

학술정보전달시스템으로서 대학출판부의 활성화 방안*

-부산대학교 출판부를 중심으로-

송 정 숙**

〈목 차〉

- | | |
|-----------------------------------|----------------------|
| I. 머리말 | V. 부산대학교 출판부의 활성화 방안 |
| II. 학술정보전달시스템으로서
대학출판부의 유래와 기능 | VI. 맺음말 |
| III. 부산대학교 교수의 출판부 이용 현황 | 참고문헌 |
| IV. 부산대학교 출판부의 문제점 | Abstract |

I. 머리말

출판은 인쇄술의 발달로 등장한 대중매체의 하나로서 오랜 기간 축적할 필요가 있고, 설명이 요구되는 정보와 지식의 가장 효율적인 전달매체이다. 출판은 문화전달의 매체로서 인류의 문화유산을 전승 발전하게 하는 데 크게 기여하였다.

대학이 장서의 집합체라면 대학출판부는 대학을 만드는 데 많은 부분 공헌하였다. 대학출판부의 기본적인 목적은 학자와 학문의 발전에 기여하는 데에 있다. 대학출판부는 최첨단의 지식뿐 아니라 몇십년간 그리고 다음 세대 인류의 행동에 영향을 미칠 정보와 이론과 방법론을 알려주는 기능을 한다.¹⁾ 영국이나 미국의 대학출판부는

* 본 연구는 부산대학교 기성회 재원 학술연구조성비에 의한 연구임

** 부산대학교 문헌정보학과 부교수

1) Sheldon Meyer and Leslie Phillabaum, "What is a University Press?", p. 1.

2 圖書館學論集(第 28輯)

자국내에서뿐 아니라 인류 전체의 지적 생활에 영향을 미친 중요한 저작물들을 출판하였다. 대학출판부의 역할이 이처럼 지대함에도 불구하고 대학 당국은 물론이려니와 교수들도 대학 간행물이나 인쇄하는 인쇄소 정도로 인식하고 있다. 대학출판부를 왜 이렇게 인식하게 되었을까? 우리나라의 많은 대학출판부가 유명무실한 구체적인 이유는 무엇일까? 대학출판부를 활성화하여 본연의 기능을 발휘하게 할 방안은 없을까?

이런 의문을 해결하기 위해 필자는 학술정보전달시스템으로서 대학출판부의 유래와 기능을 살펴보고, 비교적 접근하기 용이한 부산대학교 출판부를 대상으로 사례연구를 하였다. 부산대학교는 796명의 전임교수(1996.12.31.기준)가 재직하고 있어서 저서의 출판이 활발할 것으로 예상된다. 그럼에도 불구하고 1995년 부산대학교 출판부의 발행종수가 13종인 것으로 보아 출판실적이 매우 저조하다. 이러한 이유 때문에 대학출판부의 활성화 방안을 모색하기 위한 연구대상으로 부산대학교 출판부가 적절하다고 본다. 대학출판부 가운데 1995년의 발행종수가 10종 이하인 곳이 전체 대학출판부의 58%(34개교)를 차지하고 있다. 이는 부산대 출판부만의 특수한 현상이 아니라 대부분의 다른 대학출판부도 유사한 상황에 처해 있음을 알 수 있다. 따라서 부산대학교 출판부를 세밀히 관찰하고 분석하면 한국 대학출판부의 전반적인 현황과 문제점이 드러날 것으로 예상된다.

대학출판부의 활성화는 대학의 구성원 가운데 특히 교수들의 대학출판부에 대한 인정과 이용여부에 달려있으므로 교수들의 눈을 통해서 대학출판부를 관찰하는 것이 중요하다고 판단하였다. 부산대 교수들이 저서를 출판할 때 부산대 출판부를 어느 정도 이용하는지의 현황을 「부산대학교 교수연구업적집」의 분석을 통해 밝히고, 교수들의 출판부에 대한 인식을 끌어내기 위해 저서를 출판한 경험이 있거나 출판 예정인 교수 28명(인문·사회계 : 22명, 자연계 : 6명)을 대상으로 질문을 하고 자유롭게 응답할 수 있는 비구조화된 면담을 하였다.²⁾ 이 방법은 심층면접으로 표준조사법도 없고 최소한의 면담지침(interview guide) 정도만 가지고 응답자와 대화를 통해 자료를 수

<http://aaup.princeton.edu/press.html>.

2) 면접대상이 인문사회계 교수가 많고 자연계 교수가 적은 이유는 학문의 성격과 관련이 깊다. 자연과학이나 공학은 정보의 최신성과 신속성을 요구하므로 자연계의 교수는 연구업적을 주로 학술지에 발표하였고, 인문사회계의 경우처럼 연구업적을 저서로 출판하는 경우는 아주 드물었기 때문에 자연계 교수의 표본을 적게 잡았다.

집하는 기법(이므로³⁾ 양적인 자료처리는 하지 하지 않았다.⁴⁾ 변답결과를 분석함으로써 부산대학교 교수들이 부산대 출판부를 선호하는 이유와 외면하는 이유를 파악할 수 있을 것이다.

이 논문에서는 부산대학교 교수들의 출판부 이용현황과 교수들과의 면담을 통해 드러난 부산대 출판부의 문제점을 조직의 목표, 자원, 활동, 환경이라는 네 요인으로 분석하며, 이 문제점을 극복하기 위한 대학출판부의 활성화 방안을 제시하고자 한다.

II. 학술정보전달시스템으로서 대학출판부의 유래와 기능

대학출판부는 15세기 후반 서구의 정보기술의 혁명, 즉 필사에서 인쇄로의 변이에 유래한다. 1478년에 영국의 옥스포드대학에서 성체용의 사도신경을 인쇄하였는데, 이것이 처음으로 이는 영국에서 인쇄가 시작된 2년 후의 일이며, 구텐베르크가 성서를 인쇄한 1454년부터 24년 후의 일이다.⁵⁾ 1534년에는 캠브리지대학에서 인쇄소를 설치하고 1584년부터 학술서적을 출판하기 시작했다.⁶⁾

미국 최초의 대학출판부는 코넬대학 출판부로서 유럽을 모델로 하여 1869년에 설립되었으나 재정난으로 1894년에 문을 닫았다.⁷⁾ 미국 최초의 대학원 대학으로 1873년

3) Alan Bryman, 홍동식·조경문·고승환 공역, *사회연구에 있어서 양적 방법과 질적 방법*, 부산, 전문출판사, 1992 pp. 67-100 참조.

4) 金瓊東·李溫竹, *社會調查研究方法*, 서울, 博英社, 1991. p. 542.

5) 처음으로 출판된 책이 성서인 것은 교회와 국가가 인쇄업자의 가장 든든한 후원자였으며, 성서가 증세 학문의 근간을 이루었기 때문이다.

6) 옥스포드대학 출판부는 세계에서 가장 규모가 큰 대학출판부로서 매년 3,000종의 신간과 160여종의 학술지를 발행하고 있으며, 케임브리지대학 출판부는 매년 1,500여종의 신간과 125종의 학술지를 발행한다. "About Oxford University Press", <http://www1.oup.co.uk/Brochure/Introduction.html>, <http://www1.oup.co.uk/Brochure/Journals.html>. Jeremy Mynott, "A brief history of Cambridge University Press", [HIIP://www.cup.cam.ac.uk/information/history](http://www.cup.cam.ac.uk/information/history).

7) 미국에서 인쇄는 영국에서 기술자와 활자를 가지고 와서 1638년 하버드대학에 출판부를 설립하기 위하여 시작되었으나 뜻을 이루지 못하고 1692년에 문을 닫았으며, 지금의 하버드대학교 출판부는 1913년에 설립된 것이다. 현재의 코넬대학 출판부는 1930년에 설립된 것이다. Newberry Library, *The Scholar Printers*, Chicago, The University of Chicago Press: 1964, pp.10-12.

에 창립된 존스홉킨스대학의 초대총장인 다니엘 질만(Daniel Coit Gilman)⁸⁾은 “훌륭한 대학은 교육, 연구와 출판의 세 가지 주요한 기능을 수행하여야 한다”고 확신했다. 그는 “매일 강의에 출석하는 사람들뿐만 아니라 시공을 초월하여 많은 사람들의 지식을 향상시키고, 또 그들에게 지식을 보급하는 것이 대학의 숭고한 의무인데, 이는 출판에 의해 가능하다”고 하였다.⁹⁾ 그는 교수들의 연구업적을 출판하는 대학출판부를 대학의 주요기관으로 인식하고, 대학출판부의 운영을 처음 10년간은 학술지의 출판에 전념하게 하였다. 이 대학출판부가 현재까지 지속적으로 출판활동을 한 대학출판부로서는 미국에서 가장 오래되었다.¹⁰⁾ 1891년에는 시카고대학에 출판부가 설립되었으며, 대학출판부는 대학에서 수행된 연구성적을 발표하는 터전이 되었으므로 오래지 않아 대학과 미국 출판계에서 중요한 역할을 하였다.

1930-40년대에 이르러 학술서적의 출판이 급격하게 팽창하게 되자 대학출판부들이 공통의 문제를 토의하고 해결책을 찾기 위해 1937년에 미국대학출판부협회를 결성하였다. 미국대학출판부협회는 1937년 17개 회원교에서 1998년에는 110개 회원교(6개의 캐나다 회원교와 5개의 해외회원교 포함)를 지닌 단체로 성장하였다.¹¹⁾ 미국 대학출판부가 학술단체나 협회가 수여하는 우수상의 대부분을 차지하는 것으로 보아 대학출판부의 발행도서가 미국의 지식인 사회에서 막중한 영향력을 행사하고 있음을 알 수 있다.

우리나라 대학출판부의 역사를 보면, 통치이념을 보급하고 관리를 양성하기 위해 고구려에서는 태학, 신라에서는 국학 등의 대학을 설립하였다. 이 시대에는 주로 필사에 의해 교재를 확보하였을 것으로 추정된다. 고려조는 992년(성종 11)에 국자감을

8) 존스홉킨스대학의 초대총장은 얼마 동안은 학사과정의 학생은 받지 않고 연구기능을 증시하던 독일의 교육제도를 모델로 하면서도 학생과 연구자에 대해 자유방임적이던 독일의 화풍과 달리 성적에 비례한 장학금 제도, 학위 취득자에 대한 보수의 증액 등 철저한 업적주의를 지향하였다. 지난날의 교수는 학문적 능력이나 업적에 의해서가 아니라 종교적 헌신에 의하여 고용되었다. 미국에서는 존스홉킨스대학과 더불어 <연구>가 독일의 대학처럼 미국 고등교육의 중심이 되었다. 이광주, 「대학사」, 서울, 민음사, 1997.

pp. 428-429.

9) J. G. Goellner, "The Future of University Presses," *Library Journal*, vol.103, no.16 (September 1978), p. 1696.

10) 학술지를 출판했을 때 상당부분은 교수들이 구입하였고, 도서관이 기증과 교환을 위해 학술지를 구입함으로써 간접적으로 출판부를 지원하였다. Newberry Library, *ibid*, pp. 11-12.

11) "What is the AAUP(Association of American University Presses)?" <http://aaup.princeton.edu/AAUP/aaup.html>.

설치하고,¹²⁾ 1101년(숙종 6)에 국자감의 교수와 학생이 필요로 하는 서적의 부족을 충당하기 위해 국자감에 書籍館을 설치하였으니,¹³⁾ 이즈음의 대학출판부라 할 수 있다. 조선조는 건국 직후인 1398년(태조 7)에 성균관을 설립하고, 1475년(성종 6)에 대학도서관인 尊經閣을 설립하여 도서관을 정비하고 장서를 확충하였다. 조선조는 성균관에 서적포와 같은 대학출판부를 따로 두지는 않고, 책판이 소장된 곳에서 인출하여 이용하였다. 사립학교라 할 수 있는 서원은 藏板閣에 책판을 보관하고 있다가 필요할 때마다 책을 인출하였다.

그런데 우리의 거의 모든 문화적 전통이 현대에 계승되지 못하고 단절되었듯이 우리의 교육제도도 전통과 단절되고 서구의 교육제도를 이식함에 따라 대학과 대학출판부의 설립도 그 전통을 계승하지 못하였다.

현재의 대학출판부를 보면, 1959년에 고려대학교에 처음으로 설립되었으며, 1962년에 서울대학교에 대학출판부가 설립되었다. 1995년 현재 우리나라 4년제 대학의 수는 대학(교) 131개교, 교육대학 11개교, 방송통신대학 1개교, 산업대학 17개교를 합하여 160개교이다.¹⁴⁾ 이 가운데 73개교가 한국대학출판부협회의 회원교로서 대학출판부를 두고 출판활동을 하고 있다.

대학출판부의 기능을 보면, 대학출판부는 대학에서 출판을 담당하는 부서로서, 대학 구성원들의 훌륭한 아이디어와 연구의 성과, 즉 학술정보를 출판을 통해 학계내에, 학계간에 그리고 그밖의 세계에 전달될 수 있도록 도와주는 학술정보전달시스템이다. 대학출판부의 기본적인 목적은 학자와 학문의 발전에 기여하는 것이다. 이러한 대학출판부가 대학에서 생산된 첨단 지식과 연구결과를 출판함으로써 일반인들이 역사, 과학, 사회문제, 예술, 문화 등에 관한 이해의 폭을 넓히는 데에도 기여한다.¹⁵⁾ 대학출판부는 기능면에서 상업출판사와 유사한 면이 많이 있음에도 불구하고 결정적인 차이가 있다. 이 차이는 대학출판부가 모기관인 대학의 산물이므로 대학교수들의 연구결과를 신속히 발표하는 데에 기여하기 위하여 존재한다.¹⁶⁾ 그러므로 대학출판부는

12) 「高麗史」 권3 世家3, 成宗 11년 12월 丙寅.

13) 「高麗史」 권11 世家11, 肅宗 6년 2월 壬申.

14) 韓國大學年鑑 1996 (上). 서울, 한국대학신문, 1996. p. 75.

15) "AAUP 1996-97 Annual Report(Excerpts)", p.1 <http://aaup.princeton.edu/report.html>.

16) Sheldon Meyer and Leslie Phyllabaum, op. cit. p. 1.

우수한 연구자를 발굴하여 연구물을 발간하고, 교육에 필요한 각종 교재를 출판하여야 한다. 아무리 시장성이 없는 책이라도 심오한 연구의 결과이고 학술발전에 필요하다고 판단되면 출판하여야 한다. 이는 상업출판사를 통해서서는 이루어질 수 없는 일이므로 대학출판부가 학문의 발전에 기여하는 부분이고, 바로 이것이 대학출판부가 존재하는 이유이며, 대학출판부에 재정지원이 필요한 이유이다.

대학출판부는 질이 높고, 가격이 저렴한 출판물을 제공할 수 있는 학술정보전달시스템¹⁷⁾이므로 효율적으로 운용될수록 대학의 생산성은 크게 향상될 것이다. 그리고 일반 독자들이 손쉽게 읽을 수 있는 해설서나 교양서를 대학의 연구자가 편집, 출판하는 것 또한 대학이 지역사회에 봉사하는 것이다. 대학은 출판을 통해 교육이 '강의실'이라는 공간의 한계를 극복할 수 있으므로 출판은 또다른 의미의 교육활동이라 할 수 있다. 따라서 대학출판부는 대학이 생산한 진리를 보편화, 대중화하는 중요한 학술정보전달시스템이다.

III. 부산대학교 교수의 출판부 이용 현황

1. 부산대학교 출판부의 현황

부산대학교는 1946년에 설립되었고, 장전동 캠퍼스에 인문대를 비롯한 9개의 단과대학에 85개 학과와 아미동 캠퍼스에 의과대학과 치의과대학의 2개 단과대학에 3개의 학과 등 11개 단과대학에 88개 학과, 대학원, 5개의 전문대학원으로 조직되어 있고, 재학생은 학부에 17,092명, 대학원에 2,439명, 5개 전문대학원에 733명으로 전체 재학생은 20,264명이다.¹⁸⁾ 부산대학교는 1983년에 출판부를 설립하였고, 1990년 6월에

17) Scott Bennett, "Repositioning University Press in Scholarly Communication", *Journal of Scholarly Publishing*, vol.24 no.4(July 1994), p. 246.

18) 1996년 12월 14일 기준(부산대학교 학적과)이다. 1997년에는 자연대의 모든 학과가 자연학부로, 공대의 일부학과가 학부로 통합되었다.

사단법인으로 전환하였으며, 1992년 9월에 출판사 등록을 하였다. 발행종수는 84종으로 70개 대학출판부 가운데 40위에 해당하고, 유통도서는 52종이며, 1995년 발행종수는 13종으로 59개교 가운데 18위에 해당한다.¹⁹⁾ 출판분야는 교양교재 및 학술도서 전 반이다.

대학출판부의 재원을 유형별로 나누면, 성서를 대량으로 출판하고 거기서 얻은 수익으로 출판부를 운영하는 제1유형(영국형), 주로 사회재단이나 대학의 재단이 지급하는 보조금에 의하여 운영하는 제2유형(미국형), 대학교재를 출판하고 그 이익금으로 학술도서를 간행하는 제3유형(아시아형)으로 나눌 수 있는데,²⁰⁾ 부산대 출판부를 비롯하여 한국 대학출판부의 대부분이 전형적인 제3유형에 속한다.

임직원을 보면 대표인 총장, 교수 가운데 총장이 임명하는 출판부장, 행정직 과장 1인, 편집(전산편집) 담당 4인과 인쇄 1인으로 구성되어 있다.²¹⁾ 발행 절차는 출판신청이 들어오면 출판위원회(출판부장 당연직 1명을 포함해서 6명으로 구성)의 심의를 거쳐 승인을 받으면 저자와 계약을 체결해서 출판한다.

부산대학교 출판부는 출판물의 9가지 유통경로²²⁾ 가운데 두번째인 조합경로를 통

19) 대학출판부의 발행종수를 보면 200종 이상인 곳은 서울대(825종), 한국방통대(600종), 연세대(530종), 이화여대(496종), 고려대(300종), 성균관대(286종), 계명대(260), 건국대(250), 단국대(220종)의 9개교이고, 100종 이하인 대학이 42개교로 60%를 차지한다. 부산대 출판부의 발행종수는 84종으로 70개교(전체 회원교 73개교) 가운데 3개교는 발행종수를 기재하지 아니함) 가운데 40위이다.

1995년의 발행종수를 보면, 한국방통대(210종), 연세대(85종), 서울대(70종), 원광대(63종), 건국대(60종), 성균관대(43종)의 순이고, 20종 이하인 대학이 48개교로 81%를 차지한다. 부산대 출판부는 13종으로 발행부수를 밝힌 59개교 가운데 18위이다.

1996 한국대학출판부협의회 회원교 명부, 서울, 한국대학출판부협회, 1996.

20) 송상용, "한국대학출판의 문제와 활성화방안에 관한 연구." 석사학위논문. 중앙대학교 신문방송대학원. 1988. 11. p.39.

21) 한국대학출판부협회. 앞책, p. 41.

22) 동경출판판매주식회사 편, **출판물 판매기술**. 윤희두 편역. 서울, 범우사, 1994. pp. 46-48.

출판물의 유통경로에는 다음의 9가지가 있다.

- ① 정상경로 : 출판사 → 도매상 → 소매상 → 독자
- ② 조합경로 : 출판사 → 한국출판협동조합 → 독자서점 → 독자
- ③ 총판경로 : 출판사 → 총판 → 소매상 → 독자
- ④ 소매상과 직거래 : 출판사 → 소매상 → 독자
- ⑤ 외판경로 : 1) 출판사 → 독자
2) 출판사 → 전문 외판점 → 독자
- ⑥ 특약점 경로 : 1) 출판사 → 특약점 → 소매상 → 독자
2) 출판사 → 특약점 → 독자
- ⑦ 지사 경로 : 출판사 → 지사 → 소매상 또는 문방구점 → 독자
- ⑧ 동대문시장 경로 : 1) 출판사 → 동대문시장 도매상 → 동대문시장 연쇄

해 발행도서를 배포한다. 1996년 9월에 한국출판협동조합에 가입함으로써 전국적인 배포가 가능해졌다. 한국출판협동조합은 중소기업협동조합을 근거로 설립되어 37년간 출판물 공급사업을 해 온 우리나라 유일의 공익적 유통기구로서 332개 서점이 회원이다. 보관, 수주, 판매, 배송, 수금, 반품처리, 광고대행 등 유통의 전과정을 대행하고 있다. 학술서적의 취급에 경험이 많은 전국의 대표적인 서점을 거래망으로 확보하고 있기 때문에 대학출판부의 영업에 적합하다.

2. 부산대학교 교수의 출판부 이용 현황

부산대학교 교수의 출판부 이용 현황을 「부산대학교 교수 연구업적」을 통해 파악하였다.²³⁾ 부산대학교 교수들이 1990년부터 1995년까지 6년 동안 발행한 저서(역서·편저 포함, Book Chapter는 제외)는 605종인데, 이 가운데 부산대 출판부에서 발행한 것은 43종으로 전체의 7%에 불과하다.(표 참조) 이는 부산대 교수들이 저서를 출판할 때 부산대 출판부를 거의 이용하지 아니함을 의미한다. 그러나 역으로 생각하면 부산대 교수들의 저서만 출판하더라도 부산대 출판부의 발전가능성은 무한하다고 할 수 있다. 이를 위해서는 부산대 출판부가 교수들이 출판에 대한 모든 것은 전혀 신경쓸 필요 없이 안심하고 원고를 맡길 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다.

〈표〉 부산대학교 교수의 저서(역서 포함) 출판 현황(종수)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	합 계
인문사회	33	39(4)	50(4)	58(4)	66(3)	89(8)	335(26)
자연	27	50(2)	38(2)	38(2)	40(2)	77(6)	270(17)
합 계	60	89(6)	88(6)	96(6)	106(5)	166(14)	605(43)

※()안은 부산대학교 출판부 발행도서

서점 → 독자

2) 출판사 → 동대문시장 도매상 → 소매상 → 독자

3) 출판사 → 동대문시장 도매상 → 독자

③ 통신판매 경로 : 출판사 → 독자(직접 통신판매)

23) 부산대학교, 교수연구업적, 제1집(1990-1991), 제2집(1992-1993), 제3집(1994), 제4집(1995). 부산, 부산대학교, 1992, 1994, 1995, 1996.

부산대학교 출판부의 교양교재 출판 비율을 파악하기 위해 1996년 1·2학기에 개설된 교양과목을 조사하였다. 교양필수는 6과목(1년 연속강의는 1개)이고, 교양선택은 94과목(1년 연속강의는 6개)로 모두 100과목인데,²⁴⁾ 부산대학교 출판부 발행도서목록의 교양교재 가운데 부산대학교 교양강좌의 교재인지를 확인한 결과 사용되고 있는 부산대 출판부 발행의 교양교재는 11종이었다.²⁵⁾ 이로 볼 때 부산대 출판부의 부산대 교양교재 발행비율은 10%로서 그 비율이 너무 낮았다. 부산대학교에서 사용하는 교양교재이므로 부산대학교 출판부에서 출판해야 한다는 당위론은 설득력도, 구속력도 없으므로 적극적인 유치전략을 세움과 동시에 모든 조건을 개선하여 상업출판사와의 경쟁에서 비교우위를 확보하여야 한다.

대학출판부가 출판하는 책 가운데 또 하나의 중요한 범주가 일반 독서인들을 대상으로 한 교양서나 해설서의 발간이다. 대학출판부에 의해 발간되는 해설서는 과학의 진보에 의해 모든 것이 급변하는 현대사회에서 그 역할이 더욱 중요해지고 있다. 부산대학교 출판부에서 일반 독자를 대상으로 발행한 교양서나 해설서는 5종에 불과하여²⁶⁾ 이 범주 또한 개발의 여지가 많다.

대학출판부가 주목해야 할 또 하나의 분야는 참고도서류이다. 적절한 내용의 참고 도서는 대학의 교육과 연구를 위한 기초자료로서 기여하는 바가 크기 때문이다. 부산대 출판부에서 발행한 「道敎思想辭典(김승동, 1996)」이 좋은 예이다.

24) 부산대학교 수업과, "1996년 1학기 개설강좌일람표", 1996. 3. 20.

_____, "1996년 2학기 개설강좌일람표", 1996. 10. 31.

25) 「부산대학교 출판부 도서목록 1996」에 의하면, 부산대출판부에서 발행한 교양교재는 다음과 같다.

국가교재 편찬위원회, 한국사의 이해. 1992./황창성 외 4인, 컴퓨터 프로그래밍 및 응용. 1993./강신원 외 3인, 현대생활과 화학. 1994./안중배 외 5인, 대기환경의 이해. 1995./부산대학교 여성연구소, 성·여성·여성학. 1995./한국민족문화연구소, 북한사회의 이해. 1995./김돈균 외, 현대인의 건강생활. 1995./안홍배·이철목, 태양계와 우주. 1996./일어교재 편찬위원회, 대학일본어. 1996./한문교재 편찬위원회, 한문의 이해. 1996./김승동·이재불, 동양철학입문. 1996.

26) 부산대 출판부에서 발행한 교양서는 다음의 5종이다.

김돈균, 속 문화병시대. 1994./정인모 역, 침묵의 거리. 1995./Jack Martire, Small Group Discussion Topics & Small Group Discussion Topics Tape. 1995./조영복, 인터넷 닷 올리가. 1995./김창호, 우표로 보는 세계대화. 1996.

3. 부산대학교 출판부를 선호하는 이유

부산대학교 출판부에서 출판한 경험이 있거나 출판할 예정인 교수들이 부산대 출판부를 선호하는 이유는 다음과 같았다.

1) 출판이 용이하다 : 시장성이 없는 분야의 학술서적도 출판할 수 있다.

* OO분야의 경우 책 내기가 쉽지 않은데, 부산대 출판부는 용이하다. 대학출판부는 이 분야 발전에 기여할 것이다. (1996. 11. 18. 14 : 00, L 교수)

* 대학출판부는 돈 안되는 서적을 출판해서 학문의 명맥을 잇게 해 주어야 한다. 세 부 전공으로 들어가면 독자는 매우 제한된다. 그럴 경우에 대학출판부를 이용한다.(1996. 11. 21. 16 : 10, E 교수)

2) 출판에 대한 비용 부담이 없다.

* 출판에 대한 비용부담 없이 출판하여 준다. (1996. 11. 20. 15 : 40, G 교수)

3) 가까이 있으니 이용하기 편리하고, 책값이 저렴하다.

* 가까이 있으니 편리하고, 책의 가격이 싸다. (1996. 11. 20. 15 : 40, G 교수)

* 가까이 있으니 교정보기 좋다. (1996. 11. 27. 17 : 00, X 교수)

* 일반 출판사는 가격이 비싸다. 책의 가격이 부산대학교 출판부의 2배는 된다. (1996. 11. 13. 15 : 40, H 교수)

이로 볼 때 부산대 교수들은 출판하기가 용이하고, 출판비용에 대한 부담이 없으므로 상업출판사에서 출판하기 어려운 학술도서를 출판할 경우 부산대 출판부를 선호하였다. 전공교재나 교양서처럼 시장이 광범하게 형성될 수 있는 경우는 상업출판사를 선택하고, 그렇지 못한 경우는 차선으로 부산대 출판부를 고려하였다. 시장성이 적은 학술서적의 출판이 대학출판부의 존재의의라고 하지만은 외부로부터의 재정지원이 거의 전무한 우리의 현실에서는 이것이 대학출판부의 경영을 더욱 어렵게 하는 요인이 되고 있다. 따라서 대학출판부는 시장이 광범하게 형성될 수 있는 교양교재나

일반교양서의 출판에도 주목하여 균형을 이룰 필요가 있다.

4. 부산대학교 출판부를 외면하는 이유

부산대 교수들이 1990년부터 1995년까지 6년 동안 출판한 605종의 서적 가운데 부산대 출판부가 발행한 것은 43종(7%)에 불과한 사실로 보아 대부분의 부산대 교수들이 부산대 출판부를 외면하고 있음을 알 수 있다. 부산대 출판부가 아닌 상업출판사에서 출판한 경험이 있거나 출판할 계획이 있는 교수들이 부산대 출판부를 외면하는 이유를 다음의 8가지로 정리할 수 있었다.

1) 권위의 부재 : 부산대 출판부는 권위와 전문성이 없다. 즉 부산대 출판부는 일반 독자들에게 거의 알려져 있지 않을 뿐더러 전문 출판분야도 없다.

- * 부산대학교에서 쓸 교재라면 모를까 전국을 대상으로 할 것이라면 부산대 출판부를 택할 이유가 없다. 아무도 알아주지 않으니까.(1996. 11. 12. 12 : 15, Z 교수)
- * 다른 출판사를 택한 이유는 그 출판사의 홍보성과 전문성(주제성) 때문이다. 즉 사회과학 분야에는 OO출판사라면 정평이 있다. 책의 주제와 출판사의 성격이 유사하므로 그 곳을 택했다.(1996. 11. 9. 17 : 40, J 교수)
- * 부산대학교 출판부는 아무거나 출판한다. 그러나 일반 출판사는 아무거나 출판하지는 않는다. 그러면 망하니까. 내 책을 출판한 OO출판사는 그 분야의 책을 많이 내어서 역사도 있고 정평이 있다.(1996. 11. 11. 19 : 00, D 교수)
- * 부산대 출판부는 권위가 없다. 예를 들면 OO분야는 OO출판사라는 식으로. 그런데 부산대 출판부는 아무 책이나 낸다. 부산대 교수이므로 부산대 출판부에서 출판해야 한다는 것은 설득력이 없다. 출판사가 살아남는 방법은 기획이다. 부산대 출판부는 아예 기획을 무시하고 시작했다. 따라서 인쇄소와 다른 점이 전혀 없다. 대리출판해 주는 정도이다.(1996. 11. 12. 13 : 40, P 교수)

2) 판매구조와 판매지역의 한계 : 부산대 출판부는 전국적인 판매망이 갖추

어저 있지 않으므로 전국적인 규모로 배포가 되지 않는다. 따라서 부산 대학교에서 소비가 많을 것으로 예측되는 교양교재가 아닌 전공서적의 경우 부산대 출판부는 고려 대상에서 거의 제외되고 있다.

- * 부산대학교 출판부에서 낼 이유가 없다. 일반 대중을 위한 책이라면 김영사 같은 곳이 좋다고 생각한다. 책은 팔려고 내는데, 김영사는 광고도 많이 하니까 잘 팔린다. 전공 서적의 경우라면 부산대학교 출판부는 인지도도 낮고, 서점의 서가에 책이 꽂히지도 않을 것이다. 대학출판부가 살아남으려면 기획 시리즈를 내서 부산대학이라고 하면 어떤 분야의 책이라는 이미지가 떠오르도록 해야 한다.

(1996. 11. 12. 12:00, Y 교수)

- * 부산대 출판부를 외면하는 이유는 시장성 때문이라고 생각한다. 전에 부산대 출판부에서 책을 한 권 냈다. 그 책은 그 분야에서 처음 출판되었는데, 나중에 비슷한 책이 상업출판사에서 나왔다. 사람들은 후자만 알고 부산대 출판부에서 먼저 출판한 나의 책은 잘 몰랐다. 다른 대학 사람도 많이 볼 수 있도록 전국적으로 배포가 되어야 하는데 부산대 출판부에서 출판하면 그렇지 못하다.

(1996. 11. 20. 14:30, A 교수)

- * 교양교재를 부산대학교 출판부에서 출판하지 아니하는 이유는 영업능력이 없기 때문이다. 즉 다른 대학에 판로를 개척하지 못하기 때문이다.

(1996. 11. 11. 18:30, T 교수)

- * 유통구조가 전혀 되어 있지 않다. 그리고 행정기관이라 그런지 출판계약에 융통성이 없다. 상업출판사에서 출판하면 광고와 영업문제(예: 서점에서 눈에 띄는 서가에 꽂히느냐) 등은 전혀 신경쓸 필요가 없는데 부산대학교 출판부는 전혀 그렇지 않다.(1996. 11. 12. 13:40, P 교수)

- * 부산대학교 학생을 대상으로 하는 책은 몰라도 전국을 상대로 하는 책은 한계가 있다고 생각한다.(1996. 11. 21. 14:00, Q 교수)

- * 교양교재라면 몰라도 전공서적의 경우 부산대 출판부는 출판을 해도 판매가 잘되지 않을 것 같다. 전국적인 판매망 구축으로 해서 일반 독자에게 전달될 수 있는 체제를 갖추는 것이 가장 시급하다. 시장성이 없을 것 같으면 부산대 출판부를 택할지 몰라도 전국적으로 명성을 내어 알리고 싶다면 다른 곳을 택하겠다.

(1996. 11. 19. 14 : 40, B 교수)

- * 부산대 출판부는 홍보를 안 한다. 저자는 여러 사람들에게 읽혀지고 참고문헌으로 인용되길 바란다. 출판사에서는 신간안내 등을 통해 전국적으로 홍보하는데 부산대 출판부는 홍보에 소극적이다. 지금 출판예정인 실험분야의 2권도 국내에서는 처음으로 나오므로 출판부의 재정에 상당히 도움을 줄 것이다. 상업출판사에서는 전국의 대학을 다니면서 홍보를 한다. 심지어 그 분야의 시간강사까지 파악하고 그들과 관계를 맺어 교재로 채택되도록 한다. 저자의 입장에서는 많이 팔리므로 좋다.

(1997. 5. 23. 21 : 30, 나 교수)

3) 기획의 부재 : 상업출판사에서는 기획을 해서 집필을 의뢰하는데 비해 부산대 출판부는 그런 활동이 없다.

- * OO출판사에서 상업성이 있다고 판단하여 번역의뢰를 하므로 해주었다. 번역서인데 출판사에서 저작권 문제도 해결하고 판매계획도 세워 왔으므로 우리는 번역만 했다. 부산대 출판부에서도 의뢰를 하면 응하겠다.(1996. 11. 21. 14 : 00, Q 교수)
- * 부산대 출판부에서는 아무도 출판을 의뢰하지 않더라. 다른 출판사는 원고 달라고 줄을 서는데. (1996. 11. 12. 13 : 40, P 교수)
- * 부산대 출판부에는 출판기획에 대한 전문가가 없다. (1996. 11. 11. 18 : 30, T 교수)

4) 책의 전문성 부족 : 책의 표지 디자인이나 인쇄, 지질, 장정 등 책출판 시대감각에 맞게 잘 하지 못한다.

- * 책을 출판할 때 다음과 같은 이유로 부산대 출판부는 고려하지 않았다. 부산대 출판부는 첫째, 책의 표지 디자인이나, 제본 인쇄 등이 일반출판사보다 못할 것이다. 둘째, 책을 선택할 때 출판사를 보고 하는 경향이 있는데, 부산대 출판부는 알려지지 있지 않다. 셋째, 전국적인 판매망이 갖추어져 있지 않다.

(1996. 11. 21. 13 : 30, F 교수)

5) 열악한 출판조건 : 인세나 교료가 적고, 교재개발비가 없다.

- * 부산대 출판부는 한번 출판하면 3년 계약을 하는데, 인세를 1할밖에 주지 않으므로 저자에게 돌아오는 몫이 너무 적다. 외부 출판사는 계약하기 나름인데, 내용에 따라서 부산대 출판부보다 인세를 더 준다.(1996. 11. 20. 15 : 40, G 교수)
- * 다른 조건은 모르지만 상업출판사에서는 계약할 때 사전에 계약원고료를 지급한다. 2~3인이 공동으로 집필할 때나 대학원생이 보조할 때 도움이 된다. 나중에 집행될 것이지만 미리 지급하므로 집필하는 데에 도움이 된다.
(1997. 5. 23. 21 : 30, 나 교수)
- 6) 홍보의 부족 : 부산대 출판부는 출판부를 홍보하지 않았으므로 출판부를 이용하려면 어떤 절차와 과정을 거쳐야 하는지에 대해 모르는 교수가 많았다.
- * 일반출판사에서 책을 출판했을 때 부산대 출판부에서 출판하려면 어떤 절차나 과정을 거쳐야 하는지 전혀 몰랐다.(1996. 11. 21. 15 : 30, R 교수)
- * 부산대 출판부가 어떤 일을 하는지 아는 바가 없다. 출판부를 홍보하는 뉴스레터를 만들어 피부로 느낄 수 있도록 해야 한다.(1996. 11. 20. 13 : 30, O 교수)
- 7) 양질의 서비스 부재 : 고객만족 위주가 아니라 행정편의주의적이다.
- * 직원들이 친절하지 않다. 교정보러 갔다 오는 대학원생들이 불쾌해 했다. 부산대 출판부는 뛰어 다니지 않고 앉아서 기다리고 있다. 교정지의 경우도 가져다주지 않고 앉아서 처리하려고 한다. 분위기가 침체되어 있다. 고객 만족 위주가 아니고 행정편의주의적이다. 그리고 책이 하루 먼저 나오고 나중에 나오는 것이 경우에 따라서 큰 차이가 나는데 그에 대한 감각이 없다. 행정에 융통성이 없고, 납품기일을 이용자의 요구에 맞추려고 하지 않는다. 외부에서는 원하는 때에 맞추어 책을 만들어 주는데, 여기는 직원 위주이다. (1996. 11. 19. 13 : 30, I 교수)
- 8) 가격 경쟁력의 부족 : 인쇄만 맡길 경우 가격 경쟁력이 없다. 즉 외부 인쇄소보다 비싸다.

- * 연구소 간사를 2년 했는데 연구소의 논문집을 내려고 가격을 알아보니 외부보다 너무 비쌌다. 질은 좋다고 생각한다. 250페이지 정도를 500부 인쇄하는 데에 전체 100만원 정도 차이가 났다. 결국 70만원 차이로 좁혀서 인쇄했다. 가격이 비슷하면 부산대 출판부를 이용하는 것은 당연하겠지만, 그렇지 않은 경우는 한정된 예산으로 무리이다.(1996. 11. 19. 13 : 30, I 교수)

IV. 부산대학교 출판부의 문제점

부산대학교 출판부를 외면하는 이유에서 드러난 출판부의 문제점을 조직의 목표, 자원, 활동, 환경이라는 네 요인으로 분석하고자 한다. 목표란 출판부가 출판활동을 통하여 달성하려는 바람직한 상태를 의미한다. 이는 확칙이나 정관에 규정되어 있다.

출판부를 구성하는 자원은 인적 자원, 출판기술과 기계시설, 자본, 경영층이다.²⁷⁾ 출판부의 인적 자원에는 출판물을 기획, 편집하여 생산, 유통에 종사하는 직원이 해당되고, 경영층에는 출판부장인 교수와 대표인 총장이 해당된다. 책을 훌륭히 잘 만들 수 있는 출판기술과 기계시설도 출판부의 경쟁력을 평가할 수 있는 중요한 자원이다. 아울러 출판부가 우수한 서적의 출판을 기획하고 생산 유통하려면 자본공급의 뒷받침이 있어야 한다.

출판부의 활동은 한편의 책을 만들어 내기까지의 기획, 편집, 인쇄, 교정, 제책의 생산활동과 생산된 출판물이 필요한 이용자의 손에 효율적으로 들어가도록 하는 마케팅 활동으로 구분된다.

출판부의 환경은 학술도서 시장의 규모 등 학술도서의 발간에 영향을 미치는 경제

27) 기업의 구성요소 내지 기업자원은 자연자원 인적 자원 과학기술과 기계시설, 자본, 경영층을 의미한다. 이 가운데 출판부를 구성하는 자원은 인적 자원과 출판기술과 기계시설, 자본, 경영층으로 볼 수 있겠다. 출판기술과 기계시설은 자본이 요구되므로 여기서는 자본에서 언급하겠다. 그리고 출판부는 소조직이므로 사람부분에 해당하는 인적자원과 경영층을 통합하여 인적자원에서 다루겠다.(潘柄吉, 국경없는 무한경쟁 시대의 경영학원론. 제4판, 서울, 박영사, 1996. p. 67 참조)

적 환경과 대학출판부에 대한 대학과 국가 사회의 지원 등 사회적 환경으로 나눌 수 있다.

1. 목표 : 목표의 부재

‘부산대학교 출판부는 본 대학 학술도서의 출판과 사무업무의 지원 및 출판문화향상을 목적으로 한다.’ 이는 사단법인 부산대학교 출판부의 정관이다. 하지만 부산대 출판부는 학술도서의 출판이나 출판문화의 발전을 위한 출판보다는 사무업무의 지원과 시험지 등을 인쇄하는 것에 주력하고 있어 대학출판부로서의 위상보다 교내 인쇄소라는 인상이 짙다.²⁸⁾

이 기사는 부산대 출판부에 대한 인상이다. 정확한 분석이라고 생각한다. 부산대 출판부가 출판분야를 ‘교양교재 및 학술도서 전반’이라고 밝히고 있으므로, 학문의 모든 영역을 망라하여 출판하겠다는 의도로 보인다. 그러나 이는 대학출판부가 나아가야 할 구체적인 방향, 즉 목표가 명확하게 설정되어 있지 아니함을 의미한다.

2. 자원

1) 인적 자원 : 전문성의 부재

부산대 출판부에는 편집자가 없다. 이는 출판부가 기획, 편집할 의도가 없음을 의미한다. 현재의 편집자 4인은 모두 의뢰받은 원고를 전산편집하는 수준이다. 이는 인쇄소의 수준과 크게 다를 바 없다고 할 수 있다. 편집자는 기획과 편집, 즉 원고의 선택, 편집 방침, 삭제, 수정 등에 대한 권한을 가진다. 편집자의 통찰력과 창의력에 의해 기획이 세워지면 집필자를 선택하기도 하고 저자를 발굴하기도 한다. 한편 출판해 줄 것을 부탁 받은 원고를 비판적으로 읽고 그 출판사의 질적 기준에 따라 채택 여부를 결정해야 한다. 원고가 입수되면 원고를 정리하고 이것이 끝나면 원고 지정을

28) “우리 학교 출판부를 진단한다”. 釜大新聞(1995. 8. 28.), 4면

한다. 문자교정, 책의 장정과 장책(복디자인), 조책(복메이킹)에 대한 지휘도 한다.

부산대 출판부에는 마케팅 담당자도 없다. 이는 유통에 대한 적극적인 의지가 없음을 의미한다. 따라서 아무리 좋은 원고라도 부산대 출판부에서 출판하면 독자들이 접근할 수 없다는 불평이 나오고 있다. 이러한 마케팅의 부재가 출판부를 외면하는 주요한 원인이 됨을 출판부는 인지하여야 한다. ‘출판하면 팔린다’는 전제하에 ‘출판한 책을 그저 수요자에게 판매하는 활동’만으로는 경쟁이 극심한 출판계에서 대학출판부의 존립 자체가 어렵다고 보아진다. 근래에는 저서가 나오면 신문에 광고를 내고, 출판협동조합에도 가입하여 어느 정도 개선되었다고 하지만 아직 미흡한 수준이다.

부산대 출판부의 대표인 총장과 대학당국도 출판에 대한 이해가 없음은 출판부의 설립 배경에 잘 나타난다. 부산대학교는 “O총장이 출판부가 학교 인쇄물을 담당하여 그 수익으로 운영하면 되지 않을까 하여 법인을 만들었다.”(1996. 11. 13. 15 : 40, H교수)고 한다. 출판부와 인쇄소의 성격을 비교해 보면, 인쇄소는 무엇을 인쇄할까가 아니라 어느 정도의 양을 인쇄하는지가 고려대상인 반면에 출판부는 무엇을 인쇄할까가 문제이다. 기계중심의 인쇄부분과 인간중심의 출판부분은 별개이다. 인쇄부분이 이익을 올려주니까 출판활동을 계속할 수 있다고 판단하여 대학출판부를 설립한 것은 출판부의 대표인 총장과 대학당국의 출판에 대한 이해의 정도를 보여주는 증거라고 할 수 있다. 그리하여 출판부의 책임자인 출판부장도 전문화되지 못하고 대학내의 다른 보직과 같이 2년 임기를 단위로 순환되고 있다. 따라서 전문성이 함양되고 축적되는 것이 구조적으로 불가능하다고 할 수 있다. 이러한 현상은 관료주의적인 행정으로 경직화된 국립대학 출판부 운영의 일반화된 관행으로 보여진다.²⁹⁾

2) 자본 : 기금의 미확보

대학출판부의 운영자금은 역사와 전통이 있는 곳이면 생명이 긴 책이 중판을 거듭하는 데서 얻어지는 출판 이익금, 대학의 보조금, 각종 연구소의 원조, 특정인의 기부금으로 충당된다. 이러한 재정적인 지원이 많으면 많을수록 대학출판부는 독자들의 의

29) 부산대학교와 규모가 비슷한 대학출판부의 1995년 발행종수는 연세대(85종), 서울대(70종), 원광대(63종), 건국대(60종), 성균관대(43종), 이화여대(33종), 한국외대(23종), 홍익대(19종)의 순이다. 그러나 서울대를 제외한 국립대학 출판부들의 실적은 경북대(14종), 부산대(13종), 충남대(10종), 강원대·전남대(7종), 충북대(5종), 경상대(3종)의 순이다. 이로써 부산대학교를 비롯한 국립대학 출판부의 출판실적이 상대적으로 매우 저조함을 알 수 있다.

식하지 않고 가치있는 내용의 출판을 더 많이 할 수 있다.³⁰⁾

그러면 부산대학교 출판부는 어떠한가?

부산대학교 출판부는 대학에서 10원도 출자하지 않고 발전기금 9,000만원을 빌려 시작했다. 경북대학교는 직영할 때의 이익금 10억원으로 운영했으나 부산대는 그간의 잉여금을 교수에게 연구비로 지급했으므로 기금이 전혀 없이 출발했다. 전에는 교양 교재의 발간 수입으로 운영했으나 많은 교양과목이 출판부에서 떠났다.

(1996. 11. 13. 15 : 40, H 교수)

이와 같이 출판부의 열악한 재정상황은 시장이 넓지 않는 학술서적의 출판을 원천적으로 봉쇄하고 있다고 할 수 있다. 학문적으로 수준이 높아서 독자의 수가 적은 저술일수록 상업출판사에서는 출판하려고 하지 않으므로 영영 사장되어버리고 마는 것이다. 이는 교수들의 연구의욕을 저하시키는 한 요인이 되고 있다.

3. 활동

1) 수준에 못미치는 생산활동

우리나라 성인들 가운데 책을 구입하는 사람의 절반 정도가 서점에서 직접 현물을 보고 구입하고, 30% 정도가 신문이나 잡지의 서평을 보고 구입하는 것으로 나타났다.³¹⁾ 이처럼 현물을 보고 구입 여부를 결정하는 비율이 높기 때문에 내용 못지 않게 책의 표지디자인이나 장정, 종이의 질 등의 제책도 구입 결정에 주요 변인으로 작용하고 있다. 그런데 부산대 출판부에서 출판한 책은 제책면에서도 뒤지기 때문에 설령 서가에 꼽힌다 하더라도 구입으로 연결되기가 용이하지 않다.

2) 마케팅 활동의 부재

부산대학교 교수들이 부산대 출판부를 외면하는 가장 큰 이유의 하나로 마케팅의 부재를 들었다. 출판하는 목적은 연구성과인 학술정보를 전달하고 그에 대한 피드백

30) 安春根, “大學出版部の 役割” 對話(1974. 5), p. 63.

31) 송상용, 앞글, pp. 22-23.

을 받기 위함인데, 부산대 출판부에서 출판하면 출판된 사실조차 거의 알려지지 않는다는 것이다. 생산된 출판물이 필요한 이용자의 손에 효율적으로 들어가도록 마케팅에 관심을 기울여야 할 것이다.

부산대 출판부는 1996년 9월에 한국출판협동조합에 가입함으로써 비로소 전국적인 배포가 가능해졌다. 소형 서점에는 대학출판부 발행 서적이 서가를 점유할 공간이 절대적으로 부족하므로³²⁾ 부산대 출판부는 한국출판협동조합 회원인 330여 중대형서점을 대상으로 영업을 해야 하는데, 일반적으로 대학출판부의 책은 잘 보이지 않는 곳이나 보기 힘든 높은 곳에 꼽혀 있다. 따라서 필요로 하는 이용자에게 접근하기 위해서는 적절한 광고전략이 필요하다. 아울러 전국의 대학도서관과 공공도서관의 제도적 수요에 대해서 관심을 기울여야 할 것이다. 도서관에서는 양서를 구입할 뿐만 아니라 이용자에게 신간을 알리는 홍보 효과까지 거둘 수 있기 때문이다.

4. 환경

1) 경제적 환경 : 도서관의 영세한 도서구입비

1995년 전국 공공도서관현황에 따르면 1994년 12월 31일 기준으로 전국의 304개 공공도서관의 연간 증가책수는 173만 6천여책이고, 구입에 의한 증가는 134만 6천여책이다.³³⁾ 이는 1990년 일본의 1,475개의 공공도서관에서 1,520만여책의 장서를 추가한 것에 비하면 너무나 왜소하다.³⁴⁾ 4년의 시간차는 접어두고 공공도서관의 연간 장서증가분만 비교하더라도 우리가 일본의 9%가 채 안되는 수준이다. 이를 볼 때 아직 우리에게엔 문화인프라의 개념이 없으며, OECD에 가입한 선진국이라는 구호가 얼마나 허상인지 알 수 있다.

우리나라 대학도서관의 사정도 크게 다르지 않다. 대학도서관은 1994년 12월 31일

32) 1995년에 총 11,571개의 출판사 가운데 2,557개의 출판사가 27,407종의 도서를 종당 평균 5,260부씩 총 1억 4,418만 3,607부를 발행했다.(조판 무실적 출판사수 7,840개) 유통현황을 보면 전국의 서점은(1995년 12월 31일 기준) 5,500여개로 전국서점의 평균 매장면적은 15.7坪이다. 대한출판문화협회, 韓國出版年鑑 1996(上). 서울, 대한출판문화협회, 1996. pp. 28-29, p. 84.

33) 한국도서관협회, 한국도서관통계 1994·1995. 서울, 한국도서관협회, 1996. p. 12.

34) 대한출판문화협회, "국가별 도서관 현황," 앞책, p. 150.

기준으로 378개관이고, 연간 증가책수는 360만여책이며, 구입에 의한 증가는 260만여책이므로³⁵⁾ 한 도서관당 평균 1년에 6,950책 정도 구입한다고 볼 수 있다. 부산대학교의 경우 1995년에 38,153책을 장서등록하였고, 이 가운데 22,092책이 구입도서이다. 서울대학교는 68,840책을 장서등록하였으며, 이 가운데 43,259책이 구입도서이다.³⁶⁾ 부산대학교가 세계속의 대학으로 성장하려면 도서관 장서가 최소한 300만책은 되어야 할텐데³⁷⁾ 아직 장서가 100만책도 안되는 상황에서 한해에 2만여책의 구입으로는 장서 300만책이 아니라 200만책도 요원하다.

학술서의 경우 한때 각 도서관에 1천부 정도 판매를 보장받던 것이 대학의 예산부족과 책값 인상 등의 영향으로 8백부로 떨어져 대학출판부가 학술서적의 출판을 꺼리므로 소장학자들이 고민한다는 기사를 뉴욕타임즈가 크게 실은 적이 있다.³⁸⁾ 일본의 경우 학교도서관의 도서구입예산으로 매년 5천억원 정도를 배정한다. 풍부한 예산 덕분에 과학전집물까지도 4천 5백질 정도가 학교도서관으로 팔린다. 이처럼 선진국은 양서를 출판하면 시장성 여부에 관계없이 도서관의 구매만으로도 기본적인 수요가 충족된다. 그러나 우리의 경우 영세한 도서관 예산으로 인해 출판 여부가 전적으로 시장의 논리에 좌우된다. 따라서 학문적으로 우수하더라도 대중성이 없으면 출판이 어렵게 된다. '책의 필요와 위신을 세워주는 가장 본질적인 기반인 교육과 도서관마저 책을 사지도 권하지도 않는다. 물론 전무하다는 것은 아니나 교육과 도서관이 주된 소비자가 되어야 존재할 수 있는 단행본 출판은 사실상 교육과 도서관의 어떤 도움도 받고 있지 않다'³⁹⁾는 것이 우리의 현실이다.

2) 사회적 환경 : 국가와 사회의 지원 부족

학술서적 시장은 상품의 차별화가 크고 규모의 경제실현 가능성이 낮은 시장으로

35) 한국도서관협회, 앞책, p. 18.

36) 최정태 편, **대학교서관 비교평가: 전국46개 국·공립대학교도서관을 중심으로**, 부산, 국립립대학교서관협의회, 1997, pp. 30-31.

37) 미국의 대학도서관을 장서크기에 따라 순위로 매겼을 때, 1,314만여책인 하버드대학이 1위이고, 524만여책인 미네소타대학이 17위, 309만여책인 워싱턴대학(세인트루이스 소재)이 39위, 183만여책인 오클라호마대학이 100위이다. Association of Research Libraries, **ARL STATISTICS 1994-95**, Washington, DC, ARL, 1996, p.55.

38) "출판사 육성 외국의 사례", **중앙일보**, 1996. 12. 25.

39) 이중한, "출판은 산업인가," **출판저널**, 제211호(1997. 4. 5), p. 17.

서 특정 독자만을 겨냥한 대학교재와 전문 학술서 시장을 의미한다. 종당 발행부수는 적고 책값이 비싸다. 대학교재의 출판은 일반적으로 교양교재는 대학출판부가, 전공교재는 상업출판사가 점유하고 있다.⁴⁰⁾

전문학술서는 학자가 연구하여 얻은 새로운 지식 또는 새로운 해석, 즉 새로운 연구성과를 발표하는 것이므로 바로 그 영역에 속한 학자들에게 필요하다. 학자들에게는 연구성과를 출판하는 것이 연구에 최대의 자극제가 되며, 출판됨으로 인해 비평이나 조언, 칭찬을 받을 수 있는 잇점도 있다. 하지만 전문학술서는 예비지식이 없으면 이해하기가 어려워 독자가 상당히 제한되므로 영리를 목적으로 하는 상업출판사에서 기피하는 경향이 있다. 따라서 전문학술서의 출판은 대학출판부가 담당해야 한다. 미국에서 대학출판부가 설치된 것은 본래 이러한 책들을 출판하기 위해서이며, 대학출판부가 공익적 성격의 기관으로 운영되는 것도 간행 도서가 판매에 의해 제작비를 회수할 수 없기 때문이다.

미국의 대학출판부 설립 초기는 이미 상업출판사가 출판계를 석권하던 시기였으므로 상업적으로 수익성이 없다고 생각되는 도서의 발간에서 시작되었으며, 초창기나 지금이나 활동의 중심은 학술도서의 출판이다. 미국의 대학출판부는 대학으로부터의 지원이나 여러 가지 기부에 의존하고 있다. 그런 까닭에 미국에서는 대학출판부가 비파세단체로 인정받고 있으며 법인세나 영업세도 없고 대학출판부에 대한 기부자도 기부금에 대한 소득공제를 인정받고 있다.⁴¹⁾

우리나라의 경우는 대학출판부에 대한 국가와 사회의 지원이 전무한 형편인데, 학문의 균형적인 발전을 위하여 대학출판부에 대한 재정지원이 필수적이다. 그리고 WTO체제의 출범으로 1995년 11월 저작권법 개정안이 통과되었다. 이에 따라 세계저작권조약 가입 시점인 1987년 10월 이후에 나온 저작물에 대해서만 지불해 오던 외국 저작권 사용료를 1996년 7월 1일부터는 1987년 이전에 번역 출간된 도서에까지 소급 지불이 불가피하게 되었다.⁴²⁾ 특히 학술출판 분야는 외국의 선진학문에 대한 의

40) 남석순, “한국출판산업의 시장구조와 대학출판부의 기획방향” **대학출판(한국대학출판부협회)**, 제37호 (1996. 10), pp. 6-9.

41) Gene R. Haues. *To Advance Knowledge : A Handbook on American University Press Publishing*. 김장섭·남석순 공역. **學術出版의 實際**. 서울, 汎友社, 1986. p.49.

42) 대한출판문화협회, **알책**, pp. 41-42.

준도가 높고 다른 분야와 달리 고정 독자 이외의 수요를 기대하기 어려운 데다 국내 출판사들의 열악한 사정⁴³⁾으로 인해 인문·사회·자연과학 등 학술출판 전체의 위축이 예상되기 때문이다. 이는 학문의 위축과 퇴행은 물론이고 여타 분야에서도 문화지체 현상을 유발시킬 수 있다는 점에서 출판진흥기금의 조성 등 재정 지원이 절실히 요구된다.

V. 부산대학교 출판부의 활성화 방안

위에서 논의한 부산대학교 출판부의 문제점을 토대로 활성화 방안을 모색해 보면 다음과 같다.

1. 목표 : 목표의 정립

대학출판부는 대학의 자원을 분석하여 대학출판부로서의 목표를 정립하여야 한다. 그리하여 전문분야를 집중 출판한다면 출판부에 대한 대학인의 인식이 전환될 것이다. 아울러 우수한 학술서적을 지속적으로 출판하여 부산대학교 출판부의 권위를 확립하여야 한다.

2. 자원

1) 인적 자원 : 전문성의 제고

편집자와 마케팅 담당자도 없는 현재의 부산대학교 출판부는 원시성과 영세성을 극복하기 어렵다. 출판부의 중간관리자인 과장도 일반 행정직원의 순환 근무로서는 전문성을 확립할 수 없다. 일본처럼 대학출판부를 모두 출판전문인으로 구성하는 것⁴³⁾ 현실적으로 어렵다면 출판에 관심이 있는 직원이 장차 능력있는 편집자나 마케팅

팅 담당자로 성장할 수 있도록 일상적인 인사이동을 지양해야 한다. 출판부장도 전문인을 영입할 수 없다면 출판에 관심이 있는 교수에게 출판부를 장기간 맡겨 지식과 경험이 축적되도록 하여야 한다. 대학당국은 대학출판부가 도서관과 같은 전문기관임을 인지하고, 인적자원의 전문성을 함양하고 제고하는 방향으로 인사정책을 개선하여야 한다. 그럴 때만이 대학출판부로서의 정체성을 확립하고 권위를 인정받을 수 있다.

대학출판부의 경영층인 출판부장과 총장이 전문가가 아닌 현상황에서는 출판부장의 의욕과 총장의 관심과 지원에 의해 대학출판부의 발전여부는 전적으로 좌우된다. 그렇다면 출판에 관심과 이해가 있는 교수가 오랫동안 출판부를 맡아서 지속적으로 경영하는 것이 바람직하다고 하겠다.

2) 자본 : 기금의 확보

대학출판부가 활발히 활동하기 위해서는 상업출판사와 동일 수준 이상의 출판조건을 갖출 필요가 있다. 즉 인세나 그밖의 출판조건, 예를 들면 연구비의 일종인 교재개발비도 상업출판사 수준 이상으로 지급한다면 대학출판부가 좋은 원고들을 확보하는 데에 도움이 될 것이다. 이렇게 출판조건을 개선하기 위해서는 대학출판부의 기금이 확보되어야 한다.

대학출판부는 그 대학에서 이룩한 연구업적을 결산하는 기관이라 할 수 있다. 대학의 훌륭한 연구업적은 출판을 통해 정당한 평가를 받아야 하고, 새로운 연구자료로서의 구실도 해야 한다. 이를 위해서는 대학출판부는 연구업적을 지체없이 출판해야 한다. 연구결과물을 출판한다는 것은 그 대학의 연구업적을 결산하는 보고서를 작성하는 것이나 다름없다. 이 결산서가 사회에 어떻게 반영되느냐에 따라 그 대학은 여러 가지로 평가될 수 있을 것이다.⁴³⁾

우리나라도 교육 개방을 앞두고 전면적인 경쟁 체제에 접어들고 있다. 이러한 상황에서 비교우위를 확보하기 위해서는 대학 당국의 출판부에 대한 적극적인 관심과 지원이 요망된다. 대학당국은 대학출판부가 일정 수준에 도달할 때까지는 이에 대한 적극적인 관심과 정책적인, 재정적인 지원을 지속하여야 한다. 이를 위해서 기금이 확

43) 일본의 경우 대학 출판부의 구성원은 모두 출판전문인으로서 자체 부서 내에서 인사교류가 이루어진다. 우흥균, "제14차 한일대학출판세미나 참가 기행," **대학출판**(한국대학출판부협회), 제35호(1995. 11), p. 7.

44) 安春根, 앞의 논문, p. 65.

보되어야 하는데, 대학발전기금의 일부를 활용하는 것도 고려해 보직하다.

3. 활동

1) 우수한 생산활동

부산대 출판부의 위상을 높이는 것은 우수한 서적의 출판을 통해 가능하다. 이를 위해서는 우선 부산대학교 교수들의 우수한 연구업적을 적극 유치하여야 한다. 이를 위해서는 가만히 앉아서 원고를 기다리는 것이 아니라 참신한 기획에 의해 원고를 개발하여야 하며, 필자에 대한 문호도 개방하여야 한다. 건국대 출판부의 <문학의 이해와 감상> 시리즈도 필자를 개방하여 그 분야의 권위자에게 위촉함으로써 내용의 질을 유지하고 있다. 기획 시리즈를 내어서 '부산대학교 출판부'라고 하면 OO분야의 책이라는 이미지가 떠오르도록 해야 한다. 기획에 의해 대학출판부의 지명도가 높아지면 우수한 원고가 외부로 나가지 않고 대학출판부를 찾게 될 것이다.

기획을 고려해 볼 수 있는 7개 분야를 제시하면 다음과 같다. 첫째, 부산대학교가 더 잘 할 수 있는 주제분야를 개발하여 학술연구총서 등을 기획함으로써 학계의 주목을 받아야 한다. 학술도서의 기획방향은 대학의 특성화와 연결시켜 분야별 또는 시대별 시리즈의 출판이 적합하다고 할 수 있다.

둘째, 교양교재를 보다 적극적으로 개발하여야 한다. 부산대학교에 개설되어 있는 교양강좌에 견주어 볼 때 부산대 출판부의 교양교재의 출판비율이 너무 낮다. 교재개발비 등을 지원하여 우수한 교재를 적극 개발할 필요가 있다. 교양교재의 개발은 신입생들에게 모교에 대한 자긍심을 심어줄 수 있는 좋은 계기가 될 뿐 아니라 대학출판부의 경영구조를 개선하는 데에도 도움을 줄 것이다.

셋째, 번역서도 적극 후원해야 한다. 아직까지 고전이나 기본적인 이론서들조차 번역되지 않은 학문 분야가 많으므로,⁴⁵⁾ 학문분야별 고전이나 기본적인 이론서의 번역

45) "원전이 드문 우리 학계: 고전번역기구 설립 여론 일어", 교수신문(1996. 6. 3.) 1면

최근 우리 학계에서 제기되고 있는 인문사회과학의 위기론의 배경이 우리 학계가 그동안 고전을 구심점으로 하지 않은 채 유행에 나부낀 결과이다. 따라서 고전에 대한 번역과 연구를 통해 학문의 정체성을 공유했을 때 우리 학문이 비로소 새로운 시대의 흐름에 적응할 수 있고, 나아가 세계학문과도 어깨를 나란히 할 수 있을 것이라고 전망했다.

을 기획하여 출판하면 학문의 균형있는 발전을 유도함과 아울러 많은 잠재 수요를 창출할 수 있을 것이다.

넷째, 일반 독자를 위한 해설서나 교양서의 개발에도 관심을 기울여야 한다. 인문 사회과학이나 자연과학에 대한 해설서, 문학, 외국어 등의 분야가 해당된다. 꾸준히 양서를 출판하면 다양한 독자들에게 대학의 이미지가 좋게 갈무리 된다. 미국·영국·일본 등의 서평지나 독서전문잡지에는 일반독자들을 겨냥한 대학출판부 광고가 자주 눈에 띈다. 일본 도쿄(東京)대 출판부의 「知の技法」처럼 대학출판부에서 나온 책들이 수십만부씩 팔리는 예도 많다. 이렇듯 각국의 대학출판부들은 교수들의 연구결실을 전달하는 대상을 일반독자로까지 확대하여 국민들의 지적 수준을 높이는 데에 일정한 역할을 하고 있다. 우리의 대학출판부에서도 이러한 움직임이 보이고 있다.

단국대출판부가 언어권별로 대표작품 100편을 뽑아 간추린 <세계문학 100선>, 건국대출판부가 국내외 문학가들의 생애와 작품세계를 다룬 <문학의 이해와 감상>시리즈, 한국의국어대 출판부가 각 언어권의 대표작품을 번역한 <세계문학총서> 등이 이에 해당한다. 이는 대중성을 갖춘 책도 기획이 좋으면 성공할 수 있음을 보여주는 보기이다.

다섯째, 지역사회에 관한 문헌도 발굴하여 출판해야 한다. 상업출판사는 어느 지역에 있다 해도 전국민에게 읽힐 것만 출판하는 데에 비해 대학은 소재 지역사회에 대한 특별한 책임을 느끼므로 지역사회에 관련된 도서를 출판하는 것은 대학출판부의 몫이다. 소재 지역의 사회적·정치적·경제적 여러 문제를 분석하고, 그 지역의 역사를 알리고, 지역주민들의 민담을 발굴하고, 그들의 예술을 예찬하고, 그들을 둘러싼 자연환경을 설명하고, 그들의 산업에 관해 해설하는 등의 일이다.⁴⁶⁾

여섯째, 학술연구자료를 발굴하여 출판해야 한다. 학술연구를 위해 아직 공개되지 않은 자료를 발굴하여 학계에 제공하는 것도 의미있는 일이다. 예를 들면 대학도서관이 소장하고 있는 자료 가운데 학술적 가치가 있는 고서나 고문서를 영인출판하여 보급하는 것도 대학출판부가 기여할 수 있는 영역이다.

일곱째, 참고자료는 전자출판 시대를 맞이하여 컴퓨터 편집에 만족할 것이 아니라 CD-ROM의 출판에도 주목할 필요가 있다. 1991년에 2종의 CD-ROM으로 시작한 국

46) Gene R. Hawes, 앞책, pp. 27-40 참조.

내 전자출판시장은 해마다 급속한 성장세를 보이며 멀티미디어 시대의 총아로 부상하고 있다. 국내 전자출판 시장은 지난 1994년의 150억원 규모에서 1995년에는 600억원대로 급성장한 것으로 추산되고 있다. CD-ROM 드라이브를 기본으로 장착한 펜티엄급 멀티미디어 PC의 대량보급으로 인해 1995년 가을을 전후해 CD-ROM 드라이브의 보급대수가 약 100만대를 넘어섰고, 향후의 시장 수요는 폭발적으로 늘어날 것으로 전망된다.⁴⁷⁾

2) 적극적인 마케팅 활동

출판이란 연구결과를 공유하기 위한 수단이므로 마케팅 활동은 생산활동 못지 않게 중요하다. 적극적으로 마케팅하기 위해서는 첫째, 마케팅 담당자가 있어야겠다. 아직 출판종수가 많지 않아 전임자를 둘 형편이 아니라면 겸임을 하더라도 관심을 가지고 적극적으로 활동하여야 할 것이다.

둘째, 적절한 광고 전략이 필요하다. 출판부의 재정상태에 따라 적절하게 광고비를 책정하고 효율적인 매체를 선정하는 등의 광고전략이 요구된다. 언론 매체의 신간안내나 서평란, 또는 「출판저널」 등의 서평지를 적극 활용해야겠다. 출판광고는 고가이면서도 증면경쟁, 사건·사고 기사의 범람 등으로 광고효과가 낮아지고 있는 일간지보다도 「교수신문」 처럼 보다 독자가 세분화된 신문과 잡지 등 다양한 미디어를 활용하여 대상 독자에게 접근하여야 할 것이다. 컴퓨터 통신이나 인터넷을 활용하면 보다 많은 독자에게 저렴하게 접근할 수 있다. 정기적으로 대학출판부 발행 도서목록을 전국의 공공·대학도서관과 서점에 배포하여 수서나 구입에 참고가 되도록 하며, 아울러 신간이 발행되면 내용을 간단히 요약한 '신간안내'를 도서관의 수서담당자에게 우송하여 수서할 때에 선정되도록 하는 것도 저렴한 비용으로 일정부수의 판매를 확보하는 방안이다.

셋째, 유통경로를 다양화할 필요가 있다. 일반 우편통신판매, 전화주문판매, PC통신판매 등 통신판매의 시행을 고려해 봄직하다. 그리고 인터넷에 대학출판부의 홈페이지를 개설하여 출판부와 출판물에 대한 안내와 더불어 주문, 판매가 가능하도록 하면 대학출판부 발행서적이 지닌 유통의 한계를 극복할 수 있을 것이다.⁴⁸⁾ 대중매체 가운

47) 대한출판문화협회, 앞책, pp. 37-38.

48) 현재 미국의 경우 대학생들에게 인터넷 서점인 아마존(<http://www.amazon.com>)을 통한 서적 구입이 보편화되고 있는 것을 고려할 때 우리의 경우도 서적의 통신판매가 대중화될 것으로 예측할 수 있다.

데 출판매체가 다른 매체에 비해 접근하기가 용이하지 아니하므로 유통양식의 혁신을 지향하지 않는다면 경제적 불황의 시기에 현재의 출판량을 소화하는 것도 어려워질 것이라는 전망도 나오고 있다.

책이란 상품은 독자가 현물을 직접 보고 사는 경향이 강하기 때문에 진열공간을 확보할 수 있는 방안을 강구해야 한다. 이를 위해서는 대학의 구내서점을 육성하여 대학출판도서의 판매거점으로 활용해야 한다. 아울러 국내뿐 아니라 국제 도서전시회 등의 판촉행사에 다른 대학출판부와 공동으로 적극 참여하며, 해외 보급을 촉진하기 위해 대학출판도서의 영문제호와 개요를 첨부하는 것도 바람직하다.⁴⁹⁾ 국내 시장의 개발과 아울러 해외시장의 개발도 장래에는 고려해야 한다.

넷째, 서비스를 개선하여야 한다. 행정편의주의가 아닌 고객 만족위주의 경영이 되어야 한다. 아울러 뉴스레터 같은 홍보물을 만들어 대학인에게 대학출판부를 홍보해야 한다.

4. 환경의 개선

대학출판부의 열악한 경제적·사회적 환경을 개선하기 위해서는 첫째, 도서관의 구매력을 높여야 한다. 도서관의 유통과정에서 보면 도서관은 출판사와 독자의 중간에 존재하므로 훌륭한 도서관망의 형성과 도서관의 왕성한 도서구매력은 안정된 도서관장을 보장하여 줄 뿐 아니라 양서출판을 촉진할 것이다. 거의 모든 도서관에서 기준에 도달한 책에 대해서는 일정 부수를 구입한다고 하면 양서출판이 활성화 될 것이다. 저렴하고 내용이 충실한 양서를 출판하기 위해서는 도서관의 발달을 통한 대량의 제도적 수요, 즉 도서관 수요가 뒤따라야 한다.⁵⁰⁾

둘째, 국가와 사회의 적극적인 지원이 있어야 한다. 대학 당국과 교육부는 대학출판부가 학술정보전달시스템을 인지하고 이를 활성화하기 위해 적극적으로 지원하여야 한다. 학술정보전달시스템이 상업출판사에 의해 상업의 논리에 의해 좌우된다면

49) 이두영, "한국의 출판유통 산업동향과 대학출판도서의 판매전략," **대학출판(한국대학출판부협회)**, 제35호(1995. 11), p. 18.

50) 韓萬年, "出版人の 圖書館에의 期待," **對話**, 제45호(1974년 5월), pp. 40-44 참조.

종래에는 학문의 발전을 저해하는 요인이 될 수 있음을 인지하여야 한다.

VI. 맺음말

대학출판부는 대학에서 출판을 담당하는 부서로서 질이 높고 가격이 저렴한 출판물을 제공할 수 있는 학술정보전달시스템이다. 대학출판부의 기본적인 목적은 학자와 학문의 발전에 기여하는 것이다. 이러한 대학출판부가 대학에서 생산된 첨단 지식과 연구결과를 출판함으로써 일반인들이 역사, 과학, 사회문제, 예술, 문화 등에 관한 이해의 폭을 넓히는 데에도 기여한다.

우리나라 대학출판부의 활동은 대체로 저조하다. 이를 개선하기 위해 필자가 비교적 접근하기 용이한 부산대학교 출판부를 사례로 선정하여 저서를 출판한 경향이 있거나 출판예정인 교수들과의 면담을 통해 문제점을 파악하였다. 부산대 교수들은 상업출판사에 비해 출판하기가 용이하며, 출판에 대한 비용부담이 없으므로 부산대 출판부를 선호하였다. 그러나 대부분의 부산대 교수들이 부산대 출판부의 권위의 부재, 판매구조와 판매지역의 한계, 기획의 부재, 열악한 출판조건, 홍보의 부족, 양질의 서비스 부재, 가격경쟁력의 부재 때문에 부산대 출판부를 외면하였다.

이를 바탕으로 부산대 출판부의 문제점을 목표, 자원, 활동, 환경의 4요인으로 분석한 결과, 부산대 출판부는 목표설정부터 명확하지 않아 설립 당시부터 전문성과 권위를 확보하려는 의지가 없었고, 비전문적인 인적 자원과 기금의 미확보 등 자원도 빈약하다. 생산과 마케팅활동도 저급한 수준이며, 도서관의 구매력 미확보와 국가와 사회의 지원부족 등으로 출판환경 또한 상당히 열악하다.

이러한 문제점을 극복하고 대학출판부를 활성화하기 위해서는 대학의 자원을 분석하여 대학출판부의 목표를 정립하여야 한다. 대학출판부의 인적 자원 즉 사람을 출판전문인으로 구성하여야 한다. 그러나 현실적으로 불가능할 경우 일상적인 인사이동을 지양하고 전문성을 함양하고 제고하는 방향으로 인사정책을 개선하여야 한다. 그리고

출판부의 원활한 활동을 위해 기금도 확보하여야 한다. 대학출판부는 우수한 서적의 출판으로 승부를 걸어야 하는데, 이를 위해서는 교수들의 우수한 연구업적을 우선적으로 유치하여야 한다. 출판부의 권위 회복은 기획에 의해 가능한데, 기획을 고려해 볼 분야는 대학의 전문분야의 학술서, 교양교재, 번역서, 일반독자를 위한 교양서, 지역사회에 관한 문헌, 학술연구자료와 참고자료 등이며, 참고자료는 전자출판도 동시에 시도해 볼 필요가 있다. 우수한 원고를 발굴하는 것 못지 않게 형식적으로 수준높은 책을 만들고, 이렇게 생산된 서적에 대해 적절한 독자들이 접근할 수 있는 통로를 확보하는 것 또한 중요하다. 따라서 생산기술의 수준향상뿐 아니라 마케팅활동도 적극적으로 하여야 한다. 아울러 도서관의 구매력 향상과 국가와 사회의 지원을 통해 출판환경을 개선하여야 한다.

현대사회는 지식과 정보가 재화를 창출하는 정보화 사회이다. 많은 대중매체 가운데 출판은 지식을 담는 가장 좋은 그릇이다. 따라서 이에 대한 적극적인 지원은 곧 그 사회의 문화발전과 직결된다.⁵¹⁾ 특히 대학은 문화를 창조하고 선도하는 핵심기관이므로, 이를 지원하는 학술정보전달시스템으로서의 대학출판부에 대한 인식의 전환이 요청된다.

51) 프랑스는 인터넷을 통해 영어가 위세를 떨치자 자국 문화의 전파에 발벗고 나섰다. 프랑스어 수출만이 아니라 프랑스 서적의 현지어 번역에 대해서까지 지원금을 내놓을 정도다. 출판이 문화전파의 훌륭한 매체를 인정하고 적극적으로 지원하고 있는 프랑스 정부의 태도가 시사하는 바가 크다. 도서출판 '책세상'의 경우 렐리앵 그라크의 소설 '술속의 발코니'를 번역하면서 프랑스 외무부에 지원금을 요청해 놓고 있다.

참 고 문 헌

- 金璟東·李溫竹. 社會調查研究方法. 서울, 博英社, 1991.
- 金東基. 現代마케팅原論. 第二全訂版. 서울, 博英社, 1994.
- 김성재. 출판의 이론과 실제. 서울, 일지사, 1990.
- 남석순. “한국출판산업의 시장구조와 대학출판부의 기획방향.” **대학출판**(한국대학출판부협회), 제37호(1996. 10).
- 동경출판판매주식회사 편. 출판물 판매기술. 윤형두 편역. 서울, 범우사, 1994.
- 대한출판문화협회. 1996 韓國出版年鑑. 서울, 대한출판문화협회, 1996.
- 潘柄吉. 국경없는 무한경쟁시대의 경영학원론. 제4판. 서울, 박영사, 1996.
- 渡邊 勳. “한일양국 대학출판부의 공통사항.” **대학출판**(한국대학출판부협회), 제35호(1995. 11).
- 부산대학교 교수연구업적. 제1집(1990-1991), 제2집(1992-1993), 제3집(1994), 제4집(1995). 부산, 부산대학교, 1992. 1994. 1995. 1996.
- 송상용. “한국대학출판의 문제와 활성화 방안에 관한 연구.” 석사학위논문. 중앙대학교 신문방송대학원. 1988. 11.
- 安春根. “大學出版部の 役割.” 對話, 45호(1974. 5.)
- 이광주. 대화사. 서울, 민음사, 1997.
- 이두영. “한국의 출판유통 산업동향과 대학출판도서의 판매전략.” **대학출판**(한국대학출판부협회), 제35호(1995. 11).
- 이영자. “學術情報 커뮤니케이션 시스템으로서의 大學出版部.” **圖書館學論集**(韓國圖書館·情報學會), 제8집(1981).
- 이중환. “보석같은 책만이 성공한다.” **출판저널**, 제205호(1997. 1. 5).
- _____. “출판은 산업인가.” **출판저널**, 제211호(1997. 4. 5.)
- 부산대학교 수업과. 1996년 1기 개설강좌일람표. 1996. 3. 20.
- _____. 1996년 2기 개설강좌일람표. 1996. 10. 31.
- 부산대학교 출판부. 도서목록 1996. 부산, 부산대학교 출판부, 1996.
- 주홍균. “제14차 한일대학출판세미나 참가 기행.” **대학출판**(한국대학출판부협회), 제35호(1995. 11).

- 최정대 편. **대학도서관 비교평가: 전국46개 국·공립대학도서관을 중심으로**. 부산, 국공립대학도서관협의회, 1997.
- 韓國大學年鑑 1996(上)**. 서울, 한국대학신문, 1996.
- 한국대학출판부협회. **1996 한국대학출판부협회 회원교 명부**. 서울, 한국대학출판부협회, 1996.
- 한국도서관협회. **한국도서관통계: 1994·1995**. 서울, 한국도서관협회, 1996.
- 韓萬年. "出版人の 圖書館에의 期待." 對話, 제45호(1974년 5월).
- "洪恩重 文化마당: 3등문화의 나라." **조선일보**. 1996. 9. 17. 5면
- Bennett, Scott. "Repositioning University Press in Scholarly Communication", *Journal of Scholarly Publishing*, vol.24, no.4(July 1994).
- Bryman, Alan. 홍동식·조정문·고승한 공역. **사회연구에 있어서 양적 방법과 질적 방법**. 부산, 전문출판사, 1992.
- Goellner, J. G.. "The Future of University Presses." *Library Journal*, vol.103, no.16 (September 1978).
- Hawes, Gene R. *To Advance Knowledge : A Handbook on American University Press Publishing*. 김장섭·남석순 공역. **學術出版의 實際**. 서울, 汎友社 1986.
- Association of Research Libraries. **ARL STATISTICS 1994-95**. Washington, DC, ARL, 1996.
- Newberry Library, *The Scholar Printers*, Chicago, The University of Chicago Press, 1964.
- "우리학교 출판부를 진단한다". **釜大新聞**. 1995. 8. 28.
- "원전이 드문 우리 학계: 고전번역기구 설립 여론 일어". **교수신문**. 1996. 6. 3.
- "대학출판부 활성화 움직임". **중앙일보**. 1996. 4. 28.
- "출판사 육성 외국의 사례". **중앙일보**. 1996. 12. 25.
- "AAUP 1996-97 Annual Report(Excerpts)". <http://aaup.princeton.edu/report.html>.
- "About Oxford University Press". <http://www1.oup.co.uk/Brochure/Introduction.html>. <http://www1.oup.co.uk/Brochure/Journals.html>.
- Meyer, Sheldon and Phillabaum, Leslie. "What is a University Press?".

<http://aaup.princeton.edu/press.html>.

Mynott, Jeremy. "A brief history of Cambridge University Press".

<http://www.cup.cam.ac.uk/information/history>.

"What is the AAUP(Association of American University Presses)?"

<http://aaup.princeton.edu/program.html>.

(부록)

자료수집 방법

면담은 직접 만나서 하기도 하였으나 시간을 약속하기가 어려웠으므로 전화를 많이 이용하였다.

질문 : 우리 대학 출판부는 우리 교수님들과 가장 밀접한 관련이 있다고 생각합니다. 평소에 교수님들이 출판부에 대해 어떻게 생각하시느를 여쭙고자 합니다. 교수님께서 과거에 책을 출판하셨을 때, 우리 대학 출판부에서 출판했다면 왜 출판했는지, 우리 대학 출판부가 아닌 다른 출판사에서 출판했다면 그 이유는 무엇인지, 그리고 책은 출판하지 않았더라도 장차 출판하신다면 어디에서 하고 싶은지, 그 이유에 대해 거리낌없이 말씀해 주시기를 부탁드립니다. 말씀하신 내용은 연구를 위해서만 사용할 것이며, 익명으로 처리할 것입니다.

면담 교수

1. 1996. 11. 9. 17:40, J교수
2. 1996. 11. 11. 18:30, T교수
3. 1996. 11. 11. 19:00, D교수
4. 1996. 11. 12. 12:00, Y교수
5. 1996. 11. 12. 12:15, Z교수
6. 1996. 11. 12. 13:00, M교수

7. 1996. 11. 12. 13:40, P교수
8. 1996. 11. 13. 15:40, H교수
9. 1996. 11. 18. 14:00, L교수
10. 1996. 11. 19. 13:30, I교수
11. 1996. 11. 19. 13:40, S교수
12. 1996. 11. 19. 14:20, V교수
13. 1996. 11. 19. 14:30, C교수
14. 1996. 11. 19. 14:40, B교수
15. 1996. 11. 19. 15:00, U교수
16. 1996. 11. 19. 14:00, N교수
17. 1996. 11. 20. 13:30, O교수
18. 1996. 11. 20. 14:30, A교수
19. 1996. 11. 20. 15:20, W교수
20. 1996. 11. 20. 15:40, G교수
21. 1996. 11. 21. 13:30, F교수
22. 1996. 11. 21. 14:00, Q교수
23. 1996. 11. 21. 15:30, R교수
24. 1996. 11. 21. 15:45, K교수
25. 1996. 11. 21. 16:10, E교수
26. 1996. 11. 27. 17:00, X교수
27. 1997. 5. 23. 17:50, 가교수
28. 1997. 5. 23. 21:30, 나교수

The Activating Program for the University Press as a Scholarly Communication System

-Mainly on the Pusan National University Press-

Song, Jung-Sook *

〈Abstract〉

The University Press, as a publishing division of the university, is a high quality and low cost scholarly communication system.

In contrast to European and American university presses, Korean university presses publish very small amount of books. So the author took a case study of the Pusan National University Press(PNUP). She interviewed with faculty who had published or were going to publish. And then she analyzed why or why not the faculty at the Pusan National University selected PNUP as a publisher. On the basis of the results, she identified problems of the PNUP and she made an activating program that can be applied to most of Korean university presses. This program involved setting up the mission of the press; appointing a professional to the staff and establishing a fund; encouraging high quality scholarly publishing, refined bookmaking and positive marketing; and increasing the expense of the library and improving community support of the university press.

* Associate Professor, Department of Library, Archive and Information Studies at Pusan National University