

신문 100년, 광고 100년 무엇을 남겼는가



신인섭 | (전)중앙대학교
신문방송대학원 초빙교수
1929inshin@naver.com

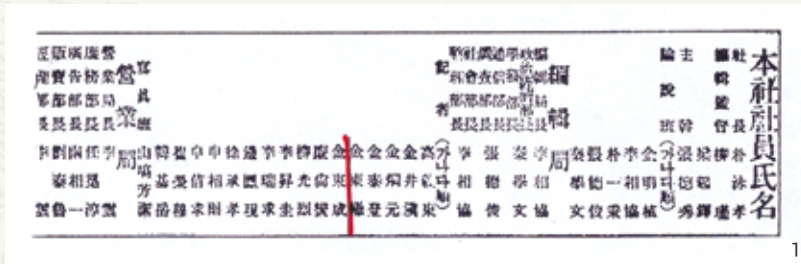


한국에 두 신문이 거의 같은 시기에 창간 100주년을 맞이하게 되었다. 조선일보는 3월 5일, 동아일보는 4월 1일이다. 이미 알고 있었으나 정작 100주년이란 날이 되고 3월 5일자 “朝鮮日報 오늘 창간 100년 독자 여러분 감사합니다”라는 글을 보니 감회가 새롭다. 우연히 발들여 놓은 우리나라와 일본, 중국 그리고 미국 등의 광고 역사를 연구해 온 이유 때문일 것이다. 100년을 맞이하는 우리나라 두 신문이 광고와 관련해 남긴 것이 무엇일지, 해방 전 두 신문이 주최한 광고 관련 행사 가운데 몇 가지 두드러진 일을 골라 살펴 보기로 한다.

동아일보 창간 때 기자 중에는 김동성(金東成, 1890-1969)이 있다. 한국 최초로 미국 오하이오 대학에서 저널리즘을 공부한 선각자이다. 김동성은 1924년에 한국 최초로 '신문학(新聞學)'을 출판했다. 253페이지에 이르는 책에 나타난 광고에 대한 그의 글을 살펴보면 놀랍다.(밑줄은 필자가 친 것이다.)



1920년대 조선일보, 동아일보 제호



- 1 김동성의 이름이 있는 동아일보 본사
사원 씨명(本社社員氏名)
- 2 '신문학' 표지
- 3 광고에 대한 일반상식 해설 연재 1회
1932. 2. 20 조선일보

광고부장. 신문의 매수에 의하여 광고 요금의 차이가 유하니
광고부장은 광고 모집에 각 방면으로 노력하여 실로 신문의
생명을 공급한다. (4장 영업국 31항 광고부장)

신문의 발전을 따라 광고가 증가하니 상인은 일반 독자가
광고문에 대하여도 잡보(雜報)와 동일한 흥미를 지(持)하는 고로
대(大)상점과 각 회사에서 신문지를 이용하여 신문사 자체와 광
고주가 공히 이익을 균점한다. 그래서 신문의 유지비에서 3분지
2 혹은 4분지 3이 광고 수입이요 신문 판매로는 근히 3분지 1
혹은 4분지 1이니 독자가 1전에 신문 1매를 구독한다 하면 그
신문의 실가(實價)는 3전 내지 4전인데 그 차액은 광고주의 지
출이다. (17장 114항 광고)

'잡보'란 사회면 기사를 말한다. 약 100년전, 1924년에
김동성은 광고를 '신문의 생명'이라고 정의했다. 신문 광고
를 '신문사 자체와 광고주가 공히 이익을 균점'한 덕분에,
본래 신문 한 부의 값은 3~4전인데 광고 수입 때문에 1전
에 사 보게 된 것으로 광고주가 낸 돈으로 싸게 볼 수 있
다는 앞선 안목을 가진 사람이었다. 그의 활동은 언론, 정
치, 외교 등 다양한 분야에 걸쳐 있었다.

조선일보사는 '신문광고에 대한 일반상식 해설'을
1932년 2월에서 5월 기간에 14회에 걸쳐 연재했다. 필명
활해(活海, 영문 WH)가 쓴 1회 글을 보면 그의 세계 광
고계에 대한 지식을 알 수 있다.

그 글에 따르면 "세계 각국의 신문경영의 비용은 그

6~7할(미국 9할, 영국 7할)이 광고 수입에 의존하고 신문
판매 수입이란 신문 용지대에 불과한 것이 세계의 경향이
다. 전 세계 광고비는 약100억만원(100억엔)이라는 거액
이다. 그 중 미국이 약50억만원을 차지하고 영국이 약 6
억만원, 일본은 1억만원이요 그 나머지는 세계 각국의 분
(分)인데 조선은 일본에 비하여 10분지 1, 약 1천만원..."이
라 했다. 이 미국 광고비는 미국 광고전문지 Ad Age 자료
와 거의 같다. 활해는 세계와 한국 광고계 흐름을 알고 있
는 전문가요 선각자였다.

1938년에 동아일보는 전국 상업학교 생도 대상으로
'상업미술 전람회'를 종로 네거리에 있던 화신(和信) 백화
점 갤러리에서 주최했다. 이 행사는 광고주의 과제광고를
보고 작품을 제출하는 현상 모집이었다. 사고(社告), 과
제광고, 당선자 발표와 시상, 세미나와 전람회 그리고 수
상작품 보도 등 일련의 행사는 한국 광고산업 발전의 이
정표였다. 1940년 강제 폐간으로 3회에 끝나는 했으나
80여년 전에 이런 행사를 주최했다는 일은 놀라운 일이
었다.

1920년대 말에서 1930년대 후반까지 한국 광고사에
빛날 사건은 유한양행의 일련의 광고일 것이다. 1927년
12월 8일부터 3일간에 걸쳐 개업광고를 게재했다. 티저 형
식으로 당시로서는 상상을 초월하는 개업 광고였다. 유한
양행은 공익광고란 말도 없던 1930년대에 '민족 보건운
동의 제창!'이라는 공익성 광고 캠페인을 전개했다. 또한
1938년 10월 30일의 전면 기업광고는 약품광고의 모범이



4



5



6



7



8



9

- 4 동아일보 1938.9.10 상업미술작품 전람회 사고
1938.9.22 상미전 개최 사고
1938.7.19. 포스터, 신문광고 도안 대모집
- 5 유한양행 창립 광고, 1927년 12월 8~10 3일 연재
- 6 1938.10.30. 조선일보 유한양행 전면광고
- 7 네오톤 인체 해부 컬러 포스터
- 8 유한양행 '민중보건운동의 제창' 광고
- 9 신문부수 공사보고서 표지

될 만한 내용이었다. 독창적인 네오톤 컬러 포스터는 눈여겨 볼 만하다. 유한양행은 한국 광고사 명예의 전당에 올려야 할 만한 광고주였다.

해방 전후를 통해 아마 가장 중요한 일은 이 두 신문이 앞장 서서 2010년부터 한국의 모든 일간신문 발행부수를 공개하게 된 일일 것이다. 세계 어느 나라이든 신문사 발행부수 조사와 공개란 가장 힘든 일 가운데 하나였다. 이제는 상식이 된 한국 신문 발행부수 공개 뒤에는 100년을 맞이하는 두 신문의 공헌이 컸다.

남은 일이 하나 있다. 그것은 90여년 전 동아, 조선 두 신

문 기자로 일한 김동성이 한국 최초의 '신문학'에서 간파한 신문의 '생명'과 관련되는 일이다. 디지털 시대의 신문에 중요한 신문광고 요금 구조의 현대화이다. 120여년전 독립신문과 대한매일신보가 시행하던 빈도와 광고량(Frequency & Volume)에 기초한 신문 광고료 제도이다.

30년 전 한국ABC협회가 창설될 때 내 친구들 가운데는 한국에서 신문부수 공개란 불가능하다는 말도 있었다. 그러나 우리는 해 났다. 이제 신문이 해야 될 남은 일은 합리적인 광고 요금 제도 도입이다. 못할 일이 아니다. ABC 부수조사를 해낸 의지와 공생의 인내심만 있으면 된다. **K A A**