



한국문학 번역출판, '찾아가는 서비스'로 승부하라

프랑스 문학출판계는 프랑스 문학에 관한 우리나라 인맥 정보를 수집하는 데 열성적이다. 이를테면 프랑스 문학을 전공하고, 프랑스에서 유학했으면서 출판문화계에 종사하고 있는 사람이 몇 명인지, 그들 중 에디터는 누구이며 어느 출판사에 근무하는지를 정확하게 알고, 심지어는 직장을 옮긴 지 한두 달 이내에 이직 사실을 알아내 정보화한다. 프랑스가 이렇듯 섬세한 인맥지도를 작성하는 이유는 간단하다. 자국 문화의 수출을 위해서다. 여기서 그치지 않는다. 그들은 매년 번역자와 편집자를 초청하는 프로그램을 운영한다. 지난해에는 한국 중국 일본 등 아시아권의 출판사 편집자를 파리로 초청해 자국 문학의 해외기반 넓히기 작업을 펼쳤다.

우리나라가 2005년 프랑크푸르트 주빈국 선정국가의 기회를 잘 살리려면 프랑스 식 '찾아가는 서비스'를 적극적으로 펼쳐야 한다. 이런 해법의 일단이 지난 7월 11일 한국문학번역원 주최 '한국문학 번역출판 국제워크숍'에서도 발견됐다. '찾아가는 서비스'의 하나는 국내 문학작품의 도서목록을 다국어로 번역해 해외 소비자들에게 알리는 일이다. 그동안에는 번역자 혹은 일부 출판사들의 요청에 의해 번역되는 경우가 많았지만 이런 시스템은 원작을 제공해 주고도 원작자 혹은 원작 출판사로서의 권리를 못 찾는 경우가 많았다. 해외번역된 작품이 몇 부 인쇄돼서 얼마나 팔렸는지, 인세가 얼마인지 한 번도 보고를 받은 적이 없다는 증언자가 이승우 씨의 고백이 그걸 증명했다. 이런 단점은 문학작품의 목록과 더불어 작품 개요를 충분히 소개하고 당당한 번역출판을 할 때 해소될 수 있다.

물론 이 작업을 추진하는 것은 정부가 관련단체를 통해 지원해야 한다. 각각의 출판사가 국제적인 홍보업무까지 맡기에는 아직 역부족인데다 업무의 효율성과 전문화가 떨어지기 때문이다. 1차적으로는 프랑크푸르트 주빈국 특별추진팀에서 한시적으로 목록번역과 홍보작업을 맡는 것이 바람직하며, 장기적으로는 한국문학번역원의 번역진흥프로그램에 이같은 사업이 설정돼야 한다. 이런 사업은 문화관광부 이창동 장관이 '2005년 프랑크푸르트 주빈국 선정과 관련, 100종의 번역 상품을 들고 갈 수 있도록 하겠다'는 취지의 발언과 맥이 통한다. 다만, 그 100종을 어떤 과정을 거쳐 선정하고, 어떻게 독일과 유럽지역에 소개할 것인가를 심사숙고해야 한다는 점에서 '찾아가는 서비스'를 중시해야 한다. 분위기를 조성한 후 뛰어드는 것과 불쑥 상품을 내미는 것 사이에는 분명히 '매출'의 차이가 존재한다. 이런 작업에는 프랑스의 외무부가 그런 것처럼 우리나라의 외교통상부 역할도 중요하다. 참고로, 프랑크푸르트 주빈국이 되면 몇 년 후 노벨문학상을 받는 작가가 나온다는 설도 있다. 아시아에서는 1990년 일본이 유일하게 주빈국으로 참가했는데 오에 겐자부로가 1994년 노벨문학상을 받았다. 전적으로 프랑크푸르트 주빈국 효과라고 증명할 수는 없지만 1년에 1,000회 가까운 행사를 열 수 있기 때문에 주빈국 이미지가 유럽 전역에 계속 불가능할 만큼 넓고 깊게 퍼진다는 것은 분명한 사실이다. 찾아가는 서비스가 그 이미지를 더욱 강하게 만들 수 있다.

임동헌/본지주간

프랑크푸르트 국제도서전과 주빈국主賓國 _____ 프랑크푸르트 국제도서전은 1987년부터 해마다 특정 국가나 지역을 주빈국으로 선정해 왔다. 주빈국은 독일 외무부 지원 아래 그해 1년 동안 독일과 유럽 전역에서 자국 문화예술을 소개하는 800~1,000회의 각종 행사를 열 수 있다. 프랑크푸르트 국제도서전은 지난해 110개국 1만2,000여 출판사, 6,400여 개 부스 규모로 치러져 전세계 출판관계자 6만여 명과 일반 관람객 20여만 명, 취재진 1만2,000여 명이 몰렸다.