

여성주의 웹진과 사이버 스페이스에서의 여성 공간 형성 : 웹진 ‘언니네’를 중심으로

최이숙(서울대학교 언론정보학과 박사과정)

김수아(서울대학교 언론정보학과 박사과정)

1. 들어가며

인터넷은 여성들의 일상생활에 중요한 부분을 차지하고 있다. 현실세계와 마찬가지로 가상공간에서 역시 젠더 불평등은 존재하고 있지만, 이 공간은 동시에 여성들이 자신들의 이야기를 풀어내고, 비슷한 위치에 있는 여성들을 만나는 데 있어서 중요한 의미를 갖는다. 그렇기 때문에 지난 몇 년간 인터넷 또는 사이버 공간과 젠더의 문제는 여성주의적 미디어 연구/문화연구의 중요한 의제로 자리하고 있었던 듯하다. 그런데, 기존의 연구들이 대체적으로 여성 사이트를 대상으로 진행되어, 전통적인 의미의 여성주의 미디어 제작 활동에 대한 연구는 상대적으로 부족한 편이다. 이는 80년대 이후 한국의 여성주의 미디어가 여성 단체의 기관지, 주간지, 그리고 현재의 웹진의 형태에 이르기까지 다양한 방식으로 발전해 왔음에도 불구하고, 우리의 여성주의 미디어 연구가 여성들의 대안적인 미디어 제작활동에 대한 관심이 상대적으로 부족하였던 것과 무관하지 않다고 할 수 있다.

본 연구는 현존하는 사이버 공간의 등장과 함께 새로이 등장한 커뮤니케이션 형태이자 가장 빈번하게 등장하였던 미디어 형태인 여성주의 웹진을 분석 사례로 하여, 사이버 공간에서의 여성주의 미디어의 특징들을 살펴보고자 한다. 2000년에 등장하여 다양한 형태적 변환을 거친 ‘언니네’의 사례를 통해 본 연구는 온라인 여성주의 미디어가 어떠한 방식으로 가상공간에서 여성들의 영역을 형성하고 확대해 가는지 그리고 그 가능성과 한계점은 무엇인지에 대해 살펴볼 것이다.

2. 여성주의 미디어에 대한 정의와 그 특징들

전통적으로 여성운동은 주류 미디어로부터 별다른 관심을 받지 못하였고, 여성운동이 제기하였던 문제들은 왜곡된 방식으로 재현되어 왔다(van Zoonen, 1994). 그렇기 때문에 여성들은 끊임없이 그들의 목소리를 대변할 수 있는 미디어를 만들어 왔으며, 우리 나라 역시 예외는 아니다. 여성운동이 본격화되었던 80년대 이전에도 여성들은 수기, 소설 그리고 지하 언론 등을 제작해왔고, 80년대 중반부터 단체의 기관지를 비롯하여 최초의 여성주간지인 여성신문에 이르기까지 다양한 형식으로 그들의 주장을 이야기하고 이를 다른 여성들과 함께 하고자 하였다. 하지만, 90년대 인터넷 등장 이전의 여성들의 매체 제작활동 또는 이들 미디어에 대한 학계의 관심은 거의 부재한

다고 해도 과언은 아닐 것이다. 여성주의 미디어와 주류 언론의 여성관련 이슈에 대한 보도를 비교한 소수의 연구들(유선영 2002, 이소연 2000)만이 발견될 뿐이다. 90년대 들어 인터넷의 등장과 함께 웹진, 또는 웹사이트와 같은 새로운 활동의 등장, 그리고 대안적 매체로서 인터넷에 대한 학계의 관심(강상현 2000, Kim 2002)이 증가하였지만, 페미니스트 웹진에 대한 연구들은 대체적으로 석사논문 수준에서만 진행되었다. ‘달나라 딸세포’에 대한 채석진(2001)의 연구, 그리고 여성학 분야에서 이루어진 “언니네”에 대한 송난희(2001)의 연구 등을 그 예이다. 하지만 전체적으로 볼 때, 대부분의 연구에서 여성주의 미디어에 대한 정의 그리고 생산조직 및 생산 구조적인 차원에서 여성들의 대안미디어가 지니는 특징에 대한 분석들은 아직 미비한 상황이다. 따라서 본 연구에서는 영미권에서 진행된 여성주의 미디어 및 대안미디어에 대한 연구에 기반하여 여성주의 미디어를 정의하고 그 특징들을 기술할 것이다.

여성들의 대안미디어는 사회에서 주변화된 여성 및 여성들의 일상생활에 대해 재해석하고, 여성의 주변적 위치를 극복하기 위한 정치적 사회적 문화적 목표를 달성할 목적으로 여성들에 의해 만들어지는 미디어로 정의할 수 있다. 여성주의 미디어들은 역사적으로 그 사회적/정치적 목적을 달성하기 위해 진행되는 여성운동을 활성화하고 지원하는 데 중요한 역할을 담당해왔다 (Steiner 1992 ; Chamber, Steiner, & Fleming, 2004). 주류 미디어 제도 외곽에서 생산되었던 이들 미디어는 전통적으로 작은 규모(small-scale)로 이윤추구에 집중하지 않았기 때문에 대체적으로 영세하게 운영되었다. 그렇기 때문에 여성들의 대안미디어는 전반적으로 경제적 어려움에 시달렸으며, 큰 여성단체의 지원을 받아 제작되었던 미디어를 제외하고는 대체적으로 짧은 시간 동안 존재하였다(Endre & Luecke 1996; Steiner 1992). 조직문화의 차원에서 볼 때 여성주의 미디어는 대부분 수평적이고 민주적인 방식으로 운영되었다. 수용자와의 상호작용 그리고 생산과정에서의 수용자의 참여는 매우 중시되었다. 주류미디어에서 요구하는 저널리즘적인 훈련이나, 전문적인 기술은 이들 미디어의 생산에 있어서 크게 고려되지 않았다. 중요한 것은 이들이 그들의 의견과 목소리를 다른 여성들과 공유하고자 하는 의도라고 할 수 있다(Mitchell 2001; Steiner 1992).

이러한 여성주의 미디어의 특성은 사실, 그동안 대안미디어 그리고 대안미디어 운동에 대해 제기되었던 비판의 지점들과 일정정도 맥을 같이한다. Comedia(1984)나 Nelson(1989)등의 학자들은 대안미디어들은 아마추어적인 문체, 집단적이고 민주적인 의사결정 구조에서 야기되는 비효율성, 마케팅 및 재무전략의 부재 등으로 인해 더 많은 독자들에게 다가가지 못한 채 경제적 빈곤에 시달리다 사라져야했다고 비판한다. 그 결과 대안미디어는 불가피하게 시장에서 주변적인 위치를 차지할 수밖에 없었으며 대안미디어 활동은 결국 ‘실패한 프로젝트’가 될 수밖에 없었다고 주장한다(Atton, 1999; Hamilton, 2000 재인용). 하지만, 이와 같은 논의들은 왜 그동안 여성들의 대안미디어 제작활동이 희망과 낙관적인 전망 및 자신감, 그리고 에너지로 가득찬 역사(Endres & Luecke, 1996: xv)라고 할 수 있는지를 설명해주지 않는다.

새로운 시각에서 대안미디어에 접근하고 있는 최근의 연구들은, 여성주의 미디어 및 그 특징들을 정의하는 데 있어 중요하게 고려해야 할 지점들을 제안하고 있다. 이 연구들은 대안미디어의 활동을 평가하는 중요한 기준은 주류미디어의 성공에 적용될 수 있는 기준-독자수, 시장에서의 성공-이 아니라 이들 미디어가 창출해낸 그들 고유의 가치에 기반하여 주류적 공론장에 대항하는

저항적 공론장을 창출했는지 여부라고 지적하고 있다(Atton 1999, 2002; Atton & Couldry, 2004; Couldry 2003; Dowling 2001, 2003; Gillett 2003; Khiabany, 2001; Hamilton, 2000; Rodriguez 2001). 이들 연구들은 대안미디어의 발목을 잡았던 시장성의 문제가 대안미디어가 창출해왔던 중요한 가치와 의미들을 훼손시킬 수 있다고 지적하고 있다. 대안미디어들이 더 많은 독자들에게 다가가는 것이 그들이 목표로 하고 있는 운동에 더 많은 대중을 모아낼 것이기 때문에 주류 미디어의 전략을 수용해야 한다는 주장을 따른다고 하더라도 시장에서의 주변화된 위치는 극복될 수 없음을 보여준다(Khiabany 2001, Hamilton 2000). 그리고 오히려 많은 독자에게 소구하는 것을 목표로 할 경우, 이 전략은 대안미디어가 진정으로 소통하고 공헌해야 할 공동체의 요구 및 운동의 목표를 외면한 채, 공동체의 형성 그리고 (사회적으로 소외된) 공동체의 임파워먼트에는 기여하지 못하는 혼종적인 미디어(hybrid media)로 전략해왔다는 것을 구체적인 사례를 통해 이들 연구는 잘 보여주고 있다(Gillet, 2003; Rodriguez, 2001). 따라서 대안미디어를 평가하고 개념화하는 데 있어서 관심의 초점은 전통적인 연구대상이었던 미디어 생산물-컨텐츠-에서 대안미디어에서의 관행 및 조직 문화, 그리고 대안미디어 활동이 창출해낸 다양한 사회적 관계들로 이동해야 한다고 지적하였다.

결국 여성주의 미디어에 대한 정의 그리고 특정한 역사적 맥락에서 이들 미디어가 담당한 역할을 평가하는 데 있어서 중요한 지점은 대안미디어가 생산한 내용물 또는 이들 미디어가 확보한 독자수가 아닐 것이다. 오히려 Rodriguez(2001)가 논의하였듯이 여성주의 미디어가 저항적인 담론의 생산과 소비를 통해서 그들 여성들 또는 그들의 공동체의 정체성을 재구성할 수 있는가 그리고 주류 미디어와 대별되는 가치와 규범에 기반하여 여성들이 자매로 묶일 수 있는(Steiner 1991) 여성들의 공간을 창출하고 있는가 라는 부분이라 할 수 있다. 이러한 견지에서 볼 때, 여성주의 미디어는 Collins(1986)가 이야기하였듯이 여성들이 새롭게 자기를 정의하고 이를 기반으로 자신들을 긍정적으로 평가해 가는 문화적 장을 형성하며, 여성주의 미디어에 대한 평가에서 이와 같은 기능이 강조되어야 할 것이다(Collins 1989).

이러한 관점에서 이 글에서는 여성주의 웹진 '언니네'의 실천 및 관행 그리고 조직을 평가하고 또한 이 웹진이 여성들 또는 그들의 일상생활에 대한 재해석 그리고 여성들간의 연대를 형성하는데 어떻게 기여하고 있는지에 대해 평가하고자 한다.

3. 인터넷과 여성주의 미디어

인터넷의 등장은 우리사회의 커뮤니케이션 구조에 많은 변화를 야기시켰다. 즉, 퍼스널 컴퓨터와 네트워크 장치만 있으면 공간적인 구애를 받지 않고 자신의 이야기를 더 많은 사람들에게 전달할 수 있게 되었다. 특히 매스미디어에 비해 진입장벽이 낮다는 점은 그동안 사회의 지배적 담론을 독점적으로 생산해왔던 주류미디어의 권위에 도전할 수 있게 했을 뿐만 아니라, 이 담론에서 배제되고 왜곡된 방식으로 재현되었던 소수집단들이 그들의 잠재적 지지자들을 설득하고 그들과 소통할 수 있는 효율적인 수단을 제공해왔다. 인터넷의 이와 같은 기술적 특성들에 기반하여 지리적으로 사회적으로 분산되어 있는 여성들이 메일링 리스트, 커뮤니티 사이트 등을 통하여 그들

의 정치적/사회적/문화적 목표에 동의하는 여성들이 한데 모일 수 있는 장으로 기능하였던 사례는 여기저기서 발표되고 있다.

사회운동에 있어서 노동운동이 중심적인 위치를 차지하고 있는 우리 나라에서도 사이버공간은 대안미디어 운동 전반에 새로운 가능성을 부여하는 것으로 여겨져 왔다. 특히 지난 10여년 동안 나타났던 총파업통신단의 운영, 다양한 집단에서 발간한 웹진 그리고 웹사이트들은, 인터넷이 지닌 경제적 장점들-낮은 진입비용, 재생산 비용의 부재, 시장지배로부터의 상대적 자유-에 따라 대안미디어가 그동안 이들 미디어의 존립에 제약조건으로 작용하였던 재정적 장애 요인에서 벗어나 사이버 공간을 통해 더 많은 독자에게 다가갈 수 있음을 보여주고 있다 (Atton, 2002; Curran, 2003; Harcup 2003). 특히 공간적 제약을 넘어 수용자와 생산자가 동시적이면서도 지속적으로 상호작용의 장이 열림으로써(박선희, 2001; 임영호, 1998; Atton, 2002; Deuze, 1999; Pavlik, 2001) 미디어 생산과정에 수용자들이 보다 적극적으로 그리고 유의미한 방식으로 참여할 수 있게 되었다. 인터넷 공간에서 생산자와 수용자간의 공고했던 구분들이 붕괴됨으로써(Couldry 2003:45) 이제까지 여성주의 미디어들의 중요한 가치를 보다 적극적으로 실현할 수 있는 장을 열었다고 할 수 있다. 인터넷은 접근성의 측면에서 볼 때 여전히 경제적 제약 조건이 작용하고 있지만, 기술적인 차원에서 볼 때 인터넷은 분명히 기존에 존재하였던 다른 대안미디어 형태들-신문, 잡지, 방송-에 비해서 보다 효율적으로 수용자들과 소통하고 그들 미디어의 또는 이와 관련된 운동의 사회적 영향력을 증대시키는 데 유용한 수단임에는 틀림없다.

하지만, 여성주의 미디어에 대한 평가는 앞서 언급하였듯이 이들 미디어가 지닌 그들 고유의 가치 그리고 여성의 영역을 형성하는 데에 미치는 영향에 기반해서 이루어져야 할 것이다. 그렇기 때문에 인터넷과 여성주의 미디어간의 관계에 대한 고찰은 단순히 인터넷이 지니는 기술적 특성들이 여성주의 미디어에 어떠한 변화를 가져왔으며 어떠한 가능성을 부여하는가에 대한 해답을 내리는 것을 넘어서야 한다. 특히 몇몇 학자들의 비판처럼 인터넷 미디어가 긍정적인 측면만을 지녔다고 보기는 힘들다. 모든 대중주의적 미디어에 대해서 사람들이 키기울일 수는 없을 것이다 (Downging, 2003, p. 632). 수많은 미디어의 등장은 비슷한 생각을 지닌 사람들간의 연대를 촉진시키기도 하지만, 이와 동시에 이들 내의 분열을 심화시킬 수도 있으며, (Downey & Fenton, 2003, p. 199), 소수 집단들이 보수적인 집단들로부터의 공격에 노출될 가능성도 농후하다(Atton, 2002). 특히 지난 10여년간 인터넷과 젠더라는 주제를 다룬 연구들은, 대체적으로 여성들이 사이버 공간에서 새로운 행동의 가능성을 보여줌과 동시에 끊임없이 남성중심적 문화에서 기인하는 사이버 성폭력에 노출되고 있음을 지적하고 있다. 이러한 차원에서 볼 때 사이버 공간 역시 그 자체로 사회적 소수자들에게 해방적인 공간이라기 보다는 정치적인 공간일 수밖에 없는 것이다.

이러한 차원에서, Young(2004)이 제안한 문제들-새 미디어가 제시하는 새로운 맥락(new context)과 이제까지 페미니스트들이 제기하였던 오래된 문제들(old problems) 간의 연속성과 불연속성(continuity and discontinuity)-은 사이버 공간(인터넷)과 여성주의 미디어를 논의할 때 중요한 논의의 지점을 제기하고 있다. 즉 온라인 여성주의 미디어가 전통적인 형태의 다른 여성주의 미디어와 비교했을 때 갖는 연결/단절의 지점의 무엇인가라는 질문으로 연결되는 것이다. 여성주의 미디어를 규정하고 평가하는 데 있어서 여성들간의 연대 창출의 문제가 중요하다는 점을 상

기할 때, 이 질문은 다음과 같은 질문으로 이어진다. 온라인 상의 여성주의 미디어가 어떻게 여성들의 영역을 어떻게 형성하고 있는가? 그리고 이 영역이 여성들의 일상생활(everyday life)에서 여성들에게 그리고 여성들간의 연대를 창조하는 데 함의는 무엇인가? 그리고 그 안에서 운영되는 규범은 무엇인가? 이는 다른 형식의 여성주의 미디어의 그것과 유사점 및 차이점은 무엇인가? 이러한 질문들이 바로 본 연구에서 고찰하고자 하는 주된 주제들이다.

4. 연구방법

본 연구는 ‘언니네’의 사례를 통해 온라인 여성주의 미디어의 특징들을 살펴보고 이들 미디어가 인터넷에서 여성들의 공동체를 형성하는 데 있어서 갖는 의미를 고찰하고자 한다. 이를 고찰하기 위해 본 연구는 2000년 4월에 페미니스트 웹진으로 등장하여 여러 차례 형태적 조직적 변화를 거친 ‘언니네’를 연구대상으로 선정하였다. 법인 사업체로 출발한 ‘언니네’는 2003년 NGO로 그 조직구조의 변화를 통해 온라인에서 그리고 오프라인에서 더욱 활발한 활동을 벌여나간다. ‘언니네’가 거친 이와 같은 변화는 온라인 여성주의 미디어의 특징 및 구조 그리고 그 의미를 탐구하는 데 있어서 시사점을 줄 것으로 생각하여 분석대상으로 삼았다.

본 연구는 ‘언니네’ 운영진과의 인터뷰, 그리고 ‘언니네’ 사이트에 대한 분석을 토대로 진행되었다. 인터뷰는 2004년 11월부터 2005년 2월까지 면대면 인터뷰, 메신저, 이메일을 통해서 지속적으로 진행되었다. ‘언니네’에 대한 분석은 웹진 그리고 제작진과 회원들간의 또는 회원들끼리의 상호작용이 이루어지는 공간들을 분석 대상으로 삼았다. 이를 통해 본 연구는 온라인 여성주의 미디어의 특성을 보이고 있으며, 어떤 운영의 원리들을 만들어내고 있는 지를 고찰하고자 한다. 또한 여성주의 미디어들이 창출하는 공간에서 여성들은 어떻게 상호작용하고 있으며, 이와 같은 활동들이 여성들에게 갖는 함의는 무엇인지에 대해서 살펴보고자 한다.

5. 사업체에서 NGO로-‘언니네’ 변천사

‘언니네’는 소위 영페미니스트 그룹에 의해 2000년 4월 창간되었다. 대학 졸업후 여성주의적 활동을 지속시키고자 하였던 운영진은 인터넷 미디어가 지니고 있는 적은 진입비용 및 생산비용 그리고 전통적인 미디어 형식과 다른 장점-강한 상호작용성-으로 인해 웹진이라는 형식을 택하게 되었다고 말한다. 일반적인 여성주의 미디어와 마찬가지로 ‘언니네’의 초동멤버들 역시 주류 언론에서 저널리즘적 훈련이나 생산경험을 해본 적은 없으며 학생운동 당시 출판활동만을 하였을 뿐이다. 편집진은 모두 스스로를 페미니스트로 규정하였으며, ‘언니네’ 제안에 핵심적인 역할을 하였던 한 명의 남성멤버를 제외하고는 모두 여성이었다. 일반적으로 페미니스트들이 직면할 것으로 예상되는 기술적인 문제들(Traverse, 2003)은 ‘언니네’의 창간 준비 과정에서 자체적으로 해결되었다.

여성주의 운동 과 먹고사는 문제를 동시에 해결하기 위해 이들은 그 때까지 있었던 다른 웹진

들(ex-달나라딸세포, 프리워)과 달리 법인사업체(코라)라는 조직형식으로 출발하였다. 이들은 99년 말부터 2000년 사이의 시기에 인터넷 여성제국(문화일보 2001년 1월 20일자)이라 불리울 만큼 증가하였던 급성장하였던 인터넷 여성포털 사이트 시장의 확대와 일정 정도 맞물려 있었다. 젠더 지배적인 관점에 입각한 주류 미디어의 인터넷 진출의 성격이 강했던 여성사이트 시장 내에 존재하였던 틈새-여성주의적 공간의 부재-를 ‘언니네’는 여성주의 콘텐츠를 생산하고 대안적인 여성커뮤니티를 형성함으로써 차지하고자 하였다. ‘언니네’는 일정정도 당시의 여성을 대상으로 하였던 인터넷 시장에서 주류화를 꿈꾼 면을 보여주고 있다. 이는 초기 ‘언니네’를 둘러싼 여러 환경 및 활동에서 나타난다. 즉 ‘언니네’는 그 출발에서부터 여성주의 단체나 미디어뿐 아니라, 주류미디어에 자신들의 활동을 지속적으로 노출시키고 홍보해왔다. 또한 당시의 한국사회의 다른 많은 포털 사이트와 마찬가지로 회원수를 관리하고 확보하기 위해 로그인 체제를 일찍부터 갖추고 있었다는 점, 그리고 진보적인 웹진이나 웹사이트에서 운영의 원리로 삼았던 카피레프트 대신 카피라이트 체제를 고수하였다는 점에서 이를 미루어 짐작할 수 있다.

법인체로 출발하였다는 점은 당연히 상근 노동자와 상근 노동 공간 그리고 상근 노동자에 대해 보수를 지불할 수 있는 충분한 수익이 있어야 한다는 점을 의미한다. 운영진의 월급과 운영을

하였다. 이외의 다른 재정적 자원들-예를 들면 기부, 광고-거의 없었다고 할 수 있다. 물론 ‘언니네’ 시작 초기부터 광고에 대한 정책을 가지고 있었지만, 이는 다른 여성운동단체와의 연대의 차원에서 무료 게재되었다는 점에서 주 수익원이 될 수 없었다. ‘언니네’ 운영진은 당시에 대해 “수익구조에 대한 문제에 대해 언제나 논의하였지만, 적절한 방법이 없었다. 운동과 돈을 버는 일은 마치 두 마리 토끼를 잡는 것 같았다”고 회고하고 있다.

회사체라는 조직구조를 지니기는 했지만, ‘언니네’는 여성들에게 ‘상상력이 즐거운 세상’을 사이버 공간에서 창출하는 것을 목적으로 하고 있었다. 2000년 여름과 2001년 2월의 개편을 통해 웹진 ‘언니네’의 운영에서 독자들의 참여는 지속적으로 증대된다. 2000년 여름 개편으로 커뮤니티 서비스, 그리고 2001년의 개편으로 이후의 논의할 ‘자기만의 방’을 구성할 수 있게 되었다. 이러한 변화는 ‘언니네’의 주 독자층인 여성들이 인터넷에서 개인적이면서도 정치적인(the personal as well as the political)이야기를 풀어냄으로써 여성들간의 연대를 형성할 수 있는 구조적 기반을 마련하였다. ‘언니네’의 이와 같은 변화는 외부적 평가-2001년 고정희상 수상후보, YMCA 좋은 여성사이트상 수상-에서 드러나듯이, 중요한 여성주의적 실천으로 간주되었고, 특히 인터넷에서의 여성을 위한, 여성주의자들의 공간의 필요성을 잘 설명하는 실례로 언급되어 왔다.

그러나 2년 동안의 회사체로서의 ‘언니네’의 실험은 겉에서 봤을 때의 성공과는 거리가 멀었다. 특별히 이윤추구만을 목표로 하였다거나 웹진 발간으로 인해 적자에 시달렸던 것은 아니었지만 사업체로서의 ‘언니네’의 운영을 위한 최소한의 비용-보수, 기본적인 운영비-를 마련하기는 힘들었다. 특히 2001년 하반기 이후 벤처거품이 빠지고 콘텐츠를 비롯한 인터넷에 이용은 여전히 무료라는 사회적 인식 하에서 웹진 자체가 특별히 수익을 낼 수 없었던 당시의 상황에서 그들이 사업체의 형태로 ‘언니네’를 운영하는 것은 무리로 다가왔다. 또한 ‘언니네’가 그 시작부터 페미니스트 웹진을 표방하고 있었음에도 불구하고, 사업체라는 외형은 그 내용을 생산하는 데 있어서 일정

정도 질곡으로 작용한 것 같다. 사업체 시절을 정리하면서 이루어진 ‘언니네’ 운영진의 자체평가¹⁾에서 지적된 바처럼, 친근한 어투, 다른 여성사이트와 유사한 외형적 구조, 그리고 정치적 사안에 대한 약간의 둔감함들은 페미니스트 웹진으로서의 ‘언니네’의 정체성에 질문을 던지는 것이었다. 이는 결국 시장구조 속에 있는 대안미디어들이 겪을 수밖에 없는 문제, 즉 보다 ‘많은 회원을 확보하기 위해 수용자의 기호를 어느 정도까지 고려해야 할 것인가’와 ‘여성주의적 논조를 어디까지 가져갈 것인가’ 사이의 끊임없는 긴장과 연결된 것이었다. ‘언니네’의 이와 같은 고민은 [표 1]에서 보여주듯이 초기 웹진 ‘언니네’는 페미니즘 이론이나 여성운동과 관련된 주제보다는 취미, 레저, 건강문제와 같이 다소 사소한 주제들에 보다 많은 관심을 표명하고 있음에서 일정정도 드러난다²⁾.

‘언니네’가 봉착한 이와 같은 어려움들에 대처하기 위해 운영진은 ‘언니네’를 지속시킬 수 있는 다른 가능성을 모색하기 시작하였다. 결국 2001년 12월 코라의 사업체 등록을 말소시키고 2002년 자원봉사자들에 의존하여 웹진의 생산과 사이트 운영이 이루어지는 체제로 전환하였다. 자원봉사 시기 ‘언니네’ 운영진³⁾들의 대부분이 다른 직업-회사원, 대학원생-을 가지고 있었기 때문에 ‘언니네’ 운영 및 웹진 발간을 위한 작업은 상대적으로 더딜 수밖에 없었다. 외부 필자 풀을 구축하는 방식등을 모색함으로써 웹진 발간을 위한 짐을 덜고자 하였지만, 2002년 한해 동안 단지 다섯 호만이 업데이트 되었다. 자원봉사체제에 기반하여 웹진발간과 웹사이트 운영이 이뤄졌다는 점은 몇가지 다른 변화를 동반하였다. 조직 내부적으로는 수익성이라는 한가지 목표가 사라지면서 또 다른 목적이었던 ‘운동성’ 부분이 보다 강화되었다. 시장적인 요소를 고려하지 않아도 된다는 점은 운영진들에게 ‘눈치볼 것 없이 하고 싶은 이야기를 할 수 있는’ 여건을 만들어주었으며, 이와 동시에 회사체 시절 다소 모호하였던 운영진의 여성운동가로서의 정체성은 보다 분명해졌다. 지적 재산권 체제에 있어서 기존의 카피라이트를 폐기하고 진보진영의 미디어들이 표방하였던 카피레프트를 선택하게 된다.

이 과정에서 한가지 특이한 점은, 운영진 활동의 위축 그리고 그에 따른 웹진 ‘언니네’ 발간의 축소가 ‘언니네’사이트 전반에서 나타나는 활동의 축소로 이어지지는 않았다는 점이다. 이미 2001년 2월 개편을 통해 ‘언니네’의 웹사이트 구조는 일정정도 ‘언니네’ 회원들에 의해 운영될 수 있는 구조가 마련되어, 언제나 변화무쌍한 모습을 보여주었다. ‘언니네’ 운영진은 ‘언니네’가 온라인 상의 여성주의 미디어가 처할 수밖에 없는 위기에도 불구하고 살아남을 수 있는 이유를 ‘회원 커뮤니티의 힘’이었다고 이야기한다. 즉 독자들이 참여할 수 있는 사이트 구조가 “언니네”를 지속시켰다고 할 수 있을 것이다.

2002년 하반기이후 운영진은, 웹진 생산 및 웹사이트 전반의 원활한 운영, 그리고 안정적인 활동을 위한 조건이라 할 수 있는 재정적·인적 자원을 확보하기 위해 몇가지 새로운 도전을 시도

1) 마루, ‘여성주의 매체로서의 ‘언니네’’, ‘언니네’ 29호

2) 물론 이는 또 다른 한편으로 여성의 일상생활 속에 가리워진 권력관계의 미세한 측면들을 보다 편안하게 ‘언니네’가 다루고자 하였다고 볼 수도 있다.

3) 이시기 운영진의 약간의 변화가 있었는데, 초기 운영진중의 일부는 그만두고 ‘언니네’ 회원이었던 일부가 새롭게 운영진으로 결합해 인력상의 큰 변화는 없었다.

한다. 우선 한국여성재단의 ‘딸들에게 희망을 주는 사업’에 지원하여 기금(1년 1500만원)을 확보하였으며 2003년 NGO로 등록하게 되면서 온라인 뿐 아니라 오프라인에서도 여성운동단체로서 본격적인 첫발을 내딛었다. 재정확보전략은 16일간의 온라인 총회를 통해 회원등급을 세분화하고 부분적인 유료화⁴⁾로 이어졌는데, 이는 콘텐츠의 판매(레포트 월드, TV/영화에 대한 이용)외에 커뮤니티 및 개인 공간을 제공하는 것에 대한 전반적인 유료화 시도가 성공한 예가 한국에서 매우 드물다는 것을 감안할 때, 이례적이라 할 수 있다. 물론 이와 같은 재정적 안정을 통해 ‘언니네’는 부분적으로 자원봉사체제에 대한 의존에서 벗어날 수 있었다.

NGO로의 조직 구조적 변화는 실제적으로 ‘언니네’의 내용을 구성하는 데 있어서 몇 가지 변화

를 낳았다. 한국여성재단의 후원으로 운영되는 ‘언니네’는 2003년 1월 1일부터 2004년 12월 31일까지의 기간 동안 운영되었다. 이 기간 동안 ‘언니네’는 다양한 활동을 펼치며, 회원들의 참여를 유도하고, 다양한 콘텐츠를 제공하였다.

이 등장하였다. 또한 일상에서의 남성 중심적인 현실문화에 기반한 지식이 생산되고 교환되는 장이 “지식놀이터”가 새 마지막 글로 독자들이 일상생활에서 여성주의적 실천을 행할 수 있도록 돕는 ‘액션 나우(Action Now)’가 등장하였다. 전반적인 웹투는 대체적으로 유지되었지만, 여성운동 및 페미니즘 이론과 관련된 내용은 증가하는 경향을 보이고 있다. 2002년 이후 ‘언니네’를 둘러싼 구성에서 웹진이 차지하는 비중은 상대적으로 줄어들었지만, 웹진이라는 의미에 대해 운영진은 “보다 정치적으로 민감한 사안에 대해 회원들에게 논쟁의 지형을 그려주고, ‘언니네’라는 사이트가 제공하는 중요한 역할을 담당하고 있다고 이야기한다.

전혀 자유로울 수 있는 구조로의 변화, 그리고 ‘언니네’ 재구조화를 통해 ‘언니네’는 인적 재정적 어려움 속에서 살아남았을 뿐 아니라, 정치적인 도전들을 실천할 수 있었다. 안정적인 활동과 일상에서 실천된 구조적 정치적 변들은 ‘언니네’ 회원들에게 공동체 의식의 공동체 형성에 기여하였다고 할 수 있을 것이다.

6. 여성주의적 가치에 대한 도전

어를 정의하고 평가하는 데 있어서 중요한 부분 중의 하나는 가치와 규범을 창출하고 있는가의 부분이라고 할 수 있다. 수평적 가치의 실천하고자 하는 여성주의 미디어는 주류 미디어와는 다르다. 여기서는 온라인 여성주의 미디어로서 ‘언니네’가 어떠한 가치와 지점들을 어떻게 드러냈는지를 살펴보고자 한다.

고리고 웹사이트의 운영에 있어서 주류 미디어와는 다른 특성

분하고, 도움회원에게 ‘자기만의 방’과 커뮤니티의 개설등 ‘언니네’에 대한 연3만원 또는 6개월의 1만 5천원의 정액을 지불하는 체제가

면, 여성이슈에 대한 서명판, 사이버폴리뉴스를 비롯되는 고민과 여성들의 경험에 대한 토론회가 선보였다. 웹진의 경우 특집 마련을 통해 다룰 수 있는 구체적이고 유용한 제안점들을 웹진에 게재하는 등 웹진에 대한 관심이 높아졌다. 웹진의 내용에 있어서 역시 친밀한 어투를 띠고, 관련 이슈가 회사체 시기에 비해 다소 다양해졌다. 구조 변화 과정에서, 전체 웹사이트는 현재의 ‘언니네’ 사이트에서 웹진이 차지하는 비중이 높아졌다. 이 변화에 대해 다양한 목소리들을 드러냄으로써, 웹진의 특색(정치적, 문화적, 사회적)을 보다

요약하자면, 시장적 요소로부터 원동력을 얻은 성과과정에서 회원들이 능동적인 참여를 이끌어내며, 뿐만 아니라, 새로운 개인적이면서도 정치적인 기반을 마련한 여성운동을 시도하는 것을 목적으로 하는 체계라는 소속감을 보다 강화시키고 여

6. 여성주의적 가치에 대한 도전

앞서 언급하였듯이 여성주의 미디어의 가치와 규범을 창출하고 있는가의 부분이라고 할 수 있다. 수평적 가치의 실천하고자 하는 여성주의 미디어는 주류 미디어와는 다르다. 여기서는 온라인 여성주의 미디어로서 ‘언니네’가 어떠한 가치와 지점들을 어떻게 드러냈는지를 살펴보고자 한다.

고리고 웹사이트의 운영에 있어서 주류 미디어와는 다른 특성

4) 손님회원, 디딤회원, 도움회원으로서 구분되며, 회원등급에 따라 콘텐츠 이용의 전반적인 권한을 부여하는 차이가 있다.

들을 보여준다. 이는 온라인 저널리즘에서 공통적으로 나타나는 마감일(deadline) 개념이 모호해졌다는 것과 같은 새로운 테크놀로지가 가져다주는 측면에서 기인하는 것일 수도 있다. 하지만, ‘언니네’ 운영진의 활동, 그리고 ‘언니네’ 사이트 전반을 아우를 수 있는 가치는 ‘언니네’가 여성주의 미디어라는 점에서 형성되었다고 볼 수 있을 것 같다.

‘언니네’는 기능적인 차원에서 대표, 편집장, 팀장과 같은 조직체계를 지니고 있었지만, 실제 웹진의 생산과 조직운영에 관한 모든 결정은 집합주의적이고 평등주의적인 의사결정에 기반하여 이루어졌다. 이는 ‘언니네’의 운영주체들이 당시 사회운동 및 학생운동 조직 내에 일상적으로 만연해 있던 성차별성과 젠더 불평등에 대해 문제제기 하였던 대안적인 조직문화와 일상에 근간한 여성문화운동을 펴고자 하였던 소위 ‘영페미니스트 집단’이었다는 점에서 기인한다. 또한 ‘언니네’ 운영진들이 ‘주민등록상’의 실명이 아닌 여성주의 활동을 하면서 쓰기 시작한 고유의 이름으로 글을 게재하였다. 글의 형식이나 스타일에 있어서는 이는 글의 스타일 역시 객관주의를 표방하는 전통적인 주류미디어 보다는 친밀하고 필자들의 개성이 살아있는 언어로 여성들의 일상적인 경험을 풀어 가는 것이 중시되어왔다.

일상생활에 기반한 정치와 언니(자매애)들간의 연대를 창출하기 위한 시도들은 창출하기 하고자 하는 의도는 ‘언니네’의 메뉴명에서도 찾아볼 수 있다. 초기 ‘언니네’는 언니들의 ‘동네’를 구축하고자 하였는데, 이는 웹진의 각 코너들은 우리의 일상생활에서 흔히 만날 수 있는 공간명을 활용하고 있다는 점에서 잘 드러난다. 성희롱 및 성폭력에 대한 논의가 이루어졌던 ‘불가마 찜질방’, 영화비평이 오고 갔던 ‘비디오 가게’, 그리고 남성적인 시선에 대한 세탁 즉 교정을 위한 공간인 ‘오빠네 세탁소’가 그것인데, 각각의 코너들은 독자들과 함께 할 수 있는 별도의 게시판을 지니고 있어 독자들의 참여를 열어두었다. 이러한 구성은 또한 생활 세계의 공간과 웹의 공간을 중의적으로 연결시킨 것으로 평가할 수 있는데, ‘언니네’의 이와 같은 실천은, 짧은 시기지만 오프라인 공간으로까지 이어진다. 2001년 아현동으로 사무실이 이전하면서, 보다 넓어진 사무실 공간은 ‘언니네’ 내에 존재하는 몇몇 커뮤니티들 및 소규모의 여성운동 집단들이 모여서 서로의 이야기들을 공유할 수 있는 작은 ‘마을’이 되었다. ‘언니네’ 활동에서 나타나는 이와 같은 특징은 여성들의 생활 속에서의 일상 정치학을 구현하려는 여성주의적 활동으로 그리고 이를 위해 미디어 생산과정에 독자들에게 참여 공간을 열어두고 그들의 참여를 독려하였던 여성주의 미디어의 일반적인 실천으로 평가할 수 있을 것이다.

‘언니네’ 운영진이 모색하고 실천하였던 일상에 기반한 언니들 간의 수평적 연대 의식에 대해 ‘언니네’ 회원들 역시 일정정도 공유하고 있는 듯하다. 이는 ‘언니네’의 재정적 안정의 중요한 요소인 유료화 과정이 성공할 수 있는 동인이 되었다. 운영진에 따르면 회원들은 “보호받고 자신의 이야기를 편안하게 하고 자기랑 비슷한 사람들의 부분에 대한 유료화에 큰 거부감 없이 동의”하였으며, “‘언니네’의 운영에 대해 ‘공동의 책임’을 지면서 꾸려간다고 생각”했던 거 같다고 한다. 회원들의 의식은 이 ‘언니네’라는 공간에 대한 끊임없는 개입과 재구성을 끌어내고 있다. 회원들의 개입은 ‘언니네’에서 여성들이 보호받고 자신들의 이야기를 편안하게 풀어가기 위한 몇가지 ‘기능 및 메뉴’의 첨삭⁵⁾에서부터 그들의 공동체에 대한 윤리를 형성하는데까지 넓은 범위에서 나타난다.

‘언니네’는 “여성주의에 동의하는 공동체”라는 공동체의 성격을 명시하면서 이와 관련된 여성주

의적 윤리를 형성하기 위한 공동의 규약을 구성해나가고 있다. 공동체의 규범은 일반적인 네티켓은 물론 직접적으로 공동체의 목적과 관련지어 형성되는데(Baym, 1998) 이에 따라 ‘언니네’의 윤리는 여성주의적 윤리를 실현하는 데 가장 큰 중점을 두고 있다⁵⁾. 이와 같은 윤리의 실천적인 차원은 ‘언니네’ 회원 가입시 동의하는 규약중 회원 자격 박탈과 관련된 다음의 항에서 가장 잘 드러난다.

회원 자격 박탈

다음 각 호에 해당되는 경우에는 회원 자격이 상실될 수 있습니다.

가. 회원 정보를 고의적으로 허위 기재한 경우

나. 사이버 성폭력, 사이버 스토킹에 해당하는 행위를 한 경우 (사이버 성폭력이란 사이버 공간상에서 발생하는 폭력행사의 행위로써 성적인 메시지 전달, 성적 대화 요청 및 성적인 문제와 관련하여 개인신상에 관한 정보 게시 등의 방식을 통하여 상대방의 의지와 관계없이 상대방을 위협하거나 괴롭히는 행위)

다. 폭력적이거나 반여성적인 내용으로 게시물을 도배하는 경우

라. 게시자의 동의 없이 게시물을 옮겨감으로써 게시자의 권리를 침해하고, 정신적 물리적 피해를 입히는 경우

마. 일방적으로 ‘언니네’ 공동체를 비방하고 회원들의 명예를 훼손한 경우

바. 그 외. ‘언니네’ 운영진 및 ‘언니네’ 지기들에 의해, 사이트 질서를 해치는 것으로 판단되는 행위를 하였기 때문에 공동체의 일원이라 할 수 없다고 판단되는 경우

이러한 규약에 의해 회원 자격이 박탈되거나 징계 조치가 내려진 경우는 2005년 4월 현재 30건으로, 가장 많은 이유는 다 항과 마, 바 항에 해당하는 반여성적인 내용 게시, 공동체 비방 등이며, 성인광고 게시와 명예훼손이 그 다음의 주요한 이유에 해당한다. 이러한 회원 박탈 과정에서 주목할 것은 회원들의 신고와 요청으로 인한 것이라는 점으로, ‘언니네’를 구성하는 이들의 힘에 의한 것이며 이는 여성 이용자들이 스스로 ‘언니네’를 ‘여성주의가 숨쉬는 공간’으로 만들기 위해 노력하고 있다는 점을 반증하는 것이다.

사실, 초기 ‘언니네’ 운영진은 이용자들의 ID 삭제와 게시물 삭제 요청에 매우 조심스러운 반응을 보여왔다. 최초의 회원 자격 박탈 및 유사 조치는 2002년 3월에 이르러서야 취해진다. ‘언니네’ 운영진은 수차례의 공지를 통해, 여성친화적인 공간으로서의 ‘언니네’에서의 자율적 규제를 강조해왔으며 이들이 제시한 대안은 “마초들의 글 식별하고 안 읽기 운동”이라 하여 마초들의 글을 처음 발견하는 사람들이 마초들의 글임을 표시하는 글을 쓰고, 가능하면 이러한 글에 답글을 달지 않아 소모적인 논쟁을 방지하자라는 것이었다. 이렇듯 삭제나 강퇴 등의 극단적 조치를 가능한 한 배제하고 자율적인 규제를 강조하는 것은 초기 인터넷 문화에서는 보편적인 정서였던 것으로 보

5) “큐엔에이 게시판이나 쪽지로 개편을 요구하시기도 하지만, 제일 많이 참고하는 것은 ‘자기만의 방’에 그런글들을 올리세요. ‘운영진들에게’ 이렇게 쓰시는 분도 계시고.. 글을 쪽 쓰시면서 마지막에 ‘이런이런 일을 겪었는데, 그래서 ‘언니네’에 이렇게 생겼으면 좋겠다’ 그런 글을 쓰시는 분들이 있어요. 이런 걸 다른 회원들이 더 열심히 읽으시거든요. 뭐 ‘공감’이런거 막 누르면 다음에 우리 쪽 이런거 만들어야 겠구나 보통 이렇게 되죠”

6) 그 외. 일방적으로 ‘언니네’ 공동체를 비방하고 회원들의 명예를 훼손한 경우, 그 외. ‘언니네’ 운영진 및 ‘언니네’ 지기들에 의해, 사이트 질서를 해치는 것으로 판단되는 행위를 하였기 때문에 공동체의 일원이라 할 수 없다고 판단되는 경우

여진다. 그러나 실제로 여성들의 공간을 담보하기 위해서는 여전히 위협적인 사이버 성폭력과 페미니즘에 대한 플레이밍으로부터의 안전장치가 필요한 것이 현실이었고, 결국 ‘언니네’ 운영진은 수많은 회원들의 요구를 받아들여 2002년부터는 강제 탈퇴 등의 각종 징계 조치를 내리게 되었다. 이러한 조치에서 가장 중요한 기준은 “반여성적인가”와 “‘언니네’ 공동체의 유대를 해치는가”였다. 이에 따라, ‘언니네’ 이용에 대한 Q&A 게시판에는 남성 이용자들의 전의가 종종 등장하며, ‘언니네’ 공간이 지나치게 남성에게 배타적이라는 비판도 적지 않다⁷⁾. 하지만 공동체의 윤리는 공동체의 목적에 맞추어 회원들이 공유하는 가운데 합의하고 지켜나가는 점이라는 것을 생각할 때 이러한 배타성에 대한 평가는 다소 신중할 필요가 있어 보인다.

그러나 한편으로 ‘언니네’는 반여성적이지 않은 한 상호간의 차이를 존중하고 다양한 의견을 수렴하는 것 역시 여성주의적 윤리의 중요한 차원으로 간주한 것으로 파악된다.

“규칙부분에 포함되는 거 이외에 크게 구체적인 규율이 있지는 않고 ‘여성주의에 동의한다’가 전부인 것 같습니다 인권과 소수자를 비하해서는 안 된다거나 그런 게 있을 것 같네요. 물론 여성 비하도 그렇고... 그리고 “언니네”는 그런 면에서 기본적으로 다양한 의견들이 수용될 수도 있는 곳이라고 생각들 하시는 것 같습니다. 즉, 사회적 소수자를 비하하거나 폭력적이거나 한 글들이 아니라면 다양한 의견들이 올라올 수 있는 곳이라는 암묵적인...”

다양성과 차이에 대한 존중은 한 사안에 대한 하나의 주장이나 담론이 강요되는 것에 대한 거부로 나타나기도 하는데, 이러한 점은 2004년 탄핵 사태와 관련한 작은 논쟁 과정에서 잘 드러난다. ‘언니네’는 2004년 노무현 대통령 탄핵 사태에 대해 초기 화면에 근조 리본을 달았는데, 노랑 애벌레라는 한 회원은 이 사이트에서는 다양한 정치적 입장이 존중되어야 하며, 근조 리본을 다는 데 대한 회원간의 민주적인 의사 결정 과정이 없이 ‘언니네’ 운영진의 입장이 강요되어서는 안된다는 점을 들어 철회를 요청했다. 이에 대해 ‘언니네’ 운영진은 “여성 이슈가 아니며...(중략)...다가를 총선과 관련하여 특정 정당을 지지하거나 하는 쪽으로 의미가 곡해될 것을 우려하여” 근조 리본을 내리고 대신 수다방에서 이용자들이 스스로 토론할 수 있도록 하겠다는 것으로 이에 부응했다⁸⁾ 이와 같은 일련의 사태는 ‘언니네’라는 공간이 자신의 주장을 누군가에게 강요하지 않으며

다양성과 차이를 존중하고 있다는 혹은 해야 한다는 원론을 다시 한번 확인하게 되는 왜냐하면 이는 ‘언니네’가 운영진들만의 독점적인 공간이 아니라, 회원들 스스로가 참여하여 함께 구성하는 자신들의 공간으로 여기고 있기 때문이다. 즉, ‘언니네’의 공간들은 즐기들이 흘러들어와 합쳐지는 바다와 같은 공간이며, 이 공간을 구성하는 것은 이용자라는 점을 이용자들이 분명하게 인식하고 있다는 것이다.

7) “마초들도 말은 하고 살아야 할 것 아닙니까” 카페 ‘언니네’ Q&A 게시판 중.

8) 이 결정은 불과 하루만에 내려졌는데, 이에 대해 노랑 애벌레 회원의 문제제기의 타당성에 이 ‘자기만의 방’과 노천 카페를 중심으로 진행되기도 하였다.

7. ‘언니’들의 네트워크-회원공간에 대한 탐구

‘언니네’라는 이름은 이중적인 의미를 지니고 있다. 즉 ‘언니네’에서 ‘네’는 여성들이 말할 수 있는 장 즉 공간을 의미함과 동시에 ‘넷’, ‘네트워크’를 의미한다. ‘언니네’는 회사체로 출발하였던 초기 시절부터 온라인에서 여성들의 네트워크를 구축하는 데 큰 주안점을 두었다. 여성들이 ‘언니네’에 와서 자기와 비슷한 사람들을 만나고 관계 맺으면서 여성주의에 대해서 자기가 혹은 여성으로 사는 것에 대해서 좀 범위를 넓혀가거나 여성으로 사는 것에 대해 성찰하게 하는 것 이것이 여성주의 미디어 ‘언니네’의 존재근거였다고 운영진은 이야기한다. 이러한 문제의식은 몇차례 개편 과정에서 사회적으로 소외받은 여성들이 보호받을 수 있는 공간을 지속적으로 확대하는 것으로 이어졌다. 초기 ‘언니네’ 사이트는 다른 많은 대안 미디어 사이트와 마찬가지로 자유 게시판 형태의 노천카페 그리고 각 메뉴별 게시판을 제공했지만, 개편과정에서 카페 자체도 기능상으로 다양하게 분리되었다⁹⁾. 또한 2000년 8월 개편으로 일찍이 커뮤니티 서비스를 시작해 지금도 수많은 커뮤니티들이 ‘언니네’ 사이트 내에서 활동하고 있다¹⁰⁾. 그러나 ‘언니네’가 창출하는 여성주의적 공간의 대표격은 2001년 시작된 “자기만의 방”과 2004년 등장한 “지식놀이터”라고 할 수 있을 듯 하다. 이 두 공간은 개인적인 여성들의 발화가 ‘언니네’라는 공간으로 모여면서 어떻게 ‘공적’이고 ‘정치적인 것’이 될 수 있는 가를 보여준다는 점에서 공통점을 지닌다. 또한 여성주의 미디어가 사이버 공간에서 형성한 영역들이 여성들의 일상생활에서 갖는 의미를 탐구할 수 있는 사례라 할 수 있는 데 이를 자세히 살펴보면 다음과 같다.

1) ‘자기만의 방’

‘자기만의 방’은 2001년 2월 시작했고 지금도 가장 인기 있는 서비스이며 중요한 유료화의 근거가 되기도 하였다. ‘자기만의 방’의 외형은 현재 유형중인 미니 홈페이지 블로그 서비스와 유사하지만 보다 더 여성들의 연대와 돌봄을 강조하는 형태의 구성이 되어 있다고 평가할 수 있다.

‘자기만의 방’의 기본적인 형태는, 다른 블로그 서비스와 마찬가지로 자신의 글을 올릴 수 있는 ‘칼럼란’과, 자유게시판, ‘다락방’, ‘수다방’, ‘이웃집’ 등의 메뉴로 구성되어 있다. 이중 ‘꼬리에 꼬리를 무는 수다방’과 같은 경우 자신이 토론하고 싶은 주제에 대한 자신의 글에 관해 토론방을 개설하는 것이다. 이는 여러가지 이슈나 자신의 고민에 대한 다른 여성 이용자들의 의견을 묻고 싶을 때 유용하게 사용할 수 있으며 이를 통한 연대의식의 강화를 꾀할 수 있다. ‘다락방’은 신뢰감을 형성한 의사매들끼리만 사용하는 사적 공간으로 철저하게 내적인 네트워크 내에서만 공개되는 기능을 갖고 있어 생활에서 경험하는 고통과 분노에 대해 풀어 가는 중요한 출구로서 작용할 수 있다. 그리고 ‘이웃집’은 다른 이용자들의 ‘자기만의 방’과 네트워킹 하는 방식이다.

9) 현재는 노천카페(자유게시판) 외에 성/사랑/연애, SOS 도와주세요, 여행/레저, 맛있는집/요리법, 여성주의 유머 등으로 게시판을 분리하여 각각의 분류 틀에 맞는 글을 올리고 답변을 하도록 유도하고 있다.

10) 326개의 공개 커뮤니티가 있고 비공개 커뮤니티의 수는 정확하게 알 수 없다

또한 ‘자기만의 방’ 서비스에서는 경험이나 지식의 공유와 네트워킹을 가능하게 하기 위해 자신이 쓰는 글을 분류하도록 되어 있다. 이는 다른 블로그 서비스들이 철저하게 개인 중심으로 이루어져있고 그 블로그 자체를 분류하는데 중점을 둔 반면, ‘자기만의 방’에서는 글을 분류하도록 함으로 해서 비슷한 주제에 대한 여성주의적 생각과 경험들을 축적하도록 하며 다른 여성 이용자와 공유하도록 한다는 점에서 매우 시사적이다.

이렇게 분류된 글 중에서 추천수가 많은 글들은 ‘자기만의 방’의 메인 페이지에 ‘Choices’라는 란으로 ‘지지’, ‘공감’, ‘감동’이라는 카테고리 하에 분류되어 드러나게 된다. ‘지지’와 ‘공감’, ‘감동’은 칼럼에 실린 글을 읽은 이용자들이 글에 대한 자신의 느낌을 표현하기 위해 투표하는 형태로 되어 있고, 이때 그 추천 받은 수가 많은 경우 ‘자기만의 방’의 메인 페이지에 나타나게 되고, ‘언니네’의 사이트 메인 화면에도 등장하게 된다. 각 개인의 ‘자기만의 방’의 글들이 하나의 흐름으로 모이고, 공유되고 이에 대해 토론이 일어날 수 있는 외적 구조를 가짐으로 해서, 개인화된 목소리들이 아니라 하나의 공적 성격을 갖는 여성적 담론의 형태로 구성 가능하도록 하는 것이다.

코어버(Koerber, 2001)는 그의 논문에서, 웹 링이라는 형태로 구성된 인터넷에서의 여성들의 공간이 어떻게 여성들만의 수사학적인 공간- 즉, 들려질 가능성에 대해 이야기하는 것, 수사학적 공간을 창조하는 것은 누군가의 공포, 욕망, 문제가 표현될 수 있으며, 보다 중요하게는, 진정하게 공감할 수 있는 다른 사람들에 의해 청취되고 응답될 수 있는 환경을 창조하는 것을 의미한다-을 창조해 내고 있는가를 논한 바 있다. 한국의 경우, 비록 여성들만의 인터넷 공간이 여러 번 주창되고 실험된 바 있으나 그러한 인터넷 사이트들은 여성주의적인 수사학적 공간을 창조하는데 성공했다고 평가받기 어렵다.

‘자기만의 방’이 중요한 것은 이러한 점에서의 새롭고도 비교적 성공적인 시도였다는 점이다. 이전에 한국에서 페미니스트 사이트를 표방한 몇몇 사이트들은 수용자들이 자신들의 주장을 발화하고 이것이 상호 들려지고 있으며 다른 사람들에게 응답되고 있다는 확신을 주는 형태의 공간을 창조하는데 비교적 성공적이지 못했다. 그러나 ‘자기만의 방’에서, 이용자들은 다양한 이슈에 대한 자신들의 생각을 풀어놓았고 이는 지속적으로 누적되어 한 개인의 생각의 역사를 보여줄 수 있는 기능을 했다. 또한 이용자들은 이 공간에 글을 쓰는 것이 단순히 벽을 보고 외치는 것이 아니라 는 점에 대해 어느 정도 보증을 받을 수 있었는데, ‘자기만의 방’이 채택한 의자매 시스템에 의해 글을 볼 수 있는 사람들이 제한되었고 의자매들은 어느 정도 상호 신뢰감이 형성된 관계였기 때문이다.

즉, ‘자기만의 방’은 일상 생활의 경험과 정서를 공유하고 이에 대해 다른 여성들로부터 지지를 받고 네트워킹을 통해 상호 연대감을 형성할 수 있는 공간이고, 이는 상호 차이에 대한 존중과도 연결되어 있다. 이용자들간에 플레이밍이 거의 없고 매우 조심스럽게 글을 올리는 경향이 있다는 ‘자기만의 방’에 대한 윤영진의 평가에서 이러한 부분이 일면 드러난다.

2) ‘지식놀이터’와 여성적 담론의 창출

‘지식놀이터’ 서비스는 2003년 11월에 한국여성재단의 2004년 ‘딸들에게 희망을 주는 사업’으

로 선정되면서 본격적으로 진행된 기획이다. 2004년 초 문을 연 ‘지식놀이터’는 그 외면상으로는 다른 많은 포털, 사이트들이 서비스하는 지식, 검색, 서비스와 큰 차별적인 없다. 에컨대 질문이나 답변이 ‘언니네’ 회원 누구에게나 열려 있다는 점, 그리고 답변 기간을 설정하고 질문에 대한 답변을 할 경우 페너지가 상승하도록 되어 있다거나, 좋은 답변에 대한 추천 시스템 같은 경우는 다른 포털의 지식검색 서비스와 동일한 형태라고 할 수 있다. 지식검색 서비스 자체의 장점은 수용자의 참여를 독려하고 수용자에게 지식 창출의 권력을 일정정도 부여한다는 것일텐데, 이때 ‘언니네’가 제공하는 ‘지식놀이터’의 주요한 차별점은 여성주의적 지식의 형성과 공유를 모토로 한다는 점이다. 즉 ‘지식놀이터’는 다른 포털 사이트의 지식 형성 담론에 대한 여성주의적 개입이며 실천의 양태라고 할 수 있다. 특히 이는 여성의 경험이나 생활과 관련된 질문들이 기존 포털 사이트에서는 사회적으로 터부시되거나 의미없는 플레이밍에 시달리기 쉽다는 점에서 한국 사회에서 여성들에게 매우 중요한 공간으로 기능한다고 할 수 있다.

여성 이용자들은 지식 놀이터에 질문을 올릴 수 있고 또한 자유롭게 답변할 수 있다. 이 질문은 사적 영역에 대한 문제- 에컨대 섹슈얼리티와 관련된-에서부터 정치적이고 사회적인 이슈-성매매방지특별법이나 호주제 이슈-에 이르기까지 방대한 범위에 걸쳐 있다. 질문이나 응답들은 실

나 중요하지 않게 다루어지거나 쉽게 무시되던 문제들이
으로 간주되던 것들을 여성주의적으로 재정의하려는 시
이터의 카테고리가 가장 잘 드러내 준다. 지식 놀이터는
성폭력/가정폭력, 인터넷/컴퓨터, 성매매/성노예제/포르
/책, 역사/여성사, 페미니즘 이론, 여성운동/사회운동,
음식/요리, 학업/진로/취업 등의 카테고리 하에서 질문
을 자주 하는 이용자에게 호기심 마녀라는 칭호가 붙는
보다 전문적인 제공하는 ‘구원마녀단’을 따로 구성하여
보다 쉽게 관련 지식 및 실질적인 도움을 제공하고 있
가진 여성을 배제하고 고립시키기 위해 사용된 수사를
주고 있듯이 ‘지식놀이터’에서 여성들은 지식생산의 적극
는 그 동안 지식생산의 장에서 사변적인 것으로 여겨졌
이 그리고 주변적 위치에 머물렀던 여성들은 지식생산자
적 실천(Harding 1993, Tanesini 1999)이 이뤄지는 공간
지식을 구성하는 차원에 머물지 않는다. 페미니즘 정치
트가 변증법적 관계를 맺고 있듯, ‘지식놀이터’에서 나타
되고 여성으로서 그들 자신 및 그들의 일상생활에 대해,

제로 이제까지는 여성의 영역으로 치부되어
지식으로 다뤄지며, 전통적인 여성의 영역
도들이 행해진다. 이러한 특성은 지식 놀이
정치/정책/법, 노동/가사노동/직장생활,
노, 성정체성, 몸/건강, 장애, 문화/미디어
성/사랑/연애, 생활, 가족,결혼/비혼,육아,
과 답변을 하게 되어 있다11). 질문과 응답
다. 그리고 공적인 분야(법, 의학등)에 대한
이 분야에서 소외되기 쉬웠던 여성들에게
다. 마녀가 서구의 중세 역사에서 지식을
적극적으로 사용하고 있다는 점에서 보여
적인 주체로 위치지워진다. 즉 ‘지식놀이터’
단 여성의 일상생활들을 지식의 대상으로
로 위치지우며 지식생산과정에서 여성주의
을 열어두게 되었다고 평가할 수 있다.

‘지식놀이터’의 이와 같은 실천은 단지
학에서 지식의 생산과 여성들의 임파워먼트
나는 다양한 실천들은 여성주의자로서 그러

문립의 정보 서비스는 가정/생활, 건강/다이어트, 패션/뷰티,
/예술, 여가/스포츠 등이다. 이러한 분류 카테고리가 상정하
지식 범주화에서는 여성주의적 지식을 목표로 한다는 점이

7)대표적인 여성 사이트로 알려져 있는 마이클
섹스/러브, 경제/비즈니스, 시사이슈, 문화,
는 젠더 고정관념에 비해 ‘지식놀이터’의
잘 드러나고 있다.

다른 여성들과의 관계맺음을 통해, 재해석하고 재정의하는 과정으로 연결된다. 예를 들어 자신의 친구가 페미니즘에 대해 여성을 피해자로 만드는 것이라고 비판할 때 그 비판이 정당한지에 대한 고민을 ‘지식놀이터’에 등록했을 때, 그러한 의식을 파워 페미니즘이라고 부르고 그로 인해 여성 전체에 대한 고민을 하지 못하고 있음을 지적하고 친구와 대화할 것을 권유하고, 이러한 답변에 대해 힘이 솟는다는 꼬리말을 남긴 질문자의 경우¹²⁾에서 이러한 특성이 잘 드러나고 있다.

‘지식놀이터’의 “여성주의 지식 공유 네트워크”라는 포맷은 여성에게 지식 창출자의 권위를 획득하게 할 뿐 아니라 동시에 여성주의자로서의 스스로의 정체성과 생활의 전략을 구성해 가는데 매우 핵심적인 역할을 하고 있다. 여성주의자에 대한 편견이나 오해에 맞서는 방법을 함께 고민하고 공유함으로써 일상 생활에서의 정체성의 정치를 구현하는 데 실질적인 전략들을 제공한다. 일상 생활에서 살아가면서 부딪히는 수많은 문제들에 대해 ‘지식놀이터’에서 여성이용자들은 정답은 아닐지라도 자신의 경험과 정서적 공감에 기반해 답을 올리고, 또 지지와 동의를 의미하는 꼬리말 메시지를 남긴다. 이를 통해 여성 이용자들은 한국 사회에서 여성으로 살아간다는 것에 대하여 스스로를 재정의하고, 재평가하는 경험을 할 수 있으며 이러한 재정의와 재평가는 여성에 대한, 더 나아가 여성주의자에 대한 사회적 편견과 질시에 저항할 수 있는 힘을 줄 수 있다 (Collins, 1986). 이러한 점에서 ‘지식놀이터’- “여성주의 지식공유 네트워크”는 일상 생활의 정치에 기반한 여성주의의 중요한 실천의 사례로 평가할 수 있다.

8. 결론

‘언니네’의 사례를 통해서 볼 때, 페미니스트 웹진은 수평적이고 집합적인 생산문화와 능동적인 수용자 참여에 기반하여, 여성성 그리고 여성들의 일상생활에 대한 새로운 해석을 제공한다. 그리고 인터넷의 새로운 기술적 이점들을 바탕으로 자신과 비슷한 생각을 지닌 여성들이 그들의 경험을 이야기하고 그 경험을 다른 이들과 공유할 수 있는 공간을 만들어내는 데 기여하고 있다. 페미니스트 온라인 미디어가 갖고 이러한 역할과 목적은 남성 중심적인-특히 그 도입시기에-인터넷 공간에서, 현실세계와 가상공간 모두에서 사회적 약자인 여성들에게 보다 편안하고 보호받을 수 있는 공간을 제공하는 데 기여해왔다고 평가할 수 있을 것이다.

인터넷이 가진 기술적인 장점은 확실히 여성들에게 새로운 가능성의 장을 열어준 듯하다. 상대적으로 적은 생산비용과 공간적 시간적 제약으로부터의 자유로 이전보다 쉽게 여성들은 새로운 형식의 그들 자신의 미디어를 생산하는 데 그리고 사회적으로 분산되어 있는 여성들의 목소리를 집결시키는 것이 가능해졌다. 또한 새로운 기술을 통해 역사적으로 여성주의 미디어들이 소중히 여겼던 가치들이 보다 적극적이면서도 쉽게 실현될 수 있게 하였다. 하지만, 또 다른 한편으로 인터넷의 기술적 가능성이 전통적인 여성주의 대안미디어에 부과되었던 여러 가지 제약들을 완전히 극복했다고 보기는 힘들다. ‘언니네’가 취했던 각각의 조직형태들은 새로운 기술적이 주는 가능성과 한계를 일정정도 보여준다. 회사체 시기의 ‘언니네’를 살펴볼 때, 시장의 영역에서 이윤추구라

12) posted 2005. 1. 17 질문자 야유 님 “나의 페미니즘 당신의 페미니즘”

는 목표를 일정정도 추구할 경우, 여전히 시장에서의 성공과 여성주의 미디어로서의 의무 사이의 줄다리기에서 자유롭지 못하다는 점을 보여준다. 또한 2002년 자원 봉사기에서 NGO로의 전환과정은 또한 여성주의 미디어의 안정적인 생산을 위해서는 여전히 안정적인 재정적 인적 자원의 확보가 중요함을 보여주고 있다.

수용자와 생산자간의 공고한 경계가 완전히 사라지고 수용자의 참여와 그들의 능력을 여성주의 미디어로서의 '언니네'의 운영과 생산과정 전반에 통합시켜나가는 과정은 실제적으로 온라인 여성주의 미디어가 겪을 수 있는 제약을 완화시킬 수 있는 방안에 대한 해답을 일정정도 제시한다고 생각된다. 즉 '언니네'가 운영진 만의 힘으로 유지되기 힘들었을 때, 더 이상 살아남지 못하였던 다른 온라인 여성주의 미디어와 달리, 지속적으로 존재할 수 있었던 이유는 바로 '회원커뮤니티'의 힘이였다. 이는 이들이 그들이 형성하는 '언니네'라는 공간에 대한 소속감, 의미부여 그리고 연대감과 관련된 것이라고 할 수 있을 것이다. 즉 '자기만의 방'에서처럼 개인적인 공간들을 공개적인 장으로 결합시켜냄으로써 회원들은 보다 편안하게 그리고 보호받는다는 느낌 자신의 목소리를 표현하는 장을 형성시킴으로써, 그들의 일상에서 '언니네'라는 공간을 자신이 아끼고 가꿔가는 곳으로 만들었다. 뿐만 아니라, '지지', '공감', '꼬리말'과 같은 장치들을 통해 자신의 이야기가 소통되고 누군가가 듣고 있다는 느낌을 부여함으로써 회원들의 연대와 소통을 만들어냈다. 이는 서로에 대한 상호존중과 보살핌의 윤리를 실현하는 구조를 통해 여성주의 미디어가 여성들의 연대의 공간을 구축하고 그 내에서 여성적 담론과 지식이 창출되는 공간을 제공할 수 있는 가능성의 하나의 예라고 할 수 있다.

물론 이러한 커뮤니티의 힘이 여성주의 미디어를 유지시키는 충분조건이라고 말할 수는 없을 것이다. 하지만, 여성주의 미디어가 공동체와 연대 그리고 상호존중(responsibility)의 윤리에 기반하여 여성들의 일상이 투영될 수 있는 공간을 확대시켜간다면, 여성주의 미디어가 지속될 수 있는 또하나의 필요조건은 될 수 있으며, 사이버 공간에서 현실세계에서 여성의 영역이 확대되는 기반이 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강상현 (2000). 사이버 스페이스의 가능성과 한계. 『방송학보』, 14권 1호. 7-40.
- 박선희 (2001). 인터넷 신문의 뉴스 특성과 대안언론의 가능성 : <오마이 뉴스> 기사분석. 『한국언론학보』, 45권 2호. 117-155.
- 송난희 (2001). 여성의 자기고백적 글쓰기를 통한 상처받은 경험의 의미화와 치유에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문.
- 유선영 (2002). 『여성과 언론 : 여성보도 개선방안 연구』. 서울 : 한국언론재단.
- 이소연 (2000). 운동환경의 변화에 따른 사회운동조직의 프레임 구성과 변화 과정에 관한 연구 : '한국여성단체연합'의 사례를 중심으로. 서울대학교 석사학위논문.
- 임영호 (1999). 온라인 저널리즘과 뉴스노동의 성격변화. 『언론과 사회』, 22권. 6-39.

채석진(2001). 사이버공간에서의 여성주체성 형성에 관한 고찰. 한국외국어대학교 석사학위논문.

Atton, C. (1999). A Reassessment of the Alternative Media, *Media, Culture and Society* 21 (1): 51-76.

Atton, C. (2002). *Alternative Media*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Baym, N. K. (1998). The Emergence of Online Community. in Jones, S. (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Community and Technology*(35-68). CA: Sage. 김미경 역

(2002). 온라인 공동체의 등장. 『사이버사회 2.0』 (81-134쪽). 서울 :커뮤니케이션북스

Chambers, D., Steiner, L. & Fleming, C. (2004). *Women and Journalism*. New York: Routledge

Collins, P. H. (1986) Learning From Outsider Within, Harding, Sandra(eds.) *The Feminist Standpoint Theory Reader: Intellectual and Political Controversies*. London: Routledge.

Couldry, N. (2003). Beyond the Hall of Mirrors? Some Theoretical Reflections on the Global Contestation of Media Power, in Nick Couldry & James Curran (Eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*. (39-54). Oxford: Rowman & Littlefield.

Curran, J. (2003). Global Journalism: A Case Study of the Internet, in Nick Couldry & James Curran (Eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (227-242). Oxford: Rowman & Littlefield.

Deuze, M.(1999), Journalism and the web-an analysis of skills and standards in an online environment. *Gazette*, 61(5). 373-390.

Downey, J. & Fenton, N. (2003). New media, counter publicity and the public sphere, *New Media and Society*, 5(2). 185-202.

Downing, J. D. H. (2003). Audiences and readers of alternative media: The absence of lure of the virtually unknown. *Media, Culture and Society*, 25(5). 625-645.

Downing, J. D. H., T. V. Ford, G. Gil, & L. Stein (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oak, CA: Sage.

Endres, K.L.& Lueck, T.L (1996), Introduction, in Kathleen L. Endres and Therese L.Lueck (eds.). *Women's Periodical In the United States-Social and Political Issues*. Greenwood Press

Harding, S. (1993), Rethinking Standpoint Epistemology: What is Strong Objectivity?, In Sandra Harding(2004)(ed.). *The Feminist Standpoint Theory Reader: Intellectual and Political Controversies*.(127-140) New York and London: Routledge.

Hamilton, J. (2000). Alternative Media: Conceptual Difficulties Critical Possibilities. *Journal of Communication Inquiry*, 24(4). 357-378.

Harcup, T. (2003). The unspoken-said: The Journalism of alternative media. *Journalism*, 4(3). 356-376.

- Kim, T. (2002). Internet Empowers Korean Social Movements, in D. Demers, (Ed.), *Global News Media Reader* (231-243). Spokane, WA:Marquette Books.
- Koerber, Any (2001). Postmodernism, Resistance, and cyberspace: Making Rhetorical Spaces for Feminist Mothers on the Web. *Women's Studies in communication*, 24(2). 218-240.
- Mitchell, C. (2000). Sisters are doing it: From Fem FM to Viva! A history of contemporary womens radio station in the U.K., in C. Mitchell (Ed). *Women and Radio: Airing Differences*. (94-110). New York: Routledge.
- Pavlik, J. V (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in the Media Scape: An International Study of Citizen Media*. Cresskill, N.J.: Hampton Press.
- Steiner, L. (1991). Evolving Rhetorical Strategies/Evolving Identities in M. M. Solomon, (Ed), *A Voice of Their Own*. Tuscaloosa, AL: University of Alabama Press.
- (1992). The History and Structure of Womens Alternative Media, in L. Rakow (Ed), *Women Making Meaning: New Feminist Directions in Communication*.(121-143). New York: Routledge.
- Travers, A. (2003). Parallel Subalteran Feminist Counterpublics in Cyberspace. *Sociological Perspectives*, 46(2). 223-237.
- Tanesini (1999). *An introduction to feminist epistemologies*. Oxford: Blackwell.
- van Zoonen, L.(1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- Young, G. (2004). Cyberspace: The New Feminist Frontier, in K. Ross & C. M. Byerly (Eds.) *Women and Media: International Perspectives* (185-208). Oxford: Blackwell.

appendix 1

<표 1> ‘언니네’ 기획특집 기사 내용분석 (중복코딩)

분석유목	2000-2001	2002-현재
몸/외모/건강	21(11.1%)	13(7.3%)
사이버페미니즘	7(3.7%)	12(6.7)
생활	56(29.6%)	37(20.7%)
가족/결혼	13(6.8%)	13(7.3%)
여성이론	2(1%)	6(3.3%)
여성 정체성	6(3.1%)	11(6.1%)
우정	5(2.6%)	9(5%)
취미/여가	29(15.3%)	6(3.3%)
가사	0	7(3.9%)
미디어/문화	11(5.8%)	13(7.3%)
심리/정신건강	5(2.6%)	9(5%)
금전	5(2.6%)	1(0.5%)
정치/정책/법	14(7.4%)	15(7.9%)
임신/낙태	17(8.9%)	0
성매매/포르노	1(0.5%)	14(7.8%)
성희롱/성폭력	7(3.7%)	15(7.9%)
성/사랑	33(17.4%)	25(14%)
학업/진로	17(8.9%)	4(2.2%)
여성노동	21(11.1%)	15(7.9%)
여성운동	14(7.4%)	28(15.7%)
기타	17(8.9%)	15(7.9%)
총계(기사수)	189	178