

노인문화콘텐츠 분석과 전망
-‘님아 그 강을 건너지 마오’와 ‘꽃보다 할배’를 중심으로-

강진구(고신대 국제문화선교학과교수)

동서양을 막론하고 최근까지 상업적인 미디어 세계에서 노인은 소외되어 있었다. 매스미디어의 총아라 할 수 있는 TV나 영화의 세상에서 노인 연기자들은 젊은 출연자들로부터 밀려나기 일쑤였고 또한 중요한 배역을 맡기 쉽지 않았다. 그 보다 더 심각한 것은 전문 연기자나 일반인 가릴 것 없이 미디어콘텐츠에서 노인들을 발견하기가 쉽지 않다는 사실이다. 상업성이 강한 미디어 산업계에서 노인출연자들은 대중의 주목을 받기 쉽지 않다는 편견이 지배적이었다.

그런데 최근 한국에서는 주목받는 노인문화콘텐츠가 탄생하기 시작했다. 케이블 채널 tvN의 인기 예능프로그램인 <꽃보다 할배>는 2013년 7월 5일부터 10월 4일까지 프랑스와 스위스를 여행하는 시즌 첫 방송을 시작으로 2014년 3월 7일부터 2014년 5월 2일까지는 대만편을 방송했다. 대만 편 첫 회의 평균 시청률은 7%로 케이블 TV의 속성상 1% 대만 넘어도 성공이라는 생각을 완전히 무너뜨린 케이블 TV 최고의 인기 프로그램으로 자리 잡았다. 인기에 힘입어 <꽃 보다 할배>는 2014년 3월 7일부터 5월 2일까지 시즌 3 스페인 편을 방송한데 이어서 2015년에는 3월 27일부터 5월 8일까지 시즌 4 그리스 편이 시청자들의 큰 호응 속에 방영되었다.

시청자들은 노구(老耇)를 이끌고 여행하는 네 명의 남자 배우들에게 주목하고 있다. 만형 역할을 하는 이순재씨가 82세로 가장 나이가 많고, 둘째인 친구씨는 우리 나이로 여든 길에 들어섰다. 셋째 박근형씨가 77세, 그리고 막내인 백일섭씨의 나이도 결코 어리다고 볼 수 없는 73세다. 네 사람의 평균 나이는 78세. 젊고 예쁜 걸그룹과 복근을 뽐내며 여심을 사로잡는 아이돌그룹이 장악한 미디어세상에서 노인들이 새롭게 주목받는데는 다 이유가 있다.

첫째는 노인인구 증가에 따른 사회적 변화를 들 수 있다. 2014년 말 현재 65세 이상의 노인인구는 전체인구의 12.7%인 640만 명을 넘어섰다. 지금과 같은 저출산률이 지속된다면 2017년 말경에는 대한민국도 노인인구가 전체인구의 14%를 넘어서 고령사회로 진입할 것으로 예측된다. 노인의 나라가 되어가고 있는 현실에서 미디어는 노인이 등장하고 노년층의 문화소비를 겨냥한 프로그램을 제작하지 않을 수 없는 것이다.

둘째는 ‘꽃 보다 할배’에 등장한 노년의 연예인들은 웰에이징(Wellaging)문화의 상징적인 존재들이란 사실이다. 웰에이징은 ‘잘 늙어간다’는 뜻을 가지고 있지만 그 속에는 늙는 것을 감추거나 늙지 않기 위해 애쓰지 않는다. 오히려 나이 먹는 것을 자연스럽게 받아들이는 가운데 아름답고 행복하게 늙어가기를 꿈꾼다. 비록 연예인들이지만 ‘꽃 보다 할배’의 노인들은 자신의 노화를 숨기지 않는다. 조금만 걸으면 다리가 아프고 중간 중간 쉬어야 한다. 혹 시라도 몸져 눕지 않도록 약을 챙겨먹는 일도 중요하다. 낯선 일에 부딪치면 젊은 이서진의 도움이 필요한 것은 당연하다. 그러나 그들은 어린 아이와 같은 호기심으로 새로운 세상을 대하고 지금까지 살아 온 인생의 무게를 값지게 지고 가기를 주저하지 않는다.

셋째, 웰에이징을 꿈꾸게 만드는 역할 또한 ‘꽃 보다 할배’가 주목받는 이유라 할 수 있다. 미디어란 결국 시청자들로 하여금 꿈을 꾸게 만드는 기능을 하게 마련이다. 고령사회로

의 진입을 앞두고 어떤 노년의 삶을 살아야 할지 노인의 꿈을 꾸게 하는 일은 매우 중요하다. 비록 TV에 등장하는 할배들처럼 노년에 해외여행을 즐기며 사는 일이 남일 같을 지라도 무엇이 좋은 노년의 삶인지를 생각하게 만드는 일은 이 시대에 미디어의 중요한 소명이기도 하다.

또 하나 주목받는 노인문화콘텐츠는 2014년 한국극장가를 뒤흔들었던 다큐멘터리 <님아, 그 강을 건너지 마오>다.

이미 TV다큐멘터리 <인간극장>에서 ‘백발의 연인’이라는 제목으로 방영되었던 조병만 할아버지와 강계열 할머니의 신혼 같은 삶과 사랑은 온 국민의 시선을 모으면서 다큐멘터리 영화로는 상상도 할 수 없을 만큼 많은 관객을 모으는데 성공했다. 연말과 겨울방학시즌을 노린 블록버스터급 영화들이 준비했음에도 불구하고 4,801,543명(영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망) 명을 기록했다. 이는 <위낭소리>(2009)가 가지고 있었던 역대 다큐멘터리 최고 기록 292만 명을 거뜰히 넘어서는 수치로서 앞으로도 이 기록을 깨뜨릴 한국 다큐멘터리가 나오기는 쉽지 않을 전망이다.

일반적으로 노인을 주인공으로 한 영화들은 상업영화에서는 기피대상이었다. 젊은 남녀의 사랑을 그린 드라마처럼 걱정적인 사랑장면을 넣을 수도 없을 뿐만 아니라 어떠한 액션 장면도 그릴 수 없는 만큼 대중의 오락으로서의 영화가 가지는 특징들을 반영하기 어렵다는 판단 때문이었다. 그러나 최근 한국영화계에 높아진 다큐멘터리의 위상과 더불어 <위낭소리>가 보여준 노인과 소와의 우정이라는 테마와 같이 일반 영화에서는 좀처럼 볼 수 없는 주제의 등장으로 현대를 살아가는 한국인들의 숨어있는 갈망과 노인에 대한 새로운 인식을 드러낸다고 할 수 있다.

첫째는 선정성으로부터의 회피 욕구의 등장이다. 음식으로 비유하자면 인공조미료와 향신료가 잔뜩 들어간 맵고 짭 자극적인 음식에 질린 현대인들이 담백하고 자연의 미각을 일깨우는 건강식을 누리하고자 하는 웰빙 문화 열풍과도 통하는 일이다. 현대문화를 이루는 한 축인 상업주의는 영화와 TV를 포함한 미디어 예술 전반을 장악하고 있다. 온 가족이 함께 보기에도 민망한 걸그룹들의 ‘하의실종’의 문화와 젊고 잘 생긴 연예인 중심의 프로그램 제작, 그리고 높은 시청률과 흥행성공이라면 ‘막장드라마’도 불사하는 실종된 예술의식은 한국 대중문화계를 지배하고 있는 왜곡된 가치관이기도 하다.

둘째는 사랑을 잃어버린 오늘날 부부의 현실은 온전한 사랑에 대한 갈증을 일으키며 76년 동안 함께 살아 온 노부부에 대한 관심을 불러일으키기에 충분했다. 지속적으로 증가하고 있는 황혼이혼의 현실은 죽을 때 까지 사랑하는 부부를 지켜보는 일이 예사롭지 않음을 증명한다.

셋째, 사무치는 가난을 겪은 노년 세대의 죽음을 준비하는 모습은 가족에 대한 사랑과 이별에 대한 깊은 통찰력을 회복시킨다. 주인공 강계열 할머니는 조병만 할아버지와 사이에 12남매를 두었지만, 6남매는 어려서 죽는 바람에 가슴 아픈 상처를 안고 살았음이 밝혀진다. 할아버지의 노쇠한 기력을 보며 할머니는 남편의 장례를 하나씩 준비해가면서 아울러 어려서 죽은 6남매의 내복을 구입한다. 그리고 할아버지의 무덤 앞에서 이 내복을 불에 태우며 저승 가서 아이들에게 입혀줄 것을 부탁한다. 이것은 기독교세계관과는 다르지만 죽음에 이르러서도 자식을 사랑하는 아버지의 마음을 읽을 수 있는 대목이다.

결론적으로 <꽃 보다 할배>와 <님아, 그 강을 건너지마오>가 의외의 인기와 흥행에 성공한 것은 다음과 같은 의미있는 노인문화콘텐츠 발전을 기대하는 전망을 갖게 만든다.

첫째, 세대통합적인 콘텐츠 중심으로 가는 것이 바람직하다.

‘꽃 보다 할배 in 그리스’에서 ‘짐꾼’을 불리우는 이서진과 최지우가 등장한다. 나이로 볼 때 주인공 할배들과는 다른 세대임에 분명하다. 그러나 함께 어울려 여행하는 모습에는 서로를 이해며 인생의 기쁨을 나누는 세대간의 통합적 메시지가 깊이 내재해 있음을 알 수 있다.

둘째, 죽음준비교육 성격의 문화콘텐츠가 의미있다.

<워낭소리>에 이어서 <님아, 그 강을 건너지 마오>는 죽음을 준비하며 살아가는 노년의 미학이 살아있다는 사실이다. 핵가족시대에 현대인들은 누군가의 임종을 지켜볼 기회를 얻고 있지 못하다. <님아, 그 강을 건너지 마오>는 늙기를 거부하거나 죽음에 저항하지 않고 시간의 흐름에 자신을 맡기고 죽음을 준비하는 모습을 볼 수 있다. 마치 영원히 살 것처럼 죽음을 기억하지 못한 채 살아가는 현대인들에게는 삶을 새롭게 조망하는 의미있는 충격으로 다가올 수 있다.

셋째, 노인의 지혜와 사랑이 공유되는 문화콘텐츠에 희망이 있다. <님아, 그 강을 건너지 마오>는 노부부의 애틋한 사랑을 스크린에 담는데 성공함으로써 부부로 살아가지만 사랑의 언어를 잃어버린 현대인들에게 검은 머리 파뿌리 될 때 까지 부부로 산다는 것이 어떻게 행복할 수 있는지 그 지혜를 보여주었다. 76년을 부부로 함께 산다는 것에 초점이 있는 것이 아니라 그 오랜 세월동안 사랑을 잃어버리지 않은 채 살아가는 모습에 도전과 감동이 있었다. 이것은 이혼율이 높은 한국사회에서 세대를 초월해서 어떻게 사랑하며 살아갈지에 대한 지혜를 전수하는 것에 다름 아니다.

성경은 ‘젊은이의 자라는 힘ियो, 노인의 영광은 백발이다’(잠20:29)라고 말한다. 영광스런 노년의 삶을 위하여 노인문화콘텐츠에 대한 이해와 적용이 시급히 필요한 시점이라 하겠다.