

'위대한 영웅' '작은 행복' 갈망했던 한해

소설에서 에세이로 '정권교체' ... 사회불안 반영하는 책들 불티나게 팔려

지난해 출판시장은 《좀머씨 이야기》(열린 책들)와 《아버지》(문이당)가 '분할통치'했다면, 올해는 《마음을 열어주는 101가지 이야기》(이레)가 《아버지》의 철웅성 권좌를 밀어내고 '장기집권' 하는 영화를 누렸다. 소설에서 비소설로의 발빠른 정권교체의 밑바닥에는 대기업 연쇄부도, 감원태풍, 정치협오증 등 우리 사회의 심리적 공황이 깔려 있었다. 이런 어수선한 난국에서 사람들은 영웅을 필요로 했고, 한편으로는 거대한 것에 감추어진 일상의 감동을 요청했다. 소설에서는 《람세스》, 비소설에서는 《마음을 열어주는 101가지 이야기》가 이러한 심리적 기제의 최대 수혜자들이었다.

따라하기 출판의 천박한 풍토

외로운 섬처럼 떠도는 사람들에게 '마음을 열어주는' 감동적인 삽화를 그린 《마음을 열어주는 101가지 이야기》는 사람들의 '돈주머니'를 열어 일상의 작은 행복을 사게 했다. 이 책은 언론과 광고의 지원사격 없이 입에서 입으로 전해져 100만부를 거뜬히 넘기는 위력을 보였다. 원래 푸른숲에서 출판했던 《내 영혼의 닭고기 수프》의 둘째 권을 3권으로 펴낸 것이었고 역자도 같은 류시화였다. 그러나 판매결과는 이레의 압

승. 독자들의 마음을 읽은 출판사의 '감'과 제목에 크게 영향을 받는 독자들의 심리가 절묘하게 맞아떨어진 결과였다.

이 책은 이후 출판시장에서 '~가지' 류의 책들을 수십 '가지'로 양산하는 '따라하기' 출판의 물꼬를 열었다. 《20대에 하지 않으면 안될 50가지》·《30대에 하지 않으면 안될 50가지》(홍익출판사), 《한국이 일본을 죽어도 못따라잡는 18가지 이유》(사회평론) 등이 후속타로 인기를 끌자, 뒤이어 무려 40종을 훨씬 넘는 출판물이 '~가지'라는 제목을 달고 쏟아져 나왔다. 성공한 책의 후광에 편승하려는 천박한 출판풍토가 눈살을 찌푸리게 했는데, 출판평론가 김기태씨는 "소신 있는 기획출판과 독서풍토가 정착되지 않는 한, 공멸의 길로 우르르 몰려나가는 아류출판의 병폐는 치유되기 어렵다"고 지적한다.

《마음을 열어주는 101가지 이야기》의 절대권력에 대해 많은 비소설류의 책들이 군소영웅으로 할거하는 양상을 띠었다. 25만부가 팔린 《선과 악을 다루는 35가지 방법》(자작나무)은 연말에 《... 101가지 이야기》를 밀어내고 대권을 거머쥐었다. 철학과 유머, 은유와 풍자를 통해 시대를 초월한 처세의 지혜를 재미있게 묘사, 우화의 시대를 예고하게 했다.

어수선한 난국에서 사람들은 영웅을 필요로 했고, 한편으로 거대한 것에 감춰진 일상의 감동을 요청했다. 소설에서 《람세스》, 비소설에서 《마음을 열어주는 101가지 이야기》가 이러한 심리 기제의 최대 수혜자였다.

올 한해의 베스트셀러는 일상의 감동을 찾는 비소설류가 장악했다.



5월에 출간된 류시화의 산문집 《하늘호수로 떠난 여행》(열린책들)은 20만부를 팔아 류시화 작품사단이 서점가를 점령했음을 실감하게 했다. 이 책은 일상언어를 사용해 독자를 내면의 세계로 복귀하게 하는 마력을 지니고 있다. 그러나 그의 작품들이 탈역사성에 집착하고 있다는 비판도 만만치 않았다.

마이클 드로스닌의 《바이블 코드》(황금가지)는 삶이 빛는 불안을 참언으로 풀어가고

자 하는 독자들의 불안심리를 자극했다. 구약성경 속의 암호를 풀이해 인류에게 다칠 놀라운 미래를 경고해 전세계적인 화제를 모으기도 했다.

케어우먼의 성공담이 출판시장에서 성공을 보증한다는 통설이 올해도 맞아떨어졌다. 20만부가 팔린 표정연구가 정연아씨의 《성공하는 여자에게 표정이 있다》(명진출판사)와 SBS-TV를 통해 스타로 부상한 정덕희씨의 《부드러운 여자가 남자를 지배한다》(신원문화사)가 그것. 이러한 책들은 개인의 경험을 일반화함으로써 판매미니즘을 오히려 강화시킬 위험성이 있다는 비판적 입장이 개진되었다.

영웅, 가족, 그리고 여성

올해 소설계는 '영웅'과 '가족', 그리고 '여성'의 삼두체제였다. 소설독자들은 이집트의 람세스 2세와 조선 선조대의 장씨부인을 만나야 했다. 《아버지》의 장기독재체제의 막을 내리게 한 《람세스》(문학동네)는 올해 독서계에 '이집트 바람'을 몰고왔다. 사람들의 불안한 심기가 절대적인 카리스마에 대한 열광으로 나타난 것이다. 현재까지 약 70만부의 판매고를 올렸지만, 출판계에 몰아친 도매상의 부도한파에 직격탄을 맞고 판매액을 상쇄해버렸다고 한다.

조선 선조대의 여성을 불러내어 현대여성들의 허위의식을 날카롭게 비판한 《선택》

사회불안으로 안정감 찾으려는 독서경향

서점인들이 본 97년 독서흐름

■ 김교섭(부산 영광도서 문화부장) — 부산에서는 《사념의 산 사랑의 강》(부산일보사), 《우리 소리 우습게 보지 마라》(이론과 실천) 등이 많이 팔렸다. 불황여파에 따라 매출액이 작년에 비해 10% 정도 감소 추세에 있다. 독자들은 자극적이고 읽기 쉬운 책들을 선호한다. 출판사들은 문학성과 상업성을 균형있게 조화시켜가기를 바란다.

■ 김필수(대전 대훈서적 대표) — 올해 소설이 전반적으로 부진했지만 《들국화》(밝은세상), 《착한 여자》(한겨레신문사), 《그는 언제 오는가》(조선일보사) 등이 독자들의 사랑을 받았다. 불황여파 때문에 경제·경영

서나 처세서가 꾸준히 나갔다. 서점과 출판사들이 서로 존중하고 협력하는 자세가 필요하다.

■ 이관중(교보문고 조사홍보부 과장) — 올해 사회적인 불안감이 확산되면서 일상생활의 행복과 안정을 구하려는 독서경향이 주류를 이루었다. 이러한 독자들의 구미에 맞춘 모방출판물들이 쏟아져 나왔다. 이는 출판계의 영세성과 상업성 때문에 일어나는 과도기적 현상이다. 출판사들은 삶과 세계에 대한 통찰력을 제공하는 책들을 펴내는 데 최선을 다해야 한다.

■ 문미경(광주 일신문고 홍보과장) — 올

해 전반적으로 비소설들이 강세를 보였지만, 특히 강준만 교수와 김대중 총재의 저서들이 좋은 반응을 얻었다. 독자들은 자신에게 당장 유용한 지식과 정보를 얻을 수 있는 책들을 선호하지만, 누가 언제 읽어도 감동과 지혜를 얻을 수 있는 좋은 책들이 더 많이 나오기를 바란다.

■ 최정학(대구 제일서적 관리부장) — 정호승, 정광호 등 대구출신 작가들의 책자가 다른 지역에 비해 잘 팔린다. 경기불황에 따라 재테크, 창업관련서적, 처세술 등이 많이 팔리는 반면 인문사회과학 서적들은 재고가 쌓이는 형편이다. 독자들이 너무 가볍고 감성적인 책에만 몰리는 경향이 안타깝다. 시류에 휩쓸리지 않고 자신만의 출판철학을 지켜나가는 출판사들이 아쉽다. ◆

한솔제지 「소프트 코트紙」 개발

고품질 저가격으로 틈새시장 공략,
부교재 시장 Hit예고



(민음사)은 작가와 비평가들 사이에 페미니즘과 반페미니즘 중 하나의 노선을 '선택'하도록 강요하기도 했다. 우리 사회에서 '문화권력'으로 자리잡은 이문열의 영향력을 다시 한번 확인시킨 중요한 사건이었다.

일본의 이쿠타가와 상을 수상한 제일교포 작가 유미리의 《풀하우스》와 《가족시네마》(고려원)는 해체된 가족의 상처를 고스란히 보여주어 주목을 끌었다. 공지영의 《착한 여자》(한겨레신문사), 은희경의 《타인에게 말걸기》(문학동네), 김지원의 《사랑의 예감》(문학사상사) 등 여성작가들이 호평을 받으면서 순수소설의 맥을 이었다. 이밖에 허병무의 《들국화》(밝은 세상)와 산드라 브라운의 《위험한 특종》(들녘미디어)은 문단과 비평가들의 싸늘한 침묵 속에서도 각각 30만부와 20만부를 팔아 '재야 베스트셀러'의 위력을 과시했다.

산문이 우세한 상황 속에서도 류시화의 《외눈박이 물고기의 사랑》(열림원)과 정호승의 《사랑하다가 죽어버려라》(창작과비평사)가 주목을 받았다. 특히 류시화는 91년에 출간된 《그대가 곁에 있어도 나는 그대가 그림자》(푸른숲)와 이번 시집이 각각 65만부와 60만부가 팔려 베스트셀러 제조기로 자리잡았다. 이러한 시집들이 독자들에게 쉽게 읽히고 영혼의 위안을 주기도 하지만 삶과 역사에 대한 진지한 성찰들이 결여되었다는 지적도 문단 안팎에서 제기되었다.

역사읽기의 '인스턴트화' 우려

역사교양서들이 여전히 강세를 보인 인문사회 분야는 전년도의 인문학 부흥과 약진에 비해 전반적으로 저조했다. 종합 베스트셀러에 올라 있는 것은 《한권으로 읽는 조선왕조실록》(들녘)과 《나의 문화유산 답사기3》(창작과비평사) 정도. 작년 3월에 나와 현재 68만부가 팔린 《한권으로 읽는 조선왕조실록》은 조선 27대 왕조의 계승과 역대 왕들의 치세를 정사로 요약해 역사읽기의 대중화를 주도했다. "올해 대권경쟁과 MBC 드라마 《용의 눈물》의 영향으로 왕조와 역사읽기 바람이 수그러들지 않았다"고 들녘의 박성규 편집장은 밝힌다. 역사의 대중화라는 긍정적인 측면 이외에 무수한 오류를 만들어냄으로써 진지한 역사 텍스트가

밀려나고 역사읽기의 '인스턴트화'를 부추킨다는 우려의 소리가 높았다.

시오노 나나미의 《로마인 이야기6》(한길사)와 건축가 김석철의 《세계건축기행》(창작과비평사)도 고급독자의 인문적 열정을 충동질했다. 한편 '1인 저널리즘'을 표방한 강준만 교수(전북대)의 《인물과 사상》(개마고원)은 '실명비판'을 내세운 도발적인 문제제기로 신선한 화제와 논란을 불러일으켰다.

경제불황을 반영하듯 '돈'자가 들어가는 제목의 창업관련서와 스티븐 코비의 처세술이 경제·경영분야를 장악했다. 《성공하는 사람들의 7가지 습관》(김영사)은 94년에 출간되어 현재까지 85만부가 판매되었고, 울초에 발간된 《소중한 것을 먼저 하라》(김영사)도 10만부가 팔려 코비식의 처세술이 우리 사회에서 맹위를 떨쳤다. 《부동산 재테크》(더난 출판사), 《돈버는 데는 장사가 최고다》(현대미디어), 《경제기사는 돈이다》(거름) 등도 불황과 감원의 시대에 살아남기 위한 생존전략을 제시해 많은 독자들의 발길을 끌었다.

자연과학분야에서는 한때 교양과학자가 활기를 띠었지만 올해는 새로운 기획물을 거의 내놓지 못하면서 정체상태를 보였다. 《엔트로피》·《과학혁명의 구조》(두산동아), 《시간의 역사》(삼성출판사) 등 스테디셀러들이 꾸준한 인기를 모았고, 까치글방에서 나온 《과학의 종말》과 《정자전쟁》, 사이언스북스의 《미스터 파인만!》 등이 고급 과학교양서의 서가를 풍요롭게 했다.

외국만화가 창작동화를 압도한 아동분야에서는 TV에서 방영된 인기만화를 책으로 엮은 《달의 요정 세일러문》과 《천사소녀 네티》(지경사)가 10만부를 훌쩍 뛰어넘는 수확을 올렸다. 어른들의 왕조읽기 열풍이 아동물에도 파장을 미쳐 《이야기 조선왕조 오백년사》(창출)가 관심을 모았다. 지난 8월에 출간된 《돌아온 진돗개 백구》(대교출판)는 대전에서 진돗개 애주인을 찾아와 사람들을 감동시킨 진돗개 백구 이야기를 그린 창작동화. 이 책은 하반기의 아동부문 베스트셀러 1위에 오르면서 현재 매달 1만부씩 판매돼 내년은 백구의 해가 될 것으로 기대하고 있다. — 박천홍 기자

① 한솔제지주식회사(대표 具亨佑)는 최근 「소프트코트(Soft Coat)」라는 이름의 획기적인 부교재용 신제품을 개발, 본격적인 판매에 들어갔다.

소프트 코트紙는 현재 국내 부교재 시장에서 일반적으로 사용되고 있는 중질, 서적지보다 품질면에서 한단계 Up-Grade한 제품으로, 최근고급화되고 있는 부교재 시장의 고품질 욕구를 만족시키면서 동시에 가격은 일반 서적지와 큰 차이 없는 제품을 개발한다는 한솔제지의 마케팅전략에 따라 10개월여에 걸친 연구개발을 통해 탄생한 신제품이다.

② 본제품의 특징을 살펴보면, 생산제품의 평량범위는 60~80g/m²이며, 일생산량은 300톤의 공급능력을 갖추고 있다.

생산공정은 원료로 자가 기계필프와 고급필프를 적정 배합한후 여기에 외침으로 Gate Roll(종이 원지 표면에 고급안료를 고르게 코팅해 주는 설비)에서 미량 코팅을 한후 최종 SNC(Soft Nip Calender; 일정 온도와 선압을 주어 제품의 평활도 및 광택도를 향상시켜 주는 설비) 통지로 고급스럽고 면감이 우수한 제품을 생산하고 있다.

소프트 코트紙는 색상이 밝고

연한 미색을 띠고 있어 눈의 피로감을 줄여주고 학습효과 및 집중도를 높여 준다.

품질은 자가원료의 사용으로 불투명도(저평량지의 필수 관리항목)가 높고, 미량코팅으로 광택 및 평활도 높아 면감(面感)이 뛰어나며 특히 인쇄시 망점 재현성, 인쇄광택이 우수한 지종이다.

사용용도는 학습지, 중·고등학교 참고서, 부교재, 대학교재, 일반 단행본 출판물, 잡지, 전단물 등에 사용하면 아주 좋은 효과를 거둘 수 있다.

③ 한솔제지 영업본부 金英在 이사는 "일반 서적지에 비해서 평활도는 4배, 광택도는 2배이상 뛰어나다."며 제품의 특성을 설명하고 "고객의 Needs가 무엇인지를 정확하게 파악하고 그에 부응하는 신제품 개발에 더욱 박차를 가하겠다."고 말했다.

지난 10월부터 시장에 나온 소프트 코트紙는 이미 연말까지 4,000톤이 계약되어 시장에서의 인기를 예고하고 있고, 한솔제지 측은 내년에는 연간 11만여톤에 달하는 전체 서적지시장의 50% 이상을 석권할 수 있을 것으로 내다보고 있다.

(한솔제지 영업기획팀 전화: 399-4198)