

## 2020년대 베스트셀러에 나타난 힐링 콘텐츠의 현황과 힐링 소설의 특징\*

이주라\*\*

1. 서론
2. 베스트셀러 힐링 콘텐츠의 현황과 특징
  - 2-1. 에세이에서 소설로의 전환
  - 2-2. 힐링에 대한 대중의 요구 강화
3. 베스트셀러 힐링 소설의 특징과 한계
  - 3-1. 타자와의 관계 맺기에 대한 지향
  - 3-2. 능력주의에 기반한 주체의 자격
  - 3-3. 타자에 대한 배제와 배타적 공동체
4. 결론

### 국문초록

이 논문은 2020년대 이후 베스트셀러에 나타난 힐링 콘텐츠의 현황을 확인하고 힐링 담론의 특징을 분석하였다. 2010년대 초반 한국 사회는 힐링 담론이 유행하였고, 2020년을 전후로 초기 힐링 담론을 비판적으로 성찰하기 시작했다. 힐링 콘텐츠는 서적을 중심으로 기획되기 시작하여 언론 미디어까지 확장하였다. 포스트 코로나 시대에도 힐링 콘텐츠는 출판 시장에서 강력한 힘을 발휘하고 있다. 그렇지만 힐링 콘텐츠와 담론에 대한 학술적 연구는 2010년대 중반 이후 진전되지 않았다. 따라서 이 논문에

\* 이 논문은 2023학년도 원광대학교의 교비지원에 의해 수행됨

\*\* 원광대학교 문예창작학과 조교수

서는 2010년대 중반 이후 출판 시장에 나타난 힐링 콘텐츠의 현황을 정리하고 베스트셀러 힐링 콘텐츠에 나타난 힐링 담론의 특징과 한계를 분석하였다.

2020년대 베스트셀러는 에세이에서 소설로 변화하였다. 에세이가 개인 내면의 성찰에 집중하였다면 소설은 개인을 벗어나 타인과 공감하고 소통하는 삶의 모습을 보여주었다. 힐링 소설의 메시지는 초기 힐링 담론의 한계를 벗어난 것처럼 보였다. 사회적 문제를 개인의 책임으로 귀속시키면서 개별 주체를 고립시키며 신자유주의 통치성을 강화하는 방식에 대한 거부를 드러냈다. 하지만 힐링 소설에서 형상화한 공동체는 사회의 정상성을 완벽하게 구현한 사람들로만 구성된 배타적 성격을 보여주었다. 힐링 소설 속 주인공은 능력주의 사회에서 개인의 능력으로 성공을 거둔 사람이었기 때문에 힐링 공동체를 구축할 수 있었고, 문화 자본을 확보한 사람들의 화법과 매너를 구현해야 힐링 공동체 안에 들어갈 수 있었다.

2020년대 힐링 담론은 표면적으로는 사회적 자아의 구축과 타자와의 연대를 표방하지만, 그 이면에는 경제적, 사회적, 문화적 자본이 없는 사회적 소외 계층을 배제하고 있었다. 학술과 문화의 영역에서는 힐링 담론을 갱신하기 위한 비판적 성찰이 계속되고 있으나, 정작 베스트셀러 힐링 콘텐츠에 대한 분석은 부족하였다. 이 논문은 대중적으로 영향력 있게 유통되는 힐링 콘텐츠에 대한 비판적 시각을 확보함으로써 힐링 담론의 새로운 변화의 가능성을 제시하였다.

(주제어: 힐링, 치유, 베스트셀러, 에세이, 힐링소설, 불편한 편의점, 달러구트 꿈 백화점, 메리골드 마음세탁소, 어서오세요 휴남동 서점입니다)

## 1. 서론

한국 사회에서 힐링에 대한 요구는 여전히 강력하다. 2007년 즈음 신체적 건강 중심의 웰빙 개념이 소구력을 잃으며 그 자리를 대체하여 사회 담론에 등장한 힐링은 2011년을 전후로 한국 사회의 핵심적 현상이 되었다.<sup>1)</sup> 무한 생존 경쟁 사회에서 요구되는 자기계발에 지친 사람들은 힐링 콘텐츠를 통해 정신적 위안을 찾았다. 2020년대 이후 포스트 코로나 시대에 접어들면서 힐링 콘텐츠를 통해 정서적 안녕을 찾고자 하는 요구는 더욱 증가하였다. 어렵고 힘겨운 현실에 ‘위로’와 ‘위안’을 제공받으며 지친 마음을 ‘치유’하고자 하는 것이다.

힐링은 단순한 유행 현상을 넘어 현재 한국 사회를 살아가는 주체의 성격과 행동을 새롭게 규정하고, 사회와 관계 맺는 방식을 재설정하는 적극적인 통치 권력으로 작동하고 있다.<sup>2)</sup> 힐링 문화는 미디어를 통해 심리적, 종교적, 철학적 담론을 대중화하며 효과적으로 작동한다. 그렇기 때문에 힐링 현상은 하나의 문화적 담론이며, 그 담론이 발생시키는 통치 효과로 보아야 한다. 여기에서 힐링 담론은 감정 정치를 작동시킨다.<sup>3)</sup> 힐링 담론은 치유 담론과 마찬가지로 개인 주체를 병리적 주체로 전환시킨다.<sup>4)</sup> 신자유

1) 김수미, 「한국 치유문화 작동의 정치학-신자유주의 통치 시기 주체 구성에 대한 일고찰」, 『언론과사회』 제22권 1호, 사단법인 언론과 사회, 2014, 134-135쪽.

2) 심보선은 미셸 푸코의 통치성 이론을 바탕으로 힐링 문화가 사목 권력의 장치로 기능하는 모습에 주목한다. 힐링은 심리적, 종교적, 철학적 담론을 적극적으로 미디어화 하고, 이 학술 담론을 일상화, 대중화시키면서, 주체들이 현실의 구조적 문제를 외면한 채, 지금 당장의 세속적 구원의 문제에 집중하게 만든다.

심보선, 「힐링이라는 이름의 권력」, 『문학과 사회』 제102권, 문학과지성사, 2013, 259쪽 참조.

3) 김은준, 「초기 힐링담론의 자기통치프레임과 담론효과」, 『한국언론정보학회』 제74권, 한국언론정보학회, 2015, 41쪽.

4) 김수미, 「한국 치유문화 작동의 정치학-신자유주의 통치 시기 주체 구성에 대한 일고찰」,

주의 시대의 무한 생존 경쟁에서 정서적으로 지쳐서 병들고 상처받은 환자로 규정한다. 그리고 이러한 환자가 개인 내면의 치유에 집중하게 함으로써 주체가 타인이나 공동체 그리고 사회구조적 문제에 관심을 갖지 않게 한다. 표면적으로 본다면 힐링 담론은 자기계발 담론에 대한 반발과 저항처럼 보인다. 하지만 힐링 담론은 자기계발 담론을 대리 보충하는 상호 보완적 성격을 가진다. 개인의 능력 향상을 통한 자기 착취에는 문제 제기 하지만 결국 모든 문제를 개인의 정서적 해결로 귀결시킨다는 점에서 신자유주의 통치성에서 벗어나지 못하기 때문이다.

그래서 2011년 이후로 진행된 힐링 담론에 대한 연구는 대부분 힐링 담론이 자기계발 담론의 한계를 공유하고 있다는 점을 비판하였다.<sup>5)</sup> 이들 연구는 힐링 현상이 출판과 텔레비전이라는 대중 미디어를 통해 사회적 담론으로 작동하는 지점에 주목하였다. 그리고 이러한 힐링 담론이 주체를 새롭게 구성하는 방식을 미셸 푸코의 통치성 이론을 기반으로 분석하였다. 힐링에 대한 초창기 연구에서는 힐링 담론이 자기계발 담론으로 인해 개별화된 주체를 정서적 주체로 전환시킨다는 점, 정서적 주체는 개인 내면의 치유에 집중한다는 점, 그래서 타인과의 연대와 협력에 대해 무관심하다는 점을 논증하였다.

이러한 비판적 인식을 바탕으로 힐링 담론 속에서 새로운 변화의 방향

『언론과 사회』 제22권 1호, 사단법인 언론과 사회, 2014, 116쪽.

5) 김수미, 「한국 치유문화 작동의 정치학-신자유주의 통치 시기 주체 구성에 대한 일고찰」, 『언론과 사회』 제22권 1호, 사단법인 언론과 사회, 2014.

김은준, 「초기 힐링담론의 자기통치프레임과 담론효과」, 『한국언론정보학보』 제74권 6호, 한국언론정보학회, 2015.

송현·안관수, 「자기계발서 전성시대와 힐링 인문학」, 『디지털융복합연구』 제11권 11호, 한국디지털정책학회, 2013.

장민우, 「한국사회 ‘힐링(healing)’ 담론에 관한 연구-자기계발 담론의 양가성을 중심으로」, 한양대 석사학위논문, 2013.

을 모색하려는 노력이 지속되었다. 2010년대 중반인 2013년에서 2017년 사이 학술계를 중심으로 힐링 담론에 내재한 한계를 비판적으로 극복할 방안을 제시하였다. 김은준은 2013년에서 2017년까지 제출된 언론 분야 학술 논문을 대상으로 힐링 담론을 분석한 논문들에서 제시하는 새로운 대안을 정리하며, 힐링 담론의 변화 방향을 제시하였다.<sup>6)</sup> 또한 노대원은 교육적인 관점을 바탕으로 힐링 담론이 문학을 치유의 수단으로 실용화하는 경향을 확인하고, 이러한 문학 치유 담론이 주체의 상처 입을 가능성과 타인의 고통에 대한 응답 가능성을 교육하는 방향으로 변화해야 한다고 제안한다.<sup>7)</sup> 이 연구들은 모두 파편화된 개인 주체의 양산을 힐링 담론의 한계로 지적하였고, 이를 해결하기 위해 사회적 자아의 구축, 윤리적 공동체의 형성, 친밀성에 기반한 협력과 연대가 필요하다고 하였다.

그렇다면 힐링 담론에 대한 비판적 극복 방안은 어떤 사회적 효과를 가능하게 하였을까. 힐링 담론의 한계를 넘어서기 위한 노력은 현재 힐링 콘텐츠에 어떻게 반영되고 있는 것일까. 특히 포스트 코로나 시대에 접어들면서 힐링에 대한 사회의 요구는 지속되고 있는데, 이때 힐링 콘텐츠에 나타나는 변화는 무엇일까. 이 논문은 이러한 의문점을 바탕으로 2020년대를 전후(前後)로 한 힐링 콘텐츠의 변화와 힐링 담론의 특징을 살펴보고자 한다.

그런데 현재 힐링 콘텐츠와 힐링 담론에 대한 연구는 답보 상태에 머물러 있다. 2019년 이후 힐링 담론에 대한 연구가 현저히 줄어들었다.<sup>8)</sup> 더

6) 김은준, 「포스트힐링시대 한국사회 성찰적 자기계발담론의 가능성 모색」, 『미디어, 젠더 & 문화』 제33권 2호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2018, 129쪽.

7) 노대원, 「힐링 담론과 치유의 문학교육 - '상처 입을 가능성'과 '문화 의사' 개념을 통한 비판적 성찰」, 『국어교육연구』 제68권, 국어교육학회, 2018, 134쪽.

8) 힐링 담론에 대한 주요 연구들은 2019년 이후로 진행되지 않았다. 2019년 이후 힐링 현상에 대한 학술적 연구는 오지현·주종우의 「20대의 온라인 미디어 콘텐츠를 통한 힐

나아가 힐링 콘텐츠의 현황 파악조차 이루어지고 있지 않다. 이로 인해 최근 양산되는 힐링 콘텐츠에 나타난 담론의 한계 또한 고찰하지 못하고 있다. 특히 힐링 콘텐츠의 근원지라고 할 수 있는 출판 분야<sup>9)</sup>의 변화 양상도 실증적으로 분석되지 않았다. 따라서 이 논문에서는 출판 분야 힐링 콘텐츠의 변화 양상을 실증적으로 정리한 후, 이를 바탕으로 최근 힐링 관련 주요 서적에서 나타나는 담론의 특징을 분석하도록 하겠다.

출판 분야 힐링 콘텐츠의 변화 경향은 베스트셀러라는 대상을 통해 살펴볼 수 있다. 베스트셀러는 문화이며 어떤 현상으로 사회화된 욕망 구조의 단면을 보여주는 도구이기도 하다.<sup>10)</sup> 베스트셀러는 시대의 분위기와 변화를 쉽게 파악할 수 있게 한다.<sup>11)</sup> 2010년대 이후 시작된 한국 힐링 문화의 유행과 지속 또한 베스트셀러에 즉각 반영되었다. 한국의 힐링 콘텐츠는 신자유주의 시대 부동의 베스트셀러로 자기계발 담론을 주도하였던 자기계발서를 대체하며 정착하였다. 즉, 출판 미디어를 통해 시작된 것이다. 그리고 자기계발서에 지친 독자들을 사로잡으며 2010년대 초반부터 베스트셀러가 되었다. 이후 힐링 관련 서적은 출판 분야에서 새로운 기획을 통해 꾸준히 베스트셀러가 되고 있다. 그렇기 때문에 2020년대 이후 최근 힐링 콘텐츠의 현황과 힐링 담론의 특징을 살펴보기 위해서는 베스트셀러에 대한 분석이 선행되어야 한다.

이를 위해 이 논문은 교보문고 베스트셀러와 알라딘 베스트셀러 목록을

링의 유형 탐구 조사(Youtube를 중심으로)』(『한국디지털콘텐츠학회논문지』 제22권 10호, 한국디지털콘텐츠학회, 2021.) 정도만 확인할 수 있다.

9) 김은준, 「초기 힐링담론의 자기통치프레임과 담론효과」, 『한국언론정보학회』 제74권 6호, 한국언론정보학회, 2015, 47-48쪽.

10) 천정환, 「한국 독서사 서술 방법론(1)-독서사의 주체와 베스트셀러 문화를 중심으로」, 『반교어문연구』 제43권, 반교어문학회, 2016, 32쪽.

11) 프레데리크 루빌루아, 『베스트셀러의 역사』, 이상해 역, 까치, 2014, 304쪽.

기본 분석 대상으로 삼는다. 교보문고는 온·오프라인 서점을 동시에 운영하고 있으며, 베스트셀러 목록 또한 온·오프라인 종합 베스트셀러 목록을 제공하고 있다. 또한 교보문고는 온·오프라인 서점 통틀어 가장 규모가 크고 대중적 영향력이 높다. 알라딘은 온라인 전용 서점이지만 온라인 출판 시장에서 의미 있는 위치를 차지하고 있다. 특히 알라딘은 교보의 대중성과 달리 문화적 현상에 대한 민감성을 명확히 보여준다는 점에서 문화 콘텐츠 동향 파악을 위해 참조해야 한다.<sup>12)</sup> 그러므로 이 논문은 교보문고 베스트셀러 순위를 주요 분석 대상으로 설정하고, 알라딘 베스트셀러 순위는 보충 자료로 활용할 것이다. 즉, 알라딘 순위는 교보문고 순위와 나타난 변화가 알라딘에도 반영되는지 확인하는 용도로 참조할 것이다.

그리고 가장 명확한 사회 현상으로서의 힐링 담론을 분석하기 위해 베

12) 교보문고가 책이나 문화 그리고 시사에 큰 관심 없는 일반적 대중 독자의 움직임을 보여준다면, 알라딘은 사회나 문화 이슈에 민감한 독자의 취향과 관심사를 뚜렷이 보여준다. 그래서 알라딘 베스트셀러 목록은 정치적으로 진보를 표방하며 문화적 트렌드를 선도하는 양상으로 나타난다. 예를 들어 2011년에 교보 베스트 20에는 올라오지 않았던 김어준의 『닥치고 정치』, 문재인의 『문재인의 운명』이 알라딘 20에는 올라온다. 그리고 종종 출간된 지 오래된 저작이나 세계 명작도 순위권에 진입한다. 2013년 재레드 다이아몬드의 『총 균 쇠』(김진준 역, 문학사상, 2005)나 프랜시스 스콧 피츠제럴드의 『위대한 개츠비』(김영하 역, 문학동네, 2009), 2014년 줄리언 반스의 『예감은 틀리지 않는다』(최세희 역, 다산책방, 2012), 2019년 김은성의 『내 어머니 이야기』(애니박스, 2019) 등이다. 이 책들은 그때 당시 이동진의 빨간책방 팟캐스트나 김영하의 팟캐스트에서 소개되었거나, 텔레비전 교양 예능인 <알.쓸.신.잡>에서 김영하가 소개하면서 화제가 되었던 작품들이다. 더 나아가 알라딘 베스트셀러 목록에서는 한국 사회와 문화의 이슈가 되는 지점도 명확하게 읽어낼 수 있다. 2015년 운동주의 초판본 시집 『하늘과 바람과 별과 시』, 2016년에 김소월과 백석의 초판본 시집이 베스트 목록에 오르면서, 독립출판과 동네서점을 중심으로 변화하던 출판 문화의 흐름을 반영하였으며, 2016년 록산 계이의 『나쁜 페미니스트』가 베스트 20에 오르면서 '페미니즘 리부트'의 움직임을 반영하였다. 2023년에는 『슬램덩크』가 베스트 20위권을 장악하면서 슬램덩크의 열풍을 보여주었으며, 2020년을 전후로 SF 작가인 김초엽이나 테드 창이 베스트 목록에 오르면서 한국문학계에 부는 SF 창작 및 연구의 열기를 보여주었다.

스트셀러 상위권이라 할 수 있는 1위에서 20위까지의 출판물 특징에 주목할 것이다. 그리고 이 중에서 ‘위로’, ‘공감’, ‘위로’, ‘치유’와 같은 키워드를 통해 책 소개를 하거나 마케팅을 하는 작품, 동시에 위의 키워드를 활용한 독자 반응이 두드러진 작품을 힐링 콘텐츠로 선택하여 분석할 것이다. 힐링 콘텐츠는 생산자의 기획이자 마케팅이며 동시에 수용자의 요구이자 반응의 결과이기도 하다. 그러므로 출판 기획과 마케팅이라는 생산과 독자 반응이라는 수용의 양 측면에서 ‘힐링’의 코드가 작동한다고 판단한 작품을 힐링 콘텐츠로 파악해야 할 것이다.

한편 이 논문은 최근 힐링 콘텐츠가 보여주는 특징을 2011년부터 시작된 힐링 문화의 전반적인 맥락과의 비교·대조 속에서 분석하고자 하기 때문에, 베스트셀러 경향 또한 힐링 문화 유행이 시작되는 2010년부터 현재에 가장 근접한 2023년까지 모두 살펴볼 것이다. 하지만 그중에서도 2016년부터 2020년 베스트셀러에 집중하며 2020년대 힐링 콘텐츠의 특징과 힐링 담론의 변화를 살펴보기로 하겠다.

## 2. 베스트셀러 힐링 콘텐츠의 현황과 특징

### 2-1. 에세이에서 소설로의 전환

2010년 이후 베스트셀러 목록에 나타난 가장 큰 변화는 자기계발서와 힐링 콘텐츠가 경합을 벌인다는 점이다. 일반적으로 베스트셀러는 자기계발서나 교재와 같은 실용서의 비중이 가장 높았다. 그리고 정치나 사회 그리고 문화와 예술 분야의 유명인의 저서와 같은 저자 파워가 또 하나의 상



수향을 차지한다. 그 외 인문이나 문학 분야에서 새롭게 베스트 목록에 오르는 저작들은 연도나 시대마다 달라지는 변수로, 이 목록이 시대별 대중의 욕망 변화를 읽어낼 수 있게 한다.

2010년에 마이클 샌델의 『정의란 무엇인가』(김영사, 2010)가 베스트셀러 1위를 차지한 이후, 1980년대부터 지속되어 온 신자유주의 무한경쟁 사회<sup>13)</sup>에 대한 비판적 담론이 표면화되었다. 베스트셀러 상위권에 여전히 자기계발서의 비중이 높기는 하였으나, 장하준이나 토마 피케티 등 신자유주의 경제 시스템에 대한 비판적 이론을 펴는 경제학자들의 저서<sup>14)</sup>가 베스트셀러 20위 안에 꾸준히 들어왔다. 이들은 신자유주의 체제하에서 심해지는 불평등의 심화, 빈부격차의 문제, 국가라는 공적 시스템의 붕괴, 공공 사회의 공동선의 소멸 등의 문제를 언급하며, 경쟁 중심의 사회 시스템 및 주류 담론에 내재한 문제를 드러내었다.

이에 호응하여 출판 업계는 경쟁에 지친 우울하고 피로한 주체들<sup>15)</sup>을 위로하는 콘텐츠를 기획·출간하였다. 2011년 김난도의 『아프니까 청춘이다』( 쌤앤파크스, 2011)가 모든 온라인 서점 베스트셀러 1위를 차지한 이후, 헤민 스님의 『멈추면, 비로소 보이는 것들』( 쌤앤파크스, 2012)는 2012년 알라딘 베스트셀러 19위, 2013년 1위에 오른다. 이 두 책 모두 쌤

13) 서동진, 『자유의 의지 자기계발의 의지-신자유주의 한국사회에서 자기계발하는 주체의 탄생』, 돌베개, 2009.

14) 장하준의 『그들이 말하지 않는 23가지』(김희정·안세민 역, 부키, 2010)은 2010년 알라딘 베스트셀러 5위, 2011년 8위, 장하준의 『나쁜 사마리아인들』(이순희 역, 부키, 2007)은 2010년 알라딘 베스트셀러 21위, 장하준의 『장하준의 경제학 강의』(부키, 2014)는 2014년 교보 베스트셀러 11위를 차지했다. 토마 피케티의 『21세기 자본』(장경덕 역, 글항아리, 2014)은 2014년 알라딘 베스트셀러 19위를 차지했다. 마이클 샌델의 『정의란 무엇인가』는 스테디셀러로 자리 잡았고, 그의 신작 『돈으로 살 수 없는 것들』(와이즈베리, 2012)는 2012년 교보 베스트셀러 11위에 올랐다.

15) 한병철, 『피로사회』, 김태환 역, 문학과지성사, 2012.

앤팍커스에서 출간되었다. 쌤앤팍커스는 2000년대 이후 꾸준히 자기계발서를 발간하던 출판사였다. 그런데 2011년과 2012년 사이에는 나를 돌아보며 지친 일상에서 휴식을 찾고 청춘을 위로하는 서적을 기획하였다. 이후 2015년에는 기시미 이치로와 고가 후미타케의 『미움받을 용기』(전경아 역, 인플루엔셜, 2014)가 베스트셀러에 올랐다. 이렇게 2011년 이후 한국 출판업계는 경쟁에 지친 이들을 위로하는 힐링 콘텐츠를 생산하기 시작하였다. 바야흐로 ‘힐링의 시대’가 시작되었다.

2011년은 앞서 살펴본 바와 같이 자기계발서를 출간하던 쌤앤팍커스가 자기계발서 대신 힐링 콘텐츠를 출간하였던 때다. 『아프니까 청춘이다』나 『멈추면 비로소 보이는 것들』의 출간 성공 이후 베스트셀러 목록에는 『사랑합니다 감사합니다』(고도원, 홍익출판사, 2011)나 『나는 다만 조금 느릴 뿐이다』(강세형, 쌤앤팍커스, 2013) 등과 같은 에세이가 기획·출간된다. 이 책들의 광고 전략은 이 책들이 ‘희망과 행복의 메시지를 전달’하여 ‘인생을 따뜻하게 처방’해 주며 ‘휴식과 치유’를 선사한다는 것이다. 이렇게 힐링 콘텐츠는 자기계발서를 대체하며 출판 시장의 가장 유망한 상품으로 떠올랐다.

2010년대 초반 힐링 콘텐츠는 교수나 종교인과 같은 인생 스승이 될 만한 멘토의 메시지를 전달하는 방식이었다.<sup>16)</sup> 그러나 2016년 이후 힐링 콘텐츠는 멘토가 아닌 전문 작가들의 에세이로 대체된다. 2016년 전승환의 『나에게 고맙다』, 백영옥의 『빨강머리 앤이 하는 말』, 김수민의 『너에게 하고 싶은 말』이 20위 권에 오르며, 2017년 김수현의 『나는 나로 살기로 했다』, 김신회의 『보노보노처럼 살다니 다행이야』가 20위 권에 들어온다. 2018년은 교보 베스트 1위에서 7위까지 에세이가 차지하며<sup>17)</sup> 알라딘에

16) 김은준, 「초기 힐링담론의 자기통치프레임과 담론효과」, 『한국언론정보학회』 제74권 6호, 한국언론정보학회, 2015, 53쪽.

도 정문정의 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』이 3위에 오르면서, 힐링 에세이의 전성시대를 시작하였다.

이 시기 힐링 에세이는 기존 멘토 중심 힐링 에세이의 메시지를 그대로 이어받아 감성적인 표지와 부드러운 말투로 부담 없이 위로를 전달하는 기능을 담당하였다. 출판사는 백영옥이나 정문정과 같이 칙릿소설을 쓰거나 잡지사 기자로 일하면서 시대적 감각을 갖춘 작가군을 섭외하였다. 또는 페이스북이나 유튜브에서 대중적 인기를 얻고 있는 힐링 콘텐츠 작가들을 발굴하였다. 이는 힐링 에세이가 출판사의 철저한 기획 속에 만들어진 상품이라는 것을 증명한다. 이렇게 2016년에서 2018년까지 힐링 에세이가 출판 시장을 장악하였다.

그런데 2020년이 넘어서면서 출판 경향이 확연히 변화한다. 2020년이 되면 다시 실용서가 베스트셀러 목록을 장악한다. 주식, 투자, 부자 되는 법에 대한 책들이 높은 순위에 오른다. 이에 반해 에세이는 확연하게 그 비중이 줄어든다. 교보와 알라딘 모두 20위 권에 오른 에세이는 유명인의 작품이나 기존 에세이로 저자 파워를 갖춘 작가의 에세이이고, 그나마 1~2권에 그친다. 그 자리를 대체한 문화 콘텐츠는 한국소설이다.

이렇게 2016년에서 2020년대까지 나타난 힐링 콘텐츠의 변화는 아래와 같이 확인할 수 있다.<sup>18)</sup>

17) 4위인 조남주의 『82년생 김지영』을 제외하면 모두 에세이이며, 힐링을 광고 전략으로 내세우지 않은 에세이인 이기주의 『언어의 온도』를 제외해도, 5편의 힐링 에세이가 상위권을 차지한다. 곰돌이 푸 힐링 에세이 기획은 대성공을 거둬 교보 베스트 1위를 차지하며, 연속해 출간된 2권까지 같은 해에 베스트 18위에 올라온다.

2018년 교보 베스트 순위를 보면, 1위 곰돌이 푸의 『곰돌이 푸, 행복한 일은 매일 있어』, 2위 하태완의 『모든 순간이 너였다』, 3위 정문정의 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』, 5위 김수현의 『나는 나로 살기로 했다』, 7위 백세희의 『죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어』, 18위 『곰돌이 푸, 서두르지 않아도 괜찮아』가 차지했다.

18) '표1'은 2016년에서 2023년까지 교보문고 종합 베스트셀러 목록 중 '힐링 콘텐츠'만

연도	교보문고 1~20위 베스트셀러 힐링 콘텐츠 순위, 저자, 책 제목	문학 양식 및 출판사 책 소개 문구
2016	7) 전승환, 『나에게 고맙다』 14) 백영옥, 『빨강머리 앤이 하는 말』 16) 김수민, 『너에게 하고 싶은 말』	[에세이] '토닥토닥 에세이' [에세이] '웃음과 위로를 찾아주는 책' [에세이] '상처받은 영혼에' '따뜻한 위로'
2017	5) 김수현, 『나는 나로 살기로 했다』 7) 김신희, 『보노보노처럼 살다니 다행이야』	[에세이] '보통 사람에게 전하는 위로와 응원' [에세이] '보노보노 속 위로의 문장들'
2018	1) 곰돌이 푸, 『곰돌이 푸, 행복한 일은 매일 있어』 2) 하태완, 『모든 순간이 너였다』 3) 정문정, 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』 5) 김수현, 『나는 나로 살기로 했다』 18) 곰돌이 푸, 『곰돌이 푸, 서두르지 않아도 괜찮아』	[에세이] '따뜻하고 편안한 위안' [에세이] '특별한 위로와 공감' [에세이] '큰 공감을 안겨주는 책' [에세이] '보통 사람에게 전하는 위로와 응원' [에세이] '따뜻하고 진심어린 목소리로 응원'
2019	3) 김수현, 『나는 나로 살기로 했다』 10) 곰돌이 푸, 『곰돌이 푸, 행복한 일은 매일 있어』	[에세이] '보통 사람에게 전하는 위로와 응원' [에세이] '따뜻하고 편안한 위안'
2020	3) 손원평, 『아몬드』 11) 이미예, 『달려구트 꿈 백화점』 13) 태수 외, 『1cm 다이빙』	[소설] '공감 불능인 이 시대에 큰 울림' [소설] '어른들을 위한 힐링 판타지' [에세이] '웃으며 살 수 있는 방법'

제시한 것이다. 여기에서 '힐링 콘텐츠'는 출판사 책 소개나 책 광고 문구에 '위로', '공감', '응원' 등 상처받은 사람들, 현실이 힘든 사람들에게 공감과 위로를 안겨주는 메시지를 전달하는 콘텐츠, 혹은 '힐링'이라는 마케팅 전략을 표면에 내세운 책들이다. 동시에 독자 반응에도 이 작품들을 읽고 따뜻한 위안을 얻었다는 내용이 주를 이루는 책들이다. 다만, 독자 반응은 모두 서술할 수가 없어서 출판사의 광고 문구를 주로 제시하였다.

	14) 글배우, 『지쳤거나 좋아하는 게 없거나』	[에세이] '잃어버린 삶의 의욕 다시 찾기'
20 21	1) 이미예, 『달러구트 꿈 백화점』 8) 이미예, 『달러구트 꿈 백화점2』 11) 손원평, 『아몬드』 19) 소윤, 『작은 별이지만 빛나고 있어』	[소설] '어른들을 위한 힐링 판타지' [소설] '최고의 힐링 판타지' [소설] '공감 불능인 이 시대에 큰 울림' [에세이] '마음을 울리는 메시지'
20 22	1) 김호연, 『불편한 편의점』 7) 이미예, 『달러구트 꿈 백화점』 10) 황보름, 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』 15) 김호연, 『불편한 편의점2』	[소설] 'K-힐링소설의 대표작' [소설] '어른들을 위한 힐링 판타지' [소설] '읽는 것만으로 숨통이 트이는 소설' [소설] '지친 삶에 위로와 행복을 선물'
20 23	5) 김호연, 『불편한 편의점』 12) 윤정은, 『메리골드 마음 세탁소』 16) 김수현, 『기분이 태도가 되지 말자』 18) 김호연, 『불편한 편의점2』	[소설] 'K-힐링소설의 대표작' [소설] 'K-문학 힐링 판타지의 결정판' [에세이] '부정적 감정으로부터 스스로를 보호' [소설] '지친 삶에 위로와 행복을 선물'

〈표 1〉 2016~2023년 교보문고 베스트셀러 힐링 콘텐츠 목록

2020년에 이미예의 『달러구트 꿈 백화점』이 알라딘 베스트 2위에 오르며, 교보에서는 11위를 차지한다. 2020년 교보 베스트 3위는 손원평의 『아몬드』인데, '공감 불능인 이 시대의 큰 울림을 주는' '한국형 영어덜트 소설'로 소개된다. 이후 2021년 교보 베스트 1위에 이미예의 『달러구트 꿈 백화점』, 8위에 『달러구트 꿈 백화점 2』, 11위에 손원평의 『아몬드』가 올라간다. 2022년에는 7권의 한국소설이 베스트 20에 포함된다. 이중 김호와 김영하와 같은 작가 파워를 지닌 작품을 제외하면 나머지 5권이 모두 힐링소설이다. 1위 김호연의 『불편한 편의점』, 7위 이미예의 『달러구트 꿈 백화점』, 10위 황보름의 『어서오세요, 휴남동 서점입니다』, 12위 이미

예의 『달러구트 꿈 백화점 2』, 15위 김호현의 『불편한 편의점 2』이다. 흥미로운 점은 이 소설 모두 ‘K-힐링 소설’의 대표작으로 소개된다는 점이다. 2023년에도 베스트셀러 목록은 돈을 벌어 성공하기 위한 자기계발서와 성공학 저서와 같은 실용서와 ‘K-힐링 소설’이라 불리는 한국소설으로 양분된다. 2023년이 되면 『불편한 편의점』의 인기는 지속되며, 윤정은의 『메리골드 마음 세탁소』가 순위권에 새로 진입한다.

출판물 기획의 초점이 힐링 에세이에서 힐링 소설로 넘어갔다는 것은 작가군의 변화 양상에서도 확인할 수 있다. 2020년 전 에세이를 출간했던 작가들이 2020년 이후 소설을 쓰고 있다. 2020년 이후 힐링 소설의 대표작은 이미예의 『달러구트 꿈 백화점』과 김호현의 『불편한 편의점』이다. 이 두 작품은 종합 베스트셀러 1위에 오르며 한국형 힐링 소설의 대표성을 가지게 되었으며, 인기가 몇 년간 지속되며 출판 시장에 영향력을 발휘하고 있다. 이에 비해 『어서오세요, 휴남동 서점입니다』와 『메리골드 마음 세탁소』는 힐링 소설의 성공 이후 모방작의 성격을 가지고 있다. 특히 이 두 작품의 작가는 모두 에세이 작가였다가 힐링 소설의 열풍 속에서 처음으로 소설 작품을 출간하였다는 공통점을 지닌다. 이 두 작가의 이력에 나타난 표면적 변화는 작가 스스로가 트렌드에 민감한 편이어서 에세이에서 소설로 글쓰기 방식을 바꿨거나, 출판사의 강력한 기획이 두 에세이스트를 소설가로 변화시켰다고 이해해 볼 수 있다. 이렇게 2020년 코로나의 시대로 접어들면서 힐링 콘텐츠 출판물은 에세이에서 소설로 넘어가는 경향을 보인다.

## 2-2. 힐링에 대한 대중의 요구 강화

2011년에 시작된 출판 시장 힐링 콘텐츠는 2016년 에세이로의 전환,

2018년 힐링 에세이의 전성시대, 2020년 힐링 소설의 등장, 2022~23년 힐링 소설의 유행으로 콘텐츠의 형식을 변화시켜 왔다. 크게 보면 에세이에서 소설로의 변화라고 요약할 수 있는 힐링 콘텐츠의 형식 변화지만, 실상 힐링에 대한 요구라는 내용은 크게 바뀌지 않았다. 한국 사회는 아직도 힐링이 필요한 시대를 살아가고 있다. 힐링 콘텐츠 시장은 에세이뿐만 아니라 소설까지 장악하면서 그 반경을 넓히고 있다.

힐링에 대한 독자 대중의 요구가 강해지고 있는 것은 독자 리뷰를 통해 확인해 볼 수 있다.<sup>19)</sup> 힐링 에세이의 경우 2016~2018년에 출간되었던 작품이 2020년대 이후 재출간 되기도 하였다. 힐링 콘텐츠의 중심이 에세이에서 소설로 넘어가면서, 출판사에서 새로 기획한 힐링 콘텐츠가 대부분 소설의 형식을 취하게 되니, 에세이 부문 출판은 기존에 검증된 작품을 재발간하는 것으로 방향을 잡는다. 하태완의 『모든 순간이 너였다』는 2018년 출간 이후 2023년에 재출간 되었으며, 정문정의 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』은 2023년에 '50만부 기념 스페셜 개정판'으로 나오고, 김수현의 『나는 나로 살기로 했다』는 2022년에 '골드 에디션'으로 재출간 된다. 그런데 두 책 모두 첫 출간 당시 독자 리뷰 평점보다 재출간 평점이 더 높다. 출간 당시보다 최근 재출간하였을 때 독자들의 공감 지수가 더욱 높은 편이다.

이를 조금 더 자세히 살펴보자. 정문정의 경우 2018년 출간 당시 평점이 9점밖에 안 된다. 교보 평점의 경우 9.5를 넘겨야 작품에 대한 평가가 매우 긍정적이라고 평가할 수 있다. 그런데 2018년 베스트 상위권을 차지

---

19) 독자 리뷰는 교보문고와 알라딘 온라인 서점에 등록된 독자 리뷰와 평점을 살펴보았다. 평점은 초판본과 최근에 재출간된 책 모두를 각각 확인하여 비교하였다. 독자 리뷰는 전체 리뷰 중에서 공감 지수가 높아서 상위권에 올라온 리뷰를 중심으로 내용 분석을 했다.

했던 에세이는 대부분 9점대 초반의 점수를 받았다. 게다가 좋아요 수를 가장 많이 받은 리뷰가 거의 힐링 에세이에 대한 부정적 평가를 드러내고 있다. 2018년 베스트셀러 1위였던 『곰돌이 푸, 행복한 일은 매일 있어』의 경우, 위로와 힐링을 느꼈다는 평가보다 ‘알맹이가 없다’, ‘어떻게는 없고 이러세요, 저러세요만 있다.’ 등의 부정적인 평가를 받았다. 하태완의 『모든 순간이 너였다』의 경우, 2018년에 9.23점을 받았다. ‘어려운 순간 힘을 얻었다’나 ‘위로를 줬다’와 같은 긍정적인 평가도 있었으나, ‘별로다’, 오히려 ‘분노를 느꼈다’, ‘여자친구 선물용이다’와 같은 부정적 가치 평가도 많았다. 정문정의 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』은 2018년 평점 9점으로, 그해 에세이 베스트셀러 중 가장 평점이 낮다. ‘피해의식에 찌들었다’, ‘자기연민과 남탓만 한다’와 같은 부정 평가가 주를 이루었다. 김수현의 『나는 나로 살기로 했다』의 경우, 2018년 평점은 9.4이다. 역시 긍정 평가와 부정 평가가 공존하지만, 좋아요 수를 많이 받은 평은 부정 평가가 우세하다. ‘가볍다’, ‘너무 일상적이다’, ‘뻘한 내용의 자기계발서이다’, ‘유치하다’ 등의 비판을 받았다.

하지만 최근 재발간 된 개정판에 달린 독자 리뷰는 평점 자체도 상승하였고, 좋아요 수를 받은 평가가 대부분 긍정 평가이다. 하태완의 에세이는 2023년에 9.7점, 정문정 작품도 9.7점, 김수현의 경우는 9.8점까지 받았다. 출간 당시 9점대 초반이던 점수는 최근 9점대 후반으로 상승하였다. 각각의 작품에 대한 평가도 ‘힐링된다’, ‘감성을 건드려서 공감을 준다’, ‘인간관계가 여전히 어렵지만 위로를 받았다’, ‘요즘 시대에 필요한 책이다’, ‘고맙다’, ‘공감가는 이야기다’, ‘스스로 응원할 수 있는 문구가 있어서 힘이 났다’, ‘마음의 보약이다’와 같은 긍정 평가가 주를 이루었다.

2010년대 중반과 2020년대 초반 독자 리뷰의 평가를 살펴보면, 힐링 콘텐츠에 대한 독자 반응의 성격이 변했다는 것을 알 수 있다. 2010년대



증반에는 힐링 콘텐츠에 대한 비판적 인식이 더욱 강했었다. 신자유주의의 무한경쟁 시스템에 피로감을 느끼고, 자신의 마음을 들여다보고, 관계를 재점검하며, 삶의 휴식을 취할 수 있는 콘텐츠들을 탐색하지만, 그러한 힐링 콘텐츠가 사회의 근본적인 문제를 해결해주지 못한다는 사실에 대한 시각이 살아 있었다. 그런데 최근 독자 반응을 보면 힐링 콘텐츠에 대한 비판적 반응이 사라졌다. 힐링 에세이가 전하는 메시지를 긍정적으로 수용하며, 여기에서 공감을 느끼고 위로를 받았다는 적극적인 평가가 더욱 많아졌다.

이렇게 2020년대에 들어 힐링 콘텐츠는 상품의 영역을 소설로까지 확장했을 뿐만 아니라 대상 독자층에게도 적극적인 호응을 받고 있다. 이는 힐링 담론에 대한 비판적 거리감이 사라진 채 힐링의 필요성을 당연하게 여기는 사회 인식의 변화를 읽어내게 한다.

### 3. 베스트셀러 힐링 소설의 특징과 한계

#### 3-1. 타자와의 관계 맺기에 대한 지향

2010년대에서 2020년대로 넘어오면서 힐링에 대한 대중 독자의 인식은 긍정적으로 변화하였고, 출판문화 콘텐츠를 통해 힐링을 소비하려는 열망도 강해졌지만, 힐링 콘텐츠에서 전달하는 메시지는 크게 변하였다. 2010년대 힐링 에세이를 통해 공유되었던 메시지는 자기 내면으로 집중과 자존감 회복이었다. 그러나 2020년대 힐링 소설을 통해 공유되는 메시지는 타인과의 소통과 연결의 중요성이다.

베스트셀러 힐링 에세이는 그 제목에서부터 ‘불편한 인간관계에서 벗어나 나에게 집중하자’, 라는 메시지가 확연하게 드러난다. 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』이나 『나는 나로 살기로 했다』가 대표적이다. 하태완의 『모든 순간이 너였다』의 경우도 아끼고 사랑하는 사람에게 들려주고 싶은 이야기를 각 페이지마다 시처럼 적어 전달하는 형식을 취하고 있는데, 이 메시지가 모두 이 시대를 힘겹게 살아가는 독자가 듣고 싶은 말이다. 즉 너는 소중하다, 너 자체로 가치가 있다, 이와 같은 칭찬의 말로 채워진 책이다. 이 책을 읽는 독자는 기존 에세이에서처럼 실제 작가의 삶의 경험을 듣는다고보다는 현실의 작가가 존재감을 투명하게 지워낸 자리에 생겨난 어떤 익명의 목소리가 자신을 칭찬해 주는 것을 경험한다. 익명의 누군가로부터 나도 미처 알지 못했던 나의 장점을 듣고, 내 삶이 비록 초라해보일지라도 가치 있다는 것을 깨닫는 것이다. 이처럼 힐링 에세이는 내 자신의 소중함을 깨달아라, 라는 메시지가 가장 중요하게 전달된다.

김수현의 『나는 나로 살기로 했다』는 제목과 달리, 나에게 대한 성찰에서 시작하여 타인과 함께 더 나은 세상을 살아가는 방법을 제시하는 책이다. 그럼에도 결국 이 책에서 말하는 타인과 함께 살아가는 삶이란, 타인에게 영향을 받지 않고 서로의 영역을 침범하지 않는 삶이다. 목차를 순서대로 보면, 1장 나의 삶을 존중하며 살아가기 위한 To Do List, 2장 나답게 살아가기 위한 To Do List, 3장 불안에 붙잡히지 않기 위한 To Do List, 4장 함께 살아가기 위한 To Do List, 5장 더 나은 세상을 위한 To Do List, 6장 좋은 삶, 그리고 의미 있는 삶을 위한 To Do List로 구성되어 있다. 여기에서 더 나은 세상으로 나아가기 위한 첫 번째 단계인 타인과의 관계 맺기에 대한 내용은 4장에 나타난다. 그런데 4장의 메시지는 타인과 적극적인 소통을 하며 유대 관계를 맺는 것에 초점을 맞추기보다 ‘서로의 경계를 지켜 줄 것’을 통해 ‘너그러운 개인주의자가 될 것’을 지향하고 있다. 이 책에서

지향하는 좋은 삶은 타인에게 영향받지 않고 온전히 나 자신으로 살 수 있는 삶이다. 그렇기 때문에 타인과 관계를 맺을 때도 서로의 경계를 침범하지 않으면서 각자의 영역을 존중해 줘야 한다. “좋은 관계란, 서로의 경계를 존중하는 것이며, 좋은 우정이란, 친밀감을 느낄 수 있고, 한편으론 안정감이 담보될 수 있는 거리에서 애정으로 함께하는 것이다.”(161쪽) 이 책에서는 타인과 관계 맺는 방법에 대해서 이야기하고 있지만, 이때 타인과의 관계는 서로에게 간섭하지 않고 거리감을 유지하는 관계를 의미한다.

2010년대 힐링 에세이가 전달하는 메시지의 핵심은 이렇게 ‘나로 온전히 살아가는 방법’에 대한 탐구이다. 여기에서 타인은 나에게 오지랴를 부리거나, 내 앞에서 자신의 행복한 삶을 과시함으로써, 나의 평안과 행복을 요동치게 하는 공격자이다. 이 시기 개인들은 한국 특유의 집단주의에서 벗어나 온전한 개인주의의 삶을 향유하고자 하였다. 문유석의 『개인주의 자 선언』이 이 시기 베스트셀러에 오른 것도 이러한 독자들의 열망을 반영하였다.

이와 달리 2020년대 힐링 소설은 타인과의 연결과 소통을 갈망한다. 소위 ‘K-힐링 소설’이라 불리는 작품은 표면적으로 2가지 계열로 나뉜다. 하나는 『불편한 편의점』과 같이 리얼리즘에 기반하여 현실 사회의 일상을 보여주는 작품, 다른 하나는 『달려구트 꿈 백화점』과 같이 판타지 공간을 배경으로 하여 현실 사회의 문제를 판타지 공간에 투영하는 작품이다. 그렇지만 이 두 가지 계열의 소설들은 하나의 공통점을 가진다. 모든 소설에서 소설 속 특정 공간이 힐링을 제공하는 안식처로 기능하고 있다는 점이다. 『불편한 편의점』의 편의점, 『달려구트 꿈 백화점』의 백화점, 『어서오세요, 휴남동 서점입니다』의 서점, 『메리골드 마음 세탁소』의 세탁소가 바로 힐링 공간이다. 이 공간은 현실의 일상에서 어려움을 겪고 있는 이들이 잠시 들러 타인과 대화를 나누며 자신의 고민을 털어놓고 문제 해결 방법

을 찾아가는 곳이다. 이 공간에서 일하는 사람들은 자신 또한 내면의 고민을 가지고 있지만, 그렇게 스스로 고통을 아는 사람이기에 그 공간을 이용하는 손님들의 말 못 할 사연을 민감하게 포착하며, 손님들에게 적극적인 말 걸기를 통해 손님들의 고민을 끌어낸다. 그리고 손님들은 낯선 타인과 대화를 나누는 과정에서 자신이 미처 알지 못했던 혹은 놓치고 있었던 삶의 소중한 지점을 인식하게 되고, 일상으로 복귀하여 소중한 것을 회복하거나 예전과는 다른 행복한 삶을 살게 된다.

힐링 소설을 읽는 독자들은 타인과의 대화를 통해 새로운 삶의 전환을 맞이하여 행복을 찾는 사람들의 모습을 보면서 희망을 얻는다. 힐링 소설은 나만의 세계에서 벗어나 타인과 소통할 수 있는 세계를 그려낸다. 『불편한 편의점』처럼 타인에 대한 적극적 말 걸기를 통해 공감을 회복하고,<sup>20)</sup> 다른 사람에게 선한 영향력을 확산시키기를 원하며,<sup>21)</sup> 이를 통한 따뜻한 휴머니즘을 지속<sup>22)</sup>할 수 있기를 바라는 것이다. 이렇게 힐링 소설은 나에게 고립되어 있던 힐링 에세이의 메시지를 타인과의 적극적 관계 맺기로 바꾸어 나간다.

### 3-2. 능력주의에 기반한 주체의 자격

2010년대 힐링 담론에 대한 비판적 인식은 대부분 힐링 에세이에 나타난 것처럼 자기 자신으로 회귀하는 에너지의 방향이 가진 문제 지점에 대

20) 이형선, 「불편한 '말 걸기'와 편의점, 공감의 회복과 확산 - 김호연, 『불편한 편의점』(2021)」, 『人文科學』 제127권, 연세대학교 인문학연구원, 2023, 41-75쪽.

21) 이지은, 「“선한 영향력”이 세계를 바꿀 때까지 - 김호연, 『불편한 편의점』(나무옆의자, 2021)」, 『오늘의 문예비평』 제122권, 오늘의 문예비평, 2021, 243-247쪽.

22) 김미영, 「서사적 전환기 시대의 소설과 대중성 - 김호연의 『불편한 편의점』을 중심으로」, 『동아시아 문화연구』 제95권, 한양대학교 동아시아문화연구소, 2023, 241-268쪽.

해 초점을 맞추고 있다. 현실에서 경험하는 정신적 어려움을 개인의 내면 성찰이나 인식의 전환으로 이겨나갈 수 있다는 논리는 사회적 부와 성공을 이루기 위해 모든 것을 개인의 노력으로 극복해야 한다는 신자유주의 담론과 완벽하게 동일하다. 그래서 힐링 에세이를 통한 위로는 결국 개인의 파편화와 고립으로 이어질 수밖에 없다는 비판이 대두되었다.

이에 반해 힐링 소설은 고립된 개인이 타인과의 대화와 소통을 통해 다시 인간관계를 회복하고 친밀한 공동체를 이루어서 사회로 복귀하는 내용을 그리고 있다. 이런 점에서 2020년대 힐링 소설은 코로나 시대를 거치운 우리 사회에 교훈적 메시지를 던져 준다고 평가받는다. 힐링 소설에 대한 진지한 비평이나 학술 연구는 아직 시작 단계이다. 대부분 『불편한 편의점』에 대한 분석이 주를 이룬다. 『불편한 편의점』을 중심으로 형성된 연구 결과를 보면, 타인과의 소통을 지향하고 있다는 점이 이 작품의 가장 중요한 가치로 인정받았다. 반면 이 작품의 문제는 사회의 구조적 문제를 보여주지 않고 한 개인의 선한 영향력에만 의존하여 현실의 문제를 해결하는 방식을 취한다는 점이다. 그런데 이 비판적 시각은 2010년대 힐링 에세이에 드러난 한계를 지적하는 인식과 2010년대 이후 축적된 힐링 담론에 대한 비판적 연구에서 제시한 힐링 담론의 한계를 지적하는 인식에서 더 나아가지 못했다.

그러나 힐링 소설의 한계가 오직 개인의 책임으로만 문제의 방향을 한정시키는 것에만 있을까. 물론 개인의 능력에 의존하는 것이 힐링 콘텐츠에서 전달하는 메시지의 근본적인 문제이기는 하다. 하지만 여기에서는 그 외에 힐링 소설 및 힐링 담론에 내재하는 문제점을 살펴보기로 한다.

『불편한 편의점』의 한 장면을 보자. 『불편한 편의점』은 서울역 노숙자 독고가 청파동에서 편의점을 운영하는 염 여사의 지갑을 찾아주면서 맺은 인연으로 염 여사의 편의점에서 아르바이트를 하면서 만나는 사람들의 이

야기를 에피소드 형식으로 전하는 소설이다. 여기에서 가장 통쾌한 장면은 독고가 '제이에스'라 불리는 편의점 진상 고객을 퇴치하는 장면, 그리고 지하철에서 큰 소리로 통화하는 진상 승객을 퇴치하는 장면이다. 독고는 오랜 노숙 생활로 기억도 상실하고 언어 능력도 저하되었지만 무엇이 옳고 그른지를 정확하게 판단하여, 진상 고객을 상대하는 아르바이트생 시현에게 도움을 주며, 폭력을 휘두르는 십대 손님들에게 위협을 당하는 염여사를 구하기도 한다. 진상 손님 에피소드는 작품 전반에 배치되어 노숙자 독고에 대한 신뢰를 구축하게 한다. 진상은 어린 20대 여성 아르바이트생인 시현을 무시하며 이미 쓴 물건의 환불을 요구하거나 행사 기간이 지난 상품의 할인을 요구한다. 독고가 일을 할 때도 곤란한 요구를 한다. 하지만 독고는 반말하는 진상에게 똑같이 반말로 대꾸하며, 안 되는 것은 안 되며, 그래도 계속된 요구를 하면 물건을 아예 안 팔아버린다고 단호하게 말한다. 이런 독고 앞에서 진상은 더 이상 무리한 요구를 하지 못하고 이후 편의점에 다시는 오지 않는다. 독고가 진상을 퇴치하는 방식은 독고가 원칙에 맞게 단호하게 대처했기 때문이다. 하지만 과연 독고가 20대 여성 아르바이트생이었다면 똑같은 대처로 진상을 물리칠 수 있었을까.

독고 씨의 작은 눈은 거의 감다시피 했지만 그래서 더 서늘해 보였고, 꼭 다문 입술에 이어진 넓은 턱은 강력한 무기처럼 튀어나와 있었다. 독고 씨는 계속 말없이 에코백을 내민 채 서 있었다. 시현은 어찌할 바를 모른 채 다시 제이에스를 돌아봤다. 넓은 턱 튀어나온 눈으로 독고 씨를 죽일 듯이 노려봤지만 꿈쩍없는 독고 씨의 태도에 당황한 듯했다. 곧 눈이 짜증난 표정으로 독고 씨에게 에코백을 채갔다. 저울의 추가 기울 듯 제이에스는 에코백을 내려뜨린 채 돌아서 편의점을 나갔다. 순식간에 벌어진 남자들의 기싸움에 시현은 새우가 된 것처럼 등허리가 굽어진 듯했다.<sup>23)</sup>

이 장면은 독고와 진상의 대결에서 독고가 승리하는 장면이다. 시현을 초점화자로 이루어진 서술에서 알 수 있는 것처럼 독고의 승리는 독고가 진상에게 위협적일 정도로 강해 보였기 때문이다. 작중 독고는 시현의 눈에 '곰'처럼 보일 만큼 덩치가 큰 남자이고, 싸움에서 2명 정도는 감당할 수 있을 정도의 힘이 있다. 진상은 이런 독고의 덩치, 거기에서 짐작되는 힘, 게다가 그의 강력한 기에 놀려 도망간다. 이 사건을 통해 시현은 노숙자 독고에 대해 가졌던 막연한 불안감과 반감을 지워버리고 독고를 신뢰한다. 이처럼 사회에서 버려진 존재였던 독고는 자신의 힘으로 시현과 염 여사를 도움으로써 사회의 일원으로 다시 받아들여진다.

독고의 힘은 다만 신체적 강함만을 의미하지 않는다. 독고는 학습 능력이 뛰어나서 편의점 상품을 빠른 시간에 숙지한다. 무엇보다 기억력이 좋다. 이런 독고의 면모는 소설의 마지막에 독고가 자신의 과거를 되찾는 순간을 위한 복선으로 사용된다. 독고는 원래 의사였던 것이다. 즉 독고의 힘은 물리적 힘과 더불어 사회적 능력도 갖춘 사람임을 의미하게 된다. 독고는 사회적 성공의 정점에 올랐다가 윤리적 타락으로 인해 가족에게 버림받고 노숙자로 전락한 사람이다. 그리고 염 여사의 도움으로 과거의 고통에서 벗어나 새로운 미래를 준비하게 된다.

『불편한 편의점』의 독고와 마찬가지로 힐링 소설에 나오는 주인공들은 모두 사회적 성공을 이룬 후 예상치 못한 고통을 겪게 되면서 고통에서 벗어나기 위해 힐링 공간을 만들고, 자신이 일하는 힐링 공간에서 여러 사람과 대화를 나누면서 새로운 삶의 방향을 설정한다. 『어서오세요, 휴남동 서점입니다』에서 영주는 대기업에 다니는 워커홀릭이었다가 갑작스러운 번아웃으로 직장가 가정에서 실패한 인물로 그려지며, 『메리골드 마음 세

---

23) 김호연, 『불편한 편의점』, 나무옆의자, 2021, 70-71쪽.

탁소』에서 지은은 남들이 갖지 못하는 능력을 2가지나 가졌지만 갑작스럽게 부모님을 잃어버리면서 평생을 외로움에 시달리는 인물로 나온다. 각 소설들은 주인공인 가진 상처를 표면적으로 내세운다. 하지만 사실 이 주인공들에게 공감을 하며 이 주인공들의 행동에 안도감을 느끼는 이유는 그들이 능력자이기 때문이다.

힐링 소설에 나오는 주인공들은 모두 사회적 성공을 거둘 수 있을 만큼의 능력을 가졌다. 그리고 그들은 고통의 시간을 보냈지만, 현재 그들이 일하는 힐링 공간 안에서 다시 그들의 능력을 발휘하고 있다. 소설 속 편의점, 서점, 세탁소가 힐링 공간이 될 수 있는 이유는, 그들이 자신의 능력을 올바르게 펼쳐 나가고 있기 때문이다. 독고는 편의점 아르바이트를 위해 술을 끊었고, 학습 능력을 발휘해 편의점 업무를 빨리 익힌다. 영주는 서점에 책임감을 느끼고 더 많은 손님을 끌어모으기 위해 부지런히 일한다. 지은은 자신의 초현실적인 능력으로 세탁소를 아름답게 꾸미고 손님들에게 향기로운 차를 대접한다. 그렇기 때문에 이들이 일하는 공간에 오는 손님들은 이들을 믿을 수밖에 없다. 이들은 이미 낯선 이에게서 사회적 신뢰를 얻을 수 있을 만큼의 사회적 능력을 발휘하고 있기 때문이다. 게다가 주인공들의 숨겨진 과거는 주인공을 더 괜찮은 사람으로 여겨지게 한다. 그들은 성공을 경험한 사람들이기 때문이다. 이렇게 힐링 소설은 성공을 경험한 사람이 겪은 고통을 통해 전달해 주는 메시지에 더 힘이 있다고 생각한다.

힐링 소설의 담화 구조는 이런 능력자 주인공을 멘토로 내세우고 힐링 공간을 이용하는 손님을 멘티로 기능하게 한다. 그래서 멘토가 멘티에게 들려주는 조언이 소설의 표면에 드러나도록 한다. 힐링 에세이가 현실 작가의 존재와 이력을 지운 채 익명의 추상적인 발화자로 기능했던 것과는 완전히 다른 담화 구조다. 힐링 에세이는 작가가 아닌 ‘누군가’가 ‘막연히’ 전해 주는 위로가 공감을 느끼게 하는 형식을 추구했다면, 힐링 소설은 캐



릭터성을 확보한 멘토가 전달하는 말에서 위로를 받게 한다. 이때 위로를 전달하는 멘토인 주인공은 구체적 삶의 이력을 가진 존재이다. 그런데 그들의 삶은 모두 능력주의 사회에서 요구되는 능력을 가져왔던 사람으로 설정되어 있다. 힐링 소설은 은연중에 멘토의 자격을 설정하고 있다. 멘토의 발화가 힘을 가지려면 최고의 사회적 성공을 거둔 후 최악의 고통을 겪은 사람이어야 하는 것이다. 그리고 이런 고통 속에서 다시 현실에서 자신의 능력을 바탕으로 더 나은 미래를 만들어 가는 사람이어야 한다.

물론 주인공이 선택한 고통 이후의 삶은 사회에서 요구하는 성공과는 거리가 먼 삶으로 설정된다. 하지만 주인공이 선택한 새로운 삶이 평온함을 유지할 수 있는 이유는 그들이 이미 주류 사회가 인정하는 자격증, 경제적 능력, 업무 감각을 가졌기 때문이다. 그들은 이러한 능력을 바탕으로 현재의 일상을 안정적으로 가꾸어 나간다. 그래서 힐링 소설에서는 아무도 경제적 어려움을 겪지 않는다. 누구나 다 편의점이나 서점의 현실 존립 가능성에 대해 고민하지만, 이들이 만들어 놓은 힐링 공간은 주인공의 능력을 바탕으로 안정적인 운영을 이어 나간다. 그러니 힐링 공간의 지속성은 주인공의 능력 덕분이다. 이렇게 힐링 소설에는 능력주의에 대한 기본적인 인정과 수용이 깔려 있다.

### 3-3. 타자에 대한 배제와 배타적 공동체

분명히 힐링 소설이 힐링 공간을 통해 보여주는 삶의 모습은 자기계발서에서 추구하는 부와 권력의 쟁취가 아니다. 힐링 소설에 능력주의에 대한 인정과 수용이 남아 있어도, 그들이 표면적으로 추구하는 삶은 좋은 사람들과 좋은 관계를 맺으면서 나 또한 좋은 사람이 되는 삶이다. 인간적인

삶에 대한 추구이다. 그런데 힐링 소설에서 말하는 진짜 좋은 사람이란 어떤 사람일까. 그리고 그들이 말하는 좋은 삶이란 어떤 현실을 의미하는 것일까.

이는 힐링 소설 속 멘토인 주인공의 또 다른 자격에서 짐작해 볼 수 있다. 힐링 소설의 주인공이 갖추어야 할 자격은 ‘좋은 어른’이 되는 것이다. 『달리구트 꿈 백화점』에서 주인공은 사회 초년생인 페니이므로 페니에게는 ‘좋은 어른’이기를 요구하지 않는다. 하지만 이 작품에서 페니가 사회적으로 성장하는 데에는 백화점 사장님인 달리구트나 직속 사수인 웨더 아주머니와 같은 좋은 어른의 존재가 결정적이다. 달리구트나 웨더 아주머니는 페니의 실수를 상사인 자신이 책임을 다하지 못해 일어난 일이라고 감싸주며, 실수를 통해 성장한다는 위로를 통해 페니가 업무 능력을 키워 나갈 수 있도록 도와준다.

『어서오세요, 휴남동 서점입니다』에서 ‘좋은 어른’에 대한 강박은 모든 인물들에게 동일하게 나타난다. 영주는 서점에서 일하는 민준이 초과 근무를 절대 허용하지 않는다. 개인적으로 민준이 영주를 도와주고 싶을 때에도 단호히 거절한다. 서점의 이용객인 정서는 서점에 앉아 뜨개질을 하는 자신이 민폐 손님이 될까봐 미리 서점에서 책을 읽지 않고 뜨개질을 해도 되는지 물어보고 허락을 받으며 3시간에 한 번씩 꼭 커피를 시켜서 서점 영업에 손해를 끼치지 않으려고 한다. 힐링 소설의 세계관 속에서 자기 멋대로 행동하여 타인을 불편하게 하는 사람들은 모두 힐링 공간에서 추방된다. 힐링 공간 속에서 소통하며 대화를 나누는 인물들은 모두 타인을 배려하는 ‘좋은 어른’이어야 한다. 끈대이지 않은 어른들의 세계, 그래서 위계질서 없이 모두가 편안하게 서로의 이야기를 나눌 수 있는 세계가 힐링 소설이 추구하는 삶의 모습이다. 힐링 소설에서 그려내고 있는 이상적 사회는 권위적이지 않고 서로를 존중해 주며 원칙과 상식을 지키는 사회

이다.

그런데 이 공간 속에 들어가서 소통할 수 있는 사람은 누구일까. 판타지 공간을 배경으로 하는 『달려구트 꿈 백화점』이나 『메리골드 마음 세탁소』는 외부 세계의 침입 없이 이루어진 이상 공간으로 그려지기 때문에, 낮선 타자의 존재가 어떻게 설정되는지 정확하게 알 수 없다. 그리고 오히려 이러한 점이 ‘소통’을 말하지만 ‘타자’ 없는 소통을 그려내고 있다는 혐의점을 지울 수 없게 한다. 이 두 작품에서는 모두 하나 같이 ‘나’가 바라는 대로 ‘나’의 방식대로 소통하는 인물들만 존재한다. 우리를 불편하게 하는 낮선 타자는 없다.

현실 공간을 배경으로 하는 『불편한 편의점』과 『어서오세요 휴남동 서점입니다』에는 이런 낮선 타자의 존재가 등장한다. 그런데 그들은 진상이나 민폐 고객으로 기능할 뿐이다. 이 두 작품에서 원칙을 무시하는 사람, 거친 언행을 하는 사람, 폭력을 행사하는 사람은 모두 힐링 공간에서 추방된다. 힐링 공간 속에는 서로의 영역을 존중하며 각자의 안전한 거리감을 지키는 사람, 그리고 상대에게 불편을 주지 않기 위해서 언행에 극도로 주의를 하거나 세련된 화법으로 자신의 요구를 전달하는 사람만 존재한다. 대화를 할 만한 자격을 갖춘 사람만 대화의 공간에서 소통을 할 수 있다. 거리감을 지킬 줄 모르거나 대화법을 못 익힌 사람은 힐링 공간을 이용할 권리를 누리지 못한다. 여기에서도 공간 바깥의 낮선 타자는 사라지고 공간 내부에 존재하는 동질한 우리만 남게 된다.

낮선 타자의 소거와 동질한 우리만의 연대는 이 사회의 진짜 불편한 부분을 가린다. 『불편한 편의점』에서 ‘불편함’은 편의점 자체에 물건이 다양하게 구비되지 않았다는 사실부터 편의점 아르바이트생인 독고가 오지랖 넓게 말을 건다는 사실까지를 가리킨다. 이것이 소설에서 설명된 불편함의 이유이다. 하지만 사실 이 작품이 가리고 있는 불편함은 다른 부분에 있

다. 편의점이라는 공간에 ‘노숙자’인 독고는 들어올 수 없다는 점이다. 작품 초반에 노숙자인 독고는 절대 편의점 안에 들어가지 않는다. 노숙자인 자신이 편의점이라는 정결한 공간을 더럽히거나 위화감을 조성할 것이라고 생각한다. 그래서 그는 편의점 외부 식탁에서 유통기한이 지난 도시락만 먹는다. 그가 편의점 내부로 입성하는 것은 염 여사가 가불해 준 돈으로 목욕재개하여 노숙자의 외모를 벗어난 후, 그리고 노숙자의 생활 습관이었던 술을 끊어서 일반인의 상태로 돌아온 후였다. 편의점은 사회에서 추방된 자들에게는 열려 있지 않다. 정상적이라 여겨지는 사회의 기준을 지키는 사람만이 편의점을 이용할 자격이 주어진다.

이렇게 힐링 소설 속 힐링 공간에서 정상이 아닌 것은 지워진다. 여기에서 정상은 개인의 주체성을 바탕으로 능력을 계발하여 사회적 생산성을 향상시키는 능력주의의 정상성뿐만 아니라 각자의 영역을 존중하며 세련된 화법으로 대화하는 사회적 소통의 정상성도 요구한다. 여기에서 가장 위험한 지점은 이러한 사회적 소통의 정상성이다. 힐링 소설은 큰 소리를 내거나, 공간 이용 규칙을 모르거나, 남에게 화를 내는 사람을 적으로 규정하고 배제한다. 그들은 상식도 없고 원칙도 모르며 무식하기 때문에 정상이 아니라고 판단하는 것이다. 그들은 우리의 삶을 힘들게 하는 외부의 적이다.

하지만 현실 사회에서 그들은 진짜 적일까. 노숙자 독고의 말더듬이 염 여사에게 순간적인 위협으로 느껴졌던 순간을 떠올려 보자. 노숙자 독고는 사회적 소통의 방식을 잊어버린 사람이었기 때문에 염 여사와의 대화가 힘들었다. 물론 소설 속 주인공 독고는 다른 노숙자로부터 염 여사의 지갑을 지켜 있는 그대로 돌려주는 도덕성을 보여줬기 때문에 염 여사와의 대화에는 어려움을 겪었어도 편의점 아르바이트생이라는 사회적 일원이 될 수 있었다. 그렇다면 현실 속 노숙자 독고는 이런 소통의 공간에 공동체

의 일원으로 연결될 수 있을까. 자신의 도덕성을 보여주는 기회를 부여받지 못한다면, 현실 속 노숙자는 편의점이라는 소통의 공간에 들어갈 수가 없다.

박상규의 『지연된 정의』(후마니타스, 2022)에 보면 가난으로 인해 살인자로 몰린 아이들의 이야기가 소개된다. 그들은 진짜 범인이 자백을 했음에도 불구하고 살인자가 된다. 진짜 범인들은 자신들의 결백함을 호소하는 화법을 구사했는데 가난한 아이들은 그렇지 못했기 때문이다. 가난하여 폭력에 노출된 아이들은 자기 확신이 약하며 사회에서 구조받은 경험이 없기 때문에 호소의 화법을 쓰지 못한다. 이렇게 가난한 사람의 행동과 표현법은 가끔 '상식적으로' 이해되지 않는다.<sup>24)</sup> 그런데 이 상식이라는 것은 엘리트 중산층의 입장에서 형성된 교양과 상식이 아닐까. 자신의 감정이 무엇인지 분석해 낼 수 있고, 그것을 세련된 언어로 표현할 수 있으며, 그래서 타인에 대해 존중하고 배려할 줄 아는 태도는 우리가 양질의 교육을 지속적으로 지원받았을 때만 갖출 수 있는 태도가 아닐까. 이러한 태도를 가진 사람들과 소통하고 대화하겠다는 것은 결국 '책을 읽을 줄 아는 독자'로 가정된 교양 있는 중산층과만 연결된 공동체를 만들겠다는 의미일 수도 있다. 2020년대 이후 힐링 소설에서 공통적으로 그려내고 있는 힐링 공간 속 타인들과의 소통과 연결의 방식은 어쩌면 중산층의 교양과 상식과 원칙과 이상만을 인정하며, 이와 다른 태도와 입장을 가진 진짜 낯선 타인들과는 교류하지 않겠다는 배타적 폭력성을 내재하고 있을지도 모른다.

---

24) 이주라, 「가난의 화법」, 『소녀 취향 성장기 - 나를 성장시킨 여자들의 이야기』, 산지니, 2024, 172쪽.

#### 4. 결론

2020년 이후 포스트 코로나 시대로 접어들면서 힐링 콘텐츠와 담론은 변화하였다. 자기계발 담론의 대안으로 제시된 힐링 콘텐츠는 2010년대 중반 에세이 출간의 열풍을 불러일으켰다. 하지만 2020년대로 접어들면서 대중적인 힐링 콘텐츠로 소설이 부각하였다. 최근 베스트셀러 소설은 'K-힐링소설'이라는 수식어를 달고 한국을 넘어 전세계적으로 수출되고 있다. 힐링 콘텐츠가 에세이에서 소설로 바뀌면서, 힐링 담론 또한 변화하였다. 에세이 중심의 힐링 콘텐츠는 초기 힐링 담론의 한계에서 벗어나지 못했다. 에세이는 타인과의 관계에서 무관한 고립된 개인의 내면 성찰을 강조하였다. 여기에서 개인 주체는 상처받기 쉬운 나약한 주체로 상정되며 모든 문제가 개인의 마음과 정서의 문제로 귀결되었다. 이런 점에서 에세이의 힐링 담론은 사회적 문제를 개인에게 전가하며 개인의 책임을 강화하는 신자유주의 통치성에서 크게 벗어나지 못했다.

반면에 소설 중심의 힐링 콘텐츠는 타인에 대한 이해와 공감, 타인과의 협력과 연대를 시도하였다. 사회적 자아를 중심으로 한 공동체 형성의 가능성을 보여주하고자 하였다. 하지만 힐링 소설에 나타난 주체 및 공동체의 모습은 우리 사회가 해결해야 할 새로운 문제적 지점을 드러내었다. 힐링 소설의 주인공들은 자신의 능력을 바탕으로 사회적 성공을 거두어 본 사람으로 설정되며, 그렇기 때문에 주인공들은 경쟁 시스템에서 벗어난 후에도 사회적 인정을 받고 경제적 안정을 유지하는 것으로 그려졌다. 이렇게 힐링 소설은 능력 있는 주인공들의 새로운 도전을 그리면서 능력주의 사회의 요구에서 크게 벗어나지 못하는 모습을 보였다. 더 나아가 소설 속 인물들은 모두 사회적 상식에 부합하는 좋은 어른이 되기 위해 노력한다.

그들은 정치적 올바름과 동일한 수준으로 개인적 올바름을 추구하였다. 힐링 소설은 개인이 사회적·경제적 능력뿐만 아니라 윤리와 도덕에서도 높은 수준을 갖추고 싶어 하는 대중들의 욕망을 반영하였다. 힐링 소설은 이렇게 완벽한 개별 주체의 이상적 모습을 보여주었다. 능력도 있지만 정치적, 사회적, 윤리적으로 올바르기까지 한 완벽한 개별 주체들의 공감과 이해를 통해 구축되는 공동체는 실상 배타적 성격을 드러내었다. 힐링 소설 속 공동체는 자신의 감정적 문제를 스스로 성찰할 줄 알며, 이를 교양 있는 언어로 표현할 줄 알며, 서로에 대한 존중과 배려를 기본 매너로 장착하고 있는 사람들만이 정서적으로 소통할 수 있는 공간으로 나타났다. 이 과정에서 사회적으로 소외되어 사회적 소통 방식을 습득하지 못한 사람들은 민폐와 진상으로 구분되어 배제되었다. 이렇게 힐링 소설은 문화 자본의 유무를 바탕으로 사회 계층을 위계질서화하면서 이해할 수 없는 낮은 타자를 배제하는 배타적 사회 구조를 암묵적으로 승인하고 있다.

힐링은 누구를 위한 치유이고 어떤 상태에 도달하려는 목적을 가졌는가. 치유가 어떤 정상의 상태를 전제로 하여 이루어진다면, 치유는 그 자체로 폭력이 된다. 사회적으로 인정되는 정상성을 회복하는 것을 목표로 하는 치유는 우리 사회의 다양성을 저해한다. 최근 힐링 콘텐츠에 나오는 힐링 담론은 사회의 보수적 정상성의 기준에서 작동하고 있다는 점에서 문제적이다. 이제는 정상의 기준에서 벗어난, 낮은 타자의 불편함을 소거하지 않고 있는 그대로 받아들일 수 있는 사회적 태도가 더욱 요구된다. 현재 우리 사회에서 추구해야 할 힐링은 내 개인이 상처받지 않는 편안함에 대한 추구가 아니라 나의 상처만큼 타자도 고통스럽다는 사실을 불편하지만 받아들이는 열린 자세에 대한 추구일 것이다.

## 참고문헌

### 1. 기본자료

#### 에세이

- 백영옥, 『빨강머리 앤이 하는 말』, 아르테, 2016.
- 김수현, 『나는 나로 살기로 했다』, 마음의숲, 2020. (2017년 출간)
- 곰돌이 푸, 『곰돌이 푸, 행복한 일은 매일 있어』, 알에이치코리아, 2022. (2018년 출간)
- 하태완, 『모든 순간이 너였다』, 위즈덤하우스, 2018.
- 정문정, 『무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법』, 가나출판사, 2018.

#### 소설

- 이미예, 『달리구트 꿈 백화점』, 팩토리나인, 2020.
- 김호연, 『불편한 편의점』, 나무옆의자, 2021.
- 황보름, 『어서 오세요, 휴남동 서점입니다』, 클레이하우스, 2022.
- 윤정은, 『메리골드 마음 세탁소』, 북로망스, 2023.

### 2. 논문과 단행본

- 김미영, 「서사적 전환기 시대의 소설과 대중성 - 김호연의 『불편한 편의점』을 중심으로」, 『동아시아 문화연구』 제95권, 한양대학교 동아시아문화연구소, 2023, 241-268쪽.
- 김수미, 「한국 치유문화 작동의 정치학-신자유주의 통치 시기 주체 구성에 대한 일고찰」, 『언론과 사회』 제22권 1호, 사단법인 언론과 사회, 2014, 114-161쪽.
- 김은준, 「초기 힐링담론의 자기통치프레임과 담론효과」, 『한국언론정보학보』 제74권 6권, 한국언론정보학회, 2015, 38-71쪽.
- 김은준, 「포스트힐링시대 한국사회 성찰적 자기계발담론의 가능성 모색」, 『미디어, 젠더 & 문화』 제33권 2호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2018, 87-134쪽.
- 노대원, 「힐링 담론과 치유의 문학교육 - '상처 입을 가능성'과 '문화 의사' 개념을 통한 비판적 성찰」, 『국어교육연구』 제68권, 국어교육학회, 2018, 119-144쪽.



- 박진영, 「공공도서관 대출데이터 분석을 통한 팬데믹 전후 장서 이용행태 분석 연구」, 숙명여대 석사논문, 2023.
- 서동진, 『자유의 의지 자기계발의 의지-신자유주의 한국사회에서 자기계발하는 주체의 탄생』, 돌베개, 2009.
- 송현·안관수, 「자기계발서 전성시대와 힐링 인문학」, 『디지털융복합연구』 제11권 11호, 한국디지털정책학회, 2013, 783-793쪽.
- 심보선, 「힐링이라는 이름의 권력」, 『문학과 사회』 제102권, 문학과지성사, 2013, 249-261쪽.
- 안수연, 「꿈, 어른으로의 확장 - 이미예, 『달려구트 꿈백화점 1,2』(팩토리나인, 2020·2021)」, 『아동문학평론』 제46권 4호, 아동문학평론사, 2021, 255-264쪽.
- 오유진, 「토크쇼 속 고통의 고백과 치유서사가 갖는 사회문화적 함의」, 이화여대 석사논문, 2014.
- 이주라, 『소녀 취향 성장기 - 나를 성장시킨 여자들의 이야기』, 산지니, 2024.
- 이지은, 「“선한 영향력”이 세계를 바꿀 때까지—김호연, 『불편한 편의점』(나무옆의자, 2021)」, 『오늘의 문예비평』 제122권, 오늘의 문예비평, 2021, 243-247쪽.
- 이행선, 「불편한 ‘말 걸기’와 편의점, 공감의 회복과 확산 -김호연, 『불편한 편의점』(2021)」, 『人文科學』 제127권, 연세대학교 인문학연구원, 2023, 41-75쪽.
- 장민우, 「한국사회 ‘힐링(healing)’ 담론에 관한 연구: 자기계발 담론의 양가성을 중심으로」, 한양대 석사논문, 2013.
- 정미숙, 「편의점 소설의 문화 지리학적 연구」, 『現代文學理論研究』 제86권, 현대문학이론학회, 2021, 159-185쪽.
- 최지안·이진민, 「힐링(Healing)과 연관된 개념의 변천과 트렌드 동향 분석 - 웰빙(Well-being), 웰니스(Wellness), 힐링(Healing)의 키워드를 중심으로」, 『기초조형학연구』 제20권 4호, 한국기초조형학회, 2019, 597-612쪽.
- 천정환, 「한국 독서사 서술 방법론(1)-독서사의 주체와 베스트셀러 문화를 중심으로」, 『반교어문연구』 제43권, 반교어문학회, 2016, 13-39쪽.
- 프레데리크 루빌루아, 『베스트셀러의 역사』, 이상해 역, 까치, 2014.
- 한병철, 『피로사회』, 김태환 역, 문학과지성사, 2012.

102 대중서사연구 제30권 2호

### **3. 기타 자료**

2010~2023년 교보문고 종합 베스트셀러 목록 1~20위

2010~2023년 알라딘 월간 베스트셀러 목록 1~20위

## Abstract

### Current Status of Healing Contents and Characteristics of Healing Novels in Bestsellers of the 2020s

Lee, Ju-Ra(Wonkwang University)

This paper identified the current status of healing contents in bestsellers of the 2020s and analyzed the characteristics of healing discourse. In the early 2010s, healing discourse became popular in Korean society, and around 2020, it has begun to critically reflect on the early healing discourse. Healing content began to be organized around books and expanded to the media. Even in the post-COVID-19 era, healing content continues to be a powerful force in the publishing market. However, academic research on healing content and discourse has not progressed since the mid-2010s. Therefore, this paper summarized the current status of healing content in the publishing market since the mid-2010s and analyzed the characteristics and limitations of healing discourse in bestselling healing content.

Bestsellers in the 2020s have shifted from essays to novels. While the essays focused on inner reflection, the novels showed a life that goes beyond the individual, empathizing and communicating with others. The message of the healing novel seemed to go beyond the limits of early healing discourse. It revealed a rejection of the method of strengthening neoliberal governmentality in which social problems were attributed to individual responsibility, and the individual subject isolated. However, the community depicted in the healing novels was exclusive, consisting only of people who perfectly embodied the normality of society. The protagonists of the healing novels were able to establish a healing community because they had achieved success through their individual abilities in a meritocratic society, and in order to enter the healing community,

they had to embody the speech and manners of those who had acquired cultural capital.

On the surface, healing discourse of the 2020s ostensibly advocated the establishment of a social self and solidarity with the others, but behind it, it excluded the socially marginalized group without economic, social, and cultural capital. While critical reflections on renewing healing discourses have been ongoing in the academic and cultural fields, there has been a lack of analysis of best-selling healing content. This paper proposed the possibility of a new change in the healing discourse by securing a critical perspective on healing content that is widely and influentially distributed.

(Keywords: healing, cure, bestseller, essay, healing novel, Uncanny Convenience Store, DallerGut Dream Department Store, Marigold Mind Laundry, Welcome to the Hyunam-dong Bookshop)

논문투고일 : 2024년 5월 15일

논문심사일 : 2024년 6월 16일

수정완료일 : 2024년 6월 19일

게재확정일 : 2024년 6월 20일