

소녀들의 자발적 성매매

-안노 히데아키 <러브앳(1998)>과 미야케 요코 <도쿄 아이돌스(2017)>를 중심으로-

2016102543 연극영화학과 국선아.

1. 서론

다소 충격적인 소재의 영화 <러브앳>은 일본 여고생의 원조교제를 다루고 있다. 원작의 작가 무라카미 류는 이 파격적인 소재에 대해 자본주의 논리에 따라 여성이 자신의 몸까지도 상품으로 내놓아야 하는 현대사회를 지적하고자 하였다.¹ 그런데 무조건 원조교제를 자본의 논리에서만 판단해야 할까? 물론 성매매의 본질은 결국 돈이다. 하지만 여기서 원조교제는 일반적인 성매매와는 특이점을 가진다. 일반적인 매춘이 금전을 필요로 하는 여성과 성행위를 충족하려는 남성 사이에서 일어나는 현상이라면, 원조교제는 여기에 '젊은 여성성'이라는 성적 가치가 추가된다.² 다시 말해 돈을 받았기 때문에 자신의 성을 제공하는 것이 아니라 역으로 젊음이라는 성적 가치를 인정하는 남성에게만 성적 서비스 제공이 가능하다.³ 따라서 일반적인 성매매와는 달리 원조교제는 스스로 자신을 상품화 한다는 점에서 좀 더 자유롭다. 영화 속에서 제시된 텔레크라(telephon club-여성 청소년이 유선 상으로 성인남성에게 금품을 스스로 요구하는 것) 역시 자발적 성매매의 맥락이다.

그런데 문제는 이 자발성이 정말로 주체성을 기반으로 만들어졌는가 이다. 특히 80년대 중반 이후 아이돌의 인기가 높아지면서 매스컴에서도 자연스럽게 청소년에 주목하게 되었다.⁴ 이는 미야케 요코의 다큐멘터리 <도쿄 아이돌스>에서 드러난다. 영화에서는 일본사회에서 여성이 주인공이면서 힘을 발휘하는 것은 아이돌 업계 뿐이라고 지적한다. 여기서 여성 청소년은 겉으로는 숭배 받지만, 실제로는 자발적 성매매의 길로 들어선다.

그렇다면 이 원조교제의 구매자인 현대 일본남성 뿐만 아니라 여성 청소년까지도 대체 왜 '소

1 무라카미 류의 작품세계 [1] http://www.cine21.com/news/view?mag_id=35290

2 노혁, 김미숙, 한국과 일본의 원조교제 성격 비교 연구, 청소년학연구, 10(4), 2003, p.192

3 2의 논문, p.194

4 안권순, 토론 2:청소년 성 상품화와 대책, 한국청소년학회 학술대회, 2014(2), p.35

녀'에 집착하는가? 본 논문에서는 일본사회의 기형적인 소녀 소비 문화에 대해 분석하고 지금의 한국 걸그룹 문화를 고찰해보고자 한다.

2. 본론

(1) 자발적 성매매로써의 원조교제

원조교제의 유형은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. '돈을 구실로 하는 형'과 '돈이 필요해서 하는 형'이다. 후자의 경우 당연히 경제적 원인이 동기이지만, 전자의 경우는 좀 다르다. 돈이 구실로 원조교제를 하는 여성의 내면에는 고독, 외로움, 타인으로부터 인정받고 싶은 욕구 등 심리적 상처를 가지고 있다.⁵ <러브앳> 속의 히로미가 이에 해당한다. 사회적 관계의 단절에서 오는 낮은 자아정체성을 반지를 구실로 원조교제를 통해 회복하고자 하는 것이다.

한국의 경우 '원조교제=성교'라고 무조건 인식한다. 반대로 일본은 여학생들이 남성과 식사를 하는 등 함께 시간을 보내는 모든 행위를 포괄한다. 영화에도 제시된 이러한 장면들은 '저런 원조교제도 있구나'라는 생각을 시작으로 하여, 친구 세대의 소통 단절, 기성세대에 남아있는 전체주의의 흔적 등을 엿볼 수 있다.⁶

이는 여고생으로 하여금 원조교제를 일종의 관계회복의 수단으로서 인식하게 한다. 그리고 이 관계에서 선택권을 가지고 있는 것은 남성이 아닌 여성이다. 영화 속에서도 남성들이 여고생을 쫓아오며 원조교제를 해달라고 간청하는 장면이 등장한다. 다시 말해 성매매를 할지 말지에 대한 주도권은 여성 청소년이 가지고 있는 것이다.

(2) 대중문화가 소녀를 보는 시선

물론 원조교제가 아무리 독특한 형태의 성 상품화 일지라도 내면에는 여전히 여성에 대한 남성 우월적 폭력성이 내제되어 있다. 상대적 약자인 여성, 그것도 청소년을 대상의 성 상품화는 자발성의 여부 이전에 명백한 폭력이다.⁷ 하지만 이를 폭력으로 인지하지 못하는 원인은 바로 대중문화에 있다. 특히 영화 <도쿄 아이돌스>를 보면 현대 일본에서 여성 청소년은 그 자체로 하나의

5 2의 논문, p.197~198

6 4의 논문, p.34

7 2의 논문, p.202

페티쉬로서 존재한다. 그리고 이 페티쉬즘은 여성의 몸 뿐만 아니라 인간의 몸을 물건으로 취급하고, 성(sexuality)이 인간관계에서 한 양식이 아니라 사고 파는 대상으로 인식되게 만든다.⁸

이처럼 여성이 자신의 신체를 스스로 철저히 상품화하는 것은 바로 여성 또한 남성의 시각으로 여성을 바라보기 때문이다. 그리고 이 여성들은 상품화 된 여성의 몸을 보면서도 충격이나 분노를 일으키지 않는다.⁹ 오히려 영화에서 묘사되는 것처럼 일본의 여자 아이돌들은 그 누구보다 적극적으로, 자신의 소녀성을 판매한다. 매체에서는 아이들에 대한 환상을 화려하게 미화하고, 아이돌 선발대회를 통해 여자의 꿈을 이루는 장소로 보이게 만든다. 그리고 그 꿈을 이루기 위해 소녀들은 악수회(팬들에게 자신과 악수할 기회를 판매하는 것, 간접적인 성적 접촉의 의미를 내포)에도 적극적으로 참가한다. 이는 여성이 자기소멸적인 가치에 집착하게 만드는 일일 뿐만 아니라 성에 대한 폭력적 지배방식에 대한 자연화이다.¹⁰ 따라서 일본 아이돌 산업에서의 여성은 오로지 성적 가치로서만 존재한다. 그것도 원조교제와 마찬가지로 자신들이 스스로 선택한 가치이다.

3. 결론

필자가 원조교제를 자발적 성매매라고 표현함에 있어서 이를 옹호하려는 의도는 전혀 아니다. 오히려 미성년 성매매를 합리화함으로써 여성들이 자신의 몸을 나르시시즘적으로 소비하도록¹¹ 내모는 현실을 지적하고자 한다. 게다가 현재 일본사회는 미성년자의 성상품화를 암묵적으로 승인해준다. 실제로 현재의 일본 형법은 13세 미만의 어린이만 외설과 성적 폭행으로부터 보호하고 있어 14세 소녀가 포르노물의 모델이 되어도 위법이 되지 않는다. 또 예술 사진이라는 포장을 씌우면 13세의 벽도 쉽게 넘을 수 있는 실정이다.¹² 여기에 섹스를 일종의 '즐기는 것'으로 바라보는 일본인들의 전통적인 인식과 매스컴이 조장하고 있는 성의 상품화로 성에 대한 도덕관념이 해이해진 사회적 분위기는 환경에 의해 쉽게 영향 받는 청소년들에게 좋지 않은 영향을 끼친다.¹³ 이는 일본 사회가 소녀들을 성매매로 내몰고 있다는 반증이다.

8 이선옥, 대중문화의 성상품화와 인권, 아시아여성연구, 2003, p.94

9 8의 논문, p.101

10 8의 논문, p.109

11 8의 논문, p.101

12 4의 논문, p.34

13 4의 논문, p.35

그런데 지금 한국사회는 어떤가? 한국에서 원조교제 개념은 위에 언급했듯이 성관계를 내포했다. 그런데 한국에서도 걸그룹 문화가 발생함에 따라서 일본의 원조교제 개념과 점차 유사해지는 추세이다. 특히 걸그룹의 삼촌팬(성인 남성 팬덤)의 경우 적극적으로 자신들의 역할을 구성하고 다전략을 통해 일반적으로 성적으로 위협적 존재가 아닌 유능하고 능력있는 후원자로서의 삼촌이라는 존재를 롤 플레이 한다.¹⁴ 이는 한국사회가 일본사회를 20년 늦게 따라간다는 속언과 같은 맥락이다.. 게다가 서술한 삼촌팬들을 소녀들을 소비함으로서 동시에 자신의 자아존중감을 회복하고 있다. 그 과정에서 수단으로써 희생당하는 것은 오로지 여성 그리고 소녀일 뿐이다. 그렇다면 지금의 우리에게는 두 가지 선택지가 있다. 계속해서 일본처럼 여성 청소년을 자발적 성매매 시장으로 내몰든지 아니면 이제라도 여성의 성상품화에 제대로 된 제동을 걸어야 한다.

참고문헌

무라카미 류의 작품세계 [1] http://www.cine21.com/news/view/?mag_id=35290

이선옥 (2003). 대중문화의 성상품화와 인권. 아시아여성연구, 42, 85-112

노혁, 김미숙 (2003). 한국과 일본의 원조교제 성격 비교 연구. 청소년학연구, 10(4), 187-209.₩

안권순 (2014). 토론 2 : 청소년 성 상품화와 대책. 한국청소년학회 학술대회, 2014(2), 33-37.

김수아, (2010) 소녀 이미지의 볼거리화와 소비 방식의 구성 : 소녀그룹의 삼촌팬 담론 구성, 미디어, 젠더 & 문화.. 15호, 한국여성커뮤니케이션학회,

영화 <러브앳>, 안노 히데아키, 1998

영화 <도쿄 아이돌스>, 미야케 교코, 2017

14 김수아, 소녀 이미지의 볼거리화와 소비 방식의 구성: 소녀그룹의 삼촌팬 담론 구성, 116쪽