

# 문학의 국경 허문 오스트리아 비저츠

## 폴란드 등 중부유럽의 문학 독일어권에 소개

이희재

번역가



비저츠 출판사의 주역들.  
왼쪽에서 세번째가  
페터 한트케,  
오른쪽 끝이  
로즈 체비저 사장.

작년 오스트리아 정부는 동서 장벽이 무너지기 훨씬 전부터 오스트리아와 이웃한 중부 유럽 여러 나라의 문학작품을 폭넓게 소개, 중부 유럽의 문화를 독일어권에 소개한 공로로 제1회 오스트리아 국가상을 클라겐푸르트의 비저츠 출판사에 수여한 바 있다. 1987년 로즈체비저가 세운 이 출판사는 페터 한트케 등 오스트리아 작가의 작품과 헝가리, 이탈리아, 슬로베니아 출신 작가들의 번역작품을 전문적으로 내는 출판사다.

비저츠는 자신을 세속적인 출판인이라고 말한다. 양쪽에 각각 파란색, 빨간색 심이 달린 색연필에 비유한다면 “자신은 빨간색이요 편집진은 파란색이다.” 그렇지만 “국경을 넘어서는 언어”이기에 출판인으로서 문학을 택했다고 밝히는 사명의식은 단순한 장삿속을 넘어서다. 그는 슬로베니아 출신이다.

처음에는 초판 발행부수가 1천에서 1천5백부 남짓이었지만 현재는 1천5백에서 2천으로 약간 늘었다. 비저츠는 절판되는 책이 없도록 세심한 배려를 한다. 내는 책도 소설, 시, 에세이 등 문학이라는 울타리 안에서는 국경이 없다. “오직 좋은 문학을 내고 싶다. 우리 책은 시류에 영합해선 안된다. 요즘의 독서풍토를 감안하면 정신시간 짓인 줄 알지만, 다행이 점점

많은 비평가들이 책에서 중요한 것은 내용이 출판사의 연륜이 아니란 사실을 알아주고 있다”고 비저츠는 말한다.

사실 비저츠 출판사는 이렇다 할 광고를 하지 않아도 「차이트」 「벨트」 「슈트도이체」 「노이에 쿨러히 차이팅」 「슈테른」 같은 독일어권 유수의 신문 잡지들이 서평란에서 자진해서 소개해준다. 이런 후원에 힘입어서인지 대형 베스트셀러는 없어도 일단 짙은 책들은 대개 3년 안에는 소화된다. 비저츠 출판사는 페터 한트케, 잉게보르크 바하만 등 오스트리아 작가의 작품을 슬로베니아어로 번역하여 소개하기도 한다.

지난 1945년부터 내려잡더라도 폴란드 문학은 무려 1천5백편이나 독일어권에 소개되었음에 비해 같은 유럽이면서도 유고슬라비아를 구성하는 여러 민족들의 문학은 가뭇이 콩나듯이 따금씩 비체계적으로 소개되었을 뿐이다. 비저츠 같은 출판사가 없었으면 중부 유럽권의 문학 작품들은 독일어권에 영영 소개되지 못하고 말았을 것이다. 중부유럽 문학이 독일어권에 소개되지 못한다는 것은 곧 세계에 알려질 기회를 잃는다는 얘기다.

“그곳에 사는 사람들에게도 문학은 단순한 정보 이상의 차원이다. 그것은 미래를 알리는

과거의 傳言이다. 때문에 우리는 철의 장막이 거두어지기 전부터 그쪽 문학을 체계적으로 소개하려고 노력한 것이다. 여기저기서 언어들은 정보를 토대로 몇몇 이름난 작품들을 간헐적으로 소개하는 데 그친 일부 출판사와 감히 구별된다면 바로 그 점이다.” 이쯤 되면 출판은 문화의 침병이라는 말이 무색할 정도다.

중부유럽은 현재 민족분규의 회오리에 빠져 들고 있지만 올초 비저츠 출판사에서 간행된 도서들의 목록에서는 여러 민족이 화해롭게 공존하고 있다. 이스트반 예외르시의 「나는 파리를 잡은 장관이었다」(헝가리), 드라간 벨리키치의 「비아 폴라」(세르비아), 알리 포드림자의 「시집」(알바니아), 네젤스코 파브리오의 「베레니체의 머리카락」(크로아티아), 드라고 안차르의 「범선」(슬로베니아) 등이다. 카를 마르쿠스 가우스의 에세이집 「중부 유럽의 절멸」은 차분한 어조로 냉전과 전제정치의 종언 이후의 중부유럽을 통시적으로 고찰하고 있다.

“한 나라의 문학만 진흥시킬 수는 없다. 우리는 여러 나라 문학의 동등성을 그들 문학의 관련성, 합치점, 차이점을 통해 나타내야 한다. 차이와 다양성만이 진정으로 문학을 진흥시킨다.”

고집센 관념적 문학평론가를 웬지 연상시키

는 발언이 한 실천적인 출판인의 입을 통해 나오면서 에누리없는 현실로 다가온다.

### 전문사전에 눈돌리는 미술판사들

폭발적으로 늘어나는 정보 수요, 위험부담이 적은 장기적인 기획물을 개발해야 할 필요성, 전세계적인 영어 참고도서 수요의 확대라는 요인이 맞물려 영어권의 대형 출판사들이 사전 개발에 집중적인 투자를 하고 있다.

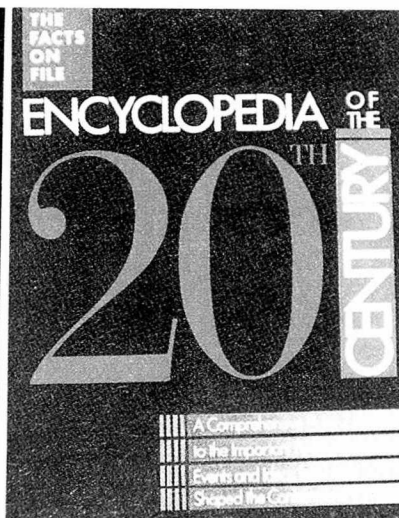
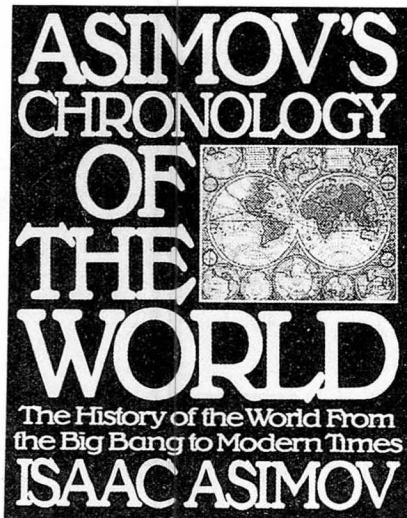
전반적인 불황 탓에 미술서적 등 값비싼 책들이 외면당하고 있는 상황에서도 사전류만은 예외적으로 호황을 누리고 있다. 장기간에 걸쳐 많은 정보를 이용할 수 있으리라는 기대 탓인지 일반적으로 독자들은 사전 정가에 덜 민감한 편이다. 특이한 사실은 「인사이클로피디어 브리태니커」를 제외하고 대형 전집물 사전에 대한 반응이 시들한 반면 낱권으로 된 각종 전문사전들이 각광을 받고 있다는 것.

이 분야의 선두주자는 랜덤하우스다. 지난해 수정판을 낸 낱권짜리 백과사전 「랜덤하우스 백과」는 출판되기도 전에 초판 5만부가 매진되어 재판을 찍는 등 엄청난 성공을 거두었다. 랜덤하우스는 「2차대전 참고도서」, 「랜덤하우스 아동백과」를 준비하고 있다. 특히 어린이들의 취향에 맞춰 3천5백여장의 그림을 수록하는 등 제작에 심혈을 기울인 아동백과는 크리스마스 시즌을 겨냥, 초판 10만부를 매진시키기 위해 대대적인 선전공세를 펴고 있다.

4년 전 사전 제작 부서를 완전 개편한 하퍼콜린스는 역사에서 원예에 이르기까지 매년 평균 10종의 전문사전을 간행하고 있다. 전문가가 아니라 일반인을 위한 전문사전을 만든다는 기치를 내걸고 있다. 아이작 아시모프의 「세계의 연대기」(Chronology of the World)는 이 회사의 주종상품이다.

프렌티스 홀도 일반독자를 우선시하기는 마찬가지. 역시 한편으로 하나의 주제에 초점을 맞춘 사전에 치중한다. 「聖地고고학사전」 같은 무거운 주제도 끼여 있다. 초판은 대개 1만5천부 정도 찍는데 여느 책들처럼 몇달이 아니라 몇년 동안 꾸준히 소화할 수 있다는 자신이 거기 깔려 있다. 사전이 갖는 매력은 바로 이런 생명력이다.

오로지 사전에만 매달려온 출판사로는 팩츠온 파일이 있다. 지금까지는 도서관을 상대로 방대한 자료 편찬 작업에 역점을 두어왔지만



이미지 아시모프의 「세계의 연대기」와 팩츠 온 파일사의 「20세기 백과사전」.

기왕의 노하우를 무기로 점차 특수 주제의 사전에 강세를 나타내고 있다. 「20세기 백과사전」은 일반시장에서 성공하리라고 자신하는 최신작이다. 팩츠 온 파일은 값비싼 사전을 페이퍼백으로 염가에 제공하는 작업도 꾸준히 해오고 있다.

옥스포드대 출판부는 대상이 일반인이든 전문인이든 사전 제작에는 똑같은 장기적 투자와 세심한 배려가 필요하다는 것을 신조로 삼고 있다. 그렇게 만든 책은 예외없이 생명력이 길다. 최근 나온 「옥스포드 언어학백과」 같은 책은 최소 25년은 꾸준히 팔릴 것으로 편집진은 자신하고 있다. 이런 호언에는 확실한 근거가 있다. 몇해전 「옥스포드 마음의 편람」 같은 무게있는 철학서가 QPB 북클럽 회원들의 주요 선택도서로 꼽혔던 것. 사전을 애용하는 것은 역시 독서애호가들이다.

케임브리지대는 일련의 지역백과를 펴내고 있다. 소련, 아프리카에 이어서 오는 10월에는 「케임브리지 중국백과」가 나온다. 또 「케임브리지 조류학백과」, 「케임브리지 언어백과」도 펴낼 예정. 케임브리지대에서 나온 양질의 사전들은 불황에는 아랑곳하지 않고 날로 성가를 더하고 있다.

일반 단행본에 비해 사전을 만드는 데 턱없이 많은 돈이 들어가는 것은 아니다. 단행본 저작권료가 그만큼 치솟았기 때문이다. 또 편집인이 저자를 보조하는 차원에 머무는 일반 단행본과는 달리 사전 편집은 대부분 편집인이 주체라는 점에서 능동성을 요하고 그만큼 편집인으로선 보람있는 작업이다. 사실 사전만큼

편집자의 역량이 유감없이 발휘되는 편집영역도 드물다. 때문에 특히 사전 부문에는 몇십년 썩의 경험을 가진 노련한 편집자들이 많다. 젊은이의 반짝이는 재치만으로는 사전 편집을 감당할 수 없다는 자부심을 그들은 갖고 있다.

그러나 사전들의 가장 든든한 고객은 아직은 도서관이다. 출판사들이 일반 독자들을 겨냥한 사전을 적극 개발하려 나선 이면에는 재정적자에 시달리는 미국 정부의 도서관 지원금 삭감 움직임이 출판계에 미치는 파급효과를 줄여 보려는 계산도 숨어 있다. 그러나 사회가 다양화되고 전문화될수록 어떤 의미에서는 수십권 짜리 본격 백과사전이 더욱더 필요해질 수 있으며 그것은 개인이 구입하기에는 너무 부담이 크다. 그래서 출판사들은 사전 출판의 다각화와 함께 의회와 정부에 공공도서관 지원금의 축소계획 철회를 위한 로비활동을 벌이는 이 중의 노력을 게을리하지 않고 있다.

## 더 큰 투망 던지는 더블데이社

종교서적 부문에서 새로운 활로를 모색하고 나선 미국 더블데이 출판사의 노력이 서서히 빛을 보고 있다. 더블데이는 '이미지'(IMAGE)라는 이름으로 37년 전부터 카톨릭 서적을 중점적으로 내왔는데 지난해 로고까지 바꾸면서 종교 분야에서 더욱 폭넓은 영역을 개척하겠다고 선언했다. 그전까지의 로고는 세상을 굽어보는 십자가였지만 새로 바뀐 로고는 냇물을 마시는 사슴으로 밑에는 '정신적 자양을 위한 책'이라 적혀 있다.

70년대만 하더라도 '이미지 북스'의 미래는 장미빛이었다. 1979년 이미지에서 나온 125종의 책은 평균 5만부가 팔렸는데 그중 56종은 10만부 이상 팔렸고 8종은 20만부에서 80만부까지 팔렸다. 그러나 카힐이 부임하기 바로 전 해는 평균 5천에서 1만부 팔린 것이 고작이었다. 1990년 4월 침체에 빠진 더블데이의 종교서 출판을 쇄신시키라는 특명을 받고 부임한 톰 카힐 국장은 이미지 북스가 가톨릭이라는 너무 좁은 울타리만을 고수해온 데서 모든 문제가 파생되었다고 진단했다. "가톨릭이라는 나무만을 보고 죽음, 인생의 의미, 행위의 의미 등 인간이 언어를 사용하면서부터 늘 던져온 '궁극적인 물음'들로 이루어진 숲은 보지 못했다"는 것이다. 그는 종파에 구애받지 않고 이 궁극적인 물음의 넓은 울타리에 들어가는 책들을 펴내기로 했다.

현재 이미지의 도서목록을 보면 「녹색신: 기독교인을 위한 생태학」, 「정당했는가?: 걸프전의 도덕성에 관한 반성」, 「마이모니데스: 중세 유대사상가의 전기」 등 전보다 훨씬 다채로워졌다. 얼마전에는 전쟁의 기원에 관한 책을 쓴 예일대 도널드 케이건 신부에게 고료로 35만 달러를 지불했다. 어느 정도 체제가 갖춰지는 대로 카힐은 비서구권 종교서들에도 손을 댈 생각이다. 그러나 단순한 이익취미는 배격하며 어느 정도의 지적 엄밀성은 갖춰야 한다는 생각이다.

이미지 북스의 출판종수가 많아진 것은 아니다. 예나 지금이나 한해 평균 26종을 유지하고 있다. 달라진 것은 인쇄부수. 전에는 5천~1만부 가량을 초판으로 찍었지만 지금은 보통 2만~3만부를 찍는다. 카힐은 더 넓은 독자층에 파고들 수 있는냐의 관건은 제목이 쥐고 있다고 믿는다. 가령 여성과 종교에 관한 평범한 연구서로 문혀버릴 수도 있는 올 11월에 나올 거트루드 윌러 넬슨의 책 제목을 「여기선 모두 자유롭게 머문다: 상처난 여성성을 치유하는 이야기」라고 붙였는데, 이는 최근 미국 서점가를 휩쓸고 있는 잃어버린 남성성의 회복을 부르짖는 시인 로버트 블라이의 「무쇠 손: 남자에 관한 이야기」를 다분히 의식한 시도다. 또 5월에 나온 「돌아온 탕아」라는 책의 부제를 「아버지, 형제, 아들에 관한 명상록」이라고 달아 더욱 광범위한 독자층을 끌어들이고 있다.

11월에 나올 존 메이어의 「변경의 유대인: 역사적 예수의 되돌아봄: 문체와 그 인간됨의

뿌리」라는 책의 광고도 독특하다. "모두 서기 초의 종교운동에 정통한 정직한 역사가들이인 가톨릭교도, 개신교도, 유대교도, 불가지론자가 하버드 신학대학원 도서관에 간혀 나자렛 예수가 누구였고 그의 의도가 무엇이었는데에 대한 합의를 도출하지 못하는 한 밖으로 나올 수 없다고 가정하자." 이처럼 책의 주제를 참신하고 선명하게 전달하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

가능성 있는 책은 집중적으로 지원한다는 것이 카힐의 전략이다. 역시 11월에 나올 장로회 목사 마이클 린벌의 「노스헤이븐에서 온 좋은 소식」은 당초 초판을 7천부 찍을 예정이었다. 그러나 미네소타주 노스헤이븐이라는 조그만 마을에서 지낸 1년간의 생활을 그린 이 책의 내용에 감동받은 편집진은 각종 종교단체에 편지를 띄우고 전국의 주요 서적거래상들에게 팜플렛을 발송하는 등 집중적인 선전을 폈다. 심지어는 저자가 책의 내용을 일부 읽은 것을 테이프에 담아 주요 개신교 지도자들에게 보냈다. 그 결과 각지에서 주문이 쇄도하여 초판 발행부수를 2만 5천부로 상향 조정했다.

새로운 체제를 갖춘 지 1년 반밖에 안됐지만 벌써 성공의 조짐이 나타나고 있다. 정확한 수치는 회사측이 밝히고 있지 않지만 1991 회계연도의 매출은 작년 대비 51% 증가했다. 1990년도의 매출은 1989년보다 겨우 2% 늘었을 뿐이었다. 뱅텀에서는 오디오 출판을 제외해 오는 등 이미지 북스는 주목의 대상이 되고 있다. 특히 종교서는 오디오 출판이 커다란 강점으로 작용할 수 있기 때문에 카힐은 신중하게 검토하고 있다.

카힐은 최근 버튼 비스토스키라는 한 유대교 랍비가 「변경의 유대인」에 좋은 평가를 내렸다는 사실 때문에 들떠 있다. 대수롭지 않아 보일지 모르지만 명망있는 유대인이 기독교 관련 서적에 호의적인 반응을 보였다는 것은 종파의 울타리를 넘어서려는 더블데이의 구상이 현실화되고 있다는 청신호이기 때문이다.