

학술발전의 밑거름, 대학출판부가 가야할 길

전문편집자 부재, 판매부진 등 발전에 걸림돌 많아

지난 49년 이화여대를 시작으로 설립한 전국 75개 대학출판부는 다양한 양서출간으로 학술발전의 토대를 마련해 왔다. 그러나 대학출판부의 출판활동은 아직까지 내용과 형식에서 많은 문제를 안고 있다. 최근 몇몇 출판부를 중심으로 기획력 강화 등을 통해 다각적으로 노력하고 있지만 새로이 가려는 길은 여전히 거칠다.

타고 교수 배제하는 저자 폐쇄성 문제

양서발간이 대학출판부가 해야 할 제1의 역할이라면, 현재 역량을 최대한 발휘하지 못하는 원인으로 전문 편집자의 부재를 들 수 있다. 전문성이 결여된 편집자의 손에서 탄생한 책의 질은 떨어질 수밖에 없다. 최근 한 대학출판부에서 나온 책은 얼핏 서문만 펼쳐보아도 오자가 수도룩하다. 맞춤법은 물론이고 띄어쓰기도 엉망일 뿐만 아니라 표지를 비롯한 전체적인 편집이 조악하여 책에 대한 신뢰를 떨어뜨리고 있다. 계절학기 교재를 고르던 K대학 경영학과 김미경 학생은 “대학출판부의 책은 일반 출판사의 책에 비해 너무 형식을 무시한다. 책 자체가 조악하기 때문에 내용까지 부실하게 보인다”고 밝혔다. 편집과 디자인에서 뒤떨어진

학술발전의 밑거름을 쌓아온

대학출판부가 변신을 꾀하고 있다.

기획강화와 저자 영입 등을 통해

색깔찾기에 나선 것이다. 그러나

변신에 성공하기 위해서는 무엇보다

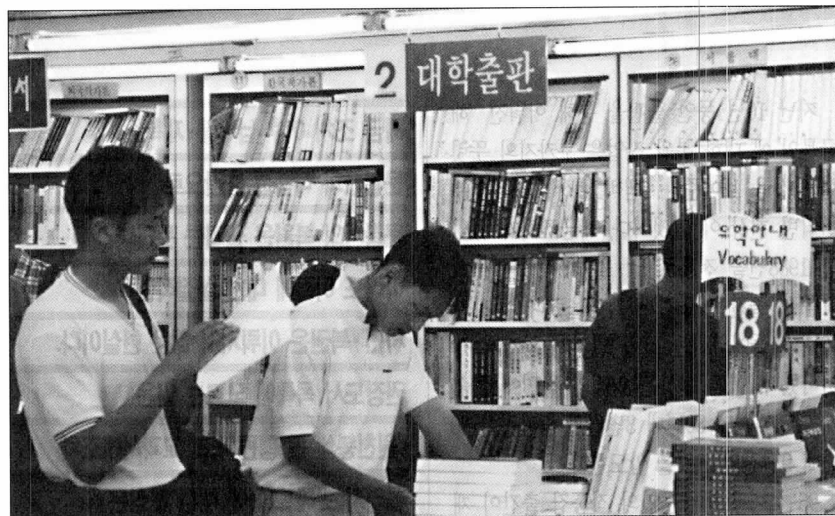
경영독립을 이루어야 한다.

또한 효율적인 운영체계를 구축하고

전문인력 육성에 나서야 한다.

가장 큰 원인은 출판부에 배속된 편집부 직원들이 전문성을 지니기보다 교내 다른 보직과 자주 순환되어, 교정보는 정도의 보조적인 역할에 머물기 때문이다.

좋은 저자를 발굴·육성하는 것은 양서출간을 위해 대학출판부가 노력해야 할 또다른 몫이다. 기획 또는 원고의 출판 여부를 판단하기 위해 대부분 ‘출판위원회’와 같은 기구를 두고 있지만 저자 대다수는 자학교 교수이고 저작 발간은 연구업적과 연계되며, 저작의 대부분이 교재로 사용되어 매출과 직결되기 때문에 기획기능은 위축될 수밖에 없다. 역설적으로 저자 확보가 쉬운 것이 오



대학출판부가 독립운영 체계와 전문인력 육성으로 학술발전의 밑거름이 돼야 한다는 지적이다.

히려 출판발전의 걸림돌로 작용하고 있다. 지방 G대학 출판과장은 “저자 확보가 쉽고 안이한 기획태도 때문에 적극적인 공세를 취하는 일반 출판사에 좋은 저자를 빼앗기는 일이 빈번하다”고 털어놓았다.

타고 교수 또는 연구자를 필자로 영입하지 않는 폐쇄성도 문제로 지적된다. 저자에 대한 폐쇄성은 원고의 질적 하락을 가져올 뿐만 아니라 학술출판 발전에 걸림돌로 작용한다. 전주대 출판부 김경희 계장은 “지역 단위라든 타학교와의 저자 교류가 있었으면 좋겠다. 저자에 대한 열린 자세가 학술뿐만 아니라 출판부의 발전을 꾀할 수 있는 지름

길”이라고 피력했다. 그런 가운데 건국대 출판부가 <문학의 이해와 감상 시리즈> 발간 작업에 47개 대학 문학전공 교수 및 평론가를 대거 영입하고, 서울대 출판부가 <한국의 탐구>와 <인간의 탐구>에 타고 교수를 절반 이상 참여토록한 것은 바람직한 사례로 평가받고 있다.

마케팅 개념 도입도 중요

대학출판부가 발간하는 대부분의 도서는 학술서이다. 일반적으로 학술전문서적의 독자군은 1천여명 안팎. 독자군이 한정된 만큼 영업전략이 중요하게 대두된다. 보통 신

일반인 위한 고급교양물로 새로운 변신

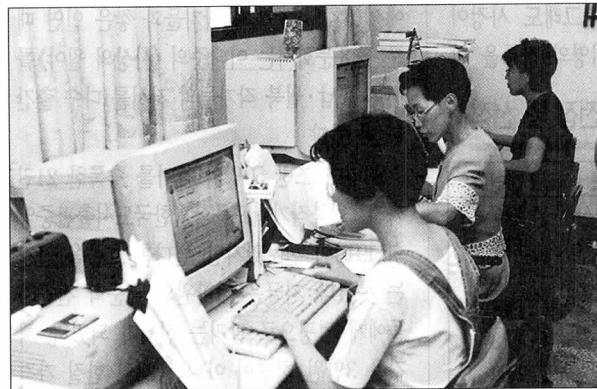
1천종 발간 앞둔 서울대 출판부

지난 59년 출발한 서울대 출판부(출판부장 김용덕 동양사학과 교수)가 오는 9월, 1천종 발간을 앞두고 명실공히 한국 학술출판의 ‘베카’로 우뚝 선다.

대학과는 별도의 사단법인으로 설립된 출판부는 30여 억원의 유용자산을 바탕으로 임직원 37명이 기획에서·저자섭외·편집·인쇄·영업까지 출판에 따른 모든 것을 자체적으로 운영한다. 지난 95년부터 제5대 출판부장의 중책을 맡은 김교수는 “독자층이 얇은 학술서를 발간하기 때문에 경영에 어

려움이 많지만 학술발전에 필요하다고 판단되는 저작은 대학으로부터 지원을 받아서라도 반드시 발간한다”고 밝혔다.

김교수가 팔리지 않는 책을 고집스럽게 펴내는 것은 몇년전 헝가리에 있을 때 겪은 경험이 한몫한다. 어느 출판사에서 아시아 관련 책을 150권 한정 출판하는 것을 보고 의아스러워 관계자에게 물었더니 “세계적으로 이 책을 읽을 사람은 그 정도”라고 답했다. 세계 곳곳에 흩어져 있는 독자군을 파악하고 있는 출판사의 전략능력에 감탄하지



서울대 출판부 편집팀.

않을 수 없었다. 지난 96년 평생 특수언어를 연구한 박형달 선생의 노고를 높이 평가하여 3백부 한정 출판한 <이론언어학의 비교연구>가 실례에 옮긴 대표적인 경우. 물론 김원용 교수의 <한국 고미술의 이해>와 같이 뜻하지 않게 3만부 이상 팔려 경영에 도움을 받은 적도 있다.

21세기를 앞두고 ‘기획력 제고’를 천명한 서울대 출판부는 2천년 까지 한국의 문학·어학·역사·사상분야에 걸쳐 학술적 가치를 지닌 총서 <한국의 탐구>와 <인간의 탐구> 142종을 발간한다. 기획물의 완성도를 높이기 위해 서울대 이외의 저자

가 2/3 정도 참여한다.

새로운 변신을 꾀하고 있는 서울대 출판부는 앞으로 연구 입문서 성격의 시리즈를 계속 펴낼 예정이다. 김교수는 “궁극적으로 옥스퍼드·케임브리지 대학 출판부처럼 상업성을 배제하고 일반인을 위한 고급 저작을 펴내는 것이 목표”라고 밝혔다. <오완진>

‘솔보’의 외로움

대학출판부 도서 발간 현황

	구분	교양교재	전공교재	학술도서	일반교양	기타	합계
기능별	종수	1,454	2,171	2,676	1,246	460	8,007
	%	(18.2)	(27.1)	(33.4)	(15.6)	(5.7)	100
경영형태별	독립운영	942	1,341	2,155	933	358	5,729
	대학운영	512	830	521	313	102	2,278
최근 1년간 발행종수	종수	225	281	290	137	40	973

* 자료출처: 건국대 출판부 주홍균과장 학위논문
* 조사대상: 전국 75개 대학출판부 중 66개
* 최근 1년간 발행종수: 조사기간(1997년 3월~1998년 2월)

간소개는 대학주보·학회지·전문학술지 등에 광고를 게재하거나, 도서목록을 만들어 도서관·서점(특히 대학 구내서점) 등에 배포하는 것이 일반적이다. 수요가 적은 만큼 활발한 마케팅보다는 필요한 곳을 집중 공략한다는 차원에서 대부분 한국출판협동조합 등에 일원화 공급의 위탁판매를 하고 있다. 대학출판부와 직거래를 하고 있는 서울 K문고 학술팀장은 “대학출판부 영업사원의 얼굴도 모르는 곳이 많다. 대학 학술서는 구색 맞추기로 매출에 별다른 도움이 되지 못한다”며 대학출판부의 영업활동이 너무 소극적이라고 밝혔다. 첨단정보체제를 갖춘 대학이니만큼 ‘홈페이지’의 개설 등 영업과 홍보에 다채로운 전략이 필요하다는 데에도 이견이 없는 듯하다.

대학출판부의 책들이 지나치게 아카데미즘에 빠진 것을 경계, 최근 대중과 가까이 하기 위한 교양물에 관심을 쏟는 경향이 새롭게 대두되고 있다. 건국대 주홍균 출판과장은 “교양서라고 해도 일반 상업 출판사와 출간 목적이 다르다. 궁극적으로 대중을 위한 고급 저작을 펴내는 것이 대학출판부가 해야 할 또다른 몫”이라고 주장한다. 외국의 경우 고급저작물도 일반인들이 충분히 접할 수 있도록 제작·마케팅에 섬세하게 배려하는 것을 볼 때, 대학출판부의 책들이 더이상 ‘상아탑’ 안에 갇혀 있어선 안된다는 목소리에도 귀를 기울여야 한다.

번역서의 경우 역자가 직접 판권을 계약하는 경우가 많고 심지어 저작권료(학술·문예 등 성격에 따라 다르지만 5~10%)까지 지급하기도 한다. 출판부는 저작권료까지 부담하며 출판하기 때문에 인세보장을 위해

정가를 올리고, 역자는 연구업적으로 인정받지 못해 또다른 억울함을 감내해야 한다. 역자가 지인의 작품을 선호할 수밖에 없어 편향성 문제가 제기되기도 한다.

대학별 색깔찾기에 나서야 할 때

발전을 가로막는 여러 요인에도 불구하고 대학출판부의 위상을 바로세우기 위해서는 경영권 독립을 확보해야 한다는 목소리가 높다. 현재 경영권을 행사하고 있는 출판부는 10여곳. 경영권이 없는 출판부는 학교측으로부터 기획·편집·제작·영업 등 출판업무 전반에 걸쳐 영향을 받을 수밖에 없다. 지방의 O대학 출판과장은 “경영권을 갖고 있는 출판부도 직간접적으로 영향을 받는다. 출판부 발전을 위해서는 무엇보다도 경영의 독립을 이루어야 한다”고 주장했다. 한편 지방 J대학 출판부 영업과장은 “대학출판부의 책들은 판매가 어렵기 때문에 독립하면 수지균형을 맞출 수가 없다”며 어려움을 토로했다. 경영이 어렵다고 해서 판매에 도움받을 책만 출간하면 질적 우수성을 보장할 수 없다는 데 대학출판부의 딜레마가 있다.

대학출판부는 어느 출판사보다도 다양한 양서를 출간할 수 있는 잠재력을 가진 곳이다. 효율적인 운영체계를 구축하고 전문인력을 육성하면 얼마든지 고급 독자를 겨냥한 양서를 출간할 수 있다. 대학출판부에 몸담은 이들은 돌파구로 ‘대학별 색깔찾기’를 역설했다. 기획의 폭을 넓히고 저자에 대한 폐쇄성을 없애며 대학별 특성을 모아주는 것, 바로 학술발전의 밑거름인 대학출판부가 나아가야 할 길이라고 입을 모은다.

— 오완진 기자

‘솔보’는 늘 외롭습니다.

그러나 편집실 열 명 식구 중 녀석의 외로움을 덜어 줄 만큼 한가한 사람은 아무도 없습니다. 위기의 시대일수록 더욱 열심히, 더욱 정성들여 원고를 쓰고, 교정을 보고, 디자인을 구상해야 하기 때문입니다.

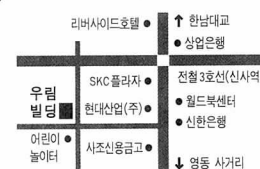
— 막내 재운이가 가끔 눈치껏 놀아 주긴 합니다.



‘솔보’는 삼연편집실의 지킴이개 이름입니다.

저희 회사에서는

학술 서적을 비롯하여 사전류, 아동도서, 잡지, 사보, 학회지, 자서전, 회고록, 개인문집에 이르기까지 각종 출판물의 편집 업무를 대행하고 있습니다. 원고 집필에서 교정, 편집 디자인, 전산 조판, 필름 출력에 이르는 전공정의 업무를 일괄적으로 처리할 수 있도록 충분한 인력과 설비를 갖추고 있습니다. 10년 가까이 쌓아 온 경험과 노하우도 만만치 않다고 자부합니다.



三硯編輯室

SINCE 1989

137-030 서울시 서초구 잠원동 26-15(우림빌딩 5층)
전 화: 549-6883~5 팩 스: 549-6877
천리안 ID: SAMYEUN