포스트 TV 시대의 텔레비전 시청 경험에 관한 질적 연구:
20대들과의 심층 인터뷰를 중심으로*

이동후**

지난 십수 년 동안 텔레비전을 시청할 수 있는 플랫폼이 다양해지고 다양한 미디어 형식을 결합시킨 소비가 손쉽게 일어나며 국내 지상파 방송 프로그램 이외의 프로그램 자원이 풍부해지는 포스트 TV 시대가 전개된다. 이 연구는 미디어 환경 변화에 따라 텔레비전 시청 경험의 성격과 의미가 어떻게 달라지고 있는지를 주목해보고자 한다. 특히 월터 옹(Walter Ong)의 관계주의적 시각에서 현재의 텔레비전 시청 환경, 시공간 경험, 사회적 장소로서의 텔레비전, 텔레비전 시청의 의미와 위상 등을 구체적으로 관찰해보고자 한다. 이를 위해 29명의 20대에 대한 심층 인터뷰 조사를 진행하였고, 이러한 인터뷰 사례를 기초로 일상 속에 이용하는 커뮤니케이션 체계가 변화하면서 텔레비전의 의미와 적절성이 어떻게 바뀌고 있는지를 구체적으로 기술하고 이해해보고자 하였다. 이들의 사례는 텔레비전 시청 경로가 다변화되고 소셜 미디어 이용과 연결되면서 텔레비전 시청 개념이 확장되고 있음을 시사한다. 물리적, 상징적 '모이는' 장소로서의 텔레비전의 의미가 여전히 '잔존'하지만, '집단적인 개인화'와 '개인적 집단화' 라는 다양한 층위의 시청 경험이 만들어지고 있음을 보여주고 있다.

주제어: 포스트 TV 시대, 텔레비전, 개인화된 시청, 사회적 시청, 심층 인터뷰

1. 들어가며

지난 십수 년 동안 텔레비전 프로그램을 시청할 수 있는 플랫폼이 다양해졌다. 1995년 종합유선방송(CATV)이 등장하면서 다채널 시대가 열렸고, 90년대 말부터 인터넷이 상용화되면서 인터넷을 통해 텔레비전 프로그램을 다운로드 해서 볼 수 있게 된다. 2006년에는 이동 중 TV 시청을 가능하게 해주는 지상파 DMB 방송이 시작되었고, 2008년에는 인터넷 케이블을 전송된 실시간 방송 및 주문형 비디오(VOD) 등 콘텐츠를 텔레비전 수상기를 통해 볼 수 있는 IPTV가 등장했다. 그리고 최근에는 스마트폰과 태블릿 PC와 같은 휴대용 단말기 이용의 확산과 더불어 모바일 애플리케이션(앱)을 통해 TV 콘텐츠를 볼 수 있는 모바일 TV가 등장한다. 또한 스마트폰에 들어가는 구글의 안드로이드, 애플의 iOS, 삼성전자의 바다 등의 운영체재를 탑재해 인터넷상에 있는 다양한 콘텐츠까지 자유롭게 이용할 수 있게 해주는 소위 '스마트 TV'가 선보이기 시작했다. 로츠(Lotz, 2007)는 미국의 사례를 들어 텔레비전 역사를 '네트워크' 시대, '멀티채널' 시대, '포스트 네트워크' 시대 등 세 시기로 구분했는데, 최근의 포스트 네트워크 시대는 지상파 네트워크의 힘이 줄어든 반면 시청자가 컴퓨터 스크린 혹은 이동 기기를 통해 다양한 소스의 프로그램 콘텐츠를 자기 구미에 맞게 언제 어디서나 볼 수 있는 시대라고 말한다. 그런데 국내의 상황은 '포스트 네트워크' 시대라고 말할 만큼 지상파 방송사의 영향력이 줄어들고 텔레비전 시청 경로가 모바일 기기나 컴퓨터 화면으로 바뀌었다고 단정 짓기는

* 인천대학교 2011년도 자체연구비 지원에 의하여 연구되었음.

** 인천대(donghoo@incheon.ac.kr)

어렵다. 지상파 방송사의 시청점유율이 약 62.7%로서[1] 과거에 비해 줄었지만 여전히 주요 텔레비전 콘텐츠 제공자의 역할을 하고, 텔레비전의 하루 평균 이용 시간은 인터넷이나 휴대용 단말기와 같은 다른 미디어에 비해 여전히 많다.[2] 그럼에도 텔레비전 프로그램을 접할 수 있는 미디어 플랫폼이 다양해지고, 국내 지상파 방송 프로그램 이외의 프로그램 자원이 풍부해졌을 뿐만 아니라, 텔레비전이 다양한 미디어 형식과 결합되어 소비되면서, 독립적인 텔레비전 수상기나 방송용 프로그램으로서의 텔레비전 개념이 바뀌기 시작한다. 이 연구는 복수 채널 등장, 텔레비전의 디지털화에 따른 전송 및 이용 방식의 변화, 텔레비전 시청 플랫폼의 다양화, 텔레비전 콘텐츠를 공유하고 전유할 수 있는 네트워크 환경의 구축 등으로 인해 텔레비전 프로그램을 볼 수 있는 방식이 다변화된 현재를 '포스트 TV 시대'라고 부르며, 텔레비전 시청 경험이 어떻게 변화하고 있는지를 살펴보고자 한다.

포스트 TV 시대의 기술적 조건은 각종 미디어 단말기를 통해 이용자의 필요에 따라 시공간적 구속성에서 벗어나 '언제 어디서든지' 텔레비전 프로그램을 시청가능하게 해준다. 또한 "올드미디어가 뉴미디어의 콘텐츠"라는 매클루언(McLuhan, 1964)의 말처럼, TV 혹은 텔레비전 프로그램이 다양한 미디어 플랫폼의 맥락 안에 놓이면서 일종의 콘텐츠 역할을 담당하며 다양한 미디어 기능과 연결될 수 있게 된다. 자기가 보고 싶은 콘텐츠를 개별적으로 선택하고 원하는 시간에 편성하는 개인화된 시청, 프로그램이 전달되는 양식의 다중화, 시청 장소 경험의 변화, 다양한 미디어 경험과의 결합, 특히 소셜 미디어와 연결된 이용 등이 이루어지면서, 텔레비전 경험이 재구성될 수 있는 가능성이 열렸다. 이 연구는 포스트 TV 시대의 이용자들이 어떤 미디어를 이용해 어떤 콘텐츠를 소비하는지 혹은 특정 미디어가 텔레비전 이용에 어떤 효과를 갖는지의 문제 보다는, 미디어 환경 변화에 따라 텔레비전 시청 경험의 양상과 의미가 어떻게 달라지고 있는지를 주목해보고자 한다. 특히 미디어 환경과 문화의 변화를 신구 미디어의 상호 작용이란 '관계주의(relation-ism)' 접근한 월터 옹의 시각을 따라, 현재의 텔레비전 시청 환경, 시공간 경험, 사회적 장소로서의 텔레비전, 텔레비전 시청의 의미와 위상 등을 구체적으로 관찰해보고자 한다. 이를 위해 29명의 20대에 대한 심층 인터뷰 조사를 진행하였고, 이러한 인터뷰 사례를 기초로 일상 속에 이용하는 커뮤니케이션 체계와 텔레비전 시청 경험의 관계를 구체적으로 기술하며 이해해보고자 하였다.

2. 이론적 검토

1) 옹의 관계주의적 시각

월터 옹은 구술성과 문자성 연구를 통해 언어의 기술이 바뀌면서 인간의 의식과 문화가 어떻게 바뀌었는지를 살펴보고자 하였다(Ong, 1967, 1977, 1982). 커뮤니케이션 미디어의 주요 특징, 미디어의 매개과정이 자아의 심리역학에 미치는 영향, 문화와 생활세계의 관계, 미디어와 의식과 문화의 상호작

1) 방송통신위원회(2012)「2011년도 방송사업자 시청점유율 분석 현황」.

2) 한국언론진흥재단(2011)의「2011 언론수용자 의식조사」에 따르면, 미디어별 이용자의 '지난 1주일간 하루 평균 이용시간'이 텔레비전 177.0분, 인터넷 122.5분, 라디오 101.0분, 휴대용 단말기 80.3분, 신문 39.1분, 잡지 25.8분으로, 텔레비전 이용 시간이 다른 미디어에 비해 월등히 높았다.

용 등 네 가지 주제를 중심으로 미디어 환경과 인간 문화 간의 상호관계를 주목하는데(Gronbeck, 1991), 이러한 주제를 다루는데 있어 그는 관계주의적 시각을 취하고 있다. 옹의 관계주의적 시각은 미디어 환경이 단선적으로 발전하기 보다는 신구 미디어 간의 상호관계 속에서 미디어 환경이 재구성되고 있다고 본다. 뉴 미디어의 등장은 기존 미디어를 폐기시키지 않고 그것의 "의미와 적절성을 바꿔" 놓기 때문에(Ong, 2002, p.314), 기존 미디어는 뉴 미디어 문화의 기반이 되는 동시에 그 존재 방식은 뉴미디어로부터 영향을 받는다고 말한다. 그는 뉴 미디어 환경 속에 남아 있는 기존 미디어의 실천 방식을 "잔존(residue)"(Ong, 2002)라는 개념으로 묘사하고, 또한 뉴미디어 문화는 기존 미디어 이용의 실천 방식과의 관계 속에서 전개되어간다고 본다. 또 뉴미디어와 올드 미디어의 관계 속에서 재구성되는 미디어 환경은 문화와 의식의 변화와 밀접하게 관계되는데, 이러한 "관계는 종종 원인과 결과를 구분하지 못할 정도로 복잡하다"고 말한다(Ong, 1977, p.10). 따라서 뉴미디어와 기존 미디어의 관계는 "양자택일이나 이분법(either/or dichotomy)"의 관계가 아니라 "양자 모두와 대조(both/and contrast)"의 관계이고(Farrell, 2000 p.21), 기존 미디어는 이전과 다른 성격으로 뉴미디어와 공존한다. 이러한 옹의 관계주의적 시각은 신구 미디어의 관계를 기능적 대체나 선택적 대체가 이루어지는 경쟁 관계로 바라보는 시각[3]과는 달리, 신구 미디어 모두 서로가 서로에게 영향을 미치며 미디어 환경 체계가 변화해간다고 본다. 이러한 시각은 디지털 미디어 시대의 텔레비전 미디어 환경과 인간 경험과의 관계를 이해하는데 다음과 같은 통찰력을 제공한다.

우선 컴퓨터나 스마트폰 미디어 기기나 소셜 미디어와 같은 새로운 미디어 서비스의 이용은 일상적인 미디어 경험을 재구성할 뿐만 아니라 텔레비전 시청 경험을 재구성한다. 하나의 뉴 미디어는 단순히 생활 세계에 새로운 미디어 기능이 추가되는 것이 아니라 미디어 환경과 미디어 경험을 재구성하고 있기에, 이러한 변화의 성격을 이해하기 위해서는 하나의 특정 미디어로 무엇을 하고 어떤 직접적인 효과를 갖는지를 질문하기 보다는 "개인의 커뮤니케이션 시스템"(personal communication system)(Boase, 2008) 자체가 어떻게 변화했는지를 살펴볼 필요가 있다.

둘째, 새로운 미디어가 일상생활에 수용되면서 개인의 미디어 환경이 재구성되고 개인은 다양한 미디어를 조합하여 이용하면서, 개인의 미디어 경험 속에 신구 미디어의 "적절성과 의미"가 재구성된다. 각종 미디어 기기가 공존하면서, 혹은 하나의 미디어 기기 속에 다양한 미디어 형식이 내부의 미디어로 소위 "재매개"(Bolter & Grusin, 1998)하면서, 미디어 간의 관계가 바뀌고, 기존 미디어의 커뮤니케이션 실천은 잔존과 변질의 과정을 갖는다. 텔레비전이 다양한 미디어 화면을 통해 매개되고 다른 미디어 활동과 연계되면서, 텔레비전 시청 경험의 성격과 의미는 과거의 경험과 연속성 상에 있으면서도 차이를 가질 수 있다.

셋째, 이렇게 변화하는 미디어 환경 속에 과거에 익숙했던 미디어커뮤니케이션 양식이 새로이 매개된 커뮤니케이션 양식과 복합적으로 공존할 수 있다. 현재의 미디어 환경은 하나의 미디어 형식을 다양한 미디어 기기에서 접근할 수 있는 미디어 기기간의 '유동성(fluidity)', 하나의 미디어 기기에서 다양한 미디어 형식을 오가며 이용할 수 있는 미디어 플랫폼 내의 유동성, 네트워크를 통해 미디어 텍스트들이 서로 연결되고 새로운 형태로 융합될 수 있는 미디어 텍스트 간의 유동성 등을 지원하는 트랜스 미디어 환경이라 할 수 있다(Jenkins, 2006; 이동후, 2010). 이러한 환경에서는 다양한 미디어

3) 이와 같은 시각은 임정수(2010)의 글에 잘 정리되어 있다.

플랫폼과 형식을 넘나드는 트랜스 미디어 이용이 가능해진다(Jenkins, 2006; 이동후, 2010). 기존 미디어 이용 양식이 새로운 미디어 환경 속에 사라지는 것이 아니라 잔존하며 다중적 커뮤니케이션 양식의 일부를 구성하면서 각 미디어의 비중과 활용 정도는 달라질 수 있다. 또한 다양한 미디어 형식을 넘나드는 트랜스 미디어 경험이 가능해진다. 따라서 텔레비전 이용은 이러한 트랜스 미디어 경험의 일부로서 이해할 수 있다.

요컨대, 이러한 관계주의적 시각은 소위 포스트 TV 시대의 텔레비전 경험의 복합성을 이해하는데 도움을 준다. 텔레비전을 새로운 미디어와 구분되는 특정한 미디어로 고정시키며 새로운 미디어와의 관계를 경쟁, 보완, 대체 등으로 단순화시키기 보다는, 미디어 환경의 변화에 따라 그 성격과 문화적 위상이 달라지는 유기적인 변화체로 이해할 수 있다. "텔레비전은 죽었다" 혹은 "새로운 텔레비전을 경험한다" 식의 이분법적 접근 보다는, 트랜스미디어 환경에서 기존의 텔레비전 경험이 어떻게 잔존하고 새롭게 재구성되는지 혹은 텔레비전의 의미와 적절성이 어떻게 바뀌고 있는지를 살펴볼 수 있고, 지금의 텔레비전 경험, 더 나아가 미디어 환경의 상호관계적 총체성을 성찰해볼 수 있다. 우리가 여전히 텔레비전을 보지만 여기서 '본다'는 것은 과거의 텔레비전 보기와 연속성과 차이를 가지며 보다 복합적인 의미의 층위를 가질 수 있다. 그리고 이러한 의미의 층위는 다른 미디어 이용과의 관계 속에서, 그리고 그동안 축적된 텔레비전 시청 경험의 맥락 속에서 만들어진다고 볼 수 있다. 다음은 텔레비전 시청 경험의 변화를 감지할 수 있는 구체적인 지점이 어디인지를 기존 이론과 함께 검토해보겠다.

2) 포스트 TV 시대의 텔레비전 시청 경험에 관한 쟁점

전통적인 텔레비전은 하루 일과의 일부로서 주로 저녁 시간에 집에서 이루어지는 행위였다. 아침부터 잠자리에 들 때까지 하루 일과에 맞춰 방송 편성이 이루어졌고 다시 이러한 방송 편성은 가정에서의 일상적 행위 패턴과 결합된 시간 구조를 제공하며 일상 행위에 영향을 미친다(Scannel, 1996; 임종수, 2006). 지상파 방송은 일상생활 속에 정시성이나 규칙적인 시간 감각을 만드는데 일조해왔다. 이렇게 일상의 시간 패턴과 짝을 방송 시간은 방송사가 프로그램을 생산하고 편성하는 일종의 전략의 소산이자 시청자가 텔레비전 프로그램 흐름을 수용하면서 나타난 효과이다. 지상파 방송의 편성은 다양한 프로그램 텍스트와 장르를 순차적으로 부드럽게 이어지는 '흐름(flow)'(Williams, 1974)으로 경험하게 만들며 시청자들의 하루 일과 패턴에 자연스럽게 스며들게 한다. 그런데 방송 채널이 많아지면서 수많은 채널들의 흐름을 조합하는 '수퍼-흐름(super-flow)'의 시청 경험이 형성된다(Jensen, 1994). 채널수의 증가와 전문화된 편성이 이루어지면서 특정 유형의 프로그램을 선호하는 시청자들은 자신만의 프로그램 시청 흐름을 만들 수 있고(Heeter and Greenberg, 1988), 따라서 규칙적 일과 시간과 방송 시간의 긴밀한 조응 관계는 약화되기 시작한다. 더군다나 인터넷이 발달하고 IPTV, DVD, 모바일 미디어 등 텔레비전 프로그램을 시청할 수 있는 경로가 다양해지면서, 방송 편성 시간과 비동시적인 시청이 가능해지고 보다 개인화된 양식의 텔레비전 소비가 가능해진다(박현주, 2008; 임종수, 2005). 구조화된 편성 흐름에서 자유로운 "텔레비전의 분산된 방송"(Marshall, 2009)을 접할 수 있게 되고, 이용자들은 서로 다른 시간대에 자신만의 습관적 시청 패턴을 형성할 수 있게 된다. 텔레비전 콘텐츠를 다양한 미디어 기기의 화면을 통해 언제든지 받아볼 수 있게 해준 멀티스크린 환경에서 검색 메뉴,

맞춤형 화면, 선호하는 프로그램을 여과해주는 기술 등(Uricchio, 2004; Chamberlain, 2011)은 시청자들 스스로 무엇을 볼 수 있는지를 유연하게 조절하는 통제력을 갖게 해준다.

또한 개인용 컴퓨터나 모바일 미디어의 발달로 인해 전통적으로 가정의 거실이나 안방에서 "일어났던(take place)" (Lull, 1990) 텔레비전 시청이 물리적 장소에 구애받지 않고 이루어질 수 있게 된다. 전통적 텔레비전 시청은 누군가와 화면 앞에서 동시에 같은 프로그램을 보는 것이었다면, 지금은 어떤 장소에서든지 개인 미디어 화면을 텔레비전을 볼 수 있을 뿐 아니라, 하나의 장소에 다양한 텔레비전 화면이 존재할 수 있게 된다. 예를 들어, DMB의 등장은 거실 중심의 TV 시청 패턴에서 벗어나 공적 공간에서의 사적 시청 혹은 가족 공간에서의 개인화된 시청을 가능하게 하면서 공간에서 벗어난 탈맥락화된 미디어 이용을 가능하게 했다(Morley, 2003; 박현주, 2008; 임종수, 2005). 이와 함께, 사적 장소에서 외부 세계를 지각하고 생각하는 방식에 영향을 미쳐왔던 텔레비전의 경험방식도 달라진다. 그동안 텔레비전은 시청자들이 사적인 장소에 있으면서도 신체적 이동 없이 외부의 세계와 접촉하며 멀리서 일어나는 사건을 생생하게 경험할 수 있게 해주는 "이중 장소 능력"(doubling of place)"을 가지게 해주었다(Scannel, 1996, 172: Moores, 2004; Williams, 1974; Buonanno, 2008). 그런데 인터넷과 스마트폰과 같은 커뮤니케이션 미디어는 개인이 일상적으로 네트워크 공간에 머물게 하면서 물리적으로 부재하는 사람들과의 상호작용을 허용한다. 텔레비전을 시청하면서 혹은 시청한 이후 네트워크로 연결된 사람들과 시청 경험을 함께 나누는 "공유된 시청(shared viewing)"이 이루어지고 (Livingstone, 1999; 김은미, 이혜미, 2011), 특히 텔레비전 시청과 소셜 미디어 이용과 결합하면서, 텔레비전 시청 경험을 공유하는 방식에 변화가 일어날 수 있다(Proulx & Shepatin, 2012).

가정에 한 대의 텔레비전 수상기가 놓여있을 때에는 함께 텔레비전을 보면서 시청 경험을 공유할 수 있었고, 또한 프로그램 선택권 혹은 리모콘을 두고 갈등과 타협이 이루어졌다(Morely, 1986). 가정 공간 내에 텔레비전 수상기가 두 대 이상 늘어나고 텔레비전을 시청할 수 있는 미디어 화면이 많아지면서 시청의 개인화가 이루어질 수 있는데, 과연 텔레비전 경험을 공유하는 사회적 상호작용이 감소하는 것일까? 애덤스(Adams, 1992)는 장소가 물리적 세계의 위치, 사회적 맥락, 의미의 중심 등 세 가지 차원에서 정의될 수 있는데, 텔레비전은 사회적 맥락과 의미의 중심으로서 '모이는 장소' 개념으로 검토될 수 있다고 주장한다. 그는 이러한 개념을 통해 사람들 사이에 상징적 상호작용이 일어나는 '경계가 있는(bounded)' 체계이자 생각, 가치, 공유 경험을 구성하는 중심으로서 공동문화를 만들어내는 텔레비전의 역할에 주목한다. 이러한 '장소로서의 텔레비전' 개념은 세간의 화제를 제공하며 공동체 안에 시각적/청각적 초점을 제공하는 일종의 사회적이고 상징적 센터로서 텔레비전을 생각해볼 수 있게 해준다. 그런데 인터넷이나 모바일 미디어의 커뮤니케이션 네트워크 연결성을 통해 시청 경험이 공유될 수 지금의 미디어 환경에서 '장소로서의 텔레비전'은 재구성된다. 네트워크 공간을 통해 사회적 상호작용이 이루어지는 가운데 텔레비전에 대한 느낌과 생각이 공유되면서 '모이는' 방식이 달라질 수 있고 '장소로서의 텔레비전'의 문화적 중요성이 변화할 수 있게 된 것이다.

소셜 미디어 이용이 활발하게 이루어지고 개인용 모바일 기기가 상용화되면서 개인이 물리적 경계를 넘어 공간적으로 분산된 사회적 네트워크를 갖는 "네트워크 개인주의"(Wellman, 2001)가 더욱 심화되고 각종 미디어 플랫폼이나 형식을 넘나들고 상호작용할 수 있는 트랜스 미디어 능력을 갖추게 된다(Jenkins, 2006; Varnelis, 2008). 시공간의 맥락에서 자유롭게 개인 중심의 콘텐츠 활용이나 사회적 상호작용을 가능하게 해주는 미디어 환경이 도래하면서, 미디어로서의 텔레비전의 위상, 시공간 경험

의 성격, 사회적 장소로서의 텔레비전 경험이 재구성되고 있다. 이 연구는 현재의 미디어 환경에서 텔레비전이 갖는 '의미'와 '적절성'이 어떻게 변화하고 있는지 그리고 과거의 텔레비전 시청과 어떠한 연속성과 차이를 갖는지를 질문해보고자 한다. 현재의 텔레비전 경험의 특징을 동시적이고 집합적인 시청의 의미가 사라진 파편화되고 시공간적으로 탈맥락적인 '개인화된 경험'으로 이야기할 수 있을까? 네트워크의 연결성을 통한 텔레비전 경험의 소통과 공유는 장소로서의 텔레비전의 사회적 잠재력을 확장하는가? 텔레비전 시청은 개인의 일상 경험에 있어 과연 어떤 의미와 위상을 갖게 되는가? 본 연구는 이러한 문제를 탐구해보기 위해 심층 인터뷰 조사를 실시하였다.

3. 연구 문제 및 방법론

이 연구는 디지털 미디어 시대의 텔레비전 시청 경험의 성격과 의미를 구체적으로 고찰해보기 위해 다음과 같은 구체적인 연구 문제를 중심으로 심층 인터뷰 조사를 실시하였다. 첫째, 텔레비전 시청이 어떻게 일상적으로 이루어지고 있는지를 살펴본다. 일상생활 속에 이용하는 미디어가 다양해지고 텔레비전 프로그램을 접할 수 있는 경로가 많아지면서, 텔레비전이 과거와는 어떻게 다르게 경험되는지를 구체적으로 알아본다. 둘째, 현재의 텔레비전 시청은 일상적 시공간 경험과 어떻게 연관되는지를 살펴본다. 과거의 텔레비전 시청이 주로 텔레비전 수상기가 놓여있던 거실이라는 장소에 국한되어 이루어지고 하루 일과를 반영하거나 그 흐름에 영향을 미쳤다면, 현재의 디지털 미디어 환경에서의 텔레비전 시청은 어떠한 시공간 경험을 만들어내고 있는지를 알아본다. 셋째, 텔레비전 시청이 어떻게 사회적으로 공유되는지를 살펴본다. 텔레비전을 같이 시청하고 이것에 관해 이야기를 나누는 경험이 어떻게 이루어지는지를 보면서 장소로서의 텔레비전 앞에 '모이는' 방식이 어떻게 재구성되는지를 질문해본다. 넷째, 디지털 미디어 환경에서 텔레비전을 시청한다는 경험이 개인에게 어떤 의미를 갖는지를 살펴본다. 이러한 의미를 질문해봄으로써 텔레비전이 갖는 위상의 변화를 구체적으로 이해해본다.

심층 인터뷰 조사는 20대(만 20~29세) 텔레비전 시청자를 대상으로 이루어졌다. 20대를 인터뷰 대상으로 삼은 이유는 어린 시절부터 인터넷이나 모바일 기기를 접하면서 디지털 미디어 환경을 낯설어 하지 않는 이들의 경험을 통해 새로운 미디어 환경 속에 재구성되는 텔레비전 시청 경험의 성격과 의미를 보다 직접적으로 목격할 수 있지 않을까 해서였다. 실제로 각종 미디어 이용 실태 조사에 따르면 20대는 인터넷 이용률뿐만 아니라 인터넷을 통한 다양한 커뮤니케이션 방식, 예를 들어 이메일, 인스턴트 메신저, SNS 등의 이용률이 가장 높고 스마트폰의 이용에 가장 적극적인 연령 집단이며, 또한 이러한 신규 미디어 이용으로 인한 TV 이용 시간의 감소나 전통적인 텔레비전 수상기에서 벗어난 TV 시청 경험의 증가가 가장 현저한 연령집단이다.[4] 이들 연령대의 텔레비전

4) 방송통신위원회와 한국인터넷진흥원의 「2011년 인터넷이용실태조사」에 따르면 20대의 인터넷 이용률은 99.9%에 이르고, 이메일, 인스턴트 메신저, SNS의 이용률은 각각 99.5%, 87.9%, 89.7%로서 다른 연령 집단에 비해 가장 높다. 또한 「2011년 하반기 스마트폰이용실태조사」에 따르면 이들 연령 집단은 지난 2년간 신규 스마트폰 이용자 가운데 가장 높은 구성 비율을 차지했고, 스마트폰을 통한 인터넷 이용 비율(96.2%)이나 모바일 앱 다운로드 이용자 비율(85.0%)도 가장 높다. 또한 방송통신위원회의 「2011년 방송매체이용행태조사」에서 20대는 신규 미디어 이용에 따른 TV 이용 시간이 가장 많이 감소했고 인터넷을 통한 TV 프로그램 시청 경험(42.3%)도 가장 높은

시청 경험은 미디어 환경 변화에 따라 전통적 미디어 이용 방식이나 문화적 의미가 어떻게 재구성하는지를 살필 수 있는 의미 있는 사례가 될 수 있다.

본 심층 인터뷰 조사에는 총 29명 20대가 참여해주었다. 인터뷰 참여자는 처음 접촉했던 인터뷰 대상자들의 친구, 친구의 친구, 가족 등을 스노우볼링 방식으로 모집해갔고, 따라서 인터뷰는 동창, 동네 친구, 대학 동료, 동호회 친구, SNS 친구 등 개인의 연결망을 통해 접촉이 가능했던 친구들과 함께 진행되는 집담회 형식으로 이루어졌다. 이러한 집단 인터뷰는 이들의 개별적인 경험 뿐 아니라 서로의 사회적 관계 속에서 이루어지는 텔레비전 시청 경험 또한 살펴볼 수 있었다. 인터뷰는 2012년 5월말에서 7월초까지 총 10회에 걸쳐 2~4인 규모로 2시간에서 3시간 정도 이루어졌는데, 총 29명의 인터뷰 참여자 가운데 18명은 여성이고 11명은 남성이었다. 직업으로 보면, 학생이 19명이고, 사무직이 6명, 무직 2명, 전문직 종사자 1명, 교육서비스 종사자 1명 등으로 나눌 수 있다. 모두 미혼이었으며, 혼자 사는 사람이 3명인 반면, 대부분 가족 (2인 가족 2명, 3인 가족 4명, 4인 가족 15명, 5인 가족 4명)과 함께 살고 있었다(<표1> 참조).

인터뷰 진행은 평범한 하루의 미디어 이용, 즉 아침에 일어나서부터 잠들기 전까지 하루 동안 미디어 이용을 어떻게 하는 지에서부터 텔레비전 시청이 이루어지는 방식, 텔레비전 정보나 시청 경험을 공유하는 방식, 개인에게 있어 텔레비전이 갖는 의미 등을 이야기하며 반구조화된 방식으로 진행되었다. 그리고 모든 인터뷰는 녹음되어 문서화되었다. 인터뷰 자료에 대한 분석은 해석학적 현상학자인 밴 매넌(Van Manen)의 '체험연구'(researching lived experience)적 시각을 따라 이루어졌다. 밴 매넌은 현상학적 연구를 '체험연구'라고 정의하면서 이러한 체험 연구의 목적이 "일상 경험의 본성이나 의미를 보다 깊이 이해하는데" 있고 이를 위해 생활 세계의 인간 경험을 있는 그대로 생생하게 기술하여 인식 가능한 것으로 만들 필요가 있다고 말한다(2000, p.35). 따라서 미리 기준을 세워놓고 분석적 부호화, 분류, 데이터 정리를 해나가기 보다는, "그 현상이 어떻게 경험되는지" 그리고 이러한 현상이 "무엇을 의미하는지"를 "발견 지향적"으로 알아내고 해명하려고 한다(p.61). 이 연구는 체계적 개념이나 기준에서 조사를 해나가기 보다는, 인터뷰 참여자들이 일상적으로 혹은 습관적으로 경험한 현상을 그들의 목소리로 통해 기술하고 이러한 경험이 이들에게 어떤 것인가를 묻고 이해하려고 하였다. 그러기 위해 인터뷰 내용에서 경험이 집중되고 경험의 유사성과 개인적 차이가 많이 논의되는 주제들을 살펴보고 이러한 주제적 측면을 드러내는 "일종의 핵심을 가진 이야기"(p.113)를 수집하며 이러한 이야기를 통해 나타나는 경험의 성격을 포착해보고자 하였다. 그런데 이 연구는 '살아있는 경험'에 대한 기술을 강조하는 밴 매넌의 시각을 따르긴 하지만, 이러한 경험의 '본질'이나 '구조' 찾기를 지향하진 않는다. 대신 인터뷰 참여자들의 '산 경험'을 구체적으로 드러내고 기술하면서 현재의 미디어 환경과 개인의 텔레비전 시청 경험 간의 관계를 이해해보고자 한다. 따라서 인터뷰 참여자들의 경험을 현재의 텔레비전 시청 경험을 포착하고 인식하며 논의해나갈 수 있는 의미 있는 사례로 읽어내려고 한다.

연령집단으로 나타났다.

<표 1> 인터뷰 참여자

구분	성	나이	직업	주요 이용 미디어 (3순위 까지 순서대로)	주요 시청 경로 (순서대로)	주요 소셜용 미디어 (3순위 까지 순서대로)
P1	남	20	학생	노트북-스마트폰-TV	가정용TV-공공TV	트위터-페이스북-카카오톡
P2	남	21	학생	PC-핸드폰-태블릿PC	가정용TV-태블릿PC	페이스북-트위터-카카오톡
P3	여	26	학생	노트북-스마트폰-MP3	노트북-가정용TV	페이스북-트위터-이메일
P4	여	29	사무직	TV-PC-스마트폰	가정용TV-스마트폰-공공TV-PC	페이스북-카카오톡-피플
P5	여	29	사무직	PC-스마트폰-TV	가정용TV-PC	페이스북-카카오톡-e카페
P6	남	24	학생	스마트폰-노트북-TV	가정용TV-PC-스마트폰-노트북	페이스북-카카오톡-통화
P7	남	23	학생	스마트폰-PC-TV	PC-가정용TV-스마트폰-공공TV	카카오톡-페이스북-e카페
P8	여	20	학생	스마트폰-PC-TV	가정용TV-PC-스마트폰-공공TV	카카오톡-페이스북-블로그
P9	남	23	학생	PC-스마트폰-책	가정용TV-PC-공공TV-스마트폰	카카오톡-페이스북-e카페
P10	여	22	학생	스마트폰-PC-TV	가정용TV-스마트폰-PC-공공TV	카카오톡-페이스북-통화
P11	남	20	학생	스마트폰-PC-TV	스마트폰-PC-가정용TV-태블릿PC	카카오톡-페이스북-통화
P12	여	20	학생	스마트폰-PC-TV	가정용TV-스마트폰	카카오톡-페이스북-통화
P13	여	23	사무직	스마트폰-노트북-TV	가정용TV-스마트폰	카카오톡-페이스북-통화
P14	여	23	사무직	스마트폰-TV-PC	스마트폰-가정용TV-태블릿PC	페이스북-카카오톡-문자
P15	여	26	사무직	TV-스마트폰-PC	가정용TV-스마트폰-PC	카카오톡-페이스북-문자
P16	여	23	학생	스마트폰-TV-PC	가정용TV-스마트폰	카카오톡-페이스북-통화
P17	여	21	학생	노트북-스마트폰-TV	노트북-가정용TV	카카오톡-페이스북-e카페
P18	여	21	학생	스마트폰-TV-MP3	가정용TV-스마트폰-공공TV	카카오톡-통화-문자
P19	여	20	학생	스마트폰-PC-TV	가정용TV-스마트폰	카카오톡-페이스북-통화
P20	여	29	학생	TV-노트북-스마트폰	가정용TV-PC-스마트폰-공공TV	카카오톡-트위터-페이스북
P21	여	26	학생	노트북-스마트폰-TV	가정용TV-노트북-PC	카카오톡-통화-문자
P22	여	25	전문직	스마트폰-라디오-PC	가정용TV-스마트폰-PC	페이스북-트위터-e카페
P23	여	25	무직	TV-PC-스마트폰	가정용TV-스마트폰-PC	트위터-페이스북-블로그
P24	남	22	학생	PC-스마트폰-TV	가정용TV-PC-스마트폰	페이스북-카카오톡-통화
P25	남	22	학생	스마트폰-MP3-PC	PC-가정용TV-스마트폰	페이스북-카카오톡-통화
P26	남	23	학생	PC-스마트폰-TV	가정용TV-PC	카카오톡-통화-페이스북
P27	남	23	학생	PC-스마트폰-TV	가정용TV-PC-스마트폰	카카오톡-페이스북-통화
P28	여	29	강사	PC-스마트폰-노트북	가정용TV-PC-스마트폰	페이스북-카카오톡-통화
P29	남	29	무직	스마트폰-태블릿PC-노트북	스마트폰-태블릿PC-PC-가정용TV	트위터-페이스북-카카오톡

4. 포스트 TV 시대의 텔레비전 보기

1) 트랜스 미디어 이용과 텔레비전 시청

우리의 하루 일과는 어떻게 시작되고 마무리되는가? 드즈 외 연구자들이(Deuze, Blank & Speers, 2011) 말하듯이, 많은 사람들은 '미디어 속에서 삶'을 살아간다. 특히 내 손 가까이에 두고 들고

다닐 수 있는 이동 기기와 서로를 연결시켜주는 네트워크 서비스가 발달하면서, 미디어는 필요할 때 꺼내는 도구가 아니라 일상생활이 이루어지기 위한 조건이 되고 있다. 인터뷰 참여자들의 경우, 개인마다 즐겨 이용하는 미디어가 조금씩 다르지만, 아침에 눈을 뜨고 잠들 때까지 각종 미디어와 함께 하루를 보내는 모습을 보여준다. 스마트폰 알람으로 일어나 전날 왔던 카카오톡 메시지나 페이스북 알람을 확인한다든지, 아침을 먹으며 TV를 본다든지, 통학/통근 길에 스마트폰으로 SNS나 모바일 메신저를 하거나 음악이나 영상물을 본다든지, 학업이나 일 때문에 컴퓨터를 사용한다든지, 틈틈이 SNS를 이용하고 인터넷 기사를 확인한다든지, 집에 돌아와 컴퓨터나 TV를 보면서 저녁 시간을 보낸다든지 등 이들의 일과는 늘 미디어와 함께, 미디어 속에서 전개된다. 그리고 이러한 미디어 속에서의 삶에 각종 미디어 형식을 넘나드는 트랜스 미디어 이용이 자연스럽게 이루어진다. 다시 말해, 인터뷰 참여자들은 하나의 미디어 기기를 통해 다양한 미디어 형식을 오가며 이용하기도 하고, 여러 미디어 기기를 동시에 이용하면서 이들 미디어 기기를 다중적으로 넘나드는 이용 능력을 보여준다. 예를 들어, 스마트폰을 통해 카카오톡, 페이스북, 트위터, 유튜브, 포털 뉴스, 모바일 게임 등의 이용을 매끄럽게 이어가는가 하면, 모바일 기기로 음악이나 SNS를 이용하며 데스크톱 PC로 문서작업하거나 TV를 보기도 한다. 개인의 모바일 기기를 통해 각종 미디어에 대한 접근이 용이해지고 일과가 이루어지는 삶의 공간에 다양한 미디어 기기가 갖춰지면서, 개인이 다양한 미디어 공간을 돌아다니고 '연결된 현존'(Licoppe, 2004) 상태를 유지하기가 수월해졌다. 주목할 점은 이들이 하나의 미디어 형식에서 다른 미디어 형식으로 자연스럽게 항해해나가는 트랜스 미디어 이용자이며, 이들의 하루 일과는 이러한 복합적 미디어 이용과 함께 전개되고 있다는 것이다.

이런 멀티미디어 환경에서 각종 미디어를 넘나드는 트랜스 미디어 이용자들의 텔레비전 시청은 과연 어떻게 이루어지고 있을까? 인터뷰 참여자들이 기억하는 어린 시절 텔레비전 시청의 경험은 지금과 확연히 다르고, 이들의 텔레비전 시청 경험의 변화는 그동안 상용화된 미디어 기술의 변화의 역사와 어느 정도 궤를 같이 한다. 예를 들어, P3(여, 26세, 사무직)의 경우, 어린 시절 텔레비전을 "거의 달고 살" 만큼 즐겨보았는데, 케이블, 데스크탑 컴퓨터, 인터넷, DMB, SNS의 등장이 이런 TV 시청의 방식과 내용에 큰 영향을 미친다. 국내 지상파 방송을 즐겨보던 P3는 케이블 방송을 접하게 되면서 미국 시트콤과 같은 해외 드라마를 반복적으로 시청할 수 있게 되었고, 집안에 컴퓨터와 인터넷이 들어온 이후에는 해외 방송 프로그램과 관련 정보를 적극적으로 찾고 다운로드 받아보게 된다. 집에서 초고속 인터넷에 접속을 할 수 있게 될 즈음, P3는 당시 막 빗장이 풀리기 시작한 일본 대중문화에 대해 관심을 갖게 되었고 인터넷을 통해 관련 정보를 얻거나 국내 방송에서 쉽게 접할 수 없는 일본 방송 프로그램을 선택적으로 볼 수 있게 된다. 이후 DMB 기능을 가진 모바일 기기를 사용하게 되면서 소위 미드나 일드와 같은 하위문화적 TV 프로그램을 쫓으면서도 '좋아하는' 국내 방송 프로그램을 놓치지 않고 시청할 수 있게 된다. 현재는 스마트폰의 이용과 함께 언제 어디서든지 인터넷으로 매개된 정보 공간이나 SNS 커뮤니케이션 공간에 접근할 수 있게 되면서, 다시 주어진 편성 시간에 방송 프로그램을 시청하는 '본방'의 경험을 되살리고 있다.

> 저는 TV를 진짜 좋아했었거든요. 어렸을 때부터. 그래서 TV를 거의 달고 살았는데 저는 미드도 되게 미국드라마도 정말 빨리 본 편이예요. 저 초등학교 때 그때 막 케이블 방송이 생기기 시작했을 때거든요. 그때 콘텐츠가 많이 없으니까, 그 당시에 오륙년 전에 했었던 미국 시트콤 같은 거를 되게 많이 했었어요. ... 한동안 TV를

버리고 외도했을 때가 컴퓨터가 생겼을 때였거든요. 그때도 TV는 켜놓고 컴퓨터를 하는 거예요. 생각해보면 그때 컴퓨터를 많이 했던 것도 TV에서 안하는 프로그램들을 찾아서 보느라 컴퓨터를 많이 했었던 거 같아요. 한창 이제 중학교 끝나고 광랜이 들어왔던 시절이 저 중3쯤 이었거든요. 그때 또 일본문화 막 들어오면서 좋아하는 배우가 어떤 드라마에 나왔다 이러면 그 드라마 다 찾아서 보고 그러고 물론 가족들 다 있을 때는 TV 틀어놓고 보기도 했어요. 근데 다들 TV를 보고 저는 뒤에서 컴퓨터로 다른 거 보고 있고 (대학생이 되면서) 서울로 와서 집에 TV가 없으니까 다 컴퓨터로 보기 시작했고 ... 요새는 되게 재밌는 게 사실은 TV프로그램을 다운받으니까, 어디 안 사라지니까, 본방을 잘 안 봤거든요. 근데 이거 말하면서 생각이 난건 요새는 본방을 정말 많이 챙겨 봐요. 왜냐하면 본방을 놓치면 트위터에서 다 스포일러로 다 뜨는 거예요. (P3, 여, 26세, 사무직).

인터뷰 참여자들이 경험하는 텔레비전 시청 방식은 현재의 미디어 환경의 기술적 가능성을 어느 정도 반영하고 있다. 이들에게 텔레비전이란 용어는 물질적 외연을 넘어 보다 포괄적인 의미의 시청 상태를 지칭한다. 인터뷰 참여자 대부분(22명)이 주로 가정용 텔레비전 수상기를 방송 프로그램을 접하지만, 일부는 주로 스마트폰(3명), 데스크톱 컴퓨터(2명), 노트북(2명) 등의 기기를 통해 텔레비전 프로그램을 시청한다고 말한다. 이들은 또한 텔레비전 프로그램을 시청하기 위해 평균 세 종류의 미디어 기기를 활용하고 있다고 대답한다. 다시 말해, 가정용 텔레비전 수상기가 텔레비전을 시청하는 주된 수단이 된다 하더라도 스마트폰, 데스크톱 컴퓨터, 노트북 등의 화면 또한 텔레비전 프로그램을 보는 또 다른 경로가 되고 있다. 인터뷰 참여자인 P27(남, 23세, 학생)는 "직접 TV를 보면서 TV 시청하는 시간은 많이 줄었는데 다른 방식으로 TV를 보다 보니까 프로그램을 보는 시간은 많아졌다"고 말한다. 이 인터뷰에서 'TV'는 가정용 TV 수상기를 가리키는 동시에 텔레비전 프로그램을 의미하기도 하고 여러 미디어 단말기에 재매개된 TV를 가리키기도 한다. 다시 말해, 전통적으로 텔레비전 프로그램을 시청했던 수상기로서의 TV와 텔레비전 콘텐츠를 의미하는 TV라는 용어가 혼용되고 있는 가운데, 인지적, 경험적 차원에서 TV는 물리적인 TV 수상기로부터 벗어나 다양한 미디어 단말기를 통해 접할 수 있는 될 수 있는 미디어 내용이 되고 있다. 텔레비전 프로그램을 시청하는 경로가 확대되어 시청 경로로서의 기존 TV 수상기의 비중이 줄어들고, 스마트폰이나 컴퓨터가 텔레비전 화면의 역할을 수행하면서 텔레비전 시청은 특정 미디어 기기의 인터페이스를 넘어서 텔레비전 텍스트를 경험하는 포괄적인 의미의 보는 행위가 된다.

멀티미디어 네트워트 환경에서 텔레비전 시청 경로가 다변화되고 텔레비전 프로그램이 양적으로 팽창하며 다른 미디어 경험과 유연하게 연결되면서, 일상에서 텔레비전이란 용어가 지칭하는 경험의 범위가 확대된다. 과거의 텔레비전이 특정 장소에서 볼 수 있는 정주적 TV이고 방송사 채널이 제공하는 개별 콘텐츠나 편성 전략에 의해 구조화된 흐름의 TV였다면, 현재의 텔레비전은 이러한 개념을 넘어서 언제 어디서나 볼 수 있는 모바일 TV, 개인적으로 선호하는 프로그램 시청으로 구성되는 개인적 TV, 주의를 집중하면서 시청하는 1차적인 미디어, 다른 일을 하면서 사용하는 2차적인 미디어, 혹은 그냥 틀어놓은채 별다른 주의를 받지 못한 채 배경으로 남아있는 배경의 미디어, 다른 미디어 형식으로부터 하이퍼링크를 통해 손쉽게 접속 가능한 '연결된 TV', 소셜 미디어 이용이 함께 이루어지는 '소셜 TV', 프로그램의 일부로 구성된 비디오 클립으로 프로그램 시청을 대신하는 파편화된 TV, 일개 채널의 프로그램 흐름을 가로질러 돌아보면서 다채널의 '수퍼-흐름(super-flow)'을 경험할 수 있게 해주는 TV 등을 포괄하는 개념으로 확장된다. 한편에선 텔레비전 프로그램 채널이 늘어나고

프로그램을 매개하는 미디어 화면이 늘어나면서, 또 다른 한편에선 텔레비전 화면이 다양한 커뮤니케이션 미디어 형식에 접속하는 화면과 공존하면서, 텔레비전을 시청하는 행위는 단순히 텔레비전을 켜서 보는 행위가 아니라, 볼만한 텔레비전 화면을 검색하고 선택하는 행위, 다양한 미디어 화면과 함께 흘끔거리기도 하고 그냥 청각적 배경으로만 남겨두기도 하는 행위, 매개된 커뮤니케이션 활동과 함께 전개되는 행위 등 복합적인 성격을 갖게 된다.

2) 시공간 경험의 재구성

전통적인 방송 편성은 하루 일과의 성격을 반영하고, 정시에 제공되는 방송 프로그램 시청은 해당 시간대의 활동에 영향을 미쳤다. 일과의 흐름과 방송 편성의 흐름이 맞물려 시간대에 따른 시청 습관이 형성되고 이러한 시청 습관은 다시 해당 시간대의 경험을 구조화시킨 것이다. 그런데 현재의 미디어 환경은 이렇게 시간대에 따라 구조화된 시청 습관에 변화를 가져왔다. 인터뷰 참여자들은 방송사가 제공한 프로그램 흐름에서 벗어나 자신이 시청하는 프로그램 흐름을 만들고 시청 시간을 조작하며 시청 리듬이나 속도를 조절하는 능력을 가졌다. 방송 프로그램을 다운로드 받아 자신이 편하게 시청할 수 있는 시간대로 맞춰 시청하고, 프로그램 재생을 멈추고 되돌리고 좋아하는 부분을 반복 시청한다. 개인이 프로그램을 방송 편성의 순서에 따라 혹은 물리적 시간의 비가역적 흐름에 따라 순차적으로 시청하는 것이 아니라, 이런 순서와 시간 흐름에 통제력을 갖게 된다. "그 시간에 딴 거를 해도 나중에 다 볼 수"(P1, 남, 20세, 학생) 있다고 생각하고 "본방을 사수해야겠다는 삶을 버린 지"(P28, 여, 29세, 시간강사)라고 말하며 프로그램을 반드시 방송 시간에 실시간으로 봐야한다는 인식이 약해졌다. 또한 프로그램 시청이 방송 시간의 맥락에서 분리되고 미디어 기기의 조작을 통해 기기를 통해 자기편의적으로 이루어진다. 마치 인쇄문화의 개인주의적 독서 행위가 '부활'한 것처럼,[5] 몰아보기, 잠시 시청을 멈추기, 보고 싶은 부분을 찾아보기, 좋아하는 부분을 반복해서 보기, 재미없는 부분은 건너뛰고 시청하기 등이 이루어진다. 개인의 시청 시간을 조절하며 원하는 것을 본인의 방식대로 챙겨보면서 시청 경험에 대한 통제감을 갖게 된다.

> 예전에 TV 드라마를 보면 멈출 수는 없잖아요. 다른 일을 하고 싶어도. 그런데 다운받아 보면 잠깐 멈췄다가 전화를 해도 되고 인터넷을 검색해도 되고 아예 껐다가 아예 나중에 봐도 되고 그런 식으로 해서 다운받아서 보면, 그런 게 정말 좋은 것 같아요.(P26, 남, 23세, 학생)
>
> '짱구'랑 '코난'은 계속. '크리미널 마인드' 시즌7까지 나와서 1부터 쭉 해가지고 계속 봐요. ... 매일 매일 틀어서 봤던 거 또 보고. 저는 제가 좋아하는 부분은 무한 반복해야 돼요. ... 인터넷으로 다운받거나 컴퓨터 할 때 계속 돌려 보는 거죠. (P12, 여, 20세, 학생).

그런데 이러한 개별적 흐름에 있어 구조화된 편성의 흐름이 완전히 무시되는 것은 결코 아니다.

---

5) 매클루언(1988)은 '테트라드'라는 개념을 통해 새로운 미디어 환경이 갖는 효과 가운데 하나가 과거 미디어 문화와 실천을 '부활'시키는 것이라고 했다. 인터뷰 참여자들의 시청 행위를 보면, 개인이 손에 잡힌 책을 단숨에 읽어내고 좋아하는 페이지를 반복해서 읽거나 재미없는 부분은 빨리 넘어가는 독서 행위가 전이된 듯한, 미디어 콘텐츠에 대한 개인의 통제력을 살펴볼 수 있다.

방송 시간대에 실시간으로 시청하는 '본방 시청'이 지배적 시청 양식의 지위는 잃었지만, 그렇다고 모든 시청이 개인적 맥락에서 이루어지는 것은 아니다. 여전히 '본방 시청'이 이루어지고 있고, 더 나아가 이러한 행위에 새로운 의미가 부여된다. 개인이 프로그램 편성 시간에 맞춰 특정 프로그램을 시청한다는 것은 개인의 선호도에 따른 프로그램의 의식적 선택, 해당 프로그램의 적극적인 팬이라는 자기 정체성의 표현, 방송 시간에 시청하면서 프로그램에 대한 직접적이고 즉각적인 경험을 극대화하려는 노력, 실시간 시청 경험을 사회적으로 공유하면서 상호교류의 즐거움을 배가시키려는 의도 등의 의미가 복합적으로 내포되기 시작했다. 예를 들어, 인터뷰 참여자인 P10은 드라마 '해를 품을 달'이 너무 좋아서 본방으로 시청했는데, 이러한 본방 시청은 자신이 "광팬"이라는 정체성을 드러내는 행위일 뿐만 아니라 같은 팬인 친구와 감상을 공유하기 위한 조건이 된다. 또한 본방을 시청하지 않을 경우 주변 친구나 온라인 공간을 통해 프로그램 내용에 관한 스포일러에 쉽게 노출되어 프로그램 감상에 영향을 받기 때문에, 본방 시청을 통해 긴장감을 가지고 프로그램의 서사를 따라가며 주관적인 감상 상태를 유지할 수 있다. 이때 스마트폰은 선호 프로그램을 장소에 상관없이 제 시간에 챙겨볼 수 있게 도와주며 드라마에 대한 감정 이입을 유지시키는 도구 이자, 실시간으로 시청 경험 공유의 재미를 추구할 수 있게 해주는 역할을 한다.

> '해품달(해를 품은 달)' 같은 경우에는 제 친구랑 저랑 너무 좋아해가지고. 늦었어요. 집에 오는데 거의 10시 됐어요. 전철을 그때서부터 둘이 아무 말 안 하고 DMB로 계속 봤어요. 계속 보고 이제 거기서 약간 소름끼치는 장면이 있었어요. 밤길이라 무섭잖아요. 그런데도 그것 보고 소리 지르면서 계속 보고 비가 오는데 우산 들고 이러고 뛰고. 둘이서 서로 절대 말을 안 하고 갈 때도 "가라가라" 인사하고 집에 오니까 거의 끝날 때쯤이더라고요. ... 둘이 너무 광팬이고 보니까 둘이 보면서 (집에서 스마트폰 카카오톡으로) "야야, 김수현 키스한다. 키스한다" 이러고. (P10, 여, 22세, 학생)

텔레비전 시청이 조화된 방송 편성이나 일과의 흐름에서 탈구된 가역적 경험이 되고, 시청 시간에 대한 조작과 통제를 통해 개인화된 시청 흐름을 형성하게 된다. 언제든지 자기 편의에 따라 방송 프로그램을 다시보고 선택적으로 찾아볼 수 있게 됨에 따라 일회적인 사건이나 동시적 경험으로서의 텔레비전 시청의 의미는 많은 부분 탈색되고 실시간 시청의 역할과 의미의 전환이 이루어진다.

이러한 텔레비전과 연관된 시간 경험의 변화와 함께 공간 경험 또한 달라지고 있다. 전통적으로 텔레비전 시청은 거실이나 안방과 같이 온 가족이 같이 모이는 장소에서 이루어졌다면, 한 대 이상의 텔레비전 수상기를 가진 가정이 늘어나고 텔레비전 프로그램을 다양한 미디어를 통해 접할 수 있는 멀티스크린 환경이 되면서 특정 장소와 결부된 텔레비전 시청 공식이 깨지게 된다. 대부분의 인터뷰 참여자들은 과거에 한번쯤 자신이 보고 싶은 채널을 차지하기 위해 가족 구성원 간의 갈등을 경험한 적이 있다. "어릴 때는 리모컨 권한이 없으니까 어른들 볼 때 같이 보고"(P26, 남, 23, 학생), "저녁에는 무조건 아버지 차지시고 아버지가 사극 밖에 안 보셔서 싫어" 하거나(P11, 남, 20, 학생), "전 어렸을 때 거의 저희도 아빠 독점이었던"(P20, 여, 29, 학생) 등의 경험이 들려주듯이, 텔레비전 시청의 통제권이나 채널 선택권은 주로 가정 공간에서의 나이나 젠더에 따른 위계질서에 의해 결정되곤 했다. 그러나 텔레비전 프로그램을 볼 수 있는 화면이 점차 많아지면서 이러한 통제권이나 선택권을 둘러싼 갈등은 사라지게 된다. P9(남, 23세 학생)의 사례처럼, 가정에 텔레비전 수상기가 늘어나고 컴퓨터나

스마트폰을 이용하게 되면서 서로 다른 장소에서 서로 다른 미디어 기기로 각자 원하는 프로그램을 시청할 수 있게 됨에 따라 가족 간에 “TV 보는데 충돌”은 없어진다.

> 거실에 TV가한대 있었는데 안방에 TV가 하나 더 생겼을 때 시청 습관이 바뀌었어요. 그러니까 원래 거실에 TV가 한 대 있으면 가족들이다 모여있거나 아니면 방송국에서 편성을 되게 잘한다고 생각하는데, 사실 평일 같은 경우에는 편성된 것대로 보면 가족들끼리 충돌할 일이 없거든요. 왜냐면 아침에 아버지나 동생은 학교 가니까 엄마 시간대고, 만화같은 것은 제가 돌아오는 시간대고. ... 안방에 TV가 생기니까 그때부터 서로 갈라지기 시작한 거 같아요. 부모님은 보고 싶은 것을 안방에서 보고, 동생이랑 저는 저희가 보고 싶은 것을 보는 거죠. ... 케이블TV가 들어오니까 가족들이 나뉘는 게, 아버지는 골프, 동생은 게임, 저는 스포츠, 어머니는 ‘동물농장’ 이런 거 좋아하시니까. 이제 저희 같은 경우 컴퓨터가 각방에 들어오고 시스템이 되니까 충돌은 없는데, 가족들이 TV앞에 모이는 풍경이 주말 저녁에 빼고는 사라지는 거죠. 완전히 거기다 스마트폰까지 있으니까 “저거 보네” 해버리면 다 방에 들어가 버리니까. ... 콘텐츠가 다양하고 기기가 다양해지다 보니 각자 TV보는데 충돌이 없어서 그런 점(가족과 같이 모이지 못한다는 점)이 조금 아쉽기도 하죠. 아쉽기도 하지만 편하기도 한 게 사실이에요. (P9, 남, 23세 학생)

텔레비전 프로그램을 접할 수 있는 미디어 화면이 많아지면서, 텔레비전 시청을 위해 어떤 미디어 화면을 선택할지는 개인의 미디어 능력에 따르는 경향이 있다. 과거에 ‘어리기 때문에’ 텔레비전 시청에 대한 통제권을 갖지 못했던 이들이 다양한 미디어 화면을 익숙하게 접속할 수 있게 되면서 개인적으로 선호하는 프로그램을 소비할 수 있는 능력을 갖게 된다. TV가 거실에 한 대 있는데 자신과 아버지가 보고 싶어 하는 프로그램 시간이 겹치면 “아버지는 다운받아서 못 보시니까 제가 많이 다운받아서 보는 편”(P8, 여, 20세, 학생)이 라는 사례에서 보듯이, 인터뷰 참여자들은 집안의 규범적 위계질서가 아닌 개인의 미디어 이용 능력을 기반으로 텔레비전 시청을 위한 미디어 화면을 유연하게 선택한다. 또한 개인의 미디어 화면이 텔레비전 시청이 이루어지는 장소를 구축하기도 한다. 개인용 미디어 화면은 거실과 같은 공동의 장소에서 일종의 ‘가상 칸막이’를 만들어내어 함께 있는 장소에서 개인화된 시청을 경험할 수 있게 되고, 이와는 대조적으로 텔레비전 시청이 이루어지지 않았던 곳에 공동의 텔레비전 시청 공간을 만들어져 시청 경험을 물리적으로 공유하기도 한다. 예를 들어, 해외 스포츠 경기 프로그램을 좋아하는 P7(남, 23세, 학생)은 케이블 방송을 기다리기보다 학교에 “노트북을 가져가서 생방경기 같은 거 좋아하는 사람들끼리 보면서” 텔레비전 시청 공간을 일시적으로 만든다. 물리적 장소의 성격이 아닌 미디어 화면의 존재에 따라 개인적 혹은 집단적 텔레비전 시청 공간이 만들어질 수 있게 된다.

3) 사회적 장소로서의 텔레비전: 집단적 개인화와 개인적 집단화

전통적으로 저녁 시간대의 텔레비전 시청은 가족이 모이는 시간대에 이루어지고 가족이 거실의 텔레비전 수상기를 중심으로 함께 하는 사회적 행위였다면, 현재의 미디어 환경에서는 이러한 사회적 시청의 동학이 변화하고 있다. 앞서 살펴보았듯이 텔레비전 시청에 관한 개인의 통제력이 강화되고 개인이 선호하는 프로그램을 시공간에 상관없이 볼 수 있는 개인화된 시청이 이루어지고 있는데,

그렇다고 텔레비전 시청이 고독한 시청 행위로 변질되었다고 말할 수는 없다. 텔레비전은 여전히 물리적으로 사람들이 '모이는' 장소의 역할을 수행하고 있다. 인터뷰 참여자들은 개인용 미디어를 통해 각자가 선호하는 미디어 콘텐츠를 소비하고 있지만, 사회적 장소로서의 텔레비전의 의미가 사라지지 않았다고 말한다. 예를 들어, P16(여, 23세, 학생)은 "어렸을 때부터 항상 주말이나 평일 저녁에 다 같이 TV를 보는 게 일상" 이었는데 지금도 "가족끼리 화목해지고 가족끼리 대화를 많이 하는 시간이 TV 시청하는 시간인 것 같다"고 말한다. 텔레비전 시청은 여전히 가족들을 거실이나 안방에 모이게 하고 대화를 나눌 수 있는 기회를 제공한다. 이렇게 함께 모여 보는 텔레비전 시청이 한편으로는 텔레비전이 지배적인 가족 여가의 수단이었던 과거의 미디어 이용 관습이 '잔존'하는 것일 수 있지만, 인터뷰 참여자들의 경험을 살펴보면 이러한 '함께 시청함'이 과거와는 다른 의미를 내포하기 시작한다.

텔레비전 프로그램을 볼 수 있는 경로가 다양해지면서 물리적으로 함께 모여 텔레비전 시청한다는 것이 반드시 텔레비전 시청 경험을 공유하는 것을 의미하지는 않는다. 여전히 특정 프로그램 내용을 같이 보기 위해 가족 구성원들이 모이기는 하지만 내용의 공유보다는 물리적으로 가까이 하며 대화를 나눌 수 있는 기회를 갖는 것이 중요해진다. 텔레비전을 함께 보자는 제안은 물리적으로 함께 하기 위한 '초대'가 되고, 함께 시청함은 가족 구성원에 대한 '배려'의 의미를 가지며 가족의 연대감을 알아보는 리트머스 시험지 역할을 한다. 예를 들어, 아래 인용된 P23(여, 25세, 무직)에게 가족끼리 같이 시청하는 것은 자연스럽게 이루어지는 의례적인 행위가 아니라, 어머니나 할머니와 같은 웃어른들을 위한 의도적인 행위의 의미를 갖는다. 따라서 함께 시청하지 않으면 가족을 배려하는 마음이나 유대감을 의심받게 된다. 가족이 함께 시청하면서 갖게 되는 '물리적 근접성'은 가족 간의 연대와 소속감을 확인한다는 의의를 갖게 된다.

> 8시에 하는 드라마는 엄마랑 같이 봐요. 아빠도 원래는 드라마 되게 싫어하셨는데 엄마가 이제 갱년기 막 끝날 무렵이긴 하지만 좀 감정 변화가 되게 심하니까 아빠가 그냥 가족들이 같이 봐줘야 된다고, 눈치 봐야 된다고 해서. 여덟시 것 아홉시 것 '개그콘서트'까지는 같이 보는데, 토요일 열시나 일요일 열시는 그냥 제방 올라가거나 혼자 슬며시, 분위기 안 좋아도 이어폰 끼고서 들어도 되니까, 그렇게 보는 편이에요. … 할머니랑 몇 달을 같이 살았었거든요. … 저도 일부러 같이 보기는 하는데, 안 봐드리면 고모들한테 제 욕이 떠돌아다니고 그래요. (P23, 여, 25세, 무직)

그런데 텔레비전 시청을 위해 물리적으로 가까이 있다고 해서 함께 있는 이들이 동일한 미디어 공간을 접하고 있다고 말하기는 어렵다. 대부분의 참여자들이 자신의 손이 닿는 범위 내에 개인용 미디어를 가지고 있어 텔레비전으로 매개된 미디어 공간에서 쉽게 이탈하여 자신 만의 미디어 공간으로 미끄러져 들어갈 수 있다. P23은 "혼자 슬며시 분위기 안 좋아도 이어폰을 끼고서" 자신 만의 미디어 공간에 접속한다. 거실의 텔레비전이 가족이 모이는 사회적 장소로 남아있지만, 개인은 가족과 물리적으로 함께 하는 상태에서 벗어나지 않으면서 자신이 보고 싶은 프로그램을 보거나 가족과는 다른 미디어 경험을 하고 있다. 이렇게 함께 하면서도 개별적인 미디어 공간에 머물면서 물리적, 정신적 탈구를 전개하는 시청 경험의 '집단적인 개인화(collective individualization)'가 젊은 인터뷰 참여자들에게 종종 일어난다.

이와 함께 개인용 커뮤니케이션 미디어의 네트워크 연결성은 새로운 사회적 실천을 가능하게 한다. 거실에 가족과 함께 텔레비전을 시청하면서도 스마트폰 등을 통해 각종 소셜 미디어에 접속하면서 물리적으로 함께 하지 못하지만 동시간대 프로그램을 시청하는 친구들과 시청 경험을 공유할 수 있게 된다. 장소에 상관없이 친구들과 가상적으로 함께 하며 텔레비전 시청 경험을 공유하면서 일종의 '가상 소파'를 만들 수 있다. 이때 물리적 차원에서는 개인화된 시청이 이루어지는 것처럼 보이지만 개인용 커뮤니케이션 미디어를 통해 집단과 프로그램에 대한 정보를 나누거나 시청 경험을 공유하는 경험의 '개인적 집단화(individual collectivization)'가 전개될 수있다. 텔레비전과 시청과 함께 카카오톡과 같은 모바일 메신저나 SNS 이용이 이루어지면서 텔레비전 시청은 "온전히 보기"에서 매개된 사회적 상호작용을 "하면서 보는" 행위가 된다. 소셜 미디어 경험이 텔레비전 시청 경험의 일부를 구성하면서 텔레비전 시청 경험은 좀 더 상호작용적인 성격을 갖게 되고 사회적 교류를 촉진하는 매질이 되고 있다.

> 저희는 티비 볼 때 단체 카톡방 열어서 실시간으로 중계하면서 봐요. 스마트폰 생기고 나서는 단체 카톡처럼 열어서 '슈퍼스타K' 결승 할 때도 동기 여자애들 다 초대해서. ... 쫌 습관된 것 같아요. 지금도 드라마 볼 때 '너 공유 봤냐' 하고 '공유 어깨 완전 넓어' 막 이런 거. 계속 그냥 온전히 안보고 그런 거 하면서 보는 게 습관이 든 것 같아요. (P16, 여, 23세, 학생)

또한 물리적으로 함께하는 주변 사람들에서부터 네트워크로 연결된 온라인 공동체나 소셜 미디어 친구에 이르기까지 다양한 범주의 사람들이 개인의 시청 경험을 공유하는 대상이 될 뿐 아니라 프로그램과 관련된 정보를 제공하는 메타 정보원으로서 개인화된 시청의 보이지 않는 맥락을 구성한다. 인터뷰 참여자들은 자신이 보는 프로그램을 선택하고 개인적 프로그램 흐름을 만들어나가는데 있어 다양한 경로로 얻게 된 정보에 의존한다. 방송사나 온라인 사이트가 제공하는 정보나 프로그램과 관련한 실시간 검색어나 추천 댓글이 많은 뉴스에서부터 온라인 공동체, 블로그, SNS, 메신저 등으로 연결된 사람들이 제공하는 경험적 지식에 이르기까지 텔레비전 프로그램에 관한 여러 정보는 개인이 텔레비전 프로그램에 관한 관심과 시청해보고자 하는 욕구를 갖게 하는 중요한 근거가 되고 있다. 특히 일반 대중의 실시간 인터넷 검색에서부터 비슷한 취향의 온라인 동호회 회원이나 소셜 미디어 친구들의 관심이나 평가가 개인이 보는 프로그램을 선택적으로 시청하고 즐겨 보는 주요 맥락이 되고 있다. 예를 들어, 소셜 미디어 친구와의 교류를 주요 시청 경험으로 이야기하는 P20(여, 29세, 학생)은 다른 사람들의 반응이나 추천을 참조하면서 개인적이면서도 집단적인 시청을 유지한다. 다시 말해, 자신이 선호하는 프로그램을 자기편의적으로 소비하는 개인화 시청이 이루어지고 있지만, 네트워크로 연결된 다양한 범주의 사람들과의 직접적 혹은 간접적으로 관심을 공유하고 사회적 상호작용을 추구하는 사회적 시청 또한 주요 텔레비전 시청 경험이 되고 있다. 따라서 개인의 텔레비전 시청은 미디어로 연결된 사람들과 정서적 교감을 나누거나 사회적 상호작용을 해나가는 매질이 될 수 있다.

> 제가 트위터에서 취향이 약간 비슷한 사람이랑 친해지게 되니까 대화하다 한 꼭지가 딱 나오면 그걸 제가 덥석 무는 거예요 어떤 이가 "좋아할 만한 드라마야" 이런 식으로 얘기하면 그거에 대해서 찾아보고 "아, 이거 괜찮다" 하고 ... 서로에 대한 취향을 아니까 너한테 뭐 이거 추천해줄게 이런 식으로 내가 힘들어하면

"너 지금 힘든 상황이니까 이런 거 보면 너 좋을 거 같아" 이런 식으로 얘기하고 그거 찾아보는 편인 거 같아요.(P20, 여, 29세, 학생)

이러한 사회적 시청에 있어 늘 연결되어 있는 네트워크 공간은 텔레비전에 관한 대화와 성찰을 할 수 있도록 도와준다. 이 때 네트워크를 통해 연결된 '친구'는 개인이 특정 프로그램을 시청하는 맥락에 영향을 미치기도 하고 프로그램에 대한 공감을 나누고 사회적 교류를 해나가는 친화의 대상이 되기도 한다. 이러한 네트워크 친구와의 관계가 "약간 휘발적 관계"(P5, 29세, 사무직), "소모적인 습자지 관계"(P4, 29세, 사무직)라고 스스로 인식하면서도, 이들과 시청 경험을 공유하면서 즉각적이고 강렬한 친근감을 경험할 수 있다. 또한 네트워크 공간은 자신의 사적 소비의 양상을 이야기하고 공유할 수 있게 해주면서 개인적 취향의 텔레비전 소비와 이에 대한 성찰을 심화시킬 수 있다. 특히 네트워크 공간은 비슷한 대중 문화적 취향을 가진 사람을 쉽게 찾아주고 연결해주지만 모든 사람이 모든 사람의 사적 취향을 엿볼 수 있는 '참여적 감시'의 공간이기도 해서, 하위문화적 성격의 프로그램 선호도나 시청 태도를 공유하고자 할 때에는 타인의 시선을 의식한 자기 검열과 성찰이 이루어지기도 한다. 예를 들어, 특정 연예인과 드라마를 좋아하는 P21(여, 26세, 학생)의 사회적 시청은 매우 성찰적으로 이루어지는데, 이러한 성찰적 행위에는 여러 개의 SNS 계정을 운영하며 시청 경험을 공유할 대상을 선별하고 관리한다거나, 공유 대상에 따라 자기 경험의 노출이나 표현 방식을 조절하고, 자신의 취향 때문에 사회적 낙인이 찍히지 않기 위한 이미지를 관리하며, 자신의 의견에 대한 타인의 수용 정도를 미리 가늠하고 자신의 반응을 조절해나가는 등의 행위가 포함된다. 네트워크 공간에서는 다양한 물리적 혹은 가상적 집단에 통용하는 경험을 인지하며 텔레비전에 대한 공동의 경험을 만들 수 있다. 개인용 미디어의 발달로 물리적으로 함께 있으면서도 개별적인 시청이 이루어지는 시청의 개인화가 심화되고 있지만, 네트워크 환경은 집단적 공동 경험의 장소로서의 텔레비전의 위치가 유지되는데 일조할 수 있다. 그런데 시청을 함께하고 경험을 공유하는 대상이 물리적으로 함께 하는 사람들을 넘어 눈에 보이지 않는 '네트워크 친구'에까지 확대되면서, 사회적 시청이 보다 역동적으로 이루어지고, 네트워크로 연결된 다양한 범주의 사람들의 반응에 보다 민감한 시청 경험이 만들어진다.

4) 텔레비전의 의미

디지털 미디어 환경에서 올드 미디어로서의 텔레비전이 가졌던 지배적 의미는 변화하고 있다. 텔레비전이 개인이 접할 수 있는 소수의 미디어 중 하나였던 과거와 달리, 텔레비전과 개인의 관계 혹은 개인이 경험하는 텔레비전의 의미가 변화하고 있다. 20대인 인터뷰 참여자들은 어린 시절 지상파 텔레비전 중심의 미디어 환경을 경험했으나, 성장하면서 컴퓨터, 인터넷, 휴대전화, 노트북, 스마트폰 등 다양한 미디어 기기를 수용하고 일상적으로 이용하게 된다. 텔레비전은 다양한 기기와 형식으로 접할 수 있는 여러 미디어 가운데 하나가 되고, 텔레비전 시청은 더 이상 텔레비전 수상기의 화면에 국한되지 않고 다양한 미디어 형식의 소비와 연결된 복합적 커뮤니케이션 과정의 일부로 전개된다. 인터뷰 참여자들이 기억하는 과거 어린 시절의 텔레비전은 방송이 갖는 일회성, 미디어로서의 희소성, 하루 일과를 구성하는 일상성 등의 성격을 가지며 미디어 경험의 중심축을 형성하였다. 이때의 텔레비전은 "무슨 매체 이런 게 아니라, 그거 꼭 봐야 돼 하면서 진짜 막 우러러보는" 대상(P22, 여, 25세,

전문직), “컴퓨터가 없고 스마트폰도 없었으니까 TV 보는 게 진짜 하루 일과”(P1, 남, 20세, 학생), “하루를 집에서 마무리 하는 시간”(P15, 여, 26세, 사무직), “또래 친구와 ‘너 이거 봤어’라고 이야기하는 대상”(P13, 여, 23세, 사무직), “가족을 웃게 하는” 미디어(P27, 남, 23세, 학생)로 이야기 된다. 그러나 “과거에는 TV가 되게 중심적인 장치라면 지금은 주변 장치”(P24, 남, 22세, 학생)가 되고 “여유시간을 대체할 수 있는 것들 생기면서 TV에 대한 의존도나 흥미가 내려”(P17, 여, 20세, 학생)가기 시작했다. 인터뷰 대상자에게 어린 시절 텔레비전은 오락과 휴식의 수단, 또래 놀이 문화의 주요 참조 대상, 일상적 하루 일과의 일부, 세대를 아우르며 즐기는 미디어 등으로 기억된다. 하지만 현재 텔레비전은 다른 의미를 갖는다. 이들이 일상생활에서 손쉽게 접하는 미디어기기가 주로 스마트폰이나 컴퓨터이다 보니 미디어 경험의 주축이나 필수적인 기기로서의 텔레비전의 의미는 어느 정도 퇴색하게 된다.

> 과거에는 TV가 되게 중심적인 장치라면 지금은 주변 장치가 된, 가족끼리도 그냥 막 굳이 TV를 보고 이야기를 안 해도 컴퓨터로 보고도 얘기를 할 수 있고, TV를 보면서 웃고 하던 이런 게 컴퓨터 하는 걸로도 재밌는 거 보면 되는 것 같고. 대학교 1학년 때까지만 해도 자취하는 친구네 가서 TV가 없다고 하면 “그래도 TV 정도는 있어야 되지 않냐” 했는데, 요즘에는 “그래, 없어도 인터넷으로 보거나 하면 되지” 이렇게 저부터 인식이 달라진 것 같고. 과거에는 사람들끼리 연결시켜 줄 수 있는 꼭 필요한 거였는데 요즘에는 굳이 없어도 있지 않아도 사는데 지장이 없어요. (P24, 남, 22세, 학생)

그런데 지배적인 미디어로서의 텔레비전의 가치가 줄어들었다고 해서 텔레비전 이용 시간이 줄거나 미디어로서의 영향력이 사라졌다고 말하기는 어렵다. 인터뷰 참여자들에게 텔레비전은 여전히 “자기 시간을 많이 쏟는” 미디어 소비의 대상(P8, 여, 20세, 학생), “항상 배경으로 깔려있고 없으면 아쉽고 또 필요할 때는 찾을 수 있는 오래된 친구(P7, 23세, 학생), “습관적으로 켜놓는” 친구 같은 존재(P22, 여, 25세, 전문직), “가장 편한 상태에서 아무것도 안 하고 그냥 눈으로만 볼 수 있는 휴식 개념”(P26, 남, 23세, 학생), “격하게 빠져들어 나를 보는 나의 현실”(P14, 23세, 사무직), “아직까지 가족 네 명이 모여 앉아서 볼 수 있는” 유일한 미디어(P7, 남, 23세, 학생), “인터넷 같은걸 많이 해도 사실 많은 대화 주제를 생성”하는 미디어(P6, 남, 24세, 학생)로 ‘잔존’하고 있다. 인터뷰 대상자들의 주의를 끄는 미디어 활동이 다양해지고 텔레비전에 대한 가시적인 의존도나 집중도가 상대적으로 낮아졌지만, 텔레비전은 여전히 재미나 이야기 거리의 제공자로서, 편하게 쉬면서 이용할 수 있는 휴식처로서, 감정 이입을 하며 몰입해서 보는 또 다른 현실 세계로서, 가족 유대의 매개자로서, 혹은 집단적 공동 감각의 생산자로서 경험되고 있다. 또 오래된 미디어 이용의 습관으로 텔레비전 시청이 이루어지면서 일상의 물리적 배경으로 의미를 갖기도 한다. “항상 집에 가면 TV가 틀어져있고, 누구든 들어오면 TV 제일 먼저 켜는”(P4, 여, 29세, 사무직), “집에 나 들어왔다 표시가 되는”(P23, 25세. 무직), 혹은 “누군가 있는 느낌을 나게 해주는”(P29, 남, 29세, 무직) 텔레비전은 일종의 익숙한 생활 소음이자 사람의 존재감이나 안정감을 느끼게 해주는 ‘소리’의 의미를 갖기도 한다.

트랜스 미디어 환경에서 텔레비전은 다양한 미디어 형식 가운데 하나로서, 과거 지배적 미디어였을 때와 같은 위상을 갖고 있지는 않다. 그러나 옹이 말한 대로, 트랜스 미디어 환경이 도래했다고 기존의 지배적인 미디어로서 누렸던 텔레비전의 영향력이 사라지고 있다고 말하기도 어렵다. 사라진다기보다는 그 의미와 적절성이 재구성된다고 봐야할 것이다. 이용자들의 시선을 끄는 미디어가 많아지면서

텔레비전에 대한 관심이 상대적으로 낮아질 수 있지만, 텔레비전은 여전히 화제 거리의 제공자, 편안한 휴식처, 가족 유대의 매개자, 집단적 공동 감각의 생산자, 일상의 익숙한 생활 소음이나 배경으로 습관적으로 켜놓는 "공기" 같은 존재가 되고 있다. 또한 여전히 공동 감각을 경험할 수 있는 미디어로서의 의미를 갖는다. 과거 지상파 방송 시절과 달리 서로가 즐겨 보는 프로그램 대상이 많은 부분 이질화되었지만, 네트워크 공간의 연결성을 통해 대중적이고 동질적인 시청 경험이나 하위 문화적이고 이질적인 시청 경험을 공유할 수 있는 다양한 경로가 마련되면서, 텔레비전은 다양한 수준의 공동 감각을 느끼게 해주는 미디어로서의 의미를 여전히 갖는다.

5. 맺음말

인터뷰 참여자들이 경험했던 텔레비전 이용의 역사는 미디어 환경 변화를 되돌아 볼 수 있게 해준다. 이들의 경험담은 미디어 기술 변화가 일상의 삶 속에 들어와 텔레비전과의 관계 혹은 의미가 어떻게 재구성되었는지를 살펴볼 수 있게 하고, 올드미디어로서의 텔레비전이 가졌던 '적절성과 의미'가 변화하고 있음을 보여준다. 이 연구는 20대들의 심층인터뷰 조사를 통해 트랜스 미디어 환경이 텔레비전 시청의 새로운 조건이 되고 있을 때 시청 경험이 어떻게 이루어지는지를 구체적으로 드러내고 기술해보고자 했다. 연구가 새로운 미디어의 수용과 이용에 보다 적극적인 20대의 사례를 중심으로 진행되었기 때문에, 이러한 사례를 다른 세대의 경험으로 일반화시키거나 현재의 텔레비전 이용 문화의 보편적 특징이라고 말하기는 어렵다. 하지만 이들의 인터뷰 내용은 일상에서의 미디어 이용이 변화하고 있는 현재의 순간에 관한 "스냅샷" 혹은 "순간의 역사"(instant history)(Evans, 2011, p.79)의 일부를 보여주는 것으로서, 새로운 미디어의 이용 확산으로 재구성된 미디어 환경 속에서의 시청 경험을 이해해볼 수 있게 해준다. 이들의 사례는 텔레비전 시청 경로가 다변화되고 소셜 미디어 이용과 연결되면서 텔레비전 시청 개념이 확장되고 있음을 시사한다. 물리적, 상징적 '모이는' 장소로서의 텔레비전의 의미가 여전히 '잔존'하지만, '집단적인 개인화'와 '개인적 집단화' 라는 다양한 층위의 시청 경험이 만들어지고 있음을 보여주고 있다.

멀린(Merrin, 2008, p.24)은 전통적 미디어와 디지털 미디어 사이의 구분이 불가능한 트랜스 미디어 환경에서의 프로그램 시청은 여타의 미디어 활동과 연결되어 있어 하나의 독립적인 행위단위로 정의하기 어렵고 따라서 텔레비전 보기를 "시청하기"가 아닌 "하기"로 이해할 필요가 있다고 주장한다. 미디어 이용 '하기' 경험의 일부를 구성하는 텔레비전은 공동 감각을 경험할 수 있는 미디어로서의 의미를 여전히 가지며, 특히 네트워크 공간 안에서는 사람들을 묶어주는 감정 공유와 친교의 매개체가 될 수 있게 된다. 과거 지상파 방송 시절과 달리 서로가 즐겨 보는 프로그램 대상이 많은 부분 이질화되었지만 네트워크 공간의 연결성을 통해 대중적이고 동질적인 시청 경험이나 하위 문화적이고 이질적인 시청 경험 모두 다양한 경로로 공유될 수 있다. 그리고 이렇게 '모이는 장소'로서의 텔레비전이 네트워크 공간의 커뮤니케이션 맥락 안이 놓이면서 다양한 범주의 해석의 맥락이 즉각적으로 구축될 수 있다. 네트워크를 통해 텔레비전 콘텐츠를 탈맥락화하고 재맥락화 하는 다양한 사회적 교류가 끊임없이 이루어지고, 이에 따라 다양한 수준의 즉각적 의견과 느낌의 공명이 시시각각 형성될 수 있다.

이 연구는 새로운 미디어 환경 속에서 재구성되는 텔레비전 시청 경험의 의미를 미시적인 차원에서

기술하면서, 현재의 텔레비전 경험이 과거의 텔레비전 경험의 연장선상에서 새롭게 재구성되고 있음을 이해해보고자 했다. 하지만 기술 과정에 있어 인터뷰 참여자들 간의 차이, 예를 들어, 생애주기에 있어 서로 다른 위치에 있는 20대 전반과 후반, 학생과 직장인, 남자와 여자, 가족 거주자와 1인 거주자 등의 경험의 차이에 대해 미처 담아내지 못했다. 개인적 삶의 맥락이나 조건이 미디어 경험과 접합되면서 어떠한 일상 문화와 의식이 만들어지는지의 문제는 우리 사회를 이해하고 진단하는 중요한 연구 과제라고 생각된다. 또한 트랜스 미디어 이용이 확산되면서 사례에서 살펴본 20대들의 경험이 전 연령대에 보편적으로 나타날 수 있는지의 문제도 여전히 주목할 필요가 있다. 더 나아가 미디어로 매개된 집단 연대와 공동 감각이 새로운 담론과 사회적 질서를 만들 수 있는지, 이러한 담론의 형성에 있어 텔레비전은 어떠한 역할을 하는지, 미디어 이용의 개인화 혹은 선택권과 통제력의 강화가 과연 보다 자율적이고 창의적인 미디어 경험을 만들 수 있는지, 이러한 커뮤니케이션 실천이 구체적으로 어떠한 미디어 문화 현상을 만들 수 있는지 등에 대한 연구가 구체적으로 전개될 필요가 있다. 이러한 연구는 후속 과제로 남겨놓고자 한다.

▌참고문헌

김은미 · 이혜미 (2011). 컨버전스 환경에서의 방송콘텐츠 이용 행위에 관하여－온라인 시청연계 행위는 존재하는가? 「한국방송학보」, 25권 4호, 39～81.

박현주 (2008). DMB의 이용과 그 사회문화적 함의에 대한 이해－미디어 이용행태의 변화와 일상문화의 미시적 구성방식의 변화를 중심으로 「언론과학연구」, 8권 1호, 121～160.

이동후 (2010). 제3구술성－'뉴 뉴미디어' 시대 말의 현존 및 이용 양식. 「언론정보연구」, 47권 1호, 43～76.

임정수 (2010). 텔레비전을 떠난 지상파 콘텐츠수용자 선택과 이용을 중심으로. 「언론정보연구」, 47권 2호, 74～99.

임종수 (2005). u-Broadcasting의 출현과 방송 소비문화 가족 텔레비전과의 관계를 중심으로. 「언론과사회」, 13권 4호, 66～109.

임종수 (2006). 방송 미디어와 근대적 시간의 구조화에 관한 연구. 「언론과사회」, 14권 3호, 4～34.

Adams, P. (1992). Television as gathering place. *Annals of the Association of American Geographers 82(1)*, 117～135.

Boase, J. (2008). Personal networks and personal communication. *Information, Communication & Society 11(4)*, 490～508.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: The MIT Press. 이재현 역. (2006). 「재매개」. 서울: 커뮤니케이션북스.

Buonanno, M. (2008). *The age of television: Experiences and theories*. Chicago: Intellect Books.

Chamberlain, D. (2011). Media interfaces, networked mediated spaces, and the mass customization of everyday space. In M. Kackman, M. Binfield, M. T. Payne, A. Perlman & B. Sebok (Eds.), *Flow TV: Television in the age of media convergence* (pp. 13～29). New York: Routledge.

Deuze, M., Blank,P., & Speers, L. (2012). A life as lived in media. *Digital Humanities Quarterly 6(1)*.

Evans, E. (2011). *Transmedia television: Audiences, new media, and daily life*. London: Routledge.

Farrell, T. (2000). *Walter Ong's contributions to cultural Studies: The phenomenology of the word and I-Thou communication.* Cresshill, NJ: Hampton Press,

Gronbeck, B. E. (1991). The rhetorical studies tradition and Walter J. Ong: Oral-literacy theories of mediation, culture, and consciousness. In B. E. Gronbeck, T. J. Farrell, & P. A. Soukup (Eds.), *Media, consciousness*

and culture: Explorations of Walter Ong's thought (pp. 5～24). Newbury Park, CA: Sage.

Heeter, C., & Greenberg, S. (1988). *Cableviewing.* Norwood, NJ: Ablex.

Jensen, K. B. (1994). Reception as flow: The 'new television viewer' revisited. *Cultural Studies, 8(2)*, 293～305.

Jenkins, J. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide.* New York: New York University.

Livingstone, S. (1999). New media, new audiences? *New Media & Society, 1(1)*, 59～66.

Licoppe, C. (2004). 'Connected' presence: The emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape, *Environment and Planning D: Society and Space, 22*, 135～156.

Lull, J. (1990). *Inside family viewing: Ethnographic research on television's audiences.* London: Routledge.

Lotz, A. (2007). *The television will be revolutionized.* New York, NY: New York University Press.

Marshall, D. (2009). Screens: Television's dispersed "broadcast." In G. Turner & J. Tay (Eds.), *Television studies after TV: Understanding television in the post-broadcast era* (pp. 41～50). London: Routledge.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man.* New York: McGraw Hill. 김상호 역. (2011). 「미디어의 이해」. 서울: 커뮤니케이션북스.

McLuhan, M., & McLuhan, E. (1988). *Laws of media: The new science.* Toronto, Canada: University of Toronto Press.

Merrin, W. (2009). Media Studies 2.0: Upgrading and open-sourcing the discipline *Interactions: Studies in Communication and Culture, 1(1)*, 17～34.

Moores, S. (2004). The doubling of place: electronic media, time-space arrangements and social relationships. In N. Couldry and A. McCarthy (Eds.), *Mediaspace: Place, scale and culture in a media age* (pp. 21-36). London: Routledge.

Morley, D. (1986). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Comedia.

Ong, W. J. (1967). *The presence of the word: Some prolegomena for cultural and religious history*. New Haven, CT: Yale University Press.

Ong, W. J. (1977). *Interfaces of the word: Studies in the evolution of consciousness and culture*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Ong, W. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word. Methuen*, London. 이기우・임명진 역 (1996). 「구술문화와 문자문화」. 서울: 문예출판사.

Ong, W. (2002). Oral residue in Tudor prose style. In F. Thomas & P. Soukup (Eds.), *An Ong reader: Challenges for further inquiry* (pp. 313～329). Cresskill, NJ: Hampton Press.

Proulx, M., & Shepatin, S. (2012). *Social TV: How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile.* Hoboken, NJ: Wiley.

Scannel, P. (1996) *Radio, television and modern life: A phenomenological approach.* Oxford: Blackwell.

Uricchio, W. (2004). Television's next generation: Technology/interface culture/flow. In L. Spigel & J. Olsson (Eds.), *Television after TV: Essays on a medium in transition* (pp. 163～182). London: Duke University Press.

Wellman, B. (2001). Physical place and cyber-place: The rise of networked individualism. *International Journal for Urban and Regional Research, 25*, 227～252.

Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy.* Albany: State University of New York Press. 신경림 역 (2000). 「체험 연구: 해석학적 현상학의 인간과학 연구방법론」. 서울: 현문사.

Varnelis, K. (Ed.). (2008). *Networked publics.* Cambridge, MA: MIT Press.

Williams, R. (1974). *Television: Technology and cultural form.* NY: Schocken Books.

(투고일자: 2012. 9. 2, 수정일자: 2012. 10. 19, 게재확정일자: 2012. 10. 27)

ABSTRACT

Television Viewing in the Post-TV Era: An In-depth Interview Study of Young People's Television Experiences

Dong-Hoo Lee*

Over the last ten years, media convergence and multiple platform expansion have affected the ways that people watch conventional television. In the post-TV era, the growing use of the Internet and mobile multi-media devices, such as smart phones, as well as the availability of abundant television content, allows television consumption to be more personalized, diversified, and linked with various media activities, especially social media uses. This study attempts to examine how television viewing experiences have been transformed with the development of the trans-media uses. Based on Walter J. Ong's concept of *relation-ism*, which posits that new media transform the meanings and relevance of old media rather than making old media obsolete, this study will pay particular attention to how the cultural meanings of television viewing have been redefined in the post-TV era. For the examination, this study has looked at concrete cases of the television viewing experiences of 29 young people in their twenties. Based on in-depth interview data, this study discusses the newly emerging characteristics of television viewing, its temporal and spatial experiences, and the significance of television as a medium and as a *social place*.

Keywords: Post-TV Era, Television, Individualized Viewing, Social Viewing, In-depth Interview Study

* Professor, Dept. of Mass Communication, University of Incheon