

페미니즘 상업화 시대① - 연극 <자기만의 방>

여성학 직설대사 의외 호응 얻어

2개월 만에 1만 관객 돌파, 여성운동 저변화가 큰 힘

여 93.1.22

여성학 개론 효율적으로
소화할 수 있는 기회

이라고 보는 것처럼, 페미니즘은 대학생 이상의 관객층에서는 대중적인 정서로 자리잡고 있고 이들 관객층이 여성학적 직설이 포탄처럼 퍼부어지는 이 연극을 소화해내고 있는 것이다.

“70년대부터 시작된 여성운동의 결실이라고 봅니다. 각 대학마다 여성학 강좌가 보급돼 있고 여성단체의 활동이 활발해졌으며 무엇보다 각 매스컴에서 여성문제를 다루고 있습니다. 이제 페미니즘은 소수 지식인 여성만의 전유물이 아니라 대중적 지식이고 정서라는 걸 확인했습니다.”

여성문화예술기획 이해경 대표는 “다 아는 것을 선언적인 의미에서 확인한다고 기획했는데 오히려 일반 관객들이 새롭고 충격적으로 받아들이더라”고 덧붙였다.

일반 연극보다는 유익하고 일반 여성학강의 보다는 훨씬 재미있는 이 강연극의 주된 관객층은 20대(60%)와 30~40대(30%)인데, 젊은 층일수록 긴장해서 몰두한다고 한다.

소수의 과격한 여성들의 전유물쯤으로 여겨졌던 ‘페미니즘’이 강렬한 상업화의 소재로 자리잡고 있다.

‘본격 페미니즘 연극’임을 선언하고 여성학적 진술로 꽉 채워져 있는 여성문화예술기획의 연극 <자기만의 방>이 공연 2개월만에 1만여명의 관객을 동원하는 대흥행을 기록했다.

어떤 연극보다 많은 관객
모은 새로운 연극

<자기만의 방>이 무대에 오르자 기존 연극계의 한편에서는 “연극적 요소를 갖추지 못한 연극 아닌 연극”이라며 부정적인 시각도 있었다. 그러나 주목해야 할 점은 이 ‘연극 아닌 연극’이 그 어떤 ‘연극 같은 연극’보다 많은 관객을 모으고 있다는 점이다.

<자기만의 방>의 흥행 성공은 우리사회의 관객층의 변화상을 짐작케 하는 현상으로 해석될 수 있을 듯하다. 여성문화예술기획 측이 성공요인을 ‘시기적으로 잘 맞아떨어졌기 때문’



▲페미니즘이 소수 지식인 여성만의 전유물이 아닌 대중적 지식이고 정서라는 것을 확인한 연극 <자기만의 방>의 한 장면

이 연극의 대사가 관객에게 감동적으로 다가갈 수 있었던 것은 사전의 공동토론에서 ‘살아있는 말’이 수집될 수 있었기 때문이라는 지적도 있다. 연세대 조혜정 교수는 이 연극이 “실제로 여성운동의 현장에서 뛰었던 사람들이 작품을 만들면서 매맞는 여성, 가난한 여성, 지식인 여성 등 다양한 소재의 여성문제를 토론한 결과를 진솔하게 제기한 것이 관객들을 끌어들이는 데 성공한 요인이 됐을 것”이라고 관람평을 말했다.

배우 이영란 씨는 극중에서도 연기라는 느낌을 주기 보다는 자기 얘기를 피토했듯 토해

내고 있다는 느낌을 관객에게 주고 있고 대사에 자기 이름을 직접 삽입하고 관객에게 말을 시키는 등으로 배우라기 보다는 객석에 앉아 있는 이들과 똑같은 여성, 토론자로 자기자리를 정해 놓고 있다. 이 ‘배우스럽지 않은 몸짓과 말은 관객을 90분간 지루하지 않게 만들어 주는데 좋은 효과를 내고 있는 듯하다.

페미니즘이 바람으로
일어날 수 있는 시대

<자기만의 방>을 놓고 연극이나 아니냐를 따지는 일은 무의미할 것이다. 이 연극은

기존의 연극이 ‘성에 차지 않는’ 이들이 기존 연극의 기준 저 너머에서 만들어낸 작품이기 때문이다. 오히려 이 연극의 중요성은 페미니즘의 바람을 일으켰다는 데에, 아니 페미니즘이 바람으로 일어날 수 있는 시대임을 자각하는 데서 찾을 수 있을 것이다. 강력한 여성해방의 메시지를 실은 직격탄 대사를 끄덕없이 소화해내고 여성학의 지식과 정서를 상식과 교양으로 받아들이기 시작한 신세대 관객층이 생각보다 꽤 두터운 것이다.

(남미경 기자)