

한류의 지속적 발전을 위한 스타들의 사회적 책임에 대한 사례연구

천범주
글로벌사이버대학교 방송연예전공
e-mail:bjcheon@nate.com

Star of the social responsibility Case Study for sustainable development of korea-wave

Beom-Joo Cheon
Dept of Broadcasting&Entertainment Global Cyber University

요 약

한국 대중문화의 발전과 더불어 국내외에서는 한류라는 브랜드로 대한민국의 문화와 대한민국 자체에 대하여 많은 호감과 함께 질투의 시선을 보내고 있다. 이러한 대한민국의 대중문화산업은 이제 대한민국을 벗어나 우리만의 문화가 아닌 세계를 지향하며 공감대를 형성하는 문화로 발전하고 있으며, 대중적인 인기를 얻고 있는 스타들이 문화침범의 역할을 하고 있는 상황이다. 이제 한국의 대중문화는 우리만의 것이 아닌 세계인과 소통하고 나누어야 하는 문화인 것이다. 대한민국의 문화산업은 이제 가파른 성장만이 아닌 기본에 충실한 역사와 철학을 수반해야 할 것이며, 대중에 대한 사회적인 책임과 역할을 수행함으로써 더욱더 세계의 문화와 교감하며 발전해 나갈 수 있을 것이다. 그러므로 본 논문에서는 대중들의 사랑을 통하여 성장하는 스타들의 사회적 기여와 그 활동에 대한 사례를 살펴보고 한류의 지속적인 발전과 문화 창출을 위한 올바른 소셜테이너로서의 책임 및 역할과 지구공동체를 위한 힐링 소사이어티에 대하여 고찰해 보고자 한다.

1. 서 론

봉사활동을 하거나 봉사하는 모습을 보기만 해도 신체내에서 바이러스와 싸우는 면역기능이 활성화되는 것을 테레사효과¹⁾라고 부른다. 이처럼 기부란 나눔의 기쁨을 실천함으로써 자신의 성장을 이루는 것이다. 우리민족의 건국이념인 홍익인간(弘益人間) 재세이화(在世理化)의 정신에서 알 수 있듯이 예부터 우리민족은 남의 어려움을 자신의 일로 여기고 서로 돕는 환난상휼(患難相恤)의 정신을 실천하고 있다. 현재의 경기 침체 속에서도 이웃에게 사랑을 전하는 기부와 봉사가 늘어나고 있는 것이다. 해외의 재벌들과 국내 인기 연예인들의 기부 소식들이 언론에 전해지면서 기부문화에 대한 관심이 높아지고 있다. 기부의 중요성에 대한 사회적 공감대도 형성되고 있

으나, 일회적인 관심으로 그치기 십상이고 지속성이 없다는 것이 문제로 지적되고 있는 중에 우리나라 기부문화에서 가장 지적되는 것이 일반인들보다 부자들이 모범을 보이지 않는다는 것이다. 실천적인 기부와 선행으로 널리 알려진 앤드루 카네기, 존 데이비슨 록펠러와 현재의 빌게이츠와 워렌버핏까지 해외에는 최고의 부호들이 앞 다투어 '노블레스 오블리주(noblesse oblige)'²⁾를 실천하고 있다. 이러한 '노블레스 오블리주'는 일반인보다 선행지수가 큰 유명인들이 실천할 때 그 파급효과가 더욱 크다고 할 수 있는데 대중의 사랑과 인기를 먹고 사는 연예인들의 선행도 일종의 '노블레스 오블리주'에 해당한다고 할 수 있겠다. 한국의 대중문화는 올림픽과 고도의 경제성장 및 IT의 발전을 밑거름으로 해외에서도 선풍적인 인기와 함께 한류라는 브랜드로 고도의 성장을 이루며, 많은 사랑을 받고 있다. 이 시점에서 우리는 지속적이고도 발전적인 한국의 대중

1) 남을 돕는 활동을 통하여 일어나는 정신적, 신체적, 사회적 변화. 1998년 미국 하버드대학교 의과대학에서 시행한 연구로서 테레사수녀(1910.8.27 ~ 1997.9.5)처럼 남을 위한 봉사활동을 하거나 선한 일을 보기만 해도 인체의 면역기능이 크게 향상되는 것을 말한다. 슈바이처효과라고도 한다.

2) 높은 사회적 신분에 상응하는 도덕적 의무를 뜻하는 말이다. 초기 로마시대에 왕과 귀족들이 보여 준 투철한 도덕의식과 솔선수범하는 공공정신에서 비롯되었다.

문화산업을 위하여 한류의 침범 역할을 수행하고 있는 우리나라의 스타들이 더욱 많은 세계인들에게 사랑과 격려를 받으면서, 우리나라의 문화가 널리 알려지고 세계와 교감되길 바란다. 이에 스타들의 사회적 책임에 대한 사례분석을 통하여 소셜테이너(socialtainer)³⁾로서의 올바른 역할과 물질적인 성장에 지친 지구 공동체의 힐링 소사이어티(healing-society)를 이루길 기대하며 본 논문을 작성하고자 한다.

2. 본 론

2-1 국내 나눔의 현황

기부는 당사자 자신에게 더욱 건강한 삶과 건전한 육체, 정신을 갖들게 하며, 타인에게는 경제적인 자유와 정신적인 만족도를 높여 기쁨과 희망을 주는 이타행을 행하는 최고의 선물이라고 할 수 있다. 한국의 기부문화는 2011년 현재 지속적인 증가현상을 보이고는 있지만 선진국에 비하면 현저하게 저조한 실정이다. 지난해 통계청이 발표한 자료에 따르면 15세 이상 인구 중 자원봉사활동에 참여한 사람은 20%에 미치지 못하며, 이는 전국민의 60% 이상이 자원봉사활동에 참여하는 미국이나 영국, 일본 등에 비하면 현격하게 떨어지는 통계이다. 아직까지 국민의 대부분이 어떻게 할지 모르거나 여유가 없어서, 또는 기부 관련 단체에 대한 신뢰가 떨어져서 등의 이유로 이러한 선행에 참여하지 못하고 있다. 2011년 통계청 조사에 의하면 후원의 방법으로 사회복지단체를 이용하는 경우가 43.3%로 가장 높았고 다음으로 언론기관 활용(28.8%), 종교단체(21.3%), 직장(15.3%)이며, 대상자에게 직접 전해주는 비율은 11.9%로 가장 낮게 집계<중복비율>되었다. 기부의 동기를 묻는 설문조사에서 보람(46.7%)과 동정심(34.4%)이 가장 큰 비중을 차지하고 있었으며, 기부가 서로 상생(相生)하는 관계라는 좀 더 성숙한 기부문화에 대한 인식이 아직은 부족한 것으로 드러났다. 한 국가의 성숙도를 가늠할 수 있는 척도 중 하나로 기부문화를 손꼽을 수가 있겠는데 우리나라의 기부형태도 과거의 현금 위주에서 벗어나 현물, 재

능, 사회공헌 등 다양한 형태로 변화하고 있다. 아울러 성숙한 기부문화를 위해서는 때가되면 나오는 1회성 기부보다는 정기기부의 정착이 중요하다고 할 수 있겠다. 특히 나눔이란 것은 돈이 많고 특별한 사람만이 할 수 있는 전유물이 아니라 자신이 가지고 있는 조그만 재능이나 지식, 경험, 시간, 체력 등 정기적으로 나눔의 문화에 참여하는게 중요하다. 이러한 나눔의 문화를 선도하는 유명인들의 공통점은 돈을 많이 벌어서가 아니라 어려운 이웃들의 처지를 보살피려는 마음이 나눔의 직접적인 동기이다.

2-2 스타들의 나눔 사례

31평 월세 아파트에 살고 있는 가수 김장훈의 경우 학생들과 보육원 등에 매월 1,500만원씩 10여년 이상을 지원해 지금까지 알려진 액수만 110억원 정도를 기부해왔다. 김장훈의 경우에는 도덕적 의무를 넘어 생활의 일부로 여겼다는 점에서 더욱이 많은 사람들에게 사회적 책임과 동기를 일깨우는 데 큰 기여를 했다고 할 수 있겠다. 이렇게 스타들은 '노블레스 오블리주'를 통해 사회적 책임을 수행하고 있으며 다양한 형태로 사회적 책임을 실현하고 있는 연예인들의 대표적 사례들을 살펴보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 연예인의 기부 나눔 사례

김장훈
보육원과 후원 학생 대상 매월1500만원 10년간 기부
2001년 '청소년을 위한 교회' 설립에 12억원 기부
2007년 카이스트 발전 기금으로 5000만원 기부
2007년 제19회 아산상 시상식에서 사회봉사상 수상, 상금 1억 5000만원 기부
2008년 대통령 취임식 행사 출연료 1200만원 태안지역 복구 위해 기부
2008년 태안지역 복구를 위해 5억원 기부, 태안 살리기 프로젝트 실시
2008년 백혈병을 앓고 있는 소녀 위해 1000만원 기부
2008년 카이스트에 발전 기금으로 5000만원 기부
2008년 10년 동안 봉사활동 해온 보육기관에 보일러 설치 비용 1000만원 기부
2008년 뉴욕타임지에 독도와 동해 관련 전면광고 광고비 전액 부담
2008년 사이버외교 사절단 반크 1억3천만원 기부
2008년 북한 어린이 돕기에 1500만원 기부
2008년 촛불상, 자랑스런 문화인상, 사회공헌대상 특별상 등 여러 공로상을 받음
2008년 삼성경제연구소 '2008년 10대 히트 상품' 김장훈의 기부 활동 선정
2009년 성룡에게 받은 1400만원 서해안 살리기에 기부

3) 사회를 뜻하는 소사이어티(society)와 연예인을 가리키는 엔터테이너(entertainer)를 합쳐 만든 신조어. 사회 이슈에 적극적으로 자신의 의견을 밝히거나 직접 참여하는 연예인을 말한다. 이는 선거철 특정 정치인을 공개 지지하거나 정치인 등으로 활동하는 연예인 출신의 정치가인 폴리테이너(politainer)와는 다른 개념이다.

<p>박상민 소아암이나 청각장애인을 돕는 자선 단체에 주로 기부 18년간 40여억원 불우이웃위한 기부 활동 2008년 소아암어린이 돕기 등 5개 자선단체 회원으로 활동 2008년 청각장애인 달팽이관 이식을 돕는 단체인 '사랑의 달팽이관' 회장 2008년 지난 3년 동안 소아암 환자 및 독거노인을 위한 자선공연 60여회 2008년 비인기 종목 스포츠 선수들 후원 2008년 제9회 사회복지의날 보건복지가족부장관 표창 수여</p>
<p>장나라 2002년 <명랑소녀 성공기> 출연료 4천만원 북한어린이돕기 기금으로 기부 2002년 <오 해피데이> 출연료 등 1억5000만원 수재의연금으로 기부 2002년 CF출연료 2억원 전액 대학발전기금 기부 2003년 우유업체 CF 출연료 2억원과 제지회사 CF 출연료 3억원을 각각 분유와 생리대로 받아 북한 어린이와 여성 돕기에 기부 2003년 북경에십자선 연창회 4500만원 기부 2003년 지구촌사랑여행 : 필리핀 3200만원 2004년 지구촌사랑여행 : 말레이시아 2800만원 2004년 몽골 자선행사에 휠체어 의류 전달, 베트남 자선행사에 후원 위문품 전달 2005년 중국 광저우 자선행사 등에 6500만원 기부 2007년 장나라와 팬클럽, 중국 소녀 리우알란 양에게 3800만원 기부 2007년 중국 백혈병 아동 대상 '장나라애심(愛心)'을 설립 후 1억원 기부 2008년 의류업체 CF모델료 중 1억4천만원 현물 기부 (북한과 태안) 2008년 광고 배경음악의 음원서비스 수익금 기부 2008년 중국 쓰촨성 대지진 참사에 10만위안 기부 2008년 연말연시 한국, 중국, 북한에 의류 치약 등 2억원 상당 물품 기부 2009년 80억원 상당의 오리털 점퍼 10만벌 지진피해를 입은 중국 사천성에 기부 2009년 아버지 주호성씨가 공식 홈페이지에 장나라 이름으로 기부한 총액이 130억원을 넘었다고 밝힘</p>
<p>문근영 2003년 빛고을장학재단에 1억원 기부 2004년 북한에 연탄 15만장과 난로용품 기증 2004년 평안북도 용천참사(열차폭발사고)동포 돕기 바자회에 참여, 영화<어린이신부> 소품 기증 2004년 학생복 모델료 3억원 소아암 환자 기부 2004년 사회복지공동모금회 기금 1000만원 기부 2004년 광주국제영화제에 1천만원 기부 2005년~2007년 MBC <느낌표> 순천 '기적의 도서관 짓기'에 2500만원 기부 2006년 사회복지공동모금회 기금 7000만원 기부 2006년 모교 광주국제고 '문근영장학금' 1억원 기부 2007년 사회복지공동모금회 소아암, 백혈병 치료에 5천5백만원 기부 2007년 해남 땅끝마을 아동센터 설립 3억원 기부 2008년 호주 교민 청소년들을 위한 한글 도서관 건립 추진</p>

<p>및 한국어 교육에 봉사 2008년 독서운동단체 '행복한 아침독서' 1억원 기부 2008년 난치병 어린이 6명이 사회복지공동모금 2억원으로 새 생명을 얻음 2008년 사회복지공동모금회 10주년 기부자 통계에서 개인 기부자 1위 2003년부터 2008년까지 8억 5천만원 기부 2008년 삼성경제연구소 '2008년 10대 히트 상품'에 배우 문근영의 기부 선정 2009년 문근영, 팬클럽 약5백만원 연탄은행에 기부 2009년 호주 시드니의 한글 전용 도서관인 '한글사랑 도서관'에 1억원 기부</p>
<p>배용준 2004년 일본 니가카에 지진 대참사 피해 복구를 위해 3000만엔(약 3억원) 기부 2005년 대만 원주민들을 위한 도서관 건립 모금 운동에 1억원 기부 2005년 남아시아 지역 지진해일 피해복구를 위해 월드비전에 3억원 기부 2005년 국내 소아암 환자와 여성 복지를 위해 사회 복지공동모금회 2억원 기부 2005년 일본 니혼TV를 통해 2억1천만원 기부 2006년 강원도 수해 지역에 2억원 기부 2007년 태안기름유출사고 3억2천만원 기부 2008년 네팔 어린이의 예방접종에 1억 5천만원 기부</p>
<p>김혜자 '사랑의 빵'을 통해 아프리카, 아시아 지역의 불우아동 후원 파키스탄 지진 피해와 저개발국가 아동을 위해 1억원 기부 봉사활동 서적 '꽃으로도 때리지 말라' 인세 등으로 2.4억원 기부</p>
<p>이효리 디딤돌학교에 2400만원 기부, 에티오피아에서 봉사활동 온스타일 '골든12' 스타 애장품 자선바자회 아동복지 후원 아름다운 재단 독거노인 1억원 기부 동물보호달력 판매기금 1.2억원 동물보호협회에 기부</p>
<p>비 (정지훈) 2005년 모교 입학식 공연 후 대학발전 기금 기부 2005년 불우이웃돕기 1000만원 기부 2006년 캄보디아 우물 50개 기증 2006년 월드투어 한국 공연 수익금을 장애인 아트센터 건립기금으로 기부 2007년 베트남 공연 앞두고 애장품 경매, 수익금은 베트남 월드비전에 기부 2008년 태안주민을 위해 3억원 상당의 방한복과 식수 제공 환경재단은 비의 캐릭터 상품을 판매해 수익금 전액을 국내 소외된 지역의 어린이 놀이터에 기부, 국제구호개발기구 월드비전의 에이즈 홍보대사</p>
<p>차인표 신애라 부부 2002년 MBC 수재의연금에 5,000만원 기부 2004년 남북한 어린이 복지기금 1억원 기부 2005년 대만의 자선단체 CCF에 자선기금 3천만원 기부 2006년 제3세계 어린이들을 돕는 국제구호단체 컴패션에 1억원 기부 2006년 컴패션을 통해 어려운 어린이 10명에게 매달 3만 5천원씩 지원</p>

<p>기업은행과 사랑나눔운동을 펼쳐 예금 평균 잔액의 일정액을 기부하는 통장 발행</p> <p>생후 1개월된 예은이와 예진이를 입양</p> <p>차인표 중앙아동학대 예방센터 홍보대사 및 굿네이버스의 남북 어린이 희망대사</p> <p>신애라 대한사회복지회 복지원의 봉사자로 활동</p>
<p>선(노승환) 정혜영 부부</p> <p>매년 결혼기념일마다 365만원(하루에 1만원씩)을 ‘밥퍼 나눔 운동’에 전달.</p> <p>첫째와 둘째 아이를 가진 기념으로 홀트아동복지회에 1000만원 기부</p> <p>노숙자를 위한 급식활동 밥퍼 운동과 어린이 병원 후원</p> <p>다일복지재단의 천사병원 1004만원 성금</p> <p>아기피부 바로알기 캠페인에 1천만원 기부</p> <p>2009년 홀트아동복지회에 3000만원 기부</p>
<p>최수중 하희라 부부</p> <p>굿네이버스와 네팔의 결식아동 후원봉사</p> <p>하트-하트재단의 캄보디아 의료봉사활동</p> <p>팬양의 화이트 버블쇼에 불우아동 1000명을 초대</p> <p>부부의 이름으로 굿네이버스에 1억원을 기부</p> <p>하희라 아동복 1억원 상당을 홀트 아동복지회에 기부</p> <p>5km 완주에 성공해 모인 500만원을 결식아동들에게 기부</p>
<p>하지원</p> <p>어린이병동에 뮤직비디오 출연료 전액 기부 약 1천2백만원</p> <p>한국 장애인 복지 재단에 성금 기부 약 7000만원</p> <p>김아중</p> <p>안면기형 환아들을 위해 수술비 2000만원을 기부</p> <p>한혜진</p> <p>라오스 우물 건설 비용 500만원 기부, 월드비전에서 활동</p> <p>이영애</p> <p>서울아산병원 불우 환자들의 치료에 1억원 기부, 중국 지역학교 건립지원</p> <p>김정은</p> <p>몽골의 병원 건립지원</p> <p>김현주</p> <p>2006년 수재의연금 5천만원</p> <p>이나영</p> <p>청룡영화상 여우주연상 상금 500만원어치 전동 휠체어를 장애인 시설에 기증</p> <p>김지연</p> <p>장애인 시설인 교남소망의집 1500만원 상당의 아동복 기부</p> <p>최은경</p> <p>아름다운 재단에 자신의 CF출연료 기부</p> <p>바다</p> <p>아름다운 가게에 1000만원 기부</p> <p>가수 현숙</p> <p>백혈병 환아를 위해 9천만원 기부, 이동목욕차량 등3억원의 물품을 기부</p> <p>하춘화</p> <p>환경미화원 등에게 1억4천여만원 기부</p>

3. 결론

기부나 선행 등의 나눔을 실천하고 있는 연예인들은 대부분 자신들의 선행을 겸손해하며 공개 하는 것에 대하여 보편적으로 꺼려한다. 적극적으로 공개 하려는 해외의 사례와는 대비되는 부분이다. 대중들의 사랑을 통해 성장한 연예인은 자신들의 사회적 책임과 역할에 대하여 좀 더 성숙된 성찰을 할 필요가 있다. 자신들의 선행을 통하여 더욱 많은 사람들이 사회적 책임에 대하여 인식하고 그 실천적인 방법에 대하여 좀더 용이하게 접근할 수 있도록 알리는 것 또한 그들의 사회적 의무이기 때문이다. 한국의 대중문화가 더욱 많은 세계인들에게 사랑을 받고 공감을 얻기 위해서는 양질의 콘텐츠와 스타들을 양성하는 것도 중요하지만 그 이상의 성숙된 사회적 책임감과 진정성 있는 내면의 모습을 갖추어야 한다. 한류가 시대의 유행으로서 잠시 스쳐가는 홍콩의 느와르처럼 퇴색되지 않기 위해서는 스타들을 비롯한 대중문화 종사자들의 고민과 성찰을 통한 내면의 완성이 필요한 것이다.

사랑과 평화가 공존하는 지구 공동체를 위한 대한민국의 정신문화가 꽃 피워지길 기대하며 더욱 다양한 나눔 문화와 프로보노⁴⁾ 등이 실천되길 바란다..

참고문헌

[1] 김정기의 「사회복지의 역사」 나남출판사, 2002

이외에도 국내의 많은 스타들이 통 큰 나눔으로 사회를 밝게 하고 있으나 이를 연예계의 보편적 현상이라고 말하기는 어렵다.

4) pro bono. 전문가들이 자신의 전문성을 활용해 사회적 약자와 소외계층을 돕는 활동을 의미한다. 이는 '공익을 위하여'라는 의미의 라틴어 'pro bono publico'에서 나온 용어다. 프로보노의 대표적 예는 의사의 의료봉사, 변호사의 무료 법률상담 등이다. 가진 자의 도덕적 의무를 뜻하는 '노블리스 오블리제(noblesse oblige)'와도 일맥상통한다.