

번역자는 누에 같은 존재, 기획·번역의 새로운 틀 만든다



왼쪽부터 최애리, 정재곤, 김병화, 안시열, 임희근 씨. 이번 모임에서는 독일 프랑크푸르트 도서전에서 가져온 책을 돌려보며 의견을 나눴다.

생각 있는 독자들은 우리나라에 번역서가 차지하는 비중이 너무 많다고 말한다. 맞는 지적이다. 신간도서 중 80퍼센트가 번역서다 보니 우리나라 지식산업이 이 정도밖에 안 되냐는 한숨이 절로 나오는 건 당연하다. 하지만 문제의 핵심은 양이 아니라 그 많은 양이 어떤 콘텐츠로 채워져 있느냐는 것이다. 출판인들은 오히려 정말 필요한 번역은 제대로 이루어지지 않고 있다고 지적한다.

“번역자는 단순히 단어와 문장을 한글로 옮기는 데 그칠 게 아니라 각국의 수많은 콘텐츠 중 우리에게 필요한 콘텐츠를 정치하게 골라낼 수 있는 그물망 역할을 해야 합니다. 번역뿐만 아니라 양질의 도서를 고를 수 있는 안목을 갖춘 '기획자·번역자'들의 활동이 요구되는 거죠.”

출판기획·번역 네트워크 '사이에'는 이처럼 시대의 변화에 공감하고 보다 바람직한 번역출판문화를 만들고자 모인 동인들이다. '혼자 활동할 게 아니라 역량을 갖춘 인적 네트워크를 구성해 서로의 노하우를 나누면 보다 주체적으로 활동할 수 있지 않겠냐'는 임희근 씨(45)의 제의로 지난 9월 8일 활동을 시작했다. 주로 불어권과 영어권 도서를 기획·번역하는 이들은 대표 임희근 씨를 비롯해 김병화(44), 최애리(44), 정재곤(45), 안시열(36), 변지영(27) 씨 등

여섯 명의 위원이 활동하고 있다. 이중 현재 21세기 북스에 근무하고 있는 막내 변지영 씨는 번역을 하지는 않지만 매니저로서 기획과 운영을 책임지고 있다. 특히 편집기획자인 변씨에게 이 모임의 매력은 고급 번역자 부재에서 오는 갈등을 해결할 수 있다는 데 있다.

“오늘은 프랑크푸르트 도서전에서 가져온 책들도 나눠보고 참관 보고도 할 겸 모였지만 사이에의 주 활동 공간은 온라인입니다. 변지영 씨가 개설한 인터넷카페에서 서로 정보를 공유하고 필요한 사안에 대해서도 역시 온라인상에서 의견을 나누고 있죠.”



임 대표는 사무실이라는 공간이 따로 필요하지 않은 번역자들로서는 오히려 온라인

활동이 더 효과적이라고 말한다. 온라인에서는 개인들의 캐릭터가 더욱 솔직하게 드러날 뿐만 아니라 개인적인 관심사부터 반짝이는 아이디어까지 시간과 장소에 구애받지 않고 공유할 수 있는 매력이 있다는 것이다.

현재 해외도서 기획은 에이전시 중심으로 이루어지고 있다. 하지만 이러한 기획물은 빅타이틀 중심으로 들어와 국내 출판사들 사이에서 경쟁을 부추김으로써 저작권료 과열현상을 불러오고 있다. 책 선정기준 역시 현지점에서 우리의 문화와 사회에 필요한 것이라는 데 있는 것이 아니라 현지에서 몇 권이 팔렸는데 우리나라에서도 이 정도는 팔릴 것이라는 막연한 상업적 기대에 의존하고

있는 실정이다. 극단적으로 영어권 검토 도서는 인터넷 서점 아마존의 베스트셀러 목록에 한정돼 있다고 봐도 과언이 아니다. 그러다보니 번역자는 출판시장에서 항상 뒷전일 수밖에 없는 게 우리의 현실이다.



‘사이에’가 추구하는 것은 출판사의 요구에 수동적으로 일하는 구조에서 벗어나 자신이 좋아하고 전문성을 갖춘 분야의 번역을 할 수 있는 환경을 만들어보자는 데 있다.

“다들 다년간의 경험으로 노하우와 캐릭터를 가지고 있는 전문번역가들이에요. 최애리 위원은 중세문화의 전문가이고, 정재곤 위원은 프랑스 문화와 마르셀 프루스트에, 김병화 위원은 음악과 평전에, 안시열 위원은 통·번역과 비즈니스 분야에, 그리고 전 최근에 자기계발서 분야에 관심을 두고 있구요. 전체적으로는 인문과 어린이, 자기계발서에 자신이 있어요. 출판사 쪽에서 이러한 ‘사이에’의 능력과 캐릭터를 이해하고, 저희는 출판사를 신뢰하면서 동반자적인 관계를 만들어 나가는 토대를 만들고 싶어요.”

아직은 각 출판사와 논의중인 단계지만 ‘사이에’라는 이름으로 출간되는 책은 시리즈와 같은 ‘덩어리 기획’이 될 것이다. 출판사에서 기획을 해 어떤 저자와 독자가 있는지 의뢰해 올 수 있고, 반대로 처음부터 ‘사이에’가 이런 책들이 있는데 한번 해보지 않겠냐고 제의를 할 수도 있다. 책 몇 권을 가져와 이게 몇 만 달러짜리인데 한번 해보지 않겠냐는 ‘즉흥적 거래’가 아니라 장기적으로 함께 호흡하면서 진중하게 모색하는 의미에서의 기획이다.

“그렇다고 해서 ‘사이에’가 이런 쪽 번역은 안 하겠다 경계를 지은 건 아니에요. 네거티브한 것에 대해서만 경계하겠다는 의지지요. 또 위원들도 ‘사이에’에 매인 게 아니기 때문에 개인적으로 자신의 캐릭터에 맞는 번역의뢰가 들어올 때는 그 일을 할 수 있습니다.”

사회적으로는 번역이 중요하다는 것을 인정하지만 막상 출판사에서는 번역의 상품성을 인정하지는 않는 게 현실이다. 저작권료가 높게 책정되면 상대적으로 번역료가 낮아질 뿐만 아니라, 출판사의 일방적인 사정으로 계약이 취소되

는 경험도 종종하게 된다. 이런 환경에서 ‘사이에’는 부당한 경우가 아니더라도 기획·번역자들의 결집(?)을 통해 각자의 경험과 정보를 나눔으로써 개인이 겪을 수 있는 시행착오를 줄이고 보다 원활하게 일을 진행할 수 있을 것이라고 기대하고 있다.

“‘사이에’라는 이름은 저희가 지은 게 아니에요. 한 출판사에 가서 이런 모임이 있다고 하니까 그 사장님이 그림 독자와 출판사 ‘사이’에서 의미 있는 작업이 될 거라면서 ‘사이에’라는 이름을 지어주더군요. 이처럼 번역자를 존중하고 정당한 대우를 해주는 출판사도 많죠. 저희는 이런 출판사와 작업하고 싶고 성공적으로 이끌어 기획·번역의 가치를 알리고 싶어요.”

현재 우리나라의 번역수준은 어느 정도 궤도에 오른 게 사실이다. 특히 10년 전에 비해 고학력 전공자와 해외유학파가 번역에 참여함으로써 저변이 넓어졌다. 동시에 번역의 질적 양적 성장은 과거에 비해 보다 다양한 번역자의 자질을 요구하고 있다. ‘사이에’는 비록 작은 ‘동인’에 지나지 않지만 이러한 변화에 능동적으로 참여함으로써 보다 바람직한 번역문화를 만들어갈 생각이다. 물론 이같은 문화가 단순히 구호를 외친다고 해서 형성되는 것은 아니라는 것을 ‘사이에’ 위원들은 잘 알고 있다.

“좋은 번역자는 누에와 같은 존재입니다. 비단이 상품성을 가지려면 건강한 누에에게 명주를 뽑게 하는 게 순서지요. 저희의 작업을 통해 출판계에서도 기획·번역의 가치를 인식했으면 합니다.”

사이에 위원들은 이러한 문화를 위해 또 하나

중요한 역할을 해야 될 사람이 바로 독자들이라고 말한다. 눈 밝은 독자들이 많아져 책의 가치를 인정해주는 일이야말로 우리 출판문화가 성장하는 밑거름이 될 것이기 때문이다. **이문**



취재 신동섭 기자 · 사진 박신우 기자