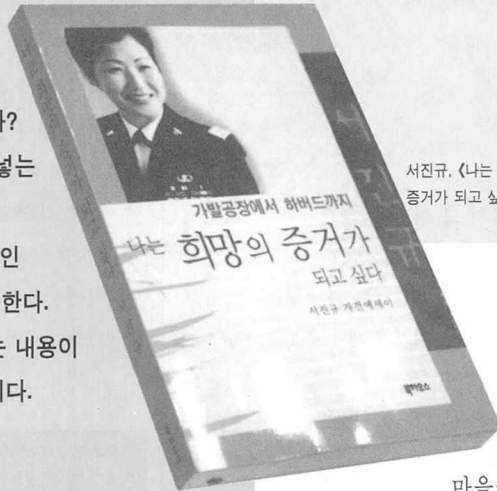


강력한 이미지를 각인시켜야 한다

《나는 희망의 증거가 되고 싶다》와 《나는 길들여지지 않는다》의 예

한기호 | 한국출판마케팅연구소 소장

오늘날 출판이란 행위는 무엇인가?
그것은 바로 종이에 생명을 불어넣는
행위일 것이다. 책의 생명이 한껏
살아나려면 독자들로부터 직접적인
확실한 반응을 얻어낼 수 있어야 한다.
확실한 반응을 얻어내기 위해서는 내용이
좋아야 한다는 것은 '필요조건'이다.



서진규, 《나는 희망의 증거가 되고 싶다》, 북하우스

“저자와 테마와 내용은 출판물의 삼위일체의 가치이다. 이 가치야말로 독자가 추구하는 것으로 그것을 만들어 독자에게 정확하게 전달하는 것이 독자와의 만남을 촉진하는 가장 중요한 것”(일본서적출판협회, 《출판판매》)이지만 그렇다고 내용만으로 충분조건까지 갖출 수 있는 것은 아니다.

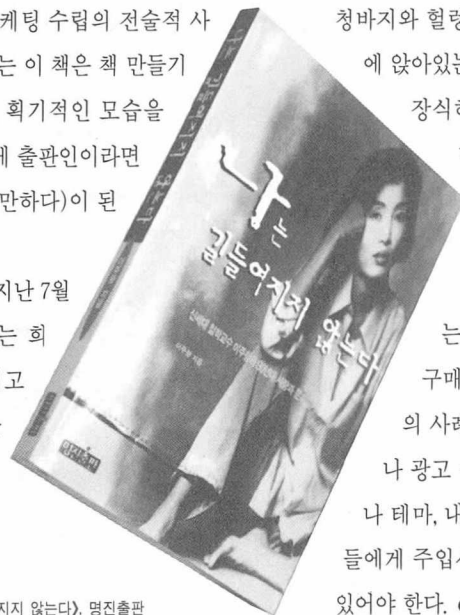
“제품만 좋으면 마케팅전쟁에서 결국은 승리하고야 말 것이라고 흔히들 생각”하는 것은 “언젠가는 진실이 밝혀질 것이라고 가정”하기 때문이지만 “우리가 경계해야 할 것은 바로 이같은 ‘합리성의 편견’이다. 고객에게 어떤 제품이 가치 있으리라고 생각하는 것은 기업이 판단하는 합리성에 근거하는 것이기 때문에 고객의 합리성과 반드시 일치하는 것은 아니다.”

따라서 “소비자의 행동에 조그만 변화를 유도함으로써 전체 시장의 구도를 변화시킬 수 있다”는 “전술적 사고”를 할 수 있어야 한다. 이러한 사고를 할 수 있는 사람은 ‘한 권의 책’이 갖는 독특한 이미지를 독자들에게 강하게 각인(刻印)시켜 책의 구매를 촉진시킬 수 있다. 경쟁이 격화된 오늘날의 마케팅에서 시장이란 바로 잠재 고객(독자)의 마음속이라고 해도 과언이 아니다.

이 마음을 움직이기란 쉬운 일이 아니다. 이

마음을 움직이게 하기 위해서 ‘상품’을 파는 것이 아니라 한 권의 책이 갖는 ‘강력한 이미지’(저자, 테마, 내용 중의 어느 하나라도)를 독자에게 전달하는 것이라는 전술적 접근을 할 수 있어야 한다. 이때 “이미지는 논리성과 경제성에 의거해 형성된 다기보다는 소비자들의 심리에 좌우되기 때문에, 기업이 원하는 방향에 따라 인위적으로 만들어가기는 쉽지 않다. 그러므로 잘 형성된 이미지가야말로 경쟁자가 가장 흉내내기 힘든 차별성”(이상 인용은 홍성태, 《보이지 않는 뿌리》, 박영사. 마케팅 수법의 전술적 사고를 다루고 있는 이 책은 책 만들기의 방식에서도 획기적인 모습을 보여주기 때문에 출판인이라면 누구나 읽어볼 만하다)이 된다.

북하우스가 지난 7월 초에 펴낸 《나는 희망의 증거가 되고 싶다》는 가난한 옛장수의 딸로 태어나



이주향, 《나는 길들여지지 않는다》, 명진출판

많이도 울었던 어린 시절을 보낸 저자 서진규가 여고를 졸업한 다음 가발공장 여공, 골프장 식당 종업원 등으로 일하다가 단돈 1백 달러를 들고 식모살이하러 간 미국에서 남편의 폭행을 피해 입대한 미 육군에서 소령의 계급까지 올랐지만 공부를 위해 자진 전역한 뒤, 하버드 대학에서 석사과정을 마친 다음 현재 박사학위 논문계획서를 제출하기까지의 인생역정을 담담히 써낸 자전적 에세이다.

이 책은 초판을 5만 권이나 발행할 정도로 기대가 컸다. 이미 KBS ‘일요스페셜’(99년 5월9일)에 《가발공장에서 하버드까지》라는 제목으로 방영돼 ‘희망’을 잃지 않고 살아온 그의 일생이 감동적으로 독자들에게 인식된 바 있었기 때문이다. 이 책 초판의 표지와 광고, 선전물 등에는 모두 저자의 평범한 사진을 활용했으나 초기 반응이 기대에 크게 못 미치자 곧 발행한 2쇄(5만부)와 광고에는 미 육군 소령의 제복을 입은 저자의 사진으로 교체했다. 이러한 전략은 잠재독자들의 마음속에 저자의 가장 ‘강력한 이미지’를 심어줌으로써 기억을 확실하게 하고 장차의 구매를 이끌어내기 위한 전략이다. 어떤 한 이미지를 강하게 키우기 위해서는 나머지 이미지를 과감히 죽이는 것은 디자인에서도 상용하는 방법이다. 이 책은 결국 최근 전체 종합베스트셀러 1위에 올랐다.

명진출판이 96년에 “신세대 철학교수 이주향의 90년대 사랑과 문화회기”라는 부제를 붙여 출간한 《나는 길들여지지 않는다》의 표지에는 청바지와 헐렁한 남방셔츠를 입고 맨발로 바닥에 앉아있는 저자의 사진이 표지의 반 크기로 장식하고 있다. 이 저자의 사진은 너무나 멋지고 당당해 보인다는 평가를 받았으며 출간 즉시 큰 반응을 일으키는 촉발제가 됐다.

책이 갖고 있는 긍정적 이미지는 독자에게 ‘감정적’으로 상품을 구매하도록 만들기도 한다. 따라서 위의 사례에서 보듯 출판기업은 책 만들거나 광고·홍보 등의 프로모션을 통해 저자나 테마, 내용에 대한 강력한 이미지를 독자들에게 주입시킴으로서 판매를 극대화시킬 수 있어야 한다. ●