

디지털 노동의 불안과 희망:

대학생의 '대외활동'에 대한 심층 인터뷰

이희은*

청년실업률이 높은 신자유주의적 경제구조 하에서, 오늘날의 20대 대학생들은 소위 '스펙 쌓기'라는 노동 시장에 어쩔 수 없이 내몰리고 있다. 이 연구는 한국 대학생 중 절반 정도가 참여하고 있다는 '대외활동'을 중심으로, 창의적 생산과 자율적 선택을 기반으로 한 것처럼 보이는 경제 활동 기회의 제공이 사실은 자본주의 발전의 한 단계로서 디지털 노동의 국면을 보여주고 있음을 탐색한다. 대학교 재학 중 대외활동에 참여한 경험이 있는 학생들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시한 결과, 대외활동은 자발적 참여와 문화 지식 생산을 기반으로 하고 있으나 강도 높은 노동이 무임금 혹은 저임금으로 이루어지는 전형적인 디지털 노동의 모습을 보였다. 대외활동은 경험을 시뮬레이션으로, 친구와 동료들 인맥으로, 창의적 생산을 표준화된 상품으로 생산하고 있었으며, 강제된 것은 아니지만 선택할 수밖에 없는 노동의 형태로 대학생들에게 제공되고 있었다. 이러한 노동 과정에서 대학생들의 지식과 정보는 데이터와 상품의 형태로 축적되어 커뮤니케이션 자본주의의 구조를 구축하는 데 역할을 담당하고 있었다.

주제어: 디지털 노동, 대외활동, 프리카리아트, 청년실업, 커뮤니케이션 자본주의, 비물질노동

1. 서론

“꿈을 이루기 위해 해야 할 일이 너무 많다”

대학생 홍보대사를 모집하는 어느 기업의 광고 문구다. 그러나 오늘날의 대학생들은 꿈을 이루기 위해서가 아니라 생계를 유지하고 취업을 달성하기 위해서 너무 많은 일들을 해야 하는 현실에 놓여있다. 외환위기 이후 한국의 노동시장과 고용체계가 급격히 변화하면서 소위 '스펙'을 쌓기 위한 경쟁이 점차 심해지고 있기 때문이다. 고용노동부의 조사에 따르면 2002년 만 해도 취업에 필요한 요소로 '5대 스펙'(학벌, 학점, 토익, 어학연구, 자격증)이 꼽혔으나 2012년 이후 여기에 봉사활동과 인턴과 수상경력이 더해져 '8대 스펙'으로 늘어났다. 대학을 졸업하기 이전에 미리 갖추어야 할 요건들이 더 많아지면서 취업준비를 위한 휴학이나 '대외활동'이 늘어났고, 이로 인해 20대들의 노동시장 진입도 더욱 늦어지는 추세다.

이 논문은 오늘날 한국사회의 대학생 중 절반 가까이가 참여하고 있는 것으로 알려진 '대외활동'을 중심으로, 창의적이고 자율적인 활동처럼 보이는 기회의 제공이 사실은 디지털 노동의 한 국면을 이루고 있음을 보여주는 것을 목표로 한다. 여기서 '대외활동'이란 학교생활이나

* 조선대학교 신문방송학과 조교수 (helee@chosun.ac.kr)

학업과 직접 관련된 일을 제외한 사회 활동들을 졸업 이전에 미리 경험하는 것을 일컫는 말로, 사회봉사나 해외 연수 그리고 기업이나 정부기관 등에서 일정 기간 동안 제공하는 인턴 형식의 활동을 총칭한다. 이러한 대외활동은 ‘서포터즈’, ‘기자단’, ‘홍보대사’, ‘스쿨’, ‘프렌즈’ 등의 이름을 내걸고 대학생들을 모집하는 형태가 대부분이며, 한 번에 적게는 10여 명에서부터 많게는 수백 명에 이르는 대학생들을 선발한다. 대학생들이 해당 기업에 소속되어 일정 기간 동안 직무를 수행한다는 점에서는 아르바이트 혹은 계약직 근무와 비슷하다. 그러나 선발된 학생에게 직책이나 노동에 대한 금전적 대가를 제공하지 않는다는 점에서 일반 계약직과 구별된다. 대개 인터넷과 모바일 커뮤니케이션을 활용한 마케팅과 홍보 분야의 활동을 하는 경우가 가장 많다. 대학생들은 이를 ‘경험’의 기회로 삼고 기업은 아이디어를 얻거나 필요한 인재를 채용하는 기회로 삼는다. 일의 성격상 개인 미디어와 테크놀로지 사용을 적극 권장하는 경우가 많으며 원거리 노동이나 재택 노동이 병행된다는 특징도 갖고 있다. 기업들은 임금이나 정규직 보장의 부담이 없고 기업 홍보의 효과도 동시에 얻을 수 있다는 점 때문에 대외활동 학생 모집에 적극적이다. 본문에서 더 자세히 논의하겠지만, 이러한 특성들은 대학생들의 대외활동을 오늘날 한국 사회의 ‘디지털 노동’의 한 국면으로 볼 수 있는 근거가 된다.

대학생들이 대외활동을 하는 가장 큰 이유는 ‘스펙’ 때문이다. 사실 ‘스펙’이라는 말은 컴퓨터 사양 따위를 뜻하는 영어의 ‘specification’을 줄인 말로, 넓게는 기업이 노동자를 채용할 때 고려하는 모든 사항을 포함하기도 하지만 좁은 의미로는 취업 준비자가 노력으로 구축할 수 있는 자격 요소들을 의미한다. 시장에서 거래되는 상품에 쓰여야 할 이 ‘스펙’이라는 용어가 사람에게 적용된다는 것 자체가 신자유주의 시대의 비극을 고스란히 드러낸다. 학생들 스스로도 자신의 스펙을 양적으로 쌓고 평가하는 일에 적극 나서고 있다는 점은 이미 주지의 사실이다. 이들은 성과 지상주의의 이 사회에서 자기 인생의 성패가 자신의 노력 여하에 달려있다는 무거운 긴장감에 시달리며 스펙을 쌓아 나가는 일에 모든 시간과 삶을 쏟아 붓고 있다. 대학생 을 비롯한 20대의 삶이 이렇듯 황폐해진 데는, 고용시장의 어려움을 오히려 기회로 전환하려는 기업과 신자유주의의 효율 극대화 논리에 맞서지 못한 채 무릎을 꿇어버린 우리 교육 체제가 적지 않은 역할을 했다고 할 수 있다.

이 연구가 ‘스펙’의 여러 가지 측면 중에서 특히 대외활동을 집중적으로 살펴보려는 이유는, 대외활동이 기업에 의한 임시 고용의 형식을 띠고 있으면서도 명목상으로는 청년의 문화 생산과 지식 생산을 내세우고 있기 때문이다. 즉 노동이면서도 마치 여가나 문화 활동처럼 보이기도 하고, 생산에 관한 것이면서도 사실상 소비를 중심으로 진행되기도 한다. 이러한 이중적 성격은 대외활동 단체의 이름으로 가장 많이 사용되는 ‘서포터즈’라는 말의 유래를 보면 더 명확해진다. 원래 ‘어떠한 단체나 신념을 지지하는 사람들’이라는 의미의 ‘서포터즈(supporters)’는 1990년대 말 이후 특정 축구팀을 응원하는 집단을 일컫는 말로 주로 사용되기 시작했다. 이전까지 사용되던 ‘응원단’이라는 말이 수동적이고 조직적인 의미를 지니고 있던 데 비해 서포터즈는 능동적인 팬클럽의 역할을 하는 하나의 문화 주체로 묘사되곤 한다(이동연,

2002). 스포츠에서 주로 사용되던 서포터즈라는 말이 취업 관련 용어로 번지기 시작한 것은 2000년 전후라고 할 수 있다. 청년실업 문제와 함께 스펙 열풍이 몰아쳤고, 2003년에는 서울특별시에서 청년실업대책사업으로 고학력 미취업자에게 일시적인 일자리를 제공하는 ‘행정 서포터즈’라는 제도를 실시하게 된다. 그 이후 ‘서포터즈’를 비롯한 대학생들의 대외활동은 급격히 증가했다. 한 기관이 2013년 1월부터 10월까지 진행된 대학생 대상 대외활동을 전수 조사한 결과 그 수는 1,464개에 달했다.¹⁾ 이 조사에 따르면 우리나라 대학생의 40% 이상이 대외활동을 비롯한 각종 프로그램에 참여하고 있다.

이 논문에서는 학교생활 이외의 여가 시간을 활용하는 것처럼 보이는 대학생의 대외활동이 사실상 신자유주의 시대 특유의 노동이 되어가고 있는 과정을 탐색하고자 한다. 이러한 탐색에서 중요한 것은 대외활동을 단순히 취업을 위한 대학생들의 능동적인 문화 참여로 보거나, 기업의 신자유주의적 이데올로기를 전파하는 도구로 보는 결정론적인 논의를 피하는 일이다. 이를 위해 이 연구에서는 디지털 미디어와 네트워크로 이루어진 오늘날의 노동의 양상을 살펴보고, 자발적 참여의 형태를 띤 디지털 노동이 대학생의 삶에서 차지하는 의미에 대해 논의하고자 한다. 먼저 디지털 노동과 관련 개념의 정의를 살피고, 대외활동이 어떤 방식으로 생산양식이자 노동의 방식이 되고 있는지 이론적 탐색을 한 후에, 실제 대외활동에 참여한 경험이 있는 학생들과의 인터뷰를 통해 그 구체적인 실천 양상을 살핀다.

2. 이론적 논의

1) 디지털 노동과 커뮤니케이션 자본주의

이 연구의 목적은 신자유주의 맥락에서 벌어지는 대학생들의 대외활동을 과연 어떠한 노동의 국면으로 이해해야 하는가를 탐색하는 것이다. 이를 위해 먼저 커뮤니케이션과 테크놀로지를 중심으로 한 노동의 문제를 역사적 과정에 따라 살펴볼 필요가 있다. 사실 그동안 문화연구와 커뮤니케이션 연구가 제작과 노동의 문제를 간과했다는 지적이 적지 않았다. 대표적으로 1990년에 이미 문화 생산자 연구의 부재를 지적했던 간헐은 10년 후인 2000년에도 이 문제가 여전히 남아있다고 진단한다(Garnham, 2000). 보다 최근에는 모스코가 “노동은 커뮤니케이션과 문화연구에 맹점으로 남아있다”(Mosco, 2011, p.230)고 말하면서 노동에 대한 관심을 다시 한 번 환기시켰다.

일찍이 보드리야르가 현대를 ‘소비사회’(1970/1992)로 명명했을 때만 해도 임노동은 단지

1) <대학내일> 20대 연구소에서 실시한 2013년 대학생 대외활동/공모전 경험실태조사 참조. 구체적으로는 봉사활동 참여비율이 33.9%로 가장 높았으며, 서포터즈(26%), 기자단(15.2%) 순이었다. 해외탐방은 선호도는 높았으나 실제 참여비율은 3.6%에 그쳤다.

여가와 소비에 필요한 자금을 대주는 부수적인 활동으로 여겨지기도 했었다. 그러나 생산과 소비 혹은 노동과 여가의 경계는 점차 흐려지고 있으며, 이전까지는 노동 시간이 아니었던 자유 시간마저도 고용관계의 핵심으로 자리하게 되었다. 동시에 전 지구화로 인한 노동시장 유연화는 소비와 여가를 포함한 우리의 삶 전체를 생산에 포섭되게 만들었다. 이러한 맥락에서 디지털 노동(Scholz, 2013)이나 비물질 노동(Lazzarato, 1996; Dowling, et.al. 2007)에 대한 관심이 점차 커지고 있으며, 그 배경에는 디지털 문화로 대표되는 테크놀로지의 발달이 있다.

테크놀로지의 발전은 인간의 노동시간을 줄이는 데 기여해왔지만 동시에 인간을 다른 형태의 노동으로 몰아내기도 한다. 이러한 통찰은 커뮤니케이션 이외의 분야에서도 활발히 진행되었는데, 대표적으로 위너(Wiener, 1966/2011)는 피드백으로 반응하는 기계가 노동자에 대한 착취를 강화하고 결국은 인간 노동력을 대체하게 될 것이라 예측했다. 그는 산업혁명의 주축을 이루었던 기계와 공장의 자동화가 결국은 인간의 실업 문제를 야기할 수 있음을, 아직 초보적인 형태지만 분명하게 예견했다. 이후 스마이드(Smythe, 1981)의 수용자 상품론은 실제로 수용자가 미디어 활동을 통해 상품으로 팔릴 수 있다는 점을 보여주었다. 새로운 미디어와 테크놀로지가 우리에게 더 많은 여가시간을 가져다주었지만, 이것이 인간의 노동시간을 줄이거나 인간에게 도움을 주는 데 그치는 것이 아니라 인간의 노동력 자체를 대체하고 때로는 그 여가시간마저도 노동시간으로 만들어버릴 수 있음을 입증한 것이다.

특히 각종 미디어로 인해 여가 시간의 노동시간화가 더욱 가속화되면서 새롭게 대두된 논의가 바로 ‘디지털 노동’이다(Scholz, 2013). 디지털 노동에 대한 논의가 본격화된 것은 구글이나 페이스북과 같은 인터넷 기업이 큰 이윤을 남기는 현상에서부터 시작되었다고 할 수 있다. 이 회사들은 전통적인 방식의 임노동이 아니라 임금을 지불하지 않는 불규칙한 형태의 노동에 의해 이윤을 창출하며, 그러한 노동은 전혀 노동처럼 보이지 않는다는 특징을 갖고 있다. 그래서 인터넷과 디지털 미디어는 ‘공장이자 놀이터’이기도 하다(Scholz, 2013). 자발적인 놀이의 형태를 띠지만, 시간의 식민화라는 측면에서 우리는 끊임없이 무임노동을 하고 있는 셈이다. 디지털 노동에 대한 학자들의 의견도 이 두 스펙트럼 사이 어딘가에 놓여있다. 한편에는 마르크스의 노동이론에 근거한 노동착취 개념이 오늘날의 디지털 문화에서도 여전히 유효하다는 입장이 있다. 다른 한편에는 디지털 미디어를 이용한 자발적 참여성을 강조하며 이를 새로운 문화 주체성으로 봐야 한다는 입장이 있다. 이 중에서 대중의 참여와 수행성을 강조하는 연구 경향대표적으로 Jenkins, 2006/2008; Gauntlett, 2011)에 대해서는 여기에서 길게 언급하지 않겠다. 청년실업이라는 맥락에서 노동으로서의 대학생 대외활동을 이해하는 것이 이 연구의 목적이기 때문이다. 대신 자본주의 발달 단계에서의 디지털 노동의 의미를 어떻게 보는가에 따라 다음의 세 가지 입장으로 나누어 이론적 흐름을 검토해 보고자 한다. 그 세 가지 입장은 ① 디지털 노동을 긍정적인 의미의 생산적 참여 노동으로 보는 입장, ② 자본주의의 도구인 무임노동으로 보는 입장, 그리고 ③ 기업과 권력에 의한 노동 착취로 보는 입장이다.

먼저, 디지털 노동을 새로운 지식 생산이라는 측면에서 긍정적으로 평가하는 연구들을 살펴

보자. 인터넷과 소셜미디어 등의 테크놀로지가 이전에는 불가능했던 집단적인 참여문화를 가능하게 해준다고 보는 입장이 여기에 속한다. 대표적으로 벤클러와 니센바움(Benkler & Nissenbaum, 2006)은 대중들이 자발적으로 서로를 복돋우며 참여하는 형태의 사회 과정을 일컬어 ‘공동기반 동료생산(communs-based peer production)’이라 부른다. 이는 전통적인 생산 과정과는 달리 위계적 서열이 없는 동등한 입장의 집단 생산 방식을 일컫는 말로, 디지털 콘텐츠의 특성을 반영한 개념이다. 탭스코트(Tapscott, 2006/2007) 역시 비슷한 입장에서 디지털 네트워크가 집단지성의 방식으로 지식생산을 가능케 하여 결국은 계급문제와 같은 산업사회의 모순들을 마법처럼 해결할 것이라고 주장한다. 산업사회에서 노동자들이 생산수단으로부터 소외를 느끼고 이를 여가시간을 통해 충족하려 했다면, 디지털 경제에서 노동자들은 일 자체에서 충족감을 느끼기 때문에 생산수단으로부터 소외를 느끼지 않는다는 것이다. 여기서 한 발 더 나아가 셔키(Shirky, 2010/2011)는 디지털 미디어를 통한 자발적 참여를 ‘인지잉여(cognitive surplus)’ 생산 활동으로 보아야 한다고 주장한다. 그는 디지털 미디어를 통해 사람들이 협업하는 이유는 자율성을 획득하고 기술과 능력을 함양하며 커뮤니티의 멤버십이나 사회와의 연결감을 획득하려는 본질적인 욕망에서 기인한 것이라고 본다. 따라서 개인들이 스마트폰이나 인터넷을 사용함으로써 생겨나는 여가시간은 개인적 차원에서 볼 것이 아니라 네트워크로 연결된 사람들이 가진 총합의 시간으로 보아야 한다고 주장한다. 이러한 계산법에 따르면 네트워크로 연결된 사람들의 여가시간은 총 ‘1조 시간’이 넘는다며, 이를 공동의 사회적 자원으로 취급해야 할 필요가 있다고 주장한다.

반면 디지털 노동을 신자유주의의 도구로 보고 부정적으로 평가하는 입장이 있다. 이러한 견해는 대체로 스마이드(Smythe, 1978)의 수용자 상품론이 제시하는 전제를 따르고 있는데, 디지털 노동을 ‘불안함’을 뿌리로 한 노동(Deuze, 2007)이자 ‘무임노동’(Terranova, 2013)이라고 정의한다. 특히 테라노바는 무임노동을 “문화의 지식 소비가 잉여의 생산활동으로 전환되어 이것이 기꺼이 받아들여지는 동시에 부끄럼 없이 착취당하는 순간”이라고 정의한다(Terranova, 2013, p.37) 그는 또한 디지털 경제에 참여하라는 요구는 일종의 정치적 선택을 강요하는 것이라고 주장한다. 무임노동이라는 계급적 위치를 그대로 수용할 것인가 말 것인가에 대한 정치적 입장 선택이라는 것이다.

디지털 노동에 대한 가장 강력한 비판은 이러한 디지털 노동을 ‘소외’와 ‘착취’의 측면으로 접근하는 입장이다(Andrejevic, 2009; Miller, 2009). 이 입장에 선 학자들은 디지털 노동이 자본과 권력을 관리하는 도구로 사용되고 있다고 비판한다. 대표적으로 안드레예비치(Andrejevic, 2013)는 설사 임금을 받지 않는 디지털 노동이라 할지라도 가치를 생산하며 착취당할 수 있다고 주장한다. 미디어 활동에서 축적된 개인 정보를 마케팅 전략에 활용하고 이를 바탕으로 시장에서 상품을 기획하고 만들 수 있기 때문이라는 것이다. 그가 보기에 이는 노동 착취이고, 이러한 정보를 기업이나 권력이 사유화하는 것은 결국 개인을 커뮤니케이션 하부구조로부터 분리시켜 소외를 유발하는 일이다. 이러한 안드레예비치의 주장은 유튜브가 비디오를 통해 축적한 데이터

로 이윤을 창출하는 과정(Andrejevic, 2009), 그리고 리얼리티 TV가 “관찰 당하는 노동”의 방식으로 이윤을 창출하는 과정(Andrejevic, 2004)을 비판했던 그의 이전 연구와 맥을 함께 한다.

이러한 논쟁이 우리에게 제시하는 것은 결국 디지털 노동이 표면적으로 주체의 의지와 관련되는지 아닌지의 문제가 아니다. 오히려 그 노동은 무엇을 생산하며 이렇게 생산된 상품은 누구에게 귀속되는가의 문제, 그리고 그 과정에서 부당한 이윤창출과 노동의 소외가 발생하는가의 여부라고 할 수 있다. 비판론자들은 디지털 노동이 산업사회의 노동에 비해 “강제력을 띠지 않고 참여의 즐거움도 있다는 점”(Andrejevic, 2013, p.153)은 사실이지만, 그렇다고 인터넷을 기반으로 한 디지털 노동이 착취와 소외로부터 멀어진 것은 아니라는 점을 강조한다. 인터넷 경제가 기존의 노동과정을 자동화하고 다수의 선물 경제²⁾를 소수의 시장 경제로 전환함으로써, 등가 교환에 의거한 자본주의 경제를 한층 더 강력하게 지지하고 있음을 경고하는 것이다(Carr, 20008). 탭스크르나 셔키의 긍정론이 설득력을 얻기 위해서는 디지털 노동이 자발적인 선물 경제임을 입증해야 하는데, 인택이나 능력 개발조차 등가 교환을 위한 투자가 되는 현실은 선물 경제의 조건을 만족시키기에 역부족이다. 특히 디지털 테크놀로지와 네트워크의 환경 속에서도 여전히 자본주의 노동의 아웃소싱이나 착취현상이 벌어지고 있는 오늘날의 현실을 환기하면 이러한 지적은 더욱 타당하다 할 수 있다(Hochschild, 2012/2013). 최근 논쟁이 되고 있는 빅데이터에 관한 비판적 연구들도 디지털 노동 과정에서 벌어지는 통제와 위험에 대해 경고하고 있다. 이광석(2013)은 SNS나 페이스북을 통해 개인들이 자발적으로 주고받는 정보, 그리고 편리라는 이름으로 관찰된 GPS 위치정보 등의 빅데이터가 개인의 삶 전체를 조건화하고 관리하는 현상을 비판적으로 지적한다. 김예란(2013) 역시 신자유주의적인 국가와 권력의 빅데이터가 어떻게 개인을 기업가적 주체로 만드는지에 대해 비판한다.

이렇듯 디지털 노동은 네트워크와 테크놀로지를 통해 축적된 개인 정보가 이윤을 창출하는 구조로 작동하기 때문에, 그 네트워크를 누가 구축하고 소유하는가의 문제가 매우 중요하다. 본 연구에서 살펴볼 대학생의 대외활동의 경우에도, 현재의 고용구조나 노동시장에서 청년 노동자들은 상대적으로 약한 계급 상태에 놓여 있음에 주목해야 한다. 이들의 노동 과정이 부분적으로는 자발적이고 부분적으로는 자유로운 것처럼 보일지라도, 결국 그 노동 과정에서 축적된 가치는 고스란히 기업 자본으로 돌아가게 된다. 이런 점을 고려하면, 커뮤니케이션 관련 노동에 대한 대부분의 연구들이 이론적인 바탕에서 커뮤니케이션 과정을 살필 뿐 정작 커뮤니케이션 그 자체가 노동이라는 점은 간과하고 있다는 비판(Fuchs & Sevignani, 2013)에 귀를 기울일 필요가 있다.

2) 선물경제(gift economy)는 인류학자 마르셀 모스(Marcel Mauss)의 용어를 빌린 개념으로 등가 교환을 기본으로 하는 자본주의에 대한 대안으로 주기(giving)나 돌봄(care)을 핵심 가치로 활동하는 경제를 말한다. 선물경제는 등가 교환에 의한 가치가 아니라 ‘필요’에 의한 가치를 우선한다. 필요한 이에게 자신이 가진 것을 주고, 그 선물을 받은 사람은 그것을 창조적으로 쓴 후 또 다시 다른 필요한 이에게 주는, 일종의 선순환적인 과정이다. 타인지향적인 상호의존성에 기반하고 있기 때문에 수동적으로 받는 것 뿐 아니라 창조적으로 주는 것이 매우 중요하다.

커뮤니케이션 자체를 노동으로 보는 관점은 ‘커뮤니케이션 자본주의’라는 개념으로부터 출발할 수 있다(Dean, 2005). 단은 1980년대 이후 최근 몇 십 년 동안의 정치경제 체제를 ‘커뮤니케이션 자본주의(communicative capitalism)’, 즉 커뮤니케이션에 대한 액세스와 기회의 확대 및 확산을 기반으로 이루어지는 체제라고 규정한다. 커뮤니케이션에 대한 접근과 참여의 기회를 넓힌다는 명목 하에 글로벌 미디어와 테크놀로지가 확산되었으나, 실제로는 이러한 커뮤니케이션이 스펙터클로 기능할 뿐 오히려 민주적인 참여의 기회를 빼어가는 효과를 낳았다는 것이다. 단이 말한 커뮤니케이션 자본주의는 결국 우리의 경제가 ‘커뮤니케이션의 액세스와 기회’의 활성화와 강화에 더욱 의존하고 있음을 보여준다(Dean, 2005). 단은 이를 세 가지의 측면에서 설명한다. 풍요의 환상, 참여와 능동성의 환상, 글로벌 기구에 대한 과장된 신뢰가 그것이다.

먼저 커뮤니케이션이 풍요로워졌다는 환상은 커뮤니케이션의 기본 단위를 메시지에서 ‘단순 기여’로 이전시켰다. 메시지는 이제 더 이상 특정한 반응이나 피드백을 유발하는 행위가 아니라 네트워킹으로 순환되는 내용에 한 가닥을 보태는 ‘기여도’를 의미하게 되었다. 예컨대 내용과는 무관한 댓글을 달거나 내용도 모른 채 페이스북에 ‘좋아요’를 누르는 경우와 같은 것이다. 이를 두고 단은 메시지의 교환가치가 사용가치를 대치한 것이라고 설명한다(Dean, 2005). 이제 메시지는 순환하는 데이터 흐름의 일부가 되어버렸다. 여기서는 내용이 무엇인지, 누가 보냈는지, 누가 받는지와 같은 전통적인 커뮤니케이션의 물음이 무의미하다. 심지어는 응답이 있을 것인지 없을 것인지의 여부나 과연 그 메시지가 이해되었는지의 여부조차 무의미하다. 중요한 것은 순환의 망에 데이터 한 조각을 보탤다는 그 사실 뿐이라는 것이다. 이는 두 번째 특성인 참여와 능동성의 환상으로 연결된다. 블로그 아래에 쓰인 “영혼 없는 ‘좋아요’ 환영합니다”나 “추천 엄지를 눌러주세요”와 같은 문구들에서 볼 수 있듯이, 사람들은 단순한 방문의 흔적으로 자신들의 커뮤니케이션 행위가 능동적이라거나 심지어 세상에 어떤 기여를 하고 있다고 믿는다. 즉 사람들은 참여를 하지 않기 때문에 탈정치적이 되는 것이 아니라 오히려 참여나 관여를 했다고 착각하기 때문에 탈정치화된다. 그리고 세 번째 환상은 전 지구적인 네트워크나 글로벌한 공간에서 우리의 메시지가 더욱 효율적으로 전달될 것이라는 헛된 믿음이다.

이처럼 디지털 노동이 보여주는 자본 축적과 소외의 문제는 테크놀로지가 발전하고 커뮤니케이션의 기회가 확대되는 것처럼 보이는 과정 속에서 더 강하게 드러난다는 특징을 보인다. 국제 콜센터(Brophy, 2010), 위키피디어(Firer-Blaess & Fuchs, 2014; 이희은, 2009), UGC(김예란, 2009; 이희은, 2007), 빅데이터(이광석, 2013) 등의 사례 연구들이 이러한 특징을 구체적으로 보여준다. 이 중에서도 브로피(Brophy, 2009)는 콜센터를 전 지구화 경제의 핵심적인 요소라고 파악한다. 콜센터 직원들은 임노동자와 같은 조건에서 일하며 타국의 자본에 의해 통제받는다. 감정노동과 국제 분업이 동시에 이루어지는 것이다. 콜센터는 소비자의 정체성에 관한 정보들을 데이터로 입력하고 분류한 뒤 시장에 되파는 방식으로 커뮤니케이션을 상품화한다. 이러한

콜센터의 사례가 보여주는 것은, 전 지구화 시대의 경제구조에서는 이제 더 이상 생산과 마케팅이 한 공간에 있을 필요가 없다는 점이다. ‘커뮤니케이션’이라는 말이 지닌 판타지적인 자유로움에도 불구하고 콜센터 직원을 비롯한 커뮤니케이션 노동자들이야말로 감정노동의 대표적인 사례라는 것은 주지의 사실이다. 이들은 불안정 고용, 저임금, 노동규율, 감정 소모, 그리고 지속적인 테크놀로지 감시 속에 노출되어 있다.

이렇게 디지털 테크놀로지와 미디어 네트워크라는 맥락에서 정보와 문화의 형식을 띤 노동과 감시 조건에 대해서는 이론적으로도 많은 연구들이 있다(Lazzarato, 1996; Terranova, 2013). 이 중에서도 랏짜라토는 “상품의 정보적이고 문화적인 내용을 생산하는 노동”을 일컬어 비물질노동이라 부른다(Lazzarato, 1996/2005, p.182). 네그리 역시 비물질노동을 “지식, 정보, 커뮤니케이션, 관계, 감정적 반응과 같은 비물질 산물을 창출하는 것”이라 정의한다(Hardt & Negri, 2004, p. 108). 비물질 노동이라는 개념은 노동의 상이한 측면 두 가지를 동시에 지칭한다는 점에서 흥미롭다. 한편으로는 직접적인 지시에 의한 노동이지만 다른 한편으로는 일반적으로 노동이라고 인식되지 않는 문화적인 활동을 포함한다. 비물질노동은 정보나 문화와 같은 상품을 생산해내며, 따라서 지적 활동을 자본의 프로젝트로 만드는 데 활용한다. 비물질노동이라는 개념이 제시해주는 것은 생산을 구성하는 것은 결국 전체적인 사회관계라는 것이다. 그리고 노동력 투여의 시간이 아니라 지적 활동을 이용하는 사회적 생산을 강조한다는 특징을 지닌다.

그렇다면 신자유주의 한국의 상황에서 디지털 노동은 비물질노동의 모습도 함께 보여주고 있을 것인가? 전 지구적인 디지털 노동의 양상이 한국 사회에서라고 예외는 아닐 것이지만, 사회관계의 특수성이 주는 구체적인 차이도 있을 것이다. 지금부터는 대학생들의 삶이라는 구체적 맥락에서 신자유주의 시대 디지털 노동의 의미를 살펴본다.

2) 한국의 맥락에서 디지털 노동의 의미와 신자유주의 시대 대학생의 삶

하르트와 네그리가 지적하다시피 비물질 노동은 우리 사회 전역을 가로지르며 우리 삶 전반으로 확대되고 있다(Hardt & Negri, 2000/2001). 1990년대 말부터 몰아친 신자유주의의 물결은 고용불안정과 실업률을 증가시켰고, 그 이후 자기계발 담론이 하나의 문화처럼 밀어닥치게 되었다(문강형준, 2012; 지주형, 2011). 특히 청년실업이 증가하고 닷컴경제 담론이 커지면서, 노동자는 단순한 임금 노동자에서 벗어나 노동의 즐거움과 창조의 기쁨을 느끼는 자기계발 예술가라는 몹시 수상쩍은 자기계발 이데올로기의 세계로 들어가게 되었다. 이렇게 해서 임금 노동자가 ‘자기 좋아서 하는 일에 열정을 바치는 사람’으로 재규정된 것은 이명박 정권 때부터라고 할 수 있다(한운형 외, 2011). 자유주의의 외피를 쓴 현대국가는 강압 수단에 덜 의지하는 한편으로 주체의 자발성과 통치성을 결합하게 되었다.

청년세대를 중심으로 수행되는 자기계발 담론이 어떻게 주체의 통치성과 관련되는지에 대해서는 이미 많은 연구들이 있었다(김지만·김예란, 2013; 문강형준, 2012; 서동진, 2009;

한선, 2013). 다만 이 연구들은 대부분 푸코식의 자기계발 담론에 대한 논의를 중심으로 진행되었고, 그러다보니 이를 디지털 사회에서 테크놀로지의 맥락에서 벌어지는 노동의 측면으로 바라보지는 않았다. 이는 어쩌면 연구의 대상이 사회적 약자인(적어도 현 한국사회의 노동구조에서는) 청년들을 다루고 있는 데서 오는 한계일 수도 있다. 사회적 소수자인 그들의 수행성이나 자기계발 담론을 강조하려다보니 사실상 이들이 행하는 노동의 조건에 대해서는 상대적으로 관심을 덜 기울였던 것으로 보인다. 이런 상황에서 20대 여성의 위태로운 삶을 탐색한 채석진(2011)의 연구는 주목할 만하다. 그는 자본주의 체제가 만들어낸 전반적인 삶의 조건을 ‘위태로운 삶’으로 규정하고, 한국 사회 20대 여성의 미디어 사용을 통해 그들의 삶과 노동의 한 국면을 살핀다. 특히 어쩔 수 없이 ‘백수’ 상태에 놓이게 되는 저소득층 여성들에게 있어서, 결핍이란 경제적 가난만이 아니라 불안한 감정구조와 삶의 조건 그 자체임을 보여준다. 그래서 이들에게 디지털 미디어란 삶이 불안하고 결핍이 커질수록 더 매달릴 수밖에 없는 희망이 된다고 지적한다.

이처럼 오늘날 우리 사회의 20대들은 긍정적이건 부정적이건 디지털 문화의 한 가운데서 자라난 세대라 할 수 있다. 그러나 생산수단이나 노동시장 구조에서 소수자일 수밖에 없는 이들은 끊임없는 디지털 노동의 현장에 내몰리고 있다. 졸업을 앞둔 학생들이 소위 ‘스펙’을 쌓기 위해 선택하는 대외활동에서도 그러한 디지털 노동의 양상은 뚜렷이 드러난다. 대외활동은 대부분 테크놀로지와 미디어를 적극 활용하며 생산과 소비 사이의 중간 영역에 놓인다는 점에서 흥미롭다. 대학생들을 모집하는 기업들의 공고에서 가장 강조하는 것은 일에 대한 ‘관심’과 ‘열정’, 그리고 각종 미디어와 테크놀로지를 익숙하게 사용하는 ‘능력’이다. 이는 대외활동이 대학생들을 생산자와 소비자의 중간 영역에 놓인 주체로 호명하고 있음을 말해준다. 개인 미디어를 적극적으로 활용할 줄 알며 자발적으로 문화 콘텐츠를 생산하는 이러한 주체를 일컬어 학자들은 여러 가지 용어로 그 이중적인 위치를 표현한다. 생산자이면서 소비자인 ‘프로슈머(prosumer)’(Toffler, 1980), 놀이이자 노동인 ‘플레이버(play + labor)’(Ross, 2013; Fuchs, 2013), 그리고 프로와 아마추어의 경계인 ‘프로암’(proAm)(Leadbeater & Miller, 2004) 등이 그것이다. 또한 화이트칼라도 블루칼라도 아닌 새로운 노동자라는 의미에서 ‘노칼라(no-collar)’(Ross, 2004)라고 불리기도 한다.

대학생들의 대외활동은 ‘프로슈머’와 ‘플레이버’와 ‘프로암’의 특징을 일정 부분 가지고 있다. 그러나 무엇보다도 대외활동은 로스가 정의하는 ‘노칼라’에 정확히 들어맞는 인력을 양산해낸다. 대외활동에 지원하는 학생들은 고등교육을 받아 노동의 자격요건을 충분히 갖추고 있으면서도 일자리를 갖지 못한 경우가 많으며, 주로 IT산업이나 창조산업 언저리에서 비정규직에 종사한다. 또한 미디어와 테크놀로지 활용 능력을 갖추고 있지만 단순 업무에 투입되는 경우가 많다. 로스는 이러한 노칼라 인턴이야말로 최근 몇 년간 가장 크게 증가한 직업군이라고 말하며, 고등교육을 받은 젊은이들이 취업을 빌미로 무임승에 혹사당하고 있는 현실을 비판한다(Ross, 2013).

영국의 학자 스탠딩(Standing, 2011)은 조금 더 급진적인 의견을 내놓는다. 그는 전 지구화 과정에서 생겨나는 노동과 고용의 특징을 ‘불안한 고용’으로 보고, 불안한 프롤레타리아라는 뜻의 ‘프레카리아트(precariat)’라는 말을 만들어낸다. 그는 1970년대 이후 노동시장이 급속히 유연화되면서 ‘프레카리아트’라는 위험한 계급이 새롭게 등장했다고 보는데, 전 지구화와 외환 위기 이후 청년실업률과 비정규직 비율이 높아진 한국에서도 프레카리아트는 크게 증가하고 있다. 스탠딩에 따르면 단순히 고용형태나 임금수준만을 나타내는 ‘비정규직’이라는 용어와는 달리, 프레카리아트라는 용어는 불안한 삶을 살고 있는 계급을 더 광범위하게 일컫는 개념이다. 스탠딩은 고용 불안이 결국은 삶의 불안을 가져오게 되고, 이들의 수가 점차 늘어나면서 아주 새로운 형태의 계급이 형성되었다고 본다. 스탠딩이 이들을 ‘위험한’ 계급이라고 지칭하는 이유는 이들이 자기 스스로 사회적 약자임에도 불구하고 외국인이나 이주노동자 등 다른 사회적 약자에 대해서 적대적이라는 점에 있다. 한국의 상황도 예외는 아니다. 청년실업률이 높아지는 한편에는 이주노동자와 경제적 약자(노인층, 여성층)에 대한 적대감이 있다. 인원감축이 있을 때 여성을 먼저 해고해야 한다든가, 이주노동자들이 청년 실업률을 높이는 데 기여하고 있다는 믿음 등이 그것이다.

이처럼 오늘날 전지구화 신자유주의 속의 청년층은 한 줌밖에 남지 않은 일상의 자유 시간마저 담보 잡힌 채 디지털 노동에 시달리고 있다고 볼 수 있다. 그들을 ‘노칼라’라고 부르건 ‘프레카리아트’라고 부르건, 분명한 것은 그들이 바빠 일하면서도 정당한 수준의 안정된 삶을 보장받지 못한다는 점이다. 자기 시간을 스스로 통제할 수 있는 주체적 능력이 없고, 그를 뒷받침할만한 경제적인 안정성이 없는 것이다.

3. 연구방법

지금까지 논의한 이론적 바탕 위에서 이 연구는 심층인터뷰를 수행했다. 광주 지역의 대학에 다니는 학생 중에 서포터즈나 기자단 등의 대외활동 경험이 있는 학생으로 인터뷰 대상을 선정했다. 인터뷰에서는 특정 활동에만 국한하지 않고, 대학에 입학한 이후 참여했던 전반적인 대외활동에 대한 이야기를 포괄적으로 나누었다. 대학생들에게 취업과 진로에 관한 이야기는 예민한 소재다. 어쩔 수 없이 개인적인 가정형편이나 자신의 계급적 조건 같은 것들이 드러나기 때문이다. 게다가 ‘스펙’과 관련된 문제는 국내에 소수의 연구가 있을 뿐(오찬호, 2013; 한선, 2013) 외국의 사례연구도 찾기가 어려웠기 때문에, 구체적인 맥락을 이해하기 위해서 심층 인터뷰가 필요했다.

심층 인터뷰는 2014년 1월과 2월에 걸쳐 실시했으나, 느슨한 형태의 사전 인터뷰와 자료 수집은 2013년 9월부터 진행되었다. 사전 인터뷰와 조사 기간에는 연구자의 수업을 수강한 학생들을 중심으로 대외활동의 전반적인 현황이나 참가 양상 등을 파악했다. 대부분의 대외활동

동이 대학의 학기와 비슷한 시기에 진행되기 때문에, 이 기간 중에는 학생들이 실제로 대외활동에 참여하고 있던 중이었다. 사전 인터뷰는 형식적으로 구조화된 것은 아니었으나, 이 연구의 틀과 방향을 잡는 데 도움을 주었다. 특히 학생들이 일반적인 취업 관련 이야기와는 달리 대외활동에 대한 인터뷰를 요청했을 때 대부분 거리낌 없이 응한다는 점과, 자기의 개인적인 이야기에 대해서는 적극적으로 털어놓는 반면 집단으로서의 20대 전체에 대해서는 이야기를 꺼리거나 의견을 아끼는 모습을 보인다는 점을 알 수 있었다. 이러한 사전 인터뷰와 조사를 통해 얻었던 몇 가지 전제는 이후 심층 인터뷰를 통해 구체적인 형체를 드러내기도 했다.

본격적인 심층 인터뷰는 사전 조사를 통해 파악한 학생 세 명을 시작으로 인터뷰 대상자를 소개 받아 확대해나가는 방식을 택했다. 심층 인터뷰 대상은 모두 9명이었는데, 이 중 1명은 제외하고 8명의 내용만 이 연구에 반영했다.³⁾ 인터뷰는 연구자와 인터뷰 대상자가 일대일 혹은 일대일로 만나는 방식으로 이루어졌으며, 대상자가 원하는 시간과 장소에서 이루어졌다. 인터뷰 기간이 방학 중이었기 때문에 주로 학교 근처 카페에서 인터뷰를 실시했다. 인터뷰 내용은 대상자들에게 사전 동의를 얻어 녹음하였고 이후에 녹취했다. 인터뷰 대상자 중 3명은 연구자와 수업을 통해 알던 사이였고, 나머지 6명은 인터뷰 때 처음 만났다. 인터뷰 분위기는 대체로 순조로웠고, 인터뷰 시간을 사전에 정하지는 않았으나 상황에 따라 짧게는 50분에서 길게는 2시간 40분에 걸쳐 이어졌다. 특히 2시간 40분 동안 인터뷰를 진행했던 대상자는 연구자와 처음 만난 사이였는데도 미리 자기소개서와 이력서를 참고자료로 들고 나오는 등 인터뷰에 매우 적극적이었다.

인터뷰 대상자에 대한 개요는 <표 1>과 같다. 전체 9명 중에 여학생이 5명, 남학생이 4명이다. B와 C는 친구 사이로 함께 인터뷰하기를 원해 그렇게 했으며, 이들 외에 나머지는 모두 일대일 인터뷰였다. 대상자들은 인터뷰 당시에 전원 대학 재학 중이었으나, 2014년 3월을 기점으로 1명은 졸업했다. 복수전공 혹은 부전공 이수자는 7명이었고, G의 경우는 복수전공과 부전공을 합하여 네 가지 전공을 이수하고 있었다. 학생들의 전공은 다양했지만, 미디어나 테크놀로지를 비롯한 문화 활동에 관심을 갖고 있다는 공통점이 있었다. 대부분 여러 개의 대외활동에 동시에 참여한 경험이 있었으며, 인터뷰 기간 중에 지원 상태인 경우도 있었다.

이들이 참여한 대외활동은 ‘서포터즈’, ‘스쿨’, ‘발문티어’, ‘기자단’, ‘프렌즈’ 등의 명칭을 지닌 단체 형식이 대부분이었다. 이 집단들의 활동 내용은 사실상 대동소이했다. 지원 자격은 대학생 혹은 그에 상응하는 나이의 젊은이로 한정된 경우가 대부분이었고, SNS나 블로그 등 소셜미디어 활용에 능하고 문화콘텐츠 제작에 관심을 가진 사람을 자격요건으로 내세운 경우가 많았다. 활동 의무는 홍보, 마케팅, 취재와 기사 작성, 행사 진행 도움, 프로모션 진행,

3) 제외된 1인은 인터뷰가 제대로 진행되지 않은 경우였는데, 연구자가 먼저 인터뷰 의도를 설명하고 시작했음에도 불구하고 정답을 말하려 하거나 지나치게 경직된 태도를 보였다. 자신이 하고 있는 대외활동이 나쁘게 비칠까 걱정하고 친구의 이야기를 꺼내는 것도 어려워해서 인터뷰가 계속 진행되지 못했다. 이 학생의 태도와 인터뷰 내용은 사실상 대외활동에 대해서 중요한 시사점을 던져주기도 하지만, 인터뷰 내용을 직접 이 연구의 분석에 사용하기는 어려움이 많아 제외할 수밖에 없었다.

기획과 아이디어 제공, 봉사 등이었다. 활동에 주어지는 혜택은 조금씩 차이가 있었는데 대개 수료증과 인증서를 지급하고, 액수를 미리 밝히지 않은 약간의 활동비, 직무에 관련된 특강과 교육, 그리고 우수한 성과를 거둔 사람에게 주는 포상 혜택 등이 있었다.

<표 1> 인터뷰 대상자

	전공	나이	성별	주요 대외활동	인터뷰 시간	특이사항
A	사회대/미대	24	여	C 기업 서포터즈	1시간10분	
B	사회대/경상대	25	남	Q 기업 스쿨	1시간25분	공동 인터뷰
C	사회대/인문대	25	남	Q 기업 발문티어 K 스포츠 서포터즈	1시간25분	공동 인터뷰
D	인문대	24	여	Q 기업 스쿨 G 지자체 봉사단	1시간	
E	미대/경상대	26	여	E 잡지 기자단 T 정부단체 기자단 G 지자체 기자단	1시간30분	
F	공대	25	남	Q 기업 스쿨 H 기업 서포터즈	1시간20분	
G	인문대/사범대	24	여	A 정부단체 기자단 B 금융기관 멘토링	2시간40분	
H	인문대/사회대	26	여	S 기업 서포터즈	1시간40분	
I	경상대	27	남	Q 기업 서포터즈 A 정부단체 서포터즈	50분	분석에서 제외

4. 연구결과

인터뷰 결과, 디지털 노동에 관련된 문제들이 구체적으로 드러났다. 학생들은 대외활동을 통해 자신만의 가치를 생산하고 있었지만, 동시에 그러한 가치가 상품으로 생산되거나 심지어 자기 자신이 상품이 된다는 점에 대해서도 어느 정도 인지하고 있었다. 그러나 자신의 대외활동이 그렇게 상품 생산 과정 속에 포섭되는 것에 대한 거부감은 크지 않은 편이었다. 대외활동을 선택하는 동기에서부터 진행 과정에 이르기까지에 걸쳐 나타난 디지털 노동의 특성을 순차적으로 정리해보면 다음과 같다.

1) 지원 동기: 경험 혹은 시뮬레이션

대부분의 대외활동은 방학 중에 지원과 선발 과정을 거치고 학기 중에 본격적인 활동을

진행한다. 선발과정은 1차 서류와 2차 면접으로 이루어진 경우가 대부분이었고, 서류심사의 경우는 자기소개서나 기획안을 제출하는 형태가 많았다. 그러다보니 하나의 활동에 지원해서 활동기간을 모두 마치기까지는 6개월에서 1년까지 걸리는 경우가 많았는데, 일부 학생들은 한 번에 두 세 개의 대외활동을 동시에 수행하는 경우도 있다고 말했다. 학교생활, 아르바이트, 외국어 공부 등으로 바쁜 외중에도 그렇게 시간과 열정을 들여 대외활동을 하는 이유가 궁금했다.

솔직히 스펙에 한 줄 도움이 되니까요. 남들도 다 하니까 불안하기도 하고. (H)

부모님께 휴학한다고 했을 때, 너 휴학하고 뭐할래? 대외활동 할 거 있어? 봉사활동 할 거 있어? 이렇게 물어보세요. 그래서 당연히 휴학하면 뭐 해야 한다고 생각했어요. (B)

관심이 있다기보다는 제가 블로그를 고등학교 때부터 했었어요. 그게 습관이 되다보니까 이거랑 연결해서 스펙을 쌓으면 어떨까 해서 생각해보니까 기자단이 생각보다 많더라고요. (E)

의외로 많은 학생들이 대외활동을 시작하고 지속하는 뚜렷한 목적이나 이유를 갖고 있지 않았다. 그냥 다른 누군가가 하고 있거나 하라고 했을 때, 그 일이 크게 재미없는 일이 아니기 때문에 시작한 경우가 많았다. 그렇게 시작한 일이 고작 스펙에 ‘한 줄’로 남는 것에 불과하다는 것을 알고 있지만 그래도 없는 것보다는 낫다고 했다. 그렇다고 해도 무엇인가 얻는 것이 있지 않을까? 대부분의 학생들은 이에 대해서 ‘경험’이라고 응답했다.

우리가 쉽게 만나보지 못하는 유명한 실무자들이 두 시간 강의를 해줘요. 꿈이 있으니 포기하지 말아라, 맨날 이렇게 똑같은 강의를 하는 게 아니라 실제로 대학생 눈높이에 맞춰줘요. (B)

그래도 좋은 경험이었던 거 같아요. 진짜 취업한 것처럼 200명이 모이고 그 안에서 조를 짜는데, 그 안에서도 살아남으려고 아이디어를 내거나 팀별로 인사를 한다거나 이런 경우가 되게 많았거든요. (C)

학생들은 실제 사회에서 하게 될 직무를 미리 강도 높게 경험해보는 것을 ‘좋은 경험’이라고 표현했다. 디지털 노동에 대한 긍정론자들의 주장처럼, 학생들은 특히 자신의 능력 함양과 좋은 사람을 만나는 일을 긍정적으로 평가했다. 그러나 긍정론자들의 주장과는 달리, 학생들은 이 대외활동을 여가나 놀이로 인식하고 있지 않았고 자신들의 창의력이 집단으로 모여져 어떠한 형태의 지식을 생산해낼 것이라고 기대하지도 않았다. 무엇인가 생산하는 일보다는 함께 어울려 업무 경험을 미리 해본다는 데 더 큰 의미를 찾았다. 이 때문에 실망을 표현한 학생도 있었다.

이건 그냥 명확하게 ‘대외활동’이예요. 진짜 봉사를 하고 싶다, 즐기고 싶다. 그러면 이건 아니죠. (C)

C 응답자가 그냥 ‘대외활동’일 뿐이라고 실망한 까닭은, 거기 모인 학생들이 너무 수동적이었으며 기업 측의 지시사항이나 제약이 너무 많았고, 활동이 단발성으로 끝나는 일이 많기 때문이라고 했다. 자신은 깊이 있는 사회봉사를 실천하고 싶어서 신청한 일이었는데, 기업의 지원방식이나 구성원들의 태도가 자신의 생각과는 많이 달랐다는 것이다. C 응답자의 설명에서 알 수 있는 것은, 대외활동의 ‘경험’이란 엄밀한 의미에서의 경험이 아니라는 사실이다. 무엇인가를 몸을 던져 직접 겪어보는 것을 경험이라고 정의할 때, 대외활동에 모인 학생들은 다양한 사람이나 예측 못한 환경에 몸을 던지기보다는 자신과 비슷한 사람들끼리 모인 예측 가능한 조직 속으로 들어가는 일을 기대하고 또 실행했다. 오늘날을 ‘애완의 시대’라고 명명한 이승욱과 김은산(2013)은 20대 젊은이들이 이렇게 예측 가능한 경험에 기대는 현상을 “시물레이션으로 삶을 검수하는” 것과 같다고 말한다. 몸을 던져 무엇인가에 뛰어드는 것이 아니라 미리 하나하나 검수를 마치고 나서 그 길만을 그대로 따라간다는 것이다. 이렇게 검수를 거쳐 시물레이션을 하게 만드는 원동력은 불안과 희망이다(Berlant, 2012).

2) 견디게 하는 원동력: 좋은 사람 혹은 ‘인맥’

성공한 길을 시물레이션하고 싶은 욕망은 대외활동의 고단한 과정을 견디게 하는 큰 원동력으로 작동한다. 그래서 이들은 멘토와 선배 등 ‘좋은 사람’에 기대다. 특히 학교를 벗어나 더 넓은 사회에서 사람들을 만난다는 것을 무척 근사한 일로 표현했다. 그렇게 만난 사람들은 그들에게 꿈이 이루어진다는 것을 이미 보여주는 증거이며 자신의 시물레이션을 완성해주는 존재이기 때문이다. 이승욱과 김은산(2013)은 묻는다. 왜 젊은이들이 시물레이션의 세상에 갇혀 있을까? 왜 직접 뛰어들려 하지 않을까? 인터뷰에서 이야기를 나눈 학생들은 하나같이 자신의 일상 주변과는 달리 대외활동에서 만난 사람들이 식견이 넓으며 적극적인 사람이고, 그래서 자신이 롤모델로 삼을만한 사람이라고 말했다.

난 시간 뺏기고 돈 뺏겼지만 소중한 친구들을 얻었다, 이런 말 많이 해요. 롤링페이퍼 했거든요. 이게 한 팀이 10명이잖아요. 그 10명이 또 다시 연결되고 해서 이런 식으로 자기 기업을 알리게 되는 거 같아요. (B)

저보다 위에 계신 선배님들하고 이야기하면 더 많은 걸 얻게 되는 것 같아요. 학과 내에서 만나는 사람들하고는 조금 다른 것 같아요. (F)

대외활동 하면서 관계자들하고도 친해지는 장이 만들어지는 거예요. 그래서 그 회사 어떻게 들어가셨

는지, 면접은 어떻게 보셨는지, 그런 거 물어보기도 하고. 어떻게 보면 선배잖아요. (A)

이들은 학교생활에서는 신뢰할만한 선배를 찾기 힘들었다고 말하면서, 대외활동의 좋은 점은 학교 혹은 지역에서 만날 수 없는 ‘좋은 사람’을 만난다는 점이라고 강조했다. 그리고 대외활동 중 만난 동료나 해당 기업의 직원을 ‘선배’라고 지칭했다. 이러한 호칭은 자신들의 미래를 그 ‘선배’에게 투사하는 과정에서 자연스럽게 생겨난 것으로 보였다. 응답자들은 대부분 자신의 학교나 지역은 바깥 세상에 비해 답답하고 좁다고 평가했다. 그리고 자기 지역이나 학교 사람들이 좁은 세상에 머물고만 있는 것을 안타깝게 여겼다.

사실 나쁜 소리는 하기 싫지만 이 지역 친구들이 많이 안 돌아다니는 것 같아요. 이걸 뭐라 해야 할지 모르겠는데, 뭔가 넓지 않아요. 좁진 않은데 그냥 딱 그 나이 또래의 대학생 같아요. 그에 비해 다른 지역 친구들은 스펙에 조금 더 민감한 것 같아요. (E)

진짜 슬픈 게, 우리 지역 애들은 뭘 안 해요. 진짜 활동을 안 해요. 특히 성적이 낮은 학교에 간 학생들이 대외활동을 하는 걸 거의 본 적이 없어요. (G)

이들이 만난 ‘좋은 사람’ 혹은 ‘선배’는 대개 자신과 비슷한 길을 걷고 있으면서도 자신보다 한 발 앞서 있는 사람인 경우가 많았다. 자신과 비슷한 꿈을 꾸고 있으면서 더 정보에 빨리 대처하는 친구들, 자신보다 몇 살 연장자로서 비슷한 길을 가고 있거나 이미 자신이 선명하는 회사에 들어간 사람들, 이런 사람들을 응답자들은 ‘좋은 사람’이라고 표현했다. 이 연구의 사전 조사 기간 중에 연구자가 담당하는 한 수업에서 자신의 롤모델에 대해서 써오라는 과제를 내준 적이 있었다. 그 때 80여명의 학생 중 상당수가 가족, 친구, 선배 등 자신의 주변 인물들을 롤모델로 선택했다. 그들의 삶의 모습을 통해 경험의 시뮬레이션이 가능하기 때문이었을 것이다. 사회적으로 존경받는 인사나 역사 속의 인물을 롤모델로 적어낸 사람은 손에 꼽힐 만큼 적었다. “~처럼 살고 싶다”는 이제 더 이상 은유가 아니라 직유다. 그래서 미래를 시뮬레이션하는 20대들이 ‘광고천재 이제석처럼 살고 싶다’고 말할 때, 이는 그 사람처럼 상상력의 한계에 도전하겠다는 뜻이 아니라 그가 다녔던 광고회사에 들어가 그가 진출한 미국으로 따라서 진출하겠다는 의미다. 방송에서 유명인들이 다녀온 여행 코스를 그대로 따라하는 상품이 성황리에 판매되듯, 대외활동은 세상에 나가 경험할 삶을 미리 검수하는 안전장치로 여겨진다. 그런데 어디 시뮬레이션 되는 것이 삶이던가. 삶은 예측하거나 미리 살아볼 수 없는 것이 당연지사다. 그런데 응답자들은 대외활동을 통해 미리 미래를 살아볼 수 있다고 믿고 싶어 했다.

경험보다는 시뮬레이션으로서 관계를 맺는 이들에게 타인과의 관계는 너무 깊어지지 않는 정도로 유지해야 하는 일이다. 그럼에도 페이스북이나 트위터나 블로그 등의 매체 활용에는 매우 적극적이는데, 이것은 친밀감이나 정보 교류를 위한 것이라기보다는 인맥 관리의 성격이

질었다. 네트워크로 늘 연결되어 있는 이들에게 테크놀로지 활용은 편리라기보다 의무와도 같아 보였다.

그런 곳에서 항상 마케팅을 펼치잖아요. 댓글수, 반응들, 자기 조 모임 해서 경쟁 붙이는 거잖아요. 그걸 많이 모으는 사람이 점수를 모으는 거잖아요. 그러니까 아는 사람한테 다 연락해서, 이거 좀 해줘, 부탁하는 거죠. 페이스북이나 카톡방으로. (A)

전체에서 열 명의 글을 뽑아서 투표에 올려요. 공개적으로 실명인증해서 투표해요. 아무나 투표할 수 있으니까, 저도 막 카톡하고 페이스북에 올리고 그랬거든요. “저에게 투표해달라” 이렇게. 투표율이 제일 높은 사람이 1등이에요. 어쨌든 최대한 많은 사람이 봐주고 그 방문자수가 높고 유입률이 높다는 것 자체가 다음 대외활동을 하는 데 이로운 것 같아요. (E)

대외활동에서 중요한 것은 이들이 작성한 내용물이 널리 홍보되는 것이다. 이는 기업이 학생들을 고용한 이유이기도 하고, 학생 스스로 자신의 능력을 확인할 수 있는 기회이기도 하다. 학생들은 각종 테크놀로지나 미디어를 적극 활용하고, 때로는 자신이 직접 알지 못하는 지인의 지인에게도 ‘좋아요’를 눌러달라고 부탁한다고 했다. 그렇게 잘 모르는 사람에게 네트워크를 통해 부탁하는 일이 전혀 이상하지 않으며, 종종 벌어지는 일이라고 했다. 이러한 현상은 사전 인터뷰에서도 확인할 수 있었던 사항인데, 학기 중에 대외활동에 참여 중이던 한 학생은 자신이 올려놓은 동영상에 높은 점수를 받아야 한다며 연구자를 비롯한 학교 사람들에게 투표를 해줄 것을 부탁했다. 그러면서 “귀찮으실 테니 내용은 볼 필요 없고 그냥 투표만 해주십사”라고 덧붙였다. 필요한 것은 그 내용에 대한 질적 평가나 응원이 아니라 ‘좋아요’라는 한 줄의 기여였던 것이다.

이처럼 소셜미디어의 효과는 질보다 양으로 판단된다. 몸이 관여하지 않는 느슨한 형식의 유대를 이들은 ‘인맥’이라는 이름으로 관리한다. 응답자들은 동료라는 말을 잘 사용하지 않았다. 언니, 오빠, 형, 누나와 맺는 ‘인맥’일 뿐이다. 대학생들에게 인맥이란 한선(2013)이 설명하듯, 친구인 동시에 경쟁자의 위치를 지닌다. 이들은 느슨하게 연결되어 있지만 깊은 친분을 나누는 관계는 아니다. 따라서 정보를 모두 공개하거나 속내를 드러내기는 힘든 대상이기도 하다. 그렇지만 이들은 혹시 모르기 때문에 여러 가지로 인맥을 ‘관리’하고 있었는데, 대외활동을 통해 만난 이들과 사적 친분을 유지하고, ‘좋아요’에 대한 부탁이라면 잘 모르는 사이더라도 쉽게 거절하지 못했다. 이러한 인맥관리는 이들에게 거의 의무와도 같았다.

틸(Till, 2013)은 소셜미디어에서 자주 벌어지는 이러한 현상을 “좋아요 경제(like economy)”라고 부른다. 내용에 상관없이 ‘좋아요’나 ‘추천’을 누르는 것으로 노동을 대신하거나 노동의 대가를 받는 현상을 일컫는 말이다. 그는 이러한 ‘좋아요 경제’가 고도의 비숙련 노동이라고 설명하면서, 이 노동은 사실상 아무 것도 생산하지 못하면서 삶의 많은 시간을 빼앗아가는

방식으로 개인을 통제한다고 비판한다. 그럼에도 이런 방식으로 수집된 데이터와 자료들은 기업들에겐 경제적 가치를 지닌 자료가 된다.

이처럼 디지털 노동에서 테크놀로지는 단순히 인맥을 관리하거나 커뮤니케이션을 하는 수단을 넘어서서, 우리가 미래를 바라보고 예측하는 방식 자체를 바꾸어 놓았다. 페이스북 친구나 블로그 친구는 수량화되고 자원화된다. 그래서 ‘친구’라는 의미를 상실한 채 ‘좋아요’라는 단위의 가치를 지닌 등가 교환물이 되어버렸다. 이러한 현상을 두고 툴(Till, 2013)은 이제 ‘미래’는 상품화되어 미래 시장에서 거래된다고 표현한다.

3) 지식 생산 과정: 자발적 창조 혹은 일방적 지시

인터뷰를 통해 알게 된 대외활동의 일정은 매우 빡빡했다. 일단 선발되고 나면 보통 발대식이라는 것을 하는데, 대개의 활동에서 발대식이나 기업탐방에 참석하지 않으면 선발을 무효화하는 규정을 갖고 있었다. 그리고 일주일 혹은 이주일마다 해야 할 일이 전달되는데, 학생들은 이를 ‘미션’이라는 말로 표현했다.

최종 미션이 있는데, 거기 가기 전까지 필요한 정보를 하나씩 해 나가는 거예요. 만약에 Q 기업 계열사에 있는 화장품이나 상품 하나를 주제로 갖다놓고, 첫 번째 주 미션은 이거의 경쟁 브랜드에 대해서 조사를 해오라, 그리고 마지막 주에는 이제까지 했던 미션을 통틀어서 발표 준비하고 이런 식이에요. (D)

주제가 매달 두 개가 나와요. 발렌타인데이, 아니면 입학, 신입생, 이런 키워드를 주면 그 키워드를 바탕으로 제가 스타일링을 한다거나 아니면 패션에 관한 주제를 가지고 사진을 첨부하고 그렇게 칼럼 식으로 진짜 에디터처럼 글을 쓰는 걸 했어요 그래서 한 달마다 우수 기사를 뽑아서 런칭쇼에 보내주는데, 그럼 그걸 또 취재해야 해요. (E)

종이에 바이럴 마케팅 안이 있어요 한 달을 세 번으로 나눠서, 이때는 맥스무비, 네이버, 네이트, 다음, 거기 영화에 평점을 남겨주세요, 기대평을 남겨주세요, 예매 이벤트에 참여해주세요, 이렇게요. (A)

주제들은 예상할 수 있듯이 해당 기업의 홍보나 마케팅에 관련된 것이었다. 학생들은 이러한 직무가 배당될 것임을 이미 알고 있었기 때문에 큰 불만은 없다고 했다. 서포터즈의 역할이 갖는 한계를 알고 있는 듯했다. 그러나 자기 계열사에 관한 마케팅 교육만 시킨다거나 너무 구체적으로 홍보 내용을 지시하는 경우에 대해서는 약간의 불만을 표출하기도 했다. 또한 기자단 활동의 경우 간혹 글의 내용에 대한 수정 요구도 있다고 했다.

(연구자: 블로그에 글을 올릴 때 서포터즈의 입장에서 쓴 글이라는 점을 명시하나요?) 네, 써요. 쓰라고는 안하지만 써요. 안 그러면 ‘알바’ 같이 보이잖아요. 그러니까 그냥 활동이다 하고 당당하게 올리는 거죠. (연구자: 회사에서는 그 사실을 안 쓰는 걸 좋아하겠네요?) 그렇죠. 아무래도 자연스럽게 보이는 걸 좋아하겠죠. (A)

담당자께서 직접적으로 말하지는 않아요. 잘 돌려 말하죠. 이 부분을 좀 보완해 달라, 이렇게요. 왜냐면 글을 올리면 편집국에서 편집하는 것처럼 여기도 검토하거든요. 그러면 직접적이진 않아도, 이 부분은 좀 가다듬어야 할 것 같다, 이렇게 돌려 말하면 눈치 채는 거죠. 그럼 알아서 글 빼고. (E)

학생들은 자신이 쓴 글이 너무 노골적인 ‘알바처럼’ 보이지 않을 정도로는 자부심을 유지하면서도, 돌려서 말하면 ‘알아서 빼 주는’ 융통성은 발휘한다고 했다. 기자단이나 홍보를 담당하는 일을 하고 있지만, 이들의 일은 아무래도 정해진 방향이나 지시에 따라 내용을 만드는 정도에 머물고 있었다. 학생들이 일에 관련하여 더 불만을 가진 부분은 자신들의 일이 과연 자신들이 해야 할 일이 맞는지에 대한 확신이 서지 않는다는 점인 것 같았다.

우리가 기획서를 내면 거기에 피드백이 없어요. 항상 시키기만 하고. 이게 도움이 되고 있는 건가? 그래서 같이 하는 언니들, 경험자 언니들이 “아니, 자기들이 해야 할 걸 왜 우리를 시켜”라고 그래요. 이름도 안올려주고 그런 거죠. (A)

정식 홍보팀은 있는데, 거기 직원이 저희를 관리해요. 관리만 하고 대학생 기자단에 많이 의존했던 것 같아요. 직원은 홍보물을 보내는 일만 하셨던 걸로 제가 기억하거든요. (G)

오히려 자신들이 하는 일은 회사의 정직원이 해야 할 일을 ‘대신’하고 있다는 점을 알고 있었으며, 학교생활을 하면서도 어쩔 수 없이 사회적 자원의 네트워크 속에 들어가기 위해 부당하다고 생각하면서도 활동을 계속한다고 고백했다.

그냥 착취당하는 거죠. 알면서 당하는 거니까. 알면서 지원했고 알면서 활동하는 거니까. 내 아이디어나 이런 것들이 그냥 착취당하고 그걸 알면서 그냥 해요. 돈을 안 쓰고 저희를 착취하는 거죠. 직원들이 해야 하는 일을. 직원들 보면 진짜 열 받아요. 뭐하면서 저 자리에 앉아있나? 우리가 다 해주는데. (연구자: 그래도 그 자리에 가고 싶죠?) 네! 그래도 가고 싶어요. (E)

직원한테 시킬 일을 우리한테 시키는 거죠. 그런데 직원들이 하겠어요? 연탄 나르고 밥차 하는 거? 물론 주말에 봉사할 수 있겠지만 직장인들이니까 안하겠죠. 그렇게 안하니까 우리한테 혜택이 돌아오게 되는 거죠. (F)

비정규직보다도 더 열악한 입장에서 정규직의 노동을 대신하고 있으면서도, 응답자들은 그 직원의 자리에 자신이 앉은 모습을 그려본다고 했다. 그리고 그들이 일을 덜 하는 덕분에 그나마 자신들과 같은 서포터즈에게도 일의 기회가 오는 것을 ‘혜택’이라 표현하며 오히려 다행스럽게 여기기도 했다.

4) 팀 과제의 성격: 협업 혹은 사회성 길들이기

대외활동은 팀별로 활동하는 경우가 많았다. 학생들은 팀 과제를 부담스러워하면서도 흥미롭게 여겼다. 그리고 팀별로 수행하는 활동이 학교에 비해 훨씬 더 공평하게 처리된다고 믿고 있었다.

그런데 경쟁잔데 또 아이러니하게 면접 보러 간 사람끼리의 팀워크를 봐요. 처음 만났을 때 팀 구호를 만든다거나 하는 식으로. (C)

저희 팀은 어떻게든 좋게 잘 뭉쳐서 끝나고서도 정기적으로 날짜를 정해가지고 만남을 유지하고 있어요. 친구처럼, 나이 상관없이 언니 오빠 만나서 같이 술 한 잔 하고 노래방도 가고, 엠티도 다녀오자고 이렇게 인맥도 쌓여가는 거 같고. 진짜 힘들긴 했는데 그만큼 얻는 게 있다는 걸 알고 있으니까 더 열심히 했던 것 같아요. (D)

여러 책과 논문에서 그런 20대는 능동성을 표방하나 수동적인 모습을 갖고 있다(김성훈, 2012; 오찬호, 2013; 이승욱·김은산, 2013). 이들은 정확히 시뮬레이션이 불가능한 판에서는 움직이지 않았고 일에 대한 판단은 효율성이라는 원칙하에 매뉴얼에 입각하여 내린다. 그래서 이들은 팀 과제에 괴로워하면서도, 학교에 비해 대외활동 과제가 더 공평하게 평가되므로 책임감을 느낀다고 말한다. 그러나 이들이 말하는 공평함은 모두에게 수수료증을 준다거나, 나태한 팀원에게 제재를 가하는 수준의 기계적 공평함이었다. 이들은 능동적인 환경에 반응한다고 스스로를 평가하고 있으나 사실은 내면화된 감시의 눈을 가지고 있는 셈이다.

학교에서 팀 미션 주면 되게 싫거든요. 아마 학점이랑 관련돼서 그런 거 같아요. 대외활동 같은 경우는 어떻게 하든 공평하게 나오잖아요. 수수료증이 나온다 하면 공평하게 팀 모두에게 수수료증이 나오고, 상금이 나온다 하면 공평하게 팀원 모두에게 나오고. 이렇게 공평함이 확실하게 주어져 있기 때문에 내가 만일 이걸 나태하게 하면 무임승차하는 기분도 들고 눈치도 보이고. (H)

그런데 ‘활동비’라고만 명시된 소액의 돈이 팀 활동에 따라 지급되는 경우가 있었다. 기업이 나 단체가 이 활동비의 액수를 미리 공개하는 경우는 거의 없는데, 노동에 대한 정당한 대가라

기보다는 경쟁을 활성화하기 위한 인센티브의 형식으로 주어지기 때문이다. 인터뷰에 응한 학생들의 말에 따르면 활동비 액수는 실제 교통비나 식사비로 충당하기에도 부족한 정도인 경우가 많은 것 같았다.

팀마다 회의를 해야 하는데, 팀끼리 얼마씩 모아가시고 그 돈으로 해결 많이 하고 그랬어요. 1등, 2등 하면 상금이 있으니까, 1등이 30만원, 2등이 15만원 이랬어요. 커피 값이랑 밥값이 그것보다 더 많이 들지만. (D)

회의 같은 거 하면 카페엘 가야 하거든요. 그런 건 저희 돈이에요. 저희는 일주일에 만원씩 걸었어요. 개인당. 그럼 회의 한 3-4시간 해요. 그럼 배고프잖아요. 그럼 밥 먹으러 가요. 그래서 이걸 하면 알바랑 겸할 수 없어요. 알바는 포기해야 해요. 학교, 알바, 이 둘 중 하나는 포기해야 해요. 선택해야 해요. (B)

딱 한 달에 10만원 쥐요. 글 안 쓰면 그냥 잘리는 거예요. 저 같은 경우는 사진 편집까지 다 하니까, 글 쓰는 거 빼고도 사진만 이틀에서 사흘 걸려요. 이것도 한 달에 열 명인가 후보를 뽑아서 그 중 한 명을 우수기자로 뽑아요. 그게 되면 상품권 나오고 증빙서류도 나오거든요. 우수 기자로 뽑혔다, 이런 거. 그거 한 장 받기 위해서 다들 열심히 쓴단 말예요. (E)

그나마 활동비가 많지 않은데다가 팀별로 작업을 하다 보니 커피 값이나 밥값 등이 자꾸 지출된다고 했다. 그러나 가장 놀라운 것은 정해진 일을 채우지 못할 경우 활동비를 깎기도 한다는 사실이었다.

근데 그쪽 목표가 파워블로그를 만들겠다, 그래서 댓글을 자꾸 달라고 하고, 내 글 말고 나머지 기사에 댓글을 달라는 거예요. (중략) 그게 안 되면 활동비에서 까요. 아이디어를 몇 건 내주세요, 그랬는데 아이디어 안내면 감점. 그래서 감점이 쌓여서 한 번은 10만원도 나오고, 그러니까 10만원이 깎인 거예요. 정말 깎아요. 18만원, 17만원, 막 이렇게 나오고 그러니까 나는 내 일 다 했는데 댓글 안 달아서. 그러니까 너무 화가 나는 거예요. ‘좋아요’ 막 누르라 그러고 또 스크랩해야 하고. 스물 몇 명 기사 다 올라오면 한 달에 서른 몇 개 되요. 그런데 그걸 다 스크랩해야 하고 ‘좋아요’ 다 누르라 하고 안 누르면 감점, 막 이래야 하니까 제가 다른 일이 안 되는 거예요. (G)

팀별로 진행되거나 멤버들과 함께 진행해야 하는 활동이 이들에게는 부담인 것 같았다. 학생들은 대외활동이 대부분 팀 과제로 구성된 것에 대해서 당황스러움도 느끼고 또 힘든 만큼 보람도 느낀다고 말한다. 기업에서 이야기하는 팀 과제의 필요성, 혹은 이들이 느끼는 그 필요성은 탭스코트(Tapscott, 2006/2007)가 주장했던 신경제 관리와 놀랍게 닮아있다. 탭스코트는 이제 디지털 경제에서 관리나 감동 등의 개념은 팀 베이스 구조로 새롭게 변화해야

한다고 말하면서, 전통적인 방식으로는 새로운 지식생산을 관리할 수 없다고 말한다. 이를 위해 기업은 노동자에게 다가가는 자세를 취해야 하고 또한 그들이 열린 커뮤니케이션을 할 수 있도록 환경을 조성해야 한다고 말한다. 서포터즈를 운영하는 기업이나 단체들은 대부분 모집공고에 소셜미디어 사용 능통자나 콘텐츠 제작 가능자를 지원조건으로 명시한다. 그리고 서포터즈 활동 기간 동안 소셜미디어를 사용하여 홍보와 마케팅의 범위를 최대한 확산하도록 요구하며, 팀별로 기획안을 짜거나 성과를 내는 데도 소셜미디어 사용을 권장한다. 이는 효율적인 의사소통과 협업을 장려하는 것으로 볼 수도 있지만, 그보다는 템스코트가 주장했던 노동 관리에 더 가까워 보인다.

또한 팀과제는 노동을 노동이 아니라 자발적인 참여로 보이게 하는 알리바이로 작용하고 있었다. 대개 학생들이 해야 할 일들이 미리 정해져 있음에도 불구하고 실제 작업의 진행은 팀별로 이루어지고 있었다. 팀장에게는 책임과 의무가 더 많이 부과되는 대신 차후에 계열사의 대외활동이나 직원 모집에 지원할 때 가산점을 보장하는 식으로 인센티브를 주고 있었다. 팀별 활동으로 일을 진행시키고 이에 대한 보상은 차후에 기회를 주는 것으로 대신함으로써, 학생들에게 이 일이 일반적인 노동이 아니라 창의적 활동임을 인식시키는 것이다.

5) 기업의 입장: 대학생이라는 노동력의 상품 가치

2000년대 이후 청년실업에 대한 구제책으로 시작되었던 서포터즈나 인턴쉽 제도는 오늘날 구제책으로서의 본연의 역할보다는 프레카리아트 계급을 확장시키는 일에 더 크게 기여하고 있는 듯하다(Standing, 2011). 대학생들은 실제 정규직 사원이 하는 만큼의 일을 담당하면서도 제대로 된 대우를 받지 못하고 있으며, 디지털 미디어를 사용하거나 유연 노동을 실시하고 있다는 점을 제외하면 사실상 산업사회의 노동과 조건 하에 놓여있다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 대학생 대상의 대외활동은 점차 증가하고 있으며 여기에 지원하는 대학생들의 경쟁률도 한층 높아지고 있다. 즉 한편으로는 취업에 구조적인 어려움을 겪으며 노동 시장에 진입하지 못하는 대학생들이, 다른 한편으로는 대학을 졸업하기도 전에 디지털 노동의 방식으로 너무 일찍 그리고 너무 많이 노동하는 현실이 발생한다. 이러한 아이러니가 발생하는 이유는 무엇일까.

기업에서 대학생을 모집할 때 그 대상은 대학생 전체로 열어두는 경우가 많다. 그런데 학생들의 말을 들어보면 실제로는 대외활동에 뽑히기 어려운 경우가 있다고 한다. 너무 어려서 노동력이 떨어지거나, 반대로 너무 열정적이어서 의견과 활동을 적극적으로 개선하는 학생들이 그런 경우에 해당했다.

비슷한 연령대로 뽑아요 대학생. 거의 스물다섯 이전. 졸업 유보나 휴학 같은 것도 보고, 조금 나이가 많다 싶으면 제외한다는 걸 알았어요. 저희 카페(서포터즈 지원을 준비하는 사람들이 만든 카페)에

글이 하나 올라왔는데요. 자기가 얼마나 열심히 했는데 떨어졌다는 거예요. 그런데 회사에서는 그 분이 그렇게 너무 적극적인 게 부담스러웠던 거예요. 나이도 있고. 그래서 제외를 한 거래요. 그분의 열정? 그런 게 너무 부담스러웠대요. (A)

4학년은 거의 안 뽑아요. 활동을 잘 안하려고 하니까. 딱 2,3학년 때가 포스트시즌이라고 해야 하나? 제일 활발하게 해요. 1학년은 또 뭘 모르니까 지원을 거의 안하거나 안 뽑고요. (H)

너무 일을 못하지도 않지만 너무 잘 해서 열정이 넘치지도 않는, 그러한 학생들이 서포터즈의 면접을 통과할 확률이 높은 이유였다. 응답자 중 한 명은 자신이 뽑힌 이유가 표정이 밝아서인 것 같으면서, 시키는 일을 푹푹하게 잘할 것 같으니까 뽑은 것이 아닐까 생각한다고 말하기도 했다. 대부분의 학생들은 일단 선발되고 나면 유순한 노동력으로 존재한다. 애초에 이들이 대외활동을 지원했던 이유가 미래에 그 직종에서 일하고 싶은 마음 때문이었기 때문에, 가능하면 기업의 분위기에 미리 적응하는 것이다.

저희 조에 스물여섯 살 오빠는 Q 기업에 상상팀이라고 따로 있는데 거기 지원하고 싶어서, 그러려면 그 기업에서 하는 활동을 많이 해두는 게 나중에 입사할 때도 도움이 된다고 해서, 그래서 지원한다고 얘기했었어요. (D)

이 팀에 누가 너무 일을 안 한다, 이렇게 하면 일이 안 된다, 이렇게 얘기하잖아요? 그러면 반영이 된다고 하더라고요. 만일 그 학생이 나중에 입사 지원하게 되면 영향이 있을 수 있죠. 책임자들이 다 체크한다고 하더라고요. (E)

또한 대학생들은 기업의 잠재 고객이자, 기업의 이미지를 가장 널리 확대해주는 디지털 노동자다. 그런 면에서 기업의 주요 상품에 관심을 갖고 있고 인맥을 통한 홍보와 이미지 확대에 유리한 대학생은 기업 측으로 보아서도 미리 관리해두어야 할 노동력이자 소비자다.

저도 물어봤어요. Q 기업이 왜 이런 걸 많이 하나고요. 담배회사니까 광고비가 없잖아요. 방송 광고 이런 걸 직접 못하니까 그 예산을 사회에 환원한다면서 돌려쓰는 거예요. 자기네는 ‘환원’한다고 하는데, 주로 대학생을 대상으로 그런 인식을 쌓고, 자기네는 할 일 했다는 거죠. (B)

한 달에 관련된 다섯 장 받는 게 전부예요. 그런데 그것도 자체 행사 영화로 예매를 해주는데, 거기 가면 또 사운드 체크이라든지, 미리 질문자가 된단든지, 그런 일을 또 하게 되는 거예요. 그러니까 사실 공짜표가 아니죠. (A)

그런 활동 자체가 기업의 마케팅이예요. 저희는 그런걸 알고 있음에도 불구하고, 돈이 없는 가난한 학생들이니까. 저희는 돈이 너무 없으니까 그쪽에서 지원을 받아서 활동하고 기업 측에서는 홍보 효과를 노리고. (F)

이처럼 대학생들은 때로는 노동력으로 때로는 잠재적 소비자로 이중적 지위를 오간다. 이렇게 역할 전환이 빠를 수 있는 것은 대학생들의 삶이 ‘잉여’의 영역에 놓여 있기 때문이다. 오늘날 20대를 지칭하는 핵심어 중의 하나인 ‘잉여’라는 말은 어쩌면 ‘풍요’의 또 다른 기호다. 이들은 취업이라는 경쟁을 앞두고 있는 대학의 시간을 비교적 여유 있고 자유로운 것으로 인식한다. 그러면서 이러한 시간과 기회를 활용하지 못하는 것을 부끄럽게 여기고 자책한다. 이 때 시간과 기회 활용 여부는 쓸모가 있는가의 여부, 즉 효율성을 기준으로 파악한다. 따라서 휴식이나 연애는 쓸모없는 일이고, 봉사는 쓸모 있는 일이다. 연애는 자기소개서에 적을 수 없지만 봉사는 적을 수 있기 때문이다. 그래서 학생들은 대외활동을 삶의 중심에 둘 것을 요구받는다.

담당자한테 학교 수업이 있다고 말하면 증빙서류 내줄 테니까 빠지라고 해요. 수업이 중요하지, 수업 들어가야지, 이렇게 말하는 사람은 못 봤어요. 내가 뽑아줬으니 니들이 감수해야지, 이렇게 뽑아줬다는 티를 내요. 나이 드신 분들이 한 번씩 오면 그런 티를 내요. 돈도 안 주면서. 그럴 땐 학생들이 ‘을’인 것 같아요. 쉽게 그만두지도 못하고, 약간 찍히는 거라고 해야 하나? (연구자: 그 회사에 입사 안하면 되잖아요?) 그래도 사람 일이란 어떻게 될지 모른다는 생각 때문에. 이렇게 안하면 뒤처진다는 생각 때문에 잠 못 이룰 때도 있어요. (E)

‘잉여’는 원래 경제학 용어였으나 사회학적인 용어로 그 의미가 확대되었다. 자본주의의 변화 때문이다. 신자유주의 체제에서 잉여는 사회적인 죽음의 선고나 마찬가지로 의미다. 한마디로 잉여는 폐기물이나 쓰레기와 같은 의미로 사용되는 것이다(Bauman, 2008). 기업이 대학생을 고용하는 이유는 역설적으로 대학생들이 우리 사회의 잉여 노동력이기 때문이다.

6) 디지털 노동으로서의 대외활동

그렇다면 대학생들은 왜 대외활동을 선택하는가? 시간을 뺏기고 제대로 금전적 보상을 받지 못하는데도, 일부 인기 있는 대외활동의 경우 수십 대 일의 경쟁률을 보이기도 한다고 한다. 노동이면서 노동현장에 나가지 않아도 된다는 것, 노동이면서도 마치 문화 경험처럼 보인다는 것이 이들이 대외활동을 선택하는 주요한 이유였다. 그래서 심지어 자신의 돈을 더 투자하면서까지 대외활동을 유지하는 경우도 적지 않았다.

학교를 다니면서 할 수 있는 거잖아요. 어디 가서 막 하는 게 아니라 집에서 할 수 있으니까. 인턴은 휴학한다든지 졸업 유보하고 시간 빼서 해야 하는 건데. 이걸 안 그러니까요. (A)

사비를 계속 써야 해요. 엄청 모자라거든요. 예를 들어 주제가 한 달에 두 개 나왔는데, 그 중 하나는 꼭 먹는 게 포함돼요. 그런데 관광지에서 먹는데다가 돈을 쓰다보니까 돈이 감당이 안 돼요. 그래서 10만원으로는 한 번 가는 것도 감당이 안 되니까 계속 사비를 쓰게 됐어요. (E)

학교생활과 대외활동과 기타 여러 스펙을 쌓아나가는 생활 속에서 인터뷰를 한 학생들은 시간의 부족을 호소했다. 특히 대외활동에 대한 결과 보고서 제출하는 기간이 학교의 기말시험 기간과 맞물리는 경우가 많아서, 그럴 때는 포기하고 싶은 마음이 든다고도 했다. 그러나 실제로 이들이 포기하는 것은 학교생활도, 대외활동도 아닌 사회 구성원으로서의 일상적인 삶이었다.

요즘 한국 뉴스는 안보고 살아서, 그냥 끊고 살았어요. 보기 싫어서. (E)

저는 꽃놀이도 한 번 못 갔어요. 연애도 한 번인가 한 게 전부고 일부러는 아닌데, 소개팅 할 시간을 못내는 거죠. 소개팅 해준다고 하면, 나 이번 주엔 뭐 있고 뭐 있고, 그래서 약속이 밀리고. 거기에 시간을 내는 게 좀 아까웠달까요? 그런데 지금 생각해보면, 해볼 걸. 아, 내가 삼포 세대구나. 그럴 때가 있어요. 사실 지금 와서 정말 좋은 사람 아니고, 그냥 괜찮은 사람이 와서 연애하자고 하면 덤씩 연애할까 싶어요. 내가 저런 사람한테 뺏길 시간이 있나 그럴 것 같아요. 왜냐하면 연애하면 할 수 없이 뺏기는 시간이 있잖아요. 그 시간에 책을 한 권 더 읽을 수 있을 텐데, 낭비다 싶은 거예요. (G)

뉴스도 보지 않고, 연애도 하지 않고, 꽃놀이도 하지 않는 대학생들은 당연히 공동체의 가치에 대해 크게 관심을 보이지 않았다. 응답자 F는 자신이 공대생으로서는 드물게 대외활동을 많이 하고 있어서 학과 친구들과는 잘 어울리지 않고 혼자 지내는 일이 많다고 했다. 디지털 네트워크를 잘 활용하는 대신 타인에 대한 관심이 적은 프래카리아트의 계급적 특징이 나타나는 지점이다(이승욱·김은산, 2013; Standing, 2005). 그러나 응답자들은 이렇게 앞만 보고 가는 자신의 모습에 대해 회의하고 갈등하는 모습도 보여주었다.

제가 취업하려고 대학 들어온 것도 아닌데, 사실 인문계 학생이구요. 제 후배가 제 이력서를 꼭 보더니 언니 정말 대단하시다고, 언니 꼭 삼성 들어가실 수 있을 거예요, 이러는 거예요. (웃음) 개는 어차피 제 목표가 뭔지 모르니까. 삼성이라는 게 좋은 취업처를 대변하는 거잖아요? 근데 엄청 웃기고 그러면서도 되게 씩씩했어요. (G)

돈 버는 건 부수적이죠. (한숨) 목표라기보다는 제가 좀 더 풍요롭고 제 삶을 즐길 수 있는 그런 수단이죠. 수단이예요, 수단. (F)

5. 맺음말

이 연구는 한국의 대학생들이 ‘스펙’을 쌓는 데에 가장 광범위하게 활용하는 대외활동을 중심으로, 오늘날의 20대가 처한 신자유주의적인 노동과 일상의 삶을 탐색해보았다. 테크놀로지 사용과 미디어 리터러시에 있어서 높은 수준을 갖고 있는 오늘날의 대학생들은, 문화와 콘텐츠 생산에 자유로움을 느끼는 참여의 세대이면서도 청년실업으로 인해 견고하게 굳어버린 계급의 차이를 뚫지 못하는 이중의 딜레마에 놓여있다. 이 연구에서는 실제 대외활동의 현장에 참여했던 학생들과의 인터뷰를 통해 그들의 자기계발 의지와 자본의 노동 포섭 과정이 어떠한 역학 관계 속에서 이루어지는지 살피고자 했다. 이를 위해 디지털 노동에서부터 비물질 노동에 이르는 개념을 둘러싼 논의를 검토하고, 그 논의의 핵심적인 사항들을 대학생들과의 인터뷰를 통해 파악해보고자 했다.

연구 결과 디지털 노동은 여전히 자본주의 노동의 한 양상으로 보였다. 학생들은 비정규직 노동시장에 미리 발을 들여놓음으로써 자신들이 겪을 미래의 삶을 시뮬레이션 해보려는 대리인의 삶을 살고 있었다. 학생들은 대외활동의 가장 큰 성과로 ‘직무 경험’, ‘사람과의 만남’, ‘자발적 참여’, ‘협업의 경험’ 등을 꼽았다. 그러나 실제 인터뷰 내용으로 볼 때 이들의 대외활동은 직무 경험보다는 ‘시뮬레이션’, 사람과의 만남보다는 ‘인맥’, 자발적 참여보다는 ‘일방적 지시’, 협업의 경험보다는 ‘기업의 사회성 습득’에 더 가까워보였다. 이들은 대외활동을 지원할 때부터 이미 특정한 기업을 골라 그 기업에서 제시하는 인재상에 가까운 모습으로 자기 소개서를 작성하고 포트폴리오를 만들었다. 이 때문에 활동 기간 중에 기업이 요구하는 과도한 노동, 낮은 수준의 임금, 무리한 요구, 그리고 자기 경영과 자기계발이라는 이데올로기까지도 별 거부감 없이 받아들이는 경향을 보였다. 회사는 학생들을 값싼 노동력이자 잠재적인 소비자로 길들이고 있었고, 학생들은 대외활동으로 자신의 상품 가치를 높이고 그 대가로 자신의 정보와 지식을 데이터의 형태로 기업에 제공하고 있었다. 그리고 이 두 입장은 서로 갈등 관계에 있다기보다는 암묵적인 공모 관계에 있었다. 간혹 불만을 털어놓기는 하지만, 대체로 대외활동의 경험을 긍정적으로 평가하고 있는 학생들의 이야기가 그 공모의 단단함을 가늠할 수 있게 해주었다.

오늘날의 20대는 발랄하고 밝으며 열정으로 가득한 존재로 묘사되곤 한다. 그러나 동시에 이들에게 열정은 노동의 다른 이름이 되어버렸다(한운형 외, 2011). 그러다보니 이들은 스스로 사회적 약자이면서도 차별에 찬성하는 그런 ‘괴물’이 되어버렸다(오찬호, 2013). 오찬호가 이십대의 자화상을 괴물이라고 표현하는 까닭은, 이들이 성공을 위해 지향하는 삶의 방식이 재앙에

가깝기 때문이다. 스펙을 열심히 쌓고 사회의 기대수준에 맞춰 열정적으로 사는 학생일수록 타인의 고통에 무감각해지고 편견을 확대재생산하며 주어진 길만을 맹목적으로 따라가는 경향이 적지 않다. 인터뷰 내용에서 알 수 있듯이, 이들은 존경하는 사람 대신 롤모델과 멘토를 찾고, 친구나 동료를 구하는 대신 인맥을 쌓으며, 기업으로부터 정당하게 받지 못하는 노동력에 대한 대우는 언제 찾아올지 모르는 미래의 기회에 대한 기대로 채우고 있었다. 그들은 대외활동의 경험이 자신에게 좋은 결과를 가져올 것이라고 믿고 싶어 했다.

오늘날 디지털 테크놀로지와 미디어를 바탕으로 한 디지털 노동이 ‘디지털 노동착취공장(digital sweatshop)’이라고까지 불리는 까닭은 그만큼 이 노동이 기본적인 인권의 사각지대에 있기 때문이다. 산업사회의 노동착취공장이 물질적인 위험과 인간의 기본권을 보장하지 못하는 상황에 놓여있었다면, 오늘날의 디지털 노동착취공장은 사람들의 노동력과 능력을 바탕으로 부가가치를 생산하면서도 생산 과정에서의 잘못이나 소모를 모두 개인에게 돌리고 있다는 점에서 인권을 거스르고 있다고 할 수 있다. 디지털 무임노동은 ‘참여’라든가 ‘집단지성’이라는 이름으로 신화화되어 왔지만, 사실상 자본주의의 역사적 전개 중 한 단계로 보아야 한다. 다만 이 때 디지털 테크놀로지만이 유일한 착취의 원인이라고 보는 기술결정론은 피해야 한다. 그 용어는 ‘디지털’ 노동이지만, 사실 이런 형태의 노동에서 디지털 테크놀로지는 착취의 원인이라기보다는 촉매에 가깝다. 오늘날의 자본주의를 움직이는 동력은 사회적 권력과 지적 권리의 하부구조인데, 여기서 정보를 통제하고 조작하고 소유하고 이윤을 창출하는 모든 일이 테크놀로지에서 시작되기 때문이다. 이런 면에서 디지털 노동은 커뮤니케이션 자본주의의 구조적 조건이라 할 수 있다.

‘프레카리아트’라는 새로운 계급의 도래를 전망했던 스탠딩(Standing, 2005)은 자신의 분석을 노동시장 연구로만 끝내지 않는다. 그는 자기 자신이나 가족이 프레카리아트가 될까 두려워하는 사람들이 결국은 정치적 극단주의의 구호에 휩쓸리기 쉽다는 점에 주목한다. 고용의 불안이 삶에 대한 전반적인 불안으로 이어지는 신자유주의의 조건에서, 그러한 불안들을 제거해주겠다는 헛된 공약들을 내세우는 정치적 극단주의와 대중추수주의가 자라날 가능성도 함께 커지기 때문이다. 이미 이탈리아나 일본 등에서는 프레카리아트를 하나의 계급 정체성으로 보고 연대하는 운동이 벌어지고 있다. 일할 권리와 시민권 등의 기본적 권리를 보장받기 위한 노력, 그리고 각종 정치적 영향력을 행사하는 행동을 모색하고 있는 것이다. 이들은 기본적으로 일에 목숨을 걸기보다는 삶을 즐기며 사는 방향을 모색하는데, 이것이 ‘프리터’라는 식으로 불릴 땐 파편화된 개인 정도로 인식되지만 ‘프레카리아트’라는 개념으로 이해할 때는 새로운 시대에 새로이 등장한 비정형적 주체가 될 수 있다. 스탠딩은 청년 세대가 자신들의 열정을 개인적인 목표에만 투자한다면 결국 계속해서 고통을 겪는 세대로 남을 뿐이라고 경고한다.

인터뷰와 연구를 마치면서 고민은 더욱 커졌다. 디지털 노동의 부당함이나 대외활동을 비롯한 스펙의 상품화를 알고 있으면서도, 거기서 벗어나라고 학생들에게 조언하기에는 이들의 현실이 너무나도 딱딱하기 때문이다. 사전 인터뷰 중에 흥미로운 일이 있었다. 한 학생이

서포터즈를 담당하는 회사 직원과 회의를 하러 가야 하는데 수업시간과 겹친다며 내게 양해를 구했다. “수업이 있는데 저녁시간으로 약속을 하지 그랬느냐”는 나의 말에, 그 학생은 담당 직원이 자신의 퇴근 시간인 다섯 시 전에 회의를 마쳐야 하니 수업을 빠지고 오라고 했다며 난감해 했다. 이 학생은 갈등하다가 결국 수업을 포기하고 그 직원이 정한 약속 시간에 맞추어 갔다. 이제 더 이상 기업은 대학을 어려운 상대로 보지 않으며, 학생들도 대학 생활이 대외활동보다 우선하는 것이라고 믿지 않는 눈치다. 이러한 권력 관계는 신자유주의 논리에 저항하지 못하고 기업화에 순응해온 오늘날의 대학 교육이 뼈아프게 받아들여야 할 현실이기도 하다.

지식이 부의 창조를 위한 결정적인 요소가 되면서 ‘인지 자본주의’ ‘지식 경제’ ‘정보 경제’, ‘비물질 경제’ 등이 등장하여 포드주의식의 대량생산 자본주의를 밀어낸 지 몇 십 년이 지났다. 현 자본주의의 모순은 지식을 교환가치가 있는 자본으로 만들려는 시도에서 비롯된다. 지식은 설사 그것이 상품으로 교환된다 하더라도, 비배제와 비경쟁의 요건을 갖춘 재화다. 내가 더 많은 지식을 생산한다고 해서 그것이 다른 사람의 몫을 빼앗지는 않는다는 뜻이다. 그런데 취업을 대비해서 스펙 쌓기에 몰두하는 대학생들은 자신의 능력이나 지식을 경쟁 재화처럼 여기고 있었다. 그리고 이 끝이 없는 경쟁에서 학교나 가족이나 동료는 크게 도움이 되지 않는 것으로 인식하고 있었다. 저기 바깥 어딘가에 있는 기회를 위해서라면 그것이 설사 제대로 대우받지 못하는 노동이라 할지라도 크게 문제 삼지 않는 것처럼 보였다.

지식 독점이 경쟁의 효율성을 이끌어내지 않듯이 단순한 데이터 축적만으로는 사회의 신뢰망이 형성되지 않는다. 지식사회나 신뢰사회는 그 생산과 노동을 사회 전체적인 눈으로 볼 때 가능하다. 그러나 대외활동이 요구하는 포트폴리오 작성에 익숙하고, 세밀하게 점수화된 스펙의 요구를 채워야 하는 대학생들에게 그렇게 전체를 보는 눈을 갖는 일이란 사치에 가까운 일일지도 모른다. 한병철(2012)에 따르면 자기 기획과 자기 관리에 강박증을 가진 오늘날의 사회는 피로사회다. 그리고 이러한 강박증은 강제에 의해서가 아니라 자발적 선택에 의해 일어난다. 성공과 실패의 여부는 개인의 자기 관리 능력에 달려있다고 믿는 사회, 이러한 피로사회에서 오늘날의 20대 대학생들은 자신의 능력과 지식을 ‘스펙’이라는 이름으로 수량화하고 상품화할 것을 요구받는다. 이렇게 신자유주의 시대의 개인은 자기 자신을 경영하는 개인 기업가가 된다. 이 연구에서는 한 지역의 대학생들의 사례만을 다루었지만, 이것이 대학생 혹은 20대만의 문제는 아닐 것이다. 번듯한 기업의 이름과 몇 가지 혜택으로 눈을 가리고 있지만, 대외활동이라는 이름으로 행해지는 많은 과정들이 사실은 잔혹한 디지털 노동의 국면을 보이고 있다. 현재와 같은 신자유주의 경제구조가 유지되는 한, 이러한 노동 상황은 더 좋아지지 않을 것이고 그에 대한 더 깊은 후속 연구도 필요할 것이다.

Ⅰ 참고문헌

- 김성훈 (2012). 대학생의 ‘스펙 쌓기’: 인적 자본 투자 또는 상징자본 획득. 『한국사회학회 사회학대회 논문집』, 97-108.
- 김예란 (2009). ‘참여’의 디지털 문화산업적 형성에 대한 연구: UCC 생산자를 중심으로 『한국언론학보』, 53(5), 406-446.
- _____ (2013). 빅데이터의 문화론적 비판: 미셸 푸코의 생정치 개념을 중심으로 『커뮤니케이션 이론』, 9(3), 166-204.
- 김지만 · 김예란 (2013). 고독과 빈곤의 조우, 혹은 현대의 경계: 한국 대학생 봉사 여행에서의 주체 형성에 대한 소고. 『문화와 사회』, 14, 7-50.
- 문강형준 (2012). 자기계발의 시대, 미세하고 부드러운. 『문화과학』, 69, 121-130.
- 서동진 (2009). 『자유의 의지, 자기계발의 의지』. 돌베개.
- 신광영 · 문수연 (2012). 계급과 스펙경쟁. 『한국사회학회 사회학대회 논문집』, 81-96.
- 오찬호 (2013). 『우리는 차별에 찬성합니다』. 개마고원.
- 이광석 (2013). 지배양식의 국면 변화와 빅데이터 감시의 형성. 『사이버커뮤니케이션 학보』, 30(2), 191-231.
- 이동연 (2002). 붉은 악마와 서포터즈 문화. 『당대비평』, 19, 198-215.
- 이승욱 · 김은산(2013). 『애완의 시대』. 문학동네.
- 이희은 (2007). UCC와 수용자: 놀이의 노동과 일상의 참여. 『프로그램/텍스트』, 17, 83-108.
- _____ (2009). 위키피디어 정보의 기술문화적 함의: 집단지성과 지식 권력. 『언론과학연구』, 9(2), 461-497.
- 지주형 (2011). 『한국 신자유주의의 기원과 형성』. 책세상.
- 채석진 (2011). 위태로운 삶, 노동, 그리고 디지털 미디어. 한국방송학회 엮음. 『한국 사회 미디어와 소수자 문화 정치』. (256-281). 커뮤니케이션북스.
- 한병철 (2012). 『피로사회』. 문학과 지성사.
- 한선 (2013). 네트워크 시대 ‘경제적인 것’ 되기(becoming)의 통치술. 『한국언론학보』, 57(3), 431-454.
- 한윤형 · 최태섭 · 김정근 (2011). 『열정은 어떻게 노동이 되었나』. 웅진지식하우스.
- Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The work of being watched*. Rowman & Littlefield.
- _____ (2009). *iSpy: Surveillance and power in the interactive era*. University Press of Kansas.
- _____ (2013). Estranged free labor. in Scholz, T. (ed.) (2013). *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. (pp. 149-164). Routledge.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Gallimard. 이상률 옮김 (1992). 『소비의 사회』. 문예출판사.
- Bauman, Z. (2004). *Wasted lives: Modernity and its outcasts*. Blackwell. 정일준 옮김 (2008). 『쓰레기가 되는 삶들』. 새물결.
- Benkler, Y. and Nissenbaum, H (2006). Commons-based peer production and virtue. *The Journal of Political Philosophy* 14(4), 394 - 419.
- Berlant, L. (2011). *Cruel optimism*. Duke University Press.
- Brophy, E. (2010). The subterranean stream: Communicative capitalism and call centre labour. *Ephemera—Theory*

- & *Politics in Organization*, 10(3/4), 470-483.
- Carr, N. (2008) *The big switch: Rewiring the world, from Edison to Google*. W.W. Norton & Company.
- Deuze M (2007) *Media work*. Polity Press.
- Dean, J. (2005). Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, 1(2), 51-74.
- Dowling, E., Nunes, R., and Trott, B. (2007). Immaterial and affective labour: Explored. *Ephemera--Theory & Politics in Organization*, 7(1), 1-7.
- Fire-Blaess, S. and Fuchs, C. (2014). Wikipedia: an info-communist manifesto. *Television & New Media*, 15(2), 87-103.
- Fuchs, C. (2013). Class and exploitation on the internet. in Scholz, T. (ed.) (2013). *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. (pp. 211-224). Routledge.
- _____ and Seignani, S. (2013). What is digital labour? what is digital work? what's their difference? and why do these questions matter for understanding social media? *TripleC*, 11(2), 237-293.
- Garnham, N. (2000). *Emancipation, the media, and modernity*. Oxford University Press.
- Gauntlett, D. (2011). *Making is connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0*. Polity.
- Hardt, M. & Negri, A. (2000). *Empire*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 윤수중 옮김 (2001). 『제국』. 이학사.
- _____. (2004). *Multitude: War and democracy in the age of empire*. Penguin Press.
- Hochschild, A. R. (2012). *The outsourced self: Intimate life in market times*. Metropolitan Books. 류현 옮김 (2013). 『나를 빌려드립니다』. 이매진.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York University Press. 김정희원, 김동신 옮김 (2008). 『컨버전스 컬처』. 비즈앤비즈.
- Lazzarato, M. (1996). Immaterial labor. in Virno, P. and Hardt, M. (eds.) *Radical Thought in Italy*. University of Minnesota Press. 조정환 옮김 (2005). 비물질노동. 『비물질노동과 다중』. 갈무리.
- Leadbeater, C. and Miller, P. (2004). *The Pro-Am revolution: How enthusiasts are changing our economy and society*. Demos.
- Miller, T. (2009) Cybertarians of the world unite: You have nothing to lose but your tubes! In: Snickars, P. and Vondreau, P. (eds) *The YouTube Reader*. Mediehistoriskt.
- Mosco, V. (2011). Communication and cultural labour. In Smith, P, (ed.) *The Renewal of Cultural Studies*, (pp. 230-237). Temple University Press.
- Ross, A. (2004). *No-collar: The human workplace and its hidden costs*. Temple University Press.
- _____. (2013). In search of lost paycheck. in Scholz, T. (ed.) (2013). *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. (pp. 13-32) Routledge.
- Scholz, T. (ed.) (2013). *Digital labor: The internet as playground and factory*. Routledge.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age*. Penguin Press. 이충호 옮김 (2011). 『많아지면 달라진다. '1조 시간'을 가진 새로운 대중의 탄생』. 갈무리.
- Smythe, D. (1981). The Audience commodity and its work. In *Dependency Road. Communications, Capitalism*,

Consciousness, and Canada. Ablex.

Standing, G. (2011). *The precariat: New dangerous class*. Bloomsbury Academic.

Tapscott, D. (2006). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything, portfolio*. 윤미나 옮김 (2009). 『위키노믹스: 경제패러다임을 바꾼 집단의 지성과 지혜』, 21세기북스.

Terranova, T. (2013). Free labor. in Scholz, T. (ed.) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. (pp. 33-57). Routledge.

Till, C. (2013). Architects of time: Labouring on digital futures. *Thesis Eleven*. 118(1), 33-47.

Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam Books.

Wiener, N. (1950). *The human use of human beings: Cybernetics and society*. Da Capo Press. 이희은 · 김재영 옮김 (2011). 『인간의 인간적 활용』. 텍스트.

(투고일자: 2014. 03. 02, 수정일자: 2014. 04. 20, 게재확정일자: 2014. 04. 30)

ABSTRACT

**Precarity and Hope in Digital Labor:
In-depth Interviews on the Off-campus
Internship Experiences of College Students**

Hee-Eun Lee*

In the era of neoliberalism with high rate of youth unemployment, young college students are forced to believe that the only way to enter the job market is by accepting and participating temporary off-campus apprenticeship, which often disguised as an internship for the creative culture and knowledge. This article discusses that the mode of off-campus apprenticeship, which is supposed to voluntary and participatory, bears in fact a strong resemblance with digital labor. Based on a series of in-depth interviews with college students, this study argues that the apprentice-typed labor denotes a process by which immaterial labor or free labor coincides with self-directed job training. Throughout the digital labor processes young college students are in a constant oscillation between precarity and hope, negotiating their autonomy and social conditions in the neoliberal work environment. The digital labor accumulates students' knowledge and information as a form of commodity, which in turn supports communicative capitalism.

Keywords: digital labor, 'off-campus supporters', precariat, youth unemployment, communicative capitalism, immaterial labor

* Assistant Professor, Journalism & Communications, Chosun University