

해리포터 태풍, 가을 출판계 강타

백원근 | 재단법인 한국출판연구소 선임연구원

〈해리포터〉 시리즈 5탄인 《해리포터와 불사조 기사단》(상·하)이 세계 주요국 가운데 가장 늦게 일본에서 9월 1일 발매됐다. 영어판 발행(2003년 6월) 이래 15개월 만이다. 일본어판 발행사 대표이자 이 책의 번역자이기도 한 세이잔샤 [靜山社]의 마츠오카 유코(松岡佑子)는 이벤트 행사를 위해 분홍색 망토와 삼각 모자를 걸친 마녀로 분장하고, 이날 새벽 5시부터 도쿄 시내 서점 7곳을 순회 방문했다. 전용 홍보버스를 만들어 서점을 돌며 독자들과 악수하고 책을 건네는 장면이 연출됐다.

일본 출판역사에 유례가 없는 290만 부의 초판발행 예고로 일찌감치 화제를 불렀던 해리포터의 마법은 이벤트 장면으로 이날의 매스컴을 독점했다. 또 늦여름 몇 차례에 걸친 대형 태풍으로 피해가 난 일본 남부지방 서점들에 재할의 기운을 불어넣는 등 초대형 판매 호재가 전국의 서점가를 강타했다. 초판 발행부수를 정가로 환산하면 약 1,210억 원 이상이다. 당연히 출판시장에 미치는 효과가 어마어마한 효자 상품이다. 전작인 4탄에 비해 60만 부를 더 늘려 발행된 출간 첫날의 판매량은 초판의 30퍼센트 이상일 것으로 추산되었다. 영어권에서 발매 첫날 700

만 부가 판매된 기록과는 거리가 있지만, 기타 언어권의 하루 판매량으로는 최대치이다.

날개 돌친 듯 책이 판매되는 풍경은 장관이었다. 마츠오카 사장의 첫 방문지인 쿠마자와서점 하치오지 지점에는 개점 시간인 새벽 5시 전부터 이미 250명이 줄을 서서 기다렸는데, 1시간 30분이 지난 뒤 헤아려보니 행렬은 더욱 길어져 396명이 순번을 기다릴 정도였다. 도서정가제로 인해 할인은 없었지만 사전예약 부수가 많았다. 쿠마자와서점의 경우 7만4,000 세트를 비롯, 기노쿠니야서점 3만 세트, 산세이도서점 8,000 세트, CCC(점포명 '츠타야') 약 5만 세트, 아마존재팬 8만8,000 세트 등을 기록했다.

서점들은 다양한 관촉상품을 내걸고 예약자나 당일 선착순 구매자에게 해리포터 캐릭터 상품으로 가방, 열쇠고리, 모자, 넥타이 등의 특제품을 선물했다. 판매 이벤트 중 이례적인 것은 전철역 마케팅이었다. 지하철 도쿄메트로와 연계해 노선 주요 역사의 중앙 홀마다 대형 서점들의 대대적인 특설 가판대가 설치되어 출근길 행인들의 발길을 붙잡았다.

《해리포터와 불사조 기사단》의 두께는 상권 664페이지, 하권 704페이지에 달할 만큼 두껍다. 지난번 4탄과 마찬가지로 압축 비닐팩으로 포장되어 세트로만 판매된다. 무게만도 1.8킬로그램에 달한다. 그래서 운반 편의를 고려해 예약자에 한해 전용

9월 1일 〈해리포터〉 5탄 발매일에 맞춰 서점에서 벌인 이벤트. 번역자이자 출판사 대표인 마츠오카 유코가 마녀 복장으로 독자들을 반기는 모습. (사진 文化通信 제공)

출판사 사장

일본어판 〈해리포터〉 5탄 《해리포터와 불사조 기사단》의 표지.



가방을 증명했다. 한국 번역판이 작년 10월부터 12월에 걸쳐 5권으로 초판 20만 장이 분책되어 순차 발행, 낱권으로 판매된 것과는 대조적이다.

그렇다면 《해리포터》 5탄은 얼마나 판매될까. 기간서의 판매부수 수치를 보면 1탄이 초판 발행 3만 부에 누계 506만 부 판매, 2탄이 초판 16만 부 발행에 누계 433만 부 판매, 3탄이 초판 80만 부 발행에 누계 380만 부 판매, 4탄이 초판 230만 부 발행에 누계 350만 부가 판매되었다. 모두 합하면 1,669만 부나 되는 부수이다. 또 문고본 형태로 만든 1탄의 '휴대판'은 20만 부가 팔렸고, 낭독 CD판 오디오북도 약지사 선물용으로 인기를 모았다. 전례 없는 매스컴의 홍보와 경기 회복에 따른 구매력의 동반 상승 등에 힘입어 500만 부 안팎의 판매량이 예견되고 있다.

한편, 서점들의 《해리포터》 5탄 사전예약 마케팅 활동 중 두드러진 곳이 인터넷서점인 아마존재팬이었다. 올해 3월 15일부터 구매예약을 홍보해 낱권 부수로는 18만 부 가까운 실적을 올렸는데, 지난 여름에는 예약주문자 가운데 추천하여 전국 5대 도시를 순회하며 마술쇼와 마술교실 행사를 벌였다. 마술쇼에서는 최연소 소년 매지선으로 한참 주가를 올리고 있는 우에야마(上山) 형제를 초청하여 어린이들에게 꿈과 환상을 심어주며 《해리포터》와의 이미지 연계 및 브랜드 효과를 높였다.

책을 번역하고 발행한 마츠오카 유코는 출판사상 유례없는 '대박'에도 불구하고 본업인 동시통역사로서, 그리고 정사원 5명에 불과한 소규모 출판사 사장으로서의 역할에 아무런 변함이 없다. 첫 권을 발행할 때 쓰던 오피스텔 사무실에서 일반 빌딩으로 이전했을 뿐 원룸을 쓰는 것이나 직원수 등은 전혀 바뀌지 않았다. 마츠오카는 지난 여름에도 국제기구 중 유일하게 일본어 동시통역실이 있는 ILO 본부에 다녀왔다고 한다. 일본을 대표하는 동시통역사로서의 직분 수행을 다하기 위해서였다. 그리고 해리포터 특별기금으로 이미 40억 원을 기부했

다. 또 희귀병인 ALS(근위축성 측삭경화증, 흔히 '루게릭병') 지원활동에도 왕성히 나서고 있다. 거기에 이유는 있다.

지금은 《해리포터》로 이름을 날리는 굴지의 세이잔샤(www.sayzansha.com)이지만, 해리포터 이전의 회사는 무명의 영세 출판사에 지나지 않았다. 마츠오카 유코와 7년 전에 사별한 남편(松岡幸雄)은 1979년 출판사 설립 후 민중사, 투병기 등 간간한 출판활동의 외길을 고집했는데, 근육이 위축되는 불치병인 루게릭병 환자의 투병기 출판(1986년)을 계기로 일본ALS협회를 설립하고 사무국장을 맡아 자원봉사를 계속했다. 그런 남편이 폐암으로 하늘나라로 떠난 뒤 출판사 경영자로 나서 망부亡夫의 유지대로 ALS 관련 출판물을 내며 새로운 모색을 하던 중 운명의 마법처럼 만난 책이 바로 《해리포터》였다. 물론 이 출판사가 쟁쟁한 곳들을 물리치고 번역출판권을 따낸 데는 마츠오카의 정열과 통·번역가로서의 재능이 저자의 마음을 움직였다는 후문이다.

《해리포터》가 7탄으로 종결될 때까지 초지일관 막중한 책임감으로 변함 없이 전념하겠다는 마츠오카 유코의 비장한 자세, 완벽한 번역을 위해 느낌의 철학을 선택하는 모습은 상업주의가 난무하는 시대에 많은 것을 생각하게 한다. **한글**

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.

- ① 초판 한정으로 보급하는 다목적용 특제 책갈피.
- ② 약시자를 위해 작년 말 발행된 《해리포터》 1탄의 오디오북. 10시간 10분에 걸친 명배우(江守徹) 1인 낭독으로 화제가 되었다.

