

디지털 매체 언어와 소통

구현정

상명대학교 한국어문학과 교수

1. 들머리 - 무엇이 문제인가?

최근 뉴스에는 철통 보안을 자랑하던 ‘텔레그램(Telegram)’이 해킹을 당하고, 16세의 프랑스 소녀가 ‘텔레그램’을 이용해서 테러를 선동했다는 소식들이 보도되었다. ‘텔레그램’은 2013년 8월에 출시된 무료 메신저 프로그램이다. 지금은 언론에서 ‘카카오톡(Kakao Talk)’이나 ‘스냅챗(Snapchat)’, ‘텔레그램’을 주석 없이 일상어처럼 쓰고 있지만, 2010년 이전에는 존재조차 하지 않던 말이었다는 것을 생각하면 매체 변화의 속도가 얼마나 빠른지 실감할 수 있다.

2009년 말 ‘아이폰(iPhone)’이 도입될 때만 해도 스마트폰은 소수 특정 집단만 사용할 것으로 생각했지만, 지금 우리나라는 전 세계에서 스마트폰 보급률이 가장 높은 나라이다. 미국 시장 조사 업체 ‘퓨 리서치(Pew research center)’에 따르면 2015년 기준 우리나라 전체 인구의 94%가 인터넷을 사용하고 있고, 88%가량이 스마트폰을 소유하고 있어 세계에서 가장 높은 비율로 나타났다.¹⁾ 지하철, 버스, 카페, 병원, 심지어 길거리에서도 사람들의

1) <http://www.pewglobal.org/2016/02/22/smartphone-ownership-and-internet-usage-continues-to-climb-in-emerging-economies/>

시선은 스마트폰에 고정되어 있고, 친구나 동료, 가족, 심지어는 연인과 함께 있을 때도 스마트폰에 집착하고 있다. 이 정도면 거의 중독 수준이고, 이른바 ‘디지털 디톡스’²⁾라는 것이 상품화될 만한 상황이다.

“하루에 적어도 한 시간은 모니터에서 눈을 떼고 사랑하는 사람과 눈을 맞추세요. 그리고 생각하게 해 주는 친구, 웃게 해 주는 가족과 진짜 대화(real conversation)를 나누세요.”

이 말은 구글의 에릭 슈밋(Eric Schmidt) 회장이 2012년 5월 보스턴대학 졸업식에서 한 축사의 한 부분이다. 정보 기술의 핵심에 있는 기업의 회장이 한 말이기 때문에 더욱 의미심장하게 다가온다. 우리에게 중요한 것은 누리소통망에서 친구 수가 몇 명인지가 아니라 진짜 우정이라는 것이다. 그는 우리가 모니터로부터 벗어나야 하는 이유를 ‘마음(heart)’에서 찾았다. 컴퓨터는 기억 장치(memory)와 속도(speed)를 가지고 있지만 ‘마음’이 없는데, 기술적으로 촘촘히 연결된 세상에서 궁극적인 성공의 요소는 바로 사람이라면 누구나 가지고 있는 ‘마음’이기 때문이라는 것이다. 이 말은 매체가 변화하는 상황에서 소통하기 위해 우리에게 진정으로 필요한 것이 무엇인지를 말해 준다.

1982년 무선 호출기가 출시된 이래로 정보 통신 기술은 꾸준히 문제점과 결함을 보완하며 기술적 진화 과정을 거쳐 최첨단의 기기들을 지속적으로 내놓고 있다. 이에 따라 이전 매체 환경의 변화에 적응하기도 전에 다시 더 새로운 매체가 생겨나고 확산되는 속도도 빠르다. 그러나 이 기술을 누리는 사람들은 시행착오를 겪으며 사용 방법을 수정해 본 경험도 없고,

2) ‘디지털 디톡스’는 ‘디지털(digital)’에 ‘독을 해소하다’라는 뜻의 ‘디톡스(detox)’가 결합된 용어로, 디지털 중독에 빠진 현대인들의 심신 치유를 위해 디지털 기기의 사용을 중단하고 휴식하는 처방 요법을 말하며, ‘디지털 단식’ 또는 ‘디지털 금식’이라고도 한다. 연합뉴스 동북아센터 월간 《마이더스》 2016년 8월 호에서는 “디지털, 이제 피곤해! 디톡스 상품 인기”라는 기사에서 스마트폰 사용자의 15%가 디지털 중독이라고 하였다.

문제점이나 결함을 보완하는 어떠한 과정도 거치지 않았다. 기술의 진화와 무관하게 사람들, 특히 청소년들은 내면적 진화의 과정도 겪지 않고 가장 진화된 기술의 산물을 향유하고 있다. 사람들이 새로운 매체를 선택하는 조건은 단지 경제력일 뿐이다. 새로운 기기는 작동을 위한 매뉴얼만 제시하고 있을 뿐, 사회를 건강하게 유지하기 위한 윤리적 매뉴얼이나 언어 사용을 위한 매뉴얼은 제시하지 못하고 있다. 이러한 상황에서 ‘트위터(Twitter)’에 한국어로 만들어지는 트윗은 하루에 최소 500만 건에 이르고, 네이버 블로그에는 하루 최소 50만 건의 블로그가 생성되고 있다(이기황, 2016:19).

이 글에서는 이른바 ‘언어 혁명’, ‘미디어 빅뱅’이라 불리는 상황에서 매체들이 변화해 가는 지향점을 기술이 아닌 인간 중심의 관점에서 보고, 매체 변화의 과정을 살펴보고자 한다. 이를 위해 먼저 매체와 매체 언어를 어떻게 정의할 것인지 생각해 보고, 매체가 발달하는 과정을 슈미트의 용어인 ‘기억 장치’와 ‘속도’, ‘마음’이라는 핵심어들을 중심으로 고찰해 보며, 인류의 문화와 인간관계를 풍부하게 해 준 매체의 장점들을 찾아내고, 그것들을 기반으로 현재 인터넷 기반 매체 환경에서 바람직한 소통의 방법을 모색하고자 한다.

2. 매체와 매체 언어

인간관계에서 소통은 가장 본질적이고 근원적인 것이다. 소통을 통해서로 교류하고, 공감하고, 협력하며 사회를 만들어 가기 때문이다. 인간은 이러한 소통을 위해 여러 종류의 매체들을 사용한다. 이러한 매체들을 이용해서 수신자에게 의미를 전달하는 데에 사용되는 언어가 매체 언어이다. 따라서 매체를 어떻게 정의하느냐에 따라 매체 언어의 범주가 달라질 수 있을 것이다.

넓은 의미에서 매체는 송신자와 수신자 사이에서 정보를 전달하는 수단

이나 매개물을 말하며 인류의 의사소통에 사용된 모든 도구와 수단들이다. 즉 인류 최초의 의사소통 매체인 ‘말’에서 텔레비전과 컴퓨터, 스마트폰에 이르기까지 문명의 변화 추이에 따라 달라진 의사소통의 양태 모두가 매체다. 웅(Ong, 1982)은 매체는 인류의 문명과 함께한 것이며, 지금부터 삼만 년 전부터 오만 년 전으로 거슬러 올라가는 구술 문화와 육천 년 전 문자의 탄생으로부터 시작되는 필사 문화, 인쇄 문화를 포괄하여 인간과 환경 사이의 의미 작용에 관여하고, 의사소통 메시지를 전달하는 모든 수단과 환경이 매체라고 하였다.

좁은 의미에서 매체는 텔레비전, 라디오, 신문처럼 뉴스와 정보 등을 다수의 사람들로 하여금 즐기게 하고 전파하는 대중 매체, 즉 미디어(mass media)의 번역어(김대행, 1998:7)로 사용된다. 의사소통 양식은 사람들 사이의 관계 형성과 유지를 담당하는 대인 의사소통, 정보의 대량 전달과 전파를 담당하는 대중 의사소통으로 나눌 수 있다. 메시지 전달의 범위가 일대일의 관계에서 일대다의 대중으로 확장되었다는 것은 매체에 있어서의 큰 변화인데, 이러한 대중 매체들이 사용될 수 있었던 것은 인쇄술과 통신, 전기라는 매체의 보급을 전제로 한다.

매체는 의사소통을 하는 도구로 메시지를 전달하는 것이며, 근원적인 매체는 말과 글자와 기호이다. 그렇기에 구술이나 필사처럼 이 매체를 직접적으로 활용한 것뿐 아니라 인쇄, 전파, 인터넷 등도 말과 글자, 기호를 전달한다는 점에서 매체이다. 그리고 구술 매체, 필사 매체, 잡지나 신문과 같은 인쇄 매체, 라디오나 텔레비전과 같은 전자 매체, 이메일이나 카카오톡과 같은 인터넷 매체에 사용된 텍스트가 모두 매체 언어이다.

그런데 매체와 매체 언어 사이의 경계가 명확하게 구분되는 것은 아니다. 말과 글자는 매체인 동시에 매체 언어가 될 수 있다. 매클루언은 ‘매체가 메시지(The medium is the message)’라고 말한다. 매체는 실재를 경험하는 수단이고, 매체가 달라지는 것은 사회의 감각을 변화시켜 새로운 인간

환경을 창조하는 것(McLuhan, 1964:9)이며, 매체의 형식이 메시지 내용, 형식, 의미에 영향을 준다는 점에서 매체가 메시지라는 것이다. 인터넷도, 스마트폰도 사용되지 않은 시점에 이러한 개념을 제시했다는 것은 놀라운 일이다. 나아가 매클루언 외(1967)에서는 ‘매체가 마사지(The medium is massage)’라고 말한다. 매체는 의사소통 행위를 매개하고 전달하는 환경을 넘어서서 인간의 감각 형태 전반에 자극을 주어 변화를 일으키는 마사지라는 것이다. 어떤 매체를 선택해 사용하느냐에 따라 사용하는 감각 형태가 달라지고, 전달되는 메시지의 내용이나 형식, 의미도 달라진다.

매체의 변화와 함께 대중 매체의 개념도 달라져서 수신자가 열린 대중이고, 메시지 전달의 범위가 대중에게로 확장된 신문, 라디오, 텔레비전을 나타내는 개념으로도 사용되지만, 수신자와 송신자의 구별이 없어진 새로운 매체 환경에서는 대중이 송신자와 수신자로 참여하여 사용하는 매체³⁾, 또는 대중이 즐기는 매체⁴⁾라는 개념으로도 사용된다.

3. 매체 변화: 원초적 구술성에서 제3의 구술성까지

최근 매체는 양이나 기술력, 파급력에 있어 놀라운 속도로 변화하고 있다. 신문과 라디오는 텔레비전이나 인터넷과 연합하였고, 전달의 속도가 가속화되었다. 범세계적으로 새로운 매체가 전파될 때마다 언어에 새로운 특징들이 나타났다. 인터넷은 가장 최근의 것이지만, 이전의 소통 행위와 가장

3) 대법원에서는 카카오톡에서의 일대일 대화라 할지라도 불특정·다수인에게 전파되는 공연성(公然性)이 인정된다고 보고 있다. 《연합뉴스》, 2016년 7월 9일 자. 따라서 카카오톡의 송신자와 수신자의 규모는 일대일일 수도 있지만, 일 대 불특정 다수일 수 있다는 점에서 대중 매체의 경계를 정하기 어려운 한계를 가지고 있다.

4) 민현식(2005:76)은 매체를 인간 매체, 통신 매체, 언론 매체, 대중 매체로 나누었다. 이 중 대중 매체를 통해 실현되는 언어 현상으로 만화, 영화, 인터넷 게임, 광고 등의 대중(오락) 매체에 나타나는 언어를 꼽았다.

연계성이 떨어지는 매체이며, 파급 효과는 가장 혁명적이라는 점에서 이러한 변화를 크리스털(Crystal, 2004)은 언어 혁명이라고 하였다. 통화와 문자 서비스에 컴퓨터, 디지털카메라, 전자책, 무선 인터넷 등을 모두 융합한 스마트폰은 여러 매체 형식을 장소에 구애받지 않고 오가며 이용할 수 있을 뿐 아니라 실시간 누리소통망에 접속할 수 있게 해 주었다.

그러나 새로운 매체가 생겨난다고 해서 유사한 기능을 수행하던 기존 매체가 완전히 없어지는 것은 아니다. 새로운 매체와 기존의 매체가 기능을 재조직화하여, 매체 선택의 폭을 넓혀 주며 다양한 소통 욕구를 충족시킨다(Chaffee, 1986). 매체 변화의 과정에서 가장 근원적 모델을 제공하는 것은 인류 역사에서 90% 이상의 기간 동안 유일한 매체였던 구술 매체이다. 따라서 구술 매체의 특성을 살피는 것에서 출발하여 매체 변화의 과정에서 어떠한 기능들이 선택되고 대체되었는가를 살펴보기로 한다.

3.1. 원초적 구술성

인류의 의사소통을 매체의 발달과 관련지어 보면 매체 언어는 말소리를 이용한 구어로부터 출발한다. 소쉬르(Saussure)는 의사소통에서 가장 중요한 것은 실제 소리 내어 하는 말인 구어인데, 글로 쓰인 말인 문어를 언어의 기본적인 모습이라고 생각하는 뿌리 깊은 경향이 학자 사이에도 존재한다는 것에 주의하라고 했다(Ong, 1982, 이기우·임명진 옮김, 1995:13).

원초적 구술성의 특징적 자질은 다음과 같은 요소들이다.

① 목소리

구어의 본질에 관한 이해는 옹(Ong)의 여러 연구들을 통해 이해할 수 있다. 구술은 가장 오래된 매체며, 모든 매체의 기본이 되는 것이고, 새로운 매체가 발달할 때 대체되거나 없어지는 것이 아니라 지속적으로 잔존하며 변화하는

것이라는 점에서 옹(Ong, 1982)은 문자 발달 이전의 구술 매체가 갖는 특성을 원초적 구술성 또는 일차적인 구술성(primary orality)이라고 하였다.

소리는 본질을 담고 있다. 우리는 바람 소리, 물소리, 벌레 소리를 듣는다. 처음 보는 사물이 궁금할 때 그 사물을 두들겨서 소리를 들어 보고, 그 소리를 통해 그 사물이 무엇인지, 어떤 상태인지를 알아본다. 소리를 통해 존재와 만나는 것이다. 말소리를 이용하여 의사소통하는 것은 인간의 감각 가운데 청각에 의존하는 것이다. 소리는 시간에 종속되어서 발음이 되고 나면 시간의 흐름을 따라 지속되다가 소멸되어 잡을 수도 없고, 되돌릴 수도 없다. 그러나 소통하는 사람들이 있는 시간과 공간에 함께 있는 실존적인 것으로 다른 감각보다 더 실재적으로 사람들의 경험과 행동을 만들어 간다. 구술 문화 속에 사는 사람들 사이에서 말이란 사고를 표현하는 단순한 기호가 아니고, 일반적으로 행동하는 양식이다. 힘을 사용해 행동하는 것이 순간적인 것처럼 소리를 사용해 말을 하는 것도 ‘지금-여기’의 상황과 경험, 마음을 전달하는 순간적이고, 힘 있는 행동이다.

② 몸동작

구술에서는 목소리뿐 아니라 음조, 얼굴 표정, 동작 등 다양한 동작 언어들을 통해서 마음을 드러낸다. 구술은 문자와 달라서 단순히 말만으로 이루어진 상황은 만들어지기 어렵다. 소리로 발화되는 말은 언제나 전반적인 생존 상황에서 보이는 양상이기 때문에 자연스럽게 다른 몸동작도 함께 따라온다. 그렇기 때문에 동작은 대화에 우발적으로 붙여지거나 억지로 붙여진 것이 아니고, 자연스럽게 피하기 어려운 것이다. 《비언어적 의사소통》을 저술한 머레이비언(Mehrabian, 1972)에 의하면 의사소통을 하면서 상대방을 판단할 때 말의 내용은 7%, 외모나 몸짓 등 시각적 요소가 55%, 말투, 억양, 목소리, 속도, 발음과 같은 청각적인 요소가 38%를 차지한다.

③ 상호 주관화(intersubjectification)

매체의 소통 과정을 보면 발신자는 개념을 코드화하고, 수신자는 코드를 해독해 개념을 찾아낸다. 메시지가 발신자에게서 수신자에게로 이동하는 것이며, 코드화(encoding)하는 발신 장치와 코드 해독(decoding)하는 수신 장치는 다르다. 그러나 구술 소통에서는 말하는 사람과 듣는 사람이 따로 정해져 있지 않고, 한 사람이 수신 장치와 발신 장치를 모두 가지고 있다. 그뿐만 아니라 화자는 목소리를 통해 메시지를 내보내기 이전에 자신의 입장뿐 아니라 청자의 입장에도 서 있어야 한다. 상대가 어떤 반응을 보낼 것이라고 생각하는지에 따라 실제로 하는 말이 달라진다. 상대가 누구인지, 성별, 연령, 교육 정도 등 상대를 누구라고 생각하느냐에 따라 내 말이 달라지고, 함께 공유하고 있는 배경 지식, 세상사에 대한 지식, 문화적 전제에 따라 상대방이 어떻게 반응할 것이라는 것을 전제하면서 내 말을 하는 것이다. 내 말과 관련되어 상대방의 마음이 어떠한지를 어떠한 방식으로든 느껴야 한다는 점에서 사람의 의사소통은 일방적인 것이 아니고, 화자와 청자는 상호 주관화되어 있어야 한다.

④ 즉각적 피드백

구술에서는 순서 교대가 이루어진다. 지금 말하는 사람과 다음 말하는 사람 사이의 협동이 이루어지는 것이다. 한 사람이 질문을 하면 다른 사람이 대답을 하고, 한 사람이 인사를 하면 다른 사람도 인사를 하는 것과 같은 것이다. 그래서 보통의 경우 주는 말과 받는 말은 대응쌍(adjacency pair)을 이루고 있다. 그뿐만 아니라 화자는 대개 청자의 언어 스타일에 점점 유사하게 맞추어 가면서 말하게 되기도 한다. 구술은 정적인 체계가 아니고 맥락에 따라 변향이 조절되는 섬세하고 동적인 체계이다. 따라서 말로 상대와의 결속성을 표시하거나 상대와의 거리를 표시할 수도 있다.

매체의 효율성을 결정하는 매체 풍요도(media richness)는 자연 언어를 사용해서, 동시에 많은 정보를 감지할 수 있도록 다양한 감각 기관을 사용하고, 친근감을 느낄 수 있으며, 즉각적인 피드백이 가능할수록 높아진다(Legal & Daft, 1988). 구술 매체를 활용한 면 대 면 대화는 즉각적으로 피드백을 하고, 목소리라는 청각, 몸동작이라는 시각과 촉각을 활용하며, 상호 주관화로 친근감을 드러낸다는 점에서 가장 풍요한 매체이다. 더구나 목소리, 몸동작, 상호 주관화, 즉각적 피드백과 같은 요소들은 슈밋 회장이 지적한 바와 같이 사람의 ‘마음’을 반영하고 있는 것들이라는 점에서 주목할 만하다. 이에 비해 원초적 구술성은 시간적·공간적 제약으로 ‘기억 장치’나 ‘속도’와 같이 컴퓨터가 갖고 있는 장점들이 결여되어 있어 다른 매체들이 생성되고 유통되는 원인이 되기도 하였다.

3.2. 제2의 구술성

문자와 인쇄술의 결합으로 인쇄 매체가 만들어지면서 사람들은 귀보다는 눈을 더욱 사용하게 되었다(McLuhan, 1964:84). 문자와 인쇄물을 통해 메시지는 발신자(화자, 저자)의 시·공간적 제약에서 벗어나게 되었다. 발신자가 수신자와 직접 대면하지 않은 상태에서도 상상 속의 수신자에게 말을 하고, 수신자는 ‘읽기 행위’를 통해 발신자의 메시지를 불러올 수 있게 되었다. 문자화된 말이 소통되는 범위는 신문, 잡지와 같은 매체들이 이동되는 상황에 의존하게 되었다.

전기는 거리와 공간이라는 차원을 넘어 인류가 지구촌이라는 새로운 세계를 맞이하게 해 주었고(McLuhan, 1964:93), 시각 중심의 문자 매체를 뛰어넘어 전자 매체에 의해 매개되는 청각 중심으로 전환되게 하였다. 라디오나 텔레비전과 같은 전자 매체가 인쇄물과 같은 문자 매체에서는 찾을 수 없는 물리적인 소리를 복원하여 말의 청각적 경험을 회복시킨다는 점에

서 구술성과 유사하지만, 소리의 특성은 시각적이고 분석적인 문자성에 기반을 두고 있다는 점에서 웅(Ong, 1967:259)은 전자 매체에 의해 수행된 기술화된 구술성을 ‘제2의 구술성’이라고 하였다.⁵⁾ 전자 매체는 소리로 매개된 말을 제작자의 의도에 따라 소리의 내용과 분량을 조절하고, 녹음하거나 편집하기도 하며, 실제로는 존재하지 않은 소리를 만들기도 한다는 점에서 ‘문자적 구술성’(Ong, 1971)이라는 것이다. 전문 제작자가 전파를 통해 소리나 영상을 대중에게 전달하는 라디오와 텔레비전은 소통되는 메시지를 ‘지금-여기’의 ‘일어나는 일’로서 공유할 수 있게 해 줌으로써 구어적 소통 상황을 의도적으로 재현한다.

이와 같은 매체 변화 과정에서 나타나는 특성들의 변화를 간략히 요약하면 다음 표와 같이 정리된다.

표 1 매체별 특성

매체	가진 특성	없는 특성
구술 매체	목소리, 몸동작, 상호 주관화, 동시 피드백	문자, 기억 장치, 전파 속도
필사 매체	문자, 기억 장치	목소리, 몸동작, 상호 주관화, 동시 피드백, 전파 속도
인쇄 매체	문자, 기억 장치, 전파 속도	목소리, 몸동작, 상호 주관화, 동시 피드백
라디오 매체	목소리, 문자(대본), 전파 속도	몸동작, 상호 주관화, 동시 피드백, 기억 장치
텔레비전 매체	목소리, 몸동작, 문자(대본), 전파 속도	상호 주관화, 동시 피드백, 기억 장치

5) 웅(Ong, 2002:314)은 문자 이전의 상황이나 실천으로 거슬러 올라가는 사고와 표현의 습관, 구술이 해당 문화의 지배적인 미디어일 때 파생된 사고와 표현의 습관, 구어로부터 글을 분리하지 못하거나 거부하는 것을 나타내는 구술적 잔존(oral residue)이라는 표현을 통해 새롭게 보이는 매체의 속성에 원초적 구술성이 이어지고 있음을 지적하였다.

새로운 매체가 사용되면서 매체끼리의 관계도 달라지고, 개인이 사용하는 매체 환경의 구성 양태도 달라지며, 일상적인 경험의 방식도 달라진다. 다양한 매체는 고유의 특성을 지니며 주어진 기능을 수행한다. 구술에서는 상대방이 인식할 수 있는 정확한 발음, 상대방의 마음 읽기, 대화에 상대방 끌어들이기, 이야기 이어가기 등이 중요한 기술이었지만, 문자를 활용하는 필사와 인쇄 매체에서는 두서없이 반복되고 장황하고 다듬어지지 않은 표현들을 세련되게 다듬고, 구조화된 방식으로 적는 글자체, 맞춤법, 띄어쓰기, 논리와 문법이 중요한 기술이 되었다. 전자 매체를 통한 제2의 구술성에서 대본의 단계에서는 필사나 인쇄 매체에 필요한 기술들과 가상적인 청자의 흥미를 끌 수 있는 기술이 요구되었고, 원초적 구술성에서 가지고 있던 목소리와 몸동작을 재현하여 목소리를 담는 과정에서는 정확한 발음, 자연스러운 동작도 요구되었다.

3.3. 제3의 구술성(디지털 구술성)

이어 인터넷 기반 매체에서는 문자, 소리, 이미지, 동영상 등 다양한 형태의 정보로 이루어진 메시지가 하나의 매체를 통해 제공되는 멀티미디어적 특성을 갖게 되었다. 초기 인터넷은 비언어적 단서가 부족하고, 맥락과 인간관계 차원에 대한 정보가 부족하기 때문에 빈약한 매체의 전형으로 분류되었다. 따라서 이메일과 같은 초기 인터넷 매체는 인간관계나 상황에 대한 고려가 중요하지 않은 일상적이고 단순한 상황을 전달하기에 적합하다는 평가를 받아 왔다.

그러나 스마트폰의 보급이 확대되면서 인터넷 환경에서 자신의 생각을 이야기하고 일상을 공유하는 대화와 소통이 더욱 편리해지고 간소해졌다. 사용자들이 자발적으로 참여하여 개인적인 친교나 오락의 기능을 즐기고, 검색한 정보를 공유하거나, 관련된 주장에 추가 정보를 부가하고, 토론하고

논박하며 콘텐츠를 만들어 간다. 레빈슨(Levinson, 2009)은 이러한 매체를 ‘뉴 뉴미디어(New New Media)’라고 하여 단순히 정보를 검색하거나 이메일을 주고받던 이전의 디지털 매체와 구분하였다.

‘뉴 뉴미디어’는 단순히 콘텐츠를 유통시키는 매체가 아니라 사람들의 상호작용을 가능하게 한다. 누리소통망(Social Network Sites)이 만들어지며, 이러한 환경에서 사용되는 말의 모습을 ‘제3의 구술성(tertiary orality)’⁶⁾ 또는 ‘디지털 구술성’이라고 한다. 제3의 구술성은 문자성과 제2의 구술성에 기반을 둔 기술 매개 구술(technology-mediated orality)이며, 기존의 언어 표현들이 네트워크 공간에 들어오고, 새로운 소통 맥락에서 사용되면서 기존의 구술성과는 또 다른 양상을 보이고 있다. 제2의 구술성이 문자를 전제로 한 구어를 사용하는 특성을 갖는다면, 멀티미디어 환경에서 사용하는 구어의 특성은 구어를 바탕으로 둔 문자를 사용한다는 점에서 “구술적 문자성”⁷⁾이라 할 만하다.

인터넷과 멀티미디어 환경을 전제로 하는 제3의 구술성은 문자를 활용하면서 기억 장치와 전달 속도라는 장점을 가지고 있다. 이와 함께 원초적 구술성이 갖고 있는 ‘마음’을 회복하고자 하는 방향으로 나아가고 있음을 다음과 같은 현상들을 통해 확인할 수 있다.

첫째, 목소리의 재현이다. 기본적으로 문자를 사용하더라도 목소리를 찾아 가기 위해 표기 방법을 변화시켜 실제 말하는 것처럼 적고자 하는 시도를 하였을 뿐 아니라(그래요-그래여), 목소리가 나오는 이모티콘을 사용하거나 동영상 등을 활용하여 다양한 방식으로 실제 소리가 들리는 것 같은 효과를 주려고 노력한다. 시각을 통해 청각 효과를 누리하고자 하는

6) 로건(Logan, 2010:103)은 ‘제3의 구술성’이란 용어를 인터넷을 통해 전달되는 이메일이나 블로그, 문자 메시지 등에 사용되는 디지털 구술성을 말하는 것이라고 정의하였다.

7) 웅(Ong, 1995)은 컴퓨터 매개 소통(Computer Mediated Communication)의 텍스트를 ‘제2의 문자성’이라 한 바 있고, 비언어적 시각 요소가 강조된 가상 현실을 ‘제2의 시간성’이라는 용어로 언급한 적이 있다.

것이다. 또한 문장을 완성된 형태로 전송하지 않고, 실제 말하듯이 짧은 어절 형태로 끊어서 여러 차례 송신하여 지금 말하고 있음을 전달하면서 현장성을 충족시켜 먼 대 면 대화 상황처럼 만들어서 청자 붙잡아 두기 기능을 수행한다.

둘째, 몸동작의 재현이다. 일반적인 문어에 비해 다양한 의태어가 사용될 뿐만 아니라 이모티콘을 활용하여 동작 표현을 사용한다. 이모티콘은 문자와 캘리그래피가 결합된 것, 음성과 이미지가 결합된 것, 음성과 동작이 함께 결합한 것들도 있지만, 대부분의 이모티콘이 표정과 동작만을 표현하는 것으로 되어 있는 것을 통해서도 이러한 현상을 확인할 수 있다.

셋째, 상호 주관화를 찾기 위한 노력이다. 네트워크 안에서는 발신자와 수신자의 구별이 없고, 실제 대화 상황과 유사한 맥락이 펼쳐진다. 누리소통망에서는 정보의 수동적 수용자에 머물렀던 사람들도 적극적으로 정보의 생산자(창조자, 제공자)가 된다. 구술성과 문자성이 일대일(one-to-one)의 관계를 전제로 한 것에 비해 전자 매체는 일대다(one-to-many)의 일방적 관계를 전제로 하였고, 누리소통망은 다대다(many-to-many)의 쌍방향적 관계성을 전제로 한다.

넷째, 즉각적인 피드백이다. 이것은 상황에 따라 지연될 수도 있지만, 기본적으로는 피드백을 받을 수 있고, 상황에 유동적으로 피드백할 수 있다는 점에서 원초적 구술성과 유사한 상황을 만들고 있다. 의사소통 과정에 실제로 참여하고 있는 느낌, 즉 매체를 이용하면서도 상대방과 직접 만나서 대화하는 것처럼 느끼는 정도인 사회적 실재감을 높이기 위해 적절한 피드백을 할 뿐 아니라 상대방이 쓰는 어휘나 표현을 함께 사용하는 ‘미러링(mirroring)’ 현상⁸⁾도 나타난다.

8) 누리소통망 안에서 상대방과의 친밀감과 유대감을 드러내기 위해 상대방이 사용하는 비표준적 철자법, 특이한 표현, 비속어와 지역어 등을 따라서 사용하는 양상을 말한다(박선우, 2016: 66).

이뿐 아니라 구술 매체가 가지고 있는 한계인 순간성과 비지속성의 속성까지 복원하여 메시지를 보내는 사람이 상대방의 메시지 수신 뒤 볼 수 있는 시간을 1~10초까지로 제한할 수 있고, 확인하지 않은 메시지는 24시간 이내로 삭제되는 기능을 통해 순간성과 함께 은밀성을 확보하였다. 말의 기술화는 인간 중심주의적 원칙에 따라 좀 더 인간 경험과 가깝게 동기화되고, 그것을 따라하는 방식으로 진화한다는 레빈슨(Levinson, 1988)의 말처럼 스마트폰이 보급된 현재의 매체 상황은 지금까지 인류가 사용한 매체가 가지고 있는 한계를 극복하고, 인간의 경험과 가깝게 동기화되어 완벽한 소통 매체의 형태로 진화하고 있음을 알 수 있다.

4. 소통을 위하여

오늘 우리는 다매체의 환경에서 생활한다. 사람들은 만나면 대화를 나누고, 책도 읽고, 전화를 하고, 텔레비전을 본다. 그러나 대다수의 사람이 인터넷을 통해 신문이나 텔레비전을 보고, 디지털 미디어를 통해 많은 매체를 넘나들면서 능동적으로 정보를 얻거나 교환하고, 창의적인 창작이나 모방도 하면서 상호 작용을 한다.

누리소통망의 언어적 특징은 다양하게 나타난다. 첫째, 문체의 다양성이다. 어떤 목적에서 어떤 기능으로 누구를 대상으로 언어를 쓰는지에 따라 구어와 문어, 대화와 독백, 규범과 비규범, 높임과 낮춤을 넘나들며 언어를 사용한다. 둘째, 맥락의 유동성이다. 공적인 장면과 사적인 장면, 업무와 놀이가 같은 공간에서 오갈 수 있다. 또한 개인적 영역과 공적 영역의 구분이 없다. 그러다 보니 사적인 수다가 과장되어 유언비어로 떠돌다가 여론을 형성하게 되기도 하고, 사실과 비사실, 현실과 비현실의 구분이 모호해진다. 셋째, 언어의 창조성이 확대되는 것이다. 이전에는 전문가가 찾아내거나

보급한 말들을 누구나 만들어 내고, 생산자가 되는 동시에 소비자가 된다. 넷째, 확산성이다. 통신 공간에서 하는 언어생활의 비중이 높아지면서 만들어지는 말의 사용과 보급이 활발해지고, 유행하는 속도도 빨라졌다.

이러한 상황에서 필요한 소양은 미디어 이용 능력인 범매체적 문해성(transliteracy, Thomas, et. al., 2007)이다. 범매체적 문해성은 구술, 필사, 인쇄, 라디오, 텔레비전, 영화, 누리소통망에 이르기까지 매체들을 넘나들며 읽고, 쓰고, 상호 작용 하는 능력을 말한다. 이러한 상호 작용에서는 말하듯이 글을 쓰고, 읽으면서 듣는다. 다시 말해 발신자와 수신자는 글로 말하고, 글로 반응하며 듣는다. 누리소통망에 내 주변에서 일어나는 일에 대해 이야기하듯 글을 쓰면, 어딘가에서 내 말을 보고 있는 누군가가 논평으로 내 말을 듣고 있음을 알려주고, 그 논평을 통해 상호 작용을 한다. 불특정 다수의 청자를 대상으로 한다는 점에서 대중 매체적 성격도 갖고 있고, 글로 말하기 때문에 세련되고 정제된 표현으로 다듬을 수도 있다. 듣기는 읽거나 보기로 이루어지면서 느낌, 댓글 등을 통해 대화에 참여하고, 하이퍼 텍스트에 접근하거나 검색하는 것과 같이 적극적이고 생산적인 형태로 전환 되기도 한다.

가장 이상적이고 발전적인 매체의 형식으로 보이는 모바일 기반의 누리소통망에는 여전히 부족한 것이 있다. 목소리를 흉내 내고, 의태어와 이모티콘으로 동작을 가장하고, 미러링을 통해 같은 표현들을 주고받으며 즉각적인 피드백을 보인다고 해도 면 대 면 소통과는 다른 허전함이 있다는 것을 밤새 메신저로 대화를 주고받는 연인들은 쉽게 이해할 것이다. 가상적으로 면 대 면 대화처럼 다양한 장치들을 동원하여도 너와 나의 만남을 통해 서로의 존재를 확인하고, 소리를 통해 내면화된 생각들을 알려 주는 원초적 구술성이 가진 '마음'을 확인할 수 없기 때문이다. '좋아요'를 누르는 의례적인 행위를 진심으로 받아들이기 어렵고, 내가 글로 말하는 동안 머물러 있지 않았으면서도 다 듣고 있었던 것처럼 가장할 수 있다.

매체들이 구어성을 추구하는 궁극적인 이유는 무엇일까? 그것은 슈밋이 말한 것처럼 가장 인간다운 ‘마음’을 담고자 하는 노력이라 생각된다. 원초적 구술성이 가지고 있던 목소리에 담긴 따스한 온도, 수용적인 동작과 웃는 표정, 상호 주관화된 공감, 그리고 함께 있음을 알려 주는 반응을 통해 서로의 마음을 느끼고자 하는 것이다. 따라서 새로운 매체 환경에서 글로 말을 쓰는 사람에게 가장 필요한 것도 마음이고, 글로 쓴 말을 읽는 사람에게 가장 절실한 것도 마음일 것이다. 마음을 담아 매체에 접근하여야 하고, 마음을 담아 다른 이들의 말을 읽어 주어야 한다. 그리고 진정한 마음을 느끼기 위해 생각하게 해 주는 친구, 웃게 해 주는 가족과 진짜 대화를 나누기 위해 하루 한 시간은 모니터를 벗어나라는 충고도 잊지 말아야 한다.

참고 문헌

- 김대행(1998), 매체 언어 교육론 서설, 《국어교육》 97, 7~44.
- 민현식(2005), 매체 변화 시대의 국어 정책 및 교육의 방향, 《새국어생활》 15-2(여름), 국립국어원, 75~91.
- 박선우(2016), SNS 담화의 네트워크와 지역어·비속어의 기능에 대하여, 《한국 문화언어학회 제5차 전국 학술 대회 논문집》, 57~73.
- 이기황(2016), 언어 자료의 보고, 빅데이터, 《새국어생활》 26-2(여름), 국립국어원, 9~30.
- 이동후(2010), 제3의 구술성-뉴 뉴미디어 시대 말의 현존 및 이용 양식, 《언론 정보연구》 47-1, 서울대학교 언론정보연구소, 43~76.
- 이정복(2013), 누리소통망과 새말의 형성, 《새국어생활》, 23-1(봄), 국립국어원, 34~52.
- Chaffee, S.(1986), Mass media and interpersonal channels: Competitive, convergent, or complementary?. In G. Gumpert & R. Cathcart (eds.), *Inter/Media: Interpersonal communication in a media world(3rd ed.)*, 62~80, New York: Oxford University Press.
- Crystal, David.(2004), *The language revolution, Polity.* / 김기영 옮김 (2009), 《언어혁명》, 울력.
- Lengel, Robert; Richard L. Daft(1989), The Selection of Communication Media as an Executive Skill, *The Academy of Management Executive (1987-1989)*, 2:225~232.
- Levinson, P.(1988), *Mind at Large: Knowing in the Technological Age*, Greenwich Conn: AI Press. media, Boston: Allyn & Bacon.
- Levinson, P.(2009), *New new media*, Boston: Allyn & Bacon.
- Logan, Robert K.(2010), *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, Peter Lang Publishing.
- McLuhan, Marshall(1964), *Understanding media-the extention of man*, New York: McGraw-Hill. / 박정규 옮김(1997), 《미디어의 이해-인간의 확장》, 커뮤니케이션북스.
- McLuhan, Marshall & Fiore, Quentin(1967), *The medium is the massage*, New York: Bantam Books.

- Mehrabian, Albert(1972), *Nonverbal communication*, Aldine-Atherton, Chicago, Illinois.
- Ong, Walter. J.(1967), *The presence of the word: Some prolegomena for cultural and religious history*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Ong, Walter. J.(1971), *Rhetoric, romance, and technology: Studies of interaction of expression and culture*, Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Ong, Walter J.(1982), *Orality and Literacy-the technologizing of the word*(2nd eds.), New York: Routledge. / 이기우·임명진 옮김(1995), 《구술 문화와 문자 문화》, 문예출판사.
- Ong, Walter. J.(1995). *Secondary orality and secondary visualism*.
- Ong, Walter. J.(2002). Oral residue in Tudor prose style. In Thomas, F. & Soukup, P. Eds, *An Ong reader: Challenges for further inquiry*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 313~329.
- Thomas, S. Joseph, C., Laccetti, J., Mason, B., Mills, S., Perril, S., and Pullinger, K.(2007), *Transliteracy: Crossing divides, First Monday*, 12~12:3.