



□ 미스터 콘돔

종식되어야 할 로맨틱코미디

장석용
(영화평론가)

‘유리’의 과격적인 실험과 결별한 듯 양감독은 성에 관한 가벼운 담론으로 흥행감독 전선 전방에 나서겠다는 뜻을 분명히 하는 ‘미스터 콘돔’을 전국 시장에 전시하고 있다.

감독은 은밀히 숨어 있을법한 콘돔이라는 단어를 일상어로 만들어 버리고 영화의 소재이자 영화를 전개시켜 나가는 매개체로 사용하고 있다.

그가 전 프레임은 아무리 신세대 부부를 그린 것이라 하더라도 온통 섹스 투성이의 몸짓과 말로 모델감을 느끼게 하기는 커녕 즐기지 않으면 안되는 왜곡 로맨틱 코미디의 고압적인 패턴을 그대로 답습하고 있다.

영화는 계속 밝은 부분을 추구하고 있고 필수품 콘돔은 영화속의 또다른 주인공으로 착각하게끔 만들고 TV 드라마를 보는 듯한 혼돈을 유발시킨다.

양감독의 소프트 신상품은 영화가 문화유산임을 철저히 망각하고 젊은 부부의 집실을 유리관 속에 들어 앉히고 관객을 꾀소의 손넙으로 만든다.

허리우드와 상흔에 걸려있는 관객들을 구출해야겠다는 기사도 정신을 펴개친 채 황금에 눈 먼 제작자와 대타협을 시도한 ‘미스터 콘돔’은 제작의도대로 일회용 상품의 단발성 가치를 지닌다.

영화의 예술적·실험적 가치의 척도는 해체·분석된 틀이 시대정신에 걸맞는 문화적 가치를 얼마만큼 가지고 있느냐에 달려 있다.

‘미스터 콘돔’은 종식되어야 할 로맨틱 코미디의 최후의 작품이 되어야 한다.

이 작품의 질감과 색채를 보면 알듯이 고통이 없이 포현되는 작품들은 작부들의 웃음과 무엇이 차별화되어지는가?

‘유리에 이은 양운호감독 작품

섹스탐닉에 초점을 맞춘 영화

극적 사건, 섹스체, 대사 등의 시각적 의미의 진지성을 얼마만큼 읽을 수 있는가? 채플린의 영화에서 볼 수 있는 엄청난 우물로도 코미디가 될 수 있다.

영화를 전개시켜 나가는 리듬과 이미지, 은유와 상징이 없는 영화는 얼마나 무미건조한가?

이 작품이 거둬 감상할 가치가 있는 작품인지를 살펴보자. 관객들은 극중인물들의 행위에 관심을 갖고 그외의 사건이나 배치에는 별 신경을 쓸 필요가 없는 순수오락의 눈여 빠져 있으면 된다.

‘미스터 콘돔’은 무색무취의 영화이다. 영화개척자들의 영혼을 갈아먹고 있는 이 작품이 평의 대상이 되는 자체도 아이러니라 아니할 수 없다.

보다 구체화된 문학적인 구조와 좋은 이야기 요소들을 통속으로 끌어내린 채, 항공사 부부 승무원 성희(김혜수)와 성호(김호진)의 섹스 탐닉에 초점을 맞춘 상업영화인 이 작품은 제목의 천박성 만큼이나 연출이 영화를 비하시킨 태도나 ‘유리’에서 풍기던 진지함과 친화력의 파괴에 심한 배신감을 느끼게 된다.

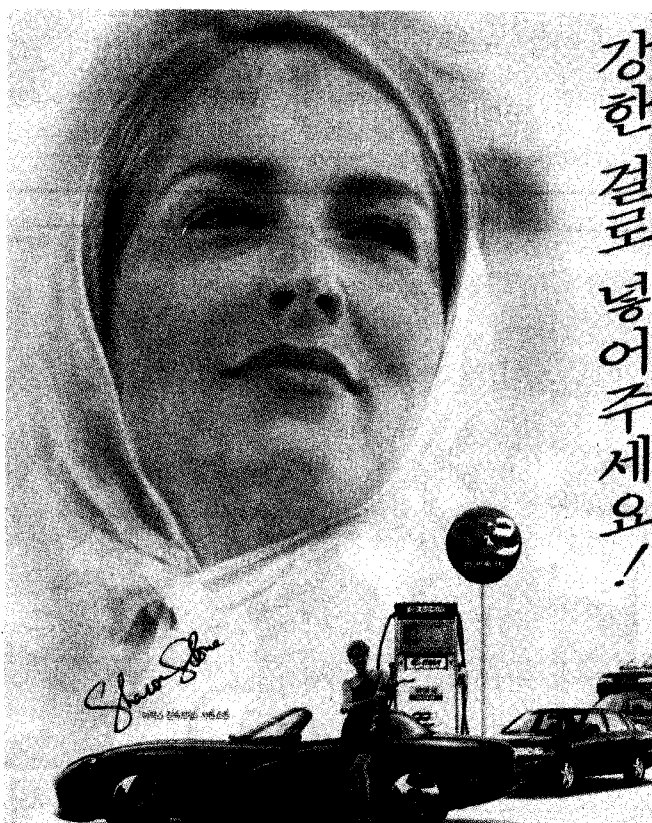
한때 섹스테스물, 향토로로물이 범람을 이루더니 그 변형의 현대물인 섹스 코미디는 가학과 피학을 넘어 신혼부부간에 즐기는 형식을 취하고 있다.

변질한 감독이 불순한 동기를 갖고 패러디한 작품이 흥행에서 아무리 많은 관객을 동원하였다 하더라도 영화다운 시각요소의 배치와 화면전환에 따른 사운드의 배치 미숙 연기의 단순성이 지나치게 노출된다면 그것은 전적으로 감독의 책임이다.

흥행을 목적으로 진구한 감독이 실패하면 비디오 감독으로 전락한다는 사실을 우리는 익히 알고 있다.

소비자공감 없는 광고 ‘소용없다’

□ 광고어의 무절제한 언어사용



▲ 광고어의 무절제한 사용은 소비자의 흥미만을 증폭시킨다

김병희
(광고평론가)

“센전 기본이지!”
“강한 걸로 넣어주세요!”

광고에 섹스 소재를 넣으면 광고의 끌림이 살아나는 것일까? 상품과는 큰 관계가 없는 데도 꼭 한 두 마디씩 섹스 어필하는 카피를 넣는 광고들이 늘어나고 있는 것이다. 광고인들은 그래야 광고 메시지가 컷 속에 쏙 박힌다고 생각하는 모양이다. 하기가 광고가 다 끝났나 싶었는데 끝나지 않고 촌철살인하는 말 한마디가 튀어나오는 광고에는 색다른 맛이

있기는 하다. 소비자들은 때로 그런 광고 때문에 기뻐한다. 그런 광고 카피는 정통적인 유머 광고 기법을 쓰지 않으면서도 마지막 부분을 유머스럽게 처리하여 앞부분의 광고 주장을 따뜻하게 녹여주는 부가 효과까지 얻고 있다. 그런데 그 컷의 깊이를 위하여 섹스어필하는 메시지를 반드시 끼워넣을 필요가 있었을까?

웅진인상 가을대추 광고에서는 마지막에 나온 여자 모델이 상품의 특성이나 속성과는 별다른 상관이 없는데도 야릇한 표정을 지으며 “여간 촉촉하면 안되나요?”하거나 조명기구 오스람 광고에서는 이한우 씨가

어색한 우리말로 “오스람 오래가는 전구죠”하거나 익명의 여자 모델은 참 대답하게도 “기우면 오래가요”하고 즐거워한다. 또한 레스토닉 침대 광고에선 매트리스가 딱딱해야 좋은 침대라는 점을 얘기하고 나서 다 끝났나 싶었는데 마지막에 여자 모델이 야릇한 표정으로 마치 남자의 성기가 딱딱해야 좋다는 투로 “아~ 딱딱해야 좋은 거구나”하는 것을 보라. 이런 노골적인 성표현이다. 특히 인간의 잠재 의식에 호소하

점이라고 주장하고 있지만 조금만 뒤집어서 생각해 보면 섹스를 강하게 내세우고 있는 것이다. “구석구석 돌려주는 돌개물살~ 팔레들도 신이나서 트위스트~” 이 카피와 트위스트를 즐겁게 추며 노래 부르고 있는 김남주 씨의 표정을 함께 비교해보라.

광고에도 꼭 성적인 표현을 해야 소비자의 관심을 끌고 적극적인 판매로 이끄는 것일까? 아니면 소비 대중사회에서는 성적인 상징이 유행처럼 도시

를 기억할 뿐 상품을 사고 싶다는 생각은 갖지 않을 수도 있다.

차라리 동성애 광고에서 처럼 성을 커밍 아웃(comming out) 시켜서 건강하고 평등한 성의 가치를 내세워야지 그냥 슬쩍슬쩍 끼워넣기만 하면 모는 것이 다 해결된다고 생각하는 발상은 착각도 커다란 착각이다. 섹스 어필 광고에 대하여 오랫동안 연구해온 브라이언 키 교수도 “섹스 어필 광고는 상품과 내적 연관성을 가지고

앞으로서는 일반적으로 섹스 어필 메시지를 전달해서는 소비자의 마음을 움직이기 어렵다. 상징, 비유, 과장을 결들이고 반드시 상품의 내재적인 속성과 관련된 내용들이라야 섹스와 상품을 의미있는 관계로 엮을 수 있는 것이다. 사실, 따지고 보면 너무나 흔하게 널려있는 섹스 이미지들 때문에 어지간해서는 차별화시키기가 어려운 상황인데, 그렇게 카피한 줄이나 이미지 한 컷으로 광고에서 할말 다했다는 것은 아주 정작하게 상품의 특별함을 강조하는 것 보다 특별히 나은 것도 없다.

매체의 속성상 텔레비전 광고는 일반적인 메시지 ‘전달’에 가깝지 ‘공감’을 유발하기는 어려운데, 단편적인 섹스 이미지는 정말 소비자의 공감을 유발하기는 더욱 어려운 것이다. 광고인들이 공감을 유발하는 광고를 만들어야 하는 것은 절대절명의 과제이다. 소비자가 광고 속의 상품과 직접 소통을 할 수 있고, 광고에서의 그 섹스 어필한 이미지를 정말 의미 있는 것으로 받아들이며 마음의 울림을 얻게 된다면, 어떤 소비자는 이렇게 말할 수도 있을 것이다. “어떤 텔레비전 광고에서 섹스의 향기를 느꼈다”(낯선 여자에게서 그의 향기를 느꼈다). 섹스 이미지가 정말 반짝거려 슬프도록 아름다운 섹스의 미학을 느낄 수 있는 그런 광고들을 기대해 보자.

즉흥적이고 말초적인 자극 노린 문구 건강하고 평등한 성의 가치 내세워야

기 위하여 섹스 상징들을 이용하지도 않고 직접적이고 노골적으로 표현해서 감시나 소비자들을 자극하게 만든다.

“급할 땐 두 배로 돌려주세요”, “우리도 해줘”, “필?” “벗고할까? 입고할까?” “어머, 홀러요” “취도 못박나?” “벗을 건 벗자” “여보, 느껴져요?” 등등 노골적인 성표현은 이루 셀 수 없을 정도로 많다.

섹스 테마를 비중있게 활용하는데 있어서 섹스 광고들은 정경이 나있다. 대우 봉 세탁기의 “구석구석 빨아줘요”, 삼성세탁기의 “빨아주고 비벼주고 말려주고”, 금성 세탁기의 “잘 빨아주니 새래는 좋겠네” 등은 섹스어필 광고의 신고전주의이다. 또한 울릉도 트루트를 개사한 대우 탱크 냉장고 광고에서는 유인촌과 김남주가 돌개물살이 탱크 세탁기의 장

를 배회하기 때문에 그것을 적극적으로 포장해서 당의성으로 만들어줘야 소비자들이 탈출해한다고 생각하기 때문인 것일까? 그렇지만 좀 냉정하게 생각해보자. 새로운 표현 방법을 개발하고 광고의 창조성을 높일 수 있는 아이디어를 찾는 것이 광고 성공의 출발점이지 무조건 섹스만 내세운다고 해서 다 되는 것은 아니다. 또한, 전혀 엉뚱한 발상을 통하여 웃음을 유발시키는 것이 세계 광고계의 흐름인데 우리 광고계는 그런 노력 보다는 즉흥적이고 말초적인 자극에만 너무 신경을 쓰는 것 같다. 무조건 성적인 표현만 일삼겠다는 생각은 유지하기 짝이없고 설령 그 섹스 어필 메시지가 정말 소비자들에게 어필되어 이른바 ‘뜨는’ 유행어를 창출했다 하더라도 소비자들은 유행어만

시리즈—경희의 유산을 찾아서 ② 도로원표와 인생행로

오일환,이연의
(중앙박물관 연구실)

도로원표(道路元標)는 도로의 기점이나 거치는 곳, 종점 등을 나타내는 표지로 전국도로의 상징적인 기점이다. 도로원표는 원래 1914년 4월 11일에 조선총독부(고시 제135호)가 서울의 광화문앞 황토현 광장에 세운 것으로 부산·대구 등 남쪽 9대 도시와 평양·신의주 등 북쪽 9대도시까지의 거리를 km의 일본식 표기인 ‘천(浬)’으로 표시한 것이다. 이것이 30년대 이후엔 현 교보빌딩 옆 ‘고종즉위 청정비각(稱慶碑閣)’으로 옮겨져 있다. 이 도로원표는 일제시대 조선총독부가 제정한 규칙과 위치를 해방후 52년째 그대로 쓰고 있는 것이어서 서울시가 지금 새로운 도로원표의 모델개발에 나서고 있다.

우리 대학안에 국내 유일하게 매끈하게 다듬어 만든 대리석 도로원표가 밝은 사회탐색의 나무 밑에 세워져 있는 것을

아는 학생은 아마도 그리 많지 않을 것이다. 이 도로원표는 사다리꼴 모양의 4면(높이: 40cm, 윗면: 47cm, 아랫면: 55cm)으로 되어 있는데 한면에는 ‘도로원표’라고 새겨져 있고 반대면에는 ‘소화(昭和) 10년(1935년) 5월 建設’이라 새겨져 있다. 그리고 또 한 면에는 이 도로원표가 세워진 곳에서 북쪽 방향에 있는 9대 도시인 추천, 평양, 신의주, 함흥 등의 지명과 거리(가 새겨져 있고 나머지 한 면에는 남쪽 방향에 있는 9대 도시인 인천, 대, 목포, 부산 등이 새겨져 있다.

우리는 도로원표를 바라보면 서 인생의 행로에서 자기의 목표와 지금 자신의 좌표를 확인해 볼 수 있다. 또한 남북분단의 현실속에서 21세기를 맞으면서 지성인으로 조국의 미래를 향해 이 도로원표 앞에 선 자세로 통일을 준비해야 할 것이다.

‘내년 1월 한국현대사 마지막편 집필’

태백산맥 1백쇄 출간기념회

조정래씨의 작품 ‘태백산맥’ 1백쇄 출간기념이 지난 6일 프라자 호텔에서 열렸다. 박동성(해남출판사편집장)씨가 사회를 보는 가운데 식순에 따라 권영민(평론가, 서울대 교수)씨의 출판 기념 강연으로 시작하여 축하인사, 앞으로의 주요일정, 저자인사, 기념패 및 기념품 증정 순으로 치뤄졌다.

‘태백산맥’ 다시 읽기의 저자인 권영민씨는 “한국 근대문학이 마감되는 시기에 거대한 문

학작품이 나와 매우 기쁘다”라고 ‘태백산맥’ 100쇄 출간기념 소감을 밝혔다. 축하인사에서 고은(시인)씨는 “우리 현대사가 피할 수 없는 슬픔, 아픔을 다룬 ‘태백산맥’을 높이 평가한다”고 말했다. 이어 김훈(소설가, 시사저널 편집국장)씨와 이순원(소설가, 현대문학상, 동인문학상 수상작가)씨도 출간기념에 대해 축하했다.

조정래씨의 앞으로 주요일정은 올 여름 초 ‘태백산맥’을 일



▲지난 6일 프라자호텔에서 개최된 ‘태백산맥’ 1백쇄 출간기념회

본으로 번역, 출간하고 내년 1월 1일에 한국 현대사의 마지막편이 될지 모르는 글을 쓴다고 한다.

마지막으로 저자는 “태백산맥을 쓰는 일은 정말 힘들었다.

출판 후 곳은 일, 좋은 일 다 있었다. 그때마다 고생한 부인에게 감사한다”고 감사소감을 말하고 교보문고로부터 기념패를 받은 후 행사가 끝났다.

(김동혁 기자)

1997년 사회교육원 강좌안내

1. 모집과정

과정명	강좌명	요일 및 시간	수강료	교육기간	수강대상	과정명	강좌명	요일 및 시간	수강료	교육기간	수강대상
전문가자격 시험과정	물류관리사교육과정	월~목 19:00~20:30	390,000원 /전과정	3.17~8.16 (제1회시험대비)	만20세이상 남·여 제한없음	외국어교실	어린어영어 주부영어 일본어교실	화,목 15:30~17:00	185,000원/1학기	1학기(12주) (3.17~6.5)	초등학교 1,2,4학년 주부 제한없음
여성교실	주부대학 비서자격시험과정	월~수 10:00~12:00 월~금 19:00~20:30	180,000원/1학기	1년	주부 제한없음	다자언 도예교실	일러스트레이션 사각디자인기법 클레이터교실 텍스타일디자인 도·예교실	수,금 19:00~20:30	180,000원/1학기	1학기(12주) (3.19~6.5)	직장인,주부,학생
경희 스무초교실	검도교실 스포츠크로스교실	월,수,금 19:00~20:30 월,수,금 15:30~17:00	150,000원/1학기	1학기(12주)	제한없음 성인남·여	어린어영어 여름캠프	화,목 19:00~21:00	200,000원/1학기	150,000원/1학기 (중식및 사회교육원 단체T제공)	각 과정별 2주	초등학교 1학년~4학년
컴퓨터교실	인터넷과정 OA과정	주간반 월,수 15:30~17:00 야간반 월,수 19:00~20:30 주간반 화,목 15:30~17:00 야간반 화,목 19:00~20:30	300,000원/1학기(12주) 200,000원/1학기(12주)	1년 (학기제 수강가능)	MS-DOS, WINDOW를 알고 있는 사람 초등학생이상 제한없음	과수전정기술양성과정 스키캠프 국내테마여행	월~금 10:00~15:00 월~금(1일8시간)	100,000원(식대 및 숙 박료별도)	200,000원~250,000원	1월~2월중 3박4일 여름방학중 2박3일	초등학생이상 남·여 제한없음 초등학생이상 학부모와 일반성인남·여

2. 원서교부 및 접수: 1997. 3.10~3.14(09:00~17:00) 원서값 1,000원

3. 접수 및 교부장소: 사회교육원 교학부(체육과학대학 1층 111호)

4. 제출서류: 지원서(본원 소정양식), 사진(반명함판) 2매

5. 모집방법: 지원 우선순

6. 특 전: 본원 수료후 경희대 총장 명의의 수료증 수여

본 대학교 도서관 시설 이용

교내 주차장 발급

가족단위(2인이상)로 수강할 경우 수강료 감면 혜택

본교 재학생 수강료 10% 특별할인 혜택

교통편 무료 제공

7. 문의처: 경희대학교 사회교육원 교학부 TEL 0331-280-2198/9 FAX 0331-280-2930