



선거가 인쇄에 미치는 영향은?

물량 축소·인쇄사엔 특수 아닌 '계륵'

2012년은 4월 국회의원 총선거와 12월 대통령선거 등 굵직한 선거가 두 번이나 치러진다. 각종 선거에서 정당의 정책이나 후보자의 공약을 알릴 수 있는 유력한 매체가 홍보인쇄물이다. 홍보인쇄물(선거공보물) 제작과 배포가 법률로 정해져 있기도 하지만, 무엇보다도 정해진 시간과 한정된 형식을 통해 지역 사람들, 때로는 전 국민을 상대로 하는 홍보에 인쇄물이 영향력을 발휘해왔기 때문이다. 물론 TV나 라디오와 같은 전파 미디어, SNS와 같은 통신 미디어를 통한 선거운동이 활성화되면서 인쇄물을 통한 홍보는 그 영향력이 점차 약화되는 추세다.

글 | 조갑준 기자 kjcho@print.or.kr

인쇄업계에서 선거특수라는 말은 옛말이 된 지 오래다. 선거에 나서는 후보들이 예전처럼 인쇄홍보물 제작에 주력하기보다는 영상물이나 인터넷 등 다른 수단을 적극 활용하고 있기 때문이다. 또 선거홍보물 제작을 유권자 수의 10% 이하로 하는 법적 제한도 받고 있다. 이에 10여 년 전과 비교해 최고 10배 이상 물량이 급감했다는 말이 돌고 있다. 거기다 인쇄용지 가격도 계속 올라 작업을 해도 남는 것이 별로 없는 상황이 연출되고 있다. 1990년대만 하더라도 선거철에는 어느 인쇄사 할 것 없이 잔업과 철야를 감수하며, 작업을 했던 것이 충무로 풍경이었다. 하지만 올해의 총선 기간 중에는 선관위에서 주문, 관리하는 기본 물량 외에 후보들이 자체적으로 제작하는 물량은 찾아보기 힘들었다.

2012

당초 예상치보다 조금 적은 9500만톤 추정

이처럼 홍보인쇄물이 줄어드는 이유는 선거를 치르는 후보들이 인쇄물보다 방송 미디어를 선호하고, 최근에는 SNS를 통한 홍보에 더욱 힘을 쏟은 결과다. 거리유세를 나설 때도 예전처럼 유권자에게 종이 전단지를 전달하는 것에 치중하지 않는다. 사전에 제작한 영상을 상영하거나 음악이나 율동 등을 선보이는 등 입체적인 방법으로 유권자에게 접근하는 사례가 늘었다. 어깨띠를 둘러메고 구경하는 인파와 지나가는 사람에게 명함과 홍보물을 나눠주는 것은 점점 더 부차적인 선거운동으로 치부되는 것이다.

실제로 제지업체를 통해 확인한 결과, 올해 총선에 소요된 인쇄물(선거공보물, 전단지, 명함 등)은 당초 예상했던 1만톤에 미치지 못한 9500톤 정도에 머문 것으로 추정된다. 또한 투표열기에 상관없이 무조건 선거인수에 맞춰 준비해야 하는 투표용지와 봉투용지는 약 150톤에서 180톤 정도로 지난 선거 때보다 소폭 늘었지만 높은 부가가치를 창출하는 것은 아니기에 큰 의미를 부여하기는 어려운 실정이다.



작업 있다면 선거물량 받는 일 드물어

선관위에서 관리하는 법정 선거물에 대한 인쇄가 아니고, 그 이외의 후보자 인쇄물을 작업하는 것에 대한 선호도도 점차 하락하고 있다. 이와 관련해 충무로에서 오랜 기간 영업해 온 한 인쇄업체 대표는 “선거특수는 옛날 얘기고, 지금은 그런 것 맡아 일하려는 사람이 많지 않다. 아예 일감이 없는 경우라면 모르지만 여차피 인쇄기를 돌리고 있는 상황이라면, 굳이 기존에 일감을 대신해 선거인쇄물을 맡을 필요가 없다. 그 작업을 포기할 만큼 좋은 조건이 아니기 때문이다. 또 정치인과 관계를 지속했다보면 선거와 직접적인 연관이 되지 않더라도 출판기념회와 같은 행사에 참석하거나 성의를 표해야 하는 사례가 발생한다”며 선거인쇄물 작업을 꺼리는 이유를 밝혔다.

“

올해 총선에 소요된 인쇄물(선거공보물, 전단지, 명함 등)은 당초 예상했던 1만톤에 미치지 못한 9500톤 정도에 머문 것으로 추정된다.

”

선거인쇄물의 특수상황 더 이상 호재 아나

대체로 대선의 선거인쇄 물량도 총선과 비슷하다. 규모만 따지고 본다면 지역 단체장, 지역 의원 등을 비롯해서 후보자들이 많은 전국 동시지방선거의 인쇄물량이 가장 많다. 그렇지만 이 경우도 인쇄업체들은 그다지 큰 호재로 여기지 않는다. 이와 관련해 또 다른 대표는 “지방선거의 경우 미리부터 예비후보라고 하며 명함 등을 통해 사전선거 운동을 하는 사례가 총선과 대선보다는 상대적으로 많지만 이 역시 특수라고 할 만큼 그리 큰 영향을 미치지 못하는 못한다. 물량 자체도 많지 않지만, 이런 후보들의 경우 중간에 포기하거나 선거결과가 좋지 않아 나중에라도 문제가 발생할 가능성이 있기 때문이다”라는 것이다.

전반적인 선거풍토의 변화에 따른 물량감소와 선거인쇄물의 특수한 상황에 따라 인쇄업계에서 선거인쇄물은 더 이상 특수가 아닌 계륵으로 여겨지는 현실이다. Ⓞ