


사이버시대의 소비문화: 디지털페인 문화를 중심으로

김난도

서울대학교 소비자학과 교수

	<h2>개 요</h2>
<input type="checkbox"/> 디지털페인 탐구	
- 페인, 언어, 리플문화, 사진합성, 그외 작품활동 등	
<input type="checkbox"/> 어떻게 읽을 것인가	
- 가상공간은 포스트 모더니즘의 현대 소비문화가 식민화된 형태	
- 페인사이트 요소분석과 심층인터뷰를 통한 포스트모더니티 분석	
<input type="checkbox"/> 소비문화적 함의	
- 능동적 소비문화	
- 대항적 소비문화	
- 키치적 소비문화	



디지털페인 탐구(1)

□ 아햏햏

- 아햏햏: “아햏햏은 아햏햏일뿐 그 무엇도 아니다.”
- 디지털페인: 한시도 인터넷을 떠나지 못하는 당신은 페인(Pain)입니다.

□ 현황

- 디지털카메라 사이트 www.dcinside.co.kr 에서 출발
- daum에 152개 cafe, ahehheh.com에 10만 회원, 1일 50만 방문
- 페인문화의 일반화: 디씨페인, 딸지페인, 나우페인, 다모페인, 서프페인 등

□ 관심

- 사회적 관심: 각종 언론보도, 언어파괴 경향
- 학문적 관심: 새로운 사회 트렌드와 소비문화의 반영



디지털페인 탐구(2)

□ 디지털 페인의 특성 (수행의 조건)

- 면식(麵食): 하루 세끼 면만 먹음
- 주침야활: 낮에 자고, 밤에 활동함
- 모나리자 휴지 (남자, DDR)

□ 사용언어: ‘하오’체 ‘본좌’

- 아햏햏, 수행, 햏자
- 업브다
- 유희/무효
- 귀차니즘, 게을르니즘, 뽀주미네이션
- 뽕원
- 싸우다: 하다
- 방법하다: 혼내주다
- 압박하다: 리플을 달다 등



디지털페인 탐구(3)

리플문화 (병욱대첩의 예)

사진합성 (엽기갤러리)

- 개벽이, 개죽이, 개구리
- 소피티아, 초난강, 신구, 장승업, 광녀, 김유식, 딸녀, 할녀 등
- 문희준, 이명박, 이승연

파생작품들: 장르화 경향

- 수행만화, 수행동영상



연구의 시도

1차시도: 게시판을 통한 실태파악

- 1차시도: “1등!!!” “2등인가, 아햏햏” “3등이다, 아햏햏”
- 2차시도: “과제를 바꾸시오, 아햏햏”

2차시도: off-line 인터뷰 시도

- 공익근무요원 페인 섭외 → 완강한 거부

3차시도: e-mail을 통한 설문

- 디지털페인의 실태와 동기조사를 위한 15문항의 설문지마련
- 게시판에서 수집한 e-mail address로 100여 sample 추출, 회수 3부

4차시도: 페인사이트에의 참여와 심층인터뷰

- 박상희, 디지털페인 사이트의 포스트모더니즘과 소비문화분석
(서울대 2003년 석사논문)



폐인문화 읽기: 포스트 모더니즘

저자	Fredric Jameson	Ihab Hassan	Hilton Kramer
논문	Postmodernism or the Culture Logic of Late Capitalism	Pluralism in Postmodern Perspective	Postmodern: Art and Culture in the 1980s
특징	<ul style="list-style-type: none"> -미학적 대중주의 -문화 생산물의 경박성 -역사성의 빈곤 -의미의 해체 -행복감의 만연 -비판을 위해 거리의 소멸 -재현 이데올로기의 약화 	<ul style="list-style-type: none"> -비결정성 -파편화 -탈정전화 -자아의 분산 -비재시성과 비재연성 -아이러니 -잡종화 -카니발화 -행위와 참여 -구성주의 -내재성 	<ul style="list-style-type: none"> -고습성의 상실 -상상력의 분해 -기분과 가치의 소멸 -허무주의의 승리



포스트 모더니티의 요소

□ 내재된 불확실성, 유동성

- 다원적 의미로의 해석가능성, 애매모호하고 부정형의 신비주의적 요소, 끊임없는 변화가능성

□ 패스티시

- 과거 양식의 혼성적 모방, 패러디와는 달리 원전과 주체의 죽음

□ 언어게임

- 특정 공동체 내에서 참여자들이 다양한 발화범주에 속하는 발화의 성격과 용도를 함의

□ 다중정체성

- **Schizophrenia**: 여러 개의 자아로 정체성이 분절화/파편화 해리성 인격장애의 일반화



DCInside의 공간적 특성

□ 익명공간

- 회원가입절차 없이 익명 id와 비밀번호만으로 upload 가능

□ 자생적 Contents

- 디카에 대한 전문적 정보의 모든 것, 매일 올라오는 수많은 사진과 이미지들
- 소비자 스스로 창출하는 정보, 이미지, 문화적 징후

□ 강한 전파력

- 일일 방문 40만명 이상, 병옥대첩의 사례



디지털페인과의 인터뷰

□ 다중정체성

디시페인은 오프라인 페인이 아니다.

현실과 가상이 반대죠. 현실에서는 가난하지만 가상세계에서는 고수나 부자로 사람들이 우러러 보죠. 혹은 계급사회는 우리가 태어나기 이전부터 존재해왔기 때문에 거기에 익숙해져 버린 거죠. 아마도 후자가 이중성에 더 가까운 답일 것 같네요. (차병호)

감춰진 이중성이라고나 할까. 평소에는 자기가 자주 쓰는 아이디를 가지고 답글도 달고 리플도 달고 하다가, 정말 꼴 보기 싫은 것이 나타나면 아이디 살짝 바꿔가지고 인신 공격하고 실생활에서 자기는 모르겠지만 인터넷 상에서의 자기는 사람들이 알잖아요. 근데 자기가 악플을 달고 싶을 때는 자기라는걸 알면 안되니까, 그럴 때는 살짝 바꿔서 사용하겠죠. (이상준)



디지털페인과의 인터뷰

□ 이미지의 독재

이미지는 백마디의 말을 대신한다.

옛날에는 메모를 많이 했었어요. 하지만 지금은 메모를 안하고 그냥 사진 대충 찍고 생각나면 찾든지, 다시 정리를 하든지 그래요. 예전에는 그냥 흘려보고 말았던 것들이 있어요. 자주 가는 지하철 역의 첫차, 막차 시간 이런 거 있죠? 옥수역에서 국철 시간표 이런 거요. 옛날에는 적었지만 지금은 찍어두죠. 심지어는 도면도 사진으로 찍어놓는데요. 요즘에는 일부러 사진을 찍으러 가지는 않아요. 항상 갖고 다니면서, 걸릴 때마다 찍는 편이에요. (손혁)



디지털페인과의 인터뷰

□ 언어파괴

언어의 오용이 문제가 아니다. 문제는 집단정체성이다.

언어 파괴를 재미로 생각하는 것도 같아요. 일반적인 통신체도 아니고, 언어 파괴를 하면서 새로운 언어를 만들어내고 거기서 재미를 찾고 그런 것 같아요. 89년도에 PC통신 할 때는 상대방은 무조건 무슨님 어떻게 하셨어요? 라고요. 진짜 거의 극존칭에 이를 만큼 그런 문화였거든요. 언어 파괴라는 건 상상도 못할 만큼이요. 언제부턴가 인터넷이 보급되면서 네티즌이라는 말도 생겨나고 언어도 변한 것 같아요. (이상준)



디지털페인과의 인터뷰

□ 불확실성과 아이러니

사이트의 불확실성에서 삶의 불안을 해소하고, 아이러니에서 재미를 찾는다.

디시인사이드는 싫은 구석이 있는 반면에 특이하게도 다른 사이트들과 달라요. 다른 사이트들은 악플이 있으면 사람들이 안 갈 텐데 디시인사이드는 오히려 그 악플들이 너무 재미있고 특이해요. 그리고 악플이란게 워낙 많다 보니 올리는 글 정도로 인식되고, 그게 나름대로 재미있는 거 같아요. 리플도 하나의 스타일이죠. 특별히 좋다 싫다는 아니에요. 그냥 재미있는 문화 같아요.엽기로 뭉친 오락성이 그들의 문화인 거 같아요. (김중현)



디지털페인과의 인터뷰

□ 집단행동과 카니벌화

페인들의 집단행동은 하나의 축제다.

예전에는 이런 일이 있었어요 조선일보에서 디시페인들에 관해서 비판을 해놨었죠. 그 다음날 몇 시간 동안 마비 시켰어요. 디시 페인들이 한꺼번에 조선일보 사이트에 몰려가서 F5를 계속 눌렀죠. 무서워요. 몰려다니잖아요. 우루루 우루루 그리고 외국에서 설문조사 같은 거 할 때 세계에서 어느 나라가 제일 아름다운가요? 하면 그 정보를 한 사람이 딱 알려주면 바로 일등이에요. 그러니까 집단성의 힘이 우수하다 보니 자신도 그 사람들 사이에 끼고 싶어 페인이라는 걸 자칭하지 않나 싶어요 (김병현)



디지털페인과의 인터뷰 (종합)

포스트모더니티	이론적 내용	디지털 페인의 행태 분석 결과
다중 정체성	해체주의가 등장하면서 의심할 수 없는 주체는 사라지고 다중정체성이 대세	- 가상공간의 익명체계는 디지털 페인이 다중정체성을 보일 수 있는 기반을 제공 - 가상공간에서 자신의 정체성을 강화하는 기제를 사용
디지털 프로슈머	대중 문화가 발달로 문화를 생산하고 참여할 수 있는 기회가 확대	- 디지털기기의 제품 특성은 디지털페인의 정보 창출을 가능하게 함 - 가상공간의 개방성과 전파력은 문화적 전달매체로서의 기능을 가능하게 함
이미지와 상상력	억압되었던 상상력이 기술의 발달을 통해 이미지로 표출 대중 문화가 다양한 상트를 차용하면서 패스티쉬화한 이미지가 등장	- 현실에 대한 혼성모방을 통해 자신만의 상상력을 표현 - 이미지는 자신을 표현하는 방법이며, 기억력을 대체하는 수단
언어 게임	구성원들의 합의에 따라 집단정체성을 구성하는 다양한 언어를 사용	- 디지털페인의 언어는 상상력과 감수성을 표현하는 방법 - 개인 사고를 전달하기 때문에 비논리적이거나 다의적으로 해석이 가능하다.
아이러니	사회에 내재된 비결정성은 다양한 형태를 아이러니를 용인	- 디지털페인은 가상공간의 자유로움을 갈망하면서도 소속감을 통해서 편안함을 갈구 - 디지털의 장점을 선호하면서도 아날로그에 대한 향수를 구함
카니발화	사회의 다양화로 사람들은 정신분열 증세 일탈을 꿈꾸고, 해소의 장소를 모색	- 가상공간의 익명체계를 통해 일탈을 실현하고 잠재된 욕망을 해소



소비문화에의 함의: 능동적 소비문화

□ Prosumer 집단의 실재화

- Toffler: Producer + Consumer
- 잘못된 소비정보의 수정, 새로운 소비정보의 제공
- 새로운 문화창출에의 참여

□ 발화내용

검증할 수 있을 만한 정보는 주는 것 같아요. 그게 재탕이다라는 걸 증명하는 경우로. 다른데 올라왔던 주소를 남겨놓는 거죠. 신문같은데서 오보가 나면 네티즌들이 올바른 정보들을 올려놔요. 관련된 것을 아래한글로 캡처해서 자기 홈페이지에 올려놓은 다음에 그 url을 띄어놓은 사례까지 본적이 있어요. 아마 그런 능동적인 행동에서 오는 믿음 때문이 아닌가 해요 (김병현)



소비문화에의 함의: 대항적 소비문화

□ 주류문화 vs. 대항문화

- 우드스탁, 히피, 그리고 사이버펑크
- memes: 인간집단들을 가로질러 문화적 돌연변이를 낳으며 자기복제하는 발상들
- neoteny: 유충단계를 지나며 기능이 성숙하는 것 → 성장중단의 거부, 발육기의 연장

□ 페인들, internet, ‘노사모’

- 문화적 부친살해와 정치적 부친살해
- 감정적 태도, 정신적 기술, 신경논리적 현실의 진보

□ 평가

- 정치페인의 등장 (서프페인, 따지 등)
- 가상공간-주류사회의 ‘식민화’(Foucault)와 현실참여



소비문화에의 함의: 키치적 소비문화

□ 키치 (Kitsch)

- 어원: kitchen, verkitschen, keetcheetsya
- 의미: 저속하고 통속적이고 나쁜 취향의 시사한 사물 또는 이미지

□ 키치의 성격: 일탈과 유희

-일탈-
인습에서의 탈피
정서의 비약
복고적 형태

-유희-
의미(Text)의 상호중첩성
긴장의 갑작스런 도약이나 하강
복고적 형태

→ 이항대립적 긴장의 완화 (선/악, 본능/규범, 높음/낮음)

□ 재미있어야 한다, 지루함은 죽음이다



결어: 정체성과 소비

□ 소비는 자아 찾기의 과정

- panoplie effect: 의사놀이 세트
- 연극적 정체성 형성: 낯설게 하기(Verfremdung)

□ 전통적 정체성 형성

- 집단적 소속: 유행 추구, 하위문화에의 동조
- 개인적 몰두: 수집, 매니아(오타쿠)

□ 디지털 시대의 정체성 형성

- brand community: 정보교환과 소속감 (공동체의 파편화)
- avatar: 종이인형놀이 + 화장하기
- brand identity의 중요성: 나를 표현하는 brand



질문 및 토론

