영미·유럽권 '출판 한류'를 위한 현황과 비전

"대중적 상업코드 · 콘텐츠 우수성 함께 담아야"

2014 서울국제도서전에서 국내외 출판사, 편집자, 출판유통사 등 출판 산업 종사자를 위한 다양한 주제의 전문가 세미나가 개최됐다. 대한출판문화협회가 개최한 '출판 수출 활성화를 위한 세미나' 중 이구용 KL매니지먼트 대표의 '영미 · 유럽권 출판 한류를 위한 현황과 비전'을 요약 · 정리한다.

정리 | 임남숙 기자 sang@print.or.kr

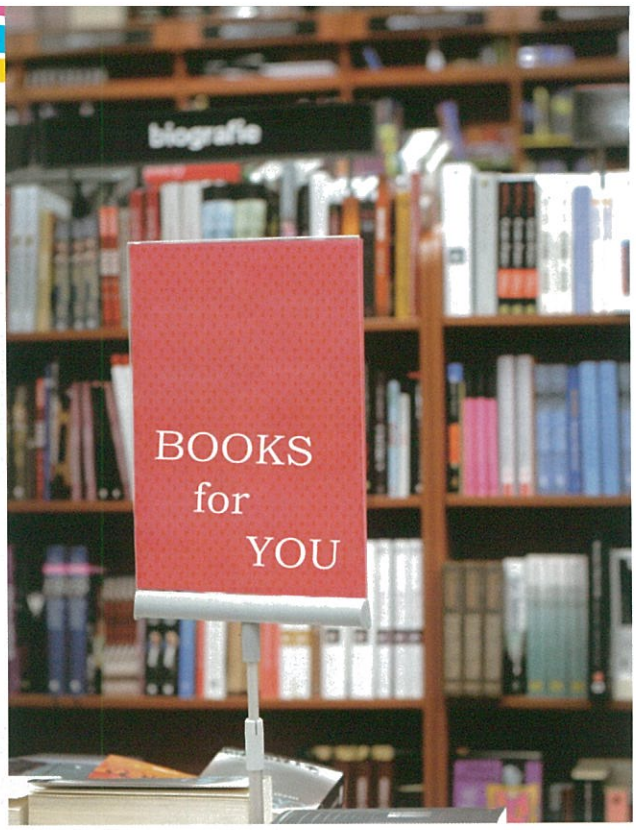
영미·유럽 출판시장으로의 진출과 전망

2005년 김영하의 '나는 나를 파괴할 권리가 있다'의 미국 진출은 당시로선 획기적인 성과였다. 자체 경쟁력으로 미국의 명문 출판사인 휴튼미플린하코트에 팔린 것이다. 그의 또 다른 소설 '빛의 제국'과 '검은 꽃' 역시 그 이후 순차적으로 계약이 진행됐으며, 2012년에 이르기까지 그의 소설 작품들은 꾸준히 미국에서 번역, 출간되고 있다. 그리고 그의 최근작인 '너의 목소리가 들려'까지 같은 출판사에서 나올 예정이다. 김영하의 문학은 장편 외에 단편집까지 고루 해외로 진출하는 가운데 미국과 유럽을 포함한 세계 10여 개 나라에서 꾸준히 번역, 출간되고 있다.

2006년엔 조경란의 소설이 미국으로 진출했다. 그의 소설 '혀'는 미국의 블룸즈베리출판사를 시작으로 독일, 프랑스, 베트남 등 모두 11개 나라에 팔렸다. 김영하의 소설이 해외 출판시장의 에이전트와 편집자들에게 한국 문학을 본격적으로 알리는 신호탄 역할을 했다면, 조경란의 소설은 2006년 당시 한국문학의 활성화를 위한 큰 기폭제가 됐다.

이런 배경에서 신경숙의 '엄마를 부탁해'는 한국 문학의 존재감을 대내외에 다시금 각인시키며 그리스, 세르비아, 슬로베니아, 몽고에 이어 최근에는 루마니아 등에 이르기까지 모두 34개 나라로 판권이 팔렸다. 또한 뉴욕타임스, 월스트리트저널, 워싱턴포스트 등을 포함한 대부분의 주요 언론에서 대서특필되는 등 주목을 받는 가운데 여러 매체가 집계하는 베스트셀러 리스트에 당당히 오르는 성과 또한 올렸다. 이 책에 대한 관심과 시장에서의 성공은 신경숙의 후속작 '어디선가 나를 찾는 전화벨이 울리고'로 이어졌다. 현재까지 13개 나라에 저작권

이 팔렸으며, 지난 6월 3일 미국에서 전격 출간돼 한국문학의 저변을 더욱 공고히 다져가고 있다. 2012년 3월, 신경숙은 '아시아 부커상'이라 불리는 '맨 아시아 문학상'을 수상했다.
한편, 황선미의 '마당을 나온 암탉'은 2014년 6월 현재 26개국으로 번역판권이 팔렸으며, 지난 4월 영국에서는 현지 대형 서점에서 베스트셀러 1위에 오르는 등 또 한 번 한국 문학의 저력을 과시했다. 이 책은 영국 전역에 걸친 공항과 역 구내서점(W. H. Smith)의 베스트셀러 스탠드에 오르는 등 한국 책으로는 처음으로 영국에 그 존재감을 알렸다. 이정명의 '별을 스치는 바람'도 지난 3월 말 영국 맥밀란출판사에서 발간돼 주요 언론에서 호평을 받는 가운데 현지 독자들을 만나고 있다. 이와 같은 일련의 크고 작은 성과는 글로벌 출판시장에서 한국 문학의 입지를 다시금 확고히 하는 한편, 한국 문학과 한국 출판물의 경쟁력과 잠재력을 동시에 각인시켜 가고 있다.

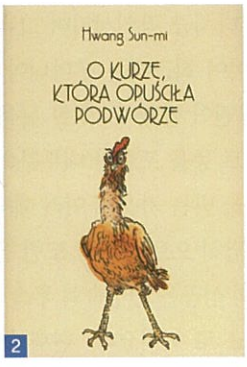


미국 출판시장에서 번역 출판물의 비중은 고작 3%에 불과하며, 그 중 해외 문학의 비율은 단 1%에 그친다.

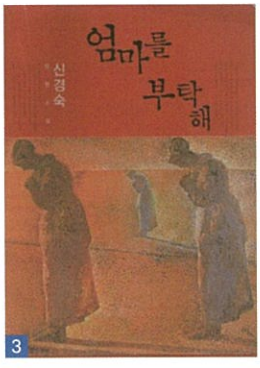
미국 출판시장의 현실, 그리고 가능성

알려진 바와 같이, 미국 출판시장에서 번역 출판물의 비중은 고작 3%에 불과하며, 그 중 해외 문학의 비율은 단 1%에 그친다. 그러나 해외 출판물의 비율이 아무리 낮다 하더라도 성공 가능성 있는 책은 그 1%를 거뜬히 뚫는다. 성공이 예견되는 달콤한 책을 못 본 채 떨치고 갈 용기를 가진 사람은 없기 때문에 이곳으로의 진출과 성공 가능성은 언제든 열려있다는 얘기다. 다만, 이 영역으로의 진출을 위해서는 좀 더 적극적인 관심과 더불어 치밀한 전략이 필요하다. 그렇게 되면 그 1% 내에 진입하는 것은 물론, 그 비율을 더욱 확대할 수 있다.
결국 유럽을 포함한 영미권 시장으로 한국 출판물을 진출시키는 데 있어서 성공과 실패의 열쇠는 우리 스스로가 쥐고 있는 셈이다.
유럽을 포함한 영미권 시장으로 진출 시 가장 중요한 부분 두 가지는 대중적 인지도를 확보할 수 있는 서사 코드와 책이 담고 있는 콘텐츠의 완성도이다. 우리 출판계는 이 점을 결코 간과해서는 안 된다. 콘텐츠의 우수성만을 내세우는 것도, 대중적인 상업적 코드만을 내세우는 것도 바람직하지 않다. 다만, 우리는 두 가지 덕목을 모두 가진 책을 기획, 발굴해야만 한다. 결국 소수의 독자를 만족시키기 위한 한정된 시장도 상황에 따라 필요하지만, 더 넓은 시장을 염두에 두고 있는 우리로서는 당연히 다수의 독자들에게 접근할 수 있는 넓은 시장을 위한 책을 준비해야 하고 그쪽에서도 그런 책을 원한다. 다수의 독자를 배경에 두지 않은 책은 그 완성도와 무관하게 현실적으로 출판업계에서 널리 회자되기가 어렵다. 그리고 출판 관계자들의 시야로부터 떨어져 있는 책은 현지 출판사의 의지에 의해 지속적으로 번역 출간되기도 어렵다.
공지영, 한강, 이정명, 그리고 안도현 등의 작품 또한 영미권을 포함, 유럽과 아시아 여러 나라로 꾸준히 진출하고 있다. 공지영의 '우리들의 행복한 시간'은 영국에서 지난 2월에 출간됐으며, 7월 초에는 미국 사이몬앤슈스터에서 출간됐다.

1



2



3

1. 스페인어로 출간된 김영하의 나는 나를 파괴할 권리가 있다.
2. 황선미의 마당을 나온 암탉은 26개 나라에 판권이 팔렸으며, 지난 4월에는 영국 현지 서점에서 베스트셀러 1위에 올랐다.
3. 신경숙의 엄마를 부탁해는 미국, 독일, 프랑스 등 34개 나라에 판권이 팔렸다.

좋은 콘텐츠는 외국어로 번역해서 도서 형태로 수출하기보다는 저작권을 판매하는 판권 수출 형태가 여러 다양한 언어로 동시에 출간된다는 점에서 더욱 효율적이라고 할 수 있다.

이 책의 번역판권은 지금까지 15개 나라에 팔렸다. '채식주의자' 의 작가 한강도 이 대열에 합류하게 됐다. 이 책은 2013년 여름에 영국으로 판권이 팔려 2015년 1월 영국에서 출간될 예정이다. 번역판권은 지금까지 10개 나라로 진출했다. 이는 영미권의 벽이 높고 세계 출판시장의 경기가 아무리 불황이라 하더라도 각각의 책이 나름대로의 파워를 지니고 있다면 얼마든지 팔릴 수 있다는 가능성을 보여준 사례이다. 이것이 우리의 희망이다. 이정명의 '별을 스치는 바람' 은 지난 3월 말 영국 맥밀란에서 출간됐으며 지금까지 9개 나라로 판권이 팔렸다.

'출판 한류' 활성화 방안에 대한 제언

분명한 것은 '출판은 비즈니스' 라는 것이다. 출판물 수출도 비즈니스이다. 문화로서의 소통 못지않게 중요한 것이 산업적 차원에서의 소통과 이익 창출이다. 적어도 이제는 비즈니스가 전제되지 않은 출판은 생존이 불가능하다. 수입이든 수출이든 비즈니스적 사고와 전략을 문화 교류 가치에서 열등한 것으로 분류해서는 안 된다.

일본에서 한국 출판물의 번역 출간 비중이 감소하고 있는 가장 큰 이유는 상업적인 성공보다 실패 사례가 많기 때문이다. 이것은 일본에서만의 문제가 아니다. 글로벌 출판시장의 현주소다. 저작물을 수입하는 당사자든 수출하는 당사자든, 책과 출판 자체의 가치와 의미만을 앞세워 안 팔릴 책을 내고 싶은 사람은 없을 것이며, 잘 팔릴 책을 내기 꺼려하는 사람 또한 없을 것이다.

그렇다면 수출 활성화 대응 방안은 의외로 간단하다. 수준 높은 질을 담보하고 다수의 독자가 공감할 수 있는 작품의 기획과 발굴이 바로 그 방안이자 우리의 과제이다. 이것만 해결되면 일본 시장도 미국 시장도 접근이 쉽다. 대중적 가치와 상업적 가치가 그 맞은편에 있는 가치에 비해 결코 열등하지 않으며, 그렇게 치부되어서도 안 된다는 점을 지적하고 싶다. '출판 한류 활성화' 를 바란다면 출판기획과 정책은 그 지점에서 출발해야 할 것이다.

좋은 콘텐츠는 외국어로 번역해서 도서 형태로 수출하기보다는 저작권을 판매하는 판권 수출 형태가 여러 다양한 언어로 동시에 출간된다는 점에서 더욱 효율적이라고 할 수 있다. 나아가 도서는 문화상품이어서 지식이나 정보 측면뿐만 아니라 정서와 가치관을 아우르는 상품 특성으로 인해, 다른 나라에서 제작한 자국어 도서를 구입하는 데 저항감을 가질 수 있기도 하다. '한국 도서 수출의 활로' 라는 본고의 방향과는 상치되지만, 이 같은 생각은 산업적으로 타당한 면이 있다. 실제로도 국내에서 제작한 외국어 도서의 해외 판매 또는 국내 외국인 대상 판매보다는 판권 수출이 단연코 앞서고 있다.