

한국 언론의 현실과 도덕성 회복

강 현 두*

<목 차>	
I. 서 론	3. 한국 언론의 윤리 현황
II. 현대 사회와 매스 미디어	IV. 한국의 매스 미디어와 청소년 비행
1. 매스 미디어의 사회적 역할	1. 매스 미디어가 청소년에 미치는 영향에 대한 이론
2. 매스 미디어의 윤리감시와 사회화 기능	2. 우리의 청소년과 매스 미디어 현실
3. 매스 미디어의 지배이념과 윤리	3. 청소년 문제의 해결을 위한 방송의 역할
III. 한국의 언론과 미디어 윤리	V. 결론: 도덕성 회복을 위한 노력
1. 한국 언론의 지배이념의 변천	1. 정부의 역할
2. 한국 언론의 구조적 특성과 부패구조	2. 매스 미디어의 역할
	3. 공중의 역할

I. 서 론

한국 언론은 1987년 민주화 투쟁을 계기로 권위주의 체제에서 자율경쟁 체제로 변화되는 과정에 놓여있다. 과거의 권위주의 체제에서 자율경쟁 체제로 전환되면서 언론의 자유가 크게 신장되었으나, 다른 한편으로는 불공정 보도, 사생활의 침해, 사이비 기자의 횡포 등 언론의 부도덕하고 비윤리적인 행동으로 말미암아 언론은 뼈아픈 자정을 하지 않으면 안된다는 비판의 소리가 높아지고 있기도 하다(한국언론연구원, 1988: 6-38). 그리고 사회적인 상황도 권위주의 체제에서 권위에 짓눌려 있었던 상황이 자유방임의 상태로 전환되면서 가치관의 혼란과 도덕성, 윤리관의 부재 상태라는 전환기적 사회의 문제점이 나타나고 있다. 결국 한국 언론은 그 스스로 윤리성과 도덕성을 갖고 있지 못하고 있으며 나아가 사회의 윤리성과 도덕성을 확립하

* 서울대, 신문학

고자 노력하지도 못함으로써 복합적 위기상황에 처해 있다고 할 수 있다. 이 결과 언론은 언론대로 사회는 사회대로 부패구조에 물들어 윤리성과 도덕성의 회복이라는 시대적 과제를 외면하고 있게 된 것이다. 따라서 지금은 사회가 부패하고 혼란스러울수록 언론은 그 사회가 나아가야 할 방향을 제시해주어야 하며, 국민을 비롯한 사회전반에서 윤리성과 도덕성이 회복될 수 있도록 계도하는데 앞장서야 한다는 언론의 사명감을 다시 한 번 확인해야 할 때이다. 이를 위해서는 언론이 먼저 자신의 윤리성과 도덕성을 확보해야 할 것이다. 이러한 시각에 근거하여 본 논문에서는 구체적으로 한국 언론이 처해있는 현실을 분석해 보고 언론의 윤리성과 도덕성 회복이라는 과제를 어떻게 달성할 수 있는지를 구체적으로 파악해보고자 한다.

II. 현대 사회와 매스 미디어

1. 매스 미디어의 사회적 역할

사회가 지금처럼 확대, 분화되기 이전의 전통사회에서는 인간 생활이 비교적 단순하고 사회의 유동성도 적어서 사회 환경의 변동도 적었고 사회 환경에 대한 정보도 많지 않았다. 이때에는 개개인의 능력만으로도 대인 커뮤니케이션을 통해 주변의 사회 환경에 대한 정보를 입수, 그에 적응해 나갈 수 있었다. 그러나 사회가 발달함에 따라 인간 생활의 범위가 확대되었으며, 여러 가지 사회 환경에 대한 정보량도 늘어나게 되었다. 또한 사회의 유동성도 커지게되자, 복잡하고 급격히 변동하는 사회 환경에 대한 많은 정보를 개개인이 자신의 힘만으로 신속히 입수해 사회 환경의 변화에 적응해 나가는 것은 점점 어렵게 되었다. 폐쇄적인 소규모 공동체내에서 살아가던 때와는 달리 교통, 통신의 발달은 점점 세계를 유기적으로 묶어 주게 되었고 우리의 눈과 귀로 보고 들을 수 없는 먼곳의 국가들이 우리의 생명과 재산에 막대한 영향을 미치게 되었으며, 눈으로 보고 들을 수 있는 세계조차 우리가 지닌 지식과 경험만으로는 그 의미를 제대로 이해할 수 없는 복잡한 것이 된 것이다.

이것이 개개인을 대신하여 사회의 여러 가지 사건이나 사회 환경에 대한 각종 정보를 신속하게 수집, 전달해주는 전문적이고 조직적인 정보 전달기구로서의 매스 미디어가 등장하게 된 배경이다. 즉 현대사회에서 우리들의

사회적 환경이 우리들 스스로에 의해 파악될 수 없는 성질의 것이 된 이상 우리는 우리의 눈과 귀의 연장으로서의 매스 미디어를 통해 간접적으로 외부의 사회 환경과 접촉하고 그에 적응해 나가야만 하게 된 것이다.

그런데 이때 문제가 되는 것은 매스 미디어가 우리에게 전달해 주는 것은 우리를 둘러싸고 있는 실제의 사회 환경 그 자체가 아니라 매스 미디어에 의해 그려진 현실세계의 이미지 즉 상징적 현실이라는 것이다. 일찌기 〈Public Opinion〉에서 리프만은 이를 ‘외부세계’와 매스 미디어에 의해 ‘우리들의 머리속에 그려진 세계’로 구분한 바 있다(Lippman, 1922). 즉 매스 미디어에 의해 전달되는 세계는 매스미디어가 현실세계에서 일어난 일들을 취사선택하고 해석하며 재구성한 것으로서 실제의 현실 환경과 구분되는 의사환경 (pseudo-environment)이라는 것이다.

이렇게 본다면 현대의 인간은 한편으로는 실물의 세계에서, 다른 한편으로는 매스 미디어에 의해 재구성된 세계에서 살아가는 셈이 된다. 그런데 문제는 오늘날 현대사회의 인간들이 두 개의 세계 가운데 실물의 세계 보다는 매스 미디어에 의해 재구성된 현실세계의 이미지로서의 상징적 현실세계에 보다 많이 의존하게 되었다는 사실이다. 이것이 문제가 되는 까닭은 앞서 지적했듯이 매스 미디어가 전달해 주는 현실세계는 편집, 편성과정을 거치면서, 사회 구성체 내에서 매스 미디어의 위치와 그리고 효율과 이윤을 추구하는 조직체로서의 미디어 조직의 원리 내지 이데올로기를 직접적으로 반영하거나 이에 입각해 재구성되는 세계이기 때문이다. 이 과정에서 매스 미디어에 의해 재현된 현실세계의 이미지는 의도적이든 아니든 왜곡되고 굴절될 수 있는 것이다(이강수, 1991).

어쨌든 인간이 사회 환경의 대부분을 매스 미디어에 의존해 간접적으로 경험하게 되는 현대사회에서 매스 미디어는 우리가 그것을 통해 세계를 바라보게 되는, 세계로 열린 창이라 할 수 있다. 즉 매스 미디어를 통하지 않고는 자신을 둘러싼 사회에서 어떤 일이 일어났는지 알 수도 없고 이해할 수도 없는 개인들은 결국 미디어가 그려주는 현실세계를 실제의 현실세계로 인식할 수 밖에 없는 것이다. 이런 의미에서 매스 미디어는 현실이 어쩌며 그것을 어떻게 보아야 할지를 알려주는 현실의 규정자인 반면 개인들은 매스 미디어가 규정해 놓은 현실의 단순한 소비자일 수 밖에 없다.

현대사회에서 매스 미디어의 존재는 절대적이며 매스 미디어가 사회를 위

해 수행하는 기능에도 여러 가지가 있겠으나 이중 가장 대표적인 것으로 거론되어 온 것이 바로 리프만이 언급한, 세상에 대한 우리들의 머리속의 상(pictures in our heads)을 구성하는 매스 미디어의 기능이다.

그러므로 매스 미디어는 우리에게 현실세계를 보여줌에 있어 현실세계에서 일어난 모든 일들을 그대로 보여주는 것이 아니라 일정한 기준에 의거해 그 중 몇몇 사건들을 선택하여 보도하고 다른 사건들은 보도하지 않으며, 어떤 사건들은 크게 다루고 어떤 사건들은 짤막하게 다루며, ‘객관성’을 표방하지만 실제로는 특정한 가치판단과 특정 관점에 입각하여 그 사건을 보여준다. 이렇게 함으로써 매스 미디어는 한 사회내에서, 무엇이 중요하고 무엇이 중요하지 않으며, 무엇이 옳고 무엇이 그른지, 어떤 것이 허용되며 어떤 것이 허용되지 않는지, 어떤 것이 선호되어지며 어떤 것이 배제되어지는지 제시해 주며, 이를 통해 매스 미디어는 사회내에서 받아들여지는 행위는 무엇이며 일탈행위는 무엇인지 규정해 준다. 결국 우리는 매스 미디어를 통해 사회내에서 어떻게 행동해야 하며 어떤 가치관이 중요한지 배우게 되며, 매스 미디어가 그려내는 현실세계의 모습은 우리가 한 사회의 성원으로서 살아가는 데 중요한 가이드 역할을 하는 것이다. 이는 달리 말하면 매스 미디어가 한 사회의 도덕적·윤리적 규범 내지 가치와 관련하여 수행하는 역할이라 할 수 있다. 보다 구체적으로 매스 미디어는 한 사회의 도덕적, 윤리적 가치를 침해하는 행위를 감시하고, 다른 한편으로는 도덕적, 윤리적 가치체계를 사회화하는 기능을 담당한다는 것이다.

2. 매스 미디어의 윤리감시와 사회화 기능

산업혁명을 거치면서 사회가 급속히 팽창하고 고도로 분화되며 복잡해진 현대의 사회 환경은 우리들이 직접 오감을 통해 접촉해서 알 수 있는 환경보다는 시간적, 공간적 제약으로 직접 접촉이 불가능한 환경과 우리들이 접촉 가능하다 하더라도 그것을 이해하기 위해서는 고도로 전문화된 지식이 필요하여 개개인의 능력만으로는 쉽사리 이해하기 힘든 환경이 더 큰 비중을 차지하게 되었다. 이렇듯 우리를 둘러싸고 우리의 삶에 영향을 미치는 사회 환경이 개인의 힘만으로는 알 수 없는 것이 됨에 따라 점점 그 환경을 감시해야 할 필요성은 더 커졌고, 이에 새로운 커뮤니케이션 기술의 발달에 힘입어 개인의 눈과 귀의 연장으로서 신속하게 대량의 정보를 전달해 주는

매스 미디어가 등장하게 되었다. 이 매스 미디어는 다수의 인간으로 하여금 시간적, 공간적 장벽을 뛰어넘어 서로 다른 공간에서 서로간의 의사 소통을 가능하게 해 주었다.

이와 같이 현대 사회에 있어 매스 미디어는 그것 없이는 사회도 국가도 존속할 수 없다고 할 수 있을 만큼 중요한 역할을 하는 것인데, 이러한 매스 미디어가 사회내에서 수행하는 기능은 학자들에 따라 다소 차이가 있기는 하나 대개 4가지로 나누어 볼 수 있다. 즉 환경감시 기능과 사회 구성원들간의 상호조정기능, 다음 세대로의 문화 전달 기능, 그리고 마지막으로 오락 제공 기능이 그것이다. 이는 라스웰(Lasswell)이 제시한 매스 미디어의 3대 기능에다 라이트(Wright)가 오락기능을 덧붙여 4대 기능을 제시한 것을 바탕으로 한 것이다(이강수, 1991).

첫째, 환경감시 기능이란 보도적 기능 혹은 파수견 기능이라고 말해지는 것으로 사회에서 일어나는 여러 가지 사건들 예컨대 천재지변, 날씨, 물가, 주식시세, 정가의 움직임 등에 대한 뉴스 보도나 정보전달 기능을 말한다. 매스 미디어는 본래 이런 환경감시 기능을 대행해 주기 위해 생성된 것이라고도 할 수 있다.

이러한 환경감시를 통해 매스 미디어는 우리에게 당면한 위험에 대해 경고해줌으로써 우리가 이러한 위험에 미리 적절히 대응할 수 있도록 해준다. 태풍, 지진 등 기상 위험이나 전쟁의 발발, 경제적 공황의 조짐 등에 대한 매스 미디어의 보도가 이에 속한다 하겠다. 또한 일기예보나 증권시세, 상품 정보, 영화, 연극공연 안내 등 일상적인 정보를 제공하는 것 역시 매스 미디어가 수행하는 환경감시 기능의 일종이다. 이러한 정보들은 사회적 차원에서는 경제와 기타 사회 제도들을 움직여 나가는데 필수적인 것들이다. 개인적 차원에서도 매스 미디어가 없다면 우리가 당장 아쉬워 할 부분은 바로 이런 일상적인 정보의 단절일 것이다.

오늘날 매스 미디어가 그 환경감시 기능을 점점 더 신속하게 수행하면서 우리들로 하여금 사회환경에 대한 정보나 뉴스들을 신속하게 입수해 그에 대응할 수 있게 하는 기능을 수행하는 것은 사실이다. 그러나 그날 그날의 마감시간에 쫓기는 매스 미디어의 뉴스 보다는 정확한 사실 확인이 없는 경우가 많아 보도의 정확성이 결여될 수 있으며 매스 미디어 간의 상업적 경쟁도 부정확하고 과장되며 왜곡된 보도를 조장할 수 있다. 이는 매스 미디어

이외에는 사회 환경에 대한 정보를 입수할 마땅한 대안이 없는 오늘날의 대중들에게 사회 환경을 그릇되게 인식시켜 줄 우려가 있다.

둘째, 상호조정 기능이란 사회문제에 대한 해설기능이라고도 하며 사실, 논평, 해설기사 등이 그 전형적 예이다. 이 상호조정 기능은 앞서의 환경감시 기능과 밀접한 관련을 갖고 있어 이와 업밀한 구분이 힘든 것이 사실이다. 그러나 환경감시 기능이 사회내에서 발생한 각종 사건들에 대한 단순한 정보제공에 그치는 것임에 반해서 상호 조정기능이란 이 사건들의 의미와 중요성에 대한 정보나 의견을 제시해 줌으로써 환경감시 활동에 질서를 부여해 주는 것이다. 오늘날과 같이 복잡한 사회에서는 사건에 대한 단순한 사실이나 자료의 제공만으로는 그것이 무엇을 의미하는지 우리의 삶과 어떤 관계가 있는지 알 수 없고 따라서 그에 적절히 대응할 수도 없다. 그러므로 매스 미디어는 보다 폭넓은 맥락에서 그 사건들을 해석해 주고 평가해 주며 어떻게 대처해야 할 것인가를 제시해 줄 필요가 있다. 즉 매스 미디어는 중요한 사회적 사건이나 이슈들에 관해 전문가들과 당사자들의 의견에 손쉽게 접근할 수 있고, 기자들이란 전문적 판단능력을 지녔다고 여겨지므로 이런 기능을 수행할 수 있는 것이다.

세째, 문화전달 기능이란 흔히 사회화 기능이라고도 말해지는 것으로, 좁은 의미의 문화 뿐만 아니라 지식, 기술, 가치관, 사회적 규범 등 모든 사회적 유산을 한 세대에서 다음 세대로 혹은 다른 사회에서 이주해온 새로운 사회성원들에게로의 전수를 포함한다. 매스 미디어는 사회와 사회성원들의 행동을 묘사함으로써 어린이들에게 혹은 새로운 사회성원들에게 사회성원으로서의 역할과 행위규범, 가치관 등에 대해 배우도록 한다. 이질적 문화로부터 모여든 많은 이주민들을 사회에 통화시켜야 할 필요성이 있었던 미국에서 매스 미디어가 특히 발달했던 것도 부분적으로 이와 같은 이유에서였다.

이러한 문화전달 기능을 통해 매스 미디어는 사회구성원들에게 사회규범과 가치관, 집단적 경험을 공유토록 함으로써 원자화되고 이질적인 현대사회의 구성원들을 결합시켜 사회적 통합을 이루게 한다. 개인적 차원에서도 인간들은 매스 미디어를 통해 공통의 행동규범과 가치관을 배움으로써 사회에 적응하고 한 사회의 성원으로서 살아갈 수 있는 것이다.

네째, 오락제공 기능은 현대사회에서 매스 미디어의 가장 중요한 기능의

하나로서 매스 미디어에 의한 대중문화의 창궐은 이 시대의 특성이다. 매스 미디어에 의한 오락제공은 대중들에게 여가를 활용할 수 있게 해주고, 고단한 삶을 살아갈 활력을 주며, 과거 소수가 독점했던 고급예술을 대중도 향유하게 할 수 있도록 함으로써 고급문화를 대중화하는데 기여하고, 대중의 취향도 향상시켜 준다. 이러한 4가지 매스 미디어의 사회적 기능들은 서로 밀접한 관련을 맺고 있어 서로를 엄밀히 구분하기는 힘들며 어느 하나의 기사나 프로그램에서 어느 한 가지의 기능이 두드러질 수는 있으나, 배타적으로 어느 특정의 기능만을 수행한다고는 할 수 없는 것이다.

이들 4가지 기능들은 매스 미디어와 한 사회의 도덕적, 윤리적 규범과의 관계의 측면에서 본다면 언론적 기능과 사회화 기능이라는 두 가지의 범주로 분류할 수 있다. 우선 환경감시 기능과 상호조정 기능은 한 사회의 도덕적 윤리적 규범들에 벗어나는 일탈적 행위들을 폭로하고 여기에 부정적인 의미를 부여해 주며 바람직하지 못한 것으로 해석해 주는 반윤리의 감시라는 언론적 기능으로 둑어 볼 수 있다. 매스 미디어는 뉴스 보도를 통해 청소년 범죄나 윤락행위, 성폭행, 마약사범의 비행, 폭력적인 시위 모습 등 사회의 기본적인 도덕적, 윤리적 규범에 반한다고 판단되는 행위들을 폭로하며 논평이나 해설기사 등을 통해 이들에 대해 비판적 평가와 해석을 내려줌으로써 대다수의 사람들은 이러한 범죄들을 비난하고 공공의 도덕을 지지하지 않을 수 있게 된다. 이런 방법을 통해서 매스 미디어는 사회적 통제를 강화하고 사회 질서를 위협하는 일탈적, 파괴적 행위를 들춰내 이를 바로 잡는 방법들을 제시해 주게 되는 것이다. 한편 문화전달 기능과 오락제공 기능은 사회 성원들에게 공통의 도덕적, 윤리적 규범과 가치관을 공유케 한다는 측면에서 가치체계의 사회화 기능으로 둑을 수 있다. 좁은 의미의 사회화 기능은 문화전달 기능만을 의미하지만 사실상 매스 미디어가 제공하는 오락물들은 대부분 즐거움만을 제공하는데 그치는 것이 아니라 교훈을 줌으로써 사회 규범을 강화시키는 기능도 하고 있으므로 이 역시 사회화 기능의 일부로 넣을 수 있을 것이다. 대표적 오락장르인 드라마라면 거기에는 남자와 여자, 어머니와 아버지, 연장자와 연소자, 의사와 간호원에게 요구되는 역할과 행동 양식이 잘 묘사되어 있으며, 어린이들은 이를 모델로 하여 사회성원으로서 따라야 할 행위규범과 가치관을 습득하게 되는 것이다. 텔레비전의 수사물은 틀림없이 성인 남자들과 청소년들이 좋아하는 오락물이지만 거기에는 죄

지은 자는 항상 처벌 받으며, 범죄는 성공할 수 없다는 교훈이 담겨 있다.

이와같이 오늘날의 매스 미디어는 부도덕하고 비윤리적인 내용을 감시하고 도덕적, 윤리적 내용을 사회화하는 2가지 기능을 담당하고 있다. 그런데 오늘날 우리 나라의 매스 미디어는 비윤리의 감시라는 측면에서나 윤리적 가치체계의 사회화라는 측면에서나 그 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다고 비판 받을 수 있겠다. 그렇다면 구체적으로 한국 언론의 현황과 미디어 윤리상황을 구체적으로 살펴보자.

3. 매스 미디어의 지배 이념과 윤리

한 사회의 미디어 제도는 그 사회의 여러 제도들과 유기적 관계를 맺고 있는 것이며 그 사회의 정치, 사회, 철학에 의해 결정되는 것이다. 시버트(Siebert), 피터슨(Peterson), 쉬람(Schramm)은 이러한 맥락에서 언론의 4이론을 제시하고 있다(Siebert, 1963). 이런 이론에 기준하여 세계 여러 나라에서 과거에 존재해 왔고 현재 존재하고 있는 미디어 제도를 권위주의적 미디어론, 자유주의적 미디어론, 공산주의적 미디어론, 사회책임 이론으로 유형화하고 있다. 본 절에서는 이들 4이론 중 공산주의 이론을 제외하고, 맥奎일이 앞으로 도입되어야 할 이상향으로 제시한 민주적 참여 미디어론을 첨가해서 설명하고자 한다(McQuail, 1983 : 94-98).

우선 권위주의 이론은 플라톤과 마키아벨리 등의 권위주의 정치철학에 뿌리를 두고 있는데, 민주주의가 정착되기 이전의 사회나 군사독재정권이 들어서 있는 제 3 세계 일부 국가들과 같은 전제적, 억압적 국가들에서 발견된다. 여기서 미디어의 기능은 정치권력 구조에 의해 결정되고 수행되는 정부의 정책을 지지하고 발전시키는 것이며, 정부를 지지하거나 그에 이로운 것은 진리요 그렇지 않은 것은 허위로서 공표가 금지된다. 정부에 반대하는 것은 자유가 아니라 반란이며 범죄적 행위에 해당되기 때문에 이에따라 사전 검열도 허용된다. 여기서 정부와 언론의 관계는 자유주의 미디어론에서 말하는 갈등관계가 아니라 협조와 동반관계이다.

이 권위주의 이론은 정치적 통제의 측면에서 뿐만 아니라 한 사회의 도덕적 윤리적 규범의 통제라는 측면에서도 설명할 수 있다. 즉 권위주의 이론에 의하면 매스 미디어는 한 사회의 지배적인 윤리적 규범에 대해 도전하거나 그로부터의 일탈적 행위를 친양하는 것이 금지된다. 예컨대 성에 대한 사

회적 관습이나 도덕 규범에 어긋나는 음란물이 사회의 미풍양속을 해친다는 이유로 검열 받거나 범죄행위로 다루어지는 것이 그 예이다. 어느 사회에서나 그 사회의 존속을 위해 필요한 최소한의 도덕규법을 유지할 필요가 있기 때문에 매스 미디어가 이를 해치도록 방지해 둘 수는 없겠으나 그것이 민주적 절차를 무시하고 소수 권력자의 전횡에 의해 이루어지면 권위주의적이라 비판 받을 수 있는 것이다.

둘째, 자유주의적 미디어론은 인간을 이성적 존재로 보고 진리와 허위가 제공된다면 인간은 결국 진리를 선택할 것이란 주장을 전제로 한다. 따라서 미디어로 하여금 자유로이 무엇이나 공표하도록 두면 결국에는 사상의 자유공개시장의 원칙에 따라 자연 진실되고 건전한 사상이 살아남을 것이므로 정부는 불필요하게 간섭할 필요가 없다는 것이다. 이 이론에서는 언론의 자유를 자유롭고 합리적인 사회의 기본 구성요건으로 생각해 누구든지 인허가 없이 언론활동 할 수 있어야 하며 검열은 있을 수 없고 정부에 대한 자유로운 비판을 보장하는 것을 요체로 한다.

이러한 자유주의적 관점에서는 매스 미디어에게 특정한 윤리적, 도덕적 내용을 강요하기보다는 매스 미디어가 각자 자유롭게 의사 표시를 하면 비윤리적이고 부도덕한 내용은 사라지고 윤리적이고 도덕적인 내용만이 살아남게 된다는 자율조정의 기능을 신뢰하고 있는 것이다. 그러나 오늘날 독점화, 집중화로 인해 미디어는 사회내에 존재하는 다양한 목소리를 반영할 수 없게 되었고, 점점 거대해져 가는 미디어를 소유할 수 있는 것은 소수의 대자본가로 한정되어 이 자유주의 이론에서 주장하는 언론의 자유란 것이 껍데기 뿐이란 비판을 받게 되었다. 더욱이 오늘날과 같이 복잡한 사회에서는 인간이 진리와 허위를 올바르게 구별해 낼 수 있는 능력이 있는가 하는 것조차 의문시되게 되자 자유주의 미디어론을 대치할 새로운 이론이 등장하게 되었다.

세째, 사회책임이론은 이와 같은 자유주의 미디어론에 대한 반성에서 출발한 것으로, 매스 미디어에게 언론의 자유에 상응하는 책임 즉 공익에의 봉사를 요구하고 있다. 이 이론은 기본적으로 민주주의 수행을 위해 국민들에게 모든 종류의 정보를 제공하고 국민들에게 결정을 내리도록 해야 한다는 점은 자유주의 미디어론과 같으나, 이를 보장하기 위한 보다 적극적인 조치를 요구한다는 점에서 차이가 있다. 예컨대 다양한 의견을 반영하기 위

해 여러 가지 의견에 대해 액세스의 기회를 주어야 할 것을 주장한다든지, 미디어의 소유나 통제에 있어 민간 사업자의 독점적 권리를 인정하지 않는 다든지 하는 것이 그것이다. 즉 미디어가 자율적 규제를 통해 공익에의 봉사 책임을 수행하지 못한다면 정부나 공중이 개입해서라도 이를 실현해야 한다는 것이다.

이러한 미디어론적 관점에서는 매스 미디어가 그 스스로 윤리적이고 도덕적인 내용을 내보내지 못하게 된다면 언론은 사회적 책임을 져야 하므로 매스 미디어에 대한 공중이나 정부의 압력이 가능하게 된다.

네째, 민주적 참여 미디어론이란 커뮤니케이션을 일방향적이고 수직적인 것에서 쌍방향적이며 수평적인 것으로 재개념화하는 데서 출발한다. 미디어는 수용자를 위해 존재하는 것이지 미디어 조직 자체나 광고주를 위해 존재하는 것이 아니라는 전제 하에, 획일화·중앙집권화되고, 비용이 많이 들며, 국가에 의해 통제되는 전문적인 대규모 미디어 대신 지역단위의 소규모, 상호작용적, 참여적 미디어의 필요성을 주장한다. 이런 미디어는 중앙집권적인 국가적 통제를 받지 않아도 되며 모든 개인과 소수집단의 미디어 접근권과 이용권을 보장하리라 기대되는 것이다.

권위주의 미디어론과 공산주의적 미디어론에 대한 비판은 논의로 하더라도 자유주의적 미디어론, 사회 책임 이론, 참여 미디어론 역시 상당한 비판의 대상이 되고 있다. 우선 앞서 지적했듯이 자유주의적 미디어론은 자본주의적 시장원리에 따른 과다한 경제적 경쟁으로 미디어 기업의 독점화, 집중화를 초래해 언론의 자유를 언론기업만의 자유로 축소시켜 버렸고, 미디어 내용 역시 지나친 오락성과 선정성을 띠게 되어 공중의 도덕을 위협하게 되었으며, 지배계급의 이데올로기적 성격을 놓후하게 띠게 되어 사회의 변동에 저항하고 현상유지에 집착하게 되었다는 점에서 이미 그 존재 가치를 상실한 것으로 평가받고 있다. 또한 사회책임이론 역시 중앙집권화된 국가기구와의 결탁을 통해 미디어 조직 자체가 관료화됨으로써 민주적 비전을 결여하게 되었다는 점에서 비판 받고 있다.

이렇게 본다면 비록 민주적 참여 미디어론이 아직 그 정당성을 충분히 입증 받지는 못하고 있고, 이에 상응할 미디어 제도 도입의 예도 없기는 하지만, 매스 미디어의 ‘윤리성 회복’이란 측면에서 매스 미디어가 지향해야 할 바에 보다 포괄적으로 접근할 수 있게 해 준다고 할 수 있다.

III. 한국의 언론과 미디어 윤리

1. 한국 언론의 지배이념의 변천

해방 이후 한국 언론의 기본 철학은 줄곧 민주적 사회를 위한 언론 자유의 역할을 강조하는 자유주의 이념이 그 목표였고 지향이었으나 역사적으로 살펴 볼 때 실제로 한국 언론을 지배해 온 이념은 정부 정책의 효과적 수행을 위해서 혹은 부도덕하고 정통성이 결여된 정권 유지를 위해 언론을 하나의 도구로 이용하고자 했던 권위주의에 다름 아니었다고 할 수 있다.

우선 해방 이후 4·19이전까지의 제 1공화국하에서 언론 자유는 정부의 정치적 통제에 의해 억압받았던 바 특히 이승만 정권의 반공독재를 위한 정책을 지지하고 그에 이로운 언론 활동은 허용되었으나 그에 저항하는 언론 활동은 철저히 탄압 받았다. 또한 이 시기 신문들의 경제적 트대가 매우 약해 신문 용지와 윤전기 등의 구입 비용을 원조자금에 의존함으로써 국가로부터 경제적 득립조차 어려운 상태였다.

다음 4·19이후 5·16이전까지의 제 2공화국에서는 이승만 정권하에서의 언론의 자유 억압에 대한 반발로 언론은 정부의 통제로부터 완전 자유를 누릴 수 있었으나 신문의 경제적 기반도 취약하였고 사회적 책임에 대한 인식도 정착되지 못한 상태였다. 따라서 우후죽순으로 생겨난 군소 신문들의 난립은 사이비 기자 횡포 등 사회적 병폐를 초래했고, 이 신문들 간의 무제한적 경쟁은 신문내용을 극도로 선정적이고 자극적으로 만들었다. 이렇듯 자유는 있으되 사회적 책임은 지지 않는 언론의 상황은 그후 등장한 군사독재정권에게 언론을 통제할 수 있는 좋은 구실을 제공하는 셈이 되었다.

그후 5·16혁명으로 등장한 군부독재 세력은 4·19이후 진행되었던 민주화 시도들을 수포로 돌아가게 했고 그 여파는 언론에 까지 미쳤다. 쿠데타 세력들은 곧 계엄령을 선포해 언론 검열에 들어가 난립돼 있던 언론 기관들을 폐쇄하였는데 이는 언론기관 정화를 명분으로 했으나 사실상 언론을 그들의 통제 하에 두려는 조치의 일환이었다. 이후 언론통제를 위한 갖가지 법적, 정치적 조치들이 강구되었으며 한편으로는 현금차관의 제공 등 여러 경제적 혜택들을 베풀어 언론을 기업으로 육성해 나가는 회유정책을 폐기도 했다. 또한 군사정권은 사이비 언론을 규제하고 언론의 질을 향상시킨다는 명분으

로 시설 기준이라는 것을 규정하여, 신문의 경우 고성능 윤전기를 비롯한 신문 발행에 필요한 일정 수준의 시설을 갖출 것을 요구하였다. 이로 인해 신문 발행의 자유는 사실상 막대한 자본을 지닌 대자본가의 자유로 변질되게 되었다.

이후 유신 정권에 이르기까지 제 3공화국 제 4공화국 당시의 한국 언론은 전형적인 권위주의적 미디어 체제하에 놓여 있었다고 할 수 있었던 바, 제 2공화국 당시 신문의 사회적 무책임을 이유로 신문에 엄격한 사회적 책임을 요구하기는 했으나 이는 자유주의 이론의 보완으로서의 사회책임이 아니라 권위주의적 색채가짙은 사회책임이었다. 즉 언론의 사회적 공기로서의 책임이란 자율 규제를 통해 정확하고 공정한 보도와 논평으로 정부를 감시하며 국민의 알 권리 를 충족시켜 주는 데 있는 것임에도 불구하고 이 시기의 언론에게 강요되었던 사회적 책임이란 경제발전이란 국가적 과제의 달성을 위해 박정희 정권의 개발독재정책에 도전하지 않으며 이를 효과적으로 수행하도록 하는 것이었다. 이를 위해서 언론의 자유는 얼마든지 제한될 수 있는 상대적인 것에 불과했다. 신문 기업의 경제적 성장을 미끼로 이루어진 언론과 정부의 결합은 이를 더욱 용이하게 했던 바 정부의 경제적 혜택에 힘입어 언론이 대자본화되면서 본연의 사회적 책임은 도의시한 채 이윤을 추구하는 기업으로서의 역할만을 추구하게 되었다. 따라서 이 시기는 언론이 유신체제유지를 위해 권력의 시녀 역할을 했다고 혹평을 받는 시기이다.

제 5공화국하에서 언론의 기본적인 제도적 성격은 유신 정권 때의 연장선상에 있었다. 80년 초의 언론 통폐합으로 언론 기업은 더욱 대자본화되었고 이후 각종 경제적 혜택으로 언론의 기업적 발전은 더욱 신장되었다. 또한 언론인의 각종 생활 복지 향상에 공익자금 지원 등을 통해 정부가 앞장섰으로써, 언론기업뿐 아니라 언론인에 대해서도 희유정책이 펼쳐졌다. 한편 5공 정부는 언론기본법의 제정을 통해 언론의 공적 기능을 보장하고 언론의 사회적 책임과 의무를 강조하고자 했는데, 언론 자유의 보장에 견주어 언론의 사회적 책임과 그에 따른 처벌을 지나치게 강조함으로써 결국 언론 자유를 침해하고 언론 통제를 위해 악용된 악법으로 비판을 받아 87년의 민주화 운동 후 폐지되게 되었다. 또한 보도지침은 언론을 지속적으로 통제하고자 하는 군사 정권의 의도를 여지 없이 드러낸 단적인 예였다.

결국 5공화국의 언론 정책은 종래의 자유주의 미디어관에 치우친 언론 기

업의 독점화와 영리추구 경향의 억제라는 기본 취지에 바탕을 두고 언론의 공익성과 공공성을 법적으로 보장하며 언론의 자율규제를 언론의 사명이란 측면에서 명시하는 등 사회책임언론에 입각한 미디어 제도를 정착시킨다는 명분을 앞세워 결국에는 언론을 독재 정권 유지를 위한 베풀목으로 사용하려했다는 점에서 여전히 관료적 권위주의 미디어관을 벗어나지 못했다고 할 수 있다. 예컨대 방송의 경우 지난날 민영방송의 극한적인 상업주의 폐해에 대한 반성을 명분으로 하여 방송의 공익성 향상을 위한 제도의 개선의 일환으로 상업방송의 공영화가 이뤄져 공영방송제도가 마련되고, 언론기업의 결영을 금하는 등의 조치가 취해졌으나, 오히려 KBS를 정점으로 한 국가 방송독점체제를 구축하게 되어 방송은 군사 독재정권의 새로운 정책을 선전하는 도구로 이용되게 되었다(유재천, 1989 : 60-83).

이렇게 볼 때 한국 언론은 자유주의적 미디어 지향에도 불구하고, 실제로는 그 요체라 할 수 있는 권력과 정부에 대한 비판과 감시 기능이 마비된 채 오히려 권력과 정부에 순응하며 체제내에 안주하는 권위주의 언론의 전형을 보여왔다고 할 수 있다. 특히 언론기업의 경제적 성장을 매개로 한 권언유착이라는 한국 언론의 특수성은 자유주의 미디어론에서 전제로 하는 정부와 언론간 갈등관계가 아니라 양자간 협조 관계와 동반자 관계를 냥게 되었다. 80년대 들어서 두드러진 언론인의 정치권력으로의 편입 역시 이 동반자 관계를 강화시켰다.

2. 한국 언론의 구조적 특성과 부패구조

한국의 언론산업은 서구와 비교하여 그 역사도 짧고 그 규모도 작다. 그러나 신문과 방송의 경우 자본주의 언론의 구조적 특성이라 할 수 있는 언론의 기업화와 상업화, 나아가 언론기업의 집중화와 독점화 현상을 드러내 왔다. 특히 그간 언론자본의 축적이 언론 기업 스스로에 의해 이루어졌다가 보다는 국가의 언론 정책에 힘입은 바 크며 이러한 한국 언론의 특수성은 언론과 정부의 유착, 나아가 언론 자체의 권력기구화란 모습으로 나타났다. 이에 따라 한국 언론은 외부적으로는 자본과 권력, 내부적으로는 미디어 내부의 생산관행에 의한 통제와 그에 따른 부패구조가 나타난다.

자본에 의한 외적통제의 첫번째 문제로 언론의 기업화와 그에 따른 상업화 경향의 심화를 들 수 있다. 소규모 정론지적 성격을 벗어나지 못했던 한

국의 언론이 오늘날과 같은 대규모 언론 산업으로 성장할 수 있었던 계기는 5·16 혁명 후 박정희 정권의 “언론을 기업으로 육성한다”는 언론 정책이었다. 박정희 정권은 경제적 기반이 취약한 군소 신문들이 사이비 언론으로 물의를 빚었던 것을 빌미로 신문 발행에 엄격한 시설 기준을 적용해 이를 만족시킬 수 없는 소규모 자본의 신문사업 참여를 원천적으로 봉쇄함으로써 새로운 언론의 창간을 막아 기존의 대신문들의 기득권을 체도적으로 강화했다. 또한 신문 기업에 각종 경제적 특혜와 세제지원으로 각 언론사들이 기업으로서 비약적 성장을 이루게 하였다. 특히 현금 차관 제공은 각 신문사들이 시설을 근대화하고 각종 부대사업에 참여하는 등 자본 축적을 이루는데 도움을 주었다.

이렇듯 정권의 지원에 힘입은 언론 기업의 성장과 함께 언론의 상업주의적 경향도 심화되었다. 이 시기에는 상업주의를 표방하는 일간지가 등장했을 뿐 아니라 각 중앙지들도 앞다투어 선정적이고 오락적인 주간지를 발행하여 상호간에 치열한 상업적 경쟁을 벌였다. 일간지의 경우 지면의 증면을 제약해 국민들의 정보욕구를 억제했던 데 반해 주간지에는 그런 제약을 두지 않음으로써 주간지를 통해 저속한 내용의 자유방임이 일어난 결과였다. 한편 60년대에 들어서면서 방송도 본격적인 발전을 이루게 되었다. 1961년 등장한 문화방송이 5·16 직후의 경제적 침체에도 불구하고 발전을 거듭하자 이에 힘입어 상업 방송들이 태동되어 국영방송체제에서 국영과 민영의 병존체제를 맞게 되어 방송사들간의 시청률을 둘러싼 상업주의적 경쟁은 치열해졌고 방송은 점점 오락매체화 되어갔다. 이렇듯 언론이 기업으로서의 이윤추구에 몰두하다보니, 사회내에 존재하는 다양한 집단들의 의견과 이해를 반영하며, 토론과 비판의 장을 마련해주고, 국민들의 알 권리의 충족시켜 주어야 하는 본연의 의무는 소홀히 할 수 밖에 없었고, 다수 대중의 취향에 영합할 수 있는 저질의 선정적인 내용에 빠져들 수 밖에 없었다. 이 결과 언론은 사회적 책임을 갖고 사회의 윤리성과 도덕성 확립을 위해 노력하기 보다는 자본가의 논리에 따른 상업화에 몰두하게 되었다.

자본에 의한 외부적 통제에 따른 두번째 문제점은 언론의 집중화와 독점화를 들 수 있다. 언론산업에 있어서의 극심한 상호 경쟁으로 한국 언론산업에서도 독점화, 집중화가 나타났다. 신문 기업들간의 집중 현상은 한편으로는 광고시장과 수용자 확보를 둘러싸고 방송 매체와의 경쟁에서 살아남

기 위해 그리고 다른 한편으로는 발행부수가 많을수록 1부당 생산 비용이 절감된다는 규모의 경제 원칙에 따라 이루어졌다. 우리나라의 경우 언론 산업 분야에서 가장 두드러진 집중형태는 신문기업과 기타 인쇄매체 간의 결합으로 중앙의 대일간지들이 주간지를 비롯한 몇 가지의 경기간행물들을 발행해 잡지 시장을 나누어 갖는 양상을 보였다. 신문과 방송의 교차 소유도 등장하게 되었는데 이는 신문과 방송 매체 간 광고시장과 수용자 확보를 둘러싼 치열한 경쟁에서 어느 한쪽에 투자하기보다는 양쪽 모두에 투자함으로써 한쪽에서의 손실을 만회하려는 의도에서 비롯되었다.

그러나 1980년 언론 통폐합 이후 신문 기업과 방송 기업의 교차소유가 법적으로 금지되어 이런 종류의 집중형태는 사라졌다. 하지만 언론 통폐합으로 언론기업들의 수가 크게 줄어듬으로써 살아남은 대규모 언론 기업들은 독점구조를 형성하게 되었다. 1도 1지 원칙에 따라 지방지의 지역 독점력이 법적으로 보장되었고 중앙 일간지들의 시장지배력도 향상되었다. 상업방송을 통폐합해 출현한 양대 공영방송 역시 더욱 대형화되고 방송 광고 시장을 더 크게 나누어 갖게 되었다. 이러한 언론 독점체는 국가와 독점자본의 철저한 유착의 결과였다.

또한 자유경쟁 자본주의에서 독점 자본주의로의 전환국면에 접어들면서 언론 유관 산업 분야가 아닌 다른 이질 산업부문의 독점 대기업들이 언론 산업에 참여하는 복합 소유의 세계적 추세에 따라 우리나라에서도 재벌기업들의 언론 사업 참여가 나타났다. 삼성그룹의 중앙일보와 동양방송 소유 등이 바로 그 예였다. 이러한 양상은 삼성계열 한국비료의 사카린 밀수사건에 대한 동양방송과 중앙일보의 비호방송사건에서 보여지듯이 독점 재벌의 이익을 위해 언론의 자유가 억압되는 폐단을 낳는다(강현두, 1987 : 3-27).

하지만 전체 언론이 소수 대자본의 수중에 있게 되는 언론 산업의 집중화와 독점화의 가장 큰 폐해는 무엇보다도 여러 가지 다양한 의견의 반영을 방해한다는 데 있다. 이는 사회내에 존재하는 다양한 의견을 반영하여 국민들이 올바른 판단과 선택을 할 수 있도록 도와야 하는 사회적 공기로서의 언론의 책임을 망각하는 것이다. 이 때문에 독점화된 언론은 자유방임 상태에서 자유롭게 메시지를 생산, 전달할 수 있으며 더욱 더 사회적 책임을 져야 하는 것이다.

권력에 의한 외부적 통제의 문제로서는 언론의 정치화를 꼽을 수 있다.

언론은 정치 권력에 의해 회유되고 매수되어 있다. 그 이유는 정치권력은 경찰이나 군대와 같은 폭력적 국가기구에 의해서만 운영될 수 없기 때문이다. 즉 국민들의 동의를 얻기 위해 언론을 강제적으로 동원하여 위장된 지지를 창출해내는 것이다. 이런 목적을 위해 권력은 언론을 통제, 간섭한다. 예를 들면 언론사의 간섭을 손쉽게 하기 위해 언론사 설립요건을 강화하고 이왕 설립된 언론사를 통폐합시켜 그 수를 줄인다. 보도 내용을 보다 더 확실하게 통제하는 방법으로 관변통신사를 통해 뉴스를 공급하고 언론감독기관을 설치하여 보도지침을 언론사에 보내고 언론감독자를 언론에 배치한다. 이렇게 해서 언론과 언론인은 권력집단의 이익에 봉사하도록 순치된다. 권력집단은 자신들의 권력을 유지하기 위해 언론을 도구화하는 것이다. 이렇게 권력에 의해 순치되어 정권의 지배도구로 전락한 언론을 제도언론 또는 관제언론 또는 권연복합체라 부른다. 이런 제도언론은 권력의 불법과 부정과 비리에는 눈을 감고, 국민을 억압하고 위협하며, 민주세력을 배도한다.

한국 언론의 정치화는 60년대 이후 정부가 언론기업의 경제적 성장을 정책적으로 지원하며 반대 급부로 언론은 정부에 순응하며 체제유지에 공헌함으로써 시작된다. 1980년 언론 통폐합 때에는 신군부 정권에 협조하는 것을 조건으로 몇몇 대규모 언론들만이 살아남을 수 있었고 언론기업은 정권의 비위를 거스리지 않는 한 무한히 팽창할 수 있음을 알게 되었다. 한편, 언론기업 뿐 아니라 언론인에 대해서도 정부가 직접 개입해 임금인상, 후생복지 증진 등 근로조건을 향상시켜 줌으로써 그들을 회유하여 정부에 대한 비판의 펜끝을 무디게 하고자 했다. 특히 5공화국 이후 언론인의 사회적, 경제적 지위가 급상승해 그들은 이제 가난한 선비로서의 지조를 버리고 기득권층에 합류함으로써 정치적으로 보수화되었다. 뿐만 아니라 언론인의 경계진출도 두드러져 기자직은 정치인으로서 입선하고자 하는 사람들의 발판으로 생각되기에 이르렀다. 한국 언론에서 나타나는 이러한 언론과 언론인의 심한 정치 지향성은 언론의 도덕성에 심각한 상처를 주게 되었고 언론에 대한 일반 국민들의 불신을 깊게 하였다. 특히 오늘날의 언론은 권력의 요구에 수동적으로 순응할 뿐 아니라 적극적으로 이에 동조하는 모습을 보이기도 한다. 특정 후보에 대한 언론의 편들기 시비는 역대 선거 때마다 있어 왔지만, 14대 대통령 선거에서 보여지듯이 이것이 권력의 강압적 요구에 의한 것이 아니라 특정후보의 줄을 대고 있는 몇몇 정치 지향적 언론 혹은 언론

인들의 '충성'에 의한 것으로 여겨지고 있다는 점에서 문제의 심각성이 있는 것이다. 이 결과 언론은 전체사회의 윤리성과 도덕성 회복의 책무를 알고 이에 기여하기 보다는 정치권력의 정당성 확보를 위한 역할을 담당하기에 급급해 하고 있는 듯하다.

언론의 내부적 통제로서 미디어 생산관행에 따른 문제는 언론소유형식, 취재관행, 언론인의 성향 등의 미디어 관행에 의해서 야기된다. 가장 먼저 야기되는 문제는 언론접근에서의 심한 불평등이다. 언론에의 접근을 위한 가장 완벽한 수단은 언론을 소유하는 것이다. 그러나 오늘날과 같이 언론이 대기업화한 경우 언론을 소유할 수 있는 사람은 극소수의 대자본가 뿐이다. 일반인은 언론을 소유할 엄두조차 낼 수 없다. 일반인이 바랄 수 있는 것은 기존 언론에 자유롭게 접근하는 일이다. 그러나 여기에서마저 금력과 권력을 가진 강자와 그렇지 못한 일반인들 사이에는 큰 불평등이 존재한다.

또 하나는 매스미디어의 선정적인 보도형태이다. 문제중심의 차분하고 논리적인 보도보다는 사건 중심의 호사적이고 감정적인 보도를 선호하는 경향이 우리 언론에 있다. 커다란 제목과 자극적인 표현 등으로 사람들의 관심을 끄는 것을 나무랄 수 없겠으나, 그런 선정적인 보도는 흔히 인간의 이성이 아니라 감정에 호소하고, 사안의 본질보다는 표피적인 것에 신경을 쓰게 한다. 선정적인 보도는 사건과 관련된 인물위주의 피상적이고 일시적인 흥미만을 유발할 뿐 사건에 대한 구조적인 이해를 돋지 못하고 오히려 그것을 방해한다. 선정적인 보도는 언론의 수익성에는 어느 정도 유리할지 모르지만 언론의 사회적 사명이라는 측면에서는 대단히 부정적이다.

언론의 보수화 경향도 우리 언론의 중요한 문제이다. 그 동안 언론사와 언론인들에게 베풀어진 각종 혜택으로 언론인들의 수입이나 지위가 많이 높아져 그들은 이제 우리사회의 명실상부한 중상류층이 되었다. 따라서 언론인들의 의식이 보수화할 수 밖에 없다. 게다가 우리 언론의 취재 관행상 언론인들은 출입처에서 주로 고위관료나 회사간부들을 접하게 된다. 이 때문에 언론인들은 그들의 문제인식이나 사고유형에 익숙하게 되고 많은 경우 그것들을 체화한다. 그래서 언론인들은 그들의 시각으로 문제를 보고 해석하게 된다. 일부 언론인의 경우 이러한 경향은 더욱 심해진다. 오랫동안 강자들을 접했기 때문에 그들의 사상이나 가치관을 더 많이 체화한 때문이다.

여기에 나이에 따른 보수성이 부가된다. 이 때문에 언론은 대체로 변화가 필요한 때에도 변화보다는 안정을 주장하고 변화를 요구하는 세력을 혐오하고 매도한다. 이러한 맥락에서 언론은 현 사회의 부패구조를 과감히 개혁시키기보다는 이에 안존하여 사회의 윤리성 회복의 의무를 저버리고 있는 것이다.

3. 한국 언론의 윤리 현황

우리 나라 매스 미디어의 윤리규제를 위한 기구로서 신문윤리위원회, 방송 심의위원회, 도서잡지 주간신문 윤리위원회, 공연윤리위원회 그리고 언론중재 위원회 등이 있다. 그러나 위의 기구와 그의 윤리규정만으로는 오늘날의 매스 미디어 상황을 원만하게 처리해 나가기 힘들다. 왜냐하면 과거의 수용자와는 달리 오늘의 수용자는 능동적인 수용자로서 언론활동에 대한 적극적인 반응을 보이고 있어서 언론인들이 자기의 행위에 대해서 각별히 유의해야 하며 이는 집단간의 분규와 법에 의한 제소로 이어질 수 있기 때문이다(이광재, 1989 : 254-272).

그러므로 매스 미디어는 그 스스로 윤리적 차원에서 나름대로의 기준을 갖고 이를 바로 세워야 하는 것이다. 이때 매스 미디어의 윤리란 언론의 자유를 보호하고 책임을 완수케 하는데 있어서 반드시 필요한 가장 기본적인 요소로서, 이 윤리관이 올바로 확립될 때 비로소 전체 매스 미디어의 상황이 개선될 수 있기 때문이다.

그렇다면 한국 언론의 윤리상황이 갖고 있는 문제점은 무엇인지를 살펴보자. 첫째, 매스 미디어의 윤리 규정을 새로운 사회 환경에 부합하도록 다시 점검해 볼 필요가 있다. 이미 오래전에 만들어진 언론관련 윤리 강령이 21세기를 바라보는 우리의 현실에 적합한 것일 수 없다. 사회 환경은 시간과 장소에 따라 변하는데 윤리는 옛날의 모습 그대로인 것이 문제이다.

둘째, 매스 미디어의 윤리가 사회의 다원적 욕구를 수렴할 수 있어야 한다. 즉 권위주의적 사회체제 내에서 일방적으로 강요되었던 윤리기준이 아니라 다원적 사회내에 존재하는 다양한 집단의 이해를 반영하는 균형 잡힌 윤리가 필요한 것이다. 사회가 후기산업사회에 접어들면서 다양한 욕구가 새롭게 등장하고 있지만 아직도 우리의 매스 미디어 윤리는 권위주의적인 체제에서 벗어나지 못하고 있는 것이다.

세째, 매스 미디어의 윤리를 감시하는 자율적인 규제기구의 기능이 미약하다. 즉 전문적인 다른 분야의 자율적 기구들이 갖고 있는 강제적 규제기능이 매스 미디어의 경우에는 거의 없다. 예컨대 법조계나 의료계 등에서는 인허가 기관이나 정책기구에 의해서 강제적인 규제가 행해져서 경우에 따라 회원 자격을 박탈하기도 하는 등의 제재가 가능하나 매스 미디어의 부문에서는 그것이 미약하다는 것이다. 이론적으로 볼 때 강제적 제재가 없는 것이 가장 바람직하겠지만, 현실적인 면에서는 규제력이 없기 때문에 언론윤리 강령 등을 실천하지 못하는 경향이 생겨난다고 볼 수도 있다.

이와 같이 한국의 매스 미디어 윤리상황은 많은 문제를 갖고 있다. 매스 미디어의 윤리에 대해 모든 사람들이 공감할 수 있는 의식수준에 부합하는 윤리는 항상 시대와 장소에 따라서 변화하기 때문에 우리의 시간적, 공간적 상황에 부합하는 매스 미디어의 윤리 확립이 시급하다. 이를 위해 몇 가지 개선방향을 지적해 보면 다음과 같다.

우선적으로 언론윤리를 생활화하겠다는 언론인들의 의식개혁이 선행되어야 한다. 아무리 훌륭한 내용을 담은 윤리 규정이 있다 하더라도 지금처럼 자기의 이익을 앞세워 큰 소리내는 사람들이 이익을 보는 풍토 속에서는 실효를 거두기가 어렵다. 언론인들이 윤리의식 함양을 위한 개인의 마음가짐을 새롭게 하는 테서부터 의식개혁은 일어나야 한다. 이러한 연장선상에서 각 언론사들은 그들 회사의 설립 목적과 언론철학에 바탕을 둔 그들 나름대로의 윤리 강령을 제정하여 이를 생활화 하도록 해야 한다.

그리고 언론인의 전문성 의식이 강화되어야 한다. 전문직이라 하는 것은 높은 수준의 지식이 요구되고 또한 대중 봉사를 중요시 하며 대중과 신뢰할 수 있는 관계를 형성하는 직업이다. 대중은 일반적으로 전문직 종사자들을 신뢰한다. 그러므로 전문직 종사자는 대개의 경우 이윤추구보다는 직무수행을 우선시 한다. 그리고 이것을 의무적인 책무라고 생각한다. 전문직에는 윤리 강령과 시행규칙 같은 자율적으로 제정한 행동방침이 있어서 이를 준수하지 않는 사람들은 동료들로 구성된 삼의 기구에 의해서 제재를 받게 되어 있다.

IV. 한국의 매스 미디어와 청소년 비행

1. 매스 미디어가 청소년에 미치는 영향에 대한 이론

매스 미디어는 과연 청소년들의 윤리적 가치관에 영향을 미치는 것인가? 흔히 비유되듯 원자탄의 위력을 매스 미디어는 갖고 있는 것일까? 도대체 그 영향력이 있다면 얼마나 되는 것이며, 또 어떻게 미치는 것일까? 흔히 매스 미디어의 사회적 영향에 관해 논한다면 대개 바탕적하지 않게 작용하는 매스 미디어의 역기능적인 문제에 초점을 맞춘다. 즉, ‘친사회적(pro-social)’ 기능과 효과보다는 ‘반사회적(anti-social)’ 기능과 효과에 대한 지적이 대부분이다. 교육자, 사회사업가, 문화비평가, 정신병리학자들은 어떤 사회적 병리현상이 나타날 때마다 이를 매스 미디어와 관련시켜 보려고 하였고 미디어의 역기능을 규명하려 하였다. 특히 청소년의 비행과 범죄의 단연을 매스 미디어와 관련시켜 어떤 원인적 요인을 찾으려고 한다. 이와 같은 바탕을 갖고 있는 입장의 연구는 오늘날 청소년들의 폭력성향의 주된 원인이 텔레비전 프로그램의 내용에 있다는 관점을 갖는다. 이러한 맥락에서 매스 미디어 특히 텔레비전이 ‘아동의 범죄학교’라는 주장이다. 이 입장은 주로 사회심리학적인 학습 이론으로서의 자극과 반응이론에 입각하고 있다.

그렇다면 이에 대한 학문적 설명은 어떠한 것이 있는지를 간단히 살펴보기로 하자. 매스 미디어 특히 텔레비전이 청소년 비행에 어떠한 영향을 미치는가에 관련된 효과 이론은 크게 모방효과이론, 문화계발효과이론, 그리고 감정정화작용이론으로 나누어 질 수 있다.

1) 모방효과이론

모방효과이론이란 사람들이 텔레비전에서 본 성적, 폭력적 행위들을 모방하는 효과를 말하는 것이다. 이 이론은 학습의 원리를 사회 상황에 적용시키려는 ‘사회학습이론’에서부터 비롯된다. 즉 사람들은 매스 미디어에서 폭력을 보고 난 후에, 보지 않았을 경우보다 더 폭력적으로 행동하게 된다는 것이다. 이러한 모방의 과정은 청소년들이 매스 미디어를 통해 사람을 죽이는 장면을 봄으로서 이를 실제 자기의 현실 속에서 모방할 수 있다는 것이다. 예를 들어 10대들이 <디어헌터>의 영화에서 베트남의 광분된 전쟁포로들이 ‘러시안 루렛’ 게임으로 스스로를 죽이는 것을 보기 전에는 그런 행동

을 생각하지도 못했을 것이다. 그러나 청소년들은 호감 있게 본 영화 속에서 ‘러시안 루렛’ 장면을 관찰하고 학습하게 되는 것이다. 이러한 학습과정 이후에 구체적인 행위의 표출이 일어난다. 예를 들어 거리에서 싸우는 장면이 있는 영화를 보는 것은 관람자들의 폭력 경향을 조장할 수 있다는 것이다. 즉 거리에서의 폭력이 새로운 것이 아니므로 폭력 상황을 학습하지는 않았겠지만 미디어는 청소년이 폭력에 대해 가지고 있는 규범적인 억제력을 파손시킬 수 있는 것이다. 이 결과 향후에 작은 폭력적 자극에 의해서도 폭력을 일으킬 수 있는 것이다.

텔레비전 폭력의 모방 효과에 관한 대부분의 관심은 ‘상징적 모방’의 과정을 전제로 하고 있다. 즉 매스 미디어 모델이 했던 것과는 다소 다른 방식으로 자신의 행동을 폭력적으로 나타낼 수 있다는 것이다. 그 효과는 매스 미디어에서 묘사된 구체적인 행동으로부터 일반화되어 나타난다. 이러한 유형의 모방은 매우 구체적인 행위의 모방보다 훨씬 더 많이 발생하는 것이다. 모방이 일어나는 다른 간접적인 방식들도 있다. 폭력은 시청자의 일반적인 정서적 반응을 변화시킬 수도 있는데 그것은 뒤이어 폭력행위를 이끌 수 있다. 다시 말하면 전반적인 흥분의 수준을 높여, 그 사람의 공격성을 자극할 수 있는 것이다.

이에 대한 구체적인 모방효과 연구로는 초기의 사회 심리학자인 알버트 반두라(Albert Bandura)의 ‘보보(Bobo) 인형연구’가 있다(Bandura, 1969 : 123-139). 반두라는 어린아이들 앞에서 다른 사람들이 공기를 주입한 고무 인형을 향해 폭력을 행사하도록 하여 어린이들의 이후 행동을 관찰하도록 한 것이다. 이 연구는 매스 미디어의 폭력물이 수용자에게 모방행위를 야기시킬 수 있다는 중요한 성과를 제공했으나 실제 세계에 대한 일반화 가능성은 의심스럽다는 비판을 받아 왔다. 그러나 수용자들의 매스 미디어 내용에 대한 모방 가능성에 대한 기존의 논의에 대한 실증적 검증을 가능케 했다는 점에서 의미가 있다. 이 이론에 따르자면 수용자들이 매스 미디어의 폭력적, 성적 내용을 그대로 모방하기 때문에 매스 미디어 내용에 폭력적이며, 성적인 내용과 비윤리적이고 부도덕한 내용을 통제해야 한다는 것이다(이창근, 1991).

2) 문화계 발이론

매스 미디어가 수용자의 태도와 행동에 간접적으로 영향을 미친다는 입장은

갖는 또 다른 효과이론은 문화계발이론이다. 조지 거브너(George Gerbner)와 그의 동료들은 사람들이 텔레비전에 많이 노출되면 될수록 사회현실에 대한 인식은 텔레비전에서 제시되는 것과 일치한 것이라고 주장해왔다(Gerbner, 1969). 비록 위의 연구자들이 텔레비전 폭력에 관한 연구로 알려져 있지만 문화계발 이론의 범위는 보다 넓다. 거브너 등은 주장하기를 문화계발이란 ‘메시지와 상황 사이의 연속적이고 역동적이며 진행중인 상호작용과정의 일부’라고 한다. 문화계발은 시청자들이 미디어에 의해 수동적으로 조종되어지는 것이 아니라 미디어와 계속 상호작용을 한다고 상정한다. 그럼에도 불구하고 시청자와 미디어는 닮아 가는 점이 있으며, 그 과정에서 개인의 지각된 현실은 점차로 텔레비전 세계에 근접해 간다는 것이 이들 연구자의 주장이다.

무엇보다도 문화계발이론은 폭력과 관련된 태도의 문화계발에 관한 연구로 알려져 있다. 이 연구들은 중시청자들이 세상을 보다 위협스럽고 범죄에 시달리는 곳이라고 믿고 있음을 보여주었다. 이것은 물론 텔레비전이 세상은 이런 것이라고 가르치는 것에 의한 것일 수도 있지만, 또 두려움이 많은 사람들이 텔레비전을 더 많이 시청한다고 볼 수도 있다. 그러나 이들 연구자들은 텔레비전이 세상이 폭력적이라는 사실을 더 많이 가르치고 있는 것이라고 믿고 있다.

문화계발이론은 텔레비전이 보여주는 반복되는 가치표현의 총체적인 분석이다. 이와 같이 텔레비전이 보여주는 이미지들은 시청자들이 갖고 있는 인간과 사회에 대한 제 개념과 가치기능에 영향을 주고 있다. 이러한 사실에 초점을 둔 거브너의 문화계발 연구는 일반적으로 시청자들이 텔레비전을 많이 보면 볼수록 텔레비전이 제시하는 텔레비전적 세계의 관점에서 현실세계를 보고 이해하려는 경향이 많음을 밝혀냈다. 이 이론에 따르면 수용자가 매스 미디어의 특정한 행위를 모방하는 차원이 아니라 매스 미디어가 장기간에 걸쳐 수용자들의 가치체계를 계발하는 역할을 담당하고 있다는 것이다.

3) 감정정화작용이론

감정정화작용이론은 매스 미디어의 성적, 폭력적 내용이 수용자에게 잠재해 있는 성적, 폭력적 감정을 정화한다는 이론이다. 정화작용(catharsis)의 개념은 현대의 정신분석이론에 의해 기초하고 있다. 즉 프로이드(Freud)의

견해에 따르면 폭력이나 성적 내용과 같은 무의식적 자극은 의식에 의해 억압되고 있으나 이것이 의식으로 들어올 때는 홍분을 일으킬 수 있다는 것이다. 이 억압된 자극들과 그들이 만들어낸 홍분은 공개적인 섹스 또는 공격적 행위에 의해 직접적으로 해소되거나 또는 어떤 대리적 행위 즉 매스 미디어를 통해 성과 폭력적 행위를 접촉함으로서 간접적으로 해소된다.

카타르시스라고 불리는 정서적 이완은 자극을 ‘발산하는 것’ 즉 그것을 직접적이건 간접적이건 간에 표현하는 것으로부터 생긴다. 이 정서적 영향은 조작적으로 정의하고 검증하기에는 지나치게 어려운 개념이지만 많은 관적인 호소력과 논쟁주제로 계속 지지를 받고 있다. 그러나 카타르시스 이론은 텔레비전 폭력의 행동에 대한 효과에 관해서 하나의 분명한 예측을 하고 있다. 즉 모방이론은 매스 미디어의 내용에 나타난 폭력을 보고난 후에 공격적인 행위가 증가한다고 예측하지만 카타르시스 이론은 폭력행위의 감소를 예측한다. 만약 폭력시청이라는 대체 행위가 감정적 방출을 가져 온다면, 실제로 미디어 폭력을 본 후에는 폭력행위가 감소되어야만 한다. 그러나 실증적으로 이 이론이 확실하게 검증되지는 않고 있다.

모방효과이론과 문화계발효과이론은 매스 미디어의 성적, 폭력적 내용이 부정적 영향을 미칠 수 있다는 점을 전제하고 있는 것이다. 이러한 맥락과는 달리 성적, 폭력적 자극이 오히려 긍정적 영향을 미칠 수 있다는 견해가 있다. 이것이 감정정화 작용이다.

2. 우리의 청소년과 매스 미디어 현실

청소년에게 있어서 매스 미디어는 아주 중요한 기능을 담당하고 있다. 예컨대 미국에서는 어린이들이 국민학교에 들어가 고등학교를 졸업할 때까지 교실에서 보내는 시간이 1만 2천시간인데 비해 텔레비전 앞에서 보내는 시간은 1만 5천시간이라는 통계가 나와 텔레비전 프로그램의 영향력에 대한 경각심을 불러일으킨 적이 있다. 이와 같이 매스 미디어는 청소년들에게 아주 강력한 영향력을 행사하고 있다.

한편 청소년들은 현대 매스 미디어 문화의 중요한 소비자가 되고 있다. 전 세계적으로 기존의 문화자본은 청소년층을 대상으로 한 상품개발에 집중하고 있다. 그러므로 전통적인 매스 미디어 뿐 아니라 뉴 미디어의 분야도 청소년들을 주된 대상으로 삼고 있는 것이다. 예컨대 텔레비전의 가요, 쇼, 코

메디 등의 주된 대상이 청소년이며 스포츠 신문도 청소년들까지를 목표독자로 삼고 있다. 그리고 최근의 비디오 전자게임이며 뮤직비디오 등과 같은 것들도 청소년들을 대상으로 하고 있는 것이 많다. 그런데 청소년들을 대상으로 한 매스 미디어의 내용은 폭력적이며 성적일 경우 더 큰 문제점을 갖는다. 특히 청소년들은 인격형성의 과정에 있는 보호대상이라는 점을 고려할 때 더욱 그러하다. 더구나 현대의 매스 미디어는 각기 복합적인 미디어 구성으로 전체 미디어에 범람하고 있다. 예컨대 텔레비전 시리즈물의 시청이 영화관람과 레코드, 전자게임의 구매를 촉진하고, 거꾸로 책으로 영화나 텔레비전 시청 등을 유도하는 등 미디어 간의 상호촉진전략이 있기 때문이다. 예컨대 <닌자 거북이>같은 것은 텔레비전 시리즈로, 영화로, 책으로, 전자게임으로 개발되어 다양한 복합 미디어 상품이 되어 있다. 그 결과 폭력은 특정한 미디어가 아니라 전체적인 매스미디어 상황에서 범람하기 시작한다(박명진, 1991).

그렇다면 구체적으로 텔레비전 프로그램의 구체적인 내용은 어떠한가. 텔레비전의 폭력성향은 파악하기 위해 최선렬은 청소년들이 자주 접하는 만화와 코메디 2가지 프로그램의 내용을 파악해 보았다(최선렬, 1991). 이 결과 서정만화와 전쟁만화로 2분되는 만화의 경우 지나치게 전쟁만화가 많다는 문제를 갖고 있었다. 대개의 전쟁만화는 선과 악의 대결구조에 권선징악적 주제를 가미하여 공식화 되어 있다. 대부분의 폭력상황은 적대관계로 나타났는데 적대관계의 구조에서는 쌍방적 폭력, 보복폭력 등 연속적 폭력으로 이야기를 전개하기 쉽게 되어 있다. 따라서 폭력의 양이나 강도가 커질 수 밖에 없는 것이다. 또한 전쟁상황에서는 정의, 대의를 위한 폭력이 정당화되고, 총과 같은 무기의 사용이 빈번하여 전혀 모르는 사람들 사이의 폭력도 많이 나오게 된다. 이와 같이 권선징악이라는 넓은 구성 속에서 청소년 대상의 만화 프로그램 역시 과도한 폭력장면으로 점철되어 있다는 인상을 짓을 수 없는 것이다.

만화 프로그램의 내용과 마찬가지로 코메디 프로그램의 내용도 폭력의 연쇄반응으로 가득차 있다. 코메디의 배경은 전쟁과 같은 적대관계의 상황이 아니라 일상생활에 관련된 내용이므로 만화영화에 비해 폭력의 강도나 시간적 비중이 훨씬 낮게 나타났다. 그러나 문제는 질적 수준에 있다. 풍자, 갈등, 반전 등 재미있는 상황을 창조적으로 만들지 못하고 우리의 코메디는

폭력 그것도 연속적 폭력에 의존하여 이야기를 질질 끌고 나가고 있다. 코메디에 있어서 폭력적 상황은 대체로 단순한 감정적 마찰이나 자극 때문에 벌어지는 것으로 밝혀졌다. 이러한 결과는 현재 우리 사회를 위협하는 많은 폭력들이 개개인의 사소한 감정폭발에 기인한다는 점을 생각할 때 주목할 필요가 있다. 무책임한 감정폭발로 인한 폭력을 일상적으로 담고 있는 코메디들에 많은 노출된 어린이들과 청소년들이 그러한 폭력에 대해 무감각해질 가능성이 있기 때문이다. 다시 말해서 그들은 그러한 폭력이 잘못되었다는 인식을 하지 못하고 당연한 것으로 받아들인다는 것이다.

비디오의 경우 청소년들의 시청형태를 살펴보면 다음과 같다. 청소년들의 월평균 비디오 시청편수는 2.47편으로 비교적 높은 접촉빈도를 보여주고 있는데 청소년들의 비디오 수용에 있어서 청소년들이 보아서 안되는 성인용 비디오의 범람이 큰 문제가 되고 있다. 구체적으로 1989년 YMCA의 조사결과에 의하면 성인용 비디오를 1~2편 보았다가 33.3%이며 3~5편이 9.8%, 6~10편이 2.5%로 나타났으며 10회 이상을 시청했다는 청소년도 7.9%나 되어 성인용 비디오에 대한 청소년들의 높은 접촉율을 보이고 있다. 더욱이 본 적이 전혀 없다고 응답한 청소년들은 고 1의 경우 36%이며 고 2는 32.8%에 불과하여 청소년들의 비디오 접촉경험이 급격히 증가하고 있음을 알 수 있다(YMCA, 1989).

성인용 비디오를 시청한 경험이 있는 청소년의 경우, 처음 시청한 시기가 언제 인지를 물은 결과 중 3(15%), 중 2(14%), 중 1(8.1%) 등이 많았고 고 1(7.5%), 고 2(2.7%) 시기와 국민학교(8.2%) 시기가 비슷하게 나타났다. 이 결과 또한 중학생들의 비디오 시청지도가 특히 중요하다는 것과 국민학생들이 성인용 비디오에 접촉하는 경우도 간과해서는 안된다는 사실을 알려주고 있다.

성인용 비디오의 시청동기는 친구, 선배의 권유(22.1%), 집에 테일이 있어서(12.5%), 만화가게, 오락실(6.4%), 호기심에서 직접 빌림(6.2%) 등으로 나타났는데 친구, 선배의 권유에 의한 성인 비디오 시청은 쉽게 예상할 수 있는 항목이다. 그러나 집에 테일이 있어서 성인용 비디오를 시청하게 되었다는 비율이 12.5%에 이르는 결과는 매우 중요한 시사점을 제공해 준다. 가장 깊숙이 침투한 비디오 매체의 내용에 있어서도 청소년과 성인이 구분하여 접촉할 수 없도록 하는 기준이 모호해지고 있는 정후로 볼 수도 있기

때문이다. 우선은 이러한 비디오물이 청소년들에게 접촉되지 않도록 노력하는 일이 중요하지만 적극적으로는 청소년용 비디오가 그들의 요구와 수준에 맞게 제작되도록 노력해야 함을 일깨워주는 결과라고 할 수 있겠다. 이와 같이 우리의 매스 미디어 현실은 성과 폭력이 범람하는 위험한 상황이라고 할 수 있다.

3. 청소년 문제의 해결을 위한 방송의 역할

방송이 청소년 문제의 해결에 기여할 가능성은 소극적인 입장과 적극적인 입장으로 나누어 생각할 수 있다. 이에 대해서 최현섭은 다음과 같은 방안을 언급하고 있다(최현섭, 1983 : 97-107).

소극적 입장에서 생각할 때 방송은 프로그램을 제작, 방영할 때 청소년 비행을 유발시킬 가능성이 있는 내용을 줄임으로써 청소년 문제의 해결에 간접적으로 기여할 수 있다. 예컨대 범죄나 일탈행동을 정당화하는 내용, 기괴한 언행, 사적욕구나 이기적 충동을 충족하려는 인간상 등이 프로그램에 스며들지 않도록 하는 방법이다. 물론 이러한 노력의 범주 속에는 청소년을 위한 프로그램 뿐 아니라 다른 모든 프로그램도 포함한다. 그리고 프로그램의 주인공이나 주된 줄거리 이외의 모든 프로그램내용에 그러한 노력이 기울여져야 하는 것이다. 왜냐하면 청소년은 그들을 위한 프로그램만 시청하는 것도 아니고 처음부터 끝까지 다 시청하지도 않기 때문이다. 즉 청소년은 프로그램의 주제만을 학습하는 것도 아니며 주인공을 통해서만 무엇인가를 받아들이지 않기 때문이다.

이와 함께 매스 미디어는 보다 적극적인 역할을 담당할 수 있다. 그 첫째로 생각할 수 있는 것은 방송이 청소년 문제의 심각성을 부각시키고, 그 원인과 해결책에 관한 지식을 보급시킴으로써 청소년 문제의 해결에 기여할 수 있다. 원래 어떠한 사회문제이건 그것이 사회구성원에 의하여 인식되지 못하면 문제가 문제로서 나타나지 않게 된다. 뿐만 아니라 그 문제의 원인이나 해결책이 전문가를 떠나 정책담당자나 일반대중에게 정확하게 널리 보급되지 않으면 실효성이 그만큼 저하된다. 방송은 바로 이 일을 수행할 수 있는 가장 적절한 기능 즉 대량전달과 감정적 호소력을 가지고 있다.

둘째로 방송은 사회구조를 변화시키는데 주도적인 역할을 담당함으로써 청소년 문제의 해결에 기여할 수 있다. 전술한 바와 같이 전반적인 파급성 또

는 보편성은 사회구조의 핵심이다. 따라서 사회구조는 그것을 지적하거나 대안적인 구조유형이 제기되지 않으면 탐지되기도 어렵고 또 그것을 변화시키기에는 난점도 적지 않다. 그런데 바로 이 사회구조가 변화되지 않으면 청소년 문제 또한 해결하기가 그만큼 어렵게 된다. 여기에서 방송의 적극적인 역할이 기대되는 것이다. 즉 방송은 그 방대한 조직력과 깊이 파고드는 감각적 호소력을 이용하여 깊이 뿌리박고 있는 사회구조를 들추어 내고, 대안적인 구조유형을 제시함으로써 사회구조를 변화시킬 수 있어야 한다는 것이다. 그리고 이러한 사회구조를 변화시키려는 노력을 통하여 청소년 문제의 해결에 기여할 수 있다고 본다.

세째로, 방송은 청소년 문제의 해결을 위한 사회운동의 중추적 역할을 담당함으로써 청소년 문제의 해결에 적극적으로 기여할 수 있다. 사회운동은 사회적 변화를 위한 혁신적, 집단적 활동이다. 그리고 이 활동은 그 어떠한 변화 노력보다도 훨씬 효율적이라는 견해가 일반적이다. 또한 이 사회운동은 그 운동에 더 많은 사람이 참여하고, 조직적이고 지속적으로 전개될 때 성공을 거둘 수 있다. 그런데 방송은 현대사회의 그 어떠한 조직체보다도 참여를 더 많이 끌어들일 수 있는 수단, 즉 대량전달체제를 갖고 있다는 특징이 있다. 그리고 정보의 신속한 수집과 분석을 담당할 조직력을 가지고 있다. 이러한 방송의 이점을 이용하여 청소년 문제의 해결을 위한 사회운동을 주도적으로 전개하게 된다면 아마도 가장 효율적인 전략이 될 것이다.

V. 결론 : 도덕성 회복을 위한 노력

1987년 민주화 투쟁 이후 우리의 언론은 과거의 권위주의 체제와는 다른 자율경쟁체제를 이루고 있다. 이러한 상황 속에서 언론은 그 스스로 도덕성과 윤리를 확립하지 않으면 안된다. 그러나 아직도 언론은 도덕성과 윤리를 회복하려 하기보다는 그 스스로 국민 위에 군림하려 하고 무책임하고 일방적인 보도를 해놓고도 정정보도와 사과는커녕 오히려 언론자유, 편집권이라는 명목하에 상업주의와 선정주의에 점점 더 깊게 빠져 들어가기도 한다. 그리고 추측기사, 오보, 과장보도, 사이비 언론, 강제, 위협적인 광고제재, 무비판적인 관급기사의 수용으로, 심층, 포괄적인 진실보도 보다는 단순한 사실보도로 오해의 소지를 넣게 하는 등 언론윤리의 위기를 초래하고 있는

것이다.

이러한 언론윤리의 문제점은 전체사회의 윤리성과 도덕성 회복의 노력을 반감시키며 현상의 재생산에 기여한다. 그러므로 언론은 도덕성 회복을 위해 과감한 자기반성을 해야한다. 그러나 언론만의 운동으로는 이것이 달성될 수 없다. 매스 미디어가 사회의 도덕성, 윤리성을 회복하도록 하는 임무를 수행하게 하는데 이용할 수 있는 수단은 3가지가 있다(Schramm, 1957). 이중의 하나는 정부이며, 둘째는 매스 미디어 자신이며, 세째는 일반공중이다. 이들은 도덕성 회복의 책임을 공유한다. 어느 하나가 사회의 도덕성 회복의 책임을 전담할 수는 없다. 매스 미디어가 너무나 사회에서 강력한 힘을 행사하기 때문에 어느 한 집단이 도덕성 회복의 임무를 전담할 수가 없는 것이다. 위기에 처한 언론윤리의 위상을 제대로 정립하기 위해서는 다음 3가지 측면에서의 노력을 경주해야 할 것이다(Siebert, 1973).

1. 정부의 역할

정부는 법의 테두리내에서 행정적으로 매스 미디어를 통제할 수 있는 가장 권위있는 기관이다. 그러므로 정부의 도덕성 회복의 의지가 명확하다면 정부는 이를 위해 최선을 다해야 할 것이다. 정부가 도덕성 회복을 위해 할 수 있는 일은 크게 4가지로 구분한다. 첫째, 제약기관으로서 둘째, 조정기관으로서 세째, 촉진기관으로서 네째, 참여기관으로서의 정부이다.

첫째, 제약기관으로서의 정부.

이는 언론분야에서 정부가 행사하는 최초의 역할이었을 것이다. 제약기관으로서 정부의 기능은 언론의 특정한 내용에 대해 통제를 가하는 것이다. 여러 가지 종류의 제약된 자료는 각 세기마다 그리고 정부에 따라 그 내용이 달랐다. 그리하여 의설적인 것과 개인에 대한 명예훼손적인 내용 그리고 국내의 무질서를 조성할 가능성이 있는 내용을 제한하고 있는 것이다. 이에 따라 발생할 수 있는 문제는 다음과 같은 2가지이다. 첫째는, 사회가 유기적인 기능을 담당하기 위해 공중들이 마땅히 알아야 할 정보를 매스 미디어가 전달하지 못하도록 정부가 강요하는 것이 아닌가 하는 것이다. 둘째는, 정부의 조치로 마땅히 제한되어야 할 커뮤니케이션 내용이 공중들에게 이용되고 있는 분야가 있지 않는가 하는 문제이다. 이러한 문제를 극복하기 위해서 정부는 효과적으로 매스 미디어를 통제해야 한다. 그리고 그것이 전체

사회의 도덕성 회복을 위해 이용되어야지 그렇지 않으면 안된다.

둘째, 조정기관으로서의 정부.

정부와 커뮤니케이션의 관계에 관련된 두번째 역할은 조정기관으로서의 정부기능에 관한 것이다. 즉 정부는 커뮤니케이션에서의 목적 달성을 방해하기보다는 이를 촉진시키는 데 어떠한 규정을 마련할 수 있는가에 대한 과제인 것이다. 과거 20년간 ‘정보 시장론’에 관해 많은 논의가 있었다. 이는 마치 상품의 자유시장이 독점을 규제하고 상표 및 등급 규정 등을 마련하기 위해 법률이 필요한 것과 같이 매스 미디어의 시장도 정부조정이 필요하다는 것이다. 바로 이러한 조정의 역할을 정부가 적절히 담당해야 하는 기능이라고 할 수 있는 것이다. 즉 정부는 우리의 매스 미디어가 갖는 도덕성 회복의 목적 달성을 위해 조정 역할을 담당해야 하는 것이다.

세째, 촉진기관으로서의 정부.

또 다른 문제는 촉진 기관으로서의 정부기능이다. 이 분야에서의 정부의 활동에 관해서는 필자가 제기한 다른 세분야 중 어느 분야보다도 논쟁이 적은 것 같다. 여기에서 촉진이라는 것은 정부보조의 일면이다. 이러한 목적의 달성을 위해 정부가 매스 미디어에 무슨 도움을 줄 수 있는지를 고려해 보아야 할 것이다. 또한 도덕성 회복의 노력이 공중에게 쉽게 전달될 수 있도록 정부는 노력을 기울여야 하는 것이다. 도덕성 회복에 관하여 새로운 미디어가 공중에게 정보를 알리는 것을 조성하기 위해서는 정부의 많은 편의가 제공되어야 한다. 새로운 미디어에는 과거의 미디어와는 다른 방식의 지원이 행해져야 하기 때문이다.

네째, 참여기관으로서의 정부.

커뮤니케이션의 참여자로서의 정부이다. 정부는 과거와는 달리 적극적으로 활용한 여러 국영, 또는 사영 매스 미디어를 통해 국민들에게 직접적으로 의견을 전달하고 그들의 의견을 수용해야 하는 것이다. 공영의 매체를 이용하는 것이 사유매체의 일거리를 없게 할 것이라는 위험성은 전혀 없다. 정부의 지원을 받는 공공기관이 커뮤니케이션 분야에 관여해서는 안될 이유도 없다. 정부가 기존의 방송매체에 의해 송신되는 정보의 등급을 매기고 분류하는 권한을 가지기보다는 직접적인 커뮤니케이션 활동에 참가하도록 해야 하는 것이다. 이를 통해 정부는 사회의 도덕성 회복의 실질적인 노력을 기울여야 한다.

결론적으로 정부는 도덕성 회복에 대한 일반사회운동에는 간섭하지 말아야 하며, 조정에는 효과적이고 조심스런 조치를 취해야 하며, 현존 매체들의 사업을 촉진시키며, 정부자체의 매체가 바람직한 곳에서는 정부자체의 매체를 이용하도록 해야 한다.

2. 매스 미디어의 역할

매스 미디어가 전체사회의 도덕성 회복을 위해 복무하기 위해서는 우선적으로 언론계 자체내에서 자정혁명을 일으켜야 한다. 인간은 누구든지 남의 간섭을 받지 않고 스스로 행동하기를 원한다. 자유로운 행동을 마다할 사람은 아무도 없다. 그러나 그 자유가 남에게 해를 끼치게 될 때는 규제와 통제를 받지 않을 수 없게 된다. 언론은 오래 전부터 각종 윤리위원회 등 자율규제를 만들어 놓고 스스로의 몸가짐을 조심, 점검해 오고 있지만 실효를 거두지 못하고 있는 것이 오늘의 우리 현실이다. 각 언론사들은 회사의 설립 목적과 언론철학에 바탕을 둔 직업적 윤리강령을 제정하여 이를 생활화하도록 해야 한다.

언론인의 직업윤리란 사회의 공기로서의 언론기관에 종사하는 전문직업인이 가장 보람 있고 만족스러운 활동을 수행하는데 있어 준수해야 할 지도원리와 행동지침이 될 규범의 체계라고 할 수 있다. 이같은 언론인의 윤리체계는 언론활동과 관계되는 모든 원리와 가치를 바탕으로 이루어진 것으로서 언론인이 직업인으로서 어떻게 생각하고 어떻게 행동하고 어떻게 생활해야 하는가를 판단하고 결정하는 기준을 마련해주는 것이다(팽원순, 1991).

윤리는 더 말할 것도 없이 타율로서 과해지는 법률과는 달리 자율로서 스스로 자기에게 과해지는 규법이지만 그런 점에서 언론인의 윤리 또한 언론인 스스로 자기에게 과하는 규법이다. 이점에서 언론인의 윤리는 언론인이나 언론기관에게 특별한 의미를 갖는 것이다. 그것은 언론기관이나 언론인이 국민의 알 권리에 이바지 할 사회의 공기로서의 책임을 다하기 위해서는 무엇보다도 자주성, 독립성이 보장되어야 하는데 이를 위해서는 타율에 의한 간섭을 최소화하고 자율에 의한 규제에 의해 스스로를 다스릴 수 있도록 하는 것이 반드시 필요하다.

결론적으로 언론인은 보도활동을 통해 여론을 좌우하고 사회생활에 중대한 영향을 미치고 있기 때문에 그 직업수행에 있어 고도의 윤리적 책임이 요구

되는 것은 당연하다. 언론인은 전문직업인으로서 자기의 직업에 대해 강한 소명의식과 높은 공지를 가지면서 그와 함께 직업에 대한 엄격한 윤리의식을 가져야 할 것이다. 앞서도 지적한 바와 같이 저널리즘은 완전한 전문직화를 지향하는 과정에 있으며 그것을 위해서도 바른 윤리의 체계를 세우고 그것을 바르게 지키도록 하는 것이 중요한 일일 것이다. 즉 자신의 윤리뿐 아니라 도덕성 회복을 위한 외적 역량을 확충해야 하는 것이다.

3. 공중의 역할

도덕성 회복의 중요한 책임은 매스 미디어가 지는 것이 명백하다. 그러나 일방적으로 매스 미디어가 중심적인 책임을 지고서 일은 하는 반면에, 공중이 도덕성의 회복에 있어서 일차적 추진자라고 생각한다. 공중이 그 스스로 도덕성 회복을 위한 주체로서 기능해야 한다는 것이다. 물론 여기에는 공중이 스스로 도덕성 회복의 희망과 구체적인 실천의지를 담고 있어야 함은 물론이다. 여기에서의 공중은 더 이상 식물과 같은 수동적인 존재가 아니다. 공중은 더 이상 수동적이지 않고 보다 능동적이며 그것은 자신의 욕구를 분석할 줄 알고 또 그것을 이루는 데에 있어서 명백한 판단을 할 줄 안다고 생각한다. 이러한 가정을 인정한다면 공중은 미디어 체계와 이것의 업무를 결정하는 힘의 균형을 좌우하는 것이다.

결국 매스 미디어에서 수행되어야 할 모든 요구를 실현하는 주요한 책임은 미디어에 있다고 하겠으나 어떻게 보면 그 기본적인 임무는 공중에게 있다. 공중이 하여야 할 책임은 적극적이고 분별력 있는 수용자가 되는 일이며 수용자의 요구를 미디어에 알리는 일이고, 또 미디어가 이러한 요구를 만족시키려 할 때 조력하는 일이다. 바꾸어 말하면 사회가 필요로 하는 종류의 매스 미디어를 만드는 과제에 있어서 공중은 능동적 협력자가 되어야 한다.

참 고 문 헌

강현두·이창현

1987 “사기업적 상업방송의 공익침해에 관한 연구,” 서울대학교 신문연구소 학보 24
호 : 3-27.

박명진

1991 “청소년과 새로운 미디어 문화,” 사상(가을).

YMCA

1989 청소년비디오 시청실태 조사보고서.

유재천

1989 “90년대 한국언론의 성찰,” 신문연구(겨울호).

이광재

1989 “언론윤리의 개념과 그 발전에 관한 역사적 고찰,” 『현대사회와 언론의 자유』,
서울 : 나남.

이강수

1991 『현대 매스커뮤니케이션의 제문제』, 서울 : 범우사.

이창근, 김광수 역

1991 『매스커뮤니케이션 심리학』, 서울 : 나남.

최선렬

1991 “텔레비전 폭력물이 아동의 폭력성향에 미치는 영향연구,” 방송조사연구보고
서, 제22집.

최현섭

1983 “청소년 문제와 방송의 역할,” 방송위원회, 방송연구(여름) : 97-107.

팽원순

1991 “보도와 기자윤리,” 한국언론연구원, 언론인의 직업윤리, 언론연구원총서 4권.
한국언론연구원

1988 “자율, 경쟁 언론의 과제,” 신문과 방송(5월호) : 6-38.

Bandura, A.

1968 “What TV violence can do to your child,” in Otto N. Lalrsen(ed.)
Violence and the Mass Media, New York: Haper & Row.

Gerbner, G.

1969 “Toward ‘Culturea Indicators’: The Analysis of Mass Mediated Systems,”
AV Communicatin Review(Summer).

Lippamn, W.

1922 *Public Opinion*, New York: MacMillan.

McQuail, D.

1983 *Mass Communication Theory*, Bevery Hills: Sage Publications.

Schramm, W.

1957 *Responsibility in Mass Communication*, N.Y.: Harper & Row.

Siebert, F./김규환 역

1973 “커뮤니케이션과 정부,” *Mass Communication*, 서울 : 서울대학교 출판부.

Siebert, Peterson, Schramm

1963 *Four Theories of the Press*, Urbana: University of Illinois Press.