

일본의 정치 출판 책으로 말하는 일본 정치

일본 국민들의 정치 불신이나 무관심은 한국 이상이다. 정치인에 대한 이미지는 대체로 부정적이며, '정치적'이라는 수사는 걸 다르고 속 다른 행태를 꼬집는 뜻으로 쓰인다는 점도 똑같다. 그런데 다른 점이 있다면, 일본 정치는 자국 출판계에 기여도(?)가 높은 반면 우리의 경우는 '아니올시다'이다.

클 백원근

2005년 기준 '정치' 분야 책은 한국이 278종(연간 발행종수 중 0.6%)인 반면 일본은 1,825종(동 2.4%)으로 약 800억 원대의 시장 규모이다. 정치·사회를 합한 출판시장 점유율은 한국 3%(교보문고 판매량 기준) 대비 일본 4.4%(전국 매출액)이고, 각종 정치 에세이까지 더하면 시장 규모가 6배 이상 차이난다.

일본에는 별별 정치 관련서가 많다. 《정치가의 일본어》(누구도 가르쳐 주지 않는 정치가 활용 가이드) 《정치가에게 속지 않기 위한 정치학》 《정치인이 바보여서 공무원 그만뒀다—초등 한자도 못 읽는 바보 대신 밑에서 일하라》 《정치인의 교섭술》 《전후 정치가 폭언록》 《실언으로 본 정치인의 품격》 《이시하라 신타로 입문》 등과 정치인 사진집까지 출판된다.

아베 총리의 국가주의론 《아름다운 나라로》 51만 부 돌파

일본 정치인들은 책으로 말한다. 가까운 예는 현 총리인 아베 신조의 《아름다운 나라로》가 51만 부나 팔렸다는 사실이다. 총리 취임 직전이던 2006년 7월 '긴급 출판' 될 때 '자신과 자부심을 가진 일본으로'라는 띠지로 포장한 이 책은 현역 정치인(당시 관방장관)이 쓴 책으로는 드물게 서점가에서 대형 베스트셀러가 되었다. 독자들은 유력한 내각 총리 후보의 비전을 알고자 했고 기대감도 높던 때였다. 전쟁이 가능한 보통국가론과 헌법 개정, 자학사관의 시정을 위한 교육 개혁, 천황제 옹호, 야스쿠니는 전적으로 국내 문제라는 등 극우 보수파의 논리를 대변했다. 이러한 가치들을 옹호하고 국가와 국민을 위해 '싸우는 정치인'이

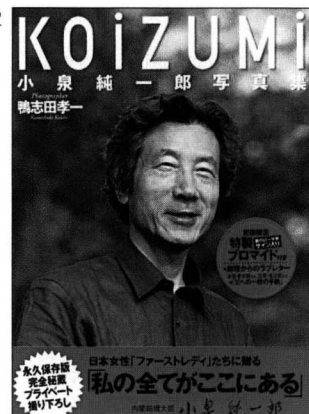
되겠다고 공언한다.

아베 신조가 총리 출사표를 던지던 날을 출판일로 잡아 맞불 작전을 편 민주당 대표 오자와 이치로의 《오자와주의(오자와이즘)》(2006.9)도 관심을 끌었다. 공전의 히트를 기록한 《일본 개조계획》(1993) 이래 13년 만에 출간된 이 책은 아베 노선을 강하게 비판하며 올해 7월 치를 참의원 선거에서 자민당 처결을 위한 집권 구상을 제시하며 현재까지 8만 5천 부 판매됐다. 두 사람을 각기 응원하는 책 《왜 지금 아베 신조인가》 《허상에 묶인 정치인 오자와의 진실》도 나왔다.

지난 4월 초에 치러진 광역단체장 선거에서 도쿄도지사 3선에 성공한 이시하라 신타로는 총리보다 더 높은 인기와 영향력을 과시하는 출판계 귀빈이다. 대학 재학 중이던 1956년 《태양의 계절》이 최고의 베스트셀러에 올랐고 아쿠다가와상을 수상한 인기 소설가로 활동하다가 1968년 정계에 입문한 이시하라가 집필했거나 그와 관련된 출판물만 해도 228종에 이른다. 극우파의 아이돌 스타인 그는 최근에도 인기 논객이자 150여 권의 책을 썼다는 다하라 소이치로와의 대담집 《일본의 힘》(2007.3)에서 일본의 미래상을 국가주의 관점에서 설파한다. 팬들은 어김없이 책을 구입했다.

정치 격변기에 정치인 책의 상품화 시대 도래

1993년 자민당 일당 지배의 '1955년 체제'가 38년 만에 붕괴하며 연립정권이 탄생한다. 급격한 정세 개편의 와중에 신생당의 오자와 이치로 대표간사가 주최한 정책연구회의 논의를 정리한 《일본 개조계획》은



1. 《아름다운 나라로》를 소개하고 있는 아베 총리의 홈페이지.
2. '영구보존판' 고이즈미 전 총리의 사진집 부인이 없는 점을 마케팅 소재로 활용한 '퍼스트레이디 일본 여성들에게'라는 선전 문구의 띠지가 이채롭다.

초판 3만 부로 출발, 당시 빅셀러였던 《매디슨 카운티의 다리》만큼이나 팔렸다. 이는 다나카 가쿠에이 전 총리가 집권하던 해에 출간해 국민적 화제를 모은 《일본 열도 개조론》(1972) 이후 정치인 관련서가 히트한 대표 사례로 꼽힌다. 《일본 개조계획》의 성공을 계기로 하여, 그동안 정치인이 쓴 책은 ‘명함용’ 일 뿐 서점 판매용이 아니라던 정설이 해체되고 각 출판사가 경쟁적으로 정치출판 시장에 뛰어든다. 오자와의 책을 비판하거나 분석한 책은 《오자와 이치로의 역습》 등 수십 종에 이르렀다. 연립정권을 이끈 일본신당 당수 호소카와 관련서가 속간됐고, 하마다 고이치의 《일본을 망친 9인의 정치가》가 출간 한 달 만에 100만 부를 돌파하며 기염을 토했으며, 다나카 전 총리가 사망하는 등 화제가 만발했다. 서점에 정치 관련서 코너가 일제히 마련된 것도 이때였다.

1990년대에 장기적인 경기 침체로 ‘잃어버린 10년’이 지속되자 강력한 정치 리더십을 갈망하던 분위기에서 주목받은 것이 다나카 가쿠에이와 이시하라 신타로였다. 2000년 한 해 동안에만 관련서가 각각 12종, 18종이 발행되어 보수적 중년 독자들을 흡인했다. ‘개혁 단행 내각’을 표방한 고이즈미의 인기가 치솟은 2001년에는 고이즈미 캐릭터 상품까지 날개 돋친 듯 팔리는 가운데 특제 브로마이드가 붙은 사진집이 초판으로 8만 부나 발행되며 중년 여성들의 애장품이 되었다. 1996년에 이미 《관료왕국 해체론》으로 성가가 높던 고이즈미와 관련된 책은 그해에만 28종, 지지율이 높던 다나카 마키코(다나카 전 총리의 딸) 관련서도 10종이 발행됐다. 그러나 다음해에 그녀가 일본의 첫 여성 외상에 올랐다가 실족하는 이변을 전후해 다치바나 다카시가 현대 정치사를 다룬 《다나카 마키코 연구》, 다하라 소이치로의 《일본 정치》 등 다큐멘터리 정치평론집들의 인기가 치솟았다. 고이즈미가 내건 개혁과 고통을 우화 형태로 빚댄 《사자는 잠들지 못 한다》가 28만 부나 팔렸다.

이러한 흐름의 바통을 이어받은 것은 정치권과 정부의 문제점을 폭로하는 책들이다. 고이즈미 외교정책을 비판한 《안녕! 외무성》, 도로공단 민영화를 둘러

싼 공방을 다룬 《도로의 권력》 등이 2004년에만 20만 부 안팎씩 판매됐다. 그 다음에는 나카소네 야스히로 등의 정치인 회고록, 인물평, 논픽션이 대거 나왔고, 2005년에는 ‘전후 60년’을 맞아 다수의 회고록과 밀리언셀러를 기록한 《국가의 품격》, 《야스쿠니 문제》 등 일본론, 아시아와 대미 관계에 악담을 퍼붓는 책들이 붐을 이뤘다. 또 2006년 하반기에는 퇴임한 고이즈미의 메일 매거진을 모은 《고이즈미 준이치로입니다》, 전·현직 총리 30명의 표현 습관을 분석한 《역대 총리의 언어력을 진단한다》 등이 화제였다.

정치의 품위 높이는 출판이 바람직

정치인들이 지은 책들 가운데는 정치 지형 급변기의 대중적 관심을 배경으로 정책 비전과 개혁론을 주창하는 경우가 많다. 이러한 진단과 처방식 정책 제언 집과 함께 발행 빈도가 높은 것이 증언과 회고, 개인사, 에세이 등이다. 그러나 대다수 책들은 정치인의 홍보 수단으로 이용될 가능성이 높고 유권자 대상의 이미지 전략에 큰 도움이 된다. 따라서 일본의 정치 관련서는 스타 정치인을 내세운 출판사의 상업적 기획력과 정치인의 이해가 일치하는 지점이 핵심이다. 일본은 우리보다 지역구의 대를 잇는 세습정치 풍토가 훨씬 강하고, 자비출판에 가까운 유권자 홍보용 책이 넘쳐나며, 정치인들의 호화판 출판 기념식이 즐비하다.

일본 출판계 주간신문 〈신문화〉 기자인 이시바시 다케후미(石橋毅史)는 일본 정치인들의 출판 현황을 묻자 “정치인 책은 대중의 인기를 먹고 사는 연예인 책과 다를 바 없으며, 단명이 공통점”이라며 뼈있는 분석을 한다. 최근 출간된 와세다대학 정치학 교수(内田滿)의 유고집 《정치의 품위 — 일본정치의 새로운 새벽은 언제 오는가》가 시사하듯, 정치 선전문이 아니라 정치의 품위를 높이는 정치 관련서가 한·일 양국에 요구되는 시대다. **한민**

백원근님은 재단법인 한국출판연구소 책임연구원으로, 각종 매체에 출판정책에 관한 칼럼을 기고하고 있다.