

대중지의 공인 · 유명인의 보도현실

이중환

서울신문 논설위원·「예술과 비평」주간

산업사회의 구조에서 오락위주의 주간지란..... 우리에게서는 버려지는 미디어로서가 아니라 모아지는 미디어로서 존재하기 때문에, 사회적 요구로써 자주 주간지의 건전화가 논의되기 마련이다..... 우리에게 있어서의 인물기사는 지금, 어느 한 대상인물의 깊이 있는 인간적 삶이거나 또는 사회적 삶을 표현하기보다는 흥미위주의 선정적 접근에 더 경도되어 있다고 할 수 있다..... 결국 우리의 공인·유명인의 보도현실은 공인·유명인을 잡지미디어가 보도의 소재로 삼는 데에 문제가 있는 것이 아니라, 그 소재를 어떻게 미디어별로 자신의 성격과 영역을 지키면서 문화적 내용물로 만들어내느냐에 있게 된다..... 우리의 고통은 늘 질의 향상을 위한 기초적 노력을 누구도 시작하려 하지 않는 데 있다..... 산업사회의 구조속에서 필연적으로 나타나기 마련인 말초적 현상에 대해 그것을 비판하거나 제거하려는 노력만을 하고 있을 뿐이다.

1. 우리에게서 지금 대중지란 무엇인가

이 글의 기본적인 논의대상은 제목에 표기되어 있는 바와 같이 <대중지>이다. 그러나 잡지미디어에 관한 학문적이거나 일반적 통념이거나 간에 기준적 정리가 되어 있지 않은 우리에게서는 우선 <대중지>라고 하는 것에 대한 우리의 인식기준이 무엇인가로부터 이야기를 시작하지 않을 수 없다. 통용되고 있는 잡지의 분류에서 우리는 지금 주간지, 여성지, 종합지, 학생지, 아동지, 전문지들을 갖고 있는 셈인데, 이 중에 주간지를 제외하고는 실은 스스로 대중지라고 분류되는 것을 바람직하다고는 생각하지 않는다. 특히 여성지나 종합지들의 표방과 그 지향은 교양에 놓여 있다. 그래서 교양여성지라고 하거나 교양종합지라고 하는 것에는 동의를 하지만 대중여성지나 대중종합지라고는 결코

지칭되기를 바라지 않는다. 그렇다고 대중지라고 말할 수 있는 것은 주간지 밖에 없는 셈인데, 이 또한 주간지라는 것에 대한 이미지는 우리에게서만 대중지적인 것으로 제한되어 있는 것이지 주간지 자체가 곧 대중지는 아니다. 오히려 선진국들에서의 주간지에 대한 잡지적 통념은 뉴스지이거나 또는 고급지식정보지 쪽을 우선으로 하고 있다. 단순한 오락위주의 주간지가 잡지의 중요한 덩어리로 그리고 특히 주간지의 중심으로 존재하는 곳은 실은 우리나라와 일본뿐이라고 할 수 있다. 이나마 일본과 우리와는 또다른 측면에서 주간지의 존재양식이 다른 게 된다. 일본의 오락주간지는 오락주간지라는 미디어를 사용할 줄 아는 국민들의 것이다. 다시 말해서 오락주간지는 지하철을 탈 때, 사서 읽어보다가 지하철을 내리면 휴지통에 버리는 미디어이다. 오락주간지란 원래 이렇게 읽고 곧 버려짐으로써 그 자신이 가진 맹점을 보완하는 미디어이다. 오락잡지일 경우 미국에서는 이것을 대개 금요일 저녁에 사서 월요일 아침에는 버리게 되는데, 이들은 대부분 주간지이기보다는 월간지들이다. 그리고 그의 주독자는 싱글들로 제한된다. 바로 이 점이 우리에게서 근본적으로 다른 주간지의 사회적 존재와 양식이 된다. 우리의 습관은 주간지를 사서 오래도록 돌려보고, 또는 모아두기까지 하는 형식으로 있다. 이렇게 되니까 또 아버지가 본 주간지를 국민학교 어린이도 읽게 되는 폐해가 생겨난다. 산업사회의 구조에서 오락위주의 주간지란 실은 타임 킬링용으로나 스트레스 해소용으로 존재하게 되는 특수한 입장의 미디어다. 하지만 이것이 우리에게서는 버려지는 미디어로서가 아니라 모아지는 미디어로서 존재하기 때문에, 사회적 요구로써 자주 주간지의 건전화가 논의되기 마련이다. 그러므로 또 잡지의 기본적 성격이나 영역별로 따져서 사회적으로 건전한 오락주간지란 이상적으로는 가능한 일이지만 현실적으로는 무리한 일이다. 그것이 오락주간지라면 그것은 곧 오락위주여야 하며 따라서 세상사를 다루는 내용의 표현에 있어서도 깊이 있는 교양이 아니라 한때의 풍문이나 표피적 관심으로 흘러 지나가는 화제의 수준에 머무는 것이 그 본령적 임무라고 할 수 있다. 그리고 이러한 기사들의 집합으로 이루어진 잡지를 그것이 주간이거나 월간이거나 간에 우리는 대중지라고 부르게 된다. 그러나 우리에게서 지금 대중지란 이러한 관점에서 통칭되거나 분류하기가 어렵게 되어 있다. 대중지라고 지칭할 수 있는 것은 형식상 주간지들이지만, 그 목차의 구성이나 또는 기사내용들의 수준적 관점에서 보자면 여성지들이 더욱 대중지적 위치에 놓이게 되고, 항시적으로 그런 것은 아니지만 때로는 종합지들 역시 대중지적으로 간행이 된다. 그리고 또 기사문장의 형식은 좀 다르지만 목차항목상으로만 보자면 학생지들도 대중지와 별로 차이가 없는 형태로 만들어진다. 이 학생지의 경우 우리에게서 더욱 기이한 현상은 남학생지는 없고 여학생지만 있다는 현실도 있다. 그래서 여성지와 여학생지의 차이점도 별로 선명치 않다는 현실을 만든다. 이러한 현실에서 필자는 오늘의 대중지를 말함에 있어서 주간지와 여성지와 여학생지를 같이 포괄해서 볼 수 밖에 없다는 입장과, 특히 이들 분류에서 여성지가 가장 그 중심에 놓이게 된다 라는 관점에 서려 한다. 그래서 논의의 거점을 우선적으로 여성지의 부분적 분석에 두려 한다.

II. 인물기사의 분량적 현실

어느 한 잡지에 있어서 인물기사의 양, 또는 그 인물기사의 양에 있어서 공인과 유명인 또는 다른 표현으로 저명인과 인기인의 기사량이 어느 정도인가는 실은 잡지의 기획상 아무런 제한적 요소로 있는 것은 아니다. 많은 적든 그것은 잡지 발행인과 잡지 기획자의 취향에 따를 뿐이다. 그러나 잡지의 양태에 있어서 일반적으로 평균적 잡지기사로서의 인물기사는 잡지의 전체적 비율에 있어서 하나의 요소일 뿐이지 중심적인 요소는 아니다. 왜냐하면 잡지란 잡지기사에 의해서 주내용이 이루어지는 뉴스잡지가 아니고서는 기명필자에 의해서 이루어지는 특별한 매체이다. 이 점에 있어서 무엇보다 신문과 다른 매체가 된다. 「기명필자에 의해 제작된다」라는 점은 인물기사의 형식에 제한적인 의미를 갖는다. 즉 기명필자로서 이루어지는 인물기사는 인물평전이나 기명자가 인터뷰어로 나선 책임있는 글들에 제한되게 된다는 의미이다. 그래서 또 기자가 직접 쓰는 인물중심의 내용을 갖게 되면 인물만으로 이루어지는 전문지를 표방하는 잡지가 된다. 저명한 미국의 잡지(People)이 그것이고, 우리의 잡지 역사에도 <인물계>라는 것이 있어 왔다. 그러나 최근 우리의 대중적인 잡지들은 대단히 많은 분량의 인물 기사를 싣고 있다는 점에서만이 아니라 대부분 잡지기자가 직접 필자가 되고 있다는 점에서 특이한 양상을 보이고 있다. 그리고 이 글쓰기의 형식에 있어서 뉴스지를 겸하고 있는 주간지들의 글쓰기 형식과 월간 여성지들이나 학생지들의 글쓰기 형식이 또 동일한 형태를 이루고 있다. 우선 그 분량이 어느 정도인가를 보기 위해서 1985년 5월호인 여성지 4종을 면교별로 분해해 본다면 다음과 같다(대표적 종합여성지가 6종인데 비해 4종만을 선택하고 또 이들 잡지의 제호를 밝히지 않는 것은 단지 이 분해는 현실의 경향만을 지적하고자 하는 의도를 갖고 있기 때문이다).

<표>(책보기 25)

이상에서 우리는 광고를 포함한 전체면수에서 인물기사가 A 19.9%, B 23.0%, C 27.0%, D

20.3%라는 것을 볼 수 있고, 본문기사량에서의 인물기사는 A 30.6%, B 27.9%, C 40.5%, D 29.7%라는 것을 볼 수 있다. 평균적으로 인물기사량이 전체면수에서 22.6%, 본문기사량에서 32.8%라는 것을 알 수 있는데, 이것은 곧 편집기획에 있어서의 인물기사는 것이 오늘의 여성지들에 있어서는 기사의 형식의 하나로 있는 것이 아니라

대단히 중심적인 내용의 형식으로 있는 것이라는 현실을 보여주는 분량이다. 이 분량은 또 한편 주간지보다도 많은 것이라고 할 수 있다. 주간지들에 있어서는 1985년 5월간 4종의 4주분 잡지를 확인한 결과 연예인기사 2건 내지 4건, 저명인사 1건 내지 2건이라는 분량에 머물러 있었고, 특히 이들 기사는 1페이지이거나 2페이지에 제한됐다는 점에서 페이지수의 최대치는 12페이지, 전체면수 광고 포함 170페이지에서 7.0%라는 의외로 적은 분량으로 나타나고 있다(따라서 이 수치들은 주간지별로 수치를 옮겨두지 않아도 좋을 것이다).

III. 공인·유명인 기사의 내용적 현실

이들 인물기사 중 공인·유명인 기사의 내용적 현실은 어떤 것인가를 별도로 살펴보기 위해 우선 전기한 여성지 4종의 저명·인기인 기사를 분해한다면 다음과 같다.

여성지 86년 5월호 중 4개철의 저명인·인기인에 대한 기사의 내용 및 분량<표>

저명인

- 이양지(재일작가) 4면
- 김경희·이경숙(「정년퇴직」 문제에 대한 투쟁의 주인공) 6면
- 김기영(사법·행정·외무고시 삼관왕) 5면
- 이일파(국극 70년) 5면
- 김금화(무당, 무형문화재) 7면

- 계 27 면

인기인

- 조용필 8 면

- 김지미 사단 5 면

- 장미희·배창호 8 면

- 부전자전 연예인(신영균·신언식, 김진규·김진, 최무룡·최민수, 신성일·강석현) 6 면

- 조용원 5 면

- 계 32 면

저명인

- 김옥길 6 면

- 앙드레 김 대 중광 6 면

- 정광모 6 면

- 변중석(정주영씨 부인) 16 면

- 신명진(김철호씨 부인) 7 면

- 김상협 5면

- 계 46면

인기인

- 장미희 5면

- 이경진 4면

- 정훈희 7면

- 양희은·양희경 3면

- 계 19면

저명인

- 김옥길 8면

- 장영신 6면

- 신명진 8면

- 정주영 8면

- 전해린 8면

- 박은희(피아니스트) 4 면
- 정연희 7 면
- 한학자(문선명씨 부인) 9 면
- 김용옥 6 면
- 정미화(조훈현씨 부인) 8 면
- 계 72 면

인기인

- 김자옥 6 면
- 계 6 면

저명인

- 이태영 6 면
- 김용옥 7 면
- 김철호·신명진 6 면
- 박영옥 12 면

- 김홍조(김영삼씨 부친) 7 면
- 홍여정(위당 정인보 만며느리) 6 면
- 계 44 면

인기인

- 이현세(「공포의 외인구단」 만화 작가) 6 면
- 조용필·박지숙 7 면
- 김진아 2 면
- 계 15 면

<*나머지 인물기사들은 외국인 인물(예컨대, 코라손·이멜다 등)들과 직접 쓴 것으로 되어 있는 수기형 인물 및 1 페이지짜리 작은 인물기사들이다. >

이상의 내용은 앞서 지적한 인물기사의 전체량에 있어서 평균 50% 이상이 유명인의 기사에 쓰여지고 있다는 것 뿐만 아니라 일반적으로 인물선택에 있어서 다음과 같은 특성을 보여준다.

○ 정치인이든 경제인이든 그 분야에 관계없이 인물 그 자체에 초점이 놓여 있는 것이 아니라 사회적 화제에 치중되고 있다.

○ 따라서 기사의 내용구성 역시 인물중심의 기사가 아니라 어느 한사람과 연관된 사회적 화제에 중점이 있다.

○ 화제의 확산을 위해서 당사자 본인에 머물지 않고 당사자와 연관된 주변인물, 가족이나 친척이나에까지 인물선택이 확대되고 있다. 따라서 우리의 인물기사들은 지금 대단히 선정적으로 작성되는 경향을 갖고 있다는 또다른 특성을 지적하게 된다. 그리고 이 점에 있어서 특히 주간지나 여성지나 간에, 다시 말해서 대중지와 교양지 간에 차이가 없다고 할 수 있다. 그 예를 들어 본다면 다음과 같다.

○ 주간지의 제목에서 보이는 내용의 분위기.

- A 지

인기 MC 김종중 열애 3년 공개

탤런트 이경진 은둔 4개월 고백

- B 지

이선희 미국서 폭행당했다

조용원 1억원에 미영화 출연

재벌마님 안인숙 11년만에 외출

○ 여성지의 제목에서 보이는 내용의 분위기

- A 지

육영수 여사를 만든사람들

김동길, 황산성 대담 - 사랑받는 여자에서 사랑하는 여자로.....

- B 지

월드컵 아내들 안방스토리

○ 여학생지의 제목에서 보이는 내용의 분위기

- A 지

여자연예인과 해외교포 그 러브스토리의 현주소 - 인기 있는 교포신랑, 사랑이 유행병인가.

아이스크림처럼 달콤한 사랑의 마술사 - 임병수를 가꾸는 사람들

- B 지

용필이 오빠, 왜 아기 안낳아요?

장미희와 13 문·14 답 - 나를 둘러싼 소문에 대해 밝힙니다.

IV. 인물기사 쓰기의 제문제

잡지편집기획에 있어서 인물기사의 항목은 대단히 중요한 항목이다. 이 항목은 실제로 기획자의 지향에 있어서보다 독자의 요구에 의해서 더욱 효용이 높아지는 부분이다. 그래서 모든 잡지들은 인물기사를 다루게 되고 또한 인물기사의 형식을 개발하거나 그 내용을 보다 더 충실히 하는 데에 노력을 하게 된다. 인물기사에 대한 노력의 심도를 대표적으로 보여주는 예로 미국의 지를 들 수 있다. 30년 동안 이 잡지는 잡지의 권제를 「플레이보이 인터뷰」로 장식하고 있는데, 이 인터뷰의 특징은 그 양과 질에서 동시에 나타난다. 우선 인터뷰의 양이 최소 300 매(200 자 원고지)를 넘는 분량이다. 그러니까 자연 인터뷰의 시간도 길어진다. 물리적 계산으로 300 매 내지 400 매의 인터뷰 원고를 작성하려면 쉬지 않고 말을 계속한다 했을 때도 최소 10 시간을 가져야 한다. 때문에 이 인터뷰의 구성은 실제에 있어서 드문드문 떨어진 시간의 연속으로 일주일 이상 한달까지 계속하는 형태로 이루어진다. 그리고 무엇보다 이 잡지의 인터뷰 구성은 인터뷰어를 고정된 1명으로 하지 않는다는데 있다. 대상인물의 분야와 전혀 다른 분야의 인물로 인터뷰어를 구성하고, 또한 이 인터뷰어가 2명 이상이 되도록 하는 것이다. 이러한 노력은 인물기사에 대한 성실성을 표현할 뿐 아니라 실제로 어느 한 인물에 대한 가장 가능한한의 최대치의 내용을 얻어낼 수 있다는 효과를 갖는다. 그래서 우리는 굳이 플레이보이에서만이 아니라 대부분의 선진국 잡지들에 있어서의 인터뷰 기사에서, 특히 그 인물의 대상이 연예인이거나 스포츠인이거나 사상가이거나 간의 차이가 없이 그 나름대로 삶에 대한 적응이나 태도만이 아니라 한단계 더 높은 철학같은 것까지를 읽고 느낄 수 있게 된다. 그러나 우리에게 있어서의 인물기사는 지금, 어느 한 대상인물의 깊이 있는 인간적 삶이거나 또는 사회적 삶을 표현하기 보다는 흥미위주의 선정적인 접근에 더 경도되어 있다고 할 수 있다. 이러한 현상은 굳이 본문까지를 들추지 않고 어느 한 기사의 전문만을 보더라도 쉽게 알 수 있다.

○ 주간지의 경우

『이선희 미국서 폭행당했다』의 전문기사 - 6월 15일자 A지

「로 혜성처럼 등장해서 <아, 옛날이여>, <갈바람>, <괜찮아> 등 히트송을 줄줄이 뽑아낸 파죽지세의 가수 이선희. 아직 솜털이 보송보송한 소녀티의 그녀가 교포 위문공연을 나섰던 미국에서 <폭행을 당했다>는 소문이 나돌아서 가요계를 긴장시키고 있다. 소문속의 가해자는 매니저 윤모씨. 당사자들이 완강하게 부인을 해도 꼬리를 무는 <폭행설>의 시비를 따져 본다」.

이 기사는 전문대로 당사자들의 완강한 부인과 이름없는 「목격자」들의 주장이 「평행선을 긋는 가운데」 「이선희가 타국에서 매니저에게 매맞았다는 소문은 계속 꼬리를 물고 있다. 과연 폭행사건은 오비이락일까」로 끝을 낸다.

○ 학생지의 경우

「용필이 오빠, 왜 아기 안낳아요」의 전문 ? 86년 2월호 A지

「왜 용필이 오빠는 애기가 없어요? 심심찮게 편집실로 걸려오는 독자들의 문의전화다. 결혼 2년이 다 되도록 아직 아기가 없다는 것은 그만큼 팬들의 궁금증을 불러 일으키기에 충분하다. 그것은 그가 대중의 사랑을 독점하고 있는 슈퍼스타 가수이기 때문이며 또한 그와 연관된 스캔들, 아내 박지숙과의 불화설 등등 많은 루머가 난무하고 있기 때문이다. 왜 그들 부부는 아직 아기가 없을까 - 그간의 상황을 정리하면서 독자제기에 응하고자 한다」.

이러한 수준과 스타일은 월간 여성지에 있어서는 주간지의 간행과 시간적 경쟁까지 하는 단계에 도달돼 있는 것 같다. 즉 기사 스타일만이 아니라 소재의 선택과 그 소재의 게재까지, 다시 말해서 굳이 주간지적 시간에 구매되지 않아도 좋은 측면까지 그 작업방법을 넓히고 있다. 주간지 기사가 월간 여성지에도 똑같은 형태에 의해 수평이전되고 있는 현상은 조용필부인 박지숙의 음독자살기도기사 같은 사례에서 분명히 볼 수 있다. 이 기사는 3월 26일자 일간의 보도로부터 시작되어 4월 첫주 주간지들에 의해 확대 보도된 후 본인에 의해 부정되고, 이 부정을 명확히 하기 위해 언론중재위원회에 제소되었던 사건이다. 주간지에 이 어 곧 발간되었던 여성지들은 3종이 이 기사를 다루었는데, 다행히 2종은 박지숙씨의 언론중재위제소를 기사화할 수 있었지만 1종의 여성지는 7페이지에 걸친 기사의 말미를 다음과 같이 표현함으로써, 시간적 여유를 전제로 보다 충실히 제작된다 라는 월간지의 기본형식을 지키지 않은 기사를 게재하고 있다.

「박지숙의 음독소식에 남편인 조용필은 '평소 성격이 차가운 데는 있지만 왜 이런 일을 저질렀는지 모르겠다'고 했고 시어머니인 조용필의 노모는 '지(며느리)가 나가서 지랄을 한 걸 내 알 바 아니다'는 반응을 보였다.

사랑받지 못하는 아내.

귀염받지 못하는 며느리.

박지숙의 음독 자살기도 소동은 결국 남편과 시집식구들에게 향한 일종의 '시위'일지도 모른다. 위험하고도 무모한.」

이러한 현상은 지난해 집중적으로 70년대 정치인들의 기사에서도 시행됐던 현상이다. 최근에 이르러 정치인들의 기사량은 거의 찾기가 어렵게 되었으므로 이들 기사에 대한 예시나 재론을 다시 할 필요는 없겠으나, 근본적으로 미디어별로의 자신의 위치와 성격에 따른 기사쓰기의 형식이 우리에게서는 정립되어 있지 않다는 점이 무엇보다 중요한 과제일 것이다. 결국 우리의 공인·유명인의 보도현실은 공인·유명인을 잡지미디어가 보도의 소재로 삼는 데에 문제가 있는 것이 아니라, 그 소재를 어떻게 미디어별로 자신의 성격과 영역을 지키면서 문화적 내용물로 만들어 내느냐에 있게 된다. 그러나 바로 이 점에 있어서 우리의 잡지미디어는 지금 교양지나 학생지나 여성지나 표방의 구분이 별로 의미가 없이 모든 오락위주의 선정적 주간지화 돼 있다는 데 있다. 그리고 이 동일화 현상이 인물소재의 동일화만이 아니라 기사쓰기 형식이나 기사의 기본적 분위기 역시 동일화라는 것에 우리의 비창조적이며 비개성적인 문화적 과제가 있는 것이다.

V. 약간의 제언

그러나 이러한 현상이나 경향에 대해 이를 지적하거나 또한 제한하려는 어떠한 의견도 실은 미디어현실에 있어서는 무의미한 것이라는 점을 또한 지적하지 않을 수 없다.

잡지만들기라는 것은 우선적으로 팔아야 한다 라는 경영적 측면을 갖고 있고, 이 경영적 측면은 자연스럽게 독자를 잡지가 앞서서 이끌 수 있느냐, 아니면 독자에 잡지가 영합할 수밖에 없느냐 라는 문제와 만나게 된다. 그리고 이 만남은 너무나도 당연하게 후자의 선택에 머물기 마련이다. 따라서 어느 한 사회의 수준은 잡지미디어에 있어서도 그대로 반영되기 마련이고, 그 반영에 의한 국민적 수준을 오히려 어떻게 상향이동시킬 수 있느냐가 더 근원적 숙제가 된다. 그러나 바로 이 점에 있어서 우리의 노력은 사회적으로 어느 측면에

있어서도 시도되지 않고 있다. 최근 여성지 기사를 대상으로 한 <잡지기자의 의식연구>라는 소규모의 논문이 발표된 바 있다(차무웅 : 「출판문화」 86년 1월호 pp.22-26). 이 조사는 월간·격주간 주간을 포함한 10개 여성지의 기자 105명을 대상으로 이루어진 것으로 잡지 일반에 대한 평가와 비전을 다음과 같이 요약하고 있다. 「잡지기자들이 보는 잡지 기사에 대한 평가는 대체로 긍정적이긴 하지만 아직도 부정적으로 보는 사람도 적지 않다. 잡지의 광고량에 대해서는 주로 많이 실리는 편이라고 생각은 하나 기업적 측면에서는 어쩔 수 없다고 이해하려는 편이었고, 잡지의 사회적 책임을 못 다하는 것도 스스로 인정하고 있다. 운영자로부터 편집권에 대한 독립은 이루어지지 않고 있으며, 우리나라 여성지는 고졸정도의 학력을 가진 여성을 대상으로 만들어지는 만큼, 바람직한 여성지가 되기 위해서는 교양 및 생활상식이나 정보를 제공할 수 있는 기사를 증면하고 싶다는 의견을 보이고 있다.」 한 귀절 더 인용해 둔다면 잡지기자의 직무의식 및 태도향의 요약에서 다음과 같은 표현에 유념할 수 있다. 「잡지기자라는 직업은 일반으로부터 아직도 인정받는 직업은 못되는 것으로 기자들 자신은 응답하고 있다. 그들의 프로젝트(source)를 위한 접촉대상은 주로 신문·방송 또는 주위의 권고나 일상대화를 통해서 얻고 있다.」 이 조사의 지적은 바로 우리의 노력이 얼마나 광범위하게 접근되어야 할 것인가를 보여 준다. 첫째 잡지종사자들의 관점에 오늘과 같은 잡지성향이 옳은 것이라는 것은 인지되어 있으면서도, 경영상의 여건과 자신들의 전문적 직업으로서의 여건이 불비되어 그 실현이 어려움을 겪고 있다는 것을 알 수 있다. 둘째로는 잡지기사의 소재선택영역이 지극히 제한되어 있으며, 이 또한 잡지들의 기본방침에 따라 하향적 평준화가 이루어지고 있다. 무엇보다 여성지의 대부분이 그들의 기준적 독자를 고교졸업생 수준에 맞추고 있다는 점이다. 그러나 이 고교졸업생 수준이라는 것이 우리사회에서는 읽기에 대한 관심이나 읽기 그 자체의 능력이거나 지금 전혀 훈련되어 있지 않은 수준이다. 따라서 이러한 수준에 맞추어 제작되는 잡지의 내용이 객관적이며 이상적인 사회적 요구에 적합하게 될 가능성은 거의 없는 것이다. 그러나 최소한 다음과 같은 문제들은 별도로 논의를 하고 넘어가야 할 것 같다. 첫째로 모든 잡지내용의 평균적 패턴이 선정적이며 오락적인 화제에 집중되고 있는 편집경향은 잡지의 개성화 방향으로 전환되어야 할 것이다. 둘째로 세대별과 연령별의 차이가 없이 동일화되고 있는 인물기사의 경향은 어떠한 노력으로도 개선되어야 할 것이다. 이 측면의 문제는 오늘날 우리에게 새로운 문화창조자로서의 청소년세대에 있어 대단히 큰 저해요인으로 놓여있다. 이러한 현실에 의해서 오늘날 젊은이들의 인기인이 TV 드라마에서는 청순한 인물로, 영화미디어에서는 포르노배우로, 슬집에서는 엔터테인먼트로, 신문이나 잡지기사에서는 간통과 이혼과 재혼의 인물로 등장하는데, 이것은 어느 인기인의 경우에는 이 모든 것이 동일인의 모습이기도 하다. 따라서 우리에게서는 지금 잡지미디어에 있어서도 청소년문화와 성인문화가 따로 있는 것이 아니라 단지 하나로 있을 뿐이다. 셋째로 문화의 형식보다 문화의 깊이를 만들어내는 작업으로서의 미디어의 역할이 필요할 것이다. 오늘의 현실에 우리의 국민적 읽기능력은 전파미디어에 의해서만 후진하고 있는 것이 아니라 잡지미디어의 기사 수준에 의해서도 후진되고 있다. 실제로 미국의 「레드 북」이나 「레디이스홀 저널」과 같은 잡지의 기사도 그대로 번역을 해 놓으면 우리에게서는 너무나도 딱딱해 보이는 논문처럼 느껴진다. 이러한 느낌은 곧 국민적 읽기와 이해의 능력이 전혀 개발되어 있지 않다는 증거에 불과한 것이다.

그리고 바로 이러한 읽기의 능력의 개발은 쓰기의 노력으로부터 출발되는 일이다. 모든 기사의 깊이 있음에 대한 노력이 구체적으로 이루어질 수 있다면 기실 공인·유명인의 기사가 별도로 논의될 필요가 없는 것이다. 그것이 누구이든 또 진지한 삶이든, 불성실한 삶이든 간에 쓰기와 읽기의 능력에 따라서 모든 기사는 인간이 살아가는데 있어 어떠한 의미라도 줄 수 있는 것이기 때문이다. 그러나 우리의 고통은 늘 질의 향상을 위한 기초적 노력을 누구도 시작하려 하지 않는데 있다. 아무런 근원적 노력없이 산업사회의 구조속에서 필연적으로 나타나기 마련인 말초적 현상에 대해 그것을 비판하거나 제거하려는 노력만을 하고 있을 뿐이다. 그러나 대중지의 문제야말로, 그 대중이 누구인가에 따라서 결정되는 결과이다. 그리고 우리의 대중지는 또 대중지 나름의 독립된 회로속에 있지 않다는 문제도 갖고 있다. 미디어가 미디어별로 발전을 해 온 것이기보다는 중심적 미디어에 의해서 기타미디어들이 종속적 관계로서 발전해 왔기 때문이다. 다시 말해서 우리의 중심적 미디어는 TV 미디어이며 여타미디어는 전부 TV 미디어의 메시지를 재전달하고 있을 뿐이다. 또다른 측면에서 제기되는 사항도 있다. 국민적으로 자신의 삶을 개성적으로 창조하며 사는 능력이 교육되지 않았기 때문에 우리 국민들은 지금 대중문화나 산업문화적 조건에 의해서가 아니라 스스로 획일적이며 무개성적인 삶을 사는데 능숙해 있다. 따라서 국민적 관심사라는 것이 다양하기 보다는 단조한 것이며, 이 단조성 속에서 우리의 인물기사들은 제한된 몇 명의 기사에 반복적인 재생산을 요구하기 마련이다. 따라서 반복적인 재생산이 개연적으로 수반하게 되는 선정적 확대기사 역시 필연적인 것이라고 할 수 있다. 이 점 역시 근원적 치유로만 개선이 가능한 과제인 것이다.

- 성균관대 국문학과.

- 월간 「세대」 편집장, 주간 「독서신문」 편집부장, 서울신문 문화부장, 논설위원 역임

- 저술 : 「청년문화론」(편), 「출판과 문화환경」, 「문화축매 운동론」 외 다수

- 현재 서울신문 논설위원겸 「예술과 비평」 주간