

페미니즘 책들은 안 팔린다?

이론서 시장은 사라지고 '패션'으로서의 페미니즘만 남아

한기호

출판마케팅 평론가

90년대 초반부터 문화적 의미와 함께 상업성이 인정돼 출판인들에게 집중 공략대상이 된 영역중의 하나가 페미니즘 관련 분야이다. 90년대 중반에는 페미니즘 담론을 담은 책의 출간이 절정을 이뤘다. 여성해방의 가치를 들고 나온 작품이면 그 자체의 문학적 성취도와 상관 없이 큰 호응을 받기도 했다.

전통적 가치와 새로운 가치의 충돌

최근 대형서점 베스트셀러 상위권에는 《모순》(양귀자, 살림)과 《변명》(정길연, 이룸)과 같은 소설들이 올라 있다. 출간 두달 만에 15만부가 판매된 《모순》은 대형베스트로 떠오를 가능성이 농후하다. 무명에 가까운 작가가 신생출판사에서 펴낸 《변명》도 출간 3개월만에 7만부가 판매되었다.

90년대 내내 인기를 모았던 페미니즘 성격의 소설들은 시기에 따라 대략 몇가지로 나눌 수 있다. 첫째는 1989년 말에 출간된 《그대 아직도 꿈꾸고 있는가》(박완서)를 비롯하여 《물위를 걷는 여자》(신달자) 등 90년대 초반에 간행된 소설들이다. 이들 소설의 주인공은 여성 억압의 현실 속에서 고통과 수난을 받지만 되도록 현실 속에서 적극적으로 자기 삶을 개척해나간다. 비소설에서는 《아이를 잘 만드는 여자》(김영희)와 《자유를 위한 변명》(홍신자)과 같이 사회에서 성공한 여성들의 책이 대형베스트가 되었다. 이 저자들은 자신이 일에서 성공했으며, 가정적으로도 실패하지 않았음을 강조하고 있다.

둘째는 《나는 소망한다. 내게 금지된 것을》(양귀자), 《무소의 뿔처럼 혼자서 가라》(공지영), 《혼자 눈뜨는 아침》(이경자)과 같이 여자로서 자기 존재를 성찰하는 단계를 뛰어넘어 보다 공격적으로 자아를 찾아나가는 소설들이다. 《나는 소망한다...》에서 주인공은 남성들의 폭력을 상징하는 한 남자를 납치해 린치를 가하기까지 한다. 《혼자 눈뜨는 아침》의 광고 카피는 “나는 더 이상 남편을 위해 밥상을 차릴 수 없습니다”로 당시 소설의 내용을 상징적으로 응변한다.

이 시기 비소설에서도 '체험적 여성학'이란 부제를 달고 나온 오숙희의 《너무 아까운 여자》를 비롯해 《여성이어, 테러리스트가 되

90년대 중반 페미니즘을

기치로 들고 나온 작품이면 문학적

성취도와 상관 없이 큰 호응을

받았다. 95년에는 보다 공격적인

내용의 페미니즘 책이 출간되었고,

전계층의 여성독자로부터 열렬한

호응을 받았다. 그러나 최근 들어

반페미니즘은 역공세에 실달린다.

이러한 현상은 진정한 페미니즘으로

가기 위한 과정이 아닐까.

리》(전여옥), 《나는 길들여지지 않는다》(이주향), 《표현하는 여자가 아름답다》(양창순)와 같이 적극적인 여성들의 주장이 담긴 책들이 대중에게 큰 호응을 받았다.

여성을 지배했던 전통적인 가치와 자기실현을 위해 새롭게 부상하는 가치가 서로 충돌할 때 첫번째 성격의 소설들은 아직 지배적인 가치에 중심을 두었다면, 두번째 성격의 책에서는 부상하는 가치(일)를 위해서는 지배적인 가치(사랑)는 무시해도 좋다는 생각이 지배적이었다. 전자의 책들이 주로 90년대 초반에 간행되었다면 후자의 책들은 95년을 정점으로 절정을 이루며 더 열렬한 대중적 호응을 받았다.

이들 책이 끼친 공로는 여성 독자층을 크게 넓혔다는 점이다. 사랑이라는 추상적인 관념을 다룬 감상적 에세이에 머물러 있던 신세대 중심의 여성 독자층에서 미시, 아이를 가진 직장여성, 빈둥지 증후군에 시달리며 심각한 자기정체성의 위기에 빠져든 40~50대 주부층 등 거의 전계층의 여성독자로 다변화시켰다.

80년대 중반 이후 “사회변혁에서의 여성 대중의 선도적 역할을 현실화하여 여성의 이중적 억압을 해결하기 위해서는 가정이라는 굴레를 넘어 여성억압의 사회적 의미를 인식하고 나아가 우리 사회의 정치·경제·사회적 문제에 통일적인 인식을 이루”“《여성》의 서문에서)고자 했던 여성들이 대중적 글쓰기를 시도하였고, 이들의 책이 일정한 상업적 성공(경우에 따라서는 출판사의 적



이즈음 독자들은 '반페미니즘적'이라고 볼 수밖에 없는 책들을 즐겨찾는다.

극적 프로모션에 힘입은 바 크지만)을 이루기도 하였다.

하지만 이 책들의 대부분은 명백하게 페미니즘 서적이라고 보기 어렵다. 단지 페미니즘 담론을 기묘하게 상업화시키는 의사 페미니즘 서적이라고 보아야 할 것이다. 정작 페미니즘 이론서는 시장성을 잃어버렸다.

역공세에 시달리게 된 페미니즘 도서들

서구의 페미니즘 이론들을 급격하게 수용하면서 대중들의 실생활과는 제대로 접목시키지 못했다. 대중들은 선정적인 구호는 기억하되 본격적인 페미니즘 이론서는 아예 외면해 버렸다. 더구나 제반 사회운동이 침체 국면에 들어선 다음에는 더욱 시장성이 사라져 버렸고, 출판인들은 페미니즘 이론서 자체의 출간을 기피하게 되었다.

전문출판사로 나섰던 여성사는 이미 문을 닫았으며 다른 출판사들의 활동도 미약해진 느낌이다. 《또하나의문화》, 《여성》(《여성과 사회》로 제호 변경), 《이프》와 같은 여성관련 매거진형 도서들은 한때 상업적으로도 성공했지만, 판매확장에는 한계를 보인다.

구호적인 차원에서만 유행하는 '패션'으로서의 페미니즘은 역공세에 시달리게 된다. 97년에 출간된 《선택》(이문열)은 대중매체의 상업적 논쟁에 힘입은 바가 크긴 하지만 27만부가량 판매되었다. 구호차원의 페미니즘에 식상한 독자들은 결국 최근의 《모순》·《변명》과 같은 반페미니즘에 가까운 소설을 즐겨 찾게 된 것으로 볼 수 있다. 90

년대 초·중반에 화제를 몰고왔던 저자들의 최근 신간이 광고 공세에도 불구하고 상업적 참패를 면치 못하고 있다는 점은 시사하는 바 크다.

어느날 갑자기 온 생애를 다 걸어 인생을 탐구해 보기로 결심한 《모순》의 25세 여주인공은 현실의 삶(심심한 행복)과 몽상같은 삶(짜릿한 불행)중에서 결국 '무덤 속 같은 평온'인 전자의 삶을 선택한다. 소설가인 남편과 헤어지고 딸과 함께 살고 있는 《변명》의 여주인공은 부부의 인연을 마무리한 과정을 냉정하게 반추하고 있다.

두 소설의 주인공은 더이상 투사도 아니며 '테러리스트'도 아니다. 그들은 자기실현을 위한 자기 '일'에는 전혀 관심이 없다. 단지 '성공적인 결혼'을 고민하거나 '그(남편)의 여자'로 인하여 상처받은 추억에 머물러 있을 뿐이다. 왜 오늘날의 독자들은 반페미니즘적인 소설이라고 볼 수밖에 없는 이들 소설을 즐겨찾는가?

세계적 공황과 환경파괴의 위기 등으로 인하여 가족공동체는 파괴의 위협속에 있고, 세기말적 불안에 휩싸여 있는 독자들은 단지 살아남는 방법을 얻거나 다른 사람의 상처받은 이야기를 통해서 자신을 위로받기 원한다. 구호 차원의 페미니즘 담론에서 상처받은 독자들이 이제 도도한 하나의 세를 이루고 있음이 지나친 망상이 아님 이즈음 독서호름에서도 미뤄 짐작할 수 있다. 하지만 이런 현상도 결국은 진정한 페미니즘으로 가기 위한 한 과정이 아닐까. ❖