스포츠에 밀린 출판, 스포츠를 이용한 출판

일간지와 광고 전단을 활용한 출판광고 지상전 ⑥

마정미
광고평론가 · 협성대 강사

화려한 행사와 함께 월드컵 대회가 개막되었다. '지구촌의 축제'라는 이 월드컵 열기가 반갑지만은 않은 사람들이 있다. 유흥업소와 문화예술공연장은 말할 것도 없지만 출판계와 서점가 역시 스포츠 열기 때문에 그늘이 진다.

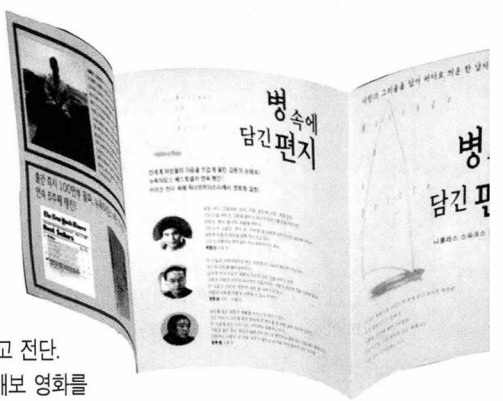
문화경제학이나 매체경제학 차원에서 보면 문화예술의 소비는 그 상품의 수가 증가한다고 해서 수요가 늘어나는 것은 아니다. 동종의 상품 중에서 하나의 상품을 선택하고 다른 문화욕구를 대체하기 때문에 문화상품은 문화상품끼리, 매체상품은 매체상품끼리 경쟁을 해야 한다는 것이다. 그러므로 월드컵의 열풍이 문화소비자를 장악한다면 이 열기가 한차례 식은 다음 사람들의 공허를 채워 줄 문화상품의 개발이 필요하다고 할 수 있다. 곧 폭염과 여름방학을 맞게 될 출판계에서는 월드컵 이후를 준비하는 것이 현명하다고 할 수 있다.

그러나 한편으로 스포츠의 열풍이 몰아친다면 이를 이용한 스포츠 마케팅을 출판계에 접목해 볼 만하다. 월드컵 대회의 개최지인 프랑스에서 월드컵 관람객을 위한 활발한 문화예술행사가 동시에 개최되고 있는 것처럼, 이를 활용한 이벤트가 얼마든지 가능하다는 것이다. 국내 출판사가 '월드컵 16강 진출 기원' 행운권 추첨과 전시 판매를 개최한 것은 좋은 사례다. 스포츠 관련서가 아니더라도 공공의 이슈를 지지하는 광고, 혹은 이벤트에 활용하는 것은 효과적이다.

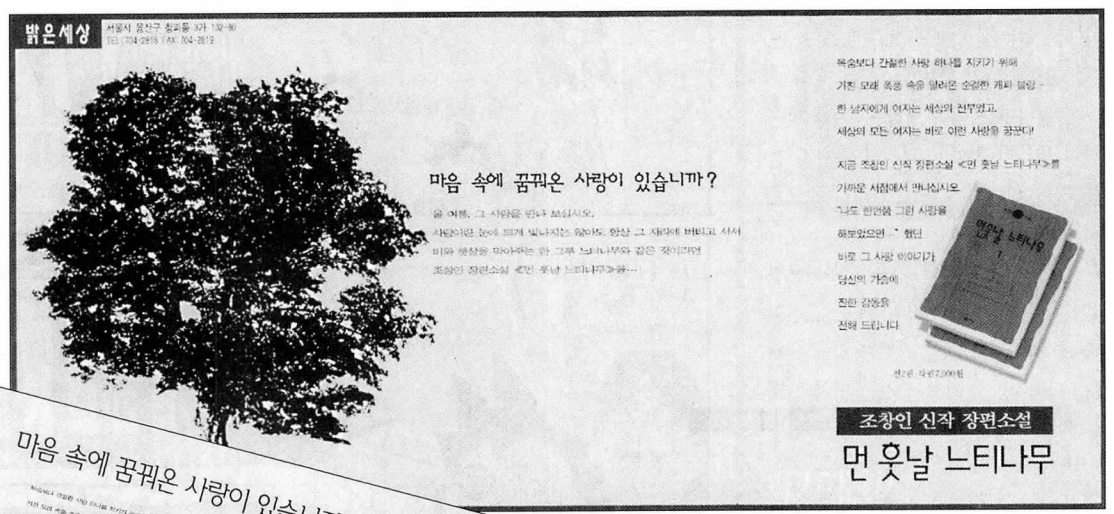
이 달의 출판광고를 돌아보면 여전히 실용서와 경제학서가 강세다. 신문사가 추천하는 책, 서점이 추천하는 책 목록에는 《IMF생존 경제학》(거름), 《SOHO가 대기업을 망하게 하는 이유》(고원), 《석달이면 목돈 쥘 수 있는 주부부업 88》(더난출판사), 《IP사업 컨설팅》(영진출판사) 등 대부분 경제관련서와 소호 등 창업·부업관련서가 강세다.

아울러 어른을 위한 동화와 우화, 소설 광고, 문학상 수상작품 등의 책들을 광고하고 있다. 이상문학상 수상작인 《아내의 상자》(문학사상사) 같은 책은 독자들의 호응과 매출고에 힘입어 꾸준히 광고를 내보내는 책이다. 광고 전단이나 다른 인쇄매체광고에 있어서는 특별히 참신한 광고는 없었지만, 여름을 앞둔 부채 광고 등의 아이디어가 돋보인다. ❖

· 여름철 홍보전략으로 아이디어가 돋보이는 한국경제신문사의 부채. 시원한 청색과 물방울 이미지를 이용해 디자인했다. 뒤편에는 한국경제사가 발행, 추천하는 화제의 책 6권의 광고를 실었다.



· 《병속에 담긴 편지》(동방미디어) 광고 전단.
〈편지〉나 〈8월의 크리스마스〉 같은 순애보 영화를 연상케하는 니콜라스 스프크스의 신작 소설로 영화화가 결정된 베스트셀러다. 3단 접지 광고인데 줄거리를 담은 본문의 활자나 배색, 레이아웃이 외면과 그다지 어울리지 않는다는 것이 아쉽다.



· 《먼 훗날 느티나무》(밝은세상) 신문 광고.
'마음속에 꿈꿔 온 사랑이 있습니까?'라는 카피로 독자를 유혹한다. 사막의 이미지를 담은 광고와 한 그루 커다란 느티나무를 담은 광고를 번갈아 게재하고 있다. (세계일보 6월 10일자)

인문
저자들

· 열린책들의 광고. '요즘 같은 때엔 …' 이라는 헤드카피로 주목을 끌고 스테디셀러인 《장미의 이름》과 《이집트 판관》을 내세워 난세를 이기는 지혜를 담았다. '절대진리의 탐구자 윌리엄, 순수한 정의의 사제 파재르가 그립다' 는 서브 카피와 빽빽한 바디 카피를 실었다. (한겨레신문 6월 10일자)

· 《일본여도》(중앙M&B)의 신문광고. 일본본토정벌사를 다룬 소설인 이 책은 '《조선왕조실록》을 찢어 버려라' 는 도발적인 카피로 호기심을 자극하고 있지만 그 내용과 핵심이 함축되어 있지 않다. 숙종 때 48인의 밀사들의 정보로 그린 일본지도를 비주얼로 썼다. (한겨레신문 6월 2일자)

· 어린이책 《엄마, 난 이 옷이 좋아요》(재미마주) 광고 전단. 책을 쓰고 그린 삽화가 권윤덕의 그림이 정감 있게 담겼다. '12달 옷이야기' 라는 부제대로 책을 열면 아이들의 옷에 얽힌 이야기가 쏟아질 것 같은 광고다. 내지는 그림책을 고르는 어른을 위해 자세한 책정보를 담았다

· 영풍문고의 책갈피. 인기만화가 박광수씨의 그림을 싣고 '손을 잡으면 마음까지 따뜻해집니다' 라는 카피를 실었다. 사회복지법인 은평천사원의 후원광고인 탓이다. 뒷편에는 영풍문고의 주소, 연락처와 함께 좋은 책을 고르는 10가지 방법이 실렸다.

· 문학동네의 모듬광고. 주제나 장르별 구분없이 신간을 모았다. 동화에서 소설·만화·계간지·까지 다양한 책들을 싣고 산만함을 줄이기 위해 상단에 국내외 사진을 횡렬로 실었다. (조선일보 5월 31일자)

· 황금가지의 신문광고. 판타지 소설 《드래곤 라자》를 부각시킨 광고다. 통신에 게재되었던 소설로 이미 어느 정도 알려진 지명도에 힘입어 광고 지면을 확보했다. 우측 하단에 실린 《이갈리아의 딸들》의 '남자들이 읽으면 이가 갈리는 소설' 이라는 재담 섞인 카피가 재미있다. (조선일보 6월 4일자)