

『정글만리』 연구\*  
- 중국비즈니스 소설 의의를 중심으로 -

전병석\*\*

<目 次>

들어가는 말

1. 중국문화 입문서

- 1) 중국문화 소개와 문예 기법
- 2) 중국의 문화와 비즈니스의 연계성

2. 중국 비즈니스 인물의 형상화

- 1) 졸부(猝富) 인물 유형-리완싱
- 2) 유상(儒商) 인물 유형-전대광, 김현곤, 하경만

나오는 말

들어가는 말

『정글만리』가 2013년도에 한국에서 출간된 이래 판매부수가 백만 부를 넘어서며 2015년도인 지금은 꾸준히 읽히는 스테디셀러로 자리매김하고 있다. 이 소설의 한국 대중에의 영향력을 가히 짐작할만하다.

『정글만리』는 한국 대중 독자들에게 심원한 반향을 일으킨 동시에, 사실성과 작품성에서 비판을 받기도 한다.

필자는 조정래가 『정글만리』에서 중국비즈니스 소설이라는 새로운 장르를 개척하고 의미 있는 여러 비즈니스 인물유형을 형상화했다는 점에 문학사(文學史)적 의의를 두고, 또한 한국 대중 독자에게 중국의 문화를 광범위하고도 시기적절

\* 이 논문은 2014년도 배화여자대학교 학술연구비를 지원 받아 수행된 연구임.

\*\* 배화여자대학교 중국비즈니스과 조교수

하게 소개했다는 점에 대중문화사(大衆文化史)적 의의를 둔다.

이에 필자는 본고에서 중국문화 입문서이자 중국비즈니스 소설이라 부를 수 있는 『정글만리』가 어떻게 쉽고도 재미있게 독자에게 다가갈 수 있었는지 그 연유를 문예 기법의 측면에서 분석해 보고, 중국문화와 비즈니스가 어떻게 연계되고 있는지 그 연결고리를 살펴보며, 작가가 어떠한 비즈니스 인물들을 문학적으로 형상화했는지 고찰해보고자 한다.

## 2. 중국문화 입문서

『정글만리』의 소설적 가치를 두고 의견이 분분하다. 이에 관해 한국중국현대문학학회에서 패널을 초청하고 세미나를 열었다. 문화평론가인 전성욱 교수는 소설적 가치를 인정했고, 중국문학 전공자인 이옥연 교수는 전통적인 소설의 관점에서 보자면 별로 수준이 높지 않은 소설이지만 새로운 소설 쓰기 차원이라면 의미가 있다고 했다.<sup>1)</sup>

이옥연이 말한 전통적인 소설의 관점은 사실 19세기 서구 소설, 특히 리얼리즘 소설의 관점을 의미한다. 중국이나 한국에서의 전통적인 소설 개념은 주지하다시피 ‘항간에 떠도는 이야기’(街談巷語)<sup>2)</sup>에 불과했다.

중국에서는 양계초 등이 소설은 반드시 혁명을 일으켜야 한다며, ‘소설의 효용’(小說功用)을 주장한 이래<sup>3)</sup> ‘신소설’이 등장하며 소설은 무거운 짐과 규약을 지

1) 『중국현대문학』 제69호(2014), 250-252쪽에 수록(『정글만리』를 어떻게 볼 것인가?), 2014년 3월 15일 세미나). 전성욱은 작가가 다양한 인물을 통해 다성악적인 오케스트레이션 만들며 중국이라는 넓은 세계를 효과적으로 서사화하기 위한 방법을 소설 구성 기교로 삼고 있다는 데 대해 소설적 가치를 인정하고 있다. 반면, 이옥연은 전통적인 소설의 관점에서 보자면 격이 떨어지는 소설이라 볼 수 있다고 하였고, 구성이라든가 스토리 전개라든가 발전적인 인물 캐릭터 형성이라든가 서사와 인물에 대한 작가의 과도한 위압적 개입이라든가 등에서 아쉬운 점이 많다고 하였다. 그러나 인터넷 연재소설이라는 점을 감안할 때 새로운 소설 쓰기의 차원에서 의미가 있다고 했다.

2) 魯迅, 『中國小說史略』, 『魯迅全集』, 1973年, 上海, 人民文學出版社, 153頁.

3) 陳平原, 『二十世紀中國小說史』, 第一卷(1897-1916), 北京, 北京大學出版社, 1997, 4頁.

게 되었다. 한국의 경우도 이와 다르지 않다. 소설이 장르 개념으로 정립된 것은 갑오경장 이후 신소설 및 현대소설의 시대에 들어서면서다. 이 시대가 되면 소설이라는 개념은 그 이전의 내포(內包)를 크게 제약 받고, 그 내용에 있어 특정한 장르 개념으로 전환되어 갔다. 여기에는 물론 서구문학의 충격이 결정적이었다고 할 수 있다.<sup>4)</sup>

“19세기 말엽에 우리가 가진 소설사적 오류는 바로 서구문학이 18세기 이후 종래의 소설 형식에 「아니요」를 부르짖고, 신흥 부르주아 사회의 요구에 호응하고 나온 사실주의적 소설 이후 어느 사이에 딱딱하게 설정해 놓은 하나의 도그머—「소설의 규칙」에 자신의 소설 전통을 무비판적으로 내맡겨 버린 것이다. …… 우리 소설사의 정당한 전개를 위해서는 19세기 서구소설이 마련한 교조(敎條)에서 벗어나 가장 자유로이 소설의 현상을 볼 수 있어야 한다. …… 갑오경장 이전의 전통 소설이 하나의 변종이었다면 경장 이후에 나타난 낭만주의 소설, 리얼리즘 소설, 본격소설, 탐미소설, 심리소설, 상징소설 등도 각각 소설의 하나의 변종에 지나지 않는 것이다. …… 우리 문학사의 모든 소설형식은 우리 문학공화국(文學共和國)에 있어서 평등한 시민권을 누려 가지는 것들이기 때문이다.”<sup>5)</sup>

이는 한국 소설사의 전개를 문학사적 입장에서 분석하고 정리한 것이다. 이 논지는 한국 소설사뿐 아니라 중국 소설사의 연구에도 타당하다고 볼 수 있다. 19세기의 서구 근대 소설의 측면에서 소설의 작법과 기교를 제약하지 말고 소설의 다양성을 포용하자는 논지는 조정래의 소설 『정글만리』를 당연히 포함한다.

필자는 우선 중국 문화의 제 현상에 대해 독자 앞에 친절한 관광 안내를 하고 있다. 정보의 사실 전달에 대한 오해와 편견에 대해서는 뒤에서 살펴보겠지만, 대부분 사실에 근거한다고 볼 수 있다. 『정글만리』의 저자는 작중 인물들을 통해 중국 문화에 대해 서술과 묘사를 친절히 안내함으로써 독자 대중의 중국에 대한 인식가치를 높여주고 있다. 지금부터 작품에 소개된 중국의 제 문화에 대해 살펴보자.

4) 黃溟江 著, 『朝鮮王朝小說研究』, 서울, 檀國大學校出版部, 1981, 17쪽.

5) 위의 책, 12-14쪽.

## 1) 중국문화 소개와 문예 기법

작가는 『정글만리』에서 비교적 광범위하게 중국문화에 대해서 소개하고 있다. 중국의 역사에서부터 민속, 풍습, 예술 등에 이르기까지 비교적 폭넓게 언급하고 있다.

그 중에서도 숫자 문화, 교통문화, 개방적인 성문화(‘얼나이二奶’라는 고급기녀와 혼전 동거문화 포함), 인맥(‘關係’)문화, 체면문화 등에 대한 정보의 서술과 묘사는 인상적이다. 작가는 이러한 중국의 제 문화에 대한 정보를 대중 독자에게 효과적으로 전달하기 위해 다양한 장치와 기교를 운용한다.

그 중 가장 단순한 방법은 정보를 기술하는 것이다. 예를 들어, 중국인은 빨간색을 좋아하며 숫자 중에서도 특히 돈을 번다(發財, fa)는 의미와 유사한 발음인 8(八, ba)자에 대한 믿음이 신앙적이라, 차번호판에서부터 부조금, 전화번호까지 8자를 얻기 위해 광적인 노력을 하고 있다는 점을 기술하고 있다.

“중국인들의 8자 선호는 그 도가 상상을 초월한다. 그 정도가 어찌나 심한지 ‘선호’라는 말로는 그 심도와 열도를 다 드러내기는 너무 빈약하다. 중국인들은 8자를 광적으로 좋아하고, 그 맹신은 가히 신앙적이다. 그 이유는 돈과 직결되어 있었다. ……8자 들어가는 날은 무조건 길일이 되고, 8월 8일 오후 8시에 결혼식을 시작하는 사람들이 수두룩하고, 축의금도 888위안을 내는 사람이 최고의 하객이 되는 것이다. ……그런 사실을 믿지 못하겠으면 2008년 베이징 올림픽을 보면 된다. 그 개막식의 날짜와 시간은 어떠했는가? 2008년 8월 8일 오후 8시에 성화가 타올랐다. 그러자 호들갑스러운 언론들은 거기다가 ‘8분 8초’를 덧붙이는 약삭빠른 작문을 해댔다.”<sup>6)</sup>

이러한 정보 전달을 위한 일반적인 기술 수법 외에 작가는 영화 기교인 영상 수법으로 생생한 시각적 효과를 독자에게 전달하고 있다. 중국의 무질서한 교통문화와 사고를 위장한 보험금을 노리는 중국인의 교통문화에 대한 작가의 묘사를 보자.

6) 조정래, 『정글만리』(1권), 서울, 해냄, 2013, 106-107쪽.

“차창 밖의 넓은 도로는 믿을 수 없을 지경으로 온갖 바퀴 달린 것들이 뒤죽박죽 뒤엉켜 굴러가고 있었다. 버스 뒤에 자전거, 그 사이로 파고드는 오토바이, 승용차 옆으로 바짝 붙은 삼륜차, 삼륜차를 아슬아슬하게 피하는 리어카, 그것들 사이사이를 피해 길을 건너는 보행자들……. 금방 교통 사고가 일어날 것만 같은 그 어지러운 난장판을 처음 본 서하원이 다급한 소리를 토할 만했다.”<sup>7)</sup>

“바로 그 순간이었다. 차가 크게 출렁하며 급정거를 했다. ‘아니, 쯤, 쯤 사람…….’ 서하원이 창밖을 손가락질하며 말을 더듬고 있었다. 그의 얼굴이 하얗게 변해 있었다. …… 그 남자의 한쪽 팔이 약간 움직이는 듯했다. 그리고 조금 있다가 한쪽 눈이 빠끔 열리고 있었다.”<sup>8)</sup>

바로 눈앞에 펼쳐지는 듯한 생생한 영상 화면이다. 중국 교통문화의 정보에 대한 효과적인 전달을 위해 작가는 충격 요법을 통하여 시각적 묘사를 하고 있다. 이러한 충격 요법을 통한 시각적 묘사는 조정래가 『태백산맥』 이래 줄곧 사용해 오던 조정래 표 단골 수법이기도 하다. 필자가 경험한 베이징의 교통상황도 이 인용문의 상황과 별반 다를 것이 없었다. 자칫하다간 옆이나 뒤에서 달려오는 자전거에 받치기 십상이었다. 경제 수도라 불리는 상하이와 정치 수도라 불리는 베이징이 이러한진대 중국의 기타 지역에 대해서는 더 말할 나위도 없겠다.

그림에 남다른 관심을 지녔던 작가는<sup>9)</sup> 작품의 여러 곳에서 화가인 양 섬세하게 대상을 사생(寫生)하듯이 묘사하고 있다. 위 인용문이 동적(動的)인 화면 묘사라면 아래의 인용문은 정적(靜的)인 화면 묘사다.

“길은 숲에 에워싸인 웨이밍 호(湖)는 고요롭고 잔잔했다. 베이징대학

7) 위의 책, 21쪽.

8) 위의 책, 21-23쪽.

9) 그는 훗날 아내가 된 시인 김초혜를 위해 링컨의 초상화를 그려 선물해 환심을 샀다. “웬족으로 링컨의 얼굴을 극사실화로 그려나가기 시작했는데 날마다 조금씩, 이마의 주름 하나를 묘사하기 위해 눈썹보다 더 가는 선들을 수백 번 그렸던 기억이 납니다. 슬픈 듯 형형한 링컨의 눈을 표현하기 위해 바들바들 떨리는 손으로 며칠씩 눈을 부릅떴습니다.” 조정래, 『조정래의 시선』, 서울, 해냄, 2014, 175쪽 참조.

의 캠퍼스에는 울창한 숲이 유난히 넓었고, 그 가운데 신성한 알을 품고 있는 듯한 신비스러운 호수가 웨이밍호였다. 그래서 그 이름이 '이름을 붙일 수 없는 [未名] 호수인지도 모른다. 숲 그림자가 담긴 웨이밍호 가장 자리로는 벤치들이 적당한 간격으로 놓여 있었다. 그 벤치마다 갓 병글기 시작한 인간의 꽃들이 짝지어 앉아 삶의 내밀한 언어들에 얽어내고 있었다. 그 몸짓 언어들에 가지가지 다양했다. 바람 스며들세라 서로 꼭 끌어 앉고 있었고, 여자가 남자 품에 편히 안겨 있었고, 불이 붙도록 뜨겁게 키스를 하고 있었고, 남자가 여자의 무릎을 베고 누워 있었고, 서로 손을 깎지 끼고 앉아 키득거리고 있었고, 서로 머리를 맞대고 앉아 책을 읽고 있기도 했다.……그 젊은이들은 파리나 뉴욕의 젊은이들이 어디서나 아무 거리낌 없이 누리는 것과 똑같은 절대자유를 만끽하고 있었다.”<sup>10)</sup>

위 장면은 날 좋은 어느 날 화가가 대상물을 스케치한 사생활 같다. 이 사생활을 잘 들여다보면 중국 청년 남녀가 사랑을 나누는 화면이다. 작가는 이 사생활을 통해 중국 청년 남녀의 연애 풍속도와 성(性) 풍속도를 독자에게 전달하고 있다. 작중 인물인 북경대학의 한국 유학생 송재형과 중국 여학생 리옌링의 연애와 개방적인 성 묘사는 위 화면과 자연스레 겹쳐지고 연계된다. 중국 특색의 사회주의 국가의 청년 남녀의 연애와 성 풍속도는 위의 인용문에서 보듯이 서구의 그것과 별반 다를 것이 없다.

‘스혼(試婚)’이라는 중국어 시사 어휘도 중국 젊은이들의 혼전 동거문화를 나타낸다.

“스혼(試婚)은 혼인을 시험한다는 뜻의 한자어에서 유래한 것으로, 최근 젊은이들이 결혼을 전제로 동거하는 현상을 말한다. 단순한 동거가 아니기 때문에 두 사람은 반드시 필요한 조건을 갖춰야 한다. 그중 첫 번째는 법률상으로 이들이 ‘독신’이라는 것이 확인되어야 하며, 두 번째는 머지않아 함께 결혼식장에 들어가야 한다는 것이다.”<sup>11)</sup>

『정글만리』에서 작가는 중국의 교통 문화와 청년 남녀의 연애 풍속도를 동적인,

10) 위의 책, 125-126쪽.

11) 김난도, 전미영, 김서영, 『트렌드차이나』, 서울, 문학동네, 2013, 366쪽.

그리고 정적인 화면으로 묘사하고 있다. 이러한 시각적 스케치 수법 외에, 작가는 인물간의 사건과 이야기 전개 수법을 통해 중국문화의 핵심 중의 하나인 인맥(關係)문화에 대해 설명하고 있다.

“상신원과 생고무줄만큼 질긴 판시가 맺어진 것은 정확하게 9년전이였다. 그때 자신은 중국에 파견되어 겨우 2년밖에 안된 초짜였다. …… ‘긴급 상황이야. 누구 서울 종합병원에 수술 잘하는 유명한 의사 없어? 이 일만 잘 해결하면 우리 회사에는 탄탄대호가 열리는 거야. 세관을 무사통과할 수 있는 튼튼한 판시가 생기는 거라구, 판시! 누구 없어? 지사장은 얼굴이 별경게 되도록 다급해져 있었다.’<sup>12)</sup>

작가는 인물 간의 사건과 이야기 전개 수법을 통해 한국 종합상사원 전대광과 중국 세관 주임 상신원, 그리고 한국 포스코 직원 김현근과 중국 검찰과장 최상호와의 인맥 문화를 독자에게 전달하고 있다. 인맥 문화와 함께 중국의 또 하나의 핵심 문화인 체면(面子) 문화는 인물형상화를 통해 독자에게 알리고 있다.

이렇게 작가는 때로는 기술식으로, 때로는 동적인 혹은 정적인 시각적 화면 스케치로, 때로는 인물간의 사건 전개로, 때로는 인물 형상화 등으로, 여러 수법과 장치를 운용하여 작가는 중국의 제 문화를 재미있게 읽도록 독자를 강하게 흡인하고 있다. 여러 수법과 장치 중에서도 작가는 인터넷 연재 소설(후에 단행본 출판)의 특성을 살려 매 회(回) 마다 제목을 붙여 마치 중국고전소설체인 장회소설(章回小說)<sup>13)</sup>처럼 다음 회를 궁금하게 하는 효과를 톡톡히 누리고 있다.

이처럼 제 수법을 충동원하여 작가는 평이(平易)한 문체로 중국의 제 문화를 쉽고도 재미있게 소개하는 충실한 중국문화 관광가이드로서 대중 독자를 강하게 흡인하고 있다. 작가가 작품에서 서술하고 묘사한 각종 문예기교의 효과와 반응에

12) 『정글만리』(1권), 78-80쪽.

13) 이육연, 『중국현대문학』 제 69호(2014), 앞의 책, 251쪽. “마치 전통 장회소설을 연상시키는 측면도 있는 것 같다. 한 회 씩 끊어가면서 연재를 하고, 독자들의 반응이 한 회 한 회 민감하게 나타나는 가운데, 그것에 반응하면서 그 한 회에 최대한 독자를 끌어들이야 하기 때문에 그런 요소로 보자면 『정글만리』의 탄생은 기존의 다른 소설과는 다른 생산시스템의 결과라고 본다. 애초부터 대중적인 기획이자 생산방식이었다는 것이다.”

대해서는 필자가 신입생 120명을 대상으로 현재 대학교재로 사용하고 있기 때문에 너무나도 분명하게 느낄 수 있다.

혹자에 의해 『정글만리』는 ‘현존하는 최고의 중국 입문서’라고 평가받는데, 그 원인은 딱딱한 역사책이나 전문서적으로서가 아니라 위에서 살펴보았듯이, 각종의 문예 기법을 통해서 각 계층의 다양한 대중 독자를 빨아들이고 있다는 데서 기인한다. 이것이 소설의 힘이며, 작가 조정래의 힘이다. 소설가로서 대중 독자를 흡인하는 다양한 문예 장치와 기교를 운용하지 않았더라면 『정글만리』는 결코 밀리언셀러가 되지 못했을 것이다.

이는 『태백산맥』 이래로, 조정래가 차기작을 쓰면서 늘 전(前) 작품을 극복하려고 노력했던 고민의 연장이에요 결과라고 할 수 있다. 『아리랑』이 그러했고, 『한강』이 그러했으며, 『정글만리』가 그러하다. 『정글만리』는 한국의 사회와 역사를 치열하게 분석하고 묘사한 ‘깊이’에 있어서는 『태백산맥』, 『아리랑』, 『한강』 등에 미치지 못하지만, 중국의 제 문화를 서술하고 묘사한 ‘넓이’에 있어서는 『태백산맥』, 『아리랑』, 『한강』 등을 능가한다고 필자는 생각한다.

물론 『정글만리』는 기업가나 전공자가 지적하듯이 문제점들을 지니고 있다. 특히 소설이지만 이미 대학과 기업의 교재가 된 마당에 사실이나 허구냐가 중요한 의미로 부각되고 있다. 당연히 소설이기에 허구가 허용되지만 중국을 진출하는 기업인이나 중국을 공부하는 또는 중국을 알고자 하는 욕망이 강한 다수의 대중독자들에게 사실을 전달하는 것이 중요한 의미를 띤다.

중국과 무역업을 하는 어느 사장은 『정글만리』를 대단히 위험한 책으로 보고 있다.<sup>14)</sup> 그는 특히 작품을 관통하고 있는 중국의 핵심 문화인 인맥(판시)문화는, 또 다른 사업가가 아래에서 인용하는 인맥 문화의 내용과는 다르다고 보고 있다.

“중국에서 기업을 경영하는 과정 중 판시가 중요한 이유는 그것이 경영

14) 이행원(갑산무역 대표), 위의 책, 253쪽. “나는 이 책이 매우 위험한 책이라고 생각한다. 이 책 전체를 관통하는 키워드가 ‘판시(關係)’이다. 한국 사람들은 그동안 판시 필승론이라는 늪에 빠져서 20년을 보내다가 이제야 극복하고 있다. 중국식 판시에 기대어 사업하는 것은 대단히 위험한 것이다.”



실적에 막대한 영향력을 행사하는 요인의 하나이기 때문이다. 중국 기업과 외국인 투자자 등 중국에서 활동하는 모든 비즈니스 관계자들은 판시를 피해가기 어렵다.”<sup>15)</sup>

“판시를 얘기하는데 중국이라는 시장을 놓고 전 세계 최강국, 최대 기업들이 자기 물건의 품질과 가격으로 싸우고 있다. 이게 기본이고 정말 중요한 것인데 이 과정이 생략된 채 판시가 무슨 마법인 것처럼 말하는 사람들이 있다. 그런데 이걸 사실과 다르다. 판시가 안 중요한 경우가 어디 있겠나. 미국도, 한국도 마찬가지다. 그렇지만 판시라는 것은 밑에 무언가가 깔려 있지 않으면 아무 의미가 없다. 또 하나 간과하고 있는 것은 그런 고급 판시는 외국인과 중국인 사이에는 연결되지 않는다는 것이다. 중국인들 사이에서만 연결되는 것이다.”<sup>16)</sup>

이 두 인용문을 볼 때 중국에서의 비즈니스에 있어서 인맥이 중요한 요소이지만 이를 너무 과대 포장하여 인식하고 원칙을(품질, 가격 등) 경시하면 일을 그르칠 수 있다는 점은 경각심을 가져야 할 대목으로 보인다. 이런 면에서 『정글만리』에 보이는 사실성은 오해의 소지가 있으므로 수정해서 이해해야 할 것이다.

이러한 오해와 편견에도 불구하고 『정글만리』에서 서술되고 묘사된 대부분의 중국문화는 사실적이다. 이런 면에서 『정글만리』는 가히 중국문화입문서로 불릴 만하다.

## 2) 중국의 문화와 비즈니스의 연계성

위에서 우리는 『정글만리』에 묘사된 중국의 제 문화에 대해서 살펴보았다. 이 작품은 중국문화 입문서인 동시에 중국비즈니스 소설이다. 작중의 주요인물이 대부분 중국 시장의 정글에서 약육강식하는 비즈니스맨들이다.

작가가 중국문화와 중국 비즈니스맨들을 연계시켜 이야기의 씨줄과 날줄을 짜는 이유는 중국 비즈니스를 성공적으로 하기 위해서는 중국문화(중국어 포함)

15) 조평규, 『중국은 우리의 내수시장이다』, 서울, 좋은땅, 2014, 135쪽.

16) 이행원, 『중국현대문학』 제69호(2014), 앞의 책, 255쪽.

반드시 알아야 하기 때문이다. 『정글만리』에서는 중국문화에 대한 소개에 그치지 않고, 중국 문화를 비즈니스와 연계시켜 상품을 직접 개발하는 예를 여러 군데에서 보여주고 있다.

그러한 예는 중국 비즈니스의 실제 사례에서도 어렵지 않게 찾을 수 있다.

“국내 체과업체인 파리바게뜨는 2004년 상하이의 대표적 외국인 밀집 지역인 구베이古北로에 1호점을 열었다. 그리고 고급화 전략을 위해 브랜드의 원산지를 강조하기보다는 자체의 프리미엄 이미지와 현지화 상품을 개발하는 데 전력을 다했다. 예를 들어, 중국 매장의 매출 분석을 통해, 중국인들은 주로 마늘빵이나 참치, 소시지 같은 고기가 들어 있는 빵을 선호한다는 사실을 파악하고 ‘육송빵’이라는 고기빵을 개발했다. 육송빵은 기름지고 배부른 음식을 좋아하는 중국인들의 입맛을 겨냥한 현지화 상품으로, 크게 성공을 거두었다.”<sup>17)</sup>

이는 중국 문화와 비즈니스 전략을 연계해 상품을 개발해 성공한 사례라 할 수 있다. 중국의 비즈니스에 있어서 ‘현지화’라는 의미는 바로 문화와의 연계성에서 찾을 수 있다. 프랑스의 유명 베이커리인 폴PAUL과 포송Fauchon도 중국 진출에서 고배를 마신 가운데, 파리바게뜨의 철저한 현지화를 통한 비즈니스 전략의 성공은 시사하는 바가 크다.<sup>18)</sup>

『정글만리』에서도 중국 문화와 비즈니스를 연계하여 상품을 개발하는 예를 여러 곳에서 찾을 수 있다. 중국인 상인 리완싱은 중국인의 돈 벌고 싶어 하는 심리의 어휘인, ‘利發’의 발음(lifa)과 연상되는 부의 상징인 ‘梨花’(lihua)의 상표를 등록하고, 프랑스의 유명 브랜드 까르디에 회사와 합작하여 명품 지갑을 개발하는 비즈니스 지혜를 지니고 있다.<sup>19)</sup> 한국인 상인 전대광도 중국인이 설(春節)에 선

17) 김난도, 전미영, 김서영, 앞의 책, 2013, 38쪽.

18) 같은 책.

19) 리완싱이 자크 카방과 손을 잡고 명품 지갑을 만들고 하는 것은 중국 사람들의 전형적인 상술로, 그런 모습이 있는 것은 사실이다. 라고 이행원은 그 사실성을 인정하고 있다. 『중국현대문학』 제69호(2014), 앞의 책, 259쪽 참조. 『중국현대문학』지에 실린 글에서는 리완싱이 아니고 청도의 서 사장이라고 쓰여 있는데, 작품에서 자크 카방과 손 잡고 명품 지갑을 만든 사람은 리완싱임을 확인하여 오류를 바로 잡았다.

물히는 빨간 내의에 12간지에 맞추어 태어난 해의 동물 암수를 자수(刺繡)로 새겨 넣어 상품을 개발하는 비즈니스 기지를 발휘하고 있다.

중국은 단일시장이라고 할 수 있는 미국이나 한국보다는 여러 나라가 하나의 대륙을 형성하고 있는 유럽의 이미지에 가깝다. 이러한 차이점을 반영해 성공한 사례가 흥미롭게도 메뉴와 인테리어의 전국적 통일성이 중요한 패스트푸드 프랜차이즈에서 발견된다. 미국의 패스트푸드 전문점인 디코스 Dico's는 맥도날드, KFC 같은 다수의 패스트푸드업체가 매장 인테리어와 메뉴를 중국 전 지역에 통일시킨 것과 달리, 제품개발과 프로모션 등 운영 전반을 각 가맹점이 속한 도시의 문화적·사회적 특성을 고려해 가맹점 마다 달리 적용했다. 우선 중국의 다양한 지역별 음식문화를 고려해 각 지역의 입맛에 맞는 메뉴를 따로 개발했다.<sup>20)</sup>

중국의 현지화는 중국의 문화에 맞게, 더 구체적으로 말해 중국의 각 지역의 문화에 맞게 상품을 개발하는 데 그 의미와 의의가 있다. 중국의 문화와 비즈니스를 연계시키고 있다는 점에서 『정글만리』는 중국 비즈니스 소설의 의미와 의의를 충실히 수행하고 있다.

## 2. 중국 비즈니스 인물의 형상화

『정글만리』의 작가 조정래는 작품에서 중국 문화를 소개하는 동시에 세계의 공장에서 세계의 시장으로 바뀐 중국에서의 비즈니스맨들의 활동상을 이야기를 통해 전개시키고 있다. 소설가답게 작가는 비즈니스인물 유형 창조에 주의를 기울였음이 우리의 흥미를 끈다.

중국에서의 비즈니스맨은 두 유형으로 나눌 수가 있다. 즉, 일반적인 비즈니스맨과 중국문화에 지대한 관심을 갖거나 중국 문화에 정통한 비즈니스맨으로 구분할 수 있다. 이 점에 주의를 기울이고 문학효과의 극대화를 위해서, 작가는 학력과 문화수준이 낮은 리완싱과 학구적인 인물인 전대광과 김현곤, 그리고 유교문화의

20) 김난도, 앞의 책, 32-33쪽.

화신(化身)인 하경만 등의 인물을 대조적으로 묘사하고 있다.

좀 더 구체적으로 말해서, 한 유형은 작가가 지칭한 졸부(猝富)형(型)이고 또한 유형은 필자가 규정지은 '儒商'(학자풍 상인)형이다. 작가는 졸부의 인물 전형(典型)으로 리완싱을 형상화하고 있고, '儒商'형의 인물로 전대광, 김현곤, 하경만 등을 형상화하고 있다.

### 1) 졸부(猝富) 인물 유형- 리완싱

작가 스스로 리완싱을 졸부의 전형이라 말했을 정도로 리완싱은 작가가 의식적으로 창조한 인물 형상이다.

리완싱은 광둥성(廣東省)에서 장사하는 사람이다.<sup>21)</sup> 광둥성은 역사적으로 중앙의 통제가 미흡하여 중원문화의 의(義)와 이(利)가 양립할 수 없다는 유교적 전통도덕관의 영향을 덜 받았다. 이에 일찍부터 상품경제가 발달, 경제에 전력투구하는 지역 전통이 형성되어 공리(功利)와 중상(重商)은 이 지역의 독특한 가치관이 되었다.<sup>22)</sup> 광둥성의 이러한 지역 문화는 이(利)보다는 의(義)를 중시하는, 산둥성(山東省)의 유가적 전통 문화와는 대조적이다.

광둥성의 리완싱은 중국 문화를 비즈니스에 창조적으로 응용하여 상품을 개발하는 천재적인 장사꾼이다. 프랑스의 유명 브랜드 회사와 합작하여 중국 문화와 융합한 로고를 명품 지갑에 문양으로 새겨 넣어 상품을 개발하여 대박을 친다. 이러한 창의적인 아이디어는 광둥 상인의 전형적인 특성과 연계되어 있다. "광둥 사람은 장사에 대담하다. 창의적인 아이디어로 새로운 것을 개발하는 데 뛰어나고 새로운 영역에 대한 도전의식이 강하다."<sup>23)</sup>

광둥 상인 리완싱은 개혁 개방의 물결을 타고 벌인 여러 사업을 통해 때돈을 벌면서 졸지에 부자가 된 졸부(猝富)다. 그러나 그는 비록 졸부는 되었을지라도

21) 조정래, 『정글만리』(3권), 앞의 책, 154쪽, "근데 여기 광둥성 인구가 1억입니다."라는 리완싱의 통역자의 말 참조.

22) 서갑성, 이성민, 김종득 공저, 『중국비즈니스 문화론』, 서울, 대진, 2010, 330쪽.

23) 서갑성, 위의 책, 333쪽.

존경받는 기업가는 아니다.

그를 장사꾼이라고 폄하할 수밖에 없는 이유는 그의 인격의 천박함에서 비롯된다. 그의 언행은 조급하며, 경박하고, 폭력적이다. 리완싱은 작품에서 조직폭력배 출신으로 묘사되어 있다.<sup>24)</sup> 광둥성은 중국 각지에서 몰려온 조직폭력배로 몸살을 앓고 있기도 하다.<sup>25)</sup>

리완싱의 인격은 뒤에서 살펴 볼 유상(儒商)의 인격과는 선명한 대조를 이룬다. 유가의 도(道)를 추구하는 상인인 유상의 인격은 『논어』에서 그 기원을 찾을 수 있다.

“子曰, 可也. 未若貧而樂, 富而好禮者也.(가난하지만 도를 즐기며, 부유하지만 겸허하고 예를 좋아하는 것만 못하다.)”(『論語』(學而篇))

위의 인용문은 儒商의 시조로 일컬어지는, 공자의 제자이자 부유한 상인인 자공(子貢)이 스승인 공자에게 질문한 내용의 답이다. 질문은 “가난하지만 아첨하지 않으며, 부유하지만 교만하지 않으면 어떻습니까?”이다. 이에 공자는 위의 인용문에서처럼, 부자가 교만하지 않은 것도 괜찮으나, 겸허하고 ‘예(禮)’를 좋아하면 더 좋다는 말이다.

『정글만리』의 리완싱은 부유한 상인으로서 교만할 뿐만 아니라 천박하다. 1980년대 개혁개방의 물결을 타고 사업 수완을 발휘하여 돈 방석 위에 앉게 된 졸부일 뿐이다. 그의 행위와 인격의 천박함은 아래의 인용문에서 절정을 이룬다.

“아휴, 아빠 제발 그것 좀 하지 마세요. 지난번에 말씀드렸잖아요. 그 손톱 밑에 얼마나 세균이 많은지.”

리엔링은 소파에 앉다 말고 아버지를 쳐다보며 진저리를 쳤다.

.....

리완싱은 또 거역 트림을 해 올리며 오른쪽 새끼손가락의 긴 손톱을 이쑤시개 삼아 이빨을 후비고 있었다.

24) “히야, 조폭 다루는 주먹 본때가 제대로 나오는구나.” 조정래, 『정글만리』(3권), 앞의 책, 133쪽.

25) 위의 책, 336쪽.

리엔링은 구역질을 느끼며 소파에 앉지 않고 돌아섰다. 이빨을 후비고 나서 그 손톱으로 귀를 후비는 것까지 보고 있을 수는 없었던 것이다.”<sup>26)</sup>

딸 리엔링에게 비친 리완싱의 행동거지는 천박한 인격을 지닌 졸부의 전형(典型)을 극적으로 보여주고 있다. 리완싱은 사실적이면서도 생동감 있게 묘사된, 『정글만리』에서 가장 성공적으로 창조된 인물 형상의 하나이다.

## 2) 儒商 인물 유형-전대광, 김현곤, 하경만

작가는 『정글만리』에서 중국문화에 대한 지식이 풍부한 한국 종합상사의 영업 부장인 전대광과 중국역사에 대해 지대한 관심을 지닌 한국 포스코의 영업부장 김현곤, 그리고 중국 유교의 화신(化身)인, 청도(靑島)의 한국인 사업가 하경만 사장 등을 긍정적인 측면에서 인물형상화하고 있다. 이들 인물 유형은 비록 모두가 중국에서 활동하는 한국 비즈니스맨들이지만, 중국인이 개념화시킨 儒商의 범주에 드는 비즈니스맨들이다.

그렇다면 儒商이란 무엇인가? 우선 이 단어의 사전적 의미부터 살펴보자. 사원(辭源)에는 ‘儒商’은 없고 ‘儒將’(학자풍의 장수)만 나와 있다. 이로 미루어 보아, ‘儒商’이란 단어가 사용된 어휘의 역사는 그다지 오래되지 않은 듯하다. 고려대학교 민족문화연구원의 중한사전에는 ‘학자 출신(학자풍) 상인’으로 나와 있고, 네이버중국어사전에는 1. 선비 출신의 상인, 2. 선비 기질을 지닌 상인, 으로 나와 있다. 동시에 인민일보의 문장을 예시로 실고 있다. 그 첫 번째 예시가, “如今到北京來經商的台胞, 大多是謹言慎行的佛商或儒商。(《人民日報》1995.9.29)”이다. 이 예문을 보면, 儒商의 의미에는 언행에 신중한 사업가의 의미가 포함되어 있음을 알 수 있다. 즉, 儒商의 개념에는 인격이 연계되어 있음을 의미한다. 두 번째 예시가, “要求商人按照學術的思路來入市, 如同要求學者按照市場的思路來作學問, 雖然可能產生儒商與商儒, 畢竟只是少數。(《人民日報》1998.5.15)”이다. 여기에는 儒商을 시장의 원리를 학술적으로, 논리적으로 연계시킬 수 있는 능력을

26) 『정글만리』(3권), 345쪽.

지닌 사업자로 보고 있다.

儒商의 개념에 대해서 전문적으로 연구한 중국인 학자의 정의는 다음과 같다. “儒商은 유가를 대표로 하는 중국 전통문화의 영향을 받고, 좋은 문화적 도덕 소양과 우수한 경영 재능을 구비하고, 경영 이념과 방식에서 유가문화의 특색을 구현한 동방 상인이다.”<sup>27)</sup>

이러한 제 논리를 종합하여 필자는 본고에서 儒商을 ‘유가 전통문화의 인격을 구비한 상인’으로 규명하고, 사전에서 제시한 ‘학자풍의 상인’과 ‘유가 전통문화를 체득한 상인’으로 나누어 작품의 인물 유형을 고찰하고자 한다.

전대광은 작가가 학자풍의 비즈니스맨으로 설정한 인물이다. 이 인물의 사고에는 작가 자신의 사상도 주입되어 있음을 어렵지 않게 발견할 수 있다.

“중국에 대해서 진짜 많이 아는 분은 아까 그 전 부장님이시다. 그 분이 백 가지를 알면 아빠는 겨우 한 가지 정도, 그저 죄에끔 알 뿐이야.”<sup>28)</sup>

이는 작중 인물인 서하원의 전대광에 대한 인식이다.

“모든 비즈니스맨들의 공통점은 상대방을 공략해야 한다는 목적의식이고, 그 강박감과 초조감은 사람을 다급하게 만들게 마련인데, 거기다가 한국사람들은 전반적으로 성질까지 급해서 그저 빨리 빨리가 능사가 돼 있소. 그러다보니 혼자 말을 많이 하게 되는 것이오. 그건 중국에선 최대 약점이고, 치명타요. 그럼 어떻게 할 것이냐! 정반대 전술을 구사하는 거요. 중국 느네들 만만디냐? 그래 나는 더 만만디다. 중국기업의 고급 간부들 방에는 대개 중국 그림이나 도자기 같은 게 있소. 그런 게 없으면 그들이 으레껏 내놓는 차의 찻잔이라도 그림이나 무늬가 있소. 그런 걸 화제로 삼는 것이오. ‘아, 이 찻잔 참 좋습니다. 이 작은 찻잔에다 어찌 이런 멋진 풍류의 그림을 그릴 수 있는지 어제 봐도 신비스럽고 감탄하게 됩니다. ……난 미국 유학을 했고, 영어는 중국어보다 더 잘 해. 그리고 그때부터 벌써 중국

27) 陳平原, 『二十世紀中國小說史』, 第一卷(1897-1916), 北京, 北京大學出版社, 1997, 4頁.

28) 『정글만리』(2권), 349쪽.

의 역사와 문화에 대해 조금은 알고 있었어. 이런 것을 한꺼번에 보여주었으니 그들의 반응이 어떻게 나타나겠소? 중국에서는 미국 유학한 것을 최고로 치고, 자기네 문화의 우월성을 자부심으로 내세우기 좋아해서 중국 문화를 높게 평가해주면 엄청나게 좋아해요. 그러니 그 한마디로 자연스럽게 자기 선전 다 하고, 중국 높여주고 했으니 그 상담이 어찌 되겠소.”<sup>29)</sup>

전대광은 자신의 후임자 강정규에게 중국의 문화와 비즈니스의 연계성에 대해 설파하고 있다.

종합상사원 영업부장으로 전대광은 이미 중국문화의 다방면에 대한 지식을 폭넓게 알고 있고, 중국문화에 대한 지식을 상품 개발에 연계하는 비즈니스 지혜가 앞에서 살펴보았듯이 리완싱에 못지 않다. 리완싱과 전대광은 중국의 문화에 대한 지식을 상품 개발에 응용하는 비즈니스 지혜를 똑같이 가지고 있지만, 줄부인 전자와 유상(儒商)인 후자가 구별되는 점은 위에서 살펴본 것처럼 인격의 차이이다.

전대광은 인맥 관계를 맺고 있는 상신원의 전처(前妻) 천웨이에게 점잖은 사람으로 인식되고 있다.

“그날 전 부장님이 상신원의 잘못을 내 앞에서 다 털어놓는 것을 거부해 하는 눈치여서 그 중국인 의사한테 알아본 거예요. 다시 한 번 전 부장님의 점잖은 인품에 감동했어요. 그런 못된 짓하고 달아나버린 사람에 대해서는 누구나 비난하고 욕하기 마련인데.”<sup>30)</sup>

전대광에게서 언행에 근신하는(謹言慎行)의 儒商의 모습을 엿볼 수 있다. 리완싱의 경우라면 그런 언행은 상상할 수도 없다. 전대광의 儒商으로서의 모습은 다음의 장면에서 극치를 이룬다. 또한 작가가 그의 인물을 형상화하기 위해 이 장면에서 심혈을 기울였음 엿볼 수 있다.

“전대광은 별떡 일어났다.

29) 『정글만리』(3권), 280-281쪽.

30) 위의 책, 316쪽.



‘어르신, 모든 조건은 어르신 뜻에 따르겠습니다. 저를 도와주십시오. 어르신께서 도와주지 않으시면 저는 사업을 시작해 보지도 못하고 망합니다. 어르신, 제발 한 번만 도와주십시오.’

똑바로 선 전대광이 떨리는 듯한 목소리로 말했고, 세 사람은 어리둥절해 있었다.

그런데 말을 마친 전대광이 그대로 카펫 바닥에 엎드렸다.

그는 이삼수를 향해 큰절을 올리고 있었다.

‘아니, 이거, 이거.....’ 이삼수가 벌떡 일어나더니 바닥에 앉을 듯하는가 하면, 전대광을 붙들려는 듯하기도 하며 우왕좌왕하다가, ‘종소, 종소, 그 일 하리다. 내가 40년 넘게 미싱 돌리며 팔지만 당해왔지 이렇게 어르신 소리 들으며 큰절 받고 사람대접 받은 건 처음이요. 고맙소, 일어나시오.’ 그는 전대광을 붙들어 일으켰다.<sup>31)</sup>

전대광은 평생의 종합상사원 직을 던지고 명예퇴직하여 상품을 개발하기 위해 이삼수의 기술이 절대적으로 필요한 절박한 심정에서 위의 장면을 연출하였지만, 우리는 이 장면에서 제갈량을 삼고초려하여 그를 감동시키던 삼국지의 유비의 언행을 쉽게 연상할 수 있다. 여기에서 우리는 중국과 한국의 체면문화의 정수를 잘 인식하고 있는 전대광의 비즈니스 감각을 느낄 수 있다.

『정글만리』에서 전대광은 중국 문화에 대해 해박한 인물로 그려지고 있다. 그는 중국 전통문화의 특징인 인맥(關係) 문화에 정통해 있다. 인맥 문화는 또한 체면문화와 밀접한 관계를 지니고 있다. 우리는 여기에서 잠시 위의 인용문과 관계된 체면문화의 원천을 유가 경전인 『논어』를 통해 살펴보자.

중국의 체면문화는 예(禮)와 결부되어 있고, 예는 인(仁)과 연계되어 있다. 『논어』에 나타난 인과 예의 상관관계를 살펴보자.

“克己復禮爲仁.(자기를 억제하고 말과 행동이 모두 예에 맞도록 하는 것이 곧 인이다.)”(『論語』(顏淵篇))

“禮之用, 和爲貴.(예의 작용은 조화롭게 하는 것을 귀히 여겼다.)”(『論語』(學而篇))

“恭近于禮, 遠耻辱也(태도와 용모의 정중함이 예에 합당하면 모욕을 당

31) 위의 책, 364쪽.

하지 않는다.)”(『論語』(學而篇))

“夫仁者, 己欲立而立人.(인이라고 하는 것은 자기가 서고자 하면 동시에 다른 사람도 세워야 한다.)”(『論語』(雍也篇))

“仁者安仁, 知者利仁.(인덕이 있는 사람은 인에 안주하고, 총명한 사람은 인을 이용한다.)”(『論語』(里仁篇))

위의 인용문에서 알 수 있는 것처럼, 인은 예의 내용이고, 예는 인의 형식이라 할 수 있다. 앞의 『정글만리』의 인용문에서 전대광이 이삼수에게 큰절을 올리는 장면은 상대방에게 최대의 예를 표시하는 것이자, 상대의 체면을 최대한 세워주는 것이다. 인(仁)의 요소가 마음속에서 일어나서 충심으로 예를 표현했는가는 고려의 여지가 있지만, 전대광은 비즈니스맨답게 예를 최대한 전략적으로 이용하고 있다. 그 효과는 만점으로 후에 전대광의 조카인 송재형이 결혼 전략으로 중국인 애인의 장인, 장모에게 활용하는 수단이 되기도 한다.

위에서 우리는 전대광이 중국의 전통문화인 체면문화에 정통함을 알 수 있다. 이러한 면모는 하경만 사장에게서 더욱 극대화된다.

儒商의 풍모를 느낄 수 있는 또 하나의 인물은 한국 포스코의 영업 부장인 김현곤이다. 이는 최상호 검찰과장의 김현곤에 대한 다음과 같은 평가를 통해 그 면모를 엿볼 수 있다.

“당신은 남자로서 아주 됐어. 예의 잘 지키고, 말이 무겁고, 학식이 풍부하고, 그러면서도 잘난 척하지 않고 겸손하고, 일에 열성이고, 중국을 진심으로 이해하고…….”<sup>32)</sup>

학자풍이면서 언행에 근신하는 인물이 김현곤이다. 타인에 의한 인물 평에서 김현곤은 예의를 잘 지키고, 말이 무겁고, 학식이 풍부하고, 겸손하고, 일에 열성이다. 이 모두는 공자가 주장한 유가의 덕목이다. '예'에 대해서는 이미 앞에서 고찰해보았다. 다른 덕목에 대해서도 살펴보자.

32) 『정글만리』(2권), 앞의 책, 243쪽.

“謹而信.(말을 적게 하되 말을 하면 성실하고 미덥게 한다.)”  
“行有余力, 則以學文.(이렇게 몸소 실천하고서 남는 힘이 있으면, 다시  
나아가 문헌을 공부할 것이다.)”(『論語』(學而篇))

이 인용문은 최상호 검찰과장의 김현곤의 인물 평에 대한 유가 덕목의 적절한 근거가 될 것이다. 김현곤은 과묵하고 말한 것을 성실히 실행하고, 배우기를 좋아한다. 상하이에서 시안(西安)으로 발령받고 배우기를 좋아하는 김현곤은 천년 고도 시안의 역사와 문화에 대해 깊은 사색을 한다.

요즘 중국의 기업가들이 고전 배우기가 열풍이다. 중국 고전을 자신의 기업 경영에 활용하려는 것이다.

중국금융 전문가인 전병서는 자신의 저서에서 중국을 제대로 공략하려면 중국 고전을 읽으라고 설득하고 있다. “요즘 중국의 최고 명문대에는 1억원짜리 MBA가 대유행이다. 소위 ‘사장반 MBA’라고 불리는 E-MBA다. …… 그런데 이 E-MBA 중에서 가장 인기 있는 것이 《논어》, 《맹자》, 《손자병법》 등을 강의하는 국학(國學) E-MBA 과정이다. 요즘 중국의 사장님, 회장님들의 자가용 뒷좌석에는 《논어》, 《맹자》 등 중국의 사서삼경 중 하나는 놓여 있어야 잘 나가는 사장, 회장이다. 중국의 사장들이 요즘 공자와 맹자 등 2000년 전 돌아가신 성현들의 말씀을 꺼내 들고 기업경영에 활용하고 있는 것이다.”<sup>33)</sup>

중국의 비즈니스맨들이 자신의 고전인 국학(國學)을 공부하여 기업경영에 활용하고 있다.

중국 비즈니스맨들도 자신의 인문 고전에서 지혜를 얻고자 하는 데 하물며 중국에서 비즈니스를 하는 한국인들이야 오죽하겠는가? 중국에서 사업하는 한국 비즈니스맨들의 중국 인문고전에 대한 소양의 중요성이야말로 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다. 따라서 전대광, 김현곤 같은 학구적인 儒商은 중국 비즈니스에 있어서 시사하는 바가 크다.

“진심으로 그들의 문화를 이해하고 사랑하는 것, 그것은 자기 자신의 교

33) 전병서, 『한국의 신국부론(新國富論), 중국에 있다』, 서울, 참돌, 2014, 386쪽.

양과 정서를 위해서도 좋지만, 그건 세일즈의 가장 강한 무기다.”<sup>34)</sup>

이는 김현곤이 속한 회사의 방침이요, 요구요, 교육이다. 하지만 중국의 문화를 이해하고 비즈니스를 원활하게 수행하기 위해 전대광처럼 스스로 자각하여 공부하는 비즈니스맨들이 분명 있을 것이다.

이러한 儒商의 자격과 조건을 가장 잘 견비하고, 위에서 살펴본 것처럼 중국 사장, 회장들이 배우고자 했던 성현들의 가르침을 기업경영에 활용한 인물이 바로 역설적이게도 한국인인 하경만 사장이다. 하경만 사장은 작가가 작품 속에서 인물 형상화한 실존 모델이다.<sup>35)</sup>

중국의 성현 중에서도 으뜸인 공자와 공자의 학문인 유학(儒學)은 루신(魯迅)에 의해 그 폐단이 비판되기 시작하여, 작가 중 노신을 가장 존경했던 마오쩌둥(毛澤東)에 의해 문화대혁명 기간 철저히 파괴되기에 이른다.

따라서 공자를 배출한 나라 중국은 반세기 이상 유가의 전통 문화를 잊어버렸다. 그 유교 문화는 아이러니하게도 이웃 나라인 한국에 잘 보존되어 왔다. 한류(韓流) 가족 드라마는 역사극 대장금 등과 함께 중국인들에게 그들이 잊어버린 유가 전통문화를 상기시켜 신선한 충격을 주었다.

중국 국학, 인문고전 중, 특히 유학(儒學)은 현재 중국 사장, 회장들에게는 잊혀진, 다시 찾아서 기업경영에 활용해야할 지혜의 보고이지만, 한국인에게는 오히려 단절된 바 없는, 지속적으로 몸에 체득된 문화이다.

이러한 유교문화의 화신이 바로 실존 인물을 모델로 인물 형상화한 하경만 사장이다. 그는 아버지의 가르침을 타지인 중국의 청도에서 실천하여 성공한 중소기업

34) 『정글만리』(1권), 282쪽.

35) “그 인물에 관한 소설 내용의 70퍼센트 정도가 실제로 그 분이 실천하고 있는 바를 그대로 쓴 것입니다.”, “소설에 쓰인 대로 그분처럼만 하면 누구나 성공할 수 있고, 중국으로부터도 열렬한 환영을 받을 수 있습니다. 모든 한국 기업들에게 귀감이 되고 모범이 될 수 있는 훌륭한 분입니다.” 조정래, 『조정래의 시선』, 해냄, 2014, 65-67쪽 참조. 이행원(갑산무역 대표)도 청도의 하 사장이 고생도 했고 잘 묘사되어 있다, 라고 그 실제 인물의 존재에 대한 사실관계를 인정하고, 그 인물이 문학적으로 잘 형상화되었음도 인정하였다. 『중국현대문학』 제69호(2014), 앞의 책, 259쪽 참조. 『중국현대문학』지 원문에서는 청도의 서 사장이라고 쓰여 있는데 청도의 하경만 사장임을 확인하여 오류를 바로 잡았다.

사장이다. 그의 아버지의 가르침은 한국의 유교문화에서 면면히 이어져 내려온 덕목인 장유유서(長幼有序)—어르신 섬김 문화이다.

“‘동네 어른들부터 공경할 줄 알아야 한다. 예의 차리는 데 돈 들지 않고, 예의 차려서 손해 보는 일 없다. 인지상정, 그게 세상 어디서나 통하는 사람 도리다.’ 중국으로 사업하러 떠난다고 했을 때 아버지가 하신 말씀이었다. 그 가르침은 정기즈칸의 화살보다 더 정확하게 적중했다.”<sup>36)</sup>

앞에서 살펴본 유가의 ‘예’의 덕목은 전대광 인물론에서 언급한 것처럼 사람 관계에서의 인맥(關係) 문화, 체면문화와 연계된다. 유가의 예의 덕목은 특히 연장자에 대한 공경과 밀접한 관계를 지니고 있다.

“入則孝, 出則悌.(부모 슬하에서는 부모에게 효도하고, 자기 집을 떠나서는 연장자를 공경해야 한다.)”(『論語』(學而篇))

“宗族稱孝焉, 鄉黨稱弟焉.(일가친척들이 그가 부모에게 효도한다고 칭찬하며, 마을에서 그가 어른을 공경한다고 칭찬하는 것이다.)”(『論語』(子路篇))

“克己復禮爲仁. 一日克己復禮, 天下歸仁焉.(자기를 억제하고 말과 행동이 모두 예에 맞도록 하는 것이 인이다. 일단 이렇게 하면 천하 사람들이 너를 어진 사람이라고 칭찬할 것이다.)”(『論語』(顏淵篇))

하경만 사장은 이국 땅 중국 청도(靑島)에서 유교의 어르신 섬김 문화를 10년이 넘도록 실천함으로써, 생일 때마다 생일 선물과 큰절을 받는 중국의 노인들에게 눈물을 글썽이게 하는 감동을 준다. 위에서 인용한 유가의 가르침을 아버지의 유언 덕에, 이국 땅 중국에서 몸소 실천함으로써 청도 지역 사람들의 인심을 얻고 사업은 날로 번창한다.

작가가 ‘천하를 얻는법’이라는 단원에서 하경만 사장의 이야기를 풀어 묘사했듯이, 하 사장은 실제로 유가의 덕목을 실천궁행함으로써 천하의 인심을 얻었다.

하 사장이 이처럼 천하의 인심을 얻을 수 있었던 이유는 하 사장이 기업 경영을

36) 『정글만리』(3권), 92-93쪽.

하는 지역이 산둥성(山東省)이기 때문에 더욱 효과적이었다고 필자는 생각한다. 산둥 상인의 전통적인 경영사상은 ‘이익을 추구하되 재물은 탐내지 않는다’이다. 덕(德)이 먼저이고, 재물은 그 뒤의 일로 생각한다. 상대의 속임수에 대해서는 인의(仁義)에 어긋나는 것으로 보고 더 이상의 협상을 원치 않는다.<sup>37)</sup>

유가의 시조인 공자의 고향이 산둥성 곡부(曲阜)이고, 유가의 전통사상이 면면히 흘러 내려오는 산둥성의 사람들은 의리와 신용을 중시하고, 산둥인의 이러한 의리 중시는 비즈니스 세계에서도 그대로 표현되고 있기 때문에 하 사장이 직원들과 친히 노동과 마음을 함께하는 덕치(德治)의 ‘감성 경영’은 직원들의 마음을 감동시키고도 남음이 있다. 산둥성의 하경만 사장과 광둥성의 리완싱 사장은 지역 문화의 특성만큼이나 선명한 대비를 이룬다.

하 사장은 게다가 주변 마을의 학생들에게 장학금을 10년이 넘도록 주었다. 처음에 5명으로 시작한 것이 10년 동안 50명으로 늘어났다. 또한 그는 사원들과 함께 공장 앞 도로와 마을 청소를 하고, 나아가 청도의 해변을 청소하는 행사를 펼쳐 청도 시에서 주는 명예시민증도 받았다. 이는 요즈음 말하는 사회의 책임을 다하는 사회기업의 면모다.

그러한 덕을 베푼 덕택에 보름에 걸친 설 명절 휴업 때 한국사람들이 운영하는 공장들이 도난을 당하는 피해를 입을 때 하 사장 자신은 그런 일을 한 번도 당하지 않았다. 노인네들이 조를 짜서 자신의 공장을 지켜준 덕이었다. 하경만 사장의 어르신 섬김은 마을 어르신들을 자신의 부모와 같이 여긴, 충심에서 우러나온 것이기에 더욱 값지고, 효과는 만점이다.

“다행이요, 참 다행이요. 한국 사람들 공장 문 닫는 일이 계속되고 있는데, 다 하 사장이 널리 덕을 베풀고 살기 때문에 하늘이 돌보시는 거요.”<sup>38)</sup>

하경만의 어르신 공경과 인덕(人德) 베품은 노인들의 행동의 보답을 통해 본인

37) 서갑성, 앞의 책, 253쪽.

38) 『정글만리』(3권), 92쪽.

에게 다시 돌아오고 있다.

“德不孤, 必有隣.(덕이 있는 사람은 외롭지 않고, 반드시 이웃이 있다.39)” (『論語』(里仁篇))

공자는 위의 인용문에서처럼 덕과 인간관계에 대해 이미 오래전에 설파했다.

“仁者安仁, 知者利仁.(인덕이 있는 사람은 인에 안주하고, 총명한 사람은 인을 이용한다.)” (『論語』(里仁篇))

하경만 사장은 ‘仁者(인덕이 있는 사람)’이자, ‘知者(총명한 사람)’인 셈이다. 하 사장은 유교의 덕목을 실천적 삶을 통해 기업 경영에 활용한 산 표본이다. 그는 한국 기업인으로서 유교 종주국인 중국에 유교의 덕목을 마음과 몸으로 보여준 ‘儒商’의 대표적 인물이다.

## 나오는 말

조정래는 『정글만리』를 통해 한국의 ‘분단극복문학’, ‘통일문학’에서 ‘중국경제문학’으로 자신의 시선을 돌렸다. 대하소설 『아리랑』을 취재차 러시아 연해주와 중국 만주를 오가며 소련은 몰락했는데 중국은 건재하다는 데 의문을 품고, 경제를 살리는 나라는 흥하고 경제를 죽이는 나라는 망했다는 역사적 사실에서 스스로 답을 찾는다. 그 역사적 발견과 함께 세계의 공장에서 세계의 시장으로 바뀐 중국의 시장에 주목하고 『정글만리』를 창작했다.

필자는 본고에서 이 작품이 중국문화 입문서이자 동시에 중국비즈니스 소설임을 밝혔다.

조정래는 『태백산맥』에서부터 『아리랑』, 『한강』에 이르기까지 줄곧 스스로가

---

39) 필자 옮김.

‘생존의 문제’라고 여기는 ‘경제’에 일관되게 천착했다. 『정글만리』 역시 한국 경제와 밀접하게 관련된 세계의 시장인 중국 시장에서 활동하는 비즈니스맨들을 조명하고 있다. 중국에서 비즈니스를 성공적으로 하기 위해서는 중국문화를 제대로 알아야 한다. 따라서 작가는 『정글만리』에서 중국 문화의 정보에 대해 비교적 상세하게 독자에게 전달하고 있다. 단, 전달법이 흥미를 끈다. 작가는 대중 독자가 쉽고 재미있게 이해하게 하기 위해 평이한 문체로 다양한 문예 기법을 운용하고 있다.

중국의 제 문화에 대한 정보를 때로는 기술로서, 때로는 시각적 화면으로 섬세하게 그리듯이, 때로는 인물간의 사건 전개로, 때로는 인물형상화 등으로 다양한 문예 기법을 통해 작가는 독자들에게 쉽고 재미있고 생생하게 전달하고 있다. 작가의 과도한 주관적 개입이 때로는 전공자나 전문가의 눈살을 찌푸리게 하지만, 대중 독자에게는 계몽적인 자기계발서가 될 수도 있다.

비즈니스 소설답게 작가는 중국문화와 비즈니스를 상품으로 연계시키고 있다. 작품 곳곳에 보이는 중국문화 연계 상품의 예시는 중국 비즈니스의 실제 사례에서도 어렵지 않게 찾을 수 있다. 작가가 작품에서 창조한 전형적인 졸부 유형 리완싱과 실제 모델을 형상화한 유상(儒商) 형의 하경만 사장은 작가가 얻은 문학적 성과다.

『정글만리』는 문학성과 예술총량, 그리고 치열하게 추적하고 해부한 한국사회의 깊이에서는 조정래의 대표작인 『태백산맥』, 『아리랑』, 『한강』 등에 미치지 못하지만, 중국문화를 서술하고 묘사한 넓이에서는 오히려 삼부작을 능가한다.

그러나 그 무엇보다도 『정글만리』의 가장 큰 공헌은 딱딱한 역사책이나 전문서적이 아니라, 소설의 형식과 힘을 빌려 시기적절하게 중국을 한국에 소개한 점일 것이다. 이 소설로 인해 한국의 대중 독자들은 중국을 바라보는 시선이 부정적에서 긍정적으로 바뀌었고, G2로 부상한 중국에 경외감을 느끼는 동시에 중국 시장의 중요성을 다시 한 번 절감하게 되었다.

『정글만리』가 2013년 7월에 단행본으로 출판된 이래 밀리언셀러의 판매부수를 넘어서며 2015년 지금까지 줄곧 꾸준히 스테디셀러로 읽히고 있음은 결코 우연이 아닐 것이다.



〈參考文獻〉

- 조정래, 『정글만리』(3권), 서울, 해냄, 2013.  
조정래, 『조정래의 시선』, 서울, 해냄, 2014.  
박종연 옮김, 『논어』, 서울, 을유문화사, 2010.  
전병서, 『한국의 신국부론(新國富論), 중국에 있다』, 서울, 참돌, 2014.  
조평규, 『중국은 우리의 내수시장이다』, 서울, 좋은땅, 2014.  
박영만, 『차이나마켓코드』, 서울, 미래의창, 2013.  
김난도, 전미영, 김서영, 『트렌드차이나』, 서울, 문학동네, 2013.  
『『정글만리』를 어떻게 볼 것인가?』 『중국현대문학』(제69호), 2014.  
서갑성, 이성민, 김종득 공저, 『중국비즈니스문화론』, 서울, 대진, 2010.  
魯迅, 「中國小說史略」, 『魯迅全集』, 上海, 人民文學出版社, 1973年.  
陳平原, 『二十世紀中國小說史』, 第一卷(1897-1916), 北京, 北京大學出版社, 1997.  
黃涇江 著, 『朝鮮王朝小說研究』, 서울, 檀國大學校出版部, 1981.  
周生春, 楊纓, 「歷史上的儒商與儒商精神」, 『中國經濟史研究(第4期)』, 2010.  
張大紅, 「儒商倫理與現代中國企業家精神」, 湖南師範大學, 博士論文, 2003.

〈中文提要〉

『密林万里(정글만리)』自从2013年在韩国首次出版之后,销售量已超过一百万卷,到了2015年它依然是一部畅销书。由此可知这本小说在韩国大众读者的影响力。

这部小说虽然写实方面和文学价值上备受批判,但它对韩国大众读者造成相当深远的影响。笔者认为这部小说不仅塑造了几个商务人物形象,在文学史上开拓中国商务小说题材,而且向韩国大众读者介绍中国文化,在这个意义上来说,『密林万里』不仅是中国文化入门,也是中国商务小说。

在这部小说里作家为了给大众读者有效地传达中国文化,他运用了诸多文艺技巧。比如,有时用叙述的方法,有时像画家似的用细致的描写,有时运用人物之间的故事发展,有时将人物形象化,作家把中国的文化亲切传达给读者。这些文艺技巧对大众读者特别具有吸引力。

了解中国文化是在中国从商时不可缺少的因素。如果我们希望在中国圆满成功地做生意的话,我们必须了解中国文化。作家也强调这一点。他还在作品里举例说明与文化相关的商

品。作家在作品中创造了暴发户的典型人物Li Wanxing和儒商型人物Ha Gyuangman。Li Wanxing是从广东省商务文化上走出来的典型的广东商人。Ha Gyuangman是目前在山东省青岛活动的实际人物。这些鲜明的人物形象是作家创造的文学成果。

『密林万里』在文学艺术价值和解剖韩国社会和历史的深度上不如作家赵庭来的三部代表作『太白山脉』,『阿里郎』,『汉江』等。可是叙述和描写中国文化的宽度上远远超过了三部代表作品。特别值得一提的是『密林万里』最大的贡献是作家用平易的文体和津津有味的小说形式及时向韩国大众读者传播中国文化。由于这部小说的介绍,韩国大众对中国的看法逐渐从负面转向正面。2013年出版以后至今『密林万里』一直是一部畅销书,这绝对不是偶然的。

关键词: 中国文化入门, 中国商务小说, 暴发户, 儒商, 大众读者

이 논문은 2015년 4월 15일에 접수되어 2015년 5월 10일에 심사가 완료되고 2015년 5월 15일에 게재가 확정되었음