커뮤니케이션 이론
2018년 14권 4호 139~182쪽
https://doi.org/10.20879/ct.2018.14.4.139

TV의 보급 확대와 공동체의 변화*

채 백 부산대학교 신문방송학과 교수**
최창식 부산대학교 신문방송학과 강사***
강승화 부산대학교 대학원 신문방송학과 박사과정 수료****
허윤철 부산대학교 신문방송학과 강사*****

이 연구는 한국 사회에서 TV 보급 확대와 시청 패턴 변화가 마을 공동체와 가족 공동체에 어떠한 영향을 미쳤는지 역사적으로 살펴봄으로써 미디어의 발전이 현대의 소통 위기에 미친 주요 측면을 규명해 보는 데 목적이 있다. 분석 결과 1960년대 초반부터 본격적으로 보급되기 시작한 TV는 마을의 이웃들을 불러 모으며 이웃 공동체의 중추적 역할을 하였다. 1960년대 후반부터 TV의 보급이 확대되면서 각 가정의 안방을 차지한 TV는 가족 공동체의 중심이 되었다. 가정용 TV의 확산은 가족주의의 강화에 기여하였지만 동시에 이웃과의 교류를 감소시켜 마을 공동체 약화의 한 원인이 되었다. 이는 산업화 과정에서 이농과 도시화가 진행되며 나타난 유동적 사사화의 사회적 추세와 맞물리며 이루어진 것으로 볼 수 있다. 1980년대 이후로는 TV 복수 소유가 점차 확대되고 최근 들어서는 인터넷과 스마트폰의 보급 확대로

* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2017S1A5A2A03068058)

** bchae@pusan.ac.kr

*** choics1@pusan.ac.kr

**** ksh80@pusan.ac.kr

***** ych0719@gmail.com, 교신저자

TV의 시청도 개인화된 형태가 늘어나고 있다. TV 시청의 개인화는 가족 계획과 핵가족화, 개인주의의 심화 경향과 맞물리며 가족 공동체의 변화를 가져오고 있다. 결론적으로 TV의 보급 확대는 일차적으로는 당시 사회의 중핵이 되는 기존 공동체를 강화하는 역할을 하였지만 그 보급이 더욱 확대되면서 단계적으로 마을 및 가족 공동체를 약화시키는 역할을 한 것으로 평가할 수 있다.

KEYWORDS 언론사, 텔레비전, 공동체, 가족, 소통

1. 서론

1) 문제의 제기

'우리의 소원은 소통'

2008년 6월 촛불 집회에서 등장했던 구호이다(강준만, 2011, 65쪽). 그만큼 현대인들은 소통에 목마르다. 사람과의 소통이 잘 이루어지지 않으니 현대인들에게 외로움은 마치 숙명인 것처럼 보인다. 대신 현대인들은 기계와의 소통에 점점 더 빠져들고 있다. 지하철이나 버스 안에서 앉으나 서나 대부분 사람들은 고개를 숙이고 스마트폰에 빠져 있다. 심지어 걸어가면서도 스마트폰을 들여다보는 모습은 이제 매우 익숙한 풍경이 되었다. 기계를 통해 세상과 소통하는 것처럼 느껴지지만 이는 현대인들이 느끼는 근원적 소통 갈증에 전혀 도움이 되지 않는다. 기계에 빠져들수록 현대인들이 느끼는 외로움은 더욱 깊어만 간다. 현대인들 다수는 이 외로움을 반려 동물을 통해 해소하고 있다. 도시의 거리마다 반려 동물 관련 업소가 나날이 늘어나는 사실이 이를 잘 보여 준다. 각급 선거에서 후보자들은 대부분 소통을 슬로건으로 내세우며 당선되면 소통은 우선 책임지겠다고 공언한다. 이는 소통 문제가 그만큼 많은 사람들에게 어필하는 소재이기 때문일 것이다.

각종 테크놀로지 발달로 인간의 커뮤니케이션 능력은 최고조에 이르고 있다. 현대인들은 언제 어디서라도 원하는 상대와 커뮤니케이션할 수 있는 기술적 조건을 갖추었다. 그럼에도 불구하고 실제로는 소통이 잘 되지 않고 있으니 이는 현대의 커다란 아이러니이며 21세기 인류의 새로운 과제가 아닐 수 없다.

이 연구는 이러한 문제의식에서 출발하였다. 테크놀로지 발전으로 소통의 기술적 차원은 완벽을 향해 치닫지만 사람들은 왜 소통에 더욱 목마르게 되었나? 이 문제에 대해 답을 찾아보려는 것이 이 연구의 기본적인 목적이다. 이 연구에서는 테크놀로지가 인간 생활의 편의성을 높여 주

는 요인이 되었지만 다른 한편으로 인간의 삶에 파고들면서 사람들 사이의 관계를 대체하는 요인이 되었다는 점에 주목하고자 한다. 테크놀로지가 인간들의 관계를 소원케 하는 주요 요인의 하나였음을 밝혀 보려는 것이다.

본 연구는 기술 발전에도 불구하고 소통이 점차 더 어려워지는 데에는 공동체의 변화가 하나의 요인으로 작용하고 있으며, 공동체의 변화는 미디어의 보급 및 확대와 연관되어 있다고 본다. 공동체(community)의 라틴어 어원인 커뮤니타스(communitas)는 다수에 속한다는 의미와 함께 '의무로서 주다'(munus)라는 뜻을 지니고 있다. 즉 어원적 의미에서 공동체란 베푸는 것을 책무로 하는 공동적인 존재 양식이라 할 수 있다(김예란·김용찬·채영길·백영민·김유정, 2017, 43쪽). 이러한 공동적인 존재 양식은 커뮤니케이션에 의해 매개되며 미디어 이용 환경의 변화는 커뮤니케이션 조건을 변화시켜 공동체의 변화를 야기한다. 요컨대 미디어 환경의 변화와 함께 공동체는 지속적으로 변화하고 있다. 더욱이 온라인 미디어의 등장 이후 가상공간에 다양한 인지적 형태의 새로운 공동체 형식들이 등장하면서 공동체에 대한 정의는 더욱 복잡해지고 있다.

따라서 이 연구는 모든 형태의 공동체 형식을 아우르기보다 구체적, 지리적 장소를 기반으로 이어져온 전통적 공동체 양식에 초점을 맞추고자 하며 전통적 공동체 중에서도 핵심을 이루는 마을과 가족을 중심으로 공동체의 변화를 살피고자 한다. 미디어 중에서는 20세기 가장 중추적 미디어이자 마을 공동 이용에서부터 가족 공동 이용을 거쳐 최근의 개인 이용에 이르기까지 보급 확대 과정에서 이용 양상 변화가 가장 뚜렷하게 나타난 미디어인 TV를 중심으로 논의해보고자 한다. 즉 TV 보급이 확대되어 가는 과정에서 공동체가 변화되어 가는 장기적 양상을 규명해 보려는 것이다. 그리고 이를 통해 현대의 소통 위기의 주요 측면에 대해 고찰해 보고자 한다.

2) 관련 연구 현황

공동체와 소통의 문제가 전사회적 관심사로 부상하면서 학계에서도 많은 연구 성과들이 축적되었다. 공동체의 변화와 관련해서 퍼트넘(Robert D. Putnam, 2000/2009)은 지난 2000년 〈나홀로 볼링〉(*Bowling Alone*)이라는 제목의 책을 통해 문제 제기하면서 많은 사람들의 공감을 불러일으켰다. 혼자서 볼링을 칠 수밖에 없는 현대인들의 외로움이 많은 사람들에게 어필했던 것이다. 이 연구에서 퍼트넘은 미국 사회에서 사회자본과 시민 참여가 쇠퇴해 가는 현상을 다각도로 분석하며 그 원인 중 하나로 기술과 매스 미디어의 발전을 지적하였다. 퍼트넘은 TV 혁명이 가져온 가장 중요한 결과는 미국인을 집으로 불러들였다는 점이라고 보았다. 집에서 TV를 시청하느라 타인과 교제도 줄어들고 사회 참여도 감소하였다는 것이다. 반면 가족 간의 결속력을 높여 주리라는 기대 속에 '전자 벽난로'라는 별명까지 얻었지만 실제로는 그렇지 못했다면서 그 주요 요인으로 TV의 복수 소유를 지적하였다. 가족이 함께 TV를 시청하는 것이 아니라 혼자서 보는 사례가 점차 늘어간다는 것이다. 퍼트넘의 이러한 논의는 본 연구의 중요한 밑거름이 된다.

국내에서도 공동체 변화의 원인을 규명하기 위한 학문적 노력들이 다각도로 시도되었다. 주로 경제적인 문제 중심으로 논의되면서 양극화(오승환·이성균·이창한, 2012)나 실업(최일섭·조성희, 2000), 중산층의 위기(한국사회문화연구원, 1999) 등의 요인이 주목받았다. 그러나 공동체의 변화 현상과 관련하여 미디어라는 요인은 제대로 논의되지 못한 것으로 보인다. 미디어의 도입과 보급 확대에 따른 여러 변화들에 대해서는 다양한 연구 결과들이 축적되었지만 이를 공동체의 변화와 연결시키는 학문적인 시도는 아직까지 찾아보기 어렵다. 임재해(2011, 34-35쪽)의 연구에서 논의되기는 하였지만 대상을 산촌 마을에 한정하였다. 임재해는 산촌의 공동체를 변화시키는 여러 요인 중 하나로 기술문명의 보급, 그 중에서도 TV와 전화에 주목하였다. "텔레비전이 마을에 처음 들어올

때만 하더라도 텔레비전이 있는 집에 연속극을 보기 위해 모여들었는데, 텔레비전 보급이 일반화되자 각자 자기 집에서 오락프로그램을 즐기게 되어 이웃 간에 오고가는 친교의 장이 사라지게 되었"으며 전화가 보급되면서는 "이웃끼리 소통하는 일도 찾아가서 만나지 않고 전화기를 이용"하게 되었다는 것이다.

윌리엄스(Williams, 1986)는 캐나다에서 TV 도입이 공동체에 미친 영향을 장기적인 현장실험연구(field experiment)를 통해 분석한 바 있다. TV가 도입되기 이전과 이후 그리고 먼저 TV가 도입된 다른 마을을 대상으로 아동 및 성인의 인식과 가치관에 미친 영향을 조사하였는데, 그 결과 TV 도입 이후 공동체 활동이나 스포츠 활동, 이웃과의 교제 활동이 모두 줄어든 것을 확인하였다.

소통의 위기에 대해서도 다양한 학문적 성과들이 축적되었다. 현재 미디어 환경의 변화 흐름은 개인화된 미디어 기기의 확산과 온라인을 통한 연결성 증대라는 두 가지 병렬적 흐름이 동시에 진행되고 있다. 이러한 흐름 위에서 소통 유형 역시 더욱 다양화되고 세분화된 형태로 나타난다. 새로운 테크놀로지를 이용하여 온라인 공간을 통한 교류의 양은 외형적으로는 더욱 많아졌다. 하지만 박승관(2011)에 따르면 커뮤니케이션의 양적 증가가 반드시 효과적 소통을 낳는 것이 아니며 오히려 불통의 결과를 초래하는 '커뮤니케이션의 역설'이 발생하고 있다. 터클(Turkle, 2010/2012)도 개인화된 미디어의 확산과 온라인을 통한 연결 증대라는 두 흐름의 만남이 새로운 사회적 소통의 대안이 되지 못하고 '다함께 홀로'인 고독한 사회로 나아가고 있다고 진단하였다. 린치(Lynch, 2015/2016)도 온라인에서의 관계는 친밀함과 상호 이해의 모조품일 뿐 실제가 될 수 없다고 주장하였다. 지그문트 바우만(Zygmunt Bauman)의 말대로 "현대인들이 트위터 팔로워를 늘리는 동안 진정한 인간관계를 잃고 있다"고 할 수 있겠다(김윤태, 2015, 283쪽). 고도로 연결된 세상이 역설적으로 관계의 단절을 부추기고 있다는 것이다.

한국언론학회(2011, v쪽)는 "현재 한국 사회의 위기는 소통의 위기"라면서 이에 대한 학제적 접근까지 포함한 성과물을 출판하였다. 여기서는 소통의 위기를 정치적 요인이나 역사적 요인 외에도 인터넷이나 미디어 체계와의 연관을 분석하는 등 다각적인 접근을 시도하였다. 윤석민(2011)도 한국 사회 소통 위기를 사회의 소통 구조와 미디어 체계와 정책, 나아가서 정치권력 등 다층적 차원에서 분석하였다. 그러나 이 연구들에서도 공동체의 변화를 미디어 보급 확대와 연결시키고 그 결과로 소통의 위기를 가져 오는 맥락에 대한 고찰은 찾아보기 어렵다. 박승관의 연구(2011)가 이 주제를 다루었지만 소통 위기의 원인을 전반적 산업화 과정 속에서 가치관이나 사회 구조적 변화에서 찾으면서 이를 극복하기 위해서는 왜곡된 공동체의 회복이 필요하다고 결론짓고 있다.

이와 같은 논의의 현황을 고려하면 미디어와 공동체, 그리고 소통 간의 관계를 장기적 관점에서 살펴보려는 본 연구는 현대의 많은 사람들이 절실하게 공감하는 문제를 새로운 각도에서 보다 깊이 있게 다루는 시도로서 적지 않은 의의를 지닐 수 있을 것이다. 물론 공동체의 변화는 비단 미디어만의 문제는 아니다. 자본주의가 산업화 단계로 들어서면서 필연적으로 장기간에 걸쳐 진행되며 심화되어 온 것으로 볼 수 있다. 도시를 중심으로 한 산업화는 새로운 다수의 인력을 필요로 했고, 이 시기 많은 사람들이 정든 공동체를 떠나 도시로 모여들었다. 이에 따라 전통적 공동체는 약화되어 가고, 이질적인 사람들이 모인 도시는 공동체적 요소가 약할 수밖에 없었다. 가족의 경우도 마찬가지다. 전통 사회의 대가족은 산업화와 함께 핵가족으로 분산되기 시작하였으며, 이후 사회 변화와 함께 최근에는 가족 해체 현상이 심각한 사회 문제로 논의되고 있다(한국보건사회연구원, 2001). 본 연구에서는 이와 같이 공동체가 변화되는 과정에서 TV의 보급 확대가 어떠한 역할을 하였는지 살펴보려고 한다.

3) 연구의 관점과 방법

이 연구의 목적은 TV가 도입되고 보급이 확대됨에 따라 그 이용 패턴이 달라지며 그러한 변화 과정이 전통적 공동체 변화 양상과 맞물려 있다는 점을 통시적으로 고찰하는데 있다. 〈표 1〉은 한국 사회에서 TV 보급이 확대되어 가는 과정을 등록 수상기의 대수와 가구당 보급률을 중심으로 5년 간격으로 정리한 것이다. 이 자료에서 1980년 가구당 TV 보급률이 83.1%에서 1985년 49.9%로 오히려 줄어든 것은 칼라 TV 방송이 시작된 1980년에는 칼라 TV와 흑백 TV를 함께 집계하였지만 1985년부터 흑백 TV 등록제가 폐지되면서(과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2017, 411쪽) 칼라 TV의 대수만 집계하였기 때문이다. 따라서 아래 표는 1980년 이전까지 흑백 TV 보급이 확대되어 가는 추이와 1985년 이후 칼라 TV가 보급되는 추이를 보여준다고 할 수 있다. 또한 〈표 1〉을 보면 1995년 가구당 TV 보급률이 100%를 넘어선 것으로 나타나는데[1] 이는 칼라 TV만을 집계한 것으로 실질적으로 TV의 복수 소유는 1980년 칼라 TV가 도입되면서 시작되었다. 가격이 폭락한 흑백 TV를 처분하기보다 다른 방에 설치해두고 복수로 이용하는 경향이 있었기 때문이다(매일경제, 1981, 3, 25).

표 1. TV 보급의 역사적 추이

연도	등록대수	가구당 보급률
1965	31,701	0.6
1970	379,564	6.3
1975	2,061,072	30.3
1980	6,267,584	83.1
1985	4,773,993	49.9

1) 다른 조사 자료인 전력거래소의 가전기기 보급률 통계를 보면 TV의 보급률은 1989년도에 이미 1.04대로 기록되어 있다 (http://epsis.kpx.or.kr/epsisnew/selectEksaNeaChart.do?menuId=060100 2018, 4, 14).

연도	등록대수	가구당 보급률
1990	7,438,423	65.5
1995	14,516,686	112
2000	17,174,396	120
2005	19,859,000	125
2010	21,455,006	123.7
2015	23,404,703	122.5

주 1: 1965~1980년은 KBS, 이후는 방송통신위원회의 자료로 재구성함
주 2: 등록대수는 해당 연도 12월 31일 기준, 가정용+일반용.
출처: 1) 방송통신위원회 (2017). 〈2017 방송매체 이용행태 조사〉. 서울: 방송통신위원회, 411쪽에서 인용.
2) KBS (1997). 〈한국방송 70년사〉. 서울: 한국방송공사, 733쪽에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가 보호됨.

이러한 TV 보급 확대 추세 속에서 TV 이용 패턴도 변화해 왔다. 초창기에는 가까운 이웃들이 모여 공동으로 시청하는 패턴을 보였다. 전통적으로 공동체 문화가 강했던 한국 사회에 TV라는 새로운 문명 이기가 도입되자 자연스럽게 그 혜택을 공동체 구성원들이 공유하는 문화가 형성된 것이다. 이후 보급이 점차 확대되며 각 가구마다 TV를 구입하게 되자 마을 사람들이 모이지 않고 가족 단위로 시청하는 단계로 접어들게 된다. 그러다 미디어 복수 소유 시대로 접어들고 개인화된 미디어가 등장하면서 최근에는 가족들도 함께 모이지 않고 개별적으로 시청하는 단계로 나아가고 있다. 이러한 단계적 발전과 함께 마을 및 가족 공동체가 점차 변화되는 현상이 역사적으로 동반되며 소통의 위기를 심화시킨 것으로 보인다. 이에 따라 본 연구에서는 TV 이용 패턴과 그에 따른 공동체의 변화를 〈그림 1〉과 같은 단계로 나누어 살펴보고자 한다.

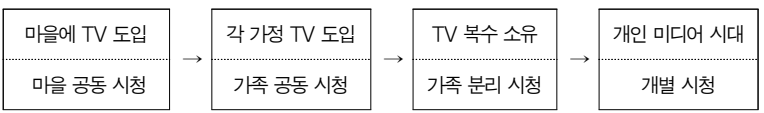

그림 1. TV 보급 확대에 따른 시청 패턴의 변화

이미 퍼트넘(2000/2009)은 미국의 종합사회조사(General Social

Survey) 데이터를 바탕으로 공동체와 사회자본 쇠퇴의 여러 원인을 분석하면서 TV 보급의 확대가 한 원인이 되었다는 점을 밝힌 바 있다. 물론 퍼트넘도 강조하였듯 공동체와 사회자본의 쇠퇴는 어느 한 가지 요인에 의해 설명될 수 있는 변화가 아니라 자본주의 발달 과정에서 다양한 제반 요인들이 중첩되면서 나타난 현상이라 볼 수 있다. 따라서 이 연구는 한국사회에서 TV 보급이 공동체 약화의 한 원인이라는 것을 실증하는 데 초점을 두기 보다는 TV 보급의 확대가 공동체 약화의 한 원인이라는 전제 위에서 TV 보급이 확대되는 과정 속에서 전통적 공동체의 모습이 어떻게 바뀌어 왔는지를 장기적 관점에서 규명하는 데 주안을 두고자 한다.

구체적으로는 먼저 각 단계별 TV 보급의 구체적 양상과 특징을 당시 신문이나 잡지 등의 기사를 중심으로 각종의 1, 2차 문헌 자료를 통해 분석해 보고자 한다. 당시 TV 시청 실태를 알 수 있게 해주는 신문 기사뿐만 아니라 칼럼과 독자투고 등도 대상이 된다. 또한 대중적 잡지와 여성 잡지, 방송 전문지 등에 나타난 관련 기사도 중요한 분석 대상이 될 것이다. 이러한 자료들을 통해 당시 TV 시청 패턴과 그 시대적 변화를 분석하고자 한다. 한국 사회의 TV 보급이 확대되는 추이와 관련해서는 여러 통계 자료들을 활용하여 그 양상을 정리해 볼 것이다.

공동체의 변화에 대해서도 신문과 잡지의 기사를 비롯해 여러 통계 자료들을 활용하여 뒷받침하려 한다. 전술한 대로 퍼트넘(2000/2009)은 공동체의 약화를 사회적 연계가 약화되고 시민 참여가 줄어드는 것으로 설명하였다. 본 연구에서는 그 중 사회적 연계의 변화를 중심으로 논해 보고자 한다. 가족 공동체를 비롯해서 친구나 동료, 이웃 등 사회적 공동체의 변화에 주목해 보려는 것이다. 구체적으로는 KBS가 시행하는 〈국민생활시간조사〉 등의 자료에 나타난 국민들의 대인 교제나 가족을 위한 활동 등의 추이 분석을 통해 사회적 연계의 변화를 살펴보고자 한다. 또한 인구센서스 자료에 나타나는 가족 형태 변화, 1인 가구 증가, 이혼율 등 각종 사회 지표를 분석해 가족 공동체의 변화 양상을 논의해보고자 한다.

2. 마을 단위 시청과 마을 공동체

주지하는 바와 같이 한국의 TV 방송은 HLKZ-TV의 개국과 함께 시작되었다. 1956년 5월 12일 첫 전파를 발사한 최초의 TV 방송사 HLKZ-TV는 많은 사람들이 모여 함께 시청하는 형태를 띠었다. 미국으로부터 수입한 TV 수상기가 사치품으로 규정되어 관세가 높게 매겨져 가격도 워낙 비싸게 책정되다 보니 개인이 구매하기에는 너무나 부담스러운 가격이었다. 이에 HLKZ-TV는 서울 시내 중심가 9개소에 수상기를 설치하고 방송을 시작하였다. 수상기 앞에는 각각 수백 명의 시민들이 운집하여 신기한 문명의 이기를 즐겼다(조선일보, 1956, 5, 13).

KBS-TV가 1961년 말에 개국한 이후 수상기 보급에 적극 나서면서 대부분 동네마다 한두 집씩 TV가 들어오기 시작하였다. 방송이 이루어지는 저녁 시간이면 다수의 동네 주민들이 그 집에 모여 함께 TV를 시청하는 풍습이 자연스럽게 형성되었다. 1962년 〈사상계〉 4월호(유성, 1962, 316쪽)에 실린 글에 의하면 그해 1월초 주인집이 TV를 구입하였으니 '구경을 오라'는 초대를 받았다고 한다. 그 얼마 뒤 저녁에 퇴근해 보니 집에는 식모만 남아 있고 가족들은 모두 근처에 사는 언니네 집에 TV를 보러 갔다는 것이다. 이 글은 이어서 TV를 구입하자는 부인의 요구에 떠밀려 방송문화협회가 발행한 구입 신청서를 작성해서 접수처인 효창운동장에 가서 줄을 서서 대기하였다가 접수했다고 전하고 있다. 이 글을 통해 우리는 TV 보급 초창기 동네 주민들이 모여 공동 시청하였다는 사실 외에도 먼저 TV를 산 집이 이웃을 초대도 하였다는 사실과 당시 TV가 급격하게 인기를 끌며 수요가 늘어 보급에 어려움을 겪던 상황을 잘 알 수 있다. 당시는 수상기의 국내 생산이 안 되던 시절이라 1962년 초 미국에서 수입한 TV를 방송문화협회가 신청을 받아서 배포하였다. 그런데 폭발적인 인기를 끌면서 접수처가 장사진을 이루어 기마 순경까지 배치될 정도였으며 경쟁률도 5대 1에 이를 정도였다. 월부 판매라는 장려 정

책에 샐러리맨들까지 호화로운 문화생활의 상징을 장만하려고 야단이었다(조선일보, 1962, 2, 17).

유명 드라마나 프로 레슬링처럼 당시 인기 절정의 스포츠 중계가 있는 날이면 더 많은 동네 사람들이 TV가 있는 집으로 모여 들었다. 〈부산일보〉의 한 칼럼(강신익, 2015)은 이 시절 "박치기의 명수 김일 선수가 나오는 프로레슬링 경기가 있는 날이면 모두 TV 앞에 모여 앉았다"면서 "마을 전체에 한두 대밖에 없던 흑백TV는 마을 사람 모두의 문화적 재산이었다"고 회고하고 있다.

TV 보급 초창기, 역사적 이벤트의 전 세계 위성 중계가 이루어지는 날에는 수많은 사람들이 이웃집이나 기타 TV를 볼 수 있는 곳에 모여 함께 시청하였다. 1969년 7월 16일 아폴로 11호가 발사된 날이나 처음으로 달에 상륙한 7월 20일 그 실황이 전 세계에 중계되자 한국에서도 대부분 국민들이 TV를 찾아서 이 장면을 숨죽이며 지켜보았다. TV를 소유한 이웃집에 모여 동네 사람들이 함께 시청하거나 이게 마땅치 않은 사람들은 다른 곳을 찾아 나섰다. 당시 남산 음악당 앞 광장에는 5만 관중이 운집했으며 백화점이나 다방, 만화가게 등에도 사람이 몰렸다(중앙일보, 1969, 7, 17).

인간이 달에 첫 발을 디디던 7월 21일 오전에는 한국에도 이 실황이 중계되면서 전국의 TV 앞은 이 역사적 현장을 지켜보기 위해 모여든 사람들로 붐볐다. 〈동아일보〉 1969년 7월 21일자 사회면을 보면 "TV가 없는 사람들은 TV가 있는 이웃집에 새벽 방문을 나가기도 했다"고 보도하고 있다. 임시 공휴일로 지정된 이날 아폴로 우주선의 달 착륙 시간이 새벽 5시에서 5시 40분 사이로 예정되어 있어 이를 보려고 새벽부터 이웃집에 가거나 근처 다방, 전파상 앞으로 몰려들었다는 것이다. "각 텔레비 상점 앞은 아폴로의 인파가 늘어섰고 텔레비가 있는 다방은 발 디딜 틈이 없었"으며 남산 야외 음악당에는 이날도 중계를 보러 새벽부터 1천여 명의 시민들이 모여 들었으나 중계를 하지 않아 아쉬운 발걸음을 돌려야 했

다(조선일보, 1969, 7, 22).

전통적으로 공동체적 성격이 강했으며 소득과 생활수준 면에서 도시에 뒤처진 농촌 지역은 조금 다른 양상이 전개되었는데, 이 가운데 전북 김제군의 사례가 주목할 만하다. 김제군수가 중심이 되어 1970년 3월부터 '내고향 사랑방에 텔레비전과 라디오 보내기 운동'이라는 캠페인을 벌였다. 지역 농민들이 보다 향상된 문화생활의 혜택을 누릴 수 있도록 서울에 거주하는 김제 출신 인사들의 애향심에 호소하여 TV와 라디오 수신기를 무상으로 고향에 보내는 캠페인을 전개한 것이다. 그해 9월초 TV 수상기 7대, 라디오 수신기 20여 대를 확보하였으며, TV 100대 이상 확보를 목표로 캠페인을 계속 벌여 나갔다. 확보된 수상기는 사람들이 많이 모이는 공회당, 경로당, 양로원 등에 배치하였다(조선일보, 1970, 9, 3). 도시인들은 월부 등으로 구입하는 경우가 많았지만, 고정 현금 수입이 없는 농민들로서는 월부 구입도 어려운 실정이었다. 이에 관청이 나서서 지역 출신 인사들의 애향심에 호소하여 TV 수상기를 무료로 보급하는 운동을 전개한 것이다.

이렇듯 농촌 지역에서도 마을 사람들이 많이 모이는 장소에서 집단 TV 시청이 이루어지기 시작하였다. 〈세대〉 1974년 5월호에 실린 'TV문화의 망령들'이라는 제목의 기사(이주혁, 1974, 5쪽)는 경북 영덕군 소재 마을의 사례를 소개하고 있다. 농촌 사회의 전통을 강하게 지니고 있던 이 마을에 TV가 들어오면서 여러 변화가 나타났으며, "마을 회당에 TV가 놓인 후 매일 저녁 이를 보려 몰려드는 사람들 때문에 '20세 이하는 입장 금지' 팻말까지 붙여 놓아야 했다. 어른들은 저녁을 일찍 마치고 집을 나와 회당 마룻바닥에 좌정했고, 집에는 아이들만 남아서 20살 못된 한을 라디오로 풀고 있었다"고 전한다.

공동체적 정서가 강한 농촌 지역에서는 TV가 있는 집에 동네 사람들이 모이면 막걸리와 음식을 대접하는 경우도 있었다. 〈경향신문〉 1977년 6월 14일자는 산업화와 함께 농촌의 변화상을 다루는 연속 기획 '농촌

새풍속도'의 14번째로 TV로 인한 변화를 다루며 5가구 중 1대 꼴로 보급된 무주구천동 보안부락의 사례를 소개하였다. "TV를 보러온 할아버지들을 맞는 집에서는 항시 막걸리와 김치찌개로 야참까지 마련해서 접대한다"는 것이다.

TV가 인기를 끌기 시작하면서 동네 만화가게 등에서 입장료를 받고 시청하게 한 사례들도 등장하였다. 프로 레슬링 같은 인기 프로그램의 경우 사람들이 너무 많이 몰려 사고로 이어지기도 하였다. 〈조선일보〉 1964년 5월 21일자 7면에서는 서울 마포구에서 그 전날 밤 60여명의 사람들이 3원씩 내고 프로 레슬링 중계를 보다가 2층이 내려앉는 바람에 10대 19명이 중경상을 입었다는 소식을 전하고 있다. 아래층에서 만화가게를 운영하던 주인은 그날 마침 2층에 있던 업소가 쉬는데다 중계를 보러 청소년들이 많이 모여 들자 2층으로 옮겼다가 사고를 초래한 것이다. 전술한 대로 대부분 이웃집에서 많이 보았지만 여의치 않을 경우 이처럼 돈을 내고 만화가게 등에서 TV를 시청하던 행태도 상당히 많았음을 보여준다.

이렇듯 도입 초기 TV는 마을 구성원들의 새로운 공동 여가 활동으로 자리매김하며 마을 공동체의 결속에 긍정적인 기여를 했던 것으로 볼 수 있다. 마을 공동 시청 문화는 TV 도입 단계에서 나타난 한국적 특수성의 한 사례이다. 호록스(Horrocks, 2017/2018, 262쪽)에 따르면 북미 가정에서는 낯선 사람이 거실 창문너머로 TV를 건너보는 것을 대체로 싫어했지만, 브라질의 노동계급 거주 지역에서는 거실 창문에서 잘 보이는 위치에 TV를 놓아두는 경향이 있었다고 한다. TV 도입 단계에서 이웃과 함께 시청하는 문화가 자연스럽게 자리잡은 문화권이 있는가 하면 처음부터 가족 단위의 시청이 자리잡은 문화권이 있었던 것이다. 이는 미디어의 도입과 확산 과정에 문화적 차이에 기인하는 다양한 지역적 변형이 나타난다는 것을 말해준다. 한국에서 도입 시기 TV는 당시의 공동체적 정서와 결합하며 마을 공동체의 유대에 긍정적인 영향을 미쳤던 것으

로 평가할 수 있다.

3. 가족 단위 시청과 가족 공동체

TV 보급은 1960년대 후반부터 점차 확대되기 시작하였다. 1966년부터 수상기의 국내 조립 생산도 가능해졌고 1969년부터 전자산업을 국가 중추산업으로 진흥함으로써 산업설비 및 기술 근대화, 국민경제 발전에 기여케 한다는 취지의 전자공업진흥법이 시행되었다. 또한 경제 성장으로 인한 국민 소득의 상승, 지방 중계소 확충에 의한 가시청 지역 확대, 민방 출현에 따른 프로그램 다양화가 이루어지면서 도시지역을 중심으로 TV 보급이 확대되어 나갔다. 특히 전술한 1969년의 아폴로 달착륙이나 월드컵, 올림픽 등 대형 이벤트의 위성 중계가 이루어지자 가전사들도 적극적인 마케팅에 나섰다. 이에 따라 장기 할부 구매도 가능해졌고, 소비자들은 TV계를 조직하여 구매하기도 하였다. 이러한 분위기 속에서 TV는 소비자들에게 주류 중산층으로의 편입을 상징하는 장치로 인식되기 시작하였다(임종수, 2007, 450-455쪽).

TV를 구입한 각 가정은 이 새로운 문명의 이기를 집안의 가장 핵심적인 공간 즉 안방에 위치시켰다. 당시 주거 문화에서 안방은 집안의 어른이 머무는 공간일 뿐 아니라 가족의 공동 휴식과 여가가 이루어지는 가족실이며 때로는 외부 손님을 맞이하는 공간이기도 하였다. 이러한 위치에 TV가 놓임으로써 TV는 가족생활의 중심으로 부상하며 자연스레 '안방극장'이라는 별칭도 얻게 되었다(임종수, 2007, 457쪽). 이제 TV는 마을 공동체의 문화적 재산이 아니라 각 가정의 구심점이 된 것이다. 방송이 이루어지는 시간이 되면 자연스레 온 가족이 TV 앞에 모여 들어 함께 시청하는 패턴이 보편화되었다. KBS-TV 개국 6개월 뒤인 1962년 6월 공보부가 TV 수상기 보유 가구의 가장 1,623명을 대상으로 실시한

‘테레비 여론조사결과’에 의하면 57.9%가 TV가 유익하다고 응답하였으며 그 이유로는 ‘가족 간 화목’이라는 응답이 가장 많았다(마동훈, 2011, 193쪽). 온 가족이 둘러 앉아 새롭고 낯선 경험에 함께 빠져 들다보니 가족 관계에 긍정적인 효과를 가져다 준 것으로 볼 수 있겠다.

1967년 11월 이화여대가 서울의 TV수상기 등록자 중 호주나 주부 600명을 대상으로 실시한 미디어 접촉 조사에 의하면 많은 사람들이 함께 시청하는 형태가 일반적이었음을 알 수 있다. ‘가족 중 몇 명이 TV를 보는가’라는 항목에 아래와 같은 결과가 나왔다. 조사 결과 3명 이하 소수가 시청하는 경우는 16.7%에 불과하고 나머지 83.3%는 4명 이상 가족들이 모여서 함께 시청하였음을 알 수 있다. 이 조사에서는 가족 외 이웃들이 함께 시청하는 경우는 반영이 안 된 것으로 보아야 할 것이다.

표 2. 1967년 TV수용자 조사의 가구당 시청 인원수

인원	1명	2명	3명	4명	5명	6명	7명	8명	9명	10명 이상	계
수	3	29	68	93	124	123	64	44	20	32	600
(%)	(0.5)	(4.8)	(11.4)	(15.5)	(20.5)	(20.5)	(10.7)	(7.3)	(3.3)	(5.3)	(100)

출처: 안광식 (1968). 매스미디어에 관한 사회결과조사결과 보고: 텔리비젼을 중심으로. 〈신문평론〉, 27호, 20쪽에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가 보호됨.

1975년 한 광고회사가 조사한 바에 따르면 매일 저녁 TV를 함께 시청하는 가족의 수는 3-4명이 가장 많은 53.8%였으며 다음은 5-6명이 27.2%를 차지하였다(경향신문, 1975, 3, 4). 81.0%의 가구가 3명 이상의 가족이 함께 시청한다는 것이다. 이 기사에서는 이 결과를 “핵가족 시대를 향한 우리의 사회 구조를 반영”한 것이라고 해석하였다. 마을 주민들이 모여서 혹은 대가족이 함께 보던 단계와 비교하면 줄어든 숫자라 할 수 있겠지만, 이때만 하더라도 가족 공동체는 아직 유지되고 있던 단계라 하겠다.

특히 인기 높은 주말 드라마의 경우 대부분 가정에서 온 가족이 모여

함께 시청하였다. 〈주부생활〉 1977년 3월호는 당시 인기 절정의 주말 드라마 「결혼행진곡」에 대해 "많은 며느리와 시어머니들, 아버지와 딸들 그리고 손자와 할아버지들을 꼼짝없이 TV세트 앞에 잡아"둔다고 평하였다. 이렇게 온 가족이 TV 프로그램에 몰두하다 보니 이를 노린 절도범들의 소행이 늘어날 정도였다. 〈동아일보〉 1974년 10월 23일자 7면을 보면 'TV시청 시간 틈탄 도범 격증'이라는 제목으로 그 전 달인 9월부터 당시까지 서울 마포 경찰서 관내에서 이러한 사건이 10여건 발생했다고 보도하고 있다. 제법 피해 규모가 큰 사건들만 경찰에 신고된다는 점을 고려할 때 실제로는 이러한 사건이 훨씬 더 많았을 것이다. 그만큼 온가족이 TV에 집중하다보니 그 허점을 노린 범죄가 기승을 부릴 정도였다는 것을 알 수 있다.

이렇듯 거의 매일 온가족이 함께 모이다 보니 자연스레 가족 간의 관계에도 긍정적인 요소가 되었던 것으로 보인다. 앞에서 인용한 1967년 이화여대의 조사를 보면 TV를 시청하는 주된 이유가 무엇이냐를 묻는 질문에 '가족과 함께 있는 것이 좋아서'라는 응답이 32.3%로 가장 높게 나왔다. '재미가 있어서'(27.6%)라거나 '세상일을 알기 위해서'(17.3%)가 그 뒤를 이었다. 특히 이 문항에 대해서는 남자의 36.0%가 가족과 함께 있는 것이 좋아서 시청한다고 응답하여 여자(28.5%) 보다 많았다(안광식, 1968, 20쪽). 이는 당시 TV가 가족주의를 강화시키는 요인이 되고 있음을 말해 준다. 1960년대 후반 TV를 소유한 가정은 생활 여유가 있는 가구들로서 생업에 바쁜 가장들로서는 가족과 함께 TV를 보는 시간을 소중하게 느꼈던 것으로 볼 수 있겠다.

1978년 한 조사도 비슷한 결과를 보여 준다. 방송 시청취자들의 모임인 한국방송보호협의회가 시행한 여론조사에서는 TV 시청이 시청자들의 가정생활이나 사회생활에 어떻게 도움이 되는가를 물었는데 그 결과 '사회적인 시야가 넓어진다'는 응답이 52.8%로 가장 많았으며 그 다음이 '세상 움직임에 뒤떨어지지 않을 수 있다'(43.9%)였고, '단란한 가정을 이루는데 도움이 되고 있다'가 38.7%로 3위를 차지하였다. 이어서 '부모

와 자녀 사이의 문제 등 가족관계의 이해를 깊이 하는 데 도움이 되고 있다'에 대해서도 34.2%가 동의하여 5위를 차지하였다(오순정, 1978, 40쪽). 이러한 사실은 TV가 각 가정의 안방에 자리하면서 가정생활의 중심으로 부상하게 된 당시의 실상을 잘 보여 준다고 하겠다. 매일 저녁 가족들이 모여 같은 행위를 하면서 비슷한 감정의 경험을 공유하다 보니 상호간의 이해도 깊어지면서 단란한 가정을 이루는데 도움이 된다는 인식이 높았던 것으로 해석할 수 있겠다.

가족 단위의 TV 시청 증가는 마을 공동체의 변화와 맞물려 전개되었다. 앞에서도 소개한 퍼트넘의 지적대로 TV가 미국인들을 집으로 불러들이면서 가족과 함께 하는 시간이 늘어 가족 관계는 좋아질 수 있었지만 이웃과의 교류는 줄어들 수밖에 없었다. 미국의 역사학자 다니엘 부어스틴(Boorstin, 1971)은 일찍이 TV는 인간들을 네 가지로부터 분리시킨다고 주장하며 그 첫 번째로 이웃으로부터의 분리를 지적하였다[2]. 전통적인 마을에서 주부들은 공동 우물에 가서 친구나 주변 이웃을 만나 이야기와 정보를 공유하며 희로애락을 나누었지만 이제는 더 이상 우물에 갈 필요가 없게 되었다는 것이다. 이는 전기나 우편, 전화 등 여러 가지 문명의 혜택 때문이지만 그 정점은 바로 TV라는 것이 부어스틴의 주장이다. 이제는 밖에 나갈 필요 없이 집안에서 필요한 정보와 지식, 뉴스, 오락을 얼마든지 접할 수 있게 되었다는 것이다. 이어서 그는 원시 시대 동굴에서 모닥불 가에 사람들이 모여서 온기를 나누며 안전과 일체감을 확보하였듯이 현대에는 TV 주변에 사람들이 모여 든다고 주장하였다.

한국 사회에서도 TV 보급이 점차 확대되면서 대부분의 가정이 TV를 갖추게 되는 1970년대부터 마을 공동체가 약화되는 경향이 나타나기 시작하였다. TV가 이웃과의 교제를 감소시킨다는 사실은 1983년도에 시

---

2) 부어스틴(1971)은 이웃과의 분리 외에도 정보원(source), 과거(past), 현실(reality)로부터의 분리를 지적하였다.

행된 한 연구에서도 밝혀졌다. TV 시청 기회 박탈이 생활에 어떤 영향을 미치는가를 주제로 한 고려대 신문방송연구소의 연구에서 TV를 시청하지 않음으로써 남게 된 시간이 가장 많이 활용된 곳은 여가 활동임을 밝혔다. 그 중에서도 개인적 및 사회적 교제 시간이 가장 많이 늘어났는데, 이전의 59.1분에서 TV 시청 중단 후에는 약 75분으로 늘어났다. 그 다음으로 증가한 것은 휴식과 가족 간 대화였으며, 야외 여가 활동도 소폭 증가하였다(오택섭·홍기선, 1983). 이러한 결과는 TV가 사람들을 집안에 머물게 하여 주변 사람들과의 교제를 감소시키는 데 중요하게 작용하였음을 말해 준다.

마을 공동체의 약화는 농촌도 예외가 아니었다. 〈경향신문〉(1977, 6, 16)은 '농촌 새 풍속도'라는 연속 기획의 두 번째 기사에서 TV 시대에 나타난 농촌 지역의 새로운 풍속도를 소개하고 있다. 당시 전기가 들어오지 않았던 영종도는 공동으로 발전기를 구입하여 사용하고 있었는데 TV가 들어오면서 문제가 발생하였다. 당시 2,000여 가구 중 270여 가구가 TV를 보유하고 있었는데 이 집들이 발전기 전기로 TV를 시청하면서 다른 집들의 전기 사용에 지장을 주어 갈등이 빚어지기 시작한 것이다. 이 갈등은 발전기 유지비용이나 관리 책임에 대한 문제로 이어지면서 이웃 간의 골이 깊어져 각 가정마다 개별 발전기를 사는 경우가 늘어나기 시작했다고 한다. 이 사례를 소개하면서 기자는 "각박한 인정마저 문명의 이기에 묻어온 것일까"라고 아쉬움을 표하였다. 또한 앞서 인용한 한국방송보호협의회의 여론조사에서도 마을 공동체의 약화와 TV에 대한 인식의 한 단면을 볼 수 있다. 이 조사 결과를 보도한 〈한국일보〉(1978, 2, 19) 기사에 의하면 '한국의 세태나 풍속이 메말라가는 데에 TV의 책임이 어느 정도 있다'는 응답이 47.8%를 차지했다. 이는 TV가 공동체 문화 약화에 영향을 미친다는 일반의 인식을 보여 주는 사례이다.

마을 공동체의 약화가 차츰 심화되면서 이는 사회적인 차원에서도 관심사로 부각되었다. 신문들은 이 주제를 연속 기획이나 대담으로 여러

차례 다루며 한국 사회의 우려할 만한 현상으로 진단하고 극복 방안을 고민하였다. 예를 들어 〈경향신문〉 1976년 3월 2일자 4면에 실린 '주부대담' 코너에서는 '각박한 도시 속 이웃을 되찾자'라는 제목으로 서울에 거주하는 3인의 주부들의 입을 통해 "이웃사촌이라는 옛말이 잊혀진지 오래"인 세태를 돌아보았다. 〈동아일보〉(1983, 3, 7)는 '서울특별시'의 다양한 측면을 연속 기획기사로 다루면서 그 10번째로 '이상비대증 앓는 「축소한국」'이라는 제목으로 서울의 달라진 풍토를 진단하며 "서울에서 이웃은 사촌이 아니"며 이대로 가면 "커뮤니티의 붕괴"를 가져 오고 "모두가 고독해진다"고 경고하였다. 또한 〈동아일보〉는 1997년 3월 4일부터 '새로운 공동체를 위하여'라는 주제로 5월 22일까지 16회에 걸쳐 공동체 약화 현상을 진단하였는데, 이 기획은 '국민 통합의 의식 혁명에 나서자'는 슬로건을 제시하며 새로운 공동체의 방향 모색을 시도하기도 하였다.

이 시기 공동체의 약화가 사회적 관심사로 부상하면서 삼성전자는 과거 마을 사람들이 모여 TV를 함께 보며 이웃 간의 정을 나누던 시절을 자사 기업 이미지 광고에 담기도 하였다. 〈경향신문〉(1997, 9, 1)은 이 광고를 소개하며 "70년대 초반 TV가 흔치 않던 시절이라 인기 드라마나 큰 스포츠 중계가 있는 날이면 온 마을 사람들은 TV가 있는 집으로 몰려들었다. 집 주인은 넉넉한 마음으로 모두가 잘 보이는 대청마루 한복판에 TV를 놓고 평상까지 준비해 두곤 하였다"고 서술하였다. 이 광고를 기획한 담당자는 '70년대에 이웃 간 공동체 의식의 매개체가 TV'라고 진술하였다. 이처럼 1990년대에 오면 이러한 마을 공동체 문화가 사라져 가는 미풍양속으로 회고되기에 이른 것이다.

4. 개별 시청과 공동체의 분화

1970년대 지속적인 경제 성장이 이루어지면서 생활수준은 점차 향상되

었고 1980년 가구당 TV 보급률은 83.1%에 이르게 된다(〈표 1〉 참조). 또한 1980년 칼라 TV 방송이 시작되면서 가구 내 TV 소유와 이용 양상에도 변화가 나타난다. 각 가정으로 칼라 TV가 보급되면서 흑백 TV의 값어치는 하루아침에 폭락하여 고물 시장에서조차 제값을 받기 어려운 '몇 천 원짜리 천더기'(경향신문, 1981, 1, 27)로 전락하게 된다. 그러자 각 가정에서는 흑백 TV를 헐값으로 처분하느니 아이들 방에 두고 활용하는 경향이 나타난다. 1981년 2월부터 UHF를 통해 교육방송이 시작된 것도 한 원인이 되었다(매일경제, 1981, 1, 30). 칼라 방송 실시 이후 기존의 흑백 TV를 중고로 팔아 치우기보다는 자식들 방에 교육용으로 두고 제2의 TV로 활용하는 경향이 있었던 것이다. 물론 부모들의 기대는 교육용이었을지 모르지만 자식들 방에 자리한 흑백 TV는 교육 프로그램 시청에만 사용되지는 않았을 것이다. 자녀들 입장에서는 부모들 눈치를 보면서 채널 갈등을 벌이느니 흑백이지만 자신의 방에서 편하게 보고 싶은 프로그램 보는 것을 선호했을 것이다.

앞의 〈표 1〉의 통계 자료에 의하면 TV의 가구당 보급률은 1990년대 초반 1대를 넘어섰을 것으로 추정된다. 그러나 이는 등록된 것만을 대상으로 한 것이며, 가구당 복수로 소유하더라도 1대만을 등록하고 시청료를 징수했다. 따라서 실제로 가구당 보급이 1대를 넘어서며 명실상부한 복수 소유 시대로 들어선 것은 그 이전이라고 볼 수 있다. 전자공업진흥회가 1985년부터 1989년까지 전자제품의 보급 추세를 조사한 바에 따르면 이 시기 칼라 TV의 보급도 급성장하여 가구당 보급률이 1987년 93%에서 1988년 104%로 1대를 넘어 섰으며 1989년에는 124%를 기록하게 된다. 이러한 급증세에는 1988년 서울 올림픽이 주된 요인이 되었다(매일경제, 1990, 6, 7). TV 복수 소유는 그 이후에도 지속적으로 확대되어 1992년 11월 미디어서비스 코리아가 서울 시내를 대상으로 조사한 결과에 의하면 37.4%가 TV를 2대 이상 소유한 것으로 나타났다(한겨레신문, 1993, 1, 6). 이러한 자료들에 의하면 1980년대 후반에

이미 TV 복수 소유의 시대로 접어들었다고 볼 수 있겠다.

TV 복수 소유가 확대된다는 사실은 이제는 TV 시청도 온가족이 함께 하는 것이 아니라 분산되어 개별적으로 이루어지기 시작했음을 말해준다. 퍼트넘(Putnam, 2000/2009, 370쪽)도 TV 복수 소유가 갖는 의미에 대해 주목하며 "1990년대 말이 되면 모든 미국 가정의 4분의 3이 2대 이상을 보유하게 됨으로써 식구마다 개인적인 시청을 가능하게 해주었다"고 평가하였다. 또한 "자기 방에 TV를 놓은 6학년생의 비율은 1970년에는 6%였지만 1999년에는 무려 77%로 증가했다"고 미국의 상황을 소개하였다.

TV 복수 소유가 본격화되면서 핵가족에서 성장한 이른바 신세대들 사이에는 가족과 함께 보다는 나홀로 시청하는 패턴이 늘어나기 시작하였다. 대부분 한 두 자녀 가정이고 생활수준도 높아지며 자녀들도 자기만의 방을 갖게 되는 게 일반적이다. 이러한 상황에서 혼자 시청하는 형태가 급속히 확산되었다. 〈국민일보〉 1993년 9월 14일자는 TV로 인한 가정의 새 풍속도를 소개하며 "예전 같으면 TV 채널권을 놓고 가족 간에 애교스러운 실랑이가 일어날 만도 한데 최근에는 각자 뿔뿔이 흩어져 자신이 원하는 채널을 시청한다"고 지적하며 두 가정의 사례를 들고 있다. TV가 2대인 공무원 가정은 "저녁 식사를 하면서 뉴스를 시청하려면 8살 난 아들은 밥그릇을 들고 안방으로 들어갑니다. 코미디 프로를 봐야 한다는 것"이라 말했고, 3대를 갖고 있는 회사원 집에서는 "자신과 아내, 아들이 각각 다른 방에서 다른 프로의 TV를 시청하는 일이 다반사"라는 것이다. 〈경향신문〉 1994년 10월 22일자 15면의 '주부일기' 코너에 실린 한 주부의 글이 이러한 단면을 잘 보여 주고 있다. 서울 반포에서 초등 4년의 딸과 함께 세 식구가 사는 이 가정에서 TV로 인하여 다음과 같은 일이 벌어진다는 것이다.

"휴일날 어쩌다 텔레비전을 볼 때도 우리 식구는 취향이 달라 채널권

다툼을 벌이곤 하는데 요즘 들어 딸 아이의 입김이 훨씬 강해지고 있다. 일요일 저녁에는 딸아이가 채널권을 독점하다시피 하면서 급기야 비디오 보는 즐거움마저 뺏긴 남편과 딸 사이에 말다툼이 벌어지기 시작했다. 그 와중에 나 역시 시청권을 강조하고 나서자 어느 날 남편은 9인치 소형 텔레비전을 따로 사와 우리 집의 텔레비전 수상기는 3대가 되고 말았다. 외국에서 일어나고 있다는 '가전에서 개전시대'로 우리도 들어선 것이다."(이옥경, 1994).

가족들 간의 채널권 갈등으로 TV를 한 대 더 구입하게 되었다는 것이 당시 이 집만의 일은 아닐 것이다. 채널 다툼은 가족 시청 단계에서부터 벌어져 1970년대나 1980년대에는 갈등으로 끝났지만 이제는 한 대 더 구입해서 개별 시청으로 나아가는 것이다. 신세대들의 방에는 혼자서 즐길 TV와 VTR, 오디오, 컴퓨터 등을 갖추는 경향이 늘어나며 '개전(個電)제품'이라는 신조어까지 등장하였다(매일경제, 1992, 12, 1; 동아일보, 1993, 4, 11). 이 새로운 경향은 당시 가전업계의 마케팅 전략과도 깊은 관계가 있다. 핵가족화를 넘어 1인 가구도 증가하자 가전업계들은 가족 단위 가전제품에서 개인이 소유하고 즐기는 개전 제품을 출시하면서 여기에 마케팅의 초점을 맞추는 전략을 편 것이다. 칼라 TV 뿐만 아니라 휴대용 카세트, 휴대폰, 무선 호출기, 오디오 등을 비롯해 세탁기, 냉장고 등에 이르기까지 개인용 전자제품의 추세가 일었다(경향신문, 1995, 1, 27; 중앙일보, 1994, 3, 31).

1990년대 중반에 오면 이미 텔레비전 1인 시청이 다수를 이루기 시작한다. 시청률 조사 전문기관인 미디어서비스 코리아의 1995년 자료에 의하면 당시 시청 행태는 57%가 단독 시청이었으며 2인 공동 시청은 30%, 3인 이상은 13%에 불과하였다(동아일보, 1996, 4, 16). TV 복수 소유 세대가 많아지면서 가족과 함께 시청하지 않고 나홀로 보는 단독 시청이 늘어나기 시작한 것이다.

TV 복수 소유로 시작된 개인 시청 행태는 새로운 테크놀로지의 발전으로 더욱 심화되어 개인 시청을 넘어 이동 중 시청까지 가능한 형태로 나아갔다. 컴퓨터 기술의 발달과 보급 확대는 방송과 통신의 융합을 가져왔고, 인터넷과 PC의 보급 확대로 방송을 TV가 아닌 PC로도 볼 수 있게 되었다. 2005년과 2006년에 각기 출범한 위성 및 지상파 DMB는 이동 중에도 TV 시청을 가능케 하여 유비쿼터스 방송(u-Broadcasting)이 본격화되는 출발점이 되었다(임종수, 2005).

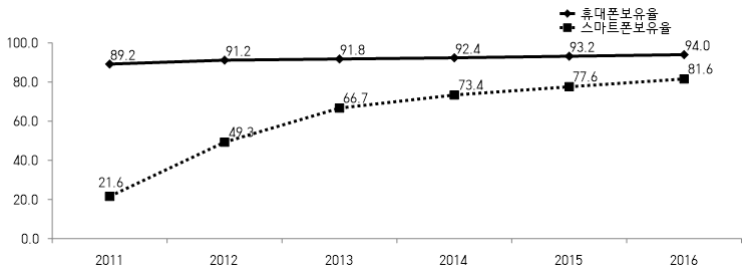

그림 2. 휴대폰과 스마트폰 보급률 추이

출처: 정보통신정책연구원 (2017). 〈미디어 통계 수첩〉. 진천: 정보통신정책연구원, 12쪽에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가 보호됨.

2000년대 후반 스마트폰의 출현과 확산은 이러한 개인화 경향을 더욱 심화시켰다. 스마트폰은 TV까지 개별 이용이 가능하게 만들었다. 〈그림 2〉에서 보는 바와 같이 국내의 경우 스마트폰은 2007년에 애플이 아이폰을 개발하면서 보급이 시작되어 급격한 증가세를 보였다. 2011년 21.6% 수준이던 스마트폰 보급률은 2016년 81.6%를 기록하였다. 이제는 거의 모든 국민이 스마트폰을 사용하면서 미디어 이용의 새로운 패턴을 만들어 내고 있는 단계라 할 수 있다. 내 손안에 TV를 들고 언제 어디서라도 원하는 콘텐츠를 찾아서 볼 수 있게 된 것이다. 이제 편성 시간에 맞춰 TV 수상기 앞에서 본방사수하는 것은 장노년층 뿐이고 젊은층들은

편한 시간에 스마트폰이나 PC로 보는 행태가 확산되고 있다.

"TV가 사라졌다. 그러나 다시, TV는 어디에나 있다." 〈헤럴드경제〉 2015년 8월 12일자 기사는 서두에서 모바일 의존이 점차 높아지는 미디어 환경의 변화를 이렇게 요약했다. 이러한 변화를 "이제 사람들은 더는 거실 앞 소파에 모여 앉아 TV를 보지 않는다. '뉴스를 봐야 한다'는 아버지와 '드라마를 보자'는 어머니가 벌이는 실랑이는 이제는 듣기 어려운 '그때 그 시절'의 소리가 됐다. 대신 우리는 각자의 방에서, 버스에서, 지하철에서, 또 카페에서 손에 든 스마트폰으로 TV를 본다. 거실 한가운데를 벗어나 세상 어디에나 TV가 존재하는 이른바 '모바일 영상의 시대'다"라고 지적하였다.

새로운 미디어 환경은 코드커터족 즉 케이블 선을 끊고 다른 수단으로 TV를 시청하는 경향을 낳았다. 〈한국일보〉 2015년 7월 16일자 온라인판은 이를 보도하면서 "거실에 놓인 TV앞에 온가족이 모여 드라마를 시청하는 것은 이제 TV속 이야기일 뿐이다"라며 "1인 가구가 늘어나고 스마트폰 이용이 증가하면서 집에 아예 TV를 두지 않는 가구가 증가하고 있기 때문이다. 이제 집안에서 TV 대신 컴퓨터나 모바일 기기로 방송을 보는 것도 흔한 풍경"이라고 지적하였다. 기사는 이어서 인터넷으로 다양한 미디어 콘텐츠를 제공하는 OTT(Over the Top) 서비스가 확산되고 있다며 업계 현황을 소개하였다. 이와 같은 탈TV의 경향을 일컬어 티벡시트(TV로부터 이탈, TVEXIT)라는 용어도 등장하였다(서울경제, 2016, 7, 7).

이제는 TV가 가정의 필수품이라는 인식도 옛말이 되어 가고 있다. 각종 매체가 생활에 필수적이라고 인식하는 비율의 변화를 방송통신위원회(2017, 10쪽)가 조사한 결과를 통해 살펴보면 스마트폰이 필수적이라는 인식은 2012년 24.3%에서 2017년 56.4%로 2.3배 이상 늘었다. 반면 TV는 2010년 58.2%에서 2017년 38.1%로 축소되었으며 PC와 노트북 역시 19.3%에서 3.4%로 대폭 줄어들었다. 여러 기능을 함께 갖춘

스마트폰 보급이 확대되고 의존이 심화되면서 다른 매체들의 입지가 점차 줄어들고 있는 것이다.

더구나 최근의 인구 동향은 1인 가구가 급증하는 추세이다. 〈표 3〉의 자료는 한국 사회의 가구원 수 변동을 보여 주고 있다. 1980년 기준으로 볼 때 전체 가구 수는 2.4배로 증가하였고 평균 가구원 수는 54% 수준으로 감소하였으며 1인 가구는 5.7배로 늘어났다. 이러한 1인 가구 증대는 TV 시청 패턴의 변화에도 중대한 영향을 미쳤다. 1인 가구 중에는 TV를 사지 않고 스마트폰으로 대신하는 경우도 적지 않다. 정보통신정책연구원이 2017년 세대별 TV 보유율을 조사한 결과를 보면 3세대가 사는 가구는 100%, 부부와 자녀 2세대 가구는 97.4%, 부부만 사는 세대는 99%였지만 1인 가구는 91%를 기록하였다. TV가 없는 9%는 스마트폰과 PC를 주로 이용할 것이다(중앙일보, 2017, 6, 8).

표 3. 가구 구성의 변화

연도	전체 가구 수 (단위: 천 가구)	가구원수별 구성비(%)						평균 가구원수 (명)
		1인	2인	3인	4인	5인	6인 이상	
1980	7,969	4.8	10.5	14.5	20.3	20	29.8	4.62
1985	9,571	6.9	12.3	16.5	25.3	19.5	19.5	4.16
1990	11,355	9	13.8	19.1	29.5	18.8	9.8	3.77
1995	12,958	12.7	16.9	20.3	31.7	12.9	5.5	3.4
2000	14,312	15.5	19.1	20.9	31.1	10.1	3.3	3.12
2005	15,887	20	22.2	20.9	27	7.7	2.3	2.88
2010	17,339	23.9	24.3	21.3	22.5	6.2	1.8	2.69
2015	19,111	27.2	26.1	21.5	18.8	4.9	1.5	2.53

출처: 통계청 (2017). 〈2016 한국의 사회지표〉. 서울: 통계청, 100쪽에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가 보호됨.

스마트폰으로 TV 방송을 즐기는 행태가 지속적으로 늘고 있는 가운데 방송통신위원회가 최근 발표한 〈2017 방송매체 이용행태 조사〉에서는 가족 구성원이 2인 이상인 가구원 6,487명을 대상으로 최근 일주일

이내에 가족 구성원과 함께 TV를 시청한 적이 있는지를 물었다. 그 결과 81.6%는 있다고 응답하여 비교적 높은 응답으로 보이지만, 1주일에 한 번 이상 공동 시청이라는 것은 이미 그것이 주된 형태는 아니라는 것을 말해준다. 한편 전체의 18.4%는 최근 일주일 동안 가족과 함께 TV를 시청한 적이 없다고 응답하였다. 그 이유로는 '집에서 함께 모여 있는 시간이 적다(45.1%)'가 가장 많았으며 '서로 선호하는 TV 프로그램이 달라서'가 37.4%로 뒤를 이었다. 그 외에는 '교육적 문제 또는 기타 이유로 집에서 TV를 거의 틀지 않는다'가 9.2%를 차지하였다(방송통신위원회, 2017, 151-152쪽). 이제는 가족이 집에 함께 모일 시간도 잘 없지만, 같이 있더라도 자기 취향대로 혼자 시청하는 사례들이 많다는 것을 말해준다.

가족 간 유대를 강화시키는 요인이 되는 듯했던 TV는 보급이 더 늘어나고 또 휴대가 가능한 개인화 기기들까지 이용이 가능해지면서 이제는 가족 공동체마저 약화시키는 추세를 보이고 있다. 앞에서도 인용한 〈국민일보〉(1993, 9, 14) 기사는 저녁 시간에 가족들이 각자 자기 방에 흩어져 원하는 프로그램을 시청하는 현상을 지적하며 TV가 이제는 바보상자를 넘어 "가족 분열의 주범이라는 악명까지 뒤집어쓰는 날도 멀지 않을 전망"이라고 진단했다. 한 가정에서 여러 대의 TV를 소유하면서 생겨난 이러한 현상은 일부 가정만의 문제는 아니었을 것이다. 이렇게 개인화가 날로 심화되어 가는 현상을 빗대어 1990년대 후반에는 '코쿤(cocoon)족'이라는 신조어도 등장하였다. 누에고치를 지칭하는 코쿤은 자기만의 틀 안에 안주하며 남과 가까이 하지 않고 나 홀로의 자유를 만끽하는 새로운 세대 및 경향을 지칭한다. 이들은 자기만의 공간이나 자동차 등에 대한 투자를 아끼지 않으며 그 공간에서 홀로 안락함을 추구한다는 것이다(동아일보, 1998, 8, 21).

개인 미디어가 확산되면서 가족 간의 유대는 더욱 약화되고 있다. 스마트폰이나 태블릿, 컴퓨터 등 개인 미디어가 다변화되고 그 의존도가 높

아지면서 가족들이 모여도 서로 대화를 나누기 보다는 각자 미디어에 몰두하는 모습들을 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 〈아시아경제〉(2011, 1, 16) 온라인판 기사는 이러한 가정의 변모상을 소개하며 심한 우려를 표명하였다. 가족 관계는 얼굴을 맞댄 대화가 기초가 되어야 하는데 이 IT 기기들은 소통을 빠르고 편리하게 해줄 뿐이라며 "스마트폰을 통해 아무리 '하트(♥)'기호를 날리고 문자 수백 통을 가족 간에 전송해도 하루 저녁 눈을 마주보며 맘 터놓고 진솔한 대화를 하느니만 못하다"고 평가하였다. 기사는 이어서 이러한 미디어들이 "전통적 가족 유대관계를 붕괴시키는 '시한폭탄'이 될 수 있다"고 우려하였다.

2016년 〈매경이코노미〉가 전국의 30대를 대상으로 라이프스타일을 조사한 결과를 보면 이제는 여가에도 다른 사람과의 교류보다는 혼자 즐기는 문화를 더 선호하는 것으로 나타난다. 여가 시간에 '독서나 TV시청, 게임 등 혼자 할 수 있는 취미생활을 즐긴다'는 응답이 63.4%로 가장 많았던 반면, '술자리 등 친구와 교류'는 18.2%에 그쳤다. 대신 이들은 SNS를 통해 다른 사람과 교류하는 것으로 드러났다. 74.7%가 SNS를 한다고 응답하였으며 SNS를 하는 목적을 묻는 질문에는 52.3%가 '친구나 지인들과 소통하기 위해'라고 응답하였다(배준희·노승욱, 2016). 다른 사람과의 교류는 온라인으로 하며 혼자만의 생활에 점차 몰입해 가는 세태를 단적으로 보여 주고 있다.

이웃 및 가족과의 관계가 약화되어 가는 추세는 〈국민생활시간조사〉의 결과에서도 확인할 수 있다. 아래 〈표 4〉는 서울대 언론정보연구소가 시행한 조사 결과 중 최초인 1981년부터 5년 간격으로 가사 및 교제 행위자 비율과 시간량을 정리한 것이다.[3] 여기서 행위자 비율이란 해당 행동을 한 사람의 비율을 말한다. 먼저 교제 행위를 보면 여기에는 개인적

3) 이 조사 중 가장 최근 조사는 2015년이지만 이때에는 교제 행위에 SNS를 통한 교제를 포함하였다. 따라서 본 연구의 주된 분석틀과 안맞는 것으로 판단되어 제외하였다.

인 교제와 각종 단체 참여 등 사회적 참여가 포함된다. 행위자 비율의 요일 평균이 1981년부터 최근에 이르기까지 55.6%에서 38.9%로 전반적인 감소 추세를 보여 주고 있다. 2005년에 약간 증가하기도 하였지만 이는 2004년부터 주5일 근무제가 시행되면서 나타난 현상으로 볼 수 있다. 행위자의 평균 시간도 67.3분에서 55.7분으로 감소하였다. 1990년대 시간량이 늘기도 하였지만 2000년대 들어서면서 다시 감소세를 보이고 있다. 이처럼 교제 행위의 참가자와 시간량이 줄어드는 것은 그만큼 공동체 내 교류가 감소하고 있다는 것을 말해 주는 것이다.

또한 가사 행위의 변화는 가족에 대한 태도의 변화를 보여 주는 자료로 볼 수 있을 것이다. 물론 가사 시간의 변화는 각종 가전제품의 발달과도 밀접한 연관이 있겠지만 가족을 위한 행위라는 점에서 가족 관계의 한 지표가 될 것이다. 특히 그 행위자 비율의 변화는 가전제품과는 무관하게 가족을 위한 행위에 참여하는 비율로 해석할 수 있을 것이다. 〈표 4〉에서 보면 가사 행위자의 비율은 1981년 69.6%에서 2010년 54.3%로 줄었다. 지속적인 감소세를 보이다가 2000년 48.7%로 최저를 기록한 후 2005년 이후 증가세로 돌아섰다. 이것도 교제의 경우와 마찬가지로 주5일 근무제와 연관이 있는 것으로 보인다. 휴일이 늘어나면서 남성들의 가사 참여가 늘어난 것으로도 볼 수 있을 것이다. 행위자 평균 시간도 127.7분에서 86.7분으로 32.1%나 줄어들었다. 이처럼 가사의 행위자 비율과 시간량이 감소 추세를 보이는 것은 가족 공동체가 약화됨을 보여 주는 것이라 할 수 있겠다.

표 4. KBS국민생활시간조사에 나타난 가사와 교제 시간의 변화(단위: %, 분)

행위		교제				가사			
		평일	토	일	평균	평일	토	일	평균
1981년	행위자비율	51.6	56.9	58.3	55.6	65.7	69.3	73.7	69.6
	평균 시간	50	64	88	67.3	116	125	142	127.7
1985년	행위자비율	48.5	54.6	59.2	54.1	60.5	65.8	73.6	66.6
	평균 시간	46	59	82	62.3	106	112	129	115.7
1990년	행위자비율	44.2	50.8	58.5	51.2	51.8	58.3	61.4	57.2
	평균 시간	50	73	102	75	88	94	98	93.3
1995년	행위자비율	42.6	47.8	54.9	48.4	46.3	51.8	57.6	51.9
	평균 시간	47	64	89	66.7	80	87	90	85.7
2000년	행위자비율	34.8	43.9	50.7	43.1	44.3	48.2	53.5	48.7
	평균 시간	45	65	92	67.3	95	99	95	96.3
2005년	행위자비율	40	47.5	51.6	46.4	48.2	52.3	59	53.2
	평균 시간	41	63	87	63.7	91	99	101	97
2010년	행위자비율	31.8	40.6	44.3	38.9	51.2	53.4	58.4	54.3
	평균 시간	36	57	74	55.7	82	90	88	86.7

출처: KBS (1981, 1985, 1990, 1995, 2000, 2005, 2010). 〈국민생활 시간조사〉. 서울: 한국방송공사, 각 연도판에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가 보호됨.

가족 공동체가 약화되어 가는 추세는 다른 사회조사의 결과를 통해서도 확인된다. 통계청이 15세에서 24세를 대상으로 실시한 2007년 청소년 통계조사 결과를 보면 부모와의 관계에 만족한다고 응답한 비율은 2002년 61.0%에서 2006년 57.0%로 감소하였다. 반면 불만이라고 응답한 비율은 같은 기간 4.6%에서 5.6%로 증가하였다. 형제, 자매와의 관계에서도 같은 기간 만족한다는 응답은 51.9%에서 48.2%로 감소하였으며 불만족스럽다는 6.1%에서 6.5%로 증가하였다. 자신의 고민을 털어놓는 대상도 15-19세 청소년의 경우 48.8%가 친구·동료를 꼽은 반면 부모를 선택한 이들은 22.6%에 그쳤다(통계청, 2007).

가족 공동체의 약화를 보여 주는 또 다른 지표로 이혼율을 들 수 있다. 미국의 종합사회조사를 분석한 퍼트넘(2000/2009)의 선행 연구를 보면, 이혼율의 증가는 일상적으로나 공식적으로나 시민들의 사회 참여

에 부정적인 영향을 미치지 않지만(461쪽), 사회적 자본의 쇠퇴는 이혼율의 증가와 연결되어 있는 것으로 나타난다(238쪽). 즉 이혼율의 증가가 공동체를 약화시키는 원인이 되지는 않지만 공동체 약화의 결과로 이혼율이 증가할 수는 있다는 것이다. 퍼트넘은 TV 보급의 확대와 이혼율의 증가를 직접 연결시켜 분석하고 있지는 않지만 사회자본 쇠퇴의 한 원인인 TV 확산이 이혼율 증가의 간접적인 원인이 될 수 있다는 추론이 가능하다. 실제로 한 구술사 연구(허윤철·채백·강승화·최창식, 2018)에서 이혼 경력이 있는 한 구술 참여자는 부부 관계가 멀어지게 되면서 TV도 따로 시청하게 되니 함께 할 기회가 줄어들어 관계 개선의 계기를 만들지 못하고 이혼에 이르고 말았다고 진술하였다.

한국사회에서도 이혼율은 가족 관계의 질을 보여주고 공동체의 최소 단위인 가정의 안정성을 대변하는 척도로 간주되고 있다. 특히 조이혼율은 이혼 건수를 전체 인구로 나누기 때문에 인구 구조의 영향을 받는다는 단점에도 불구하고 국가 간 비교가 용이하다는 장점 때문에 이혼율을 파악하는 데 가장 널리 사용되고 있다. 한국의 조이혼율은 1960년에는 0.2건으로 매우 낮았으며, 1970년에 0.4건, 1980년에 0.6건, 1990년에 1.1건으로 완만한 증가세를 보였지만, 불과 10년 후인 2000년에는 2.5건으로 급격히 증가하였고 2003년에는 3.4건으로 최고점에 이르렀다. 이후 조이혼율은 조금씩 감소추세를 보이면서 2014년에는 2.3건으로 2000년대 들어서는 최저 수준을 나타냈다. 최근의 감소세는 그간의 이혼율 상승에 대한 사회적 우려와 함께 이혼숙려제도의 도입에 따른 효과로 해석된다. OECD 주요 국가들 가운데 한국의 이혼율은 상당히 높은 수준이다. 한국은 1970년 하위 4번째 국가였으나 2008년에는 상위 10번째 국가가 되었다(통계청, 2015, 157쪽).

이혼율 중에서도 가족의 위기를 단적으로 보여 주는 것은 노년층의 이른바 황혼 이혼이 늘어난다는 점이다. 통계청과 여성가족부의 자료(2016, 7쪽)에 따르면 결혼 4년 이내 이혼율은 1990년 이후 전반적인

감소 추세에 있지만 20년 이상 부부의 이혼율은 증가하고 있다. 2012년을 기점으로 사례 수도 역전하여 2015년 총 이혼건수 10만 9천건 중 4년 이하 부부의 이혼 비중은 22.6%였으나 20년 이상 부부의 이혼 비중은 29.9%로 오히려 더 높은 비중을 차지하였다.

이렇게 이혼 사례가 늘어나면서 이에 대한 가치관도 변화하고 있다. 역시 통계청과 여성가족부의 자료(2016, 41쪽)에 따르면 통계청이 해마다 실시하는 사회조사에서 이혼에 대한 인식이 변화하고 있음을 알 수 있다. 2008년 조사에서는 '어떤 이유에서도 이혼해서는 안된다'라고 응답한 비율이 16.8%였으나 2014년 조사에서는 11.3%로 감소하였다. 반면에 '이유가 있으면 하는 것이 좋다'라고 응답한 비율은 2008년 7.1%였으나 2014년에는 12.0%로 증가하였다. 이는 그만큼 결혼으로 이루어지는 가족의 유대가 점차 약화되고 있음을 잘 보여 준다.

이렇듯 기존의 가족 공동체가 해체되면서 고독사, 우울증 등 다양한 사회 문제가 파생되고 있다. 퍼트넘(2000/2009, 434-436쪽)의 분석에 따르면 장기적 사회조사 데이터에서 자살률, 우울증 등의 증가는 경제적 요인보다 사회적 연계망의 해체와 같은 공동체적 요인과 더 밀접한 관련이 있다. 예컨대 미국의 장기조사 데이터는 경제적으로 더 풍요로워진 1970년대와 80년대에 출생하여 성장한 미국인이 1920년대와 30년대에 출생하여 성장한 미국인보다 3배 이상 자살률이 높다는 것을 보여준다. 이에 대해 퍼트넘은 사회적 관계망이 해체되고 사회적 고립이 가중되고 있는 '광폭한 개인주의'(rampant individualism)에서 원인을 찾았다.

최근 온라인으로 상호작용이 가능한 영역이 확장되면서 일정한 지리적 공간에서 이루어지던 사람사이의 대면 상호작용은 더욱 줄고 있다. 대면 상호작용의 쇠퇴와 함께 마을 단위뿐만 아니라 가족 단위의 친밀성과 유대감도 감소하고 있다. 텅 빈 지리적 공동체에 개인만 남게 된 것이다. 물론 이러한 변화를 '온라인 가상 공동체'와 같은 새로운 형식의 공동체의 등장으로 이해하는 관점도 있다(예: Shirky, 2010/2011). 그러나 여전

히 다수의 연구자들은 온라인 미디어 기술은 고장 난 공동체의 대안이 되기보다는 인간을 더욱 외롭게 만들 뿐이라고 주장한다(예: Turkle, 2011/2012). 기존의 공동체 형식이 빠르게 쇠퇴하며 해체되고 있는 가운데 새로운 형태의 온라인 공동체가 기존 공동체의 대체물이 될 수 있을 것인지에 대한 강한 의문이 제기 되고 있는 것이다. 최근 강진숙(2018)은 학술 담론 분석을 통해 공동체와 미디어 연구의 경향을 조명하며 주목할 만한 분석 결과를 제시하였다. 최근에 다시 지역 공동체와 미디어에 초점을 맞춘 연구에 대한 관심이 높아지고 있다는 것이다. 이는 급변하는 미디어 환경의 변화 속에서 소통의 문제를 비롯한 다양한 문제 해결의 실마리를 다시 전통적 공동체 안에서 찾고자하는 시도들이 늘어나고 있다는 뜻이다.

5. 맺음말

이 연구는 한국 사회에 TV가 등장하고 보급이 확대되면서 시청 패턴이 변화하고, 그에 따라 마을 공동체와 가족 공동체가 변화되어 가는 역사적 과정을 다양한 사회 지표와 언론 보도 등의 문헌 자료 분석을 통해 살펴보았다. 지금까지의 논의를 토대로 TV가 공동체의 변화에 미친 영향을 다음과 같이 요약할 수 있다.

먼저 새로운 문명의 이기로 등장한 TV는 기존 마을 공동체의 핵심으로 부상하였다. 1960년대부터 마을에 한두 대씩 등장하기 시작한 TV는 공동체의 중추적 역할을 하면서 마을의 많은 이웃들을 불러 모으는 역할을 하였다. 이는 아직 산업화가 본격적으로 시작되기 전으로, 전통적 공동체 문화가 강하게 남아 있던 토양 위에서 가능했을 것이다. 또한 TV보다 조금 앞서 보급된 라디오가 앰프촌의 형태로 마을 공동 청취 경험을 제공한 바탕(마동훈, 2003; 윤상길, 2011) 위에서 가능했던 것으로 볼

수 있겠다.

하지만 1960년대 후반부터 TV의 보급이 점차 확대되면서 각 가정의 안방을 차지한 TV는 가족 공동체의 핵심으로 변화하였다. 이제 TV는 마을 공동체의 중심이 아니라 집안에서 가족 모두를 불러모으는 가족 공동체의 중심이 된 것이다. 이 시기 TV는 가족주의의 강화에 기여하였지만 이웃과의 교류는 점차 줄어들게 되면서 마을 공동체는 약화될 수밖에 없었다. 이후 1980년 칼라 TV 개시는 칼라와 흑백 TV의 복수 소유 시대를 열었고, 이후 칼라 TV를 복수로 소유하는 시대로 진입하였다. 또한 1990년대부터 컴퓨터와 휴대폰, 2000년대 스마트폰의 보급으로 개인화된 시청까지 가능해지면서 가족 공동체도 점차 약화되어 갔다.

이러한 역사적 과정은 TV와 공동체의 관계에 관한 퍼트넘과 부어스틴의 통찰과 그 궤를 같이한다. 퍼트넘(2000/2009)은 TV가 사람들을 집안에 머물게 만듦으로써 마을 공동체를 약화시켰다고 보았다. 부어스틴(1971)은 TV를 두 대 이상 소유하는 가정이 점차 늘면서 각자 자기 방에 틀어박혀 완벽한 프라이버시를 즐기게 되었고 가족 간의 유대는 약화되기 시작하였다고 주장했다. 더구나 개인 미디어의 등장과 확대는 TV 시청의 개인화를 확대시키며 가족 공동체의 약화를 더욱 심화시켰다고 볼 수 있다.

결론적으로 말해 TV는 1차적으로는 당시 사회의 중핵이 되는 기존 공동체를 강화하는 역할을 하였지만 그 보급이 더욱 확대되면서 단계적으로 마을 및 가족 공동체를 약화시키는 역할을 한 것으로 평가할 수 있다. 마을에 들어온 초기의 TV는 마을 공동체의 구심점이 되었으며 가정에 들어온 TV는 마을 공동체를 약화시키면서 가족의 중심이 되었다. 하지만 가족 내에서 복수 소유가 이루어지고 개인화된 시청이 가능해지면서 이 가족 공동체도 약화되고 말았다. 결국 한국 사회에서도 TV는 마을 및 가족 공동체가 약화되는데 중요한 기여를 했다고 할 수 있겠다. 본문에서도 인용하였지만 일부 언론은 가족의 약화와 관련하여 TV가 '분열의

주범'이라거나 가족 관계를 붕괴시키는 시한폭탄 등의 표현을 사용하기도 하였지만, 그 정도는 아니더라도 중요한 요인 중의 하나였음은 부인하기 어려울 것이다.

서론에서도 전제하였지만 TV가 공동체 변화의 모든 것을 설명할 수 있는 유일한 요인은 결코 아니다. 공동체의 약화는 근대 이후 개인주의가 점차 심화되고 산업화와 함께 이농 및 도시화가 진행되면서 필연적으로 수반되어 온 과정이다. 그 과정에서 TV는 기존의 사회적 조건을 더욱 심화시키는 방향으로 작용한 것으로 볼 수 있겠다. 전통적 공동체 문화가 많이 남아 있던 1960년대 마을에 등장한 TV는 마을 공동체의 구심점이 되었다. 1970년대 들어서 산업화와 함께 소득 수준이 높아지면서 각 가정이 TV를 구입하게 되었지만 그 산업화 과정과 함께 이농과 도시화도 이루어지면서 전통적 공동체는 약화되기 시작하였다. 1960년 27.7%에 머물던 도시 인구의 비중은 1960년대 후반부터 급증하기 시작하여 1977년에는 51.5%를 기록하여 전체 인구의 절반을 넘어섰다(통계청, 2015). 전국 각지에서 도시로 모여든 이질적인 사람들이 함께 살아가게 되면서 레이몬드 윌리암스(Williams, 1975)가 지적한 바 있는 가족 중심의 사사화(privatization) 경향, 즉 낯선 이웃과 어울리기 보다는 가족이 중심이 되는 경향이 나타나기 시작한 것으로 볼 수 있다. 이 시기에 각 가정에 도입된 TV는 마을 공동체의 약화를 더욱 심화시키며 가족주의를 강화하는 요인으로 작용한 것이다. 또한 가족계획과 핵가족화로 한두 자녀 가정이 늘면서 개인주의적 경향도 심화되어 가는데 이것이 1990년대 이후 개인화 미디어와 맞물리면서 가족 공동체도 약화되는 단계를 맞고 있는 것이다.

세계 최대의 소셜 네트워크 서비스의 최고경영자인 마크 저커버그(Mark Zuckerberg)는 2012년 페이스북을 상장하며 '설립자의 편지'를 통해 세상을 보다 개방되고 연결되도록 만들겠다고 밝힌바 있다. 그런데 2017년 5년 만에 발표한 설립자의 편지에서 무너진 공동체의 재건과 형

성에 주력하겠다고 밝힌 것은 역설적이다(인현우, 2017, 6, 23). 온라인을 통해 전 세계인이 연결되었지만 정작 공동체는 위기라는 인식을 보여주고 있기 때문이다. 각종 테크놀로지의 발달로 현대인들의 커뮤니케이션 능력은 과거와 비교할 수 없을 정도로 높아졌지만 소통과 공동체의 위기를 주장하는 사람들은 늘고 있다. 미디어의 보급 확대와 함께 미디어를 개인화된 방식으로 이용하는 사람들이 늘면서 정작 사람들이 직접 만나고 대면할 일은 줄고 있기 때문이다. 이는 20세기 가장 중추적 전자 미디어였던 TV의 보급 확대 과정에서도 잘 드러난다. 미디어의 발전으로 인한 대면 교류의 축소는 결국 우리가 마주하고 있는 현대의 소통과 공동체 위기의 가장 중요한 측면일 것이다.

이 연구에서는 보다 체계적인 검증을 위해 장기적 통계 자료와의 관계 분석을 시도하였지만 자료 상의 여러 제약으로 인해 체계적 분석 방법을 적용할 수 없었다. KBS 국민생활시간조사의 경우 다양하고 많은 자료가 포함되어 있지만 1981년에 시작되어 마을과 가정에 흑백 TV가 보급되고 확대되던 시기에 대한 정보를 얻을 수 없다. 또한 국민생활시간조사는 초창기 2년 간격으로 실시되었지만 1990년부터 5년 간격으로 조정이 되었으며, 2000년대 이후 미디어 이용 패턴이 급변하여 조사의 일관성이 유지되지 못하여 시계열 데이터에 대한 장기적, 체계적 분석을 할 수 없었다. 앞으로 TV와 공동체의 관계를 보다 정교하게 규명해 낼 양적 및 질적 접근이 시도될 필요가 있을 것이다.

참고문헌

강신익 (2015. 3. 18). 이야기로서의 삶. 〈부산일보〉, 31면.

강준만 (2011). 소통의 정치경제학: 소통의 구조적 장애 요인에 관한 연구. 한국언론학회 (편), 〈한국 사회의 소통 위기〉 (65-89쪽). 서울: 커뮤니케이션북스.

강진숙 (2018). 학술 담론을 통해 본 공동체 미디어. 한국방송학회 (편), 〈미디어와 공동체〉 (83-119쪽). 서울: 컬처룩.

경향신문 (1975. 3. 4). 「안방극장」은 아녀자가 독점. 8면.

경향신문 (1976. 3. 27). 주부대담: 각박한 도시 속 이웃을 되찾자. 4면.

경향신문 (1977. 6. 14). 농촌 새 풍속도 14 : TV시대 1 초가지붕에도 안테나 우뚝. 6면.

경향신문 (1977. 6. 16). 농촌 새 풍속도 16 : TV시대 2 전등은 못켜도 TV는 본다. 6면.

경향신문 (1981. 1. 27). 컬러TV 등장 이후의 충격파. 5면.

경향신문 (1995. 1. 27). 가전에서 개전으로. 10면.

경향신문 (1997. 9. 1). '가족 사랑' 그 영원한 주제. 9면.

과학기술정보통신부・방송통신위원회 (2017). 〈2017년 방송산업 실태조사 보고서〉. 과천: 과학기술정보통신부.

김예란・김용찬・채영길・백영민・김유정 (2017). 공동체는 발명되어야 한다: 서울시 마을미디어 형성과 활동을 중심으로. 〈한국언론정보학보〉, 81호, 40-74.

김윤태 (2015). 〈사회적 인간의 몰락〉. 서울: 이학사.

노진호 (2017. 6. 8). 1인 가구 TV 보유율 91% 가장 낮아. 〈중앙일보〉. URL: http://news.joins.com/article/21646875

동아일보 (1969. 7. 21). 달 첫발에 쏠린 한국의 시청. 7면.

동아일보 (1974. 10. 23). TV시청 시간 틈탄 도범 격증. 7면.

동아일보 (1983. 3. 7). 서울특별시 : 이상비대증 앓는 「축소한국」. 9면.

동아일보 (1993. 4. 11). 자기중심주의 '나홀로가 좋다' 외톨이성주. 9면.

동아일보 (1996. 4. 16). 부모-자녀 모두 '나홀로 TV' 선호. 27면.

동아일보 (1997. 3. 4). 새로운 공동체를 위하여. 1면.

동아일보 (1998. 8. 21). 코쿤족을 아십니까?. 25면.

마동훈 (2003). 초기 라디오와 근대적 일상: 한 농촌 지역에서의 민속지학적 연구. 〈언론과 사회〉, 12권 1호, 56-91.

마동훈 (2011). 1960년대 초기 텔레비전과 국가: 수용자 경험의 심층 인터뷰를 중심으로. 한국방송학회 (편), 〈한국방송의 사회문화사〉 (178-205쪽). 서울: 한울아카데미.

매일경제 (1981. 1. 30). 흑백TV 중고품시장 상품으로 전락. 9면.

매일경제 (1981. 3. 25). 전문상 지상쇼핑 중고생활용품. 9면.

매일경제 (1990. 6. 7). 가전보급률 급신장. 7면.

매일경제 (1992. 12. 1). 정보가전 시대가 열린다 상. 8면.

박성호 (2011. 1. 16). 온라인 시대, '오프라인' 가족. 〈아시아경제〉. URL: http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2011011415012264161

박승관 (2011). 한국 사회와 소통의 위기 : 소통의 역설과 공동체의 위기. 한국언론학회 (편), 〈한국 사회의 소통 위기〉 (121-170쪽). 서울: 커뮤니케이션북스.

방송통신위원회 (2017). 〈2017 방송매체 이용행태 조사〉. 서울: 방송통신위원회.

배준희・노승욱 (2016, 6, 13). 설문으로 보는 30대 자화상 | '혼술' '혼밥' 즐기는 나홀로族 전성시대 결혼 필수아닌 선택…덕후인생 '좋아요'. 〈매경이코노미〉, 1861호. URL: http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=421925&year=2016

변재운 (1993. 9. 14). "나홀로 TV"… 온가족 시청 "옛말"/「첨단가정」 새 풍속도. 〈국민일보〉.
URL: http://news.kmib.co.kr/article/viewDetail.asp?newsClu

sterNo=01100201.19930914000001202

안광식 (1968). 매스미디어에 관한 사회결과조사결과 보고: 텔리비젼을 중심으로. 〈신문평론〉, 27호 권말부록, 1-34.

오순정 (1978). 여론조사에 비친 한국 「텔레비전」의 실상. 〈광장〉, 66호, 36-41.

오승환 · 이성균 · 이창한 (2012). 〈양극화 시대 가족해체와 청소년의 적응에 관한 한국과 미국의 비교 연구〉. 서울: 집문당.

오택섭 · 홍기선 (1983). TV시청기회 박탈이 인간생활에 미치는 영향에 관한 연구: 의사실험 설계를 통한 연구. 〈커뮤니케이션과학〉, 8권, 4-127.

유성 (1962). 가정불화의 유행병 TV. 〈사상계〉, 10권 4호, 316-317.

윤상길 (2011). 1960년대 한국 라디오 테크놀로지의 '부락화'. 한국방송학회 (편), 〈한국방송의 사회문화사〉 (206-248쪽). 서울: 한울아카데미.

윤석민 (2011). 〈한국사회 소통의 위기와 미디어〉. 서울: 나남.

이동복 (2016. 7. 7). 미디어 소비자의 TV이탈, 티벡시트. 〈서울경제〉, URL:http://www.sedaily.com/NewsView/1KYRU8QLSB

이서희 (2015. 7. 16). TV, 선을 끊어라…OTT 신세계가 열릴지니. 〈한국일보〉. URL:http://www.hankookilbo.com/v/53d1109f4df24971b41f39c3f15a41ee

이슬기 (2015. 8. 12). 모바일 영상, 지상파의 '헤게모니'를 바꾸다. 〈헤럴드경제〉. URL:http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20150812000101&ACE_SEARCH=1

이옥경 (1994. 10. 22). 주부일기 : 가전서 개전 시대로. 〈경향신문〉, 15면.

이주혁 (1974). 'TV문화의 망령들'. 〈세대〉, 130호, 264-271.

인현우 (2017. 6. 23). 저커버그 "페북, 공동체 형성에 주력". 〈한국일보〉. URL: http://www.hankookilbo.com/News/Read/201706231591017595

임재해(2011). 산촌마을 공동체의 약화 원인과 지속 요인. 〈민속연구〉, 23집, 5-59.

임종수 (2005). u-Broadcasting의 출현과 방송 소비문화 : 가족 텔레비전과의 관계를 중심으로. 〈언론과 사회〉, 13권 4호, 66-109.

임종수 (2007). 텔레비전의 사회문화사. 유선영・박용규・이상길 외 (편), 〈한국의 미디어 사회문화사〉 (437-486쪽). 서울: 한국언론재단.

정보통신정책연구원 (2017). 〈미디어 통계 수첩〉. 진천: 정보통신정책연구원.

조선일보 (1956. 5. 13). 수상기 앞에 시민 운집. 3면.

조선일보 (1962. 2. 17). 월부 매력, 태평로 장사진. 3면.

조선일보 (1964. 5. 21). 텔레비전 보던 19명 중경상. 7면.

조선일보 (1969. 7. 22). 긴장-흥분-놀라움이. 7면.

조선일보 (1970. 9. 3). 내 고향에 TV・라디오를. 6면.

주부생활 (1977). 주부가 말하는 드라마 속의 시어머니상. 13권 3호, 348-351.

중앙일보 (1969. 7. 17). 「아폴로」에 들뜬 서울의 밤, 남산 「스크린」 앞에 5만. 3면.

중앙일보 (1994. 3. 31). 가전업계 독신자 생활습관 맞춰 신제품 봇물. 25면.

최일섭・조성희 (2000). 〈실업과 가족해체: 사회복지 차원에서의 접근〉. 서울: 집문당.

통계청 (2007). 2007년 청소년 통계. URL: http://kosis.kr/upsHtml/online/downSrvcFile.do?PUBCODE=YG&FILE_NAME=/YG/YG03.zip&SEQ=7

통계청 (2015). 통계로 본 광복70년 한국사회의 변화. URL: http://kosis.kr/upsHtml/online/downSrvcFile.do?PUBCODE=AS&FILE_NAME=/AS/AS7032.pdf&SEQ=12

통계청 (2017). 〈2016 한국의 사회지표〉. 서울: 통계청.

통계청・여성가족부 (2016). 통계로 보는 여성의 삶. URL: http://kosis.kr/upsHtml/online/downSrvcFile.do?PUBCODE=KL&FILE_NAME=/KL/10.zip&SEQ=461

한겨레신문 (1993. 1. 6). 텔레비전 2대 이상 소유 37.4%. 11면.

한국보건사회연구원 (2001). 〈최근 가족해체의 실태와 정책방안에 관한 연구〉. 서울: 한국보건사회연구원.

한국사회문화연구원 (1999). 〈한국의 중산층 위기와 가족해체: 그 원인과 대책 모색〉. 서울: 한국사회문화연구원.

한국언론학회 (2011). 〈한국 사회의 소통위기〉. 서울: 커뮤니케이션북스.

한국일보 (1978. 2. 19). 텔레비전은 「유익한 상자」다. 5면.

허윤철 · 채백 · 강승화 · 최창식 (2018). 〈구술사로 본 TV의 보급과 공동체의 변화〉. 투고 중 논문.

KBS (1997). 〈한국방송 70년사〉. 서울: 한국방송공사.

KBS · 서울대학교 언론정보연구소 (1981, 1985, 1990, 1995, 2000, 2005, 2010). 〈국민생활 시간조사〉. 서울: 한국방송공사

Boorstin, D. (1971). Television. *Life, 71*(11), 35-39.

Horrocks, C. (2017). *The joy of sets: A short history of the television*. 강경이 (역) (2018). 〈텔레비전의 즐거움〉. 김포: 루아크.

Lynch, M. P. (2015). *The internet of us*. 이충호 (역) (2016). 〈인간 인터넷〉. 서울: 사회평론.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. 정승현 (역) (2009). 〈나 홀로 볼링: 사회적 커뮤니티의 붕괴와 소생〉. 서울: 페이퍼로드.

Rosa, H. (2010). *Theorien der gmeinschaft: Zur einführung*. 곽노원·한상원 (역) (2010). 〈공동체의 이론들〉. 서울: 라움.

Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age*. 이충호 (역) (2011). 〈많아지면 달라진다: '1조 시간'을 가진 새로운 대중의 탄생〉. 서울: 갤리온.

Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. 이은주 (역) (2012). 〈외로워지는 사람들〉. 서울: 청림출판.

Williams, R (1975). *Television: Technology and cultural form.* New York, NY: Schocken Books.

Williams, T. M. (1986). *The impact of television: A natural experiment in three communities.* Orlando, FL: Academic Press.

투 고 일 자: 2018년 10월 14일
심 사 일 자: 2018년 11월 21일
게재확정일자: 2018년 11월 28일

Abstract

Diffusion of television, wax and wane of community and family bond

Baek Chae
Professor, Dept. of Communication, Pusan National University
Chang shik Choi
Instructor, Dept. of Communication, Pusan National University
Seung-Hwa Kang
Doctoral Candidate, Dept. of Communication, Pusan National University
Yun-Cheol Heo
Instructor, Dept. of Communication, Pusan National University

The current study examines the influence of media diffusion, specifically the expansion of television on contemporary communication environment through investigations on literature, such as historical records, statistical data, and past news reports. During its early era of diffusion, 1960s, televisions were a novelty which brings neighbors together and became a pivot of local town community. In 1970s, televisions then became a 'fireplace' of household and bound family members together. However, the possession of multiple television sets in a household and the prevalence of smartphone enabled people to enjoy personalize and individualize television viewing, and it gradually undermined the bond of family members. In sum, the researchers argue that the diffusion of television has contributed the wax and wane of local community and family bond in a direct and indirect manner during the last several decades.

KEYWORDS media history, television, community, family, communication