

# 코카콜라, 2차 세계대전 통해 미국의 상징 브랜드 됐다



박성천 기자가 추천하는 책

## 브랜드 모들레이션

신승학 지음

브랜드의 힘은 상상 이상이다. 브랜드 영향은 경제가 거의 없다 해도 무방하다. 정치, 경제, 사회, 문화, 종교 등 분야를 가리지 않는다.

브랜드의 기원은 어디에서부터 시작됐을까. 일설에 따르면 고대 이집트인들은 소를 구분하기 위해 낙인을 찍어 소유권을 표시했다. 고대 노르웨이인인 Brander, 중세 영어 Brond 등으로 변형되고 이후 오늘날의 Brand로 이어졌다는 관점이다.

현대와 같은 브랜드 개념은 산업혁명 이후 일상화됐다. 20세기 대량 생산 시스템은 풍부한 생산을 가능하게 했다. 끊임없는 생산은 더 이상 수요가 공급을 감당하지 못하는 상황을 만들었다. 기업들은 상품을 포장하고 로고를 만들었으며, 디자인을 가미해 이미지 경쟁을 벌였다. 현대적인 브랜드는 그렇게 출현했다.

코카콜라와 맥도날드 성공 이전에는 미국 달러를 앞세운 패권주의가 있었다. 오늘날 SNS 브랜드 등장은 무선통신 인프라와 연계돼 있다. 하나의 브랜드가 시대 아이콘으로 자리 잡는 데는 '모들레이션'



(Modulation) 개념이 필요하다. 다시 말해 거대한 사회, 경제적 변혁기에 나타나는 의미 있는 현상들이 브랜드 패러다임 형성과 연관된다는 얘기다.

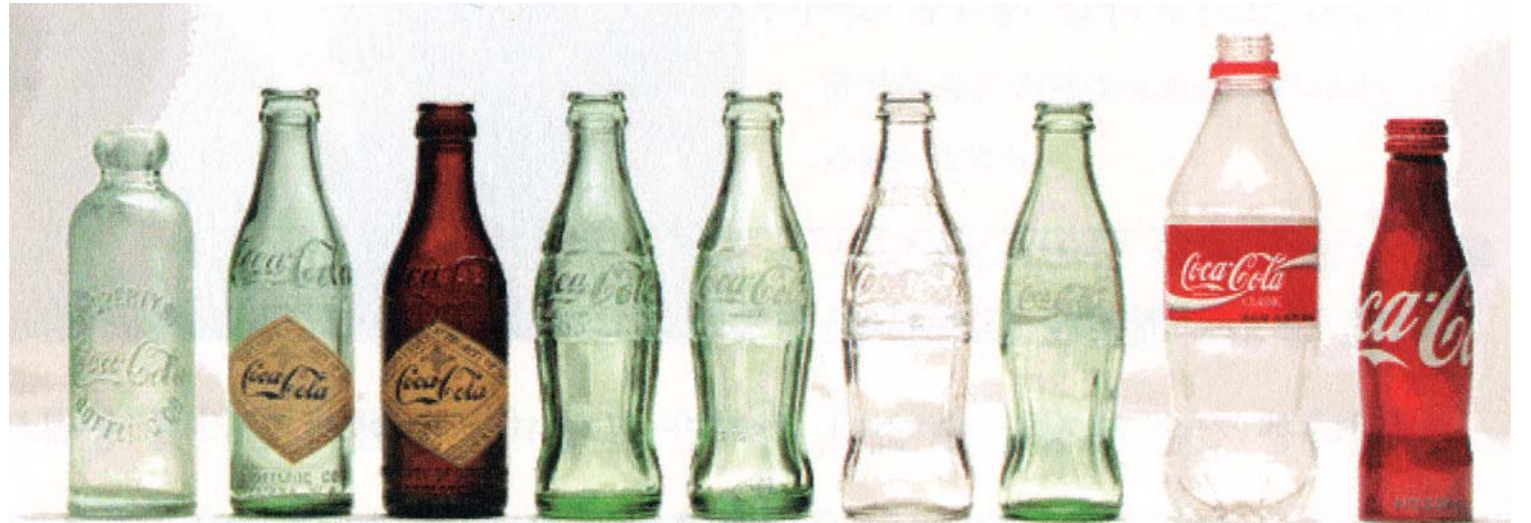
'브랜드 모들레이션'은 대공황 시대부터 코로나 팬데믹 시대까지 일류기업의 브랜드 전략을 다룬 책이다. 브랜드의 성공 배경과 전략을 사회, 경제적인 현상과 결부해 분석했다. 소셜커머스 시초인 데일리픽, SNS 글로벌 미디어 그룹 봉봉 등 스타트업 공동투자자로 참여한 신승학 씨가 저자다.

일반적인 '모들레이션'은 '특정 개체에 에너지를 더해 전달 거리를 증폭하는 행위'를 말한다. 저자는 형태 없는 브랜드 전파 과정에도 모들레이션 현상이 결부된다고 설명한다. 아무리 브랜드 자체 내공이 좋아도 본연의 에너지만으로는 한계가 있다는 것이다.

포드는 자동차 산업에 대량 생산 개념을 도입했다. GM은 상품성 다변화를 이루었다. 그러나 20세기 초반 대공황은 모든 것을 바꾸었다. 위기를 기회로 바꾼, 생활용품제조업체 P&G는 브랜드 구축에 성공했다. 듀폰과 같은 거대 기업은 막강한 자본을 지렛대로 브랜드들을 선보였다. 포드, GM, P&G, 듀폰은 브랜드를 개척한 1세대 기업이라 할 수 있다.

2차대전은 브랜드를 지구촌 곳곳에 퍼트리는 시기였다. 특히 코카콜라는 미국을 상징하는 대표 브랜드가 된다.

"파병된 젊은 군인들의 코카콜라 선호도가 매우 높았으며 무엇보다 아이젠하워 장군의 직접적인 영



코카콜라는 펄시콜라 등 우후죽순으로 생겨난 후발 주자들의 추격을 따돌리기 위해 1915년 코카콜라만의 아이덴티티를 담은 유선형의 컨투어병을 발표하여, 브랜드의 독창성을 갖기 시작했다. <이미지 출처 : Coca Cola 공식 홈페이지>

청이 큰 영향을 미쳤다. 이후 1944년부터 세계 각지의 총 59곳에 코카콜라 보틀링 공장이 설치되었고, 이를 통해 무려 50억 병의 코카콜라가 전 세계로 뿌려졌다."

이후 펼쳐진 글로벌 브랜드 시대에는 브랜드를 능동적으로 수용할 수 있는 환경 조성이 중요했다. 할리우드를 통해 문화적 헤게모니를 장악한 미국 브랜드가 유리할 수밖에 없었다. 미국 기업은 효율과 합리를 대변하는 라이프 스타일을 세계에 주입했다.

그러나 자유무역시대가 열리면서 미국 브랜드들은 경쟁력 저하에 직면했다. 일본과 서유럽 브랜드들이 시장에 진입하면서 미국 주도 브랜드 시대는 저물었다. 일본의 전자제품 브랜드와 유럽의 브랜드들이 급성장한 것. 그러나 인터넷이 보급되면서 닷컴 기업의 전성기가 펼쳐졌고, 다시 미국이 주도권을 쥔다. 이후 구글 같은 기업이 등장하면서 디지털 브랜드는 점차 영향력을 확대한다. 오늘날 플랫폼이 확보한 막대한 데이터는 인공지

능을 매개로 자율주행 기술까지 진화했다. 초연결 시대 패러다임에 올라탄 브랜드들은 더 많은 기회를 확보했다는 분석이다. 저자는 "차세대 5G통신과 재화들이 네트워크에 연결되는 IoT 기술 등은 이런 현상을 가속화시키고 있으며, 2020년 코로나 대확산을 이유로 또다시 쏟아지기 시작한 엄청난 유동성 역시 초연결 브랜드 시대를 한층 더 심화시킬 것으로 예상된다"고 분석한다. <더봄·1만8000원> /박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

## 생각을 키우는 명언의 지혜

장석만 지음

공자의 제자 원현은 가난했다. 그러나 그는 이를 부끄러워하지 않았으며 늘 검소했다. 어느 날 공자의 또 다른 제자 자공이 화려한 마차를 타고 원현을 찾아온다.

자공은 초라한 행색으로 원현을 맞았다. 자공은 "어찌하여 선생께서는 이렇게 병색을 띠고 쇠약하게 계십니까?"라고 묻는다. 이에 원현은 "저는 재물이 없는 것을 가난하다고 하고, 배워서 실천하지 못하는 것을 병들어 쇠약하다고 하는 것으로 알고 있습니다. 지금 저는 비록 가난하기는 하지만, 병들어 있는 것은 아닙니다"라고 말한다.

동서양을 아우르는 세기의 명언들을 담은 책 '생각을 키우는 명언의 지혜'는 위인의 명언에 담긴 철학을 이야기로 풀어낸다. 고전 연구가이자 중국 청도국외어학교 교장인 장석만이 엮었다.

책에는 헨리나 유방의 승리 비결부터 찰리 채플린 탄생 비화까지 동서고금을 넘나드는 특별한 이야기가 담겨 있다. 인격, 성공, 인간관계 등 주제별로 다양한 내용이 수록돼 있다.

링컨에게는 재미난 일화가 전해온다. 대통령이 된 후 어느 날 신발을 신고 있는데 비서가 이를 보고 "어찌하여 대통령의 신분으로 손수 그런 일을 하십니까?"라고 묻는다. 이에 링컨은 "내가 내 신발을 신고 있는데, 이것이 부끄러운 일인가? (중략) 대통령이나 구두닦이나 다 같이 세상일을 하는 사람일세"라고 말했다.

이의 일화를 보고 떠올릴 수 있는 말은 헬렌켈러의 명언이다. '조상 중에 노예가 없었던 왕은 없고, 조상 중에 왕이 없었던 노예도 없다'고. <유아이북스·1만2000원> /박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



## 전쟁은 어떻게 과학을 이용했는가

김유환·황진명 지음

1928년 알렉산더 플레밍이 최초로 페니실린을 발견한 후 1939년 옥스퍼드 대학의 플로리 팀이 페니실린 정제에 성공했다. 플로리는 치료제 가능성을 확인하고 대량생산 필요성을 인식했다. 그러나 당시 영국은 전시상황이었다. 모든 화학공장이 전쟁물자 생산에 동원돼, 페니실린 대량생산이 불가능했다. 플로리는 미국으로 건너가 화이자 등 제약회사들과 협력한다. 우연찮게 일본의 진주만 공격을 계기로 미국이 참전하게 되고, 페니실린 대량생산이 이뤄진다. 페니실린은 부상당한 병사들의 생명을 구할 수 있었고, 2차 대전을 승리로 이끄는 역할을 한다.

범박하게 말한다면 인류의 역사는 전쟁의 역사다. 전쟁의 승패는 기술의 우월성에 의해 결정된다. 김유환 인하대 화학과 명예교수와 황진명 이화여대 명예교수가 펴낸 '전쟁은 어떻게 과학을 이용했는가'는 과학이 어떻게 전쟁에 이용돼 왔는지 고찰한다. 저자들은 20대 미국 유학시절부터 함께 공부한 뒤, 귀국 후에도 대학 교수로 재직하며 평생 같은 길을 걷는 학문적 동지다.

저자들에게 따르면 레오나르도 다빈치는 화가로 알려져 있지만 시대를 앞선 '과학과 공학의 전설'이었다. 다빈치는 밀라노 공화국을 지배하던 스포르차 공작에게 군사 엔지니어로서 자신의 능력 10가지를 소개하는 자기소개서를 보낼 만큼 탁월한 무기 디자이너였다. 얼마 전까지만 해도 007시리즈 제임스 본드 첩보영화를 떠올렸지만 이젠 해커들이 화면을 두고 총성 없는 사이버전을 벌이는 추세다. 책은 2차대전 대량 살상 무기 개발에 참여한 과학자들의 개발과정 등도 담겨 있어 전쟁과 과학의 관계를 조망할 수 있다. <사과나무·1만8500원> /박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



## 진짜 프랑스는 시골에 있다

문정훈 지음

'와인과 음식, 사람을 따라 떠나는 프랑스 시골 여행!' 두 명의 작가가 진짜 유럽의 맛을 찾아 프랑스로 떠났다. 서울대 농경제사회학부의 교수 문정훈과 셰프 장준우가 그 주인공이다. 음식과 식재료의 역사와 프랑스의 문화를 찾아 떠난 두 사람의 맛있는 시골 여행기 '진짜 프랑스는 시골에 있다'는 와인과 음식, 사람 냄새로 가득하다.

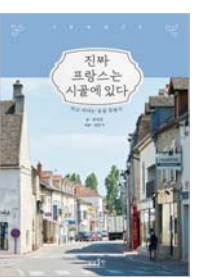
문 교수의 글과 장 셰프의 사진이 담긴 책은 '부르고뉴', '프로방스' 총 두 개의 장으로 구성됐다.

프랑스 동부에 위치한 부르고뉴는 비옥한 땅을 가지고 있는 만큼 농사에 최적화된 곳이다. 이곳에서는 풍부한 식재료와 농산물들을 만날 수 있으며 풍성한 버터 향과 탁 트인 풍경으로 우리의 오감을 자극한다. 두 사람은 부르고뉴의 구석구석으로 들어가, 프랑스와인이 세계적인 수밖에 없는 이유를 알려준다.

프로방스는 부르고뉴보다 더 아래, 프랑스 남동부에 위치하고 있는 곳으로 부르고뉴와 달리 곳곳에 산맥이 자리하고 있다. 농업 발달에 유리하지 않은 지형이지만 프로방스는 제 나름의 매력적인 향기를 풍긴다. 아름다운 라벤더와 해바라기, 허브가 가득하며 그 사이엔 영화와 그림, 음악이 가득하다.

이처럼 투박할지라도 오랫동안 자신의 모습을 지키고 있는 다양한 소도시와 마을들이 소개된다. 더불어 그 시골의 특성과 지역별로 달라지는 와인과 음식을 알려준다.

저자는 "시골은 숨김이 없다. 시골에서 그 나라의 가치가 보인다"며 "아담하고 깨끗한 거리와 장뜰에 울려진 꽃들, 소박하지만 정성스레 가꾸어진 동네들, 그것이 프랑스의 진짜 얼굴을 보여준다"고 전한다. <상상출판·1만6000원> /전재재 기자 ej6621@kwangju.co.kr



# 그린궁 **宮** 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

다시 맞이하는 빛나는 아름다운 여성의 건강한 봄날을 위하여!



그린궁프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에도 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

