤니티로 제몫을 하는 데에 주력하고 있다”고 말했다.

독자들의 반응 역시 뜨겁다. 북멘토가 지난 1월 18일 인터넷 교보문고(www.kyobobook.co.kr)에 공식 개설된 지 2주일 만에 약 10만여 명의 회원이 다녀갔고, 북멘토마다 차이는 있지만 현재도 하루에 1,000~2,000명 정도가 꾸준히 다녀가고 있다. 게시판에 글을 올리면 일일이 ‘답글’을 달아주는 북멘토들도 있어 독자와 전문가의 거리를 좁히는 기회로서도 의미가 깊다. 교보문고측은 “아직 구체적인 실행계획은 없지만 오프라인에서도 북멘토와 독자들이 함께하는 자리를 구상하고 있는 중”이라고 밝혔다.

● 영화처럼 미리 보는 책시사회... ‘전자책만의 특징 활용’

국내 전자책 업계에서 가장 활발한 활동을 하고 있는 북토피아(www.booktopia.com 대표 김혜경·오재혁)가 독자들에게 ‘반가운 손’을 내밀었다. 한정된 독자를 대상으로 책이 출간되기 전에 본문을 제



▲ 출간 전 도서를 전자책 형태로 제공하는 북토피아의 책시사회

공하는 '책시사회'를 기획한 것이다. 그 방식이 영화 시사회와 비슷해 이름도 '책시사회'다.

북토피아는 작년 7월, 통합검색사이트 네이버(www.naver.com 대표이사 김범수)와 함께 도서본문 검색서비스를 실시했다. 전자책이라는 디지털화된 출판콘텐츠가 독자와 출판사에게 의미 있게 제공되도록 하기 위한 목적으로 기획한 것이었다. 지난 1월부터 도서본문 검색서비스를 허용하는 출판사와 협의해서 진행한 새로운 시도가 바로 책시사회다. 이는 상대적으로 전파력이 좁고 비용은 많이 드는 종이책의 단점을 보완하는 것으로 전자책의 형태로 온라인에서만 이루어진다. 인터넷상에서 전자책을 심분 활용할 수 있는 의미 있는 작업이다.

시사회가 이루어지는 책은 신간이나 출판사측에서 제의가 들어온 것 가운데 선정하고 독자들의 편의를 고려해 하루에 두 번, 선착순 신청을 받는다. 시사회

첫 작품이었던 《세계 1, 2위 억만장자 빌게이츠&워렌 버핏 성공을 말한다》(워렌 버핏·윌북)와 《침대 밑 악어》(마이이순 란다·책씨)에서부터 현재 진행중인 《북벌영웅 이징옥 1》(배상열·인간사랑), 《선현경의 가족 관찰기》(선현경·뜨인돌)까지 많은 도서가 시사회를 통해 전자책 형태로 선보였다. 독자들은 인터넷에 마련된 자신만의 '서재'에서 책을 읽고 서평을 써야 한다.

북토피아 커뮤니케이션사업본부 본부장 유운선 이사는 "현재 PDA 사용 독자들의 전자책 소비가 꾸준히 늘어나고 있다"며 "보급이 문제일 뿐, 무선 인터넷 환경이 발전할수록 단기성과 지속성을 동시에 갖는 전자책은 전망 있는 콘텐츠"라고 말했다.

특히 출판사로서 재고문제를 해결할 수 있어 요즘에는 전자책과 종이책을 동시 출간하는 경우도 많다. 또 종이활자로 반드시 읽어야 의미가 있는 것을 제외하곤 책의 한 형태인 전자책을 선호하지 않을 이유가 없다는 얘기도. 북토피아는 향후 1, 2년 내에 단행본 시장의 10퍼센트를 목표로 부단한 노력을 계속해 나갈 계획이다. 나아가 출간되기 전에 미리 독자들의 모니터링도 유도하는 방안도 검토중이다. 출판사로서 미리 읽어본 독자들의 의견을 표지 디자인과 편집상태 등에 반영할 수 있어 '독자가 원하는 책'을 낼 수 있고, 독자들은 전자책을 통해 종이책을 고르는 데도 큰 도움이 된다. 전자책은 그 자체가 마케팅인 셈이다. **▶**

취재 홍이현 기자

● 책 읽는 서울 2005_ 톨스토이 문학의 밤



'톨스토이를 들려드립니다'

지난 2월 17일부터 19일까지 서울 종로구 신문로 서울역사박물관 1층 로비에서 '톨스토이 문학의 밤'이 개최됐다. 이는 서울문화재단(대표이사 유인춘)에서 지난해부터 실시하고 있는 독서 활성화를 위한 캠페인 '책 읽는 서울'의 일환으로 펼쳐진 행사다. 올해 들어 처음으로 있는 이날 '문학의 밤'에선 유명 배우들이 톨스토이의 작품을 낭독하는 한편, 서울시향의 5중주, 시각장애인 강신혜 씨의 점자 책 낭송, 주한 러시아 초등학교 학생들로 구성된 어린이무용단의 민속춤 공연 등이 이어졌다.

지난해 12월부터 전시중인 '살아있는 톨스토이를 만나다' 전의 하나로 서울역사박물관에서 펼쳐진 '문학의 밤'에선 특히 연극배우 박정자 씨를 비롯, 국립극장장 김명근, 배우 안성기, 정준호, 김태희 등 유명인사와 대중스타들이 톨스토이의 단편을 낭독해 행사장을 찾은 시민들의 눈과 귀를 즐겁게 했다. 또한 낭독자들은 각자 읽은 톨스토이의 책을 무대 옆에 세워진 책장에 꽂아둬으로써 책 돌려보기 운동인 '북 크로싱(Book Crossing)'의 확산을 꾀했다. 행사 규모는 그리 크지 않았지만 '톨스토이전' 입장객이만 관람이 가능했기 때문에 아이와 함께 온 부모, 특히 중·장년층 시민들이 많은 관심과 참여를 보였다. 수필가 조경희 등 문인들도 다수 참석했다. 서울문화재단 유인춘 이사는 "첫 행사를 서울역사박물관에서 시작한 것은 시민들의 발걸음이 박물관에도 많이 이어질지 바란다는 의미"라며 "산동네 작은 공방방이든, 병원이든 매달 서울 전 지역으로 책을 읽어주러 다닐 것"이라고 말했다. 3월부터는 국내작가를 중심으로 행사가 이어질 전망이다. '살아있는 톨스토이를 만나다' 전은 이달 27일까지 계속된다. **▶** 취재 | 홍이현 기자·사진 | 박신우 기자