

모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰

2010. 10

연구기관: 인천대학교

연구책임자: 이동후(인천대학교 교수)

제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰』의 최종보고서로 제출합니다.

2010. 10. 15

연 구 기 관 : 인천대학교

연 구 책 임 자 : 이동후(인천대학교 교수)

목 차

요약문	5
제 1 장 서 론	15
제 1 절 연구의 배경	15
제 2 절 연구 문제	19
1. 연구목표	19
2. 연구의 내용 및 범위	21
제 2 장 매체철학적 접근: 미디어 생태학적	23
제 1 절 환경으로서의 미디어	23
제 2 절 월터 옹의 구술성과 문자성의 정리(theorem)	26
제 3 절 모바일 커뮤니케이션 연구를 위한 월터 옹의 통찰력	33
제 3 장 뉴 미디어로서의 모바일 소셜 커뮤니케이션 환경	38
제 1 절 휴대전화의 기술적 진화와 모바일 커뮤니케이션 연구	38
1. 휴대전화의 기술적 진화	38
2. 모바일 커뮤니케이션에 관한 기존 연구 경향	40
제 2 절 스마트폰과 소셜 미디어의 결합	42
제 4 장 모바일 소셜 커뮤니케이션의 일상화	48
제 1 절 스마트폰의 이용	48
1. 휴대전화 이용의 재구성	48
2. 융합미디어로서의 스마트폰 이용	54
제 2 절 모바일 소셜 커뮤니케이션의 다중화	57

제 5 장	모바일 소셜 커뮤니케이션 공간의 형성:	61
제 1 절	커뮤니케이션 양식: 유사 청각적 공간의 형성	61
1.	말하기와 듣기의 양식	61
2.	커뮤니케이션 양식의 혼성화	69
제 2 절	‘나’와 ‘너’의 현존성	72
1.	매개된 자아(The Mediated Self)	72
2.	심리적 근접성(proximity)의 형성	76
제 3 절	모바일 친밀성의 문화적 함의	82
1.	느슨한 집단 감각(communal sense)	82
2.	정서의 공유	93
제 6 장	결 론	100
제 1 절	모바일 소셜 커뮤니케이션과 제 3의 구술성	100
제 2 절	정책적 시사점	103
참고문헌	106
〈별 첨〉	113

표 목 차

〈표 2-1〉 월터 옹의 구술성과 문자성의 정리	32
〈표 6-1〉 모바일 소셜 커뮤니케이션의 제 3의 구술성	102

그 립 목 차

[그림 1-1] 연구 목표 및 과정	20
[그림 3-1] 스마트폰과 소셜 미디어의 결합	46
[그림 4-1] 인터뷰 참여자의 직업 유형	50
[그림 4-2] 인터뷰 참여자의 성별 구성	50
[그림 4-3] 인터뷰 참여자의 연령별 구성	50
[그림 4-4] 인터뷰 참여자의 주요 스마트폰 이용 기능	51
[그림 5-1] 트위터 커뮤니케이션	62

요 약 문

□ 연구의 배경 및 목적

○ 제1장

－ 제1절 연구배경과 필요성

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 소셜 네트워크 서비스(SNS) 가입자의 증가와 맞물리면서 개인의 사회적 소통 방식에 변화가 일기 시작했다. 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 등장과 함께 변화하는 모바일 커뮤니케이션 환경, 이러한 환경과 인간이 맺는 유기적인 관계의 재구성, 그리고 이것의 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.

이를 위해 스마트폰으로 매개되는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 복합적인 측면을 경험적으로 관찰해보고 이러한 관찰을 미디어 생태학적 시각, 특히 윌터 옹의 관계주의적 시각에서 논의해보고자 한다. 그럼으로써 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상이 갖는 문화적 의미를 이해해보고 어떠한 휴머니즘적 개입 혹은 정책적 개입이 가능

한지를 생각해보고자 한다.

－ 제2 절 연구문제

본 연구는 스마트폰과 소셜 네트워킹 서비스(SNS)가 만나면서 이루어지는 모바일 소셜 커뮤니케이션이 인간 경험에 갖는 존재론적 함의를 논의해보기 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 재고해본다. 본 연구는 옹의 구술성－문자성 정리가 갖는 통찰력에 기초하여 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션의 양식을 고찰해보고 이러한 양식이 인간 커뮤니케이션 양식의 진화 과정에 어떠한 의미를 갖는지 살펴본다.

둘째, 옹의 구술성－문자성 정리가 제시한 커뮤니케이션 양식과 인간 경험의 관계가 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 어떻게 재구성되는지를 알아보기 위해 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상을 경험적으로 이해할 필요가 있다. 본 연구는 이러한 경험적 이해를 위해 스마트폰으로 트위터와 같은 소셜 네트워크 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 스마트폰 시대의 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상을 이해할 이론적 개념을 재고해본다. 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 무엇인지를 제안해본다.

□ 연구 주요 내용

○ 제2장

－ 제1절

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 문명의 발달사에 갖는 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 윌터 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.

－ 제2절

옹은 말의 테크놀로지가 변화함에 따라 인간의 커뮤니케이션 양식, 인간 간 상호작용의 성격, 인간의 의식과 사고 과정, 문화적 성격 등이 변화하고 있다고 본다. 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.

－ 제3절

모바일 커뮤니케이션 연구를 위해 옹의 구술성-문자성 정리가 주는 통찰력은 다

음과 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 대한 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.

○ 제3장

— 제1절

스마트폰은 기존 휴대전화가 가졌던 다양한 기능뿐만 아니라 다양한 콘텐츠(애플리케이션)와 인터넷 기능을 활용할 수 있게 해준다. 모바일 운영체제(OS)를 탑재하여 사용자가 사용할 수 있는 미디어 기능과 콘텐츠의 폭을 기존과 비교할 수 없을 정도로 대폭 확장시킨다. 스마트폰 이용자는 기존 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 심도 깊게 이해

하기 위해 단순한 기능주의적 접근이 아닌 전체론적 접근이 필요하다. 다시말해 미디어 생태학적 탐구와 일상적 경험의 변화에 대한 경험적 관찰이 필요하다.

－ 제2 절

스마트폰을 통해 모바일 인터넷이 가능해지고 웹상의 소셜 미디어가 모바일 기기인 스마트폰과 연동되는 시대에 ‘연결된 현존((connected presence)’ 상태가 휴대 전화 친구뿐만 아니라 소셜 미디어 친구까지 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 된다. 따라서 커뮤니케이션 양식은 보다 복잡한 양상을 띠게 된다. 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션은 구술 커뮤니케이션 혹은 제 2의 구술 커뮤니케이션과 유사하면서도 차이를 갖는 것으로 나타났다.

○ 제4 장

－ 제1 절

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 기존보다 훨씬 다양한 멀티미디어 환경을 경험할 수 있게 해준다. 이와 함께 미디어 이용이 보다 다중적으로 바뀌게 된다. 융합미디어로서의 스마트폰은 미디어 경험의 확장과 다중화 그리고 상황에 유연한 활용을 가능하게 해준다.

－ 제2 절

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 새로 모바일용으로 제공되는 각종 미디어 서비스를 함께 사용하는 것을 볼 수 있다. 통화나 문자의 이용은 줄었는지 모르지만, 다른 소셜 커뮤니케이션 서비스에 대한 이용이 늘어나면서 항시적인 연결 상태나 네트워크에 ‘매인’ 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.

○ 제5 장

－ 제1 절

트위터와 같은 소셜 미디어는 스마트폰으로 매개되는 대표적인 모바일 소셜 커뮤니케이션 형식중의 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 행위는 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.

－ 제2 절

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 공존감은 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 것으로서 시간이 흘러가면서 사라질 수 있지만 지속적인 커뮤니케이션의 공유를 통해 유지되거나 물리적 만남을 통해 더욱 공고히 될 수 있다. 이에 따라 온라인 사회적 교류와 오프라인 사회적 교류 간의 경계가 더욱 허물어질 수 있다.

— 제3절

자유로운 네트워킹으로 생각과 경험을 공유하는 마이크로 블로깅은 수많은 사람들과의 연결망을 형성할 수 있게 해준다. 이러한 연결망은 고립된 현대사회의 고립된 개인들이 관심에 기반하여 새로운 형태의 관계망을 가질 수 있게 해준다. 모바일 연결에 의해 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 관해 정보와 관심을 공유할 수 있고 이를 바라보는 집단적 해석의 틀을 얻을 수 있다.

□ 연구의 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 시간으로 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 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. 모바일 소셜 커뮤니케이션은 탈육화된 말의 형태로 나와 너의 현존을 재현하고 말을 ‘쉬는’ 행위로 신뢰와 친밀감을 형성한다. 스마트폰을 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’는 오프라인 친구나 지인에서부터 온라인으로 연결된 불특정 다수의 대중에 이르기까지 서로 다른 사회적 맥락에 놓여 있던 사람들을 포함시킨다. 개인은 과거의 구술 공동체가 상상할 수 없는 범위의 사

람들과 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 언젠가 다시 찾아볼 수 있는 검색가능한 데이터로 축적된다. 따라서 모바일 소셜 커뮤니케이션의 세계는 구술성의 세계처럼 ‘사건’으로서의 세계인 동시에, 한 번 뱉은 말이 지워지지 않는 ‘망각불능’의 세계이다.

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 말하는 단순히 도구적 목적의 주고받는 메시지, 혹은 화자와 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. 또 이러한 말에 대한 인식의 제고가 사회적 차원에서 이루어질 필요가 있다.

둘째, 하이퍼컨넥션(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 상태

를 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 검색가능하게 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)’이라는 현상을 가속화 시키며 기존 공동체의 해체와 인간 소외의 문제를 심화시킬 수 있다. 사람들이 연결 되지 않음에 강박증을 갖고 매개된 타인과의 관계를 극대화시키려고 할 때 물리적 공간과 면대면 만남에 기반한 공동체의 기반은 더욱 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(affordability)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.

제1장 서론

제1절 연구의 배경

휴대전화는 ‘손안의’ 커뮤니케이션 기기로서 이동 중에도 전화 연락을 주고받을 수 있는 모바일 커뮤니케이션 시대를 열었다. 처음에는 벽돌만한 크기의 아날로그 무선 전화통화 기기에서 출발했지만, 디지털화가 이루어지고 다양한 멀티미디어 기능을 갖추게 되면서 이제는 첨단 커뮤니케이션 기술을 전시하는 미디어로 자리 잡게 된다. 현재의 휴대전화 단말기는 전화 통화나 문자 메시지 등 단순한 대인 커뮤니케이션 기능뿐만 아니라 디지털 카메라, PDA, 게임, MP3, DMB(디지털 멀티미디어 방송), 인터넷 서비스 등 각종 멀티미디어 기능을 갖추게 된다. 특히 모바일 운영체제(OS)를 탑재해 다양한 콘텐츠(애플리케이션)와 인터넷 기능을 갖춘 스마트폰이 상용화되면서 모바일 커뮤니케이션 양식은 새로운 국면을 맞게 된다.

방송통신위원회와 이동통신업계에 따르면, 2010년 9월을 기준으로 국내 이동통신 가입자수가 5천만명을 넘었다고 한다.¹⁾ 이는 전체 인구 대비 이동통신 보급률이 102.4%에 이르는 수치이다. 이와 함께 국내 스마트폰 가입자는 2010년 8월말을 기점으로 전체 이동통신 가입자의 7.4%인 367만명을 기록하게 된다. 국내 스마트폰 시장은 2009년 11월 아이폰 출시를 전후로 가열되기 시작했는데, 2009년 12월말 75만명에 불과하던 스마트폰 가입자수가²⁾ 빠르게 증가하면서 불과 8개월 만에 다섯 배 가까이 늘어나게 된다. 스마트폰은 기존 휴대전화에서 어려웠던 인터넷 정보검

1) 방송통신위원회의 2010년 9월 15일자 보도자료 “이동통신 가입자 5천만명 시대 개막” 참조

2) 디지털 타임즈 2010년 5월 19일자 “매일 2만명씩 증가. 스마트폰 열풍지속 200만 눈앞” 기사 참조.

색과 멀티미디어 송·수신 등의 기능을 손쉽게 이용할 수 있게 해주고, 다양한 어플리케이션의 활용이나 모바일 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, 이하 SNS)의 접속을 가능하게 해준다. 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 소셜 네트워크 서비스 가입자의 증가와 맞물리면서 개인의 사회적 소통 방식에 변화가 경험되기 시작했다.³⁾ 인터넷 커뮤니케이션 공간을 매개하는 스마트폰의 이용자수가 가파르게 증가하면서, 휴대전화를 통한 사회적 소통 방식뿐만 아니라 미디어 콘텐츠를 수용하고 저장하고 공유하는 방식이 바뀌기 시작했다. 스마트폰의 등장에 따른 모바일 커뮤니케이션의 양식을 어떻게 이해할 것인가?

그동안 휴대전화의 매체적 특성이나 커뮤니케이션 실천에 대해서는 수많은 연구가 있어왔다. 이러한 연구는 휴대전화의 이동중 연락성, 휴대가능성, 멀티미디어성(예를 들어, DMB, 카메라폰 등)에 주목하며, 휴대전화가 미친 사회문화적 영향력을 논의하였다. 그런데 모바일 운영체제를 갖춘 아이폰과 같은 스마트폰의 등장으로 인해 휴대전화 연구는 기존의 통화나 문자 메시지 중심의 커뮤니케이션 양식이나 특정 기능의 도구적 이용 양식에 관한 관심을 넘어설 필요가 있다. 다시 말해 새롭게 등장한 융합 미디어로서의 스마트폰의 미디어 양식과 그것이 재구성하는 커뮤니케이션 양식을 체계적으로 이해할 필요가 있다. 지난해 11월 아이폰의 도입으로 촉발된 우리 사회의 스마트폰 담론은 주로 시장 동향이나 예측 혹은 이용 패턴을 중심

3) 실제 트위터와 페이스북과 같은 소셜네트워크서비스의 월간 국내 방문자수가 지난해 12월에는 각각 76만여명과 102만여명이었으나, 올해 7월에는 각각 434만여명과 433만여명으로 크게 증가했다(경향신문, 2010년 10월 5일자, “속보성이 새로운 권력 부여—e세상 소통의 혁명” 기사 참조). 또한 직장인 543명을 대상으로 트위터 사용에 대해 설문조사를 한 취업 포털 사이트(www.jobkorea.co.kr)의 조사에 의하면, 이들 가운데 41.6%가 스마트폰을 보유하고 있고, 이들 중 81.9%가 트위터를 이용하는 것으로 나타났다(경향신문, 2010년 8월 2일자, “스마트폰 사용자 81.9%, ‘트위터 활동 중’” 기사 참조).

으로 이루어져왔다. 미디어 담론만 보더라도 스마트폰 이용이 갖는 각종 혜택에 주목을 하며 이러한 이용이 각 분야에 미치는 영향력을 앞 다투어 다룬다. 예를 들어, “모바일로－취업길도 ‘스마트’해졌다”,⁴⁾ “장바구니 필수품 ‘스마트폰’－‘스마트 바코드’로 똑똑한 소비”,⁵⁾ “근무시간－근무지 자유선택－‘스마트워킹’ 본격화”,⁶⁾ “스마트폰·SNS 쇼핑 혁명”⁷⁾ 등 스마트폰은 ‘혁명적으로’ 사회 변화를 일으키는 기술로 묘사된다. 이러한 논의는 도구로서의 스마트폰의 특성을 이야기하며 스마트폰이 사회에 미치는 영향력에 관해 인과론적으로 설명한다. 이러한 담론의 특징은 주로 뉴미디어 기술의 신기성을 주목하며 기술의 도구적 기능성이나 편리성을 강조한다. 이것이 갖는 사회적 명암을 다루지만 단편적이고 피상적으로 다룬다. 또한 스마트폰에 관한 일반인의 호기심이나 궁금증을 불러일으키거나 현대인의 성공적인 생활을 위해 필요한 물품으로 욕망하게 만들고 스마트폰 기기를 ‘잘’ 사용할 수 있도록 친절하게 안내하기도 한다. 이러한 스마트폰 담론은 단수의 혁명적 미디어를 주목하며 이러한 미디어를 어떻게 활용할 것인지를 논의하는 기존의 도구주의적 뉴미디어 담론과 맥을 같이 한다. 다시 말해 새로운 커뮤니케이션 기술을 이용자의 활용에 따라 가치가 드러나는 중립적인 도구로 가정하며 도구의 효과와 활용에 관심을 갖는다. 이러한 도구주의적 접근은 스마트폰의 등장과 같은 뉴 미디어 환경 변화와 그것이 인간 커뮤니케이션에 미치는 영향력을 제한적으로 바라보며 전체론적 차원에서 조망하지 못한다. 따라서 최근의 모바일 커뮤니케이션 현상을 보다 본질적인 미디어 생태계의 변화 차원에서 접근하고 그것의 사회문화적 의미를 문명론적 차원에서 이해할 필요가 있다 이를 위해, 스마트폰의 산업적 활용이나 이용 패턴과 같은 기술 활용에 관한 단선론적 접근보다는 전체론적인 미디어 생태학적 접근이 필요하다. 즉, 미디어 환경으로서 스마트폰이 인간이 세상을 인식하고 이해하고 상호작용

4) 한겨레 2010년 6월 16일자 [사회] 기사

5) 조선일보 2010년 8월 25일자 [IT/과학] 기사

6) 동아일보 2010년 8월 24일자 [IT/과학] B1면 기사

7) 국민일보 2010년 9월 27일자 [IT/과학] 14면 기사

하는 방식에 미치는 영향력의 의미를 살펴보고 이러한 의미를 개념화할 이론 체계를 구축할 필요가 있다.

모바일 운영체제를 통해 소셜 미디어를 매개하는 스마트폰은 단순한 기술적 장치 내지는 도구를 의미하기 보다는 맥루언 식의 “메시지로서의 미디어” 개념으로 이해할 필요가 있다. 즉, 미디어를 단순히 기능을 가진 도구가 아닌 인간의 존재론적 구성 요소로 보며(Harvey, 2006), 미디어와 인간의 존재론적인 관계를 고찰하는 미디어 생태학적 시각으로 성찰해볼 필요가 있다. 미디어 생태학적 시각이란 미디어를 메시지 전달의 도구나 중립적 회로(conduit) 아닌 인간의 소통과 상호작용 과정을 특정한 방식으로 구성하는 환경으로 보면서, 변화하는 미디어 환경과 인간의 유기적 관계를 주의 깊게 성찰한다(Lum, 2006). 본 연구는 스마트폰의 등장으로 함께 변화하는 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. 기존의 모바일 커뮤니케이션이 주로 문자나 통화 위주였다면, 스마트폰은 소셜 네트워킹 서비스에 접속을 가능하게 하고 따라서 자신이 즐겨 찾는 소셜 네트워킹 사이트에 언제 어디서나 들어가 볼 수 있는 ‘모바일 소셜 네트워킹(mobile social networking)’을 가능하게 한다. 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 시각에서 논의해보고자 한다. 이를 통해 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상이 갖는 문화적 의미를 이해해보고 어떠한 휴머니즘적 개입 혹은 정책적 개입이 가능하지를 생각해보려고 한다.

제2절 연구 문제

1. 연구목표

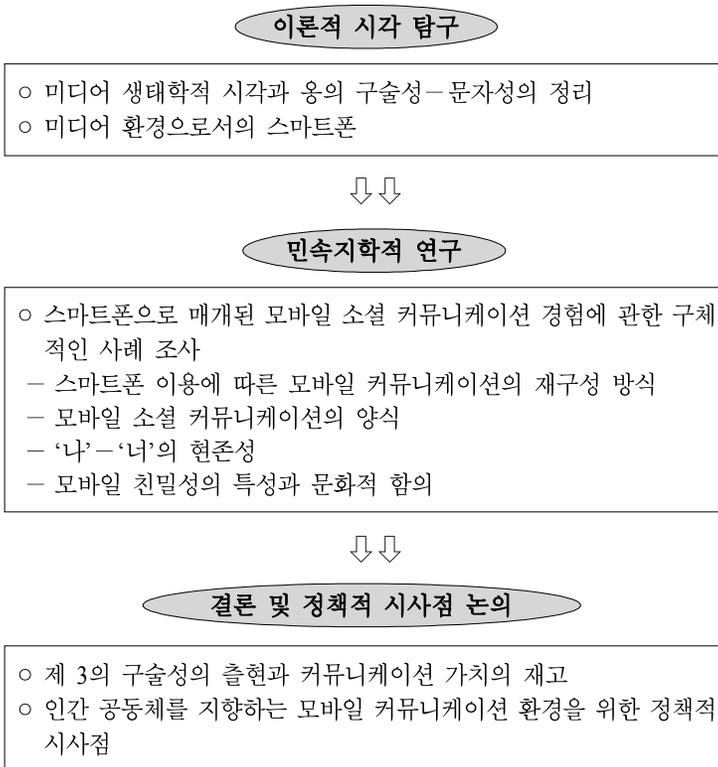
본 연구는 스마트폰이라는 미디어 환경에 기반을 둔 모바일 소셜 커뮤니케이션의 특성을 미디어 생태학적 시각에서 이해해보자 한다. 다시 말해, 인간과 미디어의 존재론적 관계에 관한 매체 철학적 질문을 던지는 미디어 생태학적 시각을 통해 스마트폰으로 매개된 소셜 커뮤니케이션과 인간 경험의 관계를 살펴보고자 한다. 그리고 이러한 존재론적 관계 양상에 관한 논의를 경험적 차원에서 전개하기 위해 구체적인 심층 인터뷰 조사를 실시해보고자 한다. 본 연구는 스마트폰과 소셜 네트워킹 서비스(SNS)가 만나면서 이루어지는 모바일 소셜 커뮤니케이션이 인간 경험에 갖는 미디어 생태학적 함의를 논의해보기 위해 다음과 같은 구체적인 연구 목표를 갖는다.

첫째, 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션에 관한 매체 철학적 질문을 던지기 위해 미디어 생태학자인 월터 옹(Walter J. Ong)의 구술성과 문자성의 정리를 재고해보고자 한다. 옹은 인류의 커뮤니케이션 역사를 문자 이전의 제 1의 구술성(oralty), 글과 인쇄술에 기반한 문자성(literacy), 그리고 텔레비전과 같은 전자 미디어에 기반한 제 2의 구술성(the secondary orality)으로 나눈다. 이러한 옹의 구술성-문자성 정리(oralty-literacy theorem)는 ‘말’을 매개하는 기술로서의 미디어가 사회적 현존성, 인간 의식, 감각 체계 등을 어떻게 재구성하는지 문명사적으로 이해하는데 도움을 준다. 또한 커뮤니케이션 양식에 녹아든 신규 미디어의 관계를 고찰해보는데 시사하는 바가 크다. 본 연구는 옹의 구술성-문자성 정리가 갖는 통찰력에 기초하여 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션의 양식을 고찰해보고 이러한 양식이 인간 커뮤니케이션 양식의 진화 과정에 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 스마트폰

으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 커뮤니케이션이 어떻게 이루어지고 어떠한 인간 경험과 문화적 실천을 만드는지를 구체적으로 살펴보기 위해 이와 관련된 경험적인 사례를 수집하고자 한다. 특히 모바일 소셜 커뮤니케이션에 관한 경험적 사례를 수집하기 위해 스마트폰으로 트위터와 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용하는 사람들과의 심층 인터뷰 조사를 하고자 한다. 이들의 일상적 커뮤니케이션 경험을 미시적으로 관찰해보면서 스마트폰 등장에 따른 모바일 커뮤니케이션의 변화 양상을 이해해 본다. 이러한 심층 인터뷰 조사를 통해 모바일 소셜 커뮤니케이션의 양식과 경험이 기존의 커뮤니케이션 양식과 어떠한 연속성과 차이를 갖는지, 또한 이러한 변화가 갖는 문화적 의미는 무엇인지를 고찰하는 구체적 자료를 얻는다.

[그림 1-1] 연구 목표 및 과정



셋째, 옹의 구술성-문자성 정리를 통해 심층인터뷰 조사 결과를 정리하면서 스마트폰 시대의 모바일 소셜 커뮤니케이션 현상을 이해할 이론적 개념을 재고해보고자 한다. 본 연구는 이러한 이론적 개념으로 제 3의 구술성 개념을 제시하고자 한다. 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.

2. 연구의 내용 및 범위

첫째, 모바일 커뮤니케이션 환경의 변화에 따른 인간 경험의 양상에 관한 매체철학적 질문을 던지기 위해 본 연구는 미디어 생태학적 시각을 가져오하고자 한다. 특히 옹의 구술성-문자성의 정리를 주목한다. 옹의 구술성-문자성의 정리는 스마트폰의 등장과 함께 변화하는 모바일 커뮤니케이션 양식을 전체론적으로 이해해 볼 수 있는 이론적 통찰력을 제시한다고 본다. 또한 변화하는 미디어 환경의 기본적 특성을 이해해보기 위해 스마트폰 인터페이스의 특성, 특히 웹 기반 소셜 미디어의 커뮤니케이션 공간과 접합된 모바일 미디어 환경의 특성을 살펴본다.

둘째, 스마트폰의 모바일 소셜 커뮤니케이션 양식을 옹이 제시하는 커뮤니케이션 양식의 진화사적 차원에서 고찰해보기 위해, 우선 이러한 커뮤니케이션 양식이 일상생활 속에서 어떻게 구현되는지를 구체적으로 살펴볼 필요가 있다. 본 연구는 이를 위해 49명의 스마트폰 이용자들에게 대한 심층 인터뷰를 실시한다. 언제 어디서나 온라인 소셜 미디어 세계에 접속 가능하게 해주는 스마트폰의 이용 경험을 관찰해보면서, 모바일 소셜 커뮤니케이션 양식이 기존의 커뮤니케이션 양식과 차이나는 지점 혹은 유사한 지점을 구체적으로 살펴보고자 한다. 스마트폰의 일상적 이용을 통해 대인 커뮤니케이션과 사회적 교류의 채널이 어떻게 (재)구성되고 있는지, 모바일 소셜 커뮤니케이션은 말하기와 듣기의 양식을 어떻게 (재)구성하고 있는지, 이에 따라 나와 너의 현존성 혹은 나와 너의 관계가 어떻게 형성되는지, 또 어떠한 성격의 모바일 친밀성이 형성되고 이것이 갖는 집단 감각의 문화적 의미는 무엇인지 등

을 고찰해보고자 한다. 심층 인터뷰 조사를 통해 스마트폰을 매개된 다중적 소셜 커뮤니케이션 공간, 모바일 소셜 커뮤니케이션의 양식, 모바일 현존성, 모바일 친밀성 등을 구체적으로 살펴본다.

셋째, 이러한 민속지학적 관찰 결과를 정리하고 해석하면서 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션이 구현하는 커뮤니케이션 양식 혹은 인간 경험의 양식을 포괄할 이론적 개념을 찾아보고자 한다. 본 연구는 커뮤니케이션 양식의 진화사라는 큰 틀에서 현재의 모바일 소셜 커뮤니케이션이 가져오는 존재론적 변화를 살펴볼 때 제 3의 구술성 개념이 필요하다고 본다. 그리고 제 3의 구술성을 출현시킨 모바일 소셜 커뮤니케이션 양식은 과연 웅이 말한 ‘인격주의’ 커뮤니케이션을 얼마나 구현하고 있는지를 성찰해볼 필요가 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션이 커뮤니케이션의 가치를 살린 지속가능한 인간 공동체의 구축에 어떠한 가능성과 기여를 할 수 있는지를 타진해보면서 이것의 정책적 시사점을 찾아본다.

제 2 장 매체철학적 접근: 미디어 생태학적 시각으로 바라보기

제 1 절 환경으로서의 미디어

커뮤니케이션 미디어의 발전과 사회·문화 변동과의 관계는 미디어를 바라보는 관점에 따라 다르게 이해될 수 있다. 마이어로위츠(Meyrowitz, 1993, 1998)는 미디어를 보는 관점을 크게 세 가지로 구분한다. 첫 번째 시각은 미디어를 수동적인 매개체 또는 회로(conduit)로 보는 시각으로서, 미디어로 매개된 커뮤니케이션 구조보다는 미디어에 담겨진 내용과 이것에 영향을 미칠 수 있는 사회·정치·경제·조직·이데올로기 등에 관심을 갖는다. 두 번째는 미디어를 언어로 보는 시각으로서, 이러한 시각은 사람들의 지각, 이해, 감성적 또는 행동적 반응을 유도하고 조작하는 미디어의 표현 방식이나 제작 기법에 관심을 쏟는다. 세 번째는 미디어를 환경(context)으로 보는 시각으로서, 미디어의 내용이나 문법적 선택보다는 사회적, 경제적, 정치적, 조직적 변인으로서의 미디어에 관심을 둔다. 이러한 미디어에 대한 시각의 차이는 어떠한 미디어 현상을 주목할지 또 미디어와 사회변화의 관계를 어떻게 해석하고 기술할 지에 영향을 미칠 수 있다. 미디어를 수동적인 매개체로 보는 경우는 주로 정치적/경제적/이데올로기적 요인 혹은 사회적 맥락이 미디어의 도입과 사용에 어떠한 영향을 미치는지에 초점을 둘 것이다. 또한 사회 변동도 이러한 사회적 요인들을 기반으로 설명할 것이다. 반면 미디어를 환경으로 보는 경우는 사회변동의 핵심이자 근원으로서 미디어를 바라보며 사회에 미치는 미디어의 효과를 추적하는 데 관심을 집중시킬 것이다.

미디어를 환경으로 보면서 미디어가 구성하는 환경과 인간(혹은 사회)의 유기적 관계를 살펴보는 시각을 미디어 생태학적 시각이라고 할 수 있다. 미디어 생태학이

라는 용어를 처음 사용했던 포스트만(Postman)은 미디어 생태학을 “커뮤니케이션 테크놀로지와 테크닉이 정보의 형태, 양, 속도, 분배, 방향을 어떻게 제어하는지, 그리고 이러한 정보 구성 혹은 편향성이 사람들의 지각, 가치, 태도에 어떠한 영향을 미치는 지를 이해하는 것”이라고 정의한다(1979, p.186). 그는 미디어를 복합적인 메시지 체계라고 보면서 미디어 생태학이 인간의 지각, 이해, 감정에 미치는 미디어의 영향력을 밝히는 노력이라고 말한다. 미디어 생태학이란 용어는 자연환경의 요소들 간의 상호작용을 살펴보는 ‘생태학’의 앞에 ‘미디어’라는 단어를 붙여 만들어 졌다. 그러면서 커뮤니케이션 미디어를 일종의 생태적 환경으로 주목했던 일련의 학자들의 지적 전통 혹은 시각을 가리킨다. 미디어 생태학은 학문적 경계가 뚜렷하고 특정 학문적 체계를 갖춘 연구 분야나 학설(doctrine) 혹은 주의(-ism)라기 보다는, 우리의 경험 및 인지 양식을 구조화하는 미디어 환경을 주목하며 인간과 미디어 혹은 미디어와 미디어 간의 “연관과 관계를 극대화시키는” 지적 전통이나 시각 혹은 공유된 감수성이라고 할 수 있다(Casey, 2006; Lance, 2006; Ong, 2002d).

미디어 생태학적 시각은 닐 포스트만, 루이스 면포드, 자크 엘룰, 마샬 맥루언, 해럴드 이니스, 제임스 캐리, 벤저민 리 워프, 수잔 랭어, 에릭 해블록, 월터 옹, 엘리자베스 아이젠스타인 등을 들 수 있다. 이들은 미디어를 폭넓게 정의하며 인간의 소통이나 상호작용을 특정한 방식으로 이루어지게 유도하는 미디어의 물질적, 탈물질적 조건을 주목한다. 이들이 말하는 미디어 개념에는 인간 감각의 확장으로서의 미디어, 인간 경험을 개념화하고 표현하는 상징으로서의 미디어, 기존 미디어와 상호 역학 관계를 갖는 미디어, 기기(device) 개념에서 벗어나 인간의 행동이나 사고방식을 구조화하는 제도나 기법과 같은 사회적 환경 등이 포함된다. 일련의 감각적 특성을 구현하는 “감각환경으로서의 미디어” 혹은 일련의 독특한 부호와 구문으로 체계적으로 구성된 “상징 환경”으로서의 미디어를 이해한다는 것은⁸⁾ 단순히 미디어의 객

8) 여기서 럼(Lum, 2008)의 감각 환경 혹은 상징 환경으로서의 미디어 개념으로 사용했다. 그는 감각 환경으로서의 미디어는 생리-지각적 수준의 커뮤니케이션 미디어로서 우리의 감각 기관을 재구조화하거나 세상을 이해하고 재/구성하는 감각 정보

관적인 특성 자체를 파악하려는 시도가 아니라, 미디어와 인간, 혹은 미디어와 문화 간의 관계에 초점을 맞추며, 인간이란 무엇인가, 더 나아가 인간의 문화란 무엇인가에 대한 근본적인 앎을 추구하는 것이다. 미디어가 구성하는 감각 및 상징 환경과 인간의 유기적 관계를 주의 깊게 살펴보고 전체론적인 시각으로 이해하면서, 인간의 진화와 인간 문화의 방향성을 함께 논의한다.

미디어 생태학적 시각을 가진 학자들은 무엇 보다 미디어 환경이 가진 구조적 특성 혹은 편향성에 관심을 갖는다(Casey, 2006). 미디어 생태학적 시각에서 볼 때, 각각의 미디어는 상징적 형태, 즉 정보가 제공되는 부호의 특성(예를 들어, 유추적 상징 대 디지털 상징) 및 상징이 결합되는 구조(예를 들어, 명제적 구조 대 표상적 구조), 그리고 물질적 형태, 즉 정보를 전달하고 회수하고 저장하는 특성이 서로 다르기 때문에 일련의 편향성, 예를 들어 지적, 정서적, 시간적, 공간적, 정치적, 사회적, 형이상학적, 내용적 편향성을 가질 수 있다. 미디어 생태학적 시각은 미디어가 담아내는 내용 보다는 그것 자체의 구조적 특성 혹은 편향성에 관심을 가지며 이것이 사회 문화적 진화 과정에 어떠한 영향을 미치는 지를 주목한다. 또한 미디어 환경의 변화에 따라 문화 시스템을 분류하고 대조한다. 새로운 미디어 환경은 문화에 유통되는 커뮤니케이션 양식의 구조를 바꿈으로써 특정한 지성, 의식, 감정, 정치, 내용, 믿음을 격려하고 따라서 기존 미디어 문화와 차이를 갖는 문화를 만든다.

특히 미디어 생태학적 시각을 가진 학자들이 관심을 가졌던 논제 중의 하나는 구술성과 문자성이 인간 문명의 발달사에 갖는 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 학자로 월터 옹을 들 수 있다. 그뢴벡(Gronbeck, 1991)은 옹이 가졌던 문제의식

의 수용 방식을 구성한다고 보았고, 상징 환경으로서의 미디어는 일련의 독특한 부호와 구문으로 체계화된 것으로 사용자 경험의 개념화나 표현 방식의 구조화에 영향을 미친다고 보았다.

을 크게 네 가지 주제, 즉 커뮤니케이션 미디어의 주요 특징, 미디어의 매개과정이자 자아의 심리역학에 미치는 영향, 문화와 생활세계의 관계, 미디어와 의식과 문화의 상호작용이 인간 실존에 갖는 함의 등으로 정리한다. 옹은 거시적 이론 자체를 구축하려고 애쓰기 보다는, 의식 및 언어 양식의 변화를 역사적으로 살펴보면서 인간의 의식과 문화 그리고 미디어 간의 유기적 상호 관계를 탐구해 보고 그것의 실존적 의미를 묻는다. 그러면서 그는 미디어 환경과 문화 혹은 구술성과 문자성의 정리를 관계주의적 시각에서 접근하고 있다.

내 논지는 관계주의적(relationist)이다. 문화와 의식에 있어서 대부분의 주요 발전은 종종 예기치 못하게 최초의 구술성과 현재에 이르는 말의 진화와 밀접하게 관계된다. 하지만 관계는 종종 원인과 결과를 구분하지 못할 정도로 복잡하다.(Ong, 1977, pp. 9~10)

이러한 관계주의적 시각은 과거의 미디어 환경과 인간 간의 유기적 관계뿐만 아니라 현재의 미디어 환경과 그것의 문화적 함의를 이해하기위한 매체 철학적 관점을 제공해준다. 옹의 관계주의는 미디어를 환경으로 보면서 미디어와 인간의 유기적 관계를 살펴보았던 다른 미디어 생태학자들과 관점을 공유한다고 볼 수 있다. 그러면서도 옹은 미디어와 인간의 존재론적 관계를 이해하기위해 미디어와 미디어 간의 관계를 중요하게 고려하였고 인간 본연의 ‘말’이 서로 다른 미디어 기술에 의해 변질되는 과정을 주목한다. 옹의 관계주의적 시각은 미디어 생태학적 감수성을 가장 잘 보여주면서도 인간 커뮤니케이션의 본질과 가치에 성찰해볼 수 있는 철학적 통찰력을 제공한다. 다음은 옹의 관계주의적 시각 혹은 미디어 생태학적 시각을 보다 구체적으로 논의해보기 위해 그의 구술성과 문자성의 정리를 살펴보겠다.

제2 절 윌터 옹의 구술성과 문자성의 정리(theorem)

옹은 커뮤니케이션 미디어와 커뮤니케이션 형식 (듣기와 보기), 인간 지식과 사고 패턴, 인간 경험과 문화적 형식 등의 관계를 연구했다. 그는 커뮤니케이션 기술이

다른 어떤 기술 보다 인간 문화에 큰 영향력을 갖는다고 보는데, 그 이유는 커뮤니케이션 기술이 “우리의 자기-정체성과 관계의 실천에 중심이 되는 말에 영향을 미치기 때문”이다(Ong, 1977, p.22). 그의 미디어 생태학적 관심은 중세학자인 라무스의 수사학을 연구하면서 시작된다. 『라무스, 방법, 대화의 퇴락(Ramus, Method, and the Decay of Dialogue)』(1958)에서 그는 라무스의 시기에 수사학의 성격이 바뀌고 있다는 사실을 주목했다. 구술 표현에 의존하는 문화에서는 수사학이 분석의 도구로 활용되었고 정치적 토론, 법적 판단, 교육 등 공적 영역에서 중요한 위치를 차지했다. 반면, 라무스의 수사학은 사람 대 사람의 관계 혹은 목소리의 비중을 최소화시키고, 증거 중심의 논리를 강조하며, 도구적 합리성이나 시각주의를 강화하기 시작한다. 이 시기에 그동안 개연성 있는 지식을 강조하던 수사학의 역할이 축소되고 증명과 진실을 강조하는 논리학이 강화되는가 하면, 말로 표현하는 논증을 듣는 것보다 글로 쓴 논증을 보는 것이 중요시되었다. 이러한 변화는 쓰기 및 인쇄술과 관련된다. 다시 말해 라무스의 시대에는 지식이 인격주의적이고 실존주의적인 소리의 세계가 아닌 침묵의 사물 세계와 보다 깊이 연관되게 된다. 이 후 옹은 『말의 현존(The Presence of the Word)』(1967), 『수사학, 로맨스, 그리고 기술(Rhetoric, Romance, and Technology)』(1971), 『말의 인터페이스(Interfaces of the Word)』(1977), 『구술성과 문자성(Orality and Literacy)』(1982) 등 다수의 저서를 통해 언어의 테크놀로지(혹은 미디어)가 말을 보전하고, 확장하고, 변경하는데 어떻게 이용되는지, 그리고 이러한 이용 방식이 인간의 의식 및 사고 패턴과 어떻게 상호작용하는지를 집중적으로 다루게 된다(Soukup, 2007).

옹은 문자 이전 인류 역사의 오랜 시기를 지배했던 구술 커뮤니케이션이 발화되는 순간 존재하고 사라지는 소리로 매개되고 있다는 점을 주목한다. 그는 “소리의 세계가 일시적인 시간의 세계이고 순간에 사라지지만 소리는 좀 더 실제적이고 실존적”이라고 본다(1967 p.111). 소리는 발음되는 순간으로 나타났다 곧 사라지는 해프닝으로서, 비록 순간적이지만 다른 감각의 대상보다 좀더 실존적인(existential) 방법으로 인간경험과 인지행위를 형성한다고 보는 것이다. 소리가 시간에 따라 필연

적으로 진행되고 되돌릴 수 없으며 인간을 “실재 한 가운데 그리고 동시성 속에 놓이게”하기 때문에(1967, p.43, p.128), “소리 세계의 사건”인 구어는 지금—여기의 경험을 전달하고 삶의 상황을 담아낸다. 옹은 구어 커뮤니케이션에서 “다른 사람과 말을 하거나 커뮤니케이션하는 것이 그들의 내적 성찰뿐만 아니라 우리의 내적 성찰에 참여하는 것”이라고 본다(1967, p.125). 구어가 “서로를 내면으로 묶어주는” 소리로 전달되기 때문에 커뮤니케이션의 가치를 갖는다는 옹의 주장은 커뮤니케이션의 본질을 이해하는데 의미 있는 시사점을 던져준다. 옹은 소리로 매개되는 구어가 내면을 드러내고 따라서 현존을 드러낸다고 본다. 구어가 실존적으로 ‘나와 너’ 서로의 내면이 상호작용할 수 있게 해주고 이에 따라 사람들은 집단으로 통합될 수 있고 실재에 대한 공유감각을 느낄 수 있게 된다.

제1의 구술성은 문자 문화의 사람들의 일반적인 인격구조에 비해 보다 집단적이고 (생각이나 감정이) 표면화되어 있는 인격 구조를 발전시킨다. 구술 커뮤니케이션은 사람들을 집단으로 통합시킨다.(1982, p.69)

또한 언어의 표현이나 지식의 전수가 인간의 물리적 기억 능력에 의존해야 하기 때문에 구어 문화는 인간이 기억할 수 있는 것만을 아는 문화라고 볼 수 있다. 구어 문화의 사람들은 기억을 잘해내기 위해서 지식을 공식화된 패턴을 통해 지식을 담아내거나, 상황과 연결시켜 표현하고, 참여와 동일시라는 언어 행위를 통해 전수한다. 과거의 기억은 그것을 전달하는 사람의 시점과 퍼포먼스를 통해 현재로 전달되고, 주제중심의 정형화된 방식으로 재현되는가 하면, 현재에 적절하지 못한 기억은 기억의 균형을 유지하기에 소멸된다. 구어 문화는 기록할 수단이 없고 서로의 물리적 현존을 전제로 하기에 기록할 문자를 가진 문자 문화와 다른 표현 방식을 가진다. 따라서 구어에 기반한 수사학은 ‘아는 방식’이자 ‘표현의 방식’이고 또한 ‘행동 방식’이다. 구어 문화의 사람들은 서로가 관여하고 상호작용할 것을 예상하기에 표현이 어느 정도 예측 가능한 범위 내에서 이루어진다. 『구술성과 문자성(Orality and Literacy)』(1982)에서 옹은 자신의 이전 저서에서 설명했던 구어적 표현의 특성을 정리한다. 그가 보기엔 구어적 표현이 “종속적이기 보다는 부가적”이고, “분석적이기

보다는 축적적”이고, “반복적이거나 풍부”하고, “보수적이거나 전통적이고”, “생활 세계에 밀접”하고, “논쟁적인 어조”를 갖고, “객관적인 거리를 두기 보다는 참여적이고”, “항상성은 갖고”, “추상적이기 보다는 상황적”이다(1982, pp.36~57). 이러한 특성은 말이 문자의 시각적 세계가 아닌 소리의 세계에서 전달되기 때문에 형성된 것이다.

웅은 문자와 쓰기가 등장하면서 시각주의가 강화되고 말의 비인간화(depersionalization) 혹은 사물화(objectification)가 이루어지게 된다고 본다. 말이 시각적인 문자로 고정되고 발화가 이루어지는 맥락에서 분리되어 독립적으로 존재할 수 있게 되면서, 저자는 자신의 말과 청자에게 거리를 갖게 된다. 웅은 이렇게 저자와 저자가 쓴 것간의 ‘거리’가 커뮤니케이션의 변화를 이해하는 중요한 조건이라고 본다. 쓰기를 통해 사람들은 자신의 생각을 외부적으로 기록하거나 다른 사람의 생각을 읽을 수 있다. 소리가 우리를 둘러싸고, 결합시키며, 우리를 우리가 아는 것과 연결시키고, 나와 너에 대해 많은 것을 알려준 반면(1977, pp.140~141), 문자와 쓰기는 거리를 두게 만든다. 문자와 쓰기의 등장과 함께, 저자와 독자, 아는 자와 아는 것, 메시지와 메시지를 전달하는 행위, 낱말과 소리, 말과 실존적 맥락, 소리와 시각, 글과 해석 등이 분리되었다(Ong, 1982). 이와 같은 심리적, 물리적 거리 혹은 분리가 일어난다면, 지식은 전달하는 사람의 퍼포먼스나 커뮤니케이션의 맥락에 영향을 받지 않고 안정적으로 전달될 수 있게 된다.

기억에 의존했던 구어 문화와 달리 문자 문화는 기억에서 해방된 비공식적이고 비패턴화된 표현 혹은 과거에 얽매이지 않은 이야기를 할 수 있게 된다. 또한 아는 자와 아는 것을 분리시키고 상황적 시간으로부터 존재를 분리시킴으로써, 외부의 객관적 세계와 대비되는 내적 자아가 정신적 세계를 가질 수 있다. 문자문화에서는 글이라는 형태로 저자(발화자)의 현존을 전달한다. 서로간의 직접적인 상호작용을 배제하기 때문에 독자(청자)는 저자의 커뮤니케이션 맥락에서 분리되어 방관자로 남게 된다. 쓰기가 물리적으로 함께 하지 않는 상상의 ‘허구적’ 독자를 대상으로 이루어지고, 읽기는 소리를 내지 않고 글자를 해독하는 개별적인 활동으로 이루어진다.

따라서 문자 커뮤니케이션은 개인적이고 탈집단적이다. 문자 문화는 시각적으로 고정된 사물로서의 글을 통해 지식을 자유롭게 표현하고 정확하게 전달할 수 있게 되지만, 이렇게 글을 통한 커뮤니케이션은 ‘나와 너’의 실존적인 대화의 상황에서 분리된 것이다. 옹은 쓰기가 개인이 공동체와 거리를 갖으며 내적 의식을 고양시키는 “사고를 재구조화하는 기술”이라고 본다.

문자와 쓰기의 시각주의(visualism)는 인쇄술의 발명과 함께 더욱 강화된다. 옹은 “인쇄술의 출현과 함께 인간이 눈의 용도를 발견했다는 것이 아니라 이전에 비할 수 없을 정도로 시각적 지각을 언어표현과 연결시키기 시작했다는 것”이라고 본다(1967, p.50). 문자와 인쇄술의 시각주의는 사람들이 세계를 느끼고 경험하는 방식을 변화시킨다. 쓰기와 문자가 가져왔던 거리의 효과를 한층 강화시키며 개인의 ‘개성에 대한 감각(a sense of individuality)’을 과거와 비교할 수 없을 정도로 고양시킨다.

인쇄술은 근대사회를 특징짓는 개인의 프라이버시 감각이 발전하는데 주요 요인이다. 필사문화보다 책을 좀 더 작게 만들고 휴대할 수 있게 만들면서, 조용한 구석에서 홀로 책을 읽는 심리적인 장을 마련한다.(Ong, 1982, pp.130~131)

옹에 따르면, 구어 문화의 사람들이 경험하는 세계는 “사건으로서의 세계(world as event)”이었고, 문자 문화의 사람들이 경험하는 세계는 “볼거리로서의 세계(world as view)”이다(1969). 전자는 구체적인 사물의 이미지를 사용하고 행위 중심적이나, 후자는 추상적이고 정적이고 시각 중심적이다. 소리로 매개되는 전자는 참여적이고 실존적으로 개방된 체계라면, 분리를 요구하는 후자는 시각이 특권화되고 단합(분리와 고정)으로써 통제력을 얻는 체계이다(1977, p.336). 구술성의 청각적 사고 양식과 문자성의 시각적 사고 양식은 언어적 표현에 있어서도 대조를 이룬다. 청각과 연관된 사고 과정의 특성을 보여주는 단어는 ‘범주(category)’, ‘단정(predicate)’, ‘판단(judgement)’, ‘반응(response)’ 등이고, 사고 과정은 논의, 토론, 듣기, 말하기 등을 통해 이루어진다. 반면, 시각과 연관된 사고 과정의 특성을 보여주는 단어는 ‘통찰력(insight)’, ‘직관(intuition)’, ‘이론(theory)’, ‘아이디어(idea)’, ‘증거(evidence)’, ‘종(種)(species)’, ‘고찰(speculation)’, ‘해명하다(explicate)’, ‘분석하다(analyze)’, ‘식별하다

(discern), ‘구별하다(distinct)’, ‘형태(form)’, ‘개요(outline)’, ‘도면(plan)’, ‘지식분야(field of knowledge)’, ‘대상(object)’ 등이다(Ong, 1977, pp.133~134; Soukup, 2005). 옹은 인쇄술의 발달로 말을 표현하고 전달하는 과정이 청각이 아닌 시각적 지각과 연관되고 따라서 사고 과정이나 지식의 특성 혹은 인간의 의식 또한 이와 함께 재구성되기 시작했다고 본다.

옹은 라디오와 텔레비전과 같은 전자 미디어의 등장으로 제 1의 구술성과 유사한 특징을 보이는 ‘제 2의 구술성’이 나타났다고 본다. 그는 전자 미디어의 커뮤니케이션이 인쇄의 선형성에서 벗어나 물리적으로 부재했던 상대방의 소리를 복원한다는 점에서 제 1의 구술성과 유사하다고 보았다.

이러한 새로운 구술성은 참여하게 만드는 신비로움, 집단 감각의 조성, 현재 순간에의 집중, 그리고 심지어 공식의 사용 등에 있어 예전의 구술성과 놀랍도록 닮았다. 하지만 이것은 쓰기와 인쇄에 계속해서 기반을 두고 있기에 본질적으로 보다 의도적이고 자기-의식적이다.(Ong, 1982, pp.133~134)

옹은 전자 미디어가 소리를 전달할 수 있게 됨으로써, 시각적 공간에 갇혀있던 말의 청각적 감각을 회복하고 유기체 집단을 통합하는 소리의 즉시성, 즉흥성, 상황성, 그리고 현존성 등을 느낄 수 있게 해준다고 말한다. 하지만 이러한 구술성은 쓰기와 인쇄문화 기반을 둔 것이기 때문에 즉시성, 즉흥성, 지금-여기의 행위 중심의 현존성과 상황성, 집단적 경험, 정형화된 표현이 자연스럽게 이루어진 것이 아니라 의도적으로 계획된 것이라고 말한다. 제 2의 구술성은 “보다 의도적이고 자기-의식적”일 뿐 만 아니라 소수의 집단이 아닌 대중이 집단 감각을 가질 수 있다. 그는 전자 미디어가 집단적인 참여 의식이나 현재의 순간을 중요하게 여기는 기존 구어 문화의 특징을 가져오고 있지만, 이러한 구어 문화의 부활은 분석적 인쇄 문화와 전혀 별개의 문화가 아니라 여전히 그것에 영향을 받는다고 주장한다. 옹은 그의 관계주의적 시각에서 제2의 구술성 개념을 제시하고 이를 통해 전자적으로 처리된 언어문화의 새로운 커뮤니케이션 양식을 논의한다.

옹은 말의 테크놀로지가 변화함에 따라 인간의 커뮤니케이션 양식, 인간 간 상호

작용의 성격, 인간의 의식과 사고 과정, 문화적 성격 등이 변화하고 있다고 보는데, 이러한 변화를 청각적 구술성, 쓰기와 인쇄술의 문자성, 그리고 전자 미디어의 제 2의 구술성의 개념으로 이해한다. 이러한 구술성, 문자성, 제2의 구술성의 개념은 말과 미디어 그리고 문화의 관계를 살펴보는 일종의 정리(theorem)로서 커뮤니케이션 환경의 변화를 전체론적으로 조망하는데 도움을 준다. 그린벡은 이와 같은 구술성-문자성의 정리가 “인간과 인간, 인간과 세계의 상호 작용을 인지적으로, 문화적으로 조건 짓는 미디어의 역할을 잘 인식시켜주는 지적 서비스”로 의미를 갖는다고 말한다(Gronbeck, 2006). 옹의 구술성-문자성의 정리는 과거의 커뮤니케이션 역사 뿐만 아니라 현재 진행 중인 커뮤니케이션 환경의 변화를 문명사적 차원에서 고찰할 수 있게 해주고 그 변화의 성격을 관계주의적 시각에서 살펴볼 수 있게 해준다.

〈표 2-1〉 월터 옹의 구술성과 문자성의 정리

	제 1의 구술성	문자성	제 2의 구술성
언어형식	구어, 상호반응적, 정형화된 표현	문자, 고정적, 선형적, 비반응적, 추상적 표현	문자성 기반 구어, 의도된 상용표현
언어전달의 형식	말하기와 듣기, 퍼포먼스 중심, 상황적, 동시적, 지금-여기 중심, 대칭적	고독한 쓰기와 읽기, 비동시적, 시간의 가역성, 비대칭적	의도된 퍼포먼스와 시청, 동시적, 현재 중심, 비대칭적
나-너의 관계	실존적 현존 내면의 공유, 집단 감각	독자의 부재 ('허구화된 독자'), 저자와 독자의 분리 (이는 자와 이는 것의 분리), 개성에 대한 감각	매개된 현존, 집단 감각 ('지구촌')
사고 양식	청각적, 기억 의존	시각적, 기억의 문제로부터의 해방, 비패턴화된 사고	시청각적
세계관	소리의 세계, 사건으로서의 세계 (world as event)	목음의 세계, 볼거리로서의 세계 (world as view)	세계관의 공존

제3 절 모바일 커뮤니케이션 연구를 위한 월터 옹의 통찰력

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. 기술적 이국주의는 새로운 미디어의 문화적 영향력을 다루는 담론에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 예를 들어, 헤링(Herring, 2006)은 뉴미디어와 신세대의 관계를 연구하는 담론이 젊은 세대의 미디어 경험과 문화적 실천을 ‘이전에 없었던’ 새로운 현상으로 주목하며 이러한 경험과 실천의 특징을 뉴미디어의 특성에서 찾거나 환원시키고 있다고 비판한 바 있다. 기술적 이국주의 담론은 뉴미디어의 영향력을 논의하는데 있어 주로 신기성이나 과거와의 혁명적 차이를 과잉적으로 강조하고 문화의 진화 과정을 간과하거나 미디어와 문화의 상호 관계를 단순화시키는 경향이 있다. 옹은 “제 2의 구술성”이나 “잔여적 구술성” 개념 등을 통해 뉴 미디어의등장이 올드 미디어를 폐기시키지 않고 서로의 상호관계 속에서 미디어 환경이 재구성되고 있음을 주장한다. 그는 라디오와 텔레비전이 발명된 뒤에도, 말하기와 쓰기와 인쇄는 계속되는데, 이 때 “새로운 미디어의 등장은 기존 미디어의 의미와 적절성을 바꿔놓지만” 올드 미디어를 제거하지는 않는다고 말한다(Ong, 2002a, p.314). 미디어에 따라 문화가 변화하지만 기존의 미디어는 사라지지 않고, 새로운 미디어 문화의 기반이 된다. 동시에 그 존재 방식은 뉴미디어로부터 영향을 받는다. 예를 들어, 쓰기와 읽기가 등장하면서 구어적 습관이 바로 없어지지는 않았다. 옹은 이것을 “잔여적 구술성(residual orality)”이라고 말한다. 쓰기도 라디오나 텔레비전이 등장하면서 없어지지 않았고, 라디오와 텔레비전의 담론이 만들어지는 기반을 이루었다. 사람들은 그동안 잘 사용해왔던 커뮤니케이션 미디어를 쉽게 버리지 않고 종종 올드미디어를 새롭게 이용하는 방식을 찾는다. 옹은 뉴미디어와 올드 미디어의 관계 속에서 미디어 환경의 변화를 읽어낸다.

옹의 관계주의적 시각에 따르면 새로운 미디어는 올드 미디어를 변화시키고 올드 미디어는 새로운 미디어의 일부로 남아있다. 다시 말해 새로운 미디어 환경은 뉴미디어가 올드미디어를 대체하거나 흡수시키는 것이 아니라, 뉴미디어와 올드미디어 세계의 감각이 동시에 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(Farrell, 2000 p.21). 문자성은 남아있는 구술성과 공존하고, 제 2의 구술성은 제 1의 구술성을 단순하게 부활시킨 것이 아니라 구술 세계의 감각과 문자 세계의 감각이 동시에 활성화 된다. 옹은 “새로운 미디어가 과거의 미디어를 제거하지 않을 뿐만 아니라 이전 미디어를 실제로 강화”되는데, 이 때 올드미디어는 이전의 모습과 다른 모습으로 공존한다고 주장한다(Ong, 1977, pp.82~83). 예를 들면, 과거에 비해 수많은 책이 세상에 선보이고 있지만 책이 존재하는 형식은 과거의 종이책과 다르다. 또한 라디오가 구어의 소리 세계를 가져오고 있지만 이러한 소리 세계는 전자 미디어의 기술적 구조와 분석적이고 서사적인 인쇄 문화에 기반을 둔 의도된 구술의 세계이다. 따라서 기술로 매개된 말은 제 1의 구술 문화의 말과 유사하지만 차이를 지니게 된다. 새로운 미디어가 과거의 미디어를 제거하지 않을 뿐만 아니라 오히려 과거의 커뮤니케이션 양식이 새로운 미디어 환경에서 공존한다는 ‘관계주의적’ 시각은 오늘날 모바일 소셜 커뮤니케이션 환경을 총체적으로 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.

두 번째로, 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. 옹은 구술성을 매개하는 소리의 본질을 주목하면서, 소리가 살아있는 사물의 신호로서

사물의 현존을 직접적으로 드러낸다고 본다. 그에 따르면, 구어의 목소리는 각자의 내면성(interiority)을 서로에게 드러내 보이기 때문에 목소리로 표현된 말은 “자신이 사람이라는 것, 혹은 자신의 제대로 된 내면성과 자아를 발견 혹은 재발견하게 해주는 미디어”(Ong, 1962, p.29)가 된다. 또한 소리 세계의 언어 표현은 개인의 내면을 연결시켜준다. 소리를 통해 내면이 완전히 표면화(externalize)될 수는 없지만, 소리의 세계에서 개인은 서로 교감(commune)하고 서로의 내면에 연결될 수 있다(1962, pp.27~28). 소리 세계의 언어는 서로의 실존에 기반하면서 서로의 내면을 표현하며 연결시켜준다. 개인의 자의식 안에 일종의 타자성을 갖게 해주는 것이다.

웅은 나-너의 현존(presence)이 의식적이고 성찰적인 커뮤니케이션을 갖게 하는 중요한 조건이라고 본다. 그는 현존감이 근본적으로 ‘사람 대 사람의 현존’에 기초한다고 보며, 담화는 말이나 대화 자체만이 아니라 사람의 현존을 필요로 한다고 본다.

사물은 그렇게 하지 못하지만 다른 사람의 현존은 다른 사람의 의식을 채운다. 개인이 사물과 있으면서 흥미를 가질 수 있지만, 반응은 사물이 아닌 다른 사람 혹은 다른 현존에만 이루어진다. (1967, p.295)

웅은 “텍스트를 읽기 전까지, 즉 누군가 글쓴이의 텍스트로부터 일련의 소리를 만들기 전까지는 완전히 텍스트라고 할 수 없다”고 말하며(Ong, 2002b p.497), 텍스트는 언어적으로 지시하는 대상의 의미 자체 보다는 텍스트를 쓰는데 사용한 저자의 코드를 알아야 이해된다고 말한다. 그는 커뮤니케이션이 이루어지는 데 ‘나와 너’의 현존이 중요하다고 보며, 문자 커뮤니케이션이 성공적으로 이루어지기 위해서는 저자나 독자가 대화자를 연결시키는 구술의 맥락 혹은 면대면 맥락을 상상할 필요가 있다고 본다. 커뮤니케이션에서는 상호작용이 중요하기에 저자는 자신의 목소리를 들을 독자(듣는 사람)를 상상 속에 설정해야하고 독자는 저자의 목소리를 듣기 위해 노력해야 한다.

웅이 구술 커뮤니케이션의 소리 세계가 갖는 의미에 주목하는 이유는 그곳에서의 대화가 단순히 대화를 주고받는 것이 아니라 온전한 인간이 되게 하기 때문이다. 나-너의 대화는 타인을 하나의 인격체로 이해하고 반응하면서 자신의 인격을 발견

할 수 있게 해준다. 우리가 서로에 대한 거리를 가지면서 갖게 되는 전형적인 이미지(stereotype)를 대화를 통해 극복할 수 있다. 목소리와 목소리, 내면과 내면, 나와 내가 만날 수 있고, 공동체를 지속시킬 수 있으며, 더 나아가 모든 것에서 신성을 발견할 수 있다(Ong, 1967). 옹의 인간주의적 커뮤니케이션 철학은 마르틴 부버(Buber)의 ‘나와 너’의 철학과 유사하다. 부버는 인간 주체가 실존적으로 서로를 향해있다고 본다. 즉, 내가 타자가 아닌 너를 향해있고, 나-너의 관계 속에서 ‘그것’이 아닌 인격으로서의 주체성이 나타난다고 본다. 그리고 이러한 너와의 대화가 관계 자체가 목적이다. 옹은 구술 커뮤니케이션이 자신과 타인의 인격을 발견하고 의식하는 ‘세계 내 인간’의 기초가 된다고 본다. 말은 인간 의식의 표현이자 인간 의식을 형성하는 문화적 조건이 된다. 이러한 옹의 인격 중심(personalism)의 커뮤니케이션 철학은 구술 커뮤니케이션의 가치를 재고하게 한다. 커뮤니케이션 한다는 것을 서로의 말을 이해하는 것을 넘어 친교를 지향하고, ‘나와 그것’의 관계가 아닌 서로의 내면이 만나는 ‘나와 너’의 관계를 추구한다는 것이다. 우리는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 실존적 의미를 성찰해보기 위해 옹의 인격주의 커뮤니케이션 철학을 참고할 필요가 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션은 과연 서로의 내면이 만나는 ‘나와 너’의 대화와 관계를 갖게 해주는가?

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 강조한다. 미디어 기술을 통해 목소리 혹은 말이 다른 형식으로 전해지면서 서로의 현존을 경험하는 방식에도 영향을 미친다. 그의 인격주의 커뮤니케이션 철학은 구술성으로의 회귀를 제안하는 것이 아니라, 현대 사회에서 인간 의식의 조건이 되는 소리 세계의 의미를 되돌아보면서 특정 감각체계에 편향된 미디어 환경의 균형을 강조하는 것이다. 시각이 지배적인 문화에서, 즉 보이는 표면과 객관성이 중요한 문화에서 소리의 강조는 감각적, 의식적 균형을 잡아주는 역할을 할 수 있다. 그렇다면 현재 디지털 네트워크와 모바일 기기를 통해 실시간 커뮤니케이션을 할 수 있게 해주는 미디어 환경에서는 어떠한 균형 감각이 필요한 것일까?

웅의 구술성-문자성 정리는 아날로그 라디오나 텔레비전 환경을 이해하는 데에서 멈춰있다. 따라서 이러한 제 2의 구술 미디어가 소리를 가져오는 해방적 효과는 주목하지만, 이러한 미디어 시대가 과연 어느 정도 인간 감각 체계와 능력에 균형을 가져왔는지, 또 구술 커뮤니케이션 가치를 실현하고 있는지는 질문으로 남겨놓고 있다. 웅의 구술성-문자성 정리는 뉴미디어로서의 모바일 소셜 커뮤니케이션 환경을 이해하는 데 도움을 주는 이론적, 철학적 시각을 제공한다. 특히 우리는 기술적 이국주의를 넘어 모바일 소셜 커뮤니케이션 문화를 이해할 수 있는 통찰력을 얻을 수 있다. 본 보고서는 웅이 가졌던 질문을 가져와 스마트폰을 통해 매개되는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 특성과 문화적 의미를 연구하는데 활용하고자 한다. 웅의 구술성-문자성 정리는 디지털 네트워크의 커뮤니케이션 공간이 스마트폰을 통해 매개될 때, 말 혹은 커뮤니케이션 양식이 어떻게 (재)구성되는지, 또 나-너의 현존 및 관계의 실천을 어떻게 조건 짓는지를 생각해볼 수 있는 이론적 근거를 제시한다. 그러면서도 모바일 소셜 커뮤니케이션의 세계는 소리를 직접적으로 들려주는 제 2의 구술성 정리로 설명되기 어렵다는 점에서 새로운 이론적 개념이 도출될 필요가 있다.

제 3 장 뉴 미디어로서의 모바일 소셜 커뮤니케이션 환경

제 1 절 휴대전화의 기술적 진화와 모바일 커뮤니케이션 연구

1. 휴대전화의 기술적 진화

1980년대 중반 벽돌만한 크기의 고가의 단말기와 아날로그식 이동 통신으로 시작된 휴대전화의 역사는 90년대 후반 CDMA라는 디지털 방식의 이동통신의 시대가 시작되고 휴대전화 단말기가 소형화되면서 대중화가 시작된다. 이후 휴대전화 단말기는 전화 통화나 문자 메시지를 할 수 있는 단순한 커뮤니케이션 기능뿐만 아니라 시청각 정보의 저장, 재생, 편집, 교환을 할 수 있는 기능, 디지털 카메라, PDA(휴대용 디지털 보조 단말기), 게임과, MP3, DMB(디지털 멀티미디어 방송), 인터넷 서비스 등의 멀티미디어 기능까지, 대인 커뮤니케이션 미디어 뿐 아니라 정보를 모으고 저장하고 재생하고 표현하는 다양한 기능을 갖추게 된다. 우리나라에서는 2000년 10월 제 2세대 이동통신과 제 3세대 이동통신의 중간 세대인 CDMA 2000 1x 방식의 이동통신 서비스가 시작되면서 음성 통화 외에 AOD(audio on demand)와 VOD(video on demand)와 같은 다양한 멀티미디어 서비스를 이용할 수 있게 되었고, 이후 2002년 1월에는 제 3세대 이동통신의 시작을 알리는 CDMA 1x EV-DO 방식의 이동통신 서비스, 2003년 12월에는 비동기식 WCDMA(Wideband CDMA)가 각각 이루어지면서 유선 ADSL정도 속도(2.4 Mbps)의 초고속 데이터 전송, 무선 인터넷, 실시간 TV 시청, VOD, MOD(music on demand), MMS(multimedia message system), GPS(Global Positioning Service) 기능, 모바일 결제 등의 멀티미디어 서비스 이용이 가능해졌다. 또한 2005년도에는 ‘손안의 TV’라는 위성 DMB 기능을 갖춘 휴대 전화, 지상파 DMB기능을 갖춘 휴대전화가 상용화된다. 2007년에는 얼굴을 보면서 통화가 가능할 정도로 데이터 전송 속도가 빠른 3세대 이동통신서비스가 상용화된다.

그리고 2008년에는 인터넷 화면을 휴대폰 화면에 그대로 보여주는 ‘풀 브라우징’기능의 단말기가 선보이게 된다. 2009년 11월에는 아이폰의 등장으로 국내 스마트폰 시장이 빠른 속도로 성장하기 시작했고 휴대전화 인터페이스를 통해 모바일 인터넷이나 다양한 어플리케이션을 이용할 수 있게 된다. 이동통신기술의 발달에 따라 휴대전화 단말기는 처음에는 음성통화의 전화기 기능을 하다가 문자 메시지를 비롯하여 멀티미디어 텍스트, 카메라, MP3, 게임기, 텔레비전 등 다양한 기능을 수행할 수 있게 되고, 현재는 손 안의 작은 PC로 진화하게 된다.

이러한 휴대전화의 기술적 진화는 데스크톱 개인 컴퓨터의 기술적 발전과 궤적을 같이 한다. 컴퓨터 화면의 해상도나, 사용자 친화적 인터페이스 디자인, 저장 능력, 데이터 전송 속도 등이 발전한 것처럼, 휴대전화도 유사한 성숙화 과정을 갖는다. 화면이 구현할 수 있는 정보의 유형이 처음 간단한 문자 정도에서 다양한 그래픽, 사진, 동영상, 음악 등 다양한 정보가 제공되고 해상도도 높아진다. 휴대전화의 메뉴 버튼을 누르면 다양한 정보 유형을 쉽게 접속할 수 있는 아이콘을 볼 수 있다. 데이터 전송 속도도 처음에는 음성 통화와 문자 메시지의 송수신 정도만 가능했었는데, 전송 속도가 빨라지면서 무선 인터넷을 통해 주문형 비디오(VOD) 시청, 음악 파일 다운로드, 영상통화, 글로벌 로밍 등 양방향 멀티미디어 서비스가 가능해졌다. 휴대전화 기기의 메모리 능력도 커져서 많은 정보를 저장할 수 있게 된다. 휴대전화의 접속 화면은 점차 아이콘 조작으로 다양한 서비스에의 접속을 용이하게 해주는 PC 바탕의 화면과 유사해지고 있다. 휴대전화 화면이 재매개하는 아이콘이나 이미지로는 시계, 캘린더, 전화번호부, 편지함에서부터, 메뉴바, 컴퓨터 스크린, TV 스크린, 미디어 재생기, 게임기 화면, 카메라 LCD 화면, 사진 및 동영상 앨범 등 찾아볼 수 있다. 이러한 아이콘이나 이미지를 통해 전화, 컴퓨터 운영 체제, 인터넷, 텔레비전, 워크맨, 우편, 카메라, 비디오 카메라, 오디오 플레이어, 게임기, PDA 등 다양한 미디어에 접속할 수 있게 된다.

소리, 영상, 텍스트, 인터넷 그리고 PC의 조작 방식 등을 재매개하고 있는 현재의 휴대전화는 다양한 미디어 콘텐츠를 수용하면서도 각각의 미디어 콘텐츠를 개별적

으로 사용할 수 있다. 다양한 미디어 기능이 손안의 모바일 미디어라는 휴대전화의 물리적 크기, 작은 화면, 정보 처리 및 저장 능력, 전송 속도 등 물질적 기반에 맞춰 약간의 변형된 형태로 수용되는가 하면, 개별 기능이 휴대전화의 기본적인 커뮤니케이션 기능과 상호 작용하며 다양한 혼종적 미디어 융합이 실천될 수 있다. 예를 들어, 휴대전화가 카메라 기능, 휴대용 게임기 기능, MP3 기능 등을 가지고 있지만, 그것이 구현되는 방식이나 질은 각각의 기능을 전문화한 DSLR이나 닌텐도 게임기, iPod 등과는 차이를 갖는다. 개별 미디어 기능이 휴대전화의 작고 휴대 가능하다는 물리적 조건에 맞게 변형되고, 제조사의 특화 전략에 따라 이용 내용이 달라질 수 있다. 또한 수용자의 다양한 이용 성향에 따라 휴대전화 미디어 기능의 조합은 다르게 실천될 수 있다. 수용자는 휴대전화를 카메라로 이용하며 찍은 사진을 편집, 저장하는 앨범이나 전시하는 공간으로 전용할 수 있고, 인터넷의 미니홈피와 연계된 미디어로 이용할 수 있다. 미디어 기능이나 콘텐츠가 휴대전화의 물리적 조건에 맞춰 조직되고, 휴대전화 화면은 이러한 다양한 콘텐츠를 개별적으로 혹은 동시에 나타낼 수 있다. 미디어 기능이나 콘텐츠는 분산적이고(divergent) 독립적인 개체성을 유지하면서도, 서로 공존함으로써 다양한 활용의 조합과 융합이 이루어질 수 있고, 이러한 조합과 융합은 작고 휴대 가능하다는 커뮤니케이션 미디어로서의 휴대전화의 물리적 조건에 맞춰 ‘개조된(refashioned)’ 형태로 이루어진다.

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 데스크탑 컴퓨터에서 사용하는 기능과 콘텐츠를 활용할 수 있는 퍼스널 미디어를 갖게 된다.

2. 모바일 커뮤니케이션에 관한 기존 연구 경향

모바일 커뮤니케이션 연구는 휴대전화의 대중화되던 2000년대 초부터 본격적으로

로 이루어지기 시작했다. 카츠(J. Katz), 링(R. Ling), 코포마(T. Kopoma), 플랜트(S. Plant), 포투나티(L. Fortunati), 거긴(G. Goggin) 등 여러 학자들이 모바일 커뮤니케이션의 사회적 영향력을 주목하며 모바일 커뮤니케이션 연구를 이끌기 시작했다. 우리나라에서도 신문방송학계를 중심으로 수용자의 휴대전화 이용 동기나 휴대전화의 사회적 기능에 대한 연구(배진한, 2001; 이인희, 2001; 성동규, 조윤경, 2002; 박종민, 2003; 박웅기, 2003; 이수영, 2003)에서부터 수용자의 인구학적/사회문화적 조건과 휴대전화의 사용 내용과의 상관관계를 분석하는 연구(김신동, 2001, 2004; 나은영, 2002; 배진한, 2003; 윤석민 외, 2004)에 이르기까지 휴대전화의 채택과 이용에 대한 이해를 돕는 연구들이 이루어져왔다. 또한 이동통신 매체의 사회문화적 의미를 개괄적으로 살펴본 이재현의 『모바일 미디어와 모바일 사회』(2004), 김성도의 『호모 모빌리쿠스』(2008) 등이 출간되었다. 이러한 연구들은 휴대전화의 이용 패턴과 사회적 기능에 대한 실증적 연구를 제공하거나 휴대전화의 사회문화적 의미에 대한 이해를 높이는 개론적 연구를 제공한다. 이들은 휴대전화의 연결성과 이동성 그리고 멀티미디어성의 특성에 주목하면서 휴대전화 이용 패턴을 구체적으로 기술하거나 일반적 함의를 이해하는데 기여한다.

하지만 휴대전화가 다양한 미디어를 재매개하고 모바일 운영 체제를 갖추게 되면서, 휴대전화의 모바일 커뮤니케이션 양상은 보다 복잡해진다. 현재 휴대전화의 통화나 문자 메시지로 대표되는 커뮤니케이션 기능을 넘어선 다양한 모바일 미디어 현상에 연구자들이 관심을 갖기 시작했다(Goggin & Larissa, 2009), 또한 연구주제도 휴대전화를 통한 사회적 교류뿐만 아니라 시공간적 경험의 변화, 도시 경험의 재구성, 이동성의 재구성 등 다양해지고 있다(Foth, 2008; de Souza & Sutko, 2009; Ling & Campbell, 2009). 특히 휴대전화가 인터넷을 내부의 미디어(intra-medium)로 융합시키며 모바일 운영체제를 갖추면서 이용자들은 휴대전화를 통해 다차원의 상호작용을 할 수 있는 온라인의 사회적 공간뿐만 아니라 다양한 정보와 교류할 수 있는 데이터 공간에 접할 수 있게 되면서, 융합 미디어로서의 휴대전화를 통한 경험의 확장과 커뮤니케이션 실천 양식에 대한 학문적인 관심이 일기 시작했다(Galloway,

2004; MacColl & Richardson, 2008; de Souza e Silva, 2006; Crawford, 2008; Wilken, 2008). 이러한 기존 연구는 모바일 미디어로서의 휴대전화에 대한 사회학적 이론을 전개하거나 휴대전화에 융합된 ‘특정’ 서비스 기능, 예를 들어 모바일 게임, 모바일 지도, 모바일 친구 찾기 등의 사례를 살펴보고 있기 때문에, 여전히 이러한 융합미디어로서의 스마트폰의 모바일 커뮤니케이션을 전체론적으로 살펴보는 미디어 생태학적 탐구와 일상적 경험의 변화에 대한 경험적 관찰은 필요하다고 볼 수 있다.

제 2 절 스마트폰과 소셜 미디어의 결합

기존의 휴대전화는 개인이 실시간으로 전화와 문자 메시지를 사용할 수 있게 해 줌으로써 자신의 물리적 위치에 상관없이 상대방과 상호작용을 할 수 있게 해주었다. 여러 학자들이 이러한 휴대전화의 ‘이동 중 연결성(mobile connectivity)’이 커뮤니케이션이나 문화적 실천에 있어 어떠한 변화를 가져오는지를 주목했다. 휴대전화의 연결성은 마치 한 공간에 있어 금방이라도 부르면 대답할 수 있을 것 같은 “가상적 공존”(ambient virtual co-presence)을 가능하게 했고(Ito & Okabe, 2002), “지속적인 접속 상태”(perpetual contact)(Katz, 2002)를 유지할 수 있게 해준다. 휴대전화는 상대자의 물리적 위치에 상관없이 사회적 상호작용과 관계 유지를 가능하게 해주고, 실시간 상호작용을 가능하게 해준다. 멀리 떨어져 있는 사람들의 “연결된 현존(connected presence)”을 가능하게 해 줌으로써(Licoppe & Smoreda, 2004), 이용자들은 언제 어디서나 손쉽게 사회적 교류를 할 수 있게 된다. 게서(Geser, 2004)는 휴대전화를 통해 즉각적인 전달과 반응이 이루어질 수 있고, 유목적인 라이프스타일을 누릴 수 있으며, 시간적으로 유연한 만남을 할 수 있다고 말한다. 나를 중심으로 사회적 관계가 형성되고 유지되는 소위 “네트워크 개인주의(networked individualism)”(Campbell & Park 2008)가 휴대전화를 통해 강화된다고 볼 수 있다. 이동 중에도 연락을 주고받을 수 있게 해주는 휴대전화가 인터넷, 특히 온라인 소셜 미디어를 내부의 미디어(intra-medium)로 “재매개”(Bolter & Grusin, 1998)하였을 때, 과연 어떠한

커뮤니케이션 실천이 가능할까?

소셜 미디어를 재매개하는 스마트폰의 모바일 커뮤니케이션의 성격을 논의하기 위해, 우선 소셜 미디어가 무엇인지를 정리해볼 필요가 있다. 2000년대 웹 기반 기술이 발달하면서 이용자들은 자신의 웹 콘텐츠를 만들고 유통시키는데 참여할 수 있게 된다. 또한 이러한 이용자 제작 콘텐츠(User Generated Contents) 관련 활동을 기초로 사회적 상호작용이나 집단적 네트워킹이 활발하게 이루어졌다. 레빈슨(Levinson, 2009)은 이렇게 능동적이고 참여적인 미디어 이용과 상호작용을 활성화한 미디어를 “뉴 뉴미디어”라고 부르고, 이러한 “뉴 뉴미디어”에 블로그, 마이크로 블로그, 유튜브, 위키피디아, 마이스페이스, 페이스북, 세컨드 라이프, 팟 캐스팅 등을 포함시킨다. 그는 ‘뉴 뉴미디어’가 미디어 콘텐츠를 매스 미디어식으로 매개했던 기존의 웹기반 커뮤니케이션 미디어와 근본적으로 다르다고 주장한다. 왜냐하면 “뉴 뉴미디어”는 단순히 콘텐츠를 유통시키는 미디어가 아니라 사람들의 상호작용을 촉진시키는 소셜 미디어이고 뉴 뉴미디어 이용자들은 콘텐츠 소비자가 아닌 생산자이기 때문이다. 이렇게 이용자들의 콘텐츠를 기반으로 사회적 상호작용을 가능하게 하는 ‘뉴 뉴미디어’가 ‘소셜 미디어’라고 할 수 있다. 캐플란과 헨레인(Kaplan & Haenlein, 2010)은 소셜 미디어를 “웹 2.0의 이데올로기와 기술을 기반으로 UGC(이용자 제작 콘텐츠)의 제작과 교류를 가능하게 해주는 인터넷 기반 어플리케이션 군(群)”이라고 정의한다. 이들은 소셜 미디어의 기술적 기반 자체를 강조하는 웹 2.0이나 사용자의 콘텐츠를 지칭하는 UGC로 소셜 미디어를 정의할 수는 없다고 본다. 왜냐하면 소셜 미디어는 다양한 요인, 예를 들어 기술적 요인들(브로드밴드의 이용가능성, 하드웨어 기술), 경제적 요인(각종 UGC 제작 도구의 상용화와 대중화), 사회적 동력(디지털 지식을 갖춘 이용자의 증가) 등이 복합적으로 교차하면서 등장한 미디어이기 때문이다. 이들은 소셜 미디어를 특성에 따라 공동 프로젝트, 블로그, 콘텐츠 공동체, 소셜 네트워크 사이트(SNS), 가상게임세계, 가상 소셜 세계 등으로 유형화한다.

소셜 미디어 가운데 가파르게 이용자수를 확보하며 온라인상의 커뮤니케이션을

대표하는 미디어로 자리잡은 것이 바로 소셜 네트워크 사이트(Social Network Sites, 이하 SNS)라고 할 수 있다. 보이드와 엘리슨에 따르면(Boyd & Ellison, 2007), SNS는 “(1) 주어진 시스템 내에 개인의 공적인 혹은 반공적인 프로필을 만들고, (2) 연결을 공유하는 다른 이용자들의 리스트를 보여주며, (3) 시스템 안에서 자신이나 남들의 연결 리스트를 보거나 돌아다닐 수 있도록 해주는 웹기반의 서비스”이다. 다시 말해 SNS는 사이트에 개인 정보 프로필을 만든 이용자들이 서로 연결될 수 있도록 해주는 인터넷 어플리케이션이라고 볼 수 있다. 예를 들어, 사이월드, 마이스페이스, 페이스북에서부터 트위터와 미투데이와 같은 마이크로 블로그에 이르기까지 이용자들이 콘텐츠를 공유하며 인맥을 만들거나 유지시킬 수 있는 사이트가 SNS에 속한다고 볼 수 있다. 인터넷 이용 초기부터 이용자들의 관계 형성을 지원하는 웹기반 서비스가 있어왔다. 그런데 이용자들을 연결시켜주던 기존의 온라인 공동체(예를 들어, 유즈넷, 카페, 클럽)가 주제에 따라 구성되었다면, SNS는 “자기중심적인(egocentric) 네트워크”를 구성할 수 있도록 도와준다. 네트워크의 연결성을 바탕으로 개인은 자신이 선정한 친구뿐만 아니라 개인 정보의 접근이 가능한 웹상의 모든 사람과 잠재적으로 연결될 수 있게 된다. SNS는 이용자들이 사회적 상호작용을 하며 서로가 만든 콘텐츠를 공유할 수 있는 공간을 제공한다. 온라인 네트워킹의 “지속성”, 자기표현과 정체성을 나타내는 텍스트의 “검색가능성”, 개인 표현물의 “복사가능성”, 수용자의 “비가시성” 등으로 인해(Boyd, 2008), SNS 이용자들은 지리나 시간을 함께 해야 한다는 제약에 큰 구애를 받지 않고 다양한 범위의 사람들과 표현물을 공유하며 ‘낯선 이들과의 관계’를 형성할 수 있다. 따라서 SNS는 기존에 존재하던 저자와 독자의 경계를 허물어버리고 네트워크의 연결성을 바탕으로 서로 대화를 하는 듯한 상호작용을 할 수 있게 해주며 커뮤니케이션의 유동적인 상황에 대응하는 콘텐츠를 만들고 공유할 수 있게 해준다.

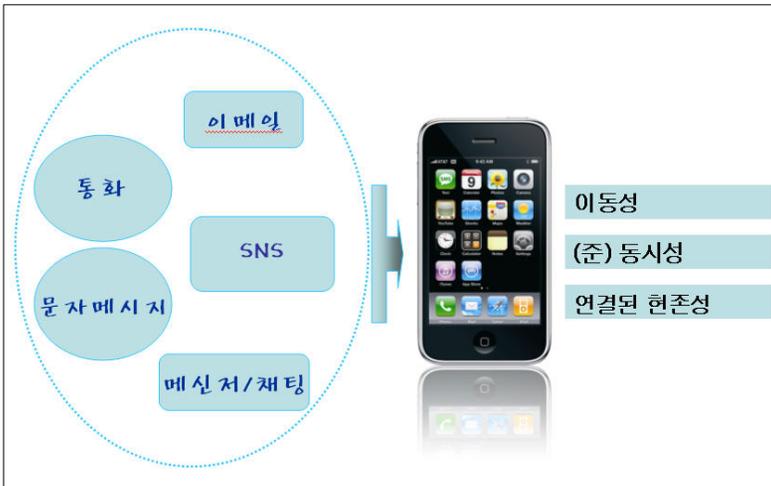
전자 미디어는 ‘거리와 상관없이’ 면대면 상호작용을 할 수 있고 소리, 문자, 영상 등의 정보를 어디에나 보낼 수 있게 해주었다. 휴대전화의 이동성은 대인 커뮤니케이션을 ‘언제 어디서나’ 할 수 있게 해주었다. 그런데 스마트폰이 모바일 어플리케이션

션을 탑재하면서 실시간으로 웹 서핑을 하고 다양한 디지털 콘텐츠의 수용활동을 하며 온라인 친구와의 사회적 교류를 언제나 할 수 있게 해준다. 스마트폰은 이용자가 온라인 데이터 공간과 사회적 공간에 언제 어디서나 접속하며 지리적 위치에 상관없이 실시간 동시적인 커뮤니케이션을 하거나 자기편의위주의 비동시적인 커뮤니케이션을 할 수 있게 해준다. 온라인 공간을 돌아다니는 가상적 이동성을 허용할 뿐만 아니라, 이동하면서 사용할 수 있는 물리적 이동성 또한 갖추게 된다. 그럼으로써 움직이는 개인의 사용 목적과 밀접하게 연동되는 커뮤니케이션 공간이 구성될 수 있고, 실재와의 관계도 ‘컴퓨터 모니터 앞에 앉아 들어가야 되는’ 기존 인터넷과 달리 돌아다니면서 인터넷 커뮤니케이션 공간에 접속할 수 있게 된다. 드 수자 이 실바(de Souza e Silva, 2006)는 인터넷이 휴대전화의 모바일 인터페이스에 들어오면서 “혼종적인” 사회적 공간(social space as hybrid space), 혹은 “물리적 공간과 디지털 공간 경계의 병합으로 만들어진 개념적 공간”이 형성된다고 말한다(p.265). 스마트폰의 이동성과 인터넷 커뮤니케이션의 공간이 결합하면서, 이용자는 물리적 공간을 움직이면서도 인터넷 커뮤니케이션 공간에 접속할 수 있고 이러한 디지털 커뮤니케이션 공간을 자유롭게 확보할 수 있다. 비가시적인 ‘다른 곳’의 맥락과 현재 ‘이 곳’의 맥락 간의 경계가 허물어지고 디지털 커뮤니케이션 공간과 물리적 공간이 더 이상 분리된 실체라고 인식되지 않는 미디어 환경적 조건이 마련된 것이다.

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. 개인이 휴대 전화를 꺼놓지 않은 이상, 이동 중에도 언제나 연결된 상태를 유지할 수 있다. 그럼으로써 사회적 상호작용의 커뮤니케이션 공간이나 데이터 공간에의 연결이 그/그녀의 현재적 시공간의 맥락에서 가능하게 된다. 이용자는 연결된 커뮤니케이션 공간에 언제나 현존할 수 있게 되고 동시적이고 즉각적이며 효율적인 커뮤니케이션을 할 수 있게 된다. 이동 중 소통성이 온

라인 소셜 미디어 공간까지 확대되면서 이용자는 통화나 문자 메시지와 같은 기존의 휴대전화 커뮤니케이션 기능뿐만 아니라 이메일, 메신저, SNS 등을 손쉽게 사용할 수 있게 된다. 늘 소셜 미디어에 접속할 수 있고 자신의 가장 최근 상태에 관해 실시간으로 정보를 올릴 수 있게 된다. 이에 따라 자신이 직접적으로 아는 사람뿐만 아니라 온라인 네트워크를 통해 알게 된 사람과도 함께 한다는 느낌을 갖는 ‘가상적 공존감’을 가질 수 있게 된다. 스마트폰이 개인의 이동 미디어 기기로서 소위 ‘뉴 뉴 미디어’의 커뮤니케이션 실천을 손쉽게 매개함으로써, 이용자들은 언제 어디서나 자신의 커뮤니케이션 욕구를 충족시키는 다양한 형식의 말을 주고받을 수 있게 된다. 스마트폰의 이동성과 연결성을 통해 개인의 물리적인 관계망 뿐만 아니라 소셜 미디어의 사회적 관계망에 언제나 접속할 수 있는 소위 모바일 소셜 커뮤니케이션 시대가 시작된다.

[그림 3-1] 스마트폰과 소셜 미디어의 결합



스마트폰을 통해 소셜 미디어가 매개되면서 다양한 수준과 범위의 대인 커뮤니케이션과 매스 커뮤니케이션 그리고 다양한 콘텐츠 및 미디어 기능의 활용이 가능하

게 된다. 따라서 커뮤니케이션 양식은 보다 복잡한 양상을 띠게 된다. 이동성과 연결성을 통해 아는 사람들과의 직접적인 구술 대화가 매개될 뿐만 아니라, 인터넷으로 매개되었던 사회적 공간과의 접촉도 거의 동시에 이루어질 수 있다. 무선 네트워크를 통해 구술 커뮤니케이션이 가졌던 직접성과 동시성을 거의 유사하게 경험할 수 있게 된 것이다. 스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션은 구술 커뮤니케이션 혹은 제 2의 구술 커뮤니케이션과 유사하면서도 차이를 갖는 것으로 보인다.

본 연구는 스마트폰의 모바일 소셜 커뮤니케이션 양식을 이해하기 위해 구체적인 모바일 소셜 커뮤니케이션 사례를 조사해보고 이를 옹의 구술성-문자성의 정리를 기반으로 이해해보고자 한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 매개되는 말의 형식, ‘나’와 ‘너’의 현존성, 집단 감각 등을 주목하면서 이와 같은 커뮤니케이션 양식이 기존의 커뮤니케이션 양식과 어떠한 연속성과 차이를 갖는지 살펴보고자 한다. 이를 위해 스마트폰 이용자에 대한 심층 인터뷰를 실시하였다. 이들의 사례를 기초로 사회적 교류를 위한 커뮤니케이션 양식이 매개되고 경험되는 방식(예를 들어, 대화, 서신 등의 전통적 방식부터 문자, 메신저, 페이스북이나 트위터와 같은 각종 SNS 등이 스마트폰으로 통해 수용되는 방식), 소셜 미디어가 스마트폰과 연동되면서 이루어지는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 커뮤니케이션 양식, 그리고 이러한 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 경험되는 나와 너의 현존과 공존감 그리고 사회적 관계의 특성을 고찰해보고자 한다.

제 4 장 모바일 소셜 커뮤니케이션의 일상화

제 1 절 스마트폰의 이용

1. 휴대전화 이용의 재구성

이 연구는 모바일 소셜 커뮤니케이션 양식의 특성을 구체적으로 관찰해보고 이 이용의 ‘관계주의적’ 시각에서 이해해보기 위해 포커스그룹 인터뷰를 실시하였다. 포커스 그룹에 대한 심층 인터뷰는 2010년 4월 17일부터 8월 21일에 이르기까지 수도권에 사는 10대에서 40대 연령의 스마트폰 이용자 49명을 중심으로 이루어졌다. 이들은 모두 트위터와 같은 마이크로 블로그를 자신의 스마트폰에 연동시켜 일상적으로 이용하는 사람들이다. 인터뷰 참여자에 대한 섭외는 스마트폰 이용자이자 트위터를 활발하게 사용하고 있는 연구자의 지인을 정보제공자로 두고 정보 제공자의 아는 사람과 아는 사람의 아는 사람을 모집하는 식의 스노우볼링 기법을 사용하였다. 따라서 인터뷰를 할 때 이들은 서로 아는 상태(물리적으로 혹은 가상적으로)에서 자유롭게 자신의 이야기를 들려줄 수 있었고 서로의 경험을 공유하거나 논의하기도 하였다. 인터뷰는 인터뷰 참여자가 편하게 이야기할 수 있도록 최대한 배려를 하면서, 인터뷰 참여자에 대한 섭외 형태나 인터뷰 참여자간의 유대 정도에 따라 1인, 2인, 3인, 혹은 4인 규모의 모임으로 2시간에서 3시간 30분에 걸쳐 이루어졌다.

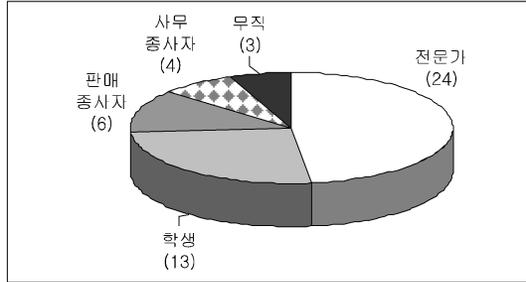
인터뷰에 앞서 스마트폰 및 트위터 이용에 관한 간단한 설문조사를 실시하였는데, 이러한 설문조사는 정량분석을 위한 목적이 아니라, 이들의 일상적인 스마트폰 활용 방식에 대한 기본적인 정보를 얻고 인터뷰를 진행하기 위한 첫 질문이나 대화의 실마리를 얻기 위해 활용되었다. 인터뷰의 진행은 연구자가 연구 목적을 설명하지만 최소한 개입하는 반구조화된 질문방식으로 전개되었다. 연구자는 인터뷰 참여자에게 자신의 스마트폰 이용 계기, 스마트폰 이용에 따른 휴대전화 이용 내역의 변

화, SNS(트위터 등)의 이용방식, 유선에서 무선으로 SNS 이용하게 되었을 때의 이용 경험의 변화, 스마트폰과 연동된 트위터에서의 커뮤니케이션 양식 혹은 말하기와 듣기의 양식, 트위터에서의 인맥의 성격, 트위터 친구와 상호작용 방식과 친밀성의 성격, 자신의 생활에 있어 모바일 SNS가 갖는 의미 등을 질문해 보았다. 인터뷰 참여자들은 이러한 질문과 관련하여 자신의 경험을 이야기하고 서로의 경험에 대해 이야기를 나누기도 했다. 이들과의 인터뷰는 사전의 양해를 구해 전부 녹음되었고 문서로 기록되었다. 연구자는 이들의 스마트폰 경험과 스마트폰과 연동된 트위터 경험을 살펴보면서 이러한 모바일 소셜 커뮤니케이션 실천이 기존의 구술성 및 문자성과 어떠한 연속성과 차이를 갖는 주목해 보았다.

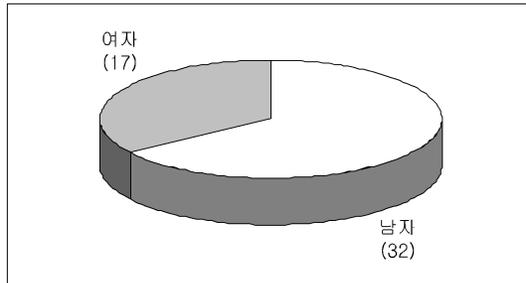
인터뷰에는 총 49명이 참여하였다. 직업별로는 전문가 24명, 학생 13명, 판매종사자 6명, 사무종사자 4명, 무직 3명 등으로 전문가가 주로 많았고, 성별로는 남자 32명, 여자 17명으로 남자가 주로 많았다.⁹⁾ 인터뷰 참여자를 모집하는데 있어 직업이나 성별의 비율을 의도적으로 조절하지 않았지만 결과적으로 스마트폰 및 트위터 이용의 일반적인 경향을 반영하는 인터뷰 참여자를 모집하게 되었다. 각 분야의 전문가들이 아무래도 직업적 관심이나 필요에 의해 작년부터 국내에 상용화되기 시작한 스마트폰 이용에 보다 적극적일 수 있고 요금제의 부담도 학생들에 비해 상대적으로 덜 느낄 수 있었을 것이다. 또한 인터뷰 참여자 가운데 여성보다는 남성이 많았는데, 이는 스마트폰이나 트위터의 초기 채택자가 남성이 많다는 사실과 무관하지 않다. 연령별로는 10대 5명, 20대 18명, 30대 15명, 40대 11명 등이 참여하였다. 20대 후반이나 30대 인터뷰 참여자를 찾는 것이 상대적으로 쉬웠고, 10대, 20대 초반 학생이나 40대 여성 이용자를 찾는 것은 상대적으로 어려웠다. 인터뷰 참여자들은 주로 작년과 올해 초 스마트폰과 트위터를 시작하였으며 이를 일상적으로 이용하고 있다고 말한다(〈첨부 1〉 참조).

9) 직업은 한국표준직업분류(2007년 6차 개정) 유형에 따라 분류하였다.

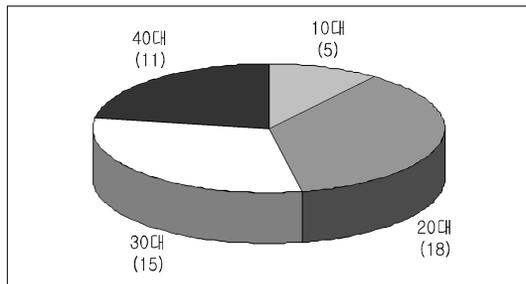
[그림 4-1] 인터뷰 참여자의 직업 유형



[그림 4-2] 인터뷰 참여자의 성별 구성



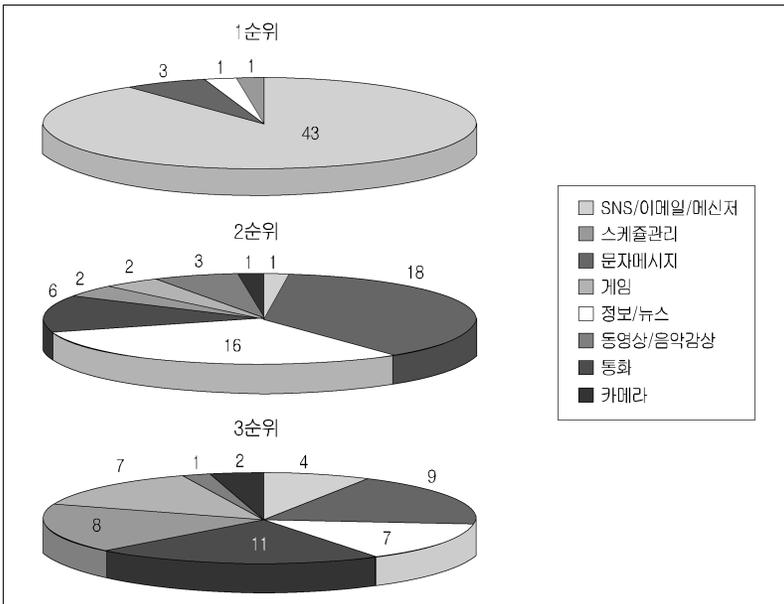
[그림 4-3] 인터뷰 참여자의 연령별 구성



기초 설문 조사에서 이들은 자신이 사용하는 스마트폰 기능의 1순위로 SNS/이메일/메신저(43명)를 꼽고 있다. 2순위로 많이 꼽은 것은 문자메시지(18명)이고 3순위

로 많이 꼽은 것은 통화(11명)이다. 많은 인터뷰 참여자들이 1순위로 SNS/이메일/메신저를 꼽은 반면, 한 사람도 통화를 1순위로 꼽지 않았다는 점은 주목할 만하다. 휴대전화에서 스마트폰으로 넘어오면서 가장 큰 이용 패턴의 변화가 바로 이점이 아닐까 생각한다. 기존 휴대전화 이용이 주로 통화나 문자 메시지를 중심으로 이루어졌는데, 스마트폰을 이용하게 되면서 SNS/이메일/메신저 등 인터넷에서 사용하던 커뮤니케이션 형식이 휴대전화의 주된 이용 내용을 이루고 있다. 이와 함께 정보/뉴스의 활용도 크게 증가한다. 인터뷰 참여자가 말한 주요 기능 2순위에서 문자 메시지(18명)에 이어 정보/뉴스(16명)가 주요 사용 기능으로 꼽히고 있다. 이것 또한 스마트폰을 통해 인터넷의 정보 공간에의 접속이 보다 활발하게 이루어지고 있음을 말해준다. 문자 메시지, 특히 통화의 상대적인 비중이 줄어들고 스케줄 관리나 게임, 동영상과 음악 감상 등 다양한 멀티미디어 기능과 어플리케이션이 활용되고 있다는 점을 주목할 만하다.

(그림 4-4) 인터뷰 참여자의 주요 스마트폰 이용 기능



인터뷰 참여자들은 다양한 계기를 통해 스마트폰을 이용하게 된다. 기존에 아이팟 터치나 PDA 등 멀티미디어 기능이나 인터넷을 활용할 수 모바일 기기를 사용하면서 “전화기능이 추가된” 모바일 기기를 갖고 싶어 했기에 스마트폰을 쓰게 되었다는 인터뷰 참여자들이 있고, 유선 컴퓨터로 트위터와 같은 SNS를 하다가 언제 어디서나 SNS에 접속할 수 있는 스마트폰을 갖고 싶어 했다는 인터뷰 참여자들도 있다. 인터뷰 참여자 각각 서로 다른 동기에서 스마트폰을 구입하고 이용하게 되었는데, 스마트폰을 쓰게 되면서 모바일 커뮤니케이션의 경험이 재구성되게 된다. 옹의 말처럼 기존 미디어의 기능이 폐기되지는 않지만, 서로의 상호관계 속에서 미디어 환경이 재구성되고 있다. 기존 휴대전화의 주요 기능이었던 통화와 문자 메시지가 여전히 사용되고 있지만, 스마트폰으로 다양한 커뮤니케이션 미디어가 매개되면서 기존의 통화 및 문자 메시지의 ‘의미와 적절성’이 변화하게 된다. 예를 들어, 통화를 즐기고 통화 대신 문자나 메신저 혹은 SNS로 주로 사용한다든지(P39), 문자 대신 메신저나 SNS를 사용한다(P30).¹⁰⁾

P30: 스마트폰 사기 전에 일반 휴대폰을 쓸 때는 문자를 많이 했어요. 한 달에 4천 건 정도 문자를 했어요. 친구들이랑 대화를 나누느라 그 정도 썼어요. 단답형이니까 생각보다 많이 쓰더라고요. 근데 스마트폰을 사고 나서는 기존의 트위터를 하는 것도 이걸로 하니깐 문자량도 많이 줄고 했어요.

스마트폰의 사용은 휴대전화의 모바일 커뮤니케이션 경험을 재구성할 뿐 만 아니라 일상적인 미디어 이용 경험도 재구성한다. 미디어 생태학자들이 지적하듯이 하나의 뉴 미디어는 단순히 생활 세계에 새로운 미디어 기능이 추가되는 것이 아니라

10) 인터뷰 참여자들에 대한 기본 정보는 <첨부 1>에 정리하였다. 예문에서는 개별 인터뷰 참여자를 P1, P2, P3... 식으로 표기하며 이들의 경험을 구체적으로 살펴보고자 한다. 이들의 경험담은 다양하고 개별적인 차이를 갖지만, 본 연구에서는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 경험을 징후적으로 읽어 볼 수 있는 사례를 예문으로 사용하였다. 이들 사례가 모바일 커뮤니케이션의 경험을 대표하거나 일반화시키는 근거가 된다고 볼 수는 없지만, 여러 인터뷰 참여자들에게 공통적으로 이야기되거나 공유되는 경험을 관찰해볼 수 있는 일종의 지표로서의 역할은 할 수 있다고 본다.

미디어 환경 전체를 변화시키고 이에 따라 미디어 경험도 재구성되게 된다. 스마트폰의 이용으로 유선 데스크톱에서 해왔던 트위터와 같은 SNS를 보다 많이 ‘수시로’ 하게 되는가 하면, 신문이나 유선 데스크톱과 같은 기존 미디어의 이용도 줄거나 다른 방식으로 이루어지게 된다. 예를 들어, 여러 인터뷰 참여자들이 스마트폰을 사용하게 되면서 SNS를 접속하는 빈도수나 시간이 늘어났다고 말하고 있다. 그런데 이렇게 스마트폰을 통해 인터넷의 커뮤니케이션 공간에 ‘언제 어디서나’로 접속할 수 있게 되면서 소셜 미디어에 대한 연결성을 확장되었지만, 유선 데스크톱의 이용이나 기존 이용 매체의 사용량은 상대적으로 줄었다고 한다. 뉴스를 스마트폰으로 매개된 SNS를 통해 접한다든지, 집과 같은 사적 공간에서 데스크톱이나 다른 미디어의 이용이 주는 대신 잠들기 전까지 스마트폰을 이용한다든지, 혹은 사무실과 같은 공적 공간에서의 사적인 컴퓨터 이용은 주로 스마트폰을 통해 이루어진다는 지 등 미디어 이용 경험의 변화가 일어난다.

P39: 현저하게 신문은 안 봐요. 그전에는 사무실에 가면 포탈 통해서 뉴스를 쭉 봤었는데 그걸 안 보게 되고 그냥 SNS를 통해서 쭉 타임라인을 훑어가면 중요한 뉴스가 탁 잡히더라고요. 더 빨리 그리고 더 정확하게 나름대로 시각을 갖고 얘기들을 해주고 있기 때문에 가장 빨리 제가 뉴스를 알게 돼서 기존의 포탈 뉴스라든가 이런 걸 안 보고 사람들이 친절하게 다 링크를 걸어주니깐 그거 들어가서 뉴스를 쭉 보면서 뭐가 이슈고 어떻게 돌아가고 있고 한다 해서 뉴스를 안 보는게 있고. 그 다음에 인제 안 보던 프로그램 같은 것들을 이걸 통해서 찾아서 보게 되고 그런 것들은 생기더라고요. ... 컴퓨터 사용 같은 경우도 거의 서핑을 잘 안 하는 것 같아요. 피곤하니까 사실은 일 하는 것 외에는 그 전에는 인터넷 들어가서 여기도 뒤지고 저기도 뒤지고 했는데 이제는 누가 떠주니깐 그것만 찾아 들어가도 사실은 바쁘니까 굳이 따로 많이 안 해요. 컴퓨터를 켜놓는 시간은 집에서 줄었어요. 집에서는 오히려 그전에는 집에 가면 컴퓨터 켜놓고 그리고 그 때는 없을 때니깐 트위터를 항상 열어놔야 했는데 이제는 그럴 필요 없으니깐 굳이 인터넷을 안 키고 있죠. 사무실에서는 일 할 때만 컴퓨터 하고, 이걸 항상 옆에다 두고 일 해요. 주위에서 그만 좀 하라고 해요. 이거(아이폰)는 완전히 개인용 인거고 컴퓨터는 전혀 요새는 개인적인 건 안 하게 되더라고요. 아이폰 생기고 나서부터는 안 하게 되더라고요. 그전에는 열심히 화면 열었다가 닫았다

가 조그맣게 해줬다 별 짓을 다 하다가 이제는 아예 (컴퓨터를) 안 들어가게 되요. 그냥. (하지만) 아이폰은 늘 컴퓨터에 꽂아놓고 수혈을 받고 있어요.

이동성과 사적 미디어로서의 활용성을 가진 스마트폰을 이용하게 되면서 개인의 미디어 경험이 재구성되고 있다. 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.

2. 융합미디어로서의 스마트폰 이용

스마트폰의 이용 동기를 보면, 다양한 미디어 기능을 내 손안의 모바일 미디어를 통해 편하게 사용하고 싶다는 소위 ‘하이퍼 미디어’에 대한 욕망을 스마트폰이 충족시키고 있다는 것을 알 수 있다. 스마트폰은 “아이팟 터치와 전화기”, “노트북과 휴대전화”, “PDA 다이어리와 책과 전화기”, “책과 TV와 영화와 컴퓨터와 전화기” 등을 합쳐놓은 융합미디어로 경험되고 있다.

P8: 제가 원래는 이걸로 음악을 들으면서 책을 따로 봤었는데, 요즘에는 그냥 E-BOOK을 다운 받아서 보기도 하고 TV 보다는 동영상 보는 시간이 조금 길어졌죠. 집에 있어도 TV를 안 켜고 아이폰에 있는 동영상을 봐요. 화면은 작긴 하지만, 예전에 컴퓨터에 영화 같은 게 있어도 안 봤어요. 뭔가 컴퓨터를 키면 뭔가 번거롭고 할 일이 많아서 안 봤는데, 요즘에는 영화를 다 아이폰용으로 인코딩을 해서 여기에 넣어서 봐요. 인코딩을 하는 게 수고스럽지만 저는 그렇게 아이폰에 넣어야 보게 되더라고요. 거의 집에 있으면 컴퓨터나 TV는 안 켜고 웬만한 건 다 아이폰으로 해요.

P28: 아이팟 터치랑 전화기랑 이렇게 2개를 들고 다니다 보니까 사이즈는 별로 차이가 안 나는데. 2개가 좀 합쳐졌으면 좋겠다 싶어서 아이폰을 오래 기다리게 됐죠. 나오자마자 샀습니다.

P44: 원래 이용하던 거는 PDA니까, 원래 PDA는 들고 다니는 다이어리니까. 다이어리하고 전화기하고 합쳤다고 생각하는 거죠. 책을 들고 다닐 때 제일 기분이 나쁜 게

뭐냐면, 목적지는 아직 30분을 더 가야하는데 책을 다 읽어버린 거예요. 그렇다고 두 세권을 넣어 다닐 수도 없고, 그런데 PDA에 넣을 수 있는 방법을 알게 되면서 수십 권을 넣어 다닐 수 있으니깐 편하죠.

스마트폰이 모바일 미디어이기에 주로 이동 중이나 틈새 시간 혹은 죽은 시간에 활용이 될 것으로 예상할 수 있지만, 실제 인터뷰 사용자들의 경험을 들어보면 이동 중 뿐만 아니라 항시적으로 이용하는 미디어로 자리 잡게 된다. 특히 “이것 하나로 모든 게 다 되는” 융합 미디어를 성격을 가지면서도 휴대가 가능하기 때문에, 항시적으로 이용되며 다양한 미디어 기능을 수행하게 된다. 스마트폰의 이용으로 중심으로 미디어 이용 패턴이 재편되고 있다. 많은 인터뷰 참여자들이 스마트폰을 이용하면서 미디어 이용 전반이 바뀌고 있다고 이야기 하는데, 특히 스마트폰이 다양한 미디어 기능을 하나의 미디어 기기로 구현가능하게 해주기 때문에 이러한 경험의 변화가 가능해졌다고 말한다. 그리고 스마트폰에 대한 미디어 의존도도 높아지게 된다.

P21: 일단 젊은 사람들은 친구들 사이에 ‘너 뭐해?’라는 말을 많이 주고받아서 메신저를 많이 쓰는 것 같아요. 그런 일상적인 이야기를 나눌 때 많이 쓰고, 페이스북에 먹는 사진 올리면 사람들이 반응을 해줘서 재밌어서 많이 하고요. 지하철 오래 타고 가면 심심하니깐 뉴스 보거나 트윗 하고, 동영상 보고 하는 편이에요. 또 공부하니깐 여기에 강의 넣어서 보고, 음악도 듣고 하고 싶은 것을 많이 하는 편이에요. 노트북으로 강의를 들어도 되는데 무거우니깐 여기에 조그맣게 넣어서 그냥 지하철이나 어디 서든지 볼 수 있으니깐 편해서 많이 써요. ..저는 TV는 별로 안 봤고 책은 읽던 편인데 잘 안 읽게 되더라고요. 자기가 보는 책을 관리해주는 어플리케이션이 있어요. 내가 무슨 책을 보기 시작했는지 트위터에 알려주는 것이 있어서 그걸 해서 전자 E-BOOK으로 바뀌서 읽으려고 생각 중이에요. 뉴스는 인터넷으로 많이 봤었는데 아예 안 보게 되더라고요. 저는 뉴스 어플을 깔면 많이 볼 줄 알았는데 의외로 트위터에서 얘기를 빨리빨리 들을 수 있으니깐 뉴스 어플을 깔아놓고 안 써요. 플래너로 다이어리를 썼었는데 이제 안 쓰게 됐어요. 이거 하나로 다 되는 것 같아요.

P43: 이거 하나로 모든 게 다 된다는 거. 아까 적기도 했지만 다른 옛날에는 뭘 하려면 이 매체, 뭘 하려면 이거, 이걸 나눠쓰던 걸 이제 그런 걸 굳이 나눠서 사용을 안

하게 되는 거죠. 메일도 그냥 이걸로 보고 인터넷도 그냥 이걸로 접속을 하고 그니깐 사실 별로 그걸 사용하는 횟수가 줄어들게 되고, 예전에 MP3를 따로 갖고 다녔지만 그것도 따로 안 갖고 다니고 그런게 많이 달라졌어요. ... 회사 PC는 너무 방화벽이 쳐져있어서 저희는 퍼블릭 메일을 볼 수가 없어요. 회사 메일밖에는 메일 사용이 안 돼요. 인터넷은 접속이 되지만 단지 그냥 검색, 뭐만 띄웠다 하면 액세스 뜨니까요. 메신저 자체가 없어요. 특히 은행 같은 경우는 워낙 보안이 그렇다보니깐 PC가 그냥 할 게 없어요. 집에서 예전에는 데스크탑은 서재에 있고 노트북을 썼는데, 이걸 쓰다보니깐 어떤 습관이 생기냐면 PC를 키고 부팅이 되고 이런 시간조차 짜증이 나는 거예요. ... 집에서 그냥 혼자 하나만 들고 왔다 갔다 하면 웬만한 건 다 할 수 있으니까. 생활이 이제 뭐가 바뀌었냐고 말씀하셨는데, 없으면 불안하죠. 옛날에는 없이 살았던 부분이지만 지금은 없이는 도저히 그 순간에 여러 가지가 아무것도 할 수가 없는 너무 내가 아무 것도 할 수 없는 그게 제일 큰 변화 같아요.

P45: 사무실 컴퓨터에 음악을 따로 깔아서 듣는 게 귀찮아서, 애(스마트폰)를 연결해서 음악을 들어요. 전화도 쓰지만, 그냥 사무실 컴퓨터는 내 거가 아니잖아요? 이것저것 깔아놓기엔 위험부담이 있다 보니까, 음악 같은 거는 여기다 놓고. 항상 계속 음악을 듣는 거는 아니니까 사무실에서는 애를 음악 듣는 용도로 쓰죠.

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. 인터뷰 참여자들은 기존의 유선 컴퓨터에서는 특정 장소에서만 인터넷에 접속할 수 있어 인터넷을 계획적으로 이용하거나 특정한 기대감을 가지고 이용하게 되는데, 스마트폰을 통해 언제 어디서나 인터넷 접속이 가능하게 되면서 오히려 사용에 대한 특정 기대감은 줄어들고 습관적으로 틈만 나면 시도 때도 없이 이용하는 ‘습관성’ 이용 혹은 ‘게릴라성’ 이용이 늘어나게 된다고 말한다. 또한 스마트폰은 주변 미디어 환경에 따라 개인 용도에 맞는 맞춤형 미디어 기능을 수행함으로써 미디어 이용의 다중화를 가져온다. 스마트폰은 특정한 미디어 기능을 담당하기 보다는 그때그때의 상황이나 주변미디어 조건에 따라 다양한 미디어 역할을 유연하게 수행하게 된다. 공적 미디어 환경에서는 여타 미디어와 병렬적으로 공존하며 사적인 미디어 기능을 수행

하기도 하고, 여타의 미디어와 연동되어 미디어 경험을 확장하기도 한다. 융합미디어로서의 스마트폰은 미디어 경험의 다중화와 확장 그리고 상황에 유연한 활용을 가능하게 해주었다.

제 2 절 모바일 소셜 커뮤니케이션의 다중화

스마트폰이 기존의 통화와 문자뿐만 아니라 컴퓨터 및 인터넷을 통해 매개되던 다양한 말의 형태를 다룰 수 있게 해줌으로써, 이용자들은 소위 ‘트랜스 미디어 리터러시’ 라는 다중 미디어 이용의 능력을 이동 중에도 가질 수 있게 된다. 토마스과 동료 연구자들(Thomas et. al., 2007)은 트랜스 리터러시를 “신호보내기(signing)와 구성에서부터, 필기, 인쇄, TV, 영화, 그리고 디지털 소셜 네트워크에 이르기까지, 플랫폼, 도구, 미디어 등을 넘나들며 읽고, 쓰고 상호작용하는 능력”이라고 정의한다. 트랜스 리터러시라는 용어의 원래 의미는 다른 언어의 글자에 가장 가까운 단어나 글자를 쓰거나 인쇄하는 일종의 음역/번역의 행위를 가리키는데, 이들은 이 용어를 통해 말이 소통되는 방식이 기존의 방식과 연속성을 가지며 다변화하고 있음을 시사하고자 했다. 이들은 미디어의 역사를 단선적인 발전 과정으로 보지 않고, 기존 미디어 이용 양식이 새로운 미디어 환경 속에 사라지는 것이 아니라 잔존하며 다중적 커뮤니케이션 양식의 일부를 구성한다는 시각을 취한다.

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 새로 모바일용으로 제공되는 각종 미디어 서비스를 함께 사용하는 것을 볼 수 있다. 다만 앞서 살펴보았듯이, 각 미디어의 비중과 활용 정도는 달라진다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 하면서 사람들은 각종 미디어 기능을 넘나드는(moving across media) 트랜스 미디어 경험을 하게 된다. 대화 혹은 유사 대화가 통화나 문자 메시지뿐만 아니라 메신저와 SNS를 통해 이루어

지고 이용자들은 다양한 차원의 대인 커뮤니케이션을 전개시켜나갈 수 있다.

P38: 스마트폰이 생기면서 일반 문자가 아니라 인터넷 문자(와치앱 등)로 의사소통을 많이 하게 되고요. 통화보다 그게 더 많은 것 같아요. 급할 땐 전화를 하게 되고요. ... 와이파이가 되는 지역에서는 왓치앱으로 문자니깐 그게 되는 것 같고, 물론 스마트폰 사용자이기 때문에 일반 문자 메시지의 사용이 줄긴 했죠. 돈이 드는 일반 문자 메시지. 근데 스마트폰 이용하는 사람들끼리는 와치앱을 많이 이용해서 이야기하는 것 같아요. 급한거 아니면 트위터로 이렇게 보내기도 하고 페이스북도 그런 기능이, 쪽지 기능이 있으니까요.

P49: 저는 애초부터 통화보다 문자 메시지를 많이 사용했었는데, 문자 메시지를 대체할 수 있는 게 많아지는 거죠. 트위터도 그 역할을 하지만, 카카오 댓글이라던가 왓치앱이라던가 그런 거를 많이 하게 되고, 일단은 먼저 그걸 쓰는 거 같아요. 문자 메시지보다 1순위로 다이렉트 메시지고. 그게 안 되면 전화로 문자를 보내죠. 그것도 안 되면 통화를 하고...

터클(Turkle, 2008)은 소셜네트워크나 모바일 기술이 발달하면서 “매인 자아(tethered self)”라는 새로운 현상이 생겨났다고 말한다. 그는 우리가 흔히 “휴대전화로 연락해”, “온라인이나 메신저로 연락해”라고 말하는데, 이는 ‘언제나 접촉 가능한(always-on/always-on-us)’ 상태를 유지시켜주는 커뮤니케이션 기술을 통해 네트워크에 얽매이게 된 상태라고 본다. 과거에는 ‘연결되어 있음(On)’의 온라인 세계와 ‘연결하지 않음(Off)’의 오프라인 세계가 따로 존재한다고 가정했다면, 최근의 기술 발달은 언제나 연결된 상태를 만들어주고 있다. 스마트폰을 통해 통화와 일반 문자를 대체할 다양한 소셜 커뮤니케이션 서비스가 등장하고 SNS에 손쉽게 접속할 수 있는 애플리케이션이 등장하면서 이렇게 ‘매인’ 상태가 보다 일상화되었다고 볼 수 있다. 통화나 문자의 이용은 줄었는지 모르지만, 다른 소셜 커뮤니케이션 서비스에 대한 이용이 늘어나면서 항시적인 연결 상태나 ‘매인’ 상태를 유지시켜 준다. 이러한 상태는 통화와 문자뿐만 아니라 모바일 메신저, SNS, 이메일 등 다양한 소셜 커뮤니케이션 채널을 통해 다중적으로 연결된 ‘하이퍼컨넥션(hyperconnection)’ 상태라고 할 수 있다. 이용자들은 다양한 소셜 커뮤니케이션 미디어를 넘나들며 개인적 용도 및 상

황에 따라 사용하고 있다.

P25: 저 같은 경우는 사람마다 생활이 있어서 카페생활, 동호회생활, 메신저생활, 이메일생활, 직장생활, 사회생활, 개인적인 대학 생활 등 같이 저는 쉬는 걸 별로 안 좋아해서요. 메신저는 메신저대로 그 부류가 있고, 페이스북은 페이스북대로 그 부류가 있고, 트위터는 트위터대로 그 부류가 있고 그런 식이에요. 트위터 부류 같은 경우는 대부분 모르는 사람들 팔로잉하니까 몰라도 편히 어떤 얘기가 오고가는지, 요즘 뭐가 올라오는지, 화두 이슈가 되는 것들 사람들이 여기저기 가설들도 올리고, 정보들 올리고 하니까 보고, 그런 것들 하나씩 보고 내 생각은 어떤데 생각해 보고, 이것도 맞은 맞는 것 같다고 생각해보고 그래요. 트위터에서 페이스북 쓰시는 분들도 계시고, 페이스북은 약간 교집합 같은 그런 분위기예요.

P39: 저 같은 경우는 이 아이폰이라는 게 기존의 전화기, 단순히 내가 전화를 걸고 받고 하는 그런 기능이 아니라 세상과 나를 연결해주는 매체라는 생각을 하게 되거든요. 저 같은 경우 아까 시작도 트위터 때문에 시작을 했다고 했지만 SNS를 하게끔 해주는 중요한 매체가 되더라고요. 그러니깐 말 그대로 실시간, 24시간을 내가 누군가와 연결이 되어 있다라는 생각을 하게 해주더라고요. 오히려 바쁘고 그러니깐 사람들과 못 만나고 사람들과 자꾸 단절된다고 들었던 생각이 이걸 하면서 아주 실처럼 가늘게 연결되어 있죠.

P40: 일단은 생활에 굉장히 큰 영향을 주고 있어요. 단순한 전화기로서 사용하는 기능보다 일단은 하다못해 문자를 주고받는 것도 문자를 쓰기 보다는 왓치앱이라든가 구글톡이라든가 이런 메신저들을 더 많이 사용하게 되니깐 그런 이용하는 어떤 비용이라 그래야 되나, 그런 것에 있어서도 데이터 사용량이 늘어나는 거죠. 메일 확인하는 것 그런 식으로. 일단 업무가 밖에 나가 있으면 안 되던 것들이 다 이동을 하면서 되니깐 굉장히 재미도 있고, 또 트윗을 요새는 사실은 열심히 못하기는 하는데 한참 또 재밌게 할 때는 사람들과 소통관계도 훨씬 통했던 것 같고.

스마트폰이 매개하는 소셜 커뮤니케이션이 많아지면서 개인은 다양한 소셜 커뮤니케이션 채널을 활용할 수 있게 된다. 자신이 이야기하고 싶은 사람과 상호작용할 수 있는 커뮤니케이션 채널을 선택할 수 있고 여러 채널을 통해 자신과 대화를 원하는 사람에게 응답할 수 있다. 실시간 커뮤니케이션이 가능함으로써 사람들이 모이

고 대화하고 흠어지는 행위가 즉흥적으로 이루어질 수 있고 개인은 자신의 커뮤니케이션 목적에 맞는 ‘최적의’ 커뮤니케이션 채널을 선택해 대화를 나눌 수 있다. 자신의 모바일 기기를 통해 다수의 소셜 커뮤니케이션 채널을 갖게 되면서, 개인은 소셜 커뮤니케이션 채널의 용도를 구분하여 사용할 수 있다. 채널이 갖는 연결성의 성격(예를 들어, 대화자에게 접근하는 방식, 피드백의 형식이나 속도 등), 대화자의 성격(사적으로 친한 사람, 특정 미디어 공간에서만 친한 사람 등), 이용의 목적 등에 따라 특정 채널을 선택해 사용할 수 있다. 소셜 커뮤니케이션 채널을 의도적으로 이용하건 상황에 따라 우연하게 이용하건 이용자들은 스마트폰을 통해 다양한 커뮤니케이션 채널을 옮겨가며 하이퍼컨넥션의 상태를 유지하게 된다.

제 5 장 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간의 형성: 트위터 이용 사례를 중심으로

제 1 절 커뮤니케이션 양식: 유사 청각적 공간의 형성

1. 말하기와 듣기의 양식

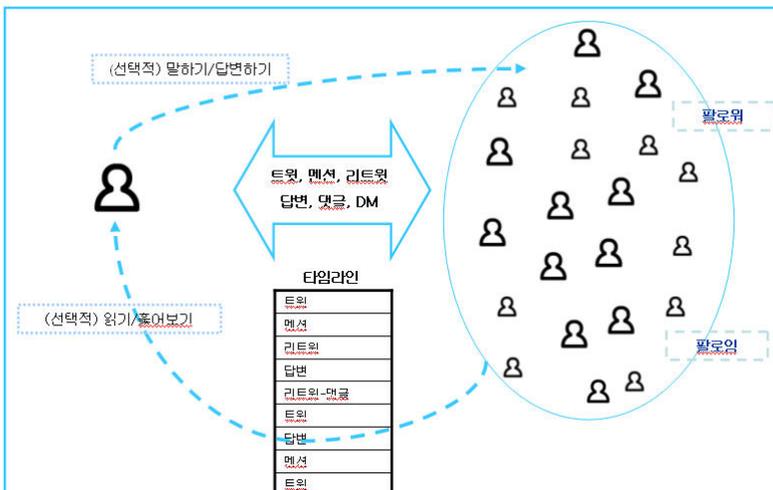
트위터(Twitter)는 140이내의 단문 메시지를 실시간으로 주고받을 수 있는 마이크로 블로그이다. 스마트폰로 매개되는 대표적인 모바일 소셜 커뮤니케이션 형식 중의 하나로서, 인터뷰 참여자들의 모바일 소셜 커뮤니케이션에 큰 비중을 차지한다. 이용자는 ‘무엇을 하는지’ 혹은 ‘무슨 일이 있는지’에 관한 최신 메시지나 정보를 자신을 좇는 사용자(팔로워, follower)에게 포스팅하거나, 자신이 관심을 갖는 상대를 팔로잉(following)하며 상대의 메시지를 실시간으로 읽어볼 수 있다. 트위터는 140자라는 단문형 마이크로 블로그이기 때문이기에 이용자들이 읽고 쓰기의 부담을 덜 수 있고 기동성과 신속성을 갖춘 모바일 기기와 연동되기 쉽다. 스마트폰의 이동성과 휴대가능성은 마이크로 블로그에 메시지를 실시간으로 올리거나 받아보는 행위를 손쉽게 해줄 수 있도록 해준다.

트위터가 겉으로 보기엔 비대칭적인 일대다 커뮤니케이션 양식으로 보인다. 개인이 자신의 팔로워들을 상상하며 개인의 단문 메시지를 써서 올리고 또 자신이 팔로잉하는 사람들의 글을 ‘구독’하여 읽어보는 형식을 띄기 때문이다. 단문 형식이고 네트워크의 연결성을 통해 실시간적인 포스팅과 읽기가 가능하기 때문에 상호작용적인 대화와 유사할 수 있다. 이용자는 자신이 관계를 맺는 사람들의 메시지를 실시간으로 확인하여 그 자리에서 답변을 올릴 수 있고, 리트윗(Retweet, RT)를 통해 자신의 팔로워들에게 자신이 읽은 메시지를 손쉽게 전달할 수 있다. 다른 사람이 쓴 글에 댓글(Reply)을 달 수 있고, 특정인에게 직접 쪽지 메시지를 전달(Direct Message:

DM)할 수 있으며, 해쉬태크(#)를 붙여 해당 집단에 글이 노출될 수 있도록 할 수 있다. 단순한 방송(broadcasting)이 아닌 일대일, 일대다, 다대다 커뮤니케이션이 가능하고 커뮤니케이션의 방향도 일방향적인 성격에서 그치는 것이 아니라 쌍방향적일 수 있다.

실제 쓰고 읽기 행위는 순차적으로 이루어지는 비동시적 문자 커뮤니케이션이지만 실시간으로 메시지를 전하거나 교류할 수 있다는 점에서 대화의 느낌을 가질 수 있다. 문자 메시지가 ‘의사-동시적(near-synchronous)’ 커뮤니케이션을 가능하게 해 준 것처럼(Rettie 2009), 트위터도 의사-동시적 커뮤니케이션을 가능하게 해준다. 비동시적이지만 자신의 생각이나 느낌을 즉각적으로 표현할 수 있고, 누군가의 메시지나 답변을 즉각적으로 볼 수 있기 때문에 실제 대화에 가까운 동시적인 커뮤니케이션을 할 수 있다. 실시간으로 단문을 주고받고 의사-동시적 커뮤니케이션을 할 수 있다는 점에서 메신저나 문자 메시지와 유사하다고 볼 수 있지만, 이들 미디어와 다른 점은 무엇보다 연결 대상이 보다 광범위할 수 있고, 개인 혹은 집단 혹은 대중 등 다양한 수준의 ‘대화’가 가능하며, 또한 메시지의 전파력이 훨씬 클 수 있다.

[그림 5-1] 트위터 커뮤니케이션



인터뷰 참여자들은 트위터에서 메시지를 올리는 행위를 글쓰기보다는 말하기로 인식한다. 문자로 커뮤니케이션되지만 인터뷰 참여자는 메시지를 살아있는 현재와 함께하는 말로서 경험한다. 물리적으로 목소리를 내는 공간이 아닌 목음의 문자 커뮤니케이션 공간이지만, 구술의 역동성을 유사하게 느끼는 ‘유사-청각적(near-aural)’ 공간으로 경험한다. 각자가 올린 단문 혹은 마이크로-서사(micro-narrative)가 네트워크로 연결된 이들에게 실시간으로 전파되고 이들의 즉각적 반응이 마이크로블로그에 역시 단문 형태로 올라오면서 타임라인이 길어진다. 개인이 올린 단문에 답변이 달리거나 리트윗의 형태로 다른 사람에게 전달될 수 있고 댓글이 달릴 수도 있다. 이렇게 단문에 살이 붙는 과정으로 통해 커뮤니케이션에의 집단적 참여가 이루어진다. 팔로잉하는 사람의 메시지를 받아본다는 것은 그 사람이 말하는 사안에 귀를 기울이고 대화에 관여할 준비가 되었다는 것이고 다른 사람이 올린 정보로 나의 팔로워에게 전달하는 리트윗은 단순한 메시지의 복사나 재방송이 아니라 그 사람의 관심사나 생각에 동조한다는 것이다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 서로에 대한 관심의 표현과 동조가 빠른 속도로 이루어지고 그 내용이 타임라인에 축적되면서 대화의 느낌을 가질 수 있다.

P7: 거기에 대한 내용을 제가 제시를 하기보다는 그 분야에 계신 분들이 글을 먼저 올려주시면 제가 그 부분에 대해서 의견을 덧붙여요. 리트윗을 하게 되면 두 사람과 대화를 하지만 리플라이를 하게 되면 여러 사람들과 같은 내용을 갖고 대화를 할 수 있으니까, 한 분이 글을 올리시면 거기에 어떤 사람이 살을 붙이고 또 붙이고 해서 2~3시간 후에 그 내용을 보게 되면 완전히 한 문장이 되어 있는 경우도 많아요.

P33: 미니홈피나 이런 건 집 같은 개념이잖아요. 내가 손님을 초대하려면 집을 꾸미고 신경 쓸 게 많잖아요. 스킨도 깔고 사진도 올리고 댓글도 달고 해야 돼서 귀찮고 시간이 많이 들잖아요. 그래서 즐거워서 한다기 보다는 어떻게 보면 손님을 초대하는 게 좋기도 하면서 부담스럽기도 하잖아요. 약간 그런게 있어요. 근데 트윗은 정말 아무것도 없이 그냥 나가서 노는 거잖아요. 그래서 광장 같은 느낌이 있다고 생각해요. 내가 이 사람이랑 이야기하고 있다가 지나가는 다른 사람이 듣고 끼어서 같이 이야기할 수 있고 약간 오픈되어 있잖아요. 메신저랑은 다른 게 메신저는 제가 이미 허용한

사람만이 이야기 할 수 있는 거잖아요. 이미 친구인 사람만이. 근데 트위터같은 경우는 친구가 아니었던 사람이 친구가 될 수도 있거든요.

인터뷰 참여자들이 트위터에 끌리는 이유 중의 하나는 그것이 단문 메시지 시스템이어서 기존의 미니 홈페이지 블로그처럼 시간과 노력을 들여 꾸밀 필요가 없다는 점이다. 자신을 꾸며야한다는 부담감 없는 반면, “광장”에서처럼 지나가면서 이 사람 이야기를 듣기도 하고 같이 끼어서 이야기를 나누는 커뮤니케이션의 재미를 느낀다고 말한다. 네트워크의 연결성을 통해 실시간으로 상호반응을 보일 수 있게 됨에 따라, 인터뷰 참여자들은 자신의 메시지에 대한 상대방의 반응을 암묵적으로 기대한다. 글을 올린다는 행위가 말하기의 행위로 인식되면서 개인이 올리는 독백체의 메시지는 불특정 다수를 향한 방백체의 메시지일 수 있고 대화의 잠재성을 갖는 대화체의 메시지일 수 있다. 개인이 혼자말의 글을 올리더라도 누군가 답변을 남길 수 있고 또 이러한 답변에 정서적 위안을 얻을 수 있다. 또 타인의 관심이나 반응이 즉각적으로 없을 때 섭섭함과 소외감을 느끼기도 한다. 트위터를 통한 커뮤니케이션이 저자와 저자 혹은 저자와 독자 사이의 대칭적(symmetrical) 커뮤니케이션이라고 볼 수 없지만, 상호 반응이 가능하게 함으로써 독백이 단순히 독백으로 끝나는 것이 아니라 대화를 유도할 수 있다. 따라서 독백은 타인의 시선과 관심을 의식한 혹은 피드백의 가능성을 가진 ‘상호반응지향적’ 혹은 ‘관계지향적’ 독백이라고 할 수 있다.

P32: 제가 바이오를 담당하게 ‘밤에 잠들기 전에 기도하는 마음으로’라는 뜻으로 대괄호로 이렇게 해놓고, ‘신은 뭘까?’ 이러면서 주절주절 하는 글을 막 올렸거든요. 처음에는 사람들이 싫어할 줄 알고 소심한 마음에 혼자 잠들기 전에 이거를 썼는데, 이걸 기다리는 사람이 있는 거예요. 찾아본다고 하고, 재밌게 보고 있다고 어느 시간 때에 하냐고 재밌다고 하는 사람도 있었어요. 혼잣말이 혼잣말이 아닌거죠. ... 스마트폰이기 때문에 실시간으로 답변을 바로바로 해야지 안 그러면 좀 성실하지 못한 사람으로 하니까요. 그래서 한동안 내가 너무 트윗에 얽매어있다고 생각해서 정리할 겸 트윗을 안 했어요. 그랬더니 사람들이 트윗을 떠나신 줄 알았다고 하면서 막 그러시더라고요. 무슨 일 있냐고 하더라고요.

선의 특성과 많이 유사하다.

P39: 뭔가 다른 얘기를 하다가 얘가 잘못 쓴 거야. 그 흐름상 분명 잘못 썼다는 걸 알지만 내가 그것만 보고 ‘그거겠지?’ 이러면서 내가 개가 오타를 친 걸 내가 알면서도 ‘그거겠지?’ 뭐 이런 식으로 물음표를 했더니 원래 했던 말은 묻히고 내가 쓴 것만 사람들이 RT를 계속 쳐갔고... ‘그렇게 야한 말을 하시면 어떡하나’고. 마치 내가 쓴 것처럼 되어버렸어. 이제는 당혹스럽지도 않고 그냥 그러려니 하고 이리다 말겠지 해요. 빠르게 지나가 버린다는 걸아니깐 그냥 가는 거죠 뭐.

P47: 그게 시간대에 따라 다른 거 같아요. 아침에 하면 별로 없는데, 저녁 때 뭐 내일 양평에 가는데 맛집 좀 추천해주세요 이러면 진짜 많이 추천해주세요. 비용이랑 주소랑 전화번호 등등..

스마트폰을 통해 언제 어디서나 트위터를 할 수 있게 되면서 접속이 원활해지고 항시적인 접속 상태를 유지할 수 있다. 그럼으로써 사람들은 트윗을 “배경으로 듣는 (background listening)” (Crawford 2009) 상태를 유지 할 수 있게 된다. 이러한 배경 듣기는 물리적 공간을 함께 하지 않는 타자와 현재의 상황을 공유하는 감각을 느낄 수 있고 타자와 의사-동시적 커뮤니케이션을 할 수 있도록 해주는 중요한 커뮤니케이션의 조건이 되고 있다. 실제로 몇몇 인터뷰 참여자들은 트윗에 접속하거나 타임라인을 보는 경험을 라디오 청취에 비유하여 설명하고 있다. 문자를 읽는 행위가 저자가 쓸 때와는 전혀 다른 ‘마음의 프레임’에서 ‘과거의 지금’을 혹은 저자의 목소리를 상상하는 것이라면, 트윗을 읽는 행위는 듣기 행위와 유사한 것으로 인식되고 있다. 일종의 ‘귀’를 열어놓은 상태라고 할 수 있다. 이용자들은 스마트폰과 연동된 마이크로블로그에 지속적으로 글을 올리고 다른 사람이 올린 글을 훑어보면서 청각적 공간 안에 머물게 되며 ‘주변에 비가시적인 소셜 커뮤니케이션 공간감(a sense of invisible ambient social space)’을 갖는다. 이러한 공간은 물리적 공간을 넘어 타자에게 열려 있고 연결을 기다리는 공간이다. 일상에서 가상적 소셜 커뮤니케이션 공간에 참여하게 되고 항시적인 연결성을 유지하게 된다.

P47: 저는 그 때는 진짜 누가 이렇게 새로 팔로우하는 사람이 생기면 그냥 무조건

다 팔로우로...지금은 근데 오히려 사람들이 많아졌잖아요? 서로 팔로우 팔로우가 둘 다 많아지니까 그게 오히려 더 안 되더라고요. 그전에는 아 이 사람이 어저께는 이런 얘기를 했으니까, 오늘은 이런 얘기를 하네 하면서 관심을 갖고, 뭐 그래서 내일은 어찌네 이런 식으로 했는데 지금은 타임라인이 너무 복잡하니까 진짜 저도 확확 라디오처럼 그렇게 쓰게 되더라고요. 내가 보면 보고, 안 봤으면 모르고 이런 식으로..

P44: 그거는 그냥 흘러가는 메모리니까, 가끔가다 마음에 드는 꽃잎이 떨어져 나가는지 찾아보는 거지. 굳이 죽자고 지나간 걸 다 보겠다 그런거 안돼요.

P47: 저도 라디오처럼 컷을 때 그 노래를 듣는 것뿐이에요.

P44: 좋아하는 노래가 나오면 호응을 하는 거고..

P46: 그런 게 제일 재밌는 것 같아요. 내가 끌리는 것, 거기에 바로 반응하고 거기에 대한 반응이 오고 새로운 가치가 뻗어나가고..

이러한 배경 듣기는 트위터 커뮤니케이션에서 중요한 의미를 갖는다. 이것은 타인에 대해 관심을 갖는다는 것이고 이러한 관심은 리트윗, 댓글, 답글 등 직접적인 반응으로 이어질 수 있다. 라디오처럼 자신의 물리적 공간 안에서 배경음으로 틀어 놓고 있다가 자신이 관심을 갖는 사람의 글이나 자신에게 관심을 보이는 사람의 글을 선택적으로 주목하고 이러한 선택적 관심과 반응을 통해 친근감을 형성할 수 있다. 이러한 듣기는 단순한 듣기가 아니라 복합적인 성격을 갖는다. ‘흘러듣기’와 ‘귀 기울이기’, ‘빠르게 훑어 보기’와 관심을 갖고 ‘따라가며 읽어보기’ 등 청각적이면서 시각적이고, 이러한 시청각의 경험도 올라오는 글이나 상황에 따라 반응적으로 이루어진다. 팔로워가 많아지고 타임라인에 수많은 글들이 시시각각 올라오면서 이용자들은 라디오에서 흘러나오는 메시지를 그냥 해석이나 이해의 시간을 갖지 않고 스쳐지나가거나 흘려보낸다. 이러한 흘러듣기를 통해 개별적인 메시지는 자세히 보진 않지만 당시 집단의 분위기를 느낄 수 있다. 그러다가 귀에(눈에) “딱” 들리는(띄는) 메시지에만 관심을 갖는다. 이러한 듣기 행위는 현재 중심적이고 가변적이다.

P30: 이렇게 딱 뜨면 여기에 있는 한 면만 봐요. 뭔가 여기서 느껴지는 게 있으면 딱 보고

P31: 네, 그냥 분위기가 어떤지 보고 자기 트윗 날리고, 그리고 다른 사람 트윗보고 맨션할 거 있으면 맨션 날리고 그래요.

트위터의 커뮤니케이션 공간은 정보 교류의 공간과 소셜 커뮤니케이션의 공간이 혼성화된 공간이다. 어떤 인터뷰 참여자들은 개인에게 필요한 정보를 구하기 위해 트위터를 사용하기 시작했다고 말하는 반면, 다른 인터뷰 참여자들은 새로운 사람을 만나기 위해 트위터를 사용하게 되었다고 말한다. 트위터를 시작하게 된 동기는 사람마다 다르지만 이용자들이 트위터를 일상적으로 사용하면서 트위터는 이들이 사회적 상호작용을 하면서 정보를 얻을 수 있는 소셜 네트워킹 도구의 기능을 하게 된다. 정보 교류와 사회적 상호적 상호작용이 거의 동시에 이루어지는 정보망이면서 관계망이라고 볼 수 있다.

P12: 제가 볼 땐 여기 게시는 분들은 거꾸로 같아요. 저 같은 경우도 왜 이렇게 트위터에 열광하고 몰입 하나면, 나름대로 자기들의 직업 세계에 몰입되어 있고 인간관계가 다 제한되어 있어요. 그러면서도 그 안에서 군중 속의 고독이 있어서 외로운 거예요. 여기 들어와서 자기 직업군이 없는 사람들이 모두 모여서 대화를 나눠보면 다들 외로운 거예요. 옛날에 우물가에 모여서 옹기종기 이야기하는 것처럼 그것을 하기 시작한 거예요. 그러면서 급속도로 그 공동체성을 회복하면서 여기에 들어오면 다형, 동생이 많은 거예요. 그것을 열심히 하다보니깐 ‘어? 뉴스도 있네.’ 이렇게 된 거거든요.

P29: 저는 트위터를 하면서 친해지면서 정보도 얻고 하거든요. 제가 아는 분도 트위터를 정보를 얻기 위해 하시는 분들도 계시고 등등. 뭐 하면서 사람들도 만나고 뜻밖은 계기에 도움이 되는 사람들을 만나는 경우도 있어요. 최근에 그런 경우가 몇 번 있었는데요. 오늘도 되게 좋은 분 한 명 만나서 팔로어 했는데, 지식도 얻고 인맥도 쌓고 좋은 것 같아요.

트위터 커뮤니케이션에서 서로 글로써 관심을 표명하고 글을 나누는 상호작용을 ‘대화’가 아니라 ‘말을 섞는다’라고 표현한다. 타임라인을 보면 여러 사람들이 쓴 글이 실시간 순차적으로 올라오기 때문에 특정인과 나는 메시지가 다른 상관없는 메시지가 함께 공존할 수 있다. 말을 섞는다는 것은 과편적으로 올라와 있는 수많은 타인의 글 가운데 특정인의 글에 관심을 갖으며 귀를 기울이고 대화를 한다는 의미

를 갖는다. 서로에 대한 관심이 말쑤기로 이어지고, 이러한 말쑤기는 다시 이들이 서로에 대한 신뢰와 친밀성을 공유할 수 있는 정서적 네트워크를 형성할 수 있는 밑거름이 될 수 있다. 글을 안올려도 수시로 지켜보고 때에 따라 반응과 관심을 보이며 말을 쉬게 되면서, 대화가 이루어지게 되고 서로를 알게 되며 친밀감을 형성할 수 있는 기초적인 경험을 축적해간다.

2. 커뮤니케이션 양식의 혼성화

트위터 커뮤니케이션이 스마트폰과 같은 모바일멀티 미디어로 매개되면서 갖게 된 가장 변화 중에 하나가 링크를 통해 자신이 찍은 이미지를 올릴 수 있다는 점일 것이다. 이를 통해 트위터의 단문이 영상과 함께 혼성화된 텍스트를 선보일 수 있고 휴대전화의 카메라 기능은 과거와는 다른 커뮤니케이션 기능을 수행할 수 있게 된다. 사진 블로거를 연구한 코헨(Cohen, 2005)은 사진 블로그를 유지한다는 것 자체가 사진을 찍는 주요 동기가 된다고 말한다. 다시 말해, 웹에서의 활동이 사진을 찍고, 편집하고 전시하고 리뷰하는 행위의 배경이 된 것이다. 인터뷰 참여자들 역시 코헨이 말한 사진 블로거와 비슷한 경향을 보이고 있다. 다시 말해, 마이크로 블로깅 활동이 이들의 사진 찍기 행위의 주요 동기 중 하나가 되고 있다. 스마트폰을 통한 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 사진 찍기와 온라인에 사진 올리기 사이의 시간적 갭이 사실상 없어졌다고 볼 수 있다. 사진 찍음과 동시에 트위터에 올리고 이야기를 나눌 수 있게 된 것이다.

P16: 요새는 길 가다가 재밌으면 트위터에 올리려고 찍죠. 먹는 사진도 엄청질 하려고 찍어서 올리고 하죠. .. 생각해 보면 트위터에 올리려고 사진을 찍어요. 기존의 휴대폰은 사진을 올리려면 통신사에서 나온 프로그램을 깔고 컴퓨터로 옮겨야 되고 또 하다가 잘 안 되면 짜증나고 하면 그냥 사진들이 휴대폰에 찍는 거죠. 페이스북을 제가 하는 데 그건 계속 사진을 찍어서 올리는 거예요. 내가 오늘 뭐 했고 어디서 뭐하고 놀고 있고 이렇게요. 올리는 것뿐만 아니라 메신저에도 올리죠.

P34: 과거 휴대폰으로 찍은 사진은 그냥 소장용이고 아이폰으로 찍어서 올리는 건

인증샷이죠. ‘맛있는 거 먹으러 갔어요’, ‘나 여행갔어요’ 하는 인증샷이죠.

과거의 포토블로거들이 자신이 찍은 사진의 저장, 편집, 선택, 업로드에 많은 시간과 노력을 들인 반면, 마이크로 블로거는 스마트폰으로 찍은 사진을 그 자리에서 웹에 올릴 수 있다. 사진찍기 행위가 마이크로 블로깅의 커뮤니케이션 맥락으로 들어오면서 커뮤니케이션 행위와 거의 동시에 이루어질 수 있게 된다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 위해 사진을 찍게 되면서 사진은 나의 말을 배경처럼 듣고 있는 ‘청취자’와의 현재 진행 중인 혹은 기대되는 커뮤니케이션을 위한 매질의 역할을 할 수 있다. 찍는 순간 모바일 소셜 커뮤니케이션의 맥락에 들어올 수 있게 됨으로써 사진은 과거가 아닌 현재의 시간 프레임에서 전시될 수 있다. 많은 인터뷰 참여자들은 스마트폰으로 사진을 찍어 트위터에 올릴 때 “현재”의 시제로 보여준다. 다시 말해, 자신이 현재 상황이나 행위를 보여주는 도구로 활용한다.

P2: 요즘은 거의 현장검증용, 음식사진 찍어서 올리고. ‘저 삼겹살 먹어요’하고 삼겹살 사진찍어서 올리고. 옛날에는 사진을 컴퓨터로 옮겨서 ‘삼겹살 먹었어요’ 과거형이었는데 요즘은 현재형이 되버린거죠. ‘저 삼겹살 먹어요’ 이렇게. 찍고 나서 바로 올려버리니까.

P35: 상대방에게 말로 설명하라고 하지 않고 이미지로 찍어서 캡처 해서 보내라고 하는 식으로. 아이폰이 캡처가 되잖아요.

사진이 기록하는 시간은 항상 과거이다. 사진은 과거 특정 순간을 포착하여 보여주기 때문에, 바르트(Barthes, 1977; 1981)는 사진이 대상의 “거기 있었음”과 “지금 여기에서의 부재”를 증거한다고 말한다. 버거(1982) 역시 사진을 찍는 순간 사진의 시간이 멈추고 이러한 시간적 비연속성 때문에 사진의 의미가 모호하다고 말한다. 사진이 담아내는 대상은 자신이 속해있던 시공간의 맥락에서 분리되어 한 순간 혹은 흔적만을 보여주기에 이러한 과거의 시공간적 맥락에 대한 지표가 될 수 있다. 그런데 스마트폰의 연결성이 사진 찍기와 사진 보기의 시간적 갭을 줄여주면서, 마이크로 블로거들은 자신의 현재 경험을 드러내는 수단으로 사용할 수 있게 되고 사진을 보는 사람은 이들의 현존이나 현재적 경험의 맥락을 나타내는 지표로서 읽을

수 있다. 물론 사진에 찍힌 대상의 순간(instant)은 사진을 찍는 동시에 사라지지만, 사진은 마이크로 블로거의 현재 느끼고 있는 감정, 생각, 경험, 현황 등을 나타내고 사람들의 관심과 공감을 이끌어낼 수 있다.

P4: 밥 먹을 시간에 사진을 올리면 나는 아직 못 먹었는데, 나는 점심도 못 먹었는데 이렇게 올릴 거냐 이러면서 반응이 뜨거워요.

P20: 사진도 내 기록을 저장하기 위해서 많이 썼지만 아이폰을 쓰면서부터는 SNS를 시작하는 시기라 남한테 업로드를 해서 보여주기 위해서 그런 용으로 써요. 원래는 그렇게 찍지도 않았는데 이제는 이게 사진 찍는 게 재밌어 지고 남들이 반응 올리고 즐거워하고요. 기존의 휴대폰보다 더 재밌게 즐길 수 있는 것 같아요.

P21: 항상 사람들 배고플 시간에 맞춰서 사진을 딱 올리는 거예요.

인터뷰 참여자들은 사진을 통해 자신이 현재 경험하고 있는 시공간적 경험을 물리적으로 부재하는 트윗 ‘청취자’들에게 전해준다. 이러한 사진은 종종 대화를 불러일으키는 촉발제 역할을 한다. 사람들은 이러한 잠재적 대화를 위해 ‘때에 알맞은’ 사진을 찍어 올리고, 개인의 행위를 집단 앞에 인증하는 ‘사진찍기 의식(rituals)’에 참여하게 된다. 사진은 마이크로 블로거들의 자신의 현재 상황에 대한 시각적 지표를 제공하고 시공간의 일부를 이미지로 가시화시키면서 화자의 현존감을 가상적으로 전달하는데 일조할 수 있다. 사람들이 공간적으로 떨어져있는 화자의 시공간을 일부 볼 수 있고 이러한 맥락에서의 그의 행위와 느낌을 전달 받으면서 화자의 상황과 경험을 공유할 수 있으며 가상적인 공존감을 느낄 수 있다. 시간의 연속성으로부터 떨어져 나온 고립된 순간은 과거, 현재, 미래를 포함하는 지속의 시간이 아니며 의식이 존재하지 않는 공간의 파편일 수 있지만, 시간의 흐름에 따라 올라오는 사진은 사진이 지시하는 시간의 성격과 특이성을 말해주며 이용자들이 지금-여기의 느낌을 공유할 수 있도록 만들어준다. 날씨의 변화에 따라 올라오는 하늘 사진은 당시의 기상적 특이성에 대한 공동의 감흥을 자아낼 수 있고, 때 마다 올라오는 음식 사진은 일과의 리듬이나 해당 시간대의 특성을 공유할 수 있도록 해준다. 선거 날 사람들이 투표소를 방문하면서 찍어 올린 개인의 사진들은 그날의 역사적 사건을

기록하면서도 여기에 함께 참여하고 있다는 집단 감각을 느끼게 하는데 기여할 수 있다. 사진이 현재를 묘사하고 공유되는 시간의 경험을 공간화해내기 때문에 상황적이고 화자의 지금-여기를 공유하고 공존감을 갖게 하는데 일조할 수 있다. 이때 사진은 기억을 위한 기록 수단이 아닌 대화와 표현의 매개체로서 사회적 교류를 위한 ‘말’의 일부를 구성한다. 그리고 말과 이미지가 서로 유기적으로 연결되어 발화자의 현존감이나 인상을 형성해간다.

제2절 ‘나’와 ‘너’의 현존성

1. 매개된 자아(The Mediated Self)

모바일 소셜 커뮤니케이션에서 ‘나’와 ‘너’는 말을 통해 매개된다. 서로 물리적으로 부재한 가운데 말은 ‘나’와 ‘너’를 드러내는 기호이다. 여기서 말은 네트워크상에 자신을 드러내는 행위이자 연결되어 있음을 나타내고, 더 나아가 실제 자아에 대한 현존감을 느끼게 해준다. 또한 사회적 관계를 맺기에 앞서 상대방을 탐색해보는 참고물이 되기도 한다. 또 말로 매개되는 ‘나’와 ‘너’는 반응하는 자아이기도 하다. 자신의 정체성이 타인과의 관계 속에서 형성되고 타인의 반응을 통해 자신의 명성이 구축된다. 그래서 매개된 ‘나’는 네트워크로 연결된 자신의 청자들을 염두에 두고 자신을 연출하거나 표현할 수 있다. 독백체의 글을 올리더라도 보이지 않는 배경의 청자들이 볼 것이라는 점을 의식한다.

P5: 저는 어차피 제 블로그 글이 그 쪽으로 가니까 블로그 성향이 트위터에 그대로 이어지는 편이에요. 저는 블로그에서 블룸버그, 축구 관련된 잡스러운 이야기를 많이 하고 이미지가 축구 유니폼으로 되어 있다 보니까 자연스럽게 시작되고 또 쉽게 말을 걸어주고, 주변 사람들을 통해서 이미지가 형성이 돼요. 제 주변에 어떤 사람이 있는냐에 따라서 저의 이미지가 생긴 것 같아요.

P10: 은연중에 많이 드러나요. 저는 가끔 장난으로 그 사람이 생각 할 시간을 안 주고 답변이 오면 바로 대답하고 계속 하거든요. 블로그는 쓰면서 아니라고 하면 지우

거나 올려놓고도 다시 수정할 수 있는데, 블로그는 딱 엔터를 치면 아니라고 딜리트 눌러도 이미 RT되고 있고 본 사람이 답변을 날리기 때문에 저는 어떤 사람을 파악할 때 타임라인을 하루 정도 다 봐요. 어떤 말을 남겼는지, 그 사람의 소문이 안 좋더라도 제가 안 봤기 때문에 그렇게 확인을 해요. 확인을 하고 그런 여지가 있다거나 아니면 아닌데 괜찮은 사람이라고 확신은 안 해도 반 정도는 그렇게 생각을 해요.

P49: 결국은 그 사람이 표현이 되요. 그대로 트윗을 통해서. 암만 자기가 자기 본 모습을 속이고 포장을 하더라도 그 페이지가서 들어가보면 그 사람이 보여요. ... 저는 그게 모순이 있는 것 같아요. 왜냐하면, 트윗을 누군가 얘기하고 싶어서, 말하자면 일기인데 가상의 독자가 읽는 일기를 쓰는 거잖아요. 그러면 어느 정도 자기가 수위를 조절할 것 같거든요. 자기 모든 속내를 까발리는 게 아니라, 남이 좀 봐줬으면 하는 심정이 있다고 생각하거든요.

한편 모바일 소셜 커뮤니케이션에서 ‘너’는 특정 개인에서부터 집단 그리고 대중에 이르기까지 해당 시스템을 통해 사회적 관계를 맺고 있는 모든 사람이라고 할 수 있다. 트위터에서는 나에게 팔로우를 신청한 사람이 나의 글을 나누는 ‘너’가 되고 또 나는 내가 팔로우를 신청한 사람의 ‘너’가 된다. 상대방의 허락없이 팔로우를 하려면 글을 받아볼 수 있고 네트워크의 형성이 가능하다. 이러한 ‘너’는 글로 표현된 ‘나’의 말을 실시간으로 들어보는 청취자이자 구독자이다. 옹은 물리적으로 현존하는 ‘너’는 함께 함으로써 타자성을 성찰해보고 서로의 내면을 이해해볼 수 있다고 볼 수 있다고 하는데, 여기서는 ‘너’는 물리적으로 부재하고 다양한 수준과 범위의 ‘너’로 상상될 수 있다. ‘상상의 수용자(imaginary audience)’로서의 ‘너’는 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. 이러한 ‘너’에는 개인이 오프라인에서 알게 된 또래나 아는 사람에서부터 개인이 게시하는 표현물에 관심을 공유할 수 있는 사람 그리고 SNS의 연결의 연결을 통해 들어온 낯선 이들에 이르기까지 다양한 사람들이 포함되는데, 이러한 ‘너’ 역시 커뮤니케이션의 상황에 따라 말로써 자신을 드러내고 대화에 참여하게 매개된 자아이다.

이러한 ‘나’와 ‘너’가 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 현실 자아와 동떨어진 새로운 자아 이미지를 창출하거나 계획적인 인상관리를 하기가 쉽지 않다. 유사 창작적인 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 개인은 상황에 따라 사적인 모습을 공격적으로 보여주기도 하고 특정인과 나눈 대화나 메시지에 대한 실시간 반응이 고스란히 공개된다. 이러한 말들이 지속적으로 노출되고 더 나아가 검색가능하게 되면서 개인의 인격에 관한 이미지가 개인이 의도했던 의도하지 않았던 형성되게 된다. 이에 따라 ‘실재의 나’와 ‘매개된 나’ 그리고 ‘사회적으로 반응하는 나’가 구분되기 어려울 만큼 겹쳐져 있으며 스마트폰의 모바일 소셜 커뮤니케이션은 이것의 경계를 더욱 허물고 있다.

P11: 절반은 농담이고 나머지 절반의 반은 또 장난이고요. 사람을 하루를 속일 수는 있지만 한 달을 속일 수는 없어요. 자기가 어떠한 이미지 메이킹을 하려고 할 수 있지만, 길게는 그렇게 못해요. 길게 이야기 하는 사람들을 보면 그 성격이 드러나는 것 같아요. 오프라인 나가서 만나보면 그 사람이 맞거든요. 어떤 말이 왔을 때 대응할 때 나 블로그와 다르게 트위터는 순간적으로 대응하다 보니깐 이미지 메이킹도 그렇게 없고 생각나는 대로 바로 솔직하게 이야기 하는 것 같아요. 100% 솔직하다고 생각은 하지 않지만, 그래도 어느 정도 어디 뒤에 숨어서 한다는 이미지가 있어서 조금 더 솔직해 지는 것 같아요.

P45: 그런데 저는 대체적으로 그 사람이랑 얘기를 하다가, 이 사람이 만날 사람인지 아닌지를 금방 알아요. 그렇지 않으면 그 사람을 안 만나요. 140자 이야기 속에서 딱 느껴지는 거예요. 짧은 몇 마디 속에서 금방 간파가 돼요. 안 맞는 사람은. ... 트위터에서 이 사람을 눈치 채는 게 되게 어려운 일 같지만, 그렇게 어렵진 않아요. 결과적으로 자기가 쓰는 글이 자기이기 때문에 확 다르진 않아요. 정말 이중인격자 아닌 다음에야 자기가 쓰는 글이랑 사람이랑 완전히 극과 극일 수는 없어요. ... 과거 통신 시절에는 일반 사람이 쓰는 사람의 위치를 쉽게 찾아낼 수 없었죠. 지금은 함부로 못 써요 이렇게. 실명제도 됐고, 옛날 같은 경우에는 그렇게 쓰면 정말 익명이 되어버리는 거예요. 옛날에는 주민등록번호 도용에 관해서 따로 경찰이 수사 같은 거를 안했어요. 자기네들도 잘 모르는 부분에 대해서는 수사를 못했었던 거죠. 사실은 그래서 옛날에는 익명성이 보장됐다면 보장된 거예요. 내가 아이디를 쓰고 있지만, 이 이름을 여자

이름으로도 가입을 했었어요. 주민등록번호만 있으면 이름은 아무거나 다 쓸 수 있거든요. 옛날에는. ... 그런데 지금은 비밀이란 게 없다보니까 내가 만약에 가서 욕을 한다면, 잘못 욕하면 자기 정보가 다 공개가 되어버리는 그런 세상이 되어버린 거예요. 지금은 그렇게 하기가 사실 좀 힘든 거예요. 만약에 내가 가서 잘 모르는 사람인데 막 뭐라고 얘기를 했어. ... 이사람 안 찾아오겠어요? 찾아온다고요. 지금은 이런 걸 아는 사람뿐만 아니라, 정말 많은 사람들이 ip 만으로도 사람을 찾아내고, 그리고 지금 사이버수사대니 뭐니 이런 거 많이 생겨가지고, 옛날같이 않죠. 그러니까 사실 지금은 실명제가 되다보니까 사람들이 글을 쓸 때 그렇게 현실과 동떨어지게 쓰지는 않죠.

모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서는 말이 행위이자 화자의 현존을 나타낸다. 파편적인 단문의 말이나 상대방의 반응이 축적되어 그 사람의 정체성을 형성해갈 수 있다. 하지만 말로써 한 사람의 이미지를 고정시키고 낙인찍을 수도 있다. 많은 사람들과 사회적 관계를 맺을 수 있게 해주는 네트워크의 연결성을 통해 효율적이고 역동적이며 유희적인 커뮤니케이션을 할 수 있지만, 나와 너의 물리적 부재가 갖는 근본적인 한계를 극복하진 못한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션의 유사 청각적 공간이 갖는 실시간성이나 동시성은 나와 너의 현존감을 어느 정도 느낄 수 있게 해준다. 하지만 여전히 서로가 물리적으로 부재한 상태에서 말로만 매개된다는 점에서 서로에 대한 거리를 완전히 좁히지는 못했다. 서로에 대한 물리적 그리고 심리적 거리감이 전형화된 이미지를 만들 수 있다. 이러한 이미지는 개인의 브랜드가 되어 상호작용을 촉진시킬 수 있지만 개인의 평판에게 부정적인 낙인을 찍을 수도 있다.

P4: ○○○은 치킨으로, ○○는 점호로 브랜드화되는 경향이 있어요.

P17: 경력이 4~5년 이상 되는 사람들과 비슷한 수준으로 어떤 대화를 하고 토론이 진행되다 보니까 발 없는 말이 천릿길 간다고, 미묘한 부분에 대해서 올려 버리면 이미지에 대해서 박혀버려요. 논쟁이 있는 이슈는 그냥 올리면 되는데, 확실하게 옳고 그름이 있는 것을 내가 잘못 올리면 이미지에 그것도 모르냐고 박혀버리죠.

옳은 서로의 인격을 발견해주는 나-너의 대화를 통해 전형적인 이미지가 극복될 수 있다고 이야기하는데, 모바일 SNS 공간에서의 대화는 상황적이고 지금-현재 중심적이면서도 텍스트의 형태로 축적되고 보존되기 때문에 개인에게 부여된 전형

적 이미지가 쉽게 사라지지 않는다. 과거의 말이나 행적이 고스란히 남아 개인의 평판을 구성하고 개인이 누구인지를 판단하는 직접적인 참고 자료가 될 수 있다. 한번 타임라인에 올라온 메시지는 시위를 떠난 화살처럼 되돌이킬 수 없을 뿐만 아니라 언제든지 현재의 맥락으로 불러들일 수 있다. 느슨하게 연결된 이용자들은 타임라인에 축적되고 고정된 말을 통해 서로를 상상함에 따라 말로 인해 낙인된 이미지는 지속될 수 있다.

2. 심리적 근접성(proximity)의 형성

스마트폰을 통해 항시적인 접속 상태를 유지하고 수시로 상대의 이야기를 훑어보거나 ‘말을 섞다’보면 심리적으로 가까워지고 서로에 대한 친밀감을 형성할 수 있다. 인터뷰 참여자들은 자신의 말에 맞장구치는 사람이 있다는 사실에 존재감을 확인받고 즐거움을 느끼는가 하면 말이 ‘통’하는 사람을 찾기도 한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 시간과 장소에 상관없이 상대의 실시간 글을 접할 수 있고 그 사람의 최신 상태에 대한 정보를 얻을 수 있을 뿐 만 아니라, 항시적 연결성 통해 말을 주고받는 빈도가 높을 수 있다. 항시적으로 연결된 현존성과 매개된 공존감이 심리적인 거리감을 줄여줄 수 있다.

P30: 오프라인에서 만나는 경우는 지역과 시간에 국한이 되어있고, 사회생활을 하는 직장인 같은 경우는 직책에 국한이 되어있고요. 근데 트위터는 한 광장에 모여서 아무 때나 이야기를 하니깐 훨씬 더 대화를 많이 할 것 같아요. 기존의 만나는 사람들은 자기가 일 하는 중간에 사이사이에 사람을 만나서 말을 하는 거니깐 별로 없는데, 트위터는 일단 자기가 들어가서 이야기를 막 하다가 나오는거니깐 대화시간도 길고 친밀도도 높지 않을까 생각해요.

P39: 근데 그 ‘안녕하세요’ 한 마디에 그게 된다는 게 너무 신기한게. 예를 들어, 오프에서 만난 사람들은 저 같은 경우 특이한 케이스가 영국에 있는 진영이라는 친구가 처음에는 그렇게 말을 안 하다가 그 친구가 영국에 유학을 가 있는데 뭐 음식을 해먹는데 보니까 그 올렸어요. 올렸는데 좀 안 되보여서 제가 뭘 넣고 뭘 넣고 해서 끓여 먹으면 어떠냐고 그렇게 먹는 것 같고 얘기 하다가 그렇게 주고받고 하다가 얘가 저

를 언니라고 불러도 되냐 해서 친해졌고 전공이 제가 이런 쪽을 하니깐 관심을 갖았는데, 나중에 얘기를 하다보니깐 같은 띠 였던거예요. 그니깐 12살 아래 친군데 저는 12살 아래라고 하니깐 어리다고 생각을 해서 ‘너처럼 젊고 어리면 얼마나 좋겠냐’고 하니깐 ‘언니, 저도 먹을 만큼 먹었어요,’ 그게 맞더라고요. 그렇게 친해졌는데 얼굴도 한 번도 못 봤는데 얘가 한국에 방학 때 들어왔는데 어제 전화가 왔더라고요. 서울에 오면 얼굴 보기로 했는데 그런 것들이 제가 생각해봐도 너무 신기한 거예요. 한 번도 얼굴을 본 적도 없고 그냥 사진을 통해서만 잠깐 봤던 거고 그렇게 잠깐 맨션을 한 건데도 개랑 통화하는데 정말 알던 애, 너무너무 오래 전에 알던 애랑 통화하는 것처럼 온갖 얘기 다 하고, 너 아프지는 않냐 뭐 영국은 추운데 괜찮았냐고 하니깐 지도 얘기를 어찌구 저찌구 술술술 얘기를 하더라고요. 그런걸 보면서 이게 참. 개랑 나랑 참 맞는 케이스고 희한하게 트윗에서 그렇게 아다리가 딱 맞는 사람들을 전 많이 만났어요.

굳이 의미 있는 정보를 교환하지 않더라도 서로의 안부를 물어보거나 상대의 글에 대한 지속적인 반응을 보이며 사회적 연결 상태를 유지하면서 서로에게 보다 나가갈 수 있다. 네트워크의 연결성을 통해 나는 내의 일상적 관심이나 활동에 대해 끊임없이 이야기 할 수 있고 상대의 최근 상태나 관심사에 대해 늘 들을 수 있다. 매일 매일 서로에 이야기에 실시간으로 노출이 되고 지속적으로 의례적인 안부 인사를 전하며 서로 말을 섞을 수 있다. 이러한 일상적 교류가 축적되면서 서로에 대해 친밀감을 형성해나갈 수 있다. 아침마다 올리는 “트친(트위터 친구) 여러분 좋은 하루 보내세요”라는 안부 인사는 의미를 전달하는 말도 아니고 특별히 상대방의 의미 있는 대답을 기대하며 물어보는 질문도 아니다. 하지만 네트워크 공간에 현존하면서 연결 가능의 상태를 유지하는 나의 모습을 상징적으로 드러내며 함께 공존한다는 느낌을 가질 수 있게 한다. 의례적인 말을 통해 가상적인 공존의 상태를 유지하고 상대와의 커뮤니케이션을 열어두게 되는 것이다. ‘항시적인 연결 상태’를 유지해주는 네트워크를 통해 과거에는 시공간적으로 가능하지 않았을 가상적 만남과 이야기와 듣기 및 말하기를 할 수 있게 된다. 그러면서 말을 주고받는 것만으로 심리적인 가까움을 느끼고 서로에게 익숙해지게 된다. 별 의미는 없지만 관계 유지를 위해 중요한 안부 인사가 일상적으로 이루어지고 무엇을 하는지 혹은 무슨 일이 있는지에 관한 업데이트가 계속해서 이루어지면서 서로에 대한 친밀감이 형성되어 간다.

P15: 이것이 아무것도 아닌 것이 아닌 게 트위터에서 85%가 밥 먹었냐고 물어본다고 해요. 실제로 제가 전화해서 밥 먹었냐고 못하잖아요. 대신 이러한 도구가 있다는 것이 좋은 거예요. 이분한테 전화해서 좋은 오후 되시라고 할 수는 없잖아요. 그게 매일 할 수 없고 어려운 건데 트위터가 이걸 해결해 주는 거죠. 저는 그런 측면에서 이것이 굉장히 좋은 툴이고 그 이상 좋은게 뭔지 모르겠어요. 그 역할이 제일 소중한요. 평소에 전화로 문자로 하기 힘들지만 트위터에서는 쉽게 던지는 거잖아요. 실제로 톡톡 던지는 것이지만 생각해서 던지는 거잖아요. 제가 팔로잉하는 모든 사람들에게 밥 먹었냐고 물어보지는 않지만 하는 분들이 있어요. 오프에서 뵈거나 느낌이 좋은 분들이나 어차피 사람은 유유상종이니까요. 그런 측면에서 트위터를 정말 좋아해요.

P24: 자기는 봐주는 사람들이 계속 있고 실시간으로 관심을 가져주고 멘션을 준다는게 사람을 빠져들게 하더라고요. 제가 뭘 하나를 살짝 사진이나 올려도 누군가가 관심을 갖고 말 한마디 해주는 거에 재미가 있고, 트위터가 누군가가 나에게 멘션을 준다는거에 그거 하나에 빠져나오지 못하는 것 같아요.

P13: 근데 일단 전문적인 분야를 이야기 하는 것이 아니라 아주 사적인 관계에서 신뢰가 쌓여야지 그 다음부터 진전이 되는 거잖아요. 처음에는 ‘프로필 예쁘시네요.’ 그리고 아침 인사를 하면 ‘우리 같이 잘 지내봅시다.’하면서 말을 트는 거죠.

안부를 나누고 상대의 글에 즉각적인 반응을 보여주면서, 혹은 상대에게 관심을 나타내는 말을 표현하거나 ‘말 섞기’의 즐거움을 같이 하면서, 서로에게 가깝게 다가가고 친밀감을 느끼기 시작한다. 말이 전달하는 내용이나 정보 자체보다는 서로에게 관심을 가져주고 서로 함께 할 수 있다는 것 자체가 놀라움과 매혹으로 다가간다. 물론 이렇게 말을 통해 친밀감을 형성해나가는 행위는 트위터에서만 이루어졌던 것은 아니다. 네트워크를 통해 서로에 대한 연결이 가능해졌던 PC 통신 시절부터 모르는 사람과 ‘말’로 만나 친해졌다는 사례를 심심치 않게 찾아볼 수 있다. 그동안 온라인 연결성은 사람들이 서로 관계를 맺는 방식에 영향을 미쳐왔다. 그런데 이용자가 언제 어디서나 (이동하면서도) 실시간으로 이야기할 수 있는 모바일 소셜 커뮤니케이션이 가능해지면서 하이퍼컨넥션의 상태를 늘 유지할 수 있게 된다. 정해진 관심사를 공유하거나 일정 시간을 할애하여 연결 상태를 유지하는 것이 아니라 일상적으로 늘 지켜보고 의례적인 말을 주고받으면서 친밀감을 형성하게 되는 것이다.

P31: 사람이 친해지는데 말만한 게 없는 것 같아요.

P28: 커뮤니티나 이런 거는 자기가 목적을 갖고 매일 접속해 있지는 않잖아요. 아까도 뭐 퇴근하고 나서 한 번 들어가 본다 던가 그런 식인데 트위터는 사실 건수로 따질 게 아니라 지켜보고 있다. 그 사람이 무슨 말을 하는지 계속 계속 24시간 지켜보고 푸쉬가 오고 나한테 말을 거는 느낌이고 계속계속 하잖아요.

P35: 나는 트위터로 누구 만나거나 그런 게 갈라지는 것 같아. 옛날에 하이텔이나 통신으로 채팅하던 때 사람을 많이 만났는데 그 때랑 지금이랑 달라진게, 그 때는 모임이니까 만나야겠다는 생각이 있었고 그리고 만나서 똑같은 주제로 얘기할 만한 것이 정해져 있었고. 근데 여기는 만나야한다는 부담감도 없고

P43: 트위터에서는 기술이 필요 없잖아요. 다른 동호회 활동이나 모임 활동에서는 내가 뭔가를 가지고 있어야 하던가 뭔가를 해야하는데 ...

모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 서로에 대한 관심과 친밀감이 쌓이다가 오프 모임으로 이어지기도 한다. 오프 모임에서 자신이 관심을 갖고 지켜보던 사람이나 말을 섞었던 사람을 실제로 만나면서 보다 끈끈한 사회적 관계로 발전시켜갈 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서 형성되었던 사회적 관계는 피상적이고 방관자적 관계에서 혹은 상황적이고 임기응변적으로 형성된 관계 혹은 서로의 감정과 생각을 심도 깊게 공유하는 관계에 이르기까지 다양할 수 있다. 그런데 연결 상태가 유지되어 있기 때문에 종종 ‘만나자’라는 제의가 손쉽게 이루어진다. 타임라인에는 사람들의 물리적 위치나 심리적 상태에 따라 오프라인 미팅에 대한 제의가 끊임없이 이루어진다. 트위터를 통해 서로의 글을 지켜보거나 말을 나누어보면서 이미 서로에게 친숙해져있기에 처음 오프라인 만남에서 가질 수 있는 심리적인 부담을 덜 수 있다. 오프라인 미팅은 트위터 상에서의 대화를 보다 활성화시키고 친근감을 더해 주는 사회적 ‘촉매제’ 역할을 할 수 있다. 오프 모임은 온라인 모임의 연장이자 온라인 만남을 활발하게 유지시키는 역할을 하고 항시적인 연결 상태를 유지하게 만드는 또 다른 요인이 된다. 연결된 현존 상태가 오프 모임을 활성화 시켰다면, 다시 오프 모임이 연결된 현존 상태를 유지하게 하는 동력이 된다. 사람들은 온라인과 오프

라인을 오가며 함께 하는 시간을 가지면서, 서로에 대한 신뢰감과 심리적인 근접성을 더욱 느끼게 된다.

P11: 제가 대구에 있다가 올라 와서 서울에 친구들이 있지만 그 친구들 보다 트위터에서 알게 된 친구들을 더 많이 만났어요. 스마트폰을 갖게 되고 트위터를 하면서 알게 된 분들을 만나는 시간이 정말 많이 늘었어요. 스마트폰을 들고 있으면 계속 푸시 메시지가 오잖아요. 어디냐고 하고 여기로 와라는 식으로 해서 많이 만나고요. 또 트위터에서 놀다가 한 번 만나자고 해서 만난 적도 있고, 행사에서 만난 적도 있고요. 그리고 퇴근해서 무심코 트위터를 봤는데 어디서 무슨 세미나가 있다고 하면 그 쪽으로 가서 만나기도 하고요. 저는 즉흥적으로 하는 것 같아요. 예전에는 계획을 해서 주말에 무엇을 하고 회사에서 일 하시는 분들과 술 한 잔하고 했는데 요즘에는 직장 내에서 술을 잘 안 마셔요. 멀리 나가서 트위터 하시는 분들하고 술을 마셔요. ... 예전에는 트위터를 통해서 정보를 얻는 것이 먼저였어요. 대구에 있으면서 서울에 매주 올라왔거든요. 저 사실 저 나름대로 욕심이 있어서 세미나도 하고 컨퍼런스 같은 것들 보러 왔다가 저녁에 몇 분 연락해서 만나고 다시 내려가고 했거든요. 지금은 오히려 세미나 이런 것은 평일이라 안 가게 되고 주말에 있어도 잔다고 바쁘다고 하고 저녁에 술 먹자고 하면 나가요. 만약 자기가 뭔가 얻으려고 들어왔으면 더 얻을 것이 없으면 끝나는 거죠. 저 같은 경우는 그것 보다 아는 사람들이 계속 하니깐 같이 머무르고 각자 집에 가서 얘기하고 낮에도 얘기하고 그게 재밌어서 계속 남아 있는 거예요.

P16: 보통 친구는 내가 내 할 일을 하다가 시간이 나면 만나는 거잖아요. 근데 이건 아침부터 저녁까지 내가 뭘 했는지 다 얘기하고 또 만나서 술 마시면서 그 얘기 하죠. 어떤 분이 트윗에서 하고 싶은 얘기를 이미 하고 저녁에 오프에서 만나서 그 얘기를 하려고 했는데, 우리가 이미 그 상황을 알고 있어서 오프에서 만나서는 상황 설명 없이 그냥 깊이 있는 얘기에 바로 들어가는 것 같아요.

오프 모임은 계획해서 만나는 모임이 있고 상황에 따라 즉석에서 제의가 이루어지기도 한다. 특히 계획하지 않은 즉석에서의 만남은 모바일 소셜 커뮤니케이션이기에 때문에 가능할 수 있다고 본다. 타임라인에서의 글을 통해 이미 심리적 근접성을 갖고 있는 가운데, 지리적으로 가까이 있다거나 만나고 싶다는 글이 올라올 때 직접적인 만남이 이루어질 수 있다. 특히 실시간 지리적 위치나 근접 상태를 알려주는

다양한 수단, 예를 들어, 포스퀘어나 사진, 친구의 위치 정보 알리미 등을 통해 지리적 근접성이 알려지면서 서로 만나고 싶은 마음을 부추길 수도 있다. 특정 활동이 이루어지는 물리적 현장에 함께 있다는 정보를 알게 되면서 곧장 만남이 이루어지기도 하고 상황에 대한 정서와 느낌을 공유하는 사람들끼리 서로의 주된 활동 공간이 지리적으로 가깝게 있다는 사실을 알게 되면서 ‘동네’에서의 만남을 계획 하기도 한다. 스마트폰으로 위치 정보를 알게 되면서 지리적 근접성을 가늠할 수 있고 이러한 지리적 근접성과 심리적 근접성이 교차하면서 직접적인 만남이 이루어진다.

P30: 트위터하는 사람이 주변에 사니깐, 근방에서 사람들을 정말 많이 만나요. 만날까 해서 그냥 만나고 해요. 저는 반말보다는 경어를 쓰는 걸 좋아해서 써요. 존댓말을 쓰던 반말을 쓰던 학원 끝나면 만나는 거죠. 제가 ‘저 학원 끝났어요’ 하면 ‘어? 어디세요? 저 11시 45분에 끝나요’ 이러면 ‘저 몇 시에 끝나는데 여기서 기다릴게요’ 하면 만나서 2시간정도 이야기하고 해요. 근처에 있다가 만나면 만나는 것도 번개죠. 또 재밌는 경험이 있었어요. 제가 지하철을 탔는데, 여기 에어컨 너무 잘 나온다고 너무 좋다고 했어요. 트윗에 위치가 찍히니깐 그걸 보고 지금 같은 지하철 같은데 해서 몇 칸에 계시냐고 해서 진짜 몇 칸에서 만난 적이 있어요. 그런 경험도 있어요.

P35: 그건 정말 모르겠어요. 아 타이밍이요. 시간때요. 지금 어디 가서 저녁을 먹고 싶은데 시간이 없어 그래서 딱히... 그래서 배고프시면 저녁이나 드세요~ 이래서 나가서 만났어요. 지역이 비슷해요. 제가 논현이었고 그 사람 사무실이 논현이었으니깐 저녁 먹으려고 하니깐 같이 드실분은 오세요~ 이러니깐 배고프니깐 그냥 아무 생각 없이 나갔지.

P32: 예전에 홍대에서 트위터에서 친한 사람이 포스퀘어에서 친구추가를 하니깐 제가 홍대에서 밥을 먹으러 가서 포스퀘어를 찍었는데 ‘언니 어디야’ 이렇게 하니깐 ‘나 어디’라고 하면서 포스퀘어를 보다가 ‘우리 만날까’해서 만나고 해요. 전에 어떤 오빠가 홍대 저기를 찍어서 저희가 한 번 보자고 해서 갑자기 만나고 그런 경우는 있어요.

P38: 제가 얼마 전에 강릉에 영화제에 갔는데, 트위터에 사진을 몇 개 올렸어요. 그랬더니 어떤 분이 ‘저 여기 있어요’ 이러는 거예요. 근데 그 분하고는 맨션을 한 동안 쉬었던 사람이었거든요. 약간 진지한 적당한 이야기를 몇 번 했던 분인데 ‘저 여기에

와있어요’ 하길래 깜짝 놀랐어요. 어디냐고 했더니 부스 앞에 있다고 하더라고요. ‘와~ 신기하다’. 그래서 그 분이 또 트위터를 통해서 다른 분을 소개해서 같이 ‘좋지 아니한가’ 영화를 봤는데요. 그 영화 기획·제작 하신 분인데, 그 분을 만났어요. 그래서 인사하고 영화를 하는 사람들끼리 커뮤니티가 금방 만들어졌어요. 그러면서 영화하는 사람을 소개시키니깐 저한테 뭐 했냐고 하면서 아~ 그래요 하면서 다 알죠. 영화계가 워낙 좁으니깐 누구 알고 누구알고 이렇게 되는거예요. 신기하다고 하면서 다음에 또 보자 했죠. 신기하죠..

모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 지속적인 연결의 상태가 유지되면서 이용자들은 그때그때의 상황이나 분위기를 공유하며 친밀감을 가져볼 수 있다. 이렇게 상황성이나 분위기 속에서 만들어지는 친밀감은 일시적인 것으로 시간이 흘러가면서 사라질 수도 있다. 하지만 지속적인 커뮤니케이션 상황의 공유를 통해 친밀감이 유지될 수도 있다. 그리고 이러한 친밀감은 물리적 만남을 통해 더욱 공고히 될 수 있다. 물리적 만남을 거듭하면서 트위터 상에 독백체의 말보다는 대화체의 말이 늘어나고 이러한 지속적인 상호작용을 통해 친밀감을 유지하고 사회적 관계를 형성할 수 있다. 팔로잉이란 상대와의 직접적인 관계를 형성하는 것이 아니라 관심이 있어 이야기를 들어보겠다는 의지의 표명이다. 여기서의 관계는 서로에 대한 관심, 즉 서로의 말에 대한 청취가 지속적으로 이루어지고 대화를 주고받기 시작하면서 형성될 수 있다. 말을 섞는 것만으로도 친한 느낌을 가질 수 있고 관계를 유지할 수 있지만, 물리적인 만남은 대화를 더 하게 만들며 오프라인 세계의 사회적 관계로 발전시킬 수 있다. 이에 따라 온라인 사회적 교류와 오프라인 사회적 교류 간의 경계가 더욱 허물어질 수 있다.

제 3 절 모바일 친밀성의 문화적 함의

1. 느슨한 집단 감각(communal sense)

일찍이 그래노베테르(Granovetter, 1974)는 “약한 유대의 힘(The strength of weak ties)”

이러는 가설을 통해 느슨한 연결로부터 개인의 성공적인 사회생활을 해나가는데 중요한 정보를 얻는다고 주장한다. 예를 들어, 취직을 부탁할 때 강한 유대의 친구보다 약한 유대의 별로 친하지 않은 사람들을 통해 도움을 얻을 수 있다는 것이다. 햄튼과 웰만(Hampton & Wellman, 1999)은 그레노베터의 ‘약한 유대’ 개념을 인용해 인터넷 커뮤니케이션의 사회적 관계를 설명하는데, 이들은 인터넷이 약한 유대를 효과적으로 그리고 편리하게 확장시키는 미디어일 뿐만 아니라 멀리 있는 친구와 강한 유대를 유지시킬 수 있는 미디어라고 본다. 그렇다면 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통한 사회적 관계의 실체는 어떠한 유대를 만들어가고 있는가, 또한 어떠한 집단 감각을 갖게 하는가? 그리고 이러한 집합 감각을 구술 커뮤니케이션의 집단 감각과 어떠한 유사점과 차이를 갖는가?

트위터와 같은 마이크로 블로그는 많은 불특정 다수의 사람에게 개방되어 있고 따라서 서로 겹치지 않는 다양한 집단의 사람들에게 다가갈 수 있게 해준다. 오프라인에서 옛날부터 만나오던 사람과 관계를 지속시킬 수도 있지만 관계의 영역을 크게 넓혀갈 수 있다. 밀러(Miller, 2008)은 트위터가 수많은 약한 유대, 그리고 장소가 부재하는 세계에서 서로 안부 인사를 쫓아가는 더욱 알파하고, 빠르고, 순간적인 방법을 만들어내고 있다고 주장한다. 그가 보기엔 트위터의 상호작용이 친교를 위해 의례적으로 전하는 안부인사가 주를 이루기 때문에 정보의 교류도 제대로 이루어지지 않는다. 항시적 연결성이나 가상적 공존감에 의해 유지되는 모바일 소셜 커뮤니케이션에서의 사회적 유대는 과연 단순히 약하고 알파한 것이라고 볼 수 있을까? 트위터에는 내가 선택하여 이야기를 들어보는 사람도 있지만 내가 선택하지 않았는데도 나를 팔로우하면서 나의 이야기를 듣는 사람도 있다. 그래서 서로 다른 분야, 연령대, 성별, 학력의 사람들과 네트워크를 형성한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 다양한 사람들과 심리적 접근성을 가져볼 수 있고 사회적 관계를 형성할 수 있다. 과연 강한 유대와 약한 유대라는 사회적 관계에 대한 이분법적 분류가 모바일 소셜 커뮤니케이션의 사회적 관계를 이해하는데 적절한 이론적 틀일까?

자유로운 네트워킹으로 생각과 경험을 공유하는 마이크로 블로그는 수많은 사람

들과의 연결망을 형성할 수 있게 해준다. 이러한 유대감은 고립된 현대사회의 개인들이 관심에 기반하여 새로운 형태의 관계망을 가질 수 있게 해준다. 전통적으로 한국 사회는 학연, 지연, 혈연 등의 기초한 강한 유대의 연결망을 중요시해왔다. 소위 연줄은 여전히 개인의 사회적 지위나 집단의 결속을 위해 중요한 조건이 되고, 이러한 개인의 인맥은 안정감과 신뢰감을 갖게 해주는 정서적 네트워크이자 사회생활을 성공적으로 해나가기 위해 정보를 얻는 도구적 네트워크의 역할을 해왔다. 인맥으로 연결된 사람들은 비슷한 배경을 가지거나 비슷한 관심사를 공유하는 ‘동질 집단(homophily)’이라고 볼 수 있다. 그런데 트위터에서는 다양한 직업, 연령, 사회적 지위의 사람들을 만나며 자신이 실제 공간에서 만날 가능성이 없는 사람과 사회적 관계를 맺을 수도 있다. 인터뷰 참여자들은 트위터를 통해 자신이 알고 지내는 사람의 범위가 크게 확장되었고 자신이 살면서 만나보지 못했던 새로운 사람, 새로운 세계를 알게 되었다고 말한다.

P33: 제가 궁금한 걸 물어봤을 때, 그 사람들은 전혀 다른 다양한 세계의 사람들이잖아요. 제가 RT쪽은 잘 모르지만 만약 내가 트윗을 하지 않고 내 생활환경에서는 절대 만날 수 없는 사람이잖아요. 그런 것에 대해서 내가 궁금한 게 있고 하면 물어보면 그냥 대답해줄 수 있는 사람이 많아진다는 의미에서는 인맥이 넓어지고 도움을 많이 받을 수 있다고 할 수 있는데요. 그게 또 학연, 지연 이런 거랑 다르게 저도 솔직히 우리 학교 선배들의 위치가 약간 그런게 있어요. 학연이란건 약간 폐쇄적인게 있잖아요. 왜냐하면 내 후배가 와서 아 선배님 이거 어떻게 만들었다고 하면서 말 해 주는데, 다른 학교에 있는 사람들이나.. 저도 일단 그 일을 할 거지만 후배라서 알려주는 거잖아요. 만약에 전혀 다른 학교에 일 하는 사람이 와서 이거 어떻게 만들었냐고 물어보면 절대 안 알려주잖아요. 그런 면에서 폐쇄적이라면 트윗에서는 그렇게 폐쇄적이지 않잖아요. 예를 들어, 다른 사람이 물어도 똑같이 대답해주는거죠. 그런 의미에서 폐쇄성이 없다고 생각하는데, 그런 인맥도 인맥이라고 한다면.. 그니깐 폐쇄적이지 않다는 것은 특권이나 특혜를 주지는 않는 거잖아요. 내 후배니깐 조금 모자라도 애를 쓰겠다고 하는 것이 아니라 그냥 정보를 제공하고 이 사람이 필요한 것을 도와준다는 면에서 인맥인거지, 그게 옛날처럼 인맥 하나로 내가 능력이 부족한데 여기 까지 올라가는 그런 인맥은 아닌 거죠.

P41: 전혀 모르는 사람들이랑 인맥이 닿게 되고, 뭐 제가 태어나서 죽을 때까지 재를 알게 될 커넥션, 접점이 없거든요. 재뿐만이 아니라 누구든. 제가 미술에 무너야인데 어떻게 큐레이터분들을 알 수 있겠어요. 그런 것들이 재밌었어요. 나를 넓혀가는 것. ... 근데 트위터는 위험하다고 했지만 최대 장점이거든요. 그냥 확 열려있기 때문에 그냥 나랑 접점이 없어도 인맥을 만들어 가기에는 좋은 서비스가 트위터예요. 이것만큼은 꼭 펼칠 수 없거든요.

트위터를 통해 개인은 “실제 생활환경에서는 절대 만날 수 없는 사람”, “태어나서 죽을 때까지 커넥션이나 접점이 없는 사람”과 연결될 수 있다. 이러한 연결에 만들어진 인맥은 기존의 폐쇄적 인간관계에 비해 개방적이고 개인의 인간관계를 획기적으로 확대시킨다. 새로운 분야의 사람이라든지 유명인과 접촉할 수 있고 정보를 얻거나 대화를 나눌 수 있다. 트위터를 통해 타인과의 네트워크를 손쉽게 만들 수 있고 링크를 통해 팔로우 하는 사람의 팔로우 하는 사람을 따라가면서 네트워크를 확장시킬 수 있다. 일종에 친구의 친구 목록을 따라 징검다리식으로 자신이 관계 맺을 사람을 찾으며 네트워크를 확장시킬 수 있다. 또 트위터 친구를 소개시켜주는 트윗을 자신이 아는 사람 혹은 남이 아는 사람과의 네트워크를 맺을 수 있다. 특히 많은 팔로워를 지닌 사람이 자신의 트윗을 통해 친구를 소개할 때, 그 친구의 네트워크는 빠르게 확대될 수 있다. 개인의 네트워크 확장을 손쉽게 만들어주고 지속적인 접촉을 유지시켜주는 모바일 소셜 커뮤니케이션의 기술적 가능성이 이용자의 개방적 태도와 만나면서 보다 다양한 사람들과의 인맥을 형성되고 지속될 수 있게 된다. 인터뷰 참여자들은 자신을 팔로잉하고자 하는 사람들에게 개방적인 태도를 보인다. 모르는 사람과의 네트워크 형성에도 주저함이 없다. 낯선 사람들과의 네트워크가 현재 큰 의미를 갖거나 유익한 것은 아닐지라고 인맥을 확장시킴으로써 가질 수 있는 효과를 긍정적으로 바라본다. 이러한 개방적 네트워크 형성을 통해 자신이 알지 못하던 분야의 새로운 유형의 사람을 만날 가능성이 높아지고 이러한 새로운 만남은 새로운 세계에 대한 개인적인 호기심을 충족시키거나 미래에 도움을 받을 수 있는 ‘잠재적’ 인맥을 얻을 수 있게 해준다.

P13: 제가 이상할지 모르겠지만 오히려 트위터에서 저는 저와 같은 일을 하는 사람이 싫어요. 제가 대행업을 하고 있잖아요. 광고 회사를 다니는 사람, 커뮤니케이션 한다는 사람을 일부러 안 해요. 왜냐하면 트위터에서는 좀 다른 사람을 만나고 싶거든요. 일을 하다 보니깐 늘 똑같은 사람이랑만 어울리고 대화도 똑같거든요. 저는 다른 얘기를 좀 하고 싶어요. 그래서 같은 일 하는 사람 말고 다른 사람들을 만나면 잘 알지도 못 하는 개념어들을 얘기하고 하는데, 저는 그 말들이 자극이 되고 재밌어요.

P14: 저는 주로 저한테 팔로우가 들어오면, 성의가 없어도 저 사람이 나를 신경 써서 일부러 팔로어를 했고 누구를 거쳐서 왔겠구나라는 생각만 들면 팔로어를 해줘요. 그 사람이 저한테 줄 수 있는 미래의 정보는 지금 판단할 수 있는 것이 아니기 때문에 일단 지금 받아주고 나중에 가서 그 사람을 막아도 늦지 않아요.

P16: 저는 트위터의 매력이 제가 관심 있는 것만 보는 것이 아니라는 거예요. 저는 무작위로 저를 팔로우하면 다 팔로잉을 해요. 옛날에는 제가 먼저 팔로우를 했는데 그게 힘들어지니까 이제 저를 팔로우하는 사람을 다 팔로잉해요. 근데 그 사람이 어떤 일을 하고, 어떤 관심을 갖고 있던 간에 저는 이미 트윗을 1년 하면서 느꼈던 것이 있잖아요. 이 사람들이 언젠가 나에게 도움이 될 거라고, 내가 모르는 것을 물어보면 언젠가는 대답을 해 줄 잠재적인 인맥이라고 생각해요. 그래서 그냥 다 무조건 팔로잉을 하는 편이에요. 그러다 보면 정말 다양하고 많은 사람들을 만나게 되죠.

또한 인터뷰 참여자들은 트위터를 통해 개방적인 네트워크 연결을 가질 뿐만 아니라 일반적인 포괄적인 주제로 서로의 공유지점을 찾는 경향이 있다. 특별하고 전문적인 주제보다는 동갑, 음식, 특정 지역 등으로 서로 대화를 나눌 화제를 찾거나 이러한 화제로 소모임을 만들기도 한다. 기존의 카페가 특정한 공동의 관심사를 추구하며 사회적 상호작용을 해나갔다면, 여기에서는 사회적 상호작용을 위해 서로에게 공통분모가 될 만한 화제를 찾는다. 사람을 만나는 게 목적이 되다 보니, 갈등을 유발할 만한 정치나 종교에 대한 심각한 이야기는 회피하는 경향을 보인다. 기존의 호모필리의 형태는 취향이나 관심사 비슷한 사람, 같은 학교 출신의 사람, 경제적인 배경이 비슷한 사람 등 특정한 배경과 주제를 가지고 끼리끼리 모였다면, 트위터에서는 다양한 배경의 사람들과 네트워크를 형성하고 사회적 상호작용 ‘자체’를 추구하다보니 서로 갈등과 인간관계에서 오는 스트레스를 최소화하고 서로를 편하고 자

유롭게 대할 수 있는 방향으로 대화와 만남의 소재를 찾는 경향을 갖는다.

P19: (카페모임은) 뭔가 다 똑같은 공통점이 있기 마련이죠. 공통점을 갖고 처음에 얘기하다가 이제 많이 친해지면 이런 저런 얘기를 하죠. 근데 트위터는 그런 게 전혀 없어요. 나에 대해서만 얘기할 수 있을 때가 정말 많아요. 내가 야구를 좋아하고, 윤도현 밴드도 좋아하고, 카메라 사진 찍는 것도 좋아하고, 카페 가서 책을 읽는 것도 좋아하고 이런 얘기를 할 수 있는 거예요 말 그대로. 저 사람이 어떤 사람인지도 모른 채 그 사람하고 얘기하면서 내가 공통점을 찾는 거죠. 그러다 보면 내가 저 사람을 만나고 싶고 실제로 얼굴을 보고 싶다고 생각해서 만나서 얘기해보면 더 많이 잘 만날 수 있는 거고, 만났는데 영 아니다 싶으면 말 그대로 한 번 만나고 아니면 아니게 되면 되는 거니까요.

P8: 제가 모임을 만드는 경우가 많은 편이에요. 일단 제가 82년생인데 ‘82년생들 모여라!’해서 모이고, ‘은평구 서대문구 사는 사람 모여라!’해서 모이고, 영화제가 하니까 ‘영화 같이 볼 사람 모여라!’해서 모이고 이런 식으로 제가 주체를 많이 해서 모여요. 이것을 통해서 사람들을 많이 만나고 연락하고 친해지고 해요. 그래서 저는 친구들도 많고 언니들도 많고 해요. 주로 처음에는 트위터 얘기를 많이 하죠. 모임마다 성격이 다른데, 만화책 같은 경우는 ‘우리 말 하지 말고 만화만 봐요’라는 컨셉으로 얼굴만 익히고 인사하고요. 영화제 같은 경우는 영화를 좋아하니까 서로 만나서 어떤 영화를 좋아하는지 이야기를 해요. 다른 모임은 트위터 얘기를 하면서 서로 팔로잉을 하고, 그 뒤에 트위터를 통해서 얘기를 더 많이 하면서 그러다 보면 친해지고요.

P38: 만나면 별 얘기를 다하죠. 제가 보니까 그다지 진지하지도 않고 그다지 가볍지도 않은 얘기들이 오가는 것 같아요. 뭐 서로 정보 교환을 하기도 하고, 직업군도 다양하고 해서 그런 것 같아요. 학생부터 시작해서 ... 어떤 회사의 이사까지. 좀 신기한 게 사람들이 다 이구동성으로 다 이 모임이 좋다는 거예요. 그래서 왜 좋을까 생각을 해봤는데 아마 기존의 어떤 틀과 다른 느낌 때문에 그런게 아닐까 하는 생각이 들었어요. 또 가끔씩 새로운 사람들도 오고 인사도 하게 되고 뭐 그러면서 그런 재미가 있지 않을까요? ... 특별히 무겁지도 않고 특별히 가볍지도 않은 약간의 긴장상태가 있는 그런 느낌이 있어요.

또한 인터뷰 참여자들은 이러한 소셜 네트워크의 구성과 만남이 자신들의 사회적 성공이나 개인적 목적을 위해 이루어지는 것이 아니라 순수하게 이루어지고 있다고

강조한다. 오히려 인맥관리를 위해 혹은 개인의 사적인 이익을 위해 소셜 네트워크를 활용하는 것에 대해 매우 부정적인 태도를 보인다. 이들은 소셜 네트워크를 상업적 혹은 마케팅적 목적만을 위해 노골적으로 활용하는 사람이나 이벤트와 관련하여 수많은 리트윗으로 타임라인을 도배하는 사람을 싫어하는 경향이 있다. 이러한 상업적 행위가 개인 간의 ‘순수한’ 대화의 맥락을 희석시키는 ‘오염’ 행위라고 인식하는 것이다. 그리고 자신의 네트워크 활동이 사적인(도구적인) 목적을 가진 것으로 오해되는 것을 피하려고 한다. 다시 말해 순수한 관계 자체를 지향하고 열망하는 경향이 뚜렷이 보인다.

P35: (트위터의 특정인이) 그게 너무 드러나 보이게 사업을 하고 리스트를 할거면 알려주고 나서 시작을 하셔야 하는데 나도 모르는 사이에 그 사람의 리스트가 돼서 상품화 되고 있다는게 너무 기분이 나쁜거야.

P44: 나도 솔직히 예전에는 보험회사에 있었으니까...근데 일부로 말을 안했어. 왜냐하면 이걸 해가지고 애가 목적을 가지고 얘기를 하는 거구나 하면, 사람을 사귄 수가 없거든. 일부로 말을 안했어.

P45: ... 요즘에는 너무 기업 트윗도 자꾸 끼어들고 하니깐, 솔직히 타임라인 보면서 짜증나는 게 10개 중에 2~3개는 이벤트 참여하라는 알티...너무 많은 거예요. 자기는 한 두 개라고 하지만, 동시에 되게 많은 사람들이 올라오다 보니까 이 사람들이 과연 트윗을 하기 위한 사람들인가, 아니면...

P49: 중요하죠. 왜 중요하냐면 정말 그거에 의해서 몇몇 인맥들에 의해서 움직여지니깐 우리가 착각하는 거죠. 우리가 그들 하고 같은 인맥이 되면 우리도 될 거라는... 근데 그게 아니라는 거죠. 그렇잖아요. 소위 말하는 SKY를 나온 사람들이 한 두명이 아니라는 거죠, SKY를 나온 사람 중에 극히 일부가 독점하고 있는 건데, 그렇다고 해서 내가 저 사람과 학연이 있으니까 된다는 게 절대 아니라는 거죠. 그건 결국 그 사람이 추구하는 거구요. 트위터에서 아까 박주임이 말씀하신 것처럼 정말 편하다 그런게 저는 이해할 수 있는 게, 보면 그런 분들이 꽤 있거든요. 오히려 그게 더 싫은 거예요. 정말 나를 편하게 드러내고 싶은데 사람들은 이 사람의 겉모습만 보는 거예요. 어느 대학, 무슨 과 교수 그런 것만 보다 보니까.. 트위터가 근데 그런 걸 깨거든요. 저

같은 경우에도, 정말 제가 너무나 좋아하시는 작가들이나 그런 사람들을 트위터에서 만나게 되고, 말 붙일 기회를 얻게 되고, 답변을 주고받게 되고... 되게 기분 좋잖아요. 이게 사실은 오프라인에서 내가 그걸 했으면 아마 스토키, 스토킵이라 했을 텐데 그게 아니니까 너무 좋죠. 그거 갖다가 나는 이사람과 나는 인맥이 있어.라고 안하잖아요. 딱 그거는 트위터를 바라보는 문제인 것 같아요.

P38: 이해관계가 없고 예를 들면 동창 모임에 가면 그런 신분에 대한 어떤 것도 있을 수 있잖아요. 특히 남자들은 잘 모르겠는데 여자들은 더 심할 것 같아요. 남편의 직업에 따라서 아파트 평수가 몇 평이나, 어느 동네에 사느냐 귀천이 달라진다고 하는데, 여기는 그런게 없는 것 같아요. ...

트위터에서의 소셜 네트워크는 수평적이라고 볼 수 있다. 인터뷰에서도 연령, 직업, 직위, 성별 등에 상관없이 소셜 네트워크를 형성하고 대화를 나누는 것을 목격할 수 있다. 우리 사회에서는 사람을 처음 만날 때 의례상대의 나이나 학번을 확인하려 한다. 누가 ‘위’이고 누가 ‘아래’인지를 확인하며 장유유서의 ‘위계’를 잡고 만남을 시작하는 것이다. 그런데 트위터에서는 사회에서의 위계질서와 상관없이 서로에게 예의를 지키고 대화를 편하게 나눌 수 있도록 호칭도 아이디로 부르거나 가까운 사이는 언니와 오빠로 통일해서 부른다. 초등학생과 고등학생도 나이가 밝혀졌다고 해서 어리다고 무시당하거나 움츠러들 필요가 없고 편하게 자기 이야기를 할 수 있다. 나이나 직위 등이 관계를 맺는데 장벽이 되진 못한다.

P30: 제가 2009년 2월부터 7월까지 저는 제가 아무것도 밝히지 않고 트윗을 했어요. 근데 사람들이 자꾸 서른살 뒤 이리면서 그런 쪽으로 가니까 밝히지 말자하고 있었는데요. 점점 관계가 두터워지면서 오프를 하자고 나오라고 하니깐 밝히게 된 거죠. ... 트위터에는 나이의 장벽이 없어요. 제가 나이를 밝히지 않고 트윗을 한 경우에 비취봤을 때, 나이나 직책 등 그런 것에 대한 제약을 없어요.

P18: 친구라는 개념이 동갑인 사람들이라고 하잖아요. 근데 트위터를 하면서 친구라는 개념이 사라진 것 같아요. 나이 많으신 분도 친구가 되니까 친구의 개념이 사라지는 것 같아요. 트윗 오프를 많이 안 가봐서 모르겠는데 저는 편해요.

P1: 어쨌든 회사라는 관계가 되면 일단 매일 봐야 되는 관계이고 서로에게 기본적으로 기대되는 예절이라는 것이 있는데, 이런 형태의 관계가 있잖아요? 트위터라는 매체 자체에서 처음 만날 때부터 그런 형태의 서로에게 기본적으로 초면인 사람에게 취해야 할 예절이라던가. 이런 거에 대해서는 당연히 기대를 하지만 그 이상의 뭔가를 기대하고 만나는 관계 자체가 아니었다고 생각하기 때문에 그런 수평적인 관계라는 점에서는 확실히 장점이 있다고 봐요.

P2: 그런데 진짜 극단적인 예를 들면, 회사의 과장님, 부장님, 사장님 다 계시는데 거기서는 솔직히 술도 억지로 먹어야 되고 그런게 있잖아요. 트위터에서 만난 사람들은 상하관계가 아니라 평등한 관계에서 만나는 것이기 때문에, 나이가 많고 적음의 차이는 있겠지만, 이 사람의 사회적 지위가 높고 낮음에 따라서는 어느 장소에 가셔도 항상 평등하다는거죠. 그런거 때문에 오픈 문화가 훨씬 더 활성화 됐던 것 같아요.

P20: 저는 거의 만나는 사람이 뻥한 사람들이예요. 변호사 쪽 동기나 팀의 세계가 되게 끈끈했어요. 아직 저희가 파트너가 돼서 영업을 하는 단계가 아니라서 오히려 다른 사람들을 만나러 가겠다고 하면 눈총 받고, 밖에 나가서도 변호사나 판사, 검사 친구들을 만났죠. 그러다가 트위터를 하면서 다양한 사람들을 만나고 하는 게 너무 재밌어요. 똑같이 명함을 주고받아도 변호사가 명함을 주면 선입견을 갖고 ‘아 명함 돌리네~’라고 하는데, 저는 다양한 명함을 주고받는 게 너무 재밌어요. 또 저희는 습관화되어 있어요. 트위터를 하기 전에는 다음 카페에서 와인 동호회를 했었는데 그거랑 약간의 차이점이 있어요. 와인 동호회를 한다고 매일 술 마시고 들어와서 아내가 많이 뭐라고 했는데, 트위터는 훨씬 활력이 많고 유명인들을 통해 유명해지긴 했는데, 실제로 만나게 되는 분들도 비슷한 사람들끼리 만나는 경우도 있지만 좀 더 다양한 분들을 만나게 되더라고요. 와인 동호회에서는 어중이떠중이 같은 느낌이었을까요? 그 대신 장점도 있죠. 거기는 저 같은 사람이 별로 없어서 제가 딱 뜨면 먹어주거든요. 트위터에서는 안 먹어줘요. 그게 장점이자 단점이에요. 트위터에는 대단한 분들도 많고, 직업이 대단하지 않더라도 많은 정보를 알고 계시는 분들도 많거든요. 제 입장에서 트위터가 다른 SNS나 카페 블로그 랑은 비슷하면서도 많이 달라요.

수평적인 네트워크를 통해 유명인과의 사회적 관계를 맺을 수 있다. 유명인을 팔로잉하며 그/그녀의 일거수일투족에 관한 소식을 실시간으로 전해들을 수 있고 멘션, 답변, 리트윗, 댓글을 통해 직접적인 소통을 껴할 수 있다. 제 2의 구술 미디어인

텔레비전과 라디오를 통해 이루어졌던 유명인과 일반인의 관계를 ‘파라-소셜 관계(para-social relationship)’이라고 말한다(Horton & Wohl, 1956). 이것은 일방적인 관계로서, 팬들은 유명인을 잘 알지만 유명인은 팬들을 전혀 모르는 상태에서 상호작용한다는 환상을 갖게 되는 것이다. 트위터를 통해 유명인은 제도적 중개자를 건너뛰어 좀 더 솔직하고 사실적인 자신의 ‘진정한’ 모습을 보여줄 수 있고 팬들과 직접적인 상호작용을 할 수 있다. 인터뷰 참여자들은 트위터를 통해 유명인뿐만 아니라 자기가 잘 모르는 사람과 친숙함을 느끼고 직접적인 상호작용을 한다는 느낌을 갖는다. 수평적 네트워크 연결을 통해 이들의 이야기를 직접 들어보고 이야기에 참여하면서 물리적으로 만나지 않으면서도 직접 상호작용한다는 느낌을 갖게 된다. 라디오와 텔레비전이 단지 환상을 통해 사회적 관계를 만들어냈다면 트위터에서는 네트워크를 통해 서로의 목소리를 듣거나 대화를 나눌 수 있고 관계의 수평성을 경험할 수 있다.

P14: 방금 생각한 건데요. 뭔가 나를 낮추게 되면 트위터라는 평등한 공간에 나도 그럼 저 사람이랑 똑같이 나를 낮추고 편하게 대해야겠다는 마음이 드는 것 같아요. 물론 연예인들이나 유명 인사들이 트위터를 편하게 되고 하는데 또 그 사람들한테 내가 뭔가를 했을 때, 아 특히 요즘에는 재밌었던 것이 타이거JK가 트위터를 한다고 하더라고요. 블랙베리를 샀는데 트위터를 하고 싶어 죽겠는데 못 하겠고 프로그램을 깔고 싶은데 알고 싶다고 해서 제가 이거 블랙베리용 트위터 주소를 곧바로 보내줬더니 고맙다고 언급해 줬을 때, ‘이 사람도 결국 블랙베리를 쓰는 사람이구나.’ 하면서 예전에는 느낄 수 없었던 상하관계가 평등관계가 되는 느낌이 재밌는 것 같아요.

P15: 사람이 처음에 트위터에 열광할 수밖에 없는 이유는 지치고 고달픈 인생들이 많아요. ... 근데 트위터를 하다보니깐 새로운 분들이 많다 보니 당연히 빠져들 수밖에 없죠. 내가 여기서 뭐든 간에 그 때는 내가 주인공이 될 수 있고, 나를 감추는 도구가 될 수 있고, 새로운 사람 앞에 큰 소리를 칠 수 있고 하니깐 열광하는 도구가 되겠죠. 그리고 TV에서만 보던 사람한테 말도 톡톡 할 수 있고 너 똑바로 하라고 할 수도 있고요. 전화를 걸어서 할 수 있는 사람이 없잖아요. 자기가 어디서 뭘 하던 간에 여기 오면 마음대로 뭔가를 할 수 있으니깐 그런 면에서 재밌는 도구죠.

인터뷰 참여자들은 트위터의 수평적이고 평등한 사회적 관계에 매력을 느끼고 순

수한 사회적 상호작용을 추구하는 것 자체에서 즐거움을 갖는 것으로 보였다. 이러한 즐거움과 편함 그리고 자유로움은 트위터의 소셜 네트워크를 통해 구성되는 나와 너의 관계의 특성 혹은 커뮤니케이션 공간의 특성과 관련이 있다고 보인다. 트위터의 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간은 유사 청각적 공간을 형성하면서도 나와 너 간의 거리감을 유지시키고 있다. 인터뷰 참여자들은 트위터 상에서 서로에 대해 예의를 지키고, 서로의 개인적 프라이버시를 침범하지 않는 범위 내에서 말을 주고받으며, 실제 공간이나 사회적 관계와 어느 정도 거리를 둔 개인의 커뮤니케이션 공간을 갖고자 한다. 네트워크의 개방성과 확장성 때문에 이러한 거리두기가 가능할지는 모르지만, 인터뷰 참여자들이 자신의 실제 관계(오프라인 관계)와 어느 정도 거리를 둔 ‘사적이면서도 공적인’ 개인화된 공간을 가지려는 욕망은 오프라인 사회에서의 사회적 규범 및 관계 피로감과 맞물려있지 않나 생각된다. 인터넷 참여자들은 트위터에서 형성된 인간관계가 “부담이 없다”고 말한다. 물리적인 사회적 관계에서는 무엇인가를 해야 하고 책임감을 가져야하며 간섭과 통제가 이루어지는 반면, 트위터의 커뮤니케이션 공간은 이러한 물리적 공간의 사회적 관계에 어느 정도 거리를 유지하면서 주변 관계에서 느끼지 못한 편안함을 느끼게 해준다.

P13- 김현성: 일단 되게 부담이 없는 거죠. 서로 특별하게 바라는 게 없잖아요. 친구한테는 뭔가 나를 뭐든지 받아 줬으면 하는 게 있는데, 여기는 서로 이해가 없고 기대도 없는 거고 그냥 편하게 만날 수 있는 거죠.

P42: 제가 원하는 조언 방식을 제 나이 또래 친구들은 다 설명을 해주려고 하거든요. ‘너 경우 그랬어? 내 경우는 이랬는데 이렇게 해서 이렇게 했어.’ 라든지 근데 저는 그게 필요한게 아니거든요. 어떻게 보면 그 일을 어떻게 해결해나가야 할 지 제가 알고 있다고 생각을 하는데 투정을 좀 받아줬으면 하는데 제 친구들은 그 방식이 자랑 같은 나이 또래인거잖아요. 그래서 받아주지 못 하는데 저보다 나이 많으신 분들을 편하게 만나게 되니깐 좀 더 풀어놓고 얘기를 하면 꼭 뭐라고 설명을 해주는게 아니라 ‘그래, 그런 일이 있지. 그냥 잡고가~’ 이렇게 특 한 번 쳐주는게 제 개인적으로 위안이 됐던 것 같아요. 그래서 많이 챙기게 되고 선물도 하게 되고 그런 것 같아요. ... 가깝지도 멀지도 않은 여자 친구 한 명쯤은 있었으면 좋겠다고 생각하거나 가깝지

도 멀지도 않은 남자 친구 한 명쯤은 있었으면 좋겠다를 이 내부에서 해소하시는 분도 굉장히 많을 것 같아요.

P46: 그거를 내 개인적인 프라이버시 영역을 침범하지 않으려, 침범하려는 의도도 없고, 솔직히 그 사람도 자기 것을 지키고 싶어 하는 게 있으니깐 그런 바운더리에서 최대한 친해지는 것 같아요. 사적으로 친해져서 연애를 한다 그러면 또 달라지겠지만 그게 아니라 그냥 만나서 술 마시고 수다 떨고 이런 거는 개인적인 프라이버시 안으로 들어오려는 의지도 없고, 의도도 없지요.

이러한 인간관계는 연결된 현존성과 가상적 공존성을 느끼며 서로에 대해 친근감을 느끼지만 일정한 거리를 두며 서로를 존중해주는 것이다. 이것은 단순히 강한 유대와 약한 유대의 이분법으로 재단하기 어렵다. 강한 유대가 갖는 친밀감을 느낄 수 있지만 관계 자체는 느슨하고 어떠한 소속감이나 집단의식을 요구하지 않는 반면, 약한 유대가 갖지 못하는 인간적 상호작용을 가질 수 있다. 이용자들은 수평적이고 순수하고 항시적 연결 상태를 유지하며 서로에게 개방된 소셜 네트워크를 통해 개인 중심의 네트워크를 가질 수 있다. 그런데 이러한 네트워크는 ‘우리’라는 공동체를 구성하는 것이 아니라 느슨한 형태의 집단 감각을 가질 수 있게 한다. 여기서 내가 말을 건네는 ‘너’가 단순히 “수평적 네트워크의 끝없는 확장 속에서 그저 친구라는 같은 배너아래 존재하는 이방인들”(boyd, 2006) 혹은 “정보에 효율적으로 접근하게 해줄 수 있는 관계의 데이터베이스”(Miller, 2007)에 불과하지는 않다. ‘나’는 ‘너’ 안에 포함된 타자들과 서로 다른 심리적 근접성을 가질 수 있고 말이 통하는 정도에 따라 끈끈한 친밀감과 사회적 관계를 가질 수 있다. 개별적인 관계에 따라 관계의 성격이 다르고 타자의 성격도 달라진다. 이렇게 가변적이고 다양한 구성원으로 이루어진 타자들과 항시적 연결 상태를 유지하면서 느슨하지만 친밀감을 느낄 수 있는 ‘공동의 감각(communal sense)’을 갖게 된다.

2. 정서의 공유

모바일 소셜 커뮤니케이션 공간을 통해 언제나 누군가의 이야기를 들을 수 있고

나의 이야기에 대한 반응을 얻을 수 있게 되면서 ‘의사-존재론적 안정감’(par-ontological security)을 얻을 수 있다. 기든스(Giddens, 1991)는 현대 사회에 안정성, 일관성, 소속감을 얻을 수 있는 전통적 공동체가 해체되면서 개인이 신뢰와 존재론적 안정감을 얻는 것이 무엇보다 중요해졌다고 말한다. 전통 사회에서는 강한 유대, 근접성, 공동의 역사, 집단의 서사 등으로 존재론적 안정감을 느낄 수 있지만, 현대 사회에서는 이를 얻기 위해 끊임없이 관계를 맺기 위해 노력하고 자신을 드러내야 한다. 인터뷰 참여자들은 모바일 소셜 네트워크를 통해 이러한 안정감을 경험하기도 한다. 네트워크 공간에서는 사회적 관계가 손쉽게 확장되고 그 미래가 불확실하지만, 그때그때 필요한 심리적인 위안을 얻을 수 있고, 때에 따라서는 실질적인 도움을 받을 수도 있다. 한 인터뷰 참여자는 자신의 아버지의 장례식장에 트위터를 통해 알게 된 사람들이 찾아와 자신을 위로해주었다고 한다. 심지어 그 자리에서 처음 만난 사람도 있었다고 한다. 전통적으로 관혼상제는 강한 유대 관계의 사람들이 서로 챙겨주는 게 관례인데, 가상적으로 연결되어 상호작용을 해왔던 타인들이 강한 유대의 공동체 멤버가 하던 역할을 함께 하려고 한다. 순수한 관계의 추구가 오히려 강한 유대의 가능성을 갖게 하고 그러므로써 개인에게 도움을 주는 인맥을 가질 수 있게 한다. 또한 사심 없는 착한 사마리아인을 만날 가능성도 높다. 공동체의 규범에 따른 의무감이나 소속감 때문에 남을 도와주기보다는 자발적으로 이타적인 행위에 참여하는 사람들을 쉽게 만난다. 전통적 공동체가 아니면서 전통적인 공동체가 가졌던 신뢰와 호혜적인 관계를 경험할 수 있다.

P32: 저 같은 경우는 이제 같은 분야의 사람들이 모여서 프로젝트를 하고 하는데, 일반 사람들은 그렇게 친근감이 있는건 아닌데 어쨌든 무슨 일이 생겼을 때 도움 받고 하는 건 정말 좋은 것 같아요. 뭐 같은 디자이너끼리 모여 있는데, 제가 어디 회사랑 거래하게 됐는데 어쩌냐고 물어볼 수도 있고 계약서 같은게 필요한데 혹시 그런 자료 같은 거 있냐고 하면 선뜻 주시고 서로 공유하고요. 또 제가 안 하던 분야의 일이 들어왔는데 도움 좀 달라고 하면 도와주고 선뜻 이야기 하시구요. 디자인 이 쪽이다 보니깐 자연스럽게 무엇을 하고 어떤 사람인지 알게 되니깐 사람들이 무슨 디자인 한다고 아는 사람 있냐고 하면 그 사람들이 저를 소개 시켜줘서 DM으로 연락오기도 해요.

P34: 어디서 사람을 구한다고 하는데 너의 일이 그건 것 같다고 연락오고 그래요. 그래서 그 사람이 친구한테 이야기를 해서 이런 사람을 구한다고 하면 너가 하는 일이 싫어~ 걔가 나를 맨션 달면서 이 친구한테 이야기 하세요~ 막 이런거요.

P33: 제가 오프라인에서 어떤 사람을 처음 봤어요. 그 사람이랑 말 하는 것이 어렵잖아요. 근데 이 사람이 어떤 사람인지 모르는데 도와달라고 하면 선뜻 도와주기 힘들잖아요. 근데 익명성의 좋은 점이라고 볼 수 있을 것 같아요. 트위터에 어떤 전혀 모르는 사람이 무엇이 필요하다고 얘기 하면, 낯선 사람이 오프라인에서 도와달라고 했을 때 보다 선뜻 도와줄 수 있는 이유는 어쨌든 익명성이 책임감을 없게 만드는 것도 있지만, 또 익명성이 내가 이 사람을 도와준다고 해서 이 사람한테 해코지를 당할 경우는 없어지는 거잖아요. 그래서 더 선뜻 도와주게 되는 것 같아요.

가상적으로 공존하며 느슨한 집단 감각을 갖게 하는 모바일 커뮤니케이션 공간 속에서 개인은 실시간으로 올라오는 글을 읽으면서 해당 시간의 정서와 분위기를 공유할 수 있고 또한 주변 세계를 인식하는 해석하는 방식에 동조할 수 있다. 옹에 따르면 구술 커뮤니케이션 사회에서는 사람들이 “서로에게 말하기도 전에 서로의 의식 속에 어떻게든 있게 되면서” 경험에 대한 해석을 공유하게 된다(Ong, 1999. p. 203). 구술 공동체는 오랜 시간을 함께 보내면서 말하지 않아도 서로를 이해하는 정서적 교감을 나눌 수 있게 된다. 모바일 소셜 커뮤니케이션이 일상화되면서, 사람들은 이와 유사한 집단적 정서의 공유를 할 수 있다. 인터뷰 참여자들은 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 단순히 정보만을 얻거나 혹은 친목만을 추구하는 것이 아니라 정보 교류와 친목 도모를 함께 해나면서 현재 세상에 혹은 내 주변에서 일어나고 있는 일들에 대한 해석과 공감을 얻을 수 있다. 정보에 대한 서로의 반응이나 의견을 실시간으로 끊임없이 접할 수 있게 되면서 이러한 해석이나 이해의 방식에 익숙해질 수 있고 집단이 갖는 관심에 동조할 수 있다. 서로의 글에 노출되는 행위 자체가 집단적 분위기와 의견을 공유하는 과정이다. 이러한 공유 과정이 개인의 모바일 미디어를 통해 일상적으로 이루어지면서 함께 하지 않으면서도 현재의 사안에 대해 정보와 관심을 공유할 수 있고 이를 바라보는 집단적 해석의 틀을 얻을 수 있다.

P28: 인증샷 같은 것이 젊은 사람한테는 효과가 있었던 것 같아요. 아무래도 정보적인 게 올라오니깐 이렇게 되니깐 ‘선거를 해야 되는 구나’ 이렇게. 전처럼 직접 포탈을 찾아보거나 그런 게 아니라 자기 타임라인에 쭉쭉 올라오잖아요. 왜 선거를 해야 하는지 쭉 올리면 그걸 보고 선거를 해야겠다고 생각을 할 수도 있고 아니면 인증샷을 찍으면, 아니면 자기가 좋아하는 스타가 인증샷을 올렸다가 그러면, 나도 그럼 해야겠다고 하고. 예전 같으면 사실 자기가 포탈을 봐도 클릭을 한다는 의미가 링크를 찾아들어간다는 거잖아요. 그런데 트위터의 타임라인은 클릭하는 그런 의도로 보는 게 아니라 자기가 팔로우 한 사람들이 올리는 정보가 신문 오듯이 쭉쭉 쌓이는 거니깐 어쨌든 자기가 원하는 사람의 글만 보려고 해도 사람의 눈이 단어를 의식하게 되어 있잖아요. 결국엔 자기가 내리면서 보게 되는 거죠. 다른 사람 것을 찾다가 보는 거죠. 그런 영향이 있지 않을까 싶어요. 결국엔 클릭해서 들어가는 게 아니라 스크롤해서 내리니깐 조금씩은 보게 되어있거든요. 이 사람이 아닌 줄 알면서. 그렇게 되면 결국은 맨션만 보지 않는 이상은 어느 정도의 정보는 자기도 모르게 갖게 되죠. 스크롤을 내리면서 봐야 되니깐.

P49: 저와 비슷한 커피 업계 사람들을 트위터에서 만나게 되었어요. 그 사람들이랑 이야기를 하다보니깐 어떤 동업자 의식 같은 게 공유되면서 단순히 내가 더 많이 팔아야지가 아니라 전체 어떤 한국의 왜곡된 커피문화라든가 거기에 대한 고민점도 생기게 되요..

개별 메시지 자체도 현재—지금의 세계를 이해하는 중요한 정보가 되겠지만, 나와 관계를 맺는 사람들의 메시지와 의견과 분위기 자체가 정보를 읽는 해석적 틀을 제공할 수 있다. 누구를 팔로우 하느냐에 따라 내가 보고 듣는 세계 그리고 이러한 세계에 대한 해석이 달라질 수 있다. 이러한 분위기와 해석의 틀을 공유하는 과정에 있어 연결성에 기반한 리트윗(RT)은 중요한 역할을 한다. 리트윗은 상대방이 올릴 글에 대해 동의나 의견을 표시하는 것이고, 이러한 동의 자체가 개인의 의견이자 집단적 목소리를 내는 과정일 수 있다. 또 리트윗에 개인이 댓글을 달아 자신의 의견이나 메시지에 대한 해석을 전할 수 있다. 메시지를 올린 사람은 리트윗을 통해 자신의 말이 인정받고 사람들로부터 의미를 부여 받게 된다. 정보나 메시지가 관심과 반응을 얻는 과정 속에 의미를 갖게 되고, 사람들은 리트윗과 같은 상호 반응을 보

이며 이 과정에 참여하게 된다. 이러한 과정은 소리 세계의 ‘공명’(resonance)과 유사하다고 볼 수 있다.

P12: RT를 하면서 제가 심리를 생각해봤어요. 내가 RT할 때, 공감 된다는 것이 있고 나 너랑 친해지고 싶다는 것이 있어요.

P30: 저도 뭔가를 해야겠다는 생각에 트위터를 시작한거거든요. 시도해보고 싶은 것 찾아보고 했는데 많은 분들이 관련 정보를 많이 주시고 즉각적으로 대답을 주셨어요. 또 제가 만들고 싶은 것을 만들어서 올리면 사람들이 RT를 해주시죠. 그러면 굉장히 기분이 좋아요. 괜찮다고 말씀해주시고 고맙구요. 또 다음 서비스를 만들 때도 트위터라는 서비스를 이용해서 아이디어를 얻고 의견을 취합하는 과정이 정말 즐거웠어요. 기존의 혼자 싸매고 자료 찾고 있었는데 여기서는 같이 도움을 받으니까요. 제 생각에도 제 인생에서 트위터를 사용해서 얻은 것이 굉장히 많다고 생각해요.

그러나 말의 전파가 본래의 메시지의 맥락에서 벗어나 많은 사람들에게 빠르게 전파될 수 있다. 리트윗을 통해 원래의 메시지가 타인의 커뮤니케이션 맥락으로 재맥락화되면서 본인의 의도와 다른 맥락에서 메시지가 수용되기도 한다. 리트윗의 빠른 전파성이나 탈맥락화의 가능성은 문제를 일으키기도 한다. 리트윗 과정에서 생겨난 오해를 풀거나 상대방의 진의를 묻는 과정이 존재할 수 있는데, 이러한 조정의 속도보다 말이 더 빠르게 전파되어 개인의 평판에 영향을 미칠 수 있다. 네트워크의 연결성을 통해 모든 이가 아는 사람이 될 수 있고 이러한 연결망으로 말이 빠르게 전파될 수 있고 정서의 공유도 쉽게 이루어질 수 있다. 하지만 말로 인한 갈등이나 오해가 불거질 수 있기 때문에 이를 피하기 위한 자신의 말에 대한 ‘자기 검열’이 이루어진다.

인터뷰 참여자들이 ‘착하게 살아야’한다는 말을 자주 한다. 개인을 연결해주는 네트워크가 발달하면서 서로의 인맥이 연결될 가능성이 높아졌고 서로에 대해 알 수 있는 경로도 다양해졌다. 또한 자신이 던진 말 한마디가 네트워크를 통해 일파만파로 퍼져나갈 수 있고 검색가능한 데이터로 인터넷 공간에 축적되면서 개인의 평판 뿐만 아니라 관계에도 직접적인 영향을 미칠 수 있게 된다. 특히 점차 많은 사람들

이 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간으로 유입되면서 가상적 관계와 실제 관계가 뒤엉키게 되고 사회적 상호작용 및 관계를 위해 서로를 관심 있게 지켜보는 “참여적 감시”(participatory surveillance)(Albrecktslund, 2008)가 광범위하게 이루어지게 되면서, 타인의 시선을 의식하며 자신의 말을 스스로 검열해보는 자기-검열이 심화되고 있다.

P34: RT기능의 과급효과란 장난이 아니에요. 그래서 사람이 팔로우 수가 많을수록 사람들이 RT를 시작하게 되면 특히 장난으로 시작하게 되면.... 솔로인 친구랑 이야기를 하고 있다가 미국에 있는 딴 친구랑 이야기하고 있었어요. 미국에 있는 친구는 유부녀고 우리는 솔로인데, 막 이야기하다가 남자친구 소개나 해주라고 우리도 그럼 유부녀클럽에 들어가겠다고 하면서 이야기를 하고 있었어요. 근데 갑자기 (나를 팔로우하는 아저씨가) 툭 튀어나오시더니 그럼 트윗에다가 공개 구혼을 하라고 하시면서 ‘내가 공개 구혼했던 거 어디서 본 것 같은데 찾아서 줄게’ 이러시더라고요.

P16: 사람이 정말 착하고 예의 바르게 살아야 해요. 함부로 하면 안되요. 저도 스스로 화가 나는 일이 있어서 그 사람하고 싸워야겠다고 생각하고 있는데, 갑자기 이런 생각이 드는 거예요. ‘내가 지금 저 사람과 싸우고 뒤를 확 돌아선 다음에 그 사람을 어디서 어떻게 만날지 모르는데 이렇게 하면 안 되겠다.’라고 생각해서 제가 먼저 가서 사과한 경우도 있어요.

P12: 트위터의 숫자가 많이 늘어나면서 전에 소수 일 때는 제 바로 옆에 있는 사람은 없었거든요. 근데 직원들이 막 들어오고 후배들이 들어오면서 요즘 들어 답답해요. 자기 관리를 해야 할 일이 생겼어요. 그래서 요즘 자꾸 뉴스를 올려요. 뭔가를 말하고 싶은데 직원이 보고 있다는 거죠. 나도 힘든데 직원이 보면 그러니깐.

스마트폰을 통해 항시적인 연결성을 유지하게 되면서 사회적 관계의 개인화가 강화된다고 볼 수 있다. 정서 교류와 정보 추구를 위한 개인의 네트워크는 장소와 사회적 전통에 얽매이지 않고 확장될 수 있다. 사람들은 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에 지속적인 연결 상태를 유지하면서 자신의 느낌, 생각, 호기심, 관심 등을 드러내고 공유하고 이러한 연결만으로 직업 분야, 지위, 나이에 상관없이 순수한 관계를 발전시킬 수 있다. 이러한 자기중심적 네트워크는 가상 친구와의 끊임없는 접촉을

통해 과거의 공동체가 제공했던 친밀감 혹은 안정감과 유사한 감각을 느낄 수 있게 해준다. 모바일 소셜 커뮤니케이션은 느슨하게 연결되어 있는 ‘상상의 수용자’와 가상적으로 가까이하며 신뢰와 호혜적 행위를 나누는 공동의 감각을 가질 수 있게 해준다. 과거의 구술 공동체가 상상할 수 없는 범위의 사람들과 정서를 공유할 수 있다.

다른 한편으로는 개인이 이러한 ‘상상의 수용자’가 누구인지를 정확히 가늠하는 것은 거의 불가능한 일일 수 있다. 상상의 수용자는 오프라인 친구나 지인에서부터 온라인으로 연결된 불특정 다수의 대중에 이르기까지, 특정한 집단일 수 있고 불특정한 ‘모두’일 수 있다. 피터스(Peters, 2010)는 이렇게 수많은 가상적 수용자를 염두에 둔 태도를 ‘정신분열’ 혹은 ‘자폐’로 설명한다. 그는 현재 SNS 이용자가 주변의 물리적 상황에 아랑곳하지 않고 혼잣말을 되내는 ‘자폐’의 모습을 보여주며 다중적인 상상의 독자를 동시다발적으로 상대하는 ‘정신분열’의 상태를 가질 수 있음을 시사한다. 가족, 친구, 동료 직장인, 친척, 낯선 타인 등이 ‘네트워크 친구’로 공존하면서 사회적 “맥락의 붕괴”(Marwick & boyd, 2010)가 일어날 수 있다. 다시 말해 서로 다른 사회적 맥락에 놓여있던 사람들이 상상의 수용자로 함께 공존하면서 개인은 ‘다중적인’ 커뮤니케이션 맥락에 놓일 수 있다. 네트워크를 통해 서로 다른 사회적 맥락의 경계가 허물어지면서 개인은 자신의 온라인 존재감을 드러내는 ‘말’에 더욱 신경을 쓰게 되고, 가까운 지인의 반응을 이끌어내면서도 보다 넓은 범주의 상상의 수용자를 아우를 수 있는 ‘착한’(갈등의 소지가 최소화된) 글쓰기를 하게 된다.

제 6 장 결 론

제 1 절 모바일 소셜 커뮤니케이션과 제 3의 구술성

스마트폰으로 매개된 모바일 소셜 커뮤니케이션은 제 1의 구술성, 문자성, 제 2의 구술성의 요소를 가지고 있으면서 새로운 성격의 커뮤니케이션 양식과 경험을 선보인다. 앞에서 살펴본 모바일 소셜 커뮤니케이션 사례들은 현재 제 1의 구술성, 문자성, 제 2의 구술성 등으로 이어진 커뮤니케이션 양식과 경험이 새롭게 재편되고 있음을 시사한다. 이들 사례들은 우리가 커뮤니케이션하는 방식이 바뀌고 있고 이에 따라 세상과 관계 맺는 방식 혹은 서로와 관계를 맺는 방식이 재구성되고 있음을 징후적으로 보여준다. 본 보고서는 이러한 새로운 커뮤니케이션 양식과 경험을 제 3의 구술성이라는 개념으로 이해해보고자 한다. 모바일 소셜 커뮤니케이션을 통해 경험되는 제 3의 구술성은 다음과 같은 점에서 제 1의 구술성 혹은 제 2의 구술성과 유사성과 차이를 갖는다고 볼 수 있다.

첫째, 모바일 소셜 커뮤니케이션 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 텍스트 매개되지만 사람들은 이를 구술의 역동성을 유사하게 느낄 수 있는 말로서 경험한다. 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 시간으로 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. 우선 모바일 소

설 커뮤니케이션은 시공간적 제약을 극복한 실시간 커뮤니케이션을 가능하게 함으로써 제 1의 구술 커뮤니케이션 양식이 갖는 동시성, 상황성, 즉각적 피드백의 경험을 어느 정도 복원한다. 또한 제 2의 구술성 미디어인 라디오와 텔레비전이 제공했던 공적인 방송(broadcasting)을 가능하게 함으로써 메시지가 높은 과급 효과를 가질 수 있다. 제 2의 구술성은 소리의 부활을 통해 현존한다는 느낌을 주지만 상호작용적 대화의 형식을 갖추고 있지 않은 비대칭적 커뮤니케이션을 제공한다. 스마트폰으로 매개되는 소셜 커뮤니케이션은 문자를 사용하지만 네트워크의 연결성을 통해 자신의 메시지를 널리 유통시킬 수 있다. 그리고 이러한 공개적인 ‘방송’은 사회적 상호작용을 지향한다. 또한 메시지의 실시간 전송을 통해 상대방과의 공존감을 갖게 하고 따라서 함께 대화를 한다는 느낌을 가질 수 있다. 뿐만 아니라 링크를 이용해 문자 텍스트와 사진 및 동영상 이미지를 혼용하여 사용할 수 있음으로써, 현재 커뮤니케이션 상황과 맥락을 보다 구체적으로 전할 수 있고 생활 세계에 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.

셋째, 모바일 소셜 커뮤니케이션을 매개로 ‘나’와 ‘너’는 연결된 현존을 경험한다. 물리적인 근접성이나 거리에 상관없이 네트워크를 통해 가상적으로 함께함을 느낄 수 있고 말은 탈육화된 형태로 나와 너의 현존을 재현한다. 따라서 말을 ‘쉬는’ 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 ‘파라-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’는 오프라인 친구나 지인에서부터 온라인으로 연결된 불특정 다수의 대중에 이르기까지 서로 다른 사회적 맥락에 놓여있던 사람들을 포함하게 된다. 그러면서 개인은 과거의 구술 공동체가 상상할 수 없는 범위의 사람들과 정서를 공유하는 동시에 ‘다중적인’ 커뮤니케이션 맥락에 놓이게 된다.

〈표 6-1〉 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, 매개된 / 반응하는 자아, 다중적 ‘너’, 가상적 심리적 접근성, 사회적 맥락 간의 경계 붕괴, 느슨한 공동의 감각
사고 양식	유사-청각적
세계관	사건으로서의 세계 망각불능의 세계

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. 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 언제 다시 찾아볼 수 있는 검색가능한 데이터로 축적된다. 따라서 모바일 소셜 커뮤니케이션의 세계는 구술성의 세계처럼 ‘사건’으로서의 세계인 동시에, 한 번 뱉은 말이 지워지지 않는 ‘망각불능’의 세계이다.

제2절 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. 이러한 말은 말하는 단순히 도구적 목적의 주고받는 메시지, 혹은 화자와 분리된 사물화된 정보라기보다는, 대화자의 현존을 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, 하이퍼컨넥션(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 상태

를 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. 다중적인 타자와의 끊임없는 접촉은 관계를 피상적으로 만들고 타자의 시선을 내면화한 자기-검열을 심화시킬 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션 공간에서는 개인을 드러내는 말을 통해 타인과 상호작용하고 관계의 유지와 확장이 이루어지고, 참여적 상호 감시는 이러한 사회적 교류에 이루어지는 주요 조건이 된다. 자기중심적 네트워크를 통해 관계지향적 상호작용과 참여적 상호 감시는 악플과 같은 온라인 공간의 일탈적 행위를 억제할 수 있다. 하지만 이러한 행위가 개인에게 디지털 주홍 글씨를 안겨주는 폭력적 행위로 변질될 수 있다. 네트워크의 ‘상상의 수용자’를 어떻게 정의하고 어떻게 배려할 것인지, 그리고 이를 위한 자율적 윤리 의식을 어떻게 마련할 것인지에 대한 정책적 논의가 필요하다고 본다. 발화 순간 사라지는 소리 세계의 말이 네트워크 공간에 축적되고 손쉽게 검색가능하게 되면서 내뱉은 말은 실시간 전파력과 복제성을 바탕으로 큰 사회적 파장을 불러일으키고 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 심리적으로 함께 하지 않는 소위 ‘부재하는 현존(absent presence)’라는 현상을 가속화 시키며 기존 공동체의 해체와 인간 소외의 문제를 심화시킬 수 있다. 사람들이 네트워크에 연결된 상태를 항시적으로 유지하며 즉각적으로 반응해야한다는 강박증을 갖게 되고 가상적 상호작용을 통해 존재론적 안정감을 얻으려할 때, 물리적 공간과 면대면 만남에 기반한 공동체의 기반은 더욱 약화될 수 있다. 모바일 소셜 커뮤니케이션의 확산으로 장소와 독립된 개인 대 개인의 관계가 확장되고 있다. 그런데 과연 이러한 초개인적 네트워크주의의 전향적 활용은 불가능한 것인가? 다시 말해, 모바일 소셜 커뮤니케이션이 물리적 장소에서의 공동체 의식을 강화하거나 새로운 형태의 사회적 유

대감을 형성하며 현실 공간에서의 삶의 질을 향상시키는 기반이 될 수는 없는 것인가? 모바일 소셜 커뮤니케이션이 지속가능한 공동체의 활성화에 어떻게 기여할 수 있는지에 관한 정책적 논의가 필요하다. 온라인과 오프라인을 가로지르며 지속가능한 사회적 네트워킹을 할 수 있는 공동체 모델과 시스템을 새롭게 상상할 필요가 있다. 또한 이러한 휴머니즘적 관점이 모바일 소셜 네트워크 기술의 사용성(affordability)을 디자인 하는 과정에 개입할 수 있도록 정책적으로 지원할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 김성도(2008). 『호모모빌리쿠스』 서울: 삼성경제연구소
- 김신동(2001). 호모 텔레포니쿠스의 등장: 이동전화 확산에 영향을 준 사회문화적 요인 연구, 『한국언론학보』 45권 2호, 62-85.
- 김신동(2004). 이동전화 이용행태에 대한 국가간 비교연구, 『한국언론학보』 48권 2호, 429-458.
- 김평호(2002). 이동성 그리고 사인주의: 이동전화의 사회적 함의, 『한국언론정보학보』 18호, 37-61.
- 나은영(2002). 여성의 뉴미디어 이용과 가치관: 이동전화와 인터넷을 중심으로, 『한국방송학보』 16권 2호, 77-115.
- 박웅기(2003). 대학생들의 이동전화 중독증에 관한 연구, 『한국언론학보』, 47권 2호, 250-281.
- 박종민(2003). 이동전화, 인터넷, 텔레비전의 미디어 속성 차이와 이용 동기 요인 연구, 『한국언론학보』, 47권 3호, 221-249.
- 배진한(2001). 이동전화의 충족과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식. 『한국언론학보』, 45권 4호, 160-188.
- _____ (2003). 한국인의 커뮤니케이션 가치관과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 매체인식: 기성세대의 이중성을 중심으로, 『한국언론정보학보』 제21호, 87-113.
- _____ (2004) 공적공간에서의 휴대전화의 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, “Mobile Communication and Social Change” 한국방송학회 국제 세미나 자료집.
- 성동규 · 조윤경(2002). 이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용 유형 연구, 『한국언론학보』, 46권 6호, 153-190.

- 윤석민 · 송종현 · 김유경 · 김주형(2004). 이동전화격차(Mobile Phone Divide), 『한국언론학보』, 48권 3호, 354-378.
- 이수영(2003). 이동전화 이용에 관한 연구: 음성통화서비스와 문자서비스간의 관계를 중심으로, 『한국언론학보』, 47권 5호, 87-114.
- 이인희(2001). 대학생 집단의 휴대폰 이용동기에 관한 연구, 『한국방송학보』 15권 3호, 261-293.
- 이재현(2004). 『모바일 미디어와 모바일 사회』, 서울: 커뮤니케이션북스
- Anders Albrechtslund(2008). Online Social Networking as Participatory Surveillance
 First Monday, Volume 13, Number 3-3 March 2008 <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2142/1949>
- Barthes, R. 1977. Image-music-text, trans. S. Heath. Fontana, London.
- _____. 1981. Camera lucida: Reflections on photography, trans. R. Howard. New York: Hill & Wang.
- Berger, J. & Jean, M. 1982. Another Way of Telling. New York: Pantheon Books.
- Buber, M. (1958) I and thou. New York: Scribner Classics. 표재명(역) 나와 너 (1977). 『나와 너』. 서울: 문예출판사
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). Remediation: Understanding new media. Cambridge: MIT Press; 이재현(역)(2006) 『재매개: 뉴미디어의 계보학』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- boyd, d. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- boyd, d. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), Youth, Identity, and Digital Media (pp.119 ~ 142). Cambridge, MA: MIT Press.
- boyd, d., Golder, S. & Lotan, L. (2010). “Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects

- of Retweeting on Twitter.” HICSS-43. IEEE: Kauai, HI, January 6.
- Cohen, K. 2005. What does the photoblog want? *Media, Culture & Society* 27(6): 883-901.
- Crawford, K.(2009) Following you: Disciplines of listening in social media. *Continuum* 23(4), 525 ~ 535.
- de Souza e Silva, Adriana. From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture* 9.3 (2006) 261-278.
- Dourish, P.(2006), ‘Re-Space-ing Place: “Place” and “Space” Ten Years On’, CSCW’06.
- Fortunati, L.(2002) The Mobile Phone: Towards new categories and social relations. *Information, Communication & Society* 5:4 2002, 513-528.
- Farrell, T. (2000). *Walter Ong’s Contributions to Cultural Studies: The Phenomenology of the Word and I-Thou Communication* Cresshill, NJ: Hampton Press,
- Geser, H. (2004). *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*
http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf.
- Giddens, Anthony (1991) *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- Goffman, E. (1963). *Behavior in Public Places*. New York: The Free Press of Glencoe
- Granovetter, M. (1973). “The Strength of Weak Ties”, *American Journal of Sociology*, Vol. 78, Issue 6, May 1973, pp.1360 ~ 1380.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*,. 1:210-233.
- Goggin, G. (2006). *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*, Routledge, New York and London.
- Gronbeck, B. E. (1991). The rhetorical studies tradition and Walter J. Ong: Oral-literacy theories of mediation, culture, and consciousness. In B. E. Gronbeck, T. J. Farrell, & P. A. Soukup (Eds.), *Media, consciousness and culture: Explorations*

- of Walter Ong's thought (pp.5~24). Newbury Park, CA: Sage.
- Gronbeck, B.(2006). The orality-literacy theorems and media ecology. In Lum, C. Ed. (2006). Perspectives on culture, technology and communication, (pp.335~359). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- 이동후(역). (2008). 『미디어 생태학 사상』. 서울: 한나래.
- Hampton, K. N., & Wellman, B. (1999). "Netville on-line and off-line.: Observing and Surveying a Wired World." *American Behavioral Scientist*, 43 (3), 478-495.
- Harvey, O. (2006) Marshall McLuhan on Technology, Subjectivity and 'the Sex Organs of the Machine World. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 20(3): 331-344.
- Herring, S. C. (2008). Questioning the generational divide: Technological exoticism and adult construction of online youth identity. In: D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp.71~94). Cambridge, MA: MIT Press.
- Horton, D. & Wohl, R. (1956). "Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance". *Psychiatry* 19 (3): 215 - 229.
- Ito, M. & Okabe, D. (2005). "Technosocial Situations: Emergent Structurings of Mobile Email Use." In. M. Ito, D, Okabe, & M. Matsuda, *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge: MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kleine, M. & Gale, F. (1996). The elusive presence of the word: An interview with Walter Ong. *Composition Forum* 7(2), 65~86.
- Kopomaa, T.(2004). Speaking mobile: Intensified everyday life, condensed city. In Graham, S. Ed. *Cybercities Reader*. London: Routledge.
- Strate, L. (2006). *Echoes and Reflections: On Media Ecology as a Field of Study*. Cresskill, NJ: Hampton Press

- Levinson, P. (2009). *New new media*. Boston: Allyn & Bacon.
- Licoppe, C. and Smoreda, Z. (2005) ‘Are Social Networks Technologically Embedded?’, *Social Networks* 27(4): 317-335.
- Ling, R. (2008). *New tech, new ties: How mobile communication is reshaping social cohesion*. Cambridge, MA: The MIT Press. 배진한 역 『모바일 미디어와 새로운 인간관계 네트워크의 출현』서울: 커뮤니케이션북스.
- Lüders, M. (2008). Conceptualizing personal media. *New Media & Society*, 10(5), 683 ~ 702.
- Lum, C. Ed. (2006) *Perspectives on Culture, Technology and Communication: The Media Ecology*. 이동후(역) 『미디어 생태학 사상』(2008) 서울: 한나래.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, Mass.: The MIT Press. 서정신 역 (2004) 『뉴미디어의 언어』. 서울: 생각의 나무.
- Marwick, A. & boyd, d. (2010). *I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience*. *New Media and Society*.
- McLuhan, M. (1962) *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. London: Routledge & Kegan Paul.
- _____. (1964). *Understanding media*. Methuen: New York.
- Meyrowitz, J. (1998). “Multiple Media Literacies.” In Newcomb, H. (Ed.), *Television: The Critical View*. New York: Oxford University Press. 425-438.
- Meyrowitz, J. (1993). “Images of media: Hidden ferment - and harmony-in the field.” *The Journal of Communication*. 43(3). 55-66.
- Miller, V. (2008). *New Media, Networking and Phatic Culture*. *Convergence*, 14(4), 387-400.
- Naaman, M., Boase, J. and Lai, C. 2010. *Is it really about me?: Message content in social awareness streams*, CSCW 2010, February 6-10.
- Ong, W.(1958). *Ramus, method, and the decay of dialogue: From the art of discourse*

- to the art of reason. Cambridge, MA: Harvard UP.
- Ong, W. (1962). *The Barbarian Within and Other Fugitive Essays*. NY: The Macmillan Company.
- Ong, W. J. (1967). *The presence of the word: Some prolegomena for cultural and religious history*. New Haven, CT: Yale University Press.
- _____. (1969) World as view and world as event, *American Anthropologist*, New Series, 71(4), pp.634 ~ 647
- Ong, Walter (1971). *Rhetoric, romance, and technology: Studies of interaction of expression and culture*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Ong, W. J. (1977). *Interfaces of the word: Studies in the evolution of consciousness and culture*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Ong, W. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. Methuen, London. 이기우 · 임명진(역) (1996), 『구술문화와 문자문화』 서울: 문예출판사.
- _____. (1995). Secondary orality and secondary visualism. Available: <http://libraries.slu.edu/sc/ong/digital/texts/lectures/lecture1.pdf>.
- _____. (1995). Notanda for informal response. Presented at Modern Language Association Annual Convention session. Available: <http://ongnotes.slu.edu/?p=243>
- _____. (1996). Information and/or communication: Interactions. *Communication Research Trends*, 16(3), 3-17.
- _____. (1999). Hermeneutic forever: Voice, text, digitization, and the “I.” In W. J. Ong, W. (1999). *Faith and Contexts, Vol. 4: Additional studies and essays, 1947 ~ 1996* (T. Farrell & P. Soukup, Eds.). Atlanta: Scholars Press.
- _____. (2002a). Oral residue in Tudor prose style. In Thomas, F. & Soukup, P. Eds. *An Ong reader: Challenges for further inquiry*, (pp.313 ~ 329). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- _____. (2002b). Technological development and writer-subject-reader immediacies. In

- Thomas, F. & Soukup, P. Eds. *An Ong reader: Challenges for further inquiry*, (pp. 497~504). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Ong, W. (2002c). *Information and/or Communication: Interactions*. In Thomas, F. & Soukup, P. Eds. *An Ong reader: Challenges for further inquiry*, (pp. 505 ~ 525). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- _____. (2002d). *Ecology and some of its future*. *Explorations in Media Ecology* 1(1), 5-11.
- Peters, J. D. (2010). "Broadcasting and schizophrenia" *Media, Culture & Society* 32(1), 123-140.
- Rettie, R. 2009. *SMS: Exploiting the interactional characteristics of near-synchrony*. *Information, Communication & Society*, 12(8): 1131-48.
- Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. Cambridge, Mass.: Perseus.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. New York: Penguin Press.
- Soukup, P. (2005). *Looking Is Not Enough: Reflections on Walter J. Ong and Media Ecology*. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 6.
- _____. (2007). *Orality and literacy 25 years later*. *Communication Research Trends*, 26(4), 3 ~ 33.
- Postman, N. (1979). *Teaching as a Conserving Activity*. New York: Deli.
- _____. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. USA: Viking Penguin Inc.
- Thomas, S. et. al. (2007). *Transliteracy: Crossing divides*. *First Monday* 12(12). Available: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/issue/view/255>. w
- Turkle, S. (2008). *Always-on/Always-on-you: The Tethered Self*. In Katz, J. (Ed.), *Handbook of Mobile Communications and Social Change*. Cambridge, MA: MIT Press.

〈별첨 1〉

인터뷰 참여자

구분	성	나이	직업	스마트폰 이용연도	트위터 이용연도	주로 사용하는 스마트폰 기능		
						1순위	2순위	3순위
P1	남	27	전문가	2009. 11	2009. 7	SNS/이메일/메신저	문자메시지	게임
P2	남	28	전문가	2005. 6	2008. 7	SNS/이메일/메신저	문자메시지	통화
P3	남	20	대학생	2009. 11	2008. 5	SNS/이메일/메신저	뉴스/정보	문자메시지
P4	여	23	대학생	2007. 11	2009. 7	SNS/이메일/메신저	문자메시지	통화
P5	남	26	대학생	2004. 5	2009. 4	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	통화
P6	남	19	대학생	2009. 12	2009. 6	SNS/이메일/메신저	문자메시지	카메라
P7	남	26	전문가	2010. 3	2010. 2	SNS/이메일/메신저	스케줄관리	정보/뉴스
P8	여	28	무직	2009. 11	2009. 1	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	문자메시지
P9	남	34	사무종사자	2009. 7	2009. 4	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	게임
P10	남	34	전문가	2009. 12	2009. 6	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	문자메시지
P11	남	29	전문가	2009. 11	2009. 5	SNS/이메일/메신저	문자메시지	정보/뉴스
P12	남	48	전문가	2009. 12	2009. 7	SNS/이메일/메신저	문자메시지	통화
P13	남	38	판매종사자	2009. 6	2009. 7	문자메시지	통화	정보/뉴스
P14	남	29	전문가	2009. 6	2009. 6	SNS/이메일/메신저	통화	문자메시지
P15	남	44	전문가	2006. 12	2009. 7	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	통화
P16	여	24	대학생	2010. 1	2009. 4	SNS/이메일/메신저	스케줄관리	정보/뉴스
P17	남	24	대학원생	2007. 10	2008. 11	SNS/이메일/메신저	문자메시지	통화
P18	남	18	대학생	2009. 12	2009. 4	SNS/이메일/메신저	문자메시지	동영상/음악
P19	여	28	사무종사자	2009. 8	2009. 8	SNS/이메일/메신저	문자메시지	스케줄관리
P20	남	35	전문가	2009. 12	2009. 10	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	스케줄관리
P21	여	27	무직	2010. 4	2009. 7	SNS/이메일/메신저	문자메시지	카메라
P22	여	28	전문가	2009. 12	2009. 8	SNS/이메일/메신저	문자메시지	게임
P23	남	44	전문가	2009. 12	2009. 7	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	통화
P24	남	36	사무종사자	2009. 12	2009. 5	SNS/이메일/메신저	동영상/음악 감상	정보/뉴스
P25	남	27	판매종사자	2010. 3	2010. 2	뉴스/정보	통화	SNS/이메일/메신저
P26	남	37	판매종사자	2009. 8	2009. 10	SNS/이메일/메신저	문자메시지	통화
P27	여	30	대학원생	2009. 11	2009. 5	SNS/이메일/메신저	문자메시지	게임
P28	남	26	대학생	2009. 12	2009. 3	문자메시지	정보/뉴스	SNS/이메일/메신저

구분	성	나이	직업	스마트폰 이용연도	트위터 이용연도	주로 사용하는 스마트폰 기능		
						1순위	2순위	3순위
P29	남	19	대학생	2010. 4	2009. 3	SNS/이메일/메신저	문자메시지	게임
P30	남	16	고등학생	2009. 11	2009. 2	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	문자메시지
P31	남	12	초등학생	2009. 12	2009. 2	SNS/이메일/메신저	문자메시지	정보/뉴스
P32	여	26	전문가	2010. 1	2009. 10	SNS/이메일/메신저	문자메시지	스케줄관리
P33	여	23	대학생	2009. 12	2009. 6	SNS/이메일/메신저	통화	정보/뉴스
P34	여	33	전문가	2010. 1	2008. 8	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	문자메시지
P35	여	33	전문가	2008. 1	2008. 12	SNS/이메일/메신저	카메라	스케줄관리
P36	여	33	판매종사자	2010. 1	2009. 6	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	통화
P37	남	42	판매종사자	2010. 3	2009. 4	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	통화
P38	남	40	전문가	2010. 2	2009. 11	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	문자메시지
P39	여	40	전문가	2010. 3	2010. 4	SNS/이메일/메신저	통화	스케줄관리
P40	여	43	전문가	2009. 12	2009. 4	문자메시지	통화	SNS/이메일/메신저
P41	남	40	전문가	2007. 11	2009. 4	스케줄관리	게임	SNS/이메일/메신저
P42	여	30	판매종사자	2010. 5	2009. 9	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	문자메시지
P43	남	39	사무종사자	2008. 10	2010. 5	SNS/이메일/메신저	문자메시지	게임
P44	남	41	전문가	2010. 2	2009. 7	SNS/이메일/메신저	동영상/음악 감상	스케줄관리
P45	여	35	전문가	2009. 12	2010. 2	SNS/이메일/메신저	게임	문자메시지
P46	남	40	무직	2002. 8	2009. 4	SNS/이메일/메신저	정보/뉴스	스케줄관리
P47	여	30	전문가	2009. 12	2009. 10	동영상/음악 감상	SNS/이메일	스케줄관리
P48	남	34	전문가	2010. 6	2009. 6	SNS/이메일/메신저	동영상/음악 감상	게임
P49	남	43	전문가	2009. 12	2009. 10	SNS/이메일/메신저	문자메시지	통화

※ 직업은 한국표준직업분류(2007년 6차개정) 유형에 따라 작성함

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 구도 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(influential)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)

디지털 컨버전스 기반 미래연구(II) 시리즈 10-05

모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰

2010년 10월 일 인쇄

2010년 10월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정보통신정책연구원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인쇄인 성 문화

ISBN 978-89-8242-806-7 94320

ISBN 978-89-8242-801-2 (전28권)
