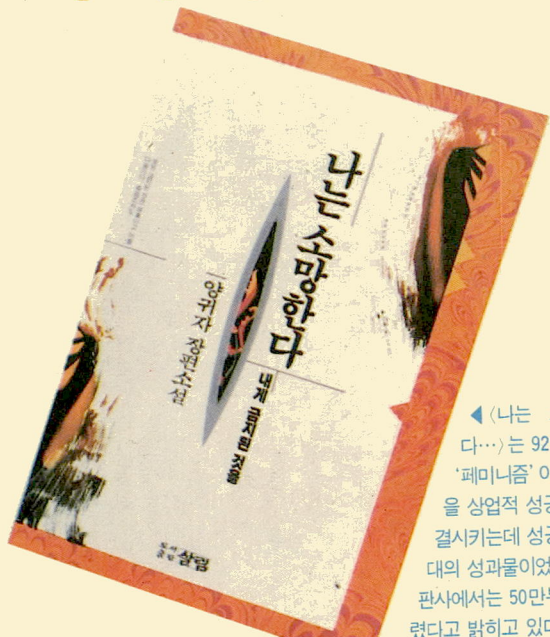


우리 사회 페미니즘 인식의 혼란 드러내



◀ 〈나는 소망한다...〉는 92년도에 ‘페미니즘’이란 말을 상업적 성공과 연결시키는데 성공한 최대의 성과물이었다. 출판사에서는 50만부가 팔렸다고 밝히고 있다.

양귀자의 색다른 소설 〈나는 소망한다 내게 금지된 것을〉은 92년도에 ‘페미니즘’이란 말을 상업적 성공과 연결시키는 데 성공한 최대의 성과물이었다.

“한국 페미니즘 문학의 금지된 문을 열었다”는 광고문에서 드러나는 것처럼 〈나는 소망한다...〉는 기존의 문학작품에서 나타난 여성의 이미지를 크게 바꾸어 놓는 데에 큰 비중을 두고 있다. “가든 여자와 갇힌 남자”라는 구도가 그렇고 강민주라는 여주인공의 지배적 퍼스낼리티와 남자에 대한 복수극이 여성의 자리바꾸기를 위한 장치로 자리잡고 있다.

〈나는 소망한다...〉는 92년 여름 교보·종로·영풍 등

대형서점에서 판매부수 1위를 차지했고 그 후로도 베스트셀러 순위 상위권에 등장하는 고정메뉴가 됐다. 출판사에서는 50만부가 팔렸다고 밝히고 있다.

이 소설의 광고문안대로 정말 페미니즘 소설인가에 대해서는 논란이 많다.

연극적 완성도가 논란의 내용이 됐던 페미니즘 연극 〈자기만의 방〉과 다른 점이 바로 이 부분이다. 〈자기만의 방〉은 ‘페미니즘’이 너무 노출되어서 논쟁의 여지를 남기지만 〈나는 소망한다...〉에 대해서는 많은 여성학관계자들이 회의를 보인다.

영문학자 이소희(한양여자전문대학, 영문학) 교수는 〈여자

로 말하기, 몸으로 글쓰기〉에 실린 ‘페미니즘 문학에 관한 몇가지 생각들’이란 글에서 〈나는 소망한다...〉를 “페미니즘 소설처럼 보이는 ‘반 페미니즘 소설’”이라고 결론짓는다. 작가는 아마조네스 같은 신화적 인물을 그릴려고 했을지라도 실제로는 “당당하게 벌지 않은 돈에 기생해 사는 한 여자가 혼자서 잘난 척하다가 제풀에 주저앉은 돈키호테식 이야기”라는 것이다.

진지한 글로 독자의 신뢰를 받아온 이 소설가가 ‘의도했던 것과 다른’ 반페미니즘적 요소를 작품 곳곳에 산재하게 만들고 출판사는 이를 페미니즘 소설임을 내세워 자신있게 광고했으며 신선한 충격 속에서 이 소설을 페미니즘 소설로 읽은 독자들이 50만부 판매라는 기록을 만들어주고 있는 현상에 대해 이소희 교수는 ‘작가와 독자의 페미니즘 인식이 혼란되어 있다’고 보고 있다.

여성의 대리자로 설정된 여주인공이 여성에 대한 애정 결핍과 여성해방운동에 대한 심한 적대감을 보이는 대목이 특히 그렇다는 지적이다.

〈나는 소망한다...〉에 대한 찬사와 비판이 오가며 만들어내는 페미니즘문학에 대한 토론

속에는 우리사회에서 통용되는 여성해방의식의 혼재가 담겨 있다고 보인다. 이 혼재의 상황은 페미니즘 그 자체보다는 페미니즘처럼 이해될 수 있는 기술을 더 요구한다. 이런 시대에는 상업적 흥행을 목적으로 페미니즘을 표방하는 각종 문학작품들이 대거 유행한다.

수많은 논의 중에서도 〈나는 소망한다...〉는 엄청난 수의 독자에게 재미있고 새로운 읽을거리로 꾸준히 다가가고 있다. 이제 독자들은 페미니즘이라는 정체불명의 시대사조가 주는 새로움을 만나고 싶어한다. 진위야 어떻든 페미니즘이라고 보이는 종류의 감동을 만나고자 한다.

이런 독자들의 동향은 분명 여성학의 대중화, 여성문제의 보편화, 남녀평등의식의 확산이라는 사회변화를 반영하고 있으며, 이 인구들의 토론이 우리사회의 페미니즘 수준을 결정하게 될 것이다.

〈나는 소망한다...〉는 우리사회가 페미니즘의 혼재시대와 있음을 깨닫게 해주고 모처럼 그에 대한 토론을 불러일으켜 준 작품이었다. 이런 의미에서 상업적 성공이란 페미니즘 대중화를 위해선 반드시 거쳐야 할 관문이라고 할 수 있을 것이다.