

# 출판계, 미디어 믹스로 '적과의 동침'

## 출판과 영상·음반·게임·캐릭터 등 연관산업과 전략적 제휴

'원소스 멀티유즈'(one source multi use). 하나의 원본 텍스트가 영화·음반·컴퓨터게임·캐릭터 등 2차적 생산물로 증식해가는 경향을 일컫는다. 이제 출판계도 고립무원에서 벗어나 점차 '적과의 동침'을 모색해가고 있다. 이는 활자매체가 영상과 디지털 매체와의 경쟁에서 변방으로 밀려나고 있는 상황을 타개하기 위한 불가피한 선택 중의 하나다. 출판계에도 바야흐로 '미디어 믹스'(Media Mix) 시대가 도래하고 있는 것.

### 미국과 일본, 미디어 믹스 추세 정착화

미국과 일본 등 출판선진국은 이미 미디어 믹스가 하나의 정식으로 자리잡아가고 있다. 미국의 타임워너·월드디즈니 그룹 등은 영화·방송·잡지·출판 등 매체간의 합종연횡을 통해 블록버스터를 창출한다. 일본의 카도가와 서점 등은 출판사업부·영상사업부·만화사업부·캐릭터·팬시사업부 등을 유기적으로 결합시켜 상품의 부가가치를 극대화한다.

국내에도 번역된 일본만화 《소년탐정 김전일》(서울문화사)은 원래 만화로 출발해 소설·영화·애니메이션·전자오락·TV드라마까지 영역을 확대했다. 영화와 소설을 동시에 진행한 《링》(씨엔씨미디어)은 450만 관객동원, 2백만부 돌파 등 경이적인 성공을 거두었다. 지난해 9월에 번역된 무라카미 하루키의 《재즈 에세이》(열림원)도 책에 소개된 쳄 베이커, 루이 암스트롱 등의 재즈 음악을 소니사에서 음반으로 제작해 마케팅 전략을 다변화했다.

이에 비해 국내의 미디어 믹스는 아직 초보수준에 그치고 있는 실정. 경험이 일천하고 매체간의 장벽이 아직도 높기 때문이다. 지금까지 미디어 믹스의 선두주자에 선 것은 상대적으로 다른 매체와의 제휴가능성이 높았던 만화출판 분야. 대표적으로 김수정의 《아기공룡 둘리》(계몽사)는 영상·음반·캐릭터산업까지 진출했다. 지난해만 해도 임재원의 《짱》(대원)이 영화화되고 영상소설로 출간됐다. 허영만의 《미스터Q》(팀매니아)는 SBS드라마로 선보이기도 했다.

지난해 단행본 출판에서 시공사와 푸른숲은 영상매체와의 공조를 통해 시너지 효과

### 출판을 토대로

영화·음반·컴퓨터 게임·캐릭터 등 2차적 생산물로 증식하는 '미디어 믹스' 시대가 열리고 있다. 특히 타매체와 제휴 가능성이 높은 만화출판에서는 영화·음반·드라마·캐릭터 등이 동시 제작, 마케팅 전략을 다변화하는 경향이 뚜렷하다.



《퇴마록》이 밀리언셀러를 기록하자 영화로도 제작. 지금은 온라인상에서 머드게임을 서비스하고 있다.

를 거두 주목된다. 시공사는 정병각 감독이 연출한 영화 《세븐틴》의 제작노트인 《세븐틴》을 영화와 함께 동시진행했다. 영화개봉일에 맞춰 음반과 책 그리고 화보집도 함께 출시됐다.

푸른숲에서 출간된 《한반도 30억년의 비밀》(전3권)은 같은 제목의 KBS 3부작 다큐멘터리와 동시에 제작됐다. 하나의 주제를 두고 방송과 책이 공동작업한 것은 한국방송사상 최초의 시도. 특히 지질학 전반에 대한 소개나 수많은 가설 등 영상매체가 갖는 특성상 생략될 수밖에 없었던 심도 높은 정보를 인쇄매체에 담았다. 자기 영역은 지키되 취약한 부분은 다른 매체로 보완한다는 전략이 맞아떨어진 기획이었다.

한편 미디어 믹스의 광대한 개척지로 환상소설이 급부상하고 있다. 영상과 컴퓨터게임에서 새로운 감수성을 키운 컴퓨터영상 세대의 성숙이 주요한 시대적 배경. 특히 5백만을 육박하는 PC통신 이용자들이 막강한 잠재수요층으로 자리잡으면서 소설시장의 총아로 떠올랐다.

지난 94년 PC통신 연재소설을 활자화해 밀리언셀러를 기록한 이우혁의 《퇴마록》(들녘)은 원작에 기반을 둔 '퇴마요새'라는 머드게임을 온라인상에서 서비스하고 있다. 게임 제작업체는 저자가 별도로 운영하고 있

는 핵프로덕션. 소설 속의 인물과 상황 등을 설정, 이용자가 스스로 전략과 모험을 통해 난관을 극복해가는 과정으로 각색했다. 지난해 여름에는 '한국형 블록버스터'를 홍보문구로 내세우며 영화화되기도 했다.

지난해 여름부터 소설시장을 황금분할하기 시작한 환상소설들은 거의 모두 PC통신에서 1차 검증을 거쳤다. 그 촉매제가 됐던 이영도의 《드래곤 라자》(황금가지)는 현재 'F.E.W.' (Future Entertainment World)에서 올해 겨울방학 시장을 목표로 R.P.G.(Roll Playing Game)를 제작중이다. 한 방송사에서는 원작을 애니메이션화해 방영하겠다는 의욕을 보이고 있다. 장기적으로는 온라인 머드게임 서비스와 캐릭터·팬시 사업도 구상중이다.

그밖에 자음과모음에서 출간한 《용의 신전》과 《마왕의 육이일기》, 도서출판 명상의 《탐그루》도 게임과 애니메이션화, 그리고 장기적으로는 캐릭터사업도 계획하고 있다. 특히 명상은 출판사에서 주도적으로 게임업체와 손잡고 절반씩 투자비용을 부담, 지분을 갖는 형식으로 사업을 추진할 예정이다. 미스터리 환상소설에 속하는 황유석의 《마지막 해커》(두리)는 저자가 소설의 주인공을 테마음악으로 작사작곡해 음반화하며 현재 영화화 작업도 진행중이다.

책과 음반의 제휴도 이어지고 있다. 지난해 출간된 이제하 시인의 시집 《빈들판》(나무생각)은 시집에 수록된 시 가운데 〈빈들판〉·〈눈 오는 날〉·〈밤길〉 등을 시인이 직접 노래로 만들어 음반을 제작했다. 출판사는 음반을 내기 위해 같은 이름의 음반제작사까지 등록하기도 했다.

### 기획단계부터 매체복합 모색해야

이처럼 출판의 영역이 다른 매체로까지 전이되면서 종전의 종이책만으로 승부하는 시대가 지나갔다는 인식이 확산되고 있다. 하지만 아직도 넘어야 할 장벽은 많다. 우선 가장 쟁점이 되는 것은 저작권 문제. 현행 저작권법에 따르면 출판사는 인쇄와 그밖에 유사한 방법 이외의 2차적 이용에 대해서는 제한적일 수밖에 없다.

현재까지 출판사는 다른 매체와의 결합관계에서 뒷전에서 구경만 하거나 매개역할에 만족할 수밖에 없는 실정. 황금가지의 장은수 편집장은 "출판사는 현재로서는 장르간의 결합을 통해 간접적인 홍보효과만 기대할 수 있다. 하지만 앞으로는 출판기획단계부터 여타 매체와의 공조체제를 염두에 두고 출판사가 적극적으로 관리하는 시스템을 갖춰야 할 것"이라고 말한다.

미국과 일본처럼 장기적으로는 출판사가 영상·음반·게임업체 등을 계열사로 뚝뚝 써 복합적인 제작환경과 공격적인 마케팅을 펼칠 수도 있다. (재)한국출판연구소(이사장 윤정광)의 백원근 연구원은 "유럽의 경우처럼 출판사가 전속 프로덕션 업체를 선정해 다른 매체와의 결합을 시도하는 것도 고려해볼 필요가 있다"고 제안한다.

21세기 멀티미디어형 사회에서 종이책은 이전의 영화를 누리기 힘든 운명이다. 하지만 "다른 연관매체와의 결합을 시도하는 출판활동은 더욱 활발해질겠지만 그럴수록 책의 중요성도 더 높아질 것이다. 모든 정보는 책으로부터 출발하기 때문이다"는 열림원 정은숙 주간의 말도 귀 기울여 볼 직하다.

— 박천홍 기자