

'여성' 코드를 알아야 성공 한다

20~30대 여성들의 성공과 사랑을 톡톡 튀는 문체로 그린 '칙릿' (Chick-lit)이 출판계의 핫이슈이다. '칙릿'은 젊은 여성을 의미하는 속어 Chick와 문학 Literature를 결합한 신생 합성명사이다. 소설분야에서는 1999년 《브리짓존스의 일기》가 출간된 이후 《악마는 프라다를 입는다》《쇼퍼 홀릭》《립스틱 정글》《걸》《달콤한 나의 도시》 등이 꾸준히 출간되면서 여성독자들의 사랑을 받고 있다.

글_정윤희 기자 | 사진_박신우 기자

'여성'을 주목하라, 여성을 타깃으로 출판기획 늘어나

칙릿 콘텐츠의 성장과 출판계의 여성테마에 대해 Reading 전문가이자 독서 컨설턴트인 오선경 씨는 "칙릿은 20~40대 여성 개인의 '행복 추구'라는 화두 아래 이뤄진 대표적인 문화 현상"이라면서 "칙릿의 대두는 21세기를 살아가는 젊은 여성들의 독서 동기를 유발하기에 충분하다"고 분석한다. 즉 사랑과 성공, 경제적 부의 창출, 성에 대한 솔직한 젊은 여성들의 담론들이 솔직하게 표현되어 있는 '칙릿'은 사회의 중추적 역할자로 확고한 삶의 패턴을 정한 젊은 여성들에게 꼭 필요한 유익한 정보를 줄뿐 아니라 직접 실행하지 않더라도 대리만족을 통한 카타르시스를 느낄 수 있게 하기 때문이다.

오선경 씨에 따르면, 1970년대 이후 풍요로운 경제 성장 과정에서 자아실현의 중요성과 경제적 능력의 중요성을 교육받고 자란 20~40대 여성들은 이제 더 이상 타인의 의한 자기완성에 목말라 하지 않는다. 그들은 운명론자로서 부모에게, 왕자에게 묻어가는 인생을 살아가는 신데렐라로서의 꿈이 아닌, 자신이 만들어갈 수 있는 꿈을 원한다. 지금의 내가 완벽하지 않아도 자신의 두 발로 땅을 딛고 서서 세상을 향해 나아가고자 하는 가치관의 변화 때문이라는 것이다.

또한 "칙릿이 신데렐라 콤플렉스에 기인한 '공주 문화' 트렌드를 대체하는 하나의 소비적 문화 트렌드일지도 모른다. 그러나 이 시대의 캐리와 김삼순은 더 이상 신데렐라나 백설공주를 꿈꾸지 않는다는 것이다. 주체적 자아 인식의 중요성에 대해 교육받고 자랐으며, 동년배 남성들에 뒤지지 않는 경제적 경쟁력을 갖추고 자기애에 기반한 역량개발 의지를 가진 '알파걸'들이 존재하는 한, 그리고 출판계가 세련된 기획과 편집으로 여성 독자로 하여금 상투적인 패션잡지를 보는 듯한 느낌만 갖지 않게 한다면, 당분간은(어쩌면 지속적으로) '칙릿'이라는 중간 문학의 열풍은 계속 이어질 것"이라고 전망했다.

소설뿐만 아니다. 여성이 사회에 진출하는 비율이 높아짐에 따라 출판사에서는 '여성'을 타깃으로 한 자기계발서를 기획, 출판하고 있다. 연애, 결혼, 일, 성공, 돈 등 여자 인생의 불안한 물음표를 해결하는 기술을 전달하는 《여자생활백서》는 출간된 이후 베스트셀러에 오르면서 출판계에 '여성'이라는 젠더를 더욱 부각시키기도 했다. 이외에도 성공한 여성들의 처세법을 다룬 《달라진 현실을 이용하는 여자가 돼라》, 품격 있는 여성이 갖추어야 할 66가지 생활법칙을 소개하는 고품격 여자생활백서인 《여성의 품격》, 여성의 정체성을 깨닫고 야망을 실현시키는 방법을 제시한 《여자야망사전》, '여성들이여, 이제는 신데렐라가 되어라!'라며 여성들의 성공전략을 제시한 《아나운서처럼 말하고 스텐디스처럼 행동하라》, 여성검사

가 여성의 리더십을 제안한 《여자 대통령 아닌 대통령을 꿈꿔라》, ‘소녀티를 벗어라, 리더처럼 행동하라’는 주문을 내놓은 《발칙한 여자들의 성공레시피》 등이 현대사회에서 성공하려는 여성들이 갖춰야 할 요소를 조목조목 알려준다. 이러한 ‘여성’을 타깃으로 하는 도서 출간 열풍은 《20대 여성이 성공하고 행복할 수 있는 7가지 좋은 습관》 《서른 살의 여자를 옹호함》 《여자 나이 마흔 전에 꼭 해봐야 할 88가지》 등 20대, 30대, 40대 여성으로 세분화되어 출판기획이 이루어지고 있다.

여성 독자가 책 읽는 데 더 적극적

여성을 대상으로 한 출판기획은 출판계에서 일하는 여성 편집자와도 맞물려 있다. 출판계의 핵심은 기획과 편집을 담당하는 부서인데, 남성 편집자를 쉽게 꼽을 만큼 여성 편집자들의 수가 훨씬 더 많다.

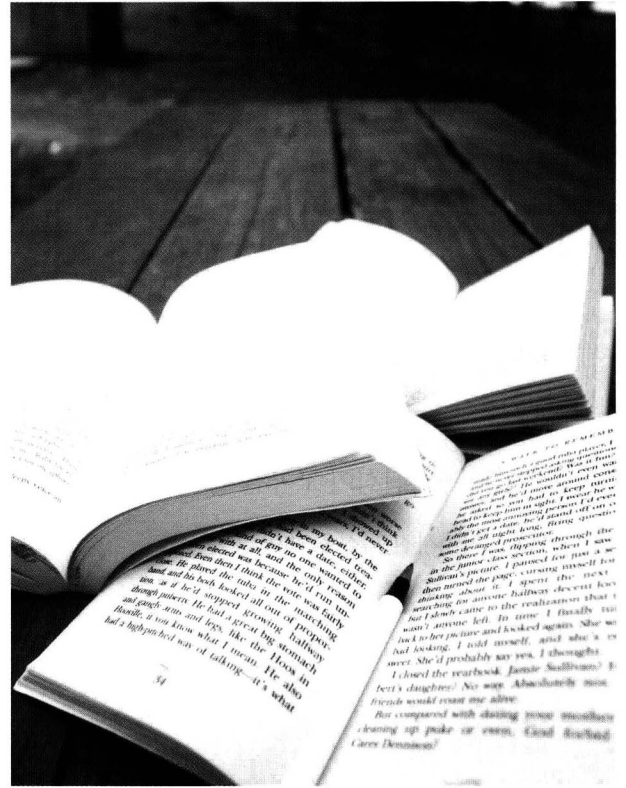
출판계에 종사하는 여성뿐만 아니라 독자 측면에서도 여성이 남성보다 우위를 차지한다. 인터파크도서는 지난 8월말 독자 참여형 도서추천 서비스인 ‘북피니언’을 오픈했다. 북피니언을 이용하고 있는 블로거의 성비를 보면(10월 16일 현재) 남성 대 여성 비율이 36.1% 대 64.9%로 여성이 압도적으로 많다.

인터파크도서 홍보팀 김미영 과장은 “블로거뿐만 아니라 인터파크도서를 이용하는 고객 성비를 보더라도 여성(52.2%)이 남성(47.8%)보다 많고, 실제 구매고객 성비에서도 남성(38.5%)보다 여성(61.5%)이 더 높게 나타난다”고 설명했다.

인터파크도서뿐만 아니라 인터넷 교보문고의 블로거도 여성(51.2%)이 남성(48.9%)보다 강세를 보임으로써 여성독자들이 남성독자들에 비해 적극적인 독서활동을 하고 있다는 것을 보여준다.

문화콘텐츠 시대에서 여성 출판인들의 역할 중요해져

《여성 리더십》 《성공하는 여자에겐 이유가 있다》 《성공하는 여성의 자기경영 노트》 등의 저자이자 여성 자기개발 전문가로 활동하고 있는 CMI 전미옥 대표는 “인생에서 성공하기 위해서는 무엇보다도 자신의 꿈이 무엇인지, 정말 잘할 수 있는 일, 잘하고 있는 일, 가슴 뛰는 일에 몰입하고 있는지 스스로에



게 질문을 던져보라”며 특히 결혼한 여성이라면 가사와 육아에 대한 부분도 고려해서 자신만의 커리어를 잘 그려가야 한다”고 조언했다.

사회생활 초년에 출판계에서 일했던 경험이 있는 전 대표 이기에 여성 출판인에 대한 애착이 남다르다. 여성 경력개발 전문가로서 여성 출판인들의 비전을 다음과 같이 제시했다.

“출판업이 국내 저자이든 해외 저자이든 기획단계부터 책이 나오기까지 몇 달에서 길게는 몇 년이 걸리는 프로젝트잖아요. 디지털 환경에서 일하고 있는 만큼 아날로그의 감성과 디지털 기술, 디지털 마인드로 무장해서 시대를 내다보는 출판, 트렌드를 제시하는 출판을 선도했으면 합니다. 출판인들의 경우 여성들이 많은 것을 볼 수 있는데요. 여러 가지 복리후생적인 부분이나 회사의 제도적인 부분, 업적을 인정받을 수 있는 인센티브 등이 취약하다보니 이직이 많고, 한참 일할 나이인 30대에 회사를 차려 1인 출판사장으로 나선 경우도 볼 수 있습니다. 여성이 많은 회사인 만큼, 미혼과 기혼 여성을 위한 다양한 복리후생제도를 마련하고 장기적으로 회사 안에서 비전을 펼칠 수 있도록 인사 및 교육제도를 잘 만들어가야 하고요. 그 래야 출판인으로서 인생의 목표도 세우고, 그런 지도 위에 꿈을 펼칠 수 있지 않을까요.”

덧붙여 “문화콘텐츠 시대에서 출판업은 그 기초가 되기 때문에 여성 출판인들의 역할이 그만큼 중요해졌다”라고 강조했다. ■