

일본 출판의 새로운 경향

근래 일본에서는 10대를 대상으로 한 새로운 기획물 출판이 활발하다. 그 배경에는 전국적으로 2만 5천 개 이상의 초·중·고교에서 실시중인 ‘아침독서 운동’ 등으로 형성된 아이들의 독서 습관과 대기 수요가 자리하고 있다. 1995년 도매상 토한의 지원으로 본격화된 아침독서 운동의 효과가 어린이·청소년 출판시장의 확대에 선순환되고 있는 것이다. 뿌린 대로 거둔다는 진리를 새삼 일깨워 준다.

글_백원근

‘아침독서’ 효과로 틴에이지 시리즈를 출간 봄

책 읽기에 맞들인 학생들을 아동서에서 소설, 논픽션 등 일반도서로 유도하여 성숙한 독서인, 생애의 독자로 성장시키는 데 가교 역할을 하는 10대 도서의 관건은 콘텐츠에 얼마나 재미를 접목시키는가에 있다. 그래서 최근 발행을 시작한 시리즈의 메뉴도 고전 명작부터 판타지, 휴대폰소설에 이르기까지 종류가 다채롭다.

포켓문고 시리즈를 펴내는 포플러사는 10대 타깃의 <포플러 판타지문고>를 창간했다. 포켓문고를 졸업한 아이들을 위한 기획이다. 스테디셀러 명작을 초등학교 고학년이 충분히 읽을 수 있도록 활자를 키우고 장정을 바꾸는 등 리뉴얼했다.

청소년출판의 선두주자 중 한 곳인 리론사가 착목한 분야는 미스터리물이다. 올 봄부터 청소년 대상의 미스터리 입문서격인 소설 시리즈 <미스터리 YA(청소년)>를 발행하고 있는데, 온다 리쿠를 비롯한 인기 작가들의 작품이 근간 예정 목록에 올라 있다. 표지와 삽화에 애니메이션 스타일의 등장인물 일러스트를 입혀 게임이나 만화와 비슷한 친근감으로 콘텐츠의 매력을 소구하는 라이트소설식 접근법을 취한다.

2006년 매출 규모에서 당당히 고단샤를 제친 쇼각간도 중고생용 문고 시리즈인 <가가 문고>와 <루루루문고>를 지난 봄철부터 매달 다섯 종 정도씩 발행 중이다. 남자 어린이 대상 소년만화를 소설화하거나, 여자 어린이 대상의 판타지물을 중점적으로 펴낸다. 휴대폰소설로 유명한 <마법의 랜드>도 여중고생 필자를 주축으로 100만 편의 소설을 사이트에 게재하는 대기록을 세운 데 이어 저연령 독자층 개발에 적극 나서고 있다. 가도카와그를 계열인 미디어웍스와 공동으로 사이트에 연재된 소설을 종이책 문고 시리즈로 펴낸다.

한편, 최근 열네 살을 주제어로 삼은 책들이 화제다. 심리학, 소설, 수필, 직업, 정치, 처세술, <14세에 만난 반야심경>까지 작년 9월에서 올해 내내 한 달에 몇 종씩 쏟아지고 있다. 작년 가을 중학생 임신 문제를 다룬 드라마 <14세 엄마>가 방영되고 올해 5월에는 영화 <14세>가 개봉되는 등 14세 열풍이 대단하다. 특히 가와 데쇼보신샤 출판사는 <14세의 처세술> 시리즈에서 각 권마다 점(占), 민족, 좌익과 우익 등을 단면으로 삼아 세상을 보는 안목을 키워주는 기획에 매진중이다. 미래에 대한 고민이 시작되는 이 시기에 맞춰 삶의 의미를 깨달으며 주



일본 최초의 인터넷 연동형 추리소설 (노 솔루션)

체적인 자아 형성을 하도록 돕는 책들인데, 사춘기 아이들이 어른이 되기 위한 지혜를 슬기롭게 전수해주지 못하는 요즘의 부모나 사회공동체의 역할이 축소된 현실을 반영한다는 분석이다.

꼬리에 꼬리를 무는 긴 제목의 책

《로빈슨 크루소》의 원제목이 125자나 된다고 하니, 일본에서 114자의 제목을 단 책이 나왔다고 해서 크게 놀랄 일은 아니다. 《고민도 해매는 것도 짧은이의 특기라 생각하면 그리 신경 쓸 일은 아니랍니다. 모두가 그렇게 해서 어른이 되는 것이므로...》라는 그 책은 미술가인 저자가 2001년부터 자신의 홈페이지 올렸던 일상의 기록과 생각을 묶어낸 것이다. 일본 책 중에서 가장 긴 제목을 만들기 위해 편집부에서 자료 조사까지 했더니, 마케팅 감각이 녹아든 기획이라 하겠다. 이외에도 《비 내리는 밤에 우산도 쓰지 않고 레인코트 깃을 세우고...》(총 72자), 《밥을 고봉으로 퍼주는 이쭈마네 식당은 반드시 번창한다》를 비롯해 긴 제목이 표지를 꽉 채우는 경우가 적지 않다. 이처럼 《국가의 품격》 등 짧은 제목의 베스트셀러들이 연타 흥련을 계속 치는 가운데, 문장형의 긴 제목들이 유행처럼 일본 출판가에 증식하는 현상은 흥미롭다.

예전부터 비즈니스 관련서나 실용서에서 이런 경향이 없지 않았으나 문예물에서도 《세상의 중심에서 사랑을 외치다》의 히트 이후 확산되는 흐름이 나타나고 있다. 긴 제목의 책들은 독자들에게 심리적 거리감을 해소시켜 주면서 접근성을 높인다는 장점이 있지만, 상상력이 약해진 독자들에게 긴 설명을 해야 하는 ‘로(low) 콘텍스트 사회’의 반영이라는 분석에 설득력이 실린다.

날조된 역사에 대한 연구서

기존 역사연구에서는 이단시되어 가치를 인정받지 못했던 위사(僞史)와 위서(僞書)를 재평가하는 연구서가 잇따라 나오고 있다. 이들 책은 주로 자료적 가치보다는 그것이 나오게 된 시대적 배경이나 작자의 동기를 파고든다는 점이 특징이다.

《위사와 기서(奇書)의 역사》는 고대부터 메이지 시대까지 100편의 가공 문헌을 모아 소개한 가이드북이며, 《위사로서의 민속학》은 민속학자 야나기타 구니오가 황당무계한 주장을 펼친 이들과 폭넓게 교류한 점을 파헤쳐, 그의 학술 연구에 위사의 영향이 컸음을 논거한다. 《기서 '선대구사본기(先代?事本紀)'의 수수께끼를 찾아서》는 일본에서 가장 오래된 책으로 간주된 위서의 성립 배경과 저자 등을 추적하여 집대성한 것이다. 혼란한 시대일수록 역사를 날조하는 무리가 등장한다는 지은이들의 주장이 옛 이야기만은 아닌 듯하다.

출판과 웹 비즈니스

일본경제신문이 발표한 올해 상반기 히트 상품 명단에 ‘휴대폰소설’이 올랐다. 그도 그럴 것이 최대 도매상인 닛판의 상반기 베스트셀러 10권 중 무려 5권이 휴대폰소설이었다. 휴대폰으로 쓰고 휴대폰으로 읽는 엄지족의 막강한 영향력에 출판계가 술렁이고 있다. 이런 분위기에서 인터넷 비즈니스를 대폭 강화하고 있는 고단사는 지난 7월 아마존재팬 사이트에서 인기 미스터리 작가의 단편 67편 중 10편을 네티즌 투표와 작가 선정으로 선정해 단편집을 만드는 사업을 시작했다.

요즘 일본의 텔레비전 광고에서는 “웹으로 이어서”라는 인터넷 연동 광고가 유행인데, 그 문구가 출판계에도 침투했다. 지난 5월 중순에



지난 5월 말 도쿄에 첫 등장한 이래 주요 전철역으로 확산중인 문고본 자판기. 16종의 문고본이 10부씩 보관된다. 자판기 운영 회사의 이름이 ‘호평 이어서인진 판매도 호평을 받고 있다.

출판된 이시가 토시히로의 추리소설 《노 슬루션》은 마지막까지 범인의 정체체를 숨기고 인터넷으로 접속해 결말을 읽도록 유인하는 전대미문의 인터넷 연동형 소설이다. 대체적인 스토리를 알고 있어야만 맞출 수 있는 퀴즈가 인터넷 열람의 패스워드 역할을 한다.

컴퓨터나 휴대폰의 자판 문화가 손 글씨 문화를 무너뜨리는 시대의 위기감을 반영한 듯 관련서도 속출하고 있다. 인터넷 시대는 책의 위기일 수도 있지만 문자문화의 확장을 통해 책의 가능성을 무한히 키울 수 있는 더 없는 기회의 시대이기도 하다. ■

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