

중국문학작품의 생산기제:

2008년-2010년 문학류 베스트셀러를 중심으로*

朴英順**

◁ 목 차 ▷

- I. 시작하면서
 - II. 베스트셀러의 성장과 집계시스템
 - 1. 베스트셀러의 성장
 - 2. 베스트셀러 집계시스템
 - III. 문학류 베스트셀러와 생산기제
 - 1. 작품상 특징
 - 2. 작가 생산기제
 - 3. 출판 기제
 - 4. 시장 기제
 - IV. 맺으면서
-

I. 시작하면서

이 글은 문학류 베스트셀러를 통해 문학작품이 생산, 유통되는 전반적인 기제(機制)를 살펴보고자 한 것이다. 일반적으로 문학에서 지식인을 작가(생산자)라고 볼 때, 그들이 생산하는 작품(생성물)을 지식이라 할 수 있을 것이다. 베스트셀러(문학류)는 작가들이 생산해낸 지적 생산물로서 문학 지식을 형성하는 한 요소가 될 것이다. 이로 볼 때, 베스트셀러는 대중적으로 넓게 파급된 문학 지식의 일부가 되므로 베스트셀러의 생산기제를 통해 대중화된 문학 지식의 형태와 문학작품의 생산인프라를 파악할 수 있을 것이다. 이점이 본고의 목적이다.

* 이 논문은 2009년도 정부재원(교육과학기술부 학술연구조성사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2009-362-B00011)

** 국민대학교 중국인문사회연구소 HK연구교수

90년대 중후기 중국에 베스트셀러 순위가 생겨나면서부터 문학류 도서는 줄곧 베스트 순위에 오르는 주요 도서가 되었다. 이로써 어떠한 문학류의 서적들이 베스트셀러가 되고, 어느 작가가 베스트셀러 작가이며, 어느 출판사가 베스트셀러를 많이 출판하는 지에 대한 관심도 생겨났다. 이러한 점은 베스트셀러의 전반적인 생산인프라를 통해 충분히 파악할 수 있을 것이다.

이 글에서 말하는 베스트셀러의 생산기제는 문학작품을 생산해내는 주체인 작가, 이를 기획·제작하는 출판사, 홍보·서평을 하는 언론, 유통·판매를 담당하는 서점 등이 작동하는 유형의 기제와 국가나 시장이 만든 제도, 법규 및 환경 등 무형의 기제가 상호 연계되어 있는 메커니즘을 의미한다. 이런 범주 내에서 문학작품이 하나의 문학 지식으로 만들어지기까지 어떠한 기제가 작동되었는지를 파악한다면, 현재 중국문학 생산인프라의 대략적인 지형도를 그릴 수 있을 것이다.

베스트셀러 순위의 자료출처와 분석대상은 현재 중국에서 가장 권위 있는 베스트셀러 집계기관 開卷暢銷書研究有限公司의 開卷暢銷書排行榜의 2008-2010년의 랭킹 30위에 해당하는 문학류 베스트셀러이다. 본고는 문학작품의 전반적인 생산기제를 파악하는 데 중점을 두므로 작가작품에 대한 내용보다는 작품이 탄생하기까지 작가, 출판사, 시장, 언론 등이 어떠한 기제 속에서 작동되고 있는지를 중점적으로 논의하고자 한다. 먼저 작품유형에 대해 간단히 살펴보고 둘째, 작가 생산기제 면에서 작가 등단기제와 작가 양성기제를 논의하며, 셋째, 출판기제 면에서는 전문적인 베스트셀러 기획기구와 출판연구기관 등을 살펴보고, 끝으로 시장기제에서는 유통과 확산의 경로인 매체와 서점 등에 대해 살펴본다.

Ⅱ. 베스트셀러의 성장과 집계시스템

1. 베스트셀러의 성장

중국의 베스트셀러의 탄생은 중국 출판업이 점차 시장화 되고 민영화되면서 발전해왔다. 80년대에서 90년대 중기까지는 도서발행량의 한계, 독자들의 구매력 등의 약화 등으로 출판시장은 그다지 활기를 띠지 못했다. 개혁개방이후 90년대 이전은 문화의 사막화로부터 서서히 벗어나온 시기로서, 당시 베스트셀러는 사대

기서나 고전문학 명저 및 노신, 파금, 장애령 등의 현대문학작품이나 문혁이후에 출현한 상흔(傷痕), 반사(反思), 심근(尋根) 문학류 등 계몽문학의 소설이 주를 이루었다.¹⁾ 90년대 이후 2000년 전까지는 엘리트문화, 대중문화가 함께 성행하고 대중매체가 생겨나고 인터넷 문학이 출현하면서, 출판업도 '사업형 單位'와 기업형 관리'로 바뀌면서 다양한 영역의 서적들이 출판되었다. 게다가 1991년 전후로 중국에 베스트셀러 순위가 생겨나면서 베스트셀러 작가라는 말도 일반적으로 쓰이기 시작했다. 그 후 2000년대 베스트셀러의 두드러진 특징 중의 하나는 百家講壇의 시리즈물 《品三國》, 《論語心得》 등의 국학류 서적, 《杜拉拉升職記》, 《幻城》같은 젊은 작가들의 청춘문학류, 아동류 서적, 교육류, 경영관리류, 외국번역 소설류 등 다양한 서적들이 쏟아져 나왔으며, 다양한 언론매체를 통한 광고, 서평 등도 활발히 진행되었다.

이러한 변화 속에서 현재 2009년 한국콘텐츠진흥원의 해외콘텐츠시장조사(출판)에 따르면, 중국 도서시장은 지난 2007년 중국 전역에서는 약 24만 8,238종에 달하는 도서가 출판되었으며, 62억 9,300만 권의 인쇄 부수를 기록한데 이어 2008년에는 27만 종의 도서가 출판되었고, 총 발행 부수는 69억 3,600만 권에 달한 것으로 추정된다.

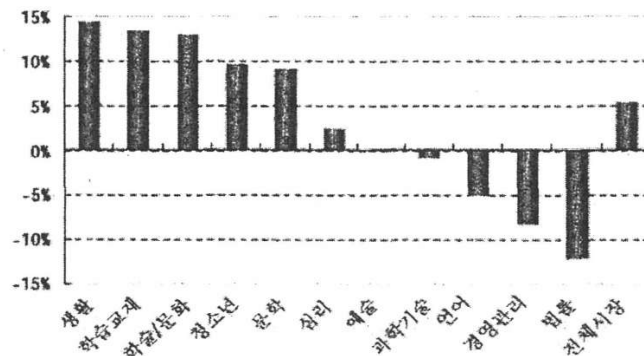
중국 도서 시장 성장 추이(2000-2007)²⁾

연도	출판사 수	발행종수		발행부수(억부)
		전체	신간비율(%)	
2000	528	143,376	58.8	73.2
2001	525	154,526	59.2	63.1
2002	532	170,962	58.9	68.7
2003	535	190,391	58.2	66.7
2004	572	208,294	58.4	64.1

1) 80년대 중반을 전후한 대략적인 중국 문학의 흐름을 보면, 먼저 문학을 통한 역사적 체험 및 트라우마를 성찰, 저항 또는 고발의 형태로 쓴 상흔, 반사문학이 등장한다. 이 후 동성시에 논쟁과 문학의 주체성에 관한 논쟁을 거친 후, 지식청년(知青)작가를 위주로 한 일부 작가들에게 의해 문학에서의 뿌리찾기(尋根)운동이 제기된다. 특히 한사오공(韓少功)에 의해 시작된 심근문학은 주로 민족 전통문화의 토양 속에서 묻혀있는 민족적 자아, 문화의식 등을 다시 구조화하는 문학주장을 의미한다.

2005	573	222,473	57.8	64.7
2006	573	233,971	55.7	64.1
2007	579	248,283	54.9	62.9
2008	-	270,000	-	69.7

이렇게 도서출판시장의 규모가 점차 커짐에 따라 2000년대는 중국 도서시장이 그야말로 ‘베스트셀러’로 진입하는 시대라고 할 수 있다. 경제의 고도성장은 독자들의 구매력을 증진시켰고, 인터넷 보급과 글로벌화 및 교육수준의 향상 등은 구매시장의 확대를 가져왔으며, 독자들의 구매능력의 향상은 다양한 문화콘텐츠를 양산하는 데 영향을 주었다. 이렇듯 2000년대는 베스트셀러에 있어 ‘기회와 도전’의 10년이였다. 이러한 배경 속에서 2007년 중국에서 출판된 문예 분야 도서는 총 27만여 종으로 연간 전체출간도서 종수의 11%를 차지했으며, 그 중 문학도서는 약 15만 4천으로 전체의 6%를 차지하고, 예술도서는 약 12만 종으로 전체의 5%를 차지하였다.³⁾

중국 도서 시장부문별 성장률(2009년 상반기)⁴⁾

표에서 드러나듯이 2009년에도 문학류 도서는 여전히 증가하는 추세이다. 문학

2) 연구기관 (주)스트라베이스 《2009해외콘텐츠시장조사(출판)》(서울, 한국콘텐츠진흥원, 2010), 132쪽.

3) 신광웨이 지음·인트랜스 번역원 옮김 《중국 출판-수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘 본다》(서울, 북폴리오, 2011), 84쪽.

4) 《2009해외콘텐츠시장조사(출판)》, 상계서, 133쪽.

도서는 매우 광범위한 독자층을 보유하고 있으며 출판 종류도 상당히 다양하다. 현재 전체 문학도서의 10%도 안 되는 베스트셀러 도서가 전체 문학도서시장의 60%이상을 차지하고 있으며,⁵⁾ 특히 2008년도 문학류 베스트셀러 가운데 직장(職場)소설인 《杜拉拉升職記》 등은 선풍적인 인기 속에서 연이어 시리즈를 출간하면서 출판 흥행을 주도하였으며, 드라마와 영화, 연극 등으로도 제작되었다.⁶⁾

이렇게 문학 서적과 베스트셀러의 성장을 가져온 배경에는 2004년 출판사를 사업단위 체제에서 경영형 기업단위체제로 전환하고, 2009년 신문출판체제 개혁에 따라 출판사를 기업화 체제로 관리하기 시작했기 때문이다. 현재에도 1천 여개의 신문이 기업화, 시장화 관리로 변환하고 있다. 이는 도서출판 산업의 자본시장이 점차 개방되고 있다는 중국출판산업의 변화를 의미한다. 또한 WTO가입 이후 중국에 외국 출판사들이 진입하면서 도서출판 산업의 시장화 발전을 촉진하고 있다. 출판체제의 개혁과 자본시장의 개방 등 도서출판의 제도적 환경이 마련되었기 때문이다. 게다가 시장경제 체제와 매체 개혁 등으로 문학도 시장과 경쟁에서 생존하기 위한 콘텐츠를 생산해야했으며, 특히 2000년대에 들어서면서 젊은 인터넷 작가와 작품, 출판사의 기획과 출판정책, 시장의 원리 등은 다양한 문학적 실험이 시도된 문학류 베스트셀러를 생산하기에 이르렀다. 한편, 2000년대 이후 문학류 베스트셀러에서는 특히 80년 이후 출생한 독특한 기질을 가지고 있는 새로운 독자층이 점차 증가하고 있으며, 이들은 미래생활에 대한 막막함, 불만과 반항, 자신을 표현하고자 하는 강한 욕망 그리고 미래에 대한 자유로운 상상 등을 청춘문학과 판타지소설을 통해 풀어왔다. 이는 뒤에서 논의할 2008년에서 2010년의 문학류 베스트셀러 순위에서도 잘 보여 진다.

2. 베스트셀러 집계시스템

베스트셀러의 정의는 대체로 중국 출판계에서 유행하는 '2:8법칙'에 부합하는

5) 《중국 출판 수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘 본다》, 상계서, 84쪽.

6) 여기서 말하는 직장소설이란 화이트칼라들의 직장생활과 경험을 소재로 서술한 소설을 의미한다. 직장 소설은 《杜拉拉升職記》, 《圈子圈套》를 비롯하여 현재 《做單》, 《潛伏在辦公室》 등이 호응을 받고 있다.

도서 총 품종수의 20%를 차지하는 도서가 전체 도서의 80%의 이윤을 내는 도서를 가리킨다. 또는 판매수량이 5만부 이상이면 일반 베스트셀러가 되고, 10만부 이상이면 전국적인 베스트셀러로 인정한다.⁷⁾ 현재 중국의 베스트셀러 집계시스템 가운데 開卷暢銷書排行榜은 가장 권위 있는 暢銷書排行榜이다. 데이터는 '北京開卷圖書市場研究所'와 '中國圖書商報'가 연합하여 1998년 7월에 창립한 '全國圖書零售市場監控系統'에 근거하여 매 월 정기적으로 전국 대·중 도시에 분포한 대·중형 서점의 POS시스템⁸⁾ 기록의 독자 구매 수치를 모아 집계한다. 2009년 1월 1일까지 이미 350 여 중·대형 도시의 1,500여 서점이 가입했으며, 각 省의 분포를 보면 현재 西藏과 홍콩·마카오·대만 지역을 제외한 기타 30개 성·시·자치구의 영향력 있는 국유, 민영 서점의 대부분이 이미 가입한 상태이다.

北京開卷圖書市場研究所는 中國出版科學研究所와 함께 중국의 대표적인 민영 출판연구기관으로서 중국의 도서정보서비스를 제공하는 자문전문기구이자 도서산업기구이다. 도서시장의 데이터를 수집하여 제공하는 컨설팅 서비스 업무를 하며 도서업계에 전문화된 시장 정보서비스를 제공한다. 開卷圖書市場研究所로부터 시작하여 1998년 北京開卷圖書市場研究所로 바꾼 후 줄곧 도서산업의 산업화와 전문화의 길을 걸으면서 중국 최고의 도서산업 정보 및 자문 서비스 제공업체로서의 지위를 굳건히 하고 있다. 전국 도서산업관련 기구(출판사, 서점, 매체 포함)와 《中國新聞出版報》, 《出版商務周報》, 《出版人》, CCTV, 중앙인민방송국, sina.com 등 여러 매체와 협력관계를 구축하고 있다.⁹⁾

베스트셀러 순위집계는 이러한 연구기관에서 발표하는 것 외에 도서출판 전문신문에서도 순위를 제공한다. 대표적으로 《中國圖書商報》, 전국적 신문 《新京報》

7) 일반적으로 베스트셀러의 범주(종류)는 시간별·주제별·지역별·출판사별이나 소설류와 비소설류, 문학류와 비문학류 및 스테디셀러·롱셀러·밀리언셀러 등으로 나눈다. 開卷暢銷書排行榜은 허구류, 비허구류, 아동류 등으로 나누었고, 이 글에서는 開卷暢銷書排行榜의 허구류를 대상으로 한다.

8) point of sales system. 판매시점정보관리 시스템. 팔린 상품에 대한 정보를 판매시점에서 즉시 기록함으로써 판매정보를 집중적으로 관리하는 체계. 점포판매 시스템이라고도 함.

9) 중국의 베스트셀러 과잉현상은 매우 많다. 그 중 일부 기관의 수치는 객관적인 근거를 확보하기 어려운 점이 있으므로, 본고에서는 현재 중국에서 가장 대표성을 띤 開卷暢銷書排行榜에 근거한다.

및 지방 신문 《南方都市報》 등은 통계수치의 근거와 범위, 순위발표 주기, 순위도서 분류방식, 순위도서 종류 등을 통해 베스트셀러를 집계한다.¹⁰⁾

종류	수치근거	발표 주기	도서분류	통계 범위
《中國圖書商報》	1999-2005년 전국 도서관 소매데이터베이스 분석통계	월별	문학류/비문학류, 픽션류/논픽션류, 아동류, 경영관리류, 전기류	전국
	2005년에서 현재까지 전국에서 비교적 규모가 큰 서점 밀집지역, 전국대형 민영서점, 當當網, 卓越網, 商報東方데이터 등	월별	문학류, 사회과학류, 문화교육류, 경영관리류, 과학기술류, 생활류, 아동류, 정치류 등	전국
《新京報》	北京圖書大廈, 王府井書店, 中關村圖書大廈, 涵芬樓서점, 三聯韜奮도서관, 萬聖書園, 風入松서점, 國林風서점, 第三級서구, 卓越網, 當當網 등의 통계수치	주별	전체순위, 소설류, 비소설류, 학술류, 경영관리류, 아동류, 생활류	지방
《南方都市報》	學而優서점, 南方書城, 精彩網上書城, 唐寧서점, 必得서점, 紅楓葉書社 등	월별	전체순위, 문학예술류, 사회과학학술류, 경제관리류, 생활자기개발류, 아동류	지방

이 중 中國圖書商報社의 《중국도서상보》는 1999년 정식으로 문학류 베스트셀러의 순위를 출간하여 중국 시장의 순위차트를 선점하였다. 《중국도서상보》는 중국출판집단에 소속되어 있는 중국의 대표적인 출판 전문신문으로 매 주 두 차례 발간한다.¹¹⁾ 또한 인터넷 서점(當當網, 卓越網 등)과 대형출판집단(推薦暢銷書榜) 등 집계시스템을 구축하고 있다. 즉 베스트셀러의 집계는 전문연구기관, 전문신문, 전국 규모의 서점이나 인터넷 서점 및 출판그룹 등에서 정기적으로 실시하고 있다.

10) 孫月沐, 《30年中國暢銷書史》(北京, 中國出版集團 等, 2009), 172-173쪽.

11) 이 외에도 《中國新聞出版報》, 《文匯讀書周報》, 《出版商務周報》, 《新書報》, 《中國圖書雜誌展覽》 등에서도 베스트셀러 집계현황을 제공하는 한편 출판유통정보와 출판광고를 한다.

Ⅲ. 문학류 베스트셀러와 생산기제

본고에서는 開卷暢銷書排行榜의 2008-2010년 3년간 문학류 베스트셀러 순위를 대상으로 문학작품의 생산기제를 분석한다.¹²⁾

표1: 開卷2008年虛構類暢銷書排行榜TOP30/ 출처: 北京開卷信息技術有限公司 2010-06-04

순위	서명	출판사	작자	해외
1	小時代1.0折紙時代	長江文藝出版社	郭敬明	
2	狼圖騰	長江文藝出版社	姜戎	
3	杜拉拉升職記	陝西師範大學出版社	李可	
4	追風箏的人	上海人民出版社	卡勒德·胡賽尼	○
5	浮沉	陝西師範大學出版社	崔曼莉	
6	沙漏(Ⅲ終結)	當代世界出版社	饒雪漫	
7	駐京辦主任	作家出版社	王曉方	
8	大象的眼淚	上海人民出版社	莎拉·格魯恩	○
9	市長秘書	作家出版社	王曉方	
10	駐京辦主任(三)	作家出版社	王曉方	
11	駐京辦主任(二)	作家出版社	王曉方	
12	鬼吹燈Ⅱ之四-巫峽棺山(大結局)	安徽文藝出版社	天下霸唱	
13	鬼吹燈Ⅱ之三-怒晴湘西	安徽文藝出版社	天下霸唱	
14	紅袖	湖南文藝出版社	浮石	
15	幻城	長江文藝出版社	郭敬明	
16	山楂樹之戀	江蘇文藝出版社	艾米	
17	不能承受的生命之輕	上海譯文出版社	米蘭·昆德拉	○
18	藏地密碼(1)	重慶出版社	何馬	
19	士兵突擊	花山文藝出版社	蘭曉龍	
20	素年錦時(精)	作家出版社	安妮寶貝	
21	夏至未至(1995-2005)(新版)	春風文藝出版社	郭敬明	
22	暖暖	作家出版社	蔡智恒	
23	德川家康(第一部)-亂世孤主	南海出版公司	山岡莊八	
24	鬼吹燈Ⅱ之二-南海歸墟	安徽文藝出版社	天下霸唱	
25	午後薰衣草	新世界出版社	明曉溪	
26	我叫劉躍進	長江文藝出版社	劉震雲	
27	鬼吹燈Ⅱ之一-黃皮子墳	安徽文藝出版社	天下霸唱	
28	藏獒3(終結版)	人民文學出版社	楊志軍	
29	天機(第三季)-大空城之夜	陝西師範大學出版社	蔡駿	
30	鬼吹燈之精絕古城	安徽文藝出版社	天下霸唱	

12) 北京開卷信息技術有限公司 <http://www.openbook.com.cn/>

표2: 開卷2009年虛構類暢銷書排行榜TOP30/ 출처: 北京開卷信息技術有限公司 2010-06-04

순위	서명	출판사	작자	해외
1	張愛玲全集-小團圓	北京十月文藝出版社	張愛玲	
2	杜拉拉升職記	陝西師範大學出版社	李可	
3	小時代1.0折紙時代	長江文藝出版社	郭敬明	
4	杜拉拉2-華年似水	陝西師範大學出版社	李可	
5	暮光之城-暮色	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
6	暮光之城-新月	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
7	暮光之城-月食	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
8	狼圖騰	長江文藝出版社	姜戎	
9	遇見未知的自己:都市身心灵修行課	華夏出版社	張德芬	
10	他的國	万卷出版公司	韓寒	
11	西決	長江文藝出版社	笛安	
12	暮光之城-破曉	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
13	追風箏的人	上海人民出版社	卡勒德·胡賽尼	○
14	幻城	長江文藝出版社	郭敬明	
15	悲傷逆流成河(百萬黃金紀念版)	長江文藝出版社	郭敬明	
16	1995-2005夏至未至(新版)	春風文藝出版社	郭敬明	
17	不能承受的生命之輕	上海譯文出版社	米蘭·昆德拉	○
18	瀾本嫁衣	長江文藝出版社	七堇年	
19	我與狗狗的十個約定	天津教育出版社	澤本嘉光	○
20	盜墓筆記5	中國友誼出版公司	南派三叔	
21	全世愛-絲婚四年(II)	長江文藝出版社	蘇小懶	
22	藏地密碼(5)	重慶出版社	何馬	
23	蒼黃	江蘇人民出版社	王躍文	
24	任憑這空虛沸騰	長江文藝出版社	王小立	
25	我在雨中等你	南海出版公司	加思·斯坦	○
26	藏地密碼(1)	重慶出版社	何馬	
27	蝸居	長江文藝出版社	六六	
28	圍城	人民文學出版社	錢鐘書	
29	天機(第三季)-大空城之夜	譯林出版社	蔡駿	
30	浮沈	陝西師範大學出版社	崔曼莉	

표3: 開卷2010年虛構類暢銷書排行榜TOP30/ 출처: 北京開卷信息技術有限公司 2011-01-28

순위	서명	출판사	작자	해의
1	小時代2.0虛銅時代	長江文藝出版社	郭敬明	
2	獨唱團(第1輯)	書海出版社	韓寒	
3	杜拉拉升職記	陝西師範大學出版社	李可	
4	臨界·爵迹(I)	長江文藝出版社	郭敬明	
5	失落的秘符	人民文學出版社	丹·布朗	○
6	1988: 我想和這個世界談談	國際文化出版公司	韓寒	
7	杜拉拉升職記2-華年似水	陝西師範大學出版社	李可	
8	山楂樹之戀	江蘇人民出版社	艾米	
9	1Q84 BOOK(1)(4月-6月)(精)	南海出版公司	村上春樹	○
10	杜拉拉3: 我在這戰鬥的一年里	江蘇文藝出版社	李可	
11	狼圖騰	長江文藝出版社	姜戎	
12	蝸居	長江文藝出版社	六六	
13	小時代1.0折紙時代	長江文藝出版社	郭敬明	
14	暮光之城-暮色	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
15	暮光之城-破曉	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
16	幻城	長江文藝出版社	郭敬明	
17	東霓	長江文藝出版社	笛安	
18	暮光之城-月食	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
19	夏至未至	長江文藝出版社	郭敬明	
20	1Q84 BOOK(2)(7月-9月)(精)	南海出版公司	村上春樹	
21	這些都是你給我的愛	長江文藝出版社	安東尼	
22	暮光之城-新月	接力出版社	斯蒂芬妮·梅爾	○
23	悲傷逆流成河(百萬黃金紀念版)	長江文藝出版社	郭敬明	
24	遇見未知的自己: 都市身心灵修行課	華夏出版社	張德芬	
25	追風箏的人	上海人民出版社	卡勒德·胡賽尼	○
26	西決	長江文藝出版社	笛安	
27	譯林名著精選-麥田里的守望者 (插圖本)	譯林出版社	J.D.塞林格	○
28	張愛玲全集-小團圓	北京十月文藝出版社	張愛玲	
29	不能承受的生命之輕	上海譯文出版社	米蘭·昆德拉	○
30	達·芬奇密碼	人民文學出版社	丹·布朗	○

1. 작품상 특징

문학류 베스트셀러는 베스트셀러 시장의 주요 영역이다. 2008-2010년 3년간의 작품유형 중 가장 두드러진 것은 청춘문학이다. 청춘문학은 2000년 중반이후 문학 분야 베스트셀러에서 줄곧 절반을 차지해 왔다. 韓寒, 郭敬明, 笛安 등의 작품이 2008년도 보다는 2009년-2010년에 더욱 활발한 열기를 띠었다. 청춘문학은 이전에도 줄곧 베스트셀러의 대열에 오르긴 했지만 특히 요 3년간은 이전에 비해 다양한 제재의 확대에 의해 '80後' 작가들의 베스트셀러는 작품 풍격이나 소재 등에 있어 한층 다원화된 백화제방의 양상을 보여주고 있다. 위의 자료에 근거하면, 작가 총40명(중국작가 30명, 외국작가 10명), 출판사 총25개, 작품 총68편(중국작품 55편, 외국작품 13편)으로 나뉜다. 이상 3년간 작품의 특징을 간략히 정리하면 다음과 같다.

첫째, 작품유형으로 보아 職場소설(《杜拉拉升職記》), 青春소설(《小時代》, 《西決》, 《夏至未至》, 《這些都是你給我的愛》 등), 靈異소설(《鬼吹燈》), 純愛소설(《山楂樹之戀》), 科幻소설(《幻城》), 魔幻소설(《臨界·爵迹》), 懸疑소설(《盜墓筆記》) 등이 있다.¹³⁾ 이러한 문학류 베스트셀러의 다양화는 실제로 독자들의 문학 독서의 다원화된 경향을 반영하고 있다.

둘째, 3년간 줄곧 상위권 안에 진입하여 지속적인 판매실적을 올린 작품은 《杜拉拉升職記》이다. '杜拉拉'시리즈의 강세는 시장화 특징을 잘 살린 화이트칼라의 소설의 본보기로서 광범위한 독자들의 사랑을 받았다. 주인공 두라라가 외국인 회사 여직원으로서 겪는 각종 경험과 직장 상사 및 동료 간의 소통, 승진의 뒷이야기 등을 리얼하게 그린 소설로서, 특히 여성의 눈으로 직장 내 생활을 섬세하게 그려내면서 화이트칼라 직장여성으로서 독자들을 매료시키는데 성공했다.

셋째, 해외 작품은 13편이며, 3년간 10권 안에 각각 2-3권이 진입해있다. 3년간 전체 작품 수 가운데 20%정도가 외국번역 소설이며, 3년간 총40명의 작가 가운데 10명이 외국작가로서 40%정도에 달한다. 해외 저자의 문학류 베스트셀러는 국내 소설 못지않게 독자층을 확보하고 있음을 알 수 있다. 3년간의 68개 작품을

13) 정확한 구분은 아니지만 대체적으로 볼 때, 靈異소설, 魔幻소설은 신괴류나 영괴류에 속하며 科幻소설은 과학공상류, 懸疑소설은 추리물에 가깝다.

내용에 따라 대략 분류해보면, 역시 청춘애정물이 가장 많고 환타지, 추리소설이 다음으로 많다. 이는 베스트셀러 작가의 연령층이 '80後'가 많고 독자층도 대체로 젊은 층이며, 특히 WTO가입 이후 유통부분에서 외국자본이 다양한 방식을 통해 중국의 출판 산업 각 부문에 점진적으로 진입하였기 때문이기도 하다.

넷째, 일부 작품은 영화나 TV연속극으로 문화콘텐츠화 되었다. 해외작품 13편을 제외하고 55편 중 영상물로 제작된 작품을 보면 다음과 같다.¹⁴⁾

작품	저자	출판사	유형	제목
狼圖騰	姜戎	長江文藝출판사	電影	狼圖騰
杜拉拉升職記	李可	陝西師範大學출판사	電影, 電視劇	杜拉拉升職記
山楂樹之戀	艾米	江蘇人民출판사	電影, 電視劇	山楂樹之戀
士兵突擊	蘭曉龍	華山文藝출판사	電視劇, 話劇	士兵突擊
我叫劉躍進	劉震雲	長江文藝출판사	電影, 電視劇	我叫劉躍進
藏獒	楊志軍	人民文學출판사	電影	藏獒
他的國	韓寒	萬卷출판공사	電影 拍攝中	他的國
悲傷逆流成河	郭敬明	長江文藝출판사	電影	悲傷逆流成河
盜墓筆記	南派三叔	中國友誼출판사	電視劇	盜墓筆記
蝸居	六六	長江文藝출판사	電視劇	蝸居
圍城	錢鍾書	人民文學출판사	電視劇	圍城
幻城	郭敬明	長江文藝출판사	만화, 인터넷오락	-

2008년-2010년까지 베스트셀러 55편 중 12작품이 영상물로 제작되었다. 12편 가운데 5편이 모두 장강문예출판사에서 나온 《狼圖騰》, 《我叫劉躍進》, 《悲傷逆流成河》, 《蝸居》, 《幻城》이며, 이 가운데 2편은 광경명의 작품이다. 2편은 인민문학출판사에서 출판한 《藏獒》, 《圍城》이다. 이 중 《杜拉拉升職記》, 《山楂樹之戀》, 《我叫劉躍進》는 영화와 연속극 등으로 제작되었고, 《幻城》은 인터넷오락과 만화로도 제작되었다. 동일한 제목으로 제작되어 더욱 직접적인 광고효과를 주었다.

도서출판이 영화나 연속극 등으로 제작되는 것은 베스트셀러가 되는 데 커다란 영향을 준다. 특히 현실사회를 제재로 한 《杜拉拉升職記》, 《蝸居》 등의 내용과 주제는 국내외를 막론하고 일반적으로 접할 수 있는 것이다. 먼저 책으로 나왔다가 나중에 영화로 만들어서 베스트셀러가 된 경우는 《蝸居》와 《山楂樹之戀》이다. 이 두 작품은 2007년에 이미 출판되었고 모두 호평을 받았지만 베스트셀러가 된

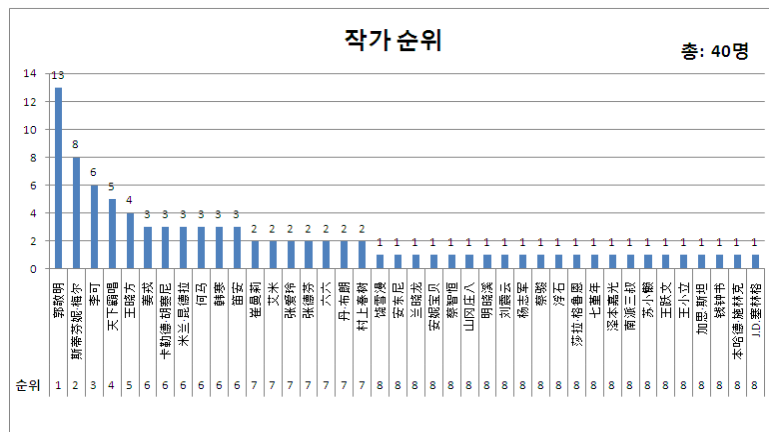
14) 필자가 百度 등의 자료를 근거로 정리한 것임.

시기는 2009년 중반 정도이다. 당시 중국 내 부동산이 뛰면서 모두 주택구입 문제에 열중했던 시기였기 때문에 《蝸居》는 2010년 초 특히 환영을 받은 베스트셀러가 되었다. 《山楂樹之戀》은 2009년 장예모 감독이 영화로 만든 후 소비량이 더욱 급증하였다 한다. 장기간 베스트셀러인 《杜拉拉升職記》는 영화, 연속극으로 만들어지기 전에도 대형 베스트셀러였지만 영화로 만든 후 판매량이 더 늘었다고 한다. 또한 2002년 10월 곽경명의 《幻城》은 《萌芽》의 인터넷 판이 먼저 독자들의 사랑을 받았다. 이듬해 春風文藝出版社는 동일한 제목으로 출간하였고, 후에 만화, 오락 등으로 제작되었다.¹⁵⁾ 이렇게 미디어와 책의 상호작용은 이미 서로의 시장을 촉진하는 효율적인 수단이 되었다. 이는 영화, 연속극, 연극 등 다양한 매체의 발달이 도서시장에 더욱 활기를 가져오면서 잠재적인 독자들까지 모두 끌어 모아 책의 판매를 촉진하는 역할을 하고 있다.

2. 작가 생산기제

1) 작가의 등단기제

2008년-2010년간 문학류 베스트셀러 작가 순위¹⁶⁾



15) 《幻城》 관련 자료는 陳曠 <<幻城>營銷-不斷為媒體提供新話題>: 《中國圖書商報》 2003년, 4월.
 16) 開卷暢銷書排行榜의 2008-2010년 문학류 베스트셀러 순위를 근거로 필자가 정리한 것임.

순서	순위	이름	연령	출신 지역	수상경력	비고17)
1	1	郭敬明	29	四川	第三, 四屆新概念作文一等獎 등	작협소속
2	3	李可	불명	불명	불명	
3	4	天下霸唱	33	天津	불명	
4	5	王曉方	48	遼寧	《心靈莊園》으로 新浪网第二屆華語原創文學大獎賽優秀長篇小說獎	작협소속
5	6	姜戎	65	北京	불명	2008年初《狼圖騰》으로 茅盾文學獎에 올랐지만 스스로 취소함
6	6	何馬	불명	四川	불명	
7	6	韓寒	29	上海	2008年12月公盟法律中心이 주는 '公民責任獎'/ 2008年12月孔慶東·黃健翔·金晶 등과 十大博客/2009年中國80後青年作家網絡風雲榜 획득/ 2010年1月9日'全國中小學生最喜愛的當代作家獎' 등	
8	6	笛安	28	山西	2010年2月8日 2009年度《西決》로 '華語文學傳媒大獎'最具潛力新人	
9	7	崔曼莉	불명	불명	불명	
10	7	艾米	불명	불명	불명	
11	7	張德芬	49	臺灣	불명	대만작가
12	7	六六	불명	安徽	불명	
13	8	饒雪漫	39	四川	臺灣九歌少兒文學評審大獎, 首屆兒童文字中青年小說作家擂臺賽唯一金獎	
14	8	安東尼	불명	遼寧	불명	
15	8	蘭曉龍	38	湖南	2005年2月 《愛爾納·突擊》로 老舍文學獎, 曹禺戲劇獎	
16	8	安妮寶貝	37	浙江	불명	
17	8	蔡智恒	42	臺灣	불명	대만작가
18	8	明曉溪	불명	湖北	불명	
19	8	劉震雲	53	河南	[新兵連] 第3屆百花獎獲獎作品	
20	8	楊志軍	56	青海	長篇小說《海昨天退去》로 全國文學新人獎	
21	8	蔡駿	33	上海	《地獄第19層》으로 2005新浪年度圖書獎	작협소속
22	8	浮石	불명	불명	《靑瓷》로 全國優秀暢銷圖書獎	
23	8	七堇年	25	四川	《被窩是靑春的墳墓》, 《在路上》로 2004년 5월 《第六屆全國新概念作文大賽獲獎作品選》 2010年度華語文學傳媒獎頒獎, 2010年度最具潛力新人獎	
24	8	南派三叔	27	浙江	불명	
25	8	蘇小懶	29	河北	불명	

26	8	王躍文	49	湖南	불명	작협소속, 《禮拜五—太平洋上的靈薄獄》, 《櫻木王》으로 노벨문학상 논의
27	8	王小立	29	廣州	불명	

2008년-2010년 동안 베스트셀러 작가 40명 가운데 광경명은 3년 동안 1위를 13번 차지한 베스트셀러 작가이다. 3위는 李可(6번), 4위는 天下霸唱(5번) 5위는 王曉方(4번)이다.¹⁸⁾

작가들은 어떻게 등단하는가? 사실 작가의 활동무대는 작가의 등단기제의 기능을 한다. 40명 가운데 외국작가 10명 이미 사망한 2명(장애령, 전종서) 총 12명을 제외한 28명 작가의 연령층은 2,30대가 12명, 4,50대는 6명, 60대 1명으로, 상당부분 '80後' 작가들이 주를 이루었다.¹⁹⁾

첫째, 郭敬明, 韓寒, 笛安, 七堇年 등 젊은 작가들은 대부분 청춘문학 작가들이며, 인터넷을 창작공간으로 삼으면서 등단한 작가들이다. 이는 현재 작가들의 창작공간이나 작품발표 공간, 광고공간이 기존의 신문, 기간지 등의 지면공간 속에서 이루어지기도 하지만, 확산이 빠른 매체 공간을 통해 이루어지고 있다는 것이며, 이것 자체가 바로 베스트셀러로 진입하는 직접적인 광고의 공간이자 등단의

17) 작가의 수상경력, 연령, 출신지 등을 百度 등에서 찾아 필자가 정리한 것임.

18) 2위는 스테파니 메이어(Stephenie Meyer)(5번)이다. 특히 광경명, 한한, 이가 등 인기 작가의 작품들은 2010년 5대 지역권의 문학류 베스트셀러 차트에서도 유사하게 나타났다. 광경명의 《小時代2.0虛銅時代》는 華北, 東北, 中南과 西部 지역에서 각각 1위를 차지했고, 華東 지역에서도 2위를 차지했다. 《獨唱團》, “杜拉拉” 시리즈, 《失落的秘符》는 모두 5대 지역에서 5위권 안에 들었다. 그 중 《獨唱團》은 5대 지역에서 모두 TOP 3위안에 들었으며 華東 지역에서의 성적이 가장 좋아 1위를 차지했다. 《臨界·爵迹I》는 華北 이외의 기타 4개 지역에서도 모두 TOP 5위 안에 들었다. 이 밖에도 《山楂樹之戀》, 《1988: 我想和這個世界談談》는 3개 지역에서 모두 차트에 올랐다. 5대 지역 픽션 차트를 살펴보면 대부분의 베스트셀러는 평균 3개 이상의 지역에서 TOP 10에 올랐으며, 광경명, 이가, 한한의 작품은 거의 4-5개 지역을 휩쓸었다(2010年 1-10月開卷五大地區虛構類暢銷書Top10 출처: 北京開卷信息技術有限公司 참고).

19) 외국작가는 卡勒德·胡賽尼(아프가니스탄), 莎拉·格魯恩(미), 米蘭·昆德拉(체코), 山岡庄八(일), 斯蒂芬妮·梅爾(미), 澤本嘉光(일), 加思·斯坦(미), 丹·布朗(미), 村上春樹(일), J.D. 塞林格(미), 本哈德·施林克(독)이다. 따라서 외국작품으로는 미국(5)→일본(3)→체코(1), 독일(1), 아프가니스탄(1) 등의 순서였다.

기제로 작용한다는 점이다. 이렇듯 특히 2000년 이후 인터넷은 중요한 창작의 플랫폼을 제공하였다.²⁰⁾ 인터넷을 작가의 등단기제로 활용했던 韓寒, 郭敬明 등 '80後' 작가들은 기존의 작가들이 등단하는 주류 문단에서 벗어나 블로거, 휴대문자, 팬클럽 등을 창작공간이자 문단에 등장하는 기제로 활용하였다.

청년문학의 리더 郭敬明은 인터넷을 통해 성공을 거둔 예이다. 2002년 10월 郭敬明의 《幻城》은 《萌芽》 잡지를 통해 발표되었다. 《萌芽》의 인터넷 버전을 통해 발표된 이 소설은 네티즌 독자들의 뜨거운 환영을 받으며 클릭수가 지속적으로 상승하였다. 그 때 春風文藝出版社는 인터넷을 통해 이 소설을 발견하고서 郭敬明에게 장편소설로 확장할 것을 요청하여, 2003년 《幻城》은 출판한지 3개월 안에 120만권이 판매되어 지금까지 베스트셀러 순위에 오르고 있다. 그의 인터넷 문학의 열기는 2007년의 《鬼吹燈》으로 클라이맥스를 이루었다. 《鬼吹燈》 시리즈는 창작과 발표 모두 인터넷을 통해 이루어졌고, 네티즌들은 논평과 소재 및 아이디어 제공에 참여하였다. 네티즌들의 제안은 심지어 이야기 줄거리를 변화시키는 중요한 요소로도 작용하였다. 결국 인터넷이라는 매체가 그들의 문학 활동의 공간이자 등단무대의 기제로 활용되었다는 점이다.

둘째, 일반적으로 문학계에서는 문단에 오르는 것을 정식 작가의 등단으로 간주한다. 2006년의 '한백(韓白)사건'이 바로 '문단'을 작가의 유일한 등단의 통로이자 작업환경으로 간주하느냐는 문제에 대해 논쟁한 것이다. 그는 80년 이후 출생자가 쓴 것은 문학이라 할 수 없으며, 그 이유 중의 하나는 그들은 문학잡지에 거의 모습을 보이지 않으며 문단도 그들에 대해 알지 못하므로, 그들은 단지 "시장에는 진입했을지는 모르지만 문단에는 아직 진입하지 않았다."는 것이다.²¹⁾ 일반적으로 작업공간은 전통적인 문학 신문과 간행물이었다. 작가들의 작업무대가 개방됨에 따라 새로운 작업공간이 부단히 쏟아져 나왔지만, 여전히 간행물에 근거하고 있던 작가들은 '순수문학작가'라는 이름을 얻었다. 이와 달리 작가들의 새로운

20) 인터넷 문학의 초창기 작가 痞子蔡(원명 蔡智恒)는 1998년 3월부터 《第一次親密接觸》을 2개월에 걸쳐 인터넷을 통해 발표하였다. 痞子蔡 외에 寧財神(원명 陳萬寧), 邢育森, 李尋歡(원명 路金波) 등은 전문적으로 문학에 종사한 사람들이 아니라 인터넷을 잘 다루는 이과출신으로 여가를 이용하여 참여한 형태이기 때문에 작품에 대한 진지한 문학적 고민을 한 흔적이 잘 발견되지 않는다는 편을 받고 있다.

21) 白燁, 〈八齡後的現況與未來〉: 《長城》 2005년 제 6 기.

활동 공간-인터넷은 혁명적인 베스트셀러 탄생지이며 베스트셀러작가들의 근거지이자 기제로 작용하였다. 21세기 이래 거의 모든 신세대 문학의 베스트셀러 작가의 배후에는 이러한 기제가 있었으며, 이러한 작업환경을 빌어 그들은 세상과 소통하였다.

셋째, 하지만 작가의 커다란 등단 무대는 역시 출판사이다. 출판사는 날로 시장화, 기업화가 되면서 대중성이 강한 작가들을 발굴하기 시작했다. 베스트셀러는 주로 출판사를 통해 기획·생산되며 베스트셀러 작가들에게 시장의 무대를 제공하기 때문이다. 이렇게 작가들의 등단기제와 그에 따른 작가의 세대교체로 인해 작가의 유형을 순수문학작가, 인터넷작가, 대중성작가 등으로 구분하기도 하며, 현재 '80후' 작가들은 거의 인터넷작가이자 출판사와 시장에 의해 만들어진 베스트셀러 작가라고 할 수 있다.

넷째, 문학상 수상여부도 작가의 등단기제의 하나로 작용한다. 위의 표에서도 나타나듯이 3년 동안 28명 가운데 수상경력자는 11명으로 거의 40%정도이며, 문학상 수상은 문단 등장의 촉진제로 작용한다고 볼 수 있다. 韓寒, 郭敬明, 七堇年 등과 같은 유명한 '80後' 작가는 모두 《萌芽》잡지가 주관한 '新概念作文大賽'에서 수상한 작가들이다.²²⁾ 한한은 1999년 《杯中窺人》을 통해 작품상을 수상했고, 郭敬明도 《我們最後的民謠》를 통해 2002년에 수상하였다.

22) 중국에서 도서문학관련수상 기제는 대체로 작협 관련인 관방문학상, 국가급 정부상, 출판사 잡지사 등이 주는 민간문학상, 인터넷문학상 등이 있다. 출판관련업체상은 대부분 주로 정부나 업종협회 등의 기구가 제정한 것이다. 가장 권위 있는 상은 신문출판총서가 수여하는 '중국정부출판상'이다. 중국 출판계에 영향력 있는 큰 출판작업자협회의 '중국우수출판물상'과 '鄒奮출판상' 등도 있다. 또한 중국공산당 최고선전기구인 중공중앙선전부가 설립한 '5-1공정상'은 문학과 예술도서를 대상으로 한다. 둘째, 작협 관련인 관방문학상이다. 이는 작협이 주관하며 2년에 1번 치르는 노신문학상, 역시 작협이 주관하고 81년에 설립하여 4년에 1번 치르는 모순문학상, 북경시 문련과 노시문예기금회가 주관하는 북경시문학예술 방면의 최고상으로 1989년에 시작되어 2006년 처음 상을 주기 시작한 노시문학상, 문단의 신인을 위한 상으로 1년에 1번 치르는 馮牧문학상에는 青年批評家獎, 文學新人獎, 軍旅文學創作獎이 있고, 중국문련과 중국희극가협회가 주관하는 전국적인 극본상인 조우희극문학상, 홍콩 유명인사 莊重文 선생이 1987년 출자한 중화문학기금회가 주관하는 청년문학상으로 莊重문학상 등이 있다. 인터넷 문학상은 1999년 10월 網易가 '중국인터넷문학상'을 설립하였다.

2) 작가 양성기제

인터넷문학이 새로운 문학 장르로 떠오르면서 현재 중국에서 작가를 양성하는 기제가 운영되고 있다. 첫째, 작가협회는 2010년 전후로 '인터넷문학 작가양성반'을 추진해오고 있다. 2010년 1월 중국작가협회 魯迅文學院과 中文在線은 공동으로 인터넷문학 작가양성반을 설립하였으며 林靜·失落葉·驍騎校 등 20명의 인터넷 작가가 참여하였다. 같은 해 7월에도 盛大文學과 인터넷문학 작가양성반을 설립하였다. 이 외에도 중경시 重慶文學院(중경시 작협)은 2010년 인터넷문학 작가양성반을 개설하여 우수한 청년작가 양성하고 있으며, 黃濟人·王明凱·余德莊 등 유명 작가들이 직접 강의를 하였다.²³⁾

둘째, 작가양성의 다른 기제 중의 하나는 교육기관 대학에 작가반이 있다. 2010년 武漢大學은 문학원에 작가반을 개설하였다. 대학에서 작가반을 운영하는 것은 학문을 하는 학자형 작가를 양성하려는 목적이다. 무한대학 작가반이 성공하자 점차 북경대학, 西北대학, 노신문학연구원 등은 작가반을 개설하였다. 남경대학 중문과가 가장 먼저 1986년에 개설하여 25년간 이어오고 있다. 배출된 작가만 보더라도 鄧友梅·蔣子龍·王安憶·莫言·張抗抗·劉震雲·余華 등이 있다. 上海社會科學院과 上海市作家協會 역시 연합으로 작가반을 개설하였으며, 復旦大學 중문과는 국내 처음으로 석사반을 개설하였다.

문학청년들은 이러한 작가반을 통해 작가의 항렬에 진입할 수 있게 된 것이다.²⁴⁾ 하지만 이러한 기제들이 사실 제 기능을 다하고 있는가는 여전히 의문이다. 대학은 진정 작가를 배출할 수 있을까? 일반적으로 대학은 문학관련을 연구하는 곳이지 창작을 가르치는 곳은 아니었다. 그러나 90년대 이후 대략 50년대 출생한 작가들이 대학에 대거 진입하면서 현상이 조금씩 달라져갔다. 현재 王安憶은 복단대학, 馬原是 同濟大學, 格非는 清華大學, 그리고 여러 작가들은 海南大學으로 들어갔다. 그들은 대학은 교육과 연구기관이므로 대학 교육은 문학창작에 도움이

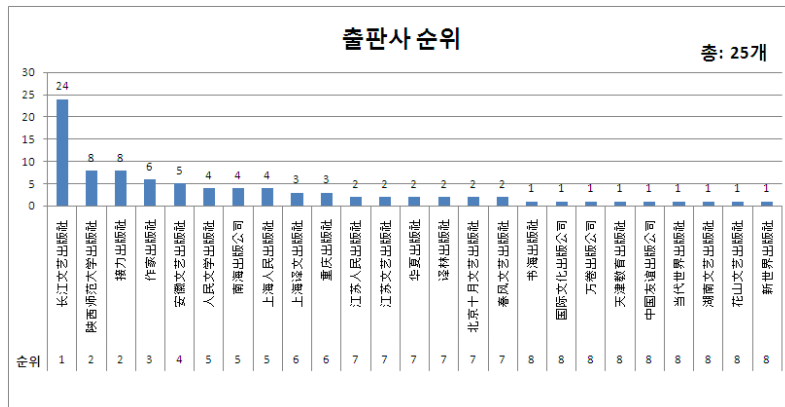
23) 이외에도 광동작가협회 문학강습소는 2010년 8월 인터넷 작가를 위한 '광동인터넷작가 양성반'과 '청년작가양성반'을 개설했다. 인터넷문학을 주제로 삼은 양성반으로서 省 작가협회가 문학의 새로운 발전을 위한 조치였다.

24) '大學作家班能培養出作家嗎?' <http://www.why.com.cn/epublish/node32923/node32947/userobject7ai265749.html>

되지 않는다고 보았지만 지금 대학에 들어가 문학창작을 가르치고 있다. 그 이유 중의 하나는 연구도 아니고 창작인데도 그들 작가에게 일정한 작품의 정량 표준을 요구하였고, 작가등급의 구분은 발표작품의 수량, 작품의 등급(전국성 출판사 혹은 간행물, 성급출판사 혹은 간행물)으로 정해졌기 때문이다. 그러니 이러한 환경에서 제대로 된 작가를 양성하기란 쉽지 않을 것이며, 그렇다면 작가양성기관을 두는 것이 과연 작가들의 진정한 양성기제로 작용할 수 있는지 의문이다.

3. 출판기제

2008-2010년간 문학류 베스트셀러 출판사 순위²⁵⁾



2008년부터 2010년까지 3년간 총 25개 출판사 가운데 长江文艺出版社가 24 권을 출간하여 가장 많은 베스트셀러를 낸 1위 출판사로 꼽혔다. 장강문예출판사에서 출간한 베스트셀러 작가순은 曠景明(10회)→姜戎(3회), 笛安(3회)→六六(2회)→劉震雲, 七堇年, 王小立, 蘇小懶, 安東尼(각 1회)이다. 공동 2위는 陝西師範大學출판사와 接力출판사이다. 섬서사범대학출판사는 총8번을 차지하였는데 李可(5번)→崔曼莉(2번)→蔡駿(1번)이다. 실제로 李可 《杜拉拉升職記》로 베스트셀러 출판사 대열에 올랐다. 집력출판사 역시 총8번을 획득하였는데, 모두 해외서적

25) 開卷暢銷書排行榜의 2008-2010년 문학류 베스트셀러 순위를 근거로 필자가 정리한 것임.

스테파니 메이어(Stephenie Meyer) 《트와일라잇》 1권으로 차지하였으며, 해외 번역 서적을 베스트셀러로 잘 만든 출판사이다. 3위는 작가출판사로서 총6번을 획득하였는데, 王曉方 《駐京辦主任》으로 4번이고, 安妮寶貝 《素年錦時》, 蔡智恆 《暖暖》이 각각 1번씩 차지하였다. 4위는 安徽文藝출판사로서 단 1권 그것도 2008년 天下霸唱 《鬼吹燈》으로 총5번을 차지하였다. 5위를 차지한 人民文學출판사는 중국출판관련 정부기구인 國家新聞出版總署의 주관단위의 출판사로서 역대로 문학관련 서적을 많이 낸 출판사이다. 楊志軍 《藏獒》, 錢鐘書 《圍城》, 덴 브라운(Dan Brown)의 《잃어버린 상징》과 《다빈치코드》로 4회를 차지했다.²⁶⁾

이러한 출판사들은 어떻게 베스트셀러를 만들어내며, 거기엔 어떤 출판기제가 작동하였는가?

1) 전문 베스트셀러 기획기구

현재 출판계는 전문 베스트셀러 기획자 및 운영시스템을 구축하여 그 자체로 베스트셀러계의 브랜드를 형성하고 있다. 중국 출판업계의 베스트셀러 활동이 점차 성숙해지고 있다는 표상이자 베스트셀러가 시장의 요소와 출판사의 기획에 의해 만들어진다는 것을 의미한다. 중국의 베스트셀러의 생산운영기구 중의 하나는 출판사가 타 지역에 베스트셀러 생산기획 지사를 두는 체제이다.²⁷⁾ 80년대 후반

26) 중국에서 문학 도서를 전문으로 출판하는 출판사는 대략 50개 정도인데, 그 중 인민문학출판사, 작가출판사, 장강문예출판사, 上海文藝出版社, 上海譯文出版社, 譯林出版社, 중국청년출판사, 花城出版社, 하북교육출판사 등이 유명하다. 이 가운데 장강문예출판사는 3년 동안 가장 많은 베스트셀러를 낸 출판사이다. 인민문학출판사는 중국 내에서 유명한 문학출판사이며, 문학도서의 출판량이 가장 많은 출판사이다. 2007년 총 판매액은 약 3억4천 위안으로 중국의 문학도서 소매시장에서 판매액 1위를 차지했으며, 연간 출간 도서 수는 880여 종이로, 종업원 수는 200여 명에 달한다. 주로 중국과 외국의 저명한 문학인들의 작품을 전집이나 선집으로 편집하여 출판하고 있다.

27) 이외에도 베스트셀러 전문생산기제로 民營工作室 등이 있다. 현재 민영공작실과 문화사는 콘텐츠 제공자로서 출판사와 협력하여 출판사에 기획 내용과 베스트셀러의 가능성이 있는 주제를 제공하여 출판 이익을 얻는다. 관련 통계자료에 따르면 현재 국내 도서시장의 40% 이상의 베스트셀러는 민영공작실에서 기획된다고 한다. 이러한 여러 민영기획기구는 베스트셀러 출판의 가장 활발한 역할을 한다. 예컨대 榕樹下 관련팀, 청춘문학류를 내는 郭敬明工作室, 王立工作室, 雪漫創意傳播機構 및 종합류를 출간하는 北京讀書人, 共和聯動, 新經典, 磨鐵文化, 弘文館 등이 있다.

에 들어 고속성장을 한 출판사 가운데 특히 지리적 제약을 받고 있는 출판사들이 타 지역을 개척하기 위해 설립하였다. 그리고 지방출판사와 출판그룹들은 더 많은 출판자원 및 유명한 기획자, 인기작가 등의 자원을 확보하기 위해 잇달아 다른 지역에 지사를 설립하였다. 가장 유명한 전문 베스트셀러 시스템을 갖춘 장강문예출판사(원래 華藝社)의 '金·黎팀(金麗紅, 黎波)', 接力출판사의 白氷팀, 상해인민출판사의 邵敏팀 등이 있다.²⁸⁾

장강문예출판사의 '金·黎팀'은 베스트셀러의 생산기제를 잘 운영하여 베스트셀러를 가장 많이 출판하고 베스트셀러 인기 작가를 많이 보유하고 있는 출판사이다. 장강문예출판사의 '金·黎팀'은 2003년 북경에 北京圖書中心을 설립하여 金麗紅과 黎波를 그곳으로 영입하여 전문적으로 베스트셀러 제작을 기획하였다. 이들은 《狼圖騰》, 《告訴孩子你真棒》, 《狼煙北平》 등의 베스트셀러를 성공적으로 만들어냈다.

장강문예출판사의 '金·黎팀'이 만들어낸 성공적인 사례 중의 하나는 姜戎의 《狼圖騰》이다. 당시 그다지 지명도가 높지 않았던姜戎은 자신의 실제경험과 자전

28) 본문에서는 1위를 차지한 장강문예출판사의 실례를 든다. 2008년-2010년 문학류 베스트셀러 출판사 가운데 3위를 차지한 接力출판사도 '白氷팀'을 가지고 있으며, 5위를 차지한 상해인민출판사도 '邵敏팀'을 가지고 있다. 接力출판사의 '白氷팀'의 接力出版社는 2001년 북경에 제2출판센터를 설립하고 작가출판사 부총편집이었던 白氷를 영입하였다. 당시 출판업계 최고의 프로페셔널 기획자의 '이적'으로 '白氷현상'은 주목을 받았다. 接力출판사는 白氷의 기획으로 인해 'Goosebumps' 시리즈, '麥兜麥嘜시리즈' 등의 수입 베스트셀러와 슈퍼 베스트셀러인 '淘气包馬小跳 시리즈' 같은 국내서적, '萌芽 시리즈' 같은 청춘문학 등 베스트셀러 출판 영역에서 뛰어난 성적을 거둬으로써 출판업계에서 엄청난 반향을 일으켰다. 최근 3년에는 외국소설 스테프니 메이어 《트와일라잇》을 베스트셀러의 반열에 오르게 하였다. 상해인민출판사의 '邵敏팀'은 曾焯, 解嬿嬿의 《我爲歌狂》, 《愛上愛情》 및 《永遠的Open》 시리즈, 대만 작가 王文華의 《蛋白質女孩》, 《6IX57》 등의 베스트셀러를 기획한 중국 국내 청춘문학 유행의 개척자이자 리더이다. 또한 2002년 上海世紀出版集團은 北京世紀文景文化傳播責任有限公司를 설치하였다. 덴 브라운의 《다빈치코드》, 미국 국적의 아프가니스탄 작가 할레드 호세이니의 《追風箏的人》 등을 성공적으로 수입하고 출판했다. 《다빈치코드》는 중국내 인터넷 작가나 베스트셀러 작가들의 '미스터리' 창작열풍을 이끌기도 하였다. 이 외에도 北京讀書人이다. 로버트 기요사키(羅伯特·清崎)의 《富爸爸窮爸爸》, 《誰動了我的奶酪》 등 대표적인 베스트셀러를 성공적으로 기획한 바 있다. 또한 北京新時代新經典文化公司가 기획한 《菊花香》과 《菊花香2》, 《讓健康伴隨你》, 《窗邊的小豆豆》, 《再見了可魯》, 《七朵水仙花》 등이 있다. 《30年中國暢銷書史》, 상계서, 24-25쪽, 83쪽.

체적 서술시각으로 독자들을 생생한 늑대의 세계로 이끌었다. 늑대의 집단정신, 교활함과 지혜, 전투적 재능과 전술 및 불굴의 독립성과 존엄성 나아가 자연생태 보호와 인류문명진화에 대한 늑대의 공헌 등은 소설의 주요 스토리를 구성하고 있다. 《狼圖騰》은 출판사의 베스트셀러 생산기제의 운용이 만들어낸 기적이었다. 중국 내 발행부수가 총240만 부에 달하며, 시장에 나온 지 5년 동안 거의 매달 베스트셀러 상위 순위에 올랐으며, 지금까지 이미 27개 언어권에 판권이 팔렸다.²⁹⁾ 대만에서는 이미 21쇄를 홍콩지역에서도 이미 19쇄를 찍었다. 이 사례는 중국출판업계의 시장의 수요에 따른 전략적인 출판기획의 마케팅 전략과 그 생산기제가 만들어낸 ‘화제의 마케팅’이자 ‘문화마케팅’의 전형적인 사례라고 할 수 있다.

예를 들면, 첫째, 정확한 독자층 겨냥과 유명인사의 선전효과이다. 일반적인 문학류 베스트셀러의 관념으로 볼 때, 《狼圖騰》은 여러 가지 면에서 대형 베스트셀러가 될 만한 책은 아니었다. 상당히 학술적인 내용인데다 장장 50만자에 달하는 편쪽은 중국 현대인들의 독서 경향에 그다지 적합하진 않았으며, 게다가 강용은 당시 지명도가 별로 높은 편도 아니었다. 그런데 ‘金·黎 기획팀’은 전략적이고도 세밀한 분석을 통해 구체적인 독자층을 겨냥하여 전략적 마케팅을 실시하였으며, 결국 최고의 베스트셀러가 되는 토대를 쌓았다. 주요 다섯 유형의 독자층을 선정하고 그에 적합한 대표적 인물을 선정하여 그들을 통해 광고 선전에 착수하였다. 즉 ‘문혁시기 하방당한 지식청년’, ‘동물을 사랑하는 사람’, ‘자기계발서를 좋아하는 사람’, ‘기업경영인’, ‘사회적인 책임감인 강하고 대초원을 동경하는 사람’을 선정하여, 문혁시기 하방당한 지식청년 대표로는 유명작가 장항항(張抗抗), 《人與自然》의 사회자 조충상(趙忠祥), 내몽고 출신의 방송평론인 백암송(白岩松), 내몽고 가수 창랑(蒼浪)악단의 메인보컬 등격이(騰格爾), 기업계에서 늑대와 춤을 추려면 먼저 늑대가 되어야 한다고 주장하는 하이얼(海爾)그룹의 총재 장서민(張瑞敏)이다.³⁰⁾ 이밖에 문학평론가 주도(周濤), 백엽(白燁), 맹번화(孟繁華) 등이 모두 적극적으로 추천했다. 이로써 출판사는 유명 인사들의 호평을 얻은 후 곧 바로 출판

29) 이미 영어, 프랑스어, 그리스어, 이탈리아어, 러시아어, 헝가리어, 네덜란드어, 스페인어, 일어, 한국어, 베트남어, 핀란드어, 포르투갈어, 폴란드어 등으로 출판되었다.

30) 《30年中國暢銷書史》, 상계서, 106쪽.

하게 되었다. 이 모든 상황은 《狼圖騰》을 베스트셀러로 만드는 촉진제 역할을 하였다.³¹⁾

둘째, 매체를 활용한 광고 전략이다. 2004년 4월 장강문예출판사는 출판기념회와 작품토론회를 열었다. 조충상, 백암송, 장항항 등 유명인과 북경의 여러 매체들이 참석했다. 그 후 출판사는 신문매체, TV매체, 인터넷매체 등에 전면적인 광고를 하였다. 독자의 서평과 명사의 논평이 신문과 인터넷 사이트를 채웠다. 동시에 《狼圖騰》에 관한 열띤 토론은 新浪 등 각 신문 잡지의 칼럼을 채웠다.³²⁾ 이는 베스트셀러 생산에 언론매체의 광고가 하나의 기제로 작동하였음을 보여준 예이다.

셋째, ‘金·黎팀’은 독서토론회를 조직하였다. 작가 張抗抗은 《北京青年報》에 처음으로 〈關於姜戎狼圖騰的細節饗食〉을 발표하고³³⁾ 후에 《批評》에 〈狼圖騰與科學發展觀〉을³⁴⁾ 《中國圖書商報》에는 〈狼蹲在文字暗處〉 등을 각각 실었다. 또한 康莊의 〈讀狼圖騰-狼是人類社會進步的發動機〉³⁵⁾, 〈草原民族爲什麼信奉狼〉³⁶⁾ 두 편과 直言의 〈我們需要怎樣的民族性格〉³⁷⁾는 《狼圖騰》을 사회발전과 민족문화의 성격으로 끌어올렸다.³⁸⁾ 또한 대학에서도 2004년 5월 북경대학 학생들은 《狼圖騰》에 관해 토론회를 열었다.³⁹⁾ 장항항은 소설 속 늑대의 이미지와 성격에

31) <http://www.tianyabook.com/langtuteng/lttqy.htm>

32) http://epaper.tianjinwe.com/mrxb/mrxb/2008-03/14/content_5463722.htm
http://vip.book.sina.com.cn/book/index_37271.html
<http://video.sina.com.cn/p/ent/m/c/2009-08-22/154060382138.html>
<http://zhidao.baidu.com/question/251965649.html>

33) <http://www.culstudies.com/plus/view.php?aid=3015>

34) http://blog.sina.com.cn/s/blog_3ef9a7720100anhk.html

35) <http://tieba.baidu.com/f?kz=153802932>

36) <http://tieba.baidu.com/f?kz=106319896>

37) http://www.laocanmou.com/qs/qzqs/xxqyl/zlqd/dspl/zlzs/ttpl/200609/qs_20060908193027.html

38) 물론 질의나 비판의 소리도 있었다. 대표적인 언론은 《中國青年報》에 발표된 桂杰의 〈狼圖騰：傳達了偽草文化？〉(http://news.xinhuanet.com/book/2004-06/10/content_1519408.htm)와 《青年參考》에 발표된 黃晋章의 〈理直氣壯的無耻，我讀狼圖騰〉(<http://tieba.baidu.com/f?kz=154594343>) 및 《文匯報》에 발표된 張倩儀의 〈狼圖騰能拯救中國嗎？〉 등이다.

39) <http://www.pukcn.com/viewthread.php?tid=110643>

대해 말하면서 현재 대학생들은 의존적이고 독립적인 능력이 부족하다고 비평하자, 북경대학생들의 날카로운 질의를 받게 되었다. 그래서 ‘北大學子質疑張抗抗’라는 기사가 각 대학캠퍼스에 퍼지면서 《狼圖騰》은 대학생들 주목을 받게 되었다. 《狼圖騰》은 그야말로 하나의 신드롬이 되었다. 新浪, 《新周刊》, 《新京報》 등의 매체와 북경신화서점에서 뽑은 2004년 가장 영향력 있는 1위 도서로 뽑히기도 했다. 이는 장강문예출판사의 베스트셀러 기획 생산팀의 성공적인 기획 전략이자 현재 출판계의 베스트셀러 생산기제의 한 사례라고 할 수 있다.

2) 출판의 외부기제

문화산업정책기구와 그 제도, 정책 등은 베스트셀러 생산의 외부기제로 작용한다. 文化部, 國家廣播電視電影總局, 新聞出版總署는 중국의 문화산업 정책을 집행하는 정부부서이며, 이중 도서출판관련 기구는 신문출판총서이다. 신문출판총서는 신문출판사업과 저작권관리를 주관하는 국무원 직속 기구로서 국가관권국을 겸한다. 49년 이후 현재까지의 변화를 보면 다음과 같다.

50년대	49년 2월 중공중앙선전부출판위원회 성립→11월 중앙인민정부출판본부개명→1954년 9월 출판본부를 해체
80년대	85년 7월 國家板權局, 國家出版局→87년1월 國家出版局 해체 新聞出版署 설립
2000년대	2001년 新聞出版署는 新聞出版總署로 개명/新聞出版總署가 國家板權局的 업무관할, 두 개 부서지만 사실은 하나의 기구로 기능

신문출판총서는 주로 출판과 저작권 관련 업무를 수행하는 국무원 직속 사업단 위로 광전총국과 더불어 문화상품 발전에 직접적인 영향을 주는 정부부서이다. 주요 핵심기능은 신문출판업의 방침과 정책을 제정하고, 신문출판영역의 체제와 기제 개혁을 추진하며, 출판활동을 감독 관리한다.⁴⁰⁾ 사실 2000년대 이후 문학 서

40) 또한 현재 중국 대륙에는 550여 개의 출판사가 있고, 그중에서 중앙급 출판사는 200여개, 지방급 출판사는 340여 개가 있다. 도서출판을 중심으로 하는 출판그룹은 30여 개가 있다. 550여 개의 출판사 중에서 상당히 많은 출판사가 하나의 그룹에 속해 있다. 썬마다 하나의 출판그룹이 있는데, 북경과 상해는 예외적으로 여러 출판사가 있다.

적과 베스트셀러의 성장을 가져온 배경은 바로 이러한 기제들이 내놓은 제도개혁 때문이다. 예를 들어, 2003년 국가신문출판총서와 국무원관공청의 법규에 따라 2004년 국가신문출판총서는 527개 관방출판사를 인민출판사 1개만 사업단위 체제를 유지하고 기타 출판사를 경영형 기업단위 체제로 전환하도록 하였다. 이에 따라 2009년 5월 중국신문출판총서가 발표한 최신 신문출판체제 개혁 규제에 따르면, 2010년까지 500여개의 출판사를 민영화하여, 현재 이미 100여개의 출판사가 민영화체제에 따른 관리를 실행하고 있으며, 1천 여 개의 신문도 민영화, 시장화 관리를 진행 중이다. 이는 도서출판 산업의 자본시장이 점차 개방되는 중국출판산업의 변화를 의미한다. 게다가 WTO가입 이후 중국은 유통부분에서 외국자본이 다양한 방식을 통해 중국의 출판산업 각 부문에 점진적으로 진입하였고, 현재 중국에 지사 또는 사무소를 설립한 외국출판사는 이미 80여 개가 넘는다고 한다. 이는 도서출판 산업의 시장화 발전을 촉진하였고, 출판계로 하여금 베스트셀러를 제작하고 수입(2008년-1010년 3년간의 문학류 베스트셀러 68편 가운데 11편이 외국서적)·수출(《狼圖騰》은 이미 27개 언어권에 판권이 팔림)할 수 있는 제도적 환경을 마련해 주었다. 즉 이러한 도서출판 관련 기구들의 제도와 정책 및 환경은 베스트셀러의 외부생산기제로 작용하면서 도서출판 및 베스트셀러 생산에 영향을 주고 있다.

둘째, 출판관련연구는 전문연구기관과 대학에서 진행한다.⁴¹⁾ 현재 중국에는 10여개의 출판연구소가 있다. 편집, 시장, 출판 등 다방면에 걸쳐 연구를 하고 있다. 가장 영향력 있는 연구기관으로 中國出版科學研究所, 北京開卷圖書市場研究所, 北京慧聰媒體研究中心, 泛華東方傳媒顧問有限公司 등이 있으며 그 중 가장 규모가 큰 것은 중국출판과학연구소이다. 중국출판과학연구소는 중국신문출판총서가 주관하는 종합출판연구기관으로 1985년에 설립되었고 종업원 수는 100여 명에 이른다. 이 연구소는 연구실과 잡지편집부, 출판사, 자료정보센터 등의 기구가 있다.⁴²⁾ 北京開卷圖書市場研究所는 중국출판과학연구소와 함께 중국의 대표적인

상당한 규모를 갖춘 출판그룹으로 中國出版集團, 北京聯合出版集團, 上海世紀出版集團, 江蘇鳳凰出版集團, 浙江出版聯合集團, 湖南出版集團, 時代出版專賣, 廣東出版集團, 吉林出版集團, 中國科學出版集團 등이 있다. 《시장 논리로 보는 중국출판》, 상계서, 46쪽.

41) 《30年中國暢銷書史》, 상계서, 209쪽.

출판연구기관으로 도서시장의 데이터를 수집하고 컨설팅 서비스를 제공한다. 북경 혜충미디어연구센터는 혜충국제지문(그룹)에 소속되어 있고 주로 잡지시장에 대한 정보를 제공한다. 전국 72개 도시의 1100여종의 신문과 잡지 등의 데이터베이스를 보유하고 있으며, 신문 잡지의 자료를 수집, 보관하고 있다. 이밖에도 하남대학의 편집학연구실, 북경사범대학의 출판연구소 역시 출판연구기관이다.⁴³⁾

4. 시장 기제

1) 베스트셀러 확산, 유통의 기제

베스트셀러의 시장마케팅은 매체와 불가분의 관계이다. 베스트셀러가 되기 위한 요건은 다양하지만 매체의 활용은 베스트셀러의 성공여부를 결정짓는 주요 요인이 된다. 첫째, 1980년대 베스트셀러가 사용했던 주요 전파채널은 간행물에 게재·연재하는 형식이였다. 그러나 90년 중반이후 특히 인터넷의 보급으로 베스트셀러의 확산기제에 변화가 생겨났다. 중국출판과학연구소가 2008년에 발표한 제5회 국민독서조사 결과에 따르면, 문화매체 부분에서 신문이 74.5% 구독률 1위를 차지했고, 잡지가 50.0%로 2위를 차지하고, 인터넷이 36.5%로 3위를 차지하였으며, 인터넷을 통한 확산은 2005년의 27.8%에 비해 8.7% 증가를 보였다. 책으로 읽는 비율은 34.7%로 2005년의 48.7%에 비해 14% 감소했다.⁴⁴⁾ 인터넷에서의 읽기비율이 처음으로 도서 구독률을 초과했다. 이러한 추세는 매체의 긴밀한 결합이 일부 베스트셀러 생산의 한 요소로 작용하고 있음을 보여준다. 앞에서 말

42) 《出版流通研究》, 《出版參考》, 《媒體》, 《出版發行研究》, 《國際出版藍皮書》, 《中國數字出版年度報告》, 《全國國民閱讀調查報告》 등을 출판한다.

43) 또 대학에 편집 출판관련 학과와 학위과정이 설치되어 있다. 본과, 석사, 박사 과정 대학: 北京大學, 北京師範大學/ 본과, 석사 과정 대학: 北京印刷學院, 清華大學, 中國人民大學/ 본과: 中國傳媒大學, 南開大學, 南京大學, 武漢大學, 浙江大學, 中國科學技術大學, 復旦大學, 上海大學文學院, 西安交通大學, 西安公路學院, 四川社會科學院, 河北大學, 河北經貿大學, 內蒙古大學, 內蒙古民族大學, 東北師範大學, 吉林師範大學, 杭州商學院, 安徽大學, 河南大學, 四川大學, 西北大學, 陝西師範大學, 廣西師範大學, 廣西民族學院, 青島海洋大學, 昆明理工大學. 《시장 논리로 보는 중국 출판》, 상계서, 213쪽.

44) 《30年中國暢銷書史》, 상계서, 164쪽.

했듯이, 광경명의 《幻城》과 《鬼吹燈》 등은 바로 인터넷을 통해 확산되었던 좋은 사례이다.

인터넷 외에도 둘째, 대중성과 전문성이 확보된 전문 매체인 《중국도서상보》, 《중국신문출판보》, 《중화독서보》, 《문화독서주보》, 《중국도서평론》, 《출판인》 등 도서출판업계의 매체는 출판사와 직결된 기제이므로 출판사는 통상적으로 권위 있는 업계 미디어를 선택해 베스트셀러 신서 정보를 알린다. 그리고 전국적으로 비교적 구독층이 많은 《北京晚報》, 《南方都市報》, 《揚子晚報》, 《新民晚報》, 《錢江晚報》, 《新京報》 등의 신문에는 전문적인 문화면이나 독서란이 있어서 이들 지면에다 광고하는 것은 신서의 판매에 커다란 영향을 준다. 장강문예출판사 기획자 金麗紅이 “《北京晚報》가 연재하느냐 안 하느냐에 따라 5만권이 차이나는다.”라고 말한 바 있듯이 주류 신문 잡지의 광고는 베스트셀러에 커다란 영향을 준다. 베스트셀러 《狼圖騰》 등은 바로 매체를 통해 더욱 확산된 사례이다.

셋째, 영화, TV 등 방송매체 역시 베스트셀러에 지대한 역할을 한다. 1990년대 蘇童의 《妻妾成群》, 余華의 《活着》, 劉震雲의 《手機》 등은 영화와 문학 베스트셀러간의 상호작용을 보여준 본보기이다. TV가 제1의 주류 미디어가 되면서 1980년대 말부터 TV는 베스트셀러를 이끄는 강력한 기제가 되었다. 특히 2006년 이후 CCTV ‘百家講壇’ 프로그램은 易中天, 于丹, 劉心武, 王立群, 閻崇年 등을 베스트셀러 작가의 반열에 오르게 하였다. 이들의 작품은 TV 또는 인터넷에서 이미 시장과 독자의 검사를 받았기 때문에 도서로 출판되면 베스트셀러 되는 것은 한결 용이했다. CCTV의 百家講壇 프로그램은 ‘고전의 통속화’라는 수단을 빌어 시청률을 올리고, 출판사는 급속히 형성된 인기에 힘입어 재빨리 관련 도서를 출판했다. ‘百家講壇’ 시리즈 가운데 《于丹〈論語〉心得》 등은 기본적으로 이러한 패턴을 따랐다. ‘百家講壇’은 최근 출판사와 매체의 상호작용을 통해 베스트셀러를 성공적으로 만든 본보기이다.

넷째, 개혁개방이후 중국 도서 유통경로는 기본적으로 주요경로인 신화서점과 제2경로인 각종 민간서점 및 현재 인터넷 서점 등 다양한 경로가 존재한다.⁴⁵⁾ 매

45) 또한 최근 중국 유통기업들에 대한 체제개혁이 이루어지면서 가장 눈에 띄는 것은 출판사의 그룹화, 기업화이다. 이른바 서점의 그룹화란 각 성급의 신화서점을 본점으로 하여 각 성에 속해있는 지방의 서점을 모두 합병하여 하나의 유통 그룹을 만들었다.

체의 발달로 인해 현재 인터넷 서점의 베스트셀러 구매행위는 갈수록 유통시장의 중요한 기제로 작용한다. 베스트셀러 등 다양한 구매경로 역시 도서구매행위가 더 이상 간단한 소비행위가 아니라 개인이 선택하는 문화적 의미를 내포하고 있다고 할 수 있다. 고도의 상업화와 네트워크화 된 환경에서 대중과 독자들의 선택이야말로 시장의 추동력이다. 결국 인터넷 서점의 발달로 유통망의 기제가 변화해왔다. 특히 2000년대에 이르러 출판관리이념과 경영이념에 커다란 변화가 생기면서, 현재 중국의 신화서점은 전국적인 대형체인서점으로서의 의미가 없다. 성급 지역의 신화서점은 이미 체인서점이 되었으며, 각 성급 신화서점은 북경에 있는 신화서점 본점에 소속되지 않는다. 북경 신화서점은 2002년 중국출판집단에 소속되었고 현재는 각 성급의 신화서점과 수평관계를 유지하는 하나의 유통회사일 뿐이다.⁴⁶⁾

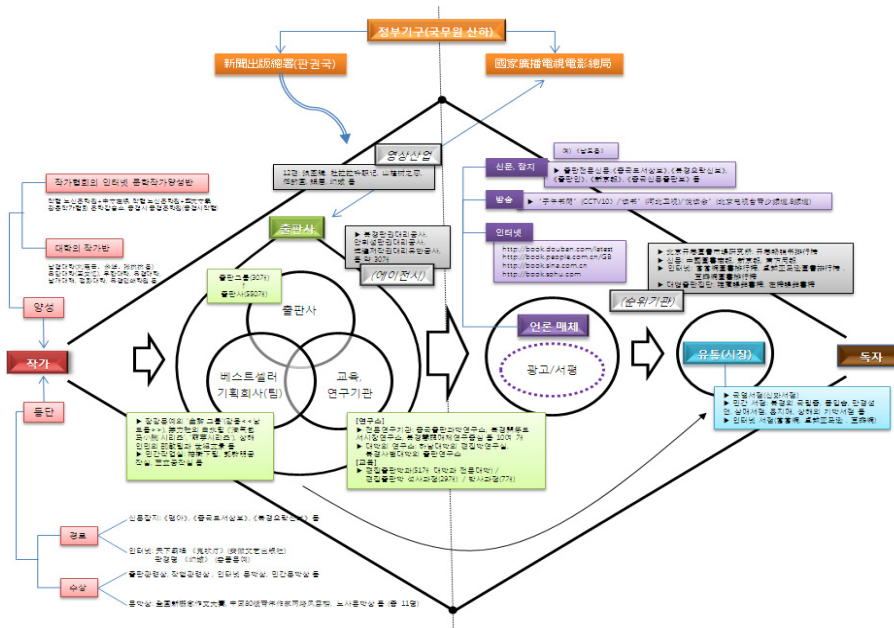
IV. 맺으면서

이상으로 2008년-2010년 문학류 베스트셀러를 통해 문학작품이 생산되는 전반적인 문학생산 기제와 틀을 살펴보고자 하였다. 문학생산기제 가운데 한 부분에 대한 세부적이고 실증적인 분석 및 기제간의 상호 연동적 관계 등은 추후 작업으로 계속 채워나갈 것이며, 본고에서는 먼저 1차적 작업으로서의 전반적인 기제를 살펴보았다. 이상의 고찰을 통해 초안 수준의 문학작품의 생산기제의 지형도로 그려보면 다음과 같다.

둘째, 서점의 기업화란 과거 국가의 출판 자본에 기대에 성장해오던 사업단위에서 자기 자본을 중심으로 성장하는 기업형태로 바뀌게 되면서 주식회사 체제로 변화하게 된 것이다.

46) 《중국 출판 수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘 본다》, 상계서, 220-221쪽.

2008년-2010년의 문학류 베스트셀러의 생산기제도



둘째, 2008년-2010년의 베스트셀러는 전통류와 대중류의 공존현상이 보였다. 인문과학 베스트셀러에서는 전자의 현상이, 문학류 베스트셀러에서는 후자의 현상이 더욱 두드러졌다. 인터넷의 보급과 인터넷 문학의 발전은 전통 베스트셀러에 대한 도전으로 작용하고 있으며, 인터넷 작가의 등장과 인터넷 소설의 인기로 전통 도서시장은 일정 정도 분화되었다. 2008년-2010년까지 총 68편(외국 작품 12편) 가운데 12작품이 영화, 연속극, 만화, 오락 등으로 문화콘텐츠로 제작되었다. 주로 郭敬明, 韓寒, 七堇年 등의 '80후' 청년문학 작가들의 작품이다. 이는 현재 최근 중국의 문학류 베스트셀러의 주요 구매자 역시 80년 이후 출신들이자 청소년 등임을 알 수 있다. 이러한 대중문학으로서 베스트셀러 문학이 활기를 띠었지만 인문학 부분에서도 여전히 학술적인 색채가 짙은 국학서적이 베스트셀러의 자리를 굳건히 지키고 있다. 2008년-2009년 인문학 베스트셀러에서 于丹의 학술문화 분야의 베스트셀러 《于丹〈論語〉感悟》, 《老子的幫助》, 《于丹〈莊子〉心得》과 錢文忠의 《錢文忠解讀〈三字經〉》 등은 중국 유가경전문화를 주제로 한 도서이

다.

셋째, 사실 이들이 베스트셀러가 된 원인 중의 하나는 CCTV 브랜드 프로그램인 ‘百家講壇’이 여전히 인문사회과학서 베스트셀러를 만드는 데 유력한 플랫폼이 되었기 때문이다. 이는 국학관련 서적이므로 정부의 의도 하에 TV 매체의 강력한 전파효과를 제공하여 도서의 판매량에 양호한 시장의 기초를 가져다주었기 때문이다. 이처럼 3년간의 문학류 베스트셀러의 작품은 대부분 대중화, 시장화에 따른 작품들이 대다수였고, 이는 현재 중국의 문학류 베스트셀러의 두드러진 특징이다. 이는 상대적으로 볼 때 문학류 베스트셀러는 시장에 의해 주도된다면 인문분야 베스트셀러는 정부에 의해 주도되기 때문이다. 그러나 다른 한편은 중국작가출판사에서 출판한 4명의 작협 회원 가운데 王曉方 《市長秘書》, 《駐京辦主任》 등은 정부 관료의 부패를 서술한 官場문학이며,⁴⁷⁾ 姜戎의 《狼圖騰》은 중국인의 성격을 늑대의 집단정신과 지혜, 전투능력, 불굴정신 등에 비유하면서 중국 민족과 역사에 대해 해석을 가한 학술적 성격이 가미된 서적이다. 국내는 물론 해외에서도 이미 27개 언어권에 판권이 팔렸으며, 대만에서도 이미 21쇄를 홍콩에서도 이미 19쇄를 하였다. 이러한 작품들은 모두 현재 유행하는 청춘문학 유형이 아닌 비주류 유형이다. 대중성과 상업성이 잘 드러난 청춘문학이 주를 이루는 상황에서 이러한 작품이 성공을 거둔 것은 출판사의 기획력과 마케팅도 있지만, 정부가 국학관련 서적에게 TV매체의 강력한 전파효과를 제공함으로써 도서 판매량에 도움을 준 것과 같은 맥락에서 이해할 수 있을 것이며, 이 점 역시 정부의 지지에 의존하는 중국적 특색을 지닌 문학류 베스트셀러의 생산기제의 한 면이라고도 할 수 있을 것이다.

넷째, 이제는 베스트셀러 문학작품을 연구할 때 독자가 하나의 연구대상으로 부각된다는 점이다. 독자는 단순한 소비적 구매자를 뛰어넘어 하나의 문화를 형성·변화시키는 집단이 될 수 있기 때문이다. 90년대 중반 정도까지 베스트셀러 독자들에게 대한 연구는 주로 문학사에 초점이 맞추어졌고, 그 이유는 순수문학 작품의 판매와 구독상황에 관심을 두었기 때문이다. 당시의 독자들은 비교적 전통적인 문

47) 관장소설은 대체로 리얼리즘의 창작수법을 통해 현실생활을 반영한 소설유형을 말한다. 주로 정치 관원을 핵심으로 한 대중들의 생활, 사회현실 및 정치문화의 상황 등을 묘사한다.

학에 관한 계몽과 수양 등 단순한 독서목적을 가지고 있었기 때문이기도 하다. 최근 10년간 베스트셀러에서 순수문학작품은 베스트셀러 순위에서 차지하는 비율이 갈수록 낮아지고 있는 현상에서도 잘 엿볼 수 있다. 이는 순위를 매기는 문학작품 유형이 다양해졌기 때문이기도 하지만, 한편으로는 출판사가 문학에만 의존도하지 않고 영화나 연속극 등 다원화된 체계의 문화콘텐츠 개발에 주력하고 있기 때문이기도 하다.

다섯째, 베스트셀러의 발전과정 속에서 수입판 도서의 종류와 수량이 급속도로 증가하고 있다. 1980년-1990년대의 수입도서는 대부분 서방문학과 전형적인 학술저작이었지만 지금은 중국의 도서산업의 급속한 발전과 세계정보에 대한 수요가 왕성해지고, 인터넷은 중국의 출판업과 독자들에게 외국의 최신출판 동향을 알 수 있는 기회를 제공하고 있기 때문이다. 2008년-2010년 3년간 문학류 베스트셀러에 총68편 가운데 12편이 외국소설이라는 점에서도 잘 확인된다.

【參考文獻】

- 신광웨이 지음·인트랜스 번역원 옮김 《중국 출판-수퍼 차이나: 출판 초강대국을 넘 본다》, 서울, 북폴리오, 2011
- 연구기관 (주)스트라베이스 《2009해외콘텐츠시장조사(출판)》, 서울, 한국콘텐츠진흥원, 2010
- 孫月沐 《中國書業年度報告》(2009-2010), 北京, 商務印書館, 2010
- 孫月沐 《中國書業年度報告》(2008-2009), 北京, 商務印書館, 2009
- 孫月沐 《30年中國暢銷書史》, 北京, 中國出版集團 등, 2009
- 신광웨이 지음, 양원석 옮김 《시장 논리로 보는 중국출판》, 서울, 북스힐, 2006
- 백은영 <키워드로 살펴본 중국 출판의 흐름>: 《기획회의》 통권 221호, 한국출판마케팅연구소, 2008
- 한국출판마케팅연구소 <2000-2002년까지의 논픽션 분야 베스트셀러의 변화>: 《기획회의》 통권181호, 2006

【中文提要】

本文試圖通過文學作品(暢銷書)生產、流通機制瞭解中國文學知識生產機制。在文學領域,通常將知識人可以稱爲作家(生產者),而他們創作的作品(產品)就可以稱之爲文學知識。(文學)暢銷書是作家創作的知識結晶,也是一個文學知識的重要的組成部分。從這種觀點來看,暢銷書可以說是在公衆中非常普及的文學知識。因此本文的宗旨是通過對中國暢銷書的分析來了解中國大衆化的文學知識生產機制。本文中所說的暢銷書生產機制包括兩個方面:首先是文學作品創作,即作家、負責文學作品策劃和制作的出版社、進行相關宣傳和評論的輿論媒体以及承擔流通和銷售的書店等有形機制;其次是國家和市場所建立的制度、政策、環境等無形機制。如果能瞭解在這一框架內,文學作品是通過何種機制創作出來,就可以大致描繪出文學生產機制地形圖。

【主題語】

暢銷書,文學知識,生產機制,有型機制,地形圖,圖書出版

투고일: 2011. 7. 8 / 심사일: 2011. 7. 20~8. 5 / 게재확정일: 2011. 8. 10