

## 미디어와 일상: 문제 제기

이와모토 미치야

번역: 김현정

이 논문집은 『일상과 문화 연구회』가 2016년 9월 3, 4일 양일간 중국 베이징 대학에서 개최한 제2회 국제심포지엄 『현대사회의 일상을 묻다: 미디어와 일상』에서 발표된 글들을 바탕으로 편집되었다. 중국 측 발표자의 일부 글들은 다음 호에 게재할 예정이다.

두 번째를 맞이하는 국제 심포지엄의 테마로 ‘미디어와 일상’을 선택한 데는 몇 가지 이유가 있다.

첫째, 인터넷, 휴대전화, SNS 등과 같은 새로운 미디어가 20세기 말부터 현저히 발달되어 왔다는 상황 판단에 근거해서이다. 미디어 환경의 급변이 우리의 일상을 크게 변화시키고 있음은 누구나 실감할 수 있을 것이다. 통근·통학 중의 지하철, 차 안의 모습, 젊은 사람들이 음악과 영상을 소비하는 양태는 불과 20년 전만 해도 상상하기 어려운 것들이었다. 또 기왕의 미디어와는 달리 발신자 / 수신자라는 틀을 넘어서 양방향성뿐만 아니라, 누구라도 일 대 다수라는 새로운 매스 커뮤니케이션의 발신자가 될 수 있게 되었다. 사물인터넷(Internet of Things=IoT)과 착용식 컴퓨터(wearable computer)가 보급되기 시작했으며 빅데이터(big data)로 마케팅을 해독할 수 있게 되는 등 우리들은 우리 주변을 둘러싸고 있는 정보 네트워크·정보관리 사회에서 어떻게 살아가게 될 것인가? 바로 이러한 문제에 대한 관점을 아우를 수 없다면 ‘일상과 문화’라고 명명한 우리 연구회는 간판부터 내려야 할 지경에 이르렀다.

두 번째 이유는 구식 미디어라 할 수 있는 텔레비전, 라디오, 신문 등에 대해서조차 동아시아의 민속학은 적극적인 연구대상화를 피하지 않았다는 점에 있다. 인류학 분야에서도 미디어 인류학이 제창되었음에도 불구하고 발전 가능했던 영역은 영상인류학·민족지 영상에 국한되어 왔다. 사회학, 문화연구 분야에 대한 배려 때문이었을까, 아니면 민속학이라는 학문에도 대면적(face-to-face)이고 직접적인 전달과정이라는 대전제가 있었기 때문이었을까? 미디어 연구는 미개척 분야로 방치되어 왔다.

하지만 텔레비전과 라디오가 현재의 새로운 미디어만큼의 충격을 가지고 우리들의 일상을 변모시켜온 것은 부정할 수 없는 사실이다. 또 인터넷이 발달했다고는 하지만, 오늘날 우리와 같은 ‘보통 사람들의 생활에서 텔레비전은 지극히 큰 역할을 해 왔다. 즉, 이 세계에서 일어나고 있는 일들의 전체적인 움직임을 일별할 수 있는 뉴스의 ‘총람성’(總覽性)과 ‘상상의 공동체’를 구축하는 장치로서 사회통합의 기능을 가지고 있다는 점은 텔레비전을 이해하는 연구관점에서 빼놓을 수 없다. ‘보통 사람들’의 일상생활을 다루는 민속학은 그러한 변화를 철저히 파악해야 할 뿐만 아니라, 구술 연구에 기여한

바 큰 민속학이기 때문에 그러한 문제를 해결할 수 있는 새로운 방법의 개척이 가능함을 지적해두고 싶다.

마지막 세 번째 이유는 위 두 가지만으로는 예상할 수 없는 ‘미디어와 일상’의 새로운 측면을 모색할 수 있는 방향성을 도출해낼 것 같은 예감이 들기 때문이다. 인공지능(Artificial Intelligence=AI)이 바둑 명인을 이기고 인공지능이 창작한 소설이 문학상 후보가 되고 인공지능에 의한 자동운전이 가능한 자동차가 당연해져 가는 이 시대에 어떻게 인공지능과 공존할 수 있을 것인가? 이러한 예상 밖의 과제들까지 아우를 수 있는 관점을 시대적 과도기를 살고 있는 우리들은 준비해야 할 것이다.

이번 호는 이상과 같은 문제들을 논하기 위한 발판으로서 새로운 논의에 포석을 놓고자 하는 의도 또한 내포하고 있다.