

소비사회의 전개와 한국 세대문화론의 시각

송도영
(서울시립대학교)

1. 문화적 세대론 : 누구의 시각인가?

『P세대가 뜬다.』 붉은 악마 거리운동, 네티즌 선거운동, 촛불시위 등으로 시작된 대한민국의 거대한 변화 중심에 'P세대'가 자리잡고 있다. 제일기획은 8일 '대한민국 변화의 태풍-젊은 그들'이라는 보고서에서 2002년 여름 '대-한국'을 함께 외치고 광화문에서 촛불을 들고 행진하던 사람들이 바로 'P세대' 주인공이라고 분석했다.

P세대는 사회 전반에 걸친 적극적인 참여(Participation) 속에서, 열정(Passion)과 잠재력(Potential Power)을 바탕으로 사회 패러다임에 변화(Paradigm Shift)를 일으키는 세대라는 의미다. 이 보고서는 'P세대' 중 80%가 '스스로 사회를 변화시킬 수 있다'는 생각을 가지고 있는 것으로 나타나 최근 국민이 직접 참여하는 활동이 급속히 증가하는 등 사회적 변화가 결코 우연이 아니었음을 보여주고 있다. 80년대, 90년대, 2000년대 그리고 지난해에 이르기까지 우리 사회를 떠들썩하게 했던 젊은 세대는 386세대, X세대, N세대 라이프스타일, W세대 공동체 의식과 행동이 모두 융합되어 나타나는 집단으로 17~39세 연령층에 위치해 있다. 이들은 축제의 장을 통해 하나로 결집되는 힘을 가지고 있으며 온라인과 오프라인을 넘나들며 광범위한 휴먼 네트워크를 구축하고 있다. 또 인터넷을 통해서도 다양한 의견과 정보를 공유하고자 하는 욕구가 넘치고 기존 관습이나 관념에서 탈피해 새로운 사회적 가치를 창조해 가려는 의지가 강하다.』

- 매일경제신문 2003년 6월 9일자 "17-39, P세대 한국을 바꾼다" 中 -

현 단계의 한국문화를 설명하는 데 있어서 문화적 세대론은 문화변동을 상

【Keywords】 generation culture, subsystems, quest of identification, re-territorialization, the role of consumption activity

식적인 차원에서 설명하는 주된 방식의 하나가 되었다. 그러나 그것은 학술적으로 구체적인 검증이 된 바가 없다. 어떤 논리적 일관성의 틀 속에서 확고한 자료들이 모여 밑그림을 그려낸 것이기 보다는 다분히 논자들의 직관과 느낌에 의존해서 한국사회를 구성하는 하위문화(Subculture)의 집단적 단위체들을 개념적으로 구성하는 식이다. 그런데 이렇게 검증되지 않은 틀들이 현재 한국 문화의 변동과 하위문화의 전개를 이야기하는 데 있어 무시하지 못할 영향력을 행사하고 있다.

이런 형태의 문화적 세대론은 객관적이고 중립적인 시각의 산물은 아니다. 특히 문화의 집단적 정체성에 관련하여 변화나 충격을 먼저 감지하는 쪽에서, 일단 불확실하고 이해하기 어려운 형태로 다가오는 사회문화적 실체를 규정하고 자기의 해석틀에 집어넣기 위한 작업의 결과라고 볼 수 있을 것이다. 그렇게 본다면 현재 한국사회에서 진행되어온 문화적 세대론은 우선 연령별로는 장년층의 시각이다.¹⁾ 그들이 사회의 주도적인 언어를 만들어가는 주역이기에 이것은 당연해 보인다. 동시에 장년층은 실제로 문화변동에 가장 민감하게 반응하는 층이기도 하다. 청소년 혹은 청년층은 그보다는 세대론의 대상이 된다. 그들은 스스로 자신들의 일상생활에서 문화변동을 직접 체화시키며 행동하고 있기 때문에 실제로 그 현상에 대해서 언어적으로 반응을 보이는 경향이 상대적으로 적다. 그에 비해 장년층은 변화를 '감지'하고 '대응'하고자 하는 동기가 강하다. 그것은 한편으로는 문화변동의 환경 속에서 사회에 대한 주도권을 잃지 않고 자신들의 권력을 유지, 재생산하기 위해서도 중요한 과제가 되기 때문이다. 그리고 다른 한편으로는 자신의 세대에서 주도적으로 이루어내지 못한 변화의 열망을 새로 등장하는 문화적 흐름 속에서 실현시키고

1) 1990년대 초에 발간된 세대론의 대표적인 저작인 『신세대, 네 멋대로 해라』(현실문화연구원 편 1993)의 경우만 해도 당시 논의된 대상으로서의 신세대가 주로 10대 후반과 20대 초반이었던 데 비해 책의 주된 집필진은 1980년대 학생운동과 사회운동 경험을 거쳐 이미 30대에 들어선 이들이었다. 세대문화와 관련해 새로운 문화적 경향 연구의 기치를 들고나온 연구집단인 '현실문화연구'의 운영위원들과 첫 저작 『압구정동: 유토피아 디스토피아』(강내희 외 1992)의 주요집필진에서도 30대 후반 뿐 아니라 40대와 50대 초반이 함께 주축을 이루고 있다.

싫어하는 대리만족의 희망을 꿈꾸는 경향도 있기 때문이다. 문화의 차이를 인지하는 측면에 있어서도 ‘자아의 문화’ 보다는 자아와 구별이 되는 ‘타자의 문화 출현’이 훨씬 먼저 이루어진다. 결국 한국의 새로운 문화적 세대론들은 가상적으로 설정된 ‘자아’와 다른 ‘새롭고 구분되는’ 문화의 출현을 개념적으로 포착하고 규정하기 위한 ‘타자화’의 과정²⁾에서 나타나는 산물이다.

문화변동을 ‘문화적 세대론’이라는 형식을 빌어 설명하는 방식의 또 다른 차원에는 대상 인구집단의 ‘소비활동의 형태’ 또는 ‘소비패턴’을 규정하면서 자신들이 거기서 이익을 얻고자 공략해야하는 대상화 혹은 타자화 작업이 중요한 비중을 차지하는 것³⁾을 간과할 수 없다. 위에서 인용한 가장 최근의 ‘P 세대론’은 논의를 생산한 주체가 비교적 분명하게 드러나고 있다. 광고기획 회사에서 제출한 보고서가 ‘P세대론’의 공식적인 발원지임을 아예 처음부터 밝히고 있는 것이다. 그리고 이날 여러 개의 주요 일간 신문들은 이 광고기획 회사의 보고서를 이리저리 인용하며 기사들을 내보냈다. 문화관광부의 행정 책임자나 대학의 학술적 연구자, 또는 공익단체의 연구팀이 아니라 광고기획 회사에서 이런 보고서를 만들어낸 이유는 무엇일까? 마케팅, 즉 물건을 소비자들에게 판매하기 위한 기술적 능력이 제일기획 보고서의 근간을 이루는 관심이라는 것은 어렵지 않게 짐작할 수 있다. 그러니까 적어도 최근 발표된 ‘P 세대론’은 상업적 이윤을 추구하는 주체가 자신의 경제적 활동의 대상이 되는 인구집단의 심리와 행동특성을 나름대로 파악하고 규정하려는 동기에서 이루어진 작업의 결과물이다. 쉽게 이야기하면 “요새 젊은 애들의 사고방식은 도 대체 이해가 가지 않는다”는 식의 문구에 대한 호기심 차원의 반응일 수 있지만, 보다 적극적인 차원에서는 “새로 떠오르는 시장을 개척하고 소비자의 동향을 짐작하여 그에 맞는 물건을 팔기 위한” 소비 상업주의적 전략의 산물

-
- 2) ‘자아’와 ‘타자’의 구분을 통한 정체성의 권력작용에 대한 시각은 에드워드 사이드의 오리엔탈리즘 논의(Said 1979)에서 사용된 논지를 적용함을 밝혀둔다.
 - 3) 톨스타인 베블렌에 이어 보드리야르가 일찌기 소비행위의 양상을 사회적 세력의 특성형성 요소로 지적한 바가 있고, 이후 부르디외의 연구는 계급적 형성 뿐 아니라 그 과정의 상호침투 역학에서 소비활동이 차지하는 비중과 성격을 자세히 논하였다. Veblen(1925), Baudrillard(1970), Bourdieu(1979) 참조

이다. 위에서 인용했던 보고서와 신문기사를 좀 더 인용하면 이러한 시각의 ‘주체’가 지닌 ‘동기’와 ‘입장’이 분명해진다:

『P세대를 공략하라.’ 제일기획이 이름 붙인 P세대의 특성은 기업의 마케팅 전략에 상당한 시사점을 던져주고 있다. 기업 입장에서 고객인 P세대를 제대로 파악하지 못하면 변화에 뒤떨어질 수 밖에 없기 때문이다. 제일기획은 ‘대한민국 변화의 태풍-젊은 그들’이라는 보고서를 통해 P세대를 공략하기 위한 5가지 마케팅 전략을 제시했다. (중략) 이들을 공략하기 위해서는 과거의 성공요인에 안주하지 말고 지속적인 새로움을 제공해 변화하는 욕구(Moving Needs)을 충족시켜야 한다..

과거 소비자들은 집단간에 분리되고 독립적인 특징을 보이는 세분된 시장구조를 가지고 있었지만 P세대 시장은 인터넷을 통해 상호 연결된 시장구조를 갖고 있다. 이에 따라 과거에는 특정 세분 시장에서 시도해보고 실패하면 다른 시장을 공략하는 것이 가능했지만 이제는 더 이상 테스트 마케팅 개념이 설 자리가 없어지고 있다. 최근 기업들이 자사 제품과 관련된 인터넷 동호회나 인터넷 사이트 동향을 예의 주시하는 것도 이와 같은 맥락이다. 결국 이들을 공략하기 위해서는...』(매일경제신문, 2003.6.9)

명백히 ‘공략할 대상으로서의 인구집단을 규정하는 틀로 자리잡게 된 한국의 문화적 세대론은 경제적 이윤추구의 대상만도 아니다. 이미 정치과정에서 정치적 경향성과 특성들이 한국에서는 세대론의 옷을 입고 표현된 지 오래다. 특히 2002년의 대통령 선거에서는 투표권자들의 정치적 성향을 구분하는 데 있어서 ‘출신 지역’이나 ‘경제적 계층’, ‘성별’ 보다도 ‘세대’가 정치문화의 특성을 구획짓는 중요한 척도로 대두되었다. 그리고 이러한 새로운 현실을 제대로 감지하지 못한 정당이 ‘대체 무엇이 진행되고 있는지를 몰랐기에’ 결국 대통령 선거에서 패배하고 말았다는 분석이 나오기도 했다.

한국의 맥락에서 나타나는 이러한 문화적 세대론이 일부 다른 나라의 문화적 세대론과 공유하고 있는 측면도 있다. 그것은 특히 급격한 경제적, 문화적 변화를 겪어온 개발도상국, 또는 20세기의 세계 자본주의 무대에서 처음부터 주도적으로 성장하지 못하고 식민주의의 경험을 거치며 근대화에 진입해오는

‘제3세계’ 형 국가가 빠른 경제성장을 경험할 때 이런 문화적 세대론을 특히 강하게 발전시킨다는 점이다. 왜냐하면 식민지 경험 후의 근대화를 급격하게 겪어온 사회에서는 문화발전의 속도가 자본주의를 주도해온 소위 산업 선진국에 비해 더 급격하게 느껴지며, 많은 경우 자아의 문화적 정체성에 대한 위협을 함께 경험하기 때문이다. 그리고 그런 사회들에서는 이미 등장하여 자기 사회의 무시하지 못할 주류의 일부로 자리잡은 새로운 세대의 문화를 이전의 ‘문화식민주의’와 그에 이은 ‘탈식민주의’ 단계를 지나 아예 문화적 국적성이 혼합되면서 그 자체로서의 현재성과 현실성을 존재차원에서 인정하게 되는 이른바 ‘교배된 문화’(hybrid culture 또는 hybridity)로서의 자기 문화를 규정하기에 이르렀다(Canclini 1995). 현대화와 자본주의화 그리고 전지구화를 통해서 자본주의 선진국들에서 다양한 문화와 인종들간의 만남과 상호작용이 더 활발한 것이 사실임에도 불구하고, 자기문화의 정체성에 대한 충격과 위기의식, 그리고 고민의 강도는 역시 제3세계 출신 사회에서 심각했다. 즉 문화적 근대화와 전지구화가 스스로의 사회에서 출발하지 않고 외래적 요소를 자기 안에 받아들이는 것이라고 -한국적 맥락에서 말하자면 근대화는 곧 민속 문화를 다분히 비하하면서 서구화를 추종하는 것으로 해석(Kendall 1994)되었던 것처럼- 생각해 온 사회에서일수록 문화적 세대가 다르게 구성되는 것은 다르게 이야기 하면 자기 사회내의 ‘문화적 국적’들이 세대마다 다르게 편성되는 것처럼 이해될 수 있는 것이다.

2. 소비문화와 정체성

한국에서 세대문화와 자기사회의 문화적 정체성에 대한 충격은 최근의 일만도 아니다. 그것은 이매뉴얼 윌러스틴의 주장에 따르면 현재 다분히 과장되게 거론되는 지구화 혹은 전지구화(Globalization)과정의 실체가 실은 수백년에 걸쳐서 진행되어온 세계체제(World System)의 후기적 현상의 하나인 것으로 설명될 수 있는 것과 같다(윌러스틴 1999). 그러한 맥락속에서 볼 때 문화 충격과 신세대, 그리고 그것이 특히 소비문화의 측면에서 두드러지게 나타난

것은 적어도 19세기 말의 개항기 이후에 경험되었던 것이기도 하다.

김진송이 정리한 1920-30년대의 자료들을 보면(김진송 1999) 당시의 한성부에서는 1990년대에 문화적 세대론의 대표적인 표상처럼 거론된 X세대 혹은 '오렌지족'의 그것에 비견할 수 있는 '모던 보이' '모던 걸'의 소비문화가 등장한다. 단발령 이후 사회의 일부 계층에서부터 머리모양과 복장이 바뀌고 거기에 근대화의 문물을 도입하는 사람들이 도시적 일상의 무대를 장식하기 시작한다. 양복과 구두, 양장, 그리고 새로운 음식과 음악, 유흥문화를 즐기면서 등장하는 1920년대 이래의 '모던 보이' '모던 걸'들은 신문물을 익힌 신사요 신여성으로 불리웠던 것조차 1990년대 초의 '신인류'와 유사한 규정방식을 보여준다. 제3세계의 근대화 도입은 서유럽과 미국의 문화, 그중에서도 서유럽의 소비문화를 먼저 자신들의 일상에서 도입하고 싶어하는 일군의 '세대'를 형성하게 된다. 주체적인 산업의 근대화와 생산부문에서의 정비보다 더 손쉽고 먼저 할 수 있는 일이 바로 '모방적 소비'에서 근대화의 외형을 채택하는 일이다. 그리고 그러한 모방적 소비를 통한 근대화의 외형입기는 기존의 사회 질서를 지탱하던 하나의 근간 또한 간접적으로 건드리지 않을 수 없었다.

그 중 가장 중요한 것의 하나는 바로 '대중사회'의 속성이다. '대중사회'는 정치적 권력의 평등과 국가사회의 주권 소재 차원에서 재규정할 때 '시민사회' 또는 '국민국가적 사회'의 부산물이기도 하다(이 가세트 1987). 근대화 이전의 사회질서가 중세적 봉건질서에 의존하고 있었다는 것은 서양사를 비롯한 적지 않은 사회의 역사과정에 대한 다분히 일반적인 설명이다. 물론 각 사회의 역사적 발전과정이 모두 같은 길을 밟는 것이 아님은 이미 다양한 문화권의 사회들에 대한 연구에서 일찍이 입증된 바가 있지만 말이다. 하지만 근대화의 단계에 도입하면서는 근대성(Modernity)의 근간이 모든 가치의 중심을 개인으로서의 인간에 두는 인본주의(Humanism)이며, 모든 진리의 근거를 그 인간이 지니는 이성(理性)에 두어 비로소 과학적 지식의 정당성을 인정하는 것에 있음을 기본적인 축으로 삼게 된 것 또한 사실이다.

그런 맥락에서 근대성의 확산은 그것이 자생적 근대성과 자본주의의 발달 이든 식민지적 경험을 통한 왜곡된 근대성의 도입과 산업전개든 개인의 자유

와 주권적 평등주의에 대한 사상을 유포시킬 수 밖에 없었다. 즉 근대성은 중세적인 질서 속에서 형성된 사회계급의 성격이 공식적으로는 무너질 수 밖에 없는 틀이다. 또한 시간이 지나면서 종족적 차별, 성(Gender)에 의한 차별, 종교에 의한 차별 등을 약화시킬 수 밖에 없는 틀이다. 개인의 자유와 인간 이성의 진리 담지라는 생각, 그리고 그것에 근거하여 모든 인간은 자유를 누려야 하고 진리의 그릇인 이성을 발전시킬 가능성을 가지고 있다는 생각은 인간집단을 범주화하는 구분을 우주 천체의 질서와 연결시켜 절대적인 틀로 발전시켜온 기존의 생각과 충돌할 수 밖에 없다.

여기에서 정치적으로는 시민사회가, 주권의 형태로는 국민국가가, 그리고 사회적으로 이제는 인구집단들의 특성과 정체성, 권력 정당성들이 외형적 형식논리에 의해 전처럼 분명하게 구분되어 규정되지 않는, 다수의 다중이 뭉뚱그려져 움직이는 대중사회가 현대 사회의 문화적 맥락으로 자리하게 되었다. 그러나 이와 같은 개인의 자유증대와 평등논리의 확산은 다른 한편으로 이전에 외적 형식논리에 의해 명백하게 규정되었던 사회집단의 정체성, 그리고 그에 귀속되어 존재하던 각 개인의 정체성의 범주가 전처럼 분명히 구분되지 않는 것이 되었다는 것을 뜻한다(강명구 1993). 그리고 그것은 자본주의의 무대위에서 물질적 재화의 소유가 이전의 사회적 범주규정과 집단적 정체성 형성의 틀들을 대체하고 이동할 수 있게하는 수단이 될 수 있음을 의미했다. 이것을 단적으로 표현하는 것이 “돈만 있으면 모든 것이 가능하다” 혹은 “개처럼 벌어서 정승처럼 쓴다”는 말들이다.

대중사회와 자본주의가 발달하면서 기존의 사회적 집단 정체성 범주는 상대적으로 약화되고 각 개인의 자유와 개인성이 강조된다. 이러한 국면의 발전 과정에서도 물론 새롭게 사람들을 묶고 구분하고자 하는 문화적 정체성 형성의 움직임들이 있게 된다. 그렇지만 그것을 이제 실질적으로 드러낼 수 있는 가장 보편적인 수단은 재화의 소비방식, 즉 소비문화가 된다. 그리고 그런 소비문화는 원칙상으로는 이성을 담지한 개인, 평등하게 인정되는 개인들 모두에게 접근 가능한 것으로 열려있는 것이 된다(Baudrillard 1970:122). 어떤 소비문화에 접근하기 위해서는 신분사회에서처럼 신분상의 이동을 하거나 여성

성 남성성을 구분하는 성(Gender)의 이동, 인종적 이동, 종교적 개종을 해야 하는 것이 아니라 원칙적으로 “돈만 있으면” 목표한 소비문화를 누릴 수 있게 된다. 이러한 원리의 확산과 발전이 19세기에서 20세기 내내 진행되어 왔다고 할 수 있으며, 그것이 근대성의 확산과 자본주의의 발전, 그리고 자본주의 물질문화의 발전과 함께 했다.

19세기 후반 서유럽의 신흥 부르조아-한국식으로 표현하면 줄부들- 문화 비판, 20세기 초 오르테가 이 가세트의 ‘대중의 반역’(이 가세트 1987)에서 대중사회의 문화적 천박함을 지적한 귀족주의적 엘리트 주의의 비판 시각, 역시 20세기초 토스타인 베블렌의 ‘유한계급론’(Veblen 1925), 그리고 1970년대 초의 프랑크 푸르트 학파 예술사회학자인 아도르노의 대중 문화산업 비판들(Adorno 1991)이 공통적으로 다분히 과거회귀를 지향하는 문화적 가치관을 지향하는 것은 그러한 맥락에서라고 판단된다. 그것은 근대성의 논리가 확산될수록 사람들의 정체성이 다른 기존 범주들을 잃게되고, 그 자리를 물질적 소유와 특히 소비하는 방식을 통해 표현되는 것에 대한 비판이다. 그렇지만 자유주의와 평등주의가 중요한 가치관으로 자리잡는 사회가 자본주의적 경제체제와 결합되었을 때 기존의 신분제적 정체성과 특수한 문화적 집단주의 범주에 근거한 정체성 논리가 약화되고 상업주의적 소비문화의 정체성 비중이 강화되는 것은 필연적인 귀결이다. 평등하고 개인이 자유로운 사회에서 이제 정체성은 원칙적으로 누구나 접근할 수 있는 길이 열렸다고 상정되는 물질적 재화의 소유와 특히 그 소비의 방식에 점점 더 많이 의존할 수 밖에 없다.

이와 같은 맥락 속에서 각 개인의 정체성, 즉 자신이 누구인가를 외적으로 규정하고 보여주는 것은 바로 물질적 소비양식이 된다. 현대성이 발전한 사회, 개인의 자유가 증대하는 사회, 그리고 평등한 사회에서의 정체성은 개인의 소비양식에 점점 더 의존할 수 밖에 없으며, 따라서 소비문화가 정체성을 결정하는 중요한 요소로 자리잡을 수 밖에 없다. 그러한 경향을 찬성하거나 반대하는 것에 관계없이 말이다.

3. 전지구화와 문화의 국적성

적어도 수백년에 걸쳐 현재까지 세계 자본주의 체제를 형성시켜온 문명의 바탕에 깔려있는 논리는 문화적인 차원에서도 지구적 통합을 지향할 수 밖에 없었다. 백여년 안팎의 틀에서는 흐름이 저항을 겪고 종류가 다른 왜곡들의 발전을 보이기도 했지만, 대체로 각 개인들을 여성과 남성, 연령, 종교, 신분 제적 사회계급, 지역성, 종족성, 기타 여러 가지 집단적 범주화의 논리틀로 구분하여 개인들의 권리와 의무, 그리고 물질 생산과 소비상의 특성을 규정하는 방식은 약화의 길을 걸어왔다.

하지만 민족주의와 국민국가, 종족적 정체성은 그러한 집단적 정체성 틀이 약화되는 과정에서 반드시 거치게 되는 필수적인 관문이었다. 근대성의 성립이 정채경제적 활동의 가장 중요한 공통적 단위체로서 국민국가를 내세웠고 그에 따라 근대 민족주의가 성립되며 근대국가들이 형성되었기 때문이다. 그와 같은 이유로 해서 20세기에 가장 중요한 문화적 정체성의 단위는 '민족문화' 혹은 '국민국가 문화'가 되었었다. 근대화를 먼저 달성하면서 자본주의적으로 팽창해온 선진 자본주의 사회가 먼저 자신들의 '제국'을 이루었다가, 그 '제국'에 포함되면서 식민지적 형태로 왜곡된 근대화를 겪어온 식민지 사회가 '독립'을 이룬다는 것은 곧 자기 자신의 '민족국가' 또는 '국민국가' 형태를 비로소 갖게 된다는 것을 의미했다.

국민국가를 기본적인 정채경제활동의 단위로 갖추고 거기에서 정체성을 만들어나가는 움직임에 가장 직접적으로 부딪칠 수 있었던 것은 계급 정체성을 국민국가의 멤버쉽보다 우위에 놓는 사회주의의 정체성 범주 논리였다. 그러나 실질적인 정치경제적 주체의 형성과 권력의 실천에 있어서는 사회주의도 역시 '국가'를 형성하지 않을 수 없었으며, 그에 따라 정도는 다르지만 '민족주의'의 문화적 정체성 범주를 중요한 기능적 논리로 활용하고 의존하지 않을 수 없었다(Hobsbawm 1992; Halbwachs 1992). 그것은 20세기에 가장 대표적인 다민족 국가였던 미국에서도 '미국식 민족주의'를 에밀 뒤르카임의 Civic Religion의 논의 방식에 따라 발전시키면서 오늘에 이르고 있다. 그리고 그렇

게 구성해 만든 '민족'의 '문화'적 이미지와 통일성, 특성 만들기 작업을 통해 '전통의 발명'(Invention of Tradition)', '민족의 탄생'(Birth of Nation) 작업에 힘을 쏟았다고 할 수 있다.

이런 맥락에서, 사회 주도층의 일부가 '소중화주의'를 신봉하고 있었던 조선후기보다는 일제강점기의 식민지적 상태에서 벗어나기 위해 처음으로 본격적인 '민족주의 운동'을 전개시키고 자신들의 문화적 '특수성'을 강조하며 체계를 만들기 시작한 독립운동기와 해방 후의 근대화 시기는 한국의 국민국가 형성과 함께 민족주의를 문화적 정체성의 기본적인 틀로 형성시킨 시기들이라고 할 수 있다. 중국 문화와 자신의 문화를 적지 않아 혼돈하고 있었던 조선 후기 사대부의 문화적 인식-예를 들면 가족의례의 기본 매뉴얼은 주자가례이고 공자와 맹자를 종족적 이질성에 의해 구분되는 타자로 인지하지 않았던 인식틀-은 서양문물이 물밀 듯이 들어오기 시작한 개항기 전후로 개화파의 근대화론과 위정척사파의 근대화론이 대결하는 와중에서 이미 문화적 정체성 범주의 혼돈을 경험(이상익 1997)하고 있었다고 판단된다.

한국의 민족주의가 가장 강화되는 것은 오히려 20세기 중반에 들어와서 경제적인 산업화, 근대화가 남한과 북한에서 본격적으로 이루어지는 과정에서였다는 가설은 여기서 음미해 볼 가치가 있다. '조국 근대화'의 시기는 다른 한편으로 '민족중흥의 역사적 사명'을 인식하는 시기였고 '민족문화 창달'을 본격적으로 하는 시기였다. 거기서 문화적 정체성의 범주로 가장 확고한 것은 '한국문화'라고 하는 근대적 민족국가 혹은 국민국가의 틀을 채우는 문화였다. 그래서 문화적으로 볼 때 한국의 '근대화'는 한편으로는 '서양화'인 동시에 '민족화'이기도 했다(Kendall 1994). 서양화를 추진하면서 동시에 민족문화를 비로서 본격적인 창조의 대상으로 설정하고 만들어야 했던 것이다. 북한에서는 바로 그 과정에서 '민족적 주체'와 '계급적 주체'를 혼합하여 '주체 문예'라고 하는 논리적으로 모순적인 문화의 양식을 발명해 내기위해 집중적인 노력을 했다(송도영 1997).

그리고 다시 20세기의 말에 다가서면서 세계 자본주의의 시장 통합은 가속화되었다. 교통과 정보통신의 급격한 발전 및 보급은 데이비드 하버의 명쾌한

설명(하비 1994)에서도 나타나듯 현대의 시공간 체계에 또 한 차례의 변동을 가져왔다. 즉 근대성의 진행이 가속화되면서 근대 민족국가 혹은 국민국가의 범주가 더 이상 중요한 정치경제적 틀이 될 수 없게 된 것이다. 인구의 이동이 늘어나고 자본과 정보의 이동은 전 지구적 영역에서 실시간으로 교환되는 것이 현실로 나타났다. 경제활동의 가장 중요한 단위체는 국가에서 기업으로 이전되었다. 그리고 기업들은 20세기 후반의 다국적 기업 단계를 넘어 일찌감치 초국가적 활동 단위가 되었다. 비단 대기업만이 아니라 중간규모의 기업들도 마찬가지다.

문화적 정보의 전파속도 증가 이전에, 노동력과 교육인력의 국제적 이동은 20세기의 문화를 주도하는 가장 대표적인 민족국가의 틀 안에 가장 다양한 종족적 구성이 가능하도록 했다. 인력과 자본, 그리고 지식의 이동이 교통수단과 정보통신 수단의 발달과 함께 국가적 규제와 틀을 벗어나 전보다 훨씬 더 독자적인 논리에 따라 이루어지면서, 모든 지역적 시장들은 동시에 전지구적 시장이 구성하는 네트워크의 일부가 되었다(Castelles 1997). 문화정보의 전달이 국가의 규제력을 넘어서면서 동구권이 붕괴되었고, 최근에는 인도와 파키스탄 출신의 무슬림 인구가 영국에 이민노동자로 가서 정착해 그 후손들이 국적을 취득하는 경우가 급증하면서 마침내 영국 국왕인 엘리자베스 2세는 영국 국왕의 영국 국교 수장직을 반납할 것을 공식적으로 검토하기 시작했다(중앙일보 4월 15일자). 그것은 영국의 경우 중세 후기에 전 유럽을 관통하던 교황청 중심의 유럽 제국적-혹은 신성로마제국적-질서를 넘어 국민국가적 정체성의 논리적 기초를 제공한 헨리 8세의 사건에서부터 시작된 일련의 근대화 궤적을 일차적으로 마감하는 것을 의미할 것이다.

그러니까 20세기의 문화적 전개는 한편으로는 민족문화를 형성시키는 방향으로 작용하는 동시에 문화의 민족적 범주가 일단 이루어진 다음에는 다시 그것을 넘어서서 국경 없이 넘나들고 혼재하는 지구적 차원의 문화를 향해 진행을 계속하는 속성을 가졌다고 할 수 있을 것이다.

지금 한국 자본주의를 작동시키는 중심부의 시장인 여의도의 주식시장을 움직이는 가장 영향력 있는 주체는 정부의 정책과 대주주인 각 투자기업들의

복합적인 의사결정 결집체인 소위 ‘기관 투자가’들, 그리고 ‘외국인들’이다. 대기업들의 자본구성 내용을 보아도 해외자본이 절반을 넘는 것들이 많으며, 각 개별 주주들 중 최대지분의 주주로 해외 등록 법인들이 활동하는 경우도 드물지 않다.

1990년대 초반의 X세대문화론이 한국 사람들에게 ‘새로운 문화’ ‘신세대’를 이야기 하면서 그 내용상으로는 ‘기존의 한국문화와는 다른, 서양화가 이미 이루어진 문화’를 인식하게 한 것 또한 눈여겨 볼 사항이다. 1992년 음악그룹 ‘서태지와 아이들’의 노래와 춤이 큰 인기를 끌면서 한국 대중음악계 한편에서 일었던 비판은 “한국적이지 않고 너무 서양음악적이다”라는 것이었다. 이런 비판을 의식하고 사건을 무마하기 위해 서태지는 자신의 2집 음반 타이틀 곡인 ‘하여가’ 안에 한국의 ‘전통악기’라고 하는 태평소 가락을 두어 마디 짤막하게 삽입했다. 그러나 2003년 현재의 맥락에서 그것을 다시 볼 때 ‘하여가’는 음악적으로 소위 ‘한국적인 요소’를 담았다고 평가하기 어렵다. 실은 굳이 따지고 본다면 20세기 초중반부터 형성된 한국의 대중가요 자체가 이미 일본 음악과 어떻게 구분될 수 있는지부터가 어려운 숙제였다(김창남 1989; 이영미 1995).

문화의 다국적화, 문화적 세대의 이질성과 다국적에 관한 논의는 이미 1920년대 ‘모던 보이’ ‘모던 걸’의 사례가 말해주듯(김진송 1999: 204) 한국문화의 근대화 초기부터 등장했던 주제다. 별로 새삼스러울 것이 없는 것이다. 다만 21세기에 들어오면서 이제는 대중가요에서도 굳이 ‘한국적’인 것을 찾으려는 사람이 별로 없다는 것이 확인된다. 서태지는 이제 태평소 가락 따위에는 아무런 신경도 쓰지 않고 영어와 한국어를 마음대로 섞어가며 하드 락 음악들을 발표한다(Seotaiji Band 2001). 그리고 그러한 문화적 혼합성과 지구적 통일성은 생산의 영역에서는 그리 잘 달성되지 않았으며 소비의 영역에서만은 보다 손쉽게 이루어지고 있다. 물질을 생산하는 것이 어려운데 비해, 생산된 상품의 소비시장이 되는 것이 쉬운 것처럼, 문화도 전지구화된 자본주의의 상업적 통합 시공간 속에서 그것을 생산해 내는 주체의 차원에서는 다분히 선택적이고 불균형적이지만 그 문화를 소비하는 사람들의 차원에서는 진입장

벽이 훨씬 덜하다. 물건을 구입하는 시장이 되어주는 것이기 때문이다.

4. 문화변동 인지의 틀로 동원된 세대론

20세기 이래 한국 사회를 구성하는 문화적 다양성과 차이가 세대론의 옷을 입게 된 것은 문화변동의 속도가 빠르고 그 변화에 적응하는 정도, 즉 사회화와 문화화의 정도가 달라질 수 밖에 없었기 때문이다. 한국사회의 한정된 영토면적이나 인구 크기, 그리고 혈연주의적 전통으로 볼 때 문화적 다양성이 그리 활발하게 전개될 수 있는 조건은 아니었지만 20세기 이래의 근대화는 물질적 조건에 있어서 이전시대와 다른 환경을 조성하게 되었다. 교통수단의 발달과 경제활동의 개방, 지식과 정보의 개방은 점차 전 세계와 상호작용하는 정도를 늘렸고 그에 대한 의존도를 급격하게 증대시켰다. 수입된 원자재와 상품들에 의존하지 않으면 국내의 생산과 소비가 마비될 수 밖에 없고, 국내에서 생산되는 재화와 서비스를 해외로 수출하지 않으면 마찬가지로 한국사회의 경제적 생존이 불가능하다. 대학에서 뿐 아니라 초중고등학교 차원에서 받는 교육의 상당 부분은 일찌감치 한국이라는 영토적 경계를 넘어선 외부로부터의 지식과 정보를 수입한 것에 의존하며 상호작용 함으로써 이루어진다. 1990년대 지구화 시대를 이야기하기 훨씬 이전부터 에너지와 원자재의 공급 및 제품의 수출대상이 없으면 한반도 주민들의 일상생활 문화를 영위하는 것이 불가능했다.

그렇게 보면 지구화 시대라는 말은 오래전부터 진행되어온 세계 자본주의 체제현상에 대한 새삼스러운 강조일 뿐이다. 또 지구화 시대가 인구적 조건과 물적인 조건, 사회화와 문화화의 조건에서부터 이미 이전과는 다른 차원의 문화형성 환경을 조성해 왔음 또한 당연한 귀결로 받아들일 수 있다. 이같은 환경 속에서 근대화의 초기에 정치경제적 주체로서의 중요 단위를 이루었던 민족국가를 경계로 하는 문화적 정체성이 전과 다른 틀 속으로 이동하는 것 또한 당연한 것이라고 할 수 있다. 어찌면 ‘한국’ 혹은 ‘한민족’ 단위에서 주장하고 개발하는 문화적 통일성과 정체성 개념은 개항기 전후에 집중적으로 시작

된 세계문화와의 강력한 상호작용 과정에서 탄생한 방어적 정체성의 틀이요 국민국가를 구성하기 위한 정체성의 틀이라고 이야기할 수 있다. 근대화와 세계 자본주의체제의 진행이 고도화되고 일상적 문화정보의 소통 및 영향이 분야에 따라서는 전지구적인 동시성을 띠기 시작하면서 근대화 진행시기의 문화적 경계를 짓던 시간과 공간의 범주는 다시 이동하게 되었다(하비 1994: 87).

그리고, 일상생활 속에서의 문화적 경계에 대한 시간과 공간범주는 같은 지역, 같은 도시에 사는 사람들 사이에서도 각 개인이 사용하는 언어와 정보통신 수단, 직업활동과 취미, 교통의 영역에 따라 범주구성 형태가 다른 것이 되고 있다(Castelles 1997: 230). 금융기관에서 가장 중요한 곳이 전산센터가 된 것과 마찬가지로 주식시장에서의 거래액은 온라인상의 거래가 오프라인상의 거래를 이미 능가했다. 음악 소비가 계속 증가하고 있음에도 불구하고 2002년 전세계의 음반시장은 갑자기 성장을 멈추기 시작했는데, 그 이유는 2000년과 2001년 경에 CD를 개인 컴퓨터에서 구워낼 수 있는 CD Writer의 보급과 인터넷 정보소통의 속도가 빨라졌기 때문이다(The Economist 2003). 사람에게 따라서는 일상적인 물건의 구입과 거래에 있어서도 국경은 더 이상 큰 의미가 없다.⁴⁾

물론 오프라인 상의 공간, 물리적인 공간과 직접적인 대면관계 속의 상호작용은 여전히 중요하다. 그러나 확실히 이전과 같은 비중을 차지하지는 못한다. 정체성을 규정하는 각종 범주들인 성, 지연, 혈연, 종교, 계층, 학연, 정치적 이데올로기의 공유, 각종 조합과 취미의 동호회, 기타 요소들은 바뀌는 환경 속에서도 소멸하지 않고 이리 저리 움직이며 집단들을 창조해내고 또 해체시킨다. 민족적 정체성 또는 종족적 정체성이란 개념과 함께 민족문화와 정체성의 틀도 그대로 소멸하지는 않을 것이다. 그러나 그 비중과 의미가 사람들에게 따라 다르게 매겨질 것이며, 그러한 다양성의 편차가 이전보다 더 드러나는 형태로 감지되고 전달될 것이다. 공동체는 항상 '상상의 공동체' 였듯(앤더슨 1983), 정체성은 항상 '상대화된 정체성'이었다. 현재 우리가 주목할 것

4) 필자 본인의 경우만 해도 지난 1년간을 기준으로 보면 해외 인터넷 사이트에서 구입한 도서구입비가 국내 온·오프라인 서점 도서구입비를 훨씬 상회한다.

은 21세기에 들어선 현재의 한반도에 있어서 공동체에 대한 '상상의 자유'가 증대되고 있고 정체성에 대한 '상대화의 공간'이 넓어지고 있다는 점이다.

바로 이점이 작금의 문화현상에 대한 혼란의 원인이다. 상대적인 역동성의 환경 속에서 비교적 안정된 준거의 틀로 의존하여온 것이 움직이기 시작하면서 '한국문화의 정체성'에 대한 일종의 위기의식이 발동할 수 있다. 그 결과 그러한 원인을 '지구적 소비사회'가 제공하였다는 판단아래, 지구적 소비사회를 일종의 위협요인 혹은 자아 정체성에 대한 적대적인 기운으로 규정하고 방어적인 태도로 저항을 모색할 수도 있다. 또는 그와 상관없이 개인의 독립성과 문화적 다국적성 속으로 더 적극적으로 진입해 들어갈 수도 있다. 그러한 태도의 차이는 사회화 및 문화화의 과정을 공유한 세대별로 좀 더 부각되어 나타날 수 있다. 그리고 이러한 문화적 역학의 배경에는 개인적인 차원에서든 집단적, 국가적 혹은 기업적 차원에서든 각자의 이익을 증대시키기 위한 상업적, 정치적 권력에 대한 고려가 있다.

글의 모두에서 사례로 제시했던 P세대론은 이같은 맥락에서의 역동성과 이 합집산의 속도성을 더욱 강하게 부각시키고 있다. 386세대와 X세대, N세대, W세대적 특성을 나누어 놓았던 것은 언체고 이런 세대들을 뭉뚱그려 다시 17세에서 39세 사이의 P세대로 합쳐 놓은 것은 또 무엇이란 말인가. 정체성은 인간의 정치활동에서 항상 가장 중요한 게임의 소재로 활용되어 왔다. 대동아 공영권과 민족자결주의의 대립이 그러하고 개화파와 위정척사파의 대결이 그러하다. 20세기 내내 독립운동과 이미 형성된 국민국가의 불안정한 틀 속에서 소수집단들의 독립 움직임 혹은 국가들의 공동체 통합 움직임들이 그러하다. 일본 대중문화 개방 반대를 해온 시기가 그러하고 한류열풍을 즐거워하며 국적에 관계없는 아시아의 팬클럽 형성을 다시 상업적 문화상품 수출과 영향력 증대의 호기로 인식하고 회의를 여는 것이 그러하다.

개인의 독립성이 증대할수록 문화의 지구적 차원의 전개는 일상에서 확고한 무대를 얻게 될 것이다. 당연한 것으로 여겨졌던 각종 집단적 정체성의 범주는 이동을 더 활발하게 할 것이다. 거기에서 오는 혼돈과 외로움의 공간을 가장 '효율적'으로 메꿔주는 것은 상업적인 틀에 따른-즉 외형적으로 볼 때

무색무취인- 소비문화 산업의 장치들(Baudrillard 1970: 48)일 것이다. 소비문화 산업의 장치들 중에서도 개인의 일상성에 가장 깊숙이 파고들 수 있는 휴대폰, 개인용 컴퓨터, 기타 그와 유사한 영역들이 문화적 정체성의 새로운 틀 조성에 더욱 힘을 얻어갈 환경으로 등장했다. 동시에 각 집단의 특수성과 지역성도 전지구적 문화의 통일성 속에 그냥 흡수되기보다는 새로운 형성과 해체를 계속해 갈 것이다.

어떤 장치, 어떤 기계가 그러한 역할을 하느냐가 중요한 것은 아니다. 그보다는 문화적 정체성을 구성하는 각종 원리의 힘이 지속되는 시간이 짧아지고 있다는 점이 주목된다. 이합집산의 속도성 증대(송도영 2000)가 주목된다. 그것은 결과적으로 정체성의 원리가 갖는 '당연시되는' 힘이 약화되는 것을 뜻한다. 한편 그럴수록 더 절대적이면서 변하지 않는 준거의 안정성을 희구하는 반작용 또한 커진다는 주장도 가능하다. 지금 당장 현재를 명쾌하게 정리하고 미래를 예측하는 것은 어려운 일이다. 다만 우리는 변화주기가 짧아지고 있고 지구적 차원의 정보전달 속도가 빨라지고 있는 것, 정책과 현상의 패턴이 속도성을 더하면서 각 인간 개인의 문화화와 사회화 사이에 나타나는 격차들이 불규칙성을 더하고 있다는 것에 주목해야 할 것이다. 그러한 현상을 차분히 정리하면서 문화인식의 틀을 재정비하는 작업으로 나가야 할 것이다.

인용문헌

- 강명구. 『소비 대중문화와 포스트 모더니즘』, 서울: 민음사, 1993.
 강내희 외. 『압구정동: 유토피아 디스토피아』, 서울: 현실문화연구, 1992.
 김진송. 『현대성의 형성: 서울에 판스홀을 허하라』, 서울: 현실문화연구, 1999.
 김창남. 『노래: 진실의 노래와 거짓의 노래』, 서울: 실천문화사, 1989.
 매일경제신문. 2003년 6월 9일자.
 송도영. “북한 문화정책에서의 탈식민 담론과 전형성”, 『한국문화인류학』 30집 2호, 1997.
 _____. “문화산업의 속도성과 도시적 일상문화 성격의 형성”, 『한국문화인류학』 33집 2호, 2000.

- 앤더슨·베네딕트 『상상의 공동체: 민족주의의 기원과 전파에 대한 성찰』, 서울: 나남, 1983.
- 윌러스틴·이매뉴얼 『근대세계체제 1』, 서울: 까치, 1999.
- 이 가세트·오르테가 『대중의 반역: 현대 대중사회의 문명사적 고찰』, 서울: 한마음사, 1987.
- 이상익 『서구의 충격과 근대 한국사상』, 서울: 한울, 1997.
- 이영미 『서태지와 꽃다지』, 서울: 한울, 1995.
- 중앙일보 2003년 4월 15일자.
- 하비·데이비드(구동희, 박영민 옮김). 『포스트 모더니티의 조건』, 서울: 한울, 1994.
- 현실문화연구원(편). 『신세대, 네 멋대로 해라』, 서울: 현실문화연구, 1993.
- Adoro, Theodor W.. *The Culture Industry*, London: Routledge, 1991.
- Bourdieu, Pierre. *La Distinction: critique sociale du jugement*, Paris: Les éditions de minuit, 1979.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*, London: Allen & Unwin, 1925.
- Rutz, Henry J. & Orlove, Benjamin S.. *The Social Economy of Consumption*, Lanham: University Press of America, 1989.
- Baudrillard, Jean. *La société de consommation*, Paris: Ed. Denoel, 1970.
- Canclini, Nestor Garcia (et als.). *Hybrid Cultures: strategies for Entering and Leaving Modernity*, University of Minnesota Pr., 1995.
- Castelles, Manuel. *The Rise of the Network Society*, London: Blackwell, 1997.
- Said, Edward. *Orientalism*, New York: Random House, 1979.
- Hobsbawm, Eric. *The Invention of Tradition*, Cambridge University Press, 1992.
- Halbwachs, Maurice. *On Collective Memory(Heritage of Sociology)*, University of Chicago Press, 1992.
- The Economist*. 2003년 1월 18일자.
- Kendall, Laurel. "A Rite of Modernization and its Postmodern Discontents", in Charles F. Keyes et als. (eds.), *Asian Vision of Authority*, University of Hawaii Press, 1994.
- Seotaiji Band. *Seotaiji Band Concert DVD 2000/2001*, (주)스펙트럼 디브이디, 2001.

[Abstract]

Debates on the 'Generation Culture' in the Process of Consumer Society

Do-Young Song
(University of Seoul)

This study starts with a remark on the frequent usage of the term 'generation culture' in the explanations of cultural change. The term 'generation culture' itself does have neither a clear meaning nor any academic consensus for its operational definition yet. Depending on intuitions or common senses, in most cases, of everyday life experience, the tends to designate the co-existence of different cultural layers as composing subsystems of a little broader Korean cultural trend.

I tried here to analyze different positions and perspectives in the employment of this term, sometimes with strategic intentions of each social groups. Economic or political positions, for example, are intertwined with the quest of identification concerning 'we' and 'other' grouping dynamics in the Age of Globalization, which accelerates the speed of cultural re-territorialization. And the role of consumption activity as a kind of cultural indication has gained more weight in that process. This analysis will remind us, also, of the post-modern society's assumption about the *space-and-time in transition, and its fluctuation.*