

1990년대 미디어 환경과 자아 경험: 미디어 기억의 자기 구술 사례를 중심으로

이동후*

【요약】

이 글은 90년대 한국 사회 변동의 배경으로서의 미디어 환경을 주목하면서, 미디어 환경 변화와 함께 사회적 삶의 조건이 어떻게 바뀌었는지, 그리고 이러한 배경에서 개인은 어떠한 경험을 하게 되는지를 탐구해보고자 했다. 미디어 생태학적 시각으로 볼 때 새로운 미디어는 단순히 생활 세계에 미디어 기능을 하나 더 부가하는 것이 아니라 개인을 둘러싼 미디어 환경과 일상의 경험을 재구성한다. 이 글은 90년대 미디어 환경의 변화에 따른 사회적 지각과 상호 작용의 경험이 어떻게 개인의 자아 경험을 구성하는데 기여했는지를 개인의 미디어 기억의 사례와 함께 구체적으로 살펴보고자 했다. 90년대 미디어 환경에서 보다 많은 미디어가 일상생활 세계에 자리 잡게 되고 따라서 보다 많은 경험이 미디어로 매개되었다. 특히 대중 매체 콘텐츠를 좀 더 개인적인 맥락에서 볼 수 있도록 도와주는 개인용 혹은 개인화된 미디어 기기 보급이 크게 확산되면서 미디어 이용이 보다 개인화되고 자아 경험을 형성하는 사회적 맥락의 경계도 좀 더 유연해지고 다중화 되기 시작했다. 연구 참여자의 미디어 기억은 차이나는 개인 커뮤니케이션 미디어 시스템의 결들, 개인적이면서 집단적인 공간의 등장, 개별적이고 관계적인 자아의 경험 등을 보여준다.

【주제어】 90년대 미디어, 미디어 생태학, 미디어 기억, 질적 연구, 자아 경험

* 인천대학교 신문방송학과

** 인천대학교 2016년도 자체연구비 지원에 의하여 연구되었음.

I. 서론

90년대 들어오면서 한국 사회는 역사적 변화를 맞이한다. 우선 80년대 민주화운동이 어느 정도 성과를 거두며 군부 독재의 권위주의 국가체제가 점차 퇴조하면서 이념과 정치에서 좀 더 자유로운 정치사회적 조건이 형성된다.¹⁾ 또한 88 서울올림픽 이후 한국경제의 국제화, 소비자본주의화로의 이행이 본격화되면서, “여가, 오락, 교육 등 주로 정신적인 재생산과 관련된 문화와 서비스 영역을 상품화하고 자본주의적 방식으로 그것을 생산해내는 체제”로서의 정보자본주의가 자리를 잡을 수 있게 된다.²⁾ 이와 함께 고도성장을 주도한 발전 국가적 체제가 해체되기 시작했고, 특히 97년 외환위기와 이를 극복하는 과정에서 신자유주의 체제로의 전환이 빠르게 이루어졌다.³⁾

학계에서는 90년대 한국 사회의 정치경제적 조건의 변화가 가져온 사회적 삶의 특징을 ‘개인화’ 개념으로 설명한다. 예를 들어, 홍찬숙은 올리히 백의 개인화 개념을 적용시켜,⁴⁾ 90년대에 정치적 민주화와 중산층 확대가 이루어지면서 계급의식이 약화되었고 가족이 다양화되었으며 근대적 시민의식을 고양시킬 조건이 마련되었다고 보았다.⁵⁾ 신경아는 90년대 소비자본주의와 시장만능주의가 확대되면서, 특히 97년 IMF 위기이후 신자유주의 체제로 전환되면서, 개인이 “국가의 통제와 규제 대상” 혹은 “민족과 국가를 위해 희생하는 개인”에서 “시장의 개인들”로 탈바꿈하였다고 말한다.⁶⁾ 이하준에

1) 강준만 (2006).

2) 백옥인 (2008), p. 216.

3) 윤상우 (2013); 남은영 (2007).

4) 올리히 백(1997)은 개인이 계급 보다는 개인적 실존을 위해 싸우게 되는 위험사회에 직면하게 되면서, 또한 개인이 전통적 가치보다는 자아실현과 개성적인 생활 방식을 추구하면서, 그리고 스스로 시민으로서의 정치적 실천을 해나가면서 개인화가 이루어진다고 보았다.

5) 홍찬숙 (2012).

따르면, 90년대는 “시장화된 개인, 초위험을 사사회하는 개인, 과잉경쟁 체제에서 생존기제로 살아가는 이기적인 개인, 신자유주의적 착취적 개인, 자본과 경쟁으로부터 상대적으로 자유로운 자기도취적이며 소비지향적인 개인”으로서의 개인화가 복합적이고 중층적으로 전개되었다고 한다.⁷⁾

이 글은 현재까지 90년대 한국 사회 변동에 관한 서술과 진단이 주로 정치적, 경제적 사회 체제의 특성에만 초점을 맞추었다는 점에 문제의식을 갖는다. 매클루언⁸⁾의 표현을 빌리자면, 미디어 환경이 90년대 사회 변동의 ‘배경’이 되고 있지만,⁹⁾ 기존 학술 담론은 주로 미디어를 부분적 혹은 도구적으로만 다루는 경향이 있다. ‘민주화’, ‘신자유주의화’, ‘개인화’ 등의 과정이 사회적 체계에 관련된 것인데, 이러한 사회적 체계의 기반을 구성하는 미디어 환경에 대해서는 별다른 주목을 하지 않는다. 이 글은 90년대 한국 사회 변동의 배경으로서의 미디어 환경을 주목해보고자 한다. 어떻게 사회적 삶의 조건 혹은 배경이 바뀌었는지, 그리고 이러한 배경에서 개인은 어떠한 경험을 하게 되는지를 미디어 생태학적 시각에서 탐구해보고자 한다.

미디어 생태학적 시각은 미디어 체계의 형식적 특성을 주목하고 이러한 특성이 인간 커뮤니케이션에 영향을 미친다고 바라보지만, 미디어의 영향력을 일방향적이고 순차적인 과정으로 바라보지는 않는다. 앞서 언급한 사회 변동의 결정적인 원인으로 미디어를 설명하려고 하는 것은 아니다. 대신 미디어의 영향력에 대해 보다 관계주의적 입장을 지향한다.¹⁰⁾ 미디어 생태학적 시각으로 볼 때 미디어 환경은 단선적으로 발전하기 보다는 신구 미디어 간의 상호관계 속에서 재구성되고, 따라서 하나의 뉴 미디어의 등장은 단순히

6) 신경아 (2013), p. 274, p. 278.

7) 이하준 (2014), p. 95.

8) 마셜 매클루언(McLuhan), 김상호 역 (2011).

9) 매클루언에 따르면, 미디어의 ‘배경 원칙(ground rules)’이 잘 보이지 않고 우리의 감각을 특정한 방식으로 마비시키거나 자기 최면 상태로 유도하기 때문에 환경으로서의 ‘미디어의 이해’가 쉽지 않다고 한다.

10) 이동후 (2015).

생활 세계에 새로운 미디어 기능을 추가하는 것이 아니라 미디어 환경과 일상의 경험을 재구성한다. 다시 말해, ‘개인의 커뮤니케이션 시스템(personal communication system)’¹¹⁾이 바뀌면서, 개인이 커뮤니케이션이나 사회적 연결을 위해 다양한 유형의 커뮤니케이션 미디어를 조합하고 사용하는 방식이 바뀌고, 또한 그 안에서 이루어지는 사회적 상호작용과 사회적 실재에 대한 지각 경험 방식도 재구성된다.¹²⁾

이 글은 90년대 미디어 환경의 변화에 따른 사회적 지각과 상호 작용의 경험이 어떻게 개인의 자아 경험을 구성하는데 기여했는지를 구체적 미디어 기억의 사례와 함께 살펴볼 것이다. 다시 말해, 미디어 환경이 어떻게 변화하였고, 이러한 전환기 속에서 사회적 지각과 상호작용이 구체적으로 어떻게 이루어졌는지, 그리고 이러한 경험이 개인의 자아 경험에 어떠한 함의를 갖는지를 주목하고자 한다. 이를 위해 90년대 대학교를 다녔던 90년대 학번들이 기억하는 미디어 이용 경험의 자기 구술 사례를 구체적으로 살펴보았다.¹³⁾

11) Boase (2008). 보아스는 개인이 자신의 사회적 유대 관계를 사용한 여러 종류의 커뮤니케이션 수단을 지칭하기 위해 이 용어를 사용했지만, 이 글에서는 개인적 연락(contact)뿐만 아니라 사회적 정보를 접하고 지각하기 위해 개인이 이용한 모든 커뮤니케이션 미디어와 이것이 구성하는 미디어 환경을 의미한다.

12) Meyerowitz (1985).

13) 그동안 90년대 청년 세대의 경험은 주로 신세대 담론의 자장에서 논의되었다. 신세대 담론은 90년대 한국 사회문화사에 큰 영향을 미친 담론으로서, 신세대 문화를 기존의 문화 지형 자체를 변화시킨 혁명적 사건으로 바라본다(심광현, 2010). 이들 담론은 신세대를 새로운 문화적 감수성을 욕망하는 아이콘이자 새로운 저항의 주체로 묘사하기도 하고 (예를 들어, 현실문화연구의 『네 멋대로 해라』), 신세대의 소비문화적 취향과 라이프스타일을 일종의 상품으로 담론화하기도 한다. 이 연구는 청년세대의 특성을 규명하거나 일반화하기 위해 이루어진 것이 아니다. 대신 90년대 미디어 환경과 자아경험의 상관관계를 살펴보기 위해 이들 집단의 미디어 이용 경험을 주목했고, 보다 미시적인 차원에서 이러한 경험을 살펴봄으로써 관계의 결(texture)과 복잡성을 이해해보고자 한다.

II. 1990년대 미디어 이용 경험에 관한 미디어 생태학적 접근

1. 미디어 이용 개념의 미디어 생태학적 재고

미디어 생태학은 60년대 전후 생태학이 하나의 메타포로 응용되던 시대적 맥락에서 나온 북미의 미디어연구전통으로서, 매클루언, 포스트만, 옹 등 “미디어와 인간의 상호작용이 문화의 특성을 구성하는” 방식에 관심을 가진 학자들의 학문적 시각이라고 볼 수 있다.¹⁴⁾ 포스트만에 따르면, 미디어 생태학은 “종종 내재적이고 비공식적”이며, “단순히 기계라는 가정 때문에 반쯤 감춰져 있는” 미디어의 환경적 조건을 명료하게 드러내려는 연구이다.¹⁵⁾ 인간 의식과 삶, 사회 조직과 역사를 형성하는 주요 배경으로 미디어와 기술을 주목한 다학제적 배경의 학자들이 미디어 생태학적 지식 생산에 기여하는데, 이들은 우리의 느낌과 행동 양식을 조건 짓고 우리가 보고 말하고 실천하는 것을 구조화하는 미디어 환경을 주의 깊게 살펴보는, 즉 “연관과 관계를 극대화시키는” 생태학적 시각을 보여준다.¹⁶⁾

미디어 생태학적 시각에서 미디어 이용 경험을 살펴볼 때, 미디어는 단순히 인간 행위자의 도구가 아니고, 미디어 이용자도 단순히 미디어의 영향을 받는 수신자가 아니다. 미디어 생태학적 시각은 미디어와 이용자를 분리된 실체로 보지 않고 상호 연관되어 있다고 본다. 이용자가 미디어를 이용할 때 미디어의 물질적, 상징적 특성에 의해 이용자의 행동이 영향을 받게 되고, 이용자 또한 이용자가 속한 사회적 환경의 관습이나 이용자 개인의 태도에 따라 미디어가 운영되는 방식이 영향을 받을 수 있다. 미디어 생태학자

14) 닐 포스트만, 이동후 역 (2008), p. 121.

15) Postman (1970), p. 161.

16) Ong (2002), p. 7.

들은 미디어의 물리적 또는 상징적 형식에 따라 그것이 전달하는 정보의 성격이 달라지고 우리의 지각, 이해, 경험 등이 특정한 방식으로 구조화된다고 말하면서, 이러한 구조화시키는 성격을 미디어의 ‘편향성’이라고 부른다.¹⁷⁾ 이러한 미디어 편향성은 모든 미디어 이용 과정에 작동하며 특정한 방식의 경험을 허용하고 있고, 이러한 미디어 편향성이 작동하는 과정은 개인 혹은 사회적 맥락으로부터 영향을 받는다. 따라서 미디어 환경에 관한 연구는 단순히 미디어 자체나 미디어 효과에 관한 연구가 아니고, 미디어 환경과 이용자 환경 그리고 이러한 환경에서 이루어지는 개별 이용자의 수행 과정 간의 상호작용에 관한 연구라고 할 수 있다.

미디어 환경은 자아 경험이 이루어지는 사회적 맥락을 제공함으로써 개인이 행위주체로서의 자기 자신을 경험하는 데 영향을 미칠 수 있다.¹⁸⁾ 미디어의 편향성은 개인이 타자나 사회적 실재 혹은 공동체를 지각하고 이해하며 상호작용하는 형식과 조건을 특정한 방식으로 구조화할 수 있다. 소리로 매개되는 구어 문화에서는 화자와 청자가 물리적으로 현존하며 실재

17) 예를 들어, 해롤드 이니스(1951)는 미디어에 따라 정보를 저장하고 전송하는 고유한 물리적 형식이 다르기 때문에 서로 다른 시간적, 공간적 편향성을 갖는다고 보았고, 매클루언(2011)은 미디어마다 서로 다른 감각배합의 비율(sense ratio)을 유도하는 감각적 편향성(biases)을 가지고 있다고 보았다.

18) 이 글에서 자아 개념은 조지 미드(2010)의 시각을 따른다. 미드는 자아가 두 가지 측면으로 구성되었다고 말한다. 하나는 ‘주격의 나(I)’로서 생물학적 욕구와 본능을 바탕으로 타자 또는 일반화된 타자의 태도에 반응하는 개성적인 나이고, 또 다른 하나는 ‘목적격의 나(me)’ 또는 사회적 자아로서 생물학적 본능과 욕구를 제어하고 조절하며 사회적 규범과 전통에 따라 반응하는 나이다. 그는 자아를 사회적 형성체로 보고 타자와 사회적 관계 속에서 자신을 비취보는 과정 가운데 자의식이 발달한다고 보았다. 특히 자의식의 형성과정이 ‘타자의 역할 취하기’에서 출발한다고 보면서 타자를 내재화시키는 과정에 중요한 매개체 역할을 하는 제스처 혹은 상정을 주목했다. 비록 미드는 면대면 커뮤니케이션을 넘어선 미디어를 고려하지 않았지만, 자의식의 형성과정 속에 미디어의 역할을 살펴볼 수 있는 이론적 출발점을 제시한다. 다양한 타자에의 접근성뿐만 아니라, 개인이 접하는 타자와의 만남 형태, 타자의 내재화과정, 그리고 타자들이 구성하는 공동체 등을 매개하는 미디어 환경을 고려함으로써, 어떠한 자아 형성의 조건들이 구축되었는지를 살펴볼 수 있다.

에 대한 공유 감각을 느끼고 개인 정체성이 집단 정체성에 통합될 수 있도록 돕는 반면, 문자와 인쇄술은 화자와 청자 혹은 말과 실존적 맥락을 분리시키고 언어표현을 시각적 지각과 연결시킴으로써 개인의 ‘개성에 대한 감각(a sense of individuality)’나 프라이버시 감각을 발전시킬 수 있다.¹⁹⁾ 특히 ‘구별하고 구분하는’ 관점을 갖도록 돕는 인쇄술의 시각주의는 이성적이고 분별력을 가진 ‘독립된 개인’으로서의 근대적 자아상과 관련된다.²⁰⁾ 한편 TV는 신체적 공간과 전통적 사회역할의 구분을 넘어서 다양한 상징적 타자와 접할 수 있고 시청 공동체의 일원으로 자아 정체감을 가질 수 있는 조건을 마련한다. 그리고 전지구적으로 연결된 온라인에서는 국가 공동체가 더 이상 절대적인 타자가 되지 못하고 개인은 지역의 시공간을 넘어서 사회적 상호작용을 하며 취향과 관심에 의해 그리고 공동 상징의 사용에 의해 연결된 유대 관계를 유지할 수 있다.

미디어 환경은 개인의 경험을 만들고 자아감각을 유지하는 사회적 실재와 관계를 매개함으로써 자아 경험에 영향을 미칠 수 있다. 그런데 현대 사회의 미디어 환경은 개별 미디어로 구성된 것이 아니라 다양한 미디어들이 상호관계를 맺는 “폴리미디어(polymedia)”로 구성된다.²¹⁾ 개인이 커뮤니케이션과 상호작용을 위해 이용하는 미디어는 면대면 커뮤니케이션 뿐만 아니라 다양한 미디어가 포함된다. 따라서 미디어 환경이 갖는 편향성은 하나의 개별 미디어의 편향성에 주목해서 살펴보기 보다는 미디어 간의 관계의 맥락을 고려해 살펴볼 필요가 있다. 또한 미디어 간의 관계의 맥락에 영향을 미치는 미디어 이용자의 행위성을 주목할 필요가 있다. 이 글은 개인의 미디어 커뮤니케이션 체계를 주목함으로써 개인이 이용하는 미디어 간의 관계 및 미디어를 자신의 정서적, 사회적 목적에 맞게 ‘재사회화’하는 과정을 고려하고 90년대 미디어 환경이 개인의 자아 경험에 어떻게 결합되는지를 살펴보고자 한다.

19) Ong (1982).

20) 마샬 맥루한, 임상원 역 (2001).

21) Madianou & Miller (2012).

2. 90년대 미디어 환경의 전환

90년대에는 텔레비전과 라디오는 전자 미디어가 80년대에 이어 사회 문화적 영향을 확장해가는 가운데, 다양한 개인 미디어 기기, 이동통신, PC 통신, 인터넷 등 새로운 미디어가 새롭게 상용화되기 시작한 시기였다.²²⁾ 가시적으로 들어난 몇 가지 전환기적 특징은 다음과 같다. 우선 90년대는 방송, 라디오, 신문 등 기존 아날로그 대중 매체의 대중적 지배력이 더욱 확대된 시기라고 볼 수 있다. 특히 80년대 말 가구당 TV가 한 대 이상으로 넘어서면서 개인의 일상과 더욱 밀접하게 결합된다. 1999년에는 가구당 TV 보유대수가 1.42대에 이르는데, 이러한 미디어 조건은 가구 시청이 가족 중심에서 벗어나 개인의 선택권을 존중해줄 수 있는 시청 환경이 마련되기 시작했다는 점을 시사한다. 사람들은 일상생활에서 더 많은 시간을 TV 시청에 할애하며 일과 학업을 제외한 나머지 깨어있는 시간에 가장 많은 시간을 TV와 보내게 된다.²³⁾ 이와 함께 1995년 3월 30여개의 채널을 가진 케이블 TV 서비스가 시작되면서 개인의 시청 욕구와 취향에 맞춰 프로그램을 시청할 수 있는 다채널 환경이 구축되기 시작했다. 하지만 가입케이블 TV시청가구가 1996년 6월 기준으로 1백만을 넘어서는 수준으로 아직 대중화되었다고 말하기는 어렵다.²⁴⁾

한편 90년대에는 대중 매체 콘텐츠를 좀 더 개인적인 맥락에서 볼 수 있도록 지원하는 개인용 혹은 개인화된 미디어 기기 보급이 크게 확산되었다. 텔레비전 프로그램을 자신이 원하는 시간에 녹화해서보거나 극장에서 보지 못했던 영화나 다시 보고 싶은 영화를 감상할 수 있게 해주는 비디오(VCR)에

22) 이동후 (2016).

23) 「국민관심사 정치 14% 경제 29%/통계청 사회통계조사 발표», 『한국일보』, 1997년 7월 7일.

24) 「케이블 TV/시청가구 백만 돌파/출범 15개월만에」, 『서울신문』, 1996년 6월 20일.

서부터, 워크맨, CD 플레이어 등 개인용 오디오 기기, 사무와 학습 및 오락 도구인 개인용 컴퓨터, 휴대용 게임기, 디지털 카메라에 이르기까지 개인적으로 사용할 수 있는 미디어 기기의 보유가 크게 늘었다. 예를 들어, 비디오의 경우, 88년 19%에 불과했으나 90년에는 39%로 늘어났고 97년부터는 80%를 넘어섰다. 비디오 보유 가구가 늘어나면서, 영화는 주로 극장이 아닌 집에서 관람하는 행위가 되었다. 예를 들어, 92년 1월 우리나라 국민은 1년에 평균적으로 1.2편의 영화를 보고, 7.4편의 비디오 영화를 보는 것으로 추산되었고,²⁵⁾ 94년 비디오 대여점의 대여료 수입(3000억)이 한국 영화 시장 규모(1400억원)의 두 배 이상 컸다. 전체 유통 비디오 가운데 해외 비디오 비중이 커서, 비디오는 해외 영상물을 접하는 주로 경로로 자리매김했다.

또한 1990년대는 개인용 이동 통신 미디어가 대중화되는 시기이기도 하다. ‘삐삐(무선호출기)’ 가입자 수는 85년 1만 8,700명 수준에 불과했으나 92년 100만 명을 넘어 94년엔 636만 명에 이르렀고,²⁶⁾ 1997년 삐삐의 보급대수 1500만대를 돌파한다. 삐삐이용자는 ‘이동 중’에도 상대방에게 연락 의사를 밝힐 수 있는 개인적 통신 수단을 가질 수 있게 된다. 하지만 90년대 중반까지 널리 쓰였던 삐삐와 공중전화는 90년대 말 휴대전화 이용이 확산되면서 감소세로 접어든다. 1996년에는 보다 저렴하고 손쉽게 이용할 수 있는 개인용 휴대 통신 서비스(PCS, Personal Communication Service)가 상용화되었고, 90년에 8만 명 정도에 불과했던 이동전화 가입자 수가 99년 2천3백만 정도로 293배 폭증했다.

이와 함께 1990년대 개인용 컴퓨터를 소유하는 가정이 늘어났고, 컴퓨터 네트워크를 통해 각종 정보와 자료 이용, 채팅, 동호회 활동, 오락, 게임 등을 할 수 있는 기반이 마련되기 시작했다.²⁷⁾ 95년 PC는 인구 천 명당 36.7대 정도 보급되었고 이 중 개인과 가정이 차지하는 비율이 33.6%를 차지했

25) 김선주 (1992).

26) 「삐삐 등 통신기기 생필품화」, 『한국경제』, 1996년 1월 25일.

27) 김종태 (2009); 전길남 (2011).

데, 2000년에는 97.9대로 급증했고 이 가운데 개인과 가정이 차지하는 비율도 41.7%로 늘어났다. 90년대를 거치면서 컴퓨터나 PC 통신의 이용이 공적인 용도에서 점차 개인적인 용도로 확대되었고, 개인용 정보 처리뿐만 아니라 사회적 상호작용을 위한 네트워크 공간이 마련되기 시작했다. 이후 90년대 말 인터넷이 상용화되면서 인터넷 사용자가 PC통신 사용자를 넘어서게 됐다. 1999년 12월에는 천만 명을 넘어섰다.²⁸⁾

이와 같이 90년대의 미디어 환경은 방송, 라디오, 신문 등 기존 아날로그 대중 매체의 지배력의 확대, 개인용 미디어 기기의 이용 증가, 소통적 이동성의 확대, 네트워크 연결 시대로의 진입 등을 위한 기술적 인프라를 갖추게 된다. 이러한 미디어 환경에서 이루어지는 미디어-인간의 상호작용과 관계를 이해하기 위해서는, 일상생활에서의 구체적인 미디어 경험을 살펴볼 필요가 있다. 미디어 환경이 우리 사회에 갖는 복합적인 함의는 미디어 기술의 역사나 발전의 연대기 혹은 미디어 이용자 수나 백분율로 읽어내기 어렵다. 90년대 미디어 환경의 의미를 탐색해보려면, 아래로부터의 시각, 다시 말해 일반 미디어 이용자 개인의 경험을 들여다볼 필요가 있다.

III. 미디어 기억 사례 연구

이 연구는 90년대 미디어 환경의 함의를 일상적 삶, 특히 자아 경험의 변화 과정으로 통해 살펴보고자 한다. 다시 말해, 미디어 환경의 변화가 어떻게 일상생활에 수용되고 개인이 행위의 주체로서의 ‘나 자신’을 구축하는데 의미를 갖게 되는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해, 90년대 청년기를 보낸 90년대 학번들을 대상으로 인터뷰 조사를 실시하였다. 당시 4년제 대학 이상을 다녔던 학번들은 90년대 변화하는 미디어 환경의 물적 조건들을

28) 한국전산원 (2000).

다른 어떤 연령 집단보다 민감하게 받아들였던 집단이다. 예를 들어, 1997년도 조사에 따르면, 소득보다는 교육, 직업, 연령, 성에 따라 컴퓨터 보유와 사용, PC 통신과 인터넷 이용에 영향을 미쳤다.²⁹⁾ 90년대에 20대였다는 연령대와 대학생 신분이었다는 학력, 그리고 수도권에서 학교를 다녔다는 지역성은 부상하는 새로운 미디어 환경에 보다 빠르게 반응할 수 있던 인구학적 조건 중 하나이다.³⁰⁾ 이들을 연구 참여자로 삼음으로써, 90년대 미디어 환경 변화가 일상 경험에 어떠한 의미를 가졌는지를 구체적으로 이해해볼 기회를 가져보고자 한다.

90년대 학번들이 말하는 미디어 경험은 90년대 미디어 이용과 관한 주관적인 기억의 텍스트이다. 현재의 경험이 아니라 과거의 경험에 관한 현재 시점에서 자기 구술이고, 개인의 자서전적인 맥락에서 진술하는 과거 경험의 자료이다. 그동안 미디어 연구에서 종종 라디오, 텔레비전, 영화, VCR과 같은 특정 미디어의 초기 시절을 다루기 위해 개인들의 미디어 기억 연구가 이루어졌다.³¹⁾ 예를 들어, 무어스³²⁾는 라디오가 영국 가정의 일상적인 삶에 수용되는 과정을 개인의 미디어 기억을 기반으로 살펴보고, 쿤³³⁾은 1930년대 성장기를 보낸 사람들의 영화가기 경험에 대한 기억과 의미를 통해 영화문

29) 백옥인 (1998).

30) 1990년 통계에 의하면 20대 인구는 약 873만 명으로 전체 인구의 22.1%를 차지했고, 20-24세 인구 가운데 4년제 대학 이상에 재학하거나 졸업한 학생의 비율은 15.3% 정도가 되었다. 반면 1995년 20대 인구는 약 844만 명으로 전체 인구의 20.6%가 되었고, 20-24세 인구 가운데 대학 이상 재학하거나 졸업한 학생의 비율은 32.4%로 두 배 이상 늘어났다. 1990년대 33.2% 수준이었던 고등학교 졸업자의 대학 진학률은 1995년 51.4%, 2000년 68.0%로 크게 늘어났다(<교육통계연보>). 90년대는 대학생 인구가 급격하게 늘어나기 시작한 시기라고 볼 수 있다.

31) 미디어 기억 연구는 “미디어에 의해, 혹은 미디어 이용을 통해, 또는 미디어에 관해 서술된 집단 과거를 체계적으로 탐구”하는 연구로 정의해볼 수 있다(Neiger et al., 2011, p. 1).

32) Moores (1988).

33) Kuhn (2002).

화의 과거와 현재를 보여주었다. 한편 매튜³⁴⁾는 초기 케이블 TV 및 VCR 이용에 관한 청소년들의 미디어 이용 기억을 연구함으로써, 새로운 미디어의 등장이 사회적 사건이면서도 서로 다른 연령집단 혹은 개인에게 서로 다른 의미를 가질 수 있음을 보여준다. 이들 연구는 이용자 관련 통계나 역사적 사실에 드러나지 않는 당대 미디어의 미시·사회적 수준의 경험과 의미를 보여준다. 특정 집단의 사적인 미디어 기억을 수집함으로써, 미디어가 일상적인 삶에 수용되는 방식, 일상적 삶의 실천에 연루되는 방식 등에 관한 경험담을 들을 수 있다. 이러한 경험담은 역사적 정확성 혹은 진실성을 재현하기 보다는 당시 일상생활에서의 미디어의 중요성과 체험에 대한 증언을 해준다. 이들의 미디어 기억은 역사적 진실 자체가 아니고 미디어 역사를 대체할 수도 없지만, 당대의 시대적 특이성과 경험을 살펴보는 하나의 사회적 흔적이자 이것에 관한 이해의 과정이라고 할 수 있다.³⁵⁾

인터뷰 참여자들은 연구자와 연구자 주위의 인맥을 통해 찾아낸 핵심 연구 참여자로부터 소개나 추천을 받아 연구 참여자를 확대해가는 눈덩이 표집방식으로 모집되었다. 특별하게 미디어 이용의 빈도와 양이 많았던 사람들을 선별해서 모집하기보다는 90년대 학번이라는 조건을 충족하면 연구 참여 대상으로 삼았다. 심층 인터뷰는 2015년 10월과 11월에 집담회 혹은 개인 인터뷰 방식으로 실시되었다. 인터뷰에 참여한 참여자는 90학번에서 94학번 13명과 95학번에서 99학번 12명으로 총 25명이 참여하였다. 인터뷰 참여자의 성별을 보면 남자 12명, 여성 13명으로 이루어졌고, 25명중 14명이 시간강사, 교사, 교수, PD, 공인회계사, 변리사 등 전문가 직업을 가졌고, 7명은 사무종사자, 1명은 판매종사자, 2명은 대학원생, 1명은 무직이었다. 인터뷰의 방식은 주로 한 번에 한 명씩 인터뷰하는 일대일 면접으로 이루어졌지만, 때로는 연구 참여자의 동문 혹은 친구들과 함께 이루어지기도 했다.

34) Matthews (2003).

35) Keightley (2010); Bourdon (2011).

일대일 면접을 했을 때는 개인의 경험에 집중하며 인터뷰를 진행할 수 있지만, 집단회를 할 때는 과거 경험을 공유하는 이들의 자연스런 대화 과정 속에 미디어 기억의 경험을 들을 수 있었다. 인터뷰 과정은 이들이 일상에서 이용했던 미디어를 복기해보는 간단한 질문지를 작성하는 것을 시작으로, 미디어 이용에 관한 반-구조화된 질문이 이어졌다.³⁶⁾ 인터뷰 참여자들은 자신에게 기억에 남는 미디어 경험에서부터 새로운 미디어의 수용 방식, 여가를 보내는 방식, 사람들과 상호작용하는 방식, 사회를 지각하는 방식 등에 관한 자신의 경험을 이야기했다. 모든 인터뷰는 녹음되어 문서화되었고 밴 매넨(Van Manen)의 ‘체험연구(researching lived experience)’적 시각을 따라 이루어졌다. 다시 말해 미리 기준을 세워 놓고 분석적 부호화, 분류, 데이터 정리를 해나가기 보다는, 그 현상이 어떻게 경험되는지 그리고 이러한 현상이 무엇을 의미하는지를 발견해보고자 하였다.³⁷⁾ 이 연구는 인터뷰 참여자들의 미디어 ‘체험’의 기억을 드러내고 기술하면서, 다시 말해 이들의 미디어 기억의 파편, 일화, 순간 장면 등을 수집하고 해석하는 과정 속에서 미디어 환경과 자아 경험의 관계가 드러나는 순간을 포착하고 주목해보고자 한다. 따라서 이 연구는 소수의 개별 사례를 통해 전체 집단의 경험을 일반화시키거나 전형적이고 대표적인 사례로 물신화시키려는 연구가 아니다. 또한 신세대의 성격을 재규정하거나 증명하려고 하는 것도 아니고, 새로운 미디어의 등장과 효과라는 환원론적이고 단선적인 인과론에 이들의 경험을 맞추려는 것도 아니다. 90년대 학번 연구 참여자 개인의 다양한 미디어 경험과 개별적 궤적을 살펴보면서, 미디어 결정주의나 사회구성주의의 단선적인 환원론의 한계를 벗어나 복합적인 미디어 이용 혹은 미디어-인간의 관계 양상을 이해해보고, 행위자의 선택과 결정이 만들어낸 미디어 이용의 결 또한 주목해보고자 한다.

36) 한 장짜리 질문지로 중고등학교와 대학교를 다녔던 연도, 각 미디어를 이용하였던 연도를 체크하는 것이었다.

37) 밴 매넨, 신경림 역 (2000), p. 61.

IV. 개인 커뮤니케이션 시스템의 결들

1. 미디어 환경의 구성

인터뷰 참여자 모두 90년대 학번으로 90년대에 10대, 20대의 청춘기를 보낸 사람들이지만, 90년대 초반에 대학을 다니고 후반에 사회생활을 시작한 참여자도 있고, 초중반에 중고등학교를 다니다가 후반에 대학에 입학한 참여자도 있다. 일상에서 이용하는 미디어 혹은 개인 커뮤니케이션 시스템도 개인에 따라 다르게 구성되어 있다. 책을 좋아해 즐기는 사람도 있지만 멀리하는 사람도 있고, 신문을 습관적으로 읽는 사람도 있지만 신문 읽기에 관심 없는 사람도 있으며, 텔레비전이나 PC 통신을 자주 이용하는 사람도 있지만 그렇지 않은 사람도 있다. 학번과 연령대에 따라 그리고 개인의 조건이나 성향에 따라 미디어 이용의 결이 다르게 나타났다. 그럼에도 불구하고 연구참여자들이 진술한 연도별 이용 미디어를 보면 90년대 미디어 환경 변화의 전반적인 흐름이 이들의 개인 커뮤니케이션 시스템에 어느 정도 반영되고 있음을 알 수 있다. 소위 대중 매체나 영상 매체가 지배적인 미디어 위치를 갖는 가운데, 컴퓨터, 핸드폰, 인터넷 등이 부상하는 미디어 환경이고, 워커맨이나 무선호출기는 부상하다가 퇴락하는 미디어 환경이 되었다(표-1).

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
종이신문	13	13	13	13	12	13	14	16	16	15
영화관	17	19	19	20	20	22	22	22	22	23
텔레비전	17	17	17	17	17	16	18	19	19	19
케이블TV						4	6	9	9	11
VCR	16	16	16	16	16	16	15	16	14	10
라디오	14	15	16	16	16	15	15	14	14	14
워크맨	12	13	14	14	16	15	12	11	8	4
CDP	3	3	9	12	16	17	18	17	15	11
MP3								4	5	8
무선호출기	1	1	3	8	12	16	18	15	12	7
핸드폰								8	11	20
컴퓨터	9	10	10	12	14	18	20	19	19	21
노트북		1	1	1	1	1	4	6	7	7
PC통신	3	6	6	6	6	8	12	15	12	13
인터넷		1	1	2	2	6	7	12	15	22

[표-1] 인터뷰 참여자의 미디어 이용

(단위: 명수, □: 과반수이상 이용, ■: 3분의2이상 이용)

연구 참여자들이 90년대 미디어 경험으로 떠올린 주요 미디어 기억 중의 하나는 컴퓨터 PC, ‘삐삐(무선이동통신)’, PC 통신 등 당시 부상하던 미디어 환경에 관한 것이었다. 라디오, 텔레비전, 영화, 신문 등 기존 미디어가 지배적인 위치를 차지하는 가운데, 새롭게 등장한 디지털 기기나 통신 기기가 미디어 환경의 전면에 부상했고, 이들에게 기억에 남을 만한 경험으로 의미화 되었다. 기억에 남는 미디어 경험으로 PC통신을 통해 “새로운 친구들 만나고 수다 떨고 번개 하는” 새로운 경험을 떠올리기도 하고(P4, 93학번, 여, 41세, 전문직), “저희가 삐삐세대예요”라며 삐삐라는 미디어를 자신과 또래 집단의 정체성을 정의하는 대표적 문화코드로 떠올렸고(P9, 96학번, 여, 37세, 전문직), “90년대에는 PC밖에 기억에 없어요”(P3, 93학번, 남, 40세, 사무직)라고 말하며 일종의 융합 미디어로 일상의 일부가 된 컴퓨터를 떠올리기도 했다. 하지만 연구

참여자들의 기억에 떠오른 대상은 이렇게 부상하는 미디어 환경에만 국한되지 않았고, 신문, 잡지, 영화, 비디오, 라디오, 워크맨, CDP 등 다양한 미디어들에 대한 경험을 들려주었다. 연구 참여자들이 현재의 시점에서 주관적으로 불러온 90년대 미디어 기억의 대상은 당시의 미디어 환경을 구성했던 미디어 수만큼이나 다양했다.

개인의 커뮤니케이션 미디어 체계는 연구 참여자의 생애주기적 특성과 밀접한 관계를 가졌다. 중고등학교 때에는 입시 교육 체제 하에 학교와 집을 오고가는 생활 패턴을 가지고 있어, 텔레비전 시청은 시간적으로 제한적이었고 하루 종일 함께 있는 친구들과 연락하기 위해 굳이 통신 수단이 필요하지 않았지만 만화책을 읽고 라디오를 많이 들었다고 이야기하는 사람들이 많았다. 이 시절 중고등학교 때 만화책 보기나 라디오 듣기는 억압적인 입시 공부의 현실 앞에 소극적인 여가활동이었고 때에 따라선 저항적인 문화실천이 될 수 있었다. 반면, 대학교 때에는 집에서 혹은 부모로부터 어느 정도 상대적인 독립성을 가지며 학교 교실의 범위를 넘어서 돌아다니고 사람들과 교류하고 연애도 하고 취미생활도 할 수 있게 되면서, 개인의 커뮤니케이션 미디어 체계도 이러한 이행기에 맞게 재구성되는 경험을 가졌다. 이와 함께 고등학교를 졸업하고 대학에 들어갈 때, 자취를 하거나 주거 독립을 할 때, 연애를 시작할 때 등은 개인용 컴퓨터, 삐삐, 핸드폰 등 새로운 미디어 기기를 구입할 수 있는 계기를 제공했다.

미디어는 또래 친구들과 교류하고 문화를 공유하기 위해 갖춰야 할 생활필수품으로 자리 잡았고, 또래의 공동 문화의 주축으로 기억되었다. 또래 집단의 미디어 이용은 자신의 미디어 이용의 배경이나 성향을 설명할 때 인용되거나 대비되는 참고대상이었다. “애들이 쓰니까 따라서”(P10, 91학번, 여, 43세, 전문직), 혹은 “삐삐 없으면 삐삐 쓰지”라는 주변의 핀잔은 들으며(P17, 93학번, 여, 40세, 전문직) 삐삐를 구입했다. 친구들이 이용하니까 또래 집단의 미디어 문화에 동조해 기기를 이용하게 되고, 이러한 기기의 이용으로 또래들과 대칭적인 커뮤니케이션을 하며 문화 공유를 할 수 있게 된다. 반면, 자신의

개성적이고 차이나는 미디어 이용을 설명할 때에도 또래 집단의 미디어 이용을 인용하거나 대비시킨다.

저는 (PC통신을) 거의 안했던 것 같아요. 그냥 저는 별로 흥미가 없었던 것 같아요. 친구들 중에는 좋아하는 친구들은 그걸로 해서 채팅도 하고 그런 걸로 알고 있는데, 저는 그닥 그냥. 그냥 좋지가 않았던 것 같아요. (……) 지금도 그런 걸 좋아하지 않는 성향 쪽인 거 같아요. 아까 말씀드렸지만 약간 크리스찬, 교회 중심으로, 학교와 교회 생활을 하다보니까, 그런 또 취미를 위해 다른 모임을 만든다거나 그렇진 않았던 것 같아요. (P1, 92학번, 여, 42세, 사무직)

새로운 미디어를 개인의 커뮤니케이션 미디어 체계에 들어오고 일상 환경의 일부로 되는 과정은 다양한 요소의 영향을 받는다. 개인의 경제적 조건이나 미디어 선호도, 출신지역(서울과 지방), 젠더 등 사회적 조건뿐만 아니라, 또래 집단 내 유행이나 압력, 워드로 쓴 리포트를 요구하거나 이메일을 쓰게 하는 교육적 압력, ‘대학생은 ○○해야 된다’는 사회적 인식과 기대감 등이 영향을 미쳤다. 이러한 요소들은 개인의 커뮤니케이션 미디어 체계가 개인별 차이를 가지며 구성되는 일련의 맥락이 되었다. 그리고 이렇게 변화하는 개인 커뮤니케이션 미디어 체계가 일상생활에 결합이 되면서, 개인이 정보를 접하고 세계를 지각하고 경험하는 방식에 일종의 ‘바탕 화면’같은 역할을 수행하게 된다. 이러한 ‘바탕 화면’에 따라 특정한 일상적 실천이 새롭게 ‘정상화’된다.

2. 일상적 실천의 형성

새롭게 정상화된 실천 양상 중의 하나는 정보 접근 방식이 개인 커뮤니케이션 미디어 체계의 성격에 따라 다른 결을 가지며 구축된다는 점을 살펴볼 수 있다. 예를 들어, 연구 참여자들이 종종 언급하는 미디어 경험 중의 하나는 영화보기이다. 영화관에서 영화를 보기도 하지만, 집에서 혹은 비디오방에서

영화를 보았던 기억을 자주 떠올린다. 그런데 개인이 영화에 관한 정보를 구하는 경로는 자신이 이용하는 미디어 체계에 따라 다르게 경험된다. 어떤 이는 당시 부흥기를 맞이했던 영화잡지로부터 정보를 얻고,³⁸⁾ 어떤 이는 TV의 영화소개 프로그램으로부터 ‘이걸 웬지 봐야할 것 같은 느낌’을 얻었으며, 또 어떤 이는 PC통신 동호회로부터 정보를 얻는다. 개인이 즐겨 찾는 미디어에 따라 정보 접근 방식의 결들이 다르게 구성된다. 사회에 관한 정보도 집이나 학회실에서 접근하는 신문을 통해, TV를 통해, PC 통신을 통해, 또는 동료와 선배들의 구전을 통해 듣게 된다고 말하는데, 이것 역시 개인이 일상적으로 이용하는 미디어 형식에 따라 다른 경로를 갖게 된다. 이러한 정보 접근의 차이 나는 결들은 90년대 미디어 환경이 이전 시대에 비해 보다 다양한 미디어 형식으로 구성되었다는 점과 무관하지 않다.

또한 개인의 커뮤니케이션 미디어 체계가 변화하고 일상생활에 결합되는 과정에서 새로운 실천들이나 의식(rituals)들이 만들어진다. 보고서를 손이 아닌 컴퓨터의 워드 프로그램으로 써서 낸다든지, 공중전화 앞에서 기다리며 뻘뻘에 찍힌 전화번호로 전화를 걸거나 음성 메시지를 확인한다든지, 친구들과 놀기 위해 노래방이나 영화관 혹은 PC방을 간다든지 등 새로운 실천들이 자연스럽게 당연한 행위로 또래 문화에 자리 잡는다.

(고등학교 1-2학년때) 영화 보고 노래방 갔다가 그 다음에 롤러장 가는 딱 그 코스였거든요. (……) 이게 딱 하루의 코스지만 사실은 우리가 그때 좀 날 잡아서 뭔가 좀 논다 했을 때, 소위 말하는 미디어나 미디어 비슷한 거라도 접목해서 할 수 있는 게 최상의 코스였던 거예요. (……) 대학교 때는 술 먹고 그냥 노래방 가고. 전 계임을 안했어요. (……) 97-8년도에는 PC통신을 매일 한 2-3시간 썩 한 것 같아요. 동기, 선배랑. 거의 맨날 PC통신 하고. (P14, 97학번, 남, 37세, 회사원)

미디어를 매개로 또래와 놀고 유대 관계를 유지해나가는 과정 속에 또래

38) 90년대 중반 <씨네21>, <키노>, <필름2.0>, <스크린> 등이 잇달아 창간되면서 영화 잡지의 부흥기를 맞이한다.

문화가 형성되고, 다른 한편으로는 또래 문화와 구분되는 자신만의 취향 문화가 형성되기도 한다. 특정한 유형의 미디어 콘텐츠나 정보 혹은 기기를 선택적으로 이용하면서 또래 집단에서 벗어나 “자발적 외톨이” 상태를 유지하기도 하고(P20, 90학번, 남, 44세, 전문직), “나는 다른 취향을 가졌지, 너네들 이랑 달라”(P7, 99학번, 여, 36세, 대학원생)와 같은 차별화된 문화를 향유하기도 하였다. 이와 같이 미디어기기가 공유문화에 중심이 되면서, 세월의 흐름이 미디어 환경의 변화로 감지되기도 한다. 특히 군대를 갔다 온 연구 참여자들은 군대 가기 전후의 차이를 이야기하면서 복학 후 달라진 미디어의 물질적 환경(예를 들어, 비디오대여점, 비디오방, PC방 등의 확산)이나 사회적 상호작용이나 놀이나 학습 방식(예를 들어, 둘러앉아 술 먹고 돌아가며 노래는 방식이 노래방 문화로 옮겨가고, “레포트를 내라고 하면 도서관을 안가고 PC방을 가는” 방식 등)을 떠올린다.

이렇게 변화하는 미디어 환경 속에 과거에 익숙했던 미디어 커뮤니케이션 양식이 폐기되기도 하고 새로이 매개된 커뮤니케이션 양식과 복합적으로 공존할 수 있다. “새로운 미디어의 등장은 기존 미디어의 의미와 적절성을 바꿔놓았다”는 옹³⁹⁾의 말처럼, 개인의 미디어 커뮤니케이션 시스템이 재구성되면서 미디어간의 관계나 중요도가 달라질 수 있다. 예를 들어, 많은 이들에게 빼빼는 연락과 사회적 유대관계의 유지를 위해 없어서 안 되는 필수 커뮤니케이션 수단이었지만, 90년대 말 휴대전화가 등장하면서 빼빼와 공중전화의 조합이 자연스럽게 휴대전화로 대체되었고, 또한 개인용 음악 청취를 위해 이용하던 워크맨을 대신해 CD플레이어가 이용되었다. 90년대는 신문, 라디오, 방송 등 대중 매체가 지배적인 미디어의 위치를 누리는 가운데, 디지털 미디어가 등장하기 시작했는데, 연구 참여자들 대부분 90년대 대학 시절을 보내면서 당시 지배적인 미디어인 텔레비전을 일상적으로 시청하지는 않았다고 말한다. 집밖에서 많은 시간을 보내는 대학생들이 가정과 같은 특정

39) Ong (2002), p. 314.

장소에 고정된 TV를 시청할 기회가 별로 없었을 거라고 예상해볼 수 있다. 친구들과 밖에서 함께하는 시간이 많았던 대학생들에게 장소 귀속적이고 편성표에 의해 짜인 텔레비전 시청을 할 수 있는 시간적 여유나 욕구가 상대적으로 적었다.

그럼에도 불구하고 텔레비전을 즐겨보지는 않는 사람조차도, 인기 프로그램이 무언인지는 알고 있고 ‘모래시계’와 같이 시청률이 높은 드라마는 한 두 편이라도 봐두어 ‘인지’하고 있어야 했다. 텔레비전은 일종의 대중문화의 통화(currency)로서, 텔레비전을 볼 여유가 없는 대학생조차도 평소 텔레비전에 대한 선호 여부나 시청량에 상관없이 알아야 화제 거리였고 더 나아가 일상의 감각에 영향을 미쳤다. P4(93학번, 여, 41세, 전문직)는 <모래시계>가 큰 인기를 끌었을 때 “워낙 많이 들어서 친구들과하고 일부러 누구네 집에 가서 한편을 봤던 기억”이 있고, P2(93학번, 남, 40세, 회사원)도 “고현정이 이쁘네”, “최민수가 멋있네” 하는 친구들의 대화를 따라가지 못해 <모래시계> 비디오를 빌려와 밤을 새며 보았던 기억을 떠올린다. 일상적으로 TV 앞에 앉아있거나 챙겨보지는 않지만, 또래들에게 회자되면서 혹은 TV를 볼 수 있는 장소가 집뿐만 아니라 학회실이나 식당 등으로 확장되면서, TV 내용을 인지하게 된다. 당시에 배경처럼 존재했던 텔레비전은 몸짓이나 유행 감각을 만들어냈다. 연구 참여자들은 텔레비전에 나오는 상품, 스타일, 몸짓 등이 자기도 모르는 사이에 따라하게 되어, 특정 스타일의 청바지를 사서 입고, 특정 칼라의 립스틱을 바르며, 특정 헤어스타일을 따라하고, 특정 포즈를 취했던 기억을 떠올린다. 텔레비전에서 흘러나오는 이미지에 둘러싸여 TV를 안 봐도 내용을 알고, TV의 스타일을 즐기지 않아도 몸에 배거나 무의식적으로 따르게 되었다고 말한다. 연예 오락, 스포츠, 광고에서부터 역사적 사건에 이르기까지 다양한 영역의 담론을 담아낸 텔레비전의 생생한 영상의 형식이 일상생활의 리듬에 녹아들면서, 연구 참여자들은 개인적 선호도를 떠나 이러한 영상을 자연스럽게 접하게 되고 또한 미디어가 제안하는 유행 감각에 직간접적인 영향을 받았다.

90년대 미디어 환경에서 연구 참여자는 다양한 청취 기기로 노래를 듣고, 웬만한 TV 내용은 다 꺾고 있으며, 신문이나 잡지도 읽고, 뽀빠나 핸드폰을 이용하고, PC통신이나 인터넷도 따라하게 된다. 일상생활 환경에 보다 많은 미디어가 물리적으로 들어오게 되고 우리가 경험하는 세계에 미디어가 매개하는 세계의 비중이 확장된다. 접할 수 있는 미디어 형식이나 콘텐츠가 늘어나고, 일상에서 이들에게 노출되는 정도가 커지며, 미디어 이용에 보내는 시간도 많아졌다. 기존 미디어와 새로운 미디어가 공존하면서, 기존의 미디어 이용 방식이 새롭게 재구성되고 개별 미디어가 개인의 경험에 갖는 의미 또한 달라졌다. 특히 90년대에는 대중 매체 콘텐츠를 좀 더 개인적인 맥락에서 볼 수 있도록 도와주는 개인용 혹은 개인화된 미디어 기기 보급이 크게 확산되면서, 미디어 이용이 보다 개인화된다.

V. 사적 미디어 공간의 경험

이전 시대부터 90년대에까지 이어졌던 미디어 이용 문화 중의 하나가 음악 청취 문화이다. 예를 들어, 청소년기의 학생들에게 라디오는 자신들의 스트레스를 풀고 문화적 향유를 할 수 있는 수단 중의 하나였다. 90년대에 젊은이들은 워크맨이나 휴대용 CD 플레이어를 들으며 나만의 ‘청각 공간’을 가질 수 있었다. 이들은 개인이 가지고 다니면서 자신이 원하는 장소에서 자신이 원하는 음악을 청취할 수 있게 해주었고 개인만의 청각 공간을 소유할 수 있게 해주는 소위 ‘모바일 청취’를 가능하게 해주었다. 스텐⁴⁰⁾에 따르면 미디어에 매개된 청취는 시각 미디어의 응시와 관찰 같이 다른 감각활동과 구별이 되는 활동으로서, 청각을 “강화하고, 집중하고, 재구성” 할 수 있게 해준다고 보았다. 이어폰을 귀에 꼽고 음악을 듣는 순간, 직접적인 청각

40) Sterne (2003), p. 59.

환경에서 벗어난 기술화된 청취 공간이 만들어지고, 이러한 청각 공간은 마치 사유지처럼 개인이 혼자 누리는 사적 공간의 성격을 띤다. 연구 참여자들은 워크맨으로 듣는 라디오를 “개인적인” 것으로 경험하고 있으면서도, 또한 집단적인 경험의 매개체로 이용하기도 한다. 예를 들어, 고등학교 시절 내내 라디오를 끼고 살았다는 P6(96학번, 여, 38세, 강사)은 자율학습 시간에 각자 워크맨으로 라디오를 듣지만 친구 생일에 라디오에 사연을 보내 축하하고 라디오에서 나온 내용으로 대화의 소재를 삼았다고 회상한다. 워크맨을 통해 학교나 집의 규범과 맥락에서 벗어나 사적인 청취 공간을 만들 수 있었고, 이렇게 청취한 내용은 또래 친구들이 공유하는 문화적 자원이 될 수 있었다. 하지만 이러한 청취 공간이 다른 하위 문화적 맥락과 접목되면서 더욱 개인적 성격을 띤 청각적 사유지가 만들어지기도 한다. 예를 들어, P5(91학번, 남, 43세, 회사원)는 친구 따라 컴퓨터를 일찍 접하고 헤비메탈 음악과 같은 취향에 관한 정보를 얻으면서 특정 장르의 음악만 좋아하는 “편식”을 하게 되고 CD플레이어도 여러 개 구입했다고 말한다. 특정 음악 장르에 집중할 수 있도록 도와주는 청취 기술과 관련 정보를 제공해주는 PC 통신 동호회의 도움으로 또래 친구들의 그것과 차이 나는 사적 청취 공간을 경험하게 된다.

90년대에는 청취뿐만 아니라 시청과 관람의 방식도 보다 개인적인 방식으로 이루어질 수 있는 미디어 환경이 마련된다. 비디오 이용이 확산되면서 영화 관람이 극장과 같은 공적 장소뿐만 아니라 집에서 그리고 비디오방과 같은 상업적으로 구성된 사적 장소인 비디오방에서도 볼 수 있게 되었다. 이러한 미디어 환경은 장소나 시간적인 면에서 자신이 보고 싶을 때 원하는 영화를 보고 싶은 만큼 볼 수 있게 해주었고, 영화 관람 행위를 좀 더 사적인 맥락에서 이루어질 수 있도록 도왔다. 인터뷰 참여자 대부분 90년대 주요 미디어 기억 중의 하나로 비디오 시청을 이야기한다. 때에 따라선 친구들과 같이, 때에 따라선 혼자서 비디오를 본 경험을 떠올리는데, 이러한 비디오 보기 방식의 확대를 통해 보다 많은 영상을 접할 수 있었고 영화에 대한 관심도를 높일 수 있었을 뿐만 아니라 혼자 즐기는 시각 공간을 가질 수

있게 된다. 비디오는 영화 보기뿐만 아니라 TV 시청도 보다 사적인 맥락에서 이루어질 수 있도록 도왔다. 시청자는 비디오의 녹화기능을 이용해 방송 시간을 놓치거나 집 밖에 있어 보지 못했던 프로그램을 원하는 시간에 다시 볼 수 있고, 따라서 방송사에서 주어진 편성 패턴의 리듬이 아닌 개인의 필요에 따라 자신이 보고 싶은 프로그램 시청할 수 있게 된다. 영상 비디오의 등장은 마치 책처럼 영상을 선택 가능한 대상으로 만들 뿐만 아니라 소장 가능한 사물의 개념으로도 다가온다. 비디오를 ‘선택하고’ ‘빌려오고’ ‘돌려보고’ ‘소장’하기도 하는 등 보기의 과정이 사물의 사적인 소유와 소비 과정으로 치환되기 시작했다.

하여튼 그걸 녹화를 했어요. VCR로 녹화를 했는데, 이게 정말 저의 재산목록 1호와 같은 애장품인거죠. 근데 친구가 그걸 빌려달라고 너무나 한번만 보고 싶다고 그래서 그걸 빌려줬는데 그걸 가지고 튀었어요. 너무 그때 속이 상했는데 어떻게 할 수가 없었어요. (P6, 96학번, 여, 38세, 전문직)

90년대 젊은이들이 워크맨이나 휴대용 CD플레이어를 매개로 사적인 청각 공간을 가질 수 있었고, 비디오를 통해 보다 사적인 보기가 가능해졌다. 이러한 매개 공간은 기존 미디어의 경험을 좀 더 개인화된 맥락에서 가질 수 있게 해주었다면, 삐삐와 휴대전화 등의 통신 수단은 물리적 장소에 상관없이 자신만의 ‘휴대용’ 통신 수단과 공간을 가지며 ‘나’의 필요에 따른 소통을 경험할 수 있게 해주는 새로운 미디어 환경으로 부상했다. 긴급용무를 위해 사용되었던 된 삐삐가 90년대 대인 커뮤니케이션 수단으로 용도 변경이 일어나면서, 90년대 젊은이들에게 사적이고 친밀한 상호작용의 경험을 할 수 있게 해준 주요 통신 수단이 되었다.

(삐삐는) 그래도 사적인 게 더 많았던 것 같아요. (기숙사에) 전화기가 있긴 했었는데, 잘은 안 썼던 것 같아요. 룸메이트랑 그걸 같이 나눠 써야 되고 그리고 룸메이트랑 한방에 있다 보니까 통화를 해도 이게

옆 사람에게 다 들리고 결국 개인적인 이야기를 할 거면 그냥 공중전화 가서 이야기 하게 되요. (P22, 95학번, 여, 37세, 전문직)

일방적으로 전화번호만 표현할 수 있는 한계를 가졌지만 개인에게 직접 일대일 연락을 취할 수 있는 수 있는 뽀뽀는 집 밖에서 많은 시간을 보내는 대학생의 중요한 연락 수단이 되었다. 이동하는 개인이 주변의 간섭을 받지 않고 ‘나’의 필요에 따라 연락을 취하거나 받을 수 있게 됨으로써, 다시 말해 연락 가능한 상태로 만듦으로써, 사회적 상호작용이 좀 더 개인화된 방식으로 이루어질 수 있도록 도왔다. “옆 사람”에게 들리지 않게 개인적인 이야기를 나눌 수 있는 통로를 마련해준 것이다. 또래 집단과의 일상적인 상호작용의 방식에 변화가 일어났다. 집단에게 연락할 때 사용되었던 메모지 문화가 사라지고 테이블 마다 수신전용 전화기가 있는 카페가 유행하기도 하였다.

하지만 이동 미디어로서의 뽀뽀는 휴대전화가 대중화되면서 대인 커뮤니케이션 미디어로서의 자리를 내놓게 된다. 뽀뽀가 이동성을 가졌으나 비동시적이고 일방적인 커뮤니케이션 양식 그리고 단순한 숫자로밖에 표현할 수 없는 한계, 그리고 주로 공중전화와 같은 다른 통신 미디어에 의존해 메시지의 송수신을 확인해야한다는 번거로움 등을 갖는다. 이러한 한계 때문에 목소리와 문자를 매개하고 실시간 양방향적인 커뮤니케이션을 허용하는 휴대전화가 등장하면서 지배적 미디어 지위를 빼앗기게 된다. 연구 참여자에게 뽀뽀는 “나를 통해서 내 독자적으로 누군가와, 친구들과 연결되었다는 느낌”을 갖게 해주었다면, 휴대전화는 “나만의 방식으로 오랫동안 누군가와 통화할 수 있는 느낌” 가질 수 있게 해주었다(P17, 93학번, 여, 41세, 전문직). 다시 말해, 뽀뽀가 개인적인 연결성을 가져왔다면, 휴대전화는 ‘연결된 현존’의 감각을 가질 수 있게 해주었다. 뽀뽀는 공중전화나 집 전화 등 2차 미디어에 의존해야 되고 이러한 2차 미디어가 놓인 주변 상황에 영향을 받지만, 휴대전화는 ‘직접적인’ 연결과 실시간 커뮤니케이션 가능하게 해줌으로써 사적인

삶을 구성하는 가까운 사람들(가족, 친구, 연인 등)뿐만 아니라 다양한 타인과 일대일 상호작용을 할 수 있게 된다. 휴대전화를 통해 개인의 편의와 필요성에 따라 대인 커뮤니케이션을 할 수 있게 되고, 사회적 상호작용의 시간과 공간 그리고 송수신 대상에 대한 개인적 통제력을 경험하게 된다.

VI. 미디어 이용과 자아 경험

90년대 미디어 환경의 변화는 새로운 지각과 연결의 경험을 만듦으로써 다양한 타자에 대한 접근과 상호작용을 가능하게 해주었다. 각 미디어가 상호작용의 범위, 규모, 속도, 패턴에 영향을 미치면서 사람들의 인지적, 지각적, 문화적 정향성에 영향을 미칠 수 있다.⁴¹⁾ 신문, 책, 영화, 라디오, TV 등 전통적 미디어뿐만 아니라, 휴대전화, PC통신, 인터넷 등의 새로운 통신 미디어는 사회적 실재와 타자를 지각하는 방식, 실재를 공유하고 사회적으로 상호작용하는 방식, 행위의 주체로서 자아를 지각하는 방식 등의 새로운 조건을 형성한다. 책읽기, 신문보기, 영화와 TV보기, 라디오 듣기 등을 통해 자신의 물리적 공간에서 만나기 어려운 타자들을 접할 수 있고, 이러한 이용 과정을 통해 독자공동체, 시청공동체, 청취공동체 등에 참여할 수 있었다. 또한 통신 미디어는 사람들과 직접적으로 연결시켜주고 ‘가상적으로’ 사회적 상호작용을 확장시켜나갈 수 있도록 도와줌으로써 개인이 경험하는 타자의 범위와 접촉 형태에 변화를 가져온다. 미디어를 이용해 커뮤니케이션과 사회적 상호작용의 주체로서 자신의 경험에 통제력을 확장해가려고 하고, 이러한 과정에서 미디어의 형식적 조건에 영향을 받는다.

우선 여러 연구 참여자들이 기억을 떠올렸던 미디어 경험 중 하나는 CNN, AFKN, MTV와 해외 영화 비디오를 매개로 경험하는 사회적 실재의

41) 마샬 매클루언, 김상호 역 (2011).

시계(視界) 변화이다. 국내 방송사가 CNN의 뉴스를 동시통역과 함께 곁프전의 폭격 장면을 그대로 내보냈을 때, 국경 바깥에서 일어나는 전쟁 장면을 생방송으로 목격하는 “굉장히 충격적인” 경험을 하게 된다(P21, 94학번, 남, 40세, 회사원). 혹은 AFKN을 통해 마이클 조던과 같은 해외 스포츠 스타를 접하게 되고 좋아하게 되고 국경을 넘어 해외 스포츠팬의 일원이 되기도 한다.

서울 올라와서 처음 AFKN을 봤거든요. 왜냐면 우리 동네에는 그게 안 잡히거든요. 그래서 AFKN때문에 영어 공부를 열심히 했어요. 그걸 좀 들어보려고. AFKN에 스포츠 프로그램을 보기 시작했는데, 너무 잘하는 거예요. … 보면서 ‘와 저긴 저런 것도 있네’ 이러면서 맨날 MBC, KBS만 보다보니까. 그리고 아마, 내심은 저걸 보는 사람이 흔하지 않고, 흔하지 않다는 것 때문에 더 봤을 수도 있는 거 같아요. 내가 이걸 보면서 구별 된다 이런 심리가 점점 생겨요. (……) (이후) AOL이라고 있었는데 그거를 썼어요. 그러다보니까 내가 남들보다 정보를 더 잘 찾는구나란 생각을 항상 했었거든요. 처음에는 주로 농구관련해서. (P5, 91학번, 남, 43세, 회사원)

해외 미디어 채널을 접하게 되면서 해외 영상 콘텐츠를 동시적으로 수용할 수 있게 되고 국가의 경계를 넘어 소위 ‘상상 이동’을 할 수 있게 된다.⁴²⁾ 해외 스포츠 시청 공동체의 일원이 되고 그와 관련된 정보를 통신 네트워크를 통해 수집할 수 있게 되면서, 국가의 경계를 넘어선 문화적 소속감을 느낄 수 있고, 이러한 소속감은 주변인들과 차별화되는 자기 정체성을 만들 수 있게 해주었다. 미디어 이용은 단순히 전지구적 정보를 수집하는데서 그치는 것이 아니라 개인의 일상 활동의 일부를 차지하고 자신이 몸담은 사회적

42) 존 어리(2014)는 현대사회의 사회적 삶에 영향을 미치는 다양한 이동성이 존재한다고 말한다. 예를 들어 일·여가·정주·이주·도주 등 사람들의 ‘육체 이동’, 생산자·소비자·판매자 사이에 운송되는 사물의 ‘물리적 이동’, 텔레비전 등 전자 이미지를 통해 어딘가로 가는 ‘상상 이동’, 인터넷을 통해 지리적·사회적 거리를 뛰어넘어 종종 실시간으로 이루어지는 ‘가상 이동’, 편지·전화·팩스·휴대전화 등을 매개로 개인 간 메시지 교환이 이루어지는 ‘통신 이동’ 등이 여기에 포함된다.

맥락을 확장시킨다. 또한 이러한 정보가 갖는 문화적 지위에 의해 자신의 사회적 정체성을 정의하기도 한다. 한편으론 전지구적 미디어에 관여하면서 전지구적 정보 관계망에 개인이 포섭되고, 다른 한편으로 이러한 이용 경험을 통해 자신의 정체성을 재정의하고 기억을 떠올린다.

다채널이나 디지털 네트워크와 같은 정보 커뮤니케이션 기술의 등장은 해외의 대중문화콘텐츠가 유입되는 속도가 빨라질 수 있는 인프라를 제공했고, 이용자들은 자신이 현존하는 물리적 장소의 경계, 지역의 경계, 그리고 국가의 경계를 넘어 전지구적인 유행이나 몸짓을 따라할 수 있게 되었다. P12(97학번, 남, 36세, 대학원생)에 따르면, 90년대 중후반까지만 해도 해외에서 가져온 뮤직비디오나 ‘소울트레인’과 같은 AFKN의 프로그램을 통해 해외 춤을 접할 수 있었고 따라서 해외를 자주 나가 이런 비디오를 사올 수 있는 친구들이 일종의 문화 권력 같을 가질 수 있었다고 한다. 하지만 점차 디지털 네트워크의 처리 속도가 빨라지고 영상의 공유가 쉬워지기 시작하면서 지역과 해외의 ‘시차’가 소멸되었고 해외 춤을 수용하는 속도가 빨라졌다고 한다. “PC통신 통해서 커뮤니티들이 형성이 되면서 만나기가 되게 쉬워졌고, 영상보기도 쉬워졌고, 그러다 보니까 그 몇 년 사이에 자기가 두 바퀴 반 돌면 전국구에서 놀던 사람(출판)인데, (군대) 갔다와보니까 고등학생도 이걸 하고 있을 정도로 순식간에 바뀌어 버렸다”고 한다.

디지털 네트워크 기술의 발달은 지각 가능한 실재와 타자의 범위가 전지구적으로 확대했을 뿐만 아니라 그것과의 연결을 통해 문화적 동조화를 가능하게 했고 지역의 기존 문화 권력이 가졌던 정보 독점력을 약화시켰다. 여기서 개인의 미디어 이용은 단순히 전지구적 정보를 수집하는데서 그치는 것이 아니라 개인의 일상 활동의 일부를 차지하고 자신이 몸담은 사회적 맥락을 확장시켰다. 이러한 확장된 사회 세계의 정보는 기존 지역의 정보와 다른 문화적 지위를 갖고 있고 따라서 이것을 수용하는 개인의 사회적 정체성을 다르게 정의해줄 수 있다. 한편으론 해외 미디어를 수용하면서 전지구적 정보 관계망에 개인이 포섭되고 있지만, 다른 한편으로 이러한 이용을 통해

자신의 경험과 정체성을 재정의 해갔다.

한편 PC 통신의 이용은 낯선 타자와의 만남을 가능하게 하였다. 모든 연구 참여자가 PC통신을 이용한 게 아니지만 PC 통신을 이용했던 연구참여자들은 자신이 접하는 타자의 범위를 확장시키는 경험을 하게 된다. PC통신 동호회에 가입해 특정 분야에 박식한 사람들로부터 정보를 얻기도 하고, 퀴즈를 풀고 농담을 나누는 사람을 만나기도 한다. 관심사나 취향에 따라 특정 타자에 선택적으로 접근할 수 있고, 물리적 현존 없이 텍스트의 형태로만 만나는 타인이어서 어느 정도 거리를 유지하며 커뮤니케이션을 통제할 수 있다. “그냥 다들 한다니까” PC통신을 시작한 P23(95학번, 여, 37세, 전문직)은 채팅을 주로 많이 이용했고 번개(즉석 만남)도 여러 번 했다. “학교라는 데가 되게 제한적이고 그래서 최대한 다른 곳에 있는 사람 만나보고 싶다고 생각을 해서” 모르는 타인이랑 채팅을 했고 “말을 섞어본다는 거 자체”에 큰 재미를 느꼈다고 말한다. 대화방의 제목을 보고 들어가 대화를 나누기도 하고, 카페 이름을 보고 카페를 선택하기도 한다. 늘 같은 시간대에 들어와 이야기를 나누다가 실제 만남으로 이어지기도 한다. 이러한 실제 만남이 진지한 만남으로 이어지기도 했다. PC 통신의 이용은 새로운 타자와의 만남에 대한 기대감을 높였고, 보다 통제된 상황에서 타자와의 상호작용을 할 수 있게 해주었으며, 또한 물리적 접촉이 아닌 상징적 ‘말을 섞음’으로 사회적 관계를 시작하는 경험을 할 수 있게 해주었다. 특히 P7처럼 주변 친구들과 취향이나 관심사를 공유할 수 없었던 사람은 PC통신을 통해 자신의 취향 공동체를 찾을 수 있었고 실질적인 유대관계를 확장시켜갈 수 있었다. 그리고 이러한 취향 공동체와의 교류는 자신이 소속된 물리적 집단의 구성원들과 자신을 구분하는 자의식을 키우는데 일조한다.

전 대학생할 안하고, PC통신 생활 했어요. 왜냐하면 대학에서 다른 애들이랑 취향이 안맞고 배울게 없잖아요. 재미가 없죠. (……) 취향 공동체의 그 끈끈함이 정말, 한참 PC통신에서 이렇게 음악, 영화 쪽으로 활동 많이 했던 사람들은 되게 강하게 남아 있어요. (P7,

99학번, 여, 36세, 대학원생)

PC통신과 같은 네트워크를 통해 개인은 자아의식에 영향을 미쳤던 혈연, 지연, 학연 등을 넘어서 취향과 관심사를 공유할 수 있는 사람들과 연결될 수 있었다. 이들과의 접촉을 통해 만들어진 새로운 관계는 자신을 정의하는 중요한 자원이 되고 있다. 개인은 통신 네트워크를 통해 자신의 고유한 정체성 감각을 만들고 유지하려고 하고, 기존의 관계 위에 새롭게 축적된 관계는 자아의식을 재구성한다. 세디키데스와 브루어⁴³⁾에 따르면 개인에게 세 가지 자아가 공존할 수 있다고 말한다. 하나는 개별적 자아(individual self)로서 자신과 타인을 구분하는 성격, 목적, 열망, 경험, 관심, 행위 등의 특성으로 구성된 자아이고, 다른 하나는 관계적 자아(relational self)로서 대인적 관계에서 자신을 정의하는 자아이며, 나머지 하나는 자신이 속한 집단의 특성을 부각시키며 그것의 특성을 통해 자기를 구성하는 자아라고 한다. 통신 네트워크를 통해 자신의 개별적인 취향과 경험을 추구해가면서 타인과 구분되는 자아의식을 가질 수 있는데, 이러한 개별적 자아의식은 네트워크를 통한 관계적 자아의식에 기반을 두고 있다. 네트워크를 통해 자신이 추구할 사회적 맥락과 관계를 선택할 수 있고 이러한 선택된 맥락과 관계는 지속적인 관여를 통해 유지될 수 있다. 개인의 선택과 관여 행위가 자신의 자아 감각에 기여하는 관계를 만들고 유지하는데 관련됨으로써 개인은 개별적이면서도 관계적인 자아의식을 갖게 된다.

연구참여자들의 사회적 상호작용에 변화를 감지할 수 있는 지점은 학회 활동과 선후배 관계에 관한 기억이다. 전통적으로 대학생들은 학교에서 보내는 시간이 많았고 동료 혹은 선후배와 물리적으로 접촉하며 정보와 정서를 공유해왔다. 이들 사회는 오랜 시간 같이 보내며 끈끈한 관계(학연)를 만들고 집단적 소속감을 느끼며 서로의 의중을 쉽게 읽을 수 있는 일종의 고(高) 맥락(high context)의 사회라고 볼 수 있다.⁴⁴⁾ 90년대 미디어 환경에서 연구

43) Sedikides & Brewer (2001).

참여자들은 경험하는 사회적 실재의 범위가 확대되었고 다양한 사람들과 선택적 사회적 관계를 만들고 유지할 수 있는 능력을 가질 수 있게 되면서, 대학이라는 국지적 맥락에서 이루어진 사회적 관계에서 보다 자유로울 수 있는 기회를 가질 수 있다. 예를 들어, P12(97학번, 남, 36세, 대학원생)는 ‘스트릿 댄스’와 같은 하위문화에 관심이 많아 관련 동아리 활동을 하려고 했지만 학교에서 동아리 장소를 제공받지 못했다고 한다. 그래서 물리적 인프라를 갖지 못한 이들은 PC통신을 만남의 장으로 활용하여 오프라인 관계를 유지하고 유대감을 강화할 수 있는 사회적 공간을 가질 수 있었다. 또한 그는 해당 동아리 내에 사회서적을 읽는 소모임에도 참여하며 본인의 또 다른 관심사인 역사공부를 해나갔는데, 이러한 활동 역시 책 읽고 만나서 토론하는 전통적인 학회 활동 방식에 국한되지 않았다. 그는 PC통신의 ‘철학 포럼’이나 ‘맑스 관련 동호회’ 등을 들어가 자신이 관심 있는 정보를 찾아보았다고 한다. 새롭게 형성된 오프라인 관계의 유지를 위해 그리고 자신의 관심사를 추구하기 위해 PC통신이 이용되었는데, 이러한 사회적 경험과 실천은 단순히 ‘탈구(disembedding)’⁴⁵⁾나 ‘네트워크화’⁴⁶⁾로 정의되고 어렵다. 오히려 국지적 상호작용의 층위가 좀 더 복잡해지고, 이러한 사회적 연결과 실천의 층위를 만들어가는 데 있어 개인적 행위가 중요해졌다는 점을 볼 수 있다.

여러 연구 참여자들이 떠올린 학교 경험 중 하나는 학내 전통적 집단주의의 퇴조에 대한 기억이다. 이는 90년대 학생 운동의 퇴조와도 맞물려있는 사안이지만, 학회 활동에 대한 이들의 기억은 고맥락적 집단주의적 태도가 점차 수용되기 어려워지기 시작했음을 이야기한다. 90년대 초반 하더라도 전통적 위계질서에 의해 선후배 관계가 형성되고 특유의 집단주의와 엄숙주의 앞에 자신의 의사를 쉽게 표현하지 못했는데, 집단에서 이탈하거나 저항감을 갖는 사람들이 생겨났다. “어떤 이슈를 선점해서 후배들 기를 죽여야 되겠다는

44) 에드워드 홀, 최효선 역 (2013).

45) 앤서니 기든스, 권기돈 역 (1997).

46) 마뉴엘 카스텔, 김목한 역 (2003).

어떤 전근대적인 마인드”에 반감이 들었고(P11, 95학번, 남, 41세, 전문직), 학생 운동 때문에 “일주일 단식하면서도 담배는 말보로를 피는” 모습에 냉소한다(P22, 95학번, 여, 37세, 전문직). 90년대 미디어 환경에서 점차 자신의 사회적 타자와 상호작용을 선택하고 통제하는 개인적 경험이 많아지고 매개된 관계를 포함해 개인이 취할 수 있는 사회적 관계의 층위가 다양해질 수 있게 되면서 기존의 집단주의, 엄숙주의 혹은 획일적 위계질서에 대한 저항감이 생겨났다. 기존 세계관이 부적절하다고 느끼면서, 집단주의와 개인주의 모두를 목격하고 경험한다. P2(93학번, 남, 40세, 회사원)는 선배들한테 “너네는 정말 연대감이 없고 개인화되었다”는 이야기를 많이 들었는데 자신이 보기엔 자신의 후배들이 더 그렇다는 생각이 들었고, 자신은 “아날로그와 디지털” 혹은 “집단과 개인”의 중간에 낀 과도기적 세대라고 이야기한다. 90년대 미디어 환경의 변화와 함께 자아 경험을 형성하는 사회적 맥락의 경계가 좀 더 유연해지고 다중화 되기 시작했다. 이와 함께 개인적이면서도 관계적인 ‘혼성적 자아’를 경험하고, 이러한 사회적 맥락을 통제하는 미디어의 위상과 개인적 행위가 중요해졌다. 인터뷰참여자들은 90년대 미디어 이용 경험을 이야기하면서 개인화된 삶의 양상을 기억하는 동시에 친구, 가족, 선후배 등과의 ‘관계’의 맥락에서 혹은 한국사회의 특성인 집단주의나 위계적, 개인 억압적 질서의 맥락에서 이러한 경험을 구술하였다. 이러한 자기 구술은 90년대 미디어가 사적 공간을 만들어나가고 개인적 미디어 이용을 확산시키는 과정에서 집단적이고 관계주의적 기존 사회 질서가 중요한 사회적 맥락 혹은 성찰적 참고의 대상으로 작동하고 있음을 보여준다. 개인적 미디어 이용은 이러한 사회 질서에 동조하거나 대항하는 가운데 다양한 경험의 결을 만들었다. 그리고 바로 이 점이 현재의 미디어 이용 환경에서 상대적으로 결핍된 부분임을 시사하고 있다.

VII. 맺음말

90년대 미디어 환경은 자아 경험이 형성되는 일상 환경이나 사회적 맥락을 점차 바꿔놓았다. 기존 대중 매체가 더 큰 사회적인 영향력을 갖는 가운데 디지털 네트워크 미디어가 부상하기 시작하면서, 개인이 경험할 수 있는 미디어 세계 혹은 사회적 공간이 다양해졌다. 이 글은 90년대 미디어 환경 속에서 개인 커뮤니케이션 미디어 시스템이 어떻게 재구성되었고 미디어 이용이 개인의 자아경험에 어떠한 기여를 했는지를 구체적으로 포착해보고 이해해보고자 한다. 90년대 미디어 환경은 개인이 경험하는 사회적 실제 세계의 정경을 바꿔놓았고 다른 자아들과 만나고 상호작용하는 방식에도 변화를 가져왔다. 특히 90년대 말 IMF 위기이후 신자유주의 체제의 전개와 맞물린 디지털 미디어 이용의 확산은 미디어 의존도와 개인 미디어 이용을 심화시키며 사회적 지각과 자아 경험에 영향을 미쳤다. 이 글은 이러한 변화의 과정이 갖는 의미를 살펴보기 위해 개인이 기억하는 경험 사례를 들어보았다. 연구 참여자의 미디어 기억에 관한 자기 구술은 차이 나는 개인 커뮤니케이션 미디어 시스템의 결들, 개인적이면서 집단적인 공간의 등장, 개별적이면서 관계적인 자아의 경험 등을 보여준다. 그리고 이들 경험의 결은 단순히 탈전통화, 개인화, 네트워크화 등의 몇 가지 키워드로 단정 지을 수 없는 복합적인 측면을 시사한다.

이 글은 미디어 환경과 개인 경험의 관계를 좀 더 전체론적인 시각에서 바라보기 위해 오히려 구체적인 기억을 자료를 축적해보고자 했다. 이러한 기억의 자료를 통해 일반화를 시키고자 하는 것이 아니라 미디어 생태학적 조망을 위한 일종의 사례로 삼고자 하였다. 많은 자료를 축적하였지만 이 글에서 담아낸 내용은 극히 일부에 불과하다. 당시 미디어-자아의 관계를 이해해 볼 수 있는 징후적 사례를 몇 개의 ‘스냅샷’으로 제공했을 뿐이다. 앞으로 더 많은 경험적인 자료의 축적을 통해 좀 더 복합적이고 중층적인

측면에 대한 탐구를 지속할 필요가 있다. 개인의 계층적 조건이나 IMF 위기와 같은 사회적 맥락을 좀 더 두텁게 읽은 작업이나 오늘날의 미디어 이용 경험으로 이어지는 시대적 흐름을 추적하는 계보적 탐색은 미처 손을 대지 못했다. 이는 후속 작업으로 남겨놓겠다.

참고문헌

- 강준만 (2006), 『한국 현대사 산책 - 1990년대편』, 서울: 인물과 사상사.
- 김선주 (1992), 「맞겨를 문화상품이 왜 없나」, 『한겨레』, 1992년 2월 8일.
- 김중태 (2009), 『대한민국 IT사 100』, 서울: e비즈북.
- 남은영 (2007), 「1990년대 한국 소비문화」, 『사회와 역사』, 76: 189-226.
- 박승관 (2004), 「근대화 과정과 사회적 커뮤니케이션 세계」, 『언론정보연구』, 41(1): 137-186.
- 백육인 (2008), 「한국 소비자사회 형성과 정보사회의 성격에 관한 연구」, 『경제와 사회』, 77: 199-225.
- 신경아 (2013), 「‘시장화된 개인화’와 복지 욕구(welfare needs)」, 『경제와 사회』, 98: 266-303.
- 심광현 (2010), 「세대의 정치학과 한국현대사의 재해석」, 『문화과학』, 62: 17-71.
- 윤상우 (2013), 「IMF위기 이후 신자유주의의 내부화 과정」, 『아세아연구』, 56(3): 364-395.
- 이동후 (2015), 「‘뉴’미디어의 이해- 미디어 생태학의 지적 실천과 함의」, 『한국방송학보』, 29(5): 32-66.
- _____ (2016), 「1990년대 미디어화와 대중의 재구성」, 『미디어와 한국현대사: 사회적 소통과 감각의 문화사』, pp. 289-348, 서울: 대한민국역사박물관.
- 이하준 (2014), 「올리히 벡의 개인개념과 한국사회」, 『사회와 철학』, 28: 67-104.
- 전길남 (2011), 「초기 한국 인터넷 略史(1982년~2004년)」, 『The e-Bridge』, 한국정보처리학회, 한국 정보 2011-12호(10월).
- 홍찬숙 (2012), 「한국사회의 압축적 개인화와 젠더범주의 민주주의적 함의」, 『여성과 역사』, 17: 1-25.
- 현실문화연구 (1994), 『신세대론』, 서울: 현실문화연구.
- 닐 포스트먼 (2008), 「미디어 생태학의 휴머니즘」, 캐시 맨 콩 림 편, 이동후 역, 『미디어 생태학 사상』, pp. 119-132, 서울: 한나래.
- 벤 매넨 (1990), 신경림 역(2000), 『체험 연구: 해석학적 현상학의 인간과학 연구방법론』, 서울: 현문사.
- 마뉴엘 카스텔 (1996), 김묵한 역 (2003), 『네트워크 사회의 도래』, 서울: 한올아카데미.

- 마셜 매클루언 (1964), 김상호 역 (2011), 『미디어의 이해』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 마셜 맥루한 (1962), 임상원 역 (2001), 『구텐베르크 은하계』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 앤서니 기든스 (1991), 권기돈 역 (1997), 『현대성과 자아정체성』, 서울: 새물결.
- 에드워드 홀 (1976), 최효선 역 (2013), 『문화를 넘어서』, 서울: 한길사.
- 올리히 벡 (1992), 홍성태 역 (1997), 『위험사회』, 서울: 새물결.
- 조지 미드 (1934), 나은영 역 (2010), 『정신 자아 사회』, 서울: 한길사.
- 존 어리 (2007), 김현수·이희상 역 (2014), 『모빌리티』, 서울: 아카넷.
- 해럴드 이니스 (1951), 윤주옥 역 (2016), 『커뮤니케이션의 편향』, 서울: 한국문화사.

- Boase, J. (2008), "Personal Networks and Personal Communication," *Information, Communication & Society*, 11(4): 490-508.
- Bourdon, J. (2011), "Media Remembering: The Contributions of Life-story Methodology to Memory/media Research," in Motti Neiger, Oren Meyers, Eyal Zandberg (eds.), *On Media Memory. Collective Memory in a New Media Age*, pp. 62-73, New York: Palgrave Macmillan.
- Keightley, E. (2010), "Remembering Research: Memory and Methodology in the Social Sciences," *International Journal of Social Research Methodology*, 13(1): 55-70.
- Kuhn, A. (2002), *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory*, London: I. B. Tauris.
- Madianou, M. & Miller, D. (2012), "Polymedia: Towards a New Theory of Digital Media in Interpersonal Communication," *International Journal of Cultural Studies*, 16(2): 169-187.
- Matthews, D. (2003), "Media Memories: The First Cable/VCR Generation Recalls Their Childhood and Adolescent Media Viewing," *Mass Communication and Society*, 6(3): 219-241.
- Meyrowitz, J. (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press.
- Moore, S. (1988), "The Box on the Dresser: Memories of Early Radio and Everyday Life," *Media, Culture & Society*, 10(1): 23-40.
- Neiger, M., Meyers, O., & Zandberg, E. (eds.) (2011), *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age*, New York: Palgrave Macmillan.
- Ong, W. (2002), "Ecology and Some of its Future," *Explorations in Media Ecology*,

I: 5-11.

- Postman, N. (1970), "The Reformed English Curriculum," in A. C. Eurich (ed.), *High School 1980: The Shape of the Future in American Secondary Education*, pp. 160-168, New York: Pitman.
- Sedikides, C. & Brewer, M. B. (2001), "Individual, Relational, and Collective Self: Partners, Opponents, or Strangers?," in C. Sedikides & M. B. Brewer (eds.), *Individual Self, Relational Self, Collective Self*, pp. 1-4, Philadelphia: Psychology.
- Sterne, J. (2003), "Headset Culture, Audile Technique, and Sound Space as Private Space," *TMG*, 6(2): 57-82.

Abstract

This study examines the media environment as one of the significant contexts for social change in Korea in the 1990s. It explores how the transformation of the media environment affected personal experiences of the “self” during that period. From a media ecological perspective, the introduction of new media does not merely add another media functionality to the existing media environment but reconfigures personal communication systems and thus everyday experiences. This study draws upon in-depth interviews with those who attended college in the 1990s to examine how social perceptions and interactions in the changing media environment in the 1990s have contributed toward individuals’ self-experiences. In the media environment of the 1990s, more media were introduced, with the consequence of experiences being more mediated than ever before. In particular, as personal devices (which allowed users to access media contents in private contexts) became more pervasive, media usage became more individualized, and social contexts for self-experiences became more flexible and multi-layered. The media memories narrated by interview participants suggest the different textures of personal communication systems, the emergence of private but collective media spaces, and individualized yet relational self-experiences.

【Keywords】 Media in the 1990s, Media Ecology, Media Memories, Qualitative Study, Self-Experiences

논문 투고일: 2016. 9. 20

심사 완료일: 2016. 10. 8

게재 확정일: 2016. 10. 8