

린이 달 특집 '요즘 아이들' ② - 어린이와 대중문화

스타로 키워지는 아이들, 스타가 되고 싶은 아이들

올해 6살인 유한결(수원시 탄동) 군은 외가, 친가를 틀어 가장 인기 있는 스타. 한결이는 식구가 두사람 상만 모이면 뭔가 보여달라는 문을 받게 된다. '현진영 흉내 봐라', '뽕이가 어떻게 한다?' 식구들은 한결이가 보여주는 양중맞은 쇼를 텔레비전에 오는 진짜 스타들의 그것보다 훨씬 재미있어 한다. 관중의 호와 기분 좋은 칭찬에 한결이도 신이 난다. '진짜 스타가 되어서 매일 박수를 받아야지'는 희망도 키우게 된다.

비디오시대 아이들의 꿈

아이가 성장하면서 제일 먼저 배우는 노래가 '짜짜꿍'인 것은 예나 지금이나 변함없다. 또 '재롱잔치'라는 아이들의 무대는 흔한 일이었다. 다만 과거에는 '짜짜꿍'이 '엄마야 누나야'로 이어졌다면 요즘에 와서는 '난 알아요', '너에게 원한 건'으로 연결고리가 이어진다는 것이 차이점이다.

'비디오시대'가 시작되면서 아이들은 눈에 보이는 현상에 무조건적인 반응을 보이는 데 익숙해졌다. 텔레비전, 비디오, 컴퓨터, 전자오락, 잡지... '대중문화'를 보급하는 도구들이 사방에 널려 있고 거기에 아이들의 영웅이 태어나고 아이들의 꿈이 잉태된다. 그들은 스타를 사모 하고 그와 비슷해 지려는 지난날의 순진한 '동일시'의 행동양태를 넘어서 기필코 이루어야 할 목표로 '스타덤'을 지목한다.

전성수(교동국민학교 5학년) 군은 요즘 가수 현진영의 뮤직비디오와 디스크를 모으고 있다. 현진영의 '영거주춤'과 '복싱춤'을 배우기 위해 하루에 한번씩은 꼭 비디오 테이프를 본다. 전 군은 얼마전 봄소풍 때 반 대항 장기자랑에 나가 '현진영 GO 진영 GO'를 외치며 춤실력을 한껏 자랑한 적도 있다. 전 군에게는 현진영이 즐겨 입는 모자티셔츠와 통 넓은 바지까지 소품으로 구비되어 있다. 모두가 전 군이 엄마와 긴 협상 끝에 어렵게 구입한 것들이다.

전 군의 어머니 오순임(종로구 관수동) 씨는 처음 전 군이 대중가수에게 관심을 보일 때 보통 그 또래 아이들이 으레 거치는 통과례 정도로 생각했었다. 그래서 디스크를 사거나 비디오를 구입해 달라고 졸랐을 때 심각하게 생각하지 않았었다. "아기 때부터 노래가 나오면 금방 외워서 따라 부르고 가수 흉내를 많이 내긴 했지만 이렇게 까지 열중하게 될 줄 몰랐어요. 가수가 입는 옷차림까지 그대로 흉내 내고 춤 연습에 몰두 하는것을 보고



◀ 요즘 아이들은 학용품도 실용적인 것보다는 화려하고 신기한 것을 찾는다. 쓰기에 불편하면 '얼마든지 사주는' 부모가 있기 때문이다.

그냥 지나가지는 않겠구나하는 생각이 들더라고요."

전 군은 어디 가서나 가수가 되고 싶다고 장래 희망을 당당하게 얘기한다. 엄마, 아빠가 강경하게 혼낼 때도 있지만 지금 전 군에게 있어서 '가수'는 화려한 스포트라이트를 받으며 관중을 향해 멋지게 손을 흔들어 보일 수 있는 가장 빠른 길로 확신되고 있다. "공부도 열심히 하면서 출연습을 하면 아마 엄마, 아빠도 찬성하실 거예요." 전 군의 부모는 요지부동인 아들의 결심을 바꾸게 할만한 이유를 찾지 못하고 있다. '가수하면 공부 못해'라는 명제조차 요즘 아이들에 의해 사실이 아니라는 딱지가 붙여지고 있기 때문이다.

공주처럼, 왕자처럼

옛날 아이들은 만화를 보며 왕자를 꿈꿨고 산타클로스를 그렸지만 그것이 현실로 실현될 리라는 생각은 하지 않았다. 꿈의 대상으로 족했기 때문이다. 그렇게 성장한 어른들의 눈으로 보면 요즘 아이들은 환상의 나라에 사는 것 같다. 만화에 나오는 왕자나 공주보다 더 귀하게, 산타클로스가 가져다 주는 것보다 더 많은 선물을 부모에게서 받는다. 그리고 만화에서 보다 더 신나게 재미 있는 롯데월드가 있고 자연농원도 있다.

요즘 아이들은 '주문'을 많이 한다. 386컴퓨터, 말하는 로봇, 소리나는 동화책, 그리고 그들의 주문이 떨어지기가 무섭게 부모들은 충실한 신하처럼 대령해준다. 뭐든지 쉽게 가지는 것과 비례해서 금방 싫증을 내고 좀 더 새로운 것, 신기한 것을 찾는다. 요즘 아이들에게 가장 인기 있는 '월리를 찾아라'는 아이들의 그런 성향을 단적으로 보여준다.

영국에서 처음 발간된 8절지 크기의 동화책인데 깨알 같은 그림을 가득 그려놓고 거기에서

지정한 인물을 찾는 것으로 우리나라에 들어온 것은 지난 해다. 한권에 1만5천원이나

하는 고가품인데도 한번 인물을 찾고 나면 쓸모 없어지는 일회용이다. 그런데도 보통 국민학

생이 있는 집에는 한두권의 '월리...'가 있는 것이 보통이다. 우리나라에서도 비슷한 종류로 '둘리를 찾아라', '마루를 찾아라' 등이 발간되는데 한달이면 각각 5백여권 정도씩 꾸준히 팔리고 있다.

학용품을 고르는 데서도 새로운 모습이 발견된다. 요즘 아이들은 학용품을 꼭 그 용도로 쓰기 위해 사지 않는다. 팬시용품가게를 가득 채우고 있는 학용품들은 화려한 색에 기상천외한 디자인으로 아이들을 불러 모은다. '미키 마우스', '떡볶이', '부부보이', '리틀통' 등이 아이들에게 인기 있는 브랜드다.

교보문고 완구매장에 근무하는 한 종업원은 새로운 디자인이 나오기가 무섭게 사가는 아이들이 많다고 전한다. "평범하고 실용적으로 만든 것보다는

형광색 등 눈에 금방 띄는 색깔로 화려하게 만들어진 것이 인기가 높아요. 아이들은 그런 학용품을 수집하기도 해요. 친구들하고 경쟁하면서." 그런 학용품은 평범한 것보다 비싸고 오래 쓸 수 없건만 그런것에는 신경 쓰지 않는다. 우선 예쁘니까 사고 '못쓰면 또 사지'라는 마음이다.

아이들은 어른들이 만든 환경에서 그렇게 적응해 가고 있다. 어른들로부터 원인이 비롯된다는 사실을 인정하지 않는 부조화로 인해 아이들의 '철들기'가 더 힘든지 모른다. 아이들의 특성은 이해되 분별력을 가질 수 있도록 이끌어야 한다. '철딱서니 없는 아이'는 어른들이 만드는 것이다.

(황금희 기자)