

대중심리를 제대로 읽어야 한다

《공부가 가장 쉬웠어요》와 《나이드 몰라요, 학벌도 몰라요》의 예

한기호 · 한국출판마케팅연구소 소장

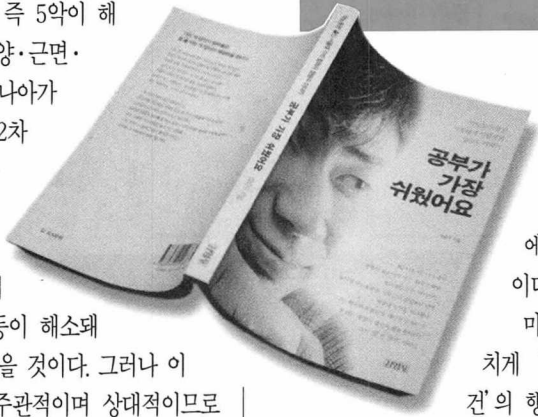
독자(소비자)들은 책(상품)에서 무엇을 얻으려 하는가? 바로 희망·꿈·행복 같은 것이 아닐까? '사회보장론'으로 유명한 비버리지는 사회복지실현의 필요성이 있는 1차적 불행의 요인으로 질병·빈곤·무지·게으름·불결 등을 들었다. 이러한 다섯 가지 불행의 조건, 즉 5악이 해소돼 건강·부·교양·근면·

청결이 실현되고 나아가 눈에 보이지 않는 2차적 불행요인인 불안·결핍, 불안·초조, 고독·반목, 권태·허탈, 구속·부자유 등이 해소돼야 행복해질 수 있을 것이다. 그러나 이러한 불행요인은 주관적이며 상대적이므로 파악하기가 쉽지 않다.

그러므로 이같은 주체적 조건은 제외하고 다음과 같은 객관적 조건으로 행복을 정의하기도 한다. 가족이 죽지 않고 살아 있을 것, 질병에 걸리지 않을 것, 배고픔에 시달리지 않을 것(이상 생존을 위한 필요조건), 안정적인 직장이 있어 수입이 증대될 것, 근대 문명의 혜택을 누릴 수 있을 것, 정치적 압제가 없이 자유로울 것(이상 근대인으로서 생계를 유지하기 위한 필요조건), 문화적 세련도가 높고 개성적인 취미를 살릴 수 있을 것, 성취감을 얻을 수 있는 일을 할 것, 남을 위해 도움이 되는 역할을 수행할 것(이상 보다 나은 인생을 위한 필요조건) 등이다.(김원수, 《인간육구와 신상품개발》, 경문사)

책(상품)을 기획하는 사람은 이같은 인간의 욕구를 염두에 두어야 할 것이다. 출판시장에서도 '생존을 위한 필요조건'을 충족시키는 책들이 대형 베스트셀러가 되는 경우가 많았다. 전날 TV에서 저자가 1시간 동안 체질에 따른 건강법을 설명한 책 《체질을 알면 건강이 보인다》(이명복)를 사기 위해 교보문고가 서터를 올리기도 전에 줄을 선 것은 단적인 예이다. '근대인으로서 생계를 유지하기 위한 필요조건'을 충족시키는 책들도 시장이 보장되는 경우가 많다. 그러나 '보다 나은 인생을 위한 필요조건'을 충족시키는 책들은 매우 특수한 경우를 제외

책을 만드는 사람은 인간의 욕구를 염두에 두어야 할 것이다. 출판시장에서도 '생존을 위한 필요조건'을 충족시키는 책들이 대형 베스트셀러가 되는 경우가 많았다. 독자들이 책 읽는 이유를 모르고서는 결코 큰 시장을 찾아낼 수 없다.



하고는 그야말로 다품종 소량생산 체제에 적절할 것이다.

마케터가 지나치게 '주체적인 조건'의 행복에 치우치게 될 때 시장성의 포인트를 놓치기 쉽다. 김영사는 98년 8월 "19살의 고졸 벤처기업 사장 '컴퓨터 천재' 이상협 이야기"인 《나이드 몰라요, 학벌도 몰라요》를 펴냈다. 이 책이 나온 후 "서울대요? 거기 나오면 세계 최고되니까?"란 헤드카피를 단 광고가 여러 매체에 게재됐다. "과기대 특례입학 자격을 따내고도 엉뚱하게 회사를 차린 컴퓨터광. 서울대 졸업장보다 일에서 세계 최고가 되는 게 더 중요하다는 당당한 학력파괴범. 신(新)인간 이상협의 거꾸로 사는 이야기"는 분명 우리에게 신선하게 다가왔다.

컴퓨터의 황제로 불리는 빌 게이츠 마이크로소프트사 회장도 국가장학생으로 하버드대를 골라서 입학했지만, 자기가 좋아하는 컴퓨터 소프트웨어를 본격적으로 개발하기 위해 하버드를 그만두고 어린 나이에 창업해 세계에서 가장 성공한 기업으로 키워냈다. 어쩌면 '한국의 빌 게이츠'를 꿈꾸며 보통 사람의 상식을 뛰어넘는, '세상의 흐름'을 거스르며 '거꾸로 사는' 이상협의 이야기가 대중들의 관심을 끌 만했다. 그러나 여러 출판사에서 관심을 갖고 저자에게 접근할 정도로 기대를 한 테마였음에도 불구하고 지금까지 총제작부수는 1만5천부에 그쳤다.

같은 출판사에서 96년에 펴낸 "막노동꾼 출신 서울대 수석합격자 장승수 이야기"인

《공부가 가장 쉬웠어요》는 그해 여름 대형서점 종합베스트셀러 1위에 상당 기간 오르며 모두 55만부나 판매되었다. 대중들은 "서울대생은 누구라도 될 수 있다! 장승수식 학습방법"이란 광고 카피에 빠져들어 책을 재빠르게 구매했다. '4패 1KO승'을 이기고 세상에 살아남은 《공부가 가장 쉬웠어요》라는 제목은 학생독자들의 심리를 거스를 수 있는 제목임에도 전혀 거부감이 없었다. 정상적인 환경에서 자란 사람이 아니라 포크레인 주수, 오락실 홀맨, 신문배달, 가스·물수건 배달, 택시기사, 공사장 막노동꾼 등 여러 직업을 전전하던 사람이 '공부가 가장 쉬웠어요'라고 한 것은 오히려 자녀를 둔 학부모들이 자식에게 권하고 싶도록 유도했을 것이다.

학부모들은 이상협의 '주관적 행복'에 심정적 동조를 충분히 했을지는 모르지만 그런 '행복'을 내 자식에게만은 결코 권하고 싶지 않았을 것이다. 96년 추석, 온 가족이 마주앉아 TV를 보면서 장승수의 이야기를 접하고는 곧바로 서점으로 달려갔을 그들도 막상 이상협의 이야기는 자기 자식에게 숨기고 싶었는지 모른다. 이런 점에서 제목 《나이드 몰라요, 학벌도 몰라요》는 너무 거부감이 컸다. 차라리 마지막까지 고려되었던 제목 《따라가지 말고 길을 만들어라》를 선택했다면 판매에서는 보다 나은 결과가 나오지 않았을까?

《당신은 나의 선생님이 될 수 없어요》(정명훈)의 경우도 이와 비슷하다. 초등학교 4학년까지 외국에서 공부한 적이 있는 저자

가 고등학교를 중퇴한 다음 학교교육의 문제점에 대한 책을 썼다. 이 책을 펴낸 프리미엄북스는 "학교가 싫어요. 선생님이 무서워요"란 카피를 활용해 일간지에 5단통으로 광고했다. 그러나 광고의 주목율(항의전화를 많이 받는 등)은 높았지만 서점에서의 책 판매는 아주 저조했다.

독일이 통일된 뒤 구동독에서 최초로 베스트셀러가 된 책은 《천가지 합법적으로 탈세하는 법》이었다. 지극히 '객관적 조건'에서 행복을 추구하는 대중들의 심리를 적나라하게 반영한 것이 아닌가? 《7막7장》(홍정욱), 《당신의 자녀가 흔들리고 있다》(이성호), 《초학습법》(노구치 유키오), 《만만 자라는 아이들》(박혜란)이 이미 수십만부 이상의 판매를 기록했다. 또 창작시대에서 펴낸 "과외도 학원도 한번 다니지 않은 환경미화원 아들 경진의 서울 법대 합격기"인 《아버지가 사는 이유, 내가 공부하는 이유》도 최근 상승세를 타고 있다. 우리 시장은 '체제외'에서 지내던 사람이 주경야독을 하여 '체제내'로 편입된 이야기는 큰 호응을 받지만 반대인 경우는 쉽게 외면받는 특성이 있다.

독자들이 책을 읽는 이유를 모르고서야 결코 큰 시장을 찾아낼 수 없다. '주체적 행복'은 저지 행색으로 다리 밑에서 노숙한다 해도 이루어질 수 있는 것이지만 그들

을 믿고 책을 펴낼 수는 없지 않은가? 독서시장이 가장 많이 교란하는 독자들은 중·고생 독자들이다. 그들이 어디로 될지 몰라 전전긍긍하는 출판사들이 많지만 그들을 대상으로 확실한 마케팅을 하고 있는 곳도 있다. 그런 사례는 영화시장에서 더 많이 찾을 수 있다. 오늘날 출판시장에서도 대중의 심리를 제대로 읽어낼 수 있는 마케터가 승리가 될 수 있을 것이다. ◆

