

아직도 담배 피우시나요?



이영원 위원
전북중재부
우석대학교 신문방송학과 교수



몇 년 전 한 방송 프로그램 출연자가 키 180센티미터 이하의 남자를 루저(loser)라 칭하여 화제가 된 적이 있다. 이상형의 남자를 언급하던 중 나온 얘기로 여자는 얼굴, 남자는 키가 평가의 기본 잣대라는 우리 사회의 외모지상주의의 한 단면을 나타내는 말이었는데, 이후에도 외모의 사회적 경쟁력에 대한 관심과 논의는 계속되고 있다.

헌데, 외모가 개인이 갖는 경쟁력의 하나라면 사회가 갖는 경쟁력은 무엇일까. 여러 조건이 있겠지만 무엇보다 건강한 사회가 그 중 하나가 아닐까 싶다. 건강한 사회를 위해서는 사회 제도 등 구조적인 건전함도 중요하지만 사회 구성원들의 건강의식이 무엇보다 중요하다. 그런데, 건강 사회를 만들어 가는데 가장 큰 걸림돌로 작용하는 것 중의 하나가 바로 흡연이다. 대체로 교육수준과 소득수준이 낮은 계층의 흡연율이 높다거나 흡연 연령층이 갈수록 낮아지고 있다는 통계치를 내세우지 않더라도 흡연에 따른 개인적, 사회적 폐해는 언론 보도에서 넘쳐나고 있다.

최근 서울시가 발표한 자료에 따르면, 서울시민의 약 23%가 흡연을 하고 있는 것으로 나타나 과거에 비해 흡연 인구가 많이 줄어든 것으로 나타났는데(이러한 수치는 서울이라는 도시 지역의 통계치로 농촌 지역 등 지방의 흡연율과는 차이가 있을 수 있다), 흥미로운 것은 남성의 흡연율은 줄어드는 반면 여성의 흡연율은 늘고 있다는 것이다. 대부분의 흡연자들이 스트레스나 습관 때문에 흡연을 하게 된다고 밝혔는데, 이들 중 여성 흡연자들이 늘어나는 이유 중 하나는 다이어트 때문이라는 분석이 설득력을 갖는다. 특히나 요즘처럼 젊은 여성들의 44 사이즈에 대한 열망이 높은 분위기에서 다이어트 효과가 있다면 해로운지 알면서도 흡연 습관을 버리지 못하게 되는 것이다.

담배와 같은 기호식품은 대부분 습관성이기 때문에 술이나 커피 등과 같이 동일한 브랜드의 제품을 선호하는 경향이 높다. 특히나 담배의 경우, 자신이 선호하는 브랜드를 고집하는 성향이 타 제품에 비해 높게 나타난다. 이처럼 흡연과 같은 습관성 행동이나 특정 브랜드의 담배를 선호하는 것 등은 태도나 행동에 영향을 미치는 설득 효과에 따라 나타난 것이라 볼 수 있다.



흔히 설득 과정을 세 종류로 구분하여 설명하는데, 대상(사람이나 사물 등)에 대한 경험이나 지식이 없을 경우 이에 대한 새로운 태도를 만들어 가는 태도 형성 과정, 기존에 갖고 있는 태도를 유지, 강화시키는 과정, 마지막으로 기존에 갖고 있는 태도를 변화시키는 과정으로 구분한다. 이러한 과정 중에 가장 힘든 설득 과정은 역시나 마지막 유형의 태도 변화이다. 설득 과정에서 태도에 대한 이해가 중요한 것은 태도가 자신의 행동에 영향을 미치기 때문이다. 태도와 행동이 항상 일치하는 것은 아니지만 많은 경우 태도에 따라 행동이 이어지게 된다.

흡연자의 경우도 어떠한 이유에서든 흡연에 대한 태도가 긍정적이기 때문에 흡연이라는 행동을 하게 되는 것이다. 대부분의 흡연자들이 처음 담배를 핀 시기가 10대 후반이나 20대 초반(요즘에는 최초 흡연 연령대가 좀

더 낮아지고 있지만)으로 알려져 있는데, 일정 기간 유지해 온 자신의 태도나 행동을 바꾸어 금연운동에 동참하기란 쉬운 일이 아닐 것이다. 이러한 배경에서 외국에서는 금연 운동의 효과를 높이기 위해 흡연 경험을 하기 전인 초등학교생들을 대상으로 흡연의 위험성을 알리는 캠페인을 벌이고 있다. 즉, 흡연자들에게 금연이라는 기존 태도를 변화시키는 것 보다 흡연에 대한 태도 형성이 되어 있지 않은 어린 학생들에게 흡연의 폐해를 알려줌으로써 흡연에 대한 부정적 태도를 형성하도록 하는 것이 보다 큰 설득 효과를 기대할 수 있다는 것이다.

실내 뿐 아니라 이제는 건물 밖으로까지 내몰리고 있는 요즘 흡연자들의 위상을 보면서, 내 돈 들여 초라해지고, 간접흡연으로 공공의 적이 되느니 이참에 과감히 금연이라는 태도 변화로 건강 사회에 일조하는 것은 어떨까. 혹시 지금도 담배를 물고 계신 건 아니지요?