

기억산업을 활용한 콘텐츠 기획 - 문화적 기억을 통한 복고영화 기획을 중심으로 -

노 창 현*

The Contents Planning Using Memory Industry

Chang hyun Noh[†]

ABSTRACT

As the speed and extent of the expansion of the retro culture continue to expand, interest in industrial values related to it as well as a cultural phenomenon is also increasing. Under these circumstances it is meaningful that the planning of movies using cultural memory can increase the possibility of continuous development of retro contents. In this article, I will look at the possibilities of retro film using cultural memory and the memory industry. The purpose of this research is to find creative and sustainable content production methods.

Key words: retro culture, retro cinema, cultural memory, memory industry

1. 서 론

복고(復古)의 홍수를 넘어 복고의 범람이다. 사회와 미디어 환경은 점점 더 우리의 삶과 문화를 단자(單子)화 해나가고 있는 시기에 문화콘텐츠 소재로서의 복고는 하루가 다르게 변하는 우리 사회 곳곳에 자연스럽게 자리하여 다양한 뉴미디어 환경과 이질적 동거를 이어 가고 있는 모습이다.

인간의 특성상 현재의 고단한 삶을 위로해 줄 수 있는 방편으로서의 과거에 대한 그리움은 언제나, 누구에게나 존재했지만 최근의 복고현상 확산은 한국 뿐만 아니라 세계 곳곳에서 심화되는 것을 목격하게 된다. 서구에서 주로 '레트로(Retro)'라는 기표 및 접두어로 사용되고 있는 복고문화는 영화, TV 드라마,

음악, 공연 등 주요 문화콘텐츠 분야¹⁾은 물론이고 패션, 건축, 장난감, 음식 등의 영역으로 전방위적 확산을 수시로 목격하게 된다. 특히 한국의 경우 사회 전 분야에서 큰 변화와 고통을 감내해야 했던 IMF시기와 세계적인 시대변화인 밀레니엄을 맞은 2000년을 기점으로 다양한 복고문화의 징후들을 발견할 수 있다. 아날로그에서 디지털 시대로 변화하면서 냉혹한 현실과 급속한 삶의 변화속도는 자신의 지나간 과거를 그리워하게 만드는 자연스러운 기제가 되었고, 최첨단 기술은 과거와 다르게 발신자들이 상상하는 대로 콘텐츠를 생산할 수 있는 기술진보를 이루어 복고와 기술이 콘텐츠 제작의 양 축을 담당하기에 전혀 무리가 없는 환경이 생성되었다.

이러한 과거에 대한 관심의 기저에는 '기억'에 대

※ Corresponding Author: Chang hyun Noh, Address: (05029) Neung dong-ro, 120, Gwangjin-gu, Seoul, Korea, TEL: +82-2-450-3277, FAX: +82-2-456-7238, E-mail: soulriff@konkuk.ac.kr

Receipt date: Dec. 27, 2017, Revision date: Feb. 18, 2018
Approval date: Mar. 2, 2018

[†] Graduate School of Mass Communication & Public Relations, Konkuk University

1) 그룹 퀸(The Queen)의 이야기를 뮤지컬로 만든 <위윌 록 유(We will rock you)>나 80-90년대 유명 락음악을 토대로 만들어 주크박스(Juke Box)뮤지컬 뿐만 아니라 할리우드영화까지 OSMU된 <락 오브 에이지(Rock of ages)>나 음악오디션 프로그램의 영미권 콘텐츠인 팝 아이돌(Pop Idol)이나 아메리칸 아이돌(American Idol)의 과거 유명 밴드 특집 <비틀스(The Beatles)의 밤>, <스톤스(The Rolling Stones)의 밤> 형식 등 복고콘텐츠 확산은 세계적으로 지속되고 있다.

한 인간의 특성이 전제되어 있다. 영국의 극작가 해럴드 핀터(Harold Pinter)가 “과거는 당신이 기억하는 것, 당신이 기억한다고 상상하는 것, 당신이 기억한다고 확신하는 것, 혹은 기억하는 체하는 것이다”라고 기억에 대해 말했듯, 과거에 대한 모든 인식은 기억에 기초를 두고 있다. 회상을 통해 우리는 이전에 일어난 사건들에 대한 의식을 회복하고, 어제를 오늘과 구별하고, 우리가 경험한 과거를 확인한다. [1] 이러한 기억과 회상의 유의미성은 주관적이거나 개인적으로 여겨졌던 ‘기억’이라는 기표에 대해 재고의 필요성을 갖게 한다. 어떤 형태나 규모든 집단성과 사회성을 가질 수밖에 없는 인간은 객관적 사실이나 법칙, 특정 순간에 대한 단순한 암기가 아닌 사회문화적 관계 속에서 ‘문화적 기억’을 통해 사회적 동물로서 스스로를 존재하게 한다. 그리고 이러한 기억은 콘텐츠를 통해 재현되게 하는 동력이 되고 대중들에 의해 향유되며 결과적으로 문화콘텐츠 산업으로서의 유형의 가치를 창출해 낸다.

본 논문에서는 복고현상이 빈번히 발생하는 장르인 영화에서 문화적 기억이 어떻게 작용되고, 그것이 문화콘텐츠, 아니 모든 예술의 산업화가 가속화되는 현실 속에서 ‘기억산업(Memory history)’이라는 새로운 개념의 매개체로서 어떻게 활용될 수 있는지 문화적 기억의 다양한 특성과 기억산업의 사례 등을 살펴봄으로써 지속적인 콘텐츠 생산의 가능성에 대해 살펴보고자 한다.

2. 복고영화의 확산 분석

일반적으로 인간은 청소년기 이전 시기에 자기 자신을 독립된 자아로 인정받고자 자기만의 공간, 물건, 인간관계 등을 구축하여 타자와의 자의적 분리를 위해 기억하고 싶은 물건을 소유, 보관하려는 경향을 보인다. 이러한 심리는 사회적 지위나 집단 내에서의 헤게모니를 갖게 되고, 경제적인 여유가 생기는 40~50대에 다시 한 번 나타나게 된다. 지나간 시절, 오래된 것에 관심을 가지고 그것을 소유하려는 욕망과 소유할 수 있는 다양한 ‘힘’을 갖게 되면서 청소년기의 심리와 비슷한 양상을 보이게 되는 것이다. 이러한 심리는 회고절정(Reminiscence bump) [2]의 과정에서 나타난다. 노인층에게 과거에 대한 기억을 상기시켰을 때 발생하는 이 현상은 일생의 기억중 약 60%의 기억이 주로 청소년기부터 초기성인기 즉

15-25세 사이의 기억을 가장 많이 갖고 있는 특징을 보인다. 감수성이 극대화된 청소년기의 기억과 성인 이후 인생에서 최초로 경험하는 독립생활, 취직, 결혼, 출산 등 사회화 과정이 녹아든 이 시기는 강렬한 기억으로 침잠해 있는 것이다. 또한 인간은 자신이 어린 시절, 혹은 가장 행복했던 시절을 보낸 지역, 공간을 그리워하며 돌아가고 싶은 심리, 즉 동물의 원초적 성향이기도 한 회귀본능(Homing instinct)을 갖고 있다. 이런 장소에 대한 기억은 문화적 기억으로 남게 되고, 특정 시기와 장소 그리고 세대에 걸쳐 경험이 대체로 동일한 곳에서는 일상의 흐름과 주기적으로 반복되는 공동체 의례 속에서 정체성이 확연히 드러난다[3].

특히 한국의 경우, 세계적 추세인 인구고령화의 최전선에 서 있는 상황으로 ‘지나간 것’에 대한 관심은 점점 더 강해지고 있다. 통계적으로 봤을 때 1995년 한국의 중위연령은 29.2세였으나 20여년 후인 2016년에는 41.5세로 급격히 증가하였고, 1995년 한국의 평균수명도 71.6세에서 2017년 81.8세로 증가하여 세계에서 가장 빠른 속도로 고령사회로 진입하게 되었고, 이러한 인구구조의 변화는 사람들로 하여금 과거에 대해 더 많은 환경적 요인을 제공하고 있다. 바로 이러한 지점들에서 복고문화의 지속과 확산에 대한 중요한 사회적 원인을 찾을 수 있다.

한편 시각매체로서의 영화는 콘텐츠 복고화의 중심에 놓여있다. 2500년간 지속되어 온 문자(文字)시대를 뒤로 하고, 인쇄술과 사진기술의 발달은 100여년 전에 영화라는 매체가 등장하면서 인간의 문화를 급격히 바꾸어 놓았다. 그 이후로 다양한 소재와 엄청난 기술진보를 통해 ‘생각하는 것은 거의 모두’ 영화로 만들 수 있는 시대에 이르렀다. 이러한 기술발달은 미래를 그린 SF 영화뿐만 아니라 지나간 과거에 대한 완벽한 복원이 가능한 기술적 환경을 조성했다. 여기에 앞서 언급한 사회적, 심리적 원인으로 인간의 ‘추억’에 대한 지속적 관심은 복고영화를 확산시키고 있다.

이러한 복고영화의 확산에는 영화라는 장르의 특성이 기반하고 있는데, 영화에는 보는 이를 과거의 전체적인 이미지로 끌어들이지만 아니라 그것을 특정 인물화 한다는 특성이 있다. 그래서 보는 이를 웃기고 울리고, 어떤 종류의 지우기 힘든 이미지를 우리 마음속에 새겨 넣는다. 즉 역사적 경험에 대한 강

렬한 일체감을 불러일으키는 힘이 있는 것이다[4]. 즉 지나간 과거, 그것이 아픈 역사의 흔적이든 다시 돌아가고 싶은 향수의 추억이든 우리는 과거에 대해 각자의 이미지를 가지며, 이러한 공통 이미지들은 영화의 소재로 사용될 때 공감의 근원으로 작용할 수 있는 것이다.

복고영화 증가에 대한 다양한 사회문화적 분석을 배경으로 디지털 시대가 본격적으로 도래한 2000년 이후의 한국영화를 살펴보면 과거에 대한 단순한 추억회상에서부터 역사적 사실²⁾에 대한 시의성 짙은 영화까지 다양한 소재와 주제, 인물과 사건을 모티브로 한 복고영화들이 제작되고 있다. 최근의 복고영화를 살펴보면, 일제 강점기나 근대화의 시기를 배경으로 다룬 「윈스 어폰 어 타임」(2008년), 「모던 보이」(2008), 「라디오 데이즈」(2008), 70년대 시민들의 삶을 다양한 직업을 소재로 풀어낸 「고고 70」(2008)과 「효자동 이발사」(2004), 「세시봉」(2015), 조폭과 사회문제를 고교동창생의 인간관계로 풀어낸 「친구」(2001년), 80년대 청소년들의 다양한 방향을 통해 관객으로 하여금 직간접적인 감성의 동일화를 꾀했던 「몽정기」(2002년), 「폼행제로」(2002년), 「해적, 디스코왕 되다」(2002년), 그리고 성인이 되어 일정한 시간 후에 과거의 소중한 자신의 과거와 인간관계를 찾는다는 설정의 「써니」(2011년), 「건축학 개론」(2012년) 등이 있다.

사회적인 문제를 주로 다룬 영화로는 산업화와 민주화의 시기를 그야말로 영화처럼 겪어온 한국인들의 파란만장한 이야기를 그린 「국제시장」(2014년), 또한 일상을 넘어 당시 한국 정치와 사회현실을 직접적인 소재로 활용한 「변호인」(2013년)과 「택시 운전사」(2017) 등 다양한 소재와 주제를 구현하며 콘텐츠화 되고 있다.

이처럼 복고영화에서 다양한 시기와 소재에 대한 콘텐츠작업 중에서 눈여겨 볼 점은 한국의 경우 특히 1970-90년대를 회상하는 작품이 많다는 점이다. 사회경제적으로는 식민지와 한국전쟁을 겪으며 고도의 산업화에 따른 경제발전의 정증앙을 통과하였으며, 정치적으로는 독재와 군부통치에 의한 강압, 그리

고 그에 따른 다양한 부작용을 온몸으로 부딪쳐왔다. 이러한 험난하고 역동적인 한국의 1970-90년대는 콘텐츠 소재로서의 다양성과 용이함뿐만 아니라 그것을 겪은 세대에게는 고통의 기억과 기쁨의 추억을 직접적으로 전달하기에 더할 나위 없는 요소가 될 수 있다. 여기에 이 시대를 직접 겪지 못한 후세대들에게는 인생의 선배로서, 윗세대의 가족으로서 그들이 겪은 역사와 사회를 간접적으로 경험할 수 있고, 동시에 복고문화의 트렌드에 맞추어 당시의 문화에 대한 새로운 향유세대로 기능할 수 있다. 그것은 현재의 복고열풍이 다양한 문화영역으로 확대되며 그 시대를 알지 못하는 세대들에게서 재생산되는 것은 그것이 일종의 스타일로 구축되기 때문이다. [5] 다양한 복고상품이 우리에게 그 실제적 증거들을 보여준다는 점에서 특히 그러하다. 수많은 복고영화에서 관객들에게 향수를 자극하고, 그 시대감성을 느끼도록 유도하고, 지나간 것에 대한 추억을 소비나, 2차적 경험 등을 지속하도록 만드는 것이 복고영화의 특징이자, 이러한 영화들의 확산원인으로 작용하는 것이다.

이처럼 지나간 과거에 대한 다양한 환경과 인물, 역사적 사건들은 스크린이라는 매력적인 공간 속에서 복고영화라는 독립적인 아우라(Aura)를 생성해 가며 개인의 문제, 사회의 문제에 대해 다양한 방식으로 우리의 삶을 표현하고, 우리의 감성을 자극하고 있다.

3. 문화적 기억

과거에 대한 그리움과 호기심은 기본적으로 개인과 집단의 '기억'에 대한 다양한 변주(變奏)를 기반으로 한다. 누군가에게는 아련한 추억의 어느 한 지점을, 누군가에게는 겪어보지 못한 '과거행(行)' 타임머신을 타고 떠나는 그리움과 호기심의 여정은 각자의 기억을 적극적으로 소환하거나 상상력을 동원해 예측해 보고, 그 기억의 실제적 매체와 마주할 때 각자의 감성으로 내적 체화되며 궁극적으로 다른 이에게 발화된다. 기억에 관한 인간의 관심은 인류의 역사와 함께 시작되었다고 할 수 있다. 인간은 제대로 된, 완벽한 기억을 위해 암기능력을 향상시키고, 문자를 발명하고 기록하였으며, 유한한 인간의 기억을 보완하기 위해 기억해야 할 만한 가치가 있는 것들을 기록물로, 기념물로 남겨 놓았고, 다양한 방법으로 그것들을 보존, 계승해 왔다. 인류가 발전함에 따라 다양한 기술

2) 이 글에서의 역사적 사실은 비교적 가까운 과거의 그것을 의미한다. 먼 과거를 배경으로 하는 영화는 복고영화보다 역사영화로 규정하는 것이 합당하며, 대개 근대가 시작되는 대략 100년 이내의 시점을 기준으로 한다.

이 개발, 발전해 왔고, 급기야 21세기에는 첨단 디지털 기술로 새로운 형태의 기록이 가능해졌고, 이러한 기록물들을 웹과 데이터베이스를 통해 무한대의 저장 공간을 갖는, 그리하여 안드레아스 후이센(A. Huyssen)이 말한 ‘완전기억능력(Total Recall)’의 시대를 살아가고 있다. 물론 과거에도 인간에게 오랜 역사에 걸쳐 수많은 기록물들로 넘쳐났지만 박물관 전시장 미술관 등의 경우처럼 그것들은 반드시 일정한 시간과 비용을 지불해야만, 즉 몸과 마음을 움직이는 수고를 해야만 접할 수 있는 실재하는 기록물이다. 그러나 디지털 시대의 아카이브 자료와 정보는 클릭 몇 번이면 물리적으로 도저히 상상할 수 없는 과거에 도달할 수도 있고, 피상적이고 단선적인 접근이 아니라 관련 정보들을 동시에 검색하여 정교하고 심도 있는 관찰과 분석이 가능한 시대, 즉 시공간적 제약 사라진 기억 시대를 경험하게 한다. 그런데, 기억은 기본적으로 개인의 주관적 차원에서 자각되지만, 과거에 대한 각자 기억은 혼자만의 것이 아니라 그가 속한 공동체나 사회와 같은 집단적 관계 속에서 형성된다. 즉, 기억이 과거의 내용을 되살리는 과정 속에서 일부는 강조되거나 변형되고 혹은 배제되기 때문에 현재의 조건 혹은 사회적으로 구성된다는 점에서 사회성을 내포한다[6]. 이러한 인간의 사회적 기억을 연구한 학자 중 본 논문에서는 알라이다 아스만(A. Assmann)의 문화적 기억에 대해 주목한다. 그녀는 모리스 알박스(Maurice Halbwachs)의 집단기억 개념을 문화학적 개념으로 전환하여 인간의 기억이 문화적 형식을 통해 실천, 재현된다고 말한다.

문화적 기억에 관한 논의에서 아스만은 우선 기술(ars)로서의 기억과 활력(vis)으로서의 기억으로 나누어 설명하고 있다. 이는 기억의 시/공간성에 대한 구분으로 이해될 수 있는데, 먼저 기술로서의 기억은 기억술의 전설적 인물인 시오니데스³⁾가 사용한 방법으로 특정한 과거시점을 모든 사람이 동시에 동일하게 기억하게 하는 공간적 개념의 기억으로 종교의 경전이나 법률서적, 의학지식 등 인간의 오감을 통해 동일한 저장과 인출의 일치가 가능한 기억을 말한다. 반면 활력으로서의 기억은 기억의 시간성이 개입된 것으로 과거에 대한 현재의 기억이 각자 차이가 나는

것을 특징으로 한다. 여기서 그녀는 ‘회상’이라는 개념을 도입하여 인간 이외의 기계적인 메커니즘에서는 보이지 않는, 이름 그대로 ‘활력’ 있는 에너지로서의 기억에 대해 주목했다.

이러한 기억의 시공간성은 복고영화의 기획에 유의미하게 적용되는데, 아스만은 그것을 ‘기억의 장소(Örter des Gedächtnisses)’와 ‘장소의 기억(Gedächtnis der Orte)’으로 구분하였다. 먼저 우리가 어느 한 시점에 대해 기억하는 일정한 공간에 대한 기억, 즉 기억의 장소는 시간을 초월하여 저장된 동일한 공간의 기억인 ‘기술’로서의 기억에 해당되는데, 지나간 시점의 특정장소, 앞서 언급한 영화에서 「국제시장」의 독일 탄광의 기억, 「택시 운전사」의 5.18당시 광주시가지, 「효자동 이발사」의 청와대와 대통령, 「친구」의 롤러스케이트장 등 그 시대를 직접적으로 표현해줄 수 있는 다양한 공간에 대해 대중들의 기억을 소환할 수 있는 배경 역할을 할 수 있다. 한편 장소의 기억은 동일한 장소에 대해서도 각 개인의 정체성, 역사적 경험, 사회적 위치, 정치적 입장 등 다양한 요소들에 의해 자기만의 기억이 반영된다. 실제 독일에 광부로 다녀온 사람들과 그들을 보낸 사람들, 5.18 당시에 광주의 시위현장의 목격자와 피해자, 그리고 가해자, 서슬 퍼런 독재시절의 소시민 이발사와 최고 권력의 청와대에 대한 기억, 롤러스케이트장을 여가와 스포츠의 장소로 기억하는 사람과 이성교제와 집단폭력의 장소로 기억하는 사람 등 자신이 기억하는 ‘활력’으로서의 기억은 장소의 기억의 시간적 개념으로서 영화에 투영되고 대중에게 각각의 감성을 유발한다.

한편 그녀는 기억에 대한 전통적인 구분 이외에 문화적 기억으로서 현재에 발현되는 과정을 설명하기 위해 기억을 ‘기능기억’과 ‘저장기억’으로 구분하였다. 활성화적 기억이라고도 불리는 기능기억은 현재에 살아있는 기억으로서 과거의 경험 중에서 선별적으로 선택되고 결합되어 의미 있게 구성된 기억을 말한다[7]. 축제, 의식, 종교적 기념일 등의 사회, 집단적 목적과 공동체 의식 등에 맞는 기억이다. 이러한 기능기억은 집단의 정체성을 드러내 주는 방편으로 작용하는데, 집단의 특성을 살려 문화적으로 드러낸 ‘활성적’ 기억이라 할 수 있다. 이에 비해 저장기억은 ‘비활성적’ 기억으로서 무정형의 덩어리로, 사용되지 않고 정돈되지 않은 기억의 마당이다[8]. 저장

3) 고대 그리스의 시인으로 건물이 무너지는 연회장에서 사고를 당한 사람들을 일일이 기억해내는 방법으로 기억술의 아버지라 일컬어진다.



Fig. 1. Memory of Place(Gedächtnis der Orte) by Retro-cinema and Place of Memory (Örter des Gedächtnisses) by historical facts.

기억은 기능기억보다 훨씬 넓은 영역에 산재해 있으며, 기능기억이 보존되도록 하는 일종의 기억창고와 같은 개념이다. 이처럼 기억은 현실적 '기능'만 하는 것이 아니라 기념비나 건축물, 또는 도서관이나 문서보관소 등을 통해 과거의 경험과 지식을 '저장'하는 것이다[9]. 저장기억은 현재에 선택되지는 못했지만 기능기억의 토대가 되는, 즉 기억의 재현과정에서 하나의 맥락(Context)으로 존재한다.

흥미로운 점은 아스만에게 이러한 문화적 기억의 구분은 결코 대립적인 관계를 통한 '차이'를 전제로 하는 개념이 아니다. 즉, 어느 한 쪽이 더 우월하거나, 그 역할의 경중을 드러내기 위함이 아닌, 기능기억과 저장기억의 상호보완적 개념을 설명하기 위한 방법일 뿐이다. 이는 기억의 개념을 전경(前景, Figure)과 배경(背景, Ground)의 개념으로 이해해야 한다. 즉, 저장기억은 기능기억의 바탕이 되는 '기억의 바다'에 침전된 내용물들이고 기능기억은 저장기억이라는 바다 안에서 방향설정이 가능한 기억이라 할 수 있다. 정리하면, 저장기억의 범위를 벗어난 기능기억은 실상이 없는 허구적 상상에 가깝고, 기능기억을 단단히 둘러싸지 못한 해체된 저장기억은 지표를 잃고 표

류하는 거대한 정보의 덩어리에 불과할 수 있다. 이처럼 저장기억과 기능기억은 문화적 기억의 두 축으로 존재하기 위해 필요한 교호적 관계라 할 수 있다.

이러한 기능기억과 저장기억은 문화적 기억을 기반으로 콘텐츠를 향유하는 대중들에게도 직간접적인 경험을 통해 영화에 대한 다양한 반응을 도출해 낸다. 복고영화를 볼 때 느끼는 과거에 대한 향수와 기억은 그 시기를 직접 겪은 세대들뿐만 아니라 그 시대를 살아보지 않은 세대들에게도 기능기억으로서 간접경험 하게하고 그 시대를 각자의 방식으로 교감시킨다. 음악 감상실 쉼시봉에서 음악을 듣지 않았지만 영화 '썸시봉'을 통해, 그리고 음악 프로그램 '불후의 명곡'과 '콘서트 7080' 등을 통해 썸시봉 시대나 70~80년대 음악을 알게 되고, 즐기게 되는 현상은 복고가 대중화, 일반화되는 현상으로 자리 잡을 수 있는 가능성을 제시한다.

더불어 복고영화를 통한 과거 시대상황과 문화적 배경에 대한 새로운 기억은 기억의 저장소에 저장기억으로서 비활성화 된 채 침잠해 있다가 새로운 복고 콘텐츠를 통해 언제든 우리의 기억과 감성을 꺼내, 콘텐츠에 접합시킬 수 있도록 대기 중인 촉매가 된다.

이처럼 문화적 기억은 기억의 사회적, 집단적 개념의 기억의 문제와 개인의 기억과 문제를 상호 교환하여 다양한 복고영화의 지속적인 확산을 유도해낼 것이다.

4. 콘텐츠 기획과 기억산업(Memory Industry)

복고 영화를 비롯한 다양한 장르의 복고콘텐츠의 확산은 자연스럽게 복고관련 상품이나 콘텐츠의 배경이 되는 다양한 장소에 대한 관심, 그리고 이러한

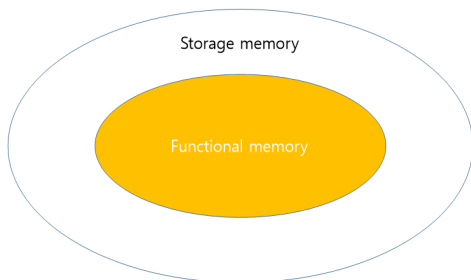


Fig. 2. Functional memory and Storage memory.



Fig. 3. A Variety of Retro Culture - Cesi- Bon.

요소를 산업적 측면으로 활용한다는 점에서 ‘기억산업’(Memory Industry)⁴⁾이라는 기표로 활용되고 있다. 즉 인간의 사회적, 집단적 기억이 콘텐츠의 스토리텔링을 통해 기억산업의 소재로, 상품으로, 관광지로 부가가치를 창출하고 있는 것이다. 이러한 기억산업은 복고영화에도 다양하게 활용되고 있는데, 영화의 배경이 되는 다양한 관련 촬영지⁵⁾나 영화 속 다양한 시대의 아이콘이 시간을 뛰어 넘어 재생산되어 그 시대를 경험하지 않은 세대에게도 전파, 흡수된다. 이러한 현상을 엘리스 랜스버그(A. Landsberg)는 ‘보철기억(prosthetic memory)’라 정의하고 문화적 기억을 테크놀로지를 통해 마치 자신이 실제로 겪은 것인 양 경험하는 기억으로, 비록 시뮬레이션과 재상연된 기억이어서 소외의 위협이 도사리고 있지만 우리 삶과 경험에 작용하면서 개인의 기억에 축적된다고 주장했다[10]. 물론 이러한 현상에 대해 ‘향수영화’로 규정하고 비판해 온 프레드릭 제임슨(F. Jameson)을 비롯한 포스트모더니즘 계열에서는 지나친 기억의 상품화에 대해 자본주의와 헤게모니에 순응하며 객관적이고 중요한 역사적 사실들의 배경화(背景化)에 대한 비판을 지속해 왔다. 이러한 자본주의와 기억의 산업화는 과거기억이 재현되는 것이라기보다 선별되고 조립되는 ‘제작’의 논리를 따른다[11]며 우려하고 있다.

하지만, 이러한 기억산업은 콘텐츠 제작기회의 확대나 문화적 동질성을 갖는 다양한 연관 상품 판매로 인한 부가가치 창출, 그리고 OSMU를 통한 파생 문화콘텐츠의 개발가능성, 더불어 경험하지 못한 시대

의 문화를 체험하게 해주는 세대 간 교류확대 등 다양한 긍정적 측면을 갖고 있다. 그렇다면 기억산업의 종류에는 어떤 것들이 있을까?

영화에서 ‘과거’는 역사와도 경합하지만 ‘복고’라는 단어도 치환되어 소비욕구를 자극하는 아이콘으로 재현되기도 한다[12]. 복고영화를 통해 과거를 경험한 세대는 당시의 투박하지만 어린, 젊은 시절의 추억이 담긴 다양한 복고상품에 열광한다. 이러한 관심은 또한 영화의 배경이 되는 다양한 촬영장소, 현재는 없지만 그 시절을 기억하는 공간 스토리텔링의 소재로서 관심을 끌며 복고문화가 새로운 트렌드로 자리매김하여 생산 중단된 상품의 재생산 및 당시 모습 그대로 재현되는 오리지널 버전의 재발매, 잊힌 장소에 대한 복원 및 정비 등 다양한 분야로의 개발을 가능하게 한다. 이렇듯 그동안 최신 트렌드를 따라 앞을 향해 달려가지만 하던 산업의 경제적 논리를 벗어난 현상을 다양한 곳에서 목격하고 있고 그 시장이 점점 확대되어 틈새시장으로 자리매김하고 있다.

한편, 인간의 기억이라는 것이 전부 아름답고 기분 좋은 일만 가능한 것은 아니다. 역사를 통해 발생한 수많은 고난의 시간들이 역사라는 이름으로 곳곳에 새겨져 있다. 어둡고 참담한 암흑의 역사와 빈곤과 결핍의 상황에서 남겨진 다양한 시대적 산물을 관광과 교육, 역사와 민족적 정체성확립 등의 목적으로 기억하려는 새로운 움직임은 이른바 다크 투어리즘(Dark Tourism)⁶⁾이라는 기표를 통해 기억산업의 한 축으로 성장해가고 있다. 국내의 사례를 살펴보면, 2차 대전의 기억이 새겨진 아우슈비츠수용소나 9.11 테러의 장소인 세계무역센터, 2차 대전 당시 일본 항복의 직접적인 원인이 된 히로시마의 원폭투하 지역, 일제의 식민통치의 가슴 아픈 기억이 서린 서

4) 기억산업은 과거의 기억을 무형의 관념에서만 머무르지 않고 다양한 부가가치를 창출해 내는 경제적 차원의 산업이라 정의할 수 있다.

5) 그 장소가 추억과 회상의 긍정적 장소든, 역사적 아픔을 간직한 시대적 장소든 산업적 가치를 가지는 공간으로서의 위치는 부정할 수 없다.

6) 다크 투어리즘은 블랙 투어리즘(Black Tourism)이나 그립 투어리즘(Grief Tourism)이라는 용어로 혼용된다.



Fig. 4. Memory and Memory Industry (Dark Tourism).

대문형무소 역사관과 남산의 조선신궁, 북한이 남침을 위해 파놓은 DMZ 내의 땅굴 등 전 세계 수많은 장소들이 문화적 기억을 통해 치유와 역사 바로 세우기, 교육의 장소로 활용되고 있다.

이처럼 복고영화의 소재나 장소, 등장인물이나 배경의 소품들은 이제 중요한 경제적 현상으로 자리 잡고 있으며, 이를 극대화하려는 다양한 시도는 레트로 마케팅(Retro marketing)이라는 개념으로도 분화, 발전하여 문화산업 전반에 활용되고 있다. 영화가 경험소비재적 특성을 지니고 있기 때문에 관객은 영화를 직접 관람하기 이전에 상품에 대한 평가를 할 수 없다[13]. 이러한 환경에서 기억을 통한 경험의 재현은 중요한 의미를 지닌다. 레트로 마케팅은 과거를 마케팅의 수단으로 삼는 기법으로서 과거에 대한 기억을 다양한 문화콘텐츠로 재현하여 콘텐츠를 수단으로 하며, 간접적인 경험이 아닌 직접 체험 형태의 마케팅을 통해 다양한 스토리텔링을 가능케 하는 콘텐츠 기반경제(Content based economy)와 체험경제(experience economy)의 조합으로 재현되고 있다.

물론 이러한 역사적 사건을 상징하고 문화적 기억을 호명하는 장소나 공간이 모두 행복했던 과거를 나타내는 것은 아니다. 역사적, 민족적으로 아픔과 고통의 기억으로 남은 이러한 장소들에 대한 기억, 그리고 그러한 문화적 기억을 이용한 다양한 콘텐츠는 다분히 교훈적이고, 의식적인 소재가 된다. 다크 투어리즘에 의한 기억산업 등에 대한 다양한 비판, 이를테면 제대로 된 역사의식을 반영하지 못하고 피상적인 감성에 호소하는 에너지를 잃은 기억이라는 주장 또한 존재한다. 문화콘텐츠에 결부된 산업적인 측면과 상업성 등에 대한 우려도 지속된다. 하지만 이러한 문화적 기억은 역사학자들이 주장하는 사리

관계의 명징상과는 일치하기 어려운 감성적 차원의 재현과정임을 인지할 때, 기억산업에 대한 다양한 긍정적 가능성을 발견하는 계기로 삼는 것이 생산적인 자세라 할 수 있다. 다양한 긍정과 부정의 담론 속에서 활력의 기억으로 현현(顯現)되는 것이 기억되지 못해 아예 모르고 살아가는 것보다 문화적으로, 그리고 역사적으로도 가치 있기 때문이다.

5. 결 론

로마의 시인 마르쿠스 마르티알리스는 “인간은 추억을 먹고 산다”고 말했다. 급격히 변화하고 있는 21세기의 우리들에게 어찌면 추억은 고난을 잊게 해줄 진통제인지도 모른다. 자신과 타인을 동일시하는 과정에서 그 기억은 공동체를 하나로 묶는 계기가 되기도 하고, 다른 사람은 모르는 고통을 겪은 사람에게서 위로와 치료, 봉합의 기억이 되기도 한다. 문화적 기억은 이렇게 개인과 공동체를 연결하고 삶을 유지시켜 주는 긍정적인 기표다.

본 논문에서는 복고문화가 확산되는 이면에 과거의 기억을 그리워하는 대중들의 심리에 대해 살펴보았다. 이제 과거는 문자와 구두 언어에 의존하여 작성된 역사기록(Historiography)에 의해서가 아니라 시각적 이미지와 영화적 담론이라는 영상 재현을 활용한 역사촬영(Historiophoty)으로 서술되고 있다 [14]. 다양한 영화콘텐츠를 통해 개인은 물론 집단의 정체성, 공동체적 의식 등에 관해 직접적인 영향을 미치는 것이다. 특히 복고영화는 현대사의 굴곡을 온몸으로 겪은 한국인들에게 당시의 기억을 통한, 그리고 그런 문화적 기억의 전수를 통한 다양한 문화담론의 장을 마련할 수 있는 중요한 장르다.

오랜 시간동안 인간은 이성의 지배를 받고 살아왔다. 인쇄술과 그에 따른 출판 등의 매체의 발달로 지식과 정보가 증식되고 정신적 가치가 추앙받는 이성 중심의 시대가 그것이다. 이 시대는 이른바 '역사'의 시대로서 실증적, 문헌적 자료가 중심이 되고 기억이란 개인의 주관적 영역으로 취급받는 시대였다. 세계가 발전함에 따라, 급속한 매체의 발전은 우리의 이성 중심적 사고를 감성으로 눈길을 돌리게 했다. 존재론적 시대, 커뮤니케이션 중심의 감성시대는 주관적으로 머물러 있던 기억에 대한 인식을 '재현'을 통한 사회문화적 실천으로서의 그것으로 격상하여 디지털 시대의 패러다임에 적응하게 되었다. 21세기 각종 멀티미디어의 발달과 기술진보는 뉴 미디어 시대라는 기표아래, 급속한 변화를 보이고 있으며 원초적 경험주의에 입각한 '감각적 전회(Sensual turn)'의 시대를 열며 첨단 미디어기술과 창의성에 기반을 둔 스토리텔링이 결합한 다양한 복고콘텐츠를 생산할 수 있게 되었다. 이처럼 복고영화와 복고문화콘텐츠의 산업화 현상은 기억산업이라는 새로운 기표를 통해 단순히 돈을 벌기 위한 방편으로서만 아닌 콘텐츠를 향유하는 대중들에게 과거에 대한 정보나 교육적 가치, 직접적 관람과 체험, 사용을 통한 원천 콘텐츠와의 밀착도 증가 등을 통한 문화적 기억에 대한 정신적 환기 및 각성뿐만 아니라 산업적 부가가치의 제고를 통한 콘텐츠 제작의 선순환구조 창출이라는 다양한 사회문화적 기능을 수행하고 있다 .

REFERENCE

- [1] D. Lowenthal, *The Past is a Foreign Country*, Kaemagowon Publishers, Gyeonggido, Goyang, 2006.
- [2] M.A. Conway, "Generation Identity and the Reminiscence Bump: Memory for Public and Private Events," *Journal of Adult Development*, Vol. 6, No. 1, pp. 21-34, 1999.
- [3] J.K. Olick, *The Politics of Regret*, Ok-dang Publishers, Gyeonggido, Goyang, 2011.
- [4] T. Morris-Suzuki, *Media, Memory, History*, Humanist Publishers, Seoul, 2005.
- [5] B.K. Choi, "A Study on Retrospective Images and Nostalgia as a Hallucination Symbol Shown in <Sunny>," *Film Studies*, Vol. 50, pp. 543-562, 2011.
- [6] J.H. Tae, "A Study on Representation Method Presented the Retro-Movie as Cultural Memory," *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, Vol. 57, pp. 145-177, 2013.
- [7] M.A. Yoon, "Medien und Kulturelles Gedachtnis," *Zeitschrift für Deutschsprachige Kultur and Literaturen*, Vol. 11, pp. 45, 2002.
- [8] A. Assmann, *Erinnerungsraume*, GreenBee Publishers, Seoul, 2011.
- [9] J.S. Jeon, *History Speaks of Memory*, Humanist Publishers, Seoul, 2005.
- [10] J.C. Moon, "Technology of Representation and Cultural Memory," *Film Studies*, Vol. 17, pp. 90, 2001.
- [11] Y.H. Lee, "Selling Reminiscence and Sharp-ening Memory," *Cultural Science*, Vol. 82, pp. 409, 2015.
- [12] J.M. Kim, "The Story-Telling Strategies of 'Remembering' the '80s - Sunny and The Attorney," *Public Narrative Research*, Vol. 20, No. 3, pp. 7-39, 2014.
- [13] H.J. Kim "A Study on the Visual Rhythm of Korean Film Trailer," *Journal of Korea Multimedia Society*, Vol. 20, No. 8, pp. 1472-1479, 2017.
- [14] H. White, "Historiography and Historiophoty," *The American Historical Review*, Vol. 93, No. 5, pp. 1193-1199, 1988.



노 창 현

동국대학교 영상대학원 문화예술학 박사수료
2017년~현재 건국대학교 언론홍보대학원 광고홍보학과 공연예술경영 겸임교수
2016년~현재 대덕대학교 연극연상과 겸임교수

관심분야: 대중문화, 문화콘텐츠산업, 한류.