

일본 「東洋文庫」 500종 돌파

동양의 古典·名著 망라...한국관계도 10여종

아시아에 관한 고전·명저를 망라한 일본 平凡社の「東洋文庫」가 지난 5월초 창간 26년만에 500종을 돌파, 일본 지식인사회에 화제가 되고 있다. 평범사는 이를 기념한 앤솔러지 「동양문고-불가사의의 나라」 전12권을 기획, 오는 5월25일부터 발간할 계획이다. 「동양문고」는 그 편집방침이 출판계의 양심이라고 평가되어온 반면, 일반에게는 선뜻 이해하기 어려워 딱딱하다는 이미지가 강했었는데, 이를 계기로 「동양문고」 재발견의 움직임이 일고 있다는 소식이다.

「동양문고」는 1963년 10월, 서구문명에의 편중이라는 일본 근대 이후의 풍조 속에서 경원되어온 아시아의 고전을 재발굴하여 읽기 쉬운 현대말로 번역, 제공한다는 취지로 창간되었다. 「동양문고」의 자랑은, 이 문고가 아니고서는 쉽사리 읽을 수 없는 책이 500종 가운데 80% 이상이나 된다는 것. 최근의 중국책만도 일본에서 初譯된 것으로는 「清嘉錄」 「問俗錄」 「中國神話」 등이 있다.

「동양문고」는 당초엔 한달에 2종꼴로 간행되었으나, 81년 평범사가 경영위기에 빠졌을 무렵 「대백과사전」 편집에 일손이 몰렸기 때문에 「동양문고」 편집부가 축소되면서 월 1종꼴로 줄었다가, 2년 전부터 월 1.5종꼴로 간행되



고 있다. 그동안 품질된 책도 이번에 重版해서 모두를 갖출 계획이다. 그동안 「동양문고」는 그 문화적인 업적을 평가받아 「기쿠지깡 상」(菊池寛賞)을 수상했는가 하면 L.프로이스의 「日本史」 전5권으로 「일본번역문화상」을 받기도 했다.

지난 5월10일 500권째로 나온 책은 M.그라네의 「중국고대의 祭禮와 歌謠」. 이 책은 「詩經」의 시편의 대부분을 종래의 유교적인 해석과는 달리, 고대의 축제에 있어서의 농민의 민요나 애정요 혹은 노동요로 파악한 명저이다. 원래 1938년 弘文堂書房에서 발행됐었는데, 종전 후 고서점에서 비싼 값에 붙어 일반에게는 입수하기가 어려웠다.

「동양문고」는 간행의 숨이 길기로도 정평이 있다. 예컨대 「漢書五行志」 등은 기획에서 간행까지 10년 이상이 걸렸고, 아랍어 원전으

로부터의 완역본으로는 일본에서 처음인 「아라비아 나이트」 전20권은 66년 제1권이 나온 이래 지금도 간행이 계속되어 5월중에 제16권이 나올 예정이다. 대표적인 롱셀러는 이 문고의 첫째권인 「樓蘭-流砂에 파묻힌 王都」(A. 헬만), 「아라비아의 로렌스」(R. 그레이브스), 「四書五經」 등으로 각각 4만부 가까이 팔렸다.

이 문고의 또하나의 특색은, 신서판이면서도 형질을 입힌 하드커버에 케이스들이로 제작된다는 점이다. 따라서 체크기는 작아도 장서본으로서 손색이 없다.

「동양문고」는 우리나라의 지식층에서도 많이 읽히고 있는데, 그중에는 한국관계의 고전·명저도 10여종이 포함돼 있다. 그 목록을 보면 「외국문학」 부문에 金台俊의 「朝鮮小說史」, 「외국역사」 부문에 하멜의 「朝鮮幽囚

記」, 吳知泳의 「東學史」, 朴殷植의 「朝鮮獨立運動의 史史」(전2권), 金九의 「白凡逸志」, 맥켄지의 「朝鮮의 悲劇」, 柳成龍의 「懲愆錄」, 달레의 「朝鮮事情-朝鮮教會史序論」, 金富軾의 「三國史記」(전4권), 「지지·기행·민속」 부문에 申維翰의 「海遊錄-朝鮮通信使의 일본기행」, 洪錫謨 등의 「朝鮮歲時記」, 朴趾源의 「熱河日記-조선지식인의 중국기행」(전2권) 등이 눈에 띈다.

동 문고의 기시모도(岸本武士) 편집장은 앞으로의 편집방침에 대해 “오소독스한 고전 총서에는 들어가지 않는 희귀본을 발굴한다는 기본노선에는 변함이 없다. 中近東관계의 책을 늘리고 싶지만, 독자층이 아직 얽어 선뜻 결단을 내릴 수 없는 것이 고민이다”고 말하고 있다.

어린이 속이는 '잡지광고' 범람

일본의 한 주부클럽이 조사... '통신판매' 빙자

일본의 어린이들이 그럴듯한 문구의 잡지광고에 현혹되어 통신판매로 상품을 사는 경우가 의외로 많다는 사실이 한 지방(埼玉縣) 주부동맹의 조사로 밝혀져 충격을 주고 있다. 더욱이 “대금을 선불했는데 물품을 보내오지 않았다” “신청한 물건과 다른 것을 보내왔다”는 등 피해를 당한 어린이가 적지 않은데, 그들 대부분이 부모에게는 비밀로 한 채 어쩔 수 없이 단념하고 마는 실정이라는 것. 그래서 동 주부동맹은 “속기 쉬운 어린이들을 노린 약절업자가 많다”면서 잡지의 과대광고를 철저히 금지시켜줄 것을 호소하고 있다고 근착 「아사히신문」이 전했다.

이번 조사는 지난 1월말 인구 8만의 浦和 시내 서점에서 팔고 있는 아동만화와 아동잡지

15종을 대상으로, 통신판매 광고를 조사했다. 소녀 대상은 「마가레트」 「리본」, 소년 대상은 「월간 소년점프」 「소년 선데이」 등 15종에 모두 191건의 광고가 있었다.

내용은 “키가 반드시 커지는 법” “굵은 다리, 얼굴, 팔에 바른 뒤 15분이면 땀이 난다” “한달이면 변신하여 역센 남자의 얼굴을 만든다”는 등 미용에 관한 것으로, 과대광고의 혐의가 짙은 것이 많았다. 이밖에 “단지 목에 걸기만 하면 행복을 부르는 펜던트”라는 액세서리류도 있다. 콤플렉스를 이용해 구매의욕을 부추기는 것이 두드러지게 눈에 띈다.

대금 지불방법은 전체의 4분의 1이 선불이거나 도착 즉시 지불제로, 현물을 시험해보거나 제품을 확인하지 못한 채 대금을 지불해야

한다. 또 상품의引渡시기가 적혀 있는 것은 45%뿐이고, 나머지는 언제 상품이 도착할 것인지 알 수 없는 상태이다. 返品에 대한 표시도 66%가 적혀 있었으나, 어떤 경우에 반품이 가능하다는 설명이 없기 때문에 실제로는 반품하기가 어렵게 되어 있다.

이런 광고를 보고 어린이들이 어떤 물건을 샀는지 동 시내의 초·중학생 200명을 대상으로 앙케트조사를 실시한 바, 응답자 197명 중 46명으로 4명에 1명꼴이 통신판매로 물건을 산 경험이 있는 것으로 나타났다.

예를 들면, 중2짜리 남아아이는 소년만화주간지를 보고 건강기구(1만8천엔)와 키가 커지는 가루약(9천엔)을 샀다. 소학교 5학년 여자아이는 문구세트(2,500엔), 매니큐어(1천엔), 드라이어(2,980엔) 등 다섯가지 물건을 샀다.

물건에 대해서는 “마음에 들었다”고 만족하는 아이들도 있었지만, “신청한 물건과 다른 것을 보내왔다”(4명), “물건을 보내오지 않았다”(5명)고 불만을 품고 있는 아이들도 있었다.

이같은 피해에 대해 “단념했다”거나 “아직 기다리고 있다”고 말하는 어린이가 9명 가운데 7명이 있었고, 부모에게 의논하거나 돈을 돌려달라고 요구한 어린이는 한명도 없었다. “부모 몰래 신청한 아이가 많아 꾸지람이 두려워 의논을 못하는 것 같다”고 조사담당자는 지적한다.

걱정스러운 것은 ‘키가 커진다’ ‘살이 빠진다’ 등의 효과를 강조한 약을 산 어린이가 있다는 사실이다. “성분표시가 없기 때문에 유해한 성분이 들어 있어도 알지 못한다”고 동 주부동맹은 걱정한다. 이번 조사와는 다르지만, ‘쌍꺼풀이 된다’는 약을 바른 뒤 눈이 부어올라 병원에 다닌 여고생의 예도 있다.

이런 통신판매 피해의 예는 지난 2월에 실시한 또다른 조사에서도 밝혀졌는데, 10대로부터의 불만은 잡지광고에 관련된 사례가 다른 세대에 비해 많았다고.

우리 주변에는 이런 사기성 과대광고가 없는지 살펴볼 일이다.