

□ 한국은 현재 복고 열풍

복고주의, 다가오는 21세기의 복병인가

그러나 간과해선 안 될 부분이 있다. 지금의 복고풍 문화현상은 사회 저변에서 자연스럽게 주도된 문화가 아니라 기득권층 혹은 문화 현상에 영향력을 행사할 수 있는 소수 지배층에 의해 의도적으로 확산된 지극히 보수적인 문화라는 점이다



□ 복고풍 유행의 배경

유전진보(有錢進步) 무전복고(無錢復古)?

과거로 돌아가고 있다. 거리 곳곳에 크게 늘어난 뽀뽀기 왕시상 상인들, 아주머니가 유학간 딸을 생각하며 씹없이 짚주는 002 전화광고, 60-70년대 유행했던 신과조의 약국들 및 지금은 다소 사그라들었지만 한차례 사회를 휩쓸고 지나간 박정희신드림까지. 유행은 대략 20년 주기로 찾아온다고는 하지만, 오늘날의 이러한 복고현상을 단지 유행주기가 돌아왔기 때문이라고만 파악하기엔 다소 무리가 따른다.



사건적 정의에 의하면 복고는 '과거로 돌아가려는 현상', 혹은 '과거의 체제, 문화 등을 그리워 하는 현상'이다. 그런데 지금의 과거 회귀현상에는 뚜렷한 원인이 있다. 복고는 일반적으로 현실에 대한 불만이 고조되는 시기에 사회전반에 걸쳐 널리 확산되곤 한다. 다시 말해 복고는 현실에서 제기되는 문제점들을 덮기 위해 과거의 모습들을 보여줌으로써 그래도 지금이 더 낫지 않느냐는 주장을 펴는 지배층의 논리와, 현실적인 모습들을 극복하기엔 구조적인 장애가 너무나도 크게 자리잡고 있어 '아, 그때 그시절엔 이래서 참 좋았는데'라는 식으로 현실을 도피하고자 하는 논리가 맞물려 돌아가면서 생겨나는 현상이다.

극단적으로 말하면 현재 우리나라의 복고풍은 경기 침체 때문에 생겨나게 되었다고 해도 과언이 아니다. IMF 구제 금융 이후 침체된 경제, 정리해고, 명예퇴직 등으로 계속 늘어가는 실직자들. 크게 치솟은 물가와 폭 떨어진 원화까지. 어느 국민들의 소득은 70년대 수준으로 내려앉았다. 워낙 경제가 어렵다보니, 비슷한 상황에 처한 사람은 비슷한 생각을 할 수 있으므로 복고가 유행하고 있다는 말이 상당한 설득력을 지니게 되었다. 더욱이 신 정부 수립 초기의 정치적 혼란, 정권이 교체되었는데도 현실적인 문제들은 해결되지 않고 있는 점 등 정치권에 대한 불만들은 이런 사회전반에 걸친 복고풍의 유행을 가속화 하고 있다.

그러나 간과해선 안 될 부분이 있다. 지금의 복고풍 문화현상은 사회 저변에서 자연스럽게 주도된 문화가 아니라 기득권층 혹은 문화 현상에 영향력을 행사할 수 있는 소수 지배층에 의해 의도적으로 확산된 지극히 보수적인 문화라는 점이다. 지금의 복고가 과거의 것을 그대로 답습하고 'IMF식 복고주의'라는 말만을 덧붙이는 것이라면, 이는 새로운 문화를 창출하는 원동력이 아니라 기존의 권위적인 사회를 무의식적으로 받아들이게 만드는 세뇌노구로 전락하고 말 것이다. (최홍섭 기자)

복고

언제부터인가 우리나라에도 다양한 복고현상이 나타나기 시작했다. 광고, 드라마, 연극, 영화, 만화, 음악, 게임 등 모든 문화현상이 약속이나 한 듯 복고를 외치고 있다.

복고풍의 선두주자는 단연 광고라 할 수 있다. 30초의 짧은 시간 동안 허리를 즐락하며 어렵게 살았던 60-70년대의 국내 상황을 연상시키는 이미지를 적절히 이용했다. 그래서 사람들의 심리를 자극하며 뇌리에 깊이 인식시키기 위해 충분하다. 그 중 대표적인 복고풍 광고는 '002 국제전화 데이콤'과 '오비라거'.

우선 데이콤 광고를 살펴보면 "어디선가 누구에게 무슨 일이 생기면..."의 70년대 만화영화 '장가'가 주제가로 흐르며 전원주씨가 월남 치마를 입고 지붕을 뛰어, 비행기를 쫓아 덩블링을 하며 벌판을 달린다. 복고풍 패러디의 완결이라 할 정도로 인기를 끌고 있는 이 광고는 요즘 가장 기억나는 광고의 대표 주자다.

'달달라 출'으로 상징되는 '오비라거' 선전 역시 만만치 않다. 기존의 이미지에 60년대 복고풍을 이용한 '오비라거'는 '회오리 사랑'을 주제로 박중훈, 최중원, 김혜인이 코믹하게 연기를 한다. "나 잡아봐라!" "우리 심심한데 뽀뽀나 한 번 할까?", "오지어나 팽퐁, 라거 있어요" 등 옛 흥취 영화에서 신성일, 엄앵란, 허장강이 연기했던 대사를 인용하기도 했다. 그리고 마지막 장면에는 과거 영화 포스터에서 많이 봤던 고덕체 글씨로 '오비라거'가 허공에 떠오른다.

삼성전자 기업광고, 관절염 치료제 케토폼, 금강제화의 그리페도 복고풍 이미지를 극대화시킨 광고라 할 수 있다. 삼성전자 기업광고는 70년대 전원마을을 무대로 홍수환의 4천5기 신화를 흑백 필름을 동원해 보여줬다. 마을 동네 스피커에 퍼지는 홍수환의 '엄마, 나 챔피언 먹었어' 한 마디는 중년층에게 향수를 불러일으키기 충분하다.

케토폼은 과거 초등학교에서 자주 들었던 국민체조 노래에 맞춰 체조하는 모습을 보여준다. 금강제화의 광고는 김추자의 노래 '돌아온 김상사'를 배경음악으로 사용해 옛 추억을 연상시킨다.

드라마 역시 향수를 불러일으키는 내용을 많이 담고 있다. 60년대 서울을 배경으로 삼은

KBS의 '모정의 강'을 비롯해 60년대 서울 영등포 공장 지대를 주 무대로 한 MBC의 '육남매' 그리고 역시 60년대 배경인 SBS의 일일극 '지평선 너머' 등이 대표적이다. 또한 70-80년대 젊은이들의 이야기를 다룬 '모래시계'와 '아들과 딸', '육이 이모' 등의 재탕 드라마도 복고풍의 강력한 호소력 때문인지 방송할 당시 식을 줄 모르는 인기를 실감했다. 그리고 MBC는 예전에 전성기를 누렸던 프로 '그 시절 그 때를 아십니까'를 재방영해 많은 호응을 얻고 있다.

복고풍의 바람은 무대에서도 여실히 나타났다. '눈물젖은 두만강', '불효자는 읍니다', '눈물의 여왕' 그리고 60년대식 극장쇼를 재현

복고(復古). 언제부터인가

우리나라에도 다양한 복고현상이 나타나기 시작했다.

광고, 드라마, 연극, 영화, 만화,

음악, 게임 등 모든 문화 현상이 약속

이라도 한 듯 복고를 외치고 있다

한 악극 '그때 그 쇼를 아십니까' 등이 연극계에 복고바람을 일으키고 있다. 60-70년대 많은 사람들의 손수건에 눈물을 흥건히 적시며 심금을 울렸던 이 연극들은 주로 중·장년층의 취향을 감각적으로 재현하며 어려웠던 시절의 아련한 추억을 떠올리게 한다. 지금도 많은 극단에서 인기가 식을 줄 모르고 있다.

갤러고, 제비우스 등 80년대의 대표적 게임도 최근 다시 등장하고 있다. 이들 게임은 80년대 초 동네 한 구석 오락실에서 초등학생들에게 인기를 끌었던 오락실 제 1세대라 할 수 있다. 이런 전자오락 게임 붐은 주로 통상상에서 이루어지는데 주로 천리안, 하이텔, 나우누리 등의 게임 동호회와 공개 자료실에서 파일을 다운받아 이용한다.

또한 빼놓을 수 없는 것이 우리의 일상과 밀

접한 음악이다. 작년 영화계에 엄청난 회오리바람을 일으킨 영화 '접속'. 이 영화가 몰고 온 율리안 'Love Concerto'를 수록한 음반은 약 35만장 이상 팔려나가며 엄청난 위력을 발휘했다. 얼마전 끝난 MBC드라마 '그대 그리고 나'에서 엔딩곡으로 삽입된 'Beyond the Blue Horizon'과 'I've seen your face before'와 미니 시리즈 '사랑'의 'Love Song' 역시 많은 인기를 누렸던 음악들이다.

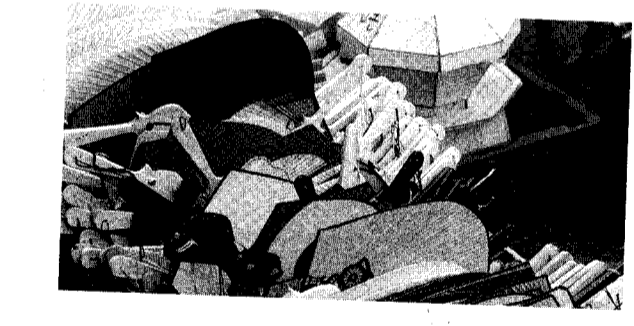
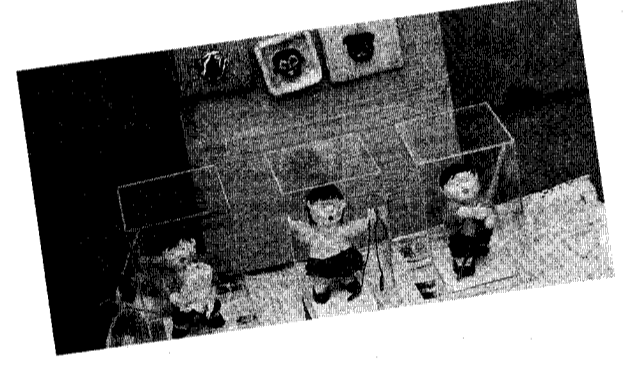
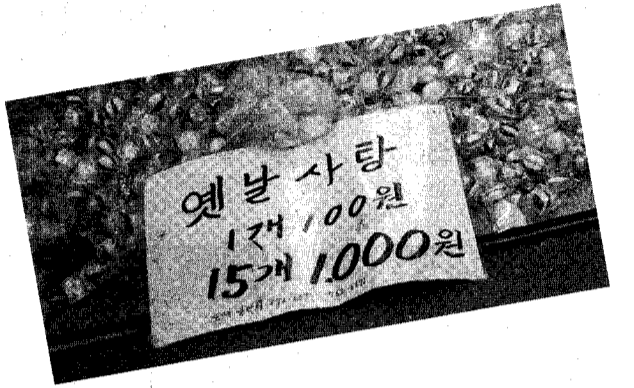
이제 눈을 주위로 돌려보면 거리에도 수많은 복고적 문화 현상이 나타날을 알 수 있다. 몇 달 전부터 거리에서 어렵지 않게 볼 수 있는 '달고나'가 대표적이다. 설탕과 소다로 만들어진 달고나. 주로 70-80년대 유행했던 불량 식품이다. 거리에서 만들어지는 달고나를 보면서 집에서 엄마 몰래 설탕을 가지고 극자에 녹여 먹던 추억을 떠올리게 한다.

초등학교 시절 자주 애용(?)했던 '뽑기'도 거리에 즐비해 있다. 과거 학교 앞 조그만 문방구에 있던 '뽑기'는 번호가 맞으면 커다란 인어나 칼모양의 설탕 과자를 주기도 했다. 요즘은 그 커다란 인어 모양의 과자를 보면서 사람들은 향수를 느끼기도 한다. 또한 길거리에서 100원에 하나인 '눈갈 사랑' 50-60년대 5일 장에 나갈 때 엄마를 졸라 사먹던 눈갈 사랑은 당시 코흘리개들의 기호식품이었다. 그리고 과거 촘촘하게만 보였던 꽃반지도 복고풍 유행의 물결을 타고 있다. 추운 겨울, 발거리에서 들리던 '찰싹 찌 사러, 메밀묵' 소리도 다시 살아나고 있다.

21세기가 얼마남지 않는 현재, 이같은 복고주의가 활성화되고 있는 이유 중의 하나가 IMF와 관련, 저성장 사회로 회귀되고 있기 때문일 것이다. 그동안 앞만 보고 달려왔던 현시대 사람들이 과거를 뒤돌아 보게 된 것이다.

그렇다면 어떤 계기 속에 복고 이미지가 유행하는 것은 어떻게 해석할 수 있을까? 현실과 이질되는 복고는 단순한 이미지일 뿐이라 할 수 있다. 그러나 잠시 과거로의 시간여행은 자신을 뒤돌아 볼 수 있는 계기로 만들면서 그 복고 이미지 속의 삶의 방식을 스스로 받아들이야 한다. IMF와 복고, 많은 사람들의 공감대 속에 진정한 그 방향을 다시금 모색해야 한다.

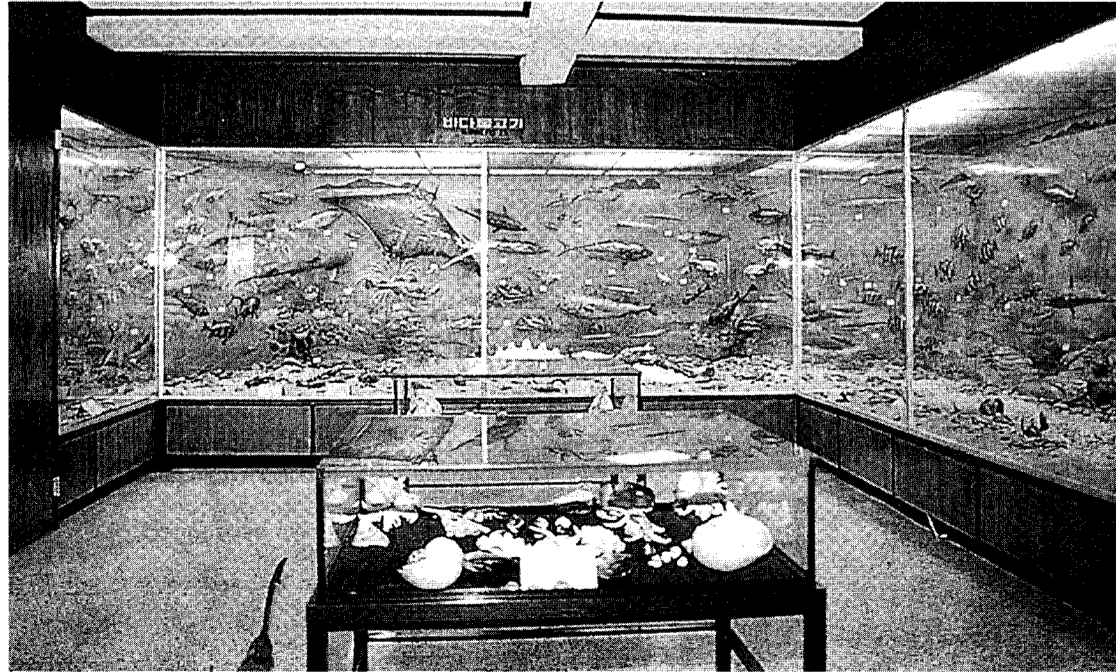
(김동혁 기자)



▲ 요즘 거리에는 복고바람이 불고 있다

자연사박물관 안내

경희대학교 자연사박물관은 점차 사라져가는 우리의 자연을 보존하고 이를 일반인과 함께 공유하고자 하는 취지로 국내 최초, 최대규모로 설립되었습니다. 1층부터 6층까지 마련된 전시실에는 우리 나라에 서식하는 동식물은 물론이고 암석류와 외국산 표본 또한 체계적으로 전시되어 있습니다. 특히 한국산 조류와 나비류 등은 국내 최고의 규모를 자랑합니다. 이는 우리 경희인들의 노력한 결과입니다. 이 땅의 자연물은 무한정한 것이 아닙니다. 그만큼 지키고 가꾸려는 노력이 절실합니다. 경희대학교 자연사박물관은 자연의 소중함을 일깨우는 학습장으로서 늘 여러분 곁에 있겠습니다.



▲ 관람문의 : TEL(02)961-0142~3, FAX966-0535
▲ 관람시간 : 월~토(10:00~16:00), 휴관일(일요일, 공휴일)

교사자료 수집

1949년에 창학한 경희학원은 1999년이던 50주년을 맞게 됩니다.

경희대학교 중앙박물관에서는 문화세계를 창조할 이상을 품고 걸어온 경희 반세기의 자취를 모으고자 합니다.

사회의 밑거름이 되고 있는 경희공동체를 재확인하고 21세기를 맞이하여 새로운 경희로 거듭나는 계기를 마련하는데 동참해 주시기 바랍니다.

- ◆ 수집대상자료 : 학교사(學校史) 전반에 관한 자료
(사진, 간행물, 문서, 유품, 기념품, 집기, 바클, 뽀지, 교복, 교모, 페넌트 등)
- ◆ 연락처 : (130-710) 서울시 동대문구 회기동 1
경희대학교 중앙박물관
- ◆ 전화 : 961-0141(사무실), 0098(연구실),
FAX : 961-0140

특별전 및 정기개관

탁본전시회("포천지역의 문화")

- ◆ 일시: 3.10.~6.30.(월~금) 10:00~16:00
- ◆ 장소: 중앙박물관(중앙도서관4층)
- ◆ 주최: 경희대학교 중앙박물관

정기개관

- ◆ 일시 : 1998.3.10~6.11
매주 화·목요일 13:00~16:00
- ◆ 단체관람 : 향시 개방(사전에 전화 요망)
- ◆ 관련연구자를 위하여 향시개방 (자료 이용할 수 있음)
- ◆ 위치 : 중앙도서관 4층
- ◆ 전화 : 961-0141, 0098