출판시장 회복세와 시민권 얻은 경제소설

백원근·재단법인 한국출판연구소 선임연구원

이 글을 쓴 백원근은 현재 (재)한국출판연구소 선임연구원으로 재직하고 있으며 일본출판학회 정회원으로 일본 매스컴업계 주간지 〈文化通信〉에 칼럼을 연재하고 있다. 2002년 일본 문화청에서 주최한 〈동아시아 출판문화 심포지엄〉에 한국 대표로 참여했으며 펴낸 책으로는 번역서 《출판광고》 등이 있다.

● 경제소설만큼이나 많은 가이드북. 전후 일본경제의 흐름을 시대별 경제소설로 소개하는 독특한 경제입문서 《일본경제의 드라마 — 경제소설로 독해한다》(堺 憲一, 東洋經濟新報社, 2001), 경제소설 30종을 분야별로 엄선해 소상히 해설한 《경제소설이 재미있다》(齊藤貴男, 日經BP社, 2001), 경제소설의 세계와 흥미 있는 작품들을 소개한 문고판 《경제소설 읽는 법》(佐高 信, 光文社, 2004).

●● 〈제1회 다이아몬드 경제소설대상〉 수상작들. 대상 《내부고발자》, 우수상 《모략 은행》과 《흰손의 잔상》.

●●● 다이아몬드사가 발행한 〈다이아몬드〉 창간호(1913.5.)와 주간지 최근호(2004.8.), 그리고 일본인의 해외여행 필수품으로 매년 개정되는 《지구를 걷는 법(地球の歩き方)》 시리즈의 한국편.

●

●●

출판시장 'V자 곡선' 기대감

최근 일본 출판과학연구소는 올해 상반기에 전년 동기 대비 도서 매출액이 3.2퍼센트, 판매량이 4.7퍼센트 증가했다고 발표했다. 7년 만의 플러스 성장 기록이다. 평균정가는 오히려 하락했는데, 이는 저가본이 잘 팔렸기 때문이다.

출판시장 반등의 기폭제가 된 것은 순애와 호기심을 키워드로 하는 '메가 히트작'들이다. 《세계의 중심에서 사랑을 외치다》가 316만 부(누계), 아쿠다가와상 수상작인 《발로 차 주고 싶은 등짝》 126만 부, 여기에 일본판 한류의 선봉에 선 《겨울 연가》 120만 부, 청소년용 직업 안내서 《13세의 헬로 워크》 110만 부 등 밀리언셀러 리스트 만들기에도 숨이 차다. 이런 성장세는 요로 다케시, 사이토 다케시, 아사미 호호코, 무라카미 류 등의 베스트셀러 저자 군단에 신진 기예들이 가세한 내구력도 작용했지만, 무엇보다 경기회복 기조에 따른 소비력 증가가 주효한 것으로 보인다. 9월 1일에는 대망의 해리포터 시리즈 5탄 《해리포터와 불사조 기사단》의 일본판이 발행되어 하반기 출판시장을 주도할 것으로 보인다. 이 책의 초판은 290만 부나 발행되었는데, 전례에 비춰볼 때 500만 부 안팎의 판매량이 예견된다. 아직 체감경기까지 호황은 아니라지만 출판계는 'V자' 상승 기대감으로 오랜만에 활력을 되찾고 있다.

경제소설 르네상스 만드는 문학상 제정

이런 가운데 경제소설에 특화시켜 제정된 신인문학상이 최근 수상작을 발표해 출판가의 화제가 되고 있다. 지난 7월 20일 도쿄에서 〈제1회 다이아몬드 경제소설대상〉 시상식이 열린 것이다.

경제소설은 사실과 허구의 경계에서 끊임없이 길항한다. 진실은 허구를 통해서만 말할 수 있다고 노신(魯迅)이 말했다던가. 때문에 소설을 통해 생생한 경제 현장을 입체적으로 투시하는 묘미는 각별하다. 일본 경제소설은 이미 에도시대(1603~1867) 전기에 《일본 에이타이구라(永代藏)》로 씨앗이 뿌려졌고, 200여종의 저작을 남긴 시로야마 사부로(城山三郎)가 1970년대부터 본격적인 영토를 개간하기 시작한 이래 자립노선을 추구해 왔다. 타카스기 료(高杉良)의 경제소설 전집(15권, 角川書店)처럼 전집류가 여럿 있을 만큼 양적 팽창이 두드러졌다.

경제소설의 양산은 이와 관련된 독서 가이드북의 속출로 이어졌다. 이를테면 경제학 연구자인

사카이 켄이치의《일본경제의 드라마-경제소설로 독해한다》, 경제평론가 사타카 마코토의《경제소설의 모델들》《회사를 읽는다-경제소설이 그린 일본기업》《경제소설 읽는 법》《경제소설로밖에 쓸 수 없었던 이야기》 등은 경제소설의 재미를 전해줌은 물론이고 주제 또는 업종별로 분류한 독서안내까지 상세하다. 이를테면 금융, 보험, 유통, 건설, 제약, 광고, 게임, 자동차, 우편 등의 업종이나 다단계 상법, 기업범죄, 경제소송, 산업폐기물, 세제 등의 렌즈를 통해 일본 사회 실상을 파헤치는 작품들이 소개된다.

하지만 전대의 경제소설은 대체로 시효가 한정된 계절상품에 머물렀다는 것이 평론가들의 진단이다. 지난 시대를 배경으로 한 회고풍 시대소설류가 흔했기 때문이다. 진부한 노선을 탈피하는 자극과 새 피의 수혈 시스템이 필요했다. 따라서 경제소설 분야를 특화시킨 최초의 문학상 제정은 경제소설의 약진을 위한 시민권 선언의 의미를 띤다. 시상식장에서 심사위원과 수상자들이 인사말을 통해 한 목소리로 '경제가 그렇듯, 오늘의 문제를 다루는 살아있는 문학' 을 만들자고 말한 대목이 인상적인 이유다.

수상작 대상 1편, 우수상 2편은 7월 중순에 단행본으로 발간되어 한 달 사이에 평균 5만 부 정도씩 판매되었다. 현역 변호사 타키자와 류이치로가 쓴 대상작 《내부고발자》는 2003년의 손해보험업계 재편성을 배경으로 삼아, 손해보험사가 지하금융에 부정융자를 했다는 경제지의 폭로기사에서 발단된 법정소송과 내부자료 유출자를 찾는 줄거리이다. 경제일간지 기자인 오츠카 쇼우지의 우수상 수상작《모략은행》은 거액의 불량채권을 안고 있는 은행을 사금고처럼 운영한 창업주 일족이 정·관·재계와 검찰까지 가담시킨 커넥션의 음모를 그린다. 은행원 출신의 학교 사서교사인 시오미 카오루의《흰손의 잔상》은 은행과 건설회사의 유착을 파헤친다. 한결같이 부패와 음모에 맞서 경제정의와 진실의 승리를 그리는 얼개가 공통적이다.

다이아몬드처럼 빛나는 비즈니스 모델

〈경제소설대상〉은 비즈니스서 전문 출판사인 다이아몬드사(www.diamond.co.jp)가 창립 90주년 기념사업으로 제정한 것이다. 참신한 신인작가 등용문도 만들고 비즈니스 문예물 시장의 수익 증대를 꾀하려는 선행투자라 하겠다.

비즈니스 전문서 출판에서 하나의 전범으로 통하는 다이아몬드사는 1913년에 〈다이아몬드〉지 창간일에 맞춰 창립된 이래 일본경제와 고락을 함께 하며 성장했다. 현재 직원수는 238명이고 작년 기준 매출액은 약 1,520억 원이다. 사업 내용으로는 도서·잡지·CD-ROM 등 출판물 발행, 각종 회원제 정보서비스 사업, 데이터베이스 정보제공 사업, 비즈니스 관련 교육연수 사업, 편집·제작 대행에 이르기까지 종합적인 비즈니스 콘텐츠 기업의 위상을 확고히 갖추고 있다. 세분화된 비즈니스 전문도서와 〈주간 다이아몬드〉(평균 12만 부 발행) 등 십여 종에 이르는 전문잡지, 《상장회사 조직도 요람》 같은 연감류 등 출판사업이 주력이지만, 피터 드러커를 명예소장으로 초빙한 국제경영연구소의 운영과 데이터베이스에 기반한 기업 경영정보 서비스 및 교육연수를 비롯한 e-비즈니스의 강점이 두드러진다. 10여 개에 이르는 계열사들의 면면도 출판사라기보다는 비즈니스 정보 콘텐츠 기업의 지향성을 보여준다. 그리고 비즈니스서 출판의 트리오인 동양경제신보사, 일본경제신문사와 함께 신간 정보 웹진인 '비즈뉴스' 를 공동으로 펴내며 펼치는 마케팅도 신선하다.

일본의 유력 출판사들을 망라한《출판사 대전(大全)》(論創社, 2003)에 따르면, 다이아몬드사의 철학은 작지만 강한 빛을 내는 다이아몬드와 그 모양을 닮은 '수판' 으로 상징된다. "문명의 향상은 절반 이상이 그 나라의 출판물에 의한다"는 창립자의 의지를 바탕으로, 수판처럼 독자의 입장에서 볼 때 눈으로 계산되는 확실한 가치만을 제공하는 출판 콘텐츠를 생산한다. 선발지로 1895년에 창간된 〈동양경제신보〉가 통계와 거시경제 중심인 데 비해, 후발인 〈다이아몬드〉지는 기업 전문지로서의 편집방침으로 일관했다. 즉 '숫자로 기업을 분석하는 일본 최초의 잡지' 에서 출발해 이제는 '숫자를 통해 문화를 생산하는 출판사' 의 입지를 정립했다는 평가다. 그 연장선상에 숫자를 둘러싼 소설이 이어지는 모양새라 하겠다.

사람, 비즈니스, 기업의 내일을 만들기 위한 정보만을 발신한다는 다이아몬드사가 본격 시도하는 경제소설의 신세기는 어떤 모습일까. 한국 출판문화의 중심 범주가 학습, 교양, 단행본이라면 그 대척지점에 있는 일본의 경우는 경제, 엔터테인먼트, 잡지이다. 경제잡지(또는 잡지식 도서), 경제만화, 경제소설의 삼두마차가 이끄는 일본 비즈니스출판의 지형도가 주목된다.