

음악전문케이블방송(MTV)이 청소년에게 미치는 영향¹²⁾

신효영(총신대학교 교육대학원 기독교문화교육전공)

논문초록

이 논문의 목적은 대중문화가 청소년에게 끼치는 영향을 청소년이 애용하는 음악전문케이블방송(MTV)를 분석함으로써 청소년문화와의 상관관계를 살펴보고 그 영향을 파악하여 앞으로의 방향을 제시하는 것이다. 청소년 향유문화의 대표적인 음악전문케이블방송, 즉 MTV와의 밀접성을 1) MTV의 역사적인 발달과정과 청소년문화와의 상관관계를 통해 알아보고, 2) MTV가 가진 속성을 파악하여 미디어가 가지는 영향을 살펴본다. 이를 3) MTV가 청소년기에 미치는 순기능과 역기능을 살펴 그 영향으로 드러난 실제문제를 진단한다.

이를 통해 미디어에 대한 기독교적 이해의 지평을 제시하여 권리와 책임을 인식하고 그에 따른 교육방안과 사회적 반성을 제안한다. 아직 거듭 진화하는 진행형의 미디어에 선불리 옹고, 그릇을 판단하여 정죄하기보다, 그 기능과 역할의 한계를 명료히 하여 청소년문화를 재조명하며, 청소년기의 주체성 확립을 촉구한다. 또한 MTV의 순기능을 수정·보완하여 사회적 환경을 조성할 것을 제안하며 미디어가 원래의 위치로 돌아가기 위해 가정과 사회, 그리고 공동체의 위상을 회복할 것을 권고한다.

* 주제어: MTV, 청소년, 미디어, 이미지, 대중문화, 기독교세계관

* 본 논문은 2010년 총신대학교 교육대학원 기독교문화교육전공 석사과정 졸업논문임.

I. 들어가는 말

마셜 맥루한은 ‘미디어는 맛사지다’라는 저서를 통해 미디어의 영향력은 개인적·정치적·경제적·심미적·도덕적·윤리적·사회적으로 워낙 강력해서 우리의 그 어떤 부분도 자유로울 수 없으며 피부와 같이 촉각적으로 느낄 수 있는 매우 강력한 영향력을 행사한다고 언급했다(McLuhan, 1967). 미디어는 메시지를 전달하는 인간 능력의 확장이며 문화를 만드는 기구로서 커뮤니케이션을 통해 독특한 세계관과 메시지를 전파한다. 미디어는 세계관과 메시지를 끊임없이 재생산하며 삶에 반영과 형성의 과정을 거쳐 문화라는 현상으로 드러난 삶에 아주 밀착된 포괄적인 영역이다.

대중문화를 향유하는 것이 익숙한 현 세대의 문화는 대중을 토대로 기술의 발전과 함께 성장하는 미디어 문화다. 듣는 음악에서 보는 음악으로의 전이는 기술의 힘을 얻어 이미지가 상상력을 압박한다. 자본을 기반으로 기술융합된 멀티미디어는 시공을 초월한 위상을 얻으며 미디어와 함께 성장한 청소년층에게 큰 영향력을 가진다. 그러나 지금까지 청소년문화에 미친 미디어의 영향과 그 파급력이 크에도 불구하고 지금까지 다뤄진 연구는 대개 청소년 대중음악의 상관 연구, 혹은 미국 MTV사에 대한 문화사적 고찰, 미디어의 세계화 및 상업성 연구 등이 전부이다.

그러므로 본고에서는 청소년문화의 대표 미디어인 음악전문케이블방송과 청소년문화의 상관관계를 파악하고 그 영향을 살펴 미디어에 대한 포괄적인 기독교적 관점을 제공한다. 이는 청소년들에게 생존을 위한 필수적인 과정으로 자아정체성을 회복하여 문화의 본질에 대면하는 힘을 길러 문화와 가치를 분별하는 창조적 인간으로서의 역할을 회복하며 이를 실천해 나가는 청소년문화교육으로서의 한 방법을 제시한다.

본 연구의 한계는 이러하다. 첫째는 대중문화, 특별히 대중음악전문케이블방송에 대한 저서들의 부족이다. 둘째는 대중음악전문케이블방송(MTV로 한다)의 설 새 없는 변화로 청소년에게 미치는 영향을 파악하기에 정확한 통계와 현상파악이 쉽지 않다. 하지만 본고는 표출된 현상보다 문제인식과 이에 미치는 영향에 더 큰 초점을 두어 미디어의 기능과 역할, 그리고 기독교적 대처방안을 주안점을 하여 현상과 인식에 있어 다소 포괄적으로 청소년 문화에 미치는 미디어의 영향을 살펴었다 할 수 있다.

II. 음악전문 케이블방송(MTV)가 청소년기에 미치는 영향

20세기 후반 가장 영향력 있고, 강력한 매체는 텔레비전이다. 전 세계의 가장 많은 세대가 노출된 포괄적인 매체로, 이제는 없어서는 안 될 주도적인 미디어다. 또한 다양한 디지털 미디어들의 교두보이며 접촉점으로서 텔레비전의 역할은 매우 중요하다. 미래의 디지털 미디어는 지속적으로 끊임없이 발전하며 인간의 삶속에서 더욱 많은 부분을 차지하게 될 것이라고 미래학자들이 예측했으며(Toffer, 1980), 유비쿼터스(Ubiquitous)환경은 수용자들의 상시 이동성까지 가능하게 하여 이에 한걸음 더 나아갔다 볼 수 있다.

1. MTV와 청소년과의 관계

1) MTV의 역사적 발달과정과 청소년문화

10대와 20대의 여가생활에 적극 참여하고 있는 MTV는 케이블방송의 역사 가운데 시작이며 중심이자 큰 기둥이다. MTV의 진원지인 미국의 MTV산업은 1981년 8월 로버트 피트만(Pittmann, Robert)이 20만 불의 소자본으로 시작했다. 당시 1970년대 후반부터 매출이 감소하던 음반 산업은 50년대부터 꾸준히 성장세를 보이는 청소년 소비 집단과 그들의 주요문화인 대중음악에서 돌파구를 찾았다. 가장 많은 대중에게 저렴하게 보급되는 매체인 텔레비전의 절묘한 결합인 MTV가 그것이다. 버진 레코드의 사장의 “우리는 구세주를 찾아 헤맸는데, 그것은 MTV라는 형태를 가지고 등장했다”는 말처럼 MTV는 부진한 음반시장에 새로운 활력소로 등장하여 각광받았다(Romanowski, 1996). 대중음악을 기반으로 하는 문화적 속성과 텔레비전이라는 광범위하고 포괄적인 매체의 특성 지닌 MTV는 광고업체와 광고주의 자본으로 운영되며 새로운 문화시대의 경제적 지표를 열었다.

1990년대 이후 MTV의 진화는 기술적인 발전과 긴밀한 연관관계를 맺게 된다. 대중음악과 텔레비전을 결합시키며 등장한 대중음악의 소비행태가 1980년대 소니 워크맨에서 1990년대 인터넷, MP3 파일, 플레이어, 비디오, CD, DVD 등 컴퓨터를 근간으로 하는 여타 매체, 뉴미디어로 확장한다. MTV는 이에 발맞추어 편성방식의 변화를 시도한다. 개국 초창기 뮤직비디오 중심의 편성에서 점차 비음악 프로그램의 편성비중을 높혀, 특정 소비자군 중심의 음악방송(music)에서 그들을 단골고객으로 형성·옹집하는 비음악적 프로그램의 편성을 증가시키며 마케팅방송(marketing)의

면모를 갖춘다(김영찬, 2002a: 145; 2002b: 172)¹⁾. MTV는 광범위하며 포괄적인 대중성을 토대로 하는 ‘텔레비전’이라는 매체의 특성을 살려 사회적인 산업, 즉 광고업계와 광고주와의 밀접한 관계를 맺으며 사회·문화적으로 담론을 형성한다. 또한 주 소비 집단인 청소년의 취향과 문화를 밝혀내고 구축함으로써 MTV-청소년과 밀접하게 커뮤니케이션하는 도구로 기능한다.

현대의 청소년은 경제적 어려운 시대를 살던 과거 세대와 달리 여가를 소비할 여력이 있는 세대이다. 급변하는 기술의 흐름 속에 고독과 불안을 느끼는 그들은 대중문화에서 그 탈출구를 찾는다. 청소년문화는 청소년들이 갖고 있는 고민들을 대중문화를 소비함으로써 고민을 풀어내고, 대중스타를 막연히 동경하고 따라하며 그들을 life style의 지향점으로 삼는다. 청소년은 충족과 필요를 절묘하게 결합한 MTV의 출범이후, 주 사용자가 되어 수많은 프로그램을 소비한다. 청소년들의 가장 대표적인 여가활동인 MTV는 대중으로 하여금 뮤직비디오의 최적의 life-style을 광고하는 서사적인 매체와 음악청취, 비주얼, 미디어 테크놀로지 사용 등을 한데 모아 하나의 매체 속으로 몽땅그려 놓은 거대한 청소년 문화이다. 청소년 문화에 결정적인 역할을 하는 MTV는 그 발달과정에서부터 청소년문화의 필요·충족 관계를 맺으며 성장했으며 강한 영향력을 행사한다.

2) MTV의 속성

MTV는 크게 두 가지 속성을 지닌다. ‘미디어 산업’에 걸맞게 double M, 즉 음악 music(문화)-마케팅marketing(경제)이 그것이다. 음악을 매개로 하는 첫 번째 속성은 이미지의 독특성에서 시작한다. 1991년 MTV 창사 10주년 기념 프로그램 <MTV 10>을 보면, “(MTV에서) 당신은 음악을 봅니다”, “끝없는 이미지들은 우리에게 수없이 많은 기억을 제공합니다”와 같은 표현에서 MTV 스스로가 “MTV=이미지”라는 점을 부각시키고 있다(김영찬, 2002b: 145). 당시, 기존의 방송들이 매우 현실적 제작을 목표로 하는 반면, MTV는 분위기를 자아내는 이미지로 화면을 구성하거나 끝없는 시각적 요소의 첨가로 ‘보는’ 음악을 창출해냈다. 3~4분 분량의 ‘보는’ 서사구조는 이해가 아닌 그럴듯한 서사구조를 가장한 청각의 시각화에 의한 무드 mood, 이미지를 만들었다. 밥 피트만(Pittman, Bob)이 “MTV를 통해 우리가 소개하

1) 김영찬은 이를 “MTV는 뮤직텔레비전(Music Television)의 전형이면서 동시에 홈쇼핑 채널과 함께 우리 시대의 가장 대표적인 마케팅 텔레비전(Marketing Television)중의 하나”이며 단순한 문화적 텍스트가 아닌 다양한 마케팅과 관측의 담론이 생성되고 교차하는 공간으로 명명했다(김영찬, 2002b: 172).

는 것은 비서사적 형식(nonnarrative form)이다”하고 말한 것처럼 플롯과 연속성에 기반을 둔 서사적 이해를 통해 뭔가 특별한 지식을 얻기보다 어떠한 감정을 느끼도록 만들어 준다(Romanowski, 1996).

감정에 어필하기 위해 선정적, 폭력적, 자극적인 농도가 짙어지며 shot과 shot 사이의 간격의 점점 짧아져 시각적·청각적 자극으로만 전달된다. ‘이미지가 내러티브 narrative를 지배’하며, 우리의 현실감을 구속하고 또한 우리 자신과 우리를 둘러싸고 있는 세계를 어떻게 볼 것인지 가치관을 제공하기도 한다(강현두, 1998: 555). 장 보드리야르(Baudrilard, Jean)의 말처럼 ‘이미지’의 독특성으로 인해 실재와 이미지의 경계 자체가 모호하여 더 이상 의미를 가지지 못한다. 실재가 가능치 않기에 환상이란 존재하지 않는다(Baudrilard, 1981). 이제 이미지는 실체는 아니지만 실체의 삶의 장을 만들어 그 자체로 생명력을 갖게 되었다(이숙경, 2004: 439).

현대에 와서 미디어의 전체적인 맥락을 고려하여 MTV의 위치를 역사적인 맥락과 문화, 경제적인 파급효과로 접근한 최근의 발전 양상을 볼 때, MTV는 문화현상인 동시에 경제현상이다. 이것이 바로 MTV의 두 번째 속성이다. 대중음악에 관한 모든 것을 다루는 뮤직비디오 중심의 ‘음악전문케이블방송’에만 국한되는 것이 아니라 다양한 기획, 제작, 편성과 엔터테인먼트와 결합한 마케팅 행위의 케이블 방송이라는 점에 주목할 필요가 있다.

이제 MTV는 음악적 요소와 떠도는 수많은 기표들이 범람하는 포스트모던적 매체 뿐만 아니라 프로그램의 기획, 편성, 제작과 광고주, 음반, 방송사의 마케팅의 장이다. MTV는 음악(music)과 마케팅(marketing)의 미디어로 하나의 커머셜엔터테인먼트, 즉 광고와 엔터테인먼트의 결합된 미디어다. MTV 스타일 광고, 자사 홍보용 광고(station ID를 포함한 self-promo) 및 life-style 광고를 포함한 MTV는 단순한 음악 전문방송이 아닌 기획·편성·제작이라는 편집단계를 거쳐 의도된 이미지와 환상을 제공하는 고도의 전략을 지닌 자본주의 시장의 집약체이다. 음악을 통해 위안을 얻는 시청자들의 규격화된 쾌락적인 이미지의 매체로 광고주의 요구에 따라 상상력과 환상으로 포장하여 수용자를 적극적으로 소비문화화하는 문화적·상업적인 매체라 하겠다.

2. 순기능과 그 영향

벤야민(Benjamin, Walter B. S.)은 매체나 예술 작품이 바뀌면 그것을 수용하는 인간의 지각 방식도 변한다고 주장한다. 그는 대중문화 속에 정치적인 힘 ‘예술의 정

치화'를 기대하며 대중은 문화적 힘을 가진다고 보며 대중문화를 긍정한다. 대중을 하나의 문화현상으로 파악했기에 기술재생산시대의 예술을 통해 대중은 향유와 비평을 동시에 얻을 수 있으며 대중을 위한 대중문화를 새로운 예술의 시작으로 보았다(문용식, 2005: 126-41). 피스크(Fiske, John) 또한 대중은 결코 분별력을 결여한 무리가 아닌 자신의 필요에 따라 적극적으로 대중문화를 선별하여 수용하며 활용할 줄 아는 주체로 보았다(신국원, 2004: 83). 벤야민과 피스크의 이러한 입장은 현시대의 대중문화를 긍정하는 이론가들에게 힘을 실어주는데, 이는 대중을 쉽게 조작될 수 있는 단순한 대상이 아니라 능동적으로 판단력을 행사할 수 있는 존재로 보았기 때문이다.

대중문화를 긍정하는 대중문화 이론가들은 대중문화를 비판하는 이들이 TV와 같은 미디어의 힘이 가지는 중요성이 지나치게 강조하며, 주장하는 내용들 또한 어떤 증거에 의해 입증되는 것이 거의 없다고 본다. 더불어 그들의 비판적인 문제의식에 지나쳐 대중문화의 순기능과 그 영향마저 간과한다고 보았다(강현두, 1998: 569). 이 장에서는 대중문화를 긍정하는 입장에서 자칫 지나쳐 간과할 수 있는 대중문화의 순기능과 그 영향에 초점을 둔다.

1) 교육적 기능

흔히들 대중문화를 오락과 연예로 가볍게 취급되지만 로마노프스키의 지적처럼 대중문화는 교화와 연예의 양면기능을 가지고 있어 문화를 전수하기도 하고 공동체를 보존하며 사회를 비평하게 하는 기능을 가진 세계 투영의 행위이다(Romanowski, 1996). MTV는 청소년들에게 그들의 불안한 정서 속 위안이며 위로이자, 삶의 어려움을 극복해 나갈 수 있는 mentor의 역할을 수행해왔다. 과거에 비해 세대 구성이 간결하여 가정의 소원해진 역할과 학교에서 미처 배우지 못하는 부분들을 매체가 수행하며 가르쳐왔다. 청소년 세대가 처한 상황에 대한 삶의 이해와 방법들을 제공하여 부모와 학교의 정서와 교육을 대신하여 그들을 가르치고 세상을 바라보는 시각을 제공한다. 또한 부모와의 세대 격차에서 느끼는 좌절감 또한 MTV의 통합적인 이해의 판로를 제공하는 콘텐츠를 통해 이해의 폭을 넓히기도 한다. 특별히 입시라는 타이틀 속에 공부 외의 궁금증과 10대들의 고민에 대해 MTV는 그 어떤 어른도 대신 할 수 없는 또래집단으로 공감하며 교정하는 역할도 수행한다.

과거 엠넷에서 방영한 “CLEAN SKOOL 프로젝트 CSI 청소년고민수사대”²⁾라는

2) m-net, <청소년 고민수사대>, 2009.12.21-2010.2.1방영.

프로그램에서는 청소년들이 가지고 있는 고민을 온라인게시판을 통해 나누고 고민 중 하나를 택하여 연예인들이 직접 찾아가 해결하였다. 청소년들의 진로, 사랑, 외모 등과 같은 고민과 걱정거리를 현장에서 직접 찾아가는 대한민국 청소년들의 고민솔루션수사대는 외모에 자신이 없던 청소년들에게 자신감을 심어주기도 하고 부모와 떨어져 타지 생활을 하는 학생의 외로움을 달래주기도 하며, 악플테리로 고생하는 학생들의 고민의 조언자이자 상담자로 역할을 하였다. 또한 아빠가 되고파 하는 청소년에게 일일체험을 통해 그 책임을 일깨워줌으로 부모의 입장을 헤아리는 등 청소년의 소소한 고민과 문제에 공감함으로 청소년을 이해하는 장이 되었다.

이처럼 미디어가 청소년들의 상식을 재구성하여 청소년문화를 통해 형성된 그들만의 윤리를 가르치는 선도의 기능을 하기도 한다. 또한 이를 통해 그들이 생각하는 가치나 사고방식에 대한 윤리적인 역행과 부정적인 여론을 통해 옳고 그름, 부족함과 지나침에 대해 자신을 반성하는 교육적이며 상담하는 기능을 감당한다.

2) 세계 통합적 기능

더글라스 켈너(Kellner, 1995)는 미디어 문화, 특히 TV가 사람들에게 삶의 방식에 대한 이미지들을 전달하여 사회화 또는 문화화하는 기능을 한다고 하였다. 가다머(Gadamer, Hans Georg)는 대중문화의 공동체 형성의 역할을 축제의 개념을 통해 설명하였다. 모든 예술이 공동체를 구성하는 기능이 있듯 젊은이들 사이에서 유행하는 대중가요도 이러한 역할을 수행하여 다양한 계층과 교육배경을 가진 사람들에게 커뮤니케이션을 가능케 하는 능력을 가지고 있다고 했다. 물론 강력한 자극과 무책임하고 상업적인 대중문화 속에 진정한 커뮤니케이션이 가능치 못하는 사실 또한 지적한다(신국원, 2004: 276-82).

정체성과 공동체를 연계하는 커뮤니케이션 기능은 MTV를 통해 확산되어 세계를 통합한다. “M-net Asian Music Awards”로 한국의 대중음악을 아시아의 행사로 확대하여 청소년들에게 세계속의 한국을 조망하도록 도우며 세계의 청소년문화를 수평적으로 연대하기도 한다. MTV의 세계 통합적인 기능은 세계 곳곳을, 혹은 직접 경험 할 수 없는 세계에 대한 경험을 간접적으로 제공함으로 세계에 대한 통합적인 시각을 보여준다. 이런 기능은 입시를 목표로 하는 청소년기의 좁은 시각에서 세계를 향한 통합적인 조망으로 보다 넓은 합리적인 시각을 제공하며 이를 통해 세계지향적인 비전을 갖도록 도와준다. 더불어 다른 세계에 대한 경계심과 반감을 낮추고

[http://mnet.mnet.com/NProgram/CSI/VodReview.asp?bidx=CSI&PageNum=2.](http://mnet.mnet.com/NProgram/CSI/VodReview.asp?bidx=CSI&PageNum=2)

탈지역적·세계적 마인드를 제공함으로써 세계 속의 연계성을 조명하여 열린 인간관을 형성토록 돕는다. 또한 국내 유명모델의 세계를 향한 도전기 등을 방영함으로써 청소년에게 세계를 향한 도전과 열정을 고취시켜 주는 기능도 한다.

3) 자기결정·자아실현적 기능

MTV는 특별히 직접적으로 경험하기 어려운 부분에 대해 새로운 조망을 열어 준다. 간접적으로나마 자신이 원하고 바라는 것들에 대한 소개와 동경을 선사하며, 새로운 정보와 자신의 연령과 비슷한 또래의 모습을 통해 무엇보다 자신의 정체성 속에 이루어 나갈 꿈에 대한 도전을 준다. 또한 세계 곳곳의 롤모델들을 제시함으로써 보다 구체적·실재적 거울로 제공되기도 한다. 다양한 프로그램들과 콘텐츠를 형성하고 이를 상시 활용할 수 있는 다각도의 매체들로 동경의 세계에 대한 간접적인 정보와 자아실현의 도전을 받는다. 청소년들이 친구이자 조언자로 여기는 아이돌스타들의 생소한 세계에 대한 직접경험을 매체를 통해 간접경험으로 이질적인 세계에 대한 반감을 감소시키고, 새로운 가능성을 꿈꾸기도 한다. 자신의 문제를 주위 기대와 타인의 의지가 아닌, 스스로 알아보고 매체를 통한 간접경험으로 주도적인 해결책을 찾는 등의 방법으로 방도를 모색한다.

수의학이라는 생소한 분야에 아이돌 스타가 입학하여 겪는 리얼리티 프로그램³⁾이나 혹은 인기 래퍼가 의과대학에서 겪는 좌충우돌기⁴⁾, 어린나이에 데뷔해 대학문턱도 밟지 못한 댄스가수의 카이스트 입성기⁵⁾ 등 대부분이 청소년들이 아직은 경험치 못한 동경의 대학생활에 대한 맛보기의 역할을 수행한다. 혹은 모델이나 디렉터와 같은 직업에 대해 궁금증을 갖는 청소년들에게 해당 분야에서 인정받는 특징인을 통해 세계에서 성공한 아티스트들의 이야기를 전하여 꿈과 희망을 주는 역할⁶⁾도 수행한다. 청소년들은 자신이 꿈꿔온 세상에서 롤모델들을 일상적 매체를 통해 접함으로써 도전받기도 하고 위안을 얻기도 하며 꿈을 끈다.

3. 역기능과 그 영향

3) m-net, <유쾌한 니콜의 수의학 개론>, 2009.11.12-2010.1.28 방영.

<http://mnet.mnet.com/NProgram/nicole>.

4) m-net, <닥터몽 의대에 가다>, 2009.4.20-2009.7.30 방영. <http://mnet.mnet.com/NProgra/dr-mong>.

5) m-net, <서인영의 카이스트>, 2008.3.19-2008.6.5 방영. <http://mnet.mnet.com/NProgram/kaist>.

6) m-net, <장윤주의 29>, 2008.8.26-2008.9.30 방영.

<http://mnet.mnet.com/NProgram/jang29/?bidx=jang29>. m-net <Director`s Cut> 등.

이강수는 문화란 한 사회의 문화체계를 형성하는 하위문화로서 청소년들이 창조하고, 선택하고, 향유하는 취향문화의 하나이며 우리사회의 중심문화가 쾌락 지향적, 유희 지향적, 소비 지향적 대중문화이기 때문에 청소년문화도 그 영향을 받을 수밖에 없다고 했다(이강수, 1983: 278-94). 현 시대의 문제가 되는 청소년문화의 다양한 역기능들에 대해 우리의 대중문화가 그들의 거울이 되고 있음을 인지하여 대중문화가 지닌 기능과 역할을 반성해 볼 필요가 있다.

1) 물질만능주의 조장

MTV의 주목적은 경제적·상업적 이익에 의거한다. 교육적·윤리적 의도에 의해 프로그램이나 콘텐츠가 제작되었다 하더라도 경제적·상업적 이윤이 없으면 재생산하지 않는 치밀한 계획과 의도에 의해 생산된 자본주의적인 매체이다. 아도르노(Adorno, Theodor)가 비판한 것처럼 대중문화를 조종하는 것은 결국 자본이다. 문제는 자본의 지배는 결코 물질적인 면에서 머무르는 것이 아니라 정신적인 것도 지배하기에 대중문화는 예술이 아니라 문화산업이다(문용식, 2005: 152). 자본이 물질을 넘어서 정신도 지배하는 소비문화의 장인 지금은 오로지 물질만능주의라는 'ism'의 시대이다.

문제는 TV라는 남녀노소를 가리지 않는 공용의 매체를 통해 유포되는 상업지향적인 소비문화이다. 물질과 물질이 결부된 life-style과 내포된 가치관이 소유하면 행복해 지리라 믿는 인간의 원천적 결핍을 자극한다. 완전하고자 하려는 인간의 욕망에 '소비'라는 대안을 제시하며 물질의 기능보다는 이미지와 환상이라는 포장단계를 거친 왜곡된 소유관을 청소년들에게 큰 힘을 미치는 대중스타 혹은 아이돌을 통해 제시한다. 아직은 소비에 있어 주체적 판단에 교육이 필요한 청소년을 그들의 필요가 아닌 욕망으로 선동하여 가치가 아닌 물질로 환원하게 한다.

미디어는 이와 같은 환산된 물질가치를 비판하기보다 자극하여 모두가 동조할 수 있는 사회적 이데올로기로 작용하게 하여 스타일, 표상, 소비, 정체성을 '상식'으로 정착시킨다. 불완전한 소비습관을 지닌 청소년들에게 비판적 시각이 없는 일방적인 정보는 큰 영향을 미친다. 특별히 또래집단과의 관계를 중요시 여기는 청소년기에 물질을 통해 소속감을 확인하며 그들을 더욱 결속하게 하는 그들의 특징과 상업적인 목적이 개입하여 부합함으로 청소년으로 하여금 소유욕과 소속감을 트렌드에 맞는 스타일의 소유여부로 경계를 만들어 청소년들의 삶과 가치관 속에 물질중심의

허구를 조장한다. 현 문화 가운데 옹고·그림과 이유를 묻지 않은 채, 인지조차 할 겨를 없이 쉽사리 바뀌고 변화하는 유행을 청소년들은 그저 맹목적으로 따라간다.

2) 특정가치관 조장(포스트모던적 분열현상post-modern fragmentation)

개인은 취사선택의 가능성이 많은 사회 속에 살고 있으며 각 개인이 삶의 방향을 자신이 원하는 대로 선택할 수 있다는 점에서 다양하다. 이러한 선택의 가능성은 사회가 어떤 의미 있는 사회활동을 할 수 있는 사회 계층이나 개인들의 집단이 아니라, 각 개인이 대량 생산되는 이미지를 소비함으로 개별성을 표현하는 곳으로 묘사된다. 보들리야드는 ‘사회적’인 것의 종말을 거론하며 사회 같은 것은 존재하지 않고 스타일, 견해, 이념들이 뒤범벅되어진 속에 사람들이 던져진 상태라고 말한다(노용오, 2005: 225-26).

표면적인 것과 스타일이 중요 가치가 된 포스트모던 시대에 가장 중요한 보편가치는 재미와 쾌락, 그리고 욕망이다. 문화를 지배하는 것은 그 내용이나 본질, 의미 등이 아니라 외양, 스타일, 사물의 모습, 장난스러움, 그리고 농담 같은 것이다. 이는 물질만능의 이데올로기에 바탕을 둔 가치관과 맞물려 소비만이 자신의 정체성을 드러내는 유일한 수단이 된다. 문제는 10대와 같은 특정한 시기에, 이러한 사회적 맥락에 뿌리를 두거나 특정 사회적 관계의 지향을 상실하게 된 청소년에게 있다. 개별적으로는 풍요로운 선택의 기회를 획득한 것으로 보이나, 반면에 집단적 결속력의 상실로 인한 심리적 불안과 공허감을 동반하게 된다. 이러한 상황에서 청소년들은 심리적 불안감의 해소와 자신의 정체성을 소비를 통해 얻고자 한다.

MTV에는 뮤직비디오 뿐 아니라 음악프로그램 내에서 이런 재미와 쾌락과 욕망에 기인한 사회적·윤리적 범위를 넘어선 콘텐츠들이 무분별하게 제작·소비된다. ‘재미’라는 명목으로 방영되는 스타의 사생활, 선을 넘어서는 일반인들의 몰래카메라, 상대 이성을 유혹하기위해 성적수치심을 상실한 프로그램 등 방영하는 대부분의 프로그램들은 시청자들의 알권리를 충족시킨다는 명목으로 무차별적 폭로되며 도대체 윤리라고는 찾아볼 수 없다. 특히 근자에 증가한 청소년에게 공개되는 아이들의 사생활 관련 프로그램은 옹고 그림의 경계도 없이 무작정 노출된다. 이를 통해 청소년은 ‘나와 너(아이돌)’만의 가장(假裝)된 관계를 형성한 팬픽으로 아이들을 자신들의 또래이며 같은 고민을 하는 인간으로서 맹목적인 신뢰감을 형성하여 여타 물의를 빚는 행동에도 시비(是非)를 넘어선 무조건적 맹신을 갖게 한다.

청소년들이 관심 있고 좋아하는, 그들의 욕구를 충족시킬 수많은 아이돌의 일상생

활이 편집하여 노출된 리얼리티7)프로그램으로 방영된다. 청소년들은 이 편집된 리얼리티 프로그램 속의 아이돌 모습을 자신과 별 다를 것이 없는 친구로 수용한다. 이어서 연출된 스타로 이향할 때 자극적이고 선정적인 모습, 혹은 비윤리적인 모습까지도 가장된 친구의 단면적 모습으로 그대로 수용, 이에 열광하며 자신들을 대변하는 위상까지 이상화한다. 한 때, 유머러스한 대중 친화적 이미지로 큰 인기를 얻고 있는 아이돌그룹 중 한 멤버가 자신의 첫 단독 공연의 일부 퍼포먼스가 성행위를 연상케 하여 선정성 논란8)에 휩싸였다. 공연의 주요 관객층이 청소년이며 12세 이상 관람 가능한 공연으로 그 유해성으로 인해 재판에 회부되었을 때 오히려 피해자인 청소년들이 이 공연을 두고 예술의 표현의 자유라 옹호하는 반응을 보였다. 이를 볼 때, 아이돌 스타의 파편화되고 일관성 없는 이미지들의 무차별 폭격은 자아를 형성하는 시기의 청소년에게 특정 가치관을 맹목적으로 신뢰하게 한다.

3) 획일화

기든스(Giddens, A)는 세계화를 각각의 지역적 사건들이 원거리에서 일어나는 사건들에 의해 상호영향을 받는 전 세계적 사회상식을 의미하는 말로 설명한다. 핵전쟁, 생태위기 등의 문제와 위험이 적은 지역단위, 개인수준의 일상생활에까지 영향을 미치게 되는 것을 개인들이 글로벌 지식, 인식, 이미지 등에 의해 사회화되는 현상을 말한다. 세계화 현상은 청소년들이 글로벌 마케팅의 주요 고객과 대상이 되어 소비 중심의 통일된 life-style을 조성하도록 하는 메커니즘을 제공한다. 국내외 미디어 기업들의 합병으로 형성된 자본집약적인 복합 글로벌 미디어그룹들은 효과를 위한 단일한 메시지의 자극적·선정적 콘텐츠의 대량 생산에 자본을 집중한다.

호가트(Hoggart, Richard)는 대량생산되는 문화의 해로움을 지적하며 대중문화는 대중매체와 수입된 미국문화들을 통해 노동계급을 ‘식민지화’한다고 했다. 점차 증가

7) 케이블 채널에서 아이돌 중심의 리얼리티 프로그램은 제작비용 대비 인기, 시청률 등 다각적 측면에서 산출효과가 높아 세계적으로 인기를 끌고 있는 장르이다. 점차 확산되고 있는 이 장르는 아이돌 스타를 전면으로 내세워 그들의 데뷔 전이나 무대 밖의 모습, 연습실 현장, 숙소생활 등을 공개함으로써 뜨거운 인기와 높은 시청률을 끌고 있다. 일상의 아이돌의 모습을 방영하다 보니 방송에 적합하지 않은 행동들과 의상 등이 윤리적, 사회적 문제로 떠오르고 있으며 특히 아이돌 스타들의 팬 층이 미성년자인 청소년을 대상으로 하기에 큰 영향력을 미치고 있다.

관련기사, http://www.newsen.com/news_view.php?uid=200908211216281001.

8) 빅뱅은 m-net의 아이돌 리얼리티프로그램이라는 장르의 초창기 방영되던 그룹으로 해당 엔터테인먼트인 YG의 전략적 기획으로 만들어졌다. 빅뱅이라는 그룹의 데뷔 전부터 연습생 시절의 모습과 지금까지의 긴 시간을 영상에 담아 시청자들에게 소개되었다. 이 가운데 리더인 지드래곤은 음란공연으로 선정성 논란으로 재판에 회부되었다.

관련기사, http://pic.joins.com/article/photo/article.asp?Total_ID=3911635.

하는 대중문화는 위협스러운 압력이며 생기는 없고 늘어만 가는 공허감을 줄 뿐이며(문용식, 2005: 212), 아도르노는 표준화되고 대량생산되는 상업적인 문화는 의식의 물화를 불러일으켜 획일화된 문화의 야만적 상태를 초래하여 개인의 의식을 마비시키는 역할을 하며 조작 가능한 전체주의를 만들 수 있다고 보았다(문용식, 2005: 146).

거대한 복합 글로벌 미디어기업간의 제휴로 대중문화는 표준화되고 대량생산되는 전체주의의 획일적 모습을 띠며, 대중문화의 복제된 이미지만큼이나 접하는 인간의 단일한 의식의 복제를 초래한다. 오늘날의 기술의 힘을 입어 미디어 환경은 공감각적·다감각적인 지각 전체와 연결되는 복합적인 미디어로 급속히 변모하고 있으며, 여기에 시공의 압축·융합 기술로 환경의 수직적·수평적인 통합은 전통적인 커뮤니케이션의 경계를 뛰어넘고 있다.

청소년집단의 문제로 떠오르고 있는 왕따 문제,⁹⁾ 비판적 분별력 없이 획일화된 패러다임으로 그저 따라하는 모습과 군중의 산보자로 관망하는 관람자의 모습들이 그러하다. 미디어의 교육 기능이 없는 획일화된 메시지들은 문제의식보다 방관과 맹신의 두 형태로 부각되어 나타난다.

4) 모방행위

청소년의 대중매체에 대한 인식조사를 보면 청소년은 영상매체를 매우 친숙한 매체로 인식(60.6%)하고 있으며, 최신 정보나 신속한 전달에 대해 매우 강하게 동의(73.4%)하고 있었다. 또한 인쇄매체보다 영향력이 있다(60.6%)고 인식하고 있는 것으로 나타나며, 청소년의 거의 대부분은 TV(98.0%), 영화나 비디오(95.4%)를 보고 있고 시청시간(일주일에 22.3시간)이나 관람편수(일 년에 30.5편)의 빈도도 높아 영상매체와 매우 밀접한 생활을 하고 있는 것으로 나타났다(노용오, 2005: 225-26).

청소년들의 매체에 대한 접촉 빈도수, 신뢰는 모방행위로 드러난다. 청소년의 모방행위에 있어 큰 역할을 하는 것은 첫 번째, 그들이 우상시 여기는 아이돌이다. 아이들의 삶을 실시간 리얼리티프로그램을 통하여 탐닉하고 그들의 삶과 자신들의 삶을 동일시하며 심지어는 그와 같이 되고 싶어 하는 꿈을 꾸다. 아이돌의 삶은 시청각의 간접적 쾌락을 넘어서 직접 경험하고픈 동경의 세계가 된다. 근자에 케이블방송에서

9) 최근 왕따의 문제로 동반 자살한 여고생들에 이어 자신을 따돌리는 학생들을 흉기로 찌르는 사건이 발생하였다. 문제에 대해 극단적인 선택을 하는 청소년들의 성향을 오로지 획일화라는 측면에서만 볼 수는 없지만 '왕따'의 문제에 선택-배제의 원리와 방관-맹신의 태도에 획일화는 주요한 문제라 본다.
관련기사, <http://www.asiatoday.co.kr/news/view.asp?seq=286142>.

인기를 끌어 지상파로 이향된 콘텐츠가 바로 서바이벌 프로그램이다. 음악이란 콘텐츠를 매개로 각 방송국의 여러 프로그램으로 방송하는 서바이벌 프로그램의 모태인 M-net의 '슈퍼스타K'는 미국의 '아메리칸 아이돌'의 한국판으로 연령, 지역, 계층의 차별 없이 오로지 실력으로만 승부하는 오디션 프로그램이다. 동경의 세계를 현실화할 수 있는 이러한 오디션, 혹은 서바이벌 프로그램들을 통해 역할모델로서의 스타의 삶을 일거수일투족 모방하며 비전을 갖고, 도전한다.

둘째, 모방행위 자체에 있었다. 이슈가 되었던 '알몸 졸업식'¹⁰⁾은 처음 그 동영상에 유포되는 당시 사회에 적잖은 충격을 주었다. 그러나 이보다 더 한 것은 이 동영상을 보고 연쇄적으로 모방하는 청소년들이었다. 그들에게 더 이상의 수치심과 윤리성을 찾아볼 수 없다. 사건에 대한 분별력 없는 행위들에 대한 그들의 인식이 모방행위를 수차례 반복하여 볼수록 내성이 생겨, 옹고 그름을 떠나 재미로 인식된다. 대량생산되는 기술재생산시대 복제의 대중문화는 '반복'을 통해 세뇌라는 대중문화 특유의 아우라를 형성하여 끊임없는 문지방 체험으로 간접 경험되던 것이 직접 경험으로 이어진다. 모방행위를 통해 청소년들만의 동조를 바탕으로 수평적 유대감을 형성한다.

5) 현실과 허구의 혼동

이어서 파생되는 문제가 '리얼리티(현실)'의 부재이다. 이미지에 가려 실제상황이라고 하지만 노동이나 가족과 같이 살아있는 '리얼리티'의 다른 요소들은 무시되고 있다. 미디어에 의해서 만들어진 편집되어 재생산된 리얼리티는 실제 밖에 존재하는 현실에 대한 경계를 교묘히 무너트려 미디어를 '믿게끔'하는 장치를 내파시킨다. 안정임은 그의 논문에서 TV가 미치는 가장 심각한 영향은 현실과 허구의 혼동, 현실 인식의 약화라고 보았다. TV가 만들어내는 유사환경들로 인해 간접체험이 확대되고 직접체험은 감소되어 현실과 허구를 구분하지 못하는 경향이 생긴다는 것이다. 특히 TV는 책과는 달리 실감나는 영상이미지를 제공하기에 현실을 그대로 반영하는 것처럼 보이게 하고 이런 효과는 현실과 허구의 혼동을 강화한다는 것이다(안정임, 1998: 198).

10) 2010년 청소년문제에 대한 심각한 문제를 제기한 사건이라 할 수 있는 '알몸졸업식'은 대중문화와 인터넷문화에 대한 그릇된 인식을 볼 수 있었다. 이후 이를 따라하는 동영상들이 인터넷에 올라오며 사회문제로 대두되기 시작했는데 청소년들의 대부분이 이에 대해 1.일부 노는 학생들의 일탈행위, 2.이것이 문제가 되는 이유를 모르겠다는 인식을 가지고 있어 성인세대와 큰 입장 차이를 보였다. 관련기사, http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2010/02/16/2010021601139.html.

사회는 미디어에 흡수되어버렸고 ‘왜곡’은 더 이상 문제가 될 수 없다. 왜냐하면 ‘왜곡’이라는 용어가 의미를 갖기 위해서는, 미디어의 표면적 시뮬레이션 밖에 어떤 객관적 리얼리티가 존재하고 이것이 미디어에 반영될 때 개입할 수 있는 왜곡의 가능성이 있다는 가정이 전제되어야 한다. 그러나 오늘날 포스트모더니즘은 원천적으로 편집된 현실을 옹호하며, 객관적 실재, 혹은 절대적 선을 부정하여 도외시 하고 있기 때문이다.

결론적으로 MTV는 포스트모더니즘의 과편화된 이미지와 물질중심적 상업성을 수용자에게 소비하게 함으로 미디어의 정체성과 life-style을 투영해 왔음을 알 수 있다. MTV는 현재까지 변함없이 청소년 수용자를 목표로 하는 문화적·상업적 정체성을 유지하고 있다. 순기능적인 교육적, 세계 통합적, 자기결정적·자아실현적 기능을 MTV의 미디어의 특징도 있다. 그러나 문화·상업적 매체로 가지는 MTV의 역기능인 물질만능주의와 특정 가치관 조장, 획일화와 모방행위, 현실과 허구의 혼동으로 드러난 여러 사건들을 볼 때, 현 MTV는 역기능과 과급력이 더 강력하며 미디어의 순기능이 그 노릇을 제대로 하고 있지 못함을 알 수 있다.

III. MTV의 영향력에 대한 기독교적 이해와 청소년 교육방안

정보화·뉴미디어 시대에 미디어의 위기를 논하는 데 있어 먼저 인식해야 할 것은 미디어 환경과 사회 현상 사이에 어떤 위기가 있는지의 바른 현실 진단이다. 지금껏 살펴본 바와 같이 미디어는 사회적 현상과 별개의 문제가 아닌 유기적으로 영향을 미치며 서로 주고받는다. 이제는 미디어가 충분히 발달했는지 돌아봐야 할 시점이다.

기독교적 이해를 열기 이전에 먼저, 대중문화의 배경과 수용의 극단적인 방법의 해결책을 지양해야한다. 아직 거듭 진화의 과정에 있는 진행성의 미디어에 대해 옳고 그름을 판단하여 분별하는 것은 옳지만 이를 도외시하는 경솔함은 경계해야 할 것이다. 대중문화를 바라보는 기독교적 조망은 경계가 모호할수록 우리의 세계관에 영향을 미침을 깨달아 의식치 못한 문화속의 세계관도 분별하며 실천적 미디어 이용으로 미디어에 대한 주권을 놓치는 일이 없도록 하는 것이다.

‘세상에 있으나 세상의 것은 아닌’ 우리의 권리와 책임을 인식하고 ‘이미 왔으나 아직 기다려야 할’ 완전한 소망을 갖고 사는 그리스도인으로 삶의 주권자를 확인해야 한다. 더불어 인간이 만들어 낼 문화를 구속하여 세상권세를 이기고 변혁함으로 주

권자에게 영광 돌릴 능력이 우리에게 있음을 기억해야 할 것이다.

1. 기독교적 이해

도스토예프스키는 “사람은 세상에서 일어나고 있는 일에 등을 돌리고 무시할 권리가 없다. 그것을 허락하지 않는 데는 지고한 도덕적 이유들이 있다”고 했다. 우리가 대중문화에게 등을 돌리고 도피하는 것은 하나님이 허락하신 지금의 문화를 우리 스스로 판단하는 일임을 잊지 말아야 한다. 아무리 버려야 하는 문화라도 인간의 한 삶의 방식으로 도출된 현상이다. 이미 대중문화 속에 살고 있고 점차 그 무게감이 더해지는 지금, 도피하여 살 수 없다면 뛰어 넘을 수 있는 대중문화에 대한 바른 이해가 필요하다. 비틀고 왜곡하려는 대중문화를 극단적인 대립된 관점으로 보려는 편협하고 협소한 관점을 피하고 균형 잡힌 바른 관점의 정립을 위해 대중을 인식하는, 양 극단의 근거가 되는 입장을 살펴 우리의 지혜가 하나님의 지혜를 닮아갈 수 있도록 지향해야 한다. 이 세상을 사는 성도로서 미디어를 죄악시 하며 도외시해서는 안 된다.

윌리엄 로마노프스키는 그가 쓴 대중문화에 대한 글에서 모든 종류의 문화적, ‘세속적’ 표현에 대해 다음과 같이 말했다.

“대중예술에 대한 기독교적 비판을 특정 교파 및 도덕의 내용으로 한정시킨 것은 대중예술을 좋은 것과 나쁜 것, 옳은 것과 틀린 것으로 양분하여 이해하도록 조장했다. 그 결과 많은 그리스도인은 피상적인 수준 이상으로 대중예술을 평가하지 못하고 있다. ... 우리는 대중예술의 본질과 문화적 소통수단으로서의 역할에 대해 충분히 깊이 생각하지 않았다. 그래서 우리는 대중예술과 문화에 대한 담론에 기여할 것이 거의 없게 되었다 여러 면에서 이런 접근법들은 믿는 사람이 대중문화의 구속적 측면을 구별하지 못하게 하고, 그리스도인이 어느 정도로 적절히 대중문화에 참여할 것인지를 판단을 막고, 대중문화에 대한 건설적 비판의 도구를 개발하지 못하게 한다.”(Romanowski, 2001: 13-14)

아브라함 카이퍼의 ‘단 1인치도 하나님께 속하지 않은 것이 없다’한 말처럼 대중문화도, 만들어진 예술도, 이미 하나님의 것에 속하였으며 이미 하나님께 속한 것은 하나님의 기쁘신 뜻으로 변혁을 할 수 있는 문화적 기초가 주어졌음을 기억해야 한다. 리렌드 라이켄도 예술에 대한 그의 저서에서 “예술 참여는 그리스도인이 주변문

화에 반응할 수 있게 해준다. 그리스도인은 그 문화 속에서 구속적 영향력이 되어야 할 책임이 있다. 그 책임은 그들의 문화를 이해하는 데서 시작되며, 문화에는 여러 예술적 표현들도 포함된다(Ryken, 1989: 166)”라고 하였다. 가능한 많은 이에게 다가가기 위한 대중문화를 이제는 흥미와 재미를 넘어서, 여가의 무비판적 소비의 행위를 넘어서 기독교적 시각으로 대치하여 바꾸어 쓰기위해 참여적 반성의 움직임으로 노력해야 할 것이다.

그리스도인은 대중문화를 대중의 것으로 자각하고 산업에 끌려 다니는 수동적인 무력한 존재가 아닌 정체성과 취향을 가진 주체적 판단으로 문화를 형성해야 한다. 그러기 위해 미디어 문화에 있어서 하나님께서 허락하신 성도들의 바른 이해가 무엇인지, 다음 세대를 이해하며 바른 방향을 제시해 줄 수 있어야겠다. 대중문화가 경제뿐만 아니라 다양한 여러 환경에서 영향을 받지만 그 근본에는 사람이 주체임을 잊지 말아야 한다. 이 세상 만물을 만드신 하나님께서 ‘보시기에 좋을’ 정도의 아름다움과 이 모든 것을 허락하시는 자유를 인간에게 허락하셨다는 점을 기억해야 한다. 우리는 그 어떤 피조보다 귀한 존재임을 깨닫고 주도적인 삶으로 응답해야 할 것이다. 창조세계를 허락하심을 기뻐하며 적절한 자신감을 안고 이 세상을 바라볼 때 우리는 경제논리에 편중된 문화를 바로 볼 수 있다.

더불어 잊지 말아야 할 인식은 우리는 죄인이라는 점이다. 인간에게만 허락하신 이 창조성이 죄된 본성에 의해 결박당했으며 왜곡되어 참자유를 속박했음을 기억해야 한다. 문화와 자유의 문제는 ‘죄’와 연결되는데 문화가 죄가 되는 것은 문화의 기능과 역할 외에 다른 것들을 상위로 두어 복잡하게 하기 때문이며, 문화의 죄악이 그 어떠한 것보다 과급력이 강하기에 우리는 문화의 죄성을 탐구할 사명이 있다.

두드러지게 드러나는 현상이 문화 다원주의이다. 점점 더 빠르게 변화되어 가는 사회 현실 속에 세속화와 상품화, 자본주의의 상업성 이전에 자리 잡은 문화 다원주의 의식이 팽배해짐을 눈여겨보아야 한다. 문화의 다양성과 문화다원주의는 엄연히 다르다. 서로 함께 어울려 보다 넓고 보다 풍요롭게 다양한 목소리를 존중하는 것은 중요하다. 문화적인 다양성, 삶의 여러 겹이라는 다양성은 창조세계의 하나의 모습이며 문화적 다양성(Cultural Diversity) 또는 문화적 다원성(Cultural Pluralism)에 대하여 다양성을 존중하되 다원주의는 구별할 필요가 있다. 하나님이 만드신 피조세계는 다양하며 이로 인해 문화가 다양해지는 것은 당연하다. 하나님이 창조하신 세계이자 우리가 경험하는 현실이 삶의 여러 분야로 꽃피울 수 있다. 그러나 현실에 다양한 문화가 있다는 것을 인정하는 것을 넘어서 통일성을 아예 부정하거나 다원성을 근본시하는 데는 문제가 있다. 어떠한 보편가치도 인정하지 않고 모든 것을 상

대적인 것으로 믿는 이 신념체계가 다양성에 대한 인식이 아닌 다원주의로 혼동되는 것은 재고되어야 한다. 진리에 대한 깊은 자각을 바탕으로 두고 세계관의 다양성에 대해서는 존중할 줄 아는 자세가 필요하다.

세상이 아무리 타락했다 하여도 그 어떤 것도 구속의 대상에서 제외되지 않음을 상기하여 세상 모든 것을 주님께로 회복시키고 그리스도의 이름으로 변혁할 사명에 우리에게 있다. 리차드 마우는 “과멸될 것은 현재의 상태 아래서 이러한 것들과 풀 수 없이 뒤엉켜 있는 것으로 보이는 반역적인 용도들, 즉 우상숭배적인 기능들이다.

현재의 용도 때문에 그것들을 미워하시는 것이다. 그리고 그러한 증오로부터 그분은 그것들을 봉사에 적절한 도구로 변혁시키실 것이다”하였다(Mouw, 1983). 아무리 비판받아야 할 만하고 질적으로 낮다 하더라도 이를 옹호하는 이들에게 적절한 자신감과 예의로 감수성과 배려를 갖추는 자세가 중요하다(Mouw, 1992). 바울이 고린도전서 8장(4-13절)의 우상숭배의 음식을 먹는 문제에 있어서 오직 신앙이 성숙하지 못한 자들을 위한 배려에 의해서만 제한을 받음을 말한 것도 상당부분이 우리와 다른 문화에 대한 배려, 타인에 대한 존중에서 비롯된다.

2. 교육방안과 사회적 반성

MTV는 거둬낼 수 있고, 꼭 그래야만 한다. 그러기 위해 그리스도인은 미디어와 문화 사이에 세계관을 분별할 줄 아는 직관과 실천 능력을 갖추고 있어야 한다. 그리스도인의 미디어 이해에 탁월한 통찰력을 지닌 비평가인 킨틴 슐츠의 그리스도인의 미디어 사명이 적절하며 이를 바탕으로 교육하는 것이 유익하다(Schultze, 1995)고 본다¹¹⁾. 이를 토대로 청소년의 미디어 교육 방안과 사회적인 반성을 제시한다.

1) 청소년 개인의 정체성 회복

11) 그의 저서인 <거둬난 텔레비전>에서 매체를 변혁하기 위해 그리스도인에게 필요한 다섯 가지의 통괄적인 사명이 있는데 이를 살펴보면 첫째, 그리스도인은 텔레비전이라는 매체를 지혜롭게 사용하는 분별력 있는 시청자가 되어야한다. 분별력 있게 시청하기 위해서는 프로그램들을 우리의 기호나 욕구가 아니라 복음의 빛에 비추어 그 진면목을 보아야 하며 둘째, 그리스도인들은 학교와 교회에서 텔레비전 교육이 실시되도록 추진해야 한다. 매체의 고유한 의사소통 방식의 장단점을 가지고 사용매체를 적극적으로 면밀하게 지적하여 교육함으로써 영적 분별력을 갖도록 해야 한다. 셋째, 그리스도인들은 상업 텔레비전이라는 제도를 거둬내게 하는 일에 앞장서야 한다. 도덕적으로나 미적으로나 정도가 지나치다 하는 프로그램이나 제도 안에 적극적인 소리를 내야하며 넷째, 그리스도인들은 상업 텔레비전을 대신할 수 있는 대안을 제시하고, 그것을 유지시켜 나가야 한다. 공영방송과 기독교방송을 진지하게 살펴보고 이들을 상업적 텔레비전이 대신 할 수 없도록 해야 한다. 다섯째, 그리스도인들은 일반 매체 및 종교적인 매체들이 텔레비전에 대해 진지하고도 올바른 비평을 가하도록 격려해야 한다. 무언가 알고 비판적인 시칭을 하는 대중이야말로 텔레비전을 거둬 내는데 꼭 필요하다(Schultze, 1995).

과거엔 “십대”와 “청소년”의 의미가 동일시되었으나 오늘날 그 경계가 점점 무너지고 있다. 점차 성숙을 미루며 옛됨에 가능한 오래 매달리려고 하여 청소년 시기에 겪고 직면함으로써 성숙해져야 할 시기를 지연시키려는 것이 문화적 유행으로 자리 잡고 있다. 십대에 직면해야 하는 정체성과 친밀감의 위기를 넘기지 못한, 역할 수행을 직면하지 못하여 성숙치 못한 행동이 점차 보편화되어가는 지금 가정과 학교가 제공해야 할 비전을 MTV가 대신함으로써 더 큰 문제를 양성하고 있다.

무엇보다 시급한 것은 대중문화 속에서 의지가 상실된 주체의 자유의지 회복이다. 문화산업에 근거한 자본주의적 매체인 MTV에서 벗어날 수 있는 방법은 교환가치, 사용가치를 벗어난 주체의 해방이다. 자아에 대한 바른 인식만이 MTV의 영향력에서 벗어날 수 있다 하겠다. 하나님께서 주신 하나님의 형상을 닮은 자로서의 권리와 책임을 상기시킴으로 미디어의 종속적인 그물을 벗어나 스스로의 삶을 조명하게끔 도움으로 자아정체성에 대한 바른 인식이 중요하다. 청소년들에게 재미와 쾌락과 욕망에 묶인 정죄함이 아닌 동조와 격려로 바른 자기인식을 키우며 이미 우리 안에 그 능력이 있음을 알려 적절한 자신감을 회복하도록 돕는 것이 중요하다.

우리는 여가, 안식 또한 사람들로 하여금 세상을 맡아 다스리도록 하신 하나님께서 주신 선물이요, 목적들 가운데 하나라 믿는다. 전자음향과 이미지로 흠뻑 젖은 산업화된 세계가 여가를 왜곡시켜 점점 더 진실된 기쁨과 인간사의 친밀감을 감소시키고 있다. 그러나 인생에게 주신 선한 선물들을 통해 기쁨을 나누게 하심을 기억하며 왜곡된 시대의 보편가치들을 넘어 인간 본연의 모습을 상기하며 하나님을 추구해야 할 것을 가르쳐야 한다.

또한 미디어를 배격하며 정죄하는 것이 아니라 미디어를 향유할 수 있도록 도와야 한다. 인간의 본래 가치를 인식한 주도적인 역량을 갖춘 자로서 미디어의 많은 부정적인 모습을 배척하기보다는 청소년 스스로가 미디어에 대한 미디어 사용에 적절한 향유의 기준을 가지도록 교육해야 한다. 우리는 올바른 정체성과 여가에 대한 바른 인식으로 인간에게 허락하사 세상을 맡아 다스리도록 하신 창지기의 역할로 주신 선물이 문화라는 것과 그렇기에 그 목적대로 사용하는 책임이 우리에게 있음을 가르쳐야 할 것이다. 절대자께서 인생에게 주신 선한 선물을 통해 바로 누리고 쓰는 방법을 교육해야 할 것이다.

2) 가정과 학교의 미디어 교육

MTV는 청소년 집단의 문화로 자리 잡아 청소년들에게 정체성과 친밀한 관계의

비전을 제공하는데 주력하고 있다. 가정과 사회가 청소년들에게 그들의 심리적이고 인간관계의 필요들을 채울 보다 친근하며 건강하고 인격적인 방식을 마련하는 일에 도움이 되고자 나서지 않는다면, 그 자리를 미디어가 대행함으로 청소년시기에 가져야 할 가치 있고 중요하다고 생각하는 것들을 대신 결정하는 오만하고도 고압적인 역할을 넘기게 될 것이다(Schultze, 1991). 바른 정체성의 회복과 함께 청소년과의 질적인 시간을 허비(虛費)하는 가정과 사회, 교회가 없다면 그들은 오락 지향적 여가의 행복에서 벗어나지 못하고 온갖 감각적 쾌락을 즐기는 데에 오로지 몰두하게 될 것이다.

청소년을 바로 세우는데 있어 가장 중요한 것은 가정의 역할이다. 대부분의 청소년 문제가 가정으로부터 비롯된다. 청소년과 어른의 갈등의 가장 큰 문제는 문제를 대처하는 방식에 있어 어른들의 미숙함이다. 어른들의 미숙함은 소비가 개인과 집단의 문제들을 해결한다는 믿음으로부터 시작된다. 어른들은 청소년과의 갈등을 해결하는 가장 손쉬운 방법으로 소비를 지향한다. 이미 편리와 합리성으로 자본의 이양은 청소년들의 마음까지 이양해버렸다. 청소년들은 부모와 함께하는 시간을 나누기보다 부모가 소비할 수 있는 능력을 그들 손에 쥐어주는 것에 익숙하다. 부모와 청소년의 자본의 풍족함이 관계의 빈곤을 낳아 그 어느 때보다도 삭막한 사회를 만들고 있다. 그러기에 함께하는 질적인 시간¹²⁾이 절대적으로 필요하다. 청소년 위기는 결코 소비를 늘림으로서 해결되지 않는다(Schultze, 1997). 소비를 통해 개인과 집단의 문제들을 해결할 수 있다는 믿음을 버리고, 청소년들의 문제 행동에 대해 어른으로서 고압적 자세로 지적하는 방법에서 어른-청소년 관계의 무례하지 않는 이해(understand)의 자세로서의 질적인 시간을 소비하는 저기술의 커뮤니케이션을 제안한다.

무례하지 않는 이해와 질적인 시간을 통해 매체 이용시 부모와 자녀가 함께 미디어를 소화하는 체계적인 영상매체교육이 필요하다. 가정이 함께하는 시간을 통해 부모로부터 미디어의 위험성을 인지하고 태도와 행동의 절제 능력을 배우며 스스로 의사 결정을 하는 등의 교육은 그 이상의 가치를 지니며 가정 본연의 모습을 회복할 수 있도록 돕는다. 더불어 문화산업의 상업논리에 노출되어 있는 그들에게 문화적 산물이 가지는 위험성을 분별할 줄 아는 세계관 교육은 자신들의 자아상과 더불어 사물의 가치의 진면목을 파악할 수 있게 한다. 여기에 미디어의 숨겨진 주제, 형식, 그리고 본질인식이 가능한 세계관 교육을 통해 비판적인 안목을 키우고 이미지

12) 쾨팅 슐츠는 이 책에서 가정이 고기술 커뮤니케이션에 쏟는 시간을 제한함으로써 저기술 커뮤니케이션 전략을 사용할 것을 촉구한다. 관계를 촉진하는데 있어 질적인 시간은 가족관계의 회복과 비례한다고 주장한다(Schultze, 1997).

를 읽을 수 있는 감상 교육으로 심미적·윤리적·정치 사회적 비평이 가능하다. 감상과 비평이 전제되었다면 이제는 직접 제작할 수 있는 교육이 중요하다. 자칫 능동적인 주체자로서의 문화 관람객에서, 직접 제작하여 그 속에 상상력과 창조적인 주체자로서의 문화생산자가 되는 것이다. 성경의 근거한 '회복'은 비판에서 머무르지 않고 상상력으로 새로운 대안을 제시하여 이 세상을 변혁하는데 있다. 퇴폐하고 자극적인 문화 가운데 문화생산의 주체자로서의 제작교육은 인식-감상 교육 못지않게 중요하다.

한국의 청소년들은 입시라는 현실 앞에 가정과 학교에서 보내는 시간이 전부라 할 만큼 많은 시간을 또래집단과 함께 한다. 그래서 가정과 학교의 동반자적 교육이 필요하다. 사회의 기본 단위인 가정과 학교의 공동체 회복이 청소년문화의 개혁의 중심이다.

3) MTV의 반성

MTV에는 건전한 모델과 내용이 등장하지 않는다. 온갖 '미', '이상', '별종'에만 초점이 맞춰져 있다. 청소년들이 일반적으로 이용하는 TV, 케이블TV, 뮤직비디오 등에는 바람직한 모델들이 등장하지 않기에 그 인식에 영향을 미친다. 현실적으로 순기능보다 역기능과 문제점을 더 많이 내포하고 있으며 자체의 구조적인 조정과 프로그램의 개선 없이는 아무런 역할을 기대할 수 없다. 경쟁적인 상업주의와 향락주의, 가치관 전도를 조장하는 프로그램, 인기에 편승한 운영 등은 청소년의 성적·공격적 호기심을 자극하고 그들의 모방심리를 강화하며 환상적인 세계에 대한 막연한 동경심을 촉진하는 등의 역할을 충실하게 하고 있는 것이다.

다시 말해 청소년의 문제행동의 경우, 청소년의 충동적 장애와 부정적인 사회문화적 요인에서 비롯되지만 대중매체환경 또한 강력한 영향요인이라 할 수 있다. 이는 대중매체의 순기능을 강화함으로써 청소년의 문제에 대한 합리적인 대안을 모색하고 해결방안을 찾으려는 발상이 절실히 필요하며 대중매체의 갖가지 부작용과 문제점을 개선하려는 노력이 필요하다. MTV는 청소년의 성장에 대한 역할을 자각하고 선도적, 교육적 책임의식으로 프로그램을 구성하는 매체로서의 노력이 필요하다.

MTV는 청소년이 소비자 이전에 성장의 세대임을 인식해야 한다. 또한 청소년이 교육해야만 하는 대상임을 잊지 말아야 한다. 이를 통해 상업성보다는 순기능을 강화할 수 있는 노력이 필요하다는 것을 기억하고 공적 매체로서의 인식과 자기 반성적 매체로서의 기능을 수행해야 한다.

이에 MTV의 방송 내용 가운데 선도적·교육적 책임을 인식하여 형식적으로나마 전체 프로그램 내에 일정 비율을 청소년들의 문화를 재정비할 수 있는 바른 프로그램 방영으로 매체내의 정화기능을 감당하는 것을 권고한다. 더불어 공적인 광고 속에서 편중되는 일정 가치관에 대해 경계할 필요가 있다. 프로그램의 다양화로 선정적이며 상업화에 편중된 프로그램의 편성 외에 다양한 정보, 선도적 가치를 제공하는 정보제공의 매체로서의 프로그램을 편성하여 미디어로서의 순기능을 해야 한다. 또한 MTV 방송내의 자성을 촉구 할 수 있는 반성적인 프로그램과 프로그램 속 자질 있는 VJ 혹은 MC들로 공적인 매체의 공익성을 높여야겠다.

4) 공동체적 소명, 소비자 운동

가정과 학교, 그리고 MTV의 자성적인 반성이 지금의 문화를 고쳐 쓸 수 있게 만들진 않는다. 미디어 사용에 대한 바른 시각과 세계관과 가치관, 소비, 놀이 등 삶의 새로운 조망으로 눈 뜬 청소년과 이를 뒷받침 해주는 가정과 학교의 회복, 청소년의 여가이며 문화인 MTV의 자성이 절실히 필요하다. 하지만 이것만으로 충분하지는 않다.

앞에서 말한 것처럼 MTV는 하나의 문화이며 환경이다. 환경을 구성하는 프로그램도 문제가 되지만 사이사이에 개입하는 상업성의 힘을 무시할 수가 없다. 물질만능적인 광고와 프로그램에 대한 소비자운동으로 항상 미디어 스스로가 자성 할 수 있도록, 바른 문화를 회복할 수 있게 소비자로서의 목소리를 내는 것 또한 중요하다. 또한 광고에 개입하는 광고주, 기업에게 책임 투자의 환경을 조성해야 한다. 기업 스스로가 자본도 모으며 좋은 세상을 만들어 나갈 수 있는 가치 있는 투자를 실현할 수 있도록 돕는 것¹³⁾은 공동체적인 우리의 소명이다(Sparkes, 2002). 기독교 사회윤리학의 라인홀드 니버는 공동체가 초월적인 영원한 세계를 추구하면서 그 영원한 것을 역사적 현실 속에서 비록 상대적이기는 하지만 최선을 다해 실현하려는 존재가 되어야 한다고 했다(문용식, 2005: 444-52).

지난 과거 (사)기독교윤리실천위원회에서 7년간 뮤직비디오에 대한 모니터링이 좋은 예가 될 수 있다. 폭력성과 선정성이 난무한 미디어에 대한 공동체적 의식을 갖고 꾸준히 사회참여를 행하는 방법이 필요하다. 그렇다고 하여 무조건적 비판이나 승리주의 방식의 죽이기는 지양해야 할 부분이다. 물질 만능적인 광고와 프로그램에 대해 이론과 지성을 토대로 하여 비평, 격려함으로 '항상 대답할 것을 준비하되 온

13) 이를 사회책임투자라 한다(Sparkes, 2007).

유와 두려움으로 선한 양심(베드로전서 3:15)'을 가지고 예의 있는 시민운동을 지향해야 할 것이다. 더불어 대안을 제시할 줄 아는 힘을 지니는 것이 디지털 미디어 문화시대를 살아가는 기독교인의 공동체적 소명이라 본다. 철저한 이해와 의식을 가지고 시대를 부정하거나 매도하기보다 우리의 답의 한계를 깨달아 무례하지 않으나 확신있는 적절한 자신감을 갖춘 답변이 살 소망을 지닌 그리스도인의 모습이다.

IV. 맺는 말

범세계적인 시장을 형성하여 청소년문화의 취향과 문화를 밝혀내고 구축함으로 청소년문화의 대표적 커뮤니케이터가 된 MTV는 음악과 마케팅을 중심으로 시공을 초월한 대중문화현상이다. MTV는 청소년들에게 내러티브를 지배한 이미지들로 그럴싸한 감정을 즐기게 하며 그 속에 스스로가 모사가 되어 하나의 마케팅 행위로서의 life-style을 제시하는 경제현상이다. 고도의 전략을 통해 기획·편성·제작이라는 단계를 거쳐 의도된 이미지를 제공하며 계산된 소비창출을 위해 보이지 않는 환상을 파는 상업적 메카니즘의 온상으로 음악을 통해 위안을 얻는 시청자들의 쾌락적이며, 계산된 상상력으로 포장하여 수용자를 적극 소비, 문화화하는 상업적이며 문화적인 매체이다.

청소년들의 가장 대표적인 여가활동인 MTV는 아직 자아정체성이 확립되지 않은 청소년들에게 파편화된 자아상을 제공하며 지구촌 곳곳에서 획일화되고 동질화된 공동체를 형성하여 전 세계 청소년의 거의 같은 감성구조와 소비패턴을 형성, 다국적·수평적·획일화된 생산체계에 종속된 문화를 낳는다. 이유 없이 폭력적이고 반항적이며 남성시각 중심의 자극성은 일관성 없는 시각 형성으로 청소년들에게 자본주의의 산실인 물질만능주의와 본질보다 스타일이 우선되는 포스트모더니즘에 기인한 특정 가치관을 조장하며, 획일화된 가치관이 글로벌이란 현상을 맞이하여 횡적인 문화군으로 결집한다. 더불어 아직은 판단력을 갖추나가야 할 시기에 검증되지 않은 상대적인 사고로 이를 순순히 모방하게 하며, 이로써 현실과 허구가 혼동되는, 이미지에 가려 실제 현실이 외면되는 문제를 낳는다.

이에 대해 본고에서는 MTV의 역기능을 밝히고 더불어 미디어의 순기능을 수정·보완 할 것을 제시한다. 아직 거듭 진화하는 진행형의 미디어에 대해 옳고 그름을 정죄하여 도외시 하는 경솔함을 경계하며 실천적 미디어 이용의 방법을 제시한다. 우리가 만든 문화 또한 하나님의 것이며 세상 모든 것을 주님께로 회복해 나아가는 개혁주의 신앙 노선에 따라 흥미와 재미에 몰두한 청소년들의 무비판적 여가 소비

를 기독교적 시각으로 대치하여 바꾸어 쓸 것을 제안한다.

현대와 같은 격변의 시대에 늘 깨어 자성함으로 우리의 마음을 지키는 것이 중요하다. ‘모든 지킬 만한 중에 더욱 네 마음을 지키라 생명의 근원이 이에서 남이니라 (잠언 4:32)’의 말씀을 기억하며 청소년들을 시비를 가리기조차 어려운 급변하는 문화의 흐름 속에서 늘 깨어있도록 꾸준히 말씀으로 조명하는 것이 필요하다.

참고문헌

- 강현두 편 (1998). 『현대사회와 대중문화』. 서울: 나남. 555, 569.
- 김영찬 (2002a). “변화하는 미디어 전경(Mediascape)과 MTV.” 『커뮤니케이션학 연구』. 서울: 한국커뮤니케이션학회. 145.
- _____ (2002b). “음악 케이블TV에 대한 문화사적 접근: MTV를 중심으로.” 『언론과 사회』. 서울: 성곡언론문화재단. 172.
- 노용오 (2005). 『청소년 문화론』. 서울: 도서출판 구상. 225-226.
- 문용식 (2005). 『그리스도인을 위한 문화이해』. 서울: 예영커뮤니케이션. 126-141, 146, 152, 212, 444-452.
- 신국원 (2004). 『변혁과 살림의 대중문화론』. 서울: IVP. 83, 276-282.
- 안정임 외 지음 (1998). “텔레비전의 이해와 교회의 사명.” 『대중문화, 더 이상 침묵할 수 없다』. 서울: 예영커뮤니케이션. 198.
- 이강수 (1983). “청소년문화와 대중문화.” 『현대사회와 청소년』. 서울: 아산사회복지사업재단. 278-294.
- 이숙경 (2004). “이미지 지향적 문화현상에 대한 기독교 교육적 논의.” 『신학과 선교』. 서울: ACTS. 439.
- Ryken, Leland (1989), *The Liberated Imagination*. Wheaton, Ill : Harold Shaw Publishers. 166.
- Schultze, Quentin J. (1991), *Dancing in the Dark: Youth, Popular Culture, and the Electronic Media*. Grand Rapids: Eerdmans.
- Romanowski, William D. (2001), *Eyes Wide Open: Looking for God in Popular Culture*. Grand Rapids: Brazos Press. 13-14.
- Toffer, Alvin (1980). *The third wave*. 원창업 역 (1994). 『제3의 물결』. 서울: 홍신문화사.
- Kellner, Douglas (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge. 김수정 역 (1997). 『미디어문화』. 서울: 새물결. 430.
- Baudrillard, Jean (1981). *Simulacres et Simulation*. 하태환 역 (1992). 『시뮬라시옹』. 서

울: 민음사. 54.

McLuhan, Mashall. Fore, Quentin (1967). (The)medium is the massage. 김진홍 역 (2001). 『미디어는 맛사지다』. 서울: 커뮤니케이션북스. 26.

Schultze, Quentin J. Winning your kids back from the media. 김성녀 역 (1997). 『미디어 시대 당신의 자녀는 안전한가』. 서울: IVP.

_____. Redeeming television. 김성용 역(1995). 『거듭난 텔레비전』. 서울: IVP.

Mouw, Richard J (1992). Uncommon Decency: Christian Civility in an Uncivil World. 홍병룡 역 (2004). 『무례한 기독교』. 서울: IVP.

_____. (1983). When The Kings Come Marching In: Isaiah and the New Jerusalem. 『미래의 천국과 현재의 문화』 (서울: 두란노서원, 1986), p. 35.

Sparkes, Russell (2002). Socially Responsible Investment: A Practical Guide for Professional Investors. 넷임팩트 코리아 역(2007). 『사회책임투자 세계적 혁명』. 서울: 흥성사.

Romanowski, William D (1996). Pop culture wars : religion & the role of entertainment in American. 신국원 역 (2004). 『대중문화전쟁』. 서울: IVP. 92, 145, 273, 276.

m-net(2009). <닥터몽 의대에 가다>, 2009.4.20-2009.7.30 방영.

<http://mnet.mnet.com/NProgra/dr-mong>.

m-net(2008). <서인영의 카이스트>, 2008.3.19-2008.6.5 방영.

<http://mnet.mnet.com/NProgram/kaist>.

m-net(2009). <유쾌한 니콜의 수의학개론>, 2009.11.12-2010.1.28 방영.

<http://mnet.mnet.com/NProgram/nicole>.

m-net(2008). <장윤주의 29>, 2008.8.26-2008.9.30방영.

http://mnet.mnet.com/NProgram/jang_29/?bidx=jang29.

m-net(2009). <청소년고민수사대>, 2009.12.21-2010.2.1 방영.

<http://mnet.mnet.com/NProgram/CSI/VodReview.asp?bidx=CSI&PageNum=2>.

뉴스엔(2009). http://www.newsen.com/news_view.php?uid=200908211216281001.

아시아투데이(2009). http://www.asia_today.co.kr/news/view.asp?seq=286142.

조선일보(2010). http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2010/02/16/2010021601139.html.

중앙일보(2009). http://pic.joins.com/article/photo/article.asp?Total_ID=3911635