

# 저작권 수출의 길, 한국에 있다

## ‘코리아’ 알리려면 문화콘텐츠 팔아라

2005년 프랑크푸르트도서전 주빈국행사가 100여 일 앞으로 다가왔다. 도서전이 비즈니스의 장인 만큼 국내출판사들의 저작권 수출에 대한 관심과 기대 또한 그 어느 때보다 높다. 현재까지 프랑크푸르트도서전에 참가하는 한국출판사는 모두 72곳으로 위탁 전 시참가 출판사를 더하면 200여 곳에 달한다. 한국조직위는 할당된 300여 평의 공간이 모자라 프랑크푸르트도서전 조직위원회측에 100여 평의 공간을 추가 신청할 계획이다.

### ‘한국의 책 100’ 해외 출판 어려움...저작권 수출 현주소 반영

하지만 주빈국 행사를 앞두고 해외마케팅, 즉 저작권 수출에 대해 좀더 냉정한 분석과 판단이 필요하다는 지적이 나오고 있다. 조직위에서 선정한 ‘한국의 책 100’의 해외출판사 섭외 과정에서 드러난 문제점에서 알 수 있듯이 저작권 수출은 주빈국이라는 자유이용권을 가지고 마음대로 탈 수 있는 놀이가 아니라 냉정한 비즈니스이기 때문이다.

‘한국의 책 100’에 대한 유럽 현지 에디터들의 평가는 우리의 기대와 달랐다. 주빈국행사와 자사에서의 출판은 별개의 문제로 한국에서 좋은 책이라고 선정했다고 해서 자신들에게 필요한 책인 것은 아니라는 것이다. 우리로서는 이들 책이 좀더 많은 주목을 받게 하기 위해 유럽의 권위 있는 출판사와 파트너가 되는 게 필수적이었지만 웬만한 현지 출판사들은 이미 2,3년 동안의 출간계획이 짜여진 상태였다. 다만 “검토한 후 콘텐츠가 좋다면 그

이후에 출간을 고려해 보겠다”는 답변을 들 수 있었다.

한국문학번역원 김윤진 팀장은 “국내 언론에서는 현지에 서도 이름이 알려지지 않은 소형출판사와 출판을 계약했다고 비판하지만 도서전 개최 전에 책을 출간해야 하는 상황에서 어쩔 수 없는 선택이었다”며 “시간만 충분했다라면 권위 있는 출판사에서 낼 수 있는 책이 많았을 것”이라며 안타까워했다.

### 현지인 호기심 차원 넘어 한국산에 매력 느끼게 해야

조직위에서는 “주빈국 행사를 통해 한국문화 전반, 특히 한국인의 실체를 보여주는 문학작품이 집중 소개된다”며 “현지의 한국 붐을 이용해 출판계에서 적극적으로 한국책을 세일즈해야 한다”고 말하고 있지만 한국 붐이 우리가 기대하는 방향으로 조성될지는 의문이다. 단지 현지인들의 호기심을 자극하는 차원이 아니라 대중적으로 한국산에 매력력을 느낄 수 있게 하는 프로그램이 개발되어야 하고, 동시에 현지 에디터들을 겨냥한 프로그램도 진행되어야 한다.

지난 6월 2005년 주빈국 행사 현황발표 기자회견장에서 만난 효형출판 송영만 대표는 “프랑크푸르트도서전 주빈국 참가가 한국문화의 우수성을 널리 알릴 좋은 계기가 되겠지만, 출판인들에게는 더없는 국제 비즈니스의 장”이라며 “출판인들의 열정적인 참여만큼 해외저작권 거래 성사를 위한 실속 있는 제반업무에도 많은 내외적 지원과 관심이 이어졌으면 한다”는 바람을 내비치기도 했다.

### 높아지는 저작권 수출 기대, 여전히 한계들

그나마 긍정적인 것은 ‘한국의 책 100’ 등 주빈국 행사를 준비하는 과정을 통해 저작권 수출의 한계를 실제적으로 체감할 수 있었다는 점과 저작권 거래를 성사시키기 위해 어떠한 노력이 필요할지를 보다 깊이 고민하게 되었다는 것이다.

저작권 수출은 프랑크푸르트가 아니라 현재 한국에서 일어나는 변화에서 그 실마리를 찾아야 한다. 특히 한류는 비록 아시아에 국한된 것이기 하지만, 국내 출판사들로 하여금 우리 콘텐츠도 세계에서 통한다는 자신감을 심어주는 계기가 되었다. 랜덤하우스중앙, 영진닷컴, 웅진씽크빅 등 실용서와 아동서에 주력하고 있는 대형출판사들은 기획단계부터 전략적으로 해외시장을 공



2004년 프랑크푸르트도서전 한국관. 저작권 상담이 한창이다.

락하고 있다. 최근에는 이러한 노하우와 자금력이 있는 일부 출판사들뿐만 아니라 중소규모 출판사들도 에이전시 등 여러 경로를 통해 저작권 수출을 타진하고 있다.

또한 그동안 저작권 수입에 치중해 온 국내 에이전시들도 저작권 수출에 깊은 관심을 나타내고 있다. 경제·경영과 자기계발서적 등을 중심으로 그동안 꾸준히 저작권 수출에 노력을 해온 북코스모스뿐만 아니라 신원에이전시, 임프리마코리아 등 국내 주요 에이전시들도 저작권을 수입하는 과정에서 쌓은 거래 경험을 국내 출판물의 수출에 활용하고 있다.

특히 주목할 만한 것은 한국문학번역원(원장 진형준)과 대한출판문화협회(회장 박명호) 등이 기존의 소극적인 자세에서 벗어나 저작권 수출에 적극적인 모습을 보이고 있다는 점이다. 해외에 한국문학을 소개하는 데 중점을 뒀던 한국문학번역원은 그동안의 '피우기식' 지원에 그치지 않고 제값 받고 팔기 위한 프로그램을 진행하고 있다. 외국어로 번역출판할 '2005 한국의 책' 선정위원회에 출판계 종사자를 적극적으로 참여시켜 수출 가능성이 있는 도서를 중심으로 선정하게 했다.

### 초록 공유·네이티브 번역가 및 저작권 전문가 양성 시급

또한 지난 5월 두 차례의 회의를 갖고 국내 출판사의 권익보호, 한국도서의 해외출판 활성화, 해외출판사 섭외 등을 목적으로 해외출판마케팅협의체([http://cafe.naver.com/overseapublishing\\_cafe](http://cafe.naver.com/overseapublishing_cafe): 인터넷에 카페를 개설해 해외출판 자료, 계약 사례, 번역자 정보 등을 공유하고 있다)를 구성했다. 누구나 참여할 수 있는 협의체는 일종의 에이전시 기능을 하게 돼 해외출판사 및 전문번역가 섭외, 계약관리 등 저작권 수출에 필요한 제반 서비스를 제공하게 된다.

대한출판문화협회 역시 문화관광부의 지원을 받아 해오던 초록사업을 전면 재검토하고 있다. 고흥식 사무국장은 "그동안의 초록은 해외 도서전에 참여하는 출판사를 대상으로 그들이 준비한 자료를 가공없이 번역한 수준이었고, 그러다보니 정작 필요한 정보를 담지 못해 외국인들의 눈길을 끌지 못한 면이 있다"며 "앞으로 문광부와의 협의를 통해 도서전 참가업체가 아니더라도 수출 가능한 도서를 포괄적으로 선정하고 내용과 형식 등을 국제적인 감각에 맞춰 누구나 상시적으로 활용할 수 있는 초록을 제작할 계획"이라고 밝혔다.

물론 이러한 변화는 이제 시작단계에 불과하다. 국내 에이전시 역시 해외시장에 눈을 돌리고 있는 상황이지만 '유럽 등 서

구에 진출했으면...' 하는 정부나 국민들의 기대와는 달리 중국, 일본, 대만 등 동아시아에 치중하고 있는 형편이다. 북코스모스 홍순철 부장은 "우리출판물도 충분히 가능성이 있다는 확신이 있는 것은 사실이지만 이윤 추구를 목적으로 하는 에이전시의 특성상 수익이 보장되지 않는 상태에서 무리하게 시장을 개척하기는 힘들다"며 "초록의 공유 등 정부의 지원과 관련기관의 유기적인 협조가 필요하다"고 밝혔다.

이 외에도 기획 자체가 국내용으로 만들어져 막상 내다 팔 상품이 많지 않을 뿐 아니라 국내 출판물을 번역할 만한 네이티브 번역가들이 절대적으로 부족하고, 저작권 실무를 책임질 인력을 확보하는 데도 어려움을 겪고 있다.

편집부에 근무하다 저작권 담당으로 자리를 옮긴 사계절출판사 강현주 씨는 "국내에서는 선례가 많지 않을 뿐 아니라 관련 자료를 공개하는 출판사도 많지 않아 정보를 얻는 데 어려움이 많았다"며 "콘텐츠 개발과 더불어 저작권을 전문적으로 담당할 수 있는 인력의 확충이 시급하다"고 강조했다.

### 브랜드 '코리아', 휴대폰 아니라 문화콘텐츠에서 나온다

최근에는 문화콘텐츠 산업의 수출이 우리나라 제조업 수출 및 외래관광객 증대에 기여한다는 가설이 통계적으로 뒷받침됨으로써 문화산업 진흥의 국민 경제적 중요성이 실증되기도 했다. 2004년 문화콘텐츠의 수출로 인해 부가적으로 증가한 우리나라 제조업 수출액은 약 9조 600억 원으로 총수출의 3퍼센트를 차지하며, 관광수입은 약 5,700억 원으로 총 외래관광객의 9퍼센트를 차지한다는 것이다.

이 연구는 한류를 만들어낸 드라마, 영화, 음반 등을 중심으로 조사한 결과지만 출판물이 외국에 소개되었을 때 그 파급효과가 이보다 적다고 말할 수 없다. 모든 콘텐츠의 기본이 되는 출판물은 오히려 더 장기적이고 효과적으로 '한국'이라는 브랜드의 가치를 높이는 데 영향을 미칠 수 있다. 결국 출판계의 자구 노력과 함께 빠뜨려선 안 될 것이 정부의 과감한 인센티브이다. 아직 정부는 게임, 만화, 영화 등 다른 문화콘텐츠에 비해 적극적인 출판물 수출 정책에 신경을 쓰지 못하고 있다.

전문가들은 "우리 것을 알리는 것과 시장성은 별개의 문제"라며 "정부도 우리 것을 알리는 차원에 머무를 것이 아니라, 출판사들이 저작권 수출에 한층 적극적으로 나설 수 있도록 유도하는 정책적 지원을 보다 강화할 필요가 있다"고 강조했다. [E]

취재 신동섭 기자 | 사진 박신우 기자



프랑크푸르트도서전을 겨냥하고 한림출판사에서 나온 한영 대역본 '한국현대단편문학' 시리즈