

에도시대 상업서적 문화와 서적중개상

—가시혼야(貸本屋)에 의한
가시혼(貸本)의 생산, 유통, 소비—

김 학 순*

(e-mail : harksoon@hotmail.com)

< 목 차 >

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1. 들어가며 | 4. 가시혼야의 변성과 인기 가시혼 출판 |
| 2. 가시혼야에 의한 상업서적의 유통 | 5. 나오며 |
| 3. 소비 공간으로 본 가시혼야와 독자 | |

キーワード : 江戸(edo), 貸本(rental books), 貸本屋(book dealer), 書籍(book), 広告(advertisement), 女性讀者(female reader)

1. 들어가며

일본 고전문학 연구에서 소설의 형성 및 발전 관계에 대한 연구는 상당히 진척되어 왔다. 에도시대 문학의 경우는 계사쿠(戲作)를 중심으로 치밀한 작품 분석이나 작품의 전거를 추론하여 영향관계를 규명한 연구가 많다. 물론 작품 내용이 중심이 된 텍스트 분석은 여전히 진행되고 있는 연구 방법론 중에 하나이며 가치 있는 연구라 생각된다. 하지만 작품에 한정된 연구는 한계성을 드러내기 시작하였고 일반 대중들이 쉽게 이해할 수 있는 연구로 나아가기 어려운 점도 많다. 전근대시기 사회와 문화가 현재와는 상이한 형태로 발전되었고, 통치방식과 사회구조가 다르기 때문에 고전문학에 대한 연구는 관련 전공자가 아니면 이해하기 어려운 측면이 존재하는 것도 사실이다. 하지만 고전문학 연

* 고려대학교 강사, 민족문화연구원 선임연구원, 일본 근세 문화·문학

구를 개별 장르별로 파악하여 각각의 영역 안에서만 분석, 고찰하는 방법론이 과연 합리적인 것일까 하는 것에는 의구심이 든다. 조금 더 문학의 보편성이라는 측면에서 고전문학을 볼 수 있는 방법은 무엇일까라는 고민에서 본 논문은 출발하고 있다.

18~19세기 일본은 사회경제학 관점에서 보면 상품유통 경제가 이전시대와 달리 뚜렷하게 발달하기 시작한 시기이다. 도시 중심의 상권이 지방으로 확대되기 시작하였고 신흥 지방 도시와 시장이 생겨나 다양한 상품들이 생산, 유통, 소비되기 시작한다. 이러한 유통 상품들 중 하나가 바로 서적이었다. 이전까지 지배계층만이 향유했던 서적이 일반 대중들에게까지 보급되어 읽히기 시작하였다. 서적의 소비 방법 역시 변화하여 이전의 필사나 소수 그룹의 소유물에서 벗어나, 구입을 하거나 빌려 보는 방식으로 확대된다.

이처럼 서적의 소비 방법이 다양해지고 서적을 요구하는 일반 대중이 증가함에 따라 자연스럽게 서적을 생산, 유통하는 기구가 생기게 되었다. 에도시대 일본 주요 도시의 서점으로는 교토 쇼하쿠도(松栢堂), 오사카 주카도(忠雅堂)와 오노기호분도(大野木宝文堂), 에도 쓰타야주자부로(蔦屋重三郎)의 고쇼도(耕書堂)등이 유명하며 이들 서점들은 한모토(版元)의 역할을 하며 책을 출판하였다. 이러한 서점과 달리 도시를 돌며 책을 유통시키던 서점들도 도시를 중심으로 발달하였다. 잡화를 서적과 함께 취급하던 행상서점(行商本屋), 행상서점 중에서 그림책을 주로 다루었던 에조시우리(絵双紙売), 서점조합에 가입되어 있는 회원의 이름을 빌려 영업하던 세리혼야(糶本屋), 대여서적인 가시혼(貸本)을 주로 취급하던 가시혼야(貸本屋)등이 서적의 유통을 담당하고 있었다. 이 중에서 가시혼야는 점차 독자의 요구가 반영된 서적을 출판하기도 하였다. 이처럼 본 논문은 서적 출판과 유통과 관련된 출판시스템에 주목하고 있다. 다카기 겐(高木元)은 상품으로서의 서적이 대량 생산되고 소비된 19세기 후반 이후 근세 문학연구에서 출판기구를 무시한 연구는 성립할 수 없다고 주장하고 있다.¹⁾

에도시대의 서점과 가시혼야에 대한 연구로는 곤다 요조(今田洋三)의 『에도의 서점(江戸の本屋さん)』, 『에도의 금서(江戸の禁書)』, 나가토모 지요지(長友千代治)의 『근세가시혼의 연구(近世貸本屋の研究)』, 『에도시대의 도서유통(江

1) 高木元(1994)「江戸読本の新刊予告と〈作者〉—テキストフォーマット論覚書」『日本文学』43-10, 日本文学協会, p.22.

『江戸時代の図書流通』, 『근세의 독서(近世の読書)』, 스즈키 도시유키(鈴木俊幸)의 『쓰타야주자부로(蔦屋重三郎)』, 『근세서적연구문헌목록(近世書籍研究文献目録)』, 『에도의 독서열(江戸の読書熱)』 등이 있으며 본 논문도 많은 부분이 연구서들에서 참고하고 있다. 스즈키 도시유키는 상품에 의해 형성된 시장(市場)에서 한모토가 이익을 얻기 위한 목적으로 상품성이 높은 서적을 출판하기 시작하였고, 이러한 시장을 통해 출판업자들은 서적을 상품으로 소비한 독자들을 의식한 출판활동을 하였음을 지적하고 있다.²⁾ 단순히 서적을 읽는 근대적 독자가 아닌 상품시장에서 상품화된 서적을 사거나 빌려 읽던 다양한 에도의 독자들을 통해 문학사적으로 증명되지 않은 서적의 유통과 소비를 논하고 있다.

가시혼야에 대한 국내 연구로는 조선시대 세책(貫冊) 연구자인 이윤석이 「에도시대의 가시혼야에 대하여(江戸時代の貸本屋について)」³⁾에서 가시혼야를 17세기(발생기), 18세기(발전기), 19세기(최성기)로 나누어 그 시대별 특징을 고찰하고 있다. 에도시대 작가의 원고료, 가시혼야의 발생, 광고 등을 통하여 에도시대의 상업 출판과 상업 작가에 대하여 논한 연구도 있다.⁴⁾ 하지만 두 논문은 기존 연구를 정리하고 있는 차원에서 연구의 시발점으로 끝나고 있다.

본 논문도 기존 선행 연구에 의존하는 부분이 많으나 가시혼과 가시혼야 발전의 흐름과 상업적 전략에 초점을 맞추어 그 특징과 의의를 논하고자 한다. 이처럼 본 논문에서는 서적이 가지고 있는 상품성과 경제적 가치에 초점을 맞추어 18~19세기 일본의 서적 생산, 유통, 소비를 중심으로 보고자 한다. 그 중에서도 에도시대 서적중개상 가시혼야와 대역서적인 가시혼, 가시혼의 소비 주체였던 대중 독자층을 중심으로 고찰하고자 한다. 궁극적으로는 서적의 상품성에 주목하여 전근대시기 문학의 상업화가 에도에서 어떠한 특징과 양상으로 전개되어 갔는지를 분석하고자 한다. 그와 함께 가시혼을 소비한 에도 시대 여성 독자에 초점을 맞추어 선행 연구에서는 그다지 주목 받지 못했던 가시혼과 여성 독자층과의 관계성에 대해서도 논하고자 한다. 에도시대 가시혼야의 모습을 가시혼 또는 가시혼야와 관련된 서적의 삽화를 통하여 시각적으로도 고찰

2) 鈴木俊幸(2007) 『江戸の読書熱』 平凡社, p.9.

3) 李胤錫(2006) 「江戸時代の貸本屋について」 『日本学報』 第67輯 韓国日本学会, pp.213-226.

4) 金学淳(2007) 「江戸時代の商業出版・商業作家—馬琴を中心にして」 『日本研究』 第7輯 グローバル日本研究院, pp.161-182.

하고자 한다.

2. 가시혼야에 의한 상업서적의 유통

18~19세기 동아시아 상업유통 경제 발전과 서적의 상업화는 일본에서 두드러지게 나타나고 있다. 특히 출판문화의 중심은 가시혼야라는 책대여점을 중심으로 발전하게 된다. 출판사인 한모토가 가시혼야를 겸하기도 하여 독자가 원하는 대중적 읽을거리를 쉽게 파악할 수 있었다. 가시혼야가 지배하기 시작한 출판 산업은 독자의 흥미, 반응, 요구 등에 직접 부응한 인기 작품을 직접 생산하는 것이 가능해졌다. 조선시대 후기에서도 보부상이나 경강(京江)상인, 개성상인과 같은 상인중심 그룹이 활발하게 활동하기 시작하여 다양한 상품들이 전국적으로 유행하기 시작하였다. 그들이 취급한 상품 중에는 세책이라는 조선의 대여서적이 포함되어 있었으며 한글판 세책은 중인계급은 물론 여성 독자들에게도 인기가 있었다. 일본뿐만 아니라 한국 역시 방각본 소설이 등장하며 출판문화가 독자층 중심으로 발전하였다. 한일 양국의 상업유통 경제의 발전은 서적의 유통과 여성을 포함한 독자층 확대라는 공통적인 결과를 낳고 있다. 이러한 조선시대 서적 상업화의 시작은 에도시대와 같은 현상으로 볼 수 있지만 그 전개 양상에는 다소 차이가 있다.



〈그림1〉 「쓰타야 주자부로(葛屋重三郎)」



〈그림2〉 가시혼야 「쓰루야 기에몬(鶴屋喜右衛門)」

서적이라는 상품의 등장을 유통과 소비라는 측면에서 고찰하면, 그 유통 담당자와 소비자가 중심이 되고 이러한 변화는 도시와 시장 경제의 발전이라는 사회적 구조가 뒷받침 되고 있다. 에도시대의 가시혼야와 같은 조선의 서적중개상을 이민희는 책거간(冊居間), 책괘(冊儻)로 정의하고는 있으나, 보편성을 가진 서적중개상 용어 사용이 타당하다고 주장하고 있다.⁵⁾ 일본은 17세기 초, 중기부터 출판방식의 변화와 성장으로 가시혼야가 발생하였고 서적을 요구하는 대중적 요구가 높아지기 시작하였다. 조선의 경우도 「17세기 후반에는 시장 경제가 활기를 띠게 되자 소설 역시 하나의 상품으로 여겨지게 되었고, 소설의 유통 역시 수요와 공급이 활발해지게 되었다」⁶⁾며 17세기 후반부터 소설의 유통과 공급이 시장경제 안에서 활발해지기 시작하였음을 알 수 있다. 시전 상인과 개인 사업자들이 성장한 18세기는 책괘들이 가장 활발히 활동하던 전성기로 보고 있다.⁷⁾

중국의 경우에는 명대 민간문학이 개화하고 문학이 상품화 되고 있다. 설화(說話)라는 중국 고전소설을 바탕으로 한 소설, 강사(講史)가 대중적으로 인기를 얻었다. 중국 당나라부터 시작된 조판 인쇄가 명나라에 와서는 인쇄와 출판의 분업화에 의해 대도시는 물론 남경, 북경, 휘주(徽州), 소주(蘇州), 호주(湖州)와 같은 신흥도시까지 확산되었고 서방(書房)이라는 민간문학 전문 출판사도 발전하였다.⁸⁾ 동아시아 문학의 발생, 유통, 소비라는 측면에서 한, 중, 일의 유통경제와 문학의 상품화는 한 나라에 국한하지 말고 폭넓게 살펴 볼 가치가 있다. 우선 본 논문에서는 일본 에도시대에 초점을 맞추어 살펴보고자 하며, 전근대 동아시아의 대역서적과 서적중개상에 대한 비교연구는 차후의 과제로 하고자 한다.

앞서 언급했듯이 에도 시대 중기에 이르러 서적의 생산, 유통은 가시혼야라는 책대여점을 겸한 서적 중개상을 중심으로 발전하게 된다. 출판을 주목적으로 하는 한모토가 가시혼야를 겸하기도 하여 독자가 원하는 대중적 읽을거리를 쉽게 파악하고 대응할 수 있는 시스템이 구축되기 시작하였다. 이전의 지배 계층들만의 공유물이었던 서적이 대중화되어 한 계층에만 한정되어 있었던 지

5) 이민희(2007) 『16~19세기 서적중개상과 소설 서적 유통 관계 연구』 역락, pp.26-27.

6) 전개서, 이민희(2007), pp.39-40.

7) 전개서, 이민희(2007), pp.44-45.

8) 김영구·홍상훈 공저(2016) 『중국 고전문학의 전통』 한국방송통신대학교 출판문화원, pp.267-268.

식과 오락이 확대되며 유통경제 발전에도 이바지하게 되었다. 이러한 서적을 둘러싼 시스템의 변화는 소설과 같은 대중적 읽을거리의 출판이 출판사나 중개상 중심이 아닌 독자 중심으로 바뀌고 있다. 그리하여 대중 독자들이 흥미를 느끼거나 인기 있는 작품들이 장편으로 출판되기 시작하였다. 이처럼 한모토를 결합 가시혼야가 지배하기 시작한 출판 산업은 대중 독자의 흥미, 반응, 요구 등에 직접 부응한 인기 작품을 직접 생산하는 것이 가능해졌다.

또한 에도시대의 출판 기술 발전에는 임진왜란 때 일본으로 건너 간 조선의 활자기술을 기반으로 한 고활자인쇄(古活字印刷)의 발달과도 관련이 깊다. 그 이후에 등장하기 시작한 정판인쇄(整版印刷)는 고활자인쇄가 한정된 권수만을 발행하는 것에 반해, 대량인쇄를 가능하게 하였다. 이러한 출판 기술의 발달이 가시혼야의 등장과 대중독자의 증가라는 출판 시스템의 변화와 발전에도 영향을 주고 있다. 독자의 요구가 반영된 서적의 대량 출판이 가능해지고 그 중개역할자로 등장한 것이 가시혼야로 에도 중기 이후, 일본의 출판문화는 가미가타(上方)와 에도는 물론 지방으로까지 확대되며 발전하게 된다. 이러한 출판문화 발전에 중개자 역할로 등장한 가시혼야의 출현을 나가토모 지요지는 1624~43년의 간에이(寛永)기로 보고 있다.

에도시대에 일반대중이 소설이나 조루리본(浄瑠璃本) 등을 포함한 오락물을 읽는 경우, 책을 구입하여 읽기보다는 가시혼야나 행상서점(行商書店)으로부터 빌려 대여료를 지불하여 읽는 것이 보통이었다. (중략) 가시혼야의 탄생·기원을 분명히 하는 것은 문학사적, 사회사적으로 매우 중요하지만 사실 여전히 명확하지 않다. 가시혼야의 탄생을 민간에서도 출판이 이루어지고 상업서점이 번영하고 오락적 서적이 풍부한 삽화로 출판되어 일반대중이 독서를 즐기기 시작한 시기부터라고 막연히 추측은 할 수 있다. 그리고 이 시기를 정판인쇄가 보급되기 시작하고 서민대상의 가나(仮名)중심의 소설, 실용서, 오락서가 출판되기 시작한 간에이년간(寛永年間)으로 짐작할 수 있다. 분명히 이 시기 전후부터 상업서점은 증가하고, 출판물도 증가하는 것은 출판사나 문학사에 비교해 봐도 분명하다. 9)

나가토모는 가시혼야의 출현을 오락물의 성격이 강한 대중소설이 대량으로

9) 長友千代治(1982)『近世貸本屋の研究』東京堂出版, pp.19-20.

등장하고 일반 대중독자가 확대되기 시작한 시기로 보고 있다. 가시혼야 출현에 대한 기록이 아닌 서적의 유통, 소비를 통하여 역으로 추론하고 있다. 에도 중기 가시혼야에 대한 상세한 기록의 부재로 언제 어떠한 방식으로 발생하였는지에 대하여 명확히 단정 짓기 어렵다. 상업서점과 대중서적이 활발히 출판되기 시작한 시기로 추론하는 것만이 가능할 것이다. 대여료를 지불하고 책을 빌려 보는 방식은 메이지 초기까지 계속 되었고 현재에도 CD, DVD, 만화책, 무협지 등이 렌탈 소비 방식으로 유통되고 있다. 자동차를 대여하는 렌터카나 가전제품인 정수기, 비데 등의 렌탈 서비스 역시 서적의 렌탈 방식의 연장선상에 있다고 할 수 있다. 이처럼 가시혼야가 출현하기 이전까지의 지배층에 의한 책을 소유하던 방식은 빌려보거나 돌려 보는 서적의 유통에 중점을 둔 새로운 방식으로 변화하며 서적의 상업적 성격이 강화되었다. 서적의 유통과 소비 방식의 변화는 서민 등도 포함된 대중독자를 확대시켜 오락적 성격의 서적은 일반적으로 구입이 아닌 빌려 보는 방식으로 정착되었다. 이러한 가시혼에 의한 출판형태는 메이지(明治)기까지 이어지며 가시혼만을 위한 소설이 대량으로 집필되기도 하였다.

3. 소비 공간으로 본 가시혼야와 독자

나가토모는 가시혼야가 유통된 장소를 구분하여 세 가지 유형으로 나누고 있다. 첫 번째로는 ‘도시 안을 도는 가시혼야’, 두 번째로는 ‘유곽을 도는 가시혼야’, 세 번째로는 ‘공연무대를 도는 가시혼야’이다. 이 중에서 도시 안에서 유통되던 가시혼은 이전부터 상품 유통을 담당하고 있던 물건 대여점인 가시모노야(貨物屋)가 가지고 다니던 상품의 하나로 간주하고 있다.¹⁰⁾ 즉 가시혼은 여러 대여품목 중의 하나였다. 이러한 여러 대여품목 중의 하나



〈그림3〉 『아카마에다레 기온노고(赤前垂祇園女護)』

10) 長友千代治(2002) 『江戸時代の圖書流通』 思文閣出版, pp.115-133.

었던 가시혼은 도시경제의 성장, 대중독자 증가, 상업적 가시혼야와 작가의 등장으로 확고한 대여성상품으로 정착되어 갔다. 유곽에서 빌려보던 가시혼은 유녀가 주 고객이었다고 유녀를 포함한 가시혼 소비의 여성독자층이 확대되었음을 알 수 있다. 요시와라(吉原) 유곽에서는 「책장사(本売)」가 유녀들을 대상으로 한 「야한 소설(色草紙)」을 취급하고 있었다.¹¹⁾ 여기서 말하는 「책장사」는 가시혼야로 유곽을 돌며 유녀들에게 직접 가시혼을 빌려주고 있다. 유녀들이 필요로 하던 화장품, 화장도구등과 함께 가시혼이 유곽에서 주요 상품으로 유통되었음을 알 수 있다.

공연무대에서 대여, 유통되던 가시혼은 가부키(歌舞伎)나 조루리(浄瑠璃) 공연을 보러 온 관객이나 공연에 관계된 배우, 스태프들이 주요 고객이었을 것이다. 공연장에서 대여되던 가시혼 중에는 『야쿠샤자후루마이(役者座振舞)』, 『야쿠샤카이추고요미(役者懐中曆)』, 『야쿠샤센고쿠도오시(役者千石通)』와 같은 가부키배우와 그 연기 내용을 기록한 <야쿠샤효반키(役者評判記)> 가 많았다. 특히 『야쿠샤자후루마이(役者座振舞)』는 가시혼야의 첫 표기가 보이는 작품으로 보고 있다.¹²⁾ 이처럼 에도 중기부터 가시혼야는 도시 안의 대중들이 유희를 즐기던 공간에 주요 상품으로 유통되었고 그 대상은 유녀와 조닌(町人) 중심의 일반 대중들이었음을 알 수 있다.

이처럼 가시혼에 의한 서적의 유통은 여성 독자층 확대에 큰 영향을 주고 있다. 조선의 세책도 도시에 사는 여성들에게 읽히고 유통되어 여성 독자층 확대에 기여한 것처럼 가시혼야의 번영은 여성 독자를 포함한 일반 대중 독자층의 증가와 서민 문학 발전에 기여하고 있다. 가시혼야를 서민문학과 관련시켜 논한 선행 연구에도 가시혼야가 식자층과 그로 인한 독자층 증가에 기여하고 있음을 알 수 있다.



〈그림4〉 「이치무라좌
무대그림(市村座樂屋之図)」

11) 전게서, 長友千代治(2002), pp.88-89.

12) 전게서, 長友千代治(2002), p.116.

가시혼야의 인기상품은 핫켄텐(八犬伝), 아사히나준토키(朝夷巡島記), 비쇼넨로쿠(美少年録), 수호전(水滸伝), 삼국지(三国志), 서유기(西遊記), 사나다산다이키(真田三代記), 각종의 다이코키(太閤記)등이었다. (중략) 가시혼야의 번성은 식자층의 증가가 초래한 것도 있다. 무사의 제자는 번교(藩校)에서 조년의 제자는 데라코야(寺子屋)에서 교육을 받았고, 이것이 맞지 않은 붕공하는 자는 붕공하던 곳에서 읽기, 쓰기, 셈을 배워 식자층이 많았다고 생각된다. (중략) 에도 후기는 저속하지만 독자에 부합한 오락물이 넘쳐났다. 그러나 이것은 절대로 나뻐던 것이 아니라 시야를 넓힌 진정한 서민문학이 태어나게 된 것이다. 교텐(京伝)과 바킨(馬琴)의 작품을 볼 때, 그들의 명작은 이러한 것을 인정 한 후의 산물이었다고 할 수 있다. 가시혼야는 출판과 작가와 관계하면서 서민의 오락적 읽을거리를 상품으로 하고 있었던 연유로, 서민문학 발전의 원동력이 되었다고 할 수 있다. 13)

에도시대 후기 가시혼야에서 취급했던 가시혼 중에서 실록(實録)과 요미혼(読本)은 인기 상품이었다. 교쿠테이 바킨(曲亭馬琴) 집필의 『난소사토미핫켄텐(南総里見八犬伝)』, 『아사히나준토키(朝夷巡島記)』, 『긴세이세쓰비쇼넨로쿠(近世説美少年録)』와 같은 요미혼은 상당한 고가에다가 장편이었기에 일반 대중들이 구입해서 보기에는 쉽지 않았을 것이다. 역사적 인물이나 사실을 허구화 한 요미혼과 역사상 인물의 일대기를 다룬 실록이 유행한 것은 당시 조년 계층의 역사에 대한 지식과 관심이 컸음을 암시해 준다. 가시혼야는 오락적 성격이 강한 읽을거리를 제공함은 물론 실록을 통한 재구성된 역사적 사실과 인물에 대한 정보도 제공하였다.

이처럼 가시혼야의 역할은 오락적인 읽을거리를 만들고 출판하여 독자에게 제공하는 중개자 역할은 물론 마을 도서관이자 학자의 역할도 하였다.¹⁴⁾ 하지만 결국 가시혼야가 계속적으로 존속하기 위해서는 서적이 많이 팔리고 대여되어야만 하였다. 대부분의 가시혼야가 서적을 통해 이익을 얻어야 하는 현재의 출판사 역할도 겸하고 있었기에 서적의 상품성을 높여야 할 필요가 있었다. 그러한 서적의 상품성을 높이는 방법으로 서적에 광고를 넣기 시작하였다. 책의 권말 간기부분에 가시혼야가 출판하거나 출판 할 서적, 상점과 상품, 약 등

13) 長友千代治(1982) 『近世の読書』 青裳堂書店, pp.10-13.

14) 長友千代治(1980) 「近世=行商本屋・貸本屋・読者」 『国文学 解釈と鑑賞』 至文堂, p.101.

의 선전이 함께 실리게 된다. 간기에 서명, 내용, 간행시기, 독자대응 등이 보이는 『후쿠주카이(福寿海)』(1699)가 책 광고의 요건을 처음으로 갖추었다고 보고 있다.¹⁵⁾ 대략 18세기 초부터 서적 광고가 실리기 시작하였고 19세기 이후부터는 서적에 대한 광고뿐만 아니라 다양한 상품에 대한 선전도 함께 실리게 된다.

또한 가시혼야는 지성과 교양을 요구 받는 유녀들에게는 정보 전달 역할을 하는 현재의 방문 학습과 같은 역할을 하였다. 이처럼 가시혼은 에도의 여성독자층 확대에도 큰 역할을 하고 있다. 에도 여성들은 여성교훈서(女訓書)와 고칸(合卷)류를 읽고 애독서로 소지하고 있었다.¹⁶⁾ 유녀들은 와카(和歌)나 한시(漢詩) 등을 통해 고전에 대한 지식을 쌓았고 조루리본과 같은 당시 유행하던 소설을 통하여 유희를 즐겼다. 그들에게 가시혼은 학습지의 역할과 유곽과 외부세계를 연결시켜 주는 정보 전달 루트이기도 하였다.

이러한 광고와 정보 전달 역할과 함께 춘본(春本)이라는 남녀의 사랑과 정사를 그린 외설물도 가시혼으로 유통되었다. 그러한 외설적 가시혼 작품 『에도미야게(艶図美哉花)』(1787)에서는 유곽에 온 가시혼야가 춘본을 가지고 와서 유녀들에게 소개하고 있다. 그 후에는 가시혼야가 유녀와 정사를 하는 춘화(春畵)와 내용이 그려져 있다.

오락적 읽을거리의 가시혼에는 이처럼 성적 욕구를 충족시킬 춘화가 그려진 춘본이 많았을 것이나 그 기록이 많지는 않다. 하지만 성적 욕망의 공간이던 유곽에서는 춘본 가시혼의 소비도 많았을 것으로 추측된다. 이처럼 가시혼



〈그림5〉 『쇼카쿠아나가쿠몬
(倡客癡學問)』



〈그림6〉 『에도미야게(艶図美哉花)』

15) 전계서, 長友千代治(2002), p.191.

16) 横田冬彦(2015) 『読書と読者』 平凡社, p.27.

야가 소설의 주인공이나 주요 인물로 등장하는 가시혼이 등장하게 된다. 『가사네즈마히요쿠지타테(重妻比翼仕立)』의 주인공 혼스케(本介)는 화장품인 분(おしろい)과 가시혼을 함께 취급하는 가시혼야이다. 그가 방문하는 곳의 의사 사지안(七庵)과 그 부인 오산(おさん)과 가시혼의 의뢰를 둘러싼 인물들의 각기 다른 속마음과 계락을 그려내고 있다.¹⁷⁾ 이 작품에서 오산은 빌린 책인 〈나데시코모노가타리(なでしこ物語)〉의



〈그림7〉 『가사네즈마히요쿠지타테(重妻比翼仕立)』

필사를 혼스케에게 부탁한다. 가시모노야의 검업을 하는 모습과 필사를 부탁하는 것 등으로 보아 소규모의 가시혼야에게 있어서 서적은 단지 여러 상품 중 하나였다. 또한 독자의 다양한 요구를 들어주는 현재의 심부름센터와 같은 역할도 하고 있다. 이처럼 가시혼야는 지적 정보의 전달 매개체이자 한편으로는 상품유통을 주 역할로 한 현재의 물류기사와 같은 존재이기도 하였다.

4. 가시혼야의 변성과 인기 가시혼 출판

초기 가시혼야는 교토, 오사카, 에도를 중심으로 하였으나 점차 전국적으로 확대되었다. 에도시대 중기 이후부터는 대도시 세 곳 이외에도 가시혼야가 출현하기 시작하였다. 그 예로 1767년에 창업한 나고야(名古屋)의 오노야 소하치(大野屋惣八), 1802년에 영업을 하고 있던 기노사키 온천(城崎温泉)의 나카야 진자에몬(中屋甚左衛門)과 같은 온천지의 가시혼야를 들 수 있다. 분카(文化)기(1804-18)에 이르러서는 에도와 오사카에 가시혼야 조합이 생길 정도로 그 규모가 확대되었다. 에도의 조합은 12조합 약 656여명, 오사카(大阪)에는 300여명의 가시혼야가 활약하고 있었다.¹⁸⁾ 이처럼 대도시에서 발생한 가시혼야는

17) 전계서, 長友千代治(2002), pp.123-126.

18) 石川了(1983) 『貸本屋』 『研究資料日本古典文学 第四卷 近世小説』 明治書院, p.211.

今田洋三(2009) 『江戸の本屋さん』 平凡社, pp.192-193.

지방으로 확대되며 출판계에 있어서 중심 역할을 하게 된다. 다음의 두 자료를 통하여 출판사인 혼야와 가시혼야가 상업적 출판의 중심이었음을 알 수 있다.

『다카라부네코가네노호보시라(宝船黄金桅)』(1818) 구사조시(草双紙)작품의 삽화를 보면 책 제작의 장면을 엿볼 수 있다. 가운데 위 화로에 앉아 있는 고반(小判) 얼굴을 하고 있는 자가 한모토인 혼야(本屋)로 작가, 화공 등을 통솔하고 있다. 고반의 표시로 보아 에도의 대표적 출판사였던 이즈미야 이치베(和泉屋市兵衛)로 추측된다.(〈그림8〉 가운데 위) 그 주위를 시



〈그림8〉 『다카라부네코가네노호보시라(宝船黄金桅)』

계방향으로 작자(作者), 원판에 글씨를 쓰는 필경(筆耕), 인쇄를 하는 판접(版摺), 글을 새기는 판목사(版木師), 화가인 화공(画工) 순으로 그려져 있다. 혼야는 정월 출판에 맞추기 위해 서적의 완성을 재촉하고 있고 작가는 산토 교덴(山東京伝)으로 보인다. 서적 출판과 분업화가 혼야 중심으로 이루어지고 있음을 알 수 있는 삽화이다.

이러한 서적 생산의 혼야와 달리 가시혼야는 선전과 유통의 위치를 담당하였다. 가시혼야의 역할에 대해 산토 교덴은 『소초키(双蝶記)』 서문에 다음과 같이 적고 있다.

장인(舅)이라고 하는 문자(字)를 인연으로 이 소설(草紙)을 사위가 찾는 아내(嬪)로 비유해 보면 그림(繪)은 즉 얼굴이다. 작품(作)은 즉 의기(意氣)이다. 책 조각은 화장이다. 찍어내는 것은 아내의 의복이다. 한모토(板元)는 생가이다. 읽어 주시는 분들은 사위들이다. 가시혼야(貸本屋)는 중매쟁이(媒人)이다. (중략) 듣기 힘든 것이 많으면 읽는 사위들이 마음에 들지 않기 쉽다. 그러한 것을 가시혼야가 중매쟁이의 말씀씨로 이리이러한 처자가 있다. 얼굴은 말할 것도 없고 마음가짐은 조금은 미흡한 태생이지만, 그 대신 시부모님께 거슬리지 않고 남편을 소중히 하고 의리가 있는 한결같은 살림을 하는 성격의 처자이다. 먼저 선을 보시고 나를 생각하여 나쁜 생각을 좋게 고치시고 나아가신다면, 연이 먼 처자도 좋은 부인이 될 것이다. 야저(野猪)도 복저(伏猪)라 하

면 상냥하고, 바보(馬鹿)도 다정한 사람이라고 하면 들림이 좋다. 이것은 즉 힘이 되어주는 중매쟁이 가시혼야의 중재에 의한 것이다. 그리하여 한모토인 생가는 매우 기뻐하며 축하 선물 요교쿠(小謡) 천수만세(千秋万歳)의 천상자의 구슬(千箱の玉)을 비축하여 추가 주문(追摺の御注文), 책책(冊/\)의 소리를 즐거워함에 이를 것이다.¹⁹⁾

이 인용문을 보면 문자인 장인을 통하여 독자인 사위는 소설인 아내를 맞이한다. 소설 출판의 한모토는 소설의 생가가 되고 가시혼야는 독자인 사위와 소설인 아내를 이어주는 중매쟁이가 된다. 중개인인 가시혼야의 역할은 소설인 아내를 높이 평가하여 독자인 사위에게 제공하는 것이다. 이것에 의해 생가인 한모토는 다음 작품 주문이 계속되어 기뻐한다는 내용이다. 이러한 비유적 표현은 가시혼야가 출판사와 독자를 연결시켜 주는 중개인으로서 그 수완이 요구된다는 것을 암시적으로 보여주고 있다. 즉 가시혼야는 단순한 중개자가 아닌 아내가 될 소설을 남편이 될 독자에게 최대한 포장하여 선전하여 둘을 이어주어야 한다. 이것은 다시 말하면 가시혼야의 적극적인 선전과 광고가 필요함을 암시적으로 알려주는 것으로 결국 「추가 주문(追摺の御注文)」이 의미를 갖게 된다. 에도의 인기 작가였던 교텐 역시 서적의 유통과 소비에 있어서 가시혼야의 독자에 대한 선전 활동이 더 중요함을 인식하고 있었다. 이처럼 에도후기가 되면 가시혼야의 선전과 광고라고 하는 상업성에 주목하여 독자의 확대와 가시혼의 소비에 힘을 쏟기 시작하였다.

앞서 언급했듯이 혼야와 가시혼야의 분업에 의한 서적의 생산과 유통이 일반적이었으나 가시혼야의 상업적 역할 증가에 의해 대중들이 요구하는 서적들을 가시혼야가 직접 출판하기도 하였다. 에도시대 베스트셀러로는 『니세무라사키이나카겐지(修紫田舎源氏)』와 같은 가격이 비교적 저렴했던 고칸(合巻)은 만부 이상, 『난소사토미하켄텐(南総里見八件伝)』, 『도카이도추히자쿠리게(東海道中膝栗毛)』 등의 요미혼(讀本), 곳케이본(滑稽本)등은 500부정도 팔리었다.²⁰⁾ 결국 요미혼은 적은 출판량으로 인한 고가로 구입해서 보기보다는 가시혼야를 통해 빌려 보는 서적이었다.

에도시대 교텐과 더불어 인기 작가였던 바킨 요미혼의 경우, 가시혼야가 직

19) 水野稔編(2003) 『山東京伝全集』 第十七巻, へいかん社, pp.451-452.

20) 内田啓一(2007) 『江戸の出版事情』 青幻舎, p.40.

접 출판에 관여하였고 작가 바킨, 삽화 가쓰시카 호쿠사이(葛飾北齋)의 조합의 경우가 많았다. 가시혼야는 바킨 작품의 스토리와 호쿠사이 그림에 대한 에도 독자들의 인기를 파악하고 있었고, 이익을 내기 위한 상품으로 직접 생산하게 된 것이다. 바킨 작품을 출판하고 유통시킨 가시혼야와 해당 작품은 다음과 같다. 21)

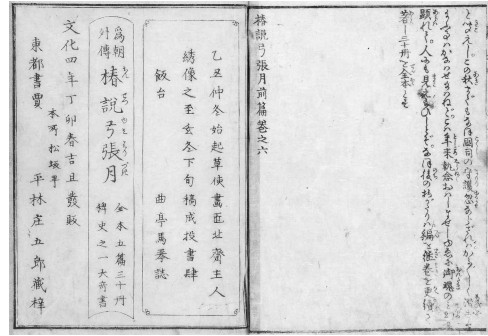
가시혼야	작품명
슈세이카쿠(衆星閣) 가도마루야 진베(角丸屋甚助)	『新編水滸画伝初編初帙』(文化二年九月) 『その、ゆき』(文化四年正月) 『新編水滸画伝初編初帙』(文化四年正月)
산세이도(山靑堂) 야마자키 헤이하치(山崎平八)	『美濃旧衣八丈綺談』(文化十年十一月) 『南総里見八犬伝』(文化十一年十一月) 『南総里見八犬伝第二輯』(文化十三年十二月)
헤이린도(平林堂) 히라바야시 쇼고로 (平林庄五郎)	『繡像復讐石言遺響』(文化二年正月) 『椿説弓張月前編』(文化四年正月) 『敵討裏見葛葉』(文化四年正月) 『椿説弓張月後編』(文化五年正月) 『椿説弓張月統編』(文化五年十二月) 『椿説弓張月拾遺』(文化七年八月) 『椿説弓張月殘編』(文化八年三月) 『青砥藤網摸稜案』(文化九年正月) 『青砥藤網摸稜案後年』(文化九年十二月)
고란도(木蘭堂) 에노모토 소하치 (榎本惣右衛門) 에노모토 헤이키치(榎本平吉)	『三七全伝南枸夢』(文化五年正月) 『阿旬殿兵衛実実記』(文化五年十一月) 『常夏草紙』(文化七年十二月) 『三七全伝第二編占夢南枸後記』(文化九年正月) 『絲桜春蝶奇縁』(文化九年十二月) 『皿皿郷談』(文化十二年正月)

〈표1〉 가시혼야와 바킨 요미혼(1805~1816)

이처럼 에도후기부터 서적출판과 유통은 한모토의 인쇄와 간행, 가시혼야의 선진과 판매라는 분업화가 이루어졌다. 한모토와 가시혼야를 겸업하는 출판사는 서적 유통의 독점과 독자의 요구에 부합한 서적의 출판도 용이하였다. 이처

21) 高木元(1995) 『江戸読本の研究』 ぺりかん社, pp.37-41.

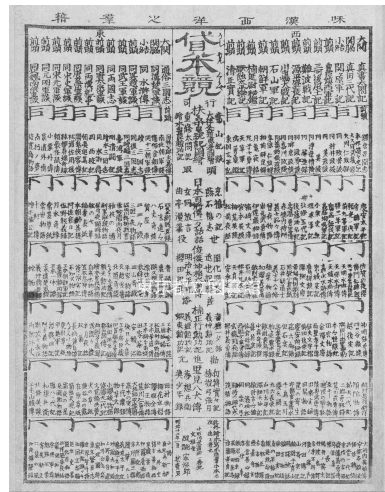
럼 가시혼야에 의한 서적의 유통과 광고는 문학 작품의 형식에도 큰 영향을 끼치기 시작하였다. 그러한 형식의 변화로는 작품의 간기에 쓰이기 시작한 간행된 서적, 간행예정 서적, 상점과 상품, 약 광고 등을 들 수가 있다. 간기에 서점의 이름은 도시명과 소재지 다음에 야고(屋号)와 통칭명(通称名)을 쓰는 것이 일반적이었다.²²⁾ 이처럼 가



〈그림9〉 가시혼야 헤이린도(平林堂)

시혼은 점차 대중잡지의 성격을 띤 상품이자 상품 선전 매체로 발전해 갔다. 가시혼을 소비하는 에도시대 독자들은 근대 이후에 기하급수적으로 증가한 대중 독자나 신문 구독층의 시초로 볼 수 있을 것이다.

근대 초까지 바킨의 작품은 여전히 가시혼의 주요 상품이었음을 「와한서양의 군적 가시혼구라베(和漢西洋之群籍 貸本競)」(1879)에서 확인할 수 있다. 바킨 소설이 스테디셀러로 근대 독자들에게 유통되었고 장편 요미혼인 『준덴지 쓰지쓰키(旬伝実々記)』, 『진세쓰유미하리즈키(椿説弓張月)』, 『난소사토미하텐(南総里見八犬伝)』, 『무소묘에코초모노가타리(夢想兵衛胡蝶物語)』, 『긴세이세쓰비쇼넨로쿠(近世説美少年録)』 등이 기록되어 있다. 역사, 지리, 인물, 언어 등을 고증한 바킨의 독창적 세계관이 보이는 고증수필 『젠도호젠(玄同放言)』도 독자들에게 인기가 있었던 것으로 보아 소설의 인기와 더불어 그 작가의 사상에까지 관심을 보였음을 엿볼 수 있다.



〈그림10〉 「와한서양의 군적 가시혼구라베(和漢西洋之群籍 貸本競)」

22) 橋口侯之介(2011) 『和本入門』 平凡社, p.183.

5. 나오며

에도시대 중후기 가시모노야(貨物屋)가 중심이 된 일본의 상품유통 경제의 발전은 서적출판과 유통에도 큰 변화를 주었다. 가시모노야가 취급하던 잡화 상품 중의 하나였던 가시혼은 정판인쇄의 발달, 식자층의 증가, 여성독자를 포함한 독자층의 확대로 혼야가 중심이던 서적의 생산, 유통, 소비는 가시혼야가 일정부분 담당하게 된다. 또한 가시혼야는 직접 독자를 방문하여 서적을 유통하던 구조였기에 그들의 요구와 흥미를 바로 파악할 수 있었다. 에도후기에 가시혼야가 출판까지 담당하며 베스트셀러를 출간하고 유통할 수 있었던 것도 바로 이러한 구조 때문이다. 또한 가시혼야는 대역서적의 출판에 관계하고 있을 뿐만 아니라, 소설 스토리의 인물로 등장하기도 하고 소설 속 삽화에도 등장하고 있다.

이처럼 가시혼야는 에도 중후기 대중문화 유통, 소비에서 큰 역할을 차지하고 있으며 그 전통은 일본 근대 초기까지 계속되고 있다. 현재에도 렌탈 시스템으로 물건을 소비하는 방식은 가전제품이나 음악, 영상물 분야에서 이루어지고 있다. 또한 이러한 대역서적과 서적중개상은 한, 중, 일 동아시아는 물론 유럽에서도 발생한 보편적인 서적의 소비형태이다. 하지만 일본 에도시대에는 수많은 오락적 읽을거리가 출판되고 실록에서 춘본에 이르기까지 그 범주도 매우 넓고 다양하다. 에도후기 가시혼은 서적과 상품, 약 등의 광고를 함께 실어 그 상업적 성격은 더욱 견고해지며 현재의 대중잡지와 같은 역할까지 담당하고 있다.

본 논문에서는 이처럼 18~19세기 일본의 가시혼이라는 대역서적과 가시혼야라는 서적중개상에 초점을 맞추어 분석하였다. 가시혼야에 의한 서적의 유통, 소비 공간으로 본 가시혼야와 독자, 유녀를 포함한 여성 독자층의 확대, 가시혼야의 발전과 인기 가시혼의 출판 등에 대하여 그 양상과 특징을 당시 가시혼과 가시혼야를 그린 삽화와 함께 고찰하였다. 본 논문에서는 가시혼야에 초점을 맞추어 분석을 하였으나 이번 논문에서 다루지 못한 구체적인 가시혼의 특징과 서적, 물건, 약 광고에 대해서는 이후에 논하고자 한다. 또한 전근대 한, 중, 일 동아시아의 대역서적과 서적중개상에 대한 비교고찰 연구도 차후 과제로 남기고자 한다.

【참고문헌】

김영구·홍상훈 공저(2016) 『중국 고전문학의 전통』 한국방송통신대학교 출판문화원, pp.267-268.

이민희(2007) 『16~19세기 서적중개상과 소설 서적 유통 관계 연구』 역락, pp.26-27, pp.39-40, pp.44-45.

李胤錫(2006) 「江戸時代の貸本屋について」 『日本学報』 第67輯 韓国日本学会, pp.213-226.

石川了(1983) 「貸本屋」 『研究資料日本古典文学 第四卷 近世小説』 明治書院, p.211.

内田啓一(2007) 『江戸の出版事情』 青幻舎, p.40

金学淳(2007) 「江戸時代の商業出版：商業作家一馬琴を中心にして」 『日本研究』 第7輯 グローバル日本研究院, pp.161-182.

今田洋三(2009) 『江戸の本屋さん』 平凡社, pp.192-193.

鈴木俊幸(2007) 『江戸の読書熱』 平凡社, p.9.

高木元(1994) 「江戸読本の新刊予告と〈作者〉—テキストフォーマット論覚書」 『日本文学』 43-10, 日本文学協会, p.22.

_____ (1995) 『江戸読本の研究』 べりかん社, pp.37-41.

長友千代治(1980) 「近世＝行商本屋・貸本屋・読者」 『国文学 解釈と鑑賞』 至文堂, p.101.

_____ (1982) 『近世貸本屋の研究』 東京堂出版, pp.19-20.

_____ (1982) 『近世の読書』 青裳堂書店, pp.10-13.

_____ (2002) 『江戸時代の図書流通』 思文閣出版, pp.88-89, pp.115-133, p.116, p.191, pp.123-126.

橋口侯之介(2011) 『和本入門』 平凡社, p.183.

水野稔編(2003) 『山東京伝全集』 第十七巻, べりかん社, pp.451-452.

横田冬彦(2015) 『読書と読者』 平凡社, p.27.

* <그림1>, <그림2>, <그림3>, <그림7> 은 와세다대학 고전적종합데이터베이스, <그림4> 는 Museum of Fine Arts Boston, <그림5>, <그림6> 은 리쓰메이칸대학 아트리서치센터, <그림8> 은 일본은행금융연구소 화폐박물관 리플릿, <그림9> 는 스기야마여학원대학 디지털라이브러리, <그림10> 은 동경도립도서관 소장 자료에 의함.

논문 투고 일자 : 2019. 04. 14.
논문 심사 일자 : 2019. 05. 03.
게재 확정 일자 : 2019. 05. 07.

 < 要旨 >

 江戸時代における商業書籍文化と書籍仲介商
 —貸本屋による貸本の生産・流通・消費—

金学淳

日本での古典文学研究における小説の形成と発展関係の研究は、かなり進んできている。江戸文学の場合は戯作を中心に緻密な作品分析や作品の典拠を推論して影響関係を究明した研究が多い。作品の内容が中心となったテキスト分析は、研究方法論の一つであり、価値のある研究と考えられる。しかし、作品に限られた研究は限界がみられ、一般大衆が容易に理解できないという弱点もある。前近代の時期の社会と文化が現在とは異なる形で行われ、統治方式と社会構造が異なるため、古典文学の研究は、関連専攻でなければ理解しにくい側面が存在することも事実である。だが、古典文学の研究を個別ジャンル別に把握して、それぞれの領域内でのみ分析、考察する方法が果たして合理的なのであろうかは疑問である。もう少し文学の普遍性という側面から古典文学を見ることができるといえる方法は何だろうかという悩みから本論文は出発している。18～19世紀の日本は、社会経済学の観点から見れば、商品流通経済が発達し始めた時期である。都市中心の商圏が地方に拡大し始め、新興地方都市と市場が生まれ、様々な商品が生産、流通、消費され始めていた。これらの流通商品の中、重要な一つが書籍だった。それまでは支配層だけが享受していた書籍が、一般大衆にまで普及して読まれ始めた。書籍の消費方法も変化して、少数グループの所有物から抜け出し、購入したり、借りて見るように拡大されたのである。本論文では、書物の商品性と経済的価値に焦点を合わせ、18～19世紀の日本の書籍の生産、流通、消費より、その中でも江戸時代の書籍仲介商であった貸本屋、貸本、貸本の消費主体であった大衆読者を中心に考察した。最終的には、書籍の商品性に注目して前近代期における文学の商業化が、江戸でどのように展開されていったのかを分析を行った。

 The Culture and Book Brokerage of Commercial Books in the Edo Period
 —Production, Distribution, and Consumption of *Kashihon* by *Kashihonya*—

Kim, Hark-Soon

The development of the Japanese commodity distribution economy, which centered on *Kashimonoya* (the middle and late Edo period), made a substantial difference in book publishing and distribution. *Kashihon*, one of the miscellaneous goods handled during *Kashimonoya*, will be responsible for the production, distribution, and consumption of books centered on *Honya* due to the development of the original print, the increase of the number of tables, and the expansion of the reader base, including female readers. In addition, *Kashihonya* was able to grasp their needs and interests because it was a structure that visited the readers directly and distributed the books. This is why *Kashihonya* was in charge of publishing in the latter part of the Edo period and was able to publish and distribute bestsellers.

As such, *Kashihonya* played a big role in the distribution and consumption of popular culture in the mid-to-late Edo period, and its traditions continued until the early Japanese modern era. This method of consuming goods (as a rental system) can still be seen in cases of household appliances, music, and videos. In addition, these rental books and book brokerage awards demonstrate the consumption patterns of universal books that have occurred in Korea, China, Japan, and East Asia as well as in Europe. However, in the Edo period of Japan, many pieces of literature intended for entertainment were published with broad-ranging categories, from annals to spring editions. Late Edo *Kashihon* brought books, products, medicines, and so on together, and its commercial character became more solid and played the same role as the current popular magazine.