

추광영과 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 기능*

Choo Kwang Yung and His Thoughts on the Political Propaganda Functions of Global Communication

* 이 글은 서울대학교 언론정보학과의 추광영 교수님과 박승관 교수님을 모시고서 인터뷰한 내용을 트랜스크립트한 것이다. 인터뷰는 2016년 4월 9일 오전 10시부터 오후 2시까지 약 4시간에 걸쳐 진행되었다. 장소는 신림동의 '통스토리'라는 스터디 카페였다. 트랜스크립트 작업은 한국종합예술대학교 영상이론과에 재학 중인 이한글 학생이 수고를 해주었다. 두 분 교수님께 인터뷰를 요청 드린 까닭은 추광영 교수님의 여러 논문에서 미국 주도로 전개되는 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 기능을 '재발견'할 수 있었기 때문이다. 주지하듯 21세기 한국은 미국과 중국의 패권이 각축하는 동북아 국제정치의 험난한 파고를 슬기롭게 헤쳐 나가야할 과제를 안고 있다. 그런데 우리가 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 메커니즘에 통째로 빠져 버리지않고 그 선전에 세뇌되어 버린다면 우리의 국제정치적 사투의 자율성은 심각하게 제약될 것이고, 다시 그런 자율성의 제약은 한국 정치 공동체의 존망을 위협하는 요인으로 작용할 가능성이 많다. 실제로 우리는 조선에서 그런 상황을 극적으로 체험했고, 분단 70년의 현실을 살고 있는 오늘 우리에게서도 그런 상황은 별로 개선되지 않고 있다. 그럼에도 불구하고 한국정치평론학회에서는 지난 10여 년 동안 이 주제를 간과했고, 한국국제정치학회에서도 이 주제를 진지하게 다룬 경우가 별로 없는 듯하다. 국제정치학이란 학문 자체가 '미국적 학문'이란 사실을 고려할 때, 미국이 주도하는 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 기능을 국제정치학적으로 성찰하기가 쉬웠을까? 추광영 교수님께서서는 인터뷰 내내 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 메커니즘과 그것의 문제점을 대단히 명쾌하게 말씀해 주셨다. 또한 박승관 교수님께서서는 인터뷰 내용의 핵심을 대단히 간결하게 정리해 주셨다. 추광영 교수님과 박승관 교수님의 말씀을 들으면서 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 기능이 한국 학계의 중요한 연구 의제로 설정되고, 한국 사회에서 진지하게 토론하는 계기가 마련되기를 기대한다. 아울러 두 분 교수님의 말씀을 더욱 구체적으로, 그리고 더욱 심층적으로 이해하는데 도움이 될 것으로 판단되는 추광영 교수님의 논문 5편을 첨부한다. 논문의 제목은 다음과 같다. 1) “제3세계와 신국제정보질서 운동;” 2) “한국 외신보도의 문화적 함의;” 3) “Korean Journalists’s Dependence in News Judgment;” 4) “TASS 통신의 선전적 기능;” 5) ““미디어정치”를 낳은 미국의 언론” 장시간 인터뷰에 응해주신 추광영 교수님과 박승관 교수님, 트랜스크립트의 수고를 아끼지 않은 이한글 학생, 그리고 이 특집을 꾸미기 위해서 각종 편집의 수고를 아끼지 않은 김지숙 편집간사에게 각각 감사의 말씀을 드린다. - 한국정치평론학회 편집이사 이현휘.

이현휘: 추광영 교수님께서서는 2005년 정년기념문집, 『디지털 시대의 글로벌 커뮤니케이션』¹⁾을 발간하셨는데요. 그 문집에는 교수님의 연구를 크게 4가지 범주로 분류했습니다. 즉, 1. “언론의 기능, 사회적 책임과 자유;” 2. “국제커뮤니케이션의 쟁점;” 3. “뉴미디어와 커뮤니케이션의 세계화;” 4. “매체이용과 생활시간의 변화”가 각각 그것인데요. 문집을 발간하시고 약 10년이 지난 시점에서 각 연구 범위의 주요 내용을 어떻게 회고하시고 전망하시는지 여쭙보고 싶습니다.

추광영: 이교수께서 아주 깨끗하게 요약해 주셨는데. 오늘 제가 드리고자 하는 말씀은 사실 우리분야의 고전적 이론에 입각한 언론의 역할과 기능에 관해 간략히 말씀을 드려 볼까 합니다. 나중에 우리 박 교수가 보충을 좀 해 주시면 좋겠고.

첫째 질문이 내 책 제1부, “언론의 기능. 사회적 책임과 자유”에 관한 문제인데요. 지금은 우리 학문이 연륜도 쌓이고 해서 언론의 기능에 관해 많은 이론이 등장하기도 했지만, 1940년대부터 나왔던 이른바 우리분야의 고전적 이론에서는 언론의 기능을 기본적으로 네 가지를 우선 들었습니다. 그 첫째가 우리의 환경감시기능, 그 다음이 사회통합 기능, 세 번째로 문화전수기능, 마지막으로 오락을 제공하는 기능 등 크게 네 가지로 정돈을 했습니다. 우선 환경감시라는 것은 요새 이콜로지(ecology)라 부르는 물리적 환경감시와는 달리 이걸 인바이런먼트 서베일런스(surveillance of environment)라고 하는 것으로, 우리의 정치 경제 사회 문화 등 생활의 모든 공간에서 일어나는 모든 것들을 감시해 주는 것, 즉 단순히 이콜로지가 아니고 우리를 둘러싼 가시적 비가시적 생활공간에서 일어나는 모든 것을 언론이 이른바 “워치도그(watchdog),” 즉 감시견으로서 기능해 주고, 우리한테 무엇이 일어나고 있는지 파수꾼처럼 알려주는 것을 제일 첫 기능으로 봅니다. 그 다음 두 번째는 사회 통합기능으로서, 이걸 모든 인간사회는 각종의 개인과 단체, 집단 또는 민족으로 이루어져 있는데, 그 것들끼리의 커뮤니케이션이 가능하게, 그래서 사회가 하나로 연결되게 도와주는 수단으로

1) 추광영, 『디지털 시대의 글로벌 커뮤니케이션』 (서울대학교 언론정보연구소, 2005).

서의 매체. 그게 언론이니까. 또 사회적으로는 공론장이라는 게 있거든요. 우리가 사회적 토론을 할 수 있는 어떤 포럼 같은 것을 제공 해 주어서 의견이 다른 경우에도 이른바 상대방도 알고 나도 알리고 하는 그런 식으로 사회통합을 해 주는 기능이 언론에게 있고 그 다음에 한 세대에서 다음 세대로 우리의 문화와 역사 언어 등 모든 것이 이어져 넘어가지 않습니까? 이를 영어로 코릴레이션 (correlation)이라 그럽니다. 우리 문화를 한 세대에서 다음 세대로 전수를 시켜 주는 기능입니다. 한 문화든 한 국가든 세대에서 세대를 이어주는 문화전수 기능이라는 게 언론에게 있고 마지막 기능으로는 우리가 살아가는데 있어서 숨통이 좀 트이는 해 주는 게(respite) 바로 오락입니다. 일정한 양의 오락도 제공해 주어 여유를 찾게 해 주는 게 언론의 또 다른 기능이라고 보았지요. 우리 분야 초기는 이렇게 시작을 했습니다. 여기에 이제 몇 가지 더, 예컨대 사회적 의제설정 기능 등을 곁들여 붙이는 사람들이 있지만 이상 네 가지를 제일 기본적인 기능들로 인정 합니다.

그 기능들 중에서 제 생각에는 가장 중요한 게 환경감시기능입니다. 이게 저널리즘이라고 할 수도 있죠. 그러니까 우리 생활공간에서 일어나는 모든 걸 나한테 객관적이고 공정하고 불편부당하게 보도 해 줄 의무가 언론한테 있는 겁니다. 이게 이른바 공정보도죠. 그래서 이런 기능을 하는 게 바로 언론인데, 언론은 고로 막강한 권력이 동시에 되는 겁니다. 옛날에 우리 조선에 비하면 이게 사관에 해당되지요. 저널리란 게 뭡니까. 저널리라는 거는 일지란 뜻입니다. 오늘 일어났던 모든 사건에 대한 일지를 기록함에 있어서 그게 왜곡 되었다든가 부정확하든가 자기 이윤을 추구하기 위해서 가감침삭을 하거나 하면 왜곡 되잖아요. 사관이 가장 정확하게 써야 되지 않습니까? 사초를 언론이 매일매일 기록하고 있는 겁니다. 전 그렇게 비유를 합니다. 그만큼 중요한 일을 언론이 하고 있는데. 그러니까 언론 자체는 거대한 권력이 되는 겁니다. 그래서 미국에서는 입법 행정 사법에 이어 “제 4부”(The Fourth Branch of Government 또는 The Fourth Estate)라고 부르지요. 그만큼 중요한 기능을 하고 있고, 그만큼 권력이 있다는 이런 뜻이겠죠. 그렇기에 그런 거대한 권력에는 책임이 당연히 따라야 되지 않겠습니까? 그러니까 1940년대 말부터 미국에서는 자유뿐만 아니라

책임이 수반되는 이른바 언론의 사회적 책임이론(Social Responsibility Theory)이 대두 되었고, 이게 현재의 언론의 최고의 이념으로 인식되고 있습니다. 언론은 자유로워야 하지만 그런 거대한 권력을 행사하기 위해서는 책임이 동시에 수반되어야 한다는 것이지요.

언론은 자유롭되 사회적인 책임을 할 수 있어야 된다는 게 말보다는 쉽지 않지요. 각종 세력으로부터의 압력이라든가 또 별의별 종류의 유혹이라든가 그 도전은 결코 만만치 않지요. 우선 인간의 한계가, 100년 전에 월터 리프만이라는 사람도 썼지만, 있습니다. 인간은 완벽하게 객관성을 구현할 수 없다는 겁니다. 정말로 내 개인의 선입관, 내 개인의 편향, 내 개인의 이데올로기 등, 모든 걸 다 버리고 완전하게 객관적으로 쓸 수 있는 사람은 정말로 없다는 것이 그가 백 년 전에 한 이야기예요. 그게 『퍼블릭 오피니언』²⁾이란 책에서 한 얘기입니다. 이런 쉽지 않은 기능을 언론이 맡아 하는데, 이런 인간의 한계로 인해 진정한 저널리즘이라는 게 과연 가능한가라는 의문이 생길 수 있지요. 저는 100프로 완벽한 저널리즘이라는 것이 세상에 없다고 보지만, 상대적으로는 비교가 가능한 것으로는 봅니다. 우선 공산주의 국가와 자유주의 국가의 차이가 있을 수 있고, 한국 일본 미국 등 국가마다의 차이도 있지요. 그런 면에서 과연 본래의 사회적인 책임과 객관적인 보도를 얼마나 하느냐에 따라서 그 나라의 언론이 얼마나 그 책임에 충실한가를 가늠할 수 있겠지요. 그러나 현실은, 지난 30년 동안에 동부 공산권이 몰락하면서 자유는 더 늘어난 걸로 되어 있어요. 이 예외는 북한하고 중국하고 베트남이죠. 동양권에 있는 공산권은 안 망했으니까요. 중국하고 베트남은 경제적으로는 개혁개방이란 것을 하고 있지만 기본적인 공산주의 언론철학은 그대로 유지를 하고 있습니다. 시진핑이 요새 체제비판 절대 허용 할 수 없다고 강조하는 게 이런 것이지요. 동구 몰락 이후로 전 세계적으로 볼 때 언론의 자유는 늘어난 것으로 보입니다. 그런데 문제는 자본주의 사회 혹은 자유민주주의 사회에서의 언론이 문제가 없이 정말로 책임 있는 언론으로 기능하고 있는가 하는 문제인데, 현실은 그렇지 않아 보입니다. 이런 나라들의 언론들은 정부나 정치권으로부터의 독립은 어느 정도 확보해 가고 있습니다.

2) Walter Lippmann, *Public Opinion* (New York: Free Press, 1997, originally published 1922).

하지만 다른 세력, 바꿔 이야기하면 영어로는 “vested interest,” 즉 자기 이윤 추구를 위해서 노력하는 집단들, 즉 경제계에도 있을 거고 정치계를 포함한 각종의 단체들에서도 있습니다. 한마디로 이야기해서 자익추구를 하는 집단, 즉 기업이나 혹은 정치적, 사회적인 집단으로부터의 각종 유혹 혹은 압력, 예를 들면 매수나 협박 등 각종의 압력을 받게 되는 게 언론인데, 이런 것들이 결국은 언론의 퍼포먼스에 영향을 주고 있고, 이런 경향은 전 세계적으로 늘어나고 있을 뿐 아니라 스스로도 기업인 언론은 자기 이윤추구를 위해 스스로 타협하는 경우가 많아지고 있지요. 말하자면 상업주의가 더욱 승해지고 언론은 제 책임을 제대로 수행한다고 하기 어렵게 흘러가고 있다고 보입니다.

언론의 자유라는 것은 제대로 된 저널리즘 하라고 주어지는 자유훈데. 그건 “freedom for journalism”입니다. 그래서 자유를 주라 그랬는데. 요새 보니까 진정한 저널리즘을 안 하겠다는 자유를 달라는 겁니다. 돈 벌게 내 맘대로 하게 내버려 달라. 그러니까 “freedom from journalism”을 달라는 언론이 이 점점 많아지고 있다고 평하는 학자도 있어요. 그게 우리 한국사회에서도 똑같은 현상입니다. 방송이든 신문이든 모든 언론이 상업주의에 매몰되어버린 거죠. 자유주의 국가에서의 언론의 또 다른 문제는 사회적 공론장이 이런 상업주의에 의해 왜곡이 되고 진정한 국민의 의견을 언론이 제대로 반영을 못 하고 있는 그런 상태에 있는 게 전 세계 언론이 처한 더욱 심각한 문제가 아닌가 생각합니다.

여기 이제 두 번째 질문과 관련해서는, 상업주의라는 게 한 마디로 모든 매체를 썩히는 겁니다. 즉 언론에도 이윤추구가 최대의 목표가 되어 있어요. 따라서 광고수입을 늘리는 게 모든 언론기업의 지상 목표가 돼 있고 이를 위해서는 독자 수 또는 시청률 지상주의란 게 최고의 가치로 언론을 타락시키고 있지요. 이런 현상을 델러스 스마이스(Dallas Smythe)란 비판이론가는 “시청자 상품론”이라 부릅니다. 그에 의하면 매체가 파는 것은 지면이나 시간이 아니라 바로 독자 또는 시청자라는 것입니다. 예를 들면 방송에서 드라마를 뉴스보다 더 많이 보잖아요. 그래서 드라마 시간대의 광고료가 훨씬 더 비싸지요? 수퍼볼이라는 미식축구게임을 할 때 30초에 돈을 1억불 받고 이리잖아요. 그럼 왜 똑같은 시간대에 어떤 곳은 많이 받고 어떤 데는 적게 받느냐라는 질문이 생기지요?

결국은 사람을 얼마나 많이 끌어 모은 프로그램이냐 여부가 광고료를 결정하는 거란 이론이지요. 시간이 아니고요. 신문도 마찬가지지요. 전국의 독자수가 얼마나 광고료를 결정하는 것이지요. 그러니까 사람을 팔아먹는 것이란 이론입니다. 돈을 많이 받는 것은 사람을 많이 끌어 모으는 프로들이고 그게 흥미 오락 위주 일거 아니겠어요? 더 재미있는 프로그램이 덜 재미있는 프로그램보다 광고료가 비쌀 거 아니예요? 그러면 팔아먹는 게 시간이 아니라는 거예요. 팔아먹는 거는 사람 숫자이예요. 우리가 멍청하게 보고 있는 1억 명 중에 들어가면 내가 팔리는 거예요. 나도 모르게. 그러니까 팔아먹는 거는 수용자란 거예요. 시청자를 팔아먹는 거지요. 나는 시청자 천만 명 모은 프로그램이다. 나는 시청자 백만 명 모은 프로그램이다. 그걸로 값이 정해진다는 겁니다. 그러면 시청자를 더 많이 끌어 모으려면 필수불가결하게 재미있는 프로그램, 여긴 다양한 장르가 들어가겠죠. 어떤 건 전쟁이고 어떤 거는 드라마고 어떤 거는 막장 드라마고 그게 뭐든 간에 결국은 재미있는 걸 위주로 편성이 될 수밖에 없을 거 아니예요. 고로 결과는 뭐가 될 것 같아요? 흥미위주의 저질 프로그램으로 될 거 아니예요. 그게 신문도 마찬가지고 텔레비전도 마찬가지고. 모든 이른바 매스미디어가 흥미위주, 재미위주로만 가게 만드는 기본원리가 돈을 벌기 위해서는 흥미위주로 될 수밖에 없기 때문이지요. 전통적인 저널리즘은 점점 적어지고. 이게 언론이 쇠퇴기로 들어선 현상인겁니다. 저널리즘은 없어지는 거예요. 저널리즘이 없어지니까 뉴스만 해도 이른바 “연성화(soft)”라고 해서 흥미위주의의 뉴스를 신게 되는 거지요. 뉴스에 패션쇼가 나오고 나체 사진이 나오고 그러지 않아요? 송중기 이야기가 왜 매일 뉴스에 나오니까? 무슨 누가 재벌이 애를 때렸다고 나오고 그러잖아요. 그거야 나와야 되겠지만. 좌우지간 뉴스까지 포함해서 모든 프로그램의 오락화. 그 다음에 모든 채널의 오락화가 됩니다. 그게 지금 현실입니다. 그래서 모든 매체의 경우 광고를 신기 위한 매체로 지금 현재 변신중입니다. 인터넷? 나중에 이야기 하겠지만 이것도 새로운 광고를 신기 위한 매체이지 우리에게 정보를 전달하는 것이 주 목적이 아닙니다. 댄 쉐일러(Dan Schiller)라는 미국의 학자가 이미 이십 년 전에 간파한 게 인터넷이란 새로운 매체가 거대한 새로운 광고시장을 위한 것이고, 이를 로저 피들러(Roger Fidler)는 변신보다 더

큰 변화인 “변태” 즉, “morphosis”를 겪고 있다고 말합니다. 그러니까 모든 매체는 “mediamorphosis” 과정에 있다는 이야기를 합니다. 그러니까 모든 게 광고가 위주가 되어버렸어요. 이에서 예외는 거의 없습니다. 『뉴욕타임즈』까지 몇 년 전부터 드디어 칼라로 인쇄를 합니다. 이른바 고급지는 칼라로 인쇄하는 법이 없습니다. 아직도 유럽에 그런 게 몇 개 남아 있습니다만. 『뉴욕타임즈』까지도 칼라로 바꾸었어요. 칼라란 게 뭘니까? 우리 눈을 더욱 자극하는, 즉 흑백보다 더 센세이셔널 한 겁니다. 그게 신문의 센세이셔널리즘인거예요. 아까 이야기했지만, 언론은 사회적 책임으로부터 자꾸 멀어져가고 있는 거예요. 그게 현실입니다.

그걸 누가 그렇게 만드느냐하면 바로 거대자본들이 그런 거지요. 이젠 중국까지도 몰들어 그렇게 되고 있습니다. 더욱이 21세기는 아까 미국에 대해 이야기가 나왔습니다만, 언론을 포함한 매체산업, 즉 “media industry”를 포함한 소위 ICT 산업이 모든 산업 중 최대의 산업이 되었어요. 그러니까 영어로 이야기 하면 “premier industry”가 된 거지요. 옛날에는 자동차 만들고 뭐 만들고 하는 제조업이 최대산업이었잖아요? 이제는 미디어산업이 최대의 산업입니다. 이렇게 되니까 거기에 맞춰서 이른바 산업 전체의 수평적 수직적 개편이 생겨요. 매체산업에서도 수직적인 통합 수평적인 통합이라는 말을 이제 흔히 쓰는데, 제일 처음에는 한 신문이 다른 신문을 계속 사서 체인이 되고, 그 다음에 같은 계통의 다른 매체를 사가지고 이렇게 수평적인 통합이 되었는데, 이제는 미국 같은 경우는 수직적인 통합이 전 매체산업을 지배하게 되었어요.

수직적 통합이란 다른 종류의 산업이 매체까지 사서 통합 해 버리는 겁니다. 매체가 다른 산업을 사든지 아니면 그 반대이든지요. 그러니까 예를 들면 미국의 모든 방송사가 전부 다 지금 수직적으로 통합이 되어 있어요. 예를 들면 미국 3대방송인 ABC방송이 디즈니사와 합병하고 이어서 캐피탈 시티라는 회사하고도 통합이 되었습니다. 제네럴 일렉트릭이 전기 가전제품 만드는 세계적 회사 아닙니까? 이게 NBC를 샀습니다. 잡지사와 영화사가 합병한 타임워너라는 회사가 아메리칸 온라인이라는 통신회사까지 합쳐서 언론기능까지 하거든요? 서로 다른 업종간의 통합, 즉 수직적인 통합이 보편화 되면서 산업이 매체산업위

주로 자꾸자꾸 개편이 됩니다. 매체산업이 그만큼 돈을 많이 벌게 해 주는 회사로 바뀌고 산업간 경계가 무너진 것이지요. 마이크로소프트가 최대 회사 중에 하나 아닙니까. 요새는 애플사와 구글이 얼마나 큰 회사가 되었습니까? 이렇게 매체 통신산업이 21세기 최대 산업이 되면서 언론은 더 변모할 수밖에 없죠.

그런 식으로 바뀐 지금 언론은 진정한 저널리즘으로부터 멀어져가고 있어요. 요새 드라마 보세요. 옛날에는 허용이 안 되던 이른바 “ppl”이라는 게 있어요. 영어로는 “product placement”라는 건데, 이젠 돈만 주면요 얼마든지 가능하지요. 예를 들면 특정회사 자동차를 쓰면서 자기네 엠블럼 그대로 붙여요. 가구니 음료수니 소비자 제품 모두가 가능하지요. 옛날엔 그런 거 못 하게 했어요. 중간 광고도 지금은 다 그것까지 허용해 주죠. 케이블에서 중간광고 하죠. 컴퓨터로 이른바 가상광고라는 문자나 그래픽 집어넣는 광고 하죠. 별의 별 광고를 하는데, 심지어 디지털화 된 그런 광고까지 나올 정도입니다. 모든 게 광고를 신기 위한 수단으로 변질된 겁니다. 저널리즘은 죽어가고 있는 겁니다. 정치란 게 뭘니까 파워를 획득하는 게 정치 아닙니까. 그 수단이 언론이고 언론은 그 자체가 파워입니다. 지금 현재는 이런 산업구조 하에서는 언론이 수직 통합 되어 버린 경제 권력이 최고의 파워입니다. 신문도 그 파워에 종속이 되어 버린 겁니다. 전 세계적으로 모두 마찬가지입니다.

내 책의 제2부 주제가 “국제커뮤니케이션의 쟁점”인데요. 국제커뮤니케이션 분야도 마찬가지입니다. 1970년대 후진국들이 부르짖던 이른바 “신국제정보질서운동”이란 게 국가 간 균형 잡힌 정보의 흐름을 요구한 것이었는데 이런 소리는 흔적도 없고, 그 때보다 지금 현재는 오히려 더 악화되어 모든 종류의 정보나 오락 또는 뉴스는 선진국에서 후진국으로만 흐르는 일방통행의 구조가 고착되어 버린 상태입니다. 인터넷이 세계화 되면서 이젠 광속도로 전파되고 있지요. 미국은 1984년 유네스코를 탈퇴하면서 신국제정보질서운동을 압살시켜 버렸어요. 유네스코 사무총장도 갈아치우고, 84년에 미국이 탈퇴하면서 영국 일본 싱가포르 등이 동반 탈퇴하여 유네스코 예산의 45 퍼센트 이상을 감축시켜 버렸어요. 유네스코가 결국은 86년부터 신국제정보질서운동을 포기합니다. 미국은 유네스코에서 탈퇴 한 후 20년을 읍저버로 있다가 2004년에 다시 회원으로 복귀

합니다. 완전히 후진국들이 신국제정보질서운동을 포기하고 난 후의 얘가지요.

지금은 현재는 어떻습니까? 전 세계가 신국제정보질서운동은 다 잊어버리고 최빈국인 후진국들까지 인터넷이 만병통치인줄 알고 서로 깔려고 야단입니다. 빗내어 가지고 경쟁적으로 인터넷 깔고 있던 말입니다. 아프리카에서 밥도 못 먹는 국가들이 인터넷만 깔면 뭐가 됩니까? 유니세프에서 맨 날 애들 굶어 죽는다고 광고하고 있는데 그런 나라에 인터넷 깔아서 뭐해요? 그런 나라도 인터넷을 깔면 바로 부강한 국가가 되는 것처럼 선진국 인터넷 회사가 선전을 한단 말이에요. 비판론자들은 영어로 “craze,” 즉 “광란”에 빠져 있다고 얘기합니다. 모든 후진국 지도자들이 새로운 미디어를 깔면 곧 각종 정보를 획득해서 국가발전에 역사적인 도약을 할 수 있다고 생각하는 미망에 빠졌어요. 이런 현실입니다. 그러니까 국제 커뮤니케이션에서 40년 전에 요구했던 그 쟁점은 더 악화되어 있습니다. 하나도 안 나아지고 악화가 되었습니다. 바꿔 이야기하면 선진국의 일방통행적인 커뮤니케이션 콘텐츠는 옛날보다도 더 빠른 속도로 전파되고 더 큰 영향을 미치고 있습니다. 영화를 예를 들어 볼까요? 옛날에는 영화 필름을 사들고 와서 관세를 내고 우리말 자막을 타자 쳐 넣어서 상영하는 그런 아날로그 시대였는데, 지금은 인터넷에서 다 광속도로 전달되고 내 안방에서 동시에 보잖아요.

인터넷을 타고 들어오는 정보와 오락은 영어를 알아야 액세스도 하고 읽을 거 아니에요? 영어를 안다는 건 그 나라에서 엘리트라는 뜻입니다. 이제는 엘리트들을 상대로 광속도로 영향을 미친다는 거예요. 옛날보다 상황은 훨씬 더 악화되었어요. 이 이슈를 제기하는 곳이 한 군데도 없고, 학자들도 한 사람도 없고, 주장해 봐야 실어주지도 않고요. 그런 이슈 자체가 유엔이고 유네스코에서 완전히 없어져버리고. 옛날보다 악화된 거예요. 그러니까. 디지털 뉴미디어란 게 세계화는 시켰는지 모르지만, 그 세계화가 불균형을 더 악화시키고 있는 겁니다. 유선방송이 전 세계에 보편화 되었잖아요? 한국도 그렇고. 그 덕택에 뭐가 있나요? 케이블 텔레비전이 미국 내에서만 있던 게 이제는 전 세계 차원의 네트워크로 완성되었어요. 현재는 수많은 미국적 소프트 프로그램이 광속도로 전 세계에 침투하고 있는 거예요. 그러니까 문화 침탈이 더 일어날 수밖에 없죠. 지금은

인터넷, SNS 등 각종 뉴미디어가 보편화됨으로써 옛날보다도 훨씬 더 악화되었는데도 비판적 목소리는 모두 없어져 버렸단 말이에요. 더욱이 인터넷이라는 건 단순히 정보검색 또는 정보제공 수단이 아니라는 거예요. 광고를 심기 위한 새로운 수단이라는 것이 댄 쉐러의 주장이지요. 그에 따르면 거대한 광고를 옮기는 새로운 수단이 바로 인터넷이라는 거예요. 바로 그걸 위해서 인터넷을 만든 것이란 주장이지요. 그가 쓴 책 중 『디지털 캐피털리즘』이라는 책이 있어요. 제가 번역 했지요.³⁾ 그곳에 소상히 나오지요. 지금 이런 얘기 하는 사람 전 세계에서 몇 명 없어요.

이현휘: 과거에는 신국제정보질서운동 노력이라도 했는데 요즘에는 노력조차 하지 않는다는 얘기군요.

박승관: 어떤 교수도 요즘 이런 주제로 강의를 하거나, 그런 논문을 쓰거나, 쟁점으로 삼거나, 전공으로 하는 일이 아예 없죠. 제3세계 이슈가 그냥 압살되어 버린 거예요. 팩스 아메리카나가 되어 버린 거예요. 미국의 글로벌 평정이 실현된 거죠.

추광영: 이런 미국의 선전에 앞장 선 몇몇 선동꾼들이 있었지요. 앨빈 토플러, 마샬 맥루한, 이런 친구들이 대표적인데, “제3의 물결”이나 “미디어가 메시지다”란 것과 “지구촌”(global village)이란 용어들 들어 보셨지요? 이들이 만들어 낸 용어들인데, 이런 얘기 모두 과학적 근거도 없는 것입니다. 이런 친구들이 미국의 이른바 세계화를 위해서 앞장을 선거예요. 미디어가 곧 메시지라는 이야기는 맥루한의 이야기로서, 한마디로 설명하면 매체가 바뀌면 사람의 감각적 균형(sensory balance)이 바뀐다는 주장인데 아무런 과학적 근거가 없어요. 어떤 매체는 “hot media”라 그러고 다른 것은 “cool media”라 그러는데, 예를 들면 신문은 “hot media”고 텔레비전은 “cool media” 뭐 이런 소리를 하는데, 다 그냥 과학적 근거가 전연 없는 소리고, 결국은 매체가 바뀌면 인간의 감각균형 즉

3) 댄 쉐러·추광영 옮김, 『디지털 자본주의』 (나무와숲, 2001).

“sensory balance”가 바뀌고, 우리가 사물을 보는 게 달라진다는 거지요. 이 사람이 유명해진 계기는 케네디하고 닉슨이 텔레비전 토론을 벌렸을 때 닉슨이 케네디한테 질 수밖에 없었다고 해서 유명해 졌는데, 모두 사후 결과론적 해석이지요. 과학적 근거는 전연 없지요. 이런 사람들이 정보화 사회는 마치 유토피아인 것으로 앞장서서 선전하고 다녔지요. 결국 미국의 새 시장 창출을 위한 첨병들이었지요.

내가 “이미지 정치”에 대해서 한국에서 최초로 소개한 글이 하나 있는데요.⁴⁾ 사실은 세계 최초로 제일 먼저 이미지 정치를 시작한 사람이 닉슨이에요. 자기가 부통령후보로 아이젠하워의 러닝메이트가 되었을 때 정치자금에 유용한 것으로 공지에 몰리자 그 유명한 “Checkers speech”를 통해 당시 초창기 시대이던 텔레비전을 통해 전 국민에게 직접 호소해서 성공한 유명한 연설이지요. 김소환 부인과 “Checkers”란 이름의 강아지를 데리고 나와서 당시 의혹을 사고 있던 기부금 \$38,000 자금 용도에 관해 그가 국회에서 입법 활동 시 우편료등 유권자들에게 의정보고 하는 등의 합법적 비용에 충당하였음을 한 시간 반 동안 텔레비전 앞에서 전 국민에게 직접 설명함으로써 미국 사람들을 울렸어요. “나를 지지하면 공화당 전국위원회에 지지편지를 보내주세요!”라고 호소한 다음 날부터 지지편지가 산더미 같이 쌓였습니다. 그러자 아이젠하워 후보가 그를 부통령 후보로 유지시켜준 사건이지요. 그러니까 닉슨이 이미지 정치를 시작해서 성공한 것입니다. 그 다음에 닉슨이 케네디와 디베이트를 했는데요. 여론에서는 닉슨이 토론에서 이겼다고 했으나 선거에서 지니까 사후결정론적으로 분석한 게 맥루한이에요. 닉슨은 텔레비전 매체에 안 맞았기 때문에 졌다는 거예요. 말도 안 되는 그런 엉터리예요. 자세한 얘긴 생략하지만 토폴러도 마찬가지예요. 그는 신문기자 출신이고 학자도 박사도 아니에요. 우린 박사님 박사님 하지만요.

그러니까 결국은 여태까지의 지난 30년 동안은 저널리즘도 그렇고, 국제적인 커뮤니케이션 흐름이나 혹은 내용이 전부 다 악화가 되었을 뿐이지 개선된 건 하나도 없습니다. 우리가 받아들이는 속도는 빨라졌지만 우리가 그만큼 침탈당

4) 추광영, “미디어정치를 낳은 미국의 언론” 『한국인』(1984년 11월호). “특집: 추광영과 글로벌 커뮤니케이션의 정치선전적 기능”에 재수록.

하는 속도가 광속화 된 거 아니에요? 그런데 거기에 대한 저항이나 비판이 한 톨도 없습니다. 이슈가 완전히 그냥 압살되어 버렸어요. 근데 그게 역사적인 우연이 아닙니다. 미국이 2차 세계대전 끝내기 훨씬 전부터 전후의 국제질서 재편과정에서 어떻게 할 거냐를 다 연구를 해둔 결과대로 된 것입니다. 언론과 매체와 관련해서는 미국이 커뮤니케이션을 자기네들이 전 세계적으로 지배해야 되겠다는 전략을 세웠습니다. 그래서 당시로서는 세계 4대 통신사이던 AP통신을 세계 최대통신으로 키울 계획을 이미 1940년에 입안 했지요. 당시 외국의 통신사들이 영국, 불란서에도 있었고, 독일에도 있었는데, 이 통신사들이 전쟁 중에 거의 다 궤멸 상태가 되었잖아요? 그러니까 전쟁이 끝나면 AP를 전 세계의 최대 통신사로 만들고자 했습니다. 그래서 1940년부터 미국 신문협회에서 백만 불씩 각출하여 세계 40여 개국에다 전쟁 중인데도 사절단을 보내 가지고 전쟁이 끝나면 AP를 쓰라고 해마다 설득하고 다녔어요. 그러니까 역사적 우연이 아니라는 거예요.

1945년에 전쟁이 끝나자마자 이 사람들이 맨 먼저 세운 게 UN하고 유네스코입니다. 세계 인권 선언이라는 게 있죠? 여기에 보면 어떤 경우에 있어서도 국가를 건너가는 커뮤니케이션 흐름에 장애가 있어서는 안 된다. 그걸 “Free Flow”라고 하거든요. 그걸 유네스코현장과 유엔 인권현장에도 다 넣어요. 그게 우연이 아닙니다. 미국 국무부하고 미국신문협회하고 합의를 본 세계 지배 전략입니다. 커뮤니케이션부터 자유롭게 해 가지고 외국에 콘텐츠를 내보낼 때 아무런 장애가 없게 만들어 놓기 위한 전략이지요. 그들이 전후에 뭘 내보냈습니까? 신문 내보내고 잡지 내보내고 영화와 재즈 내보내고. 그 다음에 50년대 와서 텔레비전 내보내고. 그래서 소련은 직접적인 정치 커뮤니케이션만 했으니까 딱딱할 거 아닙니까. 이런 건 재미도 없고 하니까 안보는 거 아니에요? 근데 미국 것은 재밌잖아요. 재즈 재밌고 영화 보면 재밌고. 근데 그걸 요즘은 조셉 나이가 소프트 파워라고 그러지만. 그게 “sociological propaganda”라고 “사회학적인 선전”입니다. 대중문화를 팔아먹고, 미국의 엔터테인먼트를 팔아먹으면서 부지불식간에 미국의 이미지를 좋게 만들어요. 그 프로파간다가 이긴 겁니다. 소련은 말보로 담배하고 블루진 때문에 망했다는 겁니다. 블루진을 애들이 입기 시작하

고 미국 담배를 피우기 시작하는데 미국이 얼마나 좋아하겠어요? 전 세계적으로도 마찬가지입니다. 그 전략이 미국의 대외 외교 전략의 넘버원으로 설정되었습니다. 전후 제일 유명한 미국의 국무장관이 존 포스터 덜레스(John Foster Dulles)예요. 그 사람이 한 소리가, “나보고 이른바 미국의 대외전략 중에서 가장 최고로 중요한 거 하나를 고르라고 하면 ‘프리 플로우’(Free Flow)를 선택할 것”이라고 했어요. 즉 커뮤니케이션의 자유유통정책 그걸 골라야 된다는 것인데, 바로 그게 미국의 세계 지배 전략입니다. 신국제정보질서운동이 그걸 가로 막으려 하니 까 자기들이 유네스코를 탈퇴했어요. 미국이 국제기구에서 탈퇴한 게 전무후무예요. 국제정치 연구하는 사람들 다 이런 이슈를 몰라요.

이현휘: 아하! 우리 모두가 그곳에 다 녹아들어가 있네요.

박승관: 패션 음식 먹는 것.

추광영: 심지어는 미국에서 외국의 국제정치학자들 누구든 간에 미국에 데려가는 목적이 어던데요. 친미파 만드는 것 아니에요? 다?

박승관: 소련은 그런 걸 못했죠.

추광영: 우리도 예를 들면 내가 반미성향이 있지만, 북한하고 전쟁터에 있다 그러면 누구 편을 들 거예요? 미국 편을 들어야 되요 난 죽는데? 미국에 유학을 시켜놓으면 전부 친미파 되는 거예요. 돌아가서 욕하는 친구들도 있지만, 결국은 내 목숨이 걸려있는데 북한이 내려온다. IS가 쳐들어온다. 그러면 내가 미국 유학 갔다 온 것만으로 죽는데 미국 편 안들 수 있나요? 국제정치학 연구하는 사람들 다 백 퍼센트 그래요. 국제정치학이란 게 바로 미국의 이론을 그대로 배워온 사람들이 대부분 아니에요?

박승관: 미국의 지배전략을 학습하고, 거기에 세뇌되고 동조하게 만드는. 일

종의 이념공작.

추광영: 인문사회학이 대개 다 비슷해요. 미국사람들이 플브라이트(Fulbright) 재단을 왜 만들었게요? 아까 이야기한 ‘프리 플로우’보다 더 뒤 50년대 초에 만든 이 재단도 미국의 대외 선전을 위한 거지요. 이 재단은 여러 분야 학자들 또는 유학생을 초청하거나 미국과 상호 교류 프로그램을 만들어서 미국 유학 기회를 주는 목적으로 만든 것인데, 한마디로 결국은 친미파 만들겠다는 거지요.

이현휘: 하버드대학교에 레이몽 아롱의 수제자라고 평가되는 스탠리 호프만이란 국제정치학자가 있었는데요. 그 사람이 초기에 쓴 논문 중에 “국제정치학이 미국적 사회과학이다”라는 주장을 담은 논문이 있습니다.⁵⁾ 그 논문을 읽을 때는 별생각 없이 그의 주장을 무심코 받아들였는데, 교수님 말씀을 들으면서 그런 거대한 맥락이 존재한다는 사실에 새삼 놀라지 않을 수 없습니다.

추광영: 역사적인 우연이 아니라고 누누이 얘기하는 겁니다. 치밀한 전략이 다 깔려있는 겁니다.

박승관: 그게 언론학만 그런 게 아니고, 사회과학 일반에 적용되고 있다고 생각됩니다.

추광영: 과학적인 방법론이란 걸 쓰는 데는 다 미국식으로 오리엔테이션을 받게 되는 거고. 미국에서 뭐 장점은 아까 이야기했지만, 나쁜 거 좋은 거 다 봐라 이거예요. 결국은 친미파 되는 거예요. 한국에서 관광객들 보세요. 남대문 시장가면 다 보고 가요. 결국은 돌아가서는 한국이 아 이게 참 좋고 그렇게 되는 거예요. 여기 살게 해 보세요. 한 십년 살고 가면요 다 한국 좋더라고 하면서 친한파 되는 거예요. 한국 정부에서도 비슷하게 외국유학생을 장학금 주고 데려와요. 1980년대 초엔 중국은 우리와 미수교국이었으니까 대만 학생들 데려오고

5) Stanley Hoffmann, “An American Social Science: International Relations,” *Daedalus*, Vol. 106, No. 3(1977), 41-60.

멕시코에서 데려오고 어디 뭐 남미에서 데려오고 했어요. 그러나 우린 미숙해서 돈 들어서 반한파를 만들었어요. 예를 하나 들까요? 파나마 정부 대통령실에 공보관으로 일하던 애가 굉장히 활발해가지고 우리 한국학생들하고도 잘 어울렸어요. 이 친구가 신림동에서 하숙을 했는데요. 매달 문교부에 가서 돈을 받아서 생활하고 하숙비도 내야하는데, 문교부에 가면 아직 예산 집행이 안됐으니까 내일 와라 모레 와라 매번 그러니 어땠겠어요? 애는 맨 날 가서 하숙집 아줌마한테 그냥 쪼들리고 죽겠다 하는 거예요. 한국 정부 왜 이러느냐는 거예요. 개가 2년 있다 갔는데 얼마나 짜증났겠어요? 그러니까 내가 돈을 들어서 반한파를 만든다고 그랬어요. 장기적 대외 선전 전략이 우린 없는 거지요. 미국은 정말 치밀하게 이를 실천하고 있고요. 지금 현재 그런 상태입니다.

이제는 모든 조건들이 국내적인 혹은 국제적인 저널리즘의 본령에서도 자꾸 자꾸 위축이 되고 변질이 되고 상업주의가 되고 어떤 면에서는 제대로 된 저널리즘이 죽어가고 있고, 국제적으로도 이슈가 완전히 죽어버려서 이제는 언급하는 사람들조차 없는 형편입니다. 신국제정보질서운동의 이른바 피날레가 1980년에 벨그라드에서 유네스코 제 20차 총회를 할 때인데요. 그 때 세계 커뮤니케이션 구조에 관한 문제를 연구하는 위원회가 있었어요. 이름이 맥브라이드 위원회라고 했는데, 맥브라이드란 사람이 아일랜드 수상 출신으로서 세계에서 유일하게 레닌평화상도 받고 노벨평화상도 받은 사람이에요. 그 사람이 위원장을 해서 열두 명의 세계 각국의 이른바 커뮤니케이션 연구자로 위원회를 구성해서 만든 보고서가 “Many Voices, One World”란 제목이었지요. 즉 세계엔 “목소리는 많지만 세상은 하나다” 이거인데, 지금은 비유하자면 “One Voice, One World.” 즉 미국 목소리 하나 밖에 없어요.

이현휘: 베버가 『프로테스탄트 윤리와 자본주의 정신』 제일 끝부분에서 자본주의가 인류에게 “아이언 케이지”(iron cage)처럼 될 것이다 그랬는데요. 자본주의사회에서 언론도 그런 식이 되어버렸군요.

박승관: 미국중심의 질서로 전 지구가 평정 됐지요.

이현휘: 그러면서 베버는 자본주의 세계에서 살고 있는 지식인들은 자기가 마치 문명의 최첨단을 살아가는 사람이라고 자부를 할 텐데, 사실상 그들은 “dies Nichts!”에 지나지 않는다. 즉, 영혼 없는 전문가, 심장 없는 전문가에 지나지 않다고 평가했는데요. 언론도 거의 유사한 것 같습니다.

박승관: 언론, 학문, 지식, 그 다음에 라이프스타일, 의식, 삶, 가치, 이런 것들이 완전히 미국적 표준화의 길을 걷는 거죠. 이제 문화적 다양성이 없어지고, 그것이 중요한 줄도 모르게 되고 있어요.

이현휘: 박교수님 말씀 들으면서 제 경우 언론학 연구의 미국적 맥락을 전혀 주목하지 못 했다는 사실을 깨닫게 되는데요. 지금 생각하니 박교수님의 언론학 연구는⁶⁾ “아이언 케이지”가 되어버린 미국 중심의 거대한 언론학 트렌드를 혼자서 돌파하고자 했다고 이해되는군요.

박승관: 저런 접근은 이제 점차 학문으로 쳐주지 않게 되었죠. 데이터 분석 없는 것을 누구도 쳐주지 않고, 실제로 국제 저널에 내기 매우 어려워지지요. 이런 얘기 하는 사람마저 앞으로는 그나마 없어질 거예요.

이현휘: 그래도 이후에 이런 이야기를 하는 사람들은 좀 쉽지 않겠습니까?

박승관: 거기까지는 하겠지. 특별한 학문적으로 중요한 건 아니고. 그래서 가치에 의한 지배라는 게 그렇게. 동의에 의한 지배. 익명의 사고방식. 헤게모니죠. 완전 미국과 자본주의의. 근데 그게 제일 배운 엘리트들이 철저히 그렇게 되는 거죠. 더 빨리 더 적극적으로 일반인들에 비해서. 똑똑하면, 머리가 좋으면 그런 것으로부터 벗어날 수 있다고 생각하지만. 그게 아니고 선전이라는 게 대부분 교육 종교 학교 이런 게. 거대한 하나의 선전체계가. 머리 좋고 공부 잘하고 헤게모니 천국이죠. 수능도 그렇게 적극적으로 동조를 하고, 지금은 완전히 대

6) 박승관, 『드러난 얼굴과 보이지 않는 손: 한국사회의 커뮤니케이션 구조』 (전예원, 1994), 박승관·장경섭, 『언론권력과 의제동학』 (커뮤니케이션북스, 2001) 등.

학에서는. 한국 사회과학자들은 그런 걸 할 수 있는 능력은 없어요. 지금. 살아남을 수가 없어요. 종자로서는 멸종을 하게 되죠.

이현휘: 중세 천 년 끝자락에서 갈릴레이가 딴 이야기를 하는데 얼마나 두려웠겠습니까? 그런 맥락과 유사하군요.

박승관: 사람들은 두렵고 무능력하고 어떠한 변혁적 관념을 수용해야 할 필요도 못 느끼고, 할 수도 없고. 훈육된 순응주의(trained conformism)라고 할까. 이제 학문 생태계의 다양성 입장에서든 위태로운 상황이 오고 있죠. 이러한 추세는 우리나라의 특성과 맞물려 가지고 굉장히 심화되고 있는 것 같아요. 우리나라 전통이 단일민족, 단일어족인데다 좁은 영토 안에서 획일주의적 교육체제, 삶의 방식이 겹치면서 우리가 다원성이나 대안적 가치에 익숙하지 않기 때문이지 않은가 싶어요. 사회심리학도 요즘 인기를 누리면서 사회적 수요가 증가하는 것 같은데, 제가 생각할 때 우리나라에만 나타나는 독특한 배열이 있는 거 같아요. 예를 들어서 우리나라에서는 성공 이런 게 중요하잖아요. 이 과정에서 우리 한국인들에게 어떤 심리학적 특성이나 배열이 나타나는가. 어떤 가치나 삶의 질서가 내면화되고 어떤 것이 부족한가. 이런 문제는 미국 사회심리학 전통에만 훈육된 학자는 생각할 수도, 실행할 수도 없어요. 이런 연구는 못합니다. 예를 들어 강남 사이콜로지, 성공을 위한 사이콜로지가 있지요. 그거는 막스 베버가 얘기한 자본주의적 인간 사이콜로지와 좀 다릅니다. 미국서 훈련받은 사람은 우리 학자들은 이런 문제에 대한 관심 대신 굉장히 제너럴한 관점, 보편적 관점에 치중한 연구에만 집중하는 경향을 보이게 되지요. 일본을 보면 자기 문화가 살아있고, 우리 언론학, 언론정보학 분야에서도 보면, 자기들은 자기 식으로 뭔가를 독자적으로 연구하고 개척해 나가고 있어요.

추광영: 내가 저 두 번째와 세 번째까지는 한 거 같고 끝으로 내 책의 제4부 주제, “매체 이용시간과 생활시간의 변화”에 관해서 대답을 좀 하지요. 내가 6개월 전에 2015년도 국민생활시간조사를 했어요. 한국에서 처음으로 국민생활시간 조사라는 걸 서울대 신문연구소, 지금은 언론정보연구소에서 시작했습니

다. 1981년부터 5년에 한 번씩. 우리 국민 3500명씩 무작위 표집을 해 조사를 해 왔어요. 이 데이터를 갖고 여러 가지 한국의 다른 특성하고도 비교를 하고 논문을 썼어요. 예컨대 한국 사람의 여가활동 변화, 여성의 사회진출의 확대와 생활시간의 변화. 뭐 이런 것도 연구 해 보았고 다른 것도 많이 있어요.

35년 동안 우리사회의 산업화 등 급격한 변화에 따라 가장 많이 변화 한 부분이 우리의 매체이용시간이 아닐까 합니다. 1981년에 시작했을 때만 해도. 우리의 주 매체가 텔레비전이었고 신문이었습니다. 지금은 아까 이야기했지만 디지털 혁명 때문에 그동안 미디어가 “변태”를 겪었지요. 신문에서 텔레비전으로, 또 케이블 텔레비전에서 핸드폰까지. 또 PC에서 스마트폰까지 겪어 왔는데, 이게 엄청난 변화를 일으킨 거지요. 가히 혁명적인 변화라고 할 수 있지요. 이제 신문은 거의 고사 상태이고 지상파 텔레비전도 죽어가고 있어요. 이제는 인터넷, SNS와 스마트폰만 남는 지경이에요. 또 “wearable” 기기, 만물통신인터넷(IoT: Internet of Things) 등등 더 새로운 매체가 뭐가 더 나올지는 모르지만. 현재까지는 이른바 스마트폰이 가장 큰 변화를 몰고 오고 있는 것으로 보입니다. 자 예를 하나 들까요. 1981년에 우리가 처음 시간조사를 시작했을 때, 그 때 우리 국민 한 사람이 하루 평균 신문 읽는데 28분씩 보냈어요. 2015년 작년에는 단 1분! 단 1분만 읽는데, 그 것도 30대 이하는 제로예요. 주로 70대 이상만 보는 게 신문이에요. 인터넷에 액세스 할 수 있는 사람은 종이신문 보는 사람은 거의 없다고 보면 돼요. 물론 몇 명이야 있겠지만 통계에 안 잡힐 정도로 적다는 거지요.

그러니까 인쇄매체는 거의 죽었다고 봐야죠. 신문이 사라져버렸고 신문이 탈바꿈할 수밖에 없죠. 그러니까 한국에서는 세계 어디에서도 없는 종합편성채널이란 게 만들어지고, 이것마저 또 망하고 있잖아요. 방송매체도 또한 전성기가 지나 간 거라 보이는 것이지요. 그런데 지금 새로운 시장을 창출하는 게 스마트폰이고, 이걸 우리 국민이 평일에 1시간 32분을 평균적으로 이용해요. 일요일은 평균 2시간 08분입니다. 이게 뭐 상상을 못할 만큼 많이 쓰는 거예요. 물론 이를 세분하면 스마트폰으로 음성통화만 하는 사람도 있고 하겠지만 그 자체로 1980년대 초의 TV 시청량과 비슷해요. 이게 얼마나 큰 변화 입니까?

종이 신문은 아까 이야기했지만 하루 1분입니다. 그 다음에 지상파 텔레비전도 2시간 20분에서 점점 감소하고 있습니다. 그 대신에 지상파가 아닌 다른 텔레비전 즉, 종편이다 IPTV다 하는 것들, 즉 돈 내고 보는 유료텔레비전으로 많이 옮겨가요. 사람들이 집에다 케이블 텔레비전 많이 깔아요. 인터넷하고 겹쳐가지고. 그러니까 결국은 유료방송 쪽으로 굉장히 흘러가고 있어요. 바깥 이야기하면 전부다 ICT쪽으로 넘어가고 있는 현상이라고 보면 돼요. 매체이용시간도 새로운 매체가 등장하면서 그 쪽으로 넘어가고요. 전통적인 매체인 종이신문하고 지상파 텔레비전은 점차 격감하고 있어요. 가장 쇼킹한 것은 세계에서 신문 거의 안보는 나라는 우리밖에 없어요. 10대 20대는 신문 열독율이 제로니까요. 이런 식으로 국민생활시간조사를 통해서 보니까. 이른바 커뮤니케이션 매체가 사회적인 패턴, 생활패턴 등을 바꾼다. 디지털혁명이 우리의 생활에 미치는 영향이 엄청나게 크다 그런 이야기를 할 수 있을 것 같습니다. 그게 아까 이야기한 저널리즘의 위축과 파행을 가져오지요. 신문을 안 보니까. 텔레비전을 안 보니까요. 인터넷 등 통신망을 이용 해 뭘 많이 보겠습니까? 뉴스를 보는 것보다도 오락프로그램 보는 것이 많고. 정보 검색을 하는 경우도 있겠지만. 인터넷을 통해서 텔레비전 드라마를 차라리 더 많이 보지요. 젊은 애들이. 결국은 모든 매체의 오락화라 그럴까 상업주의화 되고 있는 게 오늘의 매체의 현실이라고 할 수 있을 겁니다.

이현휘: “탈정치화,” 이런 것 하고도 관련이 있을 것 같네요.

추광영: 그렇죠. 정치에 무관심하고 옛날에 신문 때부터 그랬는데 젊은 친구들이 안 보기 시작하니까 정치적인 무관심 쪽으로 점점 넘어가는 거죠. 왜냐면 사회적인 이슈에 관심이 없으니까요. 그냥 엔터테인먼트 위주로 성향이 바뀌니까요. 재밌는 것만 보고 심각한 문제는 기피하지요. 요새는 한국에서 이른바 “떡방”이나 보지 누가 뭐 시사해설 봅니까? “떡방”이 생긴 이유부터 생각해 보세요. 다른 나라에는 그런 거 없습니다. 다른 나라에는 텔레비전에서 진행자가 먹는 거 방송 못하게 합니다. 그게 기본적 금기사항이에요. 외국에선 대개 버스나 지하철 같은 공공시설에선 음료수나 음식물은 아무도 먹지 않아요. 이런 종

류의 방송은 모두 일본에서 배운 겁니다. 우리가 일본에서 베끼기 시작한 거지요. 우리 것이 아닙니다. 이게 대표적인 텔레비전 포맷 수입인데 일본에서 베껴온 겁니다. 옆치락뒤치락 하고 사회자 열 명씩 갖다 놓고 하는 각종 쇼 또는 토크 프로 등은 다 일본에서 베껴온 겁니다. 아까 미국방송이 전 세계로 뻗어나가면서 이데올로기하고 포맷을 수출하는 거라고 했듯이 우리가 지금 중국에도 우리 포맷 수출하잖아요. 케이팝, 한류라고 하는 것들 말이지요. 그런데 우리가 베껴온 게 주로 일본 것입니다.

그걸 왜 베끼겠어요? 시청자가 재밌어 하니까요. 일본서 통하면 우리한테도 통할거란 이유이지요. 우리가 지금도 편성을 1년에 두 번 바꿉니다. 봄에 바꾸고 가을에 바꾸지요. 편성 피디들은 이 때가 되면 부산에 가서 일본 텔레비전 보고 앉았었어요. 부산 한 열흘 동안 출장 가서 해운대 호텔방에 앉아가지고 일본 방송 보고 그렇게 베꼈지요. 지금은 인터넷으로 보이니까 부산 갈 필요가 없지만. 그런 것들이 이른바 포맷이 팔리고 프로페셔널 이데올로기가 전파되고 하는 것이지요. 그런 것들을 우리가 방송심의위원회 같은 데서 제동을 걸어야 합니다. 방송은 편성지침이란 게 있어요. 여기에는 몇 가지 카테고리기가 있어요. 방송국이 방송을 함에 있어 뉴스와 교양은 몇 프로 이상 오락은 50 프로 이하 이렇게 규정 돼 있는데, 이 걸 지키는 방송국이 드물어요. 방송사 자체가 분류를 하는데 아주 자의적으로 하지요. 어떻게 하는지 아세요? 야구중계 방송이 오락이 아니고 교양방송으로 분류됩니다. 오락이 50% 넘는 걸 막기 위한 것이지요. 우리 방송이 참 선정적이지요. 그걸 못 막는 거는 정치권이 방송의 파워에 놀리기 때문이지요.

종합편성이라는 케이블방송이 우리나라 밖에 없는데 조중동이란 3대 신문이 정치권과 정부를 이겼기 때문이지요. 이제 신문은 안 보니까 광고료가 점점 안 들어오잖아요. 그래서 방송으로 승부를 거는 거지요. 방송사를 하나를 만들려면 돈이 몇 천억씩 들어갑니다. 신문들로서는 승부수입니다. 신문은 어차피 사양산업이고 이 걸로는 한 10년 버틸까요? 대신 방송은 3-4 년 안에 승부가 난다고 보고 결단을 하는 거지요. 아직은 전부 적자예요. 초기니까요.

그러니 돈이 안 드는 프로그램 위주로 제작해야합니다. 돈 안 드는 프로그램

은 뭐가 있습니까? 뉴스와 토론 또는 토크 쇼 같은 스튜디오 안에서 제작 하는 게 그런 것들이죠. 이른바 평론가라는 사람들, 세상에 우리나라 밖에 없어요. 각 방송사마다 자기 전용 평론가들, 이른바 코멘테이터를 둔다면 그래도 이해가 되겠는데. 이거는 같은 사람이 이 방송 저 방송에 돌아가면서 하잖아요. 이른바 순환출연을 하는 거예요. A방송 갔다 B방송에 나오고 또 좀 있다 C방송에도 나오고 자기들 이야기로 한 달에 백 회 이상 출연하면, 센추리 클럽이라고 부르면서 멤버들이 이런 사람들이 이미 수십 명이라요. 이 사람들 출연시간에 따라서 한회에 5만원에서 20만 원 정도를 받아요. 방송사에서는 제작비가 제일 싸게 들어가는 거예요. 한 시간을 다섯 명 출연시키고 제작하면 백만 원만 주면 되요. 그런데 드라마를 한 시간짜리 찍으면 몇 억이 듭니다. 종편에서 평론 프로그램 많이 하는 이유가 바로 제작비 때문에 그런 겁니다. 그러다보니까 정치평론가, 사회평론가, 문화평론가 외에도 벼라 별 이름의 직종이 등장 하지요.

이런 어중이떠중이 전문가 중에 누가 제일 많은지 압니까? 모 대학교 교수라고 불리는 전직 언론인들과 변호사들입니다. 신문사 또는 방송사 국장 정도 출신이면 무슨 XX 대학교 교수라고 나오지요. 사실은 초빙교수다 객원교수라고 불리지만 솔직히 시간강사들이지요. 이들이 왜 이렇게 많이 가 있냐하면, 우리 언론한테 약하고 전관예우를 해주는 정부가 그들의 봉급을 대주고 있기 때문입니다. 이런 이들이 한 과목을 가르치면, 기사작성이든 방송제작실무이든, 가르치면 교육부에서는 세 명을 모으면 풀타임 교수 하나 쓴 걸로 인정을 해줘요. 근데 이거 학교서는 얼마나 좋아요? 제 돈을 가져 와서 교수 충원율을 높여 주니까요. 이른바 이해관계가 다 맞아 떨어지는 거지요. 대학교 정부 언론사 이른바 퇴직 관료들 및 퇴직 언론인들이 한 마디로 야합하고 있는 거죠. 그들도 바쁘지요. 신문을 한 20개씩 매일 봐야하고 인터넷 댓글, SNS등 다 읽어야 하거든요. 제작비를 아끼느라 우리 언론이 이상한 형태로 변하고 있지요. 바로 상업주의가 지배한 언론의 기형적 모습이지요. 저널리즘이 무너져 내리는 모습이지요.

이현휘: 전문가가 없는 거네요. 가서 모든 주제를 다 얘기해야 하니까요.

추광영: 바로 그게 문제지요. 변호사가 때론 야채나 과일 얘기도 해야 하고 기자출신이 영화배우 얘기도 해야 하니까요. 전공이나 전문분야도 없이 작가가 써 준대로 얘기 할 경우가 많지요.

이현휘: 추광영 교수님 말씀을 들으면서 교수님 연구의 특징적 성격에 주목하게 되었는데요. 교수님의 연구는 언론학의 다양한 주제를 ‘선구적으로’ 개척하셨다는 점이 특히 인상적이었습니다. 따라서 교수님 연구는 모두 대단히 중요한 언론학사적 의미를 지닌다고 판단됩니다. 그런데 정치평론학회 입장에서 볼 때, 특히 아래와 같은 논문이 현대 한국사회에서 중요한 의미를 지니는 것 같습니다. 그래서 아래 논문과 관련된 질문을 좀 더 구체적으로 드려보고자 합니다.

- a) TASS 통신의 선전적 기능
- b) ‘미디어정치’를 낳은 미국의 언론
- c) 제3세계와 신국제정보질서 운동
- d) 한국 외신보도의 문화적 함의
- e) Korean Journalists’ Dependence in New Judgment

“TASS 통신의 선전적 기능”은 정치에 종속된 언론의 구조적 성격과 그런 구조에서 수행할 수밖에 없는 언론의 정치적 선전 기능을 선명하게 파악할 수 있게 해준 논문이었다고 봅니다. 반면 “‘미디어정치’를 낳은 미국의 언론”은 정치로부터 상대적으로 자유로운 미국 언론의 경우 오히려 정치를 ‘지배하면서’ 정치를 상업화, 상품화시키고, 그런 가운데 정치적 역량을 질적으로 하락시키는 모습을 선명하게 보여주고 있었습니다. 제가 생각할 때 “TASS 통신의 선전적 기능”은 정치로부터 자유롭지 못한 비서구 세계 내지 사회주의권 언론의 특성을 명료하게 파악할 수 있게 해주는 하나의 이념형으로 간주할 수 있고, “‘미디어정치’를 낳은 미국의 언론”은 자본주의 국가의 언론이 걸을 수밖에 없는 일반적 경향성을 간명하게 보여주는 이념형으로 간주할 수 있을 것 같습니다. 그리고 그 두 논문을 양극단으로 설정한 스펙트럼을 상정할 때, 한반도 주변 국제정치에 커다란 영향력을 행사하는 미국, 일본, 중국, 러시아, 그리고 한국과 북한

언론의 상이한 성격을 가늠해볼 수 있겠다는 생각을 해보았습니다. 우리가 그런 안목을 터득할 경우, 각국에서 우리를 대하는 상이한 ‘동기’를 정확하게 이해하는 데 적지 않은 도움이 될 수 있겠다는 생각이 듭니다. “TASS 통신의 선전적 기능”과 ““미디어정치”를 낳은 미국의 언론”의 의미와 성격을 각각 말씀해 주신 다음, 그 두 논문에 입각해서 미국, 일본, 중국, 러시아, 그리고 한국과 북한 언론의 위상을 각각 평가해 주시겠습니까?

추광영: 네. 그러지요. 제 박사 논문이 세계 60개국의 언론통제제도의 비교 연구였지요. 제가 『타스통신』을 논문으로 다룬 것은 이게 가장 공산주의 언론 철학에 충실하고 또 대외 정보수집 스파이 업무까지 동시에 수행한 가장 독특한 기관이었기 때문입니다. 우선 공산주의의 언론철학, 즉 마르크스 레닌의 언론관은 언론은 모두 공산주의를 인민에게 일깨우고 선전 선동을 통해 그들을 세뇌시켜 당에 복속 봉사하게 만들어 완전한 노동자 농민의 독재체제를 만드는 것이지요. 그러니까 이를 가장 저비용으로 또 효율적으로 이루는 방법은 당 또는 정부가 모든 언론을 하나의 예외도 없이 소유하고 통제하는 방법을 택하는 거지요. 그게 바로 정치적 통제이지요. 언론통제에는 대별하여 정치적 통제, 경제적 통제와 사회윤리적통제가 있는데 나라마다 정도의 차이는 있지만 이 세 가지가 다 사용되는데, 공산주의에서는 완벽한 정치적 통제 하나로 모든 언론을 복속시키는 방법으로 자기들의 목적을 달성합니다. 왜냐하면 그게 가장 효율적이고 또 가장 비용이 적게 드는 “경제적” 방법이니깐요.

민주주의 사회에서는 언론자유가 있으니 세 가지 통제방식 중 그 어느 것도 쉽게 쓸 수도 없고 효과도 알 수 없어 “비경제적”이지만, 공산주의 언론은 모든 걸 당이 소유지배하니 다른 통제는 필요도 없지요. 예를 들면 모든 시설과 건물은 물론 신문용지, 잉크까지 당에서 대주고 기자나 인쇄공 기타 잡부들까지 모두 당에서 양성해서 공급하는 그런 시스템이지요. 언론은 바로 국가조직이지요. 이보다 더 확실하게 언론을 장악하고 조종 하는 방법은 없지요. 그래서 한 가지 통제로 전 언론을 장악 할 수 있는 시스템이 공산주의의 모든 신문 방송 등 매체에 적용이 됩니다. 이 시스템이 1989년 붕괴 되면서 동유럽 공산주의 국가

들은 완전히 자유주의 언론체제로 바뀌게 되고 이젠 더 이상 옛날 체제는 찾을 수 없지요. 타스통신도 바뀌어 1991년에는 “러시아 정보통신사”라는 뜻의 “이타르”란 말을 붙여 “이타르-타스” 통신으로 부르다가 다시 2014년에는 옛 이름 대로 타스통신으로 재탄생 하였어요. 일부 평자들은 구소련시절의 향수에 젖어 있는 국민들의 감성에 호소하는 결정이라고 하기도 합니다. 그러나 그 운영이나 영업은 옛날과는 같을 수가 없고 경쟁에서 이젠 살아 남아야하는 자본주의 국가들 통신사나 다를 바 없지요.

구소련 방식의 통제를 아직도 하고 있는 유일한 나라가 북한입니다. 여긴 하나도 안 바뀌었고 마르크스, 레닌식의 옛 통제방식을 그대로 유지하고 있지요, 중국과 월남은 공산주의를 그대로 유지하고 있으나 등소평의 개혁개방 이후 많은 변화가 일어났고 경제적으로는 자본주의식 경쟁도 도입되고 매체들도 광고도 허용하고 경쟁도 치열하게 되었습니다. 엄청난 변화이지요. 그러나 궁극적으로는 아직도 모든 매체는 당과 정부의 장악 하에서 체제비판이나 정부방침에 반하는 기사는 용인되지 않고 최고 경영진은 모두 공산당원이 맡아하고 있습니다. 표면적으로는 자유가 허용되는 것으로 보이거나 기본은 결코 바뀌지 않은 겁니다.

월남의 도이모이란 이름의 쇄신개혁도 같지요. 중국의 개혁개방이란 종래 모든 걸 다 대주던 당과 정부가 더 이상 모든 기업이나 매체에 지원을 중단하고 각자 “알아서 살아남아라!”라는 정책을 채택 한 것입니다. 더 이상 정부에서는 지원을 못 해 주니까 모든 국영기업이나 언론매체들까지 이른바 살아남아야 되기 때문에 극단적 구조조정과 경영혁신을 해야 하고 그 사람들이 결국은 뭐 하겠어요? 매스미디어 같은 곳은 광고를 많이 끌어 와야 살아남을 거 아니에요. 그런 광고를 끌어 오려면 내용이 선정적이고 이른바 상업화되어야 될 거 아니에요? 자본주의식 기사도 싣고 나체사진도 싣고 그러는 거예요. 정부는 그거는 봐 줘요. 지금 중국이 그렇게 살고 있어요. 그러니까 센세이셔널한 기사도 넘쳐나고 매체가 썩어가는 거죠. 베트남도 대동소이 하고요. 북한만 옛날보다 더 악화된 상태로 남아있지요. 거긴 개방이 곧 자책 귀멸로 이를 거란 공포가 있으니까요.

이현휘: 러시아에서 타스통신 시스템도 크게 바뀌었나요?

추광영: 당연하지요. 러시아도 1991년부터 자본주의식 매체산업이 도입되고 경쟁이 도입 되면서 서구사회와 다를 게 없어 졌지요. 타스도 예외일 수 없지요. 공산주의 국가이던 동독부터 헝가리 폴란드 전부 다 자유주의 국가처럼 되어 버렸어요.

이현휘: 그러면 언론도 바뀌었다는 말씀인가요?

추광영: 언론도 확 다 바뀌어가지고 전부 서구의 독일 영국 언론 재벌들이 들어가서 점령해 버렸어요. 이젠 동양의 공산주의 국가들 즉 중국, 북한 및 베트남만 남아 있던 말이에요. 다른 나라는 다 이른바 공산주의 언론이 없어져 버렸지요. 세계적 서구의 언론 기업들이 이들 구 동구 공산권 나라에 진출해서 서구 언론이 다 되어버렸어요. 그러니 옛날에는 상상도 못하던 이른바 상업주의 경쟁을 하게 되고 그러자니 내용이 전부 센세이셔널하고 이윤극대화가 최대 목표가 되어버린 자본주의 매체로 탈바꿈 해 버렸지요. 매체도 이젠 전형적인 자본주의 기업이 된 거지요.

이현휘: 러시아 신문은 이제 정치적 선전 같은 것 안하나요?

추광영: 완전히 없어졌어요. 『프라우다』라는 신문이 옛날에 공산당 기관지였는데 이 신문 하루 발행부수가 천백만 부 이었습니다. 그러면서 공산당 지시에 따라 『프라우다』 신문은 그 방대한 나라의 모든 라디오 국에서 일정시간 매일 『프라우다』 뉴스를 읽어주게 했어요. 그런 게 이젠 싹 다 없어졌어요. 당 기관지 『프라우다』랑 맞먹었던 정부기관지 『이즈베스티아』도 있었는데 하루 부수가 700만이던 게 지금은 15만입니다. 이제는 경쟁을 해야 하는 체제니까요.

이현휘: 영국의 종교학자이자 인류학자인 제임스 H. 그레이슨(James H. Grayson)은 한국의 신화와 설화를 영문으로 번역해서 정리한 책, 『한국의 신화

와 설화: 고대 및 근대 자료에 대한 해설』을 2001년에 출간한 바 있습니다.7) 그레이슨은 이 책을 출간한 직후, 한국인 교수와 인터뷰를 하는 자리에서 “유교가 한국인 정체성 상실 불렀다”라는 결론적 얘기를 한 바 있습니다.8) 그레이슨의 지적은 중국으로부터 수입한 유교를 자각적으로 상대화시키지 못한 채 ‘맹목적으로’ 답습한 한국 지성의 한계를 반성하게 해준다고 봅니다. 그리고 그런 한계를 현대 용어로 표현하면, 중국의 유교적 선전외교(public diplomacy)에 한국 지성이 완전히 세뇌된 것(completely brainwashed)이라고도 말씀드릴 수 있을 것 같습니다. 또한 그런 세뇌는 국가의 존망을 좌우할 정도로 심각한 문제를 끊임없이 야기했습니다. 평소 이런 맥락을 크게 문제시하는 저에게 교수님의 논문, “제3세계와 신국제정보질서 운동,” “한국 외신보도의 문화적 함의,” “Korean Journalists’ Dependence in New Judgment” 등은 대단히 충격적으로 다가왔습니다. 그리고 전 세계적 차원에서 전개되는 현대 언론의 선전적 기능은 전통 사회의 종교보다 훨씬 더 강력한 힘을 발휘한다는 사실도 깨닫게 되었습니다. 무엇보다도 그런 선전 기능을 통해 우리들 자신의 사유가 부지불식간 세뇌되는 모습을 ‘실증적’으로 입증해 주신 논문을 보면서 크게 놀라지 않을 수 없었습니다. 아울러 우리가 언론의 선전적 기능을 자각적으로 상대화시키지 못한 채 ‘자발적으로’ 세뇌되는 길을 또 다시 걷는다면 21세기 미국과 중국의 패권이 각축하는 와중에서 국가의 존망을 기약할 수 없겠다는 우려를 금할 수 없었습니다. 위 세 논문의 문화적, 역사적, 지성적 의미 등을 상세하게 말씀해 주시겠습니까? 그리고 우리가 언론의 선전적 기능에 대해서 비판적으로 대응할 수 있는 방안에 대해서도 함께 여쭙보고 싶습니다.

추광영: 이교수께서 나한테 보낸 글에는 그레이슨이 한국 신화와 설화를 분석하고 또 우리가 수입한 유교를 상대화시키지 못한 채 맹목적으로 답습했다. 그게 무슨 뜻이에요? 저는 그의 책은 읽지 못 했고 인터뷰 기사만 읽었는데 기사가 이 부분은 제대로 설명도 않고 넘어 갔어요.

7) James H. Grayson, *Myths and Legends from Korea: An Annotated Compendium of Ancient and Modern Materials* (Richmond, Surrey: Curzon Press, 2001).

8) “유교가 한국인 정체성 상실 불렀다,” 『문화일보』(2001. 4. 20.)

이현휘: 그건 제 의견인데요. 그레이슨은 영국의 종교학자이자 인류학자입니다. 이 사람이 한국에서 오랫동안 체류하면서 교수도 하고 강의하고 그랬는데요. 한국 설화, 신화 이런 것들을 영어로 번역해서 앞에서 말씀드린 책을 냈고, 책을 낸 직후 인터뷰를 했습니다. 이 사람이 한국의 신화 및 설화를 고대부터 현대까지 쪽 정리를 하다 보니까 근대와 전근대사의 사유의 패턴이 크게 다르다는 것을 발견했습니다. 한국 고대 및 중세 시대에는 설화 등에서 유교의 영향력이 덜한데, 그레이슨이 근대로 분류한 조선 시대에 들어오면 유교의 영향력이 압도적으로 증가했다는 겁니다. 예를 들어 시아버지가 고부간의 갈등이 있을 때 조정하는데, 유교적인 이념 등을 동원해서 조정하더라 거예요. 이런 사실은 한국의 전통적 정체성이 유교의 영향으로 크게 수정되었다는 것을 말해준다는 것이 그레이슨의 주장이었습니다. 그런데 교수님의 논문을 보다보니까 그레이슨의 얘기가 생각났습니다. 어떻게 보면 우리가 중국의 선전 외교에 비판적 거리를 두지 못함으로써 우리의 정체성을 많은 부분 상실한 것 같은데요. 교수님께서 앞에서 자세한 말씀해주신 것처럼 우리가 또다시 미국 중심의 학문적 헤게모니를 자각하지 못함으로써 미국식으로 생각하고, 미국식으로 판단하는 문제가 반복되는 것 같아서 질문을 드렸습니다.

박승관: 이 선생님 질문은 이런 것으로 해석이 되는데 우리 사회가 이전 조선 시대에는 중국 중심으로 움직이다가 해방 이후에는 다시 미국 중심으로 수렴되는데, 이 두 가지 방식은 모방의 대상만 바뀌었을 뿐, 질적으로 동일한 것 아닌가.

추광영: 박교수 말로는 조선시대 때로 내려왔을 때 이야기잖아요? 조선시대 때는 알다시피 이성계가 불교의 폐해 때문에 유교를 국교로 삼는 역성혁명을 한 거란 말이예요. 그러면서 국가 이데올로기를 정착시켰잖아요. 여기서 그레이슨이 얘기하는 거는 그보다 더 이전에 우리가 유교를 수입할 때까지 거슬러 올라가거든요. 그래서 내가 의문이 생겨요. 불교하고 유교가 같은 때 들어왔어요. 3세기 4세기였지요? 그때도 지금 여기서 그레이슨이 이야기하는 식으로 오늘날의 시각에서 중국에서 수입한 유교를 상대화시키지 못했다 혹은 자각적으

로 소화를 못시켰다 맹목적으로 답습했다라고 할 수 있을 만큼 우리 문화가 발달되어 있었느냐. 바꿔 이야기하면, 그 당시는 중국의 의도 하에서 속국으로 만들기 위해서 우리에게 예를 들어 침투시켰으면 맞는데, 내가 알기로는 불교와 유교의 공통점은 집권자에게 반항을 하지 않는 종교고. 이른바 둘 다 종교로 치든지 철학으로 치든지 간에 그런 철학이었다는 겁니다. 불교는 왜 집권층에서 허용을 해 줬냐면, 우리나라 인류학자 한분의 풀이인데요. 현세가 영겁의 윤회에서 지극히 짧은 순간에 지나지 않는다. 그러니까 지금 현재에 복종해라. 반항하지 말라고 가르친다는 거예요. 현실은 지극히 찰나다. 고로 현재대로 살아라. 그렇게 가르친 게 그게 불교 철학이고 힌두교 철학 아녜요? 그게 집권층에서 용인했다는 거예요. 유교도 제 1의가 뭘니까? 임금한테 충성하라는 거 아니에요? 두 종교철학이 집권층이 모두 수용할 수 있었다는 거예요. 그래서 용인을 해 주고 내버려뒀다는 거예요. 한반도에 들어와서 융성하면서 우리가 불교는 일본에 전해 줬고 그 다음에 유교는 우리 원효도 나오고 의상도 나오고 상당한 발전을 시켰잖아요. 정착을 시키면서. 그래서 내 이야기는 그레이슨이 관찰한 거는 너무 표피적인 것이 아닌가. 우리 한국 역사에서 그 당시가 오늘날 같으면 그레이슨 말이 일리가 있을 수 있는데. 내셔널 아이덴티티라는 거는 참으로 다양한 요소로 분석이 된단 말이에요. 그러면 우리가 유교를 도입함으로써 우리 내셔널 아이덴티티가 없어졌다? 우리나라 그 당시 아이덴티티는 무엇인가요? 종교도 없었고 문자도 없었고 아무것도 없습니다. 샤머니즘밖에 없었습니다. 그랬을 때 문자를 도입하고 철기문화가 흘러 들어왔던 것 등이 우리 문화를 한 단계 높여주는데 상당한 영향을 많이 했거든요. 그렇다고 해서 중국이 수탈 해 간 것도 아니란 말이에요? “public diplomacy”보다도 역사적인 우연으로 중국이 변방을 복속시킨다기보다는 문화가 자연적으로 교류되었을 측면이 더 큰 거 아니었나요? 우리가 의도적으로 저항을 못하고 종속되고 한 것은 아니라고 봐요. 역사적으로 굉장히 다양한. 물론 대국으로 모시고 상제로 모셨지만 우리가 변방 국가로서 지내긴 했지만 그래도 우리 언어를 지켰고 우리 역사를 지켜온 유일한 나라거든요. 안 그러면 터키처럼 쫓겨났던지. 흉노처럼 없어졌을 뿐이지. 우리는 그대로 남았잖아요. 중국 때문에 우리 정체성이 사라져버렸다? 라는 그레이

슨의 코멘트는 너무 현대적인 또 결과론적인 해석으로 보이지 않나요? 그 당시 3-4 세기는요 우리는 정말로 움집에서 살 때 입니다. 일종의 바바리안이란 말이에요.

박승관: 이 분 연구의 시간 설정이 제가 볼 때는 조선인 것 같고 유교 중에서 주자학이 공식화되면서 사상, 이념적으로 주자학을 정통으로 세우면서 불교나 기타 사조들을 전부 이단시하고 유교식으로 완전히 편입되고 획일화되는 것을 지적하는 것 같습니다. 그분은 연구할 한민족 신화나 설화에 비유교적이거나, 한국이 가지고 있던 특성들, 중국 등 다른 나라들과 구별되는 독특한 성격들이 있었는데, 이것들이 전부 한 가지 유교적 이념체계와 가치질서로 수렴되고 그 이전의 것들은 해체되는, 그런 걸 지적하는 게 아닌가 짐작됩니다.

이현휘: 그레이슨이 한국 종교의 역사를 고대부터 현대까지 정리한 책, 『한국종교사』가 있는데요.⁹⁾ 이 책에서 그는 조선시대에 들어오면서 신유학이 국교가 되었고, 그런 가운데 사회의 자율성이 상당한 정도로 상실되었다고 지적합니다. 제가 볼 때도 고려시대의 외교적 역량과 조선시대의 외교적 역량에는 많은 차이가 있습니다. 전자가 훨씬 더 자율적이고 역동적이었습니다. 하지만 조선의 신유학자는 조선의 입장에서 신유학을 비판적으로 성찰하는 모습을 잘 보여주지 못하고 있는 것 같거든요.

추광영: 조선시대로 한정을 해서 이야기하면 이 사람 말에 상당히 일리가 있어요. 사대주의도 지금 친미하듯이 요즘보다 더 했을지 모르죠. 이른바 사대주의였으니까 숭배하는 사회였으니까 어떤 점에서는 유교의 “퍼블릭 디플로마시”에 우리가 백프로 이상 넘어왔죠. 이게 유교가 들어왔을 초기에, 즉 고구려시대 생각하면 이 말이 안 된다 그렇게 말을 한 겁니다.

이현휘: 저는 그런 생각을 못 했는데요. 조선 유학자들은 지금 말씀하신 것처럼 “completely brainwashed” 되었다고 할까. 그런데 그런 패턴이 지금 한국의 언

9) 제임스 헌틀리 그레이슨·강돈구 옮김, 『한국종교사』 (민족사, 1995).

론을 통해서 미국의 선전외교에 세뇌되는 양상이 반복되고 있는 것 같습니다.

추광영: 팩스 아메리카나에 우리가 앞장서있다는 거예요.

박승관: 예전에는 중국 중심으로, 그리고 요즘은 미국 중심으로 바뀌었고. 추종주의적 패턴은 매우 유사하지요. 이러한 대외추종주의의 결과로서, 예를 들면 민족고유의 토테미즘 중에서도 꿈 사상 같은 것은 아예 없어졌다는 거죠. 조금이라도 우리 한국의 독특성 같은 것들이 있었을 수 있는데, 그것을 신화나 설화 중심으로 분석해 볼 때는, 유교적 세계관 내지 사회질서로 동질화, 통합되는 과정에서 이러한 고유속성이나 설화나 가치체제들이 사라졌다고 볼 수 있지 않나 짐작됩니다.

이현휘: 그래서 이게 단순히 언론 이런 문제가 아니라 정치랄지 사회랄지 거의 모든 분야에 대단히 중요한 영향을 미쳤고, 과거는 유교라는 종교 이데올로기가 그런 역할을 했는데 지금은 국제커뮤니케이션 이런 걸 매개로 해 가지고 우리가 또 그런 패턴을 반복하고 있지 않느냐 그런 생각을 해 봤습니다.

추광영: 그러니까 그의 설명이 상당히 이해는 됩니다. 그러나 인류학자들이 범하기 가장 쉬운 오류 중에 하나가, 이 사람은 설화를 비교하고 있는데요. 인류학에서는 현장 답사도 하고 고증도 하고 유물도 비교하고 많이 하는데, 오류 중 하나가 우연한 일치를 지나치게 과일반화 하는 경우가 굉장히 많다는 겁니다. 예를 들게요. 영국의 한 유명한 외교관이 남미의 역사에 심취를 해가지고 나중엔 인류학자가 되었어요. 그의 의문은 아메리카 대륙에 간 민족은 어느 민족이었냐 하는 것이었어요. 우린 지금 대개 콜럼버스가 가기 전에 2만 년 전에 빙하시대에 육지가 다리로 이어져 알라스카부터 남미까지 아시아에서 건너간 민족이 번졌다고 알고 있지 않아요. 그러나 이들의 기원에 관해서는 많은 이론이 있어요. 예를 들면 이집트에서 클레오파트라가 사람을 보냈다. 뭐 중국에서 왔다 또는 오세아니아 사람들이 가서 정착을 했다 별의별 설이 다 있어요. 그 이유로는 남미 출토 유물과 이들 지역에서 나온 것들이 유사한 것들이 상당

수 발굴 되거든요. 그럴 때 마다 이론이 달라지기도 하고 새로 생기기도 하지요.

이 영국 고고학자가 이를 하나하나 씩 배척하는 이유를 제시합니다. 한곳의 유물이 다른 곳에서 역사적 우연으로 얼마든지 비슷한 게 많이 있다는 이유를 가지고 조목조목 전부다 역사적인 우연이라고 논증을 하지요. 이 사람은 결국은 정설로 알려진 육지를 걸어서 넘어간 민족이니까 아시아에서 들어갔다는 거라고 결론지었어요.

왜 그 이야기를 하나면 그 사람이 각종 지역에서 발견된 수많은 유물들을 가지고 주장하는 게 어떤 건 중국에서 왔다 어떤 건 오세아니아에서 왔다 뭐 어떤 건 에디오피아에서 왔다 이런 것들이 전부 다 역사적 우연으로 얼마든지 비슷한 유물들이 복수지역에서 있을 수 있다는 겁니다. 아까 이야기한 그레이슨 이야기도 설화에 뭐가 두 나라가 비슷하다 하고 이 사람이 논쟁이 되었다 하는 건 성급한 결론이에요. 이게 좀 더 과학적이었음 하는 게 제 느낌입니다. 이 사람 책은 안 읽어봤지만. 그래서 내가 이 사람 책을 읽어보신 이교수한테는 내 설명이 안 맞을 수 있을 수 있습니다만. 나는 이 신문기사만 보고는 논리적인 점프가 있는 게 아닌가 하는 생각이 조금 들더라고요. 그게 아니고 다행히 정확한 분석이었으면 좋겠다는 생각이 들고 이 사람이 우리나라 오래 와 있었다고 하면서 우리나라에 대해서 우리가 너무 아이덴티티가 없다고 생각을 하는 게 아닌가 하는 의문이 들거든요. 우리나라의 독특성이라는 게 그렇게 적을까요?

이현휘: 그레이슨은 우리의 아이덴티티가 조선시대를 거치면서 변화되었다는 얘기였습니다. 저는 고려와 조선의 상이한 외교적 역량에서 그런 변화의 일단을 엿볼 수 있다고 생각합니다. 고려의 외교는 국제정세에 휘둘리지 않고 국가이익을 잘 챙기는 모습을 보여줍니다. 그런데 조선에 오면 상당히 다른 모습을 보여줍니다. 명청 교체가 광해군은 고려의 대외정책을 벤치마킹하고자 했습니다. 그렇게 하지 않으면 조선의 생존을 기약할 수 없다고 판단했기 때문입니다. 하지만 고려에서 성공했던 외교정책이 조선에서는 실패하게 됩니다. 조선에서는 거의 대부분의 조정 대신이 광해군에 반대했습니다. 여러 변수가 있겠지만, 가장 큰 변수는 역시 조선의 신유학이 아닌가 합니다.

추광영: 그 이야기도 일리가 있는데요. 내셔널 아이덴티티가 물론 유교로 바뀐 거는 틀림이 없는데. 어떤 문화에서 가장 큰 아이덴티티는요 그 나라 언어입니다. 문화의 90프로 이상이 언어예요. 언어가 곧 문화예요. 커뮤니케이션 수단인 언어가 그 나라 문화고 곧 그 나라 아이덴티티입니다. 우리처럼 언어를 보존시킨 나라가 많지 않아요. 이른바 중국의 변방의 나라들, 심지어는 청나라까지 다 없어졌어요. 그런 의미에서 우리 아이덴티티가 바뀌었다? 전 좀 생각이 달라요. 종교는 바뀌었어요. 철학도요. 그러나 고유의 언어를 지켜낸 거는 중국 옆에 있는 나라 중에서 우리밖에 없어요. 그레이슨이 너무 피상적으로만 본 게 아니냐 하는 의문도 들고, 우리 외교사를. 송나라하고 비슷하게 했다 광해군이? 그거는 역사에서 아주 편린일 뿐이에요. 가장 중요한 건 언어를 지키는 거거든요. 똑같은 얘기지만 일본이 우리하고 같은 뿌리 일 수밖에 없다는 게 제 생각인데, 왜냐하면 두 나라 언어에서, 적어도 지배층은, 문법이 똑같은데. 어떻게 같은 민족이 아닐 수 있냐 이거예요. 전 그렇게 개인적으로 생각해요. 문화든 아이덴티티든 아주 표피적인 몇 개를 가지고 바뀌었다 또는 아니다 라는 데는 난 좀 동의를 하기 힘들어요. 민족정체성의 제일 큰 게 언어예요. 아까 이야기했지만 지금 영어 때문에 일 년에도 한 250개 언어가 죽고 있어요. 없어져요. 전 세계에 한 6700개 언어가 있는데. 뭐 저 파푸아뉴기니의 미개 민족 등 조그만 나라들 언어는 일 년에 250개씩 없어져요.

박승관: 그런 측면서 언어나 민족성이나 국가체제의 측면에서 보면, 중국에 완전히 병합되지 않고 유지해 온 것은 맞는데. 그런 점에서는 한민족이 유지되어 왔다고 볼 수 있는데, 그걸 인정하더라도, 한민족이 어떤 의식, 어떤 방식 속에서 살았느냐 하는 점에서는 변했다고 말할 수가 있고. 그런 점에서 아까 우리가 완전히 언어를 영어로 바꾸지는 않았지만, 철저히 사상적으로, 사는 방식에서 미국 추종주의고, 학문이나 종교나 정치도 미국 중심으로 돼왔다는 점에서는 사대주의고. 그런 점에서 문화의 민족 아이덴티티의 가장 중심적인 부분은 보존해 왔지만, 그러면서도 여전히 살아남기 위해서 환경적 조건 안에서 변모, 적응해 오면서, 조선시대에는 철저히 중국 중심으로 추종하다가, 지금은 미국

중심으로 종속되어 가고 있는 것은 아닌가.

추광영: 그거는 박 교수 이야기에 전적으로 동의를 해요. 또 그 변화의 속도가 지금이 더 우려스러울 정도로 우리말 오염이 너무 심하게 되고 있거든요? 젊은 이들 말에서 우리말 찾기 힘들 정도로. 영어도 줄여가지고, 이상한 말로 막 쓰고 있는데, 언어가 급속도로 변하고 있는데, 그런 점에서 지금보다는 그 당시 이른바 조선시대는 속도가 느렸었다고 하겠지요. 커뮤니케이션 수단도 느렸으니까 그럴 수밖에 없지만. 그나마 그게 우리에게서 다행이지. 완전히 그냥 종속되어 버렸을 수도 있는데 하는 생각도 들지요. 지금은 그런데 우려스러울 정도야. 너무 언어가 오염이 되어 가지고, 우리말이 나도 못 알아듣는 말이 되어 가니까. 그것까지 또 줄여 가지고 쓰니. 코스프레! 이게 무슨 말 이에요? 전 못 알아들었어요. “costume play”를 일본식으로 줄인 거라면서요? 내가 기절하겠어요. 일본 애들이 그렇게 즐기 시작한 건 자기들은 표기가 안 되니 그렇다 치더라도 심한데. 세계에서 가장 우수한 표음문자를 갖고 있는 우리 왜 그래야 하나요? “호뜨”가 뭔지 아세요? 호뜨! 일본말로 핫 커피(hot coffee)를 호뜨라고 그래요. 커피는 날아가고 호뜨라고 해요. 본 명사인 “고히”는 날아가 버리고 형용사인 “호뜨”라고 부르니 기절하는 수밖에요. 코스프레도 비슷하잖아요. 전부 반씩 반씩 줄여버리잖아요. 언어는 물론 진화해요. 이제는 영어까지 “contamination”이 되니까. 아파트 이렇게 됐으니. 세계화라고 하는 트렌드의 이른바 부작용이고. 어떤 점에서 우리정체성의 위기죠. 여기에 제일 큰 영향을 미치는 게 방송이고 또 SNS 등 첨단 매체들이지요.

아까 그 나왔던 그 우리 그 중편 이야기 조금 몇 마디만 보태면요. 결국 중편이 그렇게 할 수밖에 없는 게 아까 이야기했지만 방대한 제작비를 절감하기 위한 방안으로 자기들한테는 궁여지책입니다. 제일 돈 안 드는 게 뉴스쇼나 토크쇼이고 그거하고 두 번째는 북한 프로그램입니다. 중계만 하면 돼요. 김정은이의 연두교서나 열병식을 세 시간씩 생방송으로 중계하고 있는 나라가 세상에 어디 있습니까? 한 마디로 얼이 빠진 사람들이에요. 이걸 돈이 안 드니까요. 그 다음에 또 돈 안 드는 게 뭔지 압니까? 이슈가 되는 뭐 노조위원장이 조계사

숨었다 하면 그 친구 인터뷰를 한 시간씩 생방송을 해 줘요. 이런 나라 세상에 없습디다. 그 친구 즉 실정법 위반 혐의로 수배중인 범죄자의 홍보와 광고를 공짜로 한 시간이나 해 주는 거지요. 방송은 이게 제작비가 안 드니까 범죄자의 선전 선동도 생방송을 하는 거예요. 중계방송 하는데 돈 드나요? 그러나 저널리즘에서는 있을 수 없는 타부지요.

박승관: 이게 이제 언론만 이런 게 아니고, 재분야가 이런 식으로 되고 있습니다.

추광영: 왜 그럴까요? 신문이고 방송이고 돈을 벌려고 왜 저렇게 발광들을 할까요? 방송사는 방송사대로 신문사는 신문사대로. 기업은 기업대로 왜 그럴까요. 결국은 다 “파워”잖아요. 그러니까 지난번에 얘기했죠. 3P라고 정치든 경제든 간에 물건을 팔려면 설득을 해야 되잖아요. 파워는 러셀(Russell)이 말 한대로, 내가 다른 사람을 내가 바라는 대로 행동하게 만들 수 있는 힘이란 말이에요. 파워는 여러 가지 방식으로 획득할 수 있는데, 컷립(Cutlip)과 센터(Center)라는 미국 학자 두 사람이 이야기했는데, 첫째는 “pressure”예요. “pressure”는 여러 가지 방법이 있죠. 힘을 가지고 강요를 하는 거니까. 안되면 감옥에 가두어 시키는 대로 하게 만드는 것도 “pressure”고, 고문하는 것도 “pressure”고. 그러니까 심리적이든 육체적이든 압력을 가해 행해지는 거지요. 두 번째는 “purchase”라는 거지요. 즉 구매이지요. 내가 바라는 행동을 시키려 돈으로 사 버리는 거지요. 심부름센터부터 해결사까지 다 여기 해당되고 크게 보면 피고용자는 다 고용주가 산거예요. 우리가 대부분 다 구매당해서 이른바 경영주가 바라는 대로 내가 움직여 주는 거예요. 세 번째가 “persuasion”이에요. 즉 설득하는 거예요. 그 중에서 가장 효과적인 게 설득이에요. 설득은 내 마음을 움직여서 자발적으로 바라는 대로 행동하게 하는 거예요. 그게 선전이고 선동이고. 공산주의식은 강제로 했지만 현재는 광고도 전부 선전 선동에 들어갑니다. 광고도 그러니까 광고를 통해서 설득이 되어서 물건을 사는 것이고. 직접적인 광고 간접적인 광고 숨은 광고. 그 종류도 다양하고 이런 것에 설득되면 오래가고 가장 효과적이라는 거예요. 모든 커뮤니케이션이 허버트 쉐러(Herbert I. Shiller)의 이야기처럼 결국은 “mind managing”을 하기 위해서, 사람의 마음을 움직이기 위해서 하는

건데, 미국이 하고 있는 방식이 자기 나라의 생활 이른바 라이프 스타일을 알려 줌으로써 미국을 좋아하게 만드는 것, 즉 “미국 자체를 판다”는 거예요. 요새는 한국에서도 대통령선거도 마케팅 한다고 그러잖아요. 내가 처음 그 용어를 도입 했는데 그때는 무슨 소리 하고 있냐? 그랬어요. 지금은 정치권이 자기들 스스로 하잖아요. 노이즈마케팅 해야 되겠다 무슨 마케팅 한다. 그게 다 이른바 설득하는 거 아니에요? 그러니까 인간사회에서 현재 가장 파워풀 한 게 지난번에 이야기했지만 경제예요. 돈이에요. 돈은 모든 다른 권력, 정치권력도 있고 완력도 있고 별의별 권력이 있는데, 그것을 모두 다 살 수 있으니까요. 여자가 아름다운 것도 권력입니다. 농담이 아니고 예쁘면 남자를 맘대로 움직일 수 있어요. 그게 파워예요. 예쁜 여자는 못난 여자보다 같은 죄를 지어도 형을 적게 받아요. 성적도 학점도 좋게 나온다는 연구결과가 많이 나와요. 그게 파워예요. 그러니까 내가 바라는 바대로 남이 움직이게 하는 게 파워죠. 미모도 파워예요. 그러니까 성형수술 하지. 좋은 데 시집가려고.

모든 파워는 어디로 직결 되느냐 하면 돈으로 직결되는데 현 사회에선 경제권력 즉 돈이 종국적인 권력이니까요. 이걸 어떤 다른 권력으로도 변환(conversion)이 돼요. 바꿔 이야기하면 뭐든지 살 수 있단 말이에요. 돈이 있으면 정치권력도 살 수 있고 돈만 있으면 국회의원 100명사는 거 문제도 아니에요. 한 명 당 100억 원씩 넘겨주는데 안 넘어올 사람 있겠어요? 대한민국에서? 정치권력도 살 수 있고 완력도 살 수 있고 모든 권력을 다 살 수 있어요. 이걸 어떤 다른 형태의 권력으로도 변환이 되는 거예요. 따라서 모든 것을 돈으로 지배할 수 있게 되고, 정치다 언론이다 하는 다른 권력들은 또 그 권력을 돈으로 변환하기 위해 얻으려 하는 거지요. 즉 모든 게 돈을 벌기 위해서 하는, 즉 돈으로 바꿔먹기 위해서 하는 행태인 거예요.

박승관: 환금성!

추광영: 환금성이지요. 그런데 지금 현재는 돈이라는 게 현금 갖고 다닐 필요 없잖아요. 은행에 집어넣어 놓고 그 다음에 은행에 컴퓨터로 수천만 달러도 한 번에 옮기고 하잖아요. 사람이란 동물이 얼마나 머리가 좋아요. 6개월 있다가

내가 어떤 상품을 얼마에 팔겠다하는 선물시장. 금융파생상품 까지도 생각하는 지능을 갖고 있는 이런 동물이 어디 있어요? 지금은 하드캐쉬가 필요 없는 세상이 돼 가고 있지 않아요? 신용카드도 만들었죠, 온라인 뱅킹 만들었죠, 예를 들면 페이팔(PayPal)을 만들어 가지고 별의 별 방식으로 돈이란 게 실물 없이도 유통되니까요. 아까 이야기했지만 지금 현재 언론을 부패 시키고 또 망치고 있는 모든 것이 결국은 환금성 때문이 아니겠어요?

박승관: 무한대로 축적도 가능하고 세습도 가능하고.

추광영: 그럼요. 아까 질문 중 하나가. 러시아는 어떻게 중국은 어떻게 일본은 어떻게 이었는데요. 이미 대답했습니다만, 러시아는 지금은 완전히 공산주의 언론이 없어졌습니다. 그래서 지금 완전히 상업주의 언론으로 급속도로 변태 중에 있고 굉장히 센세이셔널한 기사로만 차 있는 신문들만 남고. 러시아는 그렇게 되어버렸습니다. 중국도 만만찮게 선정적으로 언론이 변했어요. 하지만 중국은 유일하게 아직도 당 지배 하에서 일부의 자유만 주고 중국적인 통제는 엄존하는 국가이지요. 예를 들면 지방정부 관료는 비판할 수 있어요. 부패했다고. 그러나 체제비판은 절대 못합니다. 이른바 마르쿠제가 얘기한 “허용된 묵인”(permissive tolerance) 하에 있지요. 수많은 건설공사, 도로공사라든지, 수몰지역 주민 3만 몇 천 명 이주시킨다든가 하는 일이 비일비재한데 그게 불평이 없겠어요? 체제 비판보도는 일체 금지되어 있어요. 그러니까 허용된 자유만 있는 거예요. 당에서 허용해주는 거만요. 예를 들면 한국 드라마도 그래요. 중국 중앙정부에서 한류 바람이 너무 분다고 판단해서 “한국 드라마 중국에 너무 많이 들어온다!” 라고 얘기하면 그 다음부터 딱 끊어버려요. 최종적인 결정권은 아직도 공산당이 쥐고 있습니다. 완전히 달라요. 월남도 마찬가지로요.

이현휘: “TASS 통신의 선전적 기능”에 가장 근접한 언론을 북한 언론으로 볼 수 있을까요?

추광영: 북한은 그 보다도 더 심한 체제이고, 중국하고 월남이 개방을 하면서

경제적인 자유는 약간 주고는 있으나 기본적으로는 공산주의 언론 철학대로 하고 있다고 봐야지요.

이현휘: 중국에서는 학자들도 체제비판을 못 하나요?

추광영: 못해요. 할 수 없어요. 학자들이 예를 들어 국제학회 나오죠? 세 명 이상 나오면 그중에 공산당원 한 명 따라옵니다. 그렇게 되어 있습니다. 세 명 중에 한 명은 공산당원이예요. 이른바 학자로 빙자한 친구가 따라 나와요. 일본 언론은 국수주의적인 전통이 아직도 남아 있거든요. 일본이란 나라가 세계에서 가장 희한한 나라 중에 하나인데 왜냐하면 가장 국민의 교육수준이 높아요. 전부 고등학교 졸업을 시켜놨다고요. 가장 교육수준이 높고 체제 복잡적이고 반항 안 해요. 제일 말 잘 듣고, 제일 공부 많이 시켜놨지요. 지금 후쿠시마 원전이 터졌는데 반대의견 하나도 없죠. 반정부 데모 한 건 없는 그런 나라가 어디 있어요? 전통적으로 봉건국가였을 때 사무라이가 이른바 칼 차고 다니다가 민간인은 복종 않으면 죽여 버렸으니까요. 권위에 대한 복종이 내면화가 되어있다고요. 그러니까 규정을 지키는 게 그들은 체질화 되어 있고, 공중도덕 지키는 게 내면화 되어 있으니까. 정부 비판 절대 안 해요. 야당에서 좀 하지만. 기본적으로는 복종해요. 내면화 되어가지고. 지금 일본 관료들이 사무라이들과 같은 그런 권한을 갖고 있어요. 관료들한테 덤비는 집단이 없어요.

이현휘: 그러면 중국과 일본의 언론 간에 유사한 부분이 있습니까?

추광영: 일본은 완전히 자본주의니까 이론적으로는 언론자유가 보장 돼 있지요. 하지만 정부비판이 굉장히 드물죠. 자발적으로 잘 안하지요. 그리고 원래부터 국수주의 경향이 있어가지고, 예를 들면 1970년대에 JAL 747 비행기 한대가 후지산에 떨어져 버렸어요. 제일 처음에 사고 조사한다고 야단법석이 났을 거 아니에요? 기장의 조종미숙이다 라고 하다가 결국은 기체결함으로 몰아갔어요. 일본 언론의 국수주의 결과였지요. 지금 『아사히신문』은 약간 나은 편이지만, 나머지는 『요미우리』, 『산케이』 등등 우파신문은 일본 국민들로 하여금 국수주

의가 되도록 자꾸 유도하는 일이 많지요. 반한도 포함해서요. 그러니까 표면적으로 자유언론이고 실제로는 정부가 비공식적으로 통제가 통하는 나라가 일본이예요. 우리도 물론 전혀 안 통하는 거 아니지만.

이현휘: 중국은 공식적으로 통제하고 일본은 비공식적으로 통제하고 그렇게 볼 수 있을까요?

추광영: 통제 없는 나라는 하나도 없어요. 전 세계에서요. 미국 신문에서 하는 소리가 “우리는 세계에서 가장 상대적으로 자유로운 나라다!” 라는 거예요. 통제가 완전히 없다는 소리 아무도 안 해요. 예를 들면 외설적인 것 보도 못하게 한다, 이런 거도 다 통제가 되거든요. 엄밀히 말하자면 통제의 종류는 수도 없이 많아요. 그러나 가장 노골적인 게 바로 북한 같은 직접적 정치통제이고 이권 공산주의에서만 가능 하지요.

이현휘: 중국이나 일본 언론 통해서 중국이나 일본의 정부 방침. 이런 것들을 이해를 할 수 있나요? 상당히 좀 신뢰할 수 있게. 언론에 보도된 그런 내용들이 정부의 방침을 반영한다고 볼 수 있나요?

추광영: 정부의 방침을 정확하게 반영한다는 게 무슨 뜻인지 정확하게 모르겠는데요.

이현휘: 외교나 이런 걸 할 때 외국의 입장을 알고 싶어 하잖아요. 그런데 이제는 주로 언론을 통해서 외국의 입장을 이해합니다. 그런데 지금 중국과 일본의 언론이 체제비판을 하지 않고 정부와 다른 이야기하기가 쉽지 않다. 그러면 그 두 나라의 언론이 정부입장을 상당히 충실하게 반영한다고 볼 수 있나요?

추광영: 중국은 백 퍼센트 반영하는 거고 일본은 신문마다 약간의 차이는 있죠. 좀 비판적인 거는 『아사히신문』이고, 『요미우리』나 『산케이』는 상당히 우파적이 시각이기 때문에 정부를 옹호하면서 반한, 친미 그런 보도를 많이 하죠.

『아사히』는 조금 낮고, 일본 신문만 해도 자유주의 국가니까 중국과는 다르죠. 중국은 정부가 시키는 것 이외는 보도를 못 해요. 특히 체제문제라든지 외교 문제는 모두가 당에서 시킨 거예요. 그러니까 중국 신문으로부터는 정부 방침을 읽을 수 있지요.

이현휘: 지난번에 시진핑이 중국 신문 전시한 걸 보다가 『환구시보』 앞에서 “이거 내 방에도 있다”고 그래다더군요.

추광영: 정확하게 이야기하면 『환구시보』도 중국 기관지의 하나로 보면 돼요. 외교정책이고 뭐고 반영이 될 수밖에 없는 거예요. 중국은 아직도 공산주의기 때문에. 제가 외국기자들의 연수교육을 1년에 한 번 씩 하는데, 박교수가 우리 한국 저널리즘에 대해서 강의를 해 주고, 기자들은 중국에서 오고 월남에서도 가끔 오는데요. 다른 나라는 중국신문에 대해서 잘 모르잖아요. 중국기자가 자기 나라 신문제도에 관해 설명하면 내가 상기 시켜줍니다. 당이 “final authority”를 갖고 있기 때문에 공산주의 신문이란 이런 거다 설명 해 줘요. 그럼 중국 기자들이 긍정을 해요. 다른 나라서 온 기자들이 의견상으로 보이는 중국신문의 모습에 마치 자유주의 인줄 착각도 하거든요. 그러면 내가 공산주의 신문의 한계를 설명 해 주지요. 그러면 중국 기자가 인정하는 수밖에 없죠. 일본은 아직도 우파정권이기 때문에 영향력이 신문에 그대로 나타나는 거고. 신문사 오너들부터 역사적으로도 이 친구들은 우파적이니까. 뭐 일본의 우파신문들은 또 한국관계에 대해서는 굉장히 반한적 이잖아요. 우리한테는 좋은 영향이 아닌데. 기본적으로 이 사람들은 국수주의 신문이라고 해야지요. 우리나라엔 신문 국수주의는 없어요.

이현휘: 우리나라 조중동하고도 많이 다릅니까?

추광영: 훨씬 더 우파죠. 친일 우파, 친미 우파. 그러니까 우리나라의 『한겨레신문』같은 것은 없어요. 한국은 지금 이른바 일인미디어 시대가 되었잖아요. 수도 없이 많아졌잖아요. 그러니까 하고 싶은 소리를 제일 많이 할 수 있는 데가

한국이 아닌가 싶어요. 그래서 자유만 있고 저널리즘은 없다 하는 게 중평입니다. 한국 언론은, 그러니까 책임의식이 없다는 소리죠. 북한은 완벽하게 통제된 공산주의 언론 이론을 그대로 아직도 더 강화시키고 있는 나라이고요. 왜냐면 문화가 이른바 자유주의의 소프트 파워가 들어가면 북한은 내부 붕괴하게 되거든요. 중국처럼 개혁개방이 되면 무너지니까 그 걸 할 수가 없다는 거예요. 제일 겁나는 게 남한 방송이 들어가는 거라는 거지요.

추광영: 내가 하나만 이교수님께 여쭙어 볼게요. 성악설을 믿어요? 성선설을 믿어요?

이현휘: 성악설에 가까운 것 같은데요.

추광영: 박 교수는 어때요.

박승관: 그러니까 저는 선이라고 하는 게 문명을 위해서 만든, 인간을 훈련시키기 위해서 하나의 교육체제라고 생각합니다. 어떻게 인간이 특별하게 선하거나 악하거나 하는 주어진 상태로 태어나느냐. 그런 건 없다. 선도 악도 개체가 살아남기 위한, 생존과 번식을 위한 전략이 아닌가. 생존과 번식을 위해서 필연적으로 공동체 안에서 남을 돕거나 해치는 것이고, 그렇게 본다면 기본적으로 인간은 아까 말씀하셨지 않습니까? 3P라고. 폭력을 통해서 말하자면 지배를 하든지 설득을 하든지 자기 복제하고 확장시키고, 권력을 잡는 게 기본적인 생존 전략이라고.

추광영: 나도 동의를 하는데 동물로서의 또 생명체로서의 인간은 살아남기 위해서 경쟁하는 거 아닙니까? 남을 지배를 하든지 죽든지 둘 중에 하나면 내가 살아남기 위해서라도 폭력을 휘둘러야 되고, 악 쪽에 가깝죠. 모든 동물이. 모든 개체는, 난 그렇게 생각하는데 성선설이라는 거는 규범적으로. 사람이 그렇게 되어야 되지 않을까라는 규범적인 당위성이 강조된다고 봅니다. 그렇다고 보면 모든 생명체가 살아남는 게 1차적인 목표거든요. 그게 이른바 “sociobiology”에

서 하는 소리예요. 살아남아서 자기 개체의 유전자를 계속 유지하고 번식시켜야 되니까요. 지금 현재 지구상에 남은 모든 사람은 여태까지 이른바 적자 생존한 적자들입니다. 그러나 내가 후손이 없이 죽어버리면 적자에서 제외 되지요. 세대가 끊기게 되니까요. 모든 사람들이 현재로서는 적자가 맞는데, 시간이 가면 갈수록 이중에서도 자꾸 도태가 되니까. 또 살아남아야 하려면 또 다른 “tactic”이 나와야 되고 끊임없이 변하는 환경에 적응해서 이겨야 하는데, 이 때 살아남는 데 제일 중요한 게 파워란 말 이예요. 그런데 그 파워는 정치의 제 1차적인 목적 아니예요? 커뮤니케이션도 마찬가지로 저는 제일 일차적인 목적이 파워라고 봅니다. 정치는 남을 설득하든 강제하든 내가 권력을 쥐는 거 아닙니까?

아까 말한 바 있지만 “sociobiology”를 창시한 에드워드 윌슨이 폴리처상을 두 번 탔습니다. 처음 탄 게 『인간 본성에 관하여』(On Human Nature)라는 책이 지요. 두껍지는 않은 책인데. 인간의 본성이 뭐냐란 소제를 파헤쳐서 폴리처상을 탔습니다. 두 번째 탄 게 『개미』(The Ants)란 책이예요. 그의 이론은 모든 동물이고 인간이고 간에 생명체 모두는 자기가 갖고 있는 유전자를 계속 영속화시키기 위해서 모든 행태, 이른바 “behaviors”가 나온다는 거예요. 내 세포 속에 들어 있는 유전자가 시키는 대로 한다는 거예요. 그러니까 자기 개체가 살아남고 유전자를 영속화시키는 게 모든 생물의 기본적인 속성이고 그 걸 타고난다는 거예요. 우리는 인간이 이타적인 동물이나 이기적인 동물이나 이렇게 따지는 경우도 있는데, 아까 성선설 성악설과 마찬가지로 인간은 기본적으로 이기적인 동물이예요. 내가 살아남아야 하는 거예요. 윌슨에 따르면 우리 인간은 물론 동물들은, 모두 모성애를 타고 난다고 알고 있는데, 그것도 아니라는 거예요. 모성애는 없다는 거지요. 내가 얘기 안 했어요? 동물들은 모두 자기의 유전자하고 그의 유전자 반밖에 없는 자식과 돌이서 이른바 절체절명의 순간에 놓였을 때 내 유전자를 보전하고자 하는 본능이 더 강하다는 거예요. 예를 들어서 고릴라부족을 관찰을 해 보니까 새로운 젊은 고릴라 수컷이 옛날의 왕을 나이 들면 쫓아내지요. 그러면 그 옛날의 고릴라 왕의 자식을 키우고 있는 새끼들의 엄마들이 전부 자발적으로 새끼를 죽이는 현상이 발견되는 거예요. 사자도 마찬가지로 제일 먼저 물어 죽이는 게 자기 앞의 왕의 새끼들을 입니다. 자기 새끼를

보호하겠다고 끼고 돌면 엄마가 죽어요. 이를 고릴라 어미들이 알기 때문에 스스로 새끼를 다 죽여요. 그러니까 모성애도 다 후천적으로 학습해서 갖게 되는 거고, 근본적으로 따지면 존재하지 않는다는 주장이에요. 그러니까 인간도 결국은 이기적이고 예외는 아니라는 그의 의견에 저도 많은 부분 동의하는 편이지요. 그래서 파워로서의 언론이 이렇게 막강한 것인데, 이런 걸 어떻게 고치냐 하는 문제가 있는 거예요. 너무나 어려운 문제지요. 정치도 마찬가지예요. 정치가 왜 썩느냐. 결국은 돈을 벌기 위해서 정치를 하니까요. 자기 유전자의 영속을 위해 정치권력을 쥐자는 것이니까요.

이현휘: 두 분 교수님, 장시간 말씀 감사합니다.