

디지털 차세대의 상품미학 연구

The Study on Warenasthetik of Digital Next-Generation

양 수 영

한양여자대학

Contents

Abstract

1. 서 론
2. 전자 유목민의 유전자 변화
3. 확장, 내과, 재통합의 순환성
4. 교환가치에서, 치유가치로
5. 1318세대의 미래
6. 설문설정
7. 설문결과분석
8. 결 론

참고문헌

Abstract

Though the rapid changes of digital techno era, the teenagers such as 13~18 ages of Korea have lived uncertainly with family, education, and getting a job in the struggle for existence.

They tried to satisfy deputy and upgrade their social position replacing mother with new father, that is , virtual hero from talented and starred in the equalization, identity, clarity, rapidity, and grouping.

There can be absented to the ways of mental cures from being their borrowed and used generation in the new electric era for the

capital market or the profit mass of electric power.

There can be no understanding solutions with W.F.Haug's Warenasthetik from the effective 「Use-Value」 to the symbolic 「Exchange-Value」 in the end of capitalism.

This thesis from the 7 items of questionnaire with 200 people in 1318 generation researched. From the result of survey, their lives are represented themselves in digital techno in the dazzling and pleasure.

This thesis is covered with included the doing and overcoming the collective identity featuring the future 「Cure-Value」 .

1. 서 론

1318세대 청소년들은 이동통신의 초기수용자로서, 자신의 정체성과 가족공동체가 붕괴되기 시작한다.¹⁾ Erving Goffman에 의하면 소통행위를 위해 외향적 집단을 향하는 동시에 내면적으로는 연기자의 정체성을 향하는 「자아의 공연」 욕구가 발생한다.

이러한 현상은 기호의 기표보다는 메시지 자체의 기의를 중요시하며, 집단의 일원으로서 자격과 지위를 과시하는 속성을 현실화한다. 사회적 네트워크를 과시함으로서 가족으로부터의 독립과 집단성을 획득한다. 생태계에서는 낮은 생명력의 유전자들일수록 자발적인 종의 집단(Community)을 급속히 결속시킨다.²⁾ 결국 사이버그의 인간화

1) 자기조직화 (Self Organization)를 위한 단백질 분자들이 상호작용 속에 창발(Emergence)하는 복잡계의 속성이다.
Melinda Davis, 박윤식 역

까지 갈 수도 있는, 디지털세대는, 일종의 「전자가출」에 의한 다중얼굴(Multi-Face)의 신세대로서 성격 지워지는 것이다.³⁾

다시 말하면 대체된 자아의 분담 역할에 의하여, 다중지능 인격장애(Personal Multi-Plexing)라는 One Source Multi User로서의 역할, 예컨대 다중 '해결사 아줌마' (엄마의 기능 확대)의 기능 수행 등이 보편화, 상품화, 이미지화 되는 것이다.

따라서 유아기의 애정결핍에서 출발한 자기조직 욕구는 생태적, 유기적 집단속에서 스크린 정착민(Screen Lander)과 네트워크의 점조직 시스템 (동아리)에 포용되는 Network nodes가 되는 것이다.

결국 귀속욕구나 자아치유 해결이라는 전자욕망을 Haug의 상품미학적 해석에서 보여지는 「상품가치」가 「교환가치」로 이행된다. 다시 말하면 아날로그적 소통가치가 디지털적 광속에 의한 비인간화, 가족의 해체화에서 발생하는 몸과 마음의 「치유가치」로서, 새로운 디지털 상품미학으로 이행, 진화되고 있음을 확인해 보고 저 하는, 규명이 요구되는 것이다.

2. 전자 유목민의 유전자 변화

Haug의 상품미학이 칼 맑스적인 「상품가치」에서 자본문화적인 「교환가치」로 승리화 됨으

2) Steven Johnson 역 EMERGENC, 김영사, 2004. 9. 6

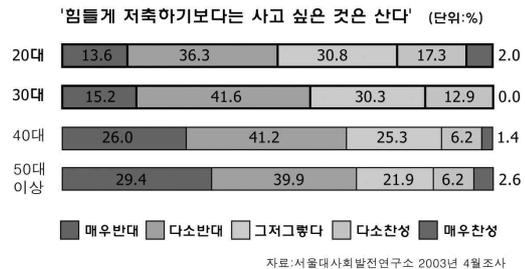
3) 구조주의 이론에 내재하고 있는 기의에 대한 기표의 우위 및 담론 재현을 철저히 부정하고 모든 것을 기호로 보는 보드리야르 (J.Baudrillard)의 이론이 소비자본주의의 상품분석에 인기를 끈다. 송승철, 서구와 한국의 교차점과 문화대중변혁, 진실, 2002

로써 안도하였던, 인류의 소비순환 시스템은, 결국 가상매트릭스의 현실화에 의해 「치유가치」의 기능으로, 패러다임변환 시기가 도래한다고 해석할 수 있을 것인가?

이들 사회집단들은 원래 Hippie → Yuppie → Bobos라고 하는 네트워크에로의 급박한 이동을 외형화하였다. 일반적인 흐름을 종이미디어적 표현으로 기술해 보면 다음과 같다.

참여(participation), 열정(passion), 변화주도(paradigm-shifter)라는 광고기업 (제일기획)의 「P세대」 설정은 「X세대」 생활방식과 386세대의 사회의식이 혼합되면서, 정보사회의 주체인식이라는 유목주의(Nomadism)가 탄생한다고 보았다.⁴⁾

이러한 전자유목현상은 이기적 집거중후군(Cocoon족), 자기관심에만 몰두하는 오타쿠족, PC만 소유한 채 은둔해 숨은 히키코모리족, 그리고 자유 아르바이트로 생계를 유지하는 기생독신인 프리터(Freeter)등, 잡종(Hybrid) 보보스족을 잉태하였다. (도:1)



(도:1) 자료 서울대 사회발전 연구소 (2003 4월 조사)

Howard Rheingold의 전자경제학적 입장에서 분류되는 성장법칙은 사르노프의 법칙, 무어의 법칙, 메트칼프의 법칙, 리드의 법칙으로 규정된다. 이러한 법칙들은 네트워크의 접속점(nodes)들이 교환하는 「상방향의 가치」를 설명해 준다.⁵⁾

4)

5)

예컨대 웹게시판 소설에 독자가 그린 주인공의 캐릭터는 상방향의 상호관계성을 설명해 주고 있다. 즉 독자가 그린 캐릭터는 '귀여운 이미지'이지만 실제 '소설의 느낌'과는 차이가 남을 알 수 있다.



(도:2) 김진량, 웹게시판 소설의 시사연구 2000, (한양대 대학원 P.130)

이러한 사이버 문화의 사회적 증상은 최고 브랜드의 가치와 자신을 동일시하는 열등의식의 보상과 의존성 인격장애를 양산한다.

새로운 고객주의(New Consumerism)가 동시다발로 생산, 소비되게 이룬다는 것이다.⁶⁾

이러한 Prosumer(Producer+Consumer)의 잉태는 결국 미디어, 방송, 흥행(엔터테인먼트)이 획극적이며, 대중적인 경향으로 흐르는 문화를 양산한다. 「천방지축」 매스컴은 「관계중독」을 통한 '집단 치유 현상'으로 처방되어지는 견해도 있다.⁷⁾

결국 자궁에서 탈출한 인간의 성장을, 환경과의 상호학습(Mutual learning)이라는 진화 속성이 전자시대에, 효율적으로 발휘됨을 알 수 있다.

자궁에서 출산한 인간은 어머니의 자리를 대신할 잃어버린 반쪽을 찾아 영원히 방황하는 삶을

6) 신화, 욕망, 이미지, 현실문화 연구저. 1993. 텔레비전 신화와 문화, 한국방송공사 편저. 1989.

7) 「천방지축」 매스컴은 이남희 "상상력으로 열어 가야할 새로운 지평" 창비, 2002년 가을호 P.87에서 표현한 관계중독의 적절한 표현이다.

영위한다. 이때 전자미디어는 가장 이상적인 존재를 찾기 위한 효율적 기능을 수행한다. 폐쇄공간적인 전자자궁의 환경(온라인)속에서 '모성회귀 본능'을 향한 삶을 영위한다는 것이다.

라캉의 「거울단계」로서의 대리부모와 입양된 영웅인 캐릭터와 아바타, 자이언트 로봇 등은 생리적이고, 정신적인 유대감을 연결시키는 보상을 제공한다. 이들 고아적 영웅과 양부모의 모정을 인생의 대리인으로서, 나르시스적인 테크노시대의 대리모 기능(sony 제품등)을 수행한다.⁸⁾

테크노시대의 교과서적 상품인 Walkman을 새로운 보호껍질이 자아와 유합한 생물학적 잠종교배의 산물로서 해석되는 것이다.

패션현상이 되었던 최초의 테크노 의복은 신체의 전자회로화하는 자폐증속의 남근승배 극복욕구, 영웅성취 욕구를 유발할 수 있다.⁹⁾

앞서 기술한 유희적 「천방지축」 미디어¹⁰⁾는 일종의 전자자궁적 미디어 공간을 제공하면서, 유아와 청소년을 놀게 하는(homo ludens)페러디 퍼포먼스 같은 「유희의 시대」로 진입시켰다. '노는 인간'은 '일하는 인간'(homo laborans)시대였던 아날로그에서부터 출발한 「인간의 조건」으로서, 유전되었을 것이다. 「씻김굿」같은 놀이문화는 사라진 영웅을 아날로그미디어가 재생한 해방공간이라고 표현하기도 한다.¹¹⁾ 예컨대 아날로그에서 디지털로 변환되는 직접적인 컴퓨터의 영문자판(QWERT)은 타자기에서 쇠막대가 영키는 것을 피하기 위해 고안된 문자배열이다. 이를 개선하면 40%이상 타자 능률이 오를 터인데도, 아날로그 사용자들이 길들여진 타자의 친숙성과 화

8) Alessandro Gomarasca. The Metal-Suited Heroes 김성수, 디자인문화비평 01호 P.170

9) Asada Akiva, "On Escape" Chiknma Shob, 1984, P.31

10) 정진웅 : 붉은 악마 현상. 당대비평 2002, 가을 P.9

11) 강원룡, 새로운 리더쉽, 사상계, 1963, 12월호

해, 승계할 수 밖에 없었던 것이다.

일하는 인간으로서의 「노동의 존재」가 승계, 유전되는 것은 노는 인간으로서의 「쾌락의 존재」가 '화해와 질서'로서 변종을 유도한다. 이러한 굿판을 외피(환경)와 자아의 융합이라는 광기(fan-dom)의 축제로서 한풀이 형태(헛불시위, 오빠부대등)가 되는 것이다.¹²⁾

미소년(신라의 화랑)을 중심으로 한, 한국의 제4사만은 오히려 기독교적 만찬의 화합기능을 수행하고 있었다 한다. 화랭이(남), 화냥년(여)은 성만찬의 종교 개혁(Reformation) 또는 재창조(Recreation)라는 오락을 통한 기본전환의 무당끼 있는 유희, 그 신체의 치유기능을 수행하여 왔다는 견해도 있다.¹³⁾

3. 확장, 내파, 재통합의 순환성

아날로그에서 디지털로 전환되어 버린 전자테크노시대는 침입(Invasion)과 천이(Succession)(Odum, 1969)의 속도가, 메트칼프의 법칙에 의해 네트워크 사용과 숫자의 제공으로 빠르게 진화 확산된다.¹⁴⁾

찰스 다윈의 사냥감, 영역지배, 뺨, 에너지쟁취 등의 이러한 적자생존원칙은 기존의 사회적 범규와 가치에 대한 반항과 개혁의 임무를 수행, 강화한다. 일종의 모더니즘적인 편집광으로서 돌출되며, 혼성모방(Hybridization),가제트, 키치예술, 철완 아톰캐릭터나 구성애, 서갑숙, 그리고 다중지능인간으로서의 서태지등, 입양된 영웅을 「대리인」으로 창출한다. 그리하여 기존가치와 엘리트주의의 붕괴(Arti-Elite)를 수행함으로써, 자신

의 가상적 소영웅을 진실화, 현실화 한다.¹⁵⁾

이러한 편집증세는 차갑고(Cool) 비인간적이며, 기계 같은 문화이미지로 진행될 수 밖에 없다. 이때, 잃어버린 본래의 인간에 대한 「정체성」을 회구하며, 「영혼」을 찾아 해매는 (제5원소적 고뇌'와 '메트릭스 1, 2, 3'으로 표현 설명되어진) 가상의 초거인(Ultra-man)과 자아와의 쌍방향 진화와 축적의 시간성이 반복된다.

따라서 영원한 '잃어버린 반쪽'은 또다른 인간의 전자 식민지화의 푸코(Michel Foucault)적 권력의 재생산과 권력이동을 불러 온다. 문제는 이러한 테크노 쌍방향 대리전의 속도가 정신없이 가속화(광속화) 된다는 점이다.

앞서 「참여군중」(Smart Mobs)에서 지적된 네트워크경제학에서 지적한 디지털 성장법칙은

①미디어 네트워크의 가치는 시청자들의 증가수에 비례하고,

②마이크로 칩 하나의 크기가 해마다 곱절로 압축, 진입될 것이 예측되며,

③E-mail 메시지 파일등에서 nod와 nod의 접속점이 그수의 제공한 만큼, 네트워크의 총가치가 증대하며,

④같은 네트워크의 집단형성과 그 가치는 기하급수적이 된다고 한다.¹⁶⁾

아날로그시대에 Marshall McLuhan은 이미 인간의 확장으로서의 기술을 예언하였다. 소총수의 기본병기는 핸드폰으로 기술이 집약, 기능이 확장되고, 계속 진화될 것이다. Derrick de Kerckhove는 이를 확장(Extension)과 내파(內破 Implosion)로 규명화 했다.¹⁷⁾

12) . 피파의 월드컵을 넘어서, 당대비평 2002. 가을. P.39

14) Perrick de Kerckhove, Extension and Implosion, Wireless Art and Culture, Symposium, Art Center Nabi, Seoul, 2002

15) 창비. 2002. 가을, 이남희, P.87

16) Smart Mobs, Howard Rheingold 2002, 이윤경, 황채구 "영리한 군중" 회원과 기술기계 추락, C. Nerture K. 연결. 1999.

17) Derrick de Kerckhove. Wireless Art a Culture, 아트센터, 나비, 2002

인체는 이동전화, PDA등을 통해 “0”회귀한다는 기술적 확장과, 새로운 지각의 확장에 의한 “전세계를 모든 인류의 신체 피부로 삼는다”는 핸드폰의 「피부확장론」을 근거로 한다. 따라서 생물학적 확장, 지구를 지구촌으로 만드는 심리적 통합, 등으로 확장과 내파(확장-투영, 연결-회귀, 피드백 통합)를 진화, 유전화 한다는 현상이다.

4. 교환가치에서, 치유가치로

테크노기술속에 성장하는 유아기적 발달은, 오디오, 비디오, 그래픽 텍스트를 통하여 시각적으로 성장하고, 안티?테크노적인 인간본성의 회귀욕구, 모체 유전자의 향수 등을 통하여 「스위치 현상」을 체험한다. 아로마 요법, 알코올, 스포츠중독, 인터넷중독 등은 아픔을 치유하고, 정신적 위안을 위한 「치유가치」로서의 욕망이 발로된다.¹⁸⁾

가족과 직장의 해체는 동아리(공동체)에 포용된 안식을 갈구하고, 전자 시간동기화 속성에 의해 재빨리 집중(Concentration)과 분산(Deconcentration)(Elias, 1982)된다. (예:0일0시 시청앞 촛불집합.....!)

바로 여기서 발생하는 「치유본능」은 스크린에 집착하고, 모바일을 지참한 떠돌이 생활, 그리하여 미로에서 길을 찾는 명품족, 또는 원래의 건강성을 회복하고자하는 「노블레스 노마드」(Noblesse Nomad, Job Nomaden, 1998) 또는 비우는 사람들(Shedders)이라는 급진 디지털 진화의 말기적 현상이 노출된다.

가상세계에 “나의 흔적을 남긴다”고 하는 자기 과시 욕구는, 예상되는 상처때문에 밀폐와 은둔의 이기적 익명성을 지닌다. 그리하여 중개자, 또는 대리인을 제시하고, 이들을 통하여 반쪽의 잃어버

린 모체, 즉 자신을 구출해줄 「디지털 영웅」을 그리는 것이다.¹⁹⁾ 가라파니 고진의 예로서는, 안전한 장소로서의 ‘팔호안에 숨는다’는 개념이다.



현실적 텔런트, 유명 브랜드, ‘골수 보수 끈데’를 향한 반역과 끌어내리기, 자아의 공주, 왕자병 상승효과는 상호교환적인 테크노에 의해 현실화 된다. 축제와 쾌락의 높이에 의해 공공의 투명화, 평준화, 극대화가 성립되는 것이다. 이른바 새로운 원초적 욕망이라는 쾌락명령(Pleasure imperatives)에 의해 지배 된다는 것이다.

여기서 디지털신세대 개개인이 창출한 개인 브랜드(Personal branding)가 전자시대 삶의 창조자(Cr-erator)와 치유자(Physician)의 동시 양면적 집단속성이 성립된다.

10대소녀의 이상, “친숙한 날라리”라는 스포츠스타는 Metro Sexual적으로²⁰⁾ 유전과 변이를 보이고, 매트릭스영상은 폭력과 가부장적 지배를 통하여 여성이 남성화, 중성화로 조작, 연출된다.²¹⁾

강한 남근부친의 권력과 야성적 남성성을 마마 보이라는 연약한 중성으로 추락, 평준화 영웅의 연출을 공유함으로써, 권위의 분배와 「나르시스의 치유」를 집단 도모화 하는 현상이다. Haug의

19) 가라파니 고진 : 미와 지배, 1997, 민족문학작가회의

20) 김현미:여성팬덤. 당대비평 2002, 가을, P.53

21) James L. Ford 이수영역, What is the Matrix, 굿모닝미디어, 2003, P.197

18) Melinda Davis, The New Culture of Desire, 식, 21세기 북스, 2002 P.1

상품미학은 전자시대로 진입하면서 「교환가치」가 새로운 「치유가치」로 이전된다는 이론적 수정이 대두되는 것이다.

5. 1318세대의 미래

1318세대는, 차기 한국 정치, 경제, 사회에서 유권자의 권리를 행사하고, 2만달러 시대를 이루어야 할 경제주역을 위임 받고 있다. 이들 집단은 디지털 테크노와 냉혹한 현실극복능력을 소유하고 있기 때문에, 향후 어떠한 가치와 교육으로 대응하여야 하는가? 의 질문이 절실히 요구된다. 따라서 이들의 속성과 욕구, 구세대로부터의 유산 등에서, 예측, 전망할 수 있는 집단무의식의 변천 흐름을 예측하여야 한다.

이상과 같은 이론전개에 의해, 다음과 같은 의식 변천과 전자 환경을 예상 할 수 있다.

이를 위하여 현실의 집단문화와 기호, 의식 등을 설문하여, 보다 생생한 현실적 집단의식과 그들의 패러다임을 도출해 보고 저 한다.

한국의 1318세대는 식민지 시대, 6.25전쟁세대. 개발독재시대를 거친, 강인하고 이기적인 세대가 잉태, 탄생시킨 국민소득 1만불 시대의 청소년들이다. 때마침 세기가 바뀌면서 숨가쁘게 디지털 테크노로 넘어 가버린 온라인 생활과 교육현장을 오가는 세대이며, 보수적이며 관료적인 자본주의 말기를 넘어서, 절박한 「적자생존」의 살아남기와 월드컵과 촛불시위 등의 「광기의 분출」을 구경해 본다.

1318세대는 디지털 테크노의

- ① 시간동기화 (John Geirland 2003),
- ② 5%의 Community가 전체 95%를 지배 충족시키는 동아리 공동체 정착,
- ③ 자아의 밀폐, 은둔, 아바타 같은 대리인, 중개인을 설정하는 테크노 문화예술을 실생활화 하고 있다.

과잉집단이 에너지를 발생시킬 때는 비례적으로 Negative Entrophy가 증가하는 권력이동이 수반된다.²²⁾

따라서 이들 세대는

① 테크노의 인질로 잡혀서 탈출이 불가능한 (지리정보시스템 G?I?S. Upos Multi-User-Plathome, Howard Rhiengold 2003) 전자축쇄속의 집단이 되며, (Derrick de Kerckhove.2003)

② 가족 해체와 부권상실에서 오는 「스위치현상」과 같은 도피주의(Escapism)는 정신질환이 집단화되는 경향이 있다. (Human Desire Project. 1996)

③ 여성은 모성에서 여전사(사이보그화, 매트릭스 I,II,III)로 변화하고, Gender의 상실을 가져온다. 따라서 이들 집단은 가상세계에 개인브랜드 (Pers-onal Blanding)라는 흔적, 낙서등을 문화에 술화하며, 인간의 존재 의미와 과시욕구, 적자생존원칙에의 접근을 시도한다.

1318세대의 미래는, 그들 앞에 잠복해있는 소영웅주의적 테크노가 한정된 지역에너지환경(인구과잉국토)에서 과잉경쟁을 유발하고, 지나친 전자감시망(Big Brother, Big Watcher.- Maurice Banay-oun 2003)의 투명성을 극복하는 (자아발견에의) 딜레마에 노출되고 있다는 점이다.

Jean Baudrillard는 디지털 테크노가 미디어를 지배하고, 미디어는 생존을 위해 이미지를 과잉생산함으로써(예:광기의 축적) 장사속을 차린다.

이 때 미디어는 과잉메시지를 연출하고, 결국 1318세대에게는 소위 “시물라시옹의 바이러스와 그 폭력”이라는 절대절명의 개혁욕구를 선동 (Propaganda)하게 되는 것이다.

2004년의 인터넷 쓰레기휴지통에는 ‘몰래카메라, 봉숭아학당’에서부터 ‘양아치, 하이에나, 얼치기,

22) 토플러. 이규행역, 권력이동, 한국경제 1993. P.408

싸가지, 씨발, 앵벌이. 껏관'같은 무책임한 날나리의 「천방지축」이 관계중독에 의해 범람하였다. 이들의 기호화(encode)는 결국 긍정환류(Posi-tive Feed-Back)하면서 중,고교생 사이보그들의 인간화복귀는 가능할 것인가의 문제가 절실히 제기하고 있다. 그럼에도 이들은 쌍방향, 다중지능에 의해 성립되는 디지털 네트워크의.결절점(nods)들일 뿐이다.

6. 설문설정

미래의 국가중추가 될 1318세대의 현재 의식을 고등학교재학생으로 선정하고, 본 논문의 이론적 전개에서 제기된

- ① 대리인, 중계인으로서의 소영웅중의의 현실을 질문하고,
- ② 이를 통하여 「교환가치」의 시물라시옹이 「치유가치」로서 효능하고 있는 지를 유추해 보며,
- ③ 전자현실이 「웰빙」등을 위장하여 상업자본과 미디어권력 등에, 1318세대 자신들이 인질, 예속, 배양, 조종받고 있다는 것을, 자각하고 있는지를 분석하고,
- ④ 결과적으로 미래의 국가현실인식에 대한 이들의 정체성과 주체성을 확립하고 있는지를 확인코저 하였다.

따라서 위를 ①을 위해 설문을 1, 5, ②를 위해 2, 3, ③을 위해 4, 6 ④를 위해 7의 항목을 설정하였다.

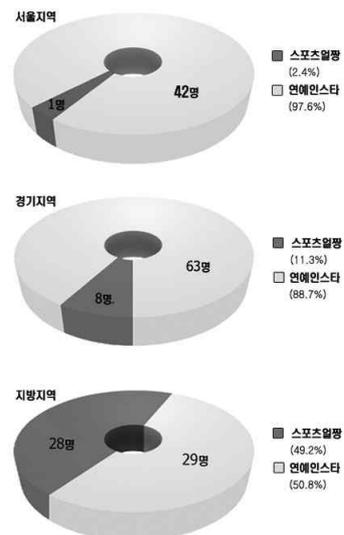
질의대상 집단의 사회경제적 이유에 의해 서울지역, 경기지역, 지방지역의 3집단을 분류하였으며, 이때 남녀의 성비는 분석대상에서는 구분하지 않았다. 총 설문지 배포 200매에, 회수분 177매였으며, 그 분포는 다음과 같다.

서울지역46(남2, 여44) 경기지역73(남37, 여36)
지방지역58(남10, 여48) = 계177(남49매, 여128매)

7. 설문결과분석

<1의 설문> 현실에 존재하는 기득권 권력과 가부장 영웅을 붕괴, 추락시키고, 자아의 신분상승 획득을 위한 디지털스타를 설정하는 욕구와 속성을 「몸짱」 「얼짱」으로 설정, 주변생활화한다. 이 때 화려한 이미지의 공주병, 왕자병은 가식적(성형수술, 코디네이션등)이고 비영구적인 1회성 개릭터를 지니기 때문에, 점차적으로 건전한 스포츠 쪽으로 소영웅의 스타성이 이동된다. 이러한 '자연산' 탤런트의 건강한 이미지 선호는 신세대의 정신건강에 매우 유익한 경향으로 해석된다. <1의 설문>은 기본적으로 청소년들이 연예인스타에 환호하지만, 서울에서 경기도, 지방으로 확산되면서 「스포츠」영웅 쪽으로 기호도가 변천됨을 확연히 읽을 수 있다. (도: 4-1) 다시 확인하면 가정환경이 부유한 청소년의 경우보다는 지방의 청소년들이 스포츠와 기타 변방분야에의 재질을 발휘할 성공기회가 많다는 경향을 유추할수 있다.

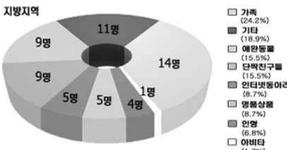
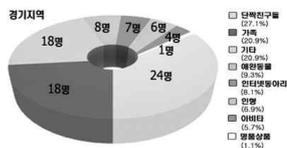
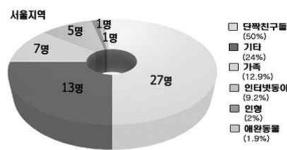
<1의 설문>



<5의 설문> “힘든 삶을 챙겨주는 대리인(대변인)

을 가지고 있는가?”

서울지역의 과반수 (50%)가 「단짝친구」들과의 공동체 선호를 나타내지만, 경기지역(27.1%) 지방(15.5%)의 동아리 선호도는 약해지는 경향을 보인다. 또한 가족의존도는 반대로 지방(24.2%) 경기(20.9%) 서울(12.9%)의 서울지역 청소년들의 가족의존도가 상대적으로 적어 보인다. 애완동물, 인형, 명품상품에서도 미약하지만, 지방의 의존도가 나타난다.



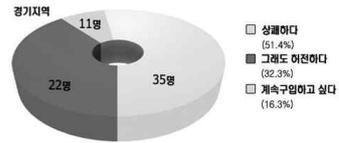
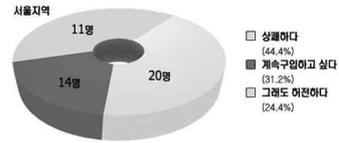
<5의 설문>

<설문2>“명품구입시의 기분상쾌효과”의 질문 경우 대부분이 상쾌하며, 계속구입하고 싶다.(31.2%, 16.3%, 42.8%)는 「교환가치」의 중독성을 보이고 있다.

또한 「교환가치」이후의 허무감(24.4%, 32.3%, 26%, 7%)은 공허한 심리질환이 상당하다는 문제를 제기하고 있다.

<설문3> “ 「물질적 가치」와 「건강한 삶」에서의 행복의 척도는 어디에 있는가?”의 항목에서는 일반적으로 정신적가치 대 물질적가치를 약 45% 대 22%로서, 정신적가치에 그 척도를 두고 있었다.

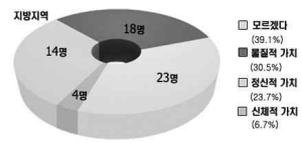
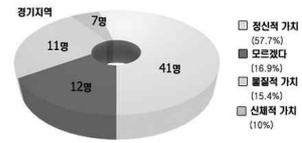
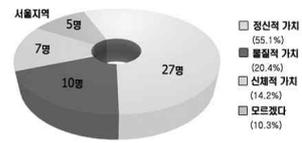
그러나 「몸짱」유행의식으로 알려진 신체적가치



<2의 설문>

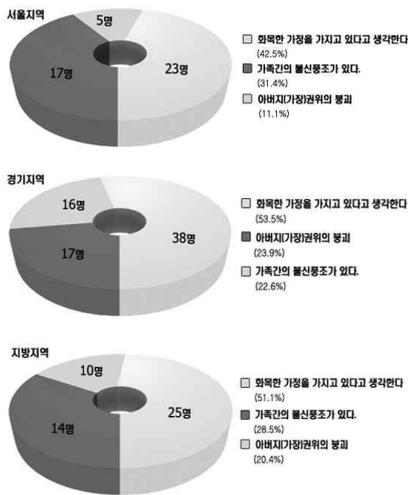
는 10%정도에 머무는, 예컨데 웰빙과 같은 가치는 항목에 없는 것으로 나타났다. 중요한 점은 지방일수록 정신보다 물질적가치를 높이고 있다는 점이다. (20.4%→15.4%→30.5%).

<3의 설문>



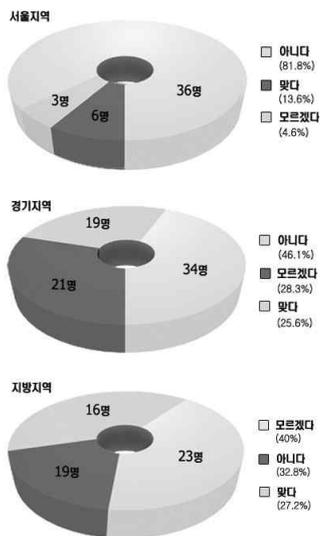
<설문4>“가족과의 대화시간”의 항목에서는 과반수의 가족이 화목하다고 생각하며, 가족간 불신풍조(약 27%)속에 살아간다고 느끼고 있다. 가장(아버지) 권위의 붕괴조짐(11.1%, 23.9%, 20.4%)도 확실히 대두되고 있다.

<4의 설문>



<설문6> “스크린 중독과 모바일 의존도에서 이익이 없는 삶을 산다고 생각하느냐?”의 항목에서는 서울의 경우 부정적 의식이 강하고, (81.8%) 미디어의 조종, 배양이론에 노예가 맞다는 의식을 (13.6%, 25.6%, 27.5%) 가지고 있음을 알 수 있다

<6의 설문>



<설문7> 청소년들의 「시간동기화」 속성에 의한 「시스템」의 보스로 부터의 조종, 명령을 받고 있는가라는 주체성 질문에서는 전체 과반수

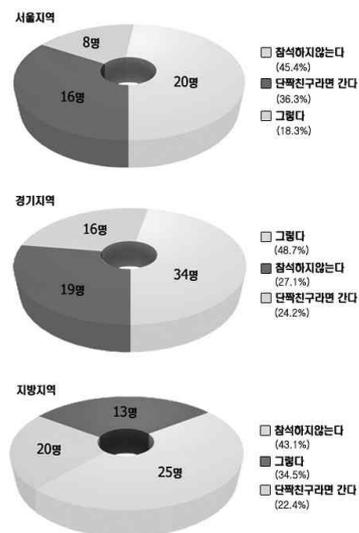
가까이(45.4%, 27.1%, 43.1%)가 부정적이며, 확실한 정체성을 지니고 있음이 확인되었다. (38%)

그러나 앞서 이론적 배경에서 제기되었던 모성과 가족을 대리한 입양된 「단짝친구」와 함께라면 시스템의 조정을 받고 행동할 수 있다는 (36.3%, 24.2%, 22.4%) 새로운 ‘친구따라 강남간다’는 속담이 재발견된다.

이상의 설문에서 읽을 수 있는 현재의 1318세대 의식은 다음과 같은 유전자의 진화, 변형을 투영할 수 있다.

- ① 영웅과 스타를 설정, 주변화, 생활화함으로써 신분상승과 대리만족을 성취한다. 이런바 대변인의 설정이다.
- ② 이를 위하여 가족에서 이탈하여 단짝친구와 결속, 1인인간의 능력을 분담화, 효율화하는, 더 나아가, 동아리 조직, 시스템의 한 구성원으로서 능력 확대를 도모코저 한다.
- ③ 이러한 능력 확장을 위한 몰신주의는 「교환가치」의 중독성을 증폭시키고, 쾌락 명령의 공허하고, 허무한 심리질환을 유발한다.

<7의 설문>



- ④ 따라서 물질적 가치에 비해, 정신적 가치가 일

등히 우월하다는 의식을 잠재적으로 소유하고 있지만, 그 자양분이라는, 모성과 가정의 대화 부재, 가부장제도의 상실에서 오는 아버지의 실종, 등은 「교환가치」에서 「치유가치」로 상품미학이 전환될 수밖에 없는, 징후를 발견할 수 있다.

⑤ 따라서 자본과 전자미디어의 조종감시에 의한, 내과 전자유목민을 투철히 인식하면서도, 어쩔 수 없는 전자테크노 속의 생활은, 유희적이고 일회적이지만, 경쟁에 지친 청소년의 치유와 보상을 위한 치유기능으로 변환 될 수밖에 없다는 것이다.

⑥ 그러나 이들 집단 의식에 도사린 강인한 1318 세대의 유전자들은 이기적이고 냉혹한 (Cool) 정체성을 확장하고 있으며, 주관적인 판단과, 행동을 품고, 가족, 나아가 모성 회귀본능의 유전자를 분명히 발견 할 수 있었다.

3. 결론

2004년대 한국의 1318세대는 건조하고 냉혹한 전자시스템 공간에서 결핍과 좌절의 「적자생존 원칙」을 수행하고 있다. 따라서 모성에서 탄생한 첫번째 환경인 가족과 공교육공간으로부터 새로운 구원욕구를, 동아리나 단짝친구들에게서 의존, 확장, 내과한다.

새로운 「거울단계」에 비추인 신분의 격차를 해소하기 위하여, 이들은 소영웅을 갈구, 그속에 동일체정신의 구원을 회구한다. 이러한 유전자속성은 신속화, 투명화, 평준화, 집단화 속에서 더욱 효율을 극대화 한다. 따라서 물신이나 상품의 기본적인 실용적인 공동분배 역할수행이 상품미학에서 「상품가치」였다고 한다면, 이들 앞에 광고, 선동, 조작되는 자본의 꼬심은 「교환가치」로 이해될 수 밖에 없었다. 따라서 명품중독이라던가 인터넷중독등은 1318세대에게는 새로

운, 그리고 원초적인 정신질환을 야기시킨다.

이른바 참여군중으로서의 “생존만 있고 생활이 없다.”는 「인간성 복귀」에의 욕망은 사이보그화되는 1318세대에게, 인간의 정체성과 주체성을 요구하고, 영악한 자본시장은 최대구매 소비집단인 이들에게 새로운 「웰빙」개념을 구실로 물신주의, 사이버 중독을 자극한다.

대개 이러한 권력과 자본의 조정은 쾌락명령에 의한 유희성을 지니며 엔터테인먼트의 공간을 제공한다. 미래의 희망세대는 건강한 정신을 소유하고 있었고, 확고한 정체성을 지님으로서, 모든 전자테크노가 위장된 상징계(The Symbolic)일 뿐임을, 발견할 수 있었음이 증명된다.

참고문헌

- 1) W.F.Haug, 'Commodity Aesthetics and Mass Culture, Commodity Aesthetics, Ideology and Culture, International General, New York. 1987
- 2) Extension and Implision, Wireless Art and Culture, Symposium, Art Center Nabi, Seoul 2002
- 3) International Symposium, Jean Baudrillard, media city, Seoul, 2002
- 4) Stuart Schneiderman, 허경 역, JACQUES LACAN, 인간사랑, 1997
- 5) Glenn Yeffeth, 이수영 역, What is the Matrix, 굿모닝미디어, 2003
- 6) Howard Rheingold, 이운경 역, SMART MOBS, 황금기지, 2002
- 7) Melinda Davis, 박윤식 역, The New Culture of Desire, 21세기북스, 2002
- 8) Steven Johnson, 김한영 역, EMERGENCE, 김영사, 2004
- 9) Slavoj zizek, 이민우 역, The Metastases of

Enjoyment, 인간사랑, 1994

10) 대중문화의 상품미학과 스타이데올로기,
백산서당 편집부, 1993

11) 김철중, 소비사회와 매스미디어의 상품미학
형서, 중앙대학교 대학원 석사논문, 1994

12) 이재준, 상품미학과 현대건축의 관련성,
경북대학교대학원 석사논문, 1995