

올해 어떤 책이 얼마나 팔렸나

국내 창작소설 상한가... 광고공세로 독서풍토 편향 부채질

1994년이 거의 다 지나가고 있다. 올해도 어김없이 잘 팔리는 책이 있었고 그렇지 못한 책이 있었다. 어떤 책은 사회의 기류를 타고 독자의 손에 잡히는가 하면, 또다른 책들은 독자들의 의표를 찌르면서 다가가기도 했다. 출판물 간에도 서로 영향을 주고 받으며 새로운 출판분위기를 만들어내기도 했다.

올해는 특히 몇몇 밀리언셀러들이 폭넓은 독자를 확보한 반면, 밀리언셀러의 기세에 눌려 서가에 제대로 꽂혀보지도 못하고 생명을 다하는 출판물들이 많았다고 출판인들은 지적한다. 모든 출판인들로부터 부러움의 대상이면서 질시의 대상이 된 올해의 책은 「무궁화꽃이 피었습니다」(해냄)가 차지할 듯하다.

논쟁에 휘말린 「무궁화꽃...」

출판사측의 공식적인 발표에 의하면 올해 김진명씨의 「무궁화꽃...」은 200만부 정도 팔렸다고 한다. 이 책은 지난 77년 6월 미국에서 교통사고로 타계한 저명한 핵물리학자 이휘소 박사의 죽음을 놓고 단순사고사인가, 아니면 의문사인가 하는 논쟁을 일으키면서 일찍부터 독자의 관심을 끌기 시작했다.

저자 김진명씨의 주장에 의하면, 미 정보기관이 한국의 독자적인 핵무기개발을 저지하기 위해 박정희대통령이 국내로 유치하려던 이박사를 교통사고로 위장, 암살했다고 한다. 하지만 이휘소 박사의 제자 강주상 교수(고려대 물리학)는 김진명씨의 주장을 일소하고 나섰다. 책에 대한 논쟁은 논객을 달리하면서 최근까지 계속되고 있다. 이휘소 박사의 죽음에 대한 문제와 함께 북·미간의 핵협상도 이 책의 판매를 가속시킨 주요 요인으로 지적된다. 때문에 이 책은 중장년층의 열기를 먼저 받은 후에 청소년층으로 독자층이 확대되는 모습을 보이기도 했다.

올해 일대 파문을 일으키며 일본(인)론에 다시 불을 댕긴 책이 있다. 바로 KBS 동경특파원 전여옥씨의 「일본은 없다」(지식공작소)가 그것이다. 이전까지의 일본을 배우자는 논조를 일순간에 바꾼 이 책은 부정적인 일본의 얼굴을 독자들에게 보여주면서 10월말까지 50만부라는 판매고를 올렸다.

초반기에는 출판사 앞에 차를 대놓고 책을 가져가겠다는 중소서점상들이 들끓었다는 소문이 무성할 정도로 강세를 보이던 이 책은

무명작가들의 책이 높은 판매량을 보인

반면, 대다수 책들은 판매부진에

허덕였다. 베스트셀러의 표면적인

열기와는 달리 출판사측의 대대적인

광고몰량 공세가 베스트셀러를

만들었다는 달갑잖은 지적도 있었다.

이와함께 표피적인 '흥미'만 자극하는

저자와 '재미'만 추구하는 독자들의 한

판 어우러짐에 '양식'으로서의 책은

발붙일 곳이 없었다.

후반기 들어서 주춤하는 경향을 보였다. 「일본은 없다」의 상승세에 찬 물을 끼얹은 책은 바로 서현섭씨(외무부 구주 심의관)의 「일본은 있다」(고려원).

전여옥씨의 책이 주관적 체험을 바탕으로 일본문화를 비판적으로 기술한 것이라면, 서현섭씨는 일본역사 이면의 줄기를 훑어가며 일본의 실체를 객관적으로 투영하고 있다. 서현섭씨가 전여옥씨의 주장을 정면으로 맞받아치고 있는 만큼 두 책은 독자들로 하여금 책과 책의 맞대결이라는 이색적인 구경거리를 제공하고 있다. 「일본은 있다」는 현재 7만부 가량의 판매를 보이고 있으나 연말로 접어들면서 대형서점의 주간 베스트셀러 집계에서 「일본은 없다」를 앞서고 있다.

컴퓨터 연재소설도 잘 팔린다

이우혁의 「퇴마록」(동녘)도 풍성한 화제를 뿌리며 많이 팔리고 있는 책. 이 책은 특히 향후의 출판개념을 뒤흔들 수도 있는 컴퓨터 통신 연재물이었다는 점에서 다른 작품들과 차별점을 보인다. 컴퓨터 통신망에서 많이 읽힌 소설이 정작 책으로 나왔을 때는 판매량이 별 볼일 없다는 출판계의 징크스도 이 책에서는 통하지 않았다. 컴퓨터 통신에서 1만2천여건의 조회 횟수를 보인 「퇴마록」은 국내편 1권이 20만부나 팔리고 여섯권 모두 합쳐서 60만부나 팔리는 기록을 세우고 있다.

하지만 팔리는 양이 늘어나면서 선과 악이라는 이분법적인 사고를 청소년들에게 주입시킬 수 있다는 점을 비판하는 독자들도 늘고 있다. 80년대 「인간시장」과 같은 독자들의 반



독자들의 발길이 끊이지 않는 베스트셀러 코너.

응을 이 소설에서 읽을 수 있다는 점도 특이하다.

이와함께 '컴퓨터문단'에서 먼저 인정을 받고 출판된 소설 「고양이 여인숙」(유상욱, 움직이는 책)도 연말에 들어서 출간과 거의 동시에 많은 판매부수를 보이고 있는데, 이 작품도 6천여건이나 컴퓨터 통신에서 조회된 작품이다. 들녘 영업부장 강영길씨는 이 책들에 대해 "컴퓨터 통신을 통해 1차 검증된 작품이니만큼 입에서 입으로 광고가 자연스럽게 되고 있다"고 말한다.

전문문인들이 쓴 소설 중 올해 강세를 보인 작품은 이인화씨의 「영원한 제국」(세계사, 올해 45만부)과 오랜 침묵을 깨고 나온 최인훈씨의 「화두」(민음사). 최인훈씨의 책은 일반 독자들에게는 조금 어렵지 않겠느냐는 우려를 불식시키면서 많은 독자를 확보했다.

한편 소설에서 강세를 보인 문인은 '6·3세대'라고 불리는 두 여류작가들이다. 지난해 「풍금이 있던 자리」(문학과지성)로 베스트셀러 작가로 나선 신경숙씨가 올해는 「깊은 슬픔」(문학동네, 전2권)으로 또다시 승부수를 던졌다. 이 소설은 지난해 일간지에 「그 여자의 사계」라는 제목으로 연재됐던 것. 소설의 제목을 바꾸고 분량도 두배 정도 늘려 출간했다. 여전히 미려한 문체로 소설 읽는 재미를 독자들에게 던져주고 동시에 문단에서도 상당히 좋은 평가를 받으면서 50만부가 팔렸다.

여성들에게 인기를 끄는 작품으로는 공지영의 작품도 많이 거론되고 있다. 공지영은 지난해 말부터 베스트셀러에 올라 총36만부가

나간 「무소의 뿔처럼 혼자서 가라」(문예마당, 올해 26만부)를 비롯해서 「고등어」(웅진, 20만부), 「인간에 대한 예의」(창작과비평사, 10만부)가 올해도 많이 팔리면서 여성문제에 대한 사회의 시각교정을 촉구하고 나섰다. 저자 공지영씨의 말이다.

“사회에서 여성을 보는 눈이 참 인색하다. 남녀의 대립적인 관점이 아니라 서로 이해할 수 있는 분위기를 마련하기 위해서라도 지금까지 편협된 눈으로 여성을 바라보는 사회의 습관은 바뀌어야 할 것이다.”

공지영씨의 작품뿐만 아니라 최근 몇년동안 페미니즘 소설이 많이 출간되고 팔리는 현상에 대해 문학평론가 문홍술씨는 “여성의 사회 진출이 두드러지게 많아지면서 페미니즘 소설이 대두됐다. 새로운 가치관 정립의 측면에서 바람직하지만 페미니즘의 확산에 편승, 대중화하는 경향은 지양되어야 한다”는 지적도 내놓지 않는다.

여성필자들 활약 두드러져

한편 번역소설이 전반기 강세에서 후반기 중약세로 들어선 것도 주목을 끈다. 전체 70만부 중에 올해 35만부가 팔린 「개미」(열린책들)는 작가 베르베르가 내한하면서 다시 판매율이 높아지는 현상을 보였다.

올해 모 방송국에서 악마적인 유전인자와 인간의 대결을 그린 드라마는 기실 로빈 쿡의 「돌연변이」(열림원)에 영향받은 바 크다고 할 수 있겠다. 이 책의 저자 로빈 쿡은 '테크노메디컬'이라는 소설분야를 우리나라에 소개한

작가로 평가될 만하다. 또한 전체 60만부가 팔린 「모래」(전3권)는 20만불이라는 최고 로열티를 지불해 출판도 되기 전에 화제가 됐던 작품이다.

비소설분야에서 올해 많이 팔린 책의 필자를 보면 대부분이 여성이 차지하고 있다는 점도 특이하다. 그 대표적인 저자는 「뫼헨의 노란 민들레」(고려원)의 김영희씨와 후반기 강세를 보이고 있는 「별을 쥐고 있는 여자」(예음, 전3권)의 김순지씨. 두 책의 성격은 조금씩 다른 면을 보이고 있는데, 전자가 국제사회의 한 예술인이 인고의 세월을 세계무대에 투자하기 위해 노력한 과정을 보여준 것이라면 후자는 한 개인의 고난사를 주로 다루고 있다. 하지만 두 책 모두 매스컴의 집중 조명을 받으며 빠르게 판매부수가 신장됐다는 공통점을 지니고 있다.

비소설분야의 도서들 중에는 사회분위기와 상당한 유대관계를 유지하고 있는 것들이 많다. 지난해 후반기 성철 스님이 열반에 들면서 고조됐던 불교서적과 석용산 스님의 책들은 불행하게도 예상보다 못한 인기로 만족해야만 했다. 그 계기가 됐던 사건이 바로 조계종에서 벌어졌던 불교의 모습. 이 사건 이후로 석용산 스님의 책이나 불교관련서들의 판매량이 곤두박질쳤다고 한다.

「미국분 미국인 미국놈」(백현락, 도솔)이 성공을 거둘 수 있었던 이유도 사회분위기와 무관하지 않았다. 1권이 18만부, 2권이 9만부나 출간된 이 책은 우루과이라운드가 우리나라에서 일대 파동으로 번지고 있던 지난 4월에 출간되어 '미국분'과 함께 '미국놈'의 실체를 보여주었고 있다.

이밖에 「나의 문화유산답사기」(유홍준, 창작과비평사) 2권(35만부)이 나오면서도 1권의 판매부수는 여전히 높아서 올해만 40만부나 팔렸고, 「공구는 짱구」(장익순, 장원)가 45만부나 팔리는 등 지금까지 어렵게만 여겨지던 분야들에도 독자들의 눈길이 쏟아지고 있다.

사실 「나의 문화유산답사기」는 자동차시대를 맞이해서 어딘가로 떠나고 싶다는 일반대중의 욕망에 기댄 면이 없지 않은데, 그렇다고 해도 우리 국토에 대한 인상적인 평가를 내리고 있다는 점이 독자들로부터 많은 호응을 얻게 되었다고 분석된다. 지난해 베스트셀러 「꺼리」의 연장선상에 있는 「공구는 짱구」도

오리엔탈리즘에 대한 사회적인 분위기를 아우르면서 「논어」를 설명하고 있다.

말도 많고 탈도 많았던 시집 한 권

조용하게 판매량이 늘어난 책이 있는가 하면 시끌벅적하게 문화계를 진동시키며 술자리마다, 대화의 장소마다 거론되던 화제의 책도 있다. 그 대표적인 것이 40만부가 팔린 최영미씨의 시집 「서른, 잔치는 끝났다」(창작과비평사)이다. 이 시집은 문단에서도 긍정론과 부정론이 서로 맞서는 결과를 낳았다. 또한 일반 독자들에게도 “과감하게 성을 문학속에 끌어들었다”는 평가와 “치졸하다”는 평을 듣기도 했다.

이 시집에 대해 문학평론가 한원균씨는 “자신의 삶이 뜻하지 않던 수렁에 길들여지는 과정을 보여주는... 그녀의 이러한 모습이 대중적 정서의 가벼움으로 다가오고 감각적 비유의 참신성과 섬뜩함이 현실의 질서에 길들여진 많은 일상인의 내면을 충격하는 힘을 갖는 것이 사실”이라면서도 “사회의 보편적 욕망의 억압구조에 대한 고려가 없는 개인적 욕망의 재생은 문화적 퇴행을 반영하는 일이 될 수 있다”고 지적한다(본지 151호).

아무튼 이 시집은 「접시꽃 당신」이나 「노동의 새벽」 이후 「홀로서기」로 간간히 명맥을 유지해온 본격적인 문인의 시집도 베스트셀러에 들어설 수 있음을 다시금 증명해주었다.

경제·경영분야에서 올해 30만부가 팔린 「성공하는 사람들의 7가지 습관」(스티븐 코비, 김영사)이 말 그대로 '성공할 수 있었던' 데는 나름대로 그만한 이유가 있는 듯하다. 그동안의 자기개발서가 처세술에 지나지 않는 내용으로 전락했던 점에 비해 이 책은 인간의 성품변화가 선행되어야 자기개발이 이루어진다는 점을 강조하고 있는 것. 이러한 책은 리엔지니어링 분야의 도서와 성공 경영비법을 알려주는 책들의 인기와 직접적으로 연결된다. 즉 이 도서들이 많이 팔리는 현상은, 기업의 살빼기 경영방식과 여기서 살아남기 위한 저자생존이 사회에 팽배해 있음을 말해주는 것이라 풀이된다.

한편 「꼬리에 꼬리를 무는 영어」(이호림, 디자인하우스)는 성인용(25만부), 주니어용(20만부)이 모두 독자들로부터 호응을 얻었는데, 중고생들 대학생은 물론 일반인들에게까지 부는 외국어학습 열기를 반영하고 있는 결

올해 많이 팔린 책들

(단위 : 만부)

책명	저자	출판사	판매부수	비고
무궁화 꽃이 피었습니다	김진명	해냄	200	전3권
베니스의 개성상인	오세영	장원	170	전3권
나의 문화유산답사기	유홍준	창작과비평사	75	전2권
모래	알란 폴섬	서적포	60	전3권
퇴마록	이우혁	들녘	60	전6권
아리랑	조정래	해냄	55	전7권
일본은 없다	전여옥	지식공작소	50	
영원한 제국	이인화	세계사	45	
공구는 짱구	장익순	장원	45	
서른, 잔치는 끝났다	최영미	창작과비평사	40	시집
돌연변이	로빈 쿡	열림원	35	
개미	B. 베르베르	열린책들	35	전3권
뫼헨의 노란 민들레	김영희	고려원	33	
성공하는 사람들의 7가지 습관	스티븐 코비	김영사	30	
펠리컨 브리프	존 그리샴	시공사	30	
무소의 뿔처럼 혼자서 가라	공지영	문예마당	26	
나는 초라한 더블보다...	헬렌 브라운	푸른숲	25	
꼬리에 꼬리를 무는 영어	이호림	디자인하우스	25	
고등어	공지영	웅진	20	
미국분 미국인 미국놈	백현락	도솔	18	
나는 다만 하고 싶지 않은 일을...	김정일	새길	17	
그대가 곁에 있어도...	류시화	푸른숲	15	시집
인간에 대한 예의	공지영	창작과비평사	10	

※판매부수는 출판사에서 밝힌 수치임.

과가 아니겠느냐는 평가가 나오고 있다. 또한 토플시험문제에 대한 저작권소송이 일어나면서 출판사들이 토플교재 출판을 꺼리고 그 대신 회화중심의 책들을 개발하는데 이 책이 일정한 자극을 주었다는 것이 출판계의 분석이다.

판매량과 광고는 무관하지 않다

표면적인 열기와는 다르게 출판계에는 여전히 광고와 판매량이 맞물려 있다는 불명예를 아직도 씻어내지 못하고 있다. 베스트셀러를 낸 출판사의 관계자와 인터뷰를 해봐도 광고량이 판매량과 직간접으로 영향관계에 있음을 인정하고 있다.

“우리 출판사는 1년에 4~5권 정도의 책을 낼 정도로 책을 많이 내는 편은 아니다. 현재 우리는 라디오 광고에 주당 14개가 들어가고 있는데, 그렇다고 해도 출판광고가 총매출액의 15%를 넘지 않는다. 책을 적게 내는 대신

에 표지부터 광고까지 편집부에서 집행하기 때문에 우리의 의도대로 독자들에게 다가갈 수 있었다.”(ㄱ 출판사)

“한 달 평균 1억5천만원 정도의 광고비를 쓰고 있다. 많을 때는 3억원까지 썼다. 책을 팔아 이익이 남지는 않지만 우리 출판사의 이미지를 심어주는 것으로 만족한다.”(ㄴ 출판사)

이같은 분위기를 반영하듯 최근 몇년동안의 출판광고는 전체의 기록을 계속 갱신해왔다. 반면에 각 신문의 광고자리를 차지하기도 힘들다는 푸념이 늘고 있다. 올해 일부 책만이 높은 판매를 보이는 현상에 대해 한철희씨(돌베개 대표)는 “독자들의 편중된 독서풍토는 고쳐져야 한다”면서 “광고를 보고 충동구매를 하는 독자들을 위해서 신문이나 전문서평지의 역할이 강조되어야 할 것”이라고 지적한다.

—이성수 기자