

〈제 5 주제〉

방송캠페인의 사회적 효과 —이 산가족찾기 운동의 이론적 의의—

이상희
(서울대, 신문학)

I. 서 : 사태의 발생과 경과

내가 맡은 주제는 「방송캠페인의 사회적 효과 : “이 산가족찾기”운동의 이론적 의의」라는 것입니다마는, 사회적 효과¹⁾라는 그러한 과학적인 딱딱한 말보다는, 사회적인 어떤 충격, 그러한 얘기를 좀 드릴 수 밖에 없지 않나 생각합니다. 그 이유는 이번에 우리들이 전사회적으로 받은, 방송캠페인의 파급은 사회과학적인 용어로서의 “효과”라든가 하는 말로 표현하기에는 미흡한 놀라운 “충격”이었습니다. 그만큼, 바꾸어 말하면, “이 산가족찾기” 캠페인 방송이라는 것이 엄청난 놀라운 효과를 가져왔던 것이라는 생각을 갖기 때문입니다.

먼저 얘기 순서로서 우리가 받은 “효과”인지 “충격”인지 하는 얘기를 먼저 드려야 되겠습니다마는, ‘지난여름 갑자기’라는 영화제목이 생각납니다. 물론 지금 영화 얘기하자는 것이 아니고 방송얘기를 하자는 것입니다마는, 정말 ‘지난 여름 갑자기’ 우리는 6월 30일 밤에 텔레비전 화면 앞에 가족이 모여 앉아서 어느 샌가 화면에 빨려 들어 가고, 그리고 하염없이 눈물을, 어떤 사람은 구체적인 이유가 있고 어떤 사람은 별다른 이유없이 눈물을 흘리기 시작했습니다.

방송당시의 간략한 조사에 의하면 78%라는 놀라운 시청률을 나타냈읍니다. 그만큼 많은 시청자들이 텔레비전 화면에 빨려 들어 가면서 눈물을 흘리기

시작했던 것입니다. 이 방송이 시작된 것은 6·25 동란 33주년, 휴전 30주년 기념 프로로 29일 또 30일 2회에 걸쳐서 이루어졌던 「이 아픔이 아직도」라는 프로그램의 두번째 프로그램으로서 「이 산가족을 찾습니다」라는 35분 짜리 프로그램에 지나지 않았습니다.

그래서 30일 날 저녁에 방송이 시작됐습니다마는 그날 850명이 방송을 했습니다. 출연을 했던 것이지요. 그 850명이 방송에 나가면서 갑자기 KBS에는 이번이 나타났습니다. 전화가 걸려 오기 시작해서 오퍼레이터들이 정신을 못차리게 되고 교환은 갑자기 몰려오기 시작한 전화들로 불통상태에 빠졌던 것입니다. 그러니까 전화를 걸던 사람들은 답답해서 전화를 걸지 못하는 것이지요. 그래서 사람들은 KBS로 쫓아 오기 시작했습니다. 불과 한 시간 사이에 KBS 광장은 광장이 아니라 시장으로, 인해로 변했습니다. 한 시간내에 그만큼 폭발적인 반응이 일어나면서 불과 35분 동안에 36쌍이 상봉을 하게 되는 것입니다.

그 드라마의 장면들을 저 같은 눈湿润으로 어떻게 설명을 여러분 앞에 할 도리가 있겠습니까? 여러분들이 그 장면들을 한번 상기만 해 주셔도 되겠습니다. 문자 그대로 “극적인 드라마”라는 말이 있읍니다마는 사실 드라마는 그러한 감동을 주지는 못합니다. 이것은 드라마가 아니라 진실이기 때문에 드라마가 줄 수 없는 엄청난 차원높은 감동을 우리들에게 안겨 주었던 것입니다.

그러면서 이 방송은 별 도리없이 연장이 되어 나갑니다. 그 일지를 대충 훑어 보면 그 다음날 7월 1일에는 AP 통신에서 전세계의 80여개국에 “이 산가족을 찾습니다”라는 생방송을 타전을 하게 되어서 이것이 전세계적으로 보도되기 시작합니다. 그리고 불과 일주일이 채 못된 7월 5일에는 1,000 번째 상봉사례가 나오게 되고, 7월 13일에는 2,000 번째 상봉이 이루어집니다. 그리고 7월 13일에는 미국 ABC 심야뉴우스 프로인 「Night Line」에서 특집 프로로 이것이 소개되어서 미국의 수많은 사람들에게도 감동을 주게 됩니다. 8월 2일에는 4,000 번째, 8월 11일에는 미국의 유명한 『Newsweek』지에서 대대적으로 보도하게 되었던 것입니다. 8월 13일에 5,000 번째 상봉, 그리고 8월 23일에는 6,000 번째, 그리고 9월 17일에는 7,000 번째, 그 다음 9월 18일에는 뉴질랜드의 텔레비전에서도 이 산가족찾기 생방송을

KBS에 직접 와서 현장중계를 하는 국제적인 사태가 나타나고, 9월 27일에 가면 IPU의 단장을 비롯한 IPU 위원들이 KBS를 방문하는, 그리고 “이 산가족찾기 방송”의 현장을 지켜보는 사태가 나타나면서 9월 30일에는 8,000 번째, 11월 12일에는 1만쌍을 돌파하는 사태가 벌어지게 되는 것입니다.

이렇게 해서 처음에 35분으로 생각했던 기획 프로가 여러분이 아시다시피 자그만치 얼마만큼 끌게 됐느냐 하면 136일, 총방송시간 453시간 45분이라는 엄청난, 사상 유례가 없는 사건을, 방송사상 미증유의 사태를 펼쳐놓은 것입니다.

그래서 이것은 전연 새로운 사태이기 때문에 표현할 길이 없어서 미국에서도 새로운 용어를 만들어 냈습니다. ‘Telethon’이라는 용어가 그것입니다. 마는 미국의 유명한 『Stars and Stripes』지에서 그러한 용어를 사용했던 것입니다.

Telethon이라는 것은 Television Marathon이라는 이야기입니다. Television이 Marathon Campaign을 했다는 이야기입니다. 2차대전 중에 미국에서 라디오방송에서 마라톤 캠페인이라는 것이 있었습니다. 나중에 얘기를 조금 드리겠습니다마는 아주 인기있는 성우였던 Kate Smith라는 예쁜 아가씨가 미국 사회의 우상이었습니다마는 불과 열 몇 시간 동안, 요즈음 얘기하는 디스크 자키 같은 프로그램 형식으로, 음악 하나 틀어 주면서 사이 사이에 국채를 판매하는 방송을 했습니다. 그때 예상외의 판매고를 올려서 대단한 관심을 끌고 연구의 대상이 되었던 예가 있습니다. 그러나 그것하고 이번에 KBS가 벌인 “이 산가족을 찾습니다”라는 프로그램을 비교를 해 보면 이것은 도무지 비교의 상대가 되지 않는 그러한 사태인 것입니다.

II. 발생한 효과들

그래서 어떤 효과가 결과적으로 나타났는가 하면, 이러한 국내외적인 파문의 결과 총 출연자수는 5만 3,536 가족에 상봉가족은 1만 189건, 상봉율 19.03% 약 20%가 상봉을 하는 엄청난 결과를 가져 왔던 것입니다. 그래서 외국 사람들이 깜짝 놀라 가지고 왜 33년이나 지난 이제 와서 이런 현

상이 나타났느냐, 왜 이 산가족찾기운동을 이제 와서야 KBS가 시작을 했느냐 하는 질문들을 던졌던 것입니다.

사실 외국 사람들은 갑자기 놀라서 그런 얘기를 하겠읍니다마는 저희들 자신이 놀랄 수밖에 없었던 것입니다. 기획 프로가 처음에 35분 짜리였고 이러한 폭발적인 사건이 나타나리라고는 생각하지 못했던 것입니다. 이러한 폭발적인 사건이 일어나는 데에는 여러 가지 요인들이 있었을 것입니다. 그러한 요인들은 나중에 말씀드리기로 하고, 이 엄청난 방송 캠페인의 효과는 여러 가지 측면에서 나타났습니다. 그러한 효과의 몇 가지 측면이나 차원을 열거해 보겠습니다.

1. 첫째 그 효과의 인간적인, 개인적인 차원을 생각할 수 있겠습니다. 전쟁통에 전쟁고아로 고아원에 맡겨졌거나 누구인지도 모르는 타인에게 맡겨 점으로 해서 혼자 떨어져서 살아 오면서 육친에 대한 그리움, 또 삶에 있어서의 어려운 과정과 거기에 대해 한 같은 것이 쌓이고, 살아오는 과정에서 이렇게 차곡차곡 쌓였던 한과 용어리들은 상봉을 함으로써 풀어질 수 있었던 것입니다. 그러한 차원의 효과는 한 인간의 숙명이 한 순간에 풀리고 허탈상태에 빠지는 심리적인 차원의 효과라고 할 수 있을 것입니다.

2. 두번째 말씀드릴 수 있는 것은 가족적인 차원의 효과라고 할 수 있습니다. 이것 또한 길게 설명할 필요도 없이, 혈육의 상봉이라든가 부모와 자식간의, 형제와 자매간의 문제, 부부 친척간의 문제, 이러한 문제들이 봇물이 터진 것과 같이 한꺼번에 터져 나오는 감격을 맛보게 된 것입니다.

그래서 앞에서도 지적이 됐읍니다마는, 총출연자의 약 20%에 달하는 가족이 상봉의 감격을 맛보게 되었던 것입니다. 그러나 뒤집어서 얘기하면 만나지 못한 사람쪽이 더 많다 하는 얘기가 될 수도 있습니다. 하지만 긍정적으로 생각해서 20%가 만났다는 것은 그 동안에 만날 수 없었던 사람들을 20%나 만나게 해 주었다는 것은 엄청난 효과라고 아니할 수 없읍니다. 물론 예기치 않았던 역효과(unintended dysfunction)도 없잖아 있었읍니다. 구체적인 예로 72살 난 평안남도 출신의 박광실이라는 할아버지가 저렇게 둘 만나는데 나는 왜 못 만나는가라고 해서 자살을 했읍니다. 또 김원효라는 60세 된 할아버지도 자살을 한 케이스였읍니다. 이 산가족의 상봉은 그만큼 충격이 컸던 사건이며, 다시 말해서 생명피고 바꿀 수 있는 사회적 문제였

던 것입니다.

3. 세번째로 중요한 문제는 효과의 사회적인 차원입니다. 효과의 사회적인 차원은 한 두 가지가 아니라서 몇가지로 나누어서 생각할 수가 있습니다.

(1) 특히 이산문제가 우리 사회에 아직도 이렇게 심각한 문제로 남아 있었다 하는 데에 대한 제인식을 우리들에게 던져주었습니다. 사실 이산가족이 아닌 사람들이 대다수이고, 이산가족 자신이라고 하더라도 이 문제가 이렇게 사회 민족적으로 심각한 것인가 하는 것을 그렇게 빼저리게 느끼지 못했던 것입니다. 특히 젊은 층의 사람들은 자기 부모가 이산가족인데도 불구하고 그것이 이렇게 빼저린 것인가 하는 것을 도무지 실감할 수가 없었던 것입니다. 그런데 이번의 이산가족찾기 캠페인은 이렇게 이산가족문제라는 것이 우리 사회에 큰 문제로 깔려 있고 그것이 갖는 아픔이나 차원이 엄청난 것으로구나 하는 생각을 제인식하게끔 해 준 계기가 되었다고 할 수 있습니다.

(2) 다음에 또 생각할 수 있는 것은 ‘혈육’이라든가 ‘가족’의 중요성이라는 것을 역시 제인식하게 해 주었다는 것입니다. 특히 부모라든가 형제 혈육 문제에 대한 청소년들의 작성은 큰 것이 아니었던가 하는 생각을 갖습니다.

개인적으로 주변에서 체험한 것입니다마는 이산가족찾기 방송 화면을 보면 서 외삼촌을 끌어 안고 운디든가 삼종(三從)을 만났다고 좋아서 눈물을 흘리는 화면들을 보고 요즈음 젊은이들은 눈이 둥그레집니다. 요즈음 대다수 젊은 이들은 삼종이 무엇인지 모릅니다. 삼종이라는 것은 8촌입니다. 옛날에 우리가 자랄때에는 “한 부엌에 생 8촌난다”라고 했던 것입니다. 그래서 결국 혈연관계라는 것이 얼마만큼 중요한 것이며, 개인주의적인 이기적인 경향에 빠지기 쉬운 젊은이들에게 ‘가족’의 ‘중요성’, ‘혈육’의 의미 등을 실감있게 일깨웠다고 할 수 있습니다.

4. 네번째로 들어야만 할 문제는 이산가족의 문제를 넘어서 민족이 산이라는 문제, 말하자면 남북분단이라는 문제가 깔려 있습니다. 말하자면 민족제통일에 대한 제인식을 시켰던 것이지요. 극단론으로, 꼭 통일은 해야만 되는가 하는 반문을 제시하는 사람도 있고 특히 외국 사람들은 그러한 사람이

흔히 있습니다. 옛날에 한국은 삼국시대도 있었지 않느냐, 두 동강으로 쪼개져서 따로따로 국가를 형성해서 살 수 있지 않느냐, 이러한 것을 외국 사람이 무책임하게 질문하는 것을 나는 몇 번 겪었읍니다마는 우리는 도저히 그러한 질문 같은 것을 용납할 수가 없읍니다.

그리고 외국인뿐만 아니라 간혹 우리의 젊은 사람속에도 그러한 생각을 갖는 극소수의 젊은이가 있는 것으로 압니다마는, ‘이산가족찾기’ 방송은 그러한 민족이 산의 문제에 있어서 언젠가는 필연코 민족재통합이 이루어져야만 한다는 생각을 깨우쳤다고 생각합니다.

5. 다섯번째, 다음으로 가족결합에서 오는 생활문제라든가, 경제적인 측면에서의 문제가 있습니다. 역시 가족이 재결합됨으로써 가족의 어떤 생활문제라든가 상호협동이라든가 하는 문제가 나올 수 있고, 또 앞에서도 지적이 된 바와 같이 그와는 반대로 서로 다른 계층이나 서로 다른 처지에 놓여 있기 때문에 만나기는 했으되 오히려 어색하거나 갈등을 일으키는 문제같은 것도 생길 염려가 있습니다. 그것은 비단 이산가족이 아니더라도 지금 헤어지지 않았던 친 형제자매 속에는 그 문제가 없는가? 역시 사회적 지위와 어느 수준의 재산을 가진 동생하고, 농촌에서 못사는 형하고의 사이에는 이와 같은 갈등의 문제는 이산가족이 아니더라고 간혹은 있는 것입니다.

이와 같은 사회·경제적 지위의 차이에서 빚어지는 형제·자매간의 갈등의 문제는 어느 정도 보편적인 문제입니다. 그러나 이산가족의 재결합에서 오는 갈등의 문제는 일반 가정보다는 두드러지게 나타나겠지요. 그러나 역시 인간의 본성이라든가 혈연이 갖는 육친애라든가 하는 것으로 해서 긍정적인 면이 강하지 않겠는가, 남도 도우는데 친형제간이 또 부모와 자식이 도우는 것이 많지 싸우는 쪽이 많겠느냐, 나는 일단 그렇게 생각합니다. 말하자면 하나의 상정(assumption)이나 가설(hypothesis)이 되겠지요.

6. 여섯번째로 사회심리적인 차원에서 커다란 문제들이 깔려 있으리라고 생각합니다. 이 점은 “이산가족을 찾습니다” 방송의 다른 여러 측면의 효과들과 얹히고 섞혀 있는 복잡한 차원의 문제여서 앞으로의 면밀한 조사연구가 절실히 요청됩니다.

7. 일곱번째로는 이 캠페인 방송이 가져 온 정치적 차원의 문제입니다. 민

족제통일의 의지를 다지게 된 것이라든지 분단문제에 대한 제인식 문제가 우리의 국내 정치에서 차지하는 비중이 얼마나 높은가 하는 점만 지적하고 넘어 가겠습니다.

8. 여덟번째로 들어야 할 점은 국제적인 차원의 효과 문제입니다. 오늘날은 정치전, 경제전, 문화전 무엇이든지 국제적인 맥락을 빼고서는 어느 것 하나도 생각할 수 없는 처지입니다마는, 이번에 “이산가족을 찾습니다”라는 캠페인 방송으로 해서 앞에서도 말씀드린 바와 같이 국제적인 차원에서는 엄청난 반응을 일으켰습니다. 그러한 차원에서 한국이 놓여 있는 정치적인 위치라든가, 분단의 문제, 이러한 것을 국제적인 차원에서 제인식시키고 거기에 대해 깊이 있고 생생한 이해를 촉구했다고 할 수 있습니다. 그것도 가장 효과적으로 말입니다.

이 외에 여러 가지 효과가 있을 수 있읍니다마는 여기서는 이 정도를 지적하고 넘어 가겠습니다.

III. 방송효과 연구의 몇 가지 예들

다음에는 여러분에게 방송효과 연구들의 전형적인 몇 가지 예를 간단하게 말씀드려야만 하겠습니다. 1940년에 미국에서 H. Cantril의 『화성으로부터의 침입』²²⁾이라는 보고서가 책으로 나왔습니다마는, 이 “화성으로부터의 침입”이라는 것은 미국 CBS 방송의 Mercury Theater라는 고정 프로그램이었습니다. 이 Mercury Theater라는 프로그램에서 H.G. Wells의 「우주전쟁 (War of Worlds)」이라는 드라마를 한 시간에 걸쳐서 방송을 했습니다.

이 방송의 포맷은 이른바 가공실황중계(架空實況中繼)라는 것이었습니다. 말하자면 화성인이 미국의 어느 지역에 침입했다는 것을 상정하고 그것을 제 1호 중계차, 제 2호 중계차, 제 3호 중계차 등에서 시시각각으로 현실감 넘치게 실제와 같이 중계방송을 하는 형식인 것입니다. 이와 같은 가공실황 중계 “화성으로부터의 침입”을 방송했더니, 약 600만 명의 청취자가 그것을 라디오로 듣고, 그 중에 100여만 명이 봇짐을 싸고 길거리로 뛰쳐 나오고 피난을 갔습니다. 말하자면 무려 100만 명이나 되는 사람이 심리적 공황(panic)에 빠졌던 것입니다. 이것이 연구자들의 관심을 끌고, 방송효과 연구의 전

형적인 주제가 됐던 것입니다.

왜 라디오가 이렇게 엄청난 효과를 가져 왔는가? 왜 100만명이라는 사람이 우왕좌왕했는가? 그 자세한 요인이나 분석결과를 여기서 일일이 설명할 시간적 여유가 없는 것이 유감입니다. 그 다음에는 『대중설득(Mass Persuasion)』이라는 연구결과가 1946년에 나왔습니다. 이것은 사회학자 R.K. Merton이 한 것입니다. 앞에서도 짧깐 언급한 Kate Smith라는 인기성우가 불과 열 몇 시간 동안에 디스크 샤크 프로그램으로 “국채를 사지 않겠습니까? 지금 우리의 병사들이, 당신의 아들 딸들이, 당신의 조카가 일선에 나가서 피를 흘리고 싸우고 있습니다. 국채를 사주시지 않겠습니까?” 그리고 나서 “노래 한 곡 들어 주십시오”. 노래가 끝난 다음에 “방금 어느 주에 사는 누구한테서 얼마 사겠다는 신청이 들어 오고 어디에서 얼마 사겠다는 신청이 들어 오고 있읍니다. 당신은 국채를 사시지 않겠습니까? 다음에는 라쁨파르시타를 들으시겠읍니다.” 이래 가지고 열 몇 시간 했더니 엄청난, 상상외의 국채를 팔았다는 애깁니다.

그래서 미국의 연구자들은 ‘야! 이것 엄청난 효과를 나타내는 것이로구나, 방송이라는 것이…’ 이래 가지고 연구를 한 것이 『대중설득』이라는 방송효과 연구였던 것입니다.³⁾

방금 소개드린 두 가지 효과연구, 『화성으로부터의 침입』과 『대중설득』은 방송이 커다란 효과를 가져온 경우였습니다. 이와는 반대로 방송이나 신문들이 거의 효과를 가져오지 못했던 연구결과도 나와 있습니다. 그 전형적인 예가 P.F. Lazarsfeld와 B. Berelson 등이 10년을 사이에 두고 두 번에 걸쳐서 실시했던 대통령 선거운동의 효과 연구였습니다. 처음의 것은 1944년에 책으로 나온 *The People's Choice*⁴⁾이라는 것입니다. 이 연구는 대통령선거운동이 시작된 1940년 5월에서부터 투표가 실시되는 11월까지 약 6개월에 걸쳐서 계속적이고 중첩적인 조사를 한 것입니다. 자세한 조사방법이나 결과들은 말씀드릴 여유가 없읍니다만 다만 조사결과에서 나타난 바는 이른바 “전도”(conversion)효과, 즉 공화당에서 민주당으로, 또는 민주당에서 공화당으로 마음을 바꾸어서 투표한 사람은 불과 5%에 지나지 않았다는 사실입니다. 이들은 신문, 방송에서 선거기사를 읽고 들으면서도 별로 마음이 흔들리지 않았다는 이야기입니다. 이들 연구팀이 10년 후에 거의 같은 조사

연구를 다른 지역에서 실시했습니다. 그 연구결과가 *Voting*⁵⁾이라는 것입니다. 1954년에 나온 이 연구보고서에서도 매스 미디어의 영향력은 극히 보잘 것이 없었으며, 오히려 가족이라든가 친구, 동료 등의 의견이 크게 작용하더라는 보고를 하고 있습니다. 가령 가족성원들과는 달리 다른 정당을 지지하는 사람은 불과 4%에 지나지 않았다든가 하는 결과가 나와 있는 것입니다.

결국 앞 부분에서 소개한 『화성으로부터의 침입』이나 『대중설득』은 방송이 예상외의 큰 효과를 가져왔다는 연구보고이며, 뒷 부분에서 소개한 『대통령선거에 있어서의 투표 연구』는 매스 미디어가 별로 효과를 발휘하지 못하더라는 보고였습니다. 그러니까 방송은 엄청난 효과를 낼 적도 있고, 별 다른 효과를 내지 못하는 경우도 있다고 볼 수 있습니다. 그러면 어떤 요인이나 조건이 그와 같은 상반되는 차이를 가져오는가 하는 것이 바로 문제가 된다고 할 수 있습니다.

IV. 효과를 가져왔던 요인들

따라서 이번 KBS가 벌인 “이산가족을 찾습니다”라는 Telethon은 문자 그대로 사상 유례가 없는 방송효과를 가져왔다고 할 수 있는데, 그러한 엄청난 효과의 요인이나 조건들은 어떠한 것이었겠는가 하는 것을 생각해 볼 필요가 있습니다. 이것은 앞으로의 본격적인 조사연구를 위한 가정(assumption)이나 가설을 설정할 때 필요한 항목들이라고 생각됩니다.

크게 나누어서 세 가지 측면을 고려할 수 있겠습니다. 첫째는 방송매체쪽의 요인이며, 둘째는 사회·민족적인, 즉 시청자 쪽의 입장입니다. 세번째는 세계적인, 인류적인 측면을 고려할 수 있겠습니다.

1. 첫번째의 요인, 즉 방송매체 쪽의 요인은 다시 몇 가지로 세분해서 생각할 수 있겠습니다.

(1) 먼저 방송종사자들의 사회적·민족적 인식입니다. 이산가족 문제가 갖는 심각성이나 사회·민족적 중요성에 대한 인식으로 해서 “이산가족을 찾습니다”라고 기획·편성이 이루어지고 커다란 방송효과의 출발점이 시작되는 것입니다.

(2) 다음은 테크놀로지의 발달입니다. 전국적으로 거의 전 가구에 보급되어 있는 텔레비전 세트의 보급이라든가, 전국을 동시에 연결하는 다원방송망의 활용이라든가, 민첩한 기동성, 심지어는 위성중계를 통한 국제간의 상봉 장면의 방송 등, 실로 놀라운 테크놀로지의 발달을 들지 않을 수 없읍니다. 이 중에서도 특히 거의 전 가구에 대한 텔레비전의 보급을 들지 않을 수 없읍니다.

(3) 그리고 방송국 전체가, KBS에 종사하는 방송인 전원이 근 5개월에 걸쳐서 혼신적인 노력과 정열을 쏟았다는 점입니다. 이번 캠페인 방송에 동원된 연 인원이 약 20만명, 가족찾기를 신청해 온 사람이 약 10만명인데 비하면 그 두 배에 해당하는 숫자입니다. 이들 KBS의 종사자들은 주말이나 일요일, 공휴일은 물론, 집에 돌아가거나 잠잘 시간을 바쳐가면서 이 산가족을 찾았던 것입니다. 이와 같은 방송국 전체의 혼신적인 노력과 정열이 없이는 결코 이와 같은 커다란 방송효과는 기대할 수 없었을 것입니다.

(4) “이 산가족을 찾습니다” 방송은 방송사상 미증유의 장기 방송이었읍니다. 이것 또한 방송효과의 중요한 하나의 요인이라고 겠지요. 무려 136일에 총방송시간 453시간 45분이었으니까요. 연속방송물도 아닌 하나의 기획프로가 이렇게 장시간 펼쳤다는 것은 정말 놀라운 사태라고 밖에 할 수 없읍니다.

(5) 그리고 텔레비전 매체가 갖는 특성을 고려하지 않을 수 없읍니다. 텔레비전은 어느 대중매체보다도 속보성(速報性)이라든가 현장감, 생동감, 그리고 박진감, 동시성 등을 지니고 있읍니다. 이러한 텔레비전의 매체적 기능이 어떤 사회적 잠재력에 불을 붙이고 사회 전체를 용광로로 돌변시켰다고 볼 수 있읍니다. 이 산가족찾기 방송은 전사회를 눈물바다로 만들었다는 비판론도 나왔으며, 텔레비전에 대한 냉소주의자들도 “바보상자가 나를 울렸다”라고 했던 것입니다. 평소에 텔레비전을 잘 보지 않거나 비판적인 입장에 있는 사람들까지도 전체적으로 달아오른 용광로 속에 말려 들어 갔던 것입니다.

2. 두번째의 요인은 수용자 쪽에 있다고 봅니다. 말을 바꾸면 사회적 민족적 요인이라고 할 수 있읍니다. 방송효과는 언제나 수용자 쪽의 욕구나 관심과 부합되었을 때 나타납니다. 이 산가족찾기 방송은 바로 이러한 욕구, 인간적, 민족적, 사회적 욕구나 잠재력과 완전한 맷치를 이루었다고 볼 수

있습니다. 이와 같은 수용자나 사회적인 요인도 몇 가지로 세분해서 생각할 수 있겠습니다.

(1) 이산가족의 문제는 우리 민족의 역사와 밀착되어 있는 바, 특히 근세사에 접어들면서 외세의 침입과 더불어 민족이 훼어지고 가족도 훼어져서 만주로, 시베리아로, 일본으로 또는 남방 어디엔가로 훼어지게 되면서 하나의 민족적인 또 사회적인 문제로 누적되기 시작했던 것입니다. 이러한 역사적 요인이 이번 캠페인 방송이 가져온 “사회적 폭발”的 한 요인이 되었겠지요.

(2) 그리고 무엇보다도 이산가족 한 사람 한 사람이 가슴깊이 오랜 세월을 두고 새겨오던 슬픔과 한, 그리고 팻줄이 갖는 끈질긴 자력 같은 것을 느낍니다. 고아원에서 자랐기 때문에 성(姓)이 달라져 있고 물론 이름도 모르는데도, 한 사람은 제주에서 그리고 한 사람은 서울에서 단번에 서로를 알아보고 확인하는 놀랍고 신비로운 팻줄의 자력(磁力), 이러한 현상을 어떻게 사회 과학적인 용어로 표현해야만 됩니까? 자식에 대한 절대적이고 무조건적인 부모의 사랑, 형제자매 간의 육친애는 끊을래야 끊을 수 없는, 잊을래야 잊을 수 없는 혈육의 관계인 것입니다.

(3) 또한 지적해야만 할 점은 이산가족의 문제가 소수^⑤ 예외적인 문제가 아니라 우리 사회 전반의 문제로 깔려 있었다는 점입니다. 한국 가구 중 16.5%^⑥가 직접 이산가족이거나 친척 중에 이산가족이 있는 것으로 알려져 있습니다. 말하자면 이산가족의 문제는 그들 이산가족만의 문제가 아니라 우리 사회에 오랜동안 누적되고 잠재해 있던 뿌리깊은 사회 문제였던 것입니다. 이러한 요인이 “사회적 폭발”을 일으켰던 것이겠지요.

(4) 그리고 우리들은 동족애라든가 인간애 같은 것을 고려하지 않을 수 없습니다. 저는, 인간은 원래 그 본성이 착하다는 성선설(性善說)쪽을 태하고 싶습니다. 그러기 때문에 이산가족이 아닌, 직접적으로는 아무런 관계도 없는 타인들의 상봉을 지켜보면서 함께 울고 목매여 하며 눈물을 흘렸던 것입니다. 한국 갤럽조사연구소가 당시에 실시한 간단한 조사에 의하면 시청자 중 약 54%에 달하는 사람들이 새벽 1시까지 방송을 지켜본 경험이 있으며, 방송을 본 사람 중의 88.8%^⑦, 즉 9 할에 가까운 사람들이 눈물을 흘렸다는 결과가 나와 있습니다. 이와 같은 현상은 단순히 재미로 텔레비전 드

라마를 본다든가, 호기심이나 취미로 해서 밤중 늦게까지 방송을 지켜보고 눈물을 흘렸다고는 할 수 없을 것입니다. 이와 같은 현상은 그 심층부에 인간이 가지고 있는 인간애나 동족에 대한 사랑 같은 것이 깔려 있었기 때문이 아니겠는가 라고 해석하고 싶습니다.

(5) 이와 같은 인간애와 동족에 대한 사랑은 결국 우리 민족이 안고 있는 최대의 문제, 즉 민족이 산이나 민족분단의 문제를 생각하게 되고 나아가서 민족적 통일을 이루어야만 되겠다는 비원(悲願) 같은 것으로 연결될 것입니다. 민족체통합에 대한 염원은 우리 사회에 깊숙히 잠재해 있는 엄청난 민족적, 사회적 에너지이며 이것이 역시 “사회적 폭발”을 야기시킨 커다란 요인 중의 하나가 아니었나 생각합니다.

3. 세번째의 요인이나 측면은 세계적인, 인류적인 차원의 것이라고 생각됩니다. 인류공통의 인류애라든가 인간적인 비극에 대한 동경심 같은 것이 이번 캠페인 방송을 통해서 일깨워지고, 그것으로 해서 국제적인 차원에서도 커다란 방송효과가 나타났다고 볼 수 있겠습니다.

이상에서 살펴본 바와 같이 크게는 방송매체 쪽의 요인, 수용자나 사회적인 요인, 그리고 국제적인 요인 등 세 가지 측면에서 이번 캠페인 방송이 가져온 효과의 원인을 찾아볼 수 있지 않을까 생각합니다. 물론 이 세 가지 측면들 속에는 앞에서 지적한 바와 같은 세부적인 요인들이 상정됩니다마는 그들은 엄밀한 조사분석을 통해서 연구되어야만 하겠습니다. 엄밀한 조사분석이 이루어지지 않는 지금 단계에서 확정적으로 이야기 할 수 없읍니다마는, 그러나 위에서 열거한 크게는 세 가지 측면, 또 그 세 가지 측면들이 갖는 세부적인 요인들이 결합되어서 비로소 이 엄청난, 우리들이 폐부를 통해서 느낀 놀라운 효과가 발생한 것이 아닌가 생각합니다.

V. 결론 : 본격적 연구의 필요성

앞에서 커다란 방송효과를 가져온 요인 중의 하나로 테크놀로지의 발달을 들었습니다. 그러나 테크놀로지라는 것은 어디까지나 가치중립적이고 물리적인 존재에 불과합니다. 그것은 아무리 발달되고, 각 가정에 보급되어 있어도 수용자, 즉 인간들의 기본적인 욕구나 관심과 일치하지 않는다면 아무

런 효과도 발휘할 수 없는 쇠붙이나 유리조각들에 불과합니다. 앞에서 몇 가지 방송효과 연구의 사례들을 소개했읍니다마는, 방송이라는 것은 같은 테크놀로지를 사용하더라도 큰 효과를 발휘할 수도 있으며, 반대로 별다른 효과를 나타내지 못하는 경우도 있는 것입니다.

따라서 이번에 KBS가 전개한 “이 산가족을 찾습니다” 방송이 왜 커다란 효과를 가져왔는가 하는 것은 본격적인 연구의 대상이며 그것은 필연코 연구되어야만 한다고 하겠습니다. 그것은 문자 그대로 방송사상 미증유의 사건이며 우리 사회에, 우리 민족 전체에, 그리고 온 세계에까지 커다란 파문을 던진 “폭발적 사건”이기 때문입니다. 앞에서 소개한 『화성으로부터의 침입』이라든가, 『대중설득』, 그리고 『투표연구』와 같은 조사·분석의 대상과는 비교가 되지 않는 엄청난 규모의 파급효과나 더욱 심층적인 차원의 효과들이 여기에는 깔려 있다고 보기 때문입니다. 방송효과의 엄밀한 조사·분석을 위해서는 다각적인 사회조사는 물론이며, 국내외에서 발표된 신문·잡지들의 관련기사에 대한 내용분석, 나아가서는 일반 기사가 아닌 작가나 시인·심지어는 화가나 조각가들의 작품, 작곡가나 음악가들의 반응 등 다양하고 폭넓은 시각에서 면밀한 조사분석이 이루어져야만 할 것입니다. 그때 가서야 비로소 학술적인 차원의 글이 나올 수가 있겠고 지금 이야기는 그것을 위한 하나의 문제제기에 불과하다고 하겠습니다.

주 : 1) 행동과학적인 실증주의에서는 “사회적 효과”라는 것을 “관찰가능한 객관적 결과(observable objective consequences)”라고 해서, 엄밀한 수속절차를 밟은 조사결과를 두고 “효과”라고 한다.

- 2) H. Cantril, H. Gaudet and H. Herzog, *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*, 1940.
- 3) R.K. Merton, M. Fiske and A. Curtis, *Mass Persuasion: The Social Psychology of a War Bond Drive*, 1946.
- 4) P.F. Lazarsfeld, B. Berelson and H. Gaudet, *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*, 1944.
- 5) B. Berelson, P.F. Lazarsfeld and W. McPhee, *Voting: A Study of Opinion Formation in A Presidential Campaign*, 1954.
- 6) ‘한국갤럽조사연구소’의 조사결과

조사기간 : 1983. 10. 10~10. 20.

조사방법 : Random Sampling.

표본크기 : 1,450 가구

- 7) 위의 조사 결과.

〈제 5 주제 토론〉

사회 : 정 철수(경북대 사회학)

토론 : 박 근주(KBS 라디오국장)

강 현두(서강대 신문방송학)

안 종익(조선일보 논설위원)

안 광식(이화여대 신문방송학)

사회

감사합니다.

이제까지 이산가족찾기운동에 관해서 여러 분야에서 논의가 있어옵니다마는 이번 주제는 아마 이산가족찾기운동에 있어서 가장 직접적인 관계를 가지고 있고 이 운동의 성패에 대해서 관가름을 하는 그러한 분과토의가 되지 않을까 싶습니다.

이산가족찾기 캠페인이 긍정적인 효과를 가져 왔느냐, 아니면 부정적인 효과를 가져 왔느냐, 이러한 문제가 여기에서 가장 직접적으로 심각하게 논의가 되지 않을까 싶습니다. 제가 생각하기에는 이산가족찾기운동이 예상외로 최초에 이것을 착수한 당시보다도 국내외적으로 커다란 반향을 이루지 않았는가 이런 생각이 듭니다마는, 그것은 제 나름대로 생각하기에는 오늘 날 전국적으로 각 가구마다 평균 텔레비전을 한 대 이상 가지고 있을 정도로 전국적으로 편재성을 띠고 있어서, 이러한 텔레비전의 급속하고 많은 보급이 이산가족찾기운동에 있어서 성공한 가장 중요한 원인의 하나가 아닌가 생각이 듭니다.

그 다음에는, 그러한 편재된 텔레비전에 대한 우리 국민들의 시청율이 상당히 높은 점도, 이러한 캠페인 운동이 많은 반향을 일으키는 데 커다란 하나의 요인으로서 작용하지 않았는가 하는 생각이 듭니다마는, 다음에는 이러한 이산가족찾기운동이, 다른 분야에서도 얘기가 나왔습니다마는, 이번에 처음으로 실시한 것이 아니고 과거에도 그러한 이산가족찾기운동을 전개했는데, 과거에 비해서 비교할 수 없을 만큼 커다란 효과를 올린 점, 이것은 과거에는 텔레비전이 등장하지 않았던 그런 시기에 있어서, 가령 인쇄매체라

든가 라디오를 통해서 이 산가족찾기운동을 전개한 것과 강력한 시청각적인 미디어인 텔레비전을 통해서 이번 이 산가족찾기운동이 전개되었기 때문에, 다시 말하면, 시청각적인 미디어가 현실에서 일어나는 그러한 현상을 생생하게 생동적으로 이것을 즉시 즉시 그 시청자들에게 보여주므로써, 더욱 큰 반향을 일으키지 않았는가 싶습니다. 뿐만 아니라 시청각적인 미디어의 특성에 의해서 그 시청자들에게 인쇄매체보다도 친근성을 준다는 점도, 생동적인 현실성을 텔레비전이 시청자들에게 빛어 준다는 이러한 점도, 캠페인운동의 성공에 커다란 요인으로서 작용하지 않았는가 생각이 듭니다.

지금까지 발표자께서 이 산가족찾기 캠페인이 세계적으로 유례없는 그리한 방송사상 일대 횾기적인 사례였다는 말씀을 하시고 그 이 산가족찾기 운동의 여러 가지 경과 또는 그 내용을 소상히 말씀을 해 주셨습니다. 그리고 이러한 이 산가족찾기 운동이 개인적으로 또는 가족이라는 집단적인 차원에서 또는 사회적인 차원에서, 더 나아가서는 국제적인 차원에서 어떠한 의의를 가져왔는가에 대해서 평가를 해 주셨고, 다음에는 방송효과가 어떠한 긍정적인 기능과 부정적인 역기능을 나타내는가 하는 것에 대해서 미국의 예를 들어 가지고 말씀해 주셨습니다. 즉 유명한 Cantril의 『화성으로부터의 침입』이라는 예를 들어 가지고 방송이 대중에게 아주 가증스러운 심리적인 Panic을 가져 온 역기능을 발휘한 사례가 있었다는 것을 말씀해 주셨고, 다음에는 긍정적인 기능의 예로서 역시 2차대전 당시 미국에서 Kate Smith라는 인기 성우가 열 시간에 걸친 마라톤 방송을 통해서 미국인의 애국심에 호소하는 그러한 절실한 방송을 함으로써 미증유의 국채를 판매한 횾기적인 효과를 나타냈다는 것을 말씀해 주셨습니다. 이 두 가지 예는 순기능이든 역기능이든간에 큰 효과를 낸 경우이고, 다음으로 『투표연구』라는 것을 소개함으로써 방송이 별 효과를 내지 못한다는 예도 들어 주었습니다. 이러한 말씀을 해 주시고 마지막에 가서, 그러면 이번 우리 나라에서 벌어진 이 산가족찾기 운동이 그러한 미증유의 효과를 올린 데 대해서 과연 어떠한 요인이 내재해 있었는가에 관해서는 한편으로는 방송매체측의 요인과 다른 한편으로는 사회 민족적인 요인으로 크게 나누어 언급을 해 주셨습니다.

마지막으로, 이제 그러한 방송효과가 나타나기 위해서는 어떠한 실행조건이 필요한가? 그것은 시청자들의 속성이든가 시청자들의 여러 가지 태도

라든가 하는 것이 중요한 요인으로 작용한다는 것을 말씀하심으로써 주제발표를 마치셨습니다.

그런데 이제까지는 주로 이산가족찾기 운동에 대한 하나의 장외에서의 논의가 아니었는가 하는 생각이 듭니다. 그러면 다음에는 바로 이러한 이산가족찾기 운동의 실무에 직접 담당을 하셨던 장내에서의 의견을 들어보고 싶습니다. 그래서 KBS 라디오국장으로 근무하고 계시는 박근주 국장께서 이러한 캠페인을 통해서 체험하신 여러 가지 경험담, 그리고 거기에 얹힌 에피소드라든가 또는 감상, 거기에 곁들인 고충, 예로 이러한 점을 종합적으로 말씀해 주시면 감사하겠습니다.

박 근주

이상희교수께서 저희 KBS 전체에 대해 너무 과찬의 말씀을 하셨기 때문에 먼저 송구스럽다는 말씀을 드리며, 감사를 드립니다.

시간이 없기 때문에 간단히 말씀드리면 제 생각으로는 이번 「이산가족을 찾습니다」캠페인은, KBS 사원들이 안고 있던 하나의 고민, 즉 언론, 매체가 해야 할 사회적인 책임이 무엇이냐 하는 것을 새삼스럽게 자각하게 했고 그 자각을 KBS가 일반 국민과 사회, 여러 관계 기관과 한데 어울려 표현해 낸 방송캠페인의 좋은 본보기가 아닌가 하는 생각을 갖습니다. 또 하나는, 이산가족찾기 방송 캠페인이 한국에서가 아니고 일본이나 미국, 또는 유럽 어느 나라에서 이루어졌을 경우에는 어떻게 되었을까 하는 그러한 의문점도 제기하시는 말씀을 저희들이 들었습니다마는 어쨌든 몇 가지 이전생님께서 말씀해 주신 그러한 여러 가지 요인들이 합쳐져 가지고 저희들도 미처 상상하지 못했던 그런 결과를 가져 왔다고 생각됩니다.

당초에 저희들이 6·25 특집의 마지막 결론 프로그램으로 계획했던 「이산가족찾기」는 전화접수로 시작했습니다. 이 전화접수는 아르바이트 대학생을 시켜서 약 닷새에 걸쳐 접수한 결과, 정확한 숫자는 하도 바빠서 잘 모르겠읍니다마는, 약 3,000명 정도가 접수를 했다고 그릅니다. 그 다음에 PD들이 모여서 여러 차례 회의를 거듭한 결과, 이제 이교수님이 말씀하신대로 800여명을 출연시키기로 확정을 했고 그 800여명 가운데에서도 특히 급수를 좀 나누었습니다. 그 급수는 대개 특 A, 그 다음에 A,B,C 이렇게 나누었는데 이는 신청한 분들이 프로그램에 나오셔 가지고 상봉할 가능성이 있

겠느냐 없겠느냐 하는 것을 참작하여 나눈 것이었습니다. 그래서, 프로듀서들이 일일이 인터뷰를 하여 이 분은 틀림없이 만날 수 있고 프로그램상으로도 상당한 감동을 줄 것이다 하는 확증을 얻을 수 있는 분들을 특 A로 잡고, 그 다음으로 프로그램화할 수 있는 가능성이 있는 분을 A, 그 다음에 B,C까지 나누었는데, 첫날 방영은 특 A부터 B까지만 했고, C는 다음으로 미루게 되었습니다. 그리고 처음에 이 프로그램을 진행하는 방법은, 역시 이런 좌담하고 똑같이 본인들을 쭉 앉혀 놓고 이지연씨와 유철종씨 두분이 인터뷰를 해서 설명을 해 주는 방식, 즉 언제 남하하셨습니까? 찾는 분이 누구십니까? 이런 식으로 하려고 했었습니다. 그러다가 M.C.들이 그것만 가지고는 전달할 수 있는 시간적 제약 때문에 도저히 안 되겠다 해서, 현재 여러분께서 KBS 벽면에 붙인 것을 보시면 아시겠읍니다마는, 그러한 규격이 일정치 않은 종이에 각자가 6학원칙에 의해서 적어 오도록 했습니다. 그런데 그것이 역시 전달하는 과정에서 문제가 있기 때문에 여러분께서 이미 T.V.에서 보셨던 그러한 카드에 일련번호와 찾는 분의 이름과 찾는 사람의 성함을 정확하게 매직 펜으로 적어서, 큰 종이로 방송에 비치는 방향으로 했습니다. 여러분께 아직 알려지지 않은 뒷얘기를 잠깐 말씀을 드렸읍니다마는, 이러한 것을 통해서 저희들도 몇 달 동안 분주하다 보니까 실질적인 이산가족은 월남하신 가족이지만 저희들은 2차적으로 몇 달 동안 이 교수님께서 지적하신 또 다른 'KBS의 이산가족'이 되었습니다.

어찌되었든 이러한 놀라운 경험을 토대로 이제 이 만남의 광장에서 이론적인 마무리 심포지움을 하는 자리에 잠깐 나와서 제 소감을 간단히 말씀드리면, 우선 제 자신이 갖고 있는 몇 가지 의문점이 있습니다. 이선생님께서 조사 문제를 상당히 강조하셨는데, 저도 그 문제에는 동감을 하면서 저 나름대로 몇 가지 생각을 가지고 있습니다마는 과학적으로 조사하지는 못하였고 다만 학계나 학생들에게 논문감으로 될 것 같아서 잠깐 말씀드리겠습니다.

우선 말씀드릴 수 있는 것으로, 방학과 휴일에 상봉이 많은 것 같습니다. 특히 할머니 할아버지들은 귀와 눈이 어둡기 때문에 T.V.는 반 정도 보셨을 것이고, 100% 다 본 학생들이 할머니와 할아버지의 손을 이끌고 우리 KBS에 오셨읍니다. 그러면 방학과 휴일과의 상관관계는 없는 것인지, 다음에 T.V. 앞에서 실제 시청하신 분의 실태나 수용은 어떠했느냐 하는 것이 아직

까지 저희들도 파악하지 못하고 있는 것 중의 하나입니다. 그것은 뭐냐 하면, ‘나를 찾는 얘기를 언뜻 들은 것 같은데 그 사람이 누구냐’, ‘내가 황해도인데 그 사람도 고향이 황해도라고 하더라’ 하는 그때에 옆에서 손자가 증언을 해 주는데, ‘틀림없이 자기 할아버지가 찾는 할머니 같다’ 하는 보충 설명을 해 주는 것은 저희들에게 상당한 도움이 되었습니다. 그래서 할머니 할아버지들이 시청하신 내용보다는 짧은 학생들이 보고 기억을 한 것이 상봉에 상당한 영향을 미쳤던 이러한 시청태도나 수용양태, 또 그것이 행동으로 옮겨졌을 때 상봉으로 이끈 주역이 누구냐 하는 문제가 제 나름대로 갖고 있는 의문이었습니다.

또 하나는, ‘이제는 이산가족찾기 프로그램은 진력이 난다. 오늘 밤은 안 보겠다’고 한 사람이 왜 자꾸 많아졌는가 하는 문제, 또 그 다음에 여름이 지나고 어느날 갑자기 열기가 석었는데, 그것은 이산가족 측에 있었느냐, 아니면 시청자 측에 있었느냐, 아니면 미디어인 KBS 측에 있었느냐 하는 문제가 제가 아직까지도 풀지 못한 숙제의 하나입니다.

또 하나, 이것은 조금 우스운 말씀입니다마는 ‘맞다 맞다’ 하는 것이 유행어가 되었는데 ‘맞다 맞다’ 하는 것은 물론 사연도 맞았지만 저희들이 보기에는 얼굴이 닮은 것을 말하는 것이었습니다. 그런데 가족이나 친척간에 얼굴이 닮는다는 것은 우리 나라의 유전학에서 체계적으로 정립되어 있는지 하는 문제도 제가 가진 의문의 하나입니다.

다음에 벽보와 간판이라는 것에 대해 우리나라 사람들은 그렇게 귀중하고 아주 원시적인 하나의 전달방법으로 생각하고 있는 분들이 많은데, 전파 미디어가 위력을 발하는 T.V.시대에 “나는 T.V.에 아무리 나와도 소용이 없다, 나는 벽보나 간판은 꼭 붙여야 되겠다”하는 심리는 무엇을 말하는 것인지?

마지막으로, 한국인의 눈물은 어떤 눈물이었느냐 하는 것이 이번 이산가족프로를 마치고 나서 실무자의 한 사람으로서 가졌던 몇 가지 의문이었습니다. 감사합니다.

사회

박선생님께서 실무에 종사하는 분으로서 캠페인을 벌이는 과정에서 여러 가지 우리가 몰랐던 경험담을 잘 말씀해 주셨습니다. 다음에는 서강대학의 신문방송학과에 계시는 강현두교수님께서 논평을 해 주셨으면 좋겠습니다.

강 협두

이상희교수께서 이산가족 캠페인을 매스컴의 이론적인 시작에서 잘 말씀해 주셨습니다. 사실 이산가족 캠페인이 얼핏보면 날짜는 오래 지난 것 같지만 연구자로서 이것을 얘기하기는 그렇게 충분한 시간이 아니겠지요. 그런 짧은 시간에 상당히 학문적으로 깊이 생각해 주신 것은, 여기에도 이론적 의미라는 제목이 붙어 있듯이, 중요한 연구의 기여라고 생각을 합니다. 말씀하시는 것을 들으면서도 느꼈고 또 여러분 같이 모두 이산가족 캠페인을 보면서 상당히 감동을 받은 기억도 아직 생생합니다. 그런 것을 되살려 볼 때 이 캠페인은 우리가 여러번 말로 얘기하거나 신문지상 또는 기타 일반 대화에서도 흔히 얘기했던 오늘의 우리의 미디어의 세계, 또는 매스컴 문화가 어떠한 것인가 하는 것을 아주 실감한 경우가 아닌가 하는 이런 느낌이 듭니다. 다시 말해서, 우리가 그만큼 T.V.라고 하는 매스컴 문화 속에 들어가 있다고 하는 것을 알게 되었습니다. 이런 뜻에서 저희들 매스컴을 공부하는 사람이 새삼 T.V.를 좀 더 자세히 들여다 보아야겠다고 하는 느낌을 갖게 되었습니다.

이제 KBS의 성공과 함께 저희 신문·방송 매스컴을 공부하는 사람들에게 준 충격—학문적인 충격이라고 하겠지요—에 대해 이상희교수께서 여러 가지 좋은 말씀을 해 주셨습니다마는 여기에 보충의 말씀을 드린다고 할까요, 어쩌면 중복이 되는 내용이 될 것 같습니다마는, 이왕 기회를 주셨으니까 조금 더 제 생각을 말씀드리겠습니다. “이산가족찾기 운동”이 주어진 제목입니다마는, 미디어 방송 속에다가 조금 좁혀 놓고 저는 간단히 몇 말씀 코멘트를 하겠습니다.

제가 생각하기에는 이번 이산가족 캠페인 방송의 성공의 의의를 첫째, 여기에다가 두고 싶습니다. 즉 이렇게 본격적으로, 또 대규모로 방송이 사회의 비교적 눈에 띄지 않는 삶을 영위하던 사람들에게 조명을 비추고, 카메라의 렌즈를 대고 마이크를 갖다 댄 것이 처음이 아니겠는가? 그것은 상당히 의의가 있는 것이 아닌가? 이런 생각을 갖습니다. 방송뿐만 아니라 우리가 매스콤을 얘기할 때, 사실 매스콤이 서민을 위하고 대중을 위하는 말을 많이 하고, 또 그런 여러 가지 노력을 하고 있읍니다마는, 그러나 이런 사람들이 이던가 이 매스콤의 세계에서 소외되는 경우가 상당히 많습니

다. 어느 나라나 마찬가지로 역사적으로 상당히 많이 그래 왔어요. 또 한편 매스콤이, 매스 미디어가 발전되면서, 발전이라는 뜻은 어떻게 보면 점점 더 많은 사람의, 더 많은 대중의 문제를 다루고, 대중의 세계에 좀 더 들어 가는 것이라고 생각하는데, 그렇지만 사실 우리의 매스 미디어들이 얼마만큼 어려운 사람들의 문제를 생각했는가 좀 의심스러운 바가 있읍니다. 무슨 사건이 나지 않는 한 카메라나 마이크가 가지 않아요. 사건이 났을 때 가는 것이지, 일상생활에 우리가 얼마만큼 관심을 두었는가 하는 점에 있어서는 미흡한 점이 많았지요. 그런데 이번에 이산가족캠페인은, 그야말로 사회에서 소외되었던 사람들을 매스 미디어 화면 정면에 내세웠고, 그것도 미디어 중에 가장 발달된 T.V. 화면에 비치도록 하였다는 사실은 중요한 것이 아닌가 하는 생각을 합니다.

이것과 함께 우리에게 준 또 하나의 교훈이라고 할까 아니면 우리로 하여금 생각해 보도록 한 것은, 극작가가 쓴 극이나 인위적으로 만들어진 것보다도 실제 생활이 그렇게 드라마틱한 것인가 하는 것입니다. 저희들한테 뿐만 아니라, 방송을 실제 하는 분들한테도 그런 느낌을 주었으리라고 생각이 들어요. 다시 말해서, ‘생활자체가 상당히 드라마틱 할 수 있다, 따라서 프로그램이 인위적인 허구에만 너무 지나치게 관심을 둘 필요 없이 실제 우리가 사는 생활도 그 못지 않게 드라마가 있으니까 프로그램 내용의 상당한 부분이 될 수 있지 않겠는가?’ 이러한 점을 생각해 보았습니다.

이와 관련해서 또 하나 생각해 볼 수 있는 것은 이러한 이산가족 캠페인의 사실은 인생에 성공한 사람의 이야기이라고는 얘기할 수 없을 것이예요. 성공하지 못한 사람, 또는 앞으로 성공하겠지만 과정에 있는 사람의 생활이 그렇게 훌륭한 방송 프로그램의 내용이 될 수 있는 것인가 하는 생각을 할 수 있어요. 훌륭한 프로그램을 만들어서 시간을 메꾼다는 그런 뜻이 아니라 시청자와 호흡을 같이 할 수 있는 프로그램이 될 수 있지 않겠는가 하는 뜻에서 말씀입니다. 그런 점에서는, 흔히 서양에서 방송이론이라고 할까요 하여튼 방송을 얘기할 때에 말하는 Happy Talk란, 무엇인가 즐겁고 행복한 얘기만 다루는 뉴스나 드라마를 말하는데 이러한 것에 대한 반성도 많습니다. 그래서 Happy Talk 만 좋은 것이 아니지 않느냐? 어려운 사람이나 비극도 충분히, 재미있다는 말은 어폐가 있읍니다마는, 시청자와 같이 경험

을 나눌 수 있는 중요한 것이 아니겠는가? 그래서 성공사례 뿐만 아니라 성공으로 가는 과정에 있는 사람도 프로그램에 중요한 부분이 될 수가 있다는 점은 우리가 제작상 추구할 만한 가치가 있는 것이라고 생각이 됩니다.

발표에서 놀랄 것은, 거의 80%의 시청률을 가진 프로그램은 아마 세계적으로 방송 역사상 흔치 않은 사건이라고 저도 생각을 합니다. 더 재미있는 것은 88%가 눈물을 흘렸다고 그랬어요. 박국장께서 그런 말씀을 하셨음니다마는, 눈물은 무슨 눈물인가? 화학적으로 분석하는 눈물을 넘어서서 그 눈물은 저희들 매스콤을 연구하는 사람들이 상당히 분석해 볼 만한 중요한 과제인 것 같습니다. 아울러 여기에 추가해서 한 마디 더 말씀드린다면, 이러한 눈물이 단순한 눈물이면, 말하자면 저희 매스콤에서 흔히 역기능으로 얘기하는 escapism이라는 의미에서의 현실도피 또는 감정해소의 눈물에만 그치면 역기능이고, 이것이 행동으로 옮겨지면 정기능이 되지 않겠습니까? 이러한 프로그램 자체가 전국민이 눈물만 흘리는 것으로 그치면 한바탕 울어서 기분이 좋을지 모르지만, 그렇게 되면 그 노력에 비해서 결과가 기대에 어긋날 것입니다. 이것이 좀 더 문제의 해결에 도움이 되는 것으로 되면 정기능으로서 상당히 좋은 점이 될 것입니다. 그리고 이런 점도 한번 생각해 볼 만한 문제인 것 같습니다. 다만 눈물만 흘렸다면 연속극의 눈물이 될 것이고, 이것이 행동으로 옮겨지면 상당히 교육적인 것이 되지 않겠습니까?

이상 이러한 점이 발표자께서 좋은 논문을 발표하신 것을 들으면서 느낀 점입니다. 감사합니다.

사회

그러면 다음에는 같은 매스 미디어에 종사하시면서도 전파 미디어가 아니라 활자 미디어인 신문사에 계신, 조선일보 논설위원이신 안종익 논설위원님께서는, 이제까지들 주로 캠페인의 좋은 면, 긍정적인 면에 관해 많이 논평을 해주셨는데, 가급적이면 같은 직업이면서도 종류가 다른 위치에서, 방송 캠페인의 부정적인 면이 있다면 어떤 것인지 이런데 초점을 맞추어서 말씀을 해 주셨으면 감사하겠습니다.

안 종익

제가 준비했던 내용과 방향이 달라서 당황스러워지는군요. 사실 인쇄 매

체는 전파 매체나 영상 매체에 대해서 다소 거부감을 가지고 있습니다. 내용이 어떤 것이냐, 이유가 무엇이냐 하는 것은 굳이 설명할 필요는 없읍니다 마는, 어쨌든 영상 매체 또는 전파 매체와, 인쇄 매체 또는 신문·잡지 사이의 갈등은 현실적으로 존재한다고 그렇게 생각을 합니다.

그런데 이번에 이산가족찾기 운동과 관련해서 인쇄 매체들은 그야말로 전폭적으로 이 운동을 지지하고 찬양하고 또 여러 면에서 복돋우어 준 그런 역할을 많이 했습니다. 모든 신문이 사설을 한 번도 아니고 세 번 이상, 많이 쓴 데는 다섯 번 씩, 또 각종 칼럼을 통해서나 외부인사들의 원고를 통해서 여러모로 KBS의 이산가족찾기 운동을 높이 평가하고 지지하고 찬양했읍니다. 그래서 제가 말씀드리고자 하는 것은 전파 매체 또는 영상 매체도 이와 같이 얼마든지 좋은 일을 할 수 있고, 엄청난 효과를 가져오는 그런 일을 할 수 있다 하는 것을 재인식하지 않았느냐 하는 점입니다. 저는 그런 것과 관련해서 T.V.가 얼마나 위력을 가지고 있느냐, 얼마만큼 무서운 존재냐 하는 것을 간단히 말씀드리겠습니다.

우리가 영화배우라든지 탤런트라든지 그런 사람을 길에서 만나면 ‘지 사람, 나 아는 사람인데’ 하는 친근감을 느낍니다. 그러나 그 사람은 모르지요. 이것이 T.V.의 기능의 하나이고 효과입니다. 제 주변의 예를 하나 들겠습니다. 제가 주미특파원 근무를 했는데, 대개 주미특파원은 의신관계, 정치 관계를 취급하던 사람들이 많이 갑니다. 저는 주로 사회문제를 다루던 직위에 있다가 주미특파원으로 갔는데, 분야가 다르기 때문에 워싱턴에 주재하고 있는 우리 특파원을 서울에서는 몰랐습니다. 그런데 가보니까 기가 막히게도 아는 사람이 셋이나 있었어요. 누군가 했더니 KBS, MBC, 당시의 TBC의 특파원들이었읍니다. 그러니까 저는 그 사람들의 보도를 매일은 아니더라도 이따금 T.V.를 통해서 보았다는 얘기입니다. 그래서 저는 아는 사람들이 와 있구나 그렇게 생각을 했읍니다마는 다시 생각을 해보니까 저에게는 그 사람들은 모르는 사람이었습니다. 그것이 제가 말씀드린, 우리가 배우나 탤런트들과 만났을 때 느끼는 감정 그런 것이나 마찬가지 아니겠습니까? 그러니 T.V.가 얼마나 무서운 것입니까?

또 하나, 미국 대통령 선거때 당락의 판가름이 최종적으로 지어지는 곳이 어디냐 하면 그것은 텔레비전 토론을 통해서다라고 얘기합니다. 그것은 제

가 마침 80년 미국대통령 선거를 취재하는 입장이었기 때문에 명확히 말씀을 드릴 수 있겠읍니다마는, 텔레비전에 나와 가지고 누가 자기의 정견을 명확하게, 호소력있게 발표를 하느냐, 또 발표하는 태도가 어떠냐, 심지어는 인물이 어떻게 생겼느냐, 그런 것 가지고 당락의 최종적인 판가름이 나더라고 하는 것을 목격을 했읍니다.

또 한 가지는 아까 이상희교수께서 텔레톤에 대한 말씀을 하셨는데, 미국에는 텔레톤 프로가 많이 있읍니다. 예컨대 이웃돕기, 불우한 사람 돋기 등 인데 장시간 방송을 한다고 할 수 있지요. 대개 24시간, 긴 것은 48시간 동안 다른 모든 프로를 중단하고 그런 캠페인을 벌이는 일이 이따금 있읍니다. 그런데 거기서 제가 보고 느낀 것은, 그 위력이 어디서 나오느냐 하는 것입니다. 대개 모금 목표액으로 1,000만 달러 정도를 설정하고서 캠페인을 합니다. 그러면 그것이 48시간 이내에 전부 모금이 되어요. 그렇게 텔레비전이라는 것이 위력을 가지고 있는 것입니다. 또한 아까도 ABC의 「Nightline」이 잠깐 예로 들어졌읍니다마는, 「Nightline」을 비롯해서 미국의 텔레비전 회사 ABC, CBS, NBC 등 3대 T.V.는 세계 곳곳으로 인공위성을 통한 연결을 해 놓고 수시로 필요에 따라서 다원방송을 하고 있지요. 그렇기 때문에 도저히 인쇄 매체가 따라가기 어려운 그러한 장점과 기능을 갖고 있읍니다.

또 하나 텔레비전의 장점과 효과 면에서 우리가 빠뜨릴 수 없는 것은, 텔레비전이라 하는 것은 홍미를 가미해서 목적한 바를 달성할 수 있다는 것입니다. 즉 이산가족찾기 캠페인을 할 때도 다소의 지루한 시간을 메우기 위해서 인기 가수들로 하여금 노래를 부르게 한다든지 해서 시청자들로 하여금 지루함을 갖지 않고 계속 그 프로를 볼 수 있도록 하지 않았읍니까? 텔레비전은 인쇄 매체가 할 수 없는 그런 여러 가지 장점을 갖고 있기 때문에 대단히 위력이 있는 것입니다. 또 인쇄 매체는 자기가 보기 싫으면 구독을 안 하면 그만입니다. 그러나 T.V.라고 하는 것은 날아다니는 전파이기 때문에 보지 않고는 배기지 못한다 하는 것입니다. 보기 싫어도 보아야 하는 것입니다. 그런 요인이 있습니다. 따라서 제가 지금 지적한 대여섯 가지의 이유때문에, 텔레비전의 위력이라는 것은 이루 말할 수 없이 큰 것입니다. 그것을 앞서 텔레비전의 무서움이라는 말로 표현을 했읍니다.

그럼 저는 이제 결론에 도달할 때가 되었다고 생각을 합니다. 여기서 느끼는 것은 이와 같이 무서운 위력을 가진 텔레비전이 만약에 시청자들을 오도하기로 작심을 했다면 어떤 결과가 나오겠느냐, 정말 무서운 결과가 나오지 않겠느냐 하는 것입니다. 반면에 텔레비전이 이번에 보여준 이산가족찾기 운동 같은 그러한 훌륭한 프로를 기획해서 방영해 주고 또 다른 면에 있어서 보도도 그와 같이 해 주고, 계도를 해 주고 한다면 그야말로 얼마나 좋은 효과가 나오겠느냐 하는 것을 이번에 KBS 이산가족찾기 캠페인을 통해서 절실히 느꼈습니다. 감사합니다.

사회

감사합니다.

그러면 마지막으로 이화대학 신문학과에 계시는 안광식 선생님의 말씀을 듣기로 하겠습니다.

안 광식

이번에 텔레비전의 효과나 영향에 대해서 다른 선생님들이 너무나 다각적인 측면에서 좋은 분석과 설명을 해 주셨기 때문에 제가 더 새삼스럽게 말할 것이 별로 없을 것 같습니다. 그러나 이번에 캠페인의 결과적 의미와 관련해서 좀 중언부언을 해 보면, 먼저 이번의 캠페인은 결과적으로 가족이 같이 살아야 한다고 하는 인간의 기본권리를 되찾아 주었다는 점에서 무엇보다도 의의가 크다고 말할 수 있겠습니다.

그리고 다음으로, 방송을 한 횟수나 시간상으로 세계 방송사상 획기적인 기록을 남겼다는 것, 방송이 사회에 미치는 영향이 매우 크다는 것을 이번에 새삼스럽게나마 또 다시 증명했다는 것, 그리고 이번 캠페인이 결과적으로 방송의 긍정적 역할의 무한한 가능성을 제시해 주었다는 것입니다. 그리고 방송이 사회적으로 개혁과 발전을 위한 역할의 기수가 될 수 있다는 면모를 유감없이 보여준 셈이 되고, 따라서 방송이 단순히 시간 소비나 현실 도피 또는 오락을 위한 매체가 아니라는 것을 증명했으며, 방송이 시청자들에게 감동과 감명을 줄 수 있는 매체가 되고 있다는 점을 여실히 나타냈다는 것과, 방송의 존재가치가 무엇인가를 재인식시켜 주었다고 말할 수 있겠습니다. 하여간 방송에 대한 부정적인 선입견이나 비호의적인 인식을 뒤집어 놓는 데 공헌을 했다고 볼 수 있겠습니다.

저 역시 공개식상에서 오늘과 같이 방송에 관해서 좋게 말한 적도 없읍니다. 지난 주에도 주제발표자 이선생님, 강선생님과 방송국 세미나에 가서 방송에 대해서 굉장히 비난을 퍼붓고 왔습니다마는, 저는 오늘 예외적으로 방송에 대해서 좋게 평을 하고 있는데 이산가족찾기 캠페인 프로와 관련해서 본다면 이 프로는 방송을 비난할 수 없는 지경으로 만들어 놓았다는 것입니다. 그래서 방송이 사회에 미치는 영향이 얼마나 크다는 것을 이번에 절실히 우리에게 가르쳐 주었고, 아까 박국장님께서 여러 가지 숙제를 주셨읍니다마는, 저희 학자들이 앞으로 방송의 영향이라든가, 이번에 나타난 하나 하나의 효과가 무엇인가 하는 것을 앞으로 계속 연구해야 할 입장에 있다고 생각됩니다.

그런데 방송의 효과나 영향이라는 것은 그렇게 단순하고 쉽게 나타나는 것은 아닙니다. 대부분의 경우 효과라는 것은 극히 적게 나타납니다. 그러나 이상하게도 사회적으로 영향이 크게 나타나는 경우가 있는데, 영향이나 효과가 제대로 작용하려면, 전달하는 사람이 누구인가, 어떤 채널을 통해서 전달되는가, 메시지의 내용이 무엇인가, 수용자가 누구인가, 어떤 환경에 의해서 그 메시지가 제공되는가 등등의 영향과 관련된 요소에 따라서 그 영향이 다르게 나타나게 마련입니다. 그러나 이번 캠페인의 경우에 있어서는 이와 같은 영향에 미치는 요소가 모두 합쳐진 상태에서 수용되었기 때문에 커뮤니케이션의 효과가 상당히 극대화되었다고 봅니다. 그리고 이번에 캠페인이 성공할 수 있었던 요인으로, 이미 이상희교수께서 많이 지적해 주셨읍니다마는 제 나름대로 중언부언을 한다면, 캠페인의 주제가 국민 모두의 관심사이고 염원이었다는 점에서 주효했다고 생각되고, 또 이산가족찾기 운동이라는 것이 물론 일부 계층이나 집단의 염원이 아닌 민족적 차원의 염원이었기 때문에 영향과 효과가 컸다고 생각됩니다. 그리고 이 운동의 특징은 무엇인가 하면 특권층이 아닌 서민 계층을 중심으로 한 캠페인이었다는 데서 성공이 되었다고 말씀드릴 수 있겠습니다.

또 재론되지만, 인간의 가장 기본권에 관한 문제가 제기되었다는 것, 혈육과 관련된 가족의 문제였다는 것, 어디까지나 휴머니즘에 입각했다는 것, 그리고 인간의 사랑을 바탕으로 해서 이 캠페인이 수행되었기 때문에 이것이 성공했다고 얘기할 수 있겠고, 또 캠페인 자체가 조금도 위장이 되지 않고 가식과 허식이 없는 진실의 표현이고 발로였다는 점 등 이와 같은 모든

점이 큰 효과를 초래했다고 생각이 됩니다.

사회

감사합니다. 이미 예정된 시간이 초과가 되었습니다. 그렇지만 발표자로서 한 말씀 마지막으로 간단히 언급을 해 주시고 그 다음에 방청석에 계신 분들의 질문을 듣기로 하겠습니다.

이상희

좋은 코멘트를 해 주셨습니다마는 특별히 내가 가지고 있는 의견하고 다른 점이 없기 때문에 시간도 없고 해서 그냥 넘어가는 것으로 하고, 질문이 나오면 그때 답변하는 것으로 하겠습니다.

사회

그러면 질문을 받겠습니다.

홍태환(성균관대 학생)

성균관대학교에 다니는 홍태환이라고 합니다. 앞서서 KBS 라디오국장님께서 시청자의 입장에서 보았던 이산가족찾기 운동의 문제점을 일곱 가지로 지적해 주신 것으로 알고 있습니다. 저는 방송에 관해서 문의한입니다마는 방송을 하는 사람의 입장에서는 무엇을 방송해야 하는가가 첫째이고, 두번째는 어떻게 방송을 해야 할 것인가, 이 두가지 기본적인 문제가 있지 않겠는가 생각이 됩니다. 따라서 이번 이산가족을 찾아주자고 하는 방송에 있어서, 무엇을 방송해야 할 것인가라고 하는 원칙적인 선택에 있어서는 여러 교수님들이 어제의 심포지움을 통해서 여러 가지로 의의나 중요성 효과 등을 많이 이야기했던 것으로 기억하고 있습니다.

그러나 반드시 짚고 넘어갈 것은 이산가족 찾아주기를 어떻게 방송하였는가를 좀 지엽적이긴 하지만 반드시 우리가 생각해야 되지 않겠는가 하는 생각이 듭니다. 방송의 입장에서 본다면 이산가족을 찾아주자 하는 것은 제회 가족수를 늘려야 한다고 하는 지상의 과제가 있으리라고 생각합니다. 그런데 원칙을 너무 내세우는 바람에 방법에 있어서의 미숙, 능률의 저하, 기타 문제 등으로 해서 많은 사람이 못만났다고 한다면 커다란 문제가 있지 않겠는가 하는 생각이 들고, 만일 그런 것이 방송국 관계 직원들의 능력의 부족 때문이었다고 한다면, 어제 격려사에서 시기적절하다고 말씀이 나온 학적인 연구가 그와 동시에 혹은 그 보다도 먼저 이루어졌어야 되지 않겠는가 하는

생각도 들고, 또는 동시에 이루어졌다고 한다면 바로 방법의 문제에 있어서 나온 수 있는, 즉 만날 수 있는 사람이 못 만났을지도 모르는 오류를 사전에 막을 수 있지 않았는가 하는 생각이 드는데, 이 점에 대해서 여러 선생님의 말씀을 듣고 싶습니다.

이 상희

이것은 방송국 측에서 답변을 하는 것이 좋을 것 같습니다마는 이왕 얘기 를 끼냈으니까 내가 대변인 겸 내 의견을 얘기를 하겠습니다.

역시 어제에도 그 얘기가 나왔습니다마는, 왜 하필 이제 와서 이산가족찾기 운동을 시작했느냐 하는 질문이 흔히 나오는데 역시 여기에는 여러 가지 요인이 깔려 있읍니다. 특히 방송국 측의 입장에서 본다면 아까 내가 지적한 테크놀로지의 문제가 있어요. 그래서 역시 라디오가 아닌 생생한 화면으로 볼 수 있는 T.V. 수상기가 얼마만큼 보급이 되었는가 하는 문제하고, 전국적으로 다원중계방송을 할 수 있는 기술적인 문제가 해결된 것은 극히 근래의 일이기 때문에 이러한 것이 하나의 커다란 기계적인 계기가 되었을 것이라고 얘기를 할 수 있읍니다. 그 전에도 라디오 방송이라든가, 다른 앞 세선에서도 나왔지만은, 정부 쪽의 어떤 컴퓨터에 조회를 해서 이산가족을 찾는 것은 쭉 있어 왔던 것이기 때문에 결국 수상기의 보급과 기술의 발전이라는 그러한 기계적인 조건이 성숙한 시기가 이번에 맞아 펼어진 것이다라고 해석을 해야만 되지 않겠는가 하는 생각이 듭니다.

사회

그러면 마지막으로 한 분만 더 질문을 받겠습니다.

이 화경(전국대 학생)

전국대 행정학과 이화경이라고 합니다. 제가 질문하고 싶은 것은 앞 질문하고 비슷합니다. 이산가족찾기가 대두된 것은 방송매체의 효과도 있겠지만은 이산가족을 찾겠다고 하는 의식구조에 의해서 시작된 것 같습니다. 과거 1971년 10월부터 KBS 라디오 방송국에서 이산가족찾기 운동을 했는데 그 당시에는 이러한 큰 효과를 못 보았고 지금 와서 T.V.가 갖는 생동감이나 현실성·현장감 때문에 크게 문제자 대두되었는데, 이러한 것이 지금에서는 열기가 많이 식은 것 같습니다. 이것이 이산가족을 찾겠다는 의식구조가 아직까지 우리 사회에 확고하게 박혀 있지 않고 그냥 매스컴을 탄다는 유행 때

문이라고 생각을 하는데, 그 점에 대해서 이상희 교수님께서 언급해 주셨으면 좋겠습니다.

이상희

이 산가족들이 자기 혈육을 찾겠다는 의식이 부족하고, 오히려 그 동기라는 것이 매스컴을 타겠다는 유행때문에 지금 이러한 운동의 열기가 식고 있지 않느냐 하는 요지 같은데 나는 결코 그러한 것으로 생각하지 않습니다. 왜냐하면 혈육을 찾겠다고 하는 의지는, 지금 내가 설명할 필요없이, 지난 130여일 동안 상면한 만 천여 가족에 가까운 그러한 가족들의 상면 장면을 보면, 또 찾지 못한 할머니의 표정을 읽으면 느낄 수가 있고, 또 만남의 광장을 서성거리는 사람들의 표정 속에서 우리는 자기의 혈육을 찾고자 하는 절실한 갈망, 우리가 본인이 아니고서는 도저히 가질 수 없는 그러한 절실한 갈망을 느낄 수 있습니다. 선불리 매스컴에 얼굴을 비치겠다는 속된 욕심 때문에 나온 사람은 거기에 없다고 봅니다. 그것은 아마 질문한 학생이 잘못 생각한 것이 아닌가 하는 생각이 들고, 그러면 왜 열기가 식고 찾지 못하느냐 하면 이미 지금 우리 사회가 가지고 있는 여러 가지 여건 특히 남북의 분단 같은 것으로 해서, 또는 그동안 32년여라는 연륜이 흘렀기 때문에 찾아야만 될 사람이 이미 고인이 되었다든가 북쪽에 있기 때문에 하는 문제 등으로 해서 이제는 방송의 힘으로도 찾을 수가 없는 한계에 도달하였기 때문이라고 보아야지, 학생이 질문한 그러한 요인 때문은 결코 아닐 것입니다.

사회

예정시간을 훨씬 초과를 했습니다. 더 질문하고 싶은 분들이 많이 계실줄 압니다마는 시간제한상 이상으로 질문은 그치고, 마지막으로, 제가 제5분과는 캠페인의 성과를 판가름하는 그러한 논의가 될 것 같다는 말씀을 드렸는데 제가 이제까지 여러 토론자들의 논평을 종합해 본 결과를 종평을 한다면, 이번 캠페인은 적어도 학점으로 따지면 A학점은 넘지 않겠는가 하는 생각이 듭니다. 그리고 앞으로 KBS는 물론 우리나라의 방송 매체가 이러한 캠페인을 성공적으로 수행한 것을 하나의 좋은 계기로 삼고 이것을 디딤돌로 해서, 장차 보다 큰 문제, 즉 민족 단합, 민족 화합, 민족 통일에 있어서 방송 효과를 최대로 발휘해서 촉진제가 되어 주었으면 하는 염원을 퍼력하면서 오늘 제5분과 토의를 마치겠습니다. 감사합니다.