

요즘 TV 금쪽같은 네 새끼

문화향기

김강

호남대 교수



최근 한국의 방송가에서는 연예인을 전면에 내세운 예능 프로그램이 꾸준한 인기를 누리고 있다. 대표적으로 ‘야빠 어디가’, ‘슈퍼맨이 돌아왔다’, ‘동상이몽’, ‘미운우리새끼’, ‘전지적 참견 시점’, ‘나 혼자 산다’ 등 다양한 포맷의 가족 예능이 주말 황금 시간대를 장악했다. 이들 프로그램은 연예인과 그 가족의 일상을 공개하며 시청자에게 친근감과 대리만족을 제공하는 한편, 연예인 자녀나 배우자까지 자연스럽게 방송에 노출하는 흐름을 만들었다.

특히 연예인 자녀들은 방송 출연을 계기로 ‘국민 아이돌’로 불리며 부모 못지않은 인기를 얻고, 일부는 이후 연예계에 데뷔하는 ‘키즈테이너’ 현상까지 나타나고 있다. ‘살림하는 남자들’처럼 다소 밈상스럽지만, 가족 전체가 방송에 등장하는 ‘가족테이너’ 현상도 두드러진다.

때마침 밀물에 노를 젓듯, 이제는 청소년의 임신과 가정을 다룬 ‘고딩엄빠’라는, 타이틀부터 겁나는 프로그램까지 제작됐다. 어른의 보호가 필요한 나이에 덜컥 부모가 된 ‘청소년 부모’들이 세상의 편견을 이겨내고 성장하는 ‘리얼’가족 프로그램이라고 호도한다. 그들이 ‘진짜’ 라면 비정상화의 ‘빠데루’인가. 나름대로 사정이 있겠지만, 미숙한 청소년의 방향과 체념적 수용을 당연시하거나 혹은 은근히 미화하려는 분위기가 매우 부담스럽다.

연예인 가족 예능은 단순히 가족생활의 공개를 넘어, 연예인 자녀들이 쉽게 대중적 인지도를 얻고 연예계로 진입하는 ‘세습 통로’ 역할을 한다. 이는 수많은 연기자과 방송인 지방생들이 치열하게 경쟁하는 현실과 비교해 상대적 박탈감을 조장한다. 연예인 가족이 방송을 통

해 손쉽게 유명세와 기회를 얻는 모습은 ‘금수저’ 논란과 함께 연예계의 기득권 구조를 강화한다는 비판을 받는다.

물론 이러한 불편한 세태에도 장점은 있을 것이다. 가족 예능, 특히 육아 예능 프로그램은 시청자에게 결혼과 가족에 대한 긍정적 기대감을 심어줄 수 있다. 육아 경험이 없는 시청자들에게 바람직한 양육 행위와 가족 내 소통 방식을 간접적으로 학습할 기회도 제공한다. 다른 한편으로는, 현실에서 경험하기 어려운 가족의 따뜻함과 화목함을 간접적으로 체험하게 하여 치유적 역할을 하기도 한다.

그러나 보다 첨예한 갈등이 불거진다. 방송에서 드러나는 연예인 가족의 부유한 생활, 고급 소비, 해외여행 등이 시청자들에게 현실과의 괴리를 느끼게 하며, 상대적 박탈감을 유발한다. 특히 계층 이동이 점점 어려워지는 현재의 사회적 분위기 속에서 연예인 가족의 ‘쉽고 빠른 성공’은 불평등의 상징처럼 여겨진다.

세대 전문가 엘리자 필비가 ‘인헤리토크라시’(Inheritocracy, 상속주의)라는 책에서 상세히 분석하는 바처럼, 과거에는 자신의 노력과 실력으로 인생의 기회를 만들었던 ‘메리토크라시’(Meritocracy, 실력주의)가 사회적 성공의 표준이었다면, 현대에는 부모나 가족의 부나 유명세를 배경으로 별다른 노력 없이 상류층에 진입하여 안락한 삶을 누리는 ‘상속주의’가 계층 이동의 대세가 된 셈이다.

게다가 어린 자녀들이 방송을 통해 과도하게 노출되면서, 사생활 침해와 아동 권리 침해 논란이 끊이지 않는다. 방송에서 얻는 인기와 관심이 아이들에게 부담이나 상처로 돌아올 수 있음에도, 프로그램은 시청률과 화제성을 위해 이를 적극적으로 소비한다. 가족 예능이 ‘가족의 화목’이나 ‘세대 통합’을 표방하지만, 일부 프로그램에서는 부적절한 방송 언어와 장면이 등장해 오히려 세대 간 갈등을 심화시키거나, 건강하지 못한 가치관을 확산시킨다는 우려 또한 제기된다.

연예인 가족의 일상이 간접광고(PPL)나 협찬의 도구로 활용되면서, ‘가족의 행복’이 상품화되고 있다는 비판도 뒤따른다. 아이들의 웃, 장난감, 여행지 등 모든 것이 상업적 목적으로 소비되는 구조다. 그에 따라 ‘오픈런’과 ‘완판’과 같은 이성 파괴적 문화도 우후죽순처럼 유통 중이다.

짚어볼 장면은 또 있다. ‘조선의 사랑꾼’과 ‘이젠 사랑할 수 있을까’ 등도 불쌍사납다. 도대체 왜 연예인의 농친 사랑과 말 그대로 ‘연애’ 투쟁을 시청자가 시시콜콜 추적해야 하는지 의아하다. 대중문화의 위세가 거셀지라도, 연예인은 사회적 표상이 아니라 문화적 소비재다.

참고로, 미국에서 연예인이나 일반인을 소재로 한 가족 예능 프로그램은 비교적 드물다. ‘리얼 하우스와이프’ 시리즈나 ‘카다시안 따라잡기’처럼 주로 캐리커처들의 경쟁과 갈등, 드라마틱한 비즈니스 상황을 강조하는 리얼리티 프로그램 성격이 강하다.

언론의 무책임한 처세도 유감이다. 연예인의 사적 행보나 재산 증식 등에 관한 기사를 ‘과장된’ 제목으로 포장하여 독자에게 들이댄다. 기사 검색 클릭 수를 의식해서일까. 선정성이나 몰화적 욕망보다 언론의 사회적 기능에 대한 자성의 책임감이 요구된다.

연예인 가족 예능은 가족의 다양한 형태와 일상을 보여주며 긍정적 역할도 했지만, 세습 논란, 계층 불평등 심화, 아동 권리 침해 등 구조적 문제점이 더 심각하다. 방송가와 시청자 모두 ‘재미’와 ‘화제성’에만 집중할 것이 아니라, 연예인 가족 예능이 사회에 미치는 영향과 책임에 대해 다시 고민해야 할 시점이다. 방송 제작진은 연예인 가족의 과도한 노출과 상품화를 자제하고, 다양한 가족의 진정성 있는 이야기를 발굴하는 방향으로 패러다임을 전환해야 할 것이다.

세상의 진정한 가치는 겉으로 보이는 것이 전부가 아니다. 탈무드의 교훈처럼, 겉질만 보지 말고 그 안에 들어있는 것을 볼 수 있어야 한다. 그래서 법은 그 러도 빠다귀는 그릴 수가 없는 법이다.

社說

당장 철회해야 할 한전공대 예산 삭감

자율성 연구활동 등 보장해야

한국에너지공과대학교는 단순한 지역 대학이 아니다. 미래 먹거리인 전라남도 에너지 산업을 이끌 인재 양성소다. 그러나 최근 정부는 한전공대에 대한 예산 지원을 대폭 줄이며 위기로 몰아넣고 있다.

한전공대는 2019년 설립 당시 정부와 한전, 지자체가 함께 약속한 국가적 프로젝트였다. 에너지 신산업 분야를 선도할 글로벌 연구중심 대학으로 육성하려면 안정적인 예산 지원이 필요했다. 개교 초 250억원이던 정부 출연금은 올해 200억원, 내년 100억원으로 급격히 삭감될 예정이다. 이는 핵심 연구시설 구축, 우수 인재 유치, 연구 역량 강화에 타격을 준다. 광주경제정의 실천시민연합 등 6개 시민단체가 “한전공대 예산 삭감을 즉각 철회하라”고 촉구한 것도 이 때문이다. 이들은 “연구 장비 도입 지연과 대학 경쟁력 약화”를 우려하며 강하게 반발했다.

문제는 학생 수 감소와 맞물려 보수 정부가 추진하는 대학 통폐합 기조가 한전공대에도 불편한 시선을 던지고

있다는 점이다. 그러나 한전공대는 설립 목적부터 다르다. 지역 균형 발전과 국가 에너지 산업 지속 가능성을 위해 설계됐다. 당장의 학생 수나 단기 지표로 존립 가치를 재단할 수 없다. 한전공대는 단순한 ‘대학’ 이상의 존재다. 신재생에너지 산업을 선도할 글로벌 인재로 성장할 터전이며, 에너지·기후변화 대응이라는 국가 과제에 기여할 핵심 거점이다. 이런 비전과 가능성은 단기적 예산 논리나 정치적 셈법으로 훼손돼선 안 된다.

정부는 약속한 연간 200억원 이상의 출연금을 복원하고, 한전공대의 자율성과 연구활동을 전폭 보장해야 한다. 표적 감사나 총장 해임 압박 등 대학 운영을 위축시키는 시도도 즉각 중단해야 한다. 한전공대의 성장은 곧 한국전력, 나아가 전남과 대한민국 에너지 산업 경쟁력을 키우는 길이다. 한전공대 지원을 끊는 것은 지역과 국가의 미래를 포기하는 것과 다름없다. 정부는 한전공대가 글로벌 에너지 혁신을 이끄는 중심축으로 자리 잡을 수 있도록 전폭 지원에 나서야 한다. 그것이 전남과 대한민국 모두의 미래를 밝히는 길이다.

‘신 해양에너지 개척’ 신안군 응원한다

조류발전 상용화 용역 착수

신안군이 바닷물로 전기를 생산하는 조류발전에 도전한다는 소식이다. 오는 2030년까지 신안에 잠재된 조류발전의 상용화 가능성을 찾아 활용 방안을 구체화하는 것이 목표다. 우리나라의 조류에너지 잠재량은 약 12GW로 90%가 신안군 등 전남 서남권에 부존 된 것으로 추정된다. 기후위기 시대, 신 해양에너지를 개척해 가겠다는 신안군을 응원한다.

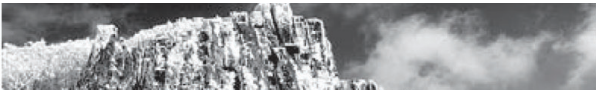
29일 신안군에 따르면 한국해양과학기술원과 공동으로 ‘신안군 조류발전사업 육성’을 위한 용역에 착수했다. 이번 용역은 지난 2022년 4월 전국 최초로 제정된 ‘신안군 조류발전사업 육성 및 증진에 관한 조례’를 근거로 추진된다. 조류발전의 지역 여건 분석과 기본계획 수립, 타당성 조사 등을 통해 기후변화와 에너지 자원 고갈에 대응하겠다는 것이 신안군의 설명이다. 날씨와 시간에 따라 변동성이 큰 태양광과 풍력 에너지의 한계를 보완하기 위한 시도이기도 하다. 신안군의 담대한 도전이 환경친화적이면서

도 효율이 높은 조류에너지의 상용화로 이어지길 기대한다.

바닷물의 흐름을 이용해 에너지를 생산하는 조류발전은 예측가능성이 높아 안정적이고 효율이 높다. 거대한 구조물 등이 필수적인 풍력발전이나 태양광과 달리 환경 파괴도 줄일 수 있다. 석탄이나 석유를 쓰지 않아 온실가스 배출도 없다. 태양광, 풍력과 함께 탄소중립을 위한 핵심적 자원인 셈이다. 최근 기술이 발달하면서 해양에너지 연구가 큰 진전을 보이고 있다는 것도 조류발전의 잠재력과 성공 가능성을 높인다. 이미 태양광 발전 수익을 주민과 공유하는 ‘햇빛연금’을 도입한 신안군의 더 큰 미래를 준비한다는 의미도 크다.

조류발전은 미래 에너지의 보고이면서 일상생활에 긍정적 변화를 가져줄 혁신적 기술이다. 정부와 전라남도를 비롯한 관련 기관은 신재생에너지 산업의 새로운 지평을 열겠다는 신안군의 목표를 위해 예산과 기술적 지원 등을 아끼지 않아야 한다. 산적인 기술적 도전 과제를 넘기 위한 신안군의 열정도 필요하다. 바다의 가능성에 대한 투자는 곧 미래에 대한 투자다.

◆ 서석대



“정보는 곧 힘이고, 정보통신은 국가 생존의 열쇠입니다.”

최종현 SK그룹 선대 회장은 1980년대 후반, 한국의 정보통신 인프라가 아직 제대로 갖춰지지 않았던 시절부터 통신 산업의 가치를 이같이 강조했다. 단순한 경영철학을 넘어, 한 시대를 관통하는 전략적 통찰이었다. 섬유와 무역으로 시작한 선경그룹은 세계 산업 구조의 흐름이 급변하는 조짐을 읽었다. 석유화학과 정보통신, 이 두 축이 미래의 성장 동력이 될 것이라는 판단 아래 사명을 SK그룹으로 전환하고 에너지와 통신으로의 대전환을 과감히 추진했다.

SK는 국가 기간산업의 한 축으로 올라서기 위해, 정치권과의 전략적 협력을 선택하기도 했다.

1988년, 최태원 회장과 노태우 대통령의 딸 노소영 씨의 결혼은 단순한 가문 간 결합이 아니었다. 선경이 국가 기반 산업의 핵심으로 자리 잡기 위한 현실적인 선택이자, 전략적 ‘혼맥 구축’이었다. 이후 노태우 정권은 선경을 에너지·통신 담당 대기업으로 지정했고, 이를 기반으로 SK는 대한석유공사(유공) 인수에 성공하며 에너지 시장에 진입했다.

그 무렵, 정보통신 산업도 민영화와 구조 개편의 흐름 속에서 ‘대어’를 낚았다. 김영삼 정부 초기에 한국이동통신의 민영화가 추진됐고, 수많은 경쟁이 벌어졌지만 정치적인 신뢰와 산업 전략을 앞세운 SK가 최종 승자가 됐다. 1994

통신왕의 위기

년, 선경은 한국이동통신을 인수하며 통신 산업에 본격 진출했고, 이듬해에는 국내 최초로 CDMA 상용화에 성공하며 세계 이동통신사에 이름을 남겼다. ‘통신왕’의 등장이었다.

이후 SK텔레콤(SKT)은 압도적인 시장 점유율과 막강한 브랜드 신뢰를 바탕으로 국내 이동통신 시장을 주도해왔다. 그러나 2025년 4월, SKT가 대형 위기에 직면했다. 회사 내부 보안 시스템이 뚫리며, 최대 9.7GB에 달하는 가입자 정보가 외부로 유출됐다. 텍스트로만 무려 9000권 분량의 책에 해당하는 방대한 양이다. 더 심각한 것은 유심(USIM) 정보까지 포함됐다는 점이다. 이는 가입자의 신원 확인, 통신 인증, 금융 거래에까지 직결되는 핵심 정보다.

그럼에도 SKT는 대규모 유출의 원인과 경위를 명확히 공개하지 않은 채, 유심 무상 교체와 택배 발송 같은 표면적인 조치에 머물렀다. 일부 고객들은 “교체한 유심이 정말 안전한지”에 대한 설명조차 듣지 못한 채 불안만 떠안아야 했다.

최종현 회장이 남긴 “정보는 곧 힘”이라는 말은, 시대를 앞서간 경영자의 혜안이었다. 수많은 기술을 앞세워 시장을 선도해온 SKT는 수천만의 고객의 소중한 ‘정보’를 지키지 못한 기업으로 전락하고 있다. ‘신뢰의 기술’을 앞세워 승승장구하던 통신왕이 창사이래 최대의 위기가 찾아온 셈이다.

김성수 논설위원

全南日報		사장·발행·편집인 이재욱		논설실장	이용환	편집국장 박성원
민주주의 구현 진실보도 실천 지역개발 선도	대표전화	(062)527-0015		경영지원팀	(062)510-0421	
	기사제보	(062)510-0331		광고영업팀	(062)519-0710	
	편집부	(062)510-0412		문화체육부	(062)510-0351	
	취재1부	(062)510-0380		온라인뉴스부	(062)510-0461	
	취재2부	(062)510-0394		사진부	(062)510-0391	
www.jnilbo.com m.jnilbo.com	정치부	(062)510-0340				
		구독료 월 1만5천원 1부 800원	1988년 4월25일 등록번호 광주 가-2호 (일간) 우편번호 61474 광주광역시 동구 제봉로 137			
구독신청		(062)510-0471	광고문의 (062)512-0100			
FAX		(062)510-0436	서울지사 (02)725-8890			
본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다						

☐ 독자 의견을 환영합니다 (e-메일) webmaster@jnilbo.com