

# 막 내린 美캐리어우먼誌 시대

「사비」 「리어즈」誌 등 잇달아 휴·폐간

이봉호

매일경제신문 국제부 기자

美國의 대표적인 캐리어우먼誌인 「사비」(SAVVY)가 지난 2월호를 마지막으로 휴간에 들어갔다. 최고경영자를 지향하는 활동적인 여성의 꿈을 대변하던 이 잡지의 좌절은 미국 캐리어우먼들에게 '추운 겨울'의 시대가 도래했음을 단적으로 나타내주는 증거라고 할 수 있다. 전문가들은 미국 경기침체와 여성들의 가정으로의 복귀조류가 드디어 캐리어우먼 잡지 출판에도 영향을 미치기 시작하고 있다고 분석하고 있다.

「사비」誌의 휴간소식은 최근 부진을 면치 못하고 있는 미국 잡지출판계의 작은 사건으로 보도됐지만 「사비」誌의 10년의 역사를 알고 있는 사람들에게는 캐리어우먼誌의 한 시대가 끝난 것으로 받아들여지고 있다. 「사비」誌가 창간된 것은 1979년. '여성 최고경영자를 위한 잡지'라는 부제를 달고 나왔던 이 잡지는 인맥 형성, 비즈니스매너, 남성부하직원 다루는 법 등을 주로 소개해왔다. 「사비」誌는 거의 같은 시기에 창간된 「워킹 우먼」(76년 창간) 「셀프」(79년 창간)誌에 여성들의 지위향상을 적극 표방해왔다. 「사비」가 창간됐던 1979년에는 아직 미국 대기업에 여성 최고경영자 및 임원은 적었으며 미국사회 전체에 페미니즘과 캐리어우먼이라는 개념도 정착되지 않고 있었다.

1980년에 들어 여성들의 대량사회진출시대를 맞게 되었고 캐리어우먼이라는 개념과 사회적 지위도 확립되기 시작한 것을 생각해보면 '79년 「사비」誌의 창간은 분명 선견지명을 가진 일이었던 것으로 풀이된다. 「사비」는 창간되자마자 호평을 받아 꾸준하게 35만부 정도가 팔려왔다. 그러나 그 후 수년간 최고경영자가 아니라도 이해할 수 있는 내용이 지나치게 많아지면서 점차 '최고경영자를 위한 잡지'라는 원래의 발행목적에 수정하기도 했다.

그러던 「사비」誌가 창간후 십여 년만에 휴간하게 된 이유는 광고수입 감소에 의한 경영악화 때문은 아닌 것 같다. 「사비」誌는 지난해 9월 ABC에 의한 발행부수 조사에서 사상최고의 발행부수(55만부)와 광고수입을 기록했기 때문이다. 그럼에도 불구하고 휴간기로 결정한 것은 무슨 까닭일까.

'사상최고' 직후 걸프전 종전에 따라 계속되고 있는 미국경기 후퇴의 영향을 받아 발행부수도 광고수입도 급격히 감소하고 있기는 하다. 그러나 그것만이 휴간을 결정기로 한 최

대 이유는 아니다. 미국 잡지전문가들은 미국 사회의 체질변화와 관계가 있는 것으로 분석하기도 한다. 경제 그 자체의 앞날이 불투명한 것과 더불어 '포스트 트럼프'(미국 부동산왕 트럼프의 몰락이 상징하는 부동산붐의 종식)라는 말로 대표되는 배금주의에 대한 반성 및 여성들의 가정복귀현상 등 보수화 추세가 미국에서 두드러지게 나타나고 있기 때문이다.

지난 4월8일자 「타임」誌가 마련한 '심플 라이프' 특집에서 드러나듯이 미국 여성들은 「사비」誌가 주창하고 나섰던 '여성 최고경영자 지향'은 단지 꿈일 뿐이라는 독자들도 많은 것이 사실이다. 따라서 「사비」誌의 휴간결정은 이와같이 미국사회에서 캐리어우먼이 처해 있는 상황을 암시하는 것이라고 할 수 있다.

「사비」誌의 발행목적 그 자체는 분명 시대를 앞선 것이었음에 틀림없다. 그러나 새로운 현실을 읽어내지 못할 경우 실패할 것은 자명하다는 것이 잡지계의 생리이다. 독립적인 생활을 추구하는 40대 여성을 겨냥했던 「리어즈」誌가 휴간할 수밖에 없었던 것도 시대의 흐름을 제대로 읽지 못했던 까닭이었다. 사실 지난해 중반 이후 올봄까지 미국 잡지출판계는 크게 동요하고 있다. 세계적으로 명성을 날리던 잡지가 잇달아 폐간하거나 회사를 매각하는 사례가 두드러지고 있는 것은 미국의 출판 비즈니스에 충격과 주기를 주고 있다.

이때문에 일본의 안정된 경제력과 일본 잡지의 높은 광고수입에 매력을 느껴 지금까지는 거들떠 보지도 않았던 미국의 잡지사가 일본에 제휴요청을 하는 사례가 늘어나고 있는 것이다. 세계적으로 유명한 패션誌와 여성誌를 많이 보유하고 있는 대형출판사는 지난해 말부터 일본 대형출판사에 제휴를 타진, 현재 계약체결단계에 있는 것도 많다. 「세븐 시스터즈」라고 불리는 미국의 7대 주부용 잡지사의 하나도 회사를 매각할 움직임을 나타내고 있다.

이같은 미국 출판사들의 움직임은 모두 저팬·머니에 마음이 움직이고 있다고 해도 과언이 아니다. 그러나 잡지의 생명을 좌우하는 것은 바로 독자 자신이다. 미국 잡지출판사업은 과연 어떤 여성지를 매각할 수 있을 것인가. 현재 일본에서는 남녀고용평등법의 실시에 따라 여성들의 직장진출이 각광을 받기 시작하고 있지만 한편으로 4년제 대학졸업 여성들은 남자사원과 대등하게 일해야 하는 일반직 근무를 기피하는 현상이 나타나고 있는 등 차이가 나

고 있다.

시대의 흐름에 맞지 않는다는 판단하에 과감한 결단을 내린 미국의 캐리어우먼誌 「사비」의 향방이 주목되며 잡지출판 흥수사태를 맞고 있는 우리나라에도 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

## DTP로 편집자 본래 역할 되찾는다

일본인 최초의 우주비행사가 된 秋山豊寛씨의 체험기로부터 베스트셀러작가 村上龍씨의 최신작까지. 일본 유명출판사 小學館의 베테랑 편집위원인 鈴木雄介씨 한사람이 담당할 단행본이 지난 2월 25일부터 4월 2일까지 모두 3종이 서점에 선보였다. 4월 24일 발행된 사진집을 포함하면 2개월에 4종이 나오는 셈이 된다. 이것은 물론 小學館 창사 이래 가장 빠른 시간에 출간한 기록이 됐다.

이처럼 출간 속도가 높아진 비결은 다름아닌 퍼스컴을 이용한 DTP(데스크톱 퍼블리싱)시스템의 채택이다. DTP시스템으로 편집기간을 단축하는 것은 물론 비용절감까지도 가능하게 된 것이다. 그러나 鈴木씨는 그동안 저자와 출판사 사이에서 연락책에 불과했던 편집자가 본래의 역할을 되찾게 됐다는 것이 최대성과라고 말한다.

DTP시스템을 이용, 편집자가 본래의 역할을 유감없이 발휘한 것은 秋山씨가 쓴 「우주특파원 9일간」의 편집과정에서였다. 저자가 우주에서 지구로 귀환, 東京에 도착한 것은 지난해 12월 27일. 秋山씨는 정초 휴가기간 동안 워드프로세서를 이용, 원고를 작성하여 1월 10일 플로피 디스크를 小學館에 넘겼다.

한편 퍼스컴을 출판에 사용된 지 3년 정도의 경험이 있는 鈴木씨는 1월초부터 DTP시스템을 사용하기 시작했다. 그는 플로피 디스크로 보내온 원고를 편집하는 과정에서 시행착오를 거듭했지만 올 2월 25일에는 인쇄회사에서 원고를 조판 프린트할 수 있었다. 종래의 시스템을 사용했을 경우 보통 1개월에서 1개월 보름이 걸리던 작업을 약 2주만에 끝낼 수 있었던 것이다.

어떻게 이처럼 시간을 단축할 수 있었을까. 이유는 분명하다. 종래와 같이 손으로 쓴 원고를 받았을 경우 오자 교정 및 포인트를 지정, 인쇄소에 넘긴다. 그리고 교정지가 나오면 저자, 편집자가 또 오·탈자를 잡아 다시 인쇄소에 보내는 과정을 거쳐야 한다. 그같은 과정을

2~3차례 반복할 경우 시간이 많이 걸리는 것은 어쩌면 당연할 지도 모른다.

鈴木씨는 이같은 일련의 작업과정을 퍼스컴 디스플레이어상에서 처리했다. 저자로부터 수정요청이 있을 경우도 필요한 곳만 수정, 회사에 있는 프린터로 필요한 페이지만 인쇄하는 방법을 이용한 것이다. 이때문에 비용면에서도 인쇄회사에 지불해야 했던 원고 입력비용, 오·탈자 수정비를 절약할 수 있어 일거양득. 종래와 같은 시스템으로 책을 간행할 경우 수정비용이 많으면 당초 계약예산이 두배로 늘어나는 경우도 흔히 있는 일이다.

小學館은 DTP시스템을 사용 「宇宙특파원의 9일」의 정가를 1천8백엔으로 할 수 있었다. 만약 종래의 시스템으로 했을 경우 그것은 2천엔이 넘었을 것이라고 鈴木씨는 말한다.

한편 베스트셀러작가 村上龍의 책의 경우는 이와는 약간 다른 형태. 그는 원래 손으로 원고 쓰기를 고집하는 작가였으나 「주간 포스트」誌에 연재했던 작품을 인쇄회사의 전산사식시스템(CTS)의 데이터베이스에 남아 있는 것을 활용했다. 그 원고를 플로피디스크에 옮겨 애플 컴퓨터사의 맥켄토시를 이용 편집했다.

鈴木씨는 그 작품이 장편이어서 글자가 작아 2단조판을 할 것인가 상하 2권으로 출판할 것인가 고민했다고 한다. 그는 맥켄토시로 한 글자의 가로폭을 통상보다 2% 정도 압축, 1페이지의 행수를 보통 책보다 3행이 많은 변칙스타일로 꾸미기로 했다. 이같은 일은 원래 인쇄회사에서 해야할 일이었다는 점에서 눈길을 끈다.

鈴木씨는 컴퓨터 그래픽을 이용 복디자인을 담당하고 있는 奥村씨와 맥켄토시 활용방법을 끊임없이 상담했다고 말한다. 복디자인에 있어서 작품의 성격상 에로티즘을 나타내는 그림이 많이 들어갔지만 DTP를 이용, 별로 힘을 안들이고 해낼 수 있었다고 밝힌다.

그동안 인쇄회사와 레이아웃, 디자이너 등 외부 전문가의 활약으로 존재가 희미해졌던 편집자. 그러나 DTP덕분에 자신의 아이디어를 적극 개입시킬 수 있다는 것이 퍼스컴 화면에서 확인된 것이다. 이때문에 그동안 실감치 못했던 전문용어를 이용하면서도 전문가에 대해 허리를 굽히며 공신거릴 필요도 없어진 것이다.

컴퓨터이용으로 대화가 적어지고 있다고 말하는 사람도 있지만 실제로는 플로피디스크로

대화가 이루어질 수 있으며 매력적인 책을 만든다는 편집자 본래의 역할을 되찾을 수 있는 장점이 있다고 鈴木씨는 DTP시스템을 칭찬하고 있다.

인쇄를 맡아줬던 圖書印刷社도 “입력과 교정수입이 줄어들긴 했지만 인력부족문제와 복잡한 작업을 쉽게 해결할 수 있어 오히려 도움이 되고 있다”는 의견을 피력하고 있다.

출판사의 책임이었던 레이아웃 등 편집작업을 저자와 상의, 쉽게 고칠 수도 있는 장점을 갖고 있다고 鈴木는 말한다. DPT시스템용 소프트웨어도 점차 개선되고 있다. 최근 岩波書店, 大日本 인쇄, 그리고 소프트웨어 개발회사인 아스텍社가 워크스테이션용 소프트웨어를 개발했다. 또 DTP의 기능 향상을 위해 출판사 인쇄회사의 노하우가 이미 프로그램화되고 있기도 하다. 이 프로그램은 원고 작성단계에서 레이아웃을 간단히 지정할 수 있으며 인쇄까지도 할 수 있는 기능을 갖추고 있다.

岩波書店은 이 소프트웨어를 자사에서 이용하는 것 이외에 대학교수 등 저자에게도 판매, 학술서적 출판을 효율화시킬 생각이다.

워크스테이션(WS)을 사용한 사람들이 출판사에 넘긴 원고는 이미 편집에 들어간 상태라고 해도 과언이 아니다. 그럴 경우 출판사는 그저 간단히 한번 읽어보기만 하면 될 정도로 일이 간편해진 것이다. 따라서 컴퓨터의 발달에 따라 저자, 출판사, 인쇄회사의 업무관계가 무너지고 있다는 소리도 나오고 있다.

그러나 DTP시스템은 그동안 중개인 역할만 해왔던 편집자의 본래의 임무를 되찾아 주고

있으며 능력 있는 편집자의 재능을 마음껏 발휘할 수 있게 하는 ‘도깨비 방망이’가 될 수 있는 것으로 보인다.

문제는 출판사 경영자가 장기적인 안목을 가지고 과연 DTP시스템을 도입할 수 있을 것인가에 달려 있다. 인쇄소의 과업이나 일손부족으로 예정했던 출간일에 책을 내지 못하는 일이 나타나고 있는 우리나라 출판계도 DTP시스템 도입을 심각하게 생각해봐야 할 시점에 도달한 것 같다.

#### 일반기업의 전문출판 점차 활기

최근 日本에선 전문출판사가 아닌 일반기업이 책을 출판하는 ‘기업출판’이 점차 활기를 띠고 있다.

특히 주목되고 있는 것은 유명한 작가를 기용, 회사의 이미지제고를 꾀하는 것이 아니라 이름은 알려지지 않았으나 재능 있는 필자를 세상에 알리는 작업을 하는 기업들이 많아지고 있는 현상이다. 졸업논문을 공모, 책으로 펴내는 방법도 그중 하나 컴퓨터제조회사인 후지쯔社가 작가이며 편집자인 崗山光三郎씨의 협력을 얻어 추진하고 있는 기획출판물 「夢本」 시리즈가 그것이다.

후지쯔는 이 시리즈의 제1탄으로 「徐福伝説考」를 펴냈다. 이 책은 고대중국 秦나라시대 사람으로 불로초를 구하기 위해 진시황제의 밀사로 일본에 온 「徐福」의 전설을 추적, 中國과 일본의 문헌과 전국각지에 남아 있는 민간 전설을 담았다.

저자는 현재 愛知県의 한 고등학교에서 일

본어를 강의하고 있는 올해 스물네살의 여성이다. 그녀는 유명한 학자의 연구서적과 나란히 그녀의 책이 서가에 꽂혀 있는 것을 보면 가슴이 뿌듯하다고 감격해마지 않는다. 그녀는 대학시절 연구했던 주제를 계속 연구, 보다 깊이있는 연구서를 낼 수 있다고 말한다.

또 후지쯔는 강의를 받은 교사와 교수의 마음에 남았던 하고 싶은 이야기를 모아 엮어 동시에 간행한 「내가 들은 명강의」에서 일반 공모로 뽑은 30명의 수필을 저명한 작가 29명의 작품과 함께 수록 이체를 띠고 있다.

후지쯔에 따르면 이같은 기획은 재작년 사내활성화운동을 위해 제휴관계를 맺은 20대 젊은이 그룹이 제안한 ‘문화적 분야에서의 젊은 재능 육성지원 방안’에 의해 시작된 것이다.

후지쯔는 정보과학연구 등 회사업무에 직결된 학술지원 이외에도 여러가지 문화사업에 출자하고 있다.

그러나 이번 ‘문화적 분야에서의 젊은 재능 육성지원 방안’에 의한 기획은 지금까지의 문화지원과는 성격이 다르다.

이미 저명한 작가나 연구자보다는 백지에서부터 출발, 유능한 인재를 양성한다는 취지로 문학관계분야를 제외하면 공모케이스가 적은 출판분야를 선정, 지원키로 한 것이다. 후지쯔는 崗山씨와 협의한 끝에 졸업논문 발굴안을 채택했다. 후지쯔는 당분간 일년에 4종을 발행할 계획이며 편집사무실 임대료 등을 포함 최초 1년간 약 1억엔의 자금을 투입키로 했다.

현재 일본에서는 전문서출판이 감소하는 추세를 나타내고 있어 자신의 책을 내고 싶어도

내지 못하는 젊은 연구원들이 많은 실정이다. 이런 점에 착안, 주택업체인 미사우홈社는 종합연구소를 설립, 빠르면 금년 여름부터 주택 건축생활분야를 위주로 저작 경험이 없는 젊은 연구자들의 논문을 단행본으로 간행할 예정이다. 물론 이렇게 간행된 책은 일반서점에서 판매할 계획이다. 미사우홈종합연구소가 대상으로 하고 있는 것은 대학졸업논문에서부터 석사, 박사등 학위논문과 학회지에 실렸던 연구 논문 등이다. 필자는 대학원생으로부터 대학원 조교 강사 조교수까지 젊은 연구자를 대상으로 잡고 있다.

현재 대학교수와 국회도서관 등은 물론 학회지와 학위논문도 조사하고 있다. 이미 여러 대학의 이공계 연구자 논문을 선정, 내용을 검토하고 있는 것으로 알려지고 있다. 이처럼 일본기업들이 연구자를 발굴, 출판에 나선 것은 일반 출판사가 점차 전문서 발행을 기피하고 있기 때문이다.

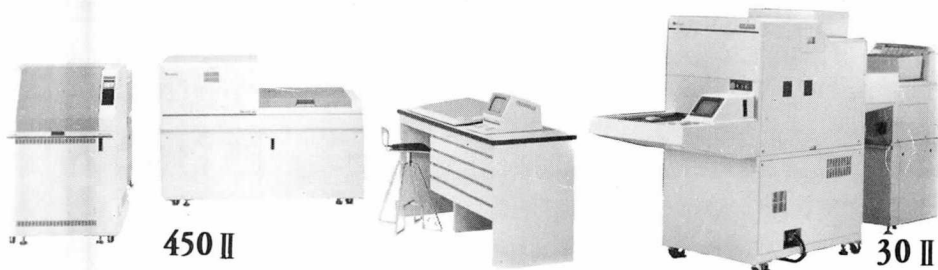
일본 출판과학연구소 통계에 따르면 지난해 전문서적 추정발행부수는 7백64만종으로 전년보다 12%나 감소했으며 아동서에 비해 절반 이하로 떨어졌다.

한편 東京출판판매 종합연구소에 따르면 70년대부터 시작된 기업출판은 판매촉진, 기업 PR을 주된 목적으로 하고 있다. 일본 출판전문가는 인재발굴 육성이 어려워지고 있는 지금, 소외된 분야에 눈을 돌린 기업들의 기업출판은 새로운 출판형태로 주목할 만한 일이라고 평가하고 있다.

단색 SCANART 450 II - 국반절 Size 초스피드 실현

## “편집자의 창조력에 보답하는 製版시스템”

- 인공지능을 내장한 Hi-Tech제판라인은 시간경쟁의 추종을 불허.
- 초고속·정밀도로 시간낭비와 인력소모를 배제합니다.
- 네거티브 가격으로 포시티브제판을 봉사해 드립니다.



※ 시간약속은 금,  
정밀은 신용!  
믿고 맡기십시오!!

- 국내 최대 Size(국반절) 입출력
- 고속스캐닝으로 대량 신속처리
- 멀티 디지털 시스템으로 작업효율 향상
- 두꺼운 원고 자유자재 입력
- 토탈편집 기능으로 더욱 선명한 화질

**우성사**

서울시·중구 충무로4가 56-1 (신도빌딩 2층)  
TEL: 272-2864 · FAX: 275-7016