

투명성 바탕으로 신뢰회복을

제15회 출판포럼 '인세 지불방법 이대로 좋은가'



저자와 출판사의 민감한 주제인 인세제도에 대해 열린 토론이 있었다.

대한출판문화협회(회장 나춘호)와 한국출판연구소(이사장 윤정광)는 '인세 지불방법 이대로 좋은가'라는 주제로 제15회 출판포럼을 열었다. 지난달 17일 출협회관 강당에서 열린 포럼에는 저작권에 대한 인식이 높아지고 저자와 출판사 사이에 인세를 둘러싼 잡음이 잦은 추세를 반영하듯 많은 출판인과 작가들이 참가해 성황을 이뤘다.

인세지불의 명확한 자료제시 없어

한국출판학회(회장 민병덕) 김기태 사무국장은 '우리나라 인세 지불방법의 문제점과 개선방향'을 발표했다. 문제점으로 출판계약에서 합리적인 인세 지불방법이 정착되지 않아 즉흥적으로 인세율과 지불방법이 정해지고 인세지불에 대한 명확한 자료제시가 이뤄지지 않거나 또는 상호간의 신뢰가 부족하다는 점을 지적했다.

해결방안으로 저자와 출판사가 일정의 발행분 또는 초판 1쇄에 대해서는 발행부수를 기준으로 계산한 인세를 출판사에서 먼저 저자에게 지불하고, 이후에는 일정한 간격을 두고 판매부수를 기준으로 해 계산된 인세를 나중에 지불하는 방법의 절충안을 제시했다.

두번째 주제발표자로 나선 한국저작권센터(KCC) 박소진 대표는 일본과 미국을 중심으로 한 '외국의 인세지불 현황'을 소개했다. 일본의 경우 전문학술서와 아동서는 판매부수를 기준으로 인세가 산출된다. 미국은 판매부수를 기준으로 정하지만 지불방법은 선불금 제도를 채택한다. 특히 미국의 경

우 선불금 이상으로 지급된 인세액이 반쯤 등으로 과포되었을 때 추후부터는 초과분을 공제하고 지불해 주목을 끌었다.

주제발표에 이어진 토론에서는 출판사·저자·저작권전문가 등이 참여해 각자의 입장을 개진했다. 93년부터 인세후불제를 시행하고 있는 서광사의 김신혁 대표는 모든 저자에게 판매자료를 공개하고 판매루트를 일원화함으로써 이 제도를 성공적으로 시행할 수 있었다고 밝혔다. 출협의 김병준 상무이사는 저작권법상 인지점부제도와 저작권 소멸 조항 등이 불합리하다고 지적했다.

저작권의 2차적 이용 제한

한편 서울대 황적인 교수는 저자 입장에서 인지점부가 발행부수를 확인할 수 있는 유일한 수단이기 때문에 인지점부를 폐기하고 판매부수를 기준으로 인세를 지급하자는 것은 결국 인세를 깎겠다는 얘기일 뿐이라고 반박했다. 저작권심의조정위원회 최경수 연구실장은 합리적이고 투명한 출판계약 자체가 중요하다고 강조하고 이제 출판계도 축적된 정보를 바탕으로 저작권의 2차적 이용에 관심을 두어야 할 것이라고 제안했다.

저자와 출판사는 결국 공생관계에 있고 투명성과 정직성을 바탕으로 신뢰관계를 구축해야 한다는 데는 토론자 모두 공감했다. 특히 발행부수를 기준으로 하는 현행 인세지불방법에 대한 대안을 공적인 논의의 장으로 끌어올렸다는 점에 이번 포럼의 의미가 있었다.

— 박천홍 기자

새 틈새시장 실버문화에 관심

올해 '노인의 해'... 노인독자 위한 책 전문

인간의 평균수명이 늘면서 세계적으로 노인인구의 비율은 증가해왔다. 우리나라도 예외는 아니며 노인인구 비율은 세계에서 유례를 찾아보기 힘들 정도로 빠르게 증가하고 있다. 한국보건사회연구원의 자료에 따르면, 65세 이상 노인인구 비율은 2001년 7

퍼센트에서 2030년 14%까지 차지할 것으로 예상돼 10명 중 1명 이상이 노인인 사회가 곧 닥칠 것이라 한다. 한 조사에 따르면, 1995년 현재 65세 이상 노인 인구는 2백54만명으로 이들 중 45%가 노인정을 찾았다고 한다. 노인정에서 하는 일은 ▲바둑·장기·화투 즐기기 ▲라디오·TV 시청 ▲여행·소풍 ▲자원봉사 등의 순으로 나타났다. 복수응답이 가능했다고 하나 바둑·장기·화투 등으로 여가를 즐기는 노인이 전체의 87.5%에 달한다는 것은 우리 노인문화가 얼마나 황폐한지 보여주는 실례다.

노인문화의 황폐성은 출판에서도 보인다. 서점에서 노인을 위한 책은 거의 발견할 수 없는 실정이다. 물론 노인복지에 대한 참고서와 실버산업에 대한 개론서 몇 권이 있지만, 노인문화와는 무관하다. 외국의 사례가 능사는 아니겠지만, 미국의 경우엔 《Love and Sex After 60》라는 책을 주대상층인 노인들이 보기 쉽게 큰 활자본으로 내기도



전문가로 은퇴한 노인들의 풍부한 경험을 책에 담아 물려주거나 여가를 즐길 읽을거리를 제공하는 일은 이제 출판의 몫으로 남아 있다.

하고 노인들에게 큰 소리로 읽어줄 만한 이야기를 모아 <A Loving Voice>라는 시리즈로 출간하기도 했다.

전문가로서 은퇴한 노인들의 풍부한 경험을 책에 담아 물려주거나 여가의 수단으로 읽을거리를 제공하는 일은 이제 출판의 몫인 듯하다. 지난해 김남이 할머니가 펴낸 《아들아 딸아 들어 보아라》(현암사)는 그 좋은 사례다.

올해는 유엔이 정한 '세계 노인의 해'다. 고령자의 90퍼센트가 신문독자라는 통계도 있다. 이는 노인이 읽을 만한 것이라고는 신문밖에 없다는 말도 된다. 시간도 많고 여가를 뜻있게 보내려는 새로운 노인층이 나타나고 있다. 출판계도 소극적인 태도에서 벗어나 노인들이 흥미를 가질 만한 내용을 오디오북, 큰활자본 등 다양한 매체에 담는 노력이 필요하다. 고령화사회는 바로 지금의 문제이기 때문이다. — 김연수 기자

출판광고비 통계를 읽는 법

지난 송년호(제248호, 1998년 12월 5일자) 11쪽 '숫자로 읽는 올해의 출판' 기사에 출판광고비에 관한 언급이 있었다. 이는 TV·라디오·신문·잡지 등 4대 매체의 광고 횟수를 종합해 매 분기마다 업종과 광고주별로 발표하는 한국광고데이터의 통계자료에 따른 것이다. 이 자료는 노출된 광고량을 기준으로 정상가격을 적용하기 때문에 무단계약·할인·특약·월정광고 등은 반영되지 않는다. 또 어느 정도 투명성이 확보된

방송매체와 달리 인쇄매체의 경우 광고 단가를 공개하지 않기 때문에 단순히 '정상가격×광고횟수'로 광고비 규모를 파악하기는 힘들다.

따라서 실제 광고비 집행순위는 대동소이하지만 광고비 규모는 집계된 자료의 1/3 수준까지 밀릴 것으로 보인다. 이는 웅진·해냄·들녘·민음사의 광고담당자들을 통해서도 확인됐다. 이 자료에서 정확한 액수보다는 타 업종과 비교한 출판광고비의 흐름을 읽는 수밖에 없는 셈이다. <김연수>