

# ‘신세대론’에 관한 몇 가지 논의

채 백 / 부산대 신문방송학과 교수

요즈음 우리 사회에 유행하는 신세대론은 사회적 실체에 기반을 둔 분석적인 개념이라기보다는 상당 부분 마스크이 만들어 내는 가상현실에 기반하여 만들어진 것이라 할 수 있다. 어느 사회, 어느 시대에서나 존재하는 세대차이를 신세대라는 범주로 묶으려는 것은 바로 시장을 세대별로 세분화하여 상품의 영역을 확대함으로써 이윤을 극대화하려는 자본주의 시장논리이다. 이러한 맥락에서 신세대라는 개념이 등장하게 되었고 뒤이어 미시족, 체크족, 트윈 X세대 등 여러 용어로 범주화되는 유사 세대개념들이 등장하며 또 이 개념들이 마스크의 스포트라이트를 받고 있는 것이다.

따라서 우리는 신세대론에 매몰되어 그들을 도덕적으로 판단하기보다는 변화되는 사회환경의 분석과 함께 그들의 문화를 이해하고 포용하며 눈높이를 맞추려는 노력을 기울일 필요가 있다.

## 1. 마스크의 신세대론

새로운 세대가 나타났다. ‘신세대’라는 고유명사를 부여받은 이들은 알구정동 일대를 배회하는 ‘오렌지와 깡깡’의 이미지로 미디어에 등장했고 미디어는 어느 세대에게 보냈던 것보다 뜨거운 관심을 그들에게 보냈다.

70년대 이후 출생자. 도시라는 공간적 배경 속에서 세계를 이어주는 영상 문화에 익숙해져 있는 세대. 풍요의 기반 위에서 성장한 감각적이고 소비지향적인 철부지들. 미디어는 쉽게 그들을 그렇게 규정한 후, 때때로 격렬히 비난하고 혹은 그들의 성향에 아부하였다. 물질문명의 노예들이라고 그들을 비난하는 프로그램이 방영되고 나면, 그들이야말로 진정한 세상의 주인이며 모든 상품은 그들을 위해 존재한다는 광고가 나가는 아이러니를 보이고 있는 TV를 보았다.

앞의 내용은 필자가 몸담고 있는 부산대학교 신문방송학과 의 학생들이 지난해 「마스크와 신세대」라는 주제로 개최한 학술제의 자료집에서 인용한 것이다. 최근 몇 년 사이에 우리 사회에 난무하고 있는 신세대에 관한 논의가 바로 그 주역인 대학생들의 눈에는 어떻게 비추어졌고 어떻게 받아들여지고 있는가를 잘 보여주는 대목인 것 같아 원문 그대로 인용하였다.

기사나 프로그램에서는 새로운 세대를 기성세대와는 무언가 다른 별종의 인간 집단인 것으로 규정하며 그들의 삶의 행태에 대해 도덕적인 차원에서 탄식과 우려의 목소리를 드높이면 서도 바로 그 뒤를 잇는 마스크의 광고에서는 젊은 세대를 특화시키고 부추기면서 한시라도 빨리 우리 상품을 삼으로써 신세대 문화에 동참하라는 내용으로 가득 채워지는 아이러니를 날카롭게 지적하고 있다. 이러

한 마스크의 이윤배반이 젊은이들로서는 쉽게 받아들이기 어려운 대목이라는 점을 짐작할 수 있게 해 준다.

언제부터인가 우리 사회에서는 신세대라는 용어가 무언가 특별한 사회적 의미를 지닌 용어로 사용되기 시작하였다. 미국의 X세대나 일본의 신인류(新人類) 등의 용어도 심심찮게 들리더니 이제는 트윈 X세대나 미시족, 체크족 등의 용어까지 등장하여 그야말로 새로운 세대의 홍수를 이루고 있다.

이러한 신세대론을 만들어 내고 유포시킨 주역은 뭐니 뭐니 해도 마스크이다. 신문이나 방송이 신세대에 관해 연일 대서특필하자 뒤를 이어 많은 사람들이 신세대라는 용어를 입에 담기 시작하였고 자연스럽게 신세대는 기정사실화 되어 버렸다.

마스크가 묘사하는 신세대론은 90년대의 젊은이들을 무언가 다른 별종의 인간 집단으로 규정하고 있다. 이른바 신세대들의 특성으로 자주 지적되는 것들은 '현세주의', '감각지상주의', '자기중심주의', '가치관 상실의 당연시' 등이다. 미래보다는 현재의 쾌락을 추구하며 이성보다는 감성에 치우치고 모든 일에 자기중심적이며 가치관의 부재를 아무런 혼란도 없이 자연스럽게 받아들이는 것이 신세대의 특징이라는 주장이다.

때로는 마스크가 묘사하는 신세대의 특징이 상호 모순되는 측면을 보이기도 한다. 예컨대 신세대가 어렵고 힘든 일을 기피하면서 편리함을 추구한다는 내용이 마스크에 자주 보도되고 있다. 신세대들이 3D 기피 현상을 보임으로써 우리 산업의 고용 안정성을 해치고 나아가서 경제 전반에 좋지 않은 영향을 미친다는 우려의 목소리들이 많다. 그런가 하면 최근의 휴가철을 맞이해서는 계곡의 급류 타기나 윈드 서핑, 스킨 스쿠버 등 모험적인 스포츠가 신세대의 피서문화로 자리잡는다는 보도도 심심찮게 나오고 있다. 이렇듯 신세대에 관한 논의가 무성하고 그들의 특성에 대해서 많은 이야기들이 나오고 있지만 대단히 혼란스러운 상황임을 부인할 수 없다.

따라서 우리는 마스크가 이야기하는 신세대의 특성들이 과연 요즘 젊은 세대만의 독특한 특성인가에 대해서 다시 한번 곰곰이 되새겨 볼 필요가 있을 것이다. 기성의 눈으로, 기성의 자를 가지고 지금의 젊은 세대를 기성세대와 구분하면서 도덕적으로 단죄하기보다는 과연 신세대라는 것이 있기는 있는지, 그들의 특성이 존재한다면 그러한 특성은 왜 나타나는지에 대해 좀더 분석적으로 접근할 필요가 있다고 하겠다.

## 2. 신세대는 과연 존재하는가 : 사회 변화와 세대차이

“요즘 애들은 도무지……”

어른들이 젊은 세대를 향하여 혀를 차며 하는 말이다. 어른의 입장에서 본다면 젊은 세대는 어딘가 부족해 보이고 무언가 미숙해 보이게 마련이다. 또 자신의 과거에 비추어 볼 때 젊은 세대의 행위가 무언가 다르고 무언가 못마땅하기에 이런 말들을 하게 될 것이다. 이는 세대간에 나타나는 가치관 및 행위양식의 차이를 단적으로 보여주는 말이다.

우리들은 누구나 과거에 한 번쯤은 어른들로부터 이런 말을 들어 보았을 것이다. 그러나 이런 말을 듣고는 속으로 불만을 삭이며 키 온 젊은이들도 기성세대라 불릴 만큼 나이를 먹게 되면 어린 세대들을 향하여 어느새 이 말을 입에 담기 시작한다. 과거 이 말을 들으며 속으로 못마땅해 하던 기억은 간 데 없이 말이다.

그런데 요즘 들어서는 이 말을 사용하기 시작하는 연령이 자꾸만 낮아지는 경향을 보이고 있다. 10대 후반이나 20대 초반의 젊은 세대들도 자신들보다

더 어린 후배들을 보면서 이런 말들을 즐겨 쓰는 것으로 보인다. 이는 그만큼 세대차이의 주기가 빨라졌다는 말이 될 것이다. 사회변화의 속도가 빨라지면서 세대간의 차이가 그만큼 주기도 빨라지고 갈수록 심화된다는 것이다.

세대차이란 어찌 보면 피할 수 없는 현상이다. 사회의 제반 부문이 빠른 속도로 변해 가기에 그 속에서 살아가는 인간들의 사고방식이나 가치관, 행위 양식이 변하는 것은 필연적이라 할 수 있다. 90년대의 젊은 세대가 70년대나 80년대 혹은 그 이전의 젊은 세대와 같을 수는 없는 법이다. 만일 같기를 기대한다면 이는 그야말로 어불성설이다.

‘신세대론’이 주장하는 신세대들의 특성은 요즘 젊은 세대만이 갖는 특성이라기보다는 이 시대의 상황이 만들어낸 경향들이라고 보는 것이 더 정확할 것이다. 몇 가지 예를 들어 보기로 하자. 70년대와 80년대 초반에 대학을 다닌 세대들은 당시의 숨통 조이던 억압적 상황을 아직도 생생하게 기억하고 있을 것이다. 다방이나 술집에서 친구들과 모인 사적인 자리에서도 말을 함부로 못하고 주변을 확인한 뒤에 목소리를 낮추어 가며 대화를 주고 받았던 기억들이 누구에게나 있을 것이다. 이

러한 정치적 억압 속에서 나온 문화적 형태 중의 하나가 바로 칸막이 문화이다. 폐쇄되고 아늑한 공간 속에서야 마음 놓고 술을 마시고 대화를 할 수 있었던 문화였다. 그래서 웬만한 찻집이나 레스토랑, 술집 어디를 가든 어두운 조명 아래 칸막이가 쳐져 아늑한 밀실이 마련되어 있었던 것이다.

그러나 요즘의 신세대 카페라는 데는 이러한 칸막이가 모두 철거되고 없다. 그야말로 탁 트인 공간 속에 대형 유리창으로 안에서 밖도 보이고 반대로 밖에서도 안이 들여다 보이는 공간 구조를 가지고 있다. 이러한 공간을 보고서 신세대론자들은 자신을 드러내 보이는 데 아무런 거리낌이 없는 신세대의 특성을 들먹이곤 한다. 그러나 이러한 문화 형태의 변화가 정치적인 상황의 변화 없이도 과연 가능했을까? 과거와 같이 주변의 눈치를 보아야 하는 상황에서도 요즘 젊은 세대들이라면 자신을 마음대로 드러내 보일 수 있었으리란 말인가? 이러한 변화들은 신세대가 가지고 있는 특성이라기보다는 정치적인 상황의 변화가 낳은 새로운 문화적 형태들이라고 보아야 할 것이다.

신세대가 자기중심적이라는 말도 그렇다. 기성세대들은 일반적으로 대가족 혹은 여러 형

제들 속에서, 그리고 동네나 마을 공동체 속에서 부대끼면서 어린 시절을 보냈다. 그러나 요즘의 젊은 세대들의 성장 환경은 이와는 판이하다. 핵가족화가 심화되고 두 자녀 혹은 한 자녀 낳기 운동들이 사회적으로 전개되는 과정에서 태어나고 성장한 것이 현재의 젊은 세대들이다. 형제가 아예 없거나 있어도 하나를 넘지 않는 그런 경우가 대부분이다. 그리고 아파트가 보편화되어 가는 도시의 주거 양식에서는 과거와 같이 이웃간에 정을 나누는 공동체적 요소도 점차 찾아 보기 어렵게 되어 간다. 또한 사회는 점점 전문화의 추세가 심화되어 가고 있다. 어느 하나 자기 분야에서 전문적인 지식과 능력을 가지고 몰두할 것을 이 사회는 요구하고 있다. 이와 같이 핵가족화, 개인화, 전문화, 세분화 되어 가는 사회 환경 속에서 성장한 세대들이 자기중심적<sup>2)</sup>이 되어 가는 것은 어찌 보면 필연적이라고도 할 수 있다.

세대차이란 어느 시대, 어느 사회에서나 존재하는 법이다. 변화되는 환경 속에서 사람들의 사고나 행동이 필연적으로 변하지 않을 수 없는 법이다. 단지 이러한 변화된 환경에 적응하는 과정에서 기성세대와 젊은 세대가 차이를 보이게 되는 것이다. 기성세대는 가치관이나 행동양

식이 이미 확립되어 있고 생물학적인 견지에서 반응속도도 아무래도 늦기 마련이다. 따라서 기성세대는 환경 변화에의 적응이 아무래도 어렵고 더딜 수밖에 없으며 상대적으로 젊은 세대들은 이러한 환경 변화에 보다 순발력있게 대응하면서 적응해 나가는 것이다. 그리하여 생겨나는 것이 바로 세대차이다.

### 3. 신세대론에 대한 신세대의 대응 : 덩달이 시리즈

맥스컴이 앞장 서면서 기성세대들의 공감을 얻어 가고 있는 신세대론에 대해 젊은 세대들은 나름대로 여러 가지 반응을 보이고 있는 것 같다. 이 신세대론에 대한 신세대들의 반응을 집약적으로 읽어낼 수 있는 것이 바로 우스개 시리즈이다.

요즘 덩달이 시리즈가 젊은이들 사이에 굉장한 인기를 끌고 있다. 입과 입을 통해서 그리고 컴퓨터의 통신망을 통해서 유포 되더니 얼마 전부터는 텔레비전의 코미디 프로 개그를 통해 소개되기 시작하면서 급속도로 확산되고 있다. 이러한 추세에 발맞추어 급기야는 이 시리즈를 다룬 단행본도 여러 권 출판되

었다고 한다.

대부분의 독자들도 아마 한두 번쯤은 들어 보았을 것이다. 금시초문인 독자들을 위하여 몇 가지만 간략하게 소개하기로 하자. 어느 국민학교에서 선생님이 '덩달아'라는 단어를 넣어서 짧은 글짓기를 해오라는 숙제를 내 주었다. 그런데 그 중 한 학생이 다음과 같은 답을 냈다는 것이다. "덩달이 할머니께서 덩달이를 보고 '덩달아!' 하고 부르셨다." 이렇게 해서 덩달이 시리즈는 시작되었다.

초기의 '자신감'(덩달이 형이 수정과를 먹고 있는데 할머니가 그 위에 떠 있는 잿을 보고 이것이 '잿인감' 하셨다는 내용)과 '책임감'(덩달이가 책을 보고 있는데 할머니께서 책을 가리키며 이것이 '책인감' 하셨다는 내용) 등을 거쳐 최근에는 '백제 신라 고구려'(배 짜실라고 그러), 'Vocabulary'(보케 불 너리?: 부엌에 불 넣으리의 사투리), '안드로메다'(전기가 안드롭네다: 전기가 안들어 옵니다의 북한 사투리) 등 복잡한 단어들까지 등장하고 있다. 덩달이의 장난기 어린 대답에 선생이 화가 나서 점점 더 어려운 숙제를 낸다는 것이다. 그럴 때마다 우리의 덩달이는 지혜를 짜내고 때로는 할머니의 지혜를 빌려 어려움을 헤쳐 나가고 있다.

얼핏 보면 쓰잘 데 없는 말장난인 것으로 보인다. 실제로 이 시리즈를 아무 알맹이도 없고 철학도 없으며 풍자도 없을 뿐 아니라 우리 말을 해치는 해로운 말장난이라고 비난하는 사람들도 적지 않다.

그러나 문화적 현상이란 아무리 사소한 것이라도 우연히 발생하는 경우는 없다. 하나의 문화적 현상이 생겨나고 더욱이 급속도로 확산되는 것은 무언가 그 사회의 구조적 측면과 맞닿아 있기 때문이다. 덩달이 시리즈뿐만 아니라 지금까지 나온 모든 우스개 시리즈도 마찬가지이다.

우스개 시리즈의 효시라 할 수 있는 찬새 시리즈는 70년대 본격화되는 대중문화의 형식을 동원하여 정치적 무력감을 반영했던 것으로 보인다. 5공 치하에서 침묵을 강요하는 억압적 정치 상황을 풍자했던 것이 80년대 초반의 입큰 개구리 시리즈였다. 정치에 대한 불만을 실명제로 풍자했던 전투환 시리즈, 그리고 6공의 정치적 슬로건이었던 '위대한 보통사람들의 시대'를 포스트모던한 방식으로 풍자한 최불암 시리즈 등등. 이렇듯 하찮아 보이는 우스개 소리지만 당시 사회의 정치적, 문화적 상황을 직접적으로 반영하고 있는 것이 이 우스개 시리즈의 특징이다.

우리는 현재의 덩달이 시리즈에서도 우리 사회의 새로운 문화적 경향을 읽어낼 수 있다. 특히 이 문화의 주역인 젊은 세대들의 문화 양상을 우리는 분석해 낼 수 있을 것이다. 덩달이 시리즈의 첫번째 특징은, 그것이 신세대들의 口語體文化를 집약적으로 표현하고 있다는 점이다. 덩달이 시리즈 모두가 그것을 글로 적어 놓아서 주제어가 살아나는 문장이 되지 못한다. 그러나 그것을 소리내어 읽으면 주제어의 발음이 들어 있고 뜻이 통하면서 웃음을 자아내는 그런 이야기 구조를 지니고 있다. 어려서부터 텔레비전을 보고 크느라 인쇄매체와는 상대적으로 거리가 멀어진 영상세대들이 문화의 주역으로 등장하면서 그들의 감각에 맞는 구어체 문화를 만들어 내고 있는 것이다.

덩달이 시리즈의 또다른 특징은 이른바 포스트모던 문화와 밀접한 관련을 맺고 있는 것으로 보인다. 포스트모던 문화의 가장 대표적인 특징 중의 하나로 지적되는 것이 바로 해체이다. 이야기 문화에서 고전적 서사체(narrative)의 해체, 경계나 장르 구분의 소멸 등이 바로 포스트모던 문화의 주요한 특징이라는 것이다. 덩달이 시리즈는 우리 말의 어절이나 단어 등 문장 구조를 해체하면서 새로운

의미를 부여하고 있다. 기존의 단어나 어절 개념을 완전히 무너뜨리면서 사람들의 웃음을 자아내는 덩달이 시리즈는 바로 포스트모던 문화의 주요 경향과 일치하고 있는 것이다. 이것이 일부 식자들의 눈에는 우리말을 해치는 해로운 말장난으로 비치는 것이다.

덩달이 시리즈의 보다 중요한 특징은 최근 우리 사회에 난무하고 있는 소위 '신세대'에 관한 논의와 밀접한 관련이 있는 것으로 보인다. 젊은 세대들을 기성세대와는 많이 다른 별난 유형의 인간 집단인 것으로 규정하는 매스컴의 논의에 대해 당사자인 젊은이들은 심한 거부감을 느끼고 있다. 그 거부감이 이 글의 서두에 인용한 글에서도 알 수 있지만 대학생이나 요즘 젊은 세대들을 붙잡고 물어보면 쉽게 확인할 수 있다.

매스컴이 총동원되어 신세대론이 마구 흘러 넘치는 상황 속에서 젊은 세대들은 심한 正體性의 위기를 느낄 수밖에 없을 것이다. 과연 우리는 누구인가? 정말로 우리는 그렇게 별난 인간들인가? 우리는 정말로 전에는 볼 수 없었던 새로운 세대들인가?

덩달이 시리즈는 이러한 정체성의 위기에 대한 대응의 일환인 것으로 보인다. 신세대론이 한창이던 작년에는 '엄마 나

XX 맞아' 시리즈가 유행했다. 실존철학 시리즈 혹은 친자확인 시리즈라고도 불리었던 이 우스개 소리들은 오리, 고양이, 곰 등의 여러 동물들이 등장하여 자식이 엄마에게 "엄마 나 오리 맞아" 하는 식의 질문을 두 번, 세 번 던지면 엄마가 이를 거듭 확인해 주고 마지막에는 새끼 오리가 "그런데 왜 닭살이 돌아?"라는 식으로 자신의 정체성에서 빛나가는 특성을 제기하면서 끝맺는 이야기 구조를 지니고 있다. 다시 말해 자식이 부모로부터 자신의 정체성을 다짐받는다 하는 것이 이 시리즈의 핵심이다.

이 시리즈는 바로 정체성의 위기를 가져온 상황에 일정하게 저항하면서 이 위기를 극복하려는 신세대들의 직접적인 대응으로 해석할 수 있다. 신세대라는 것이 과연 존재한다면 그 신세대를 만들어 내고 키운 것은 바로 기성세대들일 것이다. 그런데 그 기성세대가 이제 와서 젊은이들을 별종으로 몰아 붙이자, 신세대들은 '엄마 나 XX 맞아'라는 질문을 던지면서 자신들의 정체성을 다짐받고 있는 것이다.

이 정체성 시리즈에 바로 뒤를 이어 나온 덩달이 시리즈도 바로 이러한 연장선 상에 있는 것으로 보인다. 덩달이 시리즈를 보면 할머니가 주요 인물로

등장한다. 어려운 글짓기 숙제를 놓고 고민하는 덩달이를 번번이 할머니가 결정적으로 도와준다. 선생님이 점점 더 어려운 숙제를 내자 덩달이는 고민을 거듭하다가 할머니의 도움으로 문제를 해결하는 경우가 많은 것이다. 뿐만 아니라 엄마, 아버지, 형도 등장하여 덩달이의 문화에 맞장구치면서 일조하고 있다.

‘엄마 나 XX 맞아’ 시리즈로 혈통 상의 친자 확인을 하고 정체성을 확인한 신세대들이, 이제는 덩달이를 통해 할머니를 비롯한 기성세대와 문화적 일체감을 회복하려 시도하고 있는 것이다. 이를 그들 나름의 구어체문화로, 포스트모던한 방식으로 표현하고 있는 것이 바로 덩달이 시리즈이다.

#### 4. 왜 신세대론인가

지금까지의 논의를 종합해 볼 때 요즘 우리 사회에 유행하는 신세대론은 사회적 실체에 기반을 둔 분석적인 개념이라기 보다는 상당 부분 매스컴이 만들어 내는 가상현실에 기반하여 만들어진 개념이라고 할 수 있겠다. 그럼 이러한 개념이 왜, 어떠한 필요에서 만들어졌는가를 우리는 분석해 볼 필요가 있

을 것이다.

어느 사회, 어느 시대에서나 존재하는 세대차이를 신세대라는 범주로 묶으려는 것은 바로 시장을 세대별로 세분화하여 상품의 영역을 확대함으로써 이윤을 극대화하려는 자본주의 시장 논리이다. 전반적인 소득 수준의 향상으로 소비 수준이 매우 높아졌다. 이른바 소비 사회의 단계로 들어선 것이다. 특히나 젊은 세대들의 구매력이 최근 들어 매우 상승되었다는 점이 중요한 특징이다. 이 젊은 세대들이 소비문화의 주역으로 등장하게 되었다. 그래서 이 세대를 겨냥한 상품들이 대거 쏟아져 나오고 기존의 상품들도 이 세대를 주 소비층으로 상정하는 마케팅 전략으로 나오게 되는 것이다.

대중문화 상품이나 유행 관련 상품들의 성패는 바로 이 젊은 세대가 관건이 된다고 해도 과언이 아닐 정도이다. 젊은 세대에겐 어필하지 못하는 상품은 시장에서 성공을 기대하기 어려운 형편이 되어 버렸다. 이러한 맥락에서 신세대라는 개념이 등장하게 되었고 뒤이어 미시족, 체크족, 트윈 X세대 등 여러 가지 용어로 범주화 되는 유사 세대 개념들이 등장하며 또 이 개념들이 매스컴의 스포트 라이트를 받게 되었던 것이다.

신세대라는 개념이 아니고서

는 규명이 어려운 새로운 집단이 출현했다기보다는 전반적인 사회환경의 변화 속에서 나타나는 현상인 것으로 보아야 할 것이다. 따라서 우리는 신세대론에 매몰되어 그들을 도덕적으로 판단하기보다는 변화되는 환경에 좀더 분석적인 노력을 기울일 필요가 있을 것이다. 기성세대들은 자신들의 가치관과 윤리관에 기초하여 젊은 세대들을 탓하고 꾸짖으려만 하지 말고 그들의 문화를 이해하고 포용하려는 ‘눈높이’의 자세가 필요한 때이다. 세대간의 간격이 지금처럼 벌어지기만 해서는 이는 또다른 여러 사회문제를 야기하게 될 것이다. 세대차이를 줄이고 이 괴리를 극복하기 위해서는 기성세대들이 눈높이를 맞추려는 자세가 필요하다고 하겠다. ☛

채 백/서울대학교 신문학과를 졸업하고 동 대학원에서 석·박사 학위를 받았다. 서울대, 충남대, 한국외대 강사를 역임하고, 현재 부산대 신문방송학과 교수로 재직중이다. 공저로 『대중매체의 이해와 활용』, 『현대출판학원론』, 역서로 『언론비평, 어떻게 할 것인가』가 있고, 주요 논문으로 “한국 근대신문의 형성과정에 있어서 일본의 역할에 관한 연구” 등을 발표했다.