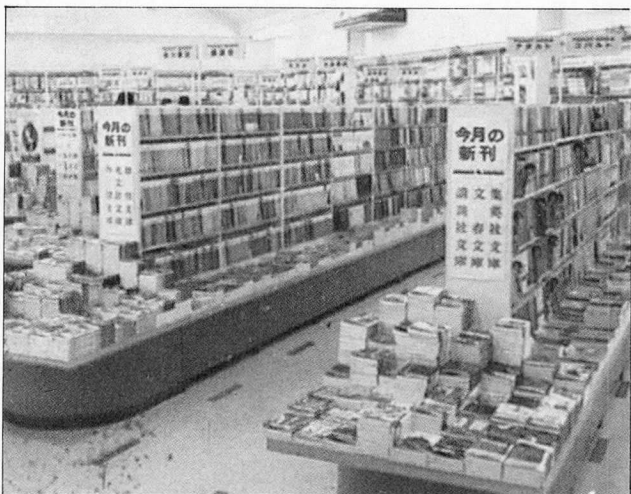


‘제4차 文庫붐’ 맞은 일본 출판계

87년에 3,687종 나와… 오락물에서 古典으로 회귀현상



일본의 문고출판은 포화 상태에 이르러 서점의 점두는 문고로 넘쳐흐르고, 그에 따라 ‘초판승부’의 잠지적인 문고본이 늘고 있다.

일본의 출판계가 바야흐로 ‘제4차 문고붐’을 맞고 있다. 지난 1984년께부터 시작된 제4차 문고붐은 해마다 상승추세를 보여, 87년에는 총 3,687종의 문고 신간이 나왔다. 이는 작년의 총 신간종수의 약 10%에 해당하며, 매일 10종씩이 발행되고 있다는 계산이다.

이렇게 홍수처럼 쏟아져 나오는 문고는 과거의 “고전·명작의 보급을 목적으로 한” 수수한 존재에서 오늘날에는 화려한 표지와 눈길을 끄는 때, 오락물 중심의 목록으로 많은 부수를 팔아치우는 主宗상품으로 탈바꿈하고 있다. 이러한 ‘문고붐’의 배경은 무엇인가.

선구는 1903년의 「袖珍名著文庫」

원래 ‘문고’란 책이나 문서를 넣어두는 장소를 의미했다. 이것이 전화하여 藏書나 콜렉션용을 가리키게 되었고, 근세에 와서는 오늘의 ‘도서관’에 가까운 의미로 쓰이게 되었다. 그러나 출판의 한 형식으로서의 문고는 일정한 장정이나 판형으로 계속해서 출판하는 시리즈물을 가리키는 경우와, A6판(148×105mm)의 소형 엮가본을 가리키는 경우가 있다. 여기서의 문고는 A6판의 시리즈물로 ‘문고’라는 이름이 붙은 책을 가리킨다.

일본의 문고는 1927년에 발간되기 시작한 「岩波文庫」를 효시로 꼽지만, 그 보다 앞서 1903년 富山房이 발행한 「袖珍名著文庫」가 현재의 문고의 선구로 일러진다. ‘수진본’(袖珍本)이란 소매 안에 넣고 다닐 수 있을 정도의 작은 책을 가리키는데, 이 「수진명저문고」는 뒷날의 「岩波文庫」와 마찬가지로 독일의 「레클람문고」를 본뜬 것으로, 일본문학의 고전·명작들을 수록했다.

그후 1911년 「立川文庫」가 지금의 문고보다 약간 작은 46반절판으로 나오는데 이어, 1914년에는 100페이지 안팎에 정가 10錢 균일의 얇고 값싼 「아카기(アカギ)총서」가 나왔다. 다이제스트판인 「아카기총서」는 「10전문고」라고도 불리었는데, 한때는 연간 100종 이상이 간행되었다.

같은해에 제1차 「新潮文庫」가 창간되었다. 「신조문고」는 현재까지 도합 네차례 나왔는데, 이것은 그 최초의 것으로 「아카기총서」에 대항하여 200페이지·25전 균일이었다.

「岩波文庫」와 「改造文庫」의 대결

여기까지가 말하자면 ‘문고붐’의 前史인데, 제1차 문고붐은 1920년대의 「円本」에 대한 반동에서 일어났다. 「円本」이란 권당 1권의 예약관매로 출판된 엮가본전집의 속칭으로, 1926년의 「현대일본문학전집」(改造社)에서 발간했다. 예약금 1엔을 먼저 지불하고 이후 배본 때마다 1엔씩을 지불해 나가는 판매방식의 이 ‘엔본’이 약 35만부라는 판매실적을 거두자, 다른 출판사들도 이를 뒤따르게 되어 ‘엔본시대’로 불리는 일대 붐이 일어났던 것.

이 ‘엔본시대’가 피크를 이루었던 1927년 7월에 유명한 「岩波文庫」가 탄생했다. ‘엔본’과 같은 예약출판 방식을 배제하고 독자로서 여금 “자기가 원하는 때에 원하는 책을 각개로 자유로이 선택”할 수 있게 한다는 취지로 발간된 「岩波文庫」는 후대에 편리한 국판 반절크기로 별표(★) 하나에 20전씩 정가를 설정, 고전 명저를 싼값으로 읽을 수 있게 함으로써 전집에 식상해 있던 독자들에게 신선한 충격을 주었다. 「岩波文庫」는 곧 많은 독자의

1927년에 창간된 「岩波文庫」를

효시로 하는 일본의 문고출판은

오늘날 매일 10종 이상의 신간이

쏟아져나올 정도로 붐을 이루고 있다.

그에 따라 제2차 출판물로서의

출판권 문제, 한계점에 이른 서점의

진열 스페이스 문제 등

새로운 문제점이 대두하고 있다.

이런 현상이 일시적인 경향으로

끝날 것인지는 미지수다.

호응을 얻어 「文庫」라는 명칭을 일반에 정착시켰다.

이 「岩波文庫」가 성공하자, 국판 반절크기의 엮가본이 다른 출판사로부터도 속속 간행되기에 이른다. 그중에도 ‘엔본’을 출판했던 改造社가 1929년부터 간행하기 시작한 「改造文庫」는 그 「간행의 말」에서 “엔본전집의 보급으로 독서인구가 수십배가 되었다”고 주장, 岩波에 반론을 제기하고 나섰다. 이렇게 岩波의 라이벌로 등장한 「개조문고」는 岩波의 100페이지당 20전의 정가설정에 대해 100페이지당 10전으로 정가를 억제하고 표지도 布클로스로 하는 등 岩波에 대항했다. 이 「개조문고」는 2차대전 말기인 1944년에 중단되기까지 6백종 이상이 간행되었다.

그후 1931년 「春陽堂文庫」가 발간된데 이어 이듬해에는 「일본소설문고」「세계명작문고」「소년문고」등이 잇달아 나왔다. 다시 1933년에는 제3차 「新潮文庫」(제2차는 1928년에 나옴)가 나오게 되는데, 앞의 「岩波文庫」에서 이 「新潮文庫」까지가 이른바 ‘제1차 문고붐’으로 불리는 시기이다. 이 무렵부터 시대는 급속히 전쟁 기운을 질게 드리워갔다.

50년대 초에 ‘제2차 붐’ 일어

제1차 붐에 등장했던 「개조문고」「춘양당문고」「신조문고」등은 대전 중에 발행이 중지된데 반해, 「암파문고」는 전시에도 계속 간행되었다. 그리하여 종전 직후인 1945~46년, 「암파문고」의 발매일에는 독자가 장사진을 쳤을 정도였다.

종전의 혼란이 어느 정도 가신 1950년에는 「角川文庫」가 발간되고, 전시중에 중단됐던 「춘양문고」「신조문고」등도 복간되었다. 그 후에도 새로운 문고들이 급속도로 늘어나 1951년 가을에는 「문고」라고 이름붙은 시리즈물이 90종 가까이에 이르렀다. 그중에는 B6판(46판)이나 新書判이 반수에 가까웠고, 나머지는 문고 사이즈였다.

그러나 제2차 문고붐의 종언은 빨랐다. 급격한 種數의 증가가 문고끼리의 경쟁을 격화시켜 시장정탈전이 벌어졌기 때문이다. 예컨대, 1951년 8월에 100엔이었던 문고의 평균정가가 가격경쟁의 결과 그해 12월에는 86엔으로 떨어졌다. 정가를 내리기 위해서는 인쇄부수를 늘리지 않으면 채산이 맞지 않는데, 새로 나온 문고들은 그것도 어렵다. 서점에서 서가를 많이 차지하는데 비해 이문이 낮은 문고의 판매에 힘을 쓰지 않게 마련이다.

이리하여 1951년에 피크를 맞았던 제2차 문고붐은 다음해 52년에는 일찌감치 퇴조기에 접어들게 된다. 이 시기에 창간된 문고로 지금도 남아 있는 것은 50년의 「角川文庫」, 51년의 「現代教養文庫」「青木文庫」「學燈文庫」, 52년의 「國民文庫」 등 5개 뿐이다.

‘3차 붐’ 계기 이론 「講談社文庫」

제3차 문고붐은 50년대 중반부터 시작된 일본경제의 고도성장이, 이른바 닉슨 쇼크·달러 쇼크·오일 쇼크(1차)의 3중 쇼크로 주춤했던 70년대 초에 일어났다.

제3차 붐의 계기가 된 것은 「講談社文庫」(71)의 간행이었다. 전후 일본의 최대 출판사의 하나가 문고출판에 나선 데 대해 다른 출판사들은 위기감을 느꼈다. 그리고 그것은 기우가 아니었다.

講談社의 가담에 따라 문고경쟁은 더욱 치열해져서, 문고로 만들 수 있는 책은 닥치는 대로 문고화하게 되었다. 중소출판사가 단행본으로 내놓고 있던 롱셀러가 문고화하여 단행본의 판매에 영향을 미치는 사태도 생겼다. 단행본이 나오고 나서 문고화하기까지의 기간이 짧아진 것도 이 무렵부터였다. 이 시기에 창간된 문고 중 주요한 것으로는 중앙공론사의 「中公文庫」(73), 문예공론사의 「文春文庫」(74), 그리고 「集英社文庫」(77) 등이 있다. 이 3차 붐을 고비로 문고의 신간종수는 연간 2,000종에 육박하게 되었다.

84년째부터 시작된 제4차 문고붐은 현재 진행중이지만, 실상 3차 붐과 4차 붐을 명백히 구획짓기는 어렵다. 중간에 소강상태의 기간이 있긴 했지만 3차 붐이 시작되고부터 15년 이상이나 문고는 계속 증가추세를 보이고 있으므로, 이전 붐이라기보다는 출판의 큰 흐름이라는 편이 좋을지도 모른다. 어쨌든 최근 5년간 문고의 판매액은 놀라운 신장율을 보여, 83년에 870억엔이던 것이 87년에는 1,245억엔으로 늘어났다.

‘초판 승부’의 잡지적 문고 늘어

현재 문고가 안고 있는 문제점은 두가지다. 하나는 제2차 출판물로서의 출판권 문제, 또 하나는 포화상태에 이른 출판중수를 둘러싼 문제다.

출판권에 관해서는, 지금까지 막연히 얘기됐던 “단행본 출판 후, 3년간은 문고화하지 않는다”는 상관습이 최근의 법원판결로 인정되지 않게 됐다. 따라서 문고의 간행 사이클이 앞으로 더욱 빨라질 것으로 보인다.

한편 출판중수의 증가에 따라 서점의 점수는 문고로 넘쳐흐르고, 전시기간은 단축되어 자연히 ‘초판 승부’의 잡지적인 문고본이 늘어났다. 그뿐 아니라 중수의 증가는 절판(혹은 품절)본을 다수 낳게 하는 결과를 초래하고 있다. 이는 서점의 서가 스페이스에 한계가 있듯이, 출판사의 관리중수에도 한계가 있기 때문이다.

어쨌든, 오락물을 주종으로 시작했던 제4차 문고붐은 이제 고전이나 문예물로의 회귀 현상을 보이고 있다. 이것이 일시적인 경향으로 끝나고 문고의 홍수가 여전히 계속될 것인지, 혹은 문고 출판의 전환점이 될 것인지는 붐이 끝나고나서야 비로소 판단할 수 있을 것 같다.

미국에 여행잡지 창간 러시

미국에서는 꾸준한 여행붐을 반영, 취향을 약간씩 달리하는 여행잡지가 잇달아 창간되고 있다. 올해 해외로 여행하는 미국인의 추정소비총액은 87년에 비해 14% 늘어난 329억 달러. 국내여행에서도 거의 같은 액수가

소비될 것으로 예상되고 있다.

이런 여행붐을 배경으로, 최근 몇달 동안에 3종의 유력한 여행잡지가 창간되었다. 먼저 작년 9월 콘데 너스트社가 4천만 달러를 투입해 고소득자 대상의 「트래블」(Travel)을 발간, 전세계 레스토랑의 상위 랭킹과 하위 랭킹을 발표하여 화제를 불러일으켰다. 이어 등장한 것이 페어차일드 퍼블리케이션즈의 「트래블 투데이!」(Travel today)로, 여행계획을 세울 시간도 없고 돈도 넉넉지 못한 사람들을 대상으로 값싼 항공운임이나 호텔요금 ‘패키지 투어’에 대한 정보 등을 주로 다루고 있다.

올 3월에는 바나나 리퍼블릭社가 「트립스」(Trips)를 창간, 시장에 가담했다. 마음내키는대로 여행을 즐기는 사람이나 방랑벽이 있는 모험가를 대상으로 하는 이 잡지는 창간호에 “여행에는 골프공을 잊지 말라”(전세계 거의 모든 호텔 욕조의 마개 대용이 된다)든가, “충소리를 들으면 먼저 욕조에 물을 채워라”(폭동이나 내전이 일어나면 제일 먼저 수도가 끊긴다)따위 충고를 실고 있다.

이런 여행잡지 창간러시의 계기가 된 것이 85년에 창간된 「유러피안 트래블 앤드 라이프」. 87년의 발행부수는 29만부였다.

한편 기존의 잡지들도 호조여서, 20세기 초두에 창간된 「트래블 홀리데이」(리더스 다 이제스트社)는 80만부, 「트래블 앤드 레저」(아메리칸 익스프레스)는 110만부에 광고수입은 3,950만 달러로 착실한 신장세를 보이고 있다.

앞의 후발 잡지들은 이들 선발 잡지들과는 약간 다른 취향으로 독자획득을 겨냥하고 있다. 그러나 「타임」지에 의하면, 여행관련기업이 여행잡지에 광고예산의 5분의 1밖에 투입하지 않는 실정에서 얼마만큼 부수를 신장시킬는지 우려하는 경향도 있다.



〈本社 入力室〉

書體・機能・技術・品質・時間에서

완전히 다른 Computer 組版의 専門業體입니다.

高級人力・校正人力을 節減하십시오.

特別한 作業方法에 의하여 OK를 놓으면 當日로 印刷를 할 수 있는 「東國」의 시스템은 利用을 해 보셔야 얼마 만큼의 利益이 큰가를 實感할 수 있습니다.

數式・古字・學參・辭典・教科書 등

잘 안되는 것이 없습니다.

Computer 組版에 失望을 하신 분,
一般的인 Computer 組版만
아시는 분을 위하여

하루에
3,000
페이지

서울 特別市 麻浦區 孔德洞 257~3



東國電算株式會社

☎ (718) 5011 ~ 2 · 4071 ~ 2