

우리민족의 '근대인쇄' 시기를 따지자면 해방 이후로 보는 것이 타당할 것이다. 해방 이전에는 근대식 인쇄가 별로 없었고 그나마 일제가 운영하던 인쇄소가 대부분이었기 때문이다. 해방 이후의 인쇄역사 기록을 찾자면 1954년에 창간되어 오늘날까지 발행되고 있는 인쇄신문이 유일하다. 이에 본지에서는 지난 역사를 더듬어 보는 의미에서 1950년대부터 오늘에 이르기까지의 인쇄 역사를 월별로 정리해 시리즈로 보도한다. 이번 호에는 1954년 이후 매년 10월에 보도되었거나 광고에 게재되었던 내용을 소개한다.

● 먹는 포장재 개발돼 화제

1992년 10월 24일자 인쇄신문은 골판지 빈틈 완충재로 팝콘을 사용하는 이른바 먹는 포장재가 개발된 소식을 전했다.

캐나다에서 개발된 이 완충재는 사용 후 폐기물인 팝콘을 사람이 먹거나 동물사료로 사용할 수 있어 비닐봉지나 스티로폼 포장재처럼 환경을 오염시키는 원인을 제거할 수 있도록 한 것이 특징. 이전까지 상품완충재로 사용되던 스티로폼은 형태나 크기를 마음대로 바꿀 수 있는 장점이 있었지만 땅속에서 분해되지 않는 것이 문제점으로 지적되어 왔었다.

이러한 단점을 극복한 아이디어 상품을 만들어 낸 곳은 캐나다의 통신판매회사인 베리힐. 이 회사는 계란부화기, 계란선별기 같은 농업용 제품을 취급했기 때문에 고객 역시 대부분 농민들이었다. 인쇄신문은 이 제품이 비용측면에서 스티로폼의 75%에 불과해 GM, IBM 제록스 같은 미국유수업체들로부터 주문이 쇄도하고 있는 상태라며 팝콘은 전자제품이나 컴퓨터 포장재료로도 사용될 수 있어 주위의 기대를 모으고 있다고 설명했다.

● 일반소비자를 겨냥한 사외보 늘어

1986년 10월 26일자 인협신보는 새로운 기업 홍보수단으로 각광 받고 있는 소형무가잡지인 사외보 발간 증가 현상에 대해 집중 보도했다.

당시 한국잡지협회의 자료에 따르면 동년 8월 13일까지 새로 창간된 사보는 모두 25종. 이 가운데 사용용이 아닌 일반소비자를 겨냥한 사회보는 15종이었다. 이는 잡지협회에 가입되어 있던 전

체 사외보(기관지·회지는 제외) 21종의 70%를 넘어선 수치였다. 발행부수에서도 1075만여부로 추정되는 전체사보중 사회보는 950여만 부를 차지, 90%를 넘는 것으로 파악됐다.

이처럼 각기업들이 사외보에 눈길을 돌리는 이유에 대해 인쇄신문은 직접적인 제품선전과는 달리 비교적 거부감이 덜하고 소비자들에게 쉽게 접근할 수 있는 장점에도 기업이미지를 부각시키는 효과가 있기 때문인 것으로 분석했다.

이들 사외보는 내용에 있어서도 일반잡지를 능가하는 흥미로운 기획물을 게재하기도 해 질적으로도 우수한 것으로 드러났다. 실제로 당시 매달 1백만 부 이상을 발행하던 모 기업 사외보의 경우 시리즈물로 '전국문화유적지탐방', '가업' 등을 실어 인기를 끌기도 했다. 이들 사외보의 외부원고료 수준은 최고 2백만원고지 1장당 1만원~1만5천원선이었다.

● 자동차보험인쇄물은 인쇄사로

한국자동차보험주식회사(이하 자보) 소요인쇄물 전량을 신문사로 발주하려고 하자 인쇄업계가 바짝 긴장했다.

1983년 10월 14일자 인협신보에 따르면 인쇄업계는 자보가 강원도의 K일보에 인쇄물 전량을 발주하려고한 데 대해 인쇄물 조달에 대한 협조를 요청하고 나섰다. 인쇄업계는 1979년부터 인쇄업계가 어려움을 겪고 있는 때에 자보에서 소요인쇄물의 전량을 전문인쇄업자가 아닌 신문에 발주하게 되면 민간인쇄업자가 타격을 받게 될 것이라고 지적했다.

인쇄업계는 관계당국에 중소기업의 사업영역을 침해하는 신문사



등 비영리기관의 영리적 인쇄물수주행위를 반대하는 건의를 한 적 있음을 주지시키고, 사회적공기업으로서의 신문사 위신을 위해서나 민간주도의 국민경제 발전을 위해서라도 중소기업을 위축시키는 신문사의 영리적 수주행위는 마땅히 지양되어야 한다고 주장했다.

또한 업계는 자보가 신문에 대한 인쇄물 발주를 중지하고 중소기업육성시책의 일환으로 제정, 공포된 중소기업제품구매촉진법에 의거 인쇄조합과 단체수의계약에 의해 인쇄물을 구매하여 줄 것을 요청했다.

● 은행캘린더 11년만에 제작

한동안 자취를 감췄던 은행캘린더가 11년만에 새로운 모습으로 등장했다.

1982년 10월 29일자 인협신보는 1973년부터 은행들이 서로간의 과잉선전방지를 위해 캘린더제작을 중지했지만 은행경영자문화와 고객에 대한 서비스강화방안의 하나로 1983년부터 다시 캘린더를 제작, 나눠주기 시작했다고 보도했다.

기사에 따르면 당시 시중은행은 물론 국책은행들까지 연말을 앞두고 캘린더제작에 열을 올렸는데 각 은행은 동년 8월 하순부터 제작준비에 착수, 도안 등에 대한 심사과정을 거쳐 특징적이고 고객들에게 가장 선명하게 어필을 할 수 있도록 하기 위해 노력했다. 캘린더의 소재에 있어서도 이조 숙종 때의 작가 미공개작품이 등장하는가 하면, 현존작가의 작품도 인용되었고, 행화인 툴립을 이용해 디자인을 한 은행도 있었다. 부수는 평균 20~30만부였는데

1백만 부를 제작한 은행도 있었다. 캘린더크기는 4×6반절 13매를 비롯해 국반절 이상의 대형화 추세를 보였던 것이 특징.

인협신보는 인쇄소에서 제작중에 있는 일부 시중은행을 포함해 모두 6개 은행이 서울인쇄조합과 단체수의계약을 체결한 액수는 약 11억원으로 발주단계에 있는 몇 개 은행과의 계약을 고려하면 약 15억원 정도의 수의계약실적을 기록할 것이라고 예상했다.

● 일부 기능공 직업훈련 면제돼야

사양화 추세에 있는 일부 인쇄 기능직에 대해 직업훈련 대상에서 제외시켜 달라는 주장이 제기됐다.

1981년 인협신보는 대한인쇄공업협동조합연합회(이하 연합회)가 인쇄업종에 대한 사업내직업훈련을 면제시켜줄 것을 요청하는 건의서를 노동부장관에게 제출했다고 전했다.

당시 기사에 따르면 1980년 12월말 현재 인쇄업에 종사하고 있는 총 종업원은 사무직 3096명, 기능공 1만2349명, 견습공 2220명, 기타762명 등 모두 1만8249명으로 구성됐다. 그 가운데 단순노무자인 잡부, 견습공, 제책공과 사양화추세를 보이고 있는 식자공에 대해서는 직업훈련대상인원에서 제외시켜 달라는 것이 건의서의 핵심.

연합회는 인쇄업종에서 교육을 필요로 하고 있는 직종은 오프셋 기능공이지만 신중 오프셋 인쇄시설의 도입으로 인해 자동화가 이뤄져 오프셋 인쇄공도 매년 감소되고 있다면서 실질적으로 사업내직업훈련이 요청되고 있지 않은 실정이라고 지적했다.

김치원 기자 kcw@print.or.kr