

**권장회**

본회 회원, 기독교윤리실천운동 총무.

## 문화시대 그리스도인의 책임

미국의 한 가정단체에서는 얼마 전 '클린턴의 성추문 사건으로부터 아이들을 떼어내자'는 내용의 전자메일을 곳곳에 발송하였다. 미국 뿐 아니라 세계 전역을 휩쓴 대통령의 성추문 의혹에 대한 선정적인 보도 속에 자녀들의 가치와 정서 교육에 결코 도움이 되지 않는 간통과 거짓말, 모함과 담합거래 등 온갖 비윤리적인 언어들에 혼탁하게 뒤엉켜 있었기 때문이다.

교육적으로 부적절한 소재들은 비난 뉴스보도에 국한된 것만은 아니다. 아무런 명분과 목적도 없이 단지 「돈」을 벌기 위해 무차별적인 학살을 일삼는 영화들이 안방의 브라운관에서 불을 뿜어내고 있으며, 사회고발을 빙자한 범죄 재연 프로그램들은 모방성이 강한 청소년들에게 범죄 현상이 안방의 눈앞에서 일어나는 대수롭지 않은 일상의 모습이라는 암시와 함께 충동적인 아이들에게 범죄의 방법을 가르치는 교과서 노릇을 하고 있다. 방송사들은 최근 사회적 지탄 속에 일부 저질스런 프로그램을 폐지하고 가족 중심의 교양 프로그램을 신설하겠다고 밝히고 있지만, 전문가들은

나아진 것이 없다는 지적이다. 여전히 방송을 필두로 한 대중매체들은 우리 자녀들의 안방과 일상 속에서 '소돔과 고모라의 문화를 추종하도록 가르치고 있다.

개구리를 요리할 때 끓는 물에 개구리를 집어 넣으면 뜨거워서 금방 튀어나오지만, 찬물에 개구리를 넣고 서서히 열을 가하면 개구리는 점점 잠이 들어 삶겨 진다는 이야기가 있다. 날이 갈수록 자극적이고 폭력적인 묘사가 증가되는 텔레비전을 보고 있노라면, 우리 그리스도인들의 모습이 마치 냄비 속에서 죽어 가는 개구리와 다를 바가 없다는 생각을 갖게 된다. 불과 수 년 전에는 상상도 할 수 없었던 선정적인 장면들, 온갖 종류의 불륜을 미화한 내용들이 방영되지만 매일 매일 면역이 되어서 그렇게 심각하게 놀라지 않고 적응하는 것이 우리의 모습이다.

금년은 유엔이 정한 사친·영상의 해이고, 앞으로 21세기는 문화의 세기가 될 것이라는 예측 아래 모든 선진국들은 문화산업의 발전에 국가의 사활을 걸고 있다. 우리의 새 정부도 문화부를 독립시키고 '문화비전 2천년 위원회'를 지난 해 발족시켜 문화산업시대에 걸 맞는 투자에 의욕을 보이고 있다. 따라서 문화 산업은 계속 번창할 것이고 그에 따른 경쟁도 치열해져 그 부작용으로 저질스런 문화상품이 양산될 우려 또한 높아지고 있다. 방송이 그 공영성에도 불구하고 선정·폭력성으로 비판을 받는 가장 큰 이유는 방송사 간의 시청률 경쟁 때문이고, 스포츠신문의 저질경쟁도 스포츠지 3사 간의 판매부수 경쟁에서 비롯된 것이기 때문에 과도한 경쟁이 저질화를 초래한다는 것은 의심할 여지가 없다.

무엇보다도 염려스러운 것은 "돈을 더 많이 벌기 위해서라면 무엇이든 할 수 있다는 상업주의"가 우리 사회의 보편적 가치가 되어가고 있는 것이다. 음란 성인잡지의 표지누드모델을 방송과 신문들이 떠들썩하게 영웅으로 만들고, 저질 신문으로 비난을 받는 스포츠신문이나 등장하던 불법적이고 탈법적인 폰팅과 전화방 광고들이 IMF 시대를 맞아 광고 수입이 떨어진 일간신문들의 지면에 버젓이 자리를 잡는 동안 「성을 대개로한 돈

별이」는 정당한 것처럼 합리화되고 있다.

문제는 성을 상업화하는 저급한 대중문화의 범람으로 인해 가장 큰 피해를 입는 것은 감수성이 예민하고 가치형성이 미흡한 청소년들이라는 점이다. 저속한 대중매체를 반복적으로 접촉하는 청소년들은 이를 통해 왜곡된 가치와 잘못된 규범을 배우게 되고, 충동적인 모방행위로 자칫 일탈에 빠지고 범죄를 저지르는 등 어려움과 고통을 당하게 된다. 폭력을 미화하는 대중매체가 피해자든 가해자든 어린 학생들 모두에게 깊은 상처를 입히는 학원폭력의 주요 원인이란 점을 지난 해 중학생 폭력조직인 「일진회 사건」으로 확인할 수 있었다.

청소년층은 대중문화 생산자들에게는 막대한 시장이다. 따라서 청소년들은 대중문화 상품의 소비자로서 주요한 전략적 공략대상이 되고 있다. 음반시장 수요층의 70% 이상이 10대들이고, 스포츠신문과 같은 저질 오락지들의 66%의 소비자가 청소년이다. 방송 또한 주말의 황금시간대인 6시에서 8시까지는 청소년들을 위한 오락프로그램으로 집중 편성하고 있다. 따라서 청소년을 대상으로 한 문화상품들은 청소년들의 호기심을 자극하는 「성」을 소재로 하기 쉽고 저질화될 가능성이 상대적으로 높다. 따라서 자녀 교육에 관심을 갖고 있는 부모들은 청소년들을 대상으로 한 문화상품이 건전하게 만들어지도록 사회적 압력을 행사하고, 관심을 기울여야 한다.

문화상품은 단순히 즐기면 되는 것이 아니다. 문화 상품들은 인간의 삶을 다루기 때문에 즐거움이나 아름다움을 제공하는 동시에, 「옳음과 그름」과 「선함과 악함」이라는 윤리적 가치들을 제공한다. 화란의 문화철학자 반 퍼슨은 “문화는 명사가 아니라 동사이다”라고 정의한 후 “문화는 우리의 일상이기 때문에 반드시 평가되어야 한다”고 주장하였다. 특별히 문화 상품이 우리 자녀들에게 왜곡된 가치와 규범을 가르치는 교과서 역할을 한다면 더더욱 평가해야 할 의무가 있다.

문화상품에 대한 윤리적 평가를 통해 문화의 규범성을 확보하려는 사회

적 노력이 필요하다. 우리의 육체적 건강을 위해 섭취하는 식료품의 성분에 유해한 것이 있으면 이를 법적으로나 사회적으로 규제하는 것이 소비자운동이다. 이와 같이 정신적인 건강을 위해 섭취하는 문화 상품의 성분에 가치관을 왜곡시키고, 오염시키는 내용들이 있을 경우, 이를 규제하도록 법적 장치를 마련하고 사회적 규제에 정당성을 부여하는 사회적 풍토를 만드는 것은 「문화소비자운동」인 것이다. 콩나물이 잘 자라도록 하기 위해 사용하는 농약이 인체에 유해한지를 밝혀내고 유해하다면, 이에 대한 법적 제재와 사회적 불매운동으로 해당 기업에 책임을 묻는 것처럼 문화상품도 같은 방식의 문화소비자운동이 적용되는 것이다. 청소년층이 소비하는 문화상품들이 그들에게 잘 팔리도록 성적 호기심을 부추기고 온갖 추하고 비윤리적인 가치관들을 담아낼 때, 이에 대한 유해성을 밝혀내고 불매운동으로 거부하는 것은 마땅한 문화소비자의 권리이다.

기독교윤리실천운동은 지난 10여년 동안 대중문화 상품을 평가하여 유해성을 밝히고, 청소년에게 유해한 대중문화 상품의 생산을 규제하는 시민운동을 전개해 왔다. 하나님의 거룩하심과 영광을 거슬리고 창조질서를 정면으로 거부하는 대중문화에 대해 침묵한다면 우리는 그리스도인으로서의 책무를 다했다고 말할 수 없다. 대중매체가 전하는 메시지들은 우리 자녀들에게 강력한 위력을 갖고 있는데 그 위력이 잘못된 것이면, 우리 자녀들이 잘못될 가능성은 커지는 것이다. 따라서 자녀들을 하나님의 말씀으로 올바르게 양육하고 복음을 전파해야 할 그리스도인들이 잘못된 복음을 전하는 대중매체와 싸우는 것은 당연한 것이다.

계시록 2장 19절과 20절은 두아디라 교회가 주님의 심판 앞에서 여러 선행과 믿음의 행위로 칭찬을 받지만, 한가지 분명한 책망을 받는데 그것은 거짓 선지자들에 대하여 침묵했던 점이었다. 우리 그리스도인들은 하나님의 백성들을 미혹하여 행음하게 하고 우상을 숭배하게 만드는 이 시대의 거짓선지자인 「대중매체와 대중문화 상품들」을 용납하는 잘못을 범치 말아야 한다. 이미 우리 사회에서 그리스도인의 수는 대중문화 생산자들에게 충분히 압력을 행사할 만큼 다수가 되었고, 따라서 소비자로서의 주권

을 요구할 수 있게 되었다. 우리 문화의 수준은 우리 그리스도인 소비자의 수준만큼 건강할 수 있다. 그리스도인의 책임이 크지 않을 수 없다. 卍