

시대의 요구에 대한 포괄적 응답, 스테디셀러

오랜 기간 팔린 책에 숨겨진 사회적 함의

스테디셀러(steady seller). “오랜 기간에 걸쳐 꾸준히 잘 팔리는 책”이라는 사전적 정의를 모르는 사람을 없다. 그러나 사전적 정의에만 동의할 뿐 책을 만드는 사람이나 책을 읽는 사람들 모두 심적으로는 각기 다른 스테디셀러의 정의를 가지고 있는 것이 현실 아닌 현실이다. 그것은 스테디셀러가 ‘오랜 기간 팔린 것’에만 초점을 맞추느냐, 아니면 독자들이 읽고 ‘삶으로 체화했느냐’를 묻는 물음과 잇닿아 있다고도 볼 수 있다.

시내 대형서점에서 만난 대학생 유정규 씨는 “책을 선택할 때 많은 사람들이 읽은 베스트셀러에 자연스럽게 손이 가는 것과 비슷하게, 마음 한켠에 스테디셀러 흔히 말하는 고전들을 읽지는 않아도 가지고는 있어야 한다는 부담이 조금은 있다”고 말했다. 유 씨의 말을 약간의 곡해를 덧붙여 설명해 보면, 어떤 의미에서는 스테디셀러가 읽어야 한다는 부담 때문에 ‘판매가 많이 된 책’이라고도 볼 수 있다.

한편 성경을 출판하는 한 출판사의 편집자는 “성경은 시대와 장소를 초월해 많이 팔리기 때문에 스테디셀러라고 할 수 있지만, 과연 팔린만큼 독자들이 읽었느냐, 그리고 그것을 삶으로 살아내느냐를 생각해 보면 성경을 딱히 스테디셀러로 규정하기는 어렵지 않겠느냐”고 반문한다. 이 편집자의 말인 즉은, 스테디셀러는 팔리는 것에 비례해 독자들에게 읽혀지고 삶에 영향력을 주어야 하는데, ‘오랜 기간에 걸쳐 꾸준히 잘 팔리는 책’이라는 기준만으로 스테디셀러를 규정하는 것은 지나친 면이 없지 않다는 것이다.

스테디셀러의 정의는 다분히 정치적이다

구체적인 방법론에서도 사실, 스테디셀러는 개념 정의는 그 자체가 어려운 일이다. 때문에 한 출판사의 대표는 “스테디셀러의 정의 자체가 이념적”이라고까지 표현한다. 우선 ‘오랜 기간’이라는 표현 자체가 모호하다. 특히 서점가나 신문들은 베스트셀러와 스테디셀러의 의미를 혼용하고 있는 실정이고, 출판사들은 한 책이 몇 십만 부만 팔려 나가도 베스트셀러라는 말보다 스테디셀러라는 말을 붙이고 싶어 한다. 그런 점에서 3년, 5년, 10년 등 인위적인 헛수가 기준으로 제시될 수 있는 상황에서 적어도 10년은 넘어야 하지 않겠느냐는 의견이 지배적이긴 하지만, ‘오랜 기

간’에 대한 출판계 나름의 기준 마련이 필요한 시점임은 분명하다.

또한 스테디셀러라는 의미를 부여하는 주체에 대한 이견도 만만치 않다. 물론 객관적인 통계, 즉 판과 쇠 등 출판사가 공식적으로 확인할 수 있는 수치가 가장 기본적인 자료가 될 수 있을 것이다. 최근 조정래의 소설 《아리랑》이 100쇄를 돌파했는데, 이런 기준으로 볼 때 이창준의 《당신들의 천국》, 최인훈의 《광장》, 조세희의 《난장이가 쏘아 올린 작은 공》 등은 문학 분야에서 스테디셀러라 불릴만하다.

출판사의 공식적 통계가 있다면, 각 대형서점들이 집계하는 판매부수도 스테디셀러를 규정하는 좋은 자료가 될 수 있다. 그러나 대형서점들이 집계하는 베스트셀러 목록 자체가 사재기 등을 이유로 불신을 받고 있는 시점에서 대형서점의 판매부수만으로 스테디셀러를 규정하기란 쉽지 않은 일처럼 보인다.

한 출판평론가는 “모든 사람이 스테디셀러로 인정하는 작품들에 대해서는 대형서점들의 통계를 믿을 수 있겠지만, 최근 10년 사이에 나온 책들을 스테디셀러 목록으로 올리는 데는 무리가 따를 것”이라며 “대형서점들이 책 한 권 한 권에 대한 데이터를 축적할만한 의지가 있는지도 의문”이라고 말한다.

물론 독자들이 선택한 스테디셀러도 큰 기준이 될 수 있다. 앞서 지적한 것처럼 ‘오랜 기간’ 즉 시간과 세대를 초월해 독자들이 선택했고, 그 선택으로 ‘삶의 변화’를 맞본 가장 큰 주체는 독자들이기 때문이다. 그러나 독자들의 선택 기준은 자의적이라는 한계를 벗어나지 못할 수 있다는 점이 약점으로 작용한다.

스테디셀러는 시대적 요구에 대한 포괄적 대답

우스개 소리이지만, 사실 한국의 대표적인 스테디셀러는 ‘자동차운전면허문제집’이다. 대한민국에서 운전면허증을 가지고 있는 사람들을 모두 한 권은 사본 바 있고, 운전의 세계로 즉 삶의 방식을 변화시킨 대표적인 책이기 때문이다. 그러나 그 누구도 ‘자동차운전면허문제집’을 스테디셀러라고 평가하지는 않는다. 이유는 간단하다. 스테디셀러는 함의하는 바, 교양을 더할 뿐 아니라 삶의 지혜를 더하는,



거기에 인문학적 깊이를 더해주는 그 무엇이 존재하기 때문이다. 푸른역사 백승중 대표는 “한 권의 책에 대해 스테디셀러로 평가하는 데는 많은 기준과 방식, 그리고 개인적인 차이는 있겠지만 ‘시대가 필요로 하는 책’을 의미하는 것은 분명하다”면서 “스테디셀러란 결국 삶의 교양과 지혜, 인문적 깊이 등을 아우를 수 있는 결국 시대적 요구에 대한 포괄적인 대답임을 간과해서는 안 된다”고 말했다.

〈출판저널〉 3월호에서 스테디셀러에 대해 다뤄보고자 했던 의도는, 시대와 장소를 초월해 우리 사회를 관통하는 책의 맥을 찾아보고자 함이었다. 아울러 문학 분야에서는 〈광장〉의 최인훈 선생, 인문·사회 분야에서는 〈전환시대의 논리〉의 저자 리영희 선생, 예술 분야에서는 〈나의 문화유

산 답사기〉의 저자 유홍준 문화재청장, 자연과학 분야에서는 〈개미제국의 발견〉의 저자 최재천 교수의 인터뷰를 통해 세월이 가도 변하지 않는 스테디셀러의 함의에 대해 들어보고자 했다. 스테디셀러에 대한 화끈한(?) 정의 혹은 목록 등을 기대한 독자들에게는 다소 실망스러울 수도 있으나, 우리 사회의 흐름을 따라 독자들에게 선택되었던 책들과 저자들을 중심으로 독자들의 가슴에 남는 스테디셀러를 만들기 위한 출판계의 새로운 역할을 가늠해 본다는 점에서 의미를 부여하고자 한다. 시대와 공간을 초월해 독자들을 매혹시킬 수 있는 더 많은 스테디셀러를 기대하는 마음으로 3월호 표지 이야기를 열고자 한다. **■**