



컨버전스의 현실화

다중 미디어 실천에 관한 인간, 문화, 사회적 관점*

정준희

충남대학교 언론정보학과 강사 junehee.jung@gmail.com

김예란

광운대학교 미디어영상학부 조교수 yeran@kw.ac.kr

이 연구는 주어진 조건을 구체적인 컨버전스 현실로 바꿔내는 인간 주체들의 활동, 즉 다중 미디어 이용자에 의한 컨버전스 현실화에 주목한다. 여기서 '현실화'는 기술적·제도적 환경 안에서 인간 주체가 특유한 사회문화적 관계를 생성하고 표현하는 활동으로 정의된다. 컨버전스에 관련된 철학적, 문화적, 사회적 이론을 검토하고 심층인터뷰를 수행한 결과, 첫째, 다중 미디어 이용자들은 시공간 질서가 혼성된 내러티브적 자아를 구성하면서 유동적인 일상을 살아가고 있었다. 둘째, 하위문화 집단 및 문화산업과 관계를 맺는 다중 미디어 이용자들은 개인주의와 공동체 윤리 사이에서 갈등·타협하는 모습을 보였으며, 이때 문화와 산업 사이의 경계가 흐려지는 현상이 관찰됐다. 셋째, 기술적으로 평등하게 구축된 네트워크를 통해 위계성을 띤 정서적 사회관계가 형성되고 있었는데, 소셜 네트워크 서비스를 통해 다중 미디어 이용자들이 표출하는 열정의 대중 정서, 특히 유명인에 대한 찬미와 숭배의 의례를 통해 그것을 확인할 수 있었다.

KEYWORDS 컨버전스 • 다중 미디어 이용 • 가상 • 현실화 • 컨버전스 문화 • 제도적 생태

* 이 연구는 정보통신정책연구원이 지원한 <컨버전스 시대의 트랜스미디어 이용자 연구>의 일부를 심화·발전시킨 것입니다.

1. 시작하며

이 연구는 현대사회의 지배적 경향 가운데 하나로 지목되고 있는 컨버전스, 특히 미디어 컨버전스를 과연 어떻게 이해해야 하는가라는 원론적인 질문에서 출발한다. 컨버전스라는 개념은 불과 20년 전만 하더라도 전문적인 기술용어 수준에서 제한적으로 사용되었지만 최근에는 기술적 혁신성과 유연성 또는 세련된 라이프스타일을 뜻하는 표현으로까지 확대되었다. 이제 우리 일상 속에 폭넓게 파고든 컨버전스 개념은 과거에는 ‘복합적’이라거나 ‘혼성적’이라고 표현했을 사회현상을 포괄하는 일반적인 용어로 사용되고 있다. 특히 미디어 컨버전스라는 용어를 통해 현대사회의 주요 변화를 기술하는 경우가 많아졌으며, 실제로 과거 어느 때보다도 복합적인 미디어 서비스의 등장과 더불어 극히 다양하고 유동적인 커뮤니케이션 행태가 부상하고 있음을 부인하긴 어렵다(유재천 외, 2004; 최항섭 외, 2008). 이 연구가 구체적으로 주목하고 있는 다중 미디어 이용 양상 역시, 무엇보다 매체와 매체 사이를 가르던 기존 경계가 흐려진 미디어 컨버전스 조건에 밀접하게 연관되어 있다.

그간 미디어 컨버전스 담론은 주로 기술과 산업의 영역에서 주도하는 경향을 보였다. 예를 들어 컨버전스 개념을 학술적 담론장 안에 끌어들이는 초기 사례인 볼드윈, 맥보이, 스타인필드(Baldwin, McVoy, & Steinfield, 1996)의 경우 ‘컨버전스란 미래 커뮤니케이션의 요체’로서, ‘방송, 케이블, 통신 서비스가 함께 모여 새로운 미디어 세계를 형성하는’ 현상이라고 보았다. 미디어 컨버전스에 관련된 이후 논의들의 촉매가 된 이와 같은 접근법은 요컨대 한 가지 기기 안에 모든 종류의 정보통신 기술이 융합된 상황을 미디어 컨버전스의 필연적인 지향점으로 놓고, 유-무선 통합, 방송-통신 융합, 온-오프라인의 결합 등 전에는 각자의 고유영역 안에 산재되어 있던 기술과 서비스가 기존 구획을 넘어 서로 연결되는 과정에 관심을 기울인다(최항섭 외, 앞의 책 참조).

‘디지털 혁명’과 같은 개념에 전적으로 찬성하지는 않는다 해도, 미디어 컨버전스가 새로운 종류의 인간과 사회를 형성해낼 가능성에 관해

검토해볼 필요성에 대해서는 동의할 수 있다. 사회 전반은 물론 개개인의 인지구조에까지 미치는 미디어의 영향력이 전면적으로 강화되고 있는 상황(Lundby, 2009)이라면 더욱 그렇다. 하지만 미디어 컨버전스를 단지 정보통신 기기나 매체 기술 영역, 그리고 그에 연관되어 있는 산업과 서비스 사이의 융합 측면에서만 접근하다 보면 매우 제한적인 형태의 관찰과 해석에 머물지 않을 수 없다. 예컨대 젠킨스(Jenkins, 2004)에 의하면 미디어 컨버전스는 다른 무엇보다도 ‘문화적인’ 현상으로서, 기기와 기술을 넘어 사회 현실 전반에 걸쳐 나타난다. 참여성을 핵심으로 하는 ‘컨버전스 문화’가 확산됨에 따라, 미디어 콘텐츠 규제 방식의 변환, 디지털 경제의 재설계, 매체 소유권의 새로운 제한, 기존 매체 미학의 재고, 지적 소유권의 재정의, 생산자와 소비자 관계의 재설정, 시민적 참여 양상의 변화 등이 추동되고 있다는 것이 그의 주장이다. 동시에 그는 수렴뿐만 아니라 분기(divergence)의 측면에서도 컨버전스를 파악하는데(Jenkins, 2001), 이런 관점대로라면 컨버전스는 차별화를 내포하는 통합이자, 결합을 매개로 하는 다변화 과정으로 새롭게 이해되어야 한다.

우리는 미디어 컨버전스의 논리·효과·의미를 개인과 사회문화적 차원에서 복합적으로 검토하고자 한다. 실제의 미디어 컨버전스란 그에 대한 양극화된 반응, 즉 매스미디어가 완전히 사라진 자리를 더욱 참여적인 문화가 대신할 것이라 믿는 ‘디지털 혁명론자들의 열망’이나, ‘기업가들의 음모에 의해 우리의 정신이 분열되어 버리고 말 것이라 보는 미디어 개혁가들의 공포’와는 달리(Jenkins & Deuze, 2008), 단선적이기보다는 복합적인 모습으로 진행되고 있을 것이라 짐작하기 때문이다. 또한 컨버전스 경향 속에 내재된 역동적이고 때로 상충적인 성격을 포착할 수 있는 적절한 이론적 검토가 필요한 이유도 여기에 있다.

이렇게 컨버전스 문화의 역동성을 강조하는 시각에 기대어, 본 연구에서는 한국의 다중 미디어 이용자들이 특정한 사회문화적 양상으로 컨버전스를 구체화하는 방식에 초점을 맞춘다. 이는 첫째, 지금까지의 컨버전스 연구가 기업이나 기술에 할애한 관심에 비해(소비자로만 국한되지 않는) 미디어 이용자에 대한 주목이 상대적으로 부족했다고 보기

때문이다. 또한 둘째, 컨버전스 환경과 미디어 이용자를 잇는 가장 중요한 계기는 바로 다중 미디어 이용이라고 판단하는 까닭이다. 따라서 우리는 먼저 그간의 컨버전스 담론을 다중 미디어 이용과의 관계 속에서 검토한 다음, 철학적, 문화적, 사회적 시각에서 컨버전스의 ‘현실화(actualization)’ 과정을 파악하기 위한 이론적 논의를 진행할 것이다. 그리고 나서 다중 미디어 이용자들을 심층 인터뷰한 자료를 통해 컨버전스 주체의 속성, 컨버전스 문화의 특성, 기술적 조건을 통해 형성되는 사회적 관계의 특성 등을 중점적으로 논의할 것이다.

2. 컨버전스에 대한 다양한 시각들

컨버전스의 속성을 그대로 반영하듯, 컨버전스 담론 자체가 기존의 여러 학제에서 발전해 오던 사회적 담론을 수렴하고 분기시키는 방향으로 나아가고 있는 것으로 보인다. 여러 미디어가 서로의 경계를 넘어 상호 작용하는 지금 조건에서는, 그간 개별적이고 단선적으로 이해되어 온 대상들을 좀 더 복합적이고 상호 연관적인 관점에서 이해해야 할 필요성이 공유되어 있기 때문일 것이다.

지금까지 일정한 대립축을 형성하며 전개되어 온 미디어 컨버전스 담론의 특징을 요약하자면, 첫째, 컨버전스 담론의 초기 단계를 지배하던 단선적 기술진화론 관점의 한계가 드러나면서, 미디어의 연속성과 역사성을 유기적으로 이해하는 것이 필요하다는 합의가 확대되고 있다. 따라서 네그로폰테(Negroponete, 1995)와 같은 디지털 미디어 중심주의로부터 영향 받은 ‘올드미디어/뉴미디어’, ‘일방성/양방성’, ‘나쁜 것/좋은 것’의 이분법적 도식 대신 개별 매체의 고유성을 인식하려는 노력이 확산되었다. 그간의 미디어 역사가 보여주듯, 미디어 진화를 특정한 기술 형태와 가치를 향해 나아가는 목적론적인 과정으로 간주할 수 없으며, 기술적 조건이 문화적 행태를 단선적으로 결정하는 것은 아니기 때문이다 (Burke & Briggs, 2005; Thornburn & Jenkins(Eds.), 2004). 이처럼 미디어

어의 연속성을 중시하는 관점에서, 둘째, 볼터와 그루신(Bolter & Grusin, 1999)의 재매개 이론처럼 미디어 형식, 콘텐츠, 장르 각각은 어느 하나가 다른 하나를 대체하는 것이 아니라, 서로를 참고삼아 스스로를 지속적으로 개조하는(refashioning) 과정에 있는 것으로 보는 계보론적 시각이 크게 성장해 왔다(Chun & Keenan, 2006). 셋째, 1990년대 신경제와 닷컴버블을 이끌었던, 낙관적인 디지털 기술산업론에 대한 비판적 시각 역시 확대되었다. 길더(Gilder, 1994)의 경우처럼, 디지털 미디어 기기가 과거의 모든 것을 파괴할 것이며 그로부터 전적으로 긍정적인 변화가 도래할 것이라고 믿는 '예언'이 비즈니스 담론이나 정치 담론의 형태로 지금도 꾸준히 재생산되고 있는 것은 사실이다.¹ 하지만 산업 경쟁과 기술 발전이 반드시 사회의 공공적 발전을 보장하는 것은 아니라는 시각이 성장하며(Aufderheide, 1998), 그러한 담론과 일정한 긴장을 형성해 왔다. 넷째, 미래학자 토플러(Toffler, 1980)가 제안하여 폭발적으로 수용된 이른바 생비자(prosumer) 개념처럼, 컨버전스 과정에서 부상하는 새로운 주체들에 대해 무조건 긍정적인 가치를 부여하는(Toffler & Toffler, 2006) 문제를 교정하기 위한 노력도 진행되었다. 능동적 미디어 이용자의 사회정치적 잠재력과 민주적 가능성을 수용하는 한편, 그들에게 가해지는 사회경제적 제약을 날카롭게 환기시키는 입장이 그것이다(Bruns, 2006; Terranova, 2004; Van Dijck, 2009). 마지막으로, 디지털 자본주의에 대한 정치경제학적 분석(Schiller, 2000)이 디지털 혁명론의 지나친 낙관론을

1 이러한 전망을 적극적으로 유포해 온 미디어/문화 산업과 전자기기 산업에서는 미디어 컨버전스를 소유권 컨버전스(ownership convergence)와 자연스레 연결시켰다. 워크맨의 신화를 가진 소니가 미국 음반시장으로 진출한 것이나, 통신망을 가진 AOL이 콘텐츠와 스튜디오를 가진 타임워너와 합병을 감행했던 것 등은 당대를 휩쓸던 '시너지'론의 극명한 결과물이었다. 그러나 이러한 시도는 기대했던 만큼의 '시너지 효과'를 빚지 못한 것으로 평가되고 있으며, 소유권 통합 위주의 시장화 전략은 문화산업 내부에서 중대한 수정을 겪고 있다. 물론 애플, 마이크로소프트, 구글, 아마존 등 좀 더 성공적인 부류도 있다. 하지만 이들이 선택한 것은 무조건적 소유권 합병(consolidation)보다는 잠정적이고 네트워크적인 협력(collaboration)이었다(Hesmondalgh, 2002 참조). 컨버전스의 핵심은 화이부동(和而不同), 즉 기존 경계의 붕괴를 통한 일원적 수렴보다는 불분명해진 기존 경계를 넘나드는 부분적 협력(융합)과 부분적 경쟁(분화) 쪽에 있음을 잘 보여주는 사례이다.

경계하는 중요한 입지를 제공한 것은 사실이지만, 이들 역시 다분히 기술결정론적이고 경제주의적인 시각의 한계를 벗어나지 못하고 있음을 부인하기는 어렵다. 이에 대한 반성으로 등장한 것이 바로 디지털 문화에 대한 인류학적, 미학적 접근이다. 이들은 디지털 자본주의에 대한 비판적 시각을 유지하면서도, 디지털 문화가 기존 문화와 구별될 수 있게 하는 질적 특성을 포착하여 그것의 미학적 역동성과 새로운 가치 형성 가능성을 모색하고 있다(Everett & Caldwell, 2003; Turner, 2006).

한국에서도 역시 다양한 컨버전스 담론이 경합하면서 상호 보완적인 발전을 거듭해 왔다. 미디어 컨버전스의 여러 층위들을 직접적으로 다루는 최근의 연구들을 위주로 살펴보자면, 첫째, 컨버전스에 관한 법제와 정책 위주의 연구들이 크게 증가했는데(이종기 · 이상우 · 이봉규, 2009; 최영 · 박창신, 2007), 컨버전스의 과정적 역동성과 구체성을 반영한 세심한 성찰을 제공하기에는 연구 관심 자체의 제약이 명백했다. 둘째, 시장, 산업, 이용자 측면에서 테크놀로지 전략, 기술 논리, 이용 방식 등을 정교하게 검토하는 연구들(류영달, 2006; 이재현, 2006; 이수영, 2004)은 컨버전스에 대한 기능주의적 이해 증진에는 크게 기여하였지만 사회 공공적이고 인문학적인 사고에는 상대적으로 소홀했던 것으로 생각된다. 셋째, 컨버전스의 사회적 차원에 주목하는 연구(윤석민 · 송중현, 2004) 또한 진행되었다. 이 연구가 컨버전스의 사회적 가치와 역할에 시선을 돌리고 있다는 점은 긍정적이나, 조화로운 사회 통합이라는 규범적 가치에 기우으로써 컨버전스에 내재된 분화 가능성, 그에 따르는 사회적 갈등 문제는 적극적으로 포괄하지 못하는 한계를 보였다. 마지막으로 특정 미디어 서비스를 중심으로 형성되는 대중 활동에 집중하여 미디어 컨버전스의 (하위)문화적 스타일을 포착하고 그 의미를 읽어 내리는 문화연구적 시도도 있다(김예란, 2004; 이희은, 2007; 정재철, 2007). 이 연구 경향은 컨버전스의 생생한 실제에 대한 학문적 접근 가능성을 확장하고 있는 장점에도 불구하고, 그 실제를 사회구조적인 차원에서 비판적으로 검토하여 컨버전스 주체들 사이에서 형성되는 갈등과 경합의 복잡성까지 읽어내지는 못했다.

이 연구는, 기존의 컨버전스 담론에서 나타났던 부분적인 문제점들, 즉 단선적 미디어 역사관, 낙관적인 경제주의, 미디어와 사회를 분리하는 사고, 소비자 능동성과 권력화(empowerment)에 대한 낭만적 기대 등을 수정하기 위한 그간의 노력을 적극적으로 수용하고자 한다. 따라서 다음의 절에서는 각각 철학적, 문화적, 사회적 관점에서 컨버전스를 이론화하면서, 다중 미디어 이용자들의 컨버전스 현실을 복합적이고 중층적으로 이해하려면 어떠한 시각과 접근법이 필요할 것인가에 대해 자세히 논의해 보도록 하겠다.

3. 컨버전스와 다중 미디어 이용: ‘현실화’의 관점에서

1) 철학적 접근: 가상의 현실화 그리고 컨버전스

근본적으로 미디어 컨버전스는 육신을 지닌 인간 주체를 통해 사회적 현실로 만들어진다. 마수미(Massumi, 2002, p. 135)의 논의를 빌자면 인간이 외부 세계와 만나는 감각작용(sensation) 과정에서, ‘사고하고 느끼는(thinking-feeling)’ 인간 신체는 인간과 외부 세계가 소통할 수 있도록 정보를 변환하고 전달하는 일종의 변환기(transducer) 역할을 한다.² 이 논문이 주목하는 다중 미디어 이용자들 역시 자신의 외부에서 진행되는 컨버전스 현상에 대해 다양한 미디어를 통해 경험하고 개입하기 때문에, 지극히 기본적인 의미에서 컨버전스 주체라고 할 수 있다.

² 광파가 시각으로 바뀌고 열이 고통으로 전환되는 것처럼, 이는 기본적으로 질적 변화(qualitative transformation)이며 아날로그적 매커니즘에 해당한다. 서로 다른 것들 사이의 유비로서의 아날로그는, 마수미가 말하듯, “질적으로 서로 다른 매체 사이를 가로지를 수 있는, 연속적으로 변화하는 파동(impulse) 혹은 기세(momentum)”이기 때문이다. 한편 디지털은 0과 1이라는 숫자에 기반을 둔 부호화(codification)의 일종으로서 양적 변화에 관련된다. 그럼에도, 디지털화가 마치 모든 것을 대체하고 균질화하는 것처럼 받아들여지는 이유 가운데 하나는, “가능한 것(the possible)을 체계화(systemization)할 수 있는 엄청난 힘” 즉, 실제에 관련된 모든 ‘가능한’ 것들을 부호화할 수 있는 힘 때문이다(Massumi, 앞의 책, pp. 135~137).

마수미의 경우처럼 인간과 세계의 매개라는 관점에서 미디어를 이론화하는 입장은 대개 들뢰즈(Deleuze, 1990)의 철학적 논의에 기반을 두고 있다. 들뢰즈에게 있어 컨버전스는 일종의 ‘존재론적 발생’의 논리로서, ‘센스(sens)’, 즉 감각이나 의미가 형성, 실행, 표현되는 ‘사건(event)’으로 설명된다. 이러한 컨버전스 개념은 다시 ‘현실화(actualization)’ 개념과 연계된다. 들뢰즈가 말하는 현실화란, 잠정적으로 존재하는 세계, 즉 ‘가상(virtual)’이 특정한 무엇으로 생성됨으로써 특정한 감각으로 지각되고 의미를 지니게 되는 과정이다. 따라서 가상의 현실화 과정은 반드시 컨버전스라는 사건을 거치지 않을 수 없다. 여기서 두 가지 철학적인 개념에 유의할 필요가 있다. 먼저 들뢰즈의 가상이란 구체적으로 실재하지 않는 허상이라는 일반적인 의미와는 구별되어야 한다. 가상은, 미처 현실에 이르지 못하거나 현실화에 실패한, 혹은 언젠가 현실화되기만을 기다리는 부정적이고 수동적인 개념이 아니다. 오히려 가상이란 생(life)을 형성하고 표현하는 긍정적이고 능동적인 요소로서, 생에 ‘내재(immanence)’하며, 어느 특정한 현실이 전개될 수 있도록 개입하는 힘이자 운동이다(Deleuze, 2001). 다음으로 현실화란 어떤 존재가 기존의 범주를 넘어 특정한 규칙에 따라 재조직됨으로써 새로운 것으로 생성·표현되는 과정을 가리킨다(Deleuze, 1990, p. 110). 따라서 현실화는 표명(manifestation)이나 의미화(signification) 같은 기호학적 개념들과 비슷하지만 이보다 훨씬 더 격동적인 개념이라 할 수 있다. 왜냐하면 현실화의 한 요소인 ‘생성’은 정적인 상태인 ‘이다(혹은 ‘있다’)’보다 역동적이며, 또 한 요소인 ‘표현’은 언어처럼 추상적인 형태 이전에 감각처럼 구체적이고 직접적인 경험에 관련되기 때문이다.

들뢰즈의 가상과 현실화 개념은 여러 학자들에 의해 다양한 방식으로 활용되면서 여러 가지 뜻과 쓰임새를 가지게 되었다. 하지만, 구체적인 형태로 가시화하지 않은 실재를 가상이라 개념화하고, 그러한 가상을 구체적으로 인식 가능한 존재로 생성하고 표현하는 작용을 현실화로 개념화하는 것은 거의 모든 논자들에게서 공통적으로 발견된다(Lévy, 1998). 이러한 개념적 연관성 측면에서 볼 때 가상은 반드시 실재와의 관

계 속에서, 실재의 생성이라는 틀 안에서 사유될 수밖에 없다. 그렇다면 과연 어떠한 과정을 거쳐, 어떠한 방식을 통해 가상이 구체적인 형태를 지니는 현실로 전환되고 가시화할 수 있는가?

가상의 현실화라는 측면에서 들뢰즈의 철학적 논의를 미디어 부문에 적용하고 있는 사례로 쉴즈(Shields, 2003)를 참고할 수 있다. 그는 들뢰즈의 철학적 개념을 ‘미디어 활동’의 관점에서 재구성하면서, ‘실재(real)와 가능(possible)’ 축, 그리고 ‘관념(ideal)과 현실(actual)’ 축으로 구성되는 네 가지 개념을 제안하고 있다(〈표 1〉 참고). 이들 각 영역이 교차하는 지점에는 각각의 ‘존재 양식’이 상응하고 있는데, 실재와 관념의 교차점에 가상(virtual)이, 실재와 현실의 교차점에 구체(concrete)가, 가능과 관념의 교차점에 추상(abstract)이, 가능과 현실의 교차점에 개연(probable)이 배치된다.³ 또한 각 존재양식은 특정한 시간성을 지니는데, 가상은 과거, 구체는 현재, 개연은 미래의 시간성을 각각 갖고 있는 반면, 추상은 시간성이 없거나 그것과 무관한 것으로 간주된다.

이와 같은 이론적 사고를 미디어 영역에 적용시키면, 쉴즈의 주장처럼, 미디어가 곧 현실화의 기능을 수행한다는 사실을 깨달을 수 있다. 전술했듯이 가상은 비가시적인 실재이고, 그러한 가상이 구체적인 형태로 생성·표현되는 과정이 현실화이다. 그런데 주지하다시피 미디어는 인간의 감정, 지식, 기억, 사유처럼 비가시적으로 존재하는 요소를 사회적으로 소통 가능한 형태로 표상하는 기능을 한다. 그렇다면 미디어야말로 가상을 실재로 생성하여 표현하는 현실화 작업을 수행하는 것이다. 예컨대 미디어가 의미(가상)를 콘텐츠라는 구체적인 형태로 전환(현실화)하는 식이다.

이렇게 들뢰즈의 컨버전스, 가상, 현실화 개념에서 출발하여, 쉴즈의 이론을 거치는 과정은 특히 미디어의 관점에서 상당한 유용성을 지닌

3 말하자면 가상은 관념적이지만 실재, 즉 현존하는 것이고, 구체는 현실적으로 실재하는 것이라 할 수 있다. 마찬가지로 가능한 관념, 즉 부재하는 관념을 추상이라 부를 수 있으며, 가능한 현실, 즉 있을 법하지만 부재하는 현실을 개연이라 할 수 있다.

표 1. 실재와 가능 사이의, 발화와 운동에 관한 사분형

	실재(Real) – 현존(existing)	가능(Possible) – 부재(not existing)
관념(Ideal)	가상(virtual) – 과거(past)	추상(abstract)
현실(Actual)	구체(concrete) – 현재(present)	개연(probable) – 미래(future)

출처: The virtual (p. 34), by R. Shields, 2003, Routledge.

다. 철학적인 개념을 현실 안에서 구체화하여 이해하는 동시에 구체적인 사회적 현상을 철학적 기반 위에서 사고하는 것이 가능하기 때문이다. 예를 들어 ‘기억’은 실재했던 것에 대한 인간의 관념적 산물로서, 과거적 시간성을 갖는 가상의 대표적 사례라고 할 수 있다. 이와 같이 기억을 저장하고, 그에 다시 접근하여 회수하기 위해서는, 즉 과거적 가상을 현재적 구체로 현실화하기 위해서는 특정한 기술적 장치나 행위가 필요하다. 이를테면 개인적 차원의 ‘기시감(deja vu)’이나 집단적 차원에서의 ‘의례(ritual)’는 과거적 가상을 현재적 구체로 현실화하는 전통적 문화기제에 해당한다. 같은 이치에서 오늘날 가상 테크놀로지는 바로 인간의 기억과 지식을 관리하는, 즉 가상의 현실화 기능을 수행하는 현대적 정보기술인 것이다.

2) 문화론적 관점: 다양한 층위와 주체를 가진 현실로서의 컨버전스

젠킨스의 ‘컨버전스 문화론’은 기술 중심적이고 산업 편향적인 관점을 넘어 컨버전스의 문화적 차원을 전면으로 부상시키는 데 크게 기여한 것으로 평가된다. 그는 컨버전스를 ‘다양한 종류의 국지적 관점(localized perspectives)에서 기술할 것을 제안하며(Jenkins, 2006, p. 12), 자신의 관점을 미디어 산업 분야에서 진행되는 생산자-소비자 관계 변화 양상에 위치시킨다. 이리하여 현재의 미디어 컨버전스는 ‘다중 미디어 플랫폼을 가로지르는 콘텐츠 흐름, 다양한 미디어 산업 사이의 협력, 자신들이 원하는 오락 유형을 찾아 거의 어디로든 움직일 의지가 있는 미디어 수용

자의 유량적 행태'의 특징을 지닌 것으로 강조된다(Jenkins, 2006, p. 2). 여기서 중요한 점은, 여러 경계를 '가로질러 미디어 콘텐츠가 유통되는 과정이 소비자의 능동적인 참여에 크게 의존하고' 있다는 사실이다. 따라서 컨버전스란 단지 '하나의 기기 안에 여러 가지 미디어 기능을 통합하는 기술적 과정이 아니라, 소비자들 스스로 새로운 정보를 찾아 나가고 산재된 미디어 콘텐츠를 연결하도록 고무하고 있는 문화적 전환이다(Jenkins, 2006, p. 3).' 기술 컨버전스를 넘어서 컨버전스 '문화'를 거론해야 하는 이유가 바로 여기에 있다.

젠킨스에게 있어 컨버전스 문화는 디지털 컨버전스의 기술적 조건 위에서 발아한 구체적인 실천의 총합이자, 새로운 유형의 사회변화 '논리'이다. 그 증거는 컨버전스가 인간, 기술, 사회, 문화 영역에서의 경계를 허물고 있을 뿐 아니라, 이들 사이의 기존 관계를 바꾸고 있는 현실에서 찾을 수 있다. 이를테면 컨버전스는 '미디어 산업의 작동 논리를 변화시키며, 미디어 소비자들이 뉴스와 오락을 처리하는 방식을 바꾸어낸다(Jenkins, 2006, pp. 15~16).' 또한 여기서 유념해야 할 점은 컨버전스란 미래의 어떤 (예컨대, 대량의 정보를 빨리 처리하기에 충분한 대역폭을 갖게 되는) 시점에 도달하게 될 '중착점'이 아니라, 지금도 진행되고 있는 하나의 '과정'이라는 사실이다. 미디어 기술, 산업, 콘텐츠, 수용자들 사이의 다양한 교차점(intersections)에서 발생하고 있는 현재 진행적 과정으로서의 컨버전스(Jenkins, 2001, p. 93)는 기업이 주도하는 하향적 과정인 동시에 소비자가 주도하는 상향적 과정이며, '기업 컨버전스는 폴뿌리 컨버전스와 공존한다(Jenkins, 2006, p. 18).'

올드미디어와 뉴미디어가 교차하고, 거대기업 미디어와 폴뿌리 미디어가 뒤섞이면서 미디어 생산자와 소비자 사이의 권력 균형이 예측할 수 없는 방식으로 이동하고 있다. 물론 새로운 테크놀로지로 무장한 소비자들 정말 기존 매스미디어의 문화산업적 제약을 넘어설 수 있을 만큼의 권력을 갖게 되었는지, 수용자의 능동성이 과연 전통적 매스미디어 부문의 생산 권력을 압도하는 수준에까지 이르고 있는지에 대해서는 다양한 견해와 분석이 있을 수 있다. 어쨌든 여기서 중요한 것은, 예컨대

‘참여문화(participatory culture)에 부응하지 못한 생산자는 퇴보할 수밖에 없게 된 현실’(Jenkins, 2006, p. 24)처럼, 기존 권력관계를 유동하게 만드는 조건이 생성되어 모든 행위자들에게 일정한 압력으로 작용하고 있다는 점이다. 결국 현재의 컨버전스는 불예측적이고 불확정적인 과정으로서의 특성을 갖고 있으며, 그 안에서의 구체적인 투쟁과 타협의 양상에 따라 특정한 형태로 부단히 현실화되어 갈 것이라는 의미이다.

3) 사회적 관점: 디지털 환경의 제도적 생태를 둘러싼 전투

이용자의 참여성을 강조하는 젠킨스의 컨버전스 문화론에 호응하듯, 벤클러(Benkler, 2006)는 네트워크화한 정보경제에 의해 ‘비판적이고 자기성찰적인 문화’가 본격적으로 발전할 수 있다고 본다. 산업적 문화생산 시대에는 억눌려 있던 과거의 민속문화(folk culture)적 실천이 지금처럼 네트워크화된 정보경제 환경에서 새로운 활로를 발견할 수 있게 된 덕분이다. 즉 네트워크 정보경제의 환경에서 개인들은 자신을 둘러싸고 있는 세계의 의미를 찾아내는 과정에, 그리고 사회 속에서 진행되는 문화적 활동에 더욱 능동적으로 참여할 수 있게 된 것이다. 그 결과 ‘문화가 점점 더 민주화’되고 있으며 그 핵심은 자기성찰성과 참여성의 강화에 있다고 한다.

그렇다면 이와 같은 변화를 추동하고 있는 동인은 무엇일까? 벤클러는 네트워크 정보경제의 배후에 존재하는 핵심적인 사회 동력은 바로 개인들의 ‘역량 증가’에 있다고 본다. 이 논제를 뒷받침하기 위해 그는 테크놀로지의 선택 가능성, 시장이라는 경제적 구조, 개인주의적 정치이론의 조건들을 검토한다. 그리고 이와 같은 제도적 조건들이 발휘하는 환경적 영향력과 그 안에서 개인 혹은 사회가 수행하는 구체적 선택과 실천을 ‘디지털 환경의 제도적 생태(institutional ecology)’라는 개념으로 아우른다. 바로 여기서 벤클러의 문화정치학은 디지털 혁명론자들의 유토피아 정치학과는 분명히 단절한다. 그에 따르면, 현재와 같은 기술-경제적 계기가 ‘개방적이고 다양한 자유주의적 평형상태’로 자연스럽게 발

전되도록 이끄는 ‘선의의 역사적 동력’ 같은 것을 전제하는 것은 잘못된 일이다. 네트워크 정보경제의 구체적인 형태가 구축되는 과정은 기술, 사회, 경제, 및 여타 제도적 형태들 사이의 상호적인 제약성과 지원성(affordances)이 발생시키는 피드백 효과를 통해 진행된다. 안정 시기에는 이 구성요소들이 질서 있게 배열되면서 서로를 강화시키는 모습을 보이지만, 요동(perturbation) 시기에는 사회적 조직화 양식 자체가 유동적이 되면서 누구에게나 더 많은 갈등과 재협상의 가능성이 열리게 된다 (Benkler, 2006, pp. 22~27).

기존 경계의 혼돈에 연관된 컨버전스는 벤클러의 시각에서 본다면, 사회 속의 기존 관계들이 재설정되는 ‘요동기’에 부합하는 현상이라 이해할 수 있다. 따라서 쟂킨스가 말하는 컨버전스 문화는 곧 요동의 문화이며 새로운 가능성과 제약이 교차하는 문화라고 볼 수 있다. 오늘날 디지털 환경의 제도적 생태 안에서는 서로 다른 컨버전스 문화들이 갈등과 타협 속에 ‘전투’를 벌이는 중이다. 예를 들어 벤클러가 지목하는 ‘제2의 엔클로저 운동’이 기존 시장 질서를 강화하려는 컨버전스 현실의 한 단면이라고 한다면, ‘성찰적 문화’는 기존의 가치체계와 윤리에 도전하면서 스스로를 형성해 가는 신생적 문화의 일종으로 이해할 수 있다. 그 외에도 정보 해적질, P2P 공유문화, 정보공유 운동가들의 ‘창의적 공유지(Creative Commons)’, 선물경제(gift economy)적 인터넷 윤리, 자유문화(free culture: 혹은 무료문화), 리믹스(remix) 문화 경제의 논리와 같이 디지털 환경에서 부상하고 있는 대중적 참여문화(Lessig, 2004, 2008) 역시 신생적인 컨버전스 문화의 표상이라 말할 수 있을 것이다.⁴

이와 같은 컨버전스에 대한 철학적, 문화적, 사회적 관점에 기대어, 이 연구는 현재의 미디어 컨버전스를 해석하는 우리의 이론적 시각을 다

4 윌리엄즈(Williams, 1977)에 따르면, 한 시대의 문화 속에는 이전 세대에서 넘어온 잔여 문화, 이제 막 부상하고 있는 신생 문화, 현재 중심 지위를 차지하고 있는 지배 문화가 경합적으로 공존한다.

음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 컨버전스란 그것을 경험하는 인간 주체와 조건의 상호 관계에 관련된다. 인간을 둘러싼 기술과 사회제도라는 환경에서 발생하는 컨버전스가 인간 주체의 입장에서는 하나의 가상으로 존재한다면, 컨버전스의 구체적인 양상은 인간이 그 환경을 고유한 방식으로 경험하고 실천함으로써 현실화되는 것이다. 따라서 컨버전스는 기술적으로 미리 결정되거나 획일적으로 기획되는 것이 아니라, 인간이 자신 외부의 가상적 컨버전스 환경에 개입하여 상호 작용하는 구체적인 정황을 통해 실현되는 것이다. 들뢰즈와 쉴즈를 상기한다면, 서로 무수히 다른 시간성과 공간성이 상충하고 교차하는 미디어 컨버전스의 가상 환경에서 인간이 다양한 미디어 활동을 통해 감각, 의미, 경험을 생성하고 표현하는 과정이 곧 미디어 컨버전스의 현실화인 것이다. 특히 다중 미디어 조건에서 이용자가 접근할 수 있는 미디어, 장르, 콘텐츠는 매우 다양하므로, 그것들을 넘나들며 선택하고 조직하여 재생성할 수 있는 기억, 경험, 상상의 내용과 폭은 보다 풍부하고 광범위한 것이라 추론할 수 있다.

둘째, 컨버전스의 복합성과 역동성을 종합적으로 이해하는 시각이 요청된다. 컨버전스는 한편으로는 수렴 및 통합의 속성을 지니지만, 다른 한편으로는 분기 및 다양화의 속성을 지닌다. 따라서 컨버전스의 현실은 융합과 분화의 '혼종'으로서 구현된다. 젠킨스의 컨버전스 문화론에서 살펴보았듯이, 기업 중심의 하향적 컨버전스 문화와 이용자 중심의 수평적 컨버전스 문화가 복합적으로 교차하며 일정한 상호 영향력을 지속적으로 교환하는 것이다. 따라서 컨버전스는 곧 기존 질서의 변화인 동시에 새로운 질서의(재)생성의 과정이며, 때로는 그를 둘러싼 '전투'이다.

셋째, 현재 우리에게 주어진 디지털 네트워크 환경을 고려할 때 광범위한 컨버전스 과정에 개입하여 사회적인 효과를 생성하고 가시화할 수 있는 참여자의 범위가(전통적 매스미디어 조직으로부터 일반 이용자에 이르기까지) 획기적으로 증가했다. 이것은 컨버전스를 통해 발생하는 기존 경계의 약화 내지 소멸, 그리고 경계를 가로지르는 운동이 과거의 미디어 환경과 비교할 때 훨씬 활발하고 다채로우며, 때로는 강한 대

립과 갈등을 낳는 방향으로 전개되고 있음을 의미한다. 그러나 개인의 이러한 역량 증대와 참여 가능성의 확대는, 벤클러가 제도적 생태의 가능성과 제약성을 통해 지적하는 바, 기술, 경제, 정치 등 다양한 개인 외적 영향력을 동시에 고려할 때 의미를 지닐 수 있음은 물론이다.

이렇듯 다중 미디어적 계기를 통해 발생하는 인간 주체의 컨버전스를 철학적, 문화적, 사회적 시각에서 이론화함으로써, 미디어 컨버전스에 대한 기술적, 산업적, 규범적 담론의 한계를 부분적으로나마 극복할 수 있기를 기대한다. 이에 우리는 기술과 사회제도로 구성된 컨버전스의 가상 환경을, 그와 마주한 인간 주체가 다중 미디어 이용을 통해 구체적인 문화 양식과 사회적 관계로 생성하고 표현하는 활동을 컨버전스의 현실화로 이해할 것을 제안한다.

4. 해석들과 방법론

지금까지의 이론적 논의에 바탕을 두어, 다중 미디어 이용자들을 대상으로 수행된 심층인터뷰 자료를 제시하고 분석해 보고자 한다. 분석의 영역은, 다소 은유적으로 표현하자면, 점점, 궤적, 그물로 구분된다. 우선 점점은 들뢰즈의 컨버전스 개념에 기대어 볼 때, 사회역사적 정황과 미디어 컨버전스의 조건을 체화하는 인간 주체에 해당한다. 컨버전스를 실천하는 인간 주체는 아날로그적 육체의 형태로 현존하는 한편, 개인 미디어나 네트워크 속의 노드처럼 디지털화한 형태로 존재할 수도 있다. 인간은 컨버전스 주체로서 다중미디어를 통해 외부 세계를 경험하고, 자신의 다양한 기억과 현재 경험을 혼합함으로써 새로운 컨버전스 현실을 구체적으로 만들고 표현하는 활동을 한다.

그런데 (마치 기술 결정론자들이 주장하듯이) 외부적 컨버전스 조건이 인간 주체의 현실화 행위를 규정하는 것은 아니며, (마치 자유의지론자들이 주장하듯이) 주어진 조건으로부터 인간 주체가 완전히 자유롭게 행동할 수 있는 것도 아니다. 벤클러가 적절하게 지적하였던 바, 인간

주체는 하위문화처럼 자발적 조직된 인간 집단, 그리고 문화산업처럼 제도화된 조직들과의 일정한 상호 관계 속에 있기 때문이다. 이러한 과정적 관계가 바로 탐구의 두 번째 영역을 이루는 궤적에 해당한다. 여기에서는 다중 미디어의 조건에서 개인-집단-산업 간에 형성되는 문화적 상호 작용의 양상을 읽어 가도록 하겠다.

마지막으로 그물의 영역에 접근한다. 단일 주체들이 각기 자신의 접점의 위치에서 구성한 컨버전스 현실이 사회적 네트워크로 연결되는 양상에 주목한다. 특히 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service: SNS)를 통해 구현되는 그물의 기술적 차원과, 그런 조건을 통해 현실화되는 대중 정서와 윤리라는 사회적 차원을 아울러 살펴볼 것이다. 이에 따라, 드에즈(2006, p. 63)가 디지털 문화의 주요 구성요소들을 관찰하면서, 문화를 “인간 집단의 공유된 규칙, 가치, 실천, 기대”로서 폭넓게 정의하고 접근했던 것과 유사하게, 컨버전스 환경에서 구성된 사회관계 속의 권력과 욕망의 문제에 접근한다.

컨버전스 환경에 대한 인간의 경험, 그리고 그러한 경험의 사회문화적 의미를 탐구하기 위해 미디어 중사용자 집단에 속하는 남녀 대학생, 미디어 전문가, 음악가 등 총 일곱 명을 심층 인터뷰했다. 컨버전스의 다양한 모습을 전체적으로 볼 수 있을 정도로 인터뷰 참여자 수가 충분하지는 않지만, 각 인터뷰 참여자는 컨버전스 주제, 문화, 사회적 특성을 함축하는 인물들로 유의미하다고 이 연구는 판단한다. 우선 대학생 집단은 영상공모제에서 수상을 하는 등 디지털 미디어를 활용하여 자신들을 표현하는 데 능숙한 인물들이며, 디지털 네트워크에 능동적으로 참여하여 나름의 콘텐츠를 생산하고 있는 20대 젊은이 집단을 대표한다. 또한 이들은 사회적으로 가장 풍족하게 미디어 소비를 행하는 집단에 속한다고 볼 수 있다. 음악인 ‘빈’은 십대 때부터 자신이 속한 또래집단과 함께 음악에 심취, 가족의 반대를 무릅쓰고 독학으로 음악세계에 뛰어들었고, 현재 서울 소재 대학 실용음악과에 재학 중이다. 대학가요제에서 수상을 하는 등 주류 음악산업 분야에서 활동한 경력이 있는 한편, 홍대 앞 인디 밴드 공연에도 참여하고 있다. 그는 디지털 음악 테크놀로지를 사용하여

표 2. 인터뷰 참여자 목록

이름*	성별	연령	직업
준	남	20대	대학생
선	남	20대	대학생
주	남	20대	대학생
유	여	20대	대학생
하	여	20대	대학생
빈	남	20대	음악인/대학생
상	남	30대	브랜드 마케팅 회사 CEO

* 참여자는 가명으로 표기함.

작곡, 연주, 음반 제작, 음원 확보, 음악 홍보 활동을 자체적으로 수행한다. 그의 이러한 음악활동은 컨버전스 미디어 환경에서 성장한 디지털 세대 음악인의 전형이라 할 수 있다. 미디어 전문가 ‘샹은 트위터를 비롯한 소셜 네트워크 서비스를 통해 브랜드 홍보 사업을 하는 벤처기업의 CEO로서, 다양한 정보가 네트워크를 통해 공유되는 사회적 방식에 대해 현장 전문가다운 지식과 경험을 확보하고 있다.

다중 미디어를 통한 컨버전스 경험이라는 주제에 적합하도록 인터뷰 내용을 구성하였는데, 주로 사용하는 미디어 기기 및 서비스, 선호하는 콘텐츠 양식과 장르, 콘텐츠를 생산·유통·소비하는 양식, 소셜 네트워크 서비스 이용 방식 등에 관한 논의가 중심을 이루었다. 하위 주제는 이용자의 특성에 따라 그 비중을 조금씩 다르게 적용하였다. 인터뷰는 연구자의 연구실 및 카페에서 1시간~1시간 30분 정도 진행되었으며, 연구자는 참여자들의 동의를 얻어 그 내용을 녹취하였다. 인터뷰 참여자들에게는 소정의 사례비가 지급되었다.

5. 다중 미디어 이용을 통한 컨버전스의 현실화

1) 접점: 컨버전스의 주체 형성

인간은 자신이 경험하는 외부 세계를 나름의 이야기 형태로 번역하여 이해하고 기억한다. 이런 점에서 인간의 정체성은 '내러티브적 자아'의 형태로 구성된다고 이해할 수 있을 것이다(Guinon, 2004/2005). 고정된 형태의 본질적 자아에 대한 믿음이 사라진 현대사회에서는 이와 같은 내러티브적 자아가 더욱 강화된 형태로 나타난다고 할 수 있다. 다중 미디어 조건이 확대된 디지털 컨버전스 상황에서는 개인이 접하고 소비하는 경험의 양과 채널이 엄청나게 증대하기 때문에, 이것을 이야기의 형태로 선별하여 조직할 필요 역시 더욱 커진다. 따라서 인간 개개인은 자신의 기억과 경험을 새로운 미디어 양식에 맞춰 매개하여 다양한 이야기 형태로 재구성하며, 이를 통해 자신의 정체성을 형성하고 표현하게 된다.

예컨대 '하'는 뮤지컬을 통해 자신의 삶을 내러티브화한다. 다음의 인터뷰 내용을 보면, 적어도 그녀의 삶의 상당 부분이 뮤지컬 관람 경험에 관련된 이야기로 기술되어 왔으며, 디지털 컨버전스 상황에서의 현재 역시 뮤지컬과 연관된 이야기로 구성되고 있음을 알 수 있다.

하: 내가 지금 고등학생인데 대학로에 자주 오려면 인서울(in-Seoul) 대학을 꼭 봐야 되겠다. 그래서 뮤지컬 공연에 대한 애정이 이렇게 인서울 대학까지 오게 한 거고, 제가 즐기는 문화가 된 거죠. 뮤지컬은 아날로그적인 성격이겠죠? 매체 없이 그대로 면대면 커뮤니케이션이 이루어지기도 하구요. 뮤지컬 공연이라는 것을 접하고 나서 공연 후기라든가 관객들이 참여할 수 있는 공간은 디지털 매체 안에서도 이루어질 수 있다고 생각해요. 실제로 저의 경우에는 뮤지컬을 관람한 다음에는 꼭 팸플릿을 구입해서 배우 소개를 보고, OST도 들으면서 다시 공연 장면을 회상하고, 온라인 클럽에서 공연 후기, 언론사별 뉴스, 갈라쇼 팬미팅까지 참여하게 되요. 실제로 <루나틱>이라는 뮤지컬을 보고 갈라쇼에도 참여했고, 마

니아 프리뷰데이에도 참석하게 되었어요. 오프라인에서의 공연이 온라인까지 확장되었죠.

‘하’는 자신의 일상 경험과 삶의 열망을 뮤지컬이라는 장르를 중심으로 전개해 왔으며, 지금의 미디어 환경에서는 다중 미디어를 가로지르며 그 과정을 수행한다. 이렇게 문화 장르로 매개된 삶의 내러티브는 미디어 컨버전스 환경에서 디지털로 재매개된다. 또한 컨버전스라는 가상 미디어 환경이 개인의 고유한 미디어 레퍼토리를 통해 구체적인 내러티브 형태로 현실화하는 것이다.

나아가, 디지털 컨버전스 환경에서는 미디어 이용방식에 따라 종종 이질적인 시공간이 혼합되곤 한다. 예를 들어, 이미 유용성을 상실한 채 공간만 차지하고 있는 LP 속의 음악 콘텐츠는 소멸된 시간성을 띠다면(인터뷰 참여자 ‘주’의 경우) 다운로드해서 저장해 두었다가 특정 시기에 몰아 보는 TV 드라마는 끊임없이 재활되는 시간성을 보인다(인터뷰 참여자 ‘유’의 경우). 그리고 인터넷의 가상공간을 통해 새로운 책과 잡지에 관한 정보를 얻은 다음, 물리적으로 실재하는 공간인 서점에 가서 필요한 내용만 읽고 오는 여학생은(인터뷰 참여자 ‘유’) 인터넷이라는 현대적 디지털 미디어를 출발점으로 하여 책과 잡지라는 근대적 미디어를 접한다. 여기에서는 또한 문화상품을 구입하지 않고 소비하는 과정에서 느끼는 즐거움, 즉 전통적인 하위문화 정서인 ‘훔친(poaching)’ 즐거움(De Certeau, 1984)이 존속하고 있는 것이다. 이는 문화의 역사성에 대한 윌리엄스의 해석, 즉 한 시대의 문화에는 서로 다른 시간성을 지니는 복수의 문화들이 상호 결합적이거나 교섭적인 방식으로 공존한다는 견해에 비추어 이해할 수 있다(Williams, 1977). 특히 디지털 다중 미디어 환경에서는 서로 이질적인 시간성이 이용자의 호출에 의해 ‘돌발적으로’ 등장하여 이용자 레퍼토리에 따라 가변적으로 뒤섞이는 정도가 과거보다 더욱 심하다. 도서관이나 비디오테이프 가게를 통해 과거를 조합하고 소비하던 방식에 비해, 다시보기 서비스나 P2P를 이용하는 경우는 언제든 광범위한 데이터베이스에 자유로이 접근하여 이용자의 상황과 욕구에 따라

다양한 방식으로 과거를 되살릴 수 있다는 점에서 즉흥성과 가변성이 높고 훨씬 더 혼성적인 모습을 보인다.

컨버전스 환경에서는 시간성은 물론 공간성 역시 다중 미디어 이용에 따라 혼성적으로 재매개된다. 여기서 ‘선’과 ‘주’가 자신이 속한 프로야구 응원문화(부산 롯데 자이언츠 팬덤)와의 연결을 유지하는 방식은, 해당 콘텐츠의 상대적 국지성을 디지털 미디어를 통해 극복하고 다양한 형태로 재조합하는 것이다.

선: 작년부터 올해부터 해서 못 보는 경기가 없을 정도로 되게 환경이 되게 좋아진 것도 있고, 그리고 뭐 케이블이 없을 때는 라디오를 주로 아마 들었을 거예요. (제가 뉴질랜드에 있을 때) 라디오를 청취를 하기 위해서 별짓을 다했죠. 왜냐면 그게 지역 공중파이기 때문에 서울에서도 안 잡히는 주파수예요. 그거를 뉴질랜드에서 인터넷에서 들으려고 쇼를 했었죠. 그때.(웃음)

주: 옛날에는 정규 방송에 편성이 안 되면 그걸 못 봤거든요. 근데 요즘은 케이블이 있고, 이제 그거 일단은 TV라는 또 그런 디바이스가 있어야 되는데 그거 없이, 케이블 없이, 또 인터넷만 되면 또 인터넷으로 케이블 방송을 네이버에서 받아서 이렇게 보여주니까 또 그걸 볼 수도 있는 거고, 이제 굳이 네이버일 필요가 없는 거구요. 각자 또 팬 사이트 가면은 거기서도 해 주고 이제 만약에 어디선가 인터넷이 없고 아무것도 없으면 디엠비로 또 받아볼 수 있는 거구요 ... 아예 또 방송국이 편성을 안 하면은 그 팬 거기 엘지는 그런 식으로 하는데 구단에서 카메라를 들고 아예 지들이 찍어서 보여줘요.

‘주’와 ‘선’의 다중 미디어를 활용한 프로야구 시청 방식 속에서, 야구의 남성성과 부산의 지역문화가 글로벌 유비쿼터스 문화로 확장되어 향유되고 있음을 발견할 수 있다.

그러나 인간이 다중 미디어를 통해 자신의 시공간과 만나는 과정이

항상 매끈한 내러티브로 완결되는 것은 아니다. 이때의 컨버전스는 무한히 확장되고 증강되는, 그래서 어쩌면 개인으로서는 통제 불가능할 정도로 혼란스럽고 피로한 시공간에 의해 파생되는 갈등적 산물일 수도 있다. ‘준’이 자신의 일상을 통해 만들어낸 컨버전스 레퍼토리를 보면, 그것은 퇴근 ‘시간’에 ‘지하철’ 안에서 ‘DMB’로 보는 ‘프로야구’ 경기라는 조합이다. 우선 이 시간대의 ‘준’은 책처럼 진지한 매체에 집중하기 힘들 정도로 지쳐 있고, 봄비는 지하철 공간에서는 책을 펴기조차 어렵다. 이러한 시공간에는 휴대폰의 DMB가 가장 유용한 미디어 기기이며 프로야구 중계방송은 마침 ‘준’이 가장 좋아하는 콘텐츠 장르인 것이다. ‘준’에게 있어 “퇴근시간에 맞춰서 보는 야구 DMB 중계방송은 그 좁은 지하철 안의 찻집함과 불쾌함을 날려 버리고, 오래 걸리는 시간조차 줄여주는 마법”을 발휘한다. 여기서 그가 만들어낸 컨버전스 레퍼토리는 혼란스럽게 비인간화된 존재(지쳐 있는 퇴근 시간, 똑바로 서 있기조차 힘든 지하철 안에 꼭 끼인 나)가 안전감과 쾌감을 획득할 수 있는 유일한 방법이다. 그러므로 이 안전감과 쾌감은 도시의 시공간, 교통 환경, 인간의 신체적 상황, 모바일 미디어가 컨버전스되어 나타난 가상의 효과이다.

지금까지 들여다본 것처럼, 다중 미디어를 이용하여 컨버전스를 현실화하는 주체는 내러티브적 자아의 형태를 띤다. 귀논의 지적처럼 나의 삶은 곧 내가 구성하고 발화하고 소비하는 이야기와 등치된다(Guiron, 앞의 책). 주체의 삶은 자신이 축적, 소비, 구술하는 이야기로 기록, 이해, 상상된다. 나아가 디지털 환경에서의 개인 경험은 자신이 접근, 수집, 재생, 삭제하는 콘텐츠와 섞이면서 지속적으로 변경되는 데이터베이스처럼 구현된다. 육체 속에 각인된 기억은 새로운 형태의 정보 네트워크 미디어와 만나 디지털로 재매개되며, 매순간 각자의 컨버전스 레퍼토리 형태로 재조직되는 것이다.

이런 의미에서, 컨버전스의 주체는 곧 지속적으로 업그레이드되어야 하는 미디어와 흡사해진다. 컨버전스 상황에 놓인 현대의 내러티브적 자아는 근대에 비해 더 교호적인 성격을 보이지만 그만큼 더 분열적이고 산만하며, 더 많은 욕망을 외부 세계로 투사한다. 들뢰즈가 말한 컨버전

스 개념을 적용하면, 디지털 컨버전스 환경에서 외부 세계와 만나는 주체에게는 디지털 컨버전스 특유의 감각이 형성되고 의미작용이 일어나게 된다. 따라서 디지털 컨버전스로 인해 자아와 외부의 경계가 흐려진 조건에서는, 완결되고 일관된 내러티브보다는 유동적이고 부정합적인 내러티브가 형성된다. 이것은 탄력성이 높고 여기저기 구멍이 나 있는 열린 텍스트에 가깝다. 마치 매순간의 ‘클릭’을 좇아 상이한 시공간으로 뻗어 가는 하이퍼텍스트와도 같은 내러티브적 자아가 형성되는 것이다. 이처럼, 현대의 컨버전스 인간 주체는 주어진 환경에서 다중 미디어와 콘텐츠를 활용하여 원하는 바를 얻는 매끄러운 ‘이용과 충족’ 과정에 안착한 주체이지만은 않다. 오히려 현대의 컨버전스 주체는 상대적으로 고정되고 일관된 자아를 갖고 있던 전통적 인간 주체에 비해 한층 가변적이고 상충적인 내러티브 자아를 형성하고 있다.

2) 궤적: 문화와 산업의 컨버전스

앞의 절에서 컨버전스를 주로 개인적 차원에서 이해하였다면, 이제 자발적인 하위문화와 제도적인 문화산업 영역을 아우르는 문화적 차원을 살펴볼 것이다. 개방, 참여, 공유를 추구하는 웹2.0 담론의 일반적인 전망과는 달리, 인간 주체들이 언제나 선한 태도로 컨버전스 환경에 평화로이 정주하는 것은 아니다. 오히려, 컨버전스 개별 주체들 사이의 관계, 그리고 개별 주체와 집단 사이의 관계 속에는 세밀한 긴장과 갈등이 감지된다. 여기서 발생하는 문제를 해결하기 위한 여러 가지 대책이 개인적·집단적으로, 명시적·암묵적으로 추구하고 있으며, 바로 그러한 과정을 통해 일정한 가치관이자 행동양식으로서의 컨버전스 문화가 구체적으로 현실화하고 있는 것이다.

이와 같은 컨버전스 문화에서 두드러지는 소통의 특징으로는, 첫째, 대인 커뮤니케이션과 매스 커뮤니케이션이 온라인과 오프라인을 아우르며 결합되는 현상에 주목할 수 있다. 친구와의 오프라인 대화를 통해 특정 콘텐츠에 관련된 정보를 얻은 후 온라인으로 해당 콘텐츠를 주

고받는 방식과 익명 이용자들 사이에서 이루어지는 P2P 방식이 혼용된다. 또한 예컨대 인터넷 방송이라는 일종의 매스 커뮤니케이션 상황에서, 지인이나 익명의 인터넷 이용자들 사이의 채팅을 통한 대인 커뮤니케이션이 동시에 발생한다.

주: (프로야구 중계의) 실시간 서비스를 하는데 ... 제가 좋아하는 팀이 엘지인데, 엘지 그 홈페이지에 가면은 그 방송을 직접 자기네들이 송출 받아서 다시 또 홈페이지에서 볼 수 있도록 하는데 ... 방송사에서 해설을 하잖아요. 그런 방송은 엘지에서 하다 보니까 엘지 쪽 캐스터가 따로 있어서 혼자 막 얘기를 해요. 떠들어요. 완전히 편파고 상대편 항상 막 이렇게 욕하고 "아, 재는 저래서 안 된다고 나는 저 선수가 너무 싫다고"(전체 웃음). 그 사람이 근데 어떤 식으로 하나면 '아프리카'랑 또 연결이 되어서 실시간 채팅을 또 같이해요. 그 사람들 방송 듣는 사람들 하고 그러니까 의견이 바로 그 자리에서 캐스터랑 소통이 되는 거예요. 막 하다가 뭐 캐스터가 말할수 좀만 하면은 머 "틀렸다." 그러면 또 "이 양반들이 뭐 내가 말 한마디 잘못했다고 이런 식으로 나오냐."고 섭섭하다는 등. 저는 직접 채팅방 들어가고 이런 건 별로 안 좋아하고 그냥 듣고만 있는데 그런 걸 보면은 되게 그런 거를 저는 즐기는 편인 거 같거든요.

둘째, 컨버전스 하위문화 안에서는 상호 간의 융합과 조화를 지향하는 소통만이 아니라 차이와 갈등을 유발하는 소통도 발생한다. 예컨대 자신이 속한 컨버전스 하위문화 속에 공유된 집단적 특성으로부터 자신을 차별화하려는 이용자의 시도를 자주 발견할 수 있다. 또한 일반 사회와 마찬가지로 인터넷 공간 안에서도 이기적 태도와 호혜적 태도가 상충한다. 특히 선물 경제(gift economy)의 가치관이 암묵적으로 규범화된 인터넷 하위문화(P2P) 안에서조차, 타인의 이기심에 대한 불만과 배타적 소유욕과 같은 개인적 욕구가 자연스레 발동하곤 한다. P2P 이용자 '주'

의 경우 자신이 오랜 시간 공들여 얻은 것을 다른 사람이 단시간에 빼가는 것을 억울해 하면서도, ‘주고받기(give and take)’를 중시하는 글로벌 ‘매너’를 익히고자 노력하고 있다.

연구자: P2P에 넘기기도 하고 받기도 하고? 그 비중이 어떻게 되지요?

주: 그 비중은 이때까지는 제가 받는 게 좀 많았어요. 얼마 전까지만 해도 많았는데 이번 방학 들어서 좀 바뀐 거 같아요. 제가 좀 많이 주는 쪽 입장으로 바뀌어서 요새는 그래서 외국 애들이 친구를 하자고 이렇게 막 문자가 와요. 이렇게 메시지가 와가지고 뭐 내가 어떤 음악을 줄 테니까 니 음악을 받게 해 달라 그게 이제 거기에선 일종의 그게 매너거든요. 그러니까 절대로 ‘No shared’가 되어 있으면, 그 사람은 무조건 X예요. 공유를 안 하는 순간에. 금지시켜 놓고 아예 안 해 주고. 근데 한국 사람들이 그런 것 때문에 욕을 굉장히 많이 먹는대요. 한국 사람들이 먹고 튀는 게 제일 ... 그냥 제가 받는 만큼 남들도 받아가게 하는 게 맞는 것 같아요. 또 제가 더 좋은 음악을 받으려면 누군가에게 계속 줘야 된다는 생각을 원래는 저도 그렇게 생각을 안 했었는데 되게 남 주기 아까와 했는데 어느 순간 마인드가 좀 바뀌어 가지고.

연구자: 아깝다는 심리는 어떤 심리인지? 주면 닳는 게 아닌데. ‘아깝다’라는 건 그냥 자기만 속 가지고 싶었는데(다른 사람들도 가지게 되어서인가?).

주: 그렇죠. 되게 힘들게 나는 찾아서 받아 논건데. 또 그런 것도 있어요. 제가 한번은 브라질 아이하고 한 적이 있는데 개는 초당 1K, 2K 이렇게 나와서 노래 한 곡 받는데 막 3시간씩 걸리는 거예요. 5분짜리 노래를. 근데 반대로 저는 개한테 보내주는 속도가 굉장히 빠르거든요. 워낙 이게 시속이 좋으니까. 굉장히 불공평하게 되어 있으니까. 그런 면에서 난 이거 되게 힘들게 받아 모은 건데 누가 막 이렇게 가져갈 때는 그냥 클릭 한 번 하면 쓱쓱 빠져 나가는 게 기분이 좋은 건 아니죠. 그런 걸 보면서 그때는 기분이 안

좋았는데 근데 막상 시간 지나고 보니까 뭐 누가 가지고 있어도 가지고 있을 파일이고.

레식이 토마스 제퍼슨의 표현을 인용하여 강조한 인터넷 윤리는 공동 소유와 공동 이용의 가치관에 근거를 두고 있다. ‘나로부터 발상을 얻은 자는 내 것을 줄이지 않으면서 스스로 배움을 형성한다. 이는 마치 내 촛불로부터 빛을 얻어간 자가 내 것을 꺼뜨리지 않은 채 자신의 것을 밝히게 되는 것과 같다(Lessig, 2004, p. 84).’ 레식은 이러한 비유를 들어 P2P 문화의 근간을 이루는 개방, 교류, 공유의 정신을 강조하고자 했다. 물론 이 정신이 P2P 문화의 풍부함을 일구어 온 근본적 준거가 된 것은 사실이다. 하지만 오늘날의 기술적 발전은 시공간적 접근성의 확대 측면에서는 조화의 가치를 진전시켰지만, 정보 소유와 속도를 둘러싼 대중적 경쟁을 심화시키고 있다. 이러한 디지털 기술 환경 안에서는 (레식이 생각했듯) 단지 ‘접근성’만이 이슈가 되는 것이 아니다. 그보다 훨씬 세분화된 차이 요소, 즉 미디어 기기의 혁신성, 미디어 플랫폼의 우수성, 정보와 콘텐츠의 희귀성, 검색 기술, 유통 속도 등이 경쟁적으로 작동하며 개인의 ‘구별 짓기’(Bourdieu, 1984) 욕망을 자극하는 것이다. 따라서 레식의 규범적 해석과 달리, 컨버전스의 실제 현장에서는 콘텐츠의 생산, 유통, 소비에 관련된 보다 세밀하고 복잡한 문제들이 발생하는 것은 그리 놀라운 일은 아니다. 앞에서 살펴본 것처럼 배타적 소유욕을 중심으로 한 개인주의가 한편에, 교환 필요성에 근거한 집단적 공유주의 가치가 다른 한편에 존재하면서 수시로 갈등과 충돌을 유발하는 것이다.

셋째, 인터넷에서는 콘텐츠의 생산과 소비가 양방향적으로 이루어지면서 하위문화와 문화산업이 융합되는 현상을 관찰할 수 있다. 이것은 자본주의적 문화산업과 그에 대항적인 하위문화라는 전통적 도식에 금이 가고 있음을 의미한다. 음악인 ‘빈’이 상업적인 음악 활동과 함께 홍대 앞 인디 밴드 공연에도 참가하는 모습 속에는 이 두 영역을 교차하는 것에 대해 과거와 같은 저항감이나 장벽이 존재하지 않는다. 또한 그가 밴드 활동을 통해 친구들과의 감성적 교류와 육체적 교감을 추구하는 한편,

컴퓨터를 활용해 곡을 만들고 기존 악기로는 불가능한 디지털 음색을 만들어내는 모습 속에는 기존의 음악인들에게 흔히 발견되던 아날로그적인 것에 대한 선호와 기계에 대한 거부감을 발견하기 어렵다. 그리고 공부삼아 빌보드 음악을 ‘비합법적으로’ 대량 다운로드 받는 동시에 자신이 만든 디지털 음원을 홍보하고 판매하는 행위에는, 자신의 작품을 상품화하려는 생산자의 욕구와 타인의 작품을 무료로 전유하려는 소비자의 욕구가 상충적으로 공존하고 있다. ‘빈’의 행위 양상이 한국 사회의 일반적인 젊은 음악인들의 경우로부터 특별히 이탈해 있는 것이 아니라고 한다면, ‘자본주의적 생산과 소비에 대한 상징적 저항’으로서의 하위문화라는 고전적 테제(Hebdige, 1979)에 균열이 가고 있음을 감지하게 된다.

마지막으로, 위의 세 번째 특성과 연관되는 사항으로서, 다중 미디어 이용자의 능동성과 참여성이 문화산업적 방식으로 전유되는 현상을 지적할 수 있다. 레식에 따르면 인터넷 네트워크 현상에서는 문화와 경제가 융합되는 ‘리믹스’ 문화경제가 구축되며, 문화적 실천 행위와 경제적 노동 행위 사이의 구분이 흐려진다. 여기서 인터넷은 기업과 대중, 시장과 인간관계가 하나로 엮이는 문화와 경제 컨버전스의 기술적 계기로 작동한다(Lessig, 2008). 트위터를 매개로 한 홍보 전문가인 ‘상’의 발언을 통해 알 수 있듯이, 기업과 대중 사이에 구성된 소셜 네트워크 서비스 영역에서는 ‘동호인’이 ‘팬’으로, ‘이용자’가 열광적 ‘소비자’로, ‘얼리 어답터(early adopter)’가 기업 ‘직원’으로 변모된다.

상: 아예 자기들이 텔레 기업 채널을 오프라인 매장에서 하던 것들을 온라인에서 하고 그 다음에 온라인의 대행사에 맡겼던 것들을 다 이제 자르고 있어요. 되게 쉬어졌거든요, 커뮤니케이션 하는 것이. 그 다음 또 되게 웃기게 오프라인 매장 AS센터를 열 면은 전문 직원들이 있어야 되지 않습니까. 근데 지금 어떤 형태냐면 텔이 온라인상의 트위터를 만들었어요. 그러면 그 전문 직원만큼의 파워 유저들이 있잖아요. 그 어떤 유저들이 막 올렸어요. “나 이거 못하겠다. 이게 뭐냐.” 그러면 그 사람들이 대답을 해 주는 거예요. 거

기에 들어와서 자기가 AS직원도 아닌데, 단지 이 기계에 나는 전문가이기 때문에 이 사람을 인도해 줘야겠다는 인식으로 ... 실질적으로 델 입장에서 수만 명의 얼리 어답터들이 델 직원이 된 거예요 ... 이게 회사에 어떤 이익이 됐는지를 보면, 우리가 빨리 대처하지 못했으면 이 고객이 다른 제품으로 넘어 갔을 텐데, 결국은 이 얼리 어답터가 빨리 대처를 해줬기 때문에 이 고객이 느끼는 만족도는 얼리 어답터의 고마움뿐만이 아니라 델이라는 브랜드에 대한 신뢰도도 당연히 높아지고 델을 계속 사랑하게 될 것이라는 그런 논문도 있고. 그런데 이런 것들을 보면은 문화가 참 신기하지 않나 하는 생각을 가지게 되요.

여기서 인간의 능동적인 문화적 욕구가 기업적 이해관계와 혼용되고 문화실천 행위가 노동행위로 전환되는 동시에 노동이 오락과 혼종되는, 문화와 경제의 컨버전스 양상을 읽을 수 있다(Deuze, 2007; Ross, 2004; Terranova, 2004). 이러한 컨버전스는 전통적 일터에서가 아니라 다중 미디어 네트워크 공간에서 발생한다. 여기서 자발성, 능동성, 참여와 같은 문화적 활동의 본질적 가치는 자본주의적 논리에 따른 발굴, 개발, 투자의 대상으로 활용된다(김예란, 2009).

이렇게 컨버전스 문화는 자발성과 전유성, 가능성과 한계를 모호하게 함축한다. 젠킨스의 지적처럼 컨버전스 하위문화 활동이 문화적 잠재성을 풍부하게 지닌 것은 사실이지만, 이것이 반드시 순수하고 조화로운 비자본주의적 '공동체'로 통합되는 것은 아니라는 점에 유의해야 할 것이다(Robins, 1995). 인터넷에서는 심지어 공동체적 관계 양상 못지않게, 여러 가지 방식의 '전투'(Benkler, 2006)가 종종 발생한다. 따라서 개인과 집단, 문화와 경제가 서로 생성적인 동시에 제약적 조건으로 작용하며 서로 융합하기도 하고 차별화되기도 하는 궤적, 즉 여러 변수들이 복잡하게 어우러지며 진행되는 양상이 곧 컨버전스 문화의 현실화 과정이라 말할 수 있다. 달리 말하자면, 다중 미디어의 매개를 통해 사적 영역과 공적 영역, 사유와 공유, 놀이와 노동, 하위문화와 문화산업 사이의 융합 및

분화가 복잡하게 일어나는 과정을 통해 컨버전스 문화가 지극히 다양한 모습으로 현실화하는 것이다.

3) 그들: 도덕과 경제의 컨버전스

소셜 네트워크 서비스에서는 개인별로 다양하게 구성된 컨버전스 레퍼토리가 교차하고 상호 작용하면서 하나의 그물로 엮인다. 말하자면 이는 일종의 컨버전스의 컨버전스라 할 수 있는데, 개인적 차원에서의 컨버전스가 사회적 차원의 컨버전스로 나아가면서 한층 복잡다단해지는 단계라고 볼 수 있다.

우선, 테크놀로지 측면에서 보았을 때, 전에는 상호 단절되어 있던 개인이나 집단 사이의 연결성이 소셜 네트워크 서비스 덕분에 기술적으로 크게 향상되었다. 물론 과거에도 이들을 연결시키는 다양한 종류의 커뮤니케이션 미디어가 존재하기는 했지만, 개별 기기나 시스템 사이의 차이로 인한 소통 제한성이 있었다. 하지만 현재 상황에서는 그와 같은 차이를 뛰어넘어 개별 미디어 이용자들 사이의 소통 가능성이 대폭 증가했다(인터뷰 참여자 '유'의 경우). 이렇게 소셜 네트워크 서비스를 통해 기술적으로 확대된 연결성과 소통 가능성에 근거하여 사회관계 컨버전스의 한 단면이 형성된다. 전에는 계급, 지역, 인종, 젠더, 학력, 취향, 직업 등의 차이와 위계 때문에 소통하지 못했던 사람과 조직이 서로 평등한 이용자로서 교류하는 것이 (적어도 기술적으로는, 그리고 그에 연관된 컨버전스 문화를 통해) 가능해졌기 때문이다. 나아가 이러한 거대한 그물로서의 컨버전스 문화가 모바일 기술과 결합하면서, 실시간 현존성이 강화되는 시공간적 질서가 만들어지고 있다는 점도 중요하다.

그렇다면, 실제의 다중 미디어 이용자들은 이와 같은 소셜 네트워크의 기술적 조건을 통해 어떤 종류의 사회적 질서와 대중적 정서를 형성하고 있을까? 인터넷의 정서 구조에서 행복이란(선물경제, 페인, 집합지능과 같은 단어들)이 내포하듯이 자신이 좋아하는 대상에 항상 관심을 쏟고 그것과 정성스럽게 소통하는 것에 있다. 이러한 모습은 경제적 실

익이 아닌, 칭찬, 명예, 인기와 같은 사회적 보상을 기대하는 열정의 태도로 해석할 수 있다. 열정이란 정서 구조는 근대의 합리적 이해관계와 대비되는 전근대적 태도이다. 그런데, 과도한 에너지와 맹목성을 지닌 열정은 근대적 합리주의를 거치며 이성에 의해 길들여졌고, 합리적 경제행위를 통해 만족을 추구하는 ‘차분한 열정’으로 변모했다(Hirschman, 1977/1994). 그렇다면 오늘날 소셜 네트워크 서비스를 통해 발산되는 열정은 현대 사회를 살아가는 대중 정서에 관련해서 어떤 종류의 단서를 제공하고 있을까? 디지털 컨버전스 환경에서의 다중 미디어 이용자는 근대 이전의 맹목적이고 과도한 열정을 부활시키고 있는 것일까?

우리는 여기서, 첫째, 호출되는 즐거움을 엿볼 수 있다. 네트워크 사회에서 호출은 감시와 통제의 억압적인 권력으로서가 아니라 관심과 애정의 기호로 환영받는다. 실제로는 누군가가 다량으로 배포한 기계적 메시지임에도 마치 나에게 건넨 사적인 인사말로 인식되어 소중하게 여겨지는 것이다. 둘째, 드러내는 즐거움을 엿볼 수 있다. 가령 트위터를 통해 자신의 소소한 일상을 자발적으로 ‘보고’하는 행위는, 예컨대 종교적인 ‘고백’ 의례와는 분명 차이가 있다. 종교적 고백은 내면을 드러내어 신에게 복속되기를 바라는 진정성을 추구한다면, 트위터의 단문 메시지는 불특정 다수의 독자들을 향한 자기홍보와 자기전시의 의도를 강하게 품고 있다. 또한 일반적인 대화는 청자가 그 내용을 경청해 주고 그로써 발생하는 공유감이 중요한 반면, 트위터에서는 발화하는 자아의 퍼포먼스에 일차적인 중요성이 부여된다.

하: 처음에 트위터를 하는 과정은 한국만의 문화에 익숙해진 우리에게 정말 어려운 것 같아요. 저는 외국인과 친해지고 싶어서 적극적으로 되도 않는 영어를 써가면서 미국의 인기문화도 알게 되고, 할리우드 배우랑도 팔로우하고 있어요. 외국인이랑 공통관심사를 찾아서 이야기를 해야 하니깐요. 아는 척하면서 몰래몰래 블로그를 통해서 정보를 얻어서 이야기거리를 찾는 편이죠. 저는 파워 트위터의 입김 덕분에 순수 팔로워 20명 정도에서

하룻밤 사이에 104명으로 늘어났어요. 그리고 그만큼 저도 팔로
윙을 많이 하니깐 110명 정도 되는 것 같아요. 또 지인은 2%에 불
과하고 모르는 사람들이 96%를 차지하고, 1%는 외국인친구 1%는
할리우드 연예인이예요.

이와 같이, 소셜 네트워크 서비스와 연결된 다중 미디어를 통해 호
출과 홍보 행위가 일상적인 의례로 자리 잡는다. 그리고 이 과정에서 행
복을 추구하는 열정의 대중 정서가 표출된다. 대화 대신 일방적 발언, 진
실한 관심 대신 피상적인 호출과 전시, 유일성의 가치 대신 대량산포와
정규화의 메커니즘, 인간관계의 고유성 대신 익명적 집단화가 소셜 네트
워크 서비스에 참여하고 그것을 향유하기 위해 요구되는 원리이다. 예컨
대 트위터의 대중화에 기여를 한 주요 기능들 중의 하나로서, 유명인사
와 익명적 다수 대중을 이어 주는 팔로우잉(following)이라는 관계 맺기
방식이 있다. 인터뷰 참가자 '상'은 그것으로부터 '따라가는 것에 대한 재미'
를 얻는다고 이야기하는데, 팔로우잉에서는 대중들이 유명인사를 향
해 던지는 찬미와 숭배, 그리고 유명인사가 대중들에게 제공하는 보살핌
과 관심(의 제스처)을 통해 특정한 형태의 정서적 관계가 성립된다. 존
경, 애정, 야망, 순응, 구속과 같이 때로 상충되는 도덕적, 윤리적 가치들
이 소셜 네트워크 서비스의 문화산업적 구조 안에서 생성된다. 소통의
기술적 관계망은 진지함과 평등성을 허용하지만, 그것에서 형성되는 정
서적 관계는 가볍고 위계적인 성격을 지닌다.

소셜 네트워크 서비스의 도덕 체계는, 관심과 열광을 적나라하게
발산하고 소비하는 것을 동력으로 삼는다는 점에서, 대상으로부터 자율
적인 존중감과 배려라는 가치에 기반을 둔 고전적 도덕 체계(Lyotard,
1988/2005)와는 대비된다. 이때의 나는 대상이 지고지순한 숭고함과 신
성성을 지녀서가 아니라, 그 대상이 나와 계약을 맺고 즉각적으로 소통
가능한 '가상적 현존'을 유지하기 때문에 기꺼이 사랑해 주기로 한다. 즉
사랑은 일상적 취미로서 계약, 승인, 소비된다. 이러한 방식으로 수행되
는 숭배와 종속 의례는, 유명한 존재가 나와 동일한 네트워크에 속해 있

다는 행복감에 기인하기에 세속적이며, 익명의 타자들과 항상적으로 공존한다는 믿음으로 운영되기에 순진하며, 사회적 관계가 나의 통제 안에 있다는 확신을 통해 관리되기에 발랄하고 거리낌 없다.

이처럼 컨버전스 환경에서 구성되는 사회적 네트워크는 기술과 정서가 상충적이고 분절적으로 접합하는 이중적 질서를 지닌다. 기술적으로는 일상적 소통/사회적 공표, 친밀한 대화/상업적 마케팅, 대중/스타, 더 아는 자/덜 아는 자, 더 가진 자/덜 가진 자들이 수평적으로 연결된다. 그러나 정서적으로는 찬미와 종속에 기초한 위계적 질서가 자발적인 순응과 향유의 행위에 의해 구축되는 것이다. 다중 미디어는 이러한 모순적인 기술-정서의 네트워크가 원활하게 진행될 수 있도록 놀라울 만큼 효율적인 기반을 제공한다. 일상적인 호출과 응대를 일상적으로, 정규적으로, 성실히 수행함으로써, 나는 너의, 또는 너는 나의 숭배와 보살핌의 대상으로 만들어지는 것이다. 이는 의례 기능에 대한 쉴즈의 해석과 유사한 관점에서 이해할 수 있는 측면으로, 정서라는 가상적 요소가 소셜 네트워크 서비스를 매개로 한 집단적인 의례화를 통해 현실화되는 것이다.

소통 관계의 피상적 확대, 사생활의 스펙터클화, 일상 대화의 미디어 의례화와 같은 문제점에도 불구하고, 사람들은 행복을 추구하는 절실한 욕구를 품고 소셜 네트워크 서비스에 적극 참여한다. 이를 위해 필요한 다중 미디어 소비에 지출되는 경제적, 경제외적 비용은 큰 의미를 지니지 못한다. 이는 미디어 소비 행위에 도덕적 규범이 융합되는, 혹은 도덕적 가치 추구에 미디어 소비 행위가 부가되고 있음을 함의한다(임영호·김은진·홍찬이, 2008). 모든 이가 모든 이와 소통할 수 있는 기술적 조건은 차고 남을 정도로 확보되고 있지만, 고독을 회피하고자 하는 주체의 존재론적인 욕망은 채워지지 않는다. 컨버전스 사회의 다중 미디어 이용자들은 부단히 클릭하거나 터치하면서 다른 이와 연결되고자 하는 자신의 열정을 끊임없이 향유할 따름이다.

6. 맺으며

지금까지 우리는, 기술 산업적이고 기능론적인 기존 컨버전스 담론의 한계를 넘어, 인간 주체의 다중 미디어 이용 차원에서 컨버전스가 현실화되는 방식과 그 의미를 살펴보았다. 우선, 컨버전스의 현실화는 철학적 관점에서 일종의 존재론적 발생 논리로 간주되며, 인간이 외부 세계를 경험하고 느끼고 표현하는 과정이자 결과로 이해된다. 다음으로, 미디어를 이용하는 인간의 활동이란, 가상적인 느낌, 사고, 의미가 구체적인 형태로 현실화하는 것이라고 이해한다면, 지금의 디지털 컨버전스는 무엇보다도 다중 미디어를 통한 인간 주체의 문화적 활동으로서 구체화되고 볼 수 있다. 이에 덧붙여, 우리는 그러한 인간 주체의 활동이 사회적 차원에서 현실화되는 과정을 포착하고, 그러한 과정에 깔린 의미를 읽어내고자 하였다. 인간들의 다중 미디어 이용이 단지 무제약적인 상황에서 발생하는 것이 아니라 사회적 제도 안에서, 일정한 긴장과 타협을 거쳐 활성화될 수밖에 없음을 전제하고 있기 때문이다. 이에 따라 우리는, 대중적 차원에서 미디어 컨버전스를 유도하는 기술 논리와 문화산업적 질서를 파악하고, 다중 미디어 이용자들이 그것을 기꺼이, 순응적으로, 혹은 거리두기와 일탈을 통해 나름의 윤리적 가치를 수립하는 과정을 개인적 차원과 하위문화적 차원에서 각각 논의했다.

이런 과정을 통해 우리는, 다중 미디어 이용자들의 일상이 일종의 '미디어 의례'로서 구성되는 방식을 개인적, 문화적, 사회적 차원에서 관찰할 수 있었다. 첫째, 주체의 점점 차원에서 관찰할 때, 다중 미디어 조건과 만나는 인간 주체들은 상이한 시공간성을 지닌 레퍼토리를 구성하고 있었으며, 주어진 재료를 나름의 방식으로 조직함으로써 독특한 형태의 내러티브적 자아를 형성했다. 특히 이와 같은 컨버전스 주체는, 전례 없이 풍부해진 미디어 환경에 의해 편리성과 소비의 자유가 늘어남에 따라 그만큼 찰나적이며 분열되고 유동적인 경험을 체화하는, 하이퍼텍스트와 유사한 형태의 내러티브적 자아로서 해석되었다. 둘째, 문화의 궤적 차원에서 관찰한 결과, 다중 미디어 이용자들이 한편으로는 문화산업

조직, 다른 한편으로는 하위문화 집단과 융합하면서도 갈등하는 복합적인 과정을 밟아 가고 있음을 확인할 수 있었다. 특히 과거에는 비교적 분명한 경계를 갖고 있다고 간주되었던, 문화와 산업, 생산과 소비 사이의 혼종 현상을 발견했다. 셋째, 사회관계의 그물 차원에서는 특히 소셜 네트워크 서비스의 기술적이고 정서적인 차원을 복합적으로 읽어볼 수 있었다. 요컨대, 기술적 측면에서는 비교적 평등한 구조를 지닌 네트워크가 구축되어 있었으나, 사회관계 측면에서는 찬미와 숭배의 위계구조에 자발적으로 순응하고 열광하는 대중 정서가 형성되어 있었다. 이러한 측면은 우리가 관찰한 도덕과 경제의 융합 현상과도 연관되는 것으로서, 물리적 비용과 수고를 감수하면서 사랑과 행복이라는 도덕적 가치를 지속적으로 추구하려 하는 컨버전스 주체들의 열정을 반영한다. 기술적 풍부함은, 이렇게, 다중 미디어를 능동적으로 활용하는 소비자를 형성하는 한편, 문화산업의 위계 구조에 대한 정서적 의존성이 높은 소비자를 양산하기도 한다. 정서적 피로와 도덕적 빈곤 상태에 놓인 이들은 미디어 소비를 통해(서라도) 사랑이나 행복과 같은 추상적 가치-실즈를 인용하자면, 시간성이 부재하는 탈역사화된 '추상'의 존재 양식-를 무한히 욕망하고 있는 것이다.

이렇게 해서, 우리는 다중 미디어 이용자들이 기술적, 사회적 환경에 대한 여러 가지 개입을 통해 나름의 방식으로 컨버전스를 현실화하고 있음을 확인했다. 여기서 우리는, 이들의 실천이 어떤 종류의 '실재'를 형성하느냐에 따라 다양한 방향의 미디어 컨버전스가 존재할 수 있음을 짐작하게 된다. 예컨대, 미디어 컨버전스가 단순히 기존 경계의 붕괴, 소실과 함께 완벽한 융합에 이르리라는 단선적 시나리오는 부적절해 보인다. 최소한 당분간은, 이미 발생된 경계 혼란을 더 심화시키거나, 기존 경계(혹은 질서와 위계)를 재생산하게 되거나, 새로운 종류의 경계를 생성해 나갈 것이라는, 다중적 시나리오의 형태로 전개될 것이라 판단한다.

사회 각 영역에서 진행되는 컨버전스의 광범위한 가능성을 포괄적이고 체계적으로 분석하지 못한 점은 이 연구의 명백한 한계로 남을 것이다. 또한 능동적 소비자로서의 문화적·정치적·경제적 생산성과 잠

재력을 지니고 있는 다중 미디어 이용자의 현실을 포착하여 생생하게 기술하지 못했음을 부인하기 어렵다. 하지만 연구자들은 컨버전스의 표피적인 현실의 한 측면을 과대 포장하여 성급한 낙관론이나 냉소적인 비판론으로 귀결되는 접근 방식의 한계를 극복하려 노력했다. 때문에 상상적 기대를 현실적 경험에 덧씌우기보다, 컨버전스 사회의 가상적 실재와 그것의 복합적인 현실화 양상에 접근하는 작업에 집중하였다. 융합과 차이, 활발함과 피로함, 친밀과 마찰, 공동체 의식과 단절, 적극성과 고립성처럼, 상이한 가치가 상존하는 중층적인 현실로서 컨버전스 사회를 이해하고자 하였기 때문이다. 이런 접근법을 통해 제한적으로나마 파악된 우리 사회의 컨버전스 현실은, 지배적 컨버전스 담론의 기대와는 달리 모든 것의 수렴에 의한 경계 무화나 탈위계적 평등화를 보이지도 않으며, 정치경제학적 비판론자들의 염려와는 달리 기존 경계의 고착화나 위계질서의 강화로 귀결되지도 않는다. 주어진 환경이 부여하는 가능성과 제약성의 가상적 자장 안에서, 경계를 허물고 생성하고 표현하는 인간의 사회문화적 활동 자체가 복합적이고 중층적일 수밖에 없기 때문이다.

참고문헌

- 김예란 (2004). 가상공간의 공동체 문화 탐색: 사이월드 문화를 중심으로. 『언론과 사회』, 12권 3호, 55~89.
- 김예란 (2009). ‘참여’의 디지털 문화산업적 형성에 대한 연구. 『한국언론학보』, 53권 5호, 406~428.
- 류영달 (2006). 디지털화와 사회공간의 융합. 한국사회학회 한국언론학회 2006년 특별공동학술회의 발표논문집, 125~144.
- 유재천 외 (2004). 『디지털 컨버전스』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 윤석민 · 송중현 (2004). 방송 · 통신 융합의 사회적 맥락. 『방송연구』, 58호, 7~29.
- 이수영 (2004). 방송 · 통신 융합과 수용자의 미디어 이용행태의 변화. 『방송연구』, 58호, 145~175.
- 이재현 (2006). 모바일 미디어와 모바일 콘텐츠: 멀티플랫폼 이론의 구성과 적용. 『방송문화연구』, 18권 2호, 285~317.
- 이종기 · 이상우 · 이봉규 (2009). 융합시대의 통신과 방송의 보편적서비스 정립 방안에 관한 연구. 『한국언론학보』, 53권 3호, 128~145.
- 이희은 (2007). 놀이의 노동과 일상의 참여. 한국언론학회 주최 <모색과 도전> 세미나 자료집. 31~60.
- 임영호 · 김은진 · 홍찬이 (2008). 도덕경제와 에로장르 종사자의 직업 정체성 구성. 『언론과사회』, 16권 2호, 107~147.
- 정재철 (2007). 융합시대 미디어와 문화에 대한 탐색적 연구. 한국언론학회 2007 가을철 정기학술대회 학술대회 발표논문집. 1~18.
- 조성동 · 강남준 (2009). 다매체 환경 정착에 따른 수용자들의 매체이용 특성 변화와 이용매체 구성변화. 『한국언론학보』, 53권 1호, 233~256.
- 최영 · 박창신 (2007). 방송 · 통신의 수평적 규제 모델에서의 ‘네트워크 중립성’에 관한 연구. 『한국언론학보』, 51권 4호, 330~355.
- 최항섭 외 (2008) 『컨버전스 시대의 한국사회 메가트렌드 연구』(한국사회의 방송 · 통신 패러다임 변화 연구 08-12). 과천: 정보통신정책연구원.

- Aufderheide, P. (1998). Niche-market culture, off and on line. In D. Borden & K. Harvey (Eds.). *The electronic grapevine: Rumor, reputation and reporting in the new on-line environment*. (pp. 43~57). London, England: Lawrence Erlbaum.
- Baldwin, F., McVoy, D., & Steinfield, C. (1996). *Convergence: Integrating media, information & communication*. Sage
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New York: Yale University Press.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bruns, A. (2006). *Blogs, wikipedia, second life, and beyond: From production to produsage*. Peter Lang.
- Burke, P., & Briggs, A. (2005). *A social history of the media: From guttenberg to the internet*. Polity.
- Chun, H., & Keenan, T. (2006). *New media, old media*. Routledge.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Deleuze, G. (1990). *The logic of sense*. (M. Lester & C. Stivale, Trans.). Columbia University Press. (Original work published 1969).
- Deleuze, G. (2001). *Pure immanence*. (A. Boyman Trans.). Zone books.
- Deuze, M. (2006). Participation, remediation, bricolage: considering principal components of a digital culture. *The information society*, 22, 73-75.
- Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity.
- Everett, A., & Caldwell, J. (2003). *New media: theories and practices of digitextuality*. Routledge.
- Gilder, G. (1994). *Life after television: The coming transformation of media and American Life*. New York: W. W. Norton.
- Guinon, C. (2004). *On being authentic*. Routledge. 강혜원 역 (2005). 『진정성에 대하여』. 서울: 동문선.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: the meaning of style*. Methuen.
- Hesmondalgh, D. (2002). *The Cultural industries*. London, England: Sage.

- Hirschman, A. (1977). *The passions and the interests: Political arguments for capitalism before its triumph*. Princeton University Press. 김승현 역. (1994). 『열정과 이해관계: 고전적 자본주의 옹호론』. 나남출판.
- Jenkins, H. (2001, June). Convergence? I diverge. *Technology Review*, 93.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence, *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33~43.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Editorial: Convergence culture. *Convergence* 14(1), 5~12.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: The nature and future of creativity*. Penguin.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin Press.
- Lévy, P. (1998). *Becoming virtual: Reality in the digital age*. Plenum Trade.
- Lundby, K. (Eds.) (2009). *Mediatization: Concept, changes, consequences*. Peter Lang.
- Lytard, J. (1988) L'Intérêt du sublime. In J. Courtine et al. *Du sublime. L'Extrême contemporain*. (pp. 149~177). Paris: Belin. 김예령 역(2005) 『숭고에 대하여』(197~279쪽). 문학과지성사.
- Massumi, B. (2002). *Parables for the virtual: Movement, affect, sensation*. Durham, NC: Duke University Press.
- Negroponte, N. (1990). *Being Digital*. New York: Alfred A. Knopf.
- Robins, K. (1995). Cyberspace and the world we live in. In M. Featherstone & R. Burrows (Eds.), *Cyberspace/cyberbodies/cyberpunk* (pp. 135~156). Sage.
- Ross, A. (2004). *No-collar: The humane workplace and its hidden costs*. PA: Temple University Press.
- Shields, R. (2003). *The virtual*. Routledge.
- Schiller, D. (2000). *Digital capitalism*. 추광영 역(2001). 『디지털 자본주의』. 나무와 숲.
- Terranova, T. (2004). *Network culture: Politics for the information age*. London: Pluto.
- Thorburn, D., & Jenkins, H. (2004). *Rethinking media change: The aesthetics of transition*. MIT Press.

- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Morrow.
- Toffler, A., & Toffler, H. (2006). *Revolutionary wealth*. New York: Alfred A. Knopf.
- Turner, F. (2006). *From counterculture to cyberculture*. The University of Chicago Press.
- Van Dijck, J. (2009). Users like you?: theorizing agency in user-generated content. *Media, culture & society*, 31(1), 41~58.
- Williams, R. (1977) *Marxism and literature*. Oxford, UK: Oxford University Press.

최초 투고일 • 2010. 1. 17
게재 확정일 • 2010. 2. 9
최종 수정일 • 2010. 2. 10