

도서 판매를 넘어 독서 지원으로

서점계와 출판계의 빈부격차는 매년 더 심화되고 있다. 대형 서점의 지점 확대 및 중대형 서점의 개설이 가속화되고, 대형 서점의 인터넷 판매 등의 사업 다각화가 크게 영향을 미치고 있는 것으로 분석됐다. 출판계의 수익률을 악화시키는 또 다른 요인은 마케팅 구조상의 문제로 작용하고 있는 것으로 보인다. 출판사들의 난립과 과당 경쟁으로 마진율이 떨어지고 신간의 홍수 속에서 광고를 통하지 않고는 책에 관한 정보를 독자에게 전달할 수단이 크게 좁아진 것. 유통 비용이 과다하고, 경영 효율성의 저하, 물류 관리 부실, 유통 통계 자료의 빈곤 등의 문제점을 복합적으로 안고 있기 때문이기도 하다. 이와 같은 문제는 그대로 일반 서점에도 이어지고 있는 상황이다.



남 성 호
교보문고 홍보팀장
nam@kyobobook.co.kr

인터넷 서점의 성장과 출판계의 명암

인터넷 전자상거래 시장규모가 매년 급속도로 확대되고 있는 상황에서 인터넷 서점은 전자상거래의 대표적인 수익 모델로 자리매김하고 있다. 부피나 가격 등이 부담스럽지 않고 물리적인 상태에 따라 품질이 크게 좌우되지 않음

며, 정보탐색, 구매과정의 용이성 등의 도서 상품 요소가 인터넷 거래상의 제품 특성에 적합하기 때문이다. 인터넷 서점의 등장은 기존 서점에 대해 많은 변화를 일으키고 있으며, 디지털 혁명이 출판시장에 던진 충격은 매우 크다. 출판시장의 판도변화, 아날로그시대의 콘텐츠 공간이었던 서점이 디지털 시대에 있어 데이터베이스로의 전환 등 인터넷 서점은 이미 거부할 수 없는 흐름이 되고 있다.

인터넷 서점은 알라딘, yes24, 모닝 365 등의 서적 전문 쇼핑몰과 인터파크와 같이 여러 가지 제품들 중 서적을 함께 판매하는 형태의 종합 쇼핑몰, 그리고 대형서점들이 서비스를 실시하고 있는 인터넷 쇼핑몰로 분류할 수 있다. 국내 최대 데이터베이스를 갖추고 있는 서점 업계의 선두기업 교보문고, 영풍문고, 반디앤루니스 등은 대형 서점이 온라인 서점을 동시에 가지고 있다.

이처럼 여러 형태의 인터넷 서점들이 서로 다른 전략을 구사하여 다양한 서비스를 제공하고 있는 시장은 매우 치열한 경쟁상황이다. 특히 인터넷 서점들과 오프라인 기반의 주요 서점 간에 가격 할인 정책에 기반을 둔 과다출혈 경쟁이 심화되고 있는데, 물류나 배송, 고객관리 등에 투자되는 비용부담이 줄지 않는 상황에서 마진폭만 줄이는 결과를 가져오고 있어 수익성과 생산성은 갈수록 악화되는 상황을 초래하고 있다.

도서정가제 시행에 따른 출판계의 변화

오랜 진통을 거쳐 태동한 「출판 및 인쇄진흥법」이 2003년 2월부터 시행되고 있는데, 동법은 5년간의 한시적이고, 제한적인 도서정가제로 도입했다. 그러나 출판 시장 축소 속에서 도서정가제의 법리와 배치되는 할인시장의 급격한 확대와 중소 서점의 침체는 계속되고 있다.

2005 문화부 주관 <도서정가제 평가 및 향후 방향에 관한 연구> 보고서에 따르면 출판사 수는 예년 수준으로 증가한 데 비해 실질 생산 활동은 호전되지 않았으며 2002년 2조 8천억 원이었던 시장규모가 2조 3천억 원(2004)으로 많이 줄어든 데 비해, 인터넷 사업자의 시장점유율은 10.5%(2002)에서 21.2%(2005 추정치)로 크게 증가했음을 알 수 있다. 이는 중소 오프라인 서점의 매출이 계속 감소하고 있는

단순 소비자로써의 독자가 아니라 다양한 욕구를 표현하고
 생산 지향적 독자로 변화하고 있는 것이다.
 출판계는 이러한 주체적 다양성을 추구하는 새로운 독자층의 요구에
 부응하기 위해 기민하게 움직여야 하는 과제를 안게 되었다.

것으로도 해석할 수 있다. 경제 불황과 소비 침체, 인터넷 이용률 증가와 중소서점의 경쟁력 약화 등의 요인이 겹쳐 있는 상황에서 모든 변화의 원인이 도서정가제에만 있다고 단정하기는 어렵지만, 온, 오프라인 판매망의 위상 급변에는 상당한 연관성을 가진 것임은 분명하다.

뉴미디어의 등장에 따라 출판, 서점계도 변화해야

1990년대 중반부터 불어 닥친 출판 불황의 여파는 벌써 10여 년 이상 계속되고 있는데, 이는 경기가 불황일 경우에는 더욱 심하다 할 수 있다. 여기에 게다가 새로운 매체가 속속 등장하고 있는 미디어 환경은 출판계까지 영향을 미쳐 출판계를 긴장시키고 끊임없이 변화시키고 있는 것이 현실이다.

2006년의 출판계를 돌아보면 TV, 영화 등 기존 미디어와 인터넷 등 뉴미디어가 출판계에 큰 영향을 미친 것으로 나타난다. 드라마나 영화의 원작들이 베스트셀러의 한 자리를 차지한 것이 그 반증이다.

또, 네티즌들의 미디어 이용 행태가 블로그, 1인 홈페이지 등을 통한 개인 지향적, 생산 지향적으로 바뀌면서 독서 후기나 도서평을 독자들이 직접 작성해 인터넷에 올리는 경향이 뚜렷해지고 있다. 단순 소비자로써의 독자가 아니라 다양한 욕구를 표현하고 생산 지향적 독자로 변화하고 있는 것이다. 출판계는 이러한 주체적 다양성을 추구하는 새로운 독자층의 요구에 부응하기 위해 기민하게 움직여야 하는 과제를 안게 되었다.

서점 또한 도서 판매라는 기본 기능 외에 개인의 독서가 실질적인 사회문화적 콘텐츠 생산으로 이어질 수 있게 하는 핵심적인 고리로서의 역할 재정립이 필요하며, 양질의 도서 정보 및 다양한 독서지원책이 담긴 고객 중심의 차별화된 서비스를 제

실질적인 선진국으로의 성장하기 위해서 필요한 것은 다름 아닌 지식과 문화다.
... 이런 지식과 문화의 가장 핵심적인 역량을 키워줄 수 있는 매개체가
다름 아닌 책이라는 사실 역시 잘 알고 있는 바다.

공하지 않으면 충성 고객층의 뉴미디어로의 이탈 현상을 막을 수 없다는 점을 명확하게 인식해야 한다.

구체적이고 실질적인 독서진흥책 필요

1인당 국민독서량의 증가라는 낭보 뒤에는 읽는 사람은 많이 읽고, 읽지 않는 사람은 읽지 않는다는 극심한 빈익빈부익부 현상이 자리 잡고 있다. 이는 책이 많고 그 정보를 취득할 수 있는 채널 역시 다양하게 존재하고 있지만 정작 구체적인 독서행위로 연결될 수 있는 개인의 동기부여와 독서 시작의 접점을 찾지 못하는 데서 기인한다고 볼 수 있다.

MS社의 빌 게이츠는 어린 시절을 보냈던 동네의 작은 도서관이 현재의 자신을 만들었다고 이야기했다. 인류역사상 유래 없는 정보통신제국을 건설하고 전세계에 걸쳐 막강한 파워를 행사하는 MS社의 창립자가 ‘독서’라는 통로를 통해 자신의 제국을 건설했다는 점은, 독서를 통한 개인의 성장이 사회적 부가가치 창출로 이어진다는 측면에서 볼 때 우리에게 많은 시사점을 주고 있다.

특히 ‘경제무역대국 대한민국’이라는 타이틀을 넘어 실질적인 선진국으로의 성장하기 위해서 필요한 것은 다름 아닌 지식과 문화다. 세계적 변화의 흐름이 이미 지식과 문화를 중심으로 이동하고 있다는 사실은 여러 학자들의 전망뿐만 아니라 현실 상황에서도 확인되고 있다. 이런 지식과 문화의 가장 핵심적인 역량을 키워줄 수 있는 매개체가 다름 아닌 책이라는 사실 역시 잘 알고 있는 바다.

대한민국 국민의 가장 흔한 취미가 ‘독서’였던 시절이 있었다. 하지만 독서는 더 이상 한가한 취미가 아닌 미래의 생존이 걸린 절박한 문제, 선택이 아닌 필수의 문제로 우리 앞에서 있는 셈이다. 하지만 이 당위적인 명제 앞에서 도대체 어떤 책을

어떻게 읽어야 할 것인가라는 질문을 던질 수밖에 없는 아이러니한 상황에서 있기도 하다.

책 읽는 가정, 책 읽는 사회, 책 읽는 대한민국으로

독서를 권장하는 사회적 분위기는 지난 시절의 무조건적인 구호와 명제로는 더 이상 통하지 않게 되었다. 이제는 구체적인 이유와 목적, 그리고 그 방법과 환경에 대한 고려 속에서 치밀하고 개인화 된 맞춤형 처방이 중요하게 부각되고 있기 때문이다.

책 읽는 습관을 길러주기 위한 최선의 방법은 바로 책 읽는 가정을 만드는 것이다. 최근 <조선일보>에서 진행하고 있는 ‘거실을 서재로’ 캠페인이 바로 그 대표적인 운동이라고 할 수 있다. 온 가족이 함께 모일 수 있는 ‘거실’을 TV가 지배하는 소모적 공간으로 방치하는 대신 함께 책을 읽고 이야기를 나눌 수 있는 살아 있는 공간으로 만들어간다는 것이야말로 그 어떤 독서 진흥을 위한 구호보다 강력하게 사람들이 마음을 움직였다. 일방적인 지시와 훈계가 아닌 솔선수범으로서의 독서. 이런 가정의 분위기는 자연스럽게 아이들에게 책 읽는 습관과 자세를 길러주게 될 것이며, 이는 곧 책 읽는 사회를 만들어가는 원동력으로 이어지게 마련이다. 어려서부터 꾸준히 책을 읽어온 아이들은 당연히 자신의 비전과 목표의 실현을 위해 가장 먼저 책을 찾게 된다. 비전과 목표의 실현을 위해 필요한 힘을 바로 책으로부터 얻게 될 것이고, 다양한 책으로부터 얻은 지식들은 서로 융합반응을 일으켜 전혀 새로운 지식체계로 태어나게 될 것이다. 이것이 바로 최근 여러 기업에서 관심을 가지고 추진하고 있는 이른바 ‘지식경영’, ‘독서경영’의 구체적인 모델이라고 할 수 있다.

‘독서경영’은 단순히 한 기업의 생산성을 높이기 위한 전략과 방법으로 한정할 수 없는 가치를 가지고 있다. 한 인간의 비전을 넘어 한 국가의 비전을 실현해 나갈 수 있는 인재를 단련하고 길러내는 역할을 담당하고 있기 때문이다.

결국 한 아이의 어릴 적 길러진 독서습관은 나이를 먹어 성장하면서 전문인으로서의 역량을 끊임없이 개발하는 삶으로 이어지게 되며, 이는 개인의 비전을 넘어 국

가의 경쟁력과 창의성을 강화하고 실현하는 선순환의 시슬로 이어져 있는 셈이다.

맺는말

정보가 차고 넘치다 못해 버려지기까지 하는 21세기 지식정보화 사회이다 보니, 책에 담긴 정보 자체에 대한 가치보다는 그 정보를 어떻게 효율적으로 처리해 내게 유용한 지식으로 재생산할 것인가가 화두가 되고 있다. 최근에는 대학 합격의 주요 변수로 논술이 떠오르면서 그 근간이 되는 독서의 필요성과 중요성에 대한 목소리 또한 높아지고 있다.

굳이 입시나 논술이니, 21세기 지식정보화 사회를 거론할 필요도 없다. 몇 년간 책 한 권 읽지 않는 사람들도 독서는 좋은 것이라 생각한다. 그러나 독서가 중요하며 좋은 것이라는 문화적 인식 안에서 우리는 과연 얼마나 책을 많이 읽고, 내게 도움이 되는 방향으로 활용하고 있는지는 생각해볼 일이다.

세상을 읽어낼 줄 아는 생각하는 힘을 길러주는 데에 '독서' 만큼 좋은 것이 없으며 한 권의 책을 쓰기 위해서는 다른 500여 명의 지식이 필요하다고 한다. 따로 직접 경험하지 않아도, 단 돈 만 원 정도에 501명의 지식을 내 것으로 할 수 있다는 것, 누구에게나 시간, 경제적인 면에서도 꽤 괜찮은 투자가 아닌가 싶다.

앞으로 서점은 단순한 출판 상품의 중개자로서가 아니라, 지역사회 문화센터로서의 대안적 역할 모델과 함께 수익성 강화를 통해 출판 산업의 기반 거점이 되어야 하며, 수요자인 국민의 입장에서 보더라도 온·오프라인 서점의 균형적인 발전과 중소 서점의 안정적인 경영을 추구해야 할 것이다. 또한 출판시장 질서의 정상화를 위해서는 무엇보다 국회에 계류 중인 「출판 및 인쇄진흥법」 개정안이 마무리되어야 하겠지만, 서점계와 출판계가 함께 앞장서서 국민 독서 진흥을 위해 노력해야 할 것이다. 