

선거판, 공약(公約) · 공약(空約)의 뒤엉킴 심각

미국 통해 한국 돌아보는 《광고, 상품, 쇼핑의 노예들》
우리에게도 다가온 ‘그들만의 리그’에 대한 발견

글_ 임동헌

꽃이 피는가 했더니 꽃향기에 취할 짬도 주지 않고 **꽃** 곧장 선거판이 다가왔다. 선거란 싸움이고, 싸움에서는 누구나 이기고 싶어한다. 이기고 싶기 때문에 싸움은 거칠어지고 이 과정에서 공약(公約)과 공약(空約)이 난무한다.

공약(公約)과 공약(空約)의 뒤엉킴이 가장 큰 곳은 서울이다. 그리고 경기도와 부산 등이 뒤를 잇는다. 재정 자립도가 높은 곳이라야 공약(公約)과 공약(空約)이 뒤엉킬 수 있기 때문이다. 재정 자립도가 낮은 곳에서는 아

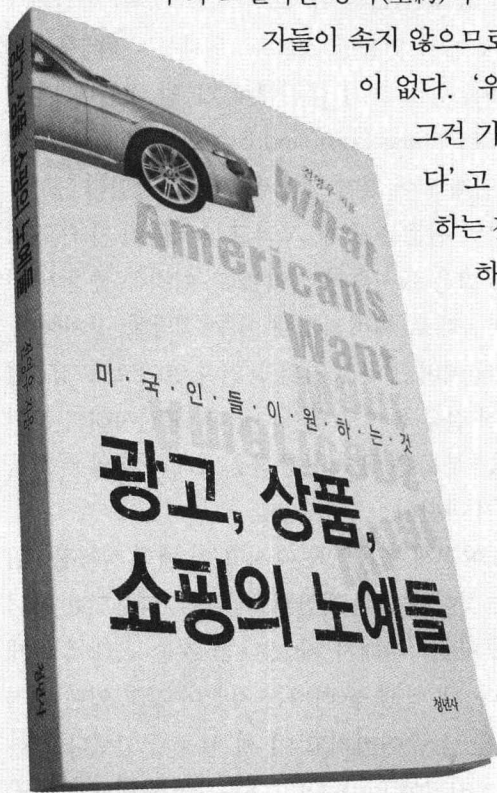
무리 그럴싸한 공약(空約)이 나와도 유권자들이 속지 않으므로 ‘실효성

이 없다. ‘우리 형편에 그건 가당치도 않다’고 지레 판단하는 것이다.

하지만 서울

은 공약(公約)과 공약(空約)의 뒤엉킴이 왕성할 수밖에 없는 곳이다. 이미 여당과 야당의 서울시장 후보들은 그런 공약의 일부를 공개하기 시작했고, 유권자들은 공약의 실효성을 놓고 저울질하는 중이다. 서울은 왜 공약(公約)과 공약(空約)의 부딪침이 강한 도시가 되었을까를 생각해 보는 것은 흥미로운 일이지만 의외로 답은 간단하다. 공통 같은 도시인 까닭이다. 극단적으로 얘기하면, 서울은 광고와 상품과 쇼핑의 노예들이 거주하는 도시이다. 그런 만큼 서울은 광고와 상품과 쇼핑의 노예들이 살아가는 곳이 아니라는 이미지를 필요로 한다. 즉, 공약(公約)과 공약(空約)이 필연적으로 생산될 수밖에 없다는 뜻이다. 강금실의 보라색과 흰색, 오세훈의 초록색, 홍준표의 아파트 반값 공급 같은 개념들이 등장하는 것도 이런 구조에서 비롯됐다고 봐야 할 것이다. 즉, 그들은 너무 많은 공약을 내세워야 하기 때문에 그 공약들을 한꺼번에 포장할 이미지가 필요한 것이다.

미국의 문화사를 담은 전영우의 《광고, 상품, 쇼핑의 노예들》(청년사, 224쪽, 값 10,000원)을 읽다가 2006년 한국의 정치 지형도를 떠올린 것은 이 책이 단지 미국에 국한된 이야기를 하고 있는 것은 아니라는 판단에서다. 말하자면 미국을 통해 서울의 문화사를 짚어보기에 맞춤형 책이라는 뜻이다. 얼핏 무관해 보일 수도 있지만, 서울은 이미 거대 자본주의의 중심에 들어서 있지 않은가. 그러니 미국의 문화사야말로 우리네의 반면교사로 삼기에 제격이다. 미국이 어떤 나라인가. 전영우는 미국을 ‘9·11 테러도 상품으로 파는 나라’라고 진단한다. 9·11 테러 현장에서 수거한 은으로 기념 주화를 만들어 한정 판매하는 것이 단적인 증거다. 물론 9·11테러를 잊지 말아야 한다는 의미라고는 하지만 그것은 마케팅의 기교일 뿐 기념 주화를 판매하는 회사는 최종적으로 이윤을 목표로 한다는 점에서 그것은 상술에 불과하다.



●이 글을 쓴 임동헌은

1985년 단편 《묘약을 지으며》를 발표하며 등단했다. 《민통선 사람들》《기억의 집》《편지를 읽는 시간》 등의 소설, 《길에서 시와 소설을 만나다》《가족식사》 등의 산문집, 《풍경》《가족》《아가에게》《별》 등의 사진에세이집을 냈다. 일간지 기사를 거쳐 《출판저널》 주관을 지냈으며, 현재 한양여대 문예창작과 겸임교수로 있다.

한국도 다르지 않다. 국책 은행인 한국은행은 지난 번 새로운 디자인의 5천 원 권 지폐를 내면서 번호가 좋은 일부 지폐를 경매에 붙였다. 아이템은 다르지만 한국과 미국의 발상은 같은 셈이다. 돈 되는 일은 다 하지 않는가. 전영우의 지적대로 '문화의 시대가 되었으나 그 문화는 상업 문화' 일 뿐인 사회에 우리는 살고 있는 것이다.

전영우는 미국 얘기를 하고 있으나 그 대적점은 절묘하게 한국과 닮아 있고, 서울에 닮아 있다는 점은 여러 곳에서 발견된다. 예컨대, 빌 클린턴은 대통령 선거 유세 때 공교육 활성화를 주장해 공감을 얻었다. 그러나 그는 대통령에 당선되고 나서 자신을 지지한 유권자들이 지켜보는 가운데 딸을 사립학교에 진학시켰다. 재미있는 것은, 미국은 돈 많고 권력 있는 사람들이 자녀를 사립학교에 보내는 것이 당연시되는 사회이기 때문에 언론 역시 클린턴을 크게 비난하지 않았다는 사실이다. 부와 권력이 어떻게 세습되는가를 보여주는, 역겨운 사회의 메커니즘이다.

이 지적은 그대로 한국 사회와 연결된다. 나는 기억한다. 서민들의 한 표 한 표가 아쉬운 강금실조차 최근 '강남은 강남대로 발전시켜야 한다'고 발언했다. 그 발언 배경은 단순하지 않다. 그것은 강금실이 강남 사람이어서가 아니다. 강북 표를 포기하고서라도 강남의 표를 잡아야 하기 때문도 아니다. 강남은 이미 '돌이킬 수 없는 사회'가 돼버렸기 때문이다. 강금실이 판단하기에, 이것은 필자의 넘겨짚기이지만, 강남은 이미 그들만의 리그에 너무 익숙해 있고 그 익숙함이 너무 견고하기 때문에 원형질을 변화시킬 수 없다는 뜻이다.

미국을 통해 한국의 오늘을 돌아보게 하는 전영우의 역발상은 미국 독립 운동의 배경에서도 빛난다. 미국이 영국 식민지에서 벗어나기 위해 독립 운동을 펼쳤을 때 가장 앞에 선 사람들은 가진 자들이었다. 본국인 영국이 식민지 국가 미국의 기득권층에게 경제적인 부담을 지나치게 줌으로써 가진 자들의 독립 운동 의지를 자극했던 것이다. 한국의 부유층들이 빈부격차 해소정책을 반기지 않는 것과 같은 이치다. 그들이 사는 지역에서는 인물 됴됨이와 상관 없이 보수 정당의 후보가 당선되는 것보다 유사한 구도이다. 투표는 정치적인 행위이지만 누구를 찍느냐 하는 문제는 경제적인 요인이 좌우한다는 점에서 미국과 한국은 같은 궤도를 달린다. 다른 점이 있다면 미국은 천문학적인 비용을 들여 정치 광고를 하는 게 가능하고, 한국은 천문학적인 돈을 들여 공천 따내기 작업을 하는 것이 가능하다는 점이다.

저자 전영우의 미국 문화 둘러보기는 전방위적이다. 미국은 인도로부터 전자 투표 시스템을 제공하겠다는 제안을 받아야 했을 정도로 전자 정부 시스템이 열악한 것으로 평가된다. 당연히 초고속 인터넷 보급률도 OECD 국가 중 12위(2005년 기준 인구 100명당 16.8명)에 불과하다. 한국이 25.4명으로 세계 2위를 기록하고 있는 것에 비하면 형편무인지경이다. 그러나 전영우는 이것이 미국인들의 실리주의에서 비롯된 것일 뿐이라고 진단한다. 전화 인터넷을 쓰면 한 달에 10달러만 내면 되는데 왜 30달러를 내면서까지 초고속 인터넷을 쓰느냐는 실리주의가 도사리고 있다는 것이다. 자본주의의 정글에서 살아가기 위한 그들만의 해법인 셈이다.

그렇다면 전영우는 이 책을 통해 미국을 비판하고 있는가, 옹호하고 있는가. 최근 나온 미국 관련 책들이 반미의 떠를 두르고 있는 데 반해 전영우는 가능한 한 친미와 반미, 어느 한 쪽에 중심을 두지 않으려 애쓰고 있다. 그렇다고 그 중간에서 어정쩡하게 배회하는 것도 아니다. 그는 단지 광고, 상품, 쇼핑에 드러난 미국과 미국인들의 삶을 보여 줄 뿐이다. 현실이 이러하므로 읽고 판단하는 것은 독자들의 몫이라는 뜻을 행간 속에 담아 둔 것이다. 하지만 광고, 상품, 쇼핑의 걸면만 소개했다면 이 책의 깊이는 담보되지 못했을 터. 전영우는 이들 자본주의의 키워드에 어떤 역사가 스며 있는지를 들려줌으로써 미국의 요철을 체험할 수 있도록 해준다.

하지만 전영우는 의도적이든 의도적이지 않든, 이 책을 통해 우리 사회의 어떤 부분을 나름대로 겨냥하고 있다. 그 겨냥점으로 이해되는 일부분이 이 책의 에필로그에 나와 있다.

'능력만 있으면 누구에게나 평등한 기회가 주어진다'는 것은 조작된 신화일 뿐이다. 극소수의 대외용 본보기를 제외한다면 대다수의 서민들은 신분 상승할 기회가 원천 봉쇄된다.'

과연 그렇다. 전영우의 미국 사회 진단은 우리 사회에도 그대로 적용되고 있다. 문제는 그 적용의 정도를 조금이라도 낮추어야 한다는 것이다. 그러려면 지금 풀뿌리 민주주의 지도자가 되겠다고 나선 사람들을 자세히 관찰해 볼 필요가 있는데, 필자가 보기에는 공약(公約)과 공약(空約)의 뒤엉킴이 심각하다. 눈 밝은 사람이 많아져야 하지만 그 역시 쉽지 않아 보인다. 미국화가 너무 많이 진행된 탓이다. **한**