

교과서 집필 및 출판 과정

Jaqueline JATLA

본론에 들어가기에 앞서 프랑스 교과서 출판업계 현황에 대해 간략하게 소개한다.

프랑스의 교과서 출판 제도는 전 세계에서 가장 개방된 편이라고 할 수 있다. 교과서 발행은 정치권과 무관하게 민간이 독립적으로 한다는 의미에서 **출판의 자유**가 있고, 각 학교에서 사용하는 교과서의 선택을 교사가 한다는 점에서 **선택의 자유**가 있으며, **사용의 자유**가 있다. 이 세 가지의 자유가 보장됨에 따라 풍부하고 다양하며 질적으로 수준이 높은 출판 공급이 가능하다.

오늘날 교과서 출판사들은 약 20여 개의 회사들로 구성된 국가출판협회(SNE) 교육 그룹에 포함되어 있으며, 가장 큰 8개의 교과서 출판사 (Belin, Bordas, Hachette, Hatier, Magnard, Nathan, Delagrave, Foucher)가 전체 매출액의 90 % 이상을 차지한다. 이 출판사들은 교과서 출판의 황금기라 할 수 있는 19세기 후반에서 20세기 중반에 걸쳐 설립되었다.

1960년대 말부터 국가와 지방정부가 교과서 재정을 점차적으로 부담하기 시작하고, 교과서의 교육적 기능 (특히 초등학교과정)에 대한 논쟁이 격화됨에 따라 교과서 출판업계의 상황이 악화되기 시작하였다. 1980년대부터 '집중화 (concentration)' 바람이 불며 업계의 구조조정이 이루어졌고 오늘날의 출판사들은 대형 홍보·출판 회사에 속해 있다.

주요 출판사들을 매출액 규모별 순서대로 나열해보면 다음과 같다.

1/ HACHETTE 그룹 (Lagardère 자회사) - 'HACHETTE Education'이라는 브랜드 이외에도 HATIER, DIDIER, FOUCHER, LAROUSSE, ISTRAS, ARMAND COLIN 등의 교과서 출판사들이 포함되어 있다.

2/ EDITIS 그룹 (Planeta-Espagne 자회사) - BORDAS, NATHAN, LE ROBERT, RETZ, MDI, LA DECOUVERTE

3/ ALBAIN MICHEL (매출규모 2억5천만 유로, 독립회사)의 자회사들인 MAGNARD, VUIBERT, DE DOECK SUPERIEUR, DELAGRAVE, CASTEILLA

4/ BELIN (SCOR 그룹)과 BERTRAND-LACOSTE, 독립 교과서 출판사

교과서 집필과 출판은 오랜 시간의 팀워크를 요구한다. 취합대표 또는 취합회의를 중심으로 구성되는 **집필팀**, 출판사의 교육부서장을 중심으로 한 **편집팀**, 그리고 교과서 제작 및 배포를 담당하게 되는 **기술팀** (주로 출판사와의 외주계약)의 공동작업이 이루어진다. 이들은 지적, 교육적, 기술적 역량을 바탕으로 교육과정의 이행에 있어 유용한 요소들을 포함하고 교사들과 학생들의 요구에 완벽하게 부합할 수 있는 교과서를 제작하여야 한다. 이들은 출판사와 집필팀 사이에서 고문 역할을 하는 편집장이 사전에 작성한 일정표를 포함한 요점서의 기능을 하는 **요구사항명세서**에 정의된 **편집 프로젝트**에 의거하여 작업한다. 이 과업을 성공적으로 수행하기 위해서는 팀간의 끊임없는 논의, 열띤 토론, 나아가 격렬한 논쟁까지도 거치게 된다. 그러므로 편집팀과의 많은 회의가 이루어지며, 편집장과 취합대표의 능력은 요구사항명세서에 부합하는 결과물을 정해진 시간 내에 완료하는데 결정적이라 할 수 있다.

편집 위험을 감수하여야 하는 작업이다. 많은 비용을 투입하고 혹독한 경쟁에 마주하고 있는 출판사는 제작한 교과서가 보기에 가장 매력적이면서, 동시에 일정기간 동안 효율적이어야 한다는 난제를 안고 있다.

교과서의 제작 및 배포에 참여하는 다양한 주체들은 다음과 같다.

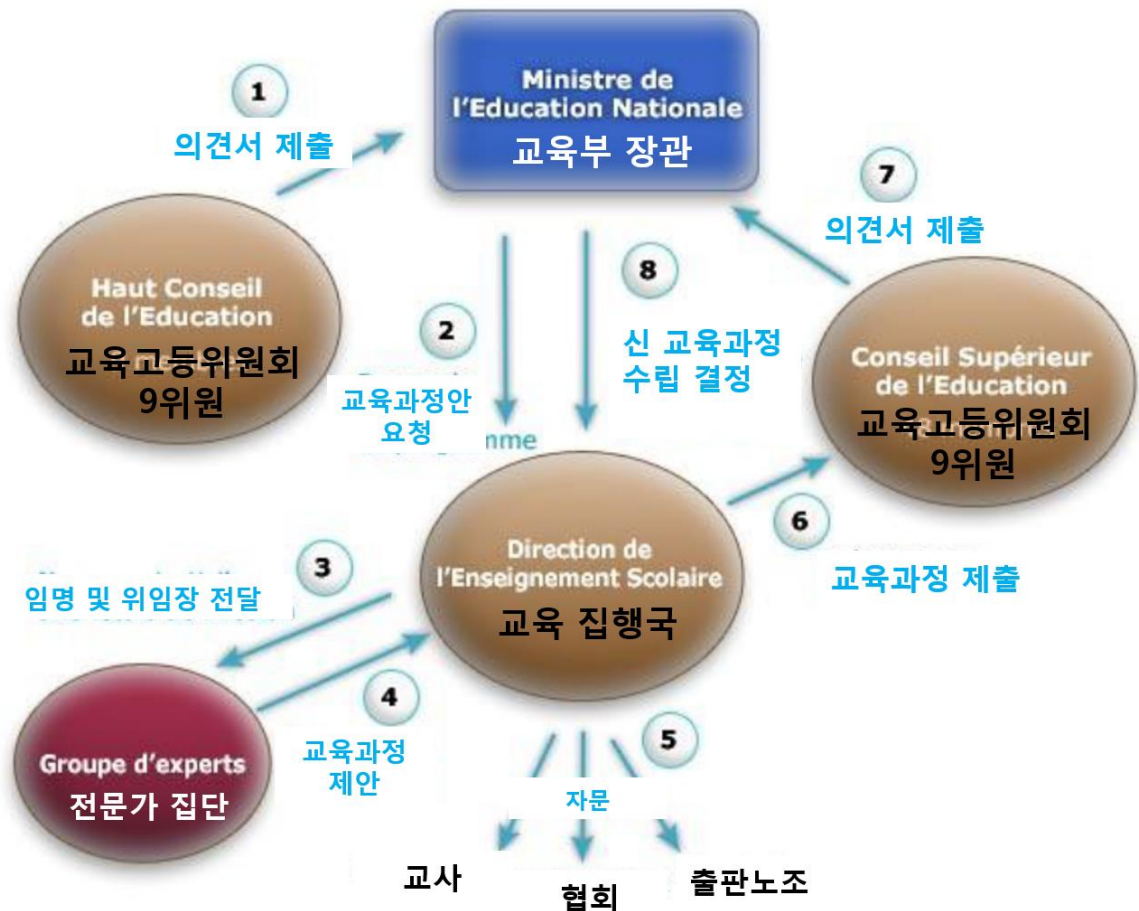
중앙정부, 지방정부, 학교 (커리큘럼, 교과서 구매...), 출판사, 교과서 인쇄 및 배포업체

I- 교육과정

교육과정 및 교과서는 매우 긴밀한 연관성을 지닌다. 교육과정은 교육부에서 오랜 협의를 거쳐 결정된다. 교육과정이라는 것은 교사들이 실행해야 하는 것으로서 학생들에게 기대하는 지식과 역량을 의미한다. 일례로, 사회과학에서

가르쳐야 하는 지식은 대학연구의 주요 과제나 사회적 요구와 밀접하게 연관되어 있다.

교육과정 수립에 관하여



Source : Savoir Livre

교육고등위원회 (CSE)의 의견서 제출과 교육부 장관의 결정이 마무리되면 새로운 교육과정을 교육부 관보와 교육부 공보에 차례로 게재하여 공포한다. 교육과정 공고 후 수개월 후에 발표되는 자료 (자료 - 수업을 위한 자재)는 교과서 집필에 있어 유용한 구체적인 정보나 해석을 제공한다는 점에서 실질적인 도움이 된다. 교육과정은 실제 적용 1년 전에 공포가 되어 교사들이 시간을 가지고 내용을 숙지하고 편집자들이 해당 교과서를 제작할 수 있도록 해야 한다.

교육과정이 공포되면 교과서 제작 관계자들은 매우 촉박한 일정을 소화하게

된다.

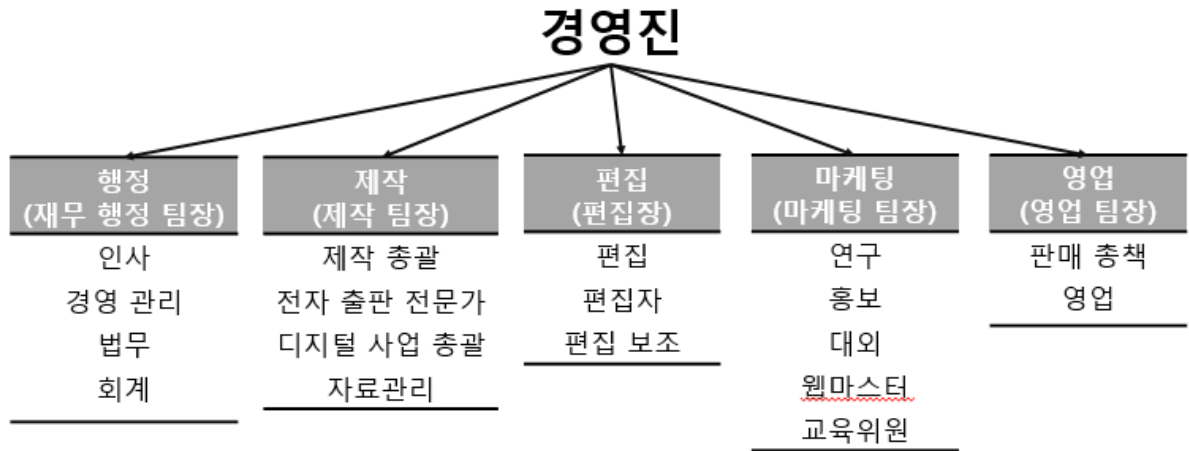
II- 편집작업

1- 교과서 편집 일정 예시

5-6월	· 요구사항명세서 작성
	· 집필팀 구성
	· 목차 및 챕터 표본 작성
	· 조판 구성작업 시작
7-9월	· 챕터 집필
	· 집필팀 내부 검토
10-12월	· 취합회의 및 출판사 고문들에 의한 검토
	· 조정 및 수정작업
	· 아이콘그래픽 자료 수집 및 선정
	· 삽화, 지도 작업 등
	· 1차 시험 인쇄
	· 학교 승인 테스트
1-3월	· 삽화, 지도를 포함하여 시험 인쇄본 재검토
4-5월	· 교정필 순서 표시
	· 재단 (표지, 제본)
	· 발행
	· 견본배포
5월말-6월	· 교사진 분석 및 선택
	· 주문
7-9월	· 주문에 따른 추가 인쇄 및 학교 배포

위의 일정표를 보면 우선 교과서 출판에 앞서 진행되는 **다양한 단계**의 일부를 파악할 수 있다. 조판 구성작업, 챕터 집필, 아이콘그래픽 선정 및 주문, 지도 및 그림 등 삽화 작업 등 일부 단계의 경우 수 개월에 걸쳐서 진행된다. 한편 교과서 **편찬과 관련하여** 집필, 비주얼 작업, 제작 및 배포 등에 **연관된 수많은 업무**가 있다는 것도 파악할 수 있다. 컴퓨터 기술의 발달로 인해 제작 업무 속도가 개선된 만큼 교과서 기획에 상대적으로 많은 시간을 할애할 수 있게 되었다.

<출판사 조직도 예시>



2- 교과서 기획과정의 핵심 주체

정식 교육과정을 바탕으로 **편집장**은 경영진과 함께 편집 정책 및 부서 예산 기획을 수립하며 결과에 대한 책임을 진다. 편집장은 부서의 담당 업무의 목표를 설정하고, 프로젝트 별 집필팀 신규 구성을 진행한다. 마케팅 부서와 함께 시장의 변화에 맞는 학습 내용을 선정한다. 각 부서의 홍보 및 판매 정책을 수립하고, 출판계약 협상을 진행하며, 법무팀과 함께 이 계약이 제대로 이행되는지 감시한다. 교과서 기획의 모니터링을 진행하기 위해 편집팀 직원들의 도움을 받는다. 또한 조판전문가, 자료관리 및 도판전문가, 제지업자, 인쇄업자, 가공업자, 제본담당자 등 전문기술을 바탕으로 교과서 제작에 기여하는 기술팀의 도움을 구한다.

시간이 매우 촉박하다는 점을 감안하여 편집팀은 정확한 날짜에 인쇄소 인쇄기를 예약해두고 그 일정을 준수한다. 편집자는 취합대표 및 취합회의와 논의하여 과업과 요구사항명세서를 작성하고, 팀원들과 함께 교과서 제작을 모니터링하고, 수 차례의 교정 작업 및 교사들이 참여하는 <라운드테이블-테스트> 등을 진행하며 과업의 적합성을 보증한다. 교사들의 의견을 반영하여 필요한 수정작업을 수행한다. 마지막 단계로 집필진이 제출한 모든 자료를 취합하고, 내용을 확인하며, 잘못된 표현이나 맞춤법 오류를 검토하고, 수정 요청사항을 기록하고, 필요에 따라 내용을 가감한다. 또한 편집장은 집필팀과 기술팀

사이의 코디네이터로서 조판과 교과서에 수록된 자료의 품질을 지속적으로 확인해야 한다. 편집팀과 집필팀 사이의 긴밀한 공조는 교과서의 교육적 질을 결정하는 중요한 요인이다.

취합대표 또는 취합회의는 집필진을 물색하는 한편, 현장 교육 전문가, 과목별 대학교수진 및 장학관 등으로 이루어진 팀을 구성하여 도움을 받는다. 많은 경우 취합대표들은 해당 과목의 능력을 인정받아서 채용된 그랑제꼴 준비반 교수진 또는 장학관 출신으로, 교과서 집필이 그들의 주 직업은 아니다. 집필진들은 취미로서, 또는 휴가 기간을 이용하여 이 활동에 많은 시간을 투입하는 교사들로 구성된다. 편집자들과 집필진들이 서로를 선택하게 되는 것이다. 편집자와 집필진은 공동으로 교과서의 개요 (챕터 수, 페이지 및 연습문제 형태)를 수립한다. 많은 집필진이 공동으로 교과서 제작에 참여하기 때문에, 취합대표 또는 취합회의는 교과서의 통일성, 활동의 다양성 및 서술의 명확성 등을 감독하고 집필진을 보조한다. 이러한 임무를 수행하기 위해서는 무엇보다도 끈기와 엄격함 그리고 신중함 등의 자질이 요구된다. 취합대표는 저작권 배분을 책임지며 출판사에 계약서 작성을 위해 필요한 자료를 제공한다.

판매담당 이사 (commercial director)는 교육계 관계자로 구성된 네트워크를 바탕으로 편집자와 함께 새로운 교과서를 발행하기에 앞서 시장에 대해 완벽한 이해를 갖추고 있다. 그는 홍보 브로셔나 견본 배포를 통한 홍보와 판매 활동을 담당한다. 편집자가 견본 초판작업을 하면, 교사들은 해당 학년별, 과목별로 출판된 교과서를 받아본다. 출판사는 과목별로 약 1만 부에서 4만 부에 달하는 견본을 발송한다. 교육계 네트워크 구성원들은 교사 회의 등을 찾아 교과서를 홍보하는 한편, 교사들의 요구사항이나 피드백 등을 편집자에게 전달하는 임무를 수행한다.

3- 편집 관련 직업

집필업무 이외에도 편집자들은 비주얼 작업과 관련하여 아래의 전문가들의 도움을 받는다.

예술전문가는 편집자와 함께 교과서의 그래픽 차트, 즉 콘텐츠의 매력도를 높일 수 있는 모든 « 비주얼적 » 사항에 관한 것을 정의한다. 교과서의 디자인,

페이지 레이아웃, (활자, 조판) 원칙, 삽화의 품질 및 분량, 아이콘그래픽 등을 통해 교과서는 학생들의 호기심을 불러일으키고 학습을 용이하게 할 수 있는 « 고급 도서 » 로서의 기능을 하게 된다.

자료관리 및 도판전문가는 교과서에 들어가게 될 삽화를 수집한다. 학년별, 과목별 (역사, 지리, 과학, 경제, 외국어 등)로 예술작품 사진, 역사자료, 광고 등 다양한 자료를 활용하여 선택한다. 이를 위해 전문 업체의 도움을 받는다. 일례로 사진자료 수집과 관련하여서는 Getty, Corbis, Hachette Filippachi Photos 외에도 교과서 출판에 특화된 Brigeman-Giraudon, AKG, Roger-Viollet, Kharbine-Tapabor, Altitude, Bios, BSIP 등의 업체를 활용한다. 도판전문가들은 AFP, Reuters-MaxPPP, Sipa 및 국내외 수집가 등과도 협업하며, 이들에게서 복제권을 취득한다. 교과서를 펼치면 가장 먼저 눈에 들어오는 게 바로 사진이기 때문에 이 부분에 더욱더 완벽을 가해야한다 ! 아주 명료하고, 매우 아름다우며 다양한 색상에 고품질이어야 할 뿐 만 아니라 이미지는 그 자체로 « 유익하면서 설명을 담고 있어야 » 한다. 다시 말해 학생들은 그 이미지를 « 읽을 수 있어야 » 하며, 이해하고, 해석할 수 있어야 한다.

조판전문가는 모든 제약사항을 고려하여 페이지 레이아웃 업무를 담당한다. 정해진 분량의 페이지 내에 교육과정을 잘 적용시켜 넣어야 하는 한편, 읽고 싶은 욕구를 불러일으키고 학습을 용이하게 해야 하는 임무를 가진다. 조판전문가의 역할은 단순히 미적인 부분에 그치지 않는다. 과목에 따라서는 창의력을 발휘해야 하는 작업이다. 예를 들어, 역사와 지리 과목에 있어 조판전문가는 저자가 의도한 순서에 맞게 자료를 배열해야 한다. 그렇기 때문에 교과서 기획 단계부터 참여하여 더블페이지든 한 챕터든 알맞게 고안하고, 이는 추후 <라운드테이블-테스트>에 참석한 교사들에게 전달된다.

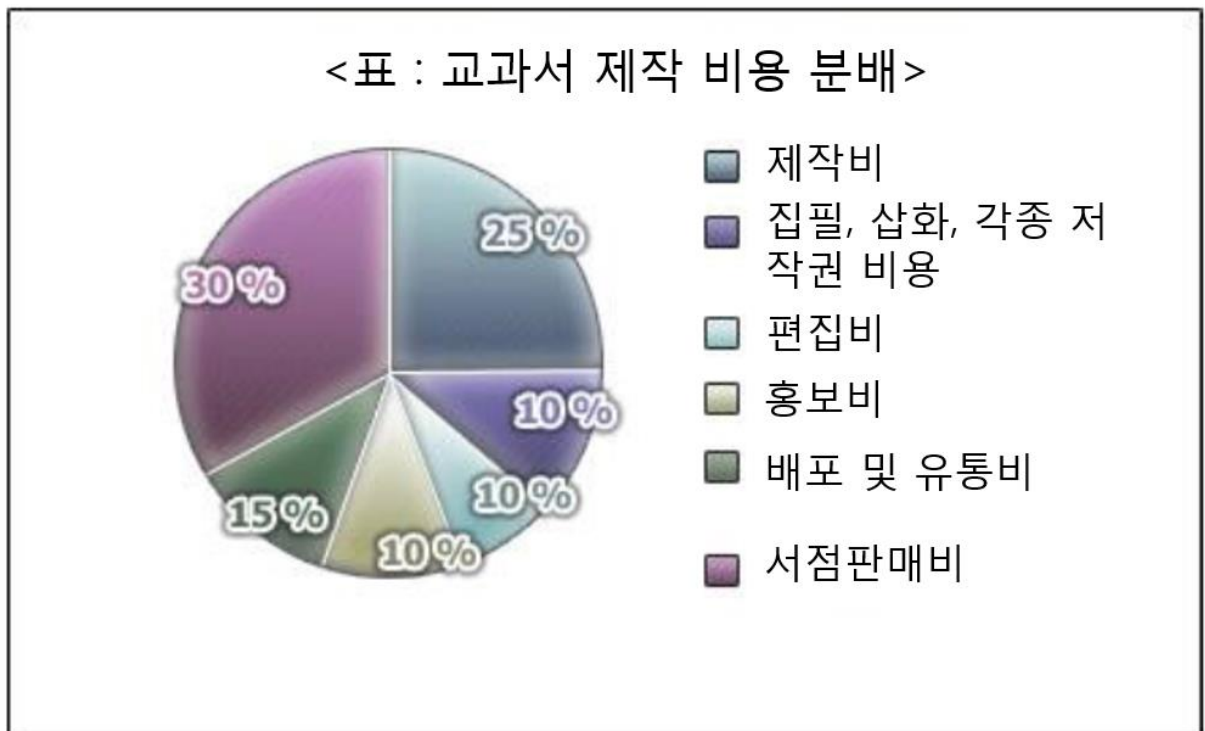
삽화가 역시 삽화의 크기나 각 과에서의 배치 등에 관하여 조판전문가와 긴밀하게 협조한다. 교과서에는 사진 이외에도 역사 및 지리 과목의 경우 지도, 도표, 그래픽, 연대표, 과학 과목의 경우 도식, 나아가 표지 등에서도 전문 삽화가 포함된다. 특히 지리 과목의 경우 수많은 지도 자료들이 삽입되기 때문에 출판사 내에 지도 제작만을 전담으로 하는 부서를 따로 두기도 한다.

교과서의 제작 및 판매 업무는 외주로 이루어진다. 오랜 시간을 요구하는 제작 과정에도 사진제판공, 제지업자, 인쇄업자, 제본담당자 등이 참여한다. 비용 문제로 인하여 프랑스 출판업계는 해외 업체에 의뢰하는 경우가 많다. 일례로, Magnard 출판사 도서는 모두 이탈리아에서 인쇄된다.

학교와 학생들에게 출판사의 직접 판매는 이루어지지 않는다. 인쇄된 교과서는 견본 발송을 위해 분류업체로 일부 전달되고, 나머지는 유통센터를 통하여 서점이나 도매상에게 전달되어 학교나 학부모 단체 등에 판매된다.

결론

교과서의 제작은 시간과 비용이 많이 드는 작업이다. 약 350 페이지 분량의 역사-지리 교과서의 편찬 및 제작 비용은 약 15만 유로에 달한다.



교과서는 학생, 교사, 부모 모두에게 소중한 자료이다.

학생에게는 학습과 이해를 돕는, 세계와의 접근을 가능케 하는 열쇠로서 기능한다.

해당 학년과 교육과정에 부합하는 교과서는 **교사**에게 있어 수업자료, 참고자료, 교수법자료, 보조 연습자료 등으로 활용된다. 또한 각종 자료의 모음집으로서 기능한다. 다양한 수업, 탐구, 적용, 보충, 암기, 평가 도구로서의 교과서 및 교사용 지도서는 다양한 교육 수준을 반영하여 학생들에게 적합한 교육을 제공하는데 도움을 준다.

부모의 입장에서는 교과서를 통해 자녀들의 학업에 관심을 갖고 모니터링하며 학업 진척 사항을 파악하고 집에서의 학습 과정에서 도움을 줄 수 있다.

디지털 교과서가 점차적으로 발전하고 있다. 디지털학교가 사회의 이슈로 자리잡고 있다. 1980년대에 모두를 위한 전산화 플랜에 따라 첫 인프라 구축작업이 각 학교에서 시작되었고, 1990년대에 들어서는 지방자체단체의 주도에 따라 교육부의 정책방향 및 사업에 의해 구체화되어 더욱 가속화되었다. 학교는 정보사회의 전략적 과제라 할 수 있는 대중의 정보통신기술(ITC)에의 접근성을 확대하는 핵심 수단으로서의 기능을 하게 되었다. 따라서 « 정보통신기술의 일상적 활용 »은 모든 학생들이 습득해야 하는 지식, 역량 그리고 교양의 공통 기반이 되었다. 이러한 가운데 교육부는 부처 내 디지털 담당 부서와 각 교육청에 디지털 담당 부서를 신설함으로써 디지털 발전을 우선과제로 지정하였다. 경제적으로 어려운 상황에서도 지난 10년 전부터 교과서 출판업계도 신기술 도입에 박차를 가하여 전자책가방, 디지털 교과서 등을 선보이고 있다. 실질적으로 교육계에서의 활용은 매우 더디게 진행되고 있지만 출판업계는 디지털 미래에 대한 투자를 지속하고 있다.

교육업계에서는 아직 디지털화가 전적으로 이루어지지 않는 상황이다. 학교나 학생들의 인프라 구축도 많이 뒤쳐져 있으며 교사들의 관련 교육도 과목별로 격차가 큰 상황이다. 모든 출판사들은 종이 교과서와 더불어 추가 내용을 포함하는 디지털 버전을 제작한다. 디지털 버전의 경우 책가방의 무게를 덜어주기 위해 수업시간에 활용되고 귀가 후 학생들은 종이 교과서를 활용한다. 하지만 온라인 추가 교육자료를 참고하도록 지도하는 교사는 매우 드문 상황이다.