

# 多言語사회 스위스의 출판현황

## 독일 프랑스 이탈리아 등 출판강국 틈새서 '전문화'로 활로 모색

이희재

번역가

스위스의 인구는 680만명, 그 중 70%가 독일어를 쓰고, 20%가 불어, 9%가 이탈리아어, 1%가 로만시어를 쓴다. 그러한 인구비례는 출판계에도 어김없이 반영되어 스위스의 300여 출판사 중 200개사가 독일어로 책을 찍고 80개사가 불어로, 나머지가 이탈리아어로 책을 펴낸다.

협소한 국내시장 때문에 스위스의 출판사들은 국외로 진출할 수밖에 없다. 스위스에서 찍어내는 독일어 서적의 70%는 독일이나 오스트리아에서 팔린다. 그러나 그만큼 시장도 잠식당해 스위스 서점에서 팔리는 독일어 서적의 70%가 독일에서 만든 책들이며 불어 서적의 80%가 프랑스에서 만든 책들이다. 이탈리아 서적은 거의 90%가 그렇다.

독일, 프랑스, 이탈리아 모두 출판강국이라 스위스로선 힘에 부칠 수밖에 없다. 그래서 스위스의 출판사들에겐 전문화만이 유일한 탈출구다. 쿠멀리&프리, 할바크는 둘 다 고급지도 제작 전문출판사로 독일어권에서 자웅을 겨룬다. 유니온 헬베티아는 관광국 스위스의 간판산업인 호텔경영, 요리, 카테일 관련 서적을 전문으로 낸다. 아르스리브리는 중세시대의 원화를 전문 복제하는 출판사. 바젤의 S. 카거는 의학전문 출판사다.

스위스 최대의 출판사는 소설을 전문으로 내는 취리히의 디오게네스 디오게네스는 한 해에 300여종의 소설을 펴내는데 모두 독일어다. 강국들과의 경쟁에서 살아남기 위한 긴축경영으로 상근편집자 넷이서 수많은 프리랜서들의 도움을 받아 이 방대한 작업을 해낸다.

레이먼드 찬들러, 더실 해밋, 패트리샤 하이스미스, 조르주 심농 등의 번역 추리소설로 기반을 굳혔다. 특히 심농의 소설은 디오게네스에서만 이백여 종 이상 출판되는 등 디오게네스는 일찍부터 중요한 작가를 선정, 집중적으로 소개함으로써 '이중의 전문성'을 출판사의 이미지로 끌어올리는 데 성공했다.

그러나 불어 출판사 중에는 경영 압박으로 문을 닫는 곳도 생기고 있다. 얼마 전 미술서를 전문으로 내던 한 출판사가 큰 출판사들과의 경쟁에서 밀려나 서점으로 업종을 전환한 일도 있다. 웅만한 대형 출판사에서는 막대한 자금력을 바탕으로 양질의 미술서를 부담없는 가격에 찍어내기 때문에 작은 출판사들은 같은 미술서 안에서라도 전문영역을 더욱 좁혀 깊이 파고들지 않고서는 도저히 살아남을 수가 없다.

제네바에 있는 올리잔은 불어 출판사로서는 비교적 안정된 궤도에 오른 출판사. 올리잔은 도자기와 시 관련서를 집중적으로 내다가 최근 소설시장에도 진출했는데 전문출판사로서의 이미지를 고수하기 위해 아시아를 주제로 한 소설들만 내고 있다.

그러나 가장 어려운 형편에 있는 것은 이탈리아어 출판사다. 이탈리아에 본격 진출하기에는 자금력이나 출판역량이 딸리고 지역출판에만 전념하기에는 독자수가 너무 적다. 그런 상황을 타개하는 방법의 하나가 같은 책을 타언어로 번역하여 동시 출판하는 것이다. 스위스의 장대한 산악풍경을 담은 사진 관련서를 주로 내는 트렐링구에 출판사가 그런 경우로

독일어판, 불어판을 함께 펴낸다.

### 새로운 전자출판 구상

스마트카드 한 장을 전세계 모든 서점, 도서관에 설치된 북뱅크라는 자판기 비슷한 기계에 밀어넣는다. 이 북뱅크 안에는 베스트셀러, 각종 사전류, 기간 도서들에 대한 온갖 정보가 들어 있어 선택의 폭은 무궁무진하다. 일단 카드가 해독되면 선택된 책은 개인이 휴대하는 북마크라는 전자북 안에 나타난다. 북마크는 이런 특징과 기능을 갖는다. 페이지를 앞뒤로 넘길 수 있는 버튼, 각 장의 머리부분을 확인할 수 있는 탐색장치, 컬러 그래픽 기능, 책을 읽어주고 노래까지 들려주는 내장 음향장치, 프린터 연결장치, CD변환기.

이것은 먼 미래의 일인가? 기술적으론 가능하고 설계와 원가계산도 이미 끝났다. 북마크는 1킬로그램이 채 안되며 시판가 250달러로 예정되어 있다. 40달러로 예정된 스마트카드는 대량생산되면 4~5달러까지 떨어질 것으로 보인다. 8메가바이트의 용량을 가진 스마트카드 한 장에는 대략 200권의 책이 몽땅 들어갈 수 있다. 현재 기술로는 200메가바이트 짜리 카드도 만들 수 있다.

전자북이 당장 인쇄된 서적을 몰아낸다는 것은 아니다. 미국의 한 전자출판 전문가에 따르면 독자들은 단계적으로 그러나 필연적으로 전자북을 받아들이게 된다. 사전, 관광 및 여행 안내서, 일부 년픽션이 가장 먼저 종이를 탈피한다. 각종 잡지와 학술지가 그 뒤를 따른다.

소설은 의외로 간단할지도 모른다. 오디오북의 호조에서 알 수 있듯 사람들은 귀로 듣는 이야기에 매료당하며 전자북은 그런 역량을 갖고 있다. 북뱅크가 발달하면 애서가들에게 늘 아쉬움을 안겨준 절판본도 사라진다. 일단 출판된 책은 지구가 멸망하지 않는 한 언제까지나 사볼 수 있다.

북마크는 일본 소니의 데이터디스크맨 같은 전자북이지만 개념은 좀 다르다. 디스크맨은 책이 수록된 낱알의 디스켓을 넣도록 되어 있는 데 비해 북마크는 스마트카드라는 메모리 카드를 활용, 원하는 책을 북뱅크에서 마음대로 그때그때 수록할 수 있다는 차이가 있다. 북마크의 장점은 이처럼 북뱅크를 통해 거의 무한하게 구축된 정보망을 자유자재로 이용할 수 있다는 것이고 때문에 미국에서는 앞으로 전자북이 메모리카드 방식으로 표준화되기를 내심 바라고 있다. 한편으로 디스켓도 사용할 수 있도록 하기 위해 CD변환기도 장치되어 있다.

많은 출판사들이 우려하는 것은 전자출판으로 인해 해적 출판과 복사로 인한 저작권 침해가 더욱 용이해지지 않을까 하는 것이다. 그러나 현금자동출납기의 원리를 이용, 독자 하나 하나의 카드와 북마크를 비밀번호로 등록시켜 두면 저작권 침해는 얼마든지 막을 수 있다는 것이 전자출판 옹호론자들의 주장이다. 오히려 전자출판을 통해서만 저작권을 완벽하게 보호받을 수 있다는 것이다.

현실적으로도 전자출판에는 많은 이점이 뒤따른다. 대부분의 출판사들은 편집 이외에도

# 편집·디자인 실무 교과서가 나왔습니다.



제 1권  
**편집실무와 전자출판**

저자/김두식  
크라운판 403페이지



제 2권  
**편집디자인 실무분석**

저자/김두식  
크라운판 373페이지

### 특징

- 1] 완전 실무 위주의 집중분석.
- 2] 원고지 사용 요령부터 재분확인 요령까지 완벽한 실무 해설.
- 3] 풍부한 사진과 부분 원색인쇄로 읽고 보는 즉시 이해 가능.
- 4] 전산사식기, 전산편집기(DTP)의 기능과 특성을 기종별로 분석.
- 5] 어깨너머 배운 편집·디자인 실무를 완전히 체계 잡을 수 있도록 구성.
- 6] 초보자는 물론 경력자도 필수적으로 읽어야 할 지침서.
- 7] 보다 아름다운 책을 만들기 위한 편집디자인 실무를 완벽히 분석.

지금 유명 서점과 디자인용품 판매소에서 시판 중!

3, 4, 6, 12개월에 걸친 편집·디자인 실무교육 교재로 활용 가능토록 구성하였습니다.

도서출판 **타래** 서울·마포구 상수동 271 우성 BD 201호  
전화 325-1945 · FAX 337-5239

책의 인쇄, 저장, 배본에 많은 노력을 기울인다. 그러나 세계 전역에 북뱅크가 설치되면 일손이 훨씬 줄어든다. 뿐만 아니라 환경보호 차원에서 종이도 만드느라 훼손되는 수백만 에이커의 원시림을 보존할 수 있게 된다.

망설이는 손님을 위해 북마크 하나에 내장 백과사전을 엮어 팔 수도 있을 것이다. 여행안내서, 아동에게 흥미를 돋구는 책, 베스트셀러를 각 한 권씩 끼워 팔 수도 있을 것이다. 북뱅크를 통해 신문이나 잡지도 손쉽게 사볼 수 있다. 개인이 아닌 대학이나 공공도서관에서도 경제적인 면을 고려할 때 북뱅크에 매료당하리라는 사실은 명백하다. 수없이 쏟아지는 책을 제대로 진열할 만한 공간을 꾸준히 확보하려면 엄청난 비용이 들기 때문이다.

급속히 변화하는 현대 과학기술의 영향권에서 벗어날 수 있는 회사는 없다. 기존 출판사들은 언젠가 새로운 상황에 적응하고 그 안에서 활로를 모색해야 할 것이다. 실제로 북마크와 스마트카드를 이용한 새로운 전자출판 구상에 타임 우니, 사이먼&슈스터, 밴텀 등 미국 유수의 출판사들이 지대한 관심을 기울이고 있다.

### 컴퓨터책 출판 선도하는 맥밀런

미국 인디애나폴리스는 자동차 경주로 유명한 도시다. 그러나 샬리콘 밸리에서 수천 킬로 떨어진 이 중서부의 변방 도시에서 최근 컴퓨터 분야의 베스트셀러들이 쏟아져나오고 있다. 맥밀런 컴퓨터 출판 그룹에 소속된 키, 샘

스, 헤이든, 뉴라이더스 4개사는 지난해 173종의 신간을 펴냈는데 이 중 상당수가 꾸준히 베스트셀러 자리를 지키고 있다. 올해 맥밀런은 270종을 새로 펴낼 예정이다.

맥밀런에서 나온 베스트셀러들을 보면 몇가지 특징을 추출할 수 있다. 시리즈가 많다는 것, 제목을 알기 쉽게 붙였다는 것, 유명 필자에 대한 의존도가 낮다는 것. 올해의 베스트셀러는 키에서 펴낸 「워드퍼펙트 5.1 사용법」, 샘스에서 나온 「워드퍼펙트 5.1 10분 가이드」, 「MS-DOS 5 최초의 서」, 「MS-DOS 5 최고의 서」, 뉴라이더스의 「MS-DOS 5 극대화방법」, 「윈도 3 극대화방법」 등이 있다.

이들 4개사는 각각 따로 세워졌다가 복잡한 기업 합병 과정을 거쳐 한 회사로 통합되었다. 그러나 편집 부문에서는 각자의 개성을 지금도 유지하고 있다. 맥밀런 컴퓨터 출판의 스콧 플랜더스 사장에 따르면 컴퓨터서적 분야를 석권해온 대형 출판사들이 점차 맥밀런이나 사이빅스, 마이크로소프트 같은 독립 출판사들에게 점차 시장을 잠식당하고 있는 이유는 '홀로서기'를 통한 빠른 행보를 하지 못하고 있기 때문이다.

맥밀런도 대형 출판그룹이지만 그룹이라는 균질적인 환경 밑에서는 시장변화에 신속하게 대응하는 기동성있는 출판이 이루어질 수 없다고 보고 컴퓨터 관련 자회사들에게 자율권을 대폭 부여했다. 이들은 이런 특권과 함께 대형 출판사가 갖고 있는 막강한 영업조직의 지원도 받는다. 그러나 상부의 눈치는 보지 않고 소신껏 독자들의 기대에 부응하는 책을 만

드는 데 혼신의 힘을 기울인다.

그러나 무엇보다도 중요한 것은 소프트웨어 회사들과 긴밀한 유대를 갖는 일이다. 샘스의 발행인 리처드 스웨들리는 말한다. "컴퓨터업계에 늘 촉각을 곤두세워야 한다. 신상품 중에서 유명한 것을 골라 그걸 어떻게 요리할지 생각하는 일이 중요하다." 컴퓨터업계의 정보에 정통하기 위해 반드시 실리콘밸리 가까이에 있어야 할 필요는 없다. 각종 통신수단이 발달되어 있는 덕분에 지역적 근접성이 갖는 유리함은 급격히 줄어들고 있다.

소프트웨어 회사들도 신뢰할 만한 출판사가 아쉬운 입장이다. 자기들이 펴낸 매뉴얼의 복사판에 지나지 않는 무성의한 책 대신 창조적인 노력을 보태 상품의 가치를 높여줄 수 있는 성실한 출판사를 파트너로 삼고 싶은 것이다. 좋은 지침서는 상품의 가치를 높일 뿐 아니라 고객들에 대한 기업의 서비스 지원 부담을 덜어주며 상품의 훌륭한 선전수단이기도 하다는 사실을 깨닫는 컴퓨터 회사들이 늘어나고 있다.

스웨들리는 '편집인 중심'의 제작 방침도 성공의 한 요인이라고 본다. "우리는 시장을 예의주시하다가 어떤 책이 필요하다는 판단을 내린다. 영업 및 광고부서와의 협의를 거친 뒤 담당 편집자가 그 내용을 가장 잘 쓰겠다고 판단되는 필자를 물색한다. 유명 필자나 영업부서가 아니라 어디까지나 편집자가 중심이 되는 것이다. 유명 필자에 지나치게 의존하는 것은 "장기적으로 보아 위험하다"고 스웨들리는 지적한다.

맥밀런의 성공을 도운 또하나의 주역은 정교한 매킨토시 컴퓨터에 바탕을 둔 전자출판 시스템이다. 디스크에 담겨 들어온 원고는 매킨토시용 파일로 전환된다. 교정, 페이지 분할 등 모든 제작공정이 화면 위에서 이루어지고 완성된 파일은 인쇄소로 넘어간다. 이런 신속한 제작 시스템의 뒷받침이 없으면 컴퓨터서적 시장에서는 도태될 수밖에 없다. 가장 먼저 나온 책이 가장 많이 팔리는 경우가 허다한 것이 컴퓨터서적 시장의 특징이다.

이들은 스스로를 출판사가 아니라 제3의 정보제공자로 생각한다. 책은 지금의 여건에 가장 잘 부합되는 현존 매체일 뿐이다. 그러나 컴퓨터에 친숙해진 젊은 세대가 시장의 주역으로 등장할 때는 사정이 달라질 것이다.

전자출판으로 가장 근본적인 변혁을 겪게 될 출판분야가 바로 컴퓨터출판계라는 것은 어쩌면 너무도 당연하다. 그러나 변함없는 특성도 있다. 컴퓨터서적 시장은 양질의 원고를 정성껏 편집한 책에 어김없이 좋은 반응을 보이는 합리적인 시장이라는 사실이다.

만화로 익히는

## '직장인의 예절'

값 5,000 원

직장생활을 더욱 명랑하고 기분 좋게 하기 위해 반드시 지켜야 할 최소한의 에티켓을 만화를 곁들여 설명함으로써 직장 전체의 능력을 높여주는 예절교육 교재.

만화로 익히는

## '마케팅 전략'

(판매기법편)

값 5,000 원

유통시장 개방에 능동적으로 대처하고자 매출의 획기적인 신장을 목표로, 고객의 욕구와 정보수집 및 세일즈맨 자신의 점검을 통하여 영업실적을 높일 수 있는 마케팅기법을 구체적으로 해설한 교재.

만화로 익히는

## '어린이 예절'

값 3,500 원

세 살 버릇 여든까지 간다. 우리 고유의 윤리를 이해하고 예절을 습관화하도록 재미있는 만화를 곁들여 부모와 자녀가 대화의 광장을 꽃피우는 예절교육 책자.

도서출판  
**현대미디어**

전화 : 323 - 4483·338 - 2779 팩스 : 334 - 7958

기업체 사원교육용으로 단체주문 제도!!