

〈쉬리〉〈공동경비구역 JSA〉〈태백산맥〉의 공통점은? 영화와 책(저작권)이 모두 제값을 받고 일본에 수출됐다는 점이다. 일본 대중문화 개방 이래, 우려와 달리 일본은 한국에서 고전하고 한국은 일본에 대승을 거두고 있는 듯한 착각이 들 정도다. 관련 해외 수출이 일간지 기사감인 우리 출판계에서, 그나마 일본은 현재 우리의 가장 유력한 출판저작권 수출국이다. 그런데 한·일 양국간 출판저작권 교역에서 나타나는 입초(入超)현상을 보면 거의 잔인한 수준이다. 출판저작권 무역역조율은 족히 1백배가 넘기 때문이다.

상징적 저작권 수출에서 벗어나

우리 출판물이 일본에서 번역·출판되는 통계는 양국에 공식 집계계가 없어 확인하기 어려운데, 근년의 추이를 일본 《출판연감》 목록에서 세어보면 매년 10여종의 문학서를 포함해 넉넉히 잡아도 50종 미만의 우리 도서가 일본에 소개되고 있을 뿐이다. 그 내역을 보면 김현희를 비롯한 탈북 수기류와 북한 관련서, 김홍신·정비석·황석영·이문열·박완서 등의 소설, 전여옥 등의 일본·일본인론, 홍세화 등의 에세이, 근현대사 관련 일부 인문 사회과학서, 한국문화론과 미술 등 극히 제한적인 범위에 한정돼 있다. 제대로 수출된 것은 극소수인 반면 현기영, 유흥준, 최장집, 조혜정 등과 같이 일한문화교류기금을 비롯한 일본 내 후원기관들의 자금지원에 의한 번역이 적지 않다. 판매량도 대개는 초판 2~3천부 정도로 끝나 '일본에서' 출판됐다는 상징성에만 의미 부여를 해오던 상황이었다.

그런데, 지난 1997년 국내에서 초판이 발행돼 140만부 이상 판매된 〈영어공부 절대로 하지마라〉 시리즈(정찬용, 사회평론) 가운데 제1탄이 일본에서 올 초부터 판매되기 시작해 30만부를 넘기는 베스트셀러에 올라 화제가 됐다. 11월 말에는 제2탄이 출판돼 발행사 사이트(www.sunmark.co.jp) 신간소개란의 첫줄에 올라 있다. 이문열의 작품이 10여개국에서 소개되고, 지금은 몰락한 대우그룹 총수 김우중의 《세계는 넓고 할 일은 많다》(김영사)가 23개국에서 발행되는 상징적 개

일본에서 한국 책들이 뜨고 있다

〈영어공부...〉 시리즈 일본에서 베스트셀러 기록해

백원근 | 한국출판연구소 선임연구원



한국 책으로는 처음으로 일본의 종합 베스트셀러에 오른 〈영어공부 절대로 하지마라!〉(오른쪽)와 〈공동경비구역 JSA〉의 일어판. 전자는 비영어권국 공통의 영어 콤플렉스가, 후자는 영화팬들이 출판시장을 이끌고 있음을 보여주는 사례다.

가를 올린 적이 있지만, 〈영어공부...〉 시리즈는 일본을 포함한 외국 독자들에게 상품 가치가 입증된 첫 사례다. 올해 들어서 《로빈슨 크루소 따라잡기》(박경수 외, 뜨인돌) 저작권도 일본에 수출됐다. 또, 국내 굴지의 만화출판사 대명종은 일본에 현지법인 타이거북스를 설립해 우리 만화를 대거 번역출판하기 시작했다. 지난 8월 16일 〈타이거 코믹스〉라는 타이틀로 발행되기 시작한 한국만화 시리즈는 만화왕국 현지 공략이라는 측면에서 그 의의가 크다.

정보 발신력 부족이 저작권 수출 부진의 요인

일본의 번역출판 상황 역시 우리와 마찬가지로 입초가 두드러진다. 하지만, 지난해 신간 6만 5천종 가운데 가장 비중이 큰 영미소설 1천 5백여종을 포함, 미국과 유럽을 중심으로 약 5천종의 외국도서가 번역됐는데, 그 비중은 총 출판종수의 7%선에 머무르고 있다.

저작권 에이전트 20년 경력의 베테랑인 일본유니에이전시의 나가츠카 타에코(長塚妙子)씨는 한국 출판물의 일본 소개를 늘리는

지름길에 대한 질문에 "일본에서 번역되는 한국 도서는 대개 일본 출판사 편집자들이 검토해 저작권 계약·관리만 에이전시에 의뢰하는 경우가 일반적이다. 편집자들이 한국어에 어둡고 영어로 된 정보도 구하기 어려우므로, 최선의 방법은 일본어로 된 한국출판 정보를 그들에게 많이(가능한다면 인터넷으로) 제공하는 것이다"고 답했다.

출판 저작권의 해외 수출이 부진한 요인으로는 언어 장벽과 문화적 이질성, 경쟁력 있고 수출 가능한 출판 콘텐츠의 부족, 업계와 정부의 인식 및 대응력 미비 등이 꼽힌다. 무엇보다 가장 큰 문제점은 정보 발신력의 부재다.

현실적으로 출판저작권 수출의 판도는 당분간 일본과 중국어권 중심의 아시아 시장에 국한될 수밖에 없다. 하지만 최소한 영어, 중국어, 일본어 정도의 한국출판 서지정보를 제공하지 않고는 출판무역 입초 현상을 타개하는 것은 어려울 전망이다. 일본에서 본격적인 상품가치를 인정받은 출판저작권 수출이 늘고 있고 판매에서도 성공하는 사례가 생겨나고 있지만, 다양한 정보 제공을 통해 수요를 환기시키는 작업이 선행되지 않는다면, 어렵게 호기를 맞은 한국 출판에 대한 관심을 꾸준히 이어가기 힘들다. 글로벌 시대의 외수시장이란 곧 내수시장의 다른 이름이다. 업계와 정부의 '문화시장을 올바르게 읽는 눈'과 대응 노력이 절실히 필요한 때다. ■