

재현과 수행으로서의 관광객 사진: ‘러버덕 프로젝트 서울’을 중심으로

오정준*

Tourist Photography as Representation and Performance: Focused on Rubber Duck Project Seoul

Jeongjoon Oh*

요약: 석촌호수 일대는 러버덕으로 인해 ‘평화’, ‘기쁨’, ‘희망’, ‘치유’의 장소로 포장되었지만, 그 이면에는 대기업의 숨은 의도가 내포되어 있다. 그럼에도 불구하고 관광객들은 언론매체를 통해 접했던 러버덕을 직접 보고, 확인하기 위해 석촌호수를 방문하고, 사진 촬영을 통해 낭만적 이미지의 노란 고무오리를 재생산한다. 따라서 그들의 사진 작업은 해석학적 순환의 마침표로 자리 잡는다. 그러나 러버덕을 무대삼아 이루어진 다양한 사진 수행으로 인해 석촌호수 일대는 다양한 정체성의 장소로 나타날 수 있다. 가족을 사진기에 담으면 ‘사랑하는 가족성’을 생산하는 장소가 될 수 있고, 피사체가 연인일 경우는 ‘애정의 장소’가 되며, 혼자만의 촬영이 이루어지면 ‘자기애’의 장소로 변모될 수 있다. 이때 ‘나’와 ‘우리’라는 주인공을 위해 고무 오리, 호수, 도시는 사진의 배경이 되어준다. 따라서 석촌호수 일대에서의 사진 수행은 석촌호수의 ‘지리’를 소비하고 반영하는 것에 머물러 있지 않는다. 그것은 새로운 ‘지리’를 생산한다.

주요어: 관광객 사진, 재현, 해석학적 순환, 수행

Abstract: Seokchon Lake, and the area surrounding it, have become symbolic with an environment of ‘peace’, ‘delight’, ‘happiness’, and ‘healing’ due to the large floating yellow rubber duck which sits within the lake. There exists, however, a hidden intention of a large corporation who wishes to make benefit of this installation and its healing properties. Nevertheless, the lake has become a hot destination for people to come and see the rubber duck and take romantic photos with it. The photographs taken and shared further expand the popularity and romantic environment of the duck and lake. This process is a perfectly hermeneutic circle. Self or group mediation through photographic performances with the rubber duck has allowed the lake to take on new meaning to visitors. For families taking photos together it has become a place of family bonding and love while for couples of any age it has been transformed into a place to express their love through pictures together with the duck. Even for selfie generation it has become a destination and muse. Tourists are not merely written upon, but are also enacting and inscribing places with their own stories. Therefore, photographic performances produce rather than consume and reflect geography of Seokchon lake.

Key Words: tourist photography, representation, hermeneutic circle, performance

이 논문은 2012학년도 대구대학교 학술연구비 지원에 의한 것임.

* 대구대학교 사범대학 지리교육과 부교수(Associate Professor, Department of Geography Education, Daegu University), ohjj@daegu.ac.kr

1. 서론

관광과 사진은 현대적 쌍둥이다(Larsen, 2006, 241). 양자 모두 출현시기가 동일하다는 이유로,¹⁾ 의례(ritual)로 간주된다는 측면에서,²⁾ 잘 알지 못하는 공간으로 사람들을 인도했다는 점에서³⁾ 닳은꼴로 인식되는 것 같다. 그러나 그러한 인식을 형성한 가장 큰 원인은 현대적 생활 경험을 형성하는 데 있어 양자 모두 핵심적 역할을 했다는 데 있을 것이다(Urry, 1990).

Cook의 관광 상품⁴⁾이 포드주의에 비해 훨씬 더 현대적(혹은 근대적)으로 간주될 여지가 있고(박형준 외 옮김, 1998), 그래서 현대적 생활의 가장 필수적인 행동이 관광행위라는 점(Shaw and Williams, 1994), 그러한 맥락에서 현대사회에서 어딘가를 관광(이동)하지 않는 것은 차를 소유하지 않고, 집을 소유하지 않는 것과 동일시된다는 점(Feifer, 1985) 등은 관광을 ‘현대성(modernity)’의 지표로 인정하는 데 있어 결코 어색하지 않다.

사진도 마찬가지이다. 현대적 가정의 대다수가 카메라를 구비하고 있고, 가족구성원의 결속을 확인하기 위해 가족사진을 찍고, 그리고 대가족의 해체 이후 친척과 친지의 존재를 사진을 통해 확인함으로써 현대 생활의 빈 공간을 채울 수 있는 하나의 수단으로서 사진을 활용하게 된 점(이재원 옮김, 2005) 역시 사진이 현대적 생활의 필수품이라는 것을 확인시켜 준다.

그리고 양자는 상호간에 영향을 주고받는다. 관광은 사진 찍을 수 있는 기회를 제공하고, 거꾸로 사진은 관광 경험을 기록 및 형성하며(Haldrup and Larsen, 2003; Larsen, 2008), 그리고 그것을 타인과 공유할 수 있는 기회를 제공한다. 그래서 관광과 사진은 본질적으로 연결되어 있고(Lo *et al.*, 2011, 725), 그러기에 이들을 현대적 쌍둥이(modern twins)로 간주하는 듯하다.

양자 간의 연결은 특히 코닥(Kodak)이라는 필름 제작회사를 통해 더욱 발전되었다. ‘버튼만 누르세요. 나머지는 우리가 해드립니다(You Press the Button, We do the Rest)’는 코닥의 대표적 광고문구이다.⁵⁾ 사

람들이 휴가 갈 때, 그리고 돌아올 때 이국적인 장소 및 현지인의 모습을 가지고 오게끔 독려함으로써(Urry and Larsen, 2011), 코닥은 관광과 사진 간의 연결을 보다 강화시켰다. 그러나 역으로 이 회사는 여행의 본질을 변화시켰다. Sontag이 밝혔듯이 사진 혹은 카메라는 관광객들의 진정한 경험을 방해하거나 가로막을 수 있고(이재원 옮김, 2005), 여행을 피상적 활동(superficial activity)으로 만들어버릴 수 있기 때문이다(Lo *et al.*, 2011). 이는 곧 스테레오타입을 의미하는 것으로서, 관광객 사진이 기존에 존재하는 미디어 묘사를 강화하거나 복제하는 것에 불과하다는 것이다(Stylianou-Lambert, 2012, 1820). 따라서 관광객은 일상생활을 통해 이미 경험한 것을 관광지에서 확인(재현)하는 기호의 수동적 수집가인 셈이고, 그러기에 관광객 사진은 재현의 마침표로 자리할 뿐이다.

그러나 관광객 사진에 대한 또 다른 논의 역시 제기될 수 있다. 이는 수행적 전환(performance turn)을 통한 접근이다. 시선 혹은 재현 중심보다는 다감각적 경험과 실천 중심의 접근을 취하는 것으로서, 이를 통해 관광객 사진 찍기는 시각 중심에서 탈피될 수 있고, 장소의 소비보다는 가족생활과 같은 사회적 관계를 생산하는 것에 더 큰 연관을 맺을 수 있다(Larsen, 2005). 따라서 수행적 전환은 관광이 더 이상 피상적 활동이 아닌 창조적 활동이 될 수 있다는 가능성을 제공하고, 관광객이 수동적 소비자가 아닌 수행을 통한 창조적 생산자로 자리매김 할 수 있다는 확신을 제공한다. 결국 수행적 전환은 관광객 사진에 대한 새로운 시각, 그리고 새로운 가능성을 제공할 수 있다고 볼 수 있다.

이에 본 연구에서는 기존의 재현 중심적 접근과 함께 수행적 접근을 모두 고려하여 러버덕 그 자체, 혹은 러버덕을 배경으로 하는 관광객 사진을 설명해보고자 한다. 앞선 목적에 도달하기 위해 먼저 ‘러버덕 프로젝트 서울’이 개최된 석촌호수 일대에서 인류학적 방법을 동원하였다. 이곳에서 ‘사진 찍는 관광객’⁶⁾에 대한 관찰을 실시했고, 이들이 연구자의 존재와 카메라를 의식하지 않고 자연스러운 행동을 하게끔 사진 촬영 이전에 어떠한 접근도 하지 않았다. 또한 사

진 찍기와 관련한 관광객들의 의식을 파악하기 위하여 반구조화된 설문지를 활용해 인터뷰를 실시했다. 문항과 인터뷰 대상은 각각 8개와 14명이었다. 다음으로 관광객 사진의 재현 과정을 고찰하기 위해 프로젝트의 주최 측 홈페이지와 인터넷 이미지에 대한 내용 분석을 실시하고, 앞서 언급한 현장 관찰을 실시함으로써 이미지의 재생산 과정을 탐색했다. 내용 분석은 인터넷 포털 사이트인 'D'사에서 검색어를 '러버덕'으로 하고, 검색 기간을 프로젝트 개최일(2014년 10월 14일)을 기준으로 이전 1주부터 이후 10주까지에 해당하는 2014년 10월 7일부터 12월 22일까지로 삼았다. 그 결과 검색된 신문기사 4,300건, 블로그 30,900건, 이미지 146,499건 중, 날짜별로 20건씩 추출하여 신문기사 총 620건, 블로그 총 620건, 이미지 총 620건을 분석하였다. 인터넷의 이미지는 인물 사진이 아닌 경관 사진을 중심으로 분석하였다.

2. 관광객 사진에 관한 연구의 흐름

관광객 사진(tourist photography)은 지리학, 사회학, 인류학, 관광학, 문화연구, 예술사 등 다양한 학문적 접근을 통해 연구되어져 왔다. 비록 각 학문의 고유한 방법과 관점을 통해 연구가 이루어졌더라도, 그것의 흐름은 크게 두 가지로 수렴된다. 하나는 재현(representation) 혹은 해석학적 순환(hermeneutic circle)의 관점이고, 다른 하나는 수행(performance)의 관점이다(Larsen, 2006; Stylianou-Lambert, 2012). 전자는 관광객을 수동적 소비자로 간주하는 것으로서, 관광객이 홍보매체에서 조우했던 사진 이미지를 관광지에서 재생산하는 과정이나 결과를 연구하는데 초점을 둔다. 후자는 관광객을 능동적 수행자로 바라봄으로서, 관광객이 사진 피사체로서의 인물과 장소를 재미있게 재창조하는 과정과 결과에 초점을 둔다. 본 장에서는 두 관점의 특징을 분석 및 고찰함으로써 관광객 사진 연구에 대한 이론적 분석틀을 논증해 보고자 한다.

1) 재현(해석학적 순환)의 관점

관광객 사진에 관한 논의는 관광객 사진을 '경험'과 관련지어 설명한 Sontag으로부터 시작될 수 있다. 그녀는 사진이 경험을 증명해주기도 하지만 반대로 경험을 방해한다고 보면서, 관광객은 사진 찍기에 좋은 것만 찾아다닌다고 주장했다. 그들이 유일한 경험으로 여기는 것은 '사진 찍기 좋은 것'이고, 종국적으로 그것을 이미지나 기념품으로 맞바꿔버린다는 것이다. 따라서 사진을 찍는다는 것은 마치 관음증 환자처럼 세계를 바라본다는 것이고, 모든 사건의 의미를 대동소이하게 취급한다는 것이다. 결국 관광객 사진은 '경험을 향한 실질적인 몰입'이 될 수 없고, 동시에 관광은 '사진을 모으기 위한 수단'에 불과하다는 것이다(이재원 옮김, 2005). 이러한 '경험'은 '소비'의 측면으로 자연스럽게 이어질 수 있다. 그녀에 의하면 실제(reality)는 사진으로 인해 시각적 소비를 위한 아이템이 됨으로써, 백화점 및 박물관과 같은 관광대상이 되어버린다는 것이다. 이는 곧 사진이 시각적 소비를 목적으로 세계를 배열함으로써, 세상을 하나의 전시회로 객관화시키고 궁극적으로 '스펙터클의 사회'로 만들어서 세상에 대한 인식을 드라마틱하게 변형시킨다는 것이다(Larsen, 2006). 결국 Sontag에 따르면 관광의 본질이란 새로운 것을 찾는 행위라기보다는 이미 존재하는 화보를 응시하는 것이고, 다시 그것을 사진 찍는 것에 불과하다는 것이다. 이는 대중미디어가 '장소상실'을 만들고, 여행의 목적이 독창적인 장소를 경험하는 것이 아니라 장소를 수집하는 것이라고 정의한 Relph의 논의와도 일맥상통한다(김덕현 등 옮김, 2005; Larsen, 2006). 따라서 Sontag과 Relph를 통해 공통적으로 파악할 수 있는 것은 관광객이 응시해야 할 대상이 미디어에 의해 이미 정해져 있다는 것이고, 관광객은 관광지에서 그러한 대상을 찾아서 배회하게 되고, 마침내 그 대상을 찾고 나면 관광객의 '눈'이나 '사진기'를 통해 '경험', 혹은 '소비'한다는 것이다.

Sontag과 Relph의 논의는 Urry의 개념으로 자연스럽게 연결된다. Urry가 제시한 '관광객 시선(tourist gaze)'은 Foucault의 시선 개념을 차용함으로써, 재현

과 그 재현의 해석이라는 문제를 관광 부문에 적용시킨 것이다. 시선이 형성되고 강화되는 공간적, 시간적 프로세스에 주안점을 두었기에 언제, 어디서, 누구에 의해 혹은 무엇에 의해 시선이 권위를 부여받고, 그것을 통해 장소에 어떠한 결과로 나타나고, 그리고 그러한 시선이 다른 사회적 실천과 어떤 상호관련을 맺는가를 파악하는 것에 관심을 두고 있다(심승희, 2000). 부연해서 정리하자면 첫째, 관광객 시선은 관광을 떠나기 이전에 이미 형성된다는 것이다. 시간적인 측면으로는 본격적인 관광 행위 이전에 시선의 형성과 강화가 이루어진다는 것이고, 그렇기에 관광지가 아닌 일상생활 공간에서 이미 만들어진다는 것이다. 따라서 관광객 시선은 일상생활과 관련된 비관광적 실천의 산물이라는 것이다. 둘째, 관광객 시선은 관광객 개인에 의해 조직되지 않고, 사회적으로 조직되고 체계화된다는 점이다. 이는 관광지 선택은 말할 것도 없고, 그곳에 도착해서 관람해야 할 대상의 선택권이 관광객에게 없다는 것이다. 물론 그것의 결정은 전문가에게 있다.⁷⁾ 셋째, 관광객 시선은 단일하지 않고 다양한 담론에 의해 역사적으로 사회적으로, 그리고 집단적으로 서로 상이하게 형성된다. 관광지를 마케팅하고 홍보하는 데 활용되는 ‘낭만적 시선(romantic gaze)’, 많은 사람들이 보아야 할 것으로 여기는 ‘집단적 시선(collective gaze)’⁸⁾이 대표적이다(Urry, 2002).

이러한 관광객 시선은 미디어와 밀접한 관련성을 갖고 있다. Sontag 및 Relph와 마찬가지로, 관광객이 응시해야 할 대상이 이미 미디어에 의해 정해져 있다는 것이다. 이는 관광객들이 경관 그 자체를 응시하는 것이 아니라 대중매체가 사전에 정해진 미디어경관(mediascape)을 응시한다는 것으로서, 휴가 기간 동안 관광객이 하는 일은 이미 정해진 이미지를 관광지에서 찾는 것에 불과하다는 것이다(Urry, 1990).

그런데 미디어서부터 시작되어 관광지에 이르는 일종의 과정은 하나의 ‘순환(circle)’을 형성한다. Albers and James(1988)와 Urry(2002)는 이를 ‘해석학적 순환(hermeneutic circle)’으로, Jenkins(2003)는 ‘재현의 순환(the circle of representation)’으로 각각 설명했다. Albers and James(1988)는 사진의 모습으로 최

초 시작하여 관광객에 의해 만들어진 마지막 스냅 샷(snapshots)이 해석학적 순환을 완전하게 한다고 보았고, 동일한 연장선상에서 Urry(2002)는 휴가에서 찾게 되는 사진 이미지는 TV 프로그램과 관광회사의 홍보책자(brochure) 등에서 이미 본 것이고, 관광객은 관광지에서 그것을 찾아내고, 재생산하는 방향으로 움직인다고 보았다. 종국적으로 그들이 출발하기 이전에 보았던 것을 이미지화시킴으로써, ‘내 자신이 거기에 있었다는 것(I’ve been there)’을 증명한다는 것이다. <그림 1>은 이러한 해석학적(재현)의 순환 과정을 도식적으로 표현한 것이다. 대중 매체에 의해 집단적으로 투영된 이미지가 개인에 인지되고, 이는 관광 매력물, 다시 말해 관광객 아이콘으로 다시 자리 잡게 된다. 마지막으로 관광객의 카메라를 통해 기록되는데, 이러한 개인적 사진들은 방문의 증거로서 지인들에게 보여주게 된다. 이는 다시 관광업자들이 제공하는 광고와 함께 집단적으로 다시 투영됨으로써, 새로운 순환을 시작하게 된다(Jenkins, 2003).

앞선 논의를 종합한다면, 관광은 본질적으로 해석학적 순환이자, 재현적인 과정이다. 다시 말해 시각적 이미지(사진)를 텍스트 삼아 세계(관광지)를 재현하는 것이다. 이러한 측면에서 고려했을 때, 관광(tourism)은 단지 관광(sightseeing)이고,⁹⁾ ‘인용의 의례(a ritual of quotation)’일 뿐이다(Osborne 2000). 새로운 것을 경험하는 행위라기보다 기호를 소비하는 시각적 실천에 불과한 것이다. 따라서 이러한 과정을 ‘해석학적 순환’보다는 ‘해석학적 악순환(vicious hermeneutic circle)’으로 명명하는 것이 더욱 타당하

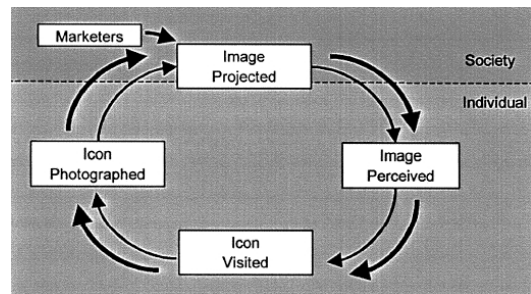


그림 1. 재현의 순환 과정

자료: Hall, 1997, Jenkins, 2003에서 재인용

다.¹⁰⁾ 그 이유는 관광객이 이미 생산된 이미지와 장소만 주목하는, 즉 '눈만 있고, 몸은 없는' 수동적 관광객이기 때문이다. 이전에 암각된 관광장소에서 매력물을 소비하는 것은 '미리 결정된 것이고', 더 나아가 '죽은' 이미지에 집착하는 것이다. 결과적으로 관광객 장소는 점점 탈물질화되고(dematerialised), 관광객은 탈육화(disembodied)되어 진다. 따라서 '재현'의 관점에서, 혹은 '해석학적 순환'의 관점에서 관광객 사진을 바라보고 연구하는 것은 '생명 없는 관광객(lifeless tourists)', '이벤트 없는 이벤트(eventless events)', 그리고 '죽은 지리(dead geographies)'를 생산하는 것에 불과하다는 것이다(Larsen, 2006, 249).

2) 수행의 관점

수행 이론은 이론(異論)이 존재하는 이론(理論)이다. 학자에 따라, 관점에 따라 다르게 접근되고, 정의되기 때문이다. 그래서 Carlson(1996)은 '본질적으로 이론 있는 본질(essentially contested nature)'이라고 수행 이론의 속성을 표현한 바 있다(Larsen, 2005에서 재인용). 그럼에도 불구하고 '수행'이라는 공통분모를 공유하는 것은 이전 이론들과의 '차별성'이 존재하기 때문이고, 그들 간에 '동질성'이 발견되기 때문이다. 학자들 간의 논쟁이 존재함에도 불구하고 이러한 '차별성'과 '동질성'으로 인해 수행 이론은 하나의 범주로 자리매김 하는 듯하다.

관광 연구에서 '수행적 전환(performance turn)'이라는 용어를 가장 먼저 사용한 학자는 Haldrup and Larsen(2010)이다. 그들은 1990년대부터 시작된 일단의 관광 연구들이 새로운 접근을 시도한다는 사실에 주목했다.¹¹⁾ 이는 남성, 언어, 의미, 소비, 재현 중심적 사고에서 벗어나 다감각, 여성, 신체, 실천, 생산, 비재현적 접근을 추구하는 것으로서, 앞서 언급한바 있는 '관광객 시선'과 대척점을 형성하는 것이다. 이러한 맥락에서 Larsen(2012)은 '관광객 시선'이 시각적 경험만 강조함으로써 신체의 다른 감각적 경험을 소홀히 취급하는 것은 물론이고, 관광(tourism)을 단지 관광(sightseeing)으로 간주하는 인식을 초래했다고 주장했다.

새로운 접근이 가져다 준 가장 큰 변화중의 하나는 관광객에 대한 인식의 변화일 것이다. 기존에는 관광객을 문화소비자(cultural consumer)로 간주했지만, 새로운 접근을 통해 관광객을 문화생산자(cultural producer)로 바라보게 되었다(Stylianou-Lambert, 2012, 1821). 관광객에 대한 인식의 변화를 포함한 관광 연구의 새로운 흐름이 그들 자체의 공통성을 공유하는 것은 물론이고, 고전적 관광 이론으로부터의 차별성을 보여주었기에 Haldrup and Larsen은 이것을 하나의 '전환(turn)'으로 표현한 것 같다.¹²⁾

관광 연구에서의 수행적 전환은 불과 20여 년 전부터 시작되었지만, 그것의 사회(과)학적 시작점은 놀랍게도 1950년대까지 거슬러 올라간다. Goffman은 '일상생활에서의 자아 표현(The presentation of self in everyday life)'이라는 저서에서 일상생활에서의 사회적 조우와 상호작용을 기술하기 위해 연극적 분석론(dramaturgy)을 제시했고, Park의 논의를 따라서 사람(person)의 어원이 가면(mask)이라는 것에 주목했다(김병서 옮김, 1987). 그에 의하면 자아는 수행된 특성(performed character)으로서, 조심스럽게 관리된 인상과 관련된 공적 수행자이며, 세계-내-존재(being-in-the-world)와 사회적 삶은 기본적으로 수행적으로 기술되며, 관객을 위하여 무대 위에 올려 진다고 보았다(Larsen, 2005, 418). 그는 배우로서의 사람들을 전략적 주체로 간주하면서, 그들의 행동은 고의적, 계산적, 성찰적이라고 고려했다. 그 이유는 무대의 전면 공간(front stage)에서는 공식적 수행을 하지만 후면 공간(back stage)에서는 전면과의 모순을 보여주면서 마스크를 일시적으로 들어 올린다는 것이다(Larsen, 2005, 418).

따라서 수행 이론의 선구자로 1959년의 Goffman을 지명하는 것에는 이론(異論)의 여지가 없다. 물론 그의 이론이 공적 상황이나 사적 상황 모두에서 일어나는 무의식적, 습관적, 비의도적 행위 실연(enact)들을 고려하지 못하고 있고(박성일 옮김, 2008), 실천(practice) 및 체현(embodiment)의 의미를 제대로 담지하지 못하는 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고 극장(theater)으로부터 빌려온 그의 용어들, 예를 들어 배우(actor), 무대(stage), 연출(choreograph), 관객

(audience) 등은 작금의 수행을 설명하는 데에도 적격이라고 볼 수 있다(Edensor, 2000). 관광 연구의 측면에서만 고려하더라도 Goffman의 언어를 통해 관광 장소의 무대화된 본질뿐만 아니라 관광객의 연극화된 몸을 개념화하기에 충분하다고 사료된다(Urry and Larsen, 2011).

수행 연구에 있어서 근간이라고 할 수 있는 ‘무대(stage)’를 Goffman이 제공했다면, ‘대본(script)’은 Butler(1993)가 제공했다. Butler의 수행성(performativity)은 Goffman의 수행과 차별성을 보여준다.¹³⁾ 그녀는 ‘수행’이 ‘사람들의 수행 능력에 의한 것’이라는 Goffman의 제안을 부정하면서, ‘수행(성)’은 ‘권력의 사회적 대본(power’s social script)에 의해 생산’된다고 주장했다(Gregson and Rose, 2000; Larsen, 2005에서 재인용). 정체성이 수행에 미리 존재하지 않는다고 보면서, 수행하는 사람들이 이전의 행위를 그대로 따라하고, 이전에 인정받은 실천들을 그대로 ‘인용’하기에 성공할 수 있다고 간주한 것이다. 따라서 Butler의 수행(성)은 문화적 정체성을 불안정하게하기보다는 오히려 재생산하고 강화하는 ‘규범의 강화된 반복’을 의미한다(Butler, 1993; Larsen, 2005에서 재인용).

‘무대’와 ‘대본’에 이어 수행에 있어서 또 다른 중요 항목은 ‘실천(practice)’일 것이다. 실천은 언어적 재현에 선행하는, 혹은 그 이상에 있는 경험과 감정에 초점을 맞추는 것으로서(이영민 등 옮김, 2013), 이는 이론, 실제 상황, 언어, 시각, 의미로부터 실천, 경험, 비언어, 다감각으로 변화하는 ‘비재현적(non-representational)’ 혹은 ‘재현을 넘어선(more-than-representational)’ 이론과 연결 된다.¹⁴⁾ 따라서 비재현 이론가들은 의미보다는 육체적 실천에 주안점을 두고 있는 것이다. 이러한 견지에서 Thrift는 Butler에 대해 비판적 견해를 갖고 있다. 그 이유는 Butler가 실천보다는 담론에 흥미를 갖고 있고, 그녀의 수행성이 놀이와 창조성 측면에서 부족하기 때문이다(Larsen, 2005, 419). 따라서 Thrift(1997)는 Butler(1993)의 코드화된 수행(coded performances)에 반(反)하여, 많은 사회적 수행이 전재현적(prerepresentational)이고 전연출적(prechoreographed)이라고 주장한다. 아울러

Goffman의 고의적이고 계산적인 행위자와 달리 대부분의 체현된 사고와 행동은 비인지적, 실천적, 습관적이고, 잠재적으로 창조적이며 비예측적이라고 논증했다(Thrift, 2000; Larsen, 2005에서 재인용). 한편 비재현적 접근은 신체와 테크놀로지를 밀접하게 연결된 것으로 간주하면서, 인간 수행이 전적으로 인간적이거나 사회적이지 않고, 비인간(nonhumans)과 묶여 있다고 보고 있다. 이는 Gibson(1979)의 행위 유발성(affordance)개념으로 연동됨으로써, 관광 수행 연구의 커다란 몫을 담당하고 있다. 즉, 카메라, 버스과 같은 테크놀로지와 물체들이 자체의 능력을 초월하여 신체의 물질성(physicality)을 향상시킬 수 있다는 전제로서, 신체적 관광객 수행이 비인간 구성물(non-human components) 없이는 수행적일 수 없다는 것이다(Haldrup and Larsen, 2010에서 재인용).

Goffman, Butler, Thrift가 수행 연구의 이론적 토대를 제공했다면, 수행 이론에 근거한 관광 및 관광객 사진 연구의 이론적 토대는 Larsen과 Edensor에 의해 수립되었다. Larsen이 강조한 수행적 요소는 ‘연출(choreograph)’과 ‘관객(audience)’이다. 그는 Goffman 및 Thrift의 실천적 접근을 수용하면서도, 그들 모두 ‘연출’을 소홀히 한다는 점을 비판했다. 특히, 춤에 관한 Thrift의 ‘전사회적 개념화(presocial conceptualization)’를 비판하면서, 춤은 가르쳐지고, 수행되기도 하지만, 종종 형식화되고, 스타일화 된다고 보면서 문화, 담론, 규율 등의 권력관계를 중요시했다. 이는 곧 Butler의 논의를 강조하는 것으로서, 수행의 관점이 항상 수행성(performativity)과 연결되어져야만 한다는 것이다(Larsen, 2005).

이러한 논리는 곧 ‘관광객 신체는 미리 형성되지만 동시에 수행적(Tourist bodies are simultaneously preformed and performing)’이라는 의미로 연결된다(Larsen, 2005, 421). 이는 관광객이 사전 결정된 루트와 대본을 따르는 수동적 위치의 존재일 뿐만 아니라, 수행을 통해 창조와 생산적 실천을 이루는 능동적 수행자로 동시에 고려해야 한다는 것을 의미한다. 예를 든다면 현지에서의 문화 권력에 복종하면서도 동시에 현지인에 권력을 행사한다는 것이고, 가이드에 안내에 의해, 혹은 비인간구성물에 의해 연출되기도

하지만, 관광객 자신만의 이야기를 가지고 실연하기도 한다는 것이다. 따라서 관광객의 행동은 예측 가능한 측면도 존재하지만, 매우 창조적이며, 궁극적으로 생산적 실천으로 충만 될 수 있기에 의례와 놀이, 성찰과 습관, 수동과 능동의 측면을 모두 갖고 있음으로 귀결될 수 있다.

이에 더하여 Larsen은 Goffman의 논의를 따라 '관객(청중)'의 중요성을 부각시켰다. 그는 실천과 달리 수행은 현재(현실) 혹은 미래(상상)의 관객이 필요하다는 점을 강조하면서, '수행은 관객 앞에서 매일매일 행해지는 문화적 즉흥연기로서, 인상(impressions)을 표출하는 것이다.'라고 정의 내렸다. 이러한 측면을 고려했을 때, '비재현 지리학'이 결코 관객을 중요하게 간주하지 않기 때문에 '수행'이라기보다는 표현과 관련된 '실천'이라는 점을 Larsen은 강조했다(Larsen, 2005, 421).

한편 Edensor는 수행의 특성을 양면적(ambivalent) 관계로 고려했는데, 이는 궁극적으로 '장소의 생산'과 연결된다. 그는 가이드의 연출이 청사진(blueprint), 그 이상도 그 이하도 아니라는 점을 전제했다. 일종의 출발점으로서, 연출은 관광객의 창조성(creativity)을 제한하는 것만큼 그것을 가능하게 만든다는 것이다. 이러한 점을 전제한다면 관광객은 누군가에 의해서 꼭 '쓰여지는 것'이 아니라, 쓰여지는 것만큼 자신만의 이야기와 관련하여 장소를 '써 나간다는 것'이다. 이는 결국 장소를 '고정되고', '주어진' 것으로의 인식한 기존 관광연구로부터의 탈피를 의미한다. 장소가 갖고 있는 본연의 의미에 따라 관광객이 행동하는 것이 아니라, 관광객들이 자신만의 내러티브를 가지고 관광지를 새로운 장소로 생산한다는 것이다. 이러한 점에서 Edensor는 '장소' 즉 '무대'는 수행의 종류에 따라 좌우된다고 고려했다. '조심스럽게 관리된 무대 공간(carefully stage-managed spaces)'조차 관광객의 수행에 의해서 좌우된다는 것으로서, 대부분의 무대가 양면적이고, 다양한 수행을 위한 장소가 된다는 것이다(Edensor, 2001). 따라서 관광객의 수행은 장소의 특징으로부터 분리될 수 없지만, 거꾸로 수행을 통해 새로운 장소를 생산할 수 있고, 그러한 측면에서 관광객은 장소의 공동생산자인 셈이다. 결국 배우(관

객)가 무대(장소)에 오르고, 그것을 실연하기 전까지 대부분의 관광객 장소는 '죽어(dead)' 있고, 그들이 무대로 올라갈 때부터 새로운 생명을 얻게 된다는 것이다(Edensor, 2001).

앞선 논의들을 종합하여 관광객 사진으로 국한하여 설명할 수 있다. 피사체로서의 관광객 신체는 인간 혹은 비인간에 의해 제약되고, 기존의 규범 및 관습을 따르는 수동적 신체로 자리 잡기도 하지만, 동시에 자신만의 내러티브를 통해 새로운 이야기를 써나가는 능동적 신체이기도 하다. 이때, 사진을 응시하는 현재와 미래의 관객을 위해 자신의 신체를 의도적으로 연출하게 된다. 또한 사진 찍는(혹은 찍히는) 관광객은 더 이상 구경꾼도 아니고, 홍보 매체에 끌려 관광지의 유명 경관을 찾아가는 기호의 소비자도 아니다. 물론 보다 정확하게 표현하자면, 여전히 구경꾼이자, 홍보 매체에 끌려가는 기호의 소비자이다. 그러나 관광객은 더 이상 이러한 지위에만 머물러 있지 않는다. 수동적 소비자인 동시에 능동적 수행자이자 새로운 장소의 생산자인 것이다. 그들은 유명 경관을 배경삼아 기호를 수집하기도 하지만, 체험된 수행을 통해 자신만의 이야기를 써 나가고, 그것을 통해 그들의 새로운 장소를 생산하기 때문이다. 따라서 관광지에서 사진 찍기를 기호의 확인과 수집과 같은 '재현'에 한정지을 수 없다. 자신만의 스토리를 가지고, 체험된 신체를 통해 새로운 지리를 써나가는 것에도 초점을 맞추어야 할 것이다. 즉, '수행'으로 범위를 확대해야 한다는 것이다.

3. 재현과 수행으로서의 관광객 사진

1) '러버덕 프로젝트 서울'의 주인공, 롯데덕 (lotte duck)

2014년 10월 14일부터 한 달 동안 '러버덕 프로젝트 서울'이 석촌호수 일대에서 개최되었다. 프로젝트의 주인공인 러버덕은 가로, 세로, 높이가 모두 20미터 내외이고 몸무게가 1톤에 달하는 대형조형물지만,

귀여운 표정과 몸체, 그리고 노란 색깔로 인해 오히려 ‘양중맞음’의 이미지로 각인되는 고무오리이다. 네덜란드 조각가 Hofman에 의해 설계된 러버덕은 이미 10여 곳의 세계적 도시를 순회한 후, 서울에 도착했다. ‘러버덕 프로젝트 서울’의 주최 측은 Hofman의 말을 빌려 러버덕을 ‘낭만적 대상’으로 묘사하고 있다.

“러버덕은 국경도 경계도 없고 어떠한 정치적 의도도 없다”. “이것을 보고 있으면 저절로 치유가 되며 전 세계의 긴장감을 풀어줄 수 있다고 믿는다”. “잠실 석촌호수에 떠 있는 대형 노란 고무오리를 통해 재난과 사고로 실의에 빠진 한국 국민들이 기쁨과 희망을 나누고 상처를 치유하는 힐링의 기회를 가지기 바란다.”¹⁵⁾

주최 측이 러버덕에게 부여한 정체성은 ‘평화’, ‘기쁨’, ‘희망’, ‘치유’, ‘힐링’이다. 그리고 어떠한 정치적 의도가 없음을 강조하고 있다. 그러나 설령 정치적 의도는 없더라도, 러버덕의 정체성 이면에는 기업의 마케팅 전략이 숨어있다. 러버덕이 설치되는 장소가 최근 논란이 되고 있는 제2롯데월드 부지 앞의 석촌호수 일대이며, 러버덕 프로젝트의 개최일과 제2롯데월드 저층부 롯데월드몰이 개장하는 시기와 일치하는 점 등으로 보아 양자 간의 관련성을 부정하기에는 설득력이 없어 보인다. 따라서 러버덕은 어떠한 ‘의도’도 없는 순진한 ‘고무오리’라기보다는 대기업과 연계된 ‘아트 콜라보레이션(Art Collaboration)’이라고 볼 수 있다. 실제로 ‘러버덕 프로젝트 서울’의 주관사인 0000은 대기업과 예술가의 연결에 주력하는 전시 기획 운영업체로서, 롯데와 0000의 만남은 이번이 처음이 아니다.¹⁶⁾ 최근 기업의 문화마케팅이 활발해지는 상황에서, 롯데 역시 러버덕과의 연계를 도모했다. 러버덕 인증 사진을 지참할 경우 롯데월드 입장 액의 절반 정도를 할인해주는 상품의 출시는 그것의 대표적 예이다(사진 1). 연계 결과는 놀라웠다. 명품 매장 옆의 팝업 스토어에서 중국산 고무오리를 24,000원에 판매했는데, 얼마 지나지 않아 완판 되었다. 그러나 더 놀랄만한 것은 방문객의 유인이다. 한

달 동안 러버덕 방문자가 440만 명이고, 같은 시기 제2롯데월드 몰 방문자가 350만 명이란 점을 고려한다면,¹⁷⁾ 그것의 유인 효과가 지대했다는 것을 알 수 있다.¹⁸⁾ 그럼에도 불구하고 러버덕이 롯데에 안겨준 가장 큰 선물은 다름 아닌 ‘난국’의 타개이다. 안전과 관련된 제2롯데월드의 부정적 여론을 극적으로 잠식시킨 것이다.

물론 기업의 문화마케팅만으로 모든 부정적 여론을 잠식시킬 수는 없다. 러버덕의 성공, 그것을 뛰어넘어 부정적 여론의 잠식에는 언론매체가 많은 부분을 담당했다. 일반적으로 관광객 장소는 매체를 통해 나타나는 상상적 지리(imaginative geographies)로 새겨져 있기에 미디어 문화 내의 생산과 재생산의 방법에 따라 나타날 수도, 사라질 수도, 그리고 의미와 특징이 변할 수도 있다(Shields 1990; Coleman and Crang, 2002; Bærenholdt *et al.*, 2004; Stylianou-Lambert, 2012). 러버덕도 마찬가지이다. 미디어 문화내의 생산과 재생산의 순환 속에서 나타났고, 그러한 과정에서 의미와 특징이 변화했다. 물론 생산에 가장 큰 축을 담당하는 것은 신문과 TV 등의 언론 매체이다. 러버덕의 성공에 언론이 큰 역할을 했다는 것은 또 다른 대형 조형물과의 비교를 통해 가능하다. 일산 호수공원에는 고양 꽃박람회 개최 시 제작된 대형 조형물이 있다. 이는 최근 ‘러버켓’이라는 애칭까지 얻게 된 ‘고양시’의 ‘고양이’로서, 이 역시 ‘양중맞음’ 이미지를 가지고 있다(사진 2). 그러나 그것의 인기는 러버덕에 미치지 못한다. 이유는 자명하다. 러버덕이 귀엽고, 러버켓이 그렇지 않아서가 아니다. 언론의 주목을 받느냐, 받지 못하느냐의 문제인 것이다.

프로젝트 개최 초기 TV나 신문 등의 매체는 러버덕에 대한 기사를 적극적으로 다루었다. 인터넷 포털 서비스를 통해 러버덕에 관한 11주간의 기사 검색을 실시한 결과 총 4,300건의 기사가 검색되었는데, 개최일(10월 14일)을 중심으로 이전 1주일과 이후 1주일의 기사가 각각 771건과 2,070건으로서, 11주 전체 기사의 66.0%를 차지했다. 개최 이틀 전인 10월 12일에 기사는 단 1건에 불과했지만, 개최 하루 전인 13일은 757건, 개최 당일인 1,290건, 개최 2일차는 258건으로서, 모든 언론매체에서 마치 ‘폭격’하듯이 기사를

자유이용권		정상가	우대가
1일권 (오른사-)	어른	46,000원	25,000원
	청소년	40,000원	22,000원
	어린이	36,000원	20,000원
All-in4 (오후 4사-)	어른	37,000원	18,500원
	청소년	32,000원	16,000원
	어린이	28,000원	14,000원

* 기간: 2014년 10월 15일(수) ~ 11월 30일(일)
 * 할인받는 방법: (1) 또는 (2)
 ① 석촌호수 러버덕을 직접 찍은 사진을 매표소에 보여준다.(본인 + 동반 3인)
 ② 롯데월드 공식 SNS의 러버덕 게시물을 공유한 후, 공유 화면을 매표소에 보여준다.(본인 + 동반1인)

사진 1. 러버덕 연계상품
출처: <http://news.tf.co.kr>



사진 2. 일산 호수공원의 러버덕
출처: 동아일보, 2014.10.14

송출했다. ‘러버덕의 크기 및 무게’, ‘프로젝트 개최 기간’ 등의 일반적 사실을 전달한 측면도 없지 않으나, 대부분의 기사는 앞서 언급한 바 있는 ‘평화’, ‘기쁨’, ‘희망’, ‘치유’, ‘힐링’의 메시지를 전달하는 데 주력하였고, 러버덕의 이미지에 대한 일반인들의 반응을 전달하였다. 특히 러버덕에 대한 네티즌의 반응이 기사의 상당부분을 차지한 것은 매우 흥미로운 점이다. 다음은 이에 대한 기사의 주요 내용이다.

석촌호수 1톤 고무오리 러버덕에 누리꾼들은 “석촌호수 1톤 고무오리 러버덕, 완전 귀엽다”, “석촌호수 1톤 고무오리 러버덕, 꼭 보러간다”, “석촌호수 1톤 고무오리 러버덕, 1달 동안 자주 봐야지”, “석촌호수 1톤 고무오리 러버덕, 러버덕 보고 힐링해야지” 등의 반응을 보였다. (조선일보, 2014.10.13)

석촌호수 고무오리 소식에 누리꾼들은 “석촌호수 고무오리 귀엽다” “석촌호수 고무오리 꼭 보러 가야지” “석촌호수 고무오리 인파 엄청 몰리겠다” “석촌호수 고무오리 완전 기대” 등의 반응을 보였다. (세계일보, 2014.10.13)

흥미로운 것은 러버덕에 대한 전시가 아직 이루어지기 전임에도 불구하고 네티즌의 반응이 언론사마

다 동일하다는 점이다. 물론 외국에서 사전 전시된 러버덕을 본 네티즌 반응이라는 점을 전제했지만, 네티즌의 의견이 천편일률적으로 비슷한 것은 다소 의심스럽다. 또한 러버덕에 대한 부정적 기사도 존재했다. 제2롯데월드 개장과 러버덕 설치가 같은 날 이루어졌다는 것을 ‘기막힌 우연’이라고 표현한 은유적 기사도 존재했고,¹⁹⁾ 러버덕 행사가 롯데월드의 판촉수단이라고 직접적으로 비판한 기사도 상당 수 존재했다.²⁰⁾ 그럼에도 불구하고, 주요 언론사는 비판에 동참하지 않고, 그것의 홍보에 주력했다.

언론이 비판보다는 홍보에 주력했다는 가장 극적인 증거는 개장 당일 러버덕이 바람이 빠진 것에 대한 기사일 것이다. 개장 당일 오후 2시경 러버덕의 공기가 빠지기 시작했고, 반쯤 물에 잠기는 상황이 발생했다. 이에 대해 일부 언론은 ‘황당’(서울경제, 2014.10.14), ‘충격’(매일경제, 2014.10.14), ‘우려’(더팩트, 2014.10.14)라는 머리 기사를 통해 비판을 가했고, 어떤 언론에서는 2014년 대한민국을 가장 힘들게 했던 ‘세월호’ 사건을 은유적으로 빗대면서 ‘침몰 진행 중’(일간스포츠, 2014.10.14) 이라는 표현까지 사용했다. 그러나 비판은 그뿐이었다. 대부분의 언론은 비판보다는 홍보성 미화 기사를 송출했다. 특히 주요 언론은 다음과 같은 표현을 공통적으로 사용했다. ‘피곤해서 물 마시는 중’(스포츠조선, 2014.10.14), ‘그 모습마저 귀여워, 첫날부터 피곤했나?’(조선일보,

2014.10.14), ‘낮잠 자나?’(중앙일보, 2014.10.14), ‘어디아파?’, ‘시차적응 중’(한국경제, 2014.10.15), ‘바람 빠진 모습도 귀여워’(SBS, 2014.10.15) 등이 대표적이다.

앞선 기사와 함께 반쯤 빠진 러버덕의 사고 이미지가 동시에 송출되었는데, 이는 러버덕의 귀여운 이미지, 그리고 해외에서의 사고 이미지 함께 인터넷에서 패러디됨으로써 사람들에게 더욱 친근함으로 다가왔다. 포스트식민주의 입장에서 고려한다면, 사진은 권력의 도구로 활용될 수 있고(Mellinger, 1994; Urry and Larsen, 2011). 더 나아가 관광지를 낭만적 형태의 이상적인 상품으로 창조하기 위하여 사진 재현(photographic representations)의 과정에 ‘생략’과 ‘과장’이 수반될 수 있다(Hunter, 2008; Stylianou-Lambert, 2012). 사실 효과를 강조하는 내셔널 지오그래픽의 사진조차 순수한 재현이라고 보기 힘들고, 장소의 어떤 측면은 과장(부각)하고, 또 다른 측면은 생략(경시)하는 결과를 낼 수 있다(이영민 등 옮김, 2013). 결국 미디어 묘사 과정에서의 ‘생략’과 ‘과장’이 궁극적으로 장소 정체성에 대한 왜곡을 가져온다는 것인데(Stylianou-Lambert, 2012, 1819), 극적인 사례가 러버덕의 사고 이미지에서 가장 잘 나타난다. 즉, ‘사고’라는 것이 해석에 따라 아주 달라진 것이다. 러버덕 사고 이미지를 통해 그것의 귀여운 측면은 ‘과장’될 정도로 강화되었고, 이를 통해 부정적 담론은 사람들의 머릿속에서 완전하게 ‘생략’된 것이다.

앞선 상황을 고려한다면 러버덕에 대한 시선을 최초 구성하고 발전시킨 주체는 TV와 신문 등의 언론

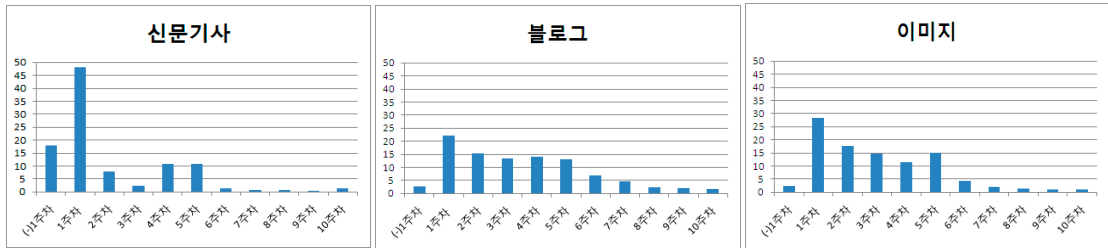
매체이고, 다시 이러한 시선을 강화한 주체, 다시 말해 사람들로 하여금 석촌호수로 오게끔 동기를 제공한 홍보자료는 사진 이미지라고 볼 수 있다. 사진 이미지의 생산은 최초 TV나 신문 등의 언론에 의해서 시작되었지만, 그것의 재생산은 인터넷이 상당 부분을 담당했다. 인터넷을 통한 사진의 재생산은 대량 복제의 결과이다. 석촌호수를 방문하여 직접 촬영한 사진을 자신의 블로그 등에 올린 사람은 소수에 불과했다. 반면 많은 사람들이 언론에서 최초 유포한 이미지나 타인이 제작한 이미지를 복제하여 인터넷이 유포시키는데 참여했다. 인터넷에서 볼 수 있는 러버덕에 대한 이미지가 매우 대동소이한 점이 이를 뒷받침해주는 증거이다. 한편 앞서 언급했듯이 언론 기사의 경우는 러버덕 프로젝트가 시작된 시점에 가장 높은 비중으로 나타났는데, 블로그와 이미지도 마찬가지였다. 블로그의 경우는 이전 1주일과 이후 1주일 각각 805개와 6,820개로써 전체의 24.7%에 해당했고, 이미지는 각각 3,471장과 41,661장으로써 전체의 30.9%였다. 그런데 언론기사의 경우는 시간이 경과될수록 그 수와 비중이 급격하게 감소된 반면, 이미지와 블로그는 점진적으로 감소된 것을 볼 수 있다. 이를 통해 러버덕의 최초 홍보에는 언론기사가 많은 부분을 담당하고, 그것의 재생산에는 인터넷이 어느 정도 담당했다는 것을 파악할 수 있다.

러버덕의 설계자이자 공공미술가인 Hofman은 작품과 공간의 관계에 대해 다음과 같이 언급했다. “나는 공공의 공간을 잠시 동안 납치한다. 작품이 놓임으로써 그 공간의 모든 것이 변한다. 나는 사람들이 공



사진 3. 주요 언론에서 보도한 국내외에서의 러버덕의 사고 이미지

출처: 조선일보, 2012.10.16



* 프로젝트의 개최기간은 1주차부터 5주차까지이다.

그림 2. 인터넷에 업로드 된 신문기사, 블로그, 사진의 시기별 비중 (단위: %)

공의 공간을 새로운 시각으로 바라보길 간절히 바란다.”²¹⁾ Hofman의 의도이든, 롯데의 의도이든 간에 러버덕으로 인해 석촌호수는 완전히 변화되었다. 그리고 사람들은 새로운 시각으로 석촌호수 일대를 바라보게 되었다. 아기들의 영원한 목욕친구로서의 러버덕을 통해 ‘기쁨’을 얻고 ‘희망’을 말하고, 그리고 ‘힐링’을 통해 ‘치유’될 수 있다는 내러티브는 싱크 홀, 교통체증, 그리고 안전사고의 문제적 담론들을 자연스럽게 침식함으로써 석촌호수 일대를 불안한 장소 이미지로부터 완벽하게 탈피시켜 주었다. 이에 더해 수많은 방문자를 자연스럽게 유도함으로써 막대한 이익을 창출하고, 엄청난 홍보효과를 통해 기업의 이미지를 향상시켰다. 따라서 러버덕은 더 이상 ‘평화’의 메신저도 아니고, ‘치유’와 ‘힐링’을 주는 대명사도 아니며, 더더욱 아기들에게 ‘기쁨’을 주는 친구가 아니다. 자신이 가지고 있는 귀여움을 ‘과장’시켜 기업 이미지를 ‘삭제(생략)’했으며, 장소의 불안한 기억을 도려내어 낭만적이고 판타지적인 장소로 탈바꿈시켰다. 그래서 석촌호수에 떠 있는 노란 고무오리는 이제 더 이상 단순한 러버덕이 아니다. 석촌호수를 롯데의 세계(Lotte World)로 디즈니화(disneyfication)시킨 ‘롯데덕(lotte duck)’인 것이다.

2) 경관 사진의 주인공, 러버덕(rubber duck)

사진을 통해 경관을 표현하는 것과 인물을 표현하는 것은 동일할 수 없다. 경관 사진(landscape photograph)으로서 피사체를 카메라에 담을 때는 그것의 전형적인 포스트카드 이미지를 촬영하려고 노력하

는 것이 일반적이다(Stylianou-Lambert, 2012). 러버덕의 경우도 마찬가지이다. 사람들이 석촌호수에 방문하여 단지 경관 사진으로서 러버덕을 찍을 때, 기존에 경험한 이미지를 동일하게 재생산했다.²²⁾ 이는 Larsen(2005)이 언급한 바 있는 ‘똑같이 닮은 사람(dead ringer)’²³⁾의 생산과 일맥상통한다. 사진 4의 좌측 사진은 프로젝트 개최일의 신문기사 사진이고, 사진 5의 좌측 사진은 프로젝트 주최 측 홈페이지에 업로드 되어 있는 러버덕의 이미지다. 또한 사진 4와 사진 5의 우측 사진은 포털사이트 D에서 폭넓게 유포되고 있는 사진이다. 양자를 비교해 볼 때, 구도와 구성면에서 우측 사진이 좌측 사진과 매우 유사함을 발견할 수 있다.

한편 사진에 알지 못하는 사람, 혹은 관광객이 완전히 배제되어 있는 것은 경관 사진의 또 다른 특징이다. 일반적으로 경관 사진 속에 관광객을 포함시키지 않음으로써 순수하고, 낭만적인 경관을 더욱 강화시킬 수 있는데(Stylianou-Lambert, 2012), 러버덕 경관 사진 역시 타인의 배제를 통해 ‘평화’, ‘기쁨’, ‘희망’, ‘치유’, ‘힐링’의 메시지를 더욱 잘 전달하는 듯하다. 이러한 경향은 사람의 배제를 뛰어 넘어 나무까지 포함된다. 호수의 대부분이 나무로 빼곡하게 둘러 쌓여 있음에도 불구하고, 사진의 구성에 나무는 좀처럼 포함되지 않는다. 나무를 비롯해 조망을 방해하는 여타의 (무)생물들을 뷰파인더에 가급적 포함시키지 않음으로써, 초현실적이고 동화적인 이미지를 더욱 강화시키는 것이다. 일일 평균 방문객이 10만 명을 상회하는 공간이고, 그 공간의 협소함으로 인해 사진에 타인과 시야를 가리는 (무)생물을 배제시키는 것은

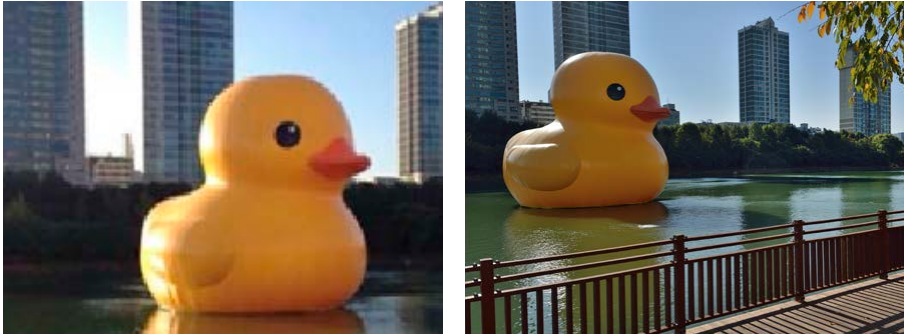


사진 4. 러버덕 주간 사진(좌측 사진은 개정일 신문 기사 사진, 우측 사진은 블로그 사진임)

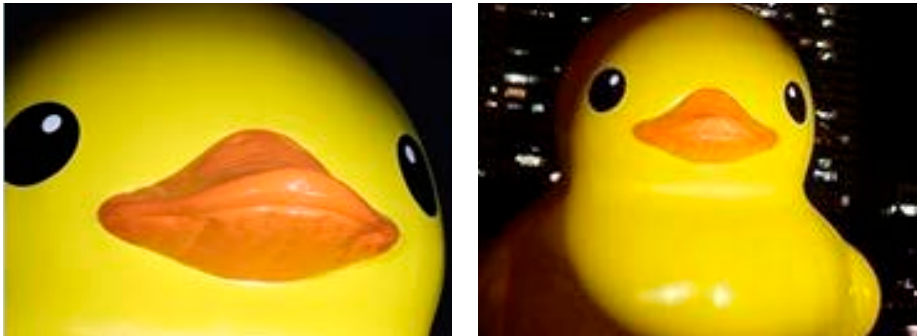


사진 5. 러버덕 주간 사진(좌측 사진은 주최 측 홈페이지 사진, 우측 사진은 블로그 사진임)

여간 힘이 들고 어려운 일이다. 그럼에도 불구하고 사람들은 인내심 있게 자신만의 공간을 확보하고, 그리고 사진의 구도와 구성 내에 다른 사람이 없음을 확인하고, 셔터를 누른다. 이유는 간단하다. 새로운 것을 창조하기 보다는 그들의 머리 내에 있는 러버덕 이미지를 확인하고 재생산하기 위함이다.

한편, 이러한 이미지의 재생산 과정에서 비인간구성물은 사진수행을 제한하기도 하지만, 역으로 결정적인 역할을 담당할 수 있다. 이는 인간의 신체를 향상시키는 데 일조한다는 ‘행위유발성’ 개념과 관련이 깊다. 사진 4와 사진 5에서 알 수 있듯이 러버덕 사진은 두 개의 양상으로 나타난다. 사진 5는 밤에 찍은 사진이어서, 중앙 조망지점(view station)에서 촬영한 것이다. 이는 3단으로 구성되어 있는데, 호수에 가장 가까운 1단은 안전상의 이유로 폐쇄되어 있고, 3단은 거리가 있어서 대다수 방문객들은 주로 2단에서 사진을 찍는다. 2단의 경우, 러버덕의 정면성을 담보 받

면서 사진 촬영이 가능한 범위는 호수를 따라 약 10미터 내외이다. 조망지점의 공간적 제약으로 인해 어깨를 부딪히면서 사람들이 촬영을 하는 이유가 바로 여기에 있고, 야간에 촬영한 대부분의 경관 사진이 유사한 구도와 유사한 구성을 공유하는 배경 또한 여기에 있다. 사진 4는 중앙 조망지점으로부터 동쪽으로 20미터를 이동한 또 다른 조망지점에서 촬영한 사진이다. 석촌호수 주변은 나무들이 많은 관계로 러버덕을 사진 찍을 때 나뭇가지를 피하기가 쉽지 않다. 따라서 나무의 방해로 받지 않으면서 러버덕을 완전하게 보이게 하는 사진 구도를 확보할 수 있는 지점은 제한적으로 분포한다. 이 조망지점은 러버덕을 측면에서 바라보지만, 나뭇가지를 거의 대부분 피할 수 있게 많은 사람들이 촬영하는 장소이다. 이를 통해 조망지점과 나무 등은 사진을 촬영하는 방문객의 신체를 제한한 것으로 알 수 있다.

결과적으로 이곳 방문객의 경관 사진과 주최 측의

홈페이지 사진, 그리고 개장 초기에 대량 유포된 언론사의 사진, 그리고 러버덕을 방문한 사람들이 생산한 이미지 간의 강력한 유사성은 의심할 여지없이 재생산의 해석학적 순환을 입증해준다. 그러나 이는 단지 경관사진에 국한된 것이고 인물사진은 아니다. 인물 사진에서는 경관사진과 달리 전혀 다른 양상이 나타나기 때문이다.

3) 인물 사진의 배경, 러버덕(lover duck)

관광객은 예술사진과 경관사진만을 원하지 않는다. 사진작가가 아니기 때문이다. 보다 정확하게 표현하자면 그들은 사적인 인물사진을 원한다. 경관을 아름답게 잘 찍는 것이 중요한 게 아니라, 서투르더라도 개인적으로 잘 아는 사람을 찍는 것이 중요하다는 것이다. 결국 그들이 뷰파인더에 담아내는 피사체는 친구, 연인, 가족, 지인 그리고 나 자신일 수밖에 없다. 따라서 관광객 사진은 관광 매력물을 배경 삼아 '사랑하는 이'를 카메라에 담는 것이다(Urry and Larsen, 2011, 179).

석촌호수에서도 마찬가지이다. 사람들은 단지 러버덕을 보고, 사진 찍기 위해 이곳을 방문하지 않는다. 러버덕에 다가가 신체적으로, 감각적으로, 그리고 표현적으로 관계를 맺는다. 관계의 대표적 예는 그것을 배경삼아 사람(인물)을 사진 구성에 포함하는 것이다. 유치원생 자녀들과 함께 온 엄마들 역시 이러한 맥락으로 인터뷰에 답했다.

여기 와서 러버덕을 처음 봤을 때, 크기가 생각보다 커서 놀랐어요. 그리고 귀엽고...(중략)...물론 러버덕을 찍었죠. 두세 장 찍었나? 더 이상 찍을 필요는 없었고...(중략)...그런 다음 우리 아이들 찍었죠. 엄마들하고도 찍고, 아기들끼리도 찍고, 독사진도 찍고요. ...(중략)...물론 러버덕을 배경으로 찍었죠.²⁴⁾

러버덕 주위에 있는 사람들을 대상으로 인터뷰한 결과 면담대상자 모두 러버덕 만을 보기(찍기) 위해 방문한 것은 아니라고 응답했다.²⁵⁾ 그들은 러버덕을

보는(찍는) 것도 중요하지만, 가족, 친구, 연인, 심지어는 나 자신만의 추억을 만드는 것이 더 중요하다고 답했다. 물론 추억 만들기의 가장 대표적인 것이 사진 찍기라는 것이다. '나'와 '우리'를 사진에 담아내기 위해 석촌호수를 방문했다는 것이고, 그러한 사진의 배경이 러버덕이라는 것이다. 결과적으로 관광(sightseeing)을 통해 러버덕을 소비하고, 경관 사진으로서의 러버덕을 사진기에 담기 위해 이곳을 방문하는 것도 중요할 수 있지만, '나'와 '우리'를 포함한 '사랑스런 이'를 '러버덕'을 배경으로 사진기에 담는 것이 더 중요하다는 것이다.

인터뷰 결과는 내용 분석 및 현장 조사 결과와도 일맥상통한다. 인터넷 포털사이트에 업로드 된 인물 사진은 물론이고, 현장조사 과정에서 관찰된 인물 사진에서는 세 가지의 공통점이 발견된다. 먼저, 대부분의 사람들이 카메라를 바라보고 있고, 다음으로 미소 짓고 있으며, 마지막으로 러버덕을 배경으로 삼고 있다. 이는 소위 '인증 사진'이라고 명명되는 최근의 사진 유행과 일맥상통하는 것은 물론이고, Stylianos-Lambert(2012)의 논의와도 공명한다. 그는 경관을 배경삼아 포즈 취하는 사람들의 대부분 행동이 첫째 사진기와 피사체를 평행한 수준에서 맞추고(eye-level shooting), 둘째 정면을 바라보고(frontality), 셋째 렌즈마크를 배경으로 삼고, 넷째 미소 짓기 등과 같은 특징을 따른다고 보았고, 이러한 행동이 '내가 거기에 간 증거(I've been there)'로서의 사진 관례라고 주장했다. 따라서 '평행한 수준에서 눈 맞추기'만 제외한다면, Stylianos-Lambert(2012)의 논의는 러버덕 주변에서 모두 관찰 가능했다. '평행한 수준에서 눈 맞추기'가 석촌호수에서 이루어지지 않은 이유는 소위 '얼짱 각도'라고 불리는 최근 사진 유행의 한 단면 때문이다. 이 때문에 러버덕에서는 사진기 렌즈의 '눈'과 피사체로서의 사람의 '눈'이 일치하지 않고, 전자가 후자보다 높게 위치하는 경우가 대부분이었다.

한편, 러버덕만을 카메라에 담는 것과 인물 사진을 담는 것은 표현 방법상 동일하지 않았다. 먼저 사진 찍는 동선이 상이했다. 경관 사진의 경우는 사진 찍는 사람, 사진기, 피사체(사진 찍히는 사람), 경관(러버덕)의 순서로 고정되어 있지만, 인물 사진의 경

우는 경관 사진과 동일한 것도 존재하지만, 사진기, 사진 찍는 사람, 경관(러버덕)의 순서도 관찰되었다. 이 역시 최근 유행하는 ‘셀프 카메라(selfie)’의 결과이다. 사진을 찍는 사람과 찍히는 사람의 임무가 분할되지 않고, 그들 자체적으로 사진을 찍기 때문에 피사체가 되었던, 사진 찍는 사람이 되었던 간에 경관을 등지는 동선이 나타났다. 또한 소위 ‘셀카봉’이라 불리는 기구 역시 인물 사진을 찍을 때만 사용되었다. 이 기구를 가지고 러버덕만을 찍는 사람은 전무했고, 러버덕을 배경으로 한 인물 사진을 찍을 때만 사람들은 셀카봉을 사용했다. 특히 ‘나’와 ‘사랑스런 이’를 사진기에 함께 담을 때, 셀카봉은 더욱 적극적으로 활용되었다.

한편, 인물사진의 포즈과정에서 신체는 문화적으로 코드화 된 기호로 역할하게끔 변화되었다. 행복, 우아함, 매력, 친밀감, 사랑은 물론이고, 웃음과 놀이의 역할까지 수행한다는 것이다(Stylianou-Lambert, 2012). 사진 6의 좌측 사진에서 아이를 안은 어머니는 오른손으로 아이를 품으면서 왼손으로 스마트폰을 들고 셔터를 누른다. 어머니는 아이로 하여금 스마트폰을 응시하게끔 독려하지만, 아이의 집중력에는 한계가 있다. 다섯 컷에 한 컷 정도만 아이가 정면을 응시할 뿐이다. 그럼에도 불구하고 어머니는 연신 웃는 포즈를 취하고 있고, 아이의 표정까지 살피면서 셔터를 계속해서 누른다. 다른 보호자 없이 왔기에, 그리고 날씨가 쌀쌀했기에 어머니의 사진 수행은 매우 힘들어보였다. 그럼에도 불구하고 사랑스런 이미지를 만들기 위하여 어머니는 인내하고, 또 인내한다. 수십 차

례의 포즈 취하기와 수차례의 촬영 후 아이 어머니는 만족스런 표정으로 자리를 빠져 나간다. 힘든 과정이었음에도 불구하고 이 ‘엄마’가 미소를 잃지 않고 사진 찍기를 지속한 것은 ‘관객’ 때문이다. 이 ‘가족 드라마’의 ‘배우’는 사진에 포함되지만, ‘관객’은 현재와 미래에 공존하기에 사진에 모두 나타나지 않는다. 현재의 관객은 ‘엄마’를 포함해 현장에 없는 ‘가족’이다. 그리고 미래의 관객은 사진의 아기가 성인이 될 때, 성인이 된 아기를 사랑하게 될 사람들일 것이다. ‘엄마’를 포함한 ‘가족’은 물론이고, 성인이 된 아기 ‘자신’, 그리고 지금은 존재를 모르지만 성인이 된 아기를 사랑하게 될 ‘사람들’이 포함된다. 사랑스런 모습을 영원히 남기기 위해, 단란함을 보여주기 위해 그리고 현재와 미래의 관객을 위해 어머니는 고통을 감내하고 인내했다. 이 어머니의 연출과 실연은 Rose(2014)가 주장한 ‘생산을 위한 사회적 실천’으로서의 가족사진 찍기와도 일맥상통한다.

사진 6의 우측 사진은 ‘나’를 사랑하는 한 남자의 포즈와 촬영이 잘 나타난다. 그는 보다 좋은 구도, 보다 사랑스런 표정, 보다 훌륭한 포즈를 위해 카메라의 위치, 자신의 표정, 신체의 포즈를 바꾸어가면서 ‘매력 있는 나’를 창조하기 위해 노력하였다. 그리고 이 사진은 ‘내가 거기에 간 증거(I’ve been there)’로 그의 SNS에 업로드 될 것이 분명하다.

한편 사진은 평면적 특징을 갖기 때문에 경관으로서의 러버덕과 카메라 사이에 사람이 존재할 때, 흥미로운 현상이 발생한다. 러버덕을 잡을 수도 있고, 손위에 올려놓을 수도 있으며, 러버덕의 입을 막을 수도



사진 6. 인물사진에서의 포즈와 신체



사진 7. 놀이하는 신체

있다. Stylianou-Lambert(2012)는 이러한 모든 행동을 ‘소유 의식’ 혹은 ‘놀이’의 태도라고 보았다. 사진 7에서는 러버덕의 입을 손가락으로 막는 ‘놀이’를 진행 중이다.

이러한 놀이는 아이들의 저항과도 밀접한 관련이 있다. 아이들은 러버덕을 실제로 만질 수 없다. 그것을 만지기 위해선 두 개의 안전펜스를 넘어서야 하며, 펜스 밖에 있는 호수를 10m나 헤엄쳐야 되기 때문이다. 따라서 러버덕은 응시하기(gazing)를 위해서만 고안되었던 시각적 대상으로 볼 수 있으며, 자연스럽게 이를 둘러싼 장소 역시 시각적 공간(visual space)에 해당한다. 따라서 부모와 아이들 간의 갈등이 나타날 수 있다.²⁶⁾ 시각적 경험에 길들여진 성인과는 달리 아동의 경우 이러한 경험에 대해 상대적으로 흥미를 덜 느끼게 된다. 그들은 오히려 직접적 체험을 통한 촉각, 다시 말해 만지기(touching)와 같은 경험에 더 많은 호기심을 느낀다. 그래서 아이들은 호수에 도착한 이후 처음 마주하는 러버덕을 아주 짧은 시간 동안 호기심으로 바라보다가, 일순간에 흥미를 잃어버린다. 부모들의 당황이 여기서부터 시작된다. 이제부터 본격적인 가족사진 찍기가 이루어져야 하는데, 핵심 모델인 아이들이 더 이상 러버덕에 대해 호기심을 갖지 않는 것은 물론이고, 사진 포즈에 잘 응하지 않기 때문이다. 여기서 부모들과 아이들 간의 교환이 나타난다. 부모들은 아이들에게 인근 매장에서 구입한 작은 크기의 러버덕을 아이들에 손에 건네준다. 아이들은 작은 러버덕을 실제로 만지면서 미소 짓는다. 그리고 부모들의 사진 찍기에 웃음과 미소로 화

답한다. 실제로 가족 휴가에서는 구성원들 간의 타협(compromises), 교환(trade-off), 협상(negotiations), 조작(manipulation) 등이 존재할 수 있다(Larsen and Svabo, 2014). 일반적으로 부모들은 아이들에게 교육적으로 긍정적인 무언가를 보여주기 위하여 시각적 공간인 박물관, 미술관 등을 방문한다. 그런데 시각적 경험은 기타의 다른 감각 경험 및 모험과 같은 신체적 경험을 소홀하게 만드는 경향이 있기에, 성인에 비해 이것에 익숙하지 않은 아동은 따분함을 느낄 수 밖에 없다(Urry and Larsen, 2011). 결국 이러한 공간에서 아동들은 그들의 의지와는 상관없이 항상 느릿느릿 나아갈 뿐이다. 그래서 부모들은 아이들에게 ‘무엇을 사주거나’, 혹은 재미있는 장소라고 ‘속이는’ 경향이 나타난다.²⁷⁾ 이러한 의미에서 러버덕은 또 다른 미술관이고, 박물관이다. 러버덕은 접촉 불가능한, 시각적 공간인 것이다. 그런데 여기에서 신체적 감각의 제한은 앞서 언급했듯이 사진 수행의 ‘놀이’ 방법으로 극복될 수 있다. 사진 7과 같이 사진의 프레임을 통하여 러버덕의 입과 손을 맞출 수도 있고, 손위에 놓거나, 감싸거나, 혹은 입술을 맞대는 방법이 있다. 이는 모두 만지기에 포함되는 신체적 경험의 수행이다.

마지막으로 인물 사진 촬영의 가장 중요한 항목으로 사회적 관계의 생산이 있다. Larsen(2006)은 관광객 사진 찍기가 자아표현과 신체 모니터링으로 복잡하게 묶여 있다고 하면서, 사진 찍기는 현대인들이 희망하는 ‘단란함(togetherness)’, ‘친밀함(intimacy)’, 그리고 ‘완전함(wholeness)’을 생산하도록 실현하는 ‘연

극(theatre)'의 일환이라고 주장한바 있다. 오늘날의 관계가 사랑 때문에 존재한다는 것을 전제하면서, 가족들이 충분한 감정적 만족을 전달하지 않는다면, 그들은 깨지기 쉽다고 주장했다. 이러한 견지에서 관광객 사진은 '가족 해체'의 시기에 '완벽한' 가족생활을 담아내고, 행동하는 드라마일 수 있다(Larsen, 2005, 424). 피사체로서의 경관이 정적인 장면이라면, 인간의 신체는 육체적인 배우일 것이다. 사진에 찍힌다는 것, 그리고 포즈를 취한다는 것은 인간 스스로가 신체를 인식한다는 것이고, 다른 한편으로 자신을 구성한다는 것이다. Barthes(2000)는 "포즈 취하기의 과정에서 나 자신을 구성하고, 나 스스로 다른 신체를 만들고, 그리고 향상된 이미지로 내 자신을 변화시킨다."고 했다(Larsen, 2006에서 재인용). 이는 결국 카메라가 연기를 하게끔 만든다는 것이다. 카메라의 셔터가 눌러지기 전과 눌러지는 동안의 신체는 완전히 다른 양상을 보여준다. 가족의 경우는 현재의 관객, 그리고 아직 존재하지 않은 미래의 관객을 위하여 단란함, 친밀함, 완전함을 표방해야 한다. 특히 신체적 터치는 다정함과 친밀함을 연기함에 있어서 필수 요소다. Larsen(2003)은 만지기(touching)는 '가족시선(family gaze)'에 있어서 필수적임을 적시하면서, 카메라가 나타날 때 손을 잡고, 안고, 포옹하고, 눈을 맞추고, 어깨를 두르는 것은 가족 구성원을 하나의 사회체로 묶어주는 가장 평범한 방법이라고 했다.

리버덕 앞에 한 가족이 있다. 먼저 엄마와 아들이 포즈를 취하고(사진 8-1), 아버지가 사진 찍는다. 모델의 포즈가 마음에 안 들었는지, 아버지는 엄마와 아들에게 다시 주문한다(사진 8-2). 아들은 곧 어머니의 어깨에 손을 두른다. 아버지는 포즈에 만족하고, 다시 사진을 찍는다(사진 8-3). 사진 촬영이 종료된 후 가족 구성원 모두가 모여서 찍은 사진들을 재고하고, 불필요하다고 생각된 사진을 즉석에서 지워버린다. 물론 여기서 불필요한 것은 그들의 정체성을 약화시키는 이미지, 다시 말해 단란함, 완전함, 친밀함이 부족해 보이는 사진이다(사진 8-4). 부부의 경우는 더 극적이다. 이 부부는 포즈를 취하기 전까지 거의 굳은 얼굴을 하고 있었다. 신체적 접촉도 없었다. 아들이 카메라를 들자 살짝 미소 짓는다(사진 8-5). 아

들이 신체적 접촉을 요구하자 엄마는 겸연쩍게 미소 짓는다(사진 8-6). 딸은 엄마에게 아빠와 팔짱을 하라고 주문한다. 아빠는 딸의 요구를 뛰어넘어 보다 박력 있게 행동한다. 아내(엄마)의 손을 잡으면서, 고개를 아내 쪽으로 기울이고 미소 짓는다. 완벽한 포즈라고 판단한 아들은 연신 셔터를 누른다(사진 8-7). 다시 한 번, 재고의 과정과 삭제의 과정을 거치면서, 가족 정체성을 형성한다(사진 8-8).

가족사진 이미지는 현실을 반영하는 이미지가 아니다. 가족 구성원이 염원하는 이미지이다. 현재의 관객과 미래에 나타날 관객을 위해서 사랑스럽고, 아름다운 가족을 연출해야 하고, 그것에 맞추어서 실연해야 한다. 최근엔 디지털 사진이 대부분인 관계로 찍기(shooting)와 재고(review), 그리고 삭제(delete)의 과정을 통해 그들의 희망하는 이미지가 더욱 효율적으로 생산될 수 있다. 이를 통해 '단란함', '완전함', 그리고 '친밀함'을 표방하는 '가족' 정체성을 형성한다. 결국 사진 수행은 가족생활을 반영하는 것보다 오히려 생산한다고 볼 수 있고, 거기서 경관은 가족이라는 배우들이 실연하고 연출하는 무대가 된다. 극장의 무대는 대본에 따라, 배우에 따라, 그리고 연출에 따라 다른 드라마가 실연된다. 무대에 가족이 올라가면 가족 드라마가 될 수도 있고, 연인이 올라가면 사랑을 주제로 하는 드라마가 될 수 있다. 또한 혼자 올라가면 모노 드라마가 될 수 있다. 따라서 사진의 구성에 인물이 들어간 순간 리버덕은 단순한 경관이라기보다는 '무대로서의 경관(landscape as stage)'인 셈이다. 무대로서의 경관은 상상을 유발하는 것은 물론이고, 상황과 실연이 발생하게끔 가능하게 해준다(Larsen, 2005).

리버덕을 배경으로 한 사진 수행은 석촌호수를 '사랑'과 '가족'의 장소로 변화시키고, 궁극적으로 석촌호수의 공식적 장소신화는 물론이고, '평화', '기쁨', '희망', '치유'와 관련된 '의도'를 불안정하게 만든다. 리버덕은 사랑을 무대화하기 위한 배경이며, 경관이다. 따라서 리버덕의 낭만적 이미지와 낭만적 시선의 소비, 즉 장소신화는 동요된다. 동시에 기업의 '의도'도 일순간 불식된다. 대신에 나 자신, 연인, 친구, 가족과의 사진 수행을 통해 '사랑의 장소'로 새롭게 태



사진 8-1



사진 8-2



사진 8-3



사진 8-4



사진 8-5



사진 8-6



사진 8-7

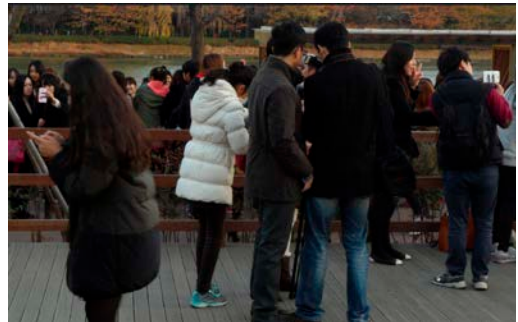


사진 8-8

어난다. 이제 더 이상 석촌호수에 떠 있는 대형오리를 기업의 홍보물로 단정 지을 수도 없고, 경관사진으로서의 고무오리roman 바라볼 수 없다. ‘롯데덕(lotte duck)’도, ‘러버덕(rubber duck)’도 아닌 셈이다. 새롭게 태어난 ‘러버덕(lover duck)’인 것이다.

4. 결론

러버덕은 기업의 의도가 내포되었지만, 언론 매체의 도움으로 인해 귀여움의 상징이 되었고 순식간에 서울의 명물이 되었다. 매체를 통해 러버덕을 접한 사람들은 낭만적 이미지의 고무오리를 직접 보고, 확인하기 위해 석촌호수를 방문한다. 그리곤 이내 사진기에 담는다. 그런데 그들의 구도와 프레임은 창조적이지 않다. 매체에서 배포된 고무 오리의 이미지와 흡사 닮은꼴이다. 그리곤, 직접 찍은 이미지를 다시 인터넷에 유포시킨다. 완벽한 해석학적 순환이다.

그러나 관광객의 사진 찍기는 이제 시작일 뿐이다. 노란 고무오리는 그들이 동행한 친구, 가족, 연인, 그리고 그 자신과의 결합을 통해 새롭게 태어난다. 인물 사진의 배경, 즉 경관으로서의 석촌호수 일대는 사진 수행을 위한 무대가 되는 것이다. 여기서 무대는 프로이트의 의자(Freudian couch)이다. 단란한 가족들에게 고무오리가 돋보이는 웅장한 주제 공원이지만, 이 별여행 중인 연인들에게 고무오리만 딸랑 떠 있는, 바람 부는 쓸쓸한 호수일 뿐이다. 관광객들은 그들의 염원하는 이미지를 창조하기 위해 경관을 무대 삼아 카메라 앞에서 수많은 포즈를 취하고, 뷰파인더에 눈을 맞춘다. 가족, 친구, 연인과 함께, 혹은 혼자서 셔터를 누른다.

2014년 가을 러버덕이 떠 있었던 석촌호수는 대기업의 상업적 공간이기도 하고, 낭만적 대상으로서의 고무 오리의 공간이기도 하다. 그래서 사전에 결정되어진, 다시 말해 고정된 무대이다. 그러나 사람들이 무대에 올라가게 되면 이 고정된 무대는 더 이상 존재하지 않는다. 배역에 따라, 대본에 따라, 연출에 따라 다양하게 변화된다. 그리고 그때부터 무대는 살아 움직이기 시작한다.

다양한 사람들이 다양한 실연을 할 때마다 살아 움직이는 무대, 살아 움직이는 경관, 그리고 살아 숨 쉬는 러버덕이 되는 것이다. 따라서 석촌호수 일대는 그곳을 점유하는 사람들의 공간이며, 그들의 수행에 따라 변화하는 공간이기도 하다. 가족 사진이 촬영되는 경우 ‘사랑하는 가족성’을 생산하는 장소가 되며, 친구와의 사진이 수행이 이루어지면 ‘우정의 장소’가 된다. 그리고 혼자만의 사진 찍기를 통해 ‘자기애’의 장소로 변모하게 된다. ‘우리’라는 주인공 공을 위해 고무 오리, 초고층의 건물, 그리고 도시 호수는 기꺼이 배경 경관이 되어준다. 따라서 러버덕을 배경으로 한 사진 찍기는 석촌호수 일대를 소비하는 것에 머물러 있지 않는다. 석촌호수의 새로운 장소성을 창조할 수 있다. 결국 관광지에서 사진 찍기는 지리를 반영하는 것에 머물러 있지 않는다는 것이다. 그것은 ‘새로운 지리’를 생산한다는 것이다.

사사

사진 촬영 시, 사전 양해가 이루어지지 못했습니다. 이는 의도된 연출보다는 자연스러움을 카메라에 담기 위함이었습니다. 따라서 사진에 찍힌 익명의 방문객들에게 이 자리를 빌어서 허락과 용서를 구합니다.

주

- 1) 1841년은 ‘현대성(modernity)’의 시작을 알리는 해이다. 영국 국철시간표(Bradshaw)가 처음 등장했고, 철도역의 필수적 일부로 건축된 유럽 최초의 호텔이 York에서 개장되었다. 지금은 American Express Card의 일부가 된 Wells Fargo 사(社)가 설립되었고, Cook에 의해 최초의 관광이 조직된 것도 1841년이다. 그리고 그해 바로 직전(1839년)에 카메라가 발명되었다(박형준 등 옮김, 1998).
- 2) 관광을 ‘의례’로 보는 관점은 순례자의 측면에서 관광을 바라보는 것으로서, 일상과 상이한 ‘전도’에 중점을 둔다. 역치성(liminality), 반구조(anti-structure), 커뮤니티스

- (*communitas*)를 제시한 Turner(1973)의 연구, 리미노이드(liminoid)를 제시한 Turner and Turner(1978)의 연구, 역시 역치성을 언급한 Shield(1990)의 연구가 대표적이다. 한편 Sontag은 사진이 일종의 사회적 의례이며, 불안감에 맞서는 방어 수단이자 힘의 수단이라고 했다. 산업화로 인해 '가족'이라는 제도 자체가 근본적으로 변하기 시작할 무렵, 가족사진 촬영은 가정생활의 '의례'로 자리 잡기 시작했고, 가족사진은 항상 들고 다니다가 자기 가족의 결속력을 보여주려고 꺼내놓는 일련의 이미지라고 주장했다(Larsen, 2005).
- 3) 현대성의 핵심적 특징들 중 하나는 사회관계가 행위의 지역적 맥락에서 탈피된다는 것인데, 이러한 탈피는 '신뢰'에 의존하게 하게 된다. 19세기 Cook의 성공요인은 이전에 경험하지 못한 지역을 관광한 후에, 집으로 무사히 되돌아 올 수 있다는 '신뢰'를 관광객에게 심어주었기 때문이다 (박형준 외 옮김, 1998). 그런데 이러한 Cook의 관광 상품에 신뢰감을 준 가장 큰 요소는 사진이었다. Sontag에 의하면 사진은 사람들로 하여금 안전하지 못한 공간을 점령하게 해주는 하나의 전략으로서, 관광지를 배경으로서 있는 일단의 관광객 인물사진은 '이전에 접해보지 못한 공간'의 안정성을 주장하는 수많은 홍보문구보다 더욱 효과적이라는 것이다(이재원 옮김, 2005).
 - 4) Thomas Cook은 1841년 영국의 Leicester에서 9량의 열차를 전세 내 금주캠페인을 위한 집회 장소인 Loughborough까지의 단체 유료 여행을 조직했다. 그의 관광 상품을 계기로 기존의 개인화된 여행의 모습은 상업화된 단체 관광의 모습으로 변모되기 시작했다.
 - 5) '휴가는 곧 코닥의 날입니다', '코닥 없는 휴가는 쓸모없는 휴가' 등의 광고 문구 역시 같은 맥락이다.
 - 6) 관광객을 정의할 때, 일일관람객(excursionist)을 포함시키는 경우도 있지만, 그렇지 않은 경우도 존재한다. 사진 수행의 관점에서만 고려한다면 양자의 행동에 차별성이 없는 관계로, 본고에서는 일일관람객을 관광객의 범주에 포함시켜서 논의를 전개하였다.
 - 7) 만약 공간적 범위가 병원이라면 전문가는 물론 의사이겠지만, 관광지에서는 관광전문가에 의해 시선이 형성되고 지시된다.
 - 8) 이밖에도 환경적 시선(environmental gaze), 인류학적 시선(anthropological gaze), 미디어 시선(mediatized gaze), 관객적 시선(spectatorial gaze), 가족 시선(family gaze) 등 무수히 많은 시선이 존재한다.
 - 9) sightseeing은 '유람'으로 해석될 수 있지만, 시각을 통해 거주지와외의 공간적 차이, 혹은 신기성(novelty)을 추구한다는 측면에서, 본고에서는 '관광'으로 해석했다.
 - 10) 해석학적 악순환은 Larsen(2006)이 명명한 용어이다.
 - 11) 기존 관광연구와 차별성을 보이는 새로운 접근으로서의 수행적 연구는 학자에 따라 상이하게 제시된다. Stylianou-Lambert(2012)은 Haldrup *et al.*, (2007) 외 5개의 연구를 제시했고, Haldrup and Larsen(2010)은 Edensor(1998)의 17개의 연구를 제시했다.
 - 12) 수행적 전환에 대한 설명은 Urry and Larsen(2011)의 'Tourist Gaze' 8장에도 제시되어 있다.
 - 13) 수행과 공간 간의 관계도 마찬가지이다. Goffman은 공간(무대)이 수행을 이끌어낸다는 관점인 반면, Butler는 수행이 공간을 만들어낸다는 입장이다(이희상, 2013).
 - 14) 여기에서는 Thrift의 '비재현 지리학'과 Lorimer의 '재현을 넘어선 지리학'을 구분 없이 사용하고자 한다. 이에 대한 보다 자세한 논의는 진중현(2013)을 참고할 것.
 - 15) 출처: 러버덕 프로젝트 서울 공식 홈페이지(<http://rubberduckproject.kr>).
 - 16) ○○○○는 세계적인 팝아티스트인 Romero Britto와 롯데백화점을 연결시켜 1년간에 걸쳐 IMC(Integrated Marketing Communication) 프로모션을 진행한 바 있다.
 - 17) 이투데이, 2014.11.12.
 - 18) 러버덕이 기업마케팅 전략의 일환이라는 사실은 다음 신문 기사를 통해 확인이 가능하다. (노컷뉴스, 2014.10.16), (오마이뉴스, 2014.10.17), (시사오늘, 2014.10.21), (주간경향, 2014.10.28).
 - 19) 한국경제, 2014.10.14.
 - 20) 이에 대한 주요 기사의 출처는 다음과 같다. (더 팩트, 2014.10.14), (위키트리, 2014.10.15), (일요신문i, 2014.10.13).
 - 21) 시사IN, 2014.11.15.
 - 22) 이는 포털 사이트 D에 업로드 된 사진 이미지의 분석을 통해 파악할 수 있었다.
 - 23) 'dead ringer'는 직역하면 '종 치는 죽은 사람'이다. 그러나 이는 '똑같이 닮은 사람(물건)'으로 번역된다. 그 배경은 중세의 의료 환경에 있다. 중세 시대 의사는 환자의 혼수상태를 이해하지 못한 채 그걸 사망으로 간주했다고 한다. 그래서 혼수상태에 빠진 사람들이 무덤에 묻히는 일들이 적잖이 일어났다. 땅속에 묻힌 뒤에 의식을 차리고 나면 어떻게 해서든 땅속에서 나가보려고 발버둥 친 것이다. 실제로 나중에 이장(移葬) 등을 위해 묘를 다시 파보면 손톱의 흔적이 발견되었다고 한다. 그래서 의사를 믿지 못한 사람들은 사람을 묻을 때 관 속에서 종 치는 장치를 부착하곤 했다. 이 종은 묘지 도둑을 막기 위해 공동묘지를 지키는 감시소에 연결돼 있었는데, 실제로 종을 울려 구출된 사람들이 있었다고 한다. 그런 사람들이 나중에 거리를 활보했을 때, 죽은 누구와 '똑같이 닮은 사람'이라고 놀라는 이들이 많았다고 한다(강준만, 2012).

- 24) 30대 주부 2명과의 인터뷰 내용임.
- 25) 면담자는 총 14명임.
- 26) 여기서의 아동은 취학 전 아동을 의미함.
- 27) Larsen and Svabo(2014)는 미술관에서 재미없어하는 아동들이 'treasure trails'이라는 소책자를 통해 부모들과의 '갈등'이 어떻게 조절되고, '협상'하는지를 분석한 바 있다.

참고문헌

강준만, 2012, 교양영어사전 1, 인물과 사상사.

김덕현·김현주·심승희 옮김, 2005, 장소와 장소상실, 논형 (Relph, E., 1976, *Place and Placelessness*, Pion, London).

김병서 옮김, 1987, 자아표현과 인상관리-연극적 사회분석론-, 경문사 (Goffman, E., 1959, *The presentation of self in everyday life*, Anchor, New York).

박성일 옮김, 2008, 대중문화와 일상, 그리고 민족정체성, 도서출판 이후 (Edensor, T., 2002, *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, Berg Publishers, Oxford, UK).

박형준·권기돈 옮김, 1998, 기호와 공간의 경제, 현대미학사 (Urry, J. and Lash, S., 1996, *Economies of Signs and Space*, SAGE Publications Ltd, London).

심승희, 2000, 문화관광의 대중화를 통한 공간의 사회적 구성에 관한 연구-강진·해남 지역을 사례로-, 서울대학교 지리교육과 박사학위논문.

진중현, 2013, "재현 혹은 실천으로서의 경관-‘보는 방식’으로서의 경관 이론과 그에 대한 비판을 중심으로-, " 대한지리학회지, 48(4), 557-574.

이영민·이종희 옮김, 2013, 문화·장소·흔적: 문화지리로 세상읽기, 한울 (Anderson, J., 2010, *Understanding Cultural Geography: Places and Traces*, Routledge, London).

이재원 옮김, 2005, 사진에 관하여, 도서출판 이후 (Sontag, S., 1977, *On Photography*, Penguin, Harmondsworth).

이희상, 2013, "도시 속 걷기와 도시 공간의 박물관화: 수행적 공간으로서 대구 근대골목투어," 대한지리학회지, 48(5), 728-749.

Albers, P. and James, W., 1988, Travel Photography: a Methodological Approach, *Annals of Tourism Research*, 15(1), 134-158.

Bærenholdt, J., Haldrup, M., Larsen, J., & Urry, J., 2004, *Performing tourist places*, Ashgate, Aldershot, UK.

Carlson, M., 1996, *Performance*, Routledge, New York.

Coleman, S., and Crang, M. (eds.), 2002, *Tourism: Between place and performance*, Berghahn, Oxford, UK.

Edensor, T., 2000, Staging tourism: Tourists as performers, *Annals of Tourism Research*, (27), 322-344.

Edensor, T., 2001, Performing tourism, staging tourism-(Re)producing tourist space and practice, *Tourist Studies* (1), 59-81.

Feifer, M., 1985, *Going Place*, Macmillan, London.

Haldrup, M. and Larsen, J., 2003, The family gaze, *Tourist Studies*, 3, 23-46.

Haldrup, M., & Larsen, J., 2010, Performing tourist, performing the Orient in M. Haldrup & J. Larsen (eds) *Tourism, Performance and the Everyday: Consuming the Orient*, Routledge, London and New York, 1-9.

Hunter, W. C., 2008, A typology of photographic representations for tourism, *Depictions of groomed spaces*, *Tourism Management*, 29(2), 354-365.

Jenkins, H. O., 2003, Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation, *Tourism Geographies*, 5(3), 305-328.

Larsen, J., 2005, Families seen sightseeing: Performativity of tourist photography, *Space and Culture*, 8(4), 416-434.

Larsen, J., 2006, Geographies of tourism photography: choreographies and performances, in J. Falkheimer and A. Jansson (eds) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*, Nordicom, 241-257.

Larsen, J., 2012, Performance, space, and tourism. in J. Wilson (ed), *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*, Routledge, London and New York, 67-73.

Larsen, J. and Svabo, C., 2014, The tourist gaze and "Family Treasure Trails" in museums, *Tourist Studies*(14) 1, 1-21.

- Lo, I., McKercher, B., Lo, A., Cheung, C., and Law, R., 2011, Tourism and online photography, *Tourism Management*, 32, 725-731.
- Mellinger, W. M., 1994, Towards a critical analysis of tourism representations, *Annals of Tourism Research*, 21(4), 756-779.
- Osborne, P., 2000, *Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture*, Manchester, Manchester University Press.
- Rose, G., 2014, How Digital Technologies Do Family Snaps, Only Better, in J. Larsen & M. Sandbye (eds.), *Digital Snaps: The New Face of Photography*, I.B.TAURIS, London and New York, 67-86.
- Shaw, G. and Williams, A., 1994, *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Blackwell, London.
- Shield, R., 1990, *Places on the Margin*, London, Paladin.
- Stylianou-Lambert, T., 2012, tourist with cameras: reproducing or producing? *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1817-1838.
- Thrift, N., 1997, The still point: Resistance, expressive embodiment and dance in S. Pile & M. Keith (eds.), *Geographies of resistance*, Routledge, London, 124-151.
- Thrift, N., 2000, Afterwords. *Environment and Planning D: Society and Space*, (18), 213-255.
- Turner, V., 1973, The center out there: pilgrim's goal, *History of Religions*, 12, 191-230.
- Turner, V. and Turner, E., 1978, *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, Columbia University Press, New York.
- Urry, J., 1990, *Tourist Gaze*, Sage, London.
- Urry, J., 2002, *Tourist Gaze(second edition)*, Sage, London.
- Urry, J. and Larsen, J., 2011, *Tourist Gaze*, Sage, London.
- <언론자료>
 노컷뉴스, 2014.10.16
 더 팩트, 2014.10.14
 동아일보, 2014.10.14
 매일경제, 2014.10.14
 서울경제, 2014.10.14
 세계일보 2014.10.13
 스포츠조선, 2014.10.14
 시사오늘, 2014.10.21
 시사IN, 2014.11.15
 주간경향, 2014.10.28
 중앙일보, 2014.10.14
 조선일보 2014.10.13
 조선일보, 2014.10.14
 조선일보, 2012.10.16
 오마이뉴스, 2014.10.17
 위키트리, 2014.10.15
 이투데이, 2014.11.12
 일간스포츠, 2014.10.14
 일요신문i, 2014.10.13
 한국경제, 2014.10.14
 한국경제, 2014.10.15
 SBS, 2014.10.15
 <인터넷 사이트>
 러버덕프로젝트 서울, <http://rubberduckproject.kr>
 엠네스트, <http://www.amherst.kr>
 교신: 오정준, 712-714, 경상북도 경산시 진량읍 대구대로 201, 대구대학교 사범대학 지리교육과(이메일: ohjj@daegu.ac.kr)
 Correspondence: Jeongjoon Oh, Department of Geography Education, Daegu University, 201, Daegudae-ro, Gyeongsan-si, Gyeongsangbuk-do, 712-714, Republic of Korea (e-mail: ohjj@daegu.ac.kr)
- 최초투고일 2015. 3. 5
 수정일 2015. 4. 12
 최종접수일 2015. 4. 13