

# 최상의 번역본이 최고의 경쟁무기

## 개정 저작권법 발효... 스카우터 채용 등 움직임 활발

개정저작권법이 발효됐다. 이미 예상했던 일이라 출판계의 표정은 의외로 담담하다. 저작권 보호의 강화가 대세니 어쩔 수 없다는 반응이다. 그런 가운데도 변화된 저작권 환경에 적응하기 위한 출판사마다의 물밑 노력이 가속화하고 있다.

특히 과거에는 독점권을 인정받을 수 없었던 저작물에 독점권이 부여되면서 좋은 텍스트를 선점하기 위한 움직임이 부산하다. 좋은 텍스트를 선정하는 일은 번역서 출판의 성패를 가늠하는 가장 기본적인 사안이기 때문이다.

### 정보 입수 위한 노력 가속화

좋은 텍스트 선정을 위한 최대 관건은 외국의 다양한 출판정보를 얼마나 신속하게 입수하느냐와 이를 얼마나 효율적이고 정확하게 검토하느냐에 달렸다. 저작권법 개정안 발표 이후 각 출판사마다 정보입수 능력을 키우고 정보 루트를 다양화하며 편집부 내부의 원고 검토 능력을 키우는 일에 많은 관심을 가져왔다.

대표적인 곳이 민음사. 에이전시 출신의 저작권 담당자를 따로 두는가 하면, 뉴욕에 두고 있던 스카우터를 월 3천불 이상의 보수를 지급하는 최상급 스카우터로 교체했다.

덕분인지 민음사는 지난해 초부터 올해 초에 이르기까지 헤세, 보르헤스, 뷔허너, 장 그르니에, 칼 포퍼, 존 버거 등 새롭게 보호대상이 된 주요 저작자들의 저작물도 최소한 3권 이상씩 계약한 것으로 알려졌다. 김영사의 경우, 편집부와 마케팅부서의 역할분담체계가 돋보인다. 다양한 경로를 통해 입수한 정보를 저작권 담당자 및 편집부에서 1차 검토를 거친 뒤 검토 의뢰서를 마케팅 부서로 넘긴다. 두 부서의 의견을 종합, 간부회의에서 번역여부를 결정한다. 책의 성격이나 시장상황에 따라 달라지지만 정보 입수에서 출간 결정까지 대부분 보름에서 한달까지 걸린다.

한길사의 경우 유행에 흔들리지 않고 장기적인 계획을 가지고 기획출판을 해나가는 뜻심이 무기다. 그레이트북스 200종 300권을 2000년 넘어서까지 차근차근 발간할 계획을 가지고 있는 한길사의 윤양미 차장은

“우리가 견지하는 최선이 기준은 엄격합니다. 양보하지 않고 철저하게 선정한다”고 밝힌다.

1년에 발간하는 250종의 책중 50% 정도가 번역서인 고려원의 경우 언어권별 저작권 담당자를 따로 두고 있는데, 한 타이틀을 놓고 타사와 경쟁이 붙을 때 이미 축적된 광고나 마케팅 역량이 점수를 따고 들어가는 경우가 많다.

인력이나 자본, 마케팅 능력 등이 상대적으로 밀리는 중소 출판사는 텍스트 선정에 있어서도 불리하다. 대부분 해외 유학중이거나 인연이 있는 인맥을 통해 해외 정보를 입수하거나 국내 역자들이 들고 오는 원고에 의존하는 경향이 많다.

### 공개자료 적극활용도 한 방법

개별적인 정보 루트를 따로 갖기 힘든 사정이라면 에이전시나 도서전 등 공개적인 정보원을 활용하는 것도 좋은 방법이다.

최근 저작권 계약이 의무화하면서 에이전시를 이용하는 출판사가 늘고 있다. 현재 국내에서 활발하게 활동하고 있는 에이전시는 4개사. 신원(대표 김순웅, 335-6388), DRT(한창기, 745-3350), 임프리마(홍성일, 714-9151), 에릭양(양원석, 592-3356) 등이다.

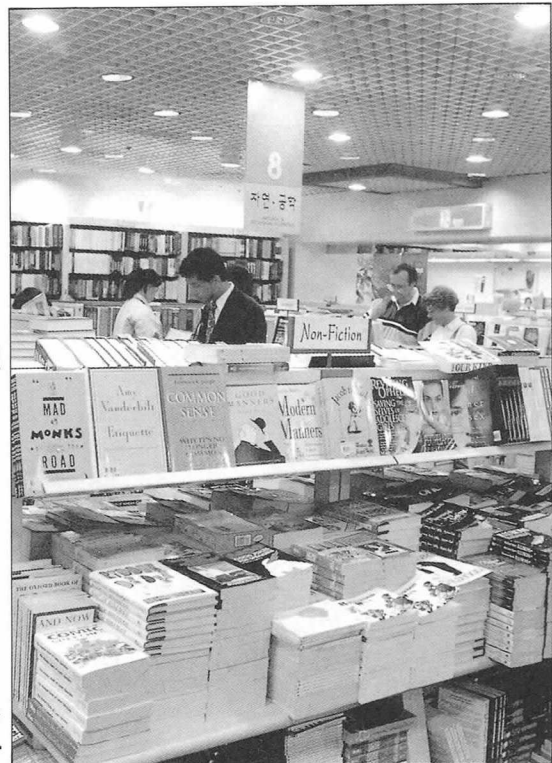
각 에이전시별로 차이가 있기는 하지만 대체로 신간정보를 자료로 제공하고 필요한 경우 원서대출도 해준다. 대부분 회원제로 운영하고 있으므로 회원사의 성격을 파악, 적합한 텍스트를 추천해주고 있어 잘 활용할 경우 텍스트 선정에 드는 시간과 수고를 줄일 수 있는 이점이 있다.

그러나 단순히 에이전시가 제공하는 정보를 수동적으로 받아 보는 것만으로는 직접적인 도움이 안된다. “에이전시 자료가 비교적 충실하기는 하지만 공개자료이고 요약된 것이기 때문에 보다 충실한 자료를 얻기 위해서는 개별적인 접촉이 필요하다”는 한 출판인의 말처럼, 에이전시를 정보원으로 잘 활용하기 위해서는 수시로 에이전시 자료를 찾아보고 관계자와 인간적인 신뢰관계를 맺는 등 적극적인 노력이 필요하다.

한 에이전시 관계자는 “국내 출판사들이 지나치게 보도자료나 외국의 베스트셀러목

좋은 번역 텍스트를 선정하기 위한 움직임이 활발하다. 외국의 다양한 출판정보를 신속 정확하게 입수하기 위해 해외 스카우터나 언어권별 저작권 담당자를 두는 출판사도 많다. 그러나 가장 좋은 텍스트란 그 출판사의 빛깔에 어울리는 책이다.

좋은 텍스트를 선정하는 것은 저작권 시대에 최고 경쟁무기다.



록에 신경을 쓰는 것 같다”고 말한다. 한 신문에 어떤 책이 인기를 끈다고 보도되고 나면 전화가 빗발친다. 과열경쟁이 빚어지고 선인세만 높이는 꼴이다. 특히 과욕을 부려 무리하게 계약을 해놓고 계약이행을 못하거나 출간을 못하는 사례도 종종 있어 해당 출판사의 신뢰도는 물론이거니와 국내 출판계 전체의 이미지를 흐려 놓기도 해 안타까움을 산다.

그는 출판인들이 자기 출판사의 성격과 처지에 맞는 텍스트를 선정하는 데 보다 큰 관심을 가져주기를 기대한다. 에이전시가 가지고 있는 다양한 정보에 적극적인 관심을 가진다면 다른 출판사들이 관심을 가지지 않은 책 중에서도 자신의 사정에는 적합한 의외의 ‘물건’을 건질 수 있다고 귀띔한다.

### 국제도서전도 정보의 밭

에이전시와 더불어 출판사들의 노력 여하에 따라 비옥한 ‘정보의 밭’이 될 수 있는 것이 국제도서전이다. 최근 ABA도서전을 다녀온 고려원의 박남현 부장은 “도서전에서는 출간 예정인 책들에 대한 정보를 얻을 수 있으므로 잘만 활용한다면 남보다 한 발 앞선 정보를 풍성하게 얻을 수 있다”고 밝힌다.

중요한 것은 어떻게 활용하느냐의 문제. 도서전을 정보원으로 활용하기 위해서는 사

전 자료수집과 해당 에이전시나 출판사와의 미팅을 통해 정보를 수집하는 일이 무엇보다 중요하다. 출국전에 여행사나 국내 에이전시를 통해 사전 자료를 수집하고 이를 체크하는 일이 필요하고, 미팅 예약을 해두면 도서전 기간을 정보사냥의 시간으로 알차게 채울 수 있다.

외국 에이전시나 출판사 관계자와 안면을 익히고 인간적인 관계를 형성하는 것도 좋다. 미팅 시간에는 구체적이고 솔직한 대화로 내 관심과 의사를 상대방에게 확실하게 알려야 한다. 출국 전후로 국내 에이전시의 담당자와도 논의를 함으로써 우리 출판사가 어느 분야에 관심이 있다는 것을 거듭 인지시키는 것도 마음에 드는 텍스트를 선점하기 위한 한 방법이다.

정보원 활용과 함께 중요한 것은 규모와 상관없이 각 출판사가 자기만의 빛깔을 가지는 것이다. 사실 출판사의 입장에서 가장 좋은 텍스트란 자기 출판사가 가장 잘 만들 수 있는 책이 아닐까.

“이 텍스트는 이 출판사에 가장 잘 어울린다”는 말이 저절로 터져나오게 만드는 오롯한 개성은 좋은 텍스트를 선점하는 데 더할 수 없는 경쟁무기다. 그리고 그렇게 해서 만들어진 최상의 번역본이야말로 여러 번역본을 비교해가며 읽을 수 있는 기회를 박탈당한 독자들의 소망이기도 하다.

—박남정 기자  
1996/07/05 3