

《여자는 무엇으로 사는가》 연극을 통한 새로운 도서마케팅 시도



자는 무심코 펼쳐본 책 속에서 돈과 여성의 관계를 나타내는 구절을 읽어내려 간다. 백마 탄 왕자를 기다리기 보다는 현실을 직시하고 새로운 경제관을 가지라는 책 내용을 보면서 여자는 비로소 자신의 지나온 시간들을 반추하고 전혀 다른 미래를 계획한다.

연극으로 서점 고객들의 이목을 끈 책 《여자는 무엇으로 사는가》는 200여 명이 넘는 여성들과의 대화를 통해 여성들의 수동적이고 감정적인 경제 개념을 지적하고 ‘여성, 돈, 행복’이라는 화두를 일상과 연결 지어 풀이, 여자의 삶에 있어 ‘돈’이 차지하는 의미와 개념을 설명하고 있다.

‘서점가 연극’이라는 새로운 홍보 마케팅을 추진해 온 여름언덕은 지난해부터 여성 에세이 출간을 준비해 왔다. 박성식 대표는 “서점에서도 높은 관심을 보이고 있다. 복합문화공간으로서 서점의 역할을 고민하고 있는 실정에서 이같은 홍보 이벤트는 잠재 독자들에게 신선한 자극을 줄 것으로 기대한다”고 밝혔다. 그동안 영화, 사진, 미술 전시회 등이 출판과 공동 마케팅을 진행해 온 것은 여러 차례 있었지만 연극을 접목 시킨 것은 드문 시도다. 홍보 마케팅이 치열한 출판계에서 독자와 언론의 관심을 불러일으켰다는 점에서도 타 출판사들의 이목을 끌고 있다.

그러나 홍보와 실구매를 곧바로 연결지을 수 있을지는 의문이다. 공연을 관람한 30대 여성 한혜영 씨는 “친구를 기다리는 중에 우연히 보게 됐다. 재미있고 신선한 홍보인것 같다”면서 “책 내용이 어떤지 궁금한 것과 바로 사서 읽는것과는 거리가 있는 것 같다. 책은 읽는 이의 관심 분야가 특정하기 때문이다”라고 말했다.

이에 대해 출판사 측은 “독자를 가까이에서 만나고 선택과 기회 제공이라는 두 가지 목표에는 성공적인 결과”라는 긍정적인 반응을 보이고 있다. 이번 홍보에 진행된 비용은 기존의 방식과 비교할 때 오히려 비용대비 높은 가시 효과를 보인 것으로 귀땀했다.

여름언덕은 1월 한 달 동안 총 6개의 서울시내 대형서점에서 공연 한 뒤 점차 지방 서점가로 홍보 지역을 확대할 예정이라고 밝혔다. 출판사 여름언덕과 공동으로 이번 연극공연을 진행한 ‘극단 아이’ 역시 서점공연을 이벤트성 프로모션에서 그치지 않고 올 7월 책의 내용을 토대로 한 2시간짜리 정극으로 보완해 무대에 올릴 예정이다. **주필**



여성 경제서 《여자는 무엇으로 사는가》를 출간한 여름언덕 출판사는 책의 홍보를 위해 ‘서점 연극공연’을 준비했다. 북적대는 시내 중심가 대형 서점을 중심으로 진행된 이번 홍보 이벤트는 무대를 특별하게 준비하지 않고 최소한의 움직임만 허용하는 공간을 확보, 둘레에 간단한 표시만을 한 뒤 1인극 모노드라마 형태로 펼쳐졌다. 책에 담긴 내용이 대사로 인용되거나 주인공 성찰을 유도한다는 설정이다.

외국 출장을 떠나는 남편을 배웅하기 위해 공항에 나간 여자는 남편으로부터 급작스런 이혼통보를 받는다. 충격에서 벗어나지 못한 채 무작정 거리로 나와 서점에 들러 책을 보던 여

취재 송보경 기자 | 사진 박신우 기자