일본출판의 기동성 보여주는 월드컵 관련서 출간 열기

월드컵 관련서 3백여종에 이르고, 한국 관련서 출간 활발해

백원근 | 한국출판연구소 선임연구원

세계 최대의 스포츠 제전이라는 2002 월드컵 개막이 눈앞에 닥치면서, 일본 출판계는 월드컵 특수에 적잖은 기대를 걸고 있다. 특히 이번 월드컵은 한 · 일 공동 개최라는 특성으로 양국간 출판 경향도 비교되는 대목이 적지 않다.

월드컵 특수 노린 출판물 선보여

일본의 월드컵 관련서는 대략 315종 정도며, 축구 관련 무크지도 지난해에 62종이 발행돼 예년의 1.5배로 집계됐다. 특히 눈길을 끄는 책은 세기의 스타 선수인 로베르토 바조의 자서전, 국내에서도 베스트셀러 저자로 통하는 《오체불만족》의 오토다케 히로타다(乙武洋匡)가 일본 대표선수들과의 인터뷰를 엮은 《필드 인터뷰집》, 축구의 역사부터 현황에 이르기까지 종합적으로 망라한 내용을 일본축구협회와 일본축구작가협의회가 공편으로 내놓은 《최신 축구 백과대사전》 등이다.

이외에도 프랑스 사회학자 파트릭 미뇽이 축구에 대해 열광하는 사회구조를 역사적으로 분석한 《축구의 정념》도 눈에 띈다. 지은이는 광적인 훌리건의 등장을 "젊은이들의 정체성 상실과 축구의 근대화 과정에서 생긴 현상"으로 보고 그 배경을 추적한다.

고단샤(講談社)는 월드컵 공식 가이드북을 비롯, 한 · 일 대표선수인 홍명보와 나카다 히데토시(中田英壽)의 왕복서한과 인터뷰로 엮은 《TOGETHER》 등 총 11종의 관련서를 출간했다.

고단샤는 이번 월드컵의 공식 간행물에 대한 전세계 독점 출판권을 FIFA(국제축구연맹)로부터 획득해 지난해 4월에 《공식 가이드북 프리뷰판》을, 12월에는 《공식 라이센스 상품 카탈로그》를 간행한 데 이어, 지난 3월 15일에는 《2002 FIFA 월드컵 공식 가이드》를 전세계에 동시 출판했다. 《공식 가이드북》은 전세계 20개 언어로 번역 출판돼 60개국 이상의 나라에서 판매되고 있다. 이 책에는 지단을 비롯한 스타 선수들과의 인터뷰, 32개 출전국 576명의 선수에 관한 데이터, 경기 일정표, TV 가이드, 경기 규정 등 다양한 정보를 비주얼하게 편집했다. 일본 내 판매용으로는 초판으로 18만 부를 발행했는데, 발매 후 1개월간의 판매 실적은 7만부 정도로 알려졌다. 일본팀의 기린컵 국제대회 및 5월 유럽 원정경기 결과가 향후의 가이드북 판매에 직접적인 영향을 미칠 것이란 전망도 나오고 있다.

일본의 월드컵 열기를 반영한 《한글을 알면 축구가 2배 즐겁다》《한국에 갑시다》, 축구 전문 주간지 《사커 다이제스트》 최신호.

현시점에서 가시적인 출판계의 월드컵 특수는 잡지에 있는 듯하다. 10여개의 축구 전문지 가운데 최대 발행부수(43만부)인 주간 《사커 매거진》과 《사커 다이제스트》 등은 월드컵 기간 중에 유례 없는 주2회 발행체제를 취하기로 했고, 《위클리 피아》 등 상당수 잡지들도 임시 증간호를 발행하며 대목을 준비하고 있다.

기노쿠니야(紀伊國屋)서점을 비롯 대형서점 매장에서는 이미 4월 말부터 월드컵 관련서 특설코너를 설치하고 붐을 조성하고 있다. 이런 경우는 대개 한국 여행 가이드북도 함께 전시된다.

공동개최에 따라 한국 관련서 호응 높아

한 · 일 공동 개최에 따라 한국에 대한 관심이 전에 없이 높아지면서 관련서들도 줄을 잇고 있다. 한국어판을 번역한 《조선한국근현대사사전(1860~2001)》(日本評論社), 《한국백과》(大修館書店), 《현대한국 · 조선》(岩波書店), 신정 증보판으로 나온 《조선을 아는 사전》(平凡社) 등이 그것.

한편, 축구 관련 한국어 회화책인 《한글을 알면 축구가 2배 즐겁다》(김정숙, 三省堂)는 지난해 4월 발행 직후 1개월만에 대형서점의 논픽션 베스트셀러 순위 3위에 올라 일본 언론의 주목을 받기도 했으며, 한국에서 월드컵을 관람하려는 일본 축구팬들을 위한 가이드북 《한국에 갑시다》가 지난달 발간돼 역시 호평을 받고 있다. 《한글을 알면…》은 지난 2월 국내에서 발행된 《축구로 배우는 일본어》(일본어뱅크)와 유사한 형식이다.

한국의 월드컵 관련서는 50종 내외로 중앙M&B에서 발간한 공식 가이드북을 비롯해 펠레의 자서전, 월드컵 백과사전, 개최도시 소개 책자, 월드컵 유치 비화, 경기장 건축 관련서, 월드컵의 이름을 빌린 아동용 만화 등이 주류를 이루고 있다. 일본 출판계는 '책으로 즐기는 월드컵'을 마케팅화하고 있는 데 비해, 우리는 축구와 직접적으로 관련된 책 이외에는 일본 관련서 붐도 없고 월드컵 관련서의 판매도 신통치 않다. 단지 독자의 차이만이 아니라, 기회를 이용하는 비즈니스 마인드나 기동성 측면에서 양국간의 차이가 너무나 크다. ■