

90년대 힙쓰는 '문화론' 열풍

‘최진실’부터 정치문화까지...세대·장르 초월 관련서적 봇물

화를 말하고 있다. 좌익 원칙주 전향한 마르크시스트를 거쳐 신좌익에 이르기까지, 모두들 대중고 있다. 미디어 비평가나 좌절만이 아니라 글쓰는 자라면 누성사가 일찍이 경험해보지 못한 문화주의가 세차게 솟아오르고

기도 하고 출판사 이름이기도 구는 안팎의 필자를 동원해 '문'라는 이름 아래 <압구정동-유스토피아>, <TV-가까이 보기>, <광고-신화, 욕망, 이미지>, <신로 해라>의 책 네권을 잇따라 진실 신드롬(마정미 지음·청하), <관란>(서동진·새길) 같은 책들에 의한 대중문화 탐구가 이뤄지기에 나온 <아름다운 여자>(이희)와 <성공하는 남자의 웃임기>는 91년에 출간된 <이미지 메이커>처럼, 비록 조잡한 책이지만 선이나 자기 연출이 이미 책쓰기를 정도로 문화의 중심부로 진 증거로 읽힌다.

장으로 호기심 채워

은 록가수 짐 모리슨의 전기 <여, 살아나가지 못한다>(제리 홉킨 조형준 옮김·청담사)와 올해 출판집단의 평론모음 <프리즘에 비친>이 대중문화에 대한 일반인의 문장으로 충족시키고 있는 결에 아방가르드·데카당스·키치·포스트다섯 측면에서 모더니즘의 역사 <모더니티의 다섯 얼굴>(칼리니 한울 외 옮김·시각과 언어), 그 관심을 둔 소장 사회과학자들의 사회 연구회'의 연구 활동에 바집 <현대와 탈현대>(사회문화연구원), <상품미학 비판>(김문환 일천), <상품미학과 문화이론>(미 옮김·눈빛) 등 90년대 들어 소책에 의해 촉발된, 자본주의·의 관련양상에 대한 고급스러운 주고 있다.

의 시대라 할 만하다. 문화산업, 화생산, 대중소비사회, 생활양식, 동시각문화, 도시가죽, 여가, 마 광고, 하이테크, 뉴 미디어, 기 감론, 이미지, 이데올로기, 육체, 거움, 재미, 쾌락, 정서, 신세대, 말들을 일상어로 만들고 있는 최경의 배경에는 우선 '실재'의 영의 뭉이 늘어나고 있다는 사실이, 정치와 좁은 의미의 문화, 경미의 문화가 서로 침투하면서 문 눈에 띄게 강화되고 있는 것이다. 대통령 선거 캠페인에서 연예인까지, 양자등가, 개표중계가 세 그래픽을 이용해 진행됐다는가, 편의점들이 매혹적인 문화공간가든가 하는 사실들이 문화의 발고 있다. 각종 상점들의 디스플레이



마돈나의 노래는 단순한 대중예술이 아니라 신세대예술이다. 김복진씨가 컴퓨터의 도움을 받아 제작한 사진합성작품 '서기 2059년 마돈나탄생 1백주년 기념공연'.

이가 현실적으로 사람들에게 깊은 인상을 심어주고 있다는 사실은, 이제 고객에게 팔리는 것이 상품의, 실제적 효용, 즉 사용가치만이 아니라, 그것에 더해 외관이나 분위기나 감성, 요컨대 사용가치에 대한 허구적 약속까지라는 것을 뜻한다. 아니 사실은 '문화'의 이름으로 포장된 그 허구적 약속이나 감성이 실제의 사용가치보다 더 중요하게 되기도 한다. 텔레비전·비디오·컴퓨터의 대량보급, 즉 정보 전달회로의 혁명이 이런 현상들의 배후에 있다.

넓어진 문화영역 반영

이런 '실재'의 영역에서 문화의 뭉이 늘어나는 것을 직·간접적으로 반영하며, '담론'의 영역에서도 문화라는 말이 위세를 떨치고 있다. 그것은 과거의 또는 현재의 좌파 이론가들에게도 마찬가지인데, 거기에는 무엇보다도 사회주의권의 몰락 이후 정치적 변혁에 대한 전망이 흐려졌다는 이유가 자리잡고 있다. 구체적 개인의 정체성을 형성하는 요인은 계급적 귀속만이 아니라, 성·민족·지역·종교적 신념, 특히 한국에서는 세대라는 인식이 확산되고 있는 것이다.

그렇다고 해서 80년대 좌파가 하나같이 계급원론자였던 것은 아니다. 그 연대의 중·후반에 수입된 그람시의 헤게모니론이나 알튀

세르의 이데올로기론은, 삶의 방식으로서의 넓은 의미의 문화에 대한 관심을 확산시키는 한편, 문화가 비록 '최종심급'에서의 결정요소는 아닐지라도 고도의 자율성을 지닌 전략단위라는 합의를 이끌어냈다. 90년대 들어 수입된 포스트모더니즘이 자본주의적 재생산을 지속시키는 구체적 틀로서 생활양식을 포함하는 축적체제 개념을 중시한 것도 넓은 의미의 문화에 대한 관심의 한 기폭제가 되고 있다.

또 80년대 후반에 우리 나라에 들어오기 시작한 포스트모더니즘도 문화론 열풍을 거두고 있다. 비판적 포스트모더니즘이건 보수적 포스트모더니즘이건 그 큰 줄기는 좁은 폭의 장르론이 아니라 넓은 틀의 문화론의 형태로 존재하므로, 그것을 옹호하거나 비판하기 위해서는 문화를 넓은 시각으로 보는 것이 필수적이었던 것이다. 포스트모더니즘과의 연대 또는 전투가 가장 치열하게 수행된 미술분야에서 문화에 대한 관심이 지속적으로 제기되고 있는 것도 이런 맥락에서 이해할 법하다.

마지막으로, 그러나 어쩌면 가장 중요한 배경으로, 새로운 감수성을 지닌 신세대의 출현을 이 즈음의 문화 르네상스와 관련해 지적할 수 있다. 흔히 오렌지족이나 깡깡족으로 불리는 60~70년대산 세대가 문화주체로 성장하면서 이들에 의한 신세대문화론이 제기되고 있

는 것이다. 전쟁도, 배고픔도, 정치적 억압도 자신들의 원체험 안에 내장하지 않은 이 새로운 세대는 욕망과 자유를 슬로건으로 내건 새로운 문화론으로 무장한 채 기성세대와의 헤게모니싸움을 이미 가동시키고 있다. 다섯 사람의 신세대 필자가 미메시스라는 이름으로 펴낸 <신세대-네 멋대로 해라>는 신세대 자신에 의한 신세대문화론의 개진이라는 점에서 눈길을 끈다. 서태지와 비틀스와 짐 모리슨을 열광적으로 존경하는 것이 분명한, 그리고 마르크시즘의 옹호자이자 프로이트의 후예라고 자처하는 저자들은 기존의 예술사를 새로이 쓰고 기성세대의 인생관을 전복시키기 위해 좌충우돌한다. 사춘기 때의 일기장이나 낙서장에서 눈에 띄는 법한 치기를 지워내지 못하고 있는 이 책의 글들은 그럼에도 불구하고 억압으로부터의 탈출과 세계시민적 연대성/개인주의에 대한 그들의 과격한 신념 때문에 아주 진지해 보인다.

신세대 필자들 큰 몫

그들이 지배체제에 대항하기 위해 채택한 무기는 정치가 아니라 새로운 감성이고 새로운 문화다. 그들의, 그러므로 우리들 모두의 자유와 연대를 억압하고 파괴하는 계급구조와 국제정치 질서에 대한 그들의 관심이 좀더 섬세했더라면 좋았을텐데...

문화에 대한 총체적 접근이 우리 출판의 역사에서 아주 새로운 것은 아니다. 케네스 케니스턴의 '소외와 청년문화', 허버트 마르크제의 '새로운 감성' 등 열세편의 글을 묶은 <청년문화론>(이중환 엮음·현암사)이 나온 것은 1974년이었고, 벤야민·사르트르·로렌스·제들마이어·그린버그 등의 글을 묶은 <예술의 창조>(김윤수 엮음·태극출판사)가 나온 것은 그이태 뒤였다. 뒤이어 프랑크푸르트학파의 비판이론이 본격적으로 소개되면서 그들의 문화산업론, 상품미학이 우리 학계에 친숙해졌고, 80년대 이후 민음사나 문화와 지성사에서 나온 몇몇 책들이 문화론의 지평을 넓히기도 했다. 85년에 열화당에서 나온 스티븐 데일리의 <인더스트리얼 디자인의 역사>가 역자인 정치학도 손호철씨의 선견의 소산이었다면, 문화이론과 매스컴에 관한 용어를 요령있게 정리해 놓은 존 하틀리의 1985년 저서 <커뮤니케이션의 중요 개념들>(박명진 편역·나남·1989)은 문화론 연구자들의 필수한독이 된 '고전적' 개념어 사전이다. 뒤이어 나온 <텔레비전과 현대 비평>(알렌 엮음, 김훈 옮김·나남), <담론이란 무엇인가>(다이안 맥도넬, 임상훈 옮김·한울)등의 책들은 각각 다른 수준과 관점에서 문화의 이론과 실재를 탐색한다.

74년의 <청년문화론>에 묶인 글들의 몇 편은 미국의 60년대 저항문화와 새로운 감성의 관련양상을 밝힌 일종의 신세대론이라고 할 수 있다. 70년대 한국의 청년문화론과도 밀접히 관련되는 그 글들과 예컨대 <신세대-네 멋대로 해라>의 사회사적 맥락은 그러나 아주 다르다. 70년대의 청년문화론이 육체없는 허상으로서의 신세대문화론이었다면, 지금의 신세대론은 어쨌든 그에 상응하는 물질 토대를 갖춘, 육화된 신세대 문화론이기 때문이다.

고종석 기자