

신세대의 특성이해를 위한 의식조사 연구*

도 종 수**
이 광 호
전 명 기
구 정 화

- I. 서 론
- II. 신세대 논의의 이해
- III. 신세대론의 비판적 검토
- IV. 신세대 특성이해를 위한 의식조사 결과
- V. 결론 : 신세대적 특성과 사회적 과제

회변화의 영향을 받아 청소년들의 모습도 변화하게 됨을 의미한다. 물론 사회변화가 청소년들에게만 영향을 주는 것은 아니지만, 청소년들은 자신의 가치관을 형성해가는 과정에 있으며 사회적 관습이나 제약 등으로부터 비교적 자유로우며, 사회적 환경들을 학습 체득하며 성장하는 과정에 있는 까닭에 기성세대에 비해 사회변화로부터 보다 큰 영향을 받는다고 할 수 있다. 그리고 사회의 변화를 흡수하며 성장한 청소년들이 성인이 되어 사회를 주도해 나가게 되면 그들에게 내면화된 가치들이 다시 사회변화에 촉매로서 작용하게 된다.

I. 서 론

어느 시대, 어느 사회에서나 청소년은 변화하는 존재들이다. 이는 청소년기 자체가 성장 발달의 시기일 뿐만 아니라, 어느 사회나 그 정도의 차이는 있을지언정 항상 변화하고 있으며, 그러한 사

우리사회는 60년대 이래 추구해온 산업화와 그에 따른 경제성장 등으로 인해 수많은 변화를 급속하게 겪어 왔으며 미래 정보화사회를 향한 수많은 변화에 직면해 있다. 세계 각국 역시 변화를

* 이 논문은 1994년도 연구과제인 「청소년육성 관련 정책개발 및 연구(II)- 청소년의 의식과 문화」중 “신세대의 특성이해를 위한 의식조사 연구”를 요약한 것임.

** 공동연구자는 본원의 도종수(정책연구실장), 이광호(연구위원), 전명기(연구원), 구정화(연구원)임.

경험하고 있지만, 한국사회가 겪어온 변화는 P. F. Drucker가 “세계 역사상 그 어느 나라도 현재 살아있는 한국인이 일생동안 겪었던 것과 같은 급격한 변혁을 경험해 본 나라는 아직 없다”고 하였을 만큼 광범위하고 빠르게 전개되었다(정성호, 1994 : 104). 이에 따라 우리사회의 전반적인 사회구조와 문화체계 역시 급속하고 폭넓게 재편되어 왔으며, 전통적인 가치와 새로운 가치들이 병존 충돌하는 문화충돌현상이 곳곳에서 나타나게 되었다. 이러한 변화의 소용돌이 속에서 한국의 청소년들은 전통적 가치와 새롭게 대두된 가치들간의 갈등과 혼란을 겪어 왔으며 전통성과 현대성의 혼재 속에서 미래 사회로의 변화를 암시하는 새로운 가치변화에 직면해 있다.

최근 ‘신세대’라는 용어를 통해 이전 세대들과 확연히 다른 의식이나 행동양식을 보이는 청소년들의 특성을 규명하고자 하는 논의들이 활발히 진행되었다. 물론 신세대 주부, 신세대 직장인, 신세대 여성, 심지어는 신세대 할머니라는 표현까지 나올 정도로 신세대라는 용어가 청소년들만을 한정해서 가리키는 것은 아니다. 오히려 신세대로 지칭될 수 있는 집단은 “24세 이하의 연령층을 의미하는 것이 아니라 개인적인 감각의 동질성으로 존재하는 감각적 연령공간”(김경훈, 1994 : 20)에 포괄될 수 있는, 어떤 특정한 연령집단이라기 보다는 사회의 고정관념화된 보편적 가치관이나 행동양식을 깨고 새로운 가치관과 그에 따른 생활을 추구해나가고 있는 사람들 모두라고 할 수 있을 것이다. 그러나 기존의 신세대에 관한 논의들에서 볼 수 있는 바와 같이 신세대 논의의 핵심은 사회변화에 가장 민감하게 반응하고 이를 수용하면서 표출하며 생활하는 청소년들이나 청년세대의 특성에 대한 것(김옥순, 1994 : 42)이라고 할 수 있다.

이 연구에서는 우리 사회가 겪고 있는 변화와 그 변화 속에 새로운 세대들에게 형성된 의식특성을 청소년층을 중심으로 고찰하기로 한다. 정확히 규정된 것은 없으나, 일반적으로 신세대라는 용어가 포괄하는 연령층은 10대에서 30대 초반까지이다. 그러나 본 연구에서는 이미 기존 사회질서와 가치체계에 진입한 연령층을 제외하고, 보다 기성세대와 구별되는 의식과 생활양식을 가질 가능성이 높은 청소년층에 초점을 맞추기로 한다. 이는 이 연구가 청소년들에 대한 기초적인 이해와 그에 바탕한 정책적 시사를 얻고자 하는 데에서 시작되었으며, 따라서 본 연구의 신세대에 대한 관심도 결국은 청소년들에 대한 이해를 보다 심화하기 위한 것이기 때문이다.

이 연구는 크게 신세대 및 신세대론 형성의 배경을 이해하기 위한 부분, 그리고 그에 따라 청소년들에게 나타나는 신세대적 특성을 구명하는 부분으로 나누어진다. 이를 위해 우선 관련 선행연구에 대한 문헌검토를 중심으로 신세대의 등장배경 및 원인이라고 할 수 있는 사회변화의 계요인과 그 특성을 고찰하고, 그러한 사회변화의 계특성이 청소년들의 의식 및 행동 양태에 미칠 수 있는 영향을 분석하도록 한다. 그리고 이를 바탕으로 청소년들의 의식에 나타나는 신세대적 특성을 분석하기 위한 설문조사를 실시하여 구체적인 생활 속에서 청소년들이 지향하는 가치와 행동 특성 등을 정리함으로써, 담론적 수준에서의 신세대론이 간과할 수 있는 일방적인 시각에서의 부정적인 신세대상이나 막연한 기대감이 아닌 현재 이 시점에서의 청소년들에 나타나는 특성을 제시하고자 한다.

II. 신세대 논의의 이해

1. 신세대론의 대두

오늘날의 청소년들을 포함한 젊은 세대들은 기성세대 혹은 과거의 청소년 및 청년세대에게서 나타나지 않았던 지나간 세대들과 다른 삶의 방식이나 태도, 가치, 그리고 그에 따른 행동양식을 보이고 있다. 최근들어 이러한 현상을 기업(특히 홍보전략과 관련된 광고매체)이나 언론매체를 중심으로 흔히 그들을 ‘신세대’라고 칭하면서 이와 관련된 ‘신세대 담론’ 등을 통해 보다 구체화하려는 시도들이 활발히 진행되고 있다. 그리고 이러한 다분히 상업적인 저널리즘의 신세대론에 대한 비판적 논의(참조: 고길섭, 1994)들도 계속 제기되고 있으며, 논자에 따라서는 신세대는 유행처럼 실체가 없는 존재로 부정되기도 한다. 신세대라는 용어는 말뜻 그대로만으로 보면 단순히 기성세대와 지나간 세대를 뜻하는 구세대와 대비되는 용어이다. 그러나 최근의 신세대론에서 ‘신세대’는 연령적으로 10대에서 30대 초반에 이르는 청소년 및 청년들, 그리고 그들 중에서도 기존의 가치체계나 문화를 탈피하고자 하여 그들 나름의 기호나 욕구를 새로운 형태로 발산하며, 그로 인해 사회적으로는 기성문화에 대한 하나의 ‘충격’이나 ‘도전’으로 다가오거나 혹은 우리 사회의 급격한 변화를 바탕으로 기성세대와는 전혀 다른 사회적 토양에서 성장한 집단 등을 의미하고 있다. 그리고 이와 아울러 20대나 30대 혹은 40대 일부에까지도 신세대적 감각이 존재하지만 외형적으로 나타나는 태도나 실제 행동에서는 신세대와 구세대가 구분되고 있다(김경훈, 1994: 20)는 점에서 가시적으로 드러나고 있는 신세대들 못지 않게 잠재적 혹은 잠복적인 신세대들도 존

재할 수 있다.

기성세대와 그들이 축적하고 또 유지하고 있는 전통적 가치와 문화에 대한 새로운 세대들의 도전은 비단 우리나라에만 국한되는 현상은 아니다. 일본의 ‘신인류’(新人類), 중국의 ‘청년세대’(青年世代)에 관한 논의(참조: 千石保, 1993; 丁謙, 1993)는 각각 사회적 배경이나 함의하고 있는 문제요소들은 다소 차이가 있지만, 급격한 사회변동을 겪고 있는 아시아권 국가들에서 그 어느 때보다 심각하게 나타나고 있는 세대간의 갈등, 그리고 그 갈등의 ‘주역’으로 등장한 새로운 세대들이 지향 표출하고 있는 삶에 대한 문제의식이라는 측면에서는 동일하다고 할 수 있다. 또한 미국에서는 기성의 문화와 가치에 불만을 갖고 그들의 부모인 ‘베이비 붐’ 세대를 몰아붙이는 청년세대를 ‘X세대’라는 이름으로 칭하며, 그들을 과연 어떻게 이해해야 할 것인가에 대한 논의가 진행되고 있다(참조: 뉴스위크, 1994. 6. 8). 이처럼 세계 도처에서 새로운 세대들의 삶의 양태는 기성세대들에게는 그들의 권위에 대한 하나의 도전으로, 또는 그러한 가치판단 이전에 기성세대의 가치관이나 의식으로는 감당하기 힘든 ‘장벽’으로 다가서고 있다. 또한 그들 새로운 세대들은 그들이 속한 사회로부터 쏟아지는 따갑고 부정적인 시각과 기성세대들의 이해부족 속에서 갈등하고 있다. 그리고 이 시대의 심화된 세대간의 갈등은 기존의 ‘세대차’라는 용어만으로는 부족하여 ‘세대 단절’이라고까지 표현되고 있다.

그러면 우리 사회의 신세대는 어떠한 존재인가? 우리 사회에서의 소위 신세대에 대한 이미지는 양면적이다. 그들은 “강남이나 신촌지역의 유흥가에 해가 지면 나타나 요란한 옷차림에 고급 승용차를 몰고 돈을 물쓰듯 하며 환락에 몰두하는 젊은이들, 가끔씩 마약을 복용하기도 하고 때

싸움까지 벌이는 도대체 이해하고 싶어도 이해할 수 없는 아이들”과 같이 광고나 텔레비전 프로에 의해 상품화되어 과소비적이고 향락적인 측면들만이 부각된 부정적인 이미지로 비춰지고 있다. 다른 한편으로 신세대는 “개성있고, 진취적이며, 주체적인 삶의 의식이 강하여 자기표현의 욕구가 왕성하고 적극적인 세대”로서 인식되기도 한다(김경훈, 1994 : 15).

이처럼 양면적인 이미지로 부각되면서 신세대에 관한 수많은 담론과 그들에 대한 분석이 이루어지고 있지만, 아직도 신세대의 정체는 뚜렷이 떠오르고 있지 않다. 그 까닭은 우선 우리 사회에서의 신세대 논의가, 미국에서의 X세대에 관한 광고업자들의 관심(참조 : 김상중, 1994)과 마찬가지로, 그들에 대한 상업적 관심과 판매전략에서 출발했다는 데에서 찾을 수 있다. 즉, 우리 사회에 축적된 경제적 잉여를 바탕으로 오늘날의 청소년 및 청년들은 과거의 젊은 세대들과는 달리 구매력을 갖게 됨으로써 그들을 통한 경제적 이윤의 추구가 가능하게 되어 하나의 시장을 형성하게 된 것이다.

이 ‘새로운 시장’을 선점하려는 기업들의 경영 전략과 그것을 달성하기 위한 수단으로서의 광고 매체가 ‘소비집단으로서의 신세대’의 특성을 포착하고 구매욕구를 자극하려고 한 것에서부터 신세대의 존재가 부각되기 시작하였다. 경제성장의 향유자로 자라난 10대 후반에서 30대 초반의 이른바 신세대들은 소비성향이 높아 부모 세대보다 오히려 구매력이 강한 계층이다. 이에 따라 의류, 제화, 문구, 가구, 식품, 가전 등 대부분의 생활용품 업계에서는 마케팅의 중심이 가정과 직장이 안정된 30~40대 계층에서 신세대 계층으로 급속히 바뀌어 가고 있다. 신세대의 강한 개성과 감각, 그리고 기능성과 간편성을 중시하는 특성을

감안, 각 업체들은 이들의 구미에 맞는 상품 개발에 총력을 기울이게 되었고, 이에 따라 신세대가 소비를 주도하는 계층으로 등장했다(김경훈, 1994 : 185).

물론 이러한 상업적 관심, 그리고 그에 따른 신세대에 대한 분석과 기업전략은 신세대라고 통칭할 수 있는 사람들의 특성을 예리하게 파고들었으며, 그들 나름대로의 의도를 달성한 것으로 평가받고 있다. 이는 어느새 우리 일상에 다가온 신세대라는 용어와 그 용어로 통칭되는 집단의 존재를 소비적 관점에서나마 확인한 것이기도 하다. 그 반면, 이러한 상업성 추구를 위한 일부 특성을 중심으로 한 논의 및 각종 매체를 통한 이미지 전달로 인하여 그들이 갖고 있는 의식이나 가치관, 그리고 그것을 형성한 사회문화적 배경 등과 같이 보다 본질적인 그들의 특성에 대한 이해는 지체되어 왔다.

그렇다면 과연 신세대는 단지 과거의 젊은 세대들보다 ‘주머니가 넉넉해진 요즈음 젊은이들’일 뿐인가. 과연 과거와 비교하여 상대적으로 풍요해진 여건에서 성장했다는 것만으로 지금의 젊은 세대를 설명할 수 있을까. 우리는 아직도 임시를 위해 밤낮없이 책과 씨름해야 하고, 그에 따른 스트레스에 시달리며, 어쩌다 시간이 나더라도 마땅히 갈 곳도, 놀 거리도 없어 서성이는 우리의 청소년들을 보면서, 대다수 청소년들의 모습과 무성한 담론 속에 형성된 신세대의 이미지 사이의 괴리에 직면하게 된다. 그리고 과거와는 다른 삶의 양식이 청소년 내지 청년들 뿐만 아니라 여러 연령층에 걸쳐 전개되고 있음을 볼 때, 우리가 신세대나 이와 비슷한 용어를 사용하여 분류하고 그들만의 특성을 차별화하여 규정할 수 있다면, 결국 그것은 이 사회 전반에 걸쳐 빠르게 진행되고 있는 변화에 조응하는 특성을 지닌 사람들 모두

에 해당되는 것일 수 있지 않겠는가 하는 의문을 갖게 된다. 더욱이 신세대론의 당사자라고 할 수 있는 청소년들의 절반 가량은 자신은 신세대가 아니라고 인식(참조: 중앙일보 '94. 2. 4 설문조사 결과)하고 있는 것에서 볼 수 있는 바와 같이, 지금까지의 신세대론은 상업적으로 형상화된 특정 부류라는 인식이 강하게 작용하고 있다고 할 수 있다. 즉, 지금의 신세대 논의는 종래의 세대차에 관한 논의에 비해 상업적인 측면에서 보다 자극적으로 포장되어 관심을 끌고 있는 세대차 논의의 또다른 형태일 수 있다.

과거의 젊은 세대와 구분되는, 아직은 명확히 떠오르지 않는 그 어떤 신세대의 특성이 존재한다면, 그것은 단지 '두둑한 주머니' 탓이라는 관점만으로는 설명될 수 없을 것이다. 또한 그것은 우리 사회가 어떠한 변화를 겪어 왔고 또 직면해 있으며, 그러한 변화는 어떻게 우리 사회의 성격을 변화시켰는지에 대한 분석과 그것이 새로운 세대에 미친 영향에 대한 심도있는 연구를 통해 규명되어야 할 문제일 것이다. 예를 들어, 이제는 기성세대로 분류될 30~40대들이 20대였던 15년전의 한 연구결과를 보면, 당시 젊은이들의 의식 특성은 물질주의적인 인생관을 갖고 있으며, 요령주의적이며, 편협하며, 이기적이며, 기성세대에 대한 강한 불신감을 갖고 있어 우려할 만한 상황인 것으로 나타났었다. 거의 같은 논조로 지금의 기성세대가 신세대를 바라보며 비판하는 논의들이 과연 당시의 연구결과와 그에 따른 우려어린 전망과 비교하여 과연 어떻게 다른가 하는 문제를 제기할 경우(한준상, 1994: 97-100 참조), 아직은 그 문제에 뚜렷한 관점이나 대답을 제시할 수 없는 것이 지금의 신세대 관련 논의의 실상이라고 할 것이다. 결국 신세대론이 일부 문제청소년들을 중심으로 한 과소비적 향락적 청소년들

에 관한 논의나 이를 자극하는 상업적 전략의 도구와 관련된 공론에 불과한 것이 아닌, 우리 사회의 젊은 세대에 대한 구체적 이해와 그것을 바탕으로 한 '새로운 세대'에 대한 올바른 성장 지원 방안을 모색할 수 있는 수준의 논의가 되기 위해서는 사회의 변화와 그에 따른 사회성원들의 삶의 변화에 대한 진지한 문제의식에 기초한 연구가 필요하다.

2. 사회변화와 문화의 변화

해방 이후 최근에 이르기까지 우리사회의 역사는 경제적 빈곤에서 벗어나 물질적 풍요를 이루기 위한 과정이었다. 이 때문에 우리사회의 현대사는 경제발전과 그것을 달성하기 위한 것이라면 무엇이든지 희생을 감수해야 한다는 식의 오직 정해진 길만을 중단없이 달리는 열차의 궤적과 다름없는 것이었다고도 할 수 있다. 이러한 과정을 통해 우리사회의 기성세대들은 고투 속에 어느 정도의 물질적 풍요를 달성하였다. 이를 바탕으로 그들의 자녀들은 그들이 청소년기에 겪었던 물질적 정신적 결핍의 체험없이 성장했다. 그리고 청소년기에 겪은 결핍의 기억 때문에 고생끝에 달성한 축적된 부를 누리지 못하는 자신들의 부모와는 달리 자신들 앞에 놓인 풍요를 '당연한' 것으로 향유하며 생활하고 있다. 이질적인 성장배경을 가진 기성세대와 그들의 자녀인 지금의 소위 '신세대'들이 의식과 행동양태라는 측면에서 서로 이질적인 것은 어쩌면 당연한 것(이종원, 1994: 31)일 수도 있다.

경제발전을 축으로 한 사회변화에 따라 지금 우리의 생활양식에도 많은 변화가 있어 왔다. 현재와 같은 생활양식의 변화에 가장 커다란 영향을 미친 것은 도시화, 공업화와 대중소비화라고

할 수 있을 것이다(이광호, 1994 : 99-100 참조). 이 세 가지 변화의 축은 다음과 같은 측면에서 우리사회의 생활양식을 변화시켰다. 첫째, 도시화는 생활의 다양성을 가져왔다. 도시화에 따른 여러가지 폐해에도 불구하고 도시화에 따라 생활의 기회가 다양해지고 선택의 폭이 확대되었다. 둘째, 공업화는 생활양식의 획일화를 가져왔다. 공업화를 위해서는 표준화된 생산양식이 불가피하며, 표준화된 생산양식은 우리의 시간배분 전체를 획일화하고 있다. 셋째, 대중소비화는 생활을 분주하게 만들고 있다. 고도의 대량소비사회에서는 일정한 하루 24시간을 대량소비를 위해 적절히 효율적으로 배분해야 사회의 대열에서 낙오하지 않게 된다.

우리사회 내부의 문제와 더불어 외부적 조건 또한 많은 변화가 있었고, 또다른 변화들이 계속 진행되고 있다. 냉전체제의 종식으로 세계질서가 재편되는 가운데 급속하게 국가간의 장벽이 허물어지고 있으며, 다른 한편으로 세계는 지금 산업혁명 이후의 최대의 변화로 평가되는 정보화 사회로의 진입에 박차를 가하고 있다. 이미 이러한 변화는 우리 사회에도 지대한 영향을 미치고 있다. 한때는 입에 담는 것조차 금기시하던 구소련이나 중국과 국교를 맺고 우리의 기업들이 상품교역을 넘어 그들의 땅에 공장을 짓고 생산활동까지 하게 되었다.

정보매체의 발전, 과학기술의 혁명, 경제교류의 활성화 등에 힘입어 시간과 거리의 간격없이 세계의 문화를 접하는 문화의 동시화 현상을 겪고 있다(김경훈, 1994 : 325). 각종 방송위성의 전파는 국경을 뚫고 세계 곳곳 수많은 사람들의 텔레비전 수신기에 전달되고 있다. 또 수많은 컴퓨터 통신정보망이 연결되어 과거에는 상상도 할 수 없었던 정보의 교류가 이루어지고 있으며, 이

같은 추세는 앞으로 더 가속화될 전망이다. 우리나라는 80년대 후반부터 이와 같은 문화의 동시화 현상을 겪게 되었다. 문화의 동시성은 산업사회의 발달로 인한 상품의 생산과 유통이 거의 실시간 *real time*의 속도로 이루어지는 데서 비롯된 것이다. 문화 또한 전세계가 하나의 상권으로 변모하는 과정에서 동시화를 거스를 수 없게 되었다.

신세대에 관한 논의도 결국 이러한 내적·외적 변화와 이에 따라 필연적으로 발생할 수밖에 없는 우리 사회 새로운 세대의 새로운 가치관과 삶의 양식에 대한 고찰과 밀접하게 관련되어 있다. 사회변화에 따라 사회성원들의 삶의 양태, 즉 그 사회의 문화도 변화한다. 일반적으로 한 사회의 지배적인 문화는 앞 세대로부터 전승된 문화를 바탕으로 형성된다. 그러나 사회가 변화하는 것처럼 문화 역시 고정되거나 화석화된 것이 아니라 하나의 유기체처럼 사회변화의 요소들을 흡입하고 변화한다. 그런데 여기서 우리가 신세대 논의와 관련하여 주목해야 할 점은 급격한 사회변화에 따라 문화의 변화 역시 매우 빠르게 진행되고 있다는 점이다.

전통 사회에서는 문화의 변화 속도가 원만하여 여러 세대가 동일한 문화속에서 살았으나, 현대 사회에서는 변화 속도가 엄청나게 빨라짐으로써 극단적으로 표현한다면 세대마다 다른 문화속에서 살게 되었다고도 할 수 있게 되었다. 오늘날 세대간의 차이가 커져서 가정, 학교, 직장 등 사회 곳곳에서 기성세대와 청소년 모두 서로를 이해하기 어렵게 된 것도 결국은 문화의 변화 속도가 매우 빨라졌기 때문(김신일, 1992 : 6)이라고 할 수 있다.

또한 다가올 미래 사회에서는 문화의 변화 속도가 더욱 빨라질 것으로 예상되어 빠른 변화에

대한 정확한 예견 능력과 적응 능력이 미래사회에서의 성패를 좌우하게 될 것으로 보인다. 이에 따라 앞으로 우리사회가 당면해야 할 사회적 불협화음은 경제적 맥락에서 인식되는 계급갈등보다는 문화적 혹은 세대간의 '다름'에서 오는 갈등이 더 심각할 수 있다(정성호, 1994 : 105)는 점에서 문화의 변화 속도에 상응하여 사회통합을 유지하는 방안의 모색이 심각하게 요청되고 있다.

3. 청소년문화의 이해

문화를 한 집단의 생활양식이라고 할 때 청소년문화는 청소년들의 생활양식이라고 할 수 있다. 그러나 한 사회의 하위문화로서의 청소년문화의 존재에 대해서는 상반된 인식이 존재한다. 청소년문화가 존재한다고 주장하는 사람들은 성인문화와는 구별되는 청소년들의 문화가 따로 형성되어 있기 때문에, 청소년들은 성인들이 접근할 수 없는 그들만의 문화적 공간을 확보해 놓고 있다고 강조한다. 반면에 청소년문화의 존재를 인정하지 않는 사람들은 청소년은 성인들이 중심인 문화 속에 살고 있는 것이며, 그들은 아직 미성년자들이므로 자신의 문화라고 할 만한 것을 소유하지 않았을 뿐만 아니라, 사회의 기존 문화에 입문하기 위한 준비를 하고 있을 따름이라고 주장한다(김신일, 1992 : 2-3 참조). 이러한 논쟁이 완전히 마무리 된 것은 아니지만, 1970년대에 들어와서부터는 청소년 및 청년을 독자성을 지닌 집단으로 인식하려는 경향이 나타나기 시작하였다(김신일·강대근, 1983). 1960년대 후반부터 1970년대 초까지 미국, 프랑스, 서독 등 서구 여러 나라와 일본에서까지도 기존의 사회체제와 가치관에 대하여 청년세력이 기성세대의 권위를 부정하는 운동을 격렬하게 전개되면서, 기성세대와는 다

른 새로운 세대의 존재를 강하게 부각시켰고, 이러한 청년문화 내지 청소년문화에 대한 외국의 논의가 국내에도 유입되었다. 이를 계기로 청소년문화에 관한 논의가 점차 활발해졌으며, 청소년문화의 존재를 인정할 뿐만 아니라 그것을 육성 발전시켜야 한다는 주장이 더욱 강하게 제기되게 되었다.

청소년문화의 존재를 인정하는 입장을 취하더라도 청소년문화에 대한 해석은 여러가지 방향에서 전개될 수 있다(김신일, 1992 : 9-11). 첫째는 청소년문화를 미숙한 문화로 보는 입장이다. 이것은 '어른의 시각'이라고 이름붙일 수 있는 시각이다. 둘째는 청소년문화를 비행 문화로 보는 입장이다. 청소년들이란 공부나 일보다는 놀기를 좋아하고, 어른 몰래 나쁜 짓 하기를 즐긴다는 입장이다. 이렇게 보는 입장에서는 청소년들을 항상 부모나 교사 또는 성인들의 감독하에 두어야 한다고 믿으며, 청소년들끼리 놔두면 언제나 문제를 일으킨다고 생각한다. "아이들끼리 어울리게 해서 안된다"는 사고방식이다. 셋째는 청소년문화를(중심문화를 이루는 하나의) 하위문화로 보는 입장이다. 넷째는 청소년문화를 대항문화 *counter-culture* 또는 반(反)문화로 보는 입장이다. 청소년들은 기성세대의 문화를 거부하고 자신들의 새로운 문화를 대안으로 내세우면서 개혁과 변화를 요구한다. 새로운 세대가 기성세대에게 비판을 가하고 반항하는 것은, 그들이 미숙하거나 빼돌려졌기 때문이 아니고 기성세대와는 다른 인생관과 역사관을 가지고 있어서 부모세대와는 다른 삶의 방식을 추구하기 때문이라는 것이다. 다섯째는 청소년문화를 새로운 문화로 보는 시각이다. '새 술은 새 부대에'라는 식으로 새로운 세대는 그들 나름의 새로운 문화를 창조, 형성하여 살아간다는 것이다. 즉 그들이 가지고 살아갈 그들

세대의 문화로서 청소년문화를 인정하여야 한다는 것이다. 사회는 세대를 거듭하면서도 핵심적인 문화 요소는 크게 변하지 않고 항상 유지, 보존되지만, 세대가 바뀌어감에 따라 새로운 문화 요소가 생성되어 문화에 변화를 가져온다. 이러한 변화가 없으면 과거의 오랜 전통시대가 그랬듯이 사회는 발전을 모르고 침체 상태에 빠지게 된다. 이런 시각에서 바라보면 청소년문화는 한 사회의 생동적 발전을 위하여 없어서는 안될 귀중한 자극인 동시에 활력소가 된다.

청소년문화를 인정하건 혹은 인정하지 않건 간에 기성세대는 청소년들에게 어떤 기대를 가지고 있다. 청소년들의 생활을 바라보는 그 어떤 관점도 이러한 기대를 배제하고는 성립하지 않는다. 청소년들의 생활상을 부정적으로 평가하든 혹은 무한한 가능성을 지니고 있는 희망으로서 평가하건 간에, 그러한 모두 청소년들의 삶에 대한 일정한 기대와 그에 따른 기준이 전제되어 있다. 그리고 그들의 삶과 그것의 집합체로서의 청소년문화는 성인이 주도하는 정치, 경제, 사회의 제반 환경을 조건으로 형성된다. 이에 더하여 청소년들은 그들을 대상으로 하는 갖가지 상업주의적 이윤추구 행위에 직접적으로 노출되어 있다. ‘뉴키즈온더블럭’이나 ‘서태지와 아이들’이 음악적으로 좋으나 나쁘냐를 떠나서, 그들은 모두 상업주의적 유흥 산업이 만들어낸 하나의 상품이다. 이들 음악 그룹을 청소년들이 열광적으로 좋아한다고 해서, 청소년들이 그들을 만든 것은 아니다. 오늘날의 거대한 상업방송 기업과 대중음악 기업들의 작품이다. 요컨대 돈벌이를 위하여 만들어 놓은 상업문화이다(김신일, 1992 : 8).

결국 청소년문화의 고유성 여부에 대한 논의보다 중요한 것은 청소년들에 대한 우리사회의 기대치가 무엇인가 하는 점일 것이다. 그리고 청소년

년들에 대한 기대가 올바른 것이 되고, 또한 그것이 청소년 개개인의 가치와 개인적인 특성을 고려하지 않은 채 청소년들 전체를 일방적으로 집단화하여 평가하는 ‘낙인’이 되지 않기 위해서는 청소년들의 인간발달상의 특성과 이 사회의 성원들 모두가 직면하여 겪고 있는 ‘오늘의 삶’에 대한 조망에 기초하여야 한다.

4. 급류속의 청소년

학문적 입장에 따라 다소 논의의 차이는 있지만 청소년과 관련된 연구들은 공통적으로 청소년의 본질은 자아정체성의 위기, 반항성, 소속에서의 이탈, 신체적 급변과 정서적 가변성, 사회적 미성숙 등임을 지적하고 있다. 또한 청소년기는 성장발달에 따른 변화와 요구를 특질로 하며, 사회적 이행기로서 새로운 사회적 지위로 나아가기 위한 불안감이 교차하여 내면적 동요를 겪는 시기로 이해하기도 한다. 즉, 청소년기는 그 발달과정의 특성상 시대를 막론하고 과도기적인 존재로서 주관적으로나 객관적으로나 신체와 자아가 끊임없이 동요하는 시기이다. 따라서 동요하고 고뇌하며 당혹해하는 모습은 지극히 당연한 청소년의 모습이라고 할 수 있다.

이러한 청소년기의 일반적 특징과 아울러 이 시대 우리의 청소년들은 앞서 언급한 바와 같이 급변하는 한국사회에서 성장하고 있다. 청소년들의 선배격이라고 할 수 있는 '70년대를 전후하여 출생한 20대들은 '60~'80년대의 산업화와 개방화 시대의 교육을 받고 성장한 연령군으로서 그들의 앞 세대들에 비해 개성화되고 자아실현 욕구가 강한 집단으로 성장하였다. 즉, 그들은 구세대(기성세대)들과 다른 역사적 배경하에서 다른 사회, 경제, 문화적 경험을 한 세대이다(정성호,

1994 : 105). 또한 그들은 '80년대의 광주 민주화 운동을 비롯한 일련의 민주화 변혁기를 거치면서 민주주의 가치체계를 폭넓게 인식하는 가운데 사회구조의 평등화와 인간화에 관심을 두고 정치, 경제, 사회, 문화 등 제반 영역에서 기성세대와는 커다란 시각차이를 보이면서 기성세대의 권위체제를 거부하는 저항과 모험을 계속하고 있다(정성호, 1994 : 105-106).

앞서 언급한 바와 같이 공업화·도시화·대중소비화라는 사회변화 3가지 축은 생활양식을 다양화·획일화·분주함이라는 측면에서 전세대와 대비되는 양상으로 변화시켰다. 특히 획일적인 다양화를 분주하게 되풀이하는 생활양식은 어느 정도 경제적인 풍요가 실현된 후 우리사회의 성원들이 살아가는 효율적인 적용의 결과이다(이광호, 1994 : 100). 이런 의미에서 청소년들의 문화, 특히 소위 신세대 문화라고 통칭될 수 있는 것들은 이러한 사회변화를 가장 극명하게 보여주는 것일 수 있다. 현재 우리 사회에서 상업적 대상으로 저널리즘에 의해 등장하고 있는 신세대적 경향성은 가장 현대적인 생활양식의 특성인 분주한 획일적 다양화를 부분적으로 드러낸 것들이기도 하다.

지금의 청소년들은 '70년대를 전후한 경제발전과 함께 우리사회에 축적되기 시작한 경제적 풍요를 향유하며 성장한 최초의 세대이다. 전세대와는 달리 그들은 출생직후부터 소비문화와 대중문화에 접촉해 왔으며, 우리사회의 전통적 가치들을 대치해온 서구의 개인주의적 다원주의적 사고방식과 서구문화에 완전히 노출되어 성장한 세대이기도 하다.

그들은 또한 정보화시대로 진입하는 사회의 변화를 몸으로 겪으며 성장하고 있는 세대이다. 라디오나 흑백 TV의 기억을 향수처럼 지니고 있는 앞 세대에 비해 그들은 컬러 TV를 보며 자란

‘화려한’ 영상세대이며, 최근 급속한 컴퓨터의 보급과 함께 컴퓨터와 쉽게 친해지면서 그 영향을 받으면서 생활하고 있는 컴퓨터세대이기도 하다. 컴퓨터와 통신환경으로부터 많은 영향을 받게 됨으로써 청소년의 관습이나 성격, 생활, 행동양식이 정보문화의 특징을 닮아가고 있으며, 기성세대 에 비해 정보화시대에 걸맞는 생활양식과 문화를 갖게 될 것으로 예상된다. 정보화의 물결은 전세계적인 현상이며 모든 세대에 걸쳐 그 영향이 미치고 있지만, 특히 청소년들은 정보화사회 정보문화에 익숙해짐으로써 기성세대 에 비해 보다 개성적이고 자유분방한 삶을 선호하게 될 것이며, 여러 이질적인 문화에 대한 흡인력 또한 왕성해질 것이다.

현대 산업사회에서의 생활양식의 변화, 그리고 정보화시대로의 진입과 그에 따른 정보문화의 확산이라는 사회환경의 변화에 따라 청소년들은 개인주의, 인정 욕구와 책임 회피, 가치관 부재, 국제화·서구화, 충동성, 영상매체 선호, 모험적·감각적 레저활동 등과 같은 라이프 스타일상의 특징을 보이고 있는 것으로 진단된다(김삼중, 1994 : 37; 임광진, 1994 : 52 참조). 효율적이고 가장 현대적인 생활양식에서 반드시 요구되는 필요조건으로서의 “철저한 프로근성”의 중시, 자본주의적 대량생산 체제하에서 획일적으로 소비하도록 현혹당하고 있는 이율배반적인 “자유와 개성”의 추구, 정보화시대의 진입과 함께 분주한 현대의 생활을 효율적으로 감당하기 위해 요구되고 있는 멀티미디어를 통한 “동시추구 현상” 등의 생활방식 수용의 문제는 기성세대보다는 청소년세대들에게 보다 첨예하게 다가서고 있다. 또한 그들의 출생과 함께 자연스럽게 접하게 된 영상문화의 발달에 따라 청년세대를 중심으로 정신적 가치를 우선하는 과거의 문화와는 달리 육체적이

고 시각적이고 행동하는 즉 육체에 대한 주체적 인식이 형성되고, 이것이 자본주의적인 상업주의와 결합하여 소위 “영상세대문화”를 창출하게 되었다(이광호, 1994 : 100). 이러한 새로운 가치 지향의 양상은 내면적 가치를 중시하는 기성세대의 문화적 기준에서 청년세대의 문화를 쾌락적이고 소비적인 육체의 문화로 평가하고 우려하게 하였다.

새로운 시대로의 진입은 사회성원들의 삶에 새로운 생활양식으로의 전환을 요구하게 되었다. 그리고 새로운 시대가 요구하는 생활양식의 형성과 수용에서 세대간에 시간적인 측면과 아울러 적응의 정도라는 측면에서도 차이가 나타나게 되었다. 이에 따라 기성세대는 그들이 납득할 수 없는 생활양식을 추구하는 또다른 세대, 또다른 부류가 동시대 같은 사회에 존재함에 당혹해 하고 있다. 또한 성장하는 세대들은 그들의 감각에서 어찌면 당연한 생활방식이 그들의 가족이며, 그들의 삶을 지지해줄 기성세대들과 충돌하게 되고 부정당하는 것에 곤혹스러워하고 있다. 이렇듯 ‘세대간의 충돌’처럼 나타나고 있는 소위 신세대적 삶의 양상은 구체적으로 무엇인가?

5. 신세대적 삶의 양상

전술한 신세대론 대두의 배경에서 살펴본 바와 같이 우리사회에서 신세대에 관한 이미지는 양면적이다. 주체할 수 없이 많은 부를 지니고 있는 부모의 그늘에서 자율통제 기능을 상실한 채 사치와 방종을 일삼는 향락적인 소위 ‘오렌지족’류의 이미지가 존재하는 반면, 개성있고 진취적이며 주체적인 삶의 의식이 강하여 자기표현의 욕구가 왕성하고 적극적인 세대로서 무한한 가능성을 지닌 집단이라는 이미지 또한 존재한다. 물론 이러

한 상반된 두가지 이미지는 모두 최근 지면을 장식했던 청소년들의 패륜적 행태나 기성세대를 놀라게 했던 정보문화의 나이 어린 수재들과 같은 많은 사례들을 통해 정형화된 것들이다. 그러나 이러한 상반된 이미지의 형성 이면에 담긴, 현상에만 주목하여 원인을 간과한 측면들이 있음에 유의하여 보면 ‘오렌지족’으로 상징되는 신세대의 퇴폐적 이미지는 우리사회의 심화된 계층문제가 청년 및 청소년세대를 중심으로 표출된 것임을 알 수 있다.

흔히 언급되는 오렌지족의 이미지는 밤마다 강남이나 신촌 등지의 고급 유흥가에 나타나 외국 상표의 값비싸고 요란한 옷으로 치장을 하고, 고급 승용차를 몰고 다니며, 서민들의 한달 생활비가 넘는 유흥비로 물쓰듯 하며, 심지어는 쾌락을 위해서라면 마약도 서슴치 않을 환락에 몰두하는 ‘젊은 것’들의 모습일 것이다. 물론 최근 신문지상에 이러한 일부 젊은이들의 행태, 그리고 그와 관련된 패륜적 범죄들이 속속 보도되면서 사회에 커다란 충격을 준 것이 사실이다. 그러나 보다 분명한 것은, 과연 우리사회에서 그러한 사치와 방종을 ‘꺼리낌 없이’ 일삼을 수 있는 젊은이들이 얼마나 될 것인가 하는 측면에서, 그러한 소수 청년 및 청소년들의 행태는 그들이 속한 계층의 성인들의 일부가 내보이고 있는 부정적인 생활양태를 학습한 결과이고, 축적된 부를 감내할 수 없는 수준의 천박한 사회의식과 사회윤리가 포출된 것이라는 점이다. 그들의 행태가 충격적인 것만큼이나 그러한 충격적인 삶을 살 수 있는 부류는 이 사회에서는 일단 수적으로는 소수라고 할 수 있다. 따라서 그들에 대한 논의는 청소년과 관련된 논의의 일부는 될 수 있어도 대다수 청소년들의 이미지를 형성하거나 평가하는 기준이 될 수는 없는 것이다.

다음 절에서 기존 신세대론의 문제점을 검토하면서 상술할 것이지만, 치열한 입시의 전장에서 그리고 생산의 현장에서 작은 여유마저 아쉬워하는 대다수 청소년들의 생활을 간과한 채 소수의 행태를 마치 대다수 청년 및 청소년들의 행태인 것처럼 착각하거나 과장된 반응을 하는 것은 급변하는 한국사회의 청소년들을 이해하는 데 있어 커다란 의미를 가질 수 없다. 보다 중요한 것은 사회의 발전과 변화에 조응하는 청소년들의 생활 양식의 변화에 대한 이해일 것이다. 즉, 우리가 주목해야 할 것은 어느 시대를 막론하고 있어 왔던 청소년기 특유의 변화보다는 이 시대의 청소년이기에 겪을 수 있고 표출할 수 있는 시대상에 적응하는 청소년들의 모습이다. 굳이 우리가 신세대를 논하여야 하는 이유도 결국 그들 앞에 놓여진 달라지는 세계와 그것을 감내하는 청소년들의 삶에 대한 이해가 필요하기 때문일 것이다.

청소년들은 기성세대와는 달리 정보의 획득이나 감각의 발달을 문자가 아닌 영상을 통해 깨우치기 시작한 세대이다. 즉, 인식의 형성과정 자체가 기성세대와는 다르다고 할 수 있다. 그들은 글자를 깨치기 전에 컬러 TV와 영화, 비디오 등 영상과 만화를 보고 대중음악을 들으며 성장해 왔다. 또한 그들 앞에 놓인 통신매체는 종래의 일방적인 수신장치가 아닌 양방향의 열린 매체로 발전하고 있다. 때문에 그들은 새로운 첨단 매체를 통해 과거에는 상상할 수 없었던 수많은 정보를 접할 수 있게 되었으며 매체의 특성을 살려 스스로가 정보의 발신자이며 창조자가 되고자 하고 있다. 기성세대가 요구하는 ‘보편적인 교양’은 미흡할지라도 관심분야에 대해서는 전문가에 버금가는 정보도 가지고 있다. 소득이 없는 계층이면서도 패션에의 열정이 대단한 것처럼 자기표현은 적극적이다(김경훈, 1994 : 18-19 참조).

또한 뉴키즈 소동이나 서태지 열풍으로 상징되는 우리 사회의 청년문화의 열기는 분출구를 찾지 못하는 그들의 삶의 현실을 보여주고 있다. 물론 그것은 '60년대 그들의 부모 세대가 클리프 리차드라는 한 영국의 가수 앞에서 (그 공연을 계기로) 분출했던 청춘으로서의 감당할 수 없는 생명력에도 같은 것일 수 있으며, 이미 그 이전부터 가시화되었던 전세계적인 대중문화의 동질화 현상이 우리사회의 두드러진 문화의 한 양태로 자리잡고 있는 증거일 수 있다. 또한 그것은 청소년들이 갖고 있는 문화적 특징이 미국문화의 세계화와 그것의 상품화라는 점과 맞물려 여러 가지 다양한 양상으로 표출되는 복합적인 현상임을 보여주는 것이기도 하다.

“40대 이상의 기성세대에게 라디오를 들으면서 공부한다는 것은 불가능했다. 그들이 10대, 20대였을 때는 그나마 라디오도 흔치 않아서 대청마루에 한대를 모셔놓고 온가족이 듣다가 공부할 때는 끄곤 하였다. 그러나 오늘날의 멀티미디어족은 동시에 TV나 라디오를 즐길 뿐 아니라 그 자신이 한꺼번에 움직이는 멀티미디어이기도 하다. 컴퓨터를 좋아하는 신세대는 컴퓨터도 만지면서 컴퓨터 화면을 통해 필요에 따라 TV도 보고 비디오도 볼 수 있다. 물론 각종 음악카드와 스피커를 이용해 보다 훌륭한 소리를 들을 수도 있다. 한꺼번에 여러 가지를 하지 않으면 성에 안찬다. 시각을 포함한 모든 감각을 전방위적으로 발휘하는 것이다. 이처럼 영상문화는 모든 사람들의 감각을 시각, 나아가 종합적 감수성이라는 틀로 재정렬시키고 있다. 또한 단순히 감각의 문제를 넘어서 가치관을 변혁시키고 있다.”(김경훈, 1994 : 56)

이 인용문에서 나타나는 것과 같이 지금의 청소년들은 산업사회의 본격적인 정착과 그에 따른 사회문화의 변화와 아울러 산업사회 진입 이후 최대의 변화라고 할 수 있는 매체의 변화 앞에 놓여 있다. 그리고 매체의 변화는 단순한 인간의 사용기기가 변하였다는 측면을 넘어서서 인간의 사고와 생활양식까지도 변화시키고 있다. 신세대론으로 표출되고 있는 기성세대의 당혹감에는 이러한 역사적 분기점 앞에서의 혼란과 자신들과는 다르게 그 변화를 수용하여 새로운 생활양식을 영유하고 있는 새로운 세대에 대한 이질감의 표출이 중요한 부분을 차지한다. 신세대론을 계기로 논의되기 시작한 종래의 세대차 논의와는 다른 세대간의 이질감에 대한 인식은 인간 인식의 중요한 수단이 변화하고 그에 따라 총체적인 삶의

〈표 1〉 문자세대와 영상세대의 가치관

문자세대	영상세대
이성적	감성적
옳고 그름으로 판단	좋고 싫음으로 판단
논리적 심사숙고	감각적 판단
미래의 득실 기준	당장의 좋고 싫음이 기준
동일 지향 가치관	이질 지향 가치관
남들처럼 살고 싶다	남과 다르게 살고 싶다
자기 절제	자기 표현
남이 창조한 가치에 동의	스스로 가치 창조
타인인식	자기에게 충실
억제된 감정	해방된 감정
문화의 수동적 향유	문화 생산 소비에 참여
소유가치 중시	사용가치 중시

자료 : 정근원, “영상세대의 출현과 인식론의 혁명”, 『시사저널』, 1993. 4.15.을 김경훈(1994)에서 재인용.

양태가 변화하였음을 인지한 것이기도 하다. 다음의 〈표 1〉은 일반적인 세대차의 논의와는 다른 기성세대(문자세대, 구세대)와 영상세대(신세대)의 차이를 잘 나타내주고 있다.

영상세대로서의 특징과 아울러 지적할 수 있는 중요한 신세대적 특징은 집단적 가치와 정치에 대한 무관심이다. 신세대 논의의 중요한 흐름 중의 하나인 대학가에서의 신세대 논쟁은 탈정치적 성향 속에서 “네 멋대로 하는” 신세대를 결코 부정적으로만 볼 수 없으며 이전 세대와는 또다른 개성과 창조성을 지니고 있다는 데에 대체적으로 의견이 일치하고 있다. 우리가 일찌기 누리지 못했던 경제성장, 민주화 물결, 반외세적 우리 문화에의 집착과 개방적인 세계화의 공존, 자신들이 이 시대의 ‘주역’이라는 강한 자신감 등이 한 데 얽혀 창조해낸 신세대의 새로운 사고와 행동은 우리사회 변혁의 관건이 될 수도 있다(정성호, 1994 : 104~109). 그러나 정작 신세대에 대한 새롭고 긍정적인 해석에도 불구하고 대다수 대학생들이나 청소년들은 여전히 이 신세대라는 개념에 자신들을 동일시하지도 않을 뿐더러 별다른 관심조차 없다(김경훈, 1994 : 21 ; 중앙일보, 1994. 2. 4).

이러한 집단적 가치의 정치에 대한 무관심은 탈이데올로기적인 세계적 조류의 반영(한준상, 1994 : 106)이라고 할 수 있다. 그러나 우리사회의 상황에서 보면 이것은 지금까지 우리사회의 두 가지 ‘운동’이 추구하였던 목표, 즉 경제발전과 민주화라는 명제가 가시적으로 달성된 것으로 인정하는 사회적 분위기와 무관하지 않다. 생존의 조건으로서 추구하였던 경제발전 지상주의와 그 반대급부로 희생되었던 인간적 삶에 대한 회귀였던 민주화운동으로 상징되던 ‘80년대까지의 사회 변혁의 주류가 지탱해온 집단적 정체성 확보가

더이상 과거와 같은 강한 사회적 결속력으로 작용할 수 없게 된 것이다. 그러한 집단적 동질성의 상실은 다른 한편으로 다양한 가치의 추구하고 그에 따른 사회가치의 다원화라고 표현될 수 있다.

다원화된 사회적 가치는 또한 정형화된 기성세대의 가치와 신세대의 가치간의 차별화를 넘어 보다 분화되어 다음 <표 2>와 같은 양태로 나타나게 되었다.

<표 2> 세대별 차이

	자기표현	노동	세대별 특성
40대	패션무관심세대	일벌레형	전통세대
30대	소극, 적극 혼합세대	일과 놀이 결합형	샌드위치세대
20대	자기표현세대	자기만족형	신세대

자료 : 김경훈(1994), p. 40.

물론 사회성원들의 인식이나 삶의 양태가 <표 2>에서 볼 수 있는 바와 같이 단정적으로 10년 주기로 정형화된다고 하는 데는 다소의 무리가 있다. 그러나 <표 2>를 통해 찾을 수 있는 시사점은 집단화된 가치체제와 생활양식에서 주체적 자기인식과 그것을 바탕으로 한 '나로서의 삶'으로 사회구성원들의 삶의 지향이 변화하는 경향성이라고 할 수 있다.

III. 신세대론의 비판적 검토

신세대의 가능성과 신세대적 특성이 지니는 가능성에 대한 논의들이 있었음에도 불구하고 기존 신세대론의 주된 논조는 근검절약할 줄 모르고 고생하기 싫어하는 감각만을 탐닉하는 '걱정스러운 젊은이들'에 대한 우려가 주종을 이루었다고 할 수 있다. 이같은 부정적인 논조, 즉 신세대의 소비성과 선정적 이미지의 강조는 아마도 보수적인 기성세대가 갖는 변화된 감성에 대한 체질적인 거부감과 상업주의적인 부추김의 변용된 표현들이겠지만, 어쨌든 신세대라는 것의 실체는 몰이

해와 뺨뺨김의 이분법적이고 단선적인 사고 속에서 하나의 부채하는 이미지로 전락하거나 왜곡되어(정성호, 1994 : 106) 있는 것이 사실이다. 신세대는 곧 오렌지족이라는 인식은 그러한 왜곡의 대표적인 사례이다.

상업적 홍보전략가들 못지 않게 신세대론을 집중적으로 조명 분석하였던 언론에서 신세대 관련 기사를 담당하였던 한 언론인이 지적하는 언론에서의 신세대를 보는 시각의 문제점에 대한 다음과 같은 분석(남재일, 1994 : 48-49)은 많은 시사점을 제공한다.

첫째, 신세대를 기성세대와는 완전히 다른 별종의 집단으로 전제하고 다루고 있다. 이 때문에 '야타족', '고소영족', '깡깡족', '다슬이족' 등 일부 신세대들의 한 측면을 마치 구체적인 집단이 형성돼 있는 것처럼 보도하는 것은 그 대표적인 사례이다.

둘째, 모든 시대 일반적인 젊은이의 특징을 요즘 젊은이의 특징으로 간주한다. 예를 들어 뉴키즈온더블럭 공연시의 광적인 10대들의 모습은 정도의 차이는 있어도 '60년대 클리프리처드의 내

한공연 때 팬들의 모습과 비슷했다.

셋째, 계층문제와 세대문제를 혼동하고 있다. 오렌지족에 대한 보도가 그 대표적인 사례로, 그에 관련된 공통된 논조는 고생을 하지 않고 자라서 돈을 아낄 줄 모르는 신세대의 향락풍조에 경악을 금치 못한다는 것이었다. 그러나 소위 오렌지족들의 특성을 고려한다면 오렌지족 문제는 세대문제가 아닌 계층문제로 보아야 한다.

넷째, 이상과 같이 언론이 신세대를 바라보는 시각의 저변에는 부정적인 편견이 깔려 있었던 것이 사실이다. 이러한 부정적인 시각에 대해 사회심리학자들은 풍요속에 자란 신세대에 대한 기성세대들의 집단적인 질시가 도사리고 있다고 지적한다. 여기에 우리사회가 만들어낸 신세대에 대한 이미지가 지나치게 소비지향적인 것이 더하여져 신세대에 대한 부정적인 이미지가 창출되었다고 할 수 있다.

어른들은 이상하리만큼 특정 반사회적인 소수 청소년들의 모습을 불특정 다수 청소년들의 모습들로부터 떼어내어 그들간의 심각한 차이를 구별해주고 싶은 여유를 갖고 있지 않은 듯하다(한준상, 1994 : 95-96). 또다른 가능성을 인정할 만한 심리적 여유가 없었던 세대였기에, 기성세대들의 입장에서는 패륜아이며 엽기적인 살인범이 무엇 하나 부러울 것 없는 조건을 가진 청년이라는 데에서 오는 경악감을 눈코 뜰 새 없이 바빠 돌아가고 있는 많은 청소년들에게까지 적용하고 있음을 부정할 수 없다.

신세대가 돌연변이적인 존재들이 아니라 생활의 조건이 급격하게 변화하고 있는 것이다. “기성세대가 토스토에프스키를 읽고 하던 진지한 얘기를 신세대는 스티븐 스펀버그의 영화를 보고 한다”고 해서 그들에게 삶에 대한 고뇌와 책임감이 없어졌다고 말할 수 없다. 정치경제적 조건이

달라졌는데 과거와 같은 정치적 이념에 대한 집착과 관심, 그리고 내일의 풍요를 위한 오늘의 인내를 똑같이 기대할 수 없게 되었다. ‘신세대’로 상징되는 새로운 세대의 변화는 그들이 창출한 것이 아니라, 사회변화에 대한 새로운 세대의 민감한 반응이기도 하다. 그럼에도 불구하고 기성세대에게는 새로운 세대들이 너무도 당연스럽게 자신들이 애써 일궈놓은 풍요의 씨앗을 향유하는 것이 쉽게 받아들여지기 어려운 상황인 것이다. 신세대론의 이면에는 풍요로운 조건이 주어졌으니 자신들보다 더 열심히 공부하고 일하라고 요구하는 기성세대들의 ‘1세대 콤플렉스’가 잠재하여 있기도 하다.

다른 한편으로 기존 신세대론이 갖고 있는 한계는 지금의 기성세대가 신세대를 마치 별종의 세대로 취급하면서 청년 및 청소년세대에게서 두드러지게 나타나는 특성인 소비성·대중성·감수성을 지적하지만, 이것을 자극하는 상업주의에 대해서는 빈약한 대안속에서 방치하고 있다(김경훈, 1994 : 23)는 점이다. 무수히 제기된 신세대론에서 여러 가능성에 대한 기대감들이 있었다고 하더라도 포출된 새로운 삶의 방식에 대한 이질감만큼이나 적극적으로 그것들을 포용하여 이끌어갈 새로운 비전의 제시는 부족하였던 것이 사실이다. 신세대론의 검토라는 문제 이전에 우리사회에서 새로운 시대를 맞이하고 대처하는 역동적인 가치관의 형성이 지체되어 왔음을 지적할 수밖에 없는 상황인 것이다.

사회가 변화하고 삶의 양식으로서의 문화가 변화하듯이 ‘신세대’ 역시 고정적인 관찰대상이 될 수 없다. 논자에 따라서는 이미 신세대는 다시 X세대로 분화·세분되어 가고 있다(김상중, 1994 : 36; 한준상, 1994 : 106-110)고 한다. 이들이 말하는 X세대의 특징은 다음과 같다. 첫째, 탈이

데올로기적이다. 시사적 관심과 정치적 무관심. 열핏 상반되어 보이는 X세대의 두가지 경향은 '현실 정치에 대한 실망'이라는 세계적 조류를 반영하고 있다. 그러나 현실 정치에 대한 불만이 정치 무관심으로 나타났을 뿐이지 현실 자체에 무관심하지는 않다. X세대는 지나간 시대의 이념이라는 '대전제'가 간과한 다양한 삶의 질을 '육구와 총족의 체계' 속에서 실현해 나간다. 그들에게 정치는 수직적인 일괄 대표제로 국민을 선도하는 기술이 아니라 시민사회의 다양한 욕구를 서로 조화시키는 공존의 질서이다(문화일보, 1994. 8. 15). 둘째, X세대는 차별성과 그에 기초한 동일시 거부 *anti-identification*를 특징으로 한다. 지금의 엑스세대는 구세대에 저항했던 '60년대의 히피들이 '70~'80년대의 풍요한 여피족들로 자리 잡고 있는 듯한 모습들을 추구하고 있다. 이것은 X세대들이 작금의 그 어떤 세대와도 같지 않다는 강한 차별화정신에 투철한 동일시 거부의 현상이라고 부를 수 있다. 셋째, 해체방법론에 속달되어 있다. 여기서 말하는 해체는 기존의 요소들을 그대로 간직한 채 지금과는 전혀 다른 새로운 모습으로 거듭나는 '리모델' *remodel*, 혹은 재구축을 강조하는 것이다. 이들이 추구하는 해체는 기성세대의 고정관념이나 옛날 틀에 고착화된 그런 인식으로 제대로 설명할 수 없는 새로운 가치창출과 같은 인식의 혁명성을 갖고 있다. 이런 해체의 맥락에서 X세대를 바라본다면, 지금의 기성세대는 이들 엑스세대와 신세대를 제대로 계단할 잣대를 갖고 있지 못한 상황이다(한준상, 1994 : 108).

신세대에 관한 논의 혹은 보다 분화된 것으로 간주되는 X세대에 관한 논의 모두가 아직은 정립되지 못한 미래사회에 대한 전망과 다원화·분중화(分衆化)될 것으로 예상되는 사회변화의 양상에 대한 빈약한 단상 이상의 논의가 되지 못하고

있음에 유념하면서, 개별화·다변화되는 사회성원들의 제가치를 수용할 수 있는 발전적인 사회상의 구축을 필요로 하고 있다.

IV. 신세대 특성이해를 위한 의식조사 결과

1. 조사개요

이 조사는 앞서 검토해본 바와 같이 현재 우리 사회에서 빈번하게 논의되고 있는 '신세대'의 실체를 파악하고, 과연 신세대라고 변별될 수 있는 사회집단이 존재하며 그들 나름대로의 독특한 의식과 가치 및 행동성향이 있는지, 그리고 그러한 것이 있다면 그 경향성을 살펴봄으로써 이 시대 청소년들의 실상을 이해하고 올바른 청소년 건전 성장 기반 조성을 위한 정책방향 설정의 기초자료로 삼고자 수행되었다. 설문을 통해 수행된 이 조사는 서울을 중심으로 한 수도권지역의 고등학교생과 대학생 1,112명(남자 : 51%, 여자 : 49% ; 고등학생 : 54%, 대학생 : 46%)을 대상으로 하여 1994년 4월 18일 26일 간에 수행되었다. 설문대상 표본의 특성은 다음 <표 3>과 같다.

본 조사에서 다뤄진 설문내용과 그 결과분석은 크게 청소년의 가치관과 의식 실태에 관한 부분과 설문 응답 청소년들 중 자신을 신세대라고 평가하는 집단과 그렇지 않은 집단간의 의식 및 가치관의 차이를 파악하고자 한 부분으로 나누어진다.

먼저 청소년의 가치관과 의식 실태에 관한 부분에서는 첫째, 청소년들이 자신을 신세대라고 생각하는지 여부를 확인하고 둘째, 청소년들이 느끼는 기성세대와 신세대의 이미지를 형용사군에 대한 반응을 통해 비교하였다. 셋째, 자아의식, 성의식 및 이성관, 문화·소비·사회의식 등의 항목

〈표 3〉

표본의 특징

	남 자	여 자	무 응 답	사 례 수
전 체	50.6%	49.3%	.1%	1,109*
신세대여부				
신세대임	43.1%	56.9%	.0%	436
신세대아님	57.7%	42.3%	.0%	227
잘모르겠음	54.2%	45.4%	.4%	445
학교급별				
고등학교	49.9%	50.1%	.0%	593
대학교	51.1%	48.7%	.2%	505
생활수준				
상	46.0%	54.0%	.0%	248
중	50.2%	49.7%	.1%	759
하	63.7%	36.3%	.0%	102
용돈별				
5만원 이하	51.2%	48.8%	.0%	537
5만원~10만원	49.6%	50.4%	.0%	135
10만원이상	50.2%	49.5%	.2%	434

*각 특성별 무응답자 1명이 제외된 수치이며, 총응답자는 1,110명임.

*각 항목별 응답자 수는 무응답자를 제외한 수치로, 항목별로 합계가 다름.

을 통해 청소년들의 가치관을 분석하였다. 넷째, 지향하는 삶의 목표와 방식과 사회변화에 대한 인식과 적응 노력, 그리고 일상 생활에서 필요한 주요 정보의 획득 경로 등을 조사하여 청소년들의 변화된 생활양태를 파악하고, 컴퓨터 호출기 음성정보 서비스 등 첨단 정보기기 및 서비스에 대한 이용 정도를 통해 기성세대와 대비되는 생활양식의 변화를 파악하고자 하였다.

이상과 같은 청소년들의 일반적인 의식 및 생활실태 파악을 바탕으로 청소년들에게서 나타나는 신세대적 특성을 분석하였다. 그리고 설문응답자들 중 자신을 신세대라고 생각하는 집단과 그렇지 않은 집단간의 의식 및 가치관의 차이를 비교하여 청소년들 중에서 두드러지게 신세대적 특성을 나타내는 집단의 특성을 정리하는 한편, 두

집단간의 차이에서 나타나는 보다 구체적인 신세대적 의식 및 행동 특성을 고찰하였다.

2. 신세대의 자기평가 여부

설문응답자 중 전체의 39.2%가 자신이 신세대라고 스스로 진단하고 있으며, 20.3%는 신세대가 아니라고 인식하고, 나머지 40.1%는 잘모르겠다고 응답하여 판단을 유보하고 있다. 이 조사의 설문응답자들이 신세대라고 응답한 수치는 이전의 다른 조사결과와 비슷한 수치이다(신세대임 42.7%, 신세대 아님 54.6% : 중앙일보 1994. 2. 4 참조). 자신이 신세대라고 응답한 집단의 특성을 보면, 성별로는 여자(45.3%)가 남자(33.5)보다는 신세대라고 자기평가하는 경우가 많았으며,

〈표 4〉 표본의 신세대 여부

	신세대입	신세대아님	잘모르겠음	무응답	사례수*	통계치
전체	39.2%	20.3%	40.1%	.4%	1,110	
성별						
남자	33.5%	23.3%	42.9%	.4%	562	$\chi^2=16.91$ p=0.00
여자	45.3%	17.5%	36.9%	.4%	548	
학교급별						
고등학교	48.7%	12.0%	39.0%	.3%	593	$\chi^2=72.76$ p=0.00
대학교	28.7%	30.3%	40.6%	.4%	505	
생활수준별						
상	50.8%	18.1%	30.2%	.8%	248	$\chi^2=27.79$ p=0.00
중	37.4%	20.4%	41.9%	.3%	759	
하	24.5%	26.5%	49.0%	.0%	102	
용돈별						
5만원 이하	46.0%	13.4%	40.4%	.2%	537	$\chi^2=48.16$ p=0.00
5만원~10만원	43.7%	20.0%	35.6%	.7%	135	
10만원 이상	29.5%	29.0%	41.0%	.5%	434	

* 해당 항목 무응답자를 포함한 수치임

고급별로는 대학생(28.7%)보다는 고등학생(48.7%)의 비율이 높았고, 생활수준별로는 상층(상 50.8%, 중 37.4%, 하 24.5%)으로 갈수록 높은 비율을 보이고 있다.

3. 결과분석

1) 삶의 목표 및 방식

일반적으로 청소년들은 반수 이상이 자신이 하고 싶은대로 하며 개성껏 사는 것(57.4%)을 인생의 목표로 삼고 있는 것으로 응답하였으며, 다음으로 경제적으로 풍족해지는 것(16.1%)과 사회적 명예와 지위를 얻는 것(10.3%), 사회봉사(6.2%)의 순으로 응답하였다. 그런데 자신을 신세대라고 생각하는 청소년들은 개성껏 사는 것에 더욱 비중을 두고 있으며 경제적 풍요에 약간의

비중을 두고 있는 데 반해, 신세대가 아니라고 생각하는 일반 청소년들은 신세대에 비해서는 상대적으로 낮은 비중을 두고 있고, 사회적 명예와 지위 획득, 사회봉사 등에는 상대적으로 많은 비중을 두고 있는 차이를 드러내고 있다. 장래에 원하는 생활방식에 있어서도 많은 청소년들이 취미와 개성을 살릴 수 있는 생활(41.9)이나 행복하고 단란한 가정생활(26.5%)을 원하고 있는데, 이 경우에도 자신을 신세대라고 인식하는 청소년들이 상대적으로 취미와 개성을 살릴 수 있는 생활(48.6%) 방식에 높은 선호도를 나타냈다.

2) 사회변화 방향에 대한 적응노력과 환영여부

청소년들은 국제화, 개방화, 전문화되어가는 추세에 적응하기 위해 무엇보다도 우선 전문적 능력을 구비(82.7%)하기 위해 노력하거나 바라고

〈표 5〉

인생의 목표

	경제적인 종요	사회적 명 예와 지위	권력을 얻는 것	개성껏 사는 것	사회봉사 하는 것	기타	무응답	사례수	통계치
전체	16.2%	10.4%	2.7%	57.5%	6.2%	6.5%	.5%	1,110*	$\chi^2=30.51$ $p=0.00$
신세대여부									
신세대임	16.1%	8.3%	2.8%	63.8%	4.1%	5.0%	.0%	436	
신세대아님	14.1%	12.3%	3.5%	48.9%	11.5%	8.8%	.9%	227	
잘모르겠음	17.1%	11.2%	2.5%	56.2%	5.6%	7.0%	.4%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

〈표 6〉

장래에 원하는 생활 방식

	한가롭고 편안한 생활	행복하고 단란한 가정생활	취미와 개성을 살릴 수 있는 생활	사회를 위해 공 헌할 수 있는 생활	경제적 으로 부유한 생활	지위가 높고 존 경받는 생활	기타	무응답	사례수	통계치
전체	11.2%	26.5%	41.9%	7.1%	6.8%	5.1%	1.2%	.3%	1,110*	$\chi^2=45.05$ $p=0.00$
신세대여부										
신세대임	9.4%	21.3%	48.6%	6.0%	9.9%	4.1%	.7%	.0%	436	
신세대아님	10.6%	29.1%	37.4%	10.1%	3.5%	6.6%	1.8%	.9%	227	
잘모르겠음	13.5%	30.6%	37.5%	6.5%	5.4%	5.2%	1.3%	.0%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

있으며, 또한 외국어를 익히고(61.9%) 외국문화를 이해하여 국제적 감각을 갖추는 것(55.3%) 등을 중요하게 인식하여 노력하고 있다. 특히 스스로 신세대라고 평가하는 집단일수록 이러한 사회변화 방향으로의 적응에 적극적인 성향을 갖고 있는 것으로 나타났다. 한편 앞으로 성실하게 일하는 풍토가 점차 사라져가거나(92.4%) 민족문화의 고유한 의미가 상실되어가고(82.8%) 개인의 생각과 가치가 우선하는 개인주의적인 성향이 강해지는(58.4%) 사회변화의 경향에 대해서는 환영하지 않는다는 반응을 나타냈으며, 신세대일수록 개인주의 경향이 상대적으로 강하며, 민족문화의 고유성이 상실되어가는 데 대해서 상대적으로 덜 부정적으로 인식하는 것으로 나타났다. 또

한 설문응답 청소년들은 앞으로 놀이나 여가문화가 점차 중요시되고(81.6%) 세계화에 따라 민족과 국가간의 경계가 점차 사라질 것(65.6%)이라는 데 대해 대체로 이를 인정하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 개방화에 따른 일본 대중문화의 유입에 대해서는 전체 청소년의 66.1%가 부정적인 반응을 보인 반면 17.8%가 환영의 의사를 표했는데, 이에 대해서는 신세대와 일반 청소년들간에 의미있는 차이는 나타나지 않았다.

3) 일상생활에 필요한 정보획득의 주요 통로

청소년들은 현재 일상생활에 유용한 정보를 주로 TV 뉴스나 교양물(52.9%), 일간신문(41.0

〈표 7〉 주요 정보원과 소비정보원

	주요 정보원			전체	소비 정보원			전체
	신세대임	신세대아님	잘모르겠음		신세대임	신세대아님	잘모르겠음	
TV광고	31.4%	25.6%	27.0%	28.1%	53.4%	55.9%	54.8%	54.4%
TV드라마	10.3%	5.3%	5.6%	7.4%	8.4%	4.0%	6.5%	6.7%
일간신문	32.1%	53.3%	43.1%	32.1%	14.4%	20.3%	15.7%	16.2%
스포츠신문	3.4%	1.3%	2.5%	2.6%	7.6%	7.9%	6.3%	7.1%
TV뉴스교양물	50.0%	53.7%	54.4%	52.9%	7.8%	8.4%	5.8%	7.1%
라디오	10.7%	13.5%	8.4%	8.8%	3.9%	3.5%	4.0%	3.9%
부 모	4.1%	3.5%	3.8%	3.9%	11.5%	10.6%	11.0%	11.2%
형 제	5.5%	4.8%	6.1%	5.6%	7.8%	11.9%	13.9%	11.1%
선생님	3.2%	3.1%	3.8%	3.4%	0.2%	0.4%	0.7%	0.5%
친 구	31.7%	26.9%	33.3%	31.2%	54.1%	50.7%	59.1%	55.6%
국내잡지	7.8%	7.5%	7.6%	7.7%	23.4%	14.1%	15.1%	18.1%
외국잡지	3.9%	0.9%	1.3%	2.3%	3.7%	2.6%	2.7%	3.1%
무응답	3.0%	5.7%	5.7%	3.2%	4.1%	9.7%	4.3%	5.0%
사례수	436	227	445	1,110*	436	227	445	1,110*
통계치	$\chi^2=53.16$		$p=0.0006$		$\chi^2=42.74$		$p=0.00$	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임.

%), 친구(31.2%), TV 광고(28.1%) 등의 순으로 획득하고 있는 것으로 나타났다. 일상생활 정보중에서도 소비생활에 필요한 소비정보는 주로 친구, TV광고, 국내잡지, 일간신문 등의 순으로 얻고 있는 것으로 나타났다. 자신을 신세대라고 인식하는 청소년들은 친구(54.1%), 국내잡지(23.4%), 일간신문(14.4%) 등의 순으로 정보를 얻고 있는 반면, 신세대가 아니라고 생각하는 청소년들은 TV 광고(55.9%), 친구(50.7%), 일간신문(20.3%), 국내잡지(14.1%) 등의 순으로 응답하여 차이를 보이고 있다(이상 2가지 응답을 요구하여 나온 결과임).

4) 최근 청소년의 이용도 높은 매체나 서비스의 이용 경험

최근 우리사회에서 청소년들이 가장 갖고 싶어 하고 많이 이용하는 매체 및 서비스의 경험정도를 보면, 음성정보 서비스(66.1%), 전화사서함(22.8%), 무선호출기(일명 삐삐, 8.9%) 등의 순으로 나타나 청소년들의 음성정보 서비스 이용율이 높은 것을 알 수 있는데, 그중에서도 신세대 청소년들의 이용율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 특히 무선호출기의 경우는 신세대의 55.0%가 이용하고 싶다고 응답한 반면 일반 청소년들은 21.6%만이 이용하고 싶다고 하여 현격한

차이를 보이고 있다.

5) 청소년의 의식과 가치관

가. 자아의식

청소년들은 ‘남들이 나를 주시해주면 좋겠다’(53.8)거나 ‘눈치보지 않고 자기주장을 한다’(43.

2%) 등에 비교적 높은 비율로 동의함으로써 스스로를 드러내고자 하는 자기표현 욕구가 강한 경향을 보이고 있다. 특히 신세대일수록 남들이 자기를 주시해주거나 자신을 과감하게 원하는대로 표현하는 데 높은 반응을 보여 일반 청소년에 비해 자기과시성이 높다는 의미있는 차이를 보였다.

<표 8> 과감하게 원하는대로 표현한다

	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다	무응답	사례수	통계치
전체	11.7%	28.3%	37.4%	19.8%	2.7%	.1%	1,110*	
신세대여부								
신세대임	16.5%	36.7%	33.5%	11.7%	1.6%	.0%	436	$\chi^2=70.87$ p=0.00
신세대아님	8.8%	19.4%	40.1%	26.4%	4.8%	.4%	227	
잘모르겠음	8.3%	24.5%	39.6%	24.5%	3.1%	.0%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

청소년들은 자기 용돈은 자기가 벌어서 쓰고 싶다(71.2%)는 의사를 강하게 표현하고 있다. 특히 신세대들은 가족과 떨어져 혼자 사는 것이 좋거나 다른 사람의 충고나 간섭이 싫다는 항목에 대해 일반 청소년들과 의미있는 차이를 보임으로써 상대적으로 독립지향성이 강하다는 사실을 시사해주고 있다.

나중의 성공을 위해 현재의 어려움을 참아야 한다는 데에는 신세대나 일반 청소년 구분없이 대다수(80.7%)가 동의하고 있다. 또한 어떤 일을 맡겨도 남들만큼 할 자신이 있다(72.8%)는 강한 자신감을 표출하고 있으며, 자신없는 일을 시작하지 않겠다는 데에는 부정적인 반응(48.4)을 보였고, 계획은 세우지 않는 편이 좋다는 물음에도 부정적인 반응(74.9%)을 보였다. 조사결과

신세대라고 자기를 평가하고 있는 집단이 상대적으로 강한 자신감을 표현하고 있으며, 무계획하게 일을 피하지 않는 것으로 나타났다. 결국 신세대를 일반적으로 현세주의와 결과만을 중시하는 가치관을 가진 세대라고 주장할만한 근거는 별로 없다고 할 수 있다. 오히려 이들은 아직은 미래를 위해 현재를 인내하여야 한다고 인식하고 있으며, 적어도 자기가 감당해야 할 일에 있어서는 강한 자신감을 갖고 있음을 알 수 있다.

나. 성의식

길에서 남녀가 포옹하는 것은 나쁘다(동의 17.1%, 부정 51.1%)거나 성적인 농담을 하면 부끄럽다(동의 13.6%, 부정 61.2%)는 항목에 대해서는 부정적이었지만, 색시하다는 말을 들으면 기

〈표 11〉

자식이 있더라도 의미없는 결혼생활은 지속할 수 없다

	매 우 그렇다	그렇다	그 저 그렇다	그렇지 않 다	매우 그렇 지 않다	사례수	통계치
전 체 신세대여부	29.1%	34.2%	13.1%	15.6%	8.0%	1,110*	$\chi^2=44.79$ p=0.00
신세대임	37.4%	33.5%	11.0%	11.9%	6.2%	436	
신세대아님	21.6%	29.1%	13.7%	22.5%	13.2%	227	
잘모르겠음	24.5%	37.5%	15.1%	16.0%	7.0%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

〈표 12〉

순결이나 동정은 유지해야 한다

	매 우 그렇다	그렇다	그 저 그렇다	그렇지 않 다	매우 그렇 지 않다	무응답	사례수	통계치
전 체 신세대여부	23.5%	33.6%	24.3%	12.2%	6.0%	.1%	1,110*	$\chi^2=17.98$ p=0.055
신세대임	23.4%	32.6%	22.5%	13.8%	7.3%	.5%	436	
신세대아님	29.5%	32.2%	23.8%	7.5%	7.0%	.0%	227	
잘모르겠음	20.7%	35.3%	26.3%	13.3%	4.0%	.4%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

과는 대중매체를 통해 묘사되고 있는 쾌락적이고 즉흥적인 신세대의 자유분방한 성의식과는 다소 상반되는 결과로서 주목된다.

다. 소비의식과 행태

‘유행하는 머리모양으로 손질을 하고 외출’(동의 22.8%, 부정 42.1%)하거나 ‘연예인이 입고 있는 옷을 입고 싶다’(동의 24.0%, 부정 50.8%)는 돌음에 대체로 부정적인 반응을 보여, 현재 우리 청소년들이 전체적으로 볼 때 유행에 그렇게 민감하게 쫓아가고 있다고 할 수 없을 것이다. 그러나 일반 청소년들 중 10.6%가 유행하는

머리모양을 하고 59.4%가 그렇게 하지 않는 데 비해 신세대는 35.6%가 유행하는 머리모양을 하며 29.6%만이 하지 않는다고 응답하였으며, 좋아하는 연예인의 의상 모방정도에 있어서도 일반 청소년은 9.6%만이 선호하고 73.2%가 거부하는 성향을 보인 반면, 스스로 신세대라고 평가하는 34.8%가 긍정하고 38.1%가 부정하는 반응을 보임으로써 신세대와 일반 청소년들간에는 매우 유의미한 차이가 있음을 알 수 있다. 따라서 자신을 신세대라고 생각할수록 유행에 대해 민감하다고 해석할 수 있다. 특히 신세대는 남들이 즐겨 보는 영화나 잡지를 대부분 보려고 한다는 측면에서도

<표 13> 물건을 살 때 상표보다 독특한 디자인이나 외양을 보고 선택한다

	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇 지 않다	사례수	통계치
전체	17.1%	40.7%	26.9%	13.2%	2.2%	1,110*	$\chi^2=35.15$ p=0.00
신세대여부							
신세대임	24.1%	41.1%	23.2%	10.3%	1.4%	436	
신세대아님	15.0%	34.8%	30.0%	16.7%	3.5%	227	
잘모르겠음	11.7%	43.6%	28.5%	13.9%	2.2%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

<표 14> 길을 가다가 멋있는 것을 보면 계획에 없더라도 산다

	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇 지 않다	무응답	사례수	통계치
전체	5.4%	25.7%	24.1%	32.9%	11.8%	.1%	1,110*	$\chi^2=46.20$ p=0.00
신세대여부								
신세대임	8.5%	31.4%	23.9%	26.6%	9.6%	.0%	436	
신세대아님	1.8%	20.7%	20.7%	39.6%	16.7%	.4%	227	
잘모르겠음	4.0%	22.7%	26.5%	35.5%	11.2%	.0%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

일반 청소년들과 매우 의미있는 차이를 보였다.

청소년들은 가능한 한 유명상표 제품을 구매하려고 하는 경향(동의 46.3%, 부정 25.0%)이라고 있으며, 상품을 구매할 때 상표보다는 독특한 디자인이나 외양을 보고 사는 경향(동의 57.8%, 부정 15.4%)이 훨씬 강한 것으로 나타나 청소년들의 외모나 외양을 중시하는 성향의 일면을 잘 나타내주고 있다. 특히 신세대들의 외양 중시 경향은 일반 청소년과 유의미한 차이를 보여 상대적으로 더욱 강한 것으로 나타났다. ‘친구가 가지고 있는 동일한 물건을 사는 것’에 대해서는 전체의 56.9%가 꺼리고 17.8%만이 이에 긍정적인

며, 신세대일수록 이에 대해 더욱 거부적인 성향을 가지고 있는 것으로 나타나 신세대의 독특한 자신만의 개성추구 성향을 잘 반영하고 있다.

한편 상품을 구매할 때 사전에 여러가지 정보를 수집하고 계획을 세워야 한다(동의 55.3%, 부정 17.7%)는 당위론적 진술에는 비교적 다수가 동의하고 있다. 또한 분위기가 좋은 가게를 보면 무언가 사고 싶다(동의 58.3%, 부정 20.9%)는 충동을 느끼면서도 길을 가다가 멋있는 것을 보면 계획에 없더라도 구입(동의 30.1%, 부정 44.7%)하는 행태에 대해서는 다소 부정적이다. 그렇지만 즉흥적 구매요구에 대해 일반 청소년은

22.5%만 동의하고 56.3%가 부정한 데 반해, 신세대는 39.9%가 동의하고 36.2%가 부정하여 차이를 보임으로 신세대의 즉흥적인 소비형태의 일면을 볼 수 있다.

라. 사회문화의식

‘우리 사회는 권력과 돈으로 안되는 일이 없다’(동의 52.8%, 부정 31.4%)는 진술에 대해 비교적 이를 긍정하는 것으로 응답하여 현재의 사회 현실에 대해 다소 부정적인 견해를 나타낸 반면, 현실을 변화시키는 것보다는 그대로 받아들이는 것이 더 나은가 하는 물음에 24.1%만이 동의하

고 55.9%는 이를 부정함으로써 사회변화에의 참여의사를 표현하고 있다. 또한 시장이 개방되어도 우리 사회가 다른 국가와 경쟁할 수 있는가(동의 38.8%, 부정 37.5%)에 대해서는 자신감과 우려를 동시에 피력하고 있으며, 신세대일수록 상대적으로 더 많은 자신감을 나타내고 있다. 이는 앞에서 기술한 자아의식에 대한 조사 결과와 마찬가지로 신세대가 표출하는 일에 대한 자신감과 무관하지 않을 것이다.

한편 손해를 보면서까지 남을 도울 필요는 없다는 문항에 대해 신세대라고 자신을 평가하는 집단의 41.1%가 긍정하고 31.2%가 부정한 반

〈표 15〉 가난은 자신들의 노력이 부족한 탓이다

	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다	무응답	사례수	통계치
전체	9.9%	26.7%	20.7%	31.8%	10.6%	.3%	1,110*	
신세대여부								
신세대임	14.7%	29.4%	18.6%	27.3%	10.1%	.0%	436	$\chi^2=29.00$ p=0.0012
신세대아님	6.6%	24.2%	23.8%	35.2%	9.7%	.4%	227	
잘모르겠음	6.7%	24.9%	21.3%	34.8%	11.7%	.4%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

〈표 16〉 고되고 바빠도 권한과 책임이 있는 일이 좋다

	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다	무응답	사례수	통계치
전체	20.8%	44.1%	22.2%	11.0%	1.7%	.1%	1,110*	
신세대여부								
신세대임	24.8%	40.1%	21.8%	10.3%	3.1%	.0%	436	$\chi^2=34.61$ p=0.0001
신세대아님	18.9%	55.5%	14.5%	11.0%	.0%	.0%	227	
잘모르겠음	17.8%	42.0%	26.5%	12.1%	1.3%	.2%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

면, 신세대가 아니라고 인식하는 집단은 29.1%가 긍정하고 45.3%가 부정하여 의미있는 차이를 보여주고 있다. 또한 가난은 자신의 노력 부족 때문인가라는 질문에 역시 신세대는 44.1%가 긍정하고 37.4%가 부정하였으나, 신세대가 아니라는 집단은 30.8%가 긍정하고 46.5%가 부정하여 두 집단간에 매우 유의미한 차이를 나타내고 있다. 이는 신세대가 자기중심적이고, 다소 이기주의적이며, 타인에 대해 무관심하다는 일반적 지적을 지지해주는 결과라고 할 수 있다. 더욱이 남이 돈을 어떻게 쓰든 상관할 바 아니다(동의 41.3%, 부정 34.2%)라는 문제에 비교적 다수가 동의한 결과로 미루어 현재 청소년들은 개인주의가 보편화되어가는 과도기적 의식을 보여주고 있으며, 신세대적 성향이 강할수록 개인적 성향의 정도가 높아진다고 할 수 있다.

현재 우리사회 청소년들은 지금까지의 신세대론에서 지적되어온 것과는 달리 건전한 직업관과 노동관을 갖고 있는 것으로 조사되었다. 우선 직장은 보수가 높은 직장보다 여유있고 자유로운 곳을 비교적 강하게 선호(동의 72.3%, 부정 11.8%)하고 있으며, 이러한 경향은 신세대일수록 높게 나타났다. 한편 일이 고되고 바빠도 권한과 책임이 주어지는 일이 좋다(동의 64.9%, 부정 12.7%)는 데에 비교적 다수가 동의(신세대와 신세대가 아니라는 집단간에 차이가 있음)하고 있는 것으로 볼 때 가능한 한 권한과 책임을 갖고 일을 하고자 하며, 이를 전제로 바쁘고 고된 일은 감수할 수 있다는 자세를 가진 것으로 볼 수 있다. 또한 '퇴근시간이 되면 일이 있어도 퇴근하는 것이 당연한가'(동의 30.0%, 부정 49.6%)와 '충분한 돈이 있다면 구태여 일을 가질 필요가 없는가'(동의 32.1%, 부정 62.1%)라는 물음에 대해 비교적 부정적인 견해를 보여주고 있는 사실

로 미루어 현재 청소년들을 성실성이 붕괴된 세대라고 낙인하거나 고된 일을 꺼리는 레저세대라고 지적하는 것은 신중하게 재검토되어야 할 것 같다. 특히 부자들에게 더많은 세금을 부과해야 한다는 문제에는 압도적인 지지(동의 24.7%, 부정 46.2%)를 보이고 있고, 부동산 투기 등으로 부를 축적하는 행위에 대해서는 부정적인 반응(동의 27.4%, 부정 46.2%)을 보여 공정한 분배관과 건전한 경제관의 일면을 보여주고 있다.

한편 청소년들의 대중문화 향수 실태와 선호 형태 등을 보면, 신세대라고 자신을 인식하는 청소년일수록 랩이나 레게음악을 선호하고, 책과 같은 문자매체보다는 영화와 같은 영상매체를 선호하며, 라디오나 TV를 보면서 공부할 수 있는 동시성을 보여주고 있으며, 방송 공개 프로그램에 나가고 싶거나 직접 참여하고 싶은 적극성을 띠는 경향이 있다. 우선 랩이나 레게음악에 대한 선호도는 신세대집단은 56.4%가 긍정적이고 16.8%가 부정적인 반면, 신세대가 아닌 집단은 21.5%와 48.0%의 긍정과 부정을 보여 현저한 차이를 보여주고 있다. 또한 'TV나 라디오 공개 프로그램에 나가고 싶다'는 문제에 대해서는 신세대는 각각에 대해 52.5%와 48.6%가 동의하고 19.3%와 20.4%만이 부정한 반면, 신세대가 아니라고 응답한 청소년들은 각각에 대해 25.5%와 19.8%가 동의하고 40.1%와 44.0%가 부정적이어서 신세대의 매체를 통한 자기표현 욕구를 대조적으로 잘 나타내고 있다. 한편 우리사회 청소년들은 책보다는 영화나 만화를 더욱 선호(동의 52.9%, 부정 23.9%)하고 있으며, 특히 철저한 프로정신으로 만든 작품에 매료(동의 80.3%, 부정 6.8%)되는 등 일의 내용과 성격보다는 전문성과 치밀성을 추구하고자 하는 성향을 보여주고 있고, 이러한 성향을 신세대일수록 더욱 강한 것

〈표 17〉

방송국에 엽서를 보내 직접 프로그램에 참가하고 싶다

	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇 지 않다	무응답	사례수	통계치
전체	10.8%	25.8%	33.6%	22.7%	7.1%	.1%	1,110*	
신세대여부								
신세대임	15.8%	32.8%	30.7%	15.8%	4.6%	.2%	436	$\chi^2=70.87$ p=0.00
신세대아님	4.8%	15.0%	36.1%	33.9%	10.1%	.0%	227	
잘모르겠음	8.8%	24.5%	35.1%	23.8%	7.9%	.0%	445	

* 신세대 여부에 무응답한 2명을 포함한 수치임

으로 나타났다.

6. 기성세대와 신세대간의 이미지 비교

청소년들의 시각에서 볼 때 현재 우리사회의 기성세대는 어느 정도 급속적이고 강인하여 안정되고 이성적인 반면, 폐쇄적 보수적 현실적이며 약간은 어둡고 침울하며 둔감하고 느린 다소 부정적인 이미지로 비쳐지고 있는 것으로 조사되었다.

반면 청소년들의 시각에서 본 신세대는 아주 빠르고 개방적이며 예민하고 진보적이며 밝고 명랑하며 능동적 적극이고 대범한 반면, 매우 쾌락적이고 시끄러우며 이기적이고 오만하며, 감각적이고 조급하며 불안한 이미지를 갖고 있는 것으로 나타났다.〈그림 1. 참조〉

V. 결론 : 신세대적 특성과 사회적 과제

1. 조사결과 요약

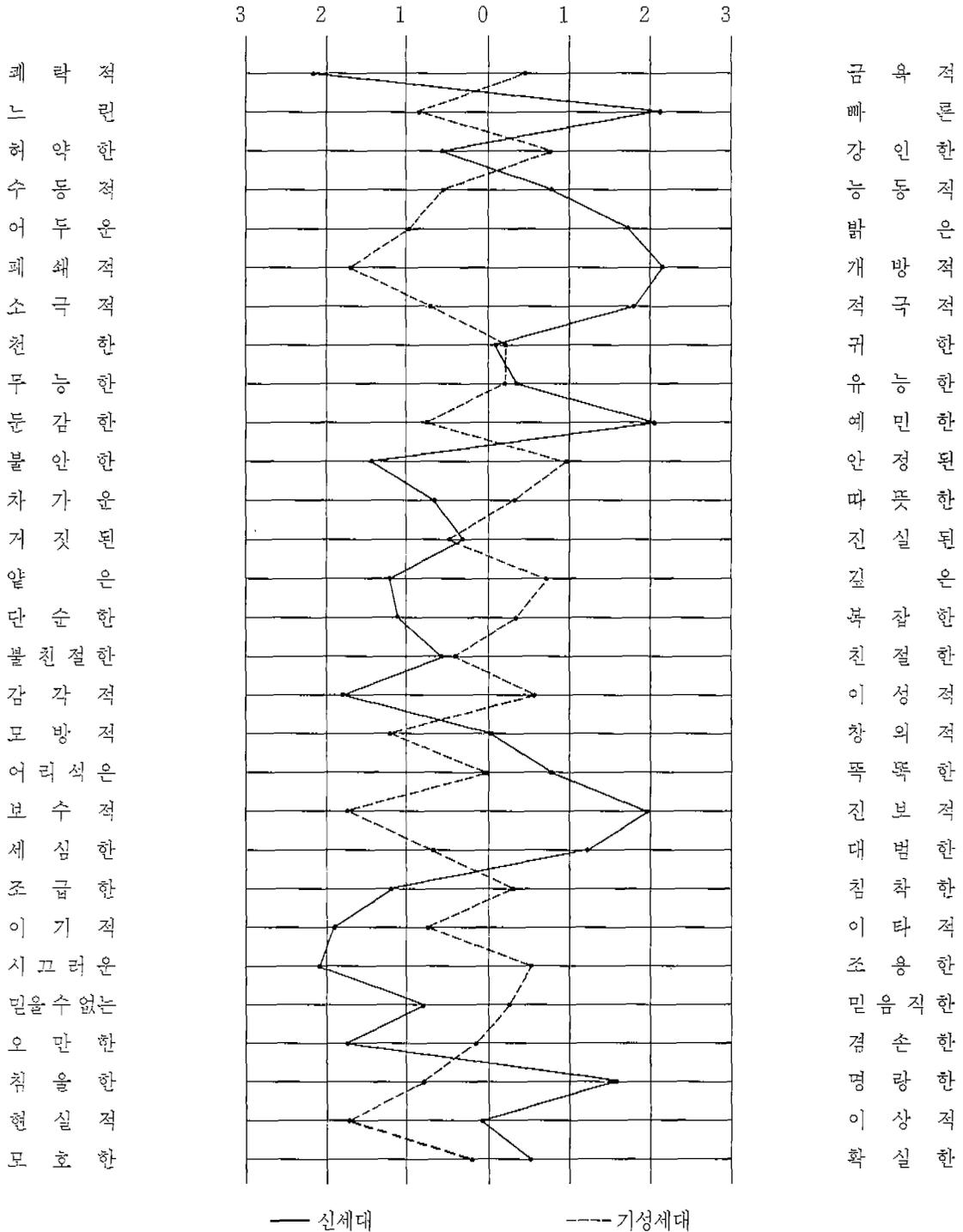
청소년들을 대상으로 한 설문조사 결과, 현재 우리사회의 청소년들은 어른들이 다소 우려하고

있는 바와 같이 자기중심적이고 개인주의와 독립 지향적인 가치변화를 보이고 있는 것으로 나타났다. 즉, 자기주장을 눈치보지 않고 하거나 자신을 과감하게 표현하고 드러내고자 하는 자기표현 욕구가 강한 것으로 나타났다.

성적 개방정도에 있어서는 연애와 결혼의 분리, 자식이 있더라도 의미없는 결혼을 지속할 수 없다는 등의 자유화된 성향을 지니면서도 순결과 동정을 유지해야 하는 데 대체로 동의하고 있어 극단적인 성의 자유화 경향은 보이고 있지 않다. 이러한 청소년들의 성의식은 현대사회의 소비문화에 기초한 것이지만 기성세대들이 생각하는 것처럼 완전히 개방적이거나 자유로운 성을 지향한다고 보기는 어렵다. “나에 대해서는 관대하지만 타인 특히 여성의 성에 대해서는 엄격”하고, “구시대의 성의식을 거부하고 극복했다고 생각하면서도 아직 사회적 관념으로 자리잡고 있는 도덕적 성문화에서 자유로울 수 없기 때문”(김경훈, 1994 : 149)에 다소는 자기모순적이거나 이율배반적이기는 하지만 기성세대들이 만들어 놓은 향락적인 상업주의를 적당히 성인들과 공유하고 있는지 모른다. 그러나 이들의 성의식이 개방적이기는 하지만 행동까지 개방적인 것은 아니라고 할

〈그림 1〉

설문 응답 청소년 전체에 의한 기성세대와 신세대 이미지 비교



수 있다.

삶의 목표나 생활방식의 측면에서 보면 사회봉사, 명예, 지위 등의 추구보다는 자신의 욕구와 취미에 따라 개성껏 사는 것을 선호하고 있으며, 가능한 용돈을 자신이 벌어서 생활하고 싶어하는 독립지향적 특성을 나타내고 있다. 일을 수행하는데 있어서는 타인의 간섭을 받기 싫어하는 한편으로 강한 자신감을 가지고 있고 철저한 프로정신을 추구하고 선호하고 있다. 선호하는 직장이나 일도 경제적 보수보다는 자유롭고 권한과 책임이 주어지는 일에 비중을 두고 있다. 또한 내일의 성공을 위해 오늘의 고통을 참아야 한다는 데 동의하고 있어, 기성세대의 우려와는 달리 비교적 건강한 직업관과 노동관을 지니고 있다.

설문대상 청소년들 중에서 자신을 신세대라고 평가하는 집단과 아닌 집단간에는 행동양식이나 문화, 가치 등 여러 부분에서 의미있는 차이가 나타났다. 특히 자신을 표현하고 주장하는 자기표현 욕구가 강하고 인쇄매체보다는 영상매체에 대한 선호도, 그리고 자신만의 개성과 기호에 맞는 소비성향이나 즉흥적 구매와 같은 소비행태에서 두드러진 차이를 보여주고 있다. 즉, 신세대라고 자신을 평가하는 청소년일수록 자신을 표현하는 데 적극적이며, 소비행태에 있어 자신의 자유와 개성을 추구하는 경향을 나타내고 있다. 또한 각종 정보영상매체에 대한 선호 경향도 높다.

이상과 같이 설문조사 결과를 종합하여 볼 때 우리사회의 청소년들은 자아의식과 소비행태를 중심으로 과거와 다른 생활양태를 보여주고 있으며, 삶의 목표나 방식에서도 기성세대와는 다른 가치와 문화적 성향으로 변화하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 변화 중에서도 특히 신세대라고 불릴 수 있는 청소년들은 강한 자기표현 욕구를 갖고 소비행태에서 더 빠른 수용과 변화정도를

보이고 있는 집단인 것으로 나타났다. 즉, 신세대적 특성이란 산업화와 정보화 등 일련의 사회변화에 대해 자기표현과 소비행태 등을 중심으로 빠른 적응과 수용을 보여주고 있는 일련의 청년 내지는 청소년집단의 속성으로 이해할 수 있다. 또한 신세대는 일반적인 평가에 비해 건전한 직업관과 노동관을 갖고 있으며, 일에 대한 철저한 프로정신을 존중하고 스스로 자신감을 갖고 있는 등 기성세대의 우려에 비해 긍정적인 성향을 동시에 지니고 있다는 사실도 지적할 수 있다.

2. 신세대론의 함의

지금의 청소년들은 우리가 일찌기 누리지 못했던 경제성장, 민주화 물결, 반외세적 우리 문화에의 집착과 개방적인 세계화의 공존, 자신들이 이 시대의 '주역'이라는 강한 자신감 등이 한 데 얽혀진 가운데 신세대적이라고 할 수 있는 새로운 사고와 행동 특성을 나타내고 있다. 그러나 청소년들과 가장 근접한 청년세대들에서 비롯된 복장 자율화와 같은 외형적인 개성의 용납과 같은 과거에 비해 다소의 열린 공간에도 불구하고, 외적 조건의 변화에 의해 형성된 개성을 추구하는 새로운 세대를 둘러싸고 있는 사지선다형 제도교육의 벽은 이들에게 진정한 개성을 획득할 수 있는 기회를 허락하지 않고 있다. 이것은 이들에게 역으로 '반권위주의적인 개성'에 대한 강렬한 지향을 심어주었던 것이다. 인간교육의 가치 아래 현실적으로는 입시와 경쟁의 가치가 지배하는 모순적인 교육제도하에서 사춘기를 보내고 그 결과 반권위주의적 개성에 대한 폭발적 욕구를 지니게 된 오늘날의 신세대, 이 사회의 어디에서도 개성과 창조성을 실현할 장을 발견하지 못한 나머지 소비적이고 상업적인 대중문화 속에서 자신들의

정체성(identity)을 확인하는 신세대의 존재야말로 우리사회 개혁의 진정한 필요를 촉구하고 있을 뿐만 아니라 사회발전에 진정한 에너지를 제공할 원동력(정성호, 1994 : 104-109)이 될 수도 있을 것이다.

신세대 출현은 전통적인 가치관과는 다른 가치관에 기초한 생활양식을 가진 집단이 존재하고 있음을 의미하는 것이며, 이것은 또한 한국사회가 획일적인 가치관과 사고가 지배하던 사회에서 벗어나 다양한 가치관이 공존하는 사회로 변해가고 있음을 시사해주는 것이기도 하다. 분명 한국사회는 현재 개인주의적 성향의 사회로 변화하고 있다. 혹자는 이를 부정적 시각으로 바라보기도 하지만, 그러나 개인주의는 이기주의와 동일시될 수 없는 자유와 평등에 대한 존중과 같은 장점도 지니고 있으며, 다른 한편으로 핵가족화된 부부중심의 사회에서 필연적으로 나타나게 되는 인성이다. 자유와 평등에 대한 존중은 합리주의에 근거하고 있는 것으로 온정성보다는 합리성을 강조하게 되며, 사회가 발전할수록 사회구성원들은 온정성보다는 합리성에 근거한 행동을 하게 된다. 한국사회에서 합리적 개인주의가 이기주의와 동일시되는 것은 우리사회가 합리성의 기준인 '이치'에 대한 사회적 합의를 가지고 있지 못한 때문이다(김옥순, 1994 : 43-44 참조). 청소년들이 집단보다는 개인주의에 보다 많은 가치를 두고 있는 것을 무조건 이기적이라고 매도하기 전에 생활의 '기본 이치'에 대한 사회적 합의를 도출하도록 노력하고 그것을 청소년들에게 전달할 수 있을 때, 그들의 개인주의적 성향이 이기주의가 되지 않게 될 것이다.

신세대의 특성은 핵가족화되어 가고 있는 사회에서 나타나는 개인주의에 근거하고 있는 특성이며, 따라서 이러한 특성이 신세대들 사이에서 표

출된다는 것이 그렇게 돌연변이적인 것은 아니라고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 '신세대'라는 것에 우리사회 전반에서 이처럼 부정적인 혹은 긍정적인 관심을 보이게 되는 이유는 무엇인가. 그 까닭은 무엇보다도 다양한 가치관에 익숙하지 않은 기성세대가 다양한 가치관을 선호하는 새로운 세대와 만나게 되면서 겪게 되는 일종의 문화충격 때문이라고 할 수 있을 것이다(김옥순, 1994 : 44~45). 신세대적 특성을 사회발전과 연계시키기 위해서는 신세대적 특성에 대한 이해와 아울러 기성세대들이 하루빨리 문화충격에서 벗어나야만 한다. 기성세대들이 문화충격에서 헤어나지 못하고 지체되어 있는 기간이 길어지면 길어질수록 미래의 주인공이 될 청소년들은 미래사회에서 적절히 대응해 나가기 위해 필요한 지도를 받지 못한 채 그대로 방치되는 기간이 길어질 수밖에 없다.

최근의 여러 사회변화와 그에 따른 문화적 충격 중에서도 가장 큰 영향을 끼치고 있는 것은 컴퓨터를 이용한 정보화사회가 본격적으로 도래하고 있으며, 청소년층을 중심으로 컴퓨터 사용인구가 폭발적으로 증가하고 있는 점이라고 할 수 있다. 그러나 기성세대들은 이제 비로서 문화적 충격에서 벗어나 정보화사회의 변화에 상응하는 방안을 모색하기 시작하였다. 예를 들어 컴퓨터와 관련된 교육의 방향이 지금까지는 단순히 컴퓨터 및 관련기기의 이용법 지도 수준에 그쳐왔으나, 이제는 본격적인 정보화사회의 건전한 정보공유자로서의 사회구성원 육성을 위해 바람직한 정보망 이용 윤리에 대한 교육, 건전한 가치관을 유도하는 프로그램의 개발 및 보급 등에 대한 방안을 논의하게 되었다. 즉, 창의적으로 정보화 관련기기를 이용하면서도 공동체의 삶을 지지할 수 있는 주체적 이용자 양성을 위한 교육과 프로그램

개발이 시급한 당면과제로서 논의되기 시작한 것이다. 이와 같이 현재 진행되고 있거나 예상되는 사회변화에 대해 기성세대가 구체적으로 인식하고 자라나는 세대들을 이끌어갈 수 있는 적극적인 대응자세가 요구되고 있다.

신세대적 특성에는 부정적인 측면도 분명히 존재한다. 그러나 다른 한편으로 기성세대가 염려하는 신세대적 특성이 앞으로 다가올 국제화시대에는 경쟁력의 근본이 될 확률이 높다. 그들은 인쇄심은 부족하지만 창의적이다. 니체를 몰라도 컴퓨터를 가지고 놀 정도로 전자매체에 익숙하다. 지사적인 의협심은 없어도 직업에 몰두하는 전문성은 높이 평가한다(남재일, 1994 : 51). 한마디로 신세대들이 의미있게 수용하는 기호가치는 우리 사회가 국제화시대에 적응하는 데 필요한 감각들이기도 하다. 이 때문에 기성세대들에게 신세대의 가능성을 발견하고 정당성을 부여해 이들의 특성을 국제화사회를 담당할 수 있는 국가적인 생산력으로 전환시켜야 하는 과제가 부여되어 있다고 할 수 있다.

오늘날과 같은 국제화 시대에는 어느 나라도 고립하여 존재할 수 없다. 따라서 모든 나라들이 다른 나라들과 문화의 교섭 등 여러 영향을 주고받지 않을 수 없다. 특히 거대한 국제 기업들은 세계를 하나의 시장으로 취급하여 국경의 제한없이 모든 나라를 넘나들고 있을 뿐만 아니라, 고도로 발달한 매스 미디어와 통신수단도 역시 국경이라는 개념이 무의미할 정도로 한 지역의 유행이나 대중가요를 순식간에 다른 지역으로 전파시키고 있다. 그리하여 모스크바와 베이징의 청소년들도 뉴욕의 청소년들과 마찬가지로 코카콜라를 마시고 햄버거를 먹는 세계가 되었으며, 미국이나 영국의 히트송이 며칠 가지 않아 한국의 라디오 전파를 타고 전국에 방송되는 시대가 되었다.

“지구는 이제 하나의 마을이다”라는 말이 과장으로 들리지 않을 정도가 된 것이다(김신일, 1992 : 7-8). 그러므로 각종 장벽이 허물어지는 국제사회 재편의 조류와 자본주의 세계체제의 거대한 역학을 배경으로 몰밀듯이 들어오는 상업주의적 감각문화와 소비문화에 대한 문화적 저항력을 기르는 일이 청소년문화 대책에서 우선적으로 고려되어야 할 것이다.

기존문화의 기준으로 해석할 수 없는 신세대들의 잠재의식이나 욕망의 표현에 대해 기성세대가 이를 무시하거나 백안시만 할 것이 아니라, 우리 사회에 엄연히 존재하는 하나의 문화적 변화의 추세로서 인정하는 것에서부터 인식의 전환이 이루어져야 한다. 신세대들이 보여주는 가치관이나 행동양식이 부정적이든 긍정적이든 그것이 단순한 돌연변이가 아니라 우리 사회 문화가 오랫동안 배태시켜온 결과이며, 파행적인 정치 사회사가 빚은 산물임을 인정하고 그들이 가진 개성과 잠재력을 복돋워줄 수 있을 때 신세대론으로 표출된 우리사회의 세대간 충돌현상이 세대의 단절이 아니라 발전적 계승으로 성숙될 수 있을 것이다.

3. 미래사회의 주역 양성을 위하여

우리사회는 정보화로 상징되는 후기산업사회 *post-industrial society*로 진입하고 있다. 후기산업사회는 그 사회·경제적인 변화와 함께 가치관의 변화를 수반한다. 산업사회는 삶의 물질적이고 양적인 성장을 추구한다. 그러나 산업수준이 일정 수준에 올라 산업발달의 성과물이 인구 중 상당부분의 사람들에게 돌아가게 되면, 사람들은 더 이상 삶의 ‘양적인 성장’에 연연하지 않고 삶의 ‘질적인 성장’을 추구하게 된다. 이러한 삶의 양식의 변화는 보다 인간적인 대우, 과거보다 민주적이고

평등한 참여를 요구하는 시민사회의 가치관을 형성한다. 또한 국가간에는 상호교류와 이해증진이 추구되면서 모순과 대립보다는 조화와 합일의 논리가 보편화되는 국제화사회의 가치가 형성될 것이다. 이에 따라 청소년들의 문화도 남과는 질적으로 다르게 차별화되는 삶, ‘나’ 중심의 인간관계, 자립적인 태도, 예측불허의 태도, 이질적인 것에 대한 관대한 허용, 지역단위로 개별화되고 응집된 활동 등의 특징을 띠게 될 것으로 예측된다. 사회적 변화는 가치관의 변화를 수반하고, 이에 따라 청소년들의 가치관이나 행동양식에도 커다란 변화를 가져올 것이다. 특히 다변화와 다양화로 요약될 수 있는 후기산업사회에서는 청소년들의 문화 역시 보다 다양한 양태를 띠게 될 것이다.

미래사회에 대비한 청소년육성이라는 측면에서 보면, 21세기를 눈앞에 둔 이 시점에서 보다 장기적인 안목에서 청소년육성 전략을 수립하기 위해 우선 인식과 발상의 전환을 통해 사회변화에 발맞춘 새로운 정책의 수립이 요구된다. 21세기 이후의 미래사회는 정보와 첨단산업 등 과학수준이 곧 국력을 상징하게 될 것이다. 그러나 미래사회에서 요구되는 과학기술의 발달은 무조건적으로 새로운 지식과 기술을 개발하는 것이 아니라, 그것을 어떻게 현명하게 사용할 것인가가 중요한 과제로서 제기된다. 즉, 근시안적인 개발전략만으로는 장기적인 발전에 뒤처지게 될 뿐이며, 오히려 인류전체에 중대한 위협만을 초래할 수도 있기 때문이다. 미래사회에 대비하는 궁극적인 발전 전략은 곧 미래사회를 운영할 다음 세대인 청소년들을 미래사회의 주체로서 충분한 역량을 함양해 나갈 수 있도록 육성하는 것이다. 자신의 손가락 끝으로 전세계의 엄청난 정보를 다룰 수 있게 되어가며 다원화 다변화되는 정보화사회에서 청

소년들이 우수한 능력과 정확한 판단력으로 미래사회를 주체적으로 형성하고 활동해 갈 수 있도록 하기 위해서는 우선 청소년들의 삶의 조건을 적극적으로 개선하여 청소년들이 다양한 문화와 가치를 접하며 섭취할 수 있도록 해야 할 것이다.

그러나 청소년들에게 주어진 삶의 조건은 과연 다양한 문화를 제대로 체험하고 소화할 수 있게 하고 있는가에 대해서 아무도 자신있게 답을 할 수 없는 것이 우리사회의 현실이다. 충분한 문화공간이 있다고 할 수 없으며, 상업주의의 유혹이 일상생활에서 청소년들을 감싸고 있다. 기존의 교육제도하에서는 청소년들이 다양한 개성과 가치를 추구하기 어렵다. 학교라는 울타리를 가진 학생 청소년들에 비해 상대적으로 근로 청소년들의 경우는 보다 열악한 조건하에서 생활해야 한다. 또한 지역간 불균등한 발전은 거주지에 따라 천차만별의 문화적 조건을 만들어, 대도시가 아닌 지방의 많은 청소년들이 문화적 갈증을 느끼며 살게 하고 있다. 청소년들이 자신이 처한 조건에 상관없이 보다 풍요로운 문화를 향유할 수 있도록 사회 여건을 개선해가는 것이 시급한 당면과제인 것이다.

설문조사 결과를 종합해 보면, 지금까지의 여러 상업적 신세대 논의에서 지적된 청소년들의 감각적인 특성보다는 오히려 사회변화 수용에 대한 의지와 국제화 개방화 사회에 적응하기에 적합한 사고와 태도, 새로운 매체에 대한 적극적인 이용 자세, 개성을 소중히 생각하고 적극적으로 자신을 표현하고자 하며 전문가로서의 능력과 철저한 ‘프로 정신’ 추구 등이 보다 구체적인 청소년들의 신세대적 특성이라고 할 수 있다. 이러한 특성들은 점차 구체화될 미래 정보화 시대의 다원화된 사회에서 다양한 가치를 창출하며 선도적으로 국제사회를 이끌 수 있는 잠재력이라고도 할 수 있

다. 이러한 신세대적 특성들을 청소년들이 긍정적 인 방향으로 적극 계발해갈 수 있도록, 그들에게 삶의 질을 개선하며 다양한 문화적 자원들을 제

공해준다면 그 잠재력들은 우리사회를 보다 풍요 롭게 채워갈 수 있는 것으로 구체화될 수 있을 것 이다.

참 고 문 헌

- 강명구. 1994. “신세대론”, 「국제화시대의 청소년 : 신세대의 특성과 역할」, 5월 청소년의 달 기념 토론회 자료집. 서울 : 한국청소년개발원.
- 고길섭. 1994. 「신세대 담론 과잉은 사회적 모순과 갈등 은폐시켜」 전망 4월호 통권 88호. 서울 : 대륙문제연구소.
- 김경훈 편저. 1994. 「한국인 트렌드」. 서울 : 실록출판사.
- 김상중. 1994. “부정과 차별, 변화의 X세대”, 「국제화시대의 청소년 : 신세대의 특성과 역할」, 5월 청소년의 달 기념 토론회 자료집. 서울 : 한국청소년개발원.
- 김신일. 1992. 「청소년문화의 의미와 성격」, 청소년문화론. 서울 : 한국청소년개발원.
- 김신일·강대근. 1983. 「한국의 청년과 청년문화에 관한 연구 경향」. 청년연구, 제6집. 서울 : 유네스코 한국위원회.
- 김옥순. 1994. “신세대의 특성과 역할”, 「국제화시대의 청소년 : 신세대의 특성과 역할」, 5월 청소년의 달 기념 토론회 자료집. 서울 : 한국청소년개발원.
- 남재일. 1994. “신세대, 그 유령의 실체는?”, 「국제화시대의 청소년 : 신세대의 특성과 역할」, 5월 청소년의 달 기념 토론회 자료집. 서울 : 한국청소년개발원.
- 이광호. 1994. 「신세대의 경향성에 대한 재음미」, 새교육, 통권 475호. 서울 : 한국 교육신문사.
- 이종원. 1994. 「신세대 미래관 건강하고 활력 넘쳐 희망적, 전망 8월호, 통권 88호. 서울 : 대륙문제연구소.
- 이중환. 1994. 「신세대와 국제화시대의 청소년 위상」. 국제화시대의 청소년 : 신세대의 특성과 역할, 5월 청소년의 달 기념 토론회 자료집 서울 : 한국청소년개발원.
- 임광진. 1994. “신세대와 새로운 전자놀이문화”. 「국제화시대의 청소년 : 신세대의 특성과 역할」, 5월 청소년의 달 기념 토론회 자료집. 서울 : 한국청소년 개발원.
- 정근원. 1993. 「영상세대의 출현과 인식론의 혁명」. 시사저널, 1993. 4.15.
- 정성호. 1994. 「사회 변혁 주체로서의 신세대」. 새교육, 통권 475호. 서울 : 한국교육신문사, 1994. 5.
- 한준상. 1994. “X세대와 청소년”. 「국제화와 지방화에 따른 청소년의 문제」, 연구자료 94-2 원주 : 한국청소년교육연구소, 1994.
- 千石保. 1993. “일본 청소년의 가치관 변화(日本の若者)”. 「청소년 가치관 변화의 국제동향」. 한국청소년개발원 세미나 자료집.
- 丁謙. 1993. “중국 청소년의 가치관 변화(中國的青年一代)”, 「청소년 가치관 변화의 국제동향」. 한국청소년개발원 세미나 자료집.