creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

문학석사 학위논문

오규원 상품·광고시 연구

- 지배문화의 상징 조작을 중심으로 -

2023년 8월

서울대학교 대학원

국어국문학과 현대문학 전공

김 채 경

오규원 상품·광고시 연구

- 지배문화의 상징 조작을 중심으로 -

지도교수 김 유 중

이 논문을 문학석사 학위논문으로 제출함

2023년 3월

서울대학교 대학원

국어국문학과 현대문학 전공

김 채 경

김채경의 석사 학위논문을 인준함

2023년 7월

위 원 장 _____ (인)

부위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

국문초록

오규원은 문명화되고 자본화된 시대를 고정적 제도와 체계에 의하여 <관리된 사회>라고 파악하며, 그에 따라 '언어' 또한 획일화되고 타락했음을 인식한다. 나아가 그는 굳어버린 언어가 세계의 진실을 그려낼 수 없음을 깨닫고, '시적 언어란 무엇인가?'라는 문제에 천착하여 문학 활동을 개진한다. 시인은 모든 언어가 이미 기존의 관념에 물들어 있다는 반성적 사유를 바탕으로, 언어와 세계에 덧씌워진 관념을 벗겨내는 응전의 태도를 취한다.

본고는 1980년대 소비 중심의 자본주의 사회와 물신주의 풍조에 대한 오규원의 시적 인식을 고찰하기 위하여 서양 문화의 제국주의적 침투라는 지점에 주목하고자 한다. 이는 현대로 이행하는 사회문화적 맥락을 바탕으로 해명된다. 급격한 근대화·세계화의 흐름은 1차 세계 대전 이후 기존 전통적 제국주의가 원래의 강압적 방식으로 지배 헤게모니를 유지할 수 없게 하였다. 대신 서양 제국의 이데올로기는 '문화'라는 다른 형태로 지배력을 지속해서 행사하는 전략을 택한다. 이때, 서양 제국이 상위 문화라는 이데올로기를 상품과 광고에 은폐해 지배력을 유지하려고 하는 일련의 과정을 '지배문화의 상징 조작'이라고 정의할 수 있다. 지배문화의 상징 조작 과정은 레닌의 제국주의 담론에서부터 에드워드 사이드까지 이어져 온 문화 제국주의 담론 및 소비 사회에 관한 보드리야르와 기 드보르의 통찰을 통하여 설명될 수 있다.

2장에서는 오규원의 1980년대 상품·광고시편에 관한 분석을 토대로, 오규원이 상품과 광고 속 지배문화의 이데올로기를 읽어내고 있음을 밝힌다. 그는 상품으로 표상되는 지배문화의 이데올로기가 상징 조작되어 은폐된 채 대중의 무의식에 영향을 미치는 현실을 포착한다. 특히 그는 환상적인 이미지가 소비자를 미혹하여 허위 욕망을 유발하는 과정을 시적으로 드러낸다. 나아가 이러한 지배문화적 이데올로기의 의도를 간파하지 못하고, 무의식적으로 순응하는 대중의 모습을 형상화한다.

3장에서는 앞서 상징 조작된 지배문화의 이데올로기를 극복하려는 오규원의 시도를 고찰한다. 타락한 언어에 배반당하지만, 언어와 관념에 대한 시인의 고민은 결국 '시인은 시를, 언어를 버릴 수 없는 것'이라는 생각에 도달한다. 그는 시인이기에 언어의 배반을 알면서도 이를 숙명적으로 받아들이고, 언어가 가질 최대치의 잠재력을 탐구한다. 상품·광고시는 이러한 시도의 구체적인 결과물이다. 나아가 오규원은 자본주의 사회 기저의 작동원리인 '교환의 원리'를 시 세계에 재현하여 대중의 각성을 유도한다. 이는 구체적으로 시인의 자본주의적 상상력을 바탕으로 기존 세계의 허구성을 드러내는 데까지 이어진다. 오규원은 인간을 지배하는 이념과 가치가 모두 기존 언어의 기호와 의미 체계에 의해 고정되고 굳어버렸음을 인지하며, 이 지배로부터 자유로워지고자 기호 간 무의미한 교환을 통해 언어의 의미를 제거하는 방식을 택한다. 이렇게 그의 시는 시의 언어를 통해 기존 세계를 재해석하여 부정성을 드러내고, 대중이 이에 거부해야 함을 간접적으로 호소한다. 세계는 고정되고 타락하였으며, 그 세계를 드러내는 언어조차 굳어버렸지만, 결국 언어만이 세계에 응전할 수 있는 것이기 때문이다. 시인의 이러한 모든 시도는 진정한 자유를 확보하는 것을 넘어, 그가 삶과 시의 대결에서 통감했던 패배 의식을 '승리로 굳게 읽는 방법'으로 전환하게 한다.

문학의 위치를 문화적 맥락과의 역동적 교접 속에서 재정립하는 시도는 매우 중요하다. 오규원은 언어와 세계와의 관계, 언어가 관념을 드러내는 방법 등에 대해 고민하며 문학 활동을 지속해왔으며, 그의 작품 세계는 '시적 언어'에 대한 치열한 모색의 과정에서, '언어'로 시대에 응전하는 치열한 투쟁의 결과물로서 구축된 것이었음을 확인할 수 있다. 현실에 대한 오규원의 문학적·문화적 탐구를 역사 및 사회와의 연결 작업으로서 재해석하는 과정은 한국 현대 시를 탐구하는 데 있어 의미 있는 지점이 될 것이다.

주요어 : 상품·광고시, 문화 제국주의, 상징 조작, 언어, 교환의 원리
학 번 : 2020-24079

목 차

제 1 장 서론 ····· 1
제 1 절 연구사 검토 및 문제 제기 ····· 1
제 2 절 연구의 시각 ····· 8

제 2 장 지배 이데올로기의 문화적 상징 조작 ··· 21
제 1 절 기호화를 통한 지배 이데올로기 은폐 ····· 21
제 2 절 환상적 기호를 통한 허위 욕망의 주입 ····· 30
제 3 절 물신화된 소비사회에의 자발적 순종 유도 ····· 47

제 3 장 자본주의 체제에의 언어적 대응 ····· 55
제 1 절 자본주의 체제 기저의 '교환 원리' ····· 55
제 2 절 상상력으로 폭로되는 기존 세계의 허구성 ····· 65
제 3 절 언어적 대응의 시대적 사명 ····· 74

제 4 장 결론 ····· 88

부록 오규원 연보 ····· 91
참고문헌 ····· 93
Abstract ····· 98

제 1 장 서론

제 1 절 연구사 검토 및 문제 제기

대한민국은 문화 개방 및 근대화가 진행된 1970년~80년대에 걸쳐, 다양한 서구 문물의 유입에 따라, 문화적으로 급진적인 변화를 겪게 되었다. 더불어 '소비가 미덕'이라는 표어와 함께 대량생산과 대량소비의 사회가 건설된다.[1] 대한민국이 선진산업사회로 급성장하며 정치적·경제적·문화적으로 급격한 발전 및 변혁을 이루어 온 가운데, 시인 오규원은 시와 현실, 시의 언어 및 관념에 대한 고찰을 지속해왔다. 그리고 그는 급변하는 사회에 관한 문명 비판적 메시지를 담은 작품들을 창작하기 시작한다.

끊임없는 언어와 관념에 대한 고뇌를 바탕으로 다양한 시론, 시 등의 작품활동을 해온 오규원은 1970년대의 사회생활 및 직장 경험을 바탕으로 자본주의 사회에 대한 구체적 경험과 인식을 쌓았다. 오규원의 중기 시는 자본주의 문명을 비판하는 차원에서 패러디, 아이러니 등을 활용하여 형태 파괴적인 양식을 제시해 신선함을 줄 뿐만 아니라, 상품과 광고를 시적 소재로 삼아 개성을 드러낸다. 오규원은 상품과 광고가 지배문화의 이데올로기를 상징 조작하는 현대 사회의 소비 메커니즘을 간파한다. 또한 이렇게 기호화된 세계에 편입된 현대인의 무비판적 순응의 모습을 작품 속에서 구현해낸다. 오규원의 중기 시집으로 분류되는 『王子가 아닌 한 아이에게』(1978), 『이 땅에 씌어지는 抒情詩』(1981)『가끔은 주목받는 生이고 싶다』(1987)에는 한국의 다양한 정치적·역사적 사

1) 송은영은 대한민국의 1980년대를 '소비'라는 키워드를 중심으로 설명한다. "대한민국의 1980년대를 '소비 붐'과 '적극적 소비자가 등장'한 때라고 부르기도 한다. 1986년부터 시작되는 '3저 호황'과 1987년 여름 노동자 대투쟁을 통해 향후 몇 년간 노동자의 임금이 대폭 상승하게 된 것이 그러한 사회 양상을 형성한 원인으로 여겨진다" (송은영, 「한국 현대 소비문화의 연구현황과 과제」, 한국사학회, 『사학연구』 143호, 2021, 181면).

건들, 암울했던 개인의 일상과 사회상이 은유적으로 담겨있다. 현실 사회에 대응하는 '시'의 힘을 탐구하던 그는 자본주의 소비경제 체제에 대한 비판적 시각에 근거하여 상품·광고시를 창작하기에 이른다.

오규원은 꾸준히 시 작품을 창작하고, 시론을 펼쳐나갔으며, 학생들을 가르치기도 하였다. 또한 그는 4·19세대의 대표적인 시인 중 한 사람으로, 스스로에 대한 존재 의식과 문학적 정신에 대해 깊이 성찰해왔다. 이들 세대의 특징은 독립 국가에서 더는 한자나 일본어가 아닌 한글로 교육을 받았고, 민주적 질서와 원리를 일찍부터 몸소 익혔다는 점이다. 이에 따라 이들 세대의 시인들은 끊임없는 성찰과 더불어 미래의 시적 지향을 고민해왔다. 4·19세대는 이러한 성찰 뿐 아니라 근대화의 요청에 대한 반성을 문학적 에너지로 전환하는 시대적 사명이 있었음을 알 수 있다.

오규원에 관한 선행 연구들로는, 일차적으로 시집의 해설과 비평 등이 있다. 다수의 논자는 언어와 세계의 관계에 대한 시인의 고뇌가 그의 시집들에 고스란히 드러나 있다는 점, 작품에 있어 두드러진 변화의 양상을 보였다는 점을 주요 논의 대상으로 삼았다. 특히 초기, 중기, 후기의 시기별로 단절된 것처럼 보이는 시 세계[2], 근원적이면서도 비판적인 질문을 던지는 시론 제시, 시 창작법 저술 및 동시 창작이라는 다채로운 약력은 주목할 법하다. 하지만 오규원에 관한 연구들은 그의 문학 세계에 나타나는 방법론이나 그것의 변모 양상 및 동인 등을 밝혀내는 데 집중되어온 감이 있다. 또한 오규원의 시가 시기별로 독특한 특징을 보여주었기 때문에, 통시적인 차원에서 시기별 특징을 정리한 연구 역시 다

2) 오규원 시 세계는 『분명한 事件』(한림출판사, 1971); 재판(문학동네, 1997), 『巡禮』(민음사, 1973)를 초기 시로, 『王子가 아닌 한 아이에게』(문학과지성사, 1978; 개정판 1995), 『이 땅에 씌어지는 抒情詩』(문학과지성사, 1981), 『희망 만들며 살기』(지식산업사, 1985), 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』(문학과지성사, 1987)까지를 중기 시로, 『사랑의 감옥』(문학과지성사, 1991), 『길, 골목, 호텔 그리고 강물 소리』(문학과지성사, 1995), 『토마토는 붉다 아니 달콤하다』(문학과지성사, 1999), 『새와 나무와 새똥 그리고 돌멩이』(문학과지성사, 2005), 『두두』(문학과지성사, 2008 : 유고시집)까지를 후기 시로 대략 구분되어 왔다. 연구자에 따라 『사랑의 감옥』(1991)까지를 중기 시로 보기도 하고, 『길, 골목, 호텔 그리고 강물 소리』를 그 분기점으로 삼기도 한다.

수 있다. 또한, 오규원이 시적 방법론에 대한 깊은 탐구를 바탕으로 '현상적 사실'을 이미지화하는 '날이미지' 시론을 독창적으로 구축한 만큼, 이에 관한 연구 역시 활발하게 진행되었다.

오규원의 시 세계를 초기-중기-후기의 통상적 분류 방식에 따라 시기별로 살펴보면, 투명하고 순수한 언어에 대한 믿음을 지니고 있던 초기로부터, 언어와 세계의 불순성을 깨닫고 이를 아이러니로 표현하는 중기를 거쳐, 날이미지 시론에 따른 후기로 분류할 수 있다. 오규원의 초기 시에서 인식과 관념을 언어로 '구상화'한 경향이 나타났다면, 중기 시는 형식의 무거움을 탈피하려는 다채로운 방법론이 시도되었다. 그는 1980년대에 아이러니와 패러디의 기법 등을 활용하여 산업 사회의 비정한 본모습과 소비 대중의 소시민적 삶을 풍자하는 시를 다수 창작한다. 또한 새로운 시적 양식인 '인용적 묘사'를 제시하며, 이 기법에 근거한 광고시를 다수 쓰는 도전적 시도를 하기도 한다. 더불어 우리 사회가 산업화·근대화됨에 따라 새롭게 유입된 다양한 상품들을 소재로 삼아 새로운 시적 인식을 획득한다.

본고는 오규원의 중기 상품·광고시를 연구 대상으로 하는 만큼, 오규원 중기 시에 관한 연구사를 우선 검토하고자 한다. 오규원 시에 대한 기존의 연구는 그의 시적 방법론이나 해체론적 관점에 치중해온 경향이 많다. 그의 고유한 수사학을 규명[3]하는 데 집중된 부분이 있는 것은 그가 1970년대에 들어 아이러니 혹은 패러디와 같은 기법을 적극 활용하는 시작 활동을 했다는 점으로부터 비롯되었다고 볼 수 있다. 특히 오규원이 중기 시에서 활용한 아이러니 기법에 관한 연구가 다수 존재한다. 김병익은 『왕자가 아닌 한 아이에게』에서 교환 가치와 허위의식으로 삼투해가는 문명을 부정하고자 시인이 선택한 구체적 방법론에 대해 고찰한다.[4] 그는 오규원 시의 아이러니 기법이 교환 가치의 세계 속에 응고

3) 김은숙, 「오규원의 수사적 특성에 관한 연구」, 문예시학회, 『문예시학』 제21호, 2009, 125-152면; 김홍진「오규원의 시적 방법론과 시세계」, 한국현대문예비평학회, 『한국문예비평연구』제28호, 2009, 39-62면, 박동억「현대시의 키치 전유 기법 : 1980년대~90년대 시를 중심으로」, 숭실대 석사논문, 2015.

되어버린 자본주의적 삶과, 거기에 무비판적으로 순응하는 가짜 만족이라는 허위의식에 주목했음을 짚어낸다. 오규원의 아이러니는 주체와 객체의 질서를 어지럽힘으로써 시점과 시어의 균형을 깨뜨리는 효과를 낳고, 이것이 자본주의 사회의 허구에 대한 비판을 효과적으로 수행한다는 것이다. 이광호 역시 오규원이 아이러니의 기법과 정신을 집요하게 밀고 나가고 있음에 주목한다.[5] 그에 따르면, 시인의 언어에 대한 반성적인 물음은 자본주의적 질서 안에서 도구화되고, 이것이 사물화된 언어에 대한 관심으로 나타날 때 상품·광고시의 형태를 보인다고 한다. 이연승[6] 또한 아이러니의 핵심은 '현실에 대하여 거리를 둔다는 것'이며, 이 '거리'는 예술가로 하여금 현실의 은폐된 리얼리티를 인식하게 하고, 현실을 비판하는 역할을 한다고 본다.

김현 역시 『왕자가 아닌 한 아이에게』에서 오규원이 세계에 대한 풍자적 태도를 취하고 있음에 주목한다. 그는 시인이 구체적으로 대상을 묘사하고 이에 대한 부정적 답변을 개진하고 있음을 짚어낸다.[7] 구체적으로 그는 잠이 오지 않는 것을 소재로 한 몇 편의 시에서 오규원의 환상·이상의 바라봄과 사소한 대상의 구체적 묘사라는 시법을 읽어낸다. 김준오는 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』를 비롯한 일련의 실험시, 다시 말해 상업광고의 패러디가 신선한 도시적 감수성을 표현한다는 점에 주목한다.[8] 그는 이것이 '변증법적 재복제'라는 하나의 전략으로서, 대중매체를 통해 일상적으로 제공되는 상품의 광고를 새로운 문맥으로 변용시켜 자본주의 문화의 허구성과 모순을 비판하는 것이라 읽어낸다. 김동원은 오규원의 상품·광고시에서, 삶이 물(物)의 세계와 연결되어 있음을 인정하고 물의 세계가 신격화되는 세태를 비판하는 오규원의 시선을 포

---

4) 김병익, 「물신 시대의 시와 현실 : 상황과 상상력」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』 비평, 문학과지성사, 1979.
5) 오규원·이광호, 「에이론의 시정신과 시쓰기-오규원 중기시 읽기」, 이광호 편, 『오규원 깊이 읽기』, 문학과지성사, 2002, 238면.
6) 이연승, 「산업 사회에서의 미적 성찰과 아이러니의 시쓰기」, 한국시학회, 『한국시학연구』 제12호, 2005, 308면.
7) 김현, 「깨어 있음의 의미」, 『문학과 유토피아』, 문학과지성사, 1993.
8) 김준오, 『도시시와 해체시』, 문예비평사, 1992, 168면.

착한다.[9]

박래은은 오규원의 텍스트를 사회사적 맥락과 연결하여 1970~80년대 도시 개발과 산업화에 따라 팽창한 서울의 장소성 및 소비문화에 주목한다.[10] 그는 오규원이 '사물과 현장의 이질감' 및 '도시 사물성과 비장소를 통한 소비와 성형의 현장'에 주목하고, 오규원의 시 속 '도시 사물성'과 액체근대적 유동성을 고찰한다. 이에 따르면, 오규원의 시는 서울이라는 근대 도시와 고독한 인간상을 표현하되, 관념을 배제하고 상황만을 보여주는 방식을 취하며 도시 사물성을 드러낸다고 한다. 또한 이 연구는 쇼핑센터를 중심으로 한 비장소와 그 인접한 도시 사물이 특징적으로 보여주는 소비주의적 욕구, 미적 인식의 가치 변화와 성형 등의 극단주의적 소비주의적 욕망을 고찰한다. 김민지[11] 역시 오규원의 중기 시가 갖는 시대적 배경에 주목하며, 그의 시가 '몸'의 미학과 맞물려 있음을 포착한다. 자본주의 사회를 풍자하는 경향이 두드러지는 그의 시에서, 의미를 잃어버린 어떤 속성 또는 도구로 표상되는 '몸'을 발견할 수 있다는 것이다. 이는 자본주의 사회 속의 '몸'과 그 대안이 되는 세계인식 주체로서의 '몸'으로 구분되어 나타낸다고 한다.

오규원의 시를 탐구하는 데 있어 그의 시 세계를 시기별로 분리하여 방법론을 탐구하는 방향으로, 해체시적 정체성[12]을 중심으로 하여 텍스트를 해체하는 방향으로, 혹은 오규원이 직접 제시한 시론을 바탕으로 텍스트를 해석하는 방향으로 다수의 연구가 이루어져 왔다. 하지만 오규

---

9) 김동원, 「물신 시대에서 살아남기 위하여-오규원의 '상품 광고시'」, 『문학과 사회』 겨울호 제1권, 1988.

10) 박래은, 「오규원 시에 나타나는 도시 사물성과 유동의 미학-1970~80년대 시를 중심으로, 한국시학회, 『한국시학연구』 제66호, 2021.

11) 김민지, 「오규원 중기 시의 시적 방법론과 '몸'」, 전남대학교 한국어문학연구소, 『어문논총』 제28호, 2015.

12) "해체시는 기본적으로 '시'라는 양식과 '언어'에 대한 불신에서 비롯되는데, 이러한 해체시의 기본 정신을 생각할 때, 오규원의 시 또한 해체시로 분류될 수 있다. 다만, 오규원이 해체하고자 하는 가장 큰 대상이 기존의 "관념"과 "질서"와 같은 큰 틀의 상징구조라면, 여타 해체시인들은 그 대상이 딱히 정해져 있지 않다. 오히려 그 해체의 대상이 불분명하기 때문에 그들의 시는 "해체를 위한 해체"와 같은 인상을 준다" (박지은, 「오규원 시 연구—언어와 실재의 관계를 중심으로」, 서울대학교 석사 학위논문, 2016, 23-24면 참조).

원의 중기 시는 양식적 파괴와 다채로운 아이러니, 패러디 기법 등을 활용했다는 점에서 실험적인 언어 운용과 방법론적 측면에만 주목을 받아온 부분이 존재한다. 이는 시인이 한 시론에서 '시의 갖가지 형태에 대해서는 다각도의 관찰이 이루어지고 있으면서도, 그 시를 떠받치고 있는 한 시인의 정신세계를 논리적으로 밝히고 이론화하는 데는 많은 노력이 제거되어 있는 것이다.[13]'라며 안타까움을 토로한 지점과 연결된다. 본질적인 연구 목적은 시의 참다운 가치와 성체를 밝히고[14], 그 시를 있게 하는 시인의 의식과 정신 세계를 밝히는 데 두어야 한다는 점에서 방법론적인 측면에 치중한 기존 오규원의 중기 시 연구에는 어느 정도 한계가 있다고 할 수 있다.

본고는 다수의 선행 연구들이 방법론적 차원에서의 시적 기법을 분석하는 데 치우쳐온 한계에서 한 걸음 더 나아가, 오규원의 문학적 상상력과 사회학적 상상력의 결합을 통해 시대에 대응하는 시인의 정신세계를 드러내고자 한다. 다시 말해, 본고는 오규원 중기 시에 나타나는 언어 운용의 형식적 특징만을 다루지 않고, 시인이 언어와 세계 사이의 간극에 대하여 절망하여 자본주의 체제의 소비사회에 던지는 비판적 시선을 발견하고자 한다. 이를 위하여 먼저 오규원의 상품·광고시를 주요 분석 대상으로 삼아, 물신화된 제국의 지배 이데올로기와 이를 재현해내는 상징 조작을 분석하고자 한다. 이를 통하여 시인이 문제시하는 현실 사회의 단면을 고찰하고, 오규원의 현실 인식과 시적 방법론의 모색 과정을 살필 것이다. 오규원 상품·광고시에 나타난 제국의 문화 지배 코드의 상징 조작 과정을 밝혀내는 작업은 오규원의 시를 사회적인 맥락에서 이해하는 데 주효할 뿐 아니라, 그가 시대와 사회에 던지는 통찰을 밝히는 데 있어서도 유의미할 것이다.

오규원이 비판적으로 여기는 자본주의 사회와 물신주의 풍조에 대한 고찰을 위해서는 서양 문화의 제국주의적 침투라는 측면에 주목할 필요가 있다. 전근대의 전통적 제국주의는 고도화된 자본주의와 결합하여 서

13) 오규원, 「方法論 探求의 一例」(1975), 『現實과 克己』, 1976, 42면.
14) 오규원, 위의 글, 1976, 38면.

구-비서구의 구도를 중심으로 중심-주변, 남성-여성 등의 지배-피지배의 이분법적 이데올로기를 형성해왔다. 그런데 현대 사회에 들어서서는 식민지의 해방, 대중매체 연결망을 토대로 한 급격한 세계화의 흐름과 더불어 타 국가 및 민족에 대한 폭력적·강압적 지배는 더 지속되기 어려워졌다. 대신에 제국의 이데올로기는 '문화'로 외형을 바꾸어 지배력을 지속해서 행사하는 전략을 택한다. 상위 문화를 표방하는 서양 제국이 상위 문화-하위 문화의 이분법적 이데올로기를 상품과 광고로 포장하여 지배력을 유지하려고 하는 것이다. 이러한 맥락에서 본고는 상품으로 표상되는 지배문화가 기호화되고 및 상징 조작되어 대중의 무의식에 미치는 영향을 탐색함으로써, 오규원의 시가 사회와 대중에 전하는 경고를 새로이 발견할 것이다.

결론적으로 본고는 오규원의 상품·광고시를 분석하여 현대 사회의 소비주의적 풍토 아래에서 은닉된 지배문화의 작동 방식을 포착하고자 한다. 이를 위해 문화 제국주의 담론을 경유하여 현대의 헤게모니가 문화라는 외관을 활용하는 지점을 확인하고, 지배문화의 기호화와 상징 조작의 매커니즘, 이에 대응하는 소비 대중의 의식을 분석하고자 한다. 문학 속 현실은 한 시인이 표현하고자 하는 세계를 위해 선택되고 변용된 모형[15]이라는 오규원의 발언에 비추어 보면, 시인이 작품 속에서 그려내는 현실은 시인이 말하고자 하는 바를 핵심적으로 담고 있는 한 단면일 것이다. 이에 따라서 본고는 시인의 눈에 비친 세계를 발견하여 작품에 담긴 시인의 현실 비판적 시선을 더욱 심층적으로 분석할 것이다. 나아가 교환 가치에 근거하는 자본주의 소비 경제체제의 작동원리를 명확히 꿰뚫은 오규원의 통찰이 시적 기법에 적용됨을 확인해보고자 한다. 이를 통해 시인이 타락한 세계의 언어를 그대로 이용하는 방식으로 현실에 대응하고, 대중의 각성을 끌어냄을 고찰하는 데까지 나아갈 것이다.

15) 오규원, 「시와 현실」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 94면.

제 2 절 연구의 시각

오규원이 바라본 대한민국의 1970~80년대는 대량의 서구 문물이 쏟아지며, 경제적으로는 대량 생산과 대량 소비의 풍요한 사회가 건설되는 때이다. 자본주의 체제에서 상품으로 표상되는 범람하는 서구 문화, 그리고 이를 선전하는 다양한 형태의 광고들을 시적 소재로 삼은 오규원의 중기 시 작품들은 시적 기법의 차원을 넘어 사회적 맥락에서 깊이 고찰되어야 할 필요가 있다. 우선 '문화'의 형태로 현대화된 제국주의 이데올로기에 주목함으로써, 상징 조작되어 은폐된 지배문화 코드를 오규원의 상품·광고시 속에서 발견하고자 한다. 그리고 이를 통해 현실 사회를 향한 시인의 비판적 태도를 고찰하여 그가 시대와 사회에 던지는 통찰을 포착하고자 한다.

'제국주의'는 자국의 정치적·경제적 지배력을 다른 민족이나 다른 국가에 확대하려는 국가의 정책이나 방향성을 의미한다. 이는 근대 산업화 이후 자본주의 시대가 도래한 19세기 후반부터 20세기 초반에 이르기까지 영국, 프랑스, 미국, 독일과 같은 자본주의 열강이 아시아, 아프리카 등에 지배력을 가했던 때에 제시된 개념이다. 1880년대 이후 모든 자본주의 열강은 식민지를 차지하기에 여념이 없었다. 제국주의는 대개 침략을 통해 영토를 확장한다는 점에서 식민주의, 팽창주의와 비슷한 의미로 사용되기도 하였다. 그러나 타민족 및 타 국가에 대한 영토적 지배를 핵심 요소로 삼는 식민주의와 다르게 제국주의는 반드시 영토의 침탈 및 점령을 수반하는 것은 아니다. 제국주의에서 중요한 것은 정치적·경제적 통제권이기 때문이다.

레닌은 식민지 쟁탈의 경제 구조의 관점에서 자본주의의 변천을 조망하며 '제국주의'를 독점의 자본주의가 최고 단계에 도달한 지점으로 정의한다. 그는 우선 자유경쟁이 지배하던 자본주의가 독점 자본주의의 단계로 나아감을 지적한다.[16] 레닌에 따르면, 자본주의는 3단계에 걸쳐 변

16) 독점의 역사를 요약하면 다음과 같다. 1860년대~70년대의 유럽에서는 자유경쟁의 발전이 정점에 도달하며 독점은 두드러지게 가시화되지 않았으나, 1873년 국

모의 양상을 보인다. 1기는 상업 자본주의, 2기는 자유경쟁 기반의 산업 자본주의, 그리고 3기는 독점 자본주의라는 것이다. 시장의 고도화와 더불어 발생한 대공황은 자유 경쟁을 기반으로 한 시장 내 다양한 자본가들의 몰락을 초래하고, 소수 혹은 단독의 지배력 있는 기업을 중심으로 독점 시장을 형성하는 데에 이르게 된다. 이렇게 최고 단계로 발전한 자본주의의 중요한 특성은 '기업결합'과 '집중'인데[17], 이때 '집중'은 기업에 엄청난 양의 자본을 바탕으로 한다.[18]

독점 자본주의는 자유경쟁[19]을 서서히 대체하며, 생산과 자본의 집중을 초래하여 그로부터 독점(카르텔[20], 신디케이트, 트러스트 등)을 형성

제적인 산업 불황에서부터 카르텔이 형성되기 시작한다. 점진적인 카르텔 형성 이후, 즉 1900년 이후부터 그 이전의 공황 때와는 비교할 수 없을 정도로 거대하고도 근본적인 산업의 집중이 초래되었다. 기술의 우위를 다루는 기업 간 자유경쟁은 무력해졌으며, 철강·전기 산업과 같은 거대기업은 복잡한 기술과 방대한 조직, 자본력을 바탕으로 독점적 지위를 차지하게 된다. 카르텔은 모든 경제 활동의 기반이 되었으며, 자본주의는 제국주의로 전환되었다. (블라디미르 일리치 레닌, 『제국주의, 자본주의의 최고단계(Имперiализмъ, какъ новѣйшiй этапъ капитализма)』(1917), 이정인 옮김, 아고라, 2018, 31-35면의 요약).

17) 블라디미르 일리치 레닌, 위의 책(1917), 2018, 31면.

18) 이때의 독점기업의 지배적 위치는 은행업의 집중화와 긴밀하게 연결된다. 독일, 프랑스, 영국 등의 오래된 자본주의 국가에서의 '은행망' 구축은 분산되어 있던 자본과 화폐소득을 집중시켜 단일한 자본주의 경제 체제를 형성하게 하였다. 예를 들어 슐체-개베르니츠(Schulze-Gävernitz)에 따르면 1909년 말 독일의 도이체방크 그룹 내에는 1차, 2차, 3차의 출자 은행들이 존재했으며, 총 87개의 은행이 직접적, 간접적으로 연결되어 있었다. 당시 도이체방크가 운용하는 자기 자본 및 계열 은행 자본을 합친 총액은 약 20-30억 마르크로 추정된다. 도이체방크를 포함한 베를린의 9대 은행은 총 113억 마르크, 독일 은행자본 총액의 약 83%를 지배하고 있었다고 말한다. 이렇게 은행에 자본이 '집결'되고, 은행과 산업 간의 긴밀한 유착으로 초래된 자본 집중은 다른 거대 독점 산업 조직들에게 자본력의 원천이 되었다. (블라디미르 일리치 레닌, 위의 책(1917), 2018, 48-55면의 요약).

19) 자유경쟁은 자본주의 및 상품 생산 일반의 기본 특성이며, 본디 독점은 자유경쟁과 대립하는 개념이다. 반세기 전 마르크스의 『자본』은 이전까지 자유경쟁을 '자연법칙'으로 여겼던 다수 경제학자의 관점에서 나아가 자유경쟁이 생산의 집중을 낳고, 집중이 일정한 단계에 이르게 되면 독점으로 진화한다는 이론을 제시한다. 자유경쟁은 대규모 생산을 창출하여 소규모 생산을 몰아내고, 대규모 생산을 더욱 거대한 규모의 생산으로 대체하는 데 일조하기 때문이다. 이때 생산의 집중에 의한 독점 형성은 현 단계 자본주의 발전의 보편적인 법칙으로 상정된다. (블라디미르 일리치 레닌, 위의 책(1917), 2018, 28면· 143면의 요약).

20) '카르텔'은 판매 영역을 배분하고, 제품의 생산량을 결정하며, 가격을 정하거나 판매조건, 지불기한 등에 대해 서로 협약을 맺는다.

한다. 이는 시장 내 개별 자본가들 간의 자유 경쟁[21]을 대체하여 지배력 있는 거대 기업(집단)간 블록을 형성하며, 초거대 블록의 형태로 발전하게 된다.

레닌은 제국주의 시대 식민-피식민의 구조가 단일한 지배-피지배의 구조는 아님을 발견한다. 피식민 국가는 정치적·형식적으로는 독립적으로 존재하지만, 실제로는 외교적·금융적으로 제국의 지배와 예속에 얽매여 있다는 것이다. 거대기업가들의 독점 연합을 바탕으로 한 지배는 경쟁자들에게서 모든 경쟁의 가능성을 빼앗기 위한 수단과 방법을 다방면으로 활용하며, 그 중에서도 식민지 획득을 위한 투쟁을 적극적으로 전개한다. 이는 자본주의가 고도로 발전할수록, 원료가 부족해 전 세계적으로 경쟁과 원료 산지에 대한 쟁탈이 격화되며 블록은 공고해지기 때문이다. 이처럼 제국주의는 독점과 금융 자본의 지배가 형성되고, 자본수출이 중요한 의미를 획득하며, 국제 트러스트에 의한 세계분할이 시작되고, 가장 큰 자본주의 나라들에 의해 지구의 모든 영토 분할이 완료된 단계의 자본주의[22]라고 정의할 수 있다.[23]

카우츠키는 레닌의 그러한 정의를 비판하였다. 그는 "순수하게 경제적인 관점에서 보면 자본주의가 또 하나의 새로운 단계로 진입하는 것이 불가능하지 않다. 카르텔 정책이 대외정책으로 확장되는 초제국주의 단계로 말이다"라고 말하며, 국가 단위의 제국주의를 초월하여 제국 간 전 세계적 단합을 통해 전쟁이 종식되고, 연합된 금융자본이 세계를 공동으

---

21) 정확히는 독점이 자유경쟁을 완전히 제거하여 대체되는 것이 아니라, 이와 나란히 존재하면서 첨예한 모순, 마찰, 분쟁 등을 만들어낸다고 본다.

22) 블라디미르 일리치 레닌, 앞의 책(1917), 2018, 145면.

23) 하지만 이러한 레닌의 제국주의의 정의에 관해 카우츠키는 1914년 11월 단호히 반대하며 제국주의는 세계 경제에 있어 하나의 '국면'이자 단계가 아니라, 금융자본이 선호하는 특정 정책일 뿐이라고 역설한다. 그는 "제국주의는 고도로 발전한 산업 자본주의의 산물이다. 그것은 거기에 어떤 민족이 살고 있는가와 관계없이, 더 넓은 농업 지역을 정복하고 합병하려는 모든 산업 자본주의 민족의 열망에 존재한다.(레닌 주 1914년 9월 11일 발행된 ≪노이에 차이트≫, 1914, 2호(32권), 909쪽, 1915년, 2호, 107쪽 이하에서 재인용함)"고 말한다. 레닌은 이에 대해 카우츠키가 제국주의가 산업자본이 아닌 금융자본을 기반으로 한다는 점, 농업 지역뿐 아니라 공업화된 지역까지 포괄하려는 제국주의의 본질을 간과했다고 지적한다.

로 착취하는 단계인 '초제국주의'론을 예견한다. 하지만 이는 금융자본의 지배가 실제로는 세계경제 내부의 불균등성과 모순을 심화시키고 있음에도, 오히려 그것들을 완화해주는 것처럼 보이게 할 우려가 있다.[24]

현대 사회의 제국은 지배 방식을 달리하게 되었다. 더는 독점 자본을 중심으로 한 이분법적인 지배-피지배의 구조가 가시적으로 명료하게 드러나지 않는다. 식민 체제의 모순을 노골적으로 드러내지 않고, 광고·홍보·문학·영화·텔레비전 프로그램 등 다양한 매체가 이데올로기적 영향을 미치기 시작한 것이다. 제국주의를 '전통적' 형태와 '현대적' 형태로 구분했을 때, 전통적 제국주의 시대에는 '교회, 교육 시스템, 공적인 당국'을 중심으로 한 통제와 착취가 횡행하지만, 현대에는 '대중매체, 홍보, 광고' 등이 주요한 역할을 한다고 볼 수 있다.[25] 이는 '문화[26]'의 형태를 통해 지배 이데올로기를 교묘히 감추고 타민족 및 타 국가에 강력한 영향을 미친다. 현대 경제체제는 다양한 문화적 생산물들을 대량으로 생산하기 시작했다. 그리고 이러한 '문화'의 생산물이자 상징물인 '상품'들은 형태가 달라진 제국주의의 영향력을 발휘한다.

---

24) 블라디미르 일리치 레닌, 앞의 책(1917), 2018, 153면의 요약.

25) James Petras, *Cultural Imperialism in the Late 20th Century*, Economic and Political Weekly, Vol.29(32), 1994, pp.139-147.

26) 19세기 동안 '문화'의 개념은 다수가 접근하기 어려운 고급 예술 혹은 문학의 형식과 연결되어 축소적으로 사용됐다. '문화'라는 용어의 배타적 의미에 대응하여 윌리엄스는 문화를 평범하고 보편적인 것, '일상적인 것'으로 정의하였다. 이러한 차원에서 문화 연구는 텍스트와 담론들로 표상되는 문화적 실천들이 인간의 일상적인 삶과 사회 안에서 어떻게 삽입되어 작동되는지를 기술(description)함과 동시에, 이러한 기술을 통해 문제를 발견하고 중재하며 조정하는 시도라고 볼 수 있다. 혹은 현존하는 권력 구조를 더욱더 공고히 만들거나 변형시키기도 한다. 특히 대중문화(popular culture)는 다양한 의미들이 충돌하고 갈등하는 하나의 문화의 장으로서, 이를 통해 사회적·문화적 의미를 발견하고, 사회적 관계(social relations)를 형성한다. 그러므로 문화적 실천들이 발생하는 사회적, 역사적인 맥락을 이해하는 것은 매우 중요하다. Grossberg(1997, 마동훈 외 역, 186면)에 따르면 '이 맥락은 사전에 경험적으로 주어지는 것이 아니라 인종, 성별, 계급, 종족, 세대 등과 같이 권력이 구조화되는 차원에서 제기되는 정치적 질문에 의해 정의된다.' (Lawrence Grossberg, *Cultural Studies: What's in a Name? One More Time. Bringing it All Back Home: Essays on Cultural Studies.* Durham & London: Duke University Press(1995), 마동훈·정성철 옮김, 『현대사상』 겨울호, 민음사, 1997, 245-271면의 요약).

문화 제국주의론은 문화 종속 현상과 연결해 담론을 개진한다. 발달된 자본주의 국가가 상대적으로 저성장한 국가에 대해 지배와 종속의 관계를 형성함으로써, 후자의 문화가 전자의 문화로 획일화할 위험에 처하게 되기 때문이다. 어떠한 문화 상품이 지배 국가에서 종속 국가로 전달되고, 이를 통해 지배 국가의 문화적 가치와 사상 등이 타국에 전달·유지되어 문화의 수요와 소비를 재생산해 나간다는 것이다.[27] 에드워드 사이드에 따르면, 문화와 제국주의의 관계는 매우 긴밀하다. 사이드는 서구의 문화 형식들이 전통적 제국주의의 폐쇄 구조에서 벗어나고 있음을 언급한다. 북반구-남반구, 중심부-주변부, 백인-토착민 사이의 이분법이 역동적인 국제 정세 속에서 재구성되고 있다는 것이다.[28]

1914년까지 군사적·정치적 침략을 통해 전 세계 영토의 85%를 차지한 제국들을 중심으로 하는 고전적 제국주의는 막을 내렸다고 여길 수도 있다. 하지만, 오늘날 특히 문화적으로 제국주의적 영향력은 계속되고 있다고 볼 수 있다.[29] 사이드는 레이몬드 윌리엄스의 저서 『문화』(1981)를 전유하여, 20세기에는 새로운 국제적 또는 초국가적인 구성체들이 생겨나고, 이들이 제국의 중심에서 아방가르드화되는 경향을 지적한다. 그는 다국적 자본을 바탕으로 여러 나라에 걸쳐 영업·제조 거점을 두며 국가적·정치적 경계에 구애받지 않고 과점적으로 시장을 지배하는 다국적 기업이 등장하고 있음을 주목한다. 독점 자본을 중심으로 하던 제국주의는 탈중심화의 양상을 보이는 것이다. 물론 여전히 문화를 국제화하는 효과적인 시장의 힘의 근원은 '제국의 중심 도시와 초국가적 시대의 지속되는 지배문화'이다. 하지만, 현시대의 제국주의적 구조는 이전보다 덜

27) 강명구, 『소비 대중문화와 포스트모더니즘』, 민음사, 1993, 301면.
28) 에드워드 사이드, 『문화와 제국주의』, 감성곤·정정호 옮김, 창, 1995, 115면.
29) 지리학자 닐 스미스(Neil Smith)는 그의 책 『불공평한 개발』에서 자본주의가 역사적으로 특정한 종류의 자연과 공간, 즉 빈곤을 부(富)와, 농업의 축소를 산업적인 도시화와 통합하는, 불공평하게 개발된 풍경을 어떻게 만들어 냈는가를 보여준다. 이러한 과정의 정점에 제국의 후원으로 모든 공간을 지배하고 분류하며 전반적으로 상업화하는 제국주의가 놓이게 되며, "영토적인 분업에 따라 국가 공간을 차별화"하는 보편적인 자본주의가 이루어졌다고 언급한다. (에드워드 사이드, 위의 책, 1995, 395면의 요약).

야만적이고, 더 세련된 형태로 탈바꿈한다.[30]

사이드는 오늘날 문화의 영역이 더는 제국주의적 착취와 연관이 없어 보인다 해도, 제국주의적 요소들이 문화 활동의 일부 분야에 얼마나 대단히, 그리고 창조적으로 영향을 미쳤는지 성찰해야 함을 강조한다. 지배를 합리화하기 위해서는 문화의 영역에 상위(중심)과 하위(주변)의 본질적인 차이가 있다는 존재론적(인식론적) 구분이 필요하기 때문이다. 또한 지배-예속 구조는 서양 제국의 상위 문화에 의하여 은폐된다. 침략과 지배는 자신을 신비화하기에, 수용국가는 그 정체를 제대로 인식하기 어렵다.

지배-예속의 구조가 은폐되는 현상은 문화 제국주의의 시대가 도래하며 자본주의 시장 내 소비의 위계질서가 역전된 현상과 무관하지 않다. 전통적 제국주의 시대에는 식민지 영토의 무력 침탈을 통해 시장이 확장되며, 그 시장 내에서 상품의 생산과 소비가 이루어지는 자족적 질서가 유지되었다.일반적인 경제 상황에서는 자율성을 바탕으로 상품을 고르고 선택할 수 있는 권리가 소비자에게 존재한다. 이때 소비자는 우월적 지위를 점한다고도 볼 수 있다. 하지만, 전통적 제국주의 시대에는 이것이 왜곡된 형태를 보이기도 한다. 자유로운 교역을 금하고, 본국의 상품만을 소비하도록 강제하는 등 강압적으로 소비시장을 통제하기 때문이다. 다시 말해, 서구 제국은 판매자로서 식민지 토착민의 소비를 '강제'하는 위치를 점해온 것이다.

그런데 문화 제국주의 시대가 도래되면 판매자-소비자 간 우열의 전복이 일어나며 소비 체계의 위계질서는 무너지게 된다. 정치적·경제적으로 식민지들이 독립을 쟁취함에 따라 더는 서구 제국이 강압을 행사할 수 없게 되었기 때문이다. 또한 제3세계도 직접 자본 형성에 참여할 수 있는 구조가 되면서, 다국적 기업을 중심으로 다양한 상품들이 생산된 것도 변화의 원인이 되었다. 특히 문화 상품의 경우에는 대체품이 매우

30) 사이드에 따르면, "제국주의는 문화적 측면에서, 정치적·이념적·경제적·사회적 실천에서 언제나 있던 바로 그 자리에 여전히 남아 있다"(에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 56면).

많아 소비자들의 선택권이 확장된다는 점도 주목할 만하다. 이에 따라 금융자본을 중심으로 형성된 거대기업들 간의 강한 연합력은 문화 상품 시장에서 무력해졌다. 그 때문에 서구 제국은 상품 소비의 필요성을 소비자에게 '설득'하는 방향으로 전략을 전환한다. 구체적으로는, 상품의 장점과 매력을 선전과 광고로써 소비자의 무의식에 각인하는 전략이 등장하기 시작한다. 이러한 매커니즘은 이전과 같이 강제로 상품이나 문화를 소비하게끔 하는 것이 아니다. 선전과 광고를 통해 조작되는 상징들은 소비자(수용자)로 하여금 '상품'으로 표상되는 제국의 중심문화를 '우수'하고, '매력적'인 것으로 인식하게 만들고, 이에 대한 자발적 복종을 유도하는 것이다.

사이드는 20세기가 끝나 감에 따라 세계 각지에서 문화들 사이의 경계에 대한 인식이 확산되기 시작함을 지적한다. 그에 따르면, 세계화가 도래하며 전례 없이 긴밀하게 연결된 세계속에서 한 사회는 문화적으로 '자기 정의'의 과정을 거치게 된다. 이때 그 사회의 정체성을 정의해주는 문화는 그것이 포함하고 정당화하는 것들에게는 유익하지만, 그것이 제외하고 격하하는 것에게는 그렇지 않다. 이는 문화에 있어 '차이'와 '분리'에 대한 인식이 점차 확산되고 있다는 것을 의미한다.[31] 그러면서도 문화는 단일하거나 단층적이거나 독립적인 것이라기보다는, '외래의' 것, 차이, 변형들을 포함하는 특징도 있다고 사이드는 말한다.

직접 지배를 통해서 획득하는 '권력'과 문화를 통해서 획득하는 '정통성'이라는 두 요소는 고전적 제국주의의 대표적 특징이다. 미국의 지배력이 커진 시대에, 이 고전적인 특징이 미디어를 중심으로 한 정보의 확산과 통제 기제의 발전에 따라 달라졌다는 점은 어렵지 않게 생각해볼 수 있을 것이다. 그리고 이러한 국제적인 매체의 존재가 무의식적인 인식의 차원에서 놀라울 정도로 광범위하게, 깊숙하게, 그리고 교묘하게 침투하고 있음을 알 수 있다.[32] 말하자면, 서구의 매체는 일반적으로 주요한 서

31) 에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 65면.

32) 안토니 스미스(Anthony Smith) 역시 그의 저서『정보의 지리 정치학』에서 교묘한 서구 제국 문화가 대중의 무의식에 침투하고 있는 문제의 심각성을 인정하고 있다. 20세기 후반기에 새로운 전자 기기가 가하는 위협은 식민주의 자체의

구의 문화적 맥락을 감각적으로 확장하는 데 강력하게 일조하고 있다는 것이다.

요컨대 사이드가 제시한 문화 제국주의 개념의 핵심은, 문화적 집성이 본질적으로 제국주의적인 주체성과 그 지시성을 지탱시켜 주는 압력과 제약의 체계[33]라는 점이다. 이 때문에 주류 문화는 상위 문화로서의 위치를 확보하게 된다.[34] 이에 사이드는 문화 속에 완전히 스며들어 있는 제국주의 이데올로기를 파악하기 위한 노력이 필수적임을 역설한다.

전통 사회는 고도화된 자본주의의 단계를 맞이하며 물신화 및 상품화의 경향을 띤다. 상품은 산업혁명, 제조업의 분업, 세계시장을 겨냥한 대량생산과 함께 사회를 실제로 점령하려는 하나의 세력으로서 모습을 드러낸다. 사람들이 보는 세계는 상품 세계이다. 상품은 점차 사회를 총체적으로 점령하는 지점에 도달한다. 그리고 상품의 지배는 은밀한 방식으로 행사되었다.[35] 생산성의 발전에 있어 우위를 차지하는 지역들은, 과거에 제국의 무력 지배로 인해 산업화가 더딘 지역들에 대해 몇몇 인기 상품을 활용해 지배 체제를 유지하려고 한다. 이러한 방식으로 서구 제국들은 독점적 상품 생산을 중심으로 한 독재의 범위와 강도를 확장시켜 온 것이다.[36]

이러한 상황에서 더 나아가 사회는 '소비'의 가치를 중시하는 분위기

위협보다 더 커질 수 있다. 우리는 탈식민지화와 초민족주의의 성장이 제국주의적인 관계의 종식이 아니라, 르네상스 이래 계속 구축됐던 지리정치학적 네트워크의 확장에 불과하다는 것을 배우기 시작했다. 새로운 매체는 그 이전의 어떠한 서구 기술이 보여준 것보다 더 강한 침투력을 가진다. 그 결과는 오늘날 개발 도상 국가 사회 내의 사회적 모순을 강화하는 엄청난 재앙이 될 수도 있다. (Anthony Smith, *The Geopolitics of Information : How Western Culture Dominates the World* (New York : Oxford University Press, 1908), p.176; 에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 499-500면에서 재인용).

33) 에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 546면.

34) 제임슨에 따르면, "소비 문화의 중요한 특징은 혼성(패스티쉬) 모방과 노스탤지어에 토대를 둔 과거 문화 산물에서의 새롭고 점층적인 무작위성, 공간의 재구성, 그리고 다국적 자본의 특징과의 새로운 관계를 설정한다는 점이다" (에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 546면).

35) 기 드보르, 『스펙타클의 사회』, 유재홍 옮김, 울력, 2014, 41면.

36) 기 드보르, 위의 책, 2014, 42면.

가 팽배해진다. 뒤르켐의 정의에 따르면, '소비'는 형식적 규칙에 얽매여 있는 것이 아니라, 개인의 욕구와 무질서 같은 일종의 아노미적 영역에 위치해 있다고 '보인다'. 하지만 소비는 개인적 차원에서 이뤄지는 것이 아니라, 사회 안에서 일종의 의사소통 기호로 작동하는 것이다. 다시 말해, 개인의 사적 영역에서 이루어지는 행위가 아니라 적극적인 집단행동이자 도덕이며, 사회적 규칙이자 제도이다. 소비는 하나의 가치체계이며, 체계는 집단 통합 기능 및 사회 통제의 기능의 요소를 지니고 있다.[37] 이러한 측면에서 '소비 사회'는 소비를 학습하게끔 하는 구조적 특징을 지닌다. 이때 학습이란 사회의 구조와 체계를 인식의 틀로 받아들이는 과정이라고 본다면, 소비 사회에서 소비자는 '소비'라는 사회화 훈련을 행하고 있는 것이다.[38]

소비는 개인적 차원에서 순수한 향유에 국한되기보다는 전면적으로 집단적인 기능의 특성[39]을 지닌다. 현대 자본주의 사회에서 소비자의 소비는 단지 물건을 구매하는 데 그치지 않고 문화적 의미를 생산하거나 표현하며, 같은 취향의 공동체를 형성하고 상징체계를 전달하기도 하기 때문이다. 소비 사회 내의 소비자들은 자신이 개인적인 취향 혹은 합리적인 판단을 바탕으로 소비하고 있다고 믿지만, 사실상 그들은 사회의 큰 구조 속에서 형성된 이론적 틀에 의해 소비하고 있는 것이다. 그리고

37) 장 보드리야르, 『소비의 사회』(1970), 문예출판사, 이상률 옮김, 2015, 117면.

38) "소비 사회의 특징은 매스커뮤니케이션 전체가 3면 기사[사회면 기사]적 성격을 가진다는 것이다. 정치적·역사적·문화적인 모든 정보는 3면 기사라고 하는 대수롭지 않은, 그러나 동시에 기적을 부르는 것과 같은 형식으로 받아들여진다. 이들 정보는 완전히 현실적인 것, 즉 눈에 띄기 쉽게 극적인 것이 되며, 동시에 완전히 비현실적인 것, 즉 커뮤니케이션이라고 하는 매개물에 의해 현실에서 멀어진 기호로 환원된다. 따라서 3면 기사는 우리의 주술적 사고, 즉 신화의 범주에 속한다. 그리고 신화는 현실, '진실'과 '객관성'의 한층 더 탐욕스러운 요구 위에 입각하고 있다. 중요한 것은 진실보다 더 진실인 것, 달리 말하면 그곳에 없었으면서도 그곳에 있었던 것, 즉 환시(幻視, phantasme)이다. 매스커뮤니케이션이 우리에게 제공하는 것은 현실 그 자체가 아니라 현실의 현기증(vertige de la réalité) 또는, 말장난은 아니지만, 현기증 없는 현실이라고 해도 좋다" (장 보드리야르, 위의 책(1970), 2015, 30면).

39) "소비는 기호의 배열과 집단의 통합을 보증하는 체계다: 따라서 소비는 도덕(이데올로기적 가치들의 체계)인 동시에 의사소통의 체계, 즉 교환의 체계이기도 하다" (장 보드리야르, 위의 책(1970), 2015, 112면).

현대사회의 소비자들은 이러한 사실을 자각하지 못하고 있다. 그러므로 사회적 기능과 조작이 개인의 무의식을 압도하고 있다는 점이 중요하게 고려되어야 한다.

상품을 선전하는 '광고'는 소비자에게 상품정보를 전해주어 상품구매에 있어 현명한 선택을 도와준다. 또한 광고는 바람직한 사회적 목표를 추진하는 수단으로 이용될 뿐만 아니라 대중매체의 필수적인 재정적 수입원이 되기도 한다.[40] 하지만 광고는 애초에 소비를 추동하고 설득하는 상업 커뮤니케이션의 수단이다. 기업의 매출 증대를 최우선의 목표로 삼고 있는 것이다. 그렇기에 광고 '문안'은 어떠한 '목적'을 반드시 내포하는 언어이다. 이때 광고의 '메시지'는 그것에 의해 전달되는 이미지가 아니라, 광고에 의해 강요되는 관계 및 지각의 새로운 양식이라고 할 수 있다.[41]

이러한 관점에서 보드리야르는 광고나 선전의 효과가 "의견 및 개념의 수준에서 나타나는 것이 아니라, 감각적 정보 및 지각 모델을 끊임없이 무의식 속에 번갈아 넣는" 것이라고 말한다.[42] 그렇기에 광고란, 단순히 상품이나 서비스와 같은 재화를 '있는 그대로' 묘사하여 판매를 표상한 것이 아닌, **'조작[43]'으로서의 표상**이라고 할 수 있다. 문화의 영역에서는 대체로 '진실'이 아니라, '표상'이 광고된다. 그리고 이는 특정 집단의 의도 하에서 만들어질 수 있다. 사람들이 소비하는 '상품'의 이데올로기는 은폐된 것이며, 광고는 지배 이데올로기를 공고히 하는 통로이자 수단이 된다. 오규원은 상품광고의 이미지가 지배문화의 상징을 조작하는 지점을 포착하여 작품에 담아낸다.

나아가 광고는 재화의 판매를 촉진하는 과정에서 소비를 찬미하는

---

40) 김정기, 「한국광고시장 노리는 문화제국주의」, 『광장』 150호, 세계평화교수협의회, 1986, 94면.
41) 장 보드리야르, 앞의 책(1970), 2015, 197면.
42) 장 보드리야르, 위의 책(1970), 2015, 같은 면.
43) 'representation'(프랑스어로 représentation)은 푸코의 『말과 사물』(1966)에서 사용된 개념으로, 푸코는 '상상하는 행위'와 그 결과로서 의식 내용, 그리고 '이해하게 되는 것'이라는 두 가지 계통의 상이한 의미가 통합된 말로 사용한다. 여기서는 '표상'으로, 경우에 따라 대변, 대체, 재현 또는 조작으로 번역하기도 한다.

태도를 사회적으로 조장한다. 어떤 사회 내에서 상위 재화에 대한 소비가 더 높은 사회적 가치나 미덕으로 여겨지면, 소비 대중은 상대적인 박탈감이나 소외감을 해소하기 위해 노력을 다하게 되기 때문이다. 이는 과도한 소비로까지 이어질 수 있으며, 심각하게는 물신주의의 풍조를 형성하는 데까지 발전하게 된다.

광고는 문화제국주의의 영향력을 강화시키는 측면이 있다. 대중매체는 소비자들에게 상품에 대한 이미지를 무차별적으로 전달하고, 소비자들은 이를 무비판적으로 수용하게 됨에 따라, 광고는 광고가 문화제국주의의 통로로 활용될 수 있었기 때문이다. 다양한 서구문화의 가치를 지닌 상품들과 이를 강력하게 지지하는 광고들은 대중매체를 통해 사회에 쏟아지게 된다. 파편화된 이미지로 구조화된 광고는 소비자의 인식을 신화적으로 재봉합한다. 사회 전체 상황을 해석하는 체계, 사회 내 자기예언적 언설, 사회의 미래를 선취적으로 반영한 유토피아 등으로 보여지는 소비의 신화는 다채로운 양상으로 제시된다. 이는 나아가 사람들의 소비욕망을 환상적으로 추동한다. 더불어 '소비'의 가치를 역설하는 다양한 사회문화적 요소는 소비중심주의 및 물신주의 풍조를 형성하는 데 일조한다. 이러한 경향은 제3세계에 대한 서구의 문화적 지배를 견고히 뒷받침하게 된다.

여기에서 주목해야 할 지점은 경제적·정치적으로 지배-피지배의 구조가 굳어진 형태에서 문화의 우열 역시 잘 바뀌지 않는다는 사실이다. 하지만 소비사회 내에서는 '유행'이라는 풍조를 통해 주류-비주류의 문화 구조가 역전되기도 한다. 현대 사회의 특징 중 하나는 '사회에서 탈락하지 않기 위해' 끊임없이 진보하고 나아가야 한다는 점이며, 이러한 차원에서 '유행' 역시 하나의 르시클라주(재교육)로서 중요한 위치를 차지한다고 볼 수 있다. 유행은 주기적으로 변동하고 불안정하다는 특질이 있으며, 이는 사회 전체적인 차원에서 어느 정도 강제력을 가지게 된다. 사람들은 '최신의 유행'을 따라 소비 습관을 바꿔야 하는 의무를 자신에게 부여하며, 그렇게 해야만 소비사회의 진정한 시민이 된다고 생각한다. 이러한 소비자의 심리를 간파하여, 상징 조작의 주체는 상품의 광고와

선전을 통해 유행을 주도해 가며 주류 문화의 위치를 계속 점유하고자 한다. 현대사회의 이러한 조작 원리는 오늘날 '대중문화' 전체를 지배하고 있다. 나아가 지속적인 조작 행위로 인해 수용자는 서구 제국을 중심으로 하는 주류 문화를 받아들이지 않는 것이 부끄러운 것이며, 이를 자발적으로 욕망하고 복종해야 한다고 자기를 세뇌한다. 이것이 현대 소비사회가 형성되고 유지되는 핵심 매커니즘이라고 볼 수 있다. 변화하는 문화 세태에서 대중이 경험하는 것은 문화 그 자체가 아니라 문화의 르시클라주, 즉 선택의 여지가 적은 강제력의 '유행' 코드라고 볼 수 있다. 그렇기에 자연스럽게 문화의 현실적 형태이자 다양성을 특징으로 하는 하위문화(subculture)나 키치 문화 등은 점차 배제되며 쓸모없게 '여겨지는' 경향이 강화된다.

경제적 가치를 추구하고 사회경제 체제에의 순응을 합리화하는 이성으로 인하여, 사람들은 진정한 자유의 개념을 스스로 왜곡할 수밖에 없다. 개인이 자신의 선택을 주체적으로 행할 수 있다고 착각하는 것은 진정한 자신의 만족을 추구하지 못하고 일시적인 쾌락으로 자신을 기만하는 헛된 믿음에서 비롯된다.

현대는 상품의 세계이자 재현의 세계라 할 수 있다. 재현의 생산, 순환, 역사, 해석은 문화의 요소이다. 그러나 문학 연구에서 재현의 문제를 정치적 맥락 즉 제국주의적 맥락에서 고찰하는 경우는 드물다. 흔히 문화는 권력으로부터 분리된 것이며, 재현들은 교환의 문법으로 분석·해석될 수 있는 비정치적 이미지들로 생각되기 때문이다. 그렇기에 대부분의 문학 연구는 문화적 영역과 정치적 영역을 구분하는 경향이 있다.[44] 하지만 본질적으로 모든 문화적 형식과 경험은 역사·정치와 혼합된다. 이는 제국주의 이데올로기가 18세기 제국의 영토 확장 시기에서 시작되어 현대에 문화의 형태로 세계 질서에 이데올로기적 영향을 미친다는 점에서 확인될 수 있다.

본고는 현대 소비 중심의 자본주의 사회와 물신주의 풍조에 대한 오

44) 에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 122면.

규원의 시적 인식을 고찰하기 위하여 서양 문화의 제국주의적 침투라는 지점에 주목하고자 한다. 지배문화의 상징 조작의 과정을 도식화하기 위해 레닌의 제국주의 담론에서부터 에드워드 사이드까지 이어져 온 문화 제국주의 담론 및 소비 사회에 관한 보드리야르와 기 드보르의 통찰을 경유하고자 한다. 본고의 2장에서는 오규원의 상품·광고시가 문화 제국주의와 소비 사회에의 통찰을 통하여 지배문화의 상징 조작이 어떻게 형상화되는지 매커니즘을 드러내고자 하였음을 살펴본다. 나아가 이에 따른 소비자의 무의식적 순응이 어떻게 형상화되는지 포착하고자 한다. 3장에서는 오규원의 작품들이 타락한 세계의 화법을 빌려 자본주의 사회의 작동 방식에 끊임없이 대응하였음을 규명해보고자 한다. 그리고 그의 시작 과정이 '언어'를 통해 현실 비판적 인식을 드러내는 부단한 저항의 과정이었음을 보이고자 한다.

제 2 장 지배 이데올로기의 문화적 상징 조작

제 1 절 기호화를 통한 지배 이데올로기 은폐

이전 전통적 제국주의 시대에는 강압적인 지배와 이에 동원된 합리화의 과정이 주요했다면, 문화 제국주의 시대에는 교묘한 형태인 '선전'의 설득 전략이 주요해진다. 이에 따라 서구의 문화는 '보편적'이고 우월하며 선망할 만하다는 의식이 널리 공유되는 것이다.[45] 에드워드 사이드는 15세기부터 20세기에 걸쳐 제국주의 국가들의 지배와 착취가 현재까지 사실상 지속되고 있는 것이라고 말한다. 이는 정치적·경제적 지배력의 폭압적 지위 획득을 기조로 하는 전통적인 제국주의 개념의 범주를 넘어선다. 제국주의는 단순히 억압만을 통한 지배만을 유지한 것은 아니며, 유럽식의 생활, 제도적 구조, 가치, 대인 간 관계, 언어 그리고 문화 상품의 수출 및 도구화를 통해 지배를 유지했다는 지점을 포착한다. 실제로 '제국주의'의 관점에서는 문명-비문명, 중심-주변, 지배-피지배의 이데올로기를 중심으로 제국주의적 전통을 형성하고 제3세계에 대한 지배를 합리화한다.[46] 그리고 서구 제국의 선전은 지속되어 현대에도 이데올로기적 지배는 유의미하게 작용한다.

제국주의적 지배가 '선전'과 '설득'을 바탕으로 하는 양상으로 변하게

---

45) 사이드에 따르면, 오늘날 서구 제국이 제시하는 보편화 지향의 담론들은 비유럽 지역의 침묵을 자의 반 타의 반으로 가정한다. 그는 서구의 이러한 가정들이 서구 문화 자체의 연속적인 생산과 재해석에 기인한다고 언급한다. (에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 114면).

46) "원주민의 전통적인 가치체계가 붕괴하기 이전의 식민 역사 초기에는 군대와 경찰 등의 물리적 정복과 폭력적 통치 기구가 중요한 역할을 했다. 그러나 일정 기간이 지나 원주민의 전통적 가치 체계가 정치적·경제적으로 우월한 식민 체제의 가치로 대체된 후에는 잔모하메드가 말하는 통제적 양상보다도 헤게모니적 양상이 더 중요한 통치 방식이 되었다. 비폭력 이데올로기가 원주민들의 적극적인 서구 체계에의 순응을 유도함으로써 서구의 지배를 숨기는 것이라면, 무력 침공은 서구의 비서구 세계에 대한 지배/피지배 관계를 극명하게 드러내놓는다"(김상률·오길영, 『에드워드 사이드 다시 읽기-오리엔탈리즘을 넘어 화해와 공존으로』, 책세상, 2006, 165면).

된 데에는 한 사회와 국가에의 문화 유입이 '자유경쟁'에 의해 우수한 문화는 자연스럽게 열등한 문화로 흘러간다는 테제와 맞닿아 있기 때문이다. 마치 물이 높은 곳에서 낮은 곳으로 흘러가는 것이 당연한 이치인 듯, 고급의, 혹은 상위의 문화는 이보다 열등한 문화에 영향력을 미칠 수밖에 없는 것이며, 파급력이 존재할 수밖에 없다는 것이다. 이에 더해 상위의 문화가 열등한 문화권 내에 깊숙이 개입하게 되는 현상의 이면에는 근대화 촉진이라는 명목으로 상위 문화를 지닌 문명국 간의 지속적인 선전과 조작이 내재하여 있다는 점 역시 주목해볼 법하다.

대중을 향한 끊임없는 이미지 및 상징 조작은 대중이 지배 헤게모니를 자연스럽고 무비판적으로 수용하게 되는 결과를 낳는다. 그리고 수용자들은 미디어의 일방적 영향을 받아, 일정한 의미를 전달받는 수동적이고 무기력한 대상이 된다. 상위 문화 국가의 지속적인 공세에 수용자들은 저항 없이 지배 이데올로기를 받아들이는, 피동적이고 무기력한 존재가 된다는 것이다.[47]

이러한 측면에서 문화제국주의 담론은 제3세계와 같은 주변 국가의 수용자들이 텔레비전이나 영화와 같은 미디어 매체를 통해 접촉하게 된 제국의 상위 문화와 이데올로기를 그대로 받아들이는 현상에 주목한다. 수용자의 무비판적 수용이 세계화 및 소비중심의 자본주의 사회적 환경의 영향과 더불어 광범위하게 확장되고 있다는 것이다. 물론 과거에 비해 전통 제국주의의 일방적인 지배력은 감소했지만, 서구 제국에 근거지를 두며 다국적 자본을 바탕으로 한 다국적 기업의 경제·문화영역의 차원에서의 세계적인 지배 영향력은 여전히 지속되고 있다. 특히 세계화가 가속됨에 따라 자유무역협정 등의 확산으로 그 영역은 점차 광범위하게

47) Morley와 같은 문화제국주의 비판론자는 국제간의 문화교류에 있어서도 제3세계의 수용자들은 능동적이고 적극적인 수용의 태도를 보인다고 지적하기도 한다. 제3세계의 수용자들이 나약하고 수동적인 존재가 아니라, 자기가 처한 문화적 맥락과 사회적 상황에 따라 문화(또는 프로그램)를 해석하는 복합적인 존재라는 것이다. 이때, 문화적·사회적 상황은 그가 처한 사회의 문화 표현양식, 사회 질서와 관계, 수용자의 심리적 상황 등 주관적인 의미 해석을 포함한다. (임동욱, 「문화제국주의의 비판적 고찰-단선적 문화제국주의에서 역동적인 국제적 문화 유동으로」, 한국언론정보학회, 『한국언론정보학보』 제45호, 2009, 101면).

확대되고 있다.[48]

사회에 만연해 있는 광고의 조작 행위들은 국내적으로는 지배 계급의 이데올로기를, 국제적으로는 지배문화의 이데올로기를 중심으로 하여 이루어지고 있다. 현실에 대한 오규원의 시적 관찰은 일상 세계 속에 은폐된 지배 이데올로기를 밝히는 데에만 초점이 맞춰져 있지 않다. 그는 1970~80년대에 들어 급격한 산업화, 근대화의 과정을 거쳐온 우리 사회의 변모 양상을 시적으로 형상화하여 지배문화의 상징 조작 행위를 드러내고, 외래의 지배문화에 무비판적으로 순응하는 소비 대중의 태도를 조명하고자 하였다.

이러한 관점에서 오규원은 현대 소비사회가 문화 제국주의 시대의 흐름 가운데 위치하고 있음을 인식하였다고 볼 수 있다. 그는 영토를 지배하던 제국의 힘이 '문화'로, 구체적으로는 '상품'으로 탈바꿈하여 여전히 강하게 지속됨을 발견한다. 전통적 의미의 '제국'이라는 국가 단위의 물리적 영향력은 점차 무화되고, 다국적 금융자본을 바탕으로 하는 기업의 상품이 지배문화의 코드로 등장한다. 오규원은 바닷가 모래에 박혀있는 '코카콜라 빈병'의 모습을 그려냄으로써, 이에 담긴 지배문화의 코드를 드러낸다. 그는 '코카콜라'의 기호가 내포하는 제국의 힘과 야욕, 그리고 이를 수용하는 비서구제국 국가인 한국과의 역학 관계에 주목한다. 그의 시적 시선은 지배문화를 수용케 하고 물신주의 풍조를 야기한 원인으로서의 상징과 마주한다. 먼저「모래와 코카콜라」의 1연은 바닷물이 지면의 모래를 훑고 지나가는 정경을 묘사함으로써, 한국문화가 재구성되는 현상의 단면을 보여준다.

물이 밀어올리고 물이
펼쳐놓은 先山川의

48) 한편, 더는 세계가 중심과 주변, 지배와 피지배라는 이분법적 개념으로 나눌 수 없으며, 문화와 커뮤니케이션 영역에서도 일방적이고 종속적인 흐름은 없다는 비판 또한 존재한다.

모래야 작은 모래야
너의 우주에도 석류나 치자
제라늄 뭐 그런 꽃이
피기는 하는가 그런 꽃의
계절이 돋기는 하는가
너의 방에 켠 먼지 같은
등이 꺼졌다 켜졌다 한다

- 「모래와 코카콜라」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

'선산천(仙山川)'의 '모래'는 옛 조상대에서부터 유지되어 온 한국의 산천과 영토를 의미한다. '先山川의 모래'-'우주'-'방'으로 연결되는 한국의 사회와 문화는 현재를 살아가고 있는 우리의 세계를 의미한다. 그리고 이에 대응하여 선산천의 모래를 밀어 올리고 펼쳐 놓으며 새로운 지형을 만들어내고 있는 '물'은 한국 영토, 사회와 문화를 재구성하고 있다. 물이 밀려오고 밀려 나가는 상황 가운데 시적 화자는 모래의 '우주'에 '석류'나 '치자', '제라늄'과 같은 꽃이 피는지 의문을 품는다. 식민지 시기를 거쳐 온 '주변부'에 해당하는 한국의 땅에는 '석류나 치자'와 같은 토착종뿐 아니라 '제라늄'과 같은 외래종도 공존하고 있다. 다시 말해, 한국 사회에는 고유의 우리 문화와 외래의 문화가 혼재하고 있는 것이다. 그리고 '너의 방'으로 지시되는 한국 문화에 외래문화가 유입되고 있는 현재의 상황은 '등이 꺼졌다 켜졌다'하는 위태롭고 불안한 상태로 암시된다.

엉덩이를 모래 사이에 쑤셔넣고
코카콜라 빈병 주둥이
(미제 지대공 미사일 탄두!)
고개를 쳐들고 웃고 있다
물이 밀어올리고 펼쳐놓은

先山川 모래밭
작은 모래야

-「모래와 코카콜라」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

단순한 하나의 상품이 아닌 '코카콜라'는 미국과 같은 선진 제국이 문화 자본[49]을 통해 지배적 영향력을 유지하고자[50] 하는 의도를 내포한다. 실제로 과거에 무력으로 식민지를 점령한 선진 제국들과 현 시대의 강대국을 비교해보면, 지배-피지배의 구조는 수 세기에 걸쳐 형태만 바뀌어 지속되어 온 것이다. 선진 제국의 지배력이 현대까지 유지될 수 있는 데에는 과거 제국주의 시대에 식민지로부터 얻어온 거대한 경제적 유익 덕분이라고 볼 수 있다. 오규원은 '미제 지대공 미사일 탄두'와 '코카콜라 빈 병'이 형태적으로만 유사한 것이 아니라, 사실상 동일한 '지배'의 상징기호임을 말하고 있다. 하지만 무력에 의한 제국주의 시대가 저물게 됨에 따라, '미제 지대공 미사일 탄두'와 같은 물리력으로 지배구조를 유지하는 것은 불가하다. 그렇기에 선전과 설득의 문화 전략으로서 '코카콜라'와 같은 상품을 활용하는 전략이 등장하게 된 것이다.

---

49) 키어난은 미국의 확장주의가 주로 경제적이라는 것을 인정한다 해도, 그것은 대중들 속에서 끊임없이 반복되는 미국 자체에 관한 문화적인 사상들과 이데올로기에 아직도 크게 의존하고 있고, 그것들과 함께 진행되어 나간다고 말한다. 그는 하나의 경제 체계는 하나의 국가나 종교처럼 빵만으로는 살 수 없고, 신념과 비전, 백일몽에 의해 지탱되는 것이라고 주장하며, 이러한 요소들은 정도(正道)에서 벗어나므로 경제 체계에 한층 더 중요한 역할을 수행할 수 있음을 강조한다. (Kiernan, *America:The New Imperialism : From White Settlement to World Hegemony* (London : Zed, 1978), p.206; 에드워드 사이드, 앞의 책, 1995, 496면 참조).

50) "제국주의는 끝나지 않았다. 식민지 해방으로 일단 전형적인 제국들의 와해 작업에 시동이 걸렸다고 해서 제국주의가 갑자기 "과거지사"가 된 것은 아니다. 과거의 식민지 출신 사람들이 유럽 본국에 거주하며 제국주의와 식민지 해방의 결과로써 유럽 인구의 증가가 초래되었다. 또한 냉전의 종식과 소련의 붕괴도 세계 지도를 변화시켰다. 1960년대와 70년대에 걸쳐 최후의 초강국이 된 미국의 승리가 새로운 모양의 세력 전선을 구축할 것이 예견되었다." (레닌, 앞의 책(1917), 2018, 485면).

오규원의 관심은 '코카콜라 빈병'이 제국의 지배 기호와 단순하게 등치되는 현실에 머무르지 않는다. 이 점은 선산천의 모래밭에 '코카콜라 빈병'을 가져오는 '물'의 상징성과 연관이 있다. 다국적 기업의 제품이자 지배문화의 상징물인 '코카콜라[51]'는 '물'의 흐름을 타고 자연스럽게 한국의 영토에 도달한다. 세계화 시대에 초국가적 미디어가 서구문화와 자연스럽게 접촉하도록 유도한다는 점을 고려하면, '물'은 서구문화를 자연스럽게 타 영토, 타 사회에 전달하는 미디어 매체를 은유적으로 표상한다.

'모래 사이에' '엉덩이를' '쑤셔넣'고 자리를 잡은 '코카콜라 빈병'은 코카콜라로 대변되는 상품이 서구적인 상위 문화의 상징으로서 한국 영토에 흘러들어와 박혀있는 모습을 나타낸다고 볼 수 있다. 이때 '쑤셔넣는'다는 표현은 강압성이나 폭력성보다도 무의식에 각인되는 힘을 느끼게 한다. 코카콜라는 미국식 산업/상업 자본의 제국적 침투의 최첨병이라고 볼 수 있는데, 코카콜라 빈병의 외형, 영어로 쓰인 브랜드명과 같은 낯설고 이국적인 이미지는 소비자의 호기심과 더불어 상위 문화에의 욕망을 유도한다. 상품은 가시적으로 드러나던 제국의 폭력성을 교묘히 은폐하고, 사람들의 합리적·자율적 사고가 지배 이데올로기에 서서히 젖어들게 만든다. 즉 상품은 단순한 물건의 가치를 넘어 '코카콜라'처럼 멋진 맛과 향으로 포장되어 이성을 마비시키며, '욕망'의 대상으로 탈바꿈한다. 이는 문화 상품에 근거하는 새로운 제국주의적 현상의 한 단면이라고 볼 수 있다. 이처럼 코카콜라 상품의 기호가 교묘히 내포하는 지배문화의 힘은 거부하기 힘든 것이 된다. 이러한 압도적인 힘은 코카콜라 빈병이 즐거운 듯 '고개를 쳐들고 웃고 있'는 장면과 연결된다.

---

51) '코카콜라'는 전세계에서 가장 많이 판매되는 음료이며, 원형적 상징으로 미국식 자본주의와 외래문화를 상징하는 동시에 전지구적 브랜드 가치를 지닌 대표적인 음료라고 볼 수 있다. '코카콜라'는 초창기 두통이나 위장병 혹은 피로회복을 돕는 자양강장제 역할을 하는 일종의 특허매약으로 팔리며 인기를 얻었다. 19세기 특허 매약(patent medicinel proprietary medicine)의 특징 중 하나는 약의 성분을 비밀로 하는 것이었다. 물품번호 7X로 알려진 코카콜라의 비밀 성분을 아는 사람들은 코카콜라사에 두세 명 정도 뿐이며, 이들은 심지어 같이 비행기를 타지도 않는다고 알려져 궁금증이 더해진다. (김덕호, 「광고를 통해서 본 코카콜라의 변신 : 특허매약에서 청량음료로, 1885-1916」, 『미국사연구』 26호, 2007, 33면·56면의 요약).

‘물’로 상징되는 매체는 자연스럽게 한국 사회에 ‘코카콜라’와 같은 서구 제국의 상품을 선전한다. 그 세계는 모래가 매 순간 새로이 쓸리듯 새로운 모양이 되어가고, ‘코카콜라’로 상징되는 지배문화는 물결을 따라 자연스럽게 우리 사회에 도달한다. 그리고 제라늄 꽃이 상징하는 외래문화는 뿌리를 내리고 자리를 잡기 시작한다. 이처럼 제국의 영향력은 땅에 뿌리를 내리고 자라는 꽃처럼 덜 직접적이고 덜 위협적인 방식으로, ‘상품’으로 표상되는 ‘지배문화’의 기호로서 우리의 무의식과 사회에 도달하는 것이다. 오규원의 시는 이러한 상황에서 한국 사회가 ‘꺼졌다 켜졌다’하며 온전히 불을 밝히지 못하는 것처럼 불안하고 위태한 시대 한가운데에 있음을 직시하고 있다. 하지만 이 시대에 대응하고자 하는 구체적이고 적극적인 태도가 작품에서 드러나지는 않는다. 1연의 ‘물이 밀어올리고 물이/펼쳐놓은 先山川의/모래야 작은 모래야’가 수미상관적으로 2연의 말미에 반복됨에 따라서, 이 작품은 물이 들어오고 나가는 자연의 풍광을 무심하게 보여주는 방식으로 끝을 맺는다. 이처럼 외래문화의 바닷물이 휩쓸려 들어와 점점 세계를 잠식하는 결말은 씁쓸한 여운을 남길 뿐이다.

이렇게 강력한 외래문화의 유입은 산업화와 더불어 지속된다. 「해태 들菊花」는 해태 제조사의 들국화 껌[52]을 소재로 삼아 시상을 전개한다.

해태 들菊花──
해태 들菊花──

52) 1981년의 들국화 껌 지면광고를 살펴보면, 노란 식탁보 위 하얀 소국 바구니와 커피, 책, 남녀가 노란 들국화밭에서 다정히 있는 모습의 사진 두 장과 국화꽃이 그려진 노란색 ‘들국화 껌’이 있다. ‘입안에 퍼지는 그윽한 향기-해태 들국화껌! / 아무도 돌봐주지 않는 외로운 들판에 / 언제나 말이 없이 피어났던 / 너! 들국화──/ 네가 자꾸만 좋아지는 까닭을 / 이젠 알 것 같애───’ 라는 광고 문안이 돋보인다. 광고의 하단에는 ‘11개가 들어있는 들국화껌은 들국화향이 그윽한 여성취향의 고급껌입니다. 소비자가격 ₩100원’이라고 적혀 있다.

꿀벌이 껌을 꺽꺽 씹으며
날아간다

-「해태 들菊花」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

'해태 들국화'는 한국의 들판에서 소박하게 자라는 꽃의 이미지를 외국에서 들여온 상품인 '껌(gum)'의 이름에 부여함으로써 소비자의 호감을 유도한다. 들국화 향이 그윽하다는 이 껌은 전통적 삶의 양식을 바꾸는 서구 제국의 발명품이지만, '들국화'라는 향토적 이름과 그윽한 향기[53]라는 후각적 이미지를 활용해 그 본질을 은폐한다. 껌과 들국화 사이의 간극을 상품광고와 자본이 자연스럽게 은폐하고 이어주기 때문이다. 긍정적이고 향토적인 이미지는 그저 이 껌이 좋은 맛과 향을 가진 기호식품일 뿐이라는 식으로 소비자들을 현혹한다. 하지만 들국화와 껌의 결합은 '꿀벌이 껌을 꺽꺽 씹으며 날아'다니는 모습만큼이나 어색하고 부자연스럽다.

들菊花 만발한 안산 동부 지구[54]

監視哨의 그늘을 파랗게 뚫으며
풀들
침을 영혼에 넘기는 소리

53) 또한, 당시 해태의 '들국화껌'과 함께 판매된 '아카시아껌', '숙녀껌', '에머럴드껌' 등은 껌의 특징인 '작고, 향기가 난다'는 점이 '여성'의 이미지와 연결된다고도 볼 수 있다.

54) 안산시문화원에 따르면, 1976년 시흥군의 수암면, 군자면과 화성군의 반월면 일대를 반월지구 신공업도시로 조성하는 계획이 결정되고, 1977년 3월 30일 반월신공업도시(半月新工業都市) 건설 기공식이 열렸다. 제5차 경제개발 5개년계획의 완료 연도인 1986년까지 지속적으로 건설된 반월신공업도시는 1986년 안산시로 승격되기까지 하였다. 1978년 2만 명이 채 안되는 인구는 1986년 시 승격을 전후해 13만명에 육박하였으며, 공장입주 또한 순조롭게 진행되어 1986년에는 1,000개의 기업 및 666개의 공장이 들어서며 거대 '공단' 도시로 성장하였다.

-「해태 들菊花」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

그렇게 꿀벌이 날아가 도달한 곳은 들국화가 만발한 안산 동부 지구이다. 들국화 껌을 씹으며 날아가는 꿀벌의 이미지는 산이나 들과 같은 자연이 아니라, 쉴새 없이 가동되는 공장 건물들 주변에 들국화가 만개해 있는 정경과 연결된다. 계획적으로 조성된 안산 동부 지구의 공업 단지는 한국 산업화의 상징 가운데 하나이다. 자연적·향토적 이미지인 들국화밭 사이에 우뚝 서 있는 공장들의 모습은, 본격적인 산업사회로 나아가려는 한국의 한 단면을 보여준다. 더불어 산업화 현상과 함께 유입된 지배의 상징들이 서서히 한국 영토를 잠식해가는 모습을 다음 연에서 구체화한다. '감시초(監視哨)'에 의하여 공장노동자들이 감시되는 상황은 공장노동자-관리자의 관계로 도식화된다. 이는 나아가 지배적·사회경제적 이데올로기 구조를 넘어, 근대화 및 산업화를 수용하게 된 서구열강 혹은 제국-우리나라의 이데올로기적 지배구조를 내포하고 있는 데까지 이어진다. 이러한 지배 구조는 당대 공장노동자들의 인권 문제과도 연결된다.

'껌을 꺽꺽 씹으며' 날아가는 꿀벌은 노동자 인권 탄압의 상징인 감시초 앞을 지나가며 침을 삼킨다. 그리고 이는 '풀들'이 그들의 '침을 영혼에 넘기는 소리'로 전환된다. 아무 생각 없이 기호식품인 껌을 씹어 침을 삼켜 넘기는 것은 제국의 문화적 상징인 껌을 무의식적으로 향유하며 자연스럽게 지배문화의 상징을 내면화하는 모습으로 해석될 수도 있다.

'들국화'라고 이름 붙여진 작은 껌에서부터 펼쳐지는 시인의 상상력은 껌 상품의 유래와 정체성, 이름의 양면성, 나아가 들국화 껌이 생산될 법한 공장단지에까지 이른다. 하지만 여기서 주목할 점은 산업화와 지배 이데올로기의 발견이 아니다. 노동자의 인권을 억압하는 현실과 지배의 상징 기호들이 그저 향기롭고 달콤한 기호식품인 '들국화 껌'이라는 상품으로 치환되었다는 점이다. 이처럼 오규원의 시는 작고 향기 나는 상품일 뿐인 '들국화 껌'에서도 지배 이데올로기의 상징화 과정을 발견한다.

낯선 질감의 껌 간식은 '들국화'의 토속적인 이름과 향기로 포장되어, 소비자 대중이 외래의 낯선 것에 대한 거부감을 자연스럽게 지울 수 있게 만든다. 다시 말해, 오규원은 껌으로부터 펼쳐지는 상상력으로 '들국화 껌'과 같은 상품에 문화적 지배를 시도하는 제국의 의도를 폭로하고 있다. 오규원이 그려내는 자본주의적 상상력은 나아가 환상적 이미지로 포장되어 대중(소비자)에 허위의 욕망을 적극적으로 주입하는 데까지 도달하게 된다.

제 2 절 환상적 기호를 통한 허위 욕망의 주입

근대화와 더불어 진행된 산업화는 우리 사회의 모습을 크게 변화시켰다. 특히 급속도로 유입된 외래의 문화는 근대 상품시장 경제체제의 흐름에 얹혀 '상품'의 형태로 변형되었다. 우후죽순으로 가동되는 공장들에서 대량생산된 상품들을 팔기 위해서는 소비사회와 소비자들에 대한 이해가 필수적이며, 상품들은 다양한 매체를 기반으로 하는 '광고'와 '선전'의 형태를 통해 긍정적이며, 환상적인 이미지로 상징 조작되어 소비자들을 자극하는 데까지 이르게 된다. 이는 소비자들은 진정한 내면의 사유와 고찰을 바탕으로 하여 욕망하고 소비하는 것이 아닌, 다양한 조작된 상징들로 인해 허위의 환상적 욕망을 가지게 하는 결과를 낳는다. 곧 지배 상징들은 상품에 화려하고 환상적인 이미지를 덧씌워 교묘하게 지배의 저의를 감추고, 소비자를 기만하여 허구의 욕망을 적극적으로 주입시키고 있음을 알 수 있다.

우선적으로 현대 자본주의 사회 내 허위의 환상적 욕망을 추동하는 소비 매커니즘의 핵심을 살펴보고자 한다. 보드리야르는 '현대 소비사회'의 특징으로 '호기심'과 '몰이해'를 짚으며, 매스커뮤니케이션에 의해 일반화되고 체계화된, 현대인의 동일한 전체적 행동 양식을 포착한다. 사회가 '소비자로서의 인간'을 필요로 하는 이유는 명확하다. 생산력을 바탕

으로 하는 경제 성장은 한 국가 체제에 있어서 필수적인 단계이며, 이것이 효과적으로 일어나기 위해서는 대량의 수요가 발생해야 하기 때문이다. 구체적으로는 소비 주체들의 '소비 행위'가 반드시 병행되어야 한다는 것이다. 소비자의 욕구와 그 충족은 '강요된 생산력'이라고 볼 수 있으며, 그러한 측면에서 소비는 행동 양식의 차원에서 사회적 의미작용으로서의 기호성과, 경제 성장의 차원에서 정치경제적 차원에서의 기호성을 동시에 지니고 있다고 볼 수 있다.[55]

> 메시지의 내용, 즉 기호가 의미하는 것은 대체로 아무래도 좋은 것이다. 우리는 그것들의 내용과 관계 맺지 않으며, 미디어는 우리에게 현실세계를 지시하지 않는다. 기호를 기호로서, 그렇지만 현실에 의해 증명된 것으로서 소비하는 것을 우리에게 허락한다. 소비의 실천(la praxis de consommation)은 (중략) 호기심(curiosité)의 관계이다. (중략) 소비의 차원은 세계에 대한 인식의 차원이 아니며, 완전한 무지의 차원도 아니다. 그것은 몰이해의 차원이다.[56]

사람들은 자유롭게 자신들의 주관을 바탕으로 선택하여 소비행위를 한다고 여기지만, 실질적으로 '몰이해의 차원'에서 강요된 특정한 코드(code) 혹은 이데올로기에 무의식적으로 따르고 있다고 볼 수 있다. 스스로 주체적이고 개성적으로 타인과 다른 선택을 내렸다고 생각하지만 이것이 사회 전체의 구조 하에서는 '차이화의 강제(contrainte de

---

55) 보드리야르는 소비의 '사회적 논리'를 중심으로, 소비과정을 2가지의 근본적 측면에서 제시하고 있다. "첫 번째로, 소비활동은 '코드(code)에 기초한 의미작용 및 커뮤니케이션의 과정(le procés de signification et de communication)'이라는 점이다. 이때의 소비는 교환활동이면서 언어활동이라고 볼 수 있다. 두 번째로, 소비활동은 '분류 및 사회적 차이화의 과정(le procés de classification et de différenciation sociale)으로서의 측면'이라고도 분석할 수 있다. 이때, 소비의 대상인 기호는 의미상 차이뿐 아니라, 사회적 위계에서의 지위상 가치로도 의미된다" (장 보드리야르, 앞의 책, 2015, 81면).

56) 장 보드리야르, 위의 책, 2015, 31면.

différenciation)[57]'라는 코드(code)의 질서에 따라가고 있는 것이다. 그렇기에 개인적으로 소비를 통해 얻게 되는 위계상 사회적 지위는 변화하더라도, 큰 틀에서의 사회적 구조와 질서에는 어떠한 영향도 미치지 못하고 그저 그 질서에 순응하고 있을 뿐이다.

그리고 이러한 사회의 지배적인 면모를 일찍이 깨달은 오규원은 현대 사회를 두고 '<관리된 사회>[58]'라고 명명한다. 시인은 사회가 공동체 구성원에 지배력을 행사하고 이들에게 영향을 끼치고 있음을 경험적으로 체득하고 있는 것이다. 그는 이에 대한 대응으로 詩를 쓰며 '사회를 지배 가능하게 하는 관념의 울타리를 넘어'서려는 노력을 지속한다. '관리될 수 없는, 본래부터 우리의 것인 것들'인 '삶'은 그저 사전에 기재된 하나의 명사가 아닌 것이다. '삶'이라는 고정화된 사전적 정의로는 온전히 표현될 수 없는 인간적 가치의 존재를 인식하고 있기 때문이다. 굳어버린 언어로는 살아 있는 '삶'의 실체와 인간성과 같은 것들을 설명할 수 없다는 것이다. 그러므로 그는 '삶을 사전에 있는 개념으로 받아들이지 못'하며, '시도 사전에 있는 그대로 받아들이지 못'한다고 말한다. 그는 '사랑'을 구하고, 사랑을 詩로부터 동냥하며 나름의 방법으로 '路上에서 계속 삶을 동냥'하겠다고 선언한다. 시인은 진정한 인간적 '사랑'과 '삶'이 모두 힘겹게 노력해서 얻어내야 할 것임을 이미 인식하고 있다. 지배 체계와 제도 안에서 고정화되어버린 현대사회에서 언어 또한 굳어버렸지만, 시인은 결국 詩를 통해서만이 삶과 사랑을 구할 수 있음을 말하고 있다.

오규원과 보드리야르는 이처럼 현대 사회를 두고 개인의 삶과 사랑 같은 것이 아닌 어떠한 관념에 의해 '지배'되고, '관리'되고 있다는 공통된 인식을 공유하고 있다. 그리고 이러한 성질을 지닌 우리 사회는 사회적 구조와 자본주의적 질서를 유지하고자 구체적인 목표와 수단을 활용

57) "사람들은 결코 사물 자체를 (그 사용가치에서) 소비하지 않는다 - 이상적인 준거로서 받아들여진 자기 집단에 대한 소속을 나타내기 위해서든, 아니면 보다 높은 지위의 집단을 준거로 삼아 자신의 집단과는 구분하기 위해서든 간에 사람들은 자신과 타인을 구별 짓는 기호로서 (가장 넓은 의미에서) 사물을 항상 조작한다." (장 보드리야르, 앞의 책, 2015, 81면).

58) 오규원, 「책 머리에—내 시의 독자에게」, 『희망 만들며 살기』, 知識産業社, 1985, ⅰ면.

한다. 생산력을 바탕으로 하는 경제 성장을 위해서는 활발한 소비활동이 밑받침되어야 하며, 구체적으로는 자발적인 소비자의 적극적 참여를 기대하고 유도하는 경향을 보인다. 그리고 현대사회의 판매자는 이전의 전통적 제국주의 시대의 유용한 방식이었던 소비자에 가하는 무력적·압박적인 형태로는 소비의 추동이 불가함을 이미 인지하고 있다. 강압적인 방식보다는 소비자에게 내재하고 있는 욕망을 추동하거나, 혹은 다양한 기호화 및 이미지화, 환상을 활용해 허위의 욕망을 주입하여 자발적인 시장 참여를 추동하는 것이 효과적임을 간파하여, 이를 적극적으로 활용하게 된다.

판매자는 인간 욕망의 본질적 특성인 '희소한 재화에 대한 인간의 욕망은 항상 초과한다는 점'을 전략적으로 이용한다. 재화 공급의 증대는 양적으로 한계가 있는 반면, 욕망의 증가에는 한계가 없다는 것이다. 이는 인간이 의미의 생산자이자, 타자와 비교해 상대적인 가치를 고려하는 사회적 존재이기 때문이다. 인간의 욕망은 개인들 간 비교되면서 상호작용하면서 사회 속에서 창출되는 특성을 띠고 있기에 희소성은 자연발생적이라기보다는 사회적인 것이라는 것이다. 따라서 사회적 희소성과 관련하여 인간의 욕망은 인위적이고 상대적인 성격이 강함을 알 수 있다. 인간은 타인과 비교하는 과정에서 더 우월한 사회적 가치를 확보하고자 하며, 이때 발생하는 상대성은 무한히 발생한다. 상위의 사회적 가치를 확보하게 되면, 또 다른 상위의 사회적 가치와의 비교가 이어지고, 이러한 사슬의 관계 안에서 완전한 개인의 만족이라던가 욕망의 충족이 불가피하게 성취되지 못하는 것이다. 결국 현대 자본주의는 인간의 끝없는 욕망을 자극하여 희소성을 무한정 확장시키며 운영되는 체제라고도 볼 수 있을 것이다.

물론, 인간의 욕망 외에 소비 행위를 추동하는 주요한 요인 중 또 다른 하나로 '개성', 혹은 '개별화'와 같은 것이 있기도 하다. 상위의 사회적 가치를 확보하고자 하는 욕망은 더 좋은 것을 나만 가지고 싶은 욕망과 일맥상통하기 때문이다. 하지만 이때의 '개별화'라던가 '개성'은 완전히 개인만의 독특하고 고유한 차별점이라고 보기는 어렵다. 소비자들이 기

대하는 '개성'의 확보는 사회 내 차이화의 구조적 논리를 따르는 소비 행위의 핵심이며, 현대에서의 차이, 복장, 이데올로기 및 성(性)의 차이는 궁극적으로는 소비의 거대한 연합체 속에서 교환되는 것이기 때문이다. 소비 행위를 하며 개인들은 기호들의 사회화된 교환[59] 가운데 차이의 체계와 기호의 코드에 자연스럽게 편입된다. 다시 말해, 끊임없는 욕망의 기호와 현실의 기호가 지속하여 불일치되며, 결국 소비자들은 차이화된 단일한 코드를 무의식적으로 받아들이게 된다는 가운데 놓여있다는 것이다. 정리하면 현대 자본주의 사회에서 '소비활동'은 체제를 운영하는 핵심 원리이자, 사회 구조 안에서 소비자들의 차이화에 대한 욕망을 지속적으로 추동하고 있는 핵심 프로세스라고 할 수 있다. 소비자들의 욕망은 주체적이고 본질적이지 않으며, 자극에 의해 만들어지고 개발되는 허구의 것에 가깝다는 결론에 도달하게 된다.

오규원은 1971년부터 ㈜태평양화학 홍보부에서 잡지 『향장』[60]을 제작하는 업무를 맡아 근무했다. 아름답고 완벽하게 가꿔진, 현실에는 왠지 없을 것 같을 미모와 매력의 여배우들이 잡지의 표지를 장식하고, 자극적이고 유혹적인 문구들과 더불어 온갖 물건들이 지면을 차지하고 있다. 광고 업무의 특성상 오규원은 다양한 외국의 잡지들, 노래들 등의 이국적인 문화 요소를 많이 접할 수밖에 없었다. 그는 '밥먹고' 살기 위해 근무하며 새로운 서양의 문화 요소들을 마주하게 된다. 잡지들 속, 사진들 속 보이는 외국인들의 이국적인 외형, 현실감이 없는 듯 완벽한 그들의 모습에 불편함을 느끼기도 한다. 그리고 그는 많은 대중에게 소비되고자 완벽하게 만들어진, '현실감이 없는 만들어진 낌새[61]'를 거부하고자

59) 장 보드리야르, 앞의 책, 2015, 139면.

60) 『향장』은 ㈜아모레퍼시픽(㈜태평양화학의 사명변경)의 정기간행물로, 1958년 '화장계(化粧界)'라는 제호로 창간된 국내 최초의 사외보이자 국내에 현존하는 가장 오래된 뷰티 전문 매거진이다. 창간하던 당시에는 패션 경향이나 화장법 정보 등이 대중에게 생소한 분야였는데, 산문 외에 특별히 읽을거리가 없었던 시절, 당대 최고의 인기 여배우가 등장하는 컬러 표지와 다양한 읽을거리로 인기를 끌었다.

61) 오규원, 「한 詩人과의 만남」(1976), 『現實과 克己』, 문학과지성사, 1976, 13면.

한다. 자본주의 사회에서 생존하기 위해 시인이 아닌 생활인으로 살아가는 자신의 모습에도 자조적인 인식을 갖게 된다.[62] 이러한 부정은 '현실감이 없이 만들어진' 시 작품에까지 이어진다.

> 요즈음에는 외국에서 들어오는 「스크린」이라는 잡지를 보아도 그럴 듯한 사진이 잘 보이지 않는다. 대부분 억지로 포오즈를 잡은 듯해서 못마땅하다. 이번 달에도 독자가 뽑은 「1976년 인기 베스트 10」에 나오는 폴 뉴만도, 더스틴 호프만도, 데보라 라핀도, 줄리 앤드류스도 만들어진 표정이다. 늙은 비비안 리만 겨우 제 얼굴과 비슷하다는 느낌이 든다. 「예수의 생애」에 출연하여 올리비아 핫세의 무표정한 배우의 얼굴의 눈동자는 그런대로 마음에 든다.
>
> 배우도 그렇지만, 이상하게 요즘은 현실감이 없는 만들어진 낌새가 있는 것들은 내 얼굴을 보는 듯해서 싫어진다. 시 경우도 마찬가지이다.
>
> - 「한 詩人과의 만남」, 『現實과 克己』 중

오규원은 시가 현실과 동떨어져 있는 것을 부정한다. 그는 삶의 현장에서 마주하는 자본주의 사회 현실의 구체적이고 사실적인 모습을 시에 담고자 한다. 그는 현실의 상품이 '현실감이 없는' 환상적 이미지와 교환되어 소비자의 허위 욕망을 자극하고 있음을 짚어낸다. 그는 겉보기에 화려하고 아름다운 기호들로 가득 찬 'MIMI HOUSE — 인형의 집'을 소개한다.

---

62) "오해하고싶더라도제발오해말아요 / 시인도詩먹지않고밥먹고살아요 / 시인도詩입지않고옷입고살아요 / 시인도돈벌기위해일도하고출근도하고돈없으면라면먹어요 / 오해하고싶더라도제발오해말아요"(오규원, 「詩人 久甫氏의 一日 1—久甫氏가 당신에게 보내는 私信 또는 희망 만들며 살기」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』, 문학과지성사, 1987, 57면).

미미의 집은 DM8611
미미가 혼자 산다고 전해지지요
북구풍 연분홍색 2층집
타원형 창문이 현관 좌우로
하나씩 이층에도 좌우로
하나씩 다락에는 둥근
들창의 유리가 우물처럼
하늘을 잠그고 있다고 전해지지요.

금빛 열쇠로 현관문을 열면
아름다운 미미가 웃으며 아직도
살아 있는 기적의 우리를
맞이한다고 말들 하지요
북구풍 둥금 들창에는 구름이
구름이 늘 씻기고
(중략)

미미에게는 멋쟁이 언니 발레리나
미리, 스튜디어스 유리와
다정한 안나란 친구가 있다고
전해지지요 (부모가 있다는 말은
들은 바 없지만) 신나는
드라이브를 즐길 하이킹 세트와
야회복과 우유를 먹으면 오줌을 싸는
인형과 가발과 화장품과
COOKING SET가 있다고 전해지지요
응접 세트와 딜럭스 침대와
호화로운 욕실이 있다고
전해지지요 미미의 집에는

-「MIMI HOUSE — 인형의 집」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

우선 1연에서는 '미미(MIMI)'라는 이름의 외국 인형의 집을 묘사하고 있다. 미미의 집은 'DM8611'이라는 번호가 붙여져 있다. 이는 상품을 식별하는 일련번호이자, 수많은 또 다른 번호들의 미미의 집이 대량 생산되고 있음을 보여준다. 화려하고 이국적인 미미 인형의 집은 하나의 상품이자, 서구문화의 결정체라고 볼 수 있다. 미미의 집은 '북구풍 연분홍색 2층집'으로, '타원형 창문'의 구조가 대칭적이다. '연분홍색'으로 칠해진 집의 다소 인위적인 색감, 이층으로 설계된 집의 형태, 타원형 창문은 서구의 문화 기호로 가득하다. 다락의 '둥근 들창의 유리' 역시 서구의 대표적인 돔 양식을 연상하게 한다. 이는 여러 개의 사각형 창문이 있는, 흙과 나무와 같은 자연의 색이 차분한 단층의 우리 전통가옥과는 완전히 상반된 모습이다. 낯설고 새로운 인상을 주는 '미미의 집'이 보여주는 삶의 양식은 꽤나 매력적이며, 사람들로 하여금 좇아가고 싶은 욕망을 만들어낸다. '미미의 집' 상품이 공장에서 대량으로 생산되며 상품 매대에 가득 세워지고, 많은 소비자들이 낯선 핑크색의 화려한 장난감에 호기심을 갖는다. 서구 문화에 대한 이러한 환상적 인식은 인형의 집을 갖고 싶은 욕망, 나아가 인형의 집과 같은 곳에서 살고 싶은 허위의 욕망으로 발전하여 대중의 무의식에 자연스럽게 스며들어 자리 잡는다.

2연을 보면 미미의 집은 '금빛 열쇠'로 열 수 있는데, 주인의 허락을 받지 않고도 들어갈 수 있게끔 하는 금빛의 열쇠는 황금만능주의를 연상시킨다. '아름다운 미미가 웃으며' '아직도 살아 있는 기적의' '우리를 맞이한다'고 말한다. 현실의 세계에 발을 붙이고 살아가고 있는 '우리'에게 '아직도 살아 있는' 것이 대단하다는 '기적'이라고 언급하는 것은 '현실세계'를 살아가는 '우리'와 현실 같지 않은 환상의 공간인 '인형의 집'에서 살고 있는 '미미'를 이분법적으로 가르고 있다. 이는 은연중 현실의 세계를 보다 하위의 것, 고통스러운 공간으로, 서구 문화 요소로 가득 꾸며진 '미미의 집'을 당연히 좋은 곳, 행복한 공간으로 느끼게 한다.

또한 3연에 제시되는 미미의 다채로운 물건들은 '멋지고', '갖고 싶은' 대상으로 형상화되어 있다. '하이킹 세트', '야회복', '우유를 먹으면 오줌을 싸는 인형', '가발', '화장품', 'COOKING SET' 모두가 서구의 문화코

드이다. 이러한 상품들은 좋아 보이는, 낯설고 신기한 것이며, 값이 비싸며 가치 있는 것처럼 여겨지는 사치품들이다. 소비 대중은 미미와 미미의 집의 환상적 이미지를 통해 자신이 살아보지 못한 화려하고 사치스러운 삶의 존재를 발견한다. 즉, 미미가 포함된 미미의 집 자체는 수많은 서구의 지배적 문화 코드가 뒤섞인 집결체이며, 이를 환상적으로 포장함으로써 소비 대중으로 하여금 서구의 문화가 상위 문화이며, 갖고 싶은 대상이라는 허구의 욕망을 갖게 한다.

미미는 미미의 집에서 산다고들
하지요 언제나 웃는다고
하지요 당신이 쥐어박아도
옷을 벗겨도 물을 먹여도

미미는 웃는다고 전해지지요
모가지만 그대로 두면

-「MIMI HOUSE — 인형의 집」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

환상적으로 꾸며진 값비싼 집에 살고 있는 미미는 '쥐어박'히는 폭행이 있어도, '옷을 벗'겨도, 강압적으로 '물을 먹여도' 그저 '모가지만 그대로 두면' 웃고 있다. 이는 미미 인형을 가지고 노는 유아의 모습이 미미의 관점에서 묘사된 바라고 볼 수 있다. 실질적으로 경제력에 있어 소비의 주체는 성인에 한정될 수 있으나, 상품을 소유하고 소비하는 주체는 모든 연령층을 아우를 수 있다. 이러한 관점에서 인간은 유아 시기에서부터 소비의 매커니즘에 편입되고 있는 것이다. 서구형의 매력적인 외형을 지닌 완벽한 미미의 모습, 아름답고 무결해보이는 미미의 집이 보여주는 각종 서구 문화 요소들은, 유아 시기에서부터 강렬한 자극을 주며 '이상적인 것'으로 무의식에 각인된다.

‘미미의 집’은 강력한 소유에의 욕망을 추동하는 ‘상품’이자, 매력적으로 기호화된 상위 문화의 상징이라고 볼 수 있다. 그리고 오규원은 대량생산과 대량소비의 사회에서 미미의 집이 가지고 있는 상징성을 예리하게 파악하고, 상징 조작된 서구 문화의 부산물들이 소비자로 하여금 판단력을 상실하게 만듦을 냉소적으로 바라본다. 사람들의 물질적 욕망을 자극하는 자본주의 상징인 ‘미미의 집’과 ‘미미’는 지배문화가 상징 조작된 ‘상품’의 형태로써 소비 대중을 지속하여 현혹하는 교환 경제의 실상이라는 것이다. 이처럼 시인은 당시 사람들의 물질적 욕망을 자극하는 자본주의 상품시장경제 체제에 대하여 비판적 냉소를 던진다. 사람들은 ‘미미’를 통해 서구 제국 중심의 미의 기준을 내재화하고, ‘미미의 집’ 속 다채로운 고급 취향의 상품들을 통해 세련된 선진적 생활양식에 대한 환상을 품게 된다. 그리고 이와 같은 지배문화의 상품성의 기준은 1980년대 당시 한국의 현실과는 동떨어진 것으로, 소비자들이 유아기부터 지배문화에 대한 동경과 더해 억압된 욕망을 형성하는 부작용을 낳는다. 이렇듯 지배문화의 상징 조작은 합리적인 사고능력이 정립되기 시작하는 때부터, 혹은 시작되기 이전부터 근원적인 차원에서 작동하고 있다.

그리고 텍스트의 마지막 행인 ‘(미미 클럽 회원을 모집하고 있어요!)’에서 소비문화의 실체적 허구성이 온전히 포착된다. 별것이 아닌 양 가볍고 경쾌하게 선전과 홍보를 지속하여 더 많은 소비 대중을 ‘모집’하는 소비 중심의 자본주의 경제체제의 거대한 흡수력을 여기에서 확인할 수 있다. 많은 소비자가 ‘관리된’ 사회 구조에 흡수될수록 자본주의 세계는 더욱 견고해진다. 오규원은 이처럼 유아용 장난감을 소재로 삼은 시를 통해 상위 문화로 인식되는 서구에 대한 동경과 허위의 욕망이 생애 전반에 걸쳐 지속하여 형성되고 있음을 직시한다. 지배문화가 다채로운 상징 조작을 통해 유아 시절에서부터 소비 대중을 길들이는 전략을 택하고 있음을 명료하게 드러내고 있다. 하지만 결국 이 장난감 인형을 생산하는 주체가 바로 우리 자신이라는 점을 주지해야 한다. 지배문화의 설득 전략에 편입되어, 그리고 자발적으로 지배문화 기호의 재생산에 적극적으로 참여하고 있는 우리 사회, 그리고 자신의 모습을 스스로 돌아볼 수

있기를 오규원은 詩로써 전하고 있다.

상품이 '환상'의 이미지를 만들어내는 데에서 나아가, 성(性) 또한 환상의 이미지로 기호화될 수 있다. 욕망과 본능은 보통 구분이 되나, 성적 욕망은 특히 본능을 자극한다는 특성이 있다. 그리고 자본의 논리는 자극을 위해 욕망과 본능을 환상적으로 조작하여 연결한다. 이러한 관점에서 성적 욕망과 연결된 조작된 환상은 한계가 없어지는 데까지 나아간다. 특히 '여성'에 부여되는 환상의 이미지는 상품 경제 시장 체제의 유지에 있어 중요한 축을 담당하게 된다. 조지 모스에 따르면, 종래의 전통적인 민족주의는 고결함의 윤리적 가치와 남성다움의 섹슈얼리티를 결합하여 가부장적 전통을 강조하고 교육을 통해 이를 내면화하게끔 하였다고 한다. 이러한 민족주의의 이상에 기반한 전통적 제국주의 담론은 민족의 불변성을 상징하기 위해 정상과 비정상, 건강함과 나약함의 이분법을 통해 여성을 비정상성의 범주에 위치시키고 제국과 남성성을 상위 문명과 교양의 범주에 위치시켰다.[63] 그리고 이때 제국주의 담론의 성적 은유에 의해 여성은 나약함과 비정상성, 성적 문란함을 상징하는 타자화된 피식민지인의 정체성을 지시하게 되었다.[64] 이는 민족주의와 가부장제, 제국주의 담론은 한 데 엮여 남성 중심의 지배 구조를 '정상'이며 '건강'한 것으로 여기게 하는 헤게모니를 형성하게 된다. 이러한 헤게모니는 '땅'에의 싸움을 중심으로 하는 전통적 제국주의 시대가 끝난 이후의 '문화 제국주의' 체제에서 다른 양상으로 변모하여 작동하게 된다.

하지만 현대의 상품시장 경제 체제에서 '여성'이라는 기표는 나약함, 연약함과 같은 기의와 더불어 '상품'이라는 기의를 부여받는다. 여성의 성적(性的) 특성은 '비정상적인' 것으로서가 아니라, 소비자의 호감과 관심을 높이는 매력 요소로 작동하게 되는 것이다. 자본주의 사회에서 여성은 '친절함', '부드러움', '밝음' 등의 이미지를 부여받는다. 이러한 매력적 이미지는 일종의 '환상'으로 작용한다. 환상적 기호로 교환된 '여성'은

63) 조지 모스, 『내셔널리즘과 섹슈얼리티』, 소명출판, 2004, 120-121면.
64) 조혜진, 「문화 제국주의의 기원에 대한 '분열'의 시 쓰기-1920년대 낭만주의 시의 타자성 연구」, 한국현대문예비평학회, 『한국문예비평연구』 24호, 2007, 101면.

상품의 판매에 있어 소비자를 미혹하는 도구적 역할을 행한다. 그리고 이러한 성적 매력은 시장 경제에서 제국이 무력으로 소비를 강요했던 것보다 더욱 부드럽고 교묘한 방식으로 제국주의적 상업성의 침투에 기여한다.

앞서 소비자에 환상적 이미지를 통해 허위 욕망을 추동하는 양상을 그려낸 「MIMI HOUSE — 인형의 집」에서 상품화된 여성은 환상적 기호로 교환됨을 확인할 수 있다. 우선 '미미의 집은 미미까지 합해서 35,000원[65]'이며, '금빛 열쇠'만 가지고 있으면 언제든 소유할 수 있는 허락을 얻게 된다. 장난감 인형의 집이 '상품'이라는 사실은 명백하나, 여성 인형인 '미미'도 구매 가능하다는 점은 인형 상품에 내재하는 여성 기호 역시 '상품화'되어 있음을 보여준다.[66] 이에 더해, '미미'라는 여성 기호는 환상적 이미지로 가득한 서구적 문화 요소이다. 이국적인 '미미'라는 이름, 금발의 머리 색과 큰 눈, 뾰족한 턱과 완벽해 보이는 인형의 몸매는 매우 이질적이며, 한국인의 외형적 특징과는 분명 구별된다. 이러한 환상적 매력의 극대화는 소비자가 갈망하는 이상향으로 상징 조작되고 상품의 매력 요소로 작동한다. '미미'는 남성성 중심의 제국주의적 지배가 상징 조작된 여성의 매력을 활용한 문화 지배로 변모함을 보여주는 전형적인 상품 기호라 할 수 있다.

그리고 여성의 매력을 극대화하는 상징 조작의 과정을 거쳐 상품에 대한 소비를 추동하게끔 하는 문화 지배는 여성 기호성인 '인형'과 같은 상품을 넘어 살아 있는 '여성'을 모델로 활용하는 데에 자연스럽게 이르게 된다. 여성 가수를 주인공으로 삼은 C.F.에서도 문화 지배의 이데올로기를 확인할 수 있다. 「롯데 코코아파이 C.F.」는 가수 이은하가 코코아파이를 소재로 노래를 부르는 실제 C.F.의 장면을 그대로 묘사한 것

65) "미미의 집은 미미까지 합해서/ 35,000원 금빛 열쇠가 우리를/ 허락한다고 말들 하지요" (오규원, , 「MIMI HOUSE———인형의 집」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』, 문학과지성사, 1987, 97면).

66) 예쁨이라는 여성의 전통적·고정적 이미지가 미미에게 부여되고 있다고도 볼 수 있다. 또한 미미가 늘 웃음으로 상대를 맞이해야만 한다는 점에서도 여성의 피지배적 위치를 확인해볼 수 있다.

에 가까운 텍스트이다. 이 작품에서 그대로 묘사되고 있는 C.F.는 의도적으로 이질적인 이미지를 병치하여 매스미디어의 소비자들을 현혹한다. 상품 '코코아파이'의 이미지와 환하게 미소지으며 '코코아파이'를 권유하는 예쁜 여성의 이미지가 교차하며 광고 소비자의 오감을 자극하는 것이다.

1. 어깨가 사관생도의 제복처럼 볼록한
흰 투피스를 입고, 가수 이은하가
흰 빵모자를 쓰고 오른손 검지를 빳빳하게 세우고
말한다———입맛이 궁금할 때 맛있는 게 무어냐
이은하의 눈과 귀는 웃고, 왼손에 쥔
뭉텅한 마이크의 오렌지색 대가리가 巨하다

2. 십대 바이올리니스트와 첼리스트는
무조건 즐겁다
롯데 코코아파이
(짜라잔잔잔)

3. 클로즈업된 코코아파이———거대한
코코아파이를 괴물의 두 손이 빠갠다
코코아 비스킷 속에 매쉬맬로우가
제4빙하기같이 눈부시게 계곡을 덮고 있다

-「롯데 코코아파이 C.F.」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

오규원의 작품 「롯데 코코아파이 C.F.」는 연마다 번호가 매겨져, 광고의 화면 단위를 지시한다. 작품에서 1, 4, 6, 8연은 이은하의 모습을, 2, 5, 7연은 이은하가 노래를 부르는 무대의 배경과 함께 노래 부르는 다른 사람들의 모습을 보여 준다. 광고의 대상인 '롯데 코코아 파이'의 광

고 이미지를 단독으로 보여 주는 장면은 3연뿐이다. 사실상 C.F.의 컷 단위인 이러한 연의 구성을 보건대, 선전에 있어 상품의 품질과 같은 부분은 소비자의 구매로 이어지는 핵심 요소가 아님을 알 수 있다. 상품과 상품 광고의 공급자는 상품의 품질이 좋음을 적극적으로 설득하는 것이 아니라, 소비자가 상품에 대해 가지고 있는 '이미지'를 구축하는 것이 더 중요함을 인지하고 있다. 그중에서도 여성의 상품화된 매력이 광고 선전에 활용되고 있음을 위 시에서 살펴볼 수 있다.

1연과 2연은 코코아파이를 노래하는 가수 이은하와 연주자들의 즐거운 모습을 보여 준다. 유쾌하고 밝은 분위기와 따라 부르기 쉬운 멜로디로 외치는 '롯데 코코아파이' 상품명은 상품에 대한 긍정적인 인식을 소비자들에게 각인시킨다. 1연에서 가수 이은하가 입고 있는 '사관생도의 제복처럼 볼록한 흰 투피스'는 이전 남성들의 전유물이었던 제복의 남성성을 무화시키고 있다. 여성이 흰 제복을 입고 노래하는 낯선 모습은 소비자로 하여금 여성성의 새로운 매력을 발견하며 상품에 관심을 갖게 한다. 그리고 3연과 같이 광고는 '코코아파이' 상품을 화면 가득히 클로즈업한다. 광고 모델 이은하의 여성 이미지가 상품 이미지로 바로 전환됨에 따라 소비자는 모델의 밝고 긍정적인 이미지를 상품에 투영하게끔 유도된다. 또한, 실제 C.F.에서 이은하가 부르는 노래의 멜로디는 3연의 장면에 지속하여 배경음악으로 깔리며, 시각뿐 아니라 청각까지 동시에 자극하며 소비자들의 감응을 극대화하고 '광고 모델 가수 이은하-코코아파이'로 이어지는 긍정적 인식을 강화한다.

광고는 또다시 '난 그 맛에 반했어/ 난 정말 반했어'라는 노래로 고백하는 가수 이은하와 함께 노래하는 어린 여성들의 모습을 비추며, 계속하여 상품을 선전한다. 흰 투피스와 흰 빵모자를 입고 노래를 부르며 '코코아파이를 쥔 왼손'을 '내 쪽으로 내'미는 광고 속 이은하의 모습은 강렬하다. 현실이 아닌, 광고가 촬영되고 있는 만들어진 세트장에서 아름다운 여성이 노래를 부르며 코코아파이를 건네는 모습은 흡사 환상에 가깝기 때문이다. 광고는 이은하의 노래 부르는 장면을 지속하여 보여주다가 8연에 이르러 클로즈업을 통해 이은하의 여성성을 강력하게 부각한다.

‘눈꼬리가 동서로 치닫는’ 눈웃음과 붉은 입술, 흰 이빨은 ‘단순호치(丹脣皓齒)’의 미의 전형적 상징을 드러낸다. 광고 속 ‘아름다운 여성’은 계속하여 ‘롯데 코코아 파이’에 반했다고 노래만 부를 뿐, 상품을 사거나 먹기를 권하거나 직접적으로 강요하지 않는다. 하지만 이미 소비자들에게 여성 광고 모델과 음악과 화려한 화면의 움직임은 환상으로 작용해 상품의 구매욕을 불러일으킨다. 소비자에게 상품의 소비를 강제하거나 강요하지 않았지만, 소비자는 상품과 결합한 매력에 무의식적으로 미혹된다. 상품을 소비하고 싶다는 생각이 들 때쯤, 광고는 롯데 코코아파이의 가격을 전하며 마무리한다.

8. 클로즈업된 이은하의 눈꼬리가 동서로
치닫는다 불타는 입술 사이에 가지런한
흰 이빨이 남북으로 부닥친다
(이은하는 지금 롯데 코코아파이 C.F.
속에서 즐긴다)

롯데 코코아파이에 들어 있는——
희망 소비자
가격 100원

-「롯데 코코아파이 C.F.」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

광고의 장면 단위를 그대로 묘사한 「롯데 코코아파이 C.F.」는 오규원이 공급-수요의 시장 경제체제와 상품화된 여성 기호를 활용한 실제 상품의 판매전략을 꿰뚫고 있음을 보여 준다. 조작된 이미지의 결합체인 광고는 이질적인 이미지의 병치를 통해 소비자를 현혹한다. 그리고 오규원은 그러한 병치의 의도를 작품 속에서 더욱 극적으로 드러내고 있다.

같은 시집의 다른 작품 「가끔은 주목받는 生이고 싶다」와 「그것은 나의 삶」도 여성 모델의 신비하고도 매력적인 이미지로 소비자들을 미혹하는 과정을 포착한다.

(가)

개인 또는 초상화

벽과 벽 사이 한 女人이 있다. 살아 있는 몸이 절반쯤만 세상에 노출되고, 눌러
 쓴 모자 깊숙이 감춘 눈빛을 허리를
받쳐들고 있는 한 손이 끄을고 가고.

-「가끔은 주목받는 生이고 싶다」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

(나)

한 쌍의 남녀(얼굴은
대한민국 사람이다)가
사막을 걸어가고 있다

한 쌍의 남녀(카우보이
스타일의 모자를 쓴 남자는
곧장 앞을 보고——역시
남자다, 요염한 자태의 여자는
카메라 정면을 보고——역시
여자다)가 사막을 걸어가고 있다

-「그것은 나의 삶」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

(가) 「가끔은 주목받는 生이고 싶다」 작품은 구두 회사인 '슈발리에' 브랜드의 지면 광고 장면을 모티프로 삼아 여성 모델의 활용 양상을 포착한다. 여자 구두를 광고하고 있는 지면 광고에서는, '살아 있는 몸'을

‘절반쯤만 세상에 노출’하고, ‘눌러쓴 모자 깊숙이 감춘 눈빛’을 보이는 여성에게 낯설고 신비한 이미지를 부여한다. 그리고 이는 여자 구두와 구두 발자국 이미지, 그리고 작품의 제목과 동일한 광고 문안[67]과 병치되어 ‘가끔은 주목받는 生이고 싶’다면 이 브랜드의 구두를 소비해야 한다는 쪽으로 소비자 인식을 조작한다.

(나) 「그것은 나의 삶」은 한층 더 직설적으로 여성의 매력을 호소한다. 광고 속 사막을 걸어가는 한 쌍의 남녀의 얼굴이 ‘**대한민국**’ 사람임을 굳이 강조하며, 얼굴 외의 부분은 대한민국 사람 같지 않은 이국적인 매력을 지니고 있음을 암시한다. 그러나 광고 속에서 소비자가 집중하게 되는 인물은 한 명이다. ‘카우보이 스타일의 모자를 쓴 남자는 곧장 앞’만을 보고, ‘요염한 자태의 여자는 카메라 정면을’ 보기 때문이다. 그렇다면 광고의 소비자가 정면으로 마주하게 되는 모델은 여성이 된다. 그리고 그러한 그녀를 두고 시적 화자는 ‘역시 여자다’라고 말한다. 한국의 환경에서는 볼 수 없는 ‘사막’과 같은 낯선 지역에서 걷고 있는 요염한 자태의 여성은 전혀 현실적이지 못하다. 이 여성 모델은 화면 너머의 소비자와 눈을 마주치며 소비를 추동하는 도구적 역할을 담당한다. 환상적 기호로 교환된 여성[68]은 상품화되어 상위 문화의 지배 구조를 구축하는 강력한 하나의 축으로 작동하고 있는 것이다.

---

67) “인생이란 그저 살아가는 짧은 무엇이 아닌 것, / 문득———스쳐 지나가는 눈길에도 기쁨이 넘치나니 / 가끔은 주목받는 生이고 싶다”.

68) 물론 남성 또한 성적 상징(Sex Symbol)로 활용되어 매력 요소를 담당할 수도 있다. 오규원 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』의 다른 작품 「No Mercy」에서는 한 쌍의 매력적인 남녀 주인공이 등장한다. (“———근육질의 남 리차드 기어 섬유질의 여 킴 베신저”) 이 작품은 1987년 개봉한 리차드 기어, 킴 베신저 주연의 영화 〈No Mercy〉의 광고 제작 현장을 모티프 삼고 있다. 주인공인 서구의 남성과 여성 배우들 각각의 강인하고 부드러운 신체 이미지는 ‘영화’와 ‘영화 홍보 광고’에서 소비자가 동경하는 대상이 되며, 이는 나아가 매력적인 서구 지배문화에의 동경으로 이어진다. 비현실적일 정도로 매력적인 대상으로서의 지배문화는 상품화된 여성의 기호와 접목되는 과정을 지속적으로 행하고, 이는 소비자로 하여금 자발적으로 지배문화에 순종하게 만든다. 하지만 매력을 바탕으로 상대를 ‘미혹’할 때에는 남성보다 여성이 더욱 효과적이기 때문에 여성의 매력을 부각시키는 경우가 많다고 볼 수 있다.

제 3 절 물신화된 소비사회에의 자발적 순종 유도

소비 중심의 상품 경제 체제에서 지배문화는 상품과 광고에 상징 조작을 가해 그것들이 우월한 것임을 지속적으로 소비자에게 주지시킨다. 그리고 지배문화의 힘은 상징 조작된 다양한 기호들이 적층됨에 따라 더욱 견고하고 확장된 세계를 구축한다.

> 얼마 전에, 일간신문 지상에 미국의 히피들이 그리니치 빌리지에서 웃통을 벗어던지고 기타아를 치며 노래 부르는 천연색 사진이 나온 일이 있다. 나는 그 사진이 마음에 들어 한동안 내가 그 속에 있는 것이 아닌가 하는 착각에 빠진 일이 있다. 거대한 문명사회의 상징인 그리니치 빌리지 광장의 주변건물을 배경으로 하고도, 그 배경에서 나와 다시 그 배경을 흡수하는 또 다른 미국을 창조하는, 그들의 천연스런 자세가 나를 감동 속에 몰아 넣었던 것이다.
>
> -「한 詩人과의 만남」(1976), 『現實과 克己』중

오규원 역시 서양 문물의 유입이 중첩되며 만들어지는 문화의 지배력에 감탄을 금치 못한다. 그는 일간신문 속 사진에서 서양 제국의 문화 지배력을 체감한다. 거대한 문명사회의 상징인 '그리니치 빌리지 광장'의 웅장한 광경은 주변의 건물과 더불어 '또 다른 미국을 창조하'며 제국의 문화를 공고히 다진다. 그리고 이 '문화'는 인위적이지 않고, '천연스런 자세'로 자연스럽고 당연하게 영향력을 키워나간다.

영향력을 자연스럽게 확장해 나가는 문화의 이러한 성질은 다른 문화와의 교섭 관계에서도 나타난다. 오랫동안 한국 문화를 잠식해온 문화 제국주의는 소비사회의 상품과 판매자가 모두 종교적으로 신격화되는 물신화의 단계에 도달한다. 특히 새롭게 우리 사회에 유입된 서구 지배문

화의 상품들과 이미지들에 대한 소비자들의 강력한 선호는 흡사 절대적인 신앙과 같은 모습을 보인다. 오규원의 작품 「사냥꾼의 딸 - 14시 10분 ~ 14시 30분 사이」에서는 물신화된 소비사회의 양상와 이에 무비판적으로 순응하는 대중의 모습을 그려낸다.

사각바 열 개를 求하기 위해 나는 한 神殿에서 이마에 땀을 흘리며 응혈의 아이스박스를 뒤졌다 多神은 불편해라 서로 굽힌 허리가 걸린다
젊은 주부 하나 사랑의 비비콜 한 상자를 갈구했다 제단에서 비비콜 한 상자를 끌어내어 司祭는 먼지를 탁탁 털었다 오, 높은 곳의 사랑은 끝이 없고 낮은 곳의 계곡은 깊고 무서워라
한 사내가 波羅密多의 아리랑 한 곽을 求했다
한 사내가 金剛의 소주 두 병을 求했다
한 여자가 改新의 맥주 다섯 병을 求해갔다
늙은 영감은 오지 않았다

-「사냥꾼의 딸 - 14시 10분 ~ 14시 30분 사이」,
『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

사각바 아이스크림을 구하러 간 슈퍼는 '신전'으로 묘사되며, 마치 피를 내어 속죄 제사를 드린 흔적과 같은 '응혈'이 있다. 슈퍼의 수많은 상품은 수많은 신들로 묘사되는데, 이는 물건을 신처럼 여기는 물신숭배의 현실을 나타낸다고 할 수 있다. 이러한 모티프 안에서 비비콜[69]을 '제단'에서 꺼내는 슈퍼 주인은 '사제'이다. '슈퍼마켓'이 신성화된 공간인 '신전'에는 다양한 '신도'인 소비자들이 찾아온다. 슈퍼마켓을 찾는 손님들은 '바라밀다'의 아리랑, '금강'의 소주, '개신'의 맥주를 구매했다. 상품의 소비 행위를 '갈구했'고 '求했다'고 표현하는 것 역시 신을 求하는 신도들의

69) 롯데칠성에서 제조한 보리탄산음료로, 1980년대 큰 인기를 끌었다.

적극적인 태도와 겹쳐진다. 신격화된 소비 사회인 '높은 곳'에 위치하는 물신화된 상품들을 향한 '사랑은 끝이 없다'. 이는 인간의 욕망이 무한함과도 연결된다. 그러나 평화로운 신전의 분위기는 곧 깨지는데, 이는 '신도'가 아닌 한 어린이 때문이다.

> 세 살짜리 기집애가 拜金의 초콜릿 하나를 돈 없이 집었다 司祭는 엄마를 데리고 오라고 고함을 질렀다
> 한 손에 초콜릿을 쥔 채 기집애는 가지 않고 으앙으앙 울었다
>
> -「사냥꾼의 딸 - 14시 10분 ~ 14시 30분 사이」,
> 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

기집애가 배금(拜金)의 초콜릿 하나를 '돈' 없이 집었기 때문이다. 슈퍼의 주인인 신전의 사제는 기집애에게 엄마를 데리고 오라고 고함을 지른다. '신전'에서 '신도'들은 그 구조와 체계 안에서의 원칙과 교리를 따르고 있다. 슈퍼에서는 '돈'을 주고 '상품'을 교환해야 한다. 사회적 원칙이 소비자 간에는 공유되어 있는 것이다. 상품의 교환 원리를 어긴 기집애는 상품에 대한 욕망만을 표시하다가 배척되는 것이다. 비정한 사회는 어린아이의 실수를 다정하게 용인해주지 않는다. 하지만 슈퍼의 주인이 기집애에게 화를 내는 장면은 대중들이 유아 때부터 상품 사회의 구조와 교환의 원리를 철저히, 엄격하게 학습하는 과정이라고도 볼 수 있다. 철저히 교환 원리에 따라 행동해야 한다는 인식은 학습되어야만 하는 것이기 때문이다. 다만 주목할 부분은 사제의 고함에도 기집애는 끝까지 '배금의 초콜릿'을 내려놓지 않는다는 점이다. 여기에서는 소유욕이 인간에게 본능적인 욕망임을 느낄 수 있다. 더불어, '초콜릿'이라는 달콤하고 자극적인 대상은 소비자가 향유하기 원하는 지배문화의 매력적인 상품이다. 대중은 유아기부터 매력적 상품과의 자연스러운 접촉을 통해 강렬한

소유욕을 품게 된다.

오규원은 이처럼 문명화되고 자본화된 사회의 그늘에 초점을 맞추며, 물신화된 사회의 모습을 묘사하였다. 시인은 슈퍼를 신전으로, 소비자들은 신도로 노골적으로 묘사하며 '신앙과 종교'의 이미지를 덧씌우는 시적 조작을 가하고 있다. 특히 구원을 바라는 듯 상품들을 강렬히 구하는 소비자들의 모습을 구체적으로 나열하며 물신화된 사회의 면모를 보여 준다. 이렇게 시인의 관념을 거쳐 모사된 현실은 이미지 속에서 사실감을 더한다.

이처럼 근대화 및 산업화를 거치며 서구열강 혹은 제국-한국 간 문화적 지배 구조는 '상품'을 매개로 상징 조작되어 소비자 대중에게 영향력을 행사한다. 그리고 소비하는 대중은 이에 대한 최소의 경각심이나 적극적인 저항의 의지조차 결여한 채 무비판적으로 세계의 변모를 수용한다. 지배문화의 상징 조작에 반응하는 소비 대중의 모습은 「자바자바 셔츠」에서 잘 드러난다. 서구 문화의 강력한 힘에 무릎 꿇고 자발적으로 순응하는, 마치 종교에 순종하는 듯한 여성 신도들의 모습이 그것이다.

이 작품은 남대문시장의 오후를 배경으로 삼고 있다.[70] 시장은 자본과 상품이 쉴 새 없이 교환되는 공간이다. 상품들은 실제 상품의 사용가치와 상관 없이, 교환 가치[71]에 의해 존재가치를 인정받는다. 수입 티셔

---

70) 오규원의 「남대문시장에서」(『가끔은 주목받는 生이고 싶다』, 1987)에서 시적 화자는 '육체를 정신에 묶지 않고' '유령'처럼 다닌다. 온갖 상품의 거래가 이루어지는 시장에서 '육체'의 삶을 살아가고 있는 것이다. 화자는 오늘 '예술과 사회를 강의하는' 정신적 가치를 추구하는 일을 하였으나, 사실상 이조차 '강의료를 받'기 위한, 돈을 받기 위한 생계의 수단일 뿐이다. 그는 물질적 가치를 지향하는 것은 아니지만 정신적 가치를 상실하고 그저 남대문시장 '수입 상가에서 빨간색 외제 팬티'를 사며 기력 없이 살아가고 있는 것이다. 공간적 배경인 '남대문 시장'은 무기력해진 '유령'과 같은 삶을 살아가게 하는 사회의 상징과 같다.

71) 기 드보르는 교환가치와 사용가치의 관계에 대해 다음과 같이 설명한다. "교환가치는 오직 사용가치의 동인(動因)으로서 형성될 수 있었다. 그러나 교환가치는 고유의 무기로 승리를 이끌면서 독자적인 지배 조건들을 만들어 낸다. 교환가치는 인간의 모든 사용가치를 결집시켜 그것의 충족을 독점함으로써 마침내 **사용가치를 지배하게 된다**. 교환 과정은 생각할 수 있는 모든 사용가치와 동일시되며, 사용가치는 교환가치에 좌지우지될 정도로 축소된다. 교환가치는 사용가치의 용

츠들을 리어카에 쌓아두고 파는 李씨가 '발을 구르고, 손뼉을 치'며 큰 소리로 '자아바, 자아바', '고올라, 자바'라고 외친다. 마치 사이비종교 지도자의 주술적 구호와 같이 외침은 반복된다. 왁자지껄한 시장 분위기는 역동적인 호객행위에 의하여 더욱 고조된다.

자아바, 자아바
쿵(발을 구른다)
고올라, 자바
짝짝(손뼉을 친다)

여기는 남대문시장 오후의
난장이다 티를 파는 李씨는
리어카 위에 올라 肉鐸을 친다
하루의 햇빛은 쿵 할 때마다 흩어지고
짝짝 손뼉에 악머구리처럼 몰려오고
여자들은 제각기 두 발로 와서
李씨의 가랑이 밑에 허리를
구부린다 엘리제 카사미아 캐논 히포
아놀드 파마 새미나 마리안느를
두 손으로 잡는다 건방진 여자들은
한 손으로 제 얼굴까지 바싹 끌어당긴다

상가의 건물은 金剛의 영혼으로
여자들의 어깨를 짚고
여자들은 우뚝 선 李씨 무릎 아래 엎디어
-「자바자바 셔츠」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

병으로, 종국에는 자신의 이득을 위해 전쟁을 치른다." (기 드보르, 앞의 책, 2014, 45면).

시장에서 흔히 볼 수 있는 李씨의 호객행위에 여자들은 '악머구리처럼 몰려'와 물건을 고른다. 여자들은 '제각기 두발로' 스스로 와서, '李씨의 가랑이 밑에 허리를 구부린다'. 여자들은 '엘리제, 카사미아, 캐논, 히포, 아놀드 파마, 새미나, 마리안느'와 같은 수입품에 광분하며 달려든다. 시적 화자는 이를 '두 손'이 아닌 '한 손으로' 잡는 여자는 건방지다고 표현한다. 이는 수입품이 상징하는 외래문화에의 지배적 예속이 타당한 것이라는 인식을 내포한다. 수입품으로 상징되는 외래문화는 재래의 한국문화보다 더 우월하다는 이데올로기 때문이다. 그리고 작품 속의 여성들은 정말로 상품에 어떤 특징이 있는지, 자신과는 잘 어울리는지 등의 아무 판단 없이 상품을 고르고 소비하는 행위에 여념이 없다. 그렇기에 두 손으로 티셔츠를 잡는 여성들은 더 상위의 것으로 여겨지는 지배문화에 열성적으로 순응하는 소비 대중의 모습을 보인다.

오규원이 생각하는 '남대문시장'의 이미지는 재래의 전통 시장이 아니라, 수입 물건이 넘치는 외래문화의 집결지이다. 남대문 시장에는 수입상가가 있으며, 다양한 외제 물건들을 판매하고 있다. '남대문시장'은 자본 집약의 공간이자 다양한 서구문화적 상징들이 혼재하는 문화공간이라고 규정할 수 있다. 이러한 남대문 시장과 이를 구성하는 건물들은 '金剛(금강)의 영혼'으로, 파괴될 수 없는 강력한 힘을 가지고 우뚝 서있다. 엎드린 여자들을 무릎 아래에 둔 李씨 또한 남대문 시장과 함께 우뚝 서있다. 토착 문화와 대비되는 외래문화에의 찬양, 순종하는 여성 소비자들의 모습, 그리고 이 모든 환경을 혼란하게 만드는 시장의 분위기는, 문화 요소들의 범람으로 혼란한 사회에서 합리적 판단을 내리기 어려워진 소비자들의 광신도적인 모습을 그려낸다.

이렇게 남대문시장에서 물건을 고르는 소비자와 판매자의 모습은 말 그대로 '서울의 난장'판이다. 상품을 대하는 소비자들의 모습은 시장뿐만 아니라 '서울', 나아가 우리 사회 전체에서 보이는 있는 모습이다. 소비를 종용하는 사회, 이를 조작하는 지배 이데올로기는 우리 삶 전반을 아우르고 있다. 지그문트 바우만은 '소비지상주의가 우리를 유혹해 행동하게끔 자극'한다고 말한다. 유혹의 목적은 이윤 창출에 적극 이바지하도록

유도하는 것이다. 소비지상주의의 유혹에 굴복한 소비 대중은 '자발적 노예'가 된다. 바우만은 스스로 소비를 선택하고 적극적으로 실행하는 모습을 '자기주도적(pro-active) 노예화'라고 정의한다.[72] 오규원의 작품 속 소비 대중의 모습은 소비 행위에 열광하는 신도이자 자발적 노예와 다름없는 모습을 보인다. 이들은 상품의 외관으로 포장된 지배문화에 순응하게 된 것이다. 이 과정에서 지속적인 명령[73]의 반복으로 제시된 '선전'은 주술적 효과를 바탕으로 더 강력하게 소비 대중의 의식과 무의식을 지배한다.

여기는 서울의 난장이다
李씨는 잡히는 대로 티를
구석으로 팽개친다

자바자바
그놈
골라자바
그놈

-「자바자바 셔츠」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

72) 지그문트 바우만, 『지그문트 바우만, 소비사회와 교육을 말하다-소비사회가 잠식하는 인간적인 삶에 대하여』, 나현영 옮김, 현암사, 2016, 198면.

73) 보드리야르에 의하면, 광고는 무엇을 이해하게 하거나 배우게 하는 것이 아니라 기대하게 한다는 점에서 예언적인 말이다. 광고가 하는 말은 사물의 사용가치에 대한 사실을 전제로 하는 것이 아니라, 광고의 예언적 기호가 만들어 내는 실재성에 의해 추인(追認)되는 것을 전제로 하여 광고의 효과를 높인다. 작품 속 李씨의 호객행위는 명령 형태를 띠는 하나의 광고이자 선전으로 볼 수 있으며, 이 언설에 의한 동어반복은 주술사의 주문과 같이, 똑같은 문구를 반복한다. 이때 소비자는 '구매행위'를 통해 이 신화세계의 사건을 '신성화'하는 것밖에는 할 수 없을 것이다. (장 보드리야르, 앞의 책(1970), 2015, 206-207면의 요약).

오규원은 외래의 문화요소가 가득한 '남대문 시장'에서, 외제 브랜드 상품들로 표상되는 각종의 상징물들을 무비판적으로 수용하는 소비자들의 모습을 그려낸다. 상위 문화에 대한 깊은 선망과 욕망을 내재화한 모습이 적극적이고 열성적인 수용의 태도로 발현되는 것이다. 이는 리어카 위의 뒤섞여 더미로 쌓여있는 티셔츠를 어떠한 나름의 합리적 기준으로 선택해 소비하려는 것이 아니다. 사실상 리어커 위의 '엘리제, 카사미아, 캐논, 히포, 아놀드 파마, 새미나, 마리안느'와 같은 브랜드의 상품은 리어카 위에서 마구잡이로 골라잡을 수 있는 것이 아니다. 그렇다면 리어카 위의 옷들은 '진품'이 아니라 '가품'임을 추론해볼 수 있다. 상위 문화에 대한 강한 욕망은 그것을 확보할 수 없는 현실과 접목되어, '가품'을 갈망하는 데까지 이르게 되는 것이다. '가품'은 '진품'의 대체품으로써 소비 대중이 대리만족할 수 있게 함을 알 수 있다. 나아가 진품의 복제품으로써 가품이 열성적으로 판매되는 장면은, 지배문화의 상징 조작이 충분히 효과적으로 이루어졌음을 보여줄 뿐 아니라, 가품으로까지 지배문화의 외연이 확대되었음을 보여준다.

그렇기에 옷을 향해 달려드는 여성들의 모습은, 상징 조작된 지배문화에 열성적으로 순응하는 모습을 나타내기도 하지만, 진짜가 아닌 가짜를 소비하며 허위의 만족감을 누리려는 얄팍한 거짓의 삶을 드러내기도 한다고 볼 수 있다. 이러한 상황에서 대중은 자신이 원해서 물건을 고른다고 착각하며, 왁자지껄한 시장의 분위기와 강한 호소력이 있는 李씨의 호객행위에 휩싸여서 혼미하게 소비를 행하고, 지배문화의 이데올로기에 순응하게 되는 것이다. '문화'의 이름으로 가려진 지배 코드들은 이렇게 무의식 중에 대중의 이성을 잠식한다. 오규원은 남대문 시장의 정경 속에서 그러한 지점을 냉철하게 읽어내고 있는 것이다.

제 3 장 자본주의 체제에의 언어적 대응

제 1 절 자본주의 체제 기저의 '교환 원리'

오규원은 예술이 현실 세계를 부정적으로 인식하고 있다고 파악한다. 그러므로 그는 예술이 그 자체의 고유함으로 부정적 현실의 제도와 인습에 저항하고 있다고 생각한다. 예술과 현실 세계는 근본적으로 다른 가치를 바탕으로 구성된 체계이며, 이때 서로 다른 두 세계를 명확하게 구분 짓는 기준은 '실용성'이다. 일반적으로 현실 세계는 '실용성'을 근거로 대상의 가치를 규정한다면, 예술의 세계는 '실용성'으로부터 일탈해 있는 특징이 있다. 그러나 작품이 현실의 자본주의 시장 내에서 매매의 대상이 될 때, 예술 작품의 가치는 자본과의 교환을 위해 실용성을 기반으로 하게 된다. 그렇기에 예술 작품은 시대와 사회에 따라 휴짓조각이 될 수도, 거액의 금액이 매겨질 만큼 가치가 높아질 수도 있다. 이때, 예술 작품이 지니게 될 교환가치는 예술 작품 그 자체의 본래적 가치와는 아무 연관이 없다. 예술 작품의 본질적 가치가 시대와 사회제도, 경제 질서에 종속되지 않는 자유함을 확보하고 있다는 것이다. 나아가 예술이 사실상 처음부터 실용성을 기반으로 하는 현실의 가치체계를 무시하고 있다는 결론에 도달하게 된다.

이러한 측면에서 보건대 산업 사회에서의 예술은 필연적으로 소외의 양상을 띤다. 이는 예술이 현실과 일정한 '거리'를 둔다는 뜻이기도 하다. 이때 '거리'의 존재는 시인이 현실에 침잠되지 않게 할 뿐만 아니라, 시인으로 하여금 현실의 은폐된 이데올로기를 걷어 내며 현실을 비판할 수 있는 위치를 확보하게 한다. 이는 서정적 세계에서 시적 화자로 표방되는 예술가와 현실 간의 거리감이 거의 없었던 이전의 양상과는 대조적으로, 산업 사회에 대응하는 현대의 시인은 현실과 일정한 거리를 두어 냉소적 시선을 유지하는 양상을 보이게 된다. 이러한 관점에서 오규원은 1980년대에 들어 "전통적인 서정시를 가지고는 자본주의라는 거대한 체

제와 싸우기 힘들다.”는 탄식과 더불어, 패러디, 아이러니 등의 다양한 형식적 실험을 시도하는 작품들을 쓰게 된다. 나아가 오규원은 다양한 상품들을 주요 소재로 삼은 상품시와 광고 자체를 묘사하거나 광고의 문안을 직접 인용하는 광고시 등을 창작하며 시 창작 범주의 외연을 넓히는 나름의 새로운 도전을 행한다. 이러한 실험적인 시도들은 현실과 일종의 ‘거리’를 두려는 시인의 의식적인 노력의 일환이라고 볼 수 있다. 자본주의 체제에서 예술의 언어가 현실 세계를 구현하는 데 한계를 느낀 오규원이 비판과 대응의 차원에서 형식적 틀을 깨는 방법을 택한 것이기 때문이다. 이는 시인이 의도적으로 현실과 ‘거리’를 두며 세계에 지속적으로 대응하고자 한 것임을 알 수 있다.

오규원은 『가끔은 주목받는 생이고 싶다』(1987)[74]의 Ⅲ장에서 본격적으로 상품·광고시를 보인다. 오규원은 1968년 가을부터 시작해 6개월이 넘는 시간이 걸려 완성한 「현상 실험」(시집 『분명한 사건』), 그리고 ㈜태평양화학에 근무하기 시작한 즈음 완성한 장시 「김씨의 마을」 작업 등을 하며 언어에 대한 고민을 지속하고 있었다고 고백한다.[75] 그의 고민은 계속된 끝에, 언어적 표현 안에서 세계가 ‘동사’로 움직여야 함을 지향하게 된다.

---

74) 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』는 1987년 ㈜문학과지성사에서 초판 발행한 오규원의 다섯 번째 시집이다. 총 3개의 장으로, Ⅰ장은 시 22편, Ⅱ는 詩人 久甫氏의 一日의 연작시 14편을 포함해 17편, Ⅲ는 상품시 및 광고시 12편을 묶어 총 51편의 시로 구성되어 있다. 이전 오규원이 초기 시집에서 언어와 관념에 대해 고뇌하던 방향에서, 자본주의적 체제와 언어에 대한 선구적인 시적 대응을 제시하는 것으로 전환되고 있음을 알 수 있다.

75) 『분명한 사건』의 「현상 실험」에서, “‘언어는 추억에/걸려 있는/18세기형의 모자다’, ‘망명 정부의 청사처럼/텅 빈/상상’이며 ‘가끔 울리는/퇴직한 외교관댁의 초인종’이라고 작품에서 말하고 있듯, 여기에서의 언어들은 낡았지만 그래도 아름다움과 나름대로 권위를 지닌 존재들입니다. 그러니까 그때 저는 언어의 힘과 아름다움을 믿으면서도 현실의 언어 또는 ‘나’의 언어는 낡았음을 오랫동안 고민하고 있었던 것으로 여실하게 읽힙니다. 언어의 힘과 아름다움을 믿고 있었다는 흔적은 ‘모자’라든가 ‘정부’라든가 ‘외교관’이라든가 하는 것만 보아도 쉽게 짐작할 수 있습니다.”라고 오규원은 말하고 있다. 그가 이즈음 ‘언어의 문제’에 천착해 있음을 고백한다” (오규원·이광호, 「대담: 언어 탐구의 궤적」, 이광호 편, 『오규원 깊이 읽기』, 문학과지성사, 2002, 31면).

문법적 비유로 말해보자면 세계는 동사인데, 언어는 명사이다라는 나름의 절망적 판단에 도달한 시기가 태평양화학으로 옮기고 약 2년쯤의 시간이 흐른 뒤가 되는 셈입니다.[76]

이는 오규원이 '언어는 명사'라고 생각한 것에 대한 좌절과 더불어 '세계는 동사'라는 결론에 도달했기 때문이다.[77] 그는 '세계'를 움직임과 변화를 통해 계속해서 차이를 만들어가는 곳이라고 규정하며, 그러한 이유로 '세계는 동사'이므로 이를 명사인 언어로 옮기면 세계의 움직임은 사라지고 정지하고 만다고 말한다. 이러한 시인의 세계에 대한 동사적 접근은 이후 그의 세계-언어의 관계에 대한 관념의 변화와 더불어 변모된 시작 활동의 양상으로 귀결된다.

오규원은 언어 자체에 대한 고뇌와 더불어 언어에 담긴 기존의 관념을 탈피하고자 노력해왔다. 이때 그는 급격한 변화를 수반한 산업화, 도시화의 양상과 더불어 사회 전반을 지배하는 배금주의, 개인주의, 물신주의의 풍조를 직면하게 된다. 이즈음은 오규원이 적극적으로 사회생활을 하며 생활 전선 전면에 머무르던 때였기 때문이다. 그는 1969년 한림출판사 편집부에 근무를 시작하였으며, 1971년 6월부터 1979년까지 ㈜태평양화학 홍보부에서 근무한, 문학인으로는 독특한 이력을 가지고 있다. 또한 그는 1981년 도서출판 문장의 대표로 출판사를 경영하기도 했다. 그러므로 오규원의 시작 활동이 적극적인 경제활동 경험과 밀접하게 연관이 있음을 고려해야 할 것이다. 특히 생산과 소비의 중심부인 ㈜태평양화학에서의 재직 경험은 현실을 바라보는 냉철한 시선을 갖추게 된 계기가 되었을 것으로 보인다. 오규원은 자본주의 사회의 한가운데에서 상품과 자본을 추종하는 경향을 마주하며 정치화된 언어와 관념에 대한 기존의 고정된 인식을 탈피하는 것의 중요성을 고찰하고[78], 현실에 대응하는

76) 오규원·이광호, 앞의 책, 2002, 32면.
77) 위의 면.
78) 오규원은 기존의 고정된 인식을 두고 언어와 이미지 간의 관계를 활용해 설명한

시인의 책무를 깊이 고민한다[79]. 그는 작품 「용산에서」에서 이러한 고민을 처음으로 담아내며, 이후 다양한 형태의 시 작품을 쓰는 시도를 지속한다. 그리고 오규원은 역설적으로 가장 관념에 오염된 광고의 상업적 언어를 이용하는 방식을 택하기에 이른다. 오규원의 다섯 번째 시집 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』는 광고가 우리 시에 본격적으로 등장한 첫 시집이다.[80] 그는 광고문, 안내문, 상표 등과 같은 상품적 메시지를 시 속에 그대로 옮겨 시적 대상으로 삼는 '인용적 묘사[81]'를 행하며 상품·광고시의 새로운 장을 연다.

광고언어는 수많은 종류로 쏟아져 나오는 대량의 상품들을 소비자에게 알리는 효과적인 수단이다. 이는 나아가 소비자의 욕망까지 창조해내는 강력한 힘을 지니고 있다. 조금 더 구체화하면 광고는 대중을 소비사회로 자연스럽게 편입시키며 자연스럽게 지배 이데올로기 하에 위치시킨다. 대개 대중은 광고를 보며 정보를 얻은 후 원하는 것을 각자의 개성에 맞게 주체적으로 선택한다고 착각한다. 하지만 광고에 둘러싸인 현대인의 삶은 점점 규격화, 표준화된다. 표준화되고 규격화된 삶을 살아가는 대중의 모습은 다음과 같다. 비슷한 시간대에 회사 공간에서 노동하며, 표준화되어 대량생산된 기성품을 구매하고 똑같은 TV 프로그램이나 영화를 본다. 이들은 TV에 나오는 사람들을 동경하고, 유행하는 기성품을

다. "이미지를 시의 핵으로 놓을 때, 필연적으로 우리에게 다가오는 것은 언어이다. 왜냐하면, 이미지란 의식의 심도와 향방에 따라, 선택된 언어의 섬세한 충돌과 조화로써 언어의 상호 관계 속에 놓여있기 때문이다. 이로 인해, 이미지 뒤에 숨어 있는 한 시인의 상상력의 무한한 에너지의 향방과 기저보다는, 이미 언어로 정착된 이미지 자체에 더 많은 관심과 가치를 부가하게 된다." (오규원, 「方法論 探求의 一例」(1975), 『現實과 克己』, 지성사, 1976, 42면).

79) "이처럼 시인은 '<이 빈곤한 시대에 시인이란 무엇인가?>라는 휠더린的 명제를 되씹어야 할 현재와 같은 상황 아래에서'에서 時人의 개념 정의와 책무, 가져야 할 관념과 의식을 지속하여 고민한다." (오규원, 「휠더린的 命題와 그 무엇」(1974), 『現實과 克己』, 문학과지성사, 1976, 18면).

80) 이승하, 『한국 현대시에 나타난 10대 명제, 새미, 2004, 59면.

81) 오규원은 그의 저서에서 직접 자신의 시작법인 '인용적 묘사'에 대해 설명한다. "'인용적 묘사(引用的 描寫)'란 잘 알려진 시가·문장·어구·인명 등을 적절히 인용하여 자기의 의도를 살리는 '인유'의 방식과 비슷하지만, 인용의 출처가 모두 우리 주변에 흔한 레디메이드(기성품)에서 따온 것이다." (오규원, 『현대시작법』, 문학과지성사, 1990, 326-331면의 요약).

소유하고 싶은 욕망을 느끼게 된다. 이러한 소비자들의 욕망은 소비사회를 강력하게 지지하는 수단인 광고를 통해 조작된 것이다. 오규원은 이와 같은 사회의 양상을 발견하여 자신의 시론[82]에 밝힌다.

> 아이스크림 광고 메이커가 일제히 텔레비전 화면에 나타나면 사람들은 비로소 곧 미치게 덥게 될 여름을 떠올리고, 미치게 더울 여름에 대비나 하려는 듯 아이스크림을 퍼먹기 시작합니다. 그리고 지난 여름에 입었던 하복 모양 어느 구석에 처박혀 있었는지도 몰랐던 「바다」라는 말을 기적처럼 잊어버리지도 않고 찾아냅니다. 「바다」라는 말이 필요해지기 시작한 것입니다.
>
> - 「한줌의 모래는 우주의 작품집-詩와 바다」,
> 『아름다운 것은 지상에 잠시만 머문다』 중

김병익에 따르면, 오규원이 이 시대와 삶에 대한 구조적 관찰에서 얻은 것은, 결론부터 말하자면, 교환가치의 세계 속에 응고되어버린 자본주의적 삶과, 거기에 순응하여 자신도 모르게 젖어든 가짜 만족이란 허위의식이다.[83] 개인은 자신의 욕망을 스스로 발견하여 주체적인 소비를 하고 있지 않다. 대중은 텔레비전 화면 속 아이스크림 광고 메이커를 보고 나서야 여름이라는 현실 세계의 본질을 깨닫는다. 그리고는 더운 여름이기 때문에 아이스크림을 먹고 싶었던 것이 아니라 광고를 통해 추동된 식욕을 바탕으로 아이스크림을 퍼먹게 되는 행위에 이르게 된다. 마치 '미치게 더울 여름에 대비'하는 양 그러하다. 이는 대중의 사고와 행위가 내면의 본래적 욕망으로부터가 아닌, 유도된 욕망에서부터 비롯되고 있

---

82) 오규원, 「한줌의 모래는 우주의 작품집-詩와 바다」, 『아름다운 것은 지상에 잠시만 머문다』, 문학사상, 1987, 109면.
83) 김병익, 「물신 시대의 시와 현실」, 이광호 편, 『오규원 깊이 읽기』, 문학과지성사, 2002, 83면.

음을 보여준다.

상업 및 자본주의의 중심인 소비재 기업의 홍보부에서 근무하던 1970년대부터 오규원은 자본이 만들어내는 브랜드 및 상품의 이미지 구축, 대중에의 선전 등과 같은 직무에서 체험적 깨달음을 확보하게 된다.[84] 시인은 모든 인간적인 가치가 숫자와 상품으로 교환되는 교환 경제 체제에 깊은 회의를 느끼게 된다. 작품 「丙子胡亂」은 우리 민족의 뼈아픈 역사가 숫자 기호로 교환되고 있음을 그려내고 있다.

> 여름, 방문을 걸어 잠근다. 섭씨 35도. 벽면에 땀방울이 계속 솟아올라 차례로 엉킨다. 한국사는 李朝後期에 그대로 멈추어 책장이 넘어가지 않는다. 丙子胡亂 때 책정된 歲貢品目, 美 10,000包, 布 1,400疋, 各色細布 10,000疋 등 23個項의 몇 만 개의 동그라미가 길바닥에 주저앉아 하늘을 우두커니 보고 있다. 黃金 一萬兩의 더위, 대기의 移動軍이 丙子年의 동그라미 앞에 발이 묶인다. 유리의 壁, 보이지만 닿지 않는 세계.
>
> - 「丙子胡亂」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』 중

시적 화자는 한국의 역사서를 읽다가 '병자호란' 면에 멈춘다. 책에는 병자호란에 패배한 조선이 청나라에 바쳐야 할 23개항 종류의 공물들의 방대한 양이 쓰여 있다. 솟아올라 차례로 엉키는 화자의 '땀방울'은 역사서 속 '몇 만 개의 동그라미'로 이어지며 터무니없이 많은 숫자 0의 이미

---

84) 오규원은 ㈜태평양화학에서의 근무 경험이 자본주의 경제 구조와 언어에 대한 관념에 지대한 영향을 미쳤음을 스스로 인정한다. "그 시기는 제가 자본주의의 심장인 홍보실에서 근무하며, 책 속의 자본주의나 거리의 자본주의가 아닌 현장의 한국적 자본주의의 실상을 어느 정도 파악하고 경험한 후가 되는 셈입니다. 즉, 생산 시설의 허와 실, 제품의 허와 실, 생산 과정의 허와 실, 생산과 소비의 허와 실, 광고와 소비의 허와 실, 영업 정책의 허와 실, 자본주의의 허와 실, 그 자본주의의 언어의 허와 실 등등을 어느 정도 알고 난 다음인 셈입니다. 이러한 경험적 사실에 대해서는 「이상과 쥘르의 대화」라는 산문 속에서도 잠깐 언급한 바 있습니다. 결국, 데뷔할 무렵부터 저를 괴롭혔던 언어와 세계의 관계가, 자본주의의 현장에 와서 노골적으로 충돌했다고 보면 될 듯합니다." (오규원·이광호, 앞의 글, 2002, 32면).

지를 연상시킨다. ‘몇 만 개의 동그라미들은 ‘길바닥에 주저앉아 하늘을 우두커니 보고 있’을 뿐이다. 이는 삶에의 의욕과 희망을 잃어버린 백성들이 서 있을 힘조차 없이 하늘을 우두커니 바라보고 있는 장면으로 연상된다. 백성들은 전쟁으로 몸과 마음의 상처로 괴로워하며, 피폐해진 그들의 삶을 회복할 겨를조차 없다. 패전의 결과로 지게 된 조선 백성들의 부담은 막혀버린 ‘벽면-책장-유리의 壁’과 이어지며 화자의 답답하고 절망적인 인식을 드러낸다. 쌀 10,000포, 포 1,400필, 각색 세공 10,000필 등의 공물의 양은 백성들에게 과중하게 부여된 고통이기 때문이다. 하지만 역사서 속 전쟁에 패배한 결과는 그저 숫자 기호로 교환된 채 언어화되어 있을 뿐이다. 진짜 세계는 숫자 기호로 치환되어 버린 전쟁, 황폐해진 국토, 공물을 바쳐야 하는 사람들의 고통과 같은 비극적 현실이다. 하지만 기호화된 역사는 진짜 현실을 살아가는 사람들과 그들의 삶의 실체를 가려버린다. 그렇기에 이는 시인의 상상력 속에서만 드러나게 되는, ‘유리의 壁’이자 ‘보이지만 닿지 않는 세계’가 되는 것이다.

오규원은 인간의 삶과 세계의 역사적 실체가 숫자 기호와 교환되며 언어화됨을 명백히 짚는다. 이처럼 언어에 대한 믿음을 가져오던 그가 ‘명사’인 언어가 ‘동사’로 살아 움직이는 세계를 그대로 그려낼 수 없다는 인식에 도달함은 그가 ‘인용적 묘사[85]’의 방식을 선택하게 된 이유와 자연스럽게 연결된다. 시인이 택한 ‘인용적 묘사’의 방식은 그가 언어와 관념 및 현실을 살아가는 시인의 책무에 대해 깊이 고뇌한 흔적이라고 볼 수 있다. 오규원이 자본주의 사회의 배금주의 및 물신 풍조 양태의 핵심축인 ‘교환의 원리’를 간파하고 있음을 ‘인용적 묘사’를 활용하여 창작한 작품 「프란츠 카프카」[86]를 통해 확인해볼 수 있다. 시인은 「프란츠

85) “인용적 묘사는 ‘대상의 실체를 새롭게 인식’하도록 ‘비판적 또는 해석적 공간’을 제공하는 데 그 기능과 목적이 있다. 엄밀히 말하면, ‘인용적 묘사’(또는 ‘방법적 인용’)은 완전히 새로운 것이라고 보기는 어렵다. 우리 시가의 전통 수법인 인유의 현대적 변형이며, 전경화되어 있지는 않았지만, 김수영의 시에서도 드러나며, 80년대 초 황지우가 이미 시도했다고도 볼 수 있기 때문이다. 하지만 이러한 논의를 차치하더라도 상품적 메시지는 물론 그 외 우리 현실에 있어 여러 파편을 작품 속에 끌어와 이것을 작품의 전체 구조가 되게 하는 것이 시, 나아가 예술의 근본적이고 급진적인 변화라고 볼 수 있다” (김준오, 앞의 책, 1992, 67면).

카프카」에서 직접적으로 상품을 드러낸다거나 광고의 언어를 빌리고 있지는 않다. 대신 형태적으로 상품과 그에 상응하는 가격을 제시하는 식단표의 틀을 이용하여 상품 소비 경제체제 내 상품과 가격이 연결되는 방식을 고찰하며 소비의 작동원리를 밝힌다. 이를 효과적으로 드러내기 위해 시인은 자본주의의 교환 원리를 시의 언어로 방법적 인용하는 방식을 택한다.[87] 이러한 시도는 나아가 오규원이 자본주의 사회를 바라보는, 내포된 개탄의 인식을 명료하게 드러내고 있다.

---MENU---

샤를 보들레르	800원
칼 샌드버그	800원
프란츠 카프카	800원
이브 본느프와	1,000원
에리카 종	1,000원
가스통 바슐라르	1,200원
이하브 핫산	1,200원
제레미 리프킨	1,200원
위르겐 하버마스	1,200원

-「프란츠 카프카」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

86) 오규원, 「프란츠 카프카」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』, 문학과지성사, 1987, 111면.

87) 오규원은 자신의 저서에서 직접 「프란츠 카프카」에 적용된 표현법과 시인의 의도를 밝히고 있다. "식단표의 음료수(또는 음식) 이름 자리에 사람의 이름을 대신 넣고 있다. 이런 행위 속에는 사람(또는 사람의 이름) 또한 상품으로 취급된다는 비판이 숨어 있다" (오규원, 『현대시작법』, 문학과지성사, 1990, 333면).

직관적으로 보이는 '메뉴판' 형태는 시의 형태를 자유롭고 파괴적으로 구성해낸 오규원의 재치가 보이면서도, 그의 예리한 의도를 보여주고 있다. 메뉴판은 보통 구매 가능한 상품과 가격으로 구성되어 있는데, 오규원의 메뉴판은 세계적인 인문학자 및 작가들의 이름에 가격을 매기는 발칙한 상상력이 돋보인다. 모든 것이 상품화되는 물신주의의 풍조, 그리고 예술 및 작품의 가치를 왜곡하는 자본주의 체제에 대한 비판의 시선을 확인할 수 있다. 메뉴판 안에서 800원, 1,000원, 1,200원으로 서로 다른 금액이 제시됨은 소비에 있어 교환가치의 위계를 의미하며, 실제 사용가치와 상관없이 교환가치에 의해 서열이 정해지는 소비사회의 면모가 드러난다.

전통적으로 생산과 수요(소비)가 균형을 이루거나, 혹은 생산이 수요에 비해 과다할 때는 대개 상품의 사용가치를 따져 소비하게 된다. 하지만, 근대화와 산업화를 거치며 생산과 소비의 문제는 생존의 문제나 실제의 필요를 넘어, 다양한 욕망을 바탕으로 하게 된다. 정리하면, 자본주의 사회에서는 모든 상품이 교환가치에 근거하여 그 가격과 존재가치가 정해진다는 것이다. 상품의 사용가치가 본래적 가치라는 점을 고려한다면, 교환가치에 의해 정해진 가격과 상품 사이에는 사용가치로의 실질적 의미는 존재하지 않게 된다. 상품과 가격의 교환은 임의로 정해진 것과 다름없기 때문이다. 더불어 문제는 교환가치의 위계나 서열의 기준점조차 누가 정했으며 어디에서부터 왔는지 소비 대중은 알 수 없다는 점에까지 확장된다.

교환가치에 근거해 운용되는 자본주의 소비 경제체제의 작동 원리를 명확히 꿰뚫어 본 오규원은 타락한 세계의 화법을 그대로 이용하는 방식으로 대중의 각성을 유도한다. 작품의 메뉴판에는 텍스트의 제목인 '프란츠 카프카'를 비롯하여 9명의 세계적인 작가, 학자 등에 가격이 붙여져 있다. 작품은 메뉴판의 상품-가격의 구조를 그대로 옮겨 정신적·비물질적 가치로 대변되는 '사람'에 값을 매기고 있다. 서로 다른 금액이 붙여진 이유, 곧 서로 다른 교환가치를 지니게 된 이유도 전혀 알 수 없다. 오규원은 어떠한 의미도 연관도 없는 시적 의미와 시적 대상 간 교환을

있는 그대로 보이며 현실 세계를 운영하는 동일한 원리를 독자들에게 강제적으로 인식시킨다. 다시 말해, 시인은 교환 경제 현실 세계 속 소비의 작동원리를 그대로 시 세계에 재현하는 방식으로 비판의 태도를 취하고 있음을 알 수 있다.

시를 **공부**하겠다는
미친 제자와 앉아
커피를 마신다
제일 값싼
프란츠 카프카

-「프란츠 카프카」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

2연에서는 우선 '공부'라는 시어의 서체가 변형되어 있음이 돋보인다. '공부'를 강조한 이유는 두 가지를 생각해볼 수 있는데, 우선 '시'를 '공부'의 대상으로 삼는다는 것 자체가 문제가 있다고 보는 관점이다. 문학은 향유하는 것이지, 공부를 통해 학습하는 것으로 생각하는 것이 '미친' 것이라고 보는 것이다. 또는 물질적 가치가 미덕인 시대에 돈이 되지 않는 '시', 곧 문학을 '공부'한다는 것은 시대를 역행하는 미련한 행위임을 특히 강조하는 것이라고 볼 수도 있다. 물신주의 풍조 중심의 소비사회에서 물질적 가치가 아닌, 정신적 가치를 우선으로 여기려는 제자에게 전하는 안타까움을 '미친' 제자라며 냉소적으로 표현한 것이다. 하지만 더욱 우울한 것은 결국 시적 화자 역시 이러한 현실에서 벗어날 수 없다는 것이다. 시를 공부하는 제자가 미친 것이라면, 그러한 제자를 '가르치는' 시적 화자는 더 미친 사람이라고도 볼 수 있다. 그리고 그는 제자와 함께, 그것도 가장 저렴한 프란츠 카프카를 마시고 만다. 현실에 순응하고 마는 스스로에 대한 연민과 안타까움, 체념과 냉소의 정서가 복합적

으로 섞여 있다. 이는 나아가 모든 것이 교환가치로 환원되는 자본주의 세계에서 인문학, 시를 공부하는 것이 어떤 의미가 있을지에 대한 시인의 근원적 물음을 함축한다.

제 2 절 상상력으로 폭로되는 기존 세계의 허구성

오규원은 현대 사회의 구조와 체제를 운영하는 교환의 원리를 파악하고, 그는 인간을 지배하는 가치와 관념이 언어로 교환되어 있음을 간파한다. 물신화되고 정치화된 타락한 언어기호를 밝히고자 기호 간 교환되는 원리를 차용하여 다양한 상품과 광고를 시적 소재로 삼는 시도를 취한다. 그는 시인의 자본주의적 상상력을 바탕으로 실체적 세계의 허구성을 꼬집는다. 오규원은 「빙그레 우유 200ml 패키지」에서 상품의 사용설명 문안을 활용한 시적 인식을 제시한다. 「빙그레 우유 200ml 패키지」는 200ml 용량의 빙그레 우유를 마실 수 있게 패키지에 표기한 작은 표시들을 시적 소재로 삼아 순번을 두어 시상을 전개한다.

1. '양쪽 모서리를
   함께 눌러주세요'

   나는 극좌와 극우의
   양쪽 모서리를
   함께 꾸욱 누른다

2. 따르는 곳
   ↓

극좌와 극우의 흰
고름이 쭈르르 쏟아진다

3. 빙그레!

——나는 지금 빙그레 우유
200ml 패키지를 들고 있다
빙그레 속으로 오월의 라일락이
서툴게 떨어진다

-「빙그레 우유 200ml 패키지」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

'극좌와 극우'라는 시어를 활용하여 이데올로기를 명확히 짚고 있다. 그와 동시에 우선적으로 오규원의 이 작품이 '정치적'인지에 대해 짚어볼 필요가 있다. 작품이 지어진 1980년대에 두드러진 시적 반응은 '정치적'인 것이다. 당시 삶의 인식을 비롯하여 소재의 선택 및 처리가 정치적이었고, 직면하고 있는 산업 사회의 이면에서의 문제 상황과 시대적 사명이 당시 정치적 현실에 깊이 밀접해 있었기 때문이다. 그렇기에 명시적이든 암시적이든 많은 80년대의 시는 다분히 정치적인 면모를 보였다. 이러한 배경에서 시대와 현실에 기민하게 반응하는 시문학의 정치화는 당시 한국 현대 시사에서의 불가피한 행보이기도 했다.[88]

해방 직후의 좌우 이데올로기의 대립은 1980년대 초중반까지도 지속

88) 정확히는 '정치시'는 장르의 명칭은 아니다. 제재에 따른 단순한 분류의 명칭일 뿐, 형식과 구조와는 무관하다. 이런 정치시의 의의는 '정치'의 개념 규정이 선행되어야 하는데, 첫째로 원론적 관점에서의 정치시는 정치사상이나 정치적 상황이 작품이 지배소가 되어 있는 경우이다. 이데올로기나 정치적 쟁점들, 다양한 시사적인 사건들이 정치시의 제재나 테마가 되는 것을 포함한다. 둘째로, 문학사적, 사회역사적 비평의 관점에서 더 구체적이고 특정한 시대에 한정되는 시대의 산물로서의 정치시 개념을 정의해볼 수 있다. (김준오, 앞의 책, 1992, 80면의 요약) 이러한 기준에서 살펴본다면, 작품 「빙그레 우유 200ml 패키지」는 극좌, 극우의 좌우 이데올로기의 정치적 대립과 5·18 광주 민주화 운동의 정치적 사건을 제재화한 정치시의 특징을 지니고 있다고도 볼 수 있을 것이다.

되었으며, 그 여파는 문학계에도 투영되어 여전히 공식적으로 월북 작가들의 이름과 작품을 언급하는 것조차 금기시될 정도였다. 이러한 상황 속에서 오규원이 빙그레 우유에 표기된 화살표 방향의 형태를 보고, 이를 정치 기호인 '좌우 이데올로기'와 연결한 점은 도전적이다.[89] 형태적 유사성을 시적 발상으로 삼아, 일상 속 상품인 우유의 사용설명서 문안을 정치·역사적 기호로 재해석하는 시도를 행한 것이다. 빙그레 200ml 패키지는 단순히 하나의 상품이자 소비의 대상이 아니라, 특정한 기호와 결합되어 시인의 자본주의적·이데올로기적 상상력의 대상이 된다.

1연을 보면 우선 우유팩을 열기 위해서는 좌우 모서리를 눌러야 한다. 이 때 극좌·극우 이데올로기 어디 한 쪽의 편을 먼저 들지 않고, 동시에 눌러야 한다. 그리고 2연에서는 그 사이에서 화살표 아래의 방향으로 우유는 '흰 고름이 쭈르르 쏟아'지듯 따를 수 있게 된다. 좌우 이데올로기를 상처가 오랫동안 곪았을 때 생기는 '고름'이 극좌와 극우의 관계성 안에서 흘러나온다. 그리고는 3연으로 이행되며 '빙그레!'하고 웃는다. '흰 고름'을 따라내어 버린 즐거움의, 만족의 웃음이 부드럽게 지어진다. 그리고는 그 안으로 '오월의 라일락'이 '서툴게 떨어진다'. 5월의 꽃인 라일락이 꽃잎을 휘날리며 서툴게 떨어진다. 그리고 대한민국의 5월은 아름다운 라일락의 달이 아닌, 민주화를 위해 흘린 피가 떨어지고 있는 5·18 광주민주화운동의 5월이다. 그렇다면 '떨어지'는 '오월의 라일락'은 사회·정치적 기호로 교환된다.

이러한 상상력의 이면에는 전두환 등 신군부 쿠데타 세력이 내란하고 폭동을 저지르며 이에 저항한 광주 시민들을 무고하게 학살한 1980년 5월의 서사가 밑바탕에 깔려 있다. 1979년 12·12 전두환을 중심으로 한 신군부의 군사 반란 이후 1980년 서울의 봄으로 민주화 열기가 거세지

89) 오규원은 『현대시작법』에서 '인용적 묘사'를 설명하며 위 작품을 인용하고 있다. 덧붙여 시인이 직접 해석의 방향을 제시해놓은 것임을 언급한다. "상품에 표시되어 있는 문안을 인용적 묘사로 옮겨놓되, 작가가 그 사이사이에 개입하여 직접 해석의 방향을 제시해놓고 있다. 숫자로 표시된 1, 2, 3과 별도로 사이사이에 "나는 극좌와 극우의/양쪽 모서리를/함께 꾸욱 누른다"라든지 "극좌와 극우의 흰/고름이 쭈르르 쏟아진다"라든지 하는 것이 직접 해석을 가한 부분들이다" (오규원, 『현대시작법』, 문학과지성사, 1990, 332면).

며, 반란군은 비상계엄 확대를 일으킨다. 민주화에 대한 기대가 다시 또 꺾이게 되자, 시민들은 이를 규탄하기 위해 1980년 4월부터 집회를 지속하였으며, 1980년 5월 18일부터 27일까지 전라남도 광주시에서 대규모 민주화 운동이 일어나게 된다. 이때 계엄군은 이를 '폭동적 시위'로 규정하여, 총기를 사용하며 무고한 시민들을 무차별적으로 구타하고 살해하며 대대적으로 탄압, 진압하였다.

여러 증언과 자료를 종합하면, 5·18 광주민주화운동은 '반공주의'라는 지배 이데올로기에 의해 자행된 결과임을 알 수 있다. 이는 당시 군부에서 계엄군에 내렸던 명령의 형태, 그리고 군부의 극우세력들이 광주 사태에 책임을 모두 계엄군에게 떠넘기려고 했던 정황 등을 통해 확인할 수 있다. 여전히 이데올로기 간 대립이 이어지고 있던 1980년대에, 극우와 극좌의 모서리를 따라 흐르는 흰 고름과 같은 우유, 그리고 그 위로 서툴게 떨어지는 5월의 라일락은 무고히 희생되었던 시민들의 여린 영혼으로 이미지화되고 있다. '떨어지'는 하강적 이미지는 부정적, 죽음의 이미지를 내포하며, 순수함과 무고함이 서툰 모양으로 떨어지고 있다.

그렇다면 이때의 '빙그레!'는 즐거움과 만족감의 미소라고 보기는 어렵다. 좌우 이데올로기의 지난한 갈등, 폭력과 폭압의 사회, 쉬이 도래하지 못하는 민주화가 놓인 다양한 정치적 기호들 앞에서 선뜻 즐거울 수가 없다. 하지만 상품의 제조 회사명인 '빙그레'는 이러한 기호들의 존재성과 무관하게 놓여있다. 부정적 현실을 외면하고, '빙그레'하고 웃어야만 하는 자본주의 체제의 기호이다.

4. →

5. →를 따라
한 모서리를 돌면

빙그레---가 없다

다른 세계이다

6. ↑ 따르는 곳을 따르지 않고
거부한다

다른 모서리로 내 다리를
내가 놓는 오월의 음지를
내가 앉는 의자의
모형을 조금씩 더
옮긴다…… 이 地上
이 地上의 오월의 라일락이
서툴게 떨어진다

-「빙그레 우유 200ml 패키지」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

상품의 사용설명 문안이 지시하는 그대로 따라가는 것은 흩날리며 떨어지는 5월의 라일락 같은 작고 소중한, 하지만 아름다운 영혼들의 죽음을 수반한다. 나아가 한 세계의 지배 이데올로기는 그렇게 대중-우유에 있어서는 소비자-으로 하여금 현실을 직시하는 시선을 확보하지 못하게끔, 심지어 '빙그레' 웃게 하기까지 유도한다. 오규원은 아무런 연관이 없는 빙그레 우유의 상품 이미지와 정치적 기호를 교환시킨다. 그리고 여기에서 멈추지 않고, 이에 대응하는 시도를 취한다. → 오른쪽을 따라 '한 모서리를 돌면' — 이때, 반드시 오른쪽으로 돌 필요는 없다. 어떠한 방향으로 돌든 '따르는 곳'과 반대되는 지점에 도달하는 것이 목적이므로 ← 왼쪽으로 돌아도 괜찮다. — '빙그레가 없는', '다른 세계'에 도착했음을 말한다. '다른 세계'에는 대중을 현혹하는 상품기호이자 지배 이데올로기인 '빙그레'를 볼 수 없다.

그리고 이는 '따르는 곳'을 거부하는 행위와 바로 연결되는 것이다.

바로 큰 변화가 일어날 수는 없지만, 이를 위해서는 '내 다리'로 직접 움직여야 한다는 것이다. 3. 오월의 라일락은 6. 오월의 음지와 연결되며 '라일락'의 이미지가 음지의 어두운 색채 이미지에 덧붙여 그 부정성을 확정한다. 그리고 '나'는 직접 다리를 움직여, 내가 앉는 의자의 모형을 조금씩 이동시킨다. 조금씩 바뀌는 일상은 서서히 개편되는 질서를 기대하고 있음이다. 하지만 지속되는 지배 구조의 비극적 현실을 오규원은 절망적으로 인식한다. '地上의 오월의 라일락'은 여전히 '서툴게 떨어'지고 있기 때문이다.

「빙그레 우유 200ml 패키지」에는 시대의 사회가 보이는 억압적·부정적 정치 이데올로기를 상품의 패키지 사용설명서와 엮어낸 오규원의 상상력이 돋보인다. 하지만 이를 그저 우유 표지에 그려져 있는 화살표의 방향과 이데올로기적 방향성 간의 형태적 유사성을 바탕으로 한 은유적 상상력이라고만 보기에는 무리가 있다. 오규원은 상품의 패키지의 외형에서부터 우리나라의 비극적 정치적·역사적 현실 기호를 엮는 상상력을 발휘해 실체적 현실과 '거리'를 두는 방식으로 메시지를 전하고 있다. '상품'은 소비사회 내 교환가치에 근거하여 자본(돈)과 교환되고 있으며, 이는 나아가 모든 것이 교환가치로 환원되는 자본주의 사회 내 소비의 작동원리를 규명하는 데까지 이르게 된다. 자본주의 사회 내에서 상품이 그 본질과 실질의 가치에 의해 규정되지 않고, 무의미하게 자본과 교환되고 있는 원리를 차용하여 우리나라의 비극적 정치역사의 사건을 아무 연관이 없는 상품과 교환시키고 있는 것이다. 이를 통해 시인은 간접적인 방식으로 부조리한 지배 구조에 명료한 거부의 의사를 보이며, 이러한 방향으로 우리의 인식이 나아가야 한다고 말하고 있다.

오규원은 이렇게 기호가 교환되는 원리를 차용하여 자신의 시 세계를 구축한다. 오규원은 인간을 지배하는 이념과 가치가 모두 기존 언어의 기호와 의미체계에 의해 성립함을 이미 인지하고 있으며, 이 지배로부터 자유롭고자 하는 방법의 차원에서 언어의 본래적 의미를 제거하는 데 이르는 것이 중요함을 역설한다.[90] 이러한 관점에서 오규원은 우선적으로 이미지와 기호들을 활용하여 현실 세계를 전면적으로 이미지화하는

시도에 이른다. 지배문화 코드로써 상징 조작된 '빙그레 우유 200 ml' 상품은 아무 연관도, 의미도 없는 남북 이데올로기, 5·18 민주화운동과 같은 정치적 기호와 교환되고 있다. 이와 같은 교환의 원리를 경유한 이미지화 작업은 재해석된 세계의 실체를 발견하게 한다.

정리하면, '기호화'에 따라서 재해석된 세계는 소비되는 과정에서, 세계의 모든 내용과 문화 전체는 최종적으로 기호의 용구로서 처리되게 된 것이다. 오규원은 우유의 패키지 사용설명 문안과 현실의 정치적 기호를 병치하는 기호 간 무의미한 교환을 제시하여, 이미지의 소비가 세계와 세계사의 진실을 무화하여 정치와 사회, 문화의 복합적이고 문제시되는 실체적 세계를 오히려 허구화[91]하는 데 일조함을 지적한다.[92]

「눈의 老化 —— 나이 탓만은 아닙니다」[93] 역시 상품과 정치역사적 기호를 교환하고 있다. 앞의 「빙그레 우유 200ml 패키지」와 마찬가지로 교환된 기호는 나아가 실체적 세계의 허구성과 우리 민족의 상처를 드러낸다. 하지만, 상품을 소재로 삼았던 앞의 시와 다르게 이번에는 광고 CF를 모티프로 삼고 있다.

---

90) 오규원, 「방법론과 실천적 이념」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 70면.

91) "이미지/기호는 세계의 철저한 허구화, 즉 현실의 세계를 전면적으로 이미지화하는 것의 오만함을 보여준다. '이미지 소비'의 배후에는 독해체계의 제국주의가 모습을 나타내고 있다. 이렇게 되면 세계와 세계사의 진실 등은 더이상 문제되지 않으며, 독해체계의 내적 일관성만이 문제될 것이다. (중략) 정리하자면, 우리가 '소비하는' 것은 기술적인 동시에 '전설적인' 코드에 따라서 세분화되고 여과된 그리고 재해석된 세계의 실체다" (장 보드리야르, 앞의 책(1970), 2015, 203면).

92) 오규원은 예술이 허구를 그 속성으로 지니고 있는 까닭을 현존하는 것 이상의 세계를 드러내기 위한 자구책의 차원에 있음을 역설한다. 현실을 그대로 묘사하려고 할 때 드러나는 세계는 <현실 그대로>일 뿐이며, 예술은 나름으로 왜곡과 과장과 재구성으로 된 작가가 의도하는 세계인 <새 현실>을 드러내고, 이것을 기존 현실과 대비시킴으로써 현실에 '참여'하며, '억압'을 벗어날 수 있는 가치를 지니게 된다고 볼 수 있다. (오규원, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 71-72면의 요약).

93) 일성신약사의 캐시딘 CF (1987)를 시적 소재로 삼은 작품이다. '눈이 침침하고 피로하지 않으십니까?'라는 질문에 더해, '눈의 노화, 수정체 혼탁'을 '효과적으로 예방·치료해줍니다.'는 광고문안을 담고 있다.

내 눈의 금수강산 水晶體의
능선에는
동족 상잔의 포화가 날고 있다

늙어버린 아이들이 참호와 포연 사이로
먹을 것을 찾아
알프스山의 羊떼처럼
고개를 떨어뜨리고 걷고 있다

-「눈의 老化 ── 나이 탓만은 아닙니다」,
『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

1연과 2연을 보면, 이 작품은 상품·광고시로 보이지 않는다. 다만 '동족상잔'의 시어가 가지고 있는 원형적 상징성을 보건대, 아름다운 '금수강산'의 우리나라가 겪은 비극적 사건인 '6· 25전쟁'을 소재로 삼고 있음을 알 수 있다. 포화와 참호, 포연의 전쟁 상황, 동족상잔의 비극과 수많은 희생자들의 이미지는 전면에 시각화되어 나타난다. 눈 속에서 주마등처럼 스쳐 가고 있는 전쟁의 장면은 고통스러웠던 우리 역사의 한 단면을 보여준다.

2연의 '늙어버린 아이들'은 작품의 제목 '「눈의 老化 ── 나이 탓만은 아닙니다」'에 다시 주목하여 생각해볼 수 있다. '노화(老化)'는 인간이 신체적, 혹은 정신적으로 쇠퇴하여 죽음에 이르는 과정을 의미하는데, 어린 '아이들'의 모습이 신체적으로 '늙어버'릴 수는 없다는 점, 그리고 작품 제목에서 신체 기관인 '눈'이 나이 때문이 아닌 다른 이유로 늙어버렸다고 언급하는 점을 고려하면 이 작품에서 주목하고 있는 '노화'가 신체적 늙음이 아니라, 정신적인 차원과 같은 측면을 짚고 있음을 알 수 있다. '아이들'에게서 떠올릴 수 있는 이미지는 '나이가 어림', '생동감', '열정', '의지' 등이 있을 것이다. 하지만 2연에서는 '늙어버린' 아이들이

등장하며, ‘먹을 것을 찾’는, 먹고 사는 문제를 고민하며 ‘고개를 떨어뜨리고 걷고 있다’. ‘늙어버린 아이들’은 잃어버린 젊음과 열정을 이미지화했으며, 독자는 이러한 모습에 귀결되게끔 한 실체적 세계에 의구심을 품는 데까지 이르게 된다. 아이들을 감싸는 ‘참호’와 ‘포연’은 고통스러운 실체적 현실을 그리고 있으며, 뿌연 ‘포연’은 3연의 수정체의 ‘혼탁’함의 이미지로 전환된다.

— 눈 노화 지연 및 수정체 혼탁
　예방 치유 ‘케시딘’
혹은 공기
혹은 물

나는 약을 찾아 약방을 기웃거린다

-「눈의 老化 ── 나이 탓만은 아닙니다」,
『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

눈와 노화와 수정체 혼탁을 예방·치료하는 제약회사의 광고에서 포연의 혼탁한 이미지를 연결한 오규원의 상상력이 돋보인다. 6·25전쟁의 정치적·역사적 기호와 광고의 이미지를 교환한 이 작품 역시 「빙그레 우유 200ml 패키지」와 마찬가지로 은유적인 이미지의 유사성을 제외하고는 아무 연관이 없는 기호 간 교환을 통해 현실 세계를 이미지화하는 데 이르고 있다. 나아가 오규원은 상품의 판매를 촉진하는 광고의 이미지를 비극적 정치역사적 기호와 교환시키는 자본주의적 상상력을 발견할 수 있다. 신체적 노화로 ‘약’이 필요하다고 생각하며 ‘약방을 기웃거리’는 대중은 사실상 실체적 현실 속에서 신체적, 정신적으로 무기력해진 존재이다. 시인은 우리나라의 비극적 정치역사의 사건을 아무 연관이 없는 상

품, 혹은 상품의 광고 이미지와 교환하는 자본주의 시장의 교환 원리를 차용하여 재해석된 세계의 부정성을 드러내게 한다. 이는 대중이 광고를 소비하는 소비자의 위치에서 이미지로 형상화된 정치적·역사적 기호를 소비하는 위치로 자연스럽게 이동하면서, 혼란과 분쟁, 모순으로 가득 찬 재해석된 세계의 실체에 거부해야 함을 간접적으로 주장하고 있는 것이다.

제 3 절 언어적 대응의 시대적 사명

오규원은 시작(詩作) 활동 내내 '시의 언어란 무엇인가'에 천착해왔다. 그는 법대에서 수학하며 말의 효용성, 추상성, 구속력 등을 경험하고, 언어학적 논리들을 법의 논리 속에서 체험하며 언어의 불명확성 및 애매성에 대해 문제 의식을 가지게 되었다고 한 지면에서 밝힌다.[94] 그리고 그는 작품활동 내내 이 문제와 치열하게 대결했다. 이러한 이유로 그는 처음에는 순수한 언어를 희구하다가, 그것의 불가능을 깨닫고 언어를 구상적으로 조직하고, 해체하는 시도에 이른 끝에 결국은 개념적이고 사변적인 언어를 벗겨버린 언어의 구조를 구하게 된다.

이러한 언어와 관념에 대한 시인의 인식 변화는 그의 시작활동을 초기-중기-후기를 가르는 분기점으로 간주된다. 궁극적으로 오규원은 언어가 탈주관의 것이며, 사물의 것이며, 아무것도 말하지 않으면서 모든 것을 말하려는 욕망으로 가득 찬 어떤 견자 시론의 입장에 서 있다고 주지하는 데 이르게 된다. 다시 말해, 오규원은 '인식적 예술'의 차원에서 시의 구조를 짜고 있다고 볼 수 있다.

오규원은 첫 시집 『분명한 事件』(한림출판사, 1971)을 출판하면서 '투명한 심상의 세계를 다룬 시들은 세계는 분명해지는데 개인(시인)의

94) 오규원은 지면에서 '언어' 대신 '말 또는 표현'이라고 언급했다. 오규원·이광호, 「대담: 언어탐구의 궤적」, 이광호 편, 『오규원 깊이 읽기』, 문학과지성사, 2002, 38-39면의 참조.

삶이 표백된다.'는 반성적 분석을 스스로 행한다.[95] 두 번째 시집인 『순례』에 짧은 평을 실은 김현은 오규원이 『분명한 事件』에서 시인이 추상명사들을 의인화하고, 이를 인간적인 행위로 전환해버림으로써 어떠한 유머를 만들고 있다고 보며, 이것이 대상의 특성을 명확히 파악하고 투명하게 드러내고자 하는 노력이었다고 평가한다.[96] 그러나 『순례』로 가면서는 '대상을 투명하게 파악하는 언어'에 대한 절망으로 오규원의 시적 인식이 변화함을 언급한다. 유머와 환각의 세계는 사라지고, 시인의 절망적 탄식만이 남아 있게 된다. 그리고 이는 나아가 개인이 표백되지 않는 시로 나아간다고 말한다. 이러한 반성 이후 그의 시에는 더욱 현장성이 가미되기 시작한다. 이후의 오규원의 시에는 '개봉동', '쌍문동 종점' 등 지명(地名)이 적극적으로 제시되며, 그가 시적 대상을 멀리에서 추상적으로 찾기보다는 가까운 현실의 삶에서 찾으려고 하는 노력을 보임을 알 수 있다.

오규원의 중기 시에 해당하는 3번째 시집인 『왕자가 아닌 한 아이에게』에서 오규원은 '현실을 밟고 올라선 로시난테 위'의 '돈키호테'처럼 시의 형식이 주는 무게, 관념과의 관계성 등에서 고뇌하던 때보다 더 자유로워진 양상을 확인할 수 있다. 이 시기를 관념이 구체적인 사회적 내용을 갖추면서 드러나기 시작한[97] 때로 짚어볼 수 있으며, 오규원은 이 시대의 순수시의 불순함[98]과 언어의 불순함을 직면하며 고발하고 있다.

---

95) 정과리는 다음과 같이 오규원의 언어와 의식, 삶에 대해 정리한다. "그가 『분명한 사건』을 쓸 무렵에는 그의 의식은 비교적 순수했어요. 언어에 대한 믿음이 깊었다고나 할까, 혹은 시에 대한 인식이 그랬다고나 할까요. 하나 대상을 명확히 묘사하려고 할 때 언어는 항상 대상의 편이 되어 그로부터 멀어져갔지요. 결국 그는 자신이 틈입할 수 있는 글을 모색하지 않을 수 없었어요. 『분명한 사건』의 언어는 대상을 객관적으로 드러내는 일에 한해서는 그의 편이었지만, 그 자신의 삶을 표백시키고 있었다는 점에 있어서는 그를 배반하고 있었지요" (정과리, 「분명한 사건」의 비평, 『길 밖의 세상』, 나남, 1987, 288면).

96) 김현, 「아픔, 그리고 아픔」, 『순례』 비평, 민음사, 1973.

97) 정과리, 「안에서 안을 부수는 공간」, 『길 밖의 세상』 비평, 나남, 1987, 412면.

98) "밖에는 비가 옵니다. / 이 시대의 순수시가 음흉하게 불순해지듯 / 우리의 장난, 우리의 언어가 음흉하게 불순해지듯 / 저 음흉함이 드러나는 의미의 미망, 무의미한 순결의 몸뚱이, 비의 몸뚱이들…" (「이 시대의 순수시」, 『왕자가 아닌

오규원의 세계를 향한 이러한 시선은 나아가 시의 산문화 경향으로 이어져, 한국 시의 해체라는 국면에까지 다다르게 된다. 그는 그가 바라보는 정치와 사회, 시인 모두가 '산문'이며, 모든 사회의 구성요소 및 이것의 결합체인 사회 그 자체를 '산문'이라고 칭하며 좌절한다. 이러한 일련의 인식은 1980년대 해체시의 사조를 구축해내는 시발점이 되었다는 평가가 있기도 하다.[99]

1970~80년대의 오규원은 시를 통해 세계를 바라보는 인식, 관점 등을 밝히거나, 시와의 소통을 통해 기쁨, 고통 등의 서정적 감상을 드러내기보다 '조금도 근사하지 않은' 시를 통해 우리의 삶을 재인식한다. 나아가 급격한 산업화, 민주화로 인해 재구성된 사회의 이면을 발견하고, 이로부터 비롯된 부정적 가치의 양산에 비판적 태도를 취한다. 자본주의와 산업화는 사람들의 고유한 정체성을 훼손하고, 소외와 고독에 이르게 하며, 이는 무한한 경쟁 속에서 더욱 극심해진다. 현대인들은 급격한 사회의 변화에 따라가지 못해 도태되거나, 혹은 무비판적으로 시류에 순응하는 가운데 자기 존재의 무의미성을 발견하며, 정체성을 잃은 채 소외된 상태로 부유하는 삶을 살게 된다. 그리고 오규원은 시와 시인을 계속하여 패배시키는 이 시대와 사회에 슬픔을 토로한다.[100] 먼저 오규원은 산문화된 시대에서 '시'와 '시인들'의 패배를 직면하고 수용하고자 한다. '빛나는 제복'을 입은 '시인'은 끌려가고, 끌려가지 못해 남겨진 '병신'들이 쓰는 '시'에 대해서 그 어떤 기대나 희망도 담겨있지 않는다.[101] 이것을

한 아이에게』, 문학과지성사, 1978).

99) 김준오는 80년대의 해체시에 대해 다음과 같이 정의한다. "해체시는 종래의 시에서 소재에 지나지 않는 현실을 전혀 예술적으로 가공하지 않은 생경한 원료 그 자체를 보여주기만 하는 반미학의 새로운 시학에 근거하고 있다. 해체시는 현실을 판단하지 않고 전시하며 변용하지 않고 편집한다"(김준오, 앞의 책, 1992, 16면).

100) "자원 전쟁 시대 유류 전쟁 시대 그러나 걱정 마라, 우회 전쟁 시대, 이 글은 패배 전쟁 시대의 시 얘기가 아니니 오해 마라. 시는 언제나 패배이니 승리는 오해 마라"(오규원, 「시인들-金宗三에게」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』, 문학과지성사, 1978).

101) "시는 추상的이니 구상的은 오해 마라. 시인은 병신이니 안 병신은 오해 마라. 지금 한국은 산문이다. 정치도 산문 사회도 산문 시인도 산문이다. 산문적이기 위한 전쟁 시대, 시인들이 전쟁터로 끌려가는 모습이 보인다. 끌려가는 시인의 빛나

‘진정한 시’라고 여겨도 될지에 대해서도 의문이다. 정리하면, 오규원이 바라보는 현실과 이를 살아가는 시인으로서의 삶은 패배적이다. 그는 삶과 시의 대결에서 패배를 발견하고, ‘근사하지 않은 우리의 生만 남겨진, 아무것도 없는 시’만 남았다는 절망적 사실을 인식하게 된다.

오규원은 이 사회에서 ‘진정한 시’의 본질을 추구하는 바는 사라지고, 남아있는 ‘시’는 무가치하다며[102] 이 시대의 시의 존재가치에 대한 의구심을 드러낸다. 그는 “전통적인 서정시를 가지고는 자본주의라는 이 거대한 체제와 싸우기가 너무 힘들다.”는 토로와 함께, 자본주의 사회에 대한 날카로운 비판적 시선을 던진다. 그리고 그의 시 세계는 현실에 뿌리박은 채 현실의 언어를 가지고 이 시대 문명이 가진 허구를 드러내는 데 이르게 된다.

『왕자가 아닌 한 아이에게』의 세계가 “형식 자체를 해체”했던 시기라면 『이 땅에 씌어지는 서정시』의 세계는 “(고정)관념을 해체”하는 시기로 집약될 수 있다.[103] 김치수는 오규원 시의 평이한 외양은 외양만 그러할 뿐, 시인의 시적 조작을 거친 언어의 깊은 뒤틀림[104]을 동반하고 있다고 평한다. 오규원의 시는 일상적 언어를 사용한다기보다, 일상적인 언어에 ‘새로운 질서’를 부여하고 있음을 통찰한 것이라고 볼 수 있다. 이러한 관점에서 시의 창작은 일상적 언어에 새로운 질서감을 부여하여, 일상 언어가 표상하고 있는 바를 넘어서 새로운 의미를 갖추게 하는 것을 의미한다. 그러므로 시란 엄격한 의미에서 완벽한 창조물이라고 보기는 어렵고, 시 읽기란 언어의 뒤틀림을 통해 만들어진 새로운 질서를 발견해내는 과정이라고 볼 수 있다는 것이다.[105] 『이 땅에 씌어지는 서정

는 제복, 끌려가지 못하는 병신들만 남아 제복도 없이 아, 시를 쓴다” (오규원, 위의 글).

102) “詩에는 무슨 근사한 얘기가 있다고 믿는 / 낡은 사람들이 / 아직도 살고 있다. 詩에는 / 아무것도 없다 / 조금도 근사하지 않은 / 우리의 生밖에” (오규원, 「용산에서」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』, 문학과지성사, 1978).

103) 이원, 「문학적 연대기 : ‘분명한 사건’으로서의 ‘날이미지’를 얻기까지」, 『오규원 깊이 읽기』, 문학과지성사, 2002, 56면.

104) 이때, 뒤틀림은 ‘시적 조작’이라는 어휘로 인해 ‘꾸밈’으로 오인될 수 있지만, 사실상 일상적 언어가 시적 질서 속에서 새로운 의미를 갖게 되는 데서 겪는 필연적 결과임을 의미한다.

시』의 텍스트에는 우리 주변의 일상의 풍경이 전달되는데, 이는 절망적 세계인식에 대한 극복과 해탈이라기보다는, 세계의 모습 그대로를 있는 그대로 수용하고 나아가 이를 깊은 '언어의 뒤틀림[106]'으로 제시하고 있음을 알 수 있다. '어차피 별일 없'는 세상, 그리고 진리와 믿음이 사라진 세계에 대한 인식은 여전하나, 오규원은 그저 '하품'하는[107] 가벼운 대응을 취할 뿐이다.

오규원은 이미 시의 패배에 대해 인식하고 있었으며, 이에 더해 오규원의 시 세계의 변모는 ㈜태평양화학[108]에서의 직장체험과 밀접한 연관성이 있다. 당시의 사회 체험이 다른 문학인들과 비교해 상대적으로 자본주의 체제에 대한 예리한 시각을 갖추게 한 부분이 있을 것으로 추론된다. 오규원의 상품시 및 광고시가 본격적으로 제시된 것은 1980년대이지만, 사실상 1970년대에서부터 상품사회의 자본주의 체제에 대한 고찰과 인식이 지속되어 왔기 때문이다. 직장 생활 중 출간한 다섯 번째 시집 『가끔은 주목받는 생(生)이고 싶다』(1987)에는 다양한 형식적 차원에서의 실험적 시들이 등장한다. 박태원의 소설 『소설가 구보 씨의 일일』을 패러디한 「시인 구보 씨의 일일」 연작시, 타락한 언어인 광고를 소재로 삼은 광고시, 다채로운 상품들을 소재로 삼은 상품시 등이 그것이다. 그는 틀을 깨는 언어의 활용을 통해 자본주의 현실과 문명을 향한 비판적 인식을 제시한다.

이후 1991년 『사랑의 감옥』을 출간하며, 여전히 물신 시대에 관한 관심의 연장선에 놓인 채, "현상의 시학적 의미 탐구가 시작"된다.[109] 시인은 상품화된 언어를 해체하여 타락한 언어를 본래의 자리에 돌려놓고,

---

105) 이원, 앞의 글, 2002, 57면.

106) 김치수, 「경쾌함 속의 완만함」, 『이 땅에 씌어지는 서정시』 비평, 1981, 문학과지성사, 121면.

107) "아, 나는 하품을 하겠다 / 세상엔 어차피 별일 없을 테니까" (「우리 시대의 순수시」, 『이 땅에 씌어지는 서정시』, 문학과지성사, 1981).

108) "『사랑의 기교』 연보에 오규원이 태평양화학에서 1971년부터 1979년까지 근무한 경력을, "71년~ 현재 태평양화학 선전부에서 정기간행물 파트를 맡아 밥 먹고 있음"이라고 적어, "밥 먹고 있음"의 약력 표기가 노골적 신선함으로 젊은 문인들 사이에서 한참을 유행했다" (이원, 앞의 글, 2002, 51면).

109) 이원, 앞의 글, 2002, 60면.

이에 대한 깊은 성찰을 더해 물신화된 현대의 위기를 극복할 수 있는 진정한 의미의 사랑의 언어를 탐색하고자 한다. 그는 관념의 구상화와 해체화를 지나 『사랑의 감옥』에서 모색하기 시작했던 현상의 시학적 탐구를 '날이미지시'로 정립하게 된다.[110] 날이미지시는 시인이 언어를 시적 대상이나, 혹은 사유의 수단으로 삼는 것이 아닌, 그 자체로 실존의 문제로 여겨 시인이 도달할 수 있는 시적 사유에 정점에 해당한다고 볼 수 있다.[111] 이렇듯 오규원이 천착한 언어와 관념 간의 갈등은 다양한 방법론의 활용, 나아가 독창적인 시론의 구축에까지 이르며 지속되었음을 알 수 있다.

정리하면 오규원의 시작 활동은 시와 현실, 시와 시인의 존재에 대해 깊이 고찰하는 여정과도 같았다. 그는 시적 대상인 현실도 다른 대상과 마찬가지로 시인들의 의식에 의해 그 사실적 순수성을 잃[112]게 되며, 문학이란 그런 약속하에 있는 양식이기도 하고, 현실을 그대로 그리는 것이 불가능하다는 인식을 지속하고 있었다.

> 시인에게는 현실을 사실적으로 드러내는 데 의도가 있지 않고 그 현실을 있게 하는 문제의 핵을 말해 주는 한 단면이 중요시되거나 또는 전혀 무시된 채 표현하고자 하는 세계의 일부로 차용당한다. 擬態現實이다.[113]
>
> -「시와 현실」, 『언어와 삶』 중

110) '날이미지시'는 개념적이고 사변적인 의미에서 벗어나 날것으로서의 사물과 사물의 현상을 이미지화하는 것을 특징으로 한다. 이 때, 개념적, 혹은 사변적인 의미에서 벗어난다는 것은 명명(정의)와 해석이라는 은유적 사고의 다른 표현으로써, 결국 날이미지시가 구하는 것은 '환유적 의미'라고 볼 수 있다. 의미는 의미이되, 관념으로 물들지 않은 날(生)것으로서의 존재이며, 감각적 차원의 의미라고 볼 수 있다. 의미는 의미이되, 관념으로 물들지 않은 날(生)것으로서의 존재이며, 감각적 차원의 의미라고 볼 수 있다. (오규원·이광호, 앞의 책, 2002, 38면 참조).

111) 이원, 위의 글, 2002, 62면.

112) 오규원, 「시와 현실」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 93면.

113) 오규원, 위의 책, 같은 면.

정리하면, 문학 속 시적 대상으로서의 현실은 현실 그 자체를 사실적으로 그려내려는 의도의 산물이 아니라 방법적 模寫이며, 한 시인이 표현하고자 하는 세계를 위해 선택되고 변용된 모형이다. 이 때문에 작품 속 현실은 실제 경험되는 현실 세계가 아니라, 시인이 살고 있는 의식의 세계[114]가 나타난다는 것이다. 그러므로 오규원의 '현실'은 우리의 일반적 관념에서 대체적으로 통용되는 비참하고 극복되어야 할 삶의 실체적 공간이 아니다. 이것은 오규원의 내면에서 극히 주관적으로 재구성된 세계라는 것이다. 그리고 오규원은 스스로를 '리얼리스트'라고 규정하며, 시적 대상인 현실에 대한 지속적인 관심을 유지한다. 하지만 그는 1980년대의 현실 참여적 리얼리즘 작가들처럼 적극적이고 표면적으로 민중 의식과 참여의식을 외치기보다는, 일상의 언어로 일상을 묘사하여 시적 의도를 투영하여 뒤틀어버리는 시도를 취한다.

나아가 오규원은 '인간다운 삶'에 대해 끊임없이 고찰한다. 오규원이 작품활동을 시작했던 1970년대부터 대한민국은 경제적으로는 고도의 산업화, 근대화를 이룩하고, 정치적으로는 군부독재에 의한 억압이 있었던 혼란의 시기였다. 그가 '인간다움 삶'에 관심을 가졌던 것은 문명화되고 자본화된 시대가 제도와 가치의 비인간적 현상을 낳고 시대적 맥락과 무관하지 않다. '인간답다'라는 표현은 <~답다>에 알맞게 본능을 제어하고 통괄하는 理性과 근본적으로 연관을 맺고 있다. 자신의 본능대로 삶을 살아가는 것이 아니라, 타자와 대화의 통로를 열고, 이해하고, 함께 살아감을 끊임없이 생각하는 것이다. 그는 이해 없는 사랑은 '맹목적이고 본능적이고 일방적'이기 때문에, 인간다움의 가장 핵심 요소로 '사랑'을 짚어낸다.

오규원은 '인간다운 삶'이 어려운 이유로 잘못 개발된 '<문명화된 동물성>'을 제시한다. '인간다움' 대신 욕망을 추구하는 '동물성' 때문이라는 것이다. 이러한 무자비한 욕망은 모두를 위한다는 虛數의 명목 아래 이루어지기도 한다. '자유경쟁'이라는 명목하 사회 구조를 교묘히 이용하

114) 오규원, 앞의 책, 같은 면.

여 소수가 <문명화된 동물성>을 강렬히 추구한다. <문명화된 동물성>은 시인이 추구하는 사랑, 인간다움과 대척점에 위치하며, 문명이 발달할수록 끊임없이 발달하고, 부끄러움이 없다는 특징을 가지고 있다. 현대 사회는 <문명화된 동물성>의 사회이며, <새로운 야만인들>의 시대라고 볼 수 있다. 그리고 오규원은 현대 사회를 살아가는 개인들이 이성과 사랑을 회복하여 '인간다운 삶'을 살아가기를 추구해야 함을 역설한다.

그가 제시한 '문명화된 동물성'은 현대 사회를 <관리된 사회>라고 명명한 인식과 연결된다. 그는 현실 사회의 기저에서 작동하는 지배의 힘을 부정할 수도, 제거할 수도 없음을 지속하여 인식하고 있다.[115] 그렇기에 일상 속에 은폐된 헤게모니인 '문명화된 동물성=권력=지배문화의 이데올로기'로 이어지는 힘의 실체를 대중이 인식하고, 깨우쳐야만 이들이 진정한 자유[116]를 얻을 수 있으며, 승리할 수 있음을 시인은 역설한다.

오규원은 「한 詩人과의 만남」[117]에서 김수영의 <어느날 古宮을 나오면서> 시구 속 '설사'라던가 '50원짜리 갈비가 기름덩어리만 나왔다는 데 대한 분개'와 같은 시적 대상을 시 속에 삽입한 시인의 정신적 건강을 높이 산다. 자신을 비롯하여 대부분의 시인들의 날카로운 신경이 한국시 속 신경병적 나약성을 확대하며, 이러한 사소한 일상의 소재이자 '<시시한 발견>'이라 불릴 수 있는 것을 지나치게 경시하는 한국 시단의

---

115) "13 이 세상에 권력에 복종하는 자가 없어지면 어떻게 될까? 권력도 없어질까? 천만에. 그렇게 되면 권력이 복종하는 종족을 어떻든 낳을 것이다" (오규원, 「책 끝에—3개의 노트」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 344면).

116) 오규원은 「이 시대의 순수시」(『왕자가 아닌 한 아이에게』)에서 자본주의 사회에서 가질 수 있는 자유에 대해 냉소적으로 열거한다. '매주 주택복권을 사는 자유, 주택복권에 미래를 거는 자유, 금주의 운세를 믿는 자유, 운세가 나쁘면 안 믿는 자유 …꿈을 팔아서 편안을 사는 자유, 쓴 것보다 달콤한 게 역시 달콤한 자유' 등을 열거하며, 이 시대의 시와 언어가 불순해지며 허구의 것임에 허탈감을 느낀다. 자아의 완성과 효용을 바탕으로 행복의 자유를 느끼는 것이 아니라, 억압된 구조 하에서 얻게 되는 작은 해방감을 '자유'라고 부르며 일신의 일시적 쾌락에 안락을 얻는 현대인의 모습과 이러한 현상을 유도하게 된 사회를 비판의 시선으로 바라본다. 이러한 맥락에서 연구자가 언급한 '진정한 자유'는 오규원의 시의 맥락 안에서 자기해방적이며, 진짜의 만족의 성격을 띄고 있는 자유라고 읽을 수 있을 것이다.

117) 오규원, 「한 詩人과의 만남」(1976), 『現實과 克己』, 1976, 15면.

경향성을 경계한다. 관념이나 고상함을 외치며 '지나치게 그럴듯한 포우즈나 얘기'이면서도 '아는 체, 그럴듯한 체하는' 識者 콤플렉스의 위선적 면모를 자조한다. 나아가 구체적인 자신의 경험 위에서 출발하는 김수영의 시와 산문을 두고, 이러한 개인의 사소한 경험이자 '<시시한 경험>'이 우리가 말하고자 하는 '정치, 경제, 사회, 문화, 모든 분야'의 '가장 민감한 具象體'임을, 그리고 이를 시로 강조하는 것의 중요성을 깨닫는다.

현대를 살아가는 한 개인이자, 시인으로써 오규원은 세계에 '양심'을 가지고 대결하고자 하는 다짐을 선포한다. 그는 '<양심>이란 싸구려로 사고팔 수 있는 것이 아님[118]'을 강조하며 헤밍웨이의 소설의 문구를 인용한다.

> ── 비켜 서 있는 자는 반드시 학살된다.
>
> '비켜 서 있는 자와 비켜 서서 바라보는 자, 그것의 행위자와 관찰자와의 상호 관계, 비켜 서 있는 자와 숨어 서 있는 자' 등등을 생각하며 인용한 말의 앞뒤를 고민한다. 하지만 다른 무엇보다도 지금 당장 자신있게 할 수 있는 말은 '── 양심에 비켜 서 있는 자는 반드시 학살된다.'고 말하며, 이에 대해 자신에게 스스로 질문하는 것이 필요하다고 강조한다.
>
> -「휠더린的 命題와 그 무엇」(1974), 『現實과 克己』중

그는 시인으로서 세계에 응전하는 구체적 방법으로 '언어'를 택한다. '언어'만이 굳어버린 세계에 저항할 수 있는 유일한 수단임을 그는 여러 글에서 드러내고 있다. 오규원은「언어와 삶, 그리고 꿈의 체계」에서 페터 빅셀(Peter Bichsel)의 『책상은 책상이다』에 등장하는 평범한 현대인인 <그 남자>를 '예술가'라고 명명하며, 혁명적으로 언어를 재조직하는 그의 시도를 두고 시인의 책무에 대해 고민한다. 작품 『책상은 책상

118) 오규원, 「휠더린的 命題와 그 무엇」(1974), 『現實과 克己』 1976, 19면.

이다』에서 반복되는 평온한 일상에 권태를 느낀 <그 남자>는 '변화'가 필요함을 자각한다. 자신의 삶이 관리된 사회 속의 한 숫자이자 노동력의 하나, 기계화된 동물 취급을 받으며 꿈꾸는 행위를 억압받고 있음을 깨달은 것이다. 그리고 그는 이 모든 '지배'가 가능하게 된 것은 '언어 체계'라는 궁극의 깨달음에 도달한다. 그래서 <그 남자>는 기존 언어의 의미 체계를 파괴하고, 자신이 결정한 의미 체계 속에 모든 언어를 '재조직'하기 시작한다. '혁명'적인 언어 재조직 행위를 두고, 오규원은 '예술가'의 꿈꾸는 행위라고 말한다. 예술은 <현실적인 것>을 먼저 만든 사람의 가치 체계인 기존 현실을 벗어나, 기존 현실이 부정하거나 갖추지 못한 <보다 현실적인 것>을 창조하여 사회와 대항하는 것이기 때문이다.[119] <그 남자>는 기존에 있던 고정된 현실의 언어 체계를 벗어나 다른 사람의 지배를 받지 않는 언어 체계를 꿈꾸었고, 닫힌 그의 언어 체계로 우리의 언어를 말하는 시도를 했기 때문에 '예술가'라고 할 수 있는 것이다.

> <그 남자>는 자신이 관리된 사회 속의 한 숫자로, 노동력의 하나로, 기계화된 동물로 사육당하고 있다는 사실까지는 몰랐을지도 모르지만, 좌우간 이래서는 안 된다고 느꼈다. <그 남자>는 인간이란 꿈을 꾸고 그 꿈을 쫓아가는 즐거움이 없으면, 그 꿈꾸는 행위를 억압하는 존재와 싸우는 재미가 없으면 살 수 없다는 점을 몰랐을지도 모르지만, 좌우간 이래서는 안 된다고 느꼈다. <그 남자>는 인간을 지배하는 것이 정치가가 아니라 정치가를 있게 하는 언어 체계라는 점을 몰랐을지도 모르지만, 좌우간 이래서는 안 된다고 느꼈다. 아니 이 모든 것을 알고 있었을지도 모른다.
>
> - 「언어와 삶, 그리고 꿈의 체계」, 『언어와 삶』 중

119) 오규원, 「예술과 사회」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 80면.

<그 남자>의 이야기는 홀로 새로운 언어의 질서 속에서 살게 된 <그 남자>가 다른 사람들이 하는 이야기를 한마디도 알아 들을 수 없게 되는 결말로 마무리된다. 그리고 오규원은 이 이야기에서 '질서의 무서움, 언어의 질서의 무서움, 이미 길들여진 사실에 대해서 무력할 수밖에 없는 한 개인의 힘, 등등이 주는 압력[120]'으로 '진한 아픔'을 느꼈다고 말한다. '말과 권력은 역사의 산물이 아니라 인간의 산물[121]'이라고 생각한 오규원은 '언어의 통제는 정신의 통제에 예비 조건이 된다는 것을 잘 알고 있었[122]'음과 연결된다. 개인을 지배하는 거대한 사회 구조는 제도와 언어 체계 등으로 굳건히 유지되며, 개인은 고정된 가치들에 무력할 수밖에 없는 슬픔을 토로한 것이다. 오규원은 문명화되고 자본화된 시대가 제도·가치의 비인간적 현상을 낳고, '언어' 또한 획일화되고 타락했음을 인식한다. 명사로 굳어버린 언어는 더는 살아 움직이는 세계를 그려내고자 하는 시인의 바람을 충족시키지 못한다. 오히려 언어는 이를 방해하는 배반을 행하고 있다.

언어의 배반은 시인의 존재 이유를 위협한다. 시인에게는 언어가 가치있는 의미 생산의 유일한 수단이기 때문이다. 그는 詩를 사랑하는 시인이기 때문이다.

시인은시를더좋아하니까
시에미치지요밥만먹고못사니까
밥만먹고는못사는이야기에미쳤지요
그래요미쳤지요허지만시인도
밥먹고살아요돈벌기위해일도하고
출근해요출근하지못하면정말곤란해요

120) 오규원, 「사물의 이름을 바꾸는 사람과의 만남」, 『아름다운 것은 지상에 잠시만 머문다』, 문학사상사, 1987, 176면.
121) 오규원, 「方法論 探求의 一例」(1975), 『現實과 克己』, 1976, 42면.
122) 오규원, 「책 끝에—3개의 노트」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 343면.

- 「詩人 久甫氏의 一日 1」[123],『가끔은 주목받는 生이고 싶다』 중

시인 역시 밥도 먹고, 돈을 벌기 위해 출근도 해야 하는 현실적인 삶을 영위해야 한다. 그러나 시인은 현실적인 삶이 녹록치 않더라도 시를 미칠 만큼 좋아하기 때문에 계속하여 시를 쓸 수밖에 없는 숙명을 받아들여야 하는 것이다. 시인은 밥보다 '시를더좋아하니까/시에미치'는 것이다.

현실 세계는 부조리하고, 시인 자신은 존재 이유를 위협받지만 그는 적당히 타협하거나 무력하게 현실로부터 도피하지 않는다. 시인은 한 시론에서 '문학이 인간의 정서를 순화시킨다고 한다. 그러나 오해 없기를 바란다. 개혁의 열정, 거부 정신, 인간 회복을 위한 광기 또한 우리들 인간 정서의 한 부분이다.[124]'라고 말한다. 이는 문학이 인간의 정서를 순화시키고 감응하게 하지만, 현실과 무관하게 존재하는 것이 아닌 나름의 시대적 사명이 있음을 의미한다. 그는 부조리하다고 생각하는 현실의 사회 구조와 시대에 응전하는 구체적인 방법으로 '언어'를 택하는 데 이른다. 「콩밭에 콩심기」의 시행 '콩밭에 콩심기 언어밭에 언어심기, / 그와 같은 방법으로 아픔밭에 아픔심기[125]'처럼 비록 언어에 배반당했지만, 타락한 언어를 이용하여 세계에 대응하는 방법을 취하고자 하는 것이다. 그는 시인과 예술가를 같은 위치에 두며, '시의 언어란 무엇인가'의 문제의식에서부터 '시는 모든 해방의 이미지[126]'임을 선언하는 데 도달한다. 그리고 언어의 해방 구조를 찾는 그의 노력은 기호화된 언어로부터 해방되기를 꿈꾼다.[127] 그는 '시(詩)' 속의 세계가 그저 있는 그대로의 형태대

---

123) 오규원, 「詩人 久甫氏의 一日 1—久甫氏가 당신에게 보내는 私信 또는 희망 만들며 살기」, 『가끔은 주목받는 生이고 싶다』, 문학과지성사, 1987, 58면.
124) 오규원, 「책 끝에——3개의 노트」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 345면.
125) 오규원, 「콩밭에 콩심기」, 『王子가 아닌 한 아이에게』, 문학과지성사, 1978.
126) 오규원, 「詩家序文 : 어떤 믿음」 『길 밖의 세상』, 나남, 1987.
127) 오규원은 사회의 가치 체계와 조직이 특수한 집단의 이익에 수렴되고 사회 구성원의 삶이 억압될 때 그러한 삶을 해방하고자 하는 한 혁명과 예술의 관계는

로 묘사되어 단면에 고정된 것이 아닌, '언어[128]'를 통해 살아있는 대상의 '본질을 단숨에 드러'내게 되기를 희구한다.

> 역사──기호화된 언어, 누군가 도끼로 언어의 심장을 빠개는 소리가 들린다. 존재해 있음의 소리
>
> - 「丙子胡亂」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』 중

시인은 작품 「丙子胡亂」[129]에서 '역사=기호화된 언어'라고 말한다. 그리고 '누군가 도끼로 언어의 심장을 빠개는 소리', 다시 말해 '존재해 있음의 소리'가 필요함을 역설한다. 기호화된 고정된 언어를 부수는 것은 '존재해 있'는 자의 책무이며, 그것이 고정된 언어를 탈각시키는 시인의 역할이라고 선언하고 있다.

그리고 그는 소비 중심의 현대 자본주의 사회의 교환 기호 간 작동의 원리를 자신의 시 세계에 차용해 비판적 시각을 제시하는 시도를 행한다. 오규원은 현실 세계가 기호화되고 타락되었으며, 고정화되어버린 언어조차 기호화되었다고 인식한다. 그리고 이러한 시대에 진정한 서정시와 순수시는 서정적이지도, 순수하지도 못한 것이기에 언어로 온전히 세계를 드러내는 시도에 기대를 잃어버린다.

우호적일 수 있다고 말한다. 그는 혁명과 예술의 만남은 오직 해방의 이미지 속에서만 대립 없이 가능함을 강조한다. 이는 혁명은 사회 변혁을 위한 급진적이고 실천적인 이념의 전개인데, 혁명이 실천적인 이념인 이상 다른 억압의 제도와 가치를 반드시 생산하게 되기 때문이다. (오규원, 「예술과 사회」,『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 80-81면 참조).

128) 그는 고호의 그림에 빗대어 '언어'에 대한 본질적인 생각을 밝힌다. 그는 세잔, 모네, 렘브란트와 같은 화가의 그림들이 '대상에 너무 유착되어 있다'고 말한다. 그러면서 고호의 그림은 '대상과 대상 내부에 숨어서 좀처럼 그 모습을 드러내지 않는, 대상을 이 세계에 있게 하는 그 무엇을 대상과 함께 한꺼번에 言語化한다'고 정리한다. 예술은 고호의 그림과 같이 살아 있는 언어의 세계 그 자체인 것이다. (오규원, 「언어와 삶, 그리고 꿈의 체계」,『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 13-15면의 요약).

129) 오규원, 「丙子胡亂」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』, 1978, 29면.

시인은 대량생산된 상품들을 기호화하여 표현하고 있는 '광고'에 대해 '가장 타락한 언어'라고 부른다. 그리고 상품 혹은 광고에 가려져 있는 이데올로기적 영향력은 상품들을 소비하는 인간 기저의 무의식과 가치관에 깊이 영향을 미치고 있다. 시인이 '광고'에 주목한 이유는 대중이 수많은 광고를 의식하든 의식하지 않든 일상에서 접하고 있으며, 이에 자연스럽게 현혹되고 있음을 명확히 보았기 때문이다. 그는 상징 조작을 통해 은폐된 지배문화 코드를 발견하며 절망적 세계인식을 이어온다.

하지만, 그는 결국 혁명적 예술가로서의 시인의 책무를 재인식한다. 결국 언어만이 세계에 응전할 수 있는 것임을 깨닫는 것이다. 그는 '광고'에 내재하여 있는 지배 구조의 원리와 타락한 자본주의적 교환의 원리를 시인의 상상력으로 언어화한다. 이러한 방식으로 그는 뒤틀린 언어와 새로운 양식을 활용하여 부정하고 싶은 괴로운 '현실의 삶'을 담고, 그가 구현한 시적 언어를 통해 자본주의 사회의 소비 대중이 은폐된 상위 문화의 이데올로기를 스스로 자문하며 발견할 수 있기를 고대한다.

이러한 차원에서 오규원의 시적 언어를 통해 은폐된 지배문화의 메시지를 발견해내는 것은 진정한 자유를 확보하는 것을 넘어 '승리'에 이르게 한다. 인식은 승리이며, 세계의 복잡성 그리고 세계에 대한 지각의 상대성을 간파하고 있는 것은 시와 시인을 '패배'시키는 이 시대에서 승리로의 전환을 기대할 수 있기 때문이다. 절망적인 패배의 상황에서도, 패배를 유도하는 요인을 인지하고 그로부터 거리를 둘 수 있다면, 더는 그것이 '나의 패배'가 되지 않는다. 오규원이 고민하던 '패배를 승리로 굳게 읽는 방법'은 바로 이러한 시도로부터 비롯될 수 있는 것이다.[130]

---

130) "정말이다 우리는 아직도 패배를 승리로 굳게 읽는 방법을 / 믿음이라 부른다 왜 패배를 / 패배로 읽으면 안 되는지 누가 /나에게 이야기 좀 해 주었으면"(오규원, 「우리 시대의 순수시」, 『이땅에 씌어지는 抒情詩』, 문학과지성사, 1981).

제 4 장 결론

대한민국은 문화 개방 및 근대화가 진행된 1970년~80년대에 걸쳐, 다양한 서구 문물의 유입에 따라, 문화적으로 급진적인 변화를 겪게 되었다. 오규원은 문명화되고 자본화된 시대가 제도·가치의 비인간적 현상을 낳고, '언어' 또한 획일화되고 타락했음을 인식한다. 명사로 굳어버린 언어는 더는 살아 움직이는 세계를 그려내고자 하는 시인의 바람을 충족시키지 못한다. 오히려 언어는 이를 방해하는 배반을 행하고 있다. 하지만 언어와 관념에 대한 시인의 고민은 결국 '시인은 시를, 언어를 버릴 수 없는 것'에 도달한다. 그는 시인이기 때문에, 언어의 배반을 알면서도 이를 숙명적으로 받아들이고, 언어로 할 수 있는 최대치의 가능성을 시도한다. 상품·광고시는 오규원의 이러한 시도의 구체적인 결과물이다.

본고는 1980년대 소비 중심의 자본주의 사회와 물신주의 풍조에 대한 오규원의 시적 인식을 고찰하기 위하여 서양 문화의 제국주의적 침투라는 지점에 주목하고자 한다. 이는 현대로 이행하는 사회문화적 맥락을 바탕으로 해명된다. 급격한 근대화·세계화의 흐름은 1차 세계 대전 이후 기존 전통적 제국주의가 원래의 강압적 방식으로 지배 헤게모니를 유지할 수 없게 하였다. 대신 서양 제국의 이데올로기는 '문화'라는 다른 형태로 지배력을 지속해서 행사하는 전략을 택한다. 이때, 서양 제국이 상위 문화라는 이데올로기를 상품과 광고에 은폐해 지배력을 유지하려고 하는 일련의 과정을 '지배문화의 상징 조작'이라고 정의할 수 있다. 지배문화의 상징 조작 과정은 레닌의 제국주의 담론에서부터 에드워드 사이드까지 이어져 온 문화 제국주의 담론 및 소비 사회에 관한 보드리야르와 기 드보르의 통찰을 통하여 설명될 수 있다.

2장에서는 오규원의 1980년대 상품·광고시편에 관한 분석을 토대로, 오규원이 상품과 광고 속 지배문화의 이데올로기를 읽어내고 있음을 밝힌다. 그는 상품으로 표상되는 지배문화의 이데올로기가 상징 조작되어 은폐된 채 대중의 무의식에 영향을 미치는 현실을 포착한다. 그는 기호

화되어 지배 이데올로기가 은폐되고 있는 현실을 포착하고, 특히 환상적인 이미지를 통해 소비자를 미혹하여 허위 욕망을 유발하는 과정을 규명한다. 또한 상품이 '환상'의 이미지를 만들어내는 데에서 나아가, 성(性) 또한 환상의 이미지로 기호화될 수 있음을 발견한다. 특히 환상적 기호로 교환된 '여성'은 상품의 판매에 있어 소비자를 미혹하는 도구적 역할을 행한다는 점에서 상품 경제 시장 체제의 유지에 중요한 축을 담당하게 된다. 나아가 이러한 서양 제국의 지배 문화적 이데올로기의 의도를 간파하지 못하고, 무의식적으로 순응하는 대중의 모습을 형상화한다.

3장에서는 앞서 상징 조작된 지배문화의 이데올로기를 극복하려는 오규원의 시도를 고찰한다. 타락한 언어에 배반당하지만, 언어와 관념에 대한 시인의 고민은 결국 '시인은 시를, 언어를 버릴 수 없는 것'이라는 생각에 도달한다. 그는 시인이기에 언어의 배반을 알면서도 이를 숙명적으로 받아들이고, 언어가 가질 최대치의 잠재력을 탐구한다. 상품·광고시는 이러한 시도의 구체적인 결과물이다. 나아가 오규원은 자본주의 사회 기저의 작동원리인 '교환의 원리'를 시 세계에 재현하여 대중의 각성을 유도한다. 이는 구체적으로 시인의 자본주의적 상상력을 바탕으로 기존 세계의 허구성을 드러내는 데까지 이어진다. 오규원은 인간을 지배하는 이념과 가치가 모두 기존 언어의 기호와 의미 체계에 의해 고정되고 굳어버렸음을 인지하며, 이 지배로부터 자유로워지고자 기호 간 무의미한 교환을 통해 언어의 의미를 제거하는 방법을 택한다. 이렇게 그의 시는 시의 언어를 통해 기존 세계를 재해석하여 부정성을 드러내고, 대중이 이에 거부해야 함을 간접적으로 호소한다. 세계는 고정되고 타락하였으며, 그 세계를 드러내는 언어조차 굳어버렸지만, 결국 언어만이 세계에 응전할 수 있는 것이기 때문이다. 시인의 이러한 모든 시도는 진정한 자유를 확보하는 것을 넘어, 그가 삶과 시의 대결에서 통감했던 패배 의식을 '승리로 굳게 읽는 방법'으로 전환하게 한다.

시인은 한 시론에서 '문학이 인간의 정서를 순화시킨다고 한다. 그러나 오해 없기를 바란다. 개혁의 열정, 거부 정신, 인간 회복을 위한 광기 또한 우리들 인간 정서의 한 부분이다.[131]'라고 말한다. 이는 문학이 인

간의 정서를 순화시키고 감응하게 하지만, 현실과 무관하게 존재하는 것이 아닌 나름의 시대적 사명이 있음을 의미한다. 문학은 역사, 그리고 사회와 단절될 수 없다. 예술 작품이 독자적으로 존재한다는 관념은, 필연적으로 그리고 피치 못하게 작품의 가치에 한계를 부여하게 된다. 그러므로 문학의 위치를 역사와 사회, 이를 아우르는 문화적 맥락과의 역동적 교접 속에서 재정립하는 시도는 매우 중요하다.

이러한 점에서 오규원의 상품·광고시 속 '지배문화의 상징 조작' 행위를 구명하는 과정은 1970~1980년대 대한민국 사회를 통찰하는 하나의 통로가 될 수 있을 것이다. 오규원은 언어와 세계와의 관계, 언어가 관념을 드러내는 방법 등에 대해 고민하며 문학 활동을 지속해왔으며, 그의 작품세계는 '시적 언어'에 대한 치열한 모색의 과정에서, '언어'로 시대에 응전하는 치열한 투쟁의 결과물로서 구축된 것이었음을 확인할 수 있다. 현실에 대한 오규원의 문학적·문화적 탐구를 역사 및 사회와의 연결 작업으로서 재해석하는 과정은 한국 현대 시를 탐구하는 데 있어 의미 있는 지점이 될 것이다.

131) 오규원, 「책 끝에──3개의 노트」, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983, 345면.

부록 오규원 연보

1941 12월 29일 경남 밀양군 삼랑진읍 용전리 출생 (본명 吳圭沃).

1968 부산중·부산사범을 거쳐 동아대학교 법학과 졸업.

1968 『현대문학』에 〈겨울나그네〉·〈雨季의 시〉·〈몇개의 현상〉 등이 추천되어 등단.

1968~1971 한림출판 편집부 근무.

1971 시집 『분명한 사건』(한림출판사) 출간.

1971~1979 ㈜태평양화학 홍보실 근무.

1971 시집 『순례』(민음사) 출간.

1975 시선집 『사랑의 기교』(민음사) 출간.

1976 시론집 『현실과 극기』(문학과지성사) 출간.

1978 시집 『왕자가 아닌 한 아이에게』(문학과지성사) 출간.

1979~1982 도서출판 文章社 경영.

1981 편저 『이상시전집』·『이상소설전집』·『이상수상전집』 출간.

1981 시집 『이 땅에 씌어지는 서정시』(문학과지성사) 출간.

산문집 『볼펜을 발꾸락에 끼고』(문예출판사) 출간.

만화비평집 『한국 만화의 현실』(열화당) 출간.

1982~2002 서울예술대학교 문예창작과 교수 역임.

1982 현대문학상 수상.

1983 시론집 『언어와 삶』(문학과지성사) 출간.

1985 시선집 『희망 만들며 살기』(지식산업사) 출간.

1987 시집 『가끔은 주목받는 생이고 싶다』(문학과지성사) 출간.

문학선 『길 밖의 세상』(나남) 출간.

산문집 『아름다운 것은 지상에 잠시만 머문다』(문학사상사) 출간.

1989 연암문학상 수상.

수상작품집 『하늘 아래의 생』(문학과비평사) 출간.

1990 창작이론서 『현대시작법』(문학과지성사) 출간.

1991 시집 『사랑의 감옥』(문학과지성사) 출간.

1995 시집 『길, 골목, 호텔 그리고 강물소리』(문학과지성사) 출간.

동시집 『나무 속의 자동차』(비룡소) 출간.

이산문학상 수상.

1996 산문집 『가슴이 붉은 딱새』(문학동네) 출간.

1997 시집 『순례』(문학동네) 개정판 출간.

1998 시선집 『한 잎의 여자』(문학과지성사) 출간.

1999 시집 『토마토는 붉다 아니 달콤하다』(문학과지성사) 출간.

2003 대한민국문화예술상(문학 부문) 수상.

2005 시집 『새와 나무와 새똥 그리고 돌멩이』(문학과지성사) 출간.

시론집 『날이미지와 시』(문학과지성사) 출간.

2007 2월 2일 영면.

2008 1주기를 맞아 유고 시집 『두두』(문학과지성사) 출간.

동시집 『나무 속의 자동차』(문학과지성사) 복간.

2017 10주기를 맞아 오규원 사진집 『무릉의 저녁』(눈빛), 『오규원의 포토에세이』(갤러리 류가헌, 비매품) 출간.

첫 시집 『분명한 사건』(문학과지성사) 복간.

48인의 시인이 참여한 시집 『노점의 빈 의자를 시라고 하면 안되나』(오규원10주기준비위원회, 비매품) 출간.

참 고 문 헌

1. 기본자료

1) 시집

오규원, 『분명한 事件』, 한림출판사, 1971 ; 재판(문학동네, 1997).
———,『巡禮』, 민음사, 1973.
———,『사랑의 奇巧』, 민음사, 1975.
———,『王子가 아닌 한 아이에게』, 문학과지성사, 1978.
———,『이 땅에 씌어지는 抒情詩』, 문학과지성사, 1981.
———,『희망 만들며 살기』, 지식산업사, 1985.
———,『가끔은 주목받는 生이고 싶다』, 문학과지성사, 1987.
———,『사랑의 감옥』, 문학과지성사, 1991.
———,『길, 골목, 호텔 그리고 강물 소리』, 문학과지성사, 1995.
———,『토마토는 붉다 아니 달콤하다』, 문학과지성사, 1999.
———,『오규원 시전집 1,2』, 문학과지성사, 2002.
———,『새와 나무와 새똥 그리고 돌멩이』, 문학과지성사, 2005.
———,『두두』, 문학과지성사, 2008.

2) 시론집·산문집·문학서·수상작품집·창작이론서·연구서

오규원, 『現實과 克己』, 문학과지성사, 1976.
———, 『언어와 삶』, 문학과지성사, 1983.
———, 『길 밖의 세상』, 나남, 1987.
———, 『아름다운 것은 지상에 잠시만 머문다』, 문학사상사, 1987.
———, 『하늘 아래의 생』, 문학과비평사, 1989.
———, 『현대시작법』, 문학과지성사, 1990.

2. 국내논저

1) 단행본

강준만, 『대중문화의 겉과 속 2』, 인물과사상사, 2003.
김상률·오길영, 『에드워드 사이드 다시 읽기-오리엔탈리즘을 넘어 화해와 공존으로』, 책세상, 2006.
김준오, 『도시시와 해체시』, 문학과비평사, 1992.
김정한 외, 『한국현대생활문화사-1970년대』 창비, 2016.
———— , 『한국현대생활문화사-1980년대』, 창비, 2016.
김현, 『문학과 유토피아』, 문학과지성사, 1980.
박동억 외, 『끝없이 투명해지는 언어』, 문학과지성사, 2022.
설혜심, 『소비의 역사』, 휴머니스트, 2017.
엄정희, 『오규원 시와 달콤한 형이상학』, 청동거울, 2005.
이광호 편, 『오규원 깊이 읽기』, 문학과지성사, 2002.
이상섭, 『문학비평 용어사전』, 민음사, 2011.
이승하, 『한국 현대시에 나타난 10대 명제』, 새미, 2004.
이연승, 『오규원 시의 현대성』, 푸른사상, 2004.
정일권, 『문화막시즘의 황혼』, CLC, 2020.

2) 학술지논문

간호배, 「오규원 시에 나타난 데포르마시옹 시학」, 한국비평문학회, 『비평문학』 제67호, 2018. 03.
강웅식, 「문화산업 시대의 글쓰기와 '날 이미지'의 시—오규원의 시를 중심으로」, 돈암어문학회, 『돈암어문학』 제15집, 2002. 12.
김동원, 「물신 시대에서 살아남기 위하여—오규원의 '상품 광고'시」, 문학과지성사, 『문학과 사회』 겨울호 제1권, 1988. 11.
김민지, 「오규원 중기 시의 시적 방법론과 '몸'」, 전남대학교 한국어문학연구소, 『어문논총』 제28호, 2015. 12.
김덕호, 「광고를 통해서 본 코카콜라의 변신 : 특허매약에서 청량음료

로, 1885-1916」, 한국미국사학회, 『미국사연구』 제26집, 2007. 11.
김병익, 「물신 시대의 시와 현실 : 상황과 상상력」, 『왕자가 아닌 한 아이에게』 비평, 문학과지성사, 1979.
김은숙, 「오규원의 수사적 특성에 관한 연구」, 문예시학회, 『문예시학』 제21호, 2009.
김정기, 「한국광고시장 노리는 문화제국주의」, 세계평화교수협의회, 『광장』 150호, 1986. 01.
김치수, 「경쾌함 속의 완만함」, 『이 땅에 씌어지는 서정시』 비평, 문학과지성사, 1981.
김현, 「아픔, 그리고 아픔」, 『순례』 비평, 민음사, 1973.
김홍진, 「오규원의 시적 방법론과 시세계」, 한국문예비평연구, 『한국현대문예비평학회』 제28호, 2009. 04.
문혜원, 「오규원 시에 나타나는 공간에 대한 이해 연구—하이데거의 '공간' 개념을 중심으로」, 한국시학회, 『한국시학연구』 제59호, 2019. 08.
박동억, 「오규원 시의 정치성 연구」, 우리어문연구, 『우리어문연구』, 2022. 05.
박래은, 「오규원 시에 나타나는 도시 사물성과 유동의 미학—1970~80년대 시를 중심으로」, 한국시학회, 『한국시학연구』 제66호, 2021. 05.
송은영, 「한국 현대 소비문화의 연구현황과 과제」, 한국사학회, 『사학연구』 제143호, 2021. 09.
이연승, 「산업 사회에서의 미적 성찰과 아이러니의 시쓰기」, 한국시학회, 『한국시학연구』 제12호, 2005. 04.
———, 「오규원 시의 기호학적 분석과 통화 모형—중기시를 중심으로」, 한국문학이론과 비평학회, 『한국문학이론과 비평』, 2009. 09.
임동욱, 「문화 제국주의의 비판적 고찰-단선적 문화제국주의에서 역동

적인 국제적 문화 유동으로」, 한국언론정보학회, 『한국언론정보학보』 제45호, 2009.
정과리, 「안에서 안을 부수는 공간」, 『길 밖의 세상』 비평, 나남, 1987.
조혜진, 「문화 제국주의의 기원에 대한 '분열'의 시 쓰기-1920년대 낭만주의 시의 타자성 연구」, 한국현대문예비평학회, 『한국문예비평연구』 24호, 2007. 12.

3) 학위논문

박지은, 「오규원 시 연구—언어와 실재의 관계를 중심으로」, 서울대학교 대학원 국어국문학과 석사 학위논문, 2016.
박동억, 「현대시의 키치 전유 기법 : 1980년대~90년대 시를 중심으로」, 숭실대 석사논문, 2015.
오윤정, 「오규원 시 연구—공간상징과 주체인식을 중심으로」, 한양대학교 박사 학위 논문, 2011.
이상진, 「한국 현대 소비문화에 대한 시적 대응양상 연구」, 대구대학교 대학원 국어국문학과 박사 학위논문, 2005.
이연승, 「오규원 '시의 변모과정과 시쓰기 방식 연구」, 이화여자대학교 대학원 국어국문학과 박사 학위논문, 2002.

3. 국외논저

1) 단행본

블라디미르 일리치 레닌, 『제국주의, 자본주의의 최고단계(Имперiализмъ, какъ новѣйшiй этапъ капитализма)』(1917), 이정인 옮김, 아고라, 2018.
장 보드리야르, 『소비의 사회(La societe de consommation)』(1970), 이상률 옮김, 문예출판사, 2015.
에드워드 사이드, 『문화와 제국주의(Culture and Imperialism)』, 감성

곤·정정호 옮김, 창, 1995.
에드워드 사이드, 『오리엔탈리즘(Orientalism)』(1978), 박홍규 옮김, 교보문고, 2007.
기 드보르, 『스펙타클의 사회(La societe du spectacle)』, 유재홍 옮김, 울력, 2014.
가라타니 고진, 『탐구 1』, 권기돈 옮김, 새물결, 2010.
————— , 『탐구 2』, 권기돈 옮김, 새물결, 2010.
Philip Smith, 『문화 이론-사회학적 접근』, 한국문화사회학회 옮김, 이학사, 2008.
조지 모스, 『내셔널리즘과 섹슈얼리티』, 서강문학연구회 역, 소명출판, 2004.
지그문트 바우만, 『지그문트 바우만, 소비사회와 교육을 말하다-소비사회가 잠식하는 인간적인 삶에 대하여』, 나현영 옮김, 현암사, 2016.

2) 학술지논문

James Petras, "*Cultural Imperialism in the Late 20th Century*", Economic and Political Weekly, Vol.29(32), 1994. 08.
Lawrence Grossberg, "*Cultural Studies: What's in a Name? One More Time. Bringing it All Back Home: Essays on Cultural Studies*", Durham & London: Duke University Press(1995), 마동훈·정성철 옮김, 『현대사상』 겨울호, 민음사, 1997.
Annabelle Streberny-Mohammandi, "*The Many Cultural Faces of Imperialism*", 『Beyond Cultural Imperialism』, Golding, P. and Harris, P. (eds), London, 1997.

Abstract

A Study on Oh Kyu-won's Product and Advertisement Poems

- Focused on Symbol Manipulation of Dominant Culture -

KIM Chaekyung

Korean Language and Literature Major

The Graduate School

Seoul National University

Oh Kyu-won, in light of fixed policies and systems, understood civilized and capitalized age as <supervised society> and perceived 'language' as standardized and degraded. Furthermore, after realizing that fixed language can't describe the truths of the world, he embarked on literary activities by scrutinizing the question "What is poetic language?" Based on the reflective thinking that all languages have already been imbued with existing concepts, he adopted the attitude of striving to do away with the concepts covering language and world.

In order to look into Oh Kyu-won's poetic understanding with regard to 1980s' consumerism capitalistic society and materialism

tendencies, this study aimed to focus on the Western culture's imperialistic invasion. This can be clarified based on the sociocultural context transforming into modern times. After the First World War, the flow of rapid modernization and globalization resulted in the existing traditional imperialism being unable to maintain hegemony in its original coercive manner. Instead, the Western countries' ideology chose the strategy of constantly exercising control in the form of 'culture'. In that sense, the series of processes by the Western countries trying to maintain control by hiding the ideology 'high-context culture' in products and advertisements can be defined as 'dominant culture's symbol manipulation'. The dominant culture's symbol manipulation process can be explained through the insight by Jean Baudrillard and Guy Debord regarding cultural imperialism discourse and consumer society, which had lasted from Lenin's imperialism discourse to Edward Said.

Chapter 2, based on Oh Kyu-won's analysis of 1980s' product and advertisement poems, identified that Oh Kyu-won comprehended the ideology of dominant culture within products and advertisements. He discovered the reality in which the dominant culture's ideology, symbolized as products, affecting the public's unconsciousness while being hidden under symbol manipulation. In particular, he poetically disclosed the process of fantastic images triggering false desires by deluding consumers. In addition, he embodied the aspect of the public being unable to figure out the intention of dominant culture ideology and unconsiously conforming to it.

Chapter 3 examined Oh Kyu-won's attempt to overcome dominant culture's ideology, which had been symbol manipulated. His agony with regard to language and concept, which is eventually betrayed by degraded language, comes to the thinking that poets can't discard

poem and language. Since he's a poet, he fatefully accepted betrayal of language and looked into language's maximum potential. Product and advertisement poems are the detailed result of such an attempt. Oh Kyu-won tried to awaken the public by reproducing 'the exchange principle', which is the operation principle of capitalistic society. In more detail, this led to exposing the unrealistic sides of existing world based on his capitalistic imaginations. He realized that ideologies and values dominating humans have been fixed by existing language signs and meaning systems and tried to discard meaning of language through meaningless exchanges between signs within the level of ways to liberate from this domination. His poems exposed negativity of existing world by reinterpreting it through poetic language and gave indirect appeal that the public should refuse it since the world has been fixed and degraded and the language exposing the world has also been fixed, but only language can fight back against the world. All his attempts go beyond securing true freedom and convert the sense of defeat he felt in the duel between life and poetry to 'how to read firmly as victory'.

The attempt to reestablish the position of literature within dynamic contact with cultural context is highly significant. He continued his literary activities while contemplating the relationship between language and world, how language exposes concepts, and so on. It has been identified that his literary works were created as the outcome of intensive struggle against the age through 'language' in ferociously discovering 'poetic language'. The process of reinterpreting Oh Kyu-won's literary and cultural discovery of reality as the task of connecting history and society will be a meaningful point in looking into contemporary Korean poetry.

Keyword : product and advertisement poems, cultural imperialism, symbol manipulation, language, exchange principle
Student number : 2020-24079