

# 숫자로 읽는 올해의 출판가

‘IMF’로 시작하는 책만 61종...가장 부지런한 저자는 강준만 교수

IMF 관리체제로 들어선 첫 해, 우리나라 출판시장의 사소한 변화 중 하나는 제목에 ‘IMF’라는 말이 들어가는 책이 많이 출간됐다는 점이다. 대한출판문화협회(회장 나춘호) 납본 자료에 따르면, 올해 나온 책 중에서 ‘IMF’라는 단어로 시작하는 책은 《IMF 고통인가 축복인가》(문이당) 등을 비롯해 모두 61종이다. 여기에 신자유주의·국제금융·해지펀드 등 IMF와 관련한 제목을 붙인 책까지 포함한다면, 1백종은 훨씬 넘을 듯. IMF 관리체제가 출판계에 미친 영향을 가장 직접적으로 보여주는 사례다.

## IMF로 시작하는 책 총 61종 출간

제목 얘기를 계속하면 올해 유난히 물고기 이름을 제목으로 삼은 책들이 눈에 많이 띄었다. 베스트셀러였던 《홍어》(김주영 지음, 문이당)를 비롯해 원재훈의 《만남, 은어와 보낸 하루》(생각의나무), 윤일권의 《은어의 강》(세로운사람들), 박경철의 《빙어가 올라오는 계절》(민음사), 성석제의 《쏘가리》(부키), 전해주의 《미꾸라지》(돈Else김) 등 문학류에서 민물고기·바다고기를 가리지 않고 다양하게 사용됐다. 그밖에 주강현의 《조기에 관한 명상》(한겨레신문사), 마크 킬란스키의 《세계를 바꾼 어느 물고기의 역사》(미래M&B) 등에도 물고기의 이름은 빠지지 않았다. 유독 문학류에 물고기의 이름이 많이 사용된 까닭은 물고기가 가지는 그 생명성과 문학적 상징성 때문인 것으로 보인다. 지난해 비소설 분야에서 쏟아져 나온 ‘~가지’ 류의 제목은 다이제스트 형식이 제목까지 결정된 경우고, 물고기류의 제목은 내용이 제목을 결정할 경우라 형식과 내용에서 변화하는 독자의 기호가 제목에까지 파급된 것을 알 수 있다.

한편 올해 출간된 책 가운데 가장 긴 제목은 신동준의 《관중과 제환공이 첫 번째 춘추패업을 이룰 수 있었던 것은 백성에 기본을 둔 관중의 훌륭한 통치사상과 인재들을 가려 쓸 줄 아는 제환공의 탁월한 지도력이 조화를 이루었기 때문이다》(한송)로 무려 72자에 달한다. 원고지 1매 분량에 달하는 제목 때문에 이 책의 표지에는 제목과 지은이·출판사 이름만 겨우 넣을 수 있었다.

가장 두꺼운 책은 이상엽의 《비주얼 C++

‘IMF’로 시작되는 제목의 책을 한해만 61종이 나왔다. 가장 제목이 긴 책은 72자. 가장 싼 책은 구성애의 1000원짜리 《올바른 자녀 성교육》이고, 가장 비싼 책은 15만원. 9월까지 출판광고비로 1725억원을 지출했는데, 이는 단행본 3만4천500종을 출판할 수 있는 액수다.



프로그래밍 바이블》(영진출판사)로 모두 2248면이다. 전집류를 제외한 단행본 중에서 가장 비싼 책은 안덕균의 《한국본초도감》(교학사)으로 15만원이며, 가장 싼 책은 구성애의 1천원짜리 《올바른 자녀 성교육》(청소년을 위한 내일 여성센터)으로 24면에 불과해 가장 얇은 책이기도 하다. 가장 비싼 책 한 권 가격으로 라면을 사서 하루 3끼씩 먹으면 125일 동안 끼니를 해결할 수 있다는 단순계산이 나온다. 하지만 버스를 타고 《올바른 자녀 성교육》을 사기 위해 시내 대형서점에 다녀온다면, 왕복 버스비나 책 값이나 마찬가지다. 또한 단순비교하면 가장 얇은 책 94권을 쌓아야만 가장 두꺼운 책 한 권의 두께와 얼추 비슷하다는 계산도 나온다. 가장 작은 책은 이규용의 《이거 책 맞아?》(미래M&B)로 담배갑을 겨우 가릴 수 있는 크기라 가슴주머니에 넣고 다닐 정도다.

## 출판광고비로 1725억원 지출

올해 가장 많이 팔린 책은 출판사 자체 집계 결과, 김진명의 《하늘이여 땅이여》(해냄)로 확인됐다. 이 책은 올 한해 모두 90만부가 팔렸는데, 이는 교보문고 매장의 반 정도를 채울 수 있는 분량이다. 그 뒤를 38만 6천부가 팔린 《아내의 상자》(문학사상사), 35만부가 팔린 류시화의 《지금 알고 있는 걸 그때도 알았더라면》(열린원)이 차지해 올해 팔린 이들 베스트셀러 3종이면 교보문고 매

장이 간단히 채워질 정도지만, 그 외에도 30만부 이상 팔린 도서는 2종이 더 있어 올해 팔린 베스트셀러 5종을 교보문고 매장 안에 다 넣을 수 없다.

또한 한국광고데이터의 집계 따르면, 올 9월까지 출판분야 광고비의 규모는 모두 1725억원으로 식품음료·전기전자·서비스 오락 분야에 이어 네번째다. 단행본 출판사 별로 보면, 웅진출판사 44억7천만원, 해냄 33억9천만원, 들녘 20억4천만원, 민음사 18억3천만원의 순이다. 이밖에도 창해·소담·문이당·밝은세상·중앙M&B·문학동네·이레 등이 그 뒤를 잇고 있어 광고비와 베스트셀러의 상관관계를 어느 정도 확인시켜준다. 하지만 지난해 3204억원에 육박했던 출판광고 규모와 비교하면 4/4분기가 남아 있다고는 하나 이에겐 훨씬 미치지 못할 듯. 이 광고비의 대부분은 학습지 광고가 차지한다는 점을 고려해야 하지만, 단순계산하면 올 9월까지 쏟아부었던 광고비로 단행본 초판 3만4500종을 출판할 수 있다.

하지만 올 10월까지 출간된 초판 발행 종수는 이에 미치지 못한다. 출협 납본 통계에 따르면, 만화를 제외한 초판 발행종수는 올해 2만4124종으로 지난해 같은 기간에 비해 7.1% 증가했지만, 발행부수는 1억4335만 5976부로 3% 감소했다. 출판사의 경우, 올 상반기까지 554곳이 늘어 모두 1만3313곳이며 각 출판사는 평균 올해 2종 정도의 책을 출간했다. 올 11월말까지 가장 많이 책을

펴낸 출판사는 시공사로 모두 196종이 나왔고 그 뒤를 민음사·서울대출판부·나남출판·한울 등이 잇는다. 상위 10곳의 출판사는 올 한해 모두 736종을 출간해 출판사 358곳의 몫을 대신 출판한 셈이다.

## 최다 저작은 강준만 교수

올해 일반 단행본을 가장 많이 펴낸 사람은 강준만 교수로 최근에 나온 《카멜레온과 하이에나》(인물과사상사)를 포함해 모두 9종의 책을 펴냈다. 여기에 월간 《인물과사상》까지 포함하면 매달 한권 분량 이상의 글을 쓴 것으로 파악된다. 올해 1학기까지 안식년을 가진 덕택이라는 후문이다. 또한 각종 추천도서에 가장 많이 오른 책은 전호태의 《고구려 사람들은 왜 벽화를 그렸을까》(다섯수레)와 박지원의 《그렇다면 도로 눈을 감고 가시오》(학고재)로 문화관광부 추천도서·청소년권장도서·이달의 청소년도서·연노련 선정 '98 올해의 좋은책 30' 등 모두 4곳의 추천도서 목록 중 3군데에 올랐다. 각각 다른 책으로 가장 많이 추천된 저자는 왕연중씨로 《교통에서 탄생한 발명서》(을유문화사)를 비롯해 모두 3종. 가장 많이 추천된 출판사는 12권이 선정된 창작과비평사며 그 뒤를 이어 문학과학사 11권, 민음사 10권, 한길사·시공사 8권의 순이다.

— 김연수 기자