

테마베이스볼 | 야구장 피켓응원의 모든 것 '10번째 선수들' 피켓에 사랑을 싣고...

종범갑(甲)! 별명 바꾼 '피켓의 힘'

'모태 롯데', 단 네 글자뿐이다. 그러나 롯데를 사랑하는 부산 팬들의 뜨거운 애정을 이보다 잘 표현할 수 있는 말이 있을까?

연봉 수억 원을 받는 인기 카피라이터의 작품이 아니다. 프로야구가 열리는 전국 야구장에 가면 매일 만날 수 있는 주옥같은 응원 피켓이다.

전국 4개 구장을 가득 수놓고 있는 촘촘살인 응원 피켓을 소개하려면 끝도 없다. '우리 아빠는 김현수라고 적고 내 사위라고 적는다', '내 마음까지 훑쳐간 대도 이대형', '용구야, 우리 누나 너 때문에 시집 다 갔다'... 최근 SK와 삼성의 선두다툼이 치열해지며 등장한 '동화형 우승해서 동찬이 용돈 주세요.' 읽는 순간 웃음이 터지고 무릎을 탁 치게 되는 말 그대로 '명문(名文)', 지금 야구장은 응원문구의 찬란한 경연장이다.

●여성팬 증가와 함께 시작된 피켓 열풍

오래전부터 야구장에는 피켓이 있었다. 그러나 지금처럼 다채롭거나 화려하지 않았다. 서울 종합운동장과 올림픽 공원 등지에서 프로야구, 농구 관중, 각종 공연 콘서트 관객들을 상대로 노점을 해온 김영순 씨는 "10여년전만 해도 여학생들이 예쁜 응원도구 들고 몰려드는 경기는 농구였다. 야구는 주로 직장인들이 소주 팩 몰래 사서 들어가곤 했었다. 2~3년 전부터 야구장에 여성 관중이 부쩍 늘어나기 시작하더니 별의별 응원도구가 다 등장하기 시작했다"고 말했다.

SK가 지난 2일 발표한 문학 홈경기 관중 성비 분석 자료에 따르면 평균 40% 이상이 여성이다. 2008베이징올림픽 금메달과 2009 월드베이스볼 클래식(WBC) 준우승으로 이영규, 김현수, 김광현, 류현진, 윤석민 등 젊은 미혼 선수들이 아이돌 부럽지 않은 스타로 떠오르며 여성관중이 폭발적으로 늘어났고 농구장을 떠나있던 피켓물결은 야구장으로 몰아쳤다.

●'TV에 나오는 응원피켓 만드는 법'

응원피켓은 이제 야구장의 새로운 문화로 자리 잡았다. 경기관람 이상으로 응원을 즐기며 자신의 마음을 맘껏 표현하는 도구로 피켓이 쓰이고 있다. 특히 케이블 스포츠채널이 하루에 4경기 모두를 중계 방송하며 '기발한 응원피켓=TV 노출'이란 공식이 만들어졌다.

TV화면에 자신의 모습이 잡히는 걸 즐기는 젊은 관중들은 더 열광적으로 정성껏 피켓을 만들기 시작했다. 2008년 SBS스포츠는 '오늘의 10번타자'라는 이름으로 특이한 응원도구 혹은 응원동작, 재미있는 피켓을 뽑아 선물을 주는 이벤트를 시작했다. 관중

▶내 마음을 훑친 너

여성팬이 몰고온 알록달록한 피켓 물결 미혼선수 겨냥 적극적인 사랑의 메시지

▶선수와 소통하고 싶다

"선수가 보고 웃으면 더 만들고 싶어져요" 기발하면 TV노출...대행 업체까지 등장

▶찍히면 뜬다

종범신(神)을 (甲) 착각...종범갑 새별명 남성엔 문구 바꿀수 있는 LED피켓 인기

들은 기대이상 열광적으로 이벤트에 참여했고 다른 스포츠채널도 깊은 관심을 보이기 시작했다.

한국야구위원회(KBO)는 이에 발맞춰 지난해 스포츠채널과 손잡고 '오늘의 최고 피켓'을 선정해 상품을 전달하는 공동 이벤트를 시작했다. 이 이벤트는 중계방송 채널과 관중, 시청자가 하나로 연결되는 효과를 보이고 있다.

관중들은 응원도 즐기고 최고의 피켓에 선정되기 위해 더 열광적으로 아이디어를 짜냈다. 방송사 역시 이벤트 진행을 위해 더 많이 카메라를 관중석으로 돌리고 있다.

더 예쁘고 재치 있는 피켓을 만들 수 없을까? 경쟁이 치열해지면서 피켓 제작 대행업까지 탄생했다. 인터넷에는 "TV에 나올 수 있는 피켓 만드는 법"을 상세히 알리는 블로그가 인기를 끌고, 일정액을 지급하면 아이디어부터 제작까지 모든 것을 대신해주는 대행업까지 성행중이다.

물론 대다수의 팬들은 순수하게 피켓 제작이 취미가 된 경우다. 각 팀의 일부 열성 팬들은 1군 엔트리에 포함된 모든 선수들을 주인공으로 피켓을 제작할 정도다.

넥센의 팬인 강지혜(27) 씨도 1군에 있는 모든 선수들을 위해 피켓을 만드는 열성팬이다. 강 씨는 "국대정호'처럼 4글자로 거의 모든 선수의 응원 피켓을 만들었다. 어떤 선수는 하고 어떤 선수는 안하기가 미안해 다 만들게 됐다(오른쪽 두번째 피켓사진). 선수들이 피켓을 보고 활짝 웃을 때 가장 기쁘고 더 만들고 싶은 욕구가 생긴다"며 미소를 지었다.

스포츠심리학 전문가인 심정택(동대대 태권도학과 교수) 박사는 "팬들의 피켓팅은 경기의 일부로 참

여 하고 싶은 욕구라고 본다. 적극적인 응원 행위로 경기 중에 선수와 자신을 동일시하는 것으로 파악할 수 있다. 영화 해운대를 보자. 롯데 이대호가 관중들과 언쟁하는 장면이 있다. 물론 그 장면은 일종의 야유행이지만, 팬들은 선수들과 소통하고 싶어 한다. 피켓팅도 적극적인 의사소통 행위의 일환으로 볼 수 있다"고 피켓열풍을 설명했다.

●응원피켓도 디지털 시대

2010년 응원피켓도 디지털 시대를 맞았다. 4월 잠실에 처음 등장한 전자피켓은 팬들이 원하는 다양한 응원문구를 LED액정화면에서 구현하며 폭발적인 관심을 받았다. 가장 큰 장점은 편리함. 그날 경기, 혹은 선수의 상황에 따라 미리 손쉽게 응원문구를 바꿀 수 있기 때문에 디지털 세대에게 안성맞춤이다.

디지털 피켓을 처음 생각하고 세상에 내놓은 주인공은 LED관련 제품 전문 생산업체 (주)루미코스의 이금영 상무다. LED피켓은 당초 선거운동용품으로 제작됐다. 무게가 가볍고 두께가 얇으면서도 화재 및 감전의 위험이 없고 특히 눈부심 없이 멀리서도 잘 보이는 LED의 특성을 선거운동에 이용하지는 아니었다. 그러나 선거관리위원회 승인이 늦어지며 제품화되지 못했다. 이 상무는 아이디어가 아까워 고심하다 프로야구 응원을 생각해보고 올 시즌 개막과 함께 제품으로 만들었다.

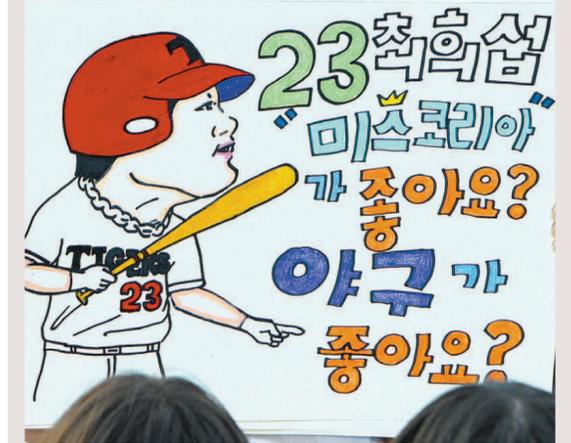
이 상무는 "입소문을 타면서 프로야구 팬들이 많이 찾고 있다. 야구장을 시작으로 각종 공연장까지 쓰임새가 넓어지고 있다. 요즘에는 일본에서까지 관심을 보이고 있다"고 설명했다.

전자피켓의 판매가격은 3만원에서 5만원 사이, 직접 피켓제작을 즐기는 여성 팬들에 비해 남성 관중들에게 더 인기가 높다.

●'종범신에서 종범갑'으로, 별명까지 뒤바꾼 피켓 인기

피켓의 인기는 국내 최고 스타 중 한명인 이종범에게 새로운 별명까지 선물했다. '양산' 양준혁과 함께 지역 팬들에게 '신(神)'이라고 불리는 '종범신'이 종범. 그러나 '바람의 아들 이종범(종범 甲)'이라는 피켓이 방송카메라에 잡힌 뒤 인터넷에서 폭발적인 관심을 끌면서 '종범갑'이라는 별명이 생겼다. 신(神)을 신(申)으로 착각한데 이어 결국 갑(甲)으로 잘못 쓴 한 팬이 전한 큰 웃음이었다. '종범갑'은 이종범과 같은 유니폼을 입고 있는 채종범에게까지 영향을 끼치기 시작해 '종범갑'이라는 별명으로 이어졌다. 그야말로 프로야구의 일부가 된 피켓응원이다.

이경호 기자 rush@donga.com 전영희 기자 setupman@donga.com 편집 | 안도영 기자 ydalove@donga.com



야구장을 찾는 여성팬들이 폭발적으로 증가하면서 촘촘살인 응원문구를 적은 '야구장의 새드림' 피켓 문화가 활짝 꽃을 피우고 있다. 보고 싶노라면 탁하고 무릎을 치는 경우가 비일비재할 정도다. 스포츠동아108

"탈모" 내치, 외치 속과 겉을 한방으로 다스린다.

대한민국 첫 대통령 한방주치의 신현대박사가 제안하는 한방활모

국내최초 3단계 탈모관리 프로그램

감고(삼푸) 뿌리고(헤어토닉) 먹는(한방영양식품)시스템

활모삼푸, 활모정환 SET

삼푸 400ml
헤어토닉 150ml
활모정환 60포

체험분 증정!!

활모삼푸 30ml
헤어토닉 30ml

7일무료체험만으로 탈모 멈추게 한다.

탈모 인구 1000만시대

불규칙한 식습관, 잦은 피로나 열세, 헤어드라이어 사용으로 인한 자극으로 탈모 현상이 촉진되고 열이 많은 사람이 기름진 음식과 과도한 음주습관으로 인해 열과 습기가 많이 생겨 과다피지분비로 두피가 끈적여 탈모가 생긴다. 또한 최근 여성들의 과도한 다이어트로 인해 영양 불균형을 이루어 신장기능이 나빠지고 이는 곧 탈모로 이어진다. **황체내경에도 '모발은 신장으로부터 생기기' 신장의 기능은 모발로 나타난다**고 하였다. 이는 신장에 있는 습기와 양기가 발란스를 잃어 신장의 정기가 허약해지면 모발의 성장 발육을 어렵게하고 탈모가 온다는 것이다. 또한 급격한 스트레스로 인한 청년층의 탈모는 심각한 수준에 이른다. 이와 같이 탈모도 고민하는 사람들은 탈모에 좋은 제품은 이것저것 안써 본게 없을 정도로 많지만 대부분 만족할 만한 효과를 본 제품은 거의 없다. 이는 거의 대부분의 삼푸제품이 효과를 내세우지만 이는 제조사의 방법이나 조성에 대한 특허일 뿐 탈모방지나 양모에 대한 효과를 인정받지 못한 제품이 불과하다. 또한 일부 의약품으로 인정받은 제품이 있지만 두피청결만으로 탈모관리에는 한계가 있다. 이제 지질만큼 지체버린 탈모인을 위해 이시대 최고의 한의학자의 남다른 노하우로 "한방활모"를 제안한다.언론에 계재된 대통령 주치의와 경희대 한방병원장을 역임했던 신현대박사에 따르면 "탈모는 불치병이 아니다. 그렇다고 가볍게 생각하면 회복가능이 될 수 있는 만큼 무엇보다도 식습관, 철저한 관리와 그에 합당한 예방이 중요하다"고 한다. 지금까지의 대부분의 탈모관련제품은 감고 뿌리는 제품들이 대부분이었다.

"**한방활모는 모발과 모근을 청결하게 하고(삼푸) 직접 영양을 공급하여(토닉), 속을 다스리는 (한방영양식품)** 남다른 노하우로 가능하고 힘없이 남아 있는 머리리카락이 더 이상 빠지지 않고 굵고 힘있게 만들어주고 새로운 솜털을 빠지지않고 튼튼하게 자라 풍성하게 만들어 준다."

탈모의 원인과 유형은 많지만 머리리카락이 빠지는 가장 큰 요인은 속에서 시작해 두피와 모발로 영양분을 공급하지 못하기 때문이다.

신현대 박사의 또 하나의 자부심!!

"탈모" 속부터 다스려야 한다. **"활모정환"**

14가지의 천연원료를 '활모정환'에 다 넣었다!!

먹는 한방 "활모정환"은 오장육부를 관리하여 신장기능 활성화와 원활한 혈액순환에 도움을 주어 시스템적으로 육묘의 효과를 보게되어 두피에 유효성분을 침투하여 효과를 극대화 및 제품의 안정성까지 개선한 우수한 제품이다.

직접 사용해 보았습니다.

탈모방지 제품에 명품이 있다면 바로 "활모6중"이 아닐까 싶다. 국내 최고한의학자의 남다른 열정과 노하우로 구성된 제품으로 매일 아침에 활모삼푸로 머리를 감고 아침저녁을 활모정환을 먹고 활모 토닉을 뿌렸다. 삼푸는 적은 양으로도 거품이 풍부하고 미세함이 느껴진다. 모발에 좋은 영양분이 두피에 충분히 공급될 수 있도록 약 3분간 기다렸다 헹군 후 물기를 제거하고 헤어토닉을 두피에 직접대고 뿌려 두피와 모근에 영양분이 충분히 공급되고 빠른 악리 작용이 이루어 지며 활모정환을 아침 점심으로 먹으면 두피와 모발 뿐 아니라 속까지 다스리는 1식3조의 빠른 효과를 기대 할 수 있다. 그 동안의 개별 제품위주의 시중제품에 비해 감고(삼푸)뿌리고(토닉)먹는(한방영양식품)것으로 프로그램되어 있는 시스템적인 제품으로 믿을이 가는 "한방활모"에 큰 기대를 걸어본다.

품질은 **프리미엄!** 가격은 **최저가!**
clienteshop.com 대리점 및 문의 전화 **1544-8497**