

장르 · 소재 · 마케팅의 벽 녹인 소설의 로맨스

글 | 허선

미국의 로맨스 소설 시장이 변화를 맞이하고 있다. 과거 단순히 남녀 사랑만을 다루었던 로맨스 소설은 요즘 독자들의 구미에 맞게 추리, 서스펜스 등 새로운 장르와의 접목을 통해 독자층을 넓혀가고 있다. 또한 주로 백인 미남, 미녀와의 사랑이라는 전형적인 틀을 깨고 다양한 문화와 배경을 토대로 한 사랑이야기라든지 강한 여성을 주인공으로 한 새로운 여성상을 선보이고 있다. 여기에 일반 슈퍼마켓이나 기존 음반회사에서 이용되었던 마케팅 기술들이 로맨스 소설 마케팅에도 적극적으로 활용됨으로써 미국의 로맨스 출판물은 새로운 변화를 꾀하고 있다.

다양한 장르와 접목을 시도.

몇 년 전 작가들이 서스펜스를 로맨스 소설에 도입하기 시작한 이래 작가들은 현대적이거나 비정상적 또는 코믹적인 여러 가지 장르를 취하기 시작하였다. 이러한 시도는 새로운 독자층을 형성하게 했는데 한때 미국 로맨스작가 책판매 협회에 몸담았었던 캐시 베이커는 “다양성을 포용한 로맨스 소설은 추리물, 서스펜스 독자들은 물론, 공상과학소설이나 판타지 쪽의 독자들도 로맨스로 끌어당

기고 있다”고 설명한다. 한 예로 벤틀출판사에서 출간된 캐런 하바흐의 《밤의 불 Night Fires》은 프랑스 혁명 당시를 배경으로 흡혈귀를 등장시킨 내용과 공포분위기 나는 책 커버로 공상과학은 물론, 판타지 독자들에게도 큰 호응을 얻고 있다. 하지만 전통 로맨스 독자들의 기대에 어긋나지 않게 매력적인 남성을 책 커버에 실는 것도 잊지 않았다.

이러한 경향에 발맞춰 로맨스 소설 분야에 새로 뛰어든 버클리출판사도 다양성을 모토로 센세이션시리즈물을 출간하였다. 먼저 추리작가 메그 쿼텐든의 《너가 아는 것보다 더 More Than You Know》라는 로맨틱 서스펜스를 선보였고, 비정상적인 요소와 현실적인 주제를 접목한 노라 로버츠의 ‘키 3부작(Key Trilogy)’은 완결을 앞두고 있다. 이어서 할리퀸출판사에서 버클리출판사로 이적하면서 처음으로 로맨스 서스펜스를 시도한 레버카 요크의 ‘달 3부작(Moon Trilogy)’도 독자들의 큰 기대 속에 출간되었다.

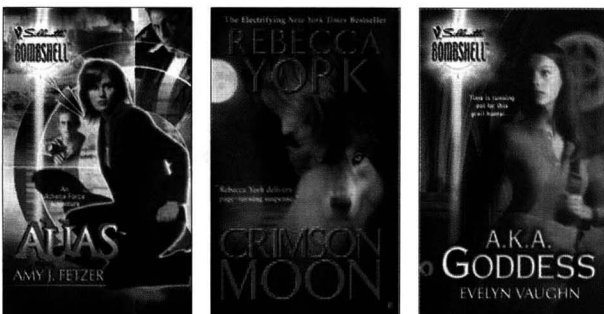
이렇듯 로맨스 소설들은 모두 같다는 통념을 깨고 미국의 로맨스 소설은 다양한 장르와의 접목을 통해 새롭게 진화하고 있다.

전형적인 틀에서 탈피.

과거 로맨스는 전통적으로 금발의 백인 미녀와 용감하고 호탕한 기사만의 영역으로 여겨졌으나, 요즘엔 다양한 문화를 배경으로 한 사랑 이야기들과 여

미국 작가 Kim English의 그림 (romancenovel)

미국 로맨스 소설은 요즘 독자들의 구미에 맞게, 서스펜스 등 새로운 장르와 결합해 독자층을 넓혀가고 있다. 사진은 미국에서 출간된 로맨스 소설들.



인들이 영웅으로 등장하는 로맨스 소설이 유행처럼 번지고 있다. 이러한 인기는 중국계 미국인 여성의 이야기를 다룬 김 왕 케트너의 《모든 것의 점심식사 The Dim Sum of All things》와 로스앤젤레스의 인도계 미국인 사회를 그린 《일해 주는 여신 Goddess for Hire》으로 대변된다. 이 책들의 편집을 맡은 아본출판사의 편집장 캐리 페론은 '많은 독자로부터 긍정적인 반응을 접했다'고 밝힌 바 있는데, 이는 부모로부터 독립하고 일과 사랑 사이에서 버둥거리며 자신의 정체성과 자신만의 세계를 찾아가는 오늘날의 미국여성들을 그렸다는 점에서 비슷한 처지에 있는 많은 독자들이 공감을 보인 것이라 하겠다.

〈툼 레이더〉나 〈찰리의 엔젤들〉, 〈알리아스〉, 〈버피 더 뱀파이어 슬레이어〉와 같은 영화나 TV 프로그램에서 나온 강인한 여성들을 모델로 제시하는 로맨스 소설도 관심을 끌고 있다. 그 예로 돌체스타출판사는 2176년을 배경으로 강인한 소녀들을 주인공으로 다룬 새로운 시리즈물 중 첫 번째 타이틀 《맥과이어 전사의 전설 The Legend of the Banzai Maguire》을 출판하였고 지난 2월 여자 제임스 본드를 주인공으로 한 코믹물 《브리스 Bliss》를 소개하기도 했다. 이어서 로맨스 소설 전문 출판사 할리퀸에서도 여걸들을 다룬 《실루엣 밤셀 Silhouette Bombshell》 시리즈물을 출간하기 시작했다.

대중시장을 겨냥한 마케팅 전략들.

이제 쿠폰을 오리는 것은 레스토랑이나 마켓에서 쓰기 위해서만 아니다. 램덤하우스 소속 발렌타인출판사 사장 리비 맥과이어는 리베이트야말로 로맨스 저자의 시장 점유율을 높이는 데 효과적이라는 것을 발견하고 이를 전략적으로 이용하고 있다. 작년 〈뉴욕타임스〉 베스트셀러였던 수잔 브록맨의 첫 양장본 《너무 심한 Gone Too Far》은 5달러의 리베이트 쿠폰이 이용되었다. 약 3,000개가 리베이트로 사용되었고 책 판매도 성공을 거두었다. 이어 올해에도 로맨틱 타임스 북클럽 잡지 팜플렛에 신간 《살얼음 위에서 On Thin Ice》와 《발화점

Flashpoint》의 리베이트 쿠폰을 달아 재미를 보고 있다고 한다. 이 출판사 사장 리비 맥과이어는 앞으로 더 많은 독자를 이끌어내기 위해 〈USA Today〉와 같은 미디어를 통한 리베이트 방법도 생각중이라고 한다.

길거리 이야기로 인기와 혹평을 함께 받고 있는 힙합 로맨스 소설은 그 마케팅에 있어서도 일반적인 출판사 마케팅과는 색다른 방식이 이용되고 있다. 대부분의 힙합 로맨스 소설들이 길거리 음악샘플을 통해 레코드 계약이 성사됐던 초기 힙합음악과 같은 맥락으로 자기출판을 통해 좌판이나 트럭에서 판매되다가 대형출판사에 발탁된 경우가 많다는 점에서 레코드 회사들이 취하는 마케팅 방식이 동원되고 있다. 즉, 고상한 출판기념회보다는 나이트클럽이나 집에서 힙합 음악과 함께 책 이벤트를 열거나 거리에서 책 사인회 초대권을 나누어주고 있다.

미국의 로맨스 소설 독자층은 남녀노소를 구별하지 않고 두텁게 형성되어 있다. 이러한 배경은 로맨스 출판시장이 새로운 소재개발, 다양한 장르의 수용을 통해 자기개발에 인색하지 않았기 때문일 것이다. 우리네 로맨스 출판시장도 다양한 시장개발을 통해 지난날 학창시절 하이틴 로맨스로 잠못 이뤘던 팬들에게 다시 한 번 다가섰으면 하는 바람을 해본다. ❧

이 글을 쓴 허선은 서강대학교 언론대학원에서 출판을 전공했고 2003년 미국에서 PMA Publishing University 과정을 수료했다. 논문으로 〈도서 및 저작권의 수출입에 관한 연구〉 등이 있다. 평화출판사와 진선출판사에서 근무했으며 현재 미국출판마케팅협회 회원으로 활동하고 있다.

