

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 총괄보고서

2010. 12

연구기관: 정보통신정책연구원
연구책임자: 황 주 성
참여연구원: 정 국 환 손 상 영
이 원 태 김 사 혁
문 정 욱 김 희 연
석 봉 기 박 현 유
오 주 현 이 나 경

서 언

디지털 컨버전스는 컴퓨터에서 출발한 디지털화의 흐름이 정보통신망과 무선통신망을 넘어 방송 등 모든 미디어로 확산되는 과정입니다. 디지털 컨버전스를 통해 확대된 방송통신 산업은 과거 정보산업이나 정보화보다 더 큰 국가·사회적 변혁을 초래할 것으로 예견되고 있습니다. 이러한 이유로 인해 선진국에서는 디지털 컨버전스의 확장이 가져올 미래에 대비하기 위해 ‘디지털 프랑스 2010’, ‘디지털 브리튼’ 등 국가 차원의 비전을 제시하고 있습니다. 디지털 컨버전스는 정보화와 분리된 현상이 아닙니다. 그것이 보다 더 확장되고 확대된 모습이라 할 수 있습니다. 지난 1990년대 초 미국의 정보고속도로와 우리나라의 국가정보화 계획 등이 네트워크 계층의 융합을 주도하였다면, 디지털 컨버전스는 PC, TV, 모바일 등 다양한 단말기를 넘나드는 서비스와 콘텐츠의 융합에 대한 비전을 요구하고 있습니다.

디지털 컨버전스는 미디어 환경과 소통양식의 변화를 통해 상상을 초월하는 사회문화적 변화를 일으키고 있으며 개인의 삶에 혁명적인 변화를 초래하고 있습니다. 하지만, 디지털 컨버전스를 기술적인 관점에서만 본다면 디지털 기술이 가지고 있는 무한한 가능성과 새로움을 보지 못하게 됩니다. 디지털 컨버전스의 결과는 다양한 선호와 가치, 그리고 감성을 만족시켜주는 다양성과 이에 부응하는 혁신성으로 나타나게 될 것이기 때문입니다. 따라서 디지털 컨버전스가 발현되는 실제 현상에 대해 보다 경험적이고 구체적인 차원에서 지속적인 고찰이 필요합니다. 그리고 이를 통해 디지털 컨버전스의 본질과 함께 컨버전스 사회의 패러다임 변화를 정확히 이해하는 것이 필요합니다.

이를 위해 본 연구원에서는 디지털 컨버전스 시대의 인간과 사회의 변화방향을 고찰해보고자 2009년도부터 『디지털 컨버전스 기반 미래연구』를 시작하였습니다.

2009년도 연구가 컨버전스의 개념과 본질을 영역별로 규명하는데 중점을 두었다면, 2010년 연구는 그것이 의식과 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 영역에서 어떠한 변화를 초래하고 있는지를 분석하는데 초점을 두었습니다. 특히, 2010년은 우리에게 디지털 컨버전스의 실질적인 효과와 변화력을 경험하게 해준 한 해였습니다. 아이폰의 출시가 허용된 1년 동안 30만도 안되었던 스마트폰 가입자 수는 무려 700만에 달했고, 통신사업자의 폐쇄적·수직적 생태계는 개방적·수평적 개방 압력에 힘없이 무너졌습니다. 물론 IT강국의 위상에 대한 우려와 IT산업의 미래에 대한 암울한 그림자, 그리고 갈라파고스 규제에 대한 비판이 쏟아졌습니다. 하지만, 다가올 더 큰 변화와 충격을 감안할 때 2010년의 충격은 늦었지만 오히려 너무 늦지는 않은 다행스런 사건으로 기억될 것입니다. 그런 차원에서 올해 연구는 특히 2010년도 한국의 컨버전스 지형을 뒤훑는 ‘스마트’와 ‘소셜’에 중점을 두었습니다.

철학과 정치, 경제, 사회, 문화 5개 영역별로 총 25개의 연구과제가 수행되었으며, 개별 과제의 결과는 본 총괄보고서에 요약됨과 함께 그 중 중요한 변화상을 ‘디지털 컨버전스에 따른 한국사회의 변화상’으로 도출하였습니다. 본 연구의 결과는 바람직한 디지털 컨버전스 모습의 규명과 디지털 컨버전스를 구현하는 전략과 정책의 수립에 기여할 것으로 기대됩니다.

본 연구는 본원 미래융합연구실의 여러 박사와 연구원, 그리고 학계와 연구계, 산업계의 전문가 여러분들께서 함께 참여하여 공동으로 수행해 주셨습니다. 연구진의 노고에 경의를 표합니다. 본 연구가 성공적으로 마무리된 데에는 많은 분들의 도움이 있었습니다. 기획총괄위원장으로써 과제 전반에 걸쳐 함께 고민해주신 김문조 고려대학교 교수님 이하 성균관대학교 이종관 교수님, 서강대학교 류석진 교수님, 한양대학교 조남재 교수님, 동국대학교 이호규 교수님 등 다섯 분의 기획총괄위원께 감사드립니다. 또한 기초과제를 맡아 성실하게 수행해주신 학계의 선생님들과 포럼, 학술대회 등에 참여해주신 여러분께도 감사의 말씀을 드립니다. 또한 적극적으로 과제를 지원해 주시고 끊임없는 관심과 의견을 주신 최시중 방송통신위원회

위원장님과 방송통신융합정책실 여러분들께 감사의 마음을 전합니다.

끝으로 본 연구가 디지털 컨버전스 사회의 새로운 패러다임과 이론, 그리고 개념들을 창조하는데 학술적으로 기여할 뿐만 아니라 더 나아가 국가발전을 위한 미래설계에 조금이나마 보탬이 될 수 있기를 바랍니다.

2010년 12월

정보통신정책연구원

원 장 방 석 호

목 차

서 언	1
요약문	13
제 1 장 서 론	25
제 1 절 연구의 배경	25
제 2 절 연구의 목표	27
제 3 절 연구의 추진과 구성	28
1. 전체 연구의 개요	28
2. 2010년도 연구의 구성	29
제 2 장 디지털 컨버전스의 두 축: 스마트와 소셜	34
제 1 절 스마트와 컨버전스	34
1. 스마트폰 빅뱅	34
2. 스마트폰의 융합적 의미	39
제 2 절 소셜과 컨버전스	45
1. 소셜의 개념과 ‘뉴 소셜’	45
2. 소셜의 융합적 의미	47
제 3 절 스마트와 소셜의 융합문명적 의미와 영향	63
1. 멀티플랫폼 시대의 도래	63
2. 인간과 컴퓨터의 융합	65
3. ‘스마트 & 소셜’이 지향하는 융합문명의 속성	66
제 3 장 디지털 컨버전스 기초연구	71
제 1 절 철학·인문 영역	71

1. 디지털 문화산업의 융합기술에 대한 철학적 성찰	71
2. 전자책의 출현과 문학적 패러다임의 변화	80
3. 매체변화에 따른 미의식의 변화와 컨버전스 시대의 미학적 특징	88
4. 모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰	98
5. 디지털 컨버전스 환경에서 자기조직화 원리의 이해	107
제2 절 정치 영역	116
1. 디지털 컨버전스 사회의 정치권력 연구	116
2. 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여	125
3. 컨버전스 정치조직의 출현과 e-거버넌스의 미래	132
4. 융합 환경에서 정책결정과정의 변화와 전망	141
5. 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성	149
제3 절 경제 영역	155
1. 컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구도 변화 연구	155
2. 디지털 컨버전스와 프로슈머의 행태 변화 및 전망	163
3. 컨버전스 세대의 등장 및 경제활동 특성 연구	173
4. 디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업 활동에 미치는 영향	181
5. 컨버전스 경제에서 가상현실 기술의 의의와 산업구조 변화	191
제4 절 사회 영역	201
1. 융합 문명의 도전과 응전	201
2. 디지털 사회의 일상성 탐구	208
3. 사회문화적 융합의 동역학	218
4. 융합적 사회질서의 심층 분석	225
5. 새로운 소통합리성과 인본사회화 과정	229
제5 절 문화 영역	237
1. 디지털 컨버전스의 커뮤니케이션 이론적 의미와 문화적 특성	237
2. 컨버전스 환경에서의 개인과 집단 간의 상호작용	246

3. 미디어 생태계에서의 컨버전스와 디버전스	253
4. 미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망	262
5. 모바일 소셜미디어에서 유력자(influentials)의 역할	266
제 4 장 디지털 컨버전스 네트워크 구축 · 운영	273
제 1 절 디지털 컨버전스 미래포럼	273
1. 디지털 컨버전스 미래포럼의 구성과 목적	273
2. 디지털 컨버전스 미래포럼의 운영실적	274
3. 디지털 컨버전스 미래포럼의 주요 연구결과	276
4. 포럼의 활용성과 및 향후 운영방향	280
제 2 절 모바일 인터넷 포럼	282
1. 모바일 인터넷 포럼의 목적	282
2. 모바일 인터넷 포럼의 구성 및 운영실적	282
3. 모바일 인터넷 포럼의 주요 연구결과	285
4. 포럼의 정책적 시사점과 향후 운영방향	286
제 3 절 공동학술대회 개최	287
1. 행사 개요	287
2. 주요 발표내용	289
3. 결론 및 정책적 시사점	291
제 4 절 심포지엄 개최	292
1. 행사 개요	292
2. 주요 발표내용	294
3. 결론 및 정책적 시사점	297
제 5 장 디지털 컨버전스에 따른 한국사회의 변화상	301
제 1 절 상호작용성의 강화	305
1. 이성과 감성의 상호작용 강화	305

2. 자기효능감을 중시하는 상호작용	308
3. 상호작용을 통한 공동창의성	311
제 2 절 이동성 · 동시성의 확대	314
1. 시 · 공간적, 조직내 · 외적 이동성 강화	314
2. 유목적 기반의 동시다발적 의사결정	316
제 3 절 탈경계 · 혼용의 심화	319
1. 예술과 삶의 경계 허물기	319
2. 개인과 집단의 혼성화	323
3. 일상활동의 혼용	327
제 6 장 결 론	331
제 1 절 연구결과의 의의	331
제 2 절 연구의 한계와 향후 연구방향	333
참고문헌	336

표 목 차

〈표 1-1〉 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 영역별 주요 연구내용	31
〈표 1-2〉 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 기초연구 과제 목록	32
〈표 2-1〉 스마트폰의 특성	39
〈표 3-1〉 선형적 합리성과 입체적 합리성	74
〈표 3-2〉 모바일 소셜 커뮤니케이션의 제 3의 구술성	106
〈표 3-3〉 프로슈머와 활동적인 사용자의 주요 행태	166
〈표 3-4〉 컨버전스 근원적 가치와 서비스 프로세스 개선 가치 종합 분석 결과	186
〈표 3-5〉 매개적 적합에 의한 시너지 효과 분석 요약	188
〈표 3-6〉 복잡계와 융합계의 비교 도식	204
〈표 3-7〉 리트윗이 가장 많은 상위 20명의 멘션, 팔로워 랭킹 비교	268
〈표 4-1〉 컨버전스 미래포럼 연구 이슈	274
〈표 4-2〉 컨버전스 미래포럼 위원	275
〈표 4-3〉 디지털 컨버전스 미래포럼 운영실적	276
〈표 4-4〉 모바일 인터넷 포럼의 구성	283
〈표 4-5〉 모바일 인터넷 포럼 운영실적	284
〈표 4-6〉 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다	285
〈표 4-7〉 디지털 컨버전스와 미래 경제·경영 패러다임의 변화 공동학술대회 프로그램	288
〈표 4-8〉 디지털 컨버전스, 사회의 재창조 심포지엄 프로그램	293

그 립 목 차

[그림 1-1]	디지털 컨버전스 기반 미래연구 중장기 연구 개관	29
[그림 1-2]	2009년도 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ)』 추진체계	30
[그림 1-3]	2010년도 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ)』 추진체계	30
[그림 2-1]	국내 스마트폰 가입자 전망	34
[그림 2-2]	글로벌 스마트폰 시장 전망	35
[그림 2-3]	소셜의 의미에 대한 관심의 변동	48
[그림 2-4]	컨버전스 세대와 웹1.0세대의 시민성 차이	49
[그림 2-5]	컨버전스 세대와 웹1.0세대의 참여유형별 평균비교	50
[그림 2-6]	컨버전스 세대와 웹1.0세대의 오프라인 참여효능감	51
[그림 2-7]	실험 전(대조)과 비교한 실험기간 동안의 트위터 사용 경향 변화	56
[그림 2-8]	실험군과 대조군의 트위터 횡수 변화: 친목도모 목적 vs. 기타 ...	57
[그림 2-9]	친교, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수 변화와 친사회성과의 상관관계	58
[그림 2-10]	생성된 멘션 1개가 친사회성 판단에 미치는 영향력의 변화	59
[그림 3-1]	가상 연속체의 간단한 표현	72
[그림 3-2]	컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여 연구설계도	129
[그림 3-3]	전통산업사회~디지털융합사회 커뮤니케이션 패턴 변화	143
[그림 3-4]	인터넷 기술진화에 따른 정책 행위자의 참여 패턴 변화	144
[그림 3-5]	인터넷 기술진화에 따른 정책과정의 변화	145
[그림 3-6]	컨버전스 기반 코디네이션 혁신의 진화	157
[그림 3-7]	업무특성과 모바일 오피스 사용간의 관계에 대한 실증분석 결과 ...	158

[그림 3-8] 컨버전스와 이동형 경제의 대두	159
[그림 3-9] 세계 앱스토어 시장 매출 추이	165
[그림 3-10] 커뮤니케이션 게시 글의 정량/정성적 분석 예시	169
[그림 3-11] 협업 커뮤니케이션 수치의 선 그래프	169
[그림 3-12] 앱스토어 프로슈머의 공동 가치 창조 프레임워크	170
[그림 3-13] 컨버전스 세대의 개념적 특징	176
[그림 3-14] 디지털 컨버전스 기술의 서비스 산업 응용 시너지 분석 프레임워크	184
[그림 3-15] 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 비즈니스 모델 분석 프레임워크	186
[그림 3-16] V-R 어플리케이션 분류	193
[그림 3-17] 가상현실 관련 기술	195
[그림 3-18] 일상적 생활세계의 구성 모형	210
[그림 3-19] 융합사회의 4대 핵심 요소와 역할	219
[그림 3-20] 융합사회의 작동 원리	220
[그림 3-21] 미디어 생태계의 진화 메커니즘	259
[그림 5-1] 디지털 컨버전스로 인한 한국사회의 8대 변화상	301
[그림 5-2] 웹1.0세대와 컨버전스세대의 시민의식과 정치참여 비교	310
[그림 5-3] 인터넷 기술진화에 따른 정책과정의 변화	318

요 약 문

1. 연구의 필요성 및 목적

지난 1년간 한국의 IT업계와 방송통신업계는 ‘스마트’와 ‘소셜’ 자체의 부상과 영향에 촉각을 곤두 세웠다. 하지만 그에 못지않게 중요한 것은 이러한 변화들이 우리 사회, 다시 말해 이용자들의 의식과 정치, 경제, 사회, 문화적 인식과 행동에 어떠한 영향을 줄 것인가이다. 디지털 컨버전스의 진행은 매체 간 경계가 약화되며 융합되는 등 주로 기술의 영역에서 이루어졌다. 그러나 이러한 기술의 변화는 기술영역에 국한되지 않고 관련 산업 분야, 이용자, 그리고 사회전반의 모든 영역에 영향을 미칠 것이다. 디지털 컨버전스 시대를 준비하며 바람직한 사회 발전의 방향을 모색할 필요성이 커지고 있다. 이를 위해 무엇보다 필요한 것은 디지털 컨버전스가 사회의 패러다임을 어떠한 방향으로 바꾸는지를 정확히 이해하는 것이다.

이에 정보통신정책연구원은 방송통신위원회의 지원 하에 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(2009~2012)』를 시작하였고, 2차년도인 2010년에는 디지털 컨버전스가 우리의 가치관, 생활양식, 문화 그리고 사회구조 등에 어떠한 영향을 미칠 것인가에 대해 심도 있게 논의해보았다. 이를 통해 컨버전스의 전개방향과 그로 인한 주요 변화상을 전망하고 중장기적인 시계 하에 미래지향적이고 종합적인 시각의 정책적 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구는 디지털 컨버전스 사회로의 패러다임 변동을 이해하기 위한 사업으로 우리 사회의 근본적인 변화를 심층적으로 이해할 수 있는 인문·사회 중심의 중장기 연구프로젝트이다.

2010년도의 연구목표는 디지털 컨버전스 시대의 도래로 인한 우리 사회 제반 영역의 다양한 변화를 파악하고, 디지털 컨버전스에 관한 중장기 정책 방향을 제시하

는데 있다. 물론 여기서 말하는 정책 방향이란 반드시 방송통신 영역에 국한되지 않을 수 있다. 구체적으로는 최근 글로벌 트렌드로 부상하고 있는 ‘스마트’와 ‘소셜’의 의미를 파악하고, 컨버전스가 우리의 의식과 한국의 정치, 경제, 사회, 문화 등 제반 영역에 미칠 영향과 그로 인한 변화상을 전망하고자 한다.

이를 위해 먼저 ‘스마트’와 ‘소셜’과 관련된 기존의 논의와 의미를 살펴보자 한다. 둘째, 컨버전스가 미칠 영향을 파악하기 위해 ‘철학 · 인문, 정치, 경제, 사회, 문화’의 5개 영역으로 나누어 분석한다. 셋째, 이러한 영역별 연구결과에 기초하여 디지털 컨버전스에 따른 한국사회의 주요 변화상을 도출하고 정책적 시사점을 제시하고자 한다. 마지막으로 산학연 전문가와의 네트워크 구축을 위해 디지털 컨버전스 포럼과 모바일 인터넷 포럼을 운영하고, 컨버전스 연구결과에 대한 국민과의 공감대 형성과 인식제고를 위해 심포지엄 및 학술대회를 개최하고자 한다. 이를 통해 근시안적인 시각을 극복하고 중장기적 시각에서 미래에 대한 체계적 연구를 수행함과 동시에 다양한 분야 간 전략적 연계를 확보할 수 있을 것으로 기대한다.

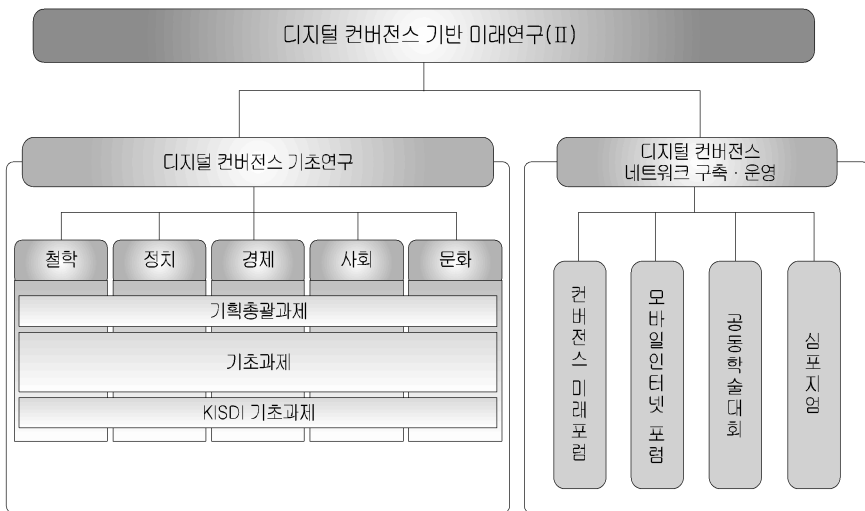
2. 연구체계 및 내용

디지털 컨버전스 시대에는 이전의 인터넷 시대에 비해 더욱 다양한 사회변화가 가속화되어 나타날 것이므로, 변화의 방향이나 영향을 고려한 미래 전략 수립이 필요하다. 특히 방송통신 융합의 전개방향과 국가사회의 제 분야에 미칠 영향과 변화상을 포착하고, 정부의 방송통신 융합 전략 및 정책에 있어 중장기적인 방향을 제시할 미래지향적이고 종합적인 연구가 요구되는 시점이다. 이에 따라 디지털 컨버전스 기반 미래연구(2009~2012)는 방송통신 융합의 트렌드와 영향 분석을 토대로 컨버전스 시대 미래 비전과 중장기 전략의 기초를 마련하기 위해 기획되었다.

디지털 컨버전스 기반 미래연구의 1, 2차연도는 방송과 통신, 그리고 디지털 융합이 미래에 어떤 방향으로 전개될 것이며, 이러한 변화가 한국민의 의식과 한국사회의 철학 · 인문, 정치, 경제, 사회, 문화 등 제반 영역에 어떠한 영향을 줄 것인지를

전망하는 컨버전스 기초연구에 집중되어 진행되었다. 2010년의 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ)는 2009년도 연구결과를 한층 더 발전시켜 각 영역별로 보다 구체적인 미래의 변화상과 국가전략과 연계시킬 수 있는 정책 방안을 마련하는데 집중하였다. 1, 2차년도 연구가 컨버전스 기초연구에 특화되어 있으나 차이점은 2009년의 포괄적, 탐색적 기초연구 중심에서 2010년은 인터뷰 등을 통한 심층사례를 발굴하는 등 연구의 구체성과 다양성을 보다 강화하였다.

〔그림 1〕 2010년도 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ)』 추진체계



2010년도 2차년도 연구는 ‘디지털 컨버전스 기초연구’와 ‘디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영’으로 나누어 과제가 추진되었다.

디지털 컨버전스 기초연구는 방송의 변화, 통신의 변화, 그리고 방송과 통신의 융합이 미디어 지형과 국가사회의 제 분야에 미칠 영향과 변화상을 5개 영역으로 나누어 연구하였다. 영역별로 학계의 중견 학자가 수행하는 1개의 기획총괄과제와 외부위탁 및 KISDI 내부연구진을 통해 수행되는 4개의 기초연구과제로 구성되었다.

다양한 주제와 많은 연구진이 참여하는 연구의 원활한 수행을 위해 각 영역별로 내부 및 외부 기획총괄위원으로 구성된 기획총괄위원회를 운영하였다. 기획총괄위원회를 중심으로 5개 영역 25개 과제의 공모 및 선정, 관리, 평가가 이루어져 양질의 성과물이 도출되도록 하였다. 컨버전스에 대한 다양한 관점의 이해와 각 분야 사이의 전략적 연계, 그리고 전략방향에 대한 공감대 및 사회적 합의를 확보하기 위해서 참여 연구진들과의 긴밀한 연구네트워크를 유지하였다.

두 번째는 산학연 전문가 및 대국민과의 연구 공감대 형성 및 인식제고를 위한 ‘디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영’ 과제이다. 네트워크 구축·운영은 디지털 컨버전스 미래포럼, 모바일 인터넷 포럼의 2가지 포럼을 운영하였으며, 정보통신정책연구원의 후원 하에 한국경영정보학회와 한국산업조직학회가 함께 ‘디지털 컨버전스와 미래 경제·경영 패러다임의 변화’를 주제로 공동학술대회를 개최하였다. 또한 2010년도 연구결과에 기초하여 ‘디지털 컨버전스, 사회의 재창조’라는 주제로 심포지엄을 개최하여 학문적, 정책적 논의의 장을 마련하였다.

추진된 2개의 포럼의 경우 디지털 컨버전스 미래포럼은 디지털 컨버전스로 통칭되는 기술·산업적 변화가 사회적 커뮤니케이션 및 미디어 지형 전반에 미치는 중장기적·거시적 영향을 분석, 전망함으로써 미래 융합정책 발전에 필요한 다양한 정책 아젠다 도출하는데 중점을 두었으며, 모바일 인터넷 포럼은 모바일 인터넷을 비롯한 미디어 생태계 전반의 변화 전망 및 모바일 시대의 새로운 산업 정책 패러다임을 발굴하는 것을 목적으로 운영되었다.

3. 연구 결과

가. 디지털 컨버전스 기초연구

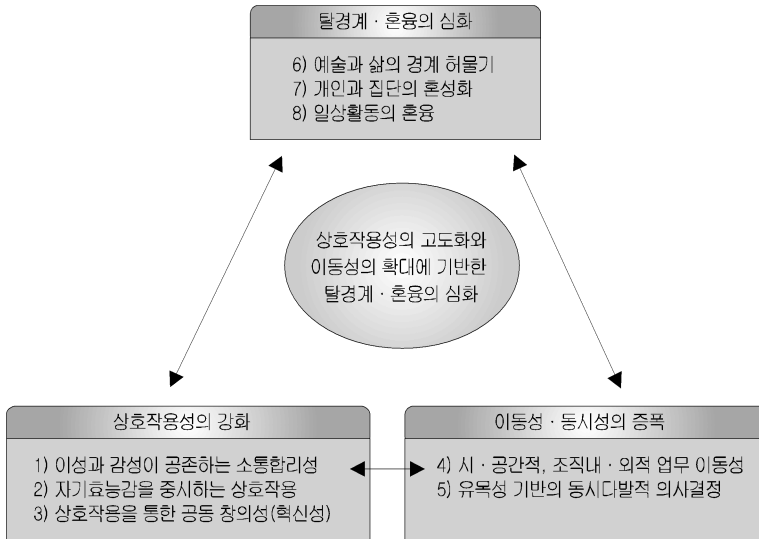
디지털 컨버전스 기초연구에서는 ‘철학·인문, 정치, 경제, 사회, 문화’ 5개 영역의 25개 과제가 수행되었다.

〈표 1〉 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 기초연구 과제 목록

영역	과제명
철학/인문	디지털 문화산업의 융합기술에 대한 철학적 성찰
	전자책의 출현과 문학적 패러다임의 변화
	매체변화에 따른 미의식의 변화와 컨버전스 시대의 미학적 특징
	모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰
	디지털 컨버전스 환경에서 자기조직화 원리의 이해
정치	디지털 컨버전스 사회의 정치권력 연구
	컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여
	디지털 정치조직의 출현과 e-거버넌스의 미래
	융합 환경에서 정책결정과정의 변화와 전망
	소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성
경제	컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구도 변화 연구
	디지털 컨버전스와 프로슈머의 행태 변화 및 전망
	컨버전스 세대의 등장 및 경제활동 특성 연구
	디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업 활동에 미치는 영향
	컨버전스 경제에서 가상현실 기술의 의의와 산업구조 변화
사회	융합 문명의 도전과 응전
	디지털 사회의 일상성 탐구
	사회문화적 융합의 동역학
	융합적 사회질서의 심층 분석
	새로운 소통합리성과 인본사회화 과정
문화	디지털 컨버전스의 커뮤니케이션 이론적 의미와 문화적 특성
	컨버전스 환경에서의 개인과 집단 간의 상호작용
	미디어 생태계에서의 컨버전스와 디버전스
	미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망
	모바일 소셜미디어에서 유력자(influentials)의 역할

각각의 개별보고서 내용과 정책적 시사점은 총괄보고서 본문에 요약되어 있으며, 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 시리즈의 개별 책자로도 발간되었다. 이러한 연구의 수행을 통해 8개의 ‘디지털 컨버전스에 따른 한국사회의 변화상’을 도출하였다. 변화상은 크게 3개 그룹으로 대별되며 그 전체적인 구도는 [그림 2]와 같다.

(그림 2) 디지털 컨버전스로 인한 한국사회의 8대 변화상



1) 상호작용성의 강화

첫 번째 그룹은 상호작용성의 강화이다. 미디어의 등장 특히, 인터넷으로 대변되는 쌍방향 미디어의 등장은 상호작용성의 구도를 변화시켰다. 일방향적 의사소통에 비해 쌍방향적 의사소통의 가능성을 확대시킨 것은 주지의 사실이다. 하지만, 방송과 통신의 구분조차 불분명해지는 컨버전스 환경에서 상호작용성은 보다 다양한 방식으로 강화되고 있다.

① 이성과 감성의 구분에서 오는 상호작용성의 괴리를 극복하고자 하는 변화가 그것이다. 면대면 커뮤니케이션과 달리 온라인 커뮤니케이션에서는 맥락을 파악하기가 어렵다. 상대방의 상황이나 감정상태 등을 즉각적으로 파악하기가 어렵기 때문에 의도하지 않은 결과를 낳기 쉬운 약점이 있다. 최근 등장하는 다양한 형태의 커뮤니케이션 양식들은 가능한 상대방의 맥락이나 감정, 욕구 등을 파악할 수 있는 형태로 진화하고 있다. 갑작스러운 연결이나 연락두절의 상태보다는 연결과 단절의 중간상태를 유지하여 자연스러운 현존감을 느끼면서 상대의 상황과 감성적 상태를

인지할 수 있다.

② 상호작용의 추구가치도 명목적이고 규범적인 목표보다는 개인이 느끼는 자기 효능감으로 무게중심을 옮기고 있다. 컨버전스 세대들은 웹1.0 세대에 비해 투표나 정당 활동 등 명시적 정치활동에 있어서는 큰 차이를 보이지 않지만 시위나 온라인 상의 글쓰기와 같은 자기실현적 시민성에서는 뚜렷한 차이를 보여주었다. 결국 상호작용 통해 기대하는 것은 정치구도일 뿐만 아니라 그 속에서 개인의 역할과 위상의 확인에 있다는 해석이 가능하다.

③ 상호작용의 중요성은 사회적 커뮤니케이션을 넘어 공동창조로 확대되고 있다. 오늘날 네트워크를 기반으로 하는 경제활동에서는 대규모 조직과 못지않게 1인기업 등 개인의 역할이 강조되고 있다. 하지만, 이들 개인 기업들은 기업조직과는 달리 전후방 연계 및 지원조직이 갖추어져있지 않다. 하지만, 앱스토어에 참여하는 개발자들의 자발적 연대와 협업작용을 연구해 보았을 때, 이들은 타 개발자들과 다양한 종류의 커뮤니케이션 수단을 통해 아이디어와 난관, 그리고 수요를 공유함으로써 상호작용의 즐거움뿐만 아니라 새로운 가치를 창조해 냄을 찾아낼 수 있었다.

2) 이동성 · 동시성의 확대

두 번째 그룹은 이동성의 강화이다. 모바일 미디어, 특히 스마트폰과 각종 아이패드, 태블릿PC와 같은 모바일인터넷 단말기의 등장은 사회전반의 이동성을 크게 증가시키고 있다. 근무시간과 휴식시간, 사무실 내와 밖의 구분은 더 이상 의미가 없어지고 있다. 중요한 것은 네트워크에 접속할 수 있느냐의 여부이다. 이러한 이동성의 강화는 단순히 개인의 삶에만 영향을 주는 것이 아니라 기업조직과 공공기관 그리고 각종 서비스의 전달 및 조직방식에 근본적인 변화를 주고 있다.

④ 시 · 공간적, 조직내 · 외적 업무이동성이 강화되는 것이다. 이것은 기존의 조직과 시장 간의 경계를 재조정하게 되고 코디네이션의 혁명을 통해 입지의 경제에서 흐름의 경제로 전환을 가속화시키고 있다. 이제 더 이상 하나의 조직에서 수행함으로써 취할 수 있는 조정비용의 여지가 크지 않다. 조직 간에도 네트워크의 확대와 시스템의 표준화로 인해 추가적인 거래비용이 크게 발생하지 않기 때문이다. 그 대

신 환경과 시장의 변화에 따라 공간의 차별성을 활용하는 실시간 대응이 가능한 것이다. 이러한 이동성의 확대는 경제부문으로부터 시작되어 교육, 의료, 복지 등 다양한 부문으로 급속하게 확대될 것으로 전망된다.

⑤ 이동성이 나타나는 또 다른 측면은 유목성에 기반한 동시다발적 의사결정이다. 과거 집단적 성향이 강했던 커뮤니티 기반의 네트워크는 집단활동에의 진출입이 쉽지 않았다. 개인은 자신의 관심사에 따라 수개의 커뮤니티에 활동하면서 그들 간에 자유로운 의사소통을 하기 어려웠다. 하지만 최근에 나타난 네트워크는 개인 중심의 개방적 성격을 띠면서, 동시에 그 안에서 여러 가지 소집단 활동이 가능하다. 주제에 따라서 서로 다른 형태로 소집단을 관리할 수 있기 때문에 능소능대하고 동시에 여러 소집단을 동원할 수도 있다. 이러한 이동성은 유목성에 기반한 개인과 커뮤니티의 동시다발적 상호작용을 가능케 한다.

3) 탈경계 · 혼용의 심화

세 번째 그룹은 탈경계와 혼용의 심화이다. 디지털 컨버전스가 융합사회를 추동하는 중요한 요인 중의 하나라는 데에는 이견이 없을 것이다. 하지만, 이제 혼용의 현상은 단순한 경계허물기를 넘어 융합의 입구에 와 있다고 할 수 있다. 다양한 분야에서 광범위하게 혼용이 나타나고 있다.

⑥ 그 중 근본적인 것이 예술과 삶의 경계허물기이다. 근대 시대에 미학이 있었고 그 때 작품은 감상자의 감각에 의해 지각되는 대상이었다. 하지만 시학의 등장으로 작가의 의도와 그것의 해석이 중요하게 되었고, 오늘날 디지털 예술에서는 해석을 넘어 다중감각적 차원을 통한 탈중심적 수용과 그것을 통한 예술과 삶의 경계 허물기가 새로운 지평이 되고 있다. 예술은 더 이상 다른 사람의 작품을 감상하고 이해하는 것이 아니라 나의 작품을 기획하고 창조하는 행위가 된 것이다. 그것을 가능하게 해 준 기술적 기반이 디지털 장치인 것이다.

⑦ 개인과 집단의 혼성화도 혼용의 새로운 측면이다. 과거 개인은 개인이었고 집단은 집단이었다. 온라인 커뮤니티는 입출이 자유로웠고 익명성도 보장되었지만 역시 집단의 룰이 있었고 귀속감이 재단되었고 행동도 자유롭지 못하였다. 온전한 나

를 대변할 집단은 없었고, 나는 취향과 지역과 성별에 따라 여러 가지 커뮤니티를 전전해야 했다. 하지만 오늘날 마이크로 블로그와 소셜네트워크 서비스는 집단도 아니고 개인도 아닌 새로운 하이브리드형 집단을 만들어냈다. 이 생태계에서 똑 같은 친구수를 갖고 있는 두 사람이라 하더라도 나의 집단과 너의 집단은 같지 않다. 네트워크라는 집단과 개인의 혼성체가 확대되고 있는 것이다.

⑧ 마지막으로 일상생활의 혼용을 들 수 있다. 근대적 일상성은 시간과 공간을 결합시켜 특정한 생활의 영역으로 귀속시키는 것이다. 오전－학교－공부, 오후－직장－업무, 저녁－식당－친목 등이 그러한 예이다. 근대화는 이렇듯 시·공간과 활동을 구분하고 전유화시켰다. 효율성의 논리이다. 하지만, 오늘날 노동과 여가 학습과 놀이, 직장과 가정 등 기존의 배타적 패턴이 혼용되고 있다. 이러한 변화는 다방면에서 광범위하게 나타나게 될 것이다. 이상 3개의 변화상은 디지털 컨버전스가 궁극적으로 추구하는 지향점이 될 것이다. 근대화와 이성의 작동으로 시작된 진리와 학문과 삶과 문화에 대한 분화의 문명이 점차 융합의 문명으로 변화하기 시작하는 것이다. 현실세계의 어느 것도 한 가지 관점에서만 존재하지 않으며 따라서 총체적 실체에 대한 접근이 요구되기 때문이다.

지금까지 3개 분야 8개 변화상의 구도와 개관에 대해 간략하게 소개하였다. 물론 이들 전체 간에도 상호관계가 존재한다. 컨버전스로 가장 먼저 변화가 일어난 부분은 상호작용성과 이동성의 영역일 것이다. 그리고 이러한 부분들이 보다 다양한 분야로 침투하면서 여러 분야에 걸쳐 혼용이 심화되는 현상들이 전개되는 수순을 따라왔을 것으로 본다. 각 변화상에 대해서는 본문에 상세히 구술되어 있다.

나. 디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영

‘디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영’에서는 ‘디지털 컨버전스 미래포럼’과 ‘모바일 인터넷 포럼’의 운영과 함께 1회의 공동학술대회와 1회의 최종 심포지엄을 개최하여 디지털 컨버전스에 관한 논의의 장을 확산하였다.

디지털 컨버전스 미래포럼은 디지털 컨버전스의 미래 이슈와 미디어 정책에 대한

다양한 논의를 진행하였으며, 총 6회에 걸쳐 운영되었다. 모바일 인터넷 포럼은 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다를 도출하였으며, 이를 위해 총 9회의 연구협력이 이루어졌다.

〈표 2〉 디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영

디지털 컨버전스 미래포럼	○ 디지털 컨버전스의 미래 이슈와 미디어 정책 논의 － 총 6회(2010. 4 ~ 2010. 12)
모바일 인터넷 포럼	○ 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다 도출 － 총 9회(2010. 3 ~ 2010. 12)
공동학술대회	○ ‘디지털 컨버전스와 미래 경제·경영 패러다임의 변화’ － 2010. 10. 8, 서울상공회의소 중회의실
최종 심포지엄	○ ‘디지털 컨버전스, 사회의 재창조’ － 2010. 12. 3, 백범김구기념관 대회의실

4. 연구결과의 의의

디지털 컨버전스는 ‘디지털 기술로 인해 미디어 환경과 소통양식이 변화함으로써 정보·콘텐츠가 다른 영역을 넘나들어 부문간 경계가 약화되고 기존의 이질적 요소들이 모이고(수렴), 섞이고(혼합), 바뀌고(변형), 나뉘고(분화), 거듭나거나(재구성) 새로운 것으로 창발하는 현상’으로 정의될 수 있다. 본 연구는 2009년에 이어 디지털 컨버전스가 우리 사회의 제 분야에 어떠한 영향과 변화를 주는지를 연구하였다. 본 연구의 의미는 크게 세 가지로 정리될 수 있겠다.

본 연구는 디지털 컨버전스에 대한 인문사회 중심의 종합적 연구 시도라는 점에서 그 첫 번째 의의가 있다. 2010년에는 기획 단계부터 개념적인 연구보다는 실증적이고 융합의 실체를 다룰 수 있는 주제를 모색하였다. 각 영역에서 혼합현실, 전자책, 모바일 커뮤니케이션, 소셜네트워킹 서비스, 트위터, 페이스북 등 융합의 최전선에 있는 현상들에 접근했다. 융합서비스와 콘텐츠로 인해 가상과 현실에 대한 인식

이 어떻게 바뀌고, 정치참여의 성격과 양태가 어떻게 바뀌어 가는지를 분석하였다. 기업들 간의 거버넌스와 상호작용방식이 변화하는 모습을 파악하였고, 융합사회에서의 사회관계와 상호작용의 미래모습을 전망하였다. 그리고, 컨버전스 환경에서 커뮤니케이션이라는 활동이 갖는 문화적 의미를 포착하였다.

두 번째로 특히 올해의 연구는 디지털 컨버전스 중에서도 ‘스마트’와 ‘소셜’에 초점을 맞추었다는 점이다. 2010년 한해 동안 우리나라 방송통신업계의 핵심 화두는 다름 아닌 이 두 가지, 즉 스마트와 소셜이었다. 하지만 지금까지의 논의들은 스마트와 소셜 그 자체에 모아져 있었다. 본 연구는 스마트와 소셜 그 자체 보다는 그것이 사회시스템 전반에 어떠한 영향을 미칠 것인지에 관심을 두었다는 점이다. 비즈니스 관점의 화두였던 스마트와 소셜에 대하여 사회적 관점에서 의미를 찾고 그 영향을 찾고자 한 것이 본 과제의 두 번째 의의라 할 수 있다.

세 번째 의의는 철학·인문, 정치, 경제, 사회, 문화 등 5개 분야의 기초연구의 결과를 토대로 총 8개의 컨버전스 변화상을 도출한 것이다. 미적 감각의 관점 변화로부터 디지털로 인해 당연하게 여겨져 오던 밤과 낮, 일터와 가정 일상성이 재편되는 것까지 다양하다. 이 역시 그 하나 하나가 얼마나 엄밀하고 포괄적이냐는 문제 보다는 디지털 컨버전스에 따른 사회변화를 정리하려는 노력으로 봐야 할 것이다. 궁극적으로는 올해 한해의 연구결과로 평가되기 보다는 2009년에서 2012년까지 계속될 ‘디지털 컨버전스로 인한 한국사회의 메가트렌드(컨버전스 메가트렌드)’의 전 단계 작업으로 의미를 갖기 때문이다.

5. 기대효과

2010년도의 연구결과는 디지털 컨버전스가 진행되면서 발생할 사회의 거시적 변화를 제시하고 있다. 따라서 향후 디지털 컨버전스 기반 환경에서 나타날 사회현상에 대한 제반 연구의 기초자료로 활용가능하며, 현안위주의 단기적 정책전략이 아닌 중장기적 방송통신 전략 및 정책의 수립과 방송통신 융합의 모습에 대한 비전을

마련하기 위한 기초 자료로 활용가능하다.

본 연구는 기술과 산업관점을 넘어서 융합서비스의 확산에 따른 우리 사회의 제반 영역의 다양한 변화를 분석한 포괄적인 연구이다. 본 연구를 통해 새로운 방송통신 융합시대의 등장에 따라 변화하는 환경에 대한 주요 이슈를 도출하고, 관련 정책 방향을 제시함으로써 한국사회의 장기전망과 미래지향적인 국가발전전략의 마련에 기여할 것으로 본다. 또한 컨버전스 및 미래연구 전문가들을 연결하는 네트워크를 발전시키고 확산시키고, 중장기적이고 미래지향적 연구를 추진함으로써 유사 연구의 확산을 도모할 것으로 기대된다. 무엇보다 2010년도의 연구결과는 디지털 컨버전스가 진행되면서 발생할 사회의 거시적 변화를 미리 예측함으로써, 이에 기반한 정책 방향의 도출에 기여할 것으로 기대된다.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경

우리나라는 지난 2008년 방송통신위원회를 설립함으로써 디지털 컨버전스를 위한 조직적·제도적 기반을 마련하였다. 그 이후 IPTV사업자 선정에서 금년 말 종합 및 보도편성사업자 선정에 이르기까지 많은 정책적 노력이 있어왔다. 하지만 아직 일반 국민은 물론 전문가 사이에도 ‘방송은 방송’이고 ‘통신은 통신’일 뿐이란 평행론적 시각이 적지 않다. 방송통신의 선진국에 해당되는 주요국들의 동향을 볼 때 디지털 컨버전스는 어제 오늘의 현상이 아니다. 미국과 영국 등 주요 EU국가들은 이미 1990년대 후반부터 방송과 통신의 실질적 융합을 위한 법제적 기반을 갖추기 시작하였다. 미국은 물론 정부주도의 융합정책보다는 시장위주의 융합현상이 선행하였고 그 결과 방송과 통신간 상호진출은 물론 IPTV, 온라인TV, 모바일TV, 스마트디바이스 등에서 세계 시장을 장악하고 있다. 산업 측면의 대응이 뒤늦은 EU국가들은 1997년 녹서를 토대로 2002년 방통융합을 위한 규제프레임워크를 발표하고 회원국들의 규제체계 및 법제 정비를 재촉하였다. 그 결과 2003년 영국, 2004년 프랑스, 그리고 2007년 독일 등에서 융합관련 수평적 법제가 정비되었다.

한국사회는 2010년 한해 동안 디지털 컨버전스와 관련하여 전무후무할 큰 변화를 겪었다. 세계 시장을 석권하던 가전기업들의 위력이 2009년 11월에 시작된 아이폰의 국내 출시로 큰 도전을 받게 된 것이다. 아이폰의 세련되고 질 좋은 인터페이스와 애플리케이션은 폐쇄된 수직적 통합체계(walled garden)에 갇혀 있었던 소비자들에게 융합이 무엇인지를 직접 경험하게 해 주었다. 수년 동안 인터넷 기업들의 노력에도 철옹성같이 닫혀있는 무선통신망이 저절로 개방되었고, 한국의 네티즌들은 서로가 앞다투어 노마드적 모비즌으로 이민을 준비하였다. 아이폰 출시 이후 2010년

말까지 13개월 동안 스마트폰의 가입자 수는 700만으로 급증했다. 유선 인터넷 환경에서도 이에 맞먹을 정도로 큰 변화가 나타났다. 그 동안 국내 인터넷 시장을 거의 독점하다시피 했던 네이버와 다음이 접속자수의 감소를 보인 것이다. 가장 큰 원인은 페이스북과 트위터와 같은 외국산 소셜네트워크 서비스 때문이었다. 이들은 국산 소셜네트워크 서비스가 갖고 있는 집단중심적 한계, 폐쇄성의 한계, 그리고 플랫폼으로서의 한계를 극복함으로써 국내 인터넷 시장에 위협적 존재로 등장하고 있다. 외국산 SNS의 문제는 당장의 국내 시장 점유율에 국한된 것이 아니라 국내 이용자의 소셜네트워킹에 관련된 모든 자료들이 우리의 법적·문화적 통제범위를 벗어난 외국의 주체에 의해 소유되고 또 활용된다는 국가적 이슈와도 관련된다. 스마트폰의 OS를 필두로 한 검색서비스 및 여타 서비스의 공략도 만만치 않은 위협이다. 안드로이드폰에 구글 검색이 선택제됨에 따라 유선 인터넷에서의 검색점유율이 2%에 불과하였던 구글의 검색점유율이 모바일 영역에서는 18% 수준으로 증가한 것이다.

지난 1년간 한국의 IT업계와 방송통신업계를 상기한 ‘스마트’와 ‘소셜’ 자체의 부상과 영향에 촉각을 곤두 세웠다. 하지만 그에 못지않게 중요한 것은 이러한 변화들이 우리 사회, 다시 말해 이용자들의 의식과 정치, 경제, 사회, 문화적 인식과 행동에 어떠한 영향을 줄 것인가이다. 디지털 컨버전스의 진행은 매체 간 경계가 약화되며 융합되는 등 주로 기술의 영역에서 이루어졌다. 그러나 이러한 기술의 변화는 기술 영역에 국한되지 않고 관련 산업 분야, 이용자, 그리고 사회전반의 모든 영역에 영향을 미칠 것이다. 디지털 컨버전스 시대를 준비하며 바람직한 사회 발전의 방향을 모색할 필요성이 커지고 있다. 이를 위해 무엇보다 필요한 것은 디지털 컨버전스가 사회의 패러다임을 어떠한 방향으로 바꾸는지를 정확히 이해하는 것이다.

이에 정보통신정책연구원은 방송통신위원회의 지원 하에 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(2009~2012)』를 시작하였고, 2차년도인 2010년에는 디지털 컨버전스가 우리의 가치관, 생활양식, 문화 그리고 사회구조 등에 어떠한 영향을 미칠 것인가에 대해 심도 있게 논의해보았다. 이를 통해 컨버전스의 전개방향과 그로 인한 주요 변

화상을 전망하고 중장기적인 시계 하에 미래지향적이고 종합적인 시각의 정책적 시사점을 제시하고자 하였다.

제2 절 연구의 목표

본 연구는 디지털 컨버전스 사회로의 패러다임 변동을 이해하기 위한 사업으로 우리 사회의 근본적인 변화를 심층적으로 이해할 수 있는 인문·사회 중심의 중장기 연구프로젝트이다.

2010년도의 연구목표는 디지털 컨버전스 시대의 도래로 인한 우리 사회 제반 영역의 다양한 변화를 파악하고, 디지털 컨버전스에 관한 중장기 정책 방향을 제시하는데 있다. 물론 여기서 말하는 정책 방향이란 반드시 방송통신 영역에 국한되지 않을 수 있다. 구체적으로는 최근 글로벌 트렌드로 부상하고 있는 ‘스마트’와 ‘소셜’의 의미를 파악하고, 컨버전스가 우리의 의식과 한국의 정치, 경제, 사회, 문화 등 제반 영역에 미칠 영향과 그로 인한 변화상을 전망하고자 한다.

이를 위해 먼저 ‘스마트’와 ‘소셜’과 관련된 기존의 논의와 의미를 살펴보자 한다. 둘째, 컨버전스가 미칠 영향을 파악하기 위해 ‘철학·인문, 정치, 경제, 사회, 문화’의 5개 영역으로 나누어 분석한다. 셋째, 이러한 영역별 연구결과에 기초하여 디지털 컨버전스에 따른 한국사회의 주요 변화상을 도출하고 정책적 시사점을 제시하고자 한다. 마지막으로 산학연 전문가와의 네트워크 구축을 위해 디지털 컨버전스 포럼과 모바일 인터넷 포럼을 운영하고, 컨버전스 연구결과에 대한 국민과의 공감대 형성과 인식제고를 위해 심포지엄 및 학술대회를 개최하고자 한다. 이를 통해 근시안적인 시각을 극복하고 중장기적 시각에서 미래에 대한 체계적 연구를 수행함과 동시에 다양한 분야 간 전략적 연계를 확보할 수 있을 것으로 기대한다.

제3 절 연구의 추진과 구성

1. 전체 연구의 개요

디지털 컨버전스 시대에는 이전의 인터넷 시대에 비해 더욱 다양한 사회변화가 가속화되어 나타날 것이므로, 변화의 방향이나 영향을 고려한 미래 전략 수립이 필요하다. 특히 방송통신 융합의 전개방향과 국가사회의 제 분야에 미칠 영향과 변화상을 포착하고, 정부의 방송통신 융합 전략 및 정책에 있어 중장기적인 방향을 제시할 미래지향적이고 종합적인 연구가 요구되는 시점이다. 이에 따라 디지털 컨버전스 기반 미래연구(2009~2012)는 방송통신 융합의 트렌드와 영향 분석을 토대로 컨버전스 시대 미래 비전과 중장기 전략의 기초를 마련하기 위해 기획되었다.

디지털 컨버전스 기반 미래연구의 1, 2차연도는 방송과 통신, 그리고 디지털 융합이 미래에 어떤 방향으로 전개될 것이며, 이러한 변화가 한국민의 의식과 한국사회의 철학·인문, 정치, 경제, 사회, 문화 등 제반 영역에 어떠한 영향을 줄 것인지를 전망하는 컨버전스 기초연구에 집중되어 진행되었다. 3차연도는 1, 2차연도의 컨버전스 기초연구를 토대로 디지털 컨버전스로 인한 사회변화의 트렌드를 종합적으로 정리하고 메타트렌드를 도출함으로써, 디지털 컨버전스가 한국사회 전반에 미치는 영향을 진단하고 대응전략을 수립하는 컨버전스 메가트렌드 연구가 진행될 예정이다. 4차연도는 3년간의 영역별 트렌드 연구결과를 토대로 컨버전스 이후에 나타날 한국사회의 모습을 전망하고, 경제, 교육, 공공 등 각 부문별로 차세대 컨버전스로 인한 한국사회의 미래 비전을 제시하고 이를 성취하기 위한 정책방향을 제시하는 Beyond Convergence 연구가 계획되어 있다. 디지털 컨버전스 기반 미래연구의 중장기 연구 개관은 다음의 [그림 1-1]과 같다.

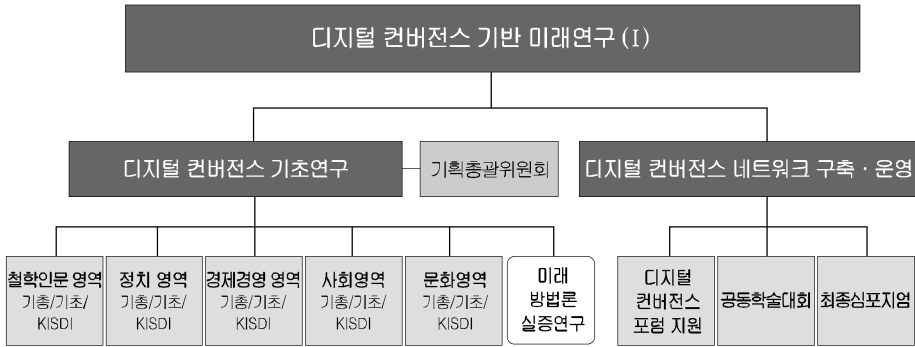
〔그림 1-1〕 디지털 컨버전스 기반 미래연구 중장기 연구 개관



2. 2010년도 연구의 구성

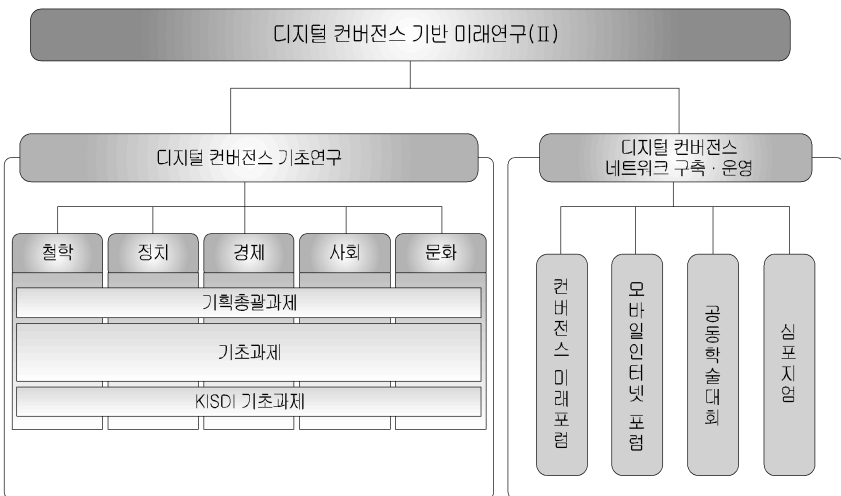
2009년도의 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ)』에서는 컨버전스와 연계된 한국사회 변화를 분석하고, 향후 전망 및 정책 방향을 모색하는 작업뿐만 아니라, 범국가적으로 논의를 확산하고 사회적 합의의 장을 마련하기 위하여 크게 2개의 세부 사업으로 나누어 진행하였다. ‘디지털 컨버전스 기초연구’와 ‘디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영’으로 나누어 추진되었으며, ‘디지털 컨버전스 기초연구’는 컨버전스와 연계된 한국사회 변화를 5개 영역으로 나누어 분석하고 향후 전망 및 정책방향을 모색하였으며, 디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영은 전문가 네트워크의 구축 및 연구결과의 검증·확산을 위해 포럼 지원, 학술대회 및 심포지엄 개최 등을 추진하였다.

[그림 1-2] 2009년도 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(I)』 추진체계



2010년의 디지털 컨버전스 기반 미래연구(II)는 2009년도 연구결과를 한층 더 발전시켜 각 영역별로 보다 구체적인 미래의 변화상과 국가전략과 연계시킬 수 있는 정책 방안을 마련하는데 집중하였다. 1, 2차년도 연구가 컨버전스 기초연구에 특화되어 있으나 차이점은 2009년의 포괄적, 탐색적 기초연구 중심에서 2010년은 인터뷰 등을 통한 심층사례를 발굴하는 등 연구의 구체성과 다양성을 보다 강화하였다.

[그림 1-3] 2010년도 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(II)』 추진체계



2010년도 2차연도 연구에서도 ‘디지털 컨버전스 기초연구’와 ‘디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영’으로 나누어 과제가 추진되었다.

디지털 컨버전스 기초연구는 방송의 변화, 통신의 변화, 그리고 방송과 통신의 융합이 미디어 지형과 국가사회의 제 분야에 미칠 영향과 변화상을 5개 영역으로 나누어 연구하였다. 영역별로 학계의 중견 학자가 수행하는 1개의 기획총괄과제와 외부위탁 및 KISDI 내부연구진을 통해 수행되는 4개의 기초연구과제로 구성되었다. 각 영역별 주요 연구내용은 다음과 같다.

〈표 1-1〉 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 영역별 주요 연구내용

영역	주요 연구내용
철학/인문	디지털 컨버전스 현상에 대한 문명사적 고찰과 컨버전스 문화에 대한 인문학적 메타연구를 토대로, 컨버전스 시대를 선도하는 문화산업 현상에 대한 인문학적 성찰을 제시
정치	디지털 컨버전스 시대 정치 패러다임 변환의 다층적 구조에 대한 이론적 연구를 바탕으로, 정치의 본질적 측면이자 향후 디지털 컨버전스의 정치적 영향력이 가장 두드러지게 나타날 것으로 예견되는 정치권력의 구조와 작동방식에 대한 구체적 실증 연구를 추진
경제	디지털 컨버전스의 사회적 확산에 따른 기존 미디어와 뉴미디어 사업의 변화 특징과 향후 전망을 토대로, 컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구도의 변화 방향을 연구하고 예측
사회	디지털 컨버전스로 인해 사회구성원 간 소통양식이 미래의 사회관계와 구조에 미치는 영향에 대한 연구를 토대로, 융합에 따른 사회문화적 파장을 사회역사학적, 생활세계론적, 체계동학적, 구조주의적 관점에서 연구하고 변화방향을 예측
문화	디지털 컨버전스에 따른 컨버전스 문화의 구조와 특성에 대한 연구를 토대로, 네트워크 커뮤니케이션의 역사적 의미와 동태적 특성, 컨버전스 시대의 개인에서 집단으로의 영향력 확장 등의 주요 변화상을 연구

다양한 주제와 많은 연구진이 참여하는 연구의 원활한 수행을 위해 각 영역별로 내부 및 외부 기획총괄위원으로 구성된 기획총괄위원회를 운영하였다. 기획총괄위원회를 중심으로 5개 영역 25개 과제의 공모 및 선정, 관리, 평가가 이루어져 양질

의 성과물이 도출되도록 하였다. 컨버전스에 대한 다양한 관점의 이해와 각 분야 사이의 전략적 연계, 그리고 전략방향에 대한 공감대 및 사회적 합의를 확보하기 위해서 참여 연구진들과의 긴밀한 연구네트워크를 유지하였다. 2010년 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ)의 기초연구로 선정된 25개의 과제는 다음의 <표 1-2>와 같다.

<표 1-2> 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 기초연구 과제 목록

영역	과제명
철학/인문	(총괄) 디지털 문화산업의 융합기술에 대한 철학적 성찰
	전자책의 출현과 문학적 패러다임의 변화
	매체변화에 따른 미의식의 변화와 컨버전스 시대의 미학적 특징
	모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰
	디지털 컨버전스 환경에서 자기조직화 원리의 이해
정치	(총괄) 디지털 컨버전스 사회의 정치권력 연구
	컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여
	디지털 정치조직의 출현과 e-거버넌스의 미래
	융합 환경에서 정책결정과정의 변화와 전망
	소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성
경제	(총괄) 컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구도 변화 연구
	디지털 컨버전스와 프로슈머의 행태 변화 및 전망
	컨버전스 세대의 등장 및 경제활동 특성 연구
	디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업 활동에 미치는 영향
	컨버전스 경제에서 가상현실 기술의 의의와 산업구조 변화
사회	(총괄) 융합 문명의 도전과 응전
	디지털 사회의 일상성 탐구
	사회문화적 융합의 동역학
	융합적 사회질서의 심층 분석
	새로운 소통합리성과 인본사회화 과정
문화	(총괄) 디지털 컨버전스의 커뮤니케이션 이론적 의미와 문화적 특성
	컨버전스 환경에서의 개인과 집단 간의 상호작용
	미디어 생태계에서의 컨버전스와 디버전스
	미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망
	모바일 소셜미디어에서 유력자(influentials)의 역할

두 번째는 산학연 전문가 및 대국민과의 연구 공감대 형성 및 인식제고를 위한 ‘디지털 컨버전스 네트워크 구축·운영’ 과제이다. 네트워크 구축·운영은 디지털 컨버전스 미래포럼, 모바일 인터넷 포럼의 2가지 포럼을 운영하였으며, 정보통신정책연구원의 후원 하에 한국경영정보학회와 한국산업조직학회가 함께 ‘디지털 컨버전스와 미래 경제·경영 패러다임의 변화’를 주제로 공동학술대회를 개최하였다. 또한 2010년도 연구결과에 기초하여 ‘디지털 컨버전스, 사회의 재창조’라는 주제로 심포지엄을 개최하여 학문적, 정책적 논의의 장을 마련하였다.

추진된 2개의 포럼의 경우 디지털 컨버전스 미래포럼은 디지털 컨버전스로 통칭되는 기술·산업적 변화가 사회적 커뮤니케이션 및 미디어 지형 전반에 미치는 중장기적·거시적 영향을 분석, 전망함으로써 미래 융합정책 발전에 필요한 다양한 정책 아젠다 도출하는데 중점을 두었으며, 모바일 인터넷 포럼은 모바일 인터넷을 비롯한 미디어 생태계 전반의 변화 전망 및 모바일 시대의 새로운 산업 정책 패러다임을 발굴하는 것을 목적으로 운영되었다.

제 2 장 디지털 컨버전스의 두 축: 스마트와 소셜

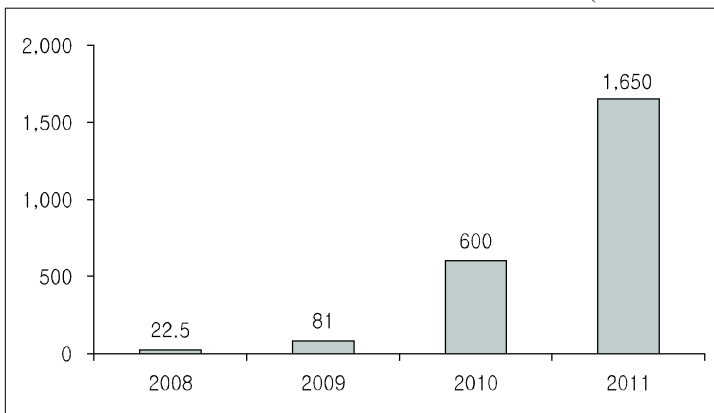
제 1 절 스마트와 컨버전스

1. 스마트폰 빅뱅

2009년 11월 아이폰이 도입된 이후 국내 스마트폰 가입자는 지속적으로 증가하고 있으며, 이동통신 3사의 스마트폰 라인업 확대 및 이동전화 약정기간 만료에 따라 증가세는 더욱 가속화될 전망이다. 2010년 11월말 기준 국내 스마트폰 가입자는 총 626만 명으로 집계되어 월 평균 100만명 이상 증가하고 있으며, 2011년말까지는 1,650만대, 2012년말까지 2,500만대까지 증가할 것으로 예상되고 있다(그림 2-1) 참조). 세계 스마트폰 시장 역시 지속적인 성장세를 보이고 있어, '08년 1억 4,000만 대(11.8%)에서 '13년에 약 6억만대(38.5%)로 증가할 전망이다(그림 2-2) 참조) (삼성경제연구소, 2010).

〔그림 2-1〕 국내 스마트폰 가입자 전망

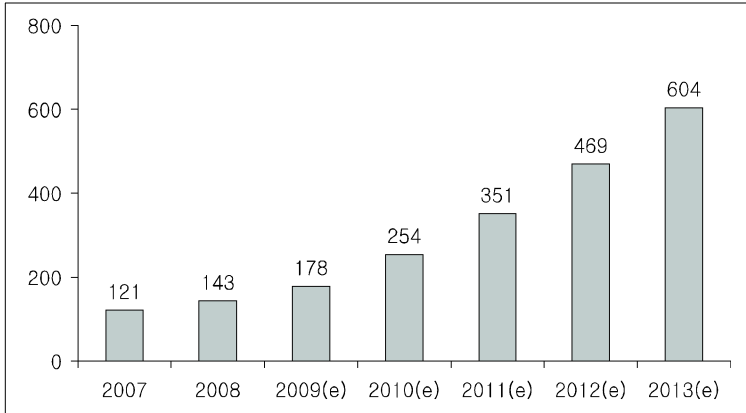
(단위: 만 명)



자료: 파이낸셜뉴스(2010. 8. 1)

〔그림 2-2〕 글로벌 스마트폰 시장 전망

(단위: 백만 대, %)



자료: 삼성경제연구소(2010. 2)

초기 국내 스마트폰 OS 시장은 애플의 아이폰으로 인해 iOS의 비중이 높았으나 이동통신사 간 스마트폰 출시 경쟁이 확대되면서 안드로이드 비중이 점차 증가하고 있다. 2010년 11월 현재 안드로이드 사용자는 국내 스마트폰 가입자의 58.6%에 달하는 것으로 알려져 있다(전자신문, 2010. 11. 29). 스마트폰을 둘러싼 제조업체와 통신업체의 경쟁은 점차 심화되면서 이동통신업계를 넘어 방송통신 전반에 큰 변화를 초래하고 있다.

스마트폰은 무엇보다도 폐쇄적인 기존의 모바일 시장을 개방시켜 새로운 생태계를 구축함으로써 변화를 주도하고 있다. 기존의 모바일 시장에서 이동통신 사업자는 음성 수익, 제조사는 범용단말 중심의 고수익에 안주하여 모바일 서비스와 콘텐츠의 혁신이 미미하였다. 이통사들은 자신들이 구축한 망에서 독자적인 솔루션과 애플리케이션만 사용할 수 있도록 닫힌 정원(walled garden)형태의 폐쇄적인 운영구조를 유지하였다. 하지만 아이폰과 앱스토어에 의해 생태계의 폐쇄성이 무너짐에 따라 가치사슬이 재구성되고 있다. 기존의 모바일산업에서 콘텐츠사업자, 플랫폼사업자, 네트워크사업자와 단말제조사는 각각의 가치사슬에서 전문화된 영역을 담당하는 단순한 생태계를 형성했었다. 그러나, 새로운 생태계에서는 그 고유 영역이 해

체 및 재결합되어 가치사슬이 재편되고 있다. 앱스토어 등을 중심으로 콘텐츠와 SW의 유통체계가 혁신되었으며, 콘텐츠—플랫폼—단말 통합 비즈니스 모델이 등장하고 있다. 경쟁 패러다임은 가치사슬 내부의 기업 간 경쟁에서 가치사슬 전반을 아우르는 비즈니스 모델 간 경쟁으로 변화하는 것이다. HW의 고기능성이 아니라, 방대한 애플리케이션이 제공하는 새로운 이용자 경험이 가치를 창출함에 따라, 경쟁력의 원천이 HW에서 SW로 이동하고 있다. 이러한 환경에서는 무엇보다도 사업자간·대중소기업간 협력적 생태계 구축이 비즈니스의 성패를 좌우하고 있다.

가. 스마트 비즈니스: 새로운 시장과 산업의 창출

스마트폰은 음성위주의 이동통신산업을 데이터위주로 전환시키는 결정적인 계기가 된다. 특히, 모바일 인터넷의 활성화를 통해 유선인터넷에서는 찾아볼 수 없었던 새로운 서비스와 콘텐츠가 등장하게 된 것이 그 이유이다. 아이폰 도입 후 국내 무선인터넷 이용은 급속히 팽창하여, 아이폰 도입 2개월('09. 12~'10. 1) 만에 도입 이전보다 전체 휴대폰 데이터사용량은 2.1배, 스마트폰은 122.4배가 증가하였다. 가입자당 평균 트래픽도 전체휴대폰은 2.1배, 스마트폰은 10.7배 증가하였다. 한국 스마트폰 이용자들의 1인당 월평균 트래픽은 271MB로 글로벌 평균(85MB)의 3.2배로 유럽은 물론 일본도 추월한 세계 최고의 수준이다. KT 스마트폰 고객(300MB)은 일반폰 고객(14MB) 대비 1인당 월 평균 21배의 데이터 용량을 이용한다('09년 12월~'10년 5월 기준).

이러한 무선데이터의 이용증가에 가장 크게 기여한 것은 앱스토어의 확산을 통한 SW/콘텐츠의 발전이다. 앱스토어는 SW/콘텐츠 거래의 새로운 場을 제시하였고 모바일 산업 활성화의 기반을 제공하고 있다. 시장참여가 누구에게나 개방되어 있으며 소프트웨어개발키트(SDK)가 공개되어 있어, 중소기업은 물론 1인 개발자도 쉽고 자유롭게 개발에 참여할 수 있기 때문이다. 이로 인해 아이폰 앱스토어 국산 앱이 스마트폰 출시 7개월째인 2010년 6월말 6,016개, 11월 중순 7,475개로 급성장하고 있다. 앱의 개발 열풍은 기존의 SW/콘텐츠 제공자가 간과하고 있었던 생활밀착형 서비스와 콘텐츠의 개발을 통해 시장을 더욱 활성화시키고 있다. 또한, 앱은 스마트

폰을 중심으로 PC, 태블릿, 스마트 TV 등을 하나로 연계하는 ‘N스크린 서비스’로 서비스의 플랫폼을 확장하고 있다. 결국, 앱스토어와 앱은 모바일에서 출발하였지만 궁극적으로는 크로스 플랫폼, 멀티플랫폼에 대응한 SW/콘텐츠를 창출시키는 전환점을 제공한다는 점에 그 의의가 있다고 하겠다.

나. 스마트폰과 미디어 생활의 변화

방통위의 조사 결과(2010. 5)에 따르면, 스마트폰 이용의 주된 이유는 ‘다양한 응용소프트웨어 설치·이용’ 및 ‘인터넷의 자유로운 이용’이 가장 앞섰고, 주요 이용 기능 또한 ‘인터넷 접속’이 95.9%로 가장 많았다. 주1회 이상 무선인터넷 사용 비율이 52.3%에서 현재 99.5%로 47.2% 증가하였다(애틀러스 리서치앤컨설팅, 2010. 3). 무선망은 와이파이가 66.6%, 3G가 33.4%로 요금부담이 적은 와이파이를 더 많이 사용하는 것으로 드러났다. 스마트폰의 주된 이용 장소는 이동 중인 교통수단 안이 77.0%, 실외장소가 59.4%로 나타났다. 이용하는 주요 콘텐츠로는 뉴스 > 정보검색 > 버스도착확인 > 이메일 > 음악 듣기 순이었다. 이전 대비 음악, 이메일 관련 이용이 증가하였고 향후 게임, 위치확인, 동영상 등에 대한 이용이 증가할 것으로 예상된다. 최근 1개월 이내 모바일앱 다운로드 비율은 66.0%이며, 그 가운데 25.2%가 하루에 1번 이상 다운로드 받는 것으로 나타났다. 주된 모바일앱 이용 목적은 ‘정보검색 또는 웹서핑’이 87.6%로 가장 높게 조사되었다.

스마트폰이 확산됨에 따라 가장 급성장하는 킬러앱 중의 하나가 소셜네트워크서비스(SNS: Social Network Service)이다. SNS는 관계중심의 ‘실시간, 쌍방향’커뮤니케이션이다. 트위터, 페이스북 등 초기에는 친목도모와 엔터테인먼트를 중심으로 하였으나 점차 전문정보 공유 등 생산적 용도로 활용이 변화하고 있다. SNS를 통한 동영상 제보 등 대중이 생산·전파하는 시민 저널리즘이 확대되고 있다. 주요 SNS 서비스의 방문자수는 2010년 9월 기준 전년 동기대비 350% 성장하였다. 국내 트위터 계정수는 210만, 미투데이 300만을 넘어서고 페이스북 역시 211만명 이상이 이용 중에 있다.

스마트폰을 통한 무선 인터넷의 사용이 활성화됨에 따라 ‘무선데이터 요금제 개

선'이 82.8%, '무선랜(Wi-Fi) 인프라 확대'가 81.6%로 가장 시급한 정책과제로 대두되고 있다. 스마트폰 이용 요금제를 개선하기 위해서는 '스마트폰 전용 정액요금제의 잔여 서비스 용량 이월(31.4%)' 및 '스마트폰 정액요금제 가격 인하(30.8%)'가 가장 필요한 것으로 조사되었다.

다. 스마트폰의 정치사회적 영향

스마트폰의 도입과 확산으로 모바일 인터넷의 이용증가와 일상생활에의 침투가 전방위적으로 전개되는 가운데, 가장 큰 변화가 나타나는 부분이 생활정치이다. 이동성과 편리성, 그리고 소셜미디어의 실시간 네트워크로 인해 시민들의 정치적 의사소통이 매우 빨라지고 시간과 장소의 제약을 받지 않는 방식으로 변모하고 있다. 스마트폰을 이용하는 시민과 유권자들의 정치적 소통행위가 점차 현장성과 즉시성을 더욱 강조함에 따라 기존 제도정치 및 대중매체의 정치적 의사소통방식에도 커다란 영향 미치고 있다. 2008. 5 중국 스촨성 지진, 2008. 11 인도 뭄바이 테러사건, 2009. 1 허드슨강 비행기 추락사건, 2009. 7 중국 위구르 유혈사태 등 최근 주요 사건과 사고의 보도과정에서 전문 뉴스미디어가 아닌 스마트폰 이용자의 SNS를 통한 제보가 결정적인 역할을 수행하였다.

트위터나 페이스북을 통해 정치인과 정치이슈에 대한 뉴스나 시민들의 의견들이 실시간으로 유통됨에 따라 정치적 의사소통이 딱딱하고 진지한 주제를 떠나 소프트하고 감성적인 부분으로 전환되는 것도 트렌드의 하나이다. 스마트폰을 매개로 한 정치적 소통방식 및 이슈형성 과정이 이용자들의 사소한 일상생활이나 감정 공유를 기반으로 하기 때문에 생활과 정치가 밀접하게 결합하는 이른바 '정치의 일상화'가 보편화되는 것이다. 트위터를 통한 정치인과의 직접적 교류 등 스마트폰을 매개로 한 다양한 정치참여가 일상화 되고 있다. 정치인이나 정당이 주도하는 '상위정치(high politics)' 보다는 생활과 관련된 연성이슈 및 시민들의 개인적인 효능감을 강조하는 '하위정치(low politics)' 또는 '생활정치(life-style politics)'가 새로운 정치패러다임으로 부각되고 있다. 국내에서도 주요 정당 및 정치인들이 유권자와의 쌍방향 의사소통이나 선거정보 제공을 위한 정치애플리케이션들을 개발·보급하는 등 모

바일 정치가 본격화되고 있다. 2010년 2월 한나라당은 유권자와의 모바일 소통을 위해 ‘스마트 정당’을 표방한 바 있으며, 각 정당에서는 2010. 6. 2 지방선거를 앞두고 후보자 검색 애플리케이션을 개발 보급한 바 있다.

2. 스마트폰의 융합적 의미

가. 스마트폰의 특성¹⁾

스마트폰은 새로운 기술에 기반한 뉴미디어라기보다는 기존의 미디어 기술을 차용하고 이종의 기술과 결합시킨 결과라고 보아야 할 것이다. 단적으로 말해 휴대폰의 이동성에 PC의 컴퓨팅 파워와 인터넷 연결성, 그리고 휴대용 멀티미디어 기기(PMP: Portable Multimedia Player), MP3 플레이어(MP3: MPEG Audio Layer-3), 디지털카메라 등 휴대용 멀티미디어 기기의 기능성을 융합한 것이다(표 2-1) 참조). 이러한 맥락에서 볼 때 스마트폰의 커뮤니케이션적 특성은 크게 다섯 가지로 정리할 수 있다.

〈표 2-1〉 스마트폰의 특성

특 성	기 기			
	PC	휴대폰	휴대용 멀티미디어 기기	스마트폰
① 이동성(mobility)	×	○	○	○
② 연결성(connectivity)	○	△	×	○
③ 개인화(personalization)	× or △	○	○	○
④ 혼종성(hybridity)	×	×	×	○
⑤ 다목적성 미디어 (multi-purpose media)	○	×	×	○

1) 이동성(mobility)

이동성은 기기를 고정된 공간에서 벗어나 휴대하고 다니면서 언제든지 사용할 수

1) 이하의 내용은 황주성 외(2010)에서 발췌·정리한 내용임

있는 것이다. 이 특성은 기존의 휴대전화와 휴대용 멀티미디어 기기에는 있었으나 데스크톱 컴퓨터에는 없던 기능이다. 여기서 이동성은 인간이 공간을 활용하는 범위를 말한다. 우리가 공간적 제약을 극복할 수 있는 가능성을 이동성이라고 파악하게 되면, 이동성은 공간을 옮겨 다니면서도 휴대할 수 있는 가능성(portability)과 함께 공간을 옮겨도 제약받지 않을 가능성인 편재성(ubiquity)이라는 측면을 모두 포함한다(박현주, 2008). 스마트폰의 등장은 복합적 시간 이용을 가능하게 함에 따라 작업속도의 제고와 시간절약이라는 욕구를 추구하면서 이동성을 확대시킨다.

모바일 인터넷 이전의 휴대폰은 단순한 커뮤니케이션 수단이었지만 모바일 인터넷이 탑재된 스마트폰은 ‘통신 및 정보 접근의 이동성(mobility of communications and information access)’을 부여한다는 측면에서 그 의미를 달리한다. 즉 휴대전화가 주로 가족이나 연인 또는 친구 사이의 사회적 관계형성을 중심으로 이동 중의 공간을 형성하였다면, 모바일 인터넷은 온라인 동호회와 카페, 트위터 같은 SNS(social network software)를 통해 개인과 개인, 개인과 집단 간 사회적 관계형성을 이동 중인 공간에 형성한다(황주성·박윤정, 2010). 또한 업무, 정보, 문화, 학업 등 일상생활의 전 영역에서 이동성을 확보할 것이다. 더 나아가 차세대 인터넷은 기계와 기계 간의 정보교환도 증가할 것으로 전망하고 있다(ITU, 2005).

2) 연결성(connectivity)

연결성은 통신 기술 및 인터넷의 발달로 지식, 정보, 인간, 사회 네트워크를 확장하고 상호작용하는 것이다. 이 특성은 기존의 데스크톱 컴퓨터와 휴대전화에는 있었으나 모바일 디바이스에서는 불가능했던 기능이다. 황주성 외(2009)에 따르면 미디어를 통해 형성되는 네트워크는 크게 사회적 연결성(social connectivity)과 정보적 연결성(informational connectivity)으로 구분한다. 모바일 인터넷의 경우에는 두 가지 연결성의 특징을 동시에 가지면서 더욱 확장된 모습을 나타낸다. 개인과 개인을 서로 연결하여 사회적 상호작용을 촉진시키고, 사람과 정보를 연결시켜 정보를 획득할 수 있게 할 뿐만 아니라 개인과 집단의 상호작용이 가능하다.

스마트폰을 가지고 있으면 이제는 더 이상 컴퓨터 앞에 앉아서 질문을 하거나 기

사를 읽지 않아도 된다. 이제 질문에 대한 답을 손바닥 안에서 찾으려면 된다(Richard, 2009). 즉각적으로 인터넷에 접속해 정보 검색, 이메일 확인, 스케줄 관리와 같은 개인적인 용무를 해결함과 동시에 친구나 가족과 전화나 메시지를 주고받을 수 있고, 페이스북이나 트위터 같은 소셜네트워크에도 실시간으로 접속할 수 있다. 과거의 소셜네트워크는 정보를 업데이트할 때 데스크톱 컴퓨터나 노트북으로 제한되었다. 이제 모바일 인터넷과 스마트폰을 통해 사람들은 즉각적으로 업데이트하고 다른 사람들이 업데이트한 내용을 그때그때 볼 수 있다(Richard, 2009).

3) 개인화(personalization)

개인화는 미디어로서의 기기를 타인과 공유하는 것이 아니라 나 혼자만의 기기로 이용하는 것이다. 개인화 기술의 발달은 누구에게나 똑같은 정적인 정보만을 제공하던 기존 방식에서 벗어나 개인의 특성과 위치에 따라 동적인 정보를 제공받고 활용할 수 있게 된 것을 의미한다. 이는 기존의 휴대전화와 모바일 기기에는 있었으나 데스크톱 컴퓨터에서는(특히 가족과 공유하는 경우) 완전하게 보장받지 못했던 부분이다. 컴퓨터가 처음 도입될 당시에는 가구에 한 대의 데스크톱 컴퓨터가 있었고, 이후 1가구 다(多)컴퓨터, 노트북을 거쳐 이제는 스마트폰이 컴퓨터의 기능을 상당부분 대체 혹은 보완하는 기기가 되었다. 이러한 변화의 과정 속에서 기기는 점점 순수하게 ‘나만의 것’으로 개인화되어 간다.

스마트폰의 개인화 특성은 ‘개인 미디어의 실현’이라는 측면에서 의미가 있다. 예를 들면 과거의 텔레비전은 가족미디어로 이해되었으나, 모바일 기기의 발전은 이를 점점 개인미디어로 전환시키고 있다. 스마트폰은 가족들과 공유했던 TV시청과 컴퓨터 이용 패턴에서 벗어나 이동성이 강조되는 아웃도어 환경에서 미디어 이용을 담당하게 되고 ‘매체 이용의 탈영토화’를 진행시킨다는 것이다(박현주, 2008). 개인화 특성은 이동성 특성과 만나 시간의 사적 전유가 활발하게 이루어져 일과 후 주시청 시간대 개념을 유명무실하게 한다. 또한 스마트폰의 개인 중심성은 공적인 업무 중에 사적인 미디어 이용을 아무런 문제의식 없이 자유롭게 이용하는 식의 커뮤니케이션 이용 행태가 늘어나는 것을 의미하며, 이는 곧 기기의 복합적 이용을 일상화

시킨다. 미디어의 공·사 경계의 모호함과 복합적 이용의 증가는 기존의 미디어 이용패턴에 큰 변화를 줄 것이다.

4) 혼종성(hybridity)

혼종성이란 스마트폰 사용자가 존재하는 물리적 공간과 스마트폰을 통한 가상공간이 융합 또는 중첩되는 것을 의미한다. 이 특성은 스마트폰 이전의 기기에서는 찾아볼 수 없었던 새로운 것이다. 정신적이고, 고정적이지 않으며, 실체가 없는 성격을 지닌 가상공간(cyber space)은 육체적이며 고정적인 실체를 지닌 현실공간(real space)과 엄격히 분리되는 개념이었으나 혼종적 공간은 시간과 공간을 초월하는 범세계적인 공동체를 만든다.

혼종적 공간의 특징은 혼합 현실과 모바일 미디어의 이동성이 합쳐져 형성된 공간이다. 증강된 현실과 증강된 가상의 혼합 현실 그리고 모빌리티와 커뮤니케이션의 교집합 부분을 실바(Silva, 2006)는 혼종 공간(hybrid space)이라 정의하였다. 그는 인터넷이 공간에 고정적인 것에서 휴대전화 인터넷으로 들어오면서 ‘혼종적인 사회적 공간(social space as hybrid space)’을 형성한다고 주장하였다. 이것을 증강 현실(augmented reality)과는 달리 이동성과 커뮤니케이션이 연결되면서 ‘물리적 공간과 디지털 공간 경계의 병합으로 만들어진 개념적 공간’이라 정의하였다. 인터넷은 물리적 공간을 움직이는 동안 디지털 공간에 접속할 수 있을 뿐만 아니라 디지털 공간을 다니는 중간에 비가시적인 다른 곳의 맥락에 접속함으로써 가상과 현실의 경계를 허물어뜨리고 두 공간이 분리된 실체라고 인식하지 않게 만든다는 것이다(이동후, 2010).

5) 다목적성 미디어(multi-purpose media)

스마트폰은 기존의 컴퓨터와 모바일 기기가 가지고 있는 기계적인 기능을 상당부분 그대로 옮겨놓은 것이다. 최초의 휴대전화는 통신 기능만을 담당하였으나, 스마트폰으로 발전함에 따라 이제는 통신은 물론 데스크톱 컴퓨터에서 하던 각종 업무 및 오락 기능까지도 할 수 있다. 또한 스마트폰 자체의 다양한 기능과 모바일 인터넷이 만나 멀티미디어로의 연결을 확장한다. 실제로 모바일 TV, 모바일 영화, 모

바일 게임, 모바일 인터넷은 기존의 TV, 컴퓨터, 인터넷과 같은 대표적인 미디어들의 기능이 융합된 것이다. 이 특성은 데스크톱 컴퓨터에는 있었으나 휴대전화나 모바일 기기에는 없던 것이다. 앞서 말한 것처럼 개인 미디어인 동시에 다목적성 미디어인 셈이다.

하지만 미디어로서 스마트폰의 가장 큰 특성은 기존의 미디어가 가지지 못했던 콘텐츠의 다양성과 소셜미디어로서의 기능이라 할 수 있다. 첫째, 현재 스마트폰은 기기에 탑재된 기계적 기능 외에도 다양한 애플리케이션을 활용하여 사용자 마음대로 멀티미디어로 탈바꿈할 수 있다. 둘째, 모바일 인터넷을 통해 언제든지 상호작용이 가능한 미디어에 접속할 수 있다. 국내에서도 페이스북, 트위터 같은 소셜네트워크 서비스가 확산됨에 따라 스마트폰의 중요성이 더 커지고 있다. 얼마 전까지 국내에서 큰 인기를 끌었던 미니홈피, 블로그, 커뮤니티는 이미지와 방대한 텍스트를 기반으로 하고 있기 때문에 유선인터넷 환경에서 주로 이용될 수밖에 없었다. 하지만 대표적 소셜미디어인 트위터의 경우 140자 이내의 짧은 텍스트를 기반으로 하고 있어 모바일 인터넷 접속을 통해 즉각적으로 글을 올리고, 리트윗하고, 답변을 달 수 있다. 스마트폰은 소셜미디어 이용의 핵심적인 수단이라 할 수 있다.

나. 2011년 스마트생태계

2011년에는 스마트 디바이스와 클라우드 서비스의 결합을 통한 ‘스마트 컨버전스 빅뱅’이 일어날 것으로 전망되고 있다. 이에 따라, 콘텐츠-플랫폼-네트워크-터미널(CPNT)의 각 가치사슬과 비즈니스 모델에도 많은 변화가 있을 것으로 예상된다. 2011년 말까지 스마트폰 1,650만대, 태블릿 160만대, 스마트 TV 60만 등 스마트 디바이스가 빠르게 확산될 것으로 예상되고 있다. 클라우드 서비스는 이들 디바이스의 활용도를 극대화시켜 가치 사슬 전반에 혁명적 변화를 일으킬 것으로 전망된다. 터미널은 범용화·상호연동화가 촉진될 것이며 네트워크는 트래픽의 폭발에 따른 차세대 모바일 네트워크로의 진화가 이슈가 될 것이다. 플랫폼은 앱과 웹의 공진화가 예상되며 콘텐츠는 빅뱅이 예측된다.

2011년 국내 콘텐츠 시장은 신규 방송사업자 등장 등 경쟁심화로 수익원 확대를

위한 규제 완화가 예상된다. 방송광고 수익원 확대를 위한 민영 미디어랩 설립 및 광고규제 완화가 주요 내용이 될 것이다. 이와 함께 글로벌 경쟁력 확보를 위한 사업자 대형화를 위한 시장 점유율 제한 완화도 가능한 시나리오이다. 플랫폼 차원에서는 OS 플랫폼 3대 사업자(구글, 애플, MS)가 앱 생태계를 견인하면서 앱의 폭발을 가져올 것으로 예상되는 가운데, 통신사업자는 차별화된 국지화 전략으로 대응할 것이다. 플랫폼은 스마트폰 뿐만 아니라 태블릿, TV 등 다양한 단말로 확대되면서 규모와 범위의 경제 확보를 위한 제휴와 협력이 활발해 질 것으로 예상된다. 내용면에서는 오락, 교육, 기업용 솔루션 등 다양한 앱의 성장이 기대된다. 단기적으로는 다양한 플랫폼 확산에 따른 콘텐츠 생산·유통의 복잡성이 증가하고, iOS와 안드로이드 등 모두에 탑재가능한 크로스 OS 플랫폼에 대한 니즈가 증가할 것이다. 장기적으로는 웹 플랫폼이 핵심 경쟁영역이 되면서 OS별 플랫폼의 중요성이 약화될 전망이다.

스마트 디바이스 증가, 클라우드 컴퓨팅 환경 등 스마트 컨버전스 빅뱅으로 인해 데이터 폭발이 가속화될 것이다. 지난 1년 동안 KT의 3G 트래픽은 26배 증가, 2015년엔 모바일 데이터 트래픽이 1000배로 증가할 것이 예상된다. 또한, 2013년까지 인터넷 트래픽의 90%를 동영상이 차지할 것이라는 예측도 있다. 2012년까지 IT 클라우드 서비스는 3배 성장하는 등 단기적으로 대역폭을 확보하는 것이 여의치 않아 우회망에 대한 관심과 투자가 증가할 것이다. 터미널은 스마트 디바이스의 PC化 및 개방적 유통으로 이통사와 단말 제조사의 결합력이 약화될 전망이며, 스마트 단말기의 가격 하락으로 대중화가 촉진될 것이다. 스마트 TV, OTT STB 등의 증가로 이동 통신사를 우회하는 추세가 강화될 것으로 예상된다. 단말간 정보교류를 통한 N-screen 환경의 실현이 가속화되고, 기존의 가전과 스마트폰 간 상호호환 기술이(DLNA: digital living networking alliance) 발달될 것이다. 터미널의 유통구조 또한 이통사가 아닌 온라인을 통한 판매가 확대될 전망이다.

제2 절 소셜과 컨버전스

1. 소셜의 개념과 ‘뉴 소셜’

스마트폰과 함께 최근 디지털 컨버전스의 새로운 트렌드로 등장하고 있는 것이 소셜미디어이다. 2004년 2월에 출범한 페이스북 서비스는 2010년 현재 전세계적으로 5.7억명, 한국에만 211만명의 이용자를 보유하고 있다. 텍스트는 물론 사진, 동영상, 링크 등 다양한 콘텐츠의 유통 채널이 되고 있으며, 개인중심적이면서 양방향의 네트워킹을 통해 기존의 인터넷 커뮤니티를 대체하는 ‘뉴 소셜’의 주역이 되고 있다. 페이스북의 특징은 그 자체가 서비스이면서 동시에 다양한 애플리케이션이 등장할 수 있는 플랫폼으로 기능한다는 점이다. 소셜 플러그인, 코넥트 등 페이스북의 개인정보를 공유함으로써 다양한 애플리케이션을 개발할 수 있는 플랫폼이 제공되어 SNS 고유의 맞춤형 서비스를 강화하고 있다. 트위터는 2006년 3월에 출범한 140자 단문 텍스트 및 링크 제공 서비스로, 2010년 현재 전 세계에 1.25억, 한국에 210만명의 이용자를 보유하고 있다. 일방향과 실시간성을 통해 빠른 정보유통 채널로 각광받고 있다.

우리 나라 인터넷 초창기의 킬러앱 역할은 한 것이 다음의 카페였다. 1999년 PC 통신에서 시작한 다음 카페는 인터넷으로 그 기반을 옮기면서 급격히 성장하여, 2010년 7월 15일 기준, 8,220,014개의 카페가 개설되어 있다. 뿐만 아니라 후발주자로 나타난 네이버와 네이트, 프리챌 등을 포함할 때 총 16,966,732개 이상의 카페가 존재하고 있다. 이와 유사하지만 또 다른 비즈니스 모델로 등장한 아이러브스쿨(1999년 10월)은 출시 1년 만에 회원 700만 명 돌파하면서 인기를 끌었지만, 현재의 삶과 연결된 콘텐츠가 부족하여 쇠퇴하였다. 2001년 9월에 출범한 싸이월드 미니홈피는 페이스북의 원조에 해당하는 서비스 모델로서 ‘1촌 과도타기’ 등으로 인기를 끌었지만 인맥을 활용한 애플리케이션과 이를 위한 오픈API의 부재로 쇠퇴하고 있다.

인터넷 초창기에 한국에서 번성하였던 커뮤니티류의 소셜서비스와 요즘 확산일로에 있는 ‘뉴 소셜’의 차이는 크게 세 가지로 정리될 수 있다. 첫째, 집단중심에서 개인중심으로 소셜 패러다임의 변화이다. 과거 PC통신이나 인터넷 카페에서는 특정한 관심사나 흥미를 중심으로 사람이 한 곳으로 모였다. 카페의 목적이나 게시물 등에 관심을 보이다가 가입하여 활동을 하게 된다. 물론 익명성을 특성으로 하고 자발적인 참여에 기반 하지만 기실 기존의 커뮤니티와 거의 차이가 없다. 다시 말해, 여기서는 집단이 우선이고 집단을 중심으로 사람을 모으게 된다. 그러다 보니 몇 년이 지나면 내가 관여하는 인터넷 커뮤니티가 수개에서 수십 개가 되고 그 각각에 소속된 친구들과의 소통과 콘텐츠 공유를 통제하는 것이 점점 힘들어지게 되는 것이다. 또한, 카페에 올린 글이나 사진, 콘텐츠 등에 대한 소유권도 문제가 된다. 블로거가 나타나면서 소셜은 한 차례 위기를 맞게 되고 그 대안으로 나타난 것이 페이스북과 같은 개인중심의 ‘뉴 소셜’이다. 여기서는 나를 중심으로 전방위적으로 관계가 형성되고 그러한 관계에 기초하여 다양한 목적과 성격의 네트워크가 소그룹으로 형성될 수 있다. 집단이 중심이 되는 것이 아니라, 내가 중심이 되고 집단이 나를 중첩적으로 포섭하는 형식이 되는 것이다.

둘째, 개방과 진화이다. 국내 싸이월드는 초창기 카페서비스의 집단중심성을 뛰어넘어 누구나 쉽게 구성할 수 있는 미니 홈페이지를 매개로 한 개인 중심의 소셜서비스를 선보였다. 개인의 일상사와 삶을 표현하고 일촌이라는 관계를 통해 2000년대 초반 미니 홈페이지 열풍을 일으켰다. 페이스북보다 5년 앞선 신 개념의 소셜이었다. 하지만 싸이월드와 트위터나 페이스북과는 다음과 같은 측면에서 다른 모습을 보였다. 싸이월드는 개인의 일상을 공유하고 단순히 인맥을 유지·관리하는 차원에 그쳤다는 점이다. 이에 비해 뉴 소셜들은 무수히 많은 사람들이 뉴스와 정보를 올리고 그것이 인적 네트워크를 타고 유통·확산되는 소셜미디어로 진화한 것이다. 개인의 일상과 정보가 몇몇 친한 사람들 간의 찻잔 속의 폭풍으로 그친 것이다. 싸이월드의 인맥은 본인에 의해 구성되고 수정되는 고정된 형태이지만, 페이스북에서는 네트워크 분석을 통해 가능한 친구들을 지속적으로 추천함으로써 개인의 네트워크를 확충시켜주

는 기능을 수행한다. 다시 말해, 뉴 소셜의 인맥은 지속적으로 변모하며 심지어 전혀 몰랐던 새로운 인맥으로 진화하는 형태인 것이다.

셋째, 서비스와 플랫폼의 차이가 그것이다. 싸이월드는 그 자체를 인맥관리를 위한 서비스로 위상지유했지만, 뉴 소셜들은 단순한 서비스를 넘어 플랫폼으로 위치지우고자 하였다. 전자는 폐쇄된 체계로 그들만이 네트워크와 정보를 활용할 수 있었다는 것이다. 이에 반해 뉴 소셜들은 처음부터 응용프로그램 인터페이스(API: Application Protocol Interface)를 공개하여 서드파티 개발자들을 유입하여 수많은 파생 사이트와 응용프로그램을 생성시켰다. 페이스북은 2007년 API를 공개하여 지금까지 6만여개의 어플리케이션을 개발하였다. 뿐만 아니라 2008년에는 자사의 이용자 정보를 제휴 사이트가 공유할 수 있도록 페이스북 커넥트(Facebook Connect)를 공개하여 플랫폼으로서의 위치를 더욱 더 공고히 하고 있다. 2010년 4월에는 오픈 그래프(Open Graph)를 발표함으로써 웹의 소셜화, 개인화, 시맨틱화를 위해 나아가고 있다(디지엑코, 2010).

2. 소셜의 융합적 의미

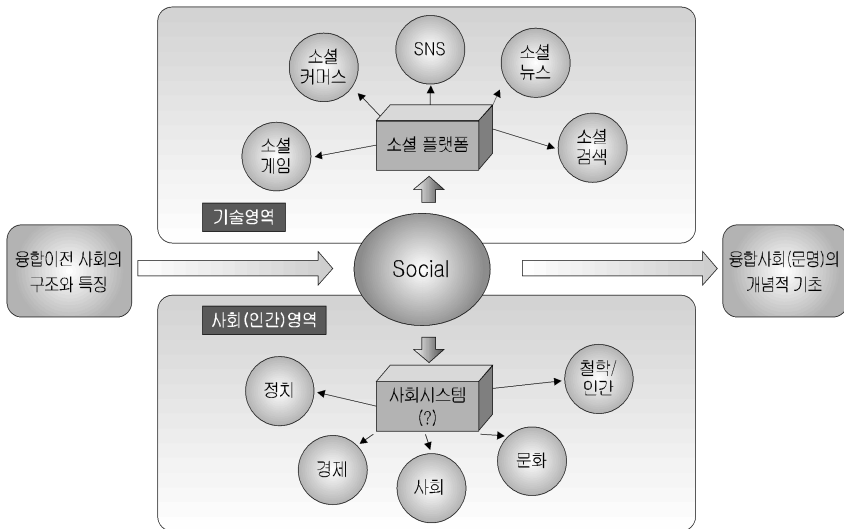
소셜컴퓨팅은 컴퓨터 시스템을 통해 다양한 종류의 사회적 행위를 지원함으로써 사회적 모임과 맥락을 창조하거나 재창조하는 기술을 말한다. 블로그, 이메일, 인스턴트 메시징, 소셜네트워크 서비스 등이 여기에 포함된다(한상기, 2007). 또 다른 측면에서 소셜컴퓨팅은 퍼블리싱기술을 이용해 창출된 사회적 상호작용을 통해 주장이나 의견을 쉽게 전파하도록 고안한 서비스를 의미하며, 블로그, 위키, 페이스북, 마이크로블로그 등이 여기에 포함된다(설진아, 2009).

하지만 보다 광의로 보았을 때 소셜컴퓨팅은 Web 2.0의 넉네임이라 할 수 있다. 다시 말해, 단순히 컴퓨터의 메모리와 파워에 의해 이용자가 원하는 정보를 찾아주는 것이 Web 1.0이었다면, Web 2.0은 컴퓨터와 사람의 힘을 결합하여 제3의 역량을 만들어 주는 것이다. 이러한 차원에서 소셜컴퓨팅이란 ‘일단의 그룹에 의해 이루어지는 컴퓨팅작업의 지원 및 협력적 필터링’으로 정의될 수 있으며, 여기에는 온라인

옥션, 시장 예측, 평판 시스템, 태깅, 그리고 검증게임, 위키, 소셜북마킹 등이 모두 포함된다(한상기, 2007).

소셜에 대한 지금까지의 논의들은 [그림 2-3]의 상단에서 보듯이 주로 소셜네트 워크서비스로부터 시작하여 다양한 소셜서비스들을 중심으로 이루어졌다. 그러던 것이 최근 소셜서비스의 확산에 따라 소셜이 사회시스템 전반에 어떠한 영향을 미칠 것인지로 관심이 이동하고 있다. 정치, 경제, 사회, 문화, 철학 등 제반 영역에 걸쳐 새로운 플랫폼으로 등장하는 ‘뉴 소셜’이 우리 사회에 어떠한 변화를 일으키고 있는 지가 학제적 관심 분야가 되고 있다. 이하에서는 본 연구의 세부 연구과제에서 발견된 내용들을 바탕으로 소셜에 대한 학제적 연구의 주요 결과들을 정리해 보고자 한다.

[그림 2-3] 소셜의 의미에 대한 관심의 변동



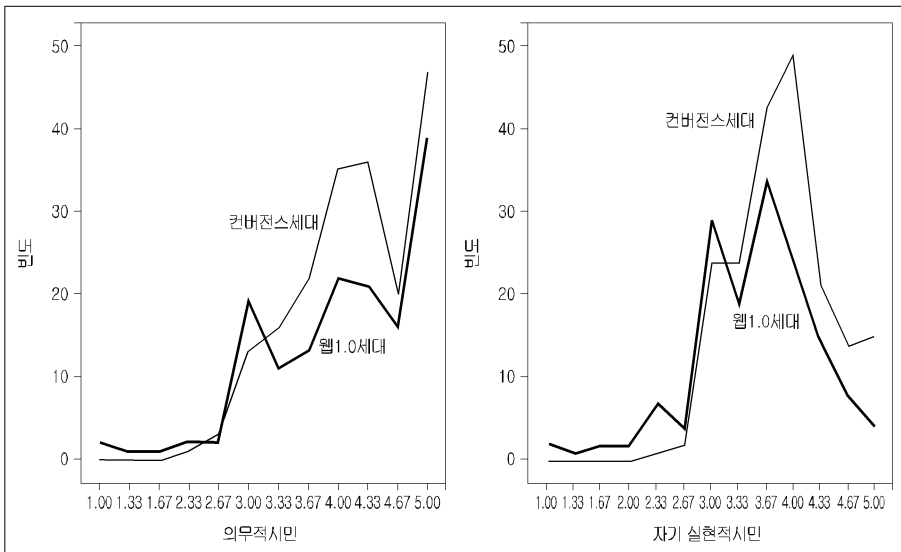
가. 소셜시대의 정치양태²⁾

디지털 컨버전스 환경에서 개인의 정치적 양태가 어떻게 달라지는지는 매우 중요

2) 이하의 내용은 윤성이 외(2010)의 내용 중 일부를 발췌·정리한 것임

한 이슈이다. 디지털 컨버전스 환경에 강하게 노출된 시민들은 기존의 권위와 정치적 질서에 대한 의무보다 자기표현적 가치를 중요하게 여기며, 기존의 권위에 도전하는 행위를 강조한다. 달톤(Dalton 2008)의 연구에 의하면 전자를 ‘의무적 시민성’, 후자를 ‘자기실현적 시민성’으로 구분할 수 있다. 의무적 시민과 강한 관계를 형성하는 요소는 ‘투표하기’, ‘세금내기’와 같은 시민의 의무에 관련된 정치참여이다. 이에 반해 자기실현적 시민성과 강한 관계를 형성하는 요소는 ‘자원봉사에 참여하기’, ‘다른 사람을 돕기’와 같은 자기 표현적 가치를 중시한다.

[그림 2-4] 컨버전스 세대와 웹1.0세대의 시민성 차이



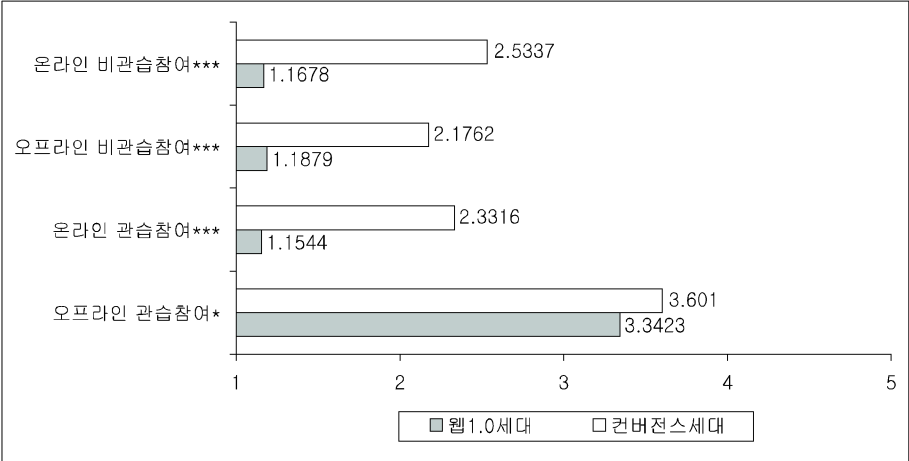
국내의 정치참여자들을 컨버전스 세대와 웹1.0세대로 구분하여 상기한 두 가지 시민성을 측정한 결과,³⁾ 두 집단 모두 자기실현적 시민성 보다 의무적 시민성이 높

3) 컨버전스 세대와 웹 1.0세대의 구분은 최근 1개월간 뉴스댓글, 카페/블로그, 페이스북 북 등을 사용한 경험의 여부에 따라 구분하였으며, 전자는 193명, 후자는 149명으로 구성됨

왔다. 미국과는 달리 한국에서는 여전히 투표와 같이 제한된 참여를 바탕으로, 시민의 의무와 책임을 중요시하는 시민유형이 우세하다는 것을 의미한다. 하지만, 의무적 시민성과 자기실현적 시민성을 각각 독립적으로 구분하여 분석한 결과, 의무적 시민성에는 웹1.0세대와 컨버전스 세대 간 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 이에 반해 자기실현적 시민성의 경우, 이 두 집단 간의 평균 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다($t=-4.679$, $df=271$, $p<0.05$, [그림 2-4] 참조). 웹1.0세대의 자기실현적 시민성은 평균 3.51점으로 나타났고, 컨버전스 세대는 평균 3.86점으로 나타났다. 이것으로 판단할 때, 컨버전스 세대가 웹1.0세대보다 자기실현적 시민성이 더욱 높은 것으로 보인다. 트위터, 마이스페이스와 같은 소셜네트워크 미디어에의 참여를 통해 자긍심(self-worth), 매력감 혹은 효능감을 얻는다는 것이다.

[그림 2-5]는 컨버전스 세대와 웹1.0세대 간에 4가지 참여유형의 정도를 비교한 것이다. 여기서 관습적 참여는 정당이나 선거활동 등 공식적 정치행위를 의미하고 비관습적 참여는 토론이나 시위 등 비제도적 정치행위를 의미한다. 분석결과 4가지 참여유형 모두에 있어 컨버전스 세대의 참여수준이 더 높게 나타났다. 컨버전스 세

[그림 2-5] 컨버전스 세대와 웹1.0세대의 참여유형별 평균비교

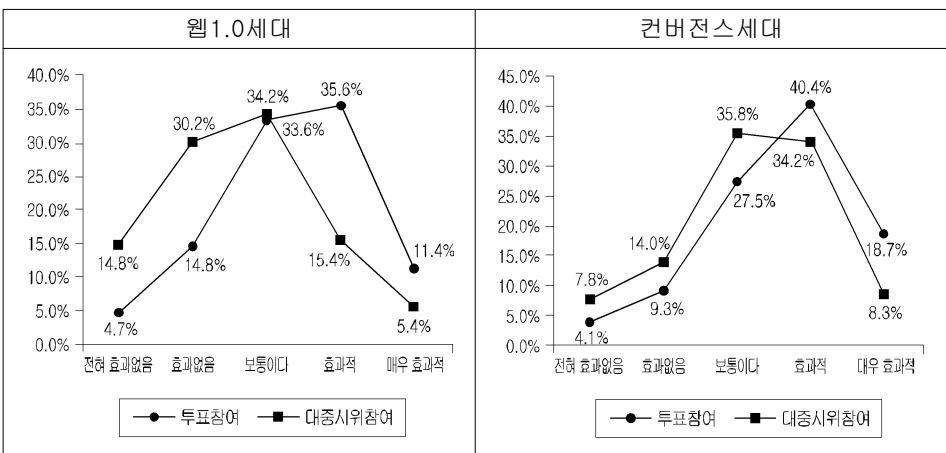


* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

대는 온라인은 물론 오프라인 비관습참여에서 훨씬 높은 참여도를 보였으며, 다만 오프라인 관습참여에서는 상대적으로 유사한 수준을 보인다. 다시 말해, 오프라인 관습참여를 포함한 모든 정치행위에서 디지털 컨버전스 서비스의 활용이 이용자의 정치행위를 촉진한다는 해석이 가능하다. 특히, 온라인 정치행위와 비관습적 참여에서는 그 정도가 크다고 하겠다.

정치참여에 대한 효능감의 조사에서도 유사한 결과가 나타났다. [그림 2-6]에서 보듯이 관습적 정치참여인 ‘투표참여’의 효능감에 대해서는 컨버전스 세대와 웹1.0세대 모두 높은 효능감을 보였다. 그 중에서도 웹1.0세대보다 컨버전스 세대가 ‘투표에 참여’하는 행위의 효능감을 더 높이 인식하였다. ‘투표참여’가 효과적이라고 응답한 웹1.0세대는 47%인 반면 컨버전스 세대는 59.1%를 차지했다. 반면, 온라인 정치행위인 대중시위참여에 대해서는 두 집단간 큰 차이를 보였다. 컨버전스 세대 중 약 42.5%가 ‘대중시위 참여’가 효능감이 있었다고 평가한 반면, 웹1.0세대는 그 비중이 20.8%에 불과하였다.

[그림 2-6] 컨버전스 세대와 웹1.0세대의 오프라인 참여효능감



결국 컨버전스 세대의 가장 큰 특성은 상대적으로 정치행위를 자기실현적 행위로

보면서, 오프라인 뿐만 아니라 온라인 정치참여에 대해서도 높은 참여율을 보인다는 점이다. 또한 오프라인에서도 투표와 같은 관습적 정치참여 뿐만 아니라 토론이나 시위와 같은 비관습적 정치참여에 대해서도 효능감이 크다는 특징을 보인다.

나. 컨버전스 세대의 소비행태⁴⁾

컨버전스 세대의 경제적 특징을 개략적으로 정리해 보면 컨버전스 세대는 융복합 기기와 서비스를 통하여 정보를 탐색하고 정보를 활발하게 공유하며 협력을 통하여 문제를 해결하고자 노력한다. 콘텐츠의 생성 및 확산을 통해 희열을 느끼며 온라인을 초월하여 오프라인 환경 하에서도 적극적인 경제활동 능력을 발휘하는 세대이다. 또한 경험을 중시하며 경험을 기반으로 소비패턴을 보이며, 경제적이고 효율적인 소비활동을 위해 노력한다. 점차적으로 생산과 소비의 경계가 무너지며, 생산자와 소비자의 역할을 동시에 하려 한다. 즉 진정한 프로슈머의 역할을 지향하며, 애플 앱스토어나 안드로이드 마켓에 적극적으로 자신의 개발품을 게시하여 소비를 기대한다.

종래의 시장을 보는 개념이 아니라 디지털 시장은 창조적 활동이 가능한 장소로 인식하며, 소비자 개인의 가치를 매우 중요하게 생각한다. 매스마케팅 보다는 맞춤형 마케팅에 더욱 관심의 초점을 맞춘다. 개인의 역량에 따라 생산자로서의 역량을 갖추고, 일약 재벌의 꿈을 꾸며 기존의 기업이 오랜 기간 동안 노력을 기울여야 가능한 규모의 경제도 하루아침에 이를 수 있다는 희망을 가지고 있다. Proactive, Productible, Professional, Providing 등 신개념의 4P를 추구하는 세대라고 정의할 수 있을 것이다. 실증연구의 결과를 토대로 컨버전스 세대의 경제적 특성을 정리하면 글로벌 네트워크를 통한 커뮤니케이션 활동, 이슈에 대한 적극적 의견 개진, 프로슈머, 기기 종속적, 경험중시 구매행동, 정보공유의 적극성 등과 같다.

첫째, 글로벌 네트워크를 통한 커뮤니케이션 활동을 통해 경제활동에 필요한 정보를 수집한다는 점이다. 미래 경제활동 특성중 커뮤니케이션 측면에서 컨버전스

4) 이하의 내용은 김연정 외(2010)의 내용 중 일부를 발췌·정리한 것임

세대는 의사소통을 위한 매체로 기존의 유선 인터넷 기반을 뛰어 넘은 유무선 환경의 새로운 매체를 중심으로 전환하고 있다. 즉 글로벌네트워크 형성을 위한 도구로 전자우편이 주요 도구의 역할을 하던 시대에서 트위터나 페이스북 등의 SNS를 통해 시공을 초월한 의사소통 활동을 하고 있다. 실시간 상호작용을 통하여 시차나 지역적 한계를 극복하고 있는 것이다. 최근에는 기업의 CEO가 트위터를 이용하여 고객들의 의견을 실시간으로 청취하고 이를 경영에 반영함으로써 고객과의 신뢰를 쌓아가는 기업도 늘고 있다. 그러나 기업에 대한 근거 없는 소문이나 비방의 글을 배포하여 기업에 물적 손해를 끼치는 경우도 있다. 트위터를 통해 해외의 유명인 즉 연예인, 정치인, 음악가 등과 Follower로 등록하여 이들의 활동이나 어록 등을 실시간으로 접하기도 하며, 자신의 의견을 Follower들에게 전파하기도 한다. 컨버전스 세대는 이같이 글로벌 네트워크 환경에서 신속하고, 발 빠른 정보를 접할 수 있는 것에 자부심을 느끼기도 한다.

둘째, 경제적 이슈에 민감하며 자신의 의견을 적극 개진한다는 측면이다. 컨버전스 세대는 제품구입이나 서비스 이용과정에서 만족을 하거나 불만족스러운 경우에 자신의 의견을 적극적으로 개진하려한다. 불만사항에 대해 건의를 자주하고, 건의가 수용되었을 때 기쁨을 느끼는 특성을 보였다. 기업이나 조직의 경우 이 같은 고객들의 의견을 적극적으로 수렴하여 신제품 개발에 적용하거나 서비스의 품질을 높이기 위한 노력을 하고 있다. 사회적 이슈의 발생 시에는 적극적으로 자신의 의견을 피력하고, 자신과 다른 의견에 대하여 능동적으로 대응하는 모습을 보이기도 한다. 때로는 자신의 논리에 지나치게 빠져들어 타인의 의견을 무시하거나 감정적인 댓글 등으로 대응하는 경우도 발생한다. 최근에는 유명연예인들의 사생활을 파고들어 그들의 범법행위를 지적하는 긍정적인 측면도 있었으나 근거 없는 루머를 퍼뜨려 개인의 심적 불적 피해는 입히는 사례도 빈번하며, 심지어는 피해당사자가 자살을 하는 동기를 제공하기도 하였다.

셋째, 프로슈머로서 제품의 개발과 생산과정에 깊이 개입한다는 점이다. 컨버전스 시대의 소비자는 과거의 소극적이고, 피동적이었던 고객이 아닌 적극적으로 불만을

표시하고, 이를 제품에 반영해 보다 나은 제품을 개발해달라는 메시지를 끊임없이 요구하고 있는 것이다. 기업은 고객의 요구사항을 만족시켜주고, 결과적으로 제품이나 서비스의 경쟁력을 높이는 효과를 얻는다. 이처럼 고객이 기업의 제품생산이나 서비스 품질향상의 주역이 된 것이다. 따라서 컨버전스 세대는 소비자이면서 생산자의 역할을 감당하고 있다. 즉 소비자가 기업의 외부의 존재가 아닌 내부의 존재로 변모하고 있는 것이다. 또한 기업의 이벤트 공모나 신제품 혹은 서비스의 테스트 요원 모집 등의 행사에 적극적으로 참여하여 경제적으로 도움을 받기도 하며, 아울러 자신의 의견을 적극적으로 개진하기도 한다. 새로운 제품이 출시되었을 때 이를 적극적으로 수용하려하며, 혁신가적(*innovative adopter*) 행동이나 조기적응자(*early adopter*)로서의 역할에 충실한 것에 자부심을 느끼는 것도 컨버전스 세대의 특징이라 할 수 있다.

넷째, 디지털 기기에 대한 종속적 경향이 있다는 점이다. 컨버전스 세대는 기기에 지나치게 의존하는 경향도 보인다. 일상생활에서 디지털 매체를 이용하여 필요한 정보를 주로 얻고 있으며, 기기를 두고 외출한 경우 불안하거나 기기가 없으면 어떻게 하나 하는 생각을 자주 하였다. 최근 스마트폰의 보급이 확산되면서 지인과의 면대면 대화가 줄어드는 경향을 보인다는 의견이 많다. 기기에 의존하거나 기기사용에 집중하다보니 주변의 사람들과의 대화부족이나 오프라인 환경의 대면의 기회가 줄어드는 경향이 있다. 또한 보행 중에 기기사용에 집중하다 사고를 당하거나 위험한 상황에 처하는 경우도 있다. 컨버전스 기술이 발전함에 따라 전화번호부, 일정계획, 메모 등 개인의 생활정보가 모두 기기 속에 저장되어 편리하게 사용할 수 있는 반면 기기의 분실 시 개인정보가 타인에게 유출되어 범죄의 목적으로 사용되는 경우도 있다. 기기의 컨버전스 수준의 증가는 그 편리성의 증가와 더불어 역기능적 부작용도 발생하고 있다.

다섯째, 경험중시의 합리적 구매행동을 한다는 점이다. 컨버전스 세대의 구매 특징은 매우 신중하다고 볼 수 있는데 디지털 제품 즉 게임타이틀이나 음악, 소프트웨어 제품 구입 시에는 경험을 매우 중시하는 경향을 보였다. 즉 음악의 경우는 미리

듣기를 통하여 앨범을 선택하기도 하고, 온라인상에서 다운로드 파일을 구매할 경우에도 미리듣기 기능을 통하여 구매의사결정을 한다. 게임이나 소프트웨어의 경우는 평가판이나 베타버전을 통하여 충분히 사용을 경험한 이후에 구매를 하는 성향이 있다. 또한 친구나 지인이 최신 제품을 구입한 경우는 일정기간 사용을 경험해본 후에 해당 제품의 장단점을 파악하고 구매여부를 결정하는 경우도 있다. 다시 말하면 컨버전스 세대는 충동에 의한 구매나 브랜드에 종속되는 구매가 아니라 철저하게 제품이나 서비스의 품질에 초점을 맞춘 경제적인 구매 활동을 하고 있다.

여섯째, 집단지능의 창조자이면서 소비자로서 공유에 적극적이라는 점이다. 정보의 공유 측면에서도 컨버전스 세대는 좋은 정보를 상호 공유하는 것에 즐거움을 느끼며, 타인의 질문에 자신이 가진 정보를 적극적으로 공유하려 한다. 집단지능의 대표적인 매체로 Wikipedia를 들 수 있는데 이 같은 집단지능 활동에도 적극적인 경향을 보였다. 자신이 읽었던 좋은 서적, 감명 깊었던 영화, 자신이 좋아하는 음악 등에 대하여 소감을 밝히기를 즐겨하며, 독자 서평이나, 영화감상문 등을 온라인에 게재하며 조회 수가 많으면 기쁨을 느끼기도 한다. Cyworld나 페이스북 등의 SNS를 통하여 자신의 활동상황이나 UCC, 사진, 자신이 가진 전문적인 지식 등을 공유하는 일에 적극적이다. Youtube 등의 UCC사이트에는 지나치게 개인의 사생활을 공개하는 경우도 있어 사회적 문제가 되기도 하며, SNS에 사적 정보를 공개하여 범죄의 목표물이 되기도 하는 등의 문제점이 발생하고 있다.

다. 소셜네트워크와 사회관계의 형성⁵⁾

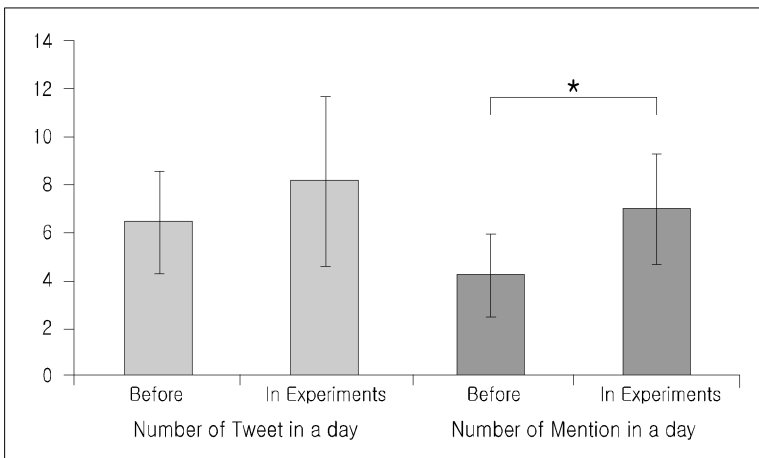
소셜네트워크를 통해 상호작용과 사회관계가 어떻게 형성되는지를 알아보기 위해 20명의 트위터 사용자를 대상으로 실험을 실시하였다. 실험의 목적을 위해 다음과 같은 조건을 통해 피험자를 선발하였다. 서비스를 시작한지 6개월이 지났고 순수하게 본인이 발생시킨 정보만 300건 이상이 되며, 추종자(Follower)로 등록한 다른 유저수가 100명이 넘는 사람들을 대상으로 하였다. 또한 피험자들은 실험 전에

5) 이하의 내용은 유승호 외(2010)의 내용 중 일부를 발췌·정리한 것임

서로를 모르며 Follow하지 않았던 사람들로 구성하였다. 피험자들은 7일간의 실험 기간 동안 세 그룹으로 나뉘어 실험 전까지는 개인적으로 알지 못했던 다른 그룹의 실험 참가자들을 팔로우 한다.

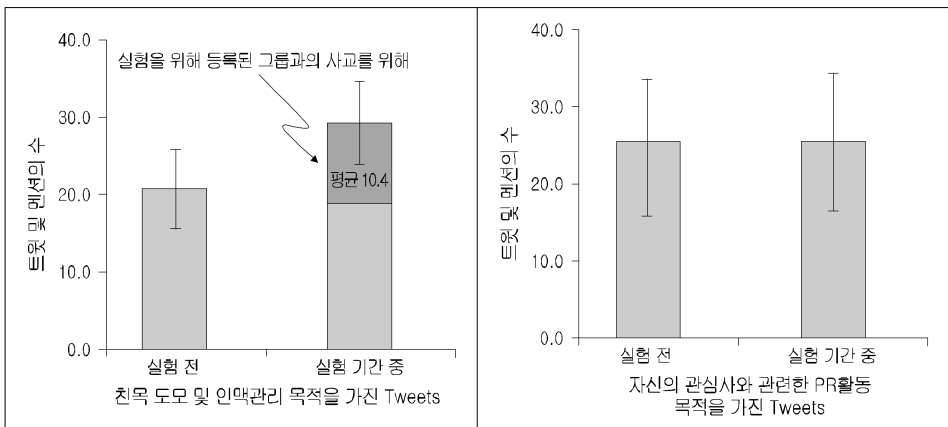
피 실험자는 실험 전 1주일 기준 하루 평균 6.45 ± 2.23 (편차는 표준 편차(s.d.)로 명시 함, 이하 동일)개의 피드를 생성 하였고, 실험기간에는 조금 더 증가하여 8.25 ± 3.61 개의 피드를 생성 한 것으로 드러났다. 그러나 차이가 통계적으로 유의미하지는 않았다(paired t-test, $p=0.32$). 그러나 좀 더 상대방과의 상호적인 관계를 맺기 위한 활동은 유의미한 차이를 보이는 것으로 드러났다. 상대방을 지정하며 언급하는 형식인 멘션(mention)은 상대방에게 자신의 메시지의 명시도를 높임으로써 어떤 글에 대답 혹은 반응을 보이거나 자신을 팔로우 하는 타인에게 누군가에 대해 언급 할 수 있는 형태의 행태이다. 본 실험에서 실험참가자들의 멘션은 4.25 ± 1.75 에서 7.05 ± 2.33 으로 유의미한 증가량을 보였다($p=0.047 < 0.05$, [그림 2-7] 참조). 또한 실험기간에 평균 42.36%의 멘션이 피실험자 그룹 간에 이루어 진 것으로 보아 본 실험의 포맷이 피험자간의 친사회적 활동을 조성 할 수 있었던 것으로 보인다.

[그림 2-7] 실험 전(대조)과 비교한 실험기간 동안의 트위터 사용 경향 변화



피실험자들이 생성한 트윗은 사용자의 목적에 따라 다섯가지로 구분될 수 있다. i) 친사회적 인맥관리 및 유지를 위한 목적, ii) 자신의 관심사와 관련한 PR활동, iii) 정보수집과 관리를 위한 채널, iv) 도움이나 조언을 구하기 위함, 그리고 마지막으로 v) 감정적 스트레스 해소이다. 이중 보다 사교적 목적을 위한 트윗인 첫 번째 유형의 트윗만 비교해 보았다. 실험 전 1주일 동안 피험자의 친사회적 인맥관리 목적을 가진 트윗 및 멘션의 수는 평균 20.85개였으나 실험 기간 중에 29.45개로 증가하였으며 그 중 평균 10.40개가 실험을 위해 서로 등록한 그룹과 관련된 트윗 혹은 멘션이었다(그림 2-8). 두 번째로 피실험자의 정보 및관심사를 전달하여 정보력 있는 유저로 스스로를 PR하고자 하는 목적을 가진 경우의 트윗과 멘션 수를 비교하였다. 이 경우 멘션은 자신이 알고 있는 정보를 상대방에게 전달하기 위해 쓰이며, 맞춤형으로 정보를 전달하는 목적 뿐 아니라 자신을 좀 더 친사회적으로 보이게 하려는 욕구 또한 반영 될 수 있다. 이러한 목적을 가진 트윗 및 멘션의 수는 평균 16.80개였으나 실험 기간 중에 27.35개로 증가하였으며 그 중 평균 12.55개가 실험을 위해 서로 등록한 그룹에 멘션하는 것으로 정보를 전달한 경우였다. 하지만 그 외의 유형에서는 실험기간동안 이러한 분류의 트윗의 수가 25.84 ± 8.65 개로 실험

[그림 2-8] 실험군과 대조군의 트위터 횟수 변화: 친목도모 목적 vs. 기타

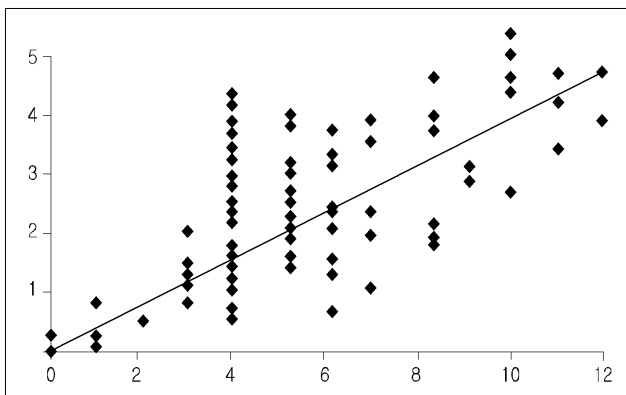


전 일주일 동안 작성된 26.42 ± 9.73 개와 비교하여 오히려 적게 나왔다. 도움이나 조언 그리고 감정적 스트레스 해소를 위한 트윗도 변화의 정도가 작았다. 이러한 조사 결과는 실험환경이지만 트위터 이용자들이 의도적으로 사회적 관계형성을 위한 행위를 한다는 결론을 말해준다.

피실험자들은 자신이 생각하는 친사회적인 평가에 부합한 평가를 얻고자 자신들의 트위터 이용방식에 유의미한 변화를 보여주었다. 이러한 메시지 생성자의 노력이 실제로 수신자 입장에서 상대방을 더욱 친사회적인 사람이라 판단하는데 영향을 주는지, 영향을 준다면 각 행동의 변화가 얼마나 영향력이 있는지 알아보았다.

타인이 판단한 친사회성의 정도는 3점 척도로 점수화 하였다. 한사람으로부터 1위로 채택이 되면 3점, 2위와 3위로 채택이 되면 2점, 4위와 5위에 채택이 되면 1점 채택이 되지 않으면 0점을 주었다. 이 점수와 피실험자의 하루의 트윗 및 멘션의 개수에 대한 상관관계를 구하였다. 하루 동안의 트윗 및 멘션의 개수 증가는 타인이 판단하는 친사회성의 순위와 0.23의 약한 상관관계가 있는 것으로 나타났다 ($R=0.23$, $P<0.05$). 멘션의 경우 대상을 지정하여 대화하기 때문에 대상에게만 특별하게 더욱 친사회적으로 느껴 질수 있다. 물론 그 둘을 모두 팔로우하고 있는 모든 참가

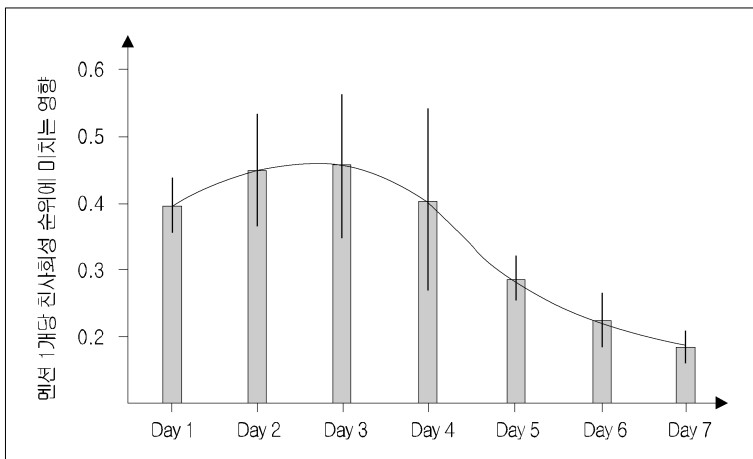
[그림 2-9] 친교, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수 변화와 친사회성과의 상관관계



자에게 노출이 되기는 하여 타인에게 아주 영향이 없다고 볼 수는 없다. 이를 구분하여 알아보기 위해 멘션의 개수와 그 멘션이 지칭하는 대상 피험자가 멘션을 생성한 사람의 친 사회정도를 판단한 정도만을 가지고 상관관계를 구해보았다. 하루 동안의 멘션의 개수 증가는 그 멘션을 받은 직접적인 대상이 멘션을 생성하는 사람의 친사회성의 순위를 판단하는데 상당히 높은 0.72의 강한 상관관계가 있는 것으로 나타났다($R=0.72$, $P<0.05$, [그림 2-9] 참조). 즉 피험자들은 타인에게 친사회적이라 인정받기위해 각 개인에게 멘션 기능을 써서 답을 하고 이러한 답을 많이 생성한 대상에 대해 멘션을 받은 사람 역시 그의 친사회성을 높게 평가하는 것으로 나타났다.

마지막으로 7일간의 멘션 생성량을 하루 단위로 나누어 하루에 하나의 멘션이 얼마나 영향력을 가지는지 7일 동안 그 영향력의 변화는 어떻게 변하는지 알아보았다. 이를 통해 멘션을 통한 친사회성 판단이 피실 험자들에게 얼마나 빠르게 결정되는가 알아보고자 한다. 멘션은 특정 대상을 지정하는 대화 방법이므로 그 대상의 판단만을 대상으로 하루별로 상관관계를 구하여 보았고 그 결과는 [그림 2-10]과 같다. 위의 분석과 마찬가지로 4일까지의 영향력에 비해 5일째부터는 어느 정도 안정적으로 대상을 친사회적이라 판단하게 되고 이전의 멘션에 비해 영향력은 적다. 즉

[그림 2-10] 생성된 멘션 1개가 친사회성 판단에 미치는 영향력의 변화



마이크로 블로깅을 통한 커뮤니케이션에도 ‘첫인상’과 효과가 나타나는데, 이는 멘션을 통해서 잘 형성되며 첫 4일 동안의 멘션을 통해 어느 정도 대상에 대한 인상이 결정됨을 보여준다. 나아가 친사회성 판단과 선호도가 결정이 되면 5일째 이후로부터 생성되는 멘션은 이러한 기존 결정에 상대적으로 큰 영향을 끼치지 않는 것으로 드러났다.

라. 소셜미디어의 커뮤니케이션적 특성⁶⁾

컨버전스 매체는 기존의 매체들과 비교해 다음과 같은 특징들을 갖고 있다. 첫째, 보이지 않는 관중 혹은 청중이 존재함으로써 커뮤니케이션의 목적과 내용을 규정하기가 어렵다는 것이다. 다시 말해, 한 사람이 컨버전스 매체에서 어떠한 행위를 연출할 때 모든 관중들이 같이 존재하고 있지 않는다. 둘째, 소멸된 상황으로서 공간, 사회, 그리고 시간적인 경계가 부재하기 때문에 구체적인 사회적인 맥락을 유지하기가 매우 어렵다. 마지막으로 공적 공간과 사적 공간의 구별이 무의미 해지고 있다. 맥락에 대한 통제가 어렵기 때문에, 공적 공간과 사적 공간이 무의미한 이분법이며 새로운 방향으로 나타나고 있다. 이러한 이유들로 인해 페이스북이나 트위터와 같은 소셜미디어에서는 새로운 커뮤니케이션 양식이 중요해지고 있다.

1) 정체성과 연결성에 대한 욕구

먼대면 커뮤니케이션에서 사람들은 다른 사람들과의 상호작용을 하면서 자신의 인상을 관리한다. 인상관리를 위해 사람들은 노골적으로 혹은 암묵적으로 자신들이 발산하는 신호들을 상황의 변화에 적응하여 변경·수정한다. 하지만 인상이 존재하지 않는 컨버전스 매체에서는 육체에 내재하고 있는 정체성과 다른 사람들이 관찰할 수 있는 정보들이 의미가 없다. 매개된 상황에 존재하기 위해서는, 사람들은 자신들의 정체성을 글을 통해 설정할 수밖에 없다. 디지털 정체성을 만드는 것은 비교적 간단할 수 있다. 그러나 매개되지 않은 상황에서의 자신의 인상을 관리하는 작업은 매우 다르고 복잡하다. 제니 선덴(Sunden, 2003:3)은 온라인 상황에 존재하기 위

6) 이하의 내용은 이호규 외(2010)의 내용 중 일부를 발췌·정리한 것임

해 사람들은, 마치 누에가 실을 자아내듯이, 자신들의 정체성을 “글을 통해 끊임없이 만들어 간다(type oneself into being)”고 설파하였다. 이것은 소셜미디어에서도 마찬가지이다.

사람들은 자신들의 정체성을 설정하기 전에 우선 그들 자신들을 상상을 하면서 사람들에게 자신들이 어떻게 비추어졌으면 하는 이미지를 상정한다. 이 후, 자신들이 상정한 이미지를 제대로 표현할 수 있는 틀을 디자인한다. 또한 자신의 페이스 북을 디자인 할 때, 어떤 사진을 이용하여 장식을 하고 어떠한 글을 써 나를 나타낼 지에 대한 많은 고민들을 한다. 자신의 프로필을 디자인 할 때 사람들은 자신과 비슷한 연령의 사람들을 자신들의 준거 집단으로 상정하고 있다. 자신의 페이스 북을 방문한 사람들의 반응과 자신들이 누구와 연결되어 있는가도 정체성 형성에 커다란 역할을 한다는 것이다. 결국 컨버전스 매체의 구조적 특성으로 인해 구체적인 상황이 소멸되었음에도 불구하고 사람들이 자신들의 정체성을 형성하는 행위가 진공 속에서 이루어지지 않는다는 중요한 상황 요인은 바로 사람들의 상상의 세계이다. 어떠한 아이템으로 자신을 연출할 것인지는 공간, 사회 상황, 그리고 주변 사람들이다. 그런데, 매개된 커뮤니케이션 상황에서는 테크놀로지의 특성이 커다란 역할을 한다. 사람들은 자신들이 상상하는 잠재적 집단과 바람직한 집단 그리고 다양하게 관계를 맺는 집단들의 반응들과 협상하면서 자신들의 정체성을 연출하고 있다.

소셜 미디어는 사람들이 자신들의 정체성과 자신들의 삶에 의미를 부여할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 사람들은 선천적으로 자신들이 살고 있는 주변 세계를 이해하고자 한다. 즉, 자신들과 주변 환경이 어떠한 관계가 있는지를 파악하고자 한다. 이러한 측면에서 의미 부여는 사람들이 자신들의 경험을 생각하고, 해석하고, 다른 사람들과 커뮤니케이션하면서 자신들의 경험에 의미를 부여하고자 한다. 사람들은 이야기를 통해서 자신들의 삶과 경험에 의미를 부여한다. 소셜미디어 이용자들은 자신들이 다른 사람들과 관계를 형성하는 상황을 더 이상 가상의 세계로 보고 있지 않다. 사람들에게 소셜미디어는 하루 종일 친밀한 관계를 유지 할 수 공동체(full-time intimate communities)역할을 한다. 공동체 역할이라 함은 단지 도구로서

의 기능을 의미하는 것이 아니라 사람들이 그 속에서 살고 있음을 의미한다. 이렇듯 페이스북 북은 기존의 인터넷에서 관찰되었던 정보와 의견을 공유하는 공동체의 모습도 있지만, 사람들이 자신들이 이미 알고 있는 사람들 혹은 자신의 가치관과 유사한 사람들과 같이 삶을 영위하고 있음을 알게 한다. 기존의 현실 세계와는 전혀 다른 가상의 세계가 아니라 현실의 일부로서 사람들에게 다가서고 있다. 컨버전스 매체를 통해 사람들은 그들이 원하는 사람들과의 항상 접속된(always-on)의식을 갖게 된다.

2) 의례적 커뮤니케이션과 과정의 중시

소셜미디어에서의 커뮤니케이션을 의례적인 커뮤니케이션(Phatic communication)의 성격을 띤다. 시간과 공간이 분리된 상태의 물리적인 맥락이 없는 상태에서는 사람들은 자신들의 인상을 다른 사람들에게 어떻게 인식시키는가가 중요한 요소임을 이야기했다. 페이스북이나 트위터를 통해 나타난 커뮤니케이션을 보면 합리적인 이성애 근거한 이야기 보다는 자신들의 감정을 표출하는 신변 잡기의 이야기들이 주가 됨을 알 수 있다. 이러한 맥락에서 사람들은 감정에 근거한 커뮤니케이션, 즉 안녕하세요?, 오늘 아침 기분은 어떨지요? 등의 의례적인 커뮤니케이션을 한다. 이를 통해 사람들은 현재 직면하고 있는 상황의 공통 요소를 추출·공유하고자 노력한다. 페이스북 같은 서비스는 대화 형식의 커뮤니케이션을 하기 위해서라기 보다는 연결을 통해 접속을 유지하기 싫어서이다. 특정 주제에 대한 의미가 있는 대화를 위한 글을 올리기 보다는 의례적인 교환이 주가 되고 있다. 의례적인 커뮤니케이션은 내재되어 있는 의미가 아니라 그 자체가 바로 사회적인 기능을 한다. 결과적으로 의례 커뮤니케이션 문화에서는 내용이 중요하지 않고 누구와 접속하는가가 중요하다. 따라서 다른 사람들과 실질적인 내용의 메시지를 교환하기 보다는 다른 사람들과의 연결성의 욕구를 충족하기 위해서이다.

페이스북에서의 커뮤니케이션은 바로 최종 합의안, 즉 최종 결과물을 목적으로 하지 않는다. 페이스북 상의 커뮤니케이션은 ‘과정의 커뮤니케이션’이다. 자신들의 의견을 글, 그림, 소리를 이용하여 표현하는 과정을 중요하게 생각한다. 따라서 페이

스북에 대해 “누가 개인의 메시지를 수용하는가?”, 즉 “청중은 어디에 있는가?”라는 질문은 합당하지가 않다. 이러한 질문들은 선형성의 1대다의 커뮤니케이션 양식에 적합한 질문이다. 페이스북을 통해 나타나는 이용자들 간의 커뮤니케이션은 일종의 가상의 변증법이다. 궁극적인 진실을 추구하기 위한 플라톤 식의 변증법과는 달리, 사람들이 서로 의견을 교환할 수 있는 가능성을 제공하고 있고, 그러한 가능성을 실현하기 위해서는 표현의 합리성이 수반되어야 한다. 페이스북에서 이루어지는 가상의 변증법적 커뮤니케이션은 플라톤, 헤겔, 그리고 맑스의 변증법과는 다른 모습이다. 끝이 없음이 그 특징이다. 어떠한 완성된 합의를 이끌어 내는 것이 아니라 계속적으로 진행되면서 커뮤니케이션에 참여 하는 사람들은 어떠한 주제에 대한 합의를 원하는 것 보다는 다른 사람들의 견해를 단지 알기 위함이고, 자신과 다른 의견이 존재함을 알고자 한다. 산업사회의 특징인 거시적 차원에서의 변증법이 아니라 현재 디지털 사회에서는 미시적인 차원에서의 변증법으로서 최종의 결론을 원하는 것이 아니라 ‘진행형의 변증법적인 커뮤니케이션’이다.

제3 절 스마트와 소셜의 융합문명적 의미와 영향

1. 멀티플랫폼 시대의 도래

멀티 플랫폼 환경에서 미디어 이용자들은 다양한 미디어를 조합하여 사용하게 되는데 이를 미디어 매트릭스(media matrix)라고 한다. 미디어 매트릭스는 메이로위츠가 제시한 개념으로 ‘공존하는 미디어들의 상호 연결된 네트워크’를 의미한다. 미디어 매트릭스는 신규 미디어가 올드 미디어를 대체하지 않고 서로 공존하면서 연결되어 있다는 개념으로 이해될 수 있다(이찬구 외, 2009). 이재현(2006)에 따르면 이용자는 복수의 미디어로 구성되는 개인별 미디어 매트릭스를 가지고 있으며, 미디어 매트릭스를 구성하는 미디어들을 동시에, 또는 시차를 두고 넘나들며 이용한다. 즉 미디어 소비자가 여러 미디어 플랫폼을 넘나들면서 동시적으로, 비동시적으로

관여하는 독특한 이용 행위가 나타나는데 이를 멀티플랫폼이라 한다(이재현, 2006).

멀티플랫폼 환경에서 가장 특징적인 점은 다중 미디어 매트릭스의 비중이 증가한다는 점이다. 일반폰 집단에서는 50.0%에 불과한 이원 및 삼원 매트릭스의 비중이 스마트폰에서는 64.3%로 14.3% 정도 높게 나타난 것이다(황주성 외, 2010). 스마트폰 이용자 집단에서 다중 미디어 매트릭스의 비중이 크다는 사실은 향후 스마트폰의 보급이 확산됨에 따라 전반적으로 다중 미디어 이용자가 늘어날 것임을 시사한다. 모바일, PC, TV 등 한 종류의 미디어에 의존하는 이용자보다 2개 이상의 미디어를 중심적 미디어로 이용하는 집단이 크다는 사실은 향후 스마트TV의 등장과 함께 보다 가속화될 것이다. 이러한 트렌드는 나아가 다중 미디어 이용의 대상이 되는 2개 혹은 3개의 미디어 플랫폼 간의 멀티플랫폼, 즉 2개 또는 3개의 미디어를 동시적 혹은 비동시적으로 이용함에 따라 그들 간의 서비스나 콘텐츠 연동에 대한 수요 또한 증대할 것임을 시사한다.

이미 스마트폰과 PC, 스마트폰과 TV 간에는 서비스와 콘텐츠, 또는 데이터의 연동에 관한 수요가 현실화되고 있다. 스마트폰에 내장된 전화번호부나 일정, 그리고 음악과 동영상을 PC에 복사하고 두 디바이스 간 동기화(synchronization)를 가능하게 해주는 서비스는 이미 등장하였다. 나아가 서비스 업체가 클라우드 컴퓨팅 기술을 이용하여 이용자 단말기의 각종 자료를 실시간 백업하고 이를 토대로 분실, 삭제, 오작동 등에 대응하는 서비스⁷⁾도 제공하고 있다. 다시 말해, 멀티플랫폼 시대가 본격적으로 열리고 있는 것이다. PC로부터 시작한 디지털화와 인터넷화는 스마트폰을 통해 모바일 영역으로 확대되고 그 다음으로는 스마트TV를 통해 안방으로까지 확대될 것으로 예상된다. 선진국에서는 애플이나 구글, 그리고 가전회사 및 통신회사를 중심으로 이미 N-스크린 전략이 가시화되고 있다(김윤화, 2010). 정부 정책 차원에서 이러한 멀티플랫폼 시대에 대응하기 위해서는 무엇보다도 그러한 변화에 지속

7) 애플의 모바일미(Mobile-Me)가 여기에 해당됨

적이고 면밀한 분석과 함께, 그것을 촉진하기 위한 규제를 정비해야 할 것이다. 특히 플랫폼 간 콘텐츠의 끊김 없는 이용을 위한 환경조성이 가장 필수적인 요건이 될 것이다.

2. 인간과 컴퓨터의 융합

최근 IT업계를 뒤덮고 있는 웹2.0은 사실은 기계가 대신하기에는 어렵고 비효율적인 일을 인간이 대신해 주는 데서 시작하였다고 할 수 있다. 사진에 태깅을 하고, 위키에 글을 올리고, 아마존에서 책에 대한 추천서를 달고, 심지어는 나의 위치정보를 제공하는 것조차 사실은 거대한 기계 세상에 인간의 선호를 입히는 일이다. 때로는 개인적인 목적에서 때로는 개인과 개인간, 혹은 집단과 집단간의 관계에서 이루어지는 이러한 현상들을 우리는 소셜컴퓨팅이라 부른다. 웹2.0은 기계의 인터넷에 대한 인간의 대응이 일궈낸 산물, 다시 말해 현 단계에서 합의된 잠정적 타협물이라 말 할 수 있다.

소셜컴퓨팅을 대표하는 사이트들은 공급자에 의한 일방적 배포보다는 개인적 경험의 융합되었을 때 정보확산의 효과가 훨씬 커짐을 보여준다. 정보를 받는 사람의 입장에서나 나와 관계있는 사람들이 유통시킨 정보, 내가 관심을 가지고 있는 정보, 내가 관련되어 있는 집단들의 정보 등이 그만큼 나에게 유의미할 가능성이 크기 때문이다. 사람들은 알파벳의 일치여부만으로 자료를 찾아주는 단순검색이 갖는 한계를 무수히 겪어왔다. 동음이의어나 사전적 의미의 차이까지 판별하였다는 결과를 봐도 엉뚱한 대답이 한 둘이 아니다. 이런 상황에서 지식iN에 들어가 “서울 근처에서 코스모스 구경할 수 있는 곳”을 입력했을 때 떠오르는 답에서 느끼는 감동이란 뭐라 표현하기 힘들다. 같은 사람이 같은 마음을 먹고 찾은 답, 혹은 자신의 경험을 토대로 남에게 추천하는 답이어서인지 훨씬 의미있게 다가온다.

태깅도 검색의 또 다른 묘미를 보여준다. 태깅은 이용자가 자신의 기준으로 글이나 이미지 등에 키워드를 넣는 것이다. 가을 저녁의 노을을 찍은 사진이라면 가을, 노을 등도 들어갈 수 있지만 배경에 따라, 해변, 석양, 구름, 수평선 등 전혀 다른 나

만의 키워드도 들어갈 수 있다. 때로는 가족, 친구 등 등장인물에 대한 태기도 가능하다. 태기의 강점은 다양성을 포함하는데 있지만, 그것이 스스로에게도 자료의 정리를 위해 상시적으로 필요한 일이라는 점이 또다른 강점이다. 굳이 남을 위해서 해야 하는 일이라기 보다, 자기 스스로를 위해서 하는 일이자 이용자 전체에게 도움이 되기 때문에 별도의 보상이 필요한 것도 아니다.

소셜컴퓨팅이 기존의 웹이 지녔던 한계를 뛰어넘은 것은 사실이지만 그것 자체가 완벽하다는 것은 아니다. 소셜컴퓨팅이 갖는 가장 큰 문제점은 정보의 신뢰성 및 책임성과 같은 정보의 질적 수준을 유지하는 것이다. 정보의 신뢰성 문제는 무엇보다도 제공자의 주의를 높여야 할 일이지만, 스팸성 정보와 랭킹을 올리기 위한 인위적인 조작을 막는 일도 중요하다. 정보의 내용이 일반적인 것과 전문적인 내용이 섞여 있는 것이나, 체계적인 분류와 체계를 갖추지 못한 점도 질적 차원에서 고쳐나가야 할 과제이다. 두 번째는 사용자의 지속적인 참여를 확보하는 일이다. 지속적으로 우수한 데이터를 생산하고 유통하는 사용자들을 어떻게 동기부여할 것인가가 핵심 이슈이다. 개인의 참여를 확보하는 바탕위에 금전, 명예, 개인적 가치, 교류, 재미 등 다양한 방안이 모색되고 플랫폼에 구현되어야 할 것이다. 물론 여기에는 소셜컴퓨팅의 핵심요소라 할 수 있는 공유, 그룹, 평판, 관계, 대화 등의 동학에 대한 이해도 깊고 고려되어야 할 것이다. 소셜컴퓨팅은 웹2.0을 웹2.0답게 만드는 핵심 요소이다. 그것이 적용되는 분야도 지식, 서치, 쇼핑, 뉴스, 책, 맵 등 전 분야로 확산되고 있다. 하지만, 소셜컴퓨팅은 신기술이 아니다. 기술을 사람에 접목시킨 기술이며, 사람간의 관계를 정보화하는 기술이다. 웹2.0이 이론 타협이 얼마나 유지될 수 있을지는 모를 일이다. 결국 미래의 인터넷 발전방향도 사람으로부터 얼마나 가까운 동시에 또 얼마나 차별적인 기술을 만드느냐가 관건이 될 것이다.

3. ‘스마트 & 소셜’이 지향하는 융합문명의 속성

융합은 모이고(수렴), 섞이고(혼합), 바뀌고(변형), 나뉘고(분화), 거듭나거나(재구성), 새로운 것으로 창발하는 현상으로 정의된다(황주성, 2009). 이러한 복잡다단한

과정들을 포괄하는 융합사회는 일단 하나의 거대한 복잡계(super complexity system)로 규정할 수 있다. 그런데 초대형 복잡계로서의 융합사회는 종전에는 논의로 했던 인간과 사물 간의 융합까지를 포함함으로써 인간중심적 사회에서 배제되거나 객체화되었던 사물에 새로운 정의, 역할, 기능 및 의미가 부활하는 새로운 경지가 열리고 있다. 특히 종전에는 주체와 객체로 엄연히 구분되었던 인간과 여타 생명체, 혹은 인간과 사물과의 비대칭성이 와해됨으로써 인간중심주의(anthropo-centrism)에 기초한 사유체계의 일대 변혁이 초래되며, 여기에 시간관/공간관의 변화까지 가세해 세상 모든 것들이 서로 어울리고 섞일 수 있는 “만유융합(萬有融合)의 원리(principle of universal convergence)”가 실현되는 새로운 세계관이 융기할 것으로 예상된다. 그런데 개방성, 유동성, 혼종성 등을 강화하는 융합은 혼란이나 불확실성을 가중시키게 되는 바, 이러한 초과 혼돈의 시대에 새로운 사회질서를 추구하는 과정에서 통상적 복잡계의 경우와는 질적 성격을 달리하는 ‘융합계(convergence system)’가 창발할 것으로 전망된다. 디지털 기술의 등장을 기점으로 융합이 기술영역, 미디어영역, 사회영역, 문화영역, 의식영역 등으로 파급되어가는 융합사회는 복잡계적 성격을 강화하면서 지속적으로 재편되는데, 복잡도가 더 이상 감내할 수 없는 분기점에 달하게 되면 그것은 ‘초(超)복잡계’라는 새로운 단계로 도약하게 된다. 따라서 융합문명은 단순한 복잡계적 성격을 넘어선 초복잡계적 성격을 지향한다고 말할 수 있다. 따라서 통상적 복잡계와는 변별되는 초복잡계의 특성은 초개방성, 다중성, 탈선형성, 공생산성으로 특징지을 수 있다.

가. 초개방성(Hyper-Openness)

초개방체계는 체계 안에 공존하는 하위체계들 간의 교류는 물론이요, 체계와 환경 간에 상호 교류를 저해하는 어떠한 경계도 상정하지 아니한다. 즉, 기존의 개방체계론이 체계와 환경 간의 경계를 통한 인적, 물적, 정보적 교환이나 교류를 중시해 왔다면, 초개방체계는 어떠한 형태의 경계나 영역 설정도 인정치 않은 무경계성, 무한정성을 전제로 한다.

초개방적 체계로서의 융합계는 “요소중심적 연결망” 개념을 실타래(thread ball) 혹은 근경(rhizome) 이미지에 근거한 “관계중심적 연결망” 개념으로 전치한다. 따라서 융합계에서는 요소들 간의 관계구조보다 그들 간의 연결이나 연합, 즉 요소들 간의 ‘동맹(alliance)’이 보다 중요시된다(Latour, 1997). 또 융합계에서는 기존의 개방체계가 고수하던 체계와 환경 간의 개념적 경계마저 함몰되어, 전후/좌우/고저/내외/안팎 모든 방향으로의 출입이 허용되는 원융회통(圓融回通)의 세계가 도래할 것으로 예견된다.

나. 다중성(Multiplicity)

융합계는 다양한 구성요소들의 복합적 상호작용을 통해 새로운 현상이나 질서가 중첩적으로 포개진 다중적 세계를 구성한다. 즉 세상은 하나가 아니라 복수의 세계가 층층이 겹쳐져 있는 다중적 형태를 지니고 있음을 의미한다. 이러한 다중적 세계관은 실제 현실과 꿈 속의 현실, 나아가 꿈속의 꿈 속의 꿈 속의 현실까지 병존하는 다중적 세계를 주제로 한 최근 영화 <인셉션>에서 잘 엿볼 수 있다. 또 비소(As)기반 박테리아에 관한 미국항공우주국의 최근 발표에 의한 새로운 생명권의 발견으로부터도 다중적 현실세계의 면모를 확인할 수 있다.

다중적 세계에서는 부분과 부분, 부분과 전체가 연계해 서로를 변화시키며 세계를 재창조하며 그런 과정을 통해 또 다른 새로운 세계가 창발하게 되는데, 미셸 칼롱과 존 로는 우주개발이라는 거대과학 프로젝트에 관한 행위자연결망 사례분석을 통해 광역 네트워크 안에 국지적 네트워크가 중첩적으로 존재한다는 사실을 밝힌 바 있다(Callon and et. al., 1988). 이처럼 탈경계적 상호작용을 통한 재창조가 부단히 이루어지는 융합계는 서로 상즉상입(相即相入)하여 중층적 성격을 강화하게 된다(윤종갑, 2008).

다. 탈(脫)선형성(a-Linearity)

특정 활동이 하나이상의 결과를 만들어내며 그들의 부분들의 합 이상을 넘어서는 결과를 창출할 때 해당 체계가 비선형적 성격을 지니고 있다고 말한다. 대신, 기묘

한 끌개와 같이 주어진 분기점 밖에서는 어느 방향으로 경로가 잡힐지 예측하기 어려운 궤적을 나타내는 체계를 우리는 비선형적 복잡계로 규정한다(Capra, 1996).

초·분·시침이 정밀한 톱니바퀴로 연결되어 어김없이 돌아가는 시계를 전형으로 하는 기계론적 세계관에서는 비례원리에 입각한 선형적 진단이나 해법이 통용될 수 있다. 그러나 자연세계든 인간세계든 어느 것을 막론하고 날로 복잡성을 더해가는 오늘날의 현실은 점차 선형적 과정으로 추론할 수 없는 비선형성을 견지하고 있다는 것이 복잡계 이론가들의 공통된 지적이다.

그러나 세상은 바야흐로 직선형태의 선형적(linear) 단순계 및 곡선형태의 비선형적(non-linear) 복잡계를 넘어서서 함수적 해법이 불가능한 단절, 도약, 분지, 합류, 역전 등을 포함한 비곡선적 탈(脫)선형성(a-linearity)을 현시하는데, 우리는 고난도 함수풀이조차 불가능한 탈선형적 경향을 쏘림·엮임·튀김 등이 횡횡하는 다중(多衆, multitude)의 과민적 행태에서 여실히 식별할 수 있다(Hardt and Negri, 2004).

라. 공(共)생산성(Co-Production)

‘자동생산성(autopoiesis)’이란 움베르토 마투라나와 프란시스코 바렐라가 “생명순환의 원리를 기본으로 하는 생물시스템의 자기지시적 조직화 과정”에 대한 연구과정에서 창안해 낸 개념이다.

살아있다는 것은 무엇인가? 그들이 생물 시스템과 무생물 시스템을 구분할 수 있다는 기준으로 제시하는 자동생산성의 실체는 무엇인가? 유기체론적 생물학자들이 생물학적 형태의 본성에 대한 탐구에 골몰하고 사이버네틱스 연구가들이 정신의 본질을 이해하고자 노력할 1960년 대 말에 마투라나는 두 가지 난제를 단번에 풀 수 있는 열쇠가 “생명의 조직(organization of living)”에 대한 이해에 달려있다고 확신하고 신경계의 순환조직이 모든 생물 시스템의 기본임을 강조하였다. 1970년부터 바렐라와 공동연구에 착수한 마투라나는 신경조직에 관한 자신의 새로운 사고를 ‘자동생산성’라고 이름 짓고, 후속 저작들을 통해 그 개념을 적극 개진하였다(Maturana and Varela, 1980).

연이어 그들은 자동생산성에 관한 자신들의 입장을 ‘조직’과 ‘구조’의 차이점을

중심으로 상론하는데, 생물 시스템의 구조가 물리적 구성요소들 간의 실질적 관계를 뜻하는 것이라면, 조직이란 그것이 특정 집단에 속하는 것으로 특징짓는 구성요소들 간의 관계성을 의미한다고 말한다. 따라서 관계들의 추상적 기술인 조직은 그 구성요소와는 근본적으로 무관하다는 것이다. 이렇듯, 그들은 관심사가 구조가 아니라 조직임을 명시하면서 자동생산성이 모든 생명체의 공통적 속성임을 역설하였는데(Maturana, 1988), 이러한 자동생산성 논리를 사물의 세계로 연장시키면 우리는 만유소통의 단계를 넘어 만유협력 및 만유공감이 실현되어 서로가 서로를 재구성하는 데 기여하는 공생산적 존재로서의 융합적 체계를 상정할 수 있다(Bjiker, 1993).

제 3 장 디지털 컨버전스 기초연구

제 1 절 철학 · 인문 영역

1. 디지털 문화산업의 융합기술에 대한 철학적 성찰

가. 연구목적과 구성

영화 <아바타> 등으로 촉발된 3D 영상 산업, 애플사의 아이폰으로 상징되는 스마트 폰과 증강 현실 콘텐츠 산업, 그리고 멀티미디어로서의 전자책 등 최근 인간 문화 세계 속에서 전개되고 있는 디지털 융합 기술의 발전은 디지털 문화산업의 새로운 가능성을 보여주고 있다. 그러나 이는 단순히 새로운 상품 시장을 연 것을 넘어 인간의 경험과 인식의 조건을 바꾸어 갈 정도로 커다란 영향을 미치고 있다.

이러한 문화산업의 발전은 단순히 산업적인 측면만이 아니라, 그러한 산업의 변동을 통해 문화 자체의 변동을 초래한다는 점에서 주목할 만하다. 예컨대, 의사소통 양식이 변화한다는 것은 기존의 의사소통 양식을 기반으로 한 문화가 불가피하게 변동해야 한다는 것을 함축하기 때문이다. 더욱이 최근의 융합 기술의 발전 방향이 우리가 지각하는 현실을 재구성하는 것을 겨냥한다는 점은 매우 심층적인 문화 변동을 초래할 가능성이 높다.

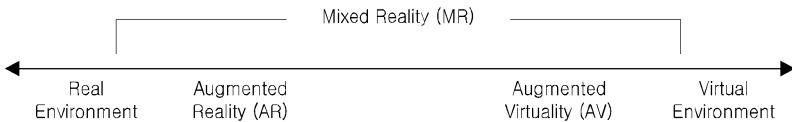
따라서 우리가 현실을 재구성하는 새로운 기술들을 철학적으로 성찰해 볼 필요성이 있다. 문화는 인간 정체성에 직·간접적 영향을 미치는 토대이기 때문에 기술 발전이 초래하는 문화 변동을 성찰하는 것은 결국 인간의 미래를 가늠하는 것이기 때문이다. 이와 더불어 문화 산업의 미래에 대해서도 시사점을 줄 수 있을 것이다. 문화 산업의 미래는 문화 산업계 자체의 일방적 방향 설정으로 결정되는 것이 아니라, 문화 변동과의 상관성 속에서 비로소 가늠할 수 있는 것이기 때문이다.

나. 주요 연구결과

1) 혼합현실이란 무엇인가

혼합현실이란 무엇인가? 컴퓨터로 산출한 가상 물체들이나 환경을 실제 환경과 혼합하는 체계를 뜻한다. 아즈마(Azuma)에 의하면 증강 현실은 가상현실의 한 변주로서, 가상현실처럼 사용자를 가상의 환경에 완전히 몰입시켜서, 주변의 현실을 볼 수 없게 만든 것이 아니라, 오히려 사용자가 현실 세계를 보면서, 동시에 가상의 물체들이 현실에 덧붙여진 것을 뜻한다. 그러므로 증강 현실은 가상현실처럼 현실을 완전히 대체하는 것이 아니라 현실을 가상으로 보충 한다.

[그림 3-1] 가상 연속체의 간단한 표현



혼합현실은 가상현실의 부분 집합이며, 혹은 가상현실의 변주이다. 그렇다면 가상현실이란 무엇인가? ‘현실보다 더 현실 같은’이라는 모토 아래서, 말 그대로 현실보다 더 현실 같은 가상현실을 만들어 내는 것이다. 즉, 인간이 현실 환경 속에서 받아들이는 지각과 표상을 가상으로 만들어서 제공하고, 그것을 실제 현실보다 더 현실처럼 느끼게 만드는 것이다. 하지만 그동안의 가상현실은 사용자에게 충분한 현존감을 주지 못 했다. 다시 말해서, 현실보다 더 현실 같은 가상현실을 제시한 것이 아니라, 여전히 환상으로 지각되는 말 그대로 가상현실만을 제시했다.

그러나 혼합현실은 현실 환경을 이용하고, 오히려 현실 환경 위에 가상 물체를 덧붙임으로써, 가상현실과는 달리 매우 자연스럽게 촉감과 운동 자극, 그리고 맥락적 요소들을 제공할 수 있게 되었다. 사용자는 이미 현실 속에 있기 때문에, 혼합현실은 사용자의 촉감과 운동 감각, 그리고 맥락적 요소를 전부 제공할 필요가 없이, 오히려 시각 정보만으로도 이런 요소들을 충족시킬 수 있기 때문이다. 사용자는 이제

더 이상 가만히 앉아서 수동적으로 시현되는 정보를 받아들이는 존재가 아니라, 능동적으로 혼합현실 세계를 탐험하면서 활동하는 존재가 되었다.

2) 디지털 문화 산업의 기초로서의 디지털 텍스트

디지털 기술의 발전에 따라 확장된 텍스트 개념은 존재하는 모든 것을 텍스트(지식과 정보의 전달장치)화한다. 이러한 판텍스트화(Pan-textualization)야말로 디지털 기술을 통해 우리가 지각하는 현실을 재구성하는 것을 가능케 하는 토대이다. 특히 유비쿼터 상황에서 증강현실(혼합현실)의 기술적 구현은 이러한 현상을 가속화시킨다. 존재하는 모든 것이 정보를 저장, 매개, 전달할 수 있는 통로가 되는 것이다. 한편으로 이는 인간의 의미론적 가능성을 극적으로 구현해낸 것이기도 하지만 다른 편으로는 존재하는 모든 자연물에 ‘인간적인 의미’를 부여해 내는 고대 신화적 세계관의 기술적 실현일 수 있다.

모든 것이 텍스트가 될 수 있다는 사실은(정보의 생산 및 수용 기관으로서) 자연적 인간의 지각과 감각이 디지털 기술을 매개로 확장되었다는 것을 의미한다. 또한 모든 존재자의 본질적 범주가 유동하고 있다는 것을 의미한다. 어떤 것이든, 인간이 자연적인 감각을 통해 지각하는 것 그대로는 아니다. 이러한 지각의 디지털화는 이념적으로는 존재하는 모든 것을 가상현실화 하려고 한다. 그러나 현재 그러한 이념은 좌절된 것처럼 보인다. 감각을 디지털화함으로써 이른바 ‘몰입’을 통해 현실과 가상 사이의 경계를 무너뜨리려는 기획이 좌절된 것으로 보이기 때문이다. 자신을 둘러싼 상황 속에 존재한다는 현실적인 느낌, 즉 ‘현존감’이 디지털화한 지각만으로는 만족되지 않기 때문이다. 이러한 한계를 극복하고자 시도된 기술적 시도가 바로 혼합현실이다.

혼합현실은 사실상 디지털화한 존재와 텍스트들을 통해 재구성된 현실이다. 이로써 그동안 ‘가상’에 대해 ‘현실’이 가지고 있던 인식론적, 존재론적 우선성은 소거된다. 예컨대 우리의 지각장 안에 펼쳐진 현실의 물리적 실재는 빛과 전기적 신호로 재 번역된 디지털 텍스트들일뿐이다. 특히 모든 것을 네트워크화 시키는 오늘날의 상황에서는 원칙적으로 모든 것이 디지털 텍스트로 번역 가능하다. 즉 총체적인 디

지텔화가 가능할 것처럼 보인다. 그 경우 남는 것은 무엇이 인간 삶의 현실에 인과적 영향력을 행사하는가에 대한 불확실한 판단이다.

활자 텍스트를 이해하기 위해서는 시작과 끝이 분명한 일종의 논리적 구성을 이해하고 따라야 하며, 텍스트를 이해하는 과정은 곧 사유하는 양식에도 영향을 미친다. 근대적 사유의 특징이 논리적이고 선형적인 것은 바로 이런 탓이다. 따라서 만약 디지털 텍스트가 활자 텍스트와 근본적으로 다른 구조를 가진 것이라면, 그리고 새로운 문화가 디지털 텍스트에 의존한다면, 문화의 합리성 표준도 달라질 것이다.

〈표 3-1〉 선형적 합리성과 입체적 합리성

구분 특성	선형적 합리성 linear rationality	입체적 합리성 solid rationality
시기	근대적pre-digital	탈근대적digital
체계	요소-기계론적 체계	modularity에 기초한 holistic 체계
모델 특성: 매개 변수와 복잡성의 증가양상	일차함수적/선형적	상관차원적(지수함수적)/비선형적, 복잡계적
반응양식	단일 목적에 대한 기능간 정합적 효율성/선형적 균형성 강조	다중 목적에 따른 다중적 효율성/파동적, 간섭적, 되먹임적 구조, 공명성 등 강조
형이상학적 특성	가상과 현실의 선명한 구분/단일 현실	가상과 현실의 구분 희박/다중 현실
개별 agent 특성	현실지향적/선형적 가치체계에 따른 행동양식(집단적 가치체계)	체험지향적/다중적 가치체계에 따른 행동양식(agent 개별적 가치체계)
메타 agent 특성	mass, 경직된 피드백	다중적으로 분화된 herd, 매개변수에 민감한 피드백
체계 특성	선형적 도식에 따른 예측가능성	창발성 증가/공진화
체계변동 속도	1차함수적	지수적

통합적 지각이 가능한 디지털 텍스트는 인간의 자연스러운 상황에 좀 더 가까이 다가가지만, 한 편으로는 근대적 세계의 특징인(전통적인 의미의) 합리성을 붕괴시킨다. 오늘날 디지털 공간에 구현되는 하이퍼텍스트는 단순히 문자만이 아니다. 그

것은 영상일 수도 있고, 소리일 수도 있으며, 혼합현실에서 등장하는 건물이나 자동차일 수도 있다. 이런 점에서 과거에 선형적으로 단순화 하던 시대와는 다른 고도의 복잡성을 반영하는 것이 오늘날 디지털 문화에서 요구되는 합리성이라고 말할 수 있을 것이다. 이러한 합리성 개념의 변화는 문화적 행동 양식의 변화를 수반한다.

고도로 복잡해진 디지털 네트워크 사회는 자연적 생태계에 비유할 수 있다. 근대의 선형적 합리성이 생태계를 단선적으로 환원함으로써 많은 문제들을 양산했듯이, 실제로 복잡한 우리의 현실을 관찰의 편의성을 위해 단순하게 환원하는 것은 오히려 문제가 되는 대상의 본질적 성격을 외면하게 만드는 것인지도 모른다. 자연적 생태계가 상호작용의 망으로 특정 분야에서의 미시적인 변화가 체계 전체에 영향을 미칠 수 있듯이 디지털 네트워크 사회 역시 시스템 구성요소들인 개인들의 미시적인 변화가 사회적 트렌드를 결정해 버릴 수도 있다.

디지털 생태계는 시스템의 하부를 이루는 개별 에이전트(agent), 즉 개인과 그런 개인들이 무리를 이루는 집단으로서 메타 에이전트들의 변화 양상을 거의 실시간적으로 반영할 가능성이 높다. 즉, 각각의 에이전트들이 시스템의 노드로서 고유의 경로를 가지는 한, 그들의 행위 경향을 결정짓는 다양한 매개변수들에 따라 시스템 자체의 유동성도 높아지고, 시스템의 균형을 맞추기 위한 피드백 역시 신속하고 민감해질 것이다. 결과적으로 디지털 컨버전스 사회는 개인과 집단, 혹은 더 큰 시스템 사이의 관계가 마치 자연적인 생태계가 그렇듯이 공진화할 가능성이 높다.

3) 혼합현실과 미디어의 결합을 통해서 본 인간 문화의 정체성

디지털 미디어와 인간문화의 관계는 일방적인 과정으로 이해될 수 없는데 이는 양자의 관계가 기술과 문화의 디지털 컨버전스의 한 형태이기 때문이다. 디지털 컨버전스는 이중의 하이브리드가 아니다. 따라서 단순한 둘의 병립 혹은 다른 하나로 종속은 가능하지 않다. 디지털 컨버전스의 관점에서 디지털 미디어와 인간 문화의 관계는 이 둘의 유사성 속에서 해명될 수 있다. 현재 디지털 미디어와 인간 문화는 매우 자연스러운 관계를 맺고 있으며, 이것들 간의 자연스러운 관계가 가능한 것은 디지털 미디어와 인간 문화가 서로 낯설지 않기 때문이다. 이 양자 간의 낯설지

않음은 그것들의 구조적 유사성에서 기인된다.

디지털화된 미디어들 간의 융합은 모듈성(modularity)의 원리에 의해 이루어진다. 모듈성은 이렇게 수적으로 재현된, 다시 말해 디지털화된 미디어들의 관계성을 보여주는 원리이다. 디지털화된 미디어들 각각은 그 자체로 하나의 모듈들이다. 그 하나하나가 모듈인 디지털 미디어의 객체, 즉 디지털화된 미디어들 각각은 동일한 모듈 구조를 갖고 있기 때문에, 결국 디지털 미디어들은 동일한 원리에 따라 하나의 체계로 융합될 수 있다. 모듈성이 디지털 미디어들의 융합 원리인 것은 바로 이 때문이다. 이러한 의미에서 모듈성은 디지털 미디어가 보여주는 전체와 부분의 관계 원리이다.

인간의 문화도 다양한 문화적 형식들을 포함하고 있다. 이것들은 모두 문화라는 전체로 통일되어 존립한다. 이 형식들의 통일은 ‘파르스 프로 토토(pars pro toto)’라는 원리로 설명된다. 이 원리 하에서 부분은 전체의 원리를 내재하고 있기 때문에, 개개의 문화 형식들은 그 자체의 고유성과 상이성을 유지하면서도 전체로서의 문화로 통일된다. 이러한 의미에서 pars pro toto는 인간 문화가 보여주는 전체와 부분의 관계 원리이다.

디지털 미디어의 핵심은 소통이다. 디지털 미디어를 중심으로 펼쳐지는 소통은 과거의 미디어와는 달리 다면적이고 입체적인 성격을 갖는다. 소통 네트워크의 디지털화는 실재하는 것으로서의 현실과 같은 제약조건을 무력화함으로써 소통의 가능성을 확대시키며, 이러한 확대 속에서 소통은 다면적이고 입체적인 형태를 갖출 수 있게 된 것이다. 디지털 미디어를 통한 소통적 제약의 극단적 축소는 다른 한 편으로 소통의 한계를 극단적으로 확장시킨다. 그렇지만 바로 이 점에서 소통과 현실 간의 불화 가능성이 발생한다.

디지털화를 통해 확장되고 변경된 소통의 네트워크는 현실의 변경을 요구하며 촉발시킨다. 바로 여기서 증강현실 혹은 혼합현실은 디지털 미디어와 결합된다. 하지만 그간 혼합현실은 현실로서가 아닌 현실의 보조자로서 이해되어 왔다. 이러한 이해 속에서 혼합현실은 현실에 가상을 일부 덧씌우는 기술로 규정되어 왔으나 디지

텔 미디어와의 결합 속에서 드러나는 혼합현실의 본질을 만족스럽게 해명하지는 못한다. 현실은 정보의 체계로서 탈은폐(entbergen)된다. 현실을 정보의 체계로서 파악하고, 이를 텍스트로 전환한 가상의 정보를 다시 현실에 덧씌우는 것이 바로 이 기술이기 때문이다.

디지털 컨버전스는 존재하는 모든 것의 디지털적 환원이라는 형이상학을 구현하고 있다. 이 형이상학의 구현 속에서 그간 명확히 구분되었던 가상과 현실이 상호 침투함으로써, 가상과 현실 혹은 가상과 실재는 연속 관계에 놓이게 된다. 이제 이들 간의 경계성은 무의미해진다. 이러한 탈경계화는 ‘혼합현실’로 드러난다. 혼합현실을 정보처리기술로 간주하는 것은 이러한 전체 과정의 일부분을 혼합현실로 이해하는 것이다. 디지털 컨버전스를 통해 드러나는 본래적인 혼합현실은 가상과 현실의 경계를 지움으로써 현실의 영역을 확장시킨다.

디지털 컨버전스 하에서의 혼합현실이 가상과 현실의 수렴으로 이해할 때, 이 혼합현실은 인간 본연의 현실인 ‘살아있는 현실’로 이어질 수 있다. 본래 인간의 삶은 참여와 몰입을 통해 상상과 현실을 넘나드는 것이었다. 그러한 의미에서 인간의 현실은 혼합현실 그 자체였으며, 인간의 생생한 현실이라는 점에서 ‘살아 있는 현실(lived reality)’이었기 때문이다. 그러나 현재의 혼합현실에 대한 이해는 살아 있는 현실로의 귀향 가능성을 낮출 뿐만 아니라 영토성의 문제를 야기하기도 한다.

디지털 세계로서의 인터넷 공간에 진입하는 것은 웹 브라우저를 통해 이루어진다. 이러한 의미에서 웹 브라우저는 디지털 세계의 관문이다. 그러나 이 관문이 제한적이기 때문에 탈영토화된 공간으로 인식되었던 디지털 세계로의 진입이 사실 자유롭지 않다. 이러한 부자유함은 디지털 세계로서의 인터넷 공간을 여전히 현실의 모상으로 간주하는 이분법에 의거하기 때문이다. 다시 말해 인터넷 공간을 현실의 공간을 점유하는 방식으로 점유하려는 영토화 전략이 인터넷 공간으로의 진입을 제한하는 것이다. 이러한 이유에서 디지털 세계는 본래 영토적인 것이었다.

디지털 세계의 영토적 전략은 디지털 미디어와 혼합현실의 결합 속에서도 그대로 유지되고 있다. 웹 브라우저를 통해 디지털 세계로의 진입을 통제하는 방식이 영토

화라면, 디지털 미디어에서는 OS를 통해 유사한 통제가 이루어지고 있다는 점에서 재영토화라 부를 수 있다. 재영토화의 주된 문제점은 이러한 통제가 디지털 미디어를 통해 역전된 소통과 현실의 관계를 다시 역전시켜 소통의 네트워크를 제한한다는 점이다. 더욱이 변화된 소통의 네트워크가 수렴시킨 가상과 현실이 다시 분리됨으로써 행위자의 정체성 혼란이 지속되고, 이로써 행위자의 본질적 특성인 참여가 제한된다.

OS의 제한에 대한 반발이 일고 있다. 이 반발은 근본적으로 영토화 및 재영토화에 대한 반발이기 때문에 문화적 저항일 수밖에 없다. 따라서 이 저항을 단순한 영토 침해의 현상으로 치부할 것이 아니라 기술 진보의 메타 콘텍스트로 끌어들여야 하며, 이러한 의미에서 영토적 관점의 전환이 요구된다. 이 관점의 전환 속에서 행위자들은 내적 분리를 극복함으로써 말 그대로 행위 주체로서 존립하게 될 가능성도 열릴 수 있을 것이다.

다. 결론 및 정책적 시사점

기존의 현실 개념은 사유(가상)와 연장(현실)의 이분법적인 전제에 기초해 있다. 기존의 혼합 현실 개념 역시 여전히 근대의 이분법적 인식론과 형이상학의 관점에 구속되어 있기 때문에, 생생한 현실을 제대로 포착해내지 못하고 있다. 그러나 우리가 살아가는 현실은 기존의 형이상학적인 구도 내에서 현실로서 존재론적 지위를 갖던 혹은 가상으로서의 지위를 갖던 상관없이, 체험자의 삶 속에서 혼합되어 있다. 그리고 이런 혼합된 현실 속에서 체험자는 그의 행위와 참여를 통해 그 속에서 살아있는 현존감을 느낀다. 따라서 본 연구팀은 그에 대한 대안으로써 살아있는 현실이라는 개념을 제시한다. 현실성과 가상성이라는 근대적 구분이 ‘살아있는 현실’이라는 개념을 통해서 현존감에 대한 새로운 탐구를 가능하게 할 것이다.

살아있는 현실에서의 현존감이란 행위와 참여를 통해서 이루어지며, 그 행위와 참여는 서로 간의(사람과 사람, 사람과 사물, 몸과 마음, 주관과 객관) 상호작용이다. 결국, 이와 같은 인간의 다양한 상호작용이 현실에서의 현존감을 느끼게 해주는 원인이며, 더 나아가 현실을 생생하게 체험하게 하는 힘인 것이다.

본 연구를 통해 기대되는 정책적 시사점은 크게 두 가지로 추론해낼 수 있다. 우선 향후 연구 및 투자에 관한 방향과 목표 제시 면에 있어서 본 연구에서 주목하는 몇 가지 개념에 대한 지속적이고 꾸준한 관심이 요구된다. 즉, 혼합현실 기술 발전의 핵심 지표인 현존감에 대한 인문학적인 연구와 투자가 필요하다. 현존감은 순수하게 기술적 차원에서만, 혹은 인문학적 차원에서만 이해될 수 있는 개념이 아니므로 미래의 디지털 문화 산업의 향방을 가를 이 현존감 개념에 관한 다차원적 고찰이 우선적이다. 뿐만 아니라, 시각적 문자 중심의 선형적 합리성에 기반한 기존의 교육 체계를 뛰어넘어 디지털 시대에 주목받는 입체적 합리성을 반영할 수 있는 교육 과정 및 교육 정책이 요구된다. 이러한 교육적 시도는 미래의 세대들에서 보다 확장적이고 창발적 사고로 나아갈 수 있는 좋은 밑거름이 될 수 있을 것이다. 나아가, 미디어 기반의 혼합현실 어플리케이션 및 콘텐츠 개발을 촉진시키기 위한 인문 사회학적 연구에 대한 투자가 이루어진다면 점점 발전해가는 혼합현실 산업에서 더 큰 기대 이상의 효과를 창출할 수 있을 것이다.

두 번째로 기존의 정책적 보완 내지는 수정에 관한 측면에서의 시사점을 언급할 수 있다. 본 연구에서 지적한 바, 혼합현실 기술이 발전하기 위해서는 스마트 미디어를 통한 더 많은 참여와 행위가 이루어질 수 있도록 크게 두 가지의 정책적인 보완이 뒤따라야 할 것이다. 스마트 미디어는 더 이상 전화기가 아니라, 하나의 참여 매체이다. 따라서 디지털 미디어 산업에 주목해볼 때, 혼합현실이라는 기반 하에 이와 맞물려 변해가는 시대적 요구를 반영하기 위해서는 통신 요금 정책 수정에 대한 점진적 고려가 필요하다. 기존의 통신비 중심의 수익 모델로부터 탈피하여, 다양한 수익 구조를 창출할 수 있는 정책적 지원이 모색되어야 한다. 또한, 기기 중심으로 이루어지고 있는 현재 국내 스마트 미디어 산업은 기존의 OS 업체들에 예측적인 상태에 있다. 실제 일종의 독과점을 형성하고 있는 OS 업체들 간의 배타적인 정책은 스마트 미디어 산업의 성장을 저해하고 있으며, 사용자들 간의 자유로운 참여와 행위를 제약하고 있다. 이 점이 본 연구진에서 비관적으로 바라보고 있는 디지털 영토화의 결과로써 이 영토화야말로 여전히 근대의 이분법적 사고에 기초한 접근이다.

그러므로 영토화에 따른 이러한 독과점 문제를 해결하기 위해서 경쟁력 있고 다양하며 호환성이 뛰어난 OS 개발을 적극 지원해야 할 것이다.

2. 전자책의 출현과 문학적 패러다임의 변화

가. 연구목적과 구성

아마존의 전자책 전용단말기 ‘킨들’이 2009년 세계적인 성공을 거두면서 전자책에 대한 출판업계와 일반 독자의 관심이 크게 증폭되었다. 10년 전 전자책이 처음 출현하였을 때에도 각광을 받았다가 곧 사그라졌지만, 현재의 상황은 그때와 현저히 다르다. 디지털 매체에 익숙한 새로운 독자층이 전자책을 수용할 준비가 되었기 때문이다. 또한 최근에는 IT기능이 융합된 스마트폰이 엄청난 호응을 얻으며 시장에서 성공을 거두었고, 아이패드나 갤럭시탭 등 태블릿PC 역시 폭발적인 지지를 끌어내고 있다. 전자책 기능이 포함된 이러한 스마트 기기들이 일반화 되면 전자책 전용단말기로 인해 자극을 받았던 전자출판 산업분야에는 또 한 번 격변이 일어날 것으로 보인다. 그리고 전용단말기는 독자의 관심을 끈 지 얼마 안 되어 컨버전스 기기들과 다시 경쟁을 벌이게 되었다.

IT 분야에서는 이미 융합 미디어와 전자책에 대한 논의가 활발히 이루어져 왔다. 하지만 주로 산업적·경제적 측면에 치우쳤을 뿐, 전자책에 대한 근본적 이해는 충분하지 못했다. 존재하는 현상의 본질과 기능을 이해하고 문화적 파급에 대한 안목을 얻기 위해서는 보다 학술적이고 성찰적인 접근이 요구되는 것이다. 따라서 본 연구는 전자책이라는 디지털 매체가 갖는 문화적 영향력을 가늠하고, 새로운 ‘책’ 매체가 문학적 패러다임에 어떤 변화를 야기하였는지 검토하고자 한다. 그리고 연구의 결과로부터 정책에 반영할 수 있는 실질적인 제안을 제시하고자 한다.

나. 주요 연구결과

1) 책 문화의 변천과 근대의 문학적 패러다임 형성

문자는 선사시대와 역사시대를 가르는 기준으로, 문명 형성에 결정적인 기여를

했다. 상형문자로부터 추상적인 표음문자로 발전하는 과정은 인류가 추상과 체계화의 능력을 습득하는 과정이 되었으며 문자 발명 이후 나타난 선형적 의식과 논리성의 지배는 철학과 과학이 발전할 수 있는 토대를 마련했다. 파피루스에서부터 발전해 온 문자저장 매체는 각 시대마다 삶과 문화에 영향을 끼쳤다. 문자문화는 구술시대의 공동체 사회를 해체했으며, 식자층이 권력을 장악함으로써 계층분화를 야기했다. 초기 문명 세계의 독자들은 사제나 귀족 등 지배계층이었다. 그리스와 로마 시대에 활발했던 책 문화는 중세로 접어들면서 위축된다. 성직자들이 주요 독자에 국한되었고, 종교적 텍스트는 성스러움의 가치를 지녔기 때문이다. 중세 말기에 도시의 대학들이 발전하면서 책의 장소는 수도원 기도실로부터 대학 도서관으로 바뀌었다. 그리고 15세기에 등장한 인쇄술은 종교적으로나 세속적으로나 권위의 해체와 지식의 분배를 야기하여, 근대로의 발전을 촉진시켰다.

문학의 패러다임은 창작(production), 분배(distribution), 수용(reception), 이 세 요소의 관계위상으로 구성된다. 오늘날까지 유효한 문학적 패러다임은 18세기 서유럽지역에서 형성되었다. 계몽주의의 흐름 속에서 일반적인 독서문화가 발전하면서 작가, 독자, 유통(출판)의 세 영역 구도가 구축되었다. 오늘날 ‘독서’ 하면 떠올리게 되는 독서습관과 독서취향 등, 독서문화의 주요 요소들도 거의 이 시기에 형성된 것이다. 이후 책은 지식과 진리의 저장매체이자 전달매체였던 전통적 개념에 ‘오락’과 ‘상품’이라는 의미를 덧붙이며 오늘에 이르게 된다. 18세기 확립된 근대적 문학 패러다임은 본 연구에서 전자책의 출현이 문학장(場)에 끼친 영향을 탐구하는 변화 양상을 해명하기 위한 전거가 된다.

2) 책의 형태학과 의미론: 종이책, PC, 모바일 전자책

① 종이책과 전자매체의 기능적 특성

책의 형태는 인류의 삶에서 많은 변화를 거쳐 왔다. 이 변화는 편리성과 실용성을 추구하는 가운데 진행되었다. 변화의 유형 중에서 특히 종이책은 휴대하기 편리하고 보존기능이 뛰어나며 가독성도 높아서 오늘날까지 가장 많이 사용되는 기록매체이다. 20세기 중엽 컴퓨터라는 새로운 매체가 등장하면서 인간의 지식과 정보 활용

능력은 가히 혁명적인 변화를 보이게 되었다. 수많은 데이터의 저장이 가능해졌고 이를 통해 디지털 문자화가 가능해지면서, 컴퓨터는 종이책을 대체하기에 이르렀다.

PC용 전자책은 글 읽기만 가능한 것이 아니다. 음향, 음성, 동영상과 플래시 구현 등 멀티미디어 기능까지 갖추었다. 전자책 전용단말기는 PC전자책에 모바일성을 부여한 것으로서, 이것의 출현과 함께 본격적인 모바일 디지털 독서의 시대가 열렸다. 전용단말기는 전자잉크 분사 방식을 이용하여 가독성을 높임으로써 독서에 집중할 수 있게 한다. 그리고 전자책 기기로는 IT기능이 집약된 스마트폰과 태블릿PC가 있다. 이들은 컨버전스에 의한 장점이 많아서 사용 폭이 넓고 응용프로그램도 다양하다. 이 기기들은 기존의 종이책 독자의 독서방식에 접근하기 위해 노력하는 한편, 매체의 속성으로 인한 새로운 독서습관을 형성시키는 데 기여할 것으로 보인다.

② 종이책과 전자책의 역사적 관계

역사적으로 살펴보면, 책의 형태는 고대로부터 현재에 이르기까지 지속적으로 진화를 거듭해 왔음을 알 수 있다. 종이책에서 최근의 스마트 기기까지가 하나의 진화 과정이며, 진화의 핵심에는 ‘모바일성의 개선’이라는 목표가 존재해 왔다. 모바일성을 향한 책의 진화는 단순히 어떤 한 면에서 변해온 것이 아니라, 재질의 진화, 형태의 진화, 의미의 변화 등 몇 개의 층위를 동시에 가지고 있다.

모바일성을 향하여 책의 재질과 모양은 끊임없이 거친 것에서 부드럽고 세련된 것으로, 무거운 것에서 가벼운 것으로, 두꺼운 것에서 얇은 것으로, 견고한 것에서 유연한 것으로, 큰 것에서 작은 것으로, 고정된 것에서 이동 가능한 것으로 변천했다. 물론 이것을 가능케 한 것은 기술의 발전이다. 서판, 글씨판(Hornbook), 책, 그림, 사진, 영화 같은 정보 전달 매체에 있어 그 형태를 계승하도록 한 것은 그 형태가 모바일성을 부여하기에 가장 적합한 형태였기 때문이다. 이 모바일성은 마치 DNA처럼 우리 인류 문화에 기억되어 매체의 진화와 융합의 동력이 되었다. 이 DNA는 문자텍스트의 저장과 전달의 역사 속에서도 힘을 발휘했고, 영상의 저장 방식의 발전 속에도 적용되었으며, PC의 형태적 변천에서도 예외 없이 작동했고, 이 PC가 모바일 기기로 진화할 때도 여전히 유효한 원천적 힘이였다.

③ 책의 소구성과 독서취향, 그리고 전자책

책이 가진 실체의 의미는 재질에 의하지는 않는다. ‘책’은 모두 무엇인가 은유하는 말이다. 인간의 정신을 비롯한 인간의 모든 성과를 담아 보관하는, 인간의 정신과 문화를 담고 있는 그릇, 그 저장매체가 책이다. ‘책’이 갖는 은유는 그 재질과 형태가 갖는 의미를 뜻한다기보다는 책에 담긴 내용과 독자와의 관계 속에서 생긴 의미를 담고 있다. 중세 시대에 책은 신의 말씀이었고, 해설이었으며, 기도서였다. 따라서 책은 종교적 근원이었고 성스러운 그 자체였다. 그러던 것이 책이 인간의 지식과 취향을 위한 도구로 보급되기 시작하면서 책은 인간 지식을 담고 있는 지성 그 자체로 존중되며, 경외심과 관심이 혼합되어 책은 여전히 인간의 우상으로 남아 있다. 그리고 문자와 책을 고안해내어 생각을 담아 전달하기 시작한 이래, 책은 인간의 다양한 상황과 심리에 접하면서 독서습관과 독서취향을 형성시켰다.

이러한 책과 인간의 관계 속에서 발생한 책의 매력은 우리로 하여금 끊임없이 책에 다가가도록 하는 마력으로 작용한다. 책은 인간이 가장 선호하는 대상 중 하나가 되었고, 지속적인 구매력을 가진 상품이 되었다. 종이책과 전자책의 그 소구성을 비교해보면 PC에서 모바일 기기로 옮겨가는 데에는 그간의 종이책과 인간과의 관계가 개입되었음을 알 수 있다. 그리고 그 관계는 전자책의 지속적인 발전에 영향을 줄 것임에 틀림없다. 따라서 종이책의 특성을 수용하고 한계를 극복하려는 전자책에 또다시 여러 디지털 도구들과 새 기술들이 융합(컨버전스)될 것이 분명해 보인다.

3) 새로운 문학적 패러다임

① 새로운 작가와 독자의 창출, 출판유통의 변화

디지털텍스트는 글쓰기와 작가층에 변화를 가져왔다. 과거에 출간된 작품은 주로 등단작가에 의해서 창작되었으나 디지털환경에서는 평범한 사람들에 의해서도 쓰여진다. 전자책 출판의 용이함과 저렴함 때문에 다수의 작가들이 글을 씀으로써 작가의 수가 증가할 것으로 예상된다. 수년전부터 인터넷이나 블로그를 통해서 소설을 연재하는 사람들이 많아지고 있고, 다수의 사람들이 그것을 전자책으로 출간하

고자 하는 움직임이 보이고 있다. 전자책으로 인하여 사색할 수 있는 콘텐츠보다 감각적이거나 가벼운 콘텐츠가 선호되는 등 새로운 장르의 책이 출판될 것이며 문학 시장이 더 다양해질 것이다. 전자책에 적합한 새로운 장르가 나타날 것이며 글쓰기 스타일에도 변화가 야기되고 멀티미디어를 탑재한 콘텐츠가 만들어질 것이다. 전자책은 종이책과의 경쟁 관계에서 기존의 독서 시장을 나누는 것이 아니라 새로운 콘텐츠 개발을 통해 전자책 고유의 시장을 개척할 가능성이 크다. 그리고 디지털에 익숙한 사람들을 독자층으로 끌어 들일 수 있다. 종이책 독자층은 물론이고 모바일을 이용하는 이들을 전자책의 독자로 이끌어서 언제 어디서든지 시간과 장소에 구애받지 않고 독서를 할 수 있는 환경이 조성되어서 더 많은 사람들이 독서를 즐길 수 있는 가능성이 더 커지게 된다. 하지만 누구나 글을 쓸 수 있는 가능성이 주어짐으로써 너무 많은 글들이 전자책으로 출간되어서 문학의 질적 수준이 저하되는 부작용이 초래될 수도 있다는 문제점도 제기된다.

전자책은 출판유통 구조에도 많은 변화를 가져왔다. 종이책의 경우 출판사는 책을 기획하고 편집하고 제작해서 독자에게 전달해왔다. 하지만 전자책을 취급하는 회사는 기존의 종이책 출판사와는 다르다. 출판사는 제조업을 담당하는 매체사라는 개념보다 콘텐츠를 통해 다양한 문화상품을 제작하여 유통시키는 기획사이자 유통회사라는 개념에 더욱 가까워지고 있다. 또 전자 출판은 저자 1인 출판 시대를 열었다. 개인이 아이디어만 갖고 있다면 자신이 직접 전자책을 만들어서 출판사와 서점을 통하지 않고 독자에게 직접 전자책을 제공할 수 있게 된 것이다.

② 전자책 콘텐츠: 모바일 문학 사례 분석

복잡하고 다양한 일거리로 구성되어 있는 현대의 일상생활은 이동 중 자투리 시간을 만들어 내었고, 그 시간을 이용할 수 있는 이동성 여가거리가 모바일 기기와 더불어 다양한 형태로 등장하고 있다. 음악과 동영상은 이동 중 여가거리의 주류를 이루고 있으나, 점차 문자 콘텐츠 이용도 확대되고 있는데, 그 이유 중 하나가 문자는 유일하게 쌍방향 소통을 가능하게 하기 때문이다. 이러한 변화와 더불어 문학도 인터넷 기반의 인터랙티브 소통 시대를 거쳐, 이제는 이동성과 기동성의 결합이라

할 유비쿼터스 시대로 발전하고 있다. 이제는 지하철과 버스 속에서 전용단말기나 휴대폰 혹은 스마트폰을 이용해 전자책을 읽는 일은 보편화 되었다. 종이책이 대중화 되는 과정에서 추구된 이동성의 개선이 책을 종교와 학문 영역으로부터 사적 영역으로 끌어들이었다고 한다면, 융합 기술에 의한 모바일 기기는 여기저기에 널려 있는 공간을 서로 연결하여 더욱 좁고 밀착된 새 공간으로 변화시켜 독서공간을 더욱 사적이고 은밀한 감정의 보편적 소통 공간으로까지 만들었다.

1990년대의 PC통신 문학을 이어받아 1990년대 말 인터넷이 대중화되면서 청소년층으로부터 커다란 반향을 얻었던 인터넷 소설은 새 모바일 매체인 휴대폰의 등장과 대중화에 힘입어 2000년 이후 일본을 기점으로 휴대폰 소설로 계승되었다. 인터넷 소설과 최근의 휴대폰 소설은 소재와 주제, 서사적 구성에서만 볼 때에는 동일한 장르에 속한다. 그러나 이 둘의 근본적인 차이는 후자가 모바일 문학이라는 점이다. 모바일 기기는 개선된 이동성과 기동성을 기반으로 하기 때문에 모바일 기기의 대표주자인 휴대폰은 문학장에도 그 만큼 뛰어난 이동성과 기동성을 부여했다고 말할 수 있다. 그리하여 “읽으면서 작가에게 메일을 보내고 상담도 하고 자신의 이야기를 얘기”함으로써 소통의 계기가 열린 새로운 독서체험이 가능하게 된 것이다.

모바일 기기를 자신의 몸처럼 지니고 다니는 청소년층은 자연스럽게 모바일 소설의 독자층이 된다. 따라서 모바일 소설의 소재와 내용과 형태가 청소년의 관심에 초점이 맞추어지는 것은 당연한 일이다. 청소년의 어투에 은어 그리고 비어와 이모티콘 등을 사용하는 감성적 구어체 문학은 독자에게 복잡한 성찰의 기회를 강요하는 대신, 부담 없이 웃고 흥분하며 쉽게 읽을 수 있으면서 재미와 대리만족을 제공하는 스토리텔링을 만들어 낸다. 그래서 그 단말기인 모바일 기기가 장난감과 같듯이, 이러한 소설들을 읽는 것은 모바일 게임과 같은 즐기기 행위이다. 그나마 책을 읽지 않는다는 청소년들을 독서로 끌어들이 수 있는 수단이 생긴 것으로도 휴대폰 소설은 그 의미가 있다. 그러나 그들이 20대의 대학생이 되어서도 모바일 독서를 계속하도록 유도하는 노력이 있어야 하겠고, 그러기 위해서 휴대폰 등의 모바일 기기가 젊은이들의 엔터테인먼트 매체라는 사실에 주목하면서, 전통 문학의 문학성을 포기하

지 않는 등 휴대폰 소설을 전통적 ‘청소년 문학’의 범주로 끌어들이려는 노력이 있어야 하겠다.

③ 독서 양식의 변화

전자출판과 전자책은 창작과 수용, 출판과 유통 구조에 변화를 일으켰을 뿐 아니라 독자의 독서 행동 양식에도 새로운 특징을 부여하였다. 이는 디지털 컨버전스 시대 인간의 달라진 생활습성과도 맞물리는 것이다. 역사적으로 볼 때 책에 담긴 텍스트의 의미에 따라(종교 서적, 학문 서적, 문예 서적 등), 그리고 책의 모바일성에 따라(두루마리, 코덱스, 종이책 등) 독서의 공간이 결정되었다(폐쇄 공간, 개방 공간, 사적인 공간 등). 전자책 단말기나 모바일 융합기기에서 모바일성은 최대로 확장되어 독서공간의 ‘편재성’을 야기하였다. 더 나아가 정보통신 기능이 컨버전스된 융합 미디어는 ‘공간의 다중성’을 만들어냈다. 사용자는 매체를 통해 장소와 시간의 제약에서 벗어날 수 있으며 사이버 상의 여러 공간을 넘나들 수 있다. 그런 의미에서 융합 미디어는 초월적 공간들을 창출한다. 전자책이나 융합기기는 몰입적 독서를 강화하는 매체적 특성을 갖고 있지만, 독서 외의 다른 공간들을 넘나들이 수월하기 때문에 집중력을 분산시켜 독서를 방해하기도 한다.

스마트폰이나 태블릿PC 등 모바일 기기를 이용한 청소년들의 독서 행위는 종이책을 읽을 때와 달리, 커뮤니케이션 행위로서 새로운 의미를 갖는다. 그들이 선호하는 콘텐츠는 미학적 가치로 판단할 수 없는 통속적인 장르소설류이다. 또 자신들이 쓴 작품을 공유하기도 한다. 청소년들은 이러한 콘텐츠를 또래 집단의 커뮤니케이션을 위한 매개물로서 그 의미를 전환시켰다.

4) 전자책과 책의 미래 전망

전자책의 미래를 내다보면서 본 연구는 세 가지 포인트에 주목하였다. 첫 번째로, 아날로그와 디지털의 컨버전스가 계속 진행되리라는 전망이다. 디지털 매체인 전자책은 아날로그적 특성을 융합함으로써 이미 오랫동안 아날로그에 익숙한 독자들에게 효과적으로 어필할 수 있다. 디지털 화면에 나타난 책꽃이에서 책을 찾게 한다거나 종이책처럼 양면을 펼쳐 읽고 또 접을 수 있는 ‘듀얼-모델’ 등, 디지털과 아날

로그의 컨버전스를 통해 독자에게 더욱 친화적인 전자책 모델이 개발될 수 있다. 두 번째로, 전자책과 그것을 소유한 독자와의 관계에서 볼 때, 전자책은 개인서고로서 그 의의가 증대될 것이다. 따라서 소프트웨어 개발 등을 통해 서가나 서고의 특징을 부각시켜 전자책을 특성화하는 방법을 모색해야 한다. 이와 관련하여 단말기에 들어 있는 콘텐츠 파일들을 소유의 개념으로 이해하지 말고 대여의 개념으로 전환한다면 전자책 단말기의 배타성인 저작권 문제를 해결할 수 있는 방안이 모색될 수 있다. 세 번째로, 도서관의 기능변화이다. 도서관은 더 이상 종이책이 중심이 아니라 다양한 미디어를 통한 시청각 정보를 제공하는 곳으로 변해갈 것이다. 더 나아가 모든 정보가 웹에서 이용이 가능해지면, 물리적 커뮤니케이션의 장소로서 도서관의 의미는 거의 소멸할 수밖에 없다. 미래의 도서관은 과거의 축적된 지식과 정보들을 디지털화하여 보관하는 장소로서, 그리고 정보를 연결해 주는 허브로서 역할을 새로이 담당하게 될 것이다.

다. 결론 및 정책적 시사점

본 연구에서는 전자책이라는 디지털 매체가 문학 패러다임에 끼친 영향을 작가와 독자의 위상 변화, 출판유통 구조의 변화, 독서 행동양식 변화의 관점에서 살펴보았다. 아울러 매체에 의해 촉발된 새로운 문학 콘텐츠의 가능성과 한계를 검토해 보았다. 결국 이 연구를 통해, 종이책과 디지털 전자책 모두를 포함하여 ‘책’이라는 매체에서는 독자와 사용자를 파고드는 이성적 혹은 감성적 소구성이 결정적임을 알 수 있었다. 이번 연구 과정에서 인식된 문제점과 가능성을 중심으로, 전자책의 발전과 독서문화의 미래를 위해 정책적 의미가 있는 몇 가지를 실질적 차원에서 제안하고자 한다.

첫째, 전자책의 수요자 측면에서 청소년 사용자층에 주목해야 한다. 이들은 전자책 전용단말기보다는 컨버전스 기기인 휴대폰이나 스마트폰, 태블릿PC를 선호한다. 이와 관련하여,

- ① 인터넷에 무수히 존재하는 인터넷 소설 등 디지털 콘텐츠의 불법 다운로드를 차단할 수 있는 법제도의 강화 및 계몽이 필요하다.

② 모바일 기기가 청소년 성장에 긍정적 도구가 될 수 있도록 청소년층의 정서를 담보한 전용 콘텐츠 생산을 장려하고, 콘텐츠의 고급화를 위한 제도적 장치가 마련되어야 한다.

둘째, 다양한 독자들을 위해 모바일 문학의 문학성을 실험할 수 있도록 정책적 지원이 필요하다. 문학성과 예술성 추구는 콘텐츠의 질적 향상을 위해 필수적이다.

셋째, 독자들이 다양한 전자책 콘텐츠에 접근하기 쉽도록 표준파일포맷의 확산 등 콘텐츠의 호환성을 강화할 수 있는 제도적 정책 마련이 필요하다. 전자책 시장의 활성화를 위해서 저작권 보호를 전제로 한, 모든 포맷의 파일을 인식할 수 있는 통합 어플리케이션 개발이 시급하다.

넷째, 국내 표준파일포맷에서 더 나아가 모바일 문학의 ‘글로벌 호환성’을 확보할 수 있는 통합어플리케이션 개발도 이루어져야 한다. 정보와 지식이 국경을 넘어 글로벌화 되는 추세에 전자책도 보조를 맞추어야 한다.

다섯째, 전자책 도서관 기능의 수월성을 위한 호환성이 강화되어야 한다. 모든 파일을 이해하지 못한다면, 전자책 도서관 기능은 도서관으로서 의미가 없다. 또한 전자책을 판매한다는 개념에서 책을 대여해주는 개념으로 전환하여 독자의 경제적 부담을 최소화하는 방향으로 나아가야 하며, 이 일은 정책적 차원에서 방안이 마련되어야 한다.

마지막으로, 아이디어 بانک 설립을 위한 법적, 제도적 방안이 필요하다. 전자책뿐 아니라 개발 경쟁이 심한 IT제품의 탁월성을 담보하기 위해, 사용자들이 아이디어를 피드백하는 경로를 쉽게 하고, 축적된 아이디어를 제품개발자들에게 중개하는 아이디어 은행을 설립할 것을 제안한다.

3. 매체변화에 따른 미의식의 변화와 컨버전스 시대의 미학적 특징

가. 연구목적과 구성

본 연구는 매체 인문학의 학제적 시각에서 표현 매체의 변화에 따른 심미적 현상 사이의 구조적 관계를 파악하는 데 그 일차적 목표를 둔다. 그것을 위해 우선적으로

수행되는 연구는 선사시대부터 디지털 컨버전스에 이르기까지의 매체와 기술 변화에 대한 매체 문화사이다. 실제로 매체변화의 통시적 파악은 그것과 함께 해온 미적 태도의 변형을 파악하기 위한 기초적이자 동시에 매우 중요한 탐구과제이다. 그리고 본 연구는 주제의 분석으로 나아감에 있어 대상으로서 몇 가지 기술적 유형에 따라 분류, 대표적 디지털 예술 작품을 선택하여 디지털의 매체 미학적 특징을 분석 파악하는 구체적인 사례로써 제시할 것이다. 이러한 사례분석은 일차적으로 디지털 예술의 기술적 요소와 그것의 계보 및 주요 개념과 유형에 대한 파악에, 그리고 차후로는 미학적 문제의 탐구에 포괄되도록 할 것이다. 디지털 예술시대의 도래와 함께 예술의 장에 있어서 변화하는 것은 무엇인가? 본 연구의 목적은 디지털 기술 시대에 새롭게 창발 하는 디지털 예술의 미학적 문제를 다루는 것이다. 이러한 연구수행과 상관적으로 본 주제가 주시하는 것은 미학적 문제와 함께 새롭게 대두된 시학적 문제이다. 따라서 디지털 컨버전스 시대의 주요한 미학적 특성은 물론 그것과 연계하여 대두된 시학적 문제와 그것의 잠재력을 파악하는 것, 즉 그것의 대한 매체 인문학적 설명은 본 연구를 진행하는데 있어서 핵심적 주제가 되고 있다.

나. 주요 연구결과

일단, 다음과 같은 연구배경부터 밝히고자 한다. 매체 변화에 따른 미의식의 변화, 아울러 디지털 컨버전스 시대의 미학적 특징에 대한 연구는 해외의 경우, 디지털 문화 전문가들, 매체이론가들, 인문학자들에 의해서 활발하게 연구된 분야 가운데 하나라 할 수 있다. 제일 먼저, 매체의 미학적 감성의 변화 사이의 상관관계를 천착한 선구자로서 벤야민(W. Benjamin)을 언급할 수 있다. 벤야민의 매체이론(특히 그의 기술적 복제가능성의 개념)은 오늘날과 같은 디지털 컨버전스 시대에 있어서도 여전히 유효한 통찰을 제공하고 있다. 이와 더불어 본 연구와 관련하여 우리가 주목하는 학자는 맥루한(M. MacLuhan)이다. 맥루한의 매체 이론을 오늘날 미학적 관점에서 새롭게 독파할 경우, 그의 선지적 혜안은 디지털 시대의 미의식과 관련된 매체의 역할을 새롭게 인식하도록 해 줄 것으로 본다. 이들 고전적 매체 이론을 기초로, 디지털 시학과 디지털 미학의 새로운 연구를 개척한 이론가들은 마노비치(Manovich,

Virtual Worlds)와 큐비트(Cubitt, Digital aesthetics), 울머(Ulmer, Applied grammatology), 한센(Hansen, New Philosophy for New Media) 등의 영미권 매체 이론가들이다. 이들 뿐만 아니라 프랑스의 하이퍼미디어 이론가들도 예를 들 수 있는데, 이를테면 프랑스의 매체 이론가인 레지스 드브레(Régis Derbray)를 손꼽을 수 있다. 이들의 서구 학자들의 연구는 일반 매체학(general mediology)에 대해서나 또는 주요 매체의 문화사를 다루면서, 그에 따른 지각 방식의 변화와 심미성의 변화를 더불어 읽어내는 방향으로 이루어지고 있다. 그리고 국내에서도, 아직 다소 산발적이나 진행 중인, 미디어 문화전공자들에 의한 매체 미학 관련 논문들도 차후로 참고할 필요가 있음을 밝힌다.

1) 매체와 매체미학의 정의

매체의 개념 정의는 늘 복잡하고 어렵다. ‘매체’라는 용어는 너무 폭넓으면서도, 너무 폭이 좁고, 너무 다양하고 다층적이며, 너무 이질적이고 또한 너무 분산적이다. 매체를 다루는 수많은 학문들과 각자의 방식으로 형성된 수많은 이론들이 이러한 사정을 확인시켜준다. 이를테면 이러한 학문과 이론에는 철학, 체계이론, 정보이론, 의사소통사회학, 언론학, 사회학, 예술학 등이 있으며, 특히 시청각 매체에 집중된 좁은 의미의 매체학도 있다. 결국, 이러한 문제로부터 출발하여볼 때 매체 개념은 결코 추상적으로 정의되어서는 안 되며, 구체적이고 한정적인 연구와 관련지어도 구체적으로 쓰여야 한다. 따라서 카메라, 몽타주, 영화와 문학 등의 활동사진기적 지각의 전사에서 시작해서, 인터넷 미학, 비디오클럽과 컴퓨터 미술 같은 최근의 텔레비전, 전자미디어와 디지털화 현상들에 이르기까지, 매체의 지속적인 변천과 그것에 준한 토론이 필요하다는 것이다. 매체의 정의는 결국 그것의 변천과 그에 따른 지각 형식들의 발전사를 결산하고자 하는 것이다. 본 연구는 그러한 애의 하나로써 매체적 성격에 준한, 무엇보다도 컨버전스 시대의 디지털화에 따른 지각의 변화에 그 주안점을 두고 있다.

한편, 미학계에서는 매체 예술이라는 새로운 상황에 직면해서 미학의 담론 내에서 이를 해석하려는 시도들이 이루어지고 있다. 이러한 시도는 때로는 전통적 미학

이론 안에서 이러한 상황을 해결하려는 방식으로 드러나기도 하며, 또 때로는 ‘새로운 예술 형식은 새로운 미학으로 설명할 수밖에 없다’는 입장에서 전통과의 결별을 주장하는 방식을 보이기도 한다. 이 후자로써 새롭게 탄생한 것이 바로 ‘매체 미학(Medienästhetik)’이다. 이것은 기존의 미학적 담론으로부터 그 논의의 범위와 해석 방식을 구별하는 입장을 취하는 것으로써, 시청각적 매체에 의한 지각 형식과 표현 형식을 이론적으로 규정하려는 시도를 하고 있다. 그것은 특히 사물의 현상 형태와 지각 방식을 집중적으로 고찰하려는 ‘현상의 미학(Asthetik des Erscheinens)’ 입장을 취하고 있다. 매체 미학은 지금까지 전통적 미학 내에서 주된 논의가 예술 그 자체 보다는 예술과 미에 대한 인식에 주목하고 있었음을 지적하면서, 매체 미학 담론 내에서는 무엇보다도 ‘예술 현상’에 대해 분석할 것을 요구한다. 다시 말해서 예술로부터 발휘된 현상 및 대상과 그것의 지각 방식에 대한 이론적 고찰을 시도할 것을 요구한다. 그러므로 매체 미학에서 무엇보다도 중요한 것은 감성적 지각, 즉 아이스테시스(aisthesis)이며, 결국 매체 미학이란 ‘아이스테시스’에 대한 현대적 해석이다.

2) 매체의 변천사

디지털 컨버전스 시대의 미학적 특징을 인간학적 차원에서 심도 있는 독해를 시도하고, 특히 통시적 시각에서 매체 미학에 주안점을 두면서 매체의 문화사라는 흐름을 읽어내는 작업은 오늘날의 디지털 컨버전스의 심층적 의미를 파악하기 위한 기초적이며 필수적 작업이다. 따라서 본 연구는 논의의 본격적 전개에 앞서서 선사 시대로부터 하이퍼 미디어 시대에 이르기까지의 매체의 변천사를 통시적으로 다루었으며, 각 시대를 대변하는 매체에 따른 지각방식의 간략한 특성을 도출해 내었다. 선사시대의 동굴 이미지(그림-표의문자)-구술 언어(기억가능한 언어, 교감적이며 청각적언어)-문자언어(식자적 인식의 도래)-활자언어(픽토리얼 언어)-디지털언어(다감각적, 비선형적, 촉각적 언어)가 그것이다.

3) 디지털 컨버전스 시학의 인식론적 토대

시학적 접근 필요성에 관하여 디지털 컨버전스 시대에 와서 작품은 내부적 종결성을 벗어난다. 따라서 작품은 수용자의 행위를 기다리며, 그들을 통해서 다시 재구

성되고, 링크되고, 새로운 형태들을 순환시키며, 예기치 못한 만남을 촉발시킨다. 이 같은 컨버전스 시대 예술은 디지털기술과 행위의 상관성에 의해 형성된 새롭게 규정되고 있으며, 그로부터 전례가 없는 재현 체제가 창출되었다. 즉, 디지털 기술과 컨버전스에 내속된 디지털 코드, 플럭스, 네트워크의 속성에 관여한 작품의 출현이고, 그것에 의해 이루어지는 이미지의 (재)형상화이다. 이러한 현상 앞에서 대두되는 것은 새로운 해석 방식이며, 그것은 다시 말하면 매체미학에 분속한 디지털시학에 의한 인식론적 방식의 필요성을 불러왔다.

미학이 예술품의 미적 수용과 판단에 관여하여 예술품에 대한 사변적·철학적 분석을 행하는 것이라면, 시학은 이와는 다른 의미를 지닌다. 아리스토텔레스 이후로 시학은 문학 작법에 관한 하나의 강제적 체계로서 이해되어 왔다. 그러나 현대에 와서 시학이란 용어는 새로운 의미를 부여받고 있으며, 시학은 작품제작에 앞선 제작자의(명료하거나 또는 비명료한) 작업 의도를 파악하는 작업이란 것이다. 시학에 대한 새로운 이해의 지평을 열어놓은 것은 폴 발레리이다. ‘poïetique’이란 용어를 고안한 그는 기존과는 다르게 작품 제작행위(poïein)를 구성하는 다양한 방식과 양상들, 예술적 과정과 기술적 방식을 탐구한다는 의미를 부여받는다. 바로 이러한 이해에 의거해, 매스 미디어와 기계적 복제 기술의 시대에 들어 정보화된 창조의 기술로 진행되는 예술의 역사적 형성을 디지털 시학은 동반하게 된다.

한편, 디지털 컨버전스 시대의 시학에 있어서 새로운 제작 조건과 예술품이 구가하는 형상의 급격한 변화는 기술이 더 이상 예술적 현실의 외부에 있는 도구로서 간주되지 않는다는 점을 보여준다. 이제 기술은 현실을 완벽히 재현해내고, 재현된 현실은 실재를 대신 함으로써, 재현과 실재는 서로가 서로를 규정하고 있는 상황이다. 여기서 우리가 유념하는 것은 기술은 이제 단순한 복제 또는 동일의 반복을 의미하지 않으며, 오히려 차이의 반복으로서 현실에 내재하는 편차 내지는 간극을 각인시키고 있다는 점이다. 즉, 기술은 상징계의 붕괴 쪽에 있는 것이 아니며, 상징적 초월성의 보존 쪽에 있는 것도 아니고, 단지 접촉 편차의 역설을 제안한다. 디지털 시학이라는 표현은 여전히 생소한 것이 사실이지만, 시학적 접근은 디지털 예술의 형성

과 그것의 소비 또는 관람자와의 새로운 의미의 관계형성, 그리고 감각 변화의 문제, 나아가 예술의 의미 변화에 관한 문제를 통찰하게 해줄 방법론으로써 제시 되고 있다.

4) 디지털 예술의 세계

디지털 예술의 역사적 토대를 제공하는 20세기의 아방가르드 미학에 더하여, 디지털 아트 매체로서의 컴퓨터의 잠재력은 디지털 시학을 구성하는 또 다른 기술적 재원이라 할 수 있다. 디지털의 시학은 단지 미학에 대한 변화하는 개념들을 포함할 뿐만 아니라, 질료의 변화를 포함한다. 디지털 매체의 단위인 디지털(digit)은 문자, 점토, 유화, 캔버스처럼 질료와 유사한 것으로 간주될 수 있다. 하지만 재현적 층위에서의 디지털은 물리적 질료로서 존재하는 것이 아니라, 기호들로서 존재한다. 이것은 질료의 변화에 의해서 함의된다. 디지털 아트의 현실계에서, 예술의 일차 재료는 질료에서 기호로, 즉 디지털 기호로 변화된 것이다. 따라서 디지털 미학에서 우리는 단지 재현적 층위에서 표출된 디지털 기호들을 다루어야 할 것이다. 아트에서 디지털 기호들의 경우, 이 같은 양상은 뒤샹이 사용했던 일종의 간접 내지는 혼선 전략과도 관련된다. 즉, 기본 문화에 의해서 자명하게 생각되던 것에 대해서 비판적 견해를 창조하는 것이다. 이 점에서 디지털 재료들은 20세기 아방가르드의 의도를 실현하기에 적절하다 말할 수 있다.

‘기성품’으로부터 ‘디지털 기성품’으로의 전환적 국면에 관하여 디지털 예술은 어떻게 진행되고 있으며, 그것의 계보를 꾸리는데 있어서 개념적이며 조형적 구현의 출발점은 어디에 두어야 할 것인가? 우리는 아마도 20세기 초 현대 새로운 예술의 시작에 쟁점이 되었던 다다이즘과 미래파를 그 출발점으로 두어야 할 것이다. 뒤샹은 실제로 기술문명에 대한 깊은 관심을 노출시켰으며, 그의 기성품(ready-mades)작업을 비롯하여, 그를 둘러싼 초기 다다이스트들의 다양한 펄포먼스 작업들은 디지털 예술의 형성에 중요한 이론적 근거가 되고 있다. 따라서 심지어 뒤샹과 그의 추종자들에 대한, 디지털 컴퓨터의 도래 이전에 나타난, 디지털 아방가르주의자라는 주장도 설득력을 가지게 되었다. 예컨대, 디지털 아트와 뒤샹의 간접 전략 모두 기

성품을 포함하며, 기성품을 탈맥락화시키거나 재맥락화시키면서 연출의 무대에 올려져 있다. 마이크, 카메라, 컴퓨터, 스크린 등은 모두 많은 디지털 아트 작품들 속에서 연출적 요소들이다. 달리 말해서, 무대의 연출 요소들은, 예술의 이름으로서, 그것들의 디지털 아트의 작품들 속에서 지정된 기능들로부터 해방된다. 기성품의 놀이는 소프트웨어에도 적용될 수 있을 것이다.

투사와 상호작용 형식의 시학 디지털 예술에 있어서 조형적 특이성은 무엇일까? 그것은 이를테면, 투사(projection)와 상호작용(interaction)이다. 디지털 기호들을 포함하는 하드웨어와 소프트웨어 등의 디지털 기성품들은 우리가 볼 수 있는 하나의 인터페이스의 가시적 요소들이다. 이 같은 가시적 요소들 사이에서, 비가시적인 전략적 메카니즘 역시 존재한다. 투사와 상호작용은 디지털 이론가들에 의해서 디지털 매체의 특수한 잠재력으로 각인되어 있다. 그러기에 디지털 시학의 개념은 존재에서 투사로, 그리고 해석에서 상호작용으로의 질적인 이동을 함의한다. 물론 투사와 상호작용은 예술에 있어서 완전히 새로운 개념은 아니지만, 디지털 아트의 창발까지는 그 잠재력을 정확히 인식하지 못했다. 왜냐하면 이를테면 투사가 단순한 기법이나 간단한 도구 정도로 인식되어왔기 때문이다. 그런데 디지털 아트에서, 예술 작품의 전체적 윤곽은 바로 존재라기보다는 투사의 메커니즘에 의해서 결정된다는 점을 주목할 필요가 있다. 투사하는 근원과 투사의 물질적 기초들 사이의 관계는 그것이 작품의 전체적 윤곽에 대해서 뿐만 아니라, 예술 작품의 시각적 요소들과 의미에 궁극적으로 영향을 미친다는 점에서, 결정적인 요인이 된다. 이때 투사는 빈번하게 상호작용적 인터페이스가 되며, 그것의 성질은 작품 속에서 상호 작용성의 잠재력이 관객에 의해서 인지될 수 있는가의 여부를 결정짓는다. 또한 이러한 상호작용적 과정들은 관객의 참여, 즉 작품의 해석과(관객의 참여 의존하는) 작품의 존재 가능성의 차원에서 관객이 되는 관객의 역할을 극대화 시키고 있다.

디지털 예술의 정체성에 관하여 모든 디지털 예술 작품에 공통점은 그것의 디지털적 특징에 있다. 즉, 그 같은 작품들의 본질적 질료는 0 과 1 의 교체로 이루어진다. 이 같은 출발점은 디지털 예술 작품에 대한 최초의 관점을 우리에게 제공한다.

예술 작품은 그 본질과 사용된 방법들에 따라 분류될 수 있다. 더구나 디지털 작품의 주변을 형성하는 요소들(매체, 관객, 아티스트) 등을 연구해야 할 것이다. 하지만 사운드, 이미지, 모터를 뒤섞는 작품들을 호출하면서 이 같은 파노라마를 대략적으로 그려볼 수 있다. 디지털 예술이 예술인 이유는, 첫째 그것이 객관성, 주관성, 그리고 문화성에 참여하기 때문이다. 즉, 주체, 객체, 문화의 삼원소로 이루어지는 삼각형은 예술의 체계적 삼각형으로 제시된다. 우리는 디지털 예술이 예술인 이유로서 먼저, 그것이 객관성의 세계에 참여한다는 이유를 제시할 것이다. 즉, 디지털 예술이 존재하는 이유는 기술들의 사용 덕분이며, 작품이 일체의 목적성과 독립하여 자율적이면서 독립적인 실존을 갖고 있기 때문이다. 둘째, 디지털 예술이 주관의 세계에 참여하기 때문이다. 즉 디지털 예술은 세계의 비전의 흔적, 창조자의 흔적을 담고 있으며, 미적 취향의 판단, 즉 관객의 경험에 호소를 하고 있다. 셋째, 디지털은 진공 속에서 솟아나는 것이 아니라, 문화의 세계에 참여하기 때문이며, 그 자체로 귀결되며, 동시에 제도화된 제반 가치들의 총합을 지시한다. 새로운 디지털 기술들과 인터넷의 비약적 발전의 맥락에서, 그리고 이 같은 신기술이 사회에 대해서 동반하는 변형들의 맥락에서, 예술가는 이제 사이버스페이스에 예술적 상상력과 의미를 투자한 것이다. 인터넷이 제공하는 다양한 기회들을 예술가가 전유한다는 것은 예술과 사회의 새로운 접맥이라는 문화적 진화 속에 각인된다. 디지털예술이 ‘예술’인지에 대한 문제에서 디지털예술은 아직 전적으로 옹호되지는 못하고 있는 것처럼 보인다. 그러나 디지털 예술이 예술이라고 보이는 이유는, 그것이 새로운 기술들의 출현으로부터 결과적으로는 문화, 사회적 변화에 관계하기 때문이다. 따라서 디지털 예술은 하나의 고유한 영혼을 갖고 있으며, 그 이유는 변화 속에서 하나의 사회적 문화적 맥락 속에서 자신의 근원을 갖고 있기 때문이다.

5) 디지털 컨버전스 시대의 감각변화

디지털 컨버전스 시대에 촉각의 부상 디지털 미학과 관련하여 대두되는 것은 무엇보다도 수용의 차원에 있어서의 촉각의 가능성 부상이다. 디지털 미학에서는 촉각의 테크놀로지들을 포함하는 디지털 미디어 퍼포먼스의 표현적 가능성을 검토한

다. 퍼포먼스의 표현적 가능성은 무엇보다도 ‘접촉’을 통한 구현이 되고 있다. 촉각적 경험을 단 하나의 개념으로 규정짓는가는 매우 어려운 문제이다. 실제로 학자들 간에 이해가 다르게 이루지고 있기 때문이다. 우리는 우리에게 다가서는 다른 무엇인가에 의해서 만져지는 수동적 존재이거나, 또는 어떤 것을 향하여 나가면서, 우리는 무엇인가를 만지는 능동적 존재의 경우 모두 가능하다. 객체적 측면에서 논의를 마무리하자면, 접촉은 오직 두 개의 물리적인 것이 물리적인 것을 촉지할 때, 지각된 감각 작용과, 정보의 충만한 전달이 존재한다. 하지만, 주체적 관점에서, 촉각은 매우 섬세한 지각의 차원에 속한다고 말할 수 있다. 신체적 측면에서, 정서적으로, 지적으로, 심지어 영적으로 무엇인가에 의해서 감동을 받았다는 표현을 쓸 때, 프랑스어나 영어에서는 바로 촉각 동사인 ‘toucher’를 사용한다. 그렇다면, 일반적으로 물질적 차원에 귀속된 ‘만지다’라는 표현이 감동되었다는 정신적 영역에 적용될 수도 있다는 것이다. 즉, 비물질적인 하나의 관념이, 역시 비물질적인 정신적인 것을 접촉한다는 것(touche)이다. 따라서 촉각은 상징적 외연을 통해서 분리된 것의 관계화를 책임지는 감각이라 할 수 있다. 그것은 거리를 무너뜨리고, 가까운 것, 은밀한 것, 결속을 만들기 위해서 멀리 있는 것을 취소시키면서, 동떨어져 있던 것의 교환을 가능케 한다. 인문학의 고전 속에서 촉각이라는 감각을 디지털 미학에서는 인간 구성의 중핵으로 파악되었다는 점은 시사하는 바가 크다.

탈 중심적, 다중 감각경험의 도래 디지털 시학은 디지털 컨버전스 시대의 매체 예술이 지니는 특성으로서, 뉴미디어의 매개를 통해 그 어느 시대보다도 감각에 있어서 촉각적인 시대를 열고 있으며, 이것은 나아가 기존의 감각경험의 틀을 벗어나 감각의 확장 가능성을 보여주고 있다. 감각경험의 이러한 전환은 크게는 ‘탈 중심적 세계관’의 일환으로 이해된다. 더구나 디지털 컨버전스 시대에 감각경험은 개별 매체에 대한 일정한 지배적 감각에 반하는 다중감각적인 차원을 지향한다. 이제 감각경험은 새로운 국면을 맞이하고 있으며, 그것을 보여주는 또 다른 흥미로운 현상은 ‘감각의 크로스’이다. 이에 대한 문제는 단순한 감각의 교차적 실현의 문제를 넘어선다. 왜냐하면 앞서 보았듯이 그것은 보다 광범위한 차원의 탈경계와 하이브리드

장르의 융합 문제로 스스로를 유도해 나아가기 때문이다. 따라서 감각의 크로스의 문제는 탈경계를 향한 전초적 계기를 형성한다고 하겠다.

디지털 컨버전스의 일상적 실현 한편, 탈경계적 상황에 관여한 다양한 양상들 중 디지털 컨버전스의 일상적 실현의 차원에 있어 두드러진 예를 보여주는 것은 바로 예술과 삶의 경계 허물기이다. 이제 디지털 컨버전스 시학은 지고한 예술적 행위를 가장 낮은 일상적 차원에서 구현할 수 있게끔 하고 있다. 물론, 디지털 예술 자체는 최첨단 연구소에서 시작되었으며 그것의 시학적 구현은 어떠한 차원에선 일상에서 가장 멀리 있는 곳에서(연구소 내의 소수의 전문화된 집단에 의해) 행해지고 있다. 그러나 그와 동시적 양상으로써 주목해야하는 점은, 점점 그 성향을 더해가는 그것의 일상적 구현의 차원이다. 일상적 향유의 차원이란 의미에서, 앞서 언급한 전문가집단의 예와는 그야말로 대조를 이루고 있다. 그리고 바로 이러한 대조가 디지털 컨버전스 시대의 하나의 시학적 아이러니를 형성하는데, 그것은 바로 하이테크닉 시대에 내부적 실천적 양태는 그것과 정반대의—테크닉의 질적인 문제를 넘어선 개별자들의 자기 표현적 포이에시스—지표를 그리고 있다는 점이다. 그러나 어쩌면 바로 이러한 지점에서, 즉 디지털 컨버전스 시대를 통해, 한 세기를 거쳐 점진적으로 진전되어 온 예술과 삶 간의 탈경계적 상황이 보다 중요한 의미를 형성하고 있는지도 모른다. 본 연구는 디지털 컨버전스 시대를 맞이하여 매체의 변화에 관계한 미의식의 변화와 디지털 시학의 인식론적 토대를 마련하기 위해 수행되었다. 분석을 위해 예술분야에서 전개되는 다양한 창작행위에 많은 비중을 두었으며, 이는 예술분야에서 가장 빠르고 활발하게 그에 대한 탐구가 수행되고 있기 때문이다.

다. 결론 및 정책적 시사점

우리는 본 연구를 통하여 선사 시대에서 사용된 그래픽 이미지와 동굴이라는 매체에서 시작해서 하이퍼미디어라는 첨단 미디어의 발전 과정을 개략하면서, 매체의 변화가 인간의 새로운 감성계를 발굴하고, 새로운 심미성의 창발을 동반한다는 점을 확인하였다. 따라서, 디지털 컨버전스 시대에서 우리가 유념할 사실은 젊은 세대

를 비롯하여 현대인이 획득할 수 있는 심미성의 영역이 무엇이며, 이와 반대로, 전통적 매체와의 단절로 인해서, 상실하거나 약화될 수 있는 감각과 감성의 영역이 무엇인지를 세밀하게 파악하여, 드러난 문제점들을 보강할 수 있는 다양한 매체 교육 프로그램을 개발할 필요가 있을 것이다. 예컨대, 디지털 컨버전스 매체에서 자라나는 아이들이 청각적 능력과 청각적 감성 능력이 떨어지는 경향이 발견될 경우, 이를 보완할 기술적 보완 장치를 서둘러 마련해야 할 것이다. 반대로, 디지털 컨버전스 시대에서 새롭게 신장되어 가는 촉각 능력이 발견된다면, 보다 적극적인 감각적 훈련과 더불어, 새롭게 증강된 능력을 발휘할 수 있는 다양한 산업적 개발을 서둘러야 할 것이다. 이점에서 디지털 컨버전스의 감각적 심미적 변화에 대한 과학적 연구를 위해서는 의학 전문가들의 참여를 유도할 수 있는 연구 정책 과제가 마련되어야 할 것이다. 끝으로, 본 연구에서 확인된 것처럼, 새로운 첨단 매체의 산업적, 대중적 실현이 도래하기 전에 늘 아티스트들의 선견지명과 시대를 앞서가는 실천들이 선행되었다는 점에서, 디지털 컨버전스에서 늘 염두에 두어야 할 것은 기술 개발의 예술적 차원을 발굴하는 작업이며, 산업적 차원에서 늘 예술을 접목시킬 수 있는 방안을 철저하게 모색해야 한다는 점이다.

4. 모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰

가. 연구목적과 구성

휴대전화가 일반 휴대전화에서 모바일 운영체제를 갖춘 스마트폰으로 진화하면서 휴대전화를 통한 모바일 커뮤니케이션 양식이 큰 변화를 맞이하게 된다. 특히 국내 스마트폰 이용의 확산이 트위터, 미투데이, 페이스북 등 소셜네트워크 서비스(SNS) 가입자의 증가와 맞물리면서 개인의 사회적 소통 방식에 경험의 변화가 시작되었다. 인터넷 커뮤니케이션 공간을 매개하는 스마트폰의 이용자수가 가파르게 증가하면서, 휴대전화를 통한 사회적 소통 방식뿐만 아니라 미디어 콘텐츠를 수용하고 저장하고 공유하는 방식이 바뀌기 시작했다.

본 연구는 스마트폰의 등장으로 함께 변화는 모바일 커뮤니케이션 환경, 그리고

이러한 환경과 인간이 맺는 유기적인 관계의 재구성, 그리고 이것이 갖는 사회문화적 함의를 이론적으로 체계화시켜볼 필요가 있다는 점에서 출발한다. 그리고 이러한 이론적 체계는 추상적 논의에서 그치는 것이 아니라 민속지학적 관찰을 통해 보완되고 확장될 필요가 있다고 본다. 스마트폰의 등장은 모바일 커뮤니케이션 양식과 사회적 교류 경험을 변화시키고 있는데, 이러한 ‘모바일 소셜 커뮤니케이션’ 현상을 어떤 이론적 틀로 짚어낼 것인가가 이 연구의 주된 문제의식이다.

본 연구는 스마트폰으로 매개되는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 복합적인 측면을 경험적으로 관찰해보고 이러한 관찰을 미디어 생태학적 시각, 특히 월터 옹의 관계주의적 시각에서 논의해보고자 한다. 이를 통해 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상이 갖는 문화적 의미를 이해해보고 어떠한 휴머니즘적 개입 혹은 정책적 개입이 가능한지를 생각해보고자 한다.

이를 위해 다음과 같은 구체적인 연구 문제를 갖는다. 첫째, 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션에 관한 매체 철학적 질문을 던지기 위해 미디어 생태학자인 월터 옹(Walter J. Ong)의 구술성과 문자성의 정리를 살펴보고자 한다. 본 연구는 옹의 구술성-문자성 정리가 갖는 통찰력에 기초하여 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션의 양식을 고찰해보고 이러한 양식이 인간 커뮤니케이션 양식의 진화 역사에 있어 갖는 의미를 살펴보고자 한다.

둘째, 옹의 구술성-문자성 정리가 제시한 커뮤니케이션 양식과 인간 경험의 관계가 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 어떻게 재구성되는지를 알아보기 위해 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상에 관한 경험적인 이해가 필요하다. 본 연구는 이러한 경험적 이해를 위해 스마트폰으로 트위터와 같은 소셜네트워크 서비스를 이용하는 사람들과의 심층 인터뷰 조사를 실시한다. 이러한 심층 인터뷰 조사 결과를 토대로 모바일 소셜 커뮤니케이션의 양식과 경험이 기존의 커뮤니케이션 양식과 어떠한 연속성과 차이를 갖는지, 또한 이러한 변화가 갖는 문화적 의미는 무엇인지를 고찰해보고자 한다.

셋째, 옹의 구술성-문자성 정리를 통해 심층인터뷰 조사 결과를 정리하면서 스

마트폰 시대의 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상을 이해할 이론적 개념을 재고해보고자 한다. 본 연구는 커뮤니케이션 양식의 진화사라는 큰 틀에서 현재의 모바일 소셜 커뮤니케이션이 가져오는 존재론적 변화를 살펴볼 때 제 3의 구술성 개념이 필요하다고 본다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 양식을 제 3의 구술성의 출현으로 이해해보면서, 모바일 소셜 커뮤니케이션 시대에 커뮤니케이션의 가치를 어떻게 제고할 필요가 있는지 그리고 이것을 위한 정책적 방향은 무엇인지에 관해 생각해보고자 한다.

나. 주요 연구결과

1) 매체 철학적 접근: 미디어 생태학적 시각으로 바라보기

미디어를 환경으로 보면서 미디어가 구성하는 환경과 인간(혹은 사회)의 유기적 관계를 살펴보는 시각을 미디어 생태학적 시각이라고 할 수 있다. 미디어 생태학적 시각을 가진 학자들이 관심을 가졌던 논제 중의 하나는 구술성과 문자성이 인간 발전의 역사에 갖는 시대적-역사적 중요성을 연구하는 것이다. 일련의 구술성과 문자성 연구는 구어, 문자, 인쇄 등 사회의 지배적인 커뮤니케이션 미디어가 바뀌면서 미디어 생태계의 구조와 특징이 어떻게 바뀌었는지, 또 이러한 환경과 인간 문화의 관계는 무엇인지를 탐구하고자 했다. 이러한 구술성과 문자성 연구의 대표적 학자인 월터 옹은 미디어 환경과 문화 혹은 구술성과 문자성의 정리를 관계주의적 시각에서 접근하고 있다. 옹의 관계주의적 시각은 미디어 생태학적 감수성을 가장 잘 보여주면서도 인간 커뮤니케이션의 본질과 가치에 성찰해볼 수 있는 매체철학적 통찰력을 제공한다.

옹은 말의 테크놀로지가 변화함에 따라 인간의 커뮤니케이션 양식, 인간 간 상호작용의 성격, 인간의 의식과 사고 과정, 문화적 성격 등이 변화하고 있다고 보는데, 그는 이러한 변화를 청각적 구술성, 쓰기와 인쇄술의 문자성, 그리고 전자 미디어의 제 2의 구술성의 개념으로 이해한다. 옹의 구술성-문자성의 정리는 과거의 커뮤니케이션 역사뿐만 아니라 현재 진행 중인 커뮤니케이션 환경의 변화를 문명사적 차원에서 고찰할 수 있게 해주고 그 변화의 성격을 관계주의적 시각에서 살펴볼 수 있게 해준다.

모바일 커뮤니케이션 연구를 위해 옹의 구술성-문자성 정리가 주는 통찰력은 다음과 같이 살펴볼 수 있다. 우선, 구술성-문자성의 정리는 스마트폰의 등장과 같은 뉴미디어 환경에 따른 사회문화적 변화를 이해하고자 할 때 ‘기술적 이국주의(technological exoticism)’를 지양하며 뉴미디어 현상을 커뮤니케이션 미디어 환경의 진화사라는 전체론적 시각에서 살펴볼 수 있다. 새로운 미디어가 과거의 미디어를 제거하지 않을 뿐만 아니라 오히려 과거의 커뮤니케이션 양식이 새로운 미디어 환경에서 공존한다는 옹의 ‘관계주의적’ 시각은 오늘날 모바일 소셜 커뮤니케이션 환경을 복합적으로 이해해 볼 수 있는 이론적 관점을 제공한다. 관계주의적 시각을 통해 스마트폰이 기존의 휴대전화 기능인 통화나 문자뿐만 아니라 온라인 공간의 소셜 미디어를 매개하면서 형성하는 커뮤니케이션 공간의 다중성을 살펴볼 수 있다.

둘째, 옹은 구술성과 문자성의 정리를 통해 커뮤니케이션의 가치가 무엇인지를 역설한다. 이러한 가치에 고려는 모바일 소셜 커뮤니케이션 연구에 있어서도 중요한 문제라고 본다. 모바일 소셜 커뮤니케이션이 어떠한 커뮤니케이션적 가치를 갖는지를 질문해봄으로써 그것의 문화적 의미를 성찰해볼 수 있기 때문이다.

셋째, 옹은 미디어 기술의 발달에 따른 말의 변형 혹은 미디어 기술과 인간 의식 간의 관계를 논의하면서 인간 감각 체계 및 능력의 조화로운 균형 그리고 성찰적 인간 의식의 진화를 강조하는 인격주의 커뮤니케이션 철학을 제시한다.

2) 뉴 미디어로서의 모바일 소셜 커뮤니케이션 환경

스마트폰은 기존에 휴대전화가 가졌던 다양한 기능뿐만 아니라 다양한 콘텐츠(애플리케이션)와 인터넷 기능을 활용할 수 있게 해준다. 모바일 운영체제(OS)를 탑재하여 이용자가 사용할 수 있는 미디어 기능과 콘텐츠의 폭을 기존과 비교할 수 없을 정도로 대폭 확장시킨다. 스마트폰 이용자는 기존의 휴대전화의 멀티미디어 기능뿐만 아니라 데스크톱 컴퓨터에서 사용하는 기능과 콘텐츠를 활용할 수 있는 퍼스널 미디어를 갖게 된다. 이러한 휴대전화의 변화는 새로운 모바일 커뮤니케이션 연구를 필요로 한다. 융합미디어로서의 스마트폰의 모바일 커뮤니케이션을 전체론적으로 살펴보는 미디어 생태학적 탐구와 일상적 경험의 변화에 대한 경험적 관찰이 필

요하다고 볼 수 있다.

스마트폰을 통해 모바일 인터넷이 가능해지고 웹상의 소셜 미디어가 모바일 기기인 스마트폰과 연동되는 시대에 휴대 전화 친구뿐만 아니라 소셜 미디어 친구까지 ‘연결된 현존(*connected presence*)’ 상태가 확대될 수 있다. 스마트폰의 연결성을 통해 이들이 현존한다는 느낌을 가질 수 있고 이들과 언제 어디서나 실시간에 가까운 커뮤니케이션을 할 수 있게 된다. 스마트폰을 통해 소셜 미디어가 매개되면서 다양한 수준과 범위의 대인 커뮤니케이션과 매스 커뮤니케이션 그리고 다양한 콘텐츠 및 미디어 기능의 활용이 가능하게 되고 커뮤니케이션 양식은 보다 복잡한 양상을 띠게 된다. 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션은 구술 커뮤니케이션 혹은 제 2의 구술 커뮤니케이션과 유사하면서도 차이를 갖는 것으로 보인다.

3) 모바일 소셜 커뮤니케이션의 일상화

스마트폰으로 다양한 커뮤니케이션 미디어가 매개되면서 기존의 통화 및 문자 메시지의 ‘의미와 적절성’이 변화하게 된다. 모바일 커뮤니케이션의 내용뿐만 아니라 기존 미디어의 활용도에서 변화가 일어나고 있다. 스마트폰을 통해 기존 미디어 콘텐츠를 접할 수 있지만 기존 미디어와 다른 수준에서 이용이 이루어지고 있고, 기존 미디어의 역할이나 비중도 변화를 겪고 있다. 또한 스마트폰이 다양한 미디어 기능이나 각종 어플리케이션을 사용가능하게 해줌으로써 모바일 기기를 통해 기존 보다 훨씬 다양한 멀티미디어 환경을 경험할 수 있게 해준다. 이와 함께 미디어 이용도 보다 다중적으로 바뀌게 된다. 융합미디어로서의 스마트폰은 미디어 경험의 확장과 다중화 그리고 상황에 유연한 활용을 가능하게 해주었다.

스마트폰을 통해 사람들이 소통하는 방식을 살펴보면, 과거에 익숙했던 미디어 커뮤니케이션 양식이 새로이 매개된 커뮤니케이션 양식과 복합적으로 공존하는 것을 볼 수 있다. 사람들은 여전히 통화를 하거나 문자를 사용하지만, 인터넷 공간에서 사용했던 메신저, 이메일이나 SNS, 그리고 새롭게 모바일용으로 제공되는 각종 미디어 서비스를 함께 사용하는 것을 볼 수 있다. 통화나 문자의 이용은 줄었는지 모르지만, 다른 소셜 커뮤니케이션 서비스에 대한 이용이 늘어나면서 항시적인 연

결 상태나 ‘묶이게’ 된 상태를 유지시켜준다. 이러한 상태는 통화와 문자뿐만 아니라 모바일 메신저, SNS, 이메일 등 다양한 소셜 커뮤니케이션 채널을 통해 다중적으로 연결된 ‘하이퍼컨넥션(hyperconnection)’ 상태라고 할 수 있다.

4) 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간의 형성: 트위터 이용 사례를 중심으로

스마트폰으로 매개되는 대표적인 모바일 소셜 커뮤니케이션 형식 중의 하나로서, 인터뷰 참여자들의 모바일 소셜 커뮤니케이션에 큰 비중을 차지한다. 트위터는 실제 쓰고 읽기 행위는 순차적으로 이루어지는 비동시적 문자 커뮤니케이션이지만 실시간으로 메시지를 전하거나 교류할 수 있다는 점에서 대화의 느낌을 가질 수 있다. 트위터의 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간은 구술의 역동성을 유사하게 느끼는 ‘유사—청각적(near-aural)’ 공간으로 경험되고 글을 올린다는 행위가 말하기의 행위로 인식된다. 모바일 소셜 커뮤니케이션은 “상황적이고”, “생활 세계에 밀접”하며, “참여적인” 구술 커뮤니케이션의 특성과 많이 흡사하고 라디오 청취와 같은 배경으로 듣기 경험을 하게 해준다.

모바일 소셜 커뮤니케이션에서 ‘나’와 ‘너’는 말을 통해 매개된다. 말은 네트워크 상에 자신을 드러내는 행위이자 연결되어 있음을 나타내고, 더 나아가 실제 자아에 대한 현존감을 느끼게 해준다. 모바일 소셜 커뮤니케이션에서의 ‘너’는 ‘상상의 수용자(imaginary audience)’로서 물리적으로 보이지 않으면서도 ‘나’를 지켜보는 ‘배경 청자’ 일 수 있고 ‘나’에게 직접 메시지를 건네는 화자일 수 있으며 내가 무엇을 어떠한 태도로 이야기할지에 영향을 미치는 커뮤니케이션의 맥락이 될 수 있다. 항시적으로 연결된 현존성과 매개된 공존감이 나—너의 심리적인 거리감을 줄여줄 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 지속적인 연결의 상태가 유지되면서 이용자들은 서로의 일상을 공유하며 친밀감을 가져볼 수 있다. 이렇게 상황성이나 분위기 속에서 만들어지는 친밀감은 일시적인 것으로 시간이 흘러가면서 사라질 수 있지만 지속적인 커뮤니케이션의 공유를 통해 유지될 수도 있고 물리적 만남을 통해 더욱 공고히 될 수 있다. 이에 따라 온라인 사회적 교류와 오프라인 사회적 교류 간의 경계가 더욱 허물어질 수 있다.

자유로운 네트워킹으로 생각과 경험을 공유하는 마이크로 블로깅은 수많은 사람들과의 연결망을 형성할 수 있게 해준다. 이러한 유대감은 고립된 현대사회의 개인들이 관심에 기반하여 새로운 형태의 관계망을 가질 수 있게 해준다. 이러한 연결에 만들어진 인간관계는 기존의 폐쇄적 인간관계에 비해 개방적이고 수평적이다. 그리고 이러한 개인 중심의 네트워크는 ‘우리’라는 공동체를 구성하는 것이 아니라 느슨한 형태의 집단 감각을 가질 수 있게 한다. 이러한 네트워크는 ‘의사-존재론적 안정감’(para-ontological security)을 제공하고 전통적 공동체가 아니면서 전통적인 공동체가 가졌던 신뢰와 호혜적인 관계를 경험할 수 있게 해준다. 또한 연결된 현존성과 가상적 공존성을 통해 물리적으로 함께 하지 않으면서도 현재의 사안에 대해 정보와 관심을 공유할 수 있고 이를 바라보는 집단적 해석의 틀을 얻을 수 있다.

다. 결론 및 정책적 시사점

스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션은 제 1의 구술성, 문자성, 제 2의 구술성의 요소를 가지고 있으면서 새로운 성격의 커뮤니케이션 양식과 경험을 선보인다. 본 연구에서 살펴본 모바일 소셜 커뮤니케이션 사례들은 우리가 커뮤니케이션하는 방식이 바뀌고 있고 이에 따라 세상과 관계 맺는 방식 혹은 서로와 관계를 맺는 방식이 재구성되고 있음을 징후적으로 보여준다. 이러한 새로운 커뮤니케이션 양식과 경험을 제 3의 구술성이라는 개념으로 이해해볼 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 경험되는 제 3의 구술성은 다음과 같은 특징을 갖는다.

첫째 모바일 소셜 커뮤니케이션의 텍스트는 제 1의 구술성 혹은 제 2의 구술성의 ‘말’과 같이 직접 소리로 매개되지는 않지만, 상상적 수용자의 반응을 기대하며 현재의 경험(정보)을 실시간으로 전달하기에 구어의 느낌을 가질 수 있다.

둘째 모바일 소셜 커뮤니케이션의 언어 전달 형식은 구술성, 문자성, 제 2의 구술성 등의 말하기(쓰기)와 듣기(읽기) 형식이 혼성화된 성격을 갖는다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간은 정보 교류와 사회적 교류가 혼성화된 공간이고, 또한 방송과 개인 미디어, 독백체와 방백체와 대화체, 텍스트와 이미지가 혼용된 공간이다.

셋째 제 1의 구술 담화에서는 ‘나와 너’가 같은 공간에 물리적으로 함께함으로써

서로의 현존을 느꼈고, 제 2의 구술 미디어인 라디오와 텔레비전은 사람들을 청취자 혹은 시청자로 호명하며 지금—여기의 사건을 공유할 수 있도록 해주었다. 모바일 소셜 커뮤니케이션은 탈육화된 말의 형태로 나와 너의 현존을 재현하고 말을 ‘쉬는’ 행위로 신뢰와 친밀감을 형성한다. 스마트 폰을 통한 소셜 미디어 공간에의 접속이 언제나 가능하게 됨으로써 개인은 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에 ‘매인 자아(tethered self)’가 되고 온라인과 오프라인의 사회적 공간 간의 경계 혹은 사회적 맥락 간의 경계가 허물어지고 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션의 ‘상상의 수용자’가 오프라인 친구나 지인에서부터 온라인으로 연결된 불특정 다수의 대중에 이르기까지 서로 다른 사회적 맥락에 놓여있던 사람들을 포함시키면서, 개인은 과거의 구술 공동체가 상상할 수 없는 범위의 사람들과 정서를 공유하는 동시에 ‘다중적인’ 커뮤니케이션 맥락에 놓이게 된다.

넷째 모바일 소셜 커뮤니케이션의 실천을 통해 집단 감각(communal sense)이 고양될 수 있는데, 이것은 제 1의 구술성의 면대면 커뮤니케이션에 기초한 강한 유대감의 공동체 의식이나 제 2의 구술성의 전파에 기초한 유사—사회적(para-social) 의식과는 차이가 있다. 사람들은 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 소속감은 없지만 강한 유대의 편안함과 친밀감을 느끼는 집단 감각을 경험하고 이것을 통해 존재론적 안정감을 느끼기도 한다. 느슨한 유대 관계는 수평적이고, 서로의 프라이버시를 존중하며, 개인이 현재의 상황/사건을 공유하고 이해하는데 영향을 미치는 ‘해석적 틀’을 제공하기도 한다. 한편 모바일 소셜 커뮤니케이션의 상황적 텍스트는 시간의 흐름에 따라 사라져버리는 사건이 아니라 언제 다시 찾아볼 수 있는 검색 가능한 데이터로 축적된다. 따라서 모바일 소셜 커뮤니케이션의 세계는 구술성의 세계처럼 ‘사건’으로서의 세계인 동시에, 한 번 뱉은 말이 지워지지 않는 ‘망각불능’의 세계이다.

〈표 3-2〉 모바일 소셜 커뮤니케이션의 제 3의 구술성

언어형식	문자 중심의 구어 상호반응지향적
언어전달의 형식	쓰면서 말하기 흘려듣기 상황적, 유사—동시적, 현재 중심적 독백체=방백체=대화체 유사—대칭적, 참여적
나—너의 관계	네트워크로 연결된 현존 반응하는 자아 다중적 ‘너’ 가상적 심리적 접근성 사회적 맥락 간의 경계 붕괴 느슨한 공동의 감각
사고 양식	유사—청각적
세계관	사건으로서의 세계 망각불능의 세계

이 연구를 통해 이끌어낼 수 있는 몇 가지 정책적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 스마트폰을 통해 다양한 모바일 소셜 커뮤니케이션 채널을 자유롭게 활용할 수 있는 새로운 커뮤니케이션 환경이 등장하면서 ‘말’이 갖는 의미와 가치를 새롭게 인식할 필요가 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 말은 사람의 생각이나 느낌 그리고 행동을 재현하고 그 사람의 정체성에 대한 단서를 제공한다. 이러한 말은 단순히 도구적 목적의 주고받는 메시지, 혹은 화자와 분리된 사물화 된 정보라기보다는, 대화자의 현존과 인격을 나타내는 지표로 인식할 필요가 있다. 따라서 말에 관한 교육은 말 잘하기의 수사학적 차원의 교육이 아니라 서로에 대한 배려와 공감 능력을 키우며 내면의 상호작용을 돕는 인성 교육으로 그 방향이 전환될 필요가 있다. 또 이러한 말에 대한 인식의 제고가 사회적 차원에서 이루어질 필요가 있다.

둘째, 하이퍼커넥션(hyperconnectivity)의 시대에 진정한 대화의 의미와 가치가 무엇일까를 사회적 차원에서 논의하면서 네트워크 커뮤니케이션의 윤리를 도출해낼

필요가 있다. 인간은 타자와의 만남을 통해 윤리적인 존재가 되는데, 모바일 소셜 커뮤니케이션 시대에 타자와의 만남은 하루 24시간 1주 7일 동안 언제나 연결 상태를 유지해주며 실시간 상호작용을 효율적으로 허용하는 기술을 통해 이루어진다. 상상의 수용자 혹은 타자와의 만남은 새로운 집단 감각과 사회화 과정을 가져오며 우리의 자존감을 재구성하는데, 이에 걸맞은 윤리 의식에 대한 사회적 논의 또한 필요하다. 네트워크의 ‘상상의 수용자’를 어떻게 정의하고 어떻게 배려할 것인지, 그리고 이를 위한 자율적 윤리 의식을 어떻게 마련할 것인지에 대한 정책적 논의가 필요하다. 발화 순간 사라지는 소리의 언어가 네트워크 공간에 축적되고 손쉽게 검색 가능하게 되면서 내뱉은 말이 실시간 전파력과 복제성을 바탕으로 큰 사회적 파장을 불러일으키며 인권의 침해로까지 이어질 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 시대에 말이 갖는 효과를 고려한 윤리 의식과 규범에 관한 논의가 사회적 그리고 정책적 차원에서 심도 깊게 다루어질 필요가 있다.

셋째, 모바일 소셜 커뮤니케이션은 물리적으로 같이 하면서도 같이 하지 않는 소위 ‘부재하는 현존(absent presence)’라는 현상을 가속화 시키며 기존 공동체의 해체와 인간 소외의 문제를 심화시킬 수 있다. 사람들이 연결되지 않음에 강박증을 갖고 매개된 타인과의 관계를 극대화시키려고 할 때 물리적 공간과 면대면 만남에 기반을 둔 공동체의 기반은 약화될 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션이 지속가능한 공동체의 활성화에 어떻게 기여할 수 있는지에 대한 정책적 논의가 필요하다. 또한 이러한 휴머니즘적 관점이 모바일 소셜네트워크 기술의 사용성(affordability)을 디자인하는 과정에 개입할 수 있도록 정책적으로 지원할 필요가 있다. 온라인과 오프라인을 가로지르며 지속가능한 사회적 네트워킹을 할 수 있는 공동체 모델과 시스템이 개발될 필요가 있다.

5. 디지털 컨버전스 환경에서 자기조직화 원리의 이해

가. 연구목적과 구성

인터넷 환경의 일상화로 대변되는 컴퓨터 기반 정보커뮤니케이션 환경에서 폭발

적으로 늘어난 개인들의 정보 생산과 공유, 협업적 행동은 그동안 웹 2.0 서비스의 성공과 더불어 많은 관점에서 설명이 시도되어 왔다. 기술적 차원에서는 개인들이 생산한 정보를 집단적으로 쉽게 공유하고, 필요한 사람에게 연결시켜줄 수 있는 플랫폼과 인터페이스의 구조와 원리를 설명하는 연구들이 있었고, 사회적 차원에서는 새로운 커뮤니케이션 환경에서 어떻게 지식과 정보가 생산되는 패턴이 형성되는지, 이에 대응하는 개인과 조직, 사회의 특징은 무엇인지에 관한 연구들도 이루어져 왔다. 특히 디지털 환경에서의 지식과 정보의 생산 패러다임에 대한 연구는 소셜컴퓨팅, 집단지성, 지식의 사회적 생산, 프로듀시지 등의 개념을 통해 이뤄져 왔으며, 대표적인 학자로는 레비(Levy), 벤클러(Benkler), 서로위키(Surowiecki), 브룬스(Bruns), 리드비터(Leadbeater) 등이 있다.

이들 연구자들이 각각 제시하는 개념은 다소 다르지만 크게 보면 ‘자기조직화’를 핵심 원리로 공유하고 있다. 상호 연결된 개인들이 영향을 주고받으면서도 특정한 중심 없이 분산되어, 아래로부터 스스로 조직을 만들어가고, 새로운 규칙에 의해 더 높은 복잡한 단계로 나아가며 지속적으로 재평가되고 실시간으로 조정되는 등 지식의 공간에서 개별 구성원들은 유동적인 관계를 맺는다. 이와 같은 ‘자기조직화’ 원리는 정보의 생산 혹은 집단적 행동이 발생하는 집단, 조직, 사회의 구성원의 성격, 참여 동기, 집단 내 상호작용의 성격, 조직화 방법 등의 특성과 연동되어 발견된다.

본 연구는 국내 네티즌이 가장 광범위하게 이용하고 있는 인터넷 커뮤니티를 대상으로 자기조직화가 어떠한 조건에서 어떻게 발현되는지를 사례연구를 통해 밝혀 보고자 한다. 따라서 자기조직화 개념의 조작화를 위한 기존 문헌의 검토와 함께 연구대상인 인터넷 커뮤니티에 대한 문헌리뷰가 사전에 검토될 것이며, 오늘날 인터넷 커뮤니티의 분포와 성장패턴 등의 현황을 파악하여 사례연구대상 선정을 위한 자료로 활용할 것이다. 선정된 인터넷 커뮤니티에 한하여 게시판 분석과 심층인터뷰를 통해 조작적 정의된 지표에 비준하여 인터넷 커뮤니티에서의 자기조직화 원리를 찾아 볼 것이다.

나. 주요 연구결과

1) 자기조직화와 인터넷, 그리고 인터넷 커뮤니티

자기조직화(self-organization)는 환경과 상호작용하면서 스스로의 구조를 바꾸는 시스템의 특성을 의미하는 포괄적 용어다. 자기조직화의 핵심적 특징은 스스로의 메커니즘에 의존해서 스스로를 바꾸어나가는 것이다. 이는 자기조직화가 외부의 자극이나 조건에 의해 결정되거나 적응하면서 발생하는 변화가 아닌 자기 결정적(self-determinant)이며 자기 적응적(self-adaptive)인 성격을 지님을 의미한다(Imada, 2008). 자기조직화로부터 생긴 구조는 주로 네트워크로 대변된다. 이 안에서 행위자는 노드(nodes)가 되고 이 노드는 무작위로 자신의 이웃들과 상호작용하지만 이 과정에서 좀 더 선호되는 상호작용이 생긴다. 이 선호적으로 안정화된 상호작용(a bond, relationship, 혹은 link)이 사회적 네트워크에서는 우정, 신뢰, 협업이 된다.

인터넷이 대중적으로 확산됨에 따라 정보의 소통과 지식생산에도 메커니즘의 변화가 관찰된다. 월드와이드웹이 본격적으로 대중화되는 2000년대 들어 이에 관한 논의들이 속속들이 제기되는데 이 논의들에서 제기되는 논리와 개념에는 자기조직화 개념의 원리와 궤를 같이하는 것이 많다. 벤클러(Benkler, 2006)가 제기한 지식의 사회적 생산(social production)모델, 웹 2.0의 지식·정보생산 메커니즘을 지칭하는 소셜컴퓨팅, 브런스(Bruns, 2008)가 제시한 프로듀시지(produsage)가 그것이다.

그들이 제시하는 기본 원칙에는 공통점이 있다. 정보처리와 저장, 커뮤니케이션 기술의 발달로 지식 생산 영역에 대한 일반인들의 진입장벽이 낮춰짐으로써 지식이 해당 자격을 보유한 소수 지식인들의 범위를 넘어서서 일반인들도 지식을 생산할 수 있는 토대가 만들어졌음을 의미한다. 또한 수직적이고 위계질서가 있는 공간이 아닌 수평적 공간으로서 개인들이 서로 연결되어 영향을 주고받으면서도 특정한 중심이 없이 분산되어, 아래로부터 스스로 조직을 만들어가고 새로운 규칙에 의해 더 높은 복잡한 단계로 나아간다는 특징을 지닌다. 이는 컴퓨터 기반 정보커뮤니케이션 환경에서 자발적인 협업적 공유(collaborative sharing)를 가능하게 하며, 구성원들의 공동평가에 의해 능력이 평가되고 상황에 따라 유동적인 질서를 갖게 된다. 이러

한 측면에서 인터넷에서의 소통과 지식·정보의 생산은 자기조직화의 원리와 상당히 유사하다고 볼 수 있다.

가상공동체(virtual community)의 자기조직화에 대해 심층적 연구를 수행한 폭스는 통합적 접근을 제시한다. 주관적 접근으로 가상공동체의 핵심을 지속적 상호작용에 두는 반면, 객관적 접근은 이로 인한 공감대나 정체성과 같은 공유된 가치나 공동의 콘텐츠나 재화와 같은 물질적인 것을 강조한다. 그는 통합적 접근에서 기술 인프라 단계, 지속적인 온라인 상호작용 단계, 협력과 인정(cooperation and appreciation)단계 등 가상공동체의 3계층 발달구조를 제시하며, 네트워크에 축적된 인간의 객관적 지식을 커뮤니케이션을 통해 주관화하고 또 그것을 서로 주고받음으로써 또 다른 주관적 지식을 만들어 객관화하는 자기조직화 현상이 나타난다고 주장하였다. 또한 온라인을 통한 협력적 공유와 새로운 의미의 공동생산을 의미하며, 구성원들은 온라인에서 세상에 대한 해석을 교환함으로써 다른 의미(관심, 아이디어, 취향, 경험, 감각 등)를 만나게 된다. 이 단계에 도달하면 가상공동체는 공동의 기술과 공동의 관심사, 공존감을 넘어 새로운 차원을 얻게 되고 그것이 바로 지속적 관심과 대화를 불러일으키는 기재로 설명한다.

2) 인터넷 커뮤니티의 현황과 성장패턴 유형화

인터넷 커뮤니티에서 자기조직화 현상을 살펴보기에 앞서 오늘날 인터넷 커뮤니티에 대한 현황에 대해 알아볼 필요성이 있다. 포털에서 서비스하는 인터넷 커뮤니티의 역사는 1999년에 시작되어 10년이 넘었으며, 그 과정에서 블로그, 미니홈피 그리고 페이스북과 트위터 등 해외 서비스에 이르기까지 소셜 네트워크 서비스의 역동적인 지형변화 속에서 그 맥락을 이어오고 있다.

본 연구에서는 국내 대표적 커뮤니티 포털인 (주)다음의 카페 서비스에 등록된 커뮤니티를 1차적 연구 대상으로 삼았다. 포털 사이트 중 (주)다음의 커뮤니티를 대상으로 한 것은 국내 최초 서비스 업체이자 지금까지도 최고 규모의 커뮤니티 서비스 업체로 2010년 7월 15일 기준 약 820만여 개의 커뮤니티를 호스팅하고 있어 커뮤니티의 변화 양상을 파악하기 용이하기 때문이다. 이에 (주)다음 전체 커뮤니티의 약

0.1%에 해당하는 표본을 추출하기 위한 첫 단계로 182개의 소분류 카테고리에서 통계적으로 유의미한 샘플 수를 고려하여 각각 40여개 이상의 커뮤니티를 무작위 추출하여 총 8,675개의 카페로 커뮤니티의 현황에 대해 파악하였다.

제공받은 자료는 카페의 개설시기와 2주 간격의 가입회원수, 활동회원수, 전체글수, 페이지뷰로 가입회원수와 전체글수는 누적데이터이며, 활동회원수와 페이지뷰는 2주간의 자료이다. 개설시기로 카페의 분포현황을 살펴보면 2003년까지 지속적으로 증가하였으나 미니홈피, 블로그 등 개인미디어의 등장으로 2003년부터 2006년까지 개설된 커뮤니티의 수는 다소 감소하였다. 또한 2003년 12월에 카페 서비스를 시작한 네이버의 영향도 있는 것으로 추정한다. 하지만 2007년부터 꾸준히 증가하고 있어 개인 중심의 소셜 네트워크 서비스와 달리 인터넷 커뮤니티의 매력 유지되고 있음을 알 수 있다. 카페의 규모를 의미하는 가입회원수의 분포를 살펴보았을 때 1,000명 이하 규모의 카페가 75.5%를 차지함에도 불구하고 그 동안의 인터넷 커뮤니티 연구가 규모가 큰 카페만을 대상으로 하였다는 점을 알 수 있다. 카페의 활성화 정도를 의미하는 활동회원수 역시 먹함수 분포를 나타냈는데, 50명 이하인 커뮤니티가 78.9%를 차지하는 것으로 미루어보아 카페는 존재하지만 사실상 활동하지 않는 카페가 다수임을 확인할 수 있다. 그 밖에 전체글수와 페이지뷰도 먹함수의 분포를 보였으나 전체글수는 운영과정 중에 삭제된 글이 반영되지 않았으며 페이지뷰는 활동회원수와 높은 상관관계($r=.601$)가 있었다. 문화/엔터테인먼트, 생활/취미, 지식/정보, 친목 등 4가지로 구성된 대분류를 기준으로 기술통계량을 살펴보면 문화/엔터테인먼트가 평균 운영 기간이 4.53년으로 가장 높았으며, 지식/정보가 3.72년, 친목이 3.68년, 생활/취미가 3.31년 순이었다. 평균 활동회원 수는 생활/취미가 평균 173명으로 가장 많았으며, 문화/엔터테인먼트가 133명, 지식/정보가 113명, 친목이 77명 순이었다.

이와 같은 카페의 전반적인 양상을 통해 활동회원수로 성장패턴의 유형화를 시도하였다. 활동회원수의 시계열 패턴을 통해 성장패턴을 유형화하기 위해 카페 프로필 서비스가 시작된 2003년 개설된 카페와 2007에 개설된 카페 1,376개의 순차도표

를 그려 ① 지속성장형($\nearrow$), ② 지속쇠퇴형($\searrow$), ③ 성장후 쇠퇴형($\wedge$), ④ 쇠퇴후 성장형($\vee$), ⑤ 등락후 쇠퇴형(M), ⑥ 등락후 성장형(W) 등 6가지 유형으로 구분하였다. 유형 분석 결과를 토대로 성장유형을 크게 성장형과 쇠퇴형으로 구분할 때 네 가지 유의미한 결과를 도출 할 수 있다. 첫째, 전체적으로 커뮤니티의 성장유형에서 성장형보다는 쇠퇴형의 비중이 높다는 것이다. 둘째, 커뮤니티의 활동 즉, 카테고리에 따른 성장유형의 구성을 살펴보면, 친목과 생활·취미가 상대적으로 더 높은 성장형 비중을 보이고 있다. 셋째, 커뮤니티의 규모에 따른 성장유형의 구성은 가입회원과 활동회원에 따라 그 결과가 상반되게 나타났다. 가입회원의 경우 소규모와 중규모의 성장형의 비중이 더 높은 반면, 활동회원에서는 규모가 클수록 성장형의 비중이 더 높게 나타났다. 넷째, 활동회원수와 페이지뷰를 기준으로 커뮤니티의 활성화 정도를 구분한 집단의 활성화 비중을 비교해 본 결과 활성화 정도가 높을수록 성장형의 비중이 높게 나타났다. 이상을 종합하면, 커뮤니티의 성장유형은 실질적인 활동회원의 규모와 설립연도의 영향을 가장 크게 받는 것으로 나타났다. 즉, 활동회원이 많을수록, 최근에 설립된 커뮤니티일수록 성장형의 패턴을 더 많이 나타낸다는 것이다.

3) 인터넷 커뮤니티의 자기조직화 사례연구

심층 분석을 위해 메타분석에 사용된 8,675개의 커뮤니티를 대상으로 카페 선정이 이루어졌다. 본 사례연구의 목적은 인터넷 커뮤니티에서 자기조직화 현상을 찾는 것이다. 따라서 선정 과정의 첫 번째 기준으로 ‘온라인을 기반으로 형성된 커뮤니티’로 제한하였다. 둘째, 커뮤니티 운영기간이 5년 이상인 카페만을 대상으로 하였다. 커뮤니티 운영기간이 상대적으로 짧은 경우 성장주기를 알 수 없으며 성장 패턴을 왜곡할 수 있기 때문이다. 셋째, 카페 프로필 자료 중 활동회원 수와 페이지뷰를 활용하여 커뮤니티의 활성화 정도를 구분한 후, 인터넷 커뮤니티에서 자기조직화 현상을 찾기 위해 사실상 활동을 하지 않거나 저조한 저활성화와 집단과 중활성화 집단을 제외하고 고활성화 집단으로 연구 대상의 범위를 좁혔다. 추가로 임의로 설정된 카페 규모를 기준으로 분류 한 후 문화/엔터테인먼트, 생활/취미, 지식/정보

의 대분류에서 각각 두 개의 커뮤니티를 추출, 단 카페는 동일한 중분류에 해당되며, 182개의 소분류 성격을 고려하여 동질적인 카페를 선정하여 6개의 카페에 대해 사례분석을 실시하였다. 분석 방법으로는 게시판 분석과 카페지기 심층인터뷰를 실시하였으며, 이론적 틀에서 살펴 본 자기조직화 특성을 참여개방성, 자발성, 상호작용(정보적, 정서적), 보상, 창발, 사후적 능력주의 등 여섯 개의 항목으로 구성하여 선정된 여섯 개의 카페에 적용시켰다.

사례 연구의 대상이 되었던 6개의 카페는 모두 최근 2주 동안 활동회원 수가 많고, 페이지뷰가 높은 고효성화 집단으로 A는 영화를 매개로한 건전한 친목 모임, B는 드라마의 팬카페이자 소재인 전쟁관련 자료의 축적, C와 D는 인테리어 소품 판매, E와 F는 컴퓨터 프로그램 관련 정보교류 등을 목적으로 하는 카페이다. 두 개의 카페가 짝을 이뤄 동일 분류에 속하지만 목적과 운영방식에 따라 참여개방성, 자발성, 상호작용, 보상, 창발, 사후적 능력주의 등 자기조직화 지표에 비준하였을 때 확연한 차이를 나타냈다.

참여개방성과, 자발성, 정보적 상호작용, 보상 등이 카페의 일반적 특징이라면 카페 간의 차이를 가져오는 특징은 정서적 상호작용과 창발 그리고 사후적 능력주의로 정리할 수 있다. 결론적으로 여섯 개의 카페 중 A와 D가 자기조직화의 특성으로 정의한 모든 요소를 내포하고 있어 자기조직화 원리를 찾을 수 있는 대표적인 카페였다. A는 참여개방성과 정보적 상호작용은 다소 약하지만 자발성과 정서적 상호작용, 보상, 창발, 사후적 능력주의 등의 특징을 강하게 나타냈다. 함께 영화를 보는 오프라인 만남이 주된 활동으로 친목을 형성하며, 형성된 관계를 중심으로 맛집번개, 소풍번개, 운동번개 등 이벤트성 모임이 빈번하게 나타났다. 활동 과정에서 카페를 체계적으로 운영하기 위해 운영회칙을 만들었으며, [○○번개 시리즈1탄], ‘짜꿍’, 운영진 선출방법 등 카페의 고유문화를 엿볼 수 있었다. D는 인테리어 소품 판매라는 영리적 목적을 갖는 카페이다. 따라서 운영진 이하 등급까지는 등급 상승이 가능하지만 운영진은 직원으로 제한되어 있어 다소 약한 사후적 능력주의 특성을 보였다. 하지만 그 외의 다른 요소는 모두 강한 특징을 보이고 있다. 특히 창발 현상으로

‘나눔릴레이방’의 경우 선물을 교환함으로서 친목을 형성하고 ‘나눔드림’, ‘나눔받음’, ‘응원합니다’ 등 나눔의 고유한 게시판 문화가 형성된 것이 대표적 예이다.

종합하면 A와 D는 영리적 목적 유무의 차이가 존재하지만 자기조직화 원리를 보이고 있는 카페이며 두 카페 모두 5년 이상이 지난 지금도 지속성장형 유형에 해당되는 것으로 보아 인터넷 커뮤니티가 나아가야 할 방향을 제시할 수 있는 좋은 예라 하겠다.

다. 결론 및 정책적 시사점

소셜 네트워크 서비스(SNS)는 스마트폰의 열풍과 함께 앞으로도 이용량이 폭발적으로 증가할 것으로 예상된다. 수많은 소셜 네트워크 서비스 중 인터넷 커뮤니티는 가장 오랜 역사를 지닌 SNS로 현재까지도 포털 내에 카페, 클럽이나 개별 인터넷 커뮤니티의 형태로 지속적으로 그 수가 증가하고 있다. 인터넷 커뮤니티와 개인 미디어의 가장 큰 차이점은 소유의 개념으로 개인미디어의 경우 주인이 관리하지 않으면 더 이상 수명이 유지되지 않는다. 반면 인터넷 커뮤니티의 경우 공동의 지적 자산이 축적되는 공간으로서 한명의 개인이 활동하지 않아도 새로 유입된 회원에 의해 수명이 유지될 수 있다. 인터넷 커뮤니티가 공동의 관심사를 매개로 개개인이 모인 공간이라는 점과 유동적 복합질서의 형태의 운영진이 존재한다는 측면에서 양질의 정보 축적과 상호작용이 가능한 공간이라고 할 수 있다.

하지만 앞서 살펴보았듯이 인터넷 커뮤니티의 현주소는 그다지 밝아 보이지 않는다. 상당수의 카페가 ‘성장후 쇠퇴형’을 나타내고 있어 운영기간 동안 축적된 정보가 사장되는가 하면, 하나의 포털 내에서도 유사 카페의 증가로 네트워크의 힘이 분산되어 있다. 동일 소재에 대해 다양한 커뮤니티가 생긴다는 다양성 측면과 커뮤니티 간의 교류 가능성 측면에서는 긍정적으로 평가할 수 있지만, 실제로도 활동하지 않는 유령카페가 증가한다는 점은 콘텐츠 관리 측면에서도 부정적이다. 예를 들면, 위키피디아의 경우 인터넷 백과사전이라는 형식지로 지식 기부자를 한 곳에 집중시키며 다수에 의해 지속적으로 지식의 생산과 수정, 보완과 유통을 가능하게 한다. 반면 인터넷 커뮤니티의 경우 다수의 공간에서 지식의 생산과 유통이 이루어지

는데 이때 발생하는 문제점은 수명이 짧다는 것이다. 이러한 관점에서 향후 인터넷 커뮤니티의 지속 성장을 위해 사례연구에서 찾은 자기조직화 특징을 근거로 다음과 같은 두 가지 정책적 제언을 하고자 한다.

첫째, 컨버전스 환경에 부합하는 커뮤니티의 참여개방성과 상호작용 향상을 위해 업계 스스로가 커뮤니티의 발전방향을 재정립 할 필요가 있다. 최근 스마트폰의 보급으로 정보의 신속성과 개인중심의 네트워킹을 특성으로하는 트위터, 페이스북 등 마이크로 블로그가 상승세이다. 하지만 인터넷 커뮤니티도 나름대로의 특성과 장점을 지니고 있는 미디어이자 비즈니스 모델임이 분명하다. 마이크로블로그의 경우 신속한 전파력이 장점이지만 정보로서의 가치와 정확성, 신뢰성은 검증되지 않은 경우도 많다. 인터넷 커뮤니티의 경우 신분확인 후 계정을 생성하고 카페에 가입을 하는 체계로 번거롭다는 단점이 있지만, 상대적으로 회원 간의 신뢰를 형성할 수 있는 공간이며 콘텐츠의 질을 향상시킬 수 있는 수단이 될 수 있다. 물론 환경 변화에 따라 소셜네트워크 서비스도 트렌드가 있다. 하지만 동시에 기존의 단점을 최소화하고 장점을 이끌어내어 환경 변화에 맞게 적용시킨다면 이 역시 컨버전스 환경의 새로운 커뮤니케이션 모델이자 새로운 비즈니스 모델이 될 것이다.

둘째, 미디어 리터러시 의무화와 실제 교육에 활용을 통한 올바른 인터넷 글쓰기 습관 형성이다. 살펴본 바와 같이 인터넷 커뮤니티는 정보적 교류뿐 아니라 정서적 교류가 함께 일어나는 공동체 공간이다. 하지만 다수의 커뮤니티가 쇠퇴를 보이는 이유는 다름 아닌 인간관계에서 발생한 문제에 대한 회의와 어려움이다. 면대면(face to face) 상호작용 보다 온라인에서 더욱 ‘끌리고, 쏠리는’ 현상이 심하고 이는 구성원의 분열을 가져온다. 즉 인터넷 공간에서의 글쓰기는 ‘아’ 다르고 ‘어’ 다르다는 말이 더 여실이 드러나는 공간인 것이다. 따라서 미디어 리터러시 교육의 의무화를 통해 올바른 글쓰기 습관을 형성하고, 콘텐츠 생산과 상호작용, 공동평가의 질이 향상된다면 양질의 웹 콘텐츠가 풍성해 질 것이라 생각된다. 또한 이는 공동체로서 카페의 고유문화 등 창발과도 연관이 있다. 가시적으로 들어나는 사회적 영향은 미미할 지라도 개인에게 주는 심리적 보상과 커뮤니티에 참여함으로서 형성되는 공동

체 귀속감등은 개인의 삶에 긍정적 영향을 미침으로써, 결국 건강한 사회 발전에 기여 할 수 있을 것으로 기대한다.

제2 절 정치 영역

1. 디지털 컨버전스 사회의 정치권력 연구

가. 연구목적

권력이란 단순한 개별 주체와 개별 주체 간의 일면적 관계가 아니다. 따라서 권력에 대한 분석 역시 단순한 일면적 분석을 통해 그 의미를 파악하려고 해서도 안 된다. 게다가 권력은 특수한 시·공간적 함의를 가질 수밖에 없는 까닭에, 어떠한 고정적인 시각과 관점을 통해 파악되어서도 안된다. 권력은 그것을 호명하는 주체, 그리고 사회와 더불어 끊임없이 변화를 겪는다. 즉 권력에 대한 분석은 다차원적으로 이뤄져야 하며, 그와 동시에 그것의 변화상을 면밀히 포착하기 위한 과학적, 그리고 경험적인 분석을 또한 요구하는 것이다.

SNS로 인해 얼마만큼의 ‘변화’가 일어나고 있는지, 혹은 이러저러한 정책 변화가 과연 트위터와 같은 SNS 때문인지 아닌지, 나아가 기성 권력들의 SNS 활용이 기존의 권력 관계와 구조에 변화를 야기하고 있는지는 어디까지나 경험적인 분석을 통해 확인되어야 한다. 따라서 본 연구는 이들의 경험적인 연구 성과를 바탕으로 트위터와 같은 SNS를 통해 유통되고 있는 정보의 종류와 성격을 분석한 뒤, 나아가 그것이 기존의 미디어와 어떠한 차별성을 갖는지를 살펴보고, 이를 통해 디지털 컨버전스 하의 권력 구조의 변화 여부를 추론해 볼 것이다.

정치제도와 정치의식은 권력과 관련하여 일종의 ‘구조적 힘’을 갖는다. 그것이 ‘구조적 힘’을 갖는다는 것은 단순히 현재 행사되고 있는 권력의 작동방식을 규정한다는 차원을 넘어, 그것이 앞으로 행사될 권력의 작동방식 또한 규정할 수 있음을 뜻한다. 따라서 사회의 변화와 이를 둘러싼 각 권력주체들 간의 갈등이 제도와 정치

의식에 어떤 변화를 야기하고 있는지를 살펴보는 것은 앞으로의 권력의 작동방식을 추론하는 데 있어 매우 중요한 함의를 획득한다고 하겠다.

나. 주요 연구 결과

1) 디지털 컨버전스 권력의 자원과 수단/과정/결과

디지털 컨버전스 시대 이후 권력 주체의 질적 범주는 더욱 확대되고 있는 것으로 평가받는다. 기술의 진전은 특히 커뮤니케이션의 측면에서 많은 변화를 초래했다. 과거에는 정책과 이슈에 대한 공론화가 이루어지는 공간이 신문이나 방송과 같은 일부 제한적인 미디어에 의해 독점되는 경향이 많았지만, 인터넷의 발달과 정보화 기술의 접목으로 인해 이제 각 개인들은 그들만의 공간을 통해 정책과 이슈에 대한 각자의 의견을 공적으로 표출할 수 있게 되었다.

디지털 컨버전스 사회는 권력으로 하여금 ‘권력의 경제’를 달성할 수 있게 하는 권력의 수단을 제공한다. 그리고 이러한 ‘권력의 경제적 속성’이 기성 권력에 비해 많은 권력 자원과 수단을 갖지 못한 미시적 권력 주체들로 하여금 권력 관계에 참여할 수 있게 한 토대가 되었음은 분명하다. 그러나 이러한 권력의 수단은 기성 권력에게도 마찬가지로 ‘권력의 경제’를 달성 가능하게 한다.

2) 정치의식과 시민참여

시민성은 정치의식 수준을 대표하는 요소 중 하나이다. 시민성에 대한 의식의 변화는 정치의 최근 경향을 이해하고 설명하는 데 좋은 지표를 제공하기 때문이다. 디지털 컨버전스 환경에 강하게 노출된 시민들은 기존의 권위와 정치적 질서에 대한 의무보다 자기표현적 가치를 중요하게 여기며, 기존의 권위에 도전하는 행위를 강조한다. 연구에서는 전자를 ‘의무적 시민성’, 후자를 ‘자기실현적 시민성’으로 구분하여 ICT 활용세대 간 시민성의 차이를 분석하였다.

그 결과, 컨버전스 세대와 웹1.0세대 모두 자기실현적 시민성보다 의무적 시민성이 높았다. 그런데, 의무적 시민성과 자기실현적 시민성을 각각 독립적으로 구분하여, ICT 활용세대별 차이를 분석한 결과, 의무적 시민성에 있어서 웹 1.0세대와 컨버전스 세대 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 이에 반해 자기

실현적 시민성의 경우, 이 두 집단 간의 평균 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다.

동일 연령 집단에 속하더라도 어떤 ICT활용 패턴을 보이는가에 따라 지역사회, 공동체, 시민단체 참여에 대한 중요도에 있어서 상이한 의식을 보였다. 20대, 30대, 40대, 50대 가운데 컨버전스 세대는 웹 1.0세대보다 지역사회, 공동체, 시민단체 조직에 적극적으로 참여하는 것이 좋은 시민의 조건으로써 중요하다고 인식하였다.

정치의식을 대표하는 또 다른 요소는 정치효능감이다. 조사 결과 ICT 활용세대와 일반효능감 사이에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 웹 1.0세대는 평균 3.76점, 컨버전스 세대는 평균 3.95점으로, 웹 1.0세대보다 컨버전스 세대가 정치일반에 대한 효능감이 더욱 높은 것으로 측정되었다.

다음으로 참여효능감은 정치참여 수단에 대한 효능감을 일컫는다. 온라인 정치효능감은 웹1.0세대보다 컨버전스 세대가 더욱 높은 것으로 나타났다. 오프라인 정치효능감은 i) 시민단체 주도의 대중 시위에 참여하기, ii) 나의 이익을 가장 잘 대변하는 정치 후보자에게 투표하기에 대한 응답을 기준으로 분석하였는데 오프라인 참여효능감 역시 컨버전스 세대가 웹 1.0세대 보다 더 높다.

시민의식을 대표하는 또 다른 하위지표는 사회의식이다. 본 연구에서는 응답자들을 대상으로 “공동체의 이익과 개인의 이익 충돌 시 더 중요한 것이 무엇인가”에 대한 질문을 하였다. 그 결과 ICT 활용세대와 사회의식 사이에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

공동체의 이익이 가장 중요하다고 대답한 응답자의 경우 컨버전스 세대보다 웹 1.0세대가 훨씬 많았다. 이에 반해 컨버전스 세대의 경우 개인의 이익을 더욱 중요시하는 쪽에 더 많은 비중을 차지하고 있다. 이것으로 보아 컨버전스 세대가 웹 1.0세대보다 개인의 이익을 더욱 중요시하는 경향이 있음을 알 수 있다.

다음으로, 동일한 연령집단을 기준으로 ICT 활용 패턴의 영향력을 살펴보면, 사회의식에서 역시 뚜렷한 의식차이를 보인다. 동일 연령 집단에 속하더라도 어떤 ICT 활용 패턴을 보이는가에 따라 사회의식에 있어서 상이한 의식을 보였다. 20대, 30대, 40대 컨버전스 세대의 경우 20대, 30대, 40대 웹1.0세대보다 공동체의 이익과 개인

의 이익이 충돌할 때, 개인의 이익이 더욱 중요하다고 인식하였다.

정치참여에 있어서는, 첫째, 각 참여유형을 비교하면 모두 통계적으로 유의하지만 응답수준(level)의 척도는 현격한 차이가 있다. 오프라인 관습참여는 다른 참여유형에 비해 높은 수준이다. 그리고 웹1.0세대의 참여도 다른 3가지 참여유형(온라인 관습참여, 오프라인 비관습참여, 온라인 비관습참여) 중에서 가장 높은 3.3423점이다. 이는 컨버전스 세대의 평균인 3.601점보다 상대적으로 낮지만 동일한 웹1.0세대 집단내에서는 의미 있는 수준의 낮은 참여가 발견된다.

둘째, 오프라인 관습참여를 제외한 나머지 유형은 컨버전스 세대 참여의 강세가 두드러지게 나타난다. 오프라인 관습참여의 세대간 척도차이가 0.2582점에 불과하다. 하지만 온라인과 오프라인에 상관없이 큰 차이가 산출되어 3가지 참여유형 모두 척도로는 1점 이상, 비율로는 2배 이상의 격차가 있음을 알 수 있다. 결과적으로 오프라인 관습참여를 제외한 시민참여 격차는 컨버전스 세대가 보다 높은 수준임을 알려준다.

셋째, 온라인 참여형태만을 다시 구분하여 비교한다면, 웹 1.0세대와 컨버전스 세대 격차는 더욱 크다. 참여유형이 온라인 기반이라는 특성으로, ICT 활용능력에 따른 구분의 차이는 예상할 수 있었지만, 모두 상당한 차이가 나타난다.

넷째, 가장 중요한 함의로서, 4가지 참여유형에서 컨버전스 세대가 통계적으로 참여지향성이 높고 결과도 유의미하지만, 참여유형의 평균값은 현저히 낮은 수준이다. 웹1.0세대에서는 더욱 낮은 평균값으로 나타난다. 심지어 웹1.0세대는 ‘전혀 참여하지 않는다’에 근접한 1.5~1.9점에 머물렀다. 그리고 컨버전스 세대도 통계적으로 검증은 되지만, 2.1~2.6점 수준이다. 이러한 평균값은 참여의사에 ‘보통’이라고 응답한 3점에도 미치지 못하는 것이다. 그런 맥락에서, 컨버전스 세대가 웹1.0세대에 비해 참여지향성은 분명히 강하고 통계적으로 증명은 되지만, 그 결과가 모두 상대적인 차이라는 점도 발견할 수 있다.

3) 정치조직의 변화

근대 산업사회에서 정치사회적 행위의 중요한 기반으로 기능했던 정치조직의 개

념과 성격은 디지털 컨버전스의 진전과 함께 이른바 ‘디지털 정치조직’의 비중이 높아지고 있다. 변화하는 사회와 세대가 구성하는 디지털 정치조직은 벤처 기업 붐 이후 활성화된 새로운 기업조직에서 촉발되어 사회 전체로 확산되고 있으며, 디지털 세대라고 할 수 있는 새로운 세대는 개인주의화를 기반으로 과거의 위계성과 질적으로 다른 창의성과 소통성을 통해 정치조직의 질적 변화에 새로운 인적 자원으로 등장하고 있다. 이러한 새로운 조직은 그 조직방식이나 수단에 있어서 새롭다. 즉, 위계성보다는 수평성이나 연결성이 강하게 나타나고, 한편으로는 ICT(Information Communication Technology) 수단을 매우 효율적으로 사용한다는 점에서 디지털 정치조직이라고 평가할 수 있다.

첫째, 기존의 시민운동 조직의 경우 1999년 시애틀 투쟁이나 1994년 사파티스타 투쟁을 기점으로 온라인 자원의 유용성에 주목하기 시작하였다. 이들은 성장중심적인 발전과 위로부터의 급속한 세계화에 대항하여 인권, 환경, 평등, 노동, 자본의 세계화 등과 관련된 국제연대의 시민운동이 인간중심적 발전과 아래로부터의 세계화를 지향하는 새로운 시민운동으로 되어야 함을 역설하면서 성장하였다(김태수 2005: 205).

둘째, 온라인 활동조직의 경우는 브루스 빔버의 주변조직(peripheral organization)과 임의집단(ad hoc group)의 특징으로 나타난다(Bimber 2003: 20). 예를 들어 미국의 경우 1999년을 기점으로 형성되기 시작한 온라인 활용 조직을 일컫는다. 특히 그 과정에서 미국의 주요정당이라고 보기 어려웠던 자유당(Libertarian Party)이 주도적 역할을 했는데, 자유당은 인터넷(DefendYourPrivacy.com)을 활용하면서 정책현안에 대한 정보교류와 소통체계를 적극적으로 운영했다.

셋째, 비록 조직이라고 규정하기는 어렵지만 네트워크 사회의 하나의 특징으로 개인의 네트워크화가 심화되는 경향을 들 수 있다. 이는 개인의 약한 유대에 의한 네트워크 형성을 기반으로 의제의 네트워크, 콘텐츠의 네트워크 그리고 온라인 사회운동조직과 유사한 임의조직 및 이벤트 조직 형성의 기반을 제공하는데 주로 이슈를 생산해내고 새로운 정보를 공유하는 트위터 혹은 관계망의 지속적인 확장을

통해 구성되는 페이스북과 같은 SNS를 적극적으로 활용함으로써 나타나는 현상이다.

4) 정책결정과정의 변화

첫째, 정책의제설정단계에서 디지털 융합기술의 발전은 정책의제를 설정하고 집행된 정책의 평가 및 환류를 이끄는 주도층의 성격을 바꾸어놓는다. 트위터와 스마트폰으로 대변되는 디지털 융합기술은 정책결정과정 중에서도 주로 의제설정의 유용한 수단으로 활용되고 있는 추세이다. ‘미디어 오늘’, ‘오마이뉴스’, ‘시사IN’, ‘야후’, ‘다음’ 등과 같은 국내의 주요 인터넷 매체나 포털들이 트위터에 올라온 글들을 소재로 기사를 작성하는 사례가 빈발하는 것도 그만큼 트위터가 이미 무시할 수 없을 정도의 의제설정 기능을 갖고 있음을 반증하는 것이다.

이와 같은 의제설정단계에서의 주도권의 이동은 최근 보편화되어 가고 있는 트위터(twitter) 서비스를 통해 여러 가지 사회문제에 대해 개별 시민들이 정책의 형성 및 결정 담당자인 정치인(주로 국회의원)과의 직접적인 접촉을 통해 사회문제를 바로 정부의제화 하는 사례들을 통해서도 쉽게 확인해 볼 수 있다.

둘째, 국내외를 막론하고 구체적인 정책결정단계의 활용 사례를 찾기는 매우 어렵다. 특히 디지털 융합환경의 조성이 미국, 유럽 등 서구 선진국에 비해 상대적으로 늦게 시작된 국내의 경우에는 정책결정 과정에서 융합미디어의 독립적인 영향을 파악하기 쉽지 않다. 정치인이나 각급 공공기관들이 마이크로블로깅이나 모바일 SNS를 활용하여 시민의 의견을 청취한 후 그것을 정책결정에 반영한 사례는 거의 찾아볼 수 없다. 스마트폰을 활용한 경우에도 중앙 정부부처에서 개발 중인 대부분의 스마트폰용 웹 페이지나 어플리케이션들이 기왕에 존재하던 정부 보유의 공공정보를 바탕으로 일방적으로 대국민 서비스를 제공하는 형태의 활용양태가 주를 이루고 있다.

셋째, 정책집행단계의 사례를 살펴보면, 우리나라의 경우 정책결정단계에서의 트위터를 활용한 정책과정 개입은 비교적 찾아보기 어려운 반면 이른바 민원해결의 형태로 나타나는 정책집행과정에서의 트위터 활용은 상대적으로 광범하게 이루어

지고 있다. 청와대의 경우 한국판 트위터라 할 수 있는 마이크로블로깅 서비스의 일종인 미투데이(me2day)를 통해(me2day.net/theBlueHouse) 이러한 민원해결성의 정책 집행이 자주 이루어지고 있음을 알 수 있다. 이는 미투데이 서비스가 정부의 입장에서 국민에게 필요한 정보를 바로 알려서 정부정책의 홍보 효과를 극대화할 수 있다는 점에서, 반면 국민들의 입장에서는 정부정책에 대한 자신들의 의견을 미투데이 서비스를 통해 바로 개진함으로써 자신들의 의견이 정부정책에 직접 반영되도록 한다는 점에서 전형적인 양방향 의사소통의 구체적 사례로 볼 수 있을 것이다. 정책 평가 및 환류 단계 역시 정책결정 및 집행과정과 마찬가지로 국내사례를 찾기란 여간 어려운 일이 아니다.

다. 결론 및 정책적 시사점

1. 권력 주체별로 어떤 정보를 권력 자원으로 점유하고 있는가에 초점을 맞출 경우, 디지털 컨버전스 이전과 이후의 뚜렷한 차이점은 없다. 아직까지 제도 권력은 사회에 큰 영향력을 행사할 수 있는 중요한 정보를 상대적으로 많이 점유하고 있으며, 그에 반해 비제도 권력은 그러한 정보로부터 여전히 거리를 두고 있다. 점유하고 있는 정보의 가치 자체에서 비롯되는 불균형은 제도 권력과 비제도 권력의 권력행사와 그것의 성공에 있어서도 일정 부분 불균형한 결과를 초래할 것으로 짐작된다.
2. 기술 진화로 인한 컨버전스적 권력 수단의 등장은 적은 비용으로 많은 효과를 누리는 ‘권력의 경제’를 가능하게 만들었다. 이것은 제도 권력보다는 비제도 권력에게 유리한 이점을 제공하며, 후자를 컨버전스 시대의 권력 주체로 등장하게 한 근본적인 토대로 기능한다.
3. 그러나 컨버전스적 권력 수단은 제도 권력에게도 중요한 권력 수단이 될 것으로 예상된다. 특히 제도 권력의 경우 그 외에 기존에 그들이 보유하고 있던 권력 자원과 권력 수단을 활용하여 컨버전스 시대의 그들의 권력을 행사함에 있어 더욱 효율성을 높일 것으로 생각된다.
4. 디지털 컨버전스 시대의 권력은 비제도 권력을 권력의 주체로 등장시킴으로써

권력을 특정한 주체(즉 A 혹은 갑)로부터 탈구시키는 결과를 초래했다. 이제 권력 주체 A는 권력의 행사에 앞서 선형적으로 규정받기보다는, 그것이 초래한 실질적인 결과를 통해 권력의 주체로 호명되는 사후적인 관계에 들어서게 된다. 따라서 권력의 관계는 권력행위자와 권력수용자라는 기존의 불평등한 관계(즉 A와 B의 관계)가 아닌, 권력행위자와 권력행위자 간의 관계(즉 A와 A의 관계)로 변화 가능하게 되었다.

5. 이러한 권력 주체의 변화는 디지털 컨버전스 시대의 권력 개념을 다음과 같이 정의할 수 있게 한다: “B(A)로 하여금 A(B)가 아니었으면 하지 않았을 일을 하게끔 만드는 만큼의 A(B)의 능력, 혹은 자원(source)에 대한 점유와 수단을 통해 A(B)가 B(A)의 일정한 부문에 행사하는 양적인 힘”
6. 그러나 위의 가설은 어디까지나 비제도 권력 주체들의 권력이 얼마나 성공하고 있고, 또 얼마나 많은 영향을 행사하고 있는지에 따라 엄밀히 평가되어야 한다.
7. 권력 주체의 변화와 더불어 디지털 컨버전스가 권력 관계에 미친 중요한 변화 중 하나는 ‘정보화 시대’가 가져온 ‘네트워크화된 개인주의’를 다시 하나의 네트워크로 결집시키는 ‘네트워크화된 집단화(Networked collectivization)’를 가져왔다는 점이다. 이것은 정보화 시대의 집단화와는 분명 차별화되는데, 왜냐하면 후자가 정보생산자와 정보수용자를 구분하며, 또한 그러한 집단 내에서 맡은 역할 또한 위계적 질서에 따라 고정되어 있는 데 반해, 전자의 경우엔 저마다 다양한 권력 자원과 특수화된 권력 수단을 보유한 개인들 저마다 다양한 권력의 주체이자, 능동적이고 자유롭게 전환 가능한 정보프로듀서로서 네트워크에 평등하게 참여하고 있기 때문이다.
8. 이렇게 본다면 디지털 컨버전스 시대의 비제도 권력 주체들을 권력의 주체로 등장할 수 있게 한 가장 큰 원인은 특정한 권력 자원이나 특정한 권력 수단 때문이라기보다는, 네트워크화된 집단화로 인한 ‘정보 공유’와 ‘연대’라고 볼 수 있을 것이다.
9. 그러나 그러한 네트워크 내의 비민주성의 문제는 여전히 문제로 남는다. 예컨

대 대표적인 모바일 SNS인 트위터는 양방향 커뮤니케이션이기보다 일방향적 커뮤니케이션으로서의 특성을 가진다. 즉 디지털 컨버전스 시대 하에서 작동되는 권력 역시 여전히 수직적이며 위계적인 특성을 일정 부분 갖고 있다. 이는 차후 대안 세력 내부의 비판 기능과 전체적인 권력 관계에 있어서도 부정적인 영향을 끼칠 것이다.

10. 디지털 컨버전스 시대가 가져온 변화를 제도를 통해 수용하는 것은 사회 안정과 민주주의의 정착, 나아가 정보화 시대 이후 막중해진 정부의 부담을 줄이는 데도 도움이 될 것이다. 이를 위해서는 제도 권력의 인식 전환이 필요한데, 이는 명목상의 소통에 그치는 것을 넘어, 컨버전스적 네트워크를 통해 생산된 비제도 권력의 요구와 비판을 생산적인 기제로 활용할 수 있는 ‘제도화된 루트’가 마련될 때 비로소 가능해질 것이다.
11. 디지털 컨버전스 하의 권력은 감시권력으로서의 속성을 많이 가질 것으로 생각된다. 비제도 권력은 컨버전스적 네트워크를 통해 실시간으로 제도 권력을 감시하는 역할을 하게 될 것이다. 그러나 제도 권력 역시 컨버전스적 기술을 활용하여 그들 권력의 감시권력화로의 변환을 이룰 것으로 생각되는데, 왜냐하면 컨버전스적 네트워크는 소수로 하여금 다수를 감시하는 데 있어 유리한 ‘권력의 경제’를 제공하기 때문이다.
12. 종합적으로 말해 디지털 컨버전스 시대의 도래로 인해 권력 주체가 특정한 주체로부터 탈구되었다는 점에서 권력 관계의 수준에서는 수평적이고 민주적 차원에서의 의미 있는 변화가 일어나고 있다고 볼 수 있다. 그러나 그것은 여전히 ‘가능태’에 머물고 있을 뿐이다. 권력은 그것이 실제로 어떠한 변화를 가져왔는가를 통해 판단되어야 한다. 따라서 권력을 행사하기에 앞서 일어난 이러한 권력 관계의 변화가 그 결과에 이르러서도 유지되기 위해서는, 나아가 그로 인해 권력이 재생산되는 권력 구조에도 유의미한 변화를 가져오기 위해서는 권력을 둘러싼 쌍방의 대화와 소통, 그리고 노력이 절실히 요구된다고 할 것이다.

13. 지금은 어디까지나 디지털 컨버전스 시기로 진입하는 과도기일 뿐이다. 과거의 질서와 새로운 질서는 혼합되어 나타나고 있으며, 컨버전스 사회가 이 중 어떤 방향성에 따라 발전하게 될지 그 누구도 장담할 수 없다. 다만 디지털 컨버전스가 가진 무한한 가능성 중 긍정적인 것을 이끌어 내기 위한 많은 노력이 요구될 뿐이다.

2. 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여

가. 연구 목적과 구성

본 연구는 정치의식 및 시민참여를 분석하는 데 있어서 ‘ICT활용 패턴’을 설명변수로 설정한다. 이는 최근 나타나고 있는 새로운 정치 현상의 원인을 분석하는 데 풍부한 시각을 제공할 수 있다. 기존의 정치의식과 시민참여이론은 투표 참여에는 인식하지만, 유명 정치인의 트위터를 팔로잉(following)하는 젊은 세대의 의식과 참여 행위를 충분히 설명하지 못하고 있다는 비판에 직면해 있다.

이에 본 연구에서는 ICT활용 패턴에 따른 시민의 정치의식 및 정치참여를 분석하고자 한다. 이는 기존 ‘연령 효과’(age effect)에 기반한 기존의 정치참여 연구와 뚜렷한 차별성을 지닌다. 본 연구에서는 디지털 컨버전스 세대의 특징을 분석하는 데 있어서 ‘ICT활용 효과’에 주목한다. ‘ICT활용 효과’는 특정한 기술 활용에 따른 세대 구분을 의미한다. 오히려 이는 넓은 범위에서 ‘세대 효과’(generation effect)에 속한다고 할 수 있다. 기술의 변화가 곧 독특한 정치, 사회, 경제적 변화이며, 이것이 특정 연령 집단의 의식 및 행위 체계에 영향을 미치기 때문이다.

아직까지 컨버전스 세대는 ‘변화의 조짐’의 한 가운데 위치해 있다. 이것이 연구자로 하여금 긴장을 늦출 수 없게끔 하는 요인을 제공하기도 하지만, 이러한 변화의 조짐을 면밀히 관찰하고, 분석하고자 하는 노력을 게을리 하지 않는다면, 향후 컨버전스 세대의 확산으로 인한 한국 정치 지형을 예측할 수 있는 능력을 키울 수 있을 것이다.

나. 주요 연구결과

본 연구는 정보사회의 고도화에 따라 등장한 디지털 컨버전스 세대의 특성을 추출하고 이들의 정치의식과 참여행태 등을 심층적으로 분석하기 위한 목적에서 시도되었다. 제1장에서는 연구목적과 배경을 제기하고 연구방법론을 설명하였다. 무엇보다 ICT 활용세대에 따른 구분과 연구의 필요성을 분명히 하였고 이를 위한 세부적인 연구방법론을 제시한다.

연구 방법론은 디지털 컨버전스 세대의 개념화와 시민의식, 정치행태를 면밀히 고찰하기 위한 방법론을 적용할 것이다. 연구에서는 설문조사를 주요 방법론으로 설정하고 문헌연구, 전문가 자문 등 보완적인 연구방법론을 적용하여 디지털 컨버전스 세대의 정치의식과 참여행태를 총체적으로 조망하고자 한다.

1969년 아르파넷(ARPANET)의 등장 이후 군사적인 목적으로 사용되던 인터넷은 1990년대 중반 상업화 하여 짧은 기간 전 세계적인 네트워크로 성장했다. 인터넷 발전은 기술변화에 따른 세 번의 전환기가 존재했다. 그것은 1980년대 개인용 컴퓨터(PC)의 등장과 1990년대 통신네트워크와 결합, ICT산업 호황이 그것이다. 하지만 인터넷 도입 이후 승승장구하던 서비스들은 새로운 환경에 직면하게 된다. 그 중심에는 웹1.0 비즈니스 모델과는 다른 형태의 참여·개방·공유를 기치로 하는 웹2.0(web 2.0)이 있다.

정보사회 진화론을 주장하는 학자들은 인터넷 사용이 시민참여와 상호작용성의 증가로 의사소통과 표현을 할 수 있는 기제로 인식한다. 이런 특징으로 인터넷 사용으로 인한 웹2.0 진화를 한마디로 요약한다면 “참여적 웹(participative web)”이라고 할 수 있다. 참여적 웹인 웹2.0은 시민들에 의한 진화하는 능력, 협력 그리고 콘텐츠를 유통하고 소비하는 권능(empowerment)이 강화되었음을 의미한다.

웹2.0은 다시 최근 들어 2차 전환기를 맞이하고 있다. 이러한 변화에 착안한 또 다른 변화가 있는데 그것이 연계 네트워크를 보다 쉽게 편리하게 해줄 수 있는 서비스들의 등장이다. 첫째, 스마트 폰과 넷북으로 대변되는 무선이동 네트워크 기기가 폭발적으로 증가하고 있다. 둘째, 무선이동 네트워크에서 주로 활용되고 있는 서비스

는 SNS를 기반으로 하는 소셜미디어(social media)가 주류를 이루고 있다. 또 주목할 것은 마이크로블로그의 약진이다. 마이크로블로그는 140자 내외의 글이나 정보를 네트워크로 연결된 이들에게 실시간 전달하는 서비스이다. 마이크로블로그가 주목 받는 이유는 네트워크의 연계성과 무선으로 접근이 가능하기 때문이다.

이와 같은 무선이동 네트워크 사용과 소셜미디어의 결합은 기존 웹1.0과 2.0에서 경험하지 못한 새로운 정보통신 환경을 구축하고 있다. 가장 큰 변화는 ‘공간인식’의 변화이다. 그동안 인터넷의 등장으로 공간인식은 가상공간(cyberspace)과 현실공간(real space)으로 구분하여 이해되었다. 하지만 무선이동 네트워크 사용과 소셜미디어의 등장은 여기에 새로운 2가지의 융합협상을 가속화시킨다. 첫째, 이동성의 한계를 없앴고, 둘째, 통신이 전파를 활용할 수 있는 모든 디바이스와 연계가 가능하게 된 것이다. 요컨대, 현재 인터넷은 유선네트워크가 아닌 이동통신의 사회적 네트워크 연결이 본격화되고 있으며 이것은 새로운 변화의 변곡점이라고 할 수 있다.

본격적인 연구에 들어가기에 앞서 디지털 컨버전스 세대에 관한 개념의 조작적 정의가 필요하다. 이유는 본 연구에서 사용하는 세대 개념은 연령효과를 기준으로 하지 않기 때문이다. 기존 세대 연구는 주로 연령대에 따른 생애주기 효과(life cycle effect)와 정치적 세대를 구분하는 코호트(political cohort effect)로 논의된다. 전자는 생물학적 연령에 따른 사회의식의 변화에 초점을 두는 반면, 후자는 정치적 의식의 지속성에 관심을 두고 사회적 힘의 상호작용 속에서 사회역사적 세대라고 할 수 있다. 그러나 본 연구에서 구분하는 컨버전스 세대구분은 기존의 세대이론과는 차별성이 있다. 이유는 본 연구가 기술발전이 독립변수인 까닭이다. 요컨대, 디지털시대의 컨버전스 세대는 단순한 연령이나 코호트적인 특성을 가진 집단으로 구분하기에는 무리가 있다. 그런 맥락에서 우리 연구에서 사용하는 디지털 컨버전스 세대는 기술적 수용성을 기반으로 세대를 구분할 것이다. 컨버전스 세대는 “생물학적 세대가 아닌 디지털 환경에서 소통양식의 변화에 친숙하여 사회의 정치·경제·문화적 가치를 변화시키고 주도하는 집단”이라고 할 수 있다.

이와 같이 개념정의한 디지털 컨버전스 세대의 특성과 정치연구는 아직 많지 않

을뿐만 아니라, 얼마 되지 않은 연구의 대부분은 주로 구조기능주의적인 효과 분석이 주류를 이루고 있다. 기존 연구를 고찰한 결과 두 가지 측면에서의 문제점이 발견된다. 첫째, 디지털시대의 세대정치를 시도했지만 여전히 가장 기본이랄 수 있는 세대규정은 역시 단순한 생애주기와 코호트이론을 적용하는 문제점이 발견된다. 둘째, 최근 탭스콧과 몽고메리의 연구를 제외하고 다수의 연구가 진화된 디지털컨버전스 환경이 아니라 초기 인터넷 도입에 관한 논의에 그치고 있다. 이러한 문제점을 인식하고 연구에서는 새로운 방식의 ICT활용능력에 따른 시민의식과 정치참여에 관한 분석을 시도할 것이다.

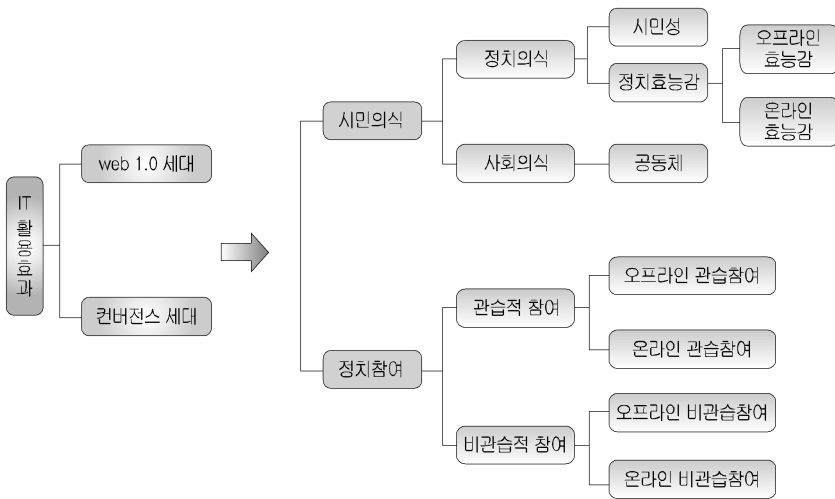
연구에서는 컨버전스 세대를 애초 설계하기는 인터넷 서비스(service)와 디바이스(device) 이용에 따라 기존 웹 세대와 컨버전스 세대를 구분하고자 했다. 1단계로 최근 1개월 동안 자주 사용한 디바이스와 서비스를 기준으로 분류했다. 그리고 웹세대는 다시 ICT활용능력이 가장 낮은 웹1.0세대와 참여·개방·공유의 진보된 ICT활용능력을 가지고 있는 웹2.0세대로 범주화했다. 하지만 설문조사 결과 웹2.0은 가변적인 집단으로 집단정체성을 파악하는데 한계가 있었다. 연구의 목적이 컨버전스 세대의 시민의식과 정치 참여적 특성을 파악하기 위한 것이므로 이중적인 속성을 가지고 있는 웹2.0세대 708명을 제외하고 웹1.0세대 149명, 컨버전스 세대 193명을 대상으로 2차 표본을 추출했다.

다음으로 두 집단의 종속변수가 필요하다. 첫 번째는 정치의식 조사이고, 두 번째는 행태로서의 정치참여 조사이다. 정치의식과 행태를 구분하여 살펴보는 것은 시민의식과 행태의 차별성과 동조성 등을 파악하여 컨버전스 세대의 가치차원에서의 인식과 행태로서의 참여양상을 다층적으로 구분 분석하고자 함이다. 이를 체계적으로 종합한 것이 다음 [그림 3-2]이다.

사전적인 변수설정과 조작적 정의를 통해 유효한 표본 집단을 재구성해 웹1.0세대와 컨버전스 세대의 본격적 연구에 앞서 간략하게 추출된 표본의 사회경제적 특성을 제시하였다. 인구사회학적 구성비는 컨버전스 세대가 웹1.0세대와는 다른 세대임을 알려준다. 생애주기와 코호트적인 세대구분과는 달리 디지털기술의 제한적

수용에 따라 성, 연령, 학력, 소득의 편차가 발생한 것이다. 이들이 우리가 주요 분석 대상으로 설정한 컨버전스 세대이다.

〔그림 3-2〕 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여 연구설계도



시민의식은 크게 정치의식과 사회의식으로 구분한다. 변수의 조작화를 통해 정치의식의 하위 차원은 시민성과 정치효능감이, 사회의식의 하위 지표는 공동체의식이 채택되었다. 정치효능감은 정치에 대한 일반효능감과 참여효능감으로, 참여효능감은 온라인과 오프라인에 대한 참여효능감으로 구분한다. 이러한 차원을 기준으로 웹1.0세대와 컨버전스 세대의 시민의식의 특징을 살펴보고, 시민의식에 영향을 미치는 결정요인을 모색하고자 한다. 따라서 두 집단 간 평균 차이를 검증하는 독립표본 t-test와, 시민의식에 대한 ICT활용변수의 설명력을 분석하는 다중회귀분석을 실시한다.

연구결과, 웹1.0세대와 컨버전스 세대의 시민의식은 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다($t=-7.369$, $df=340$, $p<0.05$). 더욱이, 성별, 연령, 학력, 소득과 같은 사회경제적 변수와 비교했을 때, ICT활용 패턴에 따른 ICT활용변수가 시민의

식에 미치는 독립적인 영향력 또한 큰 것으로 검증되었다. 이는 기술 활용 패턴과 시민의식 간에는 밀접한 관계가 있다는 것을 보여준다. 즉, 뉴스댓글, 포털게시판, 토론방과 같은 서비스를 자주 이용하는 웹1.0세대와 트위터, 마이스페이스 등과 같은 소셜네트워크 서비스를 자주 이용하는 컨버전스 세대 사이의 의식은 다르게 나타났다.

컨버전스 세대의 시민의식은 전체적인 측면에서 ‘변화의 조짐’으로써의 특징을 보인다. 시민의식의 하위차원인 ‘시민성’, ‘정치효능감’, ‘공동체의식’에서 웹1.0세대와 컨버전스 세대 사이의 의식 차이는 검증되었다. 그러나, ‘시민성’의 경우, 웹1.0세대와 컨버전스 세대 모두 가장 친화적인 시민성으로 ‘자기실현적 시민성’보다 ‘의무적 시민성’을 꼽았다(웹1.0세대=81.9%, 컨버전스 세대=91.2%). ‘정치효능감’에서도 특히, ‘오프라인 참여효능감’의 경우, 웹1.0세대와 컨버전스 세대 모두 참여효능감이 가장 높은 것으로 ‘투표 참여’를 꼽았다(웹1.0세대=47%, 컨버전스 세대=59.1%). ‘공동체의식’을 측정하는 지표에서도 역시 마찬가지다. 두 그룹 모두 ‘공동체의 이익이 중요하다’에 가장 많은 응답을 하였다(웹1.0세대 53.7%, 컨버전스 세대 41.5%).

ICT활용능력에 따른 시민참여 행태는 어떤 차이가 있는가? 만약 차이가 있다면 정치참여에 긍정효과, 아니면 부정효과가 나타나는가? 그리고 마지막으로 ICT활용능력이 참여의 각 층위에서 어떤 설명력을 가지는가? 우리가 컨버전스 세대의 시민참여를 분석하기 위한 주요 연구문제이다. 연구문제를 검증하기 위해 참여방식에 따라 관습참여와 비관습참여, 참여공간에 따라 온라인참여와 오프라인참여로 구분했다.

연구결과 첫째, ICT활용세대에 따른 관습참여와 비관습참여는 모두 통계적으로 유의미한 차이가 존재했고, 각 참여유형별로 컨버전스 세대 참여가 더 적극적인 것으로 산출되었다.

둘째, ICT활용에 따라 온라인 기반 시민참여 활동이 오프라인보다 상당히 적극적으로 확대될 가능성이 있다는 점이다. 오프라인참여에 비해 온라인참여는 상관성 측면에서 다른 변인들과 서로 교호작용을 하고 있다. 이는 웹을 기반으로 하는 ICT

활용 세대는 사용정도를 막론하고 높은 참여성향을 보임을 추론할 수 있다. 그리고 컨버전스 세대가 웹1.0세대에 비해 더욱 적극적이라는 점이다.

셋째, 그러나 맥락적인 해석에서는 통계적인 해석과 다른 의미가 지적되어야 할 것이다. 실제 시민참여의 방식과 공간으로 조작화한 변인이 통계적으로 유의했지만 선거참여라는 오프라인 관습참여를 제외하고 나머지 변인들의 평균값은 상당히 낮은 수준이다. 맥락적으로 해석한다면, 한국의 인터넷 사용자들의 정치참여는 컨버전스 세대가 웹1.0세대에 비해서 상대적으로 높지만, 이 수준 역시 참여에 부정적인 응답의 영역 내에서의 격차에 불과한 것이다.

이상의 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여의 다양한 유형을 살펴보았다. 분석을 통해 결론에서는 컨버전스 세대의 정치의식의 다층성과 시민참여의 층위를 살펴볼 수 있었다. 연구에서도 확인되지만 일반적인 코호트적인 세대나 생애주기세대와 달리 컨버전스 세대는 참여의 효과적인 도구를 가지고 있어 시민의식수준에 비해 적극적인 참여를 하는 것으로 나타났다. 컨버전스 세대는 웹1.0세대에 비해 효과적인 참여수단을 가지고 있어 정치적 효능감을 느껴 적극적인 정치참여, 행동지향성을 보이고 있는 것으로 나타났다. 이는 컨버전스 세대가 보다 많은 정치정보를 습득할 수 있는 경로를 가지고 있으며 타인과의 소통, 참여의 효능감 강화 등으로 인해 시민의식의 수준보다 더 많은 참여적 경향을 나타내고 있음을 알려준다.

그리고 또 다른 발견점은 최근 한국사회에서 새로운 정치참여 양상을 보였던 컨버전스 세대 역시 여전히 기존의 정치질서에 대한 시민의 의무와 책임을 중요시하며, 공동체 그리고, 투표와 같은 관습적 참여에 대한 높은 의식을 지니고 있다는 것을 의미한다. 그럼에도 불구하고, 웹1.0세대와 비교할 때, 컨버전스 세대는 자기실현적 시민성에 대한 선호가 더 강하며, 공동체의 이익보다도 개인의 이익을 더 중요시하는 특징을 보인다.

이로 미루어 보면, 컨버전스 세대가 반드시 참여적이라는 결론은 조금 더 보완적인 연구가 필요할 것이다. 그 이유는 온라인-오프라인, 관습과 비관습참여를 막론하는 참여행태간의 강한 인과성은 선후관계에서는 아직 증명되지 않은 점이 있기

때문이다. 예컨대, 다양한 ICT관련 서비스 활용이 보다 많은 정치·사회습득의 경로를 확대하고, 집단행동을 쉽게 할 수 있고 자발적인 시민참여를 확대한 것인지, 아니면 컨버전스 세대가 이미 그 이전의 오프라인에서도 적극적인 참여지향적인 시민들이 새로운 디바이스와 서비스로 무장한 정치집단으로 결집한 것인지는 추가분석할 필요성이 있다.

다. 결론 및 정책적 시사점

첫째, 컨버전스 세대에 대한 이해가 요구된다. 최근 정치제도에 대한 시민들의 신뢰가 떨어지고 있으며, 정치시위가 지속적으로 증가하는 양상이다. 컨버전스 세대의 비제도적 참여가 활발한 것은 기존 정치제도에서 이들의 참여욕구를 제대로 수용하지 못하기 때문이다. 기술 확산의 추이로 볼 때 컨버전스 세대의 시민의식과 정치참여 행태는 향후 전반적인 시민의식과 행태로 자리 잡을 것이다. 따라서 컨버전스 세대에 대한 정확한 이해 없이는 여론수렴과 사회적 합의를 도출하는 데 어려움이 따를 것이다.

둘째, 컨버전스 세대의 참여욕구를 충족시킬 수 있는 참여제도가 확산되어야 한다. 컨버전스 세대의 의식과 행태 변화는 아직 과도기적이지만, 향후 추세는 의무적 시민에서 적극적 시민으로, 공동체보다는 개인의 이익과 권리를 우선시하는 시민으로 변화할 것이다. 세상이 바뀌고, 시민이 변하고 있으며, 정부—시민 간 소통방식 역시 과거와는 달라야 한다. 따라서 정부는 공공성을 가진 생활 밀착형 서비스와 어플리케이션을 개발, 지원하여 생활영역에서부터 정치의식을 향상, 민주시민교육을 확대할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

3. 컨버전스 정치조직의 출현과 e-거버넌스의 미래

가. 연구목적과 구성

첫째, 본 연구는 디지털 정치조직의 변화 과정에 대한 체계적 연구를 지향한다. 즉, 정부·정당·시민사회의 고정불변의 조직단위가 아닌 네트워크 사회에서의 관

계적 단위의 관점에서 변화를 연구하며, 그것이 산업사회의 근대적 조직에서 탈근대적인 네트워크 조직으로 변화하는 과정에서 표출하고 있는 추동력과 사회적 영향력을 분석한다.

둘째, 본 연구는 디지털 정치조직에 대한 다차원적 연구를 통해 디지털 정치조직의 포괄적 이해를 지향한다. 정치조직을 구성하는 여러 요인들, 예컨대 물적·인적 자원과 수단, 정치조직의 운영방식 및 구성원리가 구성하는 구조 그리고 정치조직 간의 관계가 컨버전스 사회에서 경험하는 변화를 체계적으로 분석하는 것에 그 목표를 두고 있다.

셋째, 본 연구는 이와 같은 연구결과를 수렴하여 디지털 정치조직 구성의 가이드라인을 제시하고 정치적 공공성과 디지털 정치조직의 장점이 선순환되고 극대화될 수 있는 에코 시스템을 제시하고자 한다. 이와 같은 가이드라인이나 에코시스템 모델은 디지털 정치조직에 대한 정책적·이론적 시사점을 제공하는 것으로써 충분한 사례 연구를 통한 일반화와 연구과정에서 도출되는 정책적 시사점을 범주화함으로써 가능하다.

나. 주요 연구결과

1) 정부 2.0과 디지털 정치조직

제도 영역은 혁신적인 변화가 일어나기 어려운 영역이다. 베버의 관료제 이후로 근대의 정부 조직은 위계적이고 관료적인 혹은 피라미드형의 조직구성을 효율적이고 안정적인 시스템으로 유지해왔다. 그러나 1993년 미국의 전자정부 추진 이후 세계적으로 전자정부의 적극적인 도입이 이루어지면서 신공공관리론(New Public Management Theory)에 의한 공공영역에서의 ICT 도입이 본격화되었다.

네트워크 사회의 정부는 정부와 ICT의 본격적인 만남이라 할 수 있는 전자정부(electronic government, e-gov)로부터 정부 2.0(government 2.0, gov. 2.0) 서비스로 진화하고 있으며 휴대폰을 활용한 정부 서비스인 M-Gov.(mobile government)와 IPTV를 활용한 T-Gov.(television government)도 논의되고 있다. 이렇게 기술 발전 추세가 지속된다면 모든 것이 연결된 환경에서 정부와 시민 혹은 기업이 모두 편리하게 온

라인 공공 서비스를 이용할 수 있는 네트워크 정부라는 이상(理想)의 실현도 멀지 않았다고 볼 수 있다. 한편으로 전자정부는 ICT의 부가가치를 공공영역에서 극대화함으로써 경기 침체를 극복하고 정보사회를 발전시키겠다는 초기의 ‘경제적’ 목적에 더하여 정부 내의 효율성을 향상시키고 국민에 대한 서비스를 강화해야 한다는 ‘정치적’ 목적이 강조되고 있다.

발전단계의 또 하나의 흐름을 구성하고 있는 것은 전자정부 2.0(Government 2.0, Gov. 2.0) 서비스 개념이다. Gov. 2.0은 G2G, G2B, G4C 서비스간 상호작용으로 인해 통합이 이루어지고(개방), 정부에 대한 사용자들 의견의 피드백(feedback)이 가능하여 쌍의 커뮤니케이션이 이루어지며(공유), 시공간을 초월하여 사용자 참여가 가능한 정부 서비스를 의미한다(참여).

Gov. 2.0의 다음 단계는 궁극적으로 전자정부의 최종 귀착점으로 볼 수 있는 네트워크 정부인데, 정부의 가장 이상적인 서비스를 구현하는 네트워크 정부에서는 부처나 기관 간에 경계가 없는(seamless) 통합된 정보 서비스로서 국민들에 대한 개인 맞춤형 정보 등을 실시간으로 제공할 수 있으며 정부와 민간의 연계가 더욱 공고하게 구성된다는 특징이 나타난다.

2) 정당의 네트워크 전략과 조직변화

정당의 디지털 전략이 본격화되기 전 초기 단계는 정보제공형 전략이 압도적으로 우세하였다. 1990년대 후반부터 2000년대 초반까지 국내외 대부분의 정당들은 정당의 대외적인 홍보채널로서 홈페이지를 구축하였다. 피파 노리스의 2000년 연구결과에 의하면 당시에는 세계적으로 1,000여개의 정당이 온라인 활동을 하고 있으며, 이 가운데 EU 회원국인 15개 국가의 134개 정당을 분석한 결과, 이들의 온라인화 정도는 사회적 발달과 기술 발전 정도에 의해 영향을 받지만 민주화의 정도에는 영향을 받지 않는 것으로 나타났다.

정당이 온라인 활동을 전개함으로써 나타나는 효과에 대해서는 기존 정치에서의 고비용의 진입 한계를 극복할 수 있도록 소수 정당에게 기회를 제공한다는 것과 그리하여 정당 간 경쟁구도가 강화될 수 있다는 견해가 있다. 또한 정당과 시민사회와

의 연계가 활성화되고 그만큼 정당의 응답성과 책임성이 요구된다는 지적도 가능하다.

3) 시민사회의 네트워크화와 개인관여도의 증가

제도 영역의 디지털 정치조직이 제도적 장애에 의해 오프라인의 경로의존에 의한 구조 변화가 어려운 편이라면, 비제도 영역의 디지털 정치조직의 경우는 ICT 반응성이 대단히 높은 유연한 조직이라는 특징이 점차 심화되고 있다. 또한 이들은 제도 영역의 폐쇄성에 비해 대중의 폭넓은 참여확대를 목적으로 하는 만큼 거의 조직 공개에 가까운 조직방식 공개를 선호한다.

전세계적으로 이와 같은 비제도 영역의 디지털 정치조직은 오프라인과의 연관성을 중심으로 몇 개의 차원으로 구분할 수 있는데, 오프라인에서 시작되어 온라인과 병행하고 있는 조직, 순전히 온라인에서 활동하는 조직 그리고 개인단위의 네트워크화로 구분하여 볼 수 있다. 오프라인에서 시작되어 온라인 활동을 병행하는 시민운동 조직의 경우는 이미 잘 알려져 있는 INGO(International NGO)가 대부분이며, 주로 온라인에 기반하여 활동하는 시민운동 조직은 기존의 NGO 의제에 더하여 온라인 고유의 의제의 확대를 목표로 하는 조직으로 볼 수 있다. 예를 들어 정보공유, 개인정보보호 등의 이슈를 주제로 한 조직들이 대표적이다. 이에 더하여 비록 조직운동의 차원은 아니더라도 트위터와 같은 마이크로 블로그나 페이스북과 같은 연결망을 통해 개인의 네트워크화가 급속도로 확대되고 있는 것도 비제도 분야의 또 다른 특징적 유형이라고 할 수 있다.

첫째, 기존의 시민운동 조직의 경우 1999년 시애틀 투쟁이나 1994년 사파티스타 투쟁을 기점으로 온라인 자원의 유용성에 주목하기 시작하였다. 이들은 성장중심적 발전과 위로부터의 급속한 세계화에 대항하여 인권, 환경, 평등, 노동, 자본의 세계화 등과 관련된 국제연대의 시민운동이 인간중심적 발전과 아래로부터의 세계화를 지향하는 새로운 시민운동으로 되어야 함을 역설하면서 성장하였다(김태수 2005: 205).

둘째, 온라인 활동조직의 경우는 브루스 빔버의 주변조직(peripheral organization)과 임의집단(ad hoc group)의 특징으로 나타난다(Bimber, 2003: 20). 예를 들어 미국

의 경우 1999년을 기점으로 형성되기 시작한 온라인 활용 조직을 일컫는다. 특히 그 과정에서 미국의 주요정당이라고 보기 어려웠던 자유당(Libertarian Party)이 주도적 역할을 했는데, 자유당은 인터넷(DefendYourPrivacy.com)을 활용하면서 정책현안에 대한 정보교류와 소통체계를 적극적으로 운영했다. 기존에 자유당이 가지고 있던 1만개의 메일 주소를 바탕으로 릴레이 서신 발송 운동을 전개한 결과 자유당은 17만 1천개의 시민들의 메시지를 FDIC에 전달하였는데 이는 당시 자유당원 수의 네 배가 넘는 것이었고 FDIC가 그때까지 받은 메일보다 훨씬 많은 규모의 메시지였다.

결국 당국은 예정된 정책안을 철회하였으며 자유당원은 그 후 2000년 인구총조사 반대운동, 미군의 코소보 개입 반대 운동을 포함한 상대적으로 작은 규모의 사회운동을 전개하였다. 이와 같은 전통적인 이익집단에서 현안집단 그리고 이벤트 집단(event group)으로 발전되는 과정은 과거의 조직형태가 완전히 새로운 것으로 대체되는 것을 의미하는 것이라기 보다는 특정한 조직의 경계와 구조가 점차 느슨해지고 서로 병행하여 작동하는 조직형태에서의 이질성이 점차 증가하는 것을 의미한다(Bimber 2003: 47).

셋째, 비록 조직이라고 규정하기는 어렵지만 네트워크 사회의 하나의 특징으로 개인의 네트워크화가 심화되는 경향을 들 수 있다. 이는 개인의 약한 유대에 의한 네트워크 형성을 기반으로 의제의 네트워크, 콘텐츠의 네트워크 그리고 온라인 사회운동조직과 유사한 임의조직 및 이벤트 조직 형성의 기반을 제공하는데 주로 이슈를 생산해내고 새로운 정보를 공유하는 트위터 혹은 관계망의 지속적인 확장을 통해 구성되는 페이스북과 같은 SNS를 적극적으로 활용함으로써 나타나는 현상이다.

이들 개인의 네트워크는 신속한 정보 공유와 약하지만 지속적으로 이어지는 연결망을 통해 끊임없는 이합집산을 속성으로 하며 한편으로는 네트워크 인프라를 자유자재로 활용할 수 있는 주체로서의 특징과 네트워크집의 특징을 거부감없이 받아들이고 적극적으로 실천에 반영한다는 능동적 특징을 보인다. 개인의 네트워크화는 재난구제, 정치적 행동주의, 다양한 문화활동의 공유로 나타나는데 때로는 제도 영역에서의 대응과 갈등을 빚기도 한다.

다. 결론 및 정책적 시사점

1) 정부: 제도적 반응성 증진

정보사회에서의 참여에 대한 기존 연구에서는 주로 홈페이지, 토론게시판, 온라인 공동체와 같이 공급자가 설치해놓은 공간에 사람들을 끌어들이는 방식 즉, 공급자 중심의 동원론(mobilization theory)에 관심이 있었다면 최근에는 사용자가 모여 자발적으로 콘텐츠를 만들어 공유하는 집단지성모델(collective intelligence model)이 주목받고 있다.

사용자의 참여가 확대됨에 따라 정부와 정치인은 그 뒤를 따라가는 역동원론(reverse mobilization theory 혹은 반동적 동원 reactive mobilization theory)과 같은 모델이 형성되고 있는 것이다. 그 과정에서 제도와 규칙에 익숙한 정부와 정치인은 규제중심의 가치를 벗고 얼마나 전향적으로 온라인 가치를 수용하는가에 따라 온라인 공간에서의 성과를 거둘 수 있게 되었다. 또한 규제와 문화 간의 갈등이 심화됨에 따라 이에 대한 해결이 온라인 연구의 중요한 쟁점으로 부각된다.

먼저, 1단계인 환경 분석에서는 ICT의 환경 변화의 특성을 정확하게 분석해야 하며, 그 특성이 파악된 후에는 각각의 특성에 맞게 전략을 수립해야 한다.

2단계 전략은 정보생산권력이 확대되고 있는 만큼 다양한 채널로 시민을 만날 수 있도록 시민접촉 창구를 다양화해야 하며, 이슈가 다변화되고 네트워크를 따라 급속도로 확산되는 만큼 이슈를 파악하기 위해 개방성과 쌍방향성을 확대시켜야 한다. 마지막 특성인 신뢰와 평판의 중요성이 중요하다는 것에 대해서는 신뢰와 평판의 체계를 구축함으로써 정부의 대응력을 높일 수 있다.

3단계로는 전략에 맞는 서비스 원칙이 있어야 한다. 접촉 창구를 다양화하기 위해서는 ICT의 모든 기술을 종합적으로 활용할 수 있어야 하며, 정보 독점이 아닌 정부를 플랫폼으로 거쳐 시민들이 일상적으로 활용할 수 있도록 해야 한다. 개방성과 쌍방향성의 확대를 위해서는 정보제공과 정보의 피드백이 활성화되어야 한다. 그리고 신뢰와 평판을 구축하기 위해서는 일상적인 서비스 효과를 체감할 수 있도록 생활 서비스를 확대할 필요가 있다. 그러나 이러한 서비스들을 기본으로 정부의 대응성,

개방성, 신뢰성을 높이는 것이 기본일 것이다. 어떤 정책도 마찬가지이겠지만 정보 사회에서는 특히 정부의 소통 능력과 의지가 매우 중요하다. 소통의 메커니즘과 활용에 익숙한 시민들이 활발하게 생활하고 있는 온라인 공간에서 시민과 이야기하고 이슈를 파악하고, 혹은 이슈를 생산하는 반응성있고 능동적인 정부가 좋은 정부인 것이다.

2) 정당: 새로운 균열을 대비한 포괄적 문화 전략 수립

정당 차원에서 네트워크사회로 변화한다는 것의 의미는 과거의 대표적인 4대 균열에 더하여 새로운 균열(New Cleavage)이 심화되고 있다는 것이다. 즉, 하나의 이데올로기나 지역정체성으로 수렴될 수 없는 다양한 취향과 정치적 선호를 가지는 유권자가 늘어나면서 문화균열이 늘어난다는 것이다.

문화에 대한 정의가 다소 포괄적이더라도 이와 같은 다양한 선호를 가진 롱테일(long-tail)과 같은 유권자의 취향과 존재 때문에 네트워크 사회에서의 정당은 포괄 전략(catch all strategy)을 구사할 수 밖에 없다. 따라서 네트워크 정당은 새로운 균열을 대비한 포괄적 문화전략 형성에 주력해야 한다. 우선, 공급자와 수용자의 소셜미디어 활용이 민주주의의 발전에 기여하는 바를 명확히 파악해야 한다. 일례로 2010년 영국 총선에서 트위터는 TV 토론, 정당이나 뉴스 홈페이지와 ‘연계(network)’되고, 이것이 다시 토론에서의 ‘닉 크랙 돌풍’이라는 정치적 사건과 맞물리면서 정치 참여 확대에 기여를 했다. 어떤 기술도 그 사회에 맞는 자신의 모양으로 변형되어 적용되어야 한다면 트위터 혼자서 무엇을 했다는 식이 아니라 기존의 다른 요소들 즉, 온라인과 오프라인의 ‘관계’ 사이에서 의미와 기능을 획득한 것이다.

둘째, 소셜미디어 반응의 잠재력에 대한 평가를 명확히 해야 한다. 즉, 미디어 정치의 한계에 대한 사회의 논란과 같이 소셜미디어에 대한 평가를 단지 당장 선거에의 영향력으로 한정하는가 혹은 정치문화 발전의 토대로 평가하는가에 따라 문제는 매우 달라질 수 있음을 유념해야 한다. 따라서 소셜미디어 선거에 대한 기존의 회의론이 주장하는 결과 중심의 직접적인 영향의 관점보다는 정치과정 상에서 다양한 소통 채널을 마련하고 여론형성의 공론장을 형성하며 이 모두를 연결시킬 수 있는

소셜미디어의 정치적 활용 기회에 대한 적극적인 관심이 필요하다.

셋째, 유권자와의 직접 소통의 정치적 의미에 대한 이해이다. 피파 노리스(Pippa Norris, 2000)나 프라서(Plasser, 2002)같은 경우는 현대 정당이 온라인에 익숙한 다수의 시민과 만나게 되면서 더 많은 소통 모드와 스타일을 소화하느냐의 여부가 상대적인 정치적 이익과 불이익을 결정하는 관건이라고 평가하였다. 하향식의 전통적인 매스미디어에서는 불가능한 후보자와의 직접 만남이 소셜미디어를 통해서 얼마든지 가능하며 소통 통로가 좀 더 쉽고 편하게 마련되는 것이야말로 정치문화 발전의 가능성을 시사한다는 것이다.

넷째, 소통을 활발하게 할 수 있는 제도적 지원의 중요성이다. 전체적으로는 소셜미디어에 대한 적극적인 활용과 이를 통한 시민의 참여도를 높이는 것이 정치발전의 필수불가결한 전제조건이지만 또하나 유의해야 할 것은 현재 논의되고 있는 온라인에 대한 제도 규제 문제이다. 모든 것을 허용하면서도 선거가 자유롭게 진행될 수 있다는 관점, 차이에 대한 일방적이고 획일적인 가치판단이 아니라 차이를 차이로 인정하고 다양한 이견을 그대로 노출시키고 큰 오류는 자정적으로 시정할 수 있는 집단지성에 대한 신뢰는 또하나의 소중한 정치적 가치이자 원칙이다.

따라서, 소셜미디어가 단순히 정보격차만을 양산하고, 실시간으로 악플러들을 확대시키며 혹은 선의의 피해자만을 만들어낸다는, 그야말로 기술결정론적인 관점보다는 그 가운데 시민의 창의성과 자발적 참여, 집단지성의 자정능력이 밑받침이 되어 정치적 무관심이 정치문화의 발전으로 변화하는 기반 구성에 소셜미디어가 긍정적으로 기여할 수 있다는 것을 신중하게 고려해야 한다.

3) 시민사회: 민주적 가치 학습의 필요성

정치조직으로서 시민사회에서는 컨버전스의 심화에 따라 이미 많은 능동적 참여의 실험이 진행되고 있으며, 정부나 정당에 비해 비교적 자유로운 공간에서 협업도 증진되고 있는 편이다. 그러나 제도 영역에서의 시민공포증과 시민사회에서 주장하는 시민중심성간의 갈등, 그리고 또다른 한 축으로써 의미있는 민주주의 구현 가능성에 대한 고민 등이 언제나 미완의 쟁점으로 남아 있다.

우선, 원론적인 기술사용 격차라고 할 수 있는 정보격차(digital divide)는 소통 격차와 의제 공감 격차 등 다층적인 문화적 격차(multiple divide)로 확대되고 있다. 즉, 네트워크 사회에서의 격차는 과거와 같은 단순한 기술 사용능력이나 기술사용기회의 유무에 따른 격차뿐만 아니라 기술이해도나 기술문화이해도의 격차로 인해 자유롭고 다양한 사회운동의 활성화보다는 사회운동의 파편화 현상의 강화로 이어지기도 한다. 스마트 모바일 파워를 공유하고 즐기기 보다는 역으로 스마트 모바일 리더가 일어날 수 있는 가능성도 매우 높은 것이 현실인 것이다.

아울러 기본적으로 소통이 가능해질 수 있도록 언어와 규범을 재정립해야 하는 것도 중요하다. 세대 단절이 규범의 불연속을 야기하고 세대간 규범의 공유가 이루어지지 않는 문제는 언어의 축약화와 의미전달의 속도가 빨라지는 것에서 기인하는 언어의미 불일치의 문제로 나타난다. 이에 대해서는 스마트모바일 공간에서의 공리와 공익 그리고 공통규범 등 강제하지 않는 선에서 자율적 가이드라인의 제시가 필요하다.

다음으로 극단적·배타적 의식을 완화할 수 있는 교육 가치를 창출해야 한다. 끼리끼리 문화(like-minded people)나 파편화(cyber-balkanization)에 따른 고립적 집단화 현상에 대한 효율적 대처가 필요한데 스마트 모바일 공간에서의 비위계성을 해소할 수 있는 온라인 민주주의의 재민주화라는 교육적 가치를 확산시킬 필요가 있는 것이다.

또한 신뢰 회복을 통한 문화발전 가치의 제시가 필요하다. 네트워크 사회의 발전에 따라 사적/공적 가치의 경계가 사라지는 것을 유념하여 새로운 사회의 모습으로서 진정한 공공성은 무엇인가에 대한 고민이 필요하다. 또한 표현의 자유 침해, 개인정보 침해, 규제강화 등의 변화한 환경에 적합하지 않은 정책은 사회운동의 또다른 저항이슈만을 생산할 수 있는 가능성이 높기 때문에 저항적 사회운동보다는 가치창출형 사회운동과 연대형 사회운동을 독려할 수 있는 시민사회의 신뢰창출방안에 대한 모색이 필요하다고 볼 수 있다.

4. 융합 환경에서 정책결정과정의 변화와 전망

가. 연구목적과 구성

본 연구의 연구목적은 다음과 같다. 첫째, 디지털 컨버전스의 기술진화가 정책결정과정에 어떤 근본적 변화를 야기하는지 그 변화상을 종합한다. 둘째, 디지털 컨버전스의 기술진화가 야기하는 정책결정과정의 변화가 현대 민주주의 및 거버넌스의 이론적 시각에서 어떤 함의를 제공하는가를 살펴본다. 셋째, 디지털 컨버전스의 기술진화에 따른 정책결정과정의 변화가 보다 긍정적인 방향으로 발현되도록 하기 위해 해결해야 할 과제가 무엇인지 찾는다. 넷째, 계속되는 디지털 컨버전스의 기술진화가 만들어 내는 융합 환경이 정책결정과정에 어떤 새로운 변화들을 이끌어 낼 것인가를 전망해 본다. 끝으로, 디지털 컨버전스의 기술진화가 공공정책의 영역에서 정책 행위자 간 어떠한 경쟁과 협력 관계를 새롭게 창출해 내는지를 그들의 경쟁전략과 상호작용을 중심으로 살펴본다.

위와 같은 연구 목적을 달성하기 위해 본 연구는 먼저 2장에서 융합 환경에서 정책결정과정에 참여하는 ‘디지털 노마드화’ 된 정책 주체들의 특성을 분석하는 한편, 디지털 융합 환경에서 ‘디지털 노마드화’ 된 정책 주체들 간의 커뮤니케이션 패턴의 변화를 분석한다. 이를 바탕으로 3장에서는 융합 환경에서 정책결정과정이 어떤 변화를 겪게 되는지를 분석하면서 융합 환경에서 특징적으로 나타나는 복잡계 네트워크 상에서 이루어지는 정책과정 모형의 특성을 분석한다. 4장에서는 2~3장에서의 이론적 논의를 바탕으로 정책결정과정의 각 단계별 국내 사례를 분석하고, 5장에서는 마찬가지로 각 정책 단계별 해외 사례를 분석한다. 6장에서는 웹 2.0 기술을 정책결정과정에 실험적으로 접목한 유럽 연합의 DEMOS@WORK 프로젝트와 디지털 융합기술을 활용한 일부 기업의 의사결정 사례를 분석함으로써 그러한 사례들이 융합 환경에서의 정책결정과정의 변화에 대한 분석과 전망에 어떤 함의를 갖는지를 살펴본다. 7장에서는 사례 연구를 통해 얻어진 융합 환경에서의 정책결정과정에서의 시민 참여 확대를 위한 정책적 개선 방안들을 제시하면서 8장을 통해 본 연구의 최종 결론을 제시할 것이다.

나. 주요 연구결과

1) 정책 행위자의 디지털 노마드화와 소셜미디어의 역할 확대

디지털 컨버전스의 기술 진화는 우리 사회의 커뮤니케이션에 있어 동시성과 이동성을 보다 강화시키는 결과를 초래함으로써 디지털 노마드의 수적 증가를 촉진시킬 가능성이 높다. 스마트폰의 탄생은 그 자체로 디지털 노마드의 생활환경을 혁명적으로 변화시켰다는 점에서 디지털 노마드를 21세기의 보편적 트렌드로 만들어 가고 있다. 사회 각 분야에서 급속하게 확산되고 있는 소셜미디어를 활용한 커뮤니케이션은 서비스 이용자들이 하여금 매체 선택에 대한 보다 많은 권한을 누리게 하고 정보를 생산하고 유통시키는 주도권을 이용자에게 더 많이 부여하고 있기에 사회의 민주적 소통에 더 없이 중요한 역할을 수행한다. 결국 디지털 융합 환경은 그 환경 속에 깃들여 사는 행위자의 생활 및 행동양식에 근본적인 변화를 초래하게 되며, 그러한 변화는 융합 환경을 구성하는 사회적 속성과 행위자들의 사고의 방향에 근본적인 수정을 가져오게 된다. 이러한 디지털 융합 환경에서의 환경변화는 개별성(individuality), 동시성(synchronicity), 복잡성(complexity), 상호작용성(interactivity), 이동성(mobility)의 증대로 요약될 수 있다.

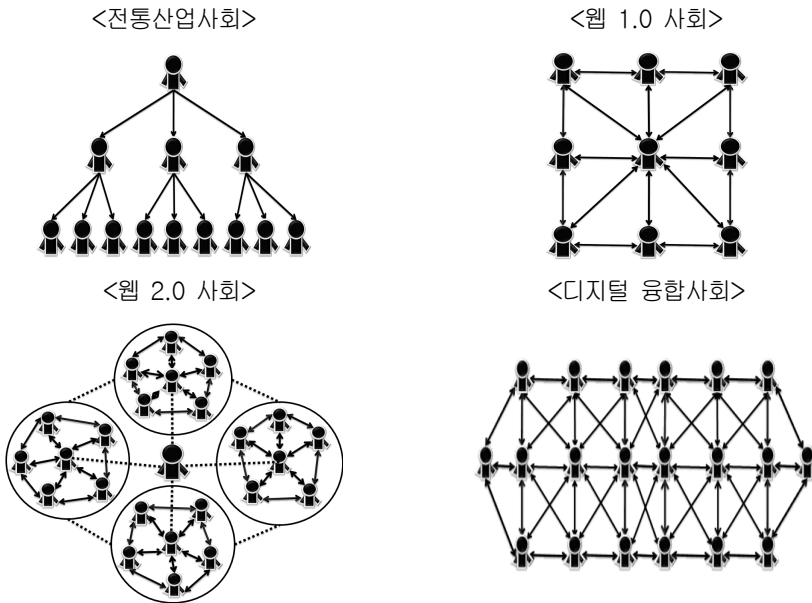
2) 융합 환경에서의 정책 행위자 간 커뮤니케이션 패턴의 변화

전통 산업사회에서 웹 1.0 사회를 거쳐 웹 2.0 사회로 이어지는 일련의 인터넷 기술진화의 과정은 의사소통의 기술을 매개로 한 커뮤니케이션의 네트워크 구조가 단순계에서 복잡계로 패러다임적 변화를 겪게 되는 과정과 그 맥락을 같이 한다. 그러므로 디지털 융합사회로의 또 다른 기술진화는 그러한 복잡계로의 패러다임 전환을 마무리 하는 과정이란 점에서 단절적 변화로 볼 수 있다.

디지털 융합사회에서는 모바일 환경에서 구현되는 다양한 소셜미디어를 통해 디지털 노마드로 변신한 개별적 시민들이 수평적으로 네트워크화 된 각 노드를 장악하게 된다. [그림 3-3]에 나타난 바와 같이 웹 2.0 사회에서 나타나던 이슈 영역 중심의 폐쇄된 온라인 커뮤니티의 해체 현상이 나타나면서 개별 시민들의 개체성이

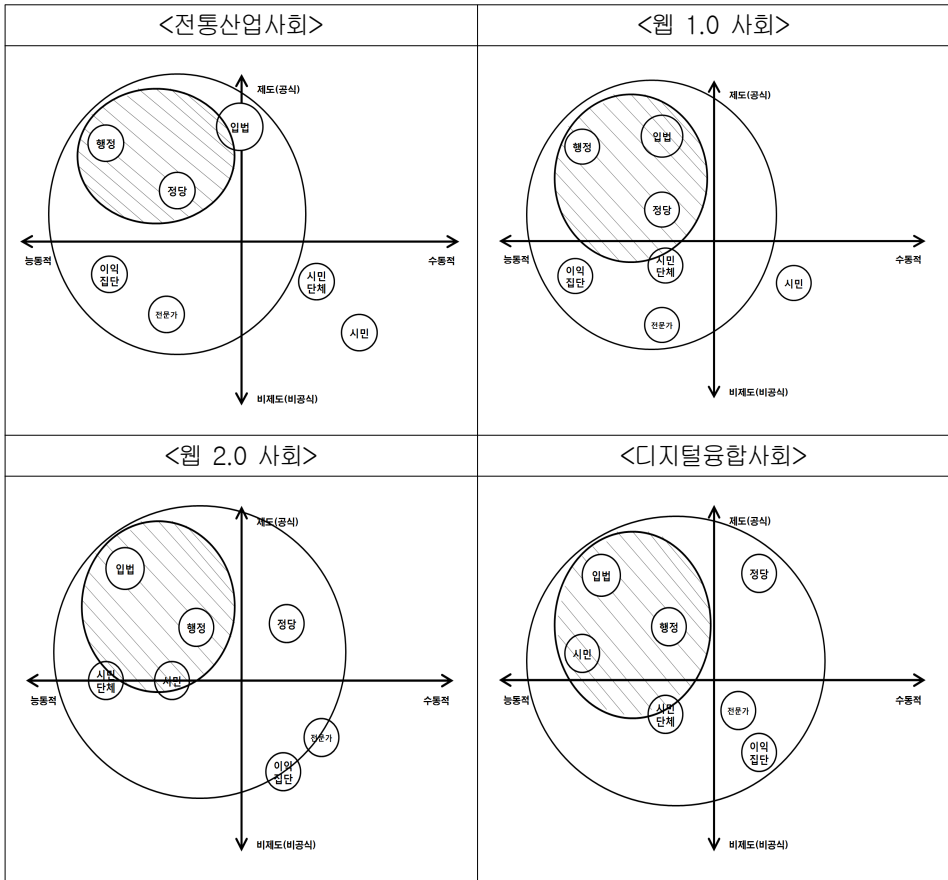
더욱 뚜렷해지고 그들 간의 상호작용이 시공간의 제약 없이 가능해지면서 무정형의 분산된 네트워크를 통한 커뮤니케이션은 더욱 복잡한 양상을 띠게 된다.

[그림 3-3] 전통산업사회~디지털융합사회 커뮤니케이션 패턴 변화



디지털 융합사회의 정책행위자 관계에서는 디지털 노마드화된 개별 시민 모두가 정책과정에 실질적인 영향을 미칠 수 있는 핵심 행위자로 등장하면서 훨씬 제도화된 형태로 정책과정에 참여하게 되며 개별 시민의 집합체인 시민단체와의 관계성은 오히려 약화된다. [그림 3-4]에서 확인되는 바와 같이 정책 네트워크가 행위자를 포괄하는 범위는 다른 단계보다 훨씬 확장된 형태로 나타나 사회의 거의 모든 행위자들이 정책과정에 구별 없이 참여하게 된다.

〔그림 3-4〕 인터넷 기술진화에 따른 정책 행위자의 참여 패턴 변화

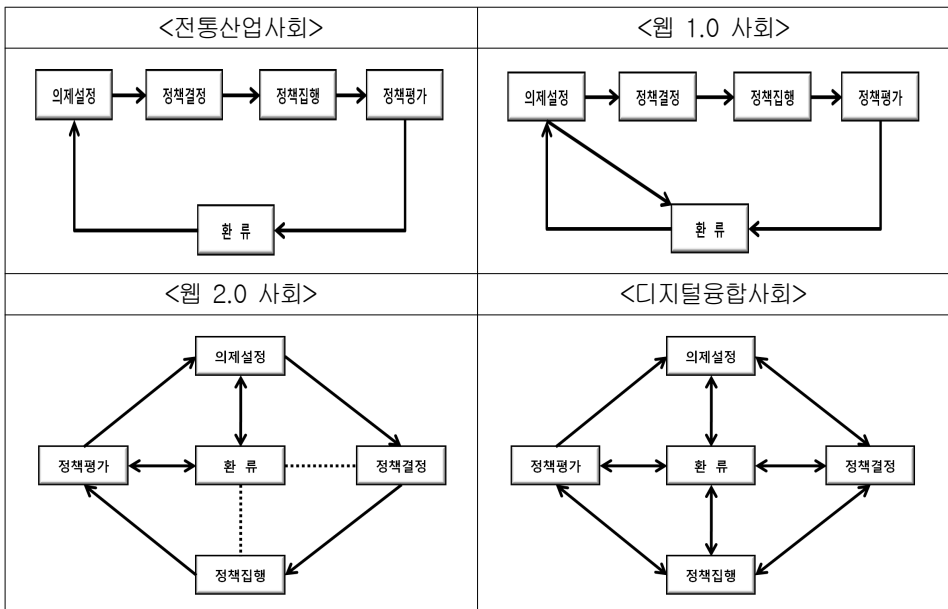


3) 융합 환경에서의 정책결정과정 변화 패턴

디지털 융합사회의 정책과정은 보다 근본적인 변화에 직면하게 되는데 각 정책결정단계별로 시민사회와의 적극적 상호작용으로 인한 환류가 이루어지게 된다. 이는 모바일화 된 서비스 제공으로 동시성, 상호작용성, 이동성이 크게 강화되면서 개별 시민들의 실시간 정책과정 참여가 보다 보편화된 형태로 나타나고 있기 때문이다. 디지털 융합사회의 정책과정에 나타난 또 다른 근본적 변화는 환류 결과의 반영에 따른 정책과정의 후행(backward)이 가능해 졌다는 점이다. [그림 3-5]를 통해 확인

할 수 있듯이 각 정책단계별로 환류가 가능해 지면서 필요한 경우 정책집행이나 정책결정 단계에서 시민들의 순응을 제대로 끌어내지 못하는 정책일 경우 정책의 결정이나 집행 자체를 보류한 채 다시 의제설정 단계로 환원함으로써 정책과정이 새로 시작되게 한다는 것이다.

(그림 3-5) 인터넷 기술진화에 따른 정책과정의 변화



4) 국내 사례 연구 결과

국내 사례분석을 통해 드러난 결과를 융합 환경에서의 정책결정과정 변화와 관련하여 정리하면 다음과 같다. 첫째, 디지털 융합 환경에서 정책결정과정의 주요 행위 주체가 행정 관료 중심의 공식적 행위자에서 국회의원과 같은 정치인 중심의 공식적 행위자로 옮겨 가고 있다. 이에 따라 웹1.0~2.0사회에서 본격적으로 정책과정에 참여하기 시작한 비공식적 행위자(이익집단, 시민사회단체, 언론매체)들의 주도적 역할이 보다 확대되는 한편으로 이들의 집합적(조직적 혹은 집단적) 차원의 개입보

다 오히려 개별적인 차원의 정책과정 참여와 개입이 더 두드러지고 있음이 확인되었다. 둘째, 디지털 노마드화 된 개별 시민들의 정책과정 참여는 디지털 융합 환경의 초기 단계에서 아직 본격적인 형태로 나타나지는 않고 있으나, 정책집행 단계를 제외한 정책과정의 전 단계에서 비교적 고르게 이들의 정책과정 참여가 활발해지고 있음이 확인되었다. 셋째, 정책과정의 핵심적 주체인 정부 행위자는 디지털 융합 환경에서도 여전히 ‘공공기관’이라는 집합적(조직적 혹은 집단적) 차원에서 정책과정에 참여하고 있으며, 참여 방식 또한 대부분 형식적인 모습을 띠고 있어 웹 1.0~2.0 사회에서의 참여 양상과 크게 다르지 않음이 확인되었다. 넷째, 우리나라 공공기관이 제공하는 스마트폰용 공공 어플리케이션의 경우 영국이나 미국 등 주요 선진국의 경우와는 달리 주로 아이폰용 앱 개발에만 주력하고 있어 다른 운영체제를 가진 스마트폰에서는 활용되지 않는 경우가 많다. 이는 정책소비자들의 정책과정 참여를 원천적으로 봉쇄하게 되는 결과를 초래한다는 점에서 매우 심각한 시민 권리의 침해라 할 수 있다.

5) 해외 사례 연구 결과

해외 사례들에서는 집합적, 조직적 차원을 탈피하여 개인적, 개별적 차원에서 정책 생산자로서의 정부 행위자와 정책 소비자로서의 개별 시민들 간에 정책을 둘러싼 상호작용 관계가 형성되는 진정한 의미에서의 복잡계 정책 네트워크 형성이 시도되고 있다. 해외 사례들에서 확인되는 또 다른 사실은 캘리포니아 주 정부의 IHSS 예산 삭감 사례나 오바마 대통령의 의료개혁 법안 제정 사례에서 드러난 바와 같이 중앙정부 혹은 지방정부의 구체적인 정책 사안들에 대해 정책결정 단계에서 디지털 융합 환경에서의 시민 참여가 매우 실질적이고 구체적인 형태로 이루어지고 있다는 것이다. 해외사례에서는 정책과정의 전 단계에 걸쳐 디지털 융합 기기의 활용이 비교적 고르게 나타나고 있다는 점을 지적할 수 있다. 우리나라의 경우 정책결정 단계에서의 디지털 융합 기기 활용 사례를 찾아보기 어려웠던 반면 해외 사례의 경우 정책결정 단계까지도 고르게 활용된 사례들을 쉽게 찾아볼 수 있었다는 점이다.

6) 기타 사례 연구 결과

‘DEMOS@WORK’ 프로젝트에서 활용된 포털 중심의 플랫폼 형식을 스마트폰용

애플리케이션 형태로 개발하여 적용할 경우 디지털 융합 환경의 구성요소들이 모두 구비된 가운데 구체적인 정책 이슈들에 대해 정책과정의 전 단계에서 디지털 노마드화 된 개별 시민의 실질적인 참여가 보장됨으로써 정책과정에 획기적인 변화를 가져올 수 있다는 점에서 중요한 의미를 지닌다. 따라서 ‘DEMOS@WORK’의 사례는 국내 사례 분석에서 드러난 디지털 융합 환경에서의 정책결정과정 변화의 내용적 측면을 어떻게 보완할 수 있을 것인가에 대한 문제 해결의 실마리를 제공하는 좋은 사례라 할 수 있을 것이다. 마찬가지로 매우 제한된 사례들로 한정되고 또 구체적인 사례분석이 제대로 이루어지지 않은 경우이긴 하지만 해외 주요 기업들에서 고객과의 소통기제로 디지털 융합기기를 적극 활용한다는 사실 또한 정책 고객과의 소통을 활성화하기 위해 우리나라 공공기관들이 디지털 융합 환경을 어떻게 활용해야 할 것인지를 잘 보여준다.

다. 결론 및 정책적 시사점

1) 융합 환경에서의 인터넷 생태계의 개방적 구조 유지

인터넷 생태계의 개방적 구조를 이런 저런 규제를 통해 일사분란하게 통제하려는 시도는 시대적 흐름이라 할 수 있는 디지털 융합 환경의 도래를 오히려 억제하는 역기능을 초래할 수 있다는 점에서 문제가 있다. 통제를 해야 할 부분은 통제를 해야 하겠지만 자칫 그런 통제와 규제가 일률적인 잣대로 적용되어 다수의 디지털 노마드들이 이동을 포기하고 정주하게 만들어서는 안 될 것이다. 불필요한 규제는 풀되 반드시 필요한 규제는 최소화하는 대신 규제를 위해 필요한 시장과 시민사회에 대한 모니터링(monitoring) 기능을 제도적으로 강화함으로써 시민들이 개인적인 표현의 자유를 침해 받는다는 느낌을 갖지 않게 하면서도 디지털 융합 환경에서 초래될 수 있는 반사회적 행태에 대해서는 객관적이고도 엄정한 규제와 처벌이 가능토록 시스템화할 필요가 있다.

2) 융합 환경에 의한 변화를 대응·주도할 종합적인 관리 및 감독 기관 설치

디지털 융합 환경에서 발생이 예상되는 문제점들을 보완하기 위해서는 공익성을

갖춘 공공영역의 전문기관을 통해 디지털 융합 환경에서 유통되는 각종 커뮤니케이션 콘텐츠를 필터링/모니터링해 줄 필요가 있다. 공공영역에서의 이러한 필터링/모니터링 역량 강화를 위해서는 무엇보다 먼저 전문적 역량을 구비한 별도의 기관/부서를 설립할 필요가 있으며 그와 아울러 필터링/모니터링에 필요한 관련 규정을 법제화하는 노력을 경주할 필요가 있다.

3) 마이크로 블로깅(트위터) 서비스의 문제점과 개선방향

트위터가 정책과정에서 참여와 개방을 이끌어 내는 유용한 수단이 되고 실질적인 정책 대안에 대한 탐색과 결정에 의미 있는 영향을 미치기 위해서는 트위터 역시 다움(Daum)의 아고라(Agora)와 같이 담론적 수준에서의 논의가 가능한 공간으로 변신할 필요가 있다. 따라서 트위터 서비스의 기본적인 간결성을 해치지 않는 범위 안에서 가능한 보조적이고 확장된 의사소통의 장치를 마련하는 노력이 필요하다.

4) 스마트폰 사용 활성화 및 공공 어플리케이션 개발 관련 정책제언

비공식적 정책행위자와 공식적 정책행위자간 활발한 상호작용이 가능토록 보다 개방적인 커뮤니케이션 시스템을 구축할 필요가 있다. 이를 위해 다양한 종류의 공공 어플리케이션 개발을 활성화함은 물론 공공정책 관련 생산-소비, 공식-비공식 간의 연계를 강화할 수 있는 가상의 정책공간을 모바일화해서 이동성이 보장되는 휴대용 단말에서 실시간 정책과정 참여가 이루어질 수 있도록 국가적 차원의 플랫폼을 구축·제공하는 노력이 요청된다.

5) 디지털 매체에 대한 비수용자들의 정책과정 소외 최소화

다양한 형태로 발전을 거듭하고 있는 디지털 융합 환경에서는 다양한 디지털 정보매체를 통해 정보의 수용자 스스로가 정보를 생산하고 공급하는 활동에 폭넓게 참여할 수 있는 정보 소비자(information prosumers)의 입장에 놓이게 되는 까닭에 그러한 전통적인 혹은 웹 기술 발전 초기의 정보격차에 대한 시각으로는 문제를 해결하기 어려운 실정이다. 따라서 디지털 융합 환경에서의 미디어 액세스 개념은 기존의 가진 자(the haves)와 가지지 못한 자(the have-nots)로 구분되는 이분법적 시각이 아닌 “새로운 강조점을 지닌 분류체계로 재조정”될 필요가 있다.

5. 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성

가. 연구목적

최근 트위터 등 소셜미디어 이용자가 급격히 증가함에 따라 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성에 대한 학술적 연구의 필요성이 증대되고 있다. 인터넷 또는 온라인 공간에서 정치토론과 정치담론의 특성에 대한 연구(Davis, 1999; Holt, 2004)가 오랫동안 많은 연구자들에 의해 전개되었으나, 최근에 부각되고 있는 소셜네트워크 사이트(SNS)나 소셜미디어와 같은 새로운 웹 기술이 온라인 정치토론과 정치담론에 미치는 영향에 관한 연구는 아직까지 미흡한 상태이다. 소셜미디어의 급격한 성장과 확산에도 불구하고 관련 학계나 전문가들 사이에서 새로운 매체 환경 하에서 형성되는 온라인 정치담론의 본질과 특성에 대한 관심이 여전히 높지 않은 실정이기 때문에, 소셜미디어에 기반한 온라인 정치담론의 특성에 대한 분석으로 관련 연구 영역을 확장시켜야 할 필요성이 제기된다.

첫째, 본 연구는 소셜미디어의 정치적 영향에 대한 실론적 연구로써 디지털 기술의 발전에 따른 온라인 정치담론의 의미 변화에 대한 이론적·역사적 검토를 통해 소셜미디어를 둘러싼 컨버전스 환경의 변화와 특성을 고찰하고자 한다.

둘째, 인터뷰, 서베이, 내용분석 등 다양한 경험적 분석을 통해 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 구조와 동학을 밝히고, 그에 대한 이용자들의 인식 및 평가를 이끌어내고자 한다. 앞선 미디어 환경에서의 온라인 정치담론 연구들과의 비교를 통해 미디어 플랫폼별 온라인 정치담론의 특성을 비교·분석 하고, 이를 통해 소셜미디어를 중심으로 한 디지털 컨버전스 환경에서 온라인 정치담론이 갖는 의미와 특성을 찾아낼 것이다.

셋째, 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 문제점과 역기능에 대한 사례 분석을 통해 현재의 문제점을 지적하고 소셜미디어가 지향해야 할 방향성을 제시할 것이다.

나. 주요 연구 결과

1) 소셜미디어 정치담론 내용분석

6·2지방선거 직전 트위터에서 오가는 정치담론의 질적 분석을 위해 2010년 5월 28일부터 6월 1일(5일간) 오후 1시부터 2시 사이의 트윗 메시지의 내용, 논조, 하이퍼링크 유무, RT여부 등을 조사하였다. 선거 기간 동안 ‘투표’, ‘선거’와 같은 정치성향 주제어를 포함한 트윗을 올린 실제적인 정치담론 참여자를 대상으로 한다. 내용분석 결과를 종합하여 정리하면 다음과 같다.

첫째, 트위터 이용자의 대부분(75.8%)이 모바일 커뮤니케이션보다는 컴퓨터를 통해 인터넷에 접속한 후 트위터를 이용했으며, 게시한 메시지 가운데 $\frac{1}{3}$ 정도가 하이퍼링크를 명시함으로써 보다 확장된 콘텐츠를 제공한 것으로 확인되었다. 또한 이용자들이 제공한 하이퍼링크는 마이크로블로그가 가장 많았고 신문사 또한 적지 않았다. 그리고 블로그, 포털사이트, 전자게시판 커뮤니티도 중요한 정보원이었다. 요약하면 전통적인 언론(신문, 방송)이나 정치인, 정부관료, 정당 등과 같은 우리 사회의 커뮤니케이션을 지배하고 있는 기관이나 제도 혹은 인물보다 인터넷에 기반한 소셜미디어 등장빈도가 상대적으로 높았다. 특히 우리 사회의 여론형성과정에서 결정적인 영향력을 행사하는 전통적 미디어의 경우 신문(584건, 26.4%)이 포털사이트(185건, 8.4%)보다 세 배 가량 많았지만 방송(21건, 0.9%)에서 제공한 정보는 매우 적었다.

둘째, 절반 이상의 메시지가 자신의 의견을 자연스럽게 밝혔으며(메시지 작성), 다른 이가 게시한 메시지를 전달하는 형태(퍼나르기)가 기존의 메시지에 새로운 의미·견해를 보충하는 형태(메시지변형)보다 많았다. 또한 메시지의 성격은 이용자 자신의 생각이나 판단을 밝히는 의견·주장이 가장 많았는데, 비방·욕설, 정보전달, 건의·권유보다 2배 이상 높은 비율이었다. 물론 이러한 메시지의 성격은 메시지 주제에 따라 차이를 보였다. 가령, ‘정치일반’과 ‘선거·투표’ 관련 내용의 경우 메시지 작성의 비율이 가장 높았고, ‘천안함사건’, ‘정책·이슈’, ‘정치행위체 발언·행동·평가’는 퍼나르기의 비율이 상대적으로 높았다. ‘정치일반’과 ‘선거·투

표'의 경우 관심을 가진 이용자들이 자신의 의견을 충분히 밝힐 수 있는 대상이지만, '천안함사건', '정책·이슈', '정치행위체 발언·행동·평가'의 경우 구체적인 사실이나 증거가 있어야만 자신만의 메시지를 작성할 수 있는 대상이다. 즉 특정 사안이나 이슈 혹은 대상과 관련하여 분명히 드러난 주장 혹은 구체적인 증거가 제시되었을 때 이러한 정보들을 활발하게 '퍼나르기'한다는 것을 미루어 짐작할 수 있다.

셋째, 트위터 공간 상의 메시지의 내용을 분석한 결과에 따르면 이용자들은 정치를 매우 부정적으로 바라보고 평가하는 것으로 나타났다. 무엇보다도 '정치냉소주의·정치무관심'이 팽배해 있는 것으로 나타났다. 특히 천안함 사건의 경우 정부의 발표 내용을 신뢰하지 않았으며 사고원인 및 조사결과에 대해 의혹을 제기하는 메시지가 대부분이었으며 매우 부정적이었다. 오히려 자신이 한 것이 아니라는 북한의 주장을 긍정적으로 평가하는 메시지의 비율이 절반에 이를 정도로 천안함 사건 관련 정보에 대해서는 비판적이었다. 메시지의 부정성은 특히 '정책·이슈'에서 두드러진다. 이 연구에서 고려한 다섯 가지 주요 정책과 관련된 메시지(무상급식 제외)의 거의 대부분(91.7%~100%)이 정부의 입장과는 정반대였다. 뿐만 아니라 '대통령·정부부처·공직기관관련 인물의 발언·행위'에 관련 메시지 가운데 부정적 메시지는 72.7%에 달했다. 이와 더불어 '정치인의 발언·행동'(69.8%)이나 '사회 여론지도자·언론·단체 등의 발언·행동'(62.9%)을 부정적으로 평가한 비율 또한 매우 높았다. 이러한 결과들은 지적인 바와 같이 정치와 정치인에 대해 매우 냉소적이라는 것을 확인해주는 결과이다.

위와 같은 내용분석의 결과를 정리하면, 트위터는 소셜미디어로서의 기능을 하고 있었고, 또 정치담론이 이루어질 수 있는 공간으로도 가능성을 가지고 있었다. 게시한 메시지 가운데 3분의 1이상이 하이퍼링크를 포함하고 있었는데, 이는 140자 제한으로 인해 그 이상의 많은 내용을 담는 수단으로도 활용하기 위함뿐만 아니라 내가 전하는 소식, 주장에 대한 근거로의 기능도 하기 때문이다. 또한 포털 사이트의 뉴스나 다른 SNS에서 가져 온 새로운 소식을 전하는 데에도 링크를 걸게 되면 간편하기 때문에 하이퍼링크는 소셜미디어로서의 트위터의 기능을 강화시키는 역할을

한다고 할 수 있겠다.

또한 자연스럽게 자신의 의견을 밝히는 경우가 절반 이상으로, 자유롭게 의견을 개진할 수 있는 환경을 제공하는 것으로 나타났다. 정치담론이 가능한 공간으로 가능성이 보이며, 다른 사람과의 트윗, 리트윗 수도 적지 않은 비율로 나타났다. 그러나 욕설이나 비방하는 내용이 메시지 또한 적지 않았고, 정치 냉소주의의 특징을 강하게 보이고 있어 트위터에서 이루어지는 정치 관련 내용은 부정적 메시지가 대부분이었다. 이러한 결과는 담론에 있어 비판적 목소리는 꼭 필요하지만 한 쪽으로 기울지 않은 균형 있는 시각과 성숙한 토론 문화의 필요성을 제기한다.

2) 소셜미디어 이용자 분석

내용분석 결과와 동일한 시기인 2010년 5월 26일부터 6월 1일까지 온라인 설문조사를 함께 실시하였다. 소셜미디어 이용자 500명을 대상으로, 소셜미디어 이용 동기와 정치적 활용에 대한 인식, 마이크로블로그 이용 유무, 트위터 이용 유무에 따른 집단별 비교를 하였다. 조사대상자들은 트위터를 공유, 참여, 오락 미디어 그리고 프로모션 미디어로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 자기성찰, 관계, 오락 순으로 트위터 이용동기가 조사되었다. 주목할 점은, 트위터 이용자들이 비이용자보다 가족이나 주변사람들과 정치에 관한 대화를 더 나누고 있었을 뿐만 아니라 여타 소셜미디어 이용자보다 트위터 이용자의 정치 참여 성향이 두드러지게 나타났다. 이와 더불어 트위터 이용자들의 정치냉소주의 또한 높게 나타났다.

3) 트위터 이용자 분석

6.2 지방선거 종료 후, 트위터를 이용하는 유권자만을 대상으로 인식 변화와 향후 트위터의 정치영향력에 대한 심층 분석을 위해 2010년 8월 28일부터 9월 3일(7일간)까지 온라인 설문을 실시하였다. 조사결과를 요약하여 제시하면 다음과 같다.

첫째, 트위터 이용자들의 가입시기를 조사했을 때 가장 많은 42.6%가 지방선거와 월드컵이 있었던 6월에 가입한 것으로 나타났다. 그리고 혼잣말 트윗의 평균횟수가 다른 사람에게 트윗, 리트윗보다 높게 나타났다. 또한 트위터 외에 가장 많이 이용하고 있는 SNS는 블로그로 무려 87.2%가 함께 이용하고 있었다. 트위터 접속 이용

기기는 85.2%로 데스크톱PC가 압도적이었으나, 스마트폰 이용자들은 186명 모두 스마트폰을 이용하여 트위터에 접속하고 있어 비율면에서는 더 높았다. 앞으로의 트위터 정치사회적 이용 활성화를 위한 요인을 조사한 문항에서도 스마트폰 이용의 보편화가 가장 높은 비율인 42.6%로 조사된 결과와도 연결되는 부분으로, 스마트폰과 트위터 이용의 높은 상관관계를 알 수 있었다.

둘째, 6.2지방선거 기간 동안 트위터에서 가장 많이 접한 메시지 내용은 투표 참여, 독려의 메시지로 나타나 투표인증샷 열풍이 불었던 트위터 분위기가 반영되어 결과로 나타났다. 메시지 출처의 경우 같은 트위터나 블로그, 다른 SNS에서 정보를 가져오거나 링크를 거는 경우가 절반에 가까웠다. SNS의 정보 제공, 검색, 출처로서의 기능이 확대되고 있음을 짐작할 수 있다. 또한 트위터가 주류미디어에서 정보를 받기보다 소셜 미디어 내에서 형성된 의제를 재설정하거나 전달하는 기능을 한다고 볼 수 있겠다.

셋째, 지난 선거 투표 여부를 묻는 질문에 평균 투표율도 월등히 높은 것으로 나타나 투표에도 참여율이 높은 정치적으로 적극적인 집단임을 알 수 있었다. 이 역시 제1차 온라인 설문조사의 결과와 일치하는 것으로, 트위터 이용자들의 높은 정치관심과 참여도를 재확인할 수 있었다.

넷째, 2012년 총선과 대선에서의 향후 트위터의 영향력에 대한 전망에 대해서 트위터 이용자들은 그 영향력이 매우 클 것으로 예상하고 있었다. 다른 소셜 미디어와의 향후 정치사회적 영향력 정도에 대해 질문한 결과에서 트위터가 블로그, 미니홈피 등 기타 다른 소셜 미디어들을 제치고 압도적으로 가장 높게 나타났다. 또한 트위터 이용자들은 트위터의 빠른 정보 확산 속도를 장점으로 인식하고 있었지만 반대로 이 때문에 부정확하고 잘못된 정보의 유포나 확산에 대해서 가장 우려하는 것으로 나타났다.

다. 결론 및 정책적 시사점

트위터 등 소셜미디어가 디지털 컨버전스의 진전을 추동하는 핵심적 미디어로 급부상함에 따라 지금까지 인터넷 상의 정치적 의사소통 구조를 특징지워온 온라인

정치담론의 특성도 변화하고 있다. 분석결과에서도 나타났듯이, 소셜미디어를 통한 온라인 정치담론은 점차 이용자들의 자발적인 의제설정 및 실시간 정보공유 네트워크에 의해 매우 빠르고 유동적인 성격을 띠게 되었고 정치적 이슈나 정책현안에 대해서는 매우 부정적인 평가를 보임으로써 ‘정치적 냉소주의’가 지배하는 담론 특성을 보여주었다.

그러나 트위터 등 소셜미디어 이용자들은 일반적 인터넷 이용자들보다도 선거 등 정치적 현안에 대해 높은 수준의 관심도 및 참여의향을 보여줌으로써 향후 소셜미디어의 정치사회적 영향력 증대를 예측케 했다. 특히 6·2지방선거 동안 트위터 이용자들이 주고받은 정치적 메시지의 상당수가 투표참여와 관련되었고 메시지의 출처도 기존 정치적 매개체나 대중매체 보다는 여타의 SNS를 통한 것이 더 많았던 것으로 확인되었다. 투표경험과 관련하여 트위터 이용자들의 투표참여율이 기존의 평균적 유권자보다도 훨씬 더 높은 것으로 나타나 향후 정치일정에서 트위터의 영향력 증대를 전망할 수 있었다. 하지만 트위터 등 소셜미디어 상의 정치담론이 지나치게 단소경박화됨에 따라 정치적 의사소통 품질 저하가 우려될 뿐만 아니라 매우 신속한 정보확산으로 인해 부정확하고 잘못된 정보의 유포나 확산에 대한 우려도 상당히 높은 것으로 나타났다. 이상의 결론과 관련해서 제기되는 정책적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 트위터 등 소셜 미디어 이용자들의 정치사회적 참여 욕구가 매우 높고 향후 주요한 정치일정 하에서는 이들의 참여와 영향력이 더욱 증대될 것으로 예상되므로 보다 적극적인 커뮤니케이션 전략을 통해 소셜 미디어 이용자들의 다양하고 역동적인 참여를 정책적으로 활용할 수 있는 기반 마련해야 한다는 것이다. 현재 공공부문에서 소셜 미디어 도입 및 활용이 본격화되고 있으나, 정책 커뮤니케이션 전략의 근본적 변화가 내재되어 있지 못한 상태에서 특정한 미디어 기술의 채택과 도입이라는 매체중심적인 접근방식을 여전히 극복하지는 못했다. 따라서 국민과 정부간의 정책소통을 활성화하고 보다 효율적인 국정운영을 기하기 위해서는 공공부문 및 공공정책 영역에 모바일 기반의 소셜미디어를 적극 도입, 활용하는 것을 핵심 골자로

하는 국가정책 커뮤니케이션 전략을 새롭게 정립할 필요가 있다.

둘째, 우리나라 트위터 이용자들은 향후 2012년 총선, 대선에서도 적극적인 정치 참여 의사를 밝히고 있어 트위터 등 소셜 미디어를 통한 정치사회적 참여가 기존의 정책 및 제도 환경(특히 선거법)과 상충하지 않도록 조율하는 대응방안이 요구된다. 특히 스마트폰의 확산 및 융합 미디어의 고도화로 인해 뉴미디어를 통한 정치참여가 일상화됨에 따라 새로운 매체환경에 적합한 선거운동 규제체계의 재정립이 필요하겠다. 만약 웹2.0 및 소셜미디어의 매체적 특성이 ‘기회의 균형성, 투명성, 저비용의 제고’라는 선거운동규제의 목적에 부합한다면, 트위터 등 소셜 미디어를 활용한 선거운동 규제는 기존의 아날로그 매스미디어에 대한 규제 보다도 ‘완화된 기준과 덜 엄격한 정도의 수준’으로 규제체계가 개선되어야 할 것으로 보인다.

셋째, 인터넷 환경이 이용자 주도적인 소셜 미디어 환경으로 진화함에 따라 프라이버시 보호 체계도 그 어느 때보다도 이용자 중심의 관점에서 구축되어야 하고 이를 위해 서비스 제공자 및 소셜 미디어 이용자 모두에게 적용될 수 있는 프라이버시 보호를 위한 행위규범(가이드라인)을 시급히 마련할 필요가 있다. 이를 위해 서비스 제공자의 경우 프라이버시 친화적인 인터페이스 및 관리체계를 강화하는 방향으로 이용자 개인정보 보호정책을 재정립해야 하고, 이용자의 경우에는 수동적 보호의 대상으로서가 아니라 프라이버시 권리주체로서의 역할과 책임을 다해야 하며, 따라서 자신의 개인정보에 대한 책임있는 자기관리(평판관리)를 요구하는 행위규범으로서 소위 ‘프라이버시 리터러시(privacy literacy)’를 내면화할 수 있도록 소셜 미디어 기반의 리터러시 교육시스템을 새롭게 정비할 필요가 있다.

제3 절 경제 영역

1. 컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구도 변화 연구

가. 연구목적과 구성

정보와 콘텐츠, 지식과 논리의 디지털 표현과 저장 및 활용으로 대변되는 디지털

화가 정보통신 산업을 위시한 제반 산업에서 급속한 진화와 확산을 거듭함에 따라 디지털 컨버전스의 수용과 선도가 기업 활동의 시대적 추세이자 미션이 되어 있다. 디지털로 수렴하는 다양한 기술의 진화는 디지털 콘텐츠 산업과 같은 신생 산업의 탄생을 촉발하였을 뿐 아니라 기술 및 인프라, 산업의 융합처럼 산업 구도의 변화도 초래하고 있다. 제품, 요소기술, 인프라스트럭처 등에 있어서 디지털 컨버전스의 영향이 확산됨에 따라 기업이 수행하는 경제 활동의 근간이 되는 거래 및 업무 프로세스, 협력 및 경쟁의 과정과 결과에 변혁이 이루어질 것으로 전망된다. 이미 일부 영역 및 산업군에서는 시장, 제품, 업무 프로세스, 경쟁 전략 등의 설계와 실행, 기업 환경 및 산업 특성 등에 있어서 변화가 진행되고 있다.

이런 관점에서 볼 때 우리나라 산업의 수월성 창출 및 지속을 위한 산업 전략과 정책 방안을 도출하기 위해서는 디지털 컨버전스가 다양한 기업 활동에 어떻게 관제하며, 산업 구도에 어떤 변화를 야기할 것인가에 대한 이해가 필수적이다. 즉, 제반 제조, 서비스 등 컨버전스 미디어 기술을 사용하는 기술 사용자 산업에서 컨버전스 기술의 활용과 확산이 어떤 효과를 창출하게 될 것이며, 바람직한 변화를 모색하기 위한 고려 요건은 무엇인지 등에 천착해 볼 필요성이 높다.

본 연구는 디지털 컨버전스 기술을 활용하는 사용자 기업의 내·외부 운영 및 거래 프로세스와 관리 방식의 변화를 소통 미디어로서의 정보 기술의 역할, 기업 활동의 가상화(virtualization), 그리고 코디네이션 방식의 변화라는 관점에서 조망해 보고자 하였다.

나. 주요 연구결과

코디네이션(coordination)은 소통과 협업, 협상과 거래의 기층을 형성하는 경영 활동이다. 코디네이션은 모든 경영 활동의 중심부에 깔려 있으며, 동시에 기업 커뮤니케이션과 소통을 위한 미디어의 활용과 직접적으로 연관되어 있다. 이런 관점에서 스마트폰과 같은 컨버전스 미디어는 소통의 풍부성을 높이는 잠재력을 가지고 있으며, 이는 다시 모바일 오피스와 같은 기업 활동의 가상화가 촉진되는 방향으로의 진화를 촉진할 것으로 보인다.

컨버전스 기술을 기반으로 한 코디네이션 즉, 본 연구에서 컨버전스 코디네이션 (convergence coordination)이라고 명명한 변화는 기업 운영 방식 및 업무 환경의 변화, 기업 간 협업 양상의 변화 등을 통해 미래 기업을 경쟁력을 결정하는 핵심적 요건이 될 것이다(그림 3-6) 참조). 컨버전스 코디네이션은 궁극적으로 다음과 같이 고이동성 경제 구조와 소통형 경제 구조로의 이행을 가져오게 될 것으로 보인다.

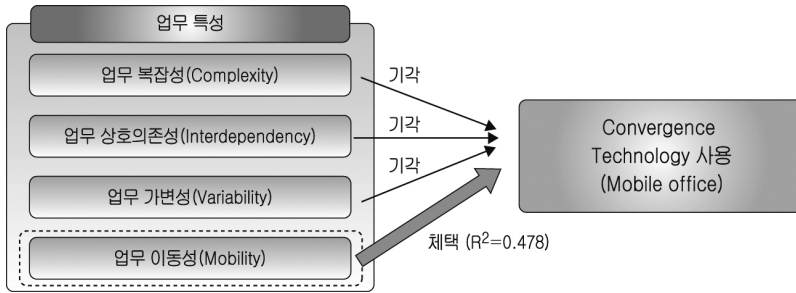
[그림 3-6] 컨버전스 기반 코디네이션 혁신의 진화



1) 컨버전스 코디네이션과 고이동성 경제의 대두

본 연구 과정에서 모바일 오피스의 수용에 관하여 수행한 실증연구의 결과 [그림 3-7]에 보이는 바와 같은 결과를 얻었다. 업무 이동성 이외에도 중요한 업무 특성 변수가 모바일 오피스의 사용에 영향을 미칠 것이라는 충분한 논리적 근거를 가지고 연구를 시작하였으나, 실제로는 모바일 오피스의 사용에는 압도적으로 업무 이동성만이 유의한 영향을 미치는 변수인 것으로 분석된 것이다.

〔그림 3-7〕 업무특성과 모바일 오피스 사용간의 관계에 대한 실증분석 결과



업무의 이동성은 복수의 장소에서 업무가 처리되는 특성을 내포한다. 인터넷과 무선 통신기술의 발달로 업무 이동성의 수준과 양상, 내용, 의미 등에 급격한 변화가 일어나고 있다. 즉 무선통신에 기반을 둔 모바일 오피스는 공간적 시간적 장애의 극복과 조직적 개인적 차원에서의 소통 영역의 확보라는 ‘행위의 자유’를 부여해 줌으로써 경제활동의 재편(re-formation)을 초래하고 있는 것이다.

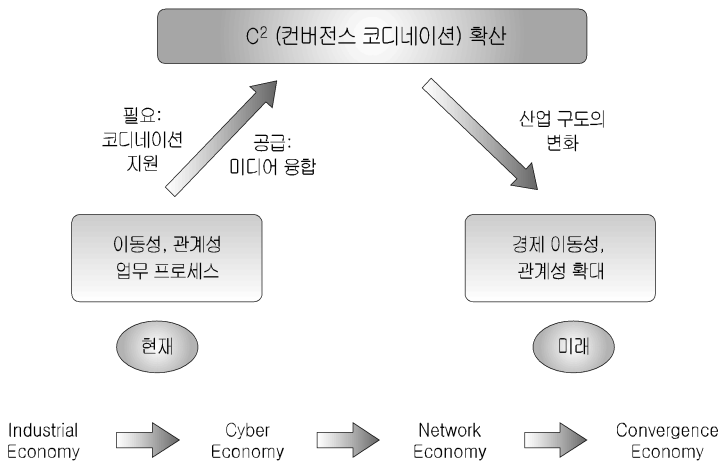
이동성 개념을 기반으로 구축된 모빌리티 환경은 시간과 공간의 제약을 약화시키거나 소멸시킴으로써, 자원을 최대한 활용할 수 있도록 해주고, 그 결과는 모바일 오피스를 통한 업무 생산성의 향상으로 나타나게 될 것으로 전망된다. 이동성의 확대는 조직 내 소통 영역을 넓혀 줌으로써 워크 플로우의 유연함은 물론 집단내의 효율적, 동태적 사회 구조의 형성과, 조정, 통제를 가능하게 해준다.

높은 수준의 이동성은 조직의 목표 달성을 위해 실시간 자원 동원을 지원하는 전략적 수준의 혜택(strategic benefit) 뿐 아니라, 보다 쉽고 빠른 조직 내-외부간의 정보 교류를 통한 정확하고 유용한 정보 획득으로 대변되는 정보적 혜택(informational benefit), 거래 관계의 혁신과 비용절감을 가져다주는 트랜잭션 혜택(transaction benefit), 새로운 조직 구조와 프로세스의 시도를 가능하게 하는 조직 변환(enterprise transformation)이라는 다면적 혜택을 가져다준다.

컨버전스 현상의 확산은 이동성 잠재력을 증대시키는 역할을 하여 이동성이 높은 업무의 상대적 경쟁력을 높이는 결과를 초래하게 될 것이다. 따라서 이동성이 높은

업무로의 업무 구조 이행(transformation)이 발생하여 고이동성 경제로 변화해 나갈 가능성을 내포하게 된다(〔그림3-8〕 참조).

〔그림 3-8〕 컨버전스와 이동형 경제의 대두



2) 컨버전스 코디네이션과 소통 경제의 대두

경제학자 코즈(Coase)에 의하면 기업이란 시장에서 발생하는 거래비용을 흡수하기 위한 도구로 간주될 수 있다. 따라서 그는 기업의 규모는 시장에서의 거래비용과 기업 내부에서의 거래비용이 같아질 때까지 기업의 규모가 확장 또는 축소될 것이라고 주장하였다. 그러나 현실세계에서는 거래비용이 꾸준히 줄어들고 있음에도 불구하고 여전히 수많은 기업들이 다양한 패턴을 보이며 조직의 형태를 유지하고 있으며 오히려 기업의 규모가 확대되는 양상도 나타나고 있다. 이는 기업의 본질에는 거래비용만으로는 설명할 수 없는 가치가 존재한다는 것을 반증한다.

Kogut & Zander(1996)는 이와 같은 기업의 본질과 관련하여 조직의 ‘아이덴티티’라는 개념을 도입하여 그에 대한 보완적인 설명을 시도하였다. 그들이 제시한 기업의 본질에 대한 사회학적 이해를 통해 보면, 조직의 아이덴티티 즉, 공유된 정체성은 기업의 코디네이션 비용, 즉 조직 내에서의 활동에 드는 비용을 줄이는 데에 중

요한 역할을 한다. 이는 코즈의 거래비용이론이 설명하지 못한 조직의 사회적 유기체로서의 의미, 학습하는 사회적 덩어리로서의 중요성을 설명해주고 있는 것이다.

코디네이션 활동의 양상은 정보기술의 지원에 따라 급속도로 진화하였으며 최근 매체의 컨버전스 경향으로 인해 새로운 국면을 맞이하고 있다. 디지털 정보기술은 보다 풍부성이 높은 매체의 구현을 가능하게 하였다. 나아가 매체 간 통합과 섞임으로 탄생한 디지털 컨버전스 미디어를 통해 기업의 코디네이션 활동의 근간이 되는 의사소통의 양상에 변화가 촉발되고 있으며, 이는 향후 기업 활동 전반에 영향을 미칠 것으로 전망된다.

실제로 매체의 컨버전스 현상은 거래비용을 절감시킬 뿐 아니라 코디네이션 비용의 질적 절감을 이루어냄으로써 정보기술을 기반으로 한 조직 코디네이션 활동에 새로운 혁신의 가능성을 제시해 주고 있다. 이에 따라 기업 간 경쟁과 협력의 양상도 과거에 비해 더욱 역동적이고 복잡해질 것으로 보이며, 조직의 유연성이 확보되면서 동시에 코디네이션의 범위는 확대되어 다양한 양상의 파트너십 형태가 공존하는 새로운 경제 구조가 나타날 것으로 보인다.

코디네이션 미디어는 기업 구성원들 간의 소통 관계, 그리고 기업과 외부 공급 파트너와의 소통 관계의 깊이를 변화시킬 것이다. 소비자가 기업에 메시지를 보내기 위해 사용하는 미디어가 바뀔으로써 소비자와의 깊이 있는 소통을 통해 소비자가 컨버전스 프로슈머로 활동하게 될 것이다. 신제품 개발의 경우에도 통찰력을 갖춘 인터프리터들과 컨버전스 미디어 기반의 풍부성 높은 소통을 활성화하여 미래 시장을 선도하는 혁신적 제품의 개발을 촉진하게 된다.

기업 내부 및 외부에 존재하는 다양한 경제 주체들 간에 고도로 풍부하고 심도 있는 소통 행위가 이루어지는 현상을 바탕으로 형성되는 경제구도가 곧 소통경제다. 시장 구조에 있어서도 내부거래는 코디네이션, 외부거래는 트랜잭션이라는 이분법적 구분에서 이탈하는 다양한 비즈니스 모델이 등장하게 될 것이다.

다. 결론 및 정책적 시사점

디지털화된 요소 기술과 제품, 서비스, 인프라스트럭처 간의 수렴과 복잡다기한

이합집산은 기존의 산업을 바라보는 관점으로는 이해하기 어려운 트위터나 페이스북과 같은 신종 서비스와 스마트폰과 같은 신종 기기를 배태시키며 융합과 복합, 통합, 결합, 분해와 재결합 현상으로 목도되고 있다. 이런 경제, 기술적 변혁은 정치, 사회, 문화, 심리적 변화와 맞물리며 디지털 컨버전스 시대로 표현되는 메가트렌드를 형성하고 있다.

경제 활동과 산업 구도의 변화라는 측면에서 볼 때 디지털 컨버전스 트렌드는 정보, 통신, 방송, 컴퓨터 및 콘텐츠 등과 같은 디지털 관련 산업의 판도에 영향을 미치는 데에 그치지 않고, 과거에는 그 영향이 미미한 것으로 보였던 건설, 자동차 등을 위시한 모든 제조업과 금융, 관광 등을 포함한 모든 서비스 산업에 그 영향을 확대해 나가고 있다. 궁극적으로 디지털 컨버전스는 경제 활동의 근간이 되는 거래 및 업무 프로세스의 추진, 협력 및 경쟁의 과정과 결과에 변화를 초래하여, 경제구도의 변화를 야기할 것으로 전망된다.

본 연구에서는 디지털 컨버전스 기술의 진화가 기업의 경영 관리 방식의 변화에 초래하게 될 영향을 해석해 보고자 하였다. 특히, 이 같은 연구 취지에 부합하는 기저 개념으로서 소통과 협업, 협상과 거래의 기층을 형성하는 코디네이션(coordination)에 천착하였다.

컨버전스의 진전에 의해 확보된 매체의 속성으로서 다양한 양태(mode)의 정보를 신속하게 주고받을 수 있도록 해 주는 특성은 풍부성이 높은 대안적 디지털 매체의 등장과 밀접하게 관련되어 있을 것으로 본다. 이와 같은 매체 특성의 진화는 다양한 서비스의 모듈화와 유연한 이합집산 및 재조립을 가능하게 함으로써 가상화를 촉진할 것으로 예측할 수 있다. 이러한 경향은 현대 경영에서 조직 내적으로는 스마트폰 등과 같은 현대적 매체를 활용한 모바일 오피스의 확산을, 그리고 조직 외적으로는 더욱 동태적인 협력사 및 공급업체 네트워크의 등장을 초래하게 될 것이다.

이와 같은 현대적 조직 운영방식은 미래 새로운 패러다임의 코디네이션 즉, 컨버전스 코디네이션(convergence coordination)을 촉발하고, 동시에 필요로 할 것이다. 컨버전스 코디네이션은 재화와 서비스의 생산과 공급을 담당한 경제 단위로서의 기업

조직이 구성원간의 소통, 구성원과 소비자 간의 소통, 구성원과 사회 지식 자원과의 소통, 구성원과 산업 내외의 타 경제 단위와의 소통, 구성원과 다양한 사회적 이해관계자(stakeholders)와의 소통을 새로운 수준으로 이끌어가는 기반이 될 것으로 본다.

결론적으로 미디어 컨버전스의 확산은 기업의 코디네이션 양태에 영향을 주어 고이동성 경제구조와 소통지향형 경제구조의 대두를 초래할 것으로 전망된다. 디지털 컨버전스 기술 및 미디어가 기업 운영 방식 및 업무 환경의 변화, 기업간 협업 양상의 변화에 어떻게 관계하는가에 대한 연구는 지속적 탐구를 필요로 하는 중요한 미래의 학술 및 정책 연구의 주제가 될 것이며, 이러한 통찰을 바탕으로 한 정책적 시사점을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 디지털 컨버전스가 촉발하는 고이동성 경제구조를 지원하기 위한 인프라스 트럭처와 제도 및 법규를 개발하고, 이동성 경제활동 관련 문화를 지원하기 위한 여건을 마련해야 한다.

둘째, 디지털 컨버전스는 미디어의 사회성과 풍부성을 격상시키는 방향으로 진행되고 있다. 이러한 변화는 소통을 근간으로 하는 코디네이션 즉, 경제 행위자 간의 조정과 협력의 방식을 변화시킴으로써 기업과 사회, 고객, 협력사, 그리고 시장이 상호 소통하고 혁신해 나가는 양상을 변화시킨다. 따라서 컨버전스를 기반으로 등장하게 될 미래지향형의 혁신적 사업 방식과 서비스, 조직 운영의 혁신을 수용하고 촉진하기 위한 기반을 마련해야 한다.

셋째, 비교와 합리적 선택이라는 수동적 이성에 의존하던 경제 주체들이 참여와 공감, 감성과 이성, 개성과 집단지성, 창조와 개방의 조화를 경험하며 컨버전스 기반의 통합적 경제 행위 주체자로 거듭나 신 소통경제로의 이행을 촉진할 것이다. 이에 따라 컨버전스 코디네이션을 기반으로 능동적이고 깊이 있는 소통 양식이 소비자와 기업, 기업과 정부 간의 관계 혁신으로 이어지고, 다시 산업의 혁신과 국가 경쟁력의 향상으로 이어질 수 있도록 소통 지향적 경제 제도와 여건, 문화의 확산을 위한 노력이 필요하게 될 것이다.

2. 디지털 컨버전스와 프로슈머의 행태 변화 및 전망

가. 연구목적과 구성

디지털 컨버전스의 확산은 개인적으로 생산과 소비를 적극적으로 진행해왔던 프로슈머로 하여금 다른 사람과의 상호작용을 통한 공동 가치 창조 활동을 지원하게 되었다. 더 이상 프로슈머 개인으로서의 활동이 아니라 공동으로 가치를 창출해 나가고 있는 현재 상황에서의 프로슈머 활동에 대해 집중하여, 공동 가치 창조 활동을 설명할 수 있는 요소에 대한 파악과 이론적 설명이 필요한 실정이다.

본 연구에서는 먼저 디지털 컨버전스와 프로슈머의 개념에 대한 이해를 바탕으로 현재 변화하고 있는 프로슈머의 활동 과정에 대한 이해 기반을 마련하고자 하였다. 특히 대표적인 디지털 컨버전스 환경인 앱스토어 상에서의 프로슈머 활동에 집중하고자 하였으며, 앱스토어 프로슈머 활동을 정성적으로 분석하여 현황을 이해하고자 하였다. 이를 통해 프로슈머가 왜 다른 프로슈머와 공동 창조 활동을 진행하게 되며, 공동 창조를 하게 되는 과정에서 어떤 상호작용이 이루어지는지 확인하였다. 전반적으로 이러한 과정을 통해 파악된 다양한 공동 창조 요소로 프로슈머 프레임워크를 제시하고, 정량적으로 검증하였다.

이에 본 연구에서는 향후 프로슈머의 행태 변화를 이해하기 위한 학술적 기반을 모색하고, 프로슈머의 활동을 지원하여 경제적 가치를 도출할 수 있는 정책적 대안을 도출하고자 하였다.

나. 주요 연구결과

1) 새로운 디지털 컨버전스 환경과 프로슈머의 행태 변화

① 프로슈머의 행태 변화

디지털 기술의 발전과 빠른 확산은 프로슈머의 가치 창출 활동을 가속화하였다. 다른 프로슈머와 정보나 지식을 나누고 상호작용을 하며 자신에게 필요한 제품이나 서비스를 직접 창조해 내기도 한다. 대표적인 예로 증강현실 서비스를 살펴볼 수 있다. 이처럼 현대의 프로슈머는 개인적인 가치 창출 활동뿐만 아니라 이를 공유함으

로써 다른 프로슈머들과 공동으로 가치를 창출해 내고 있다.

② 새로운 디지털 컨버전스 환경

디지털 컨버전스의 사전적 의미는 두 개의 서로 다른 흐름이 그 뿌리를 역추적하기 힘들도록 하나로 수렴하는 것으로, 다양한 디지털 미디어나 기기가 서로 융복합되는 것을 말한다(Greenstein & Khanna, 1997; Yoffie, 1997).

국내에서는 디지털 컨버전스의 대표적인 기기인 스마트폰의 보급이 발 빠르게 확산되고 있다. 더욱이 그 대표적인 사례가 iPhone과 앱스토어로 서비스와 콘텐츠, 기기, 인터넷의 결합으로 총체적인 디지털 컨버전스가 이루어져 있다고 할 수 있다. 앱스토어는 2008년 런칭된 이후로 빠른 성장과 성공을 거두면서 세계의 주목을 끌게 되었다. 앱스토어를 런칭한 애플은 자체적인 어플리케이션을 지속적으로 제작하지 않고도 다양한 프로슈머들을 활용하여 자사의 iPhone 하드웨어와 서비스의 연결점을 전략적으로 구축하였다. 앱스토어에 참여하는 프로슈머로서는 거대 기업의 일원으로 참여하는 의의가 충족되는 동시에 어플리케이션의 판매에 따른 보상도 함께 제공 받는다. 이러한 앱스토어는 기존 웹 상황에서의 프로슈머가 창출해 내는 또 다른 형태의 시장 가치를 형성하게 될 것으로 전망된다.

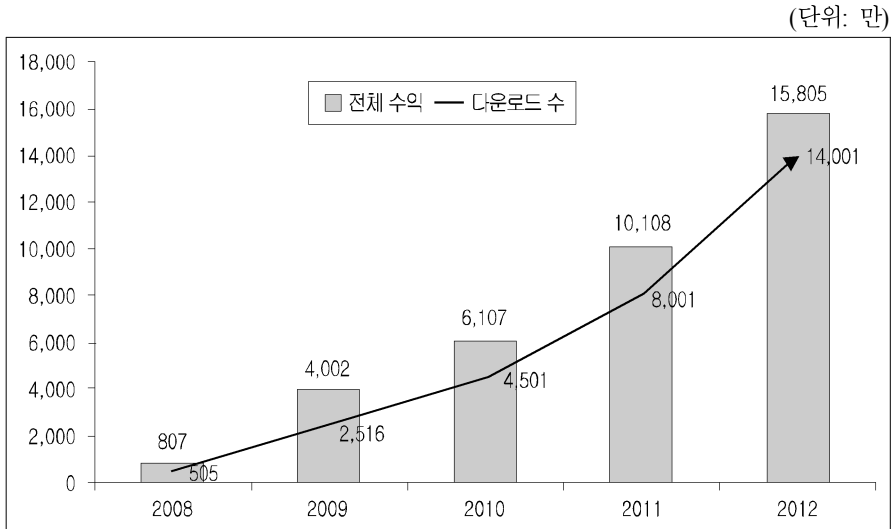
③ 대표적인 디지털 컨버전스 환경인 앱스토어와 프로슈머의 행태 변화

앱스토어에서 활동하고 있는 프로슈머들은 개인으로 활동하는 것이 아니라 타인과의 상호의존 관계를 바탕으로 정보나 지식을 나누며 자신에게 필요한 제품이나 서비스를 자체적으로 창조해 내고 있는 것으로 보인다. 이러한 상호의존적 관계를 바탕으로 한 프로슈머의 활동은 관계적인 측면뿐만 아니라 어플리케이션 제작을 통해 경제적 가치를 생성해 내는 데에도 밀접한 관련이 있다. 최근 측정된 세계 앱스토어 시장 매출 규모는 (그림 3-9)와 같이 지속적으로 증가할 예정이다.

다음 그림에서 확인할 수 있듯이 앱스토어의 시장 매출 규모는 지속적으로 증가할 것으로 확인되며, 따라서 앱스토어 내에서 적극적으로 활동하는 프로슈머가 생성해 내는 경제적 가치 또한 증가할 것으로 예상된다. 이에 프로슈머의 경험감을 고려하여 자유롭게 활동할 수 있는 환경과 정책을 지원하는 것이 경제적 가치를 증가

시키는 중요한 요인이라고 생각된다.

[그림 3-9] 세계 앱스토어 시장 매출 추이



2) 앱스토어 프로슈머의 공동 가치 창조 활동과 이론적 고찰

현재 앱스토어에서 활동하고 있는 사람들은 프로슈머와 일반 사용자로 구분될 수 있다. 프로슈머는 어플리케이션을 개발하는데 관심이 있어 교육을 받고 있는 사람들과, 현재 어플리케이션을 스토어에서 어플리케이션을 판매하고 있는 사람들을 포함한다. 프로슈머는 일반 사용자보다 개발에 대한 능력이 뛰어나며, 판매 및 판매를 통해 얻는 이득에 관심이 있는 사람들이다. 앱스토어의 주요 구성원인 활동적인 사용자와 프로슈머의 활동적 특성을 구분하는 내용은 <표 3-3>에 제시되어 있다.

앱스토어의 프로슈머가 개별적인 작업을 통해 어플리케이션을 생성해 내는 것이 아니라, 사용자나 다른 프로슈머와의 지속적인 상호작용을 통해 더 나은 어플리케이션을 창출해 나간다. 이처럼 다른 사람들과 경험을 공유하고 그룹을 형성하여 함께 경험을 만들어 나가면서 창출되는 결과물이 현대 프로슈머가 새롭게 만들어 내고 있는 가치라 볼 수 있다.

〈표 3-3〉 프로슈머와 활동적인 사용자의 주요 행태

	활동적인 사용자	프로슈머
Consume	- 리뷰 전문 사이트 등의 조사 - 조사를 통해 선택한 어플리케이션 구매	- 다른 소비자들의 구매 및 기술의 트렌드 파악 - 자신의 어플리케이션을 구매한 소비자의 의견 및 반응 - 다른 프로슈머가 제공하는 어플리케이션
Produce	- SNS, Blog, Homepage 등에 자신의 리뷰 및 의견을 게재하여 소식을 전파 - 개발자에게 의견 및 피드백을 전달하여 어플리케이션의 수정 작업에 영향을 미침 - 능동적 의견표출 - 콘텐츠 생산자로서 참여하려는 욕구	- 자신이 사용하거나 팔기 위한 목적으로 어플리케이션 제작 및 판매 - 새로운 어플리케이션을 가장 빠르게 구매하여 소개 - 개발 관련 지식 및 시장에 대한 동향을 전파

이처럼 앱스토어상의 프로슈머와 사용자와 같이 개인이 하는 활동이나 만들어내는 결과물이 다른 사람의 행동에 영향을 주거나 동시에 받기도 하는 일련의 과정은 사회적 상호의존 이론(social interdependence theory)으로 설명될 수 있다(Johnson & Johnson, 1989). 사회적 상호의존은 개인의 결과물이 서로의 행동에 영향을 받을 때 생성된다. 전반적인 사회적 상호의존 이론을 살펴보면, 개인이 다른 사람들과 동일한 목표를 이루기 위해서 서로 협력하여 행동하게 되면 긍정적인 상호 의존(positive interdependence)이 이루어진다고 한다. 개인 간의 긍정적인 상호 의존은 서로의 목표를 이루는데 효율적인 활동(effective actions)을 하는데 영향을 미친다. 목표 달성을 위한 활동에 참여하는 개인은 심리적인 과정(psychological process)을 겪게 된다. 결과적으로 심리적인 과정을 통해 개인은 상대방과 함께 일에 참여하고자 하는 긍정적인 태도를 형성한다. 이를 통해 지속적인 상호작용 패턴(interaction pattern)을 형성하게 된다.

특히 본 연구에서는 사회적 상호의존 이론을 바탕으로 결과 상호의존과 협업 커뮤니케이션, 공동 효능감, 미래 참여 의향에 초점을 두고 조사를 진행하였다. 각 개

념에 대한 내용을 살펴보면 다음과 같다.

① 결과 상호의존

최종 결과물이 활동에 참여하는 자신과 다른 사람들의 성과에 의해서 영향을 받는다고 느끼는 정도를 의미한다(Van der Vegt et al, 1998). 따라서 공동의 목표를 지니고 있는 개인은 본인의 목표와 상대의 목표를 이루기 위해서 서로와 협동으로 작업하여 전체의 목표를 이루고자 한다.

② 협업 커뮤니케이션

높은 커뮤니케이션 빈도, 높은 커뮤니케이션 격식, 높은 상호호혜성, 높은 합리성이라는 특성을 가지고 있다(Joshi, 2009). 이러한 협업 커뮤니케이션이 잘 이루어질수록 상호의존적인 활동을 지지하는데 긍정적으로 작용한다.

③ 지각된 공동 효능감

어떤 그룹의 소속원들이 함께 특정 작업을 수행할 수 있는가를 인지하는 정도이다(Lindsley, Brass & Thomas, 1995). 지각된 공동의 효능감은 그룹에 소속된 일원으로서 어떤 일을 할 것인지를 얼마나 많은 노력을 들일지를 결정하게 하는 요인이 된다.

④ 미래 참여 의향

어떤 활동을 하는 사람들이 앞으로도 지속적으로 활동에 참여하려는 의도를 지니고 있는 것을 말한다. 개인이 참여한 결과물이 특별하고 가치 있게 지각되면, 활동에 다시 참여하고자 하는 동기가 발현 할 것으로 예상된다.

3) 앱스토어 프로슈머의 공동 가치 창조 활동 현상에 대한 탐색적 분석

프로슈머의 공동창조 활동을 심층적으로 알아보기 위해 실제 어떤 상호작용을 통해 사회적 창조 과정을 거치는지 확인하고, 프로슈머의 상호작용이 반영된 전반적인 어플리케이션 제작 과정에 대해 살펴보고자 하였다.

① 인터뷰

프로슈머와 사용자의 심층 인터뷰를 통해 도출된 주요 카테고리는 총 4가지 영역으로 첫째, 프로슈머와 사용자간 상호의존 관계, 둘째, 프로슈머와 사용자간 소통 과정을 가늠할 수 있는 협업 커뮤니케이션 요소, 셋째, 프로슈머와 사용자간의 효율적

활동에 대한 공동 효능감, 넷째, 사회적 창조 활동 과정의 결과에 따른 미래 참여 의향으로 정리되었다.

더 나은 어플리케이션을 제작하거나 이용하고자 하는 프로슈머간의 공통적인 목표 공유는 어플리케이션의 성공적인 결과나 사용과도 밀접한 관련을 맺고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이에 결과적 상호의존 관계에 있는 프로슈머와 사용자들은 상호작용 패턴의 일종으로서 다양한 커뮤니케이션 매체를 활용하여 커뮤니케이션 활동을 하고 있는 것으로 확인되었다. 어플리케이션에 대해서 커뮤니케이션을 해 나가는 프로슈머와 사용자는 상호작용을 하는 것이 더 나은 어플리케이션을 만드는데 효율적이라고 지각하고 있었다. 마지막으로 이와 같은 공동의 효능감을 인지하면 지속적으로 상호작용 활동에 참여하고자 하는 의도가 발생하는 것으로 확인되었다.

② 상호작용 분석

인터뷰를 진행하는 동시에 프로슈머와 사용자간에 벌어지는 다양한 상호작용을 알아보고자 상호작용 분석을 진행하였다. 따라서 프로슈머와 사용자가 주로 활용하는 커뮤니케이션 채널의 종류를 파악하고 커뮤니케이션 내용을 정량적, 정성적으로 분석하고자 하였다. 한 국가의 편향된 결과를 최소화하기 위해 국내와 미국의 커뮤니케이션 행태에 대한 관찰을 진행하며, 각 국가의 프로슈머 행태를 비교 분석해 보고자 하였다.

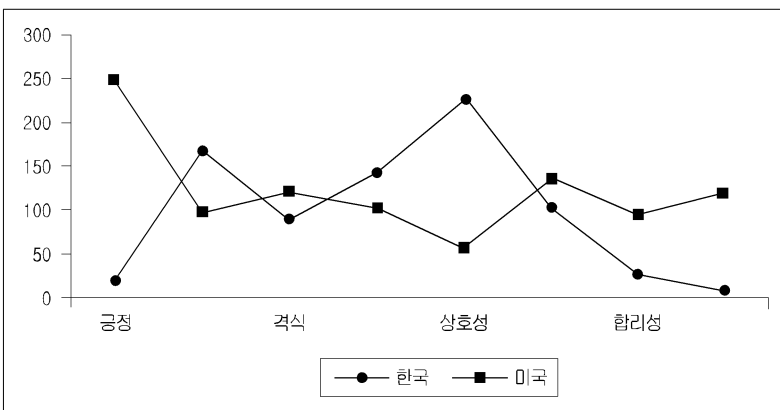
상호작용 분석에는 커뮤니케이션의 주제, 목적, 대화의 구조(횟수, 관계)와 같은 속성들을 분석 기준으로 활용하였다. 더불어 협업 커뮤니케이션 요소인 커뮤니케이션 빈도, 격식, 상호간의 피드백, 합리성을 분석 기준으로 고려하였다. 한국과 미국에서 다양한 상호작용 패턴을 비교하고 분석하기 위해 앱스토어와 트위터에서 각각 10%의 코멘트를 추출하였다. 다음 [그림 3-10]은 상호작용 분석을 진행한 예시이다.

〔그림 3-10〕 커뮤니케이션 게시 글의 정량/정성적 분석 예시

	A	B	C	D	E	F	G	
1	카카오톡		국내	free	hedonic	SNS		Comment
2								goh
3								resource
4								relationship
5								
6		J	2010-06-01	85	3	12		안주님 어릴 시절이랑 똑같아 내 이름까지 기억
7		Y	2010-06-02	68	2	23		~~~~~ 아이들 후속작도 보
8		J	2010-06-03	76	1	10		~~~~~
9		Y	2010-06-04	78	1	23		~~~~~
10		J	2010-06-05	54		20		~~~~~
11		Y	2010-06-06	73		19		~~~~~
12		J	2010-06-07	78		17		~~~~~
13	업데이트 1.3	Y	2010-06-08	110		23		~~~~~
14		J	2010-06-09	108	14	42		~~~~~
15		Y	2010-06-10	117	7	19		~~~~~
16		J	2010-06-11	141	6	27		~~~~~
17		Y	2010-06-12	69	1	18		~~~~~
18		J	2010-06-13	115	0	20		~~~~~
19		Y	2010-06-14	109	12	14		~~~~~

상호작용 분석 결과, 어플리케이션을 제작하거나 이용하고자 하는 프로슈머가 타 인과의 커뮤니케이션이 증가할수록 어플리케이션의 실질적인 판매율이나 인기도에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 또한, 앱스토어 시장이 활성화 된 미국의 경우가 국내보다 더 높은 협업 커뮤니케이션 특성을 드러내고 있었다. 아래 (그림 3-11)은 국내와 미국의 커뮤니케이션 분석에 대한 예시이다.

〔그림 3-11〕 협업 커뮤니케이션 수치의 선 그래프



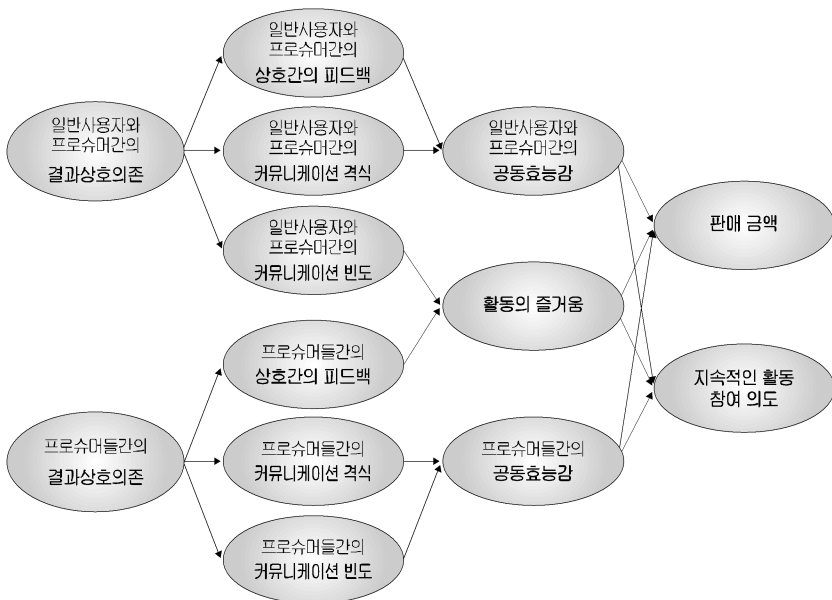
앞의 데이터에서 확인할 수 있듯이 전반적으로 상호성을 제외하고는 미국의 협력적 커뮤니케이션이 더 잘 이루어지고 있음을 확인 할 수 있다. 이는 협력적 커뮤니케이션이 더욱 잘 이루어질수록 더 나은 작업성과를 보인다고 설명한 이론과 같은 맥락에서 미국이 한국보다 더 나은 상호작용을 보이고 있는 것으로 확인되었으며, 시장의 활성화에 영향을 미치고 있는 것으로 예상되었다.

전반적으로 어플리케이션은 프로슈머 개인의 작업으로 이루어지는 것이 아니라 어플리케이션에 관계된 사용자나 다른 프로슈머와의 상호작용에 의해 영향을 받는 것을 확인할 수 있었다.

4) 앱스토어 프로슈머의 공동 가치 창조 프레임워크 검증

대표적인 디지털 컨버전스 환경인 앱스토어에서 활동하는 프로슈머의 활동에 대해 탐색적으로 진행되었던 활동 분석 결과를 바탕으로 공동 가치 창조 프레임워크를 수정하였다. 수정된 공동 가치 창조 프레임워크는 (그림 3-12)와 같다.

[그림 3-12] 앱스토어 프로슈머의 공동 가치 창조 프레임워크



앞과 같은 프레임워크를 바탕으로 프로슈머가 인지하는 상호의존의 정도가 작업 수행에 영향을 미치는 상호작용과 최종적인 결과에 미치는 영향력을 객관적 수치로 검증해 보고자 하였다. 이에 현재 앱스토어에서 프로슈머로 활동하고 있는 사람들을 대상으로 온라인 설문을 진행하였으며, 총 참가자 135명 중에서 불성실 응답자 및 설문 응답의 대상이 아닌 사람들을 제외하고 총 130명의 데이터를 최종 분석에 사용하였다.

설문의 검증 결과, 위의 프레임워크는 전반적으로 양호한 모형으로 판별되었으며 판매 금액과 관련된 세 개의 가설을 제외하고는 모두 지지되었다. 이러한 연구 결과를 종합해 보면, 프로슈머가 일반 사용자나 다른 프로슈머와 상호의존 관계에 있을 경우 협력적 커뮤니케이션을 통한 상호작용이 증대되는 것을 알 수 있다. 또한, 증대된 협력적 커뮤니케이션은 서로의 상호작용이 활동에의 즐거움을 제공할 뿐만 아니라 새로운 가치를 창출해 내는데 효율적이라는 것을 인지하도록 한다. 상호작용을 토대로 한 서로간의 효율성을 지각하였을 때, 앞으로 지속적으로 활발하게 활동해 나가고자 하는 동기로서 작용하는 것을 확인할 수 있다.

그러나 공동의 효능감이나 활동의 즐거움이 실질적인 판매 금액에 미치는 영향력은 미미하였다. 이는 공동 효능감은 작업 활동의 효율성에 대해서 인지되는 경험이고(Mulvey, 1998), 즐거움은 서로 간의 상호작용을 통해 발생하는 경험이기 때문에 경제적 이득에는 직접적인 영향력이 없었을 것이라 예상된다. 또한, 현재 앱스토어에서는 사용자가 많은 어플리케이션이라 하더라도 무료로 판매되고 있는 경우가 많은 현실이 반영되었을 것으로 보인다.

실제 프로슈머가 얻는 경제적인 이득이 미미하더라도 공동 효능감이나 즐거움을 바탕으로 미래에도 지속적으로 활동에 참여하고자 하는 의도가 발생된다는 점에서 추후 프로슈머의 활동을 지원하기 위한 정책이 마련되어야 한다고 생각된다. 프로슈머가 다양한 사람들과의 상호작용을 토대로 활동에 대한 높은 공동 효능감과 즐거움을 느낄 수 있는 환경과 정책적 대안이 마련된다면, 경제적인 가치를 발생시킬 수 있는 프로슈머의 활동을 지속하는데 긍정적인 효과를 발생시킬 수 있을 것으로

예상된다.

다. 결론 및 정책적 시사점

본 연구에서는 대표적인 디지털 컨버전스 환경인 앱스토어 상황에서 프로슈머가 가치를 창출해 내는 활동 현황을 분석하였다. 앱스토어 프로슈머의 활동 현황을 탐색적으로 조사하여 공동 창조 활동에 대한 요소를 확인하고, 이를 실질적으로 검증하였다.

구체적으로 앱스토어 프로슈머의 활동에 대해 조사하기 위해 사회적 상호의존에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 연구 모형과 가설을 설립하였다. 이를 기반으로 이론적인 개념이 실제 앱스토어 상황에서 어떠한 양식으로 나타나고 있는지 확인하기 위해 심층 인터뷰를 진행하였다. 한편, 보다 객관적 자료 마련을 위해 앱스토어 상에 기록되어져 있는 상호작용을 분석하였다. 이처럼 이론적인 근거를 바탕으로 심층 인터뷰와 상호작용 분석 결과를 활용하여 최종 앱스토어 프로슈머 프레임워크를 수정하였다. 발견된 프로슈머의 공동 창조 요소들은 어떤 영향 관계가 있는지 검증하고자 정량적인 연구를 실시하였다. 이러한 전반적인 연구 결과는 프로슈머의 활동 현황에 대한 이해 기반을 마련하고 더욱 활동적인 활동을 지원하는 정책의 수립과 실행을 돕는데 활용될 수 있을 것이다.

프로슈머는 새로운 가치를 창출해 내기 위해서 다른 프로슈머나 일반 사용자와 상호 의존 관계에 있으며, 서로간의 상호작용을 토대로 효능감을 인지하게 된다. 이러한 공동의 효능감은 앞으로도 지속적으로 가치 창출 활동에 참여하고자 하는 의도를 발생시키는 역할을 함으로써 프로슈머의 활발한 활동에 기여한다. 따라서 프로슈머와 다른 사람들 간의 상호작용을 원활하게 지지하여 공동의 효능감을 지각할 수 있도록 지원하는 시스템의 마련이 필요하다.

디지털 컨버전스 환경의 프로슈머 활동 변화에 대해 진행되었던 본 연구의 결과를 바탕으로 경제적 가치를 창출해 내는 프로슈머의 역할과 이를 지원하기 위한 정책적 시사점을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 프로슈머의 자유로운 상호작용을 토대로 한 상호의존적 혁신을 지원하기 위해 서로 작업 파트너를 쉽게 발견하거나 다양한 사람들과 커뮤니케이션 할 수 있는 개방형 서비스 플랫폼의 구축과 협업적 혁신 정책의 수립이 필요하다.

둘째, 경제적 자본이 풍부한 기업과 달리 상대적으로 부족한 자본으로 작업 활동을 진행해야 하는 프로슈머의 가치 창출 활동을 지원할 수 있도록 풍부한 정보나 자원을 개방하여 제공하며, 상호의존적 행위로 만들어지는 결과물에 대한 공유와 활용을 촉진하는 시스템의 마련과 정책의 수립이 필요하다.

셋째, 프로슈머가 국내에서 경제적 가치를 창출하는 과정에 집중할 뿐만 아니라 글로벌 마켓에서도 활발하게 활동할 수 있도록 지원하기 위해서 경영 전략이나 작업 관리와 같은 실질적인 지원을 전달하는 시스템과 정책이 마련되어야 한다.

3. 컨버전스 세대의 등장 및 경제활동 특성 연구

가. 연구목적과 구성

디지털 기술의 확산으로 사이버 공간상에서 영향력을 키워가던 누리꾼(netizen) 세대, 게임세대 혹은 넷 세대로 불리는 신세대층이 경제활동의 중심 역할을 하는 세대로 성장함에 따라 이들에 대한 관심이 증대되고 있다. 디지털 기술의 급속한 발전은 하드웨어와 소프트웨어 측면에서의 정보기술을 융합하거나 복합화 하면서 컨버전스로의 발전을 가속화 시키고 있다.

컨버전스 시대의 중심에서 핵심세력이라고 할 수 있는 컨버전스 세대는 향후 소비자 및 공급자 쌍방에서 경제 활동을 이행하는 주체가 되어 갈 것이다. 종래의 경제 행위자들의 특성과는 다르게 다양한 범위에서 단기·중기·장기적 측면에서의 변화를 예고하고 있다. 따라서 경제 행위 주체자로서의 중요성이 확대되고 있는 컨버전스 세대의 특성과 이들의 사회 경제적 파급효과, 영향력의 범위 등을 파악하고, 정책적 시사점을 도출하는 연구를 수행하는 것은 당연하다고 하겠다. 이들의 특징을 잘 이해하고, 경제활동의 특성 및 패턴을 분석하여 향후 미시, 거시 경제의 나아갈 방향에 대한 시사점을 도출한다면 국가적, 경제적, 사회적으로 많은 시사점을 줄

것이라 생각된다.

나. 주요 연구결과

1) 컨버전스 세대의 개념

본 연구의 분석대상인 컨버전스 세대는 시장에서의 기술 혁신적 상품과 디바이스의 사용 환경에 발 빠르게 적응하여 왔다. 1980년대 PC, 1990년대 중반의 인터넷 기반, 1990년 후반에서 2000년대의 모바일이 바로 그것이다. 이들 세대의 컨버전스 디바이스 수용의 특성으로는 집단보다는 개인을, 이성보다는 감성을, 전통보다는 개방을 추구하는 독특한 소비패턴과 소비문화를 보여 왔다.

특히 디지털 네트워크상의 소비자들은 기존의 수동적인 정보 수용자에서 통신과 웹상에 산재해있는 정보의 적극적인 탐색과 정보교류의 기술적 진보에 대한 생산자로서의 역할 변화를 경험하였다. 특히 인터넷을 중심으로 본 다면 웹1.0에서 웹2.0으로의 진화 및 인터넷 산업의 가치사슬 변화는 컨버전스 세대의 참여를 증가시켰다. 이러한 컨버전스 소비자들의 참여증대를 프로슈머의 개념으로 포괄적으로 언급할 때 프로슈머의 유형은 활동가(proactive), 전문가(professional), 공급자(provider), 그리고 생산자(producer)로서의 소비자로 유형화될 수 있다(박혜란, 이기춘, 2009).

컨버전스 환경의 도래와 일상화된 컨버전스 신세대층이 점차 경제활동의 주체로 성장하면서 이들의 라이프스타일과 소비패턴, 문화생활의 패턴, 경제활동의 특성 등에 대한 관심이 높아지고 있다. 종전의 네티즌 세대가 점차 경제활동의 중심세대로 등장하고 있으며, 이들은 여가생활이 온라인 게임이며, 넷 환경에서의 활발한 활동이 라이프스타일의 핵심이 되었다.

컨버전스 세대는 향후 소비자 및 공급자 쌍방에서 경제 활동을 이행하는 주체가 되어 경제 행위자의 특성에 거시적 변화를 예고하고 있다. 소비자로서의 컨버전스 신세대는 웹2.0세대로서 생산자이면서 소비자인 프로슈머(prosumer), 블로그, UCC 제작자, 집단지성의 참여자, 판매자이면서 소비자 활동을 통하여 컨버전스 신세대 혹은 C세대(contents generation)의 역할이 두드러지고 있다.

컨버전스 세대의 개념을 규정하기 위하여 아래의 프레임워크를 고려해야 할 것이다.

첫째, 컨버전스 세대는 converged device를 수용하고, 디지털 서비스에 참여하며, 상호호응자이면서 상호작용자의 특성을 지닌 세대라고 정의할 수 있다. 즉 융복합화된 디바이스에 거부감이 없고, 조기 수용자 혹은 혁신가의 모습을 보이는 세대라고 할 수 있다. 새로운 서비스에 대한 수용의 자세가 되어 있고, 적극적으로 호응하는 세대라고 할 수 있다.

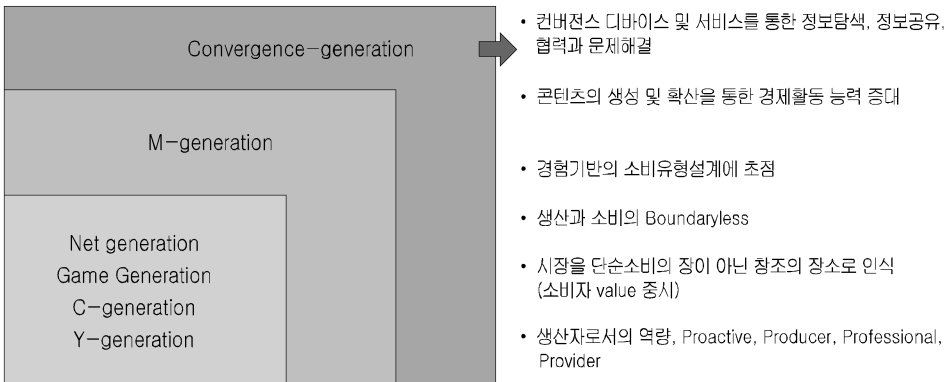
둘째, 컨버전스 세대는 Social Network Service의 적극적 수용자라고 할 수 있다. 즉 기존의 개념상 구분되어온 넷 세대, 게임세대, 콘텐츠 세대, 모태 인터넷 세대 등을 아우르며, 컨버전스 환경의 서비스를 누리며, 향유하는 세대라고 정의할 수 있다. 특히 글로벌 네트워크 형성에 거부감이 없고, 국경, 시간, 인종, 문화 등을 초월하여 관계성을 형성하는 세대라고 할 수 있다.

셋째, 유무선 디지털 서비스 수용자의 경우 유선환경의 인터넷에서 제공하는 서비스를 모바일과 연계하여 서비스를 적극적으로 사용하는 세대라고 할 수 있다. 예컨대 싸이월드에서 들어오는 쪽지를 모바일 폰으로 수신이 가능하도록 하거나, 유선환경의 메신저로 들어오는 메시지를 휴대폰으로 수신하거나, 트위터 문장을 컴퓨터로 확인하는 것이 아니라 스마트폰 등으로 수신하는 세대를 의미한다.

넷째, 온오프라인의 구분이 없이 상호 교차적 컨버전스 채널을 활용하거나 서비스를 수용하는 세대이다. 기존의 넷 세대가 온라인 중심의 활동세대이었다면 컨버전스 세대는 온라인과 오프라인을 모두 활용하여 자신의 입지를 넓혀 가거나 정보 교류의 시공을 초월하는 세대를 의미한다.

[그림 3-13]은 본 연구에서 분석하고자 하는 컨버전스 세대가 기존의 넷 세대와 게임세대의 연속선상에서 해석되어야 함을 나타낸 것이다.

〔그림 3-13〕 컨버전스 세대의 개념적 특징



2) 컨버전스 세대의 경제활동 특성

① 경영자로서의 컨버전스 세대

컨버전스 세대가 경영의 주체가 되며, 이들은 종래의 경영자들의 마인드와는 다른 새로운 시각이 필요하다. 첫째는 효과적인 온라인 비즈니스 채널의 구축이다. 온라인 시장은 경계가 없으며, 온라인상에서는 ‘무엇을’이 아닌 ‘왜’에 집중해야 한다. “왜 온라인에서 해야 하는가?”에 집중하고, 전반적인 비즈니스의 목표와 전략을 수립해야 한다. 성공적인 비즈니스를 위해서는 주 고객층의 관심을 유도하고, 고객의 언어로 상품과 서비스를 설명하며, 매력적인 미디어 도구를 적극적으로 활용해야 한다. 또한 고객참여 코너의 설치, 고객들의 소셜네트워크 접촉, 검색엔진 활용, 오류 없는 링크를 제공해야 한다. 아울러 업데이트가 용이하게 하고, 신선하고 눈길을 끌 수 있는 디자인, 통계분석 장치와 연결하여야 하며, 마케팅 사업목표가 눈에 띄도록 해야 한다

② 소비자 및 구매자로서의 컨버전스 세대

소비자 및 구매자로서의 컨버전스 세대는 온라인에서 많은 시간을 들여 정보검색을 통해 물품을 고른 후 오프라인 매장에서 구매하는 경향이 큰 편이다. 이는 기존의 마케팅의 4P 전략의 변화의 필요성을 예고하는 것이다. 컨버전스 세대는 정보검

색 활동을 통하여 제품 및 서비스의 속성만을 파악할 수 있는 능력을 갖추고 있다. 따라서 기업의 광고보다는 다른 소비자들의 의견에 더 귀를 기울이는 경향이 있다. 컨버전스 세대는 온라인 혹은 모바일을 이용하여 다양한 출처를 통해 관심 있는 제품과 서비스에 관한 정보파악 채널을 가지고 있다.

이들은 정보탐색 활동을 통해 많은 대안을 비교 분석하며, 이들 중 가장 적합한 솔루션을 선택한다. 또한 신속하게 원하는 서비스를 받기를 원하며, 최종적인 제품 선택의 중요 속성으로 제품의 재미속성을 매우 중요시 한다. 또한 규격화된 상품이 아닌 자신이 원하는 시간과 장소, 방법에 따라서 입맛대로 쓸 수 있는 제품(TIVO, 인터넷TV)을 원하는 경향이 크다.

컨버전스 시대 소비자의 정보탐색 프로세스를 살펴보는 것이 이들을 이해하는데 중요한 실마리를 제공할 수 있다. 이들은 쇼핑정보로서 소셜미디어를 통한 네트워크 개발에 많은 관심을 가진다. 즉 소셜네트워크 내에서 대규모의 지인이나 동아리와 관계를 맺게 되며, 상호 유용한 정보를 제공, 공유한다. 이들의 구매 프로세스는 A(모든 장소), B(브랜드), C(커뮤니케이션), D(발견), E(경험)를 중요하게 인식한다. 원하는 장소와 시간에 아무데서나 물건을 사길 원하고, 브랜드와 제품을 만드는 것을 도우며, 아무리 듣기 좋더라도 일방적인 커뮤니케이션은 참지 못하며, PR도 양방향 대화를 요구한다. 온라인 및 모바일에서 제품과 가격을 조사하기 때문에 가격의 협상이 가능하고, 제품소비에 의한 효용성 획득 외에 어떤 새로운 경험을 선사해주기를 기대한다.

③ 생산자로서의 컨버전스 세대

유튜브와 마이스페이스, 아고라 등 소셜네트워크에 콘텐츠가 업로드되는 양상을 살펴보면 기업들이 네티즌을 대상으로 방송을 하는 것이 아니라 사용자들이 직접 콘텐츠를 만들고, 출간, 필터링, 리믹스와 유통에 적극적인 역할을 수행하는 서비스 제공의 주체자로 등장한다. 이러한 UCC 기반의 서비스는 실질적으로 소비자들의 콘텐츠의 생산, 유통, 소비에 대한 프로세스를 제공하고 있다.

포레스터 리서치의 조사에 의하면 웹사이트에 고객의 상품평과 평점을 부여할 수

있는 공간을 제공한 온라인 소매업체들 중에 96%는 실질적인 웹사이트의 방문을 통한 제품구매, 회원등록 등의 전환율(conversion rate)을 높이는데 좋은 효과가 있다고 하였다(Barton, 2006). 정보 과부하의 시대에 소비자는 제품이나 서비스에 대한 만족도를 다른 사람들에게 알릴 수 있는 기회를 갖기를 좋아한다.

다. 결론 및 정책적 시사점

연구결과 컨버전스 세대와 非 컨버전스 세대와의 차이를 보이는 미래 경제활동에는 글로벌 네트워크를 통한 커뮤니케이션 활동, 구매의사결정 특성, 적극적 의견 개진, 프로슈머, 기기 종속적, 경험중시 구매행동, 정보공유 적극성 등의 특징을 보였다.

1) 컨버전스 세대의 미래 경제활동

① 글로벌 네트워크를 통한 커뮤니케이션 활동

미래 경제활동 특성 중 커뮤니케이션 측면에서 컨버전스 세대는 의사소통을 위한 매체로 기존의 유선 인터넷 기반을 뛰어 넘은 유무선 환경의 새로운 매체를 중심으로 전환하고 있다. 즉 글로벌 네트워크 형성을 위한 도구로 전자우편이 주요 도구의 역할을 하던 시대에서 트위터나 페이스북 등의 SNS를 통해 시공을 초월한 의사소통 활동을 하고 있다. 실시간 상호작용을 통하여 시차나 지역적 한계를 극복하고 있는 것이다. 최근에는 기업의 CEO가 트위터를 이용하여 고객들의 의견을 실시간으로 청취하고 이를 경영에 반영함으로써 고객과의 신뢰를 쌓아가는 기업도 늘고 있다. 컨버전스 세대는 이같이 글로벌 네트워크 환경에서 신속하고, 발 빠른 정보를 접할 수 있는 것에 자부심을 느끼기도 한다.

② 사회적 이슈에 민감

컨버전스 세대는 제품구매이나 서비스 이용과정에서 만족을 하거나 불만족스러운 경우에 자신의 의견을 적극적으로 개진하려고 한다. 불만사항에 대해 건의를 자주하고, 건의가 수용되었을 때 기쁨을 느끼는 특성을 보였다. 기업이나 조직의 경우가 같은 고객들의 의견을 적극적으로 수렴하여 신제품 개발에 적용하거나 서비스의 품질을 높이기 위한 노력을 하고 있다. 사회적 이슈의 발생 시에는 적극적으로 자신

의 의견을 피력하고, 자신과 다른 의견에 대하여 능동적으로 대응하는 모습을 보이기도 한다. 때로는 자신의 논리에 지나치게 빠져들어 타인의 의견을 무시하거나 감정적인 댓글 등으로 대응하는 경우도 발생한다.

③ Prosumer로서의 소비자

컨버전스 시대의 소비자는 과거의 소극적이고, 피동적이었던 고객이 아닌 적극적으로 불만을 표시하고, 이를 제품에 반영해 보다 나은 제품을 개발해달라고 하는 메시지를 끊임없이 요구하고 있는 것이다. 컨버전스 세대는 소비자이면서 생산자의 역할을 감당하고 있다. 즉 소비자가 기업의 외부의 존재가 아닌 내부의 존재로 변모하고 있으며, 새로운 제품이 출시되었을 때 이를 적극적으로 수용하려고 하며, 혁신가적(*innovative adopter*) 행동이나 초기적응자(*early adopter*)로서의 역할에 충실한 것에 자부심을 느끼는 것도 컨버전스 세대의 특징이라 할 수 있다.

④ 기기 종속적 경향

컨버전스 세대는 기기에 지나치게 의존하는 경향도 보인다. 일상생활에서 디지털 매체를 이용하여 필요한 정보를 주로 얻고 있으며, 기기를 두고 외출한 경우 불안하거나 기기가 없으면 어떻게 하나 하는 생각을 자주 하였다. 최근 스마트폰의 보급이 확산되면서 지인과의 면대면 대화가 줄어드는 경향을 보인다는 의견이 많다. 기기의 컨버전스 수준의 증가는 그 편리성의 증가와 더불어 역기능적 부작용도 발생하고 있다.

⑤ 경제적, 합리적 구매행동

컨버전스 세대의 구매 특징은 매우 신중하다고 볼 수 있는데 디지털 제품, 즉 게임타이틀이나 음악, 소프트웨어 제품을 구입 시에는 경험을 매우 중시하는 경향을 보였다. 즉 음악의 경우는 미리듣기를 통하여 앨범을 선택하기도 하고, 온라인상에서 다운로드 파일을 구매할 경우에도 미리듣기 기능을 통하여 구매의사결정을 한다. 컨버전스 세대는 충동에 의한 구매나 브랜드에 종속되는 구매가 아니라 철저하게 제품이나 서비스의 품질에 초점을 맞춘 경제적인 구매 활동을 하고 있다.

⑥ 집단지능의 창조자이면서 소비자

정보의 공유 측면에서도 컨버전스 세대는 좋은 정보를 상호 공유하는 것에 즐거

움을 느끼며, 타인의 질문에 자신이 가진 정보를 적극적으로 공유하려 한다. 집단지능의 대표적인 매체로 Wikipedia를 들 수 있는데 이 같은 집단지능 활동에도 적극적인 경향을 보였다. 자신이 읽었던 좋은 서적, 감명 깊었던 영화, 자신이 좋아하는 음악 등에 대하여 소감을 밝히기를 즐겨하며, 독자 서평이나 영화감상문 등을 온라인에 게재하며 조회 수가 많으면 기쁨을 느끼기도 한다.

2) 정책적 시사점

넷 세대, 게임세대, C-세대, M-세대, X/Y-세대들이 점차 경제주체로서의 중요한 역할을 담당하고 있고, 본격적인 컨버전스 환경이 도래하면서 컨버전스 세대의 등장이 주목을 받고 있다. 이들의 역할증대는 기업뿐만 아니라 국가의 정책적 방향성에도 영향을 미칠 것이다.

① 글로벌 취업시장 공략을 위한 정책적 지원

컨버전스 세대는 글로벌 소사이어티를 형성하면서 글로벌 대인네트워크를 구축해 가고 있다. 이 같은 네트워크를 통하여 글로벌 마인드가 확산되고 있으며, 국내의 협소한 취업시장을 해외로 넓혀나갈 필요가 있다. 물론 우수 인력의 해외유출도 염려되기는 하나 취업시장의 개방은 해외의 우수인력도 채용이 가능해 지기 때문에 장기적 관점에서 바람직한 국가 전략이라고 생각된다. 글로벌 비즈니스 취업시장 진출에 대한 제도적, 정책적 지원으로 국내 실업률을 낮추고, 궁극적으로 글로벌 경제에서 대한민국의 입지를 공고히 할 수 있을 것이다.

② 정보화 역기능 극복마련을 위한 전문연구기관 설립

최근 SNS의 사용이 확산되면서 개인정보의 유출이 심각해지고, 개인의 사생활 노출로 인해 범죄의 대상이 되는 경우가 늘고 있다. 인터넷 상에서 개인의 주소나 전화번호 등을 알아내는데 걸리는 평균시간이 5분 미만이라는 통계가 있다(YTN뉴스, 2010. 11. 19). 페이스북의 인기 있는 앱을 통해 개인정보가 광고회사 등에 유출되거나, 미투데이나 페이스북을 통해 악성코드가 유포되기도 한다. 정보화가 진행될수록 이같은 사회적 문제점이 발생할 가능성이 높기 때문에 이에 대한 심도 있는 정책적 고민이 필요하다.

③ 컨버전스 세대의 정치참여 유도를 위한 기술개발

컨버전스 세대는 디지털 기기를 다루는데 두려움이 없으며, 생활의 상당시간을 기기를 사용에 할애한다. 점차 이들이 사회를 구성하는 주류가 될 것이고, 이들이 정치나 NGO활동에 능동적으로 참여할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 아울러 컨버전스 인프라의 특성을 살려 국민들의 아이디어를 수집하거나, 정책적 제안 등을 수렴할 수 있는 장치를 마련하고 홍보하여 누구나 쉽고 편리하게 의견개진이 가능하도록 해야 한다. 이를 전달할 수 있는 기구를 마련할 필요가 있다.

4. 디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업 활동에 미치는 영향

가. 연구목적과 구성

디지털 컨버전스는 컴퓨터와 통신의 결합에서 미디어의 디지털 콘텐츠가 결합된 방송통신 융합으로 진화하며 융합을 통한 새로운 비즈니스 모델의 확산을 통하여 산업 경제 활동에 많은 변화를 촉진하는 동인이 되고 왔다. 이제까지 디지털 컨버전스의 대표적 산업 응용은 IPTV 서비스 모델로 FTTH 등 광대역 인터넷망을 기반으로 HD 고화질과 양방향 어플리케이션 등 통신의 장점이 융합되어 방송과 함께 유통, 교육, 게임 등 미디어 관련 산업의 비즈니스 모델의 변화를 촉진하였다.

IPTV가 대형 TV를 중심으로 가정 내를 중심으로 한 컨버전스의 고정형 네트워크 응용(fixed network application)이라면 최근 급격히 확산되고 있는 스마트폰과 초기 도입 단계에 있는 태블릿 PC는 컨버전스의 이동형(mobile) 네트워크 응용으로 구분될 수 있다. 이러한 디지털 컨버전스의 이동형 네트워크 응용은 정보 파악, 사회적 관계 형성, 여가활용, 오락, 상거래, 업무 수행 등 개인의 B2C 응용과 기업 활동 응용 등 다양한 형태와 넓은 확산 범위로 개인과 기업의 경제 활동에 많은 변화를 초래할 것으로 예상된다.

본 연구의 목적은 이러한 변화 추세를 고려하여 진화되는 디지털 컨버전스 기술이 미디어 활용 서비스 산업과 어떻게 융합될 것이며 기업 관점에서의 효과적 대응 전략은 무엇인가, 그리고 이러한 서비스 모델의 활성화를 위한 정책적 시사점을 파

악하는 데 있다. 또한 학문적으로는 융합을 통한 시너지에 대한 분석적이고 실증적 방법론을 이론적으로 제시하여 디지털 컨버전스와 미래 예측에 분야에 이론적 발전을 목표로 하고 있다. 본 연구 내용은 다음과 같은 세부 연구 문제의 체계적 분석을 포함한다.

첫째, 미디어 활용 서비스 산업에서 디지털 컨버전스 기술이 융합되어 새롭게 부각되고 있는 비즈니스 모델은 어떤 것을 들 수 있는가?

둘째, 디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업의 융합 기반 비즈니스 모델의 성과에 영향을 주는 가치 창출 요소는 무엇인가?

셋째, 이러한 융합 서비스 모델의 디지털 컨버전스 기술의 시너지 효과는 이론적으로 어떻게 정형화 되고 이에 대한 효과를 측정할 수 있는 분석적 프레임워크는 어떠한가?

넷째, 이를 종합한 디지털 컨버전스 융합 미디어 활용 서비스 산업 비즈니스 모델 성과를 예측하고 설명할 수 있는 모델은 어떻게 정형화 될 수 있는가? 또한 예측 결과는 서비스 산업 비즈니스 모델 별로 어떠한 차별성을 나타내는가?

다섯째, 궁극적으로 디지털 컨버전스와 연계하여 미디어 활용 서비스 산업의 신시장 창출과 경쟁력 향상을 위한 기업 전략과 정책 방향에 대한 시사점은 무엇인가?

나. 주요 연구결과

1) 디지털 컨버전스 기반 미디어 활용 서비스 산업의 융합 비즈니스 모델

디지털 컨버전스 기술이 기존 서비스 산업에 융합되어 새롭게 등장하는 전형적 융합 비즈니스 모델의 파악을 위하여 본 연구에는 우선 디지털 컨버전스 관련 신기술 동향(스마트폰, 태블릿 PC, Wi-Fi 무선인터넷, 전자북 리더기, 3D 콘텐츠, 소셜네트워크 서비스(SNS) 등)과 서비스 산업의 디지털화 동향(문화산업, 교육산업, 관광산업, 의료산업)을 조사하였으며 유통산업과 관련하여 최근 활발한 확산을 보이고 있는 소셜네트워크 기반의 LBS 산업을 추가하였다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 각 서비스 산업 별 현재 시장에서 초기 도입 단계에 있는 가상악기 음원제작(문화), 대화형 u-learning(교육), 체험형 관광(관광), 유비쿼

터스 건강관리(의료) 등과 소셜네트워크 기반 LBS를 컨버전스와 융합된 서비스 산업의 비즈니스 모델로 채택하였으며 이에 대한 프로토타입을 작성하여 실증 분석에 사용하였다.

2) 디지털 컨버전스가 융합 서비스 모델에 제공하는 가치

본 연구에서는 디지털 컨버전스 기술이 기존 서비스 산업에 융합되어 새롭게 창출된 비즈니스 모델이 유사한 전통적 서비스 모델과 차별화 될 수 있는 가치 창출의 근원적 요인을 디지털 컨버전스 본원적 제공가치와 서비스 프로세스 특성의 한계 요소를 개선하는 데 기여하는 가치로 구분하여 도출하였다.

디지털 컨버전스 본원적 제공 가치는 첫째 브로드밴드 통신망을 통하여 제공되는 HD 화질의 영상, 오락, B2C 응용 등의 콘텐츠가 인터넷의 장점인 양방향, 개인화, 탐색 등의 기능이 결합되어 제공되는 가치로 파악하여 이를 ‘브로드밴드 영상과 인터넷 결합 제공 가치의 유용성’으로 정의하였다. 둘째로는 모바일 기반의 유비쿼터스 환경이 제공하는 가치로 상황에 맞추어 지능적인 방법에 의하여 정보를 사람과 사물의 요구에 맞게 자동으로 제공하는 상황인지(context awareness) 등의 ‘모바일 환경이 제공하는 가치의 유용성’을 도출하였다.

첫 번째 유용성은 FTTH 기반 고정형 네트워크상에서 기여하는 본원적 가치이며, 두 번째 유용성은 모바일 기반 네트워크상에서 제공하는 가치로 구분 될 수 있으며, 이는 디지털 컨버전스의 발전 방향이 IPTV와 스마트 TV 등의 고정형 응용과 스마트폰, 태블릿 PC 등 모바일 기반 응용으로 각각 진화하는 현상에 기초하였다.

서비스 프로세스 특성의 한계 요소를 개선하는 데 기여하는 가치는 제조업과 차별화되는 서비스 산업의 프로세스 특성인 무형성, 생산과 소비의 동시성, 고객과의 근접성, 재고 불가능성 등을 프로세스 한계점으로 착안하고 디지털 컨버전스 기술과 결합된 새로운 서비스 산업 비즈니스 모델이 이러한 서비스 본연의 특성에 의한 프로세스 한계 요소를 개선한다는 관점에서 도출하였다.

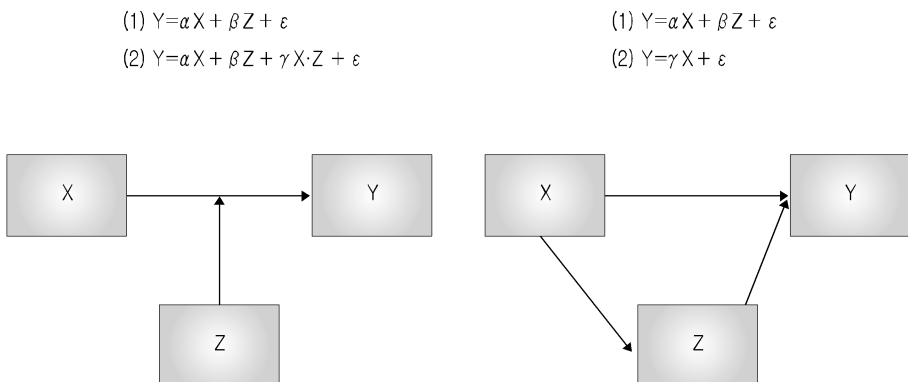
서비스 프로세스 한계 요소 개선 관점에서 디지털 컨버전스 기술과 융합된 서비스 비즈니스 모델의 유용성을 ‘근접성과 동시성 제약 완화 유용성’과 ‘소멸성과 재

고 불가능성 제약 완화 유용성' 등 두 가지로 구체화하였다. 서비스 프로세스 특성 중 근접성과 동시성은 유사한 개념으로 판단하여 하나로 단순화하였고 이질성과 무형성은 디지털 컨버전스 기술의 융합을 통한 서비스 비즈니스 모델에도 역시 근본적으로 존재 할 수 있다는 관점에서 본 연구에서는 포함하지 않았다.

3) 융합 서비스 모델의 디지털 컨버전스 시너지 창출 분석 프레임워크

본 연구에서 정의한 디지털 컨버전스 시너지란 디지털 컨버전스 본원적 가치 유용성(변수 X로 정의) 및 서비스 프로세스 특성 한계 요소 제약의 유용성(변수 Y로 정의)의 두 가지 유용성이 상호간에 독립적으로 상대적 이점에 기여하는 것과 더불어 서로 간에 상승 작용을 일으켜 상대적 이점을 확장하는 것을 의미한다. 이러한 상승효과는 디지털 컨버전스 기술이 산업 융합의 동인으로 작용하는 의미 있는 요소이며 또한 서비스 산업의 디지털 컨버전스가 융합하여 새로운 비즈니스 모델이 도출되었을 때의 상대적 경쟁우위의 정도를 반영한다 할 수 있다. 이러한 시너지 효과는 디지털 컨버전스 본원적 가치 특성이 서비스 산업 프로세스의 근본적 제약 요인을 완화하는 정도와 전략적 적합(fit)이 높을 때와 낮을 때 그리고 전략적 적합과 무관할 때 융합 서비스 모델의 상대적 이점 기여 수준이 차별화 되는 정도로 측정 될 수 있다.

[그림 3-14] 디지털 컨버전스 기술의 서비스 산업 응용 시너지 분석 프레임워크



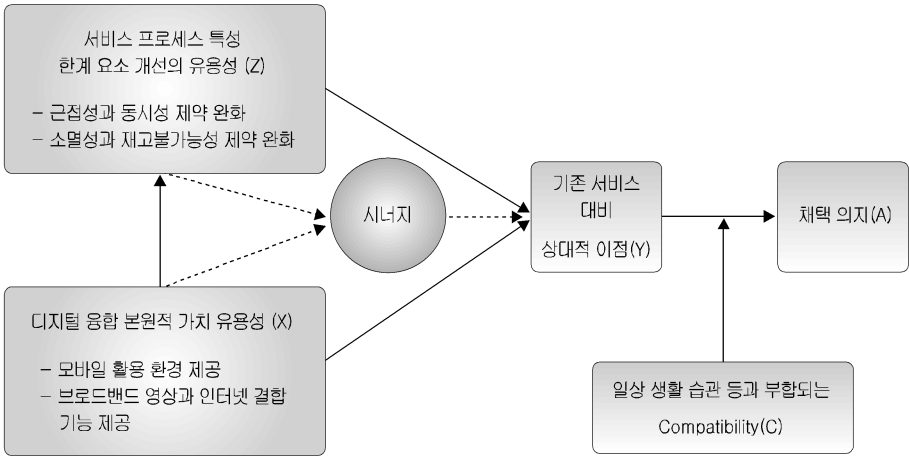
이러한 융합 서비스 모델의 시너지 효과를 분석하기 위한 이론적 배경은 Venkatraman(1989)의 전략적 적합(strategic fit) 이론에 기반하였다. 전략적 적합이론에서는 전략적 적합의 유형을 6가지로 구분하였으며 본 연구에서는 이 중에서 [그림 3-14]에 제시된 조정적 적합(fit as moderation)과 매개적 적합(fit as mediation)을 제한적으로 채택하여 실증 분석에 활용하였다.

[그림 3-14]에 정리된 바와 같이 조정적 적합은 독립변수(X)와 조정변수(Z) 사이의 상호작용 효과(interaction effect)로 정의되며 종속변수(Y)의 결정요인으로 작용한다. 본 연구에서 예측변수(X)는 디지털 컨버전스 근원적 가치 유용성으로 조정변수(Z)는 서비스 프로세스 특성 제약 완화의 유용성으로 종속변수(Y)는 융합 서비스 모델의 전통적 서비스 모델 대비 상대적 이점으로 각각 정의하였다. 매개적 적합은 선행변수(X)와 결과변수(Y) 사이에 존재하여 중개 메커니즘으로 유의한 중개변수(Z)에 초점을 맞춘 것이다. 이는 디지털 컨버전스 본원적 가치가 서비스 산업 비즈니스 모델의 프로세스 제약 완화에 기여하여 시너지를 창출하는지를 분석하는 데 효과적인 적합 유형이다.

4) 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 융합 비즈니스 모델 분석 프레임워크

본 연구에서는 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 비즈니스 모델이 전통적 서비스 모델 대비 사용자에게 제공하는 상대적 이점(Y)이 채택의지(변수 I로 정의)에 영향을 주는 인과 관계의 연구 모델을 도출하였다. 상대적 이점과 채택의지를 구분하고 인과 관계를 설정한 것은 범용적으로 채택되고 있는 Rogers(2003)의 혁신수용확산 이론에 근거하였으며 두 변수를 구분한 것은 융합 서비스 모델의 시장 확산은 상대적 이점과 함께 일상 생활습관과 부합성(compatibility, 변수 C로 정의)이 영향을 줄 것이라는 데 기인하였다. 즉 본 연구에서 정의된 컨버전스 근원적 가치(X)와 서비스 프로세스 개선(Z)은 상대적 이점(Y) 수준을 결정하나 상대적 이점이 시장성을 결정하는 채택의지에 영향을 주는 정도는 융합 비즈니스 모델의 일상생활 부합성(C)에 영향을 받는다는 것을 의미한다. 이를 종합한 연구 모델은 [그림 3-15]와 같다.

[그림 3-15] 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 비즈니스 모델 분석 프레임워크



5) 실증 분석과 발견점(findings)

① 디지털 컨버전스가 융합 서비스 모델에 제공하는 유용성 가치

컨버전스의 근원적 가치를 구성하는 두 가지 유용성을 결합한 변수 X와 서비스 프로세스 제약 완화의 두 가지 유용성을 결합한 변수 Z가 전통적 서비스 모델 대비 융합 비즈니스 모델의 상대적 이점에 미치는 영향을 다중회귀 분석한 결과는 <표 3-4>와 같다.

<표 3-4> 컨버전스 근원적 가치와 서비스 프로세스 개선 가치 종합 분석 결과

X&Z	가상악기	u-learning	LBS	체험관광	u건강관리	종합
β_1	.263*	.135	.244*	.318*	.349**	.251***
β_2	.496***	.265**	.389**	.065	.371**	.325***
R^2	.376	.092	.242	.094	.341	.219

일반적으로 디지털 컨버전스 기술이 융합된 서비스 산업 비즈니스 모델이 기존의 서비스 모델 대비 차별화되는 상대적 이점은 디지털 컨버전스 본원의 가치 중 모바일

일 활용 환경 제공에 의한 유비쿼터스 장점($\beta = .326^{***}$)이 상대적으로 높으며 대형 TV에 인터넷이 결합되어 제공되는 가치의 유용성($\beta = .115^*$) 역시 통계적으로 유의하게 상대적 이점 향상에 영향을 미쳤다. 그러나 종합적으로 디지털 컨버전스 본원적 가치가 상대적 이점의 수준을 설명하는 R^2 가 14% 수준으로 낮게 나타난 것은 디지털 컨버전스의 근원적 가치만으로는 상대적 이점에 공헌하는 정도가 충분하지 않고 서비스 프로세스와의 의미 있는 융합이 달성되어야 일반적으로 시장성이 있다는 시사점을 제시하고 있다.

각 시나리오 별 분석에서 R^2 가 가장 크게 나타난 것은 시나리오 5의 u-건강관리 서비스 모델로 디지털 컨버전스 근원적 가치가 29.2%의 상대적 이점 변화를 설명하였다. 세부적으로는 모바일 활용 유용성에 대한 β_1 이 $.494^{***}$ 로 상대적 이점에 매우 강한 영향 정도를 나타냈으며 상대적으로 브로드밴드 영상과 인터넷 결합 기능에 대한 β_1 은 $.125$ 로 통계적으로 유의하지 않았다. 전체 시나리오 중 디지털 컨버전스 본원적 가치가 상대적 이점에 기여하는 정도가 가장 낮은 경우는 시나리오 2의 u-learning이었다. 이러한 결과는 u-learning의 학습 응용이 근본적으로 고정형 활동이며 모바일 환경에서의 학습에 대한 유용성이 낮은 것을 나타낸다. 지하철 등지에서 스마트폰 사용자가 학습 콘텐츠를 보기 보다는 게임, 오락, 드라마 등에 치중하는 현상은 이러한 실증 결과와 같은 맥락이라고 할 수 있다. 이를 종합한 발견점은 다음과 같이 정리될 수 있다.

발견점 1: 디지털 컨버전스 응용에 대한 가치와 스마트 폰 등 모바일 기반 응용에 대한 가치는 서로 독립적으로 존재하며 또한 비즈니스 모델의 가치 창출 초점도 직접적 융합 보다는 간접적 융합(예: 3PS, 4PS 등)이 효과적일 수 있다. 이는 모바일 IPTV 같은 비즈니스 모델이 고정형 장점과 모바일 장점을 동시에 제공하여 시너지 효과를 일으킬 수 있다는 예측과 다소 상반되는 결과이다.

또한 시나리오 별 분석 결과를 종합하면 디지털 컨버전스 기술이 융합된 서비스 산업 비즈니스 모델의 프로세스 개선 유용성은 산업 응용 별로 매우 큰 편차를 보이고 있다는 점이다. 이는 궁극적으로 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 비즈니스 모

델을 설계 할 때 서비스 산업의 프로세스 특성이 차별화 되고 정확하게 고려되어야 하며 디지털 컨버전스의 기술 융합이 프로세스 제약성 완화에 적절히 매칭될 때는 상대적 이점에 많은 영향을 미칠 것이라는 시사점을 제공한다. 이를 종합한 발견점은 다음과 같이 정리 될 수 있다.

발견점 2: 디지털 컨버전스 기술이 융합된 서비스 산업의 비즈니스 모델의 프로세스 개선 유용성이 디지털 컨버전스 기술의 본원적 가치 창출 요소가 상대적 이점에 기여하는 정도보다 적어도 높다. 즉 디지털 컨버전스 기술이 서비스 산업에 융합되어 새로운 비즈니스 모델을 도출할 때 새로운 비즈니스 모델의 시장성은 고객이 인지하는 서비스 프로세스 개선 가치에 많은 영향을 받는다.

② 디지털 컨버전스의 산업 융합 시너지 효과 분석

본 연구에서는 디지털 컨버전스 기술이 융합된 서비스 산업 비즈니스 모델의 기존 서비스 모델 대비 상대적 이점(Y)에 영향을 미치는 두 가지 요인인 디지털 컨버전스 본원적 가치의 유용성(X)과 서비스 프로세스 특성 한계 요소 개선의 유용성(Z)의 조정적 적합과 매개적 적합 효과를 분석하였다. 회귀분석과 PLS를 이용한 구조방정식 경로분석 결과 프로세스 개선 유용성과 컨버전스 본원 가치 유의성이 모두 상대적 이점에 통계적으로 유의한 수준으로 상대적 이점에 기여하는 반면 조정적 적합에 의한 시너지 효과는 미미한 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 산업 전체를 종합한 결과와 산업 별 결과가 유사하였다.

〈표 3-5〉 매개적 적합에 의한 시너지 효과 분석 요약

	가상약기	u-learning	LBS	체험관광	u건강관리	종합
$R^2(X \rightarrow Y)$	.170	.060	.124	.117	.243	.130
$R^2(X \rightarrow Y + X \rightarrow Z \rightarrow Y)$	.394	.118	.264	.120	.360	.224
R^2 차이	.224	.058	.140	.003	.117	.094

한편 매개적 적합에 의한 시너지 효과 분석 결과는 <표 3-5>와 같다. 시나리오 전체를 종합하여 매개 효과를 분석한 결과 직접 효과의 유효성(경로계수=.360***, $R^2=.130$)과 컨버전스 본원적 가치가 프로세스 성과 개선에 영향을 주는 정도의 유효성(경로계수=.335, $R^2=.112$)이 나타났으며 직간접 효과를 포함한 R^2 가 .224로 직접효과와 $R^2(.130)$ 보다 9.4%의 R^2 증가 효과가 나타났다. 본 결과는 디지털 컨버전스 본원적 가치 요소가 프로세스 제약을 완화하여 상대적 이점에 기여하는 영향이 통계적으로 유의하게 존재하는 것을 입증한다. 다양한 분석 결과를 종합한 발견점은 다음과 같이 정리 될 수 있다.

발견점 3: 프로세스 개선 유용성과 컨버전스 본원 가치 유의성이 모두 유의한 수준으로 상대적 이점에 기여하나 조정적 적합 효과에 의한 시너지는 미미하다. 또한 프로세스 개선 유용성과 컨버전스 본원적 가치 유용성이 상대적 이점에 영향을 주는 정도는 산업별로 유의한 차이를 나타낸다. 따라서 비즈니스 모델의 성공적 시장 확산을 위해서는 응용 산업 도메인의 특성이 정확히 반영되는 것이 필수적이며 두 가지 요소가 각각 독립적으로 상대적 이점에 기여하는 효과가 높을 때 상대적 이점의 크기가 상대적으로 높다.

발견점 4: 디지털 컨버전스 기술이 서비스 산업에 융합된 비즈니스 모델의 상대적 이점은 디지털 컨버전스 근원적 가치 창출 요인이 서비스 프로세스 향상에 기여할 때 더욱 효과적이다. 이러한 경우에 디지털 컨버전스 근원적 가치 창출 요인과 서비스 프로세스 향상 요인과는 매개적 적합에 의한 시너지가 상대적 이점 향상에 기여한다. 또한 매개적 적합 효과는 산업별 서비스 모델의 특성에 따라 차별화 된다.

③ 디지털 컨버전스 기반 서비스 모델의 일상생활 부합성과 채택의지

실증분석 결과 상대적 이점과 부합성이 채택의지 결정 수준에 대하여 높은 설명력을 나타냈으며(산업 종합의 R^2 가 .370), 상대적 이점의 회귀 계수 β_1 .342***이고 부합성의 회귀계수 β_2 가 .381***로 유사한 크기와 통계적 유의성을 나타냈으며, 상승효과를 나타내는 $Y \cdot C$ 의 계수는 .020으로 통계적으로 미약하나 약간의 조정 효과를 나타냈다. 다양한 통계적 분석 결과를 종합한 발견점은 다음과 같이 정리될 수 있다.

발견점 5: 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 비즈니스 모델 설계 시 유의하게 고려되어야 할 요소는 상대적 이점과 함께 일상생활 습관과의 부합성이다. 혁신성도 중요하나 일상 생활습관 부합성 정도는 혁신에 의한 상대적 이점이 실제로 채택되어 비즈니스 모델의 경제성을 확보하는 데 유의한 영향을 미친다.

다. 결론 및 정책적 시사점

본 연구 결과 디지털 컨버전스가 서비스 산업과 융합을 통하여 새로운 비즈니스 모델 개발과 시장 형성에 동인(driver)이 되며 성공적 확산을 위한 정책적 시사점이 다음 세 가지로 파악되었다.

첫 번째는 디지털 컨버전스 기술의 본원적 특성이 서비스 산업의 프로세스 성과를 향상시켜 서비스 산업 확대 발전에 기여하므로 디지털 컨버전스 자체 산업의 기술 발전과 확산에 대한 정부의 적극적 지원과 투자가 필요하다는 것이다. 실증분석 결과는 디지털 컨버전스의 근원적 가치 창출 요소가 서비스 산업 프로세스의 성과 향상을 가능하게 하여 전통적 서비스 모델 대비 컨버전스 기반 서비스 모델의 상대적 이점을 향상시키는 것으로 나타났다. 서비스 프로세스 개선 기여 효과는 전반적으로 전체 서비스 산업에 걸쳐 유의하게 나타났으며 음악 및 문화 산업, 유통 산업, 의료/건강 산업의 파급 효과가 상대적으로 크게 나타났다.

두 번째는 디지털 컨버전스로 촉진되는 미디어 활용 서비스 산업의 새로운 융합 비즈니스 모델은 기존 서비스 산업 시장을 자체 잠식(cannibalize)하는 것이 아니라 추가적으로 새로운 시장 영역을 창출하므로 거버넌스 조정과 신속한 융합 서비스 산업 시장 창출 및 확대를 위한 별도의 디지털 컨버전스 기반 서비스 산업 융합 정책 부서 신설이 필요하다는 점이다.

마지막 세 번째는 디지털 컨버전스 관련 서비스 산업의 신 시장 창출 정책과 기업 전략은 서비스 산업의 프로세스 특성과 디지털 컨버전스 전문성이 전략적 적합 차원에서 고려되어 추진되어야 되는 점이다. 이는 디지털 컨버전스의 본원적 가치의 유용성이 서비스 산업별로 유의한 차이를 나타내며 서비스 산업의 프로세스 기여도 역시 산업별로 차별화되는 결과와 매개 효과에 의한 전략적 적합의 산업별 차이 등

에서 명확하게 시사하고 있다.

5. 컨버전스 경제에서 가상현실 기술의 의의와 산업구조 변화

가. 연구목적과 구성

최근 영화 아바타의 흥행에 따른 3D 영상 시대의 도래, 스마트폰을 이용한 증강 현실 서비스의 보급 등으로 가상현실(virtual reality)에 대한 대중의 인식이 급속도로 높아지고 있다. 영화나 SF소설에서 보던 가상현실이 우리 생활의 일부로 들어오게 된 것이다. 예전에도 가상현실 기술과 서비스가 있었으나 최근의 변화는 양과 질에서 과거의 수준을 압도하고 있다.

가상현실에 대한 관심과 이용이 폭발적으로 늘고 있는 요인은 정보기술의 급격한 발전으로 인한 비용하락, 가상현실 내 경제·사회 활동의 현실화, 새로운 가치와 비즈니스 기회의 확대, 가상현실과 인터넷·모바일과의 결합 등을 들 수 있다.

이와 같이 가상현실을 이용한 새로운 서비스가 다양한 산업 분야에 걸쳐 등장함에 따라 기존 산업 환경 및 가치사슬에 변화가 일어남과 동시에 새로운 비즈니스 기회가 지속적으로 창출될 것으로 예상된다. 특히 미국, 일본을 비롯한 선진국에서 다양한 가상현실 분야를 중점 연구개발 대상으로 선정해 기술개발 및 상업화에 주력하고 있는 만큼, 국내에서도 선진국에 의한 기술·시장 종속을 겪지 않기 위해서는 시의적절한 산업 육성정책이 필요하다.

본 연구는 컨버전스 경제에서 다양한 산업 영역에 있어서의 가상현실 기술의 위상 및 중요성을 파악하고 관련 산업 분야의 변화상 및 향후 전망, 시장구조의 진화 방향을 경제·경영학적 관점에서 예측함으로써 향후 전개될 가상현실 산업의 바람직한 변화상을 모색하고 정책적 시사점을 도출하는 것을 목표로 한다.

나. 주요 연구결과

1) 가상현실의 개념 및 분류

가상현실이 현실을 대체하기 위해서는 그만큼의 정교한 리얼리티를 구현해야 한다. 이는 현실세계에서 직접 체험할 수 있는 세계를 완벽하게 재현할 수 있어야 함을 말한다. 이와 함께 가상현실은 시간, 공간 및 물리적 제약 또는 상상 속에 있는 허구의 세계를 구현할 수도 있다. 그러나 아직까지는 기술적 제약과 비용의 한계로 인하여 시각적 효과 구현에도 어려움을 겪고 있는 수준이다. 또한 청각, 후각, 촉각의 구현은 실용성 면에서 시각에 비해 우선순위를 가지지 못한다. 그러나 향후 관련 기술의 발전과 비즈니스 모델의 등장, 실용성의 확대 등을 통해 오감을 만족시킬 수 있는 다양한 가상현실 시스템이 개발될 것으로 보이며, 이러한 시스템이 구현하는 가상현실 서비스도 다양한 분야에서 활용될 수 있을 것이다.

그러나 이와 같은 기술적 가능성에 대해 회의적인 시각도 적지 않다. 가상현실의 개념이 등장한 이후 수십 년 동안 많은 노력을 해왔음에도 불구하고 완벽한 몰입형 가상현실을 추구하는 것은 이미 기술적으로도 산업적으로도 희망이 없는 것일 수도 있다.

가상현실을 현실에 적용하기 위해서는 좀 더 조작적인 정의가 필요하다. 우선 협의의 정의는 언어철학적 정의에 조작적인 성격을 부여하여 다음과 같이 정의한다. “computer-simulated environments that can simulate places in the real world and completely immerse a user inside themselves”. 이 정의는 Wikipedia의 정의와 유사한 구조를 가지고 있으나 언어철학적 정의를 따라 현실 세계만을 시뮬레이션의 대상으로 삼고 있으며 몰입성을 강조하고 있다.

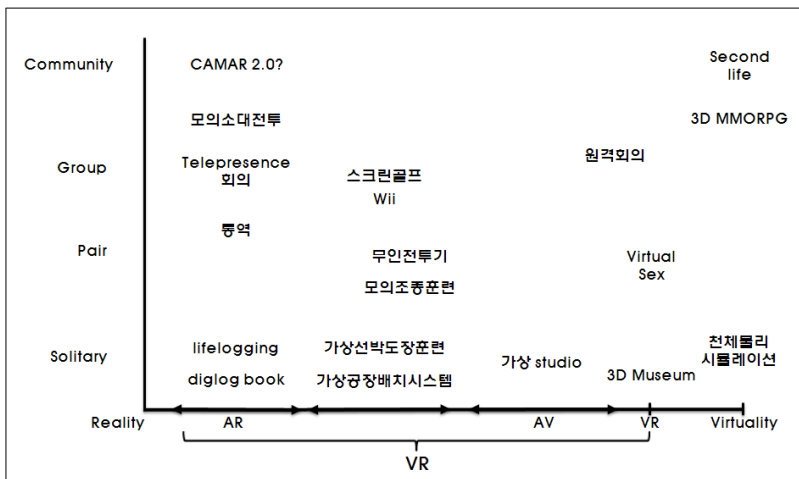
광의의 가상현실의 개념은 단순히 “convergence of virtuality and reality”라고 정의한다. 광의의 가상현실은 가상성과 현실성이 다양한 형태로 결합하거나 공존하는 것들을 모두 포괄하게 된다. 그러나 순수한 가상세계나 현실세계, 즉 Reality-Virtuality Continuum의 양 끝단은 배제한다. 편의상, 협의의 가상현실은 VR로, 광의의 가상현실은 V-R로 표시하기로 한다. 디지털 융합이 기술 측면에서의 융합, 산업 측면에서

의 융합, 인간과 컴퓨터의 융합 등 여러 단면들이 있듯이, V-R도 디지털 융합의 한 단면이라고 할 수 있다.

Rekimoto & Nagao(1995)는 이용자 입장에서 이용자가 인지활동을 하는 공간이 현실인지 또는 가상공간인지를 다양한 가상현실 환경의 한 분류기준으로 삼았다. Metaverse는 intimate/external을 하나의 분류기준으로 삼았는데 이 또한 이용자 중심의 분류기준이라고 할 수 있다. 본 연구에서는 이와 같은 기존의 이용자 중심의 분류기준을 개량하여 새로운 이용자 중심의 V-R 분류체계를 개발하였다.

Reality-Virtuality Continuum을 가로축으로 Solitary-Pair-Group-Community를 세로축에 놓고 다양한 V-R 어플리케이션들의 좌표축 상 위치를 정하면 [그림 3-16]과 같다. 앞서 제시한 V-R의 정의에 따라 순수한 reality와 순수한 virtuality 성격의 어플리케이션들은 V-R의 영역에서 제외된다. 따라서 virtual world에 해당하는 Second Life나 3D MMORPG들이 제외되고, 천체물리 시뮬레이션과 같은 이용자의 관점이 배제된 자연과학 또는 공학 분야의 시뮬레이션도 배제된다. 그러나 시뮬레이션 중에서도 모의조종훈련과 같이 이용자의 관점이 내재되어 있는 시뮬레이션은 V-R의

[그림 3-16] V-R 어플리케이션 분류



영역에 포함된다. 앞에서 제시한 협의의 가상현실, 즉 VR은 현실을 컴퓨터 시뮬레이션한 것이므로 현실과 가상의 결합으로 볼 수 있다. 그러나 이 경우는 현실이 실제로 결합된 것이 아니라 관념적으로 결합된 것이므로 전체 V-R의 영역에서 현실성의 비중이 가장 낮다고 할 수 있다. 따라서 VR의 위치는 V-R의 영역에서 가장 오른쪽에 해당된다. [그림 3-16]에서 흥미로운 점은 이 분류기준에 의하면 이용자의 관점이나 행동공간이 현실과 컴퓨터 그래픽에 공존하는 어플리케이션들을 이 분류 체계에 수용할 수 있다는 것이다.

2) 가상현실 기술의 발전 동향

가상현실을 구현하기 위해서는 인간이 경험할 수 있는 다양한 감각적 현상을 기술적으로 조합하여 만들어낼 수 있어야 한다. 인간의 감각은 시각, 청각, 촉각 등이 있으며, 이러한 모든 감각을 충족시켜주는 환경이 가상으로 구현될 때 가상현실의 궁극적인 목적이 달성될 수 있다. 예를 들어 가상 군사훈련 시스템과 같은 경우, 이용자가 특정한 장비를 착용하였을 때 실제 전장에 있는 것처럼 시각, 청각적인 효과가 나타나고 총을 쏠 때 반동이 느껴지거나 기상의 변화에 따라 움직임이 어려워지는 등의 현실감을 느끼게 하는 것이다. 이러한 실감 제공 관련 기술은 가상현실이 처음 등장하던 시점부터 지속적으로 발전하고 있으며, 향후에는 의료 분야와 같이 높은 정확성과 정밀성을 요구하는 분야에서도 활용될 수 있을 것으로 보인다.

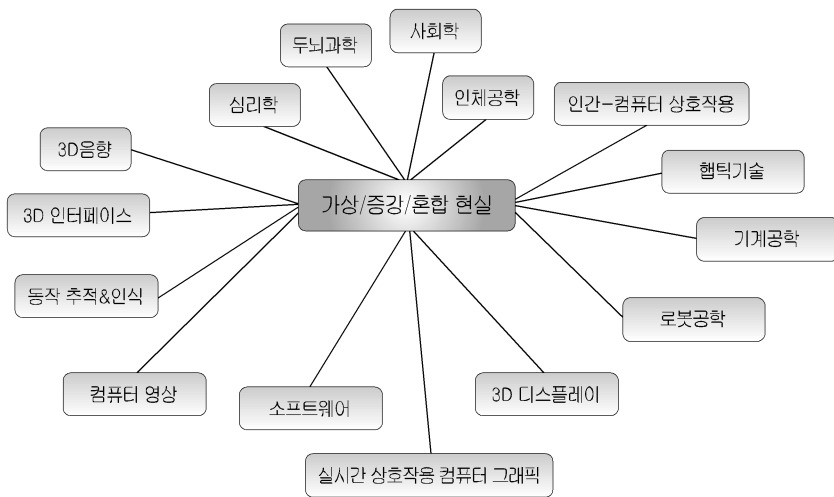
실제로 가상현실 기술이 적용되는 산업은 자동차, 조선, 항공 등 주요 제조업 분야부터 과학기술연구 분야, 건설 및 건축업, 국방, 의료, 교육, 디자인, 마케팅 분야 등 매우 다양해지고 있으며, 이와 함께 가상현실 장비 및 솔루션 시장도 높은 성장세를 보이며 또 하나의 산업군으로 자리잡아가고 있다.

가상현실은 말 그대로 현실 감각을 느낄 수 있는 가상의 공간이며, 현실을 재현하기 위해서는 시각, 청각, 촉각, 후각 및 미각 등 인간의 오감으로 느낄 수 있는 감각적 현상이 기술적으로 구현될 수 있어야 한다. 이들 가운데 가장 발달한 기술은 시각 기술이며, 청각과 촉각을 위한 기술도 초기에 비하면 상당한 진보를 이루었다. 그러나 미각과 후각 등은 아직까지 엔터테인먼트 분야가 아닌 경우에 그 중요성이

낮으며, 따라서 구현 기술도 크게 발전하지 못하였다.

가상현실 기술의 궁극적인 목표는 다양한 입출력방법을 사용하여 컴퓨터와 인간 간의 대화능력을 높임으로써 보다 현실적인 커뮤니케이션을 할 수 있는 환경을 제공하는 것이다. 이를 실현하기 위한 가상현실의 요소기술은 시·청·촉각 등의 인간 감성을 자극하는 가상현실의 표현기술, 가상현실과의 상호작용기술, 가상현실의 저작기술과 다중 참여자를 처리하는 기술로 크게 나눌 수 있다.

〔그림 3-17〕 가상현실 관련 기술



가상현실 기술이 발달함에 따라 응용 분야도 지속적으로 확대되고 있다. 대표적인 활용 분야로는 의료, 군사, 제조, 생산, 교육, 엔터테인먼트 등을 들 수 있다. 이외에도 다양한 산업 간 컨버전스 현상에 따라 가상현실 기술의 활용 분야는 광범위하게 확대되고 있으며, 각각의 응용 방법에 있어서도 지속·혁신적인 발전이 진행되고 있다.

본 연구에서는 가상현실 기술에 대하여 현재 가장 대표적으로 응용되는 사례를 의료·군사 분야, 제조·생산 분야, 교육·엔터테인먼트 분야로 나누어 자세히 살

펴보았다. 다양한 응용사례들로부터 가상현실 기술은 생산자 또는 서비스 제공자의 효율성 제고에 기여하고 있음을 알 수 있다. 소비자 또는 이용자 입장에서는 아직까지 3D 엔터테인먼트 중심으로 가상현실 기술이 활용되고 있으나 교육, 위치기반 정보 등의 분야로 점차 그 활용도가 확대되는 추세이다.

국내 가상현실 기술 경쟁력은 3D 모델링, 렌더링 및 애니메이션 제작기술을 중심으로 대외경쟁력을 확보하고 있으나 가상현실 입출력 장비인 데이터글로브, 모션캡처장치, HMD(Head Mounted Display), 햅틱인터페이스 장치의 설계 및 제작기술은 외국에 비해 경쟁력이 떨어지며 수입의존도가 높은 상태이다. 또한 가상환경 저작 도구도 대부분 외국제품에 대한 의존도가 높다.

국내의 가상현실 기술은 다양한 분야에서 많은 가능성을 제공하고 있지만 아직 해외 수준에는 미치지 못하고 있으며, 특히 엔터테인먼트 등 일부를 제외하고는 미국과 일본 등 선진국의 기술에는 아직 미치지 못하고 있는 실정이다.

국외의 경우 주요 선진국에서는 가상현실(또는 혼합현실)을 미래 핵심전략기술로 지정하여 R&D에 적극적인 투자를 하고 있다. 독일은 Fraunhofer CRCG(Centre for Research in Computer Graphics), IGD(Institute for Computer Graphics), IAO(Institute for Industrial Engineering)와 같은 산하 연구소를 중심으로 가상현실 기술 개발에 대규모 투자를 진행하고 있다. 영국은 몰입감을 높일 수 있는 연구와 소프트웨어 커널 기술을 발전시키고 있으며 가상현실 훈련센터인 CMSC(Construction management simulation centre)를 설립한 바 있다. 미국의 경우 연방정부의 여러 기관으로 구성된 컨소시엄의 요청에 따라 연방정부 차원에서 가상현실 분야의 연구개발 투자지침과 방향이 설정되어 R&D가 추진 중이며, 타 국에 비해 민간 기업 중심으로 가장 활발히 R&D가 추진되고 있다.

3) 가상현실 관련 산업의 발전 전망과 과제

본 연구에서는 가상현실 관련 산업의 발전전망을 기술에 대한 관심 증대와 수요의 확산으로 예측하였다. 특히 모바일 기기를 통해 현실 세계와 가상 정보가 섞이는 추세가 가속화됨에 따라 비즈니스 측면에서 교육·의료·국방·게임·농업·유

통 등 관련 산업에 많은 변화를 가져올 것으로 예상하였다. 가상현실 기술은 현재 증강현실을 중심으로 소비자들로부터 인기를 얻고 있는 수준이지만 아직까지도 기술에 대한 인지도와 효용성에 대한 의문이 남아 있다. 그러나 가상현실 기술의 지속적인 발전과 응용분야의 확산이 이를 해결할 수 있을 것으로 보인다.

본 연구에서는 가상현실 기술의 발전과 산업구조 변화 방향에 대한 연구를 기반으로 3가지 당면과제를 제시하였다. 제시된 당면과제는 대·중소기업 불공정 거래 개선, 개방 확대를 통한 가상현실 모바일 비즈니스 산업 육성, 가상현실 콘텐츠 및 플랫폼 관련 기술 육성이다.

① 대·중소기업 불공정 거래 개선

소프트웨어 플랫폼 및 콘텐츠 산업은 1인 기업을 비롯한 중소기업으로부터 근원적인 아이디어가 개발되는 경우가 많다. 특히 3D 콘텐츠 분야를 비롯한 가상현실, 증강현실 분야에는 혁신적인 아이디어를 가진 중소기업의 역할이 상당히 크다. 그러나 관련 산업 분야에서 대·중소기업 간 불평등 하청 구조가 만연해 있는 현재와 같은 상황은 중소기업의 개발의지를 저하시키고 있다.

대기업과 중소기업 간의 지적재산권 분쟁도 빈번하다. 대기업이 중소기업에 대하여 특허와 같은 지적재산권의 무리한 공유를 요구하며, 이에 대한 보호를 소홀히 하거나 정당한 대가를 지급하지 않고 가로채는 경우가 종종 발생하고 있다.

이와 같은 지적재산권에 대한 불공정한 거래 관행은 이동통신회사와 콘텐츠 개발업체, 대형 시스템통합(SI) 업체와 소프트웨어개발업체, 등을 중심으로 광범위하게 퍼져 있다. 이러한 불합리한 상황이 빈번하게 발생하는 현실에서 가상현실 콘텐츠와 같은 최첨단 기술과 혁신적인 아이디어가 필요한 분야에서의 중소기업의 활발한 움직임을 기대하기는 더욱 어려운 실정이다.

가상현실, 증강현실 콘텐츠 등을 생산하는 중소 디지털 콘텐츠 업체에 있어 계약과정의 수익배분 문제와 저작권 문제는 산업을 발전을 저해하는 대표적인 사례이다. CP(콘텐츠 제공자)가 콘텐츠를 제공하더라도 저작권은 갖고 있는 것이 원칙이나 계약하면서 이를 대기업에게 넘기는 경우가 대부분이다. 또한 수익 배분의 경우

일정 규모 이상 업체들은 상대적으로 나은 편이지만, 대부분의 업체들이 불리한 구조를 가지고 있다. 미국 애플사의 경우 CP에게 70%까지 수익을 배분하는 반면에 국내에서는 정반대인 경우가 다수이다. 일부에서는 유통과정의 수수료 등의 비용을 CP에게 전가하기도 한다.

실제로 사업자간 계약을 맺게 되면 법적으로도 우선시되기 때문에 불공정 계약에 관해 제제가 어려운 것이 현실이다. 따라서 CP 전반의 계약서 작성에 대한 공통된 합의를 갖는 것이 중요하다. 예컨대 불공정 계약을 규제하기 위한 법적 근거를 마련할 필요가 있다.

② 개방 확대를 통한 가상현실 모바일 비즈니스 산업 육성

고가의 군사, 산업 시뮬레이션 시장을 중심으로 형성되어 있던 가상현실 시장은 일반 소비자에게 친숙하게 다가오는 기술이 아니었다. 그러나 최근 스마트폰, 태블릿 PC의 보급 등 모바일 커뮤니케이션 시장이 급속도로 열리면서 증강현실을 중심으로 가상현실 시장이 일반 소비자에게 친숙하게 다가온 상태이다.

모바일 비즈니스에 있어서 증강현실을 비롯한 가상현실 기술은 향후 큰 시장 성장을 보이게 될 것이나 비즈니스 측면에서는 아직 해결해야 할 여러 가지 현안들이 있다.

첫째, 증강현실의 기술적 성숙도를 높이는 일이다. 현재 구현되고 있는 증강현실 기술은 정확성과 적시성 면에서 오차가 크다. 이를 개선하기 위해서는 현실 기반의 물체나 지역 등에 대한 체계적인 데이터베이스 구축이 필요하다. 이와 함께 정밀한 GPS 데이터나 정부 및 공공기관 내 데이터들을 단계적으로 개방하여 기업들이 다양한 콘텐츠를 개발할 수 있는 기반이 필요하다.

둘째, 새로운 비즈니스 모델을 지속 개발할 필요가 있다. 증강현실이 제공하는 서비스는 소비자의 호기심을 충족하고, 재미를 유발하지만 이를 통해 어떠한 수익을 창출할 수 있는지에 대한 심도 깊은 논의가 필요하다. 일부의 어플리케이션들이 앱에서 유로의 콘텐츠로 판매되고 있고, 광고 등과의 결합을 시도하고 있지만 아직까지 소비자에게는 낯선 기술이며, 초기의 기술 수준을 가지고 있어 기술의 성숙과 함

게 구체적인 비즈니스 모델에 대한 연구가 지속되어야 할 것이다.

셋째, 증강현실 콘텐츠의 활성화를 위해 개방적인 환경을 구축하는 것이 무엇보다 중요하다. 국내의 경우 콘텐츠의 일부만을 공유하는 폐쇄적 개방 현상이 아직 지속되고 있다. 증강현실과 관련하여 제한된 정보 및 API(Application Program Interface) 공개와 미진한 협업 태도를 개선하지 않으면 진정한 개방을 통한 혁신이 어려운 것이 현실이다.

향후 증강현실 등 첨단 기술에 기반한 시장 경쟁력을 가진 서비스들이 활성화될 수 있도록 API를 공개하여 글로벌 서비스 플랫폼을 창출하는 전략을 추진하는 것이 중요하다. 정부와 기업은 우리나라의 콘텐츠 개발 능력이나 중소기업 생태계를 바탕으로 체계적으로 API를 공개해 다수 개발자들이 쉽게 앱을 만들 수 있도록 하고, 충분한 인센티브를 제공하는 환경 조성을 통해 개방을 통한 모바일 비즈니스 산업을 육성하는 전략을 적극적으로 추진할 필요가 있다.

③ 가상현실 콘텐츠 및 플랫폼 관련 기술 육성

현재 국내의 경우 가상현실 소프트웨어 구현기술, 가상현실 관리 기술은 선진국 수준에 근접해 있어 경쟁력이 있다고 볼 수 있다. 특히 온라인 3D 게임 분야의 다중 접속 사용자 관리기술은 세계적인 수준이다. 군사장비 시뮬레이션, 스크린골프 등의 특정 분야에서는 기술경쟁력을 확보하고자 많은 노력을 기울인 결과 세계적인 수준에 도달하였다.

반면 저작도구는 외국제품에 거의 전적으로 의존하고 있으며, 가상현실 하드웨어 기술은 입출력 장비인 데이터글로브, 모션캡처장치, HMD, 햅틱인터페이스 장치 등을 대부분 수입하는 등 기술력이 상대적으로 부족하다. 또한 저가형 입출력 장치들이 개발되고 있으나 몰입감이 높은 고급 장비들은 대부분 수입에 의존하고 있다.

가상현실 산업도 기존의 하드웨어 장비 중심에서 소프트웨어 플랫폼 중심으로 패러다임이 변화하고 있다. 특히 모바일 디바이스 중심의 가상현실 플랫폼이 유행하는 현재에 있어서는 하드웨어 장비 경쟁력만으로는 해외 시장에서의 승산이 없으며, 참신한 아이디어를 바탕으로 한 콘텐츠, 어플리케이션의 다양성을 확대할 수 있

는 기반으로서의 플랫폼 전략에 성패가 달려 있다.

소프트웨어 콘텐츠 중심으로 시장 트렌드가 변화하고 있는 시점에서 가상환경 제작을 위한 기반기술이나 제작 툴은 대부분 외국 제품에 의존하고 있는 실정임을 감안할 때 소프트웨어 부문 경쟁력의 확보를 위한 정책적 지원을 확대할 필요가 있다. 산업의 활성화를 위해서는 기초·원천기술 확대를 위한 중장기 프로젝트와 함께 응용 중심의 융복합 콘텐츠 기술 및 플랫폼에 집중하는 지원 프로그램을 추진할 필요가 있다.

다. 결론 및 정책적 시사점

본 연구에서는 가상현실과 관련하여 국내의 산업구조 하에서 관련 기술의 발전과 서비스의 활성화를 촉진하기 위해서 3가지 당면과제를 제시하였다. 앞서 설명한 대·중소기업 불공정 거래 개선, 개방 확대를 통한 가상현실 모바일 비즈니스 산업 육성, 가상현실 콘텐츠 및 플랫폼 관련 기술의 집중 지원이 그것이다.

20세기 초반까지만 해도 가상현실은 상상 속에 존재하는 현실과 동떨어진 공간으로서의 개념일 뿐이었다. 그러나 컴퓨터의 발달을 비롯한 다양한 차원에서의 기술 진보는 오늘날 여러 가지 형태의 가상현실을 실제로 구현할 수 있도록 하였다. 현재의 가상현실 기술이나 서비스 역시 현존감이 부족하고 정교하지 못하여 몰입형 가상현실의 대중화에는 실패한 듯하지만 가상현실 시장은 재빨리 증강현실로 전환하여 새로운 길을 모색하고 있다.

향후 가상현실은 일반인들이 쉽게 접하고 활용할 수 있는 분야에 있어서는 아직까지도 개선을 위한 많은 노력이 필요할 것으로 보인다. 이러한 관점에서 최근의 스마트폰 보급과 함께 등장한 다양한 증강현실 서비스는 가상현실의 발전을 위한 고무적인 요인이 될 수 있을 것이다. 가상현실이 대중화되기 위해서는 구현 기술의 정밀성도 중요하지만 이에 앞서서 사용자가 쉽게 접할 수 있는 환경의 구축이 필요함을 알 수 있다.

본 연구에서 살펴본 바와 같이 가상현실 기술은 다양한 영역에 응용되고 있으며 그 범위가 확대되고 있다. 가상현실의 개념상 디지털 컨버전스의 주요 축을 이루고

있음에도 불구하고 산업 측면에서의 영향력은 아직 기대만큼 가시화되지는 않는 것으로 보인다.

특히 현실에 디지털 정보를 덧붙이는 증강현실 서비스는 내비게이션 서비스와 통합될 수도 있고, 모바일 기기의 부가적인 서비스로서 별도의 부가가치를 창출하지 못할 가능성도 있다. 결론적으로 현재 진행되고 있는 가상현실, 또는 증강현실의 발전 방향에 대한 낙관적인 입장은 실패를 부를 가능성이 있다. 가상현실에 대한 개념적 성찰부터 시작하여 과연 가치를 창출하는 진정한 가상성이 무엇인지를 찾아내야 된다. 오늘날 정보통신 이용자들은 모든 사람에게 동일하게 제공되는 정보에 대해서는 지불의사가 매우 낮다. 증강현실로 제공되는 정보도 마찬가지일 것이다.

제 4 절 사회 영역

1. 융합 문명의 도전과 응전

가. 연구목적과 구성

융합은 최근 기술적, 매체적 차원을 넘어 경제적, 정치적, 사회적, 문화적 차원으로 외연되어 산업, 권력, 사회구조 및 생활양식 전반의 일대 변혁을 촉구하고 있다. 따라서 “기술, 조직, 제도, 문화, 의식 등 다차원에서 전개되는 이합집산(離合集散) 과정”으로 규정할 수 있는 융합적 사회질서의 파악은 미래 사회 연구의 가장 핵심적이고도 절실한 과제라고 할 수 있다.

융합은 미디어 영역을 넘어 사회 전역에서 관망할 수 있는 현대사회의 보편적 현상의 하나이자 “새로운 사회적 구성 원리(new organizing principle of society)”로 간주된다. 따라서 융합에 관한 논의는 기술적 영역을 넘어선 사회문화적 체계 전반으로 확장되어야 할 것이다. 이처럼 다차원에서 전개되는 융합적 사회질서의 출현과정 및 특성을 파악하기 위해서는 고전적 인과논리에 입각한 단선적 사고를 넘어 총체적 구성이나 역동성을 통시할 수 있는 융합 패러다임의 개발이 시급하다고 본다.

따라서 본 연구에서는 융합 현상과 논리가 품미하는 융합문명의 역사적 도래와

의의를 통시할 수 있는 관점을 정립하고, 분산, 대립, 교합, 변형, 변성, 분할을 되풀이하는 융합 현실을 통합적으로 규명할 수 있는 새로운 분석틀을 창안한 후, 만남(접촉), 섞임(혼합), 변함(변화), 출현(창발)과 같은 개념으로 요약되는 융합사회의 전개 과정, 속성 및 역동적 성격을 파악하고, 혼돈(anomie)의 문제와 소외(alienation)의 문제가 뒤엎혀 돌아가는 융합 시대의 사회적 문제점을 적출한 후, 융합 시대의 위기에 적절히 대처할 수 있는 정책적 대응 방향과 실천 전략을 논의하였다.

나. 주요 연구결과

1) 융합적 사회질서의 출현

최근 10년은 ‘차이(difference)’에 대한 담론이 왕성한 시기였다. 이는 과학적 인과성과 이원론적 사유로 대변되는 근대성에 대한 회의를 반영하는 증거라고 할 수 있다. 미래학자 앨빈 토플러는 근대의 물결을 일종의 “썰기 박기 과정”, 즉 사실상 하나인 현실을 강제적으로 양분해 놓은 계기로 단언한 바 있다. 그 결과 이성과 감성, 정신과 육체, 합리와 비합리, 문명과 야만, 발전과 저발전, 서구와 비서구 등의 구분이 단행되어 한 쪽은 바람직하고 정상적인 것이며 다른 한 쪽은 바람직하지 않은 것이고 비정상적인 것으로 간주되어 왔다. 그러나 진보주의, 합리성, 이원론, 표준화, 단순화, 동시화, 집중화 등을 속성으로 하는 근대적 사유는 “문명화된 폭력,” “합리화의 비합리화,” “차별속의 배제”와 같은 역설적 병폐를 초래함으로써, 다양성과 차이를 중시하는 대안 담론의 형성이 널리 요망되고 있다.

더구나 융합이 강조되는 새로운 시대에 태어나 융합적 체제 하에서 낳고 자라날 ‘융합 네이티브(convergence native)’ 세대는 “융합적 아비투스”에 입각해 시공간 제약 없이 이곳저곳을 자유로이 넘나들며 자신의 꿈이나 열망을 실현하고자 한다. 예컨대 숙제를 하는 중에 4~5개의 창을 오가며 웹 검색을 하고, MP3파일을 다운받아 들으며, 친구와 채팅을 하고, 숙제를 워드프로세서로 작성하면서 이메일에 답신하는 등 복합적 과업(multi-tasking)을 선호하는 ‘융합적 인간(homo convergenticus)’으로 변모하고 있다. 따라서 시대가 변하고 세상이 변하고 인간마저 융합적 형태로 변신할 새 천년은 합의보다는 이의, 사실보다 가치, 논리보다 직관, 설득보다 교감,

삶보다 꿈이 우선시되는 “연성 문화(soft culture)”가 지배하는 “융합문명기(age of convergence civilization)”로 기록될 개연성이 높다.

2) 융합문명의 특성과 동학

① 융합사회의 기본 속성

융합은 “모이고(수렴), 섞이고(혼합), 바뀌고(변형), 나뉘고(분화), 거듭나거나(재구성), 새로운 것으로 창발 하는 현상”으로 정의된다. 이러한 복잡다단한 과정들을 포괄하는 융합사회는 일단은 하나의 거대한 복잡계로 규정할 수 있다. 그런데 초대형 복잡계(super complexity system)로서의 융합사회는 이전까지 논의시 하던 인간과 사물의 교합까지를 포함함으로써 인간중심적 사회에서 배제되거나 객체화되었던 사물에 새로운 정의, 역할, 기능 및 의미를 부여하는 새로운 경지를 창개한다. 특히 종전에는 주체와 객체로 엄연히 구분되었던 인간과 여타 생명체, 혹은 인간과 사물과의 비대칭성이 와해됨으로써 인간중심주의(anthropo-centrism)에 기초했던 사유체계의 일대 변혁이 초래되며, 여기에 시간관 및 공간관의 변화까지 가세해 세상 모든 것들이 서로 어울리고 섞일 수 있는 ‘만유융합(萬有融合)의 원리(principle of universal convergence)’가 통용되는 새로운 세계관이 융기할 것으로 추정된다.

② 복잡계에서 융합계로

디지털화, 유연적 축적체제의 대두, 권력구조의 분산화, 지구적 상호의존성 증대, 다문화주의, 포스트포디즘 등을 배경으로 출현한 융합문명은 기술경제적인 차원뿐 아니라 사회적, 문화적, 의식적, 신체적 차원에 이르는 폭넓고 다양한 변화를 추동한다. 따라서 융합사회는 일단은 개방성, 환류성, 비평형성, 가형성, 목적성 등과 같은 성격을 함유한 개방체계로 규정할 수 있다. 하지만 통상적 복잡계의 성격을 넘어서선 다음과 같은 부가적 속성들—초개방성, 다중성, 탈선형성, 공생산성—을 배가해 나갈 ‘융합계(convergence system)’에서는 요소보다 연결, 구조보다 관계, 설명보다 기술, 인과성보다 배열성, 조화적 질서보다 혼효적 질서 등이 중시될 것으로 전망된다.

마뉴엘 카스텔은 네트워크는 변화하는 환경에 따라 재구성되며 적응적 변화를 통해 목표를 견지할 수 있으며 확장성을 가지고 환경에 적응적으로 생존성을 증진시

킨다고 말한다. 현대사회는 인간과 사물, 체계와 환경이 혼종된 융합적 형태를 전개하고 있다. 다양한 분야에서 융합의 시도가 거듭되고 있고 이를 통해 기존의 경계나 영역을 넘어서는 사고의 역동적 전환의 계기가 마련되고 있다. 융합문명화의 진행에 따라 각 주체들은 새로운 체계를 임의로 변형시킬 수 있으며 유연하게 재구성할 수 있는 융합인으로 변모하고 있다. 고정된 실체에 의존하지 않고 유동적이고 가변적 실체로 활동하는 융합문명의 주체는 더 이상 자체적 고유성을 담보할 수 없다. 융합문명에서는 개별 주체들이 타자와 얼마나 다양한 관계를 맺으며 서로 소통하고 협력하는가가 주체 형성의 요건이 된다.

〈표 3-6〉 복잡계와 융합계의 비교 도식

	복잡계(Complexity System)	융합계(Convergence System)
복잡성의 정도	복잡(Complex)	과(過)복잡(Hyper-Complex)
논리적 기점	요소(Element)	연결(Link)
핵심 개념	구조(Structure)	관계(Relation)
메타포	수목(Tree)	근경(Rhizome)
포괄 영역	생명계 및 유사생명계	우주계 전체
이론적 근거	복잡성 이론 (Complexity Theory)	행위자연결망이론 (Actor Network Theory)
체계/환경 구분	있음(경계성)	없음(탈경계성)
진술 양식	설명(Explanation)	기술(Description)
작동 원리	인과성(Causality)	배열성(Agencement)
지향	조화적 질서(Harmonic Order)	혼효적 질서(Hybrid Order)
시대정신	근대(Modern)	비(非)근대(Non-Modern)

행위자 연결망 이론의 선도자 부르노 라투르는 연결이라는 메타포를 통해 기존 사회이론의 횡포를 제거할 수 있다고 주장한다. 즉 기능적 합의체계에 의한 소통은 서로 독립된 체계를 이루며 상호침투적 관계를 형성한다. 관계와 연결 그리고 접속이 중요시되면서 종전의 권력과 자원 모두가 관계나 연결로 치환된다. 독립적 체계

조차 경계가 모호해지면서 하나의 결합태로 존재하며, 이들 결합태는 서로 의미 있는 관계 맺기를 추구하게 된다. 관계나 관계가 지닌 의미에 집중하면서 또 다른 관계 양식을 도모하는 것이다. 이러한 관계구도는 미디어의 발달과 더불어 고도화하게 되는데, 그에 비례해 흐려진 경계와 불분명한 주체성에 대한 회의와 각성이 촉발되면서 새로운 결합태를 향한 시도가 동기화한다.

3) 융합 시대의 쟁점 진단과 대응

① 주요 쟁점

초복잡계에서 모습을 드러내는 개방성, 유동성, 호환성, 혼효성 등과 같은 제반 현상들을 포괄한다는 것은 곧 혼돈적 상황에 대한 인정을 뜻한다. 더구나 모든 확실한 것들이 사라지는 가운데 인간 및 비인간 주체들이 서로 붙었다 떨어지며 새로운 종자를 생성하거나 해체하기를 거듭하는 융합사회는 그 실체, 기능, 경계에 대한 예측은 물론이요, 언제 어디로 어떻게 향진해 나아갈지 모르는 “총체적 혼돈의 상황”으로 전략할 위기에 직면하게 된다. 따라서 융합사회에서는 홀리넘치는 지식정보의 홍수 속에 ‘혼돈(Disorder)’, ‘단절(Disconnect)’, ‘방치(Discard)’라는 “잉여의 문제(problem of excess)”가 돌출할 가능성이 크다.

한편, 배분의 원리(principle of distribution)를 쟁점으로 한 산업문명기의 불평등 문제(problem of inequality)는 고도의 내재적 복잡성을 특징으로 하는 융합문명기에 접어들면서 조화의 원리(principle of harmony)를 중심으로 한 “불균형 문제(problem of imbalance)”로 전환될 전망이다. ‘불화(Dissonance)’, ‘격차(Devide)’, ‘추방(Displacement)’의 형태로 이어질 융합문명기의 문명적 주변화 문제는 수직적 위계는 물론이요 수평적 차단 현상 모두를 포괄한다. 물질적 생산체제가 지배적이던 산업사회 단계와는 달리 새로 등장할 융합사회 단계에서는 빗물질적인 상징과 기호 형태에 대한 비중이 높아진다. 또 융합문명기의 통제는 기존의 전통적인 “관옵티콘(Panopticon) 방식”에서 전방위적인 “시놉티콘(Synopticon) 방식”으로 이전되는 경향이 역력하다. 관옵티콘 모형이 순응의 일반화를 꾀한 것이라면, 융합문명의 시놉티콘 모형은 개인이 자신의 의중을 자유롭게 표출하고 자기 권리를 최대한 행사하도록 보장하는

듯하면서도 그들을 향유의 늪으로 인도한다. 이러한 융합문명의 통제 전략을 간파하지 못하는 대중들은 궁극적으로 향연의 장에서 추출되어 사회적 쓰레기 형태로 전략할 위험성이 높다.

종합하면, 초(超)복잡계로서의 융합사회는 안정적 열망과는 상반된 극도의 무질서(anarchy) 상태로 전략할 위험성을 내포하고 있다. 안정적 질서가 항상 바람직한 것은 아니지만, 소정의 질서나 안정성에 기초한 사회적 지속가능성은 문명사회의 필수 조건이 아닐 수 없다.

융합문명의 지속가능성을 위협하는 잉여의 문제 및 불균형의 문제는 산업문명기의 양대 도전 과제로 지적되어 왔던 질서의 문제(problem of order)에 해당하는 아노미(anomie) 및 통제의 문제(problem of control)와 직결된 소외(alienation)의 단순한 외연이 아닌 복합적 형태를 표방할 것으로 예견된다. 즉, 융합문명기의 양대 쟁점인 잉여 및 불균형 문제는 일면으로는 아노미적 성격, 다른 일면으로는 소외적 성격을 겸비한 “아노미적 소외(anomilienation=anomie + alienation)” 혹은 “소외적 아노미(alienanomie=alienation + anomie)”라는 복합적 형태로 구현될 것으로 전망되는 바, 이는 곧 융합문명기의 사회문제 역시 “융합적 형태(convergent form)”를 취할 것임을 시사한다.

② 대응 방안

새로운 융합문명의 여명기에 접어든 현 시점에서 그에 대한 적절한 대응방안과 추진전략을 모색하기 위해서는 예견되는 문제의 성격을 온전히 진단해 다가올 미래를 올바르게 조망하고 대처할 수 있는 새로운 사회진화론이 요청된다. 융합계의 주요 속성들을 종합적으로 고려할 때, 융합사회를 대상으로 한 새로운 진화 모형은 인간이나 생명체의 범위 넘어선 물질세계를 포함하는 포괄적 진화론(inclusive evolution model)이 유효하다고 판단된다.

포괄적 진화론은 기본적으로 인간만이 주체인가에 대한 의문을 제기하면서, 종전의 기계론적 진화론이나 목적론적 진화론을 넘어서는 새로운 진화론적 모형을 추구한다. 인간만을 주체로 상정하는 인간중심적 관점을 넘어서 인간과 인간이 아닌 존

재의 교호적(交互的) 효과를 중심으로 진화의 양상을 도출하자는 것이 포괄적 진화론의 기본 입장이다. 요컨대, 기존의 진화론이 이성적 인간을 상정하고 그를 주체로 한정한 채 진화의 양상을 파악하고자 한 것이라면, 포괄적 진화론은 이성적, 감성적 자아 모두를 주체로 인정하되, 그를 타자, 여타 생명체 혹은 사물 일반과의 관계구조 하에서 사회진화를 조망하고자 한다. 이렇듯 인간중심적 사고를 뛰어넘어 이성과 감성이 복합적으로 연루된 융합적 인간과 비인간의 관계를 포괄하자는 것이 포괄적 진화론인 것이다. 포괄적 진화론은 선형적 혹은 비선형적 인과모형이 아닌 공진화적 탈선형 모형이 주축을 이룬다. 다양한 관계도식 하에서 새로운 창발과 자기조직화의 양상을 이해하고 전망할 수 있는 초거시적 모형을 색출하자는 것이 포괄적 진화론이 지향하고자 하는 목표인 까닭이다.

다. 결론 및 정책적 시사점

인류사회는 전산업사회 단계에서 산업사회 단계를 거쳐 후기산업사회 단계인 정보사회로 진전되어 온 것으로 알려지고 있다. 그러면 ‘비(非)근대성’을 새로운 시대 정신으로 하는 후기정보사회(Post-information Society)의 실체는 무엇이라고 말할 수 있겠는가? 이에 대해 조지 길더는 “텔레코즘(Telecosm),” 마뉴엘 카스텔은 “네트워크 사회(Network Society),” 로프 엔센이나 짐 데이토는 “드림 소사이어티(Dream Society),” 다니엘 핑크는 “개념의 시대(Conceptual Age),” 제러미 리프킨은 “공감적 문명(Empathic Civilization)”으로 전망해 왔다. “융합문명(Convergence Civilization)”은 바로 그에 대해 본 연구진이 이번 연구를 통해 마련한 응답이다. 이러한 입장에서 보자면, 최근 현대사회를 규정짓는 키워드의 하나로 금과옥조처럼 중시되어온 정보사회란 장구한 생명력을 견지할 수 있는 독자적 문명 단위가 아니라, 고도산업사회에서 융합사회로 넘어가는 문명사적 변천기에 명멸하는 융합문명의 전조 혹은 양대 문명 단계의 과도기에 출현했다가 사라질 문명사의 “지나가는 나그네(a passing guest)”에 불과한 것으로 간주할 수 있다.

융합계는 수렴과 혼용이라는 통합 뿐 아니라 분화와 분산이라는 해체 과정을 동반하는 “절합(articulation)”을 본원적 속성으로 한다. 이러한 절합의 변증법을 되풀이

하며 새로운 생성물을 만들어내는 융합계는 이른바 “만유소통(萬有疏通)의 원리”를 실현하는 트위터나 페이스북과 같은 경박단소(輕薄短小)형 SNS(social network service)의 확산과 더불어 급속히 번성할 전망이다. 따라서 세계는 이제 단순 복잡계를 넘어 융합계로 향진할 것임이 명백해지고 있는데, 인과적 설명이 더 이상 적용될 수 없는 융합계를 산업문명에 후속하는 새로운 문명 단위로 설정하게 되면, 지금까지 우리가 “새로운 문명사적 전회”로 지칭해 온 정보사회는 고도 산업문명이 융합 문명으로 교체되어가는 과도기적 상황에서 현시되는 한시적 사회형태로 가치를 축소시킬 수 있다. 따라서 IT의 지수적 발전을 전제로 한 기존의 사회발전 모형은 융합적 사회질서의 태동에 상응한 새로운 모형으로 대체되어야 하며, 정보사회의 미래에 관한 실천 전략이나 추진 방안 역시 전면적으로 재검토되어야 할 것이다.

또한 학문 간 대화와 협력을 증진할 수 있는 교육과정의 전폭적 개편, 특히 이제 그 실효가 크게 상실된 인문계(문과)－이공계(이과) 간의 제도적 경계 철회가 단행되어야 할 것이다. 대신 多학문적(Multi-Disciplinary) 수준에서 間학문적(Inter-Disciplinary) 수준을 거쳐 궁극적으로 通학문적(Trans-Disciplinary) 수준에 도달할 수 있는 융합지(融合知) 창출을 도모할 수 있는 통섭적 마인드의 육성 및 연구개발을 위한 ‘융합교육연구센터’의 신설이 긴요하다고 본다.

2. 디지털 사회의 일상성 탐구

가. 연구목적과 구성

디지털 사회가 만들어 내는 새로운 사회변동의 잠재력과 그 파급효과 및 미래상에 대한 궁금증이 커지고 있고, 이로 인해 변화될 우리의 삶에 대한 논의도 활발해지고 있다. 특히 디지털 컨버전스가 우리의 일상 생활세계와 삶에 어떤 변화를 가져오는지, 이를 수반하는 기회 요인과 위험 요인은 무엇인지, 디지털 컨버전스 환경하에서 우리의 행위 준거는 어떠한 것인지에 대한 문제의식과 관심이 폭증하고 있다. 산업화 시기를 거치면서 분화된 사회의 각 부문들이 융합의 가속화와 함께 일·배움·놀이·친밀성과 같은 일상 생활세계도 종전과 같은 배타적 선형관계가 아니

라 서로 중첩되고 교차되는 새로운 환경이 조성되고 있기 때문이다.

이 연구는 고도 디지털사회의 변모를 일상성의 발견과 재구성, 새로운 일상성의 출현, 주체와 객체의 융합, 사이버 세계와 물리적 세계의 융합, 일·학습·여가의 융합이라는 다차원적 관점에서 규명하고 전망한다. 더불어, 고도 디지털 시대의 도래에 내포된 미시적 생활세계의 변화 궤적과 구조변동을 추적하고 드러냄으로써 지나치게 총론적이거나 또는 각론의 수준에 머물고 있는 미래사회 논의를 미시적 수준에서 포착하는 한편 디지털 사회의 생활세계를 해석하는 유효적절한 준거 모형을 제시한다.

나. 주요 연구결과

1) 일상성 이론의 검토

‘생활세계’ 혹은 ‘일상세계’는 오랫동안 사회과학에서 크게 주목받지 못했다. 과학을 표방해 온 사회과학의 시각에서 생활세계나 일상세계의 영역은 그렇게 달갑거나 믿을만한 곳이 아닌 것으로 비취졌기 때문이다. 하지만 한편으로는 기능주의, 체계이론으로 대변되는 이른바 ‘구조이론’이 우리의 일상적인 삶과는 너무 괴리되어 있으며 구체성과 현실성을 결여하고 있는데 대한 사회과학계 내부의 식상함과 자성에 힘입어, 그리고 다른 한편으로 사이버 세계가 부상하고 디지털 및 유비쿼터스 컨버전스가 가속화됨에 따라, 최근 생활세계 모형이 재평가되고 있으며 일상성 역시 새로운 가치와 의미를 부여받고 있다.

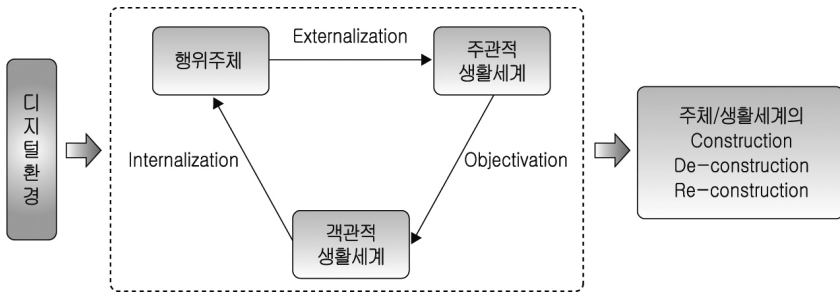
일상성의 이론은 크게 현상학적 흐름, 상호작용론적 흐름, 네오맑스주의 전통으로 구분된다. 대체로 현상학적 전통이 일상성이 사회적으로 구성되고 재구성되는 역동적 과정에 초점을 두고 있는 반면, 상징적 상호작용론은 상호작용이 이루어지고 자아가 표출되는 현장으로서의 일상성에 주목하고 있으며, 맑스주의 전통에서는 일상적 생활세계의 소외 내지는 식민화 과정에 각별한 관심이 주어지고 있다.

2) 일상성의 의미론적 이해 및 일상적 생활세계의 구성 모형 정립

본 연구는 정보통신기술과 같은 외적 요인들이 우리의 거시적이고 미시적인 일상 생활에 미치는 영향, 이로 인해 일상성의 형식과 내용이 변화하고 재구성되는 과정

을 외부화·객관화·내면화라는 현상학적 해석 패러다임의 틀을 차용한다. 이에 따르면, 사회는 인간의 산물이고, 사회는 객관적 실재이며, 역으로 인간은 사회적 산물이다. 이러한 탐구과정에서 핵심적인 위치를 점하는 것은 개인, 세계관, 사회구조의 변증법, 그리고 이에 제각기 조응하는 실재 구성의 세 과정인 외부화(externalization), 객관화(objectivation), 내면화(internalization)이다. 이 연구는 일상적 생활세계도 사회적 사실의 하나로서 유사한 과정과 경로를 거쳐 구성되고 해체되며 재구성된다고 본다.

〔그림 3-18〕 일상적 생활세계의 구성 모형



3) 디지털 일상성의 탐색

최근 탈분화, 물리적 세계와 사이버 공간의 분화와 융합, 공적 영역과 사적 영역의 경계 이완과 더불어, 생활세계의 핵심 요소라고 할 수 있는 일과 학습과 여가가 종전과 같은 배타적 선형관계가 아니라 서로 중첩되고 교차되면서 실현될 수 있는 새로운 생활환경이 조성되고 있다.

이러한 변화가 일상성에 미치는 가장 큰 영향은 한 사람의 생애주기(life cycle)를 통해 단계적이고 점증적이며 단선적으로 이루어지던 학습·노동·여가 활동의 배타적 패턴이 생애의 각 단계에서 그리고 전 과정에 걸쳐 뒤섞이고 혼용된다는 점이다. 산업화 시대에 일상성의 정학(statics)이 일차적으로 분화의 원리에 입각한 것이었다면 디지털 일상성의 정학은 통섭의 원리를 따르고 있다. 또 산업화 시대에 일상

성의 동학(dynamics)이 귀속 원리에 따른 것이라면, 디지털 일상성의 동학은 소통의 원리에 입각하고 있다.

① 학습(배움)의 영역

정보통신기술의 발달로 인해 가르치려는 사람과 배우려는 사람의 연결이 용이해졌으며, 가르치는 사람 없이도 학습패키지, 잡지, 방송, 신문, 컴퓨터 통신 및 인터넷 등을 이용하여 자기 주도적으로 학습할 수 있게 되었다. 또한, 다양한 사회적 소프트웨어의 등장과 확산으로 학습과 놀이가 융합된 에듀테인먼트와 학습과 만남이 결합된 온라인 집단지성이 새로운 트렌드가 되고 있다.

② 여가(놀이) 영역

디지털 사회가 고도화되면서 전통적인 여가영역의 경계가 와해되고 여가의 경계가 확대되며 여가의 의미와 지향이 변화하고 있다. 이동통신은 일이나 여가에서의 공간적 제약을 해소시켜주기 때문에 지금과 같은 일과 여가의 영역이 중복되거나 구분이 모호해진다. 더 큰 여가생활의 향유를 위한 여가비용 확보 목적의 아르바이트가 급속히 확산되고 있는 것과 만남과 놀이가 결합된 소셜네트워크 게임이 확산되는 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

③ 노동(일)의 영역

디지털 시대의 일은 단순히 세분화되고 전문화되는 수준을 넘어 삶의 다양한 목표와 방식과 결합되는 복합적인 스펙트럼으로 전개될 것으로 예상된다. 공간적으로나 시간적으로 제약된 직장과 노동관계가 물리적으로는 완화되고 해체될 것이나 동시에 계약과 신뢰에 바탕을 둔 인간적 상호의존성은 강화될 것이다. 다른 한편 고용의 불안정성이 심화됨에 따라 ‘이종(heterogenous) 근로’와 멀티잡(multi-job) 경향도 한층 확산될 것이다.

④ 가족(친밀성)의 영역

정보사회가 도래하고 비대면성, 개별성, 확장성이 특징인 디지털 소통이 증대하면서 자유롭고 가벼우면서도 느슨한 인간관계가 확산되고 있는바, 이는 결혼과 가족 생활에도 큰 변화를 몰고 오고 있다. 예를 들어, 서로에게 구속을 주는 결혼보다는

독신이나 동거 생활을 선호하는 젊은이들이 늘고 있고, 결혼 후에도 개인의 자율성과 독립성을 보장해주는 개방결혼이 확산되고 있다. 더불어, ‘혈연’ 중심에서 ‘관계’ 중심으로, ‘혈연 공동체’에서 ‘정서(情誼) 공동체’로 가족의 의미와 본질도 변모하고 있다. 다른 한편 온라인 커뮤니티의 확산으로 ‘팸’이라는 독특한 커뮤니티가 젊은 누리꾼을 중심으로 급속히 확산되고 있는데, 이들은 나이차와 성별에 따라 복잡한 촌수 관계를 정리해 족보도 만들고, 사이버 가족끼리는 대화명에 같은 성(姓)을 쓰며, 채팅할 때에도 엄마, 아빠, 형 등의 호칭으로 부른다. 때로는 오프라인 공간에서도 가족 관계로 만나기도 한다.

⑤ 모임, 그리고 만남과 헤어짐

‘모임’이란 직장을 중심으로 하는 공식 조직의 테두리를 벗어나 일정한 기간 동안 여러 사람들이 정기적 또는 비정기적으로 얼굴을 맞대고 모이는 사적인 활동을 말한다. 그런데 디지털 사회가 되면서 모임의 이와 같은 성격에 일대 변화가 일어나고 있다. 하루의 대부분을 인터넷과 함께 살아가는 현대인은 ‘개인화’되는 경향이 강한데, 나날이 이동성이 좋아지는 모바일 환경에서는 이와 같은 개인화와 파편화가 한층 더 촉진된다. 하지만 그렇다고 해서 모임이 완전히 사라지지는 않는다. 개인과 개인은 현재 4,900만개로 추정되는 싸이월드의 미니홈피와 네이버·다음의 블로그, 트위터 같은 모바일 소셜네트워크 서비스(SNS)를 통해 연결돼 끊임없이 새로운 모임과 만남을 만들어낸다.

4) 설문조사를 통한 디지털 일상성 수준 분석

① 학습(배움) 영역

조사결과 언제 어디서나 필요한 학습이 이루어질 수 있어야 한다는 생각이 지배적이었고, 일상생활 속에서 정보를 얻는 출처로 인터넷을 꼽은 응답자들이 39.52%로 나타나 인터넷이 배움의 주요 통로로 이미 부상해 있음을 알 수 있었다.

디지털 기기를 이용하게 됨으로써 학습의 내용이나 성격에 나타나고 있는 주요 변화들은 다음과 같다. 가르치는 사람과 배우는 사람의 구분이 모호해지고 있는 것으로 인식하고 있었고, 디지털 기기의 이용이 자기주도적 학습능력을 향상시킬 것

이라는 긍정적 기대도 일반화되어 있었다. 또한 디지털 기기의 이용이 지식과 정보의 양 확대, 정보획득의 용이성 제고, 학습과정의 흥미 유발 등의 효과를 거두고 있음이 확인되었다. 한편 원격교육의 효과에 대해서도 비교적 긍정적인 판단을 하고 있고, 원격교육에 대한 수요도 높게 나타났다.

② 여가(놀이) 영역

전반적으로 한국사회에서 여전히 여가와 노동이라는 사회적 제도의 경계가 분명하고, 여가를 노동을 위한 수단으로 인식하고 있는 경향이 강하게 남아 있음을 보여주었다. 그러나 인터넷 이용량이 많은 집단의 경우, 그렇지 않은 집단에 비해 일과 놀이를 명확히 구분하고, 여가를 수단으로 인식하는 정도가 낮아지고 있다는 점에서 인터넷 이용이 늘어날수록 일과 놀이에 대한 인식이 변화할 가능성을 엿볼 수 있었다. 또한 인터넷이나 이동통신 등이 놀이에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 놀이와 교육이 결합된 새로운 형태의 에듀테인먼트가 어느 정도 일상화되어 있음을 확인할 수 있었다.

③ 노동(일)의 영역

생산적 노동에 참여하고 있는 응답자와 학생들을 구분하여 노동(일)의 영역에서 나타나는 여러 변화들을 확인하였다. 학생을 제외한 응답자 573명을 대상으로 분석한 결과, 오프라인을 통해 노동이 일어나는 비율은 평균 62.47%였고, 인터넷을 통해 노동을 하는 비율은 27.77%, 이동통신을 통해 노동을 하는 비율은 9.65%인 것으로 조사되었다. 이것은 최근 원격근무나 재택근무 등 스마트 노동(smart work)에 대한 논의가 거세고 일고 있음에도 불구하고 노동의 중심 통로가 여전히 오프라인임을 의미하며, 스마트 노동의 중심 통로도 현재로서는 인터넷을 매개로 이루어지고 있음을 방증한다.

한편 디지털 기기를 이용한 업무수행은 일과 관련된 여러 영역들에서 긍정적인 효과를 거두고 있는 것으로 나타났다. 특히 일의 숙련도 및 일에 대한 이해도, 효율성, 전문성 등을 높이는 효과가 있음에 동의하는 응답자가 상대적으로 많았다. 디지털 기기를 이용한 공동작업의 비중은 전체 일 중에서 약 42% 정도를 차지하고 있는

것으로 조사되었으며, 디지털 기기를 이용함으로써 공동 작업을 보다 쉽게 그리고 많이 처리할 수 있다는 점에서 긍정적인 평가를 내리고 있었다.

재택근무의 효율성은 상대적으로 낮게 평가하고 있지만, 재택근무 제도 자체의 확산이나 가족관계 개선 효과 등에 대해서는 긍정적인 평가와 기대를 갖고 있었다. 이와 함께 업무에 대한 집중력을 높이고, 회사 동료들과의 관계망을 유지 혹은 강화할 수 있는 방안을 확보할 필요성을 제기하였다. 원격근무 경험자들은 아직 많지 않은 것으로 나타났지만, 원격근무에 대한 평가 역시 비교적 긍정적인 편이었다. 또한 재택근무나 원격근무에 대한 수요가 적지 않았는데, 이것은 공간구속적인 근무 형태에 새로운 변화를 요구하는 사회적 공감대가 형성되고 있음을 시사한다.

④ 가족(친밀성)의 영역

응답자들에게 가족 내의 성역할 분리, 부모-자녀 관계의 평등성, 대면적 소통의 중요성 등을 질문한 결과 실제로 우리 사회의 가족관계가 아직까지는 산업사회의 그것과 비교해 크게 변화하지 않은 것으로 나타났다. 응답자의 대부분이 가족이나 오프라인 친구와 함께 여가시간을 보내고 있었고, 이들이 주된 대화 상대였다. 이에 비해 온라인 친구와 여가 시간을 보내거나 대화를 하고 있다는 응답자는 5% 남짓했다. 이것은 인터넷을 통한 관계맺음이 증가하고 있음에도 불구하고, 아직까지는 친밀성의 수준이 그에 비례해 높아지지 않고 있음을 의미한다. 실제로 가족관계의 주된 통로는 오프라인(72.5%)이었다. 이에 비해 인터넷과 이동통신은 보조적인 통로로 활용되고 있었는데, 특히 인터넷보다는 이동통신의 활용도가 약 2배 가량 높은 것으로 나타났다.

가족 구성원들과 블로그나 커뮤니티, 사이트 등을 공동으로 운영하고 있는 응답자는 전체 응답자의 16.8%에 불과하다. 그런데 가족들과 일촌이나 친구 관계를 맺고 있다고 답한 응답자는 57.7%로 그 분포가 약 3.4배 정도 늘어나고 있음을 알 수 있다. 이는 인터넷을 매개로 하는 가족간의 커뮤니케이션이 어느 정도 보편화되고 있으나, 가족 구성원을 하나로 아우르는 공동체의 형성까지 나아가지는 못했음을 의미한다. 한편 1인가족 보다는 핵가족에서, 그리고 핵가족 보다는 확대가족에서 공

동으로 블로그 등을 운영하는 비중이 높은 것을 확인할 수 있다. 이러한 사실은 가족공동체가 변화하는 시대에 맞추어 가족관계를 유지하고, 집단정체성을 형성하기 위해 인터넷을 전략적으로 활용하고 있는 것으로 잠정 해석될 수 있다.

한편 사이버팸과 같은 의사가족관계를 맺고 있다는 응답자가 약 30%에 이르고 있는 것으로 나타났는데, 이것은 인터넷을 통한 친밀성의 형성이 더 이상 예외적인 사건으로 간주되어서는 안 된다는 것을 의미한다.

⑤ 모임(만남)의 영역

설문조사의 응답자들은 다른 사람들과 친분을 맺거나 유지하는데 있어서 대체로 오프라인—이동통신—인터넷 등의 순으로 의존하고 있다. 이는 오프라인을 대인관계를 맺거나 유지하는 기본 통로로 삼고 있으며, 인터넷 보다는 이동통신이 대인관계의 통로로 활용하는 비중이 다소 높은 것을 의미한다.

가족을 제외하고 최근 6개월 동안 업무 이외의 일로 가장 자주 만난 5명 중에서 인터넷이나 이동통신을 이용해 친분을 맺은 사람이 있는지를 묻는 질문에 52.9%의 응답자가 있다고 답하고 있으며, 이들 중 51.4%는 최근 만난 사람 중에 가장 친한 사람은 인터넷이나 이동통신이 없었다면 대인관계를 맺을 수 없었을 사람이라고 응답했다. 온라인을 매개로 한 대인관계는 관계의 빈도도 높은 편이고, 비교적 높은 수준의 자기노출이 일어나고 있다는 점에서 양과 질 모두에서 결코 가볍지 않은 관계가 형성되고 있었다.

다. 결론 및 정책적 시사점

일반적인 예상이나 기대와는 달리 전반적으로 디지털 일상성은 아직 현실이기보다는 가능성의 영역에 머물고 있다. 하지만 더불어 주목할 점은 일상 생활세계의 공고화된 하위영역들 곳곳에서 균열의 조짐이 보이고 있으며, 디지털 일상성의 전조가 확인되고 있다는 것이다. 적지 않은 이들에게 인터넷과 이동통신은 오프라인에서는 맺기 어려운 새로운 인간관계 형성의 기반이 되고 있으며, 인터넷과 이동통신이 일의 주요 또는 보조 수단으로 활용되고 있다.

생활세계의 하위영역들 간에 디지털 일상화의 정도와 수준도 상이하다. 디지털

일상화가 가장 많이 진행된 곳은 여가영역인 반면, 친밀성 영역에서는 디지털 일상화의 수준이 상대적으로 저조했다. 학습과 일의 영역에서도 비교적 높은 수준의 디지털 일상화가 진행되고 있으며, 분화된 영역 간의 경계도 크게 이완되고 있다.

학습, 여가, 노동, 가족, 모임 등 다섯 개 영역의 설문조사 결과를 토대로 디지털 일상성의 출현과 확산으로 인해 제기될 수 있는 사회적·정책적 과제들은 다음과 같다.

먼저, 학습 영역의 조사 결과들은 평생학습과 ‘열린 교육’이 디지털 사회의 일상성을 구성하는데 있어서 중요한 키워드임을 보여주고 있다. 인터넷이 중요한 학습 공간으로 부상했고, 원격교육 경험자가 전체 응답자의 과반을 넘어서고 있다는 사실에서 ‘열린 교육’은 이미 상당한 수준의 일상화가 이루어졌다고 평가해도 과언이 아니다. 이에 비해 평생학습 부문의 일상화는 상대적으로 더디게 진행되고 있음도 확인되었다. 따라서 향후 디지털 사회의 학습 영역에 있어서는 평생학습의 일상화를 얼마나 심화시킬 수 있느냐가 중요한 과제가 될 것으로 전망된다. 특히 상시적 학습을 위해서는 모바일 학습 환경을 구축하고, 스마트폰의 보급 확대와 관련 어플리케이션 및 콘텐츠 개발을 유도·지원하는 정책이 필요할 것이다.

둘째, 여가 영역도 이미 디지털 일상화가 상당히 진행된 영역임을 설문조사를 통해 확인할 수 있었다. 또한 그동안의 변화 추이를 감안하면 향후 인터넷이나 모바일을 기반으로 하는 여가활동 및 여가시간이 늘어날 것임도 쉽게 예견할 수 있다. 인터넷이나 모바일 기반의 여가활동은 상대적으로 현실공간보다는 온라인 공간에서 더 많이 영위되는 측면이 있다. 이미 온라인 공간이 일상적 생활세계의 일부로 편입된 상태이기는 하지만, 인터넷 중독이나 게임중독 등의 사례에서 보듯이 인터넷이나 모바일 기반의 여가활동은 이용자들을 현실공간에서 격리시킬 수 있는 위험을 항상 안고 있다. 따라서 인터넷과 모바일, 현실공간이 상호 연계되는 여가활동을 개발하고, 삶의 균형성을 확보하는 차원에서 이를 뒷받침할 수 있는 새로운 여가문화를 정립할 필요가 있다.

셋째, 노동영역의 경우 앞으로 협업이 중요한 업무수행 방식으로 부상할 것이고,

그 중요성만큼 협업의 비중도 증가할 것이다. 재택근무와 관련해서는 재택근무의 단점을 해소하기 위한 대안을 마련하는 것이 그 무엇보다도 시급한 과제로 사료된다. 조사 결과에 따르면 재택근무는 업무에 대한 집중력을 떨어뜨리고, 회사 내 인간관계 구축이나 정보 교류에 취약하다는 단점을 가지고 있다. 이 문제를 해결하기 위해서는 재택근무나 원격근무 같은 다소 이질적이고 생경한 업무 방식을 포용할 수 있는 새로운 직장문화와 노동윤리를 정립할 필요가 있다.

넷째, 가족 영역에서는 지금까지의 일반적인 예측과는 달리 여전히 대면적 접촉이 가족관계를 매개하는 핵심요소인 것을 확인할 수 있었다. 하지만 이동통신을 통한 가족 간의 커뮤니케이션이 활발히 일어나고 있으며, 가족공동체가 변화하는 시대에 맞춰 가족관계를 유지하고 나름의 집단정체성을 형성하기 위해 인터넷을 전략적으로 활용하는 모습도 엿볼 수 있었다. 이러한 맥락 속에서 가족 영역의 디지털 일상성을 확산시키기 위해서는 공동체성 회복을 목적으로 하는 소통과 관계중심적 가족문화를 정립하고 보급하는 과제가 우선적으로 요청된다.

다섯째, 만남의 영역은 정보화의 초기 단계부터 지속적으로 디지털 일상성이 진행되어 온 영역이라고 할 수 있다. 한국사회에서 디지털로 매개되는 만남의 영역은 최근 심각한 사회적 갈등 공간이 되고 있다. 심지어는 다양한 사이버 폭력이 난무하는 아수라장으로 비쳐지기도 한다. 그러나 그런 갈등 상황을 통제하려는 이용자들의 노력은 쉽게 찾아볼 수 없다. 오히려 갈등에 적극적으로 참여하거나 아예 방치해 버리는 것이 현재의 모습이다. 디지털 기기를 이용한 만남과 헤어짐이 이미 중요한 사회적 관계 양식으로 자리를 잡은 상태에서 이를 통제할 수 있는 갈등관리 모델을 갖지 못했다는 것은 사회체계의 유지 및 발전에 심각한 위협이 될 수밖에 없다. 특히 그 자체로 하나의 사회를 구성하고 있는 커뮤니티는 대부분의 인터넷 이용자들이 몸담고 있으면서 필요한 정보를 얻고, 인간관계를 맺는 중요한 공간이다. 따라서 커뮤니티 내의 갈등에 대처하는 갈등관리 모델을 개발·보급하는 것은 선결 과제라고 할 수 있다.

3. 사회문화적 융합의 동역학

가. 연구목적과 구성

본 연구의 목적은 융합사회의 사회문화적 현상에 대한 유형화를 시도하고, 다양한 가치가 공존하는 융합사회의 동역학 양태를 실증적으로 분석하는 것이다.

계급과 폐쇄성을 특징으로 하는 전근대사회에서는 사회발전의 개념 자체가 희박하였으며, 근대산업사회 역시 한정된 구성원만이 행위자로서 지위를 부여받았다. 그러나 근대산업사회가 진행됨에 따라 다양한 행위자들은 자신들의 지위를 외부로부터 인정받거나 스스로 구축해나가기 시작하였다(Meyer et al., 1997; Jepperson and Meyer, 2000). 융합사회는 명확한 경계의 설정, 분리와 배제, 보편적 규범과 표준화를 지양한다. 합리와 이성을 강조하는 근대산업사회에서는 차이와 다양성을 발전을 저해하는 갈등 요소로 간주한 반면, 융합사회에의 차이와 다양성은 새로운 질서구축을 위한 필수적인 성장 동력이다. 근대산업사회의 발전 동력이 일원화된 구조와 갈등의 배제를 통한 보편적 추진체계에 있었다면, 융합사회에서는 탈중심성에 기반을 둔 다양성의 인정, 갈등의 수용 등이 발전 동력, 즉 동역학의 기본틀인 것이다.

본 연구는 융합사회의 사회·문화적 동역학을 분석하기 위해 우선 융합사회의 핵심 요소와 가치창출 구조에 대해 논의한다. 또한 융합사회 핵심 요소들의 역할과 작동하는 방식을 바탕으로 공생, 참여, 행복, 역능이라는 4가지 가치체계의 창출기제를 개별적인 사례를 통해 분석한다. 각각의 분석 대상은 근대사회의 발전을 주도한 국가, 정부, 기업, 대학 등이다.

첫째, 대통령의 연설문을 이용하여 권위적이고 발전지향적 리더십에서 다양한 요소를 포괄하는 공생의 가치가 나타나고 있음을 제시하고자 한다. 이를 위해 네트워크 분석을 이용하여 대통령의 연설문에 나타난 근대사회와 융합사회의 키워드들이 연계되는 양태를 시기별로 비교한다. 둘째, 공공관리에서 대두되는 참여의 가치를 분석한다. 합리적 의사결정과 효과적이고 효율적인 정책목표 달성이라는 실용주의적 관리에서 소통적 합리성을 추구하는 공공관리 패러다임의 변화과정에 초점을 맞

추며, 참여가 중요한 가치로 등장하였음을 제시한다. 셋째, ‘이윤’추구를 목표로 하는 기업조직에서 구성원의 ‘행복’이라는 가치가 창출되는 방식을 분석한다. 근로자들의 감성을 자극하고 동기를 부여하는 CEO, 관리자와 직원 간의 유연한 의사소통 네트워크 등은 ‘행복한 일터’와 ‘기업의 성과’를 동시에 추구하는 새로운 기업전략으로 제시된다. 넷째, 근대산업사회에서 교수와 학습자 간의 일방향 소통만이 이루어지던 대학교실 안에서 학생들의 참여와 피드백을 통한 수업 질의 향상, 폐쇄적인 전공과목 중심에서 다양한 학과의 과목들이 융합되어 새로운 과목, 학과, 대학으로 재창출되는 양태를 실증적으로 분석한다. 마지막으로 본 연구는 융합사회 동역학의 이론적 논의와 실증분석을 바탕으로 융합사회의 가치가 과거 근대산업사회의 가치를 배제하는 것이 아니라 근대산업사회가 결여한 측면을 보완하는 기제로 작동함을 제시한다.

나. 주요 연구결과

1) 융합사회 발전의 동역학

본 연구에서 제시하는 융합사회의 핵심 구성요소는 행위자, 아이디어, ‘소통, 다양성, 유연성’의 작동원리, 그리고 공유와 갈등의 네 가지로 이루어진다.

[그림 3-19] 융합사회의 4대 핵심 요소와 역할

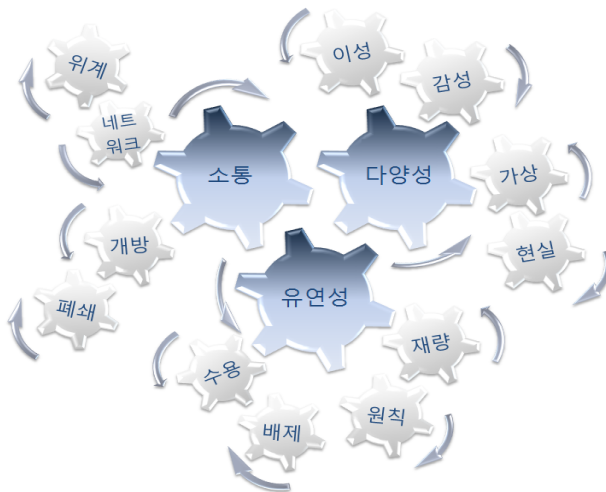


행위자는 융합의 주체로서 아이디어를 공유 및 교류하여 새로운 아이디어로 창발

하는 능동적인 역할을 담당한다. 아이디어는 행위자들의 의식체계로부터 사회 전체로 연계되는 융합의 재료이자 내용물을 의미한다. ‘소통, 다양성, 유연성’의 작동 원리는 사회·문화적 융합을 가능하게 하는 핵심 기제로 융합사회에서 행위자 간의 아이디어가 교류되는 방식을 제시한다. 마지막으로 공유와 갈등은 행위자 간의 아이디어가 교류 및 공유되어 새로운 아이디어로 창발되기 위한 필수 조건으로 타자에 대한 수용성과 배제성이 동시에 이루어지는 현상이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 융합사회의 주요 작동 원리를 소통, 다양성, 유연성으로 본다. 근대 산업사회에서는 위계와 폐쇄적 일방향성, 이성과 현실이 강조되는 일원성, 배제와 원칙이 강조되는 경직성이 발전 동력을 이루고 있었다. 그러나 융합사회에서는 위계와 폐쇄적 일방향성 대신 네트워크와 개방적 소통구조, 이성과 현실 대신 감성과 가상이 강조되는 다원성, 그리고 배제와 원칙 대신 수용과 재량을 강조하는 유연성이 발전의 중요한 가치체제로 자리 잡는다. 또한, 융합사회의 새로운 가치체계는 기존 근대산업사회의 발전 동력을 대체하는 것이 아니라 상호공존을 통해 발전을 위한 새로운 작동 체계를 구성한다.

[그림 3-20] 융합사회의 작동 원리



네트워크, 개방, 감성, 가상, 수용, 재량으로 이루어진 융합사회의 여섯 가지 새로운 작동 원리는 산업사회의 기존 작동원리인 위계, 폐쇄, 이성, 현실, 배제, 원칙 등과 융합되며, 소통, 다양성, 유연성의 세 가지 새로운 사회운영원리를 만들어 낸다.

2) 융합사회 국정운영철학

리더십의 영역, 특히 국정운영철학에서는 융합사회의 가치체계 중 ‘공생’에 초점을 맞춘다. 이명박 현 대통령의 연설문에 대한 정량적 텍스트 분석을 통해서 어떻게 개발과 발전을 지향하던 근대사회에서 조화, 공존 등 다양한 가치가 공생하게 되는가를 분석하였다. 대통령은 한 나라의 통치권자로서 공식적인 활동에서 발표되는 연설문은 비단 개인의 생각을 나타내는 것이 아니라 한 국가가 공식적으로 표방하는 가치, 즉 국정운영철학을 나타낸다.

분석을 통해 대통령의 국정운영철학에서 공생의 가치가 나타나고 있음을 확인할 수 있다. 이명박 대통령은 공생이라는 메시지를 통해서 자신의 국정운영철학을 드러내고 있다. 물론 전근대적인 경제발전 및 사회운영철학과 관련된 메시지는 지속적으로 등장하고 있으나, 단순히 발전 패러다임 강조의 모습에서 벗어나 ‘공생’으로 전환되는 가치체계가 나타나고 있다.

3) 공공관리의 다양화와 질서 찾기

공공관리에서는 융합사회에서 대두되고 있는 ‘참여’의 가치를 분석한다. 융합사회의 도래에 따른 소통양식의 발전은 공공영역에서도 급격하고 다양한 변화를 가져오고 있다. 이는 관료제를 근간으로 하는 정부 및 공공영역 의사결정과정의 합리성에 대한 재구성으로 표현될 수 있다. 단순히 목표달성을 위해 비용—편익분석과 효과적 수단을 중시하는 ‘도구적 합리성’의 차원을 넘어 ‘소통적 합리성’을 강조하는 것이 현재 공공관리의 변화과정이다. 이는 전통적인 폐쇄적 관리방식을 채택하고 도구적 합리성을 강조하였던 공공영역에서 참여가 중요한 패러다임으로 작용하고 있다는 것을 의미한다. 과거 공공영역이 합리적 의사결정을 통한 효율적 목표달성을 강조하였다면, 현재의 변화양상은 ‘어떻게 하면 효과적인 의사소통의 장을 마련하고 참여를 통한 합의형성을 이끌어낼 것인가’에 초점을 맞추고 있다.

4) 융합사회 기업의 새로운 가치: 행복한 일터

기업조직을 대상으로 융합사회의 새로운 가치인 ‘행복’이 도출되는 과정에 대해 논의하였다. 과거 산업사회와는 달리 융합사회를 구성하는 행위자는 소수의 관리자 집단 외에도 일반 직원들까지 포괄한다. 이들은 기업조직에 자신의 정체성을 투영하며 조직의 발전을 통해 욕구를 충족하기 위한 다양한 아이디어를 배출한다. 융합사회의 기업조직은 이러한 아이디어를 수용하고 조직구성원이 지닌 지적·감성적 역량을 최대한 이끌어낼 수 있는 유연하고 개방적인 네트워크를 구축하고 있다. 그들은 서로 다른 가치체계를 지닌 다양한 아이디어를 새로운 아이디어로 재창출할 수 있는 공유 구조를 확보하고 있다. 융합사회 기업조직을 운영하기 위해서는 CEO를 비롯한 상위 관리자 계층의 소통의지와 구성원의 감성을 자극하고자 하는 역량이 요구된다. SK에너지, 놀부NBG, 한진해운, 미라이공업의 사례에서 제시한 바와 같이 직원들의 동기를 부여하는 감성경영은 조직구성원의 행복 수준을 한 차원 끌어올린다. 감성경영은 전통적인 기업조직 운영방식과 결합되어 융합사회가 지향하는 새로운 가치를 창출함과 동시에 성과향상을 위한 동력을 확보할 수 있도록 한다.

5) 융합사회에서 나타나는 대학의 변화

폐쇄사회 특권계층의 전유물이었던 대학교육의 다원적 변화에 초점을 맞추고, ‘역능’의 가치가 나타나는 과정을 분석하였다. 산업사회 이전 교육기회의 제한으로 인한 대학제도의 전-근대적 폐쇄성은 산업시대 도래 이후 시민권의 향상과 인쇄술의 발달과 더불어 기능과 대상이 확장되었다. 20세기 이후 다양한 학문 분야가 집중된 종합교육기관이자 연구기관인 대학은 새로운 학문분야를 창출하는 산실로 자리 잡았고, 그 대상도 과거보다 확대되었다. 그러나 새로운 학문이 창출되면서 학문 간 배타성이 고착화되었고, 여성, 장애인, 소수자들에게 대학은 여전히 배타적인 공간으로 남아있었다. 융합사회의 도래와 더불어 대학은 산업시대보다 더 많은 역할을 부여받았으면서도 과거의 특권적 권위는 상대적으로 감소하였다. 대학은 시민사회와 함께하는 주체로 선발된 학생 외에도 일반 대중에게까지 고등교육 기회를 제공하기 시작하였고, 급격한 사회변화와 함께 기존의 학문분야가 융합하여 새로운 학

과가 신설되었다. 여성을 비롯하여 사회적 배려가 필요한 계층에게도 다양한 교육 기회를 제공하기 위한 제도적 장치가 마련되었다. 무엇보다 가장 큰 변화는 대학이 사회를 평가하고 방향을 제시하는 전통적인 역할구분에서 벗어나 사회로부터 평가를 받는 입장에 놓이게 되었다는 것이다. 교수와 학생 간의 관계는 가르침을 주고받는 일방향적 관계에서 벗어나 다양한 의견이 오고가며, 학생도 교수를 평가하는 다방향적 관계로 변화하였다.

다. 결론 및 정책적 시사점

융합사회는 어떠한 방향을 향해 나아가고 있는가? 본 연구는 과거의 발전 패러다임과는 달리, ‘공생 · 참여 · 행복 · 역능’이 새로운 가치로 나타나고 있다는 점에 주목하였다. 이와 같은 융합사회의 새로운 가치는 네트워크와 개방적인 소통, 감성과 가상이 강조되는 다원성, 그리고 배제와 원칙 대신 수용과 재량을 강조하는 유연성으로 대표되는 세 가지 융합사회의 작동원리를 통해 구체화된다.

그러나 이와 같은 가치체계의 변화가 기존 근대산업사회의 발전 동력을 대체하는 것은 아니다. 융합사회에서는 개인화와 공동체화, 갈등과 통합 등 서로 상반된 개념들이 수평선상의 대립적인 양극이 아니라 서로를 보완하고 있기 때문이다. 즉, 융합사회에서는 서로 다른 개념들이 일방적 영향을 미치는 것이 아니라 상호작용 하에 서로의 변화를 추동하며, 그에 따라 사회에 존재하지 않거나 소극적으로 발현되었던 속성들(공생 · 참여 · 행복 · 역능)이 새롭게 등장하게 되었음을 의미한다.

그러나 이러한 결과에 대해 본 연구는 비판적인 자세를 견지하고자 한다. 공생 · 참여 · 행복 · 역능은 새로운 소통의 질서로서 사회발전에 기여하는 바가 크겠지만, 현실과의 부정합(decoupling)으로 인해 새로운 역기능을 초래할 수도 있다. 엄청난 사회문화적 잠재력을 대표한 융합은 합류적 경향과 더불어 분산이라는 역리적 현상을 동반하기 때문이다(김문조 외, 2009).

물론 이러한 사회진화의 양상은 다양한 이익의 표명과 충돌 속에서 사회적 합의를 도출해 내는 사회적 진통으로도 해석될 수 있다. 사회문화적 융합의 순기능을 도출하기 위해선 무엇보다 상반된 개념들이 혼재되어 상호작용을 이루고 있는 융합사

회에 대한 충분한 이해와 적절한 균형잡기가 요구된다. 이는 개별 사회영역과 융합 사회의 새로운 가치 간 정합성이 존재하여야만 한다는 것을 시사하는 것으로, 무분별한 소통의 확장과 참여를 통제할 수 있는 사회적 학습 체계와 제도적 장치의 모색이 필요하다. 즉, 융합사회의 동적(dynamic)인 메커니즘을 수용할 수 있는 사회의 역량이 무엇보다 중요함을 의미한다.

본 연구는 다양성 관리를 통한 갈등구조의 이용을 융합사회가 제공하는 정책적 시사점으로 제시하고자 한다. 참여와 소통을 통해서 정책적 이슈의 제기, 형성, 집행에 이르는 과정에 있어서 정당성과 유연성을 동시에 추구할 수 있다. 먼저, 정책 이슈가 제기되는 과정에서 다양한 아이디어와 이해관계가 얽혀있는 행위자들은 내재화된 갈등을 외부로 표출시키는데, 수평적 네트워크를 통해서 이 표출과정을 원활하게 할 수 있다. 그 다음으로, 정책이슈가 제기되고 그것이 하나의 구체적인 정책으로 형성되는 과정에서는 이성적 과정을 감성적 영역으로 확대한 포용이 핵심적이다. 이성과 합리성에 기반을 둔 최적의 원칙은 의사결정과정에서의 다양성을 배제하여 집행과정에서 더 높은 갈등비용을 초래할 수 있다. 따라서 다양한 행위자들의 감성적 지지를 확대하는 것은 정책형성 및 집행과정에서의 정당성 확보를 가능하게 하여 결과적으로는 갈등비용을 줄여준다. 마지막으로 집행 과정에서의 유연성 확보는 정책과정에서 잠재적으로 배제될 수 있는 다양한 행위자들에게 상황에 따라 적용할 수 있는 여지를 마련하며, 집행과정에서 발생할 수 있는 불확실성을 줄일 수 있다.

융합사회로의 사회적 전환은 전 세계적 추세이다. 융합사회에서 사회통합의 방식은 이전 한국사회의 통합 방식과는 다르다. 융합사회에서는 규범적 권위에 기반한 가치의 일방적 수용을 통해 강제적 갈등조정과 합의도출이 일어나는 것이 아니라 개인과 집단의 자유로운 이해표명을 바탕으로 토론과 협상을 통해 사회적 합의를 도출한다. 따라서 융합사회가 어떻게 작동하며, 어떠한 가치를 향해 나아가고 있는가를 이해하는 것이 중요하다.

4. 융합적 사회질서의 심층 분석

가. 연구목적과 구성

디지털 컨버전스 시대의 융합기술과 미디어는 우리의 사회·문화·경제 전반을 아우르는 패러다임의 크고 작은 변화를 불러일으키고 있다. 그러나 다변하는 융합 사회 내에서도 개인과 집단, 나아가 사회구조의 기저에 변하지 않는 근본적인 원리와 가치가 자리 잡고 있는 것이 사실이다. 본 연구에서는 융합사회가 무엇인지를 밝혀내기 위한 하나의 분석 프레임으로서 구조주의를 바탕으로 하여 다변화하는 사회의 근저를 탐색해보고자 하였다.

본 연구는 크게 세 부분으로 나뉘는데, 우선 첫 번째로 정보사회에 대한 심층 분석을 위해 구조주의의 주요 이론들을 개관하고, 그 중 라캉의 논의를 중심으로 하여 대표적 소셜네트워크서비스인 페이스북과 트위터를 분석하였다. 이와 더불어 가상과 현실이 혼재한 융합사회의 정경을 살펴보고자 하는 측면에서, 벤야민의 모나드적 사유를 기반으로 하여 융합사회에 나타나는 미디어, 제도, 사회, 문화, 인간에 관한 다양한 층위에서의 역동적 변화를 고찰하였다. 두 번째로는 융합기기와 융합미디어 사용자들을 대상으로한 두 가지의 실험조사를 통해, 융합사회 내 개인의 내적 욕망의 변화상을 추적하였으며, 단어연결망분석기법을 사용하여 사회에 투영된 집단의 욕망을 분석해내고자 하였다. 마지막으로 전체 연구결과를 토대로 융합을 재정립하고 실질화하며 연구를 결론지었다.

나. 주요 연구결과

첫째, 융합사회를 고찰하는 하나의 분석의 틀로서 구조주의를 개관하였다. 심층구조를 분석한다는 것은 사물이나 현상의 외피를 설명하기 보다는 그 이면에 존재하는 심연의 구조를 들여다보거나, 또는 그것을 지배하는 근본적인 힘을 탐색하는 과정을 의미한다. 구조주의의 틀을 통해 우리는 개개인과 집단의 의식보다는 무의식의 지배를 받는 시공간을 심도 있게 탐색할 수 있는 기회를 가질 수 있다. 인간과 사회에 대한 심층 분석은 융합사회를 다양한 층위에서 고찰해볼 수 있다는 점에서 하

나의 유용한 분석의 틀로 볼 수 있다. 본 연구에서는 구조주의가 주창하는 ‘주체바깥의 사고’에 대한 탐구적 시각을 바탕으로 하여, 소쉬르와 레비스트로스에서부터 라캉, 푸코에 이르기까지 구조주의의 대표적인 학자들의 논의를 재고찰하였다.

둘째, 라캉의 논의를 바탕으로 언어를 통한 내재된 욕망을 살펴보고, 이를 소셜네트워크서비스에 적용하여 페이스북과 트위터를 분석하였다. 애드가 앨런 포의 단편소설 〈도둑맞은 편지〉의 핵심은 편지라는 기표의 부재를 통해 드러나는 권력의 생성에 있다고 볼 수 있다. 〈도둑맞은 편지〉를 통해 라캉의 정신분석이론에 바탕을 둔 무의식의 욕망을 살펴보았으며, 융합사회에 나타나는 무의식의 욕망과 권력화를 살펴보기 위해 대표적 SNS인 페이스북과 트위터를 사례로 분석하였다. 라캉의 동일시 이론에 입각해 바라보자면, 페이스북이 나(I)를 중심으로 노드(node)와 라인(line)으로 엮인 친밀한 인간관계의 거미줄과 같은 망을 상징한다면, 트위터는 ‘도식L’을 통해 대타자인 유명인과 자신을 동일시함으로써, ‘타자의 욕망’을 욕망하는, 즉 무의식의 네트워크에 나를 던지는 행위로 설명된다. 이러한 망(網) 속에 들어가는 행위는 주체가 언어로 구조화되어 있는 상징계에 던져지는 것과 매우 유사한 행위로 볼 수 있다.

셋째, 벤야민이 강조한 재현이 아닌 ‘표현’의 중요성에 방점을 두어, 융합사회를 ‘표현’적 시각에서 조망해보았다. 앞선 장에서 내재된 욕망에 초점을 맞추었다면 이어지는 장에서는 풍경을 통한 외재된 욕망을 읽어내는데 주안점을 두었다. 재현이 재현되는 것과 재현되는 것 사이의 매개적 결합을 뜻한다면, 표현은 내포된 무엇인가를 탐색하는 것으로 기호 속에 내재된 의미를 발견하고자 한다는 점에서 앞선 재현과 차이를 가진다. 벤야민의 ‘모나드적 사유’에 바탕을 두어 현대도시 일상에서 쉽게 포착할 수 있는 융합사회의 단면과 다양한 사례들을 ‘표현’적 관점에서 정리해보았다. 융합사회에서 두드러지는 ‘표현’ 패러다임 중 하나로 떠오르는 개념 중의 하나가 바로 융합현실(Mixed Reality)이라 할 수 있으며, 이는 융합사회의 핵심 특성을 잘 드러내주는 기술이자 현상이라 할 수 있다.

넷째, 융합사회 내 개인의 내적 욕망체계의 저변을 탐색해보기 위해, ‘디지털 미디어

여기서 사용과 개인의 심층적 자아표현 및 욕망과의 관계를 알아보는 연구’와 ‘디지털 미디어를 사용함에 있어, 타인의 평가가 피험자가 미디어를 사용하는데 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 연구’ 두 가지를 수행하였다. 첫 번째 연구에서는 디지털 미디어기기 사용에 제한을 두어 차단에 따른 경험을 살펴보았다. 연구를 위해 스마트폰 이용자 10명을 모집하여, 하루 동안 스마트폰을 수거한 뒤 어떠한 내면적 변화를 경험하는지를 척센트 미하이의 경험추출법(Experience Sampling Method)을 사용하여, 피험자들이 내적 경험을 ‘다이어리’ 형식으로 기록하게 하였다. 두 번째 연구에서는 1주일간의 ‘트위터’ 사용 기록을 분석하여 자신에 대한 평가와 타인의 평가가 불일치되는 상황을 던져주고, 어떠한 반응을 나타내는지를 탐색해보았다. 첫 번째 연구 결과, 스마트폰 부재상황에 대해 이용자들은 공허함, 불안, 초조와 같은 부정적 감정을 경험하는 한편, 오히려 편안함, 걱정으로부터 벗어난 느낌과 같은 감정을 통해 일종의 양가감정을 경험하고 있음을 확인했다. 융합사회 내 원자화된 개개인으로서는 늘 타인과 교류하고 어딘가에 접속되어 있고자 하는 소통에 대한 욕구가 확인됨으로써 이러한 소통의 욕망이 융합사회 내에서도 여전히 변하지 않는 핵심 가치이자 근원적인 욕동으로 기능함을 알 수 있었다. 두 번째인 ‘트위터’ 연구결과를 살펴보면, 본인이 가진 자아상과 타인이 평가하는 자아상에 대한 피드백이 불일치되는 상황 속에서 내적욕망의 변화도를 추적하였는데 결과에 따르면, 온라인을 통한 제한된 환경인 디지털 컨버전스 통신 환경 내에서도 일종의 첫인상 효과가 나타나며 확인되었다. 또한 친사회적인 활동을 갈망하는 차원에서의 커뮤니케이션이 증가하는 수치도 나타났다. 연구결과들을 종합해보면, 융합 환경 내에서도 여전히 디지털 미디어라는 플랫폼을 통해 타인과 친사회적인 관계를 맺고자 하는 개개인의 욕망이 일견 자연스럽게 무의식적으로 나타나고 있음을 재확인할 수 있었다.

다섯째, 개개인의 심층적 욕망과 자아변화상을 추적한 조사연구와 더불어, 집단욕망의 심층적 표현을 살펴보기 위해 라캉의 이론을 기반으로 하여, ‘천안함 사태’라는 하나의 사건을 사례로 삼아 분석하였다. ‘천안함 사태’라는 하나의 사건을 조망하는 두 언론사의 다소 상반된 논지를 파악하는데 중점을 두었으며, 이를 위해

Krkwic(Korean Key Words in Context)과 Ucinet을 이용한 단어연결망 분석을 실시하였다. 일정기간 동안의 두 언론사가 배포한 기사제목을 분석하여, 자주 언급되는 단어 및 핵심어간의 연결이 어떻게 이루어져 있는지를 파악하였는데 이러한 과정을 통해 집단적 욕망의 심층적 양태가 언어로 드러나는 모습을 확인할 수 있었다. 이러한 문제제기와 분석의 결과가 향후 우리사회를 심층적으로 이해하고, 제반 갈등요소들을 심도 있게 파악할 수 있는 관점을 제시하고 건설적인 논의의 출발점으로 기능하기를 기대한다.

다. 결론 및 정책적 시사점

본 연구의 결론에서는 융합개념을 재정립하고 실질화하는데 주안점을 두었다. 본 연구에서 재정립된 융합의 개념은 크게 융합의 “자기확장성”과 융합의 “연계화”로 요약하여 설명할 수 있다. 융합의 자기확장성은 일종의 순환 메커니즘을 의미하는데, 디지털 영토는 우리가 밟 디딘 물리적 영토를 공고히 하는 역할을 함으로써 재영토화를 촉진시키는 한편, 이를 통해 다시금 기존의 디지털 영토를 더욱 강화되는 현상을 돕는다. 이러한 디지털 영토에서는 개개인의 내적 욕망이 물리적 세계에서 보다 더욱 자연스럽게 무의식적인 층위에서 나타나고, 욕망의 투사가 훨씬 활발히 일어나는 특징을 가진다.

두 번째로 욕망의 관계화를 살펴보면, 융합사회에서는 수많은 소통의 행위가 발생함에 따라 다양한 관계 맺기가 나타나게 되고 다양한 권력이 탄생하는 양태를 보이는데, 이러한 욕망의 군집화는 곧 집단의 욕망을 넘어서 집단적 권력으로 구조화되기도 한다. 이러한 연계화된 욕망은 융합사회에서 더욱 큰 파급력을 지니게 된다. 융합사회에서 중요한 능력은 많은 지식을 가졌거나, 신속히 정보를 검색하는 것에서 한 발 나아가 정보를 조합(sorting)하고 편집(edition)하는 능력이 더욱 중요해지는 사회로 볼 수 있다. 따라서 이러한 융합사회에서는 특정분야 ‘전문가’의 중요성 못지않게, 취향과 기호에 있어 뛰어난 이해와 감각을 토대로 개인과 집단의 욕망을 군집화하고 관계화할 수 있는 ‘감식가’의 중요성이 높아질 것으로 전망한다.

융합사회는 욕망의 투쟁의 장이자, 무수히 많은 욕동으로 이루어진 시공간이다. 융합사회에서 개인과 집단, 사회의 욕망의 공진화를 도모하기 위해 본 연구를 통해 도출된 결론을 바탕으로 제안하는 정책적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 융합 개인과 집단의 욕망의 과도한 권력화를 통해 사회적 통합이 저해되는 상황을 지양하기 위해, 욕망의 권력화를 관리할 수 있는 사회적 소통의 장이 마련될 수 있도록 정책적인 방안이 모색되어야 한다는 점이다. 둘째, 융합사회에서 필요한 능력인 조합(sorting)력과 편집(editing)력을 배양할 수 있는 창의적 디지털 영토 구축에 관한 발전적 전략이 수립되어야 할 것이다.

5. 새로운 소통합리성과 인본사회화 과정

가. 연구목적과 구성

융합사회가 사회적인 기술사회로 변모할 가능성이 커짐에 따라, 인간의 삶을 보다 풍부하게 하는 인간중심의 사회를 구현하기 위해서는 새로운 기술-인간, 기술-사회의 합리적인 관계가 요구되고 있다. 본 연구에서는 근대성을 특징짓는 도구적 합리성의 문제를 극복하고, 기술매개성이 점차 커지는 변화된 사회를 반영하여 사회-기술 시스템 합리성에 기초한 새로운 소통합리성을 모색한다. 또한 융합사회의 새로운 소통합리성은 경제·사회 체제 존재의 궁극적 목적인 사회구성원 개개인을 중시하는 사람중심사회의 구현에 기여할 것이란 전제하에 사회정책적 시사점을 찾고자 한다.

본 연구는 융합사회의 새로운 소통합리성과 인본사회화를 분석하기 위해 우선 합리성 개념의 논의를 이론적 차원에서 정리한다. 또한 융합사회로의 변화에 따른 새로운 소통합리성의 탐구를 유비쿼터스 기술융합사회를 중심으로 그 특징을 살펴보고, 소통합리성과 체계합리성의 통합가능성을 살펴본다. 그리고 이러한 논의에 기초해 융합사회의 새로운 소통합리성을 제시한다. 이를 위해 사회-기술 합리성의 특징과 기술행위성의 특징을 토대로 기술매개적 소통합리성을 개념화하고, 사람중

심 사회의 구현을 위해 새로운 소통합리성이 포괄해야할 특성으로 맥락적 소통의 도입을 제시한다. 이렇게 새로이 확립된 합리성 개념을 전문가 의견조사를 통하여 검증하고 새로운 소통합리성을 통한 인본사회 구현의 가능성을 탐색한다. 마지막으로, 새로운 소통합리성 개념을 정보화 정책에 응용해 정책화 방안을 제시하고, 이를 통해 정보화 정책의 새로운 패러다임을 제시하는 기초로 이용하는 방안을 논의한다.

나. 주요 연구결과

1) 도구적 합리성의 극복과 새로운 소통합리성의 필요성

근대사회의 발전 과정은 합리성과 이성에 바탕을 둔 보편화된 법칙의 추구 속에 이루어졌다. 근대화 과정의 초기 합리성 개념은 도구적 합리성에 의해 대표된다. 선택 가능한 수단이나 도구 중에서 주어진 목적을 가장 효율적으로 달성하게 하는 수단이나 도구를 선택하게 하는 사유체계의 중심이 도구적 합리성이다. 근대화가 도구적 합리성을 그 사유체계의 핵심으로 발전시키면서, 근대사회의 발전 방식은 조직을 구성하는 인간의 자유와 개성을 반영하지 못하였다. 이는 “사람을 고려하지 않고” 오직 법과 제도에 의해서만 일의 흐름을 통제하기 때문이다. 개인의 맥락적 환경을 고려하지 않고 오직 법규에 따라서만 사무를 처리하는 도구적 합리성은 비인간화를 더욱 심화시키고 인간의 실제적 가치, 즉 인간의 존엄성 상실의 위기를 초래하고 있다. 따라서 도구적 합리성을 대체할 수 있는 오늘날의 환경을 반영한 새로운 합리성의 모색이 필요하다.

2) 소통적 합리성과 체계합리성의 통합가능성 모색

현대사회가 기술융합을 통해 유비쿼터스 기술융합사회 등 고도기술사회로 전이되면서, 기술체계합리성에 비해 인간 혹은 사회적 합리성이 왜소화되어 비인간화될 가능성이 높아졌다. 하버마스의 비판이론과 루만 등의 체계이론의 논쟁은 보다 인간적이고, 인간의 삶을 풍부하게 하는 융합기술전략 및 사회전략을 모색할 때 그 사회철학적 고찰로서 매우 중요한 의미를 지닌다. 소통적 합리성과 체계 합리성의 상호비판은 서로 모순적이기도 하지만 동시에 상호보완적일 수 있는 이론적 가능성이 있다. 융합기술구축 및 사회전략은 결국 융합기술체계의 합리성을 추구하면서도 그

러한 기술체계에 포섭된 개인들의 소통적 합리성의 잠재력을 극대화하여 그 사이의 적절한 균형을 추구해야한다. 융합기술체계 합리성을 수정하고 혁신하는 것은 인간 위에 군림하는 소외된 융합사회가 아니라 보다 인간적인 융합사회를 형성하는 지름길을 제공한다.

3) 사회-기술 시스템 합리성에 기초한 새로운 소통합리성

융합사회에서 사회적 관계와 그 합리성에 대한 논구는 무엇보다도 기술체계와 사회체계의 착종성에서 시작되어야 한다. 인간-기술-인간의 사회-기술적 관계는 기술체계와 더불어 인간과 인간의 사회체계 위에 존재하며 그 착종의 결과이다. 기술체계와 사회체계가 착종되어 현상화된 형태가 특정한 인간-기술-인간의 사회-기술적 관계라 할 수 있기 때문이다. 또한 인간-기술-인간의 사회-기술적 관계에서 합리성은 기술체계의 합리성을 지향하는 매개된 기술과 소통합리성을 포함하여 사회체계의 합리성을 지향하는 상호작용하는 인간 간의 새로운 합리적 관계를 의미한다.

때문에 사회-기술 합리성은 기술체계의 합리성을 지향하면서 사회적 합리성을 극대화하는 방향으로 진행될 것으로 보인다. 융합사회의 사회운동은 그 핵심이 융합사회의 주체가 되는 개인들의 소통적 합리성의 잠재력을 반영해서 기술체계합리성을 혁신하는, 즉 새로운 사회-기술체계 합리성을 지향하는 것에서부터 융합사회에 대한 근본적인 성찰을 통해서 새로운 대안적 사회-기술체계를 만들어내는 것에까지 이를 것으로 보인다. 따라서 정보기술이 사회관계에 더욱 편재되는 융합사회가 보다 더 인간중심적인 융합사회로 거듭나기 위해서는 융합기술체계의 합리성을 적절히 조정해내면서 그러한 기술체계를 매개로 하는 사회적 소통적 합리성의 잠재력을 증진하는 전략이 필요하다.

또한 융합사회에서 사회적 합리성이 사회-기술 합리성으로 발전되는 과정에서 직면하게될 가장 큰 변화는 기술매개성이 기술행위자성으로 발전된다는 점이다. 기술의 진화는 특히 유비쿼터스 기술융합사회에서의 주요한 센서 네트워크나 로봇 등 고도화된 지능시스템은 단순한 도구로서의 기술이나 기술매개성의 이미지를 넘어선다. 기술융합사회에서 인간의 행위가 기술에 의해 매개되고 변형되거나 확장되는

방식을 넘어서기 때문이다. 따라서 지금까지 인간에게만 부여하였던 행위능력을 기술에도 부여하지 않으면 유비쿼터스 기술융합사회 현상을 설명할 수 없는 지점에 이른다.

기술에 행위성과 행위능력을 부여할 때, 사회-기술 관계와 그 합리성은 훨씬 더 복잡화되는 성향을 지닌다. 행위능력을 부여한다는 것은 그 ‘의사’ 정체성과 ‘의사’ 인격과 같은 권리를 부여한다는 것을 함유하기 때문이다. 따라서 사회-기술 관계에서 기술의 합리성은 기술체계의 합리적 관계에 더하여 해당 기술 자체의 의사 정체성과 권리에 따른 존재성을 부가하여야 한다.

따라서 거대한 사회기술체계와 기술의 행위능력이 날로 늘어가는 사회변화 속에서 보다 인간다운 해방적 의미를 추구하는 소통적 합리성은 날로 거대화되는 기술체계 저변에 순수한 생활세계에서라기보다는 날로 거대화되는 기술체계에 착종된 체계적 합리성 증진의 경향 속에서 새롭게 모색되어야 한다. 이러한 기술매개적 소통합리성은 체계합리성에의 매몰로부터 이완되는 것을 말해주며, 체계-환경 사이의 소통적 합리성, 즉 생태소통적 합리성을 포함하는 것이다.

무엇보다 사람중심 사회의 구현을 위해 새로운 소통합리성은 소통의 상호작용에 다양한 맥락과 감정들이 복잡하게 뒤얽혀 있음을 인지하고 그 과정에서 다양한 맥락과 가치를 인정하는 공존의 방식이 포괄되어야 한다. 따라서 하나의 목표 달성을 위해 다른 요소들을 배제한 채 추구되는 효율성 위주의 도구적 합리성에 기초한 방식이 아니라, 새로운 소통합리성에는 다양한 가치와 맥락, 그리고 감성의 차원을 반영한 소통합리성 즉, 맥락적 소통합리성의 차원이 추가되어야 한다.

요약하면, 융합기술 및 사회 정책의 중요한 축인 인간적, 사회적 논리는 보다 자신의 삶을 풍요롭게 하는 개인들의 합리적 행동들을 합리적으로 조정하는 것이며 그 핵심은 개인-개인의 소통적 합리성을 개인-(비인간행위체)-개인의 소통성과 상호성을 증진하는 합리적 관계이다. 즉, 기술적 행위체-개인 혹은 개인-기술적 행위체-개인 간의 맥락을 고려한 소통적 합리성을 만들어내는 것이다. 이러한 합리성은 하버마스의 소통적 합리성과 루만의 시스템 합리성 논쟁을 기반으로 새로운 통합성을

창출해가는 것일 뿐만 아니라, 아렌트가 주장한 복수성, 감성의 차원과 맥락적 소통을 반영한 비인간화를 보완하는 인본적 소통합리성이 되어야 한다.

4) 새로운 소통합리성을 통한 인본사회 구현의 가능성 탐색

새로운 소통합리성의 적합성을 검증하고, 새로운 소통합리성 개념을 응용하여 융합사회에 걸맞은 인본사회화의 가능성을 논의하기 위해 전문가 의견조사를 실시하였다. 의견조사에서는 사회-기술 시스템 내부의 인간간 소통적 합리성, 그리고 사회-기술 시스템 외부환경과의 소통적 합리성의 잠재력을 높인 사회-기술 시스템 합리성에 맥락적 소통을 반영한 새로운 소통합리성을 간략히 설명하고, 몇 가지 주요 질문에 대한 의견을 물었다. 특히 사람중심사회의 구현 가능성 모색을 위해 사회-기술 시스템 합리성에 기초한 맥락적 소통합리성을 중심으로 조사를 실시하였다. 주요 질문은 도구적 합리성에 기반한 기능적 소통의 결과, 새로운 기술의 도입과 소통의 변화, 새로운 소통합리성으로서의 ‘맥락적 소통합리성’에 대한 의견, 맥락적 소통합리성의 구현을 통한 인본사회화의 가능성과 한계, 그리고 정보화 정책에의 적용이다.

먼저, 도구적 합리성에 기반한 기능적 소통의 결과에 대해 응답자들은 도구적 합리성에서 소통은 부차적인 문제에 머물렀으며, 개인의 잠재력과 창의력이 발휘되는 기회가 차단되고, 협상이나 공론문화가 성숙되지 못함에 따라 다양한 대안에 대한 고려가 이루어지지 못하고 닫힌 공동체, 획일화된 사회가 출현하였음을 지적하였다. 이처럼 도구적 합리성에 기반한 소통은 효율성과 보편성의 논리에 밀려서 소외집단들의 희생과 배제속에 이루어진 기득권자의 소통에 한정되었으며, 이로 인해 사회갈등이 발생하는 등 사회통합이 잘 이루어지지 않는 결과를 낳았다.

둘째, 새로운 융합기술이 감성, 다원성, 유연성의 새로운 가치와 개방적 소통구조를 형성함에 따라, 향후 소통은 인쇄기술의 등장이후 계속된 근대사회의 문자 중심의 소통과 크게 달라질 것으로 예상하였다. 또한 소통의 양과 범위가 확장되고, 소통의 방식이 바뀌는 것은 물론이며, 융합기술이 사회적 관계나 열망을 확산하고 확대하여 소통의 공동체화를 이끌고, 정부부문에 있어서 유연한 의사결정구조가 확산될 것으로 예상하였다.

셋째, 사회-기술 체계합리성에 기초한 맥락적 소통합리성에 대해 응답자들은 맥락적 소통의 중요성 및 필요성에 대해서는 공감하지만 그 구체적 실현에 대해서는 보다 깊은 고민이 필요함을 지적하였다. 특히 ‘맥락’은 그 특성상 단 하나로 존재하는 것이 아니기에 다맥락성을 인정하는 것이 필요한데, 이때 어떤 맥락들이 있는지, 그리고 누구의 맥락인지에 대한 합의가 쉽게 이루어지기 힘들다는 점에서 맥락적 소통합리성의 구체적 실현의 어려움이 있음을 지적하였다. 또한 앞으로의 융합사회는 그 기술적 매개성이 더욱 커질 것으로 예상되는 바, 맥락적 소통합리성은 구체적 인간, 구체적 소통상황에만 적용가능한 다소 과도기적인 개념으로 보인다는 의견도 제시되었다. 그럼에도 불구하고, 응답자들은 융합기술의 발전은 맥락적 소통합리성의 구현 가능성을 상당부분 높여줄 것이라는 기대를 갖고 있었다. 융합기술로 인해 소통의 양과 범위가 증대함에 따라 이해의 폭이 넓어지고, 개인간의 관계뿐만 아니라 사회 전체 차원에서 포용력과 융통성을 확보함으로써 소통세계의 민주화를 이룩할 것이라 전망하였다.

넷째, 이러한 맥락적 소통합리성을 통해 사람중심사회가 과연 구현될 수 있을지에 대해서는 가능성과 그 부작용에 대해서 다양한 의견이 제시되었다. 먼저, 맥락적 소통합리성의 개념 자체는 사람중심사회 실현의 가능성을 내포하고 있다는 점에 대해서는 상당부분 동의하고 있었다. 또한 응답자들은 융합기술에의 의존이 높아짐에 따라 기존의 ‘인간-인간’의 소통을 ‘인간-기술’의 소통의 질서로 전환하여 기계적 소통구조를 형성할 가능성이 전혀 없는 것은 아니지만, 오늘날의 새로운 매체와 기술은 이러한 위험성을 상당부분 줄이는 방향으로 발전하고 있다고 보고 있었다. 즉, 기술적 매개를 통한 기계적 소통이 임계치를 넘어가면 또 다른 정화 메커니즘이 생길 것으로 기대하고 있었다. 무엇보다 융합사회에서는 기술의 매개성이 없는 사람중심사회의 구현은 어렵다고 보고 있었다. 그러나 융합기술의 발전으로 기술적 토대가 마련되었다고 맥락적 소통합리성의 구현을 통한 인본사회화가 가능한 것은 아니며, 앞서도 언급되었듯이 다맥락의 문제에 대한 사회문화적인 공감과 인식의 변화 노력이 수반되어야 함을 강조하였다.

마지막으로, 정부정책 특별히 정보화 정책이 기존의 도구적 합리성에 기초한 관료제가 갖고 있는 문제를 극복하고 사람중심 사회의 실현을 가능하게 할 것인지에 대한 질문에 대해, 응답자들은 정보화 정책 자체가 관료제의 문제를 더 고착화시키거나 사회의 비인본화를 이끈다고 생각하지는 않고 있었다. 법·제도 만능주의 등 사회의 비인간화는 정보화 정책의 문제가 아니라 근대적 합리성이 가진 문제이며, 오히려 전자정부의 구축으로 행정업무와 민원이 신속하게 처리되는 것 등을 포함한 변화는 일면 사람중심의 구현으로 볼 수도 있다는 의견도 있었다. 그러나 향후 행정 효율성과 정부 서비스 개선에만 집중된 정부의 투자는 지양해야 할 것이며, 정보화 정책이 단순히 기술이나 행정의 문제가 아니라 사회제도 및 인간관계와 결합되어 있는 과정으로 사회구성원의 수요와 관점이 적절한 형태로 정책에 투영될 때 제도적 합리성과 인본주의의 양립가능성이 증가할 것으로 보고 있었다.

5) 인본사회화 과정과 정보화정책

미디어 융합이 촉진하는 융합사회에서는 기술과 행정 위주의 도구적 합리성이나 규범적 소통합리성보다는 규범적 관점에서는 일탈로 또는 비정상적으로 보이는 소통양식이 새로운 사회의 구성 원리로 등장하게 될 것이다.

이러한 관점에서 보면, 융합기술이 일반화되어 가는 시점의 정보화는 기존의 짜여진 규범적 소통합리성에 기초한 기술과 제도에 의한 시스템 구축에서 한 단계 더 발전한 시스템을 구축해야 한다. 다시 말하면 소통양식 변화에 의해 가능해지는, 보다 더 적극적으로는 사회·기술 시스템 합리성에 기초한 맥락적 소통합리성을 공공·민간 상호작용 변화에 반영한 새로운 시스템 구축을 의미한다.

이 새로운 시스템에 의해 이전의 환경에서 가능했던 공공활동의 구체적 내용이 한 단계 업그레이드되거나 가능하지 않았던 새로운 서비스가 창출된다. 예를 들면, 정부가 먼저 민간의 필요성을 인식하고, 민간이 신청하기 전에 그에 맞는 서비스를 제공하는 방법이다. 또한 서비스 생산과정에 자신의 요구사항을 적극적으로 반영하거나, 자신의 요구가 반영된 서비스가 정부와의 상호작용을 통해서 만들어질 수도 있다. 정보화 정책이 맥락적 소통합리성을 증진하는 정보시스템을 구축하게 함으로

써 개인적인 환경이나 사정이 반영되고 이를 통해 사회의 인본화를 기대할 수 있게 된다.

이러한 획기적인 정부 서비스의 생산과 전달 방식이 가능하기 위해서는 융합기술의 발전에 의한 소통양식의 변화만으로는 충분하지 않을 수도 있다. 그러나 적어도 맥락적 소통합리성의 극대화에 의한 소통양식의 변화가 공공-민간이 서로 작용하는 방법을 획기적으로 변화시키는 단초를 제공하고, 이러한 변화가 사회의 인본화를 촉진하는 정보화 선진화 방향을 제시한다.

다. 결론 및 정책적 시사점

융합사회는 융합미디어 기술에 의해 새로운 합리성, 즉 맥락적 소통합리성의 적용이 가능한 사회로 발전할 것이라는 것이 본 연구의 출발점이었다. 타자의 개인적 환경과 상황, 즉 맥락을 인지하게 하는 융합미디어가 일반화됨으로써, 합리성을 판단하는 근대사회의 기계적이고 도구적인 기준이 더욱 유연한 방법의 기준으로 대체될 수 있는 사회로의 변화를 의미한다. 유비쿼터스 융합 기술에 의해 언제 어디서나 필요한 정보가 이해관계자 사이에서 소통됨으로써 소통방법이 획기적으로 변하고, 이를 바탕으로 타자의 상황과 환경이 반영된 합리적인 의사결정과 정책집행이 가능해졌음에 주목했다.

우리가 논의하는 맥락적 소통 합리성은 개인의 모든 환경 또는 맥락이 소통 과정에 반영되어 합리성이 달성되는 시스템이다. 소통이 잘 이루어지기 위해서는 하나의 목표 달성을 위해 다른 요소들을 배제한 채 추구되는 효율성 위주의 도구적 합리성에 기초한 방식이 아니라, 소통의 상호작용에 감정들이 복잡하게 뒤얽혀 있음을 인지하고 이를 원만히 처리하는 새로운 방식으로 변해야 한다.

이성에 기초하여 불가치적이고, 비인간적인 소통을 통해 능률성과 효과성을 추구하던 과거에는 규범과 원칙에 위배되거나 대립되는 것은 처벌하고 배제했었다면, 오늘날에는 엄격한 규칙의 적용이 아니라 규칙의 완화를 통해 서로에게 득이 되는 수단을 추구하는 방식으로 변화하고 있다. 여기에서의 중심은 과거에는 소외되었던 감성을 합리성의 판단 기준으로 복권하는 것이었다. “사람은 고려하지 않고” 오직

법과 제도에 의해서만 일의 흐름을 통제하는 법·제도 만능주의에 바탕을 두었던 근대사회의 합리성에 기반한 발전방식을 바꾸고자 하는 것이 맥락적 소통합리성의 주장이고, 여기에 근거하여 사회의 인본화 가능성을 검토한 것이다.

우리의 논의가 생산할 수 있는 사회정책적 시사점으로서 맥락적 소통합리성이 극대화될 수 있는 온라인 공간의 재설계 필요성을 제시했다. 예를 들면 정보시스템을 통한 정부와 주민의 소통에서, 양자 상호 간 또는 적어도 한쪽 당사자인 주민의 상황이나 맥락이 최대한 반영되는 소통합리성의 극대화가 보장되도록 정보시스템을 재설계할 필요성을 의미한다. 공공-민간 협업에 맥락적 소통합리성을 주장하는 이유는 기존의 도구적 합리성의 방식에서 배제되어 왔던 다양한 가치와 감성, 감정, 욕구 등이 융합사회를 지속시키고 변형시키는 중요한 기제가 되면서 공공-민간의 협업 패러다임이 변화할 수 있고 이를 통해 보다 인간적인 방법의 공공-민간 상호작용이 가능할 것이기 때문이다.

제 5 절 문화 영역

1. 디지털 컨버전스의 커뮤니케이션 이론적 의미와 문화적 특성

가. 연구목적과 구성

인간은 사회적으로 소통하는 존재이다. 타인과의 커뮤니케이션을 통해 상호교류하고 작용하면서 의미를 공유하고 합의를 극대화한다. 인간의 관계 속에서 커뮤니케이션은 근원적으로 가장 필수적이다. 미디어(Media)는 커뮤니케이션 행위를 매개하고 전달하는 도구로서의 의미를 지닌다. 맥루언(McLuhan)이 ‘미디어는 메시지’라고 간파했듯이 미디어는 소통의 형식을 넘어 메시지 내용, 의미의 변화를 초래한다. 기술과 미디어의 발달은 인간이 가용할 수 있는 매스미디어의 채널을 확장하고 사회를 통합하고 유지하는 동인이 되었다. 최근의 세계적인 IT기업들은 새로운 모바일 기술들을 앞 다투어 출시하면서 기술의 진보를 촉진하고 있다. 결국 소통양식의 변화는 인간의 일상적 삶뿐만 아니라 가치와 규범 체계, 사회구조적 변화를 제기할

수 있다.

새로운 소통방식으로서 모바일이 정치를 비롯한 사회 제 분야에 걸쳐 영향력을 행사하고 있으므로 심도 있는 차원에서 모바일 특히 트위터에 대한 연구의 필요성이 제기되고 있다. 현대의 정치과정에서 특정 미디어가 후보자의 당락에 중요한 역할을 자임해 왔기 때문이다. 미국 케네디 대통령의 당선에는 텔레비전의 존재가 ‘미디어 정치’와 ‘이미지 정치’ 시대를 전개했으며, 우리나라 노무현 대통령 당선에는 인터넷, 미국의 오바마 대통령 당선에는 인터넷과 모바일이 작용했음을 확인할 수 있다. 더불어 기존의 지배적 매스미디어가 주도하던 의제설정기능(Agenda setting function) 변화 연구와 언론의 게이트키퍼링(Gatekeeping) 역할의 변화에 대한 연구가 필요한 실정이다. 다수의 의견의 집합이라 여기던 여론이 어떻게 형성·유지·변화되는지에 대한 연구의 실행이 시의적절하다 하겠다.

본 보고서에서는 다음의 연구문제에 대해 살펴보고자 한다. 첫째, 컨버전스 매체는 커뮤니케이션 이론의 시각에서 어떠한 정체성을 갖고 있는가를 알아보고자 한다. 즉, 현재 나타나고 있는 컨버전스 매체는 사람들에게 무슨 의미가 있는가를 살필 필요가 있다. 둘째, 소셜네트워크 서비스별로 이용자들의 이용 행태가 어떠한 차이가 있는지를 알아보고자 한다. 셋째, 각 소셜네트워크 서비스별로 사회적 이슈에 대한 인식 및 행동은 어떠한 차이가 나타나는지 살펴볼 것이다. 넷째, 소셜네트워크 서비스별 여론 형성 활동 및 인식에 대한 차이는 어떠한지 알아볼 것이다.

나. 주요 연구결과

1) 매체 이론에 관한 논의

미디어 생태학은 이론적 검토를 통해 가설을 세우고 그것을 합리적인 절차를 통해 검증하는 과학적 논증이기 보다는 철학적 사고과정에 가깝다. 때문에 상대적으로 기능주의적인 성격을 가진 주류 커뮤니케이션 연구들에 비해 연구를 뒷받침 할 수 있는 경험적인 자료가 빈약하며, 학문적인 경계가 뚜렷하다거나 체계가 형성되어 있거나 일정한 학설이 성립되어 있지는 않다. 하지만 미디어 환경을 비판적으로 바라보면서 미디어와 사회변동과의 역사적 관계를 추적하는 이러한 작업은 매체

라는 것이 인간의 삶, 즉 문화에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 통찰을 가능하게 해준다.

미디어 생태학적 관점에 따르면 새로운 매체의 발생은 사회 내에서 새로운 커뮤니케이션 환경을 야기하고, 새로운 매체는 기존 매체와 경쟁하게 되며 각각의 미디어가 선호하거나 암시하는 문화 양식이나 스타일간의 경쟁을 유발시킨다. 자연스럽게 이러한 경쟁에서 승리하는 매체가 생성시키는 인식론은 사회전반에 스며들게 된다. 이러한 맥락에서 미디어 생태학에서는 미디어의 역사를 고찰할 때 미디어가 각각의 시기에 가졌던 기술적 특징에 주목하면서 인간의 역사를 네 가지의 주요한 커뮤니케이션 시대로-구술성, 문자성, 활판인쇄, 전자미디어-구분하고 있다.

맥루언은 디지털 테크놀로지가 어떻게 작동하는 것 보다는 영향에 더욱 관심이 있다. “이전의 기계의 시대와 새로운 전자의 시대의 차이는 무엇을 다루고 있는지에 달려 있다. 전기가 나타난 이래로, 다루어지는 물품들이 저장되어 있는 상품들이 아니라 공간적으로 멀리 떨어진 지역들에서 계속해서 변화가 나타나는 과정의 물질들이다”(McLuhan, 1964:347). 맥루언의 전자 시대에 대한 분석과 그의 촉각성은 연구자로 하여금 디지털 공정(digital processibility)의 문제에 관심을 갖게 한다. 디지털 매체는 기존의 매체 이론가들의 분석 틀이었던 구술성과 문자성으로 판단하기에는 무리가 있다. 아마도 디지털 매체는 공정의 특수한 형태로 이해할 필요가 있다. 이러한 공정은 말하여 진 것도 아니고 쓰인 것도 아니다. 비록 컴퓨터 화면에 실행할 수 있는 프로그램으로 쓰여져 있어도, 디지털 매체는 시간과 공간을 강조하고 있지도 않다. 비록 그들이 공간과 시간을 이용하고 있을지라도, 디지털 매체는 지속성이 있거나 운반 가능하지도 않다. 비록 그들이 기록들을 요구하고 생산할 지라도. 디지털 매체의 근본적인 특성은 바로 공정성이다. 이러한 맥락에서 컨버전스 매체는 매체이론가들이 주로 연구하였던 기존의 매체들과 달리, 계속적인 변화가 가능한 공정성, 오랜 기간 동안 저장할 수 있는 지속성, 모든 자료들의 복사가 용이한 반복성, 확장성, 그리고 모든 사람들이 접근할 수 있는 검색성 등을 특징으로 하고 있다.

특히, 디지털 컴퓨터의 테크놀로지 논리는 바로 공정성인데, 이는 디지털로 저장

되거나 전송된 모든 데이터는 공정할 수 있음을 의미한다. 모든 형태의 정보를 요구하는 대로 변형할 수 있다. 디지털 매체에서는 “만약에 어떠한 것이 잠시 동안 동일한 상태로 있다면, 정상이기보다는 예외적인 일이다”(Manovich, 2008:175). 기계화는 사물이나 정보를 기본적인 부분으로 나누어 다시 동일한 형태로 재생산하는 것인 반면에, 컴퓨터화의 의미는 사물을 비트로 전환시켜서 사람들이 원하는 대로 변화시키는 것이다. 기계 시대의 메시지는 항상 동일하였다면, 공정 시대의 메시지는 모든 것들이 모든 형태로 표현된다. 과연 컨버전스 매체의 물리적인 특징들로 인해 기존의 행위와 커뮤니케이션 양식에 어떠한 변화가 나타나고 있는지를 다음 장에서는 민속지학의 방법을 통해 알아보고자 한다.

2) 컨버전스 매체에서의 사람들의 행위의 특성과 커뮤니케이션 양식

컨버전스가 조성하고 있는 공간은 기존의 전자 매체 공간과는 전혀 다른 특성을 보이고 있어 사람들은 자신의 판단에 근거한 커뮤니케이션이 매우 중요하다고 보고 있다. 내가 원하는 모습을 연출할 수 있는 메시지는 무엇이고, 다른 사람들의 관심을 끌 수 있는 메시지는 무엇인지 등에 대한 자신들의 판단이 매우 중요함을 알 수 있다. 비록 자신의 주관적인 판단이 중요하지만, 앞으로 살펴 볼 정체성에 대한 논의를 고려하면 자신의 판단과 다른 사람들의 반응의 상호 작용이 컨버전스 매체의 커뮤니케이션 상황의 특징이 되고 있다. 그럼에도 불구하고 자신들이 생각하고 있는 상상의 커뮤니케이션 상황이 사람들의 커뮤니케이션에 커다란 영향을 미치고 있다.

컨버전스 매체에서의 커뮤니케이션 양식을 알아보기 위해 연구자는 심층인터뷰와 페이스북에서의 내용 분석을 통해 알아보았다. 먼저 페이스북에서 나타나고 있는 커뮤니케이션 내용을 분석하였고 이를 근거로 하여 심층 인터뷰를 하였다.

연구자는 내용분석을 이용하여 귀납적으로 메시지들로부터 다음의 항목들을 추출하였다. 첫째, 개인적인 진술, 둘째, 확인, 셋째, 자신의 감정의 상태, 넷째, 자신이 미래에 해야 할 일, 다섯째, 질문과 제언, 마지막으로 자신들의 공적인 일에 대한 의견 등이 추출되었다. 마지막으로 텍스트의 해당되는 아이템과 유목들의 간주관성을 높이기 위해 다른 학생들의 도움을 받았다. 개인적인 진술들은 자신들의 일상생활

에 대한 이야기를 늘어놓는 형태이다. 신변잡기를 남과 공유할 수 있으면 좋지만, 그렇지 않아도 일종의 일기 형태로 기록하는 형태가 특징이다. 수집된 페이스북의 텍스트에서 개인적인 진술이 제일 높은 비율을 차지하였다. 대체적으로 개인적인 진술들은 자신들이 오늘 무엇을 하였으며, 자신의 페이스북에 올린 사진들을 설명하는 등의 자신들의 일상생활에서 경험한 사항들이 주를 이루었다.

컨버전스 매체를 통해 사람들은 그들이 원하는 사람들과의 항상 접속된(always-on) 의식을 갖게 한다. 이렇게 사람들과의 연결성에 대한 욕구를 충족시키기 위해 사람들은 많은 사람들이 사용하는 컨버전스 매체, 즉 네트워크 밀도(network density)가 높은 컨버전스 매체를 선호한다. 가급적이면 많은 사람들이 사용할 수 있으며 사용하고 있는 컨버전스 매체가 사람들에게 인기가 있다. 왜냐하면 사람들은 자신들과 친밀한 사람들과의 커뮤니케이션도 중요하지만, 자신이 많은 사람들과 연결되어 있다고 하는 의식이 자신들의 공식적인 위상과 깊은 관련이 있다고 느끼기 때문이다(Donath and Boyd, 2004). 연결성에 대한 욕구로 인해 사람들은 자신들의 주변에 있는 사람들로 하여금 페이스북을 사용하기를 권유, 나아가 강요하기도 한다. 사람들은 계속해서 사회적으로 승인받길 원한다. 사람들은 다른 사람들과 비슷한 생각을 하고 있고 다른 사람들이 나를 염려해 주면 줄수록 그들은 서로 끈끈한 관계를 맺는다(Byrne, 1969, 재인용 in Giles & Clair, 1979: 47). 이러한 맥락에서 사람들은 감정에 근거한 커뮤니케이션, 즉 “안녕하세요? 오늘 아침 기분은 어떨지요?” 등의 의례적인 커뮤니케이션을 한다. 페이스북에서의 커뮤니케이션은 바로 최종 합의안, 즉 최종 결과물을 목적으로 하지 않는다. 페이스북상의 커뮤니케이션은 '과정의 커뮤니케이션'이다. 자신들의 의견을 글, 그림, 소리를 이용하여 표현하는 과정을 중요하게 생각한다. 현재 컨버전스 시대에 보여주고 있는 커뮤니케이션의 특징은 특정한 아젠다를 둘러싼 토의가 진행되면서 상호주관적인 합의를 이끌기 보다는 커뮤니케이션의 최종 목적이 구체적으로 있는 것이 아니다. 많은 사람들이 상호작용을 경험하면서 구체적인 사안을 둘러싼 토의가 아니라 자신과 비슷한 사람들이 세상에 존재하고 있다는 공유감을 느끼기 위한 과정에 참여함을 주목적으로 한다.

3) 소셜네트워크 서비스(SNS)의 개념 및 범주

웹2.0의 보편화로 참여와 개방을 통한 커뮤니티 서비스에 대한 고객 수요가 확대되면서 소셜네트워크 서비스(SNS: Social Network Service; 이하 SNS) 시장이 급성장하고 있다. 과거 온라인 포털 시장은 검색 중심의 구글, 야후 등이 절대적인 주도권을 차지했으나 최근 커뮤니티 중심의 페이스북, 트위터 등이 급성장하면서 SNS 업체들이 새로운 온라인 포털의 강자로 부상되기 시작했다. 이에 선두 포털업체인 구글이 SNS 분야의 전략을 강화하고자 지메일에 페이스북, 트위터의 강점과 모바일 위치기반 서비스를 합친 ‘버즈’를 발표하면서 SNS 시장 내 다양한 경쟁이 진행되고 있다.

SNS는 다양한 형태의 콘텐츠와 결합하여 웹2.0 서비스들의 급격한 성장에 있어 중요한 역할을 담당하고 있다. 음악, UCC(User Created Contents) 등의 다양한 콘텐츠와의 결합을 통하여, 네트워크를 통해 형성된 지인 관계를 기반으로 공유와 배포를 원활하게 하는 주요 플랫폼으로 활용되고 있다. SNS의 성장세는 단순한 유행에 그치는 것이 아니라 사용자들의 온라인 생활의 일부로 정착되고 있으며, 온라인 콘텐츠의 생산, 소비, 유통방식을 크게 변화시키면서 온라인 서비스 시장에서의 영향력을 확대해 나아가고 있다.

방송통신위원회와 한국인터넷진흥원(2009)의 연구에 의하면 SNS는 관계와 상호작용, 대화로 대표되는 서비스로 타인과의 인맥 형성 및 관리에서 발전되어 정보나 콘텐츠를 생산, 공유, 소비하는 공간으로 빠르게 진화하고 있다. 이에 카페·클럽·인터넷동호회, 블로그 및 미니홈피, 인스턴트 메신저, 인맥관리(교류) 서비스, 가상현실 서비스의 다섯 개의 대범주로 구분한 바 있다. 더불어 이와 같은 5개의 대범주를 이용하여 ‘타인과의 교류활동을 활발히 하는 자’를 SNS 이용자로 정의하고 있는데 SNS를 통한 교류는 첫째, 가족 및 친구 등 지인과의 관계 유지 및 교류 둘째, 대화 및 쪽지 등을 통해 타인과의 관계 유지 및 교류 셋째, 새로운 사람과의 관계 형성 및 교류 넷째, 관심 있는 정보 공유 다섯째, 나에 대한 정보 공유로 범주화 한 바 있다.

4) 소셜네트워크 서비스(SNS)의 동향

웹 2.0의 확산과 2007년 페이스북과 구글 등 주요 포털의 오픈 API(Application Programming Interface)를 통한 오픈 플랫폼 전략의 본격화로 참여와 개방을 통한 커뮤니티 서비스에 대한 고객의 수요가 확대되면서 SNS 시장이 급성장하고 있다. 정부연(2010)의 연구에 따르면 이러한 SNS의 주 수익원은 광고로서 eMarketer에 따르면 2009년 말 전세계 온라인 소셜네트워크 광고 수익은 22억 달러에 이르며, 연평균 10%이상의 고성장률을 기록하며 2011년에는 29억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다.

국내에서는 2009년 12월까지 큰 변동이 없었던 페이스북과 트위터 모두 2010년 1월을 기점으로 정체에서 급성장으로 추세로 전환되었는데 4월과 8월 다음, 네이버 순으로 트위터 기반의 실시간 검색을 오픈하면서 검색 유입자 수가 급증하였고 8월 트위터 순방문자수가 550만 명을 넘어선 것으로 나타났다. 페이스북은 순방문자수가 340만 명을 넘어서면서 방문자수의 전월 대비 증가율이 지속적으로 상승하고 있는 것으로 집계되었다. 이러한 현상은 검색 유입이 높은 트위터를 제외하더라도 페이스북이 2009년 12월 이후 지속적인 성장세를 유지하고 있는 것은 주목해야 할 부분으로 2009년 12월 아이폰이 출시되었고 현재까지 스마트폰의 확산이 지속되면서 모바일 디바이스가 SNS의 저변을 확대한 것으로 볼 수 있다.

5) 소셜네트워크 서비스(SNS)와 여론

여론 형성의 요건에는 매스미디어의 의제설정기능과 틀 짓기와 깊은 관계가 있다. 미디어의 미묘한 보도 차이는 개인이 인지하는 여론의 향배를, 즉 통계적 감각의 정확성과 무관하게 혼동시킨다. 여론 형성은 매스미디어의 강조와 배제 여부에 따라 쟁점에 대한 판단기준이 바뀌고 언론을 통해 느끼는 개인의 이슈의 현저성에 영향을 받는다. 여론의 형성이 매스미디어의 주도하에 있다는 것이다(Rimmer & Howard, 1990). 여론 형성의 주체 또한 시대적으로 변화되고 있다. 네트워크 커뮤니케이션의 ‘참여, 공유, 개방’은 지식 생산의 진입장벽을 낮추거나 무너뜨리고 있다. 매스미디어의 의제설정과 마찬가지로 여론 형성의 주체가 초기 소수의 엘리트에서

엘리트언론, 대중매체, 수용자로 점차 확장되어 가고 있다. 과거의 수용자는 사회적 평등성과 동등성을 부여받고 수평적 관계에서 지식을 생산하는 주체로의 변화를 예고하고 있다.

매스미디어 시대의 대중(mass)은 대량성, 익명성, 비조직성, 산재성의 특징으로 규정되는 반면, 디지털사회의 대중은 공적 행동과 상호 의사 교환을 하는 일련의 사람들의 집단으로서 공중(public)의 역할을 담당한다. 공중은 이슈에 따라 발생하고 이슈에 영향을 끼치는 동질적인 집단으로서 특정 이슈나 상황에 직면하여 어떤 의견을 갖고 무엇인가를 하려는 사람들의 집단이다. 모바일 시대의 대중은 공중에서 더 나아가 스마트 군중(smart mob), 네트워크화된 개인주의의 형태로 진화하고 있다. 스마트 군중 혹은 집단은 민주주의 발전의 잠재력을 지니고 있으며, 사회 변화를 촉진할 수 있는 힘을 지닌다.

소셜미디어와 여론의 관계에 있어서, 현실에서 말할 수 없었던 주장이나 의견을 자유롭게 말할 수 있다. 따라서 사회적 이슈와 관련하여 이용자들은 SNS상에서 정보 습득 측면과 SNS 이용자들의 개별 의견 개진은 활발히 이루어지고 있다. 그럼에도 불구하고 대부분이 즉흥적이거나 일회성 글이 대부분이어서 여론의 확산 및 집단적 행동 측면에서는 아직 미미한 것으로 나타나고 있다.

다. 결론 및 정책적 시사점

루만(1982)은 그의 책인 “The Differentiation of Society”에서 18세기 유럽의 사회구조가 위계질서에 근거한 사회(hierarchically differentiated)에서 기능적으로 분화된(functionally differentiated) 형태로 전환되었다고 역설하였다. 기본적으로 체계 분화(system differentiation)는 복잡한 체계에서 해당 문제를 해결하기에는 시간이 부족한 관계로 노동의 분업 형태 혹은 의사 결정의 위임 방법으로 나타난다. 체계가 복잡해지면서 정보를 공정하는 데 많은 시간이 필요하며 환경의 변화에 즉각적인 대처가 필요하다. 따라서 사회 체계와 환경 변화의 관계를 재정립하기 위해 체계의 분화가 나타난다.

정보통신 네트워크의 디지털화는 네트워크의 컨버전스를 가능하게 하였으며, 개

인들이 네트워크의 노드가 되기에 이르렀다. 컨버전스 시대에서는 개인 하나는 자신의 주체성이 이미 정해져 있기 보다는 어떠한 사람들과 관계를 맺음으로서 비로소 개인들의 의미가 나타남을 의미한다.

페이스북에서의 소통양식에 영향을 주는 상황적 요인으로서 첫째, 개인들의 인상 관리와 연결성 욕구가 중요하다. 이를 충족시키기 위해 끊임없이 타인들의 주목을 받을 수 있는 정체성과 메시지를 만들어 간다. 컨버전스 매체로 간주되고 있는 페이스북에서 사람들이 교환하는 메시지들을 내용을 분석하고 심층 인터뷰를 한 결과, 대부분이 자신들의 일상에 대한 신변잡기를 담벼락에 올리고 있음을 알았다. 사람들은 페이스북을 통해 심각한 이슈를 중심으로 자신들의 의견을 교환하여 합의를 하고자 함이 아니라 자신들이 남에게 보이고 싶어 하는 모습을 알리고자 한다. 또한 자신들과 취향이 유사한 사람들과 항상 같이 있고 싶어 하는 연결성에 대한 욕구를 충족시키는데 그 의의가 있다.

연결성 욕구를 충족시키는 방법으로서 사람들은 주로 의례적인 메시지를 교환한다. 이에 대해 말리노브스키는 자유롭고 목적이 없는 것 같지만 사람들 간의 연결을 위해 매우 필요한 소통 양식이라 주장하고 있다. 두 번째 특징으로서는 사람들이 상호작용을 하면서 구체적인 사안을 둘러싼 토의가 아니라 자신과 비슷한 사람들이 세상에 존재하고 있다는 공유감을 갖는 것이 목적이다. 낭만주의자들은 소통을 다음과 같이 정의하고 있다. ‘내가 안다’는 생각과 ‘우리가 안다’는 것은 전혀 다른 차원이다. 주관적 사유는 내가 안다는 확신이고 상호주체적 사유는 타인 역시 똑같은 방식으로 사유할 수 있고 더 나아가 대상과 일치하고자 함이다. 사람들은 컨버전스 매체를 이용하여 자신과 비슷한 사람들과 연결을 통해 자신들의 주체성을 확보하고자 한다. 이러한 주체성은 매우 다양하게 나타나고 있는데, 이러한 특징이 문화의 다양성을 확보할 수 있는 계기가 될 수 있다.

2. 컨버전스 환경에서의 개인과 집단 간의 상호작용

가. 연구목적과 구성

연구의 목적은 웹 컨버전스이라는 새로운 커뮤니케이션 환경을 배경으로 사회적 담론의 생산자이면서 동시에 소비자의 지위를 갖는 프로슈머(prosumer)의 등장에 따른 상호작용 패러다임의 변화를 탐구하는데 있다. 과거 매스미디어 시대가 일방적 정보전달, 획일적 정보소비를 주요한 특징으로 한다면, 웹 컨버전스 시대는 쌍방향적 커뮤니케이션, 생산과 소비를 동시에 담당하는 프로슈머(prosumer)의 등장을 주요한 특징으로 한다. 특히 소셜미디어를 통한 관계지향적 상호작용성을 특징으로 하는 새로운 네트워크 커뮤니케이션은 커뮤니케이션의 정의와 함께, 커뮤니티에 참여한 개인들 간 소통 구조의 정의 자체를 새롭게 정립할 필요가 있다.

본 연구는 웹 컨버전스 패러다임 변화에 따라 새롭게 등장한 정보생산주체로서의 개인의 특성과 그들의 커뮤니티에서의 상호작용의 패턴 그리고 소셜미디어의 대표적인 유형인 마이크로블로깅을 통한 담론 형성과정을 탐구하는 것을 주요한 연구목표로 한다. 사회적 담론 생산에 참여하는 능동적 개인의 출현은 기존의 소비주체로서의 개인과는 명백히 다른 특성을 갖는다. 이들의 실체와 상호작용의 특성에 대한 탐구는 앞으로 전개될 디지털 컨버전스 사회를 이해하기 위해서 반드시 필요한 과정이라고 할 수 있다.

이 연구의 구성은 크게 다음의 다섯 장으로 이루어진다. ‘제1장 웹 커뮤니케이션의 상호작용성과 담론의 생산’에서는 웹기반 시대의 인간과 공동체 간의 상호작용과 인터랙티브 미디어와 정보생산방식의 진화, 인터넷커뮤니케이션 상호작용성, 웹 2.0시대의 새로운 커뮤니케이션기제를 다룬다. ‘제2장 웹 커뮤니케이션의 이론적 배경’에서는 매체 풍부성 이론(media richness theory)과 사회적 정보처리 이론(social information processing theory), 사회적 실재감 이론(social presence theory), 사회적 맥락 단서 이론(social context cues theory)을 컨버전스 시대에 적용해 해석해본다. ‘제3장 마이크로블로깅을 통한 상호작용과 정보유통’에서는 트위터의 이용행태와 이용동기, 트위터 이용자의 메시지 생산과 팔로잉을 통한 상호작용, 트위터에서의 상호

작용을 통한 대인관계 형성, 트위터의 미디어적 특성, 트위터에서의 정보 확산과 과급력에 대해 이해해본다. ‘제4장 형태별로 분류한 SNS(Social Network Service) 이용자에 대한 양적분석’에서는 SNS(Social Network Service) 이용 행태와, SNS 유형별 이용자의 상호작용성, SNS를 통한 여론형성, 유형별 SNS에 대한 이용자의 인식과 SNS를 통한 여론형성 관여도에 대해 고찰해본다. 마지막으로 ‘제5장 디지털 컨버전스 환경에서 개인과 집단의 상호작용’에서는 이 연구결과가 가진 의미를 해석해보고 이를 바탕으로 정책적 방안을 제언한다.

나. 주요 연구결과

1) 마이크로 블로깅을 통한 상호작용과 정보유통

트위터 이용자들이 트위터를 어떻게 생각하고 있으며, 트위터를 통해 무엇을 하고 있고, 그런 행위들이 가진 사회적 의미를 살펴보기 위해, 트위터 이용자를 대상으로 2010년 5월 13일에서 6월 15일까지 총 20명의 트위터 이용자를 대상으로 심층 인터뷰를 실시했다.

먼저, 트위터 이용 행태와 이용 동기를 살펴보면, 인터뷰에 참여한 이용자들은 트위터를 그들의 일상에서 늘 함께하는 존재처럼 활용하고 있었다. 스마트폰의 등장으로 컴퓨터와 떨어져서 이동 중에도 자유롭게 이용할 수 있기 때문에 가능한 현상으로 보인다. 인터뷰에 참여한 이용자들은 시간이 있을 때마다 새로 올라온 트윗들을 확인하고, 거의 매일 트윗 메시지를 작성하고 있는 것으로 나타났다. 인터뷰대상자들의 이용 동기는 크게 ‘정보적 동기’와 ‘사회적 동기’, ‘대인적 동기’로 이해해볼 수 있었다. ‘정보적 동기’는 관심 영역 또는 업무 관련 분야의 정보를 얻고자 하는 ‘정보습득동기’와 자신이 알고 있는 정보를 다른 사람들에게 알려주고 싶은 ‘정보유통동기’로 구성된다. ‘사회적 동기’는 ‘이슈 파악 동기’와 ‘여론 형성 동기’로 이해해볼 수 있다. 대인적 동기는 관계 형성 동기와 소통/대화 동기로 구성된다고 볼 수 있다.

트위터 이용자들이 생산하는 메시지는 소소한 일상사, 사회적 이슈, 관심 주제인 것으로 나타났다. 관심 주제는 이용자마다 다르기 때문에 다양한 분야로 나타났는

데, IT, 스포츠, 영어, 미국드라마, 공연, 영화, 여행, 음악, 정치, 시사, 지역정보 등 다양했다. 트위터 이용자들은 백 명이 넘는 팔로워들을 갖고 있기 때문에 그들의 타임라인에는 수백 개의 메시지가 올라온다. 대부분은 나름대로 메시지를 선택해서 읽는 방식을 가지고 있었다. 트위터 이용자들의 읽기 방식은 ‘리스트 관리’와 ‘현재 글 읽기’이다. 트위터 이용자들은 ‘정보가 많은 사람’, ‘관심이 같은 사람’, ‘맞팔’ ‘지인’ 등 네 유형의 트위터리안을 팔로워하고 있었다.

한편, 트위터가 싸이월드의 미니홈피 등 기존 인터넷 서비스에서의 대인관계 형성과 다른 점은 오프라인에서 전혀 모르는 사람들과 만나 새로운 인간관계를 형성한다는 점이다. 트위터에서의 새로운 대인관계 형성에 대해 긍정적인 입장을 가진 이용자들이 제시한 트위터에서의 새로운 대인관계 형성의 특성은 ‘상대방에 대한 정보가 풍부한 만남’, ‘관계 형성의 선택권이 있는 만남’, ‘편견 없는 만남’, ‘부담 없는 만남’ 이었다. 이런 긍정적인 특성 이면에 부정적인 특성도 함께 존재했다. 트위터에서의 새로운 인간관계 형성의 특성은 ‘약한 결속’(weak tie, Putnam, 2000)으로 그 관계가 끈끈하지 않은 관계이기 때문에 언제든지 ‘언팔로우’(unfollow)⁸⁾할 수 있는 관계이다. ‘감정 전달의 어려움’도 트위터에서의 새로운 대인관계 형성의 부정적 특성이다.

또한, 트위터의 상대적 이점은 콘텐츠, 서비스, 효과 등 세 가지 면에서 이해해볼 수 있다. 콘텐츠 면에서의 트위터의 상대적 이점은 ‘가벼운 콘텐츠’, ‘다양한 콘텐츠’, ‘유용한 콘텐츠’, ‘실시간 콘텐츠’라는 특성이 포함된다. 서비스 면에서의 트위터의 상대적 이점은 ‘확장성(오픈 API)’, ‘이용편의성’ ‘PC와 모바일폰(스마트폰)과의 연계성’을 들 수 있다. 또 ‘정보 과급력’, ‘개방형 대화/소통’ ‘인맥 형성’은 그 효과면에서 트위터의 상대적 이점으로 분석됐다.

트위터에서의 정보 확산은 새로운 정보생산과 집단 지식의 생산, 정보 공유의 의미를 모두 가지고 있는 것으로 판단되지만, 새로운 정보 생산이라는 사회적 기여보

8) 상대방의 트윗을 팔로워하다가 팔로우를 그만두는 것을 말한다.

다는 ‘정보의 공유를 통한 집단 지식의 확산’으로 보아야 할 것이라고 생각된다. 특히 트위터에서 정보가 확산되는 과정에서 이용자들이 자신의 의견을 첨가하고 수정, 보완하는 과정은 우리 사회의 집단 지식을 생산하는 과정으로 이해해볼 수 있다. 즉, 컨버전스 시대에 트위터 등 마이크로 블로그를 통해 이루어지는 개인과 집단 간의 상호작용성의 결과로, 우리 사회의 집단 지식이 생산되고 공유되는 것이라 할 수 있겠다.

2) SNS 유형별 이용자의 특성과 상호작용성

이용자들이 각 유형별 SNS(Social Network Service)를 어떻게 인식하고 있으며 어떤 방식으로 이용하고 있는지를 알아보기 위해 SNS 이용자 409명을 대상으로 설문조사를 실시했다.

그 결과, 조사 참여자들은 하루 평균 약 1시간 50분정도 SNS를 사용하고 있었으며, 이들이 SNS를 이용한 기간은 평균 4년 9개월 정도였다. 이들은 대부분 컴퓨터를 통해 SNS를 이용하고 있었지만, 마이크로 블로그 기반 SNS 이용자들은 다른 SNS 이용자들보다 모바일로 이용하는 비율이 높았다. 블로그 기반 SNS는 정보검색과 관심사 공유의 목적으로, 프로필 기반 SNS는 타인과 관계를 유지하고 일상을 공유하기 위해, 멀티미디어기반 SNS는 여가시간 활용을 위해 이용하고 있었으며, 마이크로 블로그 기반 SNS는 호기심을 충족하고 관계를 유지하며 새로운 인맥을 형성하려는 동기에서 이용하고 있었다.

SNS 유형별 이용자의 상호작용성을 살펴보면, 프로필 기반 SNS 이용자들은 블로그 기반 SNS 이용자보다 리플을 많이 남겼으며, ‘개인적인 친분이 있는 사람의 리플에만 리플을 작성’하는 경우가 많고 리플을 달지 않는다는 응답이 매우 낮았다. 또 블로그 기반 SNS의 경우 ‘리플대상자와는 상관없이 관심 가는 내용의 리플에만 작성’한다는 응답이 많아, 정보 중심의 매체인 만큼 리플도 내용에 기반해 작성되는 경향이 있음을 알 수 있었다. 프로필 기반 SNS 이용자들이 블로그 기반 SNS이용자와 멀티미디어 기반 이용자보다 게시물을 자주 업데이트하고 있었으며, 조사 참여자들은 사회적 이슈에 대해 다른 사람들과 소통할 때 토론방 등 다른 인터넷 서비스

나 주류미디어보다 SNS를 많이 이용하고 있었다. 또 블로그 기반 SNS에서 얻은 정보를 프로필 기반 SNS나 마이크로 블로그 기반 SNS에서 얻은 정보보다 많이 활용하고 있었으며, 마이크로 블로그 기반 SNS를 블로그 기반 SNS나 프로필 기반 SNS보다 특정 주제에 대한 토론의 장으로 활용하고 있었다.

또한, SNS 이용자들은 리플이나 온라인 투표, 게시물 스크랩 등으로 사회적 이슈에 대해 자신의 의견을 주로 표현하고 있었으며, 프로필 기반 SNS와 블로그 기반 SNS를 통해 의견을 표현하는 경우가 많았다. 또 정보 활용을 위해 주로 이용되는 블로그 기반 SNS에 대한 신뢰도가 가장 높았고, 상대적으로 가볍고 손쉽게 이용하는 마이크로 블로그 기반 SNS의 신뢰도가 낮았다. SNS 이용자들은 평소 묻힐 것 같은 이슈를 알리기 위해 노력하고 있는 편(평균 3.10)이었으며, 실제로 10명 중 7명 내지 8명은 묻혀버릴 것 같은 이슈를 SNS를 통해 확산시키고자 노력했던 경험이 있었다. 이들이 그런 노력을 한 이유는 정보 공유와 이슈 자체에 대한 관심 때문인 것으로 나타났다.

한편, 블로그 기반 SNS 이용자와 프로필 기반 SNS 이용자의 ‘인지된 유용성’, ‘자기 현시 정도’, ‘관계 유지 기여도’와, ‘정보 공유 성향’·‘사회 참여 성향’이 각각 블로그 기반 SNS와 프로필 기반 SNS를 통한 ‘여론 형성 관여도’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 마이크로 블로그 기반 SNS 이용자의 ‘인지된 유용성’이 마이크로 블로그 기반 SNS를 통한 ‘여론 형성 관여도’에 영향을 미치는 것으로 분석됐다.

다. 결론 및 정책적 시사점

동일한 이론이라 할지라도 시대와 사회의 변화에 따라 달리 적용될 수 있기 때문에, 본 연구에서는 기존에 논의됐던 네 가지의 CMC 이론을 개인과 집단 간의 상호작용현상에 적용해 설명해보았다. 먼저, 매체 고유의 속성이 있다고 전제하고 있는 매체 풍부성 이론에 따라 SNS의 속성을 새롭게 규정할 수 있다. 트위터 등과 같은 소셜미디어에서는 면대면 만남처럼 빠르고 즉각적인 피드백이 일어나고 있으며, 면대면 만남에 견줄만한 다양한 단서들이 SNS 콘텐츠를 장식하고 있다. 이것은 커뮤니

니케이션 기술의 발전으로 컴퓨터가 가진 매체 자체의 속성이 발전되었기 때문이다.

사회적 정보처리 이론은 매체 풍부성 이론과는 달리, 매개된 커뮤니케이션에서 중요한 것은 매체가 얼마나 많은 단서를 전달하느냐가 아니라 매체를 통한 커뮤니케이션의 비율이라고 보았는데, 그런 관점에서 볼 때 트위터 등을 통한 개인과 집단 간의 상호작용성이 사회적 영향을 갖게 되는 현상은 커뮤니케이션의 비율이 높기 때문으로 해석해볼 수 있다.

또 컨버전스 환경에서 싸이월드 등 SNS를 통한 개인과 개인, 개인과 집단 간의 상호작용 현상을 분석해본다면, 사회적 실재감이 매체의 기술적 특성 뿐 아니라 이용자들이 형성한 직접적·간접적 관계 속에서 달라질 수 있음을 확인할 수 있다. 매체를 매개로 이루어지지만, 지속적인 커뮤니케이션이 이루어지는 싸이월드와 같은 SNS에서는 면대면 만남보다 사회적 실재감을 더 많이 느낄 수 있기 때문이다.

사회적 맥락 단서 이론에서는 사회적 맥락 단서가 빈약한 CMC에서는 의사소통이 제대로 이루어지지 않으며, 참여자들 사이에 비인격적인 커뮤니케이션이 이루어지게 된다고 보았다. 그러나 기술의 발달로 원활한 커뮤니케이션이 가능해진 소셜미디어의 매체 풍요도를 고려할 때, 컴퓨터를 매개로 한 커뮤니케이션이 비인격적인 소통을 야기하고 집단 간 문제해결에도 도움이 되지 않는다는 기존 연구결과는 현재의 소셜미디어에는 적용되지 않을 것으로 보인다.

이 연구에서 행한 트위터 이용자들의 이용패턴에서 알 수 있는 것은 트위터 이용자들이 언제 어디서나 누군가와 상호작용하고 있다는 사실이다. 이들이 생산하는 메시지는 소소한 일상사뿐 아니라 사회적 이슈와 각자 가지고 있는 관심 주제 관련 콘텐츠이다. 또 이들이 상호작용하고 있는 대상은 오프라인에서 전혀 모르던 사람들이 많았다. 트위터에서의 만남은 개인 간의 인간적인 관계 차원을 넘어 사회적 이슈나 서로의 관심사를 공유하는 일종의 가상공동체인 것이다.

트위터 안에서는 개인과 집단 간 상호작용이 때로는 일방적으로, 때로는 양방향적으로 일어나고, 상황에 따라 1대다 혹은 다대다 커뮤니케이션이 이루어진다. 이런 상호작용을 통해 정보의 확산과 파급력이 발휘되고 있는 것이다. 사회적 의제가 텔

레비전이나 인터넷 뉴스에서 보도되기 전에 트위터를 통해 먼저 전달되기도 하고, 트위터에서 이슈화되어 확산된 뉴스가 나중에 매스미디어에 보도되기도 한다. 이런 정보 확산의 과정에서 잘못된 정보가 전달되기도 하지만, 일부 이용자들은 트위터 안에서의 내부 정화기능이 작동하고 있다고 보았다. 이런 정화기능은 개인과 집단 간의 상호작용을 유지하게 만들고 신뢰를 바탕으로 한 커뮤니케이션을 가능하게 하는 원천으로 작용된다. 트위터에서의 정보 확산은 ‘정보의 공유를 통한 집단 지식의 확산’이라는 점에서 사회적 의의를 가진다. 컨버전스 시대에 트위터와 같은 마이크로 블로그를 통해 이루어지는 개인과 집단 간에 일어나는 상호작용의 결과로, 우리 사회의 집단 지식이 생산되고 공유되는 것이다.

한편, 유형별 SNS 이용자의 인식과 이용행태를 통해 볼 때, SNS는 개인과 개인, 개인과 집단의 정보 공유를 활성화하는 상호작용의 매개체로서 그 역할을 충실히 담당하고 있음을 알 수 있었다. 또 SNS를 통한 사회적 이슈를 소통하는 데에도 토론방 등 다른 인터넷 서비스나 주류미디어보다 SNS를 많이 이용하고 있음을 확인할 수 있었다. 이와 함께 조사 결과는 이런 이용자들의 여론 형성 관여도가 SNS에서 특정 주제에 대한 의견 제시와 토론으로 발산되고 있음을 확인시켜주었다. 이런 이용자들의 여론 형성 관여 욕구가, 친분이 없는 다양한 사람들이 소통하는 SNS에서 개인과 집단 간의 상호작용을 통해 발현된다면, 우리 사회에 새로운 공론장이 형성될 수 있을 것이다. 미디어 사회학자들이 항상 고민해온 현대 사회의 진정한 공론장이 어찌면 SNS에 의해 실현될 수 있으리라는 기대를 갖게 한다.

지금까지 고찰해본 연구 결과를 토대로 볼 때, 소셜미디어의 등장 초기에 개인과 개인 간에 이루어진 상호작용이 지금 시점에서는 개인과 집단 사이의 상호작용으로 변화하고 있음을 확인할 수 있었다. 즉, 소셜미디어에서의 소통의 주체가 ‘개인 ↔ 개인’에서, ‘개인 ↔ 집단 ↔ 집단’으로 발전하고 있는 것이다. 또한, 모르는 사람들과의 상호작용이 일반화되면서, 열린 커뮤니케이션 구조에서 정보와 의견이 폭넓게 이루어지는 개방형 소통이 활성화되고 있음을 알 수 있었다. 소셜미디어에서의 소통의 대상이 지인 중심에서 모르는 사람들로 확대되고 있는 것이다. 이와 함께 정보

의 생산보다 ‘정보와 의견’의 유통과 확산이 중요한 개인과 집단 간의 상호작용이 활성화되는 현상도 확인할 수 있었다. 즉 정보의 생산 중심에서 정보의 공유와 유통 중심의 커뮤니케이션이 활발해지고 있는 것이다.

이와 같이 개인과 집단 간의 상호작용 현상이 변화함에 따라, 이용자 중심의 개방형 융합정책과 개인 보호 정책이 시급한 것으로 판단된다. 즉, 소셜미디어에서의 개인과 집단 간의 개방형 소통이 우리 사회의 다양한 여론 형성의 장으로 발전할 수 있도록 사회적 시스템과 인프라를 갖추나가야 한다. 이를 위해 건강한 토론문화의 정착이 필요하다. 건강한 토론 문화의 정착을 위해서는 청소년 대상의 학교 교육과 성인, 미디어제작자 대상의 사회적 교육이 뒷받침되어야 한다. 또 소셜미디어에 참여하지 못하는 소외계층 등 다양한 계층을 위한, 정보미디어 활용 촉진 정책은 무엇보다 선행되어야 국가적 사안이다.

한편, 소셜네트워크를 통한 집단적 정보축적과 여론형성과정에서의 부작용을 최소화할 수 있는 개인보호 정책을 마련해야 한다. 사생활침해와 저작권 침해에서 개인을 보호할 수 있는 정책이 필요한데, 그것은 획일적 규제보다는 자발적 자율 규제를 활성화할 수 있는 교육정책과 사회적 문화를 조성할 수 있는 긍정적 진흥 정책이어야 할 것이다.

3. 미디어 생태계에서의 컨버전스와 디버전스

가. 연구목적과 구성

본 연구는 새로운 미디어 생태계 즉 ‘인식과 소통의 새로운 양식’이 만들어 내는 디지털 컨버전스의 변화와 미래에 관한 것이다. 현재의 매체 환경 변화를 설명하는 핵심키워드를 하나만 꼽으라면 단연 ‘컨버전스’다. 시스템 진화론(System Evolutionary Theory)에 따르면 컨버전스 즉 “이질성의 통합(integration of heterogeneity)”은 진화의 중요한 원칙이고 과정이다. 그런데 현재 우리가 목도하고 있는 구조적 변화를 “컨버전스”라는 단일 개념만으로 설명하기에는 미진한 감이 있다. 미디어 미래론(論)에서 컨버전스와 함께 생각해 보아야 할 것이 “디버전스” 즉 분리 또는 ‘개별화

(fragmentation)’란 개념이다. 사회 진화론적 관점에서 본다면 디버전스는 차별화(differentiation)나 전문화(specialization)를 함의한다. “차별화/전문화”는 “통합(integration)”과 함께 진화 과정(Evolutionary Process)을 구성하는 또 다른 중요한 축이다. “컨버전스”를 넘어 “디버전스”를 새롭게 조명한다는 것은, 이런 점에서 새로운 현상에 대한 탐구가 아니라, 동일한 비중을 가지면서도 상대적으로 간과되어온, 컨버전스라 일컬어지는 하나의 현상 그 이면에 대한 관심이라 할 수 있다.

연구는 크게 세부분으로 구성된다. 첫째, 한국 미디어 생태계의 변화와 진화과정을 컨버전스와 디버전스라는 맥락에서 분석하는데 필요한 다양한 관련 이론 및 개념들을 소개하고 설명한다. 둘째, 미디어 생태계 내의 생산과 이용, 공급과 수요의 변화 양상에 특별히 주목하면서, 현장 전문가들의 생생한 목소리를 통해 한국 미디어 생태계의 역동성을 기술 정리하고 제기되는 제 이슈들을 토론한다. 마지막으로, 결론 부분에서는 이런 한국 미디어 시스템 변화의 미래 방향성과 그것이 내포하고 있는 정책적 함의에 대해 논의한다.

나. 주요 연구결과

“컨버전스”라는 개념이 배태하고 있는 통합의 가치는 새로운 것이 아니다. 1800년대 중반, 사회학의 아버지들로 불리는 일군의 학자들이 세상을 실증적이고 기능적 관점으로 바라보기 시작한 이래 세상의 변화에 대한 설명에서 “통합을 만드는 커뮤니케이션 혁명론”은 항상 논의의 중심에 있어왔다. 근대적 통합의 이데올로기가 부분적으로 여전히 유효한 것은 사실이지만 탈 근대적 현상을 특징으로 현대적 변화를 그것 만으로 설명하는 데는 한계가 있다. 변화된 세상을 설명하기위해선 새로운 관점이 필요하다.

기능주의적 시스템 이론가 파슨스는, 첫째 사회는 자율적 체계이고, 둘째 그 체계의 모든 부분은 서로 연관되어있고 모든 것이 통합되어있으며, 셋째 체계에는 안정을 유지하려는 기본 압력이 존재한다고 본다. 파슨스가 말하는 목적 지향적 통합은 결국 중앙 집중적 네트워크를 의미하는 것이다. 이것은 안정을 설명하는 데는 효과적일지는 몰라도 변화를 설명하는 데는 유용하지 못하다. 새로운 네트워크는 집중

과 질서가 고착되지 않은, 집중과 분산, 질서와 혼돈이 동시에 또 시간적 차이를 가지고 나타나는 과정의 네트워크라고 할 수 있다. 균형, 안정, 질서가 아닌 변화와 분화의 네트워크다. 현재 우리가 겪고 있는 변화들은 “분극화” 또는 “파편화”라는 아주 새로운 경향성으로 상징될 수 있는 것들이다. 미디어가 그렇고 개인의 가치와 취향들이 그렇고 의견이 그렇고, 소비행동도 그렇다. 그 결과 여론이 실종되고, 다수 의견의 부재하고 보편적 행동이 소외화 되는 현상이 일상이다. 따라서 새로운 네트워크 담론이란 결국 이런 현상을 설명해 내야 하는 것이다.

1) 주요 이론 및 관련 현상

① 시스템진화론

“시스템 진화론”은 생태계 혹은 네트워크의 생성 유지 발전 과정을 설명하는 가장 오래된 과학적 담론 중의 하나다. 사회생물학자인 허버트 스펜서(Herbert Spencer)에 따르면 시스템(생태계)은 환경과 상호작용하며 발전하게 되는데 이때 발전이라는 것은 조직 구성 개체간의 불분명하고 서로 관련성 없는 동질성(indefinite, incoherent homogeneity) 으로부터 명확하고 긴밀히 연결된 이질성(definite, coherent heterogeneity)으로의 변화를 의미한다. 여기서 주목할 것은, 시스템 진화론적 관점에서는 융합과 분리가 차별적으로 인식되지 않고 유기적 진화의 맥락에서 통합적으로 이해된다는 점이다. 시스템 진화론은 미디어 생태계의 변화와 진화 과정을 컨버전스와 디버전스의 역동성이라는 맥락에서 볼 필요가 있음을 주장하는 본 연구의 첫 번째 이론적 근거이며 인식론적 바탕이라고 할 수 있다.

② Concrescence, Modularity, Granularity

“합생(Concrescence)”은 개체의 독립성과 자율성이 유지되는, 높은 수준의 Modularity와 Granularity를 가지는 통합이다. “합성(Synthesizing)”이 어떻게 잘 통합하는가의 문제라면, “합생(Concrescence)”은 어떻게 잘 조깅할 수 있는가의 문제라고도 볼 수 있다. 잘 조개 놓아야, 필요에 맞게 잘 결합될 수 있는 것이다. 현재 미디어 생태계가 당면한 많은 이슈들을 “합생적 콘텐츠” 또는 “콘텐츠 모듈화”의 문제”로 환원해 설명할 수 있다. 콘텐츠 모듈화라는 것은 “어떻게 독립적인 여러 부분으로 나눌 수

있는가” 또 “어떤 다른 전체를 위한 독립적인 부분이 될 수 있는 가”를 고려한 콘텐츠 메이킹이라고 할 수 있다. 변화된 복잡한 세상에 필요한 합생적 생산 모델이다.

③ 복잡계, 멱함수

“전문화된 부분들의 긴밀한 계층적 결합”이나, “전체의 고유한 특성을 가지면서도 부분의 독자성이 보존되는 유연한 통합인 합생”이 시간 또는 과정이라는 동태적 맥락에서 통합과 분화의 차연적, 순환적 관계를 드러낸다면, 복잡계 과학의 핵심 개념 중의 하나인 멱함수는, 통합과 분화가 동시에 존재하는 상태를 특별한 속성을 가진 통계적 분포를 통해 설명한다. 집중되면서도 분산되고 분산되면서도 집중되는 특별한 상태를 의미하는 멱함수 분포는 실제로 미디어 생태계의 다양한 영역에서 관찰된다. 인터넷 웹사이트 방문자 분포 뿐 아니라, TV 시청자 분포, 매체 이용 분포 등에서도 멱함수 분포는 관찰된다. 새로운 미디어 생태계의 중요한 특성을 설명하는데 유용한 이론적 관점을 제공하는 개념이라 할 수 있다.

④ 롱테일 & 알라카르트

우리나라 미디어 생태계의 변화를 설명하는데 유용한 네 번째 개념은 이용자 세분화와 콘텐츠 개별화 전략을 의미하는 “롱테일” 또는 “알라카르트” 마케팅이다. 멱함수 분포는 아이템, 혹은 이벤트 규모 크기에 따른 발생 확률 분포라고 할 수 있다. 매우 큰 규모의 소수의 이벤트와 매우 작은 규모의 다수의 이벤트가 공존하는 분포다. 집중과 분산이 공존하는 것이다. 이에 반해 롱테일 곡선은 집중보다는 분산이라는 특성을 가진다. 멱함수가 극심한 불균등 분포라면, 롱테일은 반대로 균등 분포라고도 할 수 있다. 그래서 롱테일 마케팅은 기존 블록버스터 중심의 마케팅에서 틈새 마케팅으로, 주류 타겟에서 비주류 타겟으로, 대중을 위한 전략에서 소수를 위한 전략으로의 전환을 의미한다. 만인을 위한 일반적 콘텐츠로 채워진 매체가 아니라 다양한 취향을 가진 긴 꼬리 이용자들을 대상으로 한 콘텐츠 아이템을 개발해 이를 쏘개어 팔려는 시도가 그것이다. 미디어 업계에서 알라카르트 역시 콘텐츠 날개화 전략을 의미하는 개념으로 사용된다.

⑤ 양면시장

디지털 컨버전스를 통합과 분리의 역동성이라는 맥락에서 설명하는데 유용한 다섯 번째 개념은 “양면 시장 이론”이다. 보조금을 받는 집단과 돈을 내는 집단이 각각 따로 따로 존재하는 시장을 최신 경제학 이론에서는 ‘양면 시장’이라고 부른다. 양면 시장에서의 소비대체성은 전통적 시장의 범위를 훌쩍 뛰어 넘어 발생한다. 멀티 플랫폼을 통한 “상품과 서비스의 번들(bundle)화” 현상 때문이다. 우리가 주목할 필요가 있는, 디지털 컨버전스 환경에서 일반적으로 관찰되는 융합이다. 중요한 것은 이런 번들 서비스가 결국은 전통적 서비스의 개별화 전략과 맞물려 있다는 점이다. 서비스와 콘텐츠의 분리가 번들화의 전제고, 그것이 양면시장의 기반인 것이다.

2) 미디어 시스템의 분화

미디어 생태계에서의 분화 현상은 크게 공급 측면과 수요 측면으로 나누어 논의할 수 있다. 이용자의 분리는 서로서로 비슷한 동질적 이용자에서 이질적 이용자로의 변화라고도 할 수 있다. 시스템 진화론의 관점을 빌어 설명하면 동질적이면서도 분리되어(homogeneous but still unlinked) 있던 군중들로부터 이질적이지만 긴밀히 연결된 개인들(heterogeneous but networked individuals)로의 변화다. 여기서는 이런 이용자의 분화를 설명한 관련이론으로 웰만의 “네트워크 개인” 페스코솔리도의 “Spoke Structure 모델” 그리고 네그리의 “다중론”에 대해 소개한다. 세 이론의 공통점은 네트워크적 사유에 기반하고 있다는 점과 개인에 대한 탈 근대적 사유들, 특히 포스트 모더니티 이론과 관련성을 가지고 있다는 것이다. 세 이론이 공유하고 있는 탈 근대적 네트워크 관점이 미디어 생태계에서 이용자 분화를 설명하는 중요한 인식론적 바탕이 되는 것이다.

생산 측면의 분화는 당연히 이용자 분화와 상호 조응하면서 순환적 관계 속에서 진행된다. 이용자 분화가 좀 더 사회적이고 정치적이며 철학적 논제를 내포하고 있다면, 생산, 공급 측면의 분화는, 좀 더 전략적이고 경제적 이슈들을 포함한다. 여기서 한 가지 기억할 것은 이용자와 생산자의 분극화 파편화라는 미디어 생태계의 변화 현상이 단순히 미디어 산업 내부의 문제만은 아니라는 점이다. 내가 접하는 뉴스

(컨텐츠)를 남들도 접하고 있다는 소통에 대한 믿음은 민주주의의 기반이다. 근대 사회를 가능케 한 공중의식의 출발이다. 여기에 근본적 변화가 일어나고 있는 것이다. 디지털 컨버전스가 단순히 기술적 문제가 아니라 정치, 사회, 문화적 맥락에서 해석될 필요가 있음을 의미하기도 한다.

3) 미디어 생태계의 현황과 진화에 대한 전문가 심층 인터뷰

변화와 진화 방향에 대한 보다 현실적, 사실적 고찰을 위해 우리나라 미디어 생태계에 대한 깊은 전문 지식과 폭 넓은 현장 경험을 가진 전문가 5인을 심층 인터뷰 하였다.

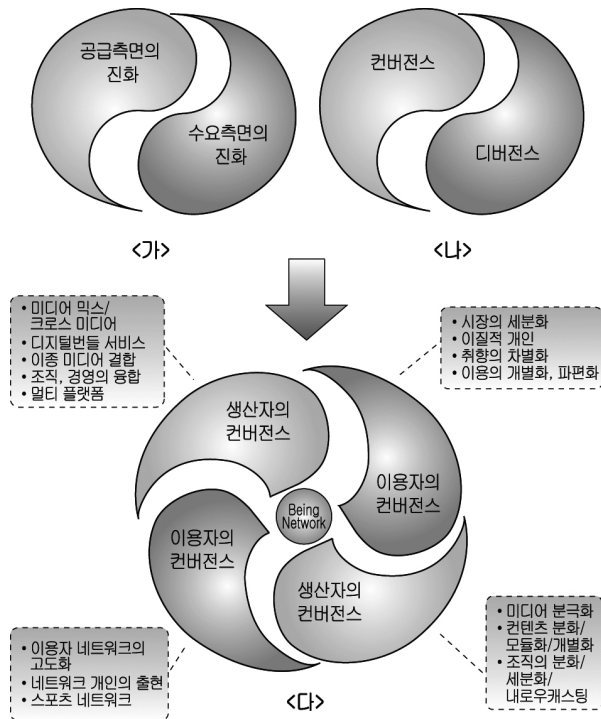
전문가 심층 조사 결과가 말해주는 것은 앞에서 논의한 미디어 생태계의 컨버전스와 디버전스를 설명하는 주요 개념과 이론들이 우리나라 미디어 생태계의 변화와 진화 방향을 설명하는 타당하고 유용한 프레임이라는 점이다. 컨버전스와 디버전스의 상호간의 순환적이고 역동적 관계를 전문가들은 명백히 인식하고 있을 뿐 아니라 중요한 전략적 판단의 근거로 사용하고 있었다. 그들에 따르면, 시스템 진화 단계에 나타나는 전문화, 세분화에 기반한 연대와 협력은 우리 미디어 생태계에서 매우 중요하게 고려되어야하는 핵심적 변화 양상이다. 이런 변화가 생태계의 진화 혹은 고도화 위해 필요한 과정이란 인식도 공유하고 있었다. 전문가들은 소수의 거대 미디어와 다수의 작은 미디어들이 경쟁하고 상호 의존하는 복잡계적 생태환경 역시 우리 미디어 생태계의 현 주소이고 또 미래임을 생생히 증언하고 있다. 조직의 분리와 경량화를 이야기하는 전문가도 있었고, 강하면서 작은 강소기업의 중요성을 강조하는 전문가도 있었다. 반대로 규모의 경제를 실현할 수 있는 메가 미디어 기업이 생태계 발전을 위해 필요하다는 견해도 있었다. 이와 함께 이용자의 분화와 그에 따른 생산 측면의 분화, 개별화는 우리나라 미디어 현장에서 쉽게 관찰되는 현상임을 알 수 있었다. “컨텐츠 모듈화”, “합생적 컨텐츠”의 생산은 미디어 현장의 중요한 고민 중의 하나였다.

4) 미디어 생태계의 진화 메커니즘

복잡성을 특징으로 하는 미디어 생태계의 진화 메커니즘을 일목요연하게 정리 설

명한다는 것은 가능하지도 않을뿐더러, 어쩌면 오히려 그 현상과 본질을 오도하는 작업이 될 수도 있다. 그럼에도 불구하고, 부족하나마 단순화의 위험을 무릅쓰고라도 이제까지의 이론적 논의와 현황인식을 정리하는 하나의 가설적 관점을 제시하는 것은 앞으로 있어야 할 발전적 토론의 기반을 제공한다는 차원에서, 그리고 후속 연구를 위한 하나의 단락을 만든다는 맥락에서 필요할 것이다. [그림 3-21]은 이런 현실 인식에 근거하여 우리나라 미디어 생태계의 진화 메커니즘을 간단한 도식화를 통해 정리한 것이다.

[그림 3-21] 미디어 생태계의 진화 메커니즘



불일이불이(不一而不一)이라는 동양 불교적 관점의 서양적 해석이라고도 할 수 있는, 데리다가 말하는 “차연(差延; Defferance)”적 관계를 잘 드러내는 그림이 바로

음양의 상호 침투적 조화를 나타내는 태극 문양이다.” [그림 3-21]의 (가)는 이용자와 생산자의 차연적 관계, (나)는 컨버전스와 디버전스의 차연적 관계를 나타낸다. 그림 (다)는 이것을 통합하여 4 태극 문양으로 표시한 것이다. 각 작은 이용자의 컨버전스, 이용자의 디버전스, 생산측면의 컨버전스, 생산측면의 디버전스를 나타낸다. 이 네 개의 요소가 상호 존재, 상호작용, 상호의존, 상호침투의 역동적 관계를 형성하는데 그 중심에는 “네트워크” 화가 자리한다. 생산측면에서, 또 이용 측면에서 집중 되면서도 동시에 분산이 진행되는, 과거와 다른 작금의 변화 양상을 설명하는 핵심 키워드를 “네트워크화”로 본 것이다. 네그로폰테의 “디지털이다(Being Digital)”이란 아포리즘에 빗대 표현하면 “이제는 네트워크다(Being Network)”라는 선언도 가능하겠다.

다. 결론 및 정책적 시사점

사회적 관심이 되는 현상은 사회적으로 설명될 필요가 있다. 그리고 사회적 설명은 명시적이던 암묵적이던 간에 정책적 문제 제기로 연결된다. 여기서는 “우리나라 미디어 생태계의 컨버전스와 디버전스”가 어떤 정책적 함의와 과제를 제기하는지 정리하면서 결론으로 갈음하고자 한다.

첫째, “규제완화” 문제다. 생태계의 고도화는 분리되어있던 것들이 연결/연대하는 과정이고 동질적인 것들이 차별화 되고, 전문화 되는 과정이다. 작은 것들이 커지고, 큰 것이 작아지는 과정이기도 하다. 현재 우리나라 미디어 생태계는 이런 과정의 초입에 있다고 보여 진다. 탈규제, 혹은 규제완화가 잘못된 방향이라고 주장할 사람은 많지 않다. 미디어 생태계의 건전한 발전과 고도화를 위해서는 정부나 정책당국에 의한 불필요한 간섭과 규제가 최소화 되고 자율성 강화되는 것이 바람직하다는 주장은 정설이다.

둘째, “사업자간 이해를 조정하는 능력과 기능의 고도화” 문제다. 규제완화가 정

9) Ryu, Semi(2005)는 그의 논문 “Ritualizing interactive media”에서 “합생(Concrescence)”적 관계를 동양의 태극문양을 이용 설명하기도 했다.

책, 규제 당국이 손 놓고 아무것도 하지 말라는 의미는 결코 아닐 것이다. 그 보다는 규제/정책 기능의 변화라는 맥락에서 이해되어야 할 것이다. 탈규제의 시대에 새롭게, 중요하게 규제 기관에 요구되는 기능이 바로 사업자간 이해를 원활하게 조정하는 능력이다.

셋째, “이용자 중심의 미디어 정책”이다. 여기서 말하는 “이용자 중심의 미디어 정책”은 이용자 복지에 대한 것이 아니다. 산업에 대한, 비즈니스에 대한 이야기다. 이용자의 변화를 따라가지 못하는 생산자는 쓸모없는 정도를 넘어 생태계에 해악을 끼친다. 생산자 지체가 생태계 발전의 장애가 되는 것이다. 당연히 이용자를 따라가지 못하는 기업의 논리, 생산자의 논리에 포획될 때 미디어 정책은 실패한다.

넷째, “콘텐츠시장 지배력의 분산과 콘텐츠 유통 네트워크의 다양화” 문제다. 이를 위한 답은 당연히 시장 진입의 문턱을 낮추는 것이다. 여기서 제안하고 싶은 것은 대기업들은 서로 알아서 경쟁하도록 두고, 중소기업 중심으로 우리나라 콘텐츠 경쟁력 강화 전략을 수립할 필요가 있다는 것이다. 미디어 소비자 들이 원하는 콘텐츠를 얼마나 빨리, 그리고 소비자 취향에 맞게 제작, 가공, 유통시킬 것인가가 중요해진 환경에서 대기업보다 중소기업이 상대적 강점이 있을 수 있다. 중소기업이 더 순발력있고, 더 모험적이고 더 창의적일 수 있다. 글로벌 경쟁력을 갖춘 콘텐츠가 중소기업에서 나올 가능성이 높다.

다섯째, “새로운 비즈니스모델의 개발”과 “개방적 조직 문화”다. 새로운 비즈니스 모델의 부재는 신문사의 오랜 고민이고, 인터넷 기업의 한계이고 모바일 기업의 어려움이다. 우리나라 미디어 생태계의 거의 모든 사업자들이 당면한 문제다. 이 문제가 해결되지 않고 미디어 생태계의 진화는 불가능하다. 현재와 같은 미디어 조직을 폐쇄적이고 경직되게 만드는 칸막이 문화로서는 창의적인 아이디어가 현실화되기 어렵다. 조직 내외부의 창의적인 아이디어를 사업화 할 수 있는 개방적인 조직문화가 필요하다.

4. 미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망

가. 연구목적과 구성

미디어 컨버전스 현상은 하나의 현상으로 간과할 수 없는 다차원적 요소들로 구성된 사회적 변화과정이다. 이 과정들은 기존의 미디어들이 가지고 있었던 가치들을 새로운 유형의 미디어에 투영하고, 또 새로운 가치를 형성하는 것으로 미디어 컨버전스 상황을 설명할 수 있다. 특히 전통적으로 제기되어왔던 문화다양성의 문제는 중국적으로 국가의 주도적 역할을 필요로 한다. 국가 기구는 지표를 산출하고, 민간 사업체에 의한 공급, 시장 집중에 대한 견제, 활력 있고 다양한 공적 서비스와 보편성에 기반 한 경쟁이 공존하도록 조정하고, 규정하며 권리를 보장한다. 따라서 문화다양성은 국가 역할에 대한 책임과 시민들의 요구를 반영한 시민 다원주의를 기반으로 하게 된다. 따라서 유네스코가 제시하고 있는 한 국가 혹은 한 사회 내에서 문화적 표현의 다양성을 위한 정책 수준을 측정하기 위한 기준은 중요한 의미를 가지고 있다. 그리고 문화를 표현하는 창구로서 미디어 역시 다양성에 대한 논의가 포함되어야 한다.

그럼에도 불구하고, 현재 미디어 현상에서 재고해야 할 다양성이라는 개념을 설명하기 위한 노력들이 부족한 상황이다. 이러한 문제의식을 바탕으로 이 연구를 진행하였으며, 다음과 같은 과정들을 통해 정책적 제언을 이끌어내고자 했다. 1장은 연구의 도입부분으로서 디지털 미디어 융합 환경의 동향을 살펴보기 위한 이론적 검토로서 기술 환경 변화과정과 사회·문화적 환경변화에 대한 논의를 진행했다. 2장은 전통적인 미디어 환경에서 규정되었던 문화다양성의 정의에 대해 검토하고, 미디어가 추구해야 할 문화다양성의 가치를 고찰했다. 전통적인 미디어 환경에서 제기되었던 문화다양성의 개념은 미디어의 사회적 위치나 가치를 살펴보고, 연구를 통해 제언하고자 하는 미디어다양성의 기본 이념을 설정하기 위함이다. 3장은 유럽과 프랑스, 호주 및 미국에서 문화다양성에 대한 연구와 정책적 방안이 어떻게 진행되고 있는가를 분석하였다. 해외사례의 검토는 이 연구에서 지향하는 문화 다양성

이라는 확장하는 계기로 삼기 위함이다. 4장은 실증자료를 수집하는 과정으로서, 먼저 1장과 2장, 3장을 통해 살펴본 아날로그 미디어 환경에서의 미디어 다양성 개념과 해외사례를 통해 도출한 의의, 마지막으로 유네스코에서 제안하는 문화다양성 개념을 수렴하는 작업을 진행했다. 도출한 자료를 통해 문화다양성에 대한 개념을 확장하고자 현재 사회나 학계 등의 분야에서 문화 활동을 펼치는 .10인을 선정하여 심층인터뷰를 실시하였다. 심층인터뷰의 내용은 ‘문화다양성의 개념’, ‘미디어와 문화의 관계’, ‘문화다양성에 대한 인식’, ‘컨버전스 미디어와 문화다양성에 대한 관계’ 등 4개의 범주에 대한 내용이었다. 또한 수집한 문헌연구 자료와 인터뷰 자료를 바탕으로 문화다양성지수 및 정책방안을 도출하는 작업을 진행했다. 5장은 이 연구의 결론으로서 이 연구가 가지고 있는 함의와 제언을 정리하였다.

나. 주요 연구결과

국내 미디어 컨버전스 상황에 따른 미디어환경 변화와 문화다양성 개념의 가치 재정립을 위한 방안으로, 본 연구의 자료는 두 가지 흐름으로 설정하였다. 먼저 이론적 논의와 해외사례 검토를 위한 문헌연구가 있다.

먼저, 디지털 멀티미디어 기술은 미디어 환경 변화 뿐 만 아니라 미디어 간의 경쟁관계와 미디어 수용자들의 이용 행위에 영향을 주면서 기존에 존재하던 방송의 다양성에 대한 논의를 확장시키게 되었다. 이에 이 연구는 미디어 환경의 디지털화와 융합에 따른 기술, 문화, 사회적 환경 변화와 문화다양성에 관한 논의 구조를 분석하고, 둘째 디지털 기술에 의한 미디어 생태계의 변화에 따른 문화가치 구조 그리고 프랑스, 미국, 호주 등의 해외 사례를 통해 문화다양성에 관한 정책적 실태를 분석하였다. 그리고 디지털 융합 하에서 문화다양성 개념 및 범주를 재설정하는 작업을 하였다. 이러한 일련의 과정을 통해 최종적으로 문화다양성에 관한 평가 기준 및 지수 측정 모형을 제시하였으며, 문화 정책의 추진 방향에 관해 제언을 하였다.

두 번째로, 전문가 인터뷰를 통해서 도출한 키워드들과 문헌연구의 내용들을 활용하여 디지털 멀티미디어 활동, 장르/표현, 소재, 문화 확산 및 문화적 인지, 시장 가치, 문화 활동 주체 등에 대한 개념들을 제안하였다. 이러한 가치들을 투영할 수

있도록 정책적 방안은 기존에 논의되고 있었던 방송사의 미디어 다양성 측정 내용과 새로운 가치들의 혼합을 통해서 이끌어내었다. 마지막으로 정책 추진을 위한 기본 이념을 작성함으로서, 체계적인 미디어 다양성 개념 추진을 위한 방안 모델을 제안하고자 하였다.

디지털 융합 환경에서 미디어를 통한 문화다양성 지수를 측정하기 위한 변수 영역으로는 디지털 멀티미디어 활동의 다원성, 장르적 표현의 다양성, 소재별 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성, 문화적 인지의 다양성, 시장 가치의 다양성, 문화 활동 주체의 다양성 등을 제시할 수 있다. 이 요인들은 특정 프로그램 내용에서의 다양성 측정 변수들이 아니라 정책을 추진함에 있어서 디지털 미디어를 통한 문화적 활동 및 문화 양식들의 다양성을 진단하고 지원 방향을 설정하기 위한 기준들을 제시하기 위한 차원이다.

정책적으로 문화다양성을 추구하기 위해서는 현재 방송 환경이나 뉴미디어 환경에서 보장하고 있는 문화다양성의 범주와 한계들을 검토하는 작업이 필요하다. 또한 각각의 미디어들이 가지고 있는 특성들을 바탕으로 미디어 컨버전스 상황에서 나타나는 방송영역의 쟁점을 해소할 필요가 있다. 이 연구는 문헌연구와 해외 사례 연구, 그리고 전문가 심층 인터뷰를 실시하여 미디어 컨버전스 상황에 필요한 미디어 다양성 개념을 찾아보았다.

다. 결론 및 정책적 시사점

이 연구는 미디어 컨버전스 환경에서 나타나고 있는 문화다양성 확보방안에 대한 논의를 진행하면서, 새로운 문화다양성의 가치와 평가 틀을 제안하는데 목적을 두었다. 이론적 논의 검토와 인터뷰자료 분석을 토대로 확장된 개념으로서 문화다양성의 일곱 가지 범주와 미디어다양성 확보를 위한 방안 세 가지 범주로 구체화하였다. 결론적으로 도출한 문화다양성을 전제하는 활동의 자율성 보장, 미디어 콘텐츠 다양성 확보를 위한 정책적 지원의 필요성, 다양한 행위자들이 참여 가능한 미디어 환경의 구축, 사회적 소수자를 위한 미디어 접근 및 참여의 보장 등의 가치를 도출하였다. 또한 현재 진행되고 있는 미디어 다양성에 대한 평가를 양적인 측면에서 국한

시키는 것이 아니라, 질적인 차원 평가를 수립할 필요성과 방안들을 제안하였다.

미디어 컨버전스 상황에서 추구하는 문화적 다양성의 가치 전달과 공유가 계몽적이거나 당위적인 시각으로 표현되어서는 안 된다. 자율적이고 능동적인 다양성을 확대하여 다수의 문화적 취향 속에서 소수의 문화적 취향을 배려하는 것이 아닌 시청자들의 새로운 문화적 취향을 형성할 수 있는 계기를 마련하는 것이 미디어 컨버전스 상황에서 확립가능한 미디어의 가치일 것이다. 미디어 다양성을 구현하기 위한 방안으로는 나폴 리가 제안하고 있는 미디어 다양성 개념의 확립을 위한 척도 제안과 현재 국내 방송사들이 사용하고 있는 프로그램 다양성 측정에 대한 내용, 마지막으로 정부와 시민단체 협업을 통한 정책제시 등의 내용을 제안하였다.

본 연구는 문화다양성의 개념을 현재 국내에서 진행되고 있는 개념을 넘어선 새로운 가치로 규정하고, 문화다양성 측정을 위한 방안을 모색하고자 문헌 연구 및 인터뷰를 진행하였다. 물론 현 단계 변화하는 미디어 환경, 특히 디지털이 전면화된 새로운 환경 속에서 문화다양성의 가치가 무엇인지에 대한 논의를 중심으로 연구를 진행하면서 문화다양성의 가치가 왜곡되었던 근거를 사회적·경제적 요소를 통해 찾아볼 수 있었다. 결론적으로 문화 다양성과 미디어 다양성은 상호보완적인 차원으로서 논의되고, 함께 다양성을 추구할 수 있는 방안을 모색하는 것이 쟁점으로 부각된다. 본 연구가 정책적 방안으로 제안한 두 내용은 각각 독립적으로 운용되는 것이 아니라 상호보완적인 관계에서 진행될 필요가 있다.

왜 문화의 다양성을 미디어와 방송의 영역에서 확장하여야 하는가? 이는 미디어가 사회를 재현하는 장이자, 문화를 전달 및 재창조하는 역할을 수행하고 있기 때문이라고 설명할 수 있다. 이러한 문제의식을 지속적으로 이어받아 이후 다른 관련 연구 과제들에서, 현 연구 과정을 통해 도출된 다섯 영역에서의 지표들을 기초 자료로 활용하여 전반적인 조사연구를 수행하여 다양성 왜곡의 지점들과 부족한 부분들이 무엇인지를 분석하고 짚어내어, 차후 미디어다양성 확보 방안을 마련하는데 이를 근거 틀로 활용하고, 확장하며 보완할 필요가 있을 것이다.

5. 모바일 소셜미디어에서 유력자(influentials)의 역할

가. 연구목적과 구성

본 연구는 디지털 미디어 환경이 진화함에 따라 변화하는 인터넷 유력자의 유형과 역할을 면밀히 검토함으로써 모바일 소셜미디어에 적용될 수 있는 유력자 역할 이슈를 개념적, 이론적으로 재구성하는 데 목적이 있다. 이를 위해 본 연구는 모바일 소셜미디어 중 가장 높은 성장률을 보이며 주목받고 있는 트위터를 중심으로 새롭게 등장한 모바일 소셜미디어에서 유력자를 정의하고 그 위상과 역할에 대한 정성적 연구를 실시하였다.

본 연구의 대상으로 트위터를 선택한 이유는, 트위터가 1대1 소통이라기보다는 한쪽으로 기울어져서 위에서 아래로 떨어지는 소통형태이므로, 그만큼 유력자들의 역할이 두드러지는 미디어 시스템이라고 판단했기 때문이다. 또한 트위터는 140자의 제한된 글쓰기, 단순한 UI, 개인 중심의 미디어라는 한계에도 불구하고, 플랫폼 자체의 네트워크 개방성과 독특한 커뮤니케이션 기능으로 인해 스마트 환경 하에서의 모바일 킬러 콘텐츠를 생산·유통시킬 수 있는 강력한 미디어로 평가되는 점도 중요하게 고려하였다. 그런 점에서 트위터는 컨버전스 시대 온라인 유력자들의 긍정적인 역할 모형을 정립하고, 중장기적 관점에서 소셜미디어의 변화 양상을 예측하는데 적합한 분석 대상이라고 할 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 구성체계로 이루어졌는데, 먼저 이론적 논의 및 선행연구 검토를 통해 소셜 미디어의 개념과 유형에 대해 살펴보고, 시간의 흐름에 따른 유력자의 개념 변화를 파악하였다(제2장). 그 다음으로는 트위터를 중심으로 소셜네트워크의 작동 메커니즘에 대한 효과적인 검증을 하고, 유력자들의 역할을 탐구하기 위해 소셜네트워크 분석을 실시하였다(제3장). 좀더 구체적으로 말해서 트위터 이용자의 네트워크 특성을 살펴보기 위해 소셜 링크의 분포도를 산출하고, 트위터 이용자들의 호혜성 정도가 어떠한지 분석하였으며, 리트윗, 멘션, 팔로워 수를 기준으로 선정한 트위터 유력자의 영향력에 대한 분석을 실시하였다. 또한 네트워크 구조분석만으로는 유력자의 영향력이 지니는 사회적 역할을 도출하기 어려우므로, 트위터

이용 행태 및 인식에 대한 실증 조사를 통해 트위터 내에서 유력자로 여겨지고 있는 이들이 누구이며, 어떤 특징을 지니고, 일반 이용자와의 관계 및 기대 역할은 어떠한지 등을 설문조사를 통해 분석하고자 하였다(제4장). 끝으로 결론에서는 연구결과를 요약정리하면서, 소셜미디어 환경에서 변화하는 유력자의 역할이 어떠한 정책적 시사점을 지니는지, 그리고 소셜미디어 유력자의 사회적 역할을 제고하기 위해서는 어떠한 정책적 과제가 요구되는지를 제안하였다(제5장).

나. 주요 연구결과

1) 트위터 유력자의 네트워크 분석

본 연구에서는 트위터를 중심으로 소셜네트워크의 작동 메커니즘에 대한 효과적인 검증을 하고, 유력자들의 역할을 탐구하기 위해 소셜네트워크 분석을 실시하였다. 즉 트위터 이용자의 네트워크 특성을 살펴보기 위해 소셜 링크의 분포도를 산출하고, 트위터 이용자들의 호혜성 정도가 어떠한지 분석하였으며, 리트윗, 멘션, 팔로워 수를 기준으로 선정한 트위터 유력자의 영향력에 대한 분석을 실시하였다. 트위터 상의 유력자 또는 영향력있는 개인들의 네트워크 특성에 대한 유의미한 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 트위터와 같은 소셜미디어 공간에서 유력자들의 네트워크 영향력은 팔로워 수 보다는 트윗, 멘션 등과 같은 직접적 참여와 사회적 교류 수준에 달려 있음을 확인했다. 특히 리트윗, 멘션 그리고 팔로워 수를 바탕으로 한국인 트위터 사용자 커뮤니티 내에서의 영향력을 분석해본 결과 기존의 연구 결과와 마찬가지로 리트윗(RT)의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 또한 리트윗 수가 가장 많은 상위 10명과 팔로워 수가 가장 많은 상위 10명을 비교했을 때 두 리스트에 동시에 나타난 사용자는 단 한명 뿐으로 팔로워 수는 유력자의 영향력에 결정적인 요소가 아니었음도 확인되었다. 이러한 결과는 트위터의 유력자가 단순히 사회적 관계망의 크기로 상징되는 팔로워 수가 많은 사람이라기 보다는, 리트윗(RT)과 같이 정보의 유통 및 확산이라는 미디어적 기능과 역할을 적극적으로 수행하는 사람이라고 볼 수 있다는 점에서 소셜미디어 유력자의 역할과 관련해서 시사하는 바가 많다고 하겠다.

둘째, 본 연구의 중요한 발견 중의 하나는 트위터를 중심으로 글로벌 네트워크와 한국 로컬 네트워크 간의 호혜성을 비교한 점인데, 글로벌 트위터 이용자의 호혜성(11%)에 대한 기존 네트워크 분석결과와는 달리, 본 연구에서 한국인 트위터 이용자들은 80.6%의 높은 호혜성 수준을 보여주었다는 것이다. 이는 트위터 이용자가 멘션(mention)을 보냈을 때 상대방으로부터 다시 멘션을 돌려받을 확률이 80%에 달한다는 것을 의미하므로, 그만큼 우리나라 트위터 이용자들이 타인과의 네트워크 형성에 개방적일 뿐만 아니라 리트윗(RT) 기능을 통해 뉴스나 이슈의 전달범위를 극대화하는 데 매우 적극적이라는 점을 보여준다고 하겠다.

셋째, 앞의 분석결과와도 밀접히 관련되는 것으로 리트윗(RT) 수 기준으로 상위 20명의 유력자 영향력을 비교한 결과, 팔로워 수가 많은 연예인이나 공적인 인물(정치인 등)보다는 뉴스미디어 기능을 수행하는 유력자들이 전체의 70%나 차지하는 것으로 나타나 오늘 한국에서 트위터 유력자의 뉴스매체적·정보전달적 기능이 상당히 중요하게 작용한다는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 트위터 유력자의 영향력이 팔로워 수 보다는 RT 횟수가 더 중요하게 작용한다는 것을 말해주는 것으로, 특히 팔로워 수를 많이 거느린 유명인사들 보다는 그들의 메시지를 많은 사람들에게 리트윗(RT)를 통해 전달하는 매개적 유력자들, 즉 일종의 뉴스미디어적 기능을 수행하는 ‘전파자(spreeder)’들의 역할이 상당히 중요하게 작용한다고 볼 수 있다.

〈표 3-7〉 리트윗이 가장 많은 상위 20명의 멘션, 팔로워 랭킹 비교

screen name	직업	분류	순위(횟수)		
			RT	멘션	팔로워
dogsul	기자	Media	1(9957)	2(10673)	93(43562)
dosanim	마케터	Media	2(5391)	9(6343)	188(26485)
doax	블로거	Media	3(5201)	32(3887)	361(24070)
estima7	기업인	Media	4(4314)	78(2847)	313(26422)
oisoo	작가	Celebrity	5(4137)	4(8163)	1(439329)
ollehkt	기업	Public figure	6(3381)	6(6715)	143(45432)

screen name	직업	분류	순위(횟수)		
			RT	멘션	팔로워
chanjin	기업인	Public figure	7(3159)	14(5836)	36(100395)
xguru	개발자	Media	8(2879)	47(3344)	394(22652)
kimjuha	기자	Media	9(2853)	3(9295)	17(114061)
hiconcep	교수,작가	Public figure	10(2835)	167(2039)	678(15128)
biguse	기자	Media	11(2768)	138(2226)	452(21091)
taeuk	블로거	Media	12(2745)	19(4825)	2931(4663)
mediamongu	블로거	Media	13(2606)	323(1423)	593(16586)
wikitree	미디어	Media	14(2538)	758(855)	325(26057)
meesarang	블로거	Media	15(2537)	677(928)	368(23659)
clien_net	미디어	Media	16(2134)	1500(540)	808(13168)
hcroh	정치인	Public figure	17(2116)	33(3875)	43(87815)
jonghee1	블로거	Media	18(1996)	372(1315)	1249(6877)
rokhwan	Evangelist	Media	19(1978)	106(2494)	308(26829)
Lawyer_KOREA	변호사	Public figure	20(1931)	5879(158)	652(15468)
5oa	대학원생	None	3052(1598)	1(14667)	1736(7634)

2) 모바일 소셜미디어 유력자의 사회적 역할

본 연구에서는 트위터를 중심으로 소셜미디어 이용자들이 유력자의 특성과 역할에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 온라인 서베이를 통해 실증적 분석을 시도했으며 그 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 트위터 이용자의 61%가 각계의 유명인사 등 유력자들과 최소한 1명 이상과는 이른바 ‘팔로잉/팔로워’ 관계를 맺고 있었으며, 평균적으로는 8.55명의 유력자들과 관계를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 트위터 이용자들이 유력자들과 관계를 맺는 이유로는 54%가 ‘유력자로부터 정보나 의견/답변 등을 빠르게 받을 수 있어서’를, 43.3%가 ‘유력자와 관련된 정보를 얻을 수 있어서’를 꼽았는데, 이러한 결과는 소셜미디어 이용자들이 유력자를 사회적 관계의 확장이라는 측면보다는 정보습득 및 정보공유의 매개체, 즉 실시간 정보 네트워크의 중요한 허브로 인식하고 있다는 점에서 소셜미디어 유력자의 역할과 관련해서 시사하는 바가 많다고 하겠다. 즉

유명인사 또는 유력자와의 관계 맺기가 그들의 일상적 개인사에 대한 관심에서부터 이들 유력자들의 사회적 발언이나 행동에 대한 사실 확인에 이르기까지 그와 관련된 정보공유 및 유통과정을 통해서 유력자의 평판을 확인하고 검증하려는 욕구가 크게 작용하고 있다는 것이다.

둘째, 트위터 이용자들이 관계를 맺고 있는 유력자 유형 중 언론인과의 상호작용 네트워크가 가장 활발했던 반면, 시민단체나 정치인 등과의 상호작용 수준은 매우 낮은 것으로 나타났다. 그리고 트위터 이용자들은 팔로워들의 의견을 가장 적극적으로 수렴하는 집단으로 기업·경제 경영인들인 것으로 꼽았으며, 전체적으로 유력자의 트윗 메시지에 답한다고 응답한 이용자가 46.22%, 이용자의 트윗 메시지에 유력자들이 답해준다고 응답한 이용자가 42.60%, 소위 ‘맞팔’을 통해 직접 관계를 형성하고 있다고 응답한 이용자도 41.09%에 달하는 등 유력자와 이용자들간의 상호작용 수준은 매우 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 트위터가 유명인사들이 주축이 된 유력자들의 강력한 온라인 네트워크 공간으로 부각되고 있다는 점과 아울러 스마트폰의 확산에 힘입어 소셜미디어 이용자들이 이들 유력자들과의 적극적인 관계를 맺으면서 새로운 정치사회적 의사소통매체로 등장했음을 잘 보여준다.

셋째, 트위터 유력자의 영향력을 구성하는 요소들 중 가장 중요도가 높은 것으로 꼽은 것은 트윗 메시지의 질이나 신뢰도(37%)였으며, 그 다음으로는 유력자의 성실한 응답(20%), 유력자의 사회적 발언과 행동(11%) 등의 순으로 나타났는데, 이러한 결과는 유력자의 영향력이 팔로워 수보다는 양질의 정보나 메시지를 제공하는 반응적인 유력자의 태도에 달려있음을 보여주는 것이라고 해석할 수 있다.

넷째, 트위터 유력자의 사회문화적 역할 중에서 가장 중요한 것으로 트위터 이용자들은 ‘양질의 정보제공 및 공유를 통한 투명하고 개방적인 소통문화 형성(48%)’을 지적했고, 그 다음으로는 ‘팔로워들과의 일상적·수평적 관계 맺기를 통한 다양한 참여문화의 활성화(17%)’, ‘사회적 문제 해결과정에서의 적극 참여 및 공익적 사회활동(15%)’ 등이 그 뒤를 이었다. 이러한 결과는 많은 수의 트위터 이용자들이 유력자들의 관계를 형성하면서도 그들의 영향력을 통해 우리 사회의 발전에 기여할 것

을 기대하는 것이라고 해석할 수 있다. 즉 소셜미디어 공간에서 정보를 제공하고 여론을 형성하는 과정에서 유력자들이 보다 책임있는 역할을 다할 것을 요구하는 것으로, 이는 소셜미디어 시대 유력자들의 역할 규범 정립과 관련해서 시사하는 바가 많다고 하겠다.

다. 결론 및 정책적 시사점

지금까지 본 연구는 기존의 고정적·정태적 PC 기반의 인터넷 환경과는 달리 모바일 소셜미디어라는 디지털 컨버전스 환경에서 유력자 또는 여론지도자의 역할이 어떠한 변화와 특징을 보여주는지를 도출함으로써 새로운 지식권력 구도의 형성과정을 분석적으로 검토하고자 했다. 이상의 연구결과를 통해 도출될 수 있는 결론 및 정책적 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 트위터, 페이스북 등 소셜미디어 상의 영향력 있는 개인들이 의제설정 등 여론영향력을 발휘하는 일종의 유력자(influentials) 즉 새로운 유형의 오피니언 리더(opinion leader)로 급부상하고 있다는 점이다. 즉 과거의 사회경제적 지위나 시민적 의사소통능력(쓰기, 토론능력 등)이 중요한 역할을 수행했던 전통적인 대중매체(신문, 방송 등)나 인터넷 토론게시판 등에서의 이른바 ‘의견지도자’(opinion leader) 모델과는 달리, 트위터 등과 같은 소셜미디어에서 등장하고 있는 유력자들은 스마트폰과 같은 모바일 미디어를 적극 활용하면서 이른바 고이동성의 실시간 정보 네트워크에 기반하여 일종의 ‘의제확산자’ 또는 ‘뉴스전파자’로서의 특성을 보여주고 있다는 것이다.

둘째, 스마트폰의 확산으로 트위터 등 소셜미디어 이용이 증가하면서 실시간 의사소통에 기반한 빠른 정보유통과 확산과정이 기업이나 정부와 같은 정보 생산자 또는 정책 공급자에게 더욱 신속하고 정확한 반응성을 끊임없이 요구한다는 점이다. 제품에 대한 불만이나 정치사회적 이슈에 대해 많은 소셜미디어 이용자들이 강력한 네트워크 파워를 지닌 이른바 온라인 유력자들의 정보나 해석적 평가에 크게 의존하는 것은 그만큼 정책공급자들과의 개방적 상호작용 및 반응성이 여전히 낮은 수준에 머물러 있다는 것을 의미한다. 그런 점에서 이러한 트위터 유력자들의 정보

확산 능력을 정책적 측면에서 다양하게 활용할 필요성이 대두되는 바, 특히 이들 유력자들과의 다양한 정책소통 채널을 확보할 수 있는 방안을 적극 검토할 필요가 있다. 소셜미디어 유력자들이 정책현안에 대한 정보를 제공하거나 공론적 논의를 수행할수록 그들과 다양한 방식으로 관계를 맺고 있는 일반 이용자들의 정책적 이해도를 제고하는 데 중요한 매개 역할을 수행할 수 있기 때문이다.

셋째, 소셜미디어 유력자들의 사회문화적 분포가 특정한 계층, 이념, 지역, 가치에만 편중되지 않고 균형적인 발전을 이루기 위해서는 전문적 중재 역할을 수행할 수 있는 다양한 형태의 ‘소셜 지식인’들이 골고루 분포될 필요가 있다는 것이다. 이러한 요구는 참여자들이 특정한 주장에 편향적으로 동원되지 않고 다양한 주장의 진위를 합리적으로 판단할 뿐만 아니라 객관적이고 공정하며 맥락이 있는 정보를 제공할 수 있는 신뢰받는 중재자로서의 역할을 유력자들이 수행해야 한다는 것을 함축한다. 그러나 소셜미디어 유력자의 영향력에만 의존하는 의사소통 방식보다는 다양한 네트워크의 전략적 지점에 위치하는 수많은 씨앗 단위(seed unit)의 적극적 개인들을 포착하고 이들을 참여시키는 노력도 경주되어야 할 것이다. 궁극적으로는 아마추어, 전문가 및 유명인사들 간의 협업적 상호작용이 가능한 소셜네트워크 공간으로 발전시킬 필요가 있다는 것이다.

넷째, 궁극적으로 팔로워 수나 리트윗 수와 같은 양적 지표가 소셜미디어 유력자의 영향력을 보여주는 것은 아니라는 점이다. 우리는 팔로워와 리트윗 수 이면에는 동료들의 추천과 평판에 기반한 커뮤니케이션 상호작용 및 실질적인 행동이라는 행위영역이 존재한다는 점을 결코 간과해서는 안된다. 소셜미디어 공간에서 인기가 있다는 것은 팔로워 수보다는 어떤 행동을 이끄는 능력(예컨대 합리적인 의사소통 능력이나 의제생성능력 등) 자체에 기인하는 것으로 볼 필요가 있다는 것이다. 그런 점에서 팔로워 수나 맞팔율과 같은 양적 지표에 집착하기 보다는 영향력(influence)이라는 사회관계망의 질적인 측면에 기반하여, 소셜 미디어 성과지표를 보다 과학적·객관적으로 측정 평가하는 시스템이 마련될 필요가 있으며 이점에 유의해서 소셜미디어의 정책적 활용이 활성화되어야 할 것이다.

제 4 장 디지털 컨버전스 네트워크 구축 · 운영

제 1 절 디지털 컨버전스 미래포럼

1. 디지털 컨버전스 미래포럼의 구성과 목적

IT의 발달에 따라 현재 사회에 확산되고 있는 디지털 컨버전스 현상은 인간의 삶의 질을 급격히 변화시킬 수 있는 무한한 잠재력을 지니고 있으며, 이러한 잠재력은 최근 컨버전스 기술의 등장으로 더욱 확대될 것으로 기대된다. 방통융합이 이루어지는 디지털 컨버전스 시대는 과거의 인터넷 시대에 비해 더욱 다양한 방식으로 우리의 의식과 생활이 바뀌고, 사회가 변화될 것으로 예상된다. 이에 본 연구에서는 디지털 컨버전스로 통칭되는 기술 · 산업적 변화가 사회적 커뮤니케이션 및 미디어 정책 전반에 미치는 중장기적 및 거시적 영향을 분석 및 전망함으로써 미래 융합정책 발전에 필요한 다양한 정책적 아젠다를 도출하고 사회적 논의를 수렴하고자 디지털 컨버전스 미래포럼을 구성, 운영하였다.

본 포럼에서는 디지털 컨버전스가 가져올 사회 변화의 양상과 파급효과를 미디어 정책과 관련된 이슈들을 중심으로 살펴보고 정책적 함의를 도출하는데 중점을 두고자 했다. 디지털 컨버전스가 미디어 정책에 미치는 영향 등을 분석하기 위해, 방송 시장, 규제정책과 제도, 망중립성, 미디어 수용자의 변화, 미디어 법제, 서비스 플랫폼, 소셜미디어 등의 주요 미디어 관련 이슈들을 살펴보았다. 또한 보다 체계적이고 보편적인 포럼 연구 결과의 정책적 함의 및 전략 도출을 위해 디지털 컨버전스와 미디어 분야와 관련된 연구를 수행하고 있는 관-산-학-연 전문가들로 포럼을 구성해 논의의 질을 높이하고자 했다.

본 포럼을 통해 논의되었던 구체적인 연구 이슈들은 다음 표와 같다.

〈표 4-1〉 컨버전스 미래포럼 연구 이슈

구분	연구이슈
1	융합미디어의 발전과 정책적 함의
2	방송통신융합과 방송통신 규제제도 개선
3	스마트 시대의 망중립성 논의 동향과 전망
4	컨버전스 환경에서 미디어 수용자의 진화 방향
5	스마트시대의 미디어 법제 및 규제 이슈
6	N스크린 시대를 대비한 서비스플랫폼 정책의 도입 방안
7	컨버전스 시대 소셜미디어 서비스의 가능성과 쟁점

2. 디지털 컨버전스 미래포럼의 운영실적

가. 포럼의 구성

컨버전스 미래포럼은 디지털 컨버전스에 따르는 미디어 정책의 변화에 초점을 두고 운영되는 정례적 포럼이다. 컨버전스 미래포럼의 구성원은 학계, 업계, 연구계 및 KISDI 연구진을 포함하여 10~11명의 전문가들로 구성했으며, 서울대학교 윤석민 교수가 포럼 위원장을 역임하여, 위원장 주재 하에 매월 1회 정기적으로 포럼을 개최하였다.

주제에 따라 포럼위원들은 각각 발제를 맡았으며, 특별히 전문적이고 심층적인 논의가 필요한 이슈들은 외부 전문가를 초청하여 세미나 형식으로 포럼을 진행하였다. 포럼 위원과 연구 협력팀의 구성은 산-관-학-연 관련 전문가를 대상으로 섭외를 통해 이루어졌는데, 구체적인 포럼의 인적 구성 내용은 다음과 같다.

〈표 4-2〉 컨버전스 미래포럼 위원

구분	소속	성명	직위
방송 및 미디어 규제	서울대 언론정보학과	윤석민	교수(위원장)
방송통신 규제	KAIST 경영과학과	권영선	교수
미디어 법제	단국대 법학과	지성우	교수
미디어 수용자	건국대	심영섭	교수
소셜미디어 서비스	한국전파진흥원	이은주	책임연구원
서비스플랫폼	한국콘텐츠진흥원	최세경	책임연구원
망중립성	한국정보화진흥원	박상현	책임연구원
방송통신정책	정보통신정책연구원	황주성	연구위원
방송통신정책	정보통신정책연구원	이원태	부연구위원

나. 운영실적

디지털 컨버전스가 미디어 정책에 미치는 영향과 관련된 이슈들을 논의하기 위해 미디어 정책 각 분야의 전문가들로 포럼 위원을 구성하여 매달 정기적인 일정을 정하여 세미나를 개최 하였다. 포럼 위원장의 주재하에 포럼 위원들이 미디어 정책과 관련된 이슈들을 발제 및 토론하는 형식으로 진행되었다. 논의의 질을 향상시키기 위해, 심층 연구가 필요한 부분은 포럼 구성원 외에 외부 전문가를 초청하여 전문가 초청 세미나 형식으로 진행하기도 했다. 이러한 노력들을 통해 디지털 컨버전스 미래포럼의 연구 성과와 정책적 함의의 도출 정도를 높이고자 했다.

디지털 컨버전스 미래포럼의 kick-off 회의를 통해 향후 일년간 진행할 미디어 정책 이슈들에 대해 위원들간 브레인스토밍을 실시하였고, 그 결과 각 세미나마다 이루어지는 발제가 전체적으로 체계와 일관성을 갖출 수 있도록 노력하였다. 또한 기존 학계와 연구계, 업계에서 현재 이루어지는 중요한 이슈에 대한 논의들을 충실하게 검토하고 토론함으로써 포럼의 정책적 시의성과 적절성을 제고하고자 했다.

2010년 디지털 컨버전스 포럼 운영은 아래 표와 같이 총 6차례에 걸쳐 진행 되었고, 3차와 4차 포럼 중간에 전체 워크숍을 실시하였다.

〈표 4-3〉 디지털 컨버전스 미래포럼 운영실적

구분	일자	주제
1차	4/29	－ 포럼 추진 방식 및 일정 협의 － 포럼 주제 브레인스토밍 및 주제선정
2차	5/25	－ 미디어 융합과 플랫폼의 변화(최세경) － 융합시대의 미디어 가치사슬 진화(심영섭)
3차	6/24	－ TV의 진화, N-screen과 소셜TV(김종원)* － 디지털 컨버전스시대 TV시장의 미래와 융합전략(조영신)*
중간 워크숍	8/26~8/27	－ 2030 미디어 미래전망(박상현) － 뉴스미디어 기업들의 수익개선 혁신 사례(이은주) － 지상파 재전송 관련 법적문제의 현황과 전망(지성우) － 미디어 산업에서 자본집중과 콘텐츠 다양성(권영선) － 새로운 연구 이슈 발굴 및 향후 운영계획(이원태)
4차	9/29	－ 스마트 TV부상에 따른 변화상 및 미래이슈(송민정)*
5차	11/5	－ 스마트 시대의 망중립성 논의 동향과 전망(박상현) － 융합서비스(스마트폰, SNS, 스마트TV) 이슈(이은주)
6차	12/9	－ 다플랫폼 다채널 매체 융합시대의 방송시장 및 규제정책(윤석민) － 융합형 미디어의 발전과 정책적 함의(윤석민) － 포럼 총 결산 및 정책적 합의 논의

* 전문가 초청 세미나 형식으로 발표

3. 디지털 컨버전스 미래포럼의 주요 연구결과

가. 융합 미디어의 발전과 정책적 함의

최근 미디어 기술, 산업 및 정책변화의 키워드는 ‘융합’이며, 이러한 융합현상을 제대로 이해하기 위해서는 사회적 커뮤니케이션의 구조적 특성 및 이를 반영하는 미디어 시스템의 변화맥락을 종합적으로 파악해야 한다. 이를 위해 디지털 컨버전스가 미디어 정책에 미치는 영향을 네트워크, 플랫폼, 서비스, 사용자, 규제정책 등 다섯 가지 층위(Layer)에서 입체적·통합적으로 파악하는 관점이 그 어느 때보다도 요구된다.

디지털 컨버전스의 진전에 따른 미디어 시스템의 성장과 변화를 추동하는 가장 큰 동인은 사회적 소통의 활성화에 있으며, 앞으로 융합미디어의 발전을 이끌기 위

해서는 사회적 소통의 확장에 부합하는 정책적 대응 노력도 필요할 것이다. 특히 미디어 융합과정에서의 상업주의적 편향성을 극복하고 융합미디어의 사회문화적 가치와 산업적 · 시장적 가능성을 상승적으로 극대화하기 위한 정책시스템을 정립함으로써 사회적 의사소통 구조의 민주적 발전에 기여해야 하는 노력이 필요하다. 이와 관련해서 지금까지 과도하게 위축된 미디어 정책의 한 축인 사회문화적 패러다임을 원상 회복시키고 미디어 정책 추진의 절차적 정당성을 극대화하기 위한 노력도 아울러 적극 전개해야 한다.

나. 방송통신융합과 방송통신 규제제도 개선

방송통신융합이 진행되면서 제도개선의 필요성은 더욱 시급해지고 있으나, 필요한 제도개선은 진전되지 않고 있다. ‘방송통신발전기본법’은 2010년 9월부터 시행됐으나 수평적 규제제도 도입을 위한 방송통신사업법의 제정은 지연되고 있다. 방송통신사업법 제정이 방대한 작업이고 사업자간 이해상충으로 시간이 오래 걸린다면 우선, 방송법에 인터넷멀티미디어방송사업법을 통합하고 방송법에 수평규제 원칙을 우선 확대하는 것이 필요할 것으로 판단된다. 즉 최소한 콘텐츠 계층에서 규제의 형평성을 확보할 필요가 있다는 것이다.

기술의 발전으로 방송산업 규제의 주요 전제가 사라지고 있다. 기존 방송법은 1방송사 1채널, 채널의 희소성을 전제로 방송의 공공성을 확보하기 위한 규제제도를 담고 있다. 그러나 채널의 희소성이 소멸되고, 시청자의 시청행태도 비선형 시청방식으로 점차 전환되고 있다. 기본 방송법의 규제는 플랫폼에 근거한 수직적 규제체제로서 지나치게 중첩된 규제를 통하여 국내 방송산업의 영세성을 초래하게 된다. 그러므로 복잡한 수직적 규제를 수평규제로 전환하면서 단순화할 필요가 있다. 또한 시장획정 재설정, 채널의무제공 제도 도입, 망 중립성 정책 등에 대한 사회적 합의 도출 및 실행 가능한 대안 마련이 필요한 시점이다.

다. 스마트시대의 망중립성 논의 동향과 전망

유 · 무선 융합 및 스마트 폰 확산에 따른 모바일 서비스 발전과 스마트 TV 출현

과 더불어 방통융합 서비스가 본격화 됨에 따라 망중립성 논의가 새로운 국면을 맞고 있다. 이에 스마트 폰과 스마트 TV로 촉발되고 있는 스마트 서비스의 발전을 위한 망중립성 정책 논의 동향을 살펴보고 향후 발전 방향을 전망할 필요가 있다.

현재 망중립성 관련 정책 논의는 유선에서 무선으로 이동하고 있으며 통신에서 방송으로 확산될 전망이다. 방통융합적 관점에서 망중립성을 재조명해 보고 관련 정책 이슈 및 국제적 논의 동향의 분석이 필요하다. 또한 스마트폰과 스마트 TV의 출시에 따른 스마트시대에는 혁신이 더욱 중요한 가치가 될 것이기에 향후 모바일 및 방통융합 네트워크에서도 망중립성은 중요한 원칙이 될 것으로 전망된다. 스마트 시대를 대비하여 차세대 방통융합 인프라 투자 활성화와 신규 콘텐츠 및 서비스 혁신 촉진이 양립할 수 있는 정책의 수립이 필요하다.

라. 컨버전스 환경에서 미디어 수용자의 진화 방향

디지털 컨버전스로 인해서 미디어의 가치사슬이 기획부터 생산, 유통, 소비단계까지 복잡한 과정에서 2, 3단계로 단순화하고 있다. 이러한 가치사슬의 단순화는 전체 미디어 기업의 영역을 통합시키고 있으며, 수용자로부터 선택받기 위한 무한경쟁을 벌이고 있다. 이러한 컨버전스 환경에서 가치사슬의 단순화가 미디어 기업의 콘텐츠 생산 전략과 수용자 전략에 미치는 영향을 분석하고, 이를 바탕으로 미디어 기업의 새로운 수용자 전략의 수립이 필요한 시점이다.

컨버전스 환경에서의 미디어 가치사슬은 콘텐츠 생산—플랫폼 서비스—수용자 소비로 단순화하고 있다. 통신과 IT사업자의 미디어 영역 진출은 콘텐츠 생산력 강화가 아닌 플랫폼 통합을 통한 서비스 일원화로 전개되고 있다. 그러나 미디어 기업은 통신 및 IT기업과의 재무적 기술적 경쟁력이 약함에도 불구하고 콘텐츠 품질을 통한 경쟁이 아닌 플랫폼 서비스 경쟁에 뛰어드는 우를 범하고 있는 것이 사실이다. 이러한 미디어 기업의 경쟁력은 콘텐츠 생산 능력으로 플랫폼 서비스의 단순화를 다각적인 콘텐츠 전송의 기회로 발전시킬 필요가 있다. 미디어 기업의 전략은 플랫폼 서비스 강화가 아닌 콘텐츠 서비스 강화에 초점을 두고 진행되어야 한다.

마. 스마트시대의 미디어 법제 및 규제 이슈

스마트시대의 방송통신법제는 아마도 이전의 아날로그 시대의 법제 및 서비스와 아울러 디지털 시대를 넘어 스마트 시대의 콘텐츠가 함께 동시에 제공되는 상황을 맞이할 가능성이 높다. 이러한 경우 기존의 디지털 시대만을 예상한 수평적 규제체계의 문제는 이미 국내법적 관점을 넘어 미래법적·세계법적으로 발전할 가능성이 높으며, 방송통신융합에 관한 이전의 법제도 정비 방안과 아울러 이에 대한 법적 고찰이 필요하다.

스마트폰 시대에 적합한 규제체계의 마련이 필요하다. 스마트폰 시대에는 플랫폼 사업자들보다는 콘텐츠 제작자가 유통망을 통해 바로 이용자들에게 콘텐츠를 제공할 수 있으므로 기존의 규제체계가 무력화되는 문제점이 있다. 그럼에도 불구하고 전통적인 미디어 시장은 존재할 것으로 예상되므로 전통적인 미디어 시장을 규율하는 법규와 스마트TV 등 새로운 유형의 미디어들을 규제하는 법규는 전혀 다른 형태가 될 것이므로 이에 대해 미디어 융합의 관점에서 구체적으로 어떠한 법제 정비 방안이 강구되어야 할 것인가에 대해 지속적인 논의가 필요하다.

바. N스크린 시대를 대비한 서비스 플랫폼 정책의 도입 방안

N스크린 환경으로 플랫폼 계층이 네트워크로부터 분리되고 콘텐츠, 네트워크, 터미널(단말기) 전 영역에 영향을 미치는 서비스 플랫폼으로 발전하고 있다. 이러한 서비스 플랫폼 환경은 다면시장을 형성함으로써 비즈니스 갈등 및 불공정 경쟁의 소지가 증가할 것으로 예상된다. 그러나 현재와 같은 네트워크 기반의 수직규제체계 형태에서 서비스 플랫폼 영역에서 발생하는 공정경쟁 및 이용자 보호, 콘텐츠와 서비스의 자유로운 유통을 저해하는 문제를 규율할 수는 없다. 그러므로 서비스 플랫폼 영역을 규율할 수 있는 플랫폼 계층을 반영한 3분류 수평규제체계를 도입하고 플랫폼 중립성에 대한 규제 원칙을 마련할 필요가 있다. 서비스 플랫폼 계층에 대한 별도 규제는 점차 그 필요성이 증가할 것으로 예상되는 만큼 이를 규율하는 법적 개념 도입 추진이 필요하다. 서비스 플랫폼 계층에서 이루어지는 개방성과 호환성을 확대하여 비즈니스 혁신을 유도하고 미디어 다면시장을 활성화하기 위한 장기적 대

응방안 모색이 시급한 시점이다.

사. 컨버전스 시대의 소셜미디어 서비스 가능성과 쟁점

기존의 아날로그 기술에서는 각 영역별로 케이블망-TV-방송콘텐츠/공중통신망-전화기-음성통화/인터넷망-PC-웹 콘텐츠 등과 같이 수직계열화 되었던 시대로 표현할 수 있다. 그러나 디지털 융합기술로 인해 네트워크는 IP 기반의 디지털 방식으로 수렴되고, 단말기는 컴퓨팅, 통신, 디스플레이 기능을 상호 융합하며, 콘텐츠는 디지털 파일로 표준화되고 있다. 따라서 스마트 시대의 미래전략 도출을 위해서는 디지털 컨버전스의 의미, 소셜미디어의 긍정성과 성장가능성, 주요 개념 및 현황 등이 진지하게 검토되고 전제되어야 한다. 융합, 개인, 모바일, 관계 지향, 공개성, 확장가능성 등과 같은 주요 화두를 확인하고, 패러다임의 전환, 분리된 사업자들 간의 다양한 교차 경쟁 가속화, 다양한 서비스 분산형으로 변화되는 환경 등을 면밀히 파악해야 한다.

특히, 개인정보보호를 재개념화할 필요성이 있고, 이용자 중심의 정책적 관심이 지속될 수 있도록, 스마트시대 개인(이용자)의 아이덴티티 전환 현상 등에도 주목해야 한다. 또한 데이터 트래픽 증가에 따른 보완, 융합서비스에 맞는 다양한 콘텐츠 개발 및 앱 개발 지원 문제도 고려해야 한다. 공정 경쟁 및 수익 배분 조건, 투자 및 참여자와 망 사업자간의 수익배분 문제, 새로운 모바일 광고시장에서의 비즈니스 모델 발굴도 심도 있게 논의할 필요성이 있다.

4. 포럼의 활용성과 및 향후 운영방향

가. 포럼 운영의 의미와 정책적 시사점

작년에 이어 두 번째로 운영되었던 본 포럼은 총 6회의 정례 포럼 세미나와 1회의 중간워크숍, 그리고 3회의 외부전문가 초청 세미나 형식으로 진행되었다. 세미나와 워크숍 등을 통해 컨버전스 환경에서의 다양한 미래이슈와 미디어 정책에 대한 논의가 이루어졌고, 최종적으로 방송시장 규제, 방송통신 규제정책, 망중립성, 미디어 수용자, 미디어 관련 법제, 서비스 플랫폼, 소셜미디어 서비스 등과 관련된 쟁점들에

대해 정리하였다.

또한 디지털 컨버전스 미래포럼의 운영을 통해 디지털 컨버전스가 미디어 정책에 미치는 영향을 종합적, 거시적, 산학 연계적으로 검토 및 분석하여, 미래 이슈 및 미디어 정책의 변화 방향에 대해 논의 할 수 있었다. 또한 관련 미디어 정책 이슈들에 대한 학계 및 미디어 현장 전문가들이 자리를 함께 할 수 있는 정례적 포럼이었다는 점에서도 연구 성과의 질을 높일 수 있었다.

본 포럼의 연구 결과를 통해, 디지털 컨버전스 환경하의 다양한 미디어 영역에서 발생하는 변화가 상호 어떻게 어떠한 방식으로 연계되어 함께 진행되는지 확인이 가능하다. 그리고 새로운 미디어 환경 속에서 사회문화적 가치와 산업적 가치를 미세하게 조절하는 규제 정책에 대한 기초자료로도 활용이 가능할 것으로 판단된다.

다양한 미디어 정책 영역을 아울러 폭 넓게 확인하고, 새로운 디지털 컨버전스 미디어 환경 속에서 사회문화적 가치와 산업적 가치를 조정하는 기제가 무엇인지를 논의할 수 있었다는 점도 본 포럼 운영의 중요한 성과중의 하나이다.

나. 향후 운영방향

2009년 1차 포럼의 운영이 다양한 영역의 현업인들 및 학계 전문가들이 모여 사회의 소통과 미디어 규제에 대해 상호 교감의 폭을 넓히는 결과를 가져왔다면, 올해 진행된 2차 포럼의 운영은 1차 포럼의 연속선상에서 새로운 환경 하에서의 미디어 관련 미래이슈들에 대한 논의와 향후 나아가야할 정책 방향에 대해 정리해 보는 자리를 마련했다는 점에서 그 의의가 있다.

본 포럼은 미디어 이슈들에 대해서 산·관·학·연 전문가들이 의견을 교류하고 고민하여 보다 정책적 함의가 있는 결과들을 정리 했다는 점에서는 연구의 혁신성이 있으나 보다 심도있는 디지털 컨버전스의 미래이슈와 미디어 정책에 대한 방향 설정, 대응 전략, 중장기적 정책 방안의 도출 등은 다소 미흡하였다. 따라서 향후 컨버전스 미래포럼의 운영은 이러한 점에 주목하여, 좀 더 구체적이고 실현 가능한 정책적 함의를 도출 할 수 있도록 운영되고 진행되어야 한다. 이를 통해 새로운 환경하에서 단순 기술적 논의가 아닌 진정한 디지털 컨버전스의 정책 목표 및 과제의 설정이 가

능해질 것이다.

또한 학계와 연구계에 머물러 있는 포럼 구성원을 산업계, 관계로 더욱 확대하고, 필요한 경우 현안 분야에 전문 지식을 가지고 있는 외부전문가의 초청 세미나 방식으로 보완하며, 포럼 워크숍 등을 개최하여 구성원 간의 논의의 질과 양을 동시에 높이 방안을 고려한다면 본 포럼의 목적을 달성하는데 더욱 효과적일 것으로 판단된다.

제2절 모바일 인터넷 포럼

1. 모바일 인터넷 포럼의 목적

최근 스마트폰 등 모바일 인터넷 이용이 확산됨에 따라 경제·산업, 미디어·문화 등 우리 사회 전반에 미치는 영향을 다각적으로 전망하고 정책적 대응방안을 모색할 필요성이 커지고 있다. 특히, IT산업 부문의 변화를 넘어 콘텐츠, 소비패턴, 라이프스타일 등 다양한 사회문화적 파급효과까지 고려하여 모바일 커뮤니케이션 생태계의 지속가능한 발전 및 중장기적 비전의 제시에 대한 요구가 증대되고 있다. 이에 모바일 인터넷 포럼에서는 모바일 인터넷의 확산에 따른 사회 전반에 미치는 파급효과에 대한 분석을 토대로 관련 정책아젠다를 도출하고자 한다.

2. 모바일 인터넷 포럼의 구성 및 운영실적

가. 포럼의 구성

본 포럼은 모바일 인터넷을 비롯한 미디어 생태계 전반의 변화 전망 및 모바일 시대의 새로운 정책 패러다임의 방향을 논의하는 것에 초점을 두고 매월 1회 정례적으로 운영되었다. 포럼의 위원은 학계, 연구계 및 KISDI 연구진을 포함하여 23명의 전문가들로 구성했으며, 다양성과 심도있는 논의를 위해 경제·산업분과와 미디어·문화 분과의 두 분과를 두고 운영되었다. 포럼 위원의 구성은 산-학-연 관련 전문가를 대상으로 섭외를 통해 이루어졌는데, 구체적인 포럼의 인적 구성은 다음과 같다.

〈표 4-4〉 모바일 인터넷 포럼의 구성

구분	소속	성명	직위
총괄	서울여대 경제학과	이봉호	교수(위원장)
경제 산업	고려대 경영정보학과	임성택	교수(분과간사)
	정보통신정책연구원	황주성	연구위원(분과간사)
	아주대 경영대학	김영곤	교수
	고려대 미디어학부	김성철	교수
	연세대 경영대학	이호근	교수
	중앙대 경영대학	박찬희	교수
	포항공대 정보통신대학원	홍원기	교수
	경북대 전자공학과	박종태	교수
	한국무선인터넷산업연합회	김경신	회장
	한국인터넷진흥원	이재일	인터넷융합단장
	한국전자통신연구원	전종홍	선임연구원
미디어 문화	국민대 언론정보학부	김도연	교수(분과간사)
	정보통신정책연구원	이원태	부연구위원(분과간사)
	서강대 정치외교학과	류석진	교수
	서울대 언론정보학과	김은미	교수
	숭실대 정보사회학과	배 영	교수
	고려대학교 법학과	김기창	교수
	한국디지털대학교	권호천	교수
	홍익대학교 영상대학원	김종덕	교수
	KAIST 전산학과	문수복	교수
	성균관대 정보통신공학부	추현승	교수
	한국전자통신연구원	하원규	책임연구원

나. 운영실적

모바일 인터넷과 관련된 이슈들을 논의하기 위해 각 분야의 전문가들로 포럼 위원을 구성하여 매월 정기적인 일정을 정하여 세미나를 개최하였다. 논의의 효율성을 위해 2차~7차 포럼은 분과별로 개최하였으며, 외부 전문가를 초청하여 해당 주제의 최근 동향과 이슈에 대해 논의하였다. 그리고 중간워크숍과 8~9차 포럼에서

는 그동안의 논의과정을 토대로 정책아젠다를 도출하여 그 범위와 내용을 조정하였다. 이러한 노력들을 통해 모바일 인터넷 포럼의 연구 성과 및 정책적 기여도를 높이고자 했다. 2010년 모바일 인터넷 포럼의 운영은 아래 <표 4-5>와 같다. 총 9차례의 포럼과 1회의 워크숍이 개최되었다.

<표 4-5> 모바일 인터넷 포럼 운영실적

구분	일자	참가 분과	주제
1차	3/6	전체	- 스마트폰 환경에서 한국 모바일 산업의 활로 (IT문화원, 김중태) - 스마트폰 산업의 활성화: 소프트웨어 (기술문화연구소, 류한석)
2차	4/3	경제 산업	- 스마트폰 OS경쟁에 있어 한국기업의 선택지 (LG전자, 황병선) [논의주제] 모바일 단말제조업체의 경쟁전략
3차	5/1	미디어 문화	- 트위터와 선거: 모바일 미디어와 정치참여 패러다임의 변화 (송실대, 강원택) - 스마트폰과 트위터가 만드는 새로운 정치문화 (경희사이버대, 민경배) [논의주제] 모바일 미디어와 시민참여
4차	6/5	경제 산업	- 스마트폰 확산에 따른 통신시장의 변화와 대응전략 (SKT, 임형도) - 이머징 디바이스, 스마트폰의 기회와 위협 (KT, 하태숙) [논의주제] 스마트폰과 통신정책 이슈
5차	7/3	미디어 문화	- 스마트폰의 인터페이스, 시공간성, 그리고 미디어스케이프 (서울대, 이재현) - 애플존 (북세미나닷컴, 이동우) [논의주제] 스마트폰과 생활양식의 변화
워크숍	8/20	전체	- 상반기 점검 및 분과별 정책아젠다 도출
6차	9/4	경제 산업	- 모바일 웹 환경에 대응하는 포털의 전략 (Daum, 김지현) [논의주제] 경제·산업 분과 정책아젠다 논의
7차	10/2	미디어 문화	- 스마트폰 환경에서 오픈소스 정책의 가능성과 한계 (강원대 법학전문대학원, 정진근) [논의주제] 미디어·문화 분과 정책아젠다 논의
8차	11/6	전체	- 모바일 인터넷 포럼 정책아젠다 논의(I)
9차	12/4	전체	- 모바일 인터넷 포럼 정책아젠다 논의(II)

3. 모바일 인터넷 포럼의 주요 연구결과

포럼의 운영을 통해 최종적으로 “건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다”를 도출하였다. 아젠다의 도출 이전에 2009년도 이후 발표된 모바일 인터넷 관련 정책보고서를 중심으로 기존 정책의 종합적 검토를 실시하였다. 검토 결과 기존의 정책은 직접적이고 단기적인 과제에 치중되어 있으며, 설비기반의 경쟁을 고수하고, 역기능에 대한 단기적 대응에 치중되어 있음을 분석하고, 이것에서 벗어나 보다 중장기적 관점에서 정부의 역할을 재정립할 필요성이 있음을 인식하였다. 따라서 아래 <표 4-6>에 제시된 10대 정책아젠다는 보다 근원적 문제에 초점을 맞추어 종합적인 시각과 처방을 제시하고자 하였다. 정책영역의 측면에서는 모바일 산업과 관련된 정책뿐만 아니라 그것이 영향을 미칠 거시사회적 영향을 감안한 정책을 포괄하도록 하였으며, 정책성격의 측면에서는 정부가 직접 정책을 수립 · 집행하는 진흥정책보다는 규제개선과 완화를 통해 정책목표를 달성하는 방안에 중점을 두고자 하였다.

<표 4-6> 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다

10대 정책 아젠다	주요 정책과제
플랫폼 형태의 공공정보 개방	공공정보 플랫폼 전략 수립
	모바일 플랫폼 시범사업
	공공데이터 활용을 위한 법 · 제도적 장치 마련
모바일 산업 기초데이터 분류체계 정비 및 관련 지수 개발	공신력 있는 국가기관에 의한 모바일 산업분류 및 수집체계의 재정비
	모바일 생태계 지수의 개발
	모바일 투자효과 측정지수의 개발
균형있는 규제정책을 위한 제도적 장치 마련	과외블로거 및 실무담당자로 구성된 모바일 정책자문단 구성
	모바일 규제 모니터링 및 주기적 설문조사
	벤처활성화 정책의 효과성 조사
	‘모바일 신문고’ 앱 또는 모바일 웹을 개발
	우수 규제개혁 사례 발표 지원

10대 정책 아젠다	주요 정책과제
모바일 시장의 추가적인 경쟁활성화 방안	모바일 시장 변화에 따른 경쟁정책의 정비
	MVNO 활성화 정책
	모바일 네트워크의 효율화 방안
	모바일 디바이스 간 이동성 강화 방안
모바일 인프라의 다각적 확충	모바일 인프라 고도화를 위한 주파수 확보
	무선랜의 고도화 및 통합관리
	광대역 이동통신망의 기술중립성 확보
모바일 데이터 요금제 개선	멀티플랫폼에 대응하는 신 요금제 도입
	요금제도의 다양화를 통한 소비자 선택권 확대
모바일 이용자 보호 및 모바일 리터러시 강화방안	정보격차 해소 및 미디어 리터러시 제고 종합적 정책방안 마련
	프라이버시 침해 대응체계 구축
	모바일 중독 해소를 위한 실태조사 및 종합적 대응체계 구축
모바일 인터넷 보안문제에 대한 대응방안	민·관 합동 모바일 인터넷 보안 대책기구 설치 추진
	모바일 보안 관련 연구개발 적극 지원
	모바일 보안 관련 교육 및 홍보 프로그램 적극 개발
모바일 미디어의 정치사회적 영향력 확대와 정책적 대응	선거법 등 인터넷 규제체계 개선
	정치적 프라이버시 보호체계 마련 검토
	모바일의 정치적 활용(또는 모바일 정치참여) 가이드라인 제정
모바일 인터넷의 공공성 및 지속가능성 강화	정부 모바일 인터넷 정책 수립시 공공성 강화를 위한 고려와 구체적 프로그램 포함 및 추진
	모바일 인터넷 오픈소스 확산에 관심과 지원 지속
	정부, 산업계, 민간의 3각 네트워크 활성화를 통해 모바일 인터넷 산업의 지속가능성 증대

4. 포럼의 정책적 시사점과 향후 운영방향

가. 포럼 운영의 의미와 정책적 시사점

모바일 인터넷 포럼의 운영을 통해 다양한 사회문화적 파급효과까지 고려한 모바일 인터넷 생태계의 지속가능한 발전에 대해 전문가들이 정기적으로 논의함으로써 다양한 의미와 가치를 포괄하는 모바일 인터넷의 영향에 대한 관심을 제고할 수 있었다.

또한 본 포럼의 연구 결과로 제시된 “건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다”는 경제 · 산업, 미디어 · 문화 등 사회 전반에 미치는 파급효과에 대한 분석을 토대로 작성되었으므로, 모바일 인터넷을 비롯한 모바일 생태계 전반의 새로운 정책 패러다임 수립의 기초자료로 활용 가능할 것으로 기대된다.

나. 향후 운영방향

2010년도의 모바일 인터넷 포럼은 모바일 인터넷 이슈들에 대해서 전문가들이 의견을 교류하여 정책적 함의가 있는 아젠다들을 제시했다는 점에 그 의의가 있으나, 보다 구체적인 정책 방안과 심도있는 대응 전략의 도출 등은 다소 미흡하였다.

이러한 결과는 포럼의 구성이 주로 학계와 연구계를 중심으로 이루어진데 부분적 원인이 있다. 모바일 인터넷 분야의 급변하는 환경을 고려할 때 업계 전문가의 참여가 필요했지만 중립성 유지를 위해 외부전문가로 초청할 수밖에 없었다. 향후 유사한 형태의 포럼이 계속된다면 관련 협회 등을 통해 객관적이고 대표성 있는 업계의 인사를 포괄하는 것이 도움이 될 것으로 생각된다.

제 3 절 공동학술대회 개최

1. 행사 개요

본 연구의 디지털 컨버전스 네트워크 구축 · 운영의 일환으로 한국경영정보학회, 한국산업조직학회는 ‘디지털 컨버전스와 미래 경제 · 경영 패러다임의 변화’를 주제로 한 공동학술대회를 정보통신정책연구원의 후원 하에 2010년 10월 8일 서울상공회의소 중회의실에서 개최하였다.

공동학술대회는 디지털 컨버전스로 인한 미래 경영 · 경제 환경의 변화에 대한 학제 간 소통의 장을 마련하여 다학문적 관점에서 정책적 함의를 논의하고 대안을 모색하는데 그 의의가 있다. 또한 디지털 컨버전스 시대의 학문적 공동체 형성의 기반을 마련하고, 이를 통해 향후 각 분야 간 전문가들의 네트워크 형성, 상호 정보 교류

및 시너지 효과를 극대화하는데 기여할 것으로 전망된다.

공동학술대회는 크게 2개의 세션으로 구성되었다. 첫 번째 세션은 디지털 컨버전스와 경영의 미래를 주제로 ‘융합과 창조의 패턴과 트렌드 고찰을 통한 미래의 핵심 가치 예측’, ‘디지털 컨버전스에 의한 비즈니스 변화 사례와 전망: 상거래와 미디어를 중심으로’라는 주제로 발표가 이루어지고, 각각의 발표에 대한 지정토론이 이루어졌다. 특이한 점은 발표자는 한국경영정보학회 소속의 경영학 전공자이며, 지정토론은 한국산업조직학회 소속의 경제학 전공자가 말씀으로써 발표에 대한 다른 관점의 해석과 논의가 이루어지게 하였다. 두 번째 세션은 컨버전스와 미래 경제 정책 이슈를 주제로 ‘디지털 컨버전스와 경쟁정책’, ‘Digital Convergence and Mergers with Potentially Complementary Products’라는 주제로 발표가 이루어지고, 각각의 발표에 대한 지정토론이 이루어졌다. 세션 1과는 반대로 한국산업조직학회 소속의 경제학

〈표 4-7〉 디지털 컨버전스와 미래 경제·경영 패러다임의 변화 공동학술대회 프로그램

항목	시간	세부 내용	진행자
개회식	14:00 ~ 14:15	개회사 환영사	장시영(한국경영정보학회장) 이인호(한국산업조직학회장)
세션 1: 디지털 컨버전스와 경영의 미래 사회: 황경태 (동국대)	14:15 ~ 14:45	융합과 창조의 패턴과 트렌드 고찰을 통한 미래의 핵심가치 예측	발표: 김진화(서강대) 토론: 신일순(인하대)
	14:45 ~ 15:15	디지털 컨버전스에 의한 비즈 니스 변화 사례와 전망: 상거 래와 미디어를 중심으로	발표: 이경전(경희대) 토론: 이홍재(아주대)
	15:15 ~ 15:30	COFFEE BREAK	
세션 2: 컨버전스와 미래 경제 정책이슈 사회: 전성훈 (서강대)	15:30 ~ 16:00	디지털 컨버전스와 경쟁정책	발표: 남재현(고려대) 토론: 임규건(한양대)
	16:00 ~ 16:30	Digital Convergence and Mergers with Potentially Complementary Products	발표: 김종민(국민대) 토론: 이정승(호서대)

전공자가 발표를 하고, 이에 대해 한국경영정보학회 소속의 경영학 전공자가 토론을 함으로써 학제간 다양한 의견을 주고받을 수 있도록 진행되었다. 공동학술대회의 프로그램은 앞의 <표 4-7>과 같다.

2. 주요 발표내용

가. 세션 1: 디지털 컨버전스와 경영의 미래

세션 1에서는 경영학의 관점에서 디지털 컨버전스와 경영의 미래라는 주제로 2개의 발표가 진행되었다.

첫 번째 발표는 김진화 서강대 교수가 ‘융합과 창조의 패턴과 트렌드 고찰을 통한 미래의 핵심가치 예측’을 주제로 발표를 하였다. 인구구성의 변화, 국제화, 여성의 지위 향상, 라이프스타일의 변화와 사회갈등, 이공계의 재부상, 교통기술의 발달, 인공지능과 인지공학의 발달, 첨단기술의 발달 등 2030년 미래사회와 기술의 예측을 서두로 하여 21세기 핵심가치는 가치의 다양성에 있음을 강조하였다. 21세기 주요한 가치는 인간이며, 행복, 기쁨, 즐거움이며, 개인화, 창조, 상상 기반의 신가치가 등장함을 주장하였다. 인간 중심의 다양한 가치 예측의 사례로 행복, 기쁨의 다양화로 인해 홀로그램, 가상공간을 활용하는 펀(fun) 산업이 확대될 것이며, 블로그나 휴먼 네트워크를 통한 인간관계의 다양화가 진전될 것으로 설명하였다. 교육 또한 창의성, 스토리, 꿈 중심으로 다양화가 이루어질 것이며, 인종, 성(性)과 관계없이 인간의 다양성이 존중될 것임을 강조하였다.

두 번째 발표는 이경전 경희대 교수가 ‘디지털 컨버전스에 의한 비즈니스 변화 사례와 전망: 상거래와 미디어를 중심으로’라는 주제로 발표를 진행하였다. 이경전 교수는 디지털 컨버전스를 기존 미디어가 디지털화되는 Convergence to Digital과 디지털화에 의해 융합되는 Convergence by Digital로 구분할 수 있음을 주장하였다. 그는 디지털 컨버전스에 의한 비즈니스 모델의 진화의 형태로 제품-서비스 통합(product-service integration), 미디어-상거래 통합(media-commerce integration), 실세계의 미디어

어화(Real world becomes media), 모든 사물에 링크의 내재화(Links are embedded into everything), 비즈니스의 클라우드화(Businesses become the cloud itself)가 이루어질 것임을 예측하였다. 또한 비즈니스 모델 진화의 메가트렌드는 디지털과 유비쿼터스 관점과 그린 및 소셜 관점에서 향후 조망할 필요가 있음을 주장하였다.

나. 세션 2: 컨버전스와 미래 경제 정책이슈

세션 2에서는 경제학 및 산업조직학의 관점에서 컨버전스와 미래 경제 정책이슈라는 주제로 2개의 발표가 진행되었다.

첫 번째 발표는 남재현 고려대 교수가 ‘디지털 컨버전스와 경쟁정책’을 주제로 발표를 하였다. 발표에서 다양한 기술과 상품들 간의 융합이 발생되고 있음을 설명하고, 특히 대체재 또는 보완재로서의 융합이 촉진되고 있음을 강조하였다. 대체재/보완재로서의 융합은 서로 독립적인 기능을 제공하던 상품들이 상호 유사한 기능을 제공함으로써 대체재/보완재, 경쟁 관계가 되는 현상을 의미하며, 또는 서로 보완관계에 있는 상품들이 대체관계로 되는 현상들이다. 따라서 이러한 다양한 컨버전스에 대응할 수 있는 경쟁정책의 필요성이 대두됨을 설명하였다. 기존에 독립적인 기능을 제공하는 서비스 및 상품을 위한 정책들은 21세기의 컨버전스의 패러다임에 맞는 정책적 요구를 충족시키지 못하고 있기 때문에 이에 대한 다양한 대응을 고려해야 함을 주장하였다.

두 번째 발표는 김종민 국민대 교수가 ‘Digital Convergence and Mergers with Potentially Complementary Products’라는 주제로 발표를 진행하였다. 김종민 교수는 상호 보완적인 시장에서 번들링을 다루기 위한 모델을 개발하였고, 제시한 모델이 디지털 컨버전스의 경제적 결과 분석을 위해 응용될 수 있음을 설명하였다. 그는 서로 다른 기능의 상품이 디지털 융합의 성과물로 새로운 다기능 상품으로 변모할 때 시장에서 경쟁을 반드시 강화하지 않는다는 것을 증명하였다. 그러나 디지털 융합으로 인해 발생하는 다양한 융합상품들이 다수 출시되고 있는 추세이나 반드시 그것이 고품질의 기술이라고 말할 수 없으며 복합기의 경우와 같이 단순 결합 상품으로서는 시장 경쟁이 발생하지 않을 수 있음을 설명하였다.

3. 결론 및 정책적 시사점

한국경영정보학회와 한국산업조직학회의 공동학술대회는 디지털 컨버전스가 궁극적으로 미래의 우리 삶에 어떤 변화를 줄 것인가라는 주제에 대해 다양한 학문적 관점 및 산업, 이용자, 정부 등 다양한 입장을 논의하고 이에 대한 시사점을 도출하고, 국내외 컨버전스 관련 연구의 네트워킹을 강화하기 위해 기획되었다.

공동학술대회를 통해 디지털 컨버전스로 인한 미래 경영 및 경제 환경의 변화에 대한 학제간 소통을 장을 마련하였으며, 다학문적 관점에서 정책적 함의를 논의하고 대안을 모색하였다. 또한 디지털 컨버전스에 효과적으로 대응하기 위한 2개 학회 간 디지털 미래학 연구공동체 활성화의 기반을 마련하였다.

공동학술대회에서는 경영학적 관점에서 디지털 컨버전스와 경영의 미래를 논의하였으며 미래 트렌드에 기반한 비즈니스의 핵심가치로 인간 중심의 가치 다양성이 가장 중요한 이슈가 될 것이라는 예측이 제시되었고, 디지털 컨버전스로 인한 비즈니스 모델의 진화는 제품—서비스 통합, 미디어—상거래 통합, 실세계의 미디어화, 사물의 링크 내재화 등의 형태로 진화할 것임을 다양한 사례에 기반하여 보여주었다.

경제학 및 산업조직학적 관점에서는 디지털 컨버전스가 진행됨에 따라 대체재/보완재로서의 융합이 촉진되는 상황에서 과거의 경쟁정책 패러다임으로는 이에 대한 적절한 대응이 어렵기 때문에 새로운 경쟁정책의 정립이 필요하다는 점이 제시되었다. 또한 융합이나 결합에 의해서 새로운 상품이나 제품이 등장하더라도 이것이 시장경쟁을 반드시 강화하지 않기 때문에 후생적 차원에서 정책 타당성을 검토하는 것이 필요함을 논의하였다.

두 개의 세션에서 보듯이 유사한 분야로 보이는 경영과 경제 분야에서도 발표와 토론에서 서로 다른 시각과 견해차를 가지고 있어, 서로가 상대방의 의견을 청취하고 이를 반영한 다양한 정책적 시사점을 도출하는 것은 매우 의미있는 일로 판단된다. 향후에도 다양한 공동학술대회 등을 통하여 디지털 컨버전스의 미래에 대한 연구 논의를 활성화하고, 각 분야 간 전문가들의 네트워크 형성, 상호 정보 교류 및 시너지 효과 도모를 추구하는 다양한 활동이 지속적으로 추진될 필요가 있다.

제 4 절 심포지엄 개최

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ)와 관련하여 2010년 연구결과를 기반으로 하여 방송·통신 융합, 모바일화, 그리고 인터넷의 진화 등이 철학·인문, 정치, 경제, 사회, 문화 등 국가사회의 제 분야에 미칠 영향 및 변화와 관련된 학문적, 정책적 논의의 장을 마련할 목적으로 최종 심포지엄이 기획되었다. 최종 심포지엄은 각 과제의 연구진, 학계, 산업계, 언론계 등 각계 전문가들이 참여하는 대규모 심포지엄을 통해 디지털 컨버전스 시대의 변화흐름에 대해 일반인들의 관심과 참여를 이끌어냄으로써 연구결과를 널리 알리고 다양한 논의를 수용하는데 그 의의가 있다.

1. 행사 개요

방송통신위원회 주최, 정보통신정책연구원 주관으로 2010년 12월 3일 서울 백범 김구기념관 대회의실에서 ‘디지털 컨버전스, 사회의 재창조’를 주제로 한 심포지엄을 개최하였다. 본 심포지엄은 방송통신위원회의 지원 아래 정보통신정책연구원이 수행하고 있는 중장기 과제인 ‘디지털 컨버전스 기반 미래연구’의 2차년도 연구결과를 발표하는 행사로서 융합사회와 융합문명의 본질, 그리고 디지털 컨버전스와 함께 등장한 소셜 미디어의 발전 방향과 이에 따른 정책과제들에 대하여 논의하는 것을 목적으로 마련되었다.

심포지엄은 크게 두 개의 세션으로 구성되었다. 첫 번째 세션은 ‘컨버전스 시대, 무엇이 바뀌나?’를 주제로 제목이 시사하는 바와 같이 우리가 체험하고 있는 융합사회 변화의 본질에 대한 논의를 진행하였다.

두 번째 세션의 제목은 ‘컨버전스 시대, 무엇을 할 것인가?’로 성숙한 융합사회를 만들어 가기 위해 시대적 과제가 무엇인지를 논의하는 세션이다. 특히 중요한 과제들이 다수 존재하지만 이번 심포지엄은 지난 일 년 동안 많은 사회적 관심을 끌면서 보급·확산된 소셜 미디어에 초점을 맞추어 논의가 진행되었다. 그 동안 다양한 소

〈표 4-8〉 디지털 컨버전스, 사회의 재창조 심포지엄 프로그램

프 로 그 램	진행자 및 발표자	시 간
▶ 개회식: 개회사	방석호 정보통신정책연구원 원장	14:00 ~ 14:05
▶ Session I : 컨버전스 시대, 무엇이 바뀌나?	사회 황경식(서울대 철학과)	14:05 ~ 16:00
[기조발표] 융합문명의 특성과 동학	발표 김문조(고려대 사회학과)	
제1주제: 혼합현실 시대의 합리성과 영토성	발표 이종관(성균관대 철학과)	
제2주제: 컨버전스 시대 정치권력의 새로운 성찰	발표 류석진(서강대 정치외교학과)	
제3주제: 컨버전스 코디네이션과 미래경제	발표 조남재(한양대 경영학과)	
제4주제: 컨버전스 시대의 소통양식과 문화의 다양성	발표 이호규(동국대 신문방송학과)	
토론	윤성이(경희대 정치외교학과) 이미영(건국대 경영정보학과)	
휴식		16:00 ~ 16:20
▶ Session II : 컨버전스 시대, 무엇을 할 것인가?	사회 임혁백(고려대 정치외교학과)	16:20 ~ 18:00
[대표발표] 소셜미디어에 대한 학제적 고찰과 합의	발표 황주성(정보통신정책연구원)	
토론	김윤수(KT 대외협력실 상무) 정혜승(Daum 대외협력실장) 백재현(중앙일보 취재데스크) 공훈의(위키트리 발행인) 김문조(고려대 사회학과) 이호규(동국대 신문방송학과)	
질의응답		
종합		

설 미디어들이 도입되었지만 대부분 새로운 비즈니스 모델의 차원에서 논의되었지, 과연 이것들이 사회발전을 위한 새로운 사회적 자본이 될 수 있는가라는 ‘소셜’이라

는 형용사에 걸 맞는 본질적인 논의는 미흡한 것이 현실이다. 따라서 두 번째 세션의 소셜 미디어에 대한 대표 발제를 통해 우리나라 소셜 미디어의 현재 모습을 분석하고, 그 문제점을 제시하였다. 이어지는 패널토론에서는 ‘진정한 소셜’이란 무엇인지, 그리고 소셜 미디어가 진정한 소셜 미디어로 거듭나서 우리 사회의 재창조에 기여하기 위해 무엇을 해야 하는지에 대해 집중적인 논의가 이루어졌다.

2. 주요 발표내용

디지털 컨버전스, 사회의 재창조 심포지엄은 방석호 정보통신정책연구원 원장의 개회사를 시작으로 ‘융합문명의 특성과 동학’에 대한 김문조 교수(고려대 사회학과)의 기조발제가 이어졌다. 김문조 교수(기조발제)는 미래사회를 후계몽시대(Post-Enlightenment Age)의 융합문명기로 보고 지난 수천 년 간 지속된 분화-세분화-전문화 시대에 분산된 것들이 재결합하는 ‘융합적 전회(convergent turn)’로 진단하였다. 그리고 융합문명기에 이루어지는 혼성사회(Hybrid Society)는 분절과 결합이라는 일련의 변증법적 과정을 거치게 됨으로써 잉여의 문제와 부조화의 문제가 뒤엎힌 ‘혼동적 소외’가 풍미할 것으로 전망하였다. 따라서 새로운 미래사회에 대한 최선의 대응 방안은 인간과 비인간의 상생적 공조를 통해 혼종적 질서를 추구할 수 있는 “포괄적 진화(inclusive evolution)”가 이루어져야 함을 강조하였다.

제1세션은 황경식 교수(서울대 철학과)의 사회로 ‘컨버전스 시대, 무엇이 바뀌나’라는 주제에 대해 이종관 교수(성균관대 철학과), 류석진 교수(서강대 정치외교학과), 조남재 교수(한양대 경영학과), 이호규 교수(동국대 신문방송학과)가 각각 철학, 정치, 경제, 문화 영역의 연구결과를 발표하였다.

이종관 교수(철학영역)는 디지털 컨버전스에 따라 새롭게 등장한 입체적 합리성과 이에 기초한 혼합현실 내에서 행위와 참여가 일치됨에 따라 나타나게 되는 탈영토성 개념을 제시하였다. 또한, 혼합현실에서 행위자의 자유로운 참여와 몰입이 가능해짐에 따라 ‘살아있는 현실’의 등장을 예견하였다. 디지털 재현 기술의 발전이 가능케 한 다중 현실 사회의 합리성은 근대의 선형적 합리성과는 달리 입체적일 것

을 요구한다. 디지털 텍스트에 기초한 다중현실 사회는 개인의 가치체계들에 따른 다양하고 이질적인 요소들이 하나의 공간 안에서 어우러짐을 가능케 한다. 이 공간이 입체적 합리성에 기초한 혼합현실이다. 혼합현실은 현실과 가상의 탈경계화를 통해 스마트 미디어에서 펼쳐지는 소통 네트워크를 현실 내에 존재하게 한다. 혼합현실 내에서 행위와 참여가 일치됨에 따라 행위자의 현실은 영토적 구속을 벗어나 탈영토화된다. 이러한 혼합현실은 그간 가상과 현실의 구분 속에서 감추어졌던 인간 본래의 ‘살아있는 현실’로의 귀향 가능성을 열어 놓는다.

류석진 교수(정치영역)는 컨버전스 사회로 인해 늘어난 시민들의 자기노출과 개방을 통해, 서로 간의 신뢰가 형성됨으로써 보다 발전적인 자발적 네트워크가 시민사회 내에 자리 잡게 될 것으로 전망하였다. 그리고 정부의 정보접근성 증대와 개방은 시민사회와의 신뢰적인 관계 형성으로 보다 민주적인 사회로 발전시킬 것이며 이에 정부는 보다 전향적인 자세로 컨버전스 시대의 변화에 임해야 할 것임을 강조하였다. 컨버전스 사회로 인해 시민들 간의 자기노출의 정도가 더욱 심화되고 있다는 사실은 높은 신뢰와 민주주의 발전에 가능성이라는 측면에서 볼 때 긍정적인 면을 갖는다. 물론 자기정보를 노출함으로써 생기는 부작용도 없진 않겠지만, 자기노출과 개방을 통해 서로 간의 신뢰가 형성됨으로써, 보다 발전적인 자발적 네트워크가 시민사회 내에 자리 잡게 될 것임은 분명하다. 이는 정부와 시민사회 간의 관계에도 적용 가능하다. 정보화 이후 정부가 이전보다 정보접근성을 높임으로써 시민사회에 다가서고 있는 것은 사실이다. 그러나 아직까지 정부는 시민사회에 자기를 노출하는 것을 꺼려하고 있다. 만약 정부의 주요 목적 중의 하나가 민주적인 사회를 발전시키는 것에 있다면, 정부는 보다 전향적인 자세로 컨버전스 시대의 변화에 임해야 할 것이다.

조남재 교수(경제영역)는 디지털 컨버전스가 경제 행위자 간의 소통과 혁신의 방식, 즉 코디네이션 방식을 변화시킴으로써 혁신적 기술, 창조적 디자인 등의 새로운 제품과 서비스를 창출하는 해법이 되고 있다고 주장하였다. 이에 따라 컨버전스 코디네이션을 능동적으로 선도하고 수용하는 기업과 국가가 미래 경제의 주역이 될

것으로 전망하였다. 디지털 컨버전스는 미디어의 사회성과 풍부성을 격상시키는 방향으로 진행되고 있다. 이러한 변화는 소통을 근간으로 하는 코디네이션 즉, 경제 행위자 간의 조정과 협력의 방식을 변화시킴으로써 기업과 사회, 고객, 협력사, 그리고 시장이 상호 소통하고 혁신해 나가는 양상을 변화시킨다. 따라서 미디어 융합을 기반으로 한 컨버전스 코디네이션은 혁신적 기술과 개념, 창조적 디자인을 통해 새로운 제품과 서비스를 창출하는 해법이 되는 것이다. 비교와 합리적 선택이라는 수동적 이성애 의존하던 경제 주체들이 참여와 공감, 감성과 이성, 개성과 집단지성, 창조와 개방의 조화를 경험하며 컨버전스 기반의 통합적 행위 주체자로 거듭나 신소통경제로의 이행을 촉진할 것이다. 이에 따라 컨버전스 코디네이션을 능동적으로 선도하고 수용하는 사업자와 기업, 국가가 미래 경제의 주역이 될 것이다.

이호규 교수(문화영역)는 사람들이 디지털 컨버전스 매체를 이용하여 자신과 비슷한 사람들과 연결되고자 하며 이를 통하여 자신의 주체성을 확보하고자 한다고 지적하였다. 그리고 이러한 주체성의 발현은 문화의 다양성을 확보할 수 있는 계기가 될 것이라고 강조하였다. 페이스북에서의 소통양식에 영향을 주는 상황적 요인 으로서는 개인들의 인상 관리와 연결성 욕구이다. 이를 충족시키기 위해 끊임없이 타인들의 주목을 받을 수 있는 정체성과 메시지를 만들어 간다. 컨버전스 매체로 간주되고 있는 페이스북에서 사람들이 교환하는 메시지들을 내용을 분석하고 심층 인터뷰를 한 결과, 대부분이 자신들의 일상에 대한 신변잡기를 담벼락에 올리고 있음을 알았다. 사람들은 페이스북을 통해 심각한 이슈를 중심으로 자신들의 의견을 교환하여 합의를 하고자 함이 아니라 자신들이 남에게 보이고 싶어 하는 모습을 알리고자 한다. 또한 자신들과 취향이 유사한 사람들과 항상 같이 있고 싶어 하는 연결성에 대한 욕구를 충족시키는데 그 의의가 있다. 연결성 욕구를 충족시키는 방법으로서 사람들은 주로 의례적인 메시지를 교환한다. 두 번째 특징으로서는 사람들이 상호작용을 하면서 구체적인 사안을 둘러싼 토의가 아니라 자신과 비슷한 사람들이 세상에 존재하고 있다는 공유감을 갖는 것이 목적이다. 낭만주의자들은 소통을 다 음과 같이 정의하고 있다. ‘내가 안다’는 생각과 ‘우리가 안다’는 것은 전혀 다른 차

원이다. 주관적 사유는 내가 안다는 확신이고 상호주체적 사유는 타인 역시 똑같은 방식으로 사유할 수 있고 더 나아가 대상과 일치하고자 함이다. 사람들은 컨버전스 매체를 이용하여 자신과 비슷한 사람들과 연결을 통해 자신들의 주체성을 확보하고자 한다. 이러한 주체성은 매우 다양하게 나타나고 있는데, 이러한 특징이 문화의 다양성을 확보할 수 있는 계기가 될 수 있다.

제2세션은 임혁백 교수(고려대 정치외교학과)의 사회로 ‘컨버전스 시대, 무엇을 할 것인가’라는 주제에 대해 황주성 연구위원(정보통신정책연구원)이 소셜 미디어에 대한 학제적 고찰과 함의를 발표하였다.

황주성 연구위원(대표발제)은 인터넷 상 ‘소셜’의 패러다임이 가상공동체와 같은 동질적 취향의 집단적 결집이 아니라, 개인의 관계와 프로파일을 토대로 하는 총체적 네트워크로 통합됨에 따라 소셜 미디어의 파급력이 더욱 확대될 것으로 전망하였다. 이에 글로벌 사업자에 대한 통제와 공정경쟁, 개인정보 등 정책차원의 모니터링을 강화해야한다고 주장하였다. 소셜로 인한 인간관계의 연결 범위와 속도가 기하급수적으로 증가하는 반면, 체화된 공감, 체화된 공동행위, 체화된 친밀성 등이 결여되어 있다. 이러한 변화가 집단중심이 아닌 개인의 관계와 프로파일을 토대로 하는 총체적 네트워크로 통합됨에 따라 소셜 미디어의 파급력이 더욱 확대될 것으로 보인다. 소셜의 구조와 속성이 사회 전반에 어떠한 영향을 끼칠지에 대한 깊은 고찰 과정에서 소셜 미디어 활용에 대한 전반적인 현황과 효과에 대한 검토 및 이용 속성을 고려한 대응방안을 모색하는 것이 향후 주요한 연구과제이다.

3. 결론 및 정책적 시사점

디지털 컨버전스, 사회의 재창조의 1, 2 세션 후에는 대표발제를 중심으로 다양한 토론이 진행되었다.

김윤수 KT 대외협력실 상무는 기업의 소셜 미디어, 소셜네트워크에 대한 관심이 크게 고조되고 있음을 지적하고, KT의 경우 웹기반의 기술의 진화와 무선인터넷의

편재로 인한 사회변화에 대응하여 트위터 등을 활성화시키고 있음을 설명하였다. 특히 유무선 컨버전스 서비스를 통해서 무선인터넷을 어디에서나 이용할 수 있도록 하는 등 사업구조 변경과 콘텐츠 중심의 가치사슬을 폐쇄형에서 개방형으로 바꾸기 위해 노력하고 있음을 밝혔다. 현재 KT의 트위터에는 9만 명 정도의 팔로어(follower)가 있으며, 실시간 고객 커뮤니케이션으로 고객의 의견수렴을 통해 서비스 개선하고 있으며, 소셜 미디어가 재미와 기업의 홍보 수단에 그치지 않고 양방향 수렴의 장으로 나아가는 것이 향후 성공 요인일 것으로 예상하였다. 정책적으로는 소셜 미디어의 발전에 따른 여러 가지 역기능을 사전에 차단할 수 있는 방안에 대해서 기업, 정부, 기관들이 협력하여 논의할 필요성이 높다고 주장하였다.

정혜승 Daum 대외협력실장은 예전부터 인터넷의 기본속성은 커뮤니티의 소셜 활동이었으며, 요즘 부각되고 있는 소셜은 모바일과의 결합으로 더욱 개념이 증폭되고 있다고 설명하였다. 모바일기기의 이동성과 함께 현장성과 속보성, 실시간성을 갖추게 되면서 방송을 보면서 실시간 검색이 동시에 가능한 시대가 도래하였으며, 특히 소셜 댓글의 가장 중요한 점은 온라인 아바타에 대해 어느 정도 품격을 유지하려는 점이 있기 때문에, 악성 댓글 등으로 인한 실명공개 등의 방안보다 훨씬 좋은 대안으로 부각되고 있음을 강조하였다. 하지만 사용자들이 이미 공개한 정보라고 할지라도 포털에서 검색해서 보여주는 것에 대한 불편함이 있어 프라이버시의 보장 문제에 대해 검토가 필요함을 주장하였다. 또한 직접 소통에 대한 기업의 소셜 마케팅으로의 이행이 활성화되고 있지만 역차별에 대한 문제점은 여전히 해결해야 될 과제임을 제안하였다.

백재현 중앙일보 취재데스크 기자는 뉴스미디어가 소셜 미디어로 인해 현장의 일거리가 대폭 늘어나고 있는 현상을 설명하였다. 소셜 미디어를 항시 모니터링하고, 관리하는 부서가 늘어나고 있으며, 아침마다 각 데스크들이 각 소셜 미디어가 어떤 것을 주요 쟁점으로 하고 있는지에 관해 회의를 하는 상황이 벌어지고 있다고 말했다. 산업사회에 맞는 비즈니스 모델인 신문이 소셜 미디어로 인해 붕괴가 되고 있지만 기회 또한 있다고 주장하였다. 아직은 미디어가 전달해 주기 전까지는 그 정보가

전달될 수 없는 독자들이 상당수 존재하며, 전통 미디어에서 생산되는 정보의 활용도가 높다는 점이 뉴스미디어에게는 기회임을 강조하였다. 전통미디어의 위력이 점차 약해지고 소셜 미디어가 폭발적으로 성장하고 늘어나고 있는 시점에서 사회적 공공재로서의 기능을 소셜 미디어가 할 수 있는지, 일반 개개인에게 영향을 끼치지 않는 이슈에 대해 소셜 미디어가 제대로 기능할 수 있는지에 대해 의문을 가지고 있으며 이에 대한 연구와 정책이 필요한 시점임을 주장하였다.

공훈의 위키트리 발행인은 소셜네트워크가 활성화되면서 가장 일차적인 충격을 받는 사람은 언론인이며, 언론의 역할과 기능이 변하면서 언론을 미디어로 홍보와 마케팅을 했던 기업들도 새로운 변화를 모색하고 있는 현실을 설명했다. 소셜네트워크는 과거와 완전히 다른 행동양식을 만들어 내는 것이기 때문에, 기존의 독자와 미디어가 수직적인 구조였다면 소셜 미디어의 등장은 독자가 뉴스의 생산과 유통에 직접 참여하는 수평적인 양상이 발생하는 것으로 해석하였다. 이러한 언론의 변화와 스마트폰에서의 소셜 모바일 시대의 도래는 기업과 개인의 생활에 급격한 변화를 가져오고 있어 이에 대한 대비가 필요하다고 주장하였다.

김문조 고려대 사회학과 교수는 시대적 화두인 소셜 미디어가 글말보다 입말이 더 성행하고 말걸기가 유행인 담화의 사회에서 토크(talk)의 사회로 변화를 일으키고 있음을 설명하였다. 그것이 사회적으로 여러 가지 형태의 소셜 상품으로 나타나는데 이런 것들이 경량화를 가져오며, 경량화는 인간사회도 가벼워지고, 상품도 가벼워지고, 이런 것들이 스마트하고 민첩한 사회문화를 만들어, 그러지 못한 정상인을 부정한 사람으로 만드는 단점이 있어 이에 대한 심도깊은 과제를 추진할 필요성이 있음을 역설하였다.

이호규 동국대 신문방송학과 교수는 소통의 시대에 많은 사람들은 커뮤니케이션을 전달과 동일한 개념으로 생각하고 있는데, 커뮤니케이션의 여러 의미 중 하나는 나와 같은 사람을 찾고자 하는, 그리고 거기에서 기쁨을 느끼는 현상임을 설명하였다. 내가 누군가와 커뮤니케이션 한다는 것은 내가 소중하게 생각하는 사람이고, 이를 기반으로 나타나는 것이 소셜네트워크 서비스라고 주장하였다. 이와 같은 상황

에서 네트워크는 공간적 사고방식의 관점보다 시간의식이 있는 사회를 만드는 것이 더 중요할 것으로 예측하였다.

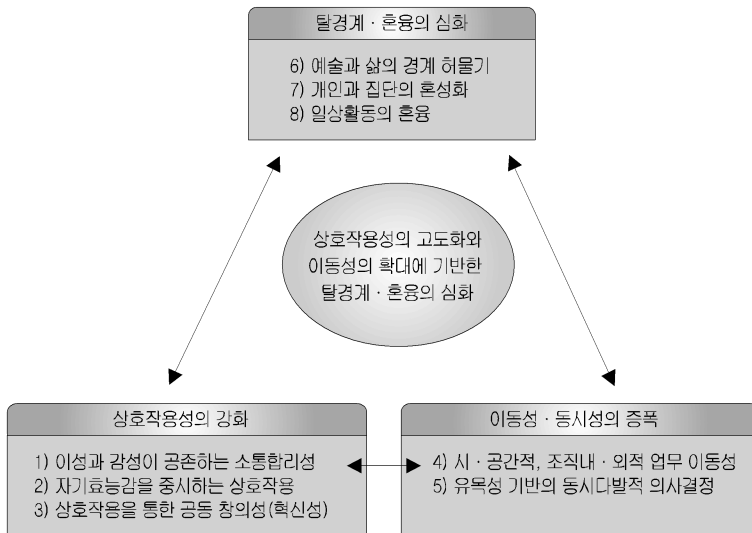
우리 사회에 스마트폰과 소셜 미디어가 급속히 확산되고 컨버전스 시대의 디지털 라이프를 본격적으로 체험하고 있는 시점에, 이와 같은 다양한 논의를 통해서 본 심포지엄은 디지털 컨버전스의 문명사적 의미와 무한한 가능성을 논의하고 정책적 시사점을 모색하는 자리가 된 것으로 평가된다.

정보통신정책연구원은 1, 2차 연구를 기초로 하여 디지털 컨버전스 시대에 추구되어야 할 방송통신정책의 미래방향에 대해서 탐구하는 미래전략연구를 지속적으로 발전시켜 나갈 계획이다.

제 5 장 디지털 컨버전스에 따른 한국사회의 변화상

제3장에서 우리는 디지털 컨버전스가 심화·확대되어 우리의 의식과 정치, 경제, 사회, 문화 등 제반 삶의 영역으로 스며들며 따라 어떤 변화의 양상들이 나타나고 있는지를 살펴보았다. 미적 경험을 수동적 감상에서 해석, 나아가 삶의 현장으로 끌어들이는 심미적 변화로부터 사회·문화적 삶에 필요한 지식과 소양에 영향을 주는 유력자의 실체 변화에 이르기까지 그 변화의 폭과 깊이는 실로 광대하다 할 것이다. 이들 중에서 우리는 기획총괄위원들을 중심으로 연구진들 간의 논의와 합의를 통해 2010년 연구 전체를 대표할 8대 변화상을 도출할 수 있었다. 8대 변화상은 크게 3개 그룹으로 대별되며 그 전체적인 구도는 [그림 5-1]과 같다.

[그림 5-1] 디지털 컨버전스로 인한 한국사회의 8대 변화상



첫 번째 그룹은 상호작용성의 강화이다. 미디어의 등장 특히, 인터넷으로 대변되

는 쌍방향 미디어의 등장은 상호작용성의 구도를 변화시켰다. 일방향적 의사소통에 비해 쌍방향적 의사소통의 가능성을 확대시킨 것은 주지의 사실이다. 하지만, 방송과 통신의 구분조차 불분명해지는 컨버전스 환경에서 상호작용성은 보다 다양한 방식으로 강화되고 있다. 1) 이성과 감성의 구분에서 오는 상호작용성의 괴리를 극복하고자 하는 변화가 그것이다. 면대면 커뮤니케이션과 달리 온라인 커뮤니케이션에서는 맥락을 파악하기가 어렵다. 상대방의 상황이나 감정상태 등을 즉각적으로 파악하기가 어렵기 때문에 의도하지 않은 결과를 낳기 쉬운 약점이 있다. 최근 등장하는 다양한 형태의 커뮤니케이션 양식들은 가능한 상대방의 맥락이나 감정, 욕구 등을 파악할 수 있는 형태로 진화하고 있다. 갑작스러운 연결이나 연락두절의 상태보다는 연결과 단절의 중간상태를 유지하여 자연스러운 현존감을 느끼면서 상대의 상황과 감성적 상태를 인지할 수 있다. 2) 상호작용의 추구가치도 명목적이고 규범적인 목표보다는 개인이 느끼는 자기효능감으로 무게중심을 옮기고 있다. 컨버전스 세대들은 웹1.0 세대에 비해 투표나 정당 활동 등 명시적 정치활동에 있어서는 큰 차이를 보이지 않지만 시위나 온라인상의 글쓰기와 같은 자기실현적 시민성에서는 뚜렷한 차이를 보여주었다. 결국 상호작용 통해 기대하는 것은 정치참여 뿐만 아니라 그 속에서 개인의 역할과 위상의 확인에 있다는 해석이 가능하다. 3) 상호작용의 중요성은 사회적 커뮤니케이션을 넘어 공동창조로 확대되고 있다. 오늘날 네트워크를 기반으로 하는 경제활동에서는 대규모 조직과 못지 않게 1인 기업 등 개인의 역할이 강조되고 있다. 하지만, 이들 개인 기업들은 기업조직과는 달리 전후방 연계 및 지원조직이 갖추어져있지 않다. 하지만, 앱스토어에 참여하는 개발자들의 자발적 연대와 협업작용을 연구해 보았을 때, 이들은 타 개발자들과 다양한 종류의 커뮤니케이션 수단을 통해 아이디어와 난관, 그리고 수요를 공유함으로써 상호작용의 즐거움 뿐만아니라 새로운 가치를 창조해 냄을 찾아낼 수 있었다. 이상의 세 가지 변화상으로 알 수 있듯이 컨버전스 환경에 맞는 다양한 상호작용의 양식과 가치, 그리고 분야의 확대는 컨버전스로 인한 사회변화의 큰 축을 이룬다고 할 수 있다.

두 번째 그룹은 이동성·동시성의 강화이다. 모바일 미디어, 특히 스마트폰과 각

종 아이폰드, 태블릿PC와 같은 모바일인터넷단말기의 등장은 사회전반의 이동성을 크게 증가시키고 있다. 근무시간과 휴식시간, 사무실 내와 밖의 구분은 더 이상 의미가 없어지고 있다. 중요한 것은 네트워크에 접속할 수 있느냐의 여부이다. 이러한 이동성·동시성의 강화는 단순히 개인의 삶에만 영향을 주는 것이 아니라 기업조직과 공공기관 그리고 각종 서비스의 전달 및 조직방식에 근본적인 변화를 주고 있다. 4) 시·공간적, 조직내·외적 업무이동성이 강화되는 것이다. 이것은 기존의 조직과 시장 간의 경계를 재조정하게 되고 코디네이션의 혁명을 통해 입지의 경제에서 흐름의 경제로의 전환을 가속화시키고 있다. 이제 더 이상 하나의 조직에서 수행함으로써 절감할 수 있는 거래비용의 여지가 크지 않다. 조직 간에도 네트워크의 확대와 시스템의 표준화로 인해 추가적인 거래비용이 크게 발생하지 않기 때문이다. 그 대신 환경과 시장의 변화에 따라 공간의 차별성을 활용하는 실시간 대응이 가능한 것이다. 이러한 이동성의 확대는 경제부문으로부터 시작되어 교육, 의료, 복지 등 다양한 부문으로 급속하게 확대될 것으로 전망된다. 5) 이동성이 나타나는 또 다른 측면은 유목성에 기반한 동시다발적 의사결정이다. 과거 집단적 성향이 강했던 커뮤니티 기반의 네트워크는 집단활동에의 진출입이 쉽지 않았다. 개인은 자신의 관심사에 따라 수개의 커뮤니티에 활동하면서 그들 간에 자유로운 의사소통을 하기 어려웠다. 하지만 최근에 나타난 네트워크는 개인중심의 개방적 성격을 띠면서, 동시에 그 안에서 여러 가지 소집단 활동이 가능하다. 주제에 따라서 서로 다른 형태로 소집단을 관리할 수 있기 때문에 능소능대하고 동시에 여러 소집단을 동원할 수도 있다. 이러한 이동성은 유목성에 기반한 개인과 커뮤니티의 동시다발적 상호작용을 가능케 한다. 이상 두 가지 변화상에서 살펴본 이동성의 강화는 컨버전스 시대의 사회변화의 역동성을 강화하는 중요한 차원으로 파악될 수 있다.

세 번째 그룹은 탈경계와 혼용의 심화이다. 디지털 컨버전스가 융합사회를 추동하는 중요한 요인 중의 하나라는 데에는 이견이 없을 것이다. 하지만, 이제 혼용의 현상은 단순한 경계허물기를 넘어 융합의 입구에 와 있다고 할 수 있다. 다양한 분야에서 광범위하게 혼용이 나타나고 있다. 그 중 근본적인 것이 6) 예술과 삶의 경

계허물기이다. 근대 시대에 미학이 있었고 그 때 작품은 감상자의 감각에 의해 지각 되는 대상이었다. 하지만 시학의 등장으로 작가의 의도와 그것의 해석이 중요하게 되었고, 오늘날 디지털 예술에서는 해석을 넘어 다중감각적 차원을 통한 탈중심적 수용과 그것을 통한 예술과 삶의 경계 허물기가 새로운 지평이 되고 있다. 예술은 더 이상 다른 사람의 작품을 감상하고 이해하는 것이 아니라 나의 작품을 기획하고 창조하는 행위가 된 것이다. 그것을 가능하게 해 준 기술적 기반이 디지털 장치인 것이다. 7) 개인과 집단의 혼성화도 혼용의 새로운 측면이다. 과거 개인은 개인이었고 집단은 집단이었다. 온라인 커뮤니티는 입출이 자유로웠고 익명성도 보장되었지만 역시 집단의 룰이 있었고 귀속감이 재단되었고 행동도 자유롭지 못하였다. 온전한 나를 대변할 집단은 없었고, 나는 취향과 지역과 성별에 따라 여러 가지 커뮤니티를 전전해야 했다. 하지만 오늘날 마이크로 블로그와 소셜네트워크 서비스는 집단도 아니고 개인도 아닌 새로운 하이브리드형 집단을 만들어냈다. 이 생태계에서 똑 같은 친구수를 갖고 있는 두 사람이라 하더라도 나의 집단과 너의 집단은 같지 않다. 네트워크라는 집단과 개인의 혼성체가 확대되고 있는 것이다. 물론 변화의 트렌드는 집단 보다는 개인에 방점을 두고 있다. 하지만, 그것이 궁극적인 지향점이 될 지는 아직 단언할 수는 없을 것이다. 마지막으로 8) 일상생활의 혼용을 들 수 있다. 근대적 일상성은 시간과 공간을 결합시켜 특정한 생활의 영역으로 귀속시키는 것이다. 오전—학교—공부, 오후—직장—업무, 저녁—식당—친목 등이 그러한 예이다. 근대화는 어렇듯 시·공간과 활동을 구분하고 전유화시켰다. 효율성의 논리이다. 하지만, 오늘날 노동과 여가 학습과 놀이, 직장과 가정 등 기존의 배타적 패턴이 혼용되고 있다. 이러한 변화는 다방면에서 광범위하게 나타나게 될 것이다. 이상 3개의 변화상은 디지털 컨버전스가 궁극적으로 추구하는 지향점이 될 것이다. 근대화화 이성의 작동으로 시작된 진리와 학문과 삶과 문화에 대한 분화의 문명이 점차 융합의 문명으로 변화하기 시작하는 것이다. 현실세계의 어느 것도 한 가지 관점에서만 존재하지 않으며 따라서 총체적 실체에 대한 접근이 요구되기 때문이다.

지금까지 3개 분야 8개 변화상의 구도와 개관에 대해 간략하게 소개하였다. 물론

이들 전체 간에도 상호관계가 존재한다. 컨버전스로 가장 먼저 변화가 일어난 부분은 상호작용성과 이동성·동시성의 영역일 것이다. 그리고 이러한 부분들이 보다 다양한 분야로 침투하면서 여러 분야에 걸쳐 혼용이 심화되는 현상들이 전개되는 수순을 따랐을 것으로 본다. 각 변화상에 대해 이하에서 좀 더 상세하게 살펴보기로 한다.

제 1 절 상호작용성의 강화

1. 이성과 감성의 상호작용 강화

가. 변화상 개요

융합미디어가 사회변화의 핵심 축으로 등장하면서 정보사회는 융합사회로 발전하고, 이성 만능의 근대사회에서 소외받던 감성이 합리성 기준으로 복권되면서 이성과 감성을 아우르는 양성적 소통에 의한 합리성이 부상하고 있다. 감성적요소가 합리성 기준으로 작용할 수 있는 기제는 사회도처에 편재되어 있는 융합기술이다. 융합기술로 인해 이해관계자 사이의 소통이 실시간으로 이루어질 수 있게 되고 동시에 일상화됨으로써, 법제도 위주의 기계적·도구적 합리성 추구로부터 개인적 환경과 여건이 고려된 맥락적 합리성 추구가 가능해진 것이다.

근대사회의 합리성에 기반한 발전방식은 “사람은 고려하지 않고” 오직 법과 제도에 의해서만 일의 흐름을 통제하는 법제도 만능주의에 바탕을 두었다. 메마른 형식논리가 유행하고, 상호이해와 합의라는 생활 세계적 맥락과 통합적 의사결정 구조는 원천적으로 작동 불가능했다. 이에 따라 도구적이고 기계적인 합리성의 병폐를 극복할 수 있는 새로운 합리성의 개념이 요구되었는데, 이를 만족시키기 위해 맥락적 소통에 근거한 합리성으로의 변화 필요성이 나타난 것이다.

나. 변화상 세부내용

융합사회에서는 융합미디어 기술에 의해 새로운 합리성, 즉 맥락적 소통합리성의

적용이 가능한 사회로 발전할 전망이다. 타자의 개인적 환경과 상황 즉 맥락을 인지하게 하는 융합미디어가 일반화됨으로써, 합리성을 판단하는 근대사회의 기계적이고 도구적인 기준이 더욱 유연한 방법의 기준으로 대체될 수 있게 되었다. 유비쿼터스 기술에 의해 언제 어디서나 필요한 정보가 이해관계자 사이에서 소통됨으로써, 소통방법이 획기적으로 변하고, 이를 바탕으로 타자의 상황과 환경이 반영된 합리적인 의사결정과 정책집행이 가능해졌다.

공공부문에 인터넷이 도입되고, 다양한 소셜미디어가 도입되고 활용되면서부터 다양한 정보를 공유하고, 의견을 교환하며 참여하는 등 원활한 쌍방향 소통의 길이 열려지게 되었다. 인터넷 고도화와 소셜미디어 이용확산은 소통과정에서 개인의 맥락이 고려될 수 있는 가능성을 높이고, 따라서 맥락적 소통합리성의 극대화가 공공-민간 상호작용 또는 협업 과정의 주요 기제가 될 수 있는 기술적 가능성을 높이고 있다. 최근 스마트폰 등 모바일 기반의 소셜미디어의 도입으로 시간과 장소 제약이 거의 없는 실시간 연결성과 상호작용이 가능하게 되면서, 훨씬 더 수월하고 직접적인 소통이 가능해지게 되었다.

여기에서 논의되는 소통 합리성은 개인의 모든 환경 또는 맥락이 소통 과정에 반영되어 합리성이 달성되는 시스템이다. 소통이 잘 이루어지기 위해서는 하나의 목표 달성을 위해 다른 요소들을 배제한 채 추구되는 효율성 위주의 도구적 합리성에 기초한 방식이 아니라, 소통의 상호작용에 감정들이 복잡하게 뒤얽혀 있음을 인지하고 이를 원만히 처리하는 새로운 방식이 필요하다. 그리고 그 과정에서 다양한 맥락과 가치를 인정하는 공존의 방식이 융합사회의 새로운 소통합리성에 포괄되어야 한다. 따라서 새로운 소통합리성은 다양한 가치와 맥락, 그리고 감성의 차원을 반영한 소통합리성으로 정의되어야 하고, 우리는 이를 맥락적 소통합리성으로 이름 짓는다.

최근 들어서는 소수의 지도자가 다수의 개인들을 이끌던 방식에서 벗어나 자율적 개인들의 의견이 점점 더 중요해지는 방식으로 변화되면서 다양성을 인정하고, 공존하며, 조화를 이루는 사회를 구현하고자 하는 가치가 우세해지고 있다. 이러한 사

회의 변화가 점차 ‘맥락’을 고려한 소통이 가능해지는 기반을 만들고 있다. 이성에 기초하여 몰가치적이고, 비인간적인 소통을 통해 능률성과 효과성을 추구하던 과거에는 규범과 원칙에 위배되거나 대립되는 것은 처벌하고 배제했었다면, 오늘날에는 상호협력과 설득을 통해 자율적으로 통제하며, 엄격한 규칙의 적용이 아니라 규칙의 완화를 통해 서로에게 득이 되는 수단을 추구하는 방식으로 변화하고 있다. 이 과정에 이성을 인정하면서도 감성을 고려하는 형태의 소통이 이루어지고 있는 것이다. 사실 맥락, 즉 어떤 상황을 고려한다는 것은 철저히 이성의 영역만으로 가능한 것도 아니고, 온전한 감성의 영역만으로 이루어지는 것도 아니다. 따라서 과거에는 소외되었던 감성을 맥락적 합리성을 논하면서 도입하는 것은 타당하다.

맥락적 합리성으로의 변화는 소통의 주체는 인간이 아닌 체계라는 점을 핵심으로 하는 사회철학자 루만의 이론에 기초하고 있다. 사회적 체계들이 소통에 기초하여 세부적으로 분화된 기능을 수행함으로써 하버마스적인 이성적 소통론과 감성적 소통론이 통합될 수 있는 근거가 마련된 것이다. 융합사회의 다양한 미디어에 의해 상호작용의 망이 한층 더 복잡해지는 환경에서 소통은 사회의 복잡한 체계를 관통하여 이전에는 기대할 수 없었던 개별자들의 각각에 처한 상황을 반영한 결론에 도달하는 방법을 제시한다.

루만의 소통론에 따르면 소통이 소통을 재생산하고, 도처에 소통이 존재하는 “소통의 제국”으로 발전함으로써 인간 중심적인 결론 또는 개별 인간의 맥락이 무시되지 않는 특정의 상황에 도달할 수 있게 된다. 소통의 제국에서는 하나의 소통을 통해 또 다른 소통이 만들어지는 과정 즉 소통의 자기 생산(Autopoiesis) 과정이 반복적으로 이루어져 인간이 배제된 상태의 체계화된 소통이 완성되어 간다. 이는 이전의 화자와 청자 사이의 합의에 의해 완성되는 소통과는 다른 개념이다. 소통은 독자성을 지니는 자기 생산적, 창발적 움직임의 기본 형식으로 기능한다는 것이 루만의 소통이론의 핵심이고, 이러한 관점에서 사회를 구성하는 핵심이 인간이 아닌 소통이라는 루만의 이론은 역설적으로 인본주의화를 강화시키는 새로운 소통합리성의 틀을 제공한다.

다. 전망 및 정책적 시사점

지금까지의 논의를 사회정책적 관점에서 살펴보면, 맥락적 소통합리성이 극대화될 수 있는 온라인 공간의 재설계 필요성을 시사한다. 예를 들면 정보시스템을 통한 정부와 주민의 소통에서, 양자 상호 간 또는 적어도 한쪽 당사자인 주민의 상황이나 맥락이 최대한 반영되는 소통합리성의 극대화가 보장되는 정보 시스템을 재설계할 필요성을 의미한다. 정부의 웹사이트가 개인화된 정부서비스를 제공할 수 있도록 구축되어야 한다. KISDI의 미래연구(정국환 외, 2007)가 개념적으로 제시한 MyGov와 같은 개인화된 정부 홈페이지가 이와 같은 요구를 충족시킬 수 있다.

공공-민간 협업에 맥락적 소통합리성을 극대화시킬 필요가 있는 이유는 기존의 도구적 합리성의 방식에서 배제되어 왔던 다양한 가치와 감성, 감정, 욕구 등이 반영되어야 하기 때문이다. 이미 많은 영역에서 일방적인 상명하달식 소통방식에서 벗어나, 조직의 모든 구성원이 소통의 자율적 주체가 되어 의사결정에 참여하는 방식으로 변화하고 있으며, 현장에서의 재량권을 보장해주는 등 공공-민간의 소통이 과거와는 다른 형태로 진행되고 있다. 또한 관련된 정보를 공개하고 조직간의 정보 흐름을 촉진하고, 더 나아가 민간과 일반 시민들의 참여를 보장하기 위한 시스템이 구축되고 있음은 합리성의 기준이 맥락적 소통론으로 변화하고 있음을 반증한다.

2. 자기효능감을 중시하는 상호작용

가. 변화상 개요

디지털 컨버전스의 진전으로 새롭게 등장하고 있는 소셜네트워크서비스(SNS), 스마트폰, 스마트TV 등 다양한 융합미디어들을 자유롭게 다루면서 그러한 융합미디어를 통해 사회정치적 현안이나 경제활동에도 적극적으로 참여하는 이른바 ‘컨버전스 세대(convergence generation)’가 새로운 정치사회적 소비자 집단으로 부각되고 있다.

컨버전스 세대가 정치사회적 참여 및 경제적 활동영역에서 크게 주목받고 있는 이유는 정보통신기술 활용능력이 뛰어난 점을 넘어서 합리적 소비행태, 시민의식 및 정치참여 등에서 매우 참여지향적이라는 점 때문이다. 이러한 컨버전스 세대의

참여지향적 특성은 효율적인 정보검색능력을 중시했던 기존의 웹세대 또는 인터넷 세대와는 달리 스마트—소셜미디어의 활용능력이 뛰어난 데다가 사람들의 평판이나 추천 등을 고려하는 ‘관계적 상호작용’을 더 중시하는데 기인한다. 또한 이들은 규범적이고 의무적인 시민정보다는 참여에 따른 자기효능감을 중시한다는 점에서 상호작용의 목적성이 다르다.

나. 변화상의 세부내용

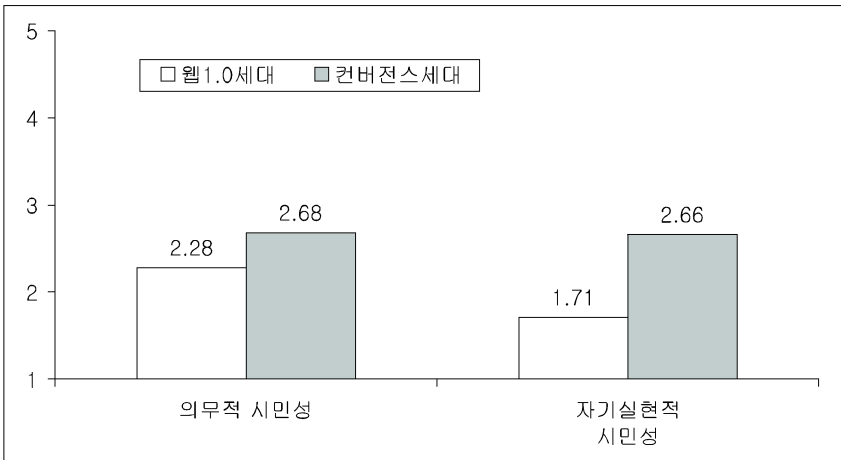
컨버전스 세대는 기존의 인터넷 세대(웹1.0세대)와는 달리 단순히 인터넷 이용을 넘어서 스마트폰, 소셜미디어 등 융합미디어를 적극 활용하는 기술지향적 세대인 동시에 자신이 속한 공동체적 현안이나 사회적 이슈에 적극적으로 참여하는 정치사회적인 세대라는 점에 주목할 필요가 있다. 즉 컨버전스세대는 “생물학적 세대가 아닌 디지털 환경에서 소통양식의 변화에 친숙하여 사회의 정치·경제·문화적 가치를 변화시키고 주도하는 집단”이라고 할 수 있다.

컨버전스 세대는 기존의 인터넷 세대(웹1.0세대)와는 상이한 시민의식 및 정치참여 특성을 보여주는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 정보기술 활용패턴과 시민의식 및 정치참여 사이에는 밀접한 관계가 있다는 것을 함축한다. 즉 뉴스댓글, 포털 게시판, 토론방과 같은 기존의 인터넷 서비스를 자주 이용하는 웹1.0세대와 트위터, 마이스페이스 등과 같은 소셜네트워크 서비스를 자주 이용하는 컨버전스 세대 간의 시민의식 및 정치참여 행태가 다르게 나타난다는 것이다.

시민의식의 하원차원을 ‘시민성’을 시민의 의무와 책임을 중시하는 ‘의무적 시민성’, 권위와 질서보다는 자신의 참여를 통한 효능감을 중시하는 ‘자기실현적 시민성’으로 구분할 수 있다. [그림 5-2]에서 보듯이 컨버전스 세대는 웹 1.0세대에 비해 ‘의무적 시민성’ 보다 ‘자기실현적 시민성’에서 더 차이 나게 높은 성향을 보였다. 공동체의 이익보다도 개인의 이익을 더 중요시하는 특징도 보인다. 이는 디지털 컨버전스 환경에서의 시민의식이 점차 ‘의무 지향적 의식’에서 ‘자기실현 지향적 의식’으로 전환된다는 것을 의미한다. 이러한 변화 환경에서 무엇보다 중요한 것은 기

존의 정치질서와 새로운 정치질서 사이의 충돌을 최소화할 수 있는 사회적 합의의 틀을 마련하는 것이다.

[그림 5-2] 웹1.0세대와 컨버전스세대의 시민의식과 정치참여 비교



또한 컨버전스 세대는 합리적인 경제활동에서도 매우 참여적인 특성을 보여주고 있다. 예컨대 컨버전스 세대는 제품구입이나 서비스 이용과정에서도 만족 또는 불만족스런 경우에 자신의 의견을 적극적으로 개진하는데, 어떤 조사에 따르면 웹사이트에 고객의 상품평과 평점을 부여할 수 있는 공간을 제공하는 온라인 소매업체의 96%에서 실질적인 웹사이트 방문을 통한 제품구매, 회원등록 등의 전환율(conversion rate)이 증가한 것으로 나타난 바 있다. 따라서 최근 많은 기업들은 이들 컨버전스 세대의 의견을 적극적으로 수렴하여 신제품 개발에 적용하거나 서비스의 품질을 높이기 위한 노력을 전개하고 있다.

다. 전망 및 정책적 시사점

컨버전스 세대는 여전히 기존 시민의 의무와 책임을 중시하는 시민의식을 가지고 있지만 정치참여(특히 투표와 사이버시위)는 더욱 행동 지향적·저항적 운동 행태를 보임으로써 기존의 인터넷 세대와는 상이한 의식 및 행태 특성을 보여준다고 하

겠다. 그러나 변화의 추이를 볼 때 컨버전스 세대의 시민의식은 향후 자기실현적 시민으로 바뀌어 갈 것이며, 이는 기술확산과 함께 사회 전반적인 시민의식으로 자리 잡을 가능성이 높을 것으로 전망된다. 향후 컨버전스 세대의 출현이 제기하는 정책적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 컨버전스 세대는 소셜미디어를 활용한 다양한 정치정보 상호작용과 참여채널을 가지고 있으며, 기존 세대에 비해 낮은 거래비용으로 활발한 참여가 나타나고 있기 때문에 이를 폭넓게 수용할 수 있는 제도적 장치가 마련될 필요가 있다는 점이다. 컨버전스 세대의 비제도적 참여가 활발한 것은 기존 정치제도에서 이들의 참여 욕구를 제대로 수용하지 못하기 때문이며, 이를 해결하지 못하면 정치제도와 참여사이의 갈등은 더욱 지속될 수 있다.

둘째, 컨버전스 세대의 정치참여 질을 높이기 위한 정책적 노력이 요구된다는 점이다. 컨버전스 세대의 높은 소통방식과 참여를 시민의 권능강화로 발전시키기 위해서는 양적인 참여보다는 의미 있는 참여, 질적인 참여에 관한 인식을 제고해야 한다. 공공부문에서의 소셜미디어 도입을 단순한 앱개발이나 홍보위주로 국한하기 보다는 컨버전스 세대들과의 일상적이면서 상호적인 의사소통을 통해 이들이 스스로 ‘자기실현적 효능감’을 느낄 수 있도록 개방적·자율적인 참여채널을 제도적으로 마련해주는 일이 더 중요하다고 하겠다.

3. 상호작용을 통한 공동창의성

가. 변화상 개요

과거의 프로슈머들은 기업-소비자 관계 속에서 개인적인 창조활동을 수행하였다. 디지털 컨버전스 시대가 도래하면서 프로슈머들은 다른 프로슈머들과의 공동 창조활동을 통해 가치를 창출해 내는 방식으로 변모하고 있다. 즉 프로슈머들은 다른 프로슈머들과의 상호작용과 공동작업을 통해 새로운 어플리케이션이나 서비스를 직접 개발하고 있다. 프로슈머들이 서로간의 상호작용을 통해 지각하게 되는 효능감은 그들로 하여금 지속적으로 작업에 참여하고자 하는 동기로서 작용하며, 이

는 결과적으로 프로슈머의 활동을 활성화하는 계기가 될 수 있다. 프로슈머의 활동 범위가 기업과의 상호작용을 통한 간접적 기여에서 그들 간의 상호작용을 통한 직접적 창조로 바뀌고 있다고 말할 수 있다는 것이다.

나. 변화상의 세부내용

디지털 기술의 발전과 빠른 확산은 프로슈머의 가치 창출 활동을 가속화 하였다. 프로슈머는 다른 프로슈머와 정보나 지식을 나누고 상호작용을 하며 자신에게 필요한 제품이나 서비스를 직접 창조해 내기도 한다. 대표적인 예로 증강현실 서비스를 들 수 있다. 스마트 폰을 활용하여 개인이 직접 촬영한 영상에 거리나 건물의 이름과 같은 정보를 입력하는 활동은 여러 명의 프로슈머들이 직접 만들어 나가는 서비스이다. 프로슈머는 증강현실 서비스를 사용하는 동시에 정보를 입력하여 다른 프로슈머와 함께 사용할 수 있는 가치를 창조해 내는 것이다. 이처럼 현대의 프로슈머는 개인적인 가치 창출 활동뿐만 아니라 이를 공유함으로써 다른 프로슈머들과 공동으로 가치를 창출해 내고 있다.

앱스토어에서 활동하고 있는 프로슈머들은 개인으로 활동하는 것이 아니라 타인과의 상호의존 관계를 바탕으로 정보나 지식을 나누며 자신에게 필요한 제품이나 서비스를 자체적으로 창조해 내고 있는 것으로 보인다. 이러한 상호의존적 관계를 바탕으로 한 프로슈머의 활동은 관계적인 측면뿐만 아니라 어플리케이션 제작을 통해 경제적 가치를 생성해 내는 데에도 밀접한 관련이 있다. 더 나은 어플리케이션을 제작하거나 이용하고자 하는 프로슈머간의 공통적인 목표 공유는 어플리케이션의 성공적인 결과나 사용과도 밀접한 관련을 맺고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이에 결과적 상호의존 관계에 있는 프로슈머와 사용자들은 상호작용 패턴의 일종으로서 다양한 커뮤니케이션 매체를 활용하여 커뮤니케이션 활동을 하고 있는 것으로 확인되었다. 어플리케이션에 대해서 커뮤니케이션을 해나가는 프로슈머와 사용자는 상호작용을 하는 것이 더 나은 어플리케이션을 만드는데 효율적이라고 지각하고 있었다. 이와 같은 공동의 효능감을 인지하면 지속적으로 상호작용 활동에 참여하고자 하는 의도가 발생하는 것으로 확인되었다. 상호작용 분석 결과, 어플리케이션을 제

작하거나 이용하고자 하는 프로슈머가 타인과의 커뮤니케이션이 증가할수록 어플리케이션의 실질적인 판매율이나 인기도에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 또한, 앱스토어 시장이 활성화 된 미국의 경우가 국내보다 더 높은 협업 커뮤니케이션 특성을 드러내고 있었다.

이러한 연구 결과를 종합해 보면, 프로슈머가 일반 사용자나 다른 프로슈머와 상호의존 관계에 있을 경우 협력적 커뮤니케이션을 통한 상호작용이 증대되는 것을 알 수 있다. 또한, 증대된 협력적 커뮤니케이션은 서로의 상호작용이 활동의 즐거움을 제공할 뿐만 아니라 새로운 가치를 창출해 내는데 효율적이라는 것을 인지하도록 한다. 상호작용을 토대로 한 서로간의 효율성을 지각하였을 때, 앞으로 지속적으로 활발하게 활동해 나가고자 하는 동기로서 작용하는 것을 확인할 수 있다.

다. 전망 및 정책적 시사점

실제 프로슈머가 얻는 경제적인 이득이 미미하더라도 공동 효능감이나 즐거움을 바탕으로 미래에도 지속적으로 활동에 참여하고자 하는 의도가 발생된다는 점에서 추후 프로슈머의 활동을 지원하기 위한 정책이 마련되어야 한다고 생각된다. 프로슈머가 다양한 사람들과의 상호작용을 토대로 활동에 대한 높은 공동 효능감과 즐거움을 느낄 수 있는 환경과 정책적 대안이 마련된다면, 경제적인 가치를 발생시킬 수 있는 프로슈머의 활동을 지속하는데 긍정적인 효과를 발생시킬 수 있을 것으로 예상된다. 경제적 가치를 창출해 내는 프로슈머의 역할과 이를 지원하기 위한 정책적 시사점을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 프로슈머의 자유로운 상호작용을 토대로 한 상호의존적 혁신을 지원하기 위해 서로 작업 파트너를 쉽게 발견하거나 다양한 사람들과 커뮤니케이션 할 수 있는 개방형 서비스 플랫폼의 구축과 협업적 혁신 정책의 수립이 필요하다.

둘째, 경제적 자본이 풍부한 기업과 달리 상대적으로 부족한 자본으로 작업 활동을 진행해야 하는 프로슈머의 가치 창출 활동을 지원할 수 있도록 풍부한 공공 정보나 자원을 개방하여 제공하며, 상호의존적 행위로 만들어지는 결과물에 대한 공유와 활용을 촉진하는 지적 재산권 제도의 마련과 정책의 수립이 필요하다.

셋째, 프로슈머가 국내에서 경제적 가치를 창출하는 과정에 집중할 뿐만 아니라 글로벌 마켓에서도 활발하게 활동할 수 있도록 지원하기 위해서 경영 전략이나 작업 관리와 같은 실질적인 지원을 전달하는 시스템과 정책이 강화되어야 한다.

제2 절 이동성 · 동시성의 확대

1. 시 · 공간적, 조직내 · 외적 이동성 강화

가. 변화상 개요

이동성 직무는 이동 중에 업무 처리가 지속되는 직무와 이동과 짧은 업무 처리가 반복되는 직무, 고정된 사무실로의 출퇴근을 탈피한 업무 등을 포함한 경제활동이며, 이를 실현시키고 생산성 향상을 위한 기술 진보가 방송, 이동통신, 컴퓨터, 소프트웨어 등의 분야에서 전개되고 있다. 스마트폰과 이를 기반으로 한 모바일 오피스 솔루션의 확산 등에 의하여 과거에는 지원이 제한되었던 이동성 직무 및 직종의 상대적 생산성이 높아지게 되었다.

이동성 직무의 생산성 향상은 기존의 이동성 업무에 대한 지원을 넘어, 이동성 경제활동을 활용한 새로운 비즈니스 모델과 신규 이동형 직종 및 사업의 탄생 및 확산으로 확대될 것이다. 결과적으로 전체 산업 및 경제 구도에서 이동성이 차지하는 비중이 폭발적으로 높아지는 고이동성 경제로의 이행이 촉진될 것이다.

나. 변화상의 세부내용

코디네이션(coordination)은 소통과 협업, 협상과 거래의 기층을 형성하는 경영 활동이다. 코디네이션은 모든 경영활동의 중심부에 깔려 있으며, 동시에 기업 커뮤니케이션과 소통을 위한 미디어의 활용과 직접적으로 연관되어 있다. 이런 관점에서 스마트폰과 같은 컨버전스 미디어는 소통의 풍부성을 높이는 잠재력을 가지고 있으며, 이는 다시 모바일 오피스와 같은 기업 활동의 가상화(virtualization)가 촉진되는 방향으로의 진화를 촉진할 것으로 보인다.

컨버전스 기술을 기반으로 한 코디네이션, 즉 ‘컨버전스 코디네이션(convergence coordination)’이라고 명명된 변화는 기업 운영 방식 및 업무 환경의 변화, 기업 간 협업 양상의 변화 등을 통해 미래 기업의 경쟁력을 결정하는 핵심적 요건이 될 것이다. 컨버전스 코디네이션은 궁극적으로 다음과 같이 고이동성 경제 구조와 소통형 경제 구조로의 이행을 가져오게 될 것으로 보인다.

업무의 이동성은 복수의 장소에서 업무가 처리되는 특성을 내포한다. 인터넷과 무선 통신기술의 발달로 업무 이동성의 수준과 양상, 내용, 의미 등에 급격한 변화가 일어나고 있다. 즉 무선통신에 기반을 둔 모바일 업무공간은 공간적 시간적 장애의 극복과 조직적 개인적 차원에서의 소통 영역의 확보라는 ‘행위의 자유’를 부여해 줌으로써 경제활동의 재편을 초래하고 있는 것이다. 이동성 개념을 기반으로 구축된 모바일 환경은 시간과 공간의 제약을 약화시키거나 소멸시킴으로써, 자원을 최대한 활용할 수 있도록 해주고, 그 결과는 모바일 업무공간을 통한 업무 생산성의 향상으로 나타나게 될 것으로 전망된다.

이동성의 확대는 조직 내 소통 영역을 넓혀 줌으로써 워크 플로우의 유연함은 물론 집단내의 효율적, 동태적 사회 구조의 형성과, 조정, 통제를 가능하게 해준다. 높은 수준의 이동성은 조직의 목표 달성을 위해 실시간 자원 동원을 지원하는 전략적 수준의 혜택(strategic benefit) 뿐 아니라, 보다 쉽고 빠른 조직 내, 외부간의 정보 교류를 통해 정확하고 유용한 정보 획득으로 대변되는 정보적 혜택(informational benefit), 거래 관계의 혁신과 비용절감을 가져다주는 트랜잭션 혜택(transaction benefit), 새로운 조직 구조와 프로세스의 시도를 가능하게 하는 조직 변환(enterprise transformation)이라는 다면적 혜택을 가져온다.

컨버전스 현상의 확산은 이동성 잠재력을 증대시키는 역할을 하여 이동성이 높은 업무의 상대적 경쟁력을 높이는 결과를 초래하게 될 것이다. 따라서 이동성이 높은 업무로의 업무 구조 이행(transformation)이 발생하여 고이동성 경제로 변화해 나갈 가능성을 내포하게 된다.

다. 전망 및 정책적 시사점

미디어 컨버전스의 확산은 기업의 코디네이션 양태에 영향을 주어 고이동성 경제 구조와 소통지향형 경제구조의 대두를 초래할 것으로 전망된다. 이러한 전망으로부터 다음과 같은 정책적 시사점이 도출된다.

첫째, 디지털 컨버전스가 촉발하는 고이동성 경제구조를 지원하기 위한 모바일 정보통신망의 고도화와 보안성 강화 등 관련 인프라를 확충하고 이동성 경제활동 관련 문화를 지원하기 위한 여건을 마련해야 한다.

둘째, 디지털 컨버전스는 미디어의 사회성과 풍부성을 격상시키는 방향으로 진행되고 있다. 이러한 변화는 소통을 근간으로 하는 코디네이션 즉, 경제 행위자 간의 조정과 협력의 방식을 변화시킴으로써 기업과 사회, 고객, 협력사, 그리고 시장이 상호 소통하고 혁신해 나가는 양상을 변화시킨다. 따라서 컨버전스를 기반으로 등장하게 될 미래지향형의 혁신적 사업 방식과 서비스, 조직 운영의 혁신을 수용하고 촉진하기 위한 기반을 마련해야 한다.

셋째, 비교와 합리적 선택이라는 수동적 이성에 의존하던 경제 주체들이 참여와 공감, 감성과 이성, 개성과 집단지성, 창조와 개방의 조화를 경험하며 컨버전스 기반의 통합적 경제 행위 주체자로 거듭나 신 소통경제로의 이행을 촉진할 것이다. 이에 따라 컨버전스 코디네이션을 기반으로 능동적이고 깊이 있는 소통 양식이 소비자와 기업, 기업과 정부 간의 관계 혁신으로 이어지고, 다시 산업의 혁신과 국가 경쟁력의 향상으로 이어질 수 있도록 소통 지향적 경제 제도와 여건, 문화의 확산을 위한 노력이 필요하게 될 것이다.

2. 유목적 기반의 동시다발적 의사결정

가. 변화상 개요

디지털 컨버전스 환경에서는 기존의 인터넷(웹1.0) 사회에서 나타났던 이슈 영역 중심의 폐쇄된 온라인 커뮤니티들이 해체되고 개별 시민들의 개체적 권력이 확대되면서 정책생산자이나 정책소비자로서의 개별 시민이 국가는 물론 시민사회의 조직

적인 영향력(기존 제도적·비제도적 형태의 이익표출 기구)으로부터 보다 자유로워지게 된다. 뿐만 아니라 개체화된 정책 행위자 간의 상호작용이 시공간의 제약 없이 가능해지면서 무정형의 분산된 네트워크를 통한 커뮤니케이션은 더욱 복잡한 양상을 띠게 된다. 이처럼 디지털 컨버전스 환경에서는 개인화·개체화된 행위자들이 주도하는 의사결정 및 의사소통방식이 지배하면서 차이와 다양성에 근거한 의사결정 체계, 즉 갈등을 통한 공존으로서의 탈중심적 거버넌스 형성이 매우 중요한 정치사회적 과제로 대두된다. 즉 컨버전스 환경에서는 다양한 행위자들 간의 소통, 공유, 갈등을 통한 공존이 사회발전의 원동력이 되기 때문에 탈중심적이고 비배타적인 새로운 형태의 거버넌스를 구성할 필요가 있다는 것이다.

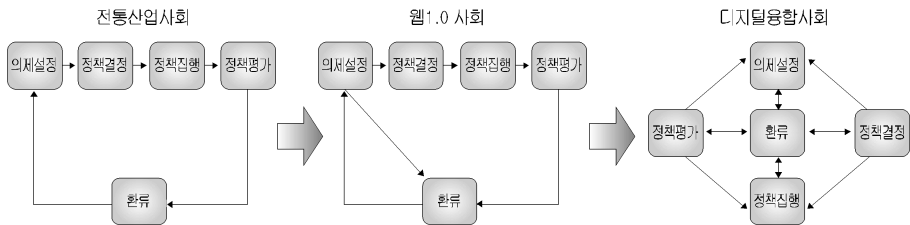
나. 변화상의 세부내용

디지털 컨버전스가 스마트폰과 마이크로블로깅 서비스가 긴밀히 융합하는 스마트-소셜환경으로 급속하게 진전됨에 따라 공공영역에서의 정책과정 및 의사결정 과정에 관여하는 행위자들의 유목성도 더욱 강화되고 있다. 이러한 정책행위자의 유목성 강화는 기존의 현안 중심의 폐쇄적 커뮤니티를 통해 정치적 의사결정 및 정책과정에 영향을 행사하는 온라인 집단들이 개별화되고 점차 ‘네트워크화된 개인들’에 의해 대체되는 흐름과 무관하지 않다. 그런 점에서 디지털 컨버전스 환경에서 한층 강화된 유목성을 통해 스마트-소셜 미디어를 매개로 더욱 긴밀하게 네트워크화된 개인들은 ‘융합노마드(convergent nomad)’라고 부를 수 있다.

그런데 이러한 융합노마드들이 주도하는 정책과정에서는 공식적이든 비공식적이든 모든 행위자들의 개별성(독립성), 동시성(즉시성), 복잡성, 상호작용성, 이동성을 비약적으로 향상시킴으로써 동시다발적인 의사결정 참여가 가능한 정책환경이 형성된다. 즉 디지털 컨버전스 환경에서의 정책과정은 각 정책결정단계별로 시민사회와의 적극적 상호작용으로 인한 환류가 이루어지게 될 뿐만 아니라 환류 결과의 반영에 따른 정책과정의 후행(backward)도 가능해진다. 이로 인해 정책 소비자의 의견이 폭넓게 반영된 정책이 실제 집행됨으로써 정책에 대한 순응성(responsiveness)도 크게 강화될 수 있다는 것이다. 위계적·수직적 의사결정에 기반한 전통적 정책과정

부터 인터넷 기술의 진화에 따라 점차 복잡계 네트워크의 특성을 보여주는 융합사회형 의사결정모형까지 정책과정의 변화를 요약하면 다음과 같다(〔그림 5-3〕 참조).

〔그림 5-3〕 인터넷 기술진화에 따른 정책과정의 변화



그런데 이러한 융합노마드 주도의 정책과정이 효과적으로 작동하기 위해서는 근대사회의 조직원리와는 상이한 거버넌스 원리가 구현되어야 한다. 왜냐하면 공생, 참여 등과 같은 생태계적 가치를 중시하는 탈중심적·비배타적 요소를 특징으로 하는 컨버전스 사회의 거버넌스는 규범적 권위와 보편적 법칙을 중시해온 근대사회와는 다른 형태의 사회조직 원리이기 때문이다.

따라서 근대 사회의 명확한 경계와 표준화를 넘어 차이와 다양성을 성장동력으로 하는 새로운 거버넌스는 기존의 일원화된 구조에 대한 강조와 갈등의 배제를 통한 표준화된 법칙을 지양하는 한편, 행위자들 간의 소통을 확대하고 사회의 유연성을 증진시킬 수 있는 탈중심적 거버넌스이어야 한다.

다. 전망 및 정책적 시사점

컨버전스 사회는 갈등적인 아이디어의 상호작용을 통한 공존을 중시함으로써 이질적인 요소들이 조화를 이루는 ‘모자이크 사회’로 발전할 것으로 전망된다. 그런 점에서 다양한 행위자를 폭넓게 연결시킴으로써 아이디어가 이동하는 통로를 확장시킬 수 있는 정책소통 거버넌스 구축은 필수적인 정책과제라고 할 수 있다. 물론 이러한 정책과제를 구체화하기 위해서는 다음과 같은 작업들이 선결되어야 할 것이다.

첫째, 공식적인 정책 행위자(행정 관료·입법 의원 등)들이 스마트-소셜미디어를

매개로 자율적이고 노마드화된 의사결정을 활발하게 전개될 수 있도록 정책과정 자체의 소셜 인프라(소셜 플랫폼)를 적극 구축해야 한다는 것이다. 왜냐하면 정책행위자의 융합노마드화는 정책 행위자간(정책의 생산자/소비자, 공식/비공식 행위자)의 연계성을 더욱 강화시킬 수 있기 때문이다. 그런 점에서 영국 정부의 digital.gov, 미국의 MyPolitics USA 등의 예에서 보듯이, 공공정책 결정과정에서 모바일 SNS 및 스마트폰을 적극 활용하고 있는 주요 선진국 정부의 사례에 주목할 필요가 있다. 어쩌면 최근 활발하게 논의되고 있는 모바일 오피스 및 스마트 워크(재택 및 원격지 근무 가능한 형태로 전환) 전략은 공식적 정책 행위자의 디지털 노마드화 촉진을 위한 중요한 기반이 될 수도 있을 것으로 전망된다.

둘째, 비공식적 정책행위자와 공식적 정책행위자간 활발한 상호작용이 가능하도록 보다 개방적인 커뮤니케이션 시스템을 구축할 필요가 있다는 점이다. 이를 위해 공공정책 관련 생산-소비, 공식-비공식 간의 연계를 강화할 수 있는 가상의 정책공간을 모바일 환경에서 구축할 수 있도록 국가적 차원의 플랫폼을 구축·제공하는 노력이 요청된다. 다양한 계층의 시민들이 스마트-소셜미디어를 활용하여 정책과정 전반에 포괄적으로 참여하는 플랫폼으로 이른바 ‘오픈정부 구상(open government initiative)’ 또는 My Government 등은 그 대표적인 예라고 할 수 있을 것이다. 이러한 정책 네트워크 모형에서는 거대집단 중심의 단순 일방향적 의사결정 보다는 다양하게 얹혀져 있는 개인과 집단 간의 복잡적·중첩적 상호작용에 입각한 의사결정이 일반화되는 양상을 보여준다.

제 3 절 탈경계·혼융의 심화

1. 예술과 삶의 경계 허물기

가. 변화상의 개요

‘매체 미학(Medienästhetik)’은 뉴미디어의 등장에 따라 새로이 나타나는 매체 예술은 새로운 미학으로 설명할 수밖에 없다는 입장에 서 있다. 이것은 기존의 미학적

담론으로부터 그 논의의 범위와 해석방식을 구별하는 입장을 취하는 것으로써, 시청각적 매체에 의한 지각 형식과 표현 형식을 이론적으로 규정하려는 시도를 하고 있다. 매체 미학은 지금까지 전통적 미학 내에서 주된 논의가 예술 그 자체보다는 예술과 미에 대한 인식에 주목하고 있었음을 지적한다. 따라서 예술로부터 발휘된 현상 및 대상과 그것의 지각 방식에 대한 이론적 고찰을 시도할 것을 요구한다. 그러므로 매체 미학에서 무엇보다도 중요한 것은 감성적 지각이다.

디지털 컨버전스의 도래와 함께 매체 미학적 접근은 한계에 직면하게 된다. 디지털 컨버전스 시대에 와서 작품은 내적 종결성을 벗어나기 때문이다. 작품은 수용자의 행위를 기다리며, 그들을 통해서 다시 재구성되고, 링크되고, 새로운 형태들을 순환시키며, 예기치 못한 만남을 촉발시킨다. 이 처럼 컨버전스 시대 예술은 디지털 기술과 행위의 상관성에 의해 형성된 새롭게 규정되고 있으며, 그로부터 전례가 없는 재현 체제가 창출되었다. 즉, 디지털 기술과 컨버전스에 내속된 디지털 코드, 플럭스, 네트워크의 속성에 관여한 작품이 출현되고, 그것에 의해 이미지가 (재)형상화되기 때문이다. 중요한 것은 새로운 지각이 아니라 새로운 해석 방식이며, 그것이 디지털시학이다. 미학과는 달리 시학(poïetique)은 ‘작품의 기술에 관한 고려, 외적현현, 양식의 분석, 비평적 판단’을 행하는 것이라 할 수 있다. 무엇보다도 시학은 작품제작에 앞선 제작자의 작업 의도와 계획을 파악하는 작업이란 것이다. 시학적 접근은 디지털 예술의 형성과 그것의 소비 또는 관람자와의 새로운 의미의 관계형성, 그리고 감각의 변화의 문제, 나아가 예술의 의미의 변화에 관한 문제를 통찰하게 해 줄 방법론으로서 제시되고 있다.

나. 변화상의 세부내용

초기 다다이스트들의 다양한 퍼포먼스 작업들은 디지털 예술의 형성에 중요한 이론적 근거가 되고 있다. 심지어 컴퓨터 이전에 나타난 뒤상과 그의 추종자들을 디지털 아방가르라고 주장하는 학자도 있다. 예컨대, 디지털 아트와 뒤상의 간섭전략 모두 기성품 ready-mades을 포함하며, 기성품을 탈맥락화시키거나 재맥락화시키면서 연출의 무대에 올리고 있다. 마이크, 카메라, 컴퓨터, 스크린 등은 모두 많은 디지털

아트의 작품들 속에서 연출적 요소들이다. 달리 말해서, 무대의 연출 요소들은 디지털 아트의 작품들 속에서 지정된 기능들로부터 해방된다. 기성품의 놀이는 소프트웨어에도 적용될 수 있을 것이다. 30~40년대의 존케이지의 실험음악과 60년대의 ‘플럭서스’운동이 지향한 쌍방향적·관객참여적 퍼포먼스도 이들의 영향을 받고 있다. 이러한 예술행적과 같은 맥락에 있는 디지털 시대의 심미적 취향(taste)은 탈중심성, 하이브리드, 탈보편성 등으로 피력될 수 있다.

디지털 예술에 있어서 조형적 특이성은 투사projection와 상호작용interaction이다. 디지털 기호들을 포함하는 하드웨어와 소프트웨어 등의 디지털 기성품들digital ready-mades은 우리가 볼 수 있는 인터페이스의 가시적 요소들이다. 이 같은 가시적 요소들 사이에서, 비가시적인 전략적 메카니즘 역시 존재한다. 디지털 아트에서 예술 작품의 전체적 윤곽은 존재보다는 투사의 메카니즘에 의해서 결정된다는 점을 주목할 필요가 있다. 투사하는 근원과 투사되는 물질 사이의 관계는 작품의 전체적 윤곽뿐만 아니라, 예술 작품의 시각적 요소와 의미에 궁극적으로 영향을 미친다는 점에서 결정적인 요인이 된다. 이때 투사는 상호작용적 인터페이스가 되며, 그것의 성질은 작품 속에서 상호 작용성의 잠재력이 관객에 의해서 인지될 수 있는가의 여부를 결정짓는다. 또한 이러한 상호작용적 과정들은 관객의 참여, 즉 작품의 해석과 (관객의 참여에 의존하는) 작품의 존재 가능성 차원에서 관건이 되는 관객의 역할을 극대화 시키고 있다. 그러기에 디지털 시학의 개념은 존재에서 투사로, 그리고 해석에서 상호작용으로의 질적인 이동을 함의한다.

디지털 시학은 디지털 컨버전스 시대의 매체 예술이 지니는 특성으로서, 뉴미디어의 매개를 통해 그 어느 시대보다도 감각에 있어서 촉각적인 시대를 열고 있으며, 이것은 나아가 기존의 감각경험의 틀을 벗어나 감각의 확장 가능성을 보여주고 있다. 감각경험의 이러한 전환은 크게는 ‘탈 중심적 세계관’의 일환으로 이해된다. 더구나 디지털 컨버전스 시대에 감각경험은 개별 매체에 대한 일정한 지배적 감각에 반하는 다중감각적인 차원을 지향한다. 이제 감각경험은 새로운 국면을 맞이하고 있으며, 그것을 보여주는 또 다른 흥미로운 현상은 ‘감각의 크로스’이다. ‘감각의 크

로스'에 대한 문제는 단순한 감각의 교차적 실현의 문제를 넘어선다. 왜냐하면 앞서 보았듯이 그것은 보다 광범위한 차원의 탈경계와 하이브리드 장르의 융합의 문제로 스스로를 유도해 나아가기 때문이다. 따라서 감각의 크로스의 문제는 탈경계를 향한 전초적 계기를 형성한다고 하겠다.

탈경계적 상황에 관여한 다양한 양상들 중, 디지털 컨버전스의 일상적 실현의 차원에 있어 두드러진 예를 보여주는 것은 바로 예술과 삶의 경계 허물기이다. 이제 디지털 컨버전스 시학은 지고한 예술적 행위를 가장 낮은 일상적 차원에서 구현할 수 있게끔 하고 있다. 최첨단 연구소에서 시작된 디지털 예술은 점차 일상에서 구현되고 있다. 하지만 디지털 예술의 일상적·내부적 실천양태는 전문예술가의 그것과는 정반대의—테크닉의 질적인 문제를 넘어선 개별자들의 자기 표현적 포이에시스—지표를 그리고 있다는 점이다. 바로 이러한 의미에서 디지털 컨버전스를 통해 한 세기를 거쳐 점진적으로 진전되어 온 예술과 삶 간의 탈경계적 상황이 보다 새로운 전환을 맞게 되는 것이다. 영상의 기록과 편집은 가장 일상적인 차원으로 내려와 개인의 삶을 기록·표현하며 타인과의 소통을 시도하는 대중의 개별적 제작행위에 의해서도 이루어진다. 이처럼 오늘날 예술적 행위는 전통예술의 의미를 넘어 예술을 일상의 시학으로의 전환적 국면을 보여준다. 예술은 더 이상 가까이 끌어와도 멀리 있을 수밖에 없는 것이 아니며, 감상자로서 대중은 그것을 가까이 끌어옴으로써 단순한 수용자임을 넘어 제작자로의 전환을 꾀한다.

다. 전망 및 정책적 시사점

매체의 변화가 인간의 새로운 감성계를 발굴하고, 새로운 심미성의 창발을 동반한다. 따라서, 디지털 컨버전스 시대에서 우리가 유념할 사실은 젊은 세대를 비롯하여 현대인이 획득할 수 있는 심미성의 영역이 무엇이며, 이와 반대로, 전통적 매체와의 단절로 인해서, 상실하거나 약화될 수 있는 감각과 감성의 영역이 무엇인지를 세밀하게 파악하여, 드러난 문제점들을 보강할 수 있는 다양한 매체 교육 프로그램을 개발할 필요가 있을 것이다. 예컨대, 디지털 컨버전스 매체에서 자라나는 아이들이 청각적 능력과 청각적 감성 능력이 떨어지는 경향이 발견될 경우, 이를 보완할

기술적 보완 장치를 서둘러 마련해야 할 것이다. 반대로, 디지털 컨버전스 시대에서 새롭게 신장되어 가는 촉각 능력이 발견된다면, 보다 적극적인 감각적 훈련과 더불어, 새롭게 증강된 능력을 발휘할 수 있는 다양한 산업적 개발을 서둘러야 할 것이다. 이점에서 디지털 컨버전스의 감각적 심미적 변화에 대한 과학적 연구를 위해서는 의학 전문가들의 참여를 유도할 수 있는 연구 정책 과제가 마련되어야 할 것이다. 새로운 첨단 매체의 산업적 대중적 실현이 도래하기 전에, 늘 아티스트들의 선견지명과 시대를 앞서가는 실천들이 선행되었다. 디지털 컨버전스에서 늘 염두에 두어야 할 것은 기술 개발의 예술적 차원을 발굴하는 작업이며, 산업적 차원에서 늘 예술을 접맥시킬 수 있는 방안을 철저하게 모색해야 한다는 점이다.

2. 개인과 집단의 혼성화

가. 변화상의 개요

새로운 미디어는 올드 미디어를 변화시키고 올드 미디어는 새로운 미디어의 일부로 남아있다. 다시 말해 새로운 미디어 환경은 뉴미디어가 올드미디어를 대체하거나 통합시키는 것이 아니라, 뉴미디어와 올드미디어 세계의 감각이 동시에적으로 작동하며 미디어 환경이 재구성되는 것이다. 따라서 뉴미디어와 올드 미디어의 관계는 “양자택일이나 이분법(either/or dichotomy)”의 관계가 아니라 “양자 모두와 대조(both/and contrast)”의 관계이다. 문자성은 남아있는 구술성과 공존하고, 제 2의 구술성은 제 1의 구술성을 단순히 부활시킨 것이 아니라 구술 세계의 감각과 문자 세계의 감각이 동시에적으로 활성화 된다. 옹은 “새로운 미디어가 과거의 미디어를 제거하지 않을 뿐만 아니라 이전 미디어를 실제로 강화”하게 되는데, 이 때 올드미디어는 이전의 모습과 다른 모습으로 공존한다고 주장한다.

모바일 소셜 커뮤니케이션의 언어 형식은 글을 중심으로 음악, 사진, 동영상, 그래픽 등 다양한 언어적 표현이 함께 링크될 수 있는 문자 중심의 멀티미디어 텍스트이다. 글을 비롯한 여러 가지 정보 형식이 개인의 메시지를 전달하는데, 이러한 메시지는 주로 ‘목음’의 문자 텍스트로 매개되지만 사람들은 이를 구술의 역동성을

유사하게 느낄 수 있는 말로서 경험한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션의 텍스트는 ‘말’과 같이 직접 소리로 매개되지는 않지만, 상상적 수용자의 반응을 기대하며 현재의 경험(정보)을 시간으로 전달하기에 구어의 느낌을 가질 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션의 언어 전달 형식은 말하기(쓰기)와 듣기(읽기) 형식이 혼성화된 성격을 갖는다. 뿐만 아니라 링크를 이용해 문자 텍스트와 사진 및 동영상 이미지를 혼용하여 사용할 수 있음으로써, 현재 커뮤니케이션 상황과 맥락을 보다 구체적으로 전할 수 있고 생활 세계와 밀접한 대화를 전개할 수 있다. 개인의 커뮤니케이션이 주로 문자의 형태로 전달되지만 이러한 행위는 쓰기가 아닌 말하기로 인식되고, 쓰는 사람은 상황에 따라 말하는 행위자(performer)이자 타자의 말에 반응하는 청자가 된다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간은 정보 교류와 사회적 교류가 혼성화된 공간이고, 또한 방송과 개인 미디어, 독백체와 방백체와 대화체, 텍스트와 이미지가 혼용된 공간이다.

이러한 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서는 특정한 개인들이 수행하는 정보의 생산 그 자체보다 개인과 집단간의 폭넓은 상호작용을 통한 정보 및 의견의 유통과 확산이 더 중요해진다. 즉 소셜미디어의 확산에 따라 정보의 생산 중심에서 정보의 공유와 유통 중심으로 의사소통방식의 무게중심이 옮겨가고 있다고 볼 수 있다.

개인 간의 상호작용이 증가함에 따라 커뮤니케이션이 축적되고 정보의 재생산 및 공유 수준이 증가하며 이는 다양한 형태의 인터넷 커뮤니티를 형성시키고 개인들은 그러한 커뮤니티를 매개로 여론형성과 집단행동이라는 사회적 행동양식을 창출한다. 따라서 컨버전스 환경에서는 개인과 집단간의 상호작용은 이용자-콘텐츠-플랫폼 간의 융합 네트워크를 기반으로 초기의 콘텐츠와 플랫폼 중심의 기능적 및 교류적 상호작용 방식이 점차 이용자 중심의 관계적 상호작용 방식으로 진화하고 있다고 말할 수 있다.

나. 변화상의 세부내용

이러한 특성으로 인해 모바일 소셜 커뮤니케이션을 매개로 ‘나’와 ‘너’는 연결된 현존을 경험한다. 물리적인 근접성이나 거리에 상관없이 네트워크를 통해 가상적으

로 함께함을 느낄 수 있고 말은 탈육화된 형태로 나와 너의 현존을 재현한다. 따라서 말을 ‘읽는’ 행위는 신뢰와 친밀감이 형성되는 기반이 된다. 제 1의 구술 담화에서는 나와 너가 같은 공간에 물리적으로 함께함으로써 서로의 현존을 느꼈고, 제 2의 구술 미디어인 라디오와 텔레비전은 사람들을 청취자 혹은 시청자로 호명하며 지금-여기의 사건을 공유할 수 있도록 해주었다. 제 2의 구술 미디어는 대중을 대상으로 직접 말을 걸며 함께 한다는 느낌을 줄 수 있지만 이것은 인쇄 문화의 비대칭적 저자-독자 관계를 그대로 유지하는, 즉 제작자와 수용자간의 경계가 분명한 ‘과라-소셜한 관계’이다. 스마트 폰을 통한 소셜 미디어 공간에의 접속이 언제나 가능하게 됨으로써 개인은 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에 ‘매인 자아(tethered self)’가 되고 온라인과 오프라인의 사회적 공간 간의 경계 혹은 사회적 맥락 간의 경계가 허물어지고 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션의 ‘상상의 수용자’가 오프라인 친구나 지인에서부터 온라인으로 연결된 불특정 다수의 대중에 이르기까지 서로 다른 사회적 맥락에 놓여있던 사람들을 포함시키면서, 개인은 과거의 구술 공동체가 상상할 수 없는 범위의 사람들과 정서를 공유하는 동시에 ‘다중적인’ 커뮤니케이션 맥락에 놓이게 된다.

모바일 소셜 커뮤니케이션의 실천을 통해 집단 감각(communal sense)이 고양될 수 있는데, 이것은 제 1의 구술성의 면대면 커뮤니케이션에 기초한 강한 유대감의 공동체 의식이나 제 2의 구술성의 전파에 기초한 유사-사회적(para-social) 의식과는 차이가 있다. 사람들은 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 소속감은 없지만 강한 유대의 편안함과 친밀감을 느끼는 집단 감각을 경험하고 이것을 통해 존재론적 안정감을 느끼기도 한다. 느슨한 유대 관계는 수평적이고, 서로의 프라이버시를 존중하며, 개인이 현재의 상황이나 사건을 공유하고 이해하는데 영향을 미치는 ‘해석적 틀’을 제공하기도 한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션은 실시간으로 개인이 올린 메시지를 전파하며 현재 상황이나 분위기를 공유할 수 있게 해준다. 그러면서도 이러한 상황적 텍스트는 시간의 흐름에 따라 사라져버리는 사건이 아니라 언제나 다시 찾아볼 수 있는 검색가능한 데이터로 축적된다. 따라서 모바일 소셜 커뮤니케이션의 세계

는 구술성의 세계처럼 ‘사건’으로서의 세계인 동시에, 한 번 뱉은 말이 지워지지 않는 ‘망각불능’의 세계이다.

다. 전망 및 정책적 시사점

이 연구를 통해 이끌어낼 수 있는 몇 가지 정책적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 스마트폰을 통해 다양한 모바일 소셜 커뮤니케이션 채널을 자유롭게 활용할 수 있는 새로운 커뮤니케이션 환경이 등장하면서 ‘말’이 갖는 의미와 가치를 새롭게 인식할 필요가 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 말은 사람의 생각이나 느낌 그리고 행동을 재현하고 그 사람의 정체성에 대한 단서를 제공한다. 말은 분리된 사물화된 정보라기보다는, 대화자의 현존과 인격을 나타내는 지표로 인식할 필요가 있다. 따라서 말에 관한 교육은 말 잘하기의 수사학적 차원의 교육이 아니라 서로에 대한 배려와 공감 능력을 키우며 내면의 상호작용을 돕는 인성 교육으로 그 방향이 전환될 필요가 있다. 둘째, 하이퍼컨넥션(hyperconnectivity)의 시대에 진정한 대화의 의미와 가치가 무엇일까를 사회적 차원에서 논의하면서 네트워크 커뮤니케이션의 윤리를 도출해낼 필요가 있다. 소셜네트워크에서는 하루 24시간 1주 7일 동안 언제나 연결 상태를 유지해주며 실시간 상호작용을 효율적으로 허용하는 기술을 통해 이루어진다. 상상의 수용자 혹은 타자와의 만남은 새로운 집단 감각과 사회화 과정을 가져오며 우리의 자존감을 재구성하는데, 이에 걸맞은 윤리 의식에 대한 사회적 논의 또한 필요하다. 네트워크의 ‘상상의 수용자’를 어떻게 정의하고 어떻게 배려할 것인지, 그리고 이를 위한 자율적 윤리 의식을 어떻게 마련할 것인지에 대한 정책적 논의가 필요하다고 본다. 셋째, 모바일 소셜 커뮤니케이션은 물리적으로 같이 하면서도 같이 하지 않는 소위 ‘부재하는 현존(absent presence)’라는 현상을 가속화 시키며 기존 공동체의 해체와 인간 소외의 문제를 심화시킬 수 있다. 사람들이 연결되지 않음에 강박증을 갖고 매개된 타인과의 관계를 극대화시키려고 할 때 물리적 공간과 면대면 만남에 기반한 공동체의 기반은 약화될 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션이 지속가능한 공동체의 활성화에 어떻게 기여할 수 있는지에 대한 정책적 논의가 필요하다. 또한 이러한 휴머니즘적 관점이 모바일 소셜 네트워크 기술의 사용성(afford-

ability)을 디자인 하는 과정에 개입할 수 있도록 정책적으로 지원할 필요가 있다. 온라인과 오프라인을 가로지르며 지속가능한 사회적 네트워킹을 할 수 있는 공동체 모델과 시스템이 개발될 필요가 있다.

3. 일상활동의 혼용

가. 변화상 개요

산업화시기를 거치면서 분화된 사회의 각 부문들이 디지털 컨버전스의 가속화와 함께 상호 분화된 영역들로 침투해 들어갈 뿐만 아니라 새롭게 재편되는 양상이 두드러지고 있다. 구체적으로 디지털사회에서는 산업사회를 지배하던 노동과 여가의 시공간 주기가 붕괴되며 일상생활의 융합현상이 다각적으로 가시화된다. 예를 들어 사람들은 이제 밤과 낮, 일터와 가정이라는 전통적인 구획과 리듬과는 무관하게 일하고 잠자고 논다. 지금까지 여가의 주 무대였던 가정에서도 일하는 것이 가능해졌고 일하면서 동시에 소비와 여가를 즐기는 것 또한 가능해졌다.

물리적 세계와 사이버공간의 분화와 융합, 공적 영역과 사적 영역의 경계 이완과 더불어, 생활세계의 핵심요소라고 할 수 있는 일과 학습과 여가가 종전과 같은 배타적 선형관계가 아니라 서로 중첩되고 교차되면서 실현될 수 있는 새로운 생활환경이 조성되고 있다. 이러한 변화가 일상성에 미치는 가장 큰 영향은 한 사람의 생애 주기를 통해 단계적이고 점증적이며 단선적으로 이루어지던 학습·노동·여가 활동의 배타적 패턴이 생애의 각 단계에서 그리고 전 과정에 걸쳐 뒤섞이고 혼용되고 있다는 점이다.

나. 변화상 세부내용

정보통신기술의 발달로 인해 가르치려는 사람과 배우려는 사람의 연결이 용이해졌으며, 가르치는 사람 없이도 학습패키지, 잡지, 방송, 신문, 컴퓨터통신 및 인터넷 등을 이용하여 자기 주도적으로 학습할 수 있게 되었다. 그 중 가장 중요한 트렌드는 학습 네트워크의 전방위적 확산이다. 학습 환경 환경도 ‘시뮬레이션 환경’이나

‘3D 가상현실’ 등에 기반한 ‘문제 또는 프로젝트 중심 학습’으로 변하고 있다. 다양한 사회적 소프트웨어의 등장과 확산으로 학습과 놀이가 융합된 에듀테인먼트와 학습과 만남이 결합된 온라인 집단지성이 새로운 트렌드가 되고 있다.

디지털사회가 고도화되면서 전통적인 여가영역의 경계가 와해되고 여가의 경계가 확대되며 여가의 의미와 지향이 변화하고 있다. 이동통신은 일이나 여가에서의 공간적 제약을 해소시켜주기 때문에 지금과 같은 일과 여가의 영역이 중복되거나 구분이 모호해진다. 여가의 성격 또한 변화하고 있다. 그 대표적인 예가 개인이 사용할 수 있는 여가시간을 자유의지에 따라 다른 순수여가 활동에 이용하지 않고 자신의 발전이나 향후의 더 큰 여가를 위해 유보하는 경우이다. 직업의 세분화에 따른 업무의 고도화가 요구되고 정보화에 따른 지식 및 직능의 복잡화와 다양화가 진행되면서 직업유지와 자기계발을 위한 학습활동도 강화되고 있다. 더 큰 여가생활의 향유를 위한 여가비용 확보 목적의 아르바이트가 급속히 확산되고 있는 것과 만남과 놀이가 결합된 소셜네트워크 게임이 확산되는 것도 같은 맥락이다.

디지털시대의 일은 단순히 세분화되고 전문화되는 수준을 넘어 삶의 다양한 목표와 방식과 결합되는 복합적인 스펙트럼으로 전개될 것이다. 공간적으로나 시간적으로 제약된 직장과 노동관계가 물리적으로는 완화되고 해체될 것이나 동시에 계약과 신뢰에 바탕을 둔 인간적 상호의존성은 강화된다. 다른 한편, 고용의 불안정성이 심화됨에 따라 ‘이종(heterogenous) 근로’와 멀티잡(multi-job) 경향도 한층 확산될 것이다. 이종 근로란 전통적인 1인 1직장 또는 1인 1근로형태가 와해되고 한 사람이 복수의 직장 또는 근로행위를 수행하는 것을 말하는데, 퇴근 후 야간 부업 활동이 확산되고 있으며, 주말 또는 휴일에는 시간 근로제를 활용한 추가적 노동활동도 활성화되고 있다.

디지털 소통이 증대하면서 자유롭고 가벼우면서도 느슨한 인간관계가 확산되고 있는바, 이는 결혼과 가족생활에도 큰 변화를 초래한다. 예를 들어, 서로에게 구속을 하는 결혼보다는 독신이나 동거 생활을 선호하는 젊은이들이 늘고 있고, 결혼 후에도 개인의 자율성과 독립성을 보장해주는 개방결혼이 확산되고 있다. 더불어, ‘혈연’

중심에서 ‘관계’ 중심으로, ‘혈연 공동체’에서 ‘정서(情緒) 공동체’로 가족의 의미와 본질도 변모하고 있다. 과거에는 자식을 낳는 것이 ‘대(代)를 잇는다’는 차원의 의무였지만, 이제는 부부의 행복과 즐거움을 위한 ‘선택 사항’이 되고 있는 것이다.

‘모임’이란 직장을 중심으로 하는 공식 조직의 테두리를 벗어나 일정한 기간 동안 여러 사람들이 정기적 또는 비정기적으로 얼굴을 맞대고 모이는 사적인 활동을 말한다. 디지털 사회가 되면서 모임의 성격이 변하고 있다. 하루의 대부분을 인터넷과 함께 살아가는 현대인은 ‘개인화’되는 경향이 강한데, 나날이 이동성이 좋아지는 모바일 환경에서는 이 같은 개인화와 파편화가 한층 더 촉진된다. 그렇다고 해서 모임이 완전히 사라지지는 않는다. 개인과 개인은 현재 4,900만개로 추정되는 싸이월드의 미니홈피와 네이버·다음의 블로그, 트위터 같은 모바일 소셜네트워크 서비스(SNS)를 통해 연결돼 끊임없이 새로운 모임과 만남을 만들어낸다.

다. 전망 및 정책적 시사점

학습영역에서의 변화에 대응하기 위해 두 가지 정책과제가 필요하다. 하나는 상시적 학습을 위해서 모바일 학습 환경을 구축하고, 스마트폰의 보급 확대와 관련하여 어플리케이션 및 콘텐츠 개발을 유도·지원하는 정책이 필요하다. 다른 하나는 학습영역의 변화로부터 발생 가능한 사회 양극화의 억제를 위해 디지털 학습에 접근할 수 있는 기회를 균등하게 제공해야 한다. 여가 영역에서는 소비적이고 비윤리적인 여가활동 억제를 위한 정책적 고려와 인터넷, 모바일, 현실공간이 상호 연계되는 여가활동의 개발과 이를 뒷받침할 수 있는 문화 활성화 정책이 필요하다.

노동 영역에서는 협업의 증가에 대비한 노동윤리의 정립, 협업을 통한 일의 질적 도약 방안 모색, 재택근무의 단점을 보완 내지 극복할 수 있는 기술적 인프라 구축 혹은 제도의 도입, 재택근무나 원격근무 같은 이질적이고 생경한 업무 방식을 포용할 수 있는 직장문화와 노동윤리의 정립 등이 요구된다.

가족 영역에서는 공동체성 회복을 목적으로 하는 소통과 관계 중심적 가족문화의 정립을 위한 정책적 과제가 논의되어야 한다. 만남의 영역에서는 디지털 기기를 이용한 만남과 헤어짐이 중요한 사회적 관계 양식으로 자리 잡은 상태에서 이를 통제

할 수 있는 갈등관리 모델의 개발과 보급, 신뢰를 확보할 수 있는 자기노출의 적정 수준에 대한 사회적 합의, 프라이버시 보호를 위한 기술적·제도적·문화적 장치의 마련 등을 주요 정책과제로 다룰 필요가 있다.

제 6 장 결 론

제 1 절 연구결과의 의의

디지털 컨버전스는 ‘디지털 기술로 인해 미디어 환경과 소통양식이 변화함으로써 정보·콘텐츠가 다른 영역을 넘나들어 부문 간 경계가 약화되고 기존의 이질적 요소들이 모이고(수렴), 섞이고(혼합), 바뀌고(변형), 나뉘고(분화), 거듭나거나(재구성) 새로운 것으로 창발하는 현상’으로 정의될 수 있다. 이러한 개념적 정의에도 불구하고 그것이 무엇을 의미하는지를 명확하게 이해하는 것은 쉽지 않다. 2010년 한해 한국사회는 아이폰을 필두로 하는 스마트폰의 확산으로 컨버전스를 체험하게 되었다. 이동 중에 검색을 하고 이메일을 체크하며 뉴스나 오락을 동영상으로 감상하게 되었다. 뿐만 아니라 트위터를 통해 천안함, 6.2지방선거, 연평도 등 실시간 뉴스를 방송이나 신문보다도 빨리 접하게 되었다. 방송과 통신의 구분이 무엇인지, 또 무엇이어야 하는지는 잘 모르지만, 뭔가 달라지고 있고 편리해지고 있으며 시원하게 트이고 있다는 실감을 하게 된 것이다. 물론, 인터넷의 강국이라는 자부심에 가려 갈라파고스 규제에서 헤매고 있던 한국의 모바일 산업은 강력한 도전에 접하게 되었다. 이동통신사업자의 수직적 폐쇄체계가 깨어지고, 인터넷 업계와 소프트웨어 업계는 새로운 활로를 모색하고 있다. 이통사업자와 제조업자들은 변화된 경쟁체계에 대응하기 위해 생태계의 구성에 골몰하고 있다. 이러한 상황에서 본 연구는 작년에 이어 디지털 컨버전스가 우리 사회의 제 분야에 어떠한 영향과 변화를 주는지를 연구하였다. 본 연구의 의미는 크게 세 가지로 정리될 수 있겠다.

본 연구는 디지털 컨버전스에 대한 인문사회중심의 종합적 연구시도라는 점에서 그 첫 번째 의의가 있다고 하겠다. 2009년에 이어 올해에도 철학, 정치, 경제, 사회, 문화 등 다학제적 관점에서 컨버전스를 연구하였다. 하지만, 2009년과는 달리 올해

는 컨버전스 현장을 포착하고 연구하려는 노력이 많았다는 점에서 그 의의가 크다고 하겠다. 2010년에는 기획 단계부터 개념적인 연구보다는 실증적이고 융합의 실체를 다룰 수 있는 주제를 모색하였다. 각 영역에서 혼합현실, 전자책, 모바일 커뮤니케이션, 소셜네트워크킹 서비스, 트위터, 페이스북 등 융합의 최전선에 있는 현상들에 접근했다. 융합서비스와 콘텐츠로 인해 가상과 현실에 대한 인식이 어떻게 바뀌고, 정치참여의 성격과 양태가 어떻게 바뀌어 가는지를 분석하였다. 기업들 간의 거버넌스와 상호작용방식이 변화하는 모습을 파악하였고, 융합사회에서의 사회관계와 상호작용의 미래모습을 전망하였다. 그리고 컨버전스 환경에서 커뮤니케이션이라는 활동의 갖는 문화적 의미를 포착하였다. 물론 여기에서 다른 현상들이 모든 것일 수 없고 또 모두 옳다고 할 수도 없다. 중요한 것은 우리가 디지털 컨버전스를 단지 기술적, 산업적 현상으로 치부하지 않고, 그것이 우리 사회에 주는 함의와 미래를 찾아야겠다는 인식을 실천한 것이다. 이러한 작업은 작년에 이어 올해 그리고 본 과제가 끝날 때까지 계속될 것이다.

두 번째로 특히 올해의 연구는 디지털 컨버전스 중에서도 ‘스마트와 소셜’에 초점을 맞추었다는 점이다. ‘스마트’는 새로운 기술에 기반한 뉴미디어라기보다는 기존의 미디어 기술을 차용하고 이종의 기술과 결합시킨 결과라고 보아야 할 것이다. 단적으로 말해 PC의 컴퓨팅 파워에 휴대폰의 이동성, 인터넷 연결성, 혼종성과 다목적성, 그리고 개인성 등이 결합된 것이다. ‘소셜’은 컴퓨터 시스템을 통해 다양한 종류의 사회적 행위를 지원함으로써 사회적 모임과 맥락을 창조하거나 재창조하는 기술을 말한다. 광의로 보았을 때 소셜은 컴퓨터와 사람의 힘을 결합하여 제3의 역량을 만들어 주는 것이라 할 수 있다. 2010년 한해 동안 우리나라 방송통신업계의 핵심 화두는 다름 아닌 이 두 가지, 즉 스마트와 소셜이었다. 하지만 지금까지의 논의들은 스마트와 소셜 그 자체에 모아져 있었다. 그것이 무엇이고, 기존의 서비스와는 무엇이 다르며, 그것으로 인해 가능해질 기회들은 무엇이 있는지 등이었다. 본 연구는 스마트와 소셜 그 자체 보다는 그것이 사회시스템 전반에 어떠한 영향을 미칠 것인지에 관심을 두었다는 점이다. 정치, 경제, 사회, 문화, 철학 등 제반 영역에 걸쳐

새로운 플랫폼으로 등장하는 ‘스마트’와 ‘소셜’이 우리 사회에 어떠한 변화를 일으키고 있는지가 중점을 둔 것이다. 이렇듯, 비즈니스 관점의 화두였던 ‘스마트’와 ‘소셜’에 대하여 사회적 관점에서 의미를 찾고 그 영향을 찾고자 한 것이 본 과제의 두 번째 의의라 할 수 있다.

세 번째 의의는 철학·인문, 정치, 경제·경영, 사회, 문화 등 5개 분야의 기초연구의 결과를 토대로 총 8개의 컨버전스 변화상을 도출한 것이다. 미적 감각의 관점 변화로부터 디지털로 인해 당연하게 여겨져 오던 밤과 낮, 일터와 가정 일상성이 재편되는 것까지 다양하다. 이 역시 그 하나 하나가 얼마나 엄밀하고 포괄적이나는 문제 보다는 디지털 컨버전스에 따른 사회변화를 정리하려는 노력으로 봐야 할 것이다. 궁극적으로는 올해 한해의 연구결과로 평가되기 보다는 2009년에서 2012년까지 계속될 ‘디지털 컨버전스로 인한 한국사회의 메가트렌드(컨버전스 메가트렌드)’의 전단계 작업으로 의미를 갖기 때문이다.

제2절 연구의 한계와 향후 연구방향

본 연구는 상기한 의의와 함께 몇 가지 한계도 노정하였다. 대부분은 큰 주제 하에 다수의 과제들이 기획·진행됨에 따라 생길 수밖에 없는 문제라 하겠다. 첫째, 학제적 연구의 밀도와 심도의 한계이다. 물론 본 연구에서 기획 단계부터 학제적 교류와 자극을 중시하였다. 최소한 기획총괄위원들 간에는 수시로 회의를 개최하여 서로의 관심사와 타 분야의 접근을 나누고 배우는 기회를 가졌다. 하지만, 기초과제 수행자의 경우 사정이 달랐다. 과제 수행기관 중 두 차례의 영역별 회의와 1회의 전체 워크숍이 모일 수 있는 회의의 전부였기 때문에 이들이 타 영역에서 무슨 연구가 어떻게 이루어지고 있는지를 안다는 것은 개인적 관심과 노력이 아니고서는 힘든 것이 사실이었다. 이런 측면에서 한번 뿐이긴 하였지만 전체 워크숍의 시도는 좋았다. 영역별이 아닌 유사 주제별로 각 영역별 연구진을 재구성하여 발표와 토론을 하였기 때문이다. 연구진들은 그제서야 워크숍의 진가를 느끼는 듯 했다. 향후 연구전

체를 기획하는 과정에서 초창기부터 영역간 유사 주제별 과제들 간에 상호작용이 많이 일어날 수 있도록 운영계획을 짜야 할 것이다. 애초에 과제 기획 시부터 다양한 학제의 참여자로 연구진을 구성하는 것도 방법이 될 것이다.

둘째, 컨버전스 현장과 학문 사이의 간극을 극복하는 문제였다. 사실 2010년 한해는 컨버전스를 둘러싸고 수많은 현상적 변화들이 드러났던 시기였다. 따라서 이 연구에 참여하는 연구진들도 이러한 변화들에 대해 보다 생생하고 전문적인 소개를 바라고 있었다. 하지만 그러한 시도도 단 한번 전체 워크숍에서 밖에 이루어 질 수가 없었다. 우선 전문가를 모시는 것도 힘들지만 과제 참여자 중 대다수가 모일 수 있는 시간을 마련하는 것도 쉽지 않았기 때문이다. 그러다 보니, 유사한 토픽, 예컨대 트위터에 대한 연구 두세 개가 있었지만 이들은 각기 다른 정도의 배경지식을 가지고 있었고 현상에 대한 인식도 달랐다. 향후 이 부분은 연구의 시작단계부터 전체적인 수요를 파악하여 전체로 수요가 있는 것은 묶고, 부분적으로 수요가 같은 부분은 그들 간에라도 공동의 전문가 섭의를 할 수 있는 체제를 구축하여야 할 것으로 보인다.

마지막으로 셋째, 정책적 시사점과 아젠다를 도출하는 문제이다. 개별 과제 수행자들에 기초연구가 본 과제의 주목적이지만, 그것을 수행하는 중간에 나타날 수 있는 정책적 이슈와 아젠다에 관심을 가져줄 것을 요청하였다. 모든 과제는 아니더라도 변화상과 함께 정책적 아젠다를 제시할 수 있는 과제는 제시해 달라고 하였다. 그러나 이러한 방식으로 정책적인 시사점과 아젠다를 도출하는 것은 개별적인 한계와 함께 전체적인 구조적 결함을 가질 수밖에 없게 된다. 다시 말해, 정책 아젠다가 부수적인 목적만큼 연구내용의 핵심결과와 연결되기 어렵고, 설사 그것이 가능하다고 할지라도 그렇게 다양한 주제와 다양한 영역에서 나온 정책적 시사점이 하나의 정책목표나 과제를 온전히 다루어주기 어려운 것이다. 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로는 정책과제와 기초과제를 분리하는 방식이 가능하다. 전체 과제 중 일부는 1, 2차 연구에서 나온 정책적 이슈를 본격적으로 다루는 정책과제로 두는 방식이다. 이것은 기초는 기초로서 보다 현상의 본질과 그 변화에 집중하게 하고, 정책적 산물은 별도로 준비하는 것이다.

디지털 컨버전스를 연구하는 것은 그것에 대한 관심과 열의와 못지않게 그것을 어떻게 접근할 것인지도 매우 중요하다고 할 것이다. 디지털 컨버전스는 ‘가상과 현실이 기존의 존재론적 경계를 상실하고 상호 침투하고 혼합되거나 창발하는 현상’이라는 철학적 정의를 되새겨 볼 필요가 있다. 본 연구가 컨버전스 환경과 인간의 미래에 대해 깊이 성찰하는 기회가 되기 위해서는, 우리의 접근방법도 융합적 방식을 본격적으로 채택해야 될 때인지 모른다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강현구 (2008), “뉴미디어 시대의 휴대폰 소설－일본 휴대폰 소설(ケータイ小説)의 서사적 특성을 중심으로”, 대중서사연구 제20호, pp.75～106.
- 고든 벨 & 짐 겐멜 (2009), 『디지털 혁명의 미래』, 홍성준 옮김, 청림출판.
- 김문조 (2009), 『융합사회의 소통양식 변화와 사회진화 방향연구』, 디지털 컨버전스 기반 미래연구 (I) 시리즈 09-19, 정보통신정책연구원.
- 김병익 (1994), 『컴퓨터는 문학을 어떻게 변화시킬 것인가』, 동서문학, 1994년 여름호, pp.254～264.
- 김선남 (2008), “뉴미디어 시대 한국 독서문화의 특성”, 『한국출판학연구』, No. 55, pp.45～70.
- 김성도 · 이윤희 (2009), 『영상콘텐츠의 일상화에 따른 인지방식의 변화』, 정보통신정책연구원.
- 노병성 (2008), “아날로그와 디지털 텍스트의 독서 패러다임에 대한 고찰”, 한국출판학연구, 34권 1호.
- 니콜라스 네그로폰테 (1999), 『디지털이다』, 백옥인 옮김, 커뮤니케이션 북스.
- 들뢰즈, G. (1994), 『감각의 논리』, 하태환 옮김, 민음사.
- 디디에 앙지외 (2008), 『피부자아』, 권정아 · 안석 옮김, 인간희극.
- 디지에코 (2010), “페이스북의 오픈 그래프 전략을 통해 살펴본 웹의 진화 방향”.
- 레지스 드브레 (1994), 『이미지의 삶과 죽음』, 정진국 옮김, 시각과 언어.
- 레프 마노비치 (2004), 『뉴미디어의 언어』, 서정신 옮김, 생각의 나무.
- 로제 샤르티에 · 굴리엘로 카발로(편) (2006), 『읽는다는 것의 역사』, 서울: 한국출판마케팅연구소.

- 마샬 맥루한 (1997), 『미디어의 이해－인간의 확장』, 박정규 옮김, 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 마티아스 호르크스, (2009), 『테크놀로지의 종말』, 배명자 옮김, 21세기북스.
- 맥루한, (2001), 『구텐베르크 은하계』, 임상원 옮김, 커뮤니케이션 북스.
- 박승희 (2005), “디지털 텍스트와 새로운 의사소통에 관한 연구”, 『한국사상과 문화』, 제31집, pp. 343～363.
- 박준석 (2007), “차세대 휴먼 인터페이스의 오감 정보처리 기술”, 한국정보기술학회지, 제6권, 제1호.
- 박치성 외 (2009), “정책의제 설정과정에 있어 인터넷의 역할에 관한 탐색적 연구”, 한국정책학회보, 18(3), pp.41～69.
- 박혜란 · 이기춘 (2009), “프로슈머의 개념화와 성향측정도구개발”, 소비자학연구, 20(3), pp.135～161.
- 발터 벤야민 (2009), 『기술복제시대의 예술작품 사진의 작은 역사 외』, 최성만 옮김, 도서출판 길.
- 방송통신위원회 (2010), 『스마트 모바일 강국 실현을 위한 무선인터넷활성화종합계획』.
- 방송통신위원회, 한국인터넷진흥원 (2009), “인터넷 이용자의 SNS이용실태조사”.
- 서이종 (2002), 『인터넷 커뮤니티와 한국사회』, 한울아카데미.
- 설진아 (2009), “소셜 미디어(Social Media)의 진화양상과 사회적 영향”, 2009년 한국 언론정보학회 가을철 정기학술대회 특별세션 Social Communication Media의 의미와 영향, pp.35～57.
- 알베르토 망구엘 (2000), 『독서의 역사』, 정명진 옮김, 서울: 세종서적.
- 엘리자베스 L.아이젠슈타인 (2008), 『근대 유럽의 인쇄 미디어 혁명』, 전영표 옮김, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 윤태진 (2004), 『문자문화, 구술문화, 영상문화의 상호작용』, 정보통신정책연구원.
- 이동후 (2006), “인터넷의 공간과 시간: 미디어 생태학적 접근을 중심으로”, 『커뮤니케이션이론』, 2권 1호, pp.1～34.

- 이상국 (2007), “혼합현실 기술 연구개발 동향 및 전망”, 컴퓨터그래픽스학회논문지.
- 이영재 (2002), “컴퓨터게임과 가상현실을 위한 촉각 응용에 관한 연구”, 멀티미디어 학회 논문지, 5권 6호.
- 이용준 (2010), 『전자책 빅뱅』, 서울: 이담.
- 이정준 (2001), “하이퍼텍스트와 하이퍼 소셜: 그 특성으로 본 유사성과 한계성”, 『독일문학』, 80, pp.240~263.
- 이종관, 박승억, 김종규 (2009), 『디지털 컨버전스 시대의 의식과 행동』, 정보통신정책연구원 09-02.
- 이종관 (2003), “현상학적 지각이론과 가상현실에 대한 연구”, 철학과 현상학 연구, 제21집.
- 전혜숙 (2009), “뉴미디어 아트에서의 신체성, 촉각성을 중심으로”, 미술사학보 33집.
- 정부연 (2010), 『구글 버즈의 등장으로 소셜 네트워크 서비스 시장내 경쟁 확대』, 정보통신정책연구원.
- 차봉희(편) (2007), 『디지털로그 스토리텔링. 디지털시대의 문화, 예술 그리고 커뮤니케이션』, 서울: 문매미.
- 최민성 (2008), “문자의 영상화와 그 문화적 의미에 관한 연구”, 인문콘텐츠, 제11호.
- 황주성 외 (2009), 『디지털 컨버전스와 공간인식의 변화』, 정보통신정책연구원.

2. 국외문헌

- Anandam Kavoori. (2010). 『Digital Media Criticism』, Peter Lang Publishing, Inc., New York.
- Barton, B. (2006). “Ratine Reviews and ROI: How Leading Retailers Use Customer Word of Mouth in Marketing and Merchandising,” Journal of Interactive Advertising, 7(1), pp.1~7.
- Baym, Nancy K. (1993). “Interpreting Soap Operas and Creating Community: Inside a Computer-Mediated Fan Culture.” Journal of Folklore Research 30(2/3): pp.143~177.

- Benkler, Y. (2006). 『The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom』.
- Bendel, O. (2007). 『Lucy Luder und der Mord im studiVZ. Wien: Blackberry Mobile media』.
- _____ (2009). 『Handygirl. Wien: Blackberry Mobil emedia』.
- Benjamin, W. (1963). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. in Gesammelte Schriften Bd. I.2, Unter Mitwirkung von Theodor W. Adorno und Gerschom Scholem herausgeben von Rolf Tiedermann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main 1972-1989.
- Bimber, B., & Davis, R. (2003). 『Campaigning online: The Internet in U.S. elections』, New York: Oxford University.
- Biocca, F., & Levy, M. R. (1995). 『Communication in the Age of Virtual Reality』, (Ed.), Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Bolter, Jay David and Grusin, Richars (2000). 『Remediation: Understanding new media』, Cambridge, MA.: MIT.
- Bolz, N. (1995). 『Am Ende der Gutenberg-Galaxis, Die neuen Kommunikationsverhältnisse』, München.
- _____ (1990). 『Theorie der neuen Medien』, München.
- Bruns, A. (2008). 『Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond』, Peter Lang.
- Cubitt, S. (1998). 『Digital aesthetics』, SAGE.
- Davis, R. (1999). 『The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System』 Oxford: Oxford University Press.
- Donath, Judith and danah boyd. (2004). “Public Displays of Connection.” BT Technology Journal 22(4), pp.71 ~ 82.
- Drucker, J. (1997). “The visible word: experimental typography and modern art.” 1909-1923, The University of Chicago.

- Everett, A. & Caldwell, J. Th. (2003). 『New media: theories and practices of digitextuality』, Routledge.
- Fuchs, C. (2003). “The Internet as a Self-organizing Socio-Technological System.” Human Strategies in Complexity Research Paper.
- Gigliotti, C. (1995). 『Aesthetics of a virtual world: ethical issues in interactive technological design』, University Microfilms International.
- Gibson, J. J. (1979). 『The Ecological Approach to Visual Perception』, Boston: Houghton Mifflin.
- Gladwell, Malcolm.(2010). “Small Change: Why the revolution will not be tweeted.” The Newyorker.
(http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell)
- Greenstein, S., & Khanna, T. (1997). “What does industry convergence mean: Competing in the age of digital convergence.” Harvard business school press, n Yoffie, David (ed.), Boston, MA.
- Hansen, Mark B.N. (2004). 『New philosophy for new media』. MIT.
- Hartmann, F. (2000). 『Medienphilosophie』. Wien: WUV.
- Holt, R. (2004). 『Dialogue on the internet: Language, civic identity, and computer-mediated communication』, Westport: Praeger.
- Jepperson, R. and Meyer, J. W. (2000). “The ‘Actors’ of Modern Society: The Cultural Construction of Social Agency.” Sociological Theory, 18(1), pp.100～120.
- Johnson, D. W. & Johnson, R. T. (1989). “Cooperation and competition: Theory and research.” Edina, MN: Interaction Book Company.
- Joshi, W. (2009). “Continuous supplier performance improvement: Effects of collaborative communication and control.” Journal of Marketing, 73, pp.133～150.
- Kiesel, H. & Münch P. (1981). 『Gesellschaft und Literatur im 18』, Jahrhundert. München.
- Kogut, Bruce & Udo Zander (1996). “What Firms Do? Coordination, Identity, and Learning.”

- Organization Science, 7(5), September-October.
- Krauss, Rosalin (1999). 『A voyage on the North sea, Art in the age of the Post-Medium Condition』, London, Thames&Hudson.
- Lee, K. M. (2004). 『Presence, Explicated, Communication Theory』.
- _____ (2004). 『Why Presence Occurs: Evolutionary Psychology, Media Equation, and Presence, Presence』.
- Leroi-Gourhan, A. (1964). 『Le geste et la parole, Albin Michel』.
- Lindsley, D., Brass, D. & Thomas, J. (1995). “Efficacy-performance spirals: A multilevel perspective.” *Academy of Management Review*, 20, pp.645 ~ 678.
- Luhman, N. (1982). 『The Differentiation of Society. trans. S. Holmes and C. Larmore』, New York: Columbia University Press.
- Manovich, Lev. (2008). 『Software Takes Command』.
- McLuhan, H. M. (1964). 『Understanding media: the extensions of man』, New York: The New American Library.
- _____ (1962). 『The Gutenberg Galaxy, the Making of Typographic Man』, London: Routledge & Kegan Paul.
- M. Heim (1993). 『The Metaphysics of Virtual Reality』, Oxford.
- M. Lombard, & T. Ditton. (1997). 『At the Heart of It All: the Concept of Presence』, JCMC.
- Meyer, J. W., Boli, J., Thomas, G. M., and F. O. Ramirez. (1997). “World Society and the Nation-State.” *American Journal of Sociology*, 103(1), pp.144 ~ 181.
- Mulvey, P. (1998). “The impact of perceived loafing and collective efficacy on group goal processes and group performance.” *Organizational behavior and human decision processes*, 74(1), pp.62 ~ 87.
- Nancy K. Baym. (2010). 『Personal Connections in the Digital Age』, Polity Press.
- Norris, Pippa. (2002). 『Democratic Phoenix : Reinventing Political Activism』, Cambridge

University Press.

Noelle-Neumann, E. (1974). "The spiral of silence: A theory of public opinion." *Journal of Communication*, 24, pp.43 ~ 51.

Ong, W. J. (2002). 『Orality and literacy: the technologizing of the word』, London; New York: Routledge.

P. Milgram, & A. F. Kishino. (1994). "Taxonomy of Mixed Reality Visual Display." *IEICE Transactions on Information Systems*, E77-K.

P. Turner, & S. Turner. (2006). 『Place, Sense of Place, and Presence, Presence: Teleoperators and Virtual Environments』.

R. Azuma. (1997). 『A Survey of Augmented Reality, Presence: Teleoperators and Virtual Environments』.

Rimmer, T., & Howard, M. (1990). "Pluralistic ignorance and the spiral of silence: A test of the role of the mass media in the spiral of silence hypothesis." *Mass Communication Review*, 17, pp.47 ~ 56.

Rekimoto, J. and K. Nagao. (1995). "The World through the Computer: Computer Augmented Interaction with Real World Environments." *Symposium on User Interface Software and Technology (UIST'95)* ACM Press.

Robertson, D. (1998). 『The New Renaissance』, N. Y. Oxford.

Rogers, E. M. (2003). 『Diffusion of Innovations』, 5th ed. Free Press, New York.

Ryu, S. (2005). "Ritualizing interactive media: from motivation to activation." *Technoetic Arts*, 3(2), pp.1 ~ 17.

Schöttker, D. (Hg.) (2003). 『Mediengebrauch und Erfahrungswandel』. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Steuer, J. (1992). "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence." *Journal of Communication*, 42(4).

Tzvetan Todorov. (1978). 『Les genres discours』, Paris, Seuil, coll. Poétique.

- Van der Vegt, G., Emans, B. & Van de Vliert, E. (1998). "Effect of interdependence in project teams." *Group and Organization Management*, 23, pp.124 ~ 143.
- Venkatraman, N. (1989). "The Concept of Fit in Strategy Research: Toward Verbal and Statistical Correspondence." *Academy of Management Review*, Vol. 14, July, pp.423 ~ 444.
- Wands, B. (2006). 『Art of the digital age』, Thames & Hudson.
- Wagner, I., Broll, W., Jacucci, G., Kuutii, K., McCall, R., Morrison, A., et al. (2009). 『On the Role of Presence in Mixed Reality』, Presence.
- Weibel, P. (1991). "Transformationen der Techno-Ästhetik." in Florian Rötzer (Hg.), *Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien*, Frankfurt am Main.
- Wellman, B. (2002). "Little Boxes, Globalization, and Networked Individualism." *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches*, pp.10 ~ 25.
- Yoffie, D. B. (1997). 『Competing in the Age of Digital Convergence』, Harvard Business Press.

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 시리즈 안내

- 10-01 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 총괄보고서 (황주성, KISDI)
- 10-02 디지털 문화산업의 융합기술에 대한 철학적 성찰 (이종관, 성균관대)
- 10-03 전자책의 출현과 문학적 패러다임의 변화 (이정준, 성균관대)
- 10-04 매체변화에 따른 미의식의 변화와 컨버전스 시대의 미학적 특징
(김성도, 고려대)
- 10-05 모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰 (이동후, 인천대)
- 10-06 디지털 컨버전스 환경에서 자기조직화 원리의 이해 (황주성, KISDI)
- 10-07 디지털 컨버전스 사회의 정치권력 연구 (류석진, 서강대)
- 10-08 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여 (윤성이, 경희대)
- 10-09 디지털 정치조직의 출현과 e-거버넌스의 미래 (조희정, 숭실대)
- 10-10 융합 환경에서 정책결정과정의 변화와 전망 (차재권, 동의대)
- 10-11 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성 (이원태, KISDI)
- 10-12 컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구조 변화 연구 (조남재, 한국경영정보학회)
- 10-13 디지털 컨버전스와 프로슈머의 행태 변화 및 전망 (김진우, 연세대)
- 10-14 컨버전스 세대의 등장 및 경제활동 특성 연구 (김연정, 호서대)
- 10-15 디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업 활동에 미치는 영향
(한현수, 한국경영정보학회)
- 10-16 컨버전스 경제에서 가상현실 기술의 의의와 산업구조 변화
(손상영, KISDI)
- 10-17 융합문명의 도전과 응전 (김문조, 한국사회학회)
- 10-18 디지털 사회의 일상성 탐구 (김종길, 덕성여대)
- 10-19 사회문화적 융합의 동역학 (장용석, 연세대)
- 10-20 융합적 사회질서의 심층 분석 (유승호, 강원대)
- 10-21 새로운 소통합리성과 인본사회화 과정 (정국환, KISDI)

- 10-22 디지털 컨버전스의 커뮤니케이션 이론적 의미와 문화적 특성 (이호규, 동국대)
- 10-23 컨버전스 환경에서의 개인과 집단 간의 상호작용 (김경희, 한림대)
- 10-24 미디어 생태계에서의 컨버전스와 디버전스 (안민호, 숙명여대)
- 10-25 미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망
(박태순, 미디어전략연구소)
- 10-26 모바일 소셜미디어에서 유력자(influentials)의 역할 (이원태, KISDI)
- 10-27 디지털 컨버전스의 미래 이슈와 미디어 정책 (디지털 컨버전스 미래포럼)
- 10-28 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다 (모바일 인터넷 포럼)

● 저 자 소 개 ●

황 주 성

- 서울대학교 지리경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 연구위원

정 국 환

- 미국 Univ. of Washington 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 선임연구위원

손 상 영

- 미국 Univ. of Rochester 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 연구위원

이 원 태

- 서강대학교 정치학 박사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 부연구위원

김 사 혁

- 한양대학교 경영학 석사/박사수료
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 부연구위원

문 정 욱

- 고려대학교 행정학 석사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 전문연구원

김 희 연

- 이화여자대학교 사회학 석사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 전문연구원

석 봉 기

- 한양대학교 경영학 석사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 연구원

박 현 유

- 서강대학교 신문방송학 석사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 연구원

오 주 현

- 숭실대학교 사회학 석사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 연구원

이 나 경

- 숭실대학교 사회학 석사
- 현 정보통신정책연구원
미래융합연구실 연구원

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 시리즈 10-01

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 총괄보고서

2010년 12월 일 인쇄

2010년 12월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인 쇄 인 성 문 화

ISBN 978-89-8242-802-9 94320

ISBN 978-89-8242-801-2 (전28권)
