



# 대학출판부, 그 새로운 출판 플랫폼의 역사

조직 전문화, 신출판산업과도 손잡아야  
학술출판 본령 지키며, 전문적 홍보와 기획 노력  
「대학출판부의 태도가 결정적」

일반출판사들과 경쟁하면서 대학 브랜드의 위상을 지켜가는 일은 대학출판부의 가장 큰 딜레마다. 그러나 대학출판부의 새로운 출발을 위한 문제점을 제기한다는 점에서 대학출판부가 겪고 있는 그런 고민은 또 다른 가능성을 시사하는 것이기도 하다. 교재나 발간·판매하는 진부한 부속기구라는 고정관념을 깨고 대학에서 생성되는 학문과 지식을 생산하고 결집하는 중심기관으로 변신하는 것. 오늘의 대학출판부가 새롭게 추구해야 할 명제이기도 하다.

## 조직의 합리적 재편, 대학출판부의 최우선 과제

대학출판부 관계자들은 대학출판부의 발전을 가로막는 가장 큰 이유로 정체된 조직구조를 꼽았다. 《2004 한국대학출판부협회 회원교 명부》를 보면 약 60퍼센트의 대학출판부가 4명 이내의 직원으로 구성된 것을 확인할 수 있다. 10명 이상의 인력을 확보하고 있는 곳은 서울대학교출판부, 이화여자대학교출판부, 방송통신대학교출판부 등 단 3곳에 불과하다.

대학출판부 관계자들은 그래서 “인력과 조직의 안정성을 기하는 것이 대학출판문화가 제자리를 잡기 위한 첫 번째 조건”임을 강조하고 있다. 주홍균 건국대학교출판부 출판부장은 <대학출판조직의 구조적 진단과 방향>에서 “대학출판부 조직구성이 변하지 않는 한 대학출판부의 발전은 장담할 수 없을 것”이라고 말했다. “대학출판부 근무기간이 3년 미만인 직원들이 전체 41.5퍼센트를 차지하고 있고, 그나마 2년 이내가 38.3퍼센트를 차지하고 있다”며 “대학출판부가 대학과의 정규적인 인사교류의 틀에 매여 있는 한 전문성 확보는 힘들 것”이라고 지적하기도 했다.

방송통신대학교출판부 기획팀 김정규 씨는 “대학출판부가 더욱 소신 있고 창의적인 기획을 하기 위해서는 출판부장의 임기가 늘어나야 할 것”이라고 말했다. 4년을 보장하는 일부 대학출판부를 제외하곤 대개는 2년의 재임 기간을 규정하고 있어, 고급 콘텐츠로 장기적인 프로젝트를 진행하기가 힘든 것이 사실이다. 김씨는 “대학출판부 직원들이 단기 프로젝트에만 매달리는 것은 그 때문”이라며 “함께 그리고 오래 호흡을 맞춰 일할 수 있는 책임 있는 리

더십이 절실히 필요하다"고 말했다.

대학출판부 출판부장이자 유능한 경영마인드까진 몰라도, 최소한 편집, 제작, 마케팅 등 주요 출판지식을 한 가지라도 제대로 알고 있어야 한다는 것이 이들의 중론이다. 실제로 미국과 일본의 대학출판부는 출판부장을 전문인으로 장기간 계약, 임용하고 있다. 대학교유의 출판물 확보는 물론, 일반 출판사와의 경쟁에서도 밀리지 않는 시장성을 갖춘 출판물을 만들어내는 데는 전문지식을 갖춘 리더의 공이 크다 할 것이다.

조현철 한국대학출판부협회 홍보간사는 "대학출판부 조직개편과 전문인력 확보는 대학출판부가 해결해야 할 가장 큰 과제"라며 "현재 뜻을 가진 몇몇 대학출판부가 앞장서 모범을 보이고 있다"며 고질적 문제를 해결해 가는 대학출판부의 움직임을 반겼다.

### 신출판산업, 대학출판부가 적극적으로 운용, 발전시켜야

미래출판의 대안 POD(Publish on Demand, 주문형 출판)시스템은 테스트 마케팅으로서의 소량출판을 가능케 했다. 종이책 시장의 틈새를 비집고 들어온 전자책은 매년 두 배 이상의 성장률을 거두고 있다. 현재 전자책에 참여하는 국내 출판사는 무려 1,200여 곳이 넘는다. 이러한 신출판산업은 이른바 잘 나가는 출판사들의 전유물로 흔히 인식돼 있으나, 실상 그 '궁합'으로 말하자면 대학출판부가 적격이다.

POD시스템을 보급하고 있는 한 업체의 관계자는 "학술출판을 주로 하는 대학출판부야말로 이런 신출판산업이 적극 운용되어야 할 곳"이라고 주장했다. 현실적으로 대학출판부에서 만든 학술서적은 교내외를 합쳐 500부도 소화하지 못하는 경우가 많은 실정인 만큼 "POD시스템과 전자책은 대학출판부에 새로운 경쟁력을 보장하는 유용한 수단"이라는 게 그의 설명이다. 소량 수요로 POD시스템이 적합한 학술서적은 대학출판부 전체 출간종수의 2/3를 넘는다. 그래서 대학출판부의 정보들이 전량 데이터베이스화된다면 대학출판부가 가장 많은 POD출판 수요를 차지할 것이라는 얘기다.

대학출판부들도 POD시스템과 전자책 운용을 적극 검토하고 있다. 고려대학교출판부는 전자책업체 북토피아와 제휴를 맺고 몇 종의 전자책을 출간했다. 고려대학교출판부의 전자책 제작은 도서관 납본을 위한 초기 시도로, 차츰 그 영역을 확대해 갈 것이라고 한다. 초기비용이 만만치 않아 활성화되고 있진 않지만, 이화여자대학교출판부, 건국대학교출판부, 한양대학교출판부, 성균관대학교출판부 등 다수의 대학출판부에서도 POD시스템과 전자책의 운용을 적극적으로 검토하고 있다.

한편 한국출판협동조합에서는 최근 대학출판부의 변화 움직임에 맞춰, 효과적인 유통서비스를 제공하겠다고 제안했다. 이를 위해 관계자들을 대상으로 재고관리, 배송, 수요예측, 수금관리, 반품관리 등 마케팅 전반에 걸친 설명회를 가지기도 했다. 그동안 비효율적 관행을 고수하거나 주먹구구식으로 일을 했던 대학출판부들은 조합의 사업 설명을 관심 있게 경청했던 것으로 전해졌다. 조합측은 특히 "마케팅개념이 취약한 대학출판부의 마케팅 영역 확대와 전략 개발을 통해 더욱 적극적인 시장확보에 나설 수 있을 것"이라며 기대효과를 말했다.

### 우수 필진 확보·참신한 기획·특성살린 학술출판이 '해답'

사랑에 관한 소설을 시대별로 모은 《연애소설》, 독일 작가들의 러브레터를 담은 《연애의 증거》는 참신한 기획력이 돋보이는 책으로 최근 주목을 받았다. 이를 펴낸 출판사 '글빛'은 상업출판사가 아닌 이화여자대학교출판부의 독립 브랜드다. 이화여자대학교출판부 기획팀 이혜지 씨는 "독립브랜드 '글빛'을 만든 것은 대학출판부가 갖는 하나의 시도일 뿐 이윤을 남기기 위한 것이 아니다"며 "진정한 목적은 대학출판부의 이미지변화를 피하고 대학과 대학출판부의 인지도를 높이는 것"이라고 밝혔다.

방송통신대학교출판부도 교재 중심의 수동적인 출판을 탈피, 독립브랜드 '지식의날개'를 만들어 선전하고 있다. 지식의날개는 《빅맥이나 김치나》《아름다운 이별》 등의 교양실용서를 전문으로 출간하고 있다. 지식의날개 관계자는 "조직 내 별도의 프로세스를 필요로 하지 않는 독립브랜드는 대학과 대학출판부 발전에 큰 영향을 미칠 것"으로 기대했다. 대학도 수익을 내야 하는 엄연한 사업임을 생각할 때, 대학출판부가 그것에 기여하지 말란 법 없다. 대학출판부의 이름을 달고 나온 책이 베스트셀러가 되면 구태여 돈을 들인 대학 홍보 이상의 효과를 얻을 것이라는 설명이다.

경북대학교출판부 기획·편집담당을 맡고 있는 김용훈 씨는 "대학출판부가 변화되고 기획력이 돋보이는 책이 사람들의 주목을 받을 때, 학내 교수들이 좋은 원고를 갖고 대학출판부로 돌아올 것"이라고 말했다. 일반출판사들의 노력을 간과할 수는 없겠지만, 대개 교수들은 스타필진을 꿈꾸며 마케팅 능력이 있는 상업출판사의 문을 두드려 왔다. 김씨는 "대학출판부의 기획력과 마케팅 열세를 말하기에 앞서, 좋은 원고는 밖으로 돌리면서 '대학출판부는 알아서 먹고 살아라' 했던 잘못된 관행이 대학출판부 경쟁력을 악화시킨 결정적 요인"이라고 꼬집기도 했다.

많은 전문가들은 "궁극적으로 학술출판이라는 대학출판부 본령에 충실해야 한다"고 입을 모으고 있다. 조현철 한국대학출판부협회 홍보간사는 "학술출판을 하면서도 이윤을 내야 하는 모순된 책무로 인해 상업출판으로 승부를 거는 대학출판부가 많다"며 "그러나 대학출판부 각자의 특성을 살린 학술출판물 출간이야말로 출판업과 출판문화의 총체적인 발전에 기여하고 있음을 주지해야 한다"고 강조했다. 조 간사는 또 "학술기관으로 평가받는 도서관은 모든 대학에 존재하지만 출판부가 설립된 대학교는 많지 않다"며 "대학출판부야말로 학생과 교수, 교내외, 나아가 사회와 학교를 잇는 연결고리"라며 대학출판부 존립의 중요성을 말했다.

### 대학 당국의 태도 변화와 관계 재정립이 관건

일찍이 경북대학교 고故이호철 교수는 <대학 교육개혁과 대학출판부의 대응>이란 글에서 대학출판부만이 할 수 있는 일을 찾기 위해 다음과 같이 움직일 것을 주문했다. 새로운 교육과정 개편안을 분석하고, 교육과정 공청회에 참석, 그에 따른 교과목의 변화를 신속히 파악할 것. 새로이 개발된 교양 교과목의 담당학과와 담당교수에게 대학에서의 출판이 시중 출판사보다 유리함을 알리는 데 주력할 것. 개발된 교재가 새로운 교양교육의 목표를 담보할 수 있는 내용을 담고 있는지를 판단하기 위해 전문위원회를 설치할 것. 책 표지의 디자인과 내지의 편집에도 심혈을 기울여야 할 것 등의 사항이 그것이다.

상업출판사들과 경쟁하면서 대학 브랜드의 위상을 지켜가는 일, 대학출판부가 갖는 딜레마는 이처럼 많은 문제점과 함께 시급하게 해결책을 요구하고 있다. 그러나 무엇보다 진정한 대학출판부의 발전을 생각한다면 대학 당국과의 관계를 재정립해야 한다는 것이 관계자들의 주장이다. 특히 대학출판 발전의 가장 큰 변수는 출판부에 대한 대학당국이 가진 태도임을 지적했다. 이는 대학출판 관계자뿐 아니라 대학출판을 아는 출판계 인사들도 공감하는 대목이다. 그럼에도 불구하고, 대학 내의 구조조정 여파와 '경쟁력 지상주의'로 인해 심지어 대학출판부는 없어져도 될 기관으로까지 치부되고 있는 게 현실. 그래서 "출판부에 대한 인식이 변화되어야 하고, 대학출판부들이 새로운 출발을 위해 적극적으로 움직이는 보폭만큼 소속 대학당국의 자세 변화도 요구된다"는 게 대학출판인들의 일치된 주문이다. ■

취재 박용두·홍이현 기자

