국내 사보디자인 제작에 있어서 Macintosh의 효과적 활용에 관한연구

최 윤 선

협성대학교

Content

Ⅰ. 서론

Ⅱ. 본론

1. 사보의 형식 및 특성

1)사보의 개념

2)사보의 유형 및 역할과 기능

3)사보 제작의 과정

4)사보의 구성

2. 사보 제작의 실제

1)매킨토시와 전자 출판 실무의 기초

2)사보 제작을 하기위한 장비구성

3)매킨토시를 이용한 사보 제작 방법

4)수작업과 매킨토시제작의 비교 분석

Ⅲ. 결론

Ⅳ. 참고문헌

Resoume of Reporter

최 윤 선

Choi. Yun Seon

덕성여자대학교 생활미술학과 졸업
이화여자대학교 산업미술대학원 광고디자인 졸업
성도어패럴(주) 광고판촉실 디자이너
나래 디자인연구소 시각광고 강사
Mirim Art Institute 홍보실 과장
SIC. 한국 여류시각 디자이너 협회 회원
현/ 대전전문대학 출판과 강사

ABSTRACT

With the popularzation of computers in the multimedia age. The tools and medods of designing have changed. As a result, we are epected to change our sense of values and ways of thanking. Designing can be carried out in mdre diverse and effective ways if we are able to use computers, which is quite different from the old way of designing by hand. To design more efficiently and easily in this period of transition from hand designing to computers, a through education in the use of computers in necessary. Schools and companies should also have the nesessary computer systems.

The in-house periodicals that many companies publish could not be effective in enhancing the company image, if too much emphasis were placed on content dver design, or, conversely, on design over content. In most compaines, editors of in-house peridicals are trained in journalism, and tend to commission outsiders for design.The outsiders, however. Are ofen unable to being out the unique characterristics of the company. Companies should take more interrest in the process of planning and publishing in-house peridicals and provide greater support for the publications. Rather than commissioning outsiders to do the job together with the planners and editors. If the designers and planners have to work separately, they should come together at some point to coordinate their opinions and work out compromises to raise the quality of the in-house peridical. I would like to make several proposals for the publication of an in-house periodical that befits the multi-media age.

First, Designers should study various in-house publications and work hard to publish a periodical that not only offers interresting articles but also has a unique character which distinguishes it from all other similar publications.

Second, Designers should learn the complete users of the Macintosh computer so that they know various ways to design in-house publications.

Third, To train and produce excellent designers, schools and companies should be equipped with all the necessary computer systems.

Fourth, The design of in -house publications should be future-oriented.

Fifth, In the age of globalization, in-house publications should be designed in such a way that they could bring out images that are uniquely Korean.

Sixth, Ordinary periodicals are published for profit, but in-house publications are aimed mostly at helping the marketing team of the company indirectly by heightening the image of the company. In this respect, in-house publications should be interesting both in content and design.They should also help raise the productivity and efficiency of all the employees and promote the smooth operation of the company while preseting a good image of the company to the outside the world

Ⅰ. 서론

우리나라에 발행되는 사보는 1500여종이 넘는다. 우리는 생활을 하면서 어떠한 기업의 일원으로 혹은 고객의 입장으로 사보를 접하게 된다. 사보는 기업이나 공공단체등이 발간하는 조직 커뮤니케이션의 도구로서 기업체나 경영자가 대내외 공중에 기업의 호의적

공중관계를 맺기위해 발간하는 PR커뮤니케이션의 매체중에 하나이고 출판물이다.[1]

독자들은 사보라는 매체를 통하여 기업의 문화를 이해하고 기업의 이미지를 평가해 나가게 된다.여기서 우리는 사보디자인이라는 것이 기업의 CIP나 제품 혹은 광고물 만큼이나 중요한 요소임을 발견할 수 있다.

현대사회의 사람들은 계속되는 정보의 홍수 속에서 살아가야 하고 멀티미디어 산업의 등장으로 그 커뮤니케이션을 이해 해야지만 삶을 풍요롭고 편리하게 이끌어 나갈수 있게 되었고 Macintosh의 등장은 과거에 수작업으로만 작업했던 디자인의 틀을 깨고 편집디자인의 새로운 전환점을 맞이 했다고 볼 수 있다.

컴퓨터 프로그램의 개발과 작업의 편리함은 새로운 그래픽적 표현을 가능하게 하였다. 사보디자인도 예외는 될 수 없고 대부분의 기업에서는 컴퓨터 작업으로 시안부터 제작 인쇄되기전 필름까지 작업과정이 진행되고 있다.

본 논문의 연구 목적은 21세기를 맞이하는 디자이너의 입장에서 사보디자인을 제작하는데 있어서 사보가 단순히 보여 주는 내용전달의 형식적 기능을 넘어 디자인과 기획·편집과 컴퓨터의 기능을 잘 조화하여 PR커뮤니케이션의 임무를 수행할 수 있도록 작업하여야 한다는 것을 목적으로 삼았고 연구의 범위는 사보 디자인의 형식과 특성, 사보 제작의 실제과정에서 보다 시각적 아름다움을 표현하기 위한 사보 편집디자인에 관한 연구, Macintosh의 효과적 활용법, 사보디자인의 형식 분석과 수작업과 Macintosh를 이용한 사보디자인의 비교분석으로 앞으로 사보 디자인이 나아가야 할 방향을 제시하고자 하였다.

1) 李大龍. 사보저널리즘론 政經論輯 제 14집. (서울:중앙대학교 정경대학, 1977), P.9

II. 본론

1. 사보의 형식 및 특성

1) 사보의정의

첫째, 사보는 독자를 기업체의 내부냐 외부냐로 나누어 사내보와 사외보로 구분된다. 사내보는 기업체가 경영을 원활히 하기 위한 목적으로 기업내 커뮤니케이션이 잘 이루어 지도록 경영자, 관리자, 일반 종업원 및 그 가족을 주 대상으로 해서 경영 방침, 사내외에 일어나는 회사에 관계 있는 여러 사실과 문제, 종업원의 의견 등을 종합적으로 신속 정확하게 보도하는 인쇄물이며, 동시에 계속성이 있는 것으로 정의한다.

사보는 기업의 대외적 이미지를 높이고 나아가 마케팅을 촉진시키기 위해 발간하는 간행물을 의미한다.

둘째 사보는 불특정 다수가 아니라 특정 범위의 일정한 다수인 것이다. 일반대중(大衆)과 같이 아무나 읽도록 편집되지 않는 것이 특징이다.

셋째, 무료든 유료든 판매이윤을 목적으로 하는 상업잡지와는 구분된다.

넷째, 저널리즘의 속성을 가지고 있어야 한다. 결국 사보(社報)란 기업체나 공공단체 등 모든 조직체가 그 구성원 및 특정 범위의 대중 공중들과의 쌍방적 커뮤니케이션을 위하여 발행하는 저널리즘의 속성를 가진 정기 간행물을 말한다.

2) 사보의 유형 및 역할과 기능

(1) 사보의 유형

사보의 외적속성인 형태별로 볼 때 유형은 잡지형과 신문형으로 나눌 수 있다. 잡지형은 판형에 따라 소형 4×6판(다이제스트판)과 표준형으로는 4×6배판, 5×7판(국판)대형으로는 (국배판)이 나오고 있고 변형판으로는 사외보를 중심으로 다양한 형태가 나오고 있다. 최근 일본에서는 활자매체에서 영상매체시대로 전환에 따라 비디오 사내보가 나오고 있다. 독자 및

배포 대상에 의한 분류는 사내보(internel)와 사외보(External), 사내외보(Combination) 등으로 나눌 수 있다. 발행처에 따른 분류는 순수한 기업체에서 발행하는 기업보와 협회나 단체 특정 이익집단에서 발행하는 기관지로 분류할 수 있다.

(2) 사보의 역할과 기능

사보도 저널리즘의 한 영역이므로 매스 미디어와 같이 보도, 지도, 오락기능이라는 일반적 기능을 가지고 있고, 또 미국의 신문학자 J.Elfenbein은 사보의 기능을 ①보도(news) ②지도(edtorial) ③교육(adulteducation) ④총화(integrating) ⑤포럼(forum) ⑥광고(advertising) ⑦연구(resarch) ⑧공익(public utility) ⑨PR(Public relation) 9가지를 들 수 있다.[2] 즉 사보의 기능은 내외 관계에 정보를 제공하는 정보적 기능과 종업원이나 소비자의 태도와 영향을 주는 설득적 기능과 즐거움을 주는 오락적 기능으로 나눌 수 있다.[3]

사보의 기업내적 기능은 과제수행의 기능(Task fuction), 조직유지의 기능 (maniteance fuction), 인간욕구 충족의 기능(human fuction)으로 나뉜다.

사보의 기업외적 기능은 ①보호적 기능(theprotective function) 즉, 기업이 펼치는 활동을 보호하기 위한 기능과 ②이미지 메이킹(the image making)의 기능, ③대외적기능(the extxrnal fuction)으로 대내고객에게 서비스를 제공함으로서 대외공중관계를 개선하는 기능 ④공공 서비스의 기능(the purblicservice function)으로 나눌 수 있다.[4]

3) 사보 제작과정

(1) 조사, 수집, 분석: 아이디어 관련 정보, 각종자료, 모니터와 독자의 의견반응

(2) 편집내용기획: 지난호의 평가와 그에 대한 반영
입수된 자료와 정보의 확인, 정리 보완
새로운 아이템의 개발, 비고정란 특집 기획, 고정난의 기획

(3) 편집안 확정: 품의서 및 편집 기획안 결재

(4) 취재 및 원고 작성: 편집대행사 원고 송고

(5) 화판작업: 편집디자인(레이아웃잡기)
(컴퓨터작업)

(6) 화판수정: 오자 탈자 수정보기

(7) 화판OK: 인쇄소로 화판송고

(8) 필름교정: 탈자 사진확인

(9) 인쇄제본

(10) 배포: 배포처의 확인, 보완수정 (직접배포, 우송 DM)

(11) 납본: (잡지협회)

(12) 사후처리: 제작비의 정산 원고료 지급, 독자의 반응조사

4) 사보의 구성

(1)내용기획의 요소

①발간목적: 사보는 발간목적에 따라 대상 독자층이 결정된다. 발간목적은 기업의 경영여건 등에 대한 분석 결과를 토대로 하여야 한다.

②편집방침: 편집의 틀과 테두리를 정해 놓는다. 책의 발간 목적과 방향성을 제시해 놓는다 매호의 내용과 외형이 그 틀과 테두리에서 구체화 되는 것이다.

③대상독자: 대상 독자에 따라 사내보, 사외보, 사내외보로 나누어진다.

④간행물의 성격: 사내보인가, 사외보인가, 교양지, 판촉지, 권위지, 대중지 중 간행물의 성격이 명확해야 한다

⑤제호: 사보의 제호(title) 회사명이나 상품명을 띠는 것이지만 요즘에 와서는 그와 관련없는 신선한 제호 등이 많이 등장하고 있다.

2) 차배근, 하우스 오간의 신문학적 고찰,「신문연구」 1979 겨울호. P. 212

3) 이대용, 위의 논문 P. 102

4) 한국사보연구소 ,「사보편집의 노하우」 P. 22

(2)사보의 외형적 구성

①플레닝(Plaining) 기본골격: 책자의 판형과 제호 책자 전체의 디자인이 되어야 할 규정과 원칙들을 결정하여 처리 규정과정 운영방법 계획 단계이다. 회사의 이미지와 대상독자를 고려하여 스타일링화 하는 작업이 중요하다. 스타일링의 규준으로는 가독성의 문제, 전달의 문제, 기억의 문제, 이해의 문제를 고려하여 제작하여야 한다.[5]

②책의 규격(size)이 46배판 57배판이었던 것이 최근 들어 다양한 형태로 등장하고 있다. 규격은 독자층과 사보의 목적에 따라 결정된다.

③두께(page)독자의 수, 사업장의 기능, 발간비에 따라 결정되고 보통 사내보는 40-80p, 그룹 사내보는 180p가 대부분이다.

④부수: 사내보의 발간 부수는 기업 구성원에 따라 사외보는 대외 홍보전략과 광고 예산비에 따라 결정된다.

⑤간별(freqence)월간이 주류이고 보통 15일, 10일, 격월간 중 기업의 발행 목적에 따라 달라진다.

⑥타이포그래피 (typograpy): 메세지를 전달하는 가장 중요한 요소이고 글줄의 크기, 길이, 자간, 행간의 글자체가 서로 조화를 이룰 때 아름다운 타이포그래피 표현이 가능해지고 효과적인 레이아웃 가독성과도 불가분의 관계를 갖는다.

⑦색도(colors): 읽는 책에서 보는 책으로 전환됨에 따라 최근은 원색 화보가 증가하고 있는 형태이다.

⑧지질(paper): 기업의 사보는 기업의 이미지에 절대적 영향을 미치므로 고급화 되는 추세이고 환경적인 문제도 선택하여 생각하는 것이 바람직하다.

⑨표지: 표지는 사보 내용을 광고해야 하고 사보의 이미지를 살려야 하기 때문에 중요한 역할을 하고 있고 다양하지만 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째: 인물형으로 사내 인물을 사진이나 케리커춰, 컴퓨터 그래픽으로 표현하는 방법(Fig1)

둘째: 행사진행형으로 사내의 중요한 행사의 사진을 표지로 쓰는 경우 (Fig2)

셋째: 계절사진형으로 계절에 관련된 풍경 사진을 표지에 싣는 경우 (Fig3.4)

넷째: 그림일기형으로 사원의 자녀의 그림일기나 미술 작품을 공모하여 등장시키는 경우 (fig5)

다섯째: 일러스트형으로 매호의 주제나 이슈를 일러스트로 표현하는 경우(Fig6.7.8)

여섯째: 만화형으로 표지의 디자인을 만화적으로 표현하는 경우 (Fig9)

일곱째: 작품사진형으로 예술성 있는 사진을 표지에 담는다.[6](Fig10)

⑩레이아웃(lay out): 기업의 특성에 따라 독특한 이미지를 만들어야 하나 사보의 레이아웃은 기획사무실에 의존하고 있어 독창성을 유지하기가 어렵다. 따라서 사보의 편집디자인은 기업의 디자이너에게 의뢰하는 것이 바람직하고 외부 디자인 업체에 의뢰할 때는 사보가 그 조직의 개성이나 문화를 창조 해 간다고 볼때 세심한 신경을 써야 한다. 편집자와 디자이너가 공감대를 이룰 때 사보 레이아웃도 차별화가 될 수 있는 것이다. 자기회사의 개성를 살리는 원고도 중요하지만 디자인에도 특유한 개성을 부여하여야 한다.

2. 사보제작의 실제

1)매킨토시와 전자출판 실무의 기초

세계적인 전자출판은 1985년 미국에서 애플매킨토시 컴퓨터와 Apple Laser Writen가 등장함으로 본격화 되었다고 한다면 우리나라에서는 1비아트 시스템에서 2바이트완성형 한글을 쓸 수 있도록 부분적인 수정을

5) 한국사보연구소, 「사보편집의 노하우」1988, P 73

6) 한국인사관리협회, 「사보편집기법 실무특강」, 1995, P1-10

가하여 한글입력방식(Input method)를 제공한 Hangultalk 서체의 개발, 그리고 출력기 (Image selter)에서 한글 Post script를 구별할 수 있게 된 것으로 시작되었다.[7] 매킨토시는 기존 활판 환경이나 전자사식기(computerrized typestting system)가지고 있던 명백한 한계 (수정의 어려움, 그래픽 이미지 처리 불가능 WYSIWYG의 결여) 등 극히 제한된 기능을 드러냈던 시점에 때맞추어 등장하여 여러 기술적인 문제점과 고가의 시스템 가격에도 불구하고 많은 출판관련자료로 각광을 받게 되었다.

실제로 그래픽과 활자의 합성 테크놀로지는 손쉬운 컴퓨터 사용환경과 접목되면서 디자이너, 식자가, 전문출판인, 사보출판 담당자 학생들에게 매우 큰 도움을 주었다고 할 수 있다. 최근에는 그래픽이미지의 출력속도가 개선되고 컴퓨터 처리용량과 속도가 크게 향상된 시스템의 등장으로 고급 출판물까지 매킨토시로 작업이 이루어지고 매킨토시 전문 잡지 단행본 서적의 간행으로 매킨토시 전자출판에 밀접한 정보가 공개되면서 많은 전문출판 종사자들에게 도움을 주고 있다. 미국에서 만들어진 Quark Xpress는 활자 그래픽 레이아웃을 따로 다루던 재래식 도구를 밀치고 우리나라 출판계에 들어오게 되었다. 미국은 Page Marker가 Quark Xpress 보다 애용되지만 국내에서는 Quark Xpress가 매킨토시에서 유일하게 한글화된 DTP소프트 웨어로 자리를 굳히고 사용되고 있다.[8] 사보 편집디자인을 하기 위해서는 매킨토시의 기능및 프로그램 Quark Xpress 뿐만아닌 Image 스캔받는 기능 등 다양한 프로그램과 기능을 이해하고 충분한 교육을 받아야하며 또한 기계를 사용하는 단순 기능이 아닌 그래픽적 부분을 이해하고 그를 실행하기 위한 다음과 같은 장비구성이 필요하다.

2)사보제작을 하기 위한 장비구성

Quark Xpress 와함께 컴퓨터(English, 한글 Tolk 한글 System) 레이져프린터, 스케너를 구비하게 되면 어느 정도 기본적인 출판 시스템이 갖추어 졌다고 할 수 있다. 그밖에 디지털 카메라 비디오 디지타이저, 컬러프린터와 같은 다른 주변기기가 있으면 전자출판 시스템을 탄력적으로 꾸려나갈 수 있겠지만 고가의 장비이므로 신중하게 생각해야 할 문제이다.

(1)메킨토시와 메모리

Quark Xpress 3.11K 를 실행시키기 위해서는 3MB 정도는 있어야 하고 그밖에 시스템이 차지하는 메모리가 요구되며 폰트를 많이 사용할 경우 메모리가 더 많이 필요하다 다른 버전에 비해 시스템메모리를 적게 차지하는 6.0.7.이 최소 2MB를 차지한다고 보았을 때 적어도 메모리가 5MB는 되어야하고 포토샵 같은 프로그램과 썼을 경우 최소램이 8MB는 되어야 한다. 메모리가 부족했을 경우 속도가 느려지는 단점이 있다.

(2)저장기기

전자출판은 워드기능, 그래픽기능, 전자출판 등 여러 프로그램을 사용하고 작업이 끝나면 저장해야 하기 때문에 그래픽 작업을 해야 한다면 최소 80MB의 내장하드 디스크를 구비하는 것이 좋다.

(3)모니터

컬러 출판물인 경우 컬러 모니터가 필요하고 흑백 출판물인 경우 세로로 긴 15 포트레이트 모니터나 21 풀페이지 모니터가 좋을 것이다.

(4)스케너

사진이나 그림을 출판물로 많이 실어야 하는 경우 스캐너는 필수장비이다 스케너는 사진과 같은 프린터된 이미지를 컴퓨터가 읽어들일수 있는 점들로 변화시켜주는 장비이다. 스캐너가 있으면 하프톤 선화이미지를 전자출판물에 최종 작업물로 배치할 수 있다. 스

7) 성안당 「Quck Xpress 3.11K」, 1995 p1

8) 김영기, 「Quck Xpress 3.11K」,(성안당 1995) p.2

캐너는 로고, 선화 사진의 자료를 얻기 위한 근사 자료이다. 스캔받은 이미지를 다듬기 위한 틀이 필수적으로 들어 있으며 그러한 것으로는 LetraSet사의 Image Studio, Addbe사의Photoshop, DataTranslation사의 Photo Mac 등이 있다. 컬러 사진용으로 좋은 결과를 얻으려면 일반적으로 광학 해상도가 높은 것이 좋은 결과를 얻는다.[9]

(5)프린터 및 기타출력장비

전자출판에서는 동일한 페이지에 텍스트와 그래픽을 재생할 프린트가 필요하다. Quark Xpress는 도큐멘트 도트 매트릭스 프린터로 프린트 할 수 있고, 최종 출력용 프린터는 대개 레이져 프린터나 이미지 세터이다. 프린터를 구입하는데 고려해야 할 점은 속도와 폰트박스의 부착 여부이다. 폰트박스에 프린터가 부착되지 않으면 프린터를 켤 때마다 도큐멘트에 사용된 폰트를 매번 프린터에 다운 로드 해야 한다. 또한 용지크기의 문제도 고려해야 한다. 신문을 제작하는 경우에는 A3용지 정도는 프린트 할 수 있어야 편리하다.

(6)네트워크

그룹으로 작업하는 전자 출판일 경우 한사람은 원고를 작성하고 다른 사람은 그래픽을 디자인 하고 어떤 사람은 레이아웃을 한다고 할 때, 정보를 교환 가능하게 하고 네트워크를 통해 사용자는 프린터 파일 정보를 공유할 수 있어야 한다.

3) 메킨토시를 이용한 사보 제작의 방법

(1)마스터 페이지의 정의

사보제작을 하기 전 사보에 대한 기획을 끝낸 후 페이지의 구성및 판형 디자인의 구성을 생각한 후 마스터 페이지를 실시한다. 마스터 페이지는 자동으로 도큐멘트 페이지를 포맷하는 페이지이다. 마스터 페이지를 넣은 항목은 다른 모든 도큐멘트 페이지에 자동으로 나타난다. 마스터 페이지에는 머리글, 꼬리글, 페이지번호 등 페이지마다 들어가는 것들을 수록한다. 프린터 되지 않은 격자, 여백 안내선 자 안내선 을 포함시킬 수 있다. 마스터 페이지의 이용으로 페이지 판형이나 여백 등을 일일히 수작업 하지 않고도 편리하게 작업할 수 있다.

(2)텍스트와 활자의선정

기본 텍스트, 포맷 단락의 행간 텍스트의 정렬, 머리말의 정렬, 단어나 삽화에 이용되는 문자의 폰트 크기 등을 저장하여 사용할 수 있다.

(3)표지디자인

포토샵이나 일러스트에서 작업하여 Quark Xpress의 그림가져오기로 불러들여 그래픽과 문자의 합성으로 디자인 한다. (Fig11)

(4)목차디자인

Tab값을 설정하여 목차를 디자인 한다. (Fig12, 13)

(5)텍스트의 편집

스타일 메뉴의 명령으로 택스트를 포맷하고 스타일 목록을 만들어 텍스트 포맷작업을 단순화하여 작업속도를 빨리할 수 있고 자간 등 텍스트에 적용할 수 있는 타이포 그래픽 기능을 제공한다.

(6)일러스트나 사진사용

Quark Xpress에서 다른 프로그램으로 만든 프로그램을 불러 들일 수 있기 때문에 다음 경우에는 그래픽 프로그램으로 삽화를 만드는 것이 적합하다.

선화나 전문 삽화는 Adove Illustrator이나 Aldos Freehand와같은 Postscript드로잉 프로그램이 적절하다. (Fig14) 사진이나 선화는 스캐너로 디지털화 하고 삽화 디지털 이미지에는 photoshop, color studo와같은 페인트 프로그램이 적합하다.

수학기호나 음악부호는 Note Writer, Mathtype 등의 프로그램이 적절하고 표나 차트에서는 table Editor 나 스프레드 시트 프로그램이 적절하다.[9]

(7)그래픽 편집: 그림의 배치, 크기의 조절 등의 일반적인 페이지 레이아웃 외에 그래픽을 회전하고 대비

9) 정병건「포토샵 마스터」성안당, 1995

도와 밝기를 조절하고 하프톤 프린트의 스크린 패턴을 선택할 수 있다.

(8)컬러 추사및 편집: 컬러를 만들어 선택된 텍스트, 선, 상자, 테두리나 상자 배경에 컬러를 적용할 수 있고 별색이나 원색으로 분해 프린트 할 수 있다.

(9)라이브러리 생성 및 사용: 다른 프로그램에서 불러온 그림외에 Quark Xpress로 가져 온 요소들의 라이브러리를 만들어 여러 도큐멘트에 그 요소들을 공통으로 사용할 수 있다.

(10)최종 검색작업: 컴퓨터상 전체적 레이아웃을 검색한다.

(11)프린트작업: 실제크기로 필림작업전 전체디자인을 검토한다.

(12)필림작업하여 인쇄작업, 납본한다.

Ⅲ. 결론

멀티미디어 시대에 따른 컴퓨터의 보급으로 디자인의 도구와 방법을 바꾸어 놓았으며, 이에따라 가치관과 인식의 변환이 요구되고 있다. 기존의 수작업이 아닌 컴퓨터 디자인이란 멀티미디어의 커뮤니케이션을 이해해야지만 디자인을 풍요롭게 이끌어 나갈수 있게 되었다

수작업에서 컴퓨터 디자인으로의 과도기적 입장이 되어버린 지금, 보다 편리하고 효과적인 디자인 업무 수행을 하기 위해서는 컴퓨터에 대한 철저한 교육이 필요하고 학교에서나 기업에서나 모든 장비의 시스템이 갖추어 지도록 많은 지원이 필요하다. 기업의 얼굴이라고 불릴 수 있는 사보를 내용적인 면만 치

4) Macintosh와 수작업의 비교

	수작업	Macintosh작업
Image	표지제작이나 그래픽 이미지작업에서 사진작업이나 그림작업에서 작가에게 외주를 주어야 하고 변형이 힘들기 때문에 재 작업시 경비의 지출이 요구된다.	Image스캔을 받아 작업이 가능하고 자유로운 이미지 표현 및 변형이 가능하고, 교정지를 받아보지 않고도 모니터 상에서 빠르고 편리하게 작업할 수 있다
Typography	일일히 수작업 해야되기 때문에 많은 시간을 요하고 정밀도가 떨어진다.	스타일 지정과 Tab값 설정으로 빠른 시간내에 정확하게 작업할 수 있고 자간이나 행간 및 서체 조정이 자유롭다
Color	작업후 Color를 일일히 지정해 주어야 하는 번거러움이 있고, 시안이 나온 후 다시 변경하고 싶을때 경비와 시간의 손실이 요구된다.	직접 컴퓨터 상에서 컬러 작업이 가능하고, 여러가지의 시안작업이 가능하기 때문에 완성도의 정확성을 기할 수 있다
Page구성	페이지의 흐름에서 통일성을 요하기 때문에 정확한 작업을 요하고, 작업이 번거롭다.	마스터 페이지의 이용으로 저장이나 변형이 자유롭다.
보관및 이동	시안 보관이나 이동시 훼손의 우려가 있다.	시안을 직접 가지고 이동하지 않아도 Computer상에서 Image type 전송으로 원하는 장소로 보낼 수 있다. Computer상에서Quark Xpress로 작업된 Page를 Image를 포함한 Internet을 통하여 전송 가능하다. Fax modem이 필요하고 Internet Progream을 통하여 상대방 E Mail add를 입력해서 출력하면 외국 어느곳이든지 빠른 시간에 전송할 수 있다

중하여 디자인 적인 요소가 배제된다던가, 아니면 디자인 적인 요소만 치중하여 기획력이 떨어져 읽혀지지 않는 사보가 된다면 기업이미지에도 큰 문제로 남을 것이다.

대부분의 기업에서는 사보 편집자들이 디자인 보다는 저널리스트의 소양을 갖춘 경우가 많고 디자인을 외주 주기때문에 회사의 독특한 이미지를 살리는 것이 힘들게 된다. 사보를 기획·제작함에 있어서 기업은 사보제작에 관한 많은 관심과 지원이 요구되며, 외주보다는 자체 디자인 실에서 기획과 디자인을 병행하여 제작하고, 디자인과 기획자가 분리되어 있는경우 상호의견이 절충되어 좋은 사보 만들기에 힘써야 할 것이다. 멀티미디어 시대에 맞는 바람직한 사보디자인을 위해서 몇가지 제안하고자 한다.

첫째: 디자이너는 많은 사보에 대한 연구가 필요하고 읽혀지는 것 뿐만 아닌 회사의 이미지를 잘 살릴수 있도록 철저한 분석에 따라 경쟁사와 차별화되고 개성을 갖춘 사보제작에 힘써야 한다.

둘재: 디자이너는 Macintosh에 대한 철저한 교육으로 프로그램에 대한 이해와 장비의 활용으로 다각적인 사보제작방법을 모색해야 한다.

셋째: 훌륭한 디자이너로 양성하기 위해서는 학교에서나 기업에서의 모든 컴퓨터 시스템이 갖추어져야 한다.

넷째: 단순한 편집형태가 아닌 총체적인 기획(Planing)이 되어야하고, 미래지향적인 디자인이 되어야 한다.

다섯째: 잡지는 이윤창출을 목적으로 하지만 사보는 경영과 마케팅을 간접적으로 돕는 기업 이미지적 측면으로 볼 때, 사보제작의 기획력과 디자인을 고루 갖춘 볼거리가 있는 재미있는 사보를 만들어야 하고, 조직내 구성원들의 인간적 욕구를 충족시킴으로 조직의 생산성과 능률을 높이고 경영을 원활히 해 주는 한편 외부인에게는 기업에 대한 좋은 이미지를 살릴 수 있어야 한다.

참고 문헌

- 김희원, 한국기업사보의발전 · 방안에관한 연구, 중앙대학 신문방송대학원 석사학위존문
- 이대용,사보 저널리즘론정경론집제14집,서울중앙대학정경대학, 1977.
- 류한영,정보디자인의 발전방향과 멀티미디어에 의한 문제 해결 방법에 관한연구, 국민대학교 1994.
- 차배근,하우스오간의 신문학적고찰, 신문연구, 1979.
- 최윤희, 기업내 커뮤니케이션의 상황적 관점, 기업 PR에 미치는 사보의 역할 발표문집, 한국사보기자협회, 한국 언론학회 PR연구회연합심포지움, 1990.
- 김세철, 사보의 역할과 바람직한 방향, 국내외사보 연구자료집, 서울:한국사보연구소, 1989.
- 한국인사관리협회, 사보편집기법 실무특강, 1995.
- 강석주, 강승구, 한국사보연구소,사보 편집 노하우, 한국사보연구소, 1988.
- 이의용, 사보기획과 편집, 서울 에디더스클럽, 1988.
- 김두식,정기태,전자출판과 멀티미디어의 이해와 활용, 제2회 타래에디토피아 워크샵 강의록, 1994.
- 김영기, Quark Xpress 3.11k 성안당, 1995.
- 정병건, 포토샵의 마스터, 성안당, 1995.
- Dabid Kilburn,누가 멀티미디어 시대를 지배할 것인가, 월간디자인93호, 디자인 하우스, 1994.
- 정경원,미래의 경쟁, 디자인에 달려있다, 디자인 하우스, 1993.
- 하동오,일본대학의 디자인 교육과 뉴미디어의도입 , 월간디자인 195호디자인하우스, 1994. 9.

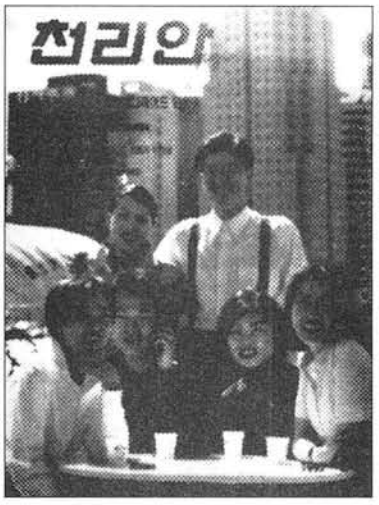

Fig1

Fig2

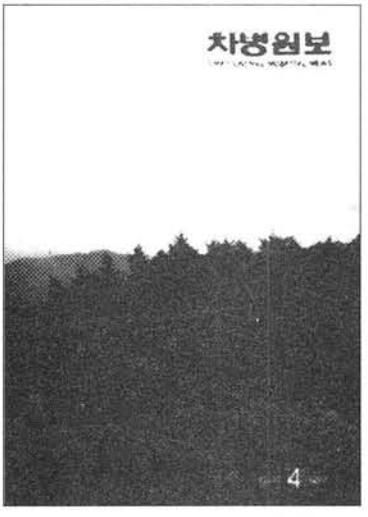

Fig3

Fig4

Fig5

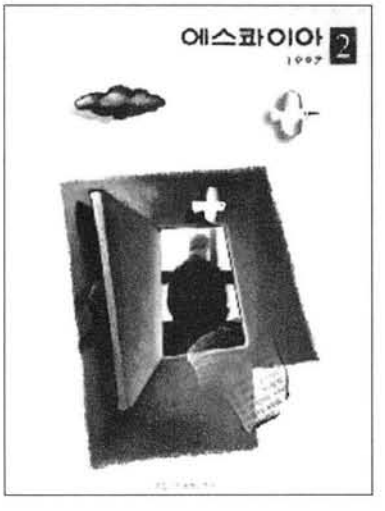

Fig6

Fig7

Fig8

Fig9

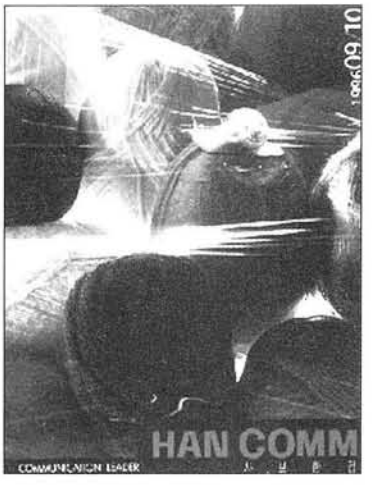

Fig10

Fig11

Fig12

TOMBOY MEN
UNIQUE
ACCESSORIES
Comodo
JVIM
Petite Tom
성도가족

Fig13

青
黄
赤
白
黒

Fig14

Journal
Korea Society
of Visual Design
Forum