

융합미디어와 사적(私的)·공적(公的) 영역의 변형 : 새로운 중간영역의 부상(浮上)과 그 구조에 대한 탐색적 연구

강재원*

The Structural Transformation of the Private and Public
Spheres : An Exploratory Study on the Emergence of a New
Middle Region and its Structure in the Convergence Age

Jae-Won Kang*

■ Abstract ■

This paper intends to explore the social and cultural implications of convergence media, based on Goffman's situational approach. The situational segregation of regions makes us to re-interpret the current private and public spheres and helps us to reveal the principle and structure hidden in the new middle region. An environment of convergence media is nullifying the separation of private and public spheres, while letting a new middle region appear.

Keyword : Segregation of Sphere, Situation, Middle Region, Phantom Objectivity,
Convergence Media

1. 문제 제기 및 연구 목적

디지털 유목민(digital nomad), 유비쿼터스(ubiquitous), 인터넷 2.0, 스마트(smart) 등은 미디어의 융합시대를 상징하는 개념들이다. 이 개념들이 실제 발현되고 있는 앱(applications)과 스마트, 그리고 모바일 미디어가 생활의 전면에 등장함으로써, 미디어의 환경은 융합미디어의 등장 이전과 이후로 나뉘게 된다. 이러한 배경에는 미디어 기술의 급속한 발전이 있다. 미디어 기술은 시간과 공간의 제약에서 벗어나 각 개인이 미디어 환경을 통제와 조절을 할 수 있는 방향으로 급속하게 발전했다[9]. 실제로 최근 10년 사이 기술의 발전은 새로운 미디어들을 쏟아냈다. 유무선 인터넷, 휴대폰, 소셜미디어(예 : SNS; social network sites), 스마트TV 등이 대표적인 예들이다. 이들 뉴미디어는 미디어들 간 기술적으로 융합된(converged) 결과로, 기존 미디어의 환경을 빠르게 바꿔놓았다. 이러한 급격한 미디어 환경의 변화는 우리 삶의 영역에 지속적으로 영향을 미칠 수 있다.

과거 18세기 초, 영국에서 소설이 발생하고, 소설이 새로운 공적 영역을 창출했다[49, 58] (재인용). 부르주아적 중산계급의 요구와 기대를 반영한 소설은 이전의 사적인 삶에서 유리된 새로운 공적 영역을 만들었다. 즉 소설이 하나의 인쇄미디어(print media)로서 서구의 새로운 공적 영역의 형성에 기여했다. 이후, 전자미디어(electronic media)의 등장과 발전으로 사적 영역과 공적 영역의 경계가 허물어졌다[52]. 과거 인쇄미디어가 두 영역을 나누는 경계를 분명히 했다면, 전자미디어는 상대적으로 그 영역 구분을 모호하게 만든다. 최근 휴대폰, 인터넷, 스마트 매체 등 뉴미디어의 등장으로 사람들은 물리적 장소를 자유롭게 통제할 수 있게 되었고, 이러한 점에서 사람들은 사적, 공적 영역 간의 충돌을 경험한다는 주장이 있다[11, 26].¹⁾ 하

지만, 이와 같은 현상을 단순히 사적 영역과 공적 영역의 충돌로만 해석할 수 없다[22]. 사·공적 영역은 물리적인 장소이외의 상징적인 의미 구조를 갖기 때문이다[49].

상징적 의미는 상황을 접하고 이에 따른 역할(role)과 규칙(rule)을 인식함으로써 규정되는데 [52], 미디어는 상황 즉 ‘사회적 행동들에 대한 정보’의 접근에 대한 일정한 패턴을 낳는다[15]. 융합 미디어가 등장하는 현재, 새로운 정보 흐름이 모호한 수사적(rhetorical) 형태로 감지된다. 예를 들어, 인터넷이라는 열린 가상공간에서 사람들은 자신의 사적인 내용조차도 ‘자기표현’이라는 욕구에 따라 공개적으로 드러내지만, 사실상 타인을 의식해서 긍정적인 평가[16]를 유도하는 ‘전략적’ 욕망을 숨기고 있다. 따라서 두 영역 간의 상호 충돌이 사실상 사적, 공적 영역의 확장 또는 새로운 중간 영역(new middle region)의 출현으로도 해석될 수 있다. 이처럼 융합미디어의 이용이 제 3의 영역 즉 은폐되어 드러나지 않는 영역을 만들고 있지는 않는지? 사적, 공적 영역에 숨어 있는 새로운 영역의 은폐 원리와 그 구조를 밝혀내는 일은 미디어 융합시대의 미디어가 갖는 사회문화적인 의미를 성찰하는 방법들 중 하나다.

위르겐 하버마스[24]는 사적, 공적 영역을 가족과 사회 對 국가라는 양 극단의 경험을 갖는 것으로 이해했다. 그에 따르면, 사생활을 갖는 가족과 사회화된 노동과 상품 교환의 부르주아적 사회가 사적 영역에 속하며, 이러한 사적 영역과 함께 ‘공론장’을 묶어 사적 부문이라고 부른다. 이 사적 부문과 분리된, 공권력이 미치는 영역이 공적 영역이다. 한편, 사적 개인들이 공적 의제를 논의하는 공론장(예, 살롱, 카페 등)은 사적 개인들이 주체라는 점에서 당연히 사적 부문에 속하며, 이 공론장은 국가와 사회를 매개하는 역할을 한다. 역사

1) 예를 들어, 휴대폰은 사적이고 개인적인 영역에서 이루어지는 행위를 공적인 영역에서도 가능하게 만든다. 이미 인터넷으로 인해서 가정과 일터의 구분 모

호해지며(채택근무), 놀이와 일의 구분이 없어지기 시작했다. 소셜미디어인 사회관계망 사이트(SNS)를 통해서 개인들은 자신의 사적인 소소한 일상을 공개적으로 노출시킨다.

적으로 이들 개인의 정치적, 문예적 욕구가 반영된 공론장은 ‘이성’과 ‘법’의 형식을 빌려 국가의 공권력과 대결하고, 때로 국가의 지배원칙을 무력화하며 성장한다. 이후, 인쇄미디어(예 : 신문, 저널 등)는 새로운 공론장의 형성과 확산에 크게 기여했다. 하지만 전자미디어가 등장하면서 기존의 공론장은 ‘재봉건화’되는 경향을 갖는다[24]. 개인의 이성과 법, 그리고 합리성에 의존하여 공적 의제를 논의하는 대신, 전자미디어(예 : 방송)는 특정 계층 특히 자본을 갖춘 권력화된 기득권 집단을 옹호하고 이들의 지배원칙을 지지하고 확산하는데 더 큰 힘을 기울인다. 하지만, 전자미디어가 개인의 다양한 관점과 논의를 공적 영역으로 이끌어내고, 이를 통해서 인간이 새로운 사회적 관계를 형성하도록 영향을 준 것도 사실이다.

최근 인터넷, 휴대폰, 소셜미디어(예 : SNS) 등의 융합미디어 역시 개인성과 건전한 시민성(사회성)을 추구하는 데 영향을 주고 있다[11, 26, 30]. 이러한 전자미디어와 더불어 융합미디어가 미치는 긍정적인 영향과 이에 대한 해석은 사적, 공적 영역의 이분법적 연속선 안에서 논의되는 한계를 지닐 수 있다. 이유는 기존 미디어가 융합되는 경우, 전통적인 사적, 공적 영역과는 다른 새로운 공간 또는 영역의 생성과 관련된 개연성이 존재하기 때문이다. 다시 말해, 미디어 융합시대에 새로운 중간 영역의 출현과 확장 그리고 이에 따른 기존의 사적·공적 영역의 변형이 일어날 수 있다. 따라서 이 시점에서, 영역의 분할에 미치는 미디어 기술의 의미를 새롭게 조명될 필요성이 대두된다.

본 연구는 융합시대에 융합미디어가 갖는 사회문화적인 함의를 상황론적 접근을 통해서 살펴보고자 한다. 본 연구에서는 융합미디어를 유무선 인터넷, 휴대전화(예 : 스마트폰 등), 소셜미디어(예 : SNS), 스마트TV로 한정한다. 후술하는 바와 같이, 기술결정론적 시각을 넘어서 상황론적 접근은 미디어에 둘러싼 환경 속에서 인간이 주체적으로 인식하는 상황에 따라 미디어가 인간의 삶에 미치는 영향이 달라진다는 관점이다[52]. 나아가, 이 점

근은 미디어 환경에 반응하는 인간에 따라 미디어가 진화한다는 상호작용적 개념들을 내포하고 있다. 본 연구는 융합현상에 대한 기술, 산업, 그리고 규제에 대한 많은 연구들과는 달리, 융합미디어가 갖는 사회문화적인 함의에 주목하여, 융합현상의 실제적 또는 상징적 결과로 융합미디어의 생성과 발전이 커뮤니케이션 맥락에서 사람들의 삶에 어떤 영향을 줄 것인가를 살펴보기 위한 하나의 개념적 틀을 제시하고자 한다. 이를 토대로 향후 실증적 연구가 진행되기를 기대한다.

2. 선행 연구 및 이론적 배경

2.1 공사(公私)의 개념과 사적(私的), 공적(公的) 영역의 구분

공사(公私)의 개념은 개인적인 것과 사회적인 것, 또는 단독의 현상과 대중의 현상을 의미한다[49]. 영어에서 기록상 최초의 ‘공(public)’이라는 단어는 ‘공통의 사회적 후생(common social welfare)’이라는 의미로 쓰였다[49, 55], 재인용). 그 후 ‘공(公)’은 ‘일반적인 관찰에 열려 있는 명백한 것’을 의미했고, 시대가 변화하면서 ‘공(公)’은 ‘개방되어 누구나 점검할 수 있는 것’으로 ‘사(私)’는 공간적으로 ‘가족과 친구에 한정된 삶의 보호지역’을 의미했다[55]. 하지만, 정치경제학적인 맥락에서 살펴보면, 서구 중산계급 사회에서 개인과 사회의 관계를 사적인 것(가족, 친구, 사사로운 관계)과 공적인 것(노동, 사업관계, 사회제도)으로 분리함으로써 공사의 개념을 이해할 수 있다[33]. 자본주의 생산양식은 기업의 사회화된 노동과 가정 내에서의 노동을 분리시킴으로서 가능했고, 분리된 영역으로서의 사적 영역의 출현을 가져왔다. 자본주의의 발달은 사적, 공적 영역을 명백히 분리시키고 사적 영역이 과거의 집단적인 관계를 좀더 고립되고 격리된 상태로 바꾼다([34, 49], 재인용). 이렇듯, 사적, 공적 영역의 구분은 사회를 이해하는데 중요한 개념적 도구로 사용되어져 왔다[22].

사적 영역은 국가로부터 벗어난 공간으로 주로 가정에 한정되고 감정적인 가치가 중요시되는 상징적인 공간²⁾이다. 다시 말해, 가정은 부부와 자녀를 감정적인 관계로 묶고, 외부의 공간 즉 이성적인 관계로부터 경계되어지는 공간이며, 노동과 경제적 관계 면에서 ‘비생산적’인 공간이다(<표 1>, 참조). 반면, 공적 영역은 흔히 국가 기구의 지배와 법의 규칙이 적용되는 곳이고, 따라서 노동과 경제적 관계 면에서 ‘생산적’이며, 그리고 이성적인 가치가 중요시되는 공간이다.

<표 1> 전통적인 사적, 공적 영역

사적 영역	공적 영역
사적인 공간 나, 가정 감정적 비생산적 인간관계(관대함, 연대감) 가족, 친구, 사사로운 관계	공적인 공간 국가, 사회 이성적 생산적 경제성(엄격함, 분절감) 노동, 사업관계, 사회제도

공적 영역이란 공적 관심을 가지고 행동하는 개인들 간에 형성되는 간 공간(in-between space)으로, 민주적 시민성에 본질이 있는 공적 행동의 영역이다[33]. 오랫동안 자본주의 경제가 시민들을 이러한 공적 영역으로부터 소외시키고, 시민들을 개인적 내면세계와 이윤추구의 사적 영역으로 빠져들게 만들었다[33]. 과거와 달리 현재의 공적 영역은 미디어의 영향으로 상당히 유연하고, 특히 일정한 공간적 경계가 주어진 것이 아닐 수 있다.

2) 공간(space)이란 물리적이고 상징적 장소(예, 현실 공간과 가상공간)를 의미한다. 근대적 공간 개념은 두 가지 즉 특정 지점의 절대적 좌표에 근거한 ‘절대적’ 공간 또는 특정 사물을 기준으로 사물들 간 상대적 거리로 인식되는 ‘상대적’ 공간으로 나눈다([32, 44, 45], 재인용). 한편, 영역(sphere)은 물리적, 상징적인 공간을 합하는 경계로 공간이라는 개념보다 넓은 의미로 쓰인다[18, 22]. 따라서 본 연구에서도 공간과 영역을 구별하여 사용하고자 한다. 예를 들어, ‘물리적 공간’과 ‘사적 영역’에서 공간의 의미는 물리적 장소에만 국한되고, 영역의 의미는 물리적 공간을 합한 넓은 의미의 경계를 뜻한다.

즉 사적, 공적 영역은 완전히 분리되어, 그 역할과 기능이 배타적이지 않다. 오히려 성격이 유동적이며 시간과 특정 기능의 수행여부에 따라 상호 전환이나 이전이 가능하다[12]. 다시 말해, 이제 영역은 완성된 공간이 아닌 사람과 사물 또는 정보 간 상호작용을 통해 그 의미를 완성해 가는 경계 내 무엇일 수 있다.

최근 미디어 기술의 급속한 발전은 공사의 개념과 나아가 사적, 공적 영역 개념에 대한 인식을 변화시킨다. 인터넷 또는 휴대폰에서 확인할 수 있듯이, 미디어와 관련된 공적 영역에서의 사적인 행위가 이제 보편적인 현상으로 받아들여진다는 점은 분명하다. 예를 들어, 인터넷이라는 열린(공적이며 사적일 수 있는) 가상공간에서는 블로그 또는 가상공동체에서 사적인 관계를 맺는 일들은 보편적인 현상이다. 또한, 지하철과 같은 공공장소에서 휴대폰을 통해서 대화를 나누는 경우 역시 흔히 관찰되는 현상이다. 이에 대해서, 물리적 공간의 의미로 ‘공적 영역의 사적 영역화’라고 해석하는 입장[30]이 있지만, 커뮤니케이션 상황과 그 내용의 의미로 볼 때, 사적, 공적 영역은 달리 해석될 수 있다. 이는 과거의 사적, 공적 영역의 상징적인 의미화 방식이 급속하게 와해되고 있음을 의미한다[22]. 과거 고착화된 영역 구분과 그 의미가 붕괴되고 있다면, 앞으로는 이원론적으로 분리된 영역 구분의 의미를 재해석하거나, 또는 새로운 영역의 부상(浮上)을 통해서 그 의미를 새롭게 부여해야 할 것이다.

2.2 영역(Region), 공간(Space), 그리고 상황(Situation)

선행 연구들은 사용되는 용어의 차이가 있을 뿐이지, 결국 개인 對 국가, 사적 영역 對 공적 영역의 관계 즉 이원론적 영역 분리 속에서 미디어가 사람들의 삶에 어떤 변화를 주고 있는지를 설명한다. 예를 들어, 휴대전화가 이동성을 통해 공적 영역 또는 공간을 사사로운 개인의 공간으로 만든다

는 점에서, ‘사적 영역의 공격적 확장’이 일어난다 [37]. 또한 휴대전화의 이용은 다양한 사회적 관계 속에서 개인에게만 의미있는 삶에 매몰된다는 뜻인 사인화(privatization)를 조장한다[11]. 이러한 점에서 미디어는 이동적이며 사민주의적 방식을 사람들의 삶에 강제하는 정치경제적 조건이다[11]. DMB(Digital Multimedia Broadcasting)를 예로 들면서, 미디어가 개인으로 대표되는 사적 공간이 끊임없이 공적 공간으로 침투하고 퇴각하면서 게릴라식으로 공간을 확대하도록 만든다고 주장한다 [22]. 이렇듯 사적이며 동시에 이동성을 지닌 미디어는 ‘개인주의의 향상’과 ‘공적 삶과 커뮤니티 가치의 파괴’라는 측면을 동시에 갖는다([11, 40], 재인용).

미디어의 영향을 사회적 공간과 연결시키는 학자들은 과거 사적, 공적 영역에 대해 새롭게 해석한다. 예를 들어, 이니스(Innis)와 맥루한(McLuhan)은 정보의 통제력³⁾과 오감의 배합 비율⁴⁾에 따라 인지적 공간을 나누면서 전통적인 사적, 공적 영역의 의미를 심화시킨다. 이니스(Innis[46])는 상징적 장소로서 공간이라는 개념들을 통해서 ‘편

향성’에 따라 전자미디어를 공간 편향적 미디어로 규정한다. 이러한 공간편향성 미디어가 공적 공간의 확대를 가져왔다고 설명한다. 맥루한[50] 역시 인간의 오감의 배합 비율에 따라 공간을 ‘청각적 공간’과 ‘시각적 공간’으로 나눈다. 오감 중 청각적 기능이 확장되거나 강조되는 상황을 ‘청각적 공간’으로, 오감 중 시각적 기능이 확장되거나 강조되는 상황을 ‘시각적 공간’으로 보았다. 문자와 인쇄 미디어가 부여하는 시각적 공간들은 공간 내 경험하는 인간의 지각을 시각적, 선형적, 연속적, 그리고 이성적인 형태를 갖도록 만든다([26, 43], 재인용). 전자미디어는 인쇄미디어의 편향성을 확장했고, 정보 독점을 심화시킨다고 주장한다. 하지만, 전자미디어가 전 감각적 커뮤니케이션이 가능한 ‘청각적 공간’으로의 회복을 가능하게도 한다([3], 재인용). 맥루한이 주장하는 ‘청각적 공간’이 사적, 공적 영역 어디에도 속하지 않은 사이버스페이스를 의미한다고 볼 수 있다[3].

이니스의 편향성 개념과 맥루한의 공간들을 중심으로 융합미디어인 인터넷을 살펴보면, 인터넷은 맥루한이 주장하는 청각적, 시각적 공간의 경험을 넘어선 새로운 공간적 경험을 갖도록 한다 [26]. 다시 말해, 공간편향성 미디어로서의 인터넷은 근대적인 시, 공간의 구분을 해체시킬 뿐만 아니라, 공간에 대한 개인의 통제성을 높여줌으로써 사람들이 현재중심적(present-mindedness) 사고를 갖도록 하고 있다[26]. 또한 인터넷은 새로운 공간 즉 “네트워크의 노드들(nodes)이 컴퓨터를 사용하는 사람들(또는 이들의 장소)로 구성되며, 이들은 일상적 생활 속에서 인터넷에 접속하고 정보를 교환함으로써 네트워크 즉 관련적 공간(re-lational space)”를 만든다([32], p.46).

한편, 물리적 또는 상징적 개념이든, 공간은 사람들에게 일상적 체험의 대상이나 조건으로 존재한다[32]. 즉 공간이란 인간 삶이 구체적으로 이루어지는 장소다. 이러한 의미에서 물리적 장소는 인식의 장(perceptual field)이 그 장소의 제약을 넘어서면 사실상 큰 의미를 갖지 못한다. 다시 말

- 3) Innis[46]는 미디어의 시, 공간에 따른 정보 통제력에 따라 시간편향적(time-biased) 또는 공간편향적(space-biased) 미디어로 나눈다. 즉 미디어는 시간적으로 영속할 수 있는 속성과 공간적인 거리를 초월하는 속성에 따라 구분된다[3, 4]. 예를 들어, 종이(인쇄미디어)는 시간적인 영속성 즉 시간에 따른 정보의 통제력은 약하지만, 공간적인 초월성 즉 공간 이용에 대한 정보의 통제력은 강하다는 점에서 공간편향적인 미디어라고 한다. 공간적편향성이 강한 미디어는 역사적으로 사회제도, 국가의 확장에 영향을 미쳤다([26, 46] 재인용). 이후, 전자미디어(electronic media)는 공간에 대한 정보의 통제력을 더욱 향상시켜, 인쇄미디어의 연장으로 보았다[46].
- 4) 맥루한은 서로 다른 매체의 이용이 인간의 감각 균형(오감 배합 비율)에 영향을 미치고, 이는 다시 인간의 사회적 관계와 의식에 변화를 일으켜, 궁극적으로 사회를 변화시킨다고 보았다[3]. ‘청각적 공간 또는 음향적 공간(acoustic space)’은 문자 이전의 전 감각적 커뮤니케이션 상황에서 겪게 되는 경험의 공간으로 전자미디어의 등장으로 이 공간으로 되돌아 갈 수 있다고 주장한다.

해, 물리적 장소는 인식의 장의 하위 범위일 뿐이다. 이러한 의미에서 상황(situations)⁵⁾은 물리적 장소 즉 사람들이 인식할 수 있는 즉 직접 상호작용(face-to-face interaction)할 수 있는 공간에서 일어나는 ‘일시적’ 우연한 사건들(encounter)로 정의된다[52]. 상황은 몸에 의해서 이루어진 지각 공간으로 직접적인 또는 원격적인 인식에 기초하고, 이러한 지각 공간에는 소통과 정보 교환에 있어서 특정한 한계들이 존재한다[31]. 결국, 상황에서 인식되는 “상호작용의 본질(nature of interaction)을 결정하는 것은 물리적 장소가 아니라 정보 흐름의 패턴(pattern of information flow)이다([52], p.36).”

정보기술기반의 네트워크사회는 “장소의 공간”을 “흐름의 공간(space of flows)”으로 바꾸어 놓는다[38]. 장소에 따른 사회적 의미는 상실되고, 흐름의 공간 속에서 재구성된다는 것이다. 흐름의 공간은 다시 기술적 하부 구조, 허브(hubs)인 중심과 노드(nodes)인 주변, 그리고 지배와 피지배자의 계층으로 구성된다. 네트워크 사회는 공통의 이익을 두고 중심과 주변, 지배와 피지배자의 계층 등이 비대칭적으로 조직화되어 있고, 중심과 지배 계층은 자신의 이익을 위해서 특수한 공간을 요구한다[38]. 이는 기존의 공간 개념으로는 개념화할 수 없는 새로운 공간이다. 이러한 흐름은 순수하게 기능적인 공간이기보다는 주관적 위치, 그리고 주체의 궤도에 대한 표현의 공간이다[15].

정보기술을 포함한 미디어 기술이 과거와 다른 시, 공간을 생산하고, 이러한 속에서 이전과 다른 사회적, 경제적 관계를 구축하고 있다. 가상의 공간이든, 다른 형태의 공간이든, 현재의 물리적 거리가 완전히 소멸될 수는 없다. 하지만 물리적 거리의 의미와 그 영향력은 이전과 달리 줄어들고

있으며, 이러한 이유에서 공간과 관련된 개념들이 새롭게 정의될 필요가 있다[32]. 사적, 공적 영역의 충돌, 상호 침투 등의 개념들에 바탕이 된 공간의 물리적 측면과 더불어 이제는 일상의 관련성 속에서 융합미디어가 만든 새로운 영역 또는 공간을 이해해야 한다.

2.3 융합미디어의 구조적 특성

융합(convergence)은 다양한 차원에서 일어나고 있는 여러 가지 현상들을 괄적으로 가리키는 개념이다. 사회문화적, 특히 커뮤니케이션 맥락에서 융합의 의미를 살펴보면, 김영석[7]은 ‘커뮤니케이션 양식의 융합’의 관점에서 융합을 ‘하나의 미디어 시스템 내에서 각종 상이한 정보의 유형이 수렴되고 정보의 유통이 단일한 채널을 통해 이루어지는 현상’이라고 정의한다. 이상우 외[27]는 커뮤니케이션 측면에서 ‘방송이 통신의 구조적 특성인 양방향성을 추구하며, 통신이 방송의 구조적 특성인 비경합성을 확대하려고 현상’을 융합이라고 설명한다.

이러한 융합현상은 인간의 삶(가치)에 영향을 미치고, 사회문화의 특정한 방식을 규정할 수 있다. 따라서 본 연구는 미디어의 내용(메시지)과 함께 형식 즉 구조적 특성들에 따라 인쇄, 전자, 그리고 융합미디어를 비교하려고 한다(<표 2>, 참조). 기준이 된 구조적 특성들은 미디어의 상징적 형태, 물리적 형태, 가용성과 접근성, 정보 전달의 속도, 유통될 수 있는 정보의 양, 정보 흐름의 방향 등이다.

인쇄미디어(예 : 소설, 신문 등)의 특성은 ‘수직적,’ ‘형상(figure),’ ‘순차적,’ ‘선형적,’ ‘비동시적,’ 그리고 ‘입자’ 등이다([26], p.8, 재인용, [43]). 반면, 전자미디어(예 : 방송)의 특성은 ‘수평적,’ ‘배경,’ ‘역동적,’ ‘비선형적,’ ‘동시적,’ 그리고 ‘전체론’ 등이다 [26]. 인쇄 및 전자미디어와 융합미디어를 비교해보면, 융합미디어(예 : 휴대폰, 인터넷, SNS 등)의 특성은, ‘복합적(무정형적),’ ‘상황,’ ‘총체적’이다. 하

5) 상황은 “물리적 지역 내의 행동들(behaviors in physical locations)”로도 정의된다([51], p.35). 고프만(Goffman)은 하나의 행위적 영역(a behavioral region)을 “어느 정도 인식의 장벽에 묶여 있는 장소(any place that is bounded to some degree by barriers to perception([51], p.35, 재인용)”라고 말한다.

〈표 2〉 미디어들의 구조적 특성들 비교^{*}

구조적 특성	인쇄미디어	전자(방송) 미디어	융합미디어
상징적 형태	수직적, 형상, 파편적	수평적, 배경, 전체론	복합적, 상황, 총체적
물리적 형태	순차적, 선형적, 비동시적	역동적, 비선형적, 동시적	역동적, 비선형적, 동시적
가용성과 접근성	낮음	중간	높음
정보 유통 속도/양	속도 느림, 양은 많음	속도 빠름, 양은 적음	속도 빠름, 양은 많음
정보 흐름의 방향	1 : N 일방향	1 : N 일방향	1 : 1 and 1 : N 일방향

* 이동후[26]의 내용을 재구성하여 표를 작성함.

지만, 융합미디어는 전자미디어와 마찬가지로 ‘역동적,’ ‘비선형적,’ ‘동시적’이다. 따라서 물리적인 형태로는 전자미디어와 융합미디어를 구분하기 힘들다.⁶⁾ 단지, 상징적인 형태와 그 밖의 기준으로 융합미디어는 기존의 인쇄 또는 전자미디어와 구별된다(〈표 2〉, 참조).

메로비츠[52]에 따르면, 인쇄미디어와 전자미디어를 구별하는 상징적 형태로 소통(communication) 對 표현(expression), 담론(discourse) 對 재현(presentation) 그리고 디지털(digital) 對 아날로그(analog) 특성을 든다. 소통은 의식적으로 주어지는 것이며, 사람들이 정보의 흐름을 통제하거나 조정할 수 있도록 만든다. 반면 표현은 무의식적으로 드러나는 것이며, 사람들이 정보의 흐름을 통제하거나 조정하기 힘들도록 만든다. 따라서 표현은 개인적이며 특이성을 갖는다. 담론은 일반화되고 보다 추상화된 묘사(narrative)지만, 재현은 표현과 마찬가지로 특이성을 지닌 순간적인 그리고 총체적인 형상이다. 또한 디지털의 경우, 날개로 쪼개져 그 날개는 각각의 의미를 갖지 않는데 반해, 아날로그의 경우는 날개가 전체의 일부로서의 구체적인 의미를 갖는다.

융합미디어는 저널, 신문, 소설 등 인쇄미디어에서 보여 왔던, 수직적, 형상, 파편적인 특성들을 복원하며, 동시에 전자미디어의 특성들과 공존하려

는 특성을 갖는다. 융합미디어 내 콘텐츠를 살펴보면, 소통과 표현이 모두 상황에 따라 가능하며, 때로 담론 때로 재현이며 무의미한 단위로 쪼개질 수도 그리고 의미가 부여된 하나의 덩어리로 존재할 수도 있다. 더불어 융합미디어는 정보 유통의 속도와 양, 그리고 정보 흐름의 방향에서도 기존의 인쇄 및 전자미디어와 큰 차이점을 갖는다. 예를 들어, 전자미디어에서 사람들은 정보의 흐름을 통제할 수 없었다면, 융합미디어에서는 사람들이 상황에 따라 정보의 흐름을 통제할 수도 있어, 자신들의 의도된 전략을 다시금 은폐할 수 있게 된다. 이렇듯, 융합미디어의 특이점들이 정보의 흐름의 패턴을 결정하고, 이에 따라 사적, 공적인 행동들을 복합적으로 유발하는 등 인간의 삶에 영향을 미칠 수 있다. 다시 말해, 전자미디어가 사, 공적 행위들의 혼합(blurring private and public behaviors)을 가져왔다면[15], 융합미디어는 복합적이며 부정형적인 행위들을 가져올 수 있다.

융합미디어의 구조적 특성들을 종합하면, 첫째, 융합미디어는 기존 콘텐츠들이 갖는 모드가 서로 조합(combination)됨으로써 새로운 가치를 만든다는 점이다. 인쇄 및 전자미디어가 갖는 디지털(digital)과 아날로그(analog) 특성이 혼합된 인터넷 기반의 멀티미디어 환경에서, 단일 미디어들이 각각 재매개화(remediation)[36] 형태로, 기존의 음악, 영상, 음성, 정보에 이르는 다양한 콘텐츠의 모드를 조합하고, 이를 바탕으로 새로운 가치를 만든다. 둘째, 융합미디어는 이용의 측면에서 유연성(flexibility)을 갖는다. 융합미디어는 언제 어느 곳에서

6) 융합미디어가 구별된다는 것과 다른 미디어들과 특성을 공유한다는 것 사이에는 모순이 존재하지 않는다. 구별되는 것, 즉 특이한 것은 전체적인 결합이지 개별적인 구조적 특성이 아니다.

든 이용자가 원하는 콘텐츠를 접할 수 있는 환경을 제공한다. 이니스(Innis)가 주장하는 시간과 공간편향성의 특성을 함께 갖추고 있어서, 시간과 공간의 이동(time/space shift)이 과거의 인쇄 및 전자미디어와 달리 자유롭다는 점이다. 셋째, 융합 미디어의 생산, 유통 그리고 소비는 더 이상 생산자 또는 유통자가 아닌 소비자에 의해 통제된다는 점이다. 생산 및 소비에 대한 통제의 이동은 융합 미디어 이용에 있어서 소비자의 적극적인 참여와 개입을 의미한다[8].

본 연구는 전술한 융합미디어의 구조적 특성들을 기반으로 융합을 “다양한 미디어가 물리적 공간 안으로 수렴되고(converged) 이들이 다시 연결되는 네트워크 속에서 편재되는(ubiquitous) 과정에서 새로운 효용(편리)이 발생되며, 시, 공간의 이동 즉 시, 공간적 제약을 극복함으로써 개인의 통제성이 강화되는 현상”으로 해석한다. 이러한 점에서, 융합미디어는 수렴되고 편재되어 있어 가용성과 접근성이 높고, 시, 공간의 이동성이 높아, 정보의 흐름의 속도와 양 또한 빠르고 많다. 융합미디어에서 흐르는 정보는 개인 대 개인, 개인 대 집단, 그리고 개인 대 불특정 다수에게 일방향이 아닌 양방향적이다. 이 구조적 특성들을 고려할 때, 본 연구에서는 융합미디어를 유무선 인터넷, 휴대전화(예 : 스마트폰 등), 소셜미디어(예 : SNS), 스마트 TV로 한정한다.

3. 상황적 의미의 영역 분할

3.1 새로운 영역 분할의 필요성

융합미디어는 개인성을 강화시키고 사회적 네트워크를 확장하려는 행동을 불러올 수 있다. 예를 들어, TV가 공유 공간(거실)에서 개인 공간(방, 손)으로 이동하면서 사람들은 개별적으로 자신의 취향에 맞는 세분화된 프로그램을 시청하게 된다 [23]. 공유 공간에서 집합적으로 시청하던 공동 시청 형태가 일방적으로 공동체의 지배적 가치를 전

파하며 공적 공간의 확장을 가져왔다면, 개인 공간에서 개별적으로 시청하는 단위 시청 형태는 주체적인 개인성의 강화를 가져왔다고 해석할 수 있다. 나아가 사람들은 세분화된 방송 프로그램을 선택적으로 접하면서, 보다 강한 정서적 개입이 이루어지고 “방송이 매개하는 사회적 세계에 대한 감시자로서, 평가자로서의” 공동체적 시민성을 드러낸다([23], p.139). 한편, 공유 공간(거실)에 설치된 전화는 개인 간의 사적인 내용을 나눔에도 불구하고 여전히 무의식적인 검열과 통제를 받고 있다면, 휴대전화는 미디어의 특성인 개별성과 이동성으로 인해 단절 즉 외부의 간섭과 통제로부터 차단되면서 자율적으로 판단할 수 있는 개인성의 강화를 가져왔다. 이와 같은 영향을 ‘네트워크화된 개인주의[38]’의 강화라고 주장하며, 융합미디어가 미칠 긍정적인 사회 변화로 설명한다.

하지만, 전술한 바와 같이, 방송과 통신의 융합이라는 미디어의 기술의 발전이 사, 공적 영역에 대한 의미 자체를 변화시키고 있다. 전자미디어와 마찬가지로, 인터넷과 휴대폰을 합한 융합미디어는 사, 공적 영역의 경계와 그 의미를 모호하게 한다. 따라서 미디어 이용과 사회적 변화와의 연관성을 해석하기 위해서 사용되어온 이와 같은 사적, 공적 영역의 이원론적 분할은 현재 경험하고 있는 융합미디어 환경 속에서 점차 그 의미를 잃어가고 있다. 융합미디어 이용이 물리적 거리를 소멸시키거나 최소한 물리적 공간으로서의 영역의 중요성을 약화시킬 수 있다. 따라서 새로운 영역은 물리적 공간, 나아가 상징적인 공간을 합한 전통적인 사적, 공적 영역과는 전혀 다른 차원에 존재할 수 있다.

새로운 중간 영역의 확장과 기존의 사적, 공적 영역의 변형이 일어나는가? 일어난다면, 그 이유는 기술 환경이 변함에 따라 물질 또는 정보의 흐름이 보다 효율적으로 발생되도록 하기 위함이다

7) 자기 조절적 자아 즉 주체적 개인이 누구나 자유롭게 차별이 아닌 차이를 인정받고, 수평적 연대를 만들어가는 등권적 다원주의를 의미한다[17].

[12]. 물질(자본과 상품)과 정보(공적, 사적 정보)의 흐름이 원활하게 발생할 수 있도록 공간은 확장, 압축, 연결, 그리고 지능화되는 쪽으로 향한다. 공간의 방향성은 확장, 축소, 그리고 변형일 수 있는데, 융합미디어가 가져오는 또는 가져올 영향들을 해석하기 위해서 미디어와 이용의 주체에 대한 시각과 개념의 정교화가 필요하다.

3.2 상호작용적 시각과 상황적 논리

기술-주체라는 이분법적 시각에서 벗어나 기술과 인간 간의 상호작용적 시각으로 보면, 융합미디어를 통한 네트워크의 형성과 유지, 그리고 변화는 모두 개인의 사회적 행위에 의존하지만, 개인의 사회적 행위는 동일한 조건에서 발생하는 개인에 따른 결과가 아니라 개인을 둘러싼 사회구조에 의해 부여된 조건과 개인의 주체성의 상호작용의 결과다[29]. 이렇게 상호작용의 결과로 만들어진 조건은 선형적으로 존재하며, 이들은 개인의 행위에 대한 한계를 설정하거나 특정 행위에 대한 가능성을 확장시키게 된다.

온라인상의 소셜 네트워크에서 구성원 개인들은 총화와 함께 서열화되는 양상을 띤다. 소셜 네트워크의 구조적 특성들 중 내부적인 인증 시스템(예: 추천, 좋아요, 댓글의 수)은 이슈를 주도하고 정보를 생산해 내는 초기 주도자(initiator), 올린 글에 대해서 반응하는 주석자(supporter), 해당 글을 다른 네트워크로 옮기는 연결자(connector), 그리고 단순히 팔로잉하는 방관자(bystander) 등으로 총화되고, 이들이 중심인 허브(hubs)와 주변인 노드들(nodes)로 서열화 되도록 만든다. 또한, 온라인은 비공식적 상호작용을 통한 친밀감이 확보되지 못하는 구조적 특성을 가지고 있어서, 개인들은 글을 구성할 때 합리적 소구에 의존해야 할지 모른다. 이는 하나의 소셜미디어 이용의 객관적 조건이라고 할 수 있다. 반면, 인간은 기술적 환경에 지배를 받는 동시에 영향을 미칠 수 있음을 전제로, 주체성은 기술적 변화 속에서 재구성되고,⁸⁾

재구성된 주체에 의해 다시금 기술적 변화가 시작된다.

인간은 구조에 대한 상황 인식에 따라 일정한 패턴을 가진 행위를 반복하는데, 상황 인식에 영향을 주는 것이 바로 미디어 구조적 특성들이다. 구조적 특성들은 단지 기술 요소들과 기능들의 결합의 결과물이 아니다. 이는 이용의 주체인 인간에 의해 만들어진 인식과 기술적 결과물이 만나 만들어진 새로운 사회문화적 산물이다. 기술적 특성들에 영향을 미치는 인식들은 개별 인간에 의해 만들어지기보다는 사회구조에 의해 지배받으며, 이러한 사물에 대한 인식들은 시공간적 다양한 경로를 통해서 형성되고 유지된다.

한편, 미디어는 사회 구조물 속에서 존재하며, 사회 구조를 구성하는 정치와 자본 권력의 지배에서 결코 자유롭지 못하다. 예를 들면, 인터넷과 스마트미디어가 가지는 구조적 특성은 이들의 지배, 억압, 조정 등의 사회 환경 속에서 발생된다. 때로 혁신적 미디어 속에서 기존의 지배적 이데올로기가 확대, 재생산되는 이유도, 그리고 자유로운 소통의 환경이라는 열린 공간에서 오히려 폐쇄와 편향과 여론몰이가 가능한 이유도 모두 은폐되어 있는 새로운 공간의 전략에 이용의 주체가 빠져 있기 때문이다. 자본의 논리는 보다 깊숙한 곳에 자리 잡고 있어 그 은폐된 전략을 눈치 채기가 더욱 어렵다.

융합미디어 환경이 단선적으로 커뮤니케이션 관계의 변화, 궁극적으로 사회의 변화에 영향을 줄 것이라는 기술결정론적 시각을 넘어서, 융합미디어의 환경과 이를 이용하는 주체가 서로 영향을 주고받는다. 이는 상호작용적 시각을 바탕으로, 본 연구는 새로운 영역 분할을 제안한다. 영역 분할은 상황적인 접근을 통해서 이루어질 것으로, 이 접근은 사적, 공적 영역이라는 이원론적 분리의 한

8) 예를 들어, SNS가 기존의 이메일에서와 다른 글쓰기를 요구하며 글쓰기 방식 자체를 바꾸어 놓고 있다. 이러한 현상은 기술적 환경에 따른 주체성의 재구성 사례다[47].

계를 극복함으로써 새로운 사회적 관계를 맺는 중간 영역의 형성과 그 숨겨진 구조를 밝혀내는 데 도움을 줄 것이다.

3.3 영역 분할의 개념적 틀

사람들의 행동이나 규범, 나아가 커뮤니케이션 행위에 부여하는 의미가 주어진 상황(situations)에 따라 달라질 수 있다. 고프만(Goffman)이 커뮤니케이션 행위의 배경, 맥락, 그리고 환경에 주목하는 이유다. 인쇄미디어는 공적 상황을 사적 상황으로 수렴하는 반면에, 전자미디어는 이전의 사적인 상황을 공적인 상황으로 수렴하면서 정보 시스템들을 통합한다[41, 42]. 전자미디어는 과거 사적인 상호작용(private interaction)에 한정되어 있던 일련의 정보를 공개한다. 다시 말해, 서로 안면이 있고 가까운 사람들끼리 나누었던 정보를 폭로한다. 이런 의미에서 “인쇄미디어는 후방편향성(back region bias)을 갖는 반면, 전자미디어는 전방편향성(front region bias)을 갖는다([52], p.95).” 한편, 전자미디어는 새로운 중간 영역(new middle region)을 만든다. 예를 들어, 새로운 중간 영역에서 기존 방송 드라마는 시청자 앞에서 공연한다는 의미에서 ‘공적(public)’이고, 따라서 연기자들은 시청자들의 존재에 가능한 적응하지만, ‘사적(private)’ 감정을 함해서 지속적으로 여전히 감출 수 있는 모든 것을 감추려고 한다.

본 연구는 미디어의 구조적 특징과 관련된 형태와 내용에 따라 기존의 사적, 공적 영역을 재분할하고자 한다(아래의 <표 3>, 참조). 즉 형태와 내용을 양측으로 하는 네 개 영역(2X2)을 구성하는 영역 분할을 제안한다. 먼저 형태는 ‘정보의 흐름’⁹⁾과 나아가 ‘상황’¹⁰⁾을 ‘통제와 조정’¹¹⁾할 수 있

는 가능성에 따라 소통(communication)과 표현(expression)으로 나눈다. 소통(communication)을 협의로 “의도적인 내용(message)을 전달하기 위해서 언어를 또는 언어와 유사한 상징을 사용하는 것”으로, 표현(expression)은 “환경 안에 속한 한 인물의 존재만으로 생산되는 동작, 표시, 음, 그리고 움직임”으로 정의한다([42, 52], pp.93-94 재인용). 다시 말해, 소통은 정보의 흐름과 상황을 보다 잘 통제 또는 조정할 수 있는 행태임에 반해 표현은 소통에 비해 상대적으로 정보의 흐름과 상황을 덜 통제 또는 조정할 수 있는 형태다. 예를 들어, 극단적으로 소통은 의도와 전략이 담긴 이성적 메시지나 상징이라면, 표현은 무의식적으로 드러나 버리는, 본심이 담긴 감정적인 표시나 행위를 말한다.

한편, 내용은 ‘상황’ 속에서 벌어지는 일련의 일들, 즉 경험들로 이에 따라 사적 경험과 공적 경험으로 나눈다. 사적 경험은 타인들과의 이성적인 관계로부터 경계되어진 영역에서 겪는 사사로운 감정적 경험이며, 반면 공적 경험은 사회의 법과 규칙 또는 규범이 적용되며 동시에 타인들과의 이성적인 관계가 중시되는 영역에서 겪는 공식적인 이성적 경험이다.

<표 3>에서 보는 바와 같이, 4개로 분할된 영역을 본 연구는 후방, 전방 영역 그리고 중간 영역 I과 II로 명하고, 다음과 같이 새롭게 정의한다.

사적 삶은 나(자아, Self)는 I와 ME로 구성된다([5, 50], 재인용). I는 주관적인 나로서 숨겨져 있는 특이성을 발산하고 이를 통해 변화를 추구한다. 반면, ME는 집단 속에서 타인을 매개로 확인되는 객관적 나다. 소위 ‘일반화된 타인’으로서 나다. 다시 말해, 타인의 태도에 대한 나의 나뉜 반응이다.

즉 사회적 정보에 접근하는 특정한 패턴이다. 물리적, 상징적 공간에서 미디어의 이용은 사람들 간의 상호작용 패턴들 즉 사회 ‘정보의 흐름’의 패턴을 규정한다([41, 51], 재인용).

11) ‘통제와 조정’은 커뮤니케이션의 관리, 접근성의 관리, 사회적 소통과 업무행위의 조정, 유연한 시간 관리 등의 기능이나 행위를 말한다([11, 54] 재인용).

9) ‘정보 흐름’의 패턴은 정보 접근(information access)과 관련이 있다. 정보(information)란 “사람들이 자신 또는 다른 사람들의 행동들에 대한 알 수 있는 모든 것, 즉 사회적 행동에 대해 알 수 있는 것을 말한다([51], p.37).”

10) ‘상황’은 이러한 정보의 시스템(information system),

<표 3> 상황적 의미의 영역 분할 : 후방, 전방, 그리고 중간 영역들

형태	내용	사적 경험(private experience)	공적 경험(public experience)
소통(communication)		중간영역 I(side-stage region) : 공개된 공간에서 새로운 사적 영역(습관)	전방 영역(front stage region) : 공적 영역(국가, 사회)
표현(expression)		후방 영역(back stage region) : 사적 영역(나, I)	중간영역 II(side-stage region) : 은폐된 공간에서 새로운 공적 영역(관습)

미드(Mead)의 주장에 따르면, I를 '사적 나'로 ME를 '공적 나'로 분류한다. 이런 의미에서 ME는 순수한 의미의 사적 영역이라고 할 수 없다[5]. ME는 내 외부의 경험적 타인들과의 '관계'에 의해서 형성되었기 때문이다. 이러한 의미에서, 본 연구는 후방 영역을 “주관적인 나, I 즉 외부와의 관계 즉 소통이 없는 주관적인 삶의 사적 영역”으로 정의한다. 또한, 본 연구는 전방 영역을 “외부와의 관계 즉 소통이 존재하되 이성적이고 규범적인 삶의 공적 영역”으로 정의한다.

메로비츠[51]에 따르면, 중간 영역(middle, side-stage region)을 사적, 공적 영역의 양 극단에서 보이는 경험들이 약한 대신 양 극단의 경험들이 조금씩 섞여 있는 공간으로 정의한다. 다시 말해, 사적, 공적 영역의 극단적 경험들보다는 소속되는 영역의 구별이 모호한 경험들이 일어나는 공간이다. 하지만, 본 연구는 중간 영역을 사적 경험을 내용으로 소통할 수도 그리고 표현될 수도 있고, 공적 경험을 내용으로 역시 소통할 수도 동시에 표현될 수도 있는 영역으로 정의한다(<표 3>, 참조). 이러한 점에서, 중간 영역은 '소통이 없는 주관적인 후방 영역'과 '표현이 없는 이성적이고 규범적인 전방 영역'과 큰 차이를 갖는다. 하지만, 상황에 따라 '지속적이고 일관된' 행동들을 경험하게 된다는 점에서 중간 영역은 후방, 전방 영역과 유사하다.

본 연구의 중간 영역은 <표 3>에서 볼 수 있는 것과 같이 두 개의 영역으로 분할된다. 좌측 상단의 중간 영역 I은 '공개된 공간에서 새로운 사적 영역'을 구축하는 영역으로 이 영역은 개인적 '습

관'으로 상징화(표출)된다. 예를 들어, 공공장소인 지하철에서 사적인 상호작용을 가능케 하는 휴대폰을 사용하는 경우, 이와 같은 현상을 공적 공간이 개인의 사사로운 공간으로 전환된다는 점에서 “사적 영역의 공격적 확장[37]”과 “공간의 통제[57]에 따른 사적 영역 강화”로 해석했다([11], 재인용). 하지만 본 연구는 이를 중간 영역 I에서 관찰되는 현상들 중 하나로, 사람들이 전방 영역(front stage region)임에도 불구하고 공간의 제약에서 벗어나 마치 후방 영역(back stage region)에 있는 양 사적 경험을 소통하고(communicate) 있다고 해석한다. 이 중간 영역에서 사람들이 공적인 공간인 공공장소에서 휴대폰을 통해서 사적인 대화를 큰 소리로 나눈다면 이로 인해 처음에는 사, 공적 영역에 대한 기존 인식의 충돌로 몹시 당혹스럽게 받아들이지만, 시간이 흐르면서 점차 예절이라는 '규범'이 사라지는[6] 대신 개개인의 '습관'으로 이를 받아들여지게 되고, 결국 보편적인 주변의 경험들로 용인하는 상황, 즉 시민적 무관심(civil inattention)[41]에 이른다.

<표 3>에서 우측 하단의 중간 영역 II은 정보 흐름의 통제와 조정이 불가능한 즉 소통하기보다는 표현됨으로써 '은폐된 공간에서 새로운 공적 영역'이 만들어지는 영역이며, 이 영역은 사회적 '관습 또는 관행'으로 상징화된다. 예를 들어, 외부와 물리적으로 분리된 공간(예 : 가상공간)에서 사람들은 마치 전방 영역(front stage region)에서 있는 양 인터넷 댓글 또는 SNS를 통해서 공적 경험을 드러내(reveal)거나 표현한다(express). 이는 시민성 또는 네트워크화 강화 즉 사회적 연결의 강

화로 해석되어 왔다[23]. 사실, 이 중간 영역 II는 공적 영역에서 지켜져 왔던 전통적인 규범 대신 상황에 따라 쉽게 변하는 관습 또는 관행이 생성되고, 그 아래 익명성에 기댄 ‘집단(패거리)주의 확장’라는 은폐 구조를 갖는다. 사람들은 이 중간 영역 속에서 사적 경험들을 타인과 자유롭게 소통하는 듯 자신하지만 사실은 제한된 자유(주변 사람들의 평가) 속에서 단지 관습적으로 표현할 뿐이다.

인쇄미디어(예 : 소설, 신문)와 전자미디어(예 : 방송)는 <표 3>에서 보이는 전방 영역에서, 시청자들에게 일방적인 소통을 통해서 공동체의 지배적 지위를 강요한다. 이들 미디어를 통한 일방적인 정보 흐름은 사회적 규범과 국가 체제에 순응하는 것을 강요하고, 개인성의 실현이나 사회적 연결성에 한계를 둔다. 한편, 융합미디어는 중간 영역 II를 확대함으로써 전자미디어와 같이 일방적으로 기존의 정치경제적 지배 구조를 강요하지 않지만 교묘히 이 역할을 수행한다. 확대된 중간 영역 II는 ‘사람들이 자신의 효능감(self-efficacy)을 갖기에 누구의 통제와 영향으로부터 자유롭다’는 일종의 신화를 내세우며, 겉으로는 기존의 정치경제적 지배 구조를 강요한다는 사실을 은폐하고 있다. ‘네트워크화된 개인주의(networked individualism)’가 융합미디어의 발전에 따라 점차 강화될 것이라는 예측이 타당하지 않는 이유가 여기에 있다. 또한, 융합미디어(예 : 인터넷, 휴대폰, SNS 등)는 중간 영역 I에서 개인주의화를 가속화하고[20, 21], 동시에 후방 영역으로 확대, 침투하여 사회적 파편화[53] 또는 사인화(privatization[11])를 심화시킨다(<표 4>, 참조).

중간 영역 II의 확대는 전방 영역의 축소와 기존의 공적 영역의 변형으로 이어지고, 중간 영역 I의 확대는 후방 영역의 축소와 기존의 사적 영역의 변형으로 이어진다(<표 4>, 참조). 전자미디어가 가져온 기존 공적 영역의 사유화와 이로 인한 전방 영역의 후방 영역으로의 침투가 이제 융합미디어를 통해 보다 가속화되고 있다. 특히, <표 4>의 화살표 방향으로, 중간 영역 II가 전방 영역으로

확대되는 현상은 특정 계층이 공적 영역을 암묵적으로 사유화하는 형태로 진행된다[60]. 동시에, 디지털화하기 어려운 암묵적인 지식은 소수의 지배층에만 교류되고, 균질적인 네트워크 조직이 아니라 중앙인 허브와 주변인 노드들이 존재하며, 이윤이 발생하는 곳으로 몰리는 경향을 띤다. 위와 같은 융합미디어에 따른 영향들, 즉 ‘중간 영역의 확대와 기존 전후방 영역의 축소와 변형’을 보다 상세히 관찰하기 위해서, 본 연구는 중간 영역이 갖는 은폐의 원리와 그 구조를 살펴보려고 한다.

4. 중간 영역의 은폐 원리와 그 구조

4.1 중간 영역의 은폐 원리

루카치(Lukacs)는 ‘물화(reification)’의 과정을 ‘유령적 대상성(phantom objectivity)’을 통해 설명한다[49]. 유령적 대상성이란 “대상성의 근본적 기초인 인간관계의 모든 흔적까지 은폐할 정도로, 겉보기에는 완전히 완결적이고 합리적인 듯이 보이는 엄격한 자기 법칙성이다([48], p.83).” 자본주의의 상품 생산의 특성들이 모든 인간관계에까지 파고들어, 모든 것들을 대상화, 즉 물화하고 있다. 사람들은 대상이 아닌 것을 대상으로 간주하는 물화의 오류에 빠진다.

“최근 모 국제갤러리에서 열린 ‘창녀 찾기’라는 제목의 퍼먼스가 열렸다. 관객들 중 창녀가 누군지 알아맞힌 사람에게 현상금을 주는 행사다. “지금 이곳에 창녀가 한 명 초대됐습니다. 그녀는 이 미술 전시 개막행사에 3시간 참석하는 조건으로 60만 원을 작가로부터 받습니다. 이 창녀를 찾아낸 분은 120만 원을 받게 됩니다. 창녀를 찾아봅시다.” 불법 영업을 하는 모 안마시술소 여직원을 섭외하고, 다른 관객으로부터 “당신이 성매매 여성이냐”는 질문을 받으면 “그렇다”고 대답하기로 약속하고, 이를 수행해서 60만 원을 현찰로 지급했다. 위 퍼먼스의 기획 의도를 한국사회에 고착화

〈표 4〉 중간 영역들의 확장과 전방 영역의 후방 영역으로의 침투

형태 내용	사적 경험(private experience)	공적 경험(public experience)
소통(communication)	중간영역 I	
표현(expression)	후방 영역 사적 영역	전방 영역 공적 영역
	중간영역 II	

된 “자본주의의 모순을 고발하고, 타인에 대한 예의와 윤리의 정의와 한계에 질문을 던지기 위해서”라고 기획자는 설명한다(2008년 4월 17일, 조선일보 기사 일부 발췌 및 요약).”

열린 공적 영역에서 개인적으로 은밀한, 감추고 싶은 사적 영역이 상품화를 통해 드러나는 순간이다. 예의와 윤리라는 거추장한 은폐의 장막은 자본의 앞에서 맥없이 무너지고, 자신의 치부조차 상품화하는 모습은 공적 영역이 극단적으로 사적 영역을 침투하는 실례로 보인다. 이는 루가치가 얘기하는 자본주의 생산양식이 가정과 개인의 공간에까지 침투하는 현상이다.

자본주의 생산양식은 사용가치와 교환가치의 분리로 특징지어진다. 사용가치는 물건의 내재된 직접적인 유용성에 대한 가치이고, 교환가치는 타 상품과의 관계 속에서 화폐를 매개로 결정되는 가치다. 상품에 그 쓰임새와 그 자체의 유용한 가치를 부여하지 않고, 타 상품과의 교환에서 얼마나 가치를 갖는지를 화폐의 값으로 부여한다. 교환의 가치의 원리는 자본주의 생산영역에 머물지 않고 다른 영역들에게까지 침투하여 산업화된 공적 영역을 형성하는 데 영향을 미친다. 소설은 사적 영역에까지 교환가치의 원리를 확산시켜 인간의 상품화, 도구화 즉 소위 인간을 물화시키기 위한 전략적 미디어다. 소설은 사회화, 정당화, 사회를 통일적인 경제과정에 종속시키는 전략적인 역할을 한다[49].

과거로부터 전자미디어는 공적 영역에서 논의되

는 기존 공동체의 지배적 원칙과 규범을 전파(broadcasting)하여, 사적 영역에까지 침투시키려는 역할을 해왔다. 현재 전자미디어인 방송은 사적 감정조차 상품화의 대상으로 물화시키며, 여전히 전방(공적) 영역을 후방(사적) 영역으로 확장시키고 있다. 방송사들은 공공연히 타인에게 숨겨지고 그림으로써만 의미가 풍부해지는 후방(사적) 영역의 경험들을 상품화 대상으로 만들어 공개한다. 과거 ‘몰래카메라,’ ‘장미의 산장(연예인 공개 미팅)’ 등이 공적 공간(공개된 장소)에서 사적 감정을 노출시키는 프로그램이었다면, 최근 조작된 리얼리티(manipulated reality) 쇼인 ‘우리결혼했어요’는 사적 공간(집안)에서 사적 감정을 드러내도록(express) 한다. 더불어 융합미디어인 SNS 중 페이스북에서는 이용자 자신을 중심으로 사적 경험들을 제한적이지만 지인들과 공유하며, 트위터에서는 주변의 일들에 대한 자신의 생각과 사실들을 가감 없이 공개함으로써 지지와 동감을 얻기 위한 사적 감정들을 드러낸다. 카메라 존재를 의식한, 그리고 누구나 볼 수 있도록 열려있는 가상의 공간이라는 점을 고려하면, 융합미디어는 확장된 중간 영역 I에서 대상화된 나(ME)가 표현하고 있음을 은폐한다.

융합미디어는 실재보다 더 실재 같은 과잉현실(hyper-reality)을 만들어내고, 그 속에서 미디어가 담고 있는 내용이 용해되고 결국 미디어 자체에 대한 인식조차 소멸된다([3, 35], 재인용). 이러한 소멸된 인식은 사람들로 하여금 스스로가 자신의 진정한 정체성을 드러내고, 주체적으로 소통하고 있다고 믿게 만든다. 예를 들어, 융합미디어(예, 인터

넷과 유비쿼터스 네트워크)에 대해서 개인이 충분히 통제와 조정할 수 있다고 믿으며, 이 신화로 은폐된 공간에서 개개인들이 우리의 ‘관습(관행)’에 절대적으로 의존하며 살고 있다[10]. 걸보기에는 완전히 완결적이고 합리적인 융합미디어 환경은 우리가 문제의식 없이 ‘멍청하게’ 삶을 살도록 변화시키고 있다. 즉 총체적이고 완벽한 자기법칙성으로 움직인다는 생태학적 원리를 내세우며, 융합미디어는 중간 영역 II에서 ‘유령적 대상성’이 작동하고 있음을 은폐한다.

4.2 중간 영역의 은폐 구조

사람들은 주어진 공간(물리적 장소)을 넘어서 상황 분리(segregation)에 익숙하다. 사람들은 미디어에 의존하지 않고도 제한된 공간 내에서도 자유롭게 주어진 상황(즉 정보와 감정의 흐름)을 변화시킬 수 있다. 면대면(interpersonal) 커뮤니케이션 맥락 속에서 상황 분리의 예를 쉽게 찾아 볼 수 있다. 대화 도중 실제로 못 들었거나, 못 들은 척하는 행위(정보의 흐름을 통제 또는 선택적 정보 노출) 또는 의례적으로 인사하는 행위(감정의 흐름을 통제 또는 선택적 감정 표출) 등이 그 예들이다. 미디어가 매개된(media-mediated) 맥락 속에서도 쉽게 자신에게 주어진 상황으로부터 분리되어, 자신의 후방 또는 전방 영역에서 정보의 흐름을 통제 또는 조정할 수 있다[52]. 특히 융합미디어 이용으로 사람들은 시, 공간의 제약을 ‘보다 쉽게’ 극복하고 후방, 전방 영역에 대한 개인의 통제력을 높인다.

하지만, 융합미디어가 개인의 통제력을 높이지만, “그 만큼 또 다른 권력이 쉽게 작동하고, 현실의 정치경제적 논리에 휘둘리기 쉽다([26], p.28).” 확장된 중간 영역 II에 속하는 인터넷(예, 댓글)의 경우, 오프라인의 권력구조를 그대로 온라인으로 옮겨오는 등 자신들의 경제적 이익과 정치적 득권을 유지, 확대시키기 위해서, 조직적 행위자들이 네트워크를 구성하고 원시적 행위자들을 섭하려고

한다. 즉 정부, 기업 등의 많은 기득권 권력들이 인터넷을 기존의 사회구조를 재생산하기 위한 도구로 활용한다는 의미다. 또한, 중간 영역 I에 속하는, 공개되는 소셜미디어(예 : 트위터)는 단순히 걸으로 사람과 사람을 연결해주는 인간적인 관계 형성의 도구처럼 보이지만, 실제 그를 통해 이윤을 창출하기 위한 새로운 경제 유형이기도 하다[25]. 소셜미디어에 넘치는 정보와 이에 대한 반응은 기업에게는 미디어의 주식 가치를 높이는 길이다. 따라서 자본의 관심은 인간적인 관계 형성에 있는 것이 아니라, 관심사에 맺어진 ‘팔로워(follower)’와 ‘팔로잉(following)’의 연계 지점들에 광고주들의 배너를 배치하는 데 있다[25].

융합미디어는 중간 영역 II, 즉 ‘은폐된 공간에서 새로운 공적 영역’의 생성을 가져오고, ‘관습’ 또는 관행이라는 미명 하에 건강한 시민적 참여보다는 참여의 봉쇄를 강요한다. 예를 들어, 인터넷이라는 열린 가상공간 속에서 네티즌들은 일정한 공동체적 연대감 또는 시민성을 형성하기 위해 적극적으로 참여하는 듯 보이지만, 실상은 쉽게 자신의 이해에 따라 중간 영역 또는 ‘관행’의 뒤에 숨어버리고 마는 일들을 종종 관찰한다. 최근 촛불집회와 관련된 아고라 사례[1]에서 볼 수 있듯이, 이러한 은폐된 공간에서는 개인의 이해관계 속에서 쉽게 무너지는 공동체 의식, 정치적 연대감은 느슨한 네트워크화로 보이고, 공고한 인간관계 확장이라는 신화 속에 파편화된 공적 영역을 은폐하는 원리가 작동한다.

또한 융합미디어는 중간 영역 I, 즉 타인에게 알려지고 그럼으로써만 의미를 갖는 ‘공개된 공간’에서 새로운 사적 영역을 확대시킨다. 이 속에서 사람들은 의도적이며 전략적인 ‘대상화’된 소통(communicate)에 또는 ‘의례화’된 소통에만 몰두한다. 이러한 소통의 패턴은 나의 ‘습관’을 통해서 나타나고, 결국 사적 영역에서나 가능한 인간관계에 따른 소통은 중단된다. 예를 들어, 소셜미디어인 SNS를 통해서 사람들은 ‘일반화된 타인’인 나(ME)를 표현한다. ‘자기표현’은 자발적이고 의도

적으로 타인에게 자신에 관한 정보를 제공함으로써 그 의미를 갖는다. SNS를 통한 ‘자기표현’ 동기는 언어적 그리고 비언어적인 행위 속에서 자기 자신을 타인에게 드러내고자 하는 것으로 해석된다. 구체적으로, 자신의 정체성을 적절히 그리고 효과적으로 알리고, 이를 통해서 타인과 긍정적인 관계를 형성하는 전략적 목적으로 SNS를 이용하고 있다. 이 순간, 자신의 나(I)가 ‘공적’ 나(ME)로 대상화된다. 이러한 상황이 지속되면 이제 SNS 이용은 습관화된 행동으로 변하며 동시에 단순히 타인에게 보여지는 ‘일반화된 타인’인 나(ME)가 나(I)를 압도한다. ‘공적’ 나(ME)의 ‘대상화’는 결국 진정한 인간관계에 따른 소통을 막는다.

공공장소에서 휴대전화를 이용하는 사람들은 상황 분리를 통해서 쉽게 사적 영역으로 옮겨갈 수 있지만, 공적인 공간을 의식하는 의례적인 대화를 나눌 수밖에 없는 상황에서 진정한 인간관계에 따른 소통은 중단된다. 마치 고정전화가 무의식적인 검열과 통제 하에서 이용되어 사실상 사적 대화가 힘들었던 것처럼, 휴대전화의 ‘의례화’ 역시 사적 영역에서나 가능한 진정한 소통을 막는다. 또 다른 예를 들면, 전자미디어와 함께 융합미디어에서 유통되는 드라마는 진정성이 소통되는 관계를 ‘연애’로 설정하고[14], 이를 유일무이한 형식이라고 전파한다. 하지만 연애는 진정성을 나누는 관계의 형식으로 불안정하다. 연애를 통해 상대에 대한 자신의 감정을 자연스레 표출하지만, 어느 순간 자신은 성적 욕망의 성취라는 전략적인 목적 하에서 ‘대상화’된 소통으로 나아갈 수밖에 없기 때문이다. 이러한 소통의 패턴은 공개된 공간(예, 드라마)에서 새로운 사적 영역 즉 중간 영역 I에서 더욱더 진정성을 갖기는 힘들다.

5. 결론과 토의

기존 미디어들의 결합, 융합으로 새로운 미디어, 즉 융합미디어가 등장하고, 이들이 지속적으로 사람들의 삶의 영역에 영향을 미친다. 한편에서는

미디어 융합 환경이 내부적으로 개인성이 강조되면서 동시에 네트워크화를 통한 관계를 확장하고 [23], 개인의 단절을 넘어 공감대, 즉 정서적 유대감과 연대감을 형성시킬 것이다[26]라고 주장한다. 다른 한편에서는 새로운 미디어는 보편성보다는 개인의 개성과 관심이 중시되는 소비자들의 성향[28]을 부추기고, 나아가 사회적 파편화, 사인화(privatization)[11], 그리고 결국 공동체적 삶의 파괴를 가져온다고 주장한다. 이러한 상반된 논리들은 현상학적 해석과 정치경제학적 가치 판단과의 차이에서 기인한 것으로 보인다. 이와 달리, 본 연구는 융합미디어의 사회문화적 함의를 새로운 상황론적 접근을 통해서 살펴보았다. 융합미디어의 등장은 사, 공적 영역의 경계가 갖는 전통적인 의미의 해체를 가져왔고, 새로운 영역 분할을 요구하고 있다. 본 연구는 제안된 영역 분할의 개념적 틀을 통해서 새로운 중간 영역과 기존 영역들을 재해석하고, 중간 영역 속에 숨겨진 은폐의 원리와 구조를 밝혀내고자 시도했다.

전자미디어의 발달로 공적인 논의는 의견들의 전략적 조작(manipulation)에 의해 대체되고 있다[39]. 즉 속의가 필요한 쟁점들이 논의되어야 할 공론장은 이제 지배적 이데올로기로부터 자유롭지 못하고, 담론적 함의를 명분으로 서로 다른 이해관계들을 무시하는 등 그 역할이 축소, 변형된다[39]. 하지만, 융합미디어의 등장으로 후, 전방 영역이외의 중간 영역이 출현하여 그 의미가 새로워지고, 동시에 공론장은 ‘재봉건화’ 과정을 거쳐 다시금 변형, 확대되고 있다. 전방 영역이 후방 영역으로 침투함으로써(<표 4>, 참조), 사유화된 전방 영역이 기존의 공론장을 변화시키면서 그 전방 영역을 확대하고 있다. 다시 말해, 전자미디어와 함께 융합미디어의 영향으로 인해 전방 영역은 공동체를 묶어주는 기능적, 의례적 활동이 수반되는 공동의 장임에도 불구하고, 사유화되어 특정 지배적 이데올로기를 확대, 재생산하는 도구로 변형, 이용되고 있다.

한편, 많은 연구들은 융합미디어로 인한 긍정적

변화의 모습들을 보여주고 있다. 인터넷은 사람들이 사회 환경과 맺는 관계의 성격을 바꿔 놓고 있다[57]. 인터넷의 구조적 특징들이 다양한 유형의 사회관계를 개인이 주체적으로 만들어 갈 수 있도록 한다. 예를 들어, 특정 이해관계를 관찰시키기 위해서 자신과의 의견을 같이 하는 사람들을 동원하여 새로운 관계를 형성할 수 있다는 것이다. 또한 스마트미디어는 사람들이 시공간의 제약을 넘어서 미디어와 콘텐츠의 수용을 직접 선택하게 만든다[9]. 그리고 소셜미디어는, ‘자기표현’ 측면에서, 자신을 드러내는 동시에 상호작용을 통해서 존중받고자 하는 노출과 관음의 자기애적 욕망을 충족시켜준다. 이를 통해 소통은 긍정과 지원이 이루어지는 공간을 통해 소속감과 정서적 유대감을 높인다. 또한 ‘상호 연결적 확장’ 측면에서, 소셜미디어는 개인의 일상과 경험이 기록되고 저장되는 내용이 타인에게 흥미를 일으키고 의미 있는 것으로 인식되도록 한다[19].

하지만, 본 연구는 융합미디어로 인한 부정적인 변화의 모습들에 주목한다. 융합미디어는 사람들이 자기표현을 강화시키고, 자기를 중심으로 관계를 형성하고 유지하는 등 자기중심적(egocentric) 성향을 갖도록 한다. 때로 이들은 사익을 추구하는 데 민감하며, 자기이해와 관련된 공적 사안에만 유독 집단화되었다가 “끌리고, 쏠리고, 들끓다가[56]” 일시에 소멸해 버리는 성향을 보이는 경우도 있다. 개인주의 속 집단주의라고 할 수 있다. 즉 일상생활이 극도의 개인주의 경향을 보임과 동시에 자신과 관련된 사안에는 강한 응집력을 보여주는 복합적인 양상이 공존한다. 더불어 융합미디어는 다양한 의견들을 접할 수 있는 통로로서의 역할을 함과 동시에 같은 의견을 공유하는 집단 내 결속력을 통해서 다른 의견을 가진 집단에 대한 반감을 강화시키는 역할을 한다.

융합미디어가 편재되고(ubiquitous) 일상적인 삶 속에 체화되면서, 점차 미디어 자체에 대한 관심이 줄어들고 있다. 가까운 미래에 사람들은 ‘언제 어디서나’ 원하는 콘텐츠와 애플리케이션을 찾아 쉽게 이용할 수 있는 개인의 창(private window),

즉 ‘안경 미디어(spectacles media)’를 갖게 될 것이다. 곧 사람들은 인체의 일부인 듯 한 안경과 같이 더 이상 미디어를 인식하지 못한 채 살아갈 것이다. 융합미디어 환경은 전통적인 사적, 공적 영역의 구분을 소멸시키고 새로운 중간 영역을 출현시킨다. 융합미디어는 사람들이 타인과 긍정적인 관계를 형성하려는 전략적인 ‘대상화’된 소통에 몰두하고, 일반화된 타인으로서 나(ME)의 ‘습관’에 의존해 살아가도록 만든다. 또한 진정한 인간관계를 은폐하는 ‘의례화’를 통해 소통을 막는다. 나아가, 융합미디어는 기존의 공적 영역의 확장이 드러나지 않도록 은폐시키고, 이 공간에서 새로운 중간 영역을 만들어 내어, 마치 총체적 관점을 지닌 듯한 ‘관습 또는 관행’의 이름 아래 체제에 순응하도록 만든다. 결국, 융합미디어에 의해 생성된 중간 영역에는 ‘대상화’되고 ‘의례화’된 사적 영역을 그리고 ‘과편화’된 공적 영역을 감추고자하는 은폐의 전략들이 숨겨져 있다. 따라서 융합미디어가 갖는 보다 정확한 사회문화적 함의를 도출하기 위해서는 중간 영역 속에 감춰진 은폐 전략들을 드러내는 것로부터 출발해야 한다.

참고 문헌

- [1] 강재원, 김경희, 김대호, 김성철, 심미선, 심용운, 이영진, 이재신, 장병희, 전경란, 최준호, “한국의 진화의 궤적 인터넷”, 커뮤니케이션 북스, 2008.
- [2] 강진숙, “SNS 속도문화와 창조적 저항 : 바릴리오와 키틀리의 속도와 주제에 대한 사유를 중심으로”, 『한국언론정보학보』, 제58권(2012), pp.31-54.
- [3] 김균, 마샬 맥루한의 커뮤니케이션 사상. 현대사상, 1997.
- [4] 김균, 정연교, 맥루한을 읽는다, 궁리, 2006.
- [5] 김득룡, “공적 삶과 사적 삶 : 제3의 ‘사적’ 영역의 가능성”, 『범한철학』, 제19권(1999), pp. 41-58.
- [6] 김신동, “호모 텔레니쿠스의 등장 : 이동전화

- 확산에 영향을 준 사회문화적 요인 연구”, 『한국언론학보』, 제45권, 제2호(2001), pp.62-85.
- [7] 김영석, 디지털미디어와 사회, 나남출판, 2002.
- [8] 김영주, 강재원, 미디어산업의 지형 변화 2007 : 현황과 전망, 한국언론재단 연구서 2007-08, 2007.
- [9] 김용찬, 손해영, 심홍진, 임지영, “뉴미디어 이용과 환경통제감 인식 : 스마트폰과 SNS 이용을 중심으로”, 『사이버커뮤니케이션학보』, 제29권, 제2호(2012), pp.45-94.
- [10] 김중혁, 명칭한 유비쿼터스. 펍킨뉴스, 김중혁 소설집, 문학과 지성사, 2006.
- [11] 김평호, “이동성, 그리고 사민주의”, 『한국언론정보학보』, 제18호(2002), pp.36-61.
- [12] 남기범, 엔서니 기든스의 구조화이론과 시공간론. 국토연구원 편, “현대 공간이론의 사상가들” 한올아카데미, (2006), pp.451-465.
- [13] 남기범, 컨버전스로 인한 공적공간과 사적공간의 경계 변화. 정보통신정책연구원, 08-24, 2008.
- [14] 남재일, “진정성을 소통하는 세가지 방식,” 경향신문 정동칼럼, 2013.
- [15] 메로비츠, 레프저, 서정선역, 뉴미디어의 언어. 생각의 나무, 2005.
- [16] 박기순, 대인커뮤니케이션, 세영사, 1998.
- [17] 박승관, 한국 사회의 근대화 과정과 사회적 커뮤니케이션 세계의 변동, 서울대-동경대 연례국제심포지움, 2003.
- [18] 박현주, “DMB의 이용과 그 사회문화적 함의에 대한 이해 : 미디어 이용행태의 변화와 일상문화의 미시적 구성방식의 변화를 중심으로”, 『언론과학연구』, 제8권, 제1호(2008), pp.121-160.
- [19] 배진아, 최소망, “TV 시청과 SNS 상호작용”, 『사이버커뮤니케이션학보』, 제30권, 제1호(2013), pp.47-92.
- [20] 배진한, “전화의 이용과 총족 그리고 대인매체로서의 전화의 속성-이동전화, 면대면 채널과의 비교를 중심으로”, 『한국언론정보학보』, 제18권(2001), pp.131-164.
- [21] 배진한, “이동전화의 총족과 대인 커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식-세대간 비교를 중심으로”, 『한국언론학보』, 제45권, 제4(2002), pp.150-188.
- [22] 윤태진, 이창현, 이호규, “새로운 미디어 테크놀로지의 도입과 ‘시/공간’ 및 ‘공/사’ 개념의 변화”, 『방송연구』, (2003), pp.179-207.
- [23] 윤석민, 커뮤니케이션 정책 연구, 커뮤니케이션북스, 2005.
- [24] 위르겐 하버마스, 한승완 역(2001), 공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구. 나남, 2001.
- [25] 이광석, “SNS 기술문화 코드, 퇴행과 자유의 변주”, 『디지털 문화 연구 정책』, 제68권(2012), pp.175-188.
- [26] 이동후, “인터넷의 공간과 시간 : 미디어 생태학적 접근을 중심으로”, 『커뮤니케이션 이론』, 제2권, 제1호(2006), pp.1-34.
- [27] 이상우, 강재원, 통신, 방송 융합, 통신서비스 정책의 이해, 12장, 정보통신정책연구원 편저, 법영사, 2005.
- [28] 제일기획, SWITCHing Korea, 전국소비자조사, 2007.
- [29] 조인호, 장석준, “SNS의 존재론적 논의와 기술적 행위를 통한 사회구조 변화 가능성 : 비판적 사실주의를 중심으로”, 『커뮤니케이션 이론』, 제8권, 제2호(2012), pp.99-153.
- [30] 주정민, “이동전화 이용과 공적영역의 사적영역화에 관한 연구”, 『한국방송학보』, 제18권, 제4호(2005), pp.117-147.
- [31] 조광제, “유비쿼터스 공간의 매체 철학적 함축에 대한 고찰”, 『시대와 철학』, 제18권, 제2호(2007), pp.49-80.
- [32] 최병두, 지식정보시대와 공간, 환경의 패러다임 전환, KISDI 연구보고서 05-25, 2005.
- [33] Arendt, H., The Human Condition, 이진우, 태정호 공역(1996), 인간의 조건, 한길사, 1958.
- [34] Aries, P., Centuries of Childhood, Robert

- Baldick(역), New York, Vintage, 1962.
- [35] Baudrillard, J., *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Telos Press, St. Louis, 1981.
- [36] Bolter, J. D. and R. Grusin, *Remediation: Understanding New Media*. MIT press, 1999.
- [37] Cameron, D., "Small Incivilities", *Critical Quarterly*, Vol.42, No.2(2000), pp.127-131.
- [38] Castells, *The Internet Galaxy : Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford University Press, New York, 2001.
- [39] Calhoun, C., *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA : MIT Press, 1992.
- [40] du Gay, P., *Doing Cultural Studies : the Story of the Sonny Walkman*, Sage, London, 1997.
- [41] Goffman, E., *Behaviors in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*, Greenwood, London, 1969.
- [42] Goffman, E., *Forms of Talk*. University of Pennsylvania Press, 1981.
- [43] Gow, G., "Spatial Metaphor in the Work of Marshall McLuhan", *Canadian Journal of Communication*, Vol.26, No.4(2001), pp.519-536.
- [44] Harvey, D., *Social Justice and the City*, Arnold, London; 최병두 역, 1983, 사회정의와 도시, 종로서적, 1973.
- [45] Harvey, D., *The Limits to Capital*, Blackwell, Oxford; 최병두 역, 1995, 자본의 한계, 한울, 1982.
- [46] Innis, H., *The Bias of Communication*, University of Toronto Press, Toronto, 1951.
- [47] Kittler, F., *Optische Medien-berliner Vorlesung 1999*, 윤원화 역(2011). 광학적 미디어 : 1999년 베를린 강의 : 예술, 기술, 전쟁. 서울 : 현실문화, 2002.
- [48] Lukacs, G., *History and Class Consciousness*, Rodney Livingstone(역), MIT Press, 1971.
- [49] Mayne, J., *Private Novels, Public Films*. Georgia University Press, 강수영, 류제홍 역 (1994), 사적 소설/공적 영화, 시각과 언어, 1988.
- [50] McLuhan, M., *Gutenberg Galaxy : The making of Typographic Man*, University of Toronto Press, 1962.
- [51] Mead, G. H., *Mind, Self, and Society*, The University of Chicago Press, Chicago, 1962.
- [52] Meyrowitz, J., *No Sense of Place : The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press, Oxford, 1986.
- [53] Morely, D., *Between the Public and the Private*. In J. Cruz and J. Lewis(eds.), *Viewing, Reading, Listening*, Westview Press, Boulder, 1994.
- [54] Palen, L., M. Salzman, and E. Youngs, *Discovery and Integration of Mobile Communications in Everyday Life*, *Personal and Ubiquitous Computing*, (2001), pp.135-148.
- [55] Sennet, Richard, *The Fall of Public Man*, New York Vintage, 1974.
- [56] Shirky, C., *Here Comes Everybody*, 송연석 역(2008), 끌리고 쫓리고 들끓다. 갈리온, 2008.
- [57] Shirky, C., *Cognitive Surplus : Creativity and Generosity in a Connected Age*, New York : Penguin Press, 2010.
- [58] Swingedouw, E., *Communication, Mobility and the Struggle for Power over Space*. In G. Gianopoulos and A. Gillespie(Eds.), *Transportation and Communication Innovation in Europe*(pp.305-325), Bellhaven Press, London, 1993.
- [59] Watt, Ian, *The Rise of the Novel*. University of California Press, Berkeley, 1957.
- [60] Virilio, P., *Vitesse et Politique*. 이재원 역 (2004), 속도와 정치, 서울 : 그린비, 1977.

◆ 저 자 소 개 ◆

**강 재 원 (jaekang@dongguk.edu)**

현재 동국대학교 신문방송학과 부교수로 재직 중이며, 정보통신·미디어 산업/정책을 전공하고 있다. 연세대학교에서 독어독문학 학사, 미시간주립대학교에서 정보통신학 석사, 플로리다대학교에서 매스컴 박사 학위를 취득하였고, 주요 관심분야는 뉴미디어 수용, 컨버전스 전략, 방송통신융합정책 등이다.