

비주얼한 편집에 읽을거리 풍성한 홍보지들

자사의 신간소개 넘어 다양한 기획으로 꾸며

출판사들이 퍼내는 홍보지들이 다양해지고 있다. 신간소개를 주내용으로 하고 전단이나 카탈로그, 팸플릿 형태이던 출판사들의 홍보물이 최근 들어 일정한 책자형태를 띠면서 정기적으로 간행되고 있으며, 내용 또한 자사의 신간 소개를 넘어서 다양한 읽을거리를 제공하고 있어 독자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

흥미로운 읽을 거리 제공

현재 꾸준히 나오고 있는 홍보지로는 《창비문화》(창작과비평사), 《파피루스》(민음사)나 발간 계획중인 《김영사외보》처럼 자사 책의 범위를 넘어서 의미 있는 신간들을 포괄적으로 소개하고 있는 것과 《리브로》(한길사) 《문학동네 소식》(문학동네) 《푸른숲 맑은글》(푸른숲) 《나의 정신세계》(정신세계사)처럼 자사 책을 다양한 형식으로 소개하는 경우가 대별된다.

창작과비평사의 《창비문화》는 자사의 홍보지를 뛰어넘는 다양한 기획으로 잡지적 요소가 돋보이는 책이다. 격월간으로 발간되는데 95년 1월 첫호를 발간한 이후 현재 96년 1·2월호까지 통권 7호가 발간되었으며 3·4월호가 곧 발간될 예정이다.

창작과비평사 창립 30주년 기념 특집호로 마련된 96년 1·2월호에는 ‘창비 30년 그 어제와 오늘’이라는 특집 기획을 마련했다. ‘세계의 고전’과 ‘문화산책’ ‘내 마음 속의 그림’ ‘영화세상’ 등 다양한 장르의 문화읽기와 우리나라 고전을 안내하는 ‘우리 문학

의 향기’ 등 읽을거리가 많다. 서평난도 마련하고 있는데, 대상이 되는 책 중 1권만 자사의 책으로 하고 나머지는 다른 출판사에서 낸 책으로 안내하는 등 객관성을 유지하기 위해 애쓴 흔적이 엿보인다. 《창비문화》의 편집을 담당하고 있는 구은영씨는 “계간지 《창작과비평》이 주는 다소 무겁고 엄숙한 분위기에서 벗어나 보다 자유롭고 흥미로운 이미지를 심어줄 수 있는 기획을 하려고 애쓴다”고 밝힌다.

《창비문화》는 1호당 대개 3만부에서 많이는 5만부까지 찍는다. 비매품으로 하면 책이 너무 홀대받을 것 같아 정가 500원을 붙여놓고 있고 실제로 《창비문화》만 정기구독하는 독자도 있다. 우송하고 남은 책은 서점에 비치해둔다.

월간으로 발간되는 민음사의 《파피루스》는 95년 4월부터 12월까지 9호가 나왔는데 올 컬러 인쇄에 “젊은 세대를 위한 문화저널”을 표방, 다양한 내용을 담는다. ‘세기말 문화의 마지막 대용’ ‘에로티즘과 20세기’ 등 문화현상을 이해하는 데 필수적이고도 핵심적인 주제를 다각적으로 살핀 ‘특집 기획’ ‘난을 비롯, ‘세계의 새로운 문학’ ‘작가와와의 만남’ 등 다양한 기획으로 독자들의 관심을 끈다. 서평난도 마련하고 있는데, 자사의 책뿐만 아니라 다른 출판사의 책도 아울러 서평대상으로 올리고 있어 고급 서평지로서의 기능도 담당하려 한 편집진의 의도를 읽을 수 있게 한다.

호당 2만부 정도 인쇄, 전량을 서점에 비

참신한 기획과 세련된 편집으로

단순한 신간 안내서의 성격을

뛰어넘은 사외보 형식의 홍보지들이

독자들에게 읽을거리를

제공하고 있다. 이들 자사 홍보지는

값비싼 광고에 의존하기보다

출판사가 독자와의 직접적인

교감의 장을 마련하고

판매효과도 높인다는 점에서

호응이 많다.

치하여 배포했는데, 출판사의 이미지 홍보에는 효과가 있었지만 제작비 부담이 너무 크다는 자체평가 결과, 제작단가를 낮추는 방향으로 변화를 모색하고 있다.

독자 호응 높아

한편 김영사도 다양한 기획과 참신한 편집으로 단순한 신간 홍보지의 성격을 뛰어넘는 사외보를 준비중이다. 얼마전 펴냈던 《김영사외보》 준비호는 김영사가 만들어내고자 하는 홍보지의 성격을 짐작하게 하는데 비주얼한 편집과 과감한 색채로 눈길을 끌 뿐 아니라 포트, 작가 인터뷰, 최근 가요계 동향, ‘최고의 책 최악의 책’ 등 흥미로운 내용들을 담고 있다. 김영사 편집부는 “다양한 형식의 준비호를 발간해, 각계 의

견을 수렴한 후 특색있고 새로운 형태의 홍보지를 발간”할 계획이라고 밝혔다.

한길사의 《리브로》는 인문주의를 지향하는 출판사의 이미지에 맞추어 독자들에게 인문학의 고급한 정보와 책을 소개하는 ‘고급 독서안내지’의 성격을 추구한다. 출판사 소식과 신간소개를 중심으로 했던 부정기간행물 《한길독서가족》(통권 23호까지 발간)을 성격과 이름을 바꾸고 판형을 키우고 편집체제를 바꾸어 펴낸 《리브로》는 격월간으로 95년 11월 첫호를 냈고 이어 96년 1·2월호까지 총 2호가 나왔다. 국제공용어인 에스페란토어로 ‘책’을 의미하는 《리브로》의 주요 내용은 ‘학문의 동향’ ‘고전의 세계’ ‘사람과 사상’ 등으로 고급한 독서를 위한 안내역할을 자임한다. 최근호에는 특집 ‘이제 우리는 고전으로 돌아간다’를 기획, ‘전문가가 뽑은 나의 고전 10선’ 등 알찬 내용을 수록했다. 평균 2만부 인쇄해 고정독자 5~6천명에게는 무료로 우송하고 대형서점과 지방서점 등에 비치한다. 독자들의 반응이 좋아 서점에서 금방 동난다.

《푸른숲 맑은글》은 도서출판 푸른숲이 내는 홍보지다. 94년 봄호를 첫호로 낸 후 계간으로 현재 통권 8호까지 나왔다. 내용은 푸른숲이 내는 책을 범위로 하되 신간홍보에만 그치는 것이 아니라 출판이나 서점가 이야기, 작가들에 관련된 정보 등 읽을거리를 제공한다. 호당 2만~2만5천 정도 판매량을 회원독자들에게 우송한다. 여차피 회원독자를 위한 서비스 차원에서 만든 것

국내최초의 종합출판정보 서비스

출판정보 월간지

■ 구독료 안내(주1회 발행)

6개월 구독시 ▶ 12만원
12개월 구독시 ▶ 20만원

■ 담당 : 김혜경

연락처 : TEL. (02) 271-0494
FAX. (02) 271-0495

출판정보의 서비스가 새롭게 시작됩니다

「출판정보」에서는 약500여종의 일간지에 실린 출판관련 기사를 각 회원사별로 발췌·정리하여 팩스로 제공하는 특별서비스를 실시합니다.

- 1 팩스서비스는 1996년 1월 15일부터 시작합니다.
- 2 중앙일간지 17개와 지방일간지 31개에 실린 모든 기사(신간소개, 작가관련내용, 출판인 및 출판사홍보, 독후감과 서평 등)를 제공합니다.
- 3 신청회원사에 한하여 무료로 제공합니다. (신청은 전화 또는 팩스를 이용해 주십시오.)

새로운 출판시장에 공략하기 위한 출판인들의 필독도서로 읽고 있는 「출판정보」는 출판정보종합매체로서 50개의 일간지와 해외 주요 국 저널의 출판관련기사와 광고, 정책자료, 조사자료 등 발간정보와 기료도 폭넓게 제공하는 무궁무진한 정보의 광맥입니다.

발간형식 : 주1회(매주 금요일) 판형 및 분량 : 4·6배판 약 180여쪽 발송방법 : 우편발송

◆ 궁금하신 분은 지금 연락하여 주십시오. 무료로 1권을 보내 드립니다.



다양한 기획으로 풍부한 읽을거리를 싣고 있는 출판사의 홍보지들.

이기도 하거나 서점에 내놓는 것이 그다지 홍보효과가 없다는 판단 때문이다. 제작비도 많이 들지만 우수료도 만만치 않아 판형을 조절할 계획이다.

문학동네의 《문학동네소식》도 읽을거리가 많은 홍보지로 꼽힌다. 지난해 봄 창간호를 낸 후 계간으로 발간, 현재 통권 4호까지 나왔다. 신간 홍보에 주력하되 다양한 필자를 개발, 읽는 재미를 높인 글들을 많이 수록한 것이 특징. ‘편집자가 선정한 올해의 책’ 같은 굵직한 특집을 마련, 관심을 모았고 ‘선배작가와 만남’이라거나 ‘이작가를 말한다’ 등의 작가관련 글과 에세이로 풀어쓴 책이야기도 인기가 높다. 3만부 정도 찍어서 전량 고정독자에게 우송하는데, 제작비가 만만치 않지만 신문 광고보다 효과가 더 크다는 편집진의 평가다.

명상서적이거나 수행관련 서적을 전문으로

하는 정신세계사의 《나의 정신세계》는 부피는 그다지 크지 않지만 이 분야에 관심을 가진 독자들에게는 알찬 정보지로 기능한다. 92년 1월에 첫호를 발간, 계간으로 현재 통권 13호를 발간했다. 신간소개와 아울러 수행 관련 모임이나 프로그램 소개, 관련용어 해설, 큰 스승들의 행적 등을 소개하는 것이 주요 내용이다. 1년에 2000원의 회비를 낸 정기독자에게 우송하는데 정신세계사 책방에 가면 언제든 최근호를 구할 수 있다.

출판사의 얼굴인 홍보지

출판사들이 퍼내는 홍보지들이 일정한 수준을 지닌 읽을거리로 속속 등장하게 된 데 대해, 민음사 편집부의 장은수씨는 “일간지 출판 지면이 상대적으로 줄었고 영상매체의 급속한 보급과 영향력의 확대로 인쇄매체나

책에 대한 사람들의 관심이 줄었다. 따라서 출판사들이 비싼 광고가 아니면 독자들이 알아서 찾아주기를 기다리기만 하던 종래의 태도에서 벗어나 책에 대한 관심을 환기시키기 위한 적극적인 전략을 모색해야 하는 시기가 됐다”고 분석한다. 이러한 배경으로 하나 둘씩 선보이기 시작한 홍보지들이 거두는 효과는 생각보다 크다는 평가다.

문학동네의 김정순 편집장은 “홍보지를 받아본 독자들로부터 고맙다는 말을 많이 듣는다. 홍보지가 출판사의 이미지를 알리는데도 효과가 크고 책 판매부수에도 영향을 미쳐 값비싼 일간지 광고보다 실질적인 효과는 더 있는 것 같다”고 밝힌다. 이밖에도 출판사와 독자가 직접적인 교감을 나눠 일정한 구속력을 발휘해 독자관리의 역할도 해주는가 하면, 다양한 기획을 통해 필자를 개발하고 이것이 이후의 단행본 작업과도

연결될 수 있는 반사이익도 제공한다는 평가이다.

그러나 이런 효과에도 불구하고 최근 들어 몇몇 홍보지들이 과중한 제작비 등을 이유로 발간을 중단하거나 준비호만 낸 채 발간계획을 재고하고 있는 현상은 홍보지 발간이 쉬운 일만은 아님을 보여준다.

각 출판사의 홍보지 담당자들이 공통적으로 털어놓는 어려움은 애써서 기획하고 만든 홍보지들이 서점에 가서 찬밥신세로 방치되어 있다가 출판사로 되돌아오거나, 우수홍보지가 회송되어 독자들에게 전달되지 못하는 경우가 많다는 점이다. 서점이나 일반 독자들의 홍보지에 대한 인식부족이 안타깝다고 말한다. 이밖에도 출판사마다 사정이 다르기는 하지만 홍보지를 전달할 인력이 부족하다는 점도 문제로 꼽힌다.

결국, 잘 만들어진 홍보지가 활발하게 출간되기 위해서는 출판사나 일반인 모두 홍보지에 대한 인식이 높아져야 한다는 결론이다.

홍보지는 그 출판사의 얼굴이다. 출판사마다의 특색과 개성이 살아 있고 흥미로운 읽을거리가 넘쳐 혼자보기 아까운 홍보지들을 많이 만날 수 있는 것은 독자들에게는 기분좋은 일이 아닐 수 없다.

반듯하고 수준있는 홍보지들이 많이 나와 독자들을 책으로 이끄는 유쾌한 안내자의 역할을 충실히 수행해주기를 기대한다. 그것이 우리 출판시장의 활기와 연결될 수도 있기 때문이다.

—박남정 기자

세계의 신문·잡지

주요 취급 간행물

- 미 국: NEW YORK TIMES / WALL STREET JOURNAL
WASHINGTON POST / PEOPLE WEEKLY / GQ
TIME / NEWSWEEK / FORBES / BILLBOARD
GOLF DIGEST / ELLE / VOGUE / MADEMOISELLE
HOUSE BEAUTIFUL / SPORTS ILLUSTRATED
COMPUTER GAMING WORLD / AMERICAN PHOTO 외
- 독 일: FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG / DIE WELT
DIE ZEIT / WELT AM SONNTAG / HANDLSBLATT
SPIEGEL / STERN / FOCUS / WIRTSCHAFTS WOCHEN
MANAGER MAGAZIN / COLOR PHOTO / BRIGITTE 외
- 프 랑 스: LE MONDE / LE FIGARO / L'EXPRESS / LE POINT
LE NOUVEL OBSERVATEUR / ELLE / VOGUE / BIBA
DEPECHE MODE / MARIE CLAIRE / L'OFFICIEL
MAGAZINE LITTERAIRE / SELECTION 외
- 이 태 리: MODA / EMPORIO ARMANI
그 리 스: NEXT FASHION / FASHION LINE

지구촌 정보를
가장
빠르게 !!



SINCE 1963
韓國出版貿易(株)
Korea Overseas Publications Inc.

정기 구독 안내

- 매일 항공편 직수입체제로 보내드립니다.
- 가격이 인상되어도 주문시 가격으로 구독 하시게 됩니다.
- HiTEL에서 GO kop하시면 유용한 자료를 매일 보실 수 있습니다.
- 문의 즉시 「세계의 신문·잡지」 책자를 보내드리겠습니다.
- HiTEL 주문 : Go kop
- 전화 주문 : (02) 735 - 5401 / 3
- FAX 주문 : (02) 736 - 3463, 735 - 5404
- 우편 주문 : 서울시 종로구 신문로2가 1-160