



## 사회비판적 'K-콘텐츠'는 세상을 바꿀 수 있는가?

〈스카이캐슬〉, 〈기생충〉, 〈오징어 게임〉의 분열하는 기호들

**곽영신** 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사과정

**류웅재** 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

## Can Socially Critical 'K-Content' Change the World?

The Divided Signs of <Sky Castle> <Parasite> and <Squid Game>

**Kwak, Youngshin\***

(Ph.D. Student, Department of Media and Communication, Hanyang University)

**Ryoo, Woongjae\*\***

(Professor, Department of Media and Communication, Hanyang University)

This study carefully examined the texts of "Sky Castle," "Parasite," and "Squid Game," which garnered positive reviews while expressing critical viewpoints and discourses on inequality, unfairness, and injustice in contemporary Korean society. We looked at how tense, conflicting, or convoluted the resistance symbols of socially critical pop culture contents are as well as how they function as products of the post-capitalist cultural industry. In particular, it was hoped to demonstrate how text's resistance and the dominating need for intertext resulted in mutual contradiction and conflict, leading to "divided symbols" by examining text-related advertisements and intertexts such as products, events, and media platforms together.

Specifically, in the case of <Sky Castle>, the text harshly criticizes inhuman competition and unfairness in Korean education system, but the inter-texts such as advertisements and PPL, products show rather yielding to the current absurd educational system and ironically promoting it. <Parasite> realistically reproduced the harsh daily lives of the lower classes and expressed a sense of problem with the class gap through the hierarchy of space, but once again it dramatically visualized the profound class gap and inequality of capitalism with the award of the US Academy Awards accompanied by conglomerates, sponsored the film. <Squid Game> also allegorically reveals the murderous competition of the 'winner-takes-all' system and the deceitfulness of neoliberal freedom and fairness. At the same time, on the Netflix media platform, the governing ideology is reproduced in a self-reproducing manner through cheers for the top ranking and the ambivalence of autonomy and

---

\* sampong6@naver.com. First Author

\*\* wjryoo@hanyang.ac.kr. Corresponding Author

closure in recommendation algorithms.

As a result, texts that address numerous social problems and structural concerns and feature discourses of resistance could be considered to be the main form of socially critical popular cultural contents (signifier). However, at the secondary stage of signification, this text (the sign) is incorporated into the intertext as a new signifier, is entangled with other intertexts that have been subsumed or given up to the demands of the capitalist culture industry and the dominant ideology present in that context, and is ultimately divided. The analysis shows a glimpse of capitalism's evolving mythos and recuperation technique from the polarizing nature of this socially critical popular culture, which can also result in discursive differences in contemporary Korean society. Therefore, it's necessary to develop more sophisticated, creative critical thinking, insight, and imagination so that we can produce pop culture more independently and purge it of concealed ideologies.

**Keywords:** Sky Castle, Parasite, Squid Game, intertextuality, semiotics

# 1. 들어가는 말

2018년 JTBC 드라마 〈스카이캐슬〉, 2019년 봉준호 감독의 영화 〈기생충〉, 2021년 넷플릭스 드라마 〈오징어 게임〉은 국내, 그리고 전 세계에서 폭발적인 인기를 얻은 대중문화 텍스트이며, 모두 한국 사회의 극심한 불평등, 불공정, 부정에 대한 비판적 담론을 드러내면서 호평을 받았다. 〈스카이캐슬〉이 보여준 ‘교육 불공정’, 〈기생충〉이 그린 ‘빈부격차(주거 불평등)’, 〈오징어 게임〉이 주목한 ‘승자독식의 살인적 경쟁’ 등 오늘날 한국 사회가 지니는 구조적 모순과 병폐를 신랄하게 지적하며 대중의 폭넓은 지지와 공감을 얻은 것이다. 이들 텍스트의 사회비판적 성격은 한국에서 제작돼 세계적으로 흥행한 상당수 대중문화 콘텐츠에서도 공통적으로 드러나며 이른바 ‘K-콘텐츠’의 주요 특성 중 하나로 여겨지기도 한다. 한국 대중문화 콘텐츠는 상업적 장르물이면 서도 날카로운 사회비판 의식을 담고 있어, 대중적인 흥미를 보장하는 동시에 예술성이나 작품성도 함께 지니고 있다는 평가(정덕현, 2021)를 받는 것이다.

근래 사회비판적 K-콘텐츠의 성취는 ‘대중문화와 이데올로기’ 문제에 관해 매우 흥미로운 질문을 던진다. 대중문화의 상품성과 표준화된 속성이 대중의 미적 인식과 주체적인 성숙을 가로막는다는 프랑크푸르트학파의 문화산업론, 문화의 의미가 텍스트 내외부적 요소들 간의 복잡다기한 관계나 구조에 의해 생성된다는 구조주의의 논의 등은 모두 대중문화가 지배 이데올로기의 반영이고 도구라는 시각으로 귀결된다(김창남, 2018, 94쪽). 그러나 사회비판적 대중문화 콘텐츠는 표면적으로 한국 사회에 만연한 신자유주의와 경쟁주의라는 지배 이데올로기를 폭로하고, 이에 균열을 일으키는 대항담론을 내포하고 있는 것으로 여겨진다. 이러한 대중문화의 저항적 속성은 그림자의 헤게모니 이론에서 그 기원을 찾을 수 있는데, 가령 대중문화는 지배 이데올로기의 일방적인 영역이 아니라 지배의 힘과 저항의 힘이 만나 갈등하고 타협하는 헤게모니 투쟁의 장이 된다는 것이다(김창남, 2018, 95쪽). 이러한 전제에 기반해 한국의 사회비판적 대중문화 콘텐츠는 대중 사이에서 저항적 헤게모니가 형성되는 데 일정 부분 기여했으리라고 기대할 수 있다.

그렇지만 최근 사회비판적 대중문화 콘텐츠의 기록적인 인기와 확산에도 불구하고, 한국 사회에서 지배 질서에 대항하고 사회구조적 변화로 연결되는 대중의 가치적인 실천과 정치적, 문화적 전유는 아직 확인하기 어려운 듯하다. 일례로 지난 2022년 대선에서는 오히려 능력주의 이데올로기와 여성 및 사회적 소수자들에 대한 혐오를 선거 전략으로 채택했다는 비판을 받은 보수 정권이 승리하는 결과가 나오기도 했다(최은서, 2022). 이에 한 대중문화 평론가는 “한국은 진정 세계에서 손꼽히는 반자본주의 성향 대중문화 콘텐츠의 종주국”이라며 “이처럼 복잡하고 완강하게 짜인 계층갈등 코드 속에서, 특히 이를 자극적으로 반영하는 이런저런 대중문화 콘텐츠의

영향 아래서, ‘이대남’들은 대체 왜 우파 후보들을 그토록 맹렬하게 지지했느냐는 미스터리”라는 물음을 던지기도 했다(이문원, 2021).

물론 이 같은 현상은 사회 정치적으로 여러 해석이 가능하며, 상대적 자율성을 지닌 대중문화의 영향이 반드시 즉각적이거나 효과적인 정치 행동과 구조 변화로 이어지는 것이 아님을 방증한다. 그러나 인간의 마음이나 담론이 표출되는 공간인 문화와 구조는 진공 속에서 격리되어 고군분투하는 것이 아니라 사회적 총체성(social totality)이라는 구체적인 맥락 내에서 기능하는 현실 세계의 일부이며, 현실과 더불어 현실을 만들어내고 또 거꾸로 현실에 의해 결정되기도 한다(류용재, 2010, 60쪽). 따라서 본 연구는 사회비판적 대중문화 텍스트의 속성이 한국 사회의 이데올로기 및 구조와 어떻게 상호작용하며 의미와 신화를 생성하고 있는지 비판적으로 고찰해 보고자 한다.

이를 위해 이 연구는 텍스트의 안과 밖, 즉 텍스트와 상호텍스트 사이에서 ‘분열하는 기호’를 통해 사회비판적 미디어 콘텐츠가 투영하는 저항 헤게모니의 굴절과 한계를 살펴보고자 한다. ‘상호텍스트성(intertextuality)’은 “모든 텍스트는 반드시 다른 텍스트들과의 관계에서 독해되며 이와 관련해 광범위한 텍스트 관련 지식이 동원된다”는 개념으로, 즉 텍스트와 텍스트 ‘사이’에 존재하는 관계성 및 연결성을 말한다(Fiske, 1996/2006, p. 235). 이 연구는 대중문화 영역에서 활발하게 생성되는 상호텍스트성을 텍스트들 간 직접 인용, 지시, 해설, 모방 뿐 아니라, 사회, 문화, 제도적 맥락과 생산 및 수용의 과정에서 개별 텍스트가 다른 텍스트들과 맺는 중층적 상호작용, 가령, 복합적이고 예측 불가능한 영향, 의존, 연결 관계를 가지는 것까지 포함한다는 관점을 차용했다. 이에 따라 상호텍스트가 원 텍스트인 영화, 드라마, 가요 외에 이와 연관된 보도기사와 비평, 마케팅, 스타, 광고, 이벤트 등을 비롯해 수용자의 반응이 담긴 댓글이나 모방 행위까지 매우 다양하며 광범위한 형식으로 존재하는 것으로 보고 이를 적극 활용하고자 하였다.

이 연구는 텍스트와 상호텍스트의 분석을 통해 의미작용과 이데올로기의 복잡한 상호관계를 효과적으로 분석할 수 있다고 가정한다. 이들의 관계는 “미디어와 미디어 텍스트의 생산과 유통, 소비를 제약하거나 구조화하는 소유와 통제, 권력의 배분과 기타 요소들에 대한 관심”을 반영하고 있다고 여겨지기 때문이다(류용재, 2010, 61쪽). 가령 영화 <기생충>은 최하위 계층이 어떻게 ‘기생충’으로 전락하는가에 대한 서술로서, 계급 간의 까마득한 거리감과 상승 불가능성을 제시함으로써 평등이 몰락한 세계를 표현하고 있다(정현경, 2020, 15쪽). 그러나 이 영화가 미국 아카데미 시상식이라는 호화로운 장소에서 최상층의 부자(배우 및 제작자, 후원 관계자)들에 둘러싸여 환호를 받는 장면은 자본주의 사회의 심원한 계급격차와 불평등을 역설적으로 드러내 보여주기도 한다.

즉, 한국의 사회비판적 대중문화 콘텐츠가 텍스트 안에서는 나름대로 효과적인 저항 담론을 펼치는 데 일부 성공하더라도, 텍스트 밖(상호텍스트)에서는 기존의 지배구조를 유지, 강화하는 지배적 담론에 포섭되거나 굴복하면서 결과적으로 텍스트의 저항 기호 전체가 분열하는 양상을 나타내고 있다는 것이 이 연구를 시작하게 된 문제의식이다. 그로 인해 수용자들의 비판적 해독과 저항적 헤게모니 형성에 있어서도 마찬가지로 분열이 일어날 수 있다. 이에 따라 이 연구는 우선 〈스카이캐슬〉, 〈기생충〉, 〈오징어 게임〉이란 유력한 미디어 텍스트에 드러난 저항적 기호와 담론이 무엇인지 살펴보고, 또 텍스트 밖 상호텍스트에서 지배 이데올로기를 강화하는 기호와 담론이 무엇인지, 이들은 어떤 방식으로 작동하는지 분석하고자 한다. 이를 통해 사회비판적 대중문화가 지닌 저항적 기호와, 동시에 자본주의 문화산업의 산물로서 지닌 상품 기호가 어떻게 긴장하고 갈등하거나, 혹은 공모하는지 살펴보고, 결과적으로 텍스트와 상호텍스트가 모순되고 충돌하는 양상이 어떻게 분열하는 기호로 나타나는지 고찰해보고자 한다.

## 2. 대중문화의 ‘기만’ 혹은 ‘저항’의 기호들: 이론적 논의와 연구방법

### 1) 대중문화를 바라보는 두 고전적 시선

대중문화에 관한 가장 비판적인 논의라 할 수 있는 프랑크푸르트학파의 사유는 ‘대중문화의 이데올로기가 어떻게 주체의 완성을 막는가’, ‘어떻게 비판적 정신과 부정성의 정신마저도 자본주의의 편으로 끌어오는가’, ‘예술의 비판적 기능은 완전히 소멸했는가’ 등의 문제에 관심을 가졌다(원용진, 2018, 206쪽). 대표적으로 아도르노와 호르크하이머는 〈계몽의 변증법(1947)〉에서 ‘문화산업론’을 제시하며 자본주의 시대의 대중문화를 ‘문화산업(Culture Industry)’이라는 용어로 대체했는데, 이는 대중 자신으로부터 자발적으로 일어난 문화나 민중예술(popular art)이라는 긍정적 의미와 구별해 대중문화가 철저히 상업적 상품으로 전락했음을 나타내기 위해서다. 이들은 문화산업에 대해 “대중 매체가 단순히 ‘장사(business)’ 이외에는 아무것도 아니라는 사실은 아예 한술 더 떠 그들의 고의로 만들어낸 허접스레기들을 정당화하는 이데올로기로 사용된다”고 극렬하게 비판했다(Adorno & Horkheimer, 1947/2001, 184쪽).

아도르노와 호르크하이머가 볼 때, 문화산업은 사회에 대한 경제적 강자의 지배력을 기반으로 기술이 사회에 대한 통제력을 행사하는 가운데 조종되고 있으며, 그 조종의 부메랑 효과로 수요가 만들어지는 순환 고리의 체계이다. 즉 “기술적 합리성이란 지배의 합리성 자체”가 되는 것이다(Adorno & Horkheimer, 1947/2001, 185쪽). 이러한 문화산업의 산물은 필연적으로

획일화, 표준화, 동질화를 낳을 수밖에 없다. 즉 자본의 독점과 문화상품의 대량 생산 및 복제 아래서 대중문화는 모두 획일적인 모습을 하고 있으며, 소비와 확산을 조장하기 위해 동일성을 추구하고 다른 작품과의 유사성에 매달리게 되는 것이다.

물론, 문화산업 생산물에 전혀 차이가 없는 것은 아니지만, 아도르노와 호르크하이머는 그 차이의 기만성에 대해 다음과 같이 말한다. “그 차이란 사실 자체로부터 나오는 본질적인 차이라기보다는 소비자들을 분류하고 조직하고 장악하기 위한 차이에 불과하다. 어느 누구를 위해서도 무언인가가 마련되어 있지만 그것은 누구도 그것으로부터 빠져나가지 못하게 하기 위해서다. 이를 위해 차이는 오히려 강조되고 선전된다. 대중에게는 각계각층을 위해 다양한 질의 대량생산물이 제공되지만 그것은 양화(quantifizierung)의 법칙을 더욱 완벽하게 실현시키기 위한 것이다 (Adorno & Horkheimer, 1947/2002, 187쪽).” 이에 따르면 대중들은 자신의 취향과 수준에 걸맞게 자발적으로 행동하며 자신과 같은 유형을 겨냥해 제조된 대중문화의 대량 생산물을 고를 수 있다. 그러나 큰 틀에서 보면 이 역시 아무도 문화산업의 틀에서 나가지 못하고 머물게 하려는 지배 권력과 체계의 기획이라 할 수 있다.

그러므로 사람들의 여가 시간은 문화산업이 제공하는 획일적 생산물로 채워질 수밖에 없으며, 각각의 문화 생산물은 대중들을 노동 시간과 마찬가지로 휴식 시간마저도 잡아 놓는 거대한 경제 메커니즘의 일환이 된다. 이런 문화산업의 속성은 문화 소비자들의 자발성이나 상상력을 불구로 만들어버리고 적극적으로 사유하는 것을 불가능하도록 만든다. 이를 아도르노와 호르크하이머는 “문화산업은 하자 없는 규격품을 만들 듯이 인간들을 재생산하려 든다”라고 비판한다 (Adorno & Horkheimer, 1947/2002, 193쪽). 이때 문화산업이 제공하는 낙원은 늘 똑같은 일상생활로서, 즐거움은 체념을 부추기고 체념은 즐거움 속에서 잊히게 된다(Adorno & Horkheimer, 1947/2002, 215쪽). 결국 오락이 약속해주는 해방은 ‘부정성’을 의미하는 사유로부터의 해방이 되고 만다(Adorno & Horkheimer, 1947/2002, 219쪽).

이처럼 아도르노와 호르크하이머가 주장하는 문화산업은 예외나 전복의 가능성을 남겨두지 않는 매우 비판적인 개념이다(김성은, 2015, 51쪽). 그들에 따르면 “청중이 예외적으로 유희 산업에 저항할 때조차 그것은 유희 산업 자체가 가르쳐준 ‘있으나마나’ 한 저항에 불과”하고, “대중 문화는 사람들로 하여금 냉소적이고 측근한 마음으로 진리를 받아들이게 만듦으로써 진리를 존중하지 않는다는 비난에 대해 자신을 방어”하며, “좀 더 나은 의도를 가지고 만들어진 비극적 종말마저 비극성을 훼손시키고는 기존 질서를 재확인”한다(Adorno & Horkheimer, 1947/2002, 219쪽, 229쪽, 230쪽). 즉, 대중문화에서 사회비판 요소를 띤 작품조차 문화산업이 저항의 맹아들을 허용하거나 활용하며 제한된 수준에서만 작동하도록 감시되고, 대중 스스로

사회구조적 변혁은 체념하도록 만드는 고도의 전략이 된다. 이로써 지배적 체제와 권력에 실질적으로 대항하는 정신은 사라지고, 추상적이고 피상적인 비판의 모양만 남게 되는 것이다.

그러나 아도르노와 호르크하이머의 문화산업론은 대중문화가 전적으로 전체주의적 권력과 자본의 논리에 포획되어있다는 관점에서 출발하고 있기 때문에 다소 경직된 측면이 있는 게 사실이다(이창남, 2010, 56쪽). 즉, 문화산업의 배후인 체계에 집중하면서, 개인이나 대중을 대중문화에 아무런 저항 없이 포섭되어 그 지배적 논리를 재생산하는 타율적 주체로만 본다는 비판을 받는다. 또 지배 이데올로기가 아무런 균열이나 충돌도 없이 지배계급의 이익과 빈틈없이 결합되어 있다고 간주하므로, 대중문화 속에서 드러나는 이데올로기의 모순적 성격을 중층적으로 설명하지 못한다는 지적도 있다(이찬훈, 1998, 181쪽).

한편, 프랑크푸르트학파의 문화산업론과는 달리 대중문화를 상대적으로 긍정적으로 바라보고 대중이 지배적 권력과 체제에 저항할 수 있는 통로로서의 가능성을 기대하는 관점도 있다. 대표적으로 그람시는 <옥중수고(1947)>에서 대중문화를 지배와 저항이 투쟁하는 영역, 즉 생산과 소비가 유도·권유되고 이에 수용·대항하는 '접합'과 '반접합'의 영역으로 본다(이상우, 2015, 161쪽). 그람시는 이러한 사유의 틀을 정립하는 데 '헤게모니'론을 내세우는데, 헤게모니란 지배계급이 대중들의 지지와 동의를 얻으면서 행사할 수 있는 경제적·정치적·지적·도덕적 지도력을 의미한다(이찬훈, 1998, 181-182쪽). 그람시에 따르면 지배 계급의 억압과 착취에도 불구하고 다수 대중의 합의와 사회적 안정이 이루어지고 있는 이유는 피지배 계층이 현재의 권력구조의 가치와 이상, 목적, 문화적 의미들을 자발적으로 지지하고 있기 때문이다. 다시 말하면 자본주의의 지배는 피지배자들로 하여금 현재 질서에 동의하는 것이 자신의 이익에 부합한다고 믿도록 상황을 정의함으로써 이루어진다는 것이다(김창남, 2018, 90쪽).

이러한 헤게모니 개념에 따라 대중문화는 지배 권력이 대중들의 동의를 창출해내는 한 방식이 되며, 이때 헤게모니는 지배층의 이해관계를 합리화하려는 시도가 내재되어 있으면서도 대중의 평균적 삶의 방식과 가치를 드러내고 나아가 저항이 관철되는 경합의 장소가 된다(이상우, 2015, 158쪽). 즉, 대중문화의 산물들은 지배와 착취의 수단이면서 동시에 저항의 수단이 된다는 것인데, 그람시는 특히 문화를 통한 시민사회의 저항 가능성에 기대감을 가지고 이를 '진지전 전략'이라고 표현했다. 이 전략은 문화적 투쟁과 인민의 지적·도덕적 개혁을 통해 새로운 세계관을 형성함으로써, 지배 체제의 헤게모니를 분쇄하기 위한 대항 헤게모니를 창출하는 것을 말한다(신혜경, 2001, 73-74쪽). 이런 맥락에서 그람시는 상업적 대중소설을 비롯한 대중문화를 지배 권력에 의해서 부당하게 억압당했던 민중들로 하여금 현 지배 체제를 향한 복수를 꿈꾸게 하면서 지배 계급의 가치관과 정의로부터 벗어나게끔 해주는 것으로 보고, 그 실천적인 힘과 저항적 즐

거움의 가능성을 규명하려고 시도했다(신혜경, 2001, 92쪽).

## 2) 기호와 신화, 텍스트와 상호텍스트의 만남

바르트는 〈현대의 신화(1957)〉에서 구조주의 기호학을 활용해 의미 생산방식의 모델로서 ‘신화론’을 기획하고 대중문화의 이데올로기 작용을 심도 있게 설명했다. 그의 신화론은 기호(sign)가 기표(signifier)와 기의(signified)의 ‘자의적 결합’이라는 소쉬르의 언어학을 확대한 것으로, 신화 이전에 존재하는 ‘기호학적 연쇄’에서 출발해 세워진다는 점에서 ‘제2의 기호학 체계’라 할 수 있다. 그의 신화론에 따르면, 기호학의 제1체계에서 기표와 기의가 결합해 만들어진 기호는 다음 단계인 제2체계에서 다시 단순한 기표가 된다. 그리고 여기에 사회문화적 가치가 담긴 새로운 기의가 결합해 변환된 기호 곧 신화가 만들어진다.

바르트가 직접 예로 든, 잡지 〈파리 마치〉 표지에서 군복을 입은 흑인 청년이 프랑스 국기에 거수경례를 하는 사진을 통해 신화의 체계를 구체적으로 살펴볼 수 있다. 제1체계의 기호는 사진이라는 기표와 프랑스군대라는 기의가 단순히 결합한 상태이다. 그러나 다음 제2체계에서는 1체계의 기호 자체가 새로운 기표가 되고, 여기에 “프랑스는 위대한 제국이라는 것, 모든 프랑스의 이들은 피부색의 구분 없이 그 국기 아래 충심으로 봉사한다는 것, 그리고 식민주의에 대해 비방하는 사람에게서는 이른바 압제자들에게 충성하는 이 흑인의 열정보다 더 훌륭한 대답이 없다는 것(Barthes, 1957/1997, 274쪽)”이라는 의미작용(signification)이 더해진다. 이렇게 새롭게 창출된 기호 즉 ‘프랑스 제국주의’라는 신화가 만들어진다.

신화는 특정한 문화 특히, 지배 계급의 가치를 보편적이고 자연적인 가치로 변형시킴으로써 이데올로기적 기능을 수행한다. 즉, “신화의 목적은 바로 세계를 고정시키는 것”이며 “신화들은 모든 소유의 위계질서를 위해 일단 고정된 보편적인 경제구조를 암시하고 모방”한다(Barthes, 1957/1997, 333쪽). 또, 신화는 지배 체제의 중심이 되는 악을 감추기 위해 체제의 부수적인 악이나 이미 인정된 악을 미리 고백하는 ‘예방접종’ 전략을 통해 사회를 면역시키고 전면화된 진복의 위협에서 체제를 보호하기도 한다(Barthes, 1957/1997, 326-327쪽). 따라서 신화학자는 신화의 기호들이 인위적으로 구성된 것임을 폭로하거나 최소한 상기시키기라도 해야 하며, 바르트 신화론의 기획 역시 신화를 ‘탈신화화’하는 것이었다(Allen, 2003/2006, 88쪽).

한편, 후기 바르트는 테리다의 해체론, 바흐친과 크리스테바가 역설한 텍스트의 대화성, 다중성, 다의미성에 영향을 받아 탈구조주의적 관점에서 ‘텍스트성’과 ‘상호텍스트성’에 주목하는 텍스트론을 발전시켰다. “독자의 탄생은 저자의 죽음이라는 대가를 치러야 한다(Barthes, 1973/2002, 35쪽)”라는 유명한 구절로 대표되는 그의 텍스트론에 따르면, 전통적으로 텍스트의



의미를 결정하고 장악했던 저자의 권위는 비로소 해체되고, 이제 독서를 통해 작품을 다시 쓰는 독자의 주체적 개입에 따라 텍스트의 의미가 생겨나고 확장된다. 텍스트의 생산과 이해에서 독자의 자유가 전적으로 보장되고 이를 통해 텍스트는 무한한 의미의 연쇄를 낳을 수 있는 열린 공간이 되는 것이다.

이 같은 바르트의 텍스트론은 〈저자의 죽음(1968)〉의 다음 구절 “텍스트는 수많은 문화의 온상에서 온 인용들의 짜임이다(Barthes, 1973/2002, 32쪽)”, 그리고 〈작품에서 텍스트로(1971)〉의 문장인 “텍스트는 그것의 차이 속에서만 존재할 수 있다. 그 독서는 일회적인 것이지만, 전적으로 인용과 지시물, 메아리들로 짜여진다(Barthes, 1973/2002, 42쪽)” 등에서 잘 드러난다. 저자는 죽음을 맞이했고, 텍스트는 모든 텍스트들의 짜임이며, 독자가 그 속에서 적극적으로 의미를 창조할 수 있다면, 필연적으로 텍스트의 생산과 향유는 지배 이데올로기에 저항하는 행위가 될 수 있다. 이 관점에서 후기 바르트는 고정된 이데올로기적 기의에 저항해 해석적 변주를 실천하는 ‘공동저자’로서의 독자를 통해 이데올로기를 우회하고, 회피하며, 전유하는 전복의 텍스트 공간을 발견하고자 했다(김지연, 2018, 24쪽).

그러나 이러한 열린 기표의 공간도 지배적 시스템의 전략적 계산에 의해 얼마든지 재탈취될 수 있으며, 결국 시스템에 회수(recuperation)될 가능성을 전제로 한 것이라는 점을 주목할 필요가 있다(김지연, 2018, 26쪽). 바르트는 〈텍스트의 즐거움(1983)〉에서 “전위란 곧 회수되는, 조금 고집 센 언어일 뿐”이라며 “항의하는 것과 항의의 대상이 되는 것 사이에는 구조적인 일치가 있기 마련”이라고 지적한다(Barthes, 1973/2002, 102-103쪽). 이처럼 후기 바르트의 상호텍스트성 개념은 비록 전기 신화론에 비해 텍스트의 저항 가능성을 강조하고 있기는 하지만, 동시에 이러한 저항이 회수될 경우 더욱 진전된 신화적 기획으로 작용할 수 있다는 점을 경계하고 있다(김지연, 2018, 9쪽).

결국 바르트에게 기호는 지배 이데올로기의 장소이면서도 저항을 통한 균열의 가능성을 지닌 것이며, 다시 이 같은 균열이 회수될 수 있는 재신화화의 장소, 곧 지배와 저항 가능성이 공존하는 공간이었다(김지연, 2018, 34쪽). 그래서 바르트는 신화론의 비판적 기획이 오히려 제도의 기획으로 회수되는 현실을 보면서 보다 자기성찰적인 비판을 거친 새로운 기호학의 방향성을 제시하기도 했다. “이제 싸움을 보다 멀리까지 이끌어야 하고 기호들이 아니라 한편으로 기표들과 다른 한편으로 기의들뿐 아니라 기호의 관념 자체에 균열을 내려고 시도해야 한다. 우리가 기호 파괴라 부를 수 있는 그런 작용을 말이다(Barthes, 1981/2006, 112쪽).”

### 3) 대중문화의 ‘분열’ 드러내는 텍스트·상호텍스트 분석

상호텍스트성은 다양한 방식으로 정의될 수 있으며, 그 범위 역시 ‘좁은 의미의 상호텍스트성’과 ‘넓은 의미의 상호텍스트성’으로 구분할 수 있다. 즉, 상호텍스트성 개념은 생산미학의 관점에서 작가가 생산한 텍스트들 사이의 관계로 한정해 제한적으로 이해하는 경우와 기억, 역사, 문화, 제도 등의 개념을 끌어들이어 정치경제, 사회문화적 맥락 및 수용까지 폭넓게 고려해 이해하는 경우로 갈린다(이광복, 2007, 31쪽). 구체적으로, 전자는 한 텍스트 안에 하나, 혹은 여러 텍스트가 실질적으로 존재할 때 이들 사이의 관계를 상호텍스트성이라 본다. 이 경우 상호텍스트성이라 칭하는 관계는 ‘공존’에 방점을 두는 ‘상호텍스트성’(대표적으로 인용)과 원 텍스트에서 ‘파생된 텍스트와의 관계를 살펴보는 ‘하이퍼텍스트성’(패러디, 혼성모방 등)으로 나뉜다(남윤지, 2016, 93-98쪽).

반면, 후자는 모든 텍스트를 다른 텍스트를 인용, 흡수, 변용한 결과로 보며, 이에 따르면 ‘모든 텍스트는 상호텍스트’라 할 수 있다. 이때 상호텍스트는 의식적이거나 무의식적으로 인용부호 없이 사용하는 관계적 문구를 모두 포괄하기 때문에 그 기원을 포착하기 힘든 경우도 포함된다. 이 관점은 전통적 의미의 텍스트 생산 주체의 개념에서 탈피해 텍스트의 언술들은 텍스트 밖에 다양한 의미 근거를 지니고 있고 대화적 관계에 있으므로 이를 고려해 파악해야 한다고 보며, 텍스트의 새로운 의미가 텍스트들 사이의 관계를 통해서 비로소 생성된다고 본다. 나아가 상호텍스트성을 단순한 텍스트 내부의 관계가 아니라 지속적인 수용 과정에서 비로소 생겨나는 것으로 인식하기도 한다(이광복, 2007, 35-37쪽).

이러한 문맥에서 상호텍스트성은 개별 텍스트가 다른 텍스트와 중층적 방식으로 맺는 상호관계를 포함해, 이를 수용하고 전유하는 개인들이나 다양한 사회적 기구, 혹은 구성체들 사이에서 복잡한 방식으로 교차하며 생성되는 쌍방향, 또는 복수의 주체들 간의 지속적이며 유동적인 영향력이나 의존성으로 이해할 수 있다. 이 연구에서는 상호텍스트성의 범위를 이처럼 광의의 개념으로 보았다. 특히, 직접 인용뿐만 아니라 하나의 텍스트에서 파생되거나 관련을 맺고, 또 다양한 주체와 맥락에서 언급, 활용, 진유, 재구성되는 과정에서 유동적이며 예측불가능한 지시적 요소를 지니고 있는 것을 상호텍스트성으로 이해하고 활용했다.

이처럼 상호텍스트성을 광의의 범위로 보는 관점에서, 이 개념을 텔레비전과 영화 등 대중문화 영역으로 적극 끌어온 피스크(Fiske)는 “텔레비전의 의미는 상호텍스트적인데, 그 이유는 텔레비전이 항상 시청자들의 문화적 경험을 구성하는 다른 텍스트의 맥락에서 해독되기 때문”이라고 말한다(Fiske, 1996/2006, 298쪽). 이런 맥락에서 피스크는 텔레비전을 문화적으로 분석할 때 텍스트의 세 가지 수준과 그들 사이의 관계를 연구할 것을 요청한다. 첫 번째는 텔레비전

화면의 1차 텍스트로, 이는 전체 산업 생산의 한 부분으로서 문화산업과 그 요구에 의해 생산된다. 두 번째는 텍스트의 하위 수준으로 여기에는 쇼, 스타, 광고, 칼럼, 비평, 논평 등이 포함되며, 이것들은 1차 텍스트의 잠재적 의미들이 다양한 수용자와 하위문화에 의해 그들의 문화로 취해지고 활성화되는 방식에 대한 증거를 제공한다. 텍스트의 세 번째 수준은 시청자들 스스로가 생산하는 텍스트로, 프로그램에 대한 대화와 반응뿐만 아니라 의상, 말투, 행동, 심지어 생활에 대한 사고에 이르기까지 텔레비전에서 소개하는 스타일에 적응하는 것을 말한다(Fiske, 1996/2006, 300-301쪽).

이 연구는 한국의 사회비판적 대중문화 텍스트의 특성과 한계를 고찰하기 위해 〈스카이캐슬〉, 〈기생충〉, 〈오징어 게임〉의 텍스트를 분석하되, 1차 텍스트와 연관된 광고와 상품, 스타, 미디어 플랫폼, 제작사와 마케팅, 이벤트, 보도 및 비평 그리고 일부 수용자 반응 등의 상호텍스트를 함께 분석하였다. 우선 연구대상으로 세 텍스트를 선정한 이유는 이들이 2016년 촛불항쟁에서 시민사회의 개혁 열망과 의지가 폭발적으로 확산된 이후 공개된 대중문화 콘텐츠 중, 한국 사회의 구조적 불평등과 부조리를 정면으로 다루면서 국내외 흥행에서도 큰 성공을 거둔 작품이라는 공통점이 있기 때문이다. 그 예로 〈스카이캐슬〉은 방송 당시 전국 시청률 23.7%를 기록해 종합편성채널 역대 최고 시청률 기록을 갈아치웠고, 〈기생충〉 역시 칸 영화제와 아카데미 영화제를 석권하며 전국 관객 1,031만 명을 동원해 ‘천만 영화’에 등극했다. 〈오징어 게임〉도 넷플릭스 공개 이후 52일 동안 전 세계 1위를 차지해 넷플릭스 역사상 가장 성공한 쇼로 이름을 올렸다. 이러한 기념비적 성공 덕분에 이 텍스트들의 사회비판적 메시지 역시 언론을 비롯한 공론장에서 널리 회자되며 하나의 사회 현상으로까지 번지기도 했다.

한편, 이 연구에서 텍스트와 상호텍스트를 함께 분석하는 이유는 앞서 살펴본 대중문화에 관한 중층적 사유 즉, 아도르노와 호르크하이머의 ‘기만적 차이’와 ‘기획된 저항,’ 그람시의 ‘헤게모니적 투쟁,’ 그리고 바르트의 ‘신화’와 ‘전진된 신화’ 개념들을 살펴보기에 이 방법이 유용하다고 여겼기 때문이다. 텍스트나 담론은 자기충족적으로 현실을 구성하는 독립적이고 유일한 힘이 아니라, 다양하고 이질적인 사회적, 정치적 요소가 유기적, 혹은 모순적으로 관계하며 하나의 문화를 중층결정(over-determined)하는 여러 힘들 가운데 하나이다. 그러므로 텍스트나 담론의 분석은 행해진 말과 그 의미에 대한 분석뿐 아니라, 특정한 말이 형성된 복합적인 사회적 관계와 맥락, 역사성, 그리고 억압되거나 어떤 이유로 미처 발화되지 못한 언어들에 대한 분석을 포괄해야 한다(류용재, 2008, 18-19쪽). 본 연구에서는 상호텍스트 속에 단일 텍스트가 보여주지 못하는 복합적인 사회문화, 정치경제적 관계와 맥락이 담겨 있다고 보고 이를 총체적으로 분석함으로써 이들 텍스트의 중층적이고 모순적인 의미를 발견하고자 하였다.

이를 위해 먼저 〈스카이캐슬〉, 〈기생충〉, 〈오징어 게임〉의 텍스트 분석을 통해 인물과 서사, 대사, 상황, 미장센 등에 나타나는 저항적 기호와 담론을 짚어보고자 한다. 이와 함께 이들 텍스트 밖에 있는 상호텍스트에 평면적이거나 입체적으로 드러나는 지배 이데올로기적 기호와 담론들을 살펴보고자 한다.<sup>1)</sup> 이를 통해 전자와 후자가 상호 대립, 모순, 충돌, 균열하는 양상을 보이며 ‘분열된 기호’로 나타나고 있음을 밝혀내고자 한다. 구체적으로 〈스카이캐슬〉의 경우는 텍스트와 함께 분석하고자 하는 상호텍스트로 ‘PPL’(Product in Placement), ‘교육상품 광고’를, 〈기생충〉의 상호텍스트로는 ‘글로벌 이벤트’(미국 아카데미 시상식)와 ‘마케팅’을, 〈오징어 게임〉의 상호텍스트로는 ‘글로벌 미디어 플랫폼’(넷플릭스)을 각각 선정하였다. 그 이유는 우선 이 상호텍스트들이 언론보도 등에서 1차 텍스트와 관련해 가장 밀접하고 특징적인 관계를 지닌 것으로 빈번하게 언급되면서 연관 기호로 인지 및 활용하기 쉽다고 판단했고, 나아가 무엇보다 이들이 1차 텍스트 내부에서 나타난 저항적 기호들과 극적이며 이율배반적으로 충돌하고 있는 요소들을 내장하고 있다는 사실을 발견했기 때문이다.

### 3. 〈스카이캐슬〉, ‘저항’과 ‘광고’의 분열

#### 1) 드라마의 교육 현실 비판이 멈추거나 미끄러지는 곳

“어머님, 저를 전적으로 믿으셔야 합니다.” 〈스카이캐슬〉의 명대사로 꼽히는 이 말은 드라마에서 가장 강렬한 캐릭터를 가진 입시 코디네이터 김주영의 대사다. 이 문장은 오늘날 한국 교육이 안고 있는 문제의 핵심을 꿰뚫는 상징적 의미를 지닌다. 즉, 사회경제적 자본이 풍부한 상류층 가정의 ‘사교육’에 전적으로 의존해 자녀를 명문대에 보냄으로써 교육을 통한 계급 재생산을 실현하는 메커니즘을 상징하고 있는 것이다. 드라마에서 김주영은 학생의 내신 성적은 물론 봉사활동, 학생회장 선거 등 모든 교육 과정에 개입하며, 이때 학교 시험문제를 미리 빼돌려 학생에게 건네 주거나 심리적 불안감을 이용해 부모에 대한 불신을 조장하는 등 불법적, 비인간적 일도 서슴지 않는다. 그 결과는 ‘전교 1등’이라는 성적표다. 이 과정에서 한국 교육 현장에서 믿을 수 있는 것

---

1) 이 연구는 사회비판적 대중문화 텍스트와 상호텍스트를 대상으로 구조화되고 정형화된 단일한 분석이나 기술 방식을 따르는 것이 아니라, 필요와 맥락에 따라 ‘텍스트분석’과 ‘기호학적 분석’, 그리고 ‘담론분석’을 유연하게 혼용하고 중첩하는 연구방법 및 글쓰기 방식을 따른다. 텍스트와 상호텍스트(성)의 형식 및 내용과 그 담론적 의미, 이를 둘러싼 문화산업과 사회경제적 맥락, 관련 학술연구 및 언론보도의 성찰과 연결성 등을 총체적으로 살펴보기 위해서는, 이러한 자유롭고 연계적이며 종합적인 방식이 적합하다 판단했기 때문이다.

은 공교육이 아니라 사교육의 시장 기제라는 사실이 다시 한 번 확인된다. 그러므로 이 드라마를 통해 드러난 한국 교육 문제의 핵심은 교육적 가치의 전도라 할 수 있다. 곧 시험성적이 교육내용을, 경쟁이 연대와 협력을, 상품성이 개성과 시민성을, 시장성이 공공성을 대체하고 압도하는 현실 말이다.

〈스카이캐슬〉에 나타나는 욕망과 무의식은 ‘자기 욕망 실현을 위한 교육열’, ‘공고한 로열 패밀리 형성을 위한 교육열’, “캐슬로 표상된 욕망을 비추는 거울로서 교육열로 나타난다(남미자·배정현·오수경, 2019, 131쪽). 이러한 욕망을 나타내는 대표적인 인물인 주인공 한서진은 딸 강예서를 서울대 의대에 보내 ‘3대째 의사 집안을 만들겠다’는 일념으로 입시 코디 김주영의 권력과 지시 안에 스스로를 가둔다. 그녀는 이웃들에게는 은행권 명문가 출신에 해외 명문대 유학파로 알려져 있지만, 사실 슬주정뱅이 가장을 둔 가정에서 어렵게 자랐고 본명 역시 ‘곽미향’이라는 다른 이름을 갖고 있다. 따라서 사회적 하층 출신인 그녀에게 딸의 의대 진학은 단순한 계급 재생산이 아니라 신분 상승 욕구의 연장 또는 완성에 다름 아니다. “남편이 아무리 잘나가도, 네가 아무리 성공해도, 자식이 실패하면 그건 쪽박 인생이야”라는 대사 속에 한서진의 이 같은 욕망이 그대로 투영돼 있다.

이와 같은 맥락에서 있는 이웃 차민혁 역시 세탁소 아버지를 둔 가정에서 태어나 사법고시를 수석으로 합격하고 검사를 거쳐 로스쿨 교수가 된 인물로, 그의 인생관은 ‘피라미드론’으로 요약된다. 세상의 모든 인간은 피라미드처럼 서열화 되어 있으며 이 같은 세상에서 행복하게 살기 위해서는 무조건 경쟁에서 이겨 꼭대기로 올라가야 한다는 것이다. 그는 실제로 대형 피라미드 모형을 집안에 들여놓고 수시로 자녀들에게 피라미드론을 설교한다. “인생에서 중요한 건 우정이나 의리가 아니야. 니들 위치야. 피라미드 어디에 있느냐라고. 밑바닥에 있으면 짓눌리는 거고 정상에 있으면 누리는 거야.”

이 드라마는 과열된 교육열이 지배하는 한국 교육 현장에 ‘신자유주의와 능력주의(meritocracy)’, ‘시험만능주의(testocracy)와 공정성’, ‘가족주의와 모성’ 이데올로기가 내재돼 있다는 사실을 계속해서 환기하고 폭로한다(남미자 등, 2019, 131쪽). 즉, 공공성 부재 속에 구축된 능력주의 사회에서 소수 특권 계층에만 과도한 보상과 수혜가 주어짐에도 불구하고, 학벌주의와 결합한 능력주의를 절대화하고 시험의 절차적 공정성에만 매달리면서 불평등과 차별은 오히려 공정성의 결과로 여기는 사회 현실을 재현하고 있는 것이다. 그리고 여기서 비롯된 교육 격차는 상류층 가족의 특권 유지와 세습으로 이어지며, 이는 어머니의 적극적인 관리와 헌신에 의해 재생산된다.

이러한 문제의식을 담론화하는 인물 김혜나는 예서와 전교 1, 2등을 다투는 라이벌로 뛰어

난 능력과 성취욕을 지녔지만 병든 미혼모를 둔 '흙수저' 출신의 여고생이다. 훗날 한수진의 남편인 강준상이 그녀의 친 아버지로 밝혀지긴 하지만, 이미 출신의 한계로 미래를 꿈꿀 수 없게 된 헤나는 한수진, 강에서, 김주영과 적대적 관계를 맺다 폭주한 끝에 결국 비극적인 죽음을 맞는다. 헤나의 삶은 한국 교육의 세습적 속성, 즉 아무리 뛰어난 실력을 갖추고 최선을 다해 노력해도 부모의 사회경제적 배경이 받쳐주지 않으면 신분상승 욕망도 자아실현도 이룰 수 없다는 불공정한 현실을 구체적으로 보여준다. 헤나는 예서가 입시 코디에게서 유출된 내신시험 문제를 받아보고 있다는 사실 알게 된 후 “이건 정당한 경쟁이 아냐. 절대 인정 못해”라고 말하며 복수심을 불태운다. 이는 한국 교육이 공정한 경쟁과 실력, 노력을 강조하지만 그것이 근거 없는 허상에 불과하며, 대학입시가 결국 ‘자본에 종속된 불공정한 게임’임을 명확하게 폭로하는 장면이라 할 수 있다(남미자 등, 2019, 149쪽).

이처럼 <스카이캐슬>은 피라미드 꼭대기를 향해 질주하는 한 축과 현실의 부조리를 폭로하고 대항하는 한 축의 갈등을 대비시키며 극적 긴장감을 형성한다. 결과적으로 이 드라마가 손을 들어주는 곳은 후자다. 헤나의 죽음을 계기로 등장인물들은 자신의 내면에 교육을 매개로 한 뒤틀린 욕망이 자리 잡고 있음을 목도하고 일련의 각성 과정을 겪는다. 그리고 이들 욕망을 손에 쥐고 한 가정을 쥐락펴락하며 온갖 불법과 편법을 일삼던 김주영은 그 치부가 드러나 몰락한다. 마지막 회에서 그려진 드라마의 결말은 비현실적이라 느껴질 정도로 ‘도덕적’이다. 드라마 내내 상승 욕망으로 들끓던 한서진은 드디어 그 욕망을 내려놓고 마음의 자유를 얻으며, 서울대 의대를 포기한 딸 예서 역시 경쟁에서 이기기 위한 주입식 공부가 아닌 자기주도적인 공부를 하면서 행복을 느낀다. 피라미드론으로 자녀들을 괴롭히던 차민혁과 그와 맞서던 아내 노승혜도 극적인 화해를 이루고, 욕망의 상징과 같았던 피라미드 모형을 집밖으로 내다버린다. 자신의 친딸 헤나의 죽음에 죄책감을 느낀 강준상은 그토록 원하던 병원장 자리를 포기한다. 스카이대학을 못가면 사람대접 못 받는다고 설파하는 교사에게 학생들은 책을 집어던지고 교실 밖을 뛰쳐나오며 항의한다.

이처럼 <스카이캐슬>은 한국 교육의 부조리한 현장과 불공정을 폭로하고 등장인물이 반성과 함께 욕망을 내려놓은 모습을 보여줌으로써 어느 정도 저항적 텍스트로서의 지위를 얻는다. 종편사상 유례없는 시청률을 기록하고 대중의 쏟아지는 관심 속에서 많은 논의와 토론을 유발했다는 점에서 이 드라마가 지닌 사회적 의미는 작지 않다 할 수 있다. 그러나 작품성과 대중성을 다 잡으며 크게 성공한 이 드라마가 한국 사회의 교육을 조금이나마 바꾸는 데 기여했다고 자신 있게 말할 수 있을까? 이 드라마의 대항적 메시지가 지배적 사회 구조와 문화에 균열을 낼 수 있을 만큼 대중에게 효과적으로 전달되고 해독되었을까?

현실은 그렇지 않은 듯하다. 언론 보도에 따르면, 평범한 다수의 시청자들은 극중에서 입시 경쟁을 비판하는 입바른 소리를 하며 ‘강남 좌파’를 상징하는 것으로 여겨진 인물 이수임보다는 하층민 집안에서 자라 계층 상승을 위해 처절히 투쟁하는 한서진에 더 공감했다고 한다(이혜미, 2019). 또, 학원도 다니지 않고 스스로의 힘으로 전교 상위권에 든 혜나보다 사교육을 활용해 성과를 내는 예서에게 더 공감을 나타냈다(박재홍, 2019). 실제로 드라마 방영 이후 대입 수험생 자녀를 둔 학부모들 사이에서 ‘입시 코드’에 대한 관심이 증폭되고, 서울 강남 입시학원가에 관련 문의가 빗발치기도 했다(유병돈, 2019).

〈스카이캐슬〉의 저항성이 현실화하기 어려운 이유는 이 드라마가 교육 현실을 극복하기 위한 개인의 각성과 결단만을 조명하고, 사회 구조와 제도를 다루는 데까지 나아가지 못하는 한계를 지녔기 때문이다. 즉, 개별 가정의 계급재생산을 향한 과열된 욕구에 대해서는 날카롭게 비판하지만, 지옥 같은 입시경쟁과 교육세습을 불러오는 대학서열화와 학벌차별, 승자독식의 자원배분 구조, 고착화된 계급격차와 양극화 등의 사회구조적 모순에는 입을 닫고 있는 것이다. 이에 대해 영화평론가 듀나(2019)는 “입시맘들은 기껏해야 최전방에서 뛰는 보병이다. 그 위에는 장교와 장군들이 있고 그 위에는 정치가가 있으며 그 위에는 그들을 버티게 하고 움직이게 하는 시스템이 있다. 좋은 비판물은 이 모두를 관통해야 한다”고 지적했다.

〈스카이캐슬〉의 등장인물처럼 일부 저항적 개인·가족이 지배적 가치에 휩쓸리지 않고 자신의 신념대로 행동하는 정도로 한국 교육의 쇠퇴를 꿈꿀 수 없다는 점은 명백하다. 이러한 사실은 드라마 최종회 엔딩 장면에서도 드러나는데, 즉 많은 사람이 모인 은행 VVIP 투자 설명회에서 사회자가 입시 코디네이터 연사를 소개하자 김주영이 묘한 표정을 지으며 고개를 드는 장면이다. 이는 극중 감옥에 갇힌 김주영이 그곳을 벗어났다기보다는, 대중들의 과잉 욕망이 계속되는 한 또 다른 김주영이 반복해서 등장하리라는 사실을 암시하는 장면으로 해석된다. 몇몇 개인의 구원이 사회 구조의 구원으로 이어지기 불가능하다는 것을 드라마 스스로 보여주고 있는 것이다.

## 2) ‘광고’와 ‘상품’이 회수해버린 저항 기호

〈스카이캐슬〉 15화가 방영된 이후 일부 온라인 커뮤니티 게시판에서는 한서진이 학부모 모임을 갖는 장면에서 본죽 매장에 모여 ‘홍게올린죽’을 먹는 모습이 너무 노골적인 PPL이라는 지적이 일었다. 한 언론은 시청자들이 “아주 대놓고 PPL을 하는 통에 집중이 끊긴다”, “너무 뜬금없이 본죽이 나오는 게 아닌가... 갑본죽?”, “멋지게 차려 입고 앉아서 게살죽을 먹고 있는 모습이라니 헛웃음이 나온다”는 반응을 보였다고 보도했다(김보라, 2019). 실제로 이 드라마에는 매우 다양한 제품들이 PPL로 등장한다. 한서진이 딸 예서에게 “집중력도 높아지고 기억력도 좋아지

고 피로도 풀리는 안마 의자에 앉아서 이야기를 하자”고 말을 하는 장면에선 바디프랜드 안마의자가 증명됐다. 김주영이 예서의 불안을 달래며 “행운의 팔찌야. 이걸 차고 있으면 해나 꿈도 꾸지 않을거야. 불안, 초조, 두려움, 죄책감 그 모든 악한 기운들로부터 널 지켜줄 거니까”라고 말하는 장면에선 메트로시티 팔찌가 클로즈업 됐다. 이밖에도 네스프레소 커피머신기, 정관장 음료, 다이슨 청소기 등 다양한 PPL이 연속적으로 등장하면서 극의 흐름과 완성도를 떨어뜨린다는 지적이 나왔다.

이처럼 〈스카이캐슬〉은 ‘PPL 캐슬’이라 불릴 정도로 많은 상품을 드라마 속에서 노출시켰으며, 한 언론이 드라마 전편을 분석한 결과 PPL 상품은 모두 170여개에 달했다(유윤정·안소영, 2019). 이 드라마가 이렇게 상품 광고의 장이 된 것은 시청률이 높았기 때문이다. 드라마가 처음 방송됐을 때 전국 일일 시청률은 1.7%에 불과했지만, 마지막 회에는 23.7%로 당시까지 종편 사상 최고 기록을 세웠다. 인기와 함께 광고 단가도 급격하게 올랐다. 방영 초기 광고 단가는 방송 중간에 들어가는 CM이 2억2000원, 방송 전후로 가까이 붙는 PIB(Position in break)광고는 1억2000원, 전후 광고는 7000만 원 선이었지만, 프로그램이 인기를 끌기 시작한 후 CM 3억 원, PIB 1억8000만 원, 전후 광고 단가는 1억 원으로 올랐다(김소연, 2019). 이러한 시장의 논리는 문화산업 자본이 드라마 텍스트와 이미지를 활용해 이익을 추구하는 행위에 몰두하도록 하기에 충분했을 것으로 추정할 수 있다.

PPL 상품 중 단연 화제를 끈 것은 일명 ‘예서 책상’이라 불리는 스티디큐브 책상이다. 이 책상은 만년 전교 1등 예서가 사용하는 것으로, 원목을 사용해 사방을 막아놓은 1인 독서실 형태로 만들어졌다. 이 책상의 가격은 245만원으로 상당한 고가에 속하지만, 드라마 방영 이후 한 달에 5개 팔리던 게 100개로 늘 만큼 성공을 거두었다(조서영, 2019). 이 책상은 드라마 속에서 예서를 가장 불안하고 답답하게 만들었던 상징적 공간이었는데, 오히려 현실에서는 없어서 못 팔 만큼 인기 있는 상품이 된 것이다. 드라마 속에서 이 책상의 기호는 승자의 공간이었다가 억압의 공간, 즉 ‘벗어나고 싶은 장소’로 변했다면, 드라마 밖 현실에서 책상의 기호는 계속 승자의 공간에 머물고 따라서 ‘들어 가야 하는 장소’가 된다. 텍스트와 상호텍스트의 기호가 모순적으로 충돌하고 있는 것이다.

〈스카이캐슬〉 출연 배우들의 ‘광고’도 텍스트와 상호텍스트의 관계라는 관점에서 주목할 만하다. 입시 코디 김주영 역을 맡은 배우 김서형은 드라마 속 캐릭터를 그대로 재현한 모습으로 바디프랜드 안마의자 광고에 출연해 “전적으로 저를 믿으셔야 합니다”라는 자신의 명대사를 읊었다. 이밖에도 출연 배우들은 보험, 삼푸, 온라인 홈쇼핑, 자동차, 화장품, 게임, 건강식품, IT가전, 라면 등 온갖 상품의 광고에 동시다발적으로 출연했으며, 이때 스카이캐슬 속 자신의 캐릭터



이미지를 적극적으로 활용했다. 이는 텍스트와 상호텍스트의 인물들이 세련됨, 고급스러움, 우아함 또는 유머러스함 등의 유사한 이미지와 기호로 연결된 사례로 볼 수 있다.

그런데 〈스카이캐슬〉의 비판적 대중문화로서의 저항적 기호와 지배적 문화산업으로서의 상품 기호가 가장 충돌한 지점으로 꼽을 수 있는 것은 드라마 주인공의 ‘교육상품’ 광고 출연이다. 드라마 주인공 한서진을 연기한 배우 염정아는 스카이캐슬 방영 종료 즈음 학습지 기업의 광고 모델이 되어, 신제품 ‘웅진씽크빅 AI수학’ 광고 시리즈 3편을 촬영했다. 광고는 공중파와 케이블 TV, 유튜브를 통해 공개됐고, 공개되자마자 포털 실시간 검색어에 오르며 큰 파급력을 자랑했다. 그리고 이 제품은 출시 나올 만에 가입자 수 1만 명을 돌파했다(김동호, 2019). 이 광고의 중요한 특징은 배우 염정아의 광고 이미지가 〈스카이캐슬〉 속에서 자녀 입시에 몰두한 예서 엄마 캐릭터와 부합하는 이미지로 설정됐다는 점이다. 광고는 그녀의 숏컷 헤어스타일부터 세련되고 고급스런 패션과 액세서리, 드라마 세트를 그대로 옮겨놓은 듯한 가구 인테리어 등의 장치를 통해 광고 속 배우 염정아와 〈스카이캐슬〉의 한서진을 하나의 인물로 포개어 놓는다. 여기서 염정아=한서진은 “역시 씽크빅, 레벨이 달라”라며 학습지 브랜드의 광고 내용을 드라마 속 목소리와 억양으로 내뱉는다. 드라마 결말에서 이미 자신의 욕망을 성찰하고 삶의 방향을 바꾼 바 있는 주인공이 다시 이전으로 돌아가 사교육에 의존하는 시장적 상품교육에 대한 선전 기호를 전달하는 것이다.

유명 스타는 그가 여러 프로그램들을 통해 구축해 온 다양한 의미 구성의 집합체로, 다양한 상호텍스트적 장치로 활용될 수 있기 때문에 그 자체로 중요한 코드가 되어 이른바 ‘유명인 상호텍스트성(celebrity intertextuality)’을 구성한다(김명진, 2019, 18-19쪽). 대중들이 이 광고에서 배우 염정아를 드라마 주인공 한수진과 동일시하며 상호텍스트적으로 수용한다는 사실은 유튜브 광고 영상에 달린 댓글들을 통해 알 수 있다. 지금까지 조회수 76만회 정도를 기록한 이 영상에는 “한서진이 광고하니까 너무 믿음가고 수준 높아 보여요. 모델 선정 엄청 잘하심”, “한서진=염정아 그 자체,, 미쳐따ㅠㅠ 완전 고급지고,,,, 최고다 이 말입니다,, 염배우님 최고,,, 광고 더 주세요,,,”, “디션 진짜 오졌다. 말투만으로 한서진 돼버리네. 고급스러움은 말할 것도 없고, 설의대 가는 애들 다 씽크빅 할 거같음ㅋㅋ”, “예서는 어렸을때 씽크빅 안맡겼을거 같음” 등의 댓글이 최고 추천수를 받은 것이다.

대중은 〈스카이캐슬〉에서 제시한 비판적 저항 기호를 통해 한국 교육의 참담한 현실에 공감하고 문제의식을 느낄 수 있지만, 이는 드라마 속 주인공의 상품 광고를 통한 화려한 귀환 앞에서 분열되고 만다. 대신 현실 배우의 상품 기호는 드라마 속 세련되고 고급스런 이미지만을 재귀적으로 소환해 대중이 소비를 향한 강렬한 욕망을 일으키도록 돕는다. 이에 따라 대중은 주체

적 수용자, 또는 공동 저자가 되어 대항 기호의 생산과 해독에 참여하기보다는, 다시금 수동적 소비자가 되어 〈스카이캐슬〉 주인공들이 추천하는 학습지와 책상을 사용해 공부하고 성적을 올리기 위한 건강관리를 목적으로 고급 안마의자에 앉는다. 대중은 〈스카이캐슬〉 속 인물과 현실 배우의 상품 이미지는 분리하지 않지만, 드라마 속 성찰적 기호와 현실 속 욕망 기호의 분열을 명확하게 포착하고 구분해내는 것처럼 보인다. 이상은 이상이고 현실은 현실이라는 것이다.

이것은 바르트가 말한 탈신화화에 대한 지배 시스템의 ‘회수’ 전략, 즉 비판적 텍스트의 저항 기호마저 거대한 상품 기호 속으로 거둬들이는 진화된 기획으로 볼 수 있다. 바르트는 “성공이란 제도권의 공모 없이는 이루어 질 수 없으며 “제도권이 개입하기만 하면 거기에는 실제로 회수가 있다”고 말한다(Barthes, 1973/2002, 148쪽). 이를 〈스카이캐슬〉의 해독에 적용하면 텍스트의 저항 기호가 광고와 상품이라는 상호텍스트에 의해 회수된 것이라 볼 수 있다. 한서진은 드라마(텍스트)에서 욕망을 탈피했지만, 현실(광고와 상품이란 상호텍스트)에서는 욕망에 충실하고 굴복했다. 대중은 이 텍스트와 상호텍스트를 일련의 모순과 혼란 속에 수용할 수밖에 없다. 결국 이 분열적인 기호가 화려하고 요란스러운 가운데 궁극적으로 겨냥하거나 암시하는 것은 하나의 신화이며 적잖은 대중은 이에 부지불식간에 호명될 가능성이 높다. 그것은 바로 ‘지배 제도의 욕망을 따르라’는 정언명령이다.

## 4. 〈기생충〉, 재현된 가난과 화려한 의례

### 1) “계급 갈등 재현하는데 정치적이지 않은”

2019년 프랑스 칸 영화제 황금종려상, 2020년 미국 아카데미 시상식 작품상에 빛나는 봉준호 감독의 영화 〈기생충〉이 한국 영화사의 빛나는 성취라는 점은 두 말할 나위가 없다. 영화계에서 특히, 보수적으로 손꼽히는 아카데미 시상식에서 비(非)영어권 영화가 최고 영예인 작품상을 수상한 것은 영화 역사상 최초의 일이며, 황금종려상을 수상한 작품이 아카데미 시상식의 작품상까지 석권한 것도 역대 두 번째로 65년만의 일이었다. 장면과 대사 하나하나를 섬세하게 조율해 ‘봉테일’이라는 별명으로 불리는 거장 감독의 수상작답게 국내외 전문가와 언론, 대중 사이에서 작품에 대한 해석도 활발하게 전개됐다. 할리우드 대작들 사이에서 이토록 뜨거운 관심을 받은 작품의 등장은 한국 영화계에 새로운 활력을 불어넣은 것으로 여겨진다.

이 영화는 반지하방에서 구성된 전체가 백수로 가난하게 살아가던 기택의 가족의 이야기로, 장남 기우가 우연한 기회로 IT기업 CEO인 박사장 네서 과외를 시작한 후 계획적으로 그들을 속

이고 모두 그 집에 침투해 ‘기생’하게 되면서 벌어지는 사건을 다루고 있다. 이런 점에서 〈기생충〉이 빈부격차 또는 계급갈등에 대한 영화라는 데는 큰 이견이 없다. 특히, 기택 네 가족은 ‘불확실한’(precarious) ‘노동자’(proletariat)를 의미하는 ‘프레카리아트’(precarariat)’ 즉, 안정된 고용과 노동보장으로부터 소외되고 파편화된 노동자 계급으로서, 이 영화는 이들의 비참한 현실과 일상을 극사실주의적으로 재현함으로써 계급적 문제의식을 드러내고 있다.

프레카리아트로서의 정체성은 기택의 “절대 실패하지 않는 계획이 뭔지 아니. 무계획이야, 무계획”이라는 대사에서 분명히 드러나는데, 이는 매사가 계획대로 안 되기 때문에 오히려 계획을 세우지 않는 것이 낫다는 체념과 자족의 정서가 드러나는 지점이다. 실제로 기택은 과거 치킨집, 대만카스텔라 등의 사업을 했지만 모두 망했고, 대리운전, 발레 파킹 등의 일을 전전한 것으로 나타난다. 아들 기우는 영어를 잘하지만 대학입시 실패로 사수를 하는 중이고, 딸 기정도 미술에 재능이 있지만 형편상 학원에 갈 수 없다. 투포환 선수였던 아내 충숙 역시 경제적 활동을 하지 못하는 것은 마찬가지다. 결국 기택 네 가족은 피자박스 접는 일을 하지만 그마저도 잘 해 내지 못하며, 무언가 희망을 갖고 성실하게 업무를 수행할 일마저 사라진 지리멸렬한 일상이 이어질 뿐이다. 즉, 기택 가족에게 “인분지족과 ‘무계획’은 고정된 삶을 욕망하는 것이 불가능할 뿐만 아니라 아무리 노력해도 언제든 반지하로 내려갈 수 있다는 것을 확인한 자의 포기”에서 기인하는 것이다(이다운, 2019, 291쪽).

〈기생충〉이 부자와 빈자의 계급을 구성하는 데 활용하는 중요한 장치는 ‘공간’의 위계이다. 이 영화에서 공간은 세 부분으로 구분되며, 공간의 상하 관계는 곧 계급적 질서를 반영한다. 박사장의 고지대 주택은 상층계급의 풍요와 교양의 공간이고, 기택 네의 반지하 주택은 하층계급의 실업과 가난의 공간이다. 그리고 영화의 숨은 반전이라 할 수 있는 박사장 네 ‘제2의 기생지’, 근세가 살고 있는 지하 병커는 도망자의 은폐와 추방의 공간이다. 이 작품에서 지상, 반지하, 지하라는 상·중·하의 수직 구조는 상층계급과 하층계급 간의 차이와 사회적 갈등을 드러내며, 인물들 간의 계급적 특성이 더욱 폐쇄적이고 고착화될 수밖에 없음을 비판적으로 나타내고 있다(오세은, 2021, 360쪽). 또, 이 영화에서 계급으로서의 공간은 ‘상층’과 ‘하강’의 이미지로서도 드러나는데, 예를 들어 기우가 과외 자리를 얻고 처음 박사장 집에 도착했을 때는 무수한 계단을 올라 집안으로 들어가는 ‘올라가는’ 공간성을 보인다. 반면, 기택 네 가족이 박사장 부부를 피해 도망나오듯 빠져나와 자신들의 반지하 집으로 가려고 폭우 속에서 끝없이 아래로 이어진 계단으로 내려가는 장면은 ‘내려가는’ 공간성을 보인다. 명장면으로 꼽히는 이 장면은 미학적 성취가 뛰어나면서도, 이들이 처한 계급적 상황을 처연한 은유로 드러내 호평을 받았다.

〈기생충〉의 계급에 대한 문제의식은 ‘경계(선)’라는 장치를 통해서도 표현된다. 박사장은

반복적으로 “선을 넘는 사람이 제일 싫다”고 말하는데, 여기서 선을 넘는다는 것은 고용된 노동자가 경계를 넘어 자본가 가족의 사적 영역으로 들어온다는 의미로 해석할 수 있다(허만섭, 2020). 그러나 영화에서 상층계급과 하층계급 간 불가항력적으로 ‘선을 넘는’ 요소가 하나 등장하는데 그게 바로 ‘냄새’, 곧 가난의 냄새다. 박사장은 기택에 대해 “그 양반, 전반적으로 말이나 행동이 선을 넘을 듯 말듯 하면서도 결국엔 절대 선을 안 넘거든. 그건 좋아. 인정. 근데 냄새가 선을 넘지. 냄새가”라고 아내에게 말한다. 기택 가족은 박사장 가족이 캠핑을 간 사이 주인 행세를 하며 술 파티를 벌이다 박사장 네가 폭우 때문에 갑자기 돌아오자 거실 탁자 밑에 몸을 숨긴 채 이 얘기를 엿듣는다. 여기서 박사장이 기택을 두고 “오래된 무말랭이 냄새”, “행주 삶을 때 나는 냄새”, “지하철 타면 나는 냄새”가 난다고 하는 말을 듣고, 기택은 심한 수치심과 모멸감을 느낀다. 하류층의 냄새가 가시화됨으로써 인간의 품위와 존엄성을 넘어서는 계급 격차를 자각하게 된 것이다(김문주, 2020, 602쪽).

한편, 이 영화의 독창적이면서도 복잡한 정치성은 박사장 자택의 지하 병커에서 아내 말고는 아무도 모르게 4년 넘도록 기생하고 있는 근세의 존재를 통해 살펴볼 수 있다. 역시 몰락한 중산층으로 추정되는 근세는 기택 가족의 주거 공간인 반지하보다 더 ‘아래 공간’에 살면서 어딘가 모자란 사람이나 비인간화된 존재로 그려지며, 의도치 않게 자신의 안위를 지켜주고 있는 박사장 가족을 위대한 존재로 추앙(“리스펙트”라는 대사를 통해 드러난다)하는 노예성을 지니고 있다. 문제는 서로의 존재를 알게 된 기택의 가족과 근세 부부의 파국으로 치달아가는 적대 관계다. 일반적으로 저항적 텍스트에서 흔히 보이는 정치윤리는 약자들이 서로 연대해 강자에게 대항하거나 서로 위로하는 모습인데, <기생충>에서 강자에게 기생하는 삶을 욕망하는 약자들은 서로를 제거하기 위해 몰두할 뿐이다. 결국 생존 앞에서 두 기생충은 서로를 죽고 죽이는 수평 폭력을 선택함으로써, 안정된 생계로부터 추방당한 약자들은 괴물이 될 수밖에 없으며 그들에게 연대와 혁명은 무기력한 외침이라는 것을 보여준다(이다운, 2019, 297쪽). 결국 이 파국은 피범벅이 된 채 나타난 근세에게서 나는 냄새를 맡고 박사장이 인상을 찌푸리자, 냄새 때문에 모멸을 느낀 바 있는 기택이 그를 칼로 찢어버리는 참혹한 살육의 활극으로 마무리된다.

기생충이 이처럼 탁월한 영화적 장치를 통해 우리 사회 보편적 문제인 가난과 계급의 문제를 드러내 호평을 받았지만, 이 영화의 정치적 입장을 모호하고 불편하게 느끼는 경우도 제법 있었다. 한 설문조사에서 일반 대중을 대상으로 ‘영화 기생충을 본 소감’에 대해 질문한 결과, ‘계층 갈등을 선동’(65%)하는 듯하면서도 ‘정치적이지 않다’(62%)고 느낀 응답자가 많았다. 또 통속적인 영화와 달리 ‘서민을 모독한다(60%)’는 느낌을 받은 응답자도 많았다(조지민, 2020.1.18). <기생충>의 이 같은 예술적 모호성은 비판적 텍스트로서 보다 뚜렷한 정치성을 요

구하는 반응과 그럼에도 불구하고 저항적 가치를 옹호하는 반응으로 나뉜다. 가령 한송희(2020)는 이 영화가 “기발한 디테일을 근거로 가난의 리얼리즘적 재현 그 자체에만 경도되거나 그것을 위한 해석 놀이의 장으로 변모”했고, “무엇보다 ‘선을 지켜라’는 영화의 요청은 지배 이데올로기에 균열을 가하기보다는 오히려 강령으로 반복되어 체제 긍정과 질서 유지, 이데올로기의 재생산이라는 결과를 초래”했다고 비판했다(한송희, 2020, 39-40쪽). 그러나 이다운(2019)은 “집이라는 사적인 공간에서 발생하는 미시적 사건에 주력하는 것이 오히려 현실의 모순을 드러내는 데 일조한다”며 “〈기생충〉이 은폐한 구조적 모순과 사적인 공간에의 집중은 개인의 실패와 타락을 운명이나 능력의 문제로 치부해 버리고 계급적 논의를 방치하는 시대상을 재현한다”고 주장했다(이다운, 2019, 298쪽).

이에 따르면 〈기생충〉은 한편으로 가난의 리얼리즘적 재현과 해석 놀이에 치중하면서, 하층계급이 상층계급을 향해 선을 넘는 것에 대해서는 민감하게 반응하면서도 그 반대의 상황에 대해서는 별 관심을 보이지 않고, 그 선 자체가 정당하게 그어진 것인지 돌아보며 변혁의 가능성을 모색하는 성찰은 부족해 보인다고 비판받을 수 있다. 그러나 다른 한편으로는 가난의 미시적 차원에 대한 감각적 재현을 통해 실제로 수많은 소시민과 하층계급이 자신들을 절망으로 내모는 구조적 모순을 방관하거나 묵인한 채 살아가는 현실을 드러내고, 그 속에서 고착된 계급성을 독창적으로 재고찰하는 기회를 제공했다고 비평할 수도 있다. 다시 말해, 〈기생충〉은 작자와 수용자가 주체적인 생산과 해독 과정을 통해 새로운 의미를 발굴하고 확장시키면서 신화화와 탈신화화, 재신화화 사이를 유영할 수 있는 ‘열린 텍스트’가 되는 것이다.

## 2) 걸작 영화 옆에 선 재벌과 스펙터클

〈기생충〉은 이미 텍스트 내에서 그 예술적 독창성과 개방성으로 인해 기호적 다양성을 지니지만, 텍스트 밖 상호텍스트 특히 전 세계적으로 상찬을 받은 아카데미 시상식이라는 이벤트를 통해 역설적이게도 다른 차원의 더 적나라한 분열을 드러낸다. 2020년 제92회 아카데미 시상식 현장에서 기생충이 국제장편상, 각본상, 감독상을 석권하고 최종적으로 최고 영예인 작품상 수상자로 호명되는 순간은 한국 영화사에 길이 남을 의미 있는 장면인 것은 사실이다. 그러나 바로 그 자리에서 한국 재벌기업 CJ그룹 이미경 부회장이 책임프로듀서 겸 투자배급사 총괄 자격으로 무대에 올라 이례적으로 수상소감을 발표한 것은 곱씹어 볼 게 많은 대목이다.

물론 이미경 부회장이 영예로운 시상식 무대에 오른 것은 그만큼 영화에 기여한 게 많기 때문이다. 아카데미 시상식은 영화예술과학아카데미(AMPAS) 회원 8000여명의 투표를 통해 후보작 및 수상작을 선정하기 때문에 대대적인 홍보전이 필요한데, 이를 위해 CJ측에서 미국 현지

에 머물며 적극 아카데미 캠페인을 지원했고 여기에 '100억+α'를 투자했을 것으로 추정된다. 또, CJ는 기생충뿐만 아니라 봉준호 감독의 전작 <살인의 추억> <마더> <설국열차> 등을 모두 투자 배급했고, 특히 설국열차는 제작 당시 4000만 달러라는 막대한 제작비가 들어 해외투자 유치가 어려워지자 CJ가 제작비 전액을 책임지기도 했다(강은영, 2020). 이밖에도 CJ는 1995년부터 <기생충>이 개봉한 2019년까지 320편이 넘는 한국영화를 투자 배급하며 한국 영화 시장 성장에 기여했으며, 그간 문화산업에 투자한 누적 금액만 따져도 7조5000억 원이 넘는다고 알려져 있다(노정동, 2019).

이 같은 CJ의 영화 및 문화계의 대한 지원과 성취는 인정할 만한 것이지만, 그러나 재벌 대기업의 거대한 문화적 영향력에 따른 그림자가 있는 것도 사실이다. CJ는 투자배급사 CJ ENM, 대형 멀티플렉스 체인 CGV, 케이블채널 tvN, OCN, 채널CGV, 국내 최대 드라마 제작사 스튜디오드래곤, 서울 예술의전당 내 소극장 CJ토월극장 등을 보유하며 국내 문화계에서 막강한 지배력을 갖고 있다. 이 같은 CJ의 수직계열화는 시장독과점을 유발하고 있다는 비판을 받는데, 즉 CJ ENM이 제작 투자배급을 하고 그룹 계열사 CGV를 통해 영화를 상영하며 시장을 지배하면서 부작용이 커진다는 지적이다. 실제로 <기생충>이 상영된 2019년 당시 CGV의 스크린 수는 국내 스크린 수의 39%를 차지하고 있어 다른 영화사들의 설 자리는 좁아질 수밖에 없었다(김포향, 2020). 이에 한 영화전문가는 아카데미 시상식 당시 CJ 이미경 부회장의 수상 소감 발표에 대해 "CJ로 대표되는 대기업 수직계열화가 한국 영화산업 고도성장의 밑거름이 된 건 사실이지만 그로 인해 대작 상업영화 중심으로 영화계가 천편일률화되면서 그 부작용으로 '포스트 봉준호'가 될 재능 있는 신인이 나오기 힘든 환경이 됐다. 이런 공과를 모두 보여준 장면"이라고 말했다(서정민, 2020).

무엇보다 비판적, 저항적 해독 가능성에 열려있는 작품성 있는 영화가 대기업의 철저한 영향력 아래 놓일 때 초래되는 대항적 메시지의 과편화, 무효화에 대해서는 성찰할 필요가 있다. 영화 <기생충> 속 지하 반지하의 냄새나는 공간과 아카데미 시상식장의 화려한 공간, 그리고 그 가운데 나타난 재벌 CEO의 존재가 주는 괴리감은 무시할 만한 것이 아니며, 이는 영화적 기호에도 그림자를 드리운다. 박승원(2020)은 <기생충>의 아카데미 수상 현장을 보며 "갑자기 머릿속이 복잡해졌다"며 다음과 같이 질의했다. "이 무거운 현실의 무게를 영화 안으로 떠밀어 넣고 영화를 잊고 '영화는 영화일 뿐'일 테니 세상의 수많은 '기우'들과 '충숙'들은 어찌저찌 살아 내겠지 하며 친진한 얼굴을 하고 낙관하는 수밖에 없는 걸까? 잔인한 현실을 카메라가 묵묵히 응시하면 그것을 영화가 가질 수 있는 가장 투쟁적인 능력이라 말하며 무거운 감정을 툭툭 털어 내고 영화 바깥으로 빠져나오는 시너지즘은 쉽사리 허용될 수 있는 것인가?"(박승원, 2020, 191-192쪽)

사회의 가장 밑바닥 인생이 깊어진 부조리와 불평등을 극도로 섬세하고 팝진하게 재현하고 자 한 영화가 독점적 대기업의 지원을 받아 가장 자본주의적인 의례에서 최고 영예상을 수상하고, 할리우드 스타와 영화산업 관계자 등 최상위 부유층의 박수갈채를 받는 모습을 바라보는 것은 복잡미묘한 감정을 낳는다. 그리고 그 장면을 본 이전과 이후, 영화를 바라보는 관점과 해석은 달라질 수밖에 없다. 영화 <기생충>이라는 텍스트의 저항적, 또는 저항지향적 기호와 아카데미 시상식이라는 상호텍스트의 지배적 기호가 충돌해 분열을 일으키기 때문이다. 다소 거칠게 재벌 대기업의 문화산업적 관점에서만 이 영화를 보면, <기생충>에서 가난의 기호는 재현된 것이 아니라 활용된 것에 불과하다. 즉, 가난이 스스로 자신의 절박한 목소리를 낸 것이 아니라, 가난하지 않은 누군가가 가난의 목소리를 전유해 자신을 위한 신화를 만들어 내고 그로 인해 이윤과 명예를 얻은 것이라 할 수 있다.

<기생충>의 아카데미상 수상이 한국 사회에서 공식적으로 어떻게 해독되는지는 문화체육관광부 산하 준정부기관인 한국콘텐츠진흥원의 '영화 <기생충>의 아카데미 수상이 갖는 의의(2020)' 보고서를 통해 살펴볼 수 있다. 보고서는 영화 기생충에 대해 "빈부격차, 소외, 고립, 불안과 같은 요소를 드러내면서 현대사회가 가진 문제점들을 정확하게 짚어낸 '서스펜스 스릴러 영화'라고 평하면서도, 향후 문화적 전망에 대해서는 다음과 같이 진단했다. "이른바 '오스카 레이스'라는 오스카 캠페인이 8천 명 이상의 회원을 대상으로 이루어지는 캠페인이기 때문에 주요 부문의 수상을 목표로 한다면 대기업 수준의 재정적 지원이 필요함.", "같은 맥락에서 CJ E&M의 이미경 부회장이 수상소감에서 이재현 회장을 언급한 데는 <기생충>의 오스카 레이스에 투입된 비용이 국제장편영화상 후보작에 들어가는 비용과 규모부터가 달랐으며 이를 위해서는 재벌 총수의 승인이 필요했을 것이라는 해석이 많음.", "그렇기에 제2의 <기생충>이 될 수 있는 한국영화가 있다면 국가적, 기업적 수준의 재정적 지원은 필요하다고 판단됨."(한국콘텐츠진흥원, 2020, 12쪽)

이는 물론 문화산업적 측면에서 작성된 보고서이지만, 그럼에도 불구하고 정부기관이 <기생충>을 해독하며 가난과 불평등에 대한 비판적 기호와 담론은 모두 휘발시켜버리고 산업과 상품으로서의 가치만을 극대화하고자 하는 의지만을 드러낸 것을 알 수 있다. 즉, 인류의 보편적 문제이자 현재 한국 사회의 폐부를 관통하고 있는 빈부격차와 계급갈등을 문제화한 이 영화를 통해 얻은 결론이 가난과 격차에 대한 성찰이나 이를 해소하기 위한 사회구조적 변화로 향한 것이 아니라, 거대 영화 자본에 더 많은 물질적 지원을 해주는 게 바람직하다는 쪽으로 향한 것이다. 이를 보면 <기생충>이라는 텍스트와 아카데미 시상식이라는 상호텍스트가 접합한 결과는 어쩌면 저항과 지배 기호의 모순과 균열 수준이 아니라 하나로 수렴돼버린 것일지도 모른다는 의심에 이른다. 곧 사회 부조리와 불평등에 대한 비판적 기호와 문화산업으로서의 이익 추구적 기호가 복잡하게 공

존하며 얽혀있는 것이 아니라, 애초에 욕망은 후자 하나였으며 전자는 이를 가리기 위한 위장이거나 혹은 경합 과정에서 후자에 철저하게 압도, 포섭되고 말았을지 모른다는 의심이다.

프랑스 사회학자 기 드보르는 구경거리나 볼거리, 이미지의 과잉을 뜻하는 ‘스펙터클(spectacle)’ 개념을 활용해, 현대 사회를 원본보다 복사본이, 현실보다 환상이나 가상이, 본질보다 외양이 더 선호되고, 참된 것은 허위적인 것의 한 계기로 전락하며, 사회 전체가 물질적으로 재구성되고 기계적으로 조작된 ‘스펙터클 사회’로 규정한다(박치완, 2007, 204쪽). 드보르에 따르면, 현대 사회에서 주기적으로 반복되는 축제 역시 상품화되고 계량화된 시간, 즉 상품생산이나 소비를 부추기는 목적 때문에 생겨난 거짓된 순환으로, 진정한 축제가 아니라 단지 스펙터클일 뿐이다. 스펙터클로 전락한 이 거짓 이벤트들은 사람들의 삶이 아니라 광적인 것이므로 곧 지워지고 만다(이영빈, 2010, 244쪽). 마찬가지로 아카데미 시상식이라는 자본주의의 의례, 곧 스펙터클 속에서 영화의 원본과 본질, 진실 역시 과잉된 이미지에 가려진다. 스펙터클의 사회 속에서 개인이 주체성을 상실함으로써 원자화되고 분해되고 소외되듯이, 영화도 그 자신으로부터 소외된 수동적 존재가 될 수밖에 없는 것이다.

## 5. 〈오징어 게임〉, 부자유·불공정의 폭로와 재연

### 1) 신자유주의적 ‘자유’와 ‘공정’의 기만

넷플릭스 드라마 〈오징어 게임〉이 현대 자본주의의 신자유주의 담론과 그 헤게모니적 수용을 담고 있다는 분석은 타당해 보인다. 신자유주의는 자유로운 시장에서 국가의 개입을 최소화 한 채 개인의 자발적인 선택과 공정한 경쟁을 강조하는데, 456명의 개인이 456억 원의 상금을 걸고 ‘죽음의 게임’을 벌이는 〈오징어 게임〉의 서사 역시 이러한 신자유주의적 이념 위에 서있다. 즉 개인의 욕망을 실현하기 위한 극단적 경쟁을 조장하고, 게임의 참가 및 지속 여부와 승리 전략의 선택에 있어서 참가자들의 자유를 강조하며, 그 경쟁이 공정해야 한다는 점을 부각하고 있는 것이다(김한별, 2021, 274-275쪽). 그리고 참가자들은 게임의 폭력적인 규칙과 부조리를 거부하거나 이에 저항하고 않고 끝까지 자발적으로 동조하고 수용하는 모습을 보임으로써, 신자유주의 담론의 헤게모니적 작동 원리와 그 효과를 은유적으로 재현하고 있다(김한별, 2021, 276쪽).

〈오징어 게임〉에서 ‘자유’(자율적 선택)는 중요한 요소이며, 이를 잘 드러내는 장치가 참가자들이 자발적으로 게임에 참여하는 모습을 강조하는 게임 속 규칙이다. ‘제1항 참가자는 임의로 게임을 중단할 수 없다’, ‘제2항 게임을 거부하는 참가자는 탈락으로 처리한다’에서 이어지는 ‘제3



항, 참가자의 과반수가 동의할 경우 게임을 중단할 수 있다'가 바로 참가자들의 자율성을 보장하는 규칙이다. 실제로 드라마 2화에서는 첫 번째 게임을 치른 후 수많은 사람이 죽어나가자 공포에 질린 참가자들이 투표를 통해 게임 중단을 선택하고 아무 조건 없이 풀려나는 모습을 보여줌으로써 시청자들에게 서사적 충격을 주기도 한다.

하지만 드라마는 곧이어 '자유의 부자유성'을 그려내며, 자유와 자발적 선택의 기만성을 폭로한다. 애초에 이 게임에 참가했던 주요 인물들이 구조 조정으로 실직하고 사치와 도박을 전전하는 백수(성기훈), 거액의 빚더미에 앉은 몰락한 엘리트(조상우), 소매치기로 연명하는 탈북민(강새벽), 조직에 쫓기는 폭력배(장덕수), 산재를 당한 외국인 노동자(알리 압둘) 등 인생의 밑바닥까지 내려간 사람들이기 때문이다. 즉, 이들에게 현실은 잔혹한 게임보다 '더 지옥'이므로 게임에 다시 참여하는 것 외에 다른 선택권은 있을 수 없다. 결국 처음 게임에 참여했던 대다수는, 목숨을 잃을 수 있지만 거액의 상금을 거머쥘 수 있다는 한 가닥 희망이 존재하는 게임장으로 다시 돌아온다. 이를 보면 참가자들의 자발성은 곧 "456억이라는 압도적이면서도 공허하고 텅 빈 액수인 단순한 숫자 '기호'들과, 이 공허함을 엄습해오는 어두운 심연과도 같은 '죽음에 대한 공포'라는 이중적인 욕망의 장치들로 작동하고 있는 것"에 불과하다(강정석, 2021, 243쪽).

〈오징어 게임〉에서 중요하게 다뤄지는 또 다른 주제는 '공정'이다. 드라마에서 게임 진행자들은 참가자들에게 공정하고 평등한 게임의 규칙을 끊임없이 강조한다. 5화 '평등한 세상'에서 일부 진행요원이 사망한 참가자들의 장기를 적출해 판매하고 그 일을 도와주는 의사 참가자는 다음 게임의 정보를 얻는 불공정 행위가 발각되자, 게임 관리자 '프론트맨'은 이들을 모두 사살하고 게임의 공정성을 다시 한 번 상기시킨다. "너희들은 이곳에서 가장 중요한 것을 망쳐 놨어. 평등이야. 이 게임 안에서는 모두가 평등해. 참가자들 모두가 같은 조건에서 공평하게 경쟁하지. 바깥 세상에서 불평등과 차별에 시달려온 사람들에게 평등하게 싸워 이길 수 있는 마지막 기회를 주는 거야."

게임의 주최 측이 "평등", "마지막 기회" 등을 운운하며 끝내 수호하고자 하는 것은 극단화한 '절차의 공정'이다. 이는 자유시장주의 철학자 로버트 노직의 '과정이 정당하면 모든 것이 공정하다'는 명제를 끝까지 밀어 붙인 것으로 보인다. 드라마는 이 같은 오징어게임식 공정론의 불합리성을 두 가지 맥락에서 폭로하고 있다. 첫 번째는 오징어게임의 세계에서 그토록 강조하는 동등한 절차의 공정은 '허상에 불과하다'는 것이다. 드라마에서 펼쳐지는 게임은 첫째 '무궁화 꽃이 피었습니다', 둘째 '설탕 뽑기', 셋째 '줄다리기', 넷째 '구슬치기', 다섯째 '징검다리', 여섯째 '오징어게임'인데, 모든 게임에서 승패를 가르는 결정적인 요소는 '신체적 힘' 또는 '운'이다. 이때 신체의 힘이 필요한 게임에서는 팀원을 정하는 순간에 건장한 성인 남성이 지배 권력을 갖게 되고,

노인과 여성은 자연스럽게 배제된다. 운이 필요한 게임에서는 참가자가 게임 도구나 세팅에서 어떤 모양, 순서, 위치를 택하느냐에 따라 거의 승부가 결정되므로 경쟁은 별 의미가 없어진다. 이처럼 선천적이고 불가항력적인 요소를 조정하거나 통제하지 못한 채 경쟁하는 상황에서 절차적 공정은 기만적이고 허구적인 것이 되어 버린다.

두 번째는 오징어게임식 공정의 강조가 ‘게임 자체의 부조리’와 ‘구조적 불공정’을 은폐하는 기능을 한다는 것이다. 드라마 후반부에서는 이 죽음의 게임이 6명의 외국인 갑부가 내기를 하며 유흥을 즐기기 위해 설계된 것이라는 사실이 드러난다. 따라서 게임의 규칙과 운영은 모두 이들 VIP의 재미를 더하기 위한 것으로 설정되며, 실제로 이들은 공정한 불간섭의 원칙을 무너뜨리고 게임 진행 방식에 개입하기도 한다. 뿐만 아니라 주최 측은 2게임과 3게임 사이에 스페셜게임을 펼치며 한 밤 중에 참가자끼리 무규칙이 규칙이 되어 서로를 죽이는 ‘약자 슈아내기’ 행위를 방조하기까지 한다. 마지막 부분에서 뇌종양에 치매 증상이 있는 칠순 노인인 것으로 알고만 있었던 1번 참가자 오일남이 사실은 게임의 주최자였다는 반전, 따라서 ‘재미’ 때문에 게임 속에 들어온 그는 패배했음에도 결코 죽지 않는다는 사실도 오징어게임 자체의 부조리성을 잘 나타낸다.

게임의 가장 중요한 설정이라 할 수 있는 1등이 456억을 독차지한다는 ‘승자독식’ 구조와 게임에서 진 자는 목숨을 잃는다는 규칙도 비정한 자본주의 사회를 표상하는 구조적 불공정을 드러낸다. 이는 주인공 성기훈이 쌍용자동차를 연상시키는 ‘드래곤 모터스’ 정리하고 노동자 출신으로 설정된 것과 연관 지을 수 있다. 지난 2009년 법정관리에 들어가 대량해고를 단행한 쌍용차를 대상으로 파업을 벌인 노조원에게 공권력이 무자비한 폭력을 가하는 모습은 여전히 한국 사회에서 충격적인 집단 기억으로 남아있다. 이후 실제로 30명이 넘는 해고 노동자와 가족이 극단적 선택 등으로 목숨을 잃기도 했다. 이를 보면 현재 자본주의 한국 사회에서 패자가 ‘죽은 자가 되는 모습은 단순한 은유 이상의 무엇이다. 이처럼 오징어게임 자체가 부조리하고 구조적으로 불공정하다는 사실은 그 속에서 아무리 절차적 공정을 강조하더라도 진정한 정의와 공정과는 거리가 먼 것이라는 진실을 폭로하며, 이는 한국의 살인적 경쟁 자본주의 사회에도 그대로 우회적으로 적용된다.

결론적으로 <오징어 게임>은 신자유주의의 기만적 자유와 공정이 결국 ‘거대한 부정의와 불공정을 재생산하기 위한 사회’에 불과하다는 것을 설득하고 있다. 드라마 속 징검다리 게임은 앞 사람이 강화 유리와 일반 유리 중 진짜 유리를 찾기 위해 희생해야만 그 다음 사람이 나아갈 수 있는 구조로 짜여 있다. 여기서 성기훈은 “왜 그 사람을 밀었나? 그 사람들 덕에 우린 끝까지 간 거다”라고 말하고 조상우는 “난 내가 죽도록 노력해서 여기까지 왔어”라고 말한다. 드라마 연출자 황동혁 감독은 이에 대해 “이 사회의 승자들은 패자들의 주검 위에 선 것이다. 그 패자들을 기억

해야 한다'는 의미의 게임이어서 이 작품의 주제에 가장 잘 닿는다"고 말했다(서정민, 2021). 이처럼 우리 사회가 승자를 위한 허구적 자유와 공정만이 아니라 패자를 포용하는 진정한 있는 자유와 공정이 보장되는 게임(시스템)이어야 한다는 것, 이것이 바로 <오징어 게임>이라는 텍스트가 말하고자 하는 바일 것이다.

## 2) 기만적 게임 규칙의 자기예언적 실현

<오징어 게임>이라는 콘텐츠는 글로벌 OTT 플랫폼 넷플릭스의 존재와 떼어놓고 생각하기 어렵다. 넷플릭스의 전략적이고 전폭적인 투자와 유통, 홍보, 즉 콘텐츠 생산과 소비 영역에서의 막강한 지배력은 <오징어 게임>의 탄생과 성취를 상당 부분 결정지었기 때문이다. 실제로 황동혁 감독은 지난 2008년 처음 이 작품을 구상하고 각본을 썼지만 낯설고 난해하다는 이유로 어떤 제작자도 나서지 않아 "이런 작품을 만들 수 있는 선택지가 넷플릭스밖에 없었다"고 밝혔다(장우정, 2021). 여기서 그는 "넷플릭스의 최대 장점"으로 "길이, 형식, 시간, 콘텐츠 수위에 제한을 두지 않아 맘껏 창의성을 발휘할 수 있는 것"을 꼽기도 했다(장우정, 2021). 넷플릭스가 2021년 기준 2억이 넘는 유료 구독 가구를 확보한 거대 플랫폼이었기 때문에 <오징어 게임>이 공개되자마자 전 세계적으로 동시다발적인 호응을 얻을 수 있었던 것도 사실이다.

이처럼 <오징어 게임>과 넷플릭스는 콘텐츠와 플랫폼으로서 깊이 연결되어 있지만, 텍스트와 상호텍스트로서도 서로 긴밀히 상호작용하며 접합되고 분열되는 모습을 보인다. 특히, 주목할 만한 점은 <오징어 게임>에서 신자유주의 이데올로기를 비판하며 제시했던 저항적 기호들이, 넷플릭스라는 미디어 플랫폼에서 자기예언적으로 재연되고 있는 모습이 발견된다는 것이다. 먼저 한국 사회에서 <오징어 게임>이 '넷플릭스 1위'를 차지했다는 사실을 신드롬적 현상으로 소비하며 환호하는 모습은 한국 사회가 얼마나 경쟁지상주의의 자장 아래 있는지 잘 보여준다. 이는 <오징어 게임>이 오직 1등이 되기 위해 피 튀기는 살육전을 벌이는 인간 군상을 통해 경쟁사회를 비판하고 풍자하는 작품이라는 점에서 자기충족적 역설이라 할 수 있다. 정덕현(2021)의 지적처럼 "작품을 보며 느끼는 카타르시스와 '전 세계 1등'이라는 순위에 반색하는 양가적" 현상은 "경쟁 사회를 비판하면서도 그 경쟁을 이미 내재화한 우리를 다시금 발견하게 한 면"이 있다.

<오징어 게임> 텍스트 내에서 중요한 성찰 요소 중 하나였던 '자유'의 기만성 역시 넷플릭스 플랫폼에서 자기반영적으로 재현된다. 넷플릭스의 성장과 <오징어 게임>의 흥행은 코로나19 팬데믹 상황에서 개인이 집에 머물 수밖에 없던 외적 조건과 관련이 깊고, 따라서 대중의 자율적인 선택뿐만 아니라 세계적 전염병의 창궐과 국가 권력의 통제에 따른 부자유 환경이 종합적으로 작용한 결과로 볼 수 있다. 이에 더해 디지털 미디어 플랫폼의 추천 알고리즘이나 '몰아보기'가 지

닌 자율과 폐쇄의 양가성도 작용한다. 이런 미디어 소비 행태가 전 지구적 취향 공동체를 다양하게 형성하고 그들의 선호와 경험을 만족시키는 것은 사실이지만, 그러나 알고리즘을 통해 기록과 추적이 가능해진 디지털 미디어는 우리가 미처 의식할 수도 없는 경험과 감성을 데이터로 포착해 활용하면서 인간의 생각과 행동에 영향을 미칠 수 있게 된다(박미영, 2022, 255쪽). 몰아보기 역시 문화산업에 포섭되고 제도화된 취미 활동으로써 자유를 누린다는 환상을 제공하면서 개인들을 노동 시간의 연장선상에 머물게 하고, 당대 자본이 원하는 노동자의 재생산에 포획되도록 하는 시간이 될 수 있다(박미영, 2022, 252쪽).

〈오징어 게임〉이 비판하고 폭로한 ‘구조적 불공정’과 관련해서도 넷플릭스는 부분적으로 자기실현적 행태를 보인다. 가령 넷플릭스는 지상파 등 전통 미디어에 비해 막대한 규모의 투자비용을 제공하고 창작의 자율성을 보장해주는 대신, 지식재산권(intellectual property)을 독점하는 방식으로 계약을 체결해 작품 공개 이후의 모든 수익을 가져간다. 이에 〈오징어 게임〉의 경우도 전 지구적인 흥행에도 불구하고 제작사는 추가로 수익을 배분받을 길이 봉쇄되어 불공정하게 아니냐는 지적이 일었다(이웅, 2021). 또, 넷플릭스는 국내에서 막대한 데이터 사용량을 기록하고 있으면서도 통신사에 제대로 망 이용료를 지급하지 않고, 매출원가를 높이고 영업이익률은 낮추는 방식으로 세금을 회피하고 있다는 비판도 받고 있다(김정현, 2021). 이러한 논란은 계약과 절차의 공정을 강조할 뿐 “규칙을 지배하는 힘의 비대칭에는 관심이 없던” 오징어게임식 공정을 떠올리게 한다(손아람, 2021).

이렇듯 넷플릭스 플랫폼의 ‘지배적 자본’ 속성은 〈오징어 게임〉이 폭로한 ‘승자독식의 경쟁 사회’와 ‘기만적 자유와 공정’을 그대로 재연함으로써 텍스트와 상호텍스트의 분열을 보여준다. 그리고 이는 다시 〈오징어 게임〉 텍스트 속 저항적 기호의 한계와 공명한다. 가령, 강정석(2021)은 “〈오징어 게임〉은 약자들을 노름판의 ‘말’로 삼아 도박을 일삼는 약탈적 금융자본주의를 게토화된 수용소적 상황을 통해 매우 구체적으로 묘사하는 데 성공하지만, 정작 그 내부의 서사 구조는 생존주의와 도덕주의라는 양쪽의 선택지만 제시함으로써 약탈적 사회 그 자체를 ‘탈구축할 수 있는 상상력을 보여주는 지점까지 나아가지 못한다’고 지적한다(강정석, 2021, 260쪽). 권명아(2022) 역시 “생명을 담보로 한 투기자본주의의 한판 전쟁을 신뢰의 문제로 도덕화하면서 〈오징어 게임〉은 역설적으로 투기자본주의의 시스템 자체를 도덕화하고 정당화한다”며 “이 정당화는 게임이 정당하다는 것이 아니라, 게임을 바꿀 수 없다면 싸우는 방법을 바꾸라는 매우 그럴듯하고 흔한 도덕률”(권명아, 2022, 159쪽)이라고 지적한다.

결국 〈오징어 게임〉은 넷플릭스의 도덕률, 즉 ‘게임을 바꿀 수 없다면 싸우는 방법을 바꾸라’는 전략적 명령이 된다. 드라마 속 성기훈의 생존 방법이 서로를 짓밟고 공격하는 남들과는 다

르게 최소한의 도덕성과 선함을 지키려고 노력하는 것이었듯, 넷플릭스는 수많은 미디어 플랫폼과 콘텐츠가 각축하는 전쟁터에서 신자유주의의 잔혹성과 투기성, 자유와 공정의 기만성을 정조준하는 독특한 방법을 택했고 이는 성공했다. 넷플릭스는 〈오징어 게임〉에 약 253억 원을 제작비로 투자해, 약 1조원의 경제적 가치를 벌어들였다. 또, 지난 2016년~2020년 한국 콘텐츠 생태계에 7,700억 원을 투자했고, 5조6,000억 원의 사회경제적 파급효과를 발생시켰으며, 1만 6,000명의 일자리 창출효과를 만들어내며 미디어 지배 권력으로 자리매김했다(넷플릭스·딜로이트, 2021). 이 같은 거대한 시장과 상품의 논리 앞에서 미디어 다양성과 헤게모니 투쟁의 역동성은 자취를 감출 수밖에 없다. 2021년 10월 국회 과학기술정보방송통신위원회 국정감사에서 한 국회의원이 공영방송 KBS 사장에게 “KBS는 왜 〈오징어 게임〉 같은 콘텐츠를 생산하지 못하느냐”고 몰아붙인 장면은 결국 자본의 논리에 굴복할 수밖에 없는 미디어와 대중문화의 처지를 잘 보여준다(김정진, 2021). 그런 의미에서 넷플릭스와 같은 미디어 자본은 자기 이익 실현을 위해 극렬한 자극을 제공하는 게임의 장을 설계하고 대중을 기만된 자유와 즐거운 속박으로 초대하는 오징어게임 그 자체이기도 하다.

## 6. 나오며: 분열된 신화에 대항할 새로운 사유와 통찰

현재 불평등과 양극화가 심화된 한국 사회에서 생산되는 사회비판적 대중문화 텍스트의 저항적 기호들은 자본주의 지배 시스템에서 수동적 존재로 소외된 대중과 공명하며 부조리한 사회 체제에 변화를 주고자 하는 진정성 있는 대화의 시도일까? 아니면 무효한 저항성을 가장한 채 거대한 문화산업의 지배 기호 속으로 일말의 비판 의식마저 회수해버리는, 더욱 교묘해진 자본주의의 신화적 기획일까? 또는 변혁적 상상력의 빈곤으로 ‘역사의 종말’을 맞아 더 이상의 긴장을 잃은 자본주의의 유희적 여유일까? 그것도 아니면 임계점을 넘은 신자유주의의 자기모순이 낳은 자기파괴적 징후일까?

이런 큰 질문들에 명확한 답을 내리긴 어렵지만, 최근 한국 대중문화가 생산한 가장 성공적인 비판적 텍스트라 할 수 있는 〈스카이캐슬〉, 〈기생충〉, 〈오징어 게임〉의 경우를 보면 그 저항적 담론이 효과적이며 진정성 있게 개인과 사회에 자리매김하기 어렵다는 것은 분명해 보인다. 이들 텍스트는 신자유주의 사회의 극심한 사회경제적 격차와 불평등에 어느 정도 비판적 관점을 취하는 모습을 보이지만, 새로운 실천과 변화를 모색할 수 있을 만큼, 깊이 있는 정치적, 구조적 상상력까지 가닿지 못한다. 그뿐 아니라 텍스트 밖의 상호텍스트, 즉 광고와 상품, 미디어 플랫

품과 마케팅, 이벤트, 언론에서 소비되는 담론 등에서 은밀하게, 또는 노골적으로 지배적 자본과 동일화되는 모습을 보이며, 남아있는 저항 기호마저 분열시키고 만다. 이 때문에 이들 작품의 탁월한 대중적, 예술적 성취와 상관없이 대중들은 텍스트의 비판적 메시지와 그 주위를 에워싼 현실 지배적 욕망 사이에서 부조화를 느낄 수밖에 없게 된다.

이들 텍스트와 상호텍스트의 접합에서 나타나는 저항 기호의 분열을 바르트의 신화적 의미 작용 개념과 결합해 살펴보면 다음과 같다. 우선 바르트의 기호학(신화론)에 따르면, 1차적 의미 작용인 ‘외연적 의미(denotation)’ 단계에서 기호(기표+기의)는 상식적이고 명백한 의미로 작용해 표면적으로 쉽게 이해된다. 그러나 2차적 의미작용인 ‘함축적 의미(connotation)’ 단계에서 기표(1차적 단계에서의 ‘기호’)는 사회문화적 가치와 결합함으로써 새로운 의미, 즉 ‘신화가 만들어진다. 만약 〈스카이캐슬〉이 이러한 과정을 거친다면, 1차적 의미작용 단계에서 한국 교육의 불평등, 불공정에 대한 ‘저항적 기호’가 만들어지고, 이것이 부조리한 사회문화적 가치 및 맥락과 결합해 한국 교육 시스템에 대항하는 ‘저항적 신화’(대항 헤게모니)가 만들어질 가능성이 있다. 그러나 실제 〈스카이캐슬〉의 2차적 의미작용에서는 한국 교육 시스템의 지배적 속성인 무한 경쟁과 이를 통한 계층 상승 욕망을 그대로 투영하고 재생산하는 교육 상품 및 광고 등의 상호텍스트가 결합되며 새로운 의미를 분열시켜 버리고 만다.

Figure 1. The ‘Division Sign’ Constructed by Borrowing Barth’s Semiotics

linguistic system (primary)	signifier	signified
	sign (resistant)	
mythical system (secondary)	signifier (resistant)	signified (dominant)
	sign (divided)	

정리하면, 1차적으로 사회비판적 대중문화 텍스트(기표)는 한국 사회 불평등과 빈부격차, 구조적 부조리와 불공정을 다루며 저항적 담론(기의)을 담고 있는, 즉 대중성과 작품성을 모두 갖춘 수작(기호)으로 볼 수 있다. 그러나 이 탁월한 작품(기호)은 의미작용의 2차적 단계에서 상호텍스트의 일부(새로운 기표)가 되고, 자본주의 문화산업의 욕망과 관성에 포섭되거나 굴복한 다른 상호텍스트들, 그리고 그 맥락 속에 담긴 지배 이데올로기(기의)와 뒤얽히면서 끝내 분열

(신화화, 또는 재신화화)되고 만다. 즉, 비판적 원 텍스트가 한국 사회의 정치경제, 사회문화적 부조리와 모순성의 맥락 속에 긴밀히 연결되어있는 상호텍스트들과 서로 관계 맺고 결합하면서 저항적 주체성을 상실하고 분열되는 것이다. 이 분열된 신화 체계가 바르트의 신화와 다른 점은 바르트의 신화는 의미작용을 통해 지배적 신화이든, 저항적 신화이든 한 쪽으로 결정되는 양상을 보이지만, 이 신화는 명확히 한 방향으로 규정되기 어려워 다층적인 모순과 충돌이 나타나는 더욱 복잡한 중층성을 보인다는 점이다.

Table 1. The Divisive Structure of Social-Critical Popular Culture Texts

<b>Text</b>	〈Sky Castle〉	〈Parasite〉	〈Squid Game〉
<b>Resistant sign</b>	Criticism of inequality and unfairness in education	Hyper-realistic representation of poverty	Revealing the deceptive nature of neoliberal freedom and fairness
+			
<b>Intertext</b>	Educational products and advertising	Academy Awards, Chaebol Marketing	Netflix media platform
<b>Dominant sign</b>	Competition, propaganda of desire	The spectacle of capitalist rituals	Self-Representation of deceptive freedom and fairness
↓			
<b>Divisive Myth (Discourse)</b>	Discourse of resistance to educational injustice / Discourse on the hereditary of educational capital and ranking	Discourse of resistance to economic inequality / Discourse on the Envy of Wealth	Discourse on critical reflection and solidarity / Discourse on winner-takes-all

이러한 사회비판적 대중문화 텍스트의 기호학적 분열은 한국 사회에 던지는 메시지의 담론적 분열로도 이어진다. 즉 저항적 담론과 지배적 담론이 서로 충돌하고 모순을 일으켜 거세되거나 혼란스러운 담론을 생성하게 되는 것이다. 가령 〈기생충〉은 텍스트에서 한국 사회 극빈층의 열악한 주거 현실과 가난한 일상을 극사실적으로 재현하고 있지만, 아카데미 시상식과 재벌 마케팅이라는 상호텍스트를 통해서서는 자본주의의 스펙터클을 화려하게 재현함으로써 극심한 계급 격차를 더욱 노골화한다. 이로써 불평등에 대한 저항 담론과 부(富)에 대한 선망의 담론은 서로 결합하고 뒤섞이게 된다.

〈오징어 게임〉도 마찬가지로 텍스트에서는 신자유주의적 자유와 공정이 얼마나 기만적이고 허구적인지 은유적으로 폭로하고 있지만, 지배적 자본 속성을 지닌 넷플릭스 플랫폼이라는 상호 텍스트를 통해서도 그 기만적 자유와 공정의 적용을 스스로 재현함으로써 지배 이데올로기를 오히려 강화한다. 실질적 경쟁 사회에 대항하고자 하는 반성적 성찰과 연대의 담론이 오직 1등으로 올라서고자 하는 승자독식 담론과 중첩되는 것이다. 이와 같은 맥락에서 〈스카이캐슬〉 역시 교육 불공정에 저항하는 비판적 담론과 교육 격차를 통한 구별 짓기, 교육자본 세습, 계층과 서열 매기기를 적극적으로 추구하고 정당화하는 담론이 겹쳐지게 된다.

한국 사회비판적 대중문화 텍스트의 이러한 분열은 아도르노와 호르크하이머의 문화산업론 관점에서 보면 선전에 적합한 ‘문화 산업의 몽타주적 성격’이라 할 수 있다. 이에 따르면 “개별 계기들은 따로 떼어 대체시킬 수 있는 것이 됨으로써 작품 내적인 의미 연관은 소외되며, 그 대신에 그러한 계기들이 작품 외적인 목적을 위해 이용될 수 있게” 된다(Adorno & Horkheimer, 1947/2002, 245-246쪽). 작품의 저항성은 버려진 채 언제든지 대체 가능한 상품적 기호들만 문화산업의 목적을 위해 소비되는 것이다. 또한, 바르트 입장에서 보면 ‘진화된 신화’가 될 수 있을 것이다. 그는 신화에 대항하는 탈신화화 시도마저 지배 제도에 회수되었을 때의 새로운 신화에 대해 “그것들은 보다 모호하고, 기표 속에 보다 깊이 잠겨 보다 전진한 신화들이 될 것”이라고 역설했다(Barthes, 1981/2006, 166쪽). 이처럼 텍스트와 상호텍스트, 그리고 그 사이의 깊은 곳에 숨겨진 진화한 신화들은 우리가 신화인지 아닌지 정체를 판별하기도 어려운 가운데 오늘날 문화 구조를 지배하고 있다.

한편, 사회비판적 대중문화의 ‘분열된 기호’는 대중이 이를 해독하는 데 있어서도 난점을 갖는다. 스투어트 홀(Hall, 1980/2015)의 ‘부호화/해독(Encoding/Decoding)’ 모델에 따르면, 텍스트는 수용자가 어떤 의미를 ‘선호’해 채택하도록 구조화된 ‘선호된 의미’(preferred meaning)를 갖고 있고, 이러한 텍스트를 해독하는 방식은 텍스트의 지배적 의미 규칙을 따르는 ‘지배적-해계모니적’ 해독, 순응적 요소와 저항적 요소가 혼재된 ‘타협적 해독’, 주어진 메시지를 완전히 반대로 해독하는 ‘대항적 해독’이 있다(Hall, 1980/2015, 431-436쪽). 대중문화에서 선호된 의미는 대부분 지배 계급의 이익에 봉사하는 의미들이므로 이 경우 대항적 해독을 하는 것이 의미작용의 정치적 저항이 될 수 있지만, 사회비판적 텍스트는 선호된 의미로 저항성을 내세우고 있으므로 이를 지배적으로 해독하는 것이 곧 지배 체제에 대한 저항이 된다. 그러나 앞서 살펴본 바와 같이 사회비판적 텍스트들이 이미 신화적으로 분열되어 있다면, 이를 해독하는 데 있어서도 하나의 기준을 적용하기 어려워지고 결국 그 해독마저 분열될 수밖에 없을 것이다.

그렇다면 우리는 어떻게 해야 할까? 자본주의와 문화산업의 권력 및 욕망의 개입에서 완벽



하게 독립한, 탁월하되 진정성 있고 순결한 저항적 텍스트와 상호텍스트가 등장하기를 기다려야 할까? 그것은 불가능한 일이다. 바르트는 “어떤 이들은 지배적 이데올로기로부터 차단된 그림자 없는 텍스트를 원한다. 그러나 그것은 풍요로움도, 생산성도 없는 불임의 텍스트를 원하는 것”이라고 말한다(Barthes, 1973/2002, 80쪽). 그에 따르면, 텍스트는 자신의 그림자를 필요로 하고 이 그림자는 약간의 이데올로기와 재현, 그리고 주체를 포함한다. 그러므로 우리가 이상적으로 꿈꾸는 완전무결한 문화를 기대하기보다는, 불가항력적인 텍스트의 그림자를 인정하고 그 속에서 새로운 신화를 폭로하고 분해할 더 창조적이고 정교한 의미 모델을 만들 필요가 있다.

그러므로 탈신화화하는 저항과 비판마저 냉혹하게 흡수하는 지배 권력의 문화에 맞서는 한 가지 방법은 비판의 생산과 제시 방식을 계속해서 변화시키는 노력이 될 수 있을 것이다(Allen, 2003/2006, 97쪽). 이를 위해 우리는 비가시화되고 이미 면역이 된 ‘신화된 신화’를 정직하게 직시하며 이에 포섭, 동화되는 것이 아니라, 신화화와 탈신화화가 서로 복합적으로 긴장하고 갈등하는 관계 속에서 겹겹이 감춰진 이데올로기의 작용을 꿰뚫어보는 새로운 비판적 사유와 통찰을 모색해야 한다. 그리고 텍스트 생산 및 수용에서 안전하고 익숙한 저항에 그치는 것이 아니라, 사회구조의 핵심 폐부를 건드리고 변혁적 실천을 도모할 사회문화적, 정치경제적 상상력을 버려야 한다.

어떤 ‘한정적’ 계기에서 사회와 문화 구조는 의미 규칙을 채택해서 메시지를 만들어 내고, 또 다른 ‘한정적’ 계기에서 메시지는 개인과 집단의 기호 해독을 거쳐 사회적 실천의 구조로 끝나게 된다(Hall, 1980/2015, 421쪽). 우리는 그 한정적 계기라는 것이 무언인지 제대로 알지 못하고 이를 인위적으로 기획할 수도 없으며, 문화의 저항적 메시지가 어떻게 해서 수용자에게 진심으로 받아들여져 연대와 실천, 그리고 변화로 이어지게 되는지도 파악하기 어렵다. 그러나 우리의 비판적 사유와 통찰, 창조적 상상력이 멈추지 않고 계속 갱신될 때, 역사와 대중이 만나 유연히 어떠한 한정적 계기를 만들어내면, 문화 속에 담긴 어떤 지혜로운 메시지는 강고한 지배적 욕망을 뚫고나와 새로운 사회적 진보와 성숙을 추동하는 씨앗이나 밑거름이 될 수 있을 것이다.

## References

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2007). *Dialectic of enlightenment* (E. Jephcott, Trans.). Stanford, CA: Stanford UP, Print. (Original work published 1947).
- Allen, G. (2003). *Roland barthes*. London, UK: Routledge.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris, France: Seuil.
- Barthes, R. (1973). *La plaiser du texte*. Paris, France: Seuil.
- Barthes, R. (1981). *Le grain de la voix*. Paris, France: Seuil.
- Choi, E. S. (2022, March 8). Unprecedented presidential election with 'misogyny' as an election strategy. *The Hankook Ilbo*.
- Djuna (2019, February 2). 'SKY Castle' Things that only writer Hyun-mi Yoo knew and we didn't know. *Entermedia*.
- Fiske, J. (1996). British cultural studies and television. In J. Storey (Ed.), *What is cultural studies: A reader*. New York, NY: Arnold.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language*. London, UK: Hutchinson.
- Han, S. H. (2020). The politics of poverty representation : Based on the <Parasite> . *Media & Society*, 28(1), 5-50.
- Heo, M. S. (2020). The film "Parasite" from the prism of cultural capital - Discovery of the modern habitus class -. *The Journal of Image and Cultural Contents*, 19, 139-164.
- Jang, W. J. (2021, October 3). 'Squid Game' director Hwang Dong-hyeok "Only Netflix recognized the works that no one had invested in for 10 years". *Chosunbiz*.
- Jeong, D. H. (2021, December 17). Yeon Sang-ho's 'Hell', the reason why it gained global popularity. *Jmagazine*.
- Jeong, H. G. (2020). The cinematic response to collapse of equality and its meaning - Focused on films <SNOWPIERCER> and <PARASITE> -. *Literary Criticism*, 75, 7-33.
- Jo, J. M. (2020, January 18). Elimnet survey "Movie parasite emphasizes class conflict but is non-political". *The Financial News*.
- Jo, S. Y. (2019, February 1). SKY Castle is PPL Castle. *Nocut News*.
- Kang, E. Y. (2020, February 10). "CJ uses 10 billion +a for 'Parasite' Oscars over-the-counter war". *The*

*Hankook Ilbo.*

- Kang, J. S. (2021). The swamp of moralism and survivalism : Ethical criticism of <Squid Game>. *Culture/Science*, 108, 240-261.
- Kim, B. R. (2019, January 16). The absurd PPL in 'Sky Castle'... "The top 0.1% mothers have a 'Bonjuk' luncheon?". *The meconomynews*.
- Kim, C. N. (2018). *Understanding popular culture*. Gyeonggi: Hanul Academy.
- Kim, D. H. (2019, March 7). Start custom learning with AI for elementary school mathematics in the new semester. *The Seoul Economic Daily*.
- Kim, H. B. (2021). Popular culture as a text for lifelong learning : The case of Netflix, "Squid Game". *Journal of Lifelong Education*. 27(4), 267-285.
- Kim, J. H. (2021, October 7). Tax avoidance, network usage fee, profit distribution... Netflix's 'trick' pointed out by annual parliamentary inspection. *news1 korea*.
- Kim, J. J. (2021, October 12). At KBS annual parliamentary inspection, "Can't you make content like 'Squid Game'?". *Yonhap News Agency*.
- Kim, J. Y. (2018). Evolution of myth making in today advertisements : Focusing on roland barthes' "Intertextuality" and "Recuperation". *Communication Theories*, 14(2), 5-44.
- Kim, M. J. (2019). Intertextuality and constructed reality of television reality show : Focusing on the case of <Hyori's Minbak> . *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 33(3), 5-44.
- Kim, M. J. (2020). The otherness of smell in the film, parasite. *The Journal of Humanities and Social science*, 11(2), 597-610.
- Kim, P. H. (2020, June 1). TV, movies, and musicals... Korea is 'CJ cultural empire'. *The Hankook Ilbo*.
- Kim, S. E. (2015). Genealogy of the theories and studies about culture industry or cultural industries. *Journal of Korea Culture Industry*, 15(4), 49-65.
- Kim, S. Y. (2019, February 2). "Can you afford this box office?" How much did 'SKY Castle' earn? *The Korea Economic Daily*.
- KOCCA USA Office. (2020). *Content industry trend of USA : The significance of the academy award for the movie <Parasite> (2020-2)*. KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY.
- Kwon, M. A. (2022). Squid Game Affect : The ethics of encounter and the ethology of connectivity. *Journal of Sokdang Academic Research of Traditional Culture*, 82, 125-170.
- Lee, C. H. (1998). Popular culture and hegemony. *Journal of the New Korean Philosophical Association*,

- 15, 175-201.
- Lee, C. N. (2010). Criticisms and appropriations of Adornos theory of cultural industries. *Humanities Research*, 39, 55-76.
- Lee, D. U. (2019). A study on the film <Parasite>: Impossibility of coexistence between classes reenacted by tragic comedy. *Journal of the Research Society of Language and Literature*, 101, 283-303.
- Lee, H. M. (2019, January 26). 'SKY Castle' asks... Are you happy at the top of the pyramid? *The Hankook Ilbo*.
- Lee, K. B. (2007). Kulturelles gedachtnis, intertextualitat und literaturerziehung. *Koreanische Zeitschrift fuer Deutschunterricht*, 39, 29-51.
- Lee, M. W. (2021, December). I just realized that the power of the current ruling party was only the same '1%'. *Monthly chosun*.
- Lee, S. W. (2015). A study of Gramscianism and popular culture - Focused on resistance-Hegemonic Theory. *Journal of Cultural & Art Studies*, 6, 143-174.
- Lee, W. (2021, October 19). Netflix, who made 'Squid Game', reinforcements or Thieves? *Yonhap News Agency*.
- Lee, Y. B. (2010). A study on the situationist movement of G. Debord from 1952 to 1968 - Especially on the coherence of art and social revolution for the critique of the everyday life-. *Chonnam Historical Review*, 40, 225-264.
- Nam, M. J., Bae, J. H., & Oh, S. K. (2019). Reconsideration of educational fever, meritocracy, and educational fairness: Focusing on the discourse analysis of drama "SKY castle". *Korean Journal of Sociology of Education*, 29(2), 131-167.
- Nam, Y. J. (2016). A flexible boundary of a text - Some issues encountered in translating intertextuality -. *The Journal of Translation Studies*, 17(5), 91-125.
- Netflix, & Deloitte. (2021). *Netflix Korea's socio-economic impact report*. Netflix Korea.
- Oh, S. E. (2021). A study on the meaning of the movie parasite in the perspective of space sociology – Focusing on house, stairs, window, door and class conflict. *Culture and Convergence*, 43(2), 347-364.
- Park, J. H. (2019, January 30). The painful question posed by the drama 'Sky Castle' to the Korean education reality. *The Seoulshinmun Daily*.
- Park, M. Y. (2022). Binge-watching on Netflix and participatory spectatorship. *Asian cinema studies*, 15(1),

241-265.

- Park, S. W. (2020) The film 'Parasite'; Rain must come. *Situations & Labor*, 160, 190-196.
- Park, T. W. (2007). Domination of spectacle and self-alienation of human beings. *Journal of The Society of Philosophical Studies*, 33, 191-224.
- Roh, J. D. (2019, May 31). 'Parasite' Korean film first palme d'Or in 100 years... CJ 'Cultural patriotism' opens Korean film renaissance. *The Korea Economic Daily*.
- Ryoo, W. J. (2008). Seeking a political economic paradigm for Korean cultural studies : Focusing on the hybridity debate of the Korean wave. *Media & Society*, 16(4), 2-27.
- Ryoo, W. J. (2010). Articulating the discourse analysis with the political economy - Focusing on the issues and perspectives of qualitative methodological considerations in communication studies. *Media & Society*, 18(4), 37-73.
- Seo, J. M. (2020, February 11). Why did CJ vice chairman Lee Mi-kyung announce the award there? *The Hankyoreh*.
- Seo, J. M. (2021, September 28). "I joked that dalgona in 'Squid Game' would be popular, but I'm surprised that it really happened". *The Hankyoreh*.
- Shin, H. K. (2001). The significance of Gramscianism in the study of mass culture. *Mihak -The Korean Journal of Aesthetics*, 31, 51-116.
- Son, A. R. (2021, October 13). The third rule of the 'squid game'. *The Hankyoreh*.
- Won, Y. J. (2018). *A new paradigm of popular culture*. Seoul: Hannarae.
- Yoo, B. D. (2019, February 8). Is the entrance exam coordination in 'SKY Castle' real?... Growing interest in parents and academics. *The Asia Business Daily*.
- Yoo, Y. J., & Ahn, S. Y. (2019, January 17). Is SKY Castle a PPL Castle? 170 indirect advertisements appeared. *Chosunbiz*.

최초 투고일 2022년 07월 29일

게재 확정일 2022년 11월 12일

논문 수정일 2022년 11월 13일

## 부록

- 강은영 (2020, 2, 10). "CJ, '기생충' 오스카 장외 전쟁에 100억+α". <한국일보>.
- 강정석 (2021). 도덕주의와 생존주의의 늪 : <오징어 게임>에 대한 윤리적 비판. 문화과학, 108호, 240-261.
- 권명아 (2022). 『오징어 게임』 어펙트, 마주침의 윤리와 연결성의 에틀로지. 석당논총, 82호, 125-170.
- 김동호 (2019, 3, 7). 새학기 초등 수학, AI로 맞춤 학습 시작하세요. <서울경제>.
- 김명진 (2019). 텔레비전 리얼리티 프로그램의 상호텍스트성과 상호주관적 실재의 구성: <효리네 민박>을 중심으로. 한국방송학보, 33권 3호, 5-44.
- 김문주 (2020). 영화 「기생충」에 나타난 냄새의 타자성. 인문사회 21, 11권 2호, 597-610.
- 김보라 (2019, 1, 16). '스카이캐슬' 황당 PPL... "상위 0.1% 엄마들이 본죽 오찬?". <시장경제>.
- 김성은 (2015). 문화산업론과 문화산업 연구의 계보학. 문화산업연구, 15권 4호, 49-65.
- 김소연 (2019, 2, 2). "이 흥행 감수할 수 있으시겠습니까?" 'SKY 캐슬', 얼마나 벌어들였다. <한국경제>.
- 김정진 (2021, 10, 12). KBS 국감서 "오징어 게임' 같은 콘텐츠 못 만드나". <연합뉴스>.
- 김정현 (2021, 10, 7). 세금 회피·망사용료·수익배분까지...국감서도 지적된 넷플릭스의 '꼼수'. <뉴스 1>.
- 김지연 (2018). 광고의 신화, 기호에서 텍스트로. 커뮤니케이션이론, 14권 2호, 5-44.
- 김창남 (2018). <대중문화의 이해>. 경기: 한울아카데미.
- 김표향 (2020, 6, 1). TV·영화·뮤지컬 온통... 대한민국은 'CJ 문화제국' <한국일보>.
- 김한별 (2021). 평생학습 텍스트로서 대중문화의 가능성 : 넷플릭스 드라마 『오징어 게임』 사례를 중심으로. 평생교육학연구, 27권4호, 267-285.
- 남미자·배정현·오수경 (2019). 교육열, 능력주의 그리고 교육 공정성 담론의 재고(再考): 드라마 <SKY 캐슬>의 담론 분석을 중심으로. 교육사회학연구, 29권 2호, 131-167.
- 남윤지 (2016). 유명하는 텍스트의 안과 밖. 번역학연구, 17권 5호, 91-125.
- 넷플릭스·딜로이트 (2021). <넷플릭스 코리아의 사회 경제적 임팩트 보고서>. 넷플릭스 코리아.
- 노정동 (2019, 5, 31). '기생충' 韓영화 100년 첫 황금종려상...CJ '문화보국' 한국영화 르네상스 열다. <한국경제>.
- 듀나 (2019, 2, 2). 'SKY 캐슬' 유현미 작가만 알고 우리는 몰랐던 것들. <엔터테인먼트>.

- 류용재 (2008). 한국 문화연구의 정치경제학적 패러다임에 대한 모색. 언론과 사회, 16권 4호, 2-27.
- 류용재 (2010). 담론분석과 정치경제학의 조우 가능성에 대한 탐색적 연구. 언론과 사회, 18권 4호, 37-73.
- 박미영 (2022). 넷플릭스 몰아보기(binge-watching)와 참여적 관객성. 아시아영화연구, 15권 1호, 241-265.
- 박승원 (2020). 영화 《기생충》: 비는 오고야 만다. 정세와노동, 160호, 190-196.
- 박재홍 (2019, 1, 30). 드라마 ‘스카이 캐슬’이 한국 교육현실에 던진 뼈아픈 질문. 〈서울신문〉.
- 박치완 (2007). 스펙타클의 지배와 인간의 (자기) 소외 -G. 드보르의 『스펙타클의 사회』를 중심으로 -. 철학연구, 33호, 191-224.
- 서정민 (2020, 2, 11). 이미경 CJ 부회장이 왜 거기서 수상 소감을? 〈한겨레신문〉.
- 서정민 (2021, 9, 28.). “오징어 게임” 속 달고나 뜯다고 농담했는데 진짜 떠서 얼떨떨”. 〈한겨레신문〉.
- 손아람 (2021, 10, 13). ‘오징어 게임’의 세번째 규칙. 〈한겨레신문〉.
- 신혜경 (2001). 대중문화연구에 있어서 그람시주의의 재해석 - 『옥중수고』를 중심으로 -. 미학, 31호, 51-116.
- 오세은 (2021). 영화 〈기생충〉의 공간사회학적 의미 연구 - 집, 계단, 창, 문 그리고 계급 갈등의 공간을 중심으로. 문화와 융합, 43권 2호, 347-364.
- 원용진 (2018). 〈새로 쓴 대중 문화의 패러다임〉. 서울: 한나래.
- 유병돈 (2019, 2, 8). ‘SKY캐슬’ 속 입시 코디, 진짜 있나?...학부모, 학원가 관심 증폭. 〈아시아경제〉.
- 유윤정·안소영 (2019, 1, 17). SKY캐슬은 PPL캐슬? 간접광고 170개 ‘갑툭튀’. 〈조선비즈〉.
- 이광복 (2007). 문화적 기억과 상호텍스트성, 그리고 문학교육. 독어교육, 39집, 29-51.
- 이다운 (2019). 영화 〈기생충〉 연구 - 희비극으로 재현한 계급 공존의 불가능성. 어문연구, 101권, 283-303.
- 이문원 (2021, 12). 現 여권 세력도 똑같은 ‘1%’에 불과했다는 걸 깨달았을 뿐. 〈월간조선〉.
- 이상우 (2015). 그람시주의와 대중문화 연구 : 대항적 헤게모니론을 중심으로. 콘텐츠문화, 6호, 143-174.
- 이영빈 (2010). 기 드보르 (G. Debord)의 상황주의운동(1952-1968) -일상생활비판을 위한 예술과 사회혁명의 결합을 중심으로-. 역사학연구, 40권, 225-264.

- 이용 (2021, 10, 19). '오징어 게임' 만든 넷플릭스, 지원군인가 먹튀인가. <연합뉴스>.
- 이찬훈 (1998). 대중문화와 헤게모니. 철학논총, 15집, 175-201.
- 이창남 (2010). 아도르노 문화산업론의 비판과 전유. 인문학연구, 39호, 55-76.
- 이혜미 (2019, 1, 26). 'SKY캐슬'이 묻는다... 피라미드 정점에 선 당신, 행복하십니까. <한국일보>.
- 장우정 (2021, 10, 3). '오징어게임' 황동혁 감독 "10년간 아무도 투자하지 않던 작품, 넷플릭스만 알아봤다". <조선비즈>.
- 정덕현 (2021, 12, 17). 연상호 '지옥', 글로벌 인기 얻은 까닭. <월간중앙>, 202201호.
- 정현경 (2020). 평등의 몰락에 대한 영화적 대응과 의미 - 영화 <설국열차>와 <기생충>을 중심으로 -. <비평문학>, 75호, 7-33.
- 조서영 (2019, 2, 1). SKY캐슬은 PPL캐슬. <노컷뉴스>.
- 조지민 (2020, 1, 18). 엘리트 설문조사 "영화 기생충, 계층 갈등을 강조하지만 비정치적". <파이낸셜 뉴스>.
- 최은서 (2022, 3, 8). '여혐'을 선거 전략으로 내세운 초유의 대선. <한국일보>.
- 한국콘텐츠진흥원 미국비즈니스센터 (2020). <미국 콘텐츠산업동향 : 영화 <기생충>의 아카데미 수상에 갖는 의미> (2020년 2호). 한국콘텐츠진흥원.
- 한송희 (2020). 가난 재현의 정치학 : 영화 <기생충> 을 중심으로. <언론과 사회>, 28권 1호, 5-50.
- 허만섭 (2020). 문화자본론 관점에서 본 영화 <기생충> -현대적 아비투스 계급의 발견-. 영상(문화 콘텐츠연구), 19호, 139-164.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1947). *Dialektik der Aufklärung*. 김유동 (역) (2001). 『계몽의 변증법』, 서울: 문학과지성사.
- Allen, G. (2003). *Roland barthes*. London, UK: Routledge. 송은영 (역) (2006). <문제적 텍스트, 롤랑/바르트>. 서울: 엘피.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris, France: Seuil. 이화여자대학교기호학연구소 (역) (1997). <현대의 신화>. 서울: 동문선.
- Barthes, R. (1973). *La Plaisir du texte*. Paris, France: Seuil. 김희영 (역) (2002). <텍스트의 즐거움>. 서울: 동문선.
- Barthes, R. (1981). *Le grain de la voix*. Paris, France: Seuil. 김웅권 (역) (2006). <목소리의 결정>. 서울: 동문선.
- Fiske, J. (1996). *What is cultural studies: A reader*. New York, NY: Arnold. 백선기 (역) (2006). <문화 연구란 무엇인가>. 서울: 커뮤니케이션북스.



Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. London, UK: Hutchinson. 임영호 (번역) (2015). <문화, 이데올로기, 정체성: 스튜어트 홀 선집>. 서울: 컬처북.

## 사회비판적 'K-콘텐츠'는 세상을 바꿀 수 있는가? <스카이캐슬> <기생충> <오징어 게임>의 분열하는 기호들

곽영신

(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사과정)

류용재

(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)

이 논문은 오늘날 한국 사회의 불평등과 불공정, 부정의에 대한 비판적 시선과 담론을 제시하면서 호평을 받은 <스카이캐슬>, <기생충>, <오징어 게임>의 텍스트를 심층적으로 분석하였다. 이를 통해 사회비판적 대중문화 콘텐츠가 지닌 저항적 기호와 후기 자본주의 문화산업의 산물로서 이들이 지닌 상품 기호가 어떤 방식으로 긴장하고 갈등하는지, 혹은 공모하는지 고찰하고자 하였다. 특히, 텍스트와 연관된 광고와 상품, 이벤트, 미디어 플랫폼 등의 상호텍스트를 함께 분석해, 텍스트의 저항성과 상호텍스트의 지배적 욕망이 상호 모순과 충돌을 일으켜 '분열된 기호'로 귀결되고 있음을 드러내고자 하였다.

구체적으로 <스카이캐슬>의 경우, 텍스트 내에서 한국 교육 현장의 비인간적 입시경쟁과 불공정을 신랄하게 비판하지만, 상호텍스트인 광고와 PPL 상품을 통해서는 오히려 현재의 부조리한 교육제도에 순응하거나 오히려 이를 선전하는 모습을 보였다. <기생충>은 하층 계급의 가난한 일상을 극사실적으로 재현하고 공간의 위계 등을 통해 계급 격차에 대한 문제의식을 드러내고 있다. 반면, 재벌 대기업과 동행한 미국 아카데미 시상식 수상 등을 계기로 자본주의 사회의 심원한 계급 격차와 불평등을 가시화하였다. <오징어 게임> 역시 승자독식 체제의 살인적 경쟁, 신자유주의적 자유와 공정의 기만성을 우화적으로 폭로하면서도, 넷플렉스를 비롯한 다양한 미디어 플랫폼에서는 시청률 1위 순위에 대한 환호, 추천 알고리즘이 지닌 자율과 폐쇄의 양가성 등으로 지배 이데올로기를 자기재현적으로 재연하고 있다.

이처럼 사회비판적 대중문화 콘텐츠(기표)는 1차적으로는 사회의 다양한 구조적 문제를 건드리며 저항적 담론(기의)을 담고 있는 텍스트(기호)로 볼 수 있다. 그러나 이 텍스트(기호)는 의미작용의 2차적 단계에서 상호텍스트의 일부(새로운 기표)가 되고, 자본주의 문화산업의 욕망과 관성에 포섭되거나 굴복한 다른 상호텍스트들, 그리고 그 맥락 속에 담긴 지배 이데올로기(기의)와 뒤얽히면서 끝내 분열되고 만다. 이러한 사회비판적 대중문화의 분열적 속성에서 자본주의의

진화된 신화와 회수 전략을 엿볼 수 있으며, 이는 한국 사회에 투사하는 메시지의 담론적 분열로도 이어질 수 있다. 그러므로 감춰진 이데올로기의 작용을 꿰뚫어 보며 보다 주체적인 대중문화 생산과 해독을 수행하기 위해서는 더욱 창조적이고 정교한 비판적 사유와 통찰, 상상력의 모색이 필요한 때이다.

핵심어 : 스카이캐슬, 기생충, 오징어게임, 상호텍스트성, 기호학