

출판 종사자의 역할에 관한 연구*

A Study on the Role Orientations of Publication Employees

김 선 남 (Kim, Sun-Nam)**

정 현 욱 (Jung, Hyun-Wook)***

◁ 목 차 ▷

1. 서론	3.2 연구방법
2. 이론적 배경	4. 연구결과
2.1 출판인력 현황과 특성	4.1 Q 분석
2.2 기존 연구 검토	4.2 유형별 특성
3. 연구문제와 연구방법	5. 결론 및 제언
3.1 연구문제	<참고문헌>

< 초 록 >

본 연구는 출판 종사자들이 역할을 어떻게 인식하는지를 살펴보았다. 본 연구는 Q방법론을 활용하여 2013년 11월 28일에서 2013년 12월 17일까지 조사를 하였다. 연구결과 3개의 역할에 관한 주관성 구조를 발견하였다. 첫째, 제1유형은 전문가를 지향하는 출판 종사자 집단이다. 본 연구자는 이 유형을 “전문가 지향”이라고 명명하였다. 전체 응답자의 46%가 포함되었으며, 대체로 여성, 사원들 사이에서 뚜렷하게 나타났다. 이들은 스스로 ‘출판 전문인’이라고 평하였다. 이 유형에 속한 사람들은 출판사 조직의 근무 여건, 예를 들어 봉급, 근무환경 등이 개선될 것을 요구하였다. 이들이 추구하는 출판인 이미지는 ‘노력하는 출판인’이었다. 둘째, 제2유형은 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하는 역할을 지향하였다. 즉 이들은 독자가 원하는 책을 제작하는데 관심을 두었다. 본 연구자는 이 유형을 “독자 지향”이라고 명명하였다. 이들은 응답자의 약 23%에 해당하며 주로 대졸, 사원들 사이에서 뚜렷하게 나타났다. 이들이 추구하는 출판인 이미지는 ‘독자와 소통하는 출판인’이었다. 셋째, 제3유형은 출판사 조직의 성공과 경제적 가치 실현에 관심을 두었다. 이들은 출판사 조직의 생존과 발전이 중요하다고 생각하였다. 본 연구자는 이 유형을 “조직 지향”이라고 명명하였다. 이들은 전체 응답자의 약 30%에 해당하였으며 대체로 남성들로, 관리자 급에

* 이 논문은 2014학년도 원광대학교의 교비지원에 의해서 수행됨.

** 원광대학교 사회과학대학 행정언론학부 교수(sunkim@wku.ac.kr)

*** 원광대학교 사회과학대학 행정언론학부 교수(jungyun@wku.ac.kr)

접수일: 2014년 9월 12일 최초심사일: 2014년 9월 17일 심사완료일: 2014년 9월 27일

서 두드러졌다. 이들이 추구하는 출판인 이미지는 ‘존경받는 출판인’이었다.

要語: 주관성, 출판 종사자, 역할, Q방법론

<ABSTRACT>

This study investigated the role orientation directed by publication workers. The data needed for the study were collected by using Q methodology from November 28 through December 17, 2013. The analyses showed 3 types of subjective structures. The first type, named as “the expertise-centered orientation,” was found among workers who pursue the expertise from the job. This orientation was found from 46% of respondents. It was especially visible among female and rank-and-file workers. This group of workers, taking proud of themselves as “the publication experts,” demanded favorable work environments, including better pay and benefits. The image pursued by these people was “the hard working publication.” The second type, named as “the reader-centered orientation,” was found among the workers who stress the role of providing informations and services to readers. Many of them were concerned with making the good books loved by readers. About 23% of respondents showed this orientation. It was highly visible among college graduates of the lower level workers. The image pursued by these people was “the publisher communicating with readers.” The third type, named as “the company-centered orientation,” was found among the workers who emphasize the importance of economic factors such as company growth, profit-making, etc. This group of workers were keenly interested in making the company survive and develop. About 30% of respondents showed this orientation. It was notable among male and managerial level workers. The image pursued by these people was “the respected publisher.”

Key words: subjectivity, publication employee, role, Q methodology

1. 서론

한국출판연감(2013)에 의하면, 2012년 신간 도서 종수는 총 3만 9,767종이었으며(만화 포함), 발행부수는 8,690만 6,643부였다. 이는 전년대비 발행종수는 9.7%, 발행부수는 20.7% 감소한 것이다. 종당 평균 발행 부수(2,185부)도, 이는 전년대비 12.2% 축소한 것이다.¹⁾ 출판사의 매출액도 마찬가지였다. 2012년 전년대비 매출액이 감소하였던 출판사는 40%에 달하였으며, 매출액 감소율도 평균 27.3%에 이르렀다.²⁾ 국내 출판계의 불황이 본격화되었다.

지식정보화는 다양한 콘텐츠 관련 산업을 기반으로 한다. 이에 따라 콘텐츠 산업들이 신장 추세를 보이고 있지만, 유독 출판 산업계는 하락하고 있다. 그 이유는 콘텐츠 산업이 전반적으로 영상산업 중심으로 확장하고 있기 때문이다. 그 사례는 최근 출판계에 만연한 독서의 수요 감소, 서점의 도태, 디지털 미디어 콘텐츠의 종이책 수요 잠식 가속화, 글로벌 플랫폼 기업들의 적극적인 국내 진입, 출판업계의 양극화 심화 현상 등이다. 이 분야 전문가들은 출판계 불황은 인접 콘텐츠 시장의 확장과 결코 무관치 않다고 지적하고 있다.³⁾

최근 우리 사회의 미디어 산업이 영상 콘텐츠 중심으로 재편됨을 인식한 출판계는 출판 산업을 육성하기 위한 효율적인 전략을 마련하는데 적극적이었다. 특히 출판계는 독서의 수요를 높이고 수용자들을 끌어들이는 마케팅 전략에 관심을 쏟았다. 이는 지식정보화로 인하여 독자들의 취향이 다각화 되어가고 있는 수용자 욕구변화에 초점을 둔 것이다. 일부 출판사들은 독자를 끌어들이기 위한 기획전략, 독자의 취향에 부합하는 편집 및 마케팅 전략에 출판사의 사활을 걸고 있다. 이러한 현실에서 일부 출판사 종사자들은 출판인으로서 역할 수행에 관한 갈등을 경험하게 된다. 예를 들면 국내 출판사 편집자들은 도서 기획에 대한 상당한 중압감을 갖고 있는가 하면, 베스트셀러를 만든 경우에도 이들은 후속작품에 대한 부담감을

1) 표정훈, “출판계,” 『2013출판연감』 (서울: (사)대한출판문화협회, 2013), 43.

2) 표정훈(2013), 43.

3) 김종수, 『한국출판의 생존전략연구』 (서울: 2012), 75.

로 인하여 상당한 스트레스를 겪는다고 한다.⁴⁾ 또 일부 출판 종사자들은 자신의 가치나 기대가 경영진의 가치나 요구와 서로 달라서 마찰이나 갈등을 겪는다고 한다. 특히 출판행위는 다양한 정보와 지식을 독자들에게 전달하여 그들의 삶을 변화시키는 문화적 기능을 추구하는 행위이기 때문에 출판 종사자들은 경제적 이윤추구를 목표로 하는 경영진(혹은 조직)의 가치와 상충될 수 있다. 이러한 과정에서 출판 종사자들은 역할에 대한 역할에 대한 갈등을 경험한다.

최근 출판계는 인력정책을 수립하는 과정에서 상당한 어려움을 겪고 있다. 출판업은 다른 콘텐츠업종에 비하여 종사자들이 갖추어야만 하는 전문적인 능력과 기술력을 더 요구하는 분야이다. 조직은 전문적인 기술을 보유한 종사자들에게 대하여 이에 상응하는 처우를 마련하여야 하는 의무가 있다. 그러나 출판계 종사자들의 사회적, 경제적 처우는 매우 열악한 편이다. 출판 종사자의 사회적, 경제적 지위가 다른 콘텐츠 업종에 비하여 상대적으로 낮기 때문에 국내 출판계에 진출하려는 인력은 감소추세를 보이고 있다.⁵⁾

출판 종사자는 출판과정에서 중요한 역할을 수행한다. 이들은 책의 기획에서부터 제작, 유통, 판매에 참여할 뿐만 아니라 저자와 독자의 매개자의 역할을 수행한다. 즉 출판 종사자들은 다양한 분야의 저자들이 새로운 사상이나 문화를 창출해 내고 이를 효율적으로 전달하도록 주선해주는 매개자이자 독자들이 특정한 사상이나 문화를 이해하고 수용하도록 도와주는 중재자 역할을 수행한다. 나아가 출판 종사자는 책을 통해서 사회변화를 주도하는가 하면 독자들에게 다양한 정보를 전달하여 그들의 의식을 변화시키는 역할도 수행한다. 이강수·김재범은 출판종사자를 이들을 지식이나 사상의 생산자와 소비자 간의 채널을 관리하는 조직체나 조직체의 성원, 즉 게이터 키퍼로 규정하였다.⁶⁾

출판 조직은 이윤추구의 극대화를 추구하는 경제적 기능과 독자들에게 정신적 메시지를 전달하여 지식과 정보를 습득하게 하고 나아가 그들의 삶을 변화시키는

4) 한주리, “한국출판편집자들의 사회적 지위에 대한 탐색적 연구: 중국, 일본, 한국의 사례를 중심으로,” 『한국출판학연구』 제35권 1호(2009), 425.

5) 한주리, “한국출판산업의 유연진문화 연구,” 『한국언론학보』 제50권 6호(2006), 89.

6) 이강수, 김재범, “출판업계 종사자의 의식조사 연구,” 『출판연구』 제3권 1호(1992), 159.

문화적 기능을 동시에 수행한다. 따라서 출판 종사자는 경제적 기능과 문화적 기능이라는 이중구조 속에서 일정한 역할(role)을 수행하게 된다. 역할이란 흔히 어떤 지위를 가진 사람들의 사회적으로 규정된 행위를 의미한다. 출판 종사자는 특정한 지위체계 속에서 사회적으로 규정된 행위를 지향하게 된다. 앞서 지적하였듯이 출판 종사자들은 출판조직의 경제성 기능과 문화적 기능 속에서 경영진의 요구 및 기대와 전문인으로서의 자신의 가치실현 사이에서 갈등을 경험하게 된다. 출판 종사자들의 역할은 경영진의 요구, 자신의 가치실현, 사회적 성공에 대한 열망 등과 같은 다양한 요인에 의하여 결정되어질 수 있다. 그렇다면 국내 출판 종사자들은 어떠한 역할 인식을 가지고 있는가. 출판 종사자들의 역할 인식은 몇 가지 형태로 구조화할 수 있는가. 이에 따라 본 연구의 목적은 출판 종사자들의 역할 인식이 어떻게 구조화되어 있는가를 규명하는데 있다. 본 연구의 의의는 출판 종사자 의식을 이해하는 기초자료가 될 뿐만 아니라 출판 인력정책의 기초 자료로 활용할 수 있다는 데 있다.

2. 이론적 배경

2.1 출판인력 현황과 특성

한국출판연감(2013)에 의하면, 2012년 현재 국내 출판사 수는 4만 2,157개로 집계되었다. 신설 출판사가 해를 거듭할수록 증가하고 있다(<표 1> 참조). 그러나 심각한 점은 등록된 출판사 중에서 실제로 활동하는 출판사가 9%에도 못 미친다는 것이다.⁷⁾ 다시 말해 등록된 출판사 가운데 출판활동을 전혀 않았던 출판사가 10개 중 9개에 해당하였다. 이는 출판사 운영의 어려움을 보여주는 단적인 예가 된다.

7) 이는 <http://www.kpipa.or.kr/intro/reportView.do?board_id=2&article_id=11920> 참조(검색일자: 2014.3.3).

<표 1> 국내 출판 산업 현황

(단위: 종, 부, 개)

연도	발행종수	발행부수	출판사수
2005	43,598	119,726,681	24,580
2006	45,521	113,139,627	27,103
2007	41,094	132,503,119	29,977
2008	43,099	106,515,675	31,739
2009	42,191	106,214,701	35,191
2010	40,291	106,309,625	35,626
2011	44,036	109,550,227	38,170
2012	39,767	86,906,643	42,157

출처: 『한국출판연감』 (서울: 대한출판문화협회, 2013), 110 재구성.

국내 출판계 종사자 수가 <표 2>에 제시되어 있다. 이, 2011년 현재 전체 출판 산업 종사자(총 19만 86,916명) 가운데 출판 분야의 종사자 수는 5만 7,730명이다. 이는 전체의 29.1%에 해당하는 것이다. 그러나 국내 출판업에서 일하는 종사자 수가 감소하고 있다. 즉 출판계 종사자 수는 2009년부터 2011년까지 연평균 2.2%나 줄어들었다. 이 가운데 서적출판업(종이매체 출판업) 종사자가 9,617명으로, 국내 출판업의 4.9%를 차지하였다. 이런 현상의 원인은 국내 영상 및 콘텐츠 산업의 확대 및 경기 침체로 인한 독서 인구의 감소에서 찾아볼 수 있다.

<표 2> 국내 출판업 업종별 종사자 현황

(단위: 명)

분야	분류	종사자수(명)			비중 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감율(%)
		2009	2010	2011			
출판업	서적출판업(종이매체 출판)	10,057	9,926	9,617	4.9	▽3.1	▽2.2
	교과서 및 학습서적 출판업	13,038	13,695	14,295	7.2	4.4	4.7
	인터넷/모바일 전자출판 제작업	1,165	1,203	1,325	0.7	10.1	6.6
	신문발행업	16,937	16,563	16,521	8.3	▽0.3	▽1.2
	잡지 및 정기간행물 발행업	9,425	9,478	9,492	4.8	0.1	0.4
	정치광고간행물 발행업	5,526	5,487	5,441	2.7	▽0.8	▽0.8
	기타인쇄출판업	1,178	1,022	1,039	0.5	1.7	▽6.1
	계	57,326	57,374	57,730	29.1	0.6	0.4

출처: KOCCA, "2012콘텐츠산업통계," 『한국출판연감』 (서울: 대한출판문화협회, 2013), 127 재구성.

출판 종사자의 역할에 관한 연구

2011년 현재 출판업계 종사자를 직무별로 살펴보면, 제작 분야 종사자가 6만 235명(전체의 42.8% 차지)으로 가장 높은 비중을 보였다. 기타(유통) 분야는 3만 1,379명(21.9%)이었으며, 관리직 2만 8,448명(19.8%), 사업기획 1만 2,651명(8.8%), 마케팅/홍보직무 7,421명(5.1%), 연구개발 2,929명(2.0%)의 순서로 분포되었다. <표 3>에 제시되어 있듯이, 국내 출판 산업 분야는 전반적으로 모든 직종에서 전년대비 감소경향을 보였다. 이 가운데 특히 연구개발 분야가 큰 폭으로 축소되었다. 유일하게 사업기획 종사자 수가 전년대비 증가추세를 보였다. 이 자료는 국내 출판 산업이 재투자 전략에서 매우 소극적이고 열악한 현실임을 시사한다.

<표 3> 국내 출판 산업 직무별 종사자 현황

(단위: 명)

직무	종사자수						합계
	사업기획	관리	제작	마케팅/홍보	연구개발	기타(유통)	
2009	9,948	30,650	60,012	8,310	3,815	33,305	146,040
2010	12,601	28,852	60,764	7,486	3,119	32,049	144,880
2011	12,651	28,448	60,235	7,421	2,992	31,379	143,126
전년대비증감율(%)	0.3	▽1.4	▽0.9	▽0.9	▽4.1	▽2.1	▽1.2
연평균증감율(%)	12.8	▽3.7	0.2	▽5.5	▽11.4	▽2.9	▽10

출처: KOCCA(2013), 127.

출판 산업의 고용형태 구조는 안정적이었다. <표 4>에 제시되어 있듯이, 출판 산업 종사자 대다수가 정규직으로 고용되었다. 즉 2010년 현재 출판 산업 정규직 종사자는 13만 3,565명(92.2%)이었던 반면, 비정규직 종사자는 1만 1,315명으로 전체의 7.8%의 비중을 머물렀다. 물론 최근 들어 비정규직 종사자들의 수가 증가추세를 보이고는 있지만, 이는 타 업종에 비하여 낮은 수치다.

<표 4> 국내 출판 산업의 고용형태별 종사자 현황

(단위: 명, %)

연도	종사자수		합계
	정규직	비정규직	
2008	138,430(93.3)	9,825(6.6)	148,255
2009	134,664(92.2)	11,376(7.8)	146,040
2010	133,565(92.2)	11,315(7.8)	144,880
전년대비증감율(%)	▽0.8	▽0.5	▽0.8
연평균증감율(%)	8.9	11.3	9.1

* 계약배달지, 인터넷서점(만화 제외) 종사자 제외

출처: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 『2011 콘텐츠산업통계』(서울: 문화체육관광부, 2012), 482. 재구성.

국내 출판계는 정규직 중심의 안정적인 고용구조를 확보하고 있음에도 불구하고 종사자들에게는 좋은 근무여건을 제공하지 않았다. 근무만족도를 결정하는 중요 요인은 봉급이다. 출판 관련 종사자의 연봉 현황이 <표 5>에 나타나 있다. 2006년 현재 출판계 종사자들은 한 달 100만원에서 158만원을 받는 것으로 조사된 바 있다. 또 3년차 종사자들의 경우 150만원~242만원, 5년차 217만원~284만원, 7년차 250만원~334만원, 9년차 234만원~534만원, 12년차 417만원~500만원에 달한 것으로 나타났다.⁸⁾ 이는 출판업계 종사자들의 근무조건을 향상시키기 위해서는 무엇보다 적정수준의 봉급조건이 마련되어야 할 필요성을 시사한다.

<표 5> 국내 출판사 근무경력과 연봉

출판사근무경력	연봉(만원)	월급(만원)
1	1200-1900	100-158
2	1200-2200	100-184
3	1800-2900	150-242
4	2200-3000	184-250
5	2600-3400	217-284
6	2600-3000	217-250

8) 한주리(2009), 449-450.

출판 종사자의 역할에 관한 연구

출판사근무경력	연봉(만원)	월급(만원)
7	3000-4000	250-334
8	3300-4000	275-334
9	2800-6400	234-534
10	3500-5000	292-417
12	5000-6000	417-500
13	5500-6000	460-500
15	5000	417
20	8000	667

출처: 한주리(2009), 449.

출판계 종사자를 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 더 많았다. <표 6>에 제시되어 있듯이, 2010년 현재 남성은 7만 8,323명(54%), 반면 여성은 6만 6,557명(45.9%)이었다.

<표 6> 국내 출판 산업의 성별 종사자 현황

(단위: 명, %)

연도	종사자수		합계
	남성	여성	
2008	79,608(53.7)	68,647(46.3)	148,255
2009	79,325(54.3)	66,715(45.7)	146,040
2010	78,323(54.0)	66,557(46.0)	144,880
전년대비증감율(%)	▽1.3	▽0.2	▽0.8
연평균증감율(%)	9.7	8.3	9.1

* 계약배달지, 인터넷서점(만화 제외) 종사자 제외

출처: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원(2012), 482.

출판계 종사자의 학력별 특성은 <표 7>에 제시되어 있다. 2010년 현재 출판계에는 대졸자(8만 1,650명, 56.4%)가 가장 많았다. 이어서 대학원 졸업자(4만 974명, 34.3%), 고졸자(3만 4,681명, 23.9%), 전문대 졸업자(2만 3,575명, 16.3%)로 포진되었다. 출판계의 상당수는 고학력자들이며, 해를 거듭할수록 이들 수치가 커지고 있다고 할 수 있다.

<표 7> 국내 출판 산업 학력별 종사자 현황

(단위: 명, %)

연도	종사자수				합계
	고졸이하	전문대졸	대졸	대학원졸	
2008	36,969(24.9)	25,197(17.0)	81,926(55.3)	4,163(2.8)	148,255
2009	34,977(24.0)	23,851(16.3)	82,172(56.3)	5,040(34.5)	146,040
2010	34,681(23.9)	23,575(16.3)	81,650(56.4)	4,974(34.3)	144,880
전년대비증감율(%)	▽0.8	▽1.2	▽0.6	▽1.3	▽0.8
연평균증감율(%)	10.9	19.2	7.0	▽0.9	9.1

* 계약배달지, 인터넷서점(만화 제외) 종사자 제외
출처: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원(2012), 483.

출판계 종사자의 연령별 특성이 <표 8>에 제시되어 있다. 2010년 현재 출판계 종사자 가운데 ‘40세 이상’이 가장 많은 4만 7,171명(32.6%)을 차지하였다. 이어서 ‘30세-34세’ 3만 6,834명(25.4%), ‘35세-39세’ 3만 4,269명(23.7%), ‘29세 이하’ 2만 6,606명(18.4%) 순서로 나타났다. 이 자료를 보면, 출판계에는 높은 연령대로 구성되어 있어서 낮은 연령대 진입은 상당히 낮음을 알 수 있다. 이에 따라 향후 국내 출판계는 저 연령대의 진입을 도모할 인력정책을 개발하여야 할 과제를 안고 있다.

<표 8> 국내 출판 산업 연령별 종사자 현황

(단위: 명, %)

연도	종사자수				합계
	29세 이하	30-34세	35-39세	40세 이상	
2008	27,773(18.7)	38,718(26.1)	35,679(24.0)	46,085(31.0)	148,255
2009	26,640(18.2)	36,979(25.3)	34,595(23.7)	47,826(32.7)	146,040
2010	26,606(18.4)	36,834(25.4)	34,269(23.7)	47,171(32.6)	144,880
전년대비증감율(%)	▽0.1	▽0.4	▽0.9	▽1.4	▽0.8
연평균증감율(%)	1.1	3.1	14.5	19.1	9.1

* 계약배달지, 인터넷서점(만화제외)종사자 제외
출처: 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원(2012), 483.

이상으로 국내 출판계의 특성(신간발행부수, 출판사)과 종사자 특성(직무, 고

용형태, 성, 학력, 연령별)을 살펴보았다. 요약하면, 국내 출판계는 영상산업 및 콘텐츠 산업의 본격화로 인한 치열한 매체 경쟁, 경기 침체로 인한 독서인구 및 서적구매층의 감소로 인하여 최고의 불황을 겪고 있다. 이러한 열악한 환경에도 불구하고, 해를 거듭할수록 국내 출판사의 수는 증가하고 있다. 그러나 출판사 대다수(약 90%)가 출판 경험을 갖지 않았다. 국내 출판계는 영세한 출판사로 구성되어 있다고 할 수 있다. 출판계의 열악한 현실은 출판 종사자의 인구통계학적 특성에서도 잘 드러난다. 출판 종사자의 수는 해마다 증가추세에 있고, 정규직 형태로 고용되어 있지만, 그들은 낮은 봉급 등과 같은 불안정한 고용조건을 갖고 있었다. 근무환경에 대한 불만족은 출판 종사자수 감소의 원인이 될 수 있다.⁹⁾ 또 출판계는 높은 연령대로 구성되어 있다는 한계도 안고 있다. 이러한 한계점은 국내 출판 편집자 가운데 40대의 직무만족도가 20대나 30대에 비해 높다는 연구를 통해서 재확인되고 있다.¹⁰⁾

2.2 기존 연구 검토

국내 출판 종사자는 주변 국가의 출판 종사자들보다 사회적으로나 경제적으로 열악한 지위를 가지고 있다.¹¹⁾ 이러한 사회문화적 지위에도 불구하고 출판 종사자들은 저자와 독자를 연결시켜주는 중요한 커뮤니케이터 역할을 수행하고 있다. 출판 종사자는 저자와 독자의 중간에 서서 저자의 사상이나 문화가 올바르게 활자화되어 독자가 이를 정확히 이해하고 흡수하도록 연출하기도 하고, 저자로 하여금 새로운 사상이나 문화를 창조하도록 도와주는 촉매자의 역할을 하기도 한다.¹²⁾ 이에 따라 출판 종사자의 사회문화적 지위는 높아져야 할 것이다. 출판 종사자 역시 단순하게 원고를 교정하고 도서를 제작하는 역할에서 벗어나 문화적 리더로

9) 최경주, “편집자의 직무만족에 관한 연구: ERG 이론을 중심으로,” (석사학위논문, 중앙대학교 대학원, 2008).

10) 최경주(2008).

11) 한주리(2009).

12) 고연기, 『편집자의 세계』 (서울: 보성사, 1986), 3-4.

서의 역할을 수행할 것을 끊임없이 요구받는다. 역할이란 특정상황에 대한 개인이나 집단의 조직적인 행동을 말한다. 역할은 개인의 지위에 대한 사회적 규정(기대), 사회적 기대에 대한 자아적 주관성(지각, 해석), 사회적 기대에 대한 개인의 인지와 평가에 따른 이행으로 나누어 설명할 수 있다.¹³⁾ 특히 개인적 역할은 자신에게 주어진 사회적 기대나 상황에 대한 주관적 해석과 평가에 따라 달라진다. 역할은 자신이 자발적으로 인식하는 지향의 범주 내에서 수행되어진다.

조직의 구성원은 직무를 수행할 때 마다 자신의 역할을 선택하는 역할 인식에 대해서 갈등을 겪는다고 한다. 언론인들의 경우 특정한 기대나 욕구를 지향하여 역할을 수행한다고 한다. 구체적으로 언론인들은 경영층의 기대와 요구에 의해서 설정되는 경제지향성, 전문가와 동료들의 판단에 좌우되는 전문지향성, 조직 외부의 지위나 정치, 경제, 문화적 영향력에 의해서 결정되는 사회지향성, 대중으로부터 명성과 성공을 획득하려는 수용자 지향의 틀에서 역할 수행이 이루어진다는 것이다.¹⁴⁾ 이러한 언론인들의 역할지향을 슈메이커와 리스(Shoemaker & Reese)는 다음과 같이 언급하였다. 즉 언론활동에 미치는 요소들은 첫째, 언론인들의 개인적인 태도와 전문직업인으로서의 역할인식, 둘째 뉴스수집과 전달에 제한적 요소가 되는 게이트키퍼와 제작관행, 셋째 언론조직의 역할, 구조, 방침 등과 소유 형태 및 조직의 경제적 목표, 넷째 유통, 시장규모, 이윤, 미디어 간의 경쟁 등 언론의 경제적 환경, 광고주와 그외 수입원 및 문화적, 국가적 변수, 다섯째 언론의 이데올로기적 특성과 권력 및 지배계층과의 연관성 등을 들었다.¹⁵⁾

이러한 연구결과에 입각하여 본다면, 국내 출판 종사자들도 출판사 조직 안에서 직무를 수행하는 과정에서 경영층의 경제성 지향, 전문가 지향, 조직외부의 사회적·정치적·문화적 영향력에 의한 사회 지향, 독자로부터의 명성 추구지향 등과 같은 역할을 지향할 수 있다고 본다.

한편 국내 출판 종사자 연구는 드물게 수행되었다. 국내 출판 편집자들의 사회적 지위를 중국과 일본과 비교 연구한 한주리에 의하면, 한국 출판 편집자의 사회

13) McQuail, D., Mass Communication, 오진환, 『매스커뮤니케이션이론』 (서울: 나남, 1990).

14) 오진환(1990), 195.

15) Shoemaker, P.J & Reese, S.D, 『Mediating the Message』 (New York: Longman, 1991).

적, 경제적 지위는 일본 및 중국 출판 편집자에 비하여 열악한 것으로 나타났다.¹⁶⁾

김선남은 국내 출판인의 역할 의식을 분석하여 3가지 유형 즉 문화적 가치추구, 실용주의, 자아성찰가들이 존재함을 발견하였다. 문화적 가치추구자형은 전문가적 목표를 추구하는 출판인들로서 사장이나 중간직급 구성원들이 이에 해당하였다. 실용주의자형은 출판사의 문화적 기능과 경제적 기능을 동시에 중시하는 출판인들이었다. 마지막으로 자아성찰가형은 목표의식이 뚜렷하며 성취감을 달성하는데 주안점을 둔 출판인들로 주로 20-30대 여성사원에서 두드러졌다. 이들은 자신의 목표를 상기하여 상사나 동료로부터 유능하다는 평가를 받고 싶어 하였던 반면 일부 출판사나 출판인들이 경제적 이윤추구를 위하여 독자의 욕구에 영합하고 있다고 비판하였다.¹⁷⁾

이강수·김재범은 출판 편집인의 직업의식이 3개의 인자로 구성되어 있음을 발견하였다. 즉 첫째 요인은 “전문가 의식”으로 자신의 뚜렷한 주관과 목적을 가지고 사회발전에 이바지하는 성격의 것이었다. 둘째 요인은 “보신주의”로 자신의 가정과 영달을 추구하고 경제적 수익의 도구로써 직업을 생각하는 직업관이다. 셋째 요인은 “사회적 지위추구”로 직업을 전문가로서 사회적 지위를 획득하는 통로로 보는 직업관이다.¹⁸⁾

최근 경제침체로 인하여 출판사들은 경영의 어려움을 크게 겪고 있다. 이에 따라 출판사들은 독자에게 다양한 지식이나 정보를 제공하여 그들의 문화적 욕구를 충족시키는 문화적 가치보다는 출판사의 이윤추구 등과 같은 경제적 가치를 더 추구할 가능성이 있다. 이러한 현실에서 출판 종사자들은 자신의 전문적 열할 수행과 경영진의 요구에서 역할 갈등을 겪게 된다. 특히 출판업은 창조적이고 전문적인 업무를 수행하는 콘텐츠관련 산업영역이기 때문에 종사자들의 가치추구와 경영진의 가치 추구는 다를 수 있다. 이에 따라 출판사 종사자들이 어떠한 역할을 지향하는지를 규명해볼 필요성이 제기된다.

16) 한주리(2009).

17) 김선남, “출판인의 역할지향(Role Orientation)의식에 관한 Q방법론적 접근,” 『출판학연구』 통권 37호(1995), 65.

18) 이강수, 김재범(1992), 189-191.

3. 연구문제와 연구방법

3.1 연구문제

본 연구의 목적은 출판 종사자들이 역할을 어떻게 인식하는지를 규명하는 데 있다. 이를 위하여 본 연구는 수용자의 인식구조를 밝히는데 유용한 것으로 평가된 Q 방법론을 원용하였다. Q 방법론은 수용자의 시각에서 현상을 설명하고 분석하는 도구로 평가된다.¹⁹⁾ 이오현은 Q 방법론은 통계로 얻은 결과로 체계적인 해석을 가능케 하여 연구의 객관성을 확보할 수 있을 뿐만 아니라 민속지향방법과 유사하여 질적 연구로도 평가를 받을 수 있다.²⁰⁾

3.2 연구방법

3.2.1 Q 표본

Q 표본은 특정 주제와 관련된 총체적인 느낌이나 의견을 말한다. Q 표본은 Q 연구를 위해서 수집된 항목의 집합체로 한 문화 안에서 메시지 혹은 사건에 관해서 사람들이 공유할 느낌이나 의견의 총체인 통합체(concourse)를 의미한다.²¹⁾

본 연구는 역할에 관한 기존문헌을 검토한 후 기존연구자들이 제시한 분류에²²⁾ 입각(즉 조직지향, 전문가지향, 사회지향, 수용자지향)하여 Q표본을 구성하였다. 본 연구자는 각 분류에 입각하여 100개의 진술문을 작성한 후 각 분류항목에서 대표성을 갖는다고 판단된 문항들을 각 6개씩 의도적인 표집방법(purposive sampling)으

19) 김홍규, 『Q 방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용』(서울: 커뮤니케이션 북스, 2008).

20) 이오현, “수용자의 뉴스해독에 관한 일 연구-Q 방법론을 중심으로,”(석사학위논문, 고려대학교 대학원, 1993). ; 김선남, “출판인의 역할지향(Role Orientation)의식에 관한 Q방법론적 접근,” 『출판학연구』 통권 37호(1995), 65.

21) 김홍규, 오세정, “축제의 의미,” 『주관성연구』 제18호(2009), 143.

22) McQuail(1987) ; 이강수, 김제범(1992) ; 김선남(1995).

로 추출하였다. 각 유형에 포함된 6개의 진술문은 긍정에서부터 부정의 영역으로 분포되었다. 본 연구에서 활용한 24개 Q 표본은 <표 9>에 제시되어 있다.

<표 9> Q 표본의 특성

번호	Q 표본
1	나는 출판사 조직의 이득을 우선시하는 편이다.
2	나는 내 조직의 사시를 준수하는 편이다.
3	나는 직장의 규범을 잘 따른다.
4	좋은 책을 만드는데 중요한 요소는 출판사의 경제력인 것 같다.
5	요즘 출판사들은 돈벌이에만 집중하는 것 같다.
6	조직이 있어야 구성원이 존재한다고 생각한다.
7	나는 출판종사자를 전문가로 생각한다.
8	나는 나의 직업에 만족한다.
9	나는 동료의 칭찬을 중시한다.
10	나는 봉급수준이 좋아진다면, 이 직장에서 더 일할 생각이다.
11	근무 조건이 나빠서, 창의적인 업무 수행이 어려운 편이다.
12	나는 이직을 고려한 적이 있다.
13	요즘 사회는 베스트셀러만을 원하는 것 같다.
14	베스트셀러는 마케팅 산물이다.
15	나는 책에 대한 사회적 평가를 중시한다.
16	책이 사회를 변화시킨다고 생각한다.
17	나는 출판종사자로 이름을 남기고 싶다.
18	출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다.
19	나는 독자와 대화하는 것이 즐겁다.
20	나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다.
21	대다수 출판종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다.
22	나는 독자가 선호하는 책을 만들고 싶다.
23	독자가 외면하는 책은 의미가 없다고 생각한다.
24	최근 출판사들은 수용자가 원하는 책을 제작하는데 초점을 두는 것 같다.

3.2.2 P 표본

Q 방법론은 개인 간의 차이(inter-individual differences)가 아니라 개인내의 중요성의 차이(intra-individual difference in significance)를 다루기 때문에 P 샘플 수의 제한은 받지 않는다.²³⁾ 톰슨(Thompson, 1966)에 의하면, P 표본은 주제에 대한 상이한 수준의 흥미를 가진 사람들(예, 특별한 이해관계가 있는 사람, 공정

한 의견을 줄 수 있는 사람, 주제의 전문가, 일반인, 주제에 대한 관심이나 흥미가 없는 사람)로 구성하는 것이 바람직하다고 하였다.²⁴⁾ 본 연구는 출판 관련 종사자의 역할과 관련한 주제이기 때문에 인구통계학적 계층(성, 연령, 직책, 근무년수, 학력 등)을 고려, 의도적인 표집방법(purposive sampling)으로 총 27명의 응답자를 선정하였다.

3.2.3 Q 분류

Q 분류는 응답자가 복잡한 주제나 이슈 또는 상황에 대한 자신의 마음속의 태도를 스스로 모형화 하는 과정이다. 본 연구는 연구자가 미리 정해놓은 숫자에 따라 응답자가 이를 강제적으로 분류하는 방법을 활용하였다. 이는 정산분포 또는 의사정산분포에 기초하여 정해진 숫자에 맞춰 응답자가 카드를 분류하는 방법이다. 이는 통계처리의 편리함 때문에 연구자들에게 선호된다.²⁵⁾

Q 표본은 가장 긍정(+3)에서 가장 부정(-3)의 7점 척도로 분포되었다. 응답자들은 24개 진술을 읽고 난 후, 이를 긍정(+), 중립(0), 부정(-) 등 3개 그룹으로 분류하였다. 그런 후 최종적으로 가장 긍정의 기사에서 가장 부정의 기사 순으로 재분류하였다. 분류가 완료된 연구자는 응답자들로 하여금 양 끝에 있는(+3, -3) 기사를 왜 매우 부정과 매우 긍정으로 선택하였는가의 이유를 기록하게 하였다. 본 조사는 2013년 11월 28일에서 2013년 12월 17일까지 실시되었다. 본 연구의 Q 표본 분포는 다음 <그림 1>과 같다.

2	3	4	6	4	3	2
-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
← 가장 비선호				가장 선호 →		

<그림 1> Q 표본 분포

23) 김홍규, 『Q 방법론의 이해와 적용』 (서울: 서강대 언론문화연구소, 1990), 45.

24) 김홍규, “P 표본의 선정과 Q 소팅,” 『주관성연구: Q방법론 및 이론』 제15호(2007), 7.

25) 김홍규, 김우룡, “텔레비전 뉴스 수용자의 유형에 관한 연구-Q 방법론적 접근,” 『주관성연구』 제3호(1998), 15.

3.2.4 자료처리 및 분석방법

Q 요인분석은 주요 분석(Principal Component Factor Analysis)방법을 사용하였으며, 아이겐 값(Eigen Value) 1.000 이상을 기준으로 각 요인을 추출하였다. 본 연구의 P표본 특성은 <표 10>과 같다.

<표 10> P 표본의 인구통계학적 특성

유형	ID	성	나이	학력	직책	현직장 근무년수	경력 기간	인자가중치
제1유형 (N=14)	1	남	30	대졸	사원	1년	1년	.7597
	2	여	30	대졸	사원	1년	3년	1.0314
	4	여	41	초대졸	무응답	5년	16년	1.3427
	5	여	42	대졸	실장	1년미만	10년	.9587
	6	남	40	초대졸	부장	5년	5년	.8078
	8	여	23	대졸	사원	1년미만	2년6개월	.5721
	11	여	27	대졸	사원	4년	4년	.7046
	14	여	29	대졸	사원	4년	4년	1.5073
	16	여	38	대졸	과장	10년	10년	1.0083
	18	여	27	대졸	사원	3년	3년	.4838
	24	여	28	대졸	사원	2년	2년	1.0185
	25	여	34	초대졸	사원	4년	4년	1.5375
	26	여	29	대졸	사원	1년미만	1년미만	1.8449
	27	남	33	대졸	사원	3년	3년	.0759
제2유형 (N=5)	9	여	23	대졸	무응답	2년	2년6개월	1.1439
	12	여	32	대졸	사원	7년	7년	1.1905
	15	남	33	대졸	사원	5년	6년	.6293
	21	남	29	대졸	사원	2년	2년	.6911
	23	여	28	대졸	사원	2년6개월	2년6개월	.6700
제3유형 (N=8)	3	여	38	대졸	과장	3년	6년	.8203
	7	여	43	대학원졸	전무	10년	20년	1.1207
	10	남	26	대졸	대리	1년	1년	.8146
	13	남	25	대졸	사원	1년미만	1년미만	1.0362
	17	남	64	고퇴	사원	무응답	무응답	.2382
	19	남	43	대졸	차장	18년	18년	.4353
	20	남	51	대졸	간부	25년	25년	.4931
22	남	52	대졸	국장	23년	23년	1.0967	

4. 연구결과

4.1 Q 분석

출판 종사자의 역할에 대한 평가는 3가지로 나타났다. 이들 유형의 아이겐 값은 각각 8.6782, 2.2011, 2.1278이었다. 변량은 0.3099, 0.0786, 0.0760이었다. 누적변량은 0.4645로 나타나 3개 유형이 전체 변량의 46%를 설명하였다(<표 11> 참조).

<표 11> 유형간 아이겐 값과 변량

	제1유형	제2유형	제3유형
아이겐 값	8.6782	2.2011	2.1278
변량	.3099	.0786	.0760
누적변량	.3099	.3885	.4645

유형간 상관관계는 유형 사이의 유사성 정도를 보여준다. 제1유형과 제2유형간의 상관계수는 .400, 제1유형과 제3유형은 .596, 제2유형과 제3유형은 .309로 나타났다(<표 12> 참조).

<표 12> 유형간 상관관계

	제1유형	제2유형	제3유형
제1유형	1.000	.400	.596
제2유형		1.000	.309
제3유형			1.000

4.2 유형별 특성

4.2.1 제1유형: 전문가 지향

제1유형에 속한 응답자들은 전문가로서의 역할을 지향하는 진술문에 동의하였다. <표 13>에 제시되어 있듯이, 이들이 동의한 진술문은 <책이 사회를 변화시킨다고 생각한다>(z-score=1.60), <나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다>(z-score=1.60), <나는 나의 직업에 만족한다>(z-score=1.58), <나는 출판종사자를 전문가로 생각한다>(z-score=1.28), <나는 봉급수준이 좋아진다면, 이 직장에서 더 일할 생각이다>(z-score=1.09) 등이다.

응답자들은 스스로를 ‘출판 전문가’이라고 칭할 뿐만 아니라 이에 대한 자부심을 갖고 있었다. 일반적으로 전문직의 종사자는 일반직 종사자에 비하여 고도의 전문지식을 보유하고 있어야 하며, 그 지식과 기술을 사회를 위해서 유용하게 활용해야 할 책임을 갖는다. 전문직의 종사자들은 업무의 자율성과 책임을 가져야만 하는 특성을 안고 있다.²⁶⁾ 응답자들은 이러한 전문직 종사자로서의 역할을 지향하였다. 자신의 역할에 전문성을 부여하는 제1유형의 의식은 다음의 인터뷰 내용에서 확인할 수 있다.

“항상 새로운 일에 적응하고 도전하는 전문가인 이 되고 싶어요.”(#4)

“출판 자체는 전문성이 없으면 되는 일이 아니라고 생각합니다. 게으름 피우지 않고 노력하는 출판 종사자가 되고 싶어요.”(#5,여)

“아무리 인터넷이 발달되었어도 사람들은 전문적인 지식을 찾을 때는 항상 책을 먼저 찾는다. 나 스스로도 다양한 정보를 얻고 싶을 때 항상 책을 찾는다. 책의 역할은 다양한 분야의 전문지식을 널리 알리는 일이 아닌가 합니다.”(#11)

“1년, 2년 단기적으로 시장을 바라보지 않아야 합니다. 전문적인 안목을 통해서 살펴야 합니다.”(#24)

26) 장삼현, 『취업지도와 직업윤리』 (서울: 학문사, 2008), 70-71.

응답자들은 전문성을 추구하기 때문에 무엇보다 출판사 조직의 근무 여건, 예를 들어 직무만족, 봉급, 근무환경 등의 개선을 특히 강조하였다. 이러한 관심은 다음의 인터뷰 내용에서 확인할 수 있다.

“최근 출판사는 근무조건이 나빠서 창의적인 업무수행이 어려운 편이다..... 출판계의 현실이 서글프다.”(#2)

“출판계의 문제는 낮은 임금이다.”(#6)

“이직을 생각한 적은 없지만 봉급이 오른다면 좋겠다.”(#18)

“근무조건이 더 좋아져야 출판계는 더 좋은 인재들을 활용할 수 있고 발전도 꾀할 것이다.”(#24)

한편 제1유형이 동의하지 않았던 진술문들을 나열하면 다음과 같다. <대다수 출판 종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다>(z-score=-1.12), <최근 출판사들은 수용자가 원하는 책을 제작하는데 초점을 두는 것 같다>(z-score=-1.13), <출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다>(z-score=-1.60), <독자가 외면하는 책은 의미가 없다고 생각한다>(z-score=-2.35).

이 유형은 독자 지향에 관련한 진술문을 부정하였다. 즉 이들은 출판사 및 출판 종사자가 대중의 욕구에 영합하여 팔리는 책을 만들어 내거나 사회적 명성만을 추구한다는 지적에 대해서 동의하지 않았다.

“많은 조직이 이윤을 위해 움직인다고 하지만 출판사는 그 보다 큰 목적을 가지고 있다고 생각합니다.”(#1)

“알려지지 않아도 가치 있다고 생각하는 분야에 종사하는 출판 종사자들이 있다고 생각합니다.”(#5)

“책이 좋아서 시작한 1인 출판사들도 많고 지금 이렇게 어려운 시기에도 책이 좋아서 꾸준히 유지하고 있는 출판사들도 많습니다.”(#14)

“독자가 원하는 책을 만들면, 판매수익은 늘어나겠지만 독자와 나라의 부강함

출판 종사자의 역할에 관한 연구

을 위해서는 양질의 도서를 출판해야 합니다.”(#16)

“경제력이 없어도 출판사는 좋은 책을 만들 수 있다고 생각해요.”(#18)

“출판종사자들은 명성만을 추구하지 않는다.”(#25)

이들이 공통적으로 언급하였던 출판 종사자 이미지는 ‘노력하는 출판인’이었다. 이들이 강조하였던 출판 종사자의 바람직한 이미지상은 다음과 같다.

“시대의 사회적요구와 과제들을 알고 그 흐름과 마음을 잘 읽어낼 수 있는 사람”(#1)

“항상 새로움에 적응하고 도전하는 출판인”(#3)

“게으름 피우지 않고 노력하는 출판인”(#5)

제1유형은 전문인으로서의 역할을 지향하는 사람들로 구성되었다. 이들은 전체 응답자의 46%를 차지하였으며 주로 여성, 사원들 사이에서 뚜렷하게 나타났다. 반면 이들은 출판인이나 출판사의 독자 지향을 거부하는 특성을 보였다. 본 연구자는 이들을 “전문가 지향”이라고 명명하였다.

<표 13> 제1유형: 전문가 지향

번호	Q 표본	표준점수
16	책이 사회를 변화시킨다고 생각한다.	1.60
20	나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다.	1.60
8	나는 나의 직업에 만족한다.	1.58
7	나는 출판종사자를 전문가로 생각한다.	1.28
10	나는 봉급수준이 좋아진다면, 이 직장에서 더 일할 생각이다.	1.09
21	대다수 출판종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다.	-1.12
24	최근 출판사들은 사용자가 원하는 책을 제작하는데 초점을 두는 것 같다.	-1.13
18	출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다.	-1.60
23	독자가 외면하는 책은 의미가 없다고 생각한다.	-2.35

4.2.2 제2유형: 독자 지향

제2유형에 속한 응답자들은 독자 지향과 관련된 진술문에 동의하였다. <표 14>에 제시되어 있듯이, 이들이 가장 동의하였던 진술문은 <나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다>(z-score=1.86)이었다. <나는 독자가 선호하는 책을 만들고 싶다>(z-score=1.70), <독자가 외면하는 책은 의미가 없다고 생각한다>(z-score=1.22) 등이 뒤를 이었다.

이 유형에 속한 사람들이 긍정하였던 진술문은 ‘독자의 욕구’를 충족시키는데 최선을 다하는 역할 지향과 관련된 것들이다. 이들의 독자에 대한 역할지향은 다음의 인터뷰 내용으로 확인할 수 있다.

“출판계 현안은 독자의 감소이다.”(#9)

“독자가 외면하는 책은 가치가 그만큼 떨어진다. 독자가 외면하는 도서는 아무리 좋은 책이라도 인정받을 수 없다.”(#12)

“독자 감소로 인하여 출판계가 어려움을 겪는 것 같다.”(#12)

“책은 독자의 식자율을 높이고 개인의 지식습득에 도움이 된다고 생각한다. 그런데 독자의 입장에서 보면 어떤 도서를 읽어야 하는지에 대한 정보가 많이 부족한 실정인 것 같다.”(#21)

“수익과 독자를 위한 출판 어느 것이 더 중요한가. 이것이 출판계 현안이다.”(#23)

이 유형의 독자 지향은 독서인구 감소(#12, #21), 독자의 관심 저하(#9), 편향된 독자가 현안(#15)이라는 지적에서 재확인할 수 있다.

한편 제2유형이 동의하지 않은 진술로는 <요즈음 출판사들은 돈벌이에만 집중하는 것 같다>(z-score=-1.49), <출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다>(z-score=-1.34), <대다수 출판종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다>(z-score=-1.31) 등이었다.

이 진술문들은 출판사(출판 종사자)의 독자 지향에 대한 부정적인 평가에 대한

것이였다. 즉 이들은 출판종사자의 독자 지향과 관심을 두고 있음을 알 수 있다. 또한 이들이 부정하였던 진술들은 <조직이 있어야 구성원이 존재한다고 생각한다>(z-score=-1.30), <나는 출판사 조직의 이득을 우선시하는 편이다>(z-score=-1.14), <좋은 책을 만드는데 중요한 요소는 출판사의 경제력인 것 같다>(z-score=-1.14) 등이다.

독자를 지향하는 제2유형은 독자를 우선시한 반면 조직의 경제적 가치추구에는 상대적 관심이 적은 집단이라고 하겠다.

이 유형에 속한 사람들이 갖고 있는 출판 종사자 이미지는 “독자와 소통하는 출판종사자”였다. 이들이 규정한 출판 종사자의 이미지를 나열하면 다음과 같다.

“독자와 소통하는 출판인”(#9)

“모두가 공감하는 책을 만드는 출판인”(#15)

“독자를 위하는 출판인”(#23)

요약하면, 제2유형은 독자를 지향하는 집단이다. 이들은 전체 응답자의 약 23%에 해당하였다. 이들은 최근 독자를 끌어 모으는데 전략에 중점을 두는 출판업계의 전략에 해당하는 대표적 집단이며 향후 증가할 집단이라고 하겠다. 특히 이 유형은 대졸의 사원들 사이에서 뚜렷하게 나타났다. 본 연구자는 이들을 “독자지향”이라고 명명하였다.

<표 14> 제2유형: 독자 지향

번호	Q 표본	표준점수
20	나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다.	1.86
22	나는 독자가 선호하는 책을 만들고 싶다.	1.70
16	책이 사회를 변화시킨다고 생각한다.	1.45
23	독자가 외면하는 책은 의미가 없다고 생각한다.	1.22
9	나는 동료의 칭찬을 중시한다.	1.20

번호	Q 표본	표준점수
4	좋은 책을 만드는데 중요한 요소는 출판사의 경제력인 것 같다.	-1.14
1	나는 출판사 조직의 이득을 우선시하는 편이다.	-1.14
6	조직이 있어야 구성원이 존재한다고 생각한다.	-1.30
21	대다수 출판종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다.	-1.31
18	출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다.	-1.34
5	요즘 출판사들은 돈벌이에만 집중하는 것 같다.	-1.49

4.2.3 제3유형: 조직 지향

제3유형에 속한 응답자들은 출판사의 조직을 지향하는 것과 관련된 진술문에 동의하였다. 즉 이들은 출판사 조직의 경제적 가치 실현에 초점을 두었다. <표 15>에 제시되어 있듯이, 이들의 가장 동의하였던 진술문은 <나는 출판종사자로 이름을 남기고 싶다>(z-score=1.60)이었다. 이어서 <책이 사회를 변화시킨다고 생각한다>(z-score=1.47), <조직이 있어야 구성원이 존재한다고 생각한다>(z-score=1.29) 등이다.

이 유형이 동의하였던 항목들은 주로 조직의 생존 및 목표와 관련한 것들이었다. 조직을 지향하는 이들의 의식은 다음의 인터뷰 내용에서 확인할 수 있다.

“출판사의 목표를 추구 한다.”(#3)

“출판 산업의 중요성이 소외되고 있다. 출판 산업 육성에 힘이 되고자 한다.”(#7)

“출판계는 평생직장으로서 자긍심을 갖고 일만한테 대우가 좋지 않다.”(#20)

“한 회사의 발전은 구성의 각자도 중요하지만 무엇보다 조직 시스템이 잘 갖추어져야 한다.”(#22)

제3유형이 조직의 발전과 목표, 경제력을 지향하는 성향은 출판계의 반성과 발전에 초점을 두었다.

“최근 출판계는 단체들이 분열되어 한 목소리를 내지 못합니다.”(#7)

“대한출판문화협회가 여러 사업을 동시에 진행하였으면 좋겠습니다. 단결하고 회의연구, 수용하고 이해하는 풍토가 현안의 해결방안입니다.”(#13)

“출판종사자들의 의식구조개선이 필요하고 자정노력 및 정부의 지원이 필요합니다.”(#19)

“출판종사자들이 거듭 깨어나야 합니다.”(#20)

한편 제3유형이 동의하지 않았던 진술문들은 <요즈음 출판사들은 돈벌이에만 집중하는 것 같다>(z-score=-1.81), <출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다>(z-score=-1.73), <베스트셀러는 마케팅 산물이다>(z-score=-1.50) 등이다. 이 진술문들은 출판사 조직에 대한 부정적인 평가에 관한 것들이었다. 요약하면, 제3유형은 조직의 경제적이고 문화적 가치추구를 염두에 둔 종사자들 집단이라고 하겠다.

이들이 강조한 출판 종사자의 이미지는 “존경받는 출판인”이었다. 이들이 언급한 출판인 상을 나열하면 다음과 같다.

“이름만 들어서 출판종사자 “누구”라는 호칭이 붙는 땃땃한 출판인”(#7)

“독자들에게 숭양받는 출판인”(#20)

제3유형은 조직의 성공과 번영을 지향하는 응답자로 구성되었다. 이들은 전체의 약 30%에 해당하였으며 관리자 급에 있는 남성들 사이에서 두드러졌다. 이 유형의 역할 의식은 출판사의 경제적 가치 실현이 출판사의 생존을 결정한다는 최근의 현안을 그대로 반영하는 부분이라고 하겠다. 이 유형은 추후 증가추세를 보일 수 있는 집단이다. 연구자는 제3유형을 “조직 지향”이라고 명명하였다.

<표 15> 제3유형: 조직 지향

번호	Q 표본	표준점수
17	나는 출판종사자로 이름을 남기고 싶다.	1.60
16	책이 사회를 변화시킨다고 생각한다.	1.47
20	나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다.	1.40
6	조직이 있어야 구성원이 존재한다고 생각한다.	1.29
8	나는 나의 직업에 만족한다.	1.21
14	베스트셀러는 마케팅 산물이다.	-1.50
21	대다수 출판종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다.	-1.73
5	요즈음 출판사들은 돈벌이에만 집중하는 것 같다.	-1.81

4.2.4 각 유형의 공통점

일치항목(consensus items)은 각 요인에서 공통적으로 합의한 항목을 말한다. <표 16>에 있듯이, 제1유형과 제2유형, 제3유형이 일치하였던 항목은 총5개로 나타났다. 공통적으로 응답자들은 독자를 지향하였으며(#20), 책이 사회를 변화시킨다(#16)는 데 의견을 같이하였다. 반면 응답자들은 출판사 및 출판종사자의 상업성에 대해서는 동의하지 않았다(#5, #21, #18). 요약하면, 본 연구의 응답자들은 출판종사자로서 사회에 기여하는 역할에 주안점을 두었다.

<표 16> 각 유형의 공통점

번호	Q 표본	표준점수
20	나는 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하고 싶다.	1.62
16	책이 사회를 변화시킨다고 생각한다.	1.51
18	출판종사자들은 사회적 명성만을 추구하는 것 같다.	-1.22
21	대다수 출판종사자는 대중의 욕구에 지나치게 영합하는 것 같다.	-1.39
5	요즈음 출판사들은 돈벌이에만 집중하는 것 같다.	-1.40

5. 결론 및 제언

본 연구는 출판 종사자들이 역할을 어떻게 인식하고 있는지를 살폈다. 본 연구는 수용자의 인식을 탐색하는데 유용한 Q방법론을 원용하였다. 연구 결과는 다음과 같았다.

제1유형은 전문가를 지향하는 종사자로 구성되었다. 이들은 전체 응답자의 46%에 해당하였으며 대체로 여성, 사원들 사이에서 뚜렷하게 나타났다. 이들은 스스로를 ‘출판 전문인’이라고 평가할 뿐만 아니라 출판전문인으로서의 역할에 강한 자부심을 갖고 있었다.

이 유형의 사람들은 전문성을 추구하는 경향이 강하기 때문에 조직의 근무여건, 예를 들어 직무만족, 봉급, 근무환경의 개선 등을 강조하였다. 또 이들은 전문성이란 사회를 위해서 활용되어야 할 것이라고 인식하였다. 이러한 인식은 전문인들이 업무의 자율성과 책임을 추구한다는 속성과²⁷⁾ 일치하는 것이라고 할 수 있다

이 유형이 추구하고 지향하는 출판인 이미지는 ‘노력하는 출판인’이었다. 한편 이들은 독자를 지향하는 집단유형과 상이하였다. 특히 이들은 출판인들이 대중의 욕구에 영합하여서 팔리는 책을 만들어 내거나 자신의 사회적 명성만을 추구하는 현실을 비난하였다. 이들은 전형적으로 출판행위를 문화적 가치추구행위로 이해하였다. 본 연구자는 이들을 “전문가 지향”이라고 명명하였다.

제2유형은 독자를 지향하는 역할과 관련된 출판인으로 구성되었다. 이들은 독자에게 다양한 정보와 서비스를 제공하는 것뿐만 아니라 독자가 선호하는 책을 만드는 것에 의미를 두었다. 이들은 독자가 외면하는 책의 제작은 의미 없는 행위라고 인식하였다. 이 유형에 속한 사람들은 독자의 욕구를 충족시키는데 최선을 다하고자 노력하였다. 이들은 최근 출판계의 현안인 독서 인구의 감소, 독자의 책에 대한 관심 저하, 베스트셀러 위주의 편향된 도서 등에 관심을 집중하였다. 이들은 전체 응답자의 약 23%에 해당하며 주로 대졸의 사원들 사이에서 나타났

27) 장삼현(2008), 70-71.

다. 이들은 출판 종사자 가운데 가장 작은 규모로 분포되어 있지만, 독자를 끌어 모으는데 초점을 두는 최근 출판계의 생존 전략에 부합하는 형이라고 하겠다. 또한 이들은 조직성공과 발전을 지향하는 출판인과 상반된 입장을 취하는 특성을 보였다. 다시 말해 이들은 출판 조직의 경제력과 성공을 위한 베스트셀러보다는 독자가 요구하고 선호하는 책을 제작하는데 관심을 쏟았다. 이 집단은 독자들을 우선시하였던 반면, 조직의 경제적 가치추구에는 상대적으로 낮은 관심을 보였다. 이들이 강조한 출판종사자 이미지는 ‘독자와 소통하는 출판인’이었다. 본 연구자는 이들을 “독자지향”이라고 명명하였다.

제3유형은 출판사 조직의 성공과 경제적 가치 실현에 중점을 둔 사람들로 구성되었다. 이들은 조직 생존에는 조직을 위해서 책임을 다하는 역할수행이 우선적이라고 인식하였다. 이들은 출판사 조직의 생존과 발전에 관련된 이슈에 관심을 집중하였다. 이 유형에 속한 사람들이 출판 종사자의 이미지는 ‘존경받는 출판인’이었다. 이들은 전체 응답자의 약 30%에 해당하였으며, 주로 관리자급의 남성들 사이에서 두드러졌다. 이 유형의 역할지향 의식은 출판사의 경제적 가치 실현이 출판사의 생존을 결정한다는 최근의 현안을 그대로 반영하는 것이라고 하겠다. 이 유형은 추후 증가추세를 보일 수 있는 집단이다. 연구자는 제3유형을 “조직지향”이라고 명명하였다.

이상으로 본 연구는 출판 종사자의 역할인식이 총 3개 유형으로 구성되어 있음을 확인하였다. 첫 번째 집단은 전문가를 지향하는 종사자이다. 이들은 전체 응답자의 상당수를 차지하였다. 이들은 전형적으로 출판사의 문화적 가치 추구에 역할의 목표를 두고 있으며 독자들에게 지식을 전달하고 사회를 발전시키는데 필요한 전문가로서 업무 수행을 바람직한 역할이라고 인식하였다. 이들은 전문성을 충분히 구현할 조직의 근무 여건(직무만족, 봉급, 근무환경) 등이 마련되어야 할 것임을 기대하였다. 이 유형을 대상으로 출판사의 인력정책은 구성원들의 업무의 자율성 및 책임감을 강조하는데 전략마련에 초점을 두어야 할 것이다. 이를 위해서는 무엇보다 출판사는 종사자의 전문성을 배양할 다양한 전략- 예를 들면 근무 여건, 복지제도, 재교육 등과 관련한 정책-을 개발하는데 최선을 다하여야 할

것이다. 두 번째 집단은 독자들과 관련한 다양한 정보와 서비스를 제공하는데 업무의 일차적인 목표를 두었다. 또 이들은 독자들의 세분화된 욕구를 충족시키는 도서, 이들이 읽고 싶어 하는 도서를 제작하는데 관심을 두었다. 이 유형을 대상으로 하는 출판사의 인력정책은 대중으로부터 명성과 성공을 획득하는 출판 종사자들의 욕구를 뒷받침해주는 방향으로 마련되어야 할 것이다. 세 번째 집단은 출판사 조직의 성공과 경제적 가치를 실현하는데 주력하는 유형이다. 이들은 출판사 조직의 생존과 발전에 관련한 현안에 관심을 두었으며 이에 관한 조직의 목표를 성공적으로 달성하는데 관심을 둔 사람들로 구성되었다. 이들은 역할을 조직의 성공이나 발전에 두고 있기 때문에 관리자나 출판사가 지향하는 목표에 최선을 다하게 된다. 이 유형에 대한 출판사의 인력정책은 출판사에 대한 충성심을 지속시키고 향상시킬 정책 마련에 초점을 두어야 할 것이다.

요약하면, 출판 종사자의 역할의식은 전문가지향, 독자지향, 조직지향 등 3개 형태로 구성되었다. 특히 전문가지향은 여성이면서 사원 계층에서, 독자지향은 대졸의 남성들 사이에서, 조직지향은 관리직 계층의 남성들 사이에서 두드러졌다. 결과적으로 출판 종사자들의 역할에 대한 인식은 그들의 인구통계학적 특성에 따라서 달리 나타날 수 있다. 따라서 향후 연구는 출판 종사자간의 역할 인식이 인구통계학적 특성에 따라서 왜 그리고 얼마나 다르게 나타나는지를 실증적으로 밝혀야할 필요성이 있다.

본 연구의 의의는 출판 종사자의 역할 의식 구조를 밝힘으로써 출판 인력정책의 기초자료로 활용할 수 있다는 데 있다. 그러나 본 연구는 이러한 유용성에도 불구하고, 다음의 몇 가지 한계점을 안고 있다. 첫째, 출판 종사자의 역할과 관련한 국내 및 해외 기존문헌연구 검토가 상세하게 이루어지지 못했다는 점이다. 둘째, p표본 및 q표본 구성의 방법론상의 한계점을 안고 있다. 이에 따라 본 연구는 표본을 구성하는데 있어서 임의적인 표집방법을 활용함으로써 연구 결과를 일반화하는데 무리가 있음을 밝힌다. 마지막 본 연구는 연구 결과의 해석이 미흡하다는 한계점을 안고 있다. 이에 따라서 향후 이를 보완한 연구가 이어져야 할 것이다.

<참고문헌>

- 고연기. 『편집자의 세계』. 서울: 보성사, 1986.
- 김선남. “출판인의 역할지향(Role Orientation)의식에 관한 Q방법론적 접근.” 『출판학연구』 통권 37호(1995). 65-102.
- 김종수. 『한국출판의 생존전략연구』. 서울: (재)한국출판문화진흥재단, 2012.
- 김홍규. “P 표본의 선정과 Q 소팅.” 『주관성연구: Q방법론 및 이론』 제15호(2007). 5-19.
- 김홍규. 『Q 방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용』. 서울: 커뮤니케이션 북스, 2008.
- 김홍규. 『Q 방법론의 이해와 적용』. 서울: 서강대 언론문화연구소, 1990.
- 김홍규, 김우룡. “텔레비전 뉴스 수용자의 유형에 관한 연구-Q 방법론적 접근.” 『주관성연구』 제3호(1998). 5-36.
- 김홍규, 오세정. “축제의 의미.” 『주관성연구』 제18호(2009). 139-155.
- 이강수, 김재범. “출판업계 종사자의 의식조사 연구.” 『출판연구』 제3권 1호(1992). 157-267.
- 이오현. “수용자의 뉴스해독에 관한 일 연구-Q 방법론을 중심으로.” 석사학위논문. 고려대학교 대학원. 1993.
- 장삼현. 『취업지도와 직업윤리』. 서울: 학문사, 2008.
- 최경주. “편집자의 직무만족에 관한 연구: ERG 이론을 중심으로.” 석사학위논문. 중앙대학교 대학원. 2008.
- 표정훈. “출판계.” 『2013출판연감』. 서울: (사)대한출판문화협회, 2013. 43-45.
- 한주리. “한국출판산업의 유연전문화 연구.” 『한국언론학보』 제50권 6호(2006). 89-116.
- 한주리. “한국출판편집자들의 사회적 지위에 대한 탐색적 연구 - 중국, 일본, 한국의 사례를 중심으로.” 『한국출판학연구』 제35권 1호(2009). 425-463.
- McQuail, D., Mass Communication, 오진환. 『매스커뮤니케이션이론』. 서울: 나남, 1990. 195.
- Shoemaker, P.J. & Reese, S.D. 『Mediating the Message』. New York: Longman, 1991.