

# 틈새 광고로 효과 노린 '홍보신문'

《들녘북뉴스》·《북》·《만화법률신문》 등 부정기 간행물로 인지도 높아

얼마 전, 청아출판사 직원들은 시청 부근을 오가는 사람들에게 뭔가 나눠준 적이 있었다. 타블로이드 판형의 그 전단을 받아가는 사람들 대개는 한번쯤 들춰봤다. 이날, 직원들이 나눠준 것은 청아출판사의 신간 《왜 벌써 절망합니까》(정문술 지음)를 홍보하는 부정기 간행물 《북》이었다. “직접 설정한 독자층을 찾아나서자는 생각이었다. 아무래도 부피가 크니까 쉽게 버리지 않고 한번쯤 들여다보거나 가방에 넣어간다.” 청아출판사 편집부 양영권씨의 말이다.

## 철저한 마케팅 전략에 따른 동기부여

부정기 간행물이 홍보물에 처음 등장한 것은 1993년 열린책들이 《북캐스트》를 내면서부터다. 제목에서부터 알 수 있듯 신간 예고지의 성격이 강한 《북캐스트》는 베르나르 베르베르라는, 당시로서는 낯선 이름의 프랑스 작가를 소개하고자 만들었다. 《북캐스트》 1호는 ‘베르베르의 《개미》를 우리나라의 독자에게 소개하고자 하는 몇 가지 이유’라는 카피를 표지에 내세웠다. 내용도 이에 부합해 책과 작가 소개에 많은 지면을 할애했다.

“먼저 마케팅의 측면에서 서점 관계자들에게 우리가 만드는 책의 내용을 소개할 필요가 있었다. 독자들의 호기심을 자극할 목적으로 빼놓을 수 없다.” 열린책들 김명준 편집장의 말처럼 《북캐스트》는 철저한 마케팅 전략에 따라 배부됐다. 《개미》의 독자층을 예상하고 대형서점과 대학가 서점에 집중적으로 배부했고 이 전략은 성공했다. 열린책들의 홍지웅 사장은 “일간지 광고 두 번하는 것보다 효과적”이라고 말할 정도. 《북캐스트》의 동기부여는 그 크기에서 나온다. 타블로이드 판형이기 때문에 원하는 사람만 가져가게 돼 있어 구매로 연결될 확률이 보통 홍보물에 비해 크다는 것이다. 열린책들의 성공 이후, 많은 출판사들이 이런 유의 부정기 간행물, 즉 신간이 나왔을 경우에 발행하는 홍보물을 제작했다. 이런 추세는 최근까지 이어져 앞서 말한 청아출판사를 비롯해 들녘·더난출판사 등이 이런 부정기 간행물을 만들었다.

부정기 간행물의 기본 목적은 신간예고에 있다. 현재 《작은 상식 큰 권리》(현동훈 지음)를 집중적으로 홍보하고 있는 더난출판

특정한 독자층에게 자신의 책이 가진 장점을 충분히 소개하고자 할 때, 부정기 간행물은 효과적이다. 마케팅 분석에 의한 철저한 독자층 설정과 쉽게 버릴 수 없게 하는 독특한 판형은 부정기 간행물의 가장 큰 특징이다.



틈새 홍보물로 효과를 노린 부정기 간행 홍보 신문들.

사 최용범 기획실장은 “시장도입기에 많은 홍보를 할 필요성을 느끼기 때문”에 《만화법률신문》이라는 부정기 간행물을 개발했다고 밝혔다. 6호째 《들녘북뉴스》를 내고 있는 들녘의 최상호 홍보과장도 “《퇴마록》(이우혁 지음)이 출간되기 전, 이 책의 장로나 작가 등 책만으로 소개할 수 없는 부분이 많아 제작하기 시작했다”고 말했다. 신간예고 기능은 출간 뒤에는 책과 관련된 정보를 지속적으로 제공하는 기능으로 바뀐다. 들녘의 경우, 독자참여란을 뒤 발간 뒤에도 독자들을 관리할 수 있는 시스템을 마련했다. 한번에 그치지 않고 계속 이어질 경우에는 작가와 책은 물론, 출판사의 이미지 역시 일정한 수준으로 끌어올리는 역할도 한다.

하지만 부정기 간행물이 발행되는 가장 큰 이유는 판매효과와 직결되기 때문이다. “독자카드를 통해 확보한 회원들을 분류한 뒤, 책의 컨셉에 따라 선별·발송한다. 서점에 들러 가져가는 경우보다 훨씬 호소력이 강하다.” 최상호 과장의 말이다. 김명준 편집장 역시 “아무래도 전단보다는 광고 냄새가 덜 나니까 두고두고 보는 경우가 많아 구매력을 한층 높인다”고 말한다. 부정기 간행물을 신문 형태로 만드는 까닭도 여기 있다. 국내의 서평·독후감·인터뷰 등을 통해 독자들에게 객관적으로 다가갈 수 있기 때문

이다. “공공성을 강조해 홍보의 느낌을 피하면서도 우리 책의 내용을 효과적으로 소개

하는 데 주력한다”고 최용범 실장은 말한다.

현장에서의 반응은 반반으로 드러난다. 대구서적 도서주문담당 황은주씨는 “책을 많이 보는 독자들의 경우에는 어느 정도 호응이 있다”고 주장한다. 반면 수원 경기서적 문학담당 장원일씨는 “예전과 달리 이전 그런 식의 홍보물에 눈길을 두지 않는다”고 말한다.

## 객관성과 가독성 위해 신문식으로 편집

하지만 일간지 광고와 홍보전단으로 양분된 기존 홍보수단이 특정한 독자층에게 자신의 책이 가진 장점을 충분히 소개하는 데는 미흡했다는 점을 고려하면, 부정기 간행물은 그 틈새 홍보물로서 제 역할을 한다. 그런 점에서 들녘 최상호 과장의 말은 깊이 새겨둘 만하다. “사실 홍보 전단과 무슨 차이가 있는냐고 말하지만, 책에 자신이 있을 경우엔 다르다. 좋은 책을 소개하고 싶으나 경로가 없을 때, 부정기 간행물은 대안이 될 수 있다.”

— 김연수 기자

## '98 올해의 좋은 책 선정

연노련 설문조사... 출판관련 전문가 171명 참여

전국언론노동조합연맹(위원장 최문순)은 '98 올해의 좋은 책 30'을 선정. 지난 16일 발표했다. ▲아동 《고구려 사람들은 왜 벽화를 그렸나요?》(전호태, 다섯수레). 《내가 처음 쓴 일기》(대구금포초등학교1학년 2반, 보리). 《오소리네 집 꽃밭》(권정생, 길벗어린이), 《아버지와 아들》(노경실, 시공사), 《엄마, 난 이웃이 좋아요》(권윤덕, 재미마주), 《하늘로 날아간 집오리》(이상권, 창작과비평사), ▲문학 《검은 사슴》(한강, 문학동네), 《그렇다면 도로 눈을 감고 가시오》(박지원, 학교재), 《봄날》(임철우, 문학과지성사), 《테오의 여행》(클레망, 동문선), ▲역사 《남·북한 역사학의 17가지 쟁점》(역사문제연구소, 역사비평사), 《삼국시대 사람들은 어떻게 살았을까》(한국역사연구회, 청년사), 《한국사 이야기》(이이화, 한길사), ▲사회과학 《공장 이어 잘 있거라》(밀크맨, 황금가지), 《빈곤의

세계화》(초스도프스키, 당대), 《세계화의 뒷》(마르틴 외, 영림카디널), 《일본, 허울뿐인 풍요》(맥코맥, 창작과비평사), 《좌파와 우파를 넘어서》(기든스, 한울), ▲자연과학 《그림으로 보는 시간의 역사》(호킹, 까치), 《도도의 노래》(콰멘, 푸른숲), 《바다를 건너는 달팽이》(권오길, 지성사), ▲인문·교양·예술 《터블어 숲 1·2》(신영복, 중앙M&B), 《사라져 가는 오지 마을을 찾아서》(이용한, 실천문학사), 《시화화 사람들은 어떻게 되었을까》(한경구 외, 숲), 《우리가 정말 알아야 할 우리 규방문화》(허동화, 현암사), 《우리 문화의 황금기 진경시대 1·2》(최원수 외, 돌베개), 《제 친구들하고 인사하실래요?》(조병준, 그린비), 《한국의 세계문화유산》(강우방 외, 학교재), 《한국인에게 문화는 있는가》(최준식, 사계절), 《희생양》(김진식, 민음사).