

# 융합적 사회질서의 심층 분석

2010. 10

연구기관: 강원대학교  
연구책임자: 유승호(강원대학교 교수)  
참여연구원: 장예빛(KAIST 박사과정)  
박성민(KAIST 박사과정)  
김민철(강원대학교 석사과정)  
김형일(강원대학교 영상문화연구소 연구원)



## 제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『융합적 사회질서의 심층 분석』의 최종보고서로 제출합니다.

2010. 10. 15

연 구 기 관 : 강원대학교

연 구 책 임 자 : 유승호(강원대학교 교수)

참 여 연 구 원 : 장예빛(KAIST 박사과정)

박성민(KAIST 박사과정)

김민철(강원대학교 석사과정)

김형일(강원대학교 영상문화연구소 연구원)



## 목 차

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 요약문 .....                                    | 7  |
| 제 1 장 정보사회 심층 분석과 구조주의 .....                 | 13 |
| 제 1 절 구조주의 개관과 흐름 .....                      | 13 |
| 1. 정보사회와 구조주의 .....                          | 13 |
| 2. 구조주의의 흐름 .....                            | 14 |
| 제 2 절 언어를 통한 내재된 욕망 읽기 .....                 | 22 |
| 1. 언어를 통한 욕망과 권력의 투영: 라캉 .....               | 22 |
| 2. 페이스북(거울단계)과 트위터(도식L) .....                | 26 |
| 제 3 절 풍경을 통한 외재된 욕망 읽기 .....                 | 32 |
| 1. 모나드적 사유: 벤야민 .....                        | 32 |
| 2. 욕망의 전시화: 융합현실(Mixed Reality) .....        | 39 |
| 제 2 장 디지털 미디어 사용에 따른 심층적 자아표현에 관한 연구 .....   | 48 |
| 제 1 절 전체 연구개요 및 방법론 .....                    | 48 |
| 1. 연구의 배경 및 목적 .....                         | 48 |
| 2. 연구방법론 .....                               | 50 |
| 제 2 절 개인욕망의 심층적 표현 .....                     | 52 |
| 1. 미디어결핍(Media Absence)에 따른 심층적 자아표현 .....   | 52 |
| 2. 타인에 비추어 본 자아상의 변화가 SNS 사용변화에 미치는 영향 ..... | 59 |
| 제 3 절 집단욕망의 심층적 표현: .....                    | 79 |
| 1. 천안함 사태에 대한 집단적 욕망을 중심으로 .....             | 79 |
| 2. 데이터 결과 분석 .....                           | 87 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 3. 소 결 .....                | 96  |
| 제 3 장 융합개념의 재정립 .....       | 98  |
| 1. 자기 확장성: 욕망투사의 재영토화 ..... | 98  |
| 2. 관계성: 욕망의 연계화 .....       | 99  |
| 3. 융합시대의 욕망의 탄생과 발전 .....   | 101 |
| 참고문헌 .....                  | 106 |

## 표 목 차

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 〈표 2-1〉 피실험자 구성 .....                | 63 |
| 〈표 2-2〉 분석에 사용한 의미 단어 구성 분류 .....    | 69 |
| 〈표 2-3〉 트위터를 사용하는 목적 분류 .....        | 69 |
| 〈표 2-4〉 ㉠ 언론사 천안함관련 단어빈도수 .....      | 86 |
| 〈표 2-5〉 ㉡ 언론사의 천안함 관련 단어빈도수 .....    | 87 |
| 〈표 2-6〉 ㉠ 언론사와 ㉡ 언론사 동일단어 연결빈도 ..... | 88 |
| 〈표 2-7〉 ㉠ 언론사와 ㉡ 언론사 차별단어 연결빈도 ..... | 92 |

## 그 립 목 차

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| [그림 1-1] node와 line으로 구성되는 페이스북 .....                          | 29 |
| [그림 1-2] 도식L로 보는 트위터 .....                                     | 30 |
| [그림 1-3] 망(網)을 중심으로 한 트위터 .....                                | 32 |
| [그림 1-4] “The HBO Voyeur Project” .....                        | 36 |
| [그림 1-5] eLens 프로젝트 .....                                      | 44 |
| [그림 1-6] BMW의 Augmented reality to help with car repairs ..... | 45 |
| [그림 1-7] Microsoft의 Photosynth .....                           | 46 |
| [그림 2-1] 실험 목적과 진행 .....                                       | 50 |
| [그림 2-2] ‘행복한 느낌’ 항목에 대한 수치 평균비교 .....                         | 54 |
| [그림 2-3] ‘사교적인 느낌’에 대한 수치 평균비교 .....                           | 55 |
| [그림 2-4] ‘평온한 느낌’에 대한 수치 평균비교 .....                            | 55 |
| [그림 2-5] ‘우울한 느낌’에 대한 수치 평균비교 .....                            | 56 |
| [그림 2-6] ‘텅 빈 느낌’에 대한 수치 평균비교 .....                            | 56 |
| [그림 2-7] ‘불안한 느낌’에 대한 수치 평균비교 .....                            | 57 |
| [그림 2-8] ‘두려운 느낌’에 대한 수치 평균비교 .....                            | 57 |
| [그림 2-9] ‘자신에 대한 긍정적 느낌’의 수치 평균비교 .....                        | 58 |
| [그림 2-10] 그룹 구성과 그룹 간의 추종관계 .....                              | 64 |
| [그림 2-11] 실험 전(대조)과 비교한 실험기간 동안의<br>트위터 사용 경향 변화 .....         | 68 |
| [그림 2-12] 친구, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수 변화 .....                 | 70 |
| [그림 2-13] 정보수집과 관리를 위한 채널로서의 트윗 수 변화 .....                     | 71 |
| [그림 2-14] 관심사와 관련한 PR활동 목적을 가진 트윗 수 변화 .....                   | 72 |



|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| [그림 2-15] 트윗 및 멘션의 개수 증가와 타인이 판단하는<br>친사회성과의 상관관계 .....                       | 73 |
| [그림 2-16] 친구, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수 변화와<br>친사회성과의 상관관계 .....                | 73 |
| [그림 2-17] 멘션의 개수 증가와 멘션 대상이 판단하는 친사회성과의<br>상관관계 .....                         | 74 |
| [그림 2-18] 전날과 비교한 한 피실험자 순위의 변동 정도 평균 .....                                   | 75 |
| [그림 2-19] 생성된 멘션 1개가 친사회성 판단에 미치는 영향력의 변화 .....                               | 76 |
| [그림 2-20] 멘션에 대한 멘션이 계속 이어져 커뮤니케이션이 일어난<br>경우의 이벤트가 친사회성 순위 변화에 미치는 영향력 ..... | 77 |
| [그림 2-21] ㉞ 언론사 기자제목 단어연결망 .....                                              | 94 |
| [그림 2-22] ㉞ 언론사 기자제목 단어연결망 .....                                              | 95 |



## 요 약 문

### □ 연구의 배경 및 목적

디지털 컨버전스 시대의 융합기술과 미디어들은 우리의 삶의 양식과 양태에 변화를 가져옴으로써 사회·문화·경제적인 측면에서 크고 작은 패러다임의 전환을 촉진시킨다. 하지만 이렇게 다변하는 융합사회 속에서도 개인과 집단, 나아가 사회구조를 통찰함에 있어 변하지 않는 근본적인 원리와 욕동이 자리 잡고 있는 것이 사실이다. 사회가 어떻게 발전해 나가든 그 기저에 위치한 변하지 않는 가치와 사회구조적 특징을 잡아내는 것이 더욱더 필요한 시점이라 하겠다. 본 연구에서는 융합사회의 구조적 근저를 파악하기 위한 시도로, 인간을 이해하고, 사회를 분석하는 하나의 틀이라 할 수 있는 구조주의를 분석의 큰 틀로 삼아 융합사회를 고찰하였다.

본 연구에서는 두 가지의 실험과 하나의 사례분석을 통해, 개인의 내면적 욕망의 변화상과 집단욕망의 양태를 파악하고자 하였다. 또한 가상과 현실이 혼재한 가운데 혼합된 현실을 보여주는 융합현실(Mixed Reality)의 시대풍경을 살펴보는데 그 초점을 맞추었다. 본 연구를 통해 융합사회에서 나타나는 미디어, 제도, 사회, 문화, 그리고 인간과 관련한 다양한 층위의 역동적 변화의 과정을 탐색하였으며, 이러한 연구결과를 바탕으로 표층 분석을 넘어서 심층적 접근을 통한 사회문화적 변화의 양상을 포괄적이고 심도 있게 논의하고자 하였다. 논의를 통해 융합사회에서도 변하지 않는 사회구조적 가치와 더불어 새로이 발견되는 융합사회의 심층적 속성을 밝혀 융합의 실질적 개념을 재정립하는데 목적을 두었다.

## □ 연구 주요 내용

### ○ 제1 장 정보사회 심층 분석과 구조주의

#### － 제1 절 구조주의 개관과 흐름

심층구조를 분석하는 것은 사물이나 현상의 외피를 바라보기 보다는 그것의 이면을 들여다보거나 또는 그것을 지배하는 근본을 탐색하는 과정을 뜻한다. 이러한 분석의 틀을 통해 우리는 인간의 의식보다는 무의식이 지배하는 시간과 공간을 보다 깊이 있게 들여다 볼 수 있는 기회를 가진다. 인간과 사회에 대한 심층 분석은 현상적인 다양성 아래에 존재하는 심층적인 간명성을 규칙성의 수준에서 드러냄으로써 인간과학을 자연과학의 수준으로 거듭나게 했다. 본 장에서는 구조주의가 주창한 ‘주체바깥의 사고’에 대해 고찰함과 동시에 소쉬르, 레비스트로스에 이어 라캉, 푸코에 이르기까지 구조주의의 대표학자들의 논의를 재 고찰하였다.

#### － 제2 절 언어를 통한 내재된 욕망 읽기

널리 알려진 애드가 앨런 포우의 단편소설인 <도둑맞은 편지>의 핵심은 편지의 내용에 있는 것이 아니라 편지라는 기표의 부재를 통해 드러나는 권력의 생성이라는 점에 있다. 제2절에서는 <도둑맞은 편지>를 통해 라캉의 정신분석이론에 입각한 무의식의 욕망을 설명하고, 이에 덧붙여 융합사회에 새로이 출현한 SNS 미디어인 트위터와 페이스북을 사례로 분석하였다. 라캉의 동일시 이론에 입각하여 해석해보았을 때, 페이스북이 나(I)를 중심으로 노드(node)와 라인(line)으로 엮인 친밀한 인간관계의 거미줄이라 한다면, 트위터는 ‘도식L’을 통해 대타자인 유명인과 자신을 동일시함으로써, ‘타자의 욕망’을 욕망하는 즉, 무의식의 네트워크에 나를 던지는 행위라 볼 수 있다. 이러한 망(網) 속에 들어가는 행위는 주체가 언어로 구조화되어 있는 상징계에 던져지는 것과 매우 유사하다.

#### － 제3 절 풍경을 통한 외재된 욕망 읽기

벤야민은 재현이 아닌 ‘표현’의 중요성에 대한 강조를 통해 의식과 존재의 연관을

밝히고자 노력하였다. 재현이 재현되는 것과 재현하는 것의 매개적 결합이라면, 표현은 내포된 무언가를 찾는 것으로 기호 속에 내재된 의미를 발견하고자 한다는 점에서 차이를 갖는다. 본 연구에서 중심을 이루는 융합사회 내 개인과 집단의 심층적 자아표현에 덧붙여 본 절에서는 융합사회를 전체적으로 조망하는 의미에서, 융합사회의 현상과 다양한 사례들을 찾아 이를 ‘표현’적 관점에서 살펴보았다. 벤야민의 ‘모나드적 사유’를 기반으로 하여, 현대 도시 일상에서 포착할 수 있는 융합사회의 단면을 정리하였으며, 이러한 융합사회의 두드러지는 ‘표현’ 패러다임의 하나로 새로이 등장하는 융합현실(Mixed Reality)의 일상화를 고찰하였다.

## ○ 제2 장 디지털 미디어 사용에 따른 심층적 자아표현에 관한 연구

### － 제1 절 전체 연구개요 및 방법론

본 장에서는 융합사회 내의 개인의 심층적 자아표현과 집단의 심층적 욕망에 대한 연구를 수행하였다. 개인의 심층적 자아표현을 알아보기 위해 두 가지의 세부 연구를 진행하였는데, 우선 첫 번째 연구에서는 디지털 미디어 사용과 개인의 심층적 자아표현 및 욕망과 어떠한 관계를 맺고 있는지를 알아보기 위해, 디지털 미디어 사용에 제한을 두어 차단에 따른 경험을 살펴보았다. 두 번째 연구에서는 디지털 미디어를 사용함에 있어, 타인의 판단이 피험자가 미디어를 사용하는데 어떠한 영향을 미치는지를 알아보았다. 이를 위해 피험자들의 성향을 미리 조사한 후, 1주일간 사용한 디지털 미디어의 기록을 분석하여, 자신에 대한 스스로의 평가와 타인의 평가 불일치 상황에서 어떠한 반응을 나타내는지 살펴보았다.

### － 제2 절 개인욕망의 심층적 표현

첫 번째 연구에서는 스마트폰 이용자 10명을 모집하여, 하루 동안 스마트폰을 수거해 사용을 차단한 후, 이에 따라 어떠한 내면적 변화를 경험하는지를 추적하였다. 칙센트 미하이의 경험추출법(Experience Sampling Method)을 사용하여, 피험자들이 내적 경험을 ‘다이어리’ 형식으로 기록하게 하였다. 연구 결과, 스마트폰 이용자들

은 스마트폰의 부재를 통해 공허함, 불안, 초조 등과 같은 부정적 감정을 경험함과 동시에 오히려 편안함, 걱정으로부터 벗어난 느낌 등의 양가감정을 경험하고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 이들은 융합사회 내 원자화된 개개인으로서 늘 타인과 소통하고 접속되어 있기를 갈망하는 욕구를 표출하였는데, 이를 통해 소통에 대한 욕망이 융합사회 내에서도 견고하게 자리 잡은 근원적인 하나의 욕동으로 재확인되었다.

두 번째 연구에서는 소셜네트워크서비스 중 마이크로 블로깅 형태인 트위터 이용자들을 모집하여, 스스로가 생각하는 자아상과 타인이 평가하는 자아상에 대한 피드백 간의 불일치 상황을 만들어 이러한 자극에 대해 내적 욕망이 어떠한 변화를 일으키는지를 알아보았다. 연구 결과, 온라인을 통한 제한된 환경인 디지털 컨버전스 통신 환경 내에서도 일종의 첫인상 효과가 나타남을 확인하였으며, 친사회적인 활동으로서의 커뮤니케이션의 증가를 살펴볼 수 있었다. 이러한 결과들은 융합 환경 내에 디지털 미디어라는 형식을 빌려 나타나는 개인의 심층적 자아표현과 타인과의 친사회적인 관계 맺기에 대한 욕구를 다시금 확인시켜주는 결과라 하겠다.

### — 제3절 집단욕망의 심층적 표현

제3절에서는 개인을 넘어서 집단이 가진 욕망에 대한 심층적 표현을 탐색해보고자 하였다. 이를 위해 라캉의 이론을 기반으로 하여, Krkwic(Korean Key Words in context)과 Ucinet을 이용하여 단어연결망 분석을 실시하였다. 본 절에서는 ‘천안함 사태’라는 하나의 사건을 조망하는 두 언론사의 다소 상반된 논지를 파악하는데 초점을 맞추었다. 두 언론사의 일정기간 동안의 기사제목을 분석하여, 자주 언급되는 단어를 비롯하여, 핵심어간의 연결이 어떻게 이루어져 있는지를 파악하였으며, 집단적 욕망의 심층적 양태가 언어로 드러나는 모습을 확인할 수 있었다. 분석 결과를 통해 이것이 향후 우리사회를 심층적으로 이해하고, 다양한 갈등요소들을 심도 있게 파악할 수 있게 도와주는 적절한 논의의 출발점으로 기능하기를 기대한다.

### ○ 제3 장 융합개념의 재정립 및 연구의 시사점

본 연구는 두 가지의 실험과 하나의 조사 분석을 통하여, 개인의 욕망과 집단의 욕망을 분석하고, 나아가 융합사회라는 새로운 사회구조를 살펴보고, 융합의 개념을 실질화하고 재정립하는데 그 목적을 두었다. 본 연구에서 재정립된 융합의 개념은 크게 두 가지로 요약할 수 있다. 하나는 욕망투사의 영토로서의 융합사회를 바라보는 관점으로, 자기확장성을 들 수 있고, 다른 하나로는 욕망의 연계화가 일상화되고 있다는 점에서 융합의 관계성으로 정리해볼 수 있다. 자기확장성이라는 측면에서 디지털 영토는 기존에 우리가 받을 디디고 있는 물리적 영토를 공고히 하는 역할을 하여 재영토화를 촉진하는 한편, 기존의 영토를 디지털 영토를 다시 강화함으로써 영토화의 메커니즘의 순환을 돕는다. 이러한 디지털 영토에서는 개개인의 다양한 내적 욕망이 물리적 세계에서보다 더욱 자연스럽게 무의식적인 층위에서 드러나고 투사된다는 점에서 차이를 가진다. 융합사회는 이러한 욕망의 투쟁의 장이자, 무수히 많은 욕동으로 이루어진 공간이라 하겠다.

두 번째로 관계화를 살펴보면, 융합사회내의 많은 소통의 양태가 이제는 복잡한 그물망 속에서 태동하는 것을 살펴볼 수 있다. 이러한 소통의 행위들은 수많은 관계에 있어 크고 작은 권력을 양산해내게 되며, 곧 타인의 욕망이 나의 욕망이 되고, 이러한 욕망이 군집화됨으로써 집단의 욕망이자 집단적 권력으로 나타난다. 즉, 연계화된 욕망은 융합사회에서 더욱 큰 파급력을 지니게 되는 것이다. 융합사회에서는 정보를 찾는 검색력이 우선인 사회가 아니다. 오히려 수많은 정보를 조합(sorting)하고 편집(editing)하는 능력이 더욱 중요해지는 사회이다. 따라서 융합사회는 욕망의 관계망을 잘 살필 수 있는 능력 역시 함께 요구되는 사회라 하겠다. 본 연구는 디지털 컨버전스 시대의 개인과 집단의 욕망이 서로의 공감을 토대로 발전하고 공진해 나간다는 점에 더욱 심도 있는 포커스를 맞추어야 한다는 점을 제안한다.





## 제 1 장 정보사회 심층 분석과 구조주의

### 제 1 절 구조주의 개관과 흐름

#### 1. 정보사회와 구조주의

21세기에 도래한 융합사회와 정보사회는 융합기술은 우리의 삶의 양식을 변화시킴으로써, 이전의 사회와 구분되는 여러 사회·문화·경제적 변화를 불러일으키는 중이다. 그러나 급속히 변화하는 융합사회 속에서도 개인과 사회구조의 심층에 변하지 않는 근본적인 원리와 요소가 자리 잡고 있는 것이 사실이다. 융합사회가 무엇인지를 제대로 파악하기 위해서는 융합사회에도 여전히 유효한 가치를 찾아내고, 이것이 어떠한 특징을 나타내는지를 파악하는 작업이 필요하다고 볼 수 있다. 따라서 다변화하는 사회의 근저를 파악하기 위한 시도으로써, 구조주의를 융합사회를 분석하는 하나의 큰 틀로 선정하였다.

“구조주의는 새로운 방법이 아니다. 그것은 현대적 지식에 대해 깨어 있고 불안한 의식이다”라고 푸코가 〈말과 사물〉에서 밝힌 바 있듯이, 구조주의의 관점에서 심층 구조를 분석한다는 것은 사물의 현상을 있는 그대로 보는 것으로부터 그것의 이면에서 그것을 지배하거나 그 근본원인이 되는 요소를 찾는 과정을 의미한다. 인간의 의식이 아닌 무의식의 과정들을 찾는 것이며 따라서 사물 그 자체를 보는 것이 아닌, 시간의 저변에 흐르는 구조와 사물에 외재한 관계맺음을 보다 중시한다. 이러한 인간과 사회에 대한 심층 분석이 바로 거대한 구조주의의 흐름을 형성하는 것으로 구조주의는 현상적인 다양성 아래에 존재하는 심층적인 간명성을 규칙성의 수준에서 드러냄으로써 인간과학을 자연과학에 버금가는 수준으로 끌어올렸다고 볼 수 있다. 구조주의는 주체, 의미, 역사성 등을 내세우던 종래 프랑스 철학의 흐름을 전면적으로 거부하고 ‘주체 바깥의 사고’를 통해 주체의 행위와 인식을 규정하는 객관적

인 체계들을 전면에 내세우며, 이러한 구조주의는 주지하다시피 소쉬르의 언어학에서 결정적으로 정립되었다. 본 연구는 구조주의는 인간과 사회구조를 바라보는 근간이 되는 관점을 제공하는 이러한 구조주의적 관점을 통해, 융합사회를 살아가는 개인의 내면적 욕망의 변화상과 집단욕망의 양태를 고찰해보고자 하였다.

## 2. 구조주의의 흐름

인문사회과학의 영역에서 구조주의의 수용은 여러 가지 형태로 이루어졌는데, 이들을 개략적으로 분류해 본다면, 우선 첫째로 인류학의 클로드 레비스트로스, 기호학의 알지르다스 쥘리앵 그레마스, 정신분석학의 자크 라캉이 대표하는 과학주의적 구조주의로 분류가 가능하다. 두 번째는 ‘법칙’을 탐구하는 첫 번째 구조주의와 비슷하나 더 유연하고 유동적인 기호학적 구조주의로 대표자로 톨랑 바르트, 제라르 주네트, 츠베탕 토도르프, 미셸 세르 등을 들 수 있다. 세 번째는 역사화 된 구조주의 혹은 인식론적 구조주의로 부를 수 있는데 루이 알튀세, 피에르 부르디외, 미셸 푸코, 자크 데리다, 장 피에르 베르낭 등이 대표적 인물들이라 할 수 있다. 구조주의는 1950년대부터 모습을 드러내기 시작하여, 60년대에 본격적으로 학계를 풍미하기 시작했으며 1966년은 구조주의에 대한 가장 활발한 연구가 이루어진 때이기도 하다. 구조주의는 이후에도 여러 학문 영역에 걸쳐 시간적 편차를 두고 지속적으로 연구되었다.

소쉬르는 “언어는 기호의 체계이다”라는 말을 통해 언어라는 것이 무엇인지에 대한 근원적인 물음을 던지고 있다. 소쉬르에 따르면 의미를 전달하기 위해 소리는 규약 체계, 혹은 기호 체계의 한 부분이 되어야 하며, 기호는 기표인 시니피앙(signifiant)과 기의인 시니피에(sinifie)로 구성되어 있다. 기표와 기의는 흔히 분리된 것으로 생각하기 쉽지만 사실 분리된 것이 아닌 동전의 앞뒷면과 같은 것이라 볼 수 있다. 소쉬르 언어 이론의 핵심 중 하나라 할 수 있는 것이 바로 기호의 자의성인데, 이를 통해 우리는 기호의 본질에 대해 고민해 볼 수 있다. 기호의 자의성이란 다시 말해 기표와 기의 사이에 어떠한 자연적 혹은 필연적인 연관관계가 없다는 것을 의미한다. 예

를 들어, 영어에서 말하는 ‘개’는 dog라고 표현하는데 이때의 dog라는 소리 자체와 실제 두발이 달리고 털이 난 동물인 ‘개’ 사이에는 어떠한 필연적 관계가 있어서 그러한 것이 아니라는 것이다. 기호의 자의적 특성을 이해하는데 색채용어를 들어 설명하는 것이 용이한데, 예를 들어 외국인을 상대로 색깔을 가르쳐야 한다고 상정해보자. 이 경우 빨간색을 알려주고자 한다고 했을 때, 수많은 빨간 색 혹은 빨간 물체를 보여주면서 빨간색을 습득시키는 방법이 있을 것이다. 그러나 이보다 더 효율적인 방식은 파란색, 녹색, 노란색 등 다른 색깔과 함께 빨간 색을 보여주며 빨간색이 아닌 것이 무엇인지를 파악할 수 있게 한다면 훨씬 쉽게 빨간색을 익힐 수 있을 것이다. 진정한 빨간색의 본질을 파악하기 위해서는 빨간색과 다른 색들과의 관계 속에서 이를 파악할 때 가능해진다고 볼 수 있다. 왜냐하면 빨간 색은 어떤 독립적 개념이라기보다는 여러 색의 체계를 이루는 한 부분으로서 다른 색채 용어들과의 관계 속에서 본래의 의미가 파악될 수 있기 때문이다. 이를 통해 기호는 자의적이며, 기호가 속한 언어 속에서 기호를 독립된 것으로 간주하기 보다는 체계의 한 부분으로 보아야 함을 알 수 있다.

소쉬르는 또한 언어에 대한 역사적 접근을 거부하고 공시태를 강조하였는데, 통시태가 시간의 진화 속에 언어체계가 어떻게 변화하는지를 모색하는 연구라면, 공시태는 시간에 관계없이 언어체계를 연구한다는 점에서 통시태와 차이를 보인다. 소쉬르는 모든 언어는 랑그(langue)와 파롤(parole)로 이루어지는데 랑그는 언어공동체 구성원이 공유하는 언어체계로서 각 화자의 개별적인 발화행위인 파롤과 구별된다고 역설했다. 개별적이고 특수한 파롤에 비해 랑그는 사회적 언어체계로서 개인의 구체적, 주관적 발화를 넘어서는 보편적이고 객관적인 것을 의미한다. 랑그는 개인들과는 무관하게 개인들 바깥에 존재하며, 발화주체는 보편적인 랑그 체계에 따라서만 언어를 사용하고 의미를 이해, 소통할 수 있게 된다. 주체는 언어체계 안에서만 주체로 구성되는데, 랑그는 기호체계로서, 음성적 이미지 또는 청각 영상인 기표와 그 개념인 기의가 결합된 것인데 기표와 다른 기표의 차이가 한 기표의 기의를 규정하게 된다. 이런 기호들 사이의 차이의 관계망은 객관적이고 자유적인 동학을

지니며 발화주체들을 규정하는 것이라 볼 수 있다. 이러한 랑그와 파롤의 구별은 언어학에서 뿐만 아니라 그 외의 분야에서도 중요성을 가지는데 이러한 구별이 결국 제도와 사건을 구별하는 행위와 맞닿아 있기 때문이다. 다양한 이벤트가 벌어지는 내재된 제도와 구체적이고 개별적인 사건들을 서로 분리한 것으로 볼 수 있다. 소쉬르와 그의 뒤를 잇는 로이트는 근원을 내면화함으로써 무의식이라는 개념을 통해 인간의 행동을 설명하고자 노력했다. 무의식이라는 것은 언어라는 체계를 통해 보다 뚜렷이 드러날 수 있는데, 언어학을 통해 우리는 스스로 의식의 표면을 통해 나타내지 못하는 내재된 지식을 분석함으로써 우리 스스로의 행동을 설명할 수 있는 실마리를 찾게 된다.

언어학뿐만 아니라 소쉬르는 기호학에 대해서도 중요한 화두를 던지고 있는데, 인간이 의미를 전달하기 위해 벌이는 일련의 행위들을 분석하고 이러한 규약 체계를 밝히는 학문이 필요하다고 주장하며, 언어학이 기호학의 일부로 편입될 것을 역설하기도 했다. 사회와 사람사이의 내재된 체계를 밝혀내는 것이 기호학의 기능이라 할 수 있겠다. 이러한 소쉬르의 기호학에 대한 관심과 화두는 레비스트로스를 비롯한 후대의 학자들에게 많은 영향을 미치며 인류학, 사회학을 비롯한 다양한 학문 분야에서 구조주의적 분석을 가능하게 만들었다.

레비스트로스는 이러한 소쉬르의 언어체계로부터 영향을 받아 친족체계를 기호체계로 분석하였다. 개인들은 친족체계가 구성하는 기호체계, 호칭체계에 의해 자신의 자리와 이름을 부여받고 그 역할과 의미가 규정되는데, 이 때 개인들은 구조를 창조하는 주체가 아니라 구조의 산물, 구조의 효과일 뿐인 것이다. 레비스트로스가 친족관계, 식사법, 신화 등을 연구할 때, 그는 한 문화의 시간적 변화가 아니라 그 시간적 변화를 넘어 그 문화의 정체성을 확고하게 붙들어 주는 구조적 법칙성에 초점을 맞추었다. 이 구조적 법칙성은 그 문화의 코드를 형성하였으며, 각 문화에 살아 숨 쉬는 신화는 삶의 근본구조의 여러 계열이 서로 대응하면서 특정 문화의 항구적인 정체성을 제공하게 되었다. 이러한 이항대립이 문화의 심층을 구성하고 있는 것이라 하겠다.

레비스트로스의 사상을 살펴볼 수 있는 한 예로 그는 모든 인간 사회에 요리에 의한 음식물 가공행위가 존재하는데 이 요리된 음식은 문화적 수단에 의해 변형된 신선한 낱것의 음식으로, 썩은 음식은 자연적 수단에 의해 변형된 신선한 낱것의 음식으로 구분하였다. 동물들은 단지 음식을 먹기만 하며, 이때의 음식이란 본능에 따라 ‘먹을 수 있는 것’의 범주에 든 것으로 그때그때 입수 가능한 어떤 것을 의미한다. 그러나 인간은 어떤 음식은 먹어도 되고, 어떤 것은 먹으면 안 되는 것이라는 구분을 통해 사회적 규약을 만들어내고 음식의 양태를 규정짓는다. 음식은 특별한 ‘매개자’로 우리가 식사를 할 때, 우리는 문자 그대로 우리 자신(문화)과 우리의 음식(자연) 사이의 직접적인 정체성을 확립하게 되는데, 이러한 관점에서 볼 때 요리는 자연이 문화로 변형되는 보편적인 수단으로 볼 수 있다.

레비스트로스는 어떠한 문화적 산물이 탄생하는 과정에서 인간의 두뇌가 필연적으로 그 과정에 있어 어떤 보편적인 특징을 부여하였고, 따라서 이러한 문화 현상의 기본구조를 파악함으로써 인간 본성을 탐구해 낼 수 있다고 믿었다. 문명인이든 미개인이든 사람으로서 보편적인 공통된 본성을 가지고 있다는 뜻으로 해석해 볼 수 있다. 인간 문화의 보편적 사항이 구체적으로 드러난 어떤 사실 수준에서가 아닌 구조의 수준에서 파악할 수 있다는 것이 그의 주장이다.

레비스트로스가 주로 민속지학을 통해 인간의 구조주의적인 무의식을 통찰 하였다면 라캉은 구조주의적 정신분석학을 통해 무의식의 영역을 더욱 확고하게 하였다. 라캉은 자아의 자율성과 방어 기능만을 강조하려는 프로이트 이후의 정신분석학 사조를 비판하며, 진정한 인간이 존재하는 것은 자아가 아니라 자아를 투영할 수 있는 이드에 있는 것이고 그러한 구조를 파악하는 것이 정신분석학의 진정한 모습이라 주장하며 그것이 프로이트로 돌아가는 것이라고 했다. 다만 프로이트와 달랐던 점은 물리학이 아닌 소쉬르의 언어학을 통해서 찾는 것이었다.

만약에 우리가 의식이라고 부르는 것이 사실은 무의식적 구조에 의하여 조종되는 허수아비나 도구에 지나지 않는다면 코기토, 즉 데카르트 이후 이성의 합리적 판단이라는 엄청난 업적을 쌓아온 근대 서양 철학사는 모두 사상누각에 지나지 않게 된

다. 결국 모든 인간의 인식적 발단은 ‘나는 생각하지 않고 생각되어 진다.’라는 결론에 도달하고 마는 것이다. 라캉에 의하면 의식이 거울 속에 비쳐지는 환영이 반복됨으로써 우리는 그것이 실재인 것으로 확신한다. 그 확신이 의식이라는 가공물이다. 인간의 존재를 욕망으로 재정립한 라캉은 모든 대상은 인식론적인 대상이기 이전에 욕망의 원인이 된다고 주장한다. 신도 절대선도 다 욕망의 원인이다. 허나 무의식은 동물적 본능과 전혀 다른 존재이다. 언어활동은 무의식의 조건이다. 근대 초부터 사양 사상의 핵심인 “나”가 중심이 되는 것이 아니라, 이와는 반대로 새로운 구조적 개념을 구축하려 하였고 이는 인간의 언어활동이 없었다면 무의식도 존재할 수 없다는 결론으로 귀결이 된다. 이것이 라캉의 기본 사상이다.

라캉은 기표를 구조에 의해서 연결된 언어활동의 물질적 요소들의 전체로서 정의하였다. 즉 기표는 진술의 물질적 토대가 되는 셈이다. 곧 예컨대 문자 혹은 소리가 바로 기표이다. 그와 반대로 기의는 진술 속에 서술된 경험의 의미라고 정의되는데, 물론 그 의미는 모든 이에게 공통적 이어야 한다. 그런데 라캉의 정신분석에서 특징적인 것은 예컨대 기의 하나가 기표 하나와 일대일의 단순관계를 맺는 것만이 아니고, 하나의 기의는 여러 개의 기표들의 전체적 연쇄구조에서 겨우 나타날 정도이다. 그러므로 어떤 사람의 진술을 선뜻 액면 그대로 한번 듣고 판단한다는 것은 그 진술이 지니고 있는 무의식의 속생각을 전혀 이해하지 못하는 몰이해를 가져오기 쉽다. 왜냐하면 무의식이 진짜 이야기하고 싶은 것은 단 하나의 문장 속에 있는 기표에서 쉽게 표출되지 않기 때문이다.

이러한 특징은 특정한 욕망이 더욱 집념화 될 때 잘 나타난다. 본디 무의식은 자신의 본 생각을 부정하는 법칙을 지니고 있다. 이것이 더욱 심화되면 무의식은 거짓말을 즐긴다. 예를 들어 선거출마에 욕심이 없다고 강조 하는 것 자체가 정신분석적으로 의구심을 자아내게 하는 것이다. 무의식의 기표는 기의와 연결되어 있지 못하고 여러 가지 기의 위에서 미끄러져 다니고 있다. 즉 기표는 기의와 분리되어 언어를 사용하는 주체도 의식하지 못하는 사이에 그 연결 및 미끄러지는 것이 작용한다.

언어활동이 없이는 인식도 존재할 수 없고, 타인과 세계는 물론 자아의 인식도 불

가능하다. 언어가 없이는 우리 자신과 우리를 둘러싼 모든 것이 혼란상태일 뿐이고 어떤 질서도 없을 것이다. 질서가 없는 곳에 인식이 존재할 수도 성립할 수도 없다. 라캉은 언어활동이 우리를 객관적 인식 가능의 존재로 만들고, 그것이 동시에 체험의 세계를 대신하는 기호의 세계를 출현케 한다고 본다. 상징적 언어의 등장으로 인간은 체험의 상상을 영원히 무의식의 세계로 침잠시키고 만다. 인간의 체험세계의 상상은 어쩔 수 없이 억압을 받아야 하고 그 억압은 무의식의 시작이며, 그렇지 못하면 인간은 객관의 세계에서 의미화하지 못한다,

내가 나이기 이전에 너와 그가 있어야 하고, 대립이 전제되어야 한다. 타인이 있기에 내가 존재하게 되는 것이다. 언어의 존재는 타인과 자신이 인식될 수 있는 기본적인 발판을 마련해 주었고 이는 자아와 타인의 구별이라는 사회구조를 만들어주는 기능을 한다. 안(자아)과 밖(타인)의 구분, 현실과 진술의 구분 등 언어활동이 만들어 주는 기능으로 인해 인간은 상징의 세계에 필연적으로 접하게 되고, 그러한 시작은 코기토로부터 출발 시키는 철학에 어떻게 반대하고 있는 것인가를 보여주기도 한다. 인간은 기표로 구성된 질서를 스스로 만들어 낸 장본인이 아니라 오히려 이러한 기표의 질서들이 인간을 인간으로 구성한다고 하는 구조주의의 일반론적 사상이 라캉에게서 더욱 단단해지고 있음을 알게 된다. 레비스트로스 역시 인간이 신화를 창출하는 것이 아니고 신화가 자기들 내부의 관계에서, 그리고 인간 정신의 내부에서 스스로 만들어진다고 이야기 한 것처럼 말이다.

미셸 푸코의 경우 그는 본인을 남들이 구조주의자로 분류하는 것을 상당히 싫어한다. 사실 앞서 이야기 했던 레비스트로스나 라캉과는 다르게 소쉬르 이래로 내려오는 구조언어학의 용어나 개념 등이 등장하지 않는 것은 사실이다. 그럼에도 불구하고 푸코의 철학과 사유를 구조주의적이라고 보통 분류하고 논의하는 것은 그럴만한 이유가 존재하기 때문이다. 이들의 공통되는 입장 중 가장 기본적인 것은 기존 주관적인 철학에 대한 아주 급진적인 해체 시각을 계속 유지하고 있었다는 것이다.

푸코의 계보학은 이성적 주체가 바로 자신이 자신의 운명의 주인이라고 이야기하는 기존 철학사상의 비판에서 부터 시작한다. 모든 시대에 존재하는 판단의 역학은

권력의 행사와 절대 분리될 수 없는 형태로 얹혀 있다는 것이다. 권력은 어떤 대상을 지적 근거와 무관하게 억압하는 데 그치지 않고, 적극적으로 개인을 구성하고 대상 영역 자체의 토대를 만들어주며 이성적 주체에 관한 주변의 모든 지식마저 산출해 준다고 이야기 한다. 푸코가 발현한 주체의 전경화는 근대 이후의 인문학의 한계를 넘어설 수 있는 중요한 실마리를 제공하였고 이러한 실마리는 주체 자체의 힘 보다 그 주체를 둘러싼 역사와 사회를 분석하며 그것이 바로 주체의 삶을 돌아보게 하는 것임을 명석하게 제시해 주었다.

그 한 예로 푸코는 ‘말과 사물’에서 구조주의를 호의적으로 평가하면서 그것이 근대 지식에 대한 불안하고 각성된 의식이라고 이야기 하였다. 그의 사상에는 정신병과 유체병의 역사, 감옥의 역사, 과학사, 성욕의 역사 등이 담론의 언어 구조적 방법을 통하여 해석되고 있다. 그는 서양사에서 이성의 출현이 나타난 기조적 배경을 실증적으로 알아보기 위하여 인문사회과학사, 기술 및 자연과학사, 그리고 정치와 법제사, 기타 문헌사 등을 다룬다. 그리하여 서양 근대문화와 생명이라고 볼 수 있는 이성이나 합리성이 구조적으로 어떤 병리현상을 지니고 있는가를 진단한다. 그의 그러한 병리현상의 진단은 과거의 인식이론처럼 어떻게 해서 과학적 지식이 가능하라는 물음을 제기하기보다 인간의 주체가 과학적 지식의 형성에 무슨 역할을 했으며, 서양사에서 자랑해 온 합리성과 주체는 어떤 관계를 맺고 있는가를 밝히는 데서 시작된다. 푸코에 있어서 광기는 라캉의 경우처럼 정신적 질환을 말하는 정신분석적 개념이 아니다. 푸코의 의도는 광기의 역사를 통하여 서양사의 문화와 시대적 사고유형을 도식화하여 현재의 역사로서의 우리 시대의 문화를 어떻게 평가해야 할 것인가를 밝히려는 문화인식론의 철학적 동기에서 출발한 것이다. 왜냐하면 광기는 어느 시대에나 존재했던 것이고, 따라서 광기를 어떻게 인식하였는가를 분석하는 작업은 그 시대의 특징적 지층을 정리하는 과제이기도 하기 때문이다.

인간은 누구나 자기 자신 내부에 광기의 요소를 다 지니고 있다. 그래서 푸코는 ‘인간들은 필연적으로 미치기에, 미치지 않았다는 것도 광기의 다른 측면에서 보면 미친 것일 수도 있다.’라고 언급하였다. 그럼에도 불구하고 근대 이후부터 인간은



정상적이라고 생각하는 자신의 다른 측면인 광기와의 대화를 단절시켰고 광기를 많은 병 가운데 하나인 병으로만 추상화하여 의사들에게만 일임시켰다. 그와 동시에 사람들은 광기의 언어를 단지 합리적이고 억압적인, 그래서 도덕적일 수밖에 없는 그런 이성의 권위를 매개로 하여 판단하기 때문에 광기의 우스꽝스럽고 괴이한 말을 이해하지 못하고 말았다.

근대 이전에 광기는 ‘진실을 소지하고 있는 자’였다. 그 시기의 많은 예술작품에서 들어나듯이 광인은 항상 진실을 소지하고, 소통하는 존재였기 때문에 서로 믿지 못하는 인간관계에 있어서 진실과의 소통 창구로 항시 연결되어 있었다. 광기 자체가 무섭고, 우스워도 이성을 넘어선 어떤 의미의 영역을 가리키고 있다는 것으로 생각했다는 점이다. 물론 광기는 부정되고 추방되었으나 그 시대의 사회로부터 완전히 단절되지는 않았다. 그러나 근대가 시작된 후 대두된 합리주의는 이성을 건강, 몰 이성을 병으로 진단한다. 이러한 판단은 광기에 대해 병적인 진단뿐만 아니라 도덕적인 책임까지 덧붙이게 되고, 이것은 물리적 그리고 심리적인 속박에까지 이르게 하였다. 소위 말해 정신병원이란 곳에 광기를 전부 몰아넣게 된 것이다.

푸코는 정신병원 제도가 부르주아 사회의 정신질서를 반영한다고 주장한다. 이성과 몰 이성을 갈라놓고, 낮의 계산된 법칙만 존중하며, 밤의 광기어린 열정을 무분별한 짓으로 매도하는 윤리를 말한다.

이러한 푸코의 전반적인 역사 철학적 비판 사상은 푸코가 담론의 형식을 취하며 구조주의의 일반적인 방법의 특성을 나타내고 있음을 보게 된다. 타인의 애매한 내적 의도나 의향을 찾기 위해 불확실한 고심을 포착하기보다 오히려 진술이나 언표가 다른 진술과 다른 변별의 외적구분에 의해서 그것을 포착하는 것이 훨씬 과학적이고 확실한 방법이라고 밝히고 있기 때문이다. 푸코는 분명 ‘지식의 모습과 언어의 모습은 같은 깊은 법칙에 복종한다.’라고 분명히 언급하였다. 푸코 스스로가 레비스트로스처럼 분명한 자기 입장을 정리하여 발표하지는 않았으나, 그래도 그는 소위 말하는 구조적인, 동시적인 구조의 인식을 통하여 통시적인 역사를 재래의 역사인식 방법이나 지성사등과는 다르게 파악하려고 하였던 것으로 판단되어 진다.

데카르트 이후 서양 철학사는 주관적인 관념론의 영향 하에서 항시 존재하고 발전되어져 왔다. 이런 서양철학사가 지속적으로 쌓아올렸던 관념론적 결과물, 즉 이성적이고 자율적인 주체가 바로 인간이고 신이라는 거대한 관념대신 이성이란 관념이 그 자리를 채우게 된 것이다. 허나 자율적이고 합리적이라고 항시 믿었던 ‘이성적 판단’은 산업화 이후 몇 차례의 전쟁과 공황 등을 통해 철저하게 무너져 버렸고, 결국 주체사상에 대한 원론적인 비판이 제기되게 된 것이다.

절대 합리적으로 돌아가지 않는 세계사를 보며 의구심이 들었던 많은 학자들은 인간이란 본래 이성의 자율적 판단에 의한 선택이 아닌 우리가 알아차리지 못하는 무의식적 시스템에 의해 행동하고 판단할지도 모른다는 잠정적 가설에 도달하였고, 이런 가설들은 잠시 앞서 살펴보았던 학자들의 학문적 결과물에서 더욱 공고히 다져지게 되었다. 인간을 판단함에 있어, 인간이 판단을 실행함에 있어 인간은 결코 자유롭지 않으며 그 이해관계를 살펴보기 위해선 전경적인 이해가 선행이 되어야 한다는 구조적인 접근은 갈수록 네트워크와 정보화로 하나의 원칙적인 판단이 힘들어지는 세상에 하나의 해석의 틀을 던져주고 있다. 이에 본 연구는 가상의 네트워크 상에서 활동하는 인간의 무의식적 구조를 파악하여 현재 우리가 겪고 앞으로 계속 논의가 될 가상공간의 많은 문제점들에 대한 전경적인 해답을 조금이나마 제시해주고자 한다.

## 제 2 절 언어를 통한 내재된 욕망 읽기

### 1. 언어를 통한 욕망과 권력의 투영: 라캉

〈도둑맞은 편지〉는 애드가 앨런 포우(Edgar Allan Poe, 1809~49)의 단편소설로서 라캉에 의하면 〈도둑맞은 편지〉는 의미화의 연쇄의 강요와 기표에 의한 주체의 결정에 대한 명확한 예증이다. 라캉은 ‘포우’의 우화와 같은 단편소설을 통해서 기표를 설명하는 이유를 “기표의 연쇄가 주체를 형성한다는 바로 그 진리가 이야기를 가능하게 한다. 이런 경우 어떤 다른 서사형태보다도 우화가 진리를 드러내는 적절

한 양식이 된다.”라고 보았기 때문이라고 역설했다(라캉, 1999:97). 진리나 지혜는 머릿속의 사고가 아니라, 일상에 있어서나 어떤 문제에 있어서 해결하는 행동이라는 것을 말해준다. 그래서 인간의 어리석은 행동은 동물이나 어떤 우스꽝스러운 상황을 통해서 다시 보게 되는 것이다.

애드가 앨런 포우의 단편 〈도둑맞은 편지〉는 뒤팽 삼부작의 마지막 작품이다. 소설은 처음부터 끝까지 뒤팽의 집에서 대화를 통해서 진행되지만 내용상으로 두 개의 장면으로 구성되어 있다. 하나는 원초적 장면으로 궁중내실에서 이루어지고, 두 번째는 무의식적으로 반복하는 장면으로 장관의 집무실에서 벌어진다. 먼저 궁중내실에서 장관이 여왕의 편지를 훔치게 되는데, 여왕에게서 편지를 되찾아오라는 의뢰를 받은 경찰국장은 이에 실패하게 된다. 그는 곧 뒤팽에게 와 도움을 요청하게 되고, 뒤팽은 이를 해결해낸다. 라캉은 두 가지에 초점을 두었는데 첫째는 이야기의 진정한 주체는 편지의 익명성이라는 것이고, 둘째는 이야기에서 반복되는 주체들 사이 관계의 양상에 관한 것이다. 이 때 독자는 편지가 다른 사람들에게 알려지면 왕비가 난처해 질 것이라는 사실만 알고 있을 뿐이지 편지의 내용은 알지 못한다. 편지를 소유한 각 인물들을 상징 관계의 연쇄 안에 위치 지어지며 상징적 협약을 만든다. 이 순환적 위치들, 또는 일련의 과정 속에서도 편지의 내용은 알려지지 않는다. 따라서 편지는 기의 없는 기표가 된다. 또한 이야기 속 다양한 주체의 위치는 세 가지 형태의 시선, 혹은 응시에 의해 정의된다. 라캉이 관심을 갖는 것은 “두 장면을 구조화하는 상호주관성”에 있다.

세 가지 형태의 시선을 살펴보자면, 우선 첫 번째 시선은 “아무것도 보지 못하는 시선이다.” 이 위치는 편지를 보지 못한 왕의 위치이고, 편지를 눈앞에 두고도 찾지 못한 경찰국장의 위치이다. 두 번째는 “시선은 아무것도 볼 수 없으니 자신이 숨겨 놓은 것이 드러나지 않으리라 여기는 즉, 스스로를 기만하는 시선”이라 할 수 있다. 이는 여왕의 위치이며, 장관의 위치이다. 마지막 시선은 “앞의 두 시선들이 숨기는데 실패한 이유를 알고서 누구나 볼 수 있도록 방치해두는 것이 오히려 진정으로 숨기는 것이라고 믿는” 시선이다(라캉, 1999:102). 이는 처음에는 장관의 위치였다 이후

에는 뒤팽의 위치가 된다. 그리고 우리는 삼각형태가 반복됨을 보게 된다. 라캉이 관심을 갖는 것은 바로 주체들이 서로 교체되면서 자리를 바꾸는 데 있는 것이다. 이때 자리바꿈은 순수한 기표인 도난당한 편지가 삼각구조 속 어디에 위치하느냐에 따라 결정된다. 기표에 따라 주체의 자리바꿈이 일어난다는 사실이 바로 무의식적 반복충동을 일으키는 기표를 설명해 준다 하겠다(라캉, 1999:103).

|       |       |         |
|-------|-------|---------|
| 왕     | 경찰    | 실재계     |
| 편지    | 편지    | 편지      |
| 여왕 장관 | 장관 뒤팽 | 상상계 상징계 |

그리고 <도둑맞은 편지>는 기표(lettre, 문자/편지)가 모든 주체를 결정하고, 이는 상상계, 상징계, 실재계를 나타낸다. 라캉은 이에 대해 왕과 경찰은 실재(The real)에 대한 절대 불변의 확신을 가지고 있기 때문에 실패할 수밖에 없다고 역설한다. 이러한 실재론은 주어진 세상이 존재하고 우리는 세상과 직접적이고 매개되지 않은 관계를 가지고 있다고 생각하는 미숙한 경험주의를 뜻한다. 두 번째 위치는 편지를 보지만 어떻게도 하지 못하는 사람의 위치이다. 세 번째 위치는 전개되는 상황을 모두 파악하고 있어 주도권을 가지고 있다고 생각하는 위치이다. 편지를 어떻게 처리해야 할지를 알고 있는 장관과 뒤팽은 구조의 역할을 깨닫고 이에 따라 행동하는 사람들이라 볼 수 있다. 이들은 상징계에서 주체의 위치를 획득한다.

여왕과 장관은 편지를 자신들이 소유했다고 믿었지만 사실은 편지(기표)가 주체를 소유했다고 해석할 수 있다. 주체를 상징계안에 각인 시키는 것은 바로 기표인 것이다. 따라서 장관이 여성필치의 주소를 쓸 때 ‘그를 두 번째 위치로 끌고 가는 반복의 역동성 안에’ 갇히게 되는 것이다(Muller & Richarson, 1988:63). 뒤팽 역시 중국에는 같은 위치에 서게 됨으로써 자기애적인 위치로 옮겨가게 되는데, 그는 자신의 여성적 속성에 분노를 느끼면서까지 장관에게 과거의 모욕에 대해 복수하는 동시에 거리를 두어야 하는 분석가의 위치를 상실하게 된다. 이를 통해 주체는 기표에게 포획되어 끝없는 반복의 과정을 통해 의미작용의 연쇄 속에 위치하게 된다. 즉,

주체는 의미화의 연쇄 외부에 존재하는 것이 아니라 그 내부에서 강요되고, 주체는 이를 따를 수밖에 없는 것이다. 편지는 의미화의 연쇄를 따라 이동하는 기표이고 개인은 이것을 알 수 없는 무의식의 효과가 된다. 그러므로 편지라는 기표에 따른 주체들의 자리바꿈은 “무의식적 반복충동을 일으키는 기표를 설명해주는 것”이라 할 수 있겠다(라캉, 1999:103).

이 때 대화의 형식 역시 두 장면을 구분해준다. 궁중내실의 장면에서는 경시총감과 뒤땡의 대화가 중심을 이루는데 이들은 “마치 귀머거리와 말을 알아듣는 사람간의 대화”처럼 들린다. 경찰국장의 상상력 결핍을 인해서 소통되지 못하는 의사전달행위는 “아무리 중요한 주석일지라도 자신이 이해할 수 있으면 체계 속으로 통화되고 그렇지 못할 경우 그것은 아무런 의미도 갖지 못하는 것”을 나타낸다. 게다가 ‘나’라는 주관적인 서술자를 통한 간접적 전달방식을 통해서 독자에게 전해지는 전체 이야기는 첫 번째 장면과 두 번째 장면이 다르게 묘사된다. 첫 번째 대화에서는 “아무것도 첨가하지 않고 있는 그대로 간접적 전달방식을 반복한다.” 하지만 두 번째 대화는 “언어의 두 축인 단어(word)와 이야기(speech)처럼 서로 대립되어” 나타난다. 또한 이야기가 궁중내실에서 장관의 집무실로 전환되는 것은 “정확한 현실묘사의 영역으로부터 진리의 영역으로 이동하는 것”과 같다. 이러한 진리영역은 바로 상호주관성에 의해서 드러나게 되는 것이다. 헤겔에게서 영향 받은 라캉은 상호주관성 속에서 인간은 절대적 타자와 연관을 맺게 되고 자신을 주체로 정립한다.

라캉이 ‘홀짝 게임’ 이야기를 소개하는 이유도 상호주관성에 있다. 아이는 게임을 하는 상대방을 보고 동일시하는 방법을 통해서 고수가 된다. 이러한 것은 시각적인 동일시를 통해서 정신적인 동일시를 끌어냈기 때문에 가능한 것이다. 이러한 상호동일시는 순환과정을 통해서 진리에 접근(상대방의 궤에 접근)하게 된다. 그러나 이러한 진리는 그대로 드러나지 않는데, 라캉은 하이데거의 “진리는 스스로를 숨길 때 자신을 가장 진실하게 드러내는 것이다”라는 말을 인용하며 이를 설명한다. 기표는 어떤 것으로 환원 될 수 없는 특이한 것이며 근본적으로 결핍만을 드러내는 상징을 뜻한다. <도둑맞은 편지>에서 기표로 작용하는 공작의 편지는 객관적 대상들과 다

르게 어느 곳에 있는지 현전하면서 동시에 부재하는 것이다. 그리고 편지를 가지고 있음으로 생기는 권력은 모든 이해관계자들을 능가할 만큼 대단한 것이다. 그렇다고 해도 이 모든 것은 편지의 내용에 관해서는 그 누구도 어떤 이야기도 들려주지 않는다. 그래서 라캉은 “기표인 편지는 전자뉴스 연속물이나 컴퓨터의 순환적인 기억장치에 견줄 수 있는 자리바꿈에 의해서만 스스로를 유지할 수 있다. 순환적인 기억장치는 교환 작용을 원칙으로 하여 순간순간 자신의 위치를 이동한다. 물론 순환적인 경로를 통하여 이동했던 것들이 돌아오기도 한다. 이것은 무의식적 반복충동에서 일어나는 일과 같다. 우리가 주석을 단 텍스트 속에서 프로이트는 주체가 상징계의 회로를 거쳐 가야 한다.”고 이야기한다(라캉, 1999:119).

여기에서 우리가 관심을 가지게 되는 것은 “편지의 내용이 아니라 바로 편지의 부재”에 있다. ‘포우’는 이야기를 이끌어가는 서술 방식에서 독자가 편지의 내용에 관심을 갖는 것을 교묘하게 차단한다. 이렇게 해서 ‘포우’는 우리의 관심을 “편지를 사용하지 않을 경우에만 생기는 효과”에 매어둔다. 따라서 “편지는 순수한 기표로 지정될 때에야 비로소 권력을 행사하는 수단”이 될 수 있는 것이다. 편지는 누구에게도 완전히 소유되지 않을 때 순수한 기표로 작용한다. 그래서 장관의 우월성은 편지가 그에게 부여한 역할에 의해 생겨나고 편지와 관계된 사람이면 누구나 장관이 그 편지를 소유하고 있다는 사실을 알고 있다는 것에 있다. 또한 라캉은 돈이 주체들을 움직이는 또 다른 기표로 작용하고 있음을 알려준다. 돈으로 경찰국장을 부리는 왕비, 돈으로 모든 것을 해결하려는 경찰국장, 풍족하지 못한 뒤땡, 도박을 즐기는 장관은 돈이라는 기표에 움직이는 인간 군상의 한 단면을 보여주고 있는 것이다.

## 2. 페이스북(거울단계)과 트위터(도식L)

라캉의 정신분석이론도 소쉬르의 구조언어학이 전제하는 기표의 독자성에 그 근본을 두고 있는데, 즉 기표가 기의에 우선할 뿐 아니라 그것으로 이루어지는 기표체계가 외부 현실의 지시체와 아무런 관련이 없다는 점에 바탕을 두고, 문화와 사회 안에서 성숙되는 인간에게 필연적으로 형성되는 무의식적 욕망은 결코 충족될 수

없음을 강조하고 있다. 인간은 결코 자연으로 되돌아갈 수 없는 일반적인 길을 걷기에 언제나 상실과 결여라는 상처 없이 살아갈 수 없는 것이다. 라캉은 우리가 사는 현실 세계를 상상계의 산물이라 설명하는데, 이는 상상계라는 말이 가상보다는 이미지에 매개되는 대상 세계를 가리키기 때문이다. 라캉은 상상계의 본질을 거울단계 개념을 통해 설명한다. 단순히 보일지 모르는 거울 이미지에 대한 집착은 이후 모든 심리 과정과 인식의 원형으로 작용하는 것이다. 거울 단계란 한마디로 자신의 신체 이미지를 자아로 알아보고 그것을 중심으로 대상화된 세계를 구성하는 경험을 의미한다. 동물이 이미지에 지배되고 그 영향을 직접 받는 반면, 인간은 이미지를 매개로 환경 세계를 자신에 맞게 재구성할 수 있는 것이다. 외부로 가시화된 이미지는 내 것이기도 하지만 실은 주체의 나르시시즘이 투사되는 타자적 대상으로, 인간은 타자를 통해 자신의 존재를 인정받을 때 비로소 주체로서 존재 할 수 있는 것이다. 따라서 구조적으로 인간의 욕망은 나의 것이 아니라 타인의 욕망과 그것이 겨냥하는 대상을 향하게 된다. 타자에게 인정받기 위해 노력하고 타자가 욕망하는 것을 욕망한다는 점에서 욕망은 소외의 표현이기도 하다.

여기서는 페이스북과 트위터의 특징을 구조주의적 접근 중의 하나인 라캉의 동일시 이론으로 해석해보았다. 페이스북과 트위터는 SNS의 대표적 서비스들이다. 하지만 유저의 사용에 있어서 페이스북은 친구들끼리 친목 활성화에 초점을 두고 있는 반면 트위터는 ‘지저귀다’라는 뜻에서 알 수 있듯이 140자 이내의 짧은 생각을 즉시 신속하게 올리는 것을 특징으로 하고 있다. 즉, 페이스북은 ‘나(I)’를 중심으로 하는 종합적인 사이버 커뮤니티를 지향하고, 트위터는 스마트폰을 이용한 짧은 정보나 생각들을 신속하게 전달하는 개인적 1인 미디어를 지향하고 있다. 그러나 이 두 서비스는 기본적으로 인간이 어떤 집단에 들어가 타자에 동일시하고자 하는 욕망을 잘 표출하고 있다는 공통점을 가지고 있다. 먼저 페이스북을 라캉의 거울단계이론으로 고찰해보았으며, 트위터는 ‘도식 I’을 통해 살펴봄으로써, 수많은 기표 위를 이동하는 인간의 욕망이 가상현실에서는 어떻게 일어나는지 살펴보고자 하였다.

라캉의 거울단계는 그가 최초로 발표한 자신의 이론으로 인간의 첫 번째 동일시

를 다루고 있다. 거울단계는 유아가 자신의 이미지를 거울을 통해서 알아보게 되는 6개월에서 18개월 사이를 지칭한다. 라캉은 침팬지와 유아를 비교하였는데, 침팬지가 거울 속의 이미지에 익숙해지면 이것이 허상이라는 것을 알고 무관심해지는 반면, 유아의 경우 거울 속의 자신의 이미지를 보며 환호하며 안절부절 못하는 상황에 주목했다. 이런 행동은 “리비도의 역동성(libidinal dynamism)과 인간세계의 존재론적 구조(ontological structure)가 자신의 편집증적 지식(paranoiac knowledge)과 일치한다는 것”을 보여준다. 인간은 거울 속 이미지를 통해 통합되고 조작 가능한 자신의 이마고(Imago)와 실제 자신을 동일시하지만 시간이 지남에 따라 거울 속 이미지와 자신의 신체, 주위환경을 이해하게 된다. 거울단계에서 동일시가 이루어지지지만 궁극적으로는 거울 속에 자신이 실제 자신이 아니라는 점에서 소외를 함께 경험하게 되는 것이다.

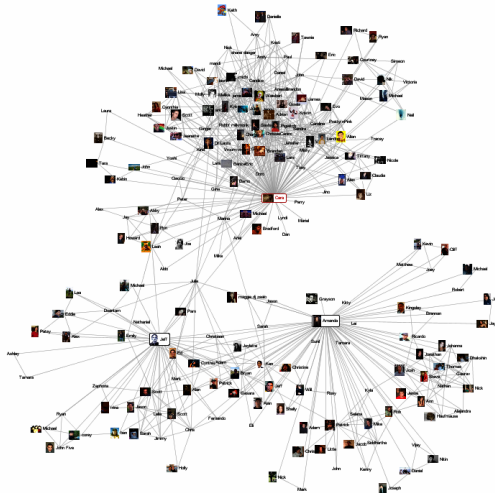
페이스북은 대학생들이 서로 이야기를 나누고 사진이나 동영상을 공유하면서 시작된 SNS이다. 즉 자신의 관심사와 인맥이 중심이 되어 만들어지는 커뮤니티의 형태이다. 타서비스와 다르게 ‘공유와 개방’이 아닌 ‘친구등록’을 통해 친구를 등록할지 거부할지 여부를 내가 결정할 수 있다는 점에서 다소 폐쇄적이라 볼 수 있다. 이때의 이용자는 이미 만들어진 커뮤니티에 들어가지만, 결국 나(I)를 중심으로 인맥이 재구성되고 이러한 네트워킹은 기존에 자신이 속해있는 오프라인의 소속을 중심으로 이루어진다. 이는 새로운 어떤 유동적인 질서에 들어간다고보다는 자신의 속해 있던 환경을 공고히 하는 효과를 불러온다. 다시 말해, 자신의 존재론적 구조에 있는 여러 정보들 중에 자신이 관심 있는 정보들을 편집증적으로 모아 그 유대를 강화하는 것이다.

이러한 페이스북의 환경은 새로운 세계에 자신을 내던져 타자와의 관계를 통해서 객관화되는 ‘상징적 관계’라기 보다는 스스로 자신이 보고 알고 경험하고 있는 세계를 인터넷으로 다시 확인 하는 ‘상상적인 관계’라고 할 수 있다. 가상의 커뮤니티 안에 있는 자신의 존재를 확인하고 기뻐하는 것이다. 때론 평소 현실에서 보여주지 못했던 자신의 모습을 언어나 이미지, 동영상 등을 통해 알리기도 한다. 이러한 태도



는 거울단계에서 유아가 과편화되어 있던 자신의 신체를 거울을 통해서 통일적 형태인 게슈탈트(Gestalt)적인 것으로 보고 동일시하려는 태도와 유사하다. 또한 ‘고무손 착각(rubber hand illusion)현상’처럼 현실의 촉각적인 감각정보보다 가상세계에서 구성되는 이미지가 뇌(전운동피질)의 재구성을 통해서 우위를 점하게 될 수도 있는 것이다. 이렇게 뇌 속의 구상력은 현실의 부족분을 매워 주거나 현실을 공고히 하는 일을 돕기도 한다.

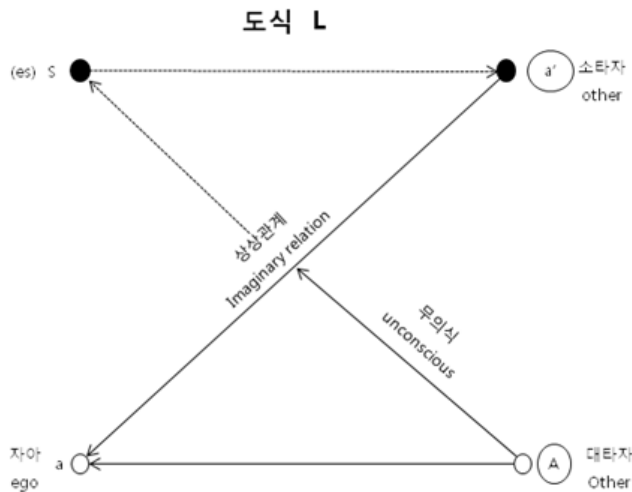
[그림 1-1] node와 line으로 구성되는 페이스북



대다수의 사람들은 SNS 안에서 자신의 이미지를 컨트롤함으로써 자신이 가지고 있는 이마고(Imago)를 현실과 가상현실 속의 환경에 맞게 구현하고자 한다. 이것은 현실에 결여되어 있는 자신의 이미지를 구현하고자 하는 욕망이다. 이러한 욕망은 커뮤니티(기표)들로부터 미끄러져 여러 커뮤니티를 기웃거리지만, 결코 채워질 수 없는 욕망이다. 또한 인터넷 안에서 구현되는 네트워크는 가상적(Innenwelt)이지만 현실 속 자신의 신체를 둘러싼 환경(Umwelt)은 이와 다르다. 최근 전 세계적인 화제가 되었던 3D 영화인 ‘아바타’도 이런 현상을 잘 보여준다. 영화관객은 3D효과가

주는 몰입감에 영화에 빠져들게 되지만 시간이 지남에 따라 3D 기술이 만들어내는 세계에 감탄 하면서 이러한 감탄이 오히려 영화에 몰입되기 보다는 계속해서 실제 현실과 3D영화 속의 가상현실을 비교하면서 영화에서 소외되는 자신을 발견하게 된다. 또한 현실의 실제 자기(이미 결여를 가지고 있는 주체)가 전체적으로 구현되지 못하는 허구적 경향은 자아가 ‘점근선적(asymptotically)’으로만 자신을 구현할 수밖에 없기 때문에 이를 해결할 수도 없게 된다. 따라서 페이스북 안에서 사람들은 소속감과 같은 동일시를 느끼게 되지만, 이와 동시에 소외도 함께 경험하게 되는 것이다.

[그림 1-2] 도식L로 보는 트위터

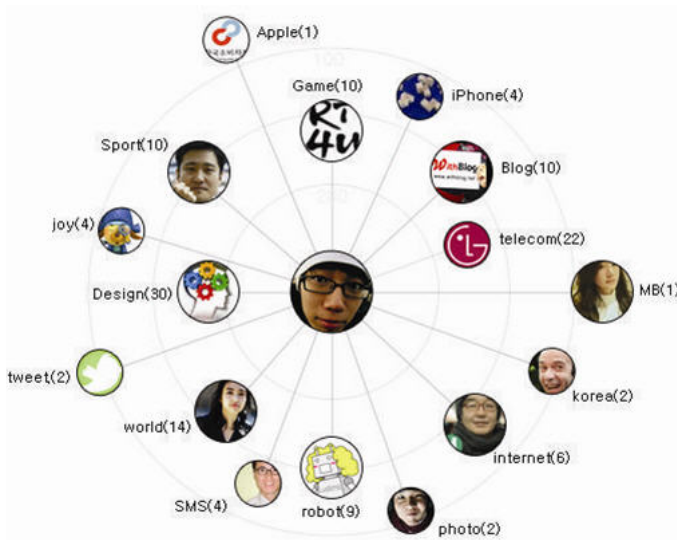


위의 ‘도식 L’은 주체의 탄생을 구체적으로 설명하면서 동일시에 있어서 자아(ego)와 소타자(a')와의 관계와 주체(subject)와 대타자(Other)와의 관계를 보여준다. 여기서 소타자는 자아와 관계하는 자신의 완벽한 상상적 이미지이다. 그리고 주체와 관계하는 대타자는 처음에는 어머니였다가 아버지로 변하는 언어의 장소이다. 자아는 소타자에게 말을 걸지만 주체는 대타자를 향해 있다. 하지만 대타자와 주체

사이의 상징적 관계는 자아와 소타자 사이의 상상적 축에 의해 항상 막혀있기 때문에 상징적 관계는 항상 왜곡되게 된다. 아이는 대타자와 관계하면서 자아와 주체의 분열을 느끼고, 이 관계를 통해서 주체가 형성된다. ‘도식 I’에서 자아와 소타자와의 관계는 ‘상상적 동일시’를 나타내며, 주체와 대타자와의 관계는 ‘상징적 동일시’를 나타낸다. 트위터의 가장 큰 매력은 쉽게 유명인들을 팔로잉(following) 하며 네트워킹 할 수 있다는 점이다. 주체는 먼저 어머니를 욕망하지만, 곧 어머니의 욕망은 결여되어 있고 아버지를 향해 있다는 것을 알게 된다. 이때 유아는 팔루스(Phallus)의 부재를 느끼고 불안해하는데, 이때의 불안은 언어, 법, 사회로 대변되는 아버지의 팔루스를 받아들임으로써 해소가 가능하다. 사회현실 속 사람들에게 있어, 유명인과의 관계는 넘을 수 없는 진입장벽으로 잔뜩 가로막혀 있다. 트위터의 매력은 이러한 진입장벽의 부재에 있다. ‘싸이월드’나 ‘페이스북’처럼 타자가 자신을 승인하지 않아도 팔로어(follower)가 되어서 유명인의 말을 손 안에 실시간으로 공유할 수 있게 되는 것이다. 이러한 특징에서 알 수 있듯이 트위터의 활동은 이미지 적이기 보다는 상당히 문자적으로 이루어진다. “무의식은 언어처럼 구조화되어 있다.(The unconscious is structured like a language.)”는 라캉의 유명한 명제가 다시금 떠오르는 대목이다. 트위터 이용자들은 트위팅을 통해 하나의 언어로 구조화되어 있는 상징적 관계에 들어가게 되고, 대타자와의 관계를 통해서 무의식을 형성한다. 트위터에서는 멀리서 보기만 하던 대타자인 유명인과 자신을 동일시함으로써, 유명인의 욕망과 무의식이 바로 나의 욕망이자 무의식으로 작용한다. 한편 하나의 트위터에 네트워킹 되어 있는 수많은 타자의 짧은 글이 올라오는 것은 무의식적 욕망이 기표들을 미끄러지면서 순간적으로 열리고 닫히는 것을 의미하는 것이기도 하다. 트위터에서는 직접 타인의 트위터를 하나하나 찾아다니지 않아도 자신이 팔로잉하는 모든 사람의 특정 글을 볼 수 있고 또 확산시킬 수 있다. 이때 ‘타자의 욕망’을 욕망하면서 자신을 확인 하는 주체 역시도 자신의 심연에 결여로 인하여 곧 다른 기표로 미끄러지거나, 또 다른 타자의 욕망에 귀를 기울이게 된다. 욕망은 대타자의 승인을 요구하지만 대타자(유명인)의 승인을 받지 않은 상태이다. 트위터의 수많은 시니피

양들은 결코 자신의 진정한 시니피에와 결합하지 못하고 미끄러지기만 할 뿐인 것이다. 왜냐하면 자신을 움직이는 욕망의 심연이 무엇인지 본인도 알고 있지 못하기 때문이다. 이런 관점에서 페이스북이 나(I)를 중심으로 아는 사람을 통한 노드(node)와 라인(line)으로 네트워크 된다면 트위터는 하나의 거미줄 망과 같은 방사선으로 된 무의식 네트워크에 자신을 던지는 것이라고도 볼 수 있다. 망(網) 속에 들어간다는 행위는 주체가 언어로 구조화되어 있는 상징계에 던져지는 것과 매우 유사하다.

[그림 1-3] 망(網)을 중심으로 한 트위터



### 제 3 절   풍경을 통한 외재된 욕망 읽기

#### 1. 모나드적 사유: 벤야민

##### 가. 풍경의 사회학적 사유

벤야민은 의식과 존재의 연관을 밝혀내는데 있어 풍경 개념을 논의하였으며, 이와 더불어 재현이 아닌 ‘표현’의 중요성을 역설했다. 재현적 패러다임과 표현적 패

러다임에는 차이가 존재하는데, 재현은 재현되는 것과 재현하는 것의 매개적 결합으로 볼 수 있는데, 이때 매개적 양식은 유사성, 모방, 재생산, 유비 혹은 반영 등이 이에 해당한다고 볼 수 있다. 그러나 표현의 경우는 이와는 다른 양상을 나타낸다. 예를 들어, 몽크의 ‘절규’를 떠올려 보았을 때, 뒤틀린 얼굴, 치뜬 눈, 벌린 입 등을 통해 ‘표현’되는 이 공포는 과연 어디에 있다고 할 수 있을까. 공포는 바로 이 표정 속에 ‘내장’ 혹은 ‘내포’되어 있는 것이다. 다시 말해 공포를 발견하는 것은 얼굴에 내포된 무언가를 발견하고, 여기에 내장되어 있는 것을 밖으로 꺼내어 추출하는 해석적 노동으로 볼 수 있다. 표현의 시각은 재현을 통한 의미생산과는 달리, 기호 속에 내재된 의미를 발견하고자 한다는 점에서 큰 차이를 보인다 하겠다. 따라서 해석 대상의 자율성이 보장되며, 표현적 형식들(영상적 차원)에 대한 관찰과 관심이 필요한 것이 이러한 까닭에서 이다.<sup>1)</sup>

모나드는 벤야민의 전체저작 특히 도시에 관련된 저작에서 중요한 개념이다. 이 개념은 라이프니츠로부터 유래했으며 범신론적 세계 파악을 통해 시작되었다. 범신론적 개념에 의하면 신(무한자. 총체성)은 자신의 창조물인 모든 단일요소(유한자. 특수성)를 통해 나타난다. 따라서 전체는 전체를 구성하는 각각의 사물 속에 존재한다. 벤야민은 이러한 신학적 개념을 세속적 사건의 해명에까지 연장시킨다. 벤야민에 의하면 전체의 흔적은 특수성 속에 있다. “가장 작지만 진정한 일상의 단편은 그림보다 많은 것을 말해준다.”

벤야민은 〈악마적인 베를린〉이라는 방송 원고에서 관상학자인 작가 하인리히 하이에 폰 호프만에 대해 다음과 같이 서술하고 있다. “호프만은 특정한 사람, 사물, 집, 대상과 거리 등에서 특별한 것을 지각한다. 여러분이 들어보신 것처럼 얼굴, 걸음걸이, 손 혹은 머리 모양을 통해 그 사람의 성격, 직업, 운명 등을 식별해 내는 사람을 관상학자라고 한다. 호프만은 예언가라기보다는 ‘자세히 보는 사람’이다. 자세히 보는 사람이 관상학의 독일어 번역어로 가장 적절할 것이다. 벤야민은 도시 풍경

1) 김홍중, 마음의 사회학, 문학동네, 2009; 5장 다니엘의 해석학 재정리

을 통해 도시의 관상을 제시하려 한다. 인간 주체는 도시의 건물들, 건물의 내부 환경과 같은 틀 속에, 인간 실존 양식의 실마리이자 지나온 경과의 표시인 ‘흔적’을 남긴다.” “살아가는 것은 흔적을 남기는 것이다”라고 벤야민은 언급했다. 모나드로서의 도시는 그 내부에 모나드적 단편들을 포함하고 있다. 벤야민은 도시는 수천 개의 눈과 대상 속에 반영되어 있다고 언급한다. 나폴리의 평범한 교회 속에서도, 사회주의 혁명 이후 모스크바의 공동주택 부근 통나무 오두막에서도, 제국주의의 영광을 기리는 베를린의 높은 기념탑에서도, 파리의 다양한 꿈의 건물들(파사주, 기차역, 박물관)에서도, 도시의 건축물은 도시 관상학자들에 의해 독해되어야 하는, 쓰여지지 않은 비밀스러운 텍스트를 구성한다. 그는 도시풍경을 통해 “일상을 범접할 수 없는 것으로, 범접할 수 없는 것을 일상으로 지각하는 변증법적 시각”을 개발하려 한다. 관상학적 독해는 대도시의 외적, 표면적 현시에 사로잡히지 않고 사물의 표피 밑을 관통하는 참된 성격을 파악하려는 벤야민의 비판적 기획이다.

#### 나. 풍경과 익명성, 이야기들: 모르그와 밀랍

19세기 파리에서 유행하던 모르그 방문은 구경거리화 된 풍경을 잘 반영한다. 진짜 시체들을 전시한다는 점은 사람들의 이목을 집중시키기에 충분했다. 다른 도시들에도 모르그가 있었지만 유일하게 파리에서만 사람들은 커다란 유리 진열장 속에 전시된 시체를 자유롭게 볼 수 있었다. 신문은 여성이나 아이의 시체와 관련하여 모르그 주변에 떠도는 소문을 선호했으며, 특히 범죄와 관련되거나 풀리지 않는 미스터리로 남은 사건들을 보도하고 싶어 했다. 시체들의 익명성 뒤에 숨겨진 이야기들은 이들을 특별한 대상으로 만들었으며, 파리가 지닌 선정적인 분위기 속에서는 더욱 그러했다. 구경꾼들이 모르그에 대규모로 모여들면 그것 자체가 후속 보도의 주제가 되었다. 이것은 다시 그 시체와 미해결 범죄 그리고 모르그가 계속 사회의 주목을 받게 만들었다.

그레뱅 밀랍 박물관은, 파리의 대중언론이 개척했고 광범위한 대중의 인기를 끌었던 현실의 구경거리화를 상업적으로 이용하려하였다. 사진이 신문에서 했던 것과 동일한 방식으로 박물관의 전시물은 순간을 포착하여 영구적인 현재와 연결시켰다.

당시 인기를 누리던 시체전시라는 내용에 박물관이라는 새로운 형식을 결합하여, 모르그의 구경거리화된 현실을 너무나 사실처럼 재현했다. 관람객들은 전시물을 지나갈 수도, 심지어 그 안으로 들어갈 수도 있었고, 다양한 시점들은 방문객들이 전시물과 상호작용할 수 있게 했다. 속보 형식과 지속적인 전시물의 고체를 통해 신문을 모방했고, 종종 신문 삽화를 그대로 밀랍으로 표현했다. 관객들은 신문에서 밀랍 전시물로 매체를 이동해 갔다. <파리는 중심으로서의 지위를 상실한 적 없는 ‘실제로 있는 장소’였다. 활기차게 쾌락을 추구하는 군중이 있었으며, 이미지와 글로 친숙한 세속적인 현실의 삶을 감각적으로 재현하는 현대적 오락의 풍경이었다> (페네사 슈와르츠, 2006). 풍경의 익명성이 새로운 이야기를 계속 만들어내고 이것이 다시 신문에 실리고, 동시에 관객들은 끊임없이 밀랍 전시물을 보러가고 그곳에서 다시 그 이야기의 ‘실제성’을 확인하려 하는 것이다.

인간은 끊임없이 이야기를 갈망하고, 소비하고자 애쓴다. 때로는 ‘실제성’도 없고, 혹은 실제도 없는 이야기에 매달리기도 한다. ‘모르그’와 같은 구경거리화된 이야기가 19세기 파리에만 존재하는 것은 아니다. 21세기에 이르러서도 역시 이러한 구경거리화된 풍경은 도처에 존재한다. 박물관과 미술관을 뛰쳐나온 전시들은 거리 곳곳을 점령하여, 대중의 눈길과 발길을 이끈다. 서울만 해도 지하철 역사내의 곳곳을 비롯하여, 서울시청 광장이라든지 공공장소에서는 다양한 전시가 끊이지 않는다. 거리를 뛰쳐나온 젊은 작가들은 길거리를 무대삼아 퍼포먼스를 펼치는가 하면, 젊음이 넘치는 대학로 거리는 연중 길거리 연주와 공연으로 채워진다. 19세기의 ‘모르그’는 음울하고 자극적인 소재를 통해 말초적인 감각을 자극하는 오락으로서 기능하였다. ‘모르그’가 정부기관에 의해 운영되었다는 사실과 ‘모르그’를 통해 재생산되는 가십과 이야기들이 많은 대중에 회자되었다는 점을 들어볼 때, ‘모르그’가 일종의 사회통합이라는 측면에서 소통의 자극제가 되었다는 아이러니를 갖는다. 그러나 현대의 ‘모르그’는 음울함을 걷어내고 보다 쾌활해진 대신, 상업화라는 그늘을 뒤집어쓰게 되었다고 말해야 옳을 것이다. 군중이 모여들고 집합하는 장소는 자본주의 사회에서는 잠재적 이익이 창출될 수 있는 공간이기 때문이다. 2008년 칸 국제

광고제에서 옥외부문과 프로모션 부문에서 그랑프리를 수상한 “The HBO Voyeur Project”는 도시풍경을 둘러싼 현대인들의 익명성 속에서 훑쳐보기에 대한 욕망을 겨냥하고 있다. 인간이 가진 이야기에 대한 갈망과 타인을 훑쳐보고자 하는 욕망을 정확히 짚어낸 마케팅의 산물인 것이다.

〔그림 1-4〕 “The HBO Voyeur Project”



HBO Voyeur 프로젝트는 2007년 여름 런칭한 마케팅 캠페인으로서 관음증을 장치로 사용하여 극적인 멀티미디어 경험을 선사하는데, 이 내용은 Flickr사이트와 youtube 같은 미디어 공유 플랫폼에서 사진과 비디오 클립으로 공유되고 있으며, 블로그와 소셜네트워크, HBO채널, 그리고 모바일 형태로 웹상에 배포되었다. 본 캠페인의 내용은 Broome Street and Ludlow Street의 한 코너에 있는 8개의 아파트에서 살고 있는 사람들의 이야기인 듯 보이게 하는데 있으며, 해당 영상은 6월 28일부터 7월 1일, 7월 5일부터 7월 8일까지 오후 9~11시 사이에 Broome Street and Ludlow Street의 빌딩 벽면에 엄청난 스케일로 투영되었다. 뿐만 아니라 동일한 내용의 영화가 HBO Voyeur 웹사이트에서 방영되었으며, 사이트의 슬로건은 “아무도 보고 있지 않다고 생각할 때, 바로 그들이 하는 것을 보라!”라는 것으로 이 프로젝트의 장소와 이야기



는 뉴욕에서 벌어지고 있는 이야기를 담고 있다.<sup>2)</sup>

뉴욕시민들은 한 날 한시에 모여, 거대한 빌딩 벽면에 투사된 타인의 삶을 흥미롭게 지켜보았다. 8개의 방에서는 마치 실체인 듯 한 각각의 드라마틱한 이야기들(살인, 사랑, 평범한 일상 등)이 눈앞에서 생생히 펼쳐진 것이다. 마치 실제 사람들이 살고 있는 건물의 외벽만 뜯어내, 삶을 들여다보는 느낌을 준다. 개개인의 내밀한 이야기들이 공공의 장소에서 다수의 군중에게 소비된다는 측면에서 HBO의 프로젝트는 현대판 ‘모르그’라 해도 손색이 없다. 다만 21세기의 ‘모르그’는 ‘죽음’ 대신 ‘삶의 현장’을 담아냈고, 이동성이 가미되어, 군중이 많이 모일만한 장소로 그때그때 모습을 변형하여 찾아갈 수 있다는 점에서 19세기의 구경거리와 차별화된다. 캠페인이 끝나고 나서, 이야기가 살아 숨 쉬던 외벽은 다시 차가운 도시 건물로 돌아가게 된다. 과연 벽면에서 생생하게 펼쳐지던 이야기들은 어디로 사라진 것일까. 캠페인이 진행되는 동안 HBO는 동일한 주제를 똑같이 재현한 웹사이트를 만들었고, 수많은 사람들이 웹사이트를 방문하여 소감을 남기고, 블로그에 이러한 이야기들을 퍼 나르기 시작했다. 사람들이 이 가상의 이야기에 빠져들어, 마치 이러한 살인사건이 존재하기라도 하는 것처럼 HBO가 만들어낸 이야기를 소비하기 시작했다. 이러한 이야기들의 실체는 과연 무엇이란 말인가.

구경거리와 관심거리는 분명 구분되는 개념이다. 관심거리가 말 그대로 본인이 흥미를 느낀다고 생각되어 생각과 에너지를 쏟는 대상 정도로 개념 짓는다면, 구경거리는 보다 가벼운 의미에서 우리의 감각을 사로잡는 흥미로운 대상을 일컫는다 하겠다. 융합사회는 보다 더 다양하고 스펙터클한 구경거리를 만들어내는 사회다. 축구와 같은 스포츠 이벤트를 보기 위해 사람들은 군집하고, 거리의 전광판과 도식 건물은 미디어 파사드라는 이름으로 도시 구경꾼들의 발길을 사로잡는다. 이러한 구경거리들은 상당히 시각자극적인 형태를 취하고 있다. 심지어 사람들은 그 스펙터클의 일부를 이루기 위해 스스로 붉은 티를 입는다거나, 특정 야구팀의 유니폼을

---

2) <http://www.hbovoyeur.com>

착용함으로써 구경거리 대상과 구경을 하는 구경꾼의 경계를 허물게 되는 것이다. 21세기의 구경거리는 화려하게 수놓아진 디지털 화면에서 다시 생생하게 재생된다. 도시를 배회하는 수많은 구경꾼들은 익명성이라는 가면을 쓰고, 21세기의 모르고에 다시금 심취하게 되는 것이다.

#### 다. 도시속의 디지털 파사주

파사주는 불어로 ‘passage’, ‘통과하다’, ‘지나가다’라는 의미의 passer에서 유래한 단어로서 벤야민은 이 용어를 19세기 유럽 근대 역사가 통과한 지난 과거의 공간을 일컫는 일종의 은유로 사용하였다. 이는 곧 한 시대의 ‘넘어섬’과 어떤 상태에서 다른 상태로의 ‘이행’, 또는 ‘변화’를 의미하기도 했으며, 경우에 따라서는 ‘삶(윙성)’에서 죽음(사멸, 붕괴)으로 넘어가는’의 의미도 담고 있었다. 또한 passer는 어떠한 일이 ‘일어나다’ 또는 ‘발생하다’라는 뜻도 가지고 있었기 때문에 파사주는 사소한 일상적 사건들이 발생하는 사건의 공간이라고 해석해 볼 수도 있다. 예를 들어 19세기의 파사주는 상점뿐만이 아니라 독서실이나 문화행사가 열리는 공간 등도 함께 포함됨으로써, 근대의 일상문화가 태동할 수 있는 장소적 함의를 가지고 있었음을 알 수 있다.<sup>3)</sup>

현대의 파사주라 할 수 있는 공간들은 수도 없이 많다. 00스퀘어라는 이름을 가진 거대한 쇼핑몰(일종의 아케이드)들은 대도시라면 어디에든 존재한다. 메가시티의 모세혈관과도 같은 지하철은 인종의 전시장으로, 사람들은 서로 서로를 구경하기를 즐긴다. 이러한 현대적 의미의 군중이 군집하는 파사주에는 새로운 장식물이 함께 한다. 그것은 터치스크린으로 대변되는 수많은 키오스크들 혹은 커다란 LED 화면으로 대변된다. 메트로폴리탄이라 일컬어지는 현대의 도시 건축물이나 도시들은 상당부분 획일화 되어가고, 서로가 서로를 닮아가는 것이 일반적인 양상이다. 예를 들어, 서울시가 추진하는 ‘디자인 서울’의 일환인 ‘동대문 디자인 플라자 & 파크’의

3) 고지현, 꿈과 깨어나기: 발터 벤야민의 파사주 프로젝트의 역사이론, 유로, 2007, 재정리.

준공을 앞두고 서울시는 예비건축물 앞을 잔디밭으로 조성했다. 많은 시민들이 잔디밭에 앉아, 전광판의 영상을 감상하기도 하고, 피크닉을 즐기는 모습을 심심치 않게 볼 수 있다. 어디서 본 듯한 광경이라 생각되지 않는가. 잔디밭위의 사람들만 바뀌었을 뿐, 이는 뉴욕의 센트럴 파크를 그대로 옮겨다 놓은 모습이라 해도 과언이 아니다. 대도시의 삶의 풍경이 비슷비슷해지고 마는 것이다. 광장, 공원의 잔디밭, 길가에 즐비한 노천카페 등 이러한 공공장소는 근대적 도시풍경을 재현한다. 21세기 메가시티 어느 곳을 가더라도 마주치게 되는 획일화된 풍경인 것이다. 이러한 획일화된 공간 내에서 도시의 산보자들은 사람이 만들어놓은 인공적 건축물들을 마치 아주 오래전부터 그곳에 존재한 자연과 같은 존재로 간주하며 산책을 나서는 것이다.

그러나 그럼에도 불구하고 찬찬히 들여다보면, 도시는 제각각 나름의 삶의 흔적을 담아내는데 충실하다. 그것이 역사의 산물이든, 혹은 가장 빠르게 변화하는 디지털을 반영해낸 모습이든 도시는 도시 나름의 모양새로 사람들의 일상을 엮어낸다. 강남역에 위치한 미디어폴이 제일 처음 생겼을 때는 다소 생경해 보였던 것이 사실이다. 마치 전선을 빼대로, 전기를 먹고 자라나 빛을 발하는 인공 우림처럼 보이는 미디어폴은 퇴색한 시멘트 길과 괴상한 부조화를 이루었다. 그러나 최근의 모습을 살펴보면, 사람들이 미디어폴 앞에서 스스럼 없이 사진을 찍고, 발걸음을 멈추어 이리저리 미디어폴을 누르는 모습을 심심치 않게 볼 수 있다. 이제는 미디어폴이 도시 일상의 한 부분이 되어, 디지털로그를 남겨주는 일상의 증인이 된 것이다. 아날로그 가로등 밑에서 데이트를 하던 연인들에게 가로등은 도시 속에서 개개인의 기억을 구성하는 특별한 건축물로 기억되었을 것이 틀림없다. 현대의 도시에서는 미디어폴이 연인이나 친구와 함께하는 행복한 순간을 남겨주고, 저장해주고, 전송해준다.

## 2. 욕망의 전시화: 융합현실(Mixed Reality)

### 가. 아날로그적 장소의 디지털 흔적

이러한 변화는 스마트폰이라는 새로운 디지털 기기가 등장함으로써 더욱 가속화되는 양상을 띤다. 최근 큰 인기를 얻고 있는 “포스퀘어(Foursquare)”라는 어플리케이션

이션은 이러한 양상을 함축적으로 보여준다. 포스퀘어는 위치정보서비스(LBS)와 SNS가 결합된 서비스라 정의할 수 있는데, 사람들은 스마트폰에 설치된 포스퀘어라는 어플리케이션을 통해 특정 장소에 갔을 때, 휴대폰으로 ‘체크 인(Check-in)’을 하게 된다. 체크인을 하게 되면 사용자의 지인들은 사용자가 어디에 있는지를 지도상으로 살펴볼 수 있다. 또한 포스퀘어의 재미난 점의 하나는 본인이 자주 가는 곳 예를 들면, 그곳이 광화문에 위치한 스타벅스라 했을 때, 자주 방문하여 발도장을 찍는 체크인을 하면 할수록 이 횟수가 누적 기록되게 되고, 가장 자주 방문하는 사람의 경우 시장의 위치에 까지 올라갈 수 있다. 누적 횟수를 통해 그 공간 안에서만큼은 내가 왕이 되는 일종의 게임과도 같은 형태를 빌려온 어플리케이션이라 할 수 있다. 포스퀘어를 통해 자동으로 마일리지 적립의 효과를 얻는 사용자는 자주 방문하면 할수록 해당 점포에서 제공하는 다양한 인센티브를 즐길 수 있게 된다. 포스퀘어는 이러한 장소에 대한 정보제공을 바탕으로 사용자가 위치한 곳을 중심으로 어떤 상점에서 무슨 세일이 진행되는지에 관한 정보를 실시간 맞춤형으로 제공할 수 있다는 점에서 엄청난 마케팅 잠재력을 가진다.

포스퀘어의 또 하나의 장점은 본인이 방문한 음식점에 체크인 한 뒤 이에 대한 평가를 내릴 수 있다는 점이다. 이러한 평가는 트위터나 페이스북에 연동되며, 이를 통해 다른 사용자들에게 새로운 정보를 줄 수 있다는 점에서 유용하다 하겠다. 같은 맥락에서 스마트폰이 더욱 활성화되면, 다른 나라로 여행을 떠날 때 더 이상 무거운 여행 책을 가지고 떠날 필요가 없다. 이미 스마트폰을 활용해 새로운 곳을 여행하는 사람들이 늘어나고 있으며, 이는 점차 큰 트렌드로 변할 것이다. 가까운 미래에 증강현실(augmented reality) 서비스까지 더해진다면, 더욱 흥미로운 양상들이 출현할 것으로 보인다. 예를 들어, 특정 음식점 건물을 스마트폰에 비추면, 스마트폰의 스크린에 해당 음식점에 대한 정보, 쿠폰과 더불어 이미 음식점을 방문한 사람들의 평가가 함께 뜨게 될 것이다. 이는 사용자의 입장에서는 타인에 의해 한번 가공된 편리한 정보를 습득하게 된다는 장점을 가지나, 반대로 상점의 입장에서는 양날의 칼로 작용할 가능성도 크다. 평가가 반드시 긍정적이지 않을 경우가 존재하기 때문이다.

향후 라이프로그가 현실화 될 경우, 사람들은 모든 장소에 대한 기억을 생생히 저장할 수 있을 것이다. 반드시 그 사람이 아니라 하더라도, 스마트폰 하나만 가지고 도시 공간 곳곳에 남겨진 수많은 사람들의 흔적을 탐험해나갈 수 있을 것이다. 예를 들어, 스마트폰으로 공원의 벤치를 비출 경우, 그곳에 숨겨진 수많은 개인의 추억이 증강현실로 보여져, 타인의 사랑이야기를 읽어볼 수도 있을 것이고 혹은 도시의 슬럼을 비출 경우, 그곳에서 일어난 사건사고에 대한 기사와 함께 접근에 대한 경고 메시지를 읽어볼 수도 있을 것이다. 개개인의 머릿속에 저장되어 있던 매우 사적인 기억과 추억들도 이제는 공공의 영역에서 장소와 결합되어 디지털 흔적을 통해 공유되거나 소비될 수 있는 세상이 도래했다.

이러한 벤야민의 풍경에 대한 모나드적 사유가 융합사회의 풍경을 바라보는데 하나의 해석적 틀을 제공한다면, 디지털 소통이라는 측면에서 우리는 스마트폰을 통한 커뮤니케이션 자체에 대해서도 주의를 기울일 필요가 있다. 특히나 아이폰이라는 새로운 기기가 등장하면서 내놓은 수많은 어플리케이션들은 우리의 삶의 방식을 재구성해나가고, 커뮤니케이션을 조망하는데 있어 새로운 시각을 제공해주기도 한다. 아이폰이 아무리 중요한 기능들을 많이 가지고 있다 하더라도, 그 핵심 기능은 커뮤니케이션 툴이라는 점이다. 아이폰 이용자들이 상대적으로 전화보다 와이파이를 이용한 다른 활동들을 많이 이용하는 것이 사실이지만, 여전히 문자를 보내거나 전화를 함으로써 타인과 소통한다는 기본 기능에는 다른 피쳐폰과 동일한 역할을 담당하고 있는 것이다. 그런데 이 중 문자(SMS) 기능을 살펴보면 매우 흥미로운 기능을 발견할 수 있다. 그것은 바로 특정 사람의 이름을 터치할 경우, 그 사람과 주고 받은 문자내용에 대한 히스토리가 뜨게 되는데, 이러한 편리한 기능을 통해 내가 이 사람과 어떠한 내용의 이야기를 주고받았는지를 간편하게 확인할 수 있다. 소통의 흔적이 하나의 연결된 히스토리로 남게 되는 것이다. 이렇게 남겨진 메시지 중 본인이 더욱 소중하다고 생각되는 연인, 친구, 가족과의 메시지는 지우지 않고 남겨둘 확률이 크다. 때때로 사람들은 이러한 메시지를 다시 꺼내 읽으며 마음의 위안을 얻고, 친밀함에 대한 숨겨진 욕망을 갈망하는 자신을 마주하게 될 것이다.

### 나. 풍경과 융합현실에 관한 고찰

디지털 컨버전스 기술의 발전으로 인한 생활의 변화는 그 변화의 폭과 일상성으로 파고드는 파급효과를 고려할 때 삶의 양상을 구분하는 기준이 되었다. 풍경에 대한 사유가 의미가 있기 위해서는 그 풍경을 일상으로 한 사람의 삶을 보는 것이 중요하다. 단편적 순간이라도 이것이 일상이 되기 위한 층위를 고려함으로써 전체적 사회를 이해하는 힘이 되는 것이다, 일상에서 디지털이라는 말이 익숙해지고 있다. 이제는 어느 가전기기에도 다 붙어있는 공학적인 단어인 디지털은 어떻게 우리사회를 변화시킬 수 있었는가? 디지털 이전의 시대의 구성조건은 실재하는 존재의 개념에서 원자 즉, 원자(Atom)이고 이것의 물질적 특성 아래 사회가 구성된다. 실재에 대한 접근 가능성과 권력이 비례하여 나오기 때문에 중심의 실재와 거리로 풍경이 만들어진다. 이러한 기존의 삶과 디지털시대와의 근본적 차이는 비트(Bit)와 원자의 차이에서 비롯한다. 정보들이 원자에서 비트로 옮겨지면서 물리적인 영향을 받지 않는 비트의 특성에 의하여 정보는 몇 열의 비트로 바뀌어 시공간에 영향을 받지 않고 전송되고, 복제될 수 있게 되었다. 이러한 새로운 개념의 비트는 우리가 기존의 우리가 정보, 미디어와 가져왔던 모든 관계를 변화시키고 있다.

기존의 디지털은 디지털시대의 기반을 만드는 것이 중요했다. 그러나 원자가 아닌 실체가 없이 정보의 흐름을 통해 존재하기 때문에 디지털 기술을 위한 기반은 점차 비시적인 것이 된다. 디지털의 궁극적인 발전은 원자의 시대에서 꿈꿀 수 없었던 존재의 사라짐이다. 즉, Seamless한 존재감으로 인해 사람들은 그들이 기술을 사용하고 있다는 개념조차 가지지 않게 될 것이다. 이는 사용성 측면에서 일상이 되기에 최고의 조건이 된다. 기술적 기반이 있다고 하더라도 이러한 기술이 사회의 변화를 주도하지는 않는다. 이는 기술 이전의 잠재적 욕망을 기술로 실현하는데서 비롯한다. 미디어의 사용 자체에 대한 의식이 사라지는 것에서 컨버전스에 대한 욕망이 시작된다. 즉 하나의 목적을 이루기 위한 수단으로 학습을 요구하던 미디어의 사용과, 그 과정에 따라 미디어의 전환을 고려해야하는 욕망에 대한 메타적인 과정이 사라지길 바라는 욕망인 것이다. 어떤 기계를 사용하여 어떻게 작업을 할 것인지는 중요

치 않다. 어떤 일을 할 것 인지, 본질만 생각하면 되는 것이다.

이제 디지털의 시대에 문제는 디지털 기술이 아니라 무엇이든지 가능한, 정보는 많아 넘치는 상황에서 어떠한 정보를 생성하고, 어떤 정보를 택하고 배포할 것인가에 대한 것이다. 이것을 토대로 권력이 생성된다. 오히려 뭐든 다 할 수 있는 잠재력을 제공하는 기술을 사용하는 인간, 우리 스스로의 역할과 자신이 무엇을 좋아하고 필요로 하는지, 자신에 대한 탐구가 오히려 더 필요해 질 것이다. 이것을 바탕으로 디지털 사회의 풍경은 재구성 된다. 즉, 실질적 토대와 인프라를 필요로 하지 않기 때문에 시각적이고, 지시적인 층위에서는 큰 변화가 일어나지 않는다. 결국 디지털은 필요에 따라 일시적으로 실체를 드러내는 다른 층위의 결을 만든다. 정보의 디지털화에서 비트의 특성에서 비롯한 사회는 정보를 쉽게 복제 할 수 있고, 매체에 관계없이 저장과 전송을 가능하게 해주었다. 또한 엔터테인먼트 요소들을 하나의 데이터라는 형식으로 컨버전스 할 수 있게 하므로 자유롭게 변형, 수정, 전송이 용이하게 한다. 이는 플랫폼의 통합, 동시화를 가져온다. 인프라를 가진 권력의 중심과 접근성의 가능성에 따른 거리로 이루어지는 풍경이 아닌, 노마드적인 권력의 생성과 동시에 배포되는 풍경이 만들어진다.

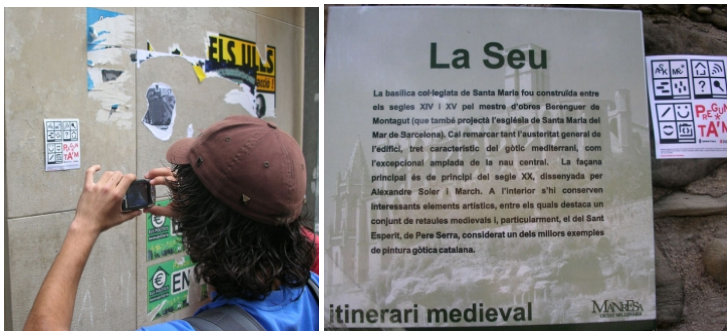
동일한 풍경이라도 이 풍경을 일상으로 하지 않는 사람 즉 방문자나 관광객이 바라보는 풍경과 이 풍경을 일상의 배경으로 하는 거주민이 바라보는 풍경에는 차이가 있다. 오히려 비가시적인 이러한 의식차원의 차이는 이를 좀 더 분명하기 위한 잠재된 욕망으로 인해 오히려 디지털 시대에는 가시화 되는 경향을 보인다. 이러한 내재적 욕망을 이해할 때 다양한 디지털 기술 발전의 방향을 이해 할 수 있다.

디지털의 특성을 극대화시키기 위한 노력이 wired-everything, wireless-everything이다. 이는 접속의 시대를 열었다. 연결된 공간 내에서 탄생한 사이버 공간의 가치와 영향력이 현실에서도 커지면서 기존의 산업시대에서 가지는 통념들이 많이 바뀌었다. 접속하는 동안에 얼마나 밀도 있게, 어떠한 경험을 하는 것을 제공 받을 수 있는가가 중요해 짐에 따라 시간과 경험이 새로운 가치를 가진다. 원자였던 가치판단의 기준이 달라지고 있다. 경험의 밀도가 가지는 가치를 높게 끌어올릴 특수화된 아이

디어가 곧 기술 발전 방향이다.

이러한 내재적 욕망의 실현을 기준으로, 디지털 컨버전스 시대의 풍경의 변화를 살펴보면, 첫 번째 등장한 풍경은 원자가 다른 층위 즉, 정보의 층위와 결합된 풍경이다. 사람들은 이미 구성된 시, 공간의 물리적 제약의 풍경에 정보의 레이어를 가상의 공간에 두고 원자를 시발점으로 정보에 접속하는 것이다. 초기의 프로토타입 중의 하나인 eLens프로젝트는 일종의 태그와 이를 인식하여 정보에 접속하게 하는 단말기를 이용한 오프라인 로케이션에 정보를 저장 할 수 있게 해 준다. 이를 통해 오프라인의 풍경이 미처 제공하지 못하는 다른 층위의 정보를 통해 경험의 밀도를 높이하고자 하는 시도를 엿볼 수 있다.

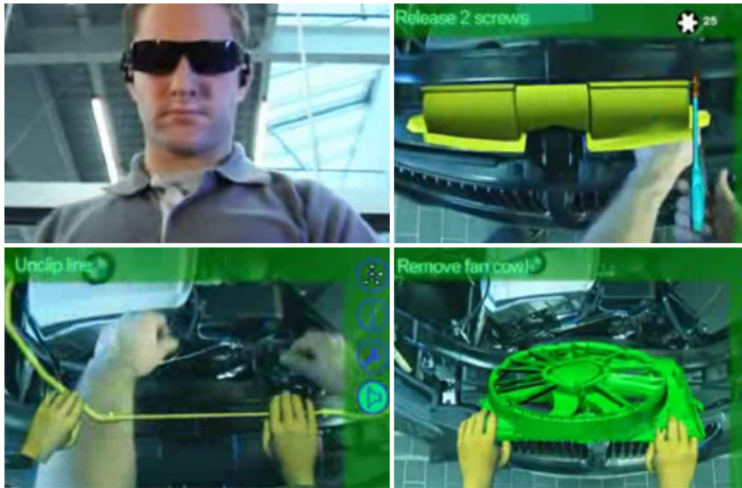
[그림 1-5] eLens 프로젝트



두 번째 시도는 접속이라는 프로세스를 줄이려는 시도에서 비롯한 두 풍경의 병치로 볼 수 있다. 융합 현실(Mixed reality)을 그 예로 볼 수 있으며 원자의 풍경과 비트로 이루어진 정보의 풍경을 겹쳐 새로운 경험을 만들어 내는 것이다. 이의 대표적인 예가 증강 현실(Augmented reality)이며 이는 실재 세계를 찍은 영상 이미지를 계속하여 전송하는 기술과 자동으로 영상 이미지를 인식하는 영상 이미지 프로세스 기술을 기저로 하나 경험하는 사람은 이러한 기술의 존재를 공기처럼 무시할 수 있게 된다.



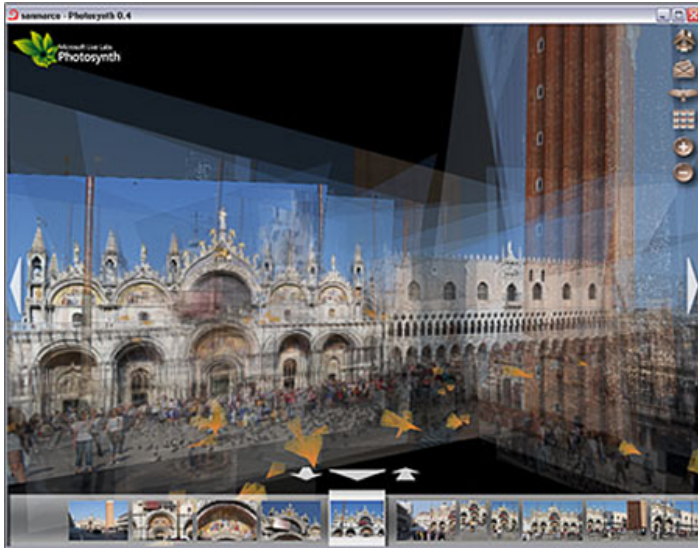
〔그림 1-6〕 BMW의 Augmented reality to help with car repairs



대표적인 사례가 BMW사가 근 미래상으로 제시한 Augmented reality to help with car repairs 서비스이다. 이 서비스를 통해 비전문가도 자동차 수리 같은 숙련된 기술과 지식을 요하는 일을 능숙하게 해 낼 수 있게 되는 것이다. 지금까지의 풍경의 변화는 기존의 풍경 즉, 아날로그를 큐로 하였기 때문에 아직까지 원자가 필수적인 요소이지만, 새로운 풍경은 가상에서만 존재 할 수도 있다. Microsoft의 Photosynth는 실제 공간을 가상으로 불러들인다. 이는 이미 접속 가능한 웹상의 수 만장의 사진을 바탕으로 즉, 2D의 이미지에서 3D의 공간을 불러 오는 것이다. 즉 실제 공간을 풍경으로 필요로 하지 않으면서 같은 공간을 시공간의 제약이 없는 곳으로 불러들이는 것이다.

이제 비트만으로도 풍경이 만들어질 수 있는 가능성이 시작되었기 때문에 사실 디지털 컨버전스가 실제 공간에서 이루어질지, 아예 가상의 공간으로 들어가 버리게 될지는 예측하기 힘들다. 그러나 분명한 것은 디지털 컨버전스가 단순히 여러 기능의 결합을 의미하는 것이 아니라는 것이다. 미디어의 제한을 없애고자 하는 인간의 내재적 욕망은 좀 더 스마트한 기계를 만들어내고자 하는 욕망으로 진화해나가

〔그림 1-7〕 Microsoft의 Photosynth



는 중이다. 이러한 측면에서 볼 때, 사람들은 경계 자체가 허물어진 채 접속이 가능한 상태를 원한다고 볼 수 있다. 앞으로의 스마트는 이러한 경계가 다른 차원의 세계가 겹겹이 레이어로 쌓여, 서로 다른 층위에서의 접속이 용이해진다는 것을 의미하는 단어가 될 것으로 보인다. 어떠한 층위가 만들어지느냐의 문제는 특정 기술이 처한 문화적 상황과 그 문화속에서 만들어지는 콘텐츠에 달려있다고 볼 수 있다. 웹 2.0의 기본 속성인 참여와 경험의 밀도를 기본 축으로 두고 보았을 때, 우리는 참여에 관한 진입장벽이 낮아짐에 따라 누구나 쉽게 새로운 기술을 만들어내고 덧입힐 수 있는 상황을 생각해 볼 수 있다. 이는 누구나 스마트폰을 위한 애플리케이션을 개발하여 수익을 창출해낼 수 있는 현재의 모바일 에코시스템 상황으로도 충분히 대변된다. 이와 더불어 디지털세상과 실제세상의 결합은 실제 공간을 중심으로 한 퍼베이시브(Pervasive) 혹은 유비쿼터스 컴퓨팅(Ubiquitous computing)의 발전으로 가능해 질것이다. 즉 원자의 풍경과 가상의 풍경이 따로 존재하여 접속 등의 과정을 거치거나 겹쳐서 하나로 보이는 것을 넘어서, 원자의 풍경에 가상의 풍경을 그대로

자연스럽게 녹여 버리는 것을 뜻한다. 물론 그 반대도 역시 가능하다. 즉 가상의 풍경에 원자의 풍경을 녹여 내는 것이다. 융합사회의 풍경이 어떠한 풍경이 될지는 궁극적으로, 컨버전스 기반의 경험들이 과연 어떠한 양태를 주로 띠게 되는가에 따라 결정될 것이고 그 결정은 아직 유보된 채 진행 중인 것이다.

## 제 2 장 디지털 미디어 사용에 따른 심층적 자아표현에 관한 연구

### 제 1 절 전체 연구개요 및 방법론

#### 1. 연구의 배경 및 목적

##### 가. 연구 배경

개인은 가상의 이미지로 자아를 정의 하고 그에 맞춰 또, 목표를 가지고 자신이 원하는 자아상을 가지고 자아를 형성해 나간다. 자아를 인식하는 방법으로 사람들은 주위 사람들로 부터의 피드백을 일종의 거울에 비친 모습으로 받아들여 자신이 가진 자아의 이미지가 실제와 부합되는지 아니면 차이가 있는지 깨닫는다. 이러한 거울의 역할로써 타자는 중요한 역할을 해왔다. 디지털 미디어는 자아상의 표출이 자 타인의 시선을 받는 수용 체의 역할도 한다. 특히 디지털 미디어는 그 속성상 직접적인 대면 없이 또 비동시적인 커뮤니케이션이 가능하게 되었다. 이는 자아의 표출 기회와 자아에 대한 평가 빈도의 증가를 가져온다.

원래 커뮤니티를 이루어 서로 이야기를 나누고 사진이나 동영상을 공유하면서 시작된 디지털 미디어를 이용한 소셜네트워킹 서비스 (SNS)들은 유사한 기능을 하고 있지만 사용자와 어떠한 관계를 맺는가, 즉 사용자들의 어떠한 내적 동기를 자극하게 하는 구조인가에 따라 각자 다른 시리학적 욕망을 자극하는 구조를 가지고 있음을 알 수 있다. 가령 대표적인 SNS인 트위터 (Twitter)와 페이스북 (Facebook)의 구조는 다르다. 페이스북은 자신의 관심사가 중심이 되어 만들어지는 커뮤니티의 형태이다. 친구등록이라는 상호적인 방법을 통해 정보가 개방되는 폐쇄성을 지니고 있다. 정적으로 만들어진 커뮤니티에 가입하는 것이 아닌 나(I)를 중심으로 구성되는 동적인 커뮤니티의 집합이다. 즉, 자신의 존재론적 구조에 있는 여러 정보들 중

에 자신이 관심 있는, 혹은 자신에게 관심이 있는 정보들을 바탕으로 한 새로운 데이터베이스를 바탕으로 하는 것이다. 페이스북의 환경은 자신을 둘러싼 타인으로 만들어진 거울을 바탕으로 자신의 자아를 인식하고 유희적으로 발전시켜 나가는 공간이다. 즉 새로운 나를 발견하는 것이 아닌 내가 원하는 나, 내가 생각하는 나의 이미지에 부합되는 정보를 통해 자신의 존재를 확인하고 기뻐하는 것이다.

반면 트위터는 발화중심의 매체이다. 물론 스스로 누군가를 팔로잉 하면서 청자가 될 수 있지만 화자가 다수의 사람들을 상대로 단문의 감상을 발화하는데 초점을 둔다. 데이터베이스 구조도 시간에 따라 누적되는 스택형식을 취하고 있다. 즉 기존의 나를 아는 사람들로부터 나와 부합하는 자아를 재발견하는 형식이 아닌 내가 원하는 나를 불특정 다수에게 표현하는 방식의 매체이다.

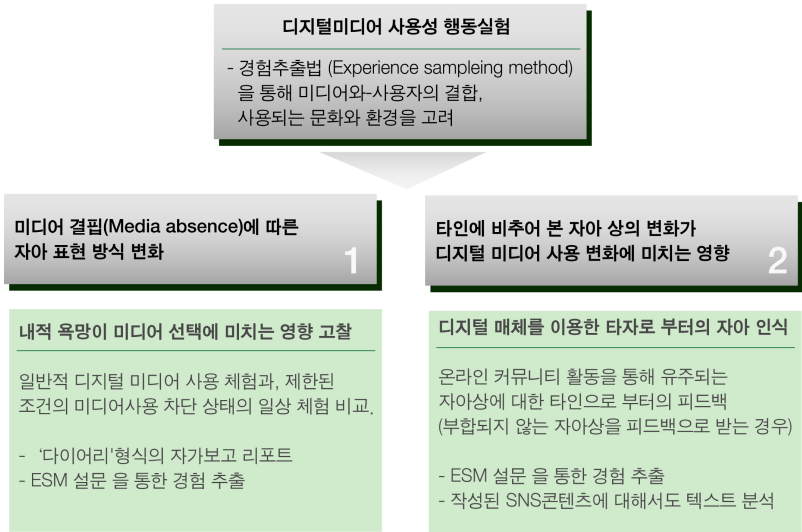
직접적인 면대면 커뮤니케이션 상황에서 사람은 자신이 생각하는 자아와 타인이 인식하는 자아의 부합을 느끼길 원하고, 부합하는 경우에 더욱 그렇게 보이기 위해 무의식적인 노력을 하고, 그렇지 않은 경우에 무의식적인 행동의 변화를 통해 상대의 인식을 바꾸고자 한다. 그러나 이러한 집약적인 커뮤니케이션 외에 디지털 미디어처럼 가상의 타인으로 부터의 비동시적인 평가는 어떻게 개인의 자아 표출에 영향을 미치는지에 대한 연구는 부족하다. 이를 위해 미디어의 각 세부 요소들이 어떻게 미디어 이용자들에게 영향을 주며 어떠한 행동의 변화를 가져오는가에 대한 연구가 중요하다.

#### 나. 연구 목적

본 연구는 나에 대한 타인의 인식이 나의 무의식적 자아 표현 행동에 영향을 미치는지, 특히 디지털 미디어 환경에서 이러한 자아 표현과 타인의 의견 수용이 어떠한 방식으로 이루어지는지 알아보고자 한다. 특히, 노출이 될 수 있다는 점을 의식하고 있으나, 직접적인 커뮤니케이션이 이루어지지 않아 내적 공간으로 개인의 자아 표출이 이루어지기 쉬운 개인 블로그나 홈페이지 SNS서비스 이용자를 대상으로 타인이 그들을 어떻게 보는가에 따라 자아 표현 방식이 달라지는지 그리고 이과정이 무의식적으로 이루어지는지 알아보고자 한다. 이를 위해 미디어 사용을 통제하는 실험

험을 진행하여 사용자가 사용한 이미지 및 텍스트 분석을 이용하여 행동과 무의식의 변화를 알아보고자 한다.

〔그림 2－1〕 실험 목적과 진행



2. 연구방법론

가. 연구방법론

본 연구에서는 디지털 미디어와 사용자를 개별자로 보지 않고, 그들이 맺고 있는 관계에 주목을 하여 디지털 미디어가 사용되는 문화와 환경 속에서 연구를 하기위해 경험 추출법 (Experience sampling method, ESM)을 연구에 사용하고자 한다. 일찍이 이러한 연구방식의 필요성에 대해 Ulric Neisser가 지적하였고, 시카고 대학 에서 부터 사용된 EMS방법론은 지정된 기간 동안 사용자가 미디어를 사용 혹은 미디어에서 차단된 상태에서 실제 자연적 환경 속에서 우발적으로 일어나는 변수들에 대해 어떻게 반응을 하는지 조사할 수 있게 해준다. 이러한 실제적 환경에서는 변수의 통제가 어렵기 때문에 이를 위해 내적 경험의 범위 (internal dimensions of experience)

를 잘 정의하는 과정이 중요하다. 사용자 경험을 측정 하기위해 기존 연구는 1) 능동성과 의욕(conation, will, motivation), 2) 감성 변화(emotion, affect, activation), 그리고 인식에 있어서의 효율성 (cognitive efficiency) (Kubey & Csikszentmihalyi)에 초점을 두어 경험의 dimension을 설정한다.

본 연구는 1차로 디지털 미디어가 자아 표현 방식에 미치는 영향을 알아보기 위해, 디지털 미디어의 헤비 유저 (heavy user) 들로부터 디지털 미디어 사용에 제한을 두어 그 차단 기간에 어떻게 다른 경험을 하는 지 알아 보도록 한다. 이를 통해 자아 표현 욕구가 어떻게 변화하는지 이를 표출하기 위해 어떠한 대체 방법을 사용하게 되는지 알아본다. 이때 다른 미디어를 통한 자아 표현 욕구가 어떻게 달라지는지 또한 알아보고자 한다.

2차 실험에서는 타인의 판단이 피험자가 미디어를 사용하는데 어떠한 무의식적인 영향을 주는지 알아보고자 한다. 자신이 생각하는 자신과 또한 남에게 보이고픈 자신의 모습을 알아보는 심리학적 설문을 통해 피험자들의 성향을 조사한 후 1주일간 사용했던 디지털 미디어의 기록을 바탕으로 낯선 타인이 판단했다고 여겨지는 자신에 대한 평가와 불일치를 이룰 때 어떻게 향후 사용 방법과 내용이 달라지는지 알아보고자 한다. 실험을 통해 도출된 1) 행동 패턴 변화 결과와, 2) 피실험자들이 응답한 설문 내용 결과를 분석하여 유의미한 상관관계와 과학적 함의를 찾는 것을 목적으로 한다.

#### 나. 피험자와 미디어 선정

대학생으로 이루어진 피실험자들의 디지털 미디어 사용성을 분석하여 그들이 자아를 표현하는 수단으로 쓰고 있는 디지털 미디어를 선정한다. 본 미디어는 쌍방향 communication이 가능한 수단이되, 직접 면대면으로 이루어지는 실시간 의견 교환이 아닌 비동기적 의견 교환이 가능하다는 특징을 가진 매체를 대상으로 한다. 즉 타인에게 열려있으나 타인을 직접 대할 수 없고, 불특정 대수를 타인으로 하기 때문에 사용자는 청자가 아닌 화자의 입장에서 자신의 이야기를 하게 되는 경우를 말한다. 소셜네트워크 서비스 (SNS)의 경우에도 자아를 기준으로 하여 구조적인 차이를 보일 수 있다. 본 연구에서 타인의 의견을 피드백으로 받는 2차 실험의 경우 실험기

간동안 사용하는 미디어와 실험자가 제공하는 타인으로 부터의 의견은 일정한 형식으로 통제될 수 있는 미디어로 제한한다.

실험에 앞서, 실험 참가자들로부터 본 실험 참가 전 1주일 동안 작성된 디지털 미디어 콘텐츠를 대상으로 사용 빈도와 시간, 관련된 내용을 통해 일상에서의 자아표현을 위해 어떻게 디지털 미디어를 사용하고 있는지 파악한다. 또한 본인이 생각하는 본인의 성격과 실제 지향하는 성격에 대해 심리학적 설문을 통해 피험자들이 자아에 대해 어떻게 생각하고 있는지 조사한다. 이는 대조군으로 사용하여 미디어 사용이 차단되었을 때와 자아를 기준으로 미디어의 구조가 달라졌을 때 사용자는 이를 어떻게 인지하고, 어떤 행동적 변화를 하는지 알아보고자 함이다.

## 제 2 절 개인욕망의 심층적 표현

### 1. 미디어결핍(Media Absence)에 따른 심층적 자아표현

#### 가. 세부 연구개요

본 연구는 사람들이 가장 자주 이용하는 컨버전스 미디어 기기를 사용하지 못하게 하였을 경우, 이에 따라 어떠한 내면적 변화를 경험하는지를 파악하여 기저에 깔린 심층적 욕망을 살펴보는데 그 목적을 두고 있다. 본 실험에서 사용될 컨버전스 미디어 기기로 스마트폰을 선택하였다. 그 이유는 일반적으로 가장 우리의 일상생활에 자주, 많이 이용되는 컨버전스 미디어 기기가 스마트폰인 것으로 추정되기 때문이다. 피실험자로는 대학생 집단 중 스마트폰 이용자 남녀 각각 5명씩, 총 10명 모집하여, 하루 동안 스마트폰을 수거하여, 스마트폰을 사용하지 않는 상태의 일상을 체험하게 한 다음, 하루 동안 일어날 수 있는 일들과 내적 경험에 대한 것들을 ‘다이어리’ 형식으로 기록하게 하였다. 피실험자들은 모두 수도권과 강원지방의 대학생 집단으로 구성하였다. 스마트폰이 부재한 상황에서의 변화를 비교하기 위해 우선, 1일차에는 스마트폰을 사용하도록 하여, 일상적인 상황에서의 경험과 느낌을 적도록 하였으며, 2일차에 스마트폰을 수거하여 미디어 기기의 사용을 제한하였다.



이틀이라는 기간 동안의 사용 경험에 대한 기록을 통해 자아 표현 욕구와 사회적 소통의 욕구가 어떻게 변화하는지 알아보고자 하였다. 이를 통해 융합사회 내에서 개인들이 가지는 내적 욕망의 변화상을 논의하고자 한다.

#### 나. 연구방법론: 경험추출법(Experience Sampling Method)

경험추출법(Experience Sampling Method)은 일반적으로 ESM이라고 부르는데, 이는 70년대 초반 시카고 대학에서 칙센트 미하이가 개발한 것으로 호출기나 프로그램이 입력된 시계를 이용하여 사람들에게 미리 배부한 소책자에 해당 사항을 적어 넣도록 요구하는 방법을 의미한다. 이 실험방법의 경우, 하루를 두 시간의 단위의 토막으로 쪼갠 다음, 아침 일찍부터 밤 열한시 너머까지, 신호를 한 토막 안에서 예고 없이 불시에 보내는 것을 원칙으로 하고 있다. 이때 신호를 받은 사람은 자기가 어디에서 무엇을 하고 있고, 무슨 생각을 하고 있으며 누구와 함께 있는지를 기입하고, 그 순간 자기의 심리 상태를 점수로 평가하도록 하였다. 가령 내가 얼마나 행복한지, 얼마나 집중하고 있는지, 어떤 충동을 느끼고 있는지, 얼마나 자신감을 갖고 있는지 따위를 스스로 평가하게 하는 것이다. 이를 통해 피실험자가 느낀 감정의 변화와 의식의 흐름을 함께 살펴볼 수 있다. 본 연구에서는 ESM의 기본 틀을 가져오되 대학생들의 평균 일상을 고려하여 약간의 변형을 가하였는데, 하루를 두 시간 단위로 나누되, 시작 시간을 오전 9시로 하여, 이후 체크시간은 12시, 오후 2시, 4시, 6시, 9시로 설정하였다.

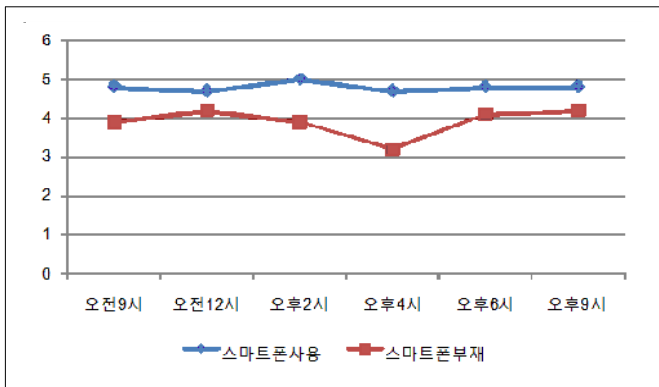
주된 실험의 목적이 미디어부재에 따른 피험자들의 심리상태 변화에 초점을 두고 있기 때문에, 조사내용은 크게 다양한 감정의 변화를 측정하는 파트를 체크하도록 하는 리커트 척도 문항과 자유로운 내용을 쓰는 개방형 질문문항으로 구분하였다. 다양한 감정으로는 행복한 느낌, 강한 느낌, 자랑스러운 느낌, 사교적인 느낌, 흥분된 느낌, 능동적인 느낌, 충족된 느낌, 평온한 느낌, 안전한 느낌 등의 긍정적인 감정과 이에 상반되는 슬픈 느낌, 약한 느낌, 부끄러운 느낌, 외로운 느낌, 지루한 느낌, 수동적인 느낌, 우울한 느낌, 텅 빈 느낌, 불안한 느낌, 두려운 느낌 등 다소 부정적인 감정 등을 조사하였다. 이와 더불어 자신에 대한 평가 항목을 하나 더 추가하여

조사하였다. 모든 항목은 7점 척도로 이루어졌고, 매 시간마다의 감정의 변화를 체크하도록 하였다. 개방형 질문에는 시간마다 ‘어디서 누구와 무엇을 하는지’를 기록하도록 하였으며, 매 시간 마다의 감정에 대한 자세하고 구체적인 묘사를 쓰도록 하였다. 제일 마지막에는 종합적인 느낌을 서술하게 하였으며, 개개인에게 있어 스마트폰이 어떠한 의미를 가지는지를 쓰도록 하였다.

다. 실험 결과

조사된 내용을 바탕으로 피험자들의 시간대별 감정의 흐름을 그래프로 나타내보았다. 아래 [그림 2-2]에서 알 수 있듯이 ‘행복한 느낌’, ‘사교적인 느낌’, ‘평온한 느낌’ 등의 긍정적인 감정을 살펴본 결과, 스마트폰이 있을 때와 없을 때의 평균 차이가 나타나는 것을 확인 할 수 있었다. 모든 경우, 스마트폰이 있을 때 더욱 긍정적인 기분을 가지는 반면, 스마트폰이 부재한 상황에서는 상대적으로 덜 긍정적인 감정

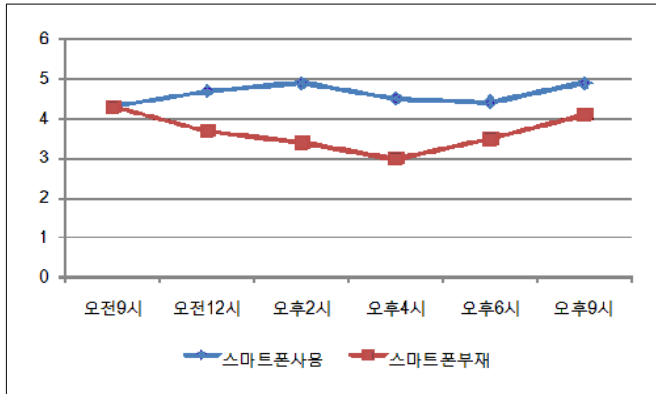
[그림 2-2] ‘행복한 느낌’ 항목에 대한 수치 평균비교



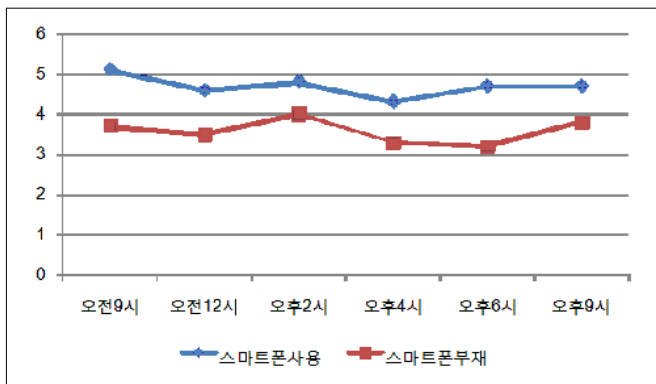
상태를 표현하고 있었는데, 한 가지 흥미로운 점으로 그래프의 추이를 살펴볼 때, 오전부터 점차 그래프가 하향 곡선을 그리다 오후 4시에 가장 수치가 낮아지는 것을 확인 할 수 있었다. 그리고 9시를 향해 갈수록 다시 그래프의 곡선이 올라가는 것을 볼 수 있는데, 이는 스마트폰의 수령(오후 9시 이후 스마트폰을 피험자들에게

다시 돌려주었음)에 대한 기대감으로 인한 긍정적 감정의 상승이라고 추측해 볼 수 있겠다.

[그림 2-3] ‘사교적인 느낌’에 대한 수치 평균비교



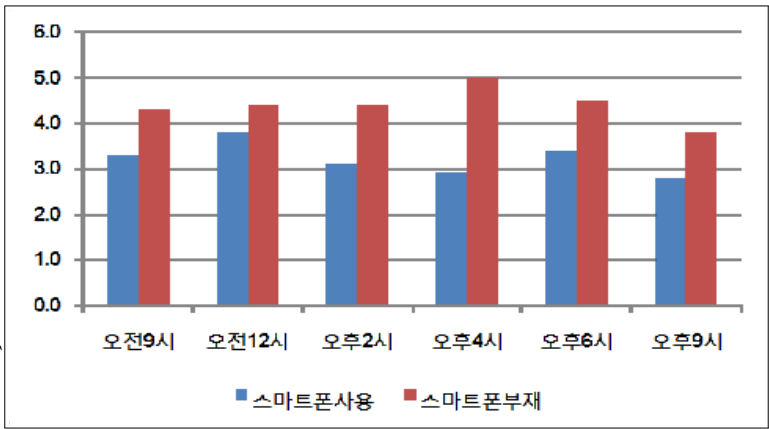
[그림 2-4] ‘평온한 느낌’에 대한 수치 평균비교



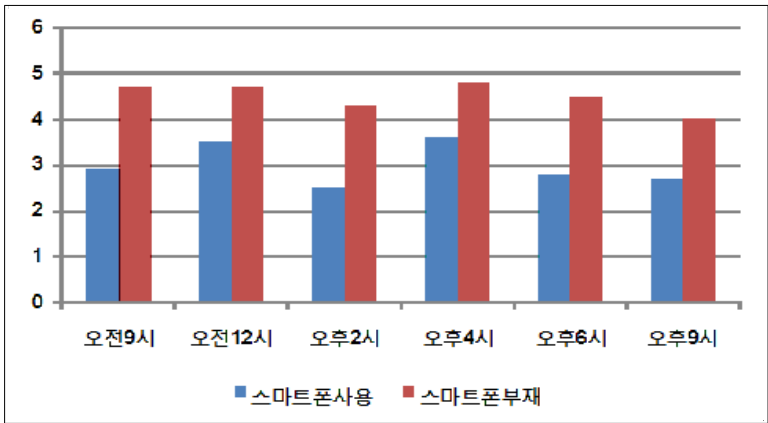
이와는 반대로 부정적인 감정을 살펴본 결과, 스마트폰이 있을 때와 없을 때 역시 평균에 차이를 보이고 있었다. 모든 경우, 스마트폰을 가지고 있지 않을 때, 우울, 텅 빈 느낌, 불안함, 두려움과 같은 부정적 감정을 더 크게 느낀 것으로 나타났다. 또한

자신에 대한 평가 역시, 스마트폰을 가지고 있지 않을 때 평소보다 더욱 부정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 전반적인 감정의 불안을 겪게 되면서, 자신에 대한 평가에 있어서도 덜 우호적인 평가를 내린 것으로 파악된다.

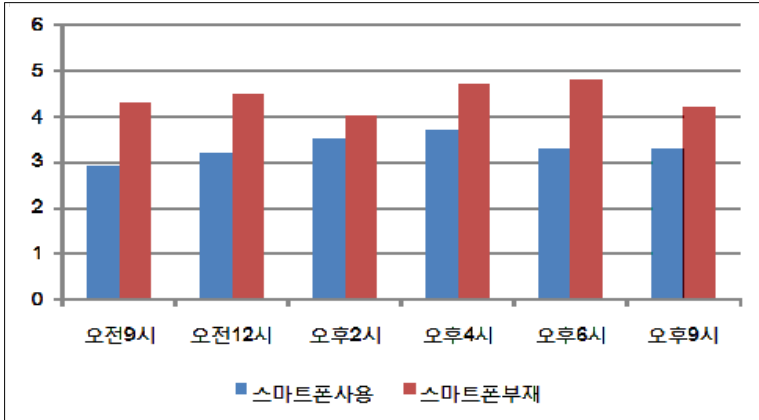
〔그림 2－5〕 ‘우울한 느낌’에 대한 수치 평균비교



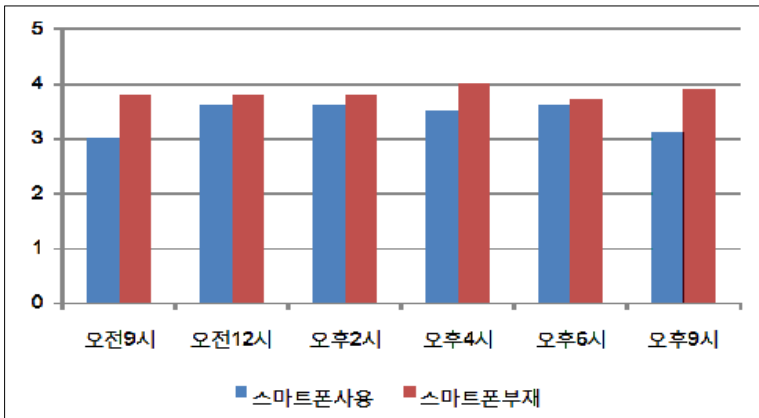
〔그림 2－6〕 ‘텅 빈 느낌’에 대한 수치 평균비교



〔그림 2-7〕 ‘불안한 느낌’에 대한 수치 평균비교



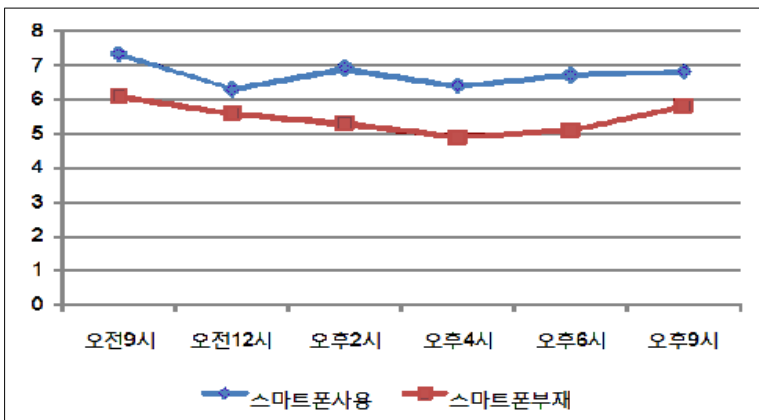
〔그림 2-8〕 ‘두려운 느낌’에 대한 수치 평균비교



이들간의 감정수치의 변화 추이를 살펴보면, 불안하고 초조한 감정이 지배적으로 나타나는 가운데, 이와는 대조적으로 자신에 대한 긍정적인 느낌이 다소 낮게 나타나는 현상을 보이고 있었다. 스마트폰에 대한 자유로운 생각을 묻는 질문의 경우, 대다수의 응답자가 커뮤니케이션 수단이자, 융합 엔터테인먼트 기기라고 표현한 경우가 많았으나, 몇몇 응답자들의 경우, 스마트폰을 확장된 자아이자 분신으로 여기

고 있음을 확인할 수 있었다. 공통된 응답은 스마트폰이 현재를 살아가는 젊은 세대의 일상에 있어 매우 중요하고 의미 있는 위치를 차지하고 있다는 점이었다. 스마트폰을 통해 타인과 소통하고, 손쉽게 웹에 접속하여 본인의 디지털 라이프를 영위하고 가꾸어나갈 수 있다는 점에서 조사참가자들은 스마트폰의 기능적 속성을 매우 중요시 여기고 있었다. 이러한 스마트폰이 부재한 상황에서 다양한 감정의 변곡점을 경험한 스마트폰 이용자들은 단순한 커뮤니케이션 기기를 넘어서 스마트폰으로 이루어지는 일상과 생활의 단면을 다시 반추하는 과정을 통해, 늘 어디엔가 연결되고자 하는 사회적 욕구와 소통에 대한 욕망을 토로하기도 했다. 정보화사회를 넘어 융합사회 속의 개개인들의 삶과 일상이 한 순간에 크게 변화되거나, 혁신을 거듭하는 것은 아니나 보이지 않게 맺어진 네트워크의 끈과 융합미디어 기기를 통해 서서히 변화하는 삶의 양태를 파악해볼 수 있었던 실험이라 하겠다. 미디어의 분화와 융합의 과정 속에서도 개개인이 가진 근원적이고 기본적인 욕망이자 욕구라 할 수 있는 소통에 대한 갈구는 여전히 중요한 개념이자, 융합사회구조를 더욱 공고히 떠받치는 힘이자 욕동이라 볼 수 있겠다.

[그림 2-9] ‘자신에 대한 긍정적 느낌’의 수치 평균비교



## 2. 타인에 비추어 본 자아상의 변화가 SNS 사용변화에 미치는 영향

### 가. 기존 연구

현대 사회에 들어, 소통을 위해 면대면 커뮤니케이션부터 수도 없이 많은 매체들이 존재한다. 사용자는 이 중에 어떤 것을 어떠한 내적 동기에 의해 선택하게 되는가에 대한 연구는 기존의 커뮤니케이션학에서도 중요하게 다뤄지고 있다. 우선 어떠한 목적을 가지는 커뮤니케이션인가에 대한 목적성이 중요한 요소가 될 것으로 본다. 특히 Galbraith는 불확실성과 모호성을 그 기준으로 보고 있다. 즉 소통에서의 불확실성과 모호성을 줄이기 위해 정보를 잘 처리 할 수 있는 매체를 선택한다는 것이다. 불확실성은 발신자와 수신자 사이의 정보의 차이로, 모호성은 수신자가 정보를 받아 해석하는데 잠재적으로 존재할 수 있는 노이즈를 의미한다. 1987년 Daft, Lengel, 와 Trevino는 면대면 커뮤니케이션부터 전화, 메모, 서신, 게시판에 게시하기 중, 불확실성과 모호성을 줄이기 위해 사용자가 매체를 선택하는 방식을 알기 위해 매체 풍부성에 따라 이를 구분하며, 타인으로부터의 반응(feedback), 소통의 단계 수(multiple cues), 언어 다양성(language variety), 개인 지향성(personal focus)의 4가지 기준을 제시한다. 그러나 이후 비동기적 상호작용이 가능한 디지털 매체의 경우 이러한 매체 풍부성이 어떻게 정의되는지 특히 사용자의 욕구가 업무를 위한 효율적 소통이 아닌, 불특정 다수를 고려한 자아 표현일 경우에 어떤 요소에 의해 매체를 선택하는지에 대해서는 연구가 부족하다.

지금까지 타인의 의견이 행동과 선택에 미치는 영향에 대한 많은 사례연구가 있어왔다. 특히 행동을 변화하는 설득과 관련된 연구에서 사람들은 본인은 영향을 받지 않았다고 생각하면서도, 타인의 의견과 선택으로부터 많은 영향을 받는 것으로 나타난다. 특히 이러한 타인은 나와 비슷한 집단에 속한 사람(Peer), 전문가(Expert), 다수의 사람들(Many others)의 경우에 그 영향이 크다고 알려져 있다.

Asch의 나무 막대기 실험은 유명한 사례로 객관적으로 보았을 때 다른 길이의 막대기의 길이를 판단하는 사실과 관련된 선택에 있어서도, 실험참가자들은 주변사람들의 판단에 많이 영향을 받는 것으로 나타났다. Burns는 자기공명장치(fMRI)를 이

용한 뇌 영상 연구를 통해 이러한 오류가 실제 시각 인지 자체에서부터 일어난다는 것을 밝혔다. 심리학자들은 인간의 이러한 Social group을 reference로 하여 일어나는 동조(Conformity)의 심리학적 원인을 첫째로 실질적 이득에 대한 기대로 들고 있다. 이는 또 informative한 이유, 즉 타인의 의견을 따르는 것이 오차를 줄일 수 있을 것이라는 가정과 normative한 이유 즉, 하나의 사회나 공동체에 받아들여지고 배척당하지 않는데서 오는 보상을 내적 동기로 보고 있다. 둘째로, 타인과 마찰을 일으키지 않고 자신의 이미지를 긍정적으로 유지 할 수 있는데서 오는 자아만족감, 마지막으로 사회나 집단에서 배척당할 위험에 대한 두려움에서 오는 내적 동기를 들고 있다.

#### 나. 연구배경

Allport는 성격을 ‘어떤 한 사람에게만 특유의 행동과 사고를 결정짓는 심리학적 작용’으로 보고 이는 널리 유효하게 받아들여진다. 성격을 형성하는 데에는 자신에 대한 평가 중 두 요소 즉, 적응 무의식과 자아에 대한 의식적인 해석이 관여된다. 어린 시절에 부리를 내리며 유전적 요인의 영향을 강하게 받는 적응 무의식과 달리 계속 하여 자신의 행동을 교정해 나가고 자아를 형성해 나가도록 하는 의식적 자아는 다른 원천들을 통해 구축된다. 가령 라이프스타일, 형성가능한 자아들, 명백한 동인, 자기 이론 (Self-theory), 그리고 자신의 느낌과 행동의 원인에 대한 믿음의 영향을 받는다. 본 실험에서는 스마트기기를 통한 소셜네트워크 서비스 활동을 통해 의식적 자아가 어떠한 변화를 일으키는지 알아보고자 한다.

보강 학습 이론 (reinforcement learning theory)에서는 사회성을 포함한 무엇을 배우는데 있어 반복적인 시도 (trial)와 예상치 못한 착오로 부터의 피드백(prediction error)을 필요로 한다. 예상치 못한 착오로 부터의 피드백(prediction error)은 정도에 따라 두 가지로 기능한다.

$$\text{Trial (i+1)} = \text{Trial I} + E(\text{prediction error})$$

첫째로 예상했던 것보다 나쁜 결과를 얻었을 때 추후 행동 교정의 필요성을 느끼고 행동 교정을 불러일으키는 방향으로 행동 교정이 일어난다. 둘째로 예상했던 것



보다 큰 보상을 얻는 경우 이러한 보상을 얻은 행동을 계속 유지 혹은 계속 얻는 방향으로의 교정이 이루어진다. 본 실험에서는 하루 동안의 스마트기기를 통한 소셜네트워킹 서비스 활동을 각 시도(trial i)로 보고 기대 이하의 예상치 못한 착오(minus prediction error)가 주어질 때 다음 소셜네트워킹 서비스 활동(trial i+1)에 어떠한 변화가 나타나는지 알아보고자 한다.

#### 다. 연구목적

2차 실험에서 피험자는 타인으로부터 본인이 온라인 커뮤니티 활동에서 어떤 사람으로 보이는데 대해 피드백을 받게 된다. 피실험자는 자신이 생각한 자아상과 부합되지 않는 자아상을 타인의 의견으로 받게 된다. 피험자는 이를 실험에 앞서 일주일간 그들이 사용한 SNS서비스를 본 불특정 다수로부터의 피드백으로 생각하지만 실험상 변인정도를 통제하기 위해 계산된 범위내의 허위(pseudo) 데이터를 받게 된다. 이로부터 정해진 기간 동안 피험자들은 디지털미디어를 통해 SNS서비스를 사용하면서 지속적으로 ESM 설문에 응답하면서 내재적으로 자아표출 방식에 변화가 있었는지 보고하게 된다. 이와 더불어 작성된 SNS콘텐츠에 대해서도 텍스트 분석을 사용하여 내재적으로 어떠한 변화가 있었는지 유추해보고자 한다. 이를 통해 디지털 미디어 상에서의 자아인식이 본인에게 어떻게 이루어지고 타인의 의견에 대해 어떻게 표출되는지 알아보게 될 것이다.

본 실험을 통해 오프라인 사교 활동이 아닌 스마트기기를 통한 소셜네트워킹 서비스를 통한 제한적인 사회 환경 내에서의 개인의 성격을 구성하는 의식적 자아 형성 과정에 함의를 얻고자 한다. 1) 실험 전 후의 메시지 분석을 통해 디지털 가상 환경 내에서 친사회적인 관계를 맺기 위해 어떠한 태도를 취하며 2) 어떠한 활동 지표의 변화가 친사회적인 활동을 위해 일어나는지 통계적 분석을 통해 알아보고자 한다.

#### 라. 피험자 선정

본 실험에는 스마트폰 등의 휴대용 디지털 기기를 통해 소셜네트워킹 서비스를 사용하는 대한민국의 만 20~35세 성인이 20명이 참가했다(남:여 = 14:6, 평균 26.30±

4.07세). 본 실험에서는 짧은 기간 동안 낯선 타인의 글을 통해 서로를 파악해야 하는 만큼 140자로 어느 정도 글의 양을 제한하고 있는 트위터(Twitter)를 대상으로 실험 하였다. 실험자들이 본 실험 전에도 소셜네트워킹 서비스의 활동을 중요하게 생각하고 자신의 아이덴티티를 나타내기 위한 대상으로 여기고 있는지 알아보기 위해 다음과 같은 조건을 통해 피험자를 선발하였다. 첫째, 서비스를 시작한지 6개월이 지났고, 꾸준히 글을 기재하여 순수하게 본인이 발생시킨 정보만 300건 이상이 되며, 어느 정도 사교적인 활동을 인정받는지 알아보기 위해 추종자(Follower)로 등록된 다른 유저수가 100명이 넘는 사람들을 대상으로 하였다. 또한 피험자들은 실험 전에 서로를 모르며 Follow하지 않았던 사람들로 구성하였다. 실험은 3그룹 (7: 7: 6명)으로 나누어 진행되며 서로를 오로지 트위터의 글로만 알고 평가하기 위해 각 그룹은 동일한 성별의 피험자로 구성되었다. 피 실험자는 현재 소셜네트워킹 서비스를 지원하는 디지털 컨버전스 형태의 이동통신기기를 사용하며 이를 사용하여 실험에 참가했다.

기존 연구에 따르면 다른 소셜미디어(instant messaging, Blogs, RSS)등을 사용하는 이유와 마찬가지로 피험자들은 다음과 같은 이유로 트위터 등의 마이크로 블로깅(micro-blogging) 서비스를 사용하는 것으로 보고하고 있다. 1) 인맥관리 및 유지를 위해, 2) 자신의 소셜커뮤니티 내에서 자신의 관심사를 표현하고 드러내기 위해서, 3) 전문적이거나 관심분야의 정보를 쉽게 모으고 관리 할 수 있기 때문에, 4) 문제에 대한 도움이나 조언을 구하기 위해, 5) 감정적 스트레스를 해소하기 위한 목적으로 사용한다. 피험자들은 이러한 트위터를 사용하는 목적에 대한 사전 조사를 통해 알지 못하는 사람과도 온라인을 통해 인맥을 형성하는 경험에 익숙하고, 트위터를 사용하는 목적이 친사회적인 활동을 하기 위한 동기에 어느 정도 바탕을 둔 피험자들로 구성하였다. 이는 본 실험이 보고자 하는 상호간의 친사회적 관계를 위한 목적을 가지고 활동하는 경우를 충분히 확보하기 위함이며, 이러한 목적에서 볼 때, 자신의 글을 올리지 않으며 관찰만 하여 정보를 얻어가거나, 계속 다른 정보를 게시하는데에서만 만족을 얻는 사용자들을 실험에서 배제하기 위함이다.

〈표 2-1〉 피실험자 구성

|            |                                                                                                    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 피실험자 조건    | 6개월 이상 트위터를 통한 꾸준한 활동을 보이는 트윗이 300건 이상 되며, 추종자 수가 100명이 넘는 트위터 사용자 현재 디지털 컨버전스 기기를 주로 사용하여 트위터를 함. |
| 피실험자 정보    | 20명(남:여 = 14:6)<br>평균 26.30 ± 4.07세<br>실험은 3그룹(7:7:6 명)으로 나누어 진행                                   |
| 사용한 디지털 기기 | iPhone: 7명, Galaxy S: 5명, Motoroi: 3명, Nokia: 2명, Omnia:1명, iPad: 1명, HTC: 1명 - 총 20명              |

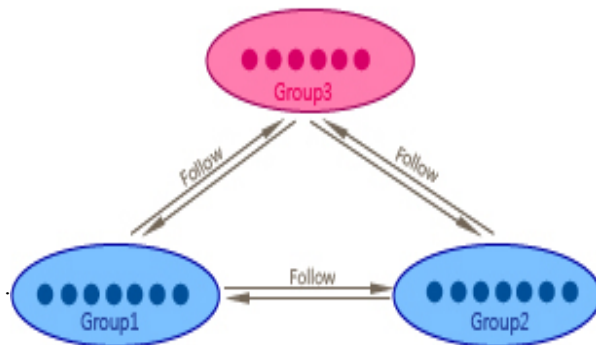
#### 마. 실험의 진행

본 실험은 일주일간 해당 소셜네트워킹 서비스를 통해 이루어진다. 본 실험에서는 트위터를 사용하였다. 피실험자들에게 본 실험의 정확한 목적은 향후 실험에 편향적인 영향을 줄 수 있기 때문에 자세하게 설명되지 않았으며, 단, 소셜네트워크 서비스 기반 (twitter) 사용자의 사회 활동과 상호 작용이 어떻게 일어나는지 알아보기 위한 실험으로 소개 하였다. 피험자들은 실험기간 동안 세 그룹으로 나누어 실험 전까지는 개인적으로 알지 못했던 다른 그룹의 실험 참가자들을 팔로우 한다. 본 실험에서 그룹 1의 경우 7명의 남성으로 구성되어 있다. 이들은 그룹 2와 3의 아이디 정보를 받아 팔로우 하게 되며, 그룹 2의 경우 또 다른 7명의 남성, 그룹 3의 경우 6명의 여성으로 구성되어 있다. 그룹 2와 3도 마찬가지이며 자신의 그룹에 속한 사람이 누구인지 알지 못하면서 다른 두 그룹을 팔로우 하게 된다. 피험자들은 자신이 팔로우 하고 있는 실험 참가자들도 자신을 팔로우 하고 있음을 잘 알고 있었다. 본 실험에서는 성별에 따라 그룹을 나누어 다른 성별에 따른 기본적 선호와 트위터 활동을 통한 선호도의 차이를 구분하고자 하였다.

실험 기간 동안, 소셜네트워킹 서비스 활동을 관찰한 것을 토대로 피실험자들은 타 그룹 사람들에 대해 그들의 친사회성과 정보력에 대해 평가를 한다. 각 피실험자들은 한 그룹에 속한 7명 혹은 6명의 사람들에 대해 5위까지의 순위를 매일 같은 시간에 실험자에게 알려줄 것을 요구 받았다. 또한 공동 순위는 허가 되지 않았다. 정보

성에 대해서는 당일의 트위터 활동에 대한 평가임을 명시하였다. 피실험자는 본인이 느끼기에 정보를 얻기 위한 채널로서의 각 개인을 평가하였다. 즉 본인의 관심사에 잘 맞는 정보를 적절한 타임에 잘 전달하는 정도에 따라 상대방을 평가하여 1위부터 5위까지의 순위를 작성하여 매일 같은 시간에 실험자에게 보고 하였다. 같은 방식으로 친사회성 정도도 평가 되었다. 친사회성 지수의 경우, 실험 시작일 부터 평가 하는 날까지 상대의 트윗 활동을 바탕으로, 앞으로 계속 팔로우 하며 지속적인 친사회적 관계를 맺고 싶은 정도를 바탕으로 순위를 정하기를 요구했다. 친사회성을 느끼는 정도도 정보력과 마찬가지로 팔로우하는 두 그룹에서 각각 상대방을 평가하여 1위부터 5위까지의 순위를 작성하여 매일 같은 시간에 실험자에게 보고하였다. 피험자들은 트위터에서 소통 가능한 채널인 트윗 (정보 생성하기, Tweet), 상대를 지정하여 멘션하기(답변 글을 생성하는 것도 포함한다, Mention), 소문내기 (Re-tweet) 같은 커뮤니케이션 방법을 이용하여 서로 간에 소통하고 서로를 평가하게 된다.

[그림 2-10] 그룹 구성과 그룹 간의 추종관계



피험자들은 자신의 리포트를 보고하고 난 후에, 전날까지의 활동에 대해 자신이 어떠한 평가를 받고 있는지 통보받는다. 통보 메시지는 다음과 같은 내용을 담고 있다. ‘당신을 팔로우하고 있는 14(13)명의 실험참가자들은 오늘까지 당신의 트윗을 통해 당신이 7(6)명 중 몇 번째로 친사회적이라 앞으로 계속 팔로우하고 싶다고

응답했습니다.’ 피실험자들에게는 친사회성에 대한 평가만 알려주고, 정보성에 대한 평가는 따로 알려주지 않았다. 이는 대상 피실험자들이 친목과 친사회적 목적으로 트위터를 사용하는 유저이며, 또한 본 실험에서 심층적 자아의 욕구를 조절하는데 순수하게 조금 더 친사회적인 사람으로 평가받고 싶어하는 본인의 내적자아와 부합한 평가를 받고 싶어 하는 욕망만을 부추기도록 하기 위해서이다. 본 연구는 타인으로부터 받는 피드백을 통해 나타나는 소셜네트워킹 서비스 활동의 변화를 보기 위한 것이므로, 이를 위해 실제 피드백의 통계 값이 아닌 모든 사람과 비슷한 정도의 낮은 친사회성 평가를 피드백으로 주었다. 즉, 모든 참가자들이 받은 피드백은 7일 동안 평균을 냈을 때 4.5위로 동일하게 그룹 내에서 평균 이하의 친사회성 평가를 받는 것으로 컨트롤되었다. 이는 단기적인 활동의 변화를 보기 위해 부정적인 피드백의 효과를 보기 위함이며, 긍정적인 피드백의 영향은 상대적으로 어떠한 잠재적인 영향이 활동의 변화를 주었는지 예측하기 불가능하기 때문에 이 연구에서는 진행하지 않는다. 이 두 피드백이 주는 소셜네트워킹 서비스 내의 활동의 변화 차이 및, 잠재적 원인에 대한 논의는 이 연구에서는 하지 않는다.

실험기간 동안 실험에 영향을 줄 수 있는 변인이 통제 되지 않은 행위는 금지되었다. 이점에 대해 피험자들은 숙지하였고 실험에 참가하기 전에 동의하였다. 타 실험 참가자가 그 내용을 볼 수 없는 DM(direct message)와 향후 팔로잉을 하는데 선호에 영향을 줄 수 있는 사진을 공개한다는 등의 자신의 신상 정보 공개, 타인과 본 실험으로부터 받은 평가를 공유하는 것, 이러한 내용을 소셜네트워킹 서비스에 언급하는 것은 금지되었다.

#### 바. 데이터 분석

본 실험기간동안 생성된 트윗과 멘션은 따로 저장 되어 분류되고 구분되었으며 같은 방식으로 분류된 피실험자들의 이전 트윗 및 멘션과 비교되었다. 이전 트윗과 멘션 또한 실험 전 일주일동안 즉, 같은 기간 동안에 수집된 것이며 본 실험에서 실험의 조건과 상관없이 즉 피실험자의 내적 욕망의 표현과 상관없는 대조군으로써의

역할을 한다. 우선 피험자들이 생성한 메시지의 양을 비교하였다. 첫째로 발생한 개수, 각 메시지의 길이, 메시지를 의미단위로 나누어 그 양을 비교하였다. 메시지 의미 분석에는 단어 선택, 빈도 분석, 형태소 분석, 상대 행위에 대한 감정 표현 분석 등으로 항목을 나누어 분석되었다. 이러한 생성된 메시지양의 변화는 1주일 전에 생성된 메시지와 비교되었다. 각 피실험자별로 구해진 데이터는 티 검정(paired t-test)을 통해 비교되었으며 통계적으로 유의미한지의 여부와 그 변화의 가능성이 조사되었다.

생성된 메시지는 피실험자가 어떠한 의도로 작성하였는지에 따라 구분될 수 있다. 기존연구에서 잘 드러나 있듯이 소셜미디어의 사용 목적은 몇 가지로 구분된다. 본 연구에서도 두 번째 분석으로, 목적에 따라 생성된 메시지를 구분, 그 양의 변화를 실험 전의 양과 비교하였다. 모든 생성된 메시지는 실험자의 판단에 의해 해당되는 목적이 대부분 하나의 항목으로, 최대 2개의 항목으로 구분되었다. 생성된 메시지는 이렇게 각 항목으로 나누어 그 생성된 정도의 차이가 티 검정(paired t-test)을 통해 비교되었으며 통계적으로 유의미한지의 여부와 그 변화의 가능성이 조사되었다. 또한 실험기간동안에 생성된 메시지 중 실험을 통해 알게 된 타 그룹의 구성원의 평가에 미칠 수 있는 지명하여 대화하는 행위 등을 따로 구분하여 각 항목별 메시지의 구분에 본 실험의 친사회성 목적을 위한 트윗 혹은 멘션이 차지하는 비율을 따로 구하여 그 영향을 알아보고자 하였다.

세 번째로, 피실험자가 다른 피실험자의 어떠한 행동에 대해 좀 더 친사회적이라고 느끼는지, 궁극적으로 무엇이 피실험자로 하여금 다른 피실험자들을 더 친사회적으로 판단하게 하며 각 요소가 미치는 영향력은 얼마나 되는지 알아보기 위해 실험기간 7일 동안 하루별로, 개인별로 변화하는 생성된 트윗의 양, 트윗의 목적에 따른 구분, 멘션 수 등과 다른 피험자들이 평가한 해당 피험자의 친사회성 순위와의 상관관계(Pearson-correlation test)를 구하였다. 이를 통해 피실험자들이 친사회적으로 보이기 위한 내적 욕망에서 비롯된 전략이 실제 얼마나 유의미한 효과를 가지고 있는지 알아보고자 한다. 나아가 각 요소별 영향력 외에, 실험에 참가하는 기간 동안 얼마동안 친사회성이 결정되는지 알아보고자 한다. 오프라인에서 누군가에 대한

선호도는 상당히 짧은 시간 안에 이루어짐이 잘 알려져 있다. 온라인에서 이러한 제한된 마이크로 블로깅 시스템을 통하여 누군가를 판단하게 되는 경우에는 얼마나 짧은 시간 동안 무엇에 의해 어느 정도의 영향력을 받으며 상대의 친사회성을 결정하는지 알아보고자 한다.

## 사. 실험 결과

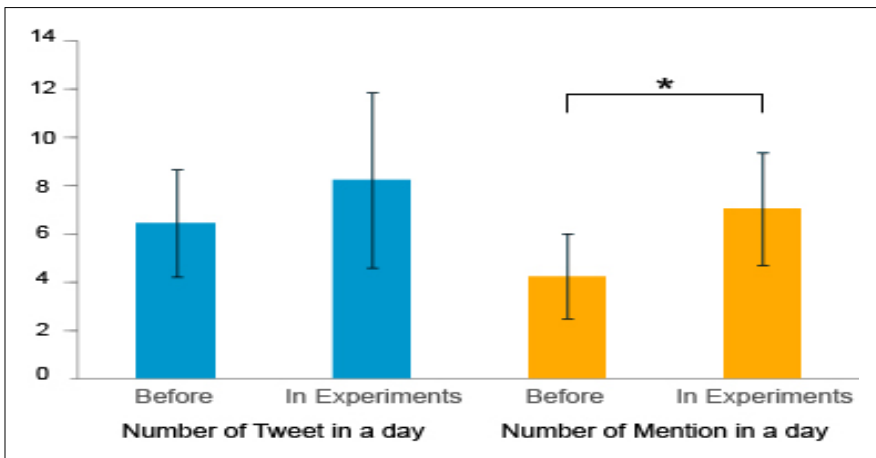
### 2.1 실험기간 동안 트위터에서 생성한 메시지 양의 변화

본 실험에 참가한 7일간의 피험자들의 소셜네트워킹 서비스 이용방식과 실험에 참가하기 전 7일간의 소셜네트워킹 서비스 이용방식을 비교하였다. 실험자가 본인 스스로 피드를 생성하여 하나의 글을 올리는 것을 트윗(Tweets)이라 명한다. 본 실험에서 피 실험자는 실험 전 1주일 기준 하루 평균  $6.45 \pm 2.23$  (편차는 표준 편차(s.d.)로 명시 함, 이하 동일)개의 피드를 생성 하였고, 실험기간에는 조금 더 증가하여  $8.25 \pm 3.61$ 개의 피드를 생성 한 것으로 드러났다. 그러나 차이가 통계적으로 유의미하지는 않았다 (paired t-test,  $p=0.32$ ). 그러나 좀 더 상대방과의 상호적인 관계를 맺기 위한 활동은 유의미한 차이를 보이는 것으로 드러났다. 상대방을 지정하며 언급하는 형식인 멘션(mention)은 상대방에게 자신의 메시지의 명시도를 높임으로써 어떤 글에 대답 혹은 반응을 보이거나 자신을 팔로우 하는 타인에게 누군가에 대해 언급 할 수 있는 형태의 행태이다. 본 실험에서 실험참가자들의 멘션은  $4.25 \pm 1.75$ 에서  $7.05 \pm 2.33$ 으로 유의미한 증가량을 보였다 ( $p=0.047 < 0.05$ ). 또한 실험기간에 평균 42.36%의 멘션이 피실험자 그룹 간에 이루어 진 것으로 보아 본 실험의 포맷이 피험자간의 친사회적 활동을 조성할 수 있었던 것으로 보인다.

메세지 구성 방식의 변화 또한 비교되었다. 첫째로 평균 메시지의 길이를 비교하였다. 본 실험은 트위터 내의 활동으로 최대 140자로 글의 길이에 제한이 있지만, 의미상 이어질 수 있는 내용이 같은 시간대에 작성된 경우, 다른 프로그램을 사용하여 길게 늘여진 글을 업데이트 할 수 있게 한 경우에는 의미론적 단위로 하나의 글을 정의하였다. 글자 수 제한 상 한 글자까지 생각하며 작성해야 하는 유저의 입장을 고려하여 본 분석에는 트윗과 멘션, 외부링크의 길이까지 모두를 포함하였다. 피

험자들은 본 실험에 참가하기 전 7일 동안 평균  $85 \pm 8.45$ 자로 메시지를 작성하였고 실험 기간 내에는 평균  $92 \pm 10.25$ 의 문자를 사용하여 트윗 및 멘션을 했다. 본 증가는 통계적으로 유의미한 정도의 증가이나 ( $p=0.06 < 0.1$ ) 글자 수가 아니라 유의미한 단위의 단어 수정도로 볼 수 있는지는 알기 어렵다. 이를 알아보기 위해 몇 가지 기준으로 단어 구성을 분석하였다.

〔그림 2－11〕 실험 전(대조)과 비교한 실험기간 동안의 트위터 사용 경향 변화



증가 요인을 분석한 결과 타인의 아이디를 언급하는 경우의 증가 즉, 멘션 횟수의 증가(the numbers of mentioning ID)와 외부 링크(the numbers of hyperlink)를 언급하는 횟수의 증가가 유의미한 정도로 나타났다. 또한 상대방의 글에 대한 반응으로써의 동의 및 칭찬의 횟수 즉, 긍정적인 외생적 반응(the numbers of exogenous positive emotional responses)의 증가가 트윗의 길이 증가에 영향을 미친 것으로 보인다. 그러나 고유명사 언급(product), 장소에 대한 언급(place), 부정적 반응으로서의 감정 상태에 대한 언급, 내생적인 감정적 반응(endogenous)에 대해서는 큰 차이를 보이지 않았다.



〈표 2-2〉 분석에 사용한 의미 단어 구성 분류

|   |                                                         |                                                                       |
|---|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1 | 멘션 횟수의 증가 (the number of ID mentioning)                 |                                                                       |
| 2 | 감정적 표현<br>(emotional expression)                        | 긍정적 내생적 표현<br>(the number of endogenous positive emotional responses) |
|   |                                                         | 부정적 내생적 표현<br>(the number of endogenous negative emotional responses) |
| 3 | 감정적 반응<br>(emotional responses)                         | 긍정적 외생적 반응<br>(the number of exogenous positive emotional responses)  |
|   |                                                         | 부정적 외생적 반응<br>(the number of exogenous negative emotional responses)  |
| 4 | 외부 링크 언급 (the number of hyperlink)                      |                                                                       |
| 5 | 고유명사(제품)에 대한 언급 (the number of comments to the product) |                                                                       |
| 6 | 고유명사(장소)에 대한 언급 (the number of comments to the place)   |                                                                       |

## 2.2 트위터를 사용하는 목적에 따른 분류

피실험자들이 생성한 트윗은 사용자의 목적성에 따라 구분이 될 수 있다. 소셜 네트워킹 서비스를 사용하는 내면적 욕구에 따라 기존연구에서와 마찬가지로 다음과 같은 5가지 종류로 보통 구분을 하며 본 실험에서는 실험자가 구분하였다. 많은 경우의 인사와 멘션을 포함한 인맥관리 및 유지를 위한 목적, 자신의 관심사와 관련한 PR활동을 위해, 정보수집과 관리를 위한 채널, 도움이나 조언을 구하기 위해, 마지막으로 감정적 스트레스 해소이다. 본 5가지 목적에 따라 트윗을 구분하였다.

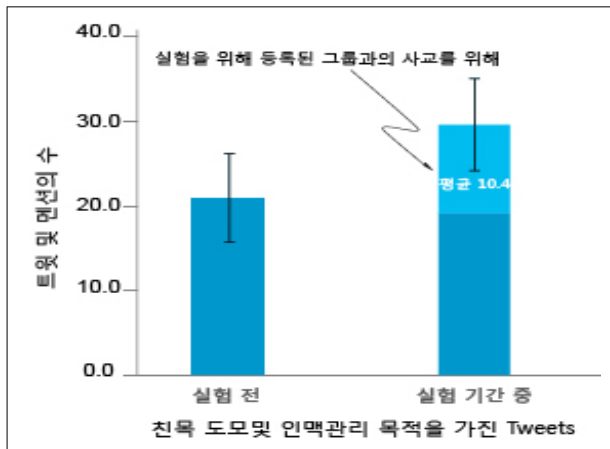
〈표 2-3〉 트위터를 사용하는 목적 분류

|   |                   |
|---|-------------------|
| 1 | 친교, 인맥관리 및 유지     |
| 2 | 자신의 관심사와 관련한 PR활동 |
| 3 | 정보수집과 관리를 위한 채널   |
| 4 | 도움이나 조언을 구하기 위해   |
| 5 | 감정적 스트레스 해소       |

본 실험에서 피험자들은 새로 관계를 맺게 된 타인에게 긍정적인 평가를 듣고 싶어 하는 욕구를 가지고 있는 트위터 사용자로 구성되었다. 그러나 계속되는 부정적인 피드백으로 인해 좀 더 친사회적인 사람으로 평가받고자 하는 욕구가 증가하게 된다. 즉 남이 나를 어떻게 판단을 할지를 고려하며 자신의 행동을 변화 시키게 된다. 본 실험에서는 오프라인의 다양한 통신 수단이 아니라 몇 가지 방법으로 통신 수단이 차단되어 있는 소셜네트워킹 서비스를 통해 사람들이 어떻게 자신을 더 호감 있게 보이도록 노력하는지, 또한 사람들이 어떻게 이러한 행동을 평가하는지 트위터를 통해 알아 볼 수 있다.

실험 전 1주일 동안 피험자의 친사회적 인맥관리 목적을 가진 트윗 및 멘션의 수는 평균 20.85개였으나 실험 기간 중에 29.45개로 증가하였으며 그 중 평균 10.40개가 실험을 위해 서로 등록한 그룹과 관련된 트윗 혹은 멘션이었다.

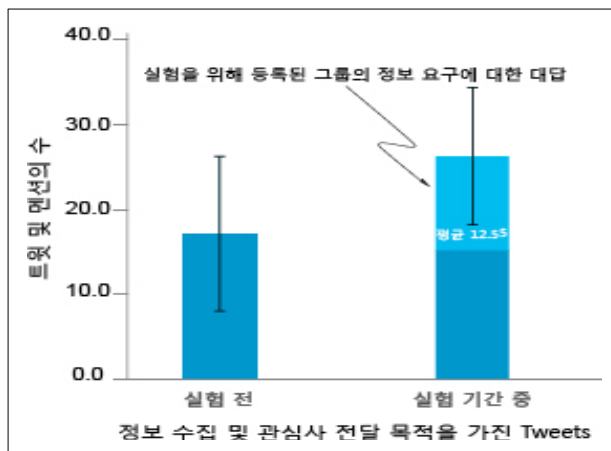
[그림 2-12] 친교, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수 변화



실험 전 1주일 동안 피험자의 정보 수집 및 자신의 관심사를 전달하여 정보력 있는 유저로 스스로를 PR하고자 하는 목적을 가진 경우의 트윗과 멘션 수를 비교하였다. 이러한 경우 멘션은 자신이 알고 있는 정보를 상대방에게 전달하기 위해 쓰이

며, 맞춤식으로 정보를 전달하는 목적 뿐 아니라 자신을 좀 더 친사회적으로 보이게 하려는 욕구 또한 반영 될 수 있다. 이러한 목적을 가진 트윗 및 멘션의 수는 평균 16.80개였으나 실험 기간 중에 27.35개로 증가하였으며 그 중 평균 12.55개가 실험을 위해 서로 등록한 그룹에 멘션하는 것으로 정보를 전달한 경우였다.

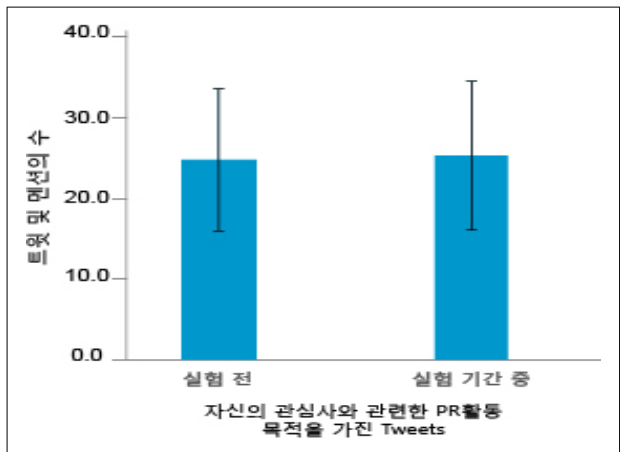
〔그림 2-13〕 정보수집과 관리를 위한 채널로서의 트윗 수 변화



그 외의 목적에 따른 구분에서 자신의 관심사와 관련한 PR활동을 위한 트윗은 정치 사회적 사건에 대한 의견을 표출하거나 다른 사람의 의견에 동의 할 경우에 소문내기 기능을 사용하는 경우, 또한 맛집이나 새로운 경험에 대한 평을 올리는 경우가 대부분이었다. 사회적 관계 속의 상호적인 대화를 이끄는 경우는 있으나, 이 항목에 구분된 경우 특정한 대상이 있는 상호작용 보다 다수를 대상으로 하는 경우가 많았으며, 자신의 감정과 상태에 대한 표현 형태가 많았다. 그러나 실험기간동안 이러한 분류의 트윗은  $25.84 \pm 8.65$ 개로 실험 전 일주일 기간에 작성된  $26.42 \pm 9.73$ 개와 비교하여 실험 기간 중에 본 실험의 패러다임이 이러한 글을 작성하게 만드는 내적 동기를 유발 시키는 것으로 보기는 어렵다. 도움이나 조언을 구하기 위해, 마지막으로 감정적 스트레스 해소 또한 변화의 정도가 작고, 또 순수하게 이러한 목적으로만 작

성된 트윗의 수가 많지 않기 때문에 본 실험의 패러다임이 이러한 글을 작성하게 만드는 내적 욕망과 관련되어 있다고 보기는 어렵다. 즉 피험자들은 상대방에 대한 평가를 피드백으로 받고, 스스로 그리는 자아상에 이것이 부합되지 못하는 경우에 소셜 미디어를 사용하는 목적이 결정되는 것으로 보인다. 특히 여러 가지 목적 중, 본인이 글을 생성하는 경우에도 상대방에게 도움을 줄 수 있는 정보를 제공하려 한다거나, 상대적으로 상대방과의 커뮤니케이션이 활발히 진행될 수 있는 친교 목적을 위한 멘션 혹은 답 글 달기 기능을 사용하는 글이 증가함을 알 수 있다.

〔그림 2-14〕 관심사와 관련한 PR활동 목적을 가진 트윗 수 변화

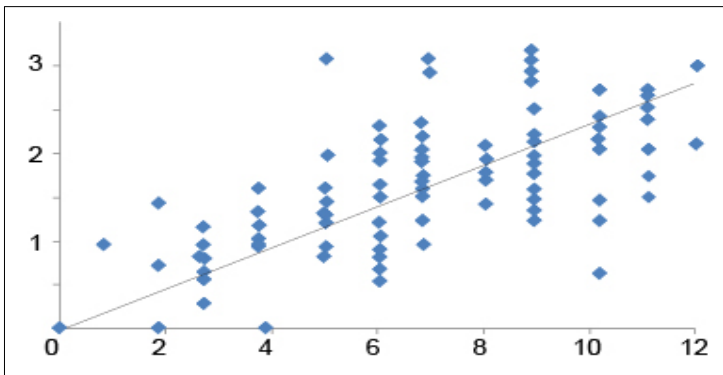


### 2.3 타인의 친사회성과 정보성에 대한 평가에 영향을 미치는 요소

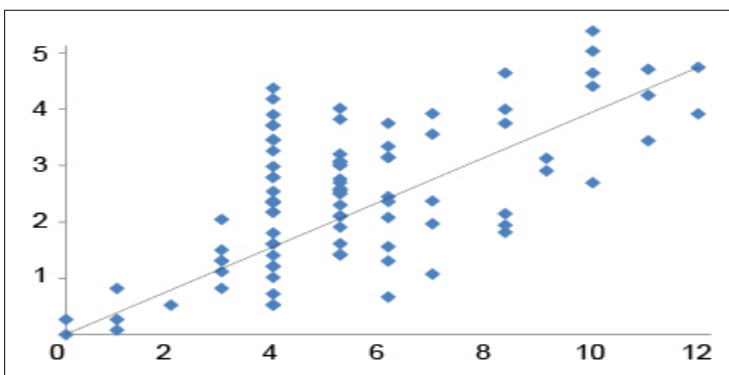
피험자들이 생성한 트윗 및 멘션의 양을 분석한 결과 본 실험의 패러다임 하에서 즉, 피시험자들이 자신이 생각하는 친사회적인 평가에 부합한 평가를 얻고자 피험자들의 트위터 이용방식에 유의미한 변화가 있었음을 알 수 있었다. 특히 본 실험의 결과는 평소 생성한 트윗에 비해 목적의식을 가지는 메시지를 생성하는 경우가 많으며, 또한 상대방을 지명하며 특정 정보의 형태를 생성하게 됨을 보여준다. 이러한 메시지 생성자의 노력이 실제로 수신자 입장에서 상대방을 더욱 친사회적인 사람이

라 판단하는데 영향을 주는지, 영향을 준다면 각 행동의 변화가 얼마나 영향력이 있는지 알아보았다.

(그림 2-15) 트윗 및 멘션의 개수 증가와 타인이 판단하는  
친사회성과의 상관관계



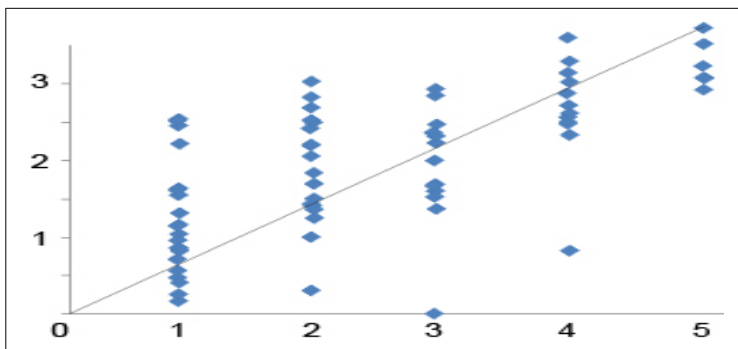
(그림 2-16) 친구, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수  
변화와 친사회성과의 상관관계



타인이 판단한 친사회성의 정도는 3점 척도로 점수화하였다. 한사람으로부터 1위로 채택이 되면 3점, 2위와 3위로 채택이 되면 2점, 4위와 5위에 채택이 되면 1점 채

택이 되지 않으면 0점을 주었다. 20명의 피실험자의 친사회성도의 점수는 하루단위로 계산되어 본인이 속하지 않은 다른 그룹의 피실험자 수 즉, 자신을 평가한 타인의 수로 나누어졌다. 각 피실험자는 7번 친사회성 정도의 점수를 받는다. 이 점수와 피실험자의 하루의 트윗 및 멘션의 개수에 대한 상관관계를 구하였다. 하루 동안의 트윗 및 멘션의 개수 증가는 타인이 판단하는 친사회성의 순위와 0.23의 약한 상관관계가 있는 것으로 나타났다 ( $R=0.23$ ,  $P<0.05$ ). 멘션의 경우 대상을 지정하여 대화하기 때문에 대상에게만 특별하게 더욱 친사회적으로 느껴 질수 있다. 물론 그 둘을 모두 팔로우 하고 있는 모든 참가자에게 노출이 되기는 하여 타인에게 아주 영향이 없다고 볼 수는 없다. 이를 구분하여 알아보기 위해 멘션의 개수와 그 멘션이 지칭하는 대상 피험자가 멘션을 생성한 사람의 친 사회성도를 판단한 정도만을 가지고 상관관계를 구해보았다. 하루 동안의 멘션의 개수 증가는 그 멘션을 받은 직접적인 대상이 멘션을 생성하는 사람의 친사회성의 순위를 판단하는데 상당히 높은 0.72의 강한 상관관계가 있는 것으로 나타났다 ( $R=0.72$ ,  $P<0.05$ ). 즉 피험자들은 타인에게 친사회적이라 인정받기 위해 각 개인에게 멘션 기능을 써서 답을 하고 이러한 답을 많이 생성한 대상에 대해 멘션을 받은 사람 역시 그의 친사회성을 높게 평가하는 것으로 나타났다.

(그림 2-17) 멘션의 개수 증가와 멘션 대상이 판단하는  
친사회성과의 상관관계

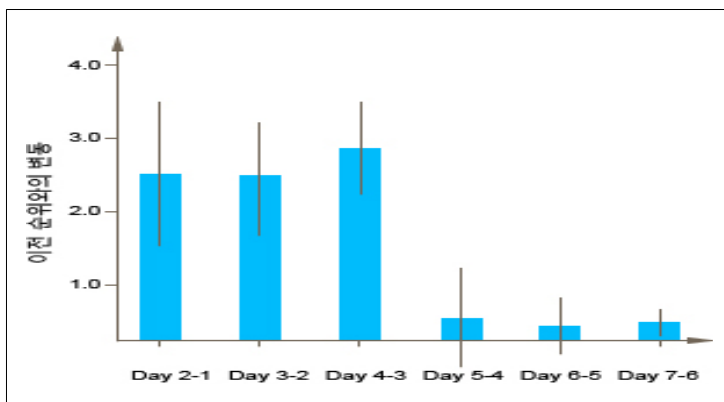


앞선 분석에서 생성된 트윗 및 멘션의 목적에 따른 구분을 통해 피실험자들은 친구, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션 수에서 피실험자 그룹 간에 유의미한 변화가 있었던 것을 확인했다. 이러한 목적을 가진 것으로 분류되는 트윗 및 멘션이 실제로 메시지를 생성한 사람을 얼마나 친사회적으로 보이게 만드는지 알아보기 위해 상관관계 분석을 통해 그 영향력을 평가하였다. 피실험자들은 친구, 인맥관리 및 유지를 위한 트윗 및 멘션의 증가에 따라 0.25의 약한 양의 상관관계를 가지며 상대방을 좀 더 친 사회적인 사람이라 판단하는 것으로 나타났다 ( $R=0.25$ ,  $P<0.05$ ).

그러나 앞선 분석에서 유의미한 증가를 보였던 정보수집과 관리를 위한 채널로서의 트윗 수 변화와 친사회성 판단 간에는 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다 ( $R=0.35$ ,  $P=0.24>0.05$ ).

2.4 소셜 네트워크 서비스의 요소가 타인의 친사회성 평가에 미치는 영향력의 변화  
지금까지의 분석을 통해 피실험자들은 친사회적인 주체로써 인정을 받고 싶어하는 내적 욕구에 자극을 받아 소셜미디어 서비스를 사용하게 될 때 상대방을 고려한 행동 특히 상대를 지정하여 대화하는 멘션의 빈도가 유의미하게 증가하였음을 알았다. 나아가 소셜 네트워크 서비스의 요소 즉, 생성된 트윗 및 멘션이 어떠한 영향력을 가지는지 알아보기 위해 상관관계분석을 통해 알아보았다. 본 연구에서는 이러

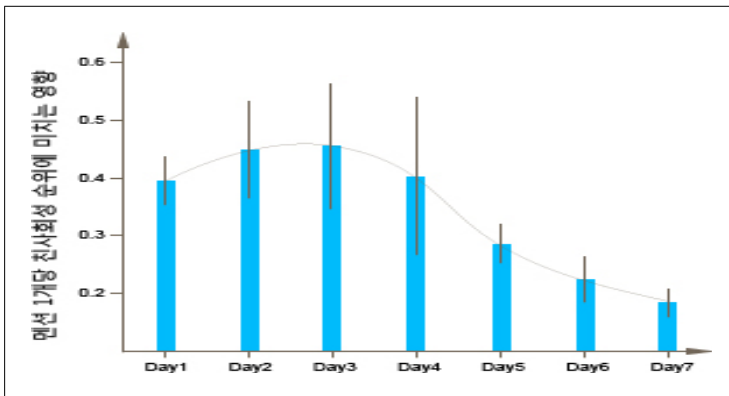
[그림 2-18] 전날과 비교한 한 피실험자 순위의 변동 정도 평균



한 상관관계분석을 통해 피실험자의 친사회성 정도를 판단하는 대상에게 도 상당한 영향력을 가지는 방법으로 나타났다. 그렇다면 이러한 멘션의 영향력은 실험이 진행되면서 지속 적으로 유지되는지 혹시 오프라인에서의 관계와 유사한 패턴을 보이며 초기의 대화에 의해 친사회적인 인상이 결정되는 것은 아닌지 알아보았다. 1차로 피실험자들이 매일 판단하여 실험자에게 보고하는 순위의 변동의 평균을 구해 어느 정도 시기 내에 친사회성의 판단이 결정되고 안정되는지 알아보았다.

변동되는 정도에 초점을 맞추어 그 정도를 보기위한 것이므로 변화한 정도의 절대 값에 대한 평균으로 계산되었다 (A피실험자에 대한 B실험자의 N번째 실험일의 친사회성 순위 - A피실험자에 대한 B실험자의 N-1번째 실험일의 친사회성 순위의 평균). 이는 전날의 순위와 비교하여 변동되는 정도의 평균을 통해 나타냈고, 이는 [그림 2-19]와 같다. 그림에서 잘 보여주고 있듯이 실험 4일째부터 친사회성은 어느 정도 결정되어 이후의 순위는 큰 변동이 없는 것으로 드러났다.

[그림 2-19] 생성된 멘션 1개가 친사회성 판단에 미치는 영향력의 변화

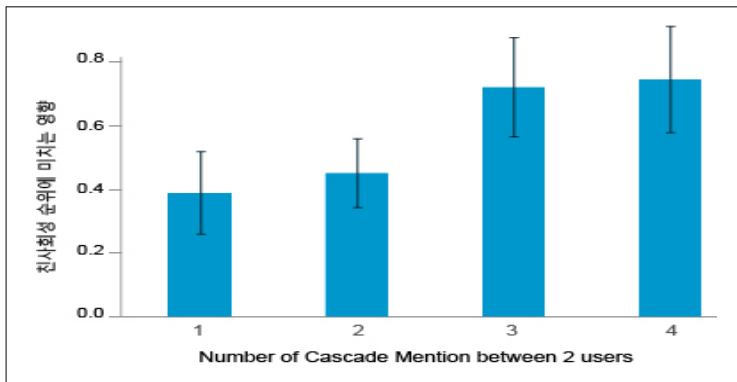


추가적으로 7일간의 멘션 생성량을 하루 단위로 나누어 하루에 하나의 멘션이 얼마나 영향력을 가지는지 7일 동안 그 영향력의 변화는 어떻게 변하는지 알아보았다. 이를 통해 멘션을 통한 친사회성 판단이 피실험자들에게 얼마나 빠르게 결정되는



가 알아보고자 한다. 멘션은 특정 대상을 지정하는 대화 방법이므로 그 대상의 판단만을 대상으로 하루별로 상관관계를 구하여 보았고 그 결과는 [그림 2-20]과 같다. 위의 분석과 마찬가지로 4일까지의 영향력에 비해 5일째부터는 어느 정도 안정으로 대상을 친사회적이라 판단하게 되고 이전의 멘션에 비해 영향력은 적다. 즉 마이크로 블로깅을 통한 커뮤니케이션에도 첫인상과 비슷한 개념이 존재하며 이는 멘션을 통해서도 잘 형성이 되며 본 실험에서는 첫 4일 동안의 멘션을 통해 어느 정도 대상에 대한 인상이 결정됨을 보여준다. 나아가 친사회성 판단과 선호도가 결정이 되면 5일째 이후로부터 생성되는 멘션은 이러한 기존 결정에 상대적으로 큰 영향을 끼치지 않는 것으로 드러났다.

[그림 2-20] 멘션에 대한 멘션이 계속 이어져 커뮤니케이션이 일어난 경우의 이벤트가 친사회성 순위 변화에 미치는 영향력



멘션은 하나의 글에 답을 다는 것을 포함한다. 멘션에 대한 멘션으로 즉 마치 비동시적이긴 하지만 대화를 나누는 것 같은 형식의 커뮤니케이션이 이루어진다는 것, 즉 글을 얼마나 이어서 이야기하는 가는 친사회성 판단에 중요한 척도가 될 수 있을 것이다. 본 연구에서는 멘션의 영향력의 시간적 변화 외에도 두 피실험자 간에 멘션이 계속 이어지는 경우를 따로 구분하였다. 그리고 그러한 이벤트가 일어난 직

후의 상대에 대한 친사회성 판단이 얼마나 증가하였는지에 대한 평균을 구하였다. 멘션이 계속 이어지는 것은 드문 이벤트이므로, 이벤트가 5회 이상 되는 경우만을 대상으로 하였다. 즉, 본 연구에서는 대화의 주체가 각 멘션을 두 번씩 잇는 경우(총 멘션 4회) 이상은 5회 미만이어서 일반화하기 힘들기 때문에 제외하였다.

본 연구는 소셜 네트워킹 서비스, 일명 SNS중 마이크로 블로깅 형태로 알려진 트위터를 주로 모바일 디지털 기기로 사용하는 사람들 중 이용목적이 친사회적이라고 응답한 사람들을 대상으로 이들이 이 가상의 관계 속에서 맺고 싶고, 보이고 싶어 하는 자아상에 부합하지 못한 피드백을 받아 자신의 자아상에 부합하는 자아상에 부합하는 피드백을 받고 싶어 하는 내적 욕망이 자극될 때 어떠한 행동의 변화가 나타나는지 알아보고자 하였다. 본 연구의 연구 방법은 실험이나 일반적으로 의식적인 환경을 조성하는 실험실 환경이 아닌 피험자들이 익숙한 생활공간에서 자신의 모바일 기기를 사용하여 이루어진다. 또한 트위터의 특성상 140자 내외의 메시지를 쉽게 발화하듯 내보낸다는 미디어의 특성, 그리고 본 실험에서 친사회적이라는 인정을 받는다는 게 어떠한 다른 보상을 의미하지 않았다는 점에서 본 연구의 결과는 제한적이거나 심층적 자아의 내적 욕망에서 무의식적으로 일어난 행동을 포함하고 있다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 피실험자들이 부정적인 친사회성에 대한 피드백에 대해 그러한 피드백을 받지 않은 같은 기간에 생성된 트윗 양과 비교하여 보다 친사회적인 목적을 가진, 또한 상대방의 입장을 고려하여 생성한 외생적인 트윗 양이 증가하고 있음을 보였다. 또한 이러한 친사회성을 획득하기 위한 수단으로 의식적, 무의식적으로 멘션 기능을 많이 사용하고 있음을 밝혔다. 본 연구에 참가한 피실험자들은 유명인을 포함하지 않았고, 소수의 그룹을 대상으로 하였기 때문에 피실험자들이 멘션을 일종의 전략으로 하여 다른 피실험자들에게 친사회성을 획득하려는 시도는 적절한 것으로 보인다. 특히 추가로 진행된 멘션을 받는 사람이 실제로 멘션을 생성한 사람에 대해 높은 친사회적 정도의 순위를 보고하는 상관관계를 보임으로써 이러한 전략의 효율성 또한 검증되었다. 반면 상대적으로 불특정 다수를 대상으로 한 트윗을 통한

친사회성을 획득하고자 하는 노력은 특별히 눈에 띄는 변화를 찾기 어려웠다.

본 연구는 온라인을 통한 제한된 환경의 디지털 컨버전스 통신 환경에서도 일종의 첫인상 효과가 나타남을 보였다. 특히 친사회성을 판단하여 향후 계속 팔로우 할 것인가에 대한 평가가 4일 정도의 짧은 시간 안에 이루어지면 특히 이 기간 내의 멘션이 향후 선호도 결정에 상당히 중요한 영향 미침을 보였다. 또한 멘션에 대한 멘션으로 이어지는 대화형 커뮤니케이션 형태에서의 영향력 증가도 실험적으로 보여주었다.

본 연구는 트위터 등의 소셜 네트워킹 서비스를 사용하는 피험자들을 관찰하여 그들이 생성하는 트윗 및 멘션의 정량적, 정성적 분석을 통해 어떠한 실험적 패러다임의 변화가 전반적으로 유의미한 행동 패턴의 변화를 가져올 수 있으며 이러한 전략이 어떻게 선택되고 실제 그 효과가 어떻게 받아들여지는지 보였다는데 의미를 가진다. 상대적으로 적은 실험 군과 실험기간이 한계로 지적될 수 있으나 이러한 시도가 유의미할 수 있음을 증명하는 시도로서 향후 이러한 실험 심리학적 연구의 필요성에 과학적인 증거를 제시한다고 하겠다. 또한 트위터 내에 존재하는 다양한 피실험자군이 도 어떠한 패러다임 하에서 어떠한 심층적 자아와의 부합을 위해 어떠한 행동의 변화를 보이는지 알아보는 추후 연구의 가능성을 제기한다.

### 제3 절 집단욕망의 심층적 표현:

#### 1. 천안함 사태에 대한 집단적 욕망을 중심으로

##### 가. 연구목적 및 방법론

라캉은 “무의식은 언어로 구조화되어 있다.”고 보았다. 즉, 인간의 모든 행동은 언어를 통해서 구성되어지고 이해될 수 있다는 것이다. 또, 이 말은 인간의 의식이든 무의식이든 모든 욕망은 언어를 통해서 드러나게 되어 있다는 것을 의미한다. 라캉은 욕망을 요구에서 욕구를 뺀 나머지라고 정의하였다. 인간의 욕망은 인간이 요구하는 것과 만족할 수 있는 욕구를 뺀 나머지로 그 잉여라는 것이다. 그리고 이것은

결코 채워질 수 없다. 그러므로 욕망은 인간 행동의 바탕으로 잠재되어 있다가 불현듯 언어를 통해서 자신의 얼굴을 드러낸다.

또한 라캉이 생각하는 진리란 욕망과 관련되어서 합리성이나 사태에 대한 실증적인 판단과 일치하지 않는다. 정신분석을 예로 들면 정신분석을 시행할 때 분석대상인 주체가 무의식적인 욕망을 거짓말이라는 형태로 말하는 경우가 있다. 그러나 사실에 대한 회피도 분석가에게 어떠한 욕망을 보여준다는 점에 있어서 진리이다. 이러한 진리는 특별한 언어가 아니라 일상적인 말 속에서 드러난다.

사회에서 일반적인 주장은 언어의 형태로 이루어진다. 그리고 사회에서 일어나는 일들을 언어를 통해서 알려주는 통로는 언론의 기사이다. 기사란 우선 객관적인 사실에 기초하고 있지만, 사실은 그 언론사가 뿌리내리고 있는 정치적 성향을 기반으로 두고 있다. 모든 언론사는 어떠한 정치적 지향성이 있기 때문이다. 이런 지향성은 해당 언론의 존재기반으로 기사와 논설을 작성할 때 그 밑바탕이 된다. 어떠한 정치적 기사를 다루더라도 이렇게 뿌리내리고 있는 자신의 ‘대지’를 벗어나지 못한다.

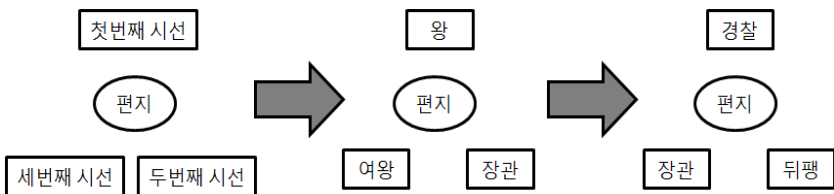
최근 일어난 불행한 사태인 천안함 사건은 그 원인이 빠른 시일 내에 정확하게 밝혀지지 않아서 무수한 의혹을 일으켰다. 이것은 분단국가로 북한과 대립하고 있는 국가 안보와 직접적으로 관련되는 일이어서 더욱 침체했다. 천안함 사태가 일어난 직후 언론은 그 원인에 대해 다양한 기사를 쏟아냈다. 그리고 기사들은 크게 두 방향으로 갈라졌다. 본 연구는 전자와 후자의 의견을 중심으로 기사를 작성한 인터넷 신문사 ㉮ 언론사와 ㉯ 언론사를 선정해 천안함을 다룬 기사의 제목을 krkwic과 ucinet 프로그램을 통해서 분석함으로써 그 언론의 정치적 기반이 되는 욕망을 이해하고자 한다.

라캉은 애드가 앨런 포우(Edgar Allan Poe, 1809-49)가 쓴 단편소설 〈도둑맞은 편지〉를 의미화의 연쇄의 강요와 기표에 의한 주체의 결정을 보여주는 실례로 생각했다. 〈도둑맞은 편지〉의 내용은 여왕이 자신의 방에서 편지를 읽고 있는데, 갑자기 왕과 함께 장관이 들어온다. 장관은 여왕이 긴장하는 것이 편지 때문이라는 것을 눈치 채고 태연하게 편지를 그 자리에서 훑친다. 이후 경찰국장은 여왕에게서 편지를

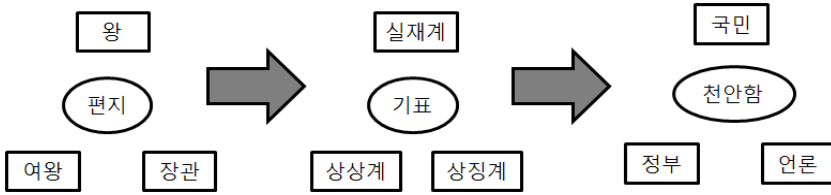
되찾아오라는 의뢰를 받고 장관을 수사하지만 실패한다. 결국 경찰국장은 뒤팽에게 도움을 요청하게 되고, 뒤팽은 추리를 통해 이를 해결한다.

라캉은 <도둑맞은 편지>를 두 가지에 초점을 두고 읽는다. 첫째는 이야기의 진정한 주체는 편지의 익명성이라는 것이고, 둘째는 이야기에서 반복되는 주체들 사이의 관계의 양상에 관한 것이다. 이 상황 속에서 편지는 거의 없는 기표가 되어 주체들을 움직이게 하는 원인이 된다. 편지의 부재는 우리에게 편지의 내용을 추측하게 만들고, 편지는 내용이 공개되지 않았기 때문에 무언의 권력을 가진다. 만일 편지의 내용이 공개된다면 편지는 무언의 힘을 잃고 그 내용에 따른 처리 수준이 이어질 것이다.

<도둑맞은 편지>에서 다양한 주체의 위치들은 세 가지 형태의 시선에 의해서 정의된다. 첫 번째 시선은 ‘아무것도 보지 못하는 시선’으로 편지를 못 본 왕의 위치고, 이후 편지를 눈 앞 두고 못 찾은 경찰국장의 위치다. 이것은 앞에 있는 것을 보지 못하는 권력(법)의 위치다. 두 번째 시선은 ‘아무것도 볼 수 없으니 자신이 숨겨놓은 것이 드러나지 않으리라 여기는 스스로를 기만하는 시선’이다. 이는 여왕의 위치며, 다음에는 장관의 위치다. 세 번째 시선은 ‘앞의 두 시선들이 숨기는 데 실패한 이유를 알고서 누구나 볼 수 있도록 방치해두는 것이 오히려 진정으로 숨기는 것이라고 믿는’ 시선이다. 이는 처음에 장관의 위치이고, 뒤에는 뒤팽이 그 자리를 차지한다. 그리고 이 삼각 형태는 궁중내실에서 벌어지고, 다시 장관의 집무실에서 반복된다. 이러한 편지라는 기표를 중심으로 한 주체들의 자리바꿈은 다음과 같다.



최근 천안함 사태를 둘러싸고 일어난 상황은 <도둑맞은 편지>와 유사한 구조를 가지고 있다. 먼저 <도둑맞은 편지>의 주체들의 관계를 천안함 사태에서 국민과 정부(국방부, 행정부)와 언론간의 관계로 전이시켜보면 다음과 같은 도식이 성립한다.



왕의 자리였던 실재계는 국민이고, 두 번째 여왕의 자리였던 상상계는 정부이고, 세 번째 장관의 자리였던 상징계는 언론이라고 할 수 있다. 먼저 <도둑맞은 편지>에서 왕의 위치는 여왕과 장관이 두려워하는 권력을 가지고 있으면서 편지에 대해서 모르는 상태이다. 왕의 위치에 ‘국민’이 들어갈 수 있는 이유는 민주주의에서 모든 권력은 국민에게 나오지만 천안함이 침몰한 정확한 이유를 모르기 때문이다. <도둑맞은 편지>와 다른 점은 천안함이 서해에서 침몰되었다는 사실을 국민이 안다는 사실이다. 두 번째 여왕의 자리에 ‘정부’가 들어갈 수 있는 이유는 천안함이 정부 소속이었고, 천안함이 침몰했을 상황에 대한 데이터를 지니고 있는 주체이지만 군사기밀 등 공개할 수 없는 부분을 가지고 있다. <도둑맞은 편지>와 다른 점은 정부가 천안함이란 기표가 침몰한 원인을 스스로 국민에게 알려야 하는 상황이다. 세 번째 장관의 자리에 ‘언론’이 들어갈 수 있는 이유는 벌어진 상황을 정확히 알고 국민에게 알려야 하기 때문이다. 그러므로 언론의 자리는 뒤쫓고 같이 알려고 하는 입장이자 천안함 침몰 사태에 대해 국민에게 의혹을 해소시켜주겠다는 점에서 장관의 자리이다.

#### 나. 연구방법

krkwic(Korean Key Words in context)은 네덜란드 암스테르담 대학교 Loet leydesdorff 교수가 개발한 Full Text software를 한국어 분석을 위해 변형한 프로그램으로 국내에 소개되었다. krkwic은 텍스트 내에서 자주 사용되는 단어들의 관계망을 분석하는 것을 목적으로 한다. krkwic은 크게 단어 빈도 분석을 통해 핵심어를 파악하는 krkwic과 단문과 제목과 같은 짧은 문장을 분석하는 krktitle과 문단을 분석하는 krtext로 나뉜다. 이 프로그램의 장점은 연구자의 임의적 해석을 배제하고 텍스트에서 사용된 단어의 빈도를 분석하고, 어떤 특정 단어들과 다른 특정 단어들의 연결성

이 개념적인 그룹핑을 통해 전체 메시지의 의미를 보다 정확하게 알 수 있다.

Ucinet은 최근에 네트워크 연구자들이 쓰는 사회네트워크분석(SNA) 소프트웨어 중 하나로 Freeman이 개발한 다양한 연결망 분석기법을 활용할 수 있는 프로그램이다. 이 프로그램을 이용해서 네트워크분석에서 가장 중요한 응집력(cohesion), 하위집단(subgroup), Ego network, 중앙성(centrality), 중앙과 변방(Core/Periphery), 역할/지위(Role/Position) 등을 분석할 수 있다. 또한 자료를 자유롭게 변환할 수 있는 기능이 있어서 MDS(다차원 축적도), Cluster, 2-Mode Scaling, Similarities/Dissimilarities 등 네트워크 분석과 관련된 통계기법에 사용할 수 있다.

#### 다. 연구대상

본고에서 krkwic과 ucinet를 통해서 분석할 내용은 천안함과 관련된 인터넷 언론이다. 천안함과 관련된 언론의 기본입장은 크게 양분 되었는데, 하나는 천안함의 침몰에 북한이 밀접하게 관련되었다는 입장을 취했고, 다른 하나는 이러한 천안함의 침몰 원인에 대해 의문을 가지는 입장을 취했다. 이렇게 입장이 양분된 것은 언론사의 기본적인 입장도 있지만 초기부터 현재까지 천안함 침몰의 원인이 명석판명하게 드러나지 않은 점도 무시할 수 없다. 이에 적극적인 북한에 대한 대처를 주장했던 인터넷 신문사인 ㉔ 언론사와 정부의 발표가 의혹을 해소하지 못하고 있다고 본 ㉕ 언론사를 선정했다. 해당 언론의 기사 중에 내용에 ‘천안함’이 들어 있는 기사의 기사제목을 대상으로 하였다. 기사들 중에 대상이 된 두 언론사에서 동일하게 나온 단어와 차별적으로 나온 단어를 분석하고, 동일단어들의 네트워크 분석을 통해서 이루어질 것이다.

#### 라. 연구범위

천안함에 대한 사건일지를 간단하게 살펴보면 다음과 같다.

3월 26일 오후 9시22분 = 해군 1천200t급 초계함인 천안함, 백령도 서남방 2.5km 해상에서 침몰. 승조원 104명 가운데 58명 구조, 46명 실종.

3월 28일 = 함수 및 함미 발견.

- 3월 30일 = UDT소속 한주호 준위, 함수 부분 탐색 도중 실신해 후송된 후 순직.
- 4월 1일 = 군, TOD(열상감지장비) 화면 공개. 사고시각 9시22분으로 정정, 사고해역서 진도 1.5의 지진파 관측사실 공개.
- 4월 2일 = 수색 작업에 참여했던 저인망 어선 ‘금양 98호’ 용진군 대청도 인근에서 침몰.
- 4월 3일 = 천안함 함미 부분에서 첫 시신 발견. 실종자 가족들 구조, 수색작업 중단 요청.
- 4월 4일 = 군, 천안함 실종자 구조, 수색작업에서 선체 인양 작업으로 전환.
- 4월 7일 = 천안함 생존 장병 기자회견.
- 4월 12일 = 천안함 함미 백령도 해안방향 수심 25m 해저 지점으로 이동. 이 과정에서 함미 일부 수면 위로 드러남.
- 4월 15일 = 천안함 함미 인양. 36명 시신 수습.
- 4월 16일 = 민. 군 합동조사단, 외부폭발 가능성 시사.
- 4월 17일 = 북한 조선중앙통신 ‘군사논평원’ “천안함 北관련설 날조” 주장.
- 4월 19일 = 이명박 대통령 제39차 라디오연설 “침몰 원인까지 밝혀낼 것…….그 결과 단호하게 대처” 입장표명.
- 4월 24일 = 수색작업 종료(실종 6명 미발견), 함수탐재 바지선 평택 이동.
- 4월 25일 = 민. 군 합동조사단, 비접촉식 외부폭발에 의한 침몰 발표.
- 4월 29일 = 천안함 사망 장병 46명에 대한 영결식. 사망자 전원을 전사자로 승격 및 무공훈장
- 5월 3일 = 김정일 北 국방위원장 방중. 감사원 천안함 감사 착수.
- 5월 6일 = 국방부 어뢰탄약 추정 화약성분 검출 확인.
- 5월 20일 = 민. 군 합동조사단 “북한제 250kg 중어뢰 천안함 공격”이라는 조사결과 발표. 북한, 천안함 조사 결과에 검열단을 파견하겠다고 발표.
- 5월 24일 = 이명박 대통령, 대국민담화 통해 ‘단호한’ 대북 대응조치 천명.
- 5월 28일 = 북한 국방위원회, 평양 주재 외교단과 내외신기자들에게 천안함 사건



과 북한이 무관하다는 내용의 기자회견을 함.

6월 1일 = 러시아 전문팀 천안함 조사를 위해서 방한.

6월 2일 = 지방선거

6월 4일 = 정부, 천안함 사태 유엔 안전보장이사회에 회부.

6월 10일 = 감사원 감사결과 발표.

6월 15일 = 정부, 유엔 안보리에서 천안함 조사결과 브리핑. 유엔 주재 북한 대표  
부도 조사결과를 반박하는 브리핑 개최.

6월 27일 = G8(주요 8개국) 정상회의, 천안함 대북 비난성명 발표

6월 29일 = 국회, 천안함 대북규탄. 제재 결의안 처리. 북한 ‘천안함 공동조사 필  
요’ 안보리에 서한

7월 9일 = 유엔 안보리, 천안함 침몰 비난 의장 성명 채택. 천안함 침몰의 공격 주  
체 명시하지 않음.

인터넷 신문사 ㉠ 언론사와 ㉡ 언론사 홈페이지에서 2010. 3. 27~5. 19 사이에 천안함이라는 키워드를 통해서 나오는 모든 기사의 제목을 모았다. 이 기간을 택한 이유는 5월20일 민군합동조사단의 발표가 있었기 때문이다. 위의 기간 동안 천안함이란 단어가 기사에 포함된 두 언론사의 분석대상이 되는 기사는 ㉠ 언론사의 852개와 ㉡ 언론사의 739개이다.

먼저 ‘천안함’이란 단어가 들어있는 기사제목 중에 서술어만으로 구성된 기사(예: 슬프다.)는 제외되었다. 선정된 기사제목들은 krkwic프로그램에 넣기 위해서 조사와 서술어 등을 제외한 명사 위주의 문장으로 다시 가다듬었다. 이는 관사, 조사, 파생된 문장의 어미, 접속사 등을 제외한 고유어를 대상으로 했다. 이 과정에 주요 단어를 보다 명확히 추출하기 위해서 ‘천안함 침몰 사고’는 ‘천안함’이란 한 단어로, MBC는 MB와 중복되기 때문에 MC로, 북한소행은 북소행으로, 민주는 민주당으로, 지방선거는 선거 등으로 단어를 통일화하였다. 그리고 krkwic을 통해서 각 단어의 총출현빈도수를 뽑아냈다. 그 결과 가장 빈도가 높은 천안함부터 50개의 단어를 선별하고, 이를 다시 ucinet을 통해서 단어 간의 네트워크를 만들었다. 이것은 크게 단어의

출현빈도 분석과 구조적 네트워크 분석(위치적 접근, 관계적 접근)이 될 것이다. krkwic을 통해서 나온 ㉠ 언론사와 ㉡ 언론사에서 나온 상위 50개의 단어와 빈도를 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 2-4〉 ㉠ 언론사 천안함관련 단어빈도수

| ㉠ 언론사 천안함관련 단어빈도수(2010. 3. 27~5. 19) |     |     |    |      |     |
|--------------------------------------|-----|-----|----|------|-----|
| 번호                                   | 단어  | 빈도수 | 번호 | 단어   | 빈도수 |
| 1                                    | 천안함 | 262 | 26 | 한준위  | 10  |
| 2                                    | 북한  | 110 | 27 | 확인   | 10  |
| 3                                    | MB  | 80  | 28 | 방중   | 9   |
| 4                                    | 김정일 | 40  | 29 | 6자회담 | 8   |
| 5                                    | 군대  | 39  | 30 | 발견   | 8   |
| 6                                    | 미국  | 36  | 31 | 일본   | 8   |
| 7                                    | 한국  | 36  | 32 | 한나라  | 7   |
| 8                                    | 민주당 | 33  | 33 | 검토   | 7   |
| 9                                    | 중국  | 30  | 34 | 공격   | 7   |
| 10                                   | 침몰  | 30  | 35 | 구조   | 7   |
| 11                                   | 김국방 | 25  | 36 | 국방부  | 7   |
| 12                                   | 함미  | 22  | 37 | 대응   | 7   |
| 13                                   | 청와대 | 21  | 38 | 도발   | 7   |
| 14                                   | 인양  | 20  | 39 | 사고   | 7   |
| 15                                   | 가능성 | 15  | 40 | 여당   | 7   |
| 16                                   | 어뢰  | 15  | 41 | 연기   | 7   |
| 17                                   | 선거  | 14  | 42 | 오바마  | 7   |
| 18                                   | 공개  | 13  | 43 | 응징   | 7   |
| 19                                   | 북소행 | 13  | 44 | 전작권  | 7   |
| 20                                   | 정부  | 13  | 45 | 조문   | 7   |
| 21                                   | 실종자 | 11  | 46 | 주적개념 | 7   |
| 22                                   | 여야  | 11  | 47 | 논의   | 6   |
| 23                                   | 함수  | 11  | 48 | 눈물   | 6   |
| 24                                   | MBC | 10  | 49 | 대통령  | 6   |
| 25                                   | 시신  | 10  | 50 | 말    | 6   |

〈표 2-5〉 ㉠ 언론사의 천안함 관련 단어빈도수

| ㉠ 언론사 천안함관련 단어빈도수(2010. 3. 27~5. 19) |      |     |    |      |     |
|--------------------------------------|------|-----|----|------|-----|
| 번호                                   | 단어   | 빈도수 | 번호 | 단어   | 빈도수 |
| 1                                    | 천안함  | 184 | 26 | 한명숙  | 10  |
| 2                                    | MB   | 54  | 27 | 김정일  | 9   |
| 3                                    | 북한   | 41  | 28 | 민주당  | 9   |
| 4                                    | 침몰   | 32  | 29 | 북풍   | 9   |
| 5                                    | KBS  | 29  | 30 | 4대강  | 8   |
| 6                                    | 군대   | 26  | 31 | 분향소  | 8   |
| 7                                    | 한나라당 | 17  | 32 | 청와대  | 8   |
| 8                                    | 공개   | 16  | 33 | 촛불   | 8   |
| 9                                    | 조선일보 | 16  | 34 | 희생자  | 8   |
| 10                                   | 해군   | 16  | 35 | 공격   | 7   |
| 11                                   | 보도   | 15  | 36 | 국민   | 7   |
| 12                                   | 실종자  | 14  | 37 | 김국방  | 7   |
| 13                                   | 어뢰   | 14  | 38 | 사람   | 7   |
| 14                                   | 조중동  | 14  | 39 | 설치   | 7   |
| 15                                   | 함미   | 13  | 40 | 안상수  | 7   |
| 16                                   | 국방부  | 12  | 41 | 인양   | 7   |
| 17                                   | 방송3사 | 12  | 42 | MBC  | 6   |
| 18                                   | 언론   | 12  | 43 | 가능성  | 6   |
| 19                                   | 선거   | 11  | 44 | 경찰   | 6   |
| 20                                   | 중국   | 11  | 45 | 대한민국 | 6   |
| 21                                   | 검찰   | 10  | 46 | 동아일보 | 6   |
| 22                                   | 사고   | 10  | 47 | 빈소   | 6   |
| 23                                   | 절단면  | 10  | 48 | 생존자  | 6   |
| 24                                   | 정부   | 10  | 49 | 성금   | 6   |
| 25                                   | 진실   | 10  | 50 | 스폰서  | 6   |

## 2. 데이터 결과 분석

가. 결과 분석: ㉠ 언론사와 ㉠ 언론사의 빈도 분석

㉠ 언론사와 ㉠ 언론사의 기사제목 중에 나온 단어의 우선순위 50개 단어 중 동

일 단어를 보면 “천안함, 북한, MB, 김정일, 군대, 대한민국－한국, 민주당, 중국, 침몰, 김국방, 함미, 청와대, 인양, 가능성, 어뢰, 선거, 공개, 정부, 실종자, MBC, 한 나라당, 공격, 국방부, 사고”와 같이 24개이다. 이들은 두 언론사에서 동일하게 출현한 단어로 천안함 사건을 기사화하는데 있어서 기본적으로 선택된 단어로써 공통된 인식을 보여준다. 그러나 한편으로 두 언론사에서 나온 공통된 동일단어가 가장 많이 연결된 다른 단어를 살펴봄으로써 두 언론사의 사건에 대한 인식차이를 알 수 있다. ㉦ 언론사와 ㉨ 언론사의 동일 단어 내에서 가장 많이 연결된 단어를 살펴보면 다음과 같다.

〈표 2－6〉 ㉦ 언론사와 ㉨ 언론사 동일단어 연결빈도

| ㉦ 언론사와 ㉨ 언론사 동일단어 연결빈도 |         |      |      |    |         |                                     |      |
|------------------------|---------|------|------|----|---------|-------------------------------------|------|
| N사                     |         |      |      | O사 |         |                                     |      |
| 번호                     | 동일단어    | 연결단어 | 연결빈도 | 번호 | 동일단어    | 연결단어                                | 연결빈도 |
| 1                      | 천안함     | 북한   | 37   | 1  | 천안함     | 침몰                                  | 26   |
| 2                      | 북한      | 천안함  | 37   | 2  | 북한      | 천안함                                 | 11   |
| 3                      | MB      | 천안함  | 18   | 3  | MB      | 천안함, KBS                            | 8    |
| 4                      | 김정일     | 중국   | 13   | 4  | 김정일     | 중국                                  | 5    |
| 5                      | 군대      | MB   | 9    | 5  | 군대      | 천안함                                 | 8    |
| 6                      | 대한민국－한국 | 미국   | 17   | 6  | 대한민국－한국 | 검찰                                  | 2    |
| 7                      | 민주당     | 천안함  | 11   | 7  | 민주당     | 선거                                  | 2    |
| 8                      | 중국      | 천안함  | 17   | 8  | 중국      | 북한, 김정일                             | 5    |
| 9                      | 침몰      | 북한   | 11   | 9  | 침몰      | 천안함                                 | 26   |
| 10                     | 김국방     | 인양   | 4    | 10 | 김국방     | 천안함, MB, 빈소                         | 1    |
| 11                     | 함미      | 인양   | 8    | 11 | 함미      | 인양                                  | 3    |
| 12                     | 청와대     | 북한   | 5    | 12 | 청와대     | 천안함, 군대, 공개, 보도, 방송, 언론, 사고, 정부, 촛불 | 1    |

| ㉮ 언론사와 ㉮ 언론사 동일단어 연결빈도 |      |                  |      |    |      |             |      |
|------------------------|------|------------------|------|----|------|-------------|------|
| N사                     |      |                  |      | O사 |      |             |      |
| 번호                     | 동일단어 | 연결단어             | 연결빈도 | 번호 | 동일단어 | 연결단어        | 연결빈도 |
| 13                     | 인양   | 함수               | 12   | 13 | 인양   | 천안함         | 9    |
| 14                     | 가능성  | 북한               | 9    | 14 | 가능성  | 천안함, 북한, 공격 | 3    |
| 15                     | 어뢰   | 북한               | 13   | 15 | 어뢰   | 북한          | 4    |
| 16                     | 선거   | 여야               | 3    | 16 | 선거   | 보도          | 7    |
| 17                     | 공개   | 김국방              | 3    | 17 | 공개   | 천안함         | 9    |
| 18                     | 정부   | 천안함              | 8    | 18 | 정부   | 천안함         | 8    |
| 19                     | 실종자  | 천안함              | 3    | 19 | 실종자  | 침몰, 군대      | 3    |
| 20                     | MBC  | 천안함 등            | 1    | 20 | MBC  | 천안함, 군대     | 2    |
| 21                     | 한나라당 | 천안함              | 3    | 21 | 한나라당 | 천안함         | 2    |
| 22                     | 공격   | 북한, 어뢰           | 7    | 22 | 공격   | 침몰          | 5    |
| 23                     | 국방부  | 천안함, 가능성, 어뢰, 공격 | 2    | 23 | 국방부  | 공개          | 3    |
| 24                     | 사고   | 천안함              | 5    | 24 | 사고   | 천안함         | 13   |

천안함에 대한 ㉮ 언론사와 ㉮ 언론사의 동일단어 24개는 대부분 출현빈도수 1위인 천안함과 연결되어 있다. 동일단어에서 ㉮ 언론사와 ㉮ 언론사의 출현빈도 단위 순위와 연결된 단어가 다르기 때문에 연결 회수에서 차이가 난다.

㉮ 언론사에서 천안함이란 단어와 가장 많은 연결빈도를 나타낸 단어는 북한이다. 천안함과 북한은 37회에 걸쳐 연관되어 있다. 북한이란 단어 역시 천안함과 동일한 연결수를 보이고 있다. ㉮ 언론사에서는 천안함과 침몰이란 단어가 26회로 가장 많은 연결수를 보이고, 북한은 천안함과 11회의 연결수를 보이고 있다. ㉮ 언론사에서는 천안함의 침몰이 북한과 연관되었다는데 중점을 두었고, ㉮ 언론사는 천안함이 침몰된 사실에 중점을 두었다는 것이 보인다. 김정일과 중국의 연관은 ㉮ 언론사와 ㉮ 언론사에서 함께 보이는데, 이것은 5월 3일 김정일의 중국방문에 따른 것이다. 군대는 ㉮ 언론사에서는 MB와 9차례, ㉮ 언론사는 천안함과 8차례 연결되었다. 대한민국-한국은 ㉮ 언론사에서는 미국과 17차례, 검찰과 2차례 연결되어

있다. 이는 ㉞ 언론사는 천안함과 관련하여 미국과의 공조를 중요시했다는 것을 나타내고, ㉞ 언론사는 당시 한명숙의 검찰조사에 대한 기사와 연관된 것으로 보인다. 민주당이란 단어는 ㉞ 언론사는 천안함이 11회가 연결되었고, ㉞ 언론사는 선거와 2회 연결되었다. 청와대에 대한 단어 연결은 ㉞ 언론사는 북한과 연관되어 있는데 반해, ㉞ 언론사는 천안함, 군대 등 다른 여러 단어와 연결되어 있는데 MB정부출범 초기 저항의 상징이라고 할 수 있는 촛불이란 단어와도 연결되어 있다. 가능성이란 단어는 ㉞ 언론사는 북한이 9회 연결되어 있고, ㉞ 언론사는 천안함, 북한, 공격이 3회씩 연결되어 있다. 어뢰는 양사에서 북한이 가장 많이 연결된 것으로 나타났다. 선거에 있어서는 ㉞ 언론사는 선거와 관련된 여야의 움직임, ㉞ 언론사는 보도라는 단어와 연결되어 천안함 사건에 묻혀서 잘 드러나지 않는 상황을 말해주고 있다. 공개라는 단어에 있어서 ㉞ 언론사는 김국방이란 단어와 연결되어 있고, ㉞ 언론사는 천안함이란 단어와 연결되어 있다. 이후 공격이란 단어에 있어서는 ㉞ 언론사가 북한과 어뢰라는 단어와 연결되어 있고, ㉞ 언론사는 침몰이라는 단어와 연결되어 있다.

#### 나. ㉞ 언론사와 ㉞ 언론사의 차별단어와 연결단어

㉞ 언론사와 차별되는 ㉞ 언론사의 단어들을 살펴보면 “미국, 북소행, 여야, 합수, 시신, 한준위, 확인, 방중, 6자회담, 발견, 일본, 검토, 구조, 대응, 도발, 여당, 연기, 오바마, 응징, 전작권, 조문, 주적개념, 논의, 눈물, 대통령, 말”로 26개이다. 이 단어 들 중 특히 미국, 북소행, 한준위, 6자회담, 일본, 대응, 도발, 오바마, 응징, 전작권, 주적개념 등이 ㉞ 언론사의 기사방향을 알 수 있는 단어들이다.

먼저 미국이란 단어와 천안함과 연결빈도는 19회로 천안함과 관련해서 한국과 미국과의 공조를 중요하게 생각하는 ㉞ 언론사의 입장을 볼 수 있다. 또 여야, 확인, 검토, 구조, 대응, 여당, 연기, 오바마, 응징, 논의, 말 등도 천안함과의 연결성이 가장 높았다. 이중에 여야, 확인, 검토, 구조, 여당, 연기, 논의, 말은 천안함 사태에 관련한 여야의 대응과 확인사항에 대한 논의가 주를 이루는 반면에 대응, 오바마, 응징은 천안함 침몰 사태가 북한의 소행이라는 결론을 내리고 미국과의 공조아래 우리나라

의 적극 대응을 촉구하는 내용을 이루고 있다. 함수 작업 도중 사고를 당한 한준위에 대한 언급이 MB와 연결되어 있고, 방중이라는 단어는 김정일과 9회 연결되어 있다. 6자회담이 미국과 5회 연결되어 있고, 일본과 한국이 4회 연결되어 있는 것으로 보아 천안함 사태에 국제적인 정세 속에서 접근하는 ㉠ 언론사의 입장을 볼 수 있다. 또한 전작권이 검토가, 주적개념이 북한이 각각 3회 연결되었다. 이는 ㉠ 언론사의 천안함 사건으로 일시적으로 북한을 경계하는 것이 아니라, 언론사가 북한을 대하는 기본적인 입장이 드러나 있는 것으로 보인다. 전작권은 2010년 6월27일 한미정상회담에서 2012년에서 2015년으로 연기되었고, 2004년 이후 6년 만에 주적개념이 국방백서에 들어갈 가능성이 높은 것으로 보도되었다.

나. ㉠ 언론사와 차별되는 ㉡ 언론사 단어 연결빈도

㉠ 언론사와 차별되는 ㉡ 언론사의 단어는 “KBS, 조선일보, 해군, 보도, 조중동, 방송3사, 언론, 검찰, 절단면, 진실, 한명숙, 북풍, 4대강, 분향소, 촛불, 희생자, 국민, 사람, 설치, 안상수, 경찰, 동아일보, 빈소, 생존자, 성금, 스폰서”로 26개이다. 이 단어들 중 특히 KBS, 조선일보, 조중동, 방송3사, 언론, 검찰, 절단면, 북풍, 4대강, 촛불, 동아일보 등이 ㉡ 언론사의 기사방향을 알 수 있는 단어들이다.

먼저 KBS와 MB가 8회 연결되어 있는 것이 보인다. 이외에도 조선일보와 촛불이 4회, 조중동과 MB/북한이 4회씩, 방송3사와 선거가 4회, 보도와 KBS/선거가 4회씩, 언론과 보도가 5회, 동아일보와 조선일보/선거가 2회씩 연결된 것이 보인다. 이는 ㉡ 언론사가 기존의 오프라인의 언론매체의 보도형태에 대한 비판을 하고, 자사의 대응점으로 보고 있다는 것이 나타난다. 그리고 천안함 사태에 따른 기존 언론들이 6.2지방선거에 대한 보도의 부족을 문제점으로 꼽고 있다. 특히 MB정부 초기에 저항의 상징이라고 할 수 있던 촛불이라는 단어의 등장은 ㉡ 언론사의 정치적 입장을 잘 드러내는 단어라고 할 수 있다. 절단면과 공개가 8회, 진실과 천안함이 4회 연결되어 절단면을 비공개 했던 방침에 대한 비판과 천안함 침몰의 보다 많은 정보를 공개할 것을 요구하는 것이 보인다. 또한 북풍과 천안함이 3회 연결되어 있어 천안함 사태를 북풍으로 몰아가는 것에 대해서 반대하고 있다. 4대강과 천안함 등이 연결

된 것으로 보아 4대강에 대한 반대 입장이 드러나고 있고, 촛불과 조선일보가 4회 연결되어 있는 것으로 보아 촛불집회를 반대하는 조선일보에 대한 ㉔ 언론사의 입장이 보인다. 또한 한명숙과 검찰이란 단어의 등장은 검찰이 한명숙을 기소한 내용에 대한 것으로 보인다.

〈표 2-7〉 ㉔ 언론사와 ㉔ 언론사 차별단어 연결빈도

| ㉔ 언론사와 ㉔ 언론사 차별단어 연결빈도 |      |             |      |    |      |                             |      |
|------------------------|------|-------------|------|----|------|-----------------------------|------|
| N사                     |      |             |      | O사 |      |                             |      |
| 번호                     | 차별단어 | 연결단어        | 연결빈도 | 번호 | 차별단어 | 연결단어                        | 연결빈도 |
| 1                      | 미국   | 천안함         | 19   | 1  | KBS  | MB                          | 8    |
| 2                      | 북소행  | 한준위         | 2    | 2  | 조선일보 | 촛불                          | 4    |
| 3                      | 여야   | 천안함         | 8    | 3  | 해군   | 침몰, 사고                      | 3    |
| 4                      | 합수   | 인양          | 12   | 4  | 보도   | KBS, 선거                     | 7    |
| 5                      | 시신   | 발견          | 6    | 5  | 조중동  | MB, 북한                      | 4    |
| 6                      | 한준위  | MB          | 2    | 6  | 방송3사 | 선거                          | 4    |
| 7                      | 확인   | 천안함         | 6    | 7  | 언론   | 보도                          | 5    |
| 8                      | 방중   | 김정일         | 9    | 8  | 검찰   | KBS                         | 3    |
| 9                      | 6자회담 | 미국          | 5    | 9  | 절단면  | 공개                          | 8    |
| 10                     | 발견   | 시신          | 6    | 10 | 진실   | 천안함                         | 4    |
| 11                     | 일본   | 한국          | 4    | 11 | 한명숙  | 선거, 검찰, 대한민국, 동아일보          | 1    |
| 12                     | 검토   | 천안함         | 3    | 12 | 북풍   | 천안함                         | 3    |
| 13                     | 구조   | 천안함, 군대     | 4    | 13 | 4대강  | 천안함, MB, KBS, 정부            | 2    |
| 14                     | 대응   | 천안함         | 4    | 14 | 분향소  | 천안함                         | 9    |
| 15                     | 도발   | 북한          | 9    | 15 | 촛불   | 조선일보                        | 4    |
| 16                     | 여당   | 천안함, 선거     | 2    | 16 | 희생자  | 천안함                         | 12   |
| 17                     | 연기   | 천안함         | 3    | 17 | 국민   | 천안함                         | 3    |
| 18                     | 오바마  | 천안함, MB, 한국 | 3    | 18 | 사람   | 천안함, mb, 침몰, 군대, 합미, 인양, 빈소 | 1    |



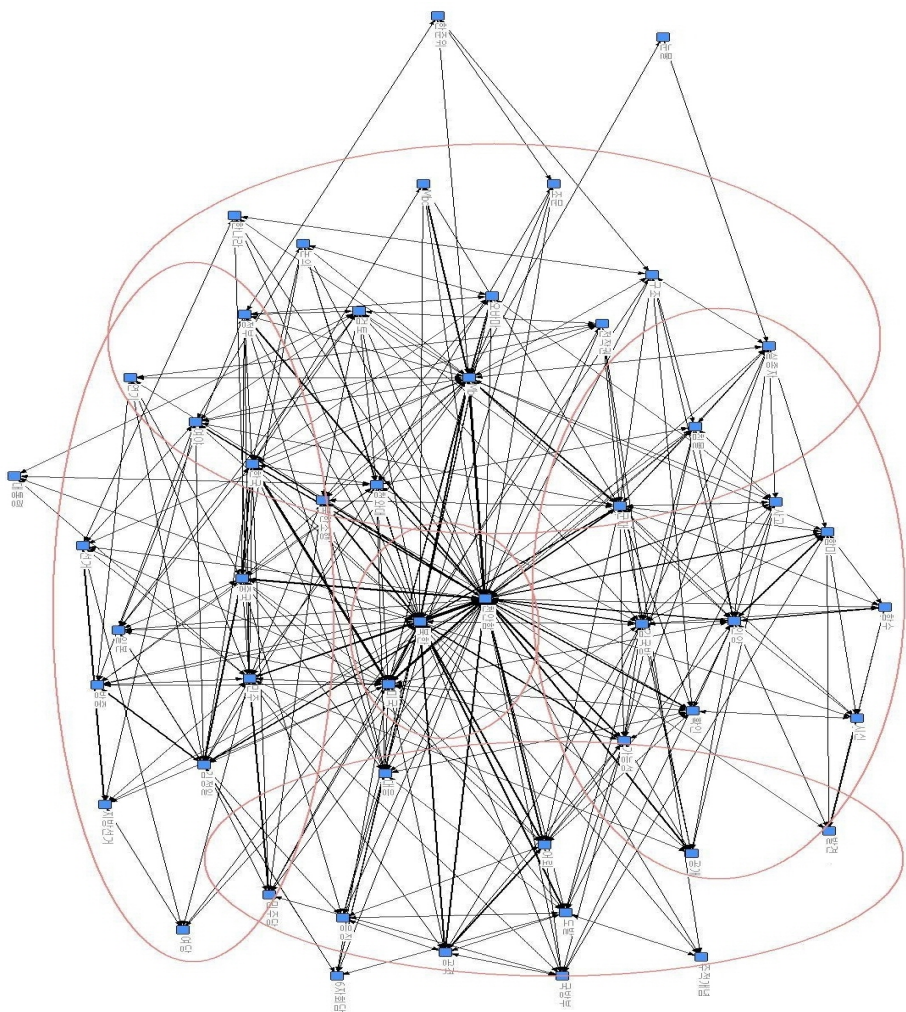
| ㉠ 언론사와 ㉡ 언론사 차별단어 연결빈도 |      |                  |      |    |      |                                     |      |
|------------------------|------|------------------|------|----|------|-------------------------------------|------|
| N사                     |      |                  |      | O사 |      |                                     |      |
| 번호                     | 차별단어 | 연결단어             | 연결빈도 | 번호 | 차별단어 | 연결단어                                | 연결빈도 |
| 19                     | 응징   | 천안함, 북한          | 3    | 19 | 설치   | 천안함                                 | 5    |
| 20                     | 전작권  | 검토               | 3    | 20 | 안상수  | 천안함, 사고                             | 1    |
| 21                     | 조문   | MB               | 3    | 21 | 경찰   | 촛불                                  | 3    |
| 22                     | 주적개념 | 북한               | 3    | 22 | 동아일보 | 조선일보, 선거                            | 2    |
| 23                     | 논의   | 천안함, MB          | 4    | 23 | 빈소   | 희생, 김국방                             | 1    |
| 24                     | 눈물   | MB               | 3    | 24 | 생존자  | 천안함, KBS, 한나라당, 공개, 보도, 언론, 사고, 김국방 | 1    |
| 25                     | 대통령  | 북한, 민주당, 청와대, 검토 | 1    | 25 | 성금   | 천안함                                 | 8    |
| 26                     | 말    | 천안함, 북한, MB      | 3    | 26 | 스폰서  | MB, 검찰                              | 2    |

#### 라. ㉠ 언론사와 ㉡ 언론사의 관계적 접근 분석

[그림 2-21]을 통해 ㉠ 언론사의 단어연결망을 살펴보면 크게 4부분으로 나눌 수 있다. 먼저 중앙부분은 침몰, 천안함, 북한, 미국과 같은 단어들이 집중되어 있다. 이는 천안함 침몰이 북한과 밀접하게 관련되어 있고, 우리나라가 미국과 연대를 보다 강화해야 한다는 ㉠ 언론사의 입장을 나타낸다. 두 번째 관계를 형성하고 있는 좌측은 MB를 중심으로 천안함, 검토, 정부, 조문, 선거, 연기, 전작권, 논의, 한준위, 눈물, 오바마, 구조, 실종자, 군대 등이 연결되어 있다. 이는 천안함 사태에 따른 MB의 대통령으로서의 역할에 대한 관계를 보여주는 것이다. ㉠ 언론사에서는 MB라는 단어가 오바마, 전작권과 같이 미국과 연관된 단어와 연결되어 있으면서 동시에 조문, 한준위, 눈물, 구조, 실종자와 같은 단어와 같은 감성적인 단어와도 연결되어 있다. 우측은 가능성, 북소행, 확인, 공개, 국방부, 어뢰, 공격, 주적개념, 대응 등이 연결되어 있다. 이는 ㉠ 언론사에서 천안함 침몰이 북한의 어뢰에 의한 사태라는 것을 확인하고, 이러한 적대적인 태도 때문에 이에 대한 대응과 주적개념의 부활을 보여주고 있다. 하단은 선거, 중국, 청와대, 김정일, 방중, 일본, 민주당, 응징, 6자회담

등과 같은 단어와 연결되어 있다. 이는 천안함 사태와 관련해서 국제적인 정치역학과 선거와의 연관성을 보여주고 있다. 상단은 인양을 중심으로 실종자 함미, 함수, 사고, 군대, 김국방, 시신, 발견 등의 단어가 위치하고 있는데, 이는 천안함 침몰 이후에 사태의 처리로 볼 수 있다.

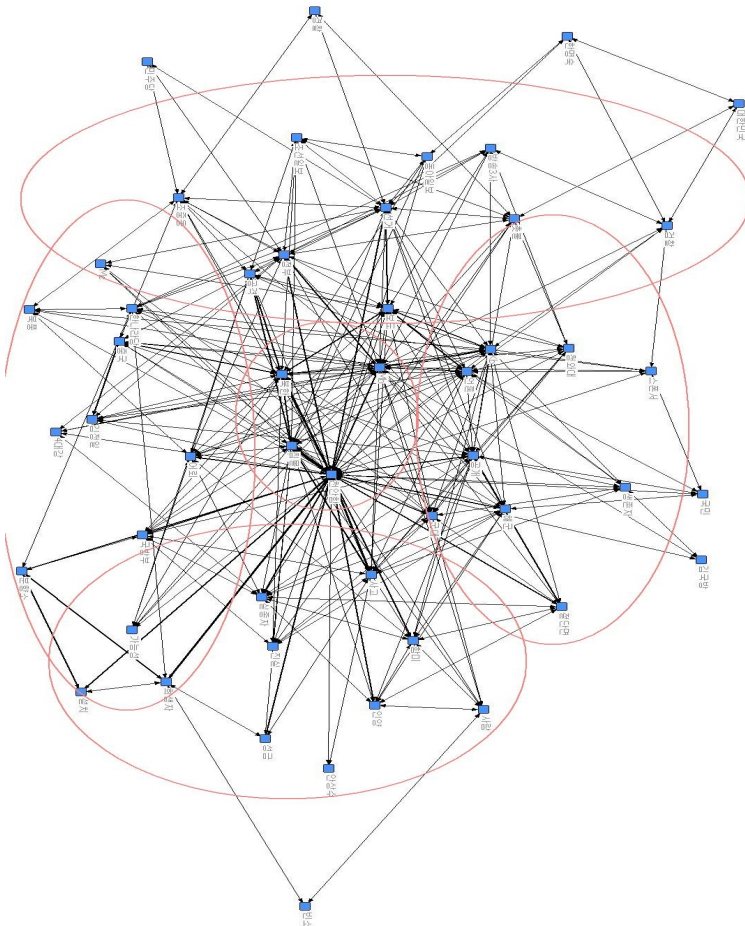
[그림 2-21] ㉦ 언론사 기자제목 단어연결망



마. ㉠ 언론사

[그림 2-22]를 통해 ㉠ 언론사의 단어연결망을 살펴보면 천안함을 중심으로 침몰, 북한, MB, 사고, 희생자, 국방부가 중심을 이루고 있는 것이 보인다. 이는 천안함 침몰과 관련해서 북한과 우리나라 정부의 대응에 대한 보도로 남측과 북측의 관계가 중심을 이루고 있는 것으로 보인다. 좌측은 선거와 보도를 중심으로 조중동, 정부, 공격 방송3사, 경찰, 민주당 등이 연결되어 있다. 이는 6.2 지방선거와 관련된

[그림 2-22] ㉠ 언론사 기자제목 단어연결망



기존 오프라인 언론들의 보도 방식에 대한 것으로 보인다. ㉔ 언론사는 천안함 사태에 따른 6.2지방선거 보도가 부족한 부분을 지적하고, 인터넷 언론으로써 자사의 대척점을 온라인에 조중동으로 생각하는 부분이 보인다. 우측은 사고를 중심으로 군대 함미, 절단면, 인양, 진실, 실종자 등이 연결되어 있다. 이는 천안함 사고에 관한 것보다 절단면이 공개되지 않는 함미에 대한 정확한 사실에 대한 요구로 보인다. 하단은 조중동, 북풍, 한나라당, 중국, 김정일, 4대강, 어뢰, 국방부, 분향소, 가능성 등이 보인다. 민주당-조중동-공격-어뢰-가능성의 단어 연결 라인이 보이고, 4대강이란 단어의 연결성은 MB정부의 정책에 대한 비판적인 시각을 보여주고 있다. 또한 북풍이 조중동, 한나라당, MB, 천안함, 어뢰 등과 연결되어 있어서 천안함 사태에 따른 우파의 북풍몰이를 경계하는 것으로 보인다. 상단은 언론 KBS를 중심으로 촛불, 방송3사, 한명숙, 검찰, 스폰서, 생존자, 국민, 공개, 해군, 절단면 등이 연결된 것으로 보인다. 선거전 검찰이 한명숙을 기소한 사실과 스폰서 검사 사건이 보도된 것으로 보이고, 촛불을 중심으로 대한민국, 경찰, 조선일보, 정부, MB, 천안함, KBS, 청와대가 연결된 것이 보인다.

### 3. 소 결

본 연구를 통해서 개인의 욕망을 넘어서 사회의 집단의 욕망이 어떻게 언어를 통해서 나타나는지 두 언론사를 중심으로 살펴보았다. 라캉의 이론을 기반으로 Krkwic과 Ucinet의 도구를 이용한 단어연결망분석으로 언어의 연관성이 드러났다. 이것은 우리나라 사회에서 침묵한 의견 대립이 나타날 수밖에 없는 북한과 관련된 사건에서 팩트와 관련된 사실이 어떤 언어를 통해서 자신들의 기본 입장이 전개되어 나가는지 나타났다.

인터넷 언론사인 ㉔ 언론사와 ㉔ 언론사를 선정해서 일정기간 동안 천안함과 관련된 기사를 수집하고 기사제목을 분석했다. 먼저 각각 출현빈도수를 뽑아내고, 두 언론사에서 공통으로 나온 단어와 차별화된 단어를 뽑아 단어연결망 분석을 하였다. 그리고 단어연결망 분석을 통해서 ㉔ 언론사는 천안함 침몰이 북한과 밀접하게

관련되어 있고, 우리나라가 미국과 연대를 보다 강화해야 한다는 기본입장을 확인했다. 또 MB의 대통령으로서의 역할과 오바마, 전작권과 같이 미국과 연관된 단어와 연결되어 있으면서 동시에 조문, 한준위, 눈물, 구조, 실종자와 같은 단어와 같은 감성적인 단어와도 연결되어 있는 것이 보였다. 그리고 ㉔ 언론사는 천안함 침몰이 북한의 어뢰에 의한 것이라고 단정하고 이에 따른 대응으로 북한에 대한 대응과 주적개념의 부활이 나타났다. 아울러 선거, 중국, 청와대, 김정일, 방중, 일본, 민주당, 응징, 6자회담 등과 같은 단어의 연결을 통해서 국제적인 정치역학과 선거와의 연관성을 보여주었다.

㉔ 언론사는 천안함 침몰과 관련해서 북한과 우리나라 정부의 대응에 대한 보도로 남측과 북측의 관계에 대한 언급이 많이 보였다. 그리고 6.2 지방선거와 관련된 기존 오프라인 언론들의 보도 방식에 대한 단어들도 나타났다. 천안함 사태에 따른 6.2지방선거 보도가 부족한 부분을 지적하면서 인터넷 언론으로써 자사의 대책점으로 온라인에 조중동에 대한 단어언급 빈도수가 높은 것이 보였다. 또한 천안함 사고에 관한 것보다 절단면이 공개되지 않는 함미에 대한 정확한 사실에 대한 요구가 보였고, 4대강이란 단어의 연결성은 MB정부의 정책에 대한 비판적인 시각을 보여주었다. 또한 천안함 사태에 따른 우과의 북풍몰이를 경계하고 선거전 검찰이 한명숙을 기소한 사실과 스폰서 검사 사건에 관심을 보이고 MB정부에 대한 저항의 상징이라고 할 수 있는 촛불이란 단어가 눈에 띄었다.

이와 같이 천안함 사태에 대한 단어연결망분석을 통해서 집단적 욕망의 심층적 양태가 언어로 드러나는 모습을 보았다. 이런 논의를 통해서 욕망의 언어가 드러남으로써 이를 이용한 타자를 소멸시키는 것이 아닌 사회 내에서 상충되는 문제들에 대한 타자와의 적절한 소통의 통로가 구성되었으면 한다.

## 제 3 장 융합개념의 재정립

### 1. 자기 확장성: 욕망투사의 재영토화

본 연구를 통해 알아본 융합사회 내 개인과 집단의 욕망 변화상에는 두 가지 정도의 큰 특징이 있는 것으로 보인다. 첫째가 바로 자기 확장성으로 명명할 수 있는데, 이는 융합사회가 출현하게 되면서 오프라인 영역에서 온라인 영역으로 개인의 활동과 존재의 범위가 무한히 확장되는 현상을 가리키는 용어이다. 이는 맥루언이 역설했던 자기 확장성에서 아이디어를 빌려오긴 했으나, 융합사회에서의 그 의미는 맥루언의 용어와 차별화를 둔다고 볼 수 있다. 자기 확장성의 예는 무수히 많다. 본 연구에서 진행한 미디어기기 결핍 실험의 경우, 실험에 참여한 대부분의 피험자들이 스마트폰을 단순히 의사소통의 도구로 여기기보다는 기기 자체를 하나의 확장된 자아로 간주하고 있는 단서를 여러 곳에서 발견할 수 있었다. 스마트폰을 통해 공간적 제약에서 벗어나 언제 어디든 네트워크에 접속할 수 있지만, 역설적으로 이는 네트워크상에 언제나 매어있을 수밖에 없다는 모순을 가지고 있다. 어쨌든 융합사회에서의 개인은 늘, 언제나 접속되어 있는 ‘접속의 인간’인 것이다.

사람들은 현실에서의 관계 맺기를 확장해, 디지털 상에서도 여러 사람을 만나고 교류하고 소통하기를 원한다. 근래 큰 인기를 몰아가고 있는 다양한 소셜네트워크 서비스가 이를 반증한다. 트위터도 페이스북도 잘 생각해보면, 현실세계에서의 나의 물리적 영토를 디지털 세상으로 끌고 들어간 모양새라 보아도 무방하다. 디지털 상에서도 분명, 나만의 공간과 내가 움직이는 세상이 존재하는데 이는 직관적인 크기와 공간으로 수치화하기 어렵지만 어찌되었건 내 트위터화면, 내 페이스북화면, 내 싸이월드는 시각화된 나의 영토를 상징한다. 들뢰즈가 역설한 ‘영토성’의 개념에 대해 다시 한 번 생각해보면, 현 융합사회 적용할 수 있는 부분을 충분히 찾아낼 수 있다.

들뢰즈의 영토성은 기본적으로 동물행동학에서 비롯된 텃세의 개념이라 볼 수 있는데, 여러 동물들은 다양한 방식을 자신만의 영토를 구축하고 이를 표시한다. 이를 영토화라고 부르는데, 기존의 영토를 떠나거나, 이를 다른 것의 영토로 만드는 것을 탈영토화라 지칭한다면, 다른 곳에서 자신의 영토를 새로 개척하는 것은 ‘재영토화’라 부를 수 있다. 탈영토화의 재영토화의 흐름이나 현상은 어디에서나 쉽게 포착할 수 있다. 융합사회에서 많은 개인들은 기존에 본인이 가진 물리적 영토의 흡사한 복사판, 혹은 축약된 디지털판, 또는 확장되고 변형된 모습의 디지털 영토를 구축하는데 힘을 쏟는다. 결국 디지털 내에서의 다양한 SNS활동은 기존 내 인맥과 사회활동을 공고히 하는 역할을 돕게 된다. 이를 통해 디지털 영토가 기존 물리적 영토를 강하게 다져주며, 이는 재영토화를 촉진시키는 한편, 기존의 영토를 더욱 강화하여 영토화의 메커니즘의 순환을 돕게 되는 것이다. 그리고 이러한 디지털 영토는 다양한 내적 욕망이 현실에서보다 더욱 자연스럽고, 무의식적으로 드러나 투사되는 영토라 할 수 있다. 융합사회는 이러한 모든 양태를 촉진시키는 한편, 이런 욕망의 투쟁과 영토의 구축을 무의식적이고 자연스러운 행위인 것으로 생산해내는 활동들이 각축전을 벌이는 사회라 볼 수 있다.

## 2. 관계성: 욕망의 연계화

디지털 세상에서의 대표적 소통이자, 최근 화두가 되는 트위터를 잠시 살펴보면, 트위터에서의 이야기들은 정보성을 띠고 있기도 하지만, 대부분의 경우 자신의 일상과 근황에 대한 잡담, 흔히 말해 쓸데없는 이야기들로 채워져 있는 것이 사실이다. 그러나 이러한 트위터에서 나누는 쓸데없는 이야기들은 결코 불필요한 일들이 아닌, 아주 자연스럽고 당연한 행위이자 지속적 관계 맺기를 향한 욕망의 분출이라 할 수 있다. 단순히 관계를 유지하기 위해서라도 우리는 의미 없는 이야기들을 주고받기도 하는데, 이것이 디지털 세상에서도 그대로 일어나고 있는 일들인 것이다. 트위터에서의 인맥은 개인의 권력을 상징하기도 한다. 복잡한 그물망 속에서 일어나는 소통의 행위들이 관계의 권력화를 양산해내기도 하고, 연계화를 통한 권력화의

움직임을 보여주기도 한다. 이 과정에서 타인의 욕망이 내 것으로 둔갑하기도 하고, 유명인을 좇으며 그의 욕망을 대신해 혹은 함께 갈망하기도 한다. 타인의 욕망을 원하는데 있어 디지털 세상은 상대의 동의를 구하지 않고도 이것이 가능한 환경을 만들어냈다.

최근에는 인맥기반의 SNS가 더욱 더 자본주의적인 양태를 띠고, 새로운 서비스로 진화해나가는 모습을 볼 수 있는데, 일명 ‘소셜쇼핑’, 혹은 ‘소셜커머스’라 불리는 것이 바로 그것이다. 이는 쉽게 말해, 일정 수 이상의 사람이 공동구매를 위해 모이면 즉시 반값 혹은 책정된 할인 가격으로 상품을 구매할 수 있는 서비스를 의미한다. 이때의 상품은 옷부터 공연티켓까지 그 종류도 매우 다양하다. 쇼핑과 커머스는 단어 앞에 소셜이 위치한 것을 보더라도 이는 SNS의 기능과 특징을 적절히 살린 서비스라 할 수 있다. 내가 가진 인맥 네트워크를 통해, 예를 들면, 트위터를 통해 빠른 시간 내에 정보를 공유할 수 있기 때문에 같은 관심사를 가진 사람들에게는 매우 유용한 서비스라 할 수 있다. 특히나 디지털 상에서 비슷한 취향으로 묶인 친구 집단 내에서 특정 문화콘텐츠나 물품이 공동으로 쉽게 소비될 확률은 더욱 높아질 수 있을 것이다.

이렇듯 연계화된 욕망은 융합사회에서 더 큰 파급력을 가진다. 융합은 욕망의 관계성을 통해, 사회문화뿐만이 아닌 경제활동에 있어서도 크고 작은 패러다임의 전환을 가져올 수 있다는 가능성을 보여준다. 융합사회에서 정보력은 무엇을 뜻할까. 이전 정보화사회에서의 정보력이나 정보성이 수많은 자료를 검색하고 아카이빙 하는 능력에 방점을 찍었다면, 융합사회에서는 더 이상 많은 자료를 끌어안고 있는 것에서 만족하지 않는다. 정보는 이미 어딘가에 저장되어 있기 때문에, 이러한 정보를 얼마나 잘 찾아 조합하고, 재 분류 할 수 있는지의 조합(sorting)하는 능력과 편집(editing)하는 능력이 더욱 중요한 문제라는 것이다. 그런데 이러한 분류와 편집에 있어, 개인의 역량을 강화하는 요소 중 하나를 바로 이 관계성에서 찾아볼 수 있다. 소셜쇼핑, 소셜커머스가 한 예라 하겠다. 또한 융합사회에서 향후 중요해질 현상 중 하나가 바로 ‘취향의 경제’, ‘취향의 권력화’라는 것이다. 내가 좋아하는 음악, 좋아



하는 옷을 무조건 찾아 나설 것이 아니라, 새로운 음악이나 옷을 찾을 때, 나와 취향이 비슷한 파워블로거, 혹은 디지털상의 지인과 같은 해당 취향에 있어서의 전문가에 점차 의존할 가능성이 크다. 이는 그 전문가가 얼마나 많은 지식을 가지고 있는냐와는 또 다른 문제이다. 나에게 필요한 것은 지식과 정보가 아닌, 취향과 기호이기 때문이다. 서로가 서로와 연결되는 것이 중요한 핵심 가치로 부상할 융합사회에서는 이렇듯, 관계성을 통해 나타나는 다양한 욕망의 권력화에 초점을 두어 고찰할 필요가 있다.

### 3. 융합시대의 욕망의 탄생과 발전

융합이란 단어는 두 개 이상의 세력이 서로의 장점을 가지고 하나로 녹아든다는 개념을 기반으로 한다. 융합시대라는 말이 식상하게 들릴 정도로 사회에 영향을 주고 있는 현재 우리가 주목해야 할 것은 첫째, 과연 무엇의 융합인가 하는 것, 둘째 그에 따른 사회에 미치는 영향력에 대한 역학적 구도의 변화이다. 디지털 컨버전스는 미디어의 융합을 의미한다. 융합되기 전 미디어는 권력이 대두되어 나오는 수단으로 이해되어 미디어 자체가 힘을 가지고 있는 것으로 해석되었다. 그러나 어디까지나 미디어는 소통을 위한 도구로 디지털 컨버전스는 사실 미디어 단위 내에서 즉, 플랫폼의 단일화에 대한 욕구에서 비롯된 결과물임을 알 수 있다. 과거의 커뮤니케이션 모델과 융합된 플랫폼으로서의 미디어를 비교함으로써 플랫폼의 융합이 가지는 의미에 대해 생각해 볼 필요가 있다.

과거의 미디어는 개인에게 종속되어 있는 존재였다. 특히 말초적 신경의 역할을 하며 개인의 외피로써 정보를 받아들이고 이를 표현하기 위한 도구로써 활용되었다. 개개인은 이러한 구조 속에서 필요에 따라 관계를 만들고 소통했다. 면대면의 풍부한 채널을 확보하지 않고 진행되는 대부분의 커뮤니케이션 행위는 미디어의 형식이나 양태와 같은 규칙의 지배를 받을 수밖에 없었다. 또한 플랫폼간의 노이즈의 영향을 받기 일쑤였다. 이러한 모델에서 개개인의 욕망이 타인에게 크고 빠르게 영향을 주는 상황이 쉽게 만들어질 수가 없었다. 이런 경우에 집단의 욕망은 탄생되기

보다는 어떤 면에서 만들어지고 조작되기 쉬웠다. 다시 말해 더 큰 송출 매체를 가진 특정 집단의 욕망으로 대체되는 것이 훨씬 쉬웠다는 것을 의미한다. 대중 매체 등에서 무엇을 중요한 것으로 보는가를 결정하는 집단, 더 큰 미디어에서 크게 부각짓는 어젠다가 무엇인지를 결정하는 것이 바로 권력이라 할 수 있으며, 이러한 권력은 미디어를 장악한 집단에 좌우될 수 있었다.

그러나 융합된 미디어의 경우 입력과 출력의 소스가 분명하지 않게 된다. 다른 플랫폼의 결합이 그것을 사용하는 유저간의 통합과 융합을 의미하는 것이 아닌 상황이 되어버린 것이다. 미디어를 사용하는 개개인은 여전히 각자의 욕망을 가지고 있다. 그러나 과거의 미디어와 달리 미디어가 융합되어가는 상황에서 개개인의 욕망은 상당히 민주적인 형태를 띠는 한편, 오로지 자신의 욕망을 달성하는 일에만 충실하게 된다. 특정정보가 누구로부터 나온 것인가 하는 문제보다는, 마치 바이러스처럼 플랫폼 내에 입력된 정보가 얼마만큼의 사람들에게 빠르게 확산되는가가 더욱 중요한 사실이 되는 것이다. 이와 같은 정보의 바이러스를 살아 움직이게도 하고, 혹은 금세 사라지게도 만드는 바로 이러한 생태계를 움직이는 힘이 욕망인 것이다. 따라서 융합사회의 사회구조를 이해하기 위해서는 개개인과 집단, 나아가 사회 주변에 깔려 있는 욕망을 이해하는 일이 중요하다고 볼 수 있다.

융합 사회의 플랫폼은 전보다 훨씬 투명한 구조를 띤다. 사용자들은 각각 중요하다고 생각되는 정보를 생성하고 이 중요성에 동의하는 경우, 투명한 플랫폼을 이용하여 정보를 나른다. 전체적인 규모로 보았을 경우, 개인이 다루고 판단하는 정보에 비해 동시간대에 일어나는 정보 소비가 이전 시대에 비해 상당히 빠르게 이루어짐을 알 수 있다. 개개인과 집단의 욕망과 호기심은 신속한 피드백, 투명한 플랫폼을 통해 엄청난 파급력을 가진 융합 플랫폼의 구조 속에 녹아든다. 이러한 구조가 만들어내는 역학에 따라 정보는 점차 멀리 급속히 퍼져나가고 전체적인 움직임에 있어 울렁임과 같은 형태로 만들어진다고 볼 수 있다. 이러한 울렁임은 방향성을 가지기 전까지 에너지의 형태로 존재하며 집단의 욕망이 분출되는 방법이 허락되면 그 에너지는 다양한 방식으로 더 큰 영향력을 행사하게 되는 것이다. 융합 미디어를 공유

하는 사회에서 권력의 움직임에 있어 중요한 것은 정보의 내용이 아니라 집단의 욕망이며 이것은 곧 공감대 형성과정으로 이해될 수 있다.

들뢰즈는 이상적이고 미학적 이상이 추구해야 할 공간의 속성으로 흠이 팬 공간(Espace strie)에 상대적인 개념인, 민무늬 즉, 매끈매끈한 공간(Espace lisse)을 이야기 한다. 흠이 팬 공간을 지배하는 물리적인 역학은 그 공간의 형태를 결정짓는 흠을 따라서 결정된다. 즉 의도와 방향성을 가지고 수축 이완되는 공간으로 이해할 수 있다. 이에 대해 들뢰즈는 이를 씨실과 날실을 가진 직조천의 확장과 비유하기도 한다. 직조천을 만들어가는 것처럼 씨실과 날실이 먼저 깔려있고 그 방향을 따라 공간이 메워 나가지게 되는 것이다. 플랫폼의 융합이 전제되지 않는 상태에서 욕망의 표현은 그 자체의 미디어끼리의 권력 구도에 영향을 받아 만들어진 흠이 팬 공간의 역학과 같이 움직인다. 즉 흠이 팬 공간은 근육과 같아서 힘을 주는 방향에 따라 형태가 결정되고 예상되는 역학적 구도에 따라 권력이 결정된다. 그러나 민무늬 공간은 직조천과 달리 펠트천의 직조방식으로 이해되는데 보통 펠트천은 천의 자투리를 접착제나 열과 압력 등을 이용해 확장해 만든다. 민무늬 공간은 즉, 심장이나 위와 같은 내장기관의 연동운동과 같이 파동적 움직임을 만드는 공간으로 그 역학적 근원을 예상할 수 없으나 모두에게 영향을 주는 역학적 법칙의 지배를 받는 것으로 이해할 수 있다.

플랫폼의 단일화 통합과 이러한 움직임의 사회적 확대는 이러한 펠트천의 직조방식과 유사하다. 펠트천은 어떠한 방향으로도 확대될 수 있고 쉬일 수 있다. 그리고 이러한 민무늬 공간 전체를 뒤흔드는 움직임은 공간 구성원 전체의 욕망이 만들어내는 힘에서 출발한다. 결국 사회적 영향력을 가진 주체가 불변하는 개인이나 단체가 아닌 집단의 응성거림과 일렁임이 되는 것이다. 그렇다면 권력은 어디에서 비롯되는가. 이러한 권력의 역학적 움직임은 구조주의를 통해 이해해 볼 수 있다. 흠이 팬 공간의 역학적 주체의 권력은 그 송출력이 아닌 정보력에 있다. 구체적으로 설명해보자면, 정보의 구체적인 내용을 알고 미리 대응하고 선별적으로 해석하여 송출하는 데에서 힘이 나온다는 것이다. 상대적으로 민무늬 공간의 다양한 군상이

가지고 있는 정보는 그 상생성에서는 조금 더 제한적이다. 그러나 밝혀진 정보가 아닌 가려진 정보를 개개인이 아닌 특정 권력을 가진 거대 집단이 보유하고 있다는 점에서 새로운 권력이 생겨나게 되는 것이다.

최근 몇몇의 사건과 사례를 통해 이러한 움직임임을 이해해 볼 수 있다. 폭로 전문 사이트를 표방하는 위키리크스(Wikileaks)는 국가기관이나 첩보기관이 정보를 소유한 것으로 권력을 얻으려 한 것과 달리 오히려 그들이 비밀리에 입수한 기밀문서들을 전 세계인들에게 공개함으로써 권력을 파편화하려는 시도를 하고 있다. 최근의 사태의 추이를 지켜보았을 때, 공개된 정보들은 숨겨진 더 큰 정보의 중요성을 암시함으로써, 정보를 통해 공공의 주목을 끌고 있다. 공개한 정보를 통해서도 정보의 존재와 사실성 측면에서 대중의 신뢰를 얻었다고 볼 수 있다. 그러나 그들은 ‘덤스데이’와 같이 공개할 경우, 정치, 사회, 경제적 측면에서 막대한 파장을 불러일으킬 수 있는 정보의 경우, 선뜻 공개하기를 꺼려하며 일종의 스스로를 보호하는 보험과 같은 수단으로 그러한 정보들을 방패막이 삼아 이용하고 있다. 위키리크스의 대표인 어샌지를 보호하고자 하는 움직임들만 보더라도, 권력의 와해를 추구했던 위키리크스는 역설적으로 그 자체가 또 다른 거대권력으로 등장했다. 대중의 욕망과 호기심을 담보로 하여 새로운 권력이 탄생한 아이러니가 아닐 수 없다.

한편으로는 정부와 거대 재벌의 집단과 정보가 세상에 공개되는 것이 공익일 수도 있다고 판단한 위키리크스의 입장에 대중이 어느 정도 공감함으로써, 공감대의 대결 구도가 나타났다고도 볼 수 있다. 중요한 것은 공동의 플랫폼을 이용하여 어떻게 공감대를 형성할 수 있을 것인가 하는 것이다. 문제는 대중의 욕망이 어떻게 생성되는지 이해하지 못한 채, 권력만 좇다보면 융합 사회의 움직임은 일관성이 없어 예상 할 수 없는 것으로 보일 수 있다는 데에 있다. 가령 ‘이마트 피자’ 사건의 경우, 대기업 유통업체가 소형 체인점까지 내어 영세업체와 경쟁을 벌이는 사건이 이슈화 되면서 영세업자들을 지지하는 방향의 여론이 생성되었던 것과 달리, 다른 식품인 치킨이 문제가 된 최근의 경우, 기존 업체의 담합과 위생관에 불만을 가지고 있었던 내용들이 공감대가 되어 자유시장의 가격경쟁 논리가 허가되어야 한다는 움직임도

나타나고 있는 것이다. 이 문제의 경우, ‘피자’와 ‘치킨’이라는 식품이 가지는 대중적이고 식품기호학적인 의미가 문제의 차이를 구별 짓는 하나의 기준이 될 수 있으나, 보다 근본적인 문제의 원인은 두 식품이 소비자에게 공급되기까지 기존의 유통 시스템과 그 과정에서 매겨지는 가격이 민감한 문제의 핵심이었다고 볼 수 있다. 이러한 문제에 두 대기업이 뛰어들며, 일종의 대결구도가 형성되어 극명한 비교를 불러일으키게 되어 문제가 더욱 커졌다고 볼 수 있다.

그러나 재미있는 것은 이러한 현상에 대해 아주 적극적으로 반응하는 융합사회를 살아가는 개인과 집단의 움직임에 관찰하는데 있다. 먹거리의 가격에 대한 뉴스를 트위터를 통해 발 빠르게 전달하는 소비자들과 이러한 문제에 다소 유머러스하나 비판적인 관점에서 UGC를 만들어 전파하며 서로 의견을 나누고 공감하는 과정이 융합사회의 새롭고도 창발적인 한 단면을 보여주는 좋은 예라 할 수 있을 것이다. 하나의 문제가 촉발되어, 서로 다른 의견을 가진 집단이 양립하고, 이에 대해 제3자이자 소비자인 대중이 참여하여 토론하고 여론을 형성하여, 어떠한 결론에 도달하는 과정에서 융합미디어와 융합기기는 발 빠르고 새로운 형태의 정보교환의 모습을 보여주었으며, 이를 적극적으로 받아들이며 살아가는 융합사회의 개개인과 집단의 욕망이 그 사이 사이를 유동적으로 흘러 다니는 광경을 목격할 수 있었다. 즉, 이러한 사건의 주체들이 속한 집단의 층위, 그 차이와 구조 속에서 욕망이 탄생하고 권력이 생성됨을 재확인 할 수 있었다.

디지털 시대의 유목민들은 같은 공간에서도 다른 층위의 정보를 다층구조로 두고 새로운 영역을 만들어 간다. 이 영역은 융합된 미디어의 투명한 플랫폼을 통해 더욱 활발한 욕망 표출의 장이 될 것이다. 다수의 공감을 얻은 개인의 욕망은 사회에 더 큰 영향력을 가지게 될 것이며, 이러한 사회 속에서 다시 개개인의 욕망과 활동이 재구조화되어 더욱 역동적인 융합사회를 만들어나가게 될 것으로 기대한다. 따라서 융합사회를 이해하기 위해서는 개인과 집단, 사회의 욕망의 탄생하는 과정과 구조에 대한 깊이 있는 탐색과 고찰이 선행되어야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- Abrams, L.C. Cross, R.L. and Levin, D.Z. “Nurturing interpersonal trust in knowledge sharing networks.” *Academy of Management Executive*, Vol.17, No. 4, 2003.
- Asch SE, “Studies of independence and conformity: a minority of one against a unanimous majority”, *Psychol. Monogr.* 70:(9) Whole No. 416. 1956.
- Benvenuto, B. and Kennedy, R. 「The works of Jacques Lacan: An Introduction」, New York: ST Martins Press, 1986.
- Berns, G.S. McClure, S.M. Pagnoni, G. and Montague, P.R. “Predictability modulates human brain response to reward”, *J. Neurosci*, 2001.
- Berns, G.S. Chappelow, J. Zink, C.F. Pagnoni, G. Martin-Skurski, M.E. and Richards, J. “Neurobiological correlates of social conformity and independence during mental rotation”, *Biol. Psychiatry* 58, 2005.
- Brown, C. 「Social Psychology」, Published by SAGE, ISBN 1412918405, 200 pages, 2006.
- Cha, M. and Haddadi, H. and Benevenuto, F. and Gummadi, K.P. “Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy”, *Proceedings of the 4th International Conference on Weblogs and Social Media*, 2010.
- Clark, H.H. & Brennan, S.E. Grounding in communication. In L.B. Resnick, J. Levine, & S.D. Teasley (Eds.) 「Perspectives on socially shared cognition」 (pp.127～149). Washington, DC: American Psychological Association, 1991.
- Cialdini, R.B. and Goldstein, N.J. “Social influence: compliance and conformity”, *Annu. Rev. Psychol.* 55, 2004.
- Csikszentmihalyi, M. & Rathunde, K. “The measurement of flow in everyday life,

- Nebraska, Symposium on Motivation”: Vol. 40(pp.57~97). Lincoln: University of Nebraska Press, 1993.
- Csikszentmihalyi, M. Rathunde, K. & Whalen, S. 「Talented teenagers: The roots of success and failure」, New York: Cambridge University Press, 1993.
- Dabbish, L. Kraut, R. Fussell, S. & Kiesler, S. “Understanding email use: predicting action on a message”, In Proceedings of CHI’05, 2005.
- DiMicco, J. Millen, D.R. Geyer, W. Dugan, C. Brownholtz, B. & Muller, M. “Motivations for social networking at work.”, In Proceedings of CSCW’08.
- Dunbar, R. 「The Social Brain Hypothesis」. Evol. Anthropol, 1998.
- Efimova, L. and Grudin, J. “Crossing boundaries: A case study of employee blogging.” In Proc HICSS’07, 2007.
- Erickson, T. and Kellogg, W.A. “Social translucence: an approach to designing systems that support social processes.”, ACM Transactions on ComputerHuman Interaction, 2000.
- Granovetter, M.D. “The Strength of Weak Ties, American Journal of Sociology”, Vol. 78, 1973.
- \_\_\_\_\_. “The Impact of Social Structures on Economic Development”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19, No.1, pp, 2004.
- Jacques Lacan. Bruc Fink tr, 「Ecrits」, norton, 2007.
- Muller and Richarson, W.J. “The Purloined Poe: Lacan, Derrida, and Psychoanalytic Reading”, Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1988.
- Fehr, E. and Fischbacher, U. “Third-party punishment and social norms”, Evol. Hum. Behav. 25, 2004.
- Huh, J. Jones, L. Erickson, T. Kellogg, W.A. Bellamy, R. Thomas, J.C. “BlogCentral: The Role of Internal Blogs at Work. CHI 2007 Work in Progress”, April San Jose, CA, 2007.

- Jackson, A. Yates, J. and Orlikowski, W. "Corporate Blogging: Building community through persistent digital talk", In Proc HICSS'07.
- Java, A. Song, X. Finin, T. & Tseng, B. "Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities", Proceedings of the 13th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining. 2007.
- Johnson, J.D. Donohue, W.A. Atkin, C.K. & Johnson, S. "Differences between formal and informal communication channels", *Journal of business communication*, 1997.
- Kraut, R. Fish, R. Root, R. & Chalfonte, B. "Informal Communication in Organizations: form, function, and technology", Proceedings of CSCW' 93.
- Kubey, R. R. Larson, et al. "Experience sampling method applications to communication research questions", *Journal of Communication*, 1996.
- Levin, D.Z. Cross, R.L, and Abrams, L.C. "The strength of weak ties you can trust: the mediating role of trust in effective knowledge transfer", Best Papers Proceedings of the Academy of Management, 2002.
- McFedries, P. "Technically speaking: All atwitter", IEEE Spectrum, 44(10), 84, 2007.
- Millen, D.R. Feinberg, J. and Kerr, B., Dogear: "Social bookmarking in the enterprise", In Proc CHI'06, 111120, 2007.
- Nardi, B.A. "Beyond bandwidth: Dimensions of connection in interpersonal communication", *Journal of CSCW*, 2005.
- Nardi, B.A. Schiano, D.J. & Gumbrecht, M. "Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?" In Proc. CSCW04.
- Neisser, U. 'Cognition and reality', San Francisco: Freeman, 1976.
- Perlow, L.A. "The time famine: Toward a sociology of work time", *Administrative Science Quarterly*, 44, 5781, 1991.
- Phelps, E.A. and LeDoux, J.E. "Contributions of the amygdala to emotion processing:



- from animal models to human behavior”, *Neuron* 48, 2005.
- Rawlins, W.K. 「Friendship matters: Communication, dialectics, and the life course」, New York: Aldine de Gruyter, 1992.
- ThomSantelli, J. Muller, M.J. and Millen, D.R. “Social Tagging Roles: Publishers, Evangelists, Leaders”, In *Proc CHI '08*, 2008.
- Whittaker, S. “Theories and methods in mediated communication”, In Graesser, A., Gernsbacher, M., and Goldman, S. (Ed.) *The Handbook of Discourse Processes* (pp. 243286). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
- Whittaker, S. Frohlich, D. & DalyJones, W. “Informal Workplace Communication: What is it Like and How Might We Support It?” *Proceedings of CHI '94*, pp.131 ~ 137, 1994.
- \_\_\_\_\_, W. “Informal Workplace Communication: What is it Like and How Might We Support It? *Proceedings of CHI '94*, pp.131 ~ 137, 1994.
- Zhao, D. and Rosson, B. M. “international conference on Supporting group work How and why people Twitter: the role that micro-blogging plays in informal communication at work.”, *Proceedings of the ACM* 2009.
- 고지현, 「꿈과 깨어나기: 발터 벤야민의 파사주 프로젝트의 역사이론」, 유로, 2007.
- 김 석, 「에크리」, 살림출판사, 2007.
- \_\_\_\_\_, 「프로이트 & 라캉」, 김영사, 2010.
- 김종우, 「구조주의와 그 이후」, 살림, 2007.
- 김형효, 「구조주의의 사유체계와 사상」, 인간사랑, 1990.
- 김홍중, 「마음의 사회학」, 문학동네, 2009.
- 그램 질로크, 노명우 역, 「발터 벤야민과 메트로폴리스」, 효형출판, 2005.
- 라캉, 권택영 역, 「욕망이론, 도둑맞은 편지에 관한 세미나」, 문예출판사, 1999.
- 랑수아 도스, 이봉지 · 송기정 역, 「구조주의의 역사 I」, 동문선, 1991.

- 마단사립, 전영백 역, 「후기구조와 포스트모더니즘」, 조형교육, 2005.
- 바네사 R. 슈와르츠, 노명우 역, 「구경꾼의 탄생」, 마티, 2006.
- 브루스 핑크, 맨정현 역, 「라캉과 정신의학」, 민음사, 2002.
- 손 호머, 김서영 역, 「라캉 읽기」, 은행나무, 2009.
- 아니카 르메르, 이미선 역, 「자크 라캉」, 문예출판사, 1996.
- 에드거, A., 포, 김병철 역, 「포 단편선, 도둑맞은 편지」, 범우사, 2002.
- 에드거 앨런 포, 홍성영 역, 「우울과 몽상, 하늘연못」, 2002.
- 에드먼드 리치, 이종인 역, 「레비스트로스」, 시공사, 1998.
- 우노 구니이치, 이정우 · 김동선 역, 「들뢰즈, 유동의 철학」, 그린비, 2008.
- 조너선 켈러, 이종인 역, 「소쉬르」, 시공사, 1998.

## 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(influentials)의 역할 (이원태, KISDI)
- 10-27 디지털 컨버전스의 미래 이슈와 미디어 정책 (디지털 컨버전스 미래포럼)
- 10-28 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다 (모바일 인터넷 포럼)

디지털 컨버전스 기반 미래연구(II) 시리즈 10-20

## 융합적 사회질서의 심층 분석

---

---

2010년 10월 일 인쇄

2010년 10월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

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

인 쇄 인 성 문 화

ISBN 978-89-8242-821-0 94320

ISBN 978-89-8242-801-2 (전28권)

---

---