

현대 미디어 문화와 디지털 세대의 이해

강진구(한동대언론정보문화학부겸임교수, 영화평론가)

moviejin1@yahoo.co.kr

1. 아톰의 정체성과 일본인

‘우주소년 아톰’(일본명 ‘철완(鐵腕)아톰’)은 1952년 일본의 만화잡지 ‘쇼넨(少年)’에 연재된 이후로 1963년에 일본의 첫 TV애니메이션 영화로 방송되어 폭발적인 시청률을 기록했던 기념비적인 작품입니다.

한 과학자가 자신의 아들이 죽자 슬픔을 덜고자 아들과 꼭 닮은 꼬마 로봇을 만듭니다. 이 로봇의 이름이 아톰이지요. 그러나 이 과학자는 아톰이 인간처럼 자라지 않는다는 것을 알자 실망한 나머지 그만 내다 버리고 맙니다. 이웃에 사는 과학자인 텐마박사(한국에서는 코주부 박사로 알려짐)는 버려진 아톰을 데려다 양아들로 삼고 키웁니다. 그러나 아톰은 학교에서 친구들로부터 인간이 아니라는 이유로 따돌림을 받고 항상 자신이 누구인지에 대해서 텐마박사에게 묻곤 하지요. 그러던 어느 날 지구를 공격하는 거대한 외계로봇과 싸워 이기면서 아톰은 자신이 어떠한 존재인지에 대해서 새롭게 깨닫게 됩니다. 작지만 10만 마력의 힘을 가진 강하고 아름다운 로봇이란 사실을 말입니다. 아톰은 이제 소외받고 왕따 당하는 입장에서 주위로부터 칭송받는 존재로 변하게 됩니다.

중요한 사실은 일본 사람들이 이 아톰이라고 하는 만화 캐릭터로부터 자신의 모습을 발견했다는 점입니다. 2차대전을 일으킨 전범이라는 사실 때문에 세계열강들로부터 따돌림을 받고 원자폭탄을 맞는 바람에 도저히 일어설 길이 없다고 믿으며 좌절과 패배의식에 사로잡힌 일본인들에게 우울한 아톰은 바로 자신의 모습을 비춰주는 거울과 같은 존재였던 것입니다. 그러나 아톰은 지구를 침략하는 악하고 거대한 로봇과 싸워 이김으로써 ‘작지만 강하고 아름답다’라는 새로운 면목을 또한 보여주었습니다. 자신이 진정 누구이며 어떤 능력이 있는지를 깨달은 일본인은 그 후로 놀라운 과학기술과 경제발전을 일으키기 시작했습니다.

아톰으로부터 배운 ‘작지만 강하고 아름답다’라는 정체성은 일본 산업과 문화의 중심 테마로 작용하기 시작한 것입니다. 세계에서 작지만 견고하고 오래쓰는 자동차는 당연히 일본 자동차입니다. 소니사의 ‘워크맨’ 또한 마찬가지입니다. 요즘 어린청소년들의 선망의 대상인 휴대용 게임기 ‘닌텐도 DS’는 아톰이라는 만화영화로부터 일본인들이 자신의 정체성을 발견한 결과로 나온 것들이라 볼 수 있습니다.

미디어가 한 인간과 사회를 움직일 수 있는 힘을 가졌다는 사실은 다르게 아닙니다. 바로 그 문화를 경험하는 사람들에게 자신이 누구이며 어떻게 살아갈지를 가르쳐준다는 뜻이지요.

2. 촛불집회와 디지털문화

금년 한국 사회를 뜨겁게 달구었던 광우병관련 촛불집회는 매우 흥미있는 디지털문화양식을 보여주었습니다. 일반적으로 이 문제는 광우병쇠고기 수입에 관한 과학적 혹은 정치적인 문제로 인식되고 있습니다만, 이러한 논쟁의 밑바닥에는 아날로그에 익숙한 세대가 이해하기 힘든 디지털의식과 문화가 자리하고 있다는 사실을 알 필요가 있습니다.

단 한번이라도 청계광장에 나가 촛불문화제와 거리시위양상을 지켜본 사람이라면 분명 과거의 시위양상과 달라진 점을 발견하게 됩니다. 유모차를 끌고 지방에서 올라온 가정주부들

로부터 중고등학생과 직장인 등 도무지 시위하고는 상관없어 보이는 사람들로 광장과 거리가 가득 차 있음을 알 수 있습니다. 이들을 움직이는 것은 이데올로기가 아니라 바로 인터넷과 휴대폰으로 대표할 수 있는 디지털미디어가 그 중심에 있습니다.

첫째, 디지털 미디어는 강한 네트워크를 형성하고 있다는 사실입니다. 촛불집회에 참여한 시민들은 다양한 인터넷 동호회나 토론그룹인 아고라 등의 깃발 아래 모이는 것을 볼 수 있습니다. 인터넷상에서는 단지 아이디로만 알고있던 사람들이 현실세계에서 얼굴을 마주하게 된 것이지요. 인터넷 게시판을 통해 행동요령과 준비사항 등을 전달받고 역할을 나누는 모습은 현대 디지털 세대가 매우 강한 연계능력과 유대감을 형성하고 있음을 알 수 있습니다.

둘째, 디지털은 쌍방향 소통방식의 가치를 확실하게 심어주었다는 사실입니다. 지시, 명령, 복종과 같은 일방향적인 전달방법 보다 디지털 시대에 어울리는 것은 쪽지, 댓글, 메신저와 같이 서로 소통하는 방식입니다. 디지털세대는 긍정이든 부정이든 자신의 생각을 실시간으로 표출하는 것을 두려워하지 않으며 이를 당연하게 여기고 있습니다. 정부의 새로운 정책이 나오기가 무섭게 인터넷에는 의견이 올라오고 순식간에 확산되어 가는 것입니다. 한마디로 디지털 민주주의에서의 사회를 이끌어가려면 입뿐만 아니라 귀와 손가락을 잘 활용할 줄 아는 소통의 능력이 절실히 요구되고 있는 것입니다.

셋째, 인터넷에는 학위와 상관없는 각종 분야의 전문가들이 존재한다는 사실입니다. 예전 같으면 전문가나 메이저 언론들 혹은 고급공무원들이나 알만한 정보들을 인터넷에서는 얼마든지 알 수 있고 또한 공유할 수 있습니다. 이것은 곧 그 누구도 거짓말하기가 쉽지 않다는 뜻입니다. 미국의 지난해 호주산 쇠고기를 정확히 얼마나 수입했는지를 비롯해서 외국의 시시콜콜한 반응에 이르기까지 온갖 정보들을 수집하고 분석하고 퍼뜨리는 이들로 인터넷은 항상 시끄럽습니다.

넷째, 미디어의 개인화를 통해 새로운 언론이 탄생하고 있음을 알 수 있습니다. TV든 라디오든 공중과 방송이 잠든 시간에도 촛불시위는 개인이 운영하는 인터넷TV를 통해 생중계되고 있었습니다. 디지털 카메라와 휴대폰카메라가 찍는 현장은 블로그와 미니홈피 등의 일인 미디어를 통해 기존의 어떤 언론매체도 다루지 않았던 새로운 사회를 세상에 알리고 있는 것입니다.

3. 미디어 테크놀로지가 만드는 사회

지금까지 한국의 그리스도인들이 미디어를 이해하는 방식은 매스미디어를 중심으로 콘텐츠비평에 가까웠습니다. 2006년도에 수입 개봉된 영화 <다빈치 코드>에 대한 한기총의 반대와 항의에 나타난 것처럼 영화의 내용에 비성경적이며 신성모독적인 내용이 들어 있다면 비판하기를 주저하지 않았던 것입니다. 왜곡된 내용이 그것을 경험한 개인이나 사회에 부적절한 영향을 줄 수 있다고 판단하는 것은 미디어에 대한 가장 오래된 신념이기도 합니다. 그 반대로 각종 대중매체를 통하여 복음의 내용을 담은 프로그램을 적극 제작 전파하는데 열심을 보인 것 또한 한국교회가 미디어를 대하는 또 다른 자세였습니다. '방송 선교'라는 용어가 익숙할 만큼 한국교회는 각종 매체들을 선교에 적극 활용하는데 열의를 보여 왔던 것입니다.

이것은 근본적으로 미디어가 수용자에 대해서 어떤 방식으로든 영향력을 행사할 수 있다고 믿기 때문에 일어난 일들입니다. 그래서 예술가들과 광고업자를 비롯해서 대중매체의 프로듀서들 그리고 정부와 교회는 끊임없이 미디어에 관여하고 간섭하는데 주저하지 않았습니다. 그러한 의미에서 어떤 내용을 어떻게 전달하고 있으며 누가 그것을 어떤 방식으로 경험

하는지를 밝히는 콘텐츠 비평과 수용자에 대한 이해는 여전히 중요할 수밖에 없습니다.

그러나 미디어에 대한 콘텐츠(내용) 중심적인 시각은 미디어 테크놀로지가 새로운 사회를 만들어 간다는 또 하나의 시각을 갖추으로써 올바른 시선을 확보할 필요가 있습니다. 즉 미디어에 대한 이해는 콘텐츠와 그것을 전달하는 테크놀로지라는 두 눈을 갖게 될 때 비로소 온전해질 수 있는 것입니다.

미디어 사상가로 통하는 마셜 맥루한(Marshall McLuhan)은 일종의 테크놀로지 결정론에 입각해서 미디어가 역사의 변화를 이끌었음을 주장한바 있습니다. 그는 인류의 역사를 미디어를 중심으로 4단계로 나누어 설명했습니다.

첫 번째는 문자가 탄생되기 이전인 구어문화의 단계이며, 두 번째는 일리아드와 오딧세이를 쓴 그리스의 호머 이후 약 2천년 간 발전해 온 문자시대, 그리고 세 번째는 구텐베르크의 활판 인쇄술이 탄생한 후부터 서기 1900년까지의 인쇄시대, 마지막 네 번째는 20세기 가 시작 된 이후 지금까지 전자 미디어 시대입니다.

그에 따르면 오늘날의 서구문화 형성에는 구텐베르크의 활판인쇄술이 결정적 영향을 끼쳤다는 것입니다. 그가 생전에 주장한 미디어에 의한 테크놀로지 결정론은 복잡하고 다양한 현대사회를 설명하는데는 부적합하다는 비판을 받았었지만, 그의 사후 컴퓨터와 인터넷이 주도하는 정보기술사회로 진입하면서 다시 한 번 주목받기 시작했습니다. ‘미디어가 곧 메시지다(Medium is the Message)’로 대변되는 그의 사상이 다시 부활한 것입니다.

흥미로운 사실은 구텐베르크의 인쇄술의 가장 큰 수혜자는 종교개혁자인 마틴 루터와 지금의 개신교라는 사실입니다. 마틴 루터의 종교개혁이 성공할 수 있었던 사회문화적 요건 가운데 하나는 그의 사상을 문화적으로 실현시킬 수 있었던 인쇄라는 매체가 큰 역할을 했바도 본 것입니다. 마틴 루터의 가장 중요한 사상 가운데 하나인 ‘오직 성서만이 권위가 있다는 선언(sola Scriptura)’과 ‘만인제사장설’은 당시 새로운 미디어였던 인쇄술에 의해 유럽으로 확장되며 현실화 될 수 있었습니다. 교황과 사제중심의 가톨릭과는 다르게 누구든지 하나님의 말씀을 직접 들으며 예배할 수 있다는 종교개혁의 사상은 손으로 일일이 써야 했던 필사본 성경문화와 소수의 엘리트만이 읽을 수 있었던 라틴어 성경중심의 교회풍토에서는 현실로 이루어지기 어려운 상황이었을 것입니다. 그러나 루터가 당시의 민중의 언어로 할 수 있는 독일어로 번역한 성경이 구텐베르크의 인쇄술과 결합하여 당시로서는 대량(?) 보급되는 일이 벌어진 결과 만인제사장설(벧전2:9)은 오늘날까지 프로테스탄트 교회 안에 확고히 자리잡게 된 것입니다.

우리가 주목해야 하는 것은 당시 종교개혁 당시 구텐베르크의 활판인쇄술은 본래부터 프로테스탄트만을 위한 전유물로 나타난 것은 아니란 사실입니다. 그것은 단지 손으로 써야하는 수고를 덜어줄 획기적인 도구였으며, 보다 많은 사람들이 책을 소유할 수 있는 혜택을 제공할 수 있는 대중적 신기술이었을 따름입니다. 그러나 이 기술에 대해서 가톨릭은 거부한 반면 개신교는 매우 의미있는 수용자세를 보였습니다. 종교개혁 이후 서구사회에서 가톨릭 교회는 쇠퇴를 경험한 반면 프로테스탄트 교회는 신대륙을 넘나들며 괄목할만한 성장을 이루게 됩니다.

문제는 지금 우리는 루터의 종교개혁 시대와 매우 흡사한 상황에 직면하고 있다는 사실입니다. 교회 안에서는 개혁을 필요로 하는 주장과 논의들이 곳곳에서 일어나기 시작했고 밖으로는 전자영상매체, 그것도 인터넷을 중심으로 교회가 불과 이십년 전에는 경험해보지 못한 전혀 새로운 미디어가 우리를 둘러싸기 시작한 것입니다. 거기다 한국교회를 당혹스럽게 만든 것은 이러한 인터넷 매체를 통하여 반기독교적인 언행과 정서가 한국사회를 뒤덮은 현

실입니다.

아직도 많은 한국교회들은 인쇄매체 시대의 의식을 유지하고 있는 오늘날 인터넷 세대들에게 교회가 영향력을 주기 위해서는 전자영상미디어에 대한 이해와 더불어 디지털의 세례를 받고 자란 새로운 세대와 소통하려는 자세가 각별히 필요한 현실입니다.

4. 미디어의 변화와 신세대의 출현

미디어는 그것이 쏟아내는 내용물이 무엇인가 하는 점과 더불어 그것을 수용하는 인간의 의식과 삶을 주물러서 새로운 인간을 만들어내기도 합니다. 책과 신문이라는 인쇄 매체가 중심인 시대에는 이성적이며 사고하는 인간 유형을 낳았다면, 영화와 텔레비전의 시대에는 보다 감성적이고 직관적인 능력이 발달한 인간이 출현할 수밖에 없다는 얘기입니다.

이러한 그의 이론에 따르면 우리는 오늘날의 새로운 세대들에게 ‘멀티미디어적 인간’이란 새로운 명칭을 붙이고 그들의 삶을 해석할 수 있을 것입니다. 즉 신세대들이 애용하는 미디어의 성격이란 그들의 부모세대가 사용하던 ‘모노미디어(monomedia)’와는 전혀 다른 ‘멀티미디어(multimedia)’가 주류를 이루고 있습니다. ‘멀티미디어’의 사전적 의미는 컴퓨터를 매개로 하여 정보를 문자·사진·동영상·소리 등의 다양한 형태로 전달하는 다중 매체(多重媒體)를 일컫는 것이지만, 이 안에는 여러 기능들이 한 곳에 모아져있을 뿐 만 아니라 이 기능들이 동시에 또는 연차적으로 계속 발휘될 수 있음을 뜻하는 일이기도 합니다.

과거 라디오나 TV는 오직 라디오나 TV로서의 단선기능밖에는 갖고 있지 못했지만, 오늘날의 컴퓨터는 라디오와 TV의 기능을 포함해서 신문과 잡지, 우편과 통신, 전축과 영화 등의 전반적인 미디어들을 모두 한 곳에 모아놓고 있을 뿐만 아니라 음악을 들으며 동시에 채팅을 하는 등의 동시다발적 행위를 가능케 만든 것이다.

이것은 전화와 휴대폰의 차이를 가지고 설명할 수 있다. 전화는 전형적인 모노미디어의 특징을 가지고 있는 반면에 휴대폰은 디지털 적이며 또한 멀티미디어의 성격을 고스란히 담아내고 있다. 즉 일반 전화기는 절대적으로 전화를 걸고 받는 한가지의 용도로 사용하고 있는 반면에, 휴대폰은 단순한 통화기능 외에 채팅과 쇼핑에서 게임과 정보의 획득, 대금 결제 등의 다양한 목적을 이루는데 편리하게 사용되고 있다.

얼핏 보자면 휴대폰이란 단지 전화의 연장선상에서 이해될 수 있는 것 같이 보이지만 그것이 세대간에서 이해되어지는 차이는 하늘과 땅 만큼이나 간격의 차이가 크다는 것을 알 수 있습니다. 기성세대에게 휴대폰은 단지 움직이면서 받을 수 있는 전화(기계)에 불과하지만 신세대들에게는 또 다른 자기 자신화한 존재(분신)에 가까운 것입니다. 신세대들로서는 자신의 생존을 확인하고 문화적인 삶을 영위하는데 사용하는 손발과 감각기관의 역할들의 일부가 휴대폰을 통해서 이루어진다고 볼 수 있습니다. 그리고 이 역할의 비중은 의심할 나위 없이 점차 커갈 것이다. 따라서 휴대폰이 가지고 있는 멀티미디어적 특징이란 인간 몸의 기관들이 가지고 있는 다기능적 요소를 본 따 만든 것이지만, 그것은 어느새 우리 행동양식을 디지털 적이며 또한 멀티미디어화 하는 방향으로 이끌고 있는 것이다.

<표1>전화기와 휴대폰의 특성 비교

구 분	전화기	휴대폰
세대구분	기성세대	신세대
주용도	음성통신	음성 및 문자, 화상통신, 게임 및 인터넷서비스, 카메라, 음악 등 다양
위치형태	가구형태, 고정형	수첩형태, 이동형
사용형태	공동체, 집단형	개인용
안정성	불통되는 경우가 거의 없음 대단히 안정적	장소나 밧대리 등에 의한 제한성 및 불안정성 산재
액세서리	받침대 및 손잡이 형겅장식	케이스 및 휴대폰줄 등에서 자기표현의 도구로 활용

모노미디어에 길들여진 기성세대들은 멀티미디어에 익숙하고 동시다발적인 행동을 보이는 신세대들의 행태에 대해서 너무 불안하게 여길 필요는 없습니다. 왜냐하면 하나님께서 만드신 인간의 몸은 본래부터 멀티기능을 발휘할 수 있도록 설계되었기 때문입니다. 기성세대라고 예외일 수 없다. 자동차를 운전할 때 오직 운전에만 신경을 쓰는 사람이 얼마나 될까요? 운전도 하면서 음악도 듣고, 전화도 받는가 하면 얼마든지 딴 생각도 가능한 것입니다. 다만 교통전문가들이 지적하듯 운전 외에 다른 행동들을 겸하는 것이 사고의 원인이 될 수 있는 것 처럼 우리 생활 중 멀티의 기능이 발휘되어야할 영역과 제한되어야할 사항을 구분할 줄 아는 지혜가 필요한 것입니다. 확실히 오늘날의 세상은 과거에 비해서 훨씬 멀티적 행동을 요구하는 경우가 늘어난 것만큼은 사실입니다.

앞의 표를 기초로 인터넷과 디지털미디어에 익숙한 신세대의 특징을 살펴보면 다음과 같습니다.

(1) 개인주의적 경향과 신부족주의 경향의 공존

휴대폰은 철저히 개인미디어입니다. 자신의 휴대폰을 타인과 공유하지 않습니다. 또한 신세대들은 디지털 미디어와 홀로 마주 대하여 많은 시간을 보냅니다. PC방에 모인 많은 사람들과 함께 있을지라도 그들은 단지 낮은 군중에 불과합니다. 우리는 한 공간 안에서 여러 사람과 함께 어울리는 공동체 문화와의 경험이 적어질 수 밖에 없습니다. 이것은 곧 개인주의적 성향을 심화시키는 방향으로 신세대들을 이끌수 있습니다.

그러나 흥미로운 사실은 개인주의적인 성향이 있으면서도 자신이 관심있는 분야에서 만큼은 나름대로의 응집력을 보인다는 점입니다. 즉 전통적인 의미의 공동체성은 사라지고 있지만 대신 대중적 결집력이 순간순간 돋보이는 ‘신부족주의(Neo-Tribalism)’의 경향을 보이고 있는 것입니다. 미셸 마페졸리(M. Maffesoli)는 현시대가 거대담론이 상실되는 시대이면서도 어느 순간 명백히 대중적인 결집력을 드러내는 특징을 ‘신부족주의’란 개념을 사용해서 설명한 적이 있습니다. 촛불집회때 인터넷 동호회끼리 모인다면, 프로야구의 관중석에서 같은 팀을 응원하는 사람들 사이에 나타는 응집력은 바로 인터넷 네트워크가 만들어낸 새로운 신부족주의인 것입니다.

(2) 재미 중심적 가치관 소유

휴대폰의 가장 주목할 만한 역할 가운데 하나는 그것이 놀이를 통한 재미를 제공한다는

점에 있습니다. 관계와 소통의 도구로만 휴대폰을 사용하는 것이 아니라 음악과 카메라, 인터넷 게임등을 통한 놀이문화를 일상화 편리화 시켰다는 점에 주목할 필요가 있습니다. 이것은 근본적으로 즐거움을 제공하는 오락의 기능이 일과 학습, 사회관계 등 전문분야에 걸쳐서 복합적으로 작용할 수 있음을 뜻하는 일이기도 합니다. 항상 오락적 즐거움을 제공하는 휴대폰을 몸에서 떼놓지 못하는 세대에게 학습은 재미있어야 하고, 좋은 사람이란 재미있는 사람이며, 즐겁지 않은 일은 당장 그만두어야 하는 것으로 여겨지기 쉽습니다.

따라서 신세대가 추구하는 가치란 오직 재미있는 것은 좋은 것이며, 재미없는 것은 철저히 외면될 뿐입니다. 재미가 없더라도 의미있는 것이라면 귀기울이는 자세를 요구하기가 쉽지 않은 세대인 것입니다.

(3) 충동성의 증가와 인내력의 상실

오늘날 휴대폰은 버튼 하나로 원하는 사람과 세상을 연결시키는 선(線)이며 창(窓)입니다. 단축 버튼 하나로 사람과 연결이 되고 내가 하고 싶으면 언제 어디서나 연결이 가능합니다. 공중전화 앞에서 줄을 서다가 사용자의 통화가 길어지는 바람에 시비가 붙어서 싸웠다는 얘기는 이제 우리 사회 어디서도 불가능합니다. 원하는 즉시 어디서나 바로 연결이 되어야 합니다. 특히 조만간 집안 살림조차 집 밖에서 휴대폰 버튼 하나로 움직일 수 유비쿼터스 세상이 도래할 것입니다.

과연 유비쿼터스 세상에는 기다림이란 것이 존재할 수 있을지 의문입니다. 인터넷과 휴대폰을 자유자재로 쓰고 있는 한국의 10대와 20대 신세대들의 자살률이 OECD국가 가운데 상위에 올라있는 것은 휴대폰과 인터넷 강국인 대한민국의 현상황과 무관치 않다고 봅니다. 휴대폰과 리모콘의 버튼을 누르고 컴퓨터 마우스 클릭이 곧 생활인 삶 속에서 인생이 마음에 들지 않거나 부담스러우면 인생을 리셋(reset)하고 TV채널 바꾸듯 목숨을 버리는 일이 손쉽게 인식될 가능성은 매우 높은 것입니다.

(4) 크로스오버 혹은 탈경계화된 경향

오늘날 휴대폰을 통신기기로만 인식하는 사람은 아무도 없습니다. 휴대폰은 때로는 사무 기기이며 오락기계이고 기록과 정보획득 등 다양한 기능을 수행하고 있습니다. 사실 무엇이든 딱 저의내릴 수 없을 만큼 다양한 영역을 넘나들며 사용할 수 있는 것이 곧 휴대폰인 셈입니다.

크로스오버란 서로 다른 영역을 넘나드는 것을 말합니다. 경계가 무너진 것입니다. 음악의 장르가 무너지듯이 신세대들이 삶과 세상을 바라보는 인식에도 경계가 무너지고 있음을 보게 됩니다. 놀이와 학습의 경계가 무너지고 있는가 하면, 어른과 아이, 남자와 여자의 명확한 구분과 역할이란 개념도 의미가 없어지고 말았습니다. 미디어 전문가들이 예견하듯이 이제 현실과 가상의 경계구분도 모호해질 것입니다.

5. 디지털 세대와 소통하는 교회를 위하여

흔히 의사소통이란 의미로 사용되는 커뮤니케이션(communication)이란 단어는 라틴어 어원인 커뮤니카레(communicare)로부터 나왔다는 것이 정설입니다. 그런데 흥미로운 사실은 이 '커뮤니카레'라는 단어는 '공통적인 것을 만든다'(to make common)라는 뜻으로 연합과 일치를 추구하는 행동양식을 설명할 때 사용되어 왔습니다.

교회의 사역을 중심으로 해석하자면 복음소통의 주체인 교회가 신세대 혹은 세상을 향해

교회가 지니고 있던 하나님을 아는 지식이나 정보 경험들을 나누어 갖는 행위에 있어서 분열이나 왜곡이 일어나지 않고 온전한 교감과 소통에 이르는 것을 뜻합니다.

커뮤니케이션의 어원을 밝히는 일 가운데서 명사형인 코무니스(communis)를 분석하면 보다 뿌리깊은 뜻을 음미할 수 있습니다. 코무니스는 콤(cum)과 무니스(munis)라는 2개의 어근으로 구성되어 있음이 최근에 밝혀졌습니다. 전문가들은 ‘콤’은 영어의 ‘with’(함께)에 해당하며, ‘무니스’는 ‘묶다’(bound)라는 뜻의 모이니스(moinis)나 혹은 ‘하나’(one)라는 뜻의 오이노스(oinos)에서 온 것이라는 해석을 내리고 있습니다. 종합하자면 커뮤니케이션은 ‘함께 하나로 묶을 수 있는 행위’라는 의미를 내포하고 있는 것입니다. 이것은 곧 교회와 신세대(세상)라는 서로 다른 대상간의 커뮤니케이션 작용이 이루어진다는 것은 무언가 함께 하나될 수 있는 것이 필요로 한다는 사실을 얘기하고 있음에 다름 아닙니다.

이를 위해 성경이 제시하는 수용자 중심의 커뮤니케이션 원리는 디지털 세대이건 아날로그 세대이건 상관없이 모든 인간을 아우를 수 있는 중요한 소통방식으로 이해할 수 있습니다.

(1) 필요 유발과 충족이 원리

모든 성공적인 관계와 소통의 핵심은 필요와 충족의 원리 안에서 이해할 수 있습니다. 상대방의 필요를 파악하는 일이 무엇보다도 필요하며, 이를 충족시켜줄 수 있는 능력이 요구되고 있는 것입니다. 우리 사회에는 빵과 의약품이 필요했던 시대가 있었는가 하면, 민주주의와 자유가 진정 필요했던 시대도 있었습니다. 그렇다면 21세기 디지털 세상에 사는 사람들이 필요로 하는 것은 무엇일까요?

다만 교회가 주의해야 할 것은 자기중심적이며 자기를 객관화 시켜본 경험이 부족한 신세대들의 경우 정작 자신이 진정 필요로 하는 것을 알지 못하며, 나아가서 필요(need)와 욕망(desire)을 혼동하기 조차 한다는 사실입니다.

예를들어 청소년들은 하루 종일 컴퓨터게임이나 채팅을 원하지만 그것은 학습향상과 신체적발달이 요구되는 성장기의 청소년들의 필요라기보다는 욕망에 더 가깝다고 할 수 있다. 교회는 청소년들의 이러한 문화적 욕망에 부응하기 보다는 그 기저에 깔려있는 본질적인 필요를 감지할 필요가 있습니다. 인터넷과 같은 네트워크 시스템 안에서 몰두하는 청소년들일수록 현실사회에서 소외당하는 일이 적지 않기 때문입니다. 이 경우 사회적 관계안에서 인정받고 싶어하는 심리가 이 학생의 본질적 필요에 해당한다고 볼 수 있습니다.

(2) 눈높이 시각을 맞춰라

인간 커뮤니케이션이란 자아커뮤니케이션을 제외한다면 상대방의 수용여부가 커뮤니케이션의 성패를 좌우하게 마련입니다. 당연히 자기중심적인 시각을 주장하기 보다는 상대방의 눈높이를 맞추는 자세가 필요합니다. 이는 하나님이 인간의 옷을 입고 세상에 오신 육화사상의 뜻과도 통하는 것입니다. 신세대와 세상을 향해 교회의 뜻에 맞추라고 주장하는 일은 별 효력이 없어 보입니다. 세상과 소통하는 문화와 언어를 이해하고 배우는 일은 그래서 중요합니다. 디지털 미디어는 바로 새로운 문화와 언어의 핵심인 셈입니다.

(3) 문제중심이 아닌 인간중심의 시각을 형성하라

교회사역이이란 인간을 향한 커뮤니케이션 행위란 점을 늘 마음에 담아두어야 합니다. 문제가 없는 인간은 존재하지 않습니다. 인간이 타락한 죄인이란 사실 자체가 문제를 항상 생산해내는 까닭에 인간에게 완벽함을 기대하는 것은 어불성설입니다. 그런데 교회가 낮설고

자신과 다르다는 이유 때문에 문제중심으로 새로운 세대를 바라보기 시작한다면 소통의 오류를 낳을 수밖에 없습니다. 이럴 때는 문제중심으로 바라보기 보다는 문제 너머에 존재하는 인간으로서의 신세대를 볼 수 있어야 합니다. 그것은 곧 애정 어린 시선을 의미합니다. 하나님은 인간의 죄에만 집중하셨다면 결코 아들을 세상에 보내지 않으셨을 겁니다. 비록 죄를 지었지만 죄인 된 인간을 사랑하셨기 때문에 하나님은 세상과 단절하지 않으시고 소통의 열쇠인 예수 그리스도를 보내셨던 것입니다.

그리고보면 성경의 커뮤니케이션은 아날로그와 디지털 시대를 모두 아우르는 인간 본질에 대한 이해에 기초하고 있음을 알 수 있습니다.