

미디어 시대, 미디어 세대를 듣다

음악전문케이블방송(MTV)이 청소년에게 미치는 영향을 중심으로

신호영

바람에 휘날리는 낙엽 소리에 까르르 웃어 재기던 소녀들이 있었더랬다. 수줍어 말도 못하던, 괜한 앞코만 났던 신발도 있었더랬다. 얼마 전 우리시대의 청소년 문화를 재조명하듯 소녀들의 수다를 가득 적어놓은 빛바랜 일기처럼 어설피 쓴 짜구려 향수내음 풀풀 풍기는 영화가 하나 개봉했다. 그 향수를 지닌 이들은 즐거이 공감했다.

지금의 청소년은 어떤 문화를 추억하게 될까? 소리 내어 불러보지만 들리지는 않을 것 같다. 그저 들리기보다 '보이는' 문화에 익숙한 현시대의 청소년은 말소리보다 기계음에, 나지막한 심장박동보다는 달팽이관의 진동소리에 더 민감하다. 그들의 웃음은 사람보다는 사람과 사람을 연결하는 미디어에 더 익숙하며 미디어가 없는 그들의 대화는 존재하기 힘들다. 미디어media의 단수는 medium인데, 이 단어의 어원은 medius, between을 의미하는 라틴어다. 사이에 끼인 무엇이다. '인간(人間)'이란 말에 있는 간(間)도 '사이'다. 사람 사이에 끼인 무언가가 우리의 문화를 전달하기도, 만들어도, 이끌어다 가며 그네들의 독특한 속성으로 의미를 재구성, 창조하여 전파하기도 한다. 끼인 무언은 존재 이상의 모습으로 왜곡을 넘어 대체하기

까지 하는 오만함을 지닌다. 그것이 이제 우리 문화의 핵이 되고 있다.

미디어, 청소년과 함께 자라다

특히 청소년문화는 대중음악에서 점점을 찾은 것으로 보인다. 한국이라는 입시중심의 풍토 속에서 그들이 누릴 수 있는 자유는 청각에 의존한 대중음악이다. 청소년은 대중음악으로 고민을 풀어내고 대중스타를 동경하며 그들의 life-style을 지향점으로 삼는다. 경제적인 부요와 기술발달로 새로운 여가가 창출되며 여가를 소비할 능을 지닌 청소년은 대중문화의 주요 소비자가 되어 대중가요시장을 독점하다시피 한다. 그들은 음악을 통해 자유를 만끽하며 갖은 스트레스와 욕구를 해소한다. 육체적인 참여를 통해 그들의 방식으로 소통하며 자신만의 세계에 심취하여 도피하기도 한다. 모방의 시기인 청소년기에 특정가수를 따라하며 대리만족을 하기도 하고 또래집단의 소속감을 강화하기도 하며 자신의 기호를 표현하기도 한다.

청소년이 즐기는 대중문화의 기반인 대중음악을 중심으로 하여 형성된 음악전문케이블방송은 청소년문화에 큰 영향을 미친다. 1970년대부터 대중음악의 부

MTV는 음악적 요소와 떠도는 기표들이 범람하는 매체이며 광고주, 음반, 방송사의 마케팅을 위해 편집된 이미지와 환상, 고도의 전략을 지닌 매체이다.



진으로 어려움을 겪던 음반산업이 찾은 돌파구는 광범위하고 포괄적 매체인 TV의 형식이다. 버진 레코드의 사장의 “우리는 구세주를 찾아 헤맸는데, 그것은 MTV(음악전문케이블방송)이라는 형태를 가지고 등장했다”는 말처럼 MTV의 시작은 대중음악의 신세계였다. 1990년대 이후 라디오, 워크맨의 매체를 기반으로 한 청각의 시대에서 시청각, 멀티(multi)의 시대로 시각의 확장은 기술이라는 전능한 신화의 힘을 빌려 끊임없는 뉴미디어의 진화를 거듭한다. 이제 무소부재한 유비쿼터스의 시대에 ‘언제, 어디서나’ 동행한다. 청소년문화의 거점인 MTV는 확장된 기술의 무한한 가능성과 함께 미디어와 성장한 세대들의 절친한 동반자로 성장한다.

의미 없는 그럴싸한 분위기를 자아내는 수많은 이미지들로 구성된 서사구조를 지닌 뮤직비디오 중심의 MTV는 포스트모던적 매체라 불리며 서사적인 이해를 기반으로 어떤 지식을 주기보다 어떠한 감정을 불러 일으키는 청각의 시각화에 의한 끝없는 무드(mood)의 매체였다. 뮤직비디오만으로 송출되기엔 턱없이 부족한 개체 수, 경제적인 이유로 인한 광고편성과 편집이 점차 이미지 중심의 매체에 다양한 기획과 제작, 편성

의 과정을 거친 엔터테인먼트와 결합한다. MTV는 음악적 요소와 떠도는 기표들이 범람하는 매체에 기획, 편성, 제작 하에 광고주, 음반, 방송사의 마케팅의 장인 미디어다. 의도를 가진 편집된 이미지와 환상, 고도의 전략을 지닌 매체이다.

미디어, 청소년에게 말하다

이런 MTV를 중심으로 형성된 청소년문화, 영향이 없을 수가 없다. 긍정적이든, 부정적이든 기능에 따른 여러 영향을 갖고 있다. 대중문화를 긍정하는 이론가들은 대중은 결코 분별력을 결여한 무리가 아니며 자신의 필요에 따라 적극적으로 대중문화를 선별하여 수용, 활용할 줄 아는 주체로 본다. 또한 이를 비판하는 이들이 미디어의 힘을 지나치게 강조하였으며, 주장하는 내용 또한 어떤 증거에 의해 입증된 것이 없다고 보았다. 비판의식으로 인해 대중문화의 긍정적인 순기능마저 간과한다고 보았다.

대중문화는 교화와 연예의 양면의 기능을 지녀 문화를 전수하기도 하고 공동체를 보존하며 사회를 비평하게도 하는 세계투영행위로서의 교육적 기능을 가진다. 또한 TV라는 다각도의 매체 특성상 세계 곳곳의



삶의 방식에 대한 이미지들을 전달하여 사회화, 문화화하며 특별히 대중가요는 다양한 계층과 교육배경을 가진 사람들에게 커뮤니케이션을 가능케 하는 기능을 한다. 그리고 청소년들로 하여금 동경하는 세계에 대한 간접적인 정보와 자아실현의 도전을 촉구하여 아직은 경험치 못한 세계의 맛보기의 역할을 수행한다. 그러나 현재 청소년문화가 대중문화의 반영이라는 점에서 우리사회의 중심문화가 쾌락지향적, 유희지향적, 소비지향적인 문화의 영향을 배재할 수 없다는 점을 기억해야 한다. 대중문화를 조종하는 것은 자본이며 지금은 어떤 정신이 중심이 아닌 자본이 물질을 넘어 정신도 지배하는 물질만능주의 'ism'의 시대로 남녀 노소를 가리지 않는 공용의 매체인 TV를 통해 유포되는 상업지향적인 소비문화라는 점이다. 미디어는 환산된 물질가치를 비판하기보다 모두가 동조할 수 있는 사회적 이데올로기로 작용하여 스타일, 표상, 소비, 정체성을 '상식'으로 정착, 물질 중심의 허구를 조장한다. 스타일과 표면적인 것이 중요한 가치가 되어 재미, 쾌락 그리고 욕망만을 쫓게 되며 물질만능의 이데올로기와 맞물려 소비를 자신의 정체성을 드러내는 유일한 기준으로 삼아 청소년들의 심리적 불안감과 자신의 정체성을 소비로 얻고자 한다. 분별력 없이 획일화된 패러다임을 지닌 청소년들은 대량생산된 소비 중심의 통일된 라이프스타일(life-style)을 통해 방관, 맹신의 두 형태의 반응을 보인다. 청소년시기의 특징인 '모방'이

그들이 즐겨 접촉하는 미디어의 주체와 맞물려 무작정 따라한다. 미디어의 주체에는 편집된 아이돌의 일상과 상대적인 가치관에 기인한 행위가 있다. 청소년들은 끊임없이 노출된 반복적인 대량생산된 행위에 시시비비를 떠나 끊임없는 문지방 체험으로 내성을 형성, 재미있다는 맹목적인 청소년들만의 동조를 바탕으로 유대감을 형성한다. 편집되어 반복된 이미지에 익숙해져 실제 노동이나 가족과 같이 살아있는 진정한 리얼리티의 다른 요소들은 무시가 되며 미디어를 통해 수용한 유사환경들로 인해 현실과 허구를 구분하지 못하는 경향이 발견된다.

정리하자면 MTV는 포스트모더니즘의 파편화된 이미지와 물질 중심의 상업성을 수용자에게 소비하게 함으로 미디어의 정체성과 라이프스타일(life-style)을 투영해 왔다. MTV는 현재까지 변함없이 청소년 수용자를 목표로 하는 문화적·상업적 정체성을 유지하고 있으며, 드러난 여러 청소년문화로 비롯된 사건들을 볼 때, 현 MTV는 순기능보다 역기능과 파급력이 강력하며 미디어의 순기능이 그 노릇을 제대로 하고 있지 못함을 알 수 있다.

미디어 시대, 이미 그리고 아직

그럼에도 불구하고 우리는 '이미'와 '아직'의 자세를 갖춰야 한다. 미디어의 기능과 영향에 있어 지양해야 하는 태도는 먼저 아직은 거듭 진화하는 과정에 있는 진

매체 이용시 부모와 자녀가 함께 미디어를 시청하는 것에 그치지 않고 소화함으로써 문화산업의 상업논리에 노출된 위험성을 분별할 줄 알고, 비판적인 안목을 키워 이미지를 읽을 수 있는 감상 교육도 가능하다.

행형의 매체에 옳고 그름의 잣대를 들이대는 경솔함을 기억해야 한다. 그러나 미디어를 가치중립적으로 보고 미디어의 표면적 의미만을 분별하는 경솔함도 지양해야 한다. 세상에서 일어나는 일에 등을 돌리고 무시할 권리가 우리에게 없으며, 온갖 세속적이고 나쁜 것, 틀린 것의 이분의 태도도 경계해야 할 것이다. 정직한 답변은 양분하여 이해하는 데에 있지 않고 '세상에 있으나 세상의 것이 아닌' 우리의 권리와 책임을 인식하고 '이미 왔으나 아직 기다려야 할' 완전한 소망을 지닌 그리스도인으로, 먼지와 같으나 이 먼지도 빛을 받아 영광 돌릴 책임과 의무가 우리에게 있음을 기억하는 것이다. 우리는 대중문화를 흥미와 재미를 넘어선 여가의 무비판적 소비행위라는 점을 인식하고 이를 기독교적 시각으로 대치하고 바꾸어 쓰기 위해, 적절한 자신감과 예의로, 감수성과 배려를 갖춘 참여적 반성의 움직임으로 노력해야 한다.

미디어 시대, 이제 미디어 세대를 듣다

먼저 일과 안식에 대한 가치의 재조명이 필요하다. 인생에게 주신 선한 선물들을 통해 기쁨을 나누게 하심을 기억하며 왜곡된 시대의 보편가치들을 넘어 인간 본연의 모습을 상기하며 하나님을 추구해야 할 것을 가르쳐야 한다. 배척이 아닌 청소년 스스로가 미디어에 대한 미디어 사용에 적절한 향유의 기준을 가지도록 '돕는' 것이 교육의 원래 목적임을 잊지 말아야 한

다. 이 마음가짐이 준비되었다면 이제 가정과 학교에서의 미디어 교육을 실시할 때이다. 청소년문제의 가장 큰 역할은 바로 가정에 있다. 청소년문제의 시작은 청소년 본인 이전에, 청소년과의 문제에 대처하는 어른들의 미숙함에 있다. 우선 어른들은 지각해야 한다. 결코 소비가 개인과 집단의 문제들을 해결할 수 없다는 것을. 가장 손쉬운 방법의 해결방법으로 갖고 온 것을 가질 능력을 쉽게 주는 것을 피해야 한다. 또한 문제 행동에 대해 어른으로서 고압적 자세로 지적하는 방법을 버려야 한다. 청소년만 무례한 것이 아니다. 청소년의 외향이 다 큰 어른과 차이가 없다 하더라도 그들은 아직 교육받으며 자라가는 과정 가운데 있음을 잊지 말아야 한다. 미숙한 판단과 대처가 당연한 청소년에게 고압적인 자세를 떠나 무례하지 않는 이해의 자세로, 물질적 소비가 아닌 질적인 시간을 소비하는 저기술의 커뮤니케이션, 듣고 말하고 공감할 것을 제안한다.

더불어 매체 이용시 부모와 자녀가 함께 미디어를 소화하는 체계적인 영상매체교육이 필요하다. 질적인 시간을 소비하는 저기술의 커뮤니케이션을 시도하는 '함께'의 교육은 미디어를 같이 시청하는 것에 그치는 것이 아닌 소화하기까지의 교육이다. 이를 통해 문화산업의 상업논리에 노출된 위험성을 분별할 줄 아는 세계관 교육의 지평을 열고, 대중문화에 대한 비판적인 안목을 키워 이미지를 읽을 수 있는 감상 교육도 가

능하다. 교육은 멀리 있는 것이 아닌 삶의 현장에서 이루어진다. 또한 저기술의 커뮤니케이션을 통해 심미적·윤리적·정치 사회적 비평도 가능하며, 직접 제작할 수 있는 교육을 통해 질적인 시간을 더욱 풍요롭게 할 수 있다. 이로서 능동적인 주체자로서의 문화 관람객에서, 직접 제작하여 그 속에 상상력과 창조적인 주체자로서의 문화생산자의 주체성까지 얻을 수 있다.

가정과 개인의 반성에도 학교와 사회를 변혁하는데에는 미디어의 순기능을 강화하는 것이 큰 영향력을 지닌다. 현실적으로 미디어가 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 한다. 대중매체의 순기능을 강화하는, 청소년의 문제에 대한 합리적인 대안을 모색하고 해결방안을 찾으려는 발상이 절실히 필요하다. 선도적·교육적 책임을 인식, 형식적으로나마 전체 프로그램 내에 일정 비율을 청소년들의 문화를 재정비할 수 있는 바른 프로그램 방영으로 매체내의 정화기능을 감당하는 것을 권고하며 공적 매체로서의 인식과 자기 반성적 매체로서의 기능을 수행해야 한다.

또한 매체의 편성과 기획, 제작에 개입하는 상업성

의 힘을 무시할 수 없다. 주체의식을 갖고, 대중의 '선택'하는 권한으로 소비자로서의 목소리를 내는 것도 또한 중요하다. 광고에 개입하는 광고주, 기업에 책임투자의 환경을 조성하는데 소비자로서목소리를 내는 것도 또한 우리의 몫이다. 기업 스스로가 자본도 모으며 좋은 세상을 만들어 나갈 수 있는 가치 있는 투자를 실현하도록 돕는 것이 공동체로서의 우리의 소명이다. 무조건적 비판이나 승리주의 방식의 죽이기는 지양하며 물질 만능적인 광고와 프로그램에 대해 이론과 지성을 토대로 하여 비평, 격려함으로 '항상 대답할 것을 준비하되 온유와 두려움으로 선한 양심(벧전 3:15)'을 지닌 예의 있는 시민운동을 지향해야 할 것이다.

우리가 만든 문화 또한 하나님의 것이며 세상 모든 것을 주님께로 회복해 나아가는 개혁주의 신앙 노선에 따라 흥미와 재미에 몰두한 청소년들의 무비판적 여가 소비를 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(잠 4:32)'의 말씀을 기억하며 청소년들을 시비를 가리기조차 어려운 급변하는 문화의 흐름 속에서 늘 깨어있도록 꾸준하게 말씀으로 조명하는 것이 필요하다.

*본 원고는 2009학년도 총신대학교 교육대학원 석사학위 논문(음악 전문케이블방송이 청소년에게 미치는 영향)을 요약한 것이다.



신효영 총신대 교육대학원 기독교문화교육학과를 졸업하고 아가페출판사 편집부 디자인팀과 놀이미디어교육센터 연구원을 거쳐 현재 총신대 학생지원센터 간사로 근무하고 있다. 또한 기독교미디어아카데미 중기과정 5기에서 다양한 미디어 교육과 시사문화QT를 통하여 미디어 제작활동을 하고 있다.