

출판 광고, 누가 어떻게 만드나

주로 자체 인력으로 제작, 전문 카피라이터는 드물어...

특정 독자층 겨냥한 적극적인 광고전략 요구돼

국내 출판사들의 광고는 대부분 해당도서의 담당편집자가 1차로 신문광고와 띠지 등의 광고 문구를 작성하고 편집장, 주간 등의 손을 단계적으로 거치면서 수정·보완한다. 또한 광고문에 신문기사와 비평문, 작가의 말 등을 주로

활용하는 것이 특징이다. 광고전담자가 따로 없는 출판계의 현실에 비춰볼 때 카피를 뽑아내고 광고를 조율하는 감각 있는 편집자들의 역할이 무엇보다 중요하다.

한때 《세상의 모든 딸들》(홍익출판사)의 “난 엄 마처럼 살지는 앓을 거야”라는 카피가 세간에 화제가 된 적이 있다. 덕분에 이 책은 수십만부가 팔려 나갔다. 그리고 이 구절은 유행어가 돼 장안을 휩쓸었다.

유행어를 만들어 낸 출판광고

이같은 경우의 책이 또 있다. 《세상을 보는 지혜》(동지)가 그것이다. 이 책은 “소중한 사람의 인생 앞에 놓아두고 싶은 책”이라는 한 구절로 수많은 독자들을 사로잡았다. 후속타로 나온 《여성을 위한 세상을 보는 지혜》에는 “그녀의 인생 앞에 놓아두고 싶은 책”이라는 ‘변종 카피’와 함께 “이 한권으로 당신의 마음을 전해 보십시오. 백마디 천마디 그 어떤 말보다 그녀의 마음을 감동케 할 것입니다”라는 서브카피가 있다. 이 책도 그해 베스트셀러 1위를 차지했다. 이는 인상적인 카피가 책 판매에 얼마나 많은 영향을 끼치는지 단적으로 보여준다.

그러나 국내 출판사들 중 카피라이터나 광고 전담자를 따로 두고 있는 출판사는 거의 없는 형편이다. 규모가 영세하기 때문이다. 하지만 ‘김영사’의 경우는 예외다. 1992년부터 임은실 차장이 광고업무를 전담하고 있다. 지금까지 그의 손을 거처간 책은 약 150권 정도. 그의 최근 히트작은 스티븐 코비의 《성공하는 사람들의 7가지 습관》이다. 이 책은 현재 판매부수 100만부 달성을

눈앞에 두고 있다. 최근의 출판현실을 감안한다면 말 그대로 ‘메가히트’인 셈이다.

그는 이 책을 시기별로 독자층을 달리 겨냥해 광고했다. 첫번째 단계의 카피는 “포춘지 선정 500대 기업중 200개 이상 기업이 선택한 혁신의 새로운 패러다임”이었다. 이는 직장인들을 타깃으로 삼은 경우. ‘세계적인 기업이 읽는 책이다’라는 것을 강조했다. 그리고 두번째 단계에 나온 광고에는 “모든 성공안내서와 처세술 책을 덮어라”는 카피가 실려 있다. 이 광고는 학생과 주부들에게 자기관리서로 어필할 수 있도록 만든 광고다. 뒤이어 “삼성, 현대, 대우, 선경 등 국내 대기업 전 사원 필독서 선정”이라는 카피를 단 광고가 나왔다. 우리나라 기업들에 깊숙이 파고들어 확실한 자리를 잡기 위해서였다. 그후 이 책의 판매부수는 30만부에 이르렀고, ‘7habit’이라는 신조어가 책시장에 자리잡아 갔다. 이때 나온 광고가 “우리는 이 책을 읽는 당신이 자랑스럽습니다”이다. ‘7habit 신드롬’을 계속 유지할 필요가 있었기 때문이다. 임차장은 1백만부 돌파를 기념하는 동시에 다시 한번 ‘바람을 일으키기 위한’ 새로운 광고를 준비중이다.

‘창작과비평사’ ‘문학과지성사’ ‘문학동네’ ‘해냄’과 같은 비교적 규모가 큰 출판사들도 광고대행사에 광고를 맡길 형편은 못된다. 그렇다고 광고전담자를 둘 처지도 아니다. 따라서 자체 인력으로 광고를 제작할 수밖에 없다.

이들을 포함한 대부분의 출판사들이 책의 편집담당자가 1차로 신문광고나 띠지 등의 광고 문구를 작성하고 편집장, 주간 등의 손을 단계적으로 거치면서 수정·보완하는 과정으로 광고작업이 진행된다. 또 광고문구는 주로 신문기사와 비평문, 작가의 말 등을 활용하는 것이 특징이다. 따라서 카피를 뽑아내고 광고를 조율하는 감각 있는 편집자들의 역할이 무엇보다 중요하다.

책광고에 따르는 ‘표현의 한계’

이런 점에서 볼 때 ‘열립원’의 정은숙 전주간은 주목할 만하다. 그의 광고이력은 ‘세계사’ 시절부터 시작됐다. 당시 그는 이인화의 소설 《영원한 제국》의 광고문구를 썼다. 당시의 카피가 “젊은이여 이 책을 배낭에 넣고 떠나라”였다. 하지만 이 구절은 정 전주간의 창작물이 아니다. 당시 이문열씨가 《조선일보》에 발표한 칼럼 중 한 구절을 빌려온 것이다. 이 책의 원래 카피는 “하루만에 일어난 백년 동안의 사건”이었다. 첫 카피가 나갔을 때는 반응이 신통치 않다가 “젊은이여...”로 카피를 바꾸고 난 후 불티나게 팔려나가 100만부 이상의 판매고를 기록했다.

정 전주간은 “문학서적의 경우 책제목이나 카피를 뽑기 위해 고민할 필요가 없다. 수많은 명 카피들이 본문과 책에 관한 평론, 독자서평 등에 숨어 있다. 이들을 어떻게 찾아내고 적절히 배합하느냐가 관건이다”고 말하면서 “그것을 뽑아내

출판 광고의 대부분은 담당편집자, 편집장, 주간의 순을 거쳐 제작된다. 영세한 출판사의 여건상 카피라이터나 광고 전달자를 따로 두기는 어려운 실정이다. 사진은 한 출판사의 광고제작을 위한 회의모습.



는 편집자의 감식안이 무엇보다 중요하다"고 덧붙인다. 정 전주간 역시 카피의 중요성을 잘 알고 있다. 그는 "카피가 판매에 미치는 영향을 무시할 수는 없다. 카피 그 자체 때문에 책을 사지는 않지만 마음을 움직이는 건 사실이다"고 말한다. 카피는 일종의 유인책이란 것이 그의 설명이다.

'해냄' 역시 편집담당자가 1차로 카피를 뽑는 것은 여느 출판사와 다르지 않다. 그리고 정해중 기획편집국장이 광고를 다듬는 것도 다른 출판사와 마찬가지로. 정국장은 광고의 다양한 '변주'를 강조한다. 그래야만 '제평현상'이 일어나지 않는다는 것이 그의 설명이다. 또한 그는 한국의 출판광고가 80년대의 '어법'을 답습하고 있다면서, 이제는 빠르게 바뀌는 독자들의 감각을 따라잡을 수 있는, 비주얼이 강조된 광고가 필요한 때라고 말한다.

'창작과비평사'는 '튀는' 광고를 자제하는 편이다. 김성은 문학교양팀장은 책의 품격을 되도록 훼손하지 않기 위해서라고 그 이유를 설명하면서, 창비의 광고는 독자들에게 안심하고 읽을 만하다고 알려주는 선에서 그친다고 말한다. 이는 '문학과지성사'와 '문학동네' 같은 문예출판사들의 공통된 광고성향이다.

'문학동네' 정홍수 편집장은 "평론가들의 비평이나 해설을 참조하는 경우가 많다. 책광고는 '튀는' 데 한계가 있다. 이는 책이라는 매체의 특성상 어쩔 수 없는 것이다"고 말했다.

'소비자의 언어'로 접근하는 방식 필요해

그러나 문예출판이라고 해서 반드시 엄숙하고 진지한 말로 독자들에게 말을 걸어야 하는 것만은 아니다. 대하소설 《토지》는 출판 광고의 새 장을 열었다. 구두 위에 토지가 놓여 있는 비주얼을 배경으로 "줄업 그리고 입학... 아버지는 내게 어마어마한 땅을 사주셨다 토지를 사주셨다"라는 헤드카피와 "댁의 자녀가 당신의 키만큼 자

랐다면 그에게 생각의 땅을 사주십시오. 토지를 사주십시오"라는 서브카피를 단 이 광고는 고위 공직자와 재벌의 부동산 투기가 한창 화제가 됐던 시기에 만들어졌다. 그리고 "대한민국의 영토는 한 반도와 그 부속도서 그리고 토지를 포함한다"라는 헌법의 한 조항을 응용한 광고가 뒤따랐다. 《토지》가 우리의 정신적 영토라는 사실을 암시한 문구다. 이 광고를 만들고 카피를 쓴 사람은 윤제림씨. 그는 시인이자 전문 카피라이터로, 광고대행사 오리콤에서 10년간 일했고 지금은 프리랜서로 활동하고 있다.

그는 "아직까지 우리나라 책광고의 대부분은 '이 책이 나왔으니 사 가시오'라고 알려주는 정도에 그치고 있다"고 말한다. 이는 특정한 독자층을 겨냥해 펼치는 적극적인 광고가 드물다는 얘기. 대부분의 광고들이 '조준사격'이 아닌 '지향사격'을 하고 있다는 지적이다. "독자들은 '긴 침묵 후 10년만에 펴내는 감동의 소설' 등속의 카피에 아무런 호기심을 느끼지 못한다. 그들에게는 작가가 10년만에 소설 한권을 펴냈다는 사실이 중요하지 않다. 이제는 출판관계자들도 책을 하나의 상품으로 봐야 한다. 지금까지의 '일방통행'식이 아닌 '소비자의 언어'로 접근하는 방식이 필요하다"고 말한다.

한편, 광고평론가 김홍탁씨는 "지금까지 특별히 눈에 띄는 책광고는 보지 못했다. 이는 아마도 다른 상품과 차별되는 책만의 고유한 특징 때문일 것이다. 그리고 아직까지는 영화광고처럼 전문가들의 비평이나 신문기사를 활용하는 것이 유효하다고 할 수 있다. 그러나 이제는 독자에게 강하게 다가갈 수 있는 좀더 적극적인 시도가 필요한 때"라고 말했다. - 최갑수 기자