

내 인생의 스승, '서점 사람들' (8)

# 삶의 진정한 의미를 깨우쳐준 B 사장



글\_ 한기호  
한국출판마케팅연구소장

《소설 동의보감》으로 말미암아 나는 베스트셀러의 의미를 여러모로 생각해 볼 수 있었다. 또 1993년 5월에 인문서로는 최초로 밀리언셀러에 오른 유홍준의 《나의 문화유산답사기》 덕분에 적어도 3년 동안은 ‘행복한’ 나날을 보내게 되었다. 남들은 한 번도 힘들다는 밀리언셀러를 두 번이나 경험했으니 말이다.

사람은 자기 합리화를 잘한다. 나 또한 그렇다. 전에는 ‘팔리는’ 책보다는 ‘의미 있는’ 책을 주로 이야기했지만 갈수록 팔리는 책도 의미 있다는 이야기를 늘어놓게 되었다. 물론 창비는 팔리는 책만을 추구하지 않았다. 1993년 초까지 창비가 출간한 책은 모두 600여 종이었다. 그 중 독자의 주문에 응할 수 있는 책은 590여 종이었다. 저자가 전집으로 남겨버려 창비에서 새로 펴내기 부담스러운 소설 등 특별하게 효용성이 떨어지는 책 10여 종 정도만을 절판시켰을 뿐이었다.

나는 이것을 ‘지형생존율’이라고 했다. 지금은 필름 생존율이라 하겠다. 창비는 그때 지형생존율이 99%에 가까웠다. 국내에서 아마도 유일했을 것이다. 지금은 모두 디지털 데이터로 보관하기 때문에 언제든 일부만 수정해 개정판을 낼 수 있지만 과거 활판 시대에는 개정판을 내려면 거의 새로 조판을 해야 했으므로 신간을 펴내는 것만큼의 노력이 필요했다. 그렇다고 모든 책이 판매 효율이 있어 절판시키지 않은 것은 아니다. 특히 창비신서 중에는 500부를 중쇄하면 그 책을 다 파는 데 5년이 넘게 걸리는 책도 있었다. 그렇지만 마지막 한 명의 독자라도 놓치지 않으려는 마음을 가지고 있었기에 모든 지형을 보관했다.

베스트셀러라고 모두 좋은 책은 아니다. 하지만 베스트셀러만큼 사람들을 빨리, 그리고 크게 변화시키는 것

도 없다. 나는 베스트셀러 영업을 통해 그런 사례를 무수히 접했다. 특히 《소설 동의보감》이 그랬다. 이 책은 구전효과가 매우 컸다. 책을 읽은 사람이 10명에게 추천하면 그 중 8~9명은 반드시 사서 읽었다고 했다. 어떤 이는 세 딸의 방 모두에 이 책이 꽂혀있는 것을 보고 책값을 3중으로 들인 것 때문에 ‘기습 아팠다’고 하는 이도 있었다. 어떤 주부는 상권을 주면서 남편이 읽어보라고 권해 읽고는 바로 서점으로 달려갔다고 했다. 남편이 퇴근하면서 중권과 하권을 사가지고 들어오겠다고 했지만 그 새를 못 참고 책을 사러 간 것이다.

가장 흐뭇했던 때는 결혼 후 10여 년 동안 장사에만 파묻혀 지내느라 책이라고는 한 권도 읽은 적이 없는 어느 주부가 《소설 동의보감》으로 말미암아 애서가가 됐다는 편지를 보내왔을 때다. 그분은 장사가 어느 정도 자리를 잡아가자 지적 갈증을 느끼기 시작했던 모양이다. 그래서 지하철을 타려다가 문득 책이라도 봐야겠다는 생각으로 지하철 판매대 여직원에게 요즘 재미있는 책이 없냐고 물었다고 한다. 그때 여직원이 추천한 책이 《소설 동의보감》이었다. 받아들였을 때는 책의 제목이 이해가 안 가 거절하려다가 자신의 ‘무식’이 부끄러워 3,800원을 버릴 요량으로 그냥 책을 구입했다고 한다. 그런데 그 책이 다음의 결과를 가져왔다.

이 책을 읽은 지 2년이 돼 가는데 저는 그동안 세 번을 읽었습니다. 소설 하면 다 이렇게 재미있고 감동이 있구나 생각하고 2년 동안 책을 빌리지 않고 모두 서점에 가서 직접 골랐지요. 지금은 200여 권이 책장에 꽂혀 있어요. 지금은 제가 워낙 책을 많이 읽으니까 제 남편도 이제는 책을 조금씩 읽기 시작했고 가끔은 책을 사오기도 한답니다. 저는 이제 아이들이 책을 사달라고 하면 반찬

값이나 옷값은 아껴도 책값만큼은 아끼지 않고 무조건 사주게 되더군요. 저희 집은 이제 미니독서실이 되었습니다.

사실 처음에는 《소설 동의보감》이 너무 안 팔려 이 소설이 연재된 잡지가 나오던 부산을 택해 증정 이벤트를 벌이기도 했다. 부산 영광도서의 김윤환 사장께는 부산의 오피니언 리더들이나 학교 교장에게, 한성서적의 김종식 사장께는 은행지점장들에게 이 책을 한 질씩 선물해달라고 했다. 또 롯데야구단이 벌이는 이벤트에 6등 경품으로 내걸기도 했다. 이런 노력이 얼마나 효과를 거두었는지는 모른다. 하지만 가장 먼저 《소설 동의보감》이 종합 1위에 오른 곳이 부산이었으니 아주 효과가 없지는 않았을 것이다.

이처럼 구전효과를 확실하게 봤던 또 다른 책이 《나의 문화유산답사기》다. 제목을 정하기 위한 회의만 두 달을 끌었지만 대안이 없어 결국 잡지에 연재했을 때의 제목 그대로 갔다.

이 책이 잘 팔릴 것을 의심한 사람은 없었다. 하지만 1권만 100만 부가 넘게 팔릴 것이라 예측한 사람도 없었다.

이 책도 초판 2만 부를 발행했다. 당시 이 책의 권당 코스트는 인세를 포함해 1,400원이 산출됐다. 여기에는 편집자 인건비, 일반관리비, 마케팅비용 등이 포함되지 않았다. 정가는 6,500원으로 정했다. 당시의 단행본이 보통 5,500원을 넘지 않았던 것에 비하면 다소 비싸다고 할 수 있지만 인문서로 포장했기에 무리가 없다고 보았다. 더구나 앞으로 해마다 2, 3권이 순차적으로 나올 예정이어서 정가의 통일을 위해서라도 값을 높이는 것이 옳다고 판단했다.

이 책의 도매 매절가는 6,500원의 60%인 3,900원이다. 그래서 이 책의 단순이익은 권당 2,500원이고 초판 2만 부로 계산하면 5천만 원이 된다. 따라서 런칭 광고비는 5천만 원으로 책정했다. 초판을 팔아서 발생하는 단순이익은 모두 초기광고에 투입하기로 한 것이다. 그리고 1차 목표표를 한 달 안에 10만 부 판매로 잡았다.

이 책도 처음부터 목표표를 제대로 세우고 예측 가능한

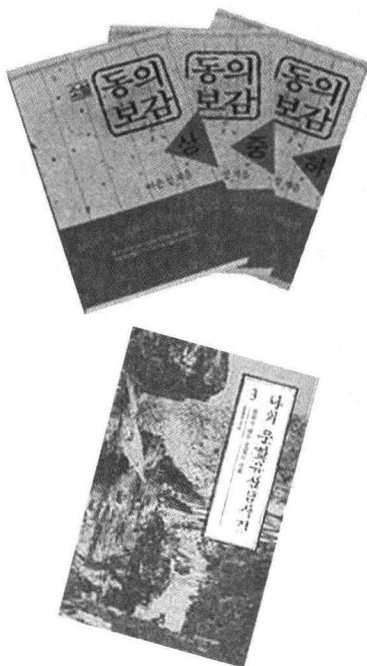
영업을 한 것이다. 책의 초기반응은 대단했다. 언론에서도 크게 다뤄줬다. 신문에 실린 기사만 모아 국배판으로 100여 쪽에 달하는 홍보용 책을 만들어 활용했는데 이 자료집이 너무 인기가 좋아 다시 제작할 정도였다. 어쨌든 1차 목표는 간단하게 달성됐다.

당시에 이 책이 팔린 이유로 여러 가지가 지적되었지만 가장 큰 요인은 저자 유흥준이다. 저자는 누구나 알아주는 입담을 가지고 있었다. 백기완을 ‘백구라’, 황석영을 ‘황구라’라고 부르듯이 유흥준을 ‘유구라’라 불러 3대 구라의 반열에 올려놓을 정도였으니 말이다.

지금은 대중이 ‘수다체’에서 잔재미를 추구하는 것이 대세지만 그 당시만 해도 구라에서 감동을 추구했다. 구라의 근본적인 뼈대는 ‘중심의 괴로움’이나 ‘집단 정서’다. 그래서 역사성과 민족·민중·민주 같은 거대담론을 쫓는다. 하지만 그것을 바라보는 개인의 시각도 중시한다. 《나의 문화유산답사기》에 간간히 보이는 ‘유구라’의 조금 지나쳐 보이는 주관적 감상마저 놀라울 정도로 정확하고 세밀한 묘사와 합쳐져 대중을 압도했다.

책이 출간되고 나서 1년 동안 이틀에 한 번 꼴로 이뤄지다시피 한 저자의 ‘슬라이드 강연’은 책의 시장성을 키운 일등공신이라 할 수 있다. 500명이 넘는 청중이 모인 경우가 적지 않았으니 어쩌면 저자가 스스로 광고캠페인을 줄줄이 벌였다고 할 수 있다. 그렇다고 단 한번도 건성으로 행사를 치른 적이 없었다. 그는 강연 내내 5분마다 한 번씩 웃긴다. 웃기려고 한 이야기에 청중이 웃지 않으면 다음에는 절대로 그 이야기를 하지 않았다.

또 그는 자신의 글에 대한 다른 사람의 의견을 중시했다. <WIN>(《월간 중앙》의 전신)에 글을 연재할 때다. 어느 달엔가 서점에서 <WIN>을 사 유 교수의 연재를 읽어 보았는데 평소보다 재미가 덜했다. 그때 저자와 나는 하루에 한 번씩 전화를 주고받다시피 했는데 연재가 어땠느냐는 유 교수의 물음에 재미가 덜하다는 말을 직접 하기가 어려워 “요즘 바쁘셨느냐”고 우회적으로 대답했다. 유 교수는 “음 내가 바빴지” 하고 전화를 끊었는데, 책에서는 그 부분을 볼 수 없었다. 그는 편집자의 덕목을



‘신속, 과감, 정확’의 세 가지라고 말하곤 했는데 실제로 편집자들의 요구를 쉽게 받아들였다. 그것 역시 《나의 문화유산답사기》의 시장성을 크게 키우는 데 한몫하지 않았을까 싶다.

물론 시대적인 분위기도 이 책의 시장성을 키웠다. 개인주의가 점차 심화되면서 ‘관광버스 여행’은 줄어들고 가족이나 개인 단위의 ‘의미’를 추구하는 여행이 늘어나는 시점이었다. 또 해외여행이 자유로워지면서 외국 의 것을 쉽게 접하게 되었는데 그로 말미암아 오히려 우리 것에 대한 애착과 가치평가가 늘어났다. 이런 흐름에 《나의 문화유산답사기》가 절묘하게 부합되었던 것이다.

1990년 이후 4년 연속 창비의 승승장구가 계속되자 서점 사장들과의 만남이 늘어나기 시작했다. 창비의 초보 영업자 시절에는 그런 일이 쉽지 않았다. 밥이라도 한 끼 하려고 말을 꺼내면 약속이 있게 마련이었다. 그러다 보니 수금업무만 보고 헤어지는 때가 많았다. 그러나 회사의 매출규모가 커지자 서로에 대한 기대와 부담이 커져 미리 약속을 해야만 했다. 그렇게 해서 만나면 업무 이야기뿐만 아니라 그 사람의 인생에 대한 이야기를 들을 수 있는 기회가 많았다.

창비와 거래하는 도매상 대표의 절반 이상은 나보다 한 세대 정도가 빠른 분들이었다. 진득한 자리가 마련되면 그들은 수십 년 동안 이수라판 같은 서적시장에서 경쟁하면서 살아남은 이야기를 가감없이 해주었다. 때로는 한없이 눈물을 쏟으며 이야기하기도 했다. 그런 만남을 통해 나는 현실감각과 삶의 진정한 의미를 깨우칠 수 있었다.

U시의 도매상 사장인 B 사장은 좋은 분이셨다. B 사장의 아들은 서점보다 다른 일에 관심이 많았다. 그러나 B 사장은 어떻게든 아들에게 서점을 물려주고 싶어 했다. 부사장인 아들로써 출판사 관리가 되지 않으니 서울 도매상에서 근무하던 사람을 불러 출판사 관리를 맡겼다. 하루는 그 도매상에 들렀더니 그 책임자가 지불금액을 합의한 후 어음은 소매매장에 가서 받으라고 했다. 소매매장은 불과 5분 거리여서 그러마 하고 소매매장에 들렀다. 매장에 가니 B 사장이 기다리고 있다가 “니 왔나?” 하고 나를 반겼다. 마침 정오 무렵으로 점심시간이었는데 어음을 받아 주머니에 챙기는 것을 보더니 B 사장이 “가자!” 하고는 앞장섰다.

그럴 때면 나는 무조건 따라갈 수밖에 없다. B 사장은 어느 횃집으로 들어가더니 “좋은 것 가져 와 보라” 하며 자연산 회와 소주를 시켰다. ‘아이쿠 오늘은 더 이상 일을 볼 수 없겠구나’ 하는 생각이 들었지만 이미 돌이킬 수 없었다.

그날 B 사장은 책의 미래부터 출판서적계가 돌아가는 모습 등 다양한 이야기들을 하셨다. 저녁 무렵까지 계속된 그 자리에서 내가 들은 것을 정리해보면 이렇다.

나는 책으로 돈을 많이 벌었다. 평생 이 일만 해왔지만 정말로 후회가 없다. 그래서 되도록 책과 관계되지 않은 일은 하지 않으려고 했다. 고속터미널 옆의 빌딩에도 다방이나 당구장 같은 책과 관계없는 업종에는 세를 준 적이 없다. 한 은행에서 그 건물 1층을 30년 동안 장기임대계약하자고 했다. 월 임대료는 30년 동안 변동 없이 1,500만 원을 주겠다고 했다. 15년 동안은 건물주가 이익이고 그 이후에는 은행이 이익이라고 했다. 하지만 나는 그것마저 거부하고 중형서점을 운영하고 있다. 그게 지금껏 나를 키워준 출판사들에게 빚을 갚는 길이라고 믿어왔다. 그런데 지금 한 달에 몇 백만 원씩 적자가 난다. 그러니 아들이 시큰둥해한다. 아들은 정말로 다른 업종의 일을 하고 싶어 한다. 그래서 고민이 많다.

상황이 이렇다 보니 B 사장은 어떤 결정을 내려야 했을 것이다. 그런 결정의 ‘조연자’로 나를 선택한 것이다. 하지만 나는 그날 아무 도움도 드리지 못했다. 오히려 나는 그날 B 사장의 업계와 자식에 대한 한없는 애정을 엿볼 수 있었다. 대부분의 사람들이 순간순간의 이익만 좇아 쉽게 결정을 내리곤 하지만, B 사장은 전체 상황을 고려해 이 땅에 꼭 필요한 결정을 내리려 했다는 것을 느낄 수 있었다.

오늘날 서점들은 그야말로 백척간두에서 있다. 그들은 앞날을 어떻게 생각할까? 그런 생각을 할 때면 나는 B 사장과의 그날 만남을 떠올리곤 한다. 아마도 지금 서점 사장들은 서점의 미래로 인한 걱정 때문에 흐르는 피가 굳을 지경일 터이다. 그런 생각이 떠오르면 내 눈에는 저절로 눈물이 흐르게 되고, 나는 종종 격한 글을 써서 불화를 자초하기도 한다. **한기호**

(다음 호에 계속)