



한국 베스트셀러 서적의 신문광고 실태에 관한 연구

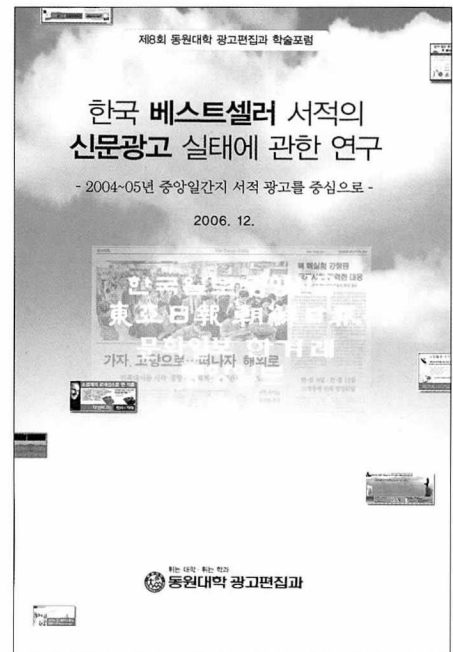
신문광고 시장 외국 번역서가 강세

최근 베스트셀러 서적의 광고 시장은 거의 대부분 외국의 번역서들이 강세인 것으로 나타났다. 이는 동원대학 광고편집과에서 최근 일간지에 나타난 신문광고 조사에 따른 것이다.

204년과 2005년도 베스트셀러 각 20종씩 총 40종의 서적에 대해 2년 동안의 신문광고량(횟수와 면적)을 조사 분석한 결과 베스트셀러 서적별 신문 광고 총 면적에서는 2004년 12월 20일 발행된 '살아 있는 동안 꼭 해야 할 49가지 이야기' (탄취잉 저)이 32,063.1cm²로 1위를 차지했다.

그밖에 2위 '모모' (미하엘 엔데 저, 30,657.0cm²), 3위 '연금술사' (파울로 코엘료 저, 22,457.7cm²), 4위 '오 자히르' (파울로 코엘료 저, 20,891.4cm²), 5위 '미실' (김별아 저 17,998.6cm²)가 뒤를 이었다. 베스트셀러 서적의 저자별 신문 광고량에서는 '오 자히르'의 파울로 코엘료가 1위를 차지했으며 2위 탄취잉, 3위 미하엘 엔데, 4위 김별아, 5위 공병호로 드러났다.

특히 파울로 코엘료는 '연금술사', '11분', '베로니카 죽기로 결심하



〈표1〉 베스트셀러 서적별 신문 광고 면적

순위	제목	발행일	신문사(면적cm ²)		총 면적(cm ²)	총 추정 광고비(원)
1	살아 있는 동안 꼭 해야 할 49가지	04.12.20	조선일보 (1,711.2) 동아일보 (6,963.0) 한겨레 (2,815.8)	중앙일보 (7,139.4) 한국일보 (9,161.3) 국민일보 (4,272.4)	32,063.1	286,277,678.6
2	모모	00.09.01	조선일보 (5,596.3) 동아일보 (7,774.3)	중앙일보 (8,643.2) 한겨레 (8,643.2)	30,657.0	273,723,214.3
3	연금술사	01.12.01	조선일보 (2,780.9) 동아일보 (9,074.5) 한겨레 (943.2)	중앙일보 (5,885.3) 한국일보 (3,773.8)	22,457.7	200,515,178.6
4	오 자히르	05.07.11	조선일보 (3,729.6) 동아일보 (5,254.7) 한겨레 (1,224.7)	중앙일보 (5,920.0) 한국일보 (3,211.6) 국민일보 (1,550.8)	20,891.4	186,530,357.1
5	미실	05.02.28	조선일보 (5,012.4) 동아일보 (2,553.2) 한겨레 (4,169.3)	중앙일보 (1,310.0) 한국일보 (4,953.7)	17,998.6	160,701,785.7
6	10년 후 한국	04.06.07	조선일보 (3,418.8) 동아일보 (3,729.6) 한겨레 (2,486.4)	중앙일보 (4,051.2) 한국일보 (3,418.8)	17,104.8	152,721,428.6
7	사랑하라 한번도 상처받지 않은 것처럼	05.03.30	조선일보 (6,693.3) 동아일보 (1,243.2)	중앙일보 (6,116.1) 한겨레 (1,243.2)	15,295.8	136,569,642.9
8	설득의 심리학	02.09.30	조선일보 (3,983.2) 동아일보 (5,445.7) 국민일보 (706.5)	중앙일보 (3,231.2) 한겨레 (621.6)	13,988.2	124,894,642.8
9	나무	03.06.30	조선일보 (1,549.4) 동아일보 (3,809.0)	중앙일보 (1,243.2) 한겨레 (7,090.3)	13,691.9	122,249,107.1
10	칭찬은 고래도 춤추게 한다	02.10.31	조선일보 (3,458.5) 동아일보 (3,740.6) 한겨레 (932.4)	중앙일보 (1,972.1) 한국일보 (369.6) 국민일보 (2,567.0)	13,040.2	116,430,357.1

〈표2〉 베스트셀러 서적의 출판사별 신문 광고 횟수

순위	출판사명	서적명	신문명(광고횟수)
1	문학동네	연금술사/11분/베로니카 죽기로 결심하다/오자히르	조선일보(22) 중앙일보(27) 동아일보(39) 한국일보(14) 한겨레(6) 국민일보(2) 합계(110)
2	오래된 미래	꽃으로도 때리지 말라/용서/사랑하라 한 번도 상처받지 않은 것처럼	조선일보(34) 중앙일보(33) 동아일보(7) 한겨레(3) 합계(77)
3	위즈덤 하우스	살아 있는 동안 꼭 해야 할 49가지	조선일보(5) 중앙일보(20) 동아일보(24) 한국일보(31) 한겨레(8) 국민일보(14) 합계(102)
4	비룡소	모모	조선일보(11) 중앙일보(16) 동아일보(16) 한겨레(1) 합계(44)
5	21세기 북스	설득의 심리학/칭찬은 고래도 춤추게 한다	조선일보(38) 중앙일보(30) 동아일보(34) 한국일보(6) 한겨레(12) 국민일보(18) 합계(138)
6	문이당	미실	조선일보(8) 중앙일보(4) 동아일보(5) 한국일보(8) 한겨레(8) 합계(33)
7	해냄	10년 후, 한국	조선일보(6) 중앙일보(7) 동아일보(6) 한국일보(6) 한겨레(4) 합계(29)
8	랜덤하우스중앙	선물/그 남자 그 여자/여자의 모든 인생은 20대에 결정된다	조선일보(7) 중앙일보(28) 한겨레(3) 국민일보(7) 합계(45)
9	열린 책들	나무	조선일보(8) 중앙일보(2) 동아일보(10) 한겨레(23) 합계(43)
10	한스미디어	아침형 인간	조선일보(3) 중앙일보(7) 동아일보(6) 한국일보(9) 한겨레(7) 국민일보(1) 합계(33)

다', '오 자히르' 등 두 해동안 무려 4종의 베스트셀러를 양산해 출판사에게 있어 확실한 흥행 보증수표임을 증명했다. 이와 같은 외국 작가 강세 현상은 1999년도 조선일보와 동아일보의 서적 대형 광고 조사(2000년 11월 동원대 광고편집과 학술발표 논문)에서 5위권에 들었던 저자들(김진명, 이문열, 백동호, 이경영, 리처드 칼슨)이 대부분 국내 작가들이었던 것과 대비되는 현상이다.

출판사별 신문 광고 횟수 문학동네가 1위

한편 베스트셀러 서적의 출판사별 신문 광고량을 총면적으로 따져 본 결과 51,692.3cm²이 이르는 광고를 총 110회에 걸쳐 진행한 문학동네가 1위로 나타났다.

이밖에 총 3종의 도서를 낸 오래된 미래가 총면적 37789.2cm²(총 횟수 77회)로 2위를 차지했으며, 위즈덤 하우스(32063.1cm², 102회), 비룡소(30657cm², 44회), 21세기 북스(27028.4cm², 138회)순으로 조사됐다.

이 가운데 1위를 차지한 문학동네는 파올로 코엘료 소설로 4종의 베스트셀러를, 2위 오래된 미래는 3종의 베스트셀러 서적들을 광고하여 최상위권을 기록했다.

광고량으로 본 출판사 순위에서도 많은 변화가 감지

됐다. 1999년도 조선일보와 동아일보의 서적 대형광고에서 5위권에 들었던 출판사들(자음과 모음, 해냄, 밝은 세상, 열림원, 동아일보사)이 모두 빠져 출판시장에 새로운 판도가 형성되었음을 나타냈다.

정서에 호소하는 광고 문구 가장 많아

이번 조사에서는 신문 광고 카피에 대한 조사도 함께 병행됐다. 그 결과 정서에 호소하는 문구가 가장 많은 것으로 드러났다. 이밖에 뉴스를 보도하는 형태를 띠거나 효용과 이익을 강조하는 카피도 많이 띄었다.

부길만 동원대학 광고편집과 교수는 “정서 형식이 가장 많이 활용되는 이유는 책을 통해 경험할 수 있는 심리 또는 공감대가 형성이 될 만한 감정적인 단어들에 조합된 문장을 선호하는 추세 때문”이라며 “이 같은 형식은 독자들로 하여금 새로운 심리적 체험이나 정서적 공감대 형성을 통해 독자들의 서적 구매 욕구를 많이 끌어올릴 수 있다는 장점이 있다”고 설명했다. 한편 신문 광고의 편집 디자인 특성으로는 책표지와 제목을 강조한 광고가 가장 많은 것으로 나타났다.

김치원 기자 kcw@print.or.kr

인터넷 인쇄신문

인쇄와 관련된 각종 뉴스를 실시간으로 제공합니다

www.printingkorea.or.kr

대한인쇄문화협회 서울시 마포구 서교동 352-26 TEL_ 335-5881~3