

# 얼굴 보니까 사고 싶네

## 미디어 홍보보다 효과적인 작가와의 만남 클린턴도 《My Life》 홍보 위해 19개 지역 방문

글\_허선

미국 출판시장의 메이저 홍보 전략으로 투어 프로그램이 있다. 이는 말 그대로 책과 저자가 함께 투어를 통해 책을 홍보하는 일이다. 여기에는 대형출판사, 일반 출판사들은 물론 소규모 독립출판사들이 그들의 신간책을 대형 체인서점이나 유명 서점을 통해 독자들에게 알리는 북투어 프로그램, 지역작가들의 창작의욕을 고취시키고 문화적 풍토를 만들기 위해 도서관이 주최가 되어 작가들이 그들의 책을 홍보할 수 있도록 진행되는 도서관 투어 프로그램, 그리고 주로 학생들을 대상으로 교육적인 의미에서 이루어지는 학교방문 투어 프로그램 등이 있다. 이러한 여러 종류의 책 관련 투어 프로그램은 입에서 입으로 번지는 효과뿐 아니라 저자를 직접 만날 수 있다는 친근감에서 출판물의 홍보에서 빠질 수 없는 주요 전략으로 꼽히고 있다.

### ✦ 북투어

북투어는 일반적으로 책을 출판한 출판사가 스폰서가 되고 PR 에이전시들에 의해 투어 스케줄과 투어에 관련된 언론 홍보가 이루어진다. 투어의 가장 큰 목적은 저자 본인이 책의 홍보 인사가 되어 전국을 누비며 자신의 책을 알리고 판매하는 것에 있다. 주로 반스앤노블, 보더스 등 대형 체인서점들과 전통적으로 역사가 있는 서점 또는 규모는 작으나 특징이 있는 서점을 중심으로 열리는데 작가의 유명세에 따라 투어의 기간과 장소가 다양하다. 경비가 넉넉지 않은 소규모 출판사의 경우는 출판사나 저자가

직접 서점에 연락함으로써 투어 스케줄을 짜는 경우도 많다.

《나의 인생 My Life》의 저자 클린턴 전 대통령은 자신의 책을 홍보하기 위해서 책이 출간되자마자 한 달이 넘는 기간 동안 열아홉 지역을 방문했다. 그는 뉴욕 5번가의 반스앤노블과 할렘의 휴먼 서점에서 시작하여 서부는 물론 그의 고향인 알칸소와 워싱턴주를 누볐다.

반면 《아마추어를 위한 여행가이드》의 저자 진네트 벨리는 PR 에이전시 없이 작가본인이 직접 북투어 스케줄을 마련했다. 그녀는 먼저 자신의 책과 성격이 비슷한 독립서점들에 자신의 책과 소개글을 보내고 직접 전화해 연락을 취했다. 그 결과 시애틀, 샌프란시스코, 산타 바바라 지역에 있는 여덟 곳 서점에서 북투어 스케줄을 마련할 수 있었다. 비록 판매된 서적수는 23권밖에 안됐지만 그녀는 북투어를 통해 여행잡지 프리랜서 기자로 활동할 수 있게 되었고, 여행사관계자들을 통해 크루즈 가이드를 맡았다. 게다가 투어 직후에는 여러 오프라인 서점은 물론 아마존닷컴으로부터 1,500권의 책주문을 받았다고 한다.



1 《My Life》 홍보 북투어에서 여성 독자들과 포즈를 취하고 있는 빌 클린턴.

2 빌 클린턴의 《My Life》 북투어 이벤트를 홍보하고 있는 한 웹사이트.

### ● 이 글을 쓴 허선은

서강대학교 언론대학원에서 출판을 전공했고 2003년 미국에서 PMA Publishing university 과정을 수료했다. 논문으로 <도서 및 저작권의 수출입에 관한 연구> 등이 있다. 평화출판사와 진선출판사에서 근무했으며 현재 미국출판마케팅협회 회원으로 서울 삼청동 길 입구에서 갤러리 진선www.galleryjinsun.com을 운영하고 있다.

### ✦ 도서관 투어

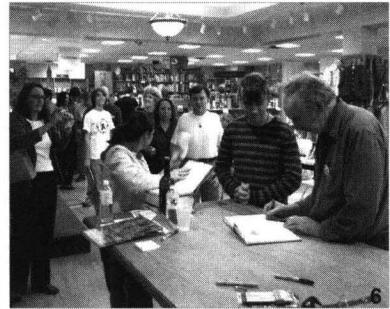
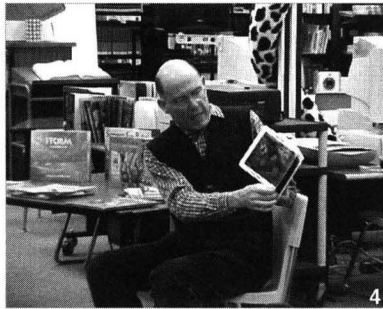
도서관 투어는 보통 지역출신 작가의 창작의욕을 고취시키고 지역주민들에게 많은 정보를 전달하고자 각 지역의 도서관에서 열리는 프로그램이다. 이는 출판사 위주로 이루어지는 북투



3 학교의 북투어에서 재미있는 표정으로 자신의 그림을 설명하고 있는 일러스트레이터 Ruth Ohi의 기사가 지역신문 1면을 장식했다.

4, 5 학교에 찾아가 자신의 그림을 설명하고 있는 한 일러스트레이터. 작가방문 투어를 준비하기 위해 학생수의 3분의 2 가량이 책을 주문한다.

6 서점에서 자신의 책에 사인을 해주고 있는 작가.



어와 달리 보통 작가들이 직접 도서관과 연락해서 투어 일정을 짜는 것이 일반화되어 있다.

이로 인해 유명 작가들보다는 주로 지역작가들에게 중점을 두고 있어, 독립출판사들이나 자가출판을 하는 작가들에게 큰 힘이 되고 있다. 또한 일반적으로 도서관들은 자신들의 열리는 행사 홍보에 대해 누구보다도 앞장서기 때문에 도서관 홈페이지는 물론 지역신문이나 라디오에도 도서관투어에 대한 홍보를 빠뜨리지 않고 하고 있다. 여기에 도서관 재정상태에 따라 팸플릿이나 도서관지원 재단을 통해 작가의 책을 크게 홍보하거나 대량구매를 하는 경우도 있다.

마지막으로, 도서관 투어 프로그램을 통해 얻어진 인적 네트워크는 다른 강연에 초빙될 수 있는 기회를 부여하기도 한다. 다만, 도서관 투어는 북투어와 달리 공공성을 띠는 도서관 안에서 진행돼 많은 판매를 기대하기는 어렵다.

《유명 범죄 재고 Famous Crimes Revisited》의 저자 제리 라브라 올라는 책홍보를 위해 그가 살고 있는 코네티컷 주의 도서관 120 곳을 투어를 했다. 그는 보통 1시간 가량의 프로그램을 진행했는데 15분 정도는 강의를 하고 나머지 시간은 질문과 대답 그리고 사인회를 가졌다. 그의 도서관투어를 참가한 사람들은 몇 명에서 수백 명까지 이르렀는데 보통 3분의 1이 그의 책을 구매했다고 한다.

**✦ 작가들의 학교방문 투어**

학교방문 투어는 일반적으로 학교측과 학부모회가 공동으로 주최하는데 학생들이 선호하는 저자나 일러스트레이터를 초빙하여 학생들과 작가와의 만남을 주선하는 프로그램이다. 유명한 작가들과 작품에 관하여 직접 대화를 나누고 사인까지 받을 수 있는 기회를 갖게 된다. 이러한 행사는 학생들뿐만 아니라 선생님과 학부모에게도 좋은 경험이며, 출판사에게는 책홍보는 물론 책 판매까지 이어진다.

작가방문 투어 프로그램은 1년에 2번 정도 열리며 작가섭외는 학군을 중심으로 공동으로 이루어지거나 학교의 재정 상태나 여건에 따라 단독으로 이루어지기도 한다. 섭외기간은 보통 1년에서 6개월 이전에 출판사의 작가투어 코디네이터나 작가협회를 통해 이루어지며 작가방문시 필요한 일체경비와 사례비를 지급해야 한다. 사례비는 작가의 경력이나 유명세에 따라 다양하며 프로그램의 스케줄에 따라 달라질 수도 있다.

이 프로그램의 주요사항으로는 작가가 학교를 방문하기 전에 학생들은 이미 그 작가의 작품을 꼭 읽어본다는 점이다. 학생들은 도서관수업을 통해 작가의 작품을 접해보거나 아니면 직접 책을 구입하여 접하기도 한다. 작가방문 투어를 준비하기 위해 학생수의 3분의 2 가량이 책을 주문한다.

또한 단순히 학교 내 홍보뿐만 아니라 뉴스레터, 전단지, 포스터 또는 지역 미디어를 통해 학교측에선 이번엔 어떠한 작가가 우리학교를 방문하는가를 지역전체에 알리는 작업을 한다. 학교측에선 행사를 위한 자금마련을 위해 적극적으로 홍보를 한다. 덕분에 작가나 출판사로서는 크게 나서지 않고 보다 밀도 높은 홍보효과를 볼 수 있다. 이 때문에 각 출판사들은 자신들의 저자들이 보다 많은 학교방문 투어에 채택될 수 있도록 노력하고 있다.

미국출판시장에서는 새로운 책 한 권이 출간되면, 큰 출판사부터 작은 출판사까지, 유명작가에서부터 무명작가들까지 책 판매 증진을 위한 홍보로 분주하다. 그 중 하나가 이 투어 프로그램이다. 다른 매체를 통한 홍보보다는 직접 작가들이 나서서 진행하는 투어 프로그램은 그 하나의 바람을 몰고 올 수 있다는 점에서 높게 평가받고 있다. 우리네 출판시장도 미국에서 이루어지는 다양한 투어 프로그램의 활성화로 하루빨리 서점, 학교, 도서관에서 작가를 자주 만날 수 있는 기회를 가졌으면 하는 게 바람이다. **★**