

◎ 도서관이 알아야 할 출판과 책 이야기 ◎



# 문학이 아닌 이야기들



한미화\*

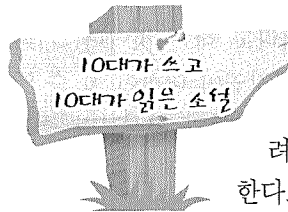
책읽기를 좋아하는 만화가 이우일이 도쿄에 가서 책방 순례를 하다가 소설가 김영하 이야기를 꺼내며 우리의 현실과 견주던 게 생각난다. 술자리에서 김영하는 독서운동을 하면 할수록 사람들이 더 책을 안 읽으니 이러지 말고 독서 금지 운동을 하자고 했단다. 그러면 사람들이 궁금해서 책으로 돌아올 거라는 이야기다.

물론 얼마 전 발표된 국민독서실태조사에 따르면 우리나라 성인의 연평균 독서량은 11.0권으로 지난 2002년 조사보다 1권이 늘어나 지난 10년간 조사한 이래 최고의 기록을 보였다는 다소 엉뚱한 결과가 나왔으니 이러다가는 독서 금지 운동을 펴지 않아도 될 날이 올지도 모르지만 말이다.

2004년 말에도 올해의 책과 베스트셀러 목록이 발표되었다. 갈수록 올해의 책과 베스트셀러 목록의 간극은 넓어져 간다는 사실과 대중의 책읽기는 대체로 몇 권으로 한정된다는 걸 다시금 깨닫는다. 그렇지만 독자에게 선택받은 베스트셀러는 의미가 있다고 생각하는 편이라 책들을 살펴봤다.

2004년에 45만부가 팔렸다는 『칼의 노래』는 탄핵 정국에서 노무현 대통령이 읽고 있다는 언급과 이순신 붐이 맞물려 책을 읽는다는

것 자체가 시사적 교양을 충족시키는 효과를 가져왔다는 점이 이유였다. 또 2004년 최고의 베스트셀러 『다빈치 코드』는 이 소설을 부르는 여러 말들이 존재를 증명한다. 팩션, 지식소설, 인문스틸러 등으로 불린 소설은 그것이 팩트던 지식이던 혹은 인문이던 다른 무엇 하나를 더 지니고 있다는 사실을 보여주지 않는다. 그리고 소설이 이렇듯 다면적 모습을 보여주자 심지어 40대 남성독자들이 소설로 돌아왔다는 것 또한 눈여겨 볼만한 현상이다. 여기까지는 별다른 이견이 없는데, 『연금술사』와 『발로 차주고 싶은 등짝』같은 10대 일본소설의 정체는 여전히 숙제다.



출판에서 1318은 타깃이 아니라 주변 독자다. 빅셀러가 되려면 10대까지 읽어야 한다고 생각하는 출판시장의 음지다. 그런데 EBS 수능교재를 제외하고는 별 다른 현상이 없는 10대 시장에서 19살의 나이로 최연소 아쿠타가와상을 받았다는 와타야 리샤의 『발로 차주고 싶은 등짝』같은 책이 5만부나 팔렸다.

고등학교 1학년 여자 아이가 주인공인 『발로 차주고 싶은 등짝』을 읽어도 책이 5만부나 팔린 이유가 이해가 안 될 즈음 2003년을 강타한 귀여니가 떠올랐다. 와타야 리샤는 10대

\* 출판칼럼니스트, bangku@dreamwiz.com

가 10대를 주인공으로 내세운 10대 소설을 썼다는 점에서 귀여니와 비교되는 인물이니까. 게다가 『그놈은 멋있었다』와 『늑대의 유혹』 등 귀여니의 소설은 모두 합쳐 백만 부 가량이 팔려는데, 마침 귀여니 소설과 『발로 차주고 싶은 등짝』이 모두 황매라는 출판사에서 나왔다. 황매출판사의 정정란 대표가 귀여니 책을 내게 된 동기도 재미난데, 만화 시나리오 작가인 황 대표에게 중학생 딸아이가 엄마의 만화가 유치하다며 귀여니 소설을 읽어보라고 권했다는 것이다.

귀여니 현상이 2003년에 불거졌던 때 어른들이 가장 걱정했던 것 중 하나는 어른과 10대를 구별 짓던 이모티콘이었지만 이 자리에서 그 이야기를 또 하고 싶지는 않고 가장 궁금한 것은 10대가 10대를 주인공으로 내세워 10대가 읽은 책의 메커니즘이 뭐일까 하는 점이다. 사실 귀여니가 뜨자 우후죽순 격으로 인터넷 소설이 출간됐지만 붉은 이내 시들해졌다. 또 귀여니의 소설은 영화에서는 모두 흥행에 실패했다.

1318의 가장 강력한 특징은 온라인세대라는 점이다. 모바일에 익숙하다보니 리플달기 좋아하고 인터랙티브에 친근하다. 창이 뜨는 MSN메신저는 문장을 써야 하니 부담스럽지만 버디버디 메신저는 짧은 대화가 가능해 편한 세대다. 귀여니의 연재를 지켜 본 이들은 귀여니 소설의 진정한 재미는 책으로 보는 것이 아니라 연재될 때라고 말한다. 귀여니가 소설을 시작하고 인물과 배경 등의 설정을 마치고 나면 그때부터 소녀들은 그날그날 올라온 소설을 읽고 리플을 달고 앞으로 이야기가 이렇게 되었으면 좋겠다고 인터랙티브하게 영향력을 행사한다. 그러면 귀여니는 자신의 소설을 읽은 소녀들의 요구를 수용하기도 하고 배반하기도 하며 디지털 공간의 소녀들과 관계

한다. 그래서 『그놈은 멋있었다』와 『늑대의 유혹』은 귀여니 만의 것이 아니라 귀여니 세대가 공유하는 공동의 환상이다. 인터넷이라는 공간과 주변적 요소가 중요한 게 아니라 연재와 리플을 통해 완성되는 공동의 환상이 중요한 것이다.

다른 하나는 귀여니 소설의 주인공은 어른이 본 십대가 아니라 현실 속 자신이라는 점이다. 소설의 주인공은 철저하게 소녀들의 리얼리티 속에 존재한다. 귀여니는 날라리도 그렇다고 범생이도 아니다. 소설 속 주인공도 마찬가지다. 하지만 어른들은 소녀들의 리얼리티를 착각하거나 오해한다. 영화 『그놈은 멋있었다』는 한예원과 지은성이 수능 시험을 보고 약속한 대로 빨간 공중전화박스 앞에서 만나는 해피엔드로 끝나지만 원작은 다르다. 귀여니의 소설에서는 5년 뒤 한예원과 지은성의 동거로 끝을 맺는다.

『늑대의 유혹』에서도 귀여니는 이복동생 정태성을 불치의 병을 앓도록 해놓고 마지막에 그를 외롭게 죽여버린다. 하지만 영화를 만든 어른들은 소녀의 세계는 마땅히 착하고 예쁜 해피 엔딩이 당연하다는 실수를 범하는 거다.

바로 이점에서 와타야 리샤의 『발로 차주고 싶은 등짝』에서 그려진 10대가 느끼는 소통 불가능의 상태가 귀여니와 오버랩 된다. 귀여니가 소설을 쓰게 된 이유를 아는가. 귀여니는 제천으로 전학을 가게 되면서 친구가 없고 혼자 있다보니 외로워서 소설을 쓰게 되었다. 귀여니는 자신의 홈페이지에서 “거기 당신은 행복한가”라고 스스로 질문하고 “불행하다”라고 스스로 답한다. 귀여니에게 소설은 외로운 것이다.

귀여니와 와타야 리샤 소설의 공통점을 찾으려면 외로움을 들고 싶다. 이제 고등학교에 들어간 육상반 소녀 하츠와 올리짱이라는 패션모델에 과도하게 집착하는 소년 니니가와

◎ 도서관이 알아야 할 출판과 책 이야기 ◎

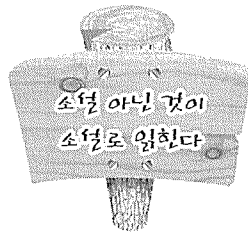
공통점이 있다면 학교도 친구도 부모에게서도 관심밖에 있다는 것이다. 주인공 소녀인 하츠는 전혀 소녀답지 않은 불쌍사나운 모습을 하고 있고 남자 주인공 니나가와는 수업시간에도 여성용 패션잡지를 보고 있고 쉬는 시간에는 연체동물처럼 책상에 찰싹 붙어 잠만 잔다. 아마도 와타야 리사가 아닌 기성작가가 10대 이야기를 했다면 주인공에 대한 환상이 전혀 없는 이런 시시한 인물이 등장하지는 않았을 것이다. 이진 마치 귀여니 소설의 주인공들이 사랑받을 만한 이유가 없는 평범한 소녀인 것과 비슷하다.

귀여니 소설 속 주인공들이 짱 남학생의 사랑을 얻지만 그들이 사랑받는 것은 원래부터 잘난 혹은 예쁜 여자들이 아니기 때문이다. 영화평론가 정성일은 이를 두고 『늑대의 유혹』과 『파리의 연인』은 똑같은 구조의 삼각관계라고 파악한다. 강태영은 사랑스러운 존재여서 사랑받은 것이 아니라 그녀만이 오직 부르주아 공동체 안에서 존재하는 얼룩이기 때문에 사랑받았다. 두 남자가 강태영에게 빠져든 것은 그녀가 모든 부르주아들이 갖고 있는 것을 갖고 있지 못하기 때문이라는 것이다. 귀여니의 주인공들이 문제아도 범생이도 아닌 것처럼 와타야 리사가 그린 주인공들은 외톨이지만 그렇다고 이들을 사회부적응자로 혹은 연민의 대상으로 바라보지도 않는다.

다른 점이 있다면 와타야 리사의 소설은 심리묘사가 내밀한 대신 사건의 굴곡이 뚜렷하지 않은 일본 소설의 특징을 보여준다는 점과 귀여니는 '심금을 울리는 장면'에 집착한다는 점인데 이진 한국과 일본 소설의 민족성을 대변하는 것이기도 하다.

귀여니의 소설과 와타야 리사의 소설은 소녀들의 세계로 들어가는 열쇠이자 소녀들의 외로움과 소외감을 그대로 보여주는 지도라는

생각이다. 소녀들의 세계에 담긴 순정과 외로움을 있는 그대로 이해하고 그것이 그들에게 목숨을 걸만큼 절박하다는 사실을 부정하지 않고 예쁘게 치장하려 들지도 않을 때 10대를 위한 소설이 존재한다. 너무나 어려운 일이다.



1318과 1924는 아주 다르다. 10대가 또래문화와 공통적인 것에 열광한다면 20대는 개인적인 놀이에, 집단이 아니라 자신을

중심에 두고 사고하며 개성을 중시한다. 10대의 최대 고민이 성적과 부모 그리고 간섭이라면 20대에게 가장 중요한 것은 자신의 꿈과 앞날을 준비하고 노력하는 것이다. 여기까지가 20대의 표상적 이미지라면 그들이 구매하는 토익책과 『연금술사』는 꿈을 소비하는 방식이다. 아주 흥미로운 실마리다.

『연금술사』는 1993년 고려원에서 출간됐지만 별다른 반응을 얻지 못하고 잊혀졌다. 출판사 문학동네는 2000년 무렵 코엘료를 다시 주목했고 2001년 2월에 『베로니카 죽기로 결심하다』를, 12월에 『연금술사』를 차례대로 펴냈지만 초기에는 별다른 호응이 없었다. 심지어 '마술적 리얼리즘의 적자 브라질 작가 파울로 코엘료'라는 제목으로 2001년 3월 조선일보에서 코엘료 인터뷰 기사를 내보냈고, 이어서 작가가 『11분』을 탈고한 무렵인 2003년 1월에 프랑스 남부의 타르브에 다시 한 번 인터뷰 기사를 내보냈지만 반응은 더디기만 했다.

정작 소설이 움직이기 시작한 것은 2003년 11월 경 부터다. 그러더니 2004년 신간 『11분』이 출간되는 것과 맞물리며, 『연금술사』는 종합 베스트셀러 1위를 차지하기에 이른다. 2004년 12월 현재 『연금술사』는 60만부 정도,

『11분』은 20만부 정도 팔린 것으로 집계된다.

『연금술사』가 이처럼 뒤늦게 반응을 얻은 것은 전적으로 독자들의 입에서 입으로 퍼진 소문으로 판매에 불이 붙었기 때문이다. 거대 언론의 지원보다 인터넷 독자 서평과 블로그의 영향력이 20대를 움직인 것이다. 인터넷이 발달하면서 독자 스스로 추천을 하는 이런 방식은 디지털 공간 안에서 위력적인 힘을 발휘하는데 의도하지는 않았지만 『연금술사』에도 이런 일이 일어난 것이다. 최근에는 우연에 기대지 않고 의도적으로 이런 입소문을 만드는데 『황진이』나 『살아 있는 동안 꼭 해야 할 49가지』는 블로그 마케팅을 적극적으로 시도해 베스트셀러가 된 책이다.

다른 하나는 출판사가 코엘료를 통해 요다리즘을 잘 수행하고 있다는 점이다. 스타워즈에 등장한 정신적 지도자 요다를 빗댄 말로 넘치는 정보와 복잡한 사회 속에서 개인에게는 구매활동의 혼선을 줄여줄 수 있는 신뢰할 만한 지식중재자가 필요하다는 뜻이다. 이미 『개미』의 작가 베르나르 베르베르의 경우 출간하는 책마다 성공을 보장받고 있으며 심지어 그동안 안 팔리는 작가였던 폴 오스터마저도 지금은 새로운 브랜드이자 요다가 되었다. 파올로 코엘료 역시 비슷한 경로를 걷고 있다. 코카콜라와 버거킹 뿐만 아니라 잭 웰치나 톰 피터스 혹은 베르나르 베르베르나 파올로 코엘료는 독자의 정신적 피로를 덜어주는 신뢰할 만한 브랜드인 노릇을 하고 있다.

물론 『연금술사』의 인기에 가장 중요한 점은 이 책이 과연 소설로 읽히고 있는가 하는 사실에 있다. 작가는 스스로 『연금술사』는 우화라고 규정했지만 다른 말로 하자면 자기계발서의 성격을 담고 있다. 양치기 청년 산티아고가 꿈과 희망을 찾아 떠나 삶의 의미를 발견한다는 줄거리는 마치 변화를 추구하는 자기계발

서 『누가 내 치즈를 옮겼을까』가 우화라는 당의정을 덮어쓴 것과 별반 다를 것이 없다.

그래서 『연금술사』는 문학적 성과와는 하등 상관이 없는 소설이다. 『연금술사』가 이렇듯 사람들의 입에서 입으로 이야기될 수 있었던 이유는 매 페이지마다 등장하는 인상적인 구절 때문이지 문학적 성과 때문이 아니다. 독자들은 고개를 가우뚱하며 “소설이지만 생각이 많아지게 하는 묘한 느낌의 책”이라거나 “『모리와 함께 한 화요일』이 리얼리티를 반영한 아포리즘을 쏟아놓고 있다면, 이 책은 종교나 철학에 가까운 순수성을 확보한 것처럼 보인다”고 말하고 있는데 이는 전통적 의미의 소설이라기보다는 소설의 외피를 입은 비소설이라는 말처럼 들린다.

최인호의 소설 『상도』를 기업의 CEO들이 대량 구매해서 직원들에게 읽게 한 것을 두고 이 책은 소설이 아니라 기업경영의 정신을 전달하는 경제경영서로 소비되었다고 정의 내렸던 적이 있다. 20대가 많이 찾아 읽었다는 책 『연금술사』역시 속내를 따지고 보자면 마찬가지다. 지금의 20대에게는 청년 실업의 공포와 물질과 소비의 환상 속에서 신용불량자 신세가 돼 버린 슬픈 초상이 존재한다. 그들에게 끊임없이 자아의 신화를 이야기하는 것이, 무엇인가를 간절히 원할 때 온 우주는 소망이 실현되도록 도와준다고 속삭이는 이 잠언소설은 사실 소설보다 더 설득력 있는 무엇이다. 그것이 소설이건 혹은 비소설이건 그건 중요하지 않다. 