

‘피터팬 신드롬’ 공략하는 현대의 놀이문화

‘배스킨 라빈스 31’의 광고

마정미 | 광고평론가

늦은 밤, 시린 손을 호주머니에 찔러 넣고 종종 걸음으로 귀가하는 길에는 창너머 내비치는 주택가의 불빛이 새삼 따뜻해 보인다. 추위에 언 몸을 녹이기 위해 결불이라도 쪼고 싶은 겨울, 집없는 사람에게는 추위가 더욱 혹독하다. 이런 추운 겨울날, 북구의 성냥팔이 소녀는 어떻게 됐을까. 성냥을 하나씩 그을 때마다 피어오르는 환상과 꿈에 취해 소릿이 잠들어 버리는 성냥팔이 소녀는 더 이상 이 세상에 없다. 그 대신 죽음도, 추위도, 가난의 설움도 없는 광고의 나라에 사는 예쁜 케이크팔이 소녀가 있다.

수다스러운 유머에서 동화패러디로

배스킨 라빈스 31의 광고에는 눈에 넣어도 아플 것 같지 않은 예쁜 소녀가 등장한다. ‘케이크 팔이 소녀’라는 자막아래 눈 내리는 어두운 거리에서 케이크를 들고 애절하게 호객하는 어린 소녀가 등장한다. 이어 잠자리에서 동화를 읽어주는 엄마의 목소리처럼 나지막한 내레이션이 이어진다. “케이크 사세요, 케이크 사세요.” “그러나 아무도 사지 않았어요.” 그러다가 이 소녀는 어느 집 환한 창가에 다가가 천사날개가 달린 아이스크림 케이크를 발견한다. 성냥불을 켜서 꿈의 세계로 젖어든 소녀는 아늑한 집안에 들어가 아이스크림 케이크를 마음껏 먹게 되고 “빵이 없어도 맛있잖아”라며 행복해 한다. 소녀는 이제 ‘전략’을 바꿔 아이스크림 케이크를 들고 거리에 나선다.

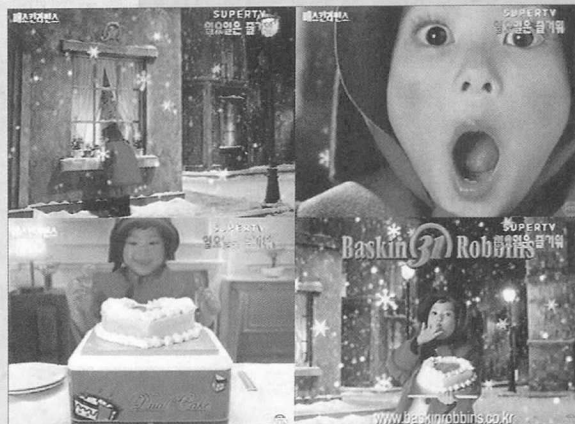
주지하다시피 현대사회는 ‘상춘(常春)의 시대’다. 난방과 냉방이 잘돼 있는 가정과 사무공간에서는 과거의 겨울처럼 혹독한 추위에 움츠릴 이유가 없고 차가운 아이스크림도 계절과 관계없이 즐길 수 있다. 인기있는 패스트푸드점 브랜드인 배스킨 라빈스는 31가지 아이스크림을 구비하고 있는 것이 강점. 그래서 지금까지 아이스크림의 종류를 자랑하거나 가족에 호소하는 수다스러운 유머광고를 펴왔고, 나름대로 효과를 봤지만 최근 광고 컨셉을 바꾼 것이다. ‘빵이 없어도 맛있는’ 아이스크림 케이크 광고는 안데르센의 동화를 각색해 동심과 함께 제품에

대한 욕구를 불러일으킨다.

그러나 사실 성냥팔이 소녀는 슬픈 동화다. 광고에 등장하는 케이크팔이 소녀는 너무나 예쁘고 사랑스럽지만 동화 속의 성냥팔이 소녀는 추위와 배고픔에 숨을 거두는 거리의 아이다. 어른들이 구축한 풍요로운 집안의 세계는 집밖의 배고픈 소녀에게는 덧없이 스러지는 환상일 뿐이다. 동화는 단순하지만 명징하게 세계의 단층을 보여준다. 환상적이고 극적인 스토리 안에 권선징악을 다루고 있지만, 대부분 윤리적이고 지배적인 고정관념, 일방적인 메시지가 담겨 있어 위험한 이데올로기도 적지 않다. 동화의 이런 불평등하고 보수적인 입장을 지적하는 제임스 핀가너는 《정치적으로 올바른 베드타임 스토리》(실천문학사)에서 페러독스 동화를 선보이기도 했다.

일상 속에서 즐기는 환상의 세계

여하튼 동화로 상징되는 환상의 세계는 오랫동안 어린이들의 전유물이었지만 이제는 그렇지 않다. 라캉의 용어를 빌면 인간은 어른이 되면서 상상계에서 상징계로 나아가고, 잃어버린 환상의 세계와 어린 시절의 기억은 무의식으로 남게 된다. 이런 ‘아이 어른’들의 무의식을 공략하는 것이 현대의 오락과 놀이문화다. 이들의 목표는 ‘환상의 세계를 일상화한다’는 것이라고 김용석씨는 《문화적인 것과 인간적인 것》(푸른숲)에서 말한다. 디즈니랜드의 슬로건 “꿈꿀 수 있는 것이라면 우리는 그것을 현실화할 수 있다”에서 볼 수 있듯, 현대대중문화는 환상의 세계를 세대



“동화로 상징되는 환상의 세계는 오랫동안 어린이들의 전유물이었지만 이제는 그렇지 않다. 잃어버린 환상의 세계와 어린 시절의 기억을 공략하는 것이 현대의 오락과 놀이문화다.”

의 구분 없이 일상 속에서 즐길 수 있게 한다. 실상 비디오게임이나 오락기구, 만화, 영화, 테마파크 등은 이를 실현하는 ‘꿈의 공장’(dream works)인 셈이다.

흔히 어른이 되고 싶지 않은 심리, 상징계로 나가는 것을 두려워하는 심리를 일컬어 ‘피터팬 신드롬’이라 한다. 이 증후군을 앓고 있는 ‘아이 어른’들이 끝없이 환상을 찾고, 이들을 위무하는 산업이 놀이문화인 것이다. 현대의 놀이문화를 이끄는 대중문화 산업은 익숙한 상황에서 오는 일상적 편안함과 환상의 세계가 주는 흥분과 즐거움을 동시에 만족시키는 전략을 바탕으로 한다. S.M. 펠만의 《디즈니와 놀이문화의 혁명》(일신사)에 따르면 디즈니 월드는 “모든 연령계층이 안전하고 깨끗하며 효율적이고, 논쟁의 여지가 없는 가운데 즐거움을 누리는 조건과 환경을 제공”한다. 그리하여 피터팬이 살고 있는 나라는 네버-네버랜드(never-never land)지만 현대사회에서 환상의 나라는 어디에나(everland) 있다. 상춘의 지역 롯데월드와 철마다 꽃잔치가 벌어지는 에버랜드가 아이와 어른을 유혹한다.●