

동북아 해역의 서적 유통 연구*

- 1920년대 부산 지역신문과 서적 광고를 중심으로 -

임상민**
y3k76@hanmail.net

<目次>

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1. 들어가며 | 4. 잡지 유통과 변용하는 부산의 독자층 |
| 2. 재편되는 서점 신간 광고 | 5. 나오며 |
| 3. 조선서적상조합 결성과 탈지역적 서점 광고 | |

主題語: 해역도시 부산(Sea City Busan), 하쿠분도서점(Hakubundo Bookstore), 신간 광고란(Advertising Section for New Books), 독자층(Readers), 조선시보(Joseon Sibō), 부산일보(Busan Ilbo), 잡지 광고(Magazine Advertisement)

1. 들어가며

본고에서는 일본 제국의 확장과 함께 동북아 해역 상업도시에서 문화도시로 변모해 가는 과정 속에서, 일본인 경영 서점의 역할 및 학지 구축의 프로세스를 분석하는 것을 목적으로 한다. 특히, 본고에서는 식민 해역도시 부산을 단순히 내셔널과 트랜스내셔널, 중앙과 지방, 일본 내지와 식민지 외지라고 하는 이분법적 구도 속에서 인식하지 않고, 내셔널과 트랜스내셔널이 상호 공존하는 문화접촉지대로 재구성하고자 한다.

1910년대 초반의 서점 광고에는 단순 서점 안내 및 교과서, 문구류 등이 주를 이루었는데, 이러한 서점 광고는 1910년대 후반에 접어들면서 각종 서적 리스트가 신문 광고란에 대대적으로 등장하면서 변화를 보이기 시작한다. 특히, 이와 같은 변화는 1910년대 후반에 들어서면서 부산에 거주하는 재조일본인의 인구가 3배 가깝게 증가했기 때문이며, 또한 부산으로 이주한 재조일본인의 출신 지역과 직업의 다양화와 연동된 결과라고 해석할 수 있다. 즉, 1910년대의 식민도시 부산의 독자층은 결코 고정적이지 않고 유동적이었으며, 부산의 일본인 경영 서점

* 이 논문은 2016년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임
(NRF-2016S1A5A8019515)

** 동의대학교 일본어학과 조교수

역시 이와 같은 가변적인 독자층을 타깃으로 단순 서점 광고에서 신간 서적을 대대적으로 선전하면서(대중소설에서 순문학으로 장르의 전환 역시 추구하면서), 상업도시에서 벗어나 문화도시로 변모하는 과정 속에서 부산의 학지 구축에 중요한 역할을 했다고 볼 수 있다.¹⁾

하지만, 주의할 점은 부산 소재의 일본인 경영 서점들은 1920년대에 접어들면서 기존의 영업방식과 다른 광고 전략을 전개하기 시작한다는 것이다. 예를 들면, 1910년대 후반의 『부산일보』에 실린 하쿠분도서점(博文堂書店)과 오사카야고서점(大阪屋号書店)의 신간 소개 광고를 살펴보면, 한 달에 무려 20회 전후의 광고 게재 및 1면 하단 고정, 또한 1회 신간 소개 역시 30권 전후의 서적 리스트를 대대적으로 홍보했지만, 1920년대에는 이와 같은 서점 및 서적 광고는 서서히 자취를 감추게 된다.

본고에서는 먼저 1920년대의 해역도시 부산의 지역 일본어신문 『부산일보』와 『조선시보』에 서점 및 서적 광고를 싣고 있는 일본인 경영 서점의 실태 파악 및 영업 전략을 추적한다. 또한, 동시대의 서점 개업/부업 관련 기사 및 잡지 유통 관련 기사, 그리고 독자층과 관련된 기사를 조사하고, 이를 통해 1920년대에 새롭게 재구축되기 시작하는 독자층과 학지 유통/구축의 프로세스를 고찰하는 것을 목적으로 한다.

2. 재편되는 서점 신간 광고

현재, 국사편찬위원회의 홈페이지를 통해서 공개되고 있는 『부산일보』의 기사는 1914년 12월부터 1944년 3월까지이며, 『조선시보』의 경우에는 1914년 11월부터 1940년 8월까지 열람 가능하다. 하지만 1920년대의 경우, 『부산일보』는 1919년 1월부터 1925년 1월까지 누락되어 있는 상태이기 때문에, 본고에서는 『부산일보』의 누락된 날짜에 대해서는 『조선시보』(1919년 도는 누락)를 중심으로 살펴보도록 한다. 물론, 『조선시보』 역시 1920년과 1922년에는 3월과 4월, 11월과 12월밖에 공개되어 있지 않고, 다른 해 역시 누락된 달과 날짜가 많은 상태이다.

먼저, 『조선시보』에 광고를 싣고 있는 부산의 서점을 살펴보면, 1920년 3월의 경우에는 거의 매일 같이 신간 도착 광고를 싣고 있고, 신간 권수 역시 20권에서 30권을 소개하고 있다는 점에서 1910년대 후반과 동일하다(다만, 1914년에 경성에 지점을 개업 이후, 1916년 12월부터 부산의 지역신문에 신간 광고를 실었던 오사카야고서점은 신문 광고란에서 더 이상

1) 임상민(2016)「식민도시 부산의 서점 연구-1910년대 『부산일보』의 서점 광고란을 중심으로-」『동북아문화연구』, p.59

확인되지 않는다).

또한, 1910년대 후반에는 신문의 1면 하단에서 고정적으로 신간 리스트를 소개하던 하쿠분 도서점은 1921년부터 서서히 지면 이동 및 광고 횟수가 감소하기 시작한다(1920년 4월부터 1921년 2월까지의 신문 지면 누락으로 국사편찬위원회 홈페이지에서 확인 불가능). 즉, 1910년대부터 식민 해역도시 부산의 일본어신문에서 독보적으로 서점 및 서적 광고를 주도했던 하쿠분도서점은 1921년 3월부터 영업 전략이 변화하기 시작하는데, 1920년대 초반의 『조선시보』에 실린 서점 및 서적 관련 기사 목록은 다음과 같다.

<표1> 1920년대 초반 『조선시보』에 실린 서점 및 서적 관련 광고

날짜	지면	서점 및 서적 광고
1921년 3월 1일	1면	釜山回覽雜誌會
1921년 3월 3일	4면	釜山回覽雜誌會
1921년 3월 15일	1면	二葉屋文具店
1921년 3월 24일	1면	吳竹堂書店(卸屋)
1921년 3월 26일	4면	二葉屋文具店
1921년 3월 31일	1면	二葉屋文具店
1921년 4월 2일	1면	釜山回覽雜誌會 會員募集
1921년 4월 10일	1면	博文堂書店 新刊案内(14冊)、吳竹堂書店(卸屋)、二葉屋文具店
1921년 4월 14일	4면	吳竹堂書店(卸屋)
1921년 4월 15일	4면	釜山回覽雜誌會
1921년 4월 16일	4면	釜山回覽雜誌會
1921년 4월 17일	3면	吳竹堂書店(卸屋)、二葉屋文具店
1921년 4월 19일	3면	博文堂書店 新刊案内(10冊)
1921년 4월 20일	1면	釜山回覽雜誌會 會員募集、二葉屋文具店、博文堂書店 新刊案内(10冊、3面)
1921년 4월 21일	4면	釜山回覽雜誌會 會員募集
1921년 4월 22일	1면	吳竹堂書店(卸屋)、博文堂書店 新刊案内(8冊、3面)、釜山回覽雜誌會 會員募集(3面)
1921년 4월 24일	4면	二葉屋文具店
1921년 4월 27일	2면	博文堂書店 新刊案内(9冊)
1921년 4월 29일	4면	釜山回覽雜誌會
1921년 4월 30일	1면	博文堂書店 新刊案内(8冊)
1921년 5월 4일	4면	吳竹堂書店(卸屋)
1921년 5월 6일	1면	二葉屋文具店、吳竹堂書店(3面)
1921년 5월 12일	1면	吳竹堂書店

1921년 5월 14일	3면	吳竹堂書店
1921년 5월 17일	1면	二葉屋文具店
1921년 5월 19일	1면	吳竹堂書店
1921년 5월 26일	3면	吳竹堂書店、二葉屋文具店(4面)
1921년 6월 4일	3면	吳竹堂書店、二葉屋文具店(4面)
1921년 6월 9일	1면	吳竹堂書店
1921년 6월 10일	2면	吳竹堂書店
1921년 6월 11일	1면	二葉屋文具店
1923년 4월 1일	4면	二葉屋文具店
1923년 5월 1일	3면	三宅琢造商店、開業、書籍文具
1923년 5월 3일	3면	三宅琢造商店
1923년 5월 4일	3면	三宅琢造商店
1923년 5월 5일	3면	三宅琢造商店
1923년 6월 9일	1면	博文堂書店 國定教科書 慶尙全羅忠清 特約販売所
1923년 6월 16일	3면	博文堂書店 吉備園の生梅申込所
1924년 1월 8일	1면	榮文堂書店
1924년 1월 13일	4면	榮文堂書店
1924년 1월 17일	4면	榮文堂書店
1924년 1월 18일	1면	榮文堂書店
1924년 1월 25일	3면	榮文堂書店
1924년 1월 27일	4면	榮文堂書店
1924년 1월 29일	4면	榮文堂書店

위의 <표1>을 보면 알 수 있듯이, 하쿠분도서점의 광고 횟수는 1921년 3월 이후부터 급격하게 줄어든 사실을 알 수 있고, 또한 신간을 소개하는 책의 권수 역시 눈에 띄게 감소한다. 예를 들면, 1921년 3월 하쿠분도서점의 광고는 단 1건도 확인되지 않고, 익월 4월에는 불과 5건에 그치고 있다(지면 역시 기존의 1면 광고에서 1면과 3면을 불규칙적으로 이동 게재). 뿐만 아니라, 신간 소개 역시 4월 10일에는 14권, 4월 19일에는 10권, 4월 20일에도 10권, 4월 22일에는 8권, 4월 27일에는 9권, 4월 30일에는 8권으로, 1920년 3월 이전까지 매일 20권에서 30권 정도가 소개됐던 것에 비교하면, 광고의 지면 역시 축소되었고 신간 역시 현저하게 감소했다는 사실을 알 수 있다.

물론, 그렇다고 해서 서점 및 서적 관련 기사가 실리지 않은 것은 아니다. 예를 들면, 1921년 3월 15일에는 “학교용품, 문방구, 그림엽서, 잡지류, 운동구일식, 만년필 수산”을 취급하고 있는 후타바야문구점(二葉屋文具店, 부산 대청정)의 광고를 확인할 수 있는데, 동 문구점의 경우에는 서적 전문점이라기보다는 문구점에서 ‘잡지류’를 일부 비치해 두고 판매했다고 볼

수 있다. 또한, 잡지의 유통 측면에서 보면, 부산회람잡지회의 활동은 주목할 필요가 있다. 동 잡지회의 광고는 1921년 3월 1일에 최초로 확인되는데, 동 광고에는 “보수정 1번가 108번지”로 이전했다는 소식을 전하고 있다는 점에서, 동 잡지회의 활동 그 자체는 1921년 3월 이전부터 존재했다고 볼 수 있다. 그리고 1921년 4월 2일의 광고에서는 “1개월 금 1원의 회비로 당월 잡지 6권을 보실 수 있습니다”라고 회원을 모집하는 기사의 존재를 보면, 잡지의 유통 시스템은 전문 서점만을 중심으로 전개되지 않고, 문구점 및 동 잡지회 등 다양한 루트를 통해서 유통 및 학지가 구축되었다는 사실을 알 수 있다.

또한, 1920년 3월에는 ‘다나카서점(田中書店)’이라는 헌책방이 11회에 걸쳐 광고를 싣고 있는데, 동 헌책방의 경우에는 1914년 11월과 12월에도 『부산일보』와 『조선시보』에서 ‘다나카 세이분도(田中盛文堂)’라는 이름으로 서점 광고를 싣고 있었다는 사실을 확인할 수 있다. 두 헌책방의 주소 역시 ‘대청정 3번가’라는 점에서 두 서점이 동일 헌책방이라는 사실을 알 수 있는데, 1914년 12월 이후 더 이상 신문 광고를 싣지 않았던 다나카서점은 1921년 3월 이후 서점 광고가 급속도로 감소한 하쿠분도서점과 같이, 동 헌책방 역시 같은 시기부터 신문에서 자취를 감추게 된다.

그런데 주의할 점은 하쿠분도서점이 신문 신간 광고를 멈춘 것과는 달리, 1921년도에는 구레타케도서점(呉竹堂書店, 변천정 1번가, 전화 1083번)²⁾이 신문 광고를 주도했고, 그리고 1924년도 이후에는 에이분도서점(榮文堂書店)³⁾이 신문 광고를 시작한다는 점이다. 예를 들면, 구레타케도서점은 1921년 3월 24일에 “신간서적도착, 월간잡지각종, 그림엽서발행원, 문방구 제잡화, 서적 잡지 매월 배달해드립니다”라는 광고를 싣고 있는데, 동시대의 서점은 단순히 고객을 기다리지 않고 적극적으로 서적과 잡지를 자택까지 배달해 주는 영업 방식을 취하고 있었다는 사실을 알 수 있다. 특히, 1921년 6월 4일 광고에는 “잡지, 서적, 신간 서적이 매일 도쿄에서 도착하고 있습니다. 한 번 들러서 구입 부탁드립니다. (중략)영업종목-미술그림엽서, 앨범사진첩, 문구류, 명함전문인쇄”라고 홍보하고 있듯이, 기본적으로는 문구점의 역할도 겸하고 있고, 무엇보다도 일본 내지의 수도 ‘도쿄’에서 매일 입하되고 있다는 일본 수도와의 연계성과 거리적 근접성을 강조하고 있다. 그리고 동 서점은 1921년 6월 이후 서점 광고를 중단하게 되는데, 4년 뒤인 1925년 5월 2일에 재차 지면에 등장하면서는 동 서점 광고와

2) 구레타케도서점의 영업주는 스즈키 시즈오(鈴木静雄)로 1903년 동경 출생이며, 초등학교 졸업 후 조선으로 이주했다. 창업은 메이지 ‘20년대’이며, 현재 5대 사카이 유타(酒井湧太)의 뒤를 이어 1930년부터 스즈키 시즈오가 경영을 맡게 된다(後藤金壽編輯(1935)『全国書籍商総覧』新聞之新聞社, pp.8-9).

3) 에이분도는 히로시마 출신의 다케다 노부요시(武田信義, 1903년 출생)에게 1927년에 매수되면서 상호가 고분도(広文堂)로 변경되었고(서점의 상호는 영업주가 히로시마 출신이라는 이유에서 ‘広’으로 변경), 이후 서점은 일본식 2층 건물로 확장/운영된다(後藤金壽編輯(1935)『全国書籍商総覧』新聞之新聞社, p.10).

함께 ‘초량역 앞 지점’도 같이 표기되어 있듯이(같은 달, 9회 광고 게재), 지점을 개업하면서 홍보 차원에서 기사를 싣고 있다는 사실을 알 수 있다.

이상과 같은 서점 서적 광고에서 주목해 보면, 하쿠분도서점을 비롯한 일본인 경영 서점들의 서점 광고 및 신간 도착 안내 등의 광고가 압도적으로 감소하는 시점은 조선서적상조합이 결성된 1921년과 시기적으로 일치한다는 사실은 흥미롭다. 즉, 일본 내지에서는 1920년에 서점 간의 과도한 경쟁을 막기 위한 목적으로 소매 서점이 전국서적상조합연합회를 결성하게 되고, 이듬 해 식민지 조선에서도 조선서적상조합이 조직화된다. 이에 따라, 식민지 조선에서는 동 서적상조합에 가입하지 않으면 일본 내지에서 출판된 신간 서적 및 잡지의 유통/판매가 불가능해지는데, 당시의 신문 서적 광고에 주목하면 서점뿐 아니라 문구점 및 몇몇 상점 등도 서적상조합에 가입하고 있었다는 사실을 알 수 있다.⁴⁾

3. 조선서적상조합 결성과 탈지역적 서점 광고

그렇다면, 다음으로 부산 최대의 지역 일본어신문 『부산일보』를 중심으로, 1920년대 중후반에 동 신문에 실린 서점 및 서적 광고를 살펴보도록 하자. 앞서 기술한 바와 같이, 1921년의 조선서적상조합이 결성된 이후, 식민지 조선에서 서적상조합에 가입한 서점 이외에는 일본 내지에서 간행된 신간 도서 및 잡지의 유통/판매가 어렵게 되는데, 하지만 여기에서 말하는 일본 내지에서 간행된 신간 도서에는 일기류 등의 서적은 포함되지 않는다.

예를 들면, 1928년 10월 24일 하쿠분도서점의 ‘쇼와 4년 박문관 일기류 전부 착하’라는 기사에는 “일기는 서적상조합원 이외의 분들도 판매할 수 있도록 되어 있기 때문에, 각 지방의 문구점 및 잡화점, 그 밖의 가게에서도 판매를 희망하는 분들은 연락주시면 바로 원가표를 보내드리도록 하겠습니다. 박문관 특약점 하쿠분도서점”⁵⁾이라는 광고에서 알 수 있듯이, 각종 일기 관련 서적은 조선서적상조합에 가입된 서점 이외에도 판매가 가능했다는 사실을 알 수 있다. 1920년대 중후반에 『부산일보』에 실린 일기 관련 광고 및 서점, 서적 관련 기사 목록은 다음과 같다.

4) 예를 들면, 미야케타쿠조상점(三宅琢造商店)은 기존에 미에출판사(三重出版社) 지부의 명의를 빌려서 영업을 하다가 독립한 경우인데, 1923년 5월 1일부터 4회에 걸친 개업 광고에서는 취급 품목을 “교육과도, 이과기계, 표본모형, 악기운동구, 칠판 책상류, 서적 문방구”라고 홍보하고 있듯이, 당시 상호명이 서점 이외의 문구점 및 상점 등에서도 서적상조합에 가입되어 서적 및 잡지를 유통/판매했던 것으로 판단된다.

5) 博文堂書店(1928.10.24)「昭和4年博文館日記類全部出荷」『釜山日報』

<표2> 1920년대 중후반 『부산일보』에 실린 서점 및 서적 관련 광고

날짜	지면	서점 및 서적 광고
1925년 5월 2일	7면	博文堂書店 国定教科書 慶尙南北全羅南北忠清南北 特約販売所
1925년 5월 3일	5면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 5월 10일	6면	明文館出版部(大阪)、新商業広告
1925년 5월 10일	10면	博文社(東京)、雑誌7割引
1925년 5월 11일	1면	吉田博文堂、奉祝銀婚式
1925년 5월 11일	5면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 5월 20일	3면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 5월 26일	7면	吳竹堂書店 店員解雇広告、小店員至急入用広告
1925년 5월 28일	7면	吳竹堂書店、小店員至急入用広告
1925년 5월 29일	7면	吳竹堂書店、小店員至急入用広告
1925년 5월 30일	7면	吳竹堂書店、小店員至急入用広告
1925년 6월 2일	6면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 6월 6일	6면	近江屋書店(東京)、雑誌7割引
1925년 6월 18일	6면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 6월 22일	6면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 6월 26일	6면	明文社(東京)、雑誌7割引
1925년 11월 4일	7면	吳竹堂書店、日記各種カルタトランプ広告
1925년 11월 6일	6면	アイリス社(東京)、雑誌7割引
1925년 11월 9일	4면	吳竹堂書店、日記各種カルタトランプ広告
1925년 11월 12일	1면	ライオン当用日記広告
1925년 11월 12일	5면	味の素本舗、大正十五年新家庭日記広告
1925년 11월 15일	4면	吳竹堂書店、日記各種カルタトランプ広告
1925년 11월 21일	2면	吳竹堂書店、日記各種カルタトランプ広告
1925년 11월 26일	1면	大正十五年博文館日記広告
1925년 11월 28일	6면	吳竹堂書店、日記各種カルタトランプ広告
1926년 3월 2일	2면	文洋社、新刊書籍目錄無代進呈
1926년 3월 4일	7면	南山堂書店(釜山)、古本買入
1926년 3월 7일	5면	吳竹堂書店
1926년 3월 7일	7면	南山堂書店(釜山)、古本買入
1926년 3월 9일	7면	南山堂書店(釜山)、古本買入
1926년 3월 10일	6면	三水社(東京)、雑誌7割引
1926년 3월 12일	4면	大橋書店(大阪)、丸善特約店
1926년 3월 16일	3면	吳竹堂書店
1926년 3월 18일	7면	南山堂書店(釜山)、三水社(東京)雑誌7割引
1926년 3월 20일	4면	大橋書店(大阪)、丸善特約店

1926년 3월 20일	11면	南山堂書店(釜山)、古本買入
1926년 3월 21일	1면	博文堂書店、珠算通解 大売捌
1926년 3월 21일	2면	博文堂書店 国定教科書 慶尙南北全羅南北忠清南北 特約販売所
1926년 3월 21일	7면	文化堂書店(釜山)、店員募集広告
1926년 3월 23일	1면	南山堂書店(釜山)、古本買入
1926년 3월 25일	5면	吳竹堂書店
1926년 3월 25일	7면	文化堂書店(釜山)、店員募集広告
1926년 3월 26일	10면	吳竹堂書店
1926년 3월 28일	7면	文化堂書店(釜山)、運動具文房具部新設
1926년 3월 31일	5면	吳竹堂書店
1926년 3월 31일	4면	大橋書店(大阪)、丸善特約店
1926년 11월 8일	2면	吳竹堂書店、読書シーズンニ入ル
1926년 11월 10일	1면	ライオン当用日記広告
1926년 11월 13일	7면	吳竹堂書店、事務員至急入用
1926년 11월 15일	1면	博文堂書店、教文書院特約店
1926년 11월 15일	4면	三水社(東京)、雑誌7割引
1926년 11월 25일	7면	吳竹堂書店、日記各種百人一首、新年用エハガキ
1927년 4월 2일	2면	博文堂書店、現代大衆文学全集 予約 申込所
1927년 4월 6일	7면	近江屋書店(東京)、雑誌7割引、目録無料贈呈
1927년 4월 7일	1면	博文堂書店 参考図書出版者発行 参考書 朝鮮特約店
1927년 4월 11일	2면	博栄堂本店(大阪)、書籍店 開業案内
1927년 4월 16일	2면	博文堂書店 十六開業記念日につき休業仕候
1927년 4월 20일	1면	博文堂書店、謝近火御見舞
1927년 4월 24일	1면	博文堂書店 参考図書出版者発行 参考書 朝鮮特約店
1927년 4월 25일	1면	博文堂書店 三省堂書店 参考書 釜山 特約店、博文社(東京) 新刊書籍特価 目録贈呈
1927년 4월 28일	1면	博文堂書店、立川書店 参考書 朝鮮釜山 特約店
1927년 6월 3일	5면	博文堂書店、現代大衆文学全集 申込所
1927년 6월 11일	3면	博信堂書店(大邱)
1927년 6월 15일	3면	博信堂書店(大邱)
1927년 6월 16일	3면	博信堂書店(大邱)
1927년 6월 22일	3면	博信堂書店(大邱)
1927년 12월 4일	4면	博文堂書店、昭和三年度博文館懷旧当用日記 特約店
1927년 12월 5일	2면	近江屋書店(東京)、雑誌7割引
1927년 12월 5일	4면	吳竹堂書店、昭和三年度当用日記各種
1927년 12월 12일	2면	吳竹堂書店、昭和三年度当用日記各種
1927년 12월 12일	3면	博信堂書店(大邱)

1927년 12월 20일	1면	鈴木商店出版部、昭和三年新家庭日記
1927년 12월 20일	4면	博文堂書店、昭和三年日記類、組立式書架
1927년 12월 20일	7면	博信堂書店(大邱)
1927년 12월 21일	4면	吳竹堂書店、昭和三年度当用日記各種
1927년 12월 24일	4면	博文堂書店、昭和三年日記類、組立式書架
1927년 12월 24일	7면	博信堂書店(大邱)
1927년 12월 29일	3면	博文堂書店、日本家庭大百科辞事彙特価予約募集、富山房特約店
1928년 5월 9일	9면	博文館 帝国文庫予約募集、大取扱店 博文堂書店、市内取次店 加納書店、広文堂、二葉屋、三宅商店、吳竹堂、三光堂、文化堂
1928년 5월 19일	11면	博文館 帝国文庫予約募集、大取扱店 博文堂書店、市内取次店 加納書店、広文堂、二葉屋、三宅商店、吳竹堂、三光堂、文化堂
1928년 5월 26일	7면	博文堂書店、帝国文庫 到着案内
1928년 5월 31일	1면	博文館 帝国文庫 予約大募集 本日〆切
1928년 10월 17일	1면	博文堂書店 慶尙南道地図
1928년 10월 24일	2면	博文堂書店(博文館特約店) 昭和四年 博文館日記類全部出荷
1928년 12월 7일	2면	博文館 昭和四年度日記類、博文館特約店 博文堂書店、釜山市 内販売店 三宅商店、加納書店、吳竹堂支店、吳竹堂、文化堂、 三光堂、広文堂、二葉屋、松尾商店
1928년 12월 19일	2면	博文堂書店、当用日記
1928년 12월 28일	7면	博文堂書店、お正月はどうして暮そう?
1929년 3월 6일	9면	博信堂書店(大邱)
1929년 3월 8일	9면	博信堂書店(大邱)
1929년 3월 20일	4면	博文堂書店 国定教科書 慶尙全羅忠清 特約販売所
1929년 3월 23일	7면	博文堂書店 国定教科書 慶尙全羅忠清 特約販売所
1929년 3월 26일	4면	博文堂書店 国定教科書 慶尙全羅忠清 特約販売所
1929년 3월 29일	1면	博文堂書店、立川書店 参考書 朝鮮釜山 特約店
1929년 4월 2일	1면	博文堂書店、立川書店 参考書 朝鮮釜山 特約店
1929년 4월 5일	9면	博文堂書店 参考書 朝鮮特約店、博信堂書店(大邱)
1929년 4월 8일	1면	博文堂書店、立川書店 参考書 朝鮮釜山 特約店
1929년 4월 13일	1면	博文堂書店、立川書店 参考書 朝鮮釜山 特約店
1929년 4월 21일	1면	博信堂書店(大邱)
1929년 8월 8일	1면	博文堂書店、商品券広告
1929년 8월 10일	4면	近江屋書店(東京)、雑誌7割引

위의 <표2>에서 알 수 있듯이, 일기 관련 신문 광고는 시기적으로 11월과 12월 연말에 집중되어 있고, 하쿠분도서점과 구레타케도서점(지점)이 대대적으로 신문 광고를 싣고 있다. 특히, 1928년 5월 9일에 실린 도쿄 박물관 발행 제국문고 예약 모집 광고와 같은 해 12월

7일에 실린 박문관 발행 일기 판매 부산 특약점의 이름을 비교해 보면, 먼저 제국문고 예약처의 경우에는 부산의 창구 역할은 하쿠분도서점이 맡고 있고, 시내 대리점으로는 가노서점(加納書店), 고분도(広文堂), 후타바야(二葉屋), 미야케상점(三宅商店), 구레타케도(呉竹堂), 산코도(三光堂), 분카도(文化堂) 등의 서점과 상점의 이름을 확인할 수 있다. 반면, 일기 관련 서적을 판매하는 상점은 위의 서점 및 상점 이외에도 마츠오상점(松尾商店)의 이름이 추가되어 있는데, 이것은 앞서 기술한 것과 같이 일기 관련 서적은 조선서적상조합에 가입하지 않은 가게에서도 판매가 가능하기 때문이다. 또한, 가노서점의 경우, 1932년에 발행된 『부산상공회의소』(부산상공회의소 발행)와 『부산부편찬』(부산부 발행)의 ‘서적’ 관련 항목에는 동 서점의 이름이 확인되지 않는다는 점을 생각하면, 적어도 1932년 이전에는 폐업했을 가능성이 높다.

그리고 구레타케도서점의 경우, 일기 관련 서적 판매를 알리는 단순 광고 이외에도 다양한 광고 문구를 통해 홍보하고 있는데, 예를 들면 “우리들의 생활 속에 일기가 필요한 것은 새삼 말씀드릴 필요도 없습니다. 올해도 꼭 저희 서점에 들러 주세요. 1927년도 일기 각종, 백인일수, 신년용 그림엽서. 신간 서적 역시 매일 도착하오니, 산책하실 때에는 꼭 들러 주세요.”⁶⁾라고 독자들에게 호소하고 있고, 또한 1926년 11월 8일의 광고에서는 “독서의 시즌이 시작된다. 잡지는 일가단란의 근원, 서적은 인생의 보고이다. 산책하실 때에는 꼭 들러 주시길 바라며, 새로 들어온 신간 역시 다수 진열되어 있습니다.(월보무료증정)”⁷⁾라고 광고하고 있듯이, 구레타케도서점의 영업 전략은 이미 부산에서 최대 규모의 입지를 굳힌 하쿠분도서점과는 달리, 계절에 따라 광고 문구를 달리 하면서 독서의 필요성을 강조하고 있다. 또한, ‘월보무료증정’이라는 문구에서 알 수 있듯이, 서점 소장의 서적 리스트는 물론, 매월 일본 내지에서 입하되고 있는 서적 목록 및 주력 서적들을 적극적으로 홍보하면서 식민도시 부산의 학지 구축을 도모하고 있다.

물론, 하쿠분도서점의 경우 역시, 부산 최대의 서점이라는 점과 도쿄 박문관을 비롯한 일본 내지의 다양한 서점 및 출판사의 특약점이라는 사실을 강조하면서 서점을 홍보하고 있는데, 예를 들면 1928년 연말에는 다음과 같은 광고를 싣고 있다.

설 명절은 어떻게 보내면 좋을까?

먼저 하쿠분도에 왕림해 주시게 되면 서적부에는 대형 부록이 추가된 잡지와 설 명절에 즐길 수 있는 읽을거리가 산처럼 쌓여 있다. 1층 문구부에는 사진첩과 앨범 등이 다양하게 갖추어져 있기 때문에, 정갈한 마음으로 이를 정리하면서 보내는 것도 좋을 것이다. 또한, 구미 신식 편지지

6) 呉竹堂書店(1926.11.25)「日記各種百人一首、新年用エハガキ」『釜山日報』

7) 呉竹堂書店(1926.11.8)「読書シーズンニ入ル」『釜山日報』

및 봉투는 가깝고 멀리 있는 지인들에게 소식을 전하는 데 가장 품위가 있고, 2층 악기 운동구부에는 피아노, 풍금, 바이올린, 만도린, 하모니카, 바이올린, 통소, 피리, 그 외의 탁상 피아노, 탁상 풍금 등의 소악기가 비치되어 있다. 일가단란의 즐거움이 이곳에 있으며, 정구야구 용품 및 탁구, 야구관 등은 부모 자식 모두 서로 공을 튀기며 즐거운 시간을 보낼 수 있다. 만약 3층 기계 표본부에 진열되어 있는 신식 조립 서가를 사용하게 되면, 장서의 정리정돈 뿐 아니라 서재에 한층 더 광채를 더하게 되며, 또한 접이식 의자 테이블은 손님의 얼굴을 마주볼 수 있는 구조로 조립 및 사용법이 매우 간단하기 때문에 좁은 집에서도 사용 가능한 필수품이다. 부디 하쿠분도를 애용해 주시길 간절히 부탁드립니다.⁸⁾

하쿠분도서점의 경우, 구레타케도서점과 같이 설 명절의 ‘일가단란’을 강조하면서도, 서적 이외에도 ‘문구부’, ‘악기 운동기구부’, ‘기계 표본부’ 등의 층별/부서별 다양한 상품을 소개하고 있고, 특히 1920년대 후반에는 “상품권·서적, 잡지, 문구, 악기, 운동기구 각부에 공통”⁹⁾이라는 광고에서 알 수 있듯이, 마치 백화점과 같이 상품권을 자체적으로 발행하면서 대형화한 서점의 상징적 편리성과 서점 내부의 모든 상품을 구매 가능하다는 종합성을 서점 내부의 사진을 함께 보여 주면서 강조하고 있다.

또한, 1920년대 서점 광고에서 주목할 점은 오사카 소재의 여러 서점들이 부산의 지역신문에 서점 창업 및 부업 광고를 싣고 있다는 것이다.

문화적 ◀ 소자본

전업으로도, 부업으로도, 고품스럽고 절대 성공 확실한 사업. 창업 이래 십 수 년 간 계속해서 영업을 하고 있는 본 서점 출판 서적을 소매로 판매하는 직업입니다. 본 서점에서 발행하고 있는 서적은 싼 가격으로 일반인들의 취향에 맞는 상품성이 뛰어난 것만을 판매하기 때문에, 매우 적은 자본으로 개업할 수 있습니다. 활동사진이 그다지 경기를 타지 않는 것과 같이, 저의 서점의 서적 역시 잘 팔리는 특징이 있기 때문에, 어떠한 아미추어라 할지라고 안전하며 매우 유리합니다. ○무료증정·출판부 목록 주문 규정서 「신상업」 광고에 의한 취지를 기입, 신청 이후 바로 배송해드리겠습니다.

오사카시 히가시구 빈고마에(大阪市東區備後町) 메이분관 출판부(明文館出版部)¹⁰⁾

서점 개업 안내

안전제일의 부업, 재미있을 정도로 돈벌이가 된다.

8) 博文堂書店(1928.12.28.)「お正月はどうして暮そう?」『釜山日報』

9) 博文堂書店(1929.8.8)「商品券」『釜山日報』

10) 明文館出版部(1925.5.10)「新商業広告」『釜山日報』

▶ 특약지점 대모집 ◀

본 사업은 정가 판매이기 때문에 경험이 없어도 가족의 부업으로 깔끔한 가게를 열 수 있고, 한 달에 백 엔 정도의 이익은 쉽게 손에 넣을 수 있습니다. 특히, 일정 가게를 소유하고 있다면, 가게 한 쪽에 서적부를 둘 수도 있습니다. 또한, 서적의 순회 판매나 통신 판매 등도 재미가 쏠쏠하며, 자세한 사항은 2전짜리 우표 3장을 보내 주시면 서적 도매상 가격표와 개업 안내를 희망하는 분들께 보내드리겠습니다.

도서출판, 서적 도매상

오사카시 히가시구 미나미타마츠쿠리마을(大阪市東區南玉造町) 하쿠에이도본점(博榮堂本店) 지방부

◆ 신간 서적 특매 목록 무료 증정¹¹⁾

오사카 소재의 메이분관 출판부(明文館出版部)의 경우에는 본 서점이 발행하고 있는 서적을 중심으로 판매하는 소매업을 모집하고 있고, 하쿠에이도서점(博榮堂書店)의 경우에는 본 서점의 ‘특약지점’을 모집하고 이를 통해 도매업을 목적으로 하고 있다. 특히, 서점의 영업 방식에 주목하면, 단순히 매장에서 판매하는 영업 형태 이외에도 ‘순회 판매’와 ‘통신 판매’를 통해서 이익을 창출하고 있다는 점에서, 서점을 통한 학지 구축 프로세스가 다양한 형태로 이루어지고 있다는 사실을 확인할 수 있다.

또한, 오사카 남구 산큐바시(三休橋)에 위치하고 있는 히구치류분관(樋口隆文館)에서는 『조선시보』에 ‘소설도매업(小説卸売)’ 광고를 싣고 있는데, “안전 확실하며 절대적으로 유리한 부업으로 소설 대여점을 추천해드립니다”라고 선전하면서, 책 대여점은 부녀자 및 노인도 가능하며, 대소도시 및 농촌, 어촌, 유곽, 온천 등에서 책 대여점을 개업하는 것도 좋고, 업종별로는 화장품 및 문구점, 과자/식료품점, 담배, 목욕탕, 이발소 등, 사람들이 많이 모이는 곳은 소설 도매업 또는 부업, 겸업을 위한 최적의 사업장이라고 추천하고 있다.¹²⁾

이상과 같은 서점 창업 및 부업, 겸업의 광고를 보면, 부산의 지역신문에 서점 창업/부업 관련 기사를 싣고 있는 서점들은 대부분 오사카를 중심으로 한 관서지방이라는 점은 주의할 필요가 있다. 즉, 해역도시 부산과 서일본 지역 및 오사카를 비롯한 관서지방은 단순히 식민지 조선과 제국 일본이라는 이분법적인 구조에서 포착할 수 없는 다양한 관계성을 가진 지역이며, 또한 일본의 내부에서 서사되는 중심과 지방이라는 구조에서 설명할 수 없는 일본과 식민지 부산이 교차하는 상호교섭적인 공간으로 작용하고 있었다고 볼 수 있다. 또한, 부산에 이주/거주하고 있는 일본인의 출신지를 보면, 동경 및 동북 지방에 비해서 부산과 지리적으로 가까운

11) 博榮堂本店地方部(1927.4.11.)「書籍店開業案内」『釜山日報』

12) 樋口隆文館(1927.1.17)「小説卸売」『朝鮮時報』

서일본 지역 및 관서지방 출신의 사람들이 압도적으로 많았다는 사실에서도, 오사카의 서점들은 부산이라는 지역을 이동과 이주, 그리고 사업적 측면에서 관리가 가능한 일본의 한 지방으로 간주했을 가능성이 높다.¹³⁾

4. 잡지 유통과 변용하는 부산의 독자층

다음으로, 1920년대에 부산 지역신문에 실린 잡지 관련 광고를 중심으로, 부산의 학지 구축 과정 속에서 잡지가 어떠한 역할을 했는지에 대해서 살펴보고자 하자. 앞서 기술한 바와 같이, 1910년대에는 부산의 일본인 경영 서점을 중심으로 잡지를 유통/판매했지만, 1920년대에 들어서면서 부산열람잡지회 및 문구점, 기타 몇몇 상점 등을 통해서도 잡지가 유통되기 시작한다. 그런데 1920년대 중후반이 되면, 이러한 부산열람잡지회 등의 광고는 신문 지면에서 사라지게 되고, 이를 대신해서 일본 내지의 잡지사에 의한 직접 광고 및 서점들의 잡지 할인 판매를 통해서 부산의 독자층을 확보하기 시작한다.

예를 들면, 도쿄의 명문사(明文社), 박문사(博文社), 치카에야서점(近江屋書店), 명광사(明光社), 아이리스사(アイリス社), 삼수사(三水社) 등의 많은 서점 및 출판사들이 전월 호 잡지 및 당월에 재고로 남은 잡지를 최대 ‘70%’까지 할인을 하면서 잡지를 판매하기 시작한다. 특히, 치카에야서점의 경우에는 잡지 할인 광고와 함께 소자본으로 창업이 가능한 서적업 및 잡지 판매업을 동시에 홍보하고 있는데, 주의할 점은 이와 같은 잡지 할인 광고는 1925년부터 1926년 사이에 집중되어 있다는 사실이다. 다시 말하자면, 1920년 초반에는 서점 및 특정 잡지회 모임, 기타 몇몇 상점 등을 통해서 유통되던 잡지는 1920년대 중반부터는 도쿄의 서점 및 출판사들이 물량 확보의 우수성이라는 이점을 활용하면서, 전월 잡지 및 재고 잡지를 정가보다 파격적으로 싼 가격으로 유통시키면서 적극적으로 부산의 학지 구축에 참여하게 된다. 하지만, 이와 같이 폭발적으로 증가하는 잡지의 유통은 당시 독자층의 학지 구축 측면에서 보면, 반드시 긍정적으로만 평가되었다고는 볼 수 없다.

부산에 거주하는 일반 민간인의 독서 정도는 매우 저급하며, 대부분은 유행하는 잡지라든가 소설 정도에 머무르고 있고, 약간이나마 정리되어 있는 전문 도서와 고대의 딱딱한 학문 분야의 도서 등은 대부분 방치된 채 읽히지 않고 있는 실정이다. 현재, 부산부립도서관 이용자를 살펴보면,

13) 부산상업회의소(1912)『釜山要覽』부산상업회의소, pp.12-13

그 숫자가 적은 것에 놀라지 않을 수 없다.

10월 이용자수, 1일 112명, 3일 51명, 4일 6명, 5일 58명, 6일 54명, 7일 38명, 8일 44명, 9일 39명, 10일 6명, 11일 44명, 13일 53명, 14일 53명, 15일 50명, 17일 85명, 20일 34명, 21일 35명, 22일 44명.

그리고 이상의 이용자수를 올해 4월 이후부터 통계로 나타내면 다음과 같다. 4월 6074명, 5월 6627명, 6월 7132명, 7월 6733명, 8월 7004명, 9월 6344명.

또한, 이상의 이용자수를 과거의 수치와 비교를 하면, 소수의 차이이기는 하지만 다소의 진보는 확인할 수 있다. 1919년 연중 일일 평균 37명, 1920년 35명, 1922년 59명, 1925년 62명.¹⁴⁾

위의 기사는 1925년 연말의 부산부립도서관의 이용자수 및 이용 도서를 중심으로 조사한 것인데, 기사의 방점은 도서관 이용자수가 저조하다는 점과 대출 도서가 특정 장르 및 도서에 편중되어 있다는 점에 있다. 또한, 기사의 마지막 부분에서는 과거 이용자수 대비 소폭 ‘진보’했다고 말하고 있지만, 부산에 거주하고 있는 일본인의 인구 변동 상황을 생각하면 반드시 그렇게 생각할 수도 없다. 1919년 당시의 부산 거주 일본인수는 3만 499명, 1920년에는 3만 3085명, 1921년 3만 3979명, 1922년 3만 4915명, 1923년 3만 5360명, 1924년 3만 5926명, 1925년 3만 9756명으로 1925년은 과거 5년 대비 무려 7천여 명 가까이 증가했다는 사실을 알 수 있다.¹⁵⁾ 즉, 그렇게 생각하면 1922년에 ‘59명’의 이용자수가 3년 뒤인 1925년에 ‘62명’으로 증가했다는 것은 부산에 거주하고 있는 재조일본인의 인구와 대비해서 크게 ‘진보’했다고는 볼 수 없다. 특히, 위의 기사에서 주의할 점은 부산에 거주하고 있는 일본인 독자층의 독서 정도는 매우 ‘저급’하다고 말하고 있는데, 이것은 도서관 이용자 대부분이 당시 유행하는 ‘잡지’ 및 ‘소설’에만 관심을 갖고 있기 때문이며, 이는 결과적으로 고전 및 전문서적 등에 대한 이해 정도가 상대적으로 매우 낮아졌다고 부정적으로 평가하고 있다.

그렇다면, 1920년대의 부산의 독자들은 어떠한 잡지를 구독했고, 또한 동시대의 부산 지역 신문에 실린 잡지들은 어떠한 광고를 통해서 독자층을 확보하려 했는지에 대해서 살펴보고자 하자. 먼저 신문에 게재된 잡지 광고에 주목해 보면, 예를 들어 1919년 12월의 신문 광고에는 도쿄 박문관에서 발행하는 『문예쿠라부』 『강담잡지』 『춘철』(청년잡지 창간호), 실업일본사 발행의 『일본소년』 『소녀의 벗』 『유년의 벗』 『부인세계』, 기타 출판사 발행의 『부인계』 『부인사건』 『숙녀서보』 등의 잡지들이 신년호 광고를 싣고 있고, 식민지 조선에서 발행된 잡지로는 『조선과 만주(朝鮮及滿州)』가 유일하게 광고를 싣고 있다. 즉, 1910년대 후반에는 일본 박문관과 실업일본사가 잡지 광고를 주도했다고 볼 수 있고, 영역별/대상별로는 소년 소녀 및 주부를

14) 記事(1925.10.27)「図書館から見た釜山の読書界」『朝鮮時報』

15) 홍연진(2007)「부관연락선과 부산부 일본인」『부관연락선과 부산』논형, p.41

대상으로 하는 잡지가 압도적으로 많이 유통/판매되었다고 볼 수 있는데, 하지만 잡지 광고는 1920년대에 접어들면서 잡지의 종류 및 장르가 다변화하기 시작한다.

예를 들면, 1925년 이후의 잡지 광고를 살펴보면, 대일본웅변회강담사 발행의 『킹』『강담쿠라부』『부인쿠라부』『소년쿠라부』『소녀쿠라부』『후지』『현대』『웅변』『현대』, 실업일본사 발행의 『부인세계』『실업의세계』, 그리고 기타 출판사 발행의 『부인계』『가정잡지』『소년세계』『소녀세계』『주부의벗』『유년쿠라부』『개조』『평범』『하사히』『상인』(오사카 발행) 등의 다양한 잡지들이 부산의 지역신문에 광고를 싣고 있다. 특히, 1920년대 중반부터는 박문관 발행 잡지는 자취를 감추고 강담사 발행 잡지가 두각을 보이기 시작하는데, 예를 들면 동 출판사는 다음과 같은 영업 방식 및 영업 전략을 전개하면서 독자층 확보를 시도한다.

신년호에는 매우 저렴한 가격의 잡지를 보실 수 있습니다. 여러분, 저렴! 파격적으로 저렴합니다. 그리고 재미있는 잡지를 보실 수 있습니다. 강담쿠라부, 부인쿠라부, 킹, 후지, 소년쿠라부, 소녀쿠라부, 유년쿠라부, 웅변, 현대 등, 모든 잡지가 파격 조건으로 분투! 특별 조건의 파격적 가격입니다. 부록 역시 완벽합니다. 특히, 4종, 5종, 많을 때는 십 여 종류가 따라붙고, 더구나 세련되고 매우 재미있으며, 과감하게 비용을 투자한 참신 대형 기획입니다. (중략)며칠 뒤면 곧 발매 예정이니 아무쪼록 조금만 기다려 주시고, 발행되면 바로 구입 부탁드립니다. 늦으면 품절됩니다!¹⁶⁾

신년호에서는 무엇을 기획하는가?(대일본웅변회강담사의 9대 잡지)

- 경이로운 특별 분투, 파격적인 대형 기획
 - 모든 잡지에 탁월 참신한 부록 추가, 3종, 4종, 5종, 많게는 십여 종류의 부록, 천하의 모든 사람들이 감탄할 일
 - 강담쿠라부와 부인쿠라부는 거의 절반에 가까운 가격 인하 단행!
 - 매우 상당히 재미있고 한 가정 한 가족의 필수가 완비되어 발행됩니다.
- 이제 곧 발매 예정! 아무쪼록 조금만 기다려 주세요. 파격적으로 노력했습니다!! 이것은 말이 필요없는 경이로움 그 자체의 파격적 조건을 갖춘 결과물입니다.
- 킹, 강담쿠라부, 부인쿠라부, 소년쿠라부, 소녀쿠라부, 후지, 유년쿠라부, 웅변, 현대
발매소 대일본웅변회강담사¹⁷⁾

위의 기사에서 알 수 있듯이, 강담사는 1920년대 후반부터 기존의 단순 잡지 광고와는 달리, 동 출판사 발행 9종 잡지에 대해서 가격 할인 및 파격적 부록 추가를 홍보하면서 대대적 광고 전략을 전개하기 시작한다. 뿐만 아니라, 동 출판사는 해역도시 부산의 독자층을 고려한

16) 大日本雄弁会講談社(1928.12.7)「大値下げ断行」『釜山日報』

17) 大日本雄弁会講談社(1928.12.8)「新年号には何をやる?」『釜山日報』

광고도 싣고 있는데, 예를 들면 1928년 12월 23일에는 ‘잡지를 읽는다면 무엇이 좋을까, 여러 인사들의 추천’이라는 기사를 통해서, “현재 수 백 종류의 잡지 중에서 「강담쿠라」는 단연 가장 뛰어나다고 판단하는 데에 주저하지 않는다. 뛰어난 작가 집필진, 내용, 그리고 당당한 위용 등, 누가 봐도 일본 제일이라고 말하는 데 손색이 없다. 특히, 신년호의 부록 등은 실로 파격적인 노력의 결과물이며 경이롭기까지 하다. 또한, 가격인하 단행이라는 개혁과 발전을 호기로 해서, 부디 일반인들에게도 이를 추천하여 민중교화의 사명을 달성했으면 한다”¹⁸⁾라고 하는 부산 상공회의소 의회소 회장 후지타 겐이치(藤田謙一)의 말을 인용하면서 잡지를 홍보하고 있다. 즉, 후지타 겐이치의 ‘민중교화’라는 말에서 알 수 있듯이, 잡지는 단순히 취미 영역에 머무르지 않고 해역도시 부산의 학지 구축에 절대적인 영향을 미친 매체라고 볼 수 있다.

특히, 잡지 중에는 『소년쿠라부』 『소녀쿠라부』 『소년세계』 『소녀세계』 『유년쿠라부』 등과 같이 초등학생 및 중고등학생의 소년 소녀를 대상으로 하고 있는 잡지가 많은데, 당시 이와 같은 잡지의 유통은 교육적인 측면에서 반드시 긍정적으로 평가되었다고는 볼 수 없다. 예를 들면, 당시 인천공립고등여학교의 교사 마츠모토 마사히데(松本真英)는 잡지의 폐해에 대해서, 1)위생상의 문제(밤을 새며 난독을 하기 때문에 눈과 몸이 피로), 2)면학상의 문제(난독의 버릇이 생기고 딱딱한 내용의 글을 회피), 3)훈육상의 문제(호기심을 자극하는 가공의 소설류가 많기 때문에 비교육적이며 사상적으로도 부적합) 등을 지적하면서, 잡지의 유통과 보급이 학생의 생활 전체를 파괴할 수도 있는 위험 요소로 인식하고 있는데, 필자는 앞으로의 소년 소녀 잡지 구독에 대한 대책에 대해서 다음과 같이 기술하고 있다.

- (1) 우수한 잡지가 발행되도록 교육자 및 당사자의 분발을 바란다. 팔기만 하면 그만이라고 하는 경영 방식의 입장을 취하는 잡지들을 배제하고, 『빨간 새(赤い鳥)』와 같은 교육적인 잡지의 보급을 도모해야 한다.
- (2) 새로운 잡지가 계속해서 간행되면서, 새로움과 신기함을 선호하는 시대성을 맞추려고 하는 여러 잡지 중, 학부모 교육은 항상 이와 같은 연구와 선택의 지도를 게을리 하지 않도록 하는 것이 중요하다.
- (3) 가정과 학교가 자주 연락을 주고받으며, 구독 잡지의 종류와 시간을 제한해서, 위의 폐해에 빠지지 않도록 노력하지 않으면 안 된다. 경제적인 측면에서 보면, 서로 교환하며 읽는 것도 필요하지만, 가능하면 대여해서 읽는 것은 금하는 것이 좋다.
- (4) 부인잡지 등에는 노골적인 여러 기사들이 실려 있기 때문에, 자녀들이 읽지 않도록 하는 것이 좋을 것 같다.

18) 講談社(1928.12.23)「雑誌読むなら何が良いか」『釜山日報』

- (5) 그 밖에도 가정에서 구독하고 있는 잡지는 아무리 읽지 않도록 해도 수시로 기회를 틈타서 읽게 되므로, 향락적인 잡지는 가능하면 가정에서 구독하지 않도록 해야 한다.¹⁹⁾

고등여학교 교사 마츠모토 마사히데는 학생들에게 잡지라고 하는 매체는 교재 활용성 및 동시대의 상식을 학습할 수 있는 장점이 있다고 말하면서도, 밤 늦게까지 읽게 되는 생활습관 때문에 몸을 해치게 되고, 또한 가벼운 책 중심의 난독으로 깊은 사고 자체가 불가능해진다고 지적하고 있다. 특히, 가정에서 부모들이 구독하고 어른 잡지는 ‘향락적’·‘노골적’인 지면과 기사 때문에 자녀들에게 부정적인 영향을 미칠 수 있고, 따라서 교육적 측면에서 학부모와 학교의 교사가 학생들을 컨트롤할 수 있어야 하며, 이를 위해서는 우수한 잡지의 개발과 보급이 필수적이라고 강조하고 있다.

또한, 마츠모토 마사히데는 잡지 유통과 학생들의 학지 구축의 관계성에 대해서, ‘주지주의(主知主義)’와 ‘사회적 상식’, ‘이지적(理的)’과 ‘정미(情味)’·‘감정’이라는 이분법적 도식에서 파악하고 있다는 점에는 주의할 필요가 있다. 즉, 동시대에 잡지라고 하는 매체가 만들어내는 학지는 교양 중심의 전문서적의 하위 개념으로 일상생활 및 취미를 보급하는 매체로 인식되었고, 결과적으로 ‘이성’과 ‘감정’이라는 이분법적인 구도 속에서 유통되고 있었다는 사실을 알 수 있다.

그렇게 생각하면, 마츠모토 마사히데의 지적은 앞서 부산부립도서관에서 지적하고 있는 부산의 독자층에 대한 기술과 맥을 같이 하고 있다고 볼 수 있다. 즉, 부산의 독자층은 잡지와 유행 소설을 중심으로 형성되기 때문에 ‘매우 저급’하다고 하는 평가는, 1920년대의 중후반부터 급속도로 증가하기 시작하는 잡지 할인 광고 및 대형 잡지사의 식민지 부산 지역신문으로의 진출과 연동되어 있으며, 이것은 1920년대의 식민 해역도시 부산의 서적 유통 및 독자층 형성 프로세스가 식민지 조선과 제국 일본이라는 이분법적인 구조에서 포착할 수 없는 상호교섭적인 관계성 속에서 진행되고 있었다는 사실을 반증하고 있다.

5. 나오며

본고에서는 일제강점기 부산의 최대 일본어신문 『부산일보』와 『조선시보』에 실린 서점 및 서적 광고를 중심으로, 서점의 실태 파악 및 서적의 유통 시스템을 추적/조사했다. 특히,

19) 松本真英(1933.1)「教育上より見たる雑誌」『文教の朝鮮』89号, p.75

1920년대의 서점 신간도서 광고의 변용과 잡지의 유통 시스템 분석을 통해서, 1910년대와는 달리 새롭게 재구축되기 시작하는 독자층과 학지 구축의 프로세스를 고찰하는 것을 목적으로 했다.

그 결과, 부산의 최대 일본인 경영 서점인 하쿠분도서점은 1910년대와는 달리 1921년 3월 이후부터 광고 횟수가 급격하게 줄었고, 또한 신간을 소개하는 책의 수량 역시 눈에 띄게 감소한 것을 알 수 있다. 특히, 기존에는 1면 하단에 고정되어 광고를 게재했지만, 1921년의 조선서적상조합 결성 이후에는 신간 소개 광고란이 없어지면서 지면 역시 1면과 3면을 불규칙적으로 이동하다가 결국에는 특정 지면을 사용하지 않게 된다.

또한, 부산의 지역신문에는 오사카의 서점 및 출판사들이 서점 창업/부업 관련 기사를 싣고 있는데, 이것은 당시 부산에 이주/거주하고 있는 일본인의 출신지가 규슈 및 관서지역의 사람들이 많았다는 점에서, 오사카의 서점들은 부산이라는 지역을 이동과 이주, 그리고 관리가 가능한 일본의 한 지방으로 간주했을 가능성이 높다.

마지막으로, 1920년대의 잡지 유통 시스템을 추적해 보면, 1910년대의 서점 중심의 잡지 유통/판매와는 달리, 부산열람잡지회 및 문구점, 일본 내지 출판사의 파격적인 잡지 세일, 잡지사별 대대적인 광고 홍보를 전개하기 시작하는데, 이것은 당시의 독자층이 교양 중심의 전문서적보다는 일상생활 및 취미 위주의 잡지를 중심으로 형성되기 시작했고, 결과적으로 ‘이성’과 ‘감정’이라는 이분법적인 구도 속에서 해역도시 부산의 학지가 구축되기 시작했다는 사실을 알 수 있다.

【參考文獻】

- 임상민(2016)「식민도시 부산의 서점 연구-1910년대 『부산일보』의 서점 광고란을 중심으로-」『동북아문화연구』, p.59
- _____(2015)「제국 일본의 출판유통과 식민도시 부산의 독자층 연구-일본인 경영 서점과 염상섭 『만세전』을 중심으로-」『일본근대학연구』, pp.208-212
- 부산상업회의소(1912)『釜山要覽』부산상업회의소, pp.12-13
- 홍연진(2007)「부관연락선과 부산부 일본인」『부관연락선과 부산』논형, p.41
- 홍선영(2003)「일본어신문 『조선시보』와 『부산일보』의 문예란 연구-1914~1916년-」『일본학보』제57집, 한국 일본학회, pp.543-546
- 松本真英(1933.1)「教育上より見たる雑誌」『文教の朝鮮』89号, p.75
- 香月源太郎(1902)『韓国案内』靑木嵩山堂, p.62
- 烏賀羅門(1914)『朝鮮へ行く人に』朝鮮へ行く人に編纂所, pp.132-133
- (1915)「吉田博文堂」『釜山仕入案内』釜山仕入案内編, p.73
- 日比嘉高(2014.6)「朝鮮半島における日本語書店の展開 戦前外地の書物流通(1)」『跨境』創刊号, p.208
- 後藤金壽編輯(1935)『全国書籍商総覧』新聞之新聞社, pp.8-18

- (1932)『釜山商工会議所』釜山商工会議所, p.85
 (1934)『釜山商工会議所』釜山商工会議所, p.93
 (1935)『釜山商工会議所』釜山商工会議所, pp.95-96
 (1932)『釜山府編纂』釜山府編纂, p.74
 (1934)『釜山府編纂』釜山府編纂, p.81
 博文堂書店(1928.10.24.)「昭和4年博文館日記類全部出荷」『釜山日報』
 吳竹堂書店(1926.11.25.)「日記各種百人一首、新年用エハガキ」『釜山日報』
 吳竹堂書店(1926.11.8.)「讀書シーズンニ入ル」『釜山日報』
 博文堂書店(1928.12.28.)「お正月はどうして暮そう?」『釜山日報』
 明文館出版部(1925.5.10.)「新商業廣告」『釜山日報』
 博?堂本店地方部(1927.4.11.)「書籍店開業案内」『釜山日報』
 樋口隆文館(1927.1.17.)「小説卸売」『朝漁時報』
 記事(1925.10.27.)「図書館から見た釜山の読書界」『朝漁時報』
 講談社(1928.12.23)「雑誌読むなら何が良いか」『釜山日報』

논문투고일 : 2018년 03월 25일
 심사개시일 : 2018년 04월 18일
 1차 수정일 : 2018년 05월 08일
 2차 수정일 : 2018년 05월 15일
 게재확정일 : 2018년 05월 17일

<要旨>

동북아 해역의 서적 유통 연구

- 1920년대 부산 지역신문과 서적 광고를 중심으로 -

임상민

본고에서는 일제강점기 부산의 최대 일본어신문 『부산일보』와 『조선시보』에 실린 서점 및 서적 광고를 중심으로, 서점의 실태 파악 및 서적의 유통 시스템을 추적/조사했다. 특히, 1920년대의 서점 신간도서 광고의 변용과 잡지의 유통 시스템 분석을 통해서, 1910년대와는 달리 새롭게 재구축되기 시작하는 독자층과 학지 구축의 프로세스를 고찰하는 것을 목적으로 했다.

그 결과, 부산의 최대 일본인 경영 서점인 하쿠분도서점(博文堂書店)은 1910년대와는 달리 1921년 3월 이후부터 광고 횟수가 급격하게 줄었고, 또한 신간을 소개하는 책의 수량 역시 눈에 띄게 감소한 것을 알 수 있다. 특히, 기존에는 1면 하단에 고정되어 광고를 게재했지만, 1921년의 조선서적상조합 결성 이후에는 신간 소개 광고란이 없어지면서 지면 역시 1면과 3면을 불규칙적으로 이동하다가 결국에는 특정 지면을 사용하지 않게 된다.

또한, 부산의 지역신문에는 오사카의 서점 및 출판사들이 서점 창업/부업 관련 기사를 싣고 있는데, 이것은 당시 부산에 이주/거주하고 있는 일본인의 출신지가 규슈 및 관서지역의 사람들이 많았다는 점에서, 오사카의 서점들은 부산이라는 지역을 이동과 이주, 그리고 관리가 가능한 일본의 한 지방으로 간주했을 가능성이 높다.

마지막으로, 1920년대의 잡지 유통 시스템을 추적해 보면, 1910년대의 서점 중심의 잡지 유통/판매와는 달리, 부산열람잡지회 및 문구점, 일본 내지 출판사의 파격적인 잡지 세일, 잡지사별 대대적인 광고 홍보를 전개하기 시작하는데, 이것은 당시의 독자층이 교양 중심의 전문서적보다는 일상생활 및 취미 위주의 잡지를 중심으로 형성되기 시작했고, 결과적으로 ‘이성’과 ‘감정’이라는 이분법적인 구도 속에서 해역도시 부산의 학지가 구축되기 시작했다는 사실을 알 수 있다.

A Study on the Distribution of Books in the Northeast Asian Sea Area

- Focusing on Busan Local Newspapers and Book Advertisement in the 1920s -

Lim, Sang-Min

This paper understood the actual status of bookstores and also traced/researched the distributive system of books, focusing on the advertisements of bookstores and books shown in the biggest Japanese newspapers, 『Busan Ilbo』 and 『Joseon Sibō』 in the Japanese colonial era. Especially, through the analysis on the distributive system of magazine and transformation of bookstore advertisement for new books in the 1920s, it aimed to study the process of establishing readers and journals that started to be newly re-establishing contrary to the 1910s.

In the results, in case of Hakubundo Bookstore as the biggest bookstore run by Japanese in Busan, compared to the 1910s, the number of advertisement was rapidly reduced from March 1921, and the number of books introducing new books was also remarkably decreased. Especially, advertisements were published in the fixed spot like the bottom part of the first page in the past. As the advertising section for new books disappeared after the organization of Joseon Bookstores Association in 1921, they were irregularly moved to the first and third pages, and eventually, specific pages were not used for them anymore.

Also, Busan local papers contained articles related to start-up/side job of bookstore for bookstores and publishers in Osaka. Considering the fact that many Japanese people residing/immigrating in Busan of the time were from Kyushu and Kansai regions, it is highly possible that bookstores of Osaka considered Busan as a province of Japan where they could move, immigrate, and manage.

Lastly, tracing the distributive system of magazines in the 1920s, contrary to the distribution/sale of magazines focusing on bookstores in the 1910s, there were extensive advertising promotions by each magazine publisher, and striking magazine sales by Busan Magazine Association, stationery store, and Japanese Naeji Publisher. It shows that readers of the time started forming focusing on daily life & hobby-centered magazines instead of refinement-centered technical books, and eventually, the journals of a sea city Busan were established in the binary structure of ‘rationality’ and ‘emotion’.