

종교교육학연구 제17권. pp.25~44

서울: 한국종교교육학회, 2003. 12

## 대중스타, 대중매체, 종교교육\*

黃 弼 昊

(강남대학교)

---

### 《요약》

---

이 글은 세 부분으로 구성되어 있다.

첫째, 현대판 영웅인 대중 스타는 문자 그대로 인기 있는 사람'이지만 그가 반드시 유명한 사람'이거나 사랑 받는 사람'은 아니다. 그렇다고 우리는 대중 스타를 단순히 마이크 체질을 가진 사람, 탤런트 기질이 있는 사람, 탄파라 소질이 있는 사람 등으로 비하시킬 수도 없다. 대중 스타의 기반은 뭐니뭐니 해도 대중의 지지와 박수일 수밖에 없기 때문이다. 여기서 나는 대중 스타의 성격, 대중 스타의 탄생 과정, 그리고 대중 스타에 대한 우리들의 잘못된 시각을 간단히 설명한다.

둘째, 한편 우리는 대중의 순수한 지지 혹은 대중 매체의 일방적인 조작이 대중 스타를 만든다고 믿고 있다. 그러나 모든 대중 스타는 대중의 지지와 대중 매체의 협조

---

\* 나는 m'ass'라는 단어를 대중'보다는 다수'로 번역해야 된다고 믿는다. 대중'의 반대는 엘리트'일 수밖에 없어서 거기에는 이미 가치 판단이 들어가 있으며, 그래서 우리는 가치중립적인 다수'나 소수'를 사용해야 된다고 믿는다. 특히 민주주의 사회에서는 모든 일이 다수의 동의로 결정되지 않는가.

그래서 임현영은 대중 문화'와 민중 문화'를 대비시키기도 한다. 대중 문화 자체가 지닌 반민중성은 대중 문화의 수용층인 민중들로 하여금 극단적인 저항감을 조장하기에 충분하다. 시인 박노해는 「노동의 새벽」에서 이렇게 노래한다. 흰한 대낮에 산동네 구멍가게 주저앉아/ 쇠주병을 비우고/ 정 형이 부탁한 산재관계 책을 찾아/ 종로의 크다는 책방을 둘러봐도/ 앓병할, 산테미 같은 책들 중에서/ 노동자가 읽을 책은 두 눈 까집어도 없고/ (중략) 선진조국의 종로 거리/ 나는 ET가 되어/ 얼마간 미친 놈처럼 헤매이다/ 일당 4800원짜리 노동자로 돌아와/ 연장도장을 찍는다.' 그만큼 민중은 대중 문화를 향유할만한 경제적 기반이 없다." 임현영, <민중 문화와 대중 문화>, 강현두 편, 《한국의 대중 문화》, 나남, 1987, p.54.

그러나 나는 이 글에서 그냥 관행을 따라서 다수 매체'와 다수 문화' 대신에 대중 매체'와 대중 문화'로 표현하겠다. 습관은 제2의 천성이라고 하지 않는가.

라는 쌍두마차에 의하여 탄생한다. 그럼에도 대중 스타와 대중 매체의 정확한 관계를 설명한다는 것은 거의 불가능할 정도로 복잡하다. 여기서 나는 대중 매체의 엄청난 위력과 독특한 두 가지 속성을 비교적 상세히 설명한다.

셋째, 그러면 대중 문화와 종교 교육의 관계는 무엇인가? 여기서 나는 종교 교육을 교양 교육의 일부로 소개하고, 대중 문화는—수많은 문제점에도 불구하고—여전히 우리들의 교양의 일부라는 입장에서 그들의 만남과 그 만남에서 나타나는 위험성을 간단히 설명한다.

핵심 주제어 : 대중 스타, 대중 매체, 조작, 교양 교육, 종교 교육.

## I. 머리말

우리나라에서 과거의 대중 스타는 주로 영화 배우에 국한되어 있었다. 또한 영화에 종사하는 사람들 중에서도 정작 스타를 만들어내는 제작자나 감독의 이름은 전혀 알려지지 않았다. 그러나 이제 대중 스타는 영화뿐만 아니라 텔레비전이나 라디오에서도 나올 수 있으며, 종목별로도 연기자 이외에 감독·촬영감독·무용가·성악가·DJ·연주가·작곡가·화가·대학 교수·운동 선수·방송 MC·코미디언 등 극히 다양하게 되었다. 특히 요즘에는 시인·소설가·철학자도 대중 스타가 될 수 있게 되었다.

이제 대중 스타의 영역은 거의 모든 분야를 포함한다. 물 위를 걷어가는 사람도 대중 스타가 될 수 있으며, 설악산에서 10년 묵은 산삼을 발견한 사람도 대중 스타가 될 수 있으며, 평생 문명을 등지고 전기도 라디오도 없는 오지에 살던 사람도 대중 스타가 될 수 있다. 우리는 이러한 사실을 ‘현대에는 스타가 없는 시대’라고 표현하는데, 이 말은 실제로 모든 사람이—예외 없이—스타가 될 수 있는 시대라는 뜻이다.

어떤 사람은 이런 사실을 과거의 ‘영웅 시대’가 반체제적인 ‘반영웅 시대’를 거쳐 오늘날의 ‘비영웅 시대’로 돌입했다고 말한다. 하여간 씨름과 같은 스포츠가 대중 스타를 배출할 수 있는 이유도 모든 사람이 스타가 될 수 있는 스타의 영역 확대가 선행되었기에 가능한 것이다.<sup>1)</sup>

1) 황필호, <누가 대중 스타인가>, 《인문학·과학 에세이》, 철학과현실사, 2002, p.143. 이 글은 경향신문사 편, 《사상과 정책》(1986); 강현두 편, 《한국의 대중 문화》(나남, 1987); 황필호, 《누가 최고 스타인가》(열린 문화, 1994) 등에 발표되면서 조금씩 수정된 것을 다시 보완한 논

그러면 무엇이 대중 스타를 만드는가? 물론 여기에는 여러 가지 답변이 있을 수 있다. 그러나 정답은 역시 대중 매체가 대중 스타를 만든다는 것이다. 예를 들어서 우리나라에서 씨름의 역사는 꽤 오래된다. 내가 어렸을 때도 송아지를 몰고 오는 씨름 대회가 있었다. 그러나 씨름의 프로화가 시작되어 제1회 천하장사 씨름 대회가 열린 것이 1983년 4월이니까 현대판 씨름의 역사는 겨우 20년이 된다. 당시 이만기가 예상을 뒤엎고 이준희와 이봉걸을 깨고 우승하여 첫 타이틀을 갖게 된 것도 바로 이때였다. 아무리 대중 스타가 빨리 뜨거워졌다가 빨리 식는 방과 같다고 해도, 이것은 너무 짧은 기간이다. 만약 텔레비전이라는 대중 매체의 도움이 없었다면, 특히 텔레비전의 슬로우 모션이 없었다면, 씨름의 프로화가 몇 번 성취되었다고 해도 오늘날의 인기는 얻지 못했을 것이다. 하여간 나는 제2장에서 대중 스타의 성격, 대중 스타의 탄생 과정, 그리고 대중 스타에 대한 우리들의 잘못된 시각을 간단히 설명하겠다.

한편 우리는 대중의 순수한 지지 혹은 대중 매체의 일방적인 조작이 대중 스타를 만든다고 믿고 있다. 그러나 모든 대중 스타는 대중의 지지와 대중 매체의 협조라는 쌍두마차에 의하여 탄생한다. 그러나 대중 스타와 대중 매체의 관계가 어떤 것이냐는 문제는 참으로 쉽게 답변할 수 없다. 그래서 나는 제3장에서 대중 매체의 기능을 좀 상세히 토론하겠다.

그러면 종교 교육과 대중 문화의 관계는 무엇인가? 종교 교육은 오늘날 선정성과 폭력성으로 빠져들고 있는 대중 문화를 완전히 무시해야 하는가? 그렇지 않으면 대중 문화의 길을 그대로 따라가야 하는가? 대중 문화와 종교 교육은 서로 만날 수 있는가? 나는 제4장에서 종교 교육을 교양 교육의 일부로 소개하고, 대중 문화는—수많은 문제점에도 불구하고—여전히 우리들의 교양의 일부라는 입장에서 그들의 만남의 가능성을 시사하겠다.<sup>2)</sup>

---

문이다.

- 2) Cf. 강준만은 대중 문화를 설명하면서 장정일의 <꽃의 패로디>를 인용한다. “내가 단추를 눌러 주기 전에는/ 그는 다만/ 하나의 라디오에 지나지 않았다/ 내가 그의 단추를 눌러 주었을 때/ 그는 나에게로 와서/ 전파가 되었다/ 내가 그의 단추를 눌러 준 것처럼/ 누가 와서 나의/ 굳어 버린 핏줄기와 황량한 가슴속 버튼을/ 눌러다오/ 그에게로 가서 나도 전파가 되고 싶다/ 우리들은 모두 사랑이 되고 싶다/ 끄고 싶을 때 끄고 켜고 싶을 때 켤 수 있는/ 라디오가 되고 싶다.” 이어서 강준만은 이렇게 말한다. “단추만 누르는 정도의 노력만 기울이면 우리에게 쉽게 다가서는 것, 그게 바로 대중 문화다. 괜히 어렵게 이야기할 것 없다. 내가 좋아하는 가수나 텔레런트는 라디오나 TV의 단추만 누르면 나타난다. 어찌 생각하면 놀라운 일이 아닐 수 없다. 물론 영화관이나 공연장을 찾는 건 단추를 누르는 것보다는 더 큰 노력이 필요하지만 그것 역시 공부를 하는 것보다 더 어려운 일은 아니다.” 강준만, 《대중 문화의 결과 속》, 인물과사상사, 1999, p.17.

## Ⅱ. 대중 스타의 탄생

누가 대중스타인가? 한 마디로 그는 돈을 많이 버는 사람이며, 그가 돈을 많이 벌 수 있는 이유는 그가 인기 있는 사람이기 때문이다. 대중 스타는 인기라는 과도를 타고 나타났다가 인기가 없으면 그대로 사라지는 물거품과 같다. 그는 인기로 밥먹고 사는 사람이다. 그러나 인기 있는 사람'과 유명한 사람'은 동일하지 않다. 인기 있는 사람은 모두 유명한 사람이지만, 유명한 사람이 모두 인기가 있는 것은 아니다. 아인슈타인의 상대성 원리를 부정할 수 있는 물리학의 공식을 발견한 사람은 아마도 노벨상을 받을 정도로 유명한 사람일 것이다. 그러나 그는 여전히 인기 없는 사람으로 남을 수 있다. 인기 있는 사람은 모두 돈을 잘 벌지만, 돈을 잘 버는 사람이 모두 인기 있는 사람은 아니다.

또한 인기 있는 사람'과 존경받는 사람'도 동일하지 않다. 물론 인기 있는 사람도 대중의 뜨거운 사랑을 받을 수 있다. 그러나 인기인 중에는 대중으로부터 사랑과 미움을 동시에 받는 사람도 있으며, 대중의 증오심을 유발함으로써 인기를 유지하는 사람도 있다. 한때 개성 있는 스포츠 중계로 언제나 시비의 대상이 되었던 미국의 호워드 코셀이 전자에 속한다면, 고의로 반칙을 범함으로써 상대방에게 상처를 입히는 프로 레슬러는 후자에 속한다.

결론은 무엇인가? 대중 스타는 분명히 인기 있는 사람이지만 그가 꼭 유명한 사람이나 존경받는 사람이 되는 것은 아니다. 오히려 그는 시기의 대상, 조소의 대상, 증오의 대상이 될 수 있다. 그럼에도 왜 우리 보통 사람들은 스타에 그다지도 열광하는가? 그래서 대중 문화의 선구자인 맥루한은 "스타는 너무나 위대하고, 지구는 너무나 왜소하다"고까지 말하는가?<sup>3)</sup> 김열규는 그 이유를 이렇게 설명했다.

오늘날 사람들은 평범하게 마련되어 있다. 그저 그렇고 그런 사람, 이름이 있어도 호적에 있는 정도의 사람들이 오늘의 일반 시민이다. 흔하게 쓰는 말로 실명(失名)한 사람들, 무명(無名)의 대중이 되도록 오늘의 상황은 우리를 옥죄고 있다. 그런데 자신이 였으나마나한 존재'란 생각을 갖는 것은 괴로운 일이다. 그러나 이 너저분한, 답답한 숙명을 스스로 이기기에는 자신들이 너무나 약하다는 것을 그들은 잘 알고 있다. 그래서 그들은 대중 스타에 의지한다. 아주 별난 사람, 아주 두드러진 사람, 잡초더미 속의 장미 같은 사람에게 기대는 것이다. 그러기에 대중 스타는 오늘날 대중의 운명에 대해 저지르는 도전의 힘,

3) Marshall McLuhan, *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*, Bantam Books, 1967, p.79: "The stars are so big, the earth is so small."

바로 그것이다. 무명성을 내던지고 실존재성(實存在性)을 획득하기 위한 길라잡이의 거대한 별로 그들은 빛나고 있다.<sup>4)</sup>

우리는 이미 대중 스타가 반드시 유명한 사람이나 대중으로부터 사랑받는 사람이 아님을 고찰했다. 그러므로 대중 스타는 우리들이 전통적으로 존경해 온 훌륭한 사람, 사람다운 사람, 공자님과 같은 사람과는 전혀 관계가 없다. 오늘날의 대중 스타는 대중을 지고선(至高善)의 세계로 이끌려는 전통적인 영웅도 아니며, 대중이 확고한 원칙에 의하여 자발적으로 선택한 인격자도 아니며, 고독한 단독자의 길을 걷는 부조리의 영웅도 아니다. 그야말로 그는 어느 날 아침에 일어나 보니 스타가 되었다”라고 고백할 수 있을 정도로 대중 매체를 교묘하게 이용하여 떠오르는 섯별’이 된 사람이다.

그렇다고 우리는 대중 스타를 단순히 마이크 체질을 가진 사람, 탤런트 기질이 있는 사람, 판따라 소질이 있는 사람이라고 말할 수도 없다. 일반적으로 우리는 이런 사람들을 바람끼’나 잡끼’라는 표현에 나타나는 끼 있는 사람’이라고 말한다. 그리하여 어떤 사람은 연끼’가 연기’를 만든다고 말하기도 한다. 그러나 우리가 끼’를 한 마디로 허영이라고 말할 수 있다면, 허영심이 조금도 없는 인간이 이 세상에 어디 있겠는가.

모든 사람은 허영심을 가지고 있다. 모든 사람에게는 끼’가 있다. 모든 사람은 대중의 사랑을 받는 스타가 되고 싶어한다. 하다 못해 산중에서 명상하는 수도승까지도 훌륭한 선사라는 말을 듣고 싶어한다. 그러므로 우리는 대중 스타에 대한 무조건적인 비판의 태도에서 벗어나서 좀더 객관적인 태도를 가질 필요가 있다.

첫째, 우리는 유명한 대중 스타를 진심으로 선망하면서도 다른 한편으로는 무조건 무시하고 욕하는 경우가 있다. 그들을 문란한 사생활의 대명사로, 환각제를 피우는 반윤리적 및 반사회적 존재로 매도하는 경우가 있다. 물론 우리는 그런 연예인들을 우리 주위에서 쉽게 볼 수 있다. 그리고 엘리자베스 테일러의 경우와 같이, 어떤 스타는 오히려 인기 하락을 방지하는 수단으로 다른 남성과 결혼을 계속하는 경우도 없지 않다. 그들은 어떤 수단을 써서라도 대중의 화제에 오르기만 하면 된다는 생각으로 어떤 일이라도 서슴지 않고 해내기도 한다. 그러나 우리는 여기서 모든 대중 스타는—적어도 원칙적으로는—대중이 만들어내는 것이라는 소박한 진리를 잊지 말아야 한다. 대중의 기반이 없는 대중 스타란 마치 뚱그런 사자형’과 같은 모순된 개념에 불과하다. 그것은 마치 독재자가 존재하려면 그 독재자를 묵인하는 국민을 전제해야 되는 경우와 다름이 없다. 대중이 없으면, 대중 스

4) 김열규, 《대중스타론》, 세계사, 1992, p.4.

타도 있을 수 없다.<sup>5)</sup>

둘째, 더 나아가서 우리는 대중 스타로부터 어떤 대리 만족을 가질 뿐만 아니라 대부분의 경우에는 그들을 통하여 일종의 카타르시스를 얻게 된다. 이런 사실은 특히 코미디의 경우에 잘 나타난다. 이리 채이고 저리 채여서 곧 쓰러질 것 같으면서도 쓰러지지 않는 채플린의 허약한 체구, 여성 상위 시대에 갇혀서 사는 소심한 남성의 표상인 만화 블론디'의 남자 주인공, 똑똑하지 못한 병신 노릇으로 실소를 자아내는 이주일. 우리는 그들을 통하여 우리 자신의 허약함과 무력함과 소시민성을 발견하게 된다. 그리고 이런 자각은 다시 우리로 하여금 그들을 동정할 수밖에 없는 일치감을 제공하며, 결국 우리는 그들에 대하여' 웃지 않고 그들과 같이' 함께 웃게 된다.<sup>6)</sup> 이런 대중 스타에게 우리는 어떻게 돌을 던질 수 있겠는가?<sup>7)</sup>

나는 이미 대중 스타는 원칙적으로 대중에 의하여 만들어진다는 사실을 지적했다. 그런데 여기서 중요한 것은 원칙적으로'라는 표현이 삽입되어 있다는 것이다. 원칙적으로 대중 스타는 대중의 순수한 선택에 의하여 탄생되어야 하지만, 현실적으로는 반드시 그렇지 않을 수도 있다. 그리고 독자는 여기서 50퍼센트 대중의 지지와 50퍼센트 대중 매체의 지지로 대중 스타가 탄생한다고 생각할 수도 있을 것이다. 그러나 이런 생각은 지나친 단순화의 오류를 범하는 것이다. 대중 스타와 대중 매체의 관계는 이보다 훨씬 복잡하다. 우리가 대중 매체의 순기능과 역기능을 세밀히 관찰해야 되는 이유가 여기에 있다.

5) 황필호, <누가 대중 스타인가>, 앞의 글, p.153.

6) Theodore W. Hatlen, ed. *Drama: Principles and Plays*, Prentice Hall, 1967, p.44. Cf. 코미디의 또 다른 중요한 기능은 사회에 대한 비판적 태도다. 복부인, 외제 선호 사상, 점쟁이 등에 대한 풍트가 여기에 속한다. 프랑스 철학자인 베르그송은 이렇게 말한다. "웃음은 교정적(corrective)이다. 그것은 상대방을 희롱함으로써 관객에게 큰 인상을 남긴다. 그러므로 우리는 웃음으로 복수하는 것이다." 같은 책, p.43에서 재인용.

7) 대중 스타에 대한 일방적인 매도는 그가 대학 교수와 같은 지성인인 경우에 더욱 가혹하다. 그러나 나는 이렇게 생각한다. "아무도 이해할 수 없는 난해한 글을 써 놓고 스스로 만족하는 대학 교수는 이제 반성해야 한다. 자신이 못하는 일을 해내는 다른 사람을 부러워하기는커녕 도리어 비난하는 지성인은 이제 자신의 본분을 되찾아야 한다. 잡문만도 못한 논문을 써 놓고 큰 소리 치는 엘리트는 이제 '보통 사람의 말'을 다시 배워야 한다. 보통 사람이 된 다음에만 특수 사람이 될 수 있기 때문이다." 황필호, <대학 교수와 잡문>, 《삶이 무엇이나고 묻는다면》, 자유문학사, 1991, p.299.

### Ⅲ. 대중 매체의 기능

일반적으로 우리는 대중 매체를 문자 매체와 전자 매체로 분류하고, 전자 매체를 다시 듣는 매체(라디오)와 듣고 보는 매체(텔레비전)로 구분하고, 그들을 각각 '뜨거운 매체'와 '차가운 매체'로 설명한다. 그러나 실제로 텔레비전은 보고, 듣고, 맛보고, 냄새 맡고, 만지는 오관 전체의 활동을 요구한다. 이런 뜻에서 텔레비전의 화면을 쳐다보는 시각적 효과는 여러 감각 기관의 상호 작용의 한 요소에 불과하다고 말할 수 있다. 텔레비전이 시청자들의 인간 전체의 참여를 요구할 수 있는 이유도 여기에 있다. 맥루한은 이렇게 말한다.

텔레비전은 우리에게 전 존재의 내면으로부터의 참여와 관련을 요구한다. 그것은 단순한 배경으로서의 역할에 만족하지 않는다. 그것은 우리를 사로잡는다. 우리들이 텔레비전 앞에서 우리의 정체성을 위협당하고 있다고 느끼는 이유도 여기에 있다.<sup>8)</sup>

그러면 대중 매체의 이 강력한 힘은 어디서 오는가? 도대체 대중 매체는 왜 현대판 공룡이 될 수 있는가? 맥루한은 그 이유를, 모든 매체는 인간의 육체적 및 정신적 능력의 연장이기 때문이라고 말한다.<sup>9)</sup> 예를 들어서, 자동차 바퀴는 인간의 다리의 연장이며, 라디오와 텔레비전의 전기 회로는 인간의 신경 세포의 연장이라는 것이다.

그럼에도 일부의 사람들은, 마치 대중 스타를 무조건 비판하듯이, 대중 스타를 만들어내는 대중 매체를 무조건 저질 문화라고 비판한다. 물론 대중 문화는 베토벤의 9번 교향곡을 디스코 리듬으로 바꾸고, 니체의 '신은 죽었다'는 명제를 단순한 하나의 슬로건으로 둔갑시키고, 아인슈타인의 '신은 주사위를 던지지 않는다'는 명제를 선전용 구호로 변경시키기도 한다. 이런 뜻에서 대중 문화야말로 강력한 논증을 약한 논증으로 바꾸고 약한 논증을 강력한 논증으로 둔갑시키는 희랍의 케변론자들과 닮은 듯이 보인다. 그리하여 워너(W. W. arner)는 문화를 고급 문화·중급 문화·하급 문화로 구분하며, 겐스(H. G. ans)는 더욱 정교하게

8) McLuhan, 앞의 책, p.125. Cf. "현대의 한국 대중 문화는 매스 커뮤니케이션 문화며, 매스 커뮤니케이션 문화 중에서도 전파 매체의 성격을 강하게 띠고 있다고 볼 때, 한국의 대중 문화는 전파 매체의 구조적 특성을 강하게 반영한다고 하겠다." 강현두, <현대 한국사회와 대중 문화>, 강현두 편, 《한국의 대중 문화》, 앞의 책, p.25.

9) 원문: "All media are extensions of some human faculty, psychical or physical." McLuhan, 앞의 책, p.26.

고급 문화, 중상급 문화, 중하급 문화, 하급 문화, 민속 문화로 구분한다.

그러나 우리는 여기서 대중'이란 민중'이나 무산 계급'과는 달리 가치중립적인 계층이며, 학생이나 군인과는 달리 그 계층이 확실히 고정되어 있는 것도 아니라는 사실을 잊지 말아야 한다. 대중에는 엘리트도 포함될 수 있으며 대중 매체에 종사하는 사람도 포함될 수 있다. 대중이란 단순히 다수를 차지하고 있는 계층'이며, 대중 문화의 대상인 대중의 외연(外延)은 주제에 따라서 각기 다르게 마련이다. 예를 들어서 어느 라디오 연속 방송극을 애청하는 대중과 최신 유행가를 좋아하는 대중은 전혀 상이할 수도 있다. 그러므로 대중 문화를 무조건 하급 문화로 매도하는 심리는 언젠가는 자신도 그 문화의 비판 대상이 될 수 있다는 사실을 간과한 것이다.

더 나아가서 유사 이래 인간은 빵과 서커스'를 동시에 추구하는 존재다. 먹이와 오락을 동시에 추구하는 존재다. 그러므로 오락에 대한 추구는 대중만의 것이 아니라 모든 인간의 것이다. 그것은—니체의 표현을 빌면—연간적인 너무도 인간적인' 욕구다. 대중적 오락을 무조건 경멸하는 사람은 교육받은 속물주의'의 노예에 불과한 사람이다. 최정호는 이렇게 말한다.

스스로 대중 뽀'이나 위'에 있다고 자처하는 사람이라고 해서 언제나 고급 오락만을 즐기는 것은 아니다. 채플린의 <모던 타임즈>를 보면 자연스럽게 웃음이 나오지만 한국 코미디를 보면 웃음이 사라진다는 말은, <엘렉트라>를 보면 눈물이 쏟아져도 <미워도 다시 한 번>을 보면 눈물이 나오지 않는다는 거짓말과 같다. 웃음과 눈물을 자아내는 데는 그것이 반드시 고급이거나 저급이어야 할 필요가 없다.

오락에의 욕구가 이렇게 대중만의 것이 아니라 모든 인간의 본질에 내재하는 욕구라는 사실은, 바꿔 말하면, 오락에의 욕구는 이른바 문화적 욕구이기에 앞서서 인간의 생리적 욕구라는 것이다. 그것은 문화'에 앞선 생명'의 욕구며, 인간적인 삶 자체의 본원적인 욕구다. 인간적인 삶을 유지하기 위해서는 빵 뿐만 아니라 노동 이후의 여가를 즐기는 서커스가 동시에 필요한 것이다.<sup>10)</sup>

또한 대중 문화는 대중 문화에 대한 저질 시비에는 눈도 깜짝하지 않고 자기의 정해진 궤도를 그대로 달려간다. 대중은 대중 문화를 오락의 차원에서 수용하기 때문에 고급과 저질의 차이는 아무런 문제가 되지 않는다. 오직 중요한 문제는, 그것이 오락성을 가지고 있느냐는 것이다. 그것이 노리는 것은 외부로부터의 공격

10) 최정호, <대중 사회와 대중 문화>, 《월간조선》, 1980년 12월, p.223. (나는 원문을 약간 고쳐서 인용한다.)

에 노출되지 않으면서 오직 오락적인 효과를 증대시키는 작업이다. 그러므로 대중 문화에 대한 저질 시비는 원칙적인 인간의 본성적 측면뿐만 아니라 현실적 차원에서 아무런 효과를 가지고 올 수 없다. 대중 문화는 고급 문화도 저급 문화도 아니다. 그저 다수의 문화일 뿐이다.

매체의 위력은 대단하다. 그것은 닉슨 대통령을 축출한 입법부·행정부·사법부 다음의 제4부가 될 수 있으며, 다른 한편으로는 이 세상을 조지 오웰의 《1984년》으로 만들어 놓을 수도 있다. 그러므로 현재를 사는 사람은 아무도 매스 미디어를 무시하고 살 수 없다. 맥루한이 그의 유명한 『미디어는 메시지다』라는 책에서 그가 새로운 진리를 설파하는 것이 아니라 단지 현재 진행되고 있는 사실을 점검하고 있을 뿐이라고 주장한 이유도 여기에 있다. 이 책은 단순히 현재 일어나고 있는 현상을 바라보는 것이다. 그것은 현재 상호 직면하고 있는 상황들을 보는 충돌 망원경(a collidescope of interfaced situations)일 뿐이다.”<sup>11)</sup>

그러나 우리는 대중 매체의 위력'을 잘 알고 있으면서도 그것의 독특한 속성'을 모르기 쉽다. 즉 우리 현대인은 모두 대중 매체 속에서 살고 있기 때문에, 우리는 그저 텔레비전이 바보 상자가 될 수 있다는 사실만 알고 있으면 대중 매체를 잘 알고 있는 것이라고 믿는다. 그러나 대중 매체의 속성은 그보다 훨씬 복잡하다.

첫째, 대중 매체는 매체 자체로 중요하다. 예를 들어서, 어느 날 점쟁이를 비판하는 텔레비전 특집을 방영했다고 하자. 이 프로의 출연자들은 점의 비과학성과 사기성을 잔인하게 폭로했다. 인간이 달나라에 왔다갔다하는 시기에 성행하는 생년월일에 의한 사주팔자는 엉터리일 수밖에 없다고 통박했다. 더 나아가서 그 프로에 출연한 소위 처녀 역술인은 말이 막혀서 답변을 못하고 얼굴을 붉혔다. 결과는 무엇인가? 담당자는 방송이 채 끝나기도 전에 그 점쟁이의 전화 번호를 묻는 수많은 시청자들의 전화를 받게 될 것이다. “그래도 텔레비전에 나올 정도면 훌륭한 점쟁이가 아니겠는가?” 이것이 일반인의 일반적 상념이다. 결국 이 방송은 원래의 방송 취지와는 정반대의 결과를 초래하고 만다. 이런 사실은 심령 수술, 안수 기도, 최면술, 마술, 요술 등의 경우에도 그대로 적용된다.

무엇을 방송하느냐는 문제도 중요하긴 하다. 그러나 더욱 중요한 것은 방송을 한다는 사실 자체다. 그러므로 방송의 내용만 비판하는 사람은 아직도 방송의 속성을 이해하지 못한 사람이다. 그는 출연자들이 알맹이는 없으면서도 인상, 분위기, 무드, 방식, 과정만을 중요시한다고 비난한다. 옳은 말이다. 그러나 그들이야말로 방송의 속성 자체를 모르는 반복적인 반응을 보이는 사람들'일 뿐이다.

11) McLuhan, 앞의 책, p.10.

둘째, 대중 매체는 처음부터 사실을 왜곡하고 조작할 수도 있다. 원래 조작(操作)이란 물리적인 강제력의 행사를 피하고 상징이나 선전 등과 같은 현대 특유의 통치술을 구사하여 대중의 자발성을 적절히 자극함으로써 지배자가 의도하는 방향으로 대중을 동원시키는 작업'을 말한다. 물론 선의의 대중 조작도 있을 수 있다. 그러나 지배자들의 대중 조작은 집권을 위한 내밀한 비인격적 권력의 행사며, 피지배자들은 자기들에게 도대체 무엇이 가해지는 지를 분명히 의식하지도 못한 채 지배자들의 의사에 복종하게 된다. 그리하여 밀즈는 지배자가 대중으로 하여금 스스로 어떤 결정을 내린 것처럼 현혹하게 하는 심리적 착취의 체계가 곧 대중 조작이라고 말한다.”<sup>12)</sup>

문제는, 이런 대중 조작이 정치적 차원과는 아무런 관련이 없는 듯이 보이는 오락적 차원에도 그대로 적용된다는 데 있다. 대중은 대중 매체를 움직이는 소수의 엘리트가 제공한 선정적이면서도 단순한 오락을 섭취하게 되며, 이런 단계가 어느 정도 지나면 대중은 그들 스스로 각기 다른 오락 프로를 마음대로 선택할 수 있다는 환상을 갖게 된다. 실제로 그가 어떤 채널을 틀어도 결국 비슷한 프로를 보게 된다는 사실을 망각하고.

이런 뜻에서 대중 매체의 전달은 근본적으로 ‘멀로부터’ 나온 내용이 아니라 ‘위로부터’ 내려온 내용을 중심으로 삼게 된다. 여기서 대중은 단순히 소비자’가 되면서 생산자’의 위치를 상실한다. 대중은 대중 문화의 주체가 아니라 객체가 된다. 끝까지 그가 주체라는 착각을 가지고 있으면서도.<sup>13)</sup>

대중 매체의 이런 조작은 영상 매체뿐만 아니라 활자 매체에서도 쉽게 찾아볼 수 있다. 그리하여 여성의 교양을 고취시킨다는 요즘의 여성지는 오히려 말초신경적 자극을 통해 상품으로서의 교양’을 전달한다. 여기서 교양은 멋있게 선글라스를 쓰는 것으로 대체되고, 의식화 교육은 내가 진행을 맡았던 <사랑방 중계>로 대체된다.

실제로 오늘날 인기를 얻고 있는 여성지, 주간지, 명상집, 에세이의 글은 독자가 쉽게 읽을 수 있다. 극히 단순한 표현, 독특하고 교활한 미태, 경솔하게 인용된 원문, 여기 저기 짜넣어진 어수선했던 마무리, 조그만 익살, 그리고 교묘히 포장된 폭력성과 선정성 등으로 독자의 눈길을 끈다. 그리하여 실제로는 동일한 내용이—각기 다른 내용이라고 철썩같이 믿고 있는—독자에게 전달된다. 그 결과는 무엇인

12) 차배근, <대중 문화의 대중 조작>, 《월간조선》, 1980년 2월, p.226.

13) 황필호, <누가 대중 스타인가>, 앞의 글, pp.159-160. Cf. 여기서 대중 매체는 단순한 ‘문화 전달’의 역할을 벗어나서 ‘문화 산업’이 되는데, 이런 사실을 예리하게 지적한 사람으로는 오늘날 우리가 흔히 사용하는 ‘문화 산업’이라는 표현을 한 걸음 더 발전시켜서 ‘의식 산업’이라는 용어를 사용한 엔젠스베르거(Hans Magnus Enzensberger)를 들 수 있다. 같은 글, pp.160-161.

가?

독자는 실제로 완전히 무식함에도 불구하고 모든 것을 이해하고 있으며, 그 문제에 대한 나름대로의 판단을 내릴 수 있다고 자부함으로써 자신이 잡지를 만들어내는 사람들과 다른 독자들의 이미지와 꼭 일치한다고 고백한다. 끝없이 속으면서도 누구에게도 속지 않고 있다는 신념을 갖는다. 결국 독자에게는 행동하는 역할'이 아니라 방관하는 역할'이 주어진다. 잡지가 보여주는 폭로 기사와 엿보기 기사가 그를 남의 사생활 따위나 알려고 하는 저질 인간으로 만든다.

여기서 그는 아무런 책임도 느끼지 않으면서 무대 뒤의 분장실을 엿볼 수 있다. 그것은 독자에게 제공되는 열쇠구멍 엿보기의 기능이며, 거기서 나오는 문제의 해결은 잡지사 측에서 맡아서 해 준다. 그것은 미리 이야기 속에 짜여져 있다.<sup>14)</sup>

이제 우리는 대중 스타와 대중 매체의 관계를 더욱 세밀히 판단할 수 있는 입장에 있다. 당연한 말이 되겠지만, 대중 스타는 대중의 지지만으로 탄생하지 않으며 대중 매체의 지지만으로 탄생하지도 않는다. 그것은 대중 매체와 대중 지지라는 쌍두마차에 의해 탄생한다. 그러나 대중 매체는 자신의 굉장한 위력에도 불구하고 자체의 독특한 성격을 가지고 있다. 첫째로 그것은 내용과 관계없이 그 자체로 중요할 수 있으며, 둘째로 그것은 처음부터 조작될 수도 있다. 전자가 의도하지 않은 결과'라면, 후자는 의도한 결과'라고 말할 수 있다. 대중 스타 중에 자발적인 영웅' 뿐만 아니라 강요된 영웅'이 있을 수 있는 이유도 여기에 있다. 물론 우리는 대부분의 경우에 그 사실을 인식하지 못하겠지만.

다른 한편으로 우리가 강요된 영웅을 갖게 된 책임은 대중 매체에게만 있는 것이 아니다. 그것은 대중 매체의 조작에 놀아날 수 있는 대중이 있기에 가능한 것이다. 그런데 여기서 말하는 대중의 지지와 대중 매체의 조작은 병아리와 달걀의 관계와 같이 쉽게 선후를 정할 수 없다. 그것은 마치 민주주의 의식을 가진 국민만이 민주주의 정치를 가질 수 있고, 민주주의 정치가 있는 곳에서만 민주주의적 국민이 존재할 수 있는 경우와 다름이 없다. 그래서 우리는 ' 모든 국민은 언제나 자신의 수준에 꼭 맞는 저널리즘을 갖게 된다'는 명제와 ' 모든 국민은 언제나 그들이 가지고 있는 저널리즘에 꼭 맞게 마련이다'라는 동전의 양면과 같은 두 명제를 동시에 받아들여야 할 것이다.<sup>15)</sup>

14) 같은 글, pp.163-164.

15) 같은 글, pp.164-165.

#### IV. 종교 교육의 방향

나는 종교 교육을 교양 교육의 일부로 생각하는데, 나의 이런 주장은 인간이 본질적으로 종교적 동물'이라는 전제를 가지고 있다. 실제로 우리 사회에서 종교는 선택의 대상이다. 즉 우리 사회의 구성원 중에는 종교인도 있고 비종교인도 있다. 그러나 나는 모든 사람이 교양 교육과 종교 교육을 받아야 한다고 믿으며, 이런 점에서 인간은 사회적 동물 혹은 도구를 만드는 동물 등과 마찬가지로 종교적 동물이라는 뜻이다.

그러면 교양 교육은 어떻게 실시되어야 하는가? 우선 잘못된 과거의 교양 교육부터 생각해 보자.

첫째, 전통적으로 교양 교육은 '멀지로' 내려가는 교육이 아니라 '옆으로' 퍼지는 교육이었다. 그것은 근본적으로 스페셜리스트가 아닌 제너럴리스트를 위한 교육이었다. 그러나 현대 사회는 우선 한 가지 분야에 일가견을 가진 기능공이나 전문가를 선호한다. 컴퓨터도 조금 할 줄 알고, 영어 회화도 조금 하고, 상식도 있는 사람은 취직할 수도 없다. 그러나 아무 것도 못하지만 키보드를 잘 두드리는 사람은 취직할 수 있다. 또한 동일한 자동차 수리공이라도 브레이크를 고치는 사람은 어떻게 엔진이 돌아가는 지를 알 필요가 없으며, 엔진 튜업을 하는 사람은 브레이크 오일의 종류를 알 필요가 없다.

오늘날의 교육은 이런 사회의 전문화·기능화·분과화를 그대로 반영하고 있다. 대부분의 대학은 말로는 교양 교육을 외치면서도 실제로는 생활인을 위한 특수한 기술의 전달을 그 목표로 삼고 있으며, 교양 과목은 이제 취미 과목으로 전락하고 있다. 예를 들어서 하버드대학교의 경우에 1964년에는 37개의 교양 과목이 있었지만 1976년에는 93개로 늘어났고, 2001년에는 거의 2백 개로 늘어났다. 그래서 이제는 요가 실습이 철학 개론을 대신하게 되었고, 계산기 사용법이 수학 개론을 대신하게 되었고, 성과학(sexuality)은 인문계·사회계·자연계의 모든 분야의 교양 과목이 되었다.

물론 다양한 전문 교육은 인간 문화에 다양성을 부여함으로써 전체주의적 문화의 탄생을 저지시킨다. 이런 의미에서 전문 교육은 인간 문화를 더욱 풍요롭게 만든다. 그러나 통일성이 없이 그저 다양하기만 한 문화는 풍요한 문화가 아니라 카오스의 문화다. 교양 교육은 바로 이런 잡다한 전문 교육을 유기적으로 연관시키는 안목을 우리에게 주고, 그래서 진정한 교양 교육을 받은 사람은 편협한 국지인의 울타리를 벗어난 세계인이 된다.<sup>16)</sup> 하여간 앞으로 교양 교육은 스페셜리스트

16) 황필호, <21세기 교양 교육의 성격과 방법>, 《인문학·과학 에세이》, 앞의 책, p.290.

와 제너럴리스트를 모두 만족시킬 수 있어야 한다.

둘째, 전통적으로 교양 교육은 모든 사람이 받아야 할 만인 교육(everybody's business)이 아니라 소수의 엘리트에게만 허용된 일부 교육(somebody's business)이었다.<sup>17)</sup> 그러나 오늘날 이런 주장은 결국 다수의 비교양인과 소수의 교양인을 구별하려는 어리석은 시도에 불과하게 되었다. 더구나 만인 평등을 주장하는 민주 사회에서는 모든 사람이 동일한 권리와 의무를 가지며, 그래서 건전한 사회가 이룩되려면 모든 시민이 동시에 유능한 사람'과 훌륭한 사람'이 되어야 한다. 앞으로 교양 과목은 모든 사람이 배우는 필수 과목이 되어야 한다.

셋째, 전통적으로 교양 교육은 서로 다르지만 비슷한 두 분야의 만남, 혹은 비슷한 분야의 두 전문가들의 만남을 목표로 하고 있었다. 그래서 문학은 예술과 만나고, 철학은 종교와 만나고, 과학은 논리와 만날 수 있다는 사실을 강조했다. 그러나 앞으로의 교양 교육은 우리가 지금까지 전혀 이질적이라고 생각해 왔던 분야의 만남이 될 것이다. 문학은 의학과 만나고, 철학은 동물학과 만나고, 종교는 논리와 만나야 할 것이다. 그것은 이제 비빔밥의 단계를 지나 전혀 상이한 것들로 구성된 퓨전 음식의 단계가 되어야 한다.

앞으로 교양 교육은 “하나를 알면 모든 것을 안다”는 입장이 아니라 문자 그대로 “모든 것을 알아야 하나를 안다”는 입장을 옹호할 것이다. 우리에게 철저한 발상의 전환이 필요한 이유가 여기에 있다. 21세기의 교양 교육은 낡은 집의 보수가 아니다. 그것은 낡은 집을 파괴하고 각기 다른 재료를 동시에 사용해서 만드는 신축 건물이 될 것이다.

그러면 교양 교육은 어떤 원칙에 의해 실시되어야 하는가? 나는 <21세기 교양 교육의 성격과 방법>에서 세 가지 원칙을 제시한다.

첫째는 차별(差別)의 원칙이다. 한 대학의 교양 과목은 동일한 제목을 가진 다른 대학의 어느 교양 과목과도 다른 특성을 가지고 있어야 한다. 그래서 철학 개론'은 영화로 배우는 철학'이 될 수 있고, 조직 신학'은 소설로 배우는 기독교'가 될 수 있고, 세계 종교'는 만화로 배우는 불교'를 포함할 수 있다. 먼저 독특한 나'를 만든 사람만이 우리'를 도모할 수 있다. 한 마디로 이제 모든 교양 과목은 대학, 교수, 시대에 따라 각기 다른 메뉴를 제시해야 한다. 모든 과목이 동일한 메뉴를千篇일률적으로 제시한다면, 그 과목이 어찌 생존할 수 있겠는가. 교양 과목도 이제는 튀어야 사는 시대가 된 것이다.

둘째는 협동(協同)의 원칙이다. 이것은 현실적으로 합동 수업을 말하는데, 나는

17) 여기에 사용된 ‘만인 교육’과 ‘일부 교육’이라는 표현은 다음의 글에서 힌트를 얻은 것이다. Mortimer Adler, “Everybody's Business,” *The Integration of Knowledge: Discourses on Education*, University of Kansas, 1979, pp.21-41.

가능한 한 모든 교양 과목을 두 명 이상의 교수가 맡는 것이 좋다고 생각한다. 예를 들어서 종래의 '구약 개론'은 구약과 여성학을 전공한 두 교수가 '구약과 여성'이라는 과목으로 가르칠 수 있을 것이다. 일반적으로 구약의 사상은 여성차별적이라고 인정되고 있기 때문이다.

여기서 대부분의 교수는 전공 과목에 대한 중요성을 다시 역설할 것이다. 그러나 나는 이렇게 말하겠다. '전공은 없다.' 우리는 이제 전공이라는 벽 쌓기에 갇힌 수인(囚人)의 상태로부터 벗어나야 한다.<sup>18)</sup> 내가 평소에 진정한 교양 교육은 '전공'을 주장하는 스펙테리스트와 '생식'을 주장하는 제너럴리스트를 동시에 만족시킬 수 있어야 한다고 주장하는 이유도 여기에 있다. 교양 과목도 이제는 뭉쳐야 사는 시대가 된 것이다.

셋째는 통합(統合)의 원칙이다. 이것은 현실적으로 전공 과목·도구 과목·선택 과목이 통합되는 원칙이다. 이제 나는 이런 통합의 실례로 내가 2001년 봄학기에 강남대학교에 개설한 영어로 배우는 철학'이라는 과목을 간단히 설명하겠다. 나는 우선 영어'라는 도구 과목과 철학'이라는 전공 과목의 통합을 추진하기로 하고 교재를 만들었다. 그 내용도 학생들에게 흥미가 있을 것으로 생각되는 마이클 조던·비아그라·지미 카터 등을 소개하면서, 다른 한 편으로는 사형 제도·안락사·자살 등의 윤리적인 문제를 첨부했고, 끝으로 사랑의 의미·삶의 의미 등의 인생관의 문제까지 토론했다.

솔직히 말해서 나는 과연 학생들이 이런 과목을 선택할 것인 지를 굉장히 고심했다. 그러나 뚜껑을 열고 보니 일단 성공이었다. 10명이 등록하지 않아서 폐강되는 사태가 있는 신학부에서 120명이 등록을 했으니까. 아마도 이 과목을 신학부의 과목으로 하지 않고 전교생이 수강할 수 있는 교양 과목으로 지정했다면 더욱 인기가 있었을 것이다. 물론 등록 학생의 숫자와 인기가 바로 성공의 잣대가 되는 것은 아니겠지만.

우리는 이와 비슷한 퓨전 음식의 메뉴로서 구약성서와 페미니즘, 사회복지와 문학과 영화, 예술과 논리와 과학, 특수 교육과 경영학, 지식정보학과 국제학, 컴퓨터와 사랑, 석가와 예수, 기독교와 이슬람교와 유교와 불교, 동서양의 신학 등을 생각해 볼 수 있다.<sup>19)</sup>

끝으로 나는 교양 과목으로서의 종교 교육과 대중 문화의 관계를 지금까지 제시한 교양 교육의 세 가지 원칙에 따라서 간단히 고찰하겠다.

첫째, 지금까지 종교 교육은 '교육'보다 '종교'를 강조해 왔다. 그러다 보니, 모든

18) Cf. 황필호, 《문학철학 산책》, 집문당, 1996, p.3.

19) 황필호, <21세기 교양 교육의 성격과 방법>, 앞의 글, p.299.

기독교 교육이나 불교 교육은 그 내용이 비슷하게 전개될 수밖에 없었다. 그들은 자신의 독특성을 내세우면서 스스로 자신을 차별화시킬 수 없었다. 그러나 우리는 이제 종교보다 교육을 강조해야 하며, 여기서 종교 교육은 대중 문화를 적극적으로 수용하고 이용해야 한다. 아무래도 종교는 일부의 사람들(종교인들)이 관심을 갖기가 쉽지만 교육은 모든 사람이 받아야 하기 때문이며, 교양 교육도 교양보다는 이제 교육을 강조해야 되기 때문이다. 내가 평소에 기독교 방송이나 불교 방송에서 기독교나 불교 쪽보다는 방송 쪽을 강조해야 된다고 말하는 이유도 여기에 있다.

한 마디로, 대중 문화는 소수 문화가 아니라 다수 문화며, 그래서 그것은 자연히 소수의 교양보다는 다수의 교육, 소수의 종교보다는 다수의 교육을 강조한다. 그런데 종교 교육이 어찌 대중 문화를 무시할 수 있겠는가. 지금까지 종교 교육은 종교 쪽을 강조하면서 대중 문화보다는 엘리트 문화를 강조해 왔으며, 교양 교육은 교양 쪽을 강조하면서 교육 쪽을 무시할 수 있었다. 그러나 이제 시대가 변한 것이다.

조금 전에 나는 종교 교육이 대중 문화를 적극적으로 수용하고 이용해야 한다고 말했다. 즉 종교 교육이 주체가 되고 대중 문화가 객체가 되는 양 설명했다. 그러나 이것은 잘못된 것이다. 이제는 종교가 스스로 교육 속으로 들어가야 한다. 대중 문화를 단순히 처리해야 할 대상으로 간주하거나 극복해야 될 대상으로 믿는 종교 교육은 오늘날 절대로 그 효과를 생산할 수 없을 것이다. 다시 말해서, 종교 교육은 이제 자신을 차별화시키는 과정에서 무궁무진한 대중 문화 속으로 들어가서 자신만의 목소리를 내려고 노력해야 한다. 이것이 차별의 원칙이 우리에게 주는 교훈이다.

둘째, 지금까지 종교 교육은 한 종교를 믿거나 아는 사람이 가르쳐 왔다. 그러다 보니, 종교 교육자들은 자연히 서로 협동할 필요도 없었으며, 그래서 그들의 가르침은 엄연한 종교 복수주의를 끌어안고 살 수밖에 없는 한국인에게 아무런 도움을 줄 수 없었다. 내가 협동의 원칙을 설명하면서, 예를 들면 기독교학자와 불교학자가 공통의 주제를 같이 가르쳐야 한다고 주장한 이유도 여기에 있다.

우리나라에 불교적 기독교인과 기독교적 불교인이 한 사람도 없을 정도로 종교와 종교가 만나지 못하고 있는 오늘날의 현실은, 우리나라의 대중 문화에 그대로 반영되어 있다. 대부분의 대중 문화는 종교를 심층적으로 다루지 않으며, 그저 명백한 비윤리적 사이비 종교의 살인 사건 등만을 흥미 위주로 다루고 있다. 텔레비전의 경우에, 현재 우리나라의 3대 방송국인 KBS·MBC·SBS는 종교 문제를 공평하게 다루지 못하고 있을 뿐만 아니라 종교 문제는 아예 다루지 않는 것이 상책이라는 생각이다. 종교 문제는 어떻게 취급해도 격렬한 반대에 부딪치기 때문

이다. 일전에 명백한 사기와 살인을 자행하는 신흥 종단의 문제를 방영한 방송국이 광신도들에 의해 침략까지 당한 이유도 여기에 있다.

그러면 독불장군 식으로 자신의 종교만이 진짜 종교라고 믿고 있는 종교인들의 철면피성과 인간 문화에 없어서는 안될 종교 문제를 아예 언급하지 않는 것이 상책이라는 대중 문화의 철면피성은 어떻게 타파될 수 있는가? 아무래도 그런 과사현정의 태도는 종교인들이 먼저 시작해야 할 것 같다. 본래 대중 문화는 문화보다는 돈에 의하여 유지되고, 불행하게도 오늘날의 대부분 대중 문화는 광고 수입을 위해 프로그램을 편성하고 있기 때문이다.

요즘 우리들은 종교와 사회의 만남을 토론하고 있다. 그러나 종교와 사회가 만나려면 먼저 종교와 종교가 만나야 한다. 외국에서는 이미 교황청도 석가 탄신일에 축하 메시지를 보낸다고 하지만,<sup>20)</sup> 우리나라에서는 아직도 다른 사람의 종교를 어느 정도 열정적으로 비판하느냐에 따라서 자신의 종교에 대한 믿음이 증명된다고 믿고 있다. 이렇게 종교와 종교가 전혀 만나지 못하고 있는 현실, 이런 현실에서 우리는 어떻게 3.1운동에 있었던 종교와 종교의 협동을 기대할 수 있겠는가. 이제 종교간의 만남은 종교 교육과 대중 문화 속에서 구체적으로 실천되어야 한다. 이것이 협동의 원칙이 우리에게 주는 교훈이다.

셋째, 지금까지 종교 교육은 오로지 전공 과목으로만 제시되어 왔다. 그러나 21세기의 종교 교육은 전공·도구·선택의 구분을 완전히 초월해야 하며, 모든 종교 교육은 비종교 교육까지 포함해야 한다. 이제 우리는 일반 교육을 무시하고 종교 교육만 역설할 수 있는 시기에 살고 있지 않다.

대중 매체도 지금까지 상업 방송은 오락'을 다루고, 교육'이나 종교'와 같은 무거운 주제들은 교육 방송에서나 다루는 것으로 믿어 왔다. 그러나 오늘날 상업 방송과 교육 방송의 구별은 전혀 존재하지 않는다. 그들 사이에는 아무런 질적 차이가 없다. 그럼에도 대중 매체는 존재하지도 않는 상업 방송과 교육 방송의 차이를 내세우면서 종교의 문제를 주변화시키거나 아예 생략하고 있다. 참으로 한심한 일이다. 이것이 통합의 원칙이 우리에게 주는 교훈이다.

## V. 맺 음 말

나는 지금까지 대중 문화를 무시할 수 있는 현대인은 존재하지 않는다는 전제 아래 대중 스타, 대중 매체, 종교 교육의 문제를 토론했다. 이 과정에서 나는 종교

20) 같은 글, p.296.

교육이 절대로 대중 문화를 회피하려고 하지말고 오히려 적극적으로 수용해야 된다고 말했다.

그러나 우리는 이 자리에서 내가 앞에 토론한 대중 매체의 두 가지 특이한 속성을 다시 생각해 볼 필요가 있다. 첫째로 대중 매체의 위력은 그 매체가 전달하는 메시지의 내용에 의해서가 아니라 단지 그것이 대중에게 전달된다는 사실 자체에 의해 존재한다. 즉 대중 매체는 언제나 내용 없는 형식, 속빈 강정, 겉만 빛나는 위선, 회를 칠한 무덤이 될 수 있다. 종교 교육은 여기에 속지 말아야 한다.

예를 들어서, 수단과 방법을 가리지 않고 돈을 벌어야 한다고 충고하는 종교인은 이 세상에 존재하지 않는다. 그들은 언제나 '소유' 중심의 삶을 '존재' 중심의 삶으로 전환해야 한다고 말한다. 가난이 축복이라고 말한다. 겉으로 보면, 대중 매체도 동일한 메시지를 전달한다. 그러나 대중 매체의 이런 메시지는 결국 돈벌이를 위한 한 가지 수단에 불과한 것이다. 종교 교육은 이 위선을 읽을 수 있어야 한다.

둘째로 대중 매체는 사주, 정치 권력, 시대 상황에 의해 처음부터 의도적으로 사실을 왜곡할 수 있는 조작 기능을 가지고 있다. 현재 진행되고 있는 이른바 '조중동' 신문의 판지 걸기가 이런 실례가 될 것이다. 종교 교육은 이런 점에 대해서도 눈을 크게 떠야 한다.

종교 교육은 절대로 대중 문화를 무시할 수 없다. 오히려 종교 교육은 자신 고통을 무릅쓰고 대중 문화 속으로 뛰어들어가야 한다. 그러나 종교 교육은 대중 문화의 순기능과 역기능을 잘 구별할 수 있는 혜안을 갖고 있어야 한다. 그래야 종교 교육도 살고 대중 문화도 살게 된다. 결국 그들의 관계는 불가근 불가원이라고나 할까.

#### 《참고문헌》

- 강준만, 《대중 문화의 겉과 속》, 인물과사상사, 1999.  
 강현두 편, 《한국의 대중 문화》, 서울: 나남, 1987.  
 김열규, 《대중스타론》, 세계사, 1992.  
 최정호, <대중 사회와 대중 문화>, 《월간조선》, 1980년 12월.  
 차배근, <대중 문화의 대중 조작>, 《월간조선》, 1980년 2월.  
 황필호, <대학 교수와 잡문>, 《삶이 무엇이냐고 묻는다면》, 자유문 학사, 1991.  
 \_\_\_\_\_, 《누가 최고 스타인가》, 서울: 열린 문화, 1994.  
 \_\_\_\_\_, 《문학철학 산책》, 집문당, 1996.

## 42 종교교육학연구 제17권

\_\_\_\_\_, <누가 대중 스타인가>, 《인문학·과학 에세이》, 철학과현실사, 2002.

\_\_\_\_\_, <21세기 교양 교육의 성격과 방법>, 《인문학·과학 에세이》, 철학과현실사, 2002.

Marshall McLuhan, The Medium is the Message: An Inventory of Effects, Bantam Books, 1967.

Mortimer Adler, "Everybody's Business," The Integration of Knowledge: Discourses on Education, University of Kansas, 1979.

Theodore W. Hatlen, ed. Drama: Principles and Plays, Prentice Hall, 1967.

---

원고접수: 10월 2일                      1차심사: 10월 13일                      게재승인일: 11월 30일

연구자 소개

① 전공: 종교철학                      /                      소속: 강남대학교 신학부 대우교수

② 관심영역: 종교간의 대화의 문제, 종교언어의 문제

③ 주요논저: 《종교철학 에세이》, 《중국종교철학 산책》, 〈한국무교의 특성과 문제점〉

④ E-mail: hph1937@hanmail.net

---

## Star, Mass-Media, Religious Education

H w a n g , P i l - H o

(K a n g n a m U n i v e r s i t y)

### 《Abstract》

Religion is one of the most important factors determining the identity of a society as the ultimate value and belief system. The identity of Korean had been formed by the religions such as Shamanism, Taoism, Buddhism, and Confucianism. We investigated interaction between the Catholic doctrines and the Confucianistic tradition which caused extreme conflict in the late Chosun dynasty when the Catholic and Western culture were first introduced.

The historical introductory process of the Catholic is briefly reviewed, and the identity conflicts were considered in theology, ethics, human relations in society. In the conflict-period dichotomic thoughts prevailed to choose only one of two conflicting belief-systems. However, in the late 20th century more mutually admittive mind has arisen, and mutual understanding and benefit between the traditional culture and the Catholic teachings has been slowly appreciated to develop matured religious education and inculturation of Catholicism.

Now in the 21st century Koreans have experienced identity crisis which is caused by the fast development of material civilization and industrialization one hand, and the whirlwind of various cultures and religions on the other hand. Based upon the long experience of religious education in the Catholic one should contribute with renewed identity formation and maturation for Korean society. Everybody wants to be a star, and everybody in fact tries to be a star consciously or unconsciously. This is way Marshall McLuhan said that "the stars are so big, the earth is so small."

But we have to notice that a star is not necessarily a respected or loved person from the mass. He may be so famous that he can make lots of money to the extent that many ordinary people are very envious of him, but he can still remain as a stranger. For example, the man who discovers a new law to replace Einstein's relativity principle will be surely famous enough to receive a Nobel prize, but it is still possible that most people don't care about him very much.

This paper consist of three parts. In the first part, I explain briefly some main

characteristics of a star, how he is born to be a star, and some of our misunderstandings we usually have toward a star.

In the second part, I explain complicated relationships between a star and mass media. Here I specially emphasize a tremendous power of mass media. There are not many modern men who can live without paying any attention to the mass media. Mass media are within us. Here I also emphasize two peculiar characteristics of mass media, i. e., that medium itself is the message, and that there is always a possibility of manipulation by the mass media.

In the third part, I explain a seemingly remote but in fact close relationships between mass media and general education. Here I conclude that religious education is a part general education, and that there can be no general education which rejects all functions of mass media. This is why religious education must work together with mass media, although there are many obstacles we have to overcome.

Key Words: Star, Mass Media, Manipulation, General Education, Religious Education