

우정 칼럼

디지털 시대, 종이 우편물이 더 매력적인 이유

이 종 탁*

종이는 과연 사라질 것인가. 디지털 시대가 되면 우리 생활에서 종이가 사라질 것이라는 예언이 한때 세상을 풍미했다. 모든 것이 온라인상에서 구현되면 종이로 된 서류, 종이로 찍어낸 신문, 종이로 만든 광고는 도무지 쓸모가 없어진다는 논리다. 디지털이 일상화된 지금 이 예언은 얼마나 사실에 가까운가.

전자정보에 밀려 종이가 사라진 예는 적지 않다. 지하철 승차권이나 열차 티켓, 비행기 항공권을 종이로 발급하는 일은 이제 흘러간 과거가 됐다. 출판계에선 디지털 책을 펴내고, 학교에선 디지털 교과서를 사용한다. 아예 종이 없는 사무실을 선언한 기업도 있다. 미 크리스천 사이언스 모니터 같은 신문은 종이판 발행을 중단하고 온라인으로만 내고 있다. 이런 예만 보면 멀지 않아 종이가 역사 속으로 사라지는 것 아니냐는 생각이 들 법도 하다.

하지만 어떤 경우에도 종이는 존재할 것이라는 가설이 요즘의 대세다. 없어도 되는 종이, 비용이 지나치게 많이 드는 종이 서류는 없어졌거나, 없어지겠지만 종이의 효용성 자체를 의심하는 분위기는 더 이상 없다. 인터넷이 보급되면서 이런 저런 화면을 프린트해 읽는 관행이 생겨나면서 사무실의 종이 사용량이 도리어 더 늘었다는 보고도 있다.

* 경향신문 사회에디터, jtle@kyunghyang.com

미국의 경제신문 월스트리트 저널은 얼마 전 우편으로 배달되는 상품 카탈로그에 초점을 맞춰 종이의 생명력을 진단하는 기사를 실었다. '디지털 시대, 마케팅업자들은 종이를 더 선호한다'는 제목의 기사다. 여기서 월스트리트 저널은 종이 없는 세상이란 환상이라고 지적했다. 종이로 된 상품 카탈로그의 매력은 예나 지금이나 큰 변함이 없다는 것이다.

이 신문에 따르면 지난해 미국에서 우편물로 발송된 상품 카탈로그는 모두 170억 개다. 미국인 1인당 56개꼴로 종이 카탈로그를 받은 셈이다. 미국에서 소비되는 종이는 연간 8,000만 톤. 이 중에서 카탈로그가 차지하는 비중은 3%다. 비율만 보면 대수롭지 않은 것 같지만 이 카탈로그가 소비자의 구매를 유발해 지갑을 열게 한다는 데 의미가 있다.

미국에서도 기업의 요금청구서나 개인 간 서신 교환에서는 전자메일이 많이 이용된다. 그런데도 종이 카탈로그가 죽지 않고 번성하는 이유는 무엇일까. 월스트리트 저널은 카탈로그용 종이가 윤기가 있어 컴퓨터로는 제작 불가능한 이미지를 구현할 수 있기 때문이라고 분석한다.

미 DM협회의 최근 조사에 따르면 소매업자의 62%는 종이 카탈로그가 가장 많은 수입을 창출한다고 응답했다. 반면 웹사이트에서 가장 많은 수입을 올린다고 응답한 소매업자는 5분의 1밖에 안되었다. 카탈로그 우편물이 없어질 래야 없어질 수 없는 이유다. 메인주의 아웃도어 기업인 L.L.빈의 스티브 풀러라는 마케팅 책임자는 "내가 업계에 있는 한 종이 카탈로그는 존재하게 될 것"이라고 말했다. 그 회사는 연간 2억 5,000만개의 카탈로그를 발송한다.

문제는 종이사용이 환경피해를 가져다준다는 점이다. A4용지 1만장을 쓰면 원목 1그루를 소비하는 것과 마찬가지로 통계가 있다. 미 우정청(USPS)이 가장 두려워하는 것도 환경단체에서 청원해 미 전역에서 추진되고 있는 '두 낫 메일'(Do Not Mail)이란 법안이다. 이 법안은 원하지 않는 가정에는 광고 우편물을 투입하지 못하도록 하는 게 골자다. 법이 제정되면 카탈로그 산업계는 물론 미우정청의 수입에도 큰 타격이 불가피하다.

미 우정청이 최근 한 전문가에 연구용역을 의뢰한 것은 다분히 의도적이다. 미 우정청은 이 연구결과 종이 카탈로그를 받아본 소비자가 받아보지 못한 소비자에 비해 웹 사이트에서 28% 더 소비하는 것으로 나타났다고 밝혔다. '우편물을 더 많이 보내면 더 많이 팔 수 있다'는 결론인 셈이다.

미 우정청이 두 낫 메일법 제정을 언제까지 막을 수 있을지는 미지수다. 하지만 이 법안이 제정된다고 해서 종이 우편물이 사라질 것 같지는 않다. 결국 종이를 쓰면서 환경도 함께 고려하는 방안이 필요하다. 되도록 재생지를 많이 쓰고, 종이 우편물을 투입하더라도 무차별 살포하는 것은 지양하는 방안을 모색해야 할 때다.