

# 한국 출판물의 해외진출 활성화 방안 연구\*

A Study on the Strategies Needed for Exporting Korean Publications Abroad

김 선 남 (Kim, Sun-Nam)\*\*

## ◁ 목 차 ▷

1. 서 론	3. 국내 출판물의 해외수출 사례분석: 중국
2. 국내 출판물의 해외수출 현황과 특성	4. 국내 출판물의 해외진출 활성화 전략
2.1 국내 출판산업 현황	5. 결론 및 제언
2.2 국내 출판물의 해외진출 현황	<참고문헌>

## < 초 목 >

본 연구의 목적은 국내 출판물의 해외진출 활성화 방안을 모색하는데 있다. 국내 출판물의 해외진출 현황과 특성은 다음과 같다. 첫째, 국내 번역출판 산업은 주로 국내에서 발행되는 번역물 위주로 구성되어 해외로 수출되는 번역물의 비중은 낮았다. 둘째, 국내 출판물의 해외진출은 중국을 비롯한 동남아국가에 집중되어 미국 등 서구 지역은 활발하게 이루어지지 않았다. 셋째, 해외로 수출되는 국내 출판물은 특정 장르, 즉 아동서, 만화, 문학서 등에 한정되어서 문학, 경영, 경제 등의 영역은 활발하지 않았다. 넷째, 중국 독자들이 선호한 장르는 아동도서, 학습만화, 실용서, 에세이, 자기계발서 등이었다. 다섯째, 콘텐츠 및 디자인의 질이 높은 출판물이 해외진출에 성공했다. 한편 국내 출판물의 해외진출 활성화를 위해서는 ‘수준 있는 번역가 확보’, ‘공동제작 시스템 구축’, ‘콘텐츠의 다양성 확보’, ‘한류의 적극적인 활용’, ‘체계적인 정책분석(독자육구, 홍보마케팅, 타이밍전략 등)’, ‘효율적 정보채널 활용’ 등과 관련된 전략을 세워야 할 것이다.

要語: 해외진출, 한류, 번역도서, 출판콘텐츠

\* 이 논문은 2016학년도 원광대학교의 교비지원에 의해서 수행됨.

\*\* 원광대학교 사회과학대학 행정언론학부 교수(sunkim@wku.ac.kr)

접수일: 2016년 3월 10일 최초심사일: 2016년 3월 12일 심사완료일: 2016년 3월 25일

<ABSTRACT>

The purpose of this study is to explore the strategies needed for exporting Korean books to foreign markets. The current status and features of Korean books exported to foreign countries are as followings. First, the share of exporting books was very low. The absolute majority were published for the domestic market. Second, the target of exporting books was mainly focused on the markets of Far East Asian countries including China. Only a marginal share was exported to Western countries such as America, European nations, and others. Third, a very narrow spectrum of genres like cartoon, children's book, and literature were aiming at foreign markets. Most of publishers did not take foreign markets as their target when they were printing books regarding management, economics, and other classical readings. Fourth, Chinese readers liked books in a narrow range of genres such as children's books, educational cartoons, essays, pragmatic books, and self-education. Last but not the least, the books well designed and having excellent contents, without exception, led the way in their export. These findings suggest that in order to make a success in foreign markets, we have to break the current predicament. More than anything else, we need to secure qualified translators, establish collaborating work-systems, diversify content materials, take advantage of Han-ryoo, analyze target groups (readers' needs, ad-marketings, trend changes, etc.) and share the information networks.

Key words: export, Han-ryoo, book translation, publishing content

## 1. 서론

최근 한류의 지형이 크게 변하고 있다. K-팝, TV드라마 등과 같은 연예산업에서 시작된 한류가 한글, 한식, 관광, 미용, 의류, 출판 등과 같은 분야로까지 확장되고 있다. 지역적으로도 한류는 중국, 일본, 대만 등 동남아 지역을 넘어서 미국, 유럽 등 전 세계로 진출하고 있다. 또한 일방적 수출형태로 이루어지던 기존의 한류가 최근에는 양국간의 쌍방향 문화교류의 형태로 전환되고 있다.<sup>1)</sup>

이처럼 한류는 교역, 투자, 통신 등과 같은 광범위한 영역에서 경제 활성화에 기여함으로써 우리사회의 국가 경쟁력을 높이고 있다. 특히 영화, TV프로그램, 대중음악, 통신, 출판 등 문화콘텐츠산업을 중심으로 추진되는 한류의 세계화는 한국문화를 세계에 널리 알리는데 일조하고 있다.

출판계도 한류의 세계화에 편승해 해외진출을 활발하게 시도함으로써 주목할 만한 성과를 거두고 있다. 미국 출판시장에서 10만부(초판)를 판매했던 신경숙의 『엄마를 부탁해』가 최근 뉴욕타임스 베스트셀러(양장본 소설) 순위에서 14위를 기록한 바 있다. 이것은 아마존닷컴의 ‘문학·픽션 부문 올해의 책 베스트 10’, ‘올해의 책 베스트 100’ 리스트에도 올랐으며, 영국, 프랑스, 이탈리아 등 31개국과 판권계약도 체결하는 성과를 거두었다.<sup>2)</sup> 공지영의 『우리들의 행복한 시간』도 영국 ‘쇼트북스’와 계약을 맺더니 최근에는 중국, 일본, 이탈리아, 프랑스 등 11개국 과도 판권계약을 맺었다. 한강의 『채식주의자』는 일본, 베트남 등에서 출간돼 호평을 받았으며, 김애란의 『두근두근 내 인생』도 프랑스, 일본, 중국, 대만 등에 진출했다. 세계 25개국에서 잘 팔렸던 황선미의 『마당을 나온 암탉』도 영국의 대형서점 ‘워터스톤즈’의 ‘2014 올해의 책(paper back)’으로 선정된바 있다.<sup>3)</sup>

출판산업은 문화콘텐츠의 원형이자 부가가치가 매우 높은 산업이다. 예를 들면 동화책 『마당을 나온 암탉』은 애니메이션물로 제작되어 200만 명의 관객을 동원

1) 한국문화산업교류재단, 『한류, 아시아를 넘어 세계로』 (2009. 12), 39.

2) <<http://news.donga.com/3/all/20111230/42965067/1>>.

3) <<http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2014112401072512054001>>.

한 바 있다.<sup>4)</sup> 또 출판물은 매체의 속성상 타문화 전달에 매우 용이해서 자국문화를 세계에 널리 알리는데 크게 기여할 수 있다.<sup>5)</sup>

그러나 이러한 중요성에도 불구하고 출판산업은 방송영상산업, 게임애니메이션산업, 인터넷 콘텐츠산업 등에 비해 상대적으로 경시돼 왔다.<sup>6)</sup> 뿐만 아니라 해외진출도 아직까지 활발하게 진행되지 못하고 있다. 따라서 출판물의 해외진출 활성화를 도모해야 할 필요성이 요구된다.<sup>7)</sup> 이러한 맥락에서 본 연구는 국내 출판물의 해외진출의 현황과 문제점을 분석하고 이를 토대로 활성화 전략을 모색하고자 한다.

본 연구의 목적은 국내 출판물의 해외진출 현황과 특성을 살펴보고 이를 토대로 활성화 방안을 제시하는데 있다. 본 연구의 문제는 다음과 같다.

첫째, 한국출판물의 해외진출 현황과 특성은 어떠한가?

둘째, 한국출판물의 해외진출 활성화 방안은 무엇인가?

본 연구는 문헌분석을 통해서 국내 출판물의 해외진출현황과 특성을 살펴했으며 이를 토대로 활성화 방안을 제시했다.

## 2. 국내 출판물의 해외수출 현황과 특성

### 2.1 국내 출판산업 현황

2012년 현재 국내 문화콘텐츠산업의 시장 규모는 약 87조 2,714억 원에 달했다.

4) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 『2011 콘텐츠산업통계』 (2012. 3). 3.

5) 노병성, “한국 출판의 영미권 진출을 위한 전략,” 『한국출판학연구』 제46호(2004. 6), 51-52.

6) 김동규, “한국 출판의 동북아 시장 진출 전략연구,” 『한국출판학연구』 제46호(2004. 6), 6.

7) 신예영, “국내 출판 저작권의 해외 수출방안연구 - 해외저작권수출 담당자의 심층인터뷰를 중심으로,” (석사학위논문, 중앙대 신문방송대학원, 2011). ; 백원근, “출판저작권 수출동향과 과제,” 『출판문화』 제48권 2호(2011. 2). ; 황민선, “한국 출판물의 해외 소개 현황과 활성화 방안에 대한 연구,” 『한국출판학연구』 제43호(2001. 12).

이는 전년대비 5.2% 상승한 규모였다. <표 1>에 제시되어 있듯이, 문화콘텐츠 산업에서 가장 높은 매출 규모(약 21조 973억 원)를 보인 분야는 출판산업(서적, 신문, 잡지, 출판업, 인쇄업, 출판유통업 포함)이었다. 이어서 방송산업 14조 182억 원(16.3%), 광고산업 12조 484억 원(14.3%), 게임산업 9조 75억(11.2%)으로 나타났다. 이처럼 출판산업 규모가 국내 문화콘텐츠산업의 약 1/4에 해당했음에도 불구하고 그것의 미래는 결코 낙관적이지 않다. 이는 출판산업이 다른 산업에 비해서 해마다 그 규모가 축소되고 있기 때문이다. 즉 영화산업은 전년 대비 16.7%, 방송 11.2%, 게임 10.8% 상승했던 반면에 출판산업은 -0.7% 하락했던 것이다.<sup>8)</sup>

<표 1> 문화콘텐츠산업 시장규모(2010-2012)

(단위: 백만 원, %)

문화산업 구분	2010년	2011년	2012년	비중(%)	작년대비 증감률(%)
*출판	21,243,798	21,244,581	21,097,287	24.2	-0.7
방송	11,176,433	12,752,484	14,182,479	16.3	11.2
광고	10,323,172	12,172,681	12,483,803	14.3	2.6
게임	7,431,118	8,804,740	9,752,538	11.2	10.8
지식정보	7,242,686	9,045,708	9,529,478	10.9	5.3
캐릭터	5,896,897	7,209,583	7,517,639	8.6	4.3
영화	3,432,871	3,773,236	4,404,818	5.0	16.7
음악	2,959,143	3,817,460	3,994,925	4.6	4.6
콘텐츠솔루션	2,359,853	2,867,171	3,029,140	3.5	5.6
만화	741,947	751,691	753,525	0.9	0.9
애니메이션	514,399	528,551	521,005	0.6	-1.4
합계	73,322,317	82,967,886	87,271,637	100.0	5.2

\* 출판 매출액은 신문, 잡지, 인쇄 등을 포함한 수치임. 2012년 기준시장 규모순

\* 출처: 문화관광부, 한국콘텐츠진흥원(2014), 2013콘텐츠산업통계.

8) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 『2013 콘텐츠산업통계』(2014. 12).

국내 출판산업 현황이 <표 2>에 제시되어 있다. 즉 2014년 현재 신간 발행 종수는 총 4만 7,589종(만화 포함)이었으며 발행 부수는 9,416만 5,930부를 기록했다.

<표 2> 연도별 도서 발행 종수·부수 현황

연도	발행 종수		발행 부수	
	총 발행 종수(종)	증감률(%)	총 발행 부수(부)	증감률(%)
1998	36,960	10.0	190,535,987	- 10.3
1999	35,044	- 5.1	112,506,184	- 40.9
2000	34,961	- 0.2	112,945,032	0.3
2001	34,279	- 1.9	117,172,347	3.7
2002	36,185	5.5	117,499,547	- 0.2
2003	35,371	- 2.2	111,450,224	- 5.1
2004	35,394	0.07	108,958,550	- 2.3
2005	43,598	23.2	119,726,681	9.8
2006	45,521	4.4	113,139,627	- 5.5
2007	41,094	- 9.7	132,503,119	17.1
2008	43,099	4.9	106,515,675	- 19.6
2009	42,191	- 2.1	106,214,701	- 0.3
2010	40,291	- 4.5	106,309,626	0.1
2011	44,036	9.3	109,550,227	3.0
2012	39,767	-9.7	86,906,643	-20.7
2013	43,146	8.5	86,513,472	-0.5
2014	47,589	10.3	94,165,930	8.8

\* 출처: 대한출판문화협회(2014), 2014출판통계, <<http://www.kpa21.or.kr/>>

출판산업 가운데 번역출판물이 차지하는 비중이 <표 3>에 제시되어 있다. 즉 2014년의 경우 전체 발행 종수(4만 7,589종)에서 번역서가 차지하는 비중은 21.8%(1만 396종)이었다. 번역출판물이 전체 출판물에서 차지하는 비중은 해를 거듭할수록 감소했다.

<표 3> 국내 번역물 출판 현황

구분 분야	번역 종수								점유율(%)							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
총류	78	126	122	118	117	70	121	165	0.6	0.9	1.0	1.1	1.0	0.7	1.3	1.6
철학	572	569	512	547	654	618	589	579	4.6	4.2	4.3	5.1	5.6	6.0	6.3	5.6
종교	796	889	859	683	724	622	474	508	6.5	6.6	7.4	6.3	6.2	6.1	5.1	4.9
사회과학	1,433	1,646	1,528	1,274	1,246	1,213	1,142	1,424	11.6	12.2	13.0	11.8	10.7	11.9	12.3	13.7
순수과학	221	236	202	216	272	205	214	194	1.8	1.7	1.7	2.0	2.3	2.0	2.3	1.9
기술과학	487	549	550	578	740	705	704	691	4.0	4.0	4.8	5.4	6.4	6.9	7.6	6.9
예술	444	383	345	340	321	321	298	404	3.6	2.8	2.9	3.2	2.8	3.1	3.2	3.9
어학	192	102	125	103	82	60	76	64	1.6	0.7	1.0	1.0	0.7	0.6	0.8	0.6
문학	2,349	2,478	2,425	2,324	2,415	2,169	2,130	2,598	19.1	18.5	20.8	21.6	20.7	21.2	22.9	25.0
역사	290	347	283	202	237	228	215	225	2.3	2.6	2.5	1.9	2.0	2.2	2.3	2.2
학습참고	3	8	2	1	0	0	0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
아동	2,811	3,586	2,330	2,137	2,545	2,002	1,749	1,716	22.8	26.7	20.0	19.8	19.9	19.6	18.8	16.5
만화	2,646	2,472	2,398	2,248	2,295	2,011	1,589	1,828	21.5	18.5	20.6	20.9	19.7	19.7	17.1	17.6
계	12,322	13,391	11,681	10,771	11,648	10,224	9,301	10,396	30.0	31.0	28.0	27.0	26.5	25.7	21.6	21.8

\* 출처: 대한출판문화협회(2014), 2014출판동계, <http://www.kpa21.or.kr/> 재구성

번역서를 장르별로 살펴보면, 문학서(2,598종)가 가장 많았으며 만화(1,828종), 아동(1,716종) 등이 그 뒤를 이었다. 번역서의 국가 분포를 살펴보면, 일본(3,725종)이 가장 많았다. 그 뒤를 미국(3,031종), 영국(945종), 프랑스(641종), 독일(503종), 중국(480종) 순서로 나타났다(<표 4> 참조). 즉 국내에서 문학서가 가장 많이 번역되었으며, 또 일본 및 미국의 도서를 많이 번역한 것으로 나타났다.

<표 4> 국가별 번역물 출판 현황

분야	총류	철학	종교	사회과학	순수과학	기술과학	예술	어학	문학	역사	학습참고	아동	만화	계
총 발행 종수	1,078	1,367	2,078	8,015	718	4,417	1,605	1,408	10,671	1,291	1,462	7,269	6,210	47,589
번역 종수	165	579	508	1,424	194	691	404	64	2,598	225	0	1,716	1,828	10,396
번역서 비중(%)	15%	42%	24%	18%	27%	16%	25%	5%	24%	17%	0%	24%	29%	22%
일본	35	63	20	245	29	262	96	11	883	48	0	271	1,762	3,725
미국	110	196	297	737	106	320	158	15	467	64	0	519	42	3,031
영국	5	61	40	134	37	45	50	8	268	31	0	264	2	945
프랑스	3	40	7	45	5	26	24	7	231	16	0	227	10	641
독일	6	62	33	80	8	10	26	3	172	16	0	85	2	503
중국	0	72	19	75	1	7	8	11	201	30	0	54	2	480

분야	총류	철학	종교	사회과학	순수과학	기술과학	예술	어학	문학	역사	학습참고	아동	만화	계
동유럽	0	43	13	23	2	2	10	3	62	1	0	23	2	184
러시아	0	4	4	11	1	0	4	4	115	6	0	9	0	158
이탈리아	0	5	25	16	1	3	4	0	37	1	0	53	2	147
북·중미	0	2	4	19	3	6	7	0	29	3	0	49	0	122
유럽	1	7	3	8	0	3	6	1	21	0	0	42	3	95

\* 기타 스페인(77), 오세아니아(67) 남미(50), 서유럽(48), 인도(31), 동남아시아(30), 대만(26), 중동(18), 아프리카(17), 중앙아시아(1) 순으로 나타났다.

\* 출처: 대한출판문화협회(2014), 2014출판통계, <<http://www.kpa21.or.kr/>>

## 2.2 국내 출판물의 해외진출 현황

문화콘텐츠산업의 세계화에 따라서 국내 출판계도 최근 들어 해외진출에 관심을 쏟고 있다. 해외수출 국내 출판물건수에 관한 정확한 집계는 어렵지만, 2000년부터 2006년에 걸쳐 해외에 수출했던 국내 출판물은 1,605종(2,992권)인 것으로 파악되고 있다. 여기에 비공식적인 수출건수(예, 공식집계에 포함되지 않은 에이전시의 수출건수나 출판사 및 저자에 의한 직접 수출건수)를 감안한다면, 이 기간 동안 약 2,000종(4,000여권)이 수출된 것으로 추정할 수 있다.<sup>9)</sup>

저작권 에이전시를 통해서 해외 수출된 출판물(2000-2006년) 현황이 <표 5>에 제시되어 있다. 2000년에 3종이었던 수출건수가 2001년 15종, 2002 186종, 2004년 337종, 2006년 428종 등으로 증가추세를 보였다.

<표 5> 출판물의 해외 수출현황(2000-2006)

(단위 : 종(권))

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	00-06년 누계
종수 (권수)	3	15	186	258 (506)	337 (659)	378 (788)	428 (835)	1,605 (2,992)

\* 조사대상: 도서 저작권 전문 주요 에이전시 8개사(신원에이전시, 에릭양에이전시, 임프리마코리아, KCC, 북코스모스, 베스트코리아, 엔터스코리아, 캐럿코리아)

\* 출처: 백원근, 김소영(2009), 『출판수출지원센터설립방안연구』, 20.

9) 백원근, 김소영, 『출판수출지원센터설립방안연구』(문화체육관광부, 2009. 3), 20.

한국 출판물의 해외진출 활성화 방안 연구

국내 출판물의 해외수출량은 증가하여 2009년 1,427건, 2010년 1,477건을 기록했다. 이 기간 동안 아동서(62%) 수출이 압도적이었다. 만화 및 문학서가 각각 12%로 뒤를 이었다(<표 6> 참조).

<표 6> 출판물의 해외 수출현황(2009~2010)

(단위 : 종)

국가	연도			총류	철학	종교	사회과학	순수과학	기술과학	예술	언어	문학	역사	아동	만화
	2009	2010	계												
중국	544	660	1,204			5	112		70		81	82		834	20
태국	465	422	887						5		8	181		645	48
인도네시아	127	86	213									4		85	124
대만	77	131	208				5		13		23	26	1	139	1
말레이시아	42	53	95											70	25
베트남	62	25	87						2		71	13		1	
프랑스	42	28	70									4		1	65
일본	25	38	63						8	2	7	27		14	5
러시아	4	10	14												14
(*기타)	39	24	63									14		4	45
계(건수)	1,427	1,477	2,904	-	-	5	117	-	98	2	190	351	1	1,793	347
점유율(%)	-	-	-	-	-	-	4%	-	3%	-	7%	12%	-	62%	12%

\* 주요 저작권 에이전시(신원, 임프리마코리아, BC, 캐럿코리아)의 수출실적 집계.

\* 기타: 연도별 10종 미만 수출국 11개국 포함.

\* 출처: 이구용(2013), 출판 한류 진단과 대응방안, 26.

2011-2013년 출판물의 해외수출 현황이 <표 7>에 제시되어 있다. 해외 수출된 출판물 건수는 2011년, 828종, 2012년 668종, 2013년 815종이었다. 이 기간도 역시 아동서(503종, 61.7%) 수출이 압도적이었으며 만화(114종, 14.0%), 문학서(108종, 13.3%) 등이 뒤를 이었다.

<표 7> 출판물의 해외 수출현황(2011-2013)

(단위 : 종)

국가	연도			총류	철학	종교	사회과학	순수과학	기술과학	예술	언어	문학	역사	아동	만화
	2011	2012	2013												
중국	233	173	376	6			11	1	22	1	13	46		254	22
태국	193	134	146	3			2		12			17		103	9
말레이시아	36	66	78											73	5

국가	연도			총류	철학	종교	사회 과학	순수 과학	기술 과학	예술	언어	문학	역사	아동	만화
	2011	2012	2013												
대만	119	65	69				2		2	1	1	2		61	
인도네시아	85	158	55									17		3	35
일본	24	17	21				1		1	7	1	9	1	1	
베트남	25	10	21								2	4			15
프랑스	32	15	19									1		1	17
독일	*	*	7									2			5
이탈리아	9	3	6									1			5
미국	7	5	2									1			1
러시아	29	0	1									1			
헝가리	10	1	1											1	
*기타	26	21	13												
계	828	668	815	9	0	0	16	1	37	9	17	108	1	503	114

\* 에이전시: 신원, 캐럿코리아, KL매니지먼트, 임프리마코리아, KCC, BC,실크로드

\* 출처: 한국출판연구소(2014), 2013년 출판저작권 수출실적 집계, 2.

지난 30년간(1978-2008년) 국내 출판물의 최대 수출국은 중국(1,302종)이었다. 이어서 태국(992종), 대만(790종), 일본(437종), 인도네시아(323종), 인도(72종), 베트남(36종), 홍콩(29종), 말레이시아(11종)순으로 나타났다(<표 8> 참조).

<표 8> 국내 출판물의 수출 국가 현황(1978-2008)

(단위: 종)

국가	계	총류	철학	종교	사회 과학	순수 과학	기술 과학	예술	언어	문학	역사	아동	만화
중국	1,302	34	7	4	132	9	159	25	150	308	6	424	44
태국	992	2	2	0	13	3	17	4	31	164	0	314	442
대만	790	16	8	4	44	8	68	29	64	119	9	370	51
일본	437	17	3	2	45	5	16	21	58	138	21	59	52
인도네시아	323	0	0	1	0	0	1	7	2	11	0	4	297
스페인	286	0	0	0	0	0	1	0	0	6	0	0	279
미국	267	1	2	0	0	0	1	1	1	10	3	12	236
이탈리아	218	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	5	209
독일	178	1	0	1	2	0	0	4	0	20	4	21	125
프랑스	171	0	0	1	1	0	1	0	0	23	2	66	77

\* 주: 100종 이상 수출국 기준

\* 출처: 백원근, 김소영(2009), 출판수출지원센터설립방안연구, 25.

2009-2013년에도 국내 출판물은 중국에 가장 많이 수출됐다. 2013년 중국으로 수출된 도서는 전체수출 물량의 46.1%를 차지했다. 또 5개국(중국 태국, 말레이시아, 대만, 인도네시아 등)이 전체 물량의 87.6%를 차지해서 출판물의 해외 수출이 중국 및 동남아시아 지역을 중심으로 이루어졌음을 알 수 있다(<표 9> 참조).

이 자료는 국내 출판물의 중국 수출의존도가 매우 높기 때문에 중국 출판시장의 트렌드 및 중국인의 독서 욕구를 체계적으로 분석해야 할 필요성이 있음을 시사한다.

<표 9> 국내 출판물의 수출 국가 현황(2009-2013)

(단위 : 종, %)

연도 국가	2009	2010	2011	2012	2013	과거 5년간 누계 (평균 점유율)
중국	544 (38.1%)	660 (44.7%)	233 (28.1%)	173 (25.9%)	376 (46.1%)	1,986 (평균 36.6%)
태국	465 (32.6%)	422 (28.6%)	193 (23.3%)	134 (20.1%)	146 (17.9%)	1,360 (평균 24.5%)
말레이시아	42 (2.9%)	53 (3.6%)	36 (4.4%)	66 (9.9%)	78 (9.6%)	275 (평균 6.1%)
대만	77 (5.4%)	131 (8.9%)	119 (14.4%)	65 (9.7%)	69 (8.5%)	461 (평균 9.4%)
인도네시아	127 (8.9%)	86 (5.8%)	85 (10.3%)	158 (23.7%)	55 (6.8%)	511 (평균 11.1%)
(5대 수출국 점유율)	(87.9%)	(91.5%)	(80.4%)	(89.2%)	(88.8%)	(평균 87.6%)
기타 국가	172 (12.1%)	125 (8.5%)	162 (19.6%)	72 (10.8%)	91 (11.2%)	622 (평균 12.4%)
총계	1,427 (100%)	1,477 (100%)	828 (100%)	668 (100%)	815 (100%)	5,215

\* 출처: 한국출판연구소(2014), 2013년 출판저작권 수출실적 집계, 3.

국내 출판물의 해외진출 현황과 특성을 요약하면 다음과 같다. 첫째 번역출판물 규모는 국내 출판산업의 20%에 해당했지만, 해외로 진출하는 출판물 비중은 낮았다. 예를 들면 2013년 수출된 국내 출판물은 단지 815종에 불과했다.<sup>10)</sup> 둘째,

국내 출판물 수출은 특정국가에 집중되었다. 즉 국내 출판물 해외수출은 아시아 지역 5개국(중국, 태국, 말레이시아, 대만, 말레이시아 등)에서 이루어졌다(87.6%). 미국을 비롯한 서구지역에 수출된 출판물은 단지 3%에 불과했다.<sup>11)</sup> 출판물의 해외수출이 글로벌 시대에 걸맞게 아시아 지역을 넘어서서 다양한 국가로 확대되어야 할 것이다. 셋째, 해외로 수출된 출판물을 특정분야에 치중되었다. 즉 해외로 수출되는 도서들은 아동서, 만화, 문학서 등으로 분포되었는데, 이는 결과적으로 수출물량 축소의 원인이 된다. 출판물의 해외수출은 다양한 장르에서 이루어져야 할 것이다.

### 3. 국내 출판물의 해외수출 사례분석: 중국

1992년 수교 이래 한국과 중국은 여러 채널을 통해 경제적·문화적 교류를 활발하게 진행하고 있다. 이미 오래 전에 중국은 국내 출판물의 최대 소비처로 자리매김했다. 정부에서 발표한 자료에 의하면 중국이 전체 수출물량의 46.1%(2013)을 차지한다고 한다. 최근 한류의 영향으로 중국인들이 한국문화에 대해서 관심을 더 갖게 되면서부터 더 많은 한국 도서를 구입하고 있다. 중국 독자들이 선호하는 분야는 주로 아동서, 만화, 실용서(건강, 미용, 어학), 에세이, 자기계발서 등이다.<sup>12)</sup>

중국에서 베스트셀러에 등극한 한국 출판물을 소개하면 다음과 같다.<sup>13)</sup> 김하인의 『국화꽃향기』, 최인호의 『상도』, 귀여니의 『그놈은 멋있었다』, 남인숙의 『여자의 모든 인생은 20대에 결정된다』, 아이세움 루덴스 미디어의 『서바이벌 과학

10) 한국출판연구소, 『KPRI출판 조사 리포트 2014-1』(2014. 3).

11) 이구용, “출판 한류의 진단과 대응 방안,” 대한출판문화협회, 『출판한류? 무엇이 문제인가』, 2013 서울국제도서전 출판 전문 세미나발표논문(2013. 6), 32.

12) 김진두, “중국 출판 산업 변화와 도서 수출방안연구,” 『한국출판학연구』 제53호(2007. 12), 52.; 대한출판문화협회, 『2014 출판통계』(2014. 12).

13) 문화체육관광부, 한국출판문화산업진흥원, “중국 출판 문화적 배경 및 시장 특색,” 『도서저작권 수찰 가이드북 - 시장편 - 중국』(2014. 6), 17.

만화시리즈』, 프랑세 어린이의 『파브르 곤충기 시리즈』, 김난도의 『아프니까 청춘이다』, 변혜옥의 『마이위너비 메이트업북』, 박혜민의 『포니의 메이크업 북시리즈』 다산북스의 『돈 걱정없는 노후 30년 시리즈』.

특히 『그놈은 멋있었다』(귀여니, 2004, 세계지식출판사)는 청소년들에게 크게 인기를 얻어서 200만부 가량 팔렸다. 더 나아가 이 책은 후속작품(예, 『늑대의 유혹』, 『내남자 친구에게』, 『도레미파솔라시도』)의 판매에도 큰 영향을 미쳤다. 귀여니 작품이 중국에서 이렇게 성공을 거둘 수 있었던 것은 이 책이 시장의 트렌드를 파악하여 중국인의 욕구에 부합한 콘텐츠를 담아냈기 때문이었다.<sup>14)</sup>

중국 출판시장에서 인기를 얻었던 국내 출판물의 특성을 분야별로 살펴보면 다음과 같다.<sup>15)</sup>

#### ① 학습만화 분야

학습만화 관련 도서는 중국시장에서 많이 팔린 분야다. 미래엔의 『미래엔』, 아이세움의 『학습만화시리즈』, 글송이 출판사의 『퀴즈과학상식』, 코믹컴 출판사의 『수학 세계에서 살아남기』 등이 중국시장에서 인기를 얻을 수 있었던 이유는 첫째, 장기적이고 집중적인 마케팅 전략을 구사했기 때문이었다. 둘째, 시리즈물을 선호하는 중국인들의 욕구를 충족시켰기 때문이었다. 셋째, 치밀한 기획력을 바탕으로 고품격의 콘텐츠를 담아냈기 때문이었다.<sup>16)</sup> 즉, 이 분야의 성공요인으로 꼽을 수 있는 것은 ‘독자지향적인 콘텐츠개발’, ‘시리즈물 제작’ 등이다.

#### ② 아동서 분야

아동서는 중국 출판시장에서 가장 빠른 성장세를 보이는 분야다. 특히 육아서(예, 부모 육아, 조부모 육아, 태교 임신 출산 관련 도서)가 가장 많이 팔렸다.

중국시장에서 아동서가 팔리는 이유는 첫째, 중국인들도 한국인 못지않은 자녀

14) 김택규, “중국 수출 성공사례,” 문화체육관광부, 한국출판문화산업진흥원 편, 『도서저작권 수찰 가이드북 - 시장편 - 중국』 (2014. 6), 50.

15) 김택규(2014), 50-57.

16) 김택규(2014), 50.

교육열을 가지고 있기 때문이었다. 둘째, 중국인들은 한국의 아동도서가 질적으로 우수하다고 믿고 있기 때문이었다. 즉 상당수 중국인들은 한국의 아동도서가 콘텐츠에서는 다양성을, 디자인에서는 세련미를 갖추고 있다고 평가했다.<sup>17)</sup>

중국시장에 진출한 아동서 가운데 10-30건 정도가 베스트셀러 반열에 올랐다.<sup>18)</sup> (예, 고수산나 『WHAT? 파브르 곤충기』 전10권 세트(북경과학기술출판사 2006), 성혜숙 『어려서부터 과학을 사랑해』 전13권 세트(호남소년아동출판사, 2009), 정연경 『어려서부터 수학을 사랑해』 전 40권 세트(호남도서아동출판사, 2011), 유영소 등 『수학 그림동화』 전 36권 세트(장춘출판사 2009)). 이 도서들이 성공한 이유는 ‘콘텐츠의 다양성’과 ‘세련된 디자인’ 등을 보유했기 때문이다.

### ③ 자기계발서와 실용서 분야

최근 중국 출판시장에서 높은 수익률을 올리는 분야 가운데 가장 두드러진 것이 자기계발서 및 실용서 분야다. 특히 남인숙의 『여자의 모든 인생은 20대에 결정된다』(남해출판공사, 2007)가 밀리언셀러로 등극했다. 남인숙의 또 다른 10편의 저서 『여자, 그림으로 행복해지다』(호남인민출판사, 2010), 『어쩔거나 남자는 필요하다』(호남인민출판사, 2011), 『서른에 꽃피다』(중화공상연합출판사, 2013) 등도 큰 성공을 거두었다. 이들의 성공요인은 20-30대 도시 여성의 관심을 끌고들어 그들의 욕구(예컨대, 결혼, 연애, 진로문제 등)를 충족시켰다는 점에서 찾을 수 있을 것이다.<sup>19)</sup>

국내 자기계발서 및 실용서가 중국 출판시장에서 성공할 수 있었던 것은 다음 두 가지 요인에서 비롯되었다. 첫째 요인은 한류의 영향이다. 한류로 인해서 높아진 중국 독자들의 한국문화에 관한 호기심이 도서구매로 이어진 것이다. 한국 드라마를 통해서 한국 대중문화를 접했던 중국 독자들은 한국의 메이크업, 헤어디자인, 다이어트, 패션관련 분야에 관심을 갖게 되었고, 이는 이들의 도서구매 욕구를

17) 김진두, “한국과 중국의 출판저작권 무역 분석에 대한 연구,” 『한국출판학연구』 제56호 (2009. 6), 95. ; 김택규(2014), 54.

18) 김택규(2014), 54.

19) 김택규(2014), 53.

자극했다(예, 변혜옥의 『마이워너비 메이크업 북』(2010), 박혜민의 『포니의 시크릿 메이크업 북』(2012), 신우주의 『꼬 맹공주 우주의 셀프 헤어북』(2013), 정다연의 『몸짱 다이어트』(2012), 이동숙의 『마이워너비 스타일링 북』(2011) 등). 특히 2010년 출간된 변혜옥의 『마이워너비 메이크업 북』은 4년 동안 메이크업 분야(6위)의 스테디셀러로 기록되었고, 정다연의 『몸짱 다이어트』도 2012년 출간된 이래 2년 동안 다이어트 분야의 베스트셀러가 되었다(각각 4위와 2위).<sup>20)</sup>

두 번째 요인은 중국 여성들의 욕구충족에 부합한 콘텐츠를 제공한 점이다. 특히 중국시장에서 건강, 미용, 패션, 인테리어, 뜨개질, 요리 등에 대한 관심이 커지자 국내 출판사들이 이를 선제적으로 파악하여 관련된 실용서로 적절히 대응을 했다. 또한 중국시장에 고급화 수요가 나타나자 이에 맞추어 자기계발과 관련한 도서의 품질을 고급화시켰다.<sup>21)</sup> 향후 국내 출판사들이 한류스타(혹은 성공한 여성)를 활용한 자기계발서나 실용서(건강, 외모, 패션, 요리 등)를 제작해서 중국 독자들을 공략한다면 중국 시장에서의 성공가능성은 여전히 높다고 전망할 수 있다. 다시 말해, 이 분야의 성공요인은 ‘한류활용 및 독자육구를 반영한 콘텐츠제공’이라고 할 수 있다.

#### ④ 문학·인문·경제·경영분야

문학서들은 중국 시장을 전혀 공략하지 못했다. 신경숙의 『엄마를 부탁해』(인문출판사, 2013), 공지영의 『도가니』(강소문예출판사, 2013), 김영하의 『퀴즈쇼』(화성출판사, 2009), 천명관의 『고래』(중경출판사, 2011) 등과 같은 도서들도 영미권에서는 인기를 얻었지만 중국에서는 전혀 인기를 얻지 못했다. 오직 일부 한류 드라마의 원작 소설들만이 중국 시장에서 주목을 받았을 뿐이다(예, 『성균관 유생들의 나날』(광서사범대학출판사, 2011), 『커피프린스호점』(중국경공업출판사, 2008).

한국의 소설류(로맨스, 판타지, 스릴러, 게임 등)가 중국 독자들에게 외면당한

20) 김택규(2014), 53.

21) 백은영(2014), 17.

가장 큰 이유는 번역상의 문제 때문이었다. 즉 번역이 매끄럽지 못했고 적절한 단어선택이나 의미전달을 하지 못했던 것이다. 따라서 향후 한국 문학서의 중국 진출의 활성화는 번역의 질을 높이는 데 달려 있다고 할 수 있다.

마찬가지로 국내 인문·경제·경영서의 중국 진출 성과도 저조했다. 이 분야가 성공을 거두지 못한 이유는 번역상의 문제 외에도 여러 가지가 있다. 특히 중국인의 정서와 기대를 담아내지 못하는 내용상의 한계, 중국의 제도적 특수성(재테크, 투자, 마케팅, 인터넷 비즈니스 분야)을 감안하지 못한 정책적인 오류 등이 시장개척의 실패라는 치명적인 결과를 초래했다.<sup>22)</sup> 그럼에도 불구하고 고득성의 저서 『돈 걱정 없는 노후 30년』(광서과학기술출판사, 2010)은 중국의 인터넷 서점(투자·자산관리 분야)에서 최근 3년 연속(2010-2012년) 베스트셀러(1위)를 기록했다. 이런 성과는 중국독자의 정서와 욕구를 도서에 잘 반영해서 얻은 것이었다.<sup>23)</sup> 이러한 사례가 암시하는 것처럼, 이 분야가 중국진출에 성공하기 위해서는 번역의 질을 높이고, 제대로 된 콘텐츠를 개발하며, 출판제도 및 트렌드에 맞는 대응을 하는 등의 노력이 선행되어야 한다.

이상으로 국내 출판물의 중국 진출 현황과 특성을 분야별로 살펴봤다. 지난 10여 년 간 국내 출판사들은 중국에 많은 출판물을 수출했지만 중국의 베스트셀러 목록에 그다지 많은 종수를 올리고 못하고 있다. 이는 변화무쌍한 중국의 출판 시장 및 독자들의 욕구를 충분히 분석하지 못하고 있다는 점, 미비한 시장진입전략에서 그 원인을 찾을 수 있다.<sup>24)</sup>

국내 출판계가 현 상황을 극복하고 성공적으로 해외사장을 개척해 나가기 위해 패러다임의 전환이 필요하다. 특히 디지털기술로 인한 문화산업간의 융합, 수용자의 소비시장 주도로 인한 맞춤형 콘텐츠 개발 등장, 자유 시장경쟁원리에 입각한 문화산업의 대형화, 집중화, 독점화현상<sup>25)</sup> 등과 같은 급변하는 문화콘텐츠산업

22) 김택규(2014), 52.

23) 김택규(2014), 52.

24) 박홍석, “베이징 도서빌딩, 중국 최고의 서점인 신화서점의 선두주자,” 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 『해외출판리포트』 창간준비호(2014. 12), 15.

25) 김동규(2004), 9-10.

의 지형변화를 고려해서 전략을 마련하고 이를 바탕으로 해외시장을 진출해 나가는 것이 필요하다.

#### 4. 국내 출판물의 해외진출 활성화 전략

국내 출판물의 해외진출 활성화 전략은 다음과 같다.

첫째, 유능한 전문 번역가를 양성 및 활용할 수 있는 시스템을 체계적으로 운영해야 할 것이다.

국내 출판물의 성공적인 해외진출은 번역의 질에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 많은 국내 문학서가 번역상의 문제 때문에 중국 독자들로부터 관심을 받지 못했다. 특히 문학서(예, 로맨스소설, 판타지 소설, 스릴러 게임소설 등 소설류)는 다른 장르와 달리 원작자의 의도와 작품의 가치를 번역의 과정에서 충분히 담아내야만 한다.<sup>26)</sup> 그러나 중국어로 번역된 국내 문학서들은 많은 경우 그렇지 못했다. 다시 말해 번역의 수준이 떨어져 중국 독자들에게 작품의 가치와 저자의 의도를 제대로 전하지 못해 외면을 받았다.

해외진출 활성화를 위해서 국내 출판계는 전문 번역가를 양성하고 이를 활용할 체계적인 시스템을 갖추어야 하는 과제를 안고 있다. 전문번역가 양성 및 활용 방법을 소개하면 첫째, 현지에 체류하면서 한국어를 모국어로 하는 인력 혹은 한국어에 능통한 외국인들을 전문번역가로 교육시켜서 이들을 활용하는 방법이다.<sup>27)</sup> 현재 중국에서 활동하는 대부분의 번역가는 영어권에 치중하고 오직 극소수만이 한국어 번역에 종사한다(예, 한국어 번역가는 2011년 22명, 2013년 31명 수준이다). 게다가 중국에서 활동하는 한국어 관련 번역가들은 아마추어 수준의 번역 실력을 갖고 있을 뿐만 아니라 경우에 따라서는 내용첨가, 삭제, 날조 등의

26) 김윤진, “중국에서의 문학한류와 번역현황,” 『한국출판학연구』 제64호(2013. 6), 81-82.

27) 김윤진(2013), 82. ; 박정옥, “출판저작권 수출진흥 방안에 대한 연구,” (석사학위논문, 중앙대학교 대학원, 2002), 140.

부적절한 행위를 거침없이 하는 것으로 알려져 있다.<sup>28)</sup> 전문 번역가 양성 및 활용과 관련된 두 번째 방법은 한국어에 능통한 중국인 학생들을 발굴해서 활용하는 것이다.<sup>29)</sup> 마지막으로 국내 공교육 시스템을 통해서 전문 번역가를 양성하고 이들을 활용하는 방법이 있다.<sup>30)</sup>

둘째, 공동제작 시스템을 활용해서 글로벌 출판시장을 공략하는 전략을 세워야 할 것이다.

중국 업체와의 합작으로 성공을 이뤘던 독일의 베텔스만 그룹의 사례처럼,<sup>31)</sup> 해당 국가의 기업과의 합작시스템을 활용하는 것이 효율적인 방안이 될 수 있다. 선진 국가들은 콘텐츠 산업의 해외진출을 위해서 국가간·기업간 합작시스템을 활용할 것을 오래 전부터 적극 장려하고 있다. 최근 우리 정부도 한류의 세계화를 추진하면서 아시아 국가와 다양한 방식으로 협력하여 문화교류를 확대하고 있고 해외국가들과의 공동제작, 공동투자 등의 정책도 적극적으로 지원하고 있다.<sup>32)</sup>

특히 중국 출판계는 한국 출판계의 기획력과 콘텐츠의 품질을 긍정적으로 평가하고 있기 때문에 양국간의 공동제작 시스템은 원활하게 진행될 수 있다. 예컨대 중국 출판계는 자본을 투자하고 한국 출판계가 제작 노하우 및 전문 인력을 투자한다면 그 성과는 높을 것이다.<sup>33)</sup> 국내 출판계는 글로벌한 기획력에 의해서 제작된 도서가 외국 시장에서도 높은 판매경쟁력을 갖는다는 현실을 직시해야 할 것이다.

셋째, 콘텐츠 개발 전략을 체계화해야 할 것이다.

글로벌 시대 문화산업의 성공 여부는 콘텐츠 개발에 달려 있다. 수용자의 욕구는 매우 다양해서 비슷한 내용의 콘셉트로는 성공하기가 어렵다. 특히 중국 독자

---

28) 김윤진(2013), 77.

29) 김진두(2007), 53.

30) 김선남, “한국 번역출판의 발전방안 연구,” 『서지학연구』 61호(2015. 3), 292.

31) 김진두(2007), 51.

32) 한국문화산업교류재단(2009), 39.

33) 김택규(2014), 52.

들의 출판물에 대한 수용욕구는 매우 다양하기 때문에 그들을 공략하고자 할 때는 다양하고 창의적인 콘셉트에 승부수를 걸어야 할 것이다. 출판 기획자의 창의적인 콘텐츠 개발력이 세계화의 초석이 될 것이다.

넷째, 한류를 활용한 출판전략을 모색해야 할 것이다.

중국 및 동남아 지역의 독자들은 한류의 영향을 받아서 한국 문화에 대한 호기심이 많으며, 이를 또 국내 도서를 통해서 해소하고 있다. 한류 스타의 자기 계발서(삶이나 성공 등을 다룬 도서), 한류와 관련된 실용서(미용, 다이어트, 성형, 요리 등) 등이 중국을 비롯한 아시아 지역에서 잘 팔리고 있는 것은 이들이 한류 스타를 동원한 마케팅전략을 구사하고 있기 때문이다. 이러한 사례들을 비추어 볼 때 한류를 활용한 출판전략이 해외진출의 활성화 전략이 될 수 있을 것으로 보인다.

다섯째, 독자의 욕구분석을 철저히 해야 할 것이다.

성공적인 해외진출은 해당 국가의 독자들의 정서와 욕구를 잘 이해하는 접근에서 비롯될 수 있다. 즉, 현지화가 필수적이다. 특히 해당 국가의 독자들은 자국의 독자들과 서로 다른 정치적·사회적·문화적 배경을 갖고 있어서 독서동기가 다를 수 있다. 따라서 해외진출을 시도하는 출판사들은 해당 국가의 독자들이 독서를 통해서 무엇을 충족하려 하는지를 정확히 파악해야 할 것이다. 이를 위해서 제작자들은 수출대상국의 시장 및 독자조사를 심층적으로 분석하고 그 결과를 현지인의 눈으로 파악해야 할 것이다.<sup>34)</sup>

예를 들면 일본인들은 오락(엔터테인먼트)류 소설을 선호하기 때문에 순수 문학서를 잘 읽지 않는다고 한다.<sup>35)</sup> 그러나 이런 현실을 고려하지 않았던 일부 한국 출판사들은 순수 문학서를 가지고 일본시장에 진출했고 그 결과 일본 시장에서 큰 실패를 경험했다. 최근 중국인들의 독서욕구 키워드는 건강, 양성평등,

34) 박정옥(2002), 138.

35) 이와모토노부미, “일본과 한국문학의 번역출판에 대한 몇 가지 생각,” 『한·일출판 포커스 2013』 2013도쿄국제도서전 주체국 한국 세미나 발표논문(2013. 7), 36.

교육 등이라고 한다. 이런 욕구를 잘 분석한 일부 국내 출판사들은 중국시장에 ‘백세시대의 실버세대를 겨냥한 건강도서’, ‘여성의 사회적·경제력 지위향상을 반영한 자기계발서’, ‘높은 교육열을 충족시키는 학습서’ 등을 가지고 진출해서 결과적으로 높은 판매율을 올렸다.<sup>36)</sup> 이러한 성패 사례를 통해 알 수 있듯이 출판사가 해외진출에 성공하기 위해서는 수출 대상국의 수용자를 염두에 둔 맞춤형 상품을 개발하는 것이 필요하다.

여섯째, 다양한 홍보마케팅 전략을 수립해야 할 것이다.

해외로 진출하고자 하는 출판사는 무엇보다 출판물을 현지 독자들에게 알리는 홍보마케팅 전략을 구사해야 할 것이다. 이런 홍보마케팅은 무엇보다 현지 독자들의 저자에 대한 이해에 초점을 맞추어야 한다. 작가와의 강연, 대담, 토크쇼 등이 중요한 홍보수단이 될 수 있다.

일본의 디스커버21(Discover 21)사는 홍보마케팅 전략을 활용하여 해외진출에 성공한 대표적인 사례이다.<sup>37)</sup> 이 회사는 외국인 사원(미국인 1명, 중국인 2명)을 고용해서 외국 출판사와 직접 교섭을 하거나 해당 국가를 방문해서 출판사 및 에이전시와 수시미팅을 수행한다. 또 신간 발행 후에는 반드시 저자를 초청하고 세미나를 열어서 저자와 출판사 그리고 독자들과 친밀한 관계를 형성한다. 이런 노력을 통해서 성공적인 해외진출을 이룰 수 있게 되었다. 향후 해외진출을 꿈꾸는 출판사는 자사의 책을 해당 국가의 독자들에게 알려주는 홍보마케팅 활동을 적극적으로 시도해야 할 것이다.

일곱째, 타이밍 전략을 개발해야 할 것이다.

많은 전문가들은 ‘타이밍’ 전략개발을 해외수출 도서의 가장 중요한 마케팅 요인으로 제시한다. 그 이유는 독자의 기호가 수시로 변하기 때문에 출판 타이밍을 독자의 욕구에 맞추지 못하면 출판사들이 성공할 수 없기 때문이다. 예를 들면

36) 백은영(2001), 18-19.

37) 하라 노리히로, “한국 실용서의 일본 번역출판 사례 - ‘아프니까 청춘이다,’ 『한·일출판포커스 2013』 2013도쿄국제도서전 주체국 한국 세미나 발표논문(2013. 7), 57.

통속소설을 선호했던 중국 독자들은 ‘모옌’(노벨수상자)의 등장으로 유명작가의 출판물(소설, 수필)로 관심을 돌렸다. 그 결과 중국시장에서 통속소설의 매출액이 대폭 줄었다.<sup>38)</sup> 이러한 트렌드를 파악하지 못하고 관성적으로 통속소설출간에 매달린 출판사들은 결과적으로 큰 어려움을 겪었다. 출판시장이나 독서욕구는 수시로 변하는 것이기 때문에 해외진출을 도모하는 출판사들은 해당국의 출판시장 및 트렌드를 정확하게 파악하는 타이밍 분석을 수행해야 할 것이다.

여덟째, 다양한 정보채널을 활용해야 할 것이다.

해외진출을 꾀하는 출판사는 직간접적으로 활용할 수 있는 다양한 정보채널을 통해 수출국의 시장의 정보를 얻을 수 있다. 특히 수출대상국의 출판 트렌드 및 독자욕구, 경쟁 미디어 분석 등을 분석할 때 저작권 에이전시나 출판유관단체를 활용하면 매우 효과적인 결과를 얻을 수 있다. 그 이유는 저작권 에이전트 및 에이전시는 해외진출에 도움을 주는 다양한 정보, 즉 문화 및 출판시장의 흐름, 독자의 구매패턴 등 다양한 정보 및 경험을 보유하고 있고, 또 이들은 자국의 베스트셀러 목록, 홍보자료, 서평, 출간에정인 도서목록 등 유용한 정보를 갖고 있기 때문이다.<sup>39)</sup>

또 해외시장 정보는 출판유관단체를 통해서도 입수할 수 있다. 한국출판문화산업진흥원(<http://www.kpipa.or.kr>)은 출판 수출지원센터를 통해서 해외수출과 관련된 정보와 방법을 제공하고 있다. 또한 이는 우수콘텐츠개발 및 맞춤형 출판물지원, 출판한류 확산을 위한 글로벌 경쟁력강화 등의 사업을 추진하고 있다. 마찬가지로 대한출판문화협회(<http://www.kpa21.or.kr/>)도 국내 출판 육성과 해외진출을 지원하는 사업을 수행(국제도서전안내, 서울국제도서전 개최, 외국어초록번역사업 지원)한다. 이는 해외출판 사이트 검색, 출판저작권 수출DB 등과 관련된 사이트를 운영하고 있다. 이 조직이 발행하는 ‘도서저작권 수출 가이드북’에는 해외정보, 수출(계약)시 유의사항 등이 수록되어 있다. 한국문학번역원(<http://www.klti.or.kr>)

38) 백은영(2014), 18.

39) 박정욱(2002), 143.

은 한국문학과 문화를 세계에 알리는데 기여하기 위해 번역지원사업, 출판지원사업, 교류홍보사업, 교육정보사업, 초록/샘플번역지원, 번역지원대상도서추천 등을 수행하고 있다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 국내 출판물의 해외진출 현황 및 특성을 검토하고 활성화 방안을 모색하는데 있다. 본 연구결과는 다음과 같다.

- ① 국내 출판물의 해외진출 현황과 특성을 살펴보면 첫째, 국내 출판산업에서 번역 출판물이 차지하는 비중은 불과 20%에 지나지 않았다. 이는 주로 국내에서 번역되는 출판물이었으며, 해외에 수출되는 출판물의 비중은 더 낮았다. 둘째, 국내 출판물의 해외진출은 주요 동남아국가에 집중되었던 반면 미국을 비롯한 서구지역에서는 소규모로 이루어졌다. 셋째, 해외로 수출되는 국내 출판물 장르는 특정한 분야 즉 아동서, 만화, 문학서 등이다. 이런 특성들은 향후 국내 출판계의 해외진출 성공여부가 수출물량 확대전략, 수출국 및 수출도서장르 확대 등과 같은 과제를 어떻게 해결하느냐에 달려 있음을 시사한다.
- ② 국내 출판물의 중국진출 현황과 특성을 살펴보면, 중국인들은 한류의 영향을 받아서 한국문화 및 출판물에 높은 관심을 보였다. 특히 중국 독자들이 선호한 장르는 아동서, 학습만화, 실용서(건강, 미용, 어학) 에세이, 자기계발서 등이었다. 중국 출판시장에서 성공을 거둔 도서의 공통점은, 중국 독자들이 관심을 갖는 분야의 콘텐츠를 담아내었고 질 높은 디자인 및 제작방식을 활용했다는 점이다. 반면 중국 시장에서 성공하지 못했던 도서들은 수준미달의 번역, 비효율적인 시장대처(시장 및 독자욕구, 진입 타이밍, 마케팅전략 등) 등과 같은 문제점을 안고 있었다.
- ③ 국내 출판물의 해외진출 활성화 전략은 다음과 같다. 첫째, 전문번역가 양성

및 활용 시스템을 체계화하는 전략이다. 일부 출판물의 번역은 원전의 의미를 충분히 전달하지 못했다. 다양한 번역상의 문제를 해결하는 것이 필요하다. 따라서 해외진출 활성화를 위해서는 해당 언어와 문화에 대해 충분한 지식을 갖춘 번역가를 양성하고 이들을 잘 활용할 수 있는 시스템을 갖추어 나가야 할 것이다. 둘째, 공동제작 시스템을 활용해서 글로벌 시장에 진출하는 전략이다. 관련 국가나 기업과의 공동제작체계를 갖춘다면 우수한 출판물을 생산할 수 있을 뿐만 아니라 비용절감 및 이윤극대화를 꾀할 수 있을 것이다. 셋째, 콘텐츠 개발 전략을 체계화하는 전략이다. 독자육구는 다양해서 비슷한 내용의 콘셉트로는 성공하기가 어렵다. 출판계는 과학적으로 분석한 독자육구를 기반으로 창의적인 콘텐츠개발을 해야 할 것이다. 넷째, 한류를 활용하는 전략이다. 한류의 영향으로 외국인들의 국내 출판물에 관한 관심이 높아지고 있다. 한류스타를 활용한 출판물 제작을 활성화시키면 성공할 수 있을 것이다. 다섯째, 과학적으로 독자들의 육구를 분석하는 전략이다. 성공적인 해외진출을 위해서 가장 중요한 부분은 해외 독자의 정서와 육구를 잘 이해하는 것이다. 여섯째, 전문화된 홍보 마케팅전략을 수립하는 전략이다. 해외에 수출되는 출판물을 현지 독자들에게 알리기 위해서는 적극적인 마케팅 전략을 구사해야 할 것이다. 일곱째, 타이밍 전략을 개발하는 전략이다. 출판 타이밍을 맞추지 못한 출판사들은 성공하지 못한다. 타이밍의 파악은 시대 흐름, 상황분석과 일맥상통한다. 해외수출을 준비하는 출판사들은 해당국의 출판 트렌드를 정확하게 파악할 수 있어야 선제적 대응을 할 수 있다. 여덟째, 해외진출을 위한 다양한 정보를 확보하는 전략이다. 상대국의 출판동향과 독자의 육구, 경쟁 미디어 등 시장분석이 필수적이다. 신뢰할 수 있는 정보는 저작권 에이전시, 출판유관단체 등을 통해서 얻는 것이 얼마든지 가능하다.

이상과 같이 본 연구는 국내 출판물의 해외진출 현황 및 특성, 활성화 방안 모색했다. 본 연구는 국내 출판사의 해외진출을 위한 기초자료 활용할 수 있다는

점에서 그 의미를 찾을 수 있을 것이다. 그러나 본 연구는 탐색적인 수준에 머물고 있다는 한계점을 갖고 있다. 이에 따라 본 연구의 한계점을 보완한 후속연구가 진행되어 국내 출판물의 해외진출에 기여하는 실증적인 데이터를 마련해야 할 것이다.

### <참고문헌>

- 김동규. “한국 출판의 동북아 시장 진출 전략연구.” 『한국출판학연구』 제46호 (2004. 6). 5-26.
- 김선남. “한국 번역출판의 발전방안 연구.” 『서지학연구』 제61호(2015. 3). 263-294.
- 김윤진. “중국에서의 문학기류와 번역현황.” 『한국출판학연구』 제64호(2013. 6). 51-85.
- 김진두. “중국 출판 산업 변화와 도서 수출방안연구.” 『한국출판학연구』 제53호 (2007. 12). 33-60.
- 김진두. “한국과 중국의 출판저작권 무역 분석에 대한 연구.” 『한국출판학연구』 제56호(2009. 6). 73-104.
- 김택규. “중국 수출 성공사례.” 문화체육관광부, 한국출판문화산업진흥원 편. 『도서저작권 수찰 가이드북-시장편-중국』(2014. 6). 50-55.
- 노병성. “한국 출판의 영미권 진출을 위한 전략.” 『한국출판학연구』 제46호(2004. 6). 49-93.
- 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원. 『2011 콘텐츠산업통계』. 2012.
- 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원. 『2013 콘텐츠산업통계』. 2014.
- 문화체육관광부. 『출판문화산업진흥 5개년 계획(2012-2016)』. 2012.
- 박정옥. “출판저작권 수출진흥 방안에 대한 연구.” 석사학위논문. 중앙대학교 대학원. 2002.
- 박홍석. “베이징 도서빌딩, 중국 최고의 서점인 신화서점의 선두주자.” 문화체육

- 관광부, 한국콘텐츠진흥원. 『해외출판리포트』 창간준비호(2014). 13-15.
- 백원근. “출판저작권 수출동향과 과제.” 『출판문화』 제48권 2호(2011. 2). 20-23.
- 백원근, 김소영. 『출판수출지원센터설립방안연구』. 문화체육관광부, 2009.
- 백은영. “중국 출판 문화적 배경 및 시장 특색.” 문화체육관광부, 한국출판문화산업진흥원 편. 『도서저작권 수찰 가이드북 - 시장편 - 중국』(2014. 6). 17-24.
- 송현경. 콘텐츠해외진출지원센터 ‘맞춤서비스’. 『내일신문』(2015. 4. 15). 19면.
- 신예영. “국내 출판 저작권의 해외 수출방안연구 - 해외저작권수출 담당자의 심층 인터뷰를 중심으로.” 석사학위논문. 중앙대 신문방송대학원. 2011.
- 이구용. “출판 한류의 진단과 대응 방안.” 대한출판문화협회. 『출판한류? 무엇이 문제인가』 2013 서울국제도서전 출판 전문 세미나발표논문(2013. 6). 23-35.
- 이와모토노부타. “일본과 한국문학의 번역출판에 대한 몇가지 생각.” 『한·일 출판 포커스 2013』 2013도쿄국제도서전 주체국 한국 세미나 발표논문 (2013. 7). 32-39.
- 하라 노리히로. “한국 실용서의 일본 번역출판 사례 - ‘아프니까 청춘이다.’” 『한·일출판 포커스 2013』 2013도쿄국제도서전 주체국 한국 세미나 발표논문 (2013. 7). 51-58.
- 한국출판연구소. 『KPRI출판 조사 리포트 2014-1』. 2014.3.
- 한국문화산업교류재단. 『한류, 아시아를 넘어 세계로』. 2009.
- 황민선. “한국 출판물의 해외 소개 현황과 활성화 방안에 대한 연구.” 『한국출판학 연구』 제43호(2001). 353-380.
- <<http://news.donga.com/3/all/20111230/42965067/1>> (검색일자: 2015. 4. 2).
- <<http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2014112401072512054001>> (검색일자: 2015. 4. 2).
- <<http://www.kpipa.or.kr>> (검색일자: 2015. 4. 19).
- <<http://www.kpa21.or.kr>> (검색일자: 2015. 4. 19).
- <<http://www.klti.or.kr>> (검색일자: 2015. 4. 19).

