

인터넷과 사회변동 : 다섯 가지 사회학적 핵심 문제

연세대학교 김용학

1. 서론

군사학에 “현저한 뒤쳐짐(Backward Salience)”이란 용어가 있다. 전쟁터에서 전선이 전진하는데, 적의 강력한 저항에 부딪친 지역은 앞으로 나가지 못하고 뒤쳐지게 된다. 이처럼 현저하게 후미진 부분은 엄청난 화력과 병력이 동원되어 집중 포화를 맞게 된다. 이 개념은 기술발전을 설명하는데도 적용된다. 관련 기술들이 일정한 속도로 발전하는 것이 아니라 특정 분야의 기술이 다른 분야보다 현저하게 뒤쳐지게 되는 현상을 일컫는 말이다. 전기 자동차 개발에서 배터리 기술이 다른 기술보다 현저히 뒤쳐진 것이 그 예이다. 현저히 뒤쳐진 분야에 많은 자원과 우수 인력이 집중적으로 투하되어 기술 발전의 균형을 맞추려고 노력한다.

나는 이 개념을 뒤집어 사회변동을 설명하는데 적용하려고 한다. 정보 기술의 급속한 발전이 사회를 변화시키는데, 사회의 한 영역이 다른 영역보다 더 빨리 변화하도록 한다. 이를 ‘현저한 전방(forward salience)’라고 부를 수 있다. 정보화 사회에 관한 사회학적 이슈는 무수히 많지만, 나는 이 글에서 다음에 제시된 다섯 개의 ‘현저한 전방’과 관련된 이슈들을 중심으로 과연 기술이 사회를 어떻게 변화시킬 것인지에 대해 조망해 보려고 한다.

- 첫째, 정보화 사회는 승자독점적 사회(Winner Take All Society)로서 정보 기술에 기반한 신경제는 과연 불평등을 증가시키는 경향이 있는가?
- 둘째, 가상현실(virtual reality)의 경험은 사람들의 성격(personality)과 문화에 어떠한 영향을 미치는가?
- 셋째, 전자상거래에서 신뢰의 역할은 무엇인

가?

- 넷째, 경계를 뛰어넘는 네트워크(cross-border network)는 왜 발생하게 되는 것인가?
- 다섯째, 인터넷은 인간관계를 어떻게 변화시킬 것인가?

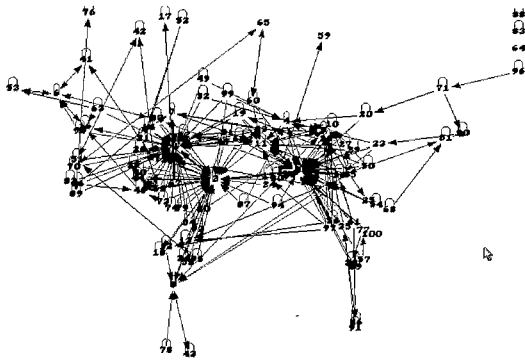
이상의 질문들은 정보사회에 대한 사회과학의 대표적인 연구주제로서 아직 확고한 답을 내리지 못하고 있다. 따라서 이 글도 탐색적인 성격을 띠 수 밖에 없다.

2. 정보화 사회는 승자독점 사회인가? - 사회적 불평등에 대한 함의

요즘 유행하는 ‘일등만이 살아 남는다’라는 광고의 문구는 무엇을 말하며, 왜 이러한 현상이 존재하는가. 사회과학자들은 신경제의 가장 핵심적인 특징으로 네트워크 외부성(Network Externality)을 꼽는다. 네트워크 외부성이란 정보제품의 가치가 얼마나 많은 사람들이 그 제품을 사용하는가에 의존하게 되는 현상을 가리킨다. 대다수의 사람들이 사용하는 소프트웨어를 사용하여야 호환성 등의 이유로 자신에게 더 많은 효용을 가져다 주기 때문에 사람들은 남들이 많이 사용하는 제품을 선택하게 된다. 이러한 네트워크 외부성이 승자독점을 부추기게 되고 결국은 독점화 현상을 낳게 될 것이라고 많은 학자들은 예견한다. 가질수록 더 갖게 되는 수확체증(increasing return)의 법칙이 인터넷 사이트들에도 존재하고 불평등이 심화되는지를 살펴보자.

먼저 그림 1은 우리나라에서 가장 많은 방문자를 갖고 있는 100사이트 사이에 발생하는 교통 흐름의 구조를 보여준다. 2000년 8월 자료를 분석한 결과 특정 3-4개의 사이트(daum, yahoo, freechal

등)를 중심으로 교통 흐름이 일어나며, 인터넷 사이트들 사이에 중심부와 주변부가 존재함을 보여준다. 하지만 이 자료를 2000년 5월과 비교해보면 3개월 사이에 중앙의 비중이 급증한 것을 확인할 수 있다.¹⁾



- 붉은색 화살표; 10% 이상의 사람들이 다른 사이트(화살표 방향)로 옮겨갈 경우,
- 푸른색 화살표; 5-10 %의 사람들이 다른 사이트로 옮겨갈 경우

그림 1 상위 100 사이트 간의 교통 흐름지도 (2000년 8월)

아래의 그림 2는 불평등 곡선을 표현하고 있다. X 축은 100번째 사이트에서 최상위 사이트를 왼쪽부터 순서대로 배열한 것이고, Y축은 이들이 끌어들인 방문자 수의 누적빈도이다. 만일 모든 사이트가 평등하게 방문자를 나누어 갖는다면 45° 대각선인 완전 평등 직선이 그어질 것이다. 그러나 현실은 지수 함수와 같은 커브가 생긴다. 이 '로렌스 커브'에 의하면, 100개의 사이트들 중 하위 50의 사이트를 방문한 고유방문자(unique visitors)수는 전체 방문자의 7%에 불과함을 알 수 있다. 다시 말해서 93%의 고유 방문자들이 상위 50위 내의 사이트에 몰리고, 상위 5개의 사이트가 거의 방문자의 70%를 독식하고 있는 것이다.

불평등을 측정하는 지니 계수(Gini Index)는 완전평등 대각선과 로렌스 커브에 의해 생긴 활 모양의 상대적 면적으로 측정된다. 대각선과 곡선 사

¹⁾ 네트워크가 얼마나 중앙에 집중되는지를 재는 지표로 '연결망 중앙화 지수(network centralization index)'라는 것이 사용된다. 이 지수는 5월에는 3.6%에서 8월에는 51%로 급증했다.

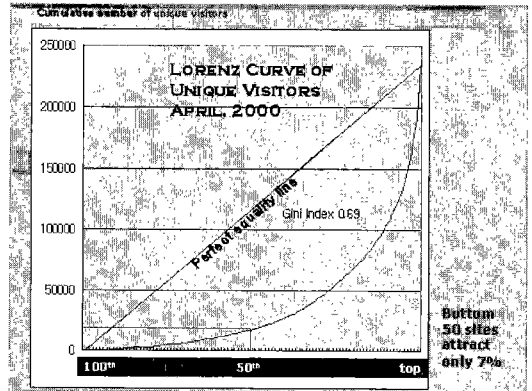


그림 2 로렌스 커브와 지니 계수; 2000년 4월

이의 거리가 멀어질수록 불평등이 증가하는 것이고 그에 따라 지니 계수가 증가한다. 그림 3이 보여주듯이 한국에서의 지니 계수는 1년 사이에 0.69에서 0.85로 증가했다.

이러한 불평등 심화 현상은 다른 나라에서도 진행되고 있는지를 알아보기 위하여 한국과 가장 유사한 인터넷 보급률을 갖고 있는 호주를 선택하여 비교하기로 한다.

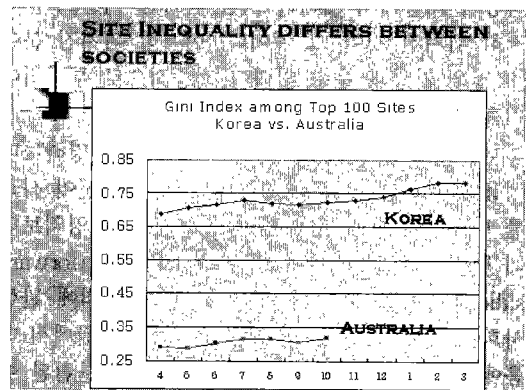


그림 3 한국과 호주의 인터넷 사이트 불평등 비교

한국과 호주를 비교해보면, 호주에서도 사이트들간의 불평등이 약간 증가하는 현상이 있지만, 한국과는 비교가 되지 않을 정도로 낮음을 알 수 있다. 한국의 Gini Index는 0.69에서 0.85 사이에 위치해 있는데 반해 호주의 불평등 지수는 0.28에서 0.33 사이에 있다. 왜 양국간에는 이처럼 불평등이 다르게 구조화되어 있는 것인가? 우선 생각해 볼

표 1 상위 100 사이트의 유형별 교통량 흐름(8월)

	포탈	쇼핑 및 경매	금융	Media	인터넷 인턴트	인생의 지혜	비즈니스 Job	교육/취업	여행	type missing
포탈	416136	258	0	1036	1351	7186	1440	0	0	50720
쇼핑 및 경매	260	9238	0	3	12	22	5	0	0	362
금융	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	894	7	0	16328	31	105	37	0	0	3773
인터넷 인턴트	1539	10	0	36	25192	235	39	0	0	1463
인터넷 비즈니스	7330	18	0	89	252	91567	446	0	0	13487
비즈니스/Job	1338	7	0	42	67	483	13875	0	0	2133
교육/취업	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
여행/게시	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
type missing	49841	382	0	3666	1588	13714	2084	0	0	616016

수 있는 것은 호주가 영어권 사회라는 것이다. 전 세계 인터넷 망에서 가장 중심의 위치를 차지하고 있는 언어는 ‘영어’이다. 영어권인 호주에는 이미 전 세계적으로 알려지고 상당한 경쟁력을 갖춘 인터넷 사이트들이 기반을 잡은 상태라고 볼 수 있다.²⁾ 즉, 사이트들간에 질적인 차이가 상대적으로 작을 수 있음을 예상해 볼 수 있다.

두 번째 추론은 전문 사이트(specialist)와 포괄적 사이트(generalist)의 상대적 비중이 달라서 불평등의 정도가 다르게 나타날 수 있다는 점이다. 한국의 경우는 전문 사이트보다는 포탈 사이트들이 독점적인 위치를 차지하고 있다. 한메일넷(이후 ‘다음’), 네띠앙, 야후 코리아, 네이버 등의 인터넷 서비스 업체들이 포탈사이트로 전환하여 국내 포탈시장을 점유해 나가자 1999년 4월 국내 4대 PC통신 업체들(천리안, 나우누리, 하이텔 그리고 유니텔)도 ‘포탈 사이트’로 진입하기 시작했고, 이어서 초고속 통신망 사업자들도 포탈사이트를 운영하고 있다. 한국에서는 전문화된 다양한 사이트들이 경쟁하기 보다는 소수의 포탈 사이트간 경쟁의 집중을 보인다는 점이 사이트들간에 불평등을 촉진하는 요인으로 작용하는 것처럼 보인다.

이러한 현상은 사이트간 교통 흐름에서도 확인된다. 표 1의 행은 출발 사이트의 유형, 열은 도착 사이트의 유형을 의미한다. 유형별 교통량 흐름을 보면 포탈에서 포탈로 옮겨가는 비중이 두드러지게

높다. 그러나 호주의 경우는 이러한 포탈 사이트의 비중이 상대적으로 작아 보인다.

물론 이러한 잠정적인 결론은 앞으로 체계적인 연구를 더 요구한다. 그러나 정보사회의 불평등은 어느 사회에나 같이 나타나는 것이 아니라 그 사회의 문화적, 사회 구조적 조건들과 상호작용하면서 드러난다는 점은 분명하다. 물론 인터넷 싸이트들만 아니라 정보 제품의 독점화 지수를 함께 연구해야 승자독점의 논리가 옳은지를 판단할 수 있을 것이다.

3. 인성(personality)과 문화에 대한 가상 현실의 영향

두 번째 주제는 신세대들에 의해 주도되는 가상 현실의 체험이 그들의 성격 형성에 어떤 영향을 미치는가에 관한 것이다. 정보화 사회에서 정보화를 경험한 세대와 그렇지 못한 세대 사이에 새로운 격차가 등장하고 있다. 디지털기술에 의해 가능해진 가상 공간과 공동체를 체험할 수 있게 된 젊은 세대와 그렇지 못한 세대 사이의 문화적 차이가 심화되는 것이다. 컴퓨터가 제공하는 무한한 가상공간의 체험은 물리적 현실세계에 뿌리를 내리고 사는 기성세대의 입장에서 보면 비현실적이지만, 젊은 세대에게는 분명히 현실적이고 자극적인 체험이다. 가상 공간에서는 여자가 남자의 역할을 택하기도 하고, 유부남이 유부녀의 역할을 해보기도 한다. 아바타라고 불리는 가상 캐릭터와 가상 정체성은 일인십색(一人十色)을 만들어 냈다. 만일 어릴 때부터 이러한 가상 공간에 흠뻑 빠져든 아이들은 어떤

²⁾ 한국의 1위는 Daum인데 반하여 호주의 1위는 Microsoft사의 MSN이라는 점이 이를 반영한다.

성격을 형성할 것이며 그 사회적 결과는 무엇인가? 머드 게임의 일종인 리니지(lineage) 게임을 대상으로 가상세계와 현실사회와의 경계 사라짐이 인간 개인의 정체성의 위기를 초래할 수 있음을 논의하기로 한다.

머드(MUD)는 여러 명의 사용자들이 통신망으로 연결되어 동시에 참여하여 자신의 캐릭터를 선택한 후 가상공간 상에서 만나 가상세계를 탐험해 나가는 시스템이다. 이들은 주로 문자 메시지를 통해 의사소통하며 가상 공간 안에서 서로 경쟁하며 게임을 이끌어 나간다. 게임에 몰두한 게이머들이 거의 중독증세까지 보이며 열중하게 된다. 최근에 한국에서는 '리니지'가 선풍적인 인기를 끌면서 가상현실(Virtual Reality)의 힘에 대해 새로운 관심을 부각시켰다. 주목할 것은 게임이 단순히 가상 공간에서만 이루어지는 일이라고 치부하고 넘어가기에는 너무도 우리의 실제현실과 이어져 있다는 것이다. 다음의 사례를 보자.

게임의 개발자인 엔씨소프트 사가 리니지 게임에 상당히 강력한 마법사를 투입하면서 많은 플레이어들이 무기와 에너지를 잃게 되었다. 이에 게이머들은 새로운 마법사가 너무 강력하다고 항의하며 무기를 파는 가게 앞에서 시위를 벌이게 되었다. 회사에서는 이들을 해산하기 위해 몬스터를 풀었다. 이것은 오히려 많은 게이머들을 격분하게 만들어 더 많은 이들이 시위에 참여하게 만들었다. 결국 회사는 사과하며 게이머들에게 무기를 되돌려 주었다(1999.10.24).

인터넷온라인 게임 리니지를 하면서 아이템을 판매하겠다고 속여 구매대금을 가로챈 혐의(사기)로 5명이 구속되었다. 이들은 50여명으로부터 10만~65만원씩 1500여 만원을 받아 가로챈 혐의를 받고 있다(국민일보 2001.6.27).

위의 사례는 우리가 현실세계 속에서 하는 것과 거의 똑같은 행위가 가상 공간상에서 게임 캐릭터들에 의해 이루어지고, 가상세계를 겨냥한 사기행위가 이루어지고 있음을 보여주고 있다. 뿐만 아니라 가상 현실에서 발생한 사건이 현실 세계에서의 재판으로까지 이어지고 있다.

리니지게임 동호회 '리니지 혈맹'을 이끌어온 안씨(31)는 "예행연습 끝에 5월 혈맹 회원 100 여명과 함께 '기란(Giran)성'을 함락시켰는데 회사측이 서버를 재부팅하는 바람에 성을 잃었다"고 주장하며 게임 운영사를 상대로 '가상의 성(城)'을 돌려달라는 소송을 서울지법에 냈다(동아일보 2001.6.13).

위의 사례들은 더 이상 가상공간과 실제현실이 분리되어 존재하지 않음을 보여주고 있다. 자살사이트에서의 충동을 현실로 옮겨 실제로 자살한 중학생 사건은 사이버 공간의 자살조장 분위기가 현실화했음을 보여주며, 새롭게 등장한 사이버 가족(사이버상에서 가족을 만듦)이나 사이버 결혼과 동거를 하는 커뮤니티와 서비스들은 가상공간과 현실의 구분을 더 애매하게 한다.

이렇게 다양하고 많은 캐릭터들을 경험하게 된 사람들은 자신의 정체성을 어떻게 형성해 나갈 수 있을까? 인터넷 사용연령이 점차 낮아지면서 다양한 아이덴티티를 동시다발로 경험하게 되는 어린이들은, 특히 자신의 정체성이 미처 확립되지 않은 상대라면, 상당한 정체성 혼란을 겪을 수 있다. 심리학자들은 이를 두고 '내 속에 내가 너무나 많은,' 다중인격체(multiple personality)가 형성될 위험성이 있다고 경고하고 있다. 'Who am I?'의 질문이 'Who am We?'의 질문으로 바뀌는 것이다. 가상과 현실사이의 경계가 점차 모호해지고 개인의 정체성 위기가 생긴다면 과연 한 나라의 문화적 정체성은 어떻게 될 것인가. 일국의 문화적 일관성이 무너지고 문화 무정부로 변하게 될 가능성이 대두된 것이다. 이러한 가능성에 대해 앞으로 주의 깊은 연구와 관찰이 요구된다.

4. 전자상거래에서 신뢰의 역할

전자상거래의 비약적인 성장은 정보사회의 시장이 과연 완전정보와 완전경쟁의 시장으로 변할 것인지에 대한 논쟁을 촉진시키고 있다. 가격비교 사이트들은 소비자들에게 가장 낮은 가격을 제시해 준다. 소비자가 여러 상점들을 직접 다니며 품질과 가격을 비교해야 하는 오프라인 시장과 달리 온라인 시장은 구매하려는 제품에 관한 여러 정보를 동시에 제공받을 수 있고 시공간의 제약 없이 상품구

매가 가능하다. 이러한 새로운 경제현상이 제기하는 문제는 과연 가장 낮은 가격에 좋은 품질을 제공하는 업체만 살아 남는 완전경쟁 시장이 도래할 것인가에 관한 것이다. 완전 경쟁 시장이 도래하지 않는다고 보는 입장은 상거래에서의 신뢰의 역할을 강조한다.

우리나라의 전자 상거래에서 신뢰가 얼마나 중요한지를 보여주는 통계가 있다. 통계청이 지난 7월 15일 발표한 2026개의 사이버 쇼핑몰을 대상으로 한 전자상거래 통계조사 결과를 보면 고객들의 취소, 반품사유는 다음과 같다. 가장 큰 부분을 차지하고 있는 것이 품질, 기능불만(46.6%)과 디자인, 색상불만(20.3%)이라는 점에서 볼 때 제품을 직접 보지 못하고 구매하게 되는 온라인상의 거래는 오프라인 상에서의 거래와 많은 부분 다르다는 점을 알 수 있다.

표 2 취소, 반품 사유

사 유	구성비(%)
품질, 기능불만	46.6
디자인, 색상불만	20.3
배달지연	10.3
미도착	1.7
기타	21.1
계	100.0

인터넷 쇼핑에서 가장 많이 판매되는 제품은 가격이 저렴한 책이나 음반, 도서 등인 점도 신뢰와 관련이 있다[1]. 이들 품목은 상품정보의 왜곡 가능성이 작아서 구매자가 피해볼 가능성도 낮은 특징을 갖고 있는 것이다. 즉 전자상거래는 소비자들의 탐색비용을 낮추는 역할을 하고 있으나 구매자들은 여전히 위험부담이 큰 제품의 온라인상의 구매를 망설이고 있다고 볼 수 있다[6]. 결국 어떤 상품으로부터 구입할 것인가를 고려하게 하고 신뢰는 시장거래의 핵심적 요소로 부각된다[15].

불확실성이 존재할 때 이에 대처하는 방안이 명성 혹은 지위에 의존하는 것이다[12]. 온라인 거래의 위험부담을 최소화하기 위해 소비자들은 가격이 좀 높다고 하더라도 '믿을만한' 쇼핑 몰을 이용하려 할 것이다. 게다가 상품을 구입할 때마다 새로운 사이트에 가입하기 위해 자신의 정보를 제공해야 하는 소비자의 입장에서는 매번 새로운 쇼핑 몰을

찾기보다는 자주 이용하는 몇 곳만을 지정하여 이용할 가능성이 많다.

온라인 시장에서 신뢰가 발생하는 과정을 연구한 결과는 대체로 다음과 같은 점을 지적한다. 첫째, 신뢰받고 있는 다른 사이트로부터 되는 경우 신뢰가 이전된다. 예를 들어, 백화점에서 파는 브랜드들에 대해선 일정 기준 이상의 품질기준과 서비스를 기대하는 것과 마찬가지로 뉴욕 타임즈의 서평란에 링크 된 온라인 북 마켓이 있다면 신문사에 대한 신뢰가 이전되어 이 상점도 신뢰하게 된다는 것이다. 둘째는 자기와 경쟁하는 사이트들에 대한 정확한 정보를 제공하는 사이트에 대한 신뢰가 높아진다. 솔직하고 정직한 경쟁이 신뢰를 유발하는 것이다. 마지막은 오프라인에서 신뢰할만한 브랜드 이미지를 갖고 있다면 그것이 전자상거래에서도 유지된다는 것이다. 온라인 상에서만 거래하는 기업이 있는가 하면 기존의 브랜드 평판을 갖고서 전자상거래 시장에 진출한 기업들이 있다. 이들 기업은 후발 주자임에도 오프라인에서 구축한 신뢰와 평판으로 온라인 상에서도 빠르게 정착해 나가고 있다.

이상에서 간략히 살펴본 바와 같이 온라인 시장은 신뢰라는 비물질적 요소 때문에 완전경쟁 시장이라기보다는 분할된 균용할거의 시장이 될 가능성이 높다.

5. 네트워크의 확산 범위와 그 사회적 결과는 무엇인가.

2000년 연말 한 미혼여성이 부적절한 관계를 맺고 있던 유부남 애인에게 은밀한 내용의 전자우편을 보냈다. 메일을 받은 변호사의 컴퓨터에 우연히 바이러스가 침투했고, 그 편지는 바이러스에 의해 주소록에 들어 있던 사람들에게 무작위로 발송되었다. 바이러스에 감염된 동료들은 다시 주변 인사들에게 메일을 퍼뜨렸고 삼시간에 호주, 뉴질랜드 등 전세계로 퍼져나갔다. 이어 신문들과 정규 매체들도 이 사건을 보도하기에 이르러 전세계가 다 아는 사건이 됐다. 이 사례는 모두가 전세계에 무수히 연결된 네트워크 속에 자리잡고 있음을 보여준다.

기술 발전의 영향으로 인간들뿐만 아니라 조직과 조직 사이에도 긴밀한 네트워크가 형성된다. 학문분야에서도 과학과 종교가 만나고, 공학과 경영학이 만나면서 경계를 넘는 네트워크가 형성된다.

왜 이러한 네트워크가 확산되는가. 나는 그 원인이 정보의 근본 성격에 있다고 믿는다. 크로넨버그 감독의 공상과학 영화 플라이(The Fly)는 '정보의 논리'를 엿볼 수 있게 한다. 이 영화는 한 인간이 파리로 변해가는 끔찍한 과정을 실감나게 영상화하고 있다. 물질을 전송할 수 있는 기계를 발명한 어느 과학자가 자신을 한 장소에서 다른 장소로 전기적으로 전송하는데 성공한다. 그러나 실험 도중에 파리 한 마리가 전송기 안으로 날아들어 파리의 유전 정보가 과학자의 유전 정보와 융합한다. 시간이 갈수록 이 과학자는 인간에서 파리의 모습으로 변해다가 결국은 자살하면서 영화는 끝을 맺는다.

현실과는 동떨어진 공상이지만 이 영화가 정보 사회에 던져주는 명확한 메시지가 있다. 어떤 물질이든 정보체제로 파악될 수 있으며, 일단 물질이 정보로 파악되면 정보결합을 통한 물질결합이 용이하게 된다는 점이다. 이것은 기계적 결합이나 화학적 결합을 이용했던 산업사회의 논리와는 전혀 다른, **정보 결합의 논리**가 정보사회의 밑바탕이 된다는 것을 의미한다.

인간의 유전자 지도를 완성하거나, 이미 멸종한 타스마니아 호랑이의 유전 정보를 추출하는데 성공한 생명공학은 바로 정보결합을 통한 새로운 생명체를 만들어 낼 수 있는 가공할 위력을 과시하고 있다. 이러한 정보결합의 추세는 생명공학에만 국한된 것이 아니다. 인터넷의 생태계에도 이전에는 볼 수 없었던 돌연변이 생명체들이 득실거리게 되었다. 게임과 교육이 결합하고, 공동체와 시장이 결합하며, 중개인과 공급자가 결합하는 새로운 변종들이 끊임없이 창출되어 인터넷 생태계에 바글거리고 있다. 이러한 변화의 추세는 '경계 무너뜨리기' 현상으로 명명할 수 있다.

한마디로 정보의 논리란 정보가 정보에 작용하여 새로운 정보를 만들고, 지식이 지식에 작용하여 새로운 지식을 만들어 내는 것이다. 네트워크란 새로운 정보와 지식을 만드는 근본 방식인 것이다.

이러한 네트워크는 소 조직간에 활성화되어 기존의 위계적 조직구조에 대한 대안적으로 자리잡아가고 있다. 미국 실리콘 벨리의 네트워크 조직은 기술산업의 특성과 맞물려 상당한 경제적 성과를 산출한 것은 그 좋은 예이다. 우리나라에서도 동대문 밀레오레 시장에서 전문적인 소기업들이 연결망

으로 뿔뿔 뿔쳐 의류를 생산하고 있다. 디자인, 염색, 단추 공장, 재단, 봉제 등의 다양한 업종의 전문 소기업들이 연결망 생산체제를 구축한 것이다. 과연 이러한 소기업 연결망 생산체제가 재벌과 같은 위계적 조직을 점차로 대체할 것인가? 필자는 정보와 지식이 중요한 생산체제에서는 연결망 조직의 효율이 입증될 것이고 따라서 재벌의 상대적 비중은 점차로 약화될 것이라고 전망한다. 이것은 현재 진행되는 소벤처 기업 사이의 전략적 동맹이나 공동 투자개발 등의 현상과 무관하지 않다.

6. 인간관계에 미치는 인터넷의 영향 인터넷, 사이버 커뮤니티 그리고 인간관계

정보화 사회에 대한 전망 중 압도적이었던 것은 정보기술의 발달이, 마치 TV가 그랬듯이, 개인들을 더 고립시키게 될 것이라는 것이었다. 이러한 예측은 방 안에 혼자 있는 개인에 대해 있는 컴퓨터만을 상상한 것이었다. 인간과 기계와의 대면이 곧 인간소외를 야기시키게 될 것이라는 예견이다. 그러나 현재까지의 연구 결과는 인터넷이 결코 사람들을 고립시키지 않는다는 점이다. 인터넷을 통해 사람들은 기존의 인간관계들을 더 강하게 유지하거나 새로운 인간관계를 만들어 가기도 한다.

가상 공간 안에서 인터넷이라는 도구를 사용한 상호작용은 다양하게 선택될 수 있는 상호 작용들 중 하나라고 볼 수 있다. 다른 공동체들과 차이가 있다면 인터넷에서의 커뮤니케이션은 주로 문자로 이루어진다는 것이다. 최근에 화상채팅, 화상회의 등과 같이 화면으로 얼굴을 보면서 커뮤니케이션할 수 있게 되었지만 여전히 가장 지배적인 커뮤니케이션 수단은 언어(문자)라고 볼 수 있다. 커뮤니케이션은 크게 언어적(verbal)인 것과 비 언어적(non verbal)인 것으로 구성된다. 대면적인 관계에서는 언어적인 것 보다는 비언어적인 커뮤니케이션 수단(예를 들어 표정, 제스처, 몸의 움직임 등등)이 훨씬 큰 비중을 차지한다. 하지만 아직까지는 인터넷에서 언어(문자)가 거의 전적인 커뮤니케이션 수단이기 때문에 단어의 의미에 대해 더 많은 생각을 요구하게 되고 언어적 표현이 중요한 위치를 차지하게 된다. 이러한 언어적 의사소통수단을 갖고 인터넷 이용자들은 정보를 공유하거나 정서를 나누면서 인간관계를 유지, 형성해 나간다. 이메일, 채팅, 휴대

전화 문자서비스로 인해 축약어들(RUOK-Are you OK?, CUL8R-See you later, BTW-by the way 등)이 등장하게 되었고 문자만의 한계를 넘어 다양한 감정을 표현하기 위한 이모티콘의 등장(;-0, ;-), ;-Q, -.-, ^^; 등)은 가상 공간 안에서의 활동 역시 살아 움직이는 실제적인 활동임을 보여 준다.

인터넷의 보급을 통해 인간관계의 형성의 다양한 측면이 나타날 수 있음이 사회경제적 측면 또는 문화적 차이에 따라 다를 수 있지만 미국의 인터넷 이용자들의 1/4 이상은 한 번도 만나지 않은 온라인 친구를 평균 13명 정도 갖고 있다고 한다. 사람들은 인터넷을 정보를 얻기 위해서만이 아니라 그 안에서 새로운 친구를 통해 아니면 기존의 인간관계 안에서 교체하고, 도움을 주고 받기 위해 사용한다. 어떤 면에서는 온라인 상에서의 도움과 지원이 오프라인 보다 더 자주 일어날 수 있다. 기존 오프라인에서 남을 도와주는 행위는 보통 어느 정도 친분이 있는 사람들로 국한되며 시공간적 제약 하에 있다. 그러나 온라인 상에서는 잠깐의 작업과 클릭으로 남을 도와주기가 무척 쉽다. 더구나 온라인 관계는 시공간의 제약이 거의 없어 오프라인 관계에서보다 접촉의 기회를 확대시켜 도움을 주는 데 드는 시간적-공간적 비용을 줄일 수 있고 그래서 지속적인 지원과 도움을 가능하게 한다.

그러나 한국에서 나타나는 두드러진 특징은 대부분의 온라인 접촉이 이미 대면적인 만남이 있었던 사람들이 사이버 공간상에서의 모임으로 만나는 것이다. '다음'의 카페나 '프리챌'의 커뮤니티에서는 이미 알고 있었던 사람들간의 모임이 활성화되고 있다. 또한 최근 사회적 붐을 이루었던 '아이러브스쿨'이라는 사이트를 통한 동창 찾기의 경우도 이미 대면적인 관계가 있었던 사람들이 인터넷 상에서 만남을 갖게 된 것이었다. 주목할 것은 이들의 사이버 공간 안에서의 모임이 현실 모임으로 이어졌다는 점이다. 게다가 대면적 인간관계가 없었던 이들이 동호회 등을 통해 알게 되었다 하더라도 오프라인상의 만남으로 이어지는 경우가 많다. 이러한 현상들로 볼 때 한국에서는 아직 온라인과 오프라인의 관계가 더욱 밀접히 연계되어 인간관계에 중첩적으로 영향을 미치고 있다고 생각해 볼 수 있다.

7. 결론

정보화 사회에 관한 다양한 이슈들 가운데 가장 특징적으로 부각되고 있다고 생각되는 5개의 이슈들을 중심으로 논의를 검토했다. 그러나 현재, 위에서 제기된 이슈들에 대해서도 어떤 명백한 대답들이 제시되고 있지는 못하고 있다. 서론에서도 잠시 얘기했듯이 무수히 많은 학자들이 도래하는 정보화 사회에 대해 긍정적 혹은 부정적 전망들을 내려왔고 현재는 많은 우려와 염려가 주된 이슈가 되고 있는 것이 사실이다. 그러나 지금은 인터넷 혁명의 초기단계로써 정보화 사회로의 발을 내디딘지 얼마 되지 않은 상태이기에 단정적인 전망은 내리기 어려운 상황이다.

그러나 주목할 것은 앞으로 우리들의 삶은 지금까지의 생활과 현저히 다른 세계 속에 놓일 것이라는 것이다. 기술의 발전은 우리들을 새로운 세계로 인도해가고 있으며 개인뿐만 아니라 사회전체의 이에 대한 적응을 요구하고 있다. 따라서 기술혁명을 이끄는 자연과학의 연구자들과 사회의 변화와 사회속의 개인들을 연구하는 사회과학의 연구자들에 의한 경계를 넘어선 학제간 연구가 요구된다. 아직은 정보화사회에 대한 이론이 정립되지 않은 상태이다. 그렇지만 지속적인 관심과 연구를 통해 새로운 세계에 대한 전망과 방향제시가 필요할 것이다.

참고문헌

- [1] 한준, 박찬웅. 2001, 인터넷 사이트간의 관계구조와 생태구조, 한국사회학 35집 3호.
- [2] 통계청. 2001, 전자상거래 통계조사결과(2001년 5월 사이버 쇼핑몰), 통계청 홈페이지 (www.nso.go.kr).
- [3] 박세웅. 2000, "미국 인터넷 쇼핑 이용자의 구매 패턴 현황 및 전망", 정보통신정책 2000년 6월호, 정보통신 정책연구원.
- [4] 한국인터넷정보센터. 2001, 인터넷 이용자수 및 이용행태에 관한 설문조사 결과 보고서, 한국인터넷정보센터.
- [5] Abelson, Hal and Lawrence Lessig, 1999. "Digital Identity in Cyberspace" <http://www-swiss.ai.mit.edu/6805/student-papers/fall98-papers/identity/wholedoc.html>

[6] Brynjolfsson, Erik and Michael Smith. 1990, "Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers". Working Papers.

[7] Castells, Manuel, 1996. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

[8] Coase, Ronald. 1937, "The Nature of the Firm". *Economica*(November).

[9] Dasgupta, Partha. 1988. "Trust as a Commodity," In Diego Gambetta, ed., *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 49-72.

[10] Kollock, Peter, and M. Smith, 1999. "Communities in Cyberspace" pp. 3-25. M. Smith and P. Kollock (ed) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.

[11] Perrow, Charles. 1992. "Small-Firm Networks," In Nitin Nohria and Robert G. Eccles, ed., *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*. Boston, MA: Harvard Business School Press, pp. 445-470.

[12] Podolny, Joel M. 1993, "A Status-Based Model of Market Competition". *American Journal of Sociology* 98: 829-72.

[13] Turkle, S. 1995, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. N.Y.:Simon&Schuster.

[14] Turkle, Sherry, 1998. Who Am We? http://www.wired.com/wired/archive/4.01/turkle_pr.html

[15] Urban, Glen L., Fareena Sultan, and William Qualls. 1998, "Trust-based Marketing on the Internet". MIT Sloan School of Management Working Paper #4035-98.

[16] Wellman, Barry and M. Gulia. 1999. "Virtual Communities as Communities: Net Surfers don't ride alone" in M. Smith and P. Kollock (ed) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.

김 용 학



1984~1985 American journal of sociology 부편집장(Associate Editor)
 1986 시카고대학 사회학 박사
 1987~1991 American journal of sociology 국제 편집위원
 1987~현재 연세대학교 사회학과 교수
 1998~1999 연세대학원 교학처장
 1999~현재 과기부 뇌과학 심의위원
 E-mai:yhakim@yonsei.ac.kr

● 2001 병렬처리시스템 추계 학술 대회 ●

- 일 자 : 2001년 9월 15일
- 장 소 : 한국정보통신대학원대학교
- 주 최 : 병렬처리시스템연구회
- 문 의 처 : 송실대학교 컴퓨터학부 전문석 교수
 Tel. 02-820-0680
 E-mail : mjun@computing.soongsil.ac.kr