

# ‘글로벌 출판’의 가능성 여기 숨었네

## 해외 바이어들 “콘텐츠가 재미있고 매력 있다”

## 아시아 시장 이미 활발히 진출...영미, 유럽권 적극 공략 필요

날권 개념의 단행본이 일반화된 해외출판계에서 국내 어린이 대형기획물은 의외로 신선한 상품으로 인정받고 있다. 어린이 대형기획물 출판사의 저작권 담당자들은 “저작권 수출은 날권 개념으로 하는 게 대부분이지만 굳이 저작권 수출이 아니더라도 도서전에 갖고 가면 한 질을 다 구입하는 사람들도 많다”고 전했다. 돋보이는 시리즈로 호평을 받을 땐 많게는 20여 권까지 대량으로 저작권 구입 주문이 오기도 한다.

실제로 대형기획물을 다수 출간해 온 교원의 경우 자사 수출 효자상품인 ‘뮤지컬 스토리즈’를 타이베이국제도서전에서 하루 만에 1,000여 세트를 판매하는 기록을 남기기도 했다. 또 대형기획물 저작권 수출을 준비중이라고 밝힌 기탄교육 홍보팀 복정선 씨는 “사전에 현지 시장조사 결과 대형기획물이 단행본 못지않게 해외에서 좋은 평가를 받고 있었다”고 말했다. 국내 출판인들의 인식과는 달리 해외시장은 일관성, 통일성을 갖추고 있는 대형기획물의 굵직한 볼륨에 오히려 큰 매력을 느끼고 있다는 얘기다. 올봄 블로나이동도서전에선 많은 해외 바이어들로부터 “한 가지 주제로 묶인 볼륨 있는 콘텐츠 속에서 우리가 필요로 하거나, 필요로 할 만한 개별 콘텐츠를 선택하는 재미가 남다르다”는 인상평을 남기기도 했다.

### 같은 이야기도 다르게 담는 차별화된 시각 필요

어린이 대형기획물은 대만, 태국 등 아시아 시장을 중심으로 저작권을 수출하면서 대중음악, 드라마 분야의 ‘한류’ 못지않은 성과를 거두고 있다. 그러나 2000년 초부터 진행된 국내도서의 해외 저작권 수출사례를 검토해 보면 ‘출판 한류’에도 몇 가지 기준이 있음을 발견할 수 있다. 아시아 시장에서 한국상품을 매우 흥미롭게 검토하는 건 사실이지만 무조건 한국제품이라고 선호하는 것은 결코 아니라는 것이다.

지난해 블로나이동도서전에서 ‘올해의 일러스트레이터 상’을 수상한 《피오리몬드 공주의 목걸이》와 《바보이반》을 비롯, 《장발장》, 《미녀와 야수》, 《한여름밤의 꿈》, 《플란다스의 개》 등은 웅진닷컴의 ‘도토리 세계명작’ 중 하나였다. 그런데 지난 2월 타이베이국제도서전에서 이 기획물을 눈여겨본 대만 측 출판사 ‘상인문화사(상인문화)’가 적극적인 저작권 구입 의사를 밝혀와 수출계약이 체결됐다.

이 기획물은 명실공히 세계명작으로 이름난 작품들을 소개한다. 그러나 동화적 세계를 무조건 아름답고 예쁘게 가공하는 기존의 세계명작이 가졌던 틀을 과감히 벗고 있다. 환상, 꿈, 아름다움 등으로 포장된 다수의 책들과는 다르게 때론 무섭고 어둡기도 한 고전의 원전에 충실한 노선을 택한 것. 해외출판사들은 자신들에게 너무나 익숙한 명작의 ‘진부한 공식’을 깬다는 점에서 이 기획물의 가치를 인정했다.

웅진닷컴은 이 기획물을 필두로 ‘아기놀이 마을’, ‘육아 무크시리즈’, ‘맛있는 빵, 과자, 케이크’의 일부를 대만 인류문화사에 수출했다. 특히 웅진닷컴의 또 다른 바이어격인 상인문화사는 세계 우수출판사와 교류, 문이기가 오고가는 주목받는 출판사이기에 더욱 의미가 깊다는 평가다.

### 세계명작·위인전의 ‘진부한 공식’ 깬 기획물로 승부

2002년부터 꾸준한 행보를 보이며 대만시장에 저작권 수출을 해왔던 교원은 ‘뮤지컬 스토리즈’란 기획물로 대만 아동출판계에서 좋은 반응을 얻었다. ‘동화로 읽는 오페라’라는 타이틀을 달고 나온 이 기획물은 유명 작곡가들이 만든 오페라, 발레곡, 관현악, 뮤지컬 등을 스토리 중심으로 엮어가며 자연스럽게 음악에 대한 학습 동기를 유발하고 있다는 점에서 크게 주목을 받았다. 특히 개별 작가의 작품뿐 아니라 서양음악의 흐름, 오페라 문화의 시작과

배경 등을 두루 접하게 하는 등 넓은 스펙트럼을 보여주고 있어 음악문화사적 가치도 높이 평가받았다. 또한 작품별 모음집을 CD로 만듦으로써 읽는 동화에서 듣는 동화로 영역을 확장시킨 노력도 인정받았다. 이 밖에도 교원은 '교원아이 탐구', '교원아이 테마태교', '수과학 개념동화', '헬로우 북키즈', '월드 에버 스토리즈', '위드 팜' 등 10종, 200여 타이틀을 세계 각지에 수출한 전력이 있다.

한글교육은 어린이책의 고전격이라고 할 '위인전'을 만들어내면서 '시각화'에 초점을 두었다. '마주보는 인물이야기'는 위인에 관한 사실적 정보를 그대로 전한다는 측면에서 시각자료를 다양하게 사용함으로써 해외, 특히 대만 출판인들에게 그 개성을 인정받은 케이스다. 대만출판사 측은 "한 권 한 권 너무도 정성껏 만든 게 보인다"면서 이 책의 성격을 고스란히 살리고 싶은 의도로 비싼 사진 사용료를 감수하면서까지 기획물 중 22권을 수입키로 했다.

#### 애깃거리 고갈된 해외 출판계, '우리 전래 민화'에 솔깃

국내에선 '중복출판'이라 해서 구태의연한 주제가 돼버린 전래동화도 해외에선 새로운 상품으로 부각된다. 한국슈바이처는 지난해 중국 베이징국제도서전에서 우리나라 옛이야기에 토대를 둔 '우리나라 전통 전래 초롱불이야기'의 저작권을 싱가포르 '픽셀퍼시픽Pixel Pacific'사를 비롯해 중국, 말레이시아 등지에 수출했다.

실제로 새로운 이야기에 대해 갈증을 호소하는 서구시장에서 한국 고유의 전래 이야기는 신선하고 반가운 상품으로 환영받는다. 여원미디어의 '탄탄 우리 옛이야기'도 그 대표적인 사례다. 이 기획물은 지난 4월 볼로니아동도서전에서 우선 몇 권에 한해 미국과 수출계약을 체결했다. 《호랑이와 꽃감》, 《금빛 구슬》, 《콩쥐팍쥐》 등이 그 중 호평을 받으며 수출된 상품들이다.

'탄탄 우리 옛이야기'는 도깨비, 용왕, 삼신할머니, 전통탈, 짚신, 과거시험 등 지극히 동양적인 우리 소재를 통해 한국의 전통사상, 풍습 등을 소개하는 이야기다. 전래동화라는 콘텐츠 자체로서도 해외 출판인들의 호기심을 자극시킬 만했고, 전통과 현대를 잇는 맛깔스러운 일러스트, 본문 내용 뒤에 파노라마처럼 그림을 연결해 줌으로써 그림만 보면서 이야기를 상상하는 색션 등 개성 있는 편집으로 좋은 평가를 받았다.

한편 저작권 수출의 장이라고 부를 만한 도서전을 적극적으로 활용하라는 시도도 점차 늘고 있다. 여원미디어의 수출사례가 대표적인데 지난해 볼로니아동도서전에서 유럽, 미국 등과 저작권 체결을 마친 '탄탄세계명작동화'의 경우는 2002년에 나왔던 기획물을 판형, 삽화, 표지까지 바꿔 새로운 형태로 해외에 소개한 케이스, 해외 출판인들도 관심을 끌고 그곳 사람들이 지나친 이질감을 느끼지 않도록 하기 위해 수출 대상국 풍토에 맞는 변형을 시도했다는 데서 글로벌 출판의 새로운 전범을 보인 사례로 평가될 만하다.

#### 아시아뿐 아니라 영미권·유럽 시장 진출 가능성도

실제로 여원미디어의 경우는 아시아를 겨냥한 '한류형 수출'에 머무르지 않고 이탈리아, 그리스, 터키 등 비교적 낮은 문화권의 나라들에까지 교류 채널을 개척한 경우다. 한국의 대형기획물을 선보일 국제 시장이 그만큼 넓다는 것을 반증하는 셈이다. 평소 국제도서전을 두루 다니며 세계 시장을 점검해 왔다는 이 회사의 김동휘 대표는 "좋은 출판물을 만드는 것은 물론, 해외출판사들이 우리에게 대한 기본 정보를 알 수 있도록 영문 홈페이지부터 마련해 두는 것이 필요하다"고 말했다.

아동문학평론가 김서정 씨는 이같은 현상을 과거와 비교하면 '격세지감'이라고 했다. "예전에 우리가 '전집'이란 이름의 일본 출판물과 해외 우수 출판물들을 들여왔던 것처럼 이제 대만, 태국 등의 아시아 출판시장에서 우리 것을 수입하고 있는 실정"이라는 김씨는 "현재는 주로 아시아 시장에서만 성과를 보여주고 있으나, 곧 영미권이나 유럽 시장으로 진출할 만한 가능성도 매우 크다"고 기대했다. **★**

취재\_김청연, 홍이현 기자