

인터넷의 진화와 공간개념의 변화*

윤 지 영**

노 상 규***

.....

정보교환의 매체로 출발한 인터넷은 이용자의 일상이 리듬하는 ‘사회적 공간’이 되었고, 어느새 들뢰즈(G. Deleuze)가 예견하고 레비(P. Lévy)가 주장한 “유목민적 자기공간”으로 진화하고 있다. 본 논문에서는 인터넷의 발전으로 진화하고 확대되는 사회적 공간의 개념에 대해 체계적으로 살펴보고 그러한 공간의 사례를 통해 인터넷 공간의 미래 모습에 대해 예측해 본다.

.....

I. 미디어 공간 개념에 대한 고찰

기하학적 공간, 물리적 공간, 도시 공간, 기호 공간, 문화 공간 등 수 많은 종류의 공간이 존재한다. 도대체 공간이란 무엇인가? 계속적으로 제기되어온 질문이지만 실제로는 해결되지 못한 질문이며 특히 현존(presence)과 둘러싼 철학담론과 아인슈타인의 물리학담론, 원격현존(tele-presence) 등의 사이버스페이스에 이르기까지 여러 학문 분야에서 공간에 대한 수많은 제안들 속에서 계속해서 되풀이되는 질문이다. 무엇보다도 공간이라는 개념은 어떤 구조로 이루어져 있는 물질세계를 전제하기 때문에 인간은 공간이라는 표상이나 개념을 얻을 수 있는 것이다. 따라서 모든 공간은 근본적으로 물질로부터 분리되어 존재할 수 없는 것이다. 그렇지만 순수한 물질세계와는 달리 오직 인간의 사회적 활동을 통해서만 형성되는 사회 공간적 구조는 질적으로 새롭고 특수한 공간을 만들어낸다. 이런 점에서 사회적 공간은 인간화된 물질공간이라고 할 수 있다. 20세

*본 연구는 서울대학교 경영대학 경영연구소의 일부 지원에 의해 수행되었음.

** (주)미디어레 대표이사

***서울대학교 경영전문대학원 교수

기 초 뒤르켐에 따르면 “사회생활의 리듬에 기반해서 시간이 범주화되고, 사회가 점유하고 있는 영역에 의해서 공간이 범주화된다.”¹⁾ 20세기 말 카스텔은 사회가 구조적 변환을 겪고 있으면서 새로운 공간형태와 새로운 공간 과정이 나타나고 있다는 현상에 주목하면서 “흐름의 공간이론”²⁾을 설명한다. 그에 따르면 “공간은 사회의 표현”이므로 공간이 사회 그 자체라고 보며, 공간형태와 그 과정은 총체적인 사회구조의 역동성에 의해 형성된다.

이렇듯 공간이란 현대인이 살아가는데 필요한 대상이나 환경이 아니라, 인간과 끊임 없는 상호작용을 통해 성립되는 상징적 개념으로 인식되어야 할 것이다. 인간의 공간에 대한 인식은 네트워크의 발전에 따라 끊임없이 변화, 발전하고 있다. 공-시간성은 경험을 이해하는 하나의 방식이다. 달리 말해 사회적·관계적 경험의 형태인 것이다. 공간성이란 상호작용의 과정 중에 구성되는 것이므로, 공간성이 형태를 갖추어나가고 있는 사회공간을 어떻게 만들어 내고 있는지 살펴보아야 할 것이다. 그러기 위해서는 아래에서 밝히게 될 몇 가지 요소를 상기하면서 인터넷과 모바일이라는 미디어공간의 목적을 이해하도록 할 것이다.

우선적으로 공간 개념의 확장은 인간 커뮤니케이션에 미디어가 지속적으로 개입하고 진화하면서 극명하게 드러나고 있는데, 이는 무엇보다 사회적 관계의 확장이라는 측면에서 흥미롭다. 바로 이와 같은 관점에서 가상과 현실을 이원적으로 분리하던 논의 또한 점차 수정되고 있는데, 이것은 온라인 공간의 일상적 개입을 통해 사회적 공간이 확장되는 것이지, 온라인을 현실과 이원화된 “가상”의 것으로 더 이상 볼 수 없게 되었기 때문이다. 온라인 공간이 오프라인의 관계를 지속, 유지, 관리하는 공간으로 실제로 검증되면서 최근 온라인 공간을 사회적 연결망으로 해석하고자 하는 시도들 또한 구체화되고 있는 것이다.

여기서 유비쿼터스의 개념에 대해 언급할 필요가 있다. 이 개념이 프랑스의 사회학에서 언급되기 시작한 것은 1978년 출판된 카즈네브의 『편재성의 사회』³⁾ 이후부터이다. 카즈네브는 시청자들이 텔레비전의 창을 통해서 아프리카 여행 프로그램을 시청할 경

1) Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: PUF, 5e édition (1968), [초판1912.]

2) 마뉴엘 카스텔, 『네트워크 사회의 도래』[1996], 한울, 2003, p. 534-555.

3) Jean Cazeneuve, *La société de l'ubiquité*, Paris, Denoël/Gonthier, 1972.

우, ‘이 때 시청자는 실제로 어디에 있는가?’라는 질문을 던진다. 중요한 것은 미디어에 의해 새롭게 생성되는 사회적 관계를 재해석하는데 있어서 “편재성”이라는 인간과 공간의 관계를 설명하는 개념을 도입했다는 점이다. 다시 말하면, 유비쿼터스의 쟁점은 무엇보다 인간의 공간에 대한 인식의 변화(확장)와 그에 따른 사회적 관계의 생성 및 진화에 있다. 유비쿼터스 공간이란 냉장고와 욕실에 인터넷을 연결하는 것을 의미하지는 않는다. 즉 유비쿼터스가 내포하는 쟁점은 생활의 편리함이나 도처에 정보망을 연결한다는 사실에 국한되지 않는다는 뜻이다. 그 보다는 공간과 개인의 관계 변화에서 핵심적으로 대두되는 “컨텍스트”의 연결성(relatedness)에 있다.

분명한 것은 인터넷, 나아가 모바일로 대표되는 디지털 영역의 온라인 공간에서 새로운 상황이 펼쳐지고 있다. 달리 말해 ‘공간’이라는 단어가 가리키듯이 ‘새로운’ 공간이 전개되고 있다. 따라서 이 영역의 공간적 성격과 구조를 인식할 필요가 있다. 나아가 우리는 온라인 미디어 공간의 체험과 사회적 관계에 초점을 맞추어 ‘흐름(Flux)’의 중요성이 극대화되는 것은 바로 모바일 커뮤니케이션임을 밝히게 될 것이다.

II. 온라인 미디어 공간의 체험과 사회적 관계

1. 온라인, 오프라인 공간의 연결과 확장

네트워크와의 결합이라는 것은 인터넷에서의 온라인(on-line) 작업을 뜻한다. 네트워크에 접속하여 온라인상에서 작업한다는 것은 작업 중인 텍스트와 정보들이 살아 움직이는 듯한, 즉 살아있는(live) 인상을 주기 때문에 ‘온라인’이라는 말은 우리를 모니터 너머의 ‘다른 세계’로 이끄는 듯한 마법적인 울림을 가지게 된다. 그러나 온라인 공간과 오프라인 공간 관계의 연장은 데카르트식의 빈 공간으로 연장이 아니라 공간의 확장으로 이어진다. 왜냐하면 온라인과 오프라인에서 각각 경험하는 공간들은 가상과 현실로 구분되는 것이 아니라, 현실의 “연장(prolongation)”으로 이해해야 하기 때문이다. 실제로 온라인 커뮤니티 등의 공간을 가상/허구의 것, 혹은 오프라인의 관계를 보조하는 수단으로서 이해하던 분석의 패러다임은 전환되고 있다. 그 이유에 대한 문제제기는 다음에서 살펴볼 수 있다.

IT의 발전과 함께 관계의 항시적 연결을 위한 커뮤니케이션이 더욱 강화, 확장되고 있다(그림 1 참조). 특정한 정보나 이슈, 감성적 표현을 목적으로 하지 않더라도 커뮤니케이션을 항시적으로 할 수 있는 다양한 수단을 이용하고 있다. 커뮤니케이션의 단절이나 집단으로부터의 소외를 두려워하는 현대인의 일상적 사회관계의 욕구와 패턴을 가시적으로 보여주고 있다. 즉 과학기술은 사람들이 평소 깨달아온 필요와 부합할 때에만 받아들여진다. 어떤 과학기술이든지 성공적인 것이 되려면 그것에 의해 충족되어야 하는 잠재적인 욕망이 함께 존재해야 한다. 온라인 커뮤니케이션에 대한 관심의 정도만을 놓고 보자면 거기에는 강렬한 욕망뿐 아니라 인터넷이 채워주었으면 하고 바라는 심각한 심리적인 공백이 함께 존재한다.

여기서 쟁점은 바로 사회관계(망)의 일상적 지속을 통해 자아 정체성을 구축하고자 하는 현대인의 욕구를 반영하고 있다. 타인과의 차별화(differentiation) 혹은 동일시(resemblance)로 구분되던 정체성의 메커니즘은 “소수집단과의 일상적 연계성”으로 그 쟁점의 축이 변화하고 있음을 알 수 있다. 왜냐하면 정체성이란 집단적인 인정의 커다란 부분을 차지하며, 정체성은 재-인식이며, 관계이며, 집단을 향한 긴장이기 때문이다.4)

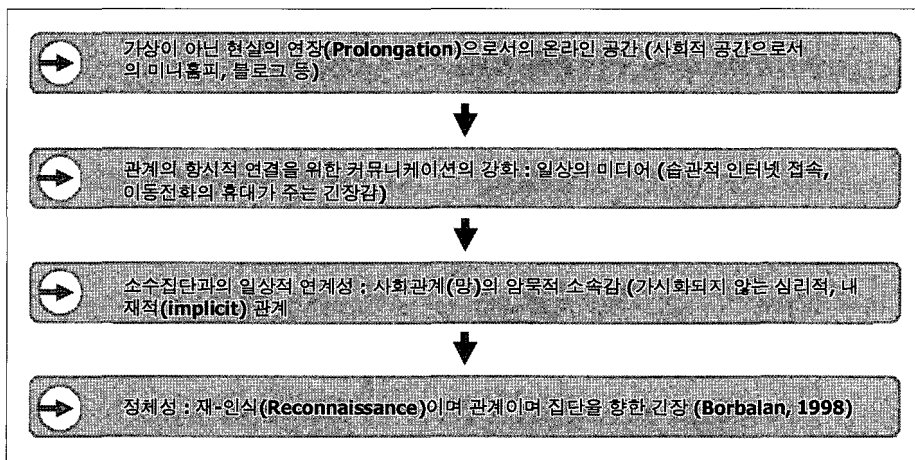


그림 1. 온라인, 오프라인 공간의 연결과 확장

4) *L'Identité. L'individu, le groupe, la société*, coordonné par Jean-Claude Ruano-Borbalan, Sciences humaines Editions, 1998.

2. 온라인 공간의 체험과 사회적 관계

온라인 커뮤니케이션을 통한 미디어 공간은 사회적 관계의 형태적 표출을 통해 가시화된다. 푸코가 잘 지적했듯이, “우리는 일종의 진공 상태에서 살고 있는 것이 아니다. 그곳에는 인간 개인과 사물들이 존재할 수 있고 또한 그곳은 수많은 서로 다른 색채를 가질 수도 있겠지만, 그것도 동등한 상태가 되거나 어떤 식으로든 중첩될 수는 없는 위치들을 규정하는 일련의 관계 하에서 일뿐이다.”⁵⁾ 실제로 미디어 공간은 사용자와 미디어간, 사용자와 사용자간의 상호작용 ‘관계’를 표현하는 방식인 것이다. 지리공간에 비교하는 은유는 더더욱 아니다. 여기서 가장 기초적인 점은 사람들이 온라인상에서 무엇을 하건, 그리고 온라인상의 콘텐츠가 무엇이건 간에, 온라인 공간 자체는 여러 점에서 관계의 네트워크이다. 유무선으로 연결된 물리적인 네트워크와 소프트웨어를 통해서만 실현되는 논리적인 링크인 물리적이 아닌 네트워크라는 양쪽 차원 모두에서 온라인 공간의 본질은 관계적이다.

관계의 형식은 암묵적으로 잘 짜여진 네트워크를 가리키는 것인데, 네트워크의 노드들은 일상적인 ‘동기부여’로 구성되고 있음을 알 수 있다. 달리 말하자면, 미디어공간은 물질적이고 기능적인 구조보다는 공간이 이끌어내는 집단적인 경험 안에 내재한다. 물론 집단경험은 계속해서 진전되거나 혹은 즉각적으로 사라질 가능성을 내포하고 있다. 매개된 네트워크상의 관계는 유기적이기 때문이다. 그럼에도 불구하고 집단적으로 체험된 경험과 기억은 축적되며, 그것은 집단적 상상력에 의해 이끌어지는 것이다. 여기서 말하는 집단적 경험은 역사적인 대 사건이나 진실된 앎을 가리키는 것이 아니라, 평범한 체험, 일상적으로 리듬화된 체험을 말하는 것이다. 집단적 경험이란 바로 마페졸리가 말하는 “일상의 지식(*connaissance ordinaire*)”⁶⁾의 축적인 것이다. 즉 그것은 축적

5) Michel Foucault, “Des espaces autres,” in *Dits et écrits* t.4, France, Gallimard, 1994, p. 752-762. [이 텍스트는 1967년 4월 14일 “건축연구씨클”의 학술대회에서 강연록으로 이후 *Architecture, Mouvement, Continuité*, n° 5(1984, p. 46-49)에 수록.]

6) Maffésoli: «une connaissance ordinaire mettant en scène l'affect, la sensibilité commune ou encore le stock de connaissances accumulées tout au long des siècles.» Maffésoli, Michel, *Le rythme de la vie, Variations sur les sensibilités postmodernes*, Paris, La Table Ronde, 2004, p. 128.

에 따른 것처럼 모든 인류에 미시적 거시적인 모든 경험을, 물론 개별적인 공동체 안에 각인되어 있는 경험을, 응축시킨 집단적 기억을 말하는 것이다. 바로 이점들이 인터넷과 모바일의 실제현상들을 통해서 우리가 알아차릴 수 있는 사실이며, 인터넷상에서 집단적으로 공유하는 경험이 우리에게 밝혀주는 증거이기도 한 “집단의 다양성과 개인적으로 경험된 일상성”이기도 하다.

3. 체험의 과정과 유기적 네트워크

이와 같은 미디어 공간의 형태를 형성하는 중점적 요소는 ‘parcours(통행/돌아다니기)’인데, 이것은 통로(path)이자 동시에 자유롭게 떠돌아다닌다는 것을 나타낸다. 즉, 유저가 온라인상에서 자유롭게 돌아다닌다(exploring)는 것을 말한다. 예를 들어, 어떤 사람의 ‘미니홈피’를 방문하고 거기서 랜덤으로 파도를 타서 또 다른 사람의 미니홈피를 방문한다고 하자. 아니면 어떤 사람의 블로그에 연결이 되어서 또 다른 블로그로 이동할 수 있고 포털 사이트를 방문하게 되거나 또 다른 온라인 공간으로 연결될 수 있다. 이렇게 이용자는 온라인상의 연결을 통해 수많은 사람들을 만날 수 있게 된다. 즉, 유저는 수많은 ‘돌아다니기’를 통해 순간적으로 또는 지속적으로 사람들과 관계를 형성하게 되고 흩어지고 응고가 되기도 하면서 유동적인 네트워크를 형성하게 된다. 바로 이러한 과정을 통해 형성된 네트워크가 상징적 공간의 소유와 공유의 개념을 낳게 된다고 볼 수 있다.

미디어 공간은 바로 이러한 수많은 유저의 움직임에 의해 형성되는데, 여기에는 직접적인 의사소통을 통해 표출되는 관계뿐만 아니라, 그와 같은 ‘돌아다니기’의 행위가 내포하는 암묵적 관계를 포괄하기에 더욱 흥미롭다. 예를 들어, 이용자가 어떤 미니홈피를 방문해서 그 미니홈피의 주인과 계속적인 관계를 맺고 싶다는 니즈로 인해 다른 어떤 커뮤니티 혹은 타사가 제공하는 블로그의 공간에까지 이르게 된다고 할 때, 이용자는 그 사람과 관계 맺음을 통해 동시에 그 사람과 연결된 다른 사람들과도 암묵적으로 관계 형성이 되는 것이다. 또는 어떤 정보를 찾고 싶다는 니즈에 의해 온라인상에서 항해할 때, 수많은 공간을 방문하면서 그 안에서 유동적으로 수많은 사람들과 연결되고 동시에 네트워크가 형성되는 것이다.

III. 모바일 커뮤니케이션과 이동성

이와 같은 온라인 미디어 공간이 유선에서 무선으로 확장되면서, 가장 주목되는 현상은 이와 같은 흐름, 이동의 중요성이 극대화된다는 점이다. 특히 모바일은 항시적, 즉시적 커뮤니케이션을 극대화하는 커뮤니케이션 수단으로 볼 수 있다. 이 때 사회적 관계는 물리적 공간에서 나타나는 구획/지역 간의 구분이 없이 ‘흐름(Flux)’의 형태로 구현되고 표현되는데, 이와 같은 관점에서 우리는 모바일 커뮤니케이션의 이동성과 맥락의 연결성을 살펴보고자 한다.

1. 이동성: 상황적 맥락(situational context)의 메시지화

본 연구가 언급하는 이동성은 IT의 발전과 도시공간과의 관계에 대한 논의라기보다는 개인의 사회적 관계를 매개하는 맥락(context)의 차원에 보다 중점을 두고 있다. 예컨대 IT가 도시를 없애는 것이 아니라, 도시의 형태에 근본적인 변화를 가져온다는 지적이나(William J. Mitchell, 1999), 혹은 IT는 다름 아닌 사회적 진화의 산물로서, 도시공간을 대체하는 것이 아니라 오히려 도시화를 이행하는 도구로서 이해해야 한다는 지적들이 IT와 도시공간의 상호의존적 관계를 설명하는 논의들에 속한다(Graham & Marvin, 1996).

그런데 모바일 커뮤니케이션의 이용현상을 살펴보면, ‘도시공간 내에서의 반복적, 일상적 이동성’이라는 측면에서 더욱 흥미롭다. 즉 서로 다른 이질적 도시공간으로의 이동이라기보다 도시인들의 일상적 생활패턴에서 매우 반복적이고 습관적인 형태로 이동성이 개입하고 있는 것인데, 여기에는 여러 가지 흥미로운 현상들이 발견된다. 우선, 휴대전화를 통해 원거리의 지인들과 항시적으로 연결되어 있으면서, 각자가 처한 상황(situation) 자체가 이들의 관계를 매개하는 메시지로 작용하는 것을 발견할 수 있다. 예를 들면, 최근 대중화된 카메라폰을 통해 각자가 보고 있는 현장이나 일상적 사건들을 사진으로 전송하는 모습을 쉽게 찾아볼 수 있다. 이 때 송수신되는 사진파일들은 큰 역사적 이벤트나 사건이라기보다는 매우 일상적인 이야기들의 파편이나 상징들에 불과하다. 다만, 서로가 지리적으로 떨어져있으나 일상적 메시지를 항시적으로 교환함으로써

서로의 관계를 지속적으로 확인하거나 유지하는 것인데, 이 때 메시지는 각자의 눈앞에 펼쳐진 엽기적인 광경이며 상황들이라는 것이다. 정리하면, 휴대전화가 제공하는 이동성은 커뮤니케이션 행위에서 이용자의 상황적 맥락의 개입을 보다 극대화한다는 점과, 이 때 상황적 맥락은 이용자들의 일상적 생활 경로(path) 안에서 사회적 관계를 형성, 유지, 관리하는데 기여하는 하나의 메시지 그 자체로서 작용한다는 점에 주목해볼 수 있다.

뿐만 아니라 최근 개발되고 있는 지역적 상황을 고려한 모바일 서비스(location-based service)들도 같은 차원에서 이해가 가능하다. 모바일 커뮤니케이션이 내포하는 이동성이 바로 이와 같은 서비스들을 활성화하는 요인인데, 이용자가 처해있는 물리적·지리적 상황과 무선 인터넷으로 매개된 전자적 접속 상황이 서로 상호작용을 함으로서 실용성과 유희성 두 가지를 담보하게 하는 것이다. 아직까지 실험 단계에 있지만 그 가능성을 확대하고 있는 모바일 커뮤니티, 모블로그, 네이트 타운 등의 서비스들이 여기에 속한다. 즉, 휴대전화는 이용자의 일상적 이동 상황을 지원할 뿐만 아니라, 반대로 그 상황을 매개로 커뮤니케이션할 수 있는 환경 또한 제공한다는 사실이다. 이와 같은 점은 사실상 앞서 이미 논의한 현실·공간의 확장성을 한 번 더 입증한다. 바꾸어 말하면, 휴대전화가 제공하는 이동성은 이용자가 공간의 제약을 벗어나 활동할 수 있는 가능성을 제시하는 것 이외에, 오히려 반대로 현대인과 물리적 공간과의 상호의존(interdependence)적 관계를 더욱 확고히 하는 역할을 하는 것이다.

2 맥락의 연결성(Relatedness of context)

모바일 커뮤니케이션은 무엇보다 전화의 '휴대'를 통해 관계가 항시적으로 연결되어 있다는 심리적 안정감을 내포한다. 물론 항시적인 인터넷 접속을 통해 심리적 안정을 얻는 것은 이미 모바일을 포함한 여러 온라인 커뮤니케이션 현상에서 입증된 것이다(윤지영, 2004). 들뢰즈의 '축감적'으로 인지하는 공간의 구성 또한 이와 같은 맥락에서 논의 될 만하다. 회사원들의 업무는 메신저를 로그인하면서 시작된다. 각자의 컴퓨터에 윈도우처럼 열려있는 일상의 대화 상대자들인 '버디리스트'들은 바로 옆의 로그아웃 상태의 동료보다 실제로 더 가깝게 인식될 수 있다. 면대면 커뮤니케이션의 보조적, 보완적 역할로서 존재하던 미디어가 이제는 일상의 모든 커뮤니케이션에 습관적으로 개입

하게 되는데, 여기서 온라인 커뮤니케이션은 무엇보다 지인들과 ‘항상 연결되어 있는’ 안정감을 느끼게 해주는 중요한 맥락을 형성하는 것이다. 버디리스트와의 대화 중에는 서로 다른 물리적 맥락을 넘어서 각자가 의도하는 화제가 형성하는 맥락속으로 상대방을 끌어들이게 되고, 이때 서로 다른 물리적 공간은 ‘맥락의 연결성’을 통해 유비쿼터스의 공간으로 변화하게 되는 것이다.

이 맥락의 연결성이 바로 모바일 커뮤니케이션에서 중점적으로 고려되어야 할 쟁점 중의 하나인데, 그것은 이용자들이 유선 인터넷에서와 같이 공동의 상징적 공간을 지니고 있지 않기 때문이다. 사회적 관계를 형성함에 있어서 공동의 영토·공간은 필수적인 조건이다. 가족, 율타리, 고향, 출신 등이 모두 상징적인 공간의 공유를 내포하고 있는 것은 당연한 사실이다. 유선 인터넷 또한 수많은 상징적 공간·영토로 구성되어 있으며, 지역적 소속과 영토적 소유를 나타내는 수많은 장치들로 이뤄져 있다. 홈페이지, 커뮤니티, 클럽, 블로그 등은 모두 개인과 집단의 영토적 소속감을 나타내는 표상들이다. 그런데 그에 반해 휴대전화는 상징적 공간을 표현하기에는 심한 물리적 제약을 안고 있다. 어떻게 3cm밖에 되지 않는 공간에 상징적 공동의 영토를 확보할 수 있을 것인가? 이용자들이 서로 소통하고 공감하는 데에 필수적인 요소가 공간이라면, 모바일 커뮤니케이션에서는 다르다. 공간 대신 ‘지금 어디야?’ ‘지금 뭐해?’ 등 대화의 서두에 상대방의 맥락을 공유하는 것을 당연스럽게 여기거나, ‘지금 생일파티 하는 중’이라는 문자메시지를 동반하는 사진 파일 등을 보내, 이용자의 상황적 맥락을 전달하고 소통하고자 노력한다. 바로 이와 같은 맥락에서, 각자가 처한 상황적·물리적·지리적 맥락의 연결성이 바로 모바일 공간에서 상징적 영토를 대신하는 중요한 기제가 된다는 것이다.

IV. 탈영토화와 유동(flux)의 공간

지금까지 논의한 1) 온라인 미디어 공간의 체험과 이용자의 움직임·돌아다니기 (parcours), 2) 모바일 커뮤니케이션의 이동성과 상황적 맥락의 연결성은, 기존의 구획되어진 영토개념에 기반한 공간 개념이 실제로 유동·흐름(flux)의 공간으로 그 중심축을 이동하고 있음을 시사한다(그림 2 참조). 서두에서 우리는 공간이 개인들의 체험과 경험을 통해 형성되는 상징적 의미를 지니고 있음을 언급하였다. 유동의 공간은 바로 ●

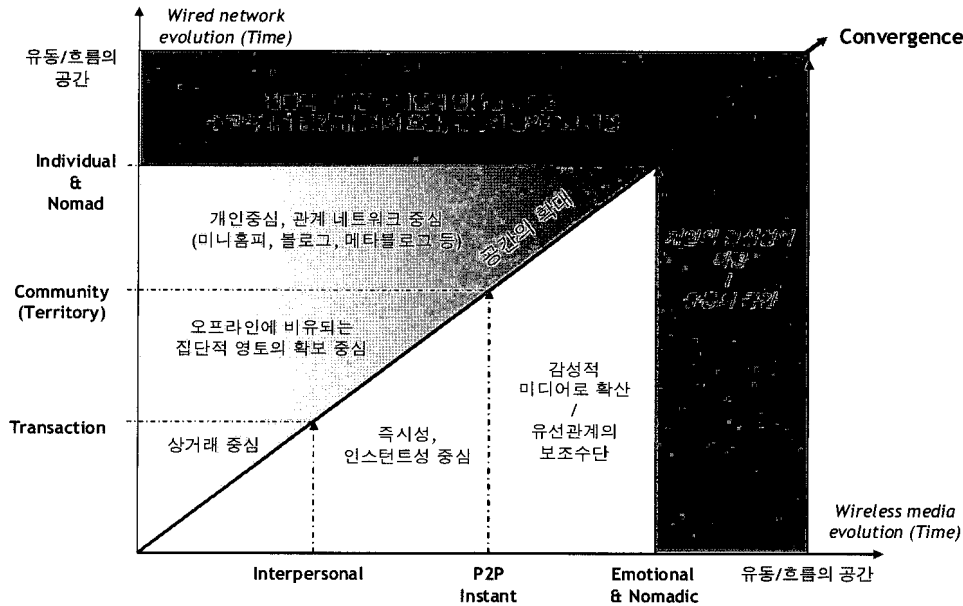


그림 2. 인터넷 공간 개념의 확장

그 체험의 ‘과정’ 자체에 주목하는 개념으로서, 무엇을 체험하는가보다 ‘어떻게’ 체험하는가를 쟁점화한다. 즉 ‘어떻게 사회적 상호작용의 관계를 형성하는가’ 하는 체험의 과정과 그를 통해 이뤄지는 네트워크의 형태에 주목하고 있는 것이다.

우리는 바로 여기서 비기하학적이고 탈영토화된 공간개념을 상기할 필요가 있다. 예를 들면 들뢰즈와 가타리의 ‘홈페인 공간과 매끄러운 공간’⁷⁾이 그것인데, 구획되고 정형화된 공간은 벽, 울타리, 울타리 사이의 길들에 의해 홈페인된 반면, 유목적 공간은 매끄럽고 궤적들에 의해 지워지고 자리를 바꾸는 자질들에 의해서만 표시된다. 여기서 공간의 성격을 의미하는 홈페인 공간과 매끄러운 공간에 대한 주목은 이 둘 간의 단순한 대립에서, 복잡한 차이들, 나아가 둘 간의 계속되는 중첩과 상호교류의 역동성에 주안점을 두고 있다. ‘매끈한 것-홈페인 것’이라는 단순한 대립도 고대 유목민으로의 회귀

7) 쥘 들뢰즈, 펠릭스 카타리, 『1440년 - 매끈한 것과 홈이 패인 곳 le lisse et le stri?』, 『천개의 고원』 (김재인 옮김, 새물결, 2001), p. 907-953. 홈페인공간은 구획하고 계산할 수 있는 충분한 거리를 두는 원거리 공간이라면, 매끄러운 공간은 신체로 직접 달라붙어 직접적으로 감응(affect)하는 근거리 공간이다. 따라서 전자가 주로 시각이 특권을 점하는 광학적 공간이라면, 매끄러운 공간은 시각조차 촉각처럼 만지고 직접적으로 느끼고 감응하는 촉각적 공간이다.

가 중요한 것이 아니라, 공간화의 양태, 공간 속에서의 존재 방식 또는 공간에 대한 존재 방식을 말하는 것이다. 즉, 공간의 체험 과정에서 가시화되는 움직임의 형태와 이를 통한 관계의 흐름·유동의 과정 자체가 바로 존재 방식, 혹은 상징적 공간을 재개념화하고 있다는 것이다. 들뢰즈는 매끄러운 공간을 자유와 움직임의 공간, 즉 ‘순환적(circulaire) 공간’이라고 역설하는데, 우리가 논의하는 유동의 공간과 다르지 않다고 할 수 있다. 그것은 영토의 소유를 위해 측량하는 공간이 아니라 사회적 관계가 물리적 공간에서 나타나는 구획과 지역 간의 구분이 없이 일종의 흐름(Flux)의 형태로 구현되고 표현되는 것이다.

V. 인터넷 서비스와 유동의 공간

이 장에서는 인터넷의 공간개념을 유동의 공간으로 확장한 대표적인 사례로 마이크로 블로그 서비스인 트위터와 오픈형 SNS인 잇글링을 살펴보고자 한다.

1. 트위터(twitter.com)

트위터는 트윗(tweet)라 불리는 단문의 텍스트 메시지를 통해 사람들 간에 소통하고 연결하는 마이크로 블로그 서비스이다(그림 3 참조). 트위터 서비스는 “What are you doing?”이라는 질문에 대한 답인 트윗을 통해 유동의 공간을 창조하였다(그림 3 참조). 누군가 단문의 텍스트 메시지를 남기면 이를 구독하는 사람들(followers)에게 공개되고 이에 대해 답을 남기는 과정을 공간화 한 것이다.

2. 잇글링(itgling.com)

잇글링은 혼자 쓰는 일기 형식의 블로그나 폐쇄적인 인맥관리 서비스를 발전시킨 신개념의 ‘오픈형 소셜 네트워크’ 서비스이다. 잇글링 서비스는 ‘이어 쓰기(잇글)’ 구조를 통해 유동의 공간을 창조하였다. 이어 쓰기란 누군가 다른 사람이 쓴 글에 내 의견을 담은 글을 이어 붙이는 것으로 이러한 과정을 통해 글끼리 ‘관계’를 가지게 되고, 사람

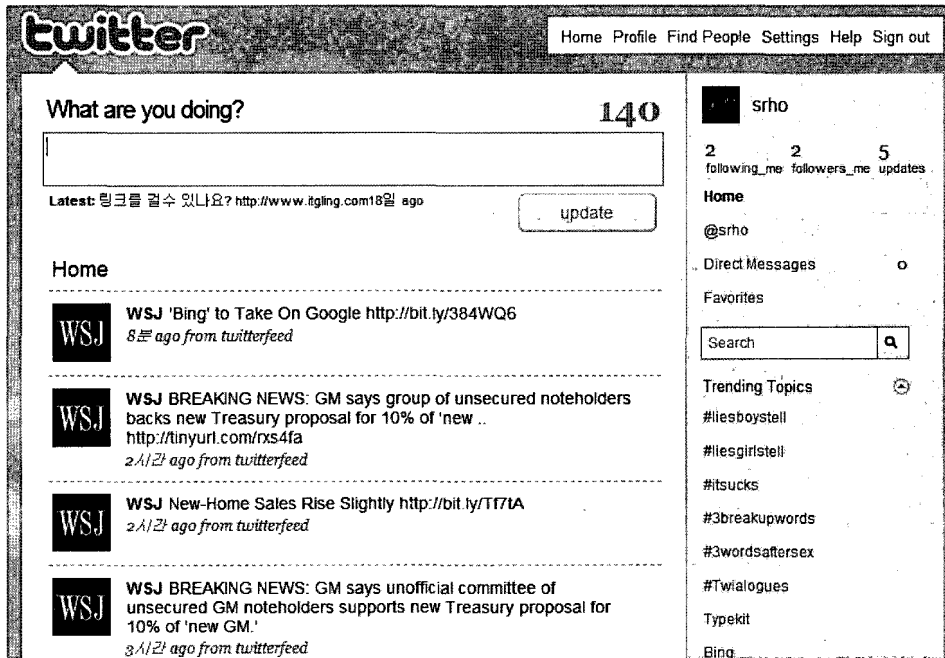


그림 3. 트위터 서비스와 유동의 공간

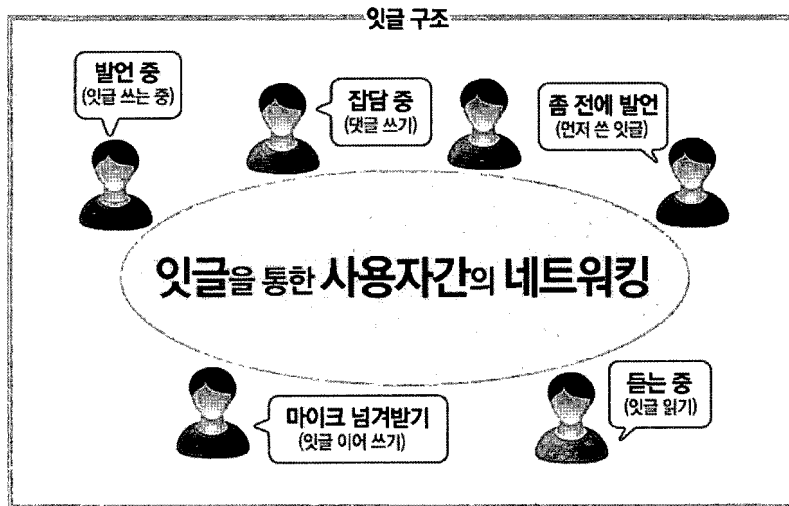


그림 4. 잇글구조와 유동의 공간

들 간에 서로 소통하게 되는 것이다. 예를 들면 친구나 직장 동료들의 모임에서 누군가가 먼저 화제를 꺼내면 다른 사람들이 그것에 대해 얘기를 나누고, 중간에 누군가가 다른 화제를 꺼내면 얘기가 그것으로 옮겨가는 과정을 공간화 한 것이다(그림 4 참조).

VI. 결론

미디어 공간은 다양한 집단적 네트워크들의 구성으로 만들어진 하나의 공간이다. 공간이 되도록 하는 것은 바로 관계의 형성이며, 그 관계의 확장은 암묵적인 방식으로 끊임없이 이루어진다. 달리 말해 접속된 관계는 가시화되지는 않더라도 무엇보다 ‘촉감적으로 실제적’인 관계이다. 덜 가시적이고 덜 청각적이지만, 접속 상태를 통해, 혹은 이동전화의 휴대를 통해 암묵적·항시적 연결 상태를 느끼게 한다.

이용자들은 서비스를 단순히 ‘이용’하는 것이 아니라 서비스 공간에서 직접 관계 맺고 가꾸고 살아가는 ‘사회적 공간’을 만들고 있다. 자생적인 네트워크가 역동적으로 진화하는 현상들이 바로 그것이다. 온라인에서 형성되는 서로 다른 거대한 네트워크들은 생성, 확산, 유전, 변이, 소멸되는 일련의 과정을 거치게 된다. 공간이란 현대인이 살아가는데 필요한 ‘대상’이나 ‘환경’이 아니라, 인간과 끊임없는 상호작용을 통해 성립되는 상징적 개념이기 때문이다. 즉, 공간에 대한 개념적 정의는 특정 시대에서 인간이 경험하고 커뮤니케이션하는 구조 속에서 지속적으로 진화할 수밖에 없는 것이다.

참고문헌

Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: PUF, 5e édition (1968), [초판1912.]

마누엘 카스텔, 『네트워크 사회의 도래』[1996], 한울, 2003, p. 534-555.

L'Identité. L'individu, le groupe, la société, coordonnée par Jean-Claude Ruano-Borbalan, Sciences humaines Editions, 1998.

Michel Foucault, “Des espaces autres,” in *Dits et écrits* t. 4, France, Gallimard, 1994,

p. 752-762.

Maffésoli: «une connaissance ordinaire mettant en scène l'affect, la sensibilité commune ou encore le stock de connaissances accumulées tout au long des siècles.» Maffésoli, Michel, *Le rythme de la vie, Variations sur les sensibilités postmodernes*, Paris, La Table Ronde, 2004, p. 128.

컬 들뢰즈, 펠릭스 카타리, 「1440년 - 매끈한 것과 흠이 패인 곳 le lisse et le stri?」, 『천개의 고원』(김재인 옮김, 새물결, 2001)

Internet Evolution and Changes in Social Space

Jiyoung Yun*

Sangkyu Rho**

Internet, started as a medium for communication, has become a social space where Internet users' daily lives reside. It has changed to a nomadic private space as Deleuze predicted and Levy argued. This paper investigates the evolving and extending concept of social space in ever evolving Internet and predicts the future of social space through new Internet service examples.

Keywords: Internet, Social Space, Social Network, Space of Flux

*CEO, Mediare Inc.

**Professor of MIS, Graduate School of Business, Seoul National University

